

# プレシニア層のデジタルツールの活用実態に関する調査

## 結果詳報

2022年3月



株式会社 日本SPセンター  
シニアマーケティング研究室





# 調査概要

- **調査時期**  
2021年10月
- **調査方法**  
インターネットリサーチ
- **調査地域**  
全国
- **調査対象**  
50歳～59歳の男女、計1,000名  
50～54歳男性 250名  
50～54歳女性 250名  
55～59歳男性 250名  
55～59歳女性 250名
- **調査事業者**  
(株)日本SPセンター シニアマーケティング研究室
- **調査協力**  
(株)アスマーク

# 設問一覧 (INDEX)

## ● 回答者属性 (P.4)

- ・ 婚姻状況
- ・ 職業
- ・ 居住地域 (都道府県別)

## ● 設問項目 (P.18)

- ・ Q1. 信頼できるメディアは何か
- ・ Q2. プライベートで、Eメールを使うことがあるか
- ・ Q3. 企業やお店などからのメールマガジンは歓迎するか
- ・ Q4. プライベートな時間にブログやWebを見る目的は何か
- ・ Q5. ソーシャルネットワーキングサービス (SNS)を日常的に使用するか
- ・ Q6. SNSを使って情報を収集するか
- ・ Q7. SNSアプリ以外でよく利用するアプリがあるか
- ・ Q8. 個人使用の家電製品または日用品のネット購入の経験はあるか
- ・ Q9. わからない言葉に出会ったら、どのような方法で調べるか
- ・ Q10. スマートフォンをどのように「携帯」しているか
- ・ Q11. スマートフォンとはどんな存在か
- ・ Q12. スマートフォンの機能の何割を使いこなしていると思うか
- ・ Q13. パソコンとスマートフォンの利用に関して (利用頻度・併用専用など)



# 回答者属性

あなたの婚姻状況をお知らせください。

(SA)

	全体	50~54歳 男性 (n = 250)	50~54歳 女性 (n = 250)	55~59歳 男性 (n = 250)	55~59歳 女性 (n = 250)
未婚・子なし	245	94	44	69	38
未婚・子あり	1	0	0	0	1
既婚・子なし	161	26	55	27	53
既婚・子あり	518	114	133	137	134
離・死別・子なし	30	9	5	13	3
離・死別・子あり	45	7	13	4	21

最頻値の回答

二番目の回答

- 全体で見れば、「既婚・子あり」が圧倒的に多いが、未婚やDINKSも50歳代では無視できない数字になっている
- 男女別で見れば、男性では女性より「未婚子なし」の出現率が高くなっている

(全体: n = 1,000 SA)

あなたの婚姻状況をお知らせください。

200

400

600

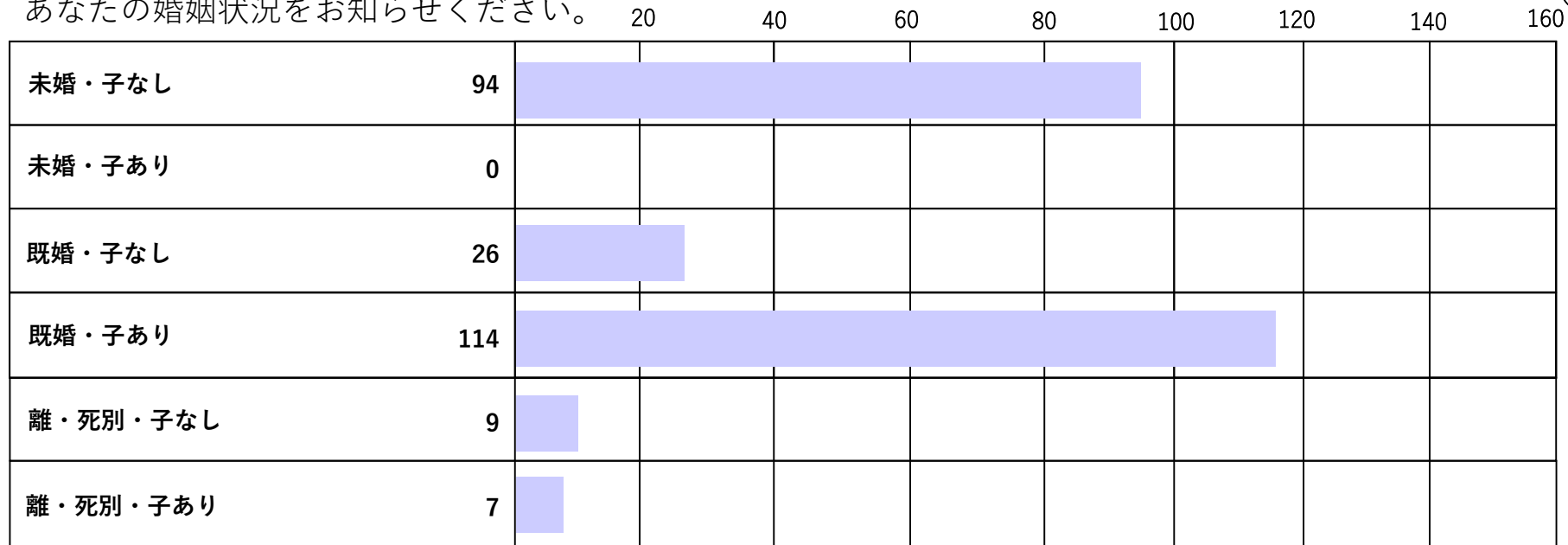
800

1,000 (名)

未婚・子なし	245					
未婚・子あり	1					
既婚・子なし	161					
既婚・子あり	518					
離・死別・子なし	30					
離・死別・子あり	45					

(50~54歳男性: n = 250 SA) (名)

あなたの婚姻状況をお知らせください。



(50~54歳女性: n = 250 SA) (名)

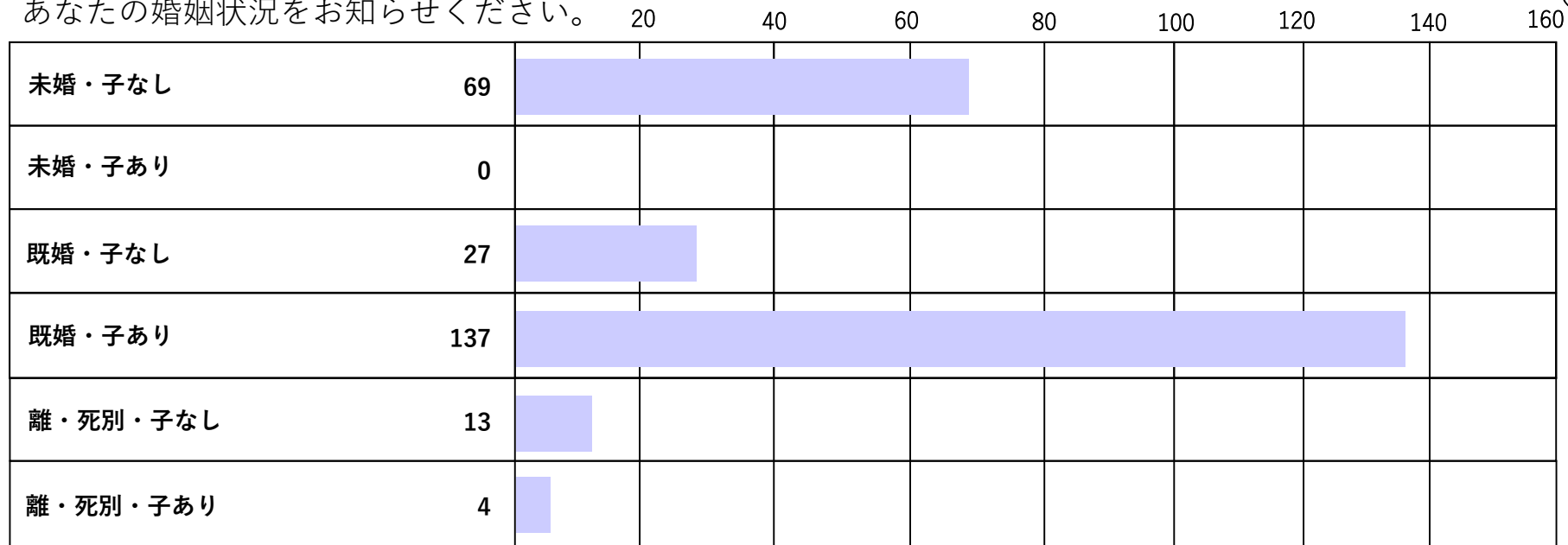
あなたの婚姻状況をお知らせください。

		20	40	60	80	100	120	140	160	
未婚・子なし	44									
未婚・子あり	0									
既婚・子なし	55									
既婚・子あり	133									
離・死別・子なし	5									
離・死別・子あり	13									



(55~59歳男性: n = 250 SA) (名)

あなたの婚姻状況をお知らせください。



(55~59歳女性: n = 250 SA) (名)

あなたの婚姻状況をお知らせください。

20 40 60 80 100 120 140 160

未婚・子なし	38							
未婚・子あり	1							
既婚・子なし	53							
既婚・子あり	134							
離・死別・子なし	3							
離・死別・子あり	21							

あなたとあなたの同居のご家族で、以下の業種に従事されている方はいらっしゃいますか。

いらっしゃる方は、あてはまるものを全てお知らせください (MA可)

最頻値の回答

二番目の回答

	全体	50~54歳 男性 (n = 250)	50~54歳 女性 (n = 250)	55~59歳 男性 (n = 250)	55~59歳 女性 (n = 250)
食品製造・卸し・販売	31	6	11	2	12
飲料製造・卸し・販売	6	0	3	1	2
日用品製造・卸し・販売	5	1	1	3	0
車製造・卸し・販売	30	10	8	7	5
衣服履物製造・卸し・販売	12	2	3	5	2
小売業	27	10	5	7	5
薬剤医薬品製造・卸し・販売	7	3	3	1	0
化粧品製造・卸し・販売	2	0	1	1	0
家電製造・卸し・販売	22	7	6	7	2
その他製造・卸し・販売	146	33	31	42	40
金融・証券・保険業	57	11	16	13	17
不動産業	36	11	7	11	7
建設・建築・土木業	74	15	23	18	18
運輸業	55	8	13	20	14
IT・通信関係	75	21	13	28	13
サービス業	162	45	34	41	42
医療・福祉関連業	91	22	20	18	31
学校・教育産業	59	15	14	17	13
官公庁・自治体・公共団体	62	22	10	20	10
該当しない	220	52	66	45	57

あなたとあなたの同居のご家族で、以下の業種に従事されている方はいらっしゃいますか。  
 いらっしゃる方は、あてはまるものを全てお知らせください（MA可）

全体	50	100	150	200	250 (名)
食品製造・卸し・販売	31				
飲料製造・卸し・販売	6				
日用品製造・卸し・販売	5				
車製造・卸し・販売	30				
衣服履物製造・卸し・販売	12				
小売業	27				
薬剤医薬品製造・卸し・販売	7				
化粧品製造・卸し・販売	2				
家電製造・卸し・販売	22				
その他製造・卸し・販売			146		
金融・証券・保険業	57				
不動産業	36				
建設・建築・土木業	74				
運輸業	55				
IT・通信関係	75				
サービス業			162		
医療・福祉関連業	91				
学校・教育産業	59				
官公庁・自治体・公共団体	62				
該当しない				220	

あなたとあなたの同居のご家族で、以下の業種に従事されている方はいらっしゃいますか。  
 いらっしゃる方は、あてはまるものを全てお知らせください (MA可)

50~54歳 男性  
 (n = 250)

	10	20	30	40	50 (名)
食品製造・卸し・販売	6				
飲料製造・卸し・販売	0				
日用品製造・卸し・販売	1				
車製造・卸し・販売	10				
衣服履物製造・卸し・販売	2				
小売業	10				
薬剤医薬品製造・卸し・販売	3				
化粧品製造・卸し・販売	0				
家電製造・卸し・販売	7				
その他製造・卸し・販売				33	
金融・証券・保険業	11				
不動産業	11				
建設・建築・土木業	15				
運輸業	8				
IT・通信関係		21			
サービス業					45
医療・福祉関連業		22			
学校・教育産業		15			
官公庁・自治体・公共団体		22			
該当しない					52

あなたとあなたの同居のご家族で、以下の業種に従事されている方はいらっしゃいますか。  
 いらっしゃる方は、あてはまるものを全てお知らせください (MA可)

50~54歳 女性  
 (n = 250)

	10	20	30	40	50 (名)
食品製造・卸し・販売	11				
飲料製造・卸し・販売	3				
日用品製造・卸し・販売	1				
車製造・卸し・販売	8				
衣服履物製造・卸し・販売	3				
小売業	5				
薬剤医薬品製造・卸し・販売	3				
化粧品製造・卸し・販売	1				
家電製造・卸し・販売	6				
その他製造・卸し・販売			31		
金融・証券・保険業	16				
不動産業	7				
建設・建築・土木業	23				
運輸業	13				
IT・通信関係	13				
サービス業	34				
医療・福祉関連業	20				
学校・教育産業	14				
官公庁・自治体・公共団体	10				
該当しない					66

あなたとあなたの同居のご家族で、以下の業種に従事されている方はいらっしゃいますか。  
 いらっしゃる方は、あてはまるものを全てお知らせください (MA可)

55~59歳 男性  
 (n = 250)

	10	20	30	40	50 (名)
食品製造・卸し・販売	2				
飲料製造・卸し・販売	1				
日用品製造・卸し・販売	3				
車製造・卸し・販売	7				
衣服履物製造・卸し・販売	5				
小売業	7				
薬剤医薬品製造・卸し・販売	1				
化粧品製造・卸し・販売	1				
家電製造・卸し・販売	7				
その他製造・卸し・販売				42	
金融・証券・保険業	13				
不動産業	11				
建設・建築・土木業	18				
運輸業		20			
IT・通信関係			28		
サービス業				41	
医療・福祉関連業	18				
学校・教育産業	17				
官公庁・自治体・公共団体		20			
該当しない					45

あなたとあなたの同居のご家族で、以下の業種に従事されている方はいらっしゃいますか。  
 いらっしゃる方は、あてはまるものを全てお知らせください (MA可)

55~59歳 女性  
 (n = 250)

	10	20	30	40	50 (名)
食品製造・卸し・販売	12				
飲料製造・卸し・販売	2				
日用品製造・卸し・販売	0				
車製造・卸し・販売	5				
衣服履物製造・卸し・販売	2				
小売業	5				
薬剤医薬品製造・卸し・販売	0				
化粧品製造・卸し・販売	0				
家電製造・卸し・販売	2				
その他製造・卸し・販売				40	
金融・証券・保険業	17				
不動産業	7				
建設・建築・土木業	18				
運輸業	14				
IT・通信関係	13				
サービス業				42	
医療・福祉関連業			31		
学校・教育産業	13				
官公庁・自治体・公共団体	10				
該当しない					57



あなたが現在お住まいになっている地域についてお知らせください

	全体		全体		全体
北海道	46	石川県	5	岡山県	9
青森県	4	福井県	1	広島県	22
岩手県	6	山梨県	5	山口県	7
宮城県	18	長野県	9	徳島県	2
秋田県	5	岐阜県	8	香川県	6
山形県	6	静岡県	27	愛媛県	6
福島県	8	愛知県	57	高知県	1
茨城県	8	三重県	12	福岡県	23
栃木県	10	滋賀県	9	佐賀県	3
群馬県	6	京都府	26	長崎県	5
埼玉県	65	大阪府	94	熊本県	7
千葉県	54	兵庫県	46	大分県	5
東京都	201	奈良県	12	宮崎県	3
神奈川県	118	和歌山県	9	鹿児島県	3
新潟県	12	鳥取県	4	沖縄県	2
富山県	5	島根県	0		



# 結果詳細

Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
 信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

Q1-1. 1位

■ 最頻値の回答

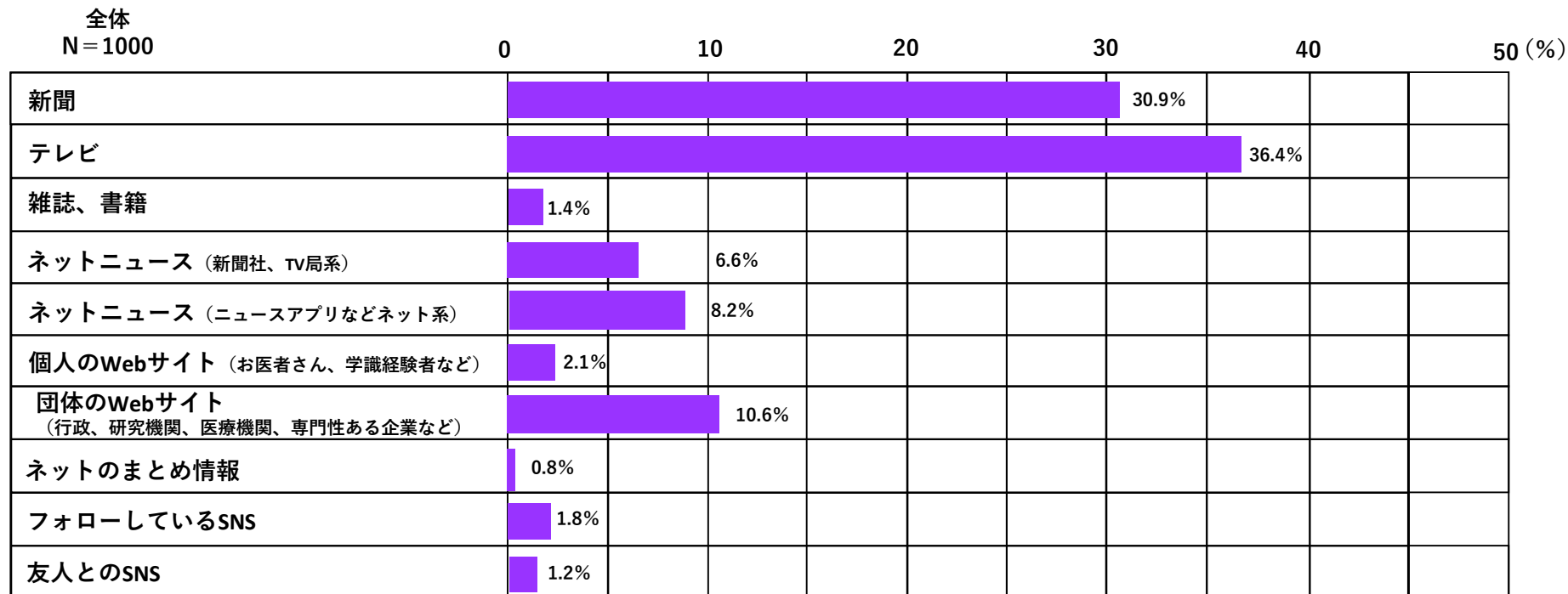
■ 二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
新聞	309 30.9%	169 33.8%	140 28.0%	146 29.2%	163 32.6%	81 32.4%	65 26.0%	88 35.2%	75 30.0%
テレビ	364 36.4%	161 32.2%	203 40.6%	190 38.0%	174 34.8%	82 32.8%	108 43.2%	79 31.6%	95 38.0%
雑誌、書籍	14 1.4%	10 2.0%	4 0.8%	9 1.8%	5 1.0%	5 2.0%	4 1.6%	5 2.0%	0 0.0%
ネットニュース（新聞社、TV局系）	66 6.6%	33 6.6%	33 6.6%	32 6.4%	34 6.6%	16 6.4%	16 6.4%	17 6.8%	17 6.8%
ネットニュース（ニュースアプリなどネット系）	82 8.2%	42 8.4%	40 8.0%	48 9.6%	34 6.8%	27 10.8%	21 8.4%	15 6.0%	19 7.6%
個人のWebサイト（お医者さん、学識経験者など）	21 2.1%	15 3.0%	6 1.2%	8 1.6%	13 2.6%	7 2.8%	1 0.4%	8 3.2%	5 2.0%
団体のWebサイト （行政、研究機関、医療機関、専門性ある企業など）	106 10.6%	50 10.0%	56 11.2%	49 9.8%	57 11.4%	24 9.6%	25 10.0%	26 10.4%	31 12.4%
ネットのまとめ情報	8 0.8%	5 1.0%	3 0.6%	6 1.2%	2 0.4%	3 1.2%	3 1.2%	2 0.8%	0 0.0%
フォローしているSNS	18 1.8%	10 2.0%	8 1.6%	7 1.4%	11 2.2%	3 1.2%	4 1.6%	7 2.8%	4 1.6%
友人とのSNS	12 1.2%	5 1.0%	7 1.4%	5 1.0%	7 1.4%	2 0.8%	3 1.2%	3 1.2%	4 1.6%

- すべての属性においてテレビと新聞の信頼度が、他メディアに比べて圧倒的に高い
- 中でも、テレビの信頼度は高く、9属性のうち7属性で信頼度1位を占めている
- テレビの信頼度が最も高いのが50~54歳女性で43.2%にも上る。新聞を17%程度も上回っている

Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

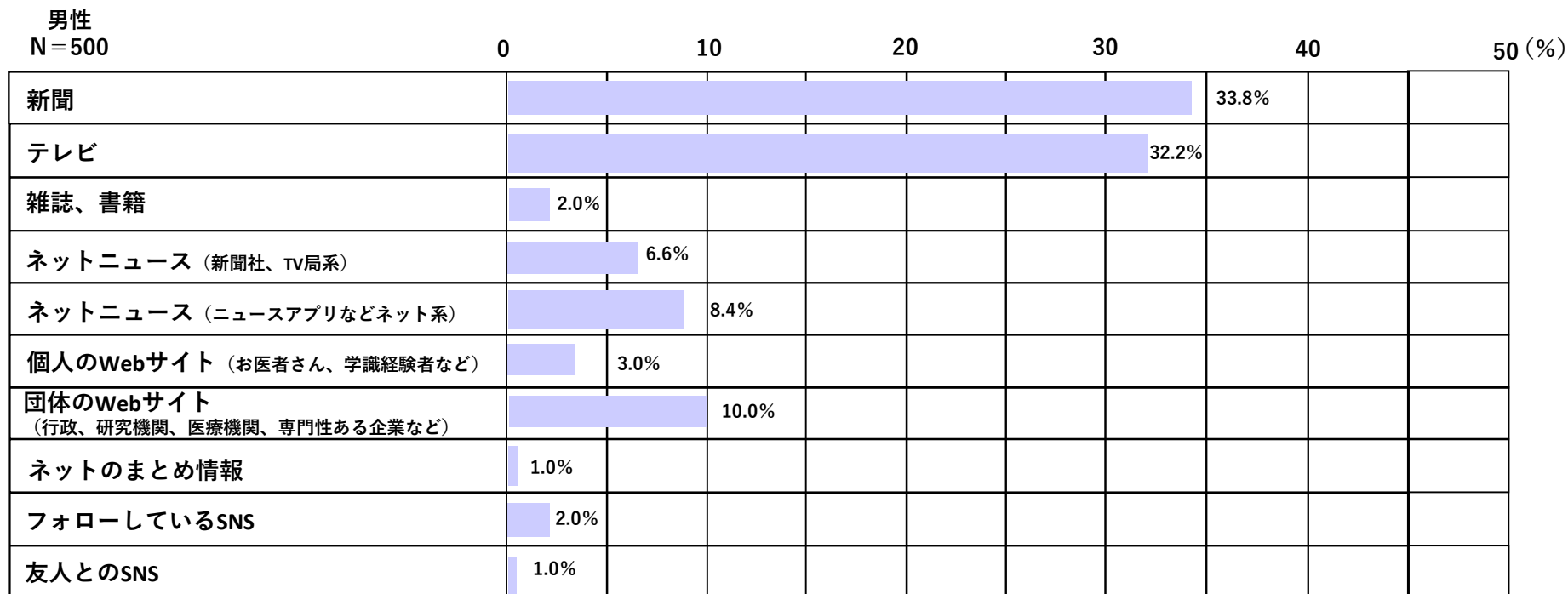
Q1-1. 1位



- 全体では、テレビの信頼度が最も高く、新聞がそれに迫る
- テレビ、新聞との開きは大きいですが、第3位に団体のWebサイトが着けていることは注目に値する

Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

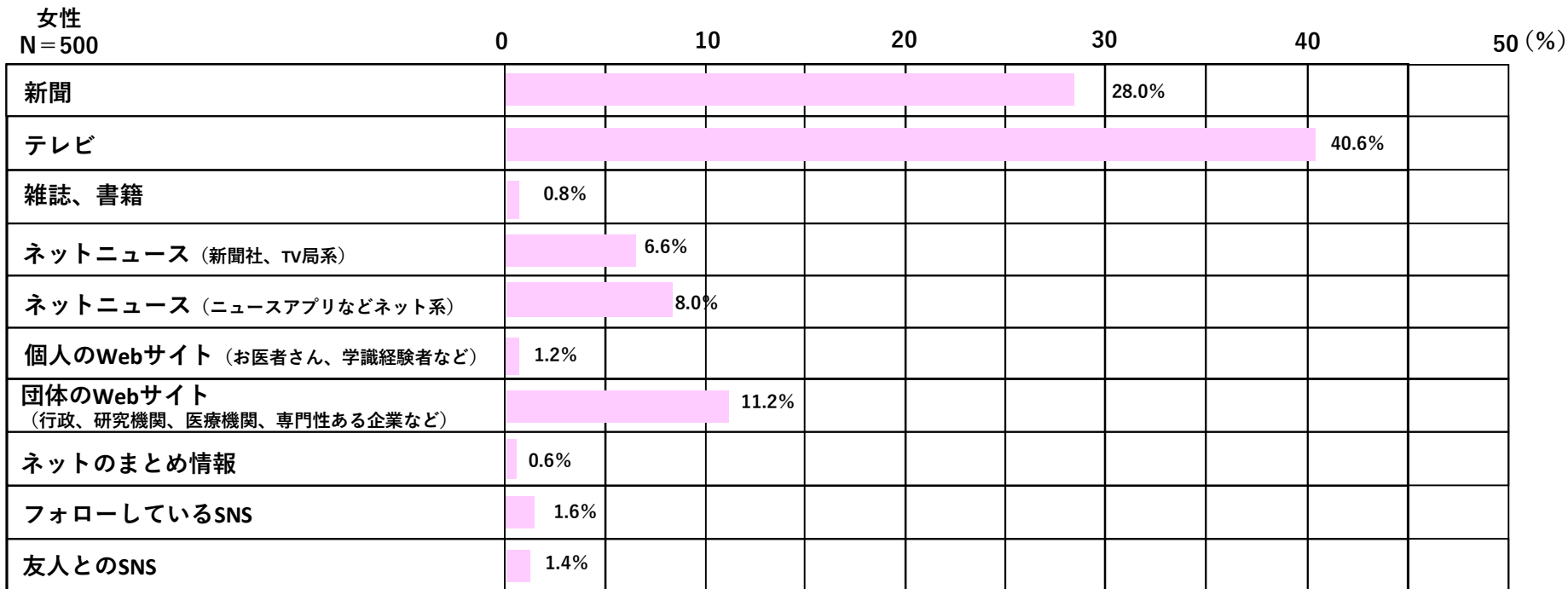
Q1-1. 1位



- 男性では、新聞の信頼度が最も高く、僅差ではあるがテレビを上回っている
- 全体傾向と同じく、第3位に団体のWebサイトが着けていることは注目に値する

Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

Q1-1. 1位

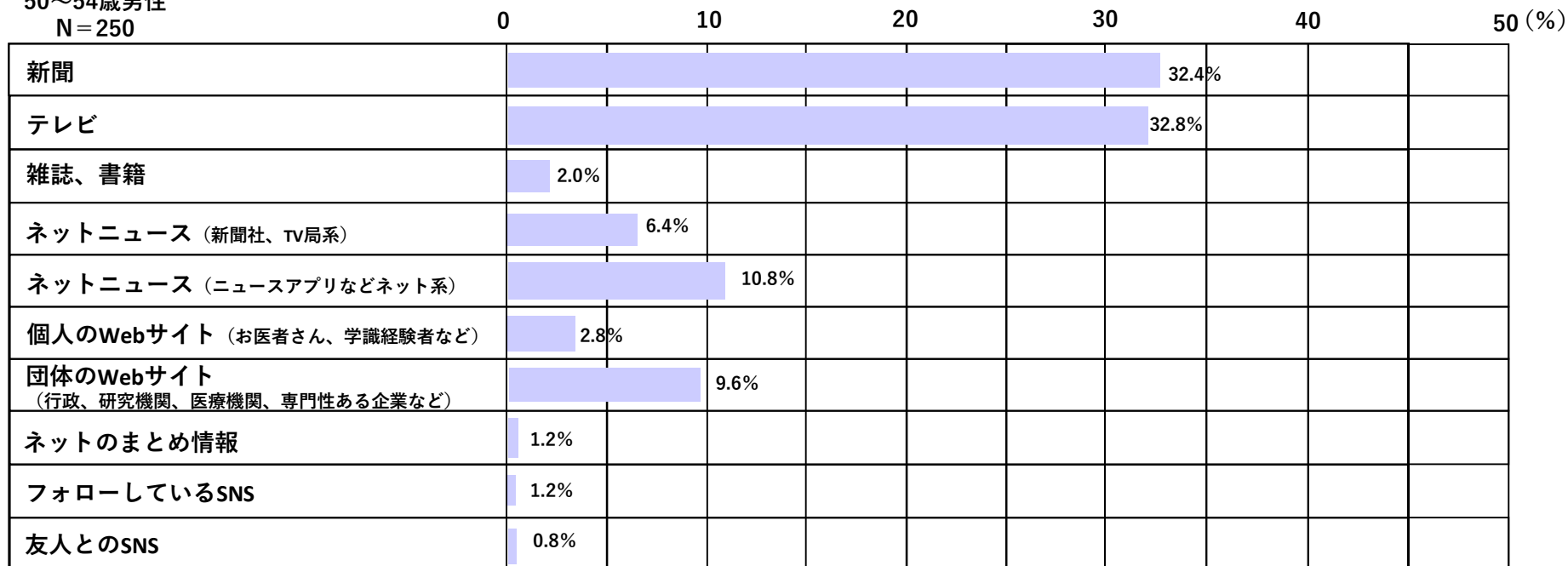


- 女性では、テレビの信頼度が最も高く、かなりの差をつけて新聞を上回っている。男性の結果とは大きく異なる
- 団体のWebサイトの信頼度は、わずかではあるが男性より高くなっている

Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

Q1-1. 1位

50～54歳男性  
N=250

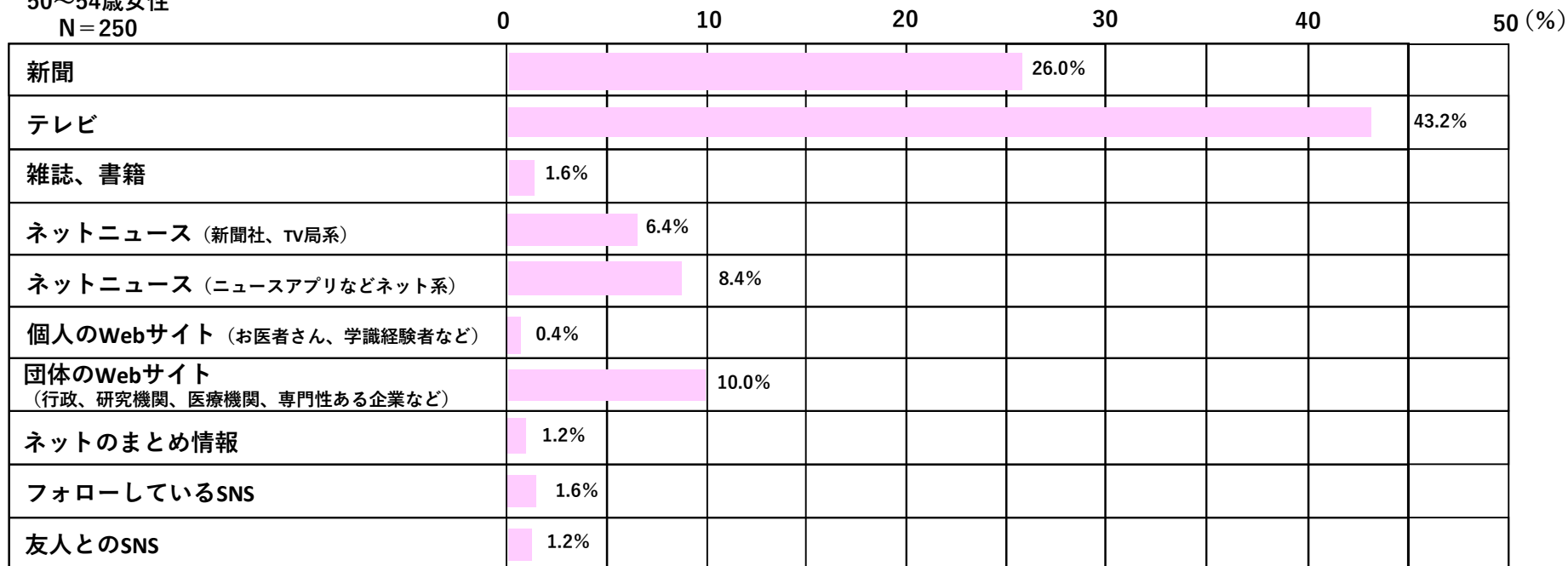


●50～54歳男性では、新聞とテレビの信頼度はほぼ拮抗している

Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

Q1-1. 1位

50～54歳女性  
N=250



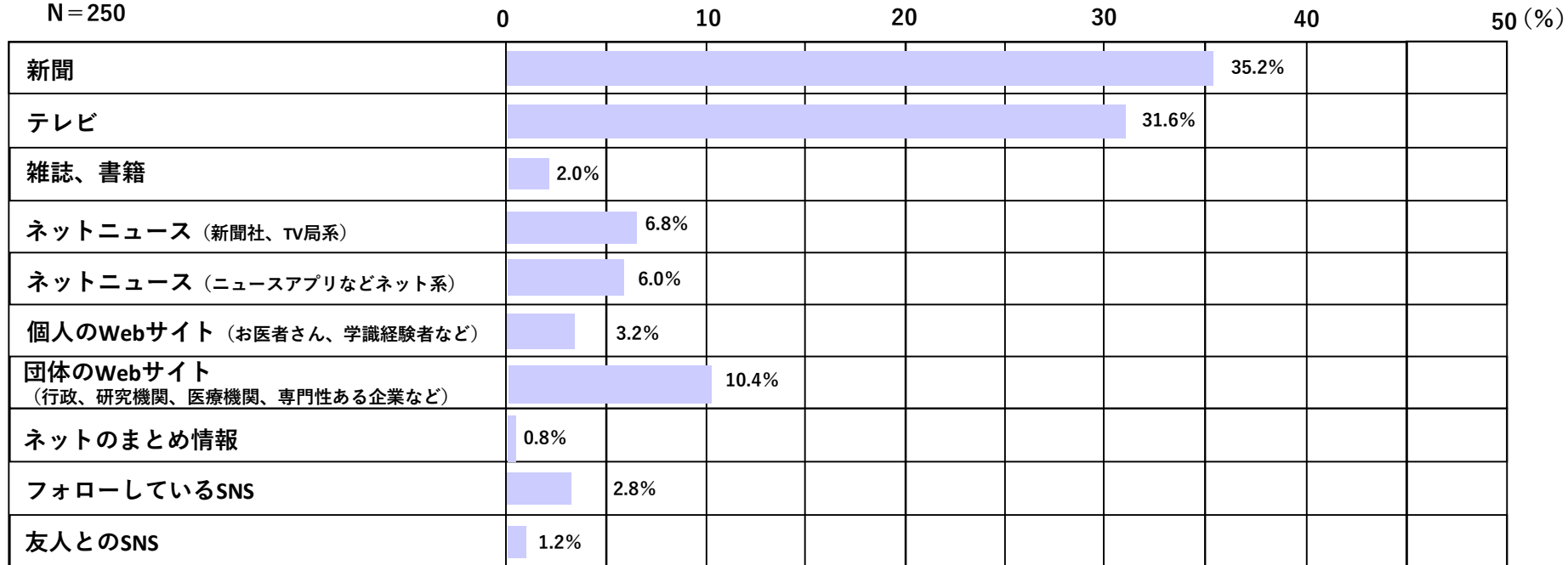
- 50～54歳女性では、テレビの信頼度が最も高く、他の属性より際立っている
- 新聞とテレビの間に大きな乖離が存在するのも、他の属性には見受けられない特徴である



Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

Q1-1. 1位

55～59歳男性  
N=250

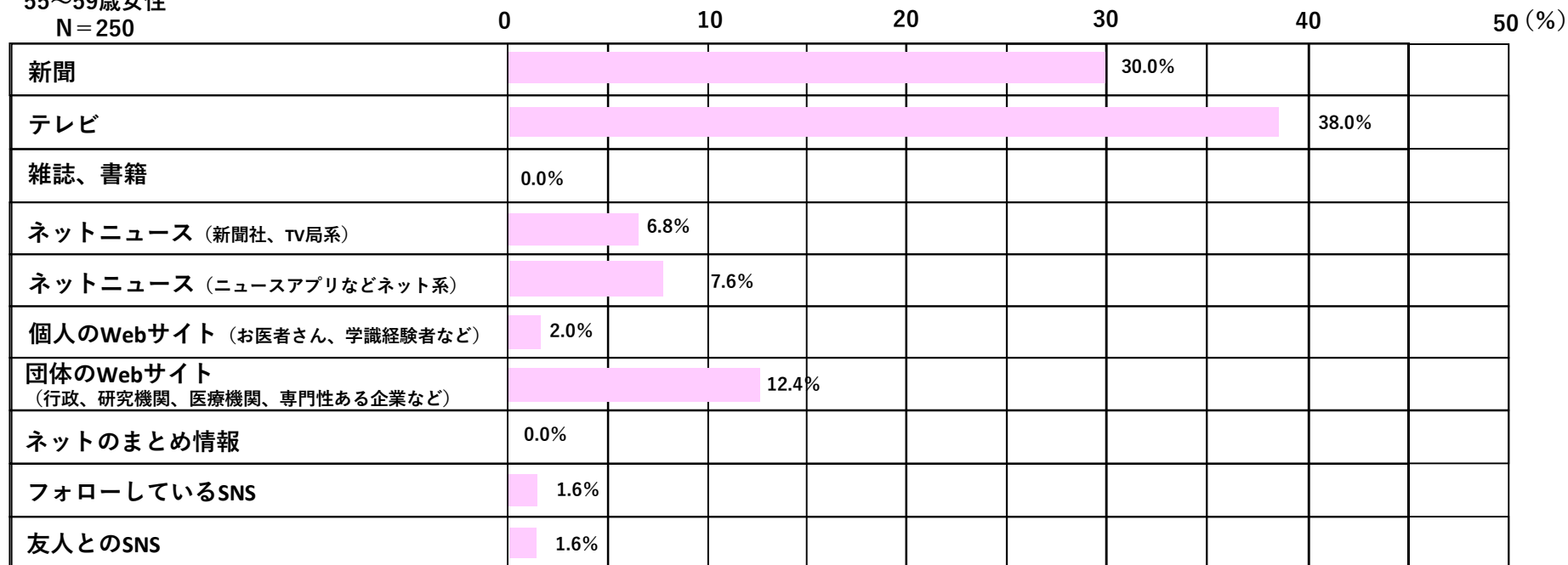


●55～59歳男性では、性・年齢階級別の4つの属性の中で唯一、新聞の信頼度がテレビを上回っている

Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

Q1-1. 1位

55～59歳女性  
N=250



- 55～59歳女性では、行政、研究機関、医療機関、専門性ある企業など、団体のWebサイトに最も信頼を寄せる人が他の属性に比べて多くなっている

Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

Q1-2. 2位

最頻値の回答

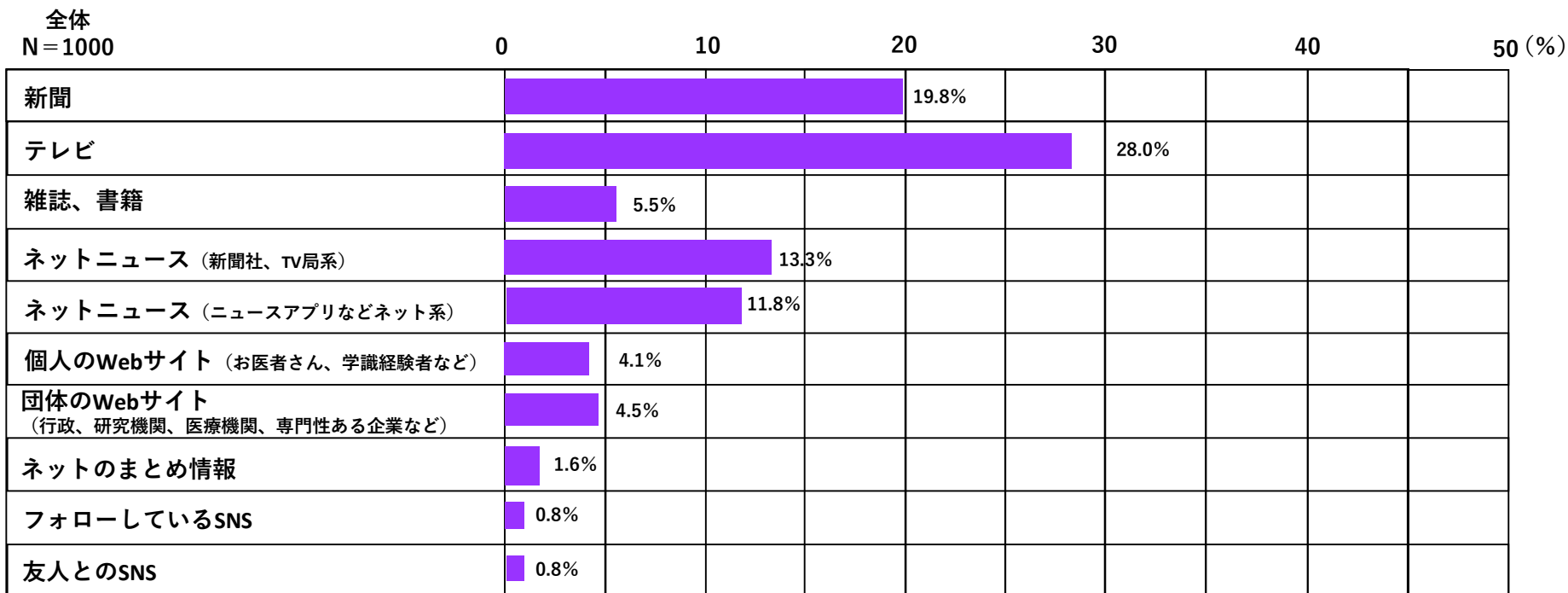
二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
新聞	199 19.8%	95 19.0%	104 20.8%	98 19.6%	101 20.2%	44 17.6%	54 21.6%	51 20.4%	50 20.0%
テレビ	280 28.0%	146 29.2%	134 26.8%	138 27.6%	142 28.4%	73 29.2%	65 26.0%	73 29.2%	69 27.6%
雑誌、書籍	55 5.5%	29 5.8%	26 5.2%	27 5.4%	28 5.6%	13 5.2%	14 5.6%	16 6.4%	12 4.8%
ネットニュース（新聞社、TV局系）	133 13.3%	71 14.2%	62 12.4%	68 13.6%	65 13.0%	33 13.2%	35 14.0%	38 15.2%	27 10.8%
ネットニュース（ニュースアプリなどネット系）	118 11.8%	51 10.2%	67 13.4%	53 10.6%	65 13.0%	24 9.6%	29 11.6%	27 10.8%	38 15.2%
個人のWebサイト（お医者さん、学識経験者など）	41 4.1%	21 4.2%	20 4.0%	24 4.8%	17 3.4%	12 4.8%	12 4.8%	9 3.6%	8 3.2%
団体のWebサイト （行政、研究機関、医療機関、専門性ある企業など）	45 4.5%	23 4.6%	22 4.4%	22 4.4%	23 4.6%	12 4.8%	10 4.0%	11 4.4%	12 4.8%
ネットのまとめ情報	16 1.6%	10 2.0%	6 1.2%	10 2.0%	6 1.2%	8 3.2%	2 0.8%	2 0.8%	4 1.6%
フォローしているSNS	8 0.8%	2 0.4%	6 1.2%	4 0.8%	4 0.8%	1 0.4%	3 1.2%	1 0.4%	3 1.2%
友人とのSNS	8 0.8%	1 0.2%	7 1.4%	2 0.4%	6 1.2%	0 0.0%	2 0.8%	1 0.4%	5 2.0%

