

報道関係各位

2009年11月18日  
さくらインターネット株式会社  
(東証マザーズ：3778)

---

## さくらインターネット、「インターネット使用に関する習熟度と 危機管理意識調査」を実施

- 現在の習熟度は「59.8点」、今後なりたい習熟度は「83.4点」！
  - 約7割の人が「個人情報の流出に不安」を感じているものの、約9割の人は今後もインターネットショッピングを利用する意向。
- 

レンタルサーバなどのサーバリソース貸しや、サーバを預かり運用を行うサービスを提供するインターネットデータセンター事業を展開しているさくらインターネット株式会社(本社：大阪市中央区、代表取締役社長：田中邦裕)では、2009年10月、東京・大阪・愛知の20～40代男女、合計300人を対象に「インターネット使用に関する習熟度と危機管理意識調査」を実施し、この程その結果がまとまりましたので、その主要な内容をご紹介します。

当社は国内最大級のバックボーンネットワークを有しており、圧倒的なデータ配信力と価格競争力の優位性を活かし、SNSやブログ、動画共有サイト、インターネットショップなど多くのトラフィックを集める人気コンテンツを保有する事業者(お客様)に好評いただいています。また、本年7月には、組織内研究所として、「さくらインターネット研究所」を設立し、インターネット技術に関する様々な研究に取り組んでいます。

社会において、インターネットの重要性がさらに増している中、当社はインターネットデータセンター事業者として、インターネットを使用する方の習熟度・危機管理意識の現状を捉えるために、本調査を実施いたしました。

### \*\*\*\*\* <アンケート結果総括 > \*\*\*\*\*

昨今、個人情報の流出やネット犯罪が頻繁に起きている中で、生活者はインターネットが100%安全とは考えていないものの、生活の中で安全に、便利に使うために、自ら危機管理意識を持ち、自己防衛を図りながらインターネットを使用している様子が浮き彫りとなりました。

また、今後に向けてインターネットの習熟度をさらに高めたいと考える人が多く、新しい技術やサービスにチャレンジする人も約4割いました。既に、様々な人の生活の中に浸透しているインターネットですが、安全に、快適に、賢く使うためにはどうすればいいか、生活者の関心は今後もますます高まっていきそうです。

調査方法	インターネット調査
調査対象	東京都、大阪府、愛知県に在住の20～40代の男女 合計300人 (男性：150人、女性150人)
調査時期	2009年10月

※ 補足：本プレスリリースでご紹介した内容の他にも、ネットでのトラブルや犯罪被害を防ぐため、「サイトによって個人情報を入力するかどうかを決める」人は約7割に上る一方、14.3%の人は「何も対策をしていない」なども分かりました。

インターネットを使う“現在の習熟度”は100点満点中、  
全体平均59.8点。“今後なりたい習熟度”の全体平均は83.4点。

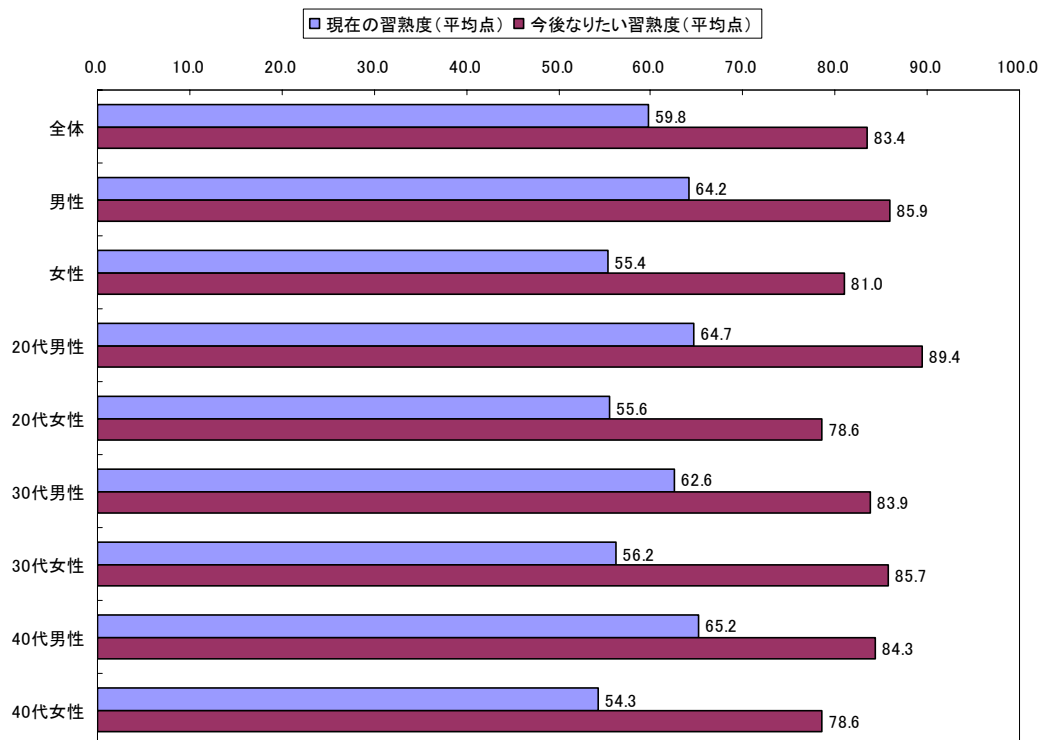
- “現在の習熟度”は、女性よりも男性の方が高いが、“今後なりたい習熟度”では、20代男性と30代女性の意欲の高さが目立つ！

