



from NEW YORK from NEW YORK from NEW YORK
マッシー川口の

from New York

ネットサーフィンするヒト、
しないヒトの巻き

ハイ！こんにちは。元気印ですか？週末はセントラルパークにエッグサンドイッチを作って、コーヒーと読みかけの本を持って芝生でのんびり。摩天楼を眺めながら森からの初夏の風を感じていると、つくづくニューヨークはこの季節がベストシーズンだと思うワ。これからは外で遊ぶことが多くなるから、ネットサーフィン時間が減っちゃうかも！

ところで、最近、マンハッタンのある大手の広告代理店の友人から「アメリカのインターネットユーザーの市場調査」の資料を手に入れたのでご紹介するわね。これから21世紀に向けて、デジタル発信やWebの広告宣伝戦略なども含めて今後急ピッチで発展し、インターネット上での広告宣伝費はあと3年で現在の24倍の約50億ドルになると予測され、未来は想像以上に明るいようヨ。

96年11月のNetcraftの調べではWebサイトは当時523915で、Webページは全部で5400万ページ以上あるわけで、もしアナタが1日3サイトずつ見ていったとしても480年もかかるわけよね！WOW！1994年から2000年までにインターネットのプロバイダーに入る人、つまりユーザーの成長率は800%で、2000年には約5000万人の予測だから、4人に1人、つまり一家に1台の時代になる？！（Forrester Reserch）現在はアメリカの人口の12%の人が（過去30日以内に）インターネットを使っているという結果で、約2300万人。赤ちゃんからお年寄りまで入れて10人に1人以上だとするとすごく多い数字よね。去年（96年）は春から秋までに、33%もインターネットユーザーが増えってるから、あつというまにクモの巣のネットが張りめぐらされていくのは間違いナシね。

MRI Fallの調査では、男女の比率は94年の1月では男性が95%で女性は5%しかいなかったのに、96年の10月には男性が69%で女性が31%になって女性の進出パワーも上昇中よ。

インターネットの使い方だけど、No.1はブラウジング。はっきりとした目的なく漫然と楽しんだり、あちこち拾い読みしたりのネットサーフィン。No.2がエンターテイメント、No.3は教育で、No.4が仕事だってサ。No.5ビジネスリサーチ、No.6アカデミックリサーチ、No.7がショッピングの順と続いているの（6th GVU WWW Survey <http://www.cc.gatech.edu/gvu/user_surveys/>より）。

サイコロジカルプロファイル（心理分析）では「インターネットをやる人は、自分を賢い人間（Smart）だと思っていて、古い慣習などにとらわれず、型にはまらない自由な新モノ好き（leading edge）で、お金やファッションをあまり気にせず、自分自身の意志決定に自



インターネットカフェのサイバーカップル

カワグチ マサヨ

ニューヨーク在住のフリージャーナリスト。他にコナミの人気ゲーム「ときめきメモリアル」の片桐彩子役（声優）をはじめ、現在、関東地方のベイFMで「ニューヨークリポート」（毎週金曜日午前8時すぎ）テレビ朝日のニューヨークレポーターとして出演中。



信があって、世に出回る広告宣伝を丸飲みしないタイプ」だということよ。

また、1996 Simmons Fall SMM調査によると、ネットサーフィンするヒトは、最先端のテクノロジーに興味があるヒト。インテリ、いつもなにか面白くて新しいことにチャレンジしたい人、ちょっとブッ飛んだことが好きな人。だそうよ。ふむふむ。

- 逆に、ネットサーフィンしないヒトはNo.1ブランド信奉者、No.2仕事が全然ないよりは退屈な仕事でもあったほうがいいと考える人、No.3最新の流行ファッションを追いかけてる人、No.4ある決まったことを毎日する習慣のある人、No.5儉約家、No.6服装など、自分の見栄えを常に気にしてる人、No.7買い物に行く前に何をかうのか決めちゃってる人、No.8お金より仕事の安定性を一番に考える人、No.9自分の人生をいまずぐ変えられるなんて考えにくい人、No.10広告を信じやすい人ということだけど、これはあくまでもアメリカでの統計話なので、日本とは状況違うかもね。

さらに、インターネットユーザーは非常にアクティブで、少年のように若々しい感性を持っていて、上級のアドベンチャースポーツを好むとこの調査にはまともられているわ。たとえば、一番人気はダウンヒルスキー、No.2にローラーブレイド（ヘー）、No.3がマウンテンバイク、No.4ウエイトリフティングだって?? No.5スキューバダイビング、No.6ジョギング、No.7バックパッキング（ハイキング）、No.8にテニス、No.9がゴルフ（なるほどね～。バスケとか野球とかし

- ないんだね。国技のフットボールもでてこないし、メインストリームのスポーツやる人達じゃないわけか...）

- 趣味は「チェス」が一番人気！？さらに美術館に行くのが好きで、社会人の教育コースを取ったり、写真の趣味や、劇場やコンサートに足を運んだり、自分でも楽器を演奏するミュージシャン指向系も多いんだって。典型的な若いユーザーは、テレビゲーム、ビリヤード、バーやクラブにダンスに出かけるっていうのが、ベスト3だね。

- 最後に情報はどこから得るのかについては雑誌がダントツ！！そのつぎが新聞。3番目は毎日の外出の中からいろいろ仕入れてくる行動派。その後にはラジオ、最後にテレビ！?? インターネットユーザーはテレビを見ない傾向にあるのね！雑誌の内容はコンピュータ、飛行機の機内雑誌、サイエンス、娯楽と続いているの。インターネットユーザーは出張や旅行でよく飛行機に乗るってわけね。確かに私も飛行機に乗るたびにアレから情報収集してるわね。人気テレビのベスト3はコメディ、エンターテイメント、MTVの順よ。

- セントラルパークで、のんびり遊んでいるニューヨークカーをぼーっと眺めてみたら、みーんなインターネットターに見えてきちゃった。さて、そろそろディナーの時間だ。今日は何をつくらうかな？ そうだ、肉じゃがと大根のサラダにしよっと。じゃまた来月ここで会おうね。チャオ、バイ！* マッシー：)





[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp