

Ofcomの調査によると、「6歳～14歳によるアクセスの多い上位50位のウェブサイト（2013年5月）」で、ブログサイトのBloggerが2011年から2013年までに20位内に入っている。

図 86 6～14歳によるアクセスの多い上位50位のウェブサイト

Table 1: May 2013, Top 50 web entities accessed by children aged 6-14

No.	Web entity	Unique Audience	Active Reach %	Minutes per visitor
1	Google	3,435	63.1	40.1
2	YOUTUBE.COM*	2,163	39.8	243.4
3	BBC	1,835	33.7	36.5
4	FACEBOOK.COM	1,483	27.3	196.8
5	Yahoo!	1,119	20.6	22.9
6	Disney Entertainment	933	17.1	14.1
7	WIKIPEDIA.ORG*	921	16.9	10.1
8	Windows Live	888	16.3	6.2
9	Amazon	872	16.0	14.8
10	MSN	858	15.8	6.9
11	eBay Sites	792	14.6	39.3
12	VEVO @ YouTube	758	13.9	17.6
13	ASK.COM Sites	621	11.4	2.8
14	Microsoft	619	11.4	11.6
15	Nickelodeon Kids And Family	609	11.2	22.6
16	ANSWERS.COM	602	11.1	2.1
17	uTorrent (App)	556	10.2	
18	Blogger	554	10.2	3.8
19	iTunes Software (App)	534	9.8	
20	Outlook (Outlook.com)	532	9.8	29.8

(出典: Ofcom²³⁶, Score MMX)

表 34 6歳～14歳によってアクセスされるウェブサイトランキング

過去3年間の「Blogger」のランキング順位

年	2011年	2012年	2013年
順位	14位	12位	18位

(Ofcom報告書から作成)

(c) SNSの利用動向

Ofcomによると、家庭でインターネットを利用している8歳～12歳の22%は、プロフィールの年齢制限があるにも関わらず、Facebook、Bebo、MySpaceにアカウントを持っている(これらウェブサイトプロフィールのアカウントを開ける最小年齢は13歳)。12歳～15歳では、SNS上に平均272の友人を持っているが、3人に1人(29%)とは面識がないと答えている。利用中のSNSプロフィールを持つ多くの8歳～15歳の青少年は、

²³⁶ Ofcom 2013年10月報告書「Childremn and Parents: Media Use and Attitudes Report」p.217-219(基準日2014年12月1日)
<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/october-2013/research070ct2013.pdf>

プロフィールの公開を友人のみに制限している（8歳～12歳:79%、12歳～15歳:65%）。しかし、8歳～12歳の6%と12歳～15歳の8%は、プロフィールの閲覧者を制限していない²³⁷。

12歳～15歳におけるSNSプロフィールの設定の傾向は、2013年で68%と前年の81%より減少してきている²³⁸。これより若い年齢層（8歳～11歳）でも同じ傾向である。Facebook、Bebo 及びMySpaceと比べると12歳～15歳は97%とFacebookの利用が多い。Beboの利用は、2012年の8%から4%と下がる傾向にあり、代わりにTwitterの利用が25%から37%と、増加している²³⁹。

性別による傾向では、男子（31%）は、女子（21%）より、更に多くYouTubeのプロフィールを所有している。代わりに女子は、オンライン上のスクラップ・ブックと呼ばれるTumblrの利用の傾向が高い。インターネットを利用する子供全体では、12歳～15歳がSNSにプロフィールを持つ傾向があり、この年齢層は、Twitterでは24%、Facebookでは62%がプロフィールを持っている。

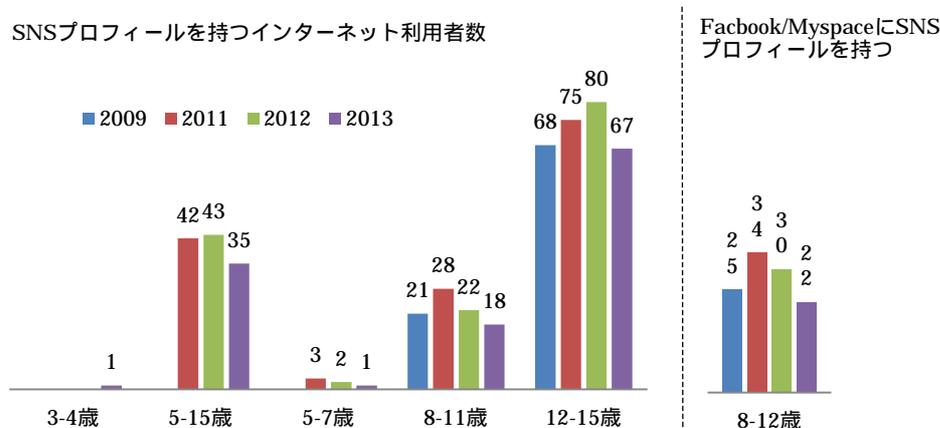
SNSプロフィールを持っている12歳～15歳の85%は、毎日自分のSNSにアクセスしており、20%は1日10回以上アクセスしている。この傾向は携帯からのアクセスを行う子供に多く、8歳～15歳で27%となる。

²³⁷ http://www.nspcc.org.uk/Inform/resourcesforprofessionals/onlinesafety/statistics-online-safety_wda93975.html

²³⁸ Ofcom 2014年1月報告書「Ofcom Report on Internet Safety Measures」p.31（基準日2014年12月1日）
<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/internet/internet-safety-measures.pdf>

²³⁹ Ofcom 2014年1月報告書「Ofcom Report on Internet Safety Measures」p.31（基準日2014年12月1日）
<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/internet/internet-safety-measures.pdf>

図 87 SNSサイトに利用中プロフィールを持つ子供の割合（年齢層別）（2009年，2011年～2013年）（単位：％）²⁴⁰



（出典：Ofcom）

2011年にはSNS利用は、インターネット利用の内、20%であった。SNS利用の増加傾向は、2009年から続いている。これはイギリスで、毎月2,480万人が利用しているとされているFacebookの影響が大きいと見られている。Facebook利用者はSNSの中で二番目に利用者数が多いとされるTwitter利用者の6倍もあり、子供の利用数も増加傾向にあり、インターネットの犯罪のターゲットとなりやすいと懸念されている²⁴¹。