- すべての属性においてテレビの信頼度が最も高くなっている
- 全体で見れば、約60%の人が、テレビでは1位ないしは2位のランキングだと回答している
- 同じく全体で見れば、新聞の信頼度も根強く、1位ないし2位と回答した人は約50%に上る。この2つのメディアは揺るぎがない

Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

Q1-2. 2位



- 2位のランクでは、テレビ、新聞の2大メディアに次いでネットニュースが台頭している
- 1位のランクで存在感を示した団体のWebサイトは、2位のランクでは数字が伸びていない

Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

Q1-2. 2位

男性	0	10	20	30	40	50 (%)
新聞			19.0%			
テレビ				29.2%		
雑誌、書籍	5.8%					
ネットニュース（新聞社、TV局系）			14.2%			
ネットニュース（ニュースアプリなどネット系）		10.2%				
個人のWebサイト（お医者さん、学識経験者など）	4.2%					
団体のWebサイト （行政、研究機関、医療機関、専門性ある企業など）	4.6%					
ネットのまとめ情報	2.0%					
フォローしているSNS	0.4%					
友人とのSNS	0.2%					

- 男性では、ほぼ全体傾向と同様だが、新聞社、TV局系のネットニュースの評価がやや高くなっている
- 誤差程度の数字だが、SNSの評価は、全体よりやや低めになっている

Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

Q1-2. 2位

女性	0	10	20	30	40	50 (%)
新聞				20.8%		
テレビ				26.8%		
雑誌、書籍		5.2%				
ネットニュース（新聞社、TV局系）			12.4%			
ネットニュース（ニュースアプリなどネット系）			13.4%			
個人のWebサイト（お医者さん、学識経験者など）		4.0%				
団体のWebサイト （行政、研究機関、医療機関、専門性ある企業など）		4.4%				
ネットのまとめ情報	1.2%					
フォローしているSNS	1.2%					
友人とのSNS	1.4%					

- 女性では、ニュースアプリなどネット系のニュースの評価が男性より高くなっている
- ごく少数ながら、SNSへの評価も男性より高い

Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

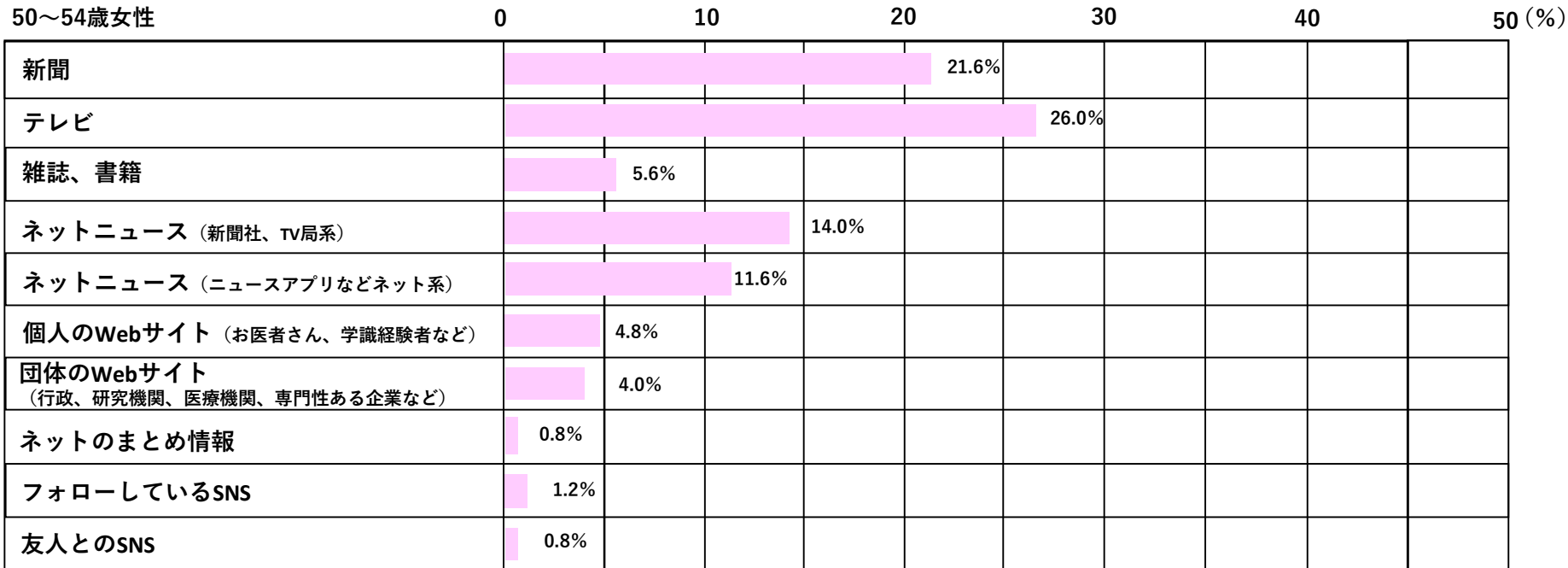
Q1-2. 2位

50～54歳男性	0	10	20	30	40	50 (%)
新聞			17.6%			
テレビ				29.2%		
雑誌、書籍	5.2%					
ネットニュース（新聞社、TV局系）			13.2%			
ネットニュース（ニュースアプリなどネット系）		9.6%				
個人のWebサイト（お医者さん、学識経験者など）	4.8%					
団体のWebサイト （行政、研究機関、医療機関、専門性ある企業など）	4.8%					
ネットのまとめ情報	3.2%					
フォローしているSNS	0.4%					
友人とのSNS	0.0%					

●50～54歳男性では、新聞社・TV局系のネットニュースに信頼を寄せる声が高まっていて、紙媒体の新聞に近づく数字になっている

Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
 信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

Q1-2. 2位

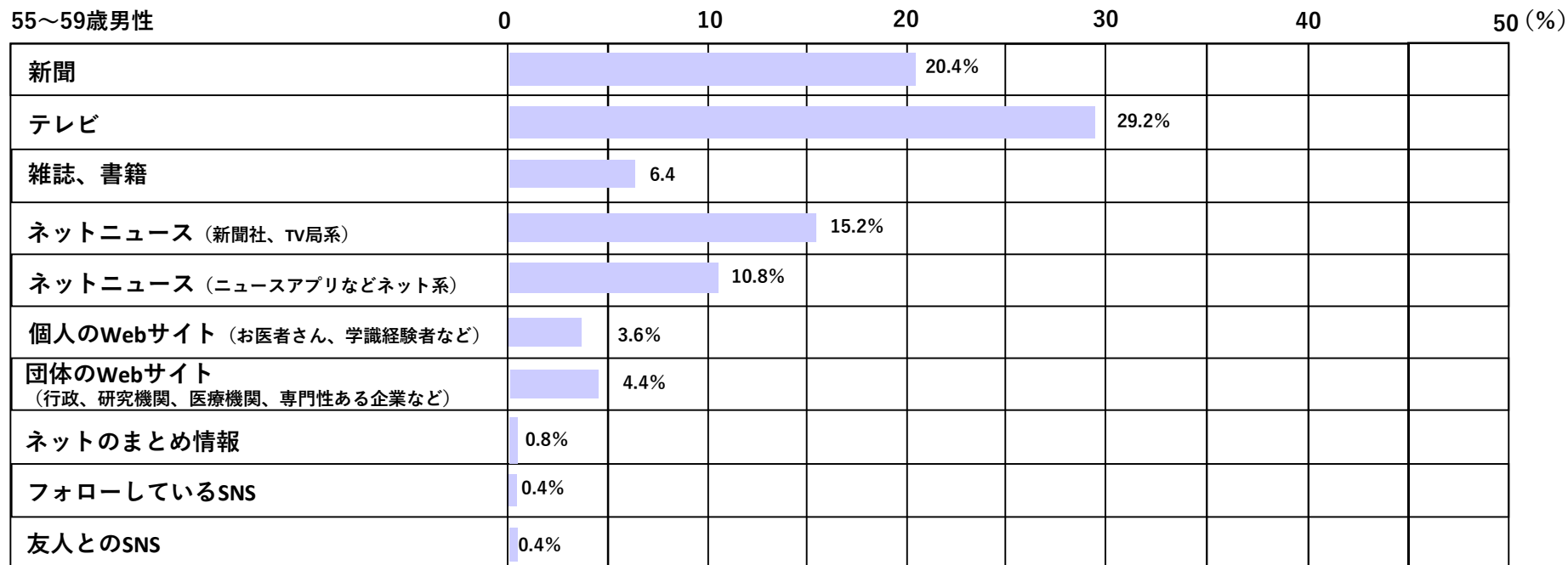


● 50～54歳女性では、同年代男性よりネットニュースの信頼度が高くなっている



Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

Q1-2. 2位



●55～59歳男性では、信頼度2位にネットニュースを挙げた人の比率が、50～54歳男性より高くなっている

Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

Q1-2. 2位

55～59歳女性	0	10	20	30	40	50 (%)
新聞			20.0%			
テレビ				27.6%		
雑誌、書籍	4.8%					
ネットニュース（新聞社、TV局系）		10.8%				
ネットニュース（ニュースアプリなどネット系）			15.2%			
個人のWebサイト（お医者さん、学識経験者など）	3.2%					
団体のWebサイト （行政、研究機関、医療機関、専門性ある企業など）	4.8%					
ネットのまとめ情報	1.6%					
フォローしているSNS	1.2%					
友人とのSNS	2.0%					

●55～59歳女性では、同年代の男性同様、ネットニュースへの信頼度が高いが、アプリなどのネット系で、より高いスコアになっていることが、対照的である

Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

Q1-3. 3位

最頻値の回答

二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
新聞	85 8.5%	45 9.0%	40 8.0%	32 6.4%	53 10.6%	17 6.8%	15 6.0%	28 11.2%	25 10.0%
テレビ	103 10.3%	57 11.4%	46 9.2%	37 7.4%	66 13.2%	18 7.2%	19 7.6%	39 15.6%	27 10.8%
雑誌、書籍	100 10.0%	51 10.2%	49 9.8%	44 8.8%	56 11.2%	21 8.4%	23 9.2%	30 12.0%	26 10.4%
ネットニュース（新聞社、TV局系）	228 22.8%	123 24.6%	105 21.0%	118 23.6%	110 22.0%	67 26.8%	51 20.4%	56 22.4%	54 21.6%
ネットニュース（ニュースアプリなどネット系）	144 14.4%	73 14.6%	71 14.2%	71 14.2%	73 14.6%	31 12.4%	40 16.0%	42 16.8%	31 12.4%
個人のWebサイト（お医者さん、学識経験者など）	34 3.4%	13 2.6%	21 4.2%	17 3.4%	17 3.4%	9 3.6%	8 3.2%	4 1.6%	13 5.2%
団体のWebサイト （行政、研究機関、医療機関、専門性ある企業など）	59 5.9%	21 4.2%	38 7.6%	32 6.4%	27 5.4%	8 3.2%	24 9.6%	13 5.2%	14 5.6%
ネットのまとめ情報	30 3.0%	17 3.4%	13 2.6%	18 3.6%	12 2.4%	12 4.8%	6 2.4%	5 2.0%	7 2.8%
フォローしているSNS	6 0.6%	3 0.6%	3 0.6%	5 1.0%	1 0.2%	3 1.2%	2 0.8%	0 0.0%	1 0.4%
友人とのSNS	16 1.6%	2 0.4%	14 2.8%	9 1.8%	7 1.4%	2 0.8%	7 2.8%	0 0.0%	7 2.8%

- すべての属性においてネットニュースが高い信頼度を示している
- 1位と2位ではほとんど挙げられなかった雑誌、書籍が3位のランクでは、存在感を示している
- WEBサイト、SNSは押しなべてスコアが一ケタ台で、50歳代に対して信頼度という点では、存在感を示せていない

Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

Q1-3. 3位

全体	0	10	20	30	40	50 (%)
新聞		8.5%				
テレビ		10.3%				
雑誌、書籍		10.0%				
ネットニュース（新聞社、TV局系）			22.8%			
ネットニュース（ニュースアプリなどネット系）			14.4%			
個人のWebサイト（お医者さん、学識経験者など）		3.4%				
団体のWebサイト （行政、研究機関、医療機関、専門性ある企業など）		5.9%				
ネットのまとめ情報		3.0%				
フォローしているSNS		0.6%				
友人とのSNS		1.6%				

- 3位のランクでは、テレビ、新聞の2大メディアに次いでネットニュースが台頭している
- 1位のランクではほとんど目立たなかった、雑誌・書籍の紙媒体が一定の存在感を示している

Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
 信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

Q1-3. 3位

男性	0	10	20	30	40	50 (%)
新聞	9.0%					
テレビ	11.4%					
雑誌、書籍	10.2%					
ネットニュース（新聞社、TV局系）	24.6%					
ネットニュース（ニュースアプリなどネット系）	14.6%					
個人のWebサイト（お医者さん、学識経験者など）	2.6%					
団体のWebサイト （行政、研究機関、医療機関、専門性ある企業など）	4.2%					
ネットのまとめ情報	3.4%					
フォローしているSNS	0.6%					
友人とのSNS	0.4%					

- 男性では、ほぼ全体傾向と同様だが、ネットニュース系の評価がやや高くなっている
- 誤差程度の数字だが、SNSの評価は、全体よりやや低めになっている

Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

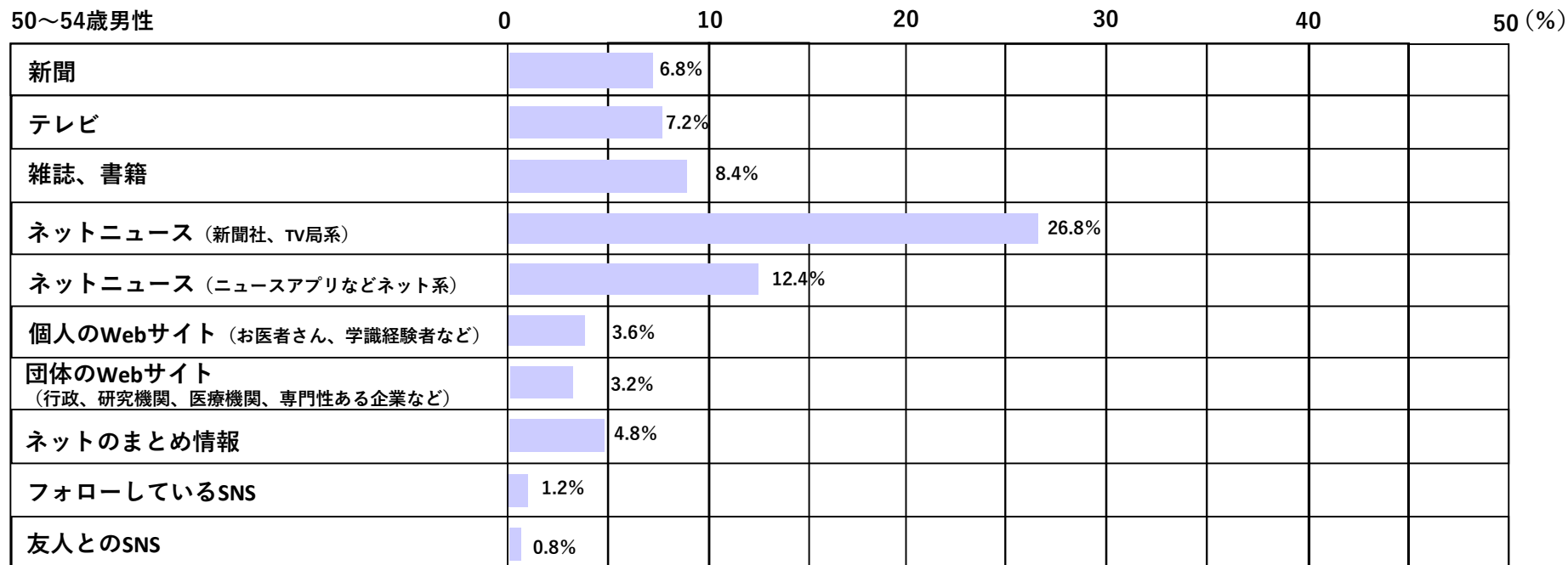
Q1-3. 3位

女性	0	10	20	30	40	50 (%)
新聞		8.0%				
テレビ		9.2%				
雑誌、書籍		9.8%				
ネットニュース（新聞社、TV局系）			21.0%			
ネットニュース（ニュースアプリなどネット系）			14.2%			
個人のWebサイト（お医者さん、学識経験者など）		4.2%				
団体のWebサイト （行政、研究機関、医療機関、専門性ある企業など）		7.6%				
ネットのまとめ情報		2.6%				
フォローしているSNS		0.6%				
友人とのSNS		2.8%				

- 女性では、ニュースアプリなどネット系のニュースの評価が男性より高くなっている
- ごく少数ながら、友人とのSNSへの評価も男性より高い

Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

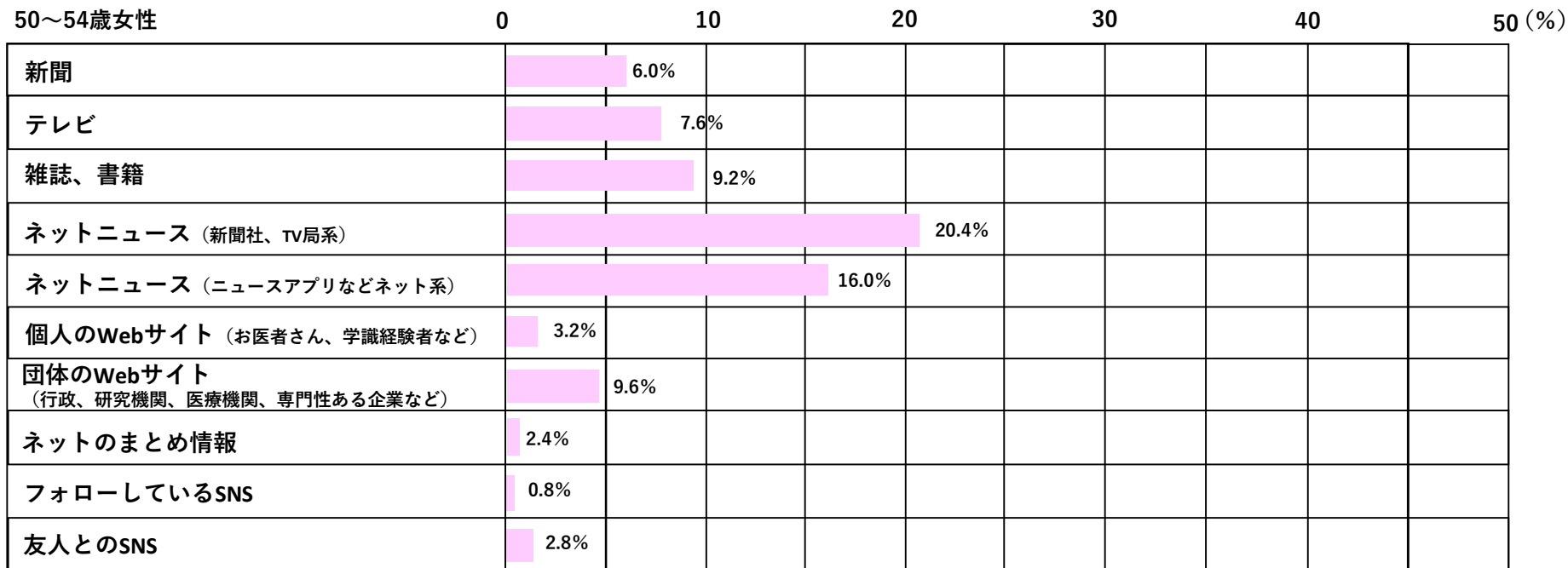
Q1-3. 3位



●50～54歳男性では、3番目に信頼できるメディアとして、新聞・テレビ系のネットニュースを推す回答が多い

Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

Q1-3. 3位

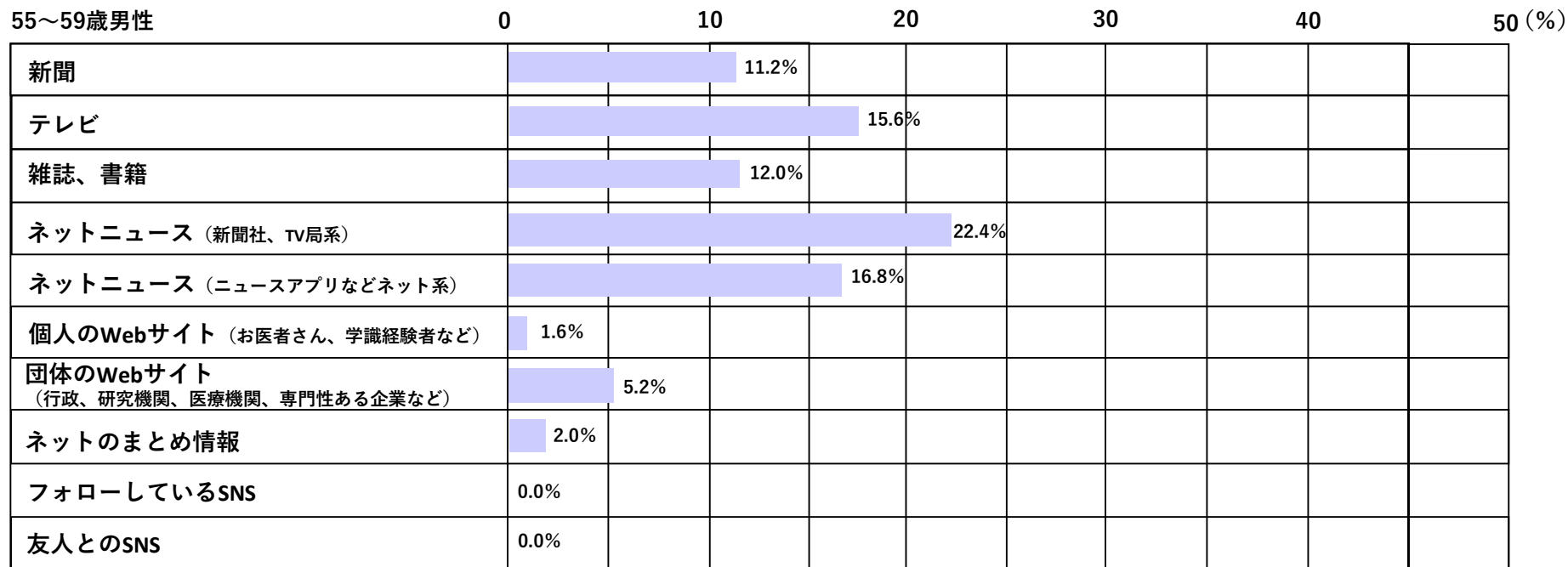


- 50～54歳女性では、同年代男性より、新聞社TV局系のネットニュースの信頼度が低い
- 反面、団体のWebサイトの信頼度が高くなっている



Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

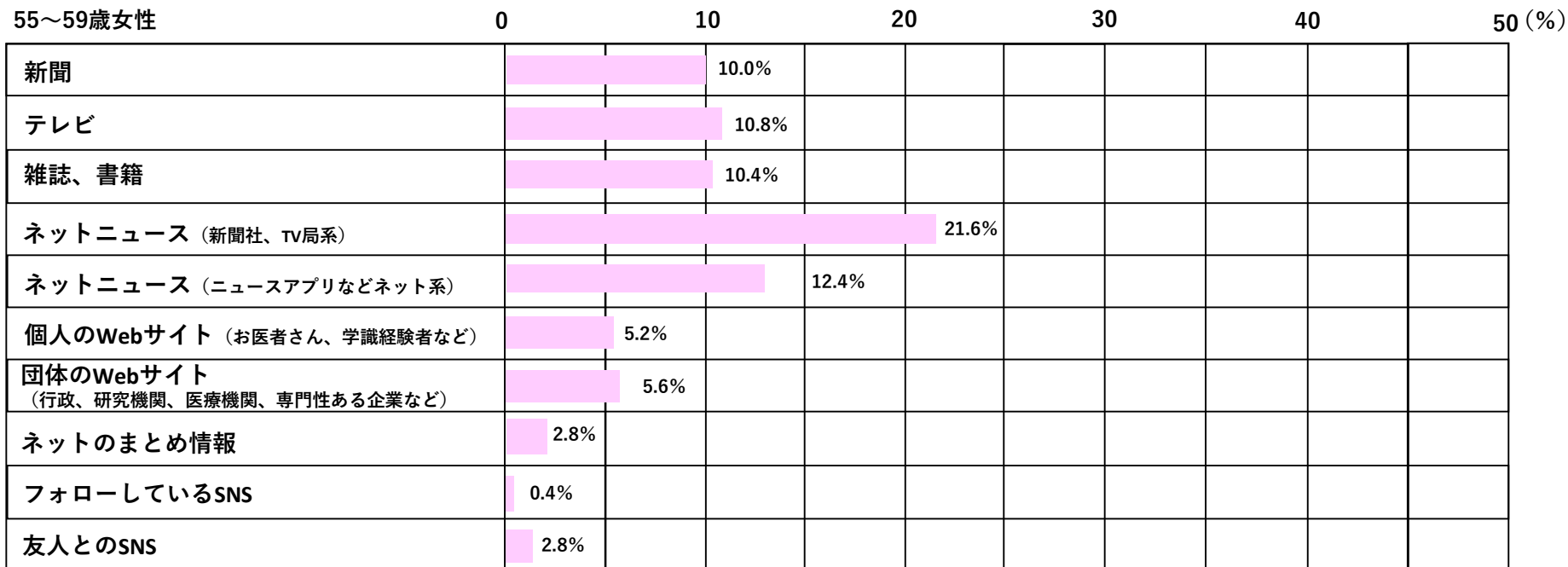
Q1-3. 3位



- 55～59歳男性では、3番目に信頼できるメディアとして、雑誌・書籍の紙媒体を評価する声が多い
- SNSは3番目の信頼できるメディアとしても、信頼を寄せる声は皆無である

Q1.以下のメディアの中で、あなたにとって信頼性の高いものはどれですか。  
信頼性の高い順に上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

Q1-3. 3位



● 55～59歳女性では、同年代男性より、ニュースアプリなどネット系のネットニュースの信頼度が低い

Q2.プライベートで、Eメールを使うことがありますか。  
 どのような目的で使いますか（複数回答可）

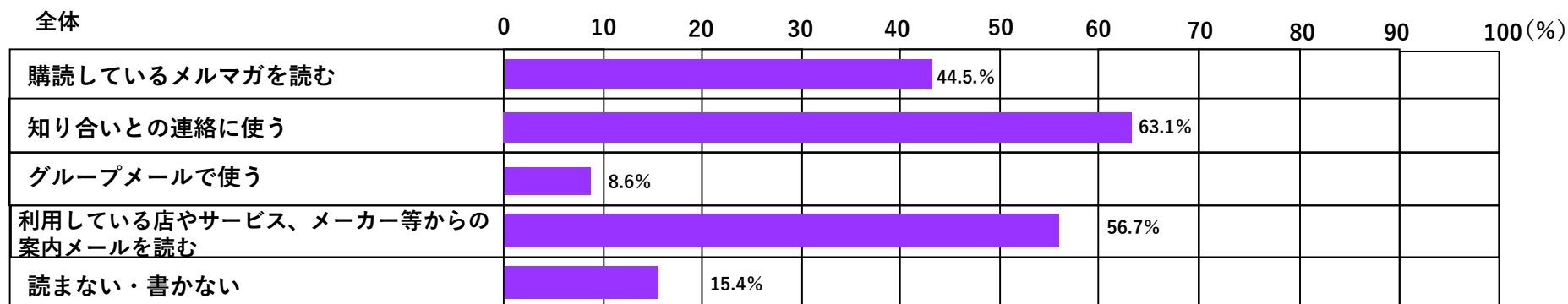
■ 最頻値の回答

■ 二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
購読しているメルマガを読む	445 44.5%	218 43.6%	227 45.4%	223 44.6%	222 44.4%	104 41.6%	119 47.6%	114 45.6%	108 43.2%
知り合いとの連絡に使う	631 63.1%	320 64.0%	311 62.2%	293 58.6%	338 67.6%	137 54.8%	156 62.4%	183 73.2%	155 62.0%
グループメールで使う	86 8.6%	50 10.0%	36 7.2%	44 8.8%	42 8.4%	24 9.6%	20 8.0%	26 10.4%	16 6.4%
利用している店やサービス、メーカー等からの案内メールを読む	567 56.7%	284 56.8%	283 56.6%	282 56.4%	285 57.0%	133 53.2%	149 59.6%	151 60.4%	134 53.6%
読まない・書かない	154 15.4%	83 16.6%	71 14.2%	87 17.4%	67 13.4%	53 21.2%	34 13.6%	30 12.0%	37 14.8%

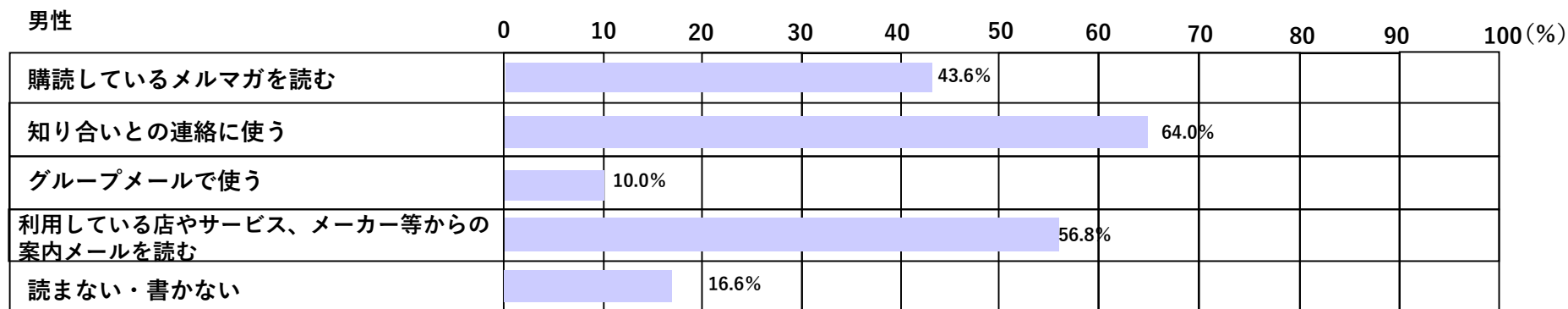
- すべての属性において「知り合いとの連絡に使う」がトップの回答
- すべての属性において「案内メールを読む」が第2位の回答になっている
- 「読まない・書かない」の回答は、50~54歳男性で最も高く、20%を超えている

Q2.プライベートで、Eメールを使うことがありますか。  
 どのような目的で使いますか（複数回答可）



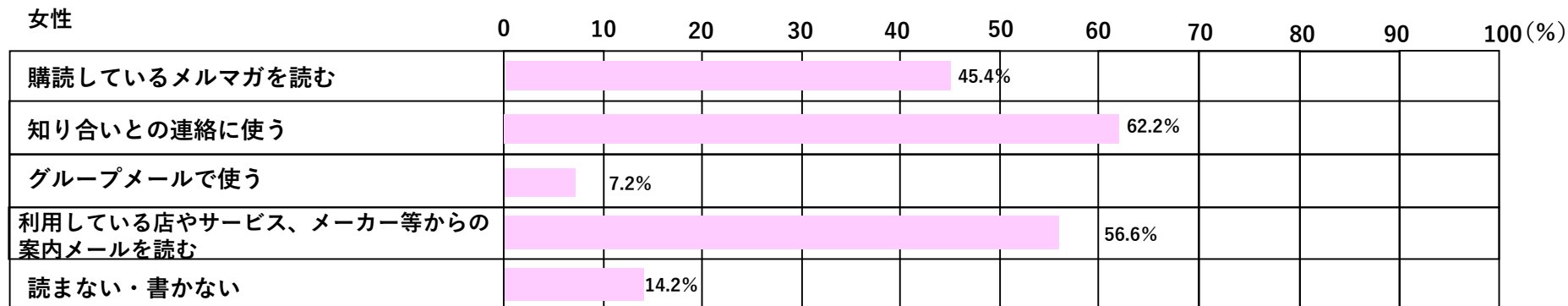
- 全体では、「知り合いとの連絡に使う」がトップの回答。次いで「案内メールを読む」が第2位の回答になっている
- 全体では「読まない・書かない」の回答は、15%強と、プライベートでEメールを使わない層も一定数存在する

Q2.プライベートで、Eメールを使うことがありますか。  
 どのような目的で使いますか（複数回答可）



●男性は、全体の傾向とほぼ変化はないが、「知り合いとの連絡に使う」、「グループメールで使う」で、やや全体を上回っている

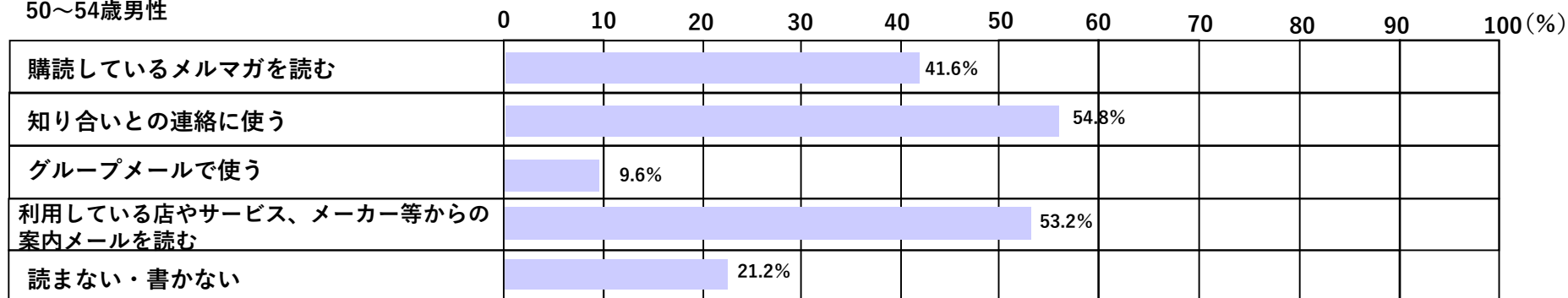
Q2.プライベートで、Eメールを使うことがありますか。  
 どのような目的で使いますか（複数回答可）



- 女性は男性に比べて、全体の傾向とほぼ変化はないが、「購読しているメルマガを読む」のスコアがやや高く、「読まない・書かない」という項目でスコアがやや低くなっている

Q2.プライベートで、Eメールを使うことがありますか。  
 どのような目的で使いますか（複数回答可）

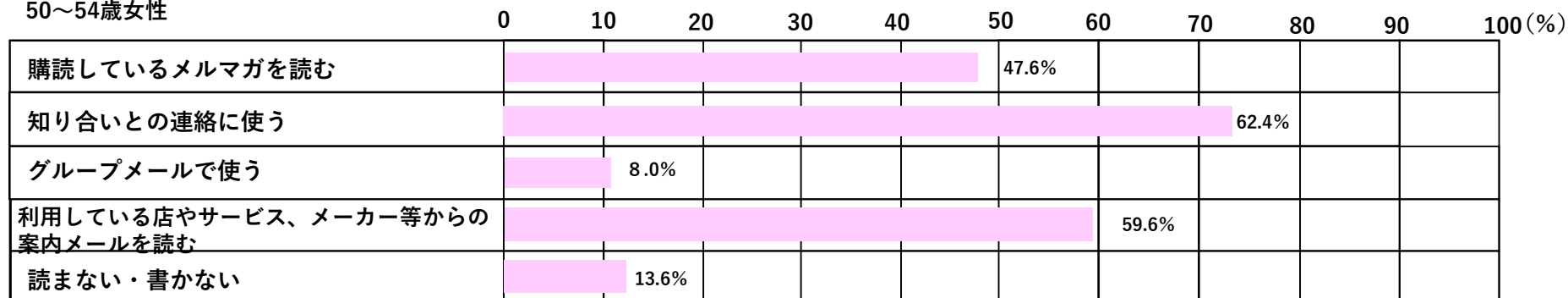
50～54歳男性



- 50～54歳男性は、男性全体の傾向と比べ、「知り合いとの連絡に使う」の項目のスコアが約10%も下回っている
- 「読まない・書かない」の項目のスコアは、すべての属性の中で最も高く、唯一20%を超えている

Q2.プライベートで、Eメールを使うことがありますか。  
 どのような目的で使いますか（複数回答可）

50～54歳女性

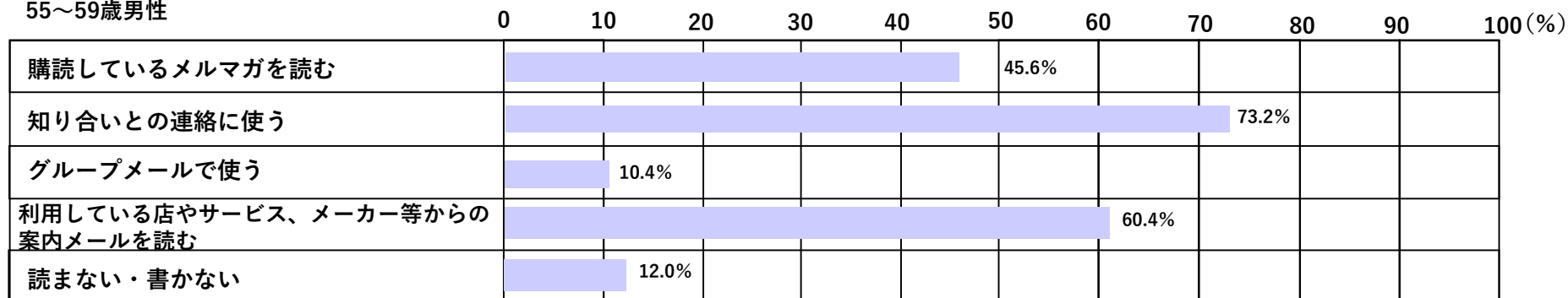


- 50～54歳女性は同年代の男性と比べ、「知り合いとの連絡に使う」、「案内メールを読む」の項目のスコアが高い
- 全体傾向と比べても、活発にEメールを利用している属性と言える



Q2.プライベートで、Eメールを使うことがありますか。  
 どのような目的で使いますか（複数回答可）

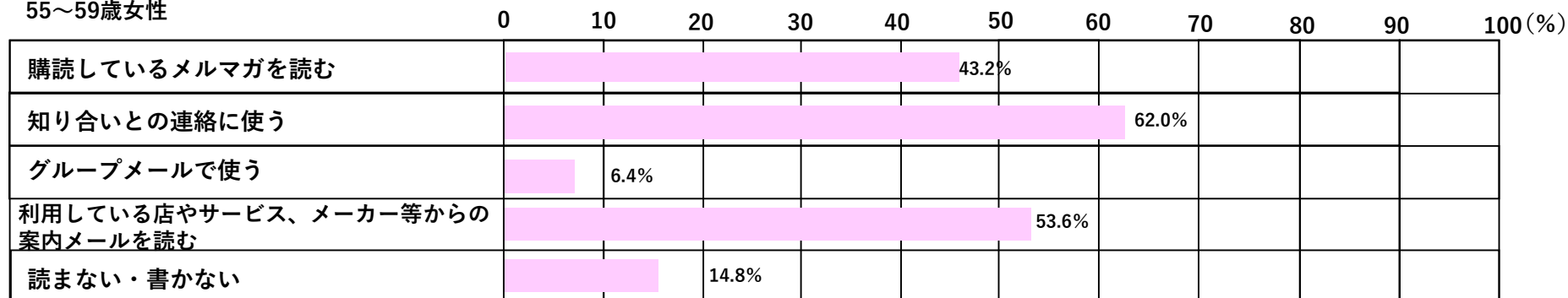
55～59歳男性



- 55～59歳男性は、すべての属性の中で、「知り合いとの連絡に使う」の項目のスコアが最も高く、唯一70%を上回っている
- 「読まない・書かない」の項目のスコアは、すべての属性の中で最も低い