インターネットを使う際の“現在の習熟度”と“今後なりたい習熟度”は、100点満点中、何点だと思いかを自由回答形式で尋ねてみました。全体の平均は、“現在の習熟度”が59.8点、“今後なりたい習熟度”が83.4点でした。

男女別で見ると、“現在の習熟度”の男性平均は64.2点、女性平均は55.4点、“今後なりたい習熟度”の男性平均は85.9点、女性平均は81.0点となっており、いずれも男性の平均点の方が高くなっています。ただ、“現在の習熟度”と“今後なりたい習熟度”の差は、男性は21.7点であるのに対して、女性は25.6点となっており、女性の方が高い数値を示しているのが特徴的です。

男女・年代別で見ると、“現在の習熟度”の男性平均は、各年代とも60点台、女性平均は各年代とも50点台で大差はありませんでしたが、“今後なりたい習熟度”の平均では、20代男性の89.4点、30代女性の85.7点が他よりも高くなっており、習熟度を上げたいという意欲が強い様子がうかがえます。

また、20代と40代は、“現在の習熟度”、“今後なりたい習熟度”ともに、男性の方が平均点が高くなっていますが、30代では、“現在の習熟度”は男性の方が高いものの、“今後なりたい習熟度”では、女性の方が平均点が高くなっているのも特徴的です。



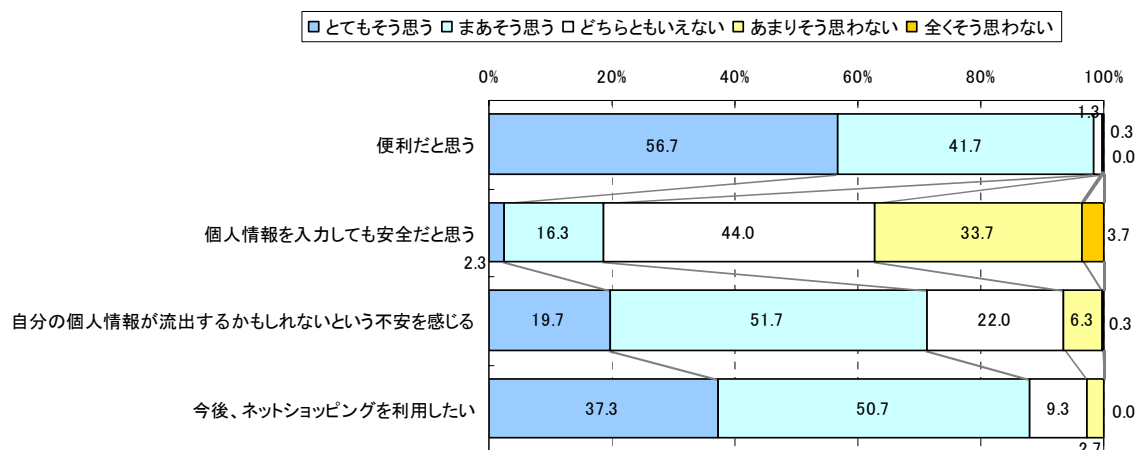
インターネットショッピングの利用経験は「ある」が95.7%。利便性については、ほぼ100%の人が認識しているものの、個人情報流出に不安を感じる人は約7割に上る。一方、約9割の人は今後もインターネットショッピングを利用する意向を示す。

