

## MARKET RESEARCH

# デジタルライフスタイルに 関する調査-2019年

本調査はライムライト・ネットワークスが行っている一連の調査の一部であり、オンラインでの消費者の認知と行動について日本のデータをまとめたものです

## 概要

世界最大規模のプライベート・ネットワーク経由で配信されるコンテンツ・デリバリー・ネットワーク (CDN) を提供するライムライト・ネットワークスは、世界のコンシューマのデジタルライフスタイルに関する実態を毎年調査しています。今年は日本、フランス、ドイツ、インド、イタリア、シンガポール、韓国、イギリス、アメリカの9カ国の18歳以上を対象にアンケート調査を実施し、4,500人 (各国500人) から回答を得ました。

調査は2019年の5月12日から29日の間に行われ、質問にはデジタルメディアの利用方法、デジタルアシスタントやインターネット接続デバイスの利用率、テクノロジーが生活にどのように影響しているかなどが含まれています。この調査から、グローバルの傾向と日本の特徴についての最新の結果をまとめました。

## デジタル技術は私たちの生活を劇的に向上させました

デジタル技術がコンシューマのライフスタイルに与える影響を調べるために、生活に与えた影響を-2から+2までの5段階で答えていただきました。9カ国の平均では「良くなった」「非常に良くなった」を合わせると80%近くに達し、生活への影響について非常にポジティブに捉えています。一方で、日本のコンシューマは半数以上がデジタルオンライン技術で生活は「良くなった」と感じていますが、「非常に良くなった」と感じているのは12.6%でした。これは世界で最も低い値ですが、去年の11.4%よりは改善しています。

国	非常に悪くなった (-2)	悪くなった (-1)	変わらない (0)	良くなった (+1)	非常に良くなった (+2)	平均
日本	1.6%	6.0%	29.6%	50.2%	12.6%	0.66
フランス	0.8%	3.0%	17.2%	46.8%	32.2%	1.07
ドイツ	1.0%	1.4%	23.8%	50.2%	23.6%	0.94
インド	0.8%	1.4%	4.2%	24.6%	69.0%	1.60
イタリア	0.8%	3.2%	11.6%	40.4%	44.0%	1.24
シンガポール	1.6%	3.6%	17.2%	41.2%	36.4%	1.07
韓国	0.8%	2.4%	8.2%	51.2%	37.4%	1.22
イギリス	1.6%	5.2%	18.2%	49.6%	25.4%	0.92
アメリカ	0.6%	4.2%	14.0%	47.0%	34.2%	1.10
全体	1.1%	3.4%	16.0%	44.6%	35.0%	1.09

オンラインデジタル技術は、あなたの生活にどのような影響を与えましたか? (-2~+2)

## スマートフォンを1日使わないでいることはできますか？

日本のコンシューマの半数近くが、1日たりとも携帯電話を使わないではいられないと答えており、これは9カ国中3位の値で、日本人のスマホ依存が進んでいることを示しています。

国	使わずにいることはできない	1日なら使わずに いられる	1週間なら使わずに いられる	1ヶ月使わずに いられる	永久に使えなくても 大丈夫
日本	49.8%	32.2%	10.9%	2.1%	5.1%
フランス	45.9%	27.5%	17.0%	5.7%	4.0%
ドイツ	41.3%	20.2%	24.0%	6.9%	7.5%
インド	68.0%	18.1%	7.0%	2.6%	4.2%
イタリア	45.4%	27.3%	15.1%	5.0%	7.2%
シンガポール	48.7%	24.2%	15.1%	9.2%	2.9%
韓国	55.7%	26.8%	9.3%	5.4%	2.8%
イギリス	37.6%	22.6%	18.7%	7.9%	13.2%
アメリカ	35.7%	28.9%	17.4%	6.6%	11.5%
全体	47.6%	25.3%	14.9%	5.7%	6.5%