Q2.プライベートで、Eメールを使うことがありますか。  
 どのような目的で使いますか（複数回答可）

55～59歳女性



●55～59歳女性は、同世代の男性と比較して、「知り合いとの連絡に使う」、「案内メールを読む」の項目のスコアが低い

### Q3.企業やお店などからのメールマガジンは、歓迎しますか（1つ選択）

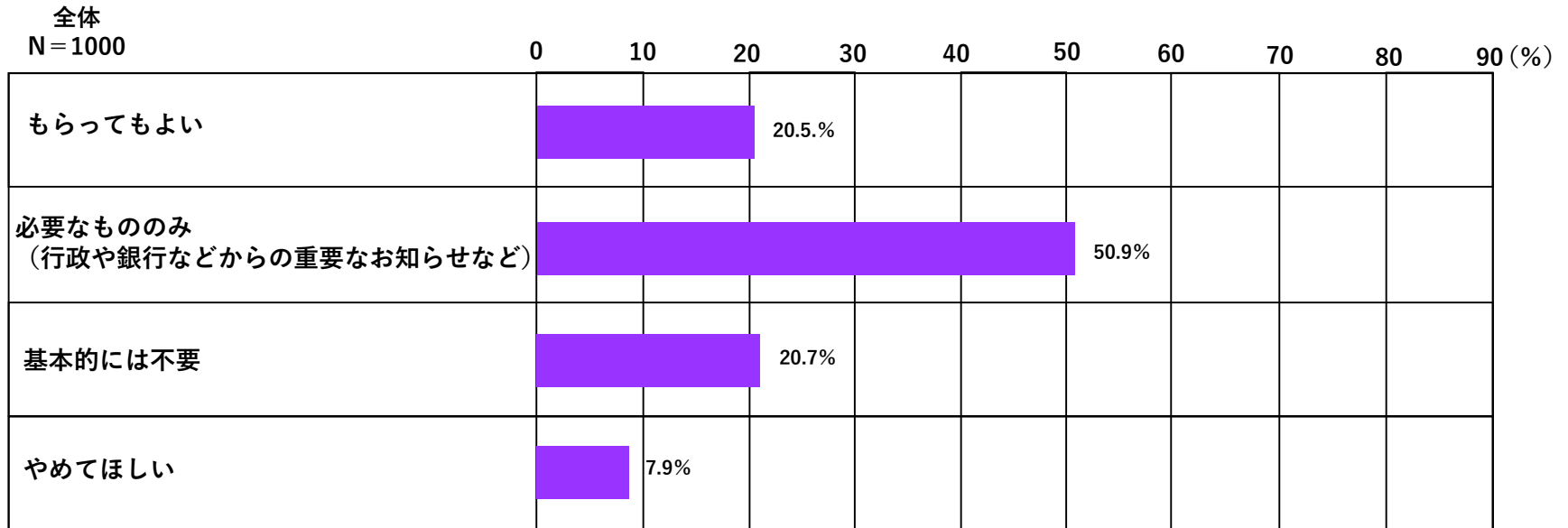
■ 最頻値の回答

■ 二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
もらってもよい	205 20.5%	111 22.2%	94 18.8%	103 20.6%	102 20.4%	53 21.2%	50 20.0%	58 23.2%	44 17.6%
必要なもののみ (行政や銀行などからの重要なお知らせなど)	509 50.9%	243 48.6%	266 53.2%	248 49.6%	261 52.2%	121 48.4%	127 50.8%	122 48.8%	139 55.6%
基本的には不要	207 20.7%	106 21.2%	101 20.2%	103 20.6%	104 20.8%	52 20.8%	51 20.4%	54 21.6%	50 20.0%
やめてほしい	79 7.9%	40 8.0%	39 7.8%	46 9.2%	33 6.6%	24 9.6%	22 8.8%	16 6.4%	17 6.8%

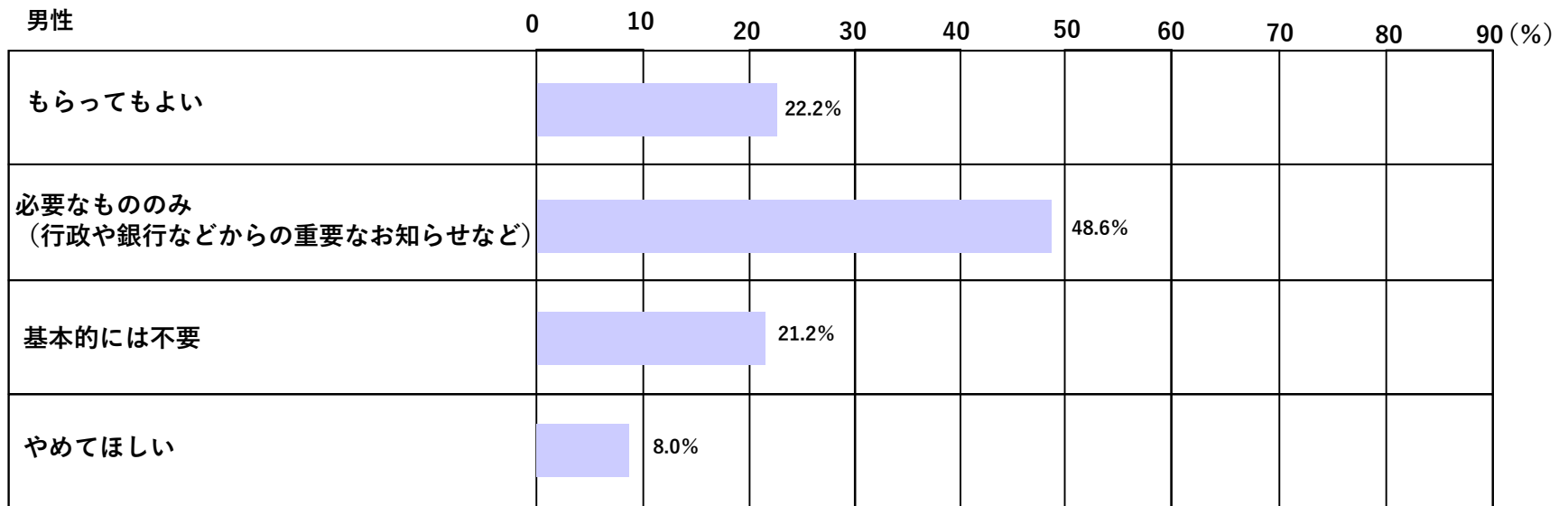
- すべての属性において「必要なもののみ」がトップの回答。次いで「もらってもよい」、「基本的には不要」が拮抗している
- 男性では「もらってもよい」傾向が優勢であり、女性では逆に「基本的には不要」が優勢である
- 「やめてほしい」という意見は、すべての属性において10%に満たない

### Q3.企業やお店などからのメールマガジンは、歓迎しますか（1つ選択）



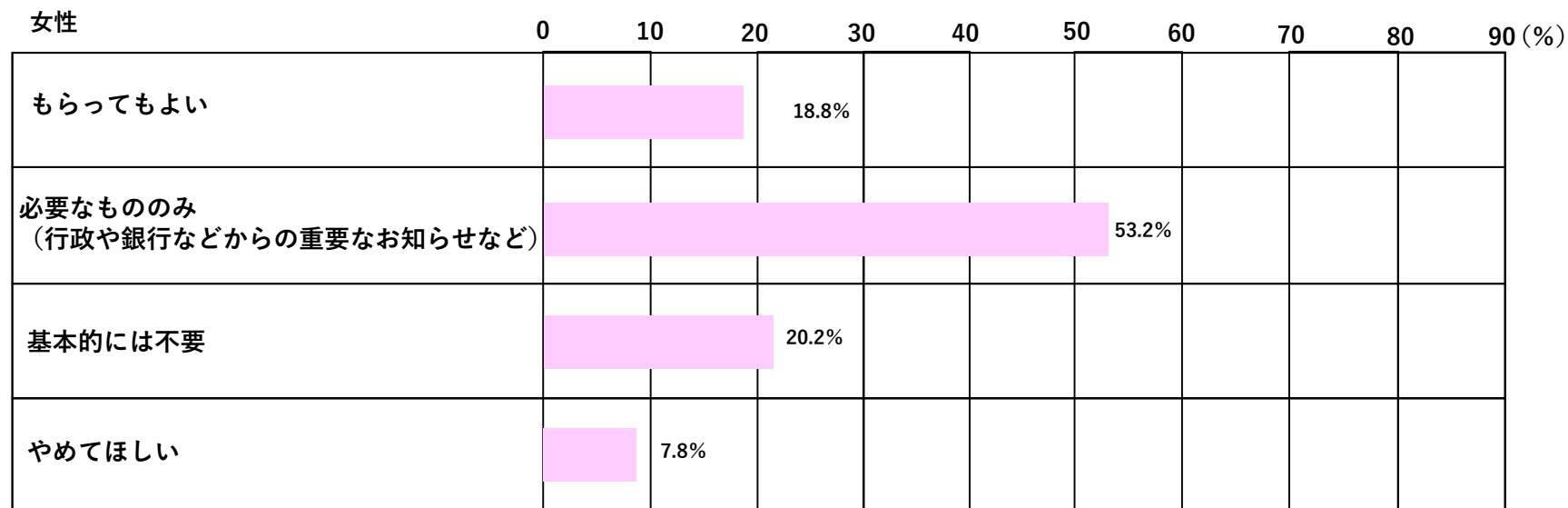
- 全体の傾向では、「必要なもののみ」という意見が半数を占めている
- 「もらってもよい」と「基本的には不要」は、20%前後で拮抗している

### Q3.企業やお店などからのメールマガジンは、歓迎しますか（1つ選択）



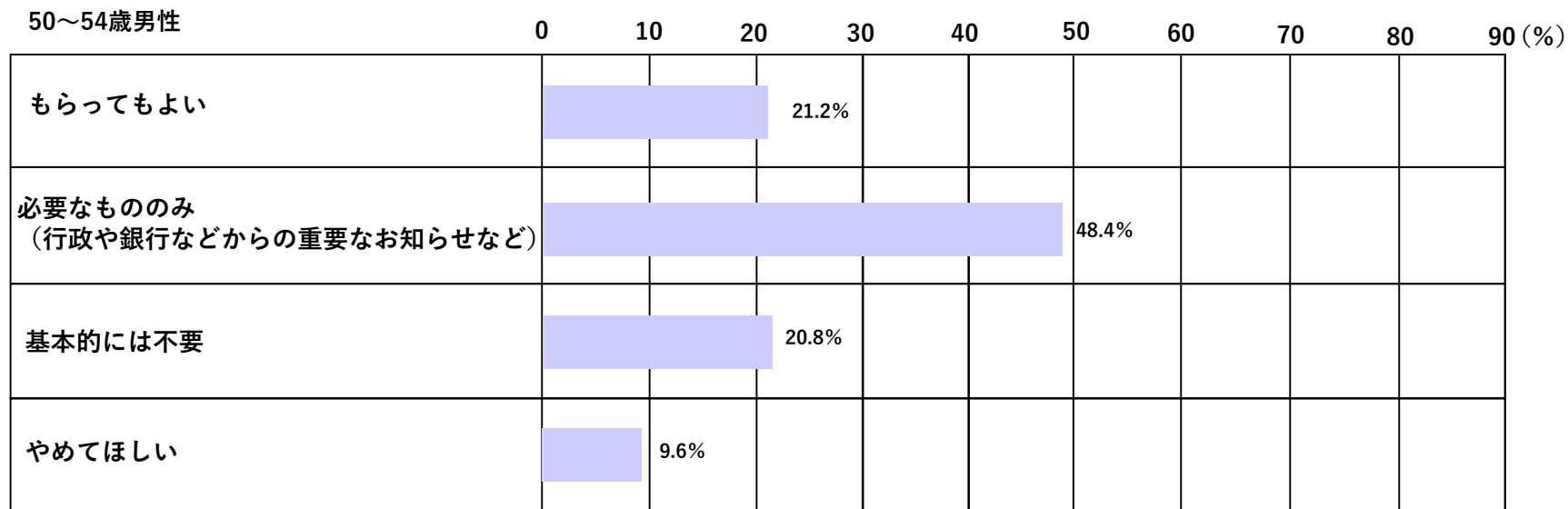
●男性では、「もらってもよい」という意見が「基本的には不要」という意見を上回っている

## Q3.企業やお店などからのメールマガジンは、歓迎しますか（1つ選択）



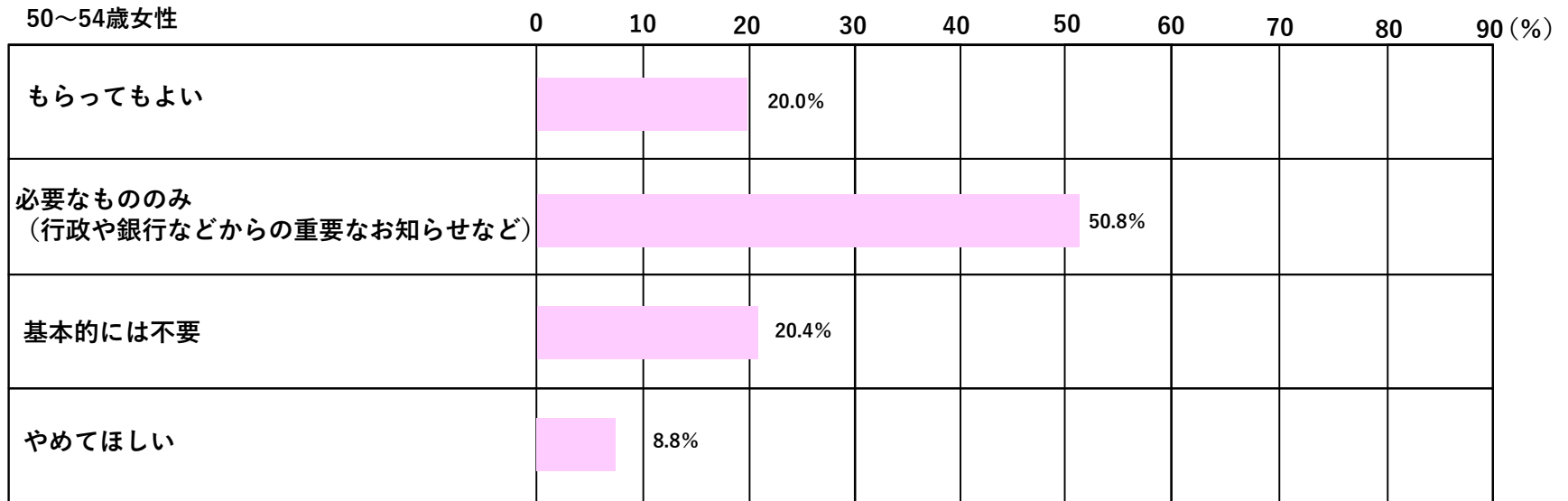
●女性では、男性に比べて「必要なもののみ」という意見が、5%近く上回っている

### Q3.企業やお店などからのメールマガジンは、歓迎しますか（1つ選択）



●50～54歳男性では、すべての属性の中で「やめてほしい」という意見が、最も高いスコアになっている

### Q3.企業やお店などからのメールマガジンは、歓迎しますか（1つ選択）

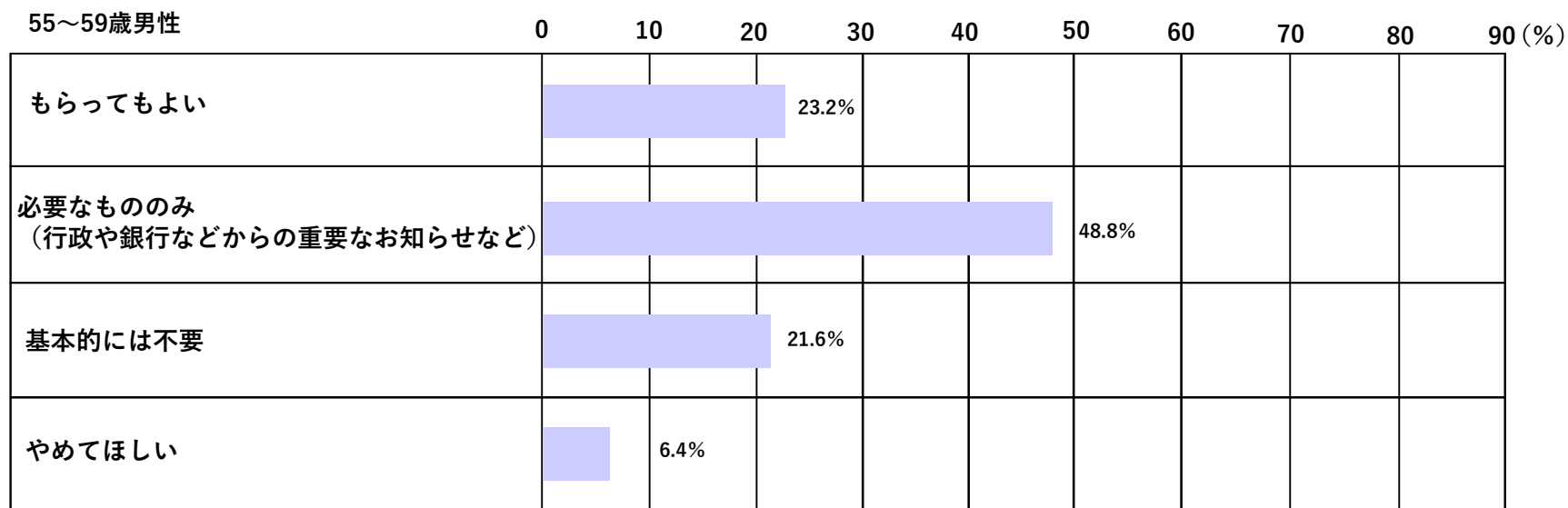


●50～54歳女性では、全体傾向に近いスコアになっている



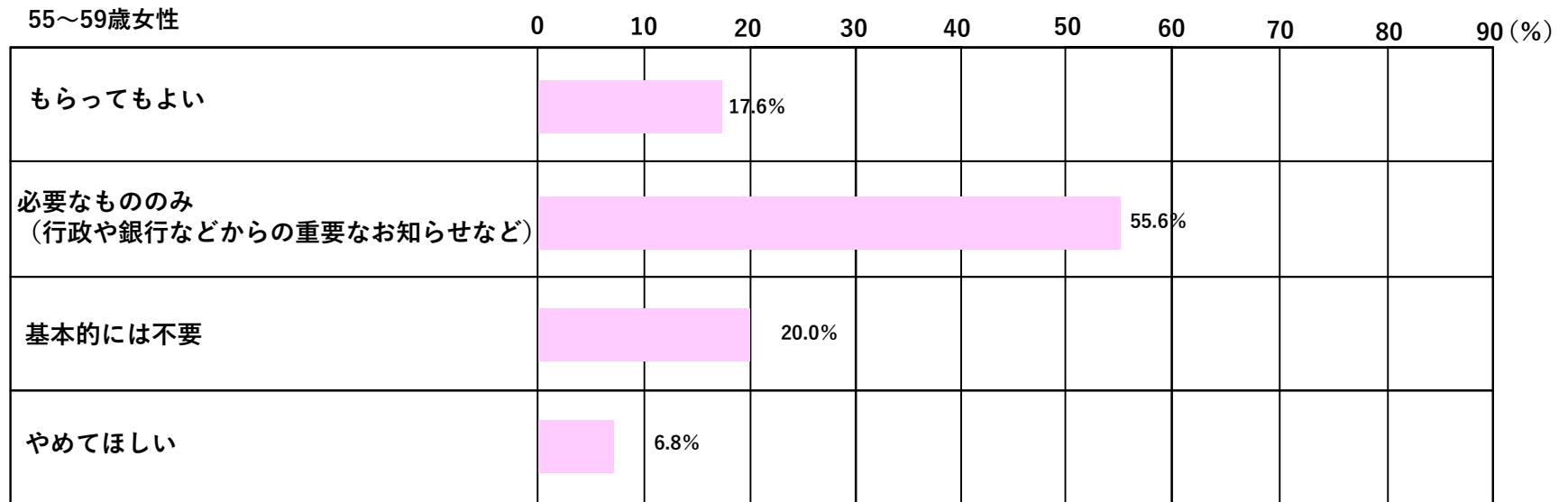


## Q3.企業やお店などからのメールマガジンは、歓迎しますか（1つ選択）



●55～59歳男性では、すべての属性の中で「もらってよい」という意見のスコアが最も高くなっている

### Q3.企業やお店などからのメールマガジンは、歓迎しますか（1つ選択）



●55～59歳女性では、すべての属性の中で「必要なもののみ」という意見のスコアが最も高くなっている

### Q3-1. 前問で歓迎【もらってもよい】を選択した方にお聞きします。どんなメールマガジンをよく読まれますか（3つまで選択可）

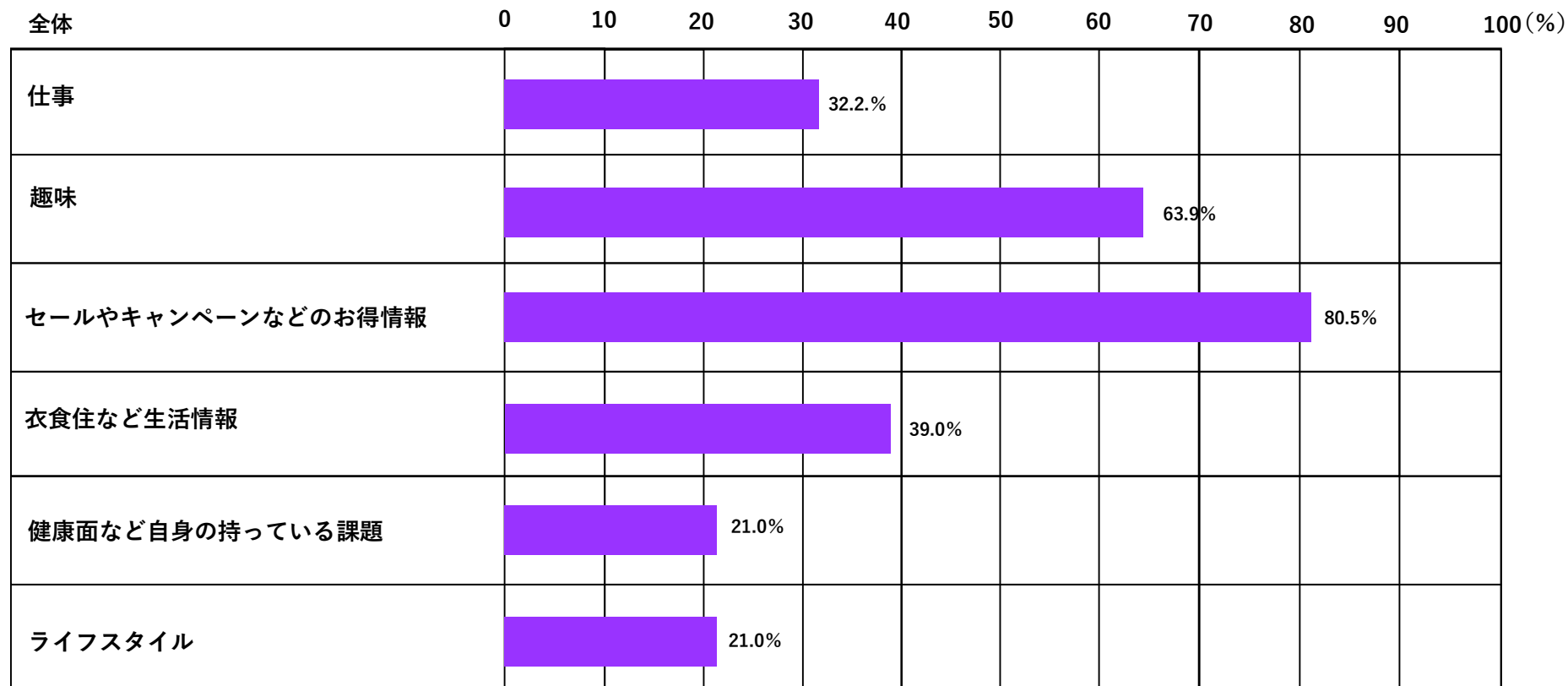
最頻値の回答

二番目の回答

	全体 N=205	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
仕事	66 32.2%	52 46.8%	14 14.9%	27 26.2%	39 38.2%	21 39.6%	6 12.0%	31 53.4%	8 18.2%
趣味	131 63.9%	85 76.6%	46 48.9%	61 59.2%	70 68.6%	40 75.5%	21 42.0%	45 77.6%	25 56.8%
セールやキャンペーンなどのお得情報	165 80.5%	84 75.7%	81 86.2%	84 81.6%	81 79.4%	41 77.4%	43 86.0%	43 74.1%	38 86.4%
衣食住など生活情報	80 39.0%	31 27.9%	49 52.1%	40 38.8%	40 39.2%	14 26.4%	26 52.0%	17 29.3%	23 52.3%
健康面など自身の持っている課題	43 21.0%	20 18.0%	23 24.5%	21 20.4%	22 21.6%	7 13.2%	14 28.0%	13 22.4%	9 20.5%
ライフスタイル	79 21.0%	13 11.7%	18 19.1%	22 21.4%	9 8.8%	6 11.3%	16 32.0%	7 12.1%	2 4.5%

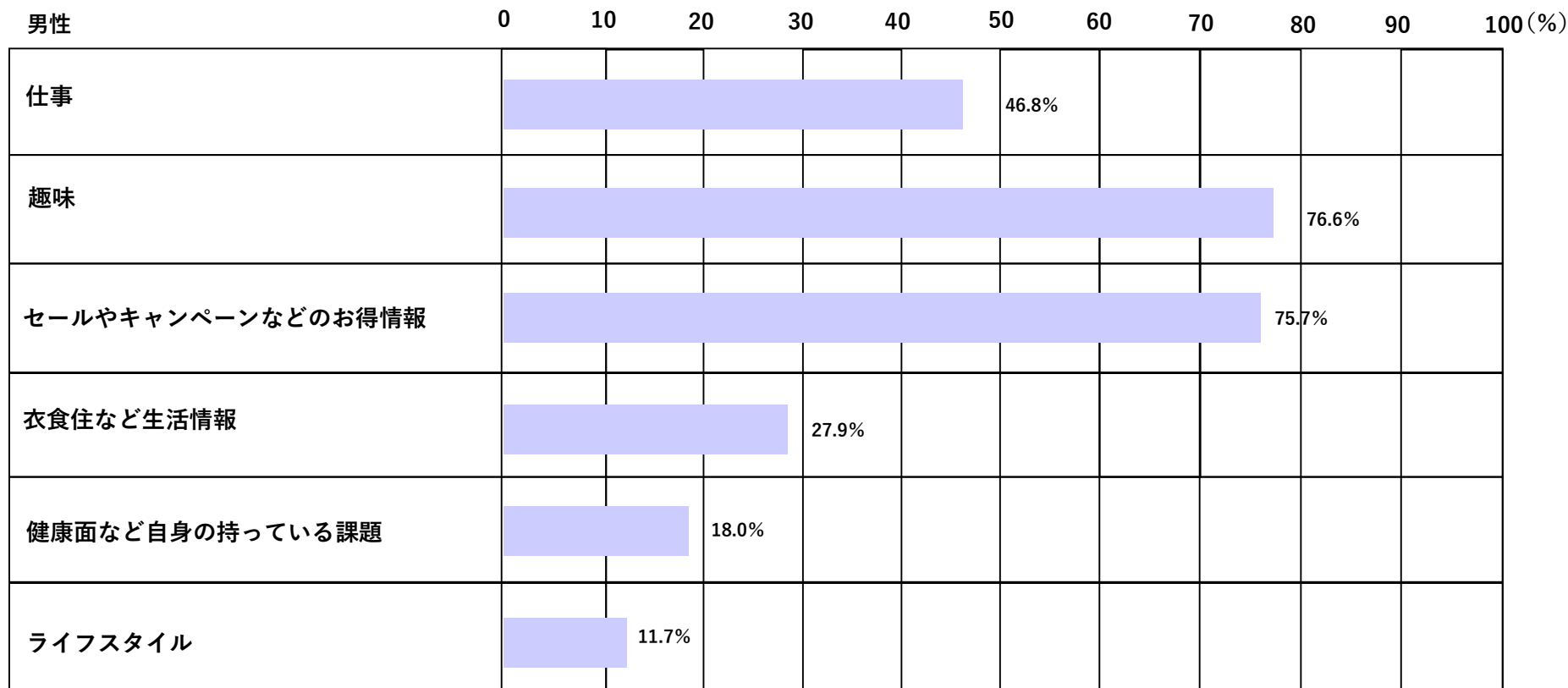
- ほとんどの属性において「セールやキャンペーンなどのお得情報」がトップの回答。次いで「趣味」が続いている
- 女性では「衣食住など生活情報」のニーズが高い傾向がある

Q3-1. 前問で歓迎【もらってもよい】を選択した方にお聞きします。どんなメールマガジンをよく読まれますか（3つまで選択可）



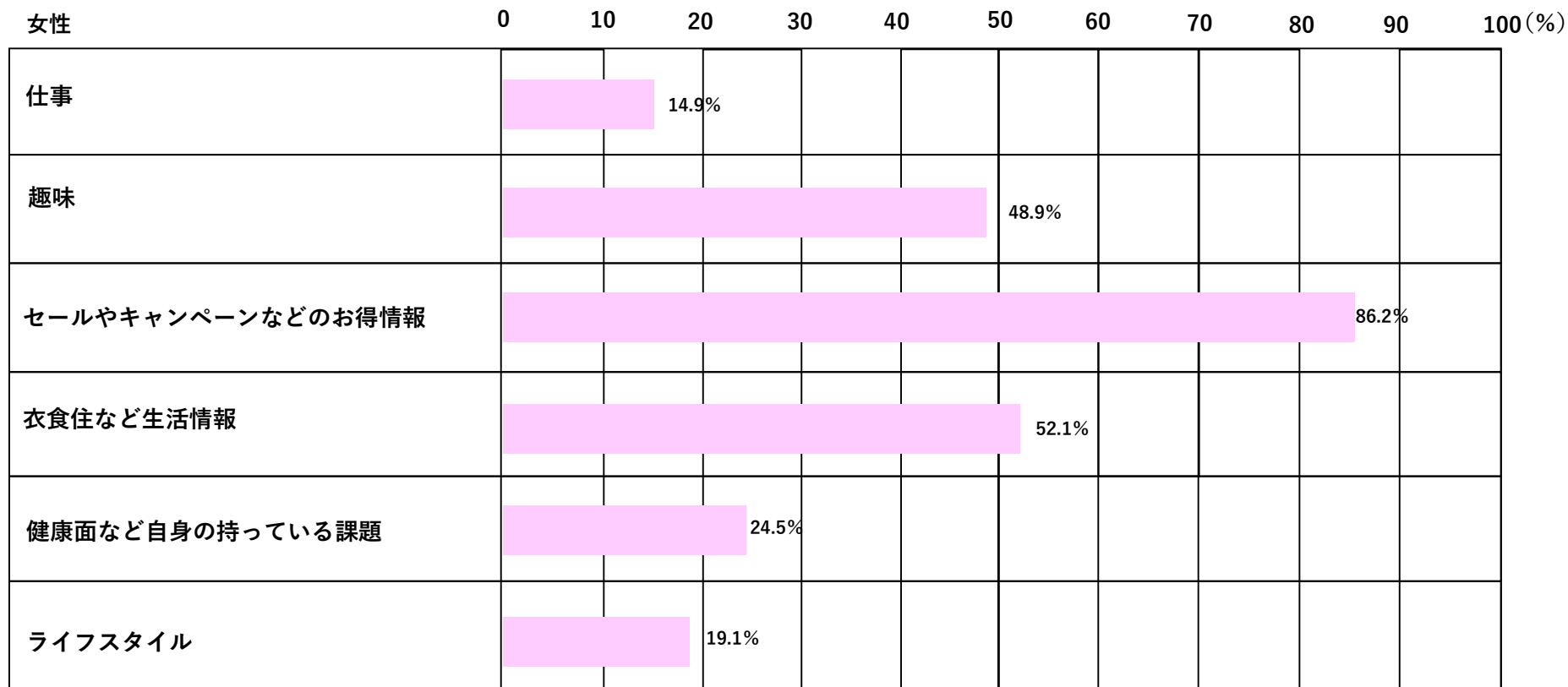
●全体の傾向として「セールやキャンペーンなどのお得情報」がトップの回答。次いで「趣味」が続いている

Q3-1. 前問で歓迎【もらってもよい】を選択した方にお聞きします。どんなメールマガジンをよく読まれますか（3つまで選択可）



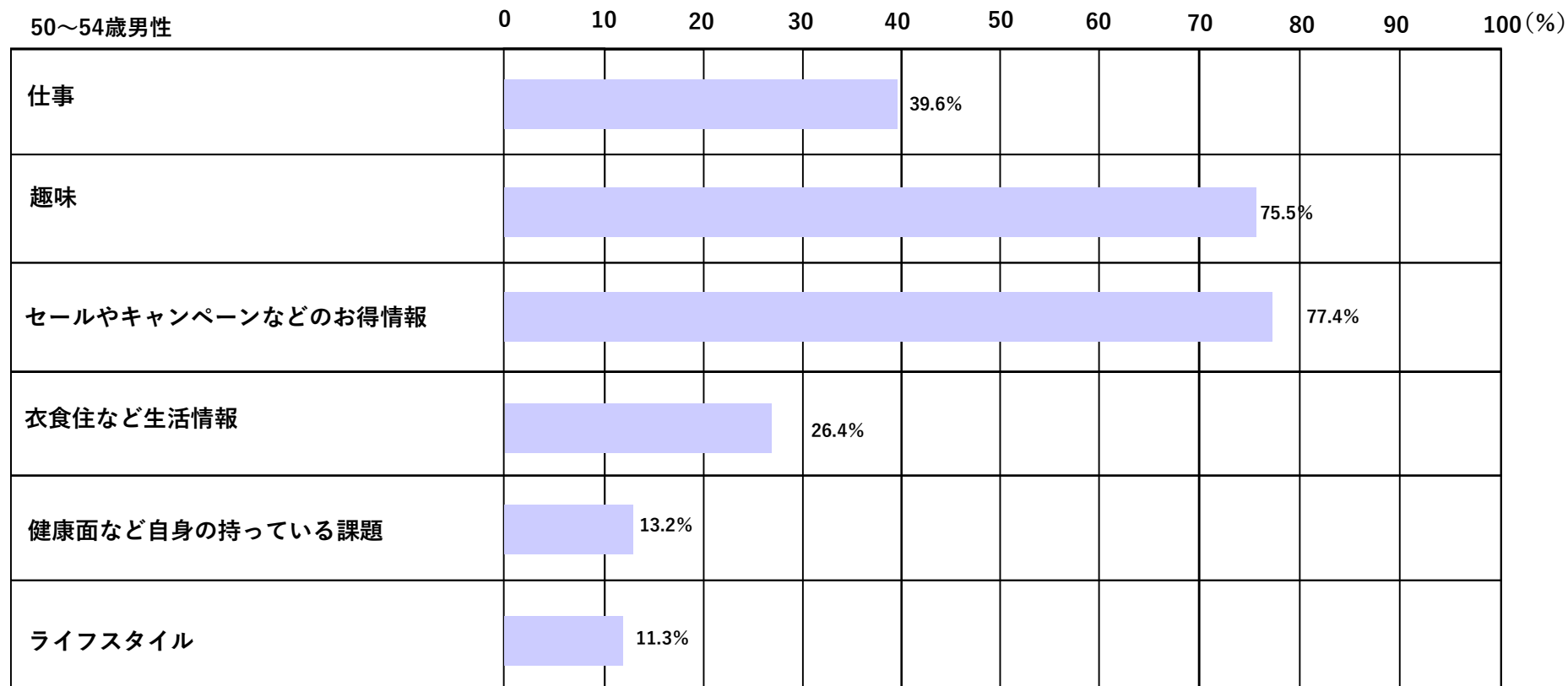
- 男性では「趣味」のメールマガジンが、「セールやキャンペーンなどのお得情報」を上回って読まれている
- 「仕事」に関わるメールマガジンも読まれる傾向にある
- 生活や健康、ライフスタイルに関するものは読まれる率が低い

Q3-1. 前問で歓迎【もらってもよい】を選択した方にお聞きします。どんなメールマガジンをよく読まれますか（3つまで選択可）



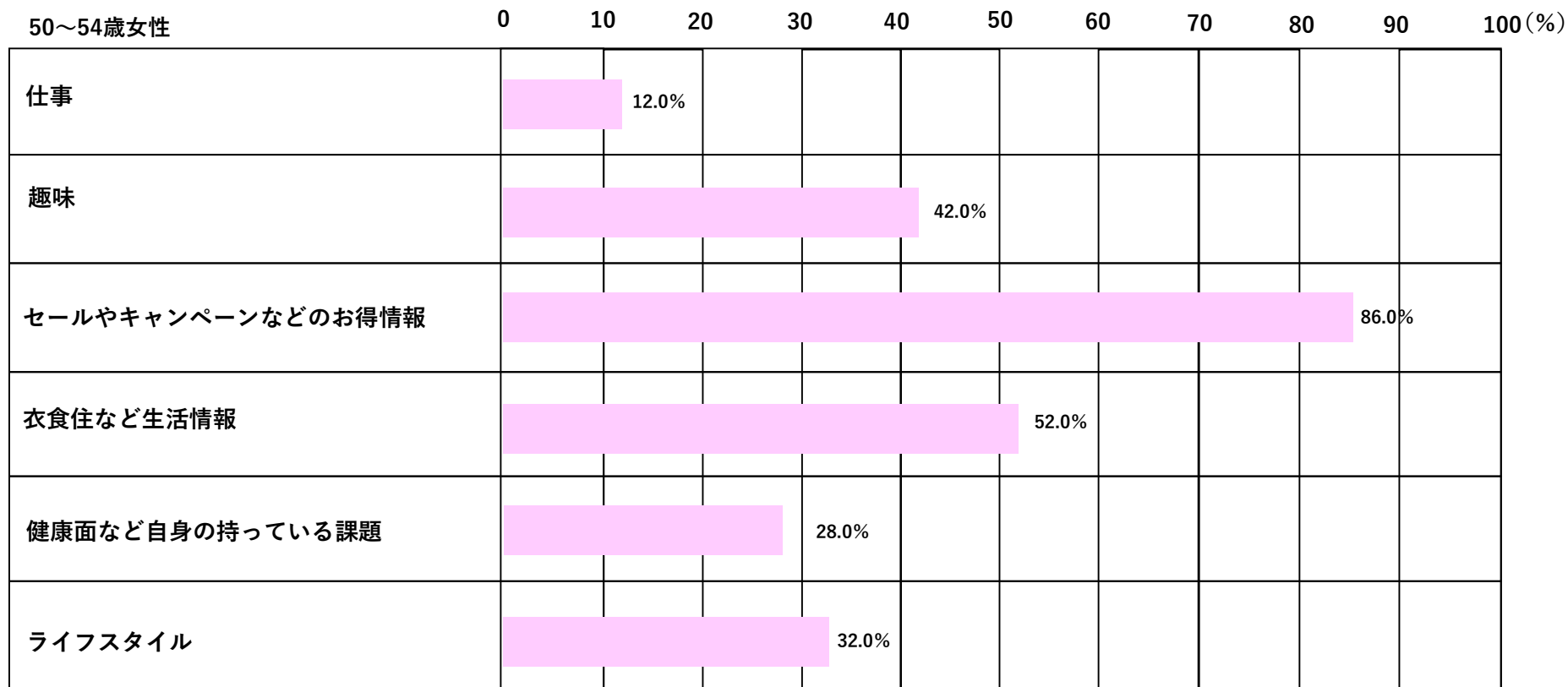
- 女性では「セールやキャンペーンなどのお得情報」が、非常に高い割合で読まれている
- 「衣食住など生活情報」も半数以上で読まれている
- 「仕事」に関するものは、男性に比べ、読まれる率が著しく低い

Q3-1. 前問で歓迎【もらってもよい】を選択した方にお聞きします。どんなメールマガジンをよく読まれますか（3つまで選択可）



- 50～54歳男性では「セールやキャンペーンなどのお得情報」と「趣味」が、非常に高い割合で読まれている
- 「衣食住など生活情報」は、女性の約50%程度しか読まれていない
- 「仕事」に関するものも約40%に読まれている

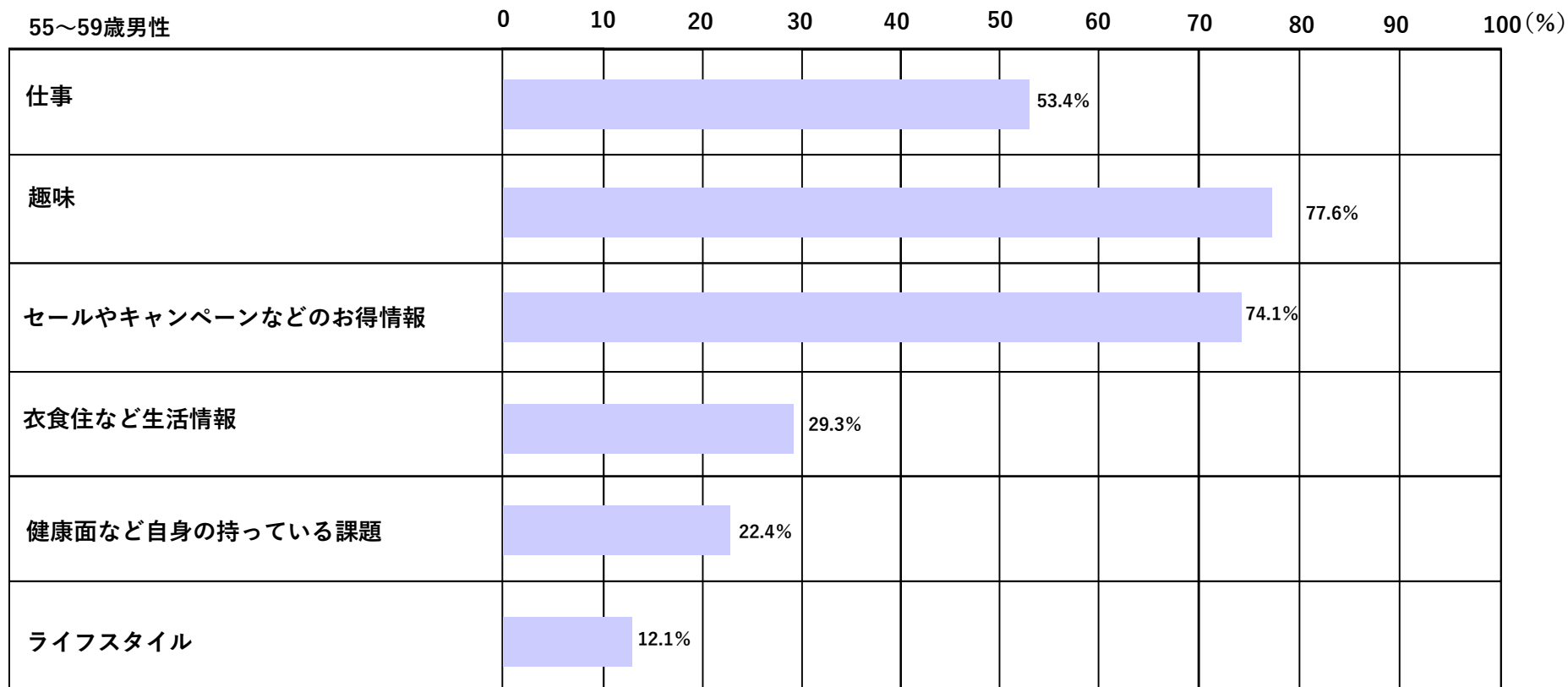
Q3-1. 前問で歓迎【もらってもよい】を選択した方にお聞きします。どんなメールマガジンをよく読まれますか（3つまで選択可）