- 個人情報の流出に不安を感じるのは女性の方が多いが、インターネットショッピングの利便性認識や利用意向も、女性の方が高い。
- 年代別で見ると、個人情報の入力や流出に不安を感じている人が多いのは20代。

インターネットショッピングの利用経験を訪ねたところ、95.7%が「ある」と回答しており、男女別にみると、「ある」人は男性の93.3%、女性の98.0%となっていました。女性の方がやや、利用経験者が多いようです。

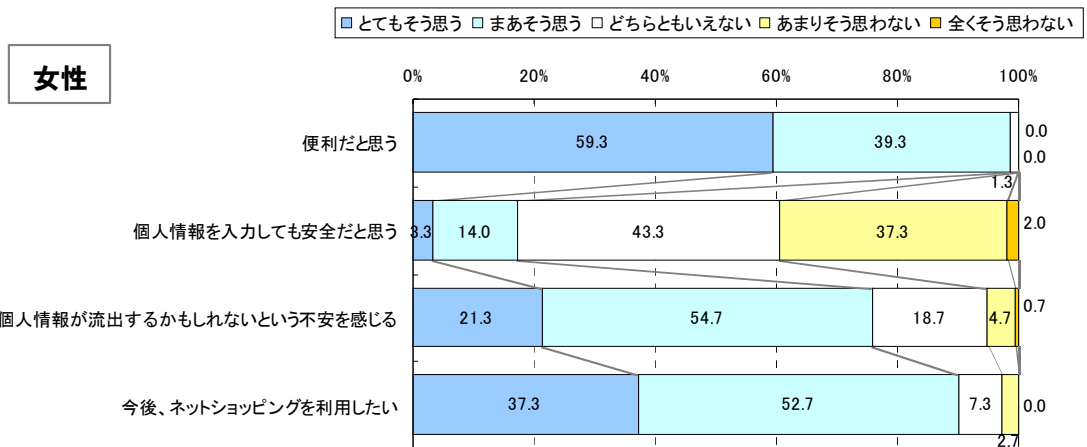
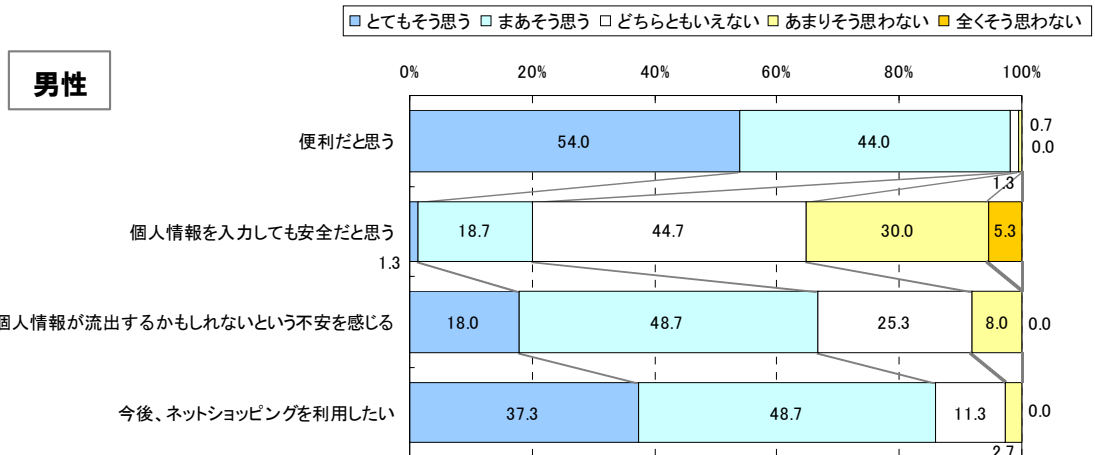
さらに、インターネットショッピングについて、項目ごとにどう思うかを聞いたところ、「便利だと思う」については、98.4%の人がそう思う（「とてもそう思う」、「まあそう思う」）と回答していました。「個人情報を入力しても安全だと思う」については、そう思う（「とてもそう思う」、「まあそう思う」）人は18.6%。「自分の個人情報が流出するかもしれないという不安を感じる」については、71.4%の人がそう思う（「とてもそう思う」、「まあそう思う」）と回答。「今後、ネットショッピングを利用したい」では、88.0%の人がそう思う（「とてもそう思う」、「まあそう思う」）と回答していました。