警察機関である児童搾取対策オンライン保護センター（the Child Exploitation and Online Protection Centre: CEOP²⁴²）によると、SNSを利用した子供がインターネット犯罪に巻き込まれる事が多く、これらのウェブサイトには、個人がプロフィールを簡単に作成できることがその要因とみられている。SNSサイトで子供たちと親しくなった後に、実際会って性的行為に導いたり、あるいはオンライン上でウェブカメラを使って性的行為を行ったりする場合もある。

Ofcomの2014年のインターネットの安全対策に関する報告書では、8歳～11歳では83%が、12歳～15歳では93%が、オンラインを安全に使う方法に自信を持っていると答えている。また、8歳～15歳の間では、ほとんどの子供が自分のオンラインの安全管理に自信を持っている²⁴³と答えているが、オンライン上の安全対策における子供のスキ

²⁴⁰ Ofcom 2014年1月報告書「Ofcom Report on Internet Safety Measures」p.32（基準日2014年12月1日）
<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/internet/internet-safety-measures.pdf>

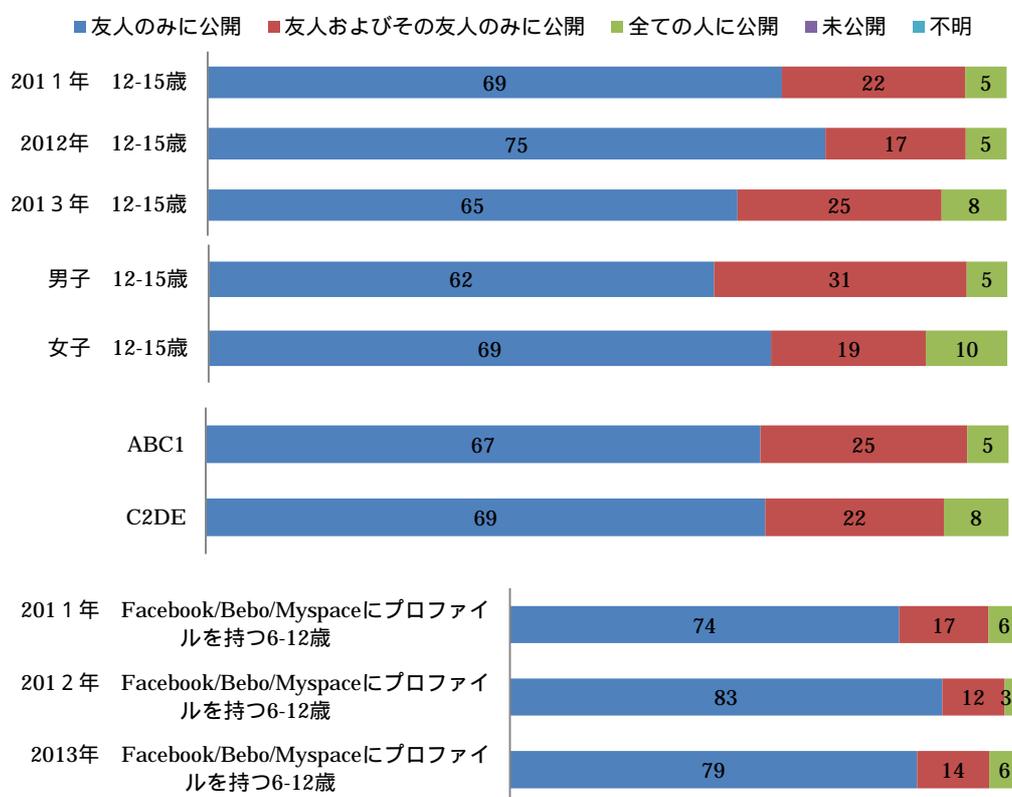
²⁴¹ CEOP 2012年報告書「Threat Assessment of Child Sexual Exploitation and Abuse」p.7（基準日2014年12月1日）
http://ceop.police.uk/Documents/ceopdocs/CEOPThreatA_2012_190612_web.pdf

²⁴² <http://ceop.police.uk/>

²⁴³ Ofcom 2014年1月報告書「Ofcom Report on Internet Safety Measures」p.33（基準日2014年12月1日）
<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/internet/internet-safety-measures.pdf>

ルは下がっていると指摘している。12歳～15歳では、SNSサイトの友達10人中3人は、面識がないとしている。この年齢層では、過半数の65%がプロフィールの公開を友達だけに制限しているが、8%はこれらの制限をしておらず、誰でも見られるとしている。更に、12歳～15歳のプロフィールが当人の知らない間に見知らぬ他人にも見られている可能性があり、この数は2012年以來増加している。また、プロフィールが他人に公開されている子供たちは、コンタクトに知らない人を加えたり、オンライン上でしか知らない相手に、写真を送ったりする等インターネット上の危険な行動を取る傾向がある。

図 88 年齢層別SNSサイトプロフィールの透明度 (2011年～2013年)(単位:%)²⁴⁴



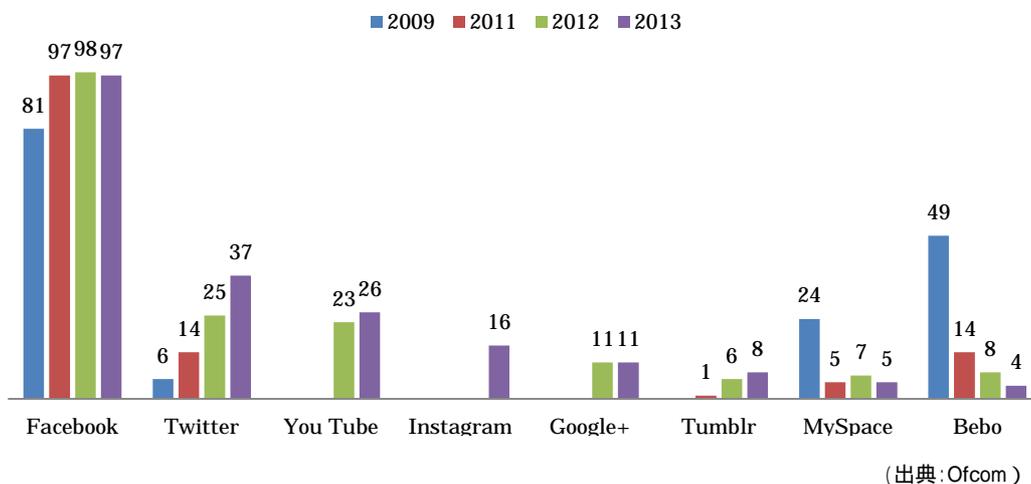
(出典:Ofcom)

