

報告

Web 2.0 に関するアンケート調査

A Questionnaire on Web 2.0

荒井 義 則*
ARAI, Yoshinori

概要：学生に対して実施した Web 2.0 に関するアンケートの結果を提示し，それに対して考察を行った。

1. はじめに

最近のインターネット及びその関連技術の発展は「Web 2.0」と総称され，日常生活や企業経営に少なからぬ影響を持ち始めている。もともと「Web 2.0」は，ティム・オライリーが提唱した概念で Web の新潮流を総称したものである⁽¹⁾。ティム・オライリーは「Web 2.0 の原則」として以下の 7 項目をあげている。

1. プラットフォームとしてのウェブ
2. 集合知の利用
3. データは次世代の『インテル・インサイド』
4. ソフトウェア・リリースサイクルの終焉
5. 軽量なプログラミングモデル
6. 単一デバイスの枠を超えたソフトウェア
7. リッチなユーザー体験

しかし，Web 2.0 については，

Web 2.0 が意味するものについては，いまだに深刻な意見の相違がみられる。

とティム・オライリー自身が論文⁽¹⁾の中で述べているように，人により意味する内容が異なっているのが現状である。ただ，グーグルやアマゾンをはじめとする Web 2.0 的企業の存在は企業経営

* 城西大学経済学部非常勤講師

のみならず、日常生活においても無視できない存在であり、学生が「Web 2.0」という現象に対してどのようなかわり方をしているかを調査することは、今後の情報処理教育を考える上でも、少なからぬ重要性を持っていると考えられる。

本稿では Web 2.0 に関するアンケート調査（無記名）を以下のような条件で実施した。

日 時：2007 年 12 月 17 日（月）

対 象：情報学特講Ⅱ受講生 39 名

アンケートは強制ではなく、参加するかしないかは学生が自由に決められるようにした。39 名という学生数はアンケートを提出してくれた学生の人数である。

2. アンケート内容と結果

アンケートの内容と結果は以下のとおりである。なお、1つの質問の答を2つ選んだり、また、一部の質問については無回答であったりするため、複数回答を認めている質問 Q 15 以外でも回答者数の合計が 39 名にならない項目がある。

Q1 ブログを知っていますか。

- | | |
|-------------|--------------|
| ① よく知っている。 | 12 人 (30.8%) |
| ② ある程度はわかる。 | 25 人 (64.1%) |
| ③ 全く知らない。 | 2 人 (5.1%) |

Q2 (Q1で①, ②と答えた人へ) ブログを利用していますか。

- | | |
|---------------------------|--------------|
| ① 利用したことはない。 | 17 人 (43.6%) |
| ② 自分のブログはないが、他人のブログは利用する。 | 14 人 (35.9%) |
| ③ 自分のブログはあるが、あまり更新していない。 | 5 人 (12.8%) |
| ④ 自分のブログがあり、こまめに更新している。 | 1 人 (2.6%) |

Q3 SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) を知っていますか。

- | | |
|-------------|--------------|
| ① よく知っている。 | 2 人 (5.1%) |
| ② ある程度はわかる。 | 6 人 (15.4%) |
| ③ 全く知らない。 | 31 人 (79.5%) |

Q4 (Q3で①, ②と答えた人へ) SNS を利用していますか。

- | | |
|---------------|-------------|
| ① まだ、登録していない。 | 6 人 (15.4%) |
|---------------|-------------|

- ② 登録しているが、ほとんど利用しない。 2人 (5.1%)
- ③ 登録しており、積極的に利用している。 0人 (0.0%)

Q5 RSSを知っていますか。

- ① よく知っている。 1人 (2.6%)
- ② ある程度はわかる。 3人 (7.7%)
- ③ 全く知らない。 35人 (89.7%)

Q6 アフィリエイトを知っていますか。

- ① よく知っている。 3人 (7.7%)
- ② ある程度はわかる。 4人 (10.3%)
- ③ 全く知らない。 32人 (82.1%)

Q7 (Q6で①, ②と答えた人へ) アフィリエイトに申し込みたいと思いますか。

- ① 全く興味がない。 5人 (12.8%)
- ② 申し込んでみたい。 2人 (5.1%)
- ③ すでに申し込み、活用している。 0人 (0.0%)

Q8 ロングテールを知っていますか。

- ① よく知っている。 0人 (0.0%)
- ② ある程度はわかる。 2人 (5.1%)
- ③ 全く知らない。 35人 (92.3%)

Q9 Web 2.0を知っていますか。

- ① よく知っている。 2人 (5.1%)
- ② ある程度はわかる。 11人 (28.2%)
- ③ 全く知らない。 26人 (66.7%)

Q10 わからない事項や調べたい事があるとき、あなたは何で調べますか。

- ① インターネットの検索をまず行う。そしてインターネットで調べる。 36人 (92.3%)
- ② 本で調べる。(図書館に行って書物で調べる。) 3人 (7.7%)

Q 11 動画共有サイトを利用していますか。

- | | |
|---------------------|-------------|
| ① 投稿している。 | 1人 (2.6%) |
| ② 投稿はしていないが、よく利用する。 | 24人 (61.5%) |
| ③ 全く利用しない。 | 14人 (35.9%) |

Q 12 インターネットによるショッピングについて

- | | |
|-----------------|-------------|
| ① よく購入する。 | 5人 (12.8%) |
| ② 何度か購入したことはある。 | 17人 (43.6%) |
| ③ 全く利用したことはない。 | 17人 (43.6%) |

Q 13 商品を購入する際、使用した人の評判（クチコミサイト）を参考にしますか。

- | | |
|-------------|-------------|
| ① よく参考にする。 | 9人 (23.1%) |
| ② 参考にしない。 | 8人 (20.5%) |
| ③ たまに参考にする。 | 20人 (51.3%) |

Q 14 ショッピングサイトが行うレコメンデーション（推奨）サービスを利用しますか。

- | | |
|------------|-------------|
| ① よく利用する。 | 1人 (2.6%) |
| ② 利用しない。 | 32人 (82.1%) |
| ③ たまに利用する。 | 5人 (12.8%) |

Q 15 最新のニュース（記事）を知るのに、何を使用していますか。（複数回答可）

- | | |
|-----------|-------------|
| ① インターネット | 19人 (48.7%) |
| ② 新聞 | 10人 (25.6%) |
| ③ ラジオ | 2人 (5.1%) |
| ④ テレビ | 25人 (64.1%) |
| ⑤ 雑誌 | 2人 (5.1%) |

パーセント表示は39人に対する割合であり（39人が100パーセントに対応）、少数第2位を四捨五入している。

3. 考察

(1) ブログについて (Q1, Q2)

ブログを知っていると答えた学生 (Q1の①, ②の合計) は94.9パーセント (37人) であり、高い認知度が伺える。さらに、15.4パーセントの学生 (6人) は自分のブログを所有しており、こまめに更新する学生も2.6パーセント (1人) いる。この結果を見ると、学生はブログを上手に活用しており、日常生活の一部になっていると考えられる。

(2) SNSについて (Q3, Q4)

ブログと比較すると、SNSの認知度 (Q3の①, ②の合計) は20.5パーセント (8人) と低くなっている。登録している学生は5.1パーセント (2人) であり、それらの学生もほとんど利用してないと答えている。この結果は、「認知度が低い」というよりは「必要性がない」と考えるべきである。大学が友人を作る場を提供し、その場 (大学) においてグループが形成されてゆくので、すなわちリアルな世界で友人の輪が形成されてゆくので、ネット上の人的交流は必要としないと考えられる。

(3) RSSについて (Q5)

RSSの認知度 (Q5の①, ②の合計) は10.4パーセント (4人) とブログと比較すると低くなっているが、必須の機能ではなく、Web 2.0やブログに関する書物を学習しなければ出会う語句ではないので、10.4パーセントという数値は比較的高いと考えられる。RSSはブログや記事などのサイトの更新情報を簡単にまとめたもの (サマリー) を配信する機能であるが、名称は知らずともこの機能を使用している可能性があるので、利用度についてはこの数値よりも高い可能性がある。

(4) アフィリエイトについて (Q6, Q7)

アフィリエイトの認知度 (Q6の①, ②の合計) は18パーセント (7人) とSNSの認知度とほぼ等しい。申し込みをしていて活用しているという学生は0パーセント (0人) であり、申し込んでみたいという学生も5.1パーセント (2人) と利用度は低い。しかし、この結果は学生という立場 (必ずしも生活の糧を自分自身で全額用意する必要はない) とより効率のよいアルバイトの存在を考えれば、SNSと同様にアフィリエイトの必要性はなくなるので、妥当な結果であると思われる。

(5) ロングテールについて (Q 8)

