

## 11. インターネットとマルチメディア社会

統計資料 「総務省 情報通信白書」

<http://www.johotsusintokei.soumu.go.jp/whitepaper/ja/h17/>

## (1) インターネットの普及状況

日本のインターネット人口 \_\_\_\_\_万人 (2004年12月現在) (普及率 %)

世界のインターネット人口 \_\_\_\_\_万人 (2003年12月現在) (普及率 %)

日本のブロードバンド加入者数 (2004年12月現在)

合計 \_\_\_\_\_万件 → ADSL ( \_\_\_\_\_万件) CATV ( \_\_\_\_\_万件) FTTH ( \_\_\_\_\_万件)

## (2) 日常生活におけるインターネット利用

行動 増加したもの→

減少したもの→

影響 プラス面 →

マイナス面→

## (3) デジタルディバイド (Digital divide)

・地域別格差 → 都市部 ( \_\_\_\_\_%) その他市部 ( \_\_\_\_\_%) 町村部 ( \_\_\_\_\_%)

・年代別格差 → 10~30代 ( \_\_\_\_\_%) 60歳以上 ( \_\_\_\_\_%)

・年収別格差 →

~200万 ( \_\_\_\_\_%) ~400万 ( \_\_\_\_\_%) ~800万 ( \_\_\_\_\_%) 800以上 ( \_\_\_\_\_%)

・男女別格差 → 男性 ( \_\_\_\_\_%) 女性 ( \_\_\_\_\_%)

・国別格差 → ( \_\_\_\_\_%)の高所得国が、世界のインターネットの ( \_\_\_\_\_%)を利用

## (4) ビジネスへの利用 … 電子商取引 (Electronic Commerce) → BとCの連携

B to C

C to C

B to B

## (5) 変わる社会生活

①売り方・買い方が変わる (デジタルデータの切り売り)

②広告が変わる (インターネット広告)

・アドワーズ広告

・アドセンス広告

③銀行が変わる

・ホームバンキング

・インターネット銀行

④教育が変わる (eラーニング)

WIDE 大学 SOI (school of internet)

⑤生活スタイルや価値観が変わる

SOHO (Small office Home office)