人気のSNSサイトであるFacebook、Bebo及びMySpaceの中では、12歳～15歳はFacebookの利用が97%と相変わらず多い。Beboの利用は2012年の8%から4%と減少傾向にあり、代わりにTwitterの利用が25%から37%と増加している²⁴⁵。

²⁴⁴ Ofcom 2014年1月報告書「Ofcom Report on Internet Safety Measures」p.37 (基準日2014年12月1日) <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/internet/internet-safety-measures.pdf>

²⁴⁵ Ofcom 2014年1月報告書「Ofcom Report on Internet Safety Measures」p.32 (基準日2014年12月1日) <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/internet/internet-safety-measures.pdf>

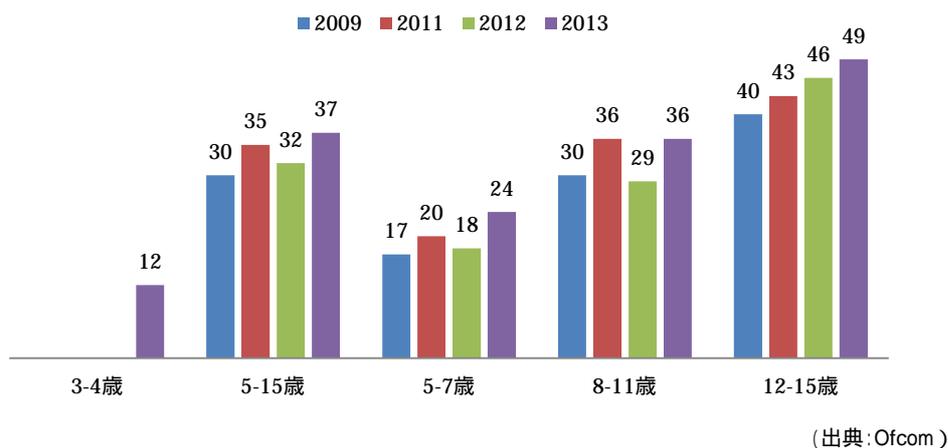
図 89 プロフィールを持ち、利用中のSNSの割合（12歳～15歳）
（2009年，2011年～2013年）（単位：％）²⁴⁶



(d) ゲーム（オンライン及びデジタルデバイス利用による）の利用動向

Ofcomの報告書によると、ゲームを行う5歳～15歳の37%は、オンライン上でもゲームを行ったことがあり、オンラインでのゲームの傾向は若い年齢層で増加している²⁴⁷。更に、3歳～4歳でも、家庭でゲームを行う10人に1人（12%）が、オンラインでもゲームを行う傾向にある。

図 90 年齢層別オンラインゲーム利用（2009年，2011年～2013年）（単位：％）²⁴⁸



²⁴⁶ Ofcom 2014年1月報告書「Ofcom Report on Internet Safety Measures」p.33（基準日2014年12月1日）
<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/internet/internet-safety-measures.pdf>

²⁴⁷ Ofcom 2014年1月報告書「Ofcom Report on Internet Safety Measures」p.31（基準日2014年12月1日）
<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/internet/internet-safety-measures.pdf>

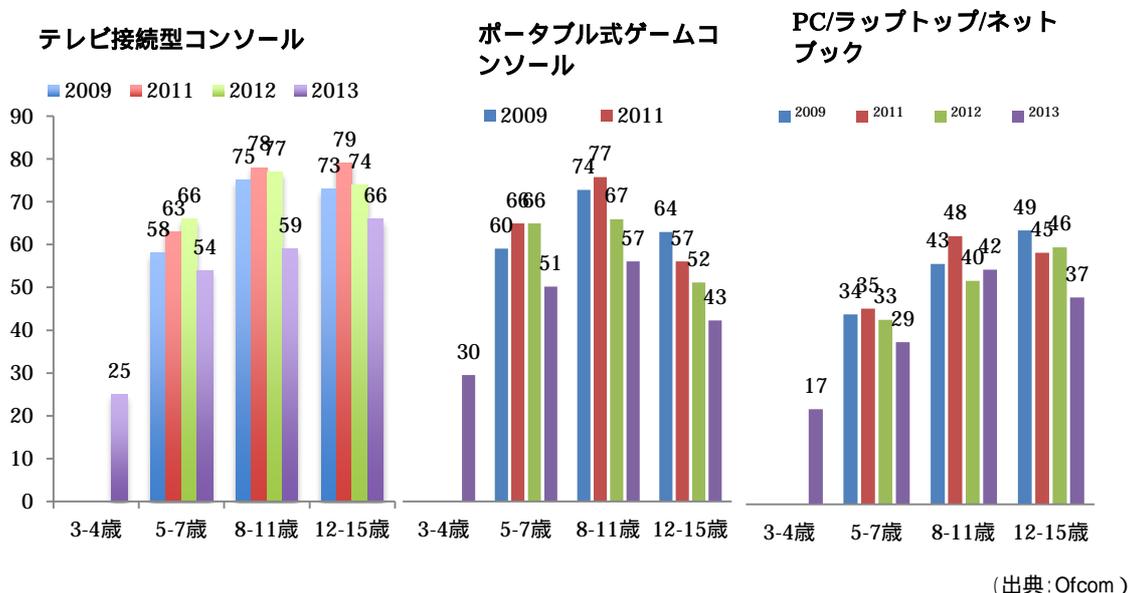
²⁴⁸ Ofcom 2013年10月報告書「Children and Parents: Media Use and Attitudes Report」p.95
<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/october-2013/research07Oct2013.pdf>