総じて、ほぼ100%の人が、インターネットショッピングの利便性を認識しているものの、個人情報を入力しても安全だと考える人は約2割にとどまっており、約7割の人は自分の個人情報が流出する可能性を不安に感じているようです。しかしながら、今後のネットショッピングの利用意向を示している人は約9割に上ることから、個人情報についての不安は残るものの、インターネットショッピングは生活になくてはならないものとして浸透している様子がうかがえます。



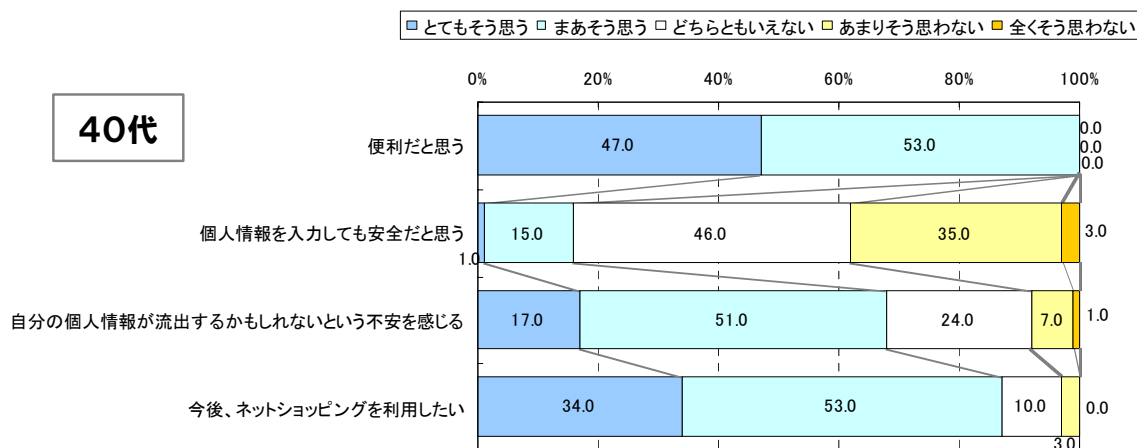
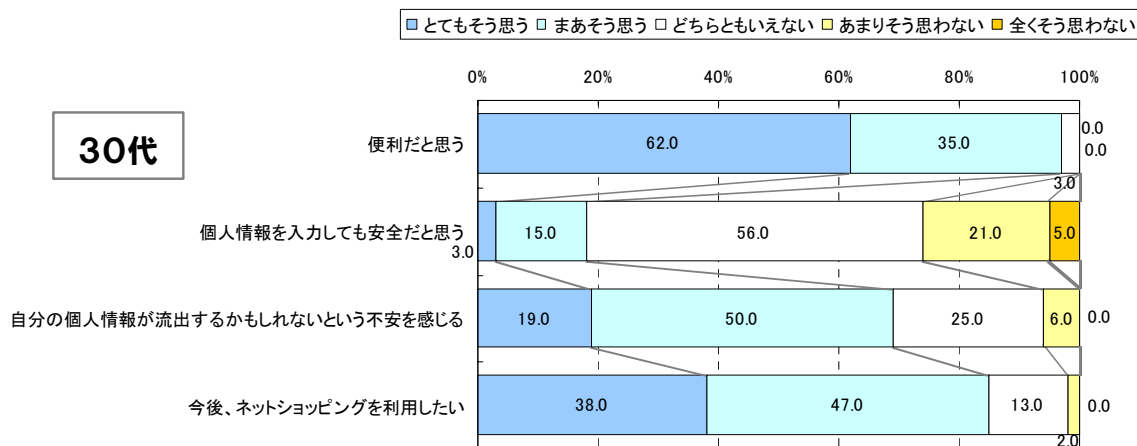
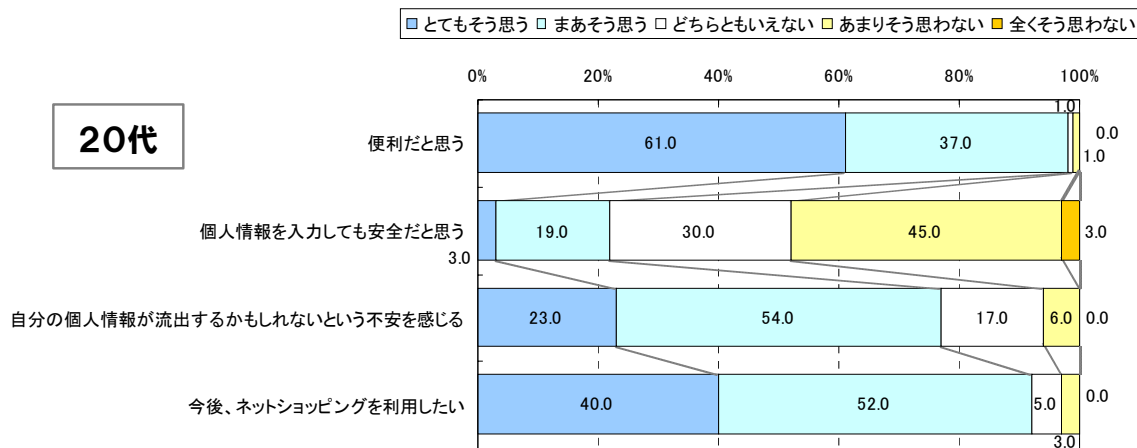
男女別に見てみると、各項目とも男女別の割合に大差は見られないものの、「個人情報を入力しても安全だと思う」人は男性 20.0%、女性 17.3%で、男性の方がやや多く、「自分の個人情報が流出するかもしれないという不安を感じる」人は男性 66.7%、女性 76.0%で女性が約 10%多くなっていました。インターネットショッピングの利便性については、男性 98.0%、女性 98.6%がそう思うと回答しており、男性の 86.0%、女性の 90.0%が今後の利用意向を示しています。