- 50～54歳女性では「ライフスタイル」に関するメールマガジンの読まれている率が全属性の中で、最も高くなっている
- 逆に「趣味」に関するメールマガジンの読まれている率が全属性の中で、最も低くなっている



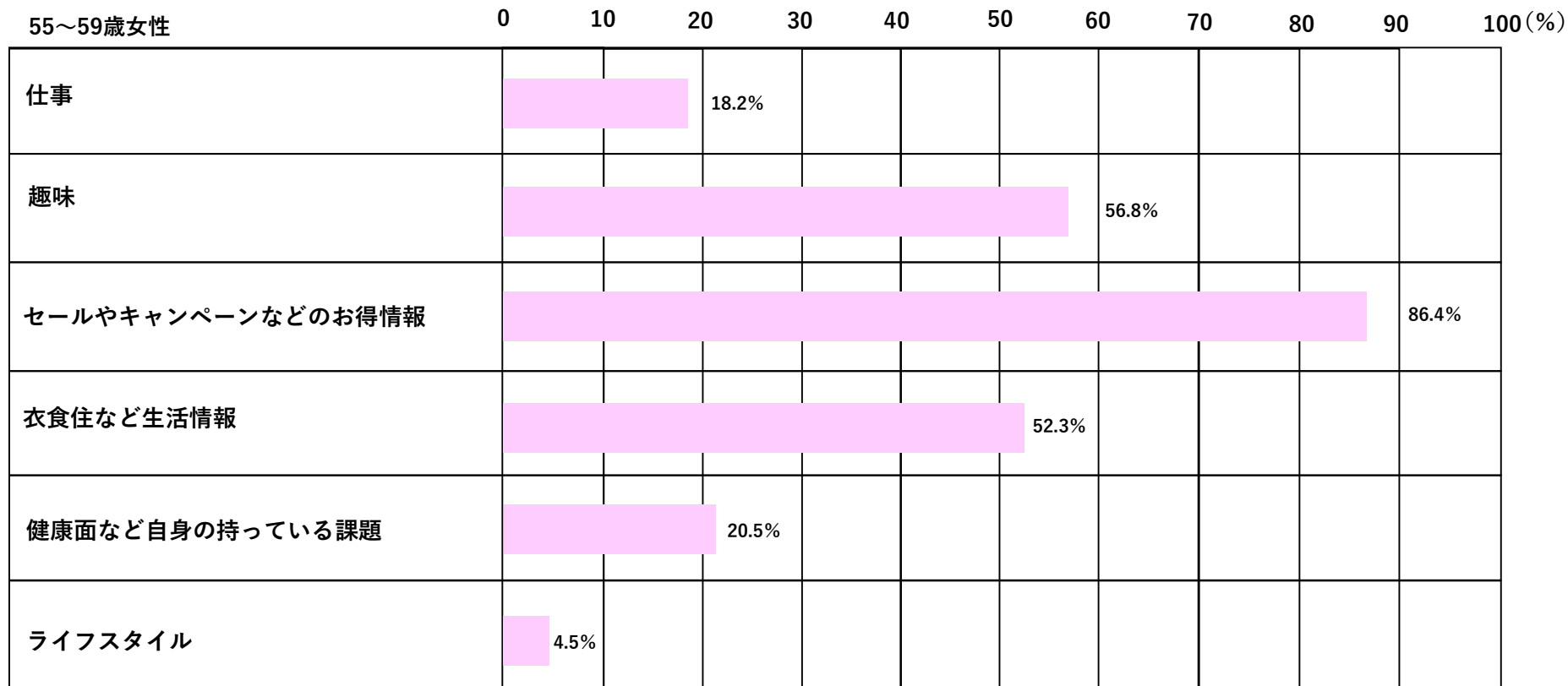
Q3-1. 前問で歓迎【もらってもよい】を選択した方にお聞きします。どんなメールマガジンをよく読まれますか（3つまで選択可）



●55～59歳男性では「仕事」に関するメールマガジンの読まれている率が全属性の中で、最も高くなっている

●逆に「セールやキャンペーンなどのお得情報」に関するメールマガジンの読まれている率が全属性の中で、最も低くなっている

Q3-1. 前問で歓迎【もらってもよい】を選択した方にお聞きします。どんなメールマガジンをよく読まれますか（3つまで選択可）



●55～59歳女性では「仕事」・「ライフスタイル」に関するメールマガジンの読まれている率が、全属性の中で、最も低くなっている

Q3-2. 前問で【必要なもののみ／基本的には不要／やめてほしい】を選択した方に、その理由をおききします（1つ選択）

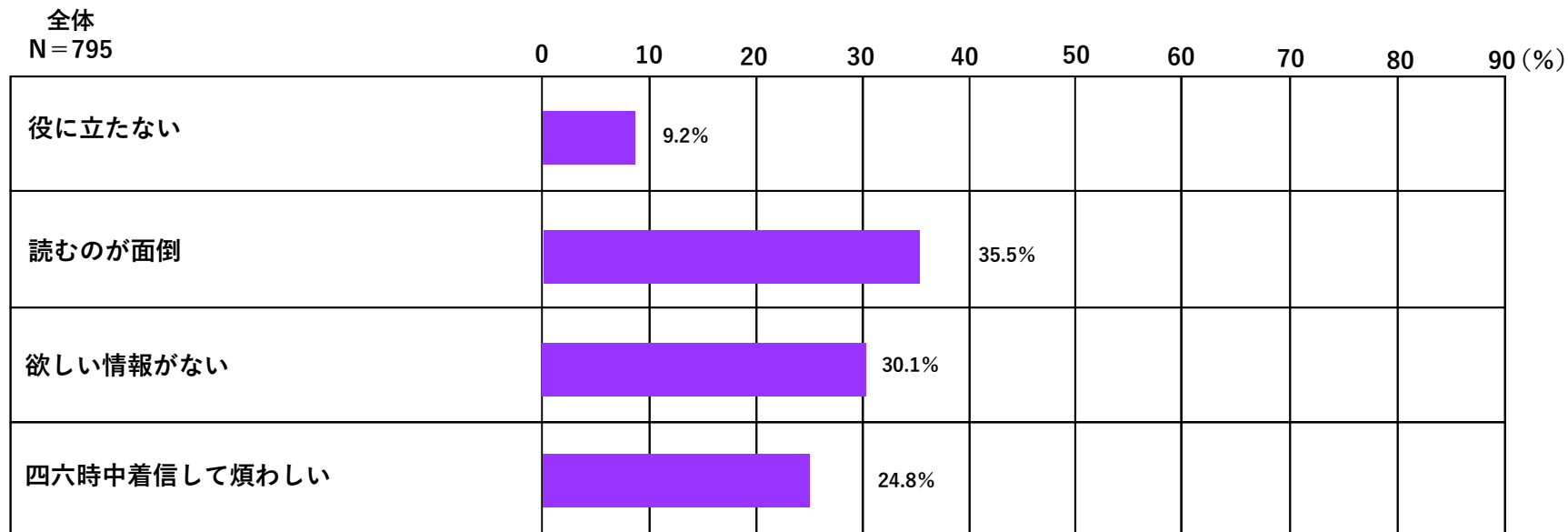
■ 最頻値の回答

■ 二番目の回答

	全体 N=795	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
役に立たない	73 9.2%	52 13.4%	21 5.2%	32 8.1%	41 10.3%	21 10.7%	11 5.5%	31 16.1%	10 4.9%
読むのが面倒	282 35.5%	118 30.3%	164 40.4%	142 35.8%	140 35.2%	64 32.5%	78 39.0%	54 28.1%	86 41.7%
欲しい情報がない	239 30.1%	122 31.4%	117 28.8%	124 31.2%	115 28.9%	63 32.0%	61 30.5%	59 30.7%	56 27.2%
四六時中着信して煩わしい	197 24.8%	96 24.7%	101 24.9%	98 24.7%	99 24.9%	49 24.9%	49 24.5%	47 24.5%	52 25.2%

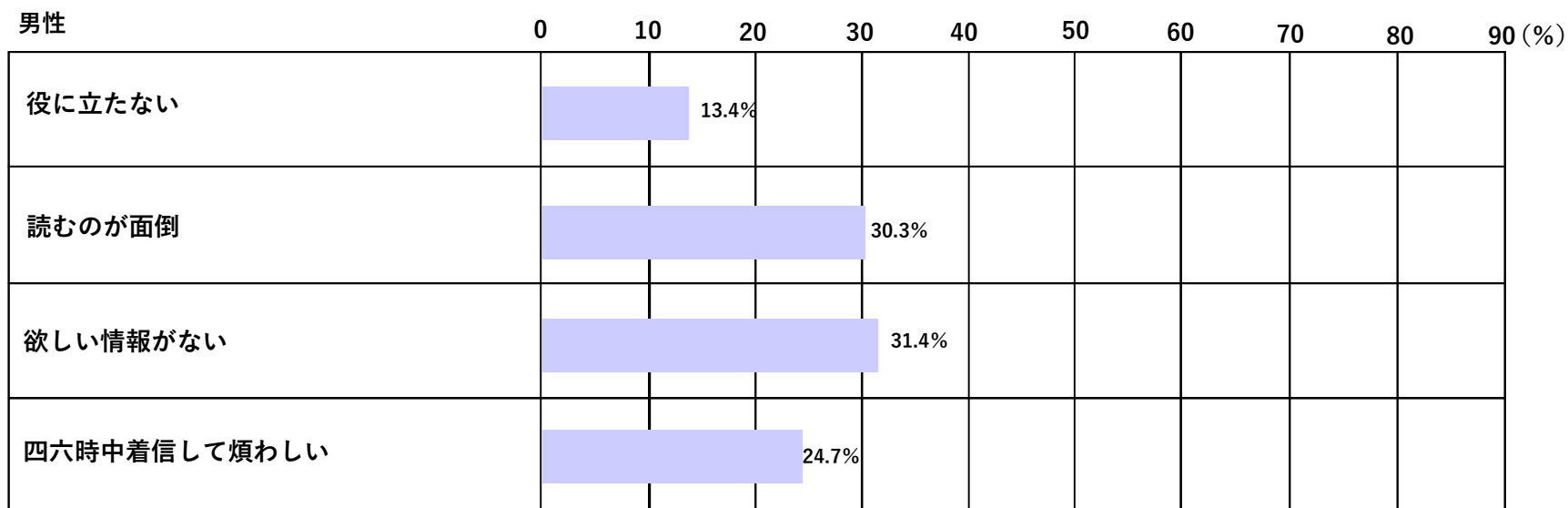
- 上位回答は「読むのが面倒」と「欲しい情報がない」に集中している
- 「役に立たない」という回答は予想外に低い
- 男女間、年齢階級間において、傾向の際立った特徴は見受けられない

Q3-2. 前問で【必要なもののみ／基本的には不要／やめてほしい】を選択した方に、その理由をおききします（1つ選択）



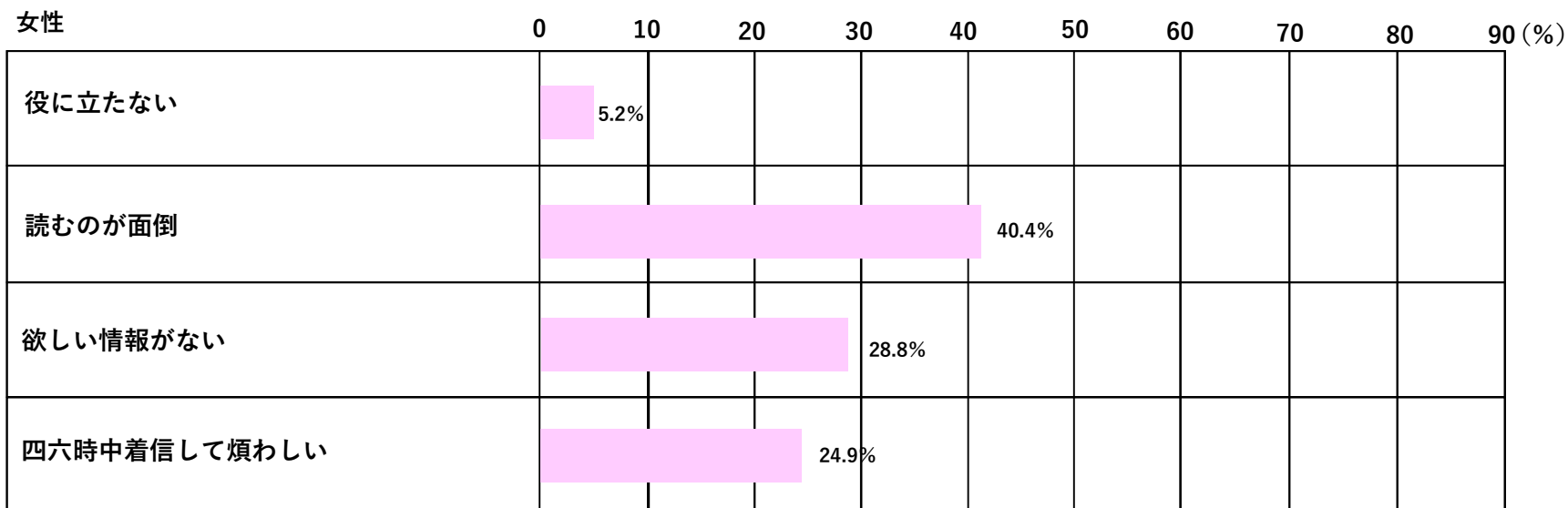
●全体では、「読むのが面倒」と「欲しい情報がない」を合計して65%を上回るスコアになっている

Q3-2. 前問で【必要なもののみ／基本的には不要／やめてほしい】を選択した方に、その理由をおききします（1つ選択）



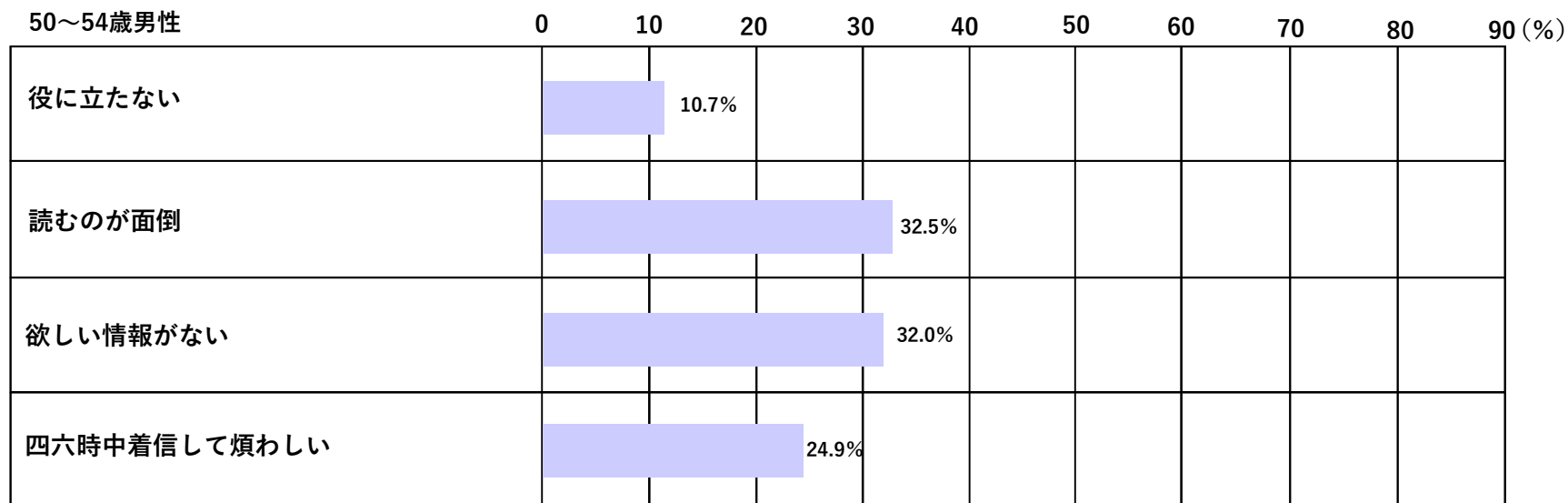
●男性では、全体の傾向と異なり、「欲しい情報がない」が理由のトップになっている

Q3-2. 前問で【必要なもののみ／基本的には不要／やめてほしい】を選択した方に、その理由をおききします（1つ選択）



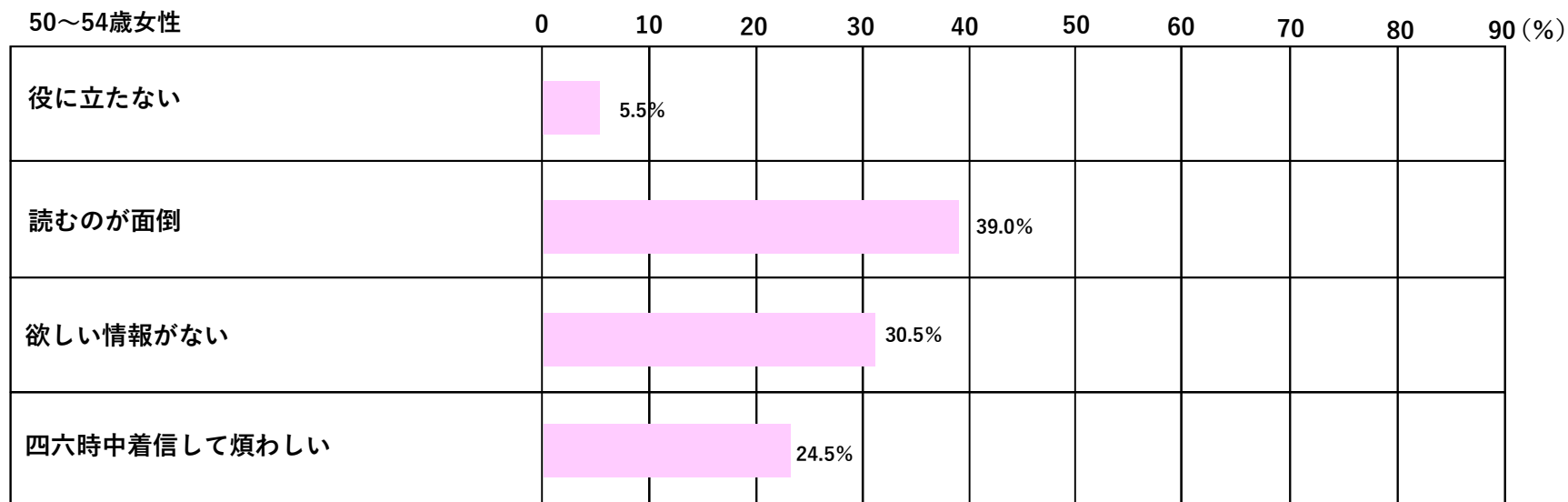
- 女性では、「読むのが面倒」が理由のトップで、男性を10%近く上回っている
- 逆に「役に立たない」という理由では、男性を大きく下回っている

Q3-2. 前問で【必要なもののみ／基本的には不要／やめてほしい】を選択した方に、その理由をおききします（1つ選択）



●50～54歳男性では、「読むのが面倒」と「欲しい情報がない」が理由として多く、ほぼ拮抗している

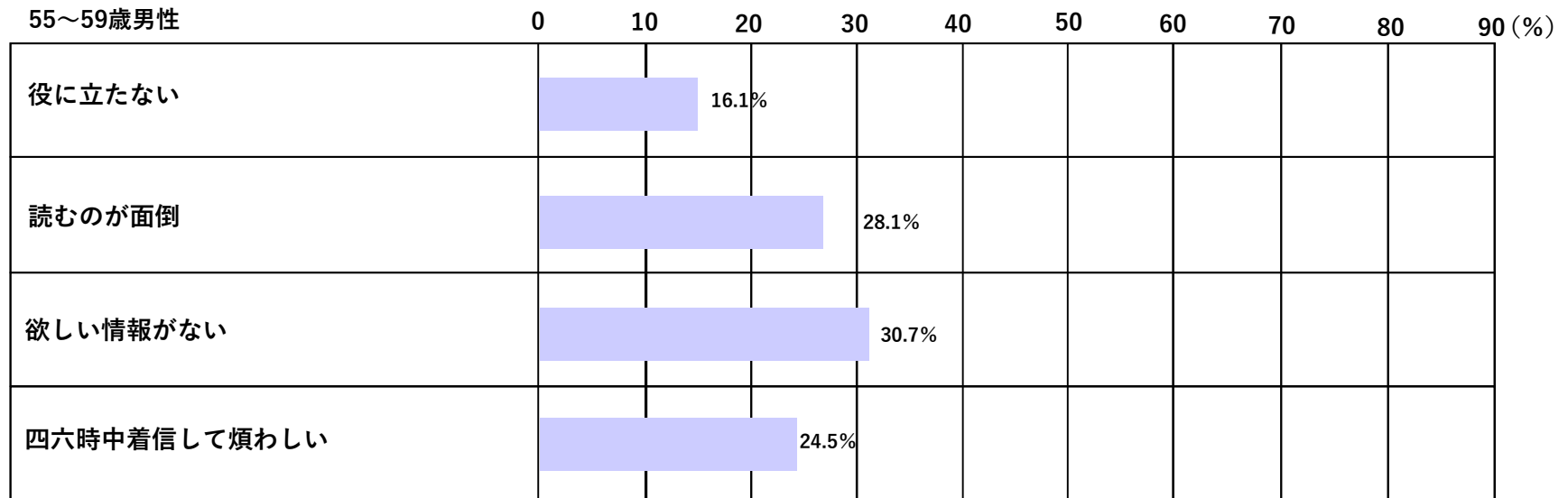
Q3-2. 前問で【必要なもののみ／基本的には不要／やめてほしい】を選択した方に、その理由をおききします（1つ選択）



●50～54歳女性では、同年代の男性と比べて「読むのが面倒」が理由として飛びぬけている

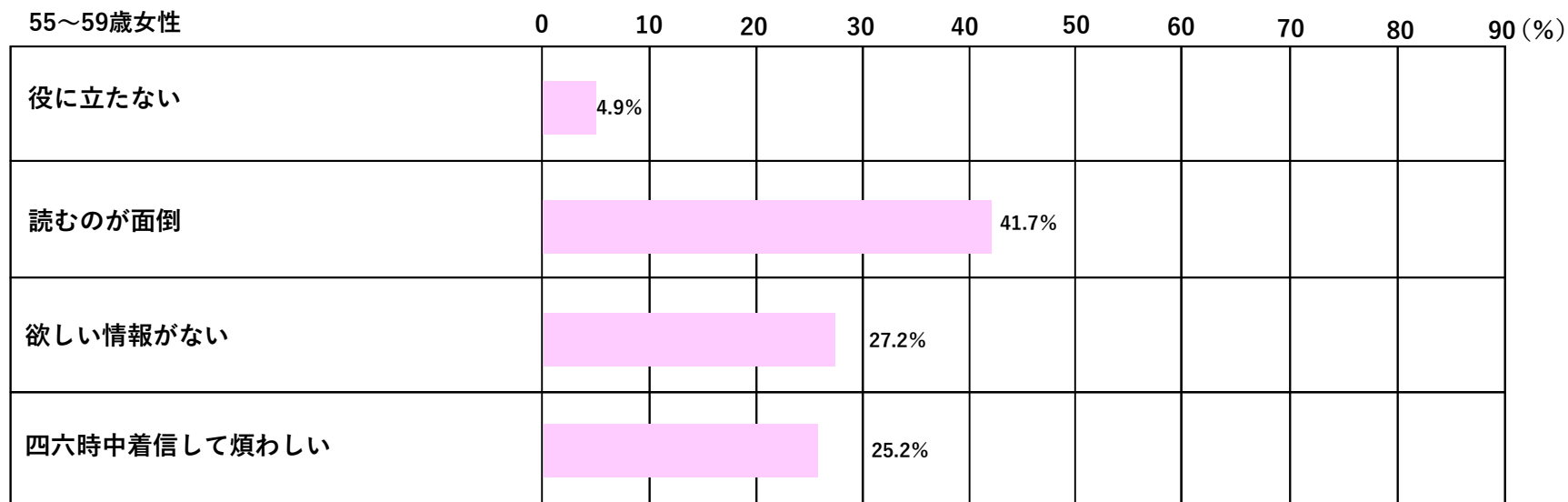


Q3-2. 前問で【必要なもののみ／基本的には不要／やめてほしい】を選択した方に、その理由をおききします（1つ選択）



●55～59歳男性では、他の属性と比べて「役に立たない」が理由として飛びぬけている

Q3-2. 前問で【必要なもののみ／基本的には不要／やめてほしい】を選択した方に、その理由をおききします（1つ選択）



●55～59歳女性では、他の属性と比べて「読むのが面倒」という理由のスコアが最も高くなっている

Q3-3. 前問で歓迎【もらってもよい】を選択した方にお聞きします。  
文字だけのテキストメールとHTMLメール（画像付きメール）の  
どちらが好ましいですか。（1つ選択）

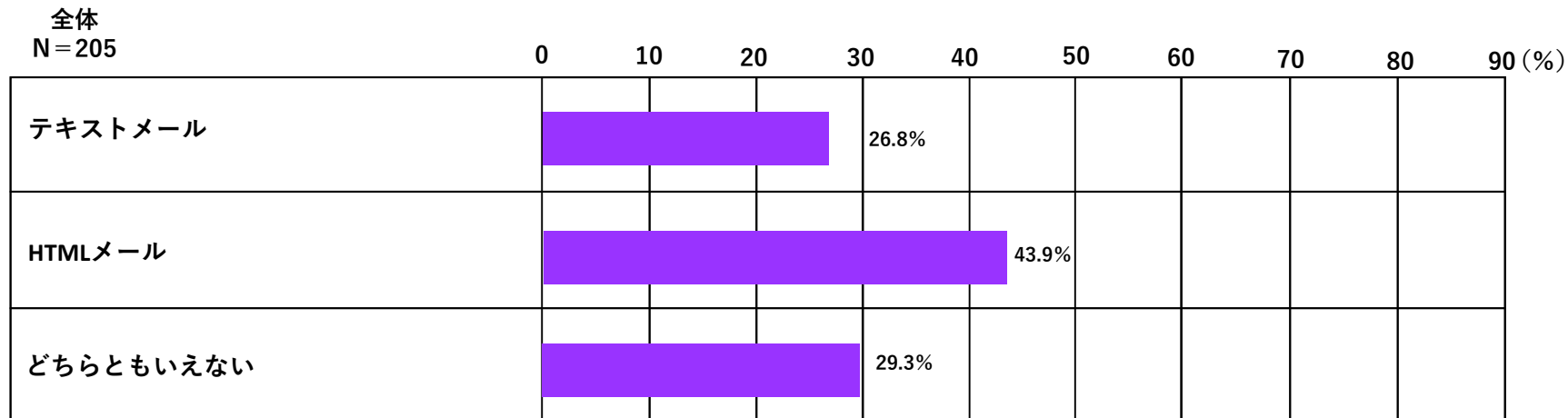
■ 最頻値の回答

■ 二番目の回答

	全体 N=205	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
テキストメール	55 26.8%	32 28.8%	23 24.5%	27 26.2%	28 27.5%	17 32.1%	10 20.0%	15 25.9%	13 29.5%
HTMLメール	90 43.9%	51 45.9%	39 41.5%	40 38.8%	50 49.0%	20 37.7%	20 40.0%	31 53.4%	19 43.2%
どちらともいえない	60 29.3%	28 25.2%	32 34.0%	36 35.0%	24 23.5%	16 30.2%	20 40.0%	12 20.7%	12 27.3%

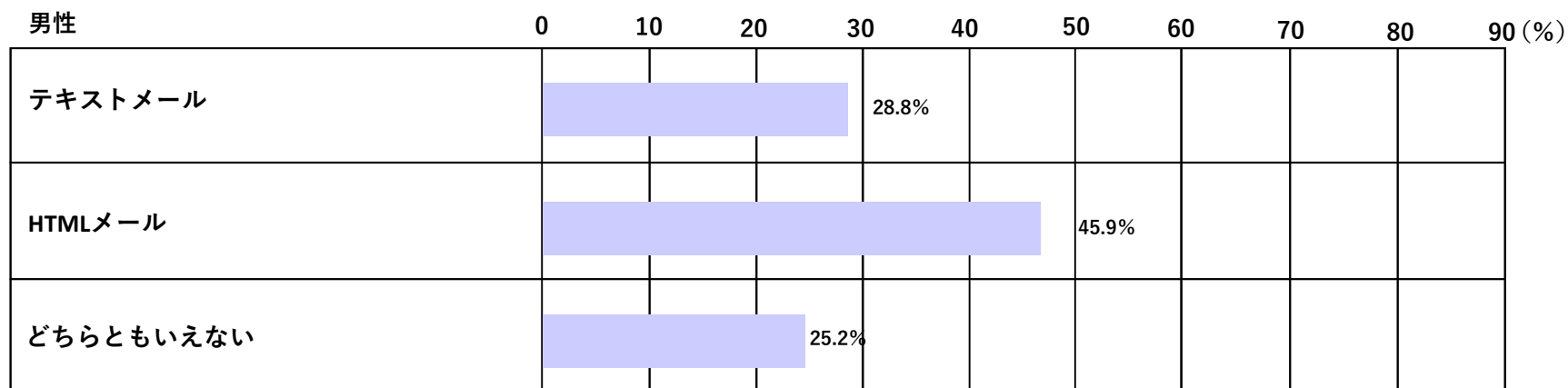
●男女、年齢階級を問わず、すべての属性で、HTMLメールが好ましいという回答となった

Q3-3. 前問で歓迎【もらってもよい】を選択した方にお聞きします。  
文字だけのテキストメールとHTMLメール（画像付きメール）の  
どちらが好ましいですか。（1つ選択）



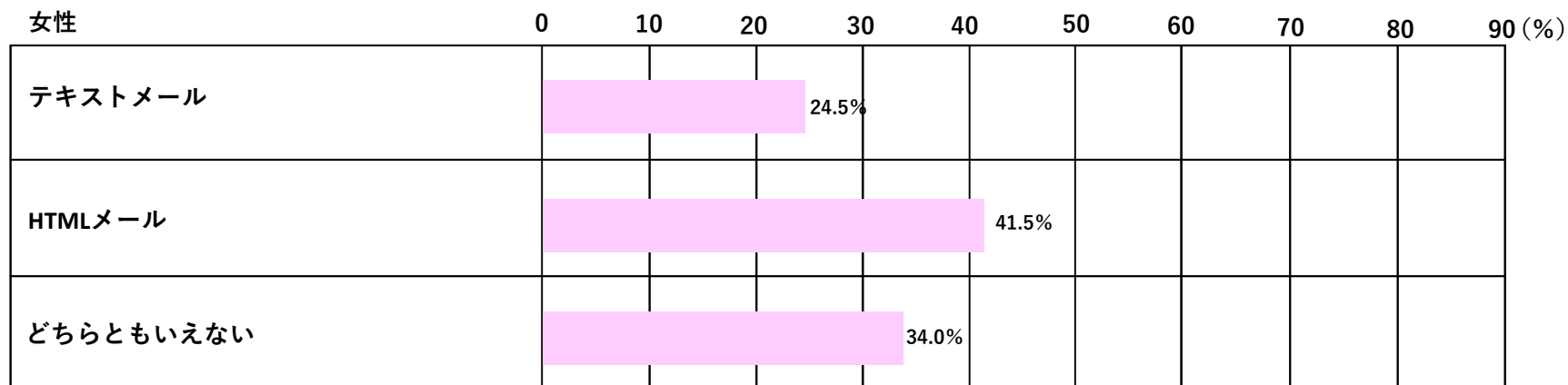
●全体では、HTMLメールの支持層がテキストメール支持層を17%程度上回っている

Q3-3. 前問で歓迎【もらってもよい】を選択した方にお聞きします。  
文字だけのテキストメールとHTMLメール（画像付きメール）の  
どちらが好ましいですか。（1つ選択）



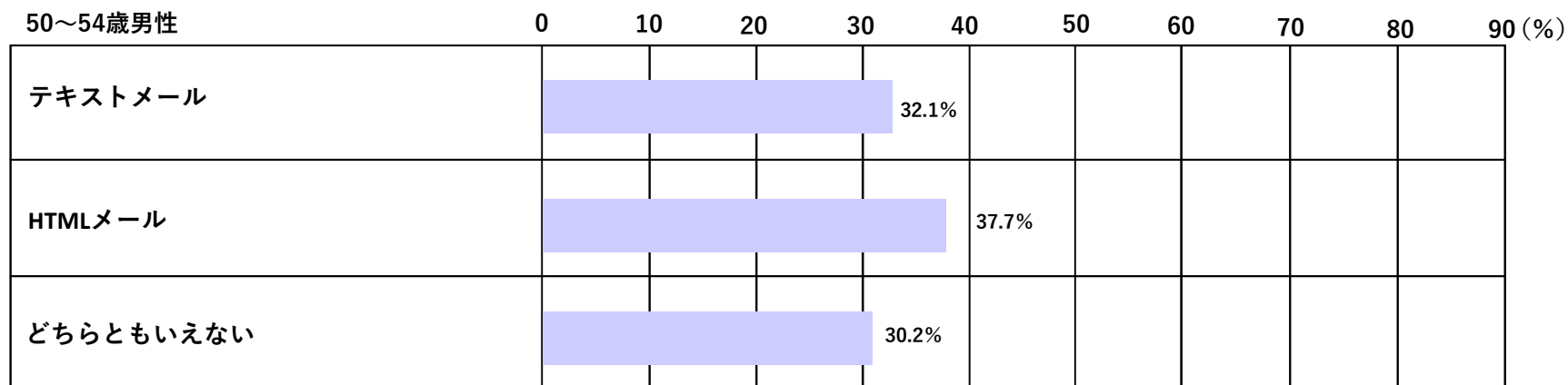
●男性では、HTMLメールの支持層がテキストメール支持層を17%程度上回っている

Q3-3. 前問で歓迎【もらってもよい】を選択した方にお聞きします。  
文字だけのテキストメールとHTMLメール（画像付きメール）の  
どちらが好ましいですか。（1つ選択）



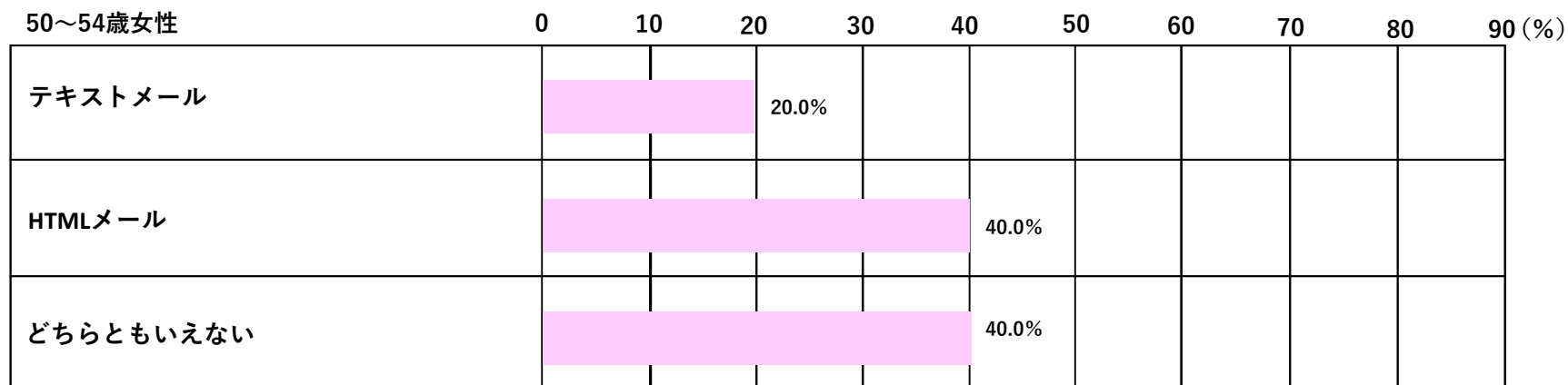
●女性では、HTMLメールかテキストメールかということに男性ほどこだわりがない

Q3-3. 前問で歓迎【もらってもよい】を選択した方にお聞きします。  
文字だけのテキストメールとHTMLメール（画像付きメール）の  
どちらが好ましいですか。（1つ選択）



●50～54歳男性では、HTMLメールとテキストメールで、大きな隔たりはない

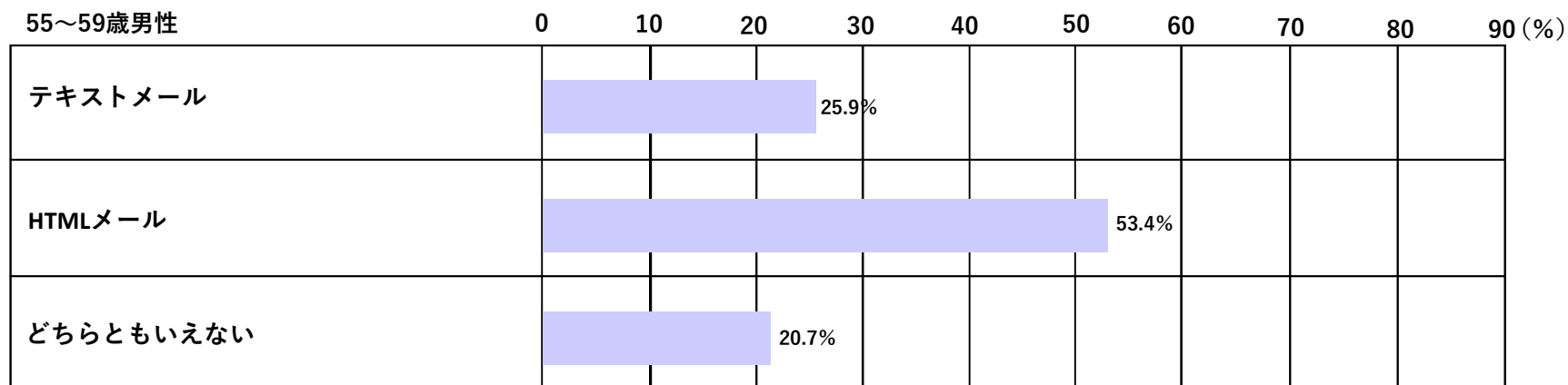
Q3-3. 前問で歓迎【もらってもよい】を選択した方にお聞きします。  
文字だけのテキストメールとHTMLメール（画像付きメール）の  
どちらが好ましいですか。（1つ選択）



●50～54歳女性では、HTMLメール支持層がとテキストメール支持層の2倍存在する。一方こだわりのない層も多い

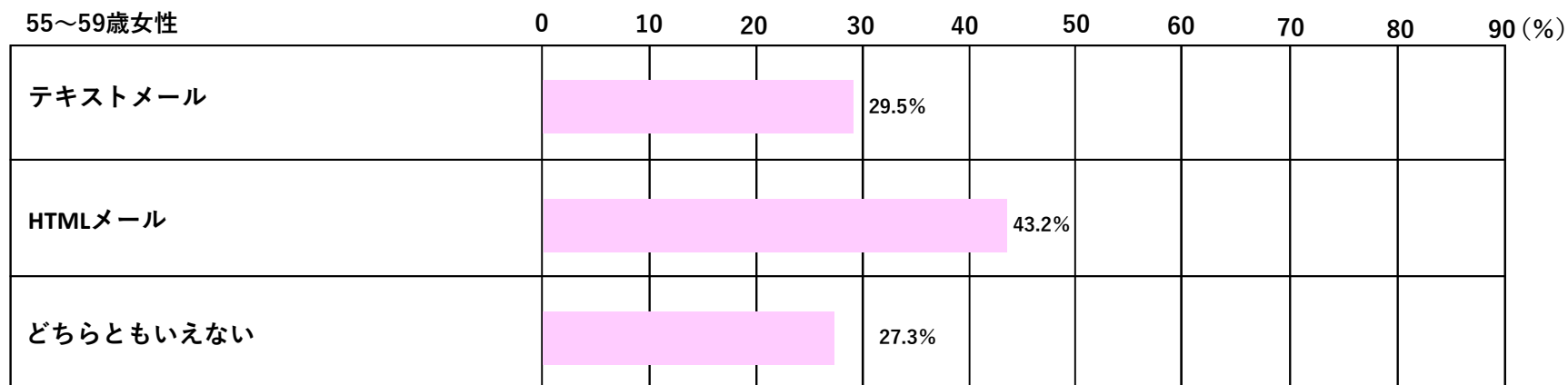


Q3-3. 前問で歓迎【もらってもよい】を選択した方にお聞きします。  
文字だけのテキストメールとHTMLメール（画像付きメール）の  
どちらが好ましいですか。（1つ選択）



●55～59歳男性では、HTMLメール支持層がテキストメール支持層の2倍以上。すべての属性の中で唯一50%を超えている

Q3-3. 前問で歓迎【もらってもよい】を選択した方にお聞きします。  
文字だけのテキストメールとHTMLメール（画像付きメール）の  
どちらが好ましいですか。（1つ選択）