また、3歳～15歳の間では、どの年齢層もゲーム機器を利用しており、その割合は5歳～7歳で84%、8歳～11歳で92%、12歳～15歳で88%と、全ての年齢層で高い。5歳～15歳では、家庭で利用するゲーム機の割合は2012年と、ほぼ変わっていない。また、3歳～4歳では、10人中6人（57%）が家庭でゲーム機を利用している。

社会経済的グループでみると、ABグループ（富裕層）は、家庭でゲーム機を多く利用する傾向にあるが、DEグループ（低所得層）では、全てのグループに対して、家庭でのゲーム機の利用が少ない²⁴⁹。

機種の種類では、テレビ接続型が全ての年齢層で利用の半数を占めており、いまだに一番利用されているタイプである。また、手持ち型のポータブルゲーム機は、5歳～15歳の半数に利用されていて、二番目に人気のあるタイプとなる。2012年と比較してみると、2013年には利用率が接続型は73%から64%、ポータブル型は61%から50%と、共に、10%近く下がり、同様に、パソコン、ラップトップ、ネットブックで行う事が、40%から36%と少なくなる傾向にある。

図 91 年齢層別ゲームに利用される機器（2009年、2011年～2013年）
（テレビ接続型機、ポータブル式機、PC/ラップトップ等）（単位：%）²⁵⁰



²⁴⁹ Ofcom 2013年10月報告書「Childrem and Parents: Media Use and Attitudes Report」p.48（基準日2014年12月1日）

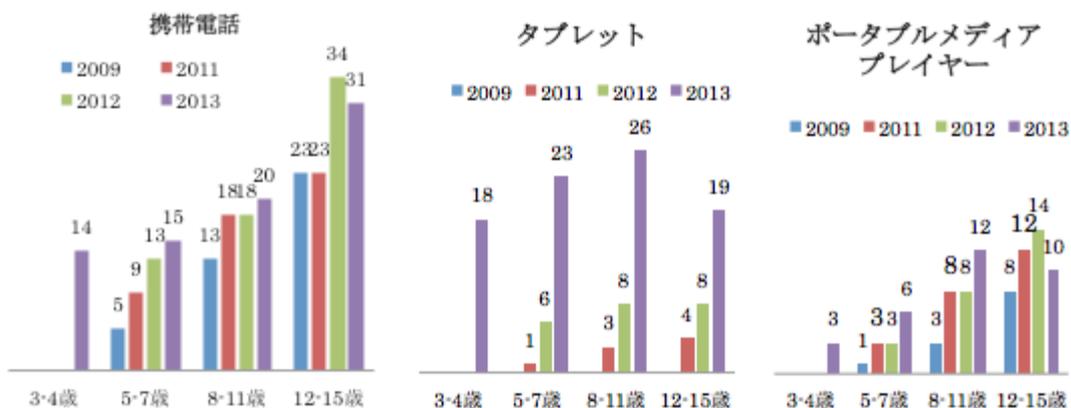
<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/october-2013/research07Oct2013.pdf>

²⁵⁰ Ofcom 2013年10月報告書「Childrem and Parents: Media Use and Attitudes Report」p.50（基準日2014年12月1日）

<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/october-2013/research07Oct2013.pdf>

他の機種においては、ほぼ同じ傾向があるが、タブレットについては、ゲームに利用する子供の数が大幅に増加している。

図 92 年齢層別ゲームに利用される機器（2009年，2011年～2013年）
（携帯電話、タブレット、ポータブルメディアプレイヤー）(単位:%)²⁵¹



(出典: Ofcom)

表 35 タブレットをゲームに利用する子供の割合（2012年，2013年の比較）

年齢層	2012年	2013年
5-15歳	7%	23%
5-7歳	6%	23%
8-11歳	8%	26%
12-15歳	8%	19%

(Ofcom 報告書から作成)

性的に見ると、男子の方がゲーム機の利用が多い。テレビ接続式のゲーム機は、女子の51%と比較して、男子は76%と利用が多い。

²⁵¹ Ofcom 2013年10月報告書「Children and Parents: Media Use and Attitudes Report」p.50 (基準日2014年12月1日)
<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/october-2013/research07Oct2013.pdf>

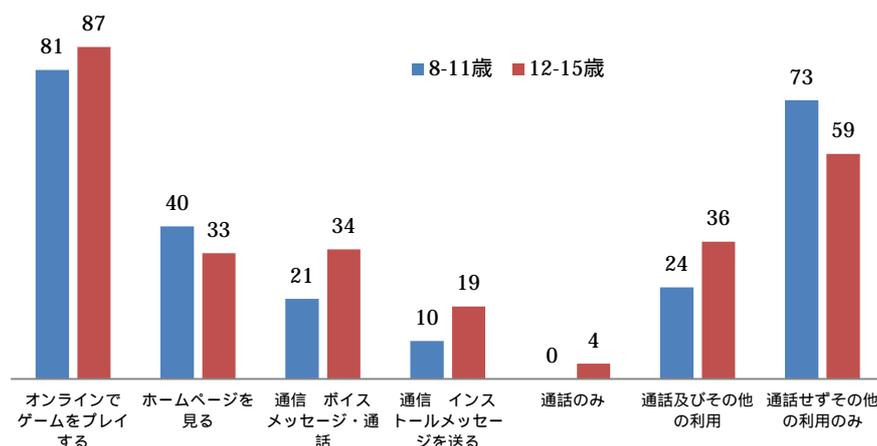
表 36 年齢層・性別で見るゲーム機利用の割合（2013年）

年齢層	男子	女子
5-15歳	92%	84%
5-7歳	84%	83%
8-11歳	96%	87%
12-15歳	94%	82%

（Ofcom 報告書から作成）

オンラインゲーム機を使い、通話やメッセージの送信等、他の目的に利用する子供の数が意外に多い。2013年のOfcomの調査で接続したゲーム機及びポータブル式ゲーム機を利用している子供3歳～15歳に、オンラインゲーム機をゲーム以外の利用（ホームページの閲覧、ゲームハンドセットを利用した通話、携帯メールのメッセージの送信）に利用するかという質問をした結果、8歳～11歳の40%及び12歳～15歳の33%では、ゲーム機を利用してホームページにもアクセスしている。また、8歳～11歳の21%と12歳～15歳の34%は、通話にも利用している。その他に、12歳～15歳の19%及び8歳～11歳の10%は、インスタントメッセージも利用している。年齢層で比較すると、その割合は利用方法ごとに変わらないが、12歳～15歳では、ゲーム機をオンライン通信に利用する傾向が低年齢層より高い²⁵²。