男性よりも女性の方が、個人情報の入力や個人情報の流出に不安を感じる人が多いものの、インターネットショッピングの利便性認識や利用意向においても、女性の方が高い数値を示している点が特徴的です。



さらに、年代別で見ると、20代は、「個人情報を入力しても安全だと思う」についてそう思わない（「あまりそう思わない」、「全くそう思わない」）人が48.0%と約半数に上っており、30代の26.0%、40代の38.0%と比べ、高い数値となっています。また、「自分の個人情報が流出するかもしれないという不安を感じる」についても、20代はそう思う（「とてもそう思う」、「まあそう思う」）が77.0%となっており、30代の69.0%、40代の68.0%に比べ数値が高くなっています。

インターネットショッピングの利便性や利用意向は各年代とも、約9割程度の高い数値を示しているものの、特に20代は、個人情報の入力安全性と個人情報の流出可能性に不安を感じている人が多いようです。

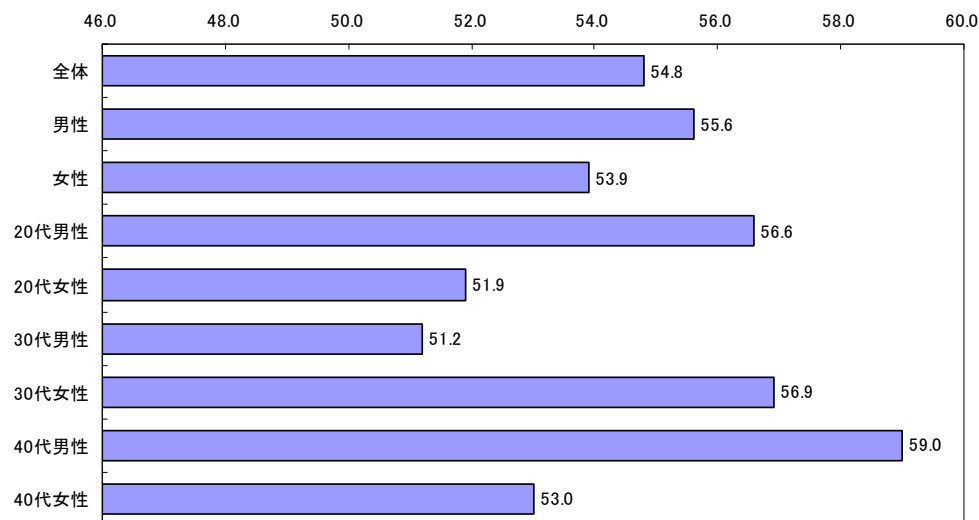


## 現在のインターネットの安全性は、100%中、平均 54.8%。 男性全体の平均は 55.6%、女性全体は 53.9%

- その理由は、男性は「完全なセキュリティはなく、完全に安全とはいえないから」が最多。女性は、「個人情報流出やネット犯罪に巻き込まれる可能性があるから」が最多。

現在のインターネットは、100%中、何%くらい安全だと思うかを自由回答形式で尋ねてみました。全体平均は 54.8%で、男性全体の平均は 55.6%、女性全体の平均は 53.9%でした。

