

## 【マルチメディア文化論】

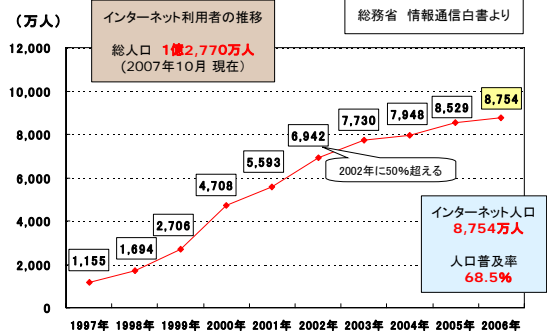
インターネットとマルチメディア社会

— IT社会・e-Japan・u-Japan —

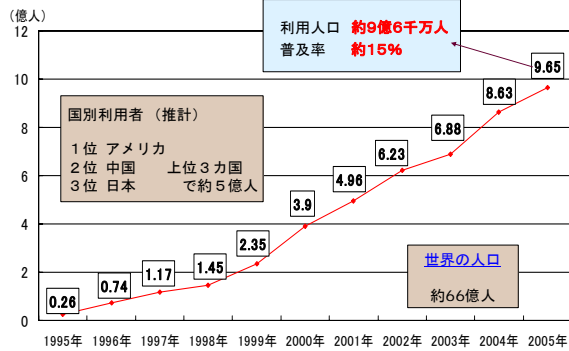
(総務省 情報通信白書から)

2008年度 第11回  
太田 信宏

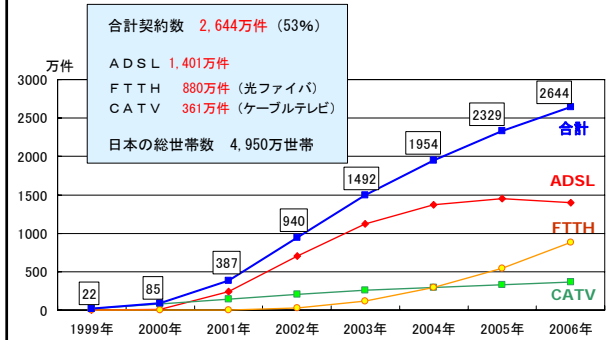
## 1. 日本のインターネット人口



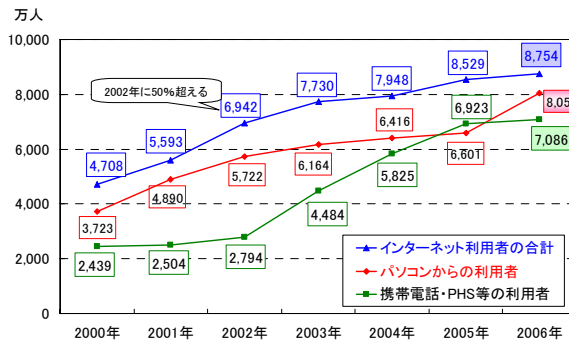
## 2. 世界のインターネット人口



## 3. ブロードバンドの利用状況



## 4. 端末別のインターネット利用人口



## 5. デジタルディバイド (情報格差)

インターネットの利用状況比較

- ◇地域別格差 (ブロードバンドの世帯普及率 2007年1月)
  - 1位 東京 (6.7%) 45位 青森 (3.2%)
  - 2位 神奈川 (6.3%) 46位 高知 (3.0%)
  - 3位 千葉 (5.7%) 47位 鹿児島 (2.7%)
- ◇世代別格差
  - 10代~40代 9.0%以上
  - 50代 7.5%
  - 60代前半 5.9%
- ◇年収別格差
  - 200万円未満 5.3%
  - 200~400万円 6.6%
  - 400~800万円 7.5%
  - 800万円以上 8.3%以上
- ◇男女別格差
  - 男性 80.4%
  - 女性 71.2%
- ◇国際的なデジタルディバイド

15%の高所得国が、世界のインターネットの63%を利用

## 6. ビジネスへの利用



### 電子商取引(EC)

Electronic Commerce

インターネットで商品の選択、注文、支払い、納品などを行うこと

### BtoC (B2C)

Business to Consumer 企業-消費者間の取引  
企業が提供している一般消費者向けの  
オンラインショッピングやチケット予約など。

### CtoC (C2C)

消費者同士の取引 → ネットオークション

### BtoB (B2B)

企業間の情報交換、商品の流通・取引など

## 7. 変わる社会生活 -1-



### 1. 売り方・買い方が変わる

デジタルデータは切り売りができる

- ・CD → 好きな曲だけ買える
- ・新聞 → 読みたい情報(ページ)だけ買える
- ・ソフトウェア → お試し版の無料配布  
必要な機能だけインストール

### 2. 広告が変わる

従来型広告

↓  
テレビ・ラジオのCM、新聞広告、ダイレクトメール

インターネット広告(バナー、広告メール、広告サイト)

[アドワーズ広告](#) キーワード広告、PPC広告(pay per click)

[アドセンス広告](#) サイト所有者にアドワーズ広告を開放

## 8. 変わる社会生活 -2-



### 3. 銀行が変わる

- ・[ホームバンク](#) (自宅で残高照会や振込などが可能)  
銀行選びの基準→支店の場所よりもサービス内容重視へ
- ・店舗のない銀行の誕生 → [イーバンク銀行](#)

### 4. 教育が変わる --- 文教大学のeラーニング

- ・インターネットを利用した教育  
「いつでも」「どこでも」「何度でも」授業を受けられる
- ・インターネット大学 [SOU](#) (School of Internet)

### 5. 生活スタイルや働き方が変わる

- ・出勤しなくても仕事ができる、職住の関係(通勤と在宅)  
SOHO (Small office Home office)、[テレワーク](#)