図 93 インターネットにゲーム機を利用する8-15歳のゲームコンソール/ゲームプレイヤーのその他の利用法（2013年）（単位：%）²⁵³



（出典：Ofcom）

²⁵² Ofcom 2013年10月報告書「Children and Parents: Media Use and Attitudes Report」p.97（基準日2014年12月1日）

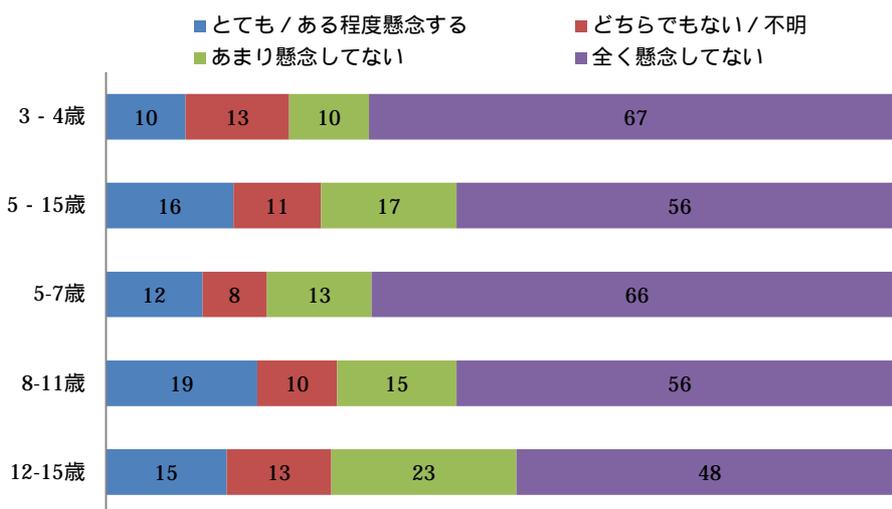
<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/october-2013/research070ct2013.pdf>

²⁵³ Ofcom 2013年10月報告書「Children and Parents: Media Use and Attitudes Report」p.97（基準日2014年12月1日）

<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/october-2013/research070ct2013.pdf>

5歳～15歳の保護者の多くが、子供がオンラインゲームを行うことに懸念を持っていない。しかし、16%の保護者はゲームに利用するポイントやゲームのアップグレード等のゲーム内のアイテムの購入額に懸念を持っている。

図 94 ゲーム内のアイテムの購入費用について懸念する保護者の割合（2013年）
（単位：%）²⁵⁴



（出典：Ofcom）

消費者によるフィルタリングの設定では、スマートフォン及びタブレット等のパソコン以外のメディア機器用にも、フィルタリングのソフトが開発されているが、市場はまだまだ小さい。ゲーム機のほとんどは、保護者でフィルタリングの設定ができる。Xboxのように、Netflix及びインターネットブラウジング、更には、SkypeやFacebook等のアプリを利用する機能がついたゲームコンソールが出現しており、ゲーム機のフィルタリングの問題をより複雑にしている。

ゲーム・アプリの販売ウェブサイトiTunesを運営するApple社は、iPhone及びiPadにダウンロードされた2013年ベストアプリを公表している。毎年公表されているが、ランキングは国によって異なる。イギリスAppleストアでの人気第1位は、「マイクラフトポケット版（Minecraft Pocket Edition）」で、売上では、キャンディクラッシュセガ（Candy Crush Saga）が第1位となった。マイクラフトは無料ゲームで売上はアプリ内のアイテム購入になる。モジョング社（Mojang）のクリエイティブサンドボックス（creative sandbox）は、iPhone及びiPadでのイギリス市場第18位に入り、有料アプリで両方のメディアでの20位に入った唯一の商品である。

²⁵⁴ Ofcom 2013年10月報告書「Children and Parents: Media Use and Attitudes Report」p.141（基準日2014年12月1日）
<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/october-2013/research070ct2013.pdf>

iPhone、iPad共に、ランキング上位は、ゲーム・アプリがほとんどを占めた。iPhoneの有料アプリのトップ10には、Angry Birds Star Wars、Angry Birds Star Wars 続編、Temple Run : Oz、The Chase、Grand Theft Auto : Vice City、Plague Inc等のゲームが含まれており、iPadのアプリのランキングトップ10位は、全てゲームである。

Googleは、Apple社のようにスマートフォン及びタブレットのランキングチャートを公表しないが、Google Playにおいて顧客による人気アプリとゲームの投票を行い、Knights & Dragons、Bejeweled Blitz、The Hobbit、Ingress、Samurai Siege for games、Duolingo、Movies by Flixster、YouTube、NewsHog、SwiftKey Keyboard for appsが、それぞれのカテゴリーで第1位となった²⁵⁵。

表 37 Apple社における2013年アプリランキング

有料アプリ	無料アプリ (ダウンロードによる)	
ipad	iPad	iphone
1. with Wreck-it Ralph	1. Candy Crush Saga	1. Candy Crush Saga
2. Angry Birds Star Wars HD	2. YouTube	2. Snapchat,
3. The Chase	3. Skype	3. Temple Run 2,
4. Temple Run : Oz	4. Temple Run 2	4. 4 Pics 1 Word,
5. Grand Theft Auto : Vice City	5. BBC iPlayer	5. YouTube,
6. Angry Birds Star Wars II	6. ITV Player	6. Google Maps,
7. Peppa Pig's Holiday	7. eBay for iPad,	7. Facebook,
8. Plants vs Zombies HD	8. Despicable Me : Minion Rush	8. Instagram,
9. Minecraft	9. 4 Pics 1 Word	9. Despicable Me : Minion
10. Scrabble	10. Calculator for iPad Free	10. Rush Skype.