男女・年代別での平均では、40代男性の「59.0%」が突出して高く、30代男性の「51.2%」が最も低くなっています。また、20代と40代では、いずれも女性より男性の方が高い数値を示している（20代男性 56.6%、20代女性 51.9%、40代男性 59.0%、40代女性 53.0%）一方で、30代では、女性の方が男性よりも高い数値を示しています（30代男性 51.2%、30代女性 56.9%）。



さらに、その理由を自由回答形式で尋ねてみました。現在のインターネットの安全性について、回答のボリュームゾーンであった「50～59%」と回答した人の理由を分類すると、男性は「完全なセキュリティはなく、完全に安全とはいえないから」という内容が 9 人で最多でした。具体的な回答としては、「悪いことをする側も進歩しているので、完全に安全とは言えない」、「新たなセキュリティ対策とそれを破る人とのイタチごっこが続いている」、「やろうと思えば情報は盗まれると思うから」などが挙がっていました。次いで多かったのは「様々なサイトがあるから」という内容で 5 人。具体的には「信頼できるサイトとできないサイトがあるから」、「最近色々なサイトを見るようになったので不安を感じている」などの回答が見られました。

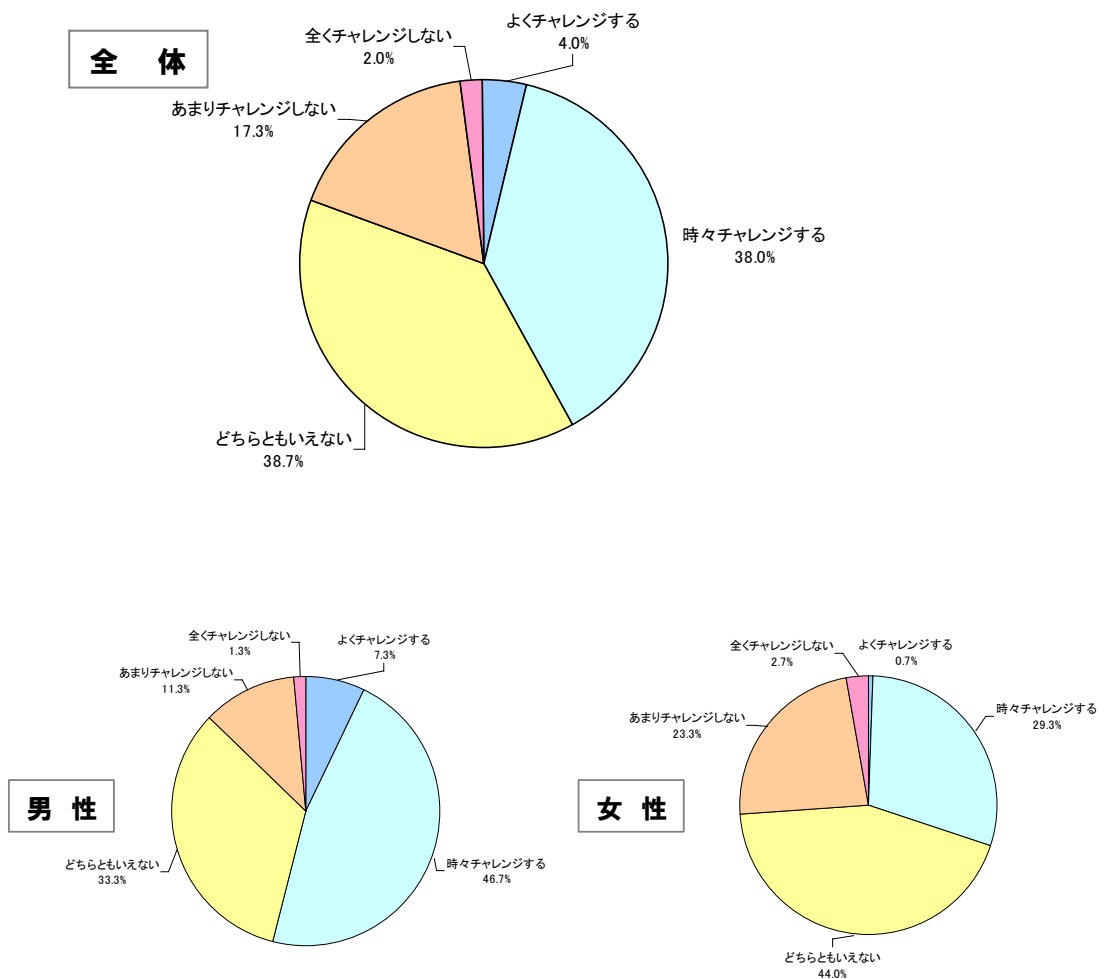
女性で最も多かったのは「個人情報流出やネット犯罪に巻き込まれる可能性があるから」（12 人）という内容でした。具体的には、「個人情報がいつ漏洩するか分からないから」、「世間では個人情報流出などいろいろな事件が起きており、いつ自分が巻き込まれるか分からないから」、「ニュースを見て不安もあるから」、「たまたま自分に今のところ被害がないだけで、いつ自分も巻き込まれるか分からないから」などが挙がっていました。次いで多かったのは「完全なセキュリティはなく、完全に安全とはいえないから」という内容が 10 人でした。具体的には、「自己防衛できない新しい手口は、今後も増え続けると思うから」、「ネットの進化と共にネット犯罪も進化しているため」、「絶対安全とはいえないし、けれど絶対危ないともいえないと思うから」などの回答が見られました。