●55～59歳女性では、ほぼ全体と近い傾向になっている

#### Q4. プライベートな時間にブログやWebを見る場合、 どのような目的で利用しますか（3つまで選択可）

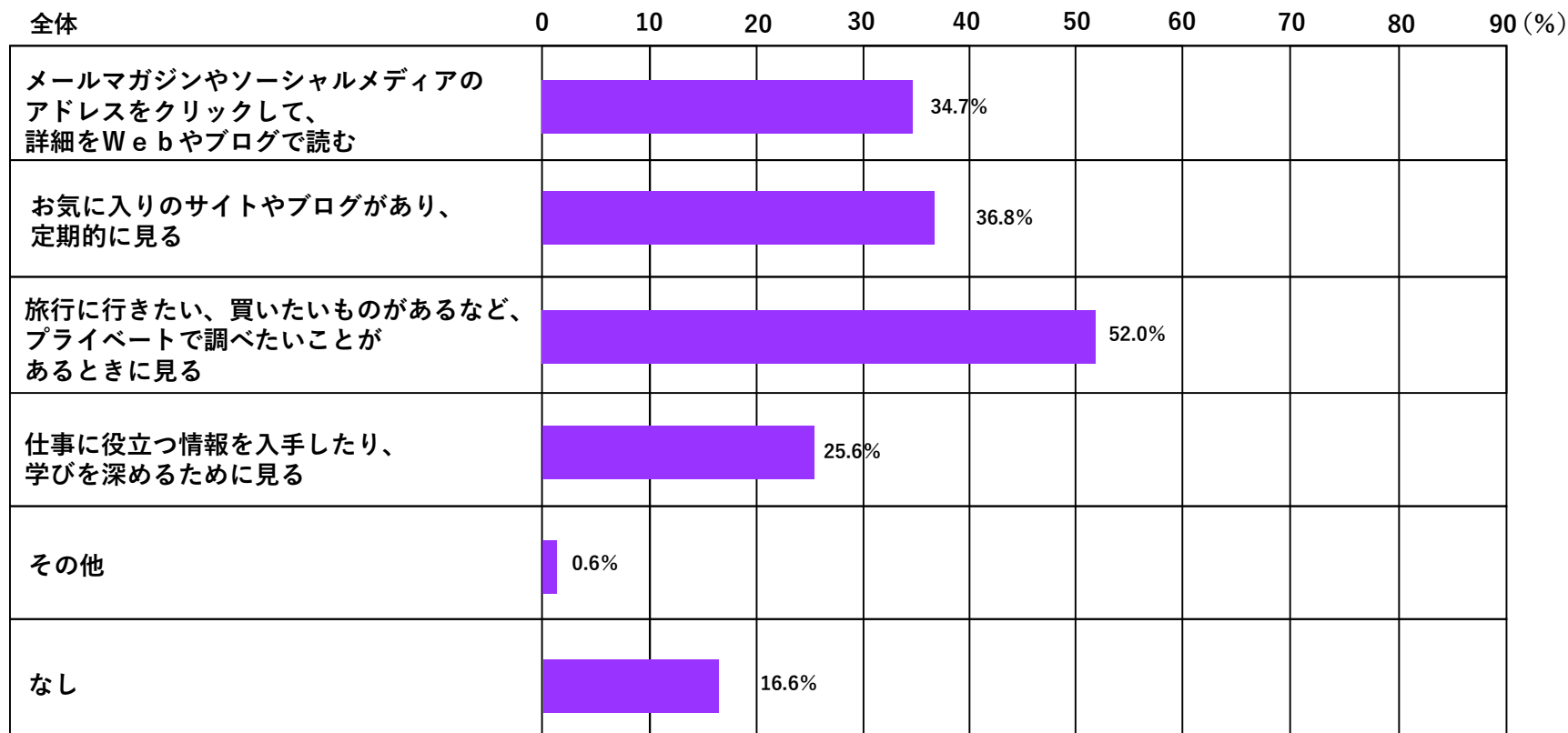
最頻値の回答

二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
メールマガジンやソーシャルメディアの アドレスをクリックして、 詳細をWebやブログで読む	347 34.7%	175 35.0%	172 34.4%	172 34.4%	175 35.0%	81 32.4%	91 36.4%	94 37.6%	81 32.4%
お気に入りのサイトやブログがあり、 定期的に見る	368 36.8%	168 33.6%	200 40.0%	183 36.6%	185 37.0%	85 34.0%	98 39.2%	83 33.2%	102 40.8%
旅行に行きたい、買いたいものがあるなど、 プライベートで調べたいことがある ときに見る	520 52.0%	232 46.4%	288 57.6%	262 52.4%	258 51.6%	115 46.0%	147 58.8%	117 46.8%	141 56.4%
仕事に役立つ情報を入手したり、 学びを深めるために見る	256 25.6%	150 30.0%	106 21.2%	113 22.6%	143 28.6%	64 25.6%	49 19.6%	86 34.4%	57 22.8%
その他	6 0.6%	5 1.0%	1 0.2%	1 0.2%	5 1.0%	1 0.4%	0 0.0%	4 1.6%	1 0.4%
なし	166 16.6%	95 19.0%	71 14.2%	91 18.2%	75 15.0%	53 21.2%	38 15.2%	42 16.8%	33 13.2%

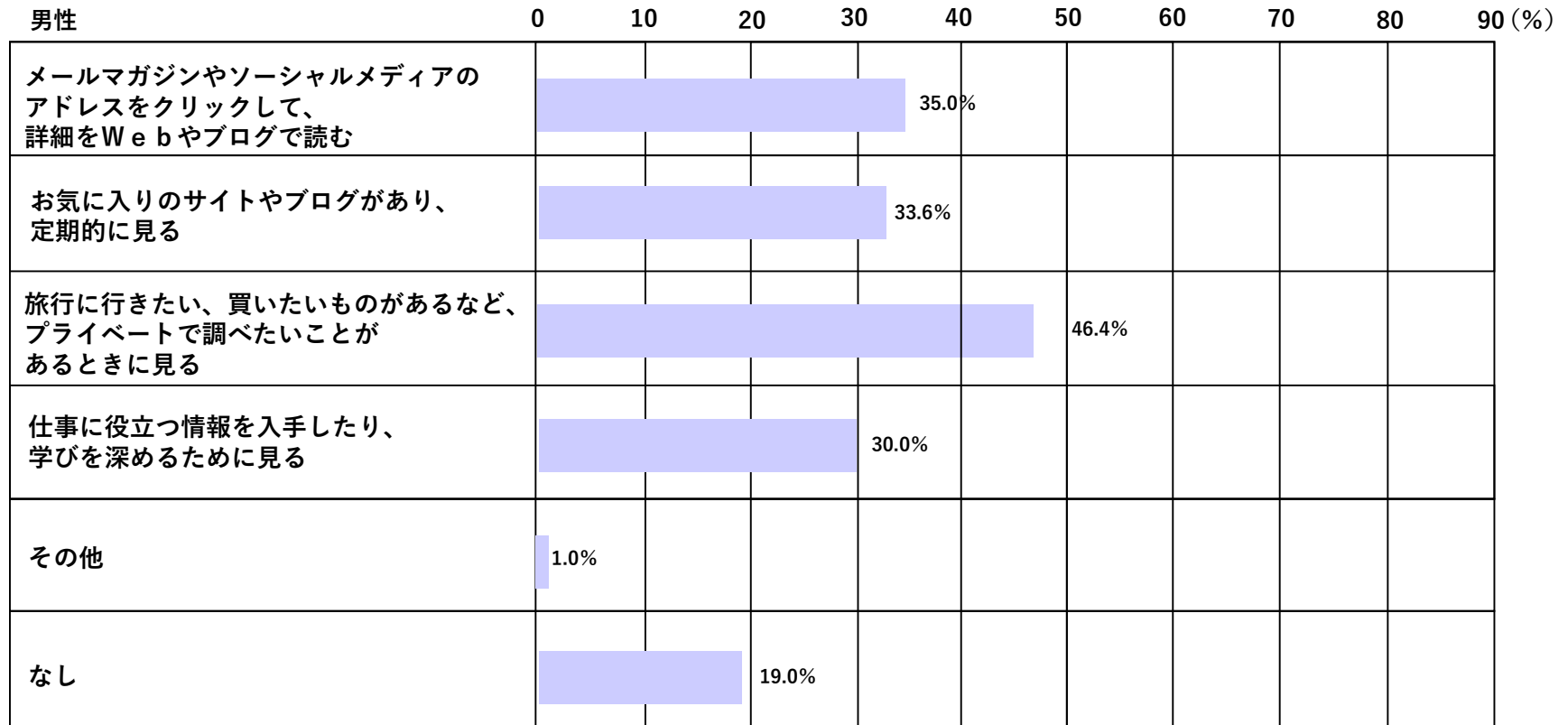
- すべての属性において「プライベートで調べたいことがあるときに見る」がトップ回答。
- それに次いで「お気に入りのサイトやブログがあり、定期的に見る」が多くなっているが、男性では「メールマガジンやソーシャルメディアのアドレスをクリックして、詳細をWebやブログで読む」傾向が強い

#### Q4. プライベートな時間にブログやWebを見る場合、 どのような目的で利用しますか（3つまで選択可）



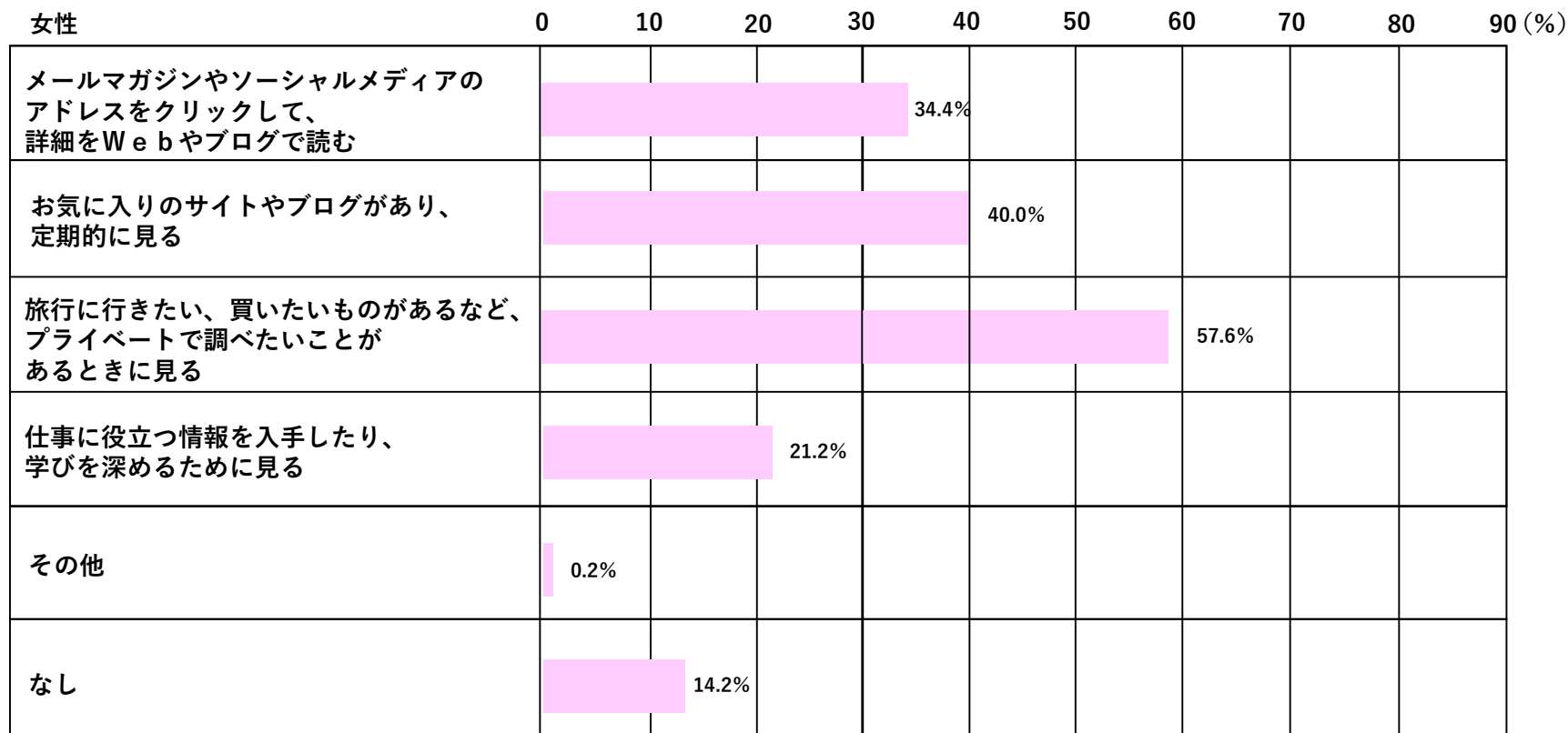
- 全体の傾向から見れば「プライベートで調べたいことがあるときに見る」がトップ回答。
- それに次いで「お気に入りのサイトやブログがあり、定期的に見る」、僅差で「メールマガジンやソーシャルメディアのアドレスをクリックして、詳細をWebやブログで読む」が続く

### Q4. プライベートな時間にブログやWebを見る場合、 どのような目的で利用しますか（3つまで選択可）



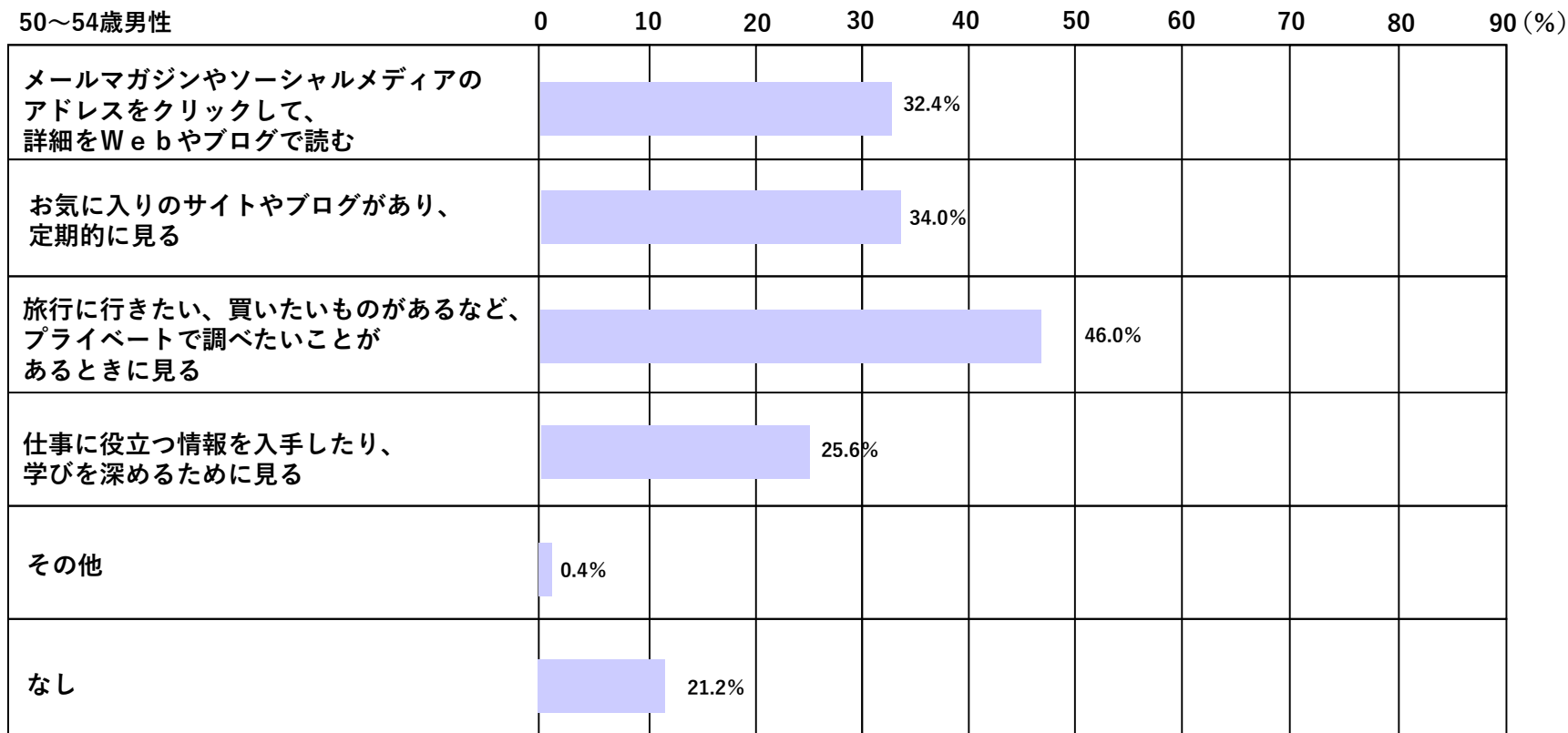
●男性では、メルマガやSNSを経由して詳細を調べる傾向が強くなっている

### Q4. プライベートな時間にブログやWebを見る場合、 どのような目的で利用しますか（3つまで選択可）



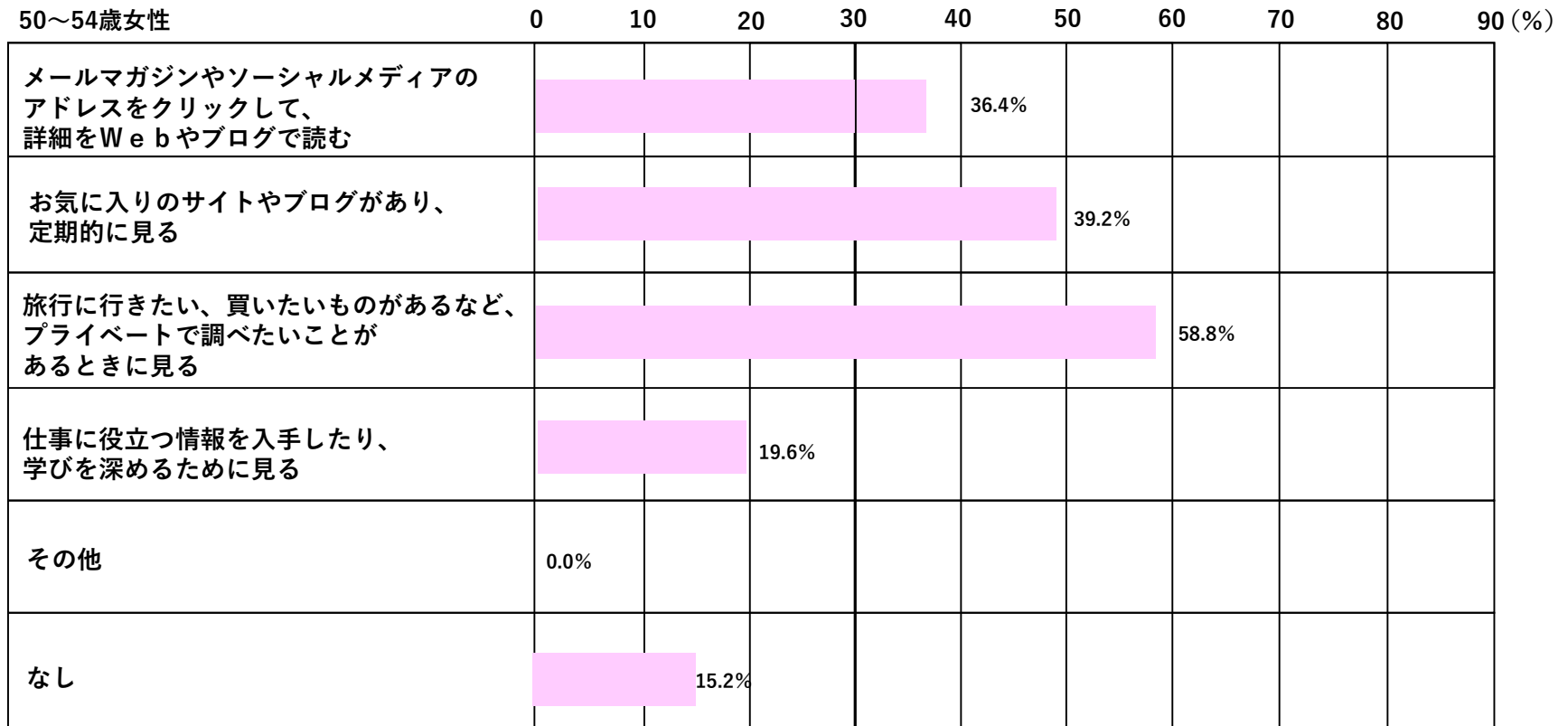
- 女性は男性に比べて、プライベートでの調べものにWebやブログを利用することが多い
- お気に入りのサイトやブログを定期的に見る傾向も男性より女性の方が強い

#### Q4. プライベートな時間にブログやWebを見る場合、 どのような目的で利用しますか（3つまで選択可）



●50～54歳男性は「プライベートで調べたいことがあるときに見る」という利用の仕方がすべての属性の中で最も低い

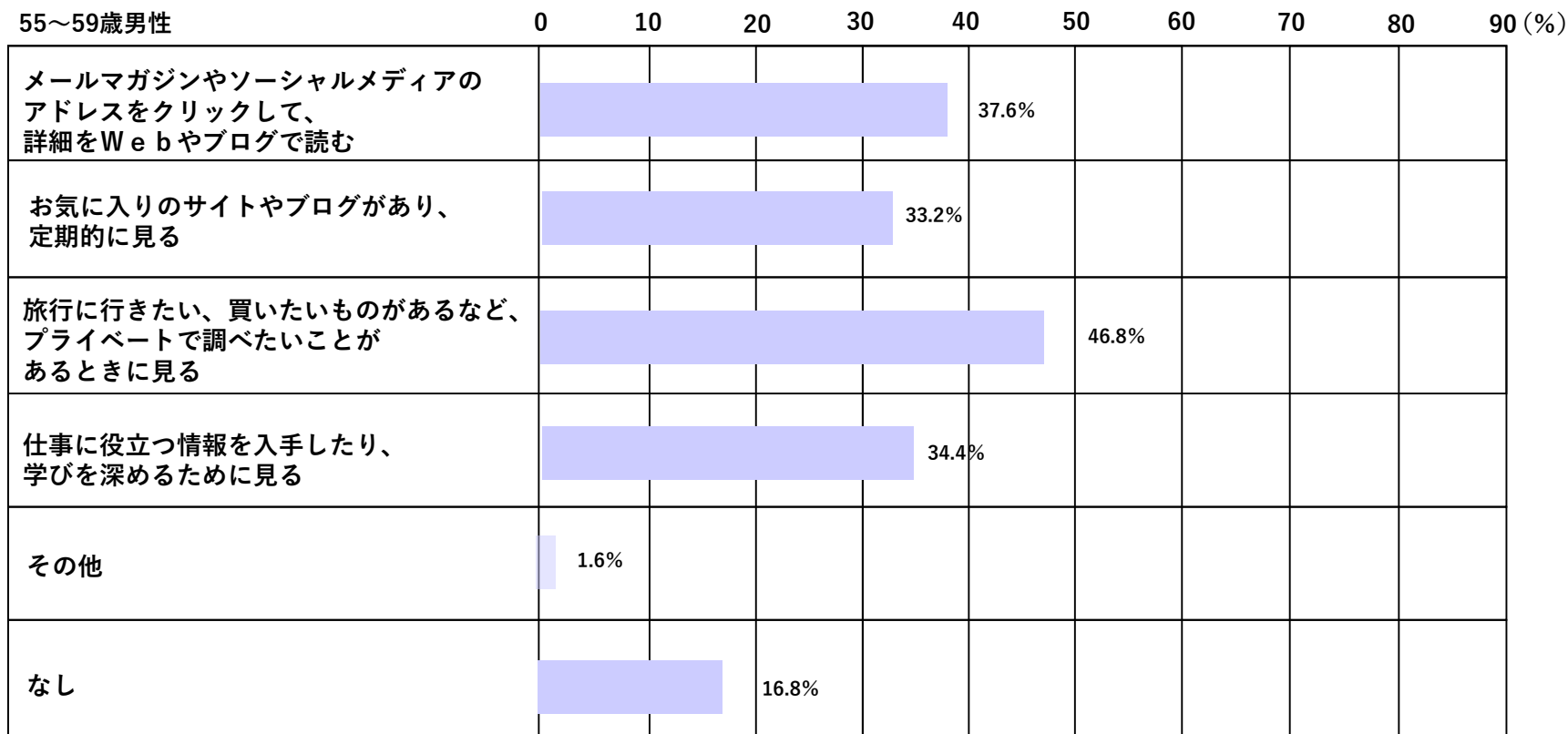
#### Q4. プライベートな時間にブログやWebを見る場合、 どのような目的で利用しますか（3つまで選択可）



●50～54歳女性は「プライベートで調べたいことがあるときに見る」という利用の仕方がすべての属性の中で最も活発である

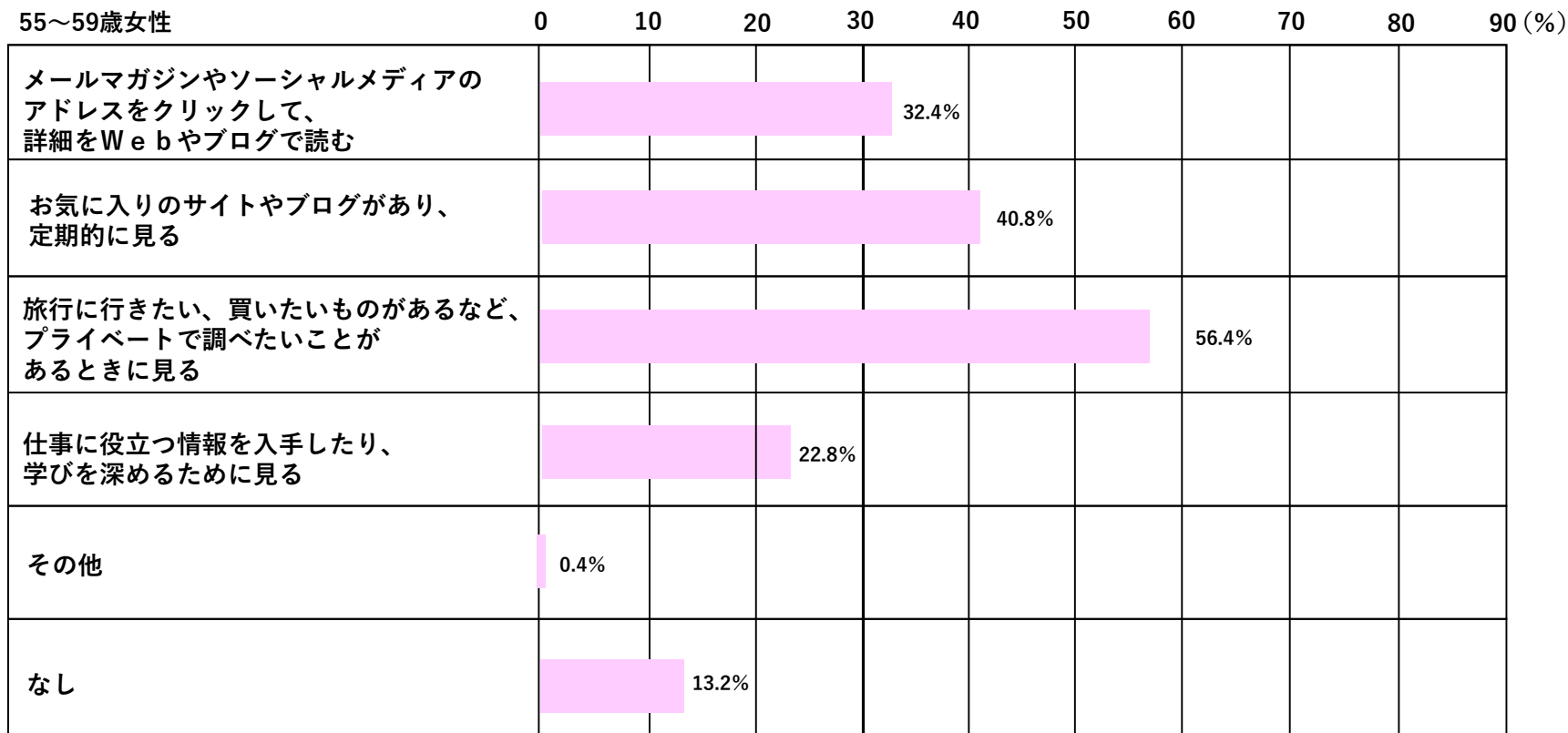


#### Q4. プライベートな時間にブログやWebを見る場合、 どのような目的で利用しますか（3つまで選択可）



- 55～59歳男性は「仕事に役立つ情報を入手したり、学びを深めるために見る」という利用の仕方がすべての属性の中で最も活発である

#### Q4. プライベートな時間にブログやWebを見る場合、 どのような目的で利用しますか（3つまで選択可）



- 55～59歳女性は「お気に入りのサイトやブログがあり、定期的に見る」という利用の仕方がすべての属性の中で最も活発である

## Q5. 以下のソーシャルネットワークワーキングサービス（SNS）を日常的に使用しますか （複数選択可）

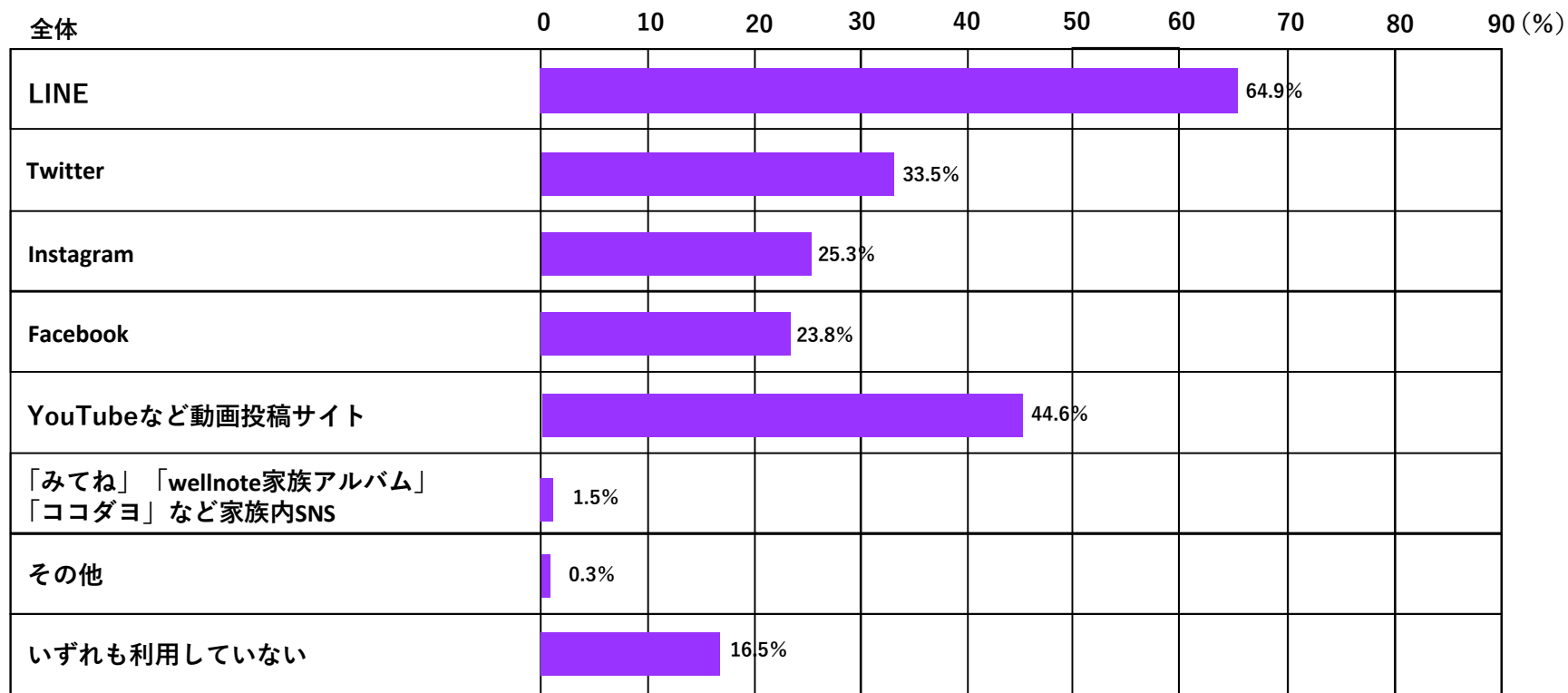
最頻値の回答

二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
LINE	649 64.9%	281 56.2%	368 73.6%	326 65.2%	323 64.6%	142 56.8%	184 73.6%	139 55.6%	184 73.6%
Twitter	335 33.5%	171 34.2%	164 32.8%	179 35.8%	156 31.2%	91 36.4%	88 35.2%	80 32.0%	76 30.4%
Instagram	253 25.3%	109 21.8%	144 28.8%	128 25.6%	125 25.0%	58 23.2%	70 28.0%	51 20.4%	74 29.6%
Facebook	238 23.8%	142 28.4%	96 19.2%	116 23.2%	122 24.4%	65 26.0%	51 20.4%	77 30.8%	45 18.0%
YouTubeなど動画投稿サイト	446 44.6%	249 49.8%	197 39.4%	223 44.6%	223 44.6%	126 50.4%	97 38.8%	123 49.2%	100 40.0%
「みてね」「wellnote家族アルバム」 「ココダヨ」など家族内SNS	15 1.5%	6 1.2%	9 1.8%	4 0.8%	11 2.2%	3 1.2%	1 0.4%	3 1.2%	8 3.2%
その他	3 0.3%	2 0.4%	1 0.2%	0 0.0%	3 0.6%	0 0.0%	0 0.0%	2 0.8%	1 0.4%
いずれも利用していない	165 16.5%	91 18.2%	74 14.8%	83 16.6%	82 16.4%	46 18.4%	37 14.8%	45 18.0%	37 14.8%

- すべての属性で、最も使われているのがLINE。それに次いで2番目にYouTubeなど動画投稿サイトが続いている
- いずれも利用していないという回答は、女性より男性に多い
- 家族内SNSの利用度は、どの属性においても非常に低くなっている

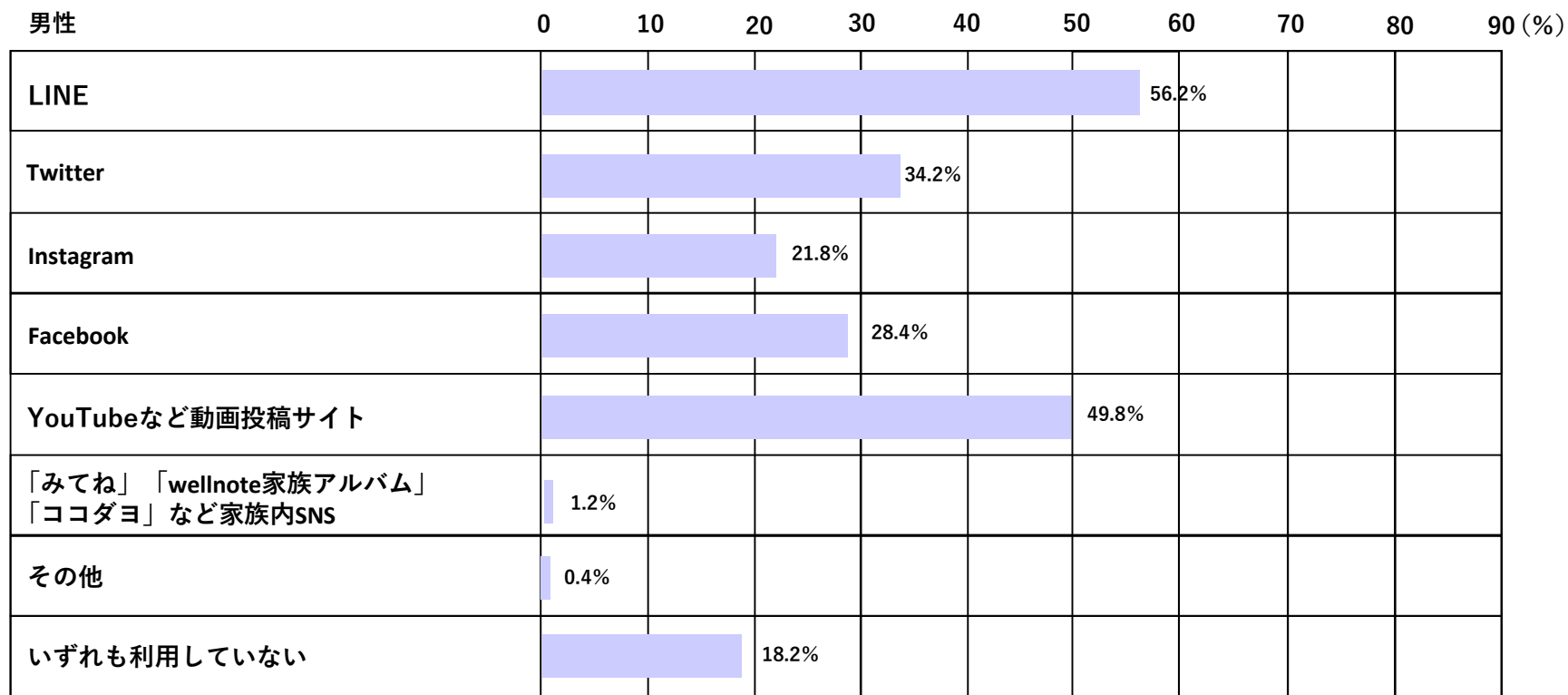
### Q5. 以下のソーシャルネットワーキングサービス (SNS)を日常的に使用しますか (複数選択可)



●全体の傾向として、最も利用されているのがLINE、次いでYouTubeなど動画投稿サイト、Twitterが続く

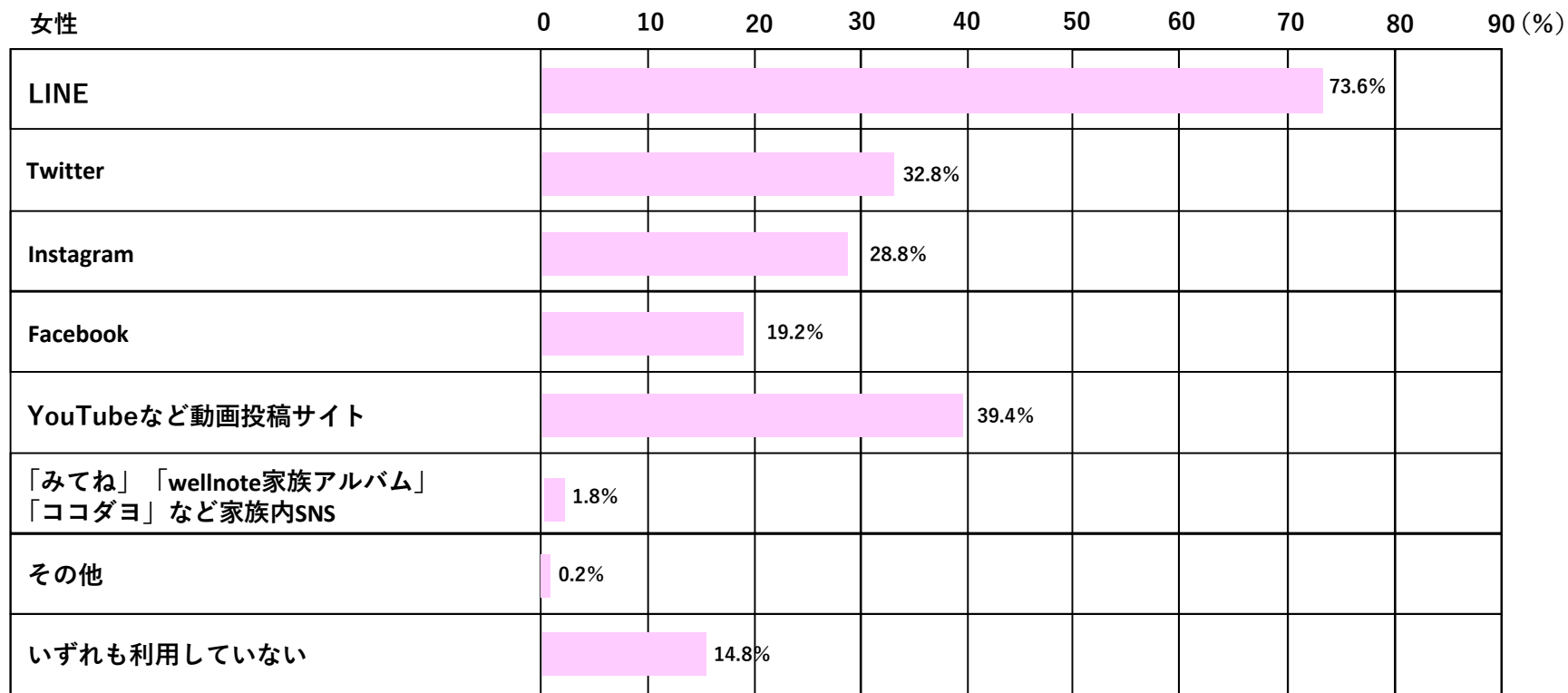
●いずれも利用していないは、16.5%と少数派になっている

### Q5. 以下のソーシャルネットワーキングサービス（SNS）を日常的に使用しますか（複数選択可）



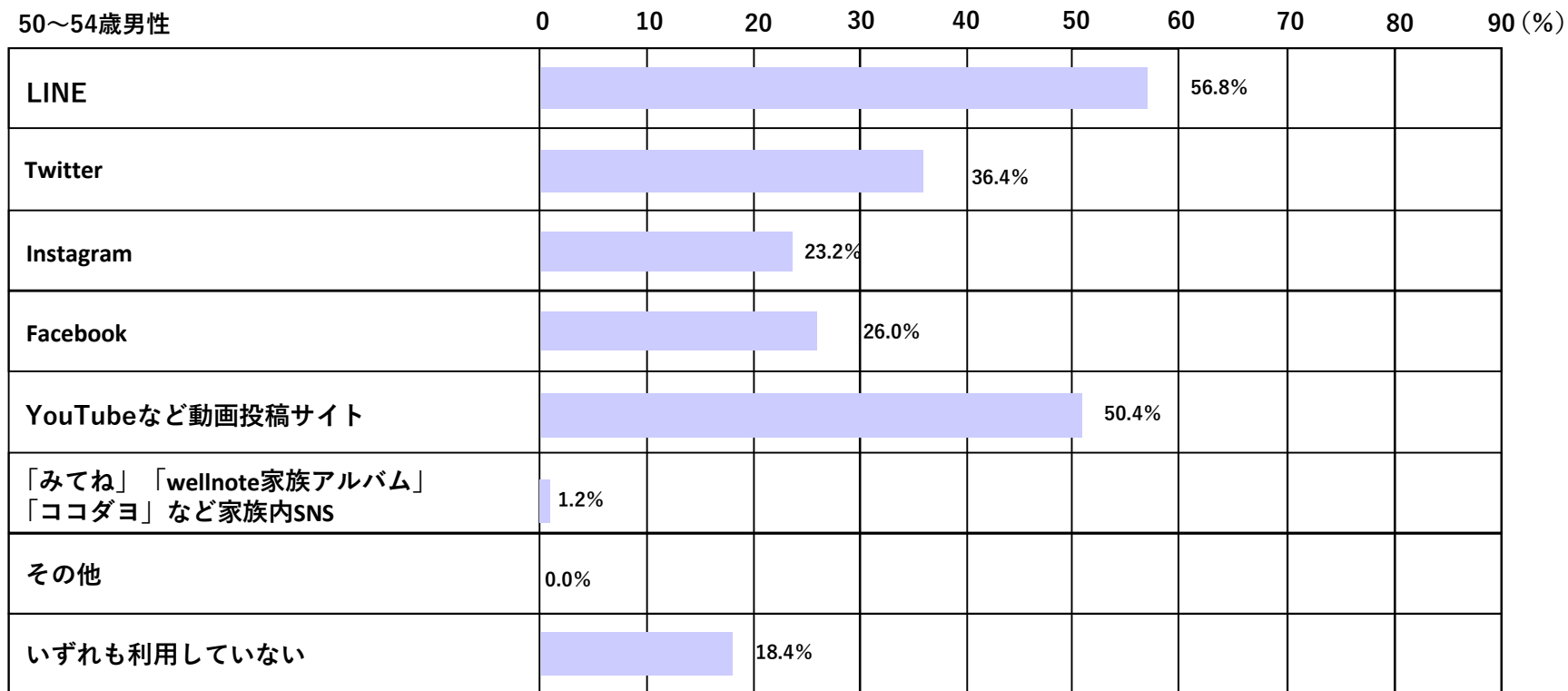
- 男性ではLINEの利用率が全体に比べて低くなっている
- いずれも利用していないも全体より高い傾向にある