(出典: The Guardian, 2013年12月17日 「Minecraft and Candy Crush Saga top Apple's 2013 app charts」²⁵⁶)

²⁵⁵ The Guardian 2013年 「Minecraft and Candy Crush Saga top Apple's 2013 app charts」
<http://www.theguardian.com/technology/2013/dec/17/apple-app-charts-2013-minecraft-candy-crush-saga>

²⁵⁶ The Guardian 2013年 「Minecraft and Candy Crush Saga top Apple's 2013 app charts」
<http://www.theguardian.com/technology/2013/dec/17/apple-app-charts-2013-minecraft-candy-crush-saga>

表 38 ガーディアン紙による 2013年アプリランキングTOP3²⁵⁷

順位	ゲームアプリ	メディア 値段 (最高額)	ソーシャル アプリ	メディア 値段 (最高額)	子供向き	メディア 値段 (最高額)
1	 ANGRY BIRDS STAR WARS II	iPhone/ iPad/ Android/ Windows Phone 79ペンス	 BBM	iPhone/ Android 無料	 BBC CBEEBIES PLAYTIME	iPhone/ iPad/ Android/ Windows Phone 無料
2	 CALL OF DUTY STRIKE TEAM	iPhone/ iPad/ Android £4.99	 TINDER	iPhone/ Android 無料	 THE SNOWMAN AND THE SNOWDOG GAME	iPhone/ iPad/ Android 無料
3	 CLASH OF CLANS	iPhone / iPad / Android 無料	 LIFT	iPhone/ Android 無料	 JUSTIN'S WORLD : GOLDILOCKS AND THE THREE BEARS	iPhone/ iPad £1.99

(出典: The Guardian The Best 50 app of 2013 2013年12月15日²⁵⁸)

(e) インターネットショッピングの利用動向

16歳以上のインターネットショッピングに関する政府の統計によると、2014年には、74%の成人がインターネットショッピングを利用している。この傾向は、2008年の53%から増加している。成人層でも若い世代(25歳~34歳)においては、インターネットショッピングの利用が常用化して、90%と割合が高い。主なインターネットショッピングでの支払い方法は、クレジットカードあるいはデビットカード(87%)となるが、プリペイドカードでの支払いも40%となる。

²⁵⁷ The Guardian 2013年 「The 50 Best Apps of 2013」
<http://www.theguardian.com/technology/2013/dec/15/50-best-apps-2013-iphone-android-observer>

²⁵⁸ The Guardian 2013年 「The 50 Best Apps of 2013」
<http://www.theguardian.com/technology/2013/dec/15/50-best-apps-2013-iphone-android-observer>

図 95 16歳以上のインターネットショッピングの統計（2014年）²⁵⁹

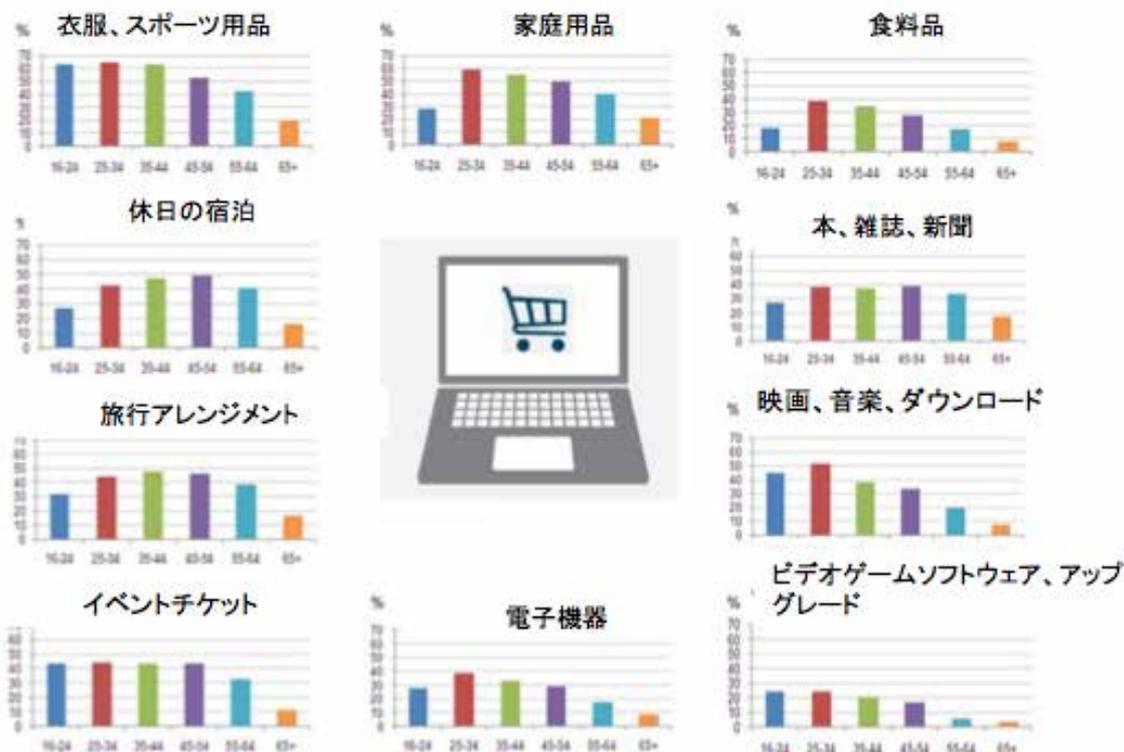


表 39 16歳～24歳のインターネットショッピングの項目別割合（2014年）（単位：％）

年齢	衣服・スポーツグッズ	家庭用品	映画/音楽（ダウンロードを含む）	本/雑誌/新聞	旅行宿泊	イベントチケット	食料	ビデオゲームソフトとアップグレード	電化製品	旅行予約
16～24歳	63	28	45	27	27	43	18	24	28	32