どれくらいの間、スマートフォンを使わずにいられますか？

一方でタブレット、デジタルアシスタント、ウェアラブルデバイスへの依存度は9カ国中最も低く、32.3%はタブレットの使用を永久にやめても良いと答えています。

国	使わずにいることはできない	1日なら使わずに いられる	1週間なら使わずに いられる	1ヶ月使わずに いられる	永久に使えなくても 大丈夫
日本	13.9%	19.3%	21.8%	12.7%	32.3%
フランス	15.9%	23.3%	23.1%	17.2%	20.5%
ドイツ	17.8%	18.4%	25.7%	19.5%	18.7%
インド	38.1%	26.7%	20.8%	6.9%	7.5%
イタリア	22.8%	18.1%	25.7%	15.2%	18.1%
シンガポール	21.2%	21.5%	32.6%	15.3%	9.4%
韓国	16.6%	25.5%	26.6%	16.1%	15.3%
イギリス	21.3%	17.4%	28.6%	15.0%	17.7%
アメリカ	15.1%	17.8%	22.5%	17.0%	27.7%
全体	20.3%	20.9%	25.4%	15.1%	18.3%

どれくらいの間、タブレットを使わずにいられますか？

## 最も人気のあるデジタルコンテンツは音楽

世界のコンシューマに最も人気のあるデジタルコンテンツは音楽で、これは日本でも同様でした。

日本では、音楽の次に映画やテレビ番組、アプリ、ビデオゲーム、新聞・雑誌、電子書籍と続きますが、他国と比較すると、日本は映画やテレビ番組、音楽、ビデオゲーム、新聞・雑誌の4項目において、9カ国中最低の頻度となっています。全体の平均も最低となっており、他の国の消費者よりも物理的なメディアを好む傾向が顕著であることを示しています。

国	映画やテレビ番組	音楽	アプリ	ビデオゲーム	新聞や雑誌	電子書籍	平均
日本	2.43	2.53	2.30	1.53	1.40	1.03	1.87
フランス	2.48	2.71	2.18	1.73	1.62	1.00	1.95
ドイツ	2.87	2.94	2.23	1.65	1.68	1.09	2.08
インド	3.04	3.29	2.94	2.25	3.01	2.12	2.78
イタリア	2.90	3.05	2.70	1.96	2.24	1.52	2.40
シンガポール	2.78	2.75	2.42	2.05	2.11	1.59	2.28
韓国	2.70	3.10	2.55	2.05	2.04	1.37	2.30
イギリス	2.80	2.97	2.34	1.64	1.85	1.30	2.15
アメリカ	2.98	3.01	2.32	1.74	1.48	1.32	2.14
全体	2.78	2.93	2.44	1.84	1.94	1.37	2.22

どれくらいの頻度でこれらのデジタルコンテンツにアクセス、あるいはダウンロードやストリーミングしていますか？ (0-4で回答)

## 日本のコンシューマは実店舗を好む

さらに顕著なのがショッピングで、日本のコンシューマの60.8%はオンラインではなく、実店舗で買い物をすることを好みます。これは他のどの国よりも高くなっています。世界的にはオンラインでの購入が半分以上となっており、日本との違いが際立っています。

国	実店舗で購入	オンラインで購入
日本	60.8%	39.2%
フランス	49.4%	50.6%
ドイツ	49.4%	50.6%
インド	32.8%	67.2%
イタリア	50.2%	49.8%
シンガポール	52.2%	47.8%
韓国	39.6%	60.4%
イギリス	52.8%	47.2%
アメリカ	49.8%	50.2%
全体	48.6%	51.4%

どのように買い物をしますか？

## 5G ネットワークへの期待

世界の通信事業者は、第5世代のワイヤレスネットワーク (5G) の提供準備を進めています。5Gではこれまでよりも高速な通信が可能になり、コンシューマやIoT機器のコミュニケーションに大きな影響があるとされています。世界のユーザーの3分の2以上が、5Gによってダウンロード速度が向上することを期待していますが、日本では6割弱に過ぎず、5Gを知らないというコンシューマが3割近くに上っており、これは他の国と比べても突出しています。