### Q5. 以下のソーシャルネットワーキングサービス (SNS) を日常的に使用しますか (複数選択可)



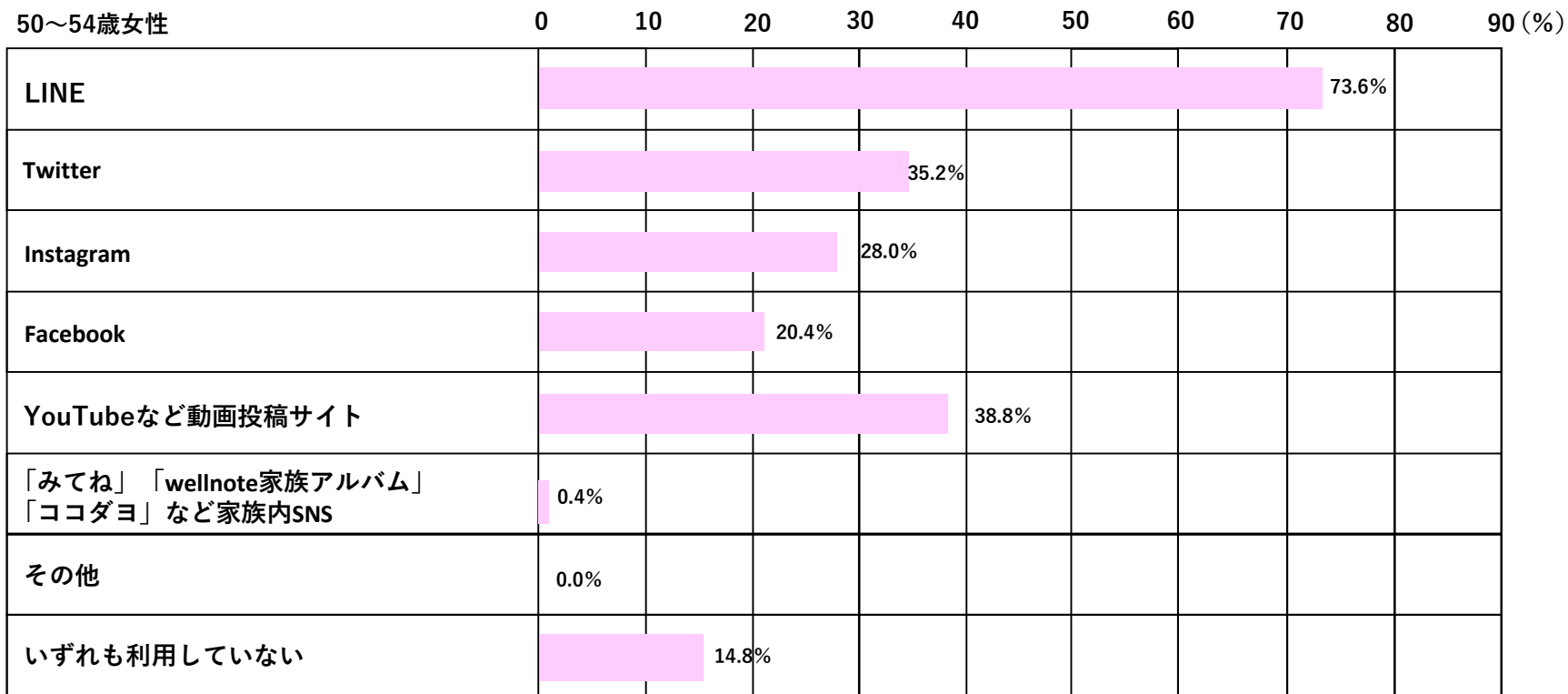
- 女性は男性とくらべてLINEの利用率のはるかに高くなっている
- 逆にFacebookの利用は、男性より低い数字になっている

Q5. 以下のソーシャルネットワーキングサービス（SNS）を日常的に使用しますか  
（複数選択可）



- 50～54歳男性では同年代の女性とくらべてLINEの利用率が約17%も低くなっている
- 逆にYouTubeなど動画投稿サイトは10%以上高い数字になっている

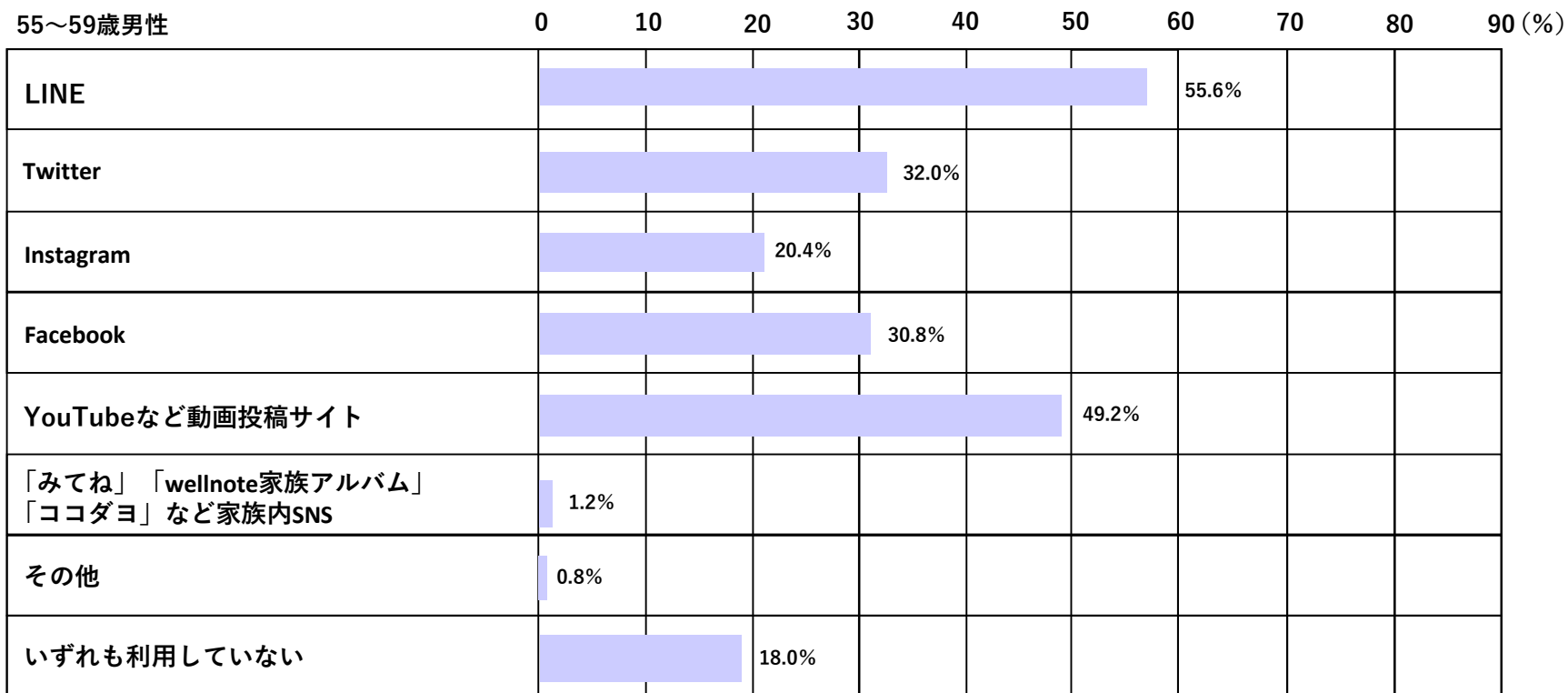
### Q5. 以下のソーシャルネットワーキングサービス (SNS)を日常的に使用しますか (複数選択可)



●50～54歳女性ではすべての属性の中で、YouTubeなど動画投稿サイトの利用率が最も低くなっている

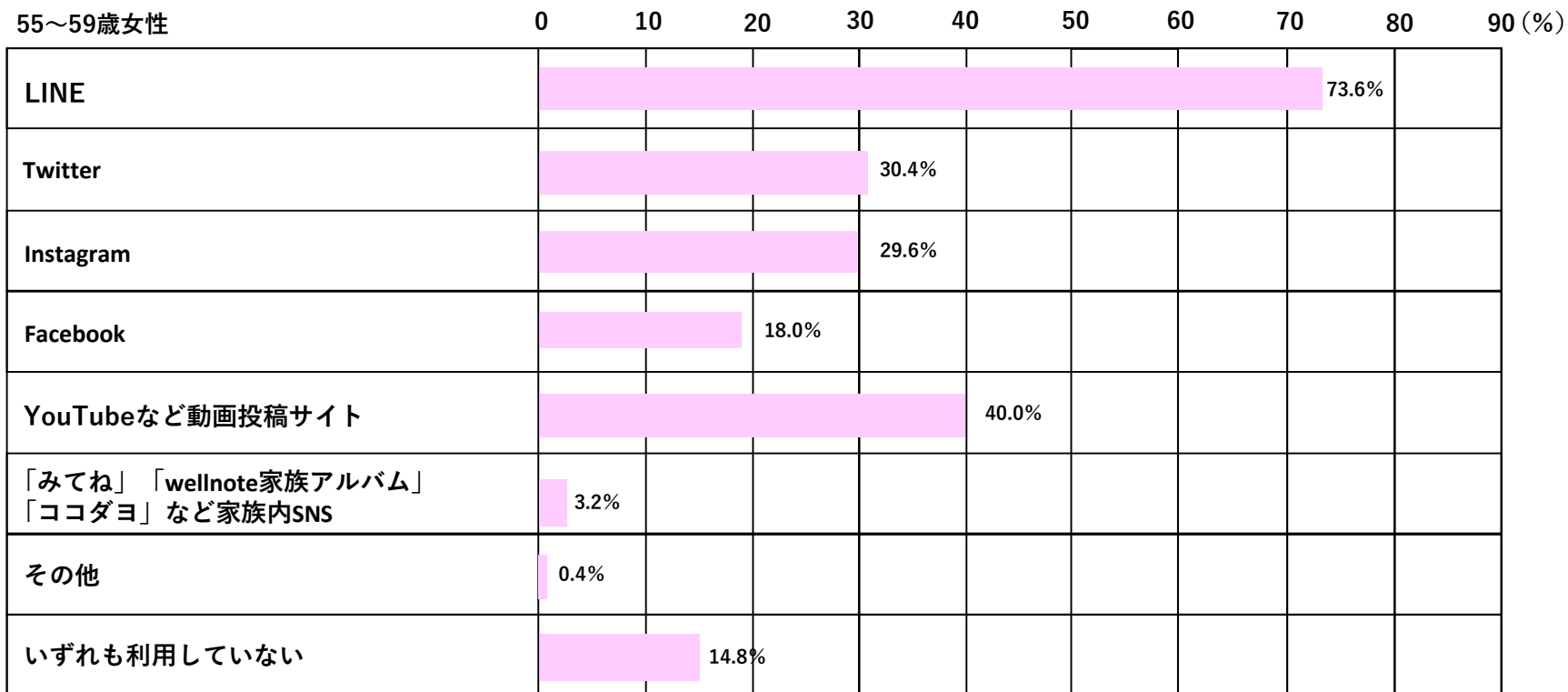


## Q5. 以下のソーシャルネットワーキングサービス（SNS）を日常的に使用しますか （複数選択可）



- 55～59歳男性ではすべての属性の中で、Facebookの利用率が最も高くなっている。  
逆にInstagramの利用率は最も低くなっている

## Q5. 以下のソーシャルネットワーキングサービス（SNS）を日常的に使用しますか（複数選択可）



●55～59歳女性では同年代の男性と較べて、「Facebook」、「YouTubeなど動画投稿サイト」の利用率が10%程度低くなっている。

Q5-1. LINEをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか。以下の中から上位3つを選択してください。（それぞれ1つずつ選択）

Q5-1-1. 1位

■ 最頻値の回答

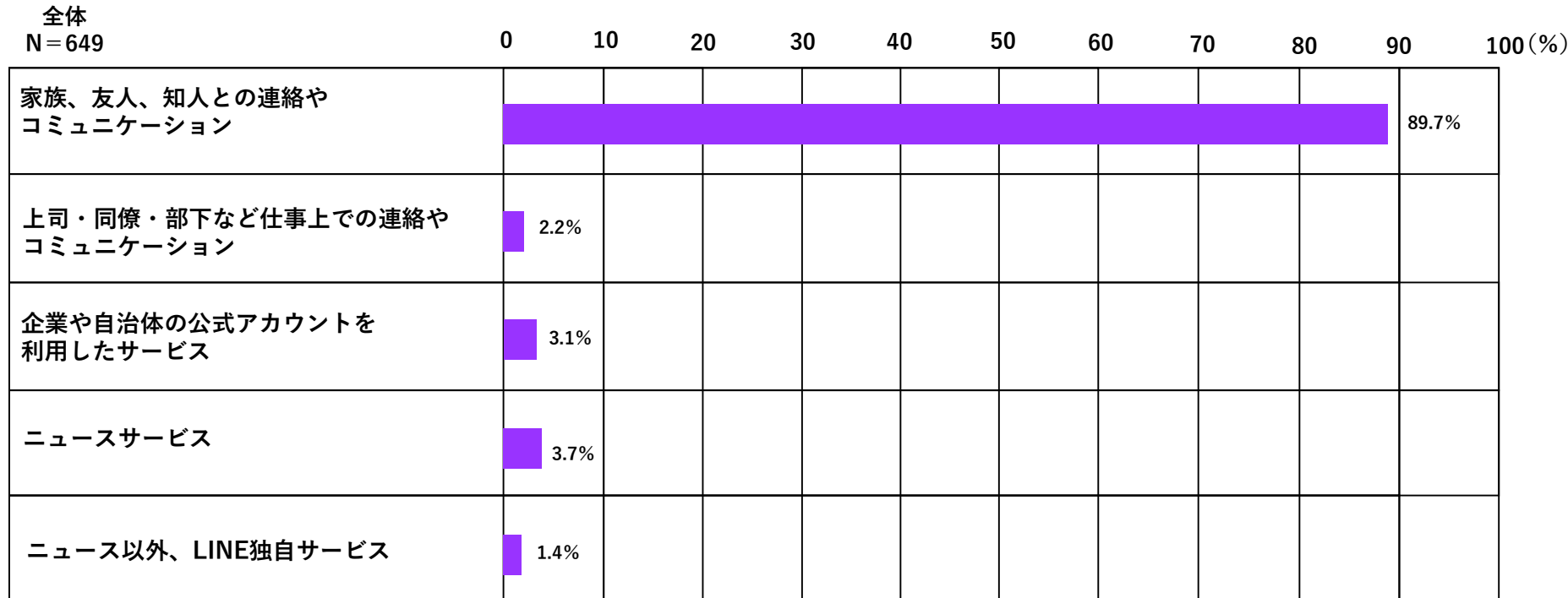
■ 二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
家族、友人、知人との連絡や コミュニケーション	582 89.7%	242 86.1%	340 92.4%	291 89.3%	291 90.1%	124 87.3%	167 90.8%	118 84.9%	173 94.0%
上司・同僚・部下など仕事上での連絡や コミュニケーション	14 2.2%	10 3.6%	4 1.1%	7 2.1%	7 2.2%	5 3.5%	2 1.1%	5 3.6%	2 1.1%
企業や自治体の公式アカウントを 利用したサービス	20 3.1%	8 2.8%	12 3.3%	13 4.0%	7 2.2%	3 2.1%	10 5.4%	5 3.6%	2 1.1%
ニュースサービス	24 3.7%	15 5.3%	9 2.4%	11 3.4%	13 4.0%	6 4.2%	5 2.7%	9 6.5%	4 2.2%
ニュース以外、LINE独自サービス	9 1.4%	6 2.1%	3 0.8%	4 1.2%	5 1.5%	4 2.8%	0 0.0%	2 1.4%	3 1.6%

●すべての属性において「家族、友人、知人との連絡やコミュニケーション」がLINE利用の第1位の目的になっている

Q5-1. LINEをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか。以下の中から上位3つを選択してください。（それぞれ1つずつ選択）

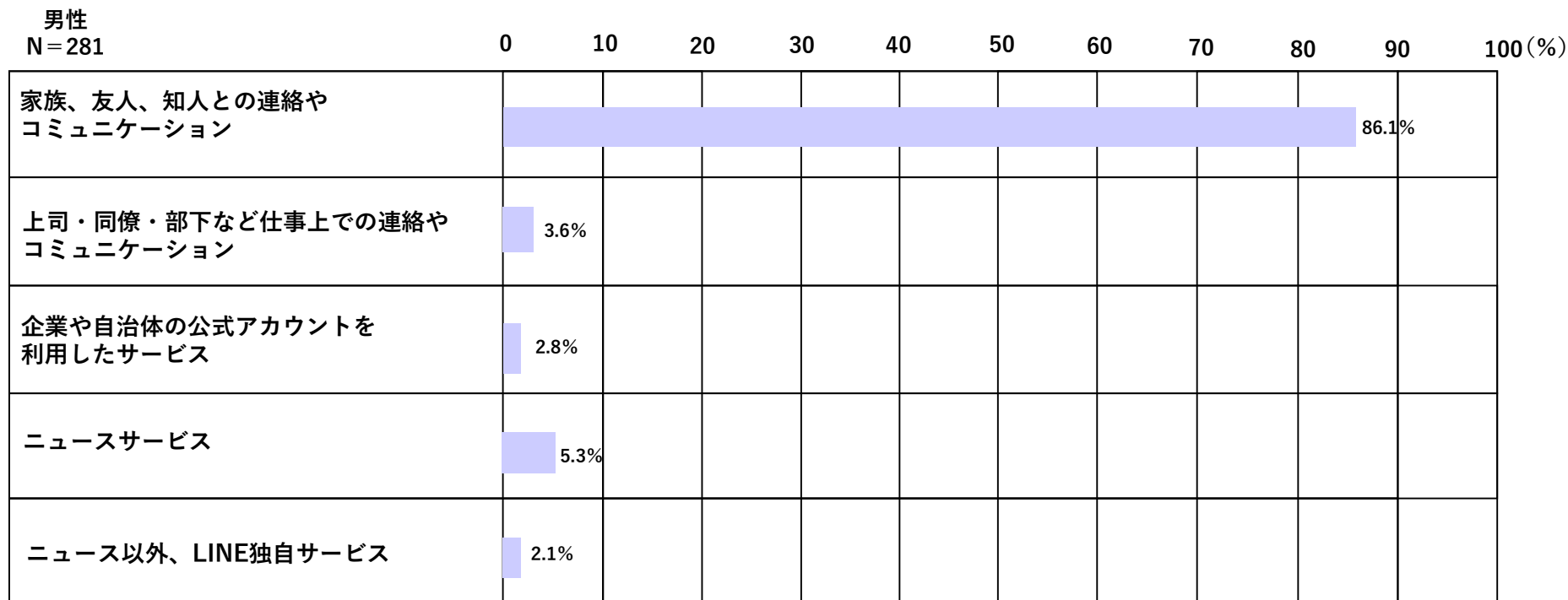
Q5-1-1. 1位



●全体の傾向として、「家族、友人、知人との連絡やコミュニケーション」というLINE利用目的はゆるぎないものの、全体の1割がそれ以外の目的を第1位に挙げていることは注目に値する

Q5-1. LINEをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか。以下の中から上位3つを選択してください。（それぞれ1つずつ選択）

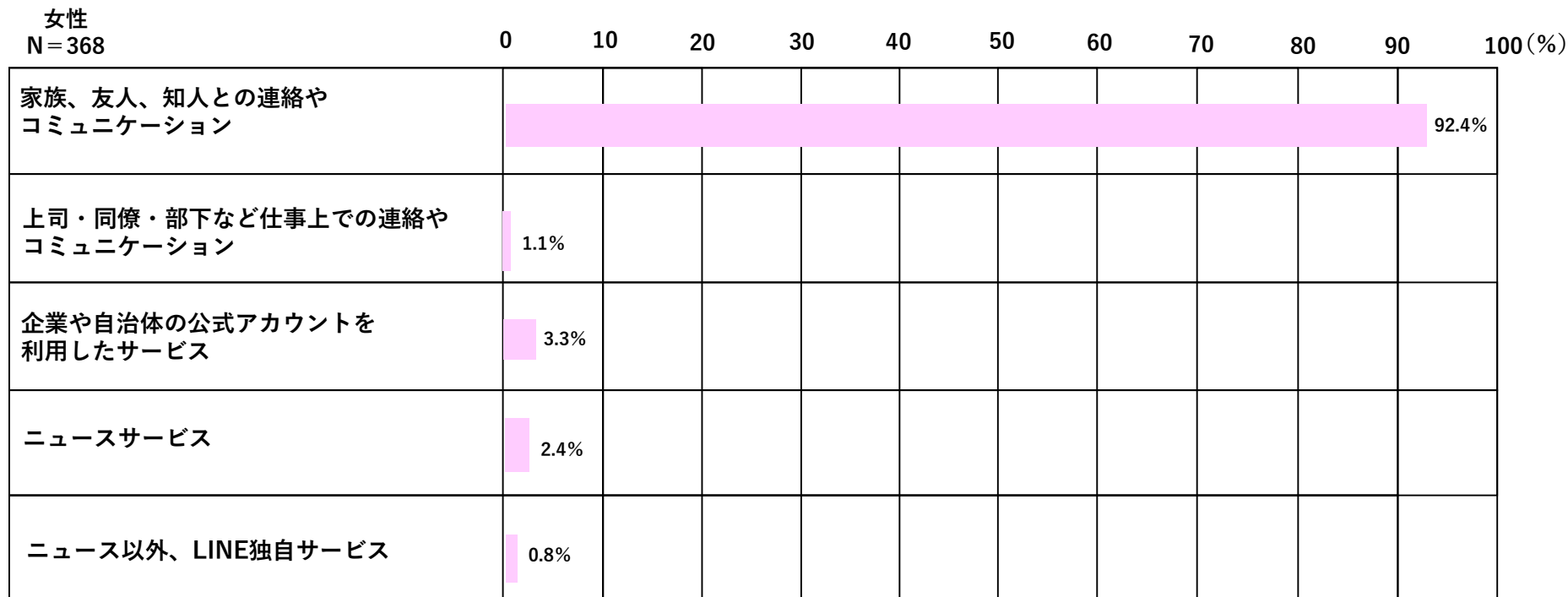
Q5-1-1. 1位



●男性は全体の傾向と比べて、「家族、友人、知人との連絡やコミュニケーション」というLINE利用目的を第1位に挙げる率は低くなっている

Q5-1. LINEをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか。以下の中から上位3つを選択してください。（それぞれ1つずつ選択）

Q5-1-1. 1位

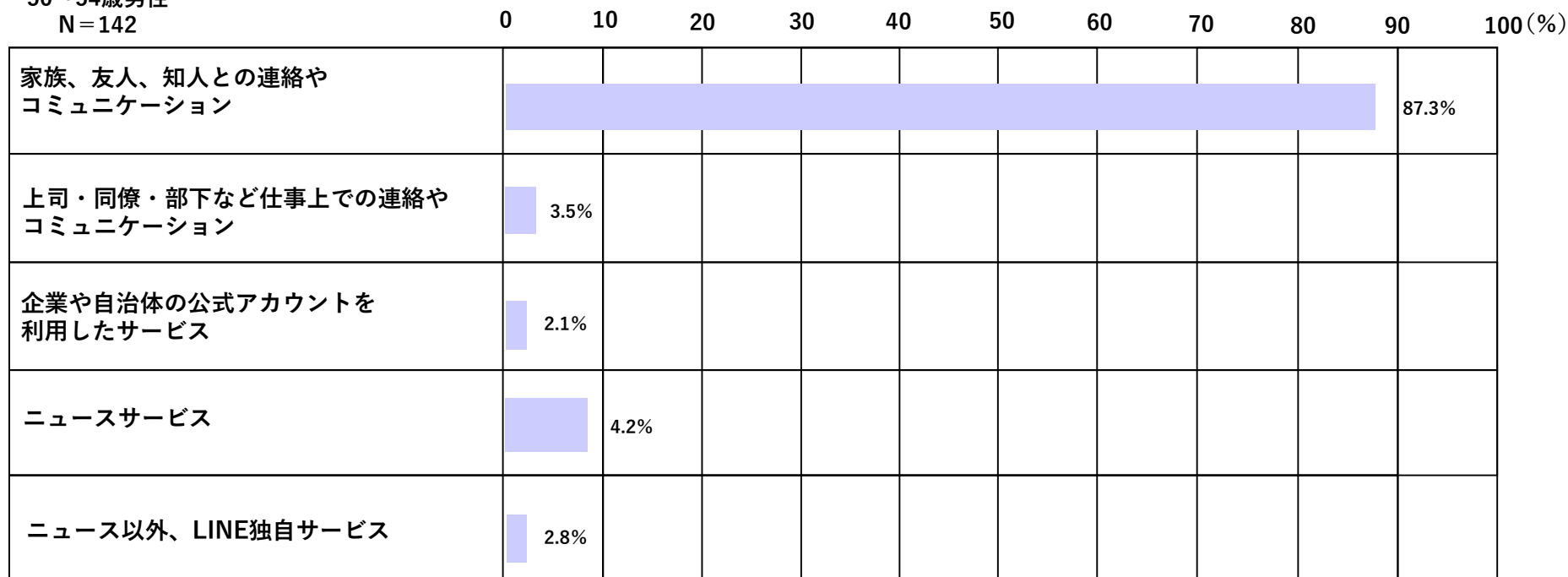


●女性では、「家族、友人、知人との連絡やコミュニケーション」を1位に挙げる率が男性より高くなっている

Q5-1. LINEをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか。以下の中から上位3つを選択してください。（それぞれ1つずつ選択）

Q5-1-1. 1位

50～54歳男性  
N=142

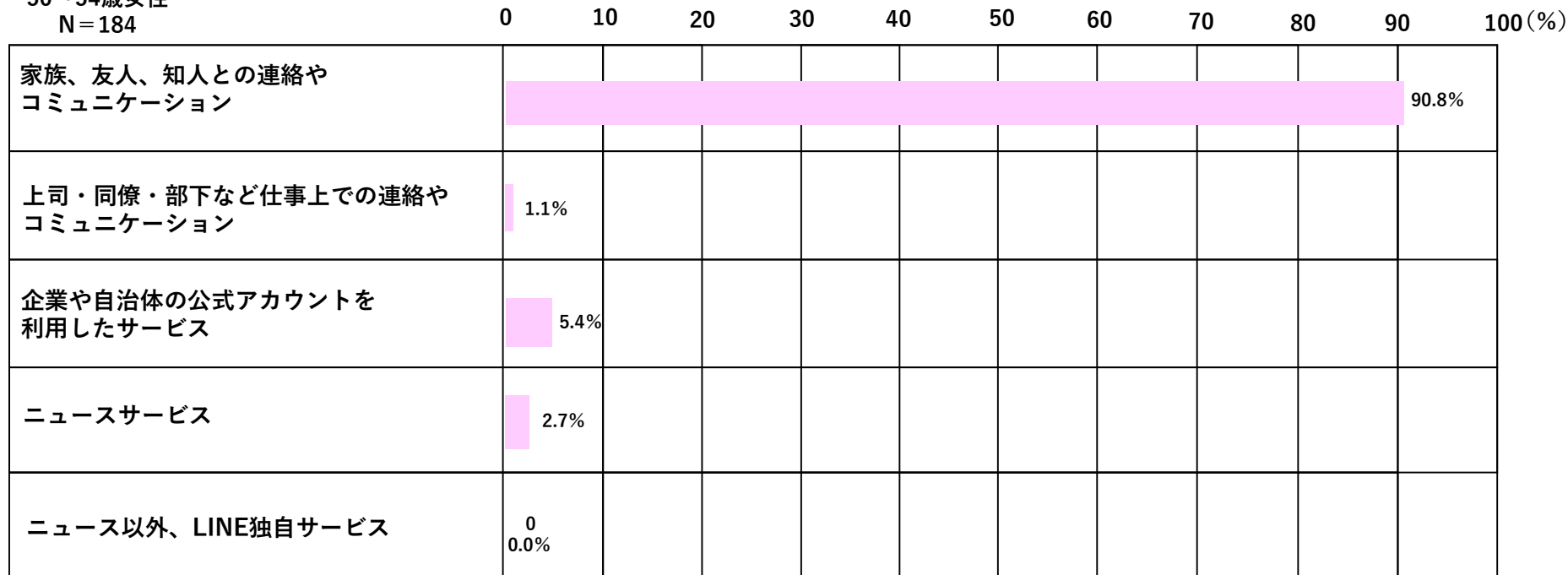


●50～54歳男性では、「家族、友人、知人との連絡やコミュニケーション」を1位に挙げていることは他の属性と同様だが、ニュースサービスを1位に挙げる人も少数ではあるが存在している

Q5-1. LINEをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか。以下の中から上位3つを選択してください。（それぞれ1つずつ選択）

Q5-1-1. 1位

50～54歳女性  
N=184



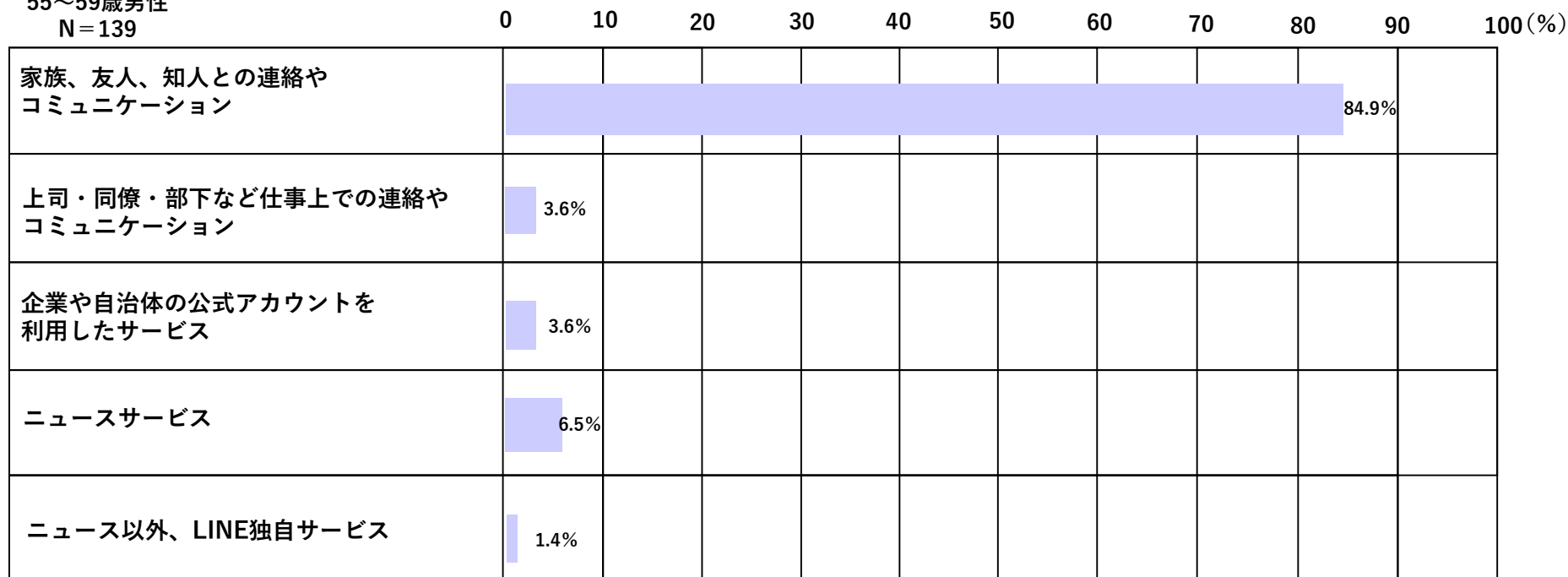
- 50～54歳女性では、「家族、友人、知人との連絡やコミュニケーション」を1位に挙げている人は90%を超えている
- 「企業や自治体の公式アカウントを利用したサービス」を1位に挙げている人も少数存在する



Q5-1. LINEをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか。以下の中から上位3つを選択してください。（それぞれ1つずつ選択）

Q5-1-1. 1位

55～59歳男性  
N=139

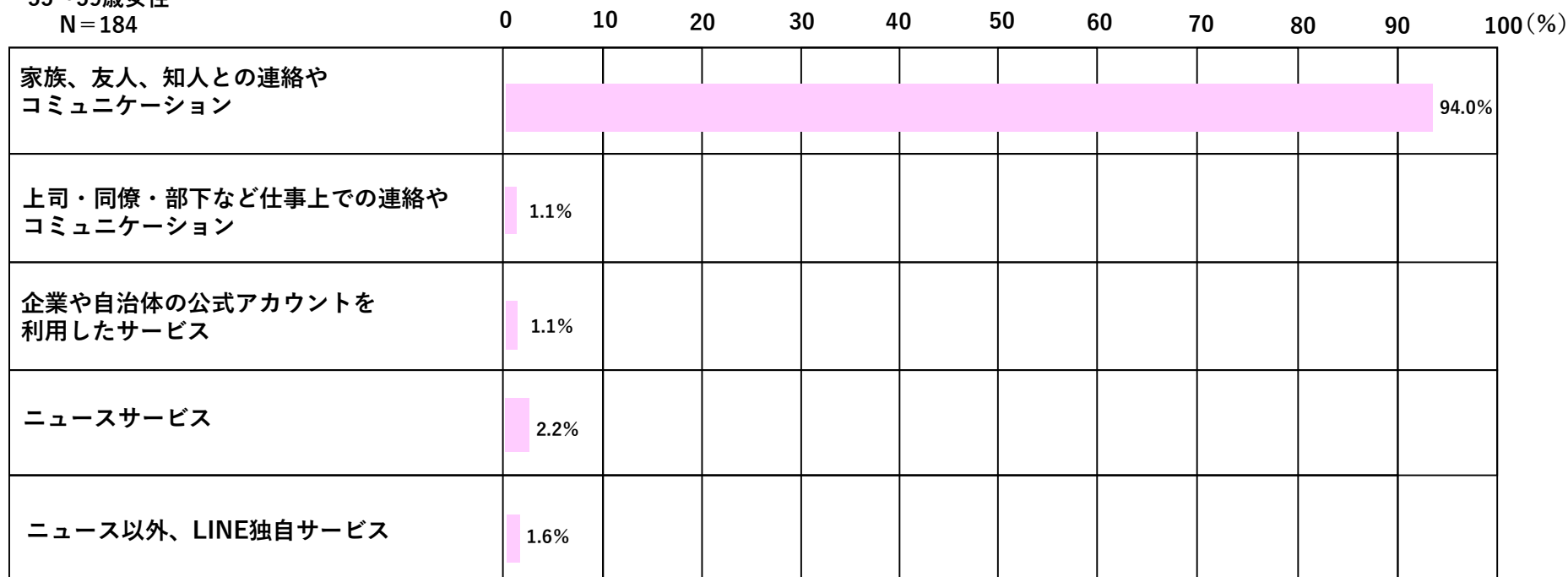


●55～59歳男性では、「家族、友人、知人との連絡やコミュニケーション」を1位に挙げていることは他の属性と同様だが、ニュースサービスを1位に挙げる人も少数ではあるが存在している

Q5-1. LINEをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか。以下の中から上位3つを選択してください。（それぞれ1つずつ選択）

Q5-1-1. 1位

55～59歳女性  
N=184



●55～59歳女性では、すべての属性の中で「家族、友人、知人との連絡やコミュニケーション」を1位に挙げている率が最も高い

Q5-1. LINEをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか。以下の中から上位3つを選択してください。（それぞれ1つずつ選択）

Q5-1-2. 2位

■ 最頻値の回答

■ 二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
家族、友人、知人との連絡や コミュニケーション	26 4.0%	14 5.0%	12 3.3%	12 3.7%	14 4.3%	6 4.2%	6 3.3%	8 5.8%	6 3.3%
上司・同僚・部下など仕事上での連絡や コミュニケーション	195 30.0%	91 32.4%	104 28.3%	112 34.4%	83 25.7%	56 39.4%	56 30.4%	35 25.2%	48 26.1%
企業や自治体の公式アカウントを 利用したサービス	147 22.7%	52 18.5%	95 25.8%	72 22.1%	75 23.2%	20 14.1%	52 28.3%	32 23.0%	43 23.4%
ニュースサービス	99 15.3%	37 13.2%	62 16.8%	44 13.5%	55 17.0%	16 11.3%	28 15.2%	21 15.1%	34 18.5%
ニュース以外、LINE独自サービス	32 4.9%	15 5.3%	17 4.6%	15 4.6%	17 5.3%	4 2.8%	11 6.0%	11 7.9%	6 3.3%

●すべての属性において、2番目の目的として「上司・同僚・部下など仕事上での連絡やコミュニケーション」が挙げられている

Q5-1. LINEをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか。以下の中から上位3つを選択してください。（それぞれ1つずつ選択）

Q5-1-3. 3位

■ 最頻値の回答

■ 二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
家族、友人、知人との連絡や コミュニケーション	16 2.5%	7 2.5%	9 2.4%	10 3.1%	6 1.9%	4 2.8%	6 3.3%	3 2.2%	3 1.6%
上司・同僚・部下など仕事上での連絡や コミュニケーション	30 4.6%	13 4.6%	17 4.6%	15 4.6%	15 4.6%	7 4.9%	8 4.3%	6 4.3%	9 4.9%
企業や自治体の公式アカウントを 利用したサービス	114 17.6%	42 14.9%	72 19.6%	61 18.7%	53 16.4%	24 16.9%	37 20.1%	18 12.9%	35 19.0%
ニュースサービス	108 16.6%	50 17.8%	58 15.8%	58 17.8%	50 15.5%	25 17.6%	33 17.9%	25 18.0%	25 13.6%
ニュース以外、LINE独自サービス	69 10.6%	28 10.0%	41 11.1%	30 9.2%	39 12.1%	10 7.0%	20 10.9%	18 12.9%	21 11.4%

●3番目の目的として「企業や自治体の公式アカウントを利用したサービス」と「ニュースサービス」が拮抗している

Q5-2. Twitterをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか。  
以下の中から上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