ロングテールの認知度 (Q 8 の①, ②の合計) は 5.1 パーセント (2 人) と低くなっているが, ロングテールを知らなくともパソコンの使用については全く問題はなく, またロングテール自体が非常に新しい現象であり, 経済学・経営学に必ず出てくる定番の現象とはなっていないので, 現時点で認知度が低いのは当然であり, それほど問題ではない。ただ, ロングテールも含めて Web 2.0 の経済・経営に対する影響をどのように指導してゆくかは今後の課題である。

(6) Web 2.0 について (Q 9)

Web 2.0 の認知度 (Q 9 の①, ②の合計) は 33.3 パーセント (13 人) とブログと比較すると低い, SNS や RSS, ロングテールに比べるとかなり高い。ロングテールと同様に Web の新しい現象であり, さらにある特定のソフトや特定の現象をさしているわけではないので, 理解しにくいと思われるが, 時事問題的な要素もあるのでこのように比較的高い認知度になったと思われる。

(7) 調査方法 (Q 10)

調べたい事柄があるとき, インターネットと図書館のどちらを利用するかという問に対しては, インターネットで検索・調査するという回答が 92.3 パーセント (36 人) と圧倒的な割合である。この結果は予想通りであるが, 図書館の利用率〔書籍による調査〕をあげる必要があると思われる。しかし, 学生は専門知よりもインターネットによる集合知 (広範囲な専門家の知識を含む可能性もある) を重要視する Web 2.0 的な調査方法を選択しているという点は指摘できる。

(8) 動画共有サイト (Q 11)

動画共有 (投稿) サイトを利用している学生 (Q 11 の①, ②の合計) は 64.1 パーセント (25 人) とかなり高い割合を示しており, このうち投稿している学生は 2.6 パーセント (1 人) である。動画共有サイトはブログ同様 Web 2.0 の代表例であり, この面では Web 2.0 的生活に適応している。

(9) インターネットショッピング (Q 12, Q 13, Q 14)

インターネットショッピングを利用している学生 (Q 12 の①, ②の合計) は 56.4 パーセント (22 人) と比較的高い割合を示しており, このうちよく購入するという学生は 12.8 パーセント (5 人) である。さらに, 購入に際してクチコミサイトを利用する学生 (Q 13 の①, ③の合計) は 74.4 パーセント (29 人) であるのに対し, ショッピングサイトが行うレコメンデーション・サービスを利用する学生 (Q 14 の①, ③の合計) は 15.4 パーセント (6 人) であり, 興味深い対比を示している。インターネットショッピングを利用している学生よりクチコミサイトを利用する学生の人

数が多いのは、インターネット以外で購入するときもクチコミサイトを利用しているということを示している。クチコミサイトもレコメンデーション・サービスも Web 2.0 的サービスであるが、ショッピングサイトよりクチコミサイトを利用するということは、サイトが集めた情報より一般人の口コミを重視するということであり、このことはより集合知的な情報を利用するという意味でより Web 2.0 的である。

(10) 最新のニュースについて (Q 15)

インターネットとテレビの割合が多いというのは予想通りであるが、テレビと回答した学生のほうが多いというのは、インターネット時代においてもテレビの影響力は大きいということを示している。

4. 終わりに：全体の考察と情報教育

全体としてはブログ、インターネットによる検索と調査、動画共有サイト、インターネットショッピング、クチコミサイトなどの利用率が高く、日常生活や勉学において Web 2.0 的な方法が使用されており、Web 2.0 的な生活に対する適応度はかなり高い。

Web 2.0 に限らず、Web 世界で新しい現象が起これば、情報教育の面からはどのような仕組みで、どのように使用するのかという観点と社会的、経済的な影響はどのようなものかという観点の2つの観点が存在する。経済・経営系の学部であれば、経済や企業に対してどのような影響を持つのかという理解とそれに関連するコンピュータの使用法が重要であり、指導の対象となるが、より高度化した Web 技術を使いこなす非常に高度なコンピュータリテラシーは学部よりは情報科学研究センターの指導の対象となる。Web 技術の高度化は情報科学研究センターの存在価値をより大きなものとし、学部との情報教育のすみわけと協働により、高度化した Web 社会に対する情報教育が達成されることになるとと思われる。

引用文献

- (1) ティム・オライリーの原論文「What Is Web 2.0」は以下のサイトを参照。
<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>

(Received Feb. 25, 2008)