国	今よりも高速なダウンロード速度	大きな違いは無い	5G が何かを知らない
日本	58.4%	13.0%	28.6%
フランス	67.4%	26.8%	5.8%
ドイツ	60.6%	29.6%	9.8%
インド	88.2%	8.2%	3.6%
イタリア	76.4%	18.2%	5.4%
シンガポール	81.4%	15.0%	3.6%
韓国	75.6%	21.6%	2.8%
イギリス	68.4%	20.8%	10.8%
アメリカ	72.8%	17.2%	10.0%
全体	72.1%	18.9%	9.0%

5G ワイヤレスネットワークに期待することは何ですか？

## デジタルコンテンツの利用に際しての不満は高い

視聴中にコンテンツの再生が中断したり、ダウンロードに時間がかかるなどに対する不満は世界共通ですが、日本では特にエラーによって視聴体験が損なわれることへの不満が多くなっています。

国	コンテンツの再生が中断する	ダウンロードに時間がかかりすぎる	エラーにより体験が損なわれる	不満を感じることはない
日本	28.6%	18.2%	37.2%	16.0%
フランス	32.2%	26.6%	28.4%	12.8%
ドイツ	17.0%	18.8%	45.8%	18.4%
インド	43.8%	25.4%	20.8%	10.0%
イタリア	32.4%	19.4%	34.0%	14.2%
シンガポール	26.6%	21.4%	45.2%	6.8%
韓国	28.0%	20.8%	40.0%	11.2%
イギリス	35.4%	16.4%	31.2%	17.0%
アメリカ	35.2%	17.8%	31.6%	15.4%
全体	31.0%	20.6%	34.9%	13.5%

デジタルコンテンツの利用で最も不満を感じることは何ですか？

## 日本の消費者はプライバシーに対する意識が高い

日本の消費者は、デジタルアシスタントを信頼して情報を提供したり、音楽やビデオなどのメディアを再生したり、ホームオートメーション機器を制御したり、カレンダーを管理したりすることに関しては、世界で最も懐疑的です。オンラインで個人情報が盗まれる心配がこの1年で増したと答えた日本の消費者は34.6%で、1年前より低くなったと答えたのはわずか5%でした。

国	個人情報がオンラインで盗まれる心配は、1年前よりも高まった	個人情報がオンラインで盗まれる心配は、1年前と変わっていない	個人情報がオンラインで盗まれる心配は、1年前よりも低くなった
日本	34.6%	60.4%	5.0%
フランス	50.8%	42.2%	7.0%
ドイツ	32.0%	58.6%	9.4%
インド	60.8%	24.2%	15.0%
イタリア	38.4%	54.6%	7.0%
シンガポール	56.2%	39.4%	4.4%
韓国	46.0%	46.0%	8.0%
イギリス	43.0%	52.2%	4.8%
アメリカ	49.0%	47.2%	3.8%
全体	45.6%	47.2%	7.2%

### 過去1年で、オンラインセキュリティに対する意識は変わりましたか？

また、日本の消費者の39.6%が、デジタルアシスタントによって収集されたデータのプライバシーに関する懸念を抱いています。

国	デバイスが収集したデータのプライバシー	デバイスの設置と設定の難しさ	デバイスのセキュリティとハッキングのリスク	課題を解決してくれない	懸念はない
日本	39.6%	23.0%	34.2%	29.4%	20.0%
フランス	44.4%	19.0%	47.4%	14.0%	17.2%
ドイツ	45.8%	19.4%	45.8%	19.0%	18.0%
インド	46.0%	30.0%	39.2%	6.6%	20.8%
イタリア	41.6%	19.4%	35.6%	11.8%	23.2%
シンガポール	59.6%	26.0%	49.0%	10.4%	10.6%
韓国	45.8%	18.6%	45.8%	10.4%	14.2%
イギリス	46.4%	18.8%	43.0%	14.0%	22.2%
アメリカ	53.8%	14.8%	49.0%	16.4%	19.4%
全体	47.0%	21.0%	43.2%	14.7%	18.4%