Q5-2-1. 1位

■ 最頻値の回答

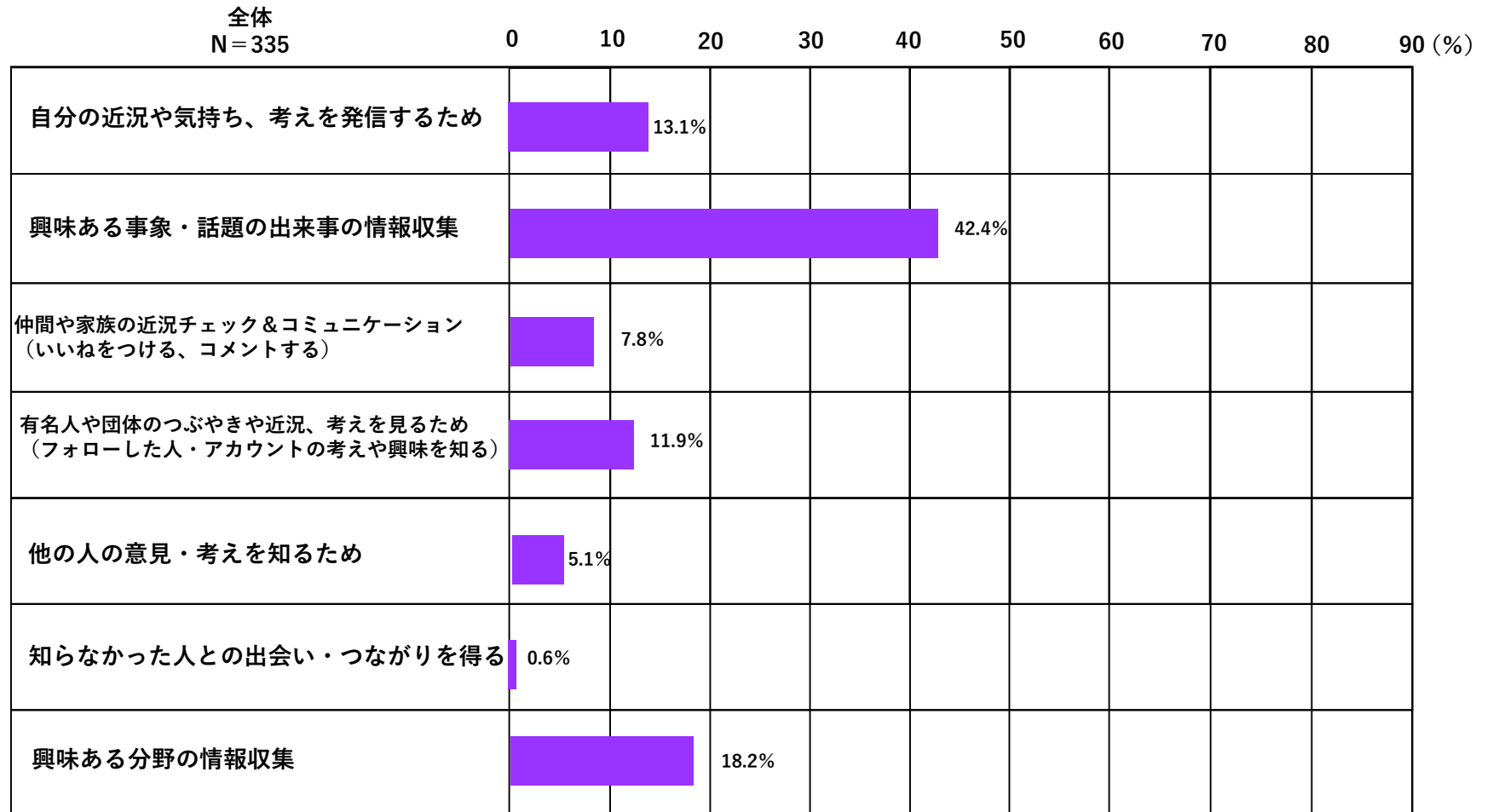
■ 二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
自分の近況や気持ち、考えを発信するため	44 13.1%	26 15.2%	18 11.0%	24 13.4%	20 12.8%	16 17.6%	8 9.1%	10 12.5%	10 13.2%
興味ある事象・話題の出来事の情報収集	142 42.4%	65 38.0%	77 47.0%	71 39.7%	71 45.5%	33 36.3%	38 43.2%	32 40.0%	39 51.3%
仲間や家族の近況チェック&コミュニケーション (いいねをつける、コメントする)	26 7.8%	15 8.8%	11 6.7%	13 7.3%	13 8.3%	8 8.8%	5 5.7%	7 8.8%	6 7.9%
有名人や団体のつぶやきや近況、考えを見るため (フォローした人・アカウントの考えや興味を知る)	40 11.9%	18 10.5%	22 13.4%	21 11.7%	19 12.2%	6 6.6%	15 17.0%	12 15.0%	7 9.2%
他の人の意見・考えを知るため	17 5.1%	11 6.4%	6 3.7%	11 6.1%	6 3.8%	6 6.6%	5 5.7%	5 6.3%	1 1.3%
知らなかった人との出会い・つながりを得る	2 0.6%	2 1.2%	0 0.0%	1 0.6%	1 0.6%	1 1.1%	0 0.0%	1 1.3%	0 0.0%
興味ある分野の情報収集	61 18.2%	33 19.3%	28 17.1%	37 20.7%	24 15.4%	21 23.1%	16 18.2%	12 15.0%	12 15.8%

●すべての属性において1位は「興味ある事象・話題の出来事の情報収集」という目的になっている

Q5-2. Twitterをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか。  
 以下の中から上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

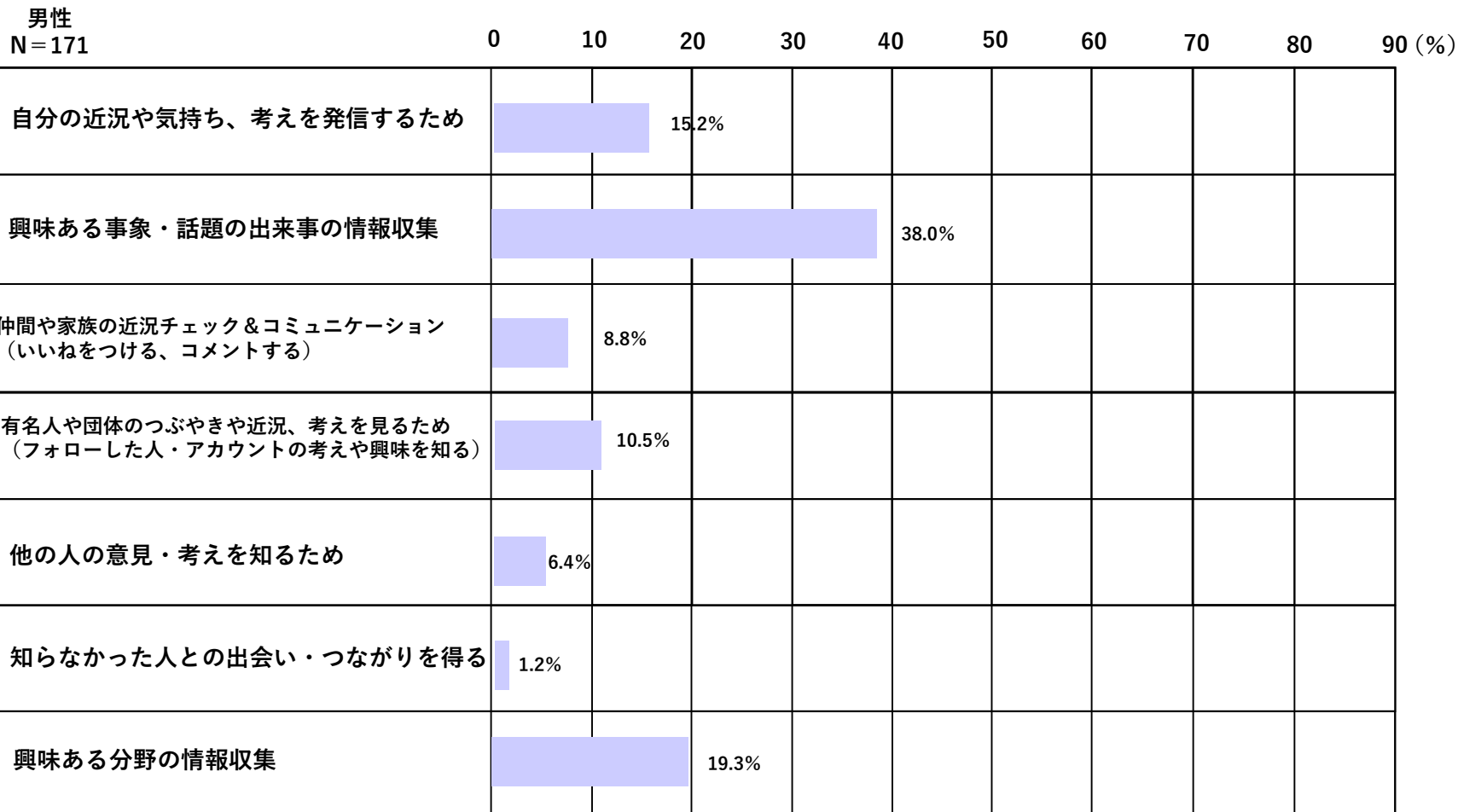
Q5-2-1. 1位



●全体傾向として、Twitterは主に情報収集ツールとして用いられている

Q5-2. Twitterをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか。  
以下の中から上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

### Q5-2-1. 1位



●男性では、全体傾向に比べて「興味ある事象・話題の出来事の情報収集」のポイントがやや低くなっている

Q5-2. Twitterをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか。  
以下の中から上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

### Q5-2-1. 1位

女性

N=164

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 (%)

	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90 (%)
自分の近況や気持ち、考えを発信するため		11.0%								
興味ある事象・話題の出来事の情報収集						47.0%				
仲間や家族の近況チェック&コミュニケーション (いいねをつける、コメントする)		6.7%								
有名人や団体のつぶやきや近況、考えを見るため (フォローした人・アカウントの考えや興味を知る)			13.4%							
他の人の意見・考えを知るため		3.7%								
知らなかった人との出会い・つながりを得る	0.0%									
興味ある分野の情報収集			17.1%							

- 女性では男性に比べて「興味ある事象・話題の出来事の情報収集」のポイントが9%も高くなっている
- 逆に「自分の近況や気持ち、考えを発信するため」という利用目的では、男性より4%ほど低くなっている



Q5-2. Twitterをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか。  
 以下の中から上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

### Q5-2-1. 1位

50～54歳男性

N=91

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 (%)

	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90 (%)
自分の近況や気持ち、考えを発信するため			17.6%							
興味ある事象・話題の出来事の情報収集					36.3%					
仲間や家族の近況チェック&コミュニケーション (いいねをつける、コメントする)		8.8%								
有名人や団体のつぶやきや近況、考えを見るため (フォローした人・アカウントの考えや興味を知る)		6.6%								
他の人の意見・考えを知るため		6.6%								
知らなかった人との出会い・つながりを得る	1.1%									
興味ある分野の情報収集			23.1%							

●50～54歳男性は、すべての属性の中で「自分の近況や気持ち、考えを発信するため」という利用目的が最も高くなっている

Q5-2. Twitterをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか。  
以下の中から上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

### Q5-2-1. 1位

50～54歳女性  
N=88

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 (%)

	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90 (%)
自分の近況や気持ち、考えを発信するため		9.1%								
興味ある事象・話題の出来事の情報収集					43.2%					
仲間や家族の近況チェック&コミュニケーション (いいねをつける、コメントする)		5.7%								
有名人や団体のつぶやきや近況、考えを見るため (フォローした人・アカウントの考えや興味を知る)			17.0%							
他の人の意見・考えを知るため		5.7%								
知らなかった人との出会い・つながりを得る	0.0%									
興味ある分野の情報収集			18.2%							

●50～54歳女性は、すべての属性の中で「有名人や団体のつぶやきや近況、考えを見るため」という利用目的が最も高くなっている

Q5-2. Twitterをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか。  
 以下の中から上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

### Q5-2-1. 1位

55～59歳男性

N=80

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 (%)

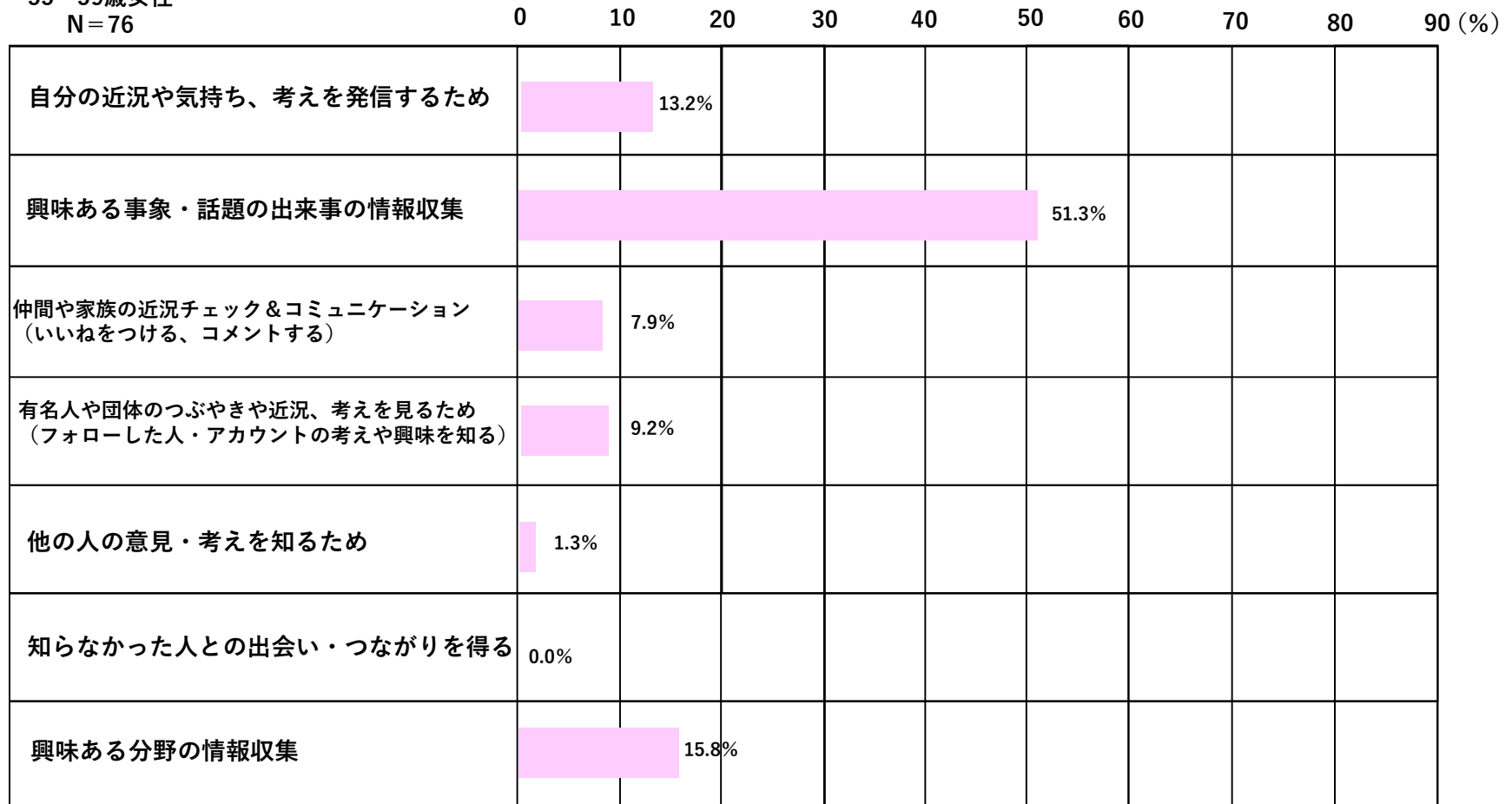
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90 (%)
自分の近況や気持ち、考えを発信するため		12.5%								
興味ある事象・話題の出来事の情報収集					40.0%					
仲間や家族の近況チェック&コミュニケーション (いいねをつける、コメントする)		8.8%								
有名人や団体のつぶやきや近況、考えを見るため (フォローした人・アカウントの考えや興味を知る)			15.0%							
他の人の意見・考えを知るため		6.3%								
知らなかった人との出会い・つながりを得る		1.3%								
興味ある分野の情報収集			15.0%							

●55～59歳男性は、全体傾向に近い結果となっている

Q5-2. Twitterをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか。  
 以下の中から上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

### Q5-2-1. 1位

55～59歳女性  
 N=76



●55～59歳女性は、すべての属性の中で「興味ある事象・話題の出来事の情報収集」という利用目的が最も高くなっている

Q5-2. Twitterをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか。  
以下の中から上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

Q5-2-2. 2位

■ 最頻値の回答

■ 二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
自分の近況や気持ち、考えを発信するため	15 4.5%	9 5.3%	6 3.7%	8 4.5%	7 4.5%	5 5.5%	3 3.4%	4 5.0%	3 3.9%
興味ある事象・話題の出来事の情報収集	81 24.2%	45 26.3%	36 22.0%	51 28.5%	30 19.2%	27 29.7%	24 27.3%	18 22.5%	12 15.8%
仲間や家族の近況チェック&コミュニケーション (いいねをつける、コメントする)	34 10.1%	18 10.5%	16 9.8%	22 12.3%	12 7.7%	13 14.3%	9 10.2%	5 6.3%	7 9.2%
有名人や団体のつぶやきや近況、考えを見るため (フォローした人・アカウントの考えや興味を知る)	53 15.8%	21 12.3%	32 19.5%	26 14.5%	27 17.3%	10 11.0%	16 18.2%	11 13.8%	16 21.1%
他の人の意見・考えを知るため	37 11.0%	20 11.7%	17 10.4%	19 10.6%	18 11.5%	8 8.8%	11 12.5%	12 15.0%	6 7.9%
知らなかった人との出会い・つながりを得る	5 1.5%	2 1.2%	3 1.8%	2 1.1%	3 1.9%	1 1.1%	1 1.1%	1 1.3%	2 2.6%
興味ある分野の情報収集	52 15.5%	27 15.8%	25 15.2%	21 11.7%	31 19.9%	13 14.3%	8 9.1%	14 17.5%	17 22.4%

●2位の利用目的は属性によってばらつきがあるが、「有名人や団体のつぶやきや近況、考えを見るため」が上位に上がってきている

Q5-2. Twitterをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか。  
以下の中から上位3つを選択してください（それぞれ1つずつ選択）

Q5-2-3. 3位

■ 最頻値の回答

■ 二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
自分の近況や気持ち、考えを発信するため	16 4.8%	9 5.3%	7 4.3%	10 5.6%	6 3.8%	6 6.6%	4 4.5%	3 3.8%	3 3.9%
興味ある事象・話題の出来事の情報収集	25 7.5%	12 7.0%	13 7.9%	14 7.8%	11 7.1%	8 8.8%	6 6.8%	4 5.0%	7 9.2%
仲間や家族の近況チェック&コミュニケーション (いいねをつける、コメントする)	33 9.9%	21 12.3%	12 7.3%	21 11.7%	12 7.7%	15 16.5%	6 6.8%	6 7.5%	6 7.9%
有名人や団体のつぶやきや近況、考えを見るため (フォローした人・アカウントの考えや興味を知る)	39 11.6%	23 13.5%	16 9.8%	15 8.4%	24 15.4%	8 8.8%	7 8.0%	15 18.8%	9 11.8%
他の人の意見・考えを知るため	55 16.4%	30 17.5%	25 15.2%	30 16.8%	25 16.0%	17 18.7%	13 14.8%	13 16.3%	12 15.8%
知らなかった人との出会い・つながりを得る	11 3.3%	4 2.3%	7 4.3%	6 3.4%	5 3.2%	3 3.3%	3 3.4%	1 1.3%	4 5.3%
興味ある分野の情報収集	44 13.1%	20 11.7%	24 14.6%	25 14.0%	19 12.2%	11 12.1%	14 15.9%	9 11.3%	10 13.2%

●3位の利用目的は属性によってばらつきがあるが、「他の人の意見・考えを知るため」が上位に上がってきている

'Q5-3. Instagramをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか  
(それぞれ1つずつ選択)

Q5-3-1. 1位

最頻値の回答

二番目の回答

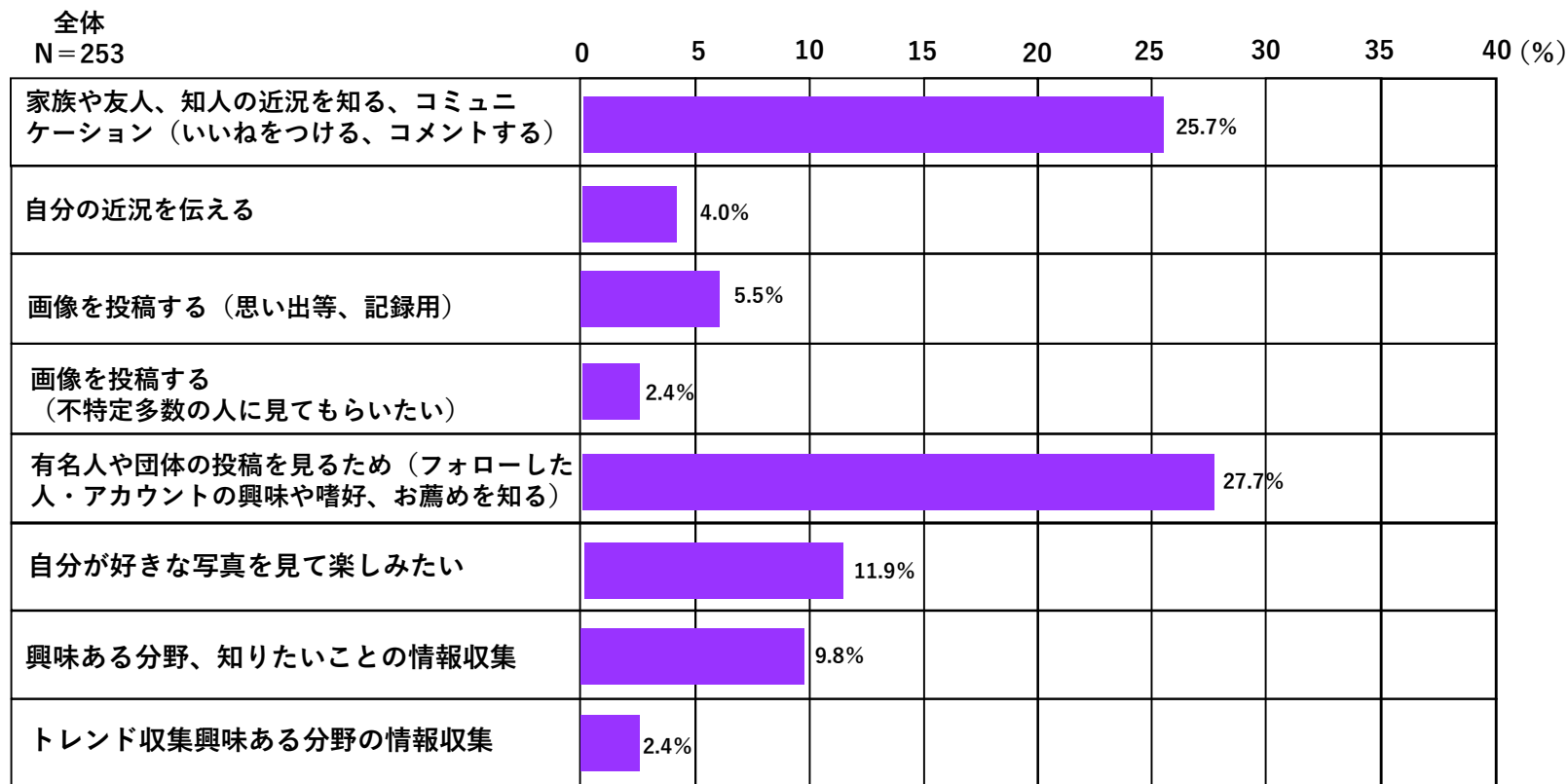
	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
家族や友人、知人の近況を知る、コミュニケーション（いいねをつける、コメントする）	65 25.7%	23 21.1%	42 29.2%	34 26.6%	31 24.8%	13 22.4%	21 30.0%	10 19.6%	21 28.4%
自分の近況を伝える	10 4.0%	6 5.5%	4 2.8%	5 3.9%	5 4.0%	3 5.2%	2 2.9%	3 5.9%	2 2.7%
画像を投稿する（思い出等、記録用）	14 5.5%	8 7.3%	6 4.2%	7 5.5%	7 5.6%	4 6.9%	3 4.3%	4 7.8%	3 4.1%
画像を投稿する (不特定多数の人に見てもらいたい)	6 2.4%	4 3.7%	2 1.4%	4 3.1%	2 1.6%	2 3.4%	2 2.9%	2 3.9%	0 0.0%
有名人や団体の投稿を見るため（フォローした人・アカウントの興味や嗜好、お薦めを知る）	70 27.7%	31 28.4%	39 27.1%	31 24.2%	39 31.2%	13 22.4%	18 25.7%	18 35.3%	21 28.4%
自分が好きな写真を見て楽しみたい	30 11.9%	16 14.7%	14 9.7%	15 11.7%	15 12.0%	11 19.0%	4 5.7%	5 9.8%	10 13.5%
興味ある分野、知りたいことの情報収集	50 19.8%	17 15.6%	33 22.9%	28 21.9%	22 17.6%	10 17.2%	18 25.7%	7 13.7%	15 20.3%
トレンド収集興味ある分野の情報収集	6 2.4%	3 2.8%	3 2.1%	4 3.1%	2 1.6%	2 3.4%	2 2.9%	1 2.0%	1 1.4%

●1位の利用目的はどの属性においても、「家族や友人、知人の近況を知る、コミュニケーション」・「有名人や団体の投稿を見るため」の2つにほぼ集中している

●実際に「画像を投稿する」のは、50歳代ではほんの一握りと言える

'Q5-3. Instagramをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか  
(それぞれ1つずつ選択)

Q5-3-1. 1位

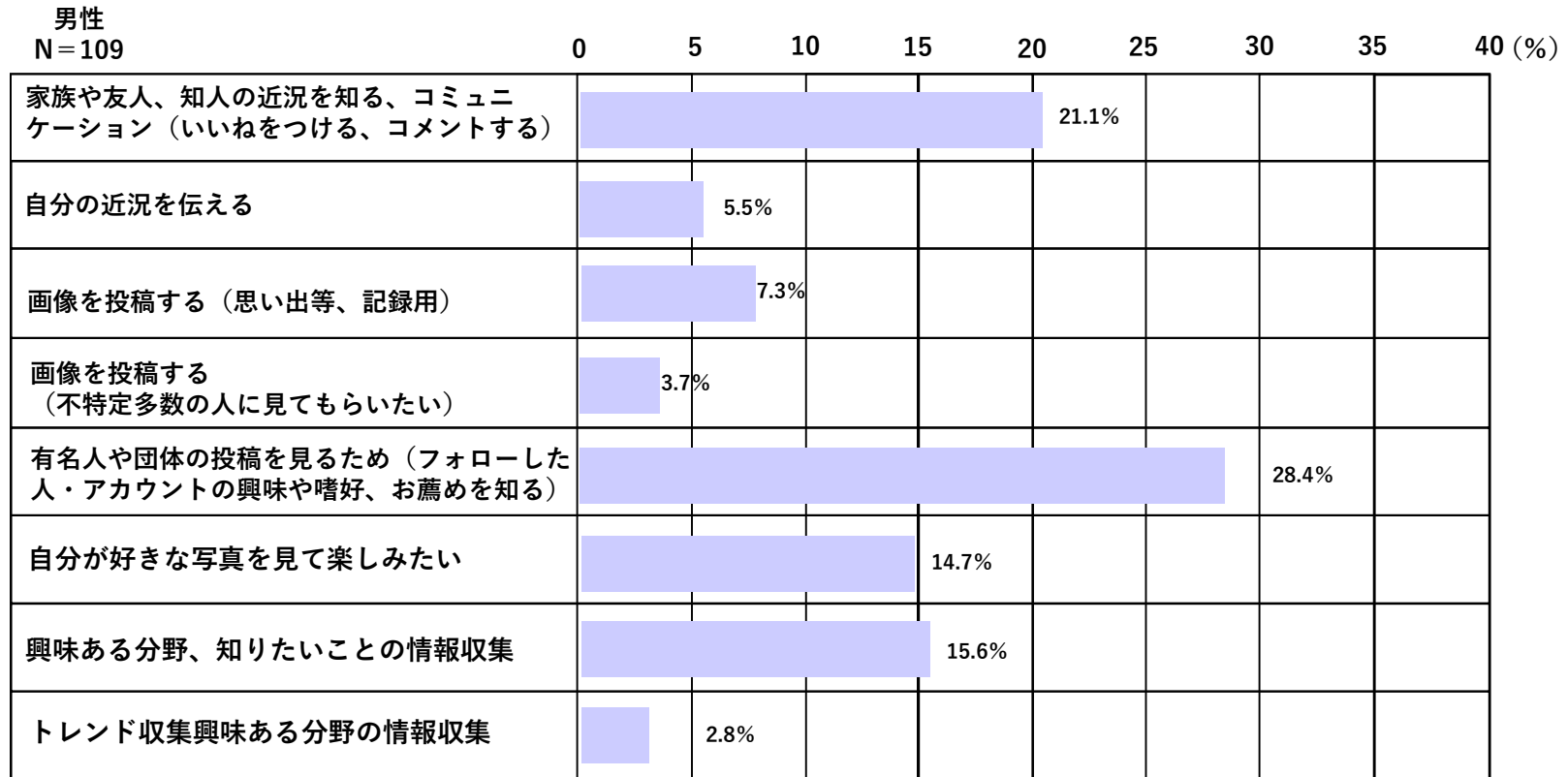


●全体傾向では、1位の利用目的の1位は、「有名人や団体の投稿を見るため」。僅差で「家族や友人、知人の近況を知る、コミュニケーション」が続いている



'Q5-3. Instagramをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか  
(それぞれ1つずつ選択)

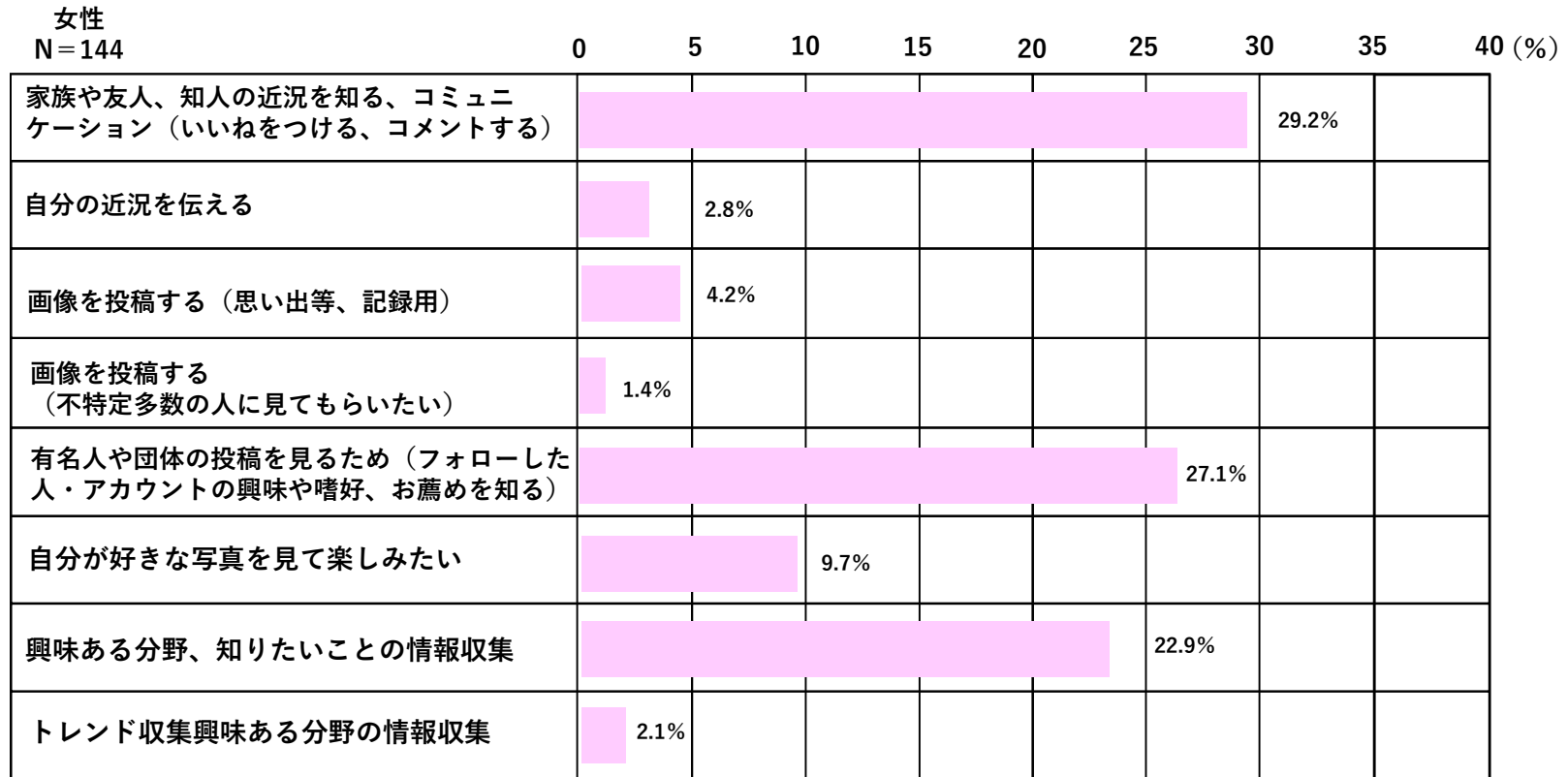
Q5-3-1. 1位



●男性では全体傾向同様、1位の利用目的の1位は、「有名人や団体の投稿を見るため」。少しおいて「家族や友人、知人の近況を知る、コミュニケーション (いいねをつける、コメントする)」が続いている

Q5-3. Instagramをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか  
(それぞれ1つずつ選択)

Q5-3-1. 1位

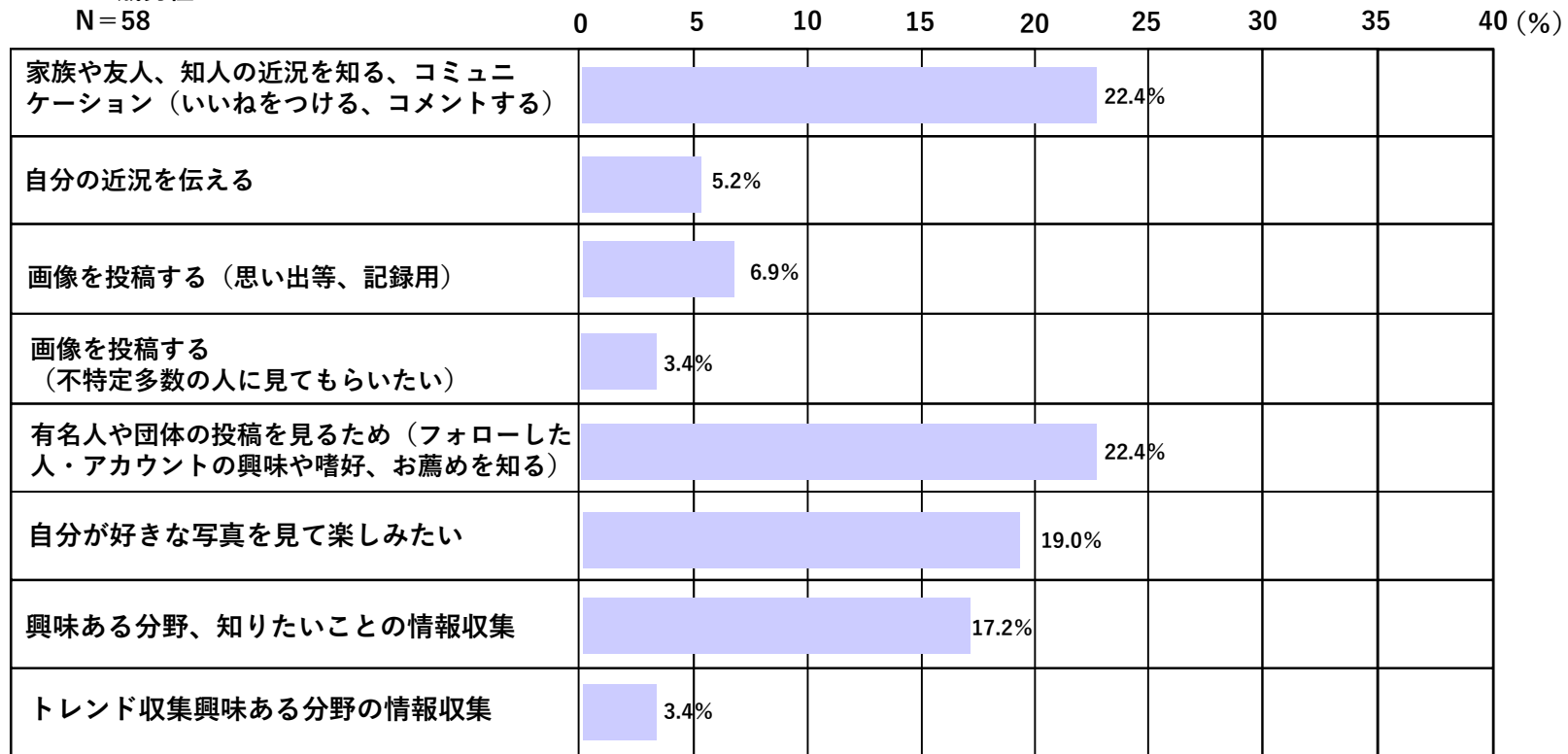


- 女性では、1位の利用目的の1位は、「家族や友人、知人の近況を知る、コミュニケーション」。
- 僅差で「有名人や団体の投稿を見るため」が続いている

Q5-3. Instagramをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか  
(それぞれ1つずつ選択)

Q5-3-1. 1位

50～54歳男性  
N=58

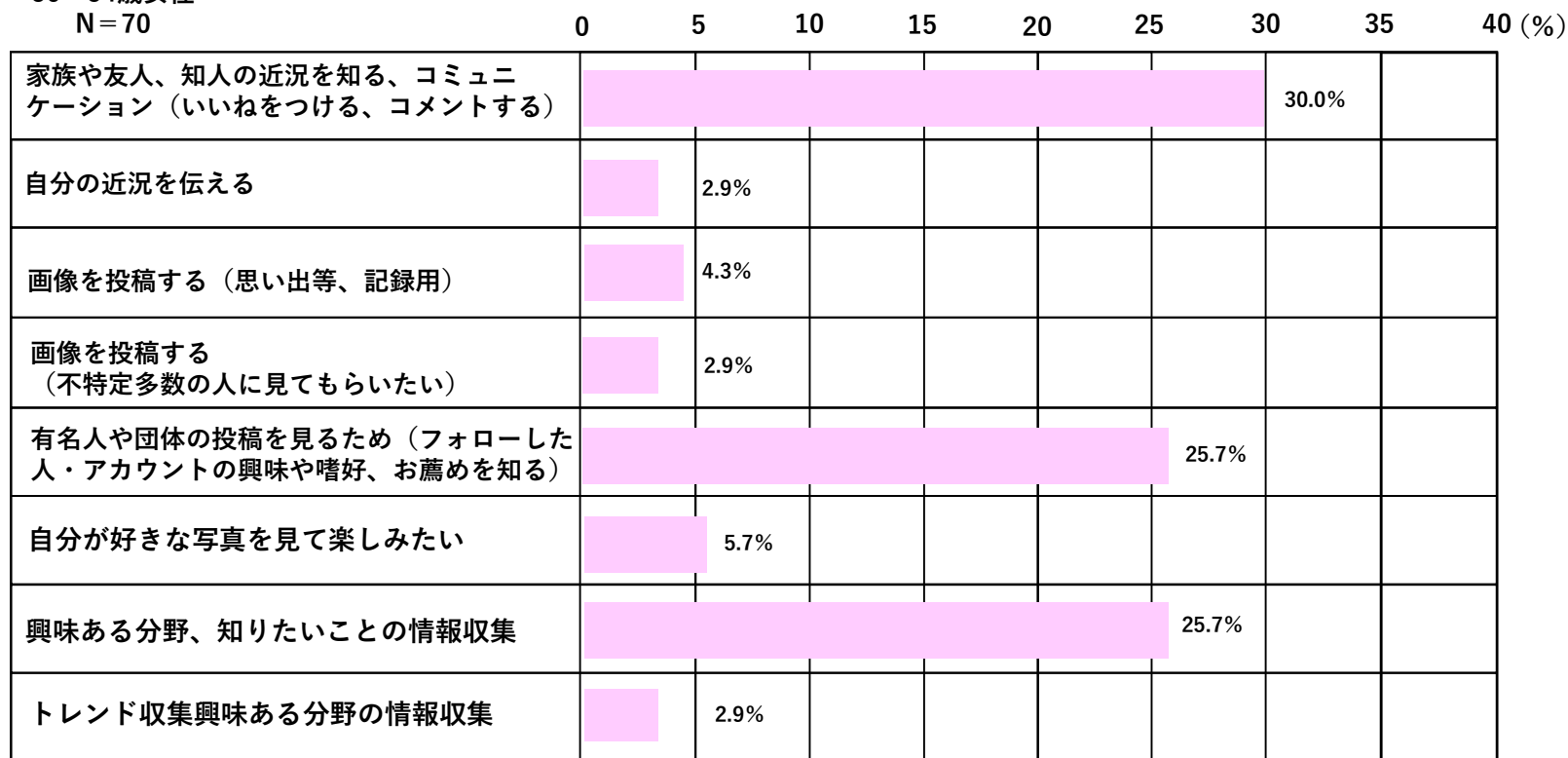


●50～54歳男性では、「家族や友人、知人の近況を知る、コミュニケーション (いいねをつける、コメントする)」、「有名人や団体の投稿を見るため (フォローした人・アカウントの興味や嗜好、お薦めを知る)」が同率で1位になっている

'Q5-3. Instagramをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか  
(それぞれ1つずつ選択)

Q5-3-1. 1位

50～54歳女性  
N=70

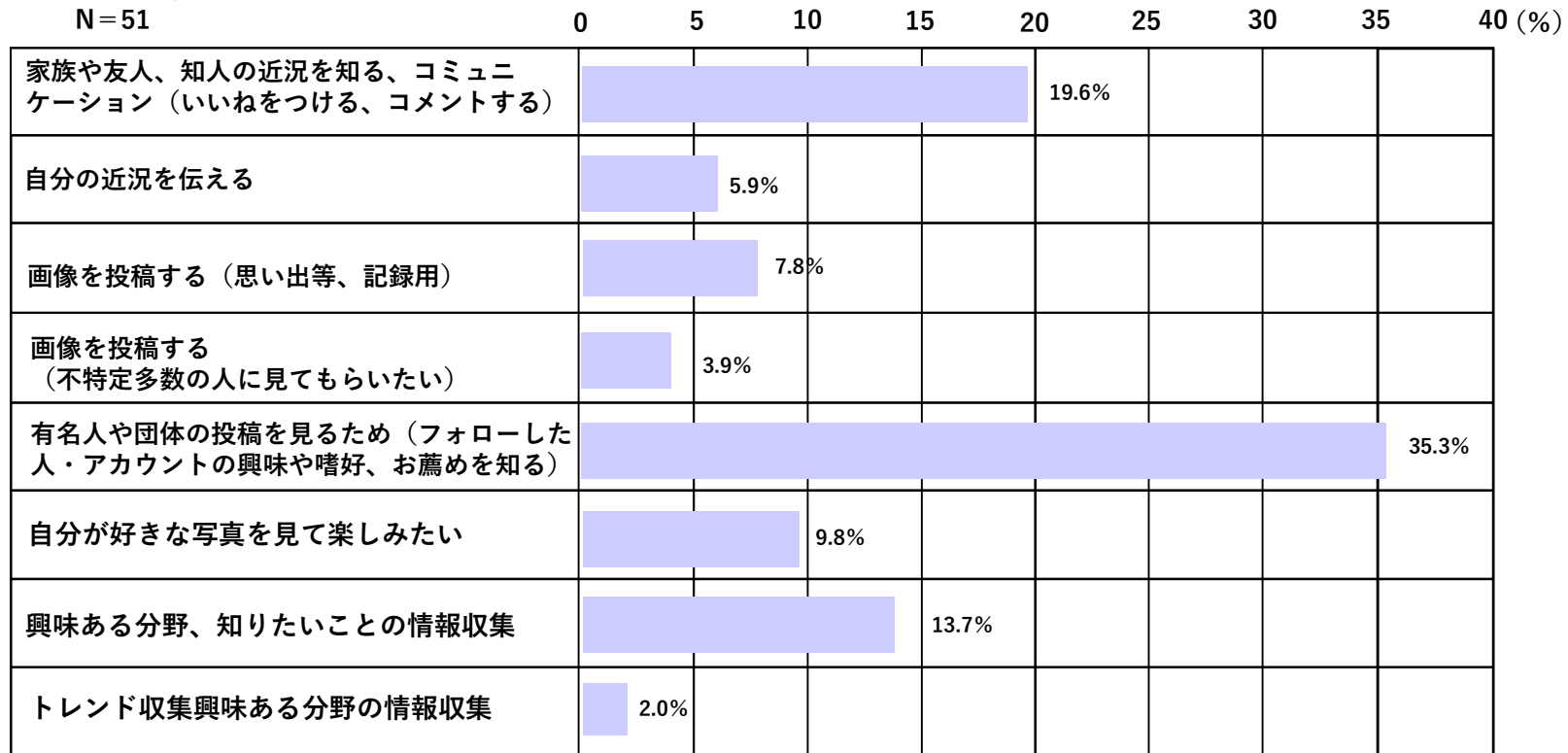


- 50～54歳女性では、上位3つの利用目的への集中度がとくに高くなっている  
(「家族や友人、知人の近況を知る、コミュニケーション」・「有名人や団体の投稿を見るため」・「興味ある分野、知りたいことの情報収集」の3つ)