インターネットショッピングの統計は、Ofcomの子供のインターネット利用のメディア調査報告では触れられていない。インターネットショッピングの場合は、決済がクレジットカードを利用するケースが多く、実際にクレジットカードを所有できるのは、18歳以上からである。イギリスでは、16歳以上になると保護者の承諾なく銀行口座を開設できるが、銀行・金融業者が、18歳未満にローンやクレジットによる商品サービスの購入を促すことは、違法となる。ただし、18歳未満でも14歳以上で保護者が保証人となる場合は、クレジットによる購入ができる。しかし実際は、18歳未満の場合、借金の未払い時の法的責任等からローンの契約は難しいとされ、市民アドバイス局は、18歳未満の場合クレジットカードの申込できないとアドバイスしている。

²⁵⁹ Office for National Statistics 2014年 Figure 5: Purchases made over the Internet by age group
<http://www.ons.gov.uk/ons/re1/rdit2/internet-access---households-and-individuals/2014/stb-ia-2014.html#tab-Internet-Shopping>

一方、クレジットカードの代わりに、デビットカードあるいは、プリペイドデビットカードと呼ばれるサービスが、未成年者を対象に提供されている。デビットカードは、銀行口座を持つ子供が保有できるカードであり、口座からの引き落とし以外に、店頭やインターネットでの支払いにも利用できる。通常は、11歳からこの機能がついた銀行カードを利用できる。また、PKTMNY社は、2012年11月から、8歳から利用できるプリペイドデビットカードを発行している。プリペイドデビットカードは、口座に入金した後の利用が可能だが、保護者の銀行口座からの自動振込ができる機能等がある。PKTMNY社のカードは、10代向けマスターカードであり、MeCard及びSplash等のプリペイドカードを利用している年齢層をターゲットにした商品である。MeCard等のプリペイドカードは、通常年齢制限が13歳である²⁶⁰。

バウチャー・コード社 (Voucher Code) による調査報告によると、保護者のクレジットカードを利用してインターネットで購入している子供が多く、調査した11歳～16歳の40%が保護者のクレジットカードの詳細を知っていた。また、5歳～16歳の26%は、クレジットカードでの購入は良いことと考えている²⁶¹。

チャリティー団体であるAlcohol Concern Cymru Walesの調査報告によると、インターネットでアルコール飲料の購入をしているケースが増えている。14歳～17歳の1,000人を対象に行われた調査によると、スーパーマーケットのインターネット・ショッピングサービスを利用してアルコール飲料を購入している青少年が増えており、14歳～15歳の21%が、インターネットを利用してアルコール飲料を購入した経験がある。また、全体の15%は、インターネットでアルコールを購入し、7%が購入しようとしたが、できなかったと答えている。当団体の政策調査担当者マーク・レイション (Mark Leyshon) によると、青少年は、簡単にアルコール飲料を購入できる方法として、インターネットショッピングと考えている。小売協会によると、販売店はアルコール商品の受け渡しの際、配達者が年齢の証明書の確認等を行う等の対策を取っているとするが、警察による調査では、9件中5件 (44%) で、これらの確認手続きなしに、15歳へのアルコール飲料の受け渡しが行われていた²⁶²。

Ofcom報告書の「6歳～14歳によるアクセスの多い上位50位のウェブサイト (2013年5月)」の一覧によると、インターネットショッピングウェブサイトのAmazon.com及び

²⁶⁰ The Guardian 2012年「The debit card for eight-year-olds」

<http://www.theguardian.com/money/2012/nov/15/debit-card-children>

²⁶¹ <http://www.thisismoney.co.uk/money/bills/article-2568393/A-fifth-children-know-use-parents-credit-card-online.html> VoucherCodes.co.uk

<http://www.vouchercodes.co.uk/press/release/credit-card-kids-as-young-as-five-shopping-online-280.html>

²⁶² BBC news 2013年「Concern over teenagers buying alcohol via online shopping」

<http://www.bbc.co.uk/news/uk-wales-23124507>

eBayが、2011年から2013年まで、20位内に入っている。また、音楽ファイル及びゲーム等のアプリを販売するアイチューン（iTunes）も、同様3年間連続で20位以内に入っている²⁶³。

表 40 6歳～14歳によってアクセスされるウェブサイトランキング

過去3年間のAmazon、eBay、iTuneのランキング順位（2011年～2013年）

年	2011年	2012年	2013年
Amazon.com	12位	11位	9位
eBay	10位	10位	11位
iTune	16位	15位	19位

（Ofcom 2013年10月報告書より作成）

Table 1: May 2013, Top 50 web entities accessed by children aged 6-14

No.	Web entity	Unique Audience	Active Reach %	Minutes per visitor
1	Google	3,435	63.1	40.1
2	YOUTUBE.COM*	2,163	39.8	243.4
3	BBC	1,835	33.7	36.5
4	FACEBOOK.COM	1,483	27.3	196.8
5	Yahoo!	1,119	20.6	22.9
6	Disney Entertainment	933	17.1	14.1
7	WIKIPEDIA.ORG*	921	16.9	10.1
8	Windows Live	888	16.3	6.2
9	Amazon	872	16.0	14.8
10	MSN	858	15.8	6.9
11	eBay Sites	792	14.6	39.3
12	VEVO @ YouTube	758	13.9	17.6
13	ASK.COM Sites	621	11.4	2.8
14	Microsoft	619	11.4	11.6
15	Nickelodeon Kids And Family	609	11.2	22.6
16	ANSWERS.COM	602	11.1	2.1
17	uTorrent (App)	556	10.2	
18	Blogger	554	10.2	3.8
19	iTunes Software (App)	534	9.8	
20	Outlook (Outlook.com)	532	9.8	29.8