Amazon Echo, Google Home Assistant, Apple HomePodなどのデジタルアシスタントを使う上で心配していることはありますか？

## 結論と提言

デジタルメディアは日本だけでなく世界のコンシューマの生活の中でより重要な役割を果たすようになっており、安全で高品質なオンラインデジタル体験への期待は高まり続けています。しかし日本では、コンシューマのうち84%はデジタルコンテンツの利用にあたって何らかの不満を抱えています。コンテンツディストリビュータは、ロイヤリティの高い顧客を維持し、市場シェアを拡大し、最終的には収益機会を最大化するために、顧客がコンテンツを迅速かつ安全に、問題なくダウンロードおよびストリーミングできるように維持する必要があります。

世界のコンシューマは映画やテレビ番組をダウンロードしたりレンタルしたりするのではなく、ストリーミングすることを好んでおり、日本でもこの傾向は強まっていくと考えられます。そのためにコンテンツディストリビュータは、リバッファリングを抑えた高品質なビデオストリームを配信するために最適化されたコンテンツ配信ネットワーク (CDN) を採用する必要があります。これにより、視聴者はフラストレーションを感じることもなく、期待するエクスペリエンスを得ることが保証され、コンテンツを途中で放棄することがなくなります。またCDNは、ユーザーの接続状況を継続的に監視し、リアルタイムな分析に基づいてコンテンツ配信の方法を最適化しますから、顧客はリバッファリングによる中断を経験することなく、可能な限り最高の画像と音質を体験することができます。さらに、最も高いキャッシュヒット率を実現するライムライトのContent Delivery ServicesのようなCDNを使えば、コンテンツがキャッシュに無い場合にストレージから取得する場合の中断を抑えることができます。

オンラインセキュリティは日本のコンシューマにとって依然として大きな関心事であり、34.6%の人が前年よりも個人情報盗まれる心配が増したと考えています。サイトが侵害され、顧客データが盗まれた場合、コンシューマからの信頼と将来の収益に大きな影響を与えます。Webインフラストラクチャを保護し、顧客データを保護するには、Webアプリケーションファイアウォール (WAF) を使用してWebサーバーを悪意のある攻撃から保護する必要があります。Limelight Web Application FirewallのようなCDNとWebアプリケーションインフラストラクチャの間に統合されたクラウドベースのWAFソリューションを利用することで、キャッシュされていないコンテンツに対する要求のみを検査することができます。これにより検査するトラフィックの量を減らすことができ、サイトのパフォーマンスを向上させることができます。さらに、潜在的なセキュリティの脆弱性を悪用し、機密データを漏洩させようとする悪意のあるボットの増加を防ぐために、ボットトラフィックの軽減にも取り組む必要があります。

## LIMELIGHT NETWORKSについて

デジタルコンテンツ配信、ビデオ、クラウドセキュリティ、エッジコンピューティングサービスの世界的リーダーである Limelight Networks Inc. (NASDAQ:LLNW) は、比類の無いデジタルエクスペリエンスを提供できるようお客様をサポート致します。Limelightのエッジサービスプラットフォームは、グローバルなプライベートネットワーク、インテリジェントなソフトウェア、そして現在および未来のワークフローを構築する専門家によるサポートサービスを組み合わせたユニークなものです。詳細については [www.limelightnetworks.jp](http://www.limelightnetworks.jp) をご覧ください。

[info-jp@llnw.com](mailto:info-jp@llnw.com) | [www.limelightnetworks.jp](http://www.limelightnetworks.jp) | EXPERIENCE FIRST

ライムライト・ネットワークス・ジャパン株式会社  
〒104-0031東京都中央区京橋3-1-1 東京スクエアガーデン14階  
TEL: 050-3628-1545