'Q5-3. Instagramをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか  
(それぞれ1つずつ選択)

Q5-3-1. 1位

55～59歳男性  
N=51

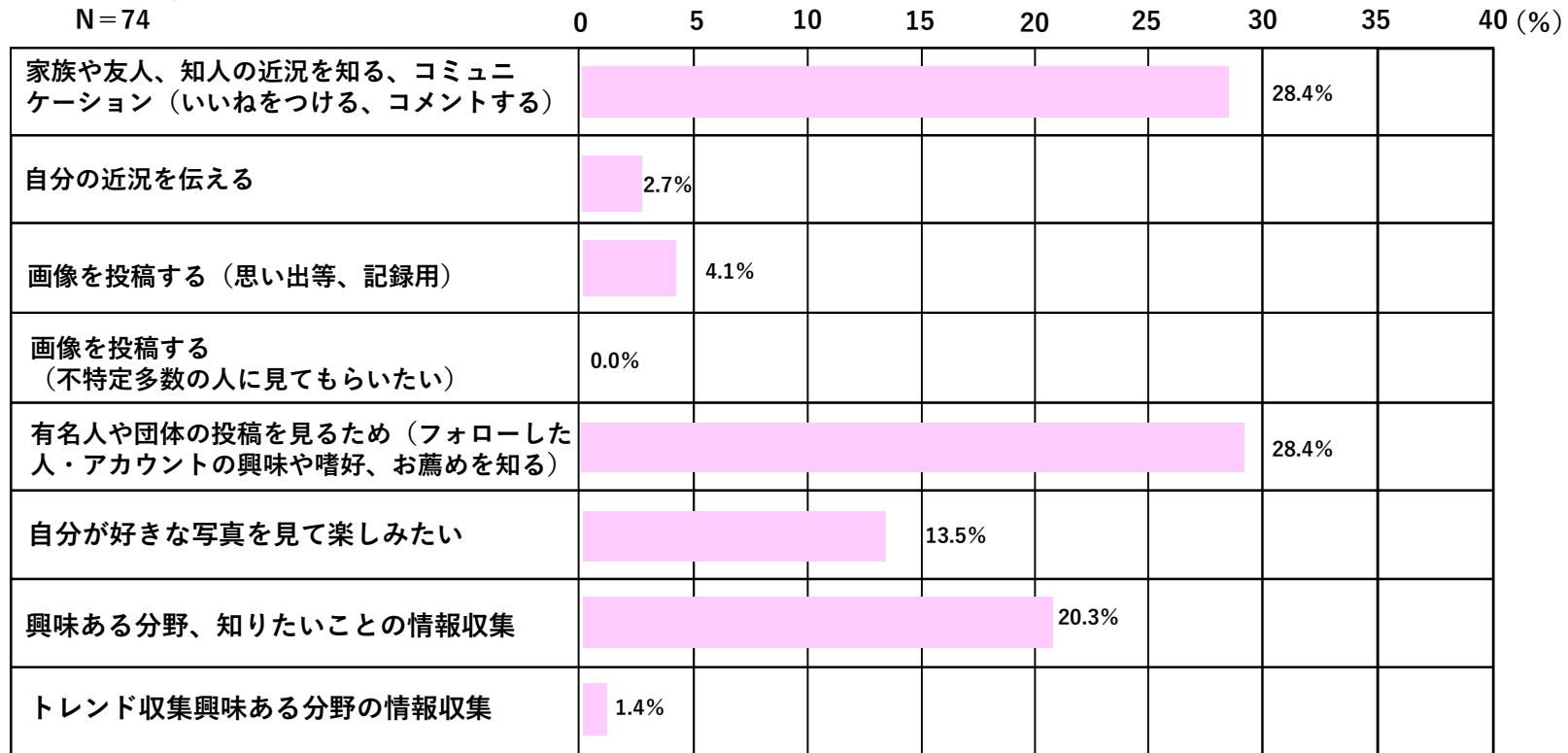


●55～59歳男性では、「有名人や団体の投稿を見るため」という利用目的がすべての属性の中で最も高い数字になっている

'Q5-3. Instagramをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか  
(それぞれ1つずつ選択)

Q5-3-1. 1位

55～59歳女性  
N=74



●55～59歳女性では、「不特定多数に見てもらうために画像を投稿する」という利用目的の人は、一人も見受けられなかった

'Q5-3. Instagramをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか  
(それぞれ1つずつ選択)

Q5-3-2. 2位

最頻値の回答

二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
家族や友人、知人の近況を知る、コミュニケーション (いいねをつける、コメントする)	20 7.9%	6 5.5%	14 9.7%	11 8.6%	9 7.2%	4 6.9%	7 10.0%	2 3.9%	7 9.5%
自分の近況を伝える	28 11.1%	11 10.1%	17 11.8%	19 14.8%	9 7.2%	9 15.5%	10 14.3%	2 3.9%	7 9.5%
画像を投稿する (思い出等、記録用)	16 6.3%	7 6.4%	9 6.3%	11 8.6%	5 4.0%	4 6.9%	7 10.0%	3 5.9%	2 2.7%
画像を投稿する (不特定多数の人に見てもらいたい)	7 2.8%	6 5.5%	1 0.7%	2 1.6%	5 4.0%	2 3.4%	0 0.0%	4 7.8%	1 1.4%
有名人や団体の投稿を見るため (フォローした人・アカウントの興味や嗜好、お薦めを知る)	26 10.3%	7 6.4%	19 13.2%	8 6.3%	18 14.4%	1 1.7%	7 10.0%	6 11.8%	12 16.2%
自分が好きな写真を見て楽しみたい	39 15.4%	22 20.2%	17 11.8%	20 15.6%	19 15.2%	9 15.5%	11 15.7%	13 25.5%	6 8.1%
興味ある分野、知りたいことの情報収集	51 20.2%	17 15.6%	34 23.6%	22 17.2%	29 23.2%	10 17.2%	12 17.1%	7 13.7%	22 29.7%
トレンド収集興味ある分野の情報収集	14 5.5%	6 5.5%	8 5.6%	9 7.0%	5 4.0%	5 8.6%	4 5.7%	1 2.0%	4 5.4%

●2位の利用目的は多くの属性で、「興味ある分野、知りたいことの情報収集」が多くなっている

Q5-3. Instagramをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか  
(それぞれ1つずつ選択)

Q5-3-3. 3位

最頻値の回答

二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
家族や友人、知人の近況を知る、コミュニケーション（いいねをつける、コメントする）	17 6.7%	8 7.3%	9 6.3%	9 7.0%	8 6.4%	4 6.9%	5 7.1%	4 7.8%	4 5.4%
自分の近況を伝える	8 3.2%	2 1.8%	6 4.2%	5 3.9%	3 2.4%	1 1.7%	4 5.7%	1 2.0%	2 2.7%
画像を投稿する（思い出等、記録用）	21 8.3%	9 8.3%	12 8.3%	14 10.9%	7 5.6%	7 12.1%	7 10.0%	2 3.9%	5 6.8%
画像を投稿する (不特定多数の人に見てもらいたい)	8 3.2%	3 2.8%	5 3.5%	6 4.7%	2 1.6%	3 5.2%	3 4.3%	0 0.0%	2 2.7%
有名人や団体の投稿を見るため（フォローした人・アカウントの興味や嗜好、お薦めを知る）	21 8.3%	12 11.0%	9 6.3%	12 9.4%	9 7.2%	8 13.8%	4 5.7%	4 7.8%	5 6.8%
自分が好きな写真を見て楽しみたい	21 8.3%	6 5.5%	15 10.4%	10 7.8%	11 8.8%	2 3.4%	8 11.4%	4 7.8%	7 9.5%
興味ある分野、知りたいことの情報収集	37 14.6%	20 18.3%	17 11.8%	16 12.5%	21 16.8%	9 15.5%	7 10.0%	11 21.6%	10 13.5%
トレンド収集興味ある分野の情報収集	22 8.7%	10 9.2%	12 8.3%	8 6.3%	14 11.2%	4 6.9%	4 5.7%	6 11.8%	8 10.8%

● 3位の利用目的はほとんどの属性で、「興味ある分野、知りたいことの情報収集」が最多となっている



## Q5-4. Facebookをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使いますか (それぞれ1つずつ選択)

### Q5-4-1. 1位

■ 最頻値の回答

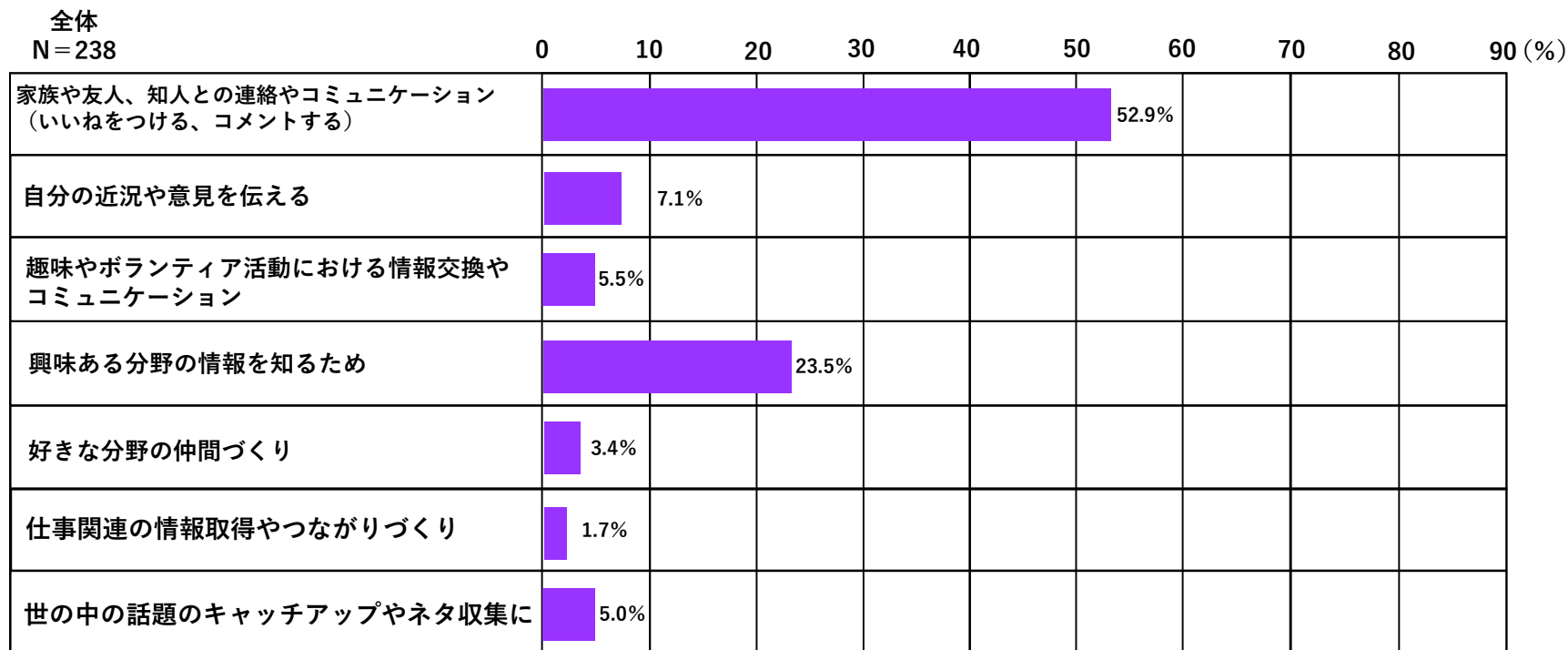
■ 二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
家族や友人、知人との連絡やコミュニケーション (いいねをつける、コメントする)	126 52.9%	72 50.7%	54 56.3%	57 49.1%	69 56.6%	28 43.1%	29 56.9%	44 57.1%	25 55.6%
自分の近況や意見を伝える	17 7.1%	14 9.9%	3 3.1%	7 6.0%	10 8.2%	6 9.2%	1 2.0%	8 10.4%	2 4.4%
趣味やボランティア活動における情報交換や コミュニケーション	13 5.5%	10 7.0%	3 3.1%	7 6.0%	6 4.9%	5 7.7%	2 3.9%	5 6.5%	1 2.2%
興味ある分野の情報を知るため	56 23.5%	29 20.4%	27 28.1%	31 26.7%	25 20.5%	14 21.5%	17 33.3%	15 19.5%	10 22.2%
好きな分野の仲間づくり	8 3.4%	6 4.2%	2 2.1%	3 2.6%	5 4.1%	2 3.1%	1 2.0%	4 5.2%	1 2.2%
仕事関連の情報取得やつながりづくり	4 1.7%	3 2.1%	1 1.0%	3 2.6%	1 0.8%	3 4.6%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.2%
世の中の話題のキャッチアップやネタ収集に	12 5.0%	7 4.9%	5 5.2%	8 6.9%	4 3.3%	7 10.8%	1 2.0%	0 0.0%	4 8.9%

- 1位の利用目的はすべての属性で、「コミュニケーション」が1位を占めている。次いで、同じくすべての属性で「興味ある分野の情報収集」という利用目的が2位を占めている

Q5-4. Facebookをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使いますか  
(それぞれ1つずつ選択)

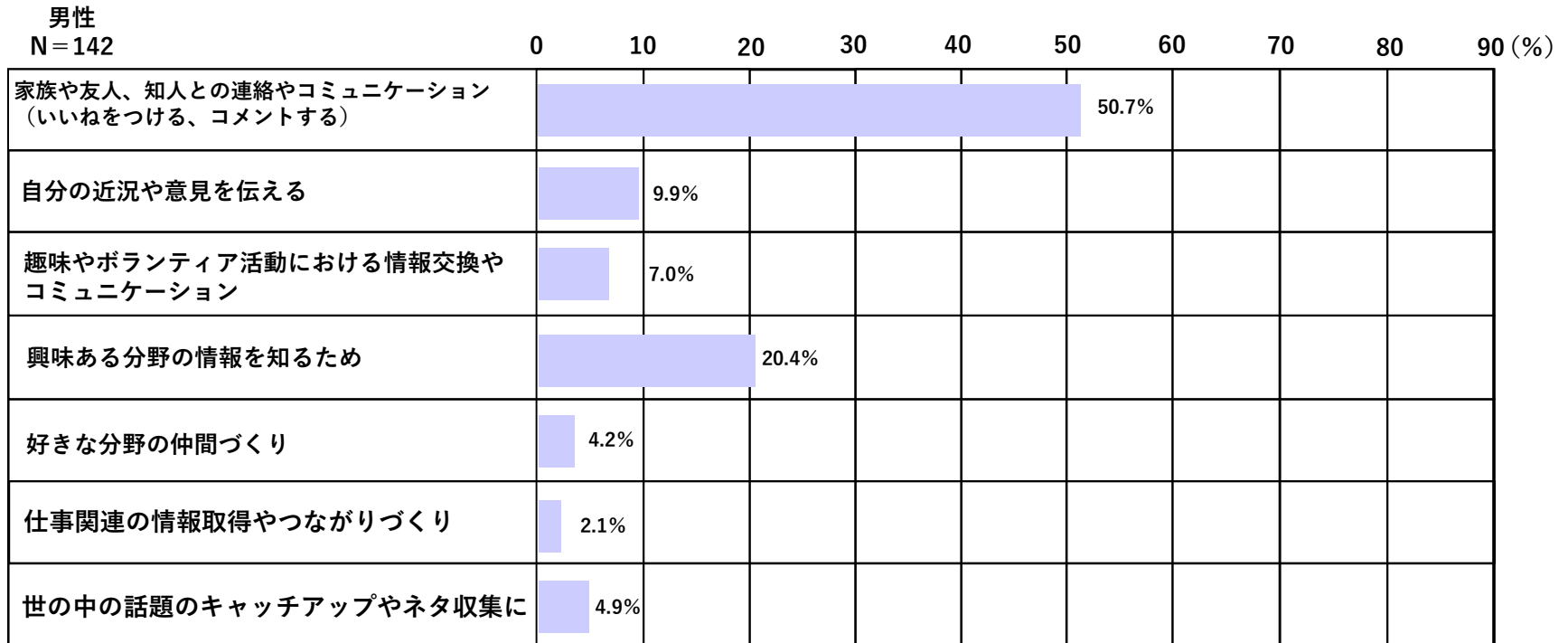
Q5-4-1. 1位



●全体傾向から見ると、1位の利用目的はすべての属性で、「コミュニケーション」が1位を占めている。次いで、同じくすべての属性で「興味ある分野の情報収集」という利用目的が2位を占めている。それ以外の利用目的は低い

Q5-4. Facebookをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使われますか  
 (それぞれ1つずつ選択)

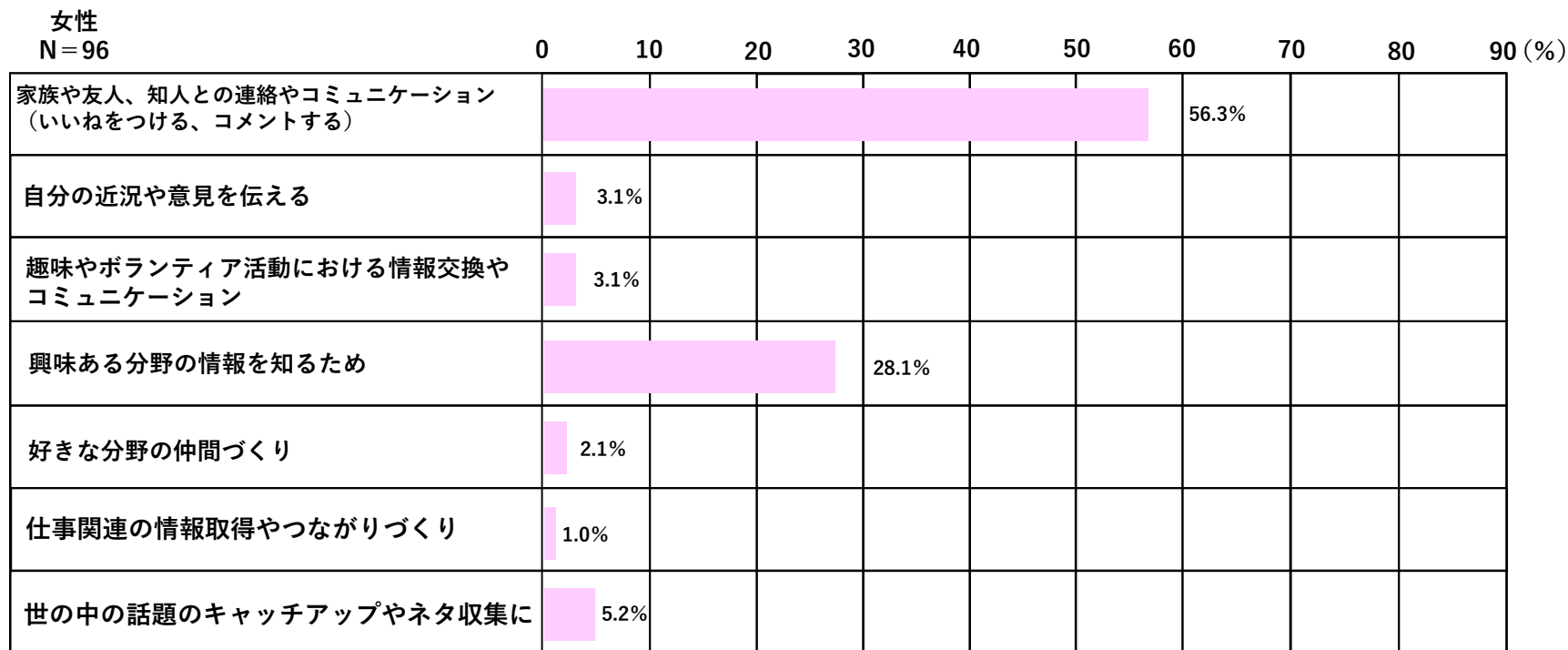
Q5-4-1. 1位



●男性では全体傾向と比べて、「コミュニケーション」目的、「情報収集」目的のスコアがわずかに低く、「自分の近況や意見を伝える」スコアがわずかながら高くなっている

Q5-4. Facebookをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使いますか  
(それぞれ1つずつ選択)

Q5-4-1. 1位

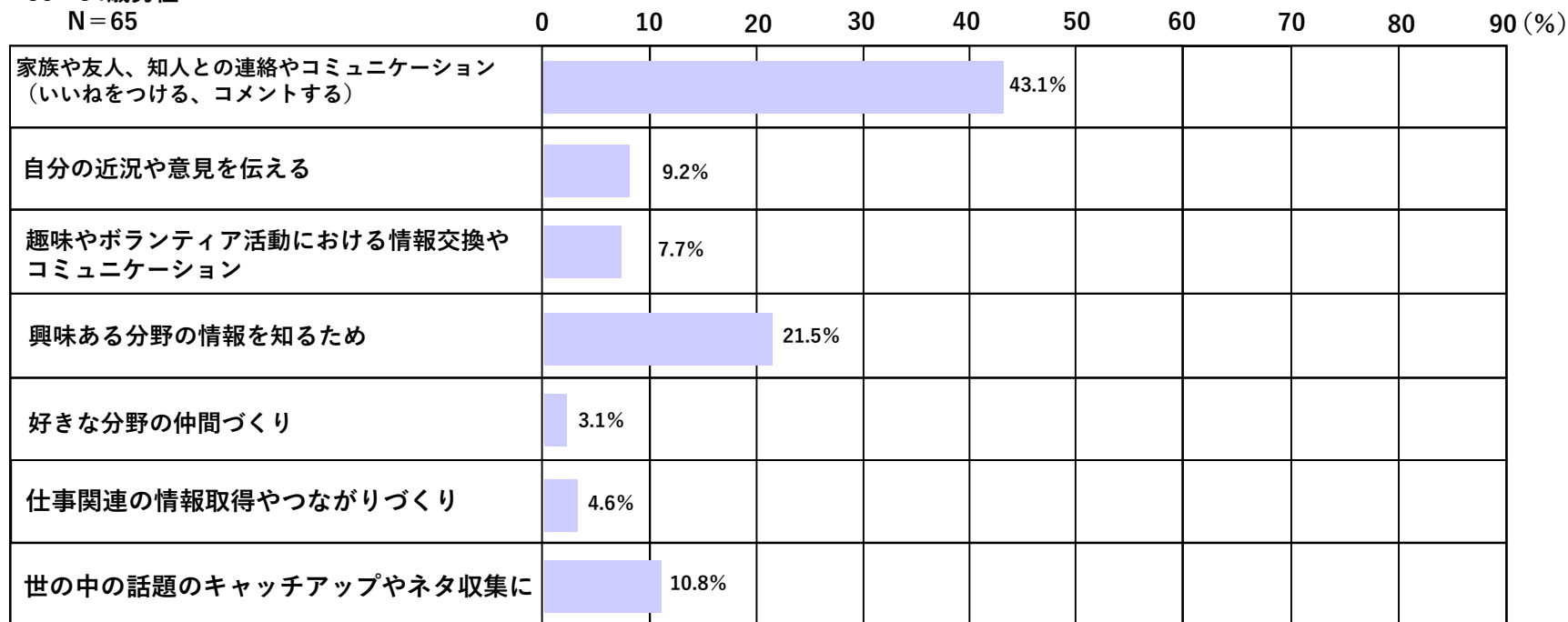


- 女性では男性と比べて、「コミュニケーション」目的が約6ポイント、「情報収集」目的が8ポイントも高いスコアになっている
- 「自分の近況や意見を伝える」スコアは、男性に比べて約3分の1の数字になっている

Q5-4. Facebookをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使いますか  
(それぞれ1つずつ選択)

Q5-4-1. 1位

50～54歳男性  
N=65



- 50～54歳男性では全体傾向と比べて、「コミュニケーション」目的が約11ポイントも低いスコアになっている
- 「世の中の話題のキャッチアップやネタ収集に」という目的はすべての属性の中で最も高く、唯一10%を超えている

Q5-4. Facebookをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使いますか  
(それぞれ1つずつ選択)

Q5-4-1. 1位

50～54歳女性  
N=51

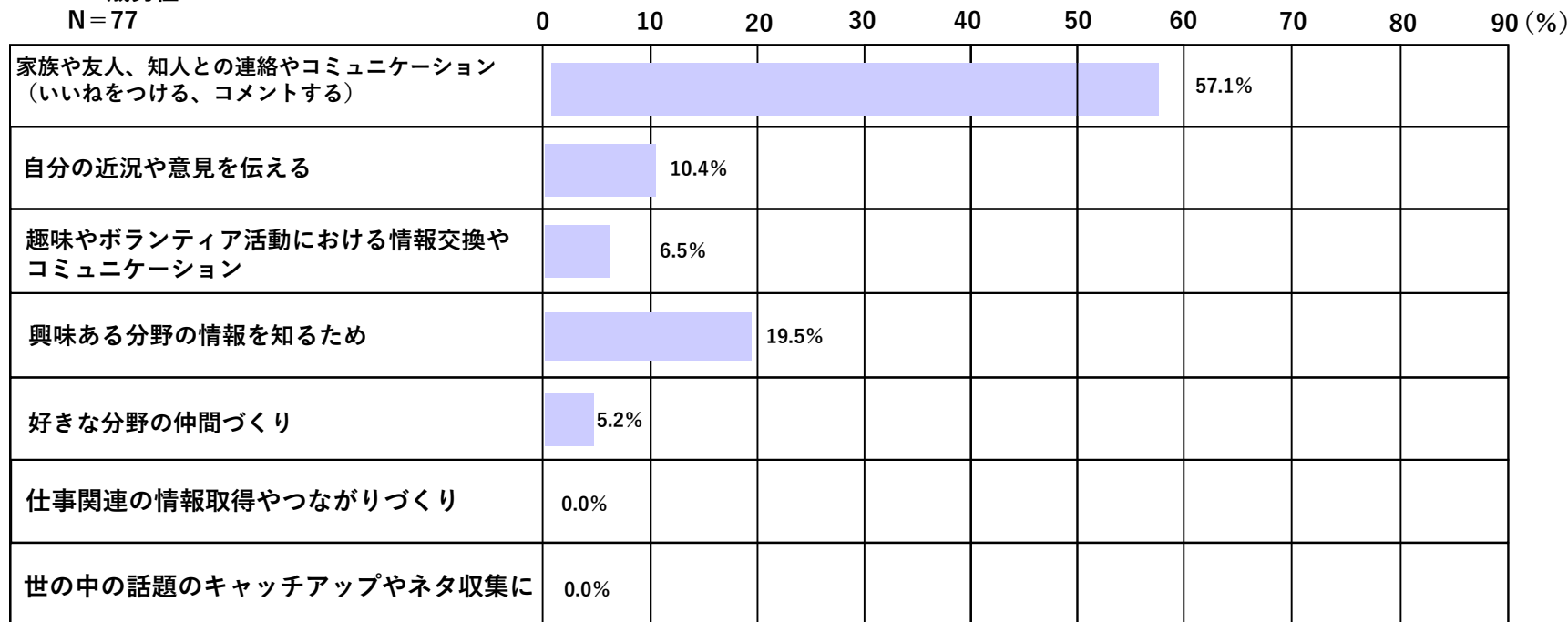
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90 (%)	
家族や友人、知人との連絡やコミュニケーション (いいねをつける、コメントする)	56.9%										
自分の近況や意見を伝える	2.0%										
趣味やボランティア活動における情報交換や コミュニケーション	3.9%										
興味ある分野の情報を 知るため	33.3%										
好きな分野の仲間づくり	2.0%										
仕事関連の情報取得や つながりづくり	0.0%										
世の中の話題のキャッチアップや ネタ収集に	2.0%										

- 50～54歳女性では「興味ある分野の情報を  
知るため」という利用目的が、すべての属性  
の中で最も高く、唯一30%を超えている
- 「仕事関連の情報取得やつながりづくり」という  
利用目的は一人も見受けられなかった

Q5-4. Facebookをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使いますか  
(それぞれ1つずつ選択)

Q5-4-1. 1位

55～59歳男性  
N=77

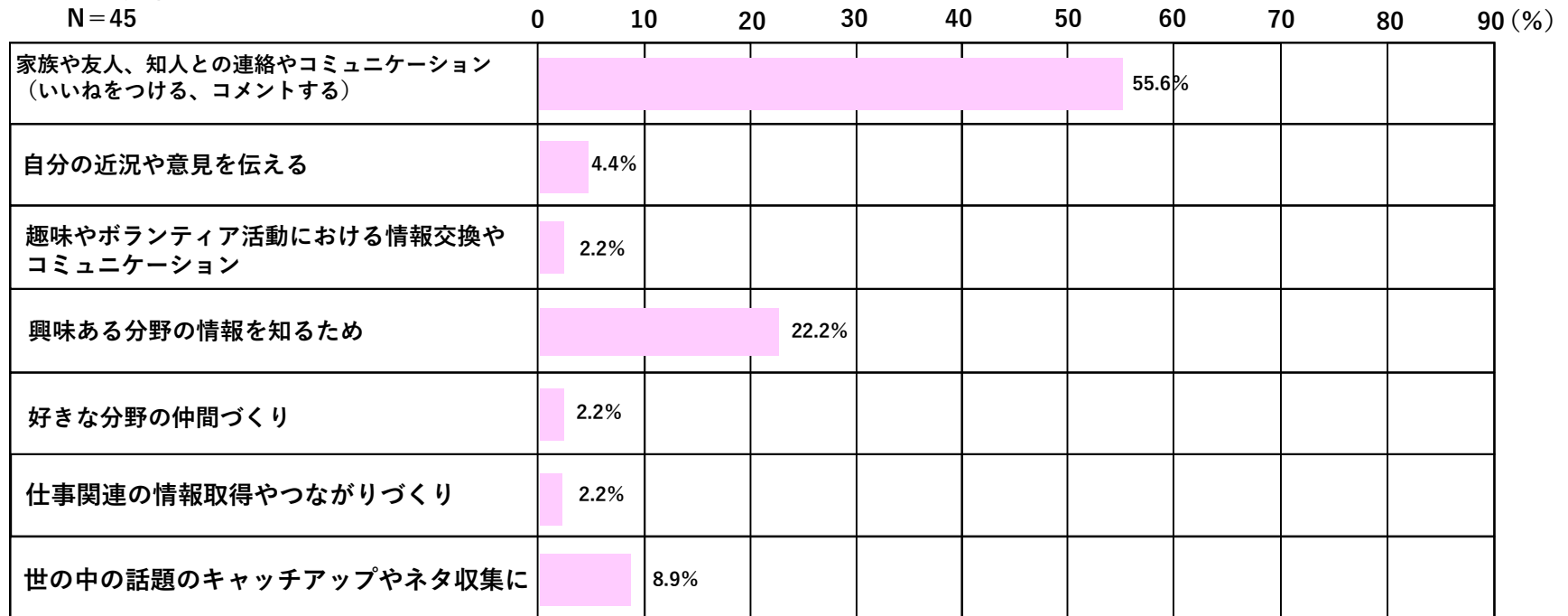


- 55～59歳男性では全体傾向と比べて、「コミュニケーション」目的が、すべての属性の中で最も高くなっている
- 「世の中の話題のキャッチアップやネタ収集に」、「仕事関連の情報取得やつながりづくり」という利用目的は一人も見受けられなかった

Q5-4. Facebookをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使われますか  
(それぞれ1つずつ選択)

Q5-4-1. 1位

55～59歳女性  
N=45



●55～59歳女性では「趣味やボランティア活動における情報交換やコミュニケーション」という利用目的がすべての属性の中で最も低く、2.2%という低いスコアになっている



Q5-4. Facebookをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使われますか  
(それぞれ1つずつ選択)

Q5-4-2. 2位

最頻値の回答

二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
家族や友人、知人との連絡やコミュニケーション (いいねをつける、コメントする)	26 10.9%	15 10.6%	11 11.5%	9 7.8%	17 13.9%	3 4.6%	6 11.8%	12 15.6%	5 11.1%
自分の近況や意見を伝える	53 22.3%	32 22.5%	21 21.9%	29 25.0%	24 19.7%	16 24.6%	13 25.5%	16 20.8%	8 17.8%
趣味やボランティア活動における情報交換や コミュニケーション	21 8.8%	15 10.6%	6 6.3%	11 9.5%	10 8.2%	8 12.3%	3 5.9%	7 9.1%	3 6.7%
興味ある分野の情報を知るため	35 14.7%	23 16.2%	12 12.5%	20 17.2%	15 12.3%	13 20.0%	7 13.7%	10 13.0%	5 11.1%
好きな分野の仲間づくり	9 3.8%	7 4.9%	2 2.1%	5 4.3%	4 3.3%	3 4.6%	2 3.9%	4 5.2%	0 0.0%
仕事関連の情報取得やつながりづくり	9 3.8%	6 4.2%	3 3.1%	1 0.9%	8 6.6%	0 0.0%	1 2.0%	6 7.8%	2 4.4%
世の中の話題のキャッチアップやネタ収集に	18 7.6%	9 6.3%	9 9.4%	8 6.9%	10 8.2%	5 7.7%	3 5.9%	4 5.2%	6 13.3%

●2位の利用目的はすべての属性で、「自分の近況や意見を伝える」が1位を占めている

## Q5-4. Facebookをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使いますか (それぞれ1つずつ選択)

### Q5-4-3. 3位

■ 最頻値の回答

■ 二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
家族や友人、知人との連絡やコミュニケーション (いいねをつける、コメントする)	14 5.9%	9 6.3%	5 5.2%	10 8.6%	4 3.3%	8 12.3%	2 3.9%	1 1.3%	3 6.7%
自分の近況や意見を伝える	19 8.0%	12 8.5%	7 7.3%	5 4.3%	14 11.5%	2 3.1%	3 5.9%	10 13.0%	4 8.9%
趣味やボランティア活動における情報交換や コミュニケーション	31 13.0%	17 12.0%	14 14.6%	15 12.9%	16 13.1%	8 12.3%	7 13.7%	9 11.7%	7 15.6%
興味ある分野の情報を知るため	30 12.6%	19 13.4%	11 11.5%	16 13.8%	14 11.5%	10 15.4%	6 11.8%	9 11.7%	5 11.1%
好きな分野の仲間づくり	14 5.9%	13 9.2%	1 1.0%	4 3.4%	10 8.2%	3 4.6%	1 2.0%	10 13.0%	0 0.0%
仕事関連の情報取得やつながりづくり	12 5.0%	9 6.3%	3 3.1%	7 6.0%	5 4.1%	6 9.2%	1 2.0%	3 3.9%	2 4.4%
世の中の話題のキャッチアップやネタ収集に	18 7.6%	6 4.2%	12 12.5%	11 9.5%	7 5.7%	2 3.1%	9 17.6%	4 5.2%	3 6.7%

- 3位の利用目的は属性ごとにばらつきがあるが、「興味ある分野の情報を知るため」、「趣味やボランティア活動における情報交換やコミュニケーション」のスコアが比較的高い

Q5-5. YouTubeなど動画投稿サイトをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか（それぞれ1つずつ選択）

Q5-5-1. 1位

■ 最頻値の回答

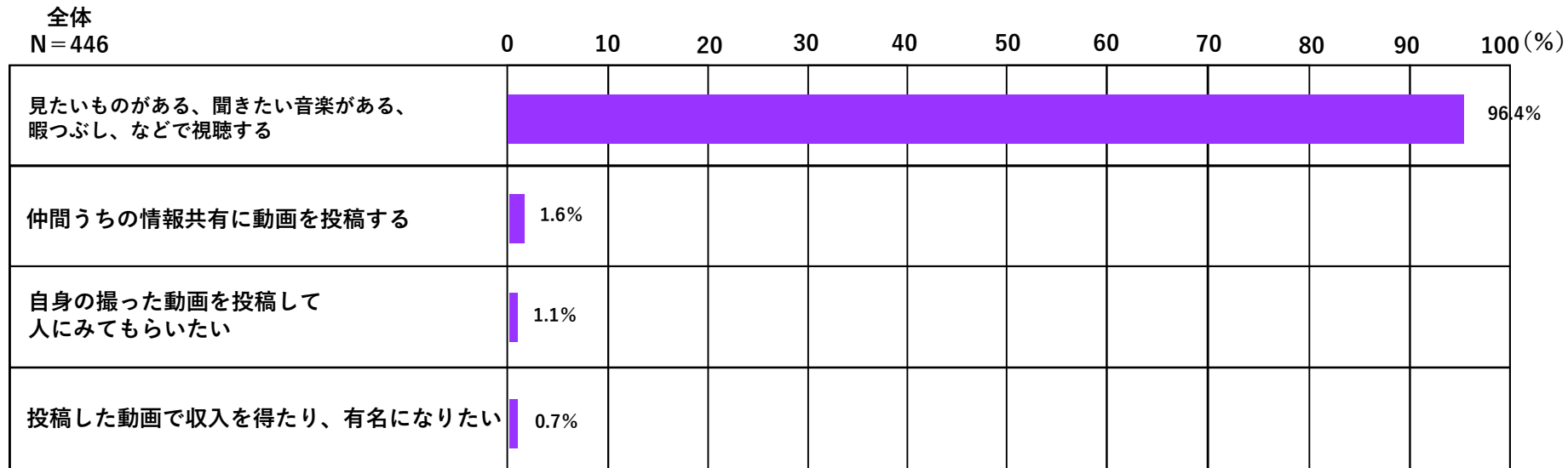
■ 二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
見たいものがある、聞きたい音楽がある、暇つぶし、などで視聴する	430 96.4%	239 96.0%	191 97.0%	215 96.4%	215 96.4%	121 96.0%	94 96.9%	118 95.9%	97 97.0%
仲間うちの情報共有に動画を投稿する	7 1.6%	7 2.8%	0 0.0%	3 1.3%	4 1.8%	3 2.4%	0 0.0%	4 3.3%	0 0.0%
自身の撮った動画を投稿して人にみてもらいたい	5 1.1%	1 0.4%	4 2.0%	2 0.9%	3 1.3%	0 0.0%	2 2.1%	1 0.8%	2 2.0%
投稿した動画で収入を得たり、有名になりたい	3 0.7%	2 0.8%	1 0.5%	3 1.3%	0 0.0%	2 1.6%	1 1.0%	0 0.0%	0 0.0%

●全体傾向として、「視聴する」が圧倒的に高いスコアを記録している。投稿など能動的な利用目的はほんのわずかにすぎない

Q5-5. YouTubeなど動画投稿サイトをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか（それぞれ1つずつ選択）

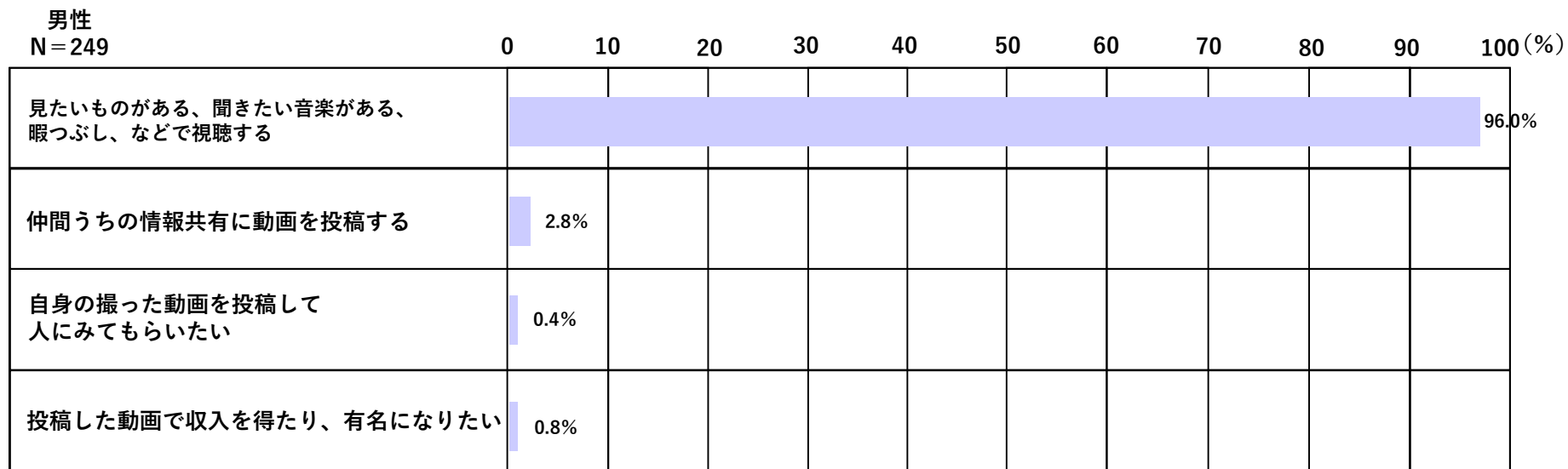
Q5-5-1. 1位



●全体傾向として、「視聴する」が圧倒的に高いスコアを記録している。投稿など能動的な利用目的はほんのわずかにすぎない

Q5-5. YouTubeなど動画投稿サイトをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか（それぞれ1つずつ選択）