（出典：Ofcom）

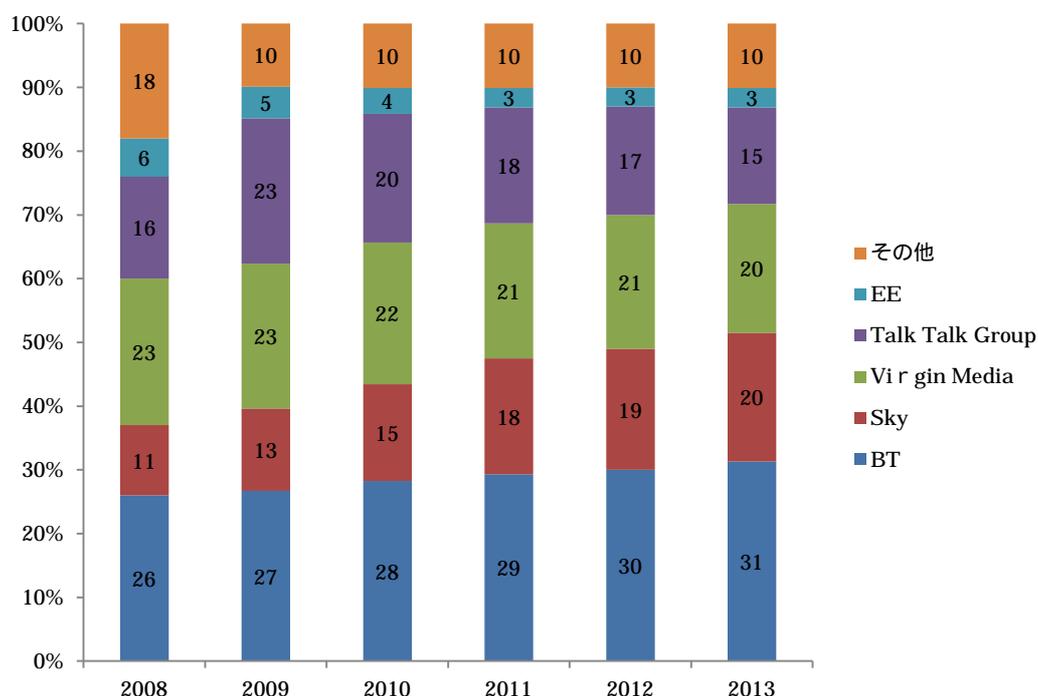
（f）インターネット接続機器、インターネット回線、フィルタリングの基礎情報
インターネット接続

Ofcomの2014年の報告によると、イギリスで2013年に家庭で固定型ブロードバンドを利用して人口は、2,260万人で、国内最大のブロードバンド提供会社は、BT社であ

²⁶³ Ofcom 2013年10月報告書「Children and Parents: Media Use and Attitudes Report」p.217-219（基準日2014年12月1日）
<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/october-2013/research070ct2013.pdf>

る。BT社は、2013年時点では、住宅における固定型ブロードバンド・サービス提供者として、31%までそのシェアを広げ、国内で最大シェアを持つ。BT社の次は、Sky社及びVirgin Media社で、固定型ブロードバンドでは、20%のシェアを持っている。Sky社は2013年5月に行われたTelefónica社の固定電話及びブロードバンド部門の購入により、シェアを拡大したが、Virgin Media社とTalkTalk社は、共に、20%と15%にシェアが縮小した²⁶⁴。

図 96 ブロードバンド固定回線の市場シェア（2007年～2012年）（単位：%）



（出典：Ofcom）

携帯電話

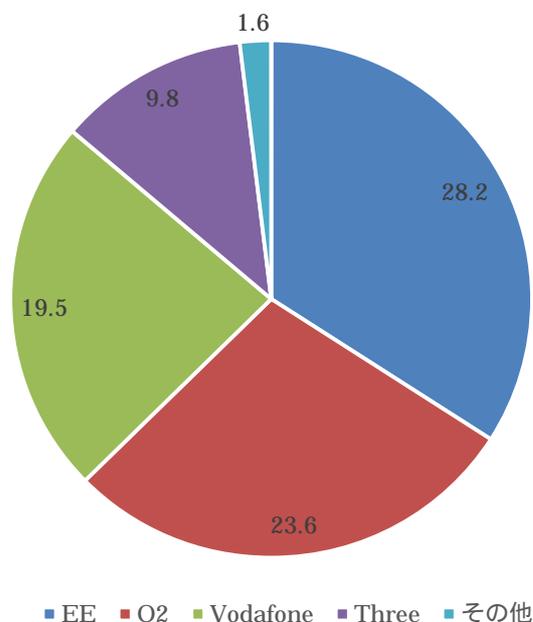
2013年のOfcomの報告によると、携帯電話の利用者は8,270万人である。携帯通信事業大手のエブリシング・エブリウェア社（Everything Everywhere：EE²⁶⁵）は、EE、オレンジ、T-mobile社のモバイルネットワークのブランド三社をもつ国内最大のプロバイダーでもあり、2012年の利用者ベースの推定シェアは、33%（2,280万人）である。02社の2013年での携帯アクセス数は2,360万人、また、ボーダフォン社（Vodafone）の

²⁶⁴ Ofcom 2014年6月報告書「Review of the wholesale broadband access markets」（基準日2014年12月1日）
<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/review-wba-markets/statement/WBA-Statement.pdf>

²⁶⁵ <http://ee.co.uk/>

2013年の携帯利用者数は、1,950万人で、市場シェアは25%²⁶⁶である。2013年のスリー社（Three）のイギリス内での利用者数は、984万2,000人である。

図 97 イギリスでのモバイルネットワーク利用者数（2012年）（単位：百万人）



（出典：各社ウェブサイト）

パソコン

2013年のイギリスパソコン市場では、ヒューレット・パッカード社が、22.1%のシェアで首位、次に、Lenovo社（12.4%）、Acer社（11.7%）、Dell社（10.3%）、Apple社（8.4%）と続く。

ゲームコンソール市場

ゲームの大手小売販売店であるGame社が、2009年に発表したゲーム機の販売総数内訳によると、Nintendo DSは880万ユニットの販売でトップとなり、Wii（490万）、Xbox 360が320万ユニットとSonyのPSPと同じになった。また、PS3においては、2年間で190万ユニットの販売となった。

携帯電話のSIMフリーの状況（SIMフリー端末と回線付き端末の大まかな割合等）は、次のとおり。

²⁶⁶ 2014年3月末推定