## インターネットに導入される新しい技術やサービスにチャレンジしてみる人は全体の約4割。

- 男女別では男性約5割、女性約3割！

インターネットに導入される新しいサービスにチャレンジしてみるかどうかを尋ねたところ、チャレンジする（「よくチャレンジする」、「時々チャレンジする」）人は42.0%。チャレンジしない（「あまりチャレンジしない」、「全くチャレンジしない」）人は19.3%でした。

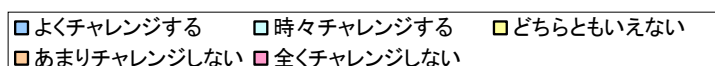
男女別で見ると、チャレンジする（「よくチャレンジする」、「時々チャレンジする」）人は、女性は30.0%でしたが、男性は54.0%と差が見られます。一方、チャレンジしない（「あまりチャレンジしない」、「全くチャレンジしない」）人は、男性は12.6%でしたが、女性は26.0%となっていました。インターネットに導入される新しい技術やサービスにチャレンジするのは、比較的男性の方が多いようです。



年代別で見ると、チャレンジする（「よくチャレンジする」、「時々チャレンジする」）が最多なのは30代（46.0%）、次いで20代（43.0%）、40代（37.0%）の順でした。

男女・年代別では、チャレンジする（「よくチャレンジする」、「時々チャレンジする」）が最多なのは20代男性（64.0%）。次いで、30代男性（56.0%）、40代男性（42.0%）の順でした。各年代とも、女性よりも男性の方がチャレンジする人の割合が高くなっています。

また、20代女性のみ、「あまりチャレンジしない」（32.0%）が「時々チャレンジする」（22.0%）を上回っている点も特徴的です（※20代女性では「よくチャレンジする」、「全くチャレンジしない」はいずれもゼロ）。



年代	性別	サンプル数	よくチャレンジする	時々チャレンジする	どちらともいえない	あまりチャレンジしない	全くチャレンジしない
全体		(100)	6.0	37.0	35.0	21.0	1.0
20代	男性	(50)	12.0	52.0	24.0	10.0	2.0
	女性	(50)	0.0	22.0	46.0	32.0	0.0
全体		(100)	5.0	41.0	37.0	13.0	4.0
30代	男性	(50)	8.0	48.0	32.0	10.0	2.0
	女性	(50)	0.0	34.0	42.0	16.0	6.0
全体		(100)	4.0	36.0	44.0	18.0	1.0
40代	男性	(50)	0.0	40.0	44.0	14.0	2.0
	女性	(50)	0.0	32.0	44.0	22.0	2.0



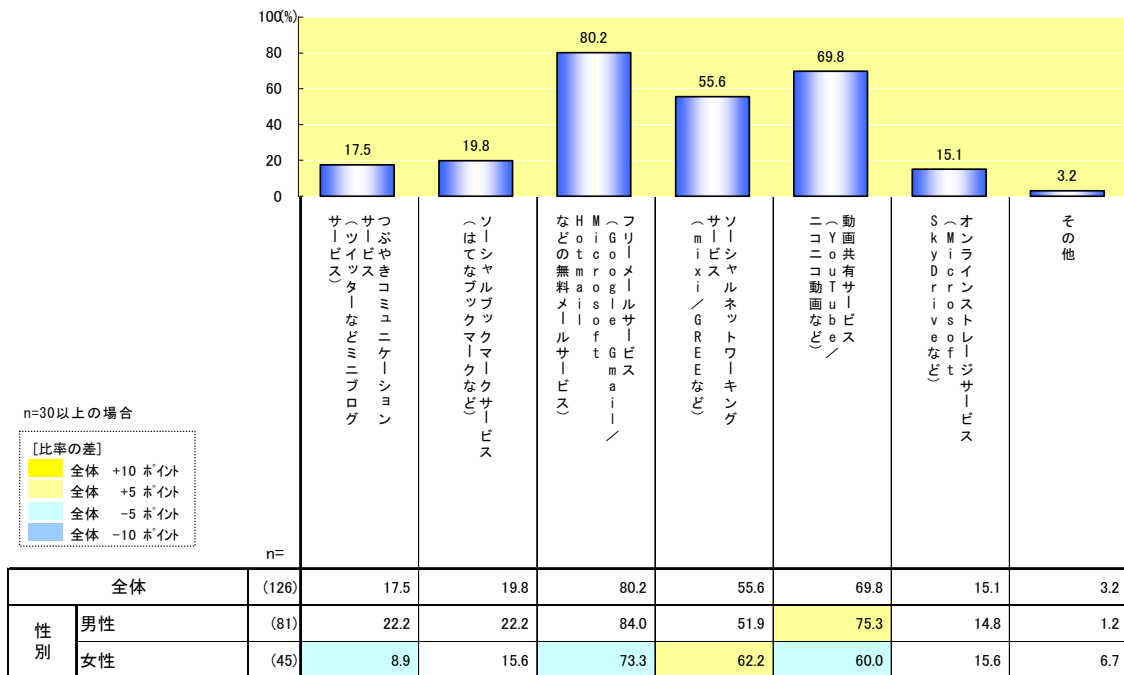
チャレンジしたことのある新しい技術・サービスのベスト3は「フリーメールサービス」、「動画共有サービス」、「ソーシャルネットワーキングサービス」！

さらに、前問（インターネットに導入される技術やサービスにチャレンジしてみるかどうか）で、「よくチャレンジする」、「時々チャレンジする」と回答した人を対象に、これまでチャレンジしたことのある新しい技術やサービスは何か尋ねてみました。

全体では、「フリーメールサービス」が80.2%でトップ。次いで、「動画共有サービス」(69.8%)、「ソーシャルネットワーキングサービス」(55.6%)、「ソーシャルブックマークサービス」(19.8%)、「つぶやきコミュニケーションサービス」(17.5%)、「オンラインストレージサービス」(15.1%)の順でした。

男女別で見ると、男女ともトップは「フリーメールサービス」(男性84.0%、女性73.3%)でした。男性2位は「動画共有サービス」(75.3%)、3位は「ソーシャルネットワーキングサービス」(51.9%)。女性2位は「ソーシャルネットワーキングサービス」(62.2%)、3位は「動画共有サービス」(60.0%)でした。

全体の数値に比べると、男性は「動画共有サービス」が高くなっています。女性は「ソーシャルネットワーキングサービス」が高く、「つぶやきコミュニケーションサービス」、「フリーメールサービス」、「動画共有サービス」が低くなっていました。



\*\*\*

■ さくらインターネット株式会社について

さくらインターネットは、国内最大級の大容量・高速バックボーンと自社運営のデータセンターを所有するインターネットサービス事業者です。高品質かつコストパフォーマンスの高いレンタルサーバなどのホスティングサービスや、サーバを預かりインターネット回線へ接続するハウジングサービスを提供。優れたトラフィック配信能力からブログや SNS、動画共有サイトなどアクセスの多い人気コンテンツ事業者から多くの支持を受けています。

■ 会社概要

本 社：大阪市中央区南本町 1 丁目 8 番 14 号  
設 立：1999 年 8 月 17 日  
資本金：8 億 9530 万円  
売上高：71 億 679 万円（平成 21 年 3 月期）  
従業員：168 名

■ この報道資料の問い合わせ先

さくらインターネット株式会社 企画部 広報宣伝チーム  
支 社：東京都新宿区西新宿 7-20-1 住友不動産西新宿ビル 33F  
TEL：03-5332-7072 FAX:03-5332-7080  
E-mail：press-ml@sakura.ad.jp URL：http://www.sakura.ad.jp

■ 一般のお客様の問い合わせ先

さくらインターネット カスタマーセンター  
TEL：0120-775664  
E-mail：support@sakura.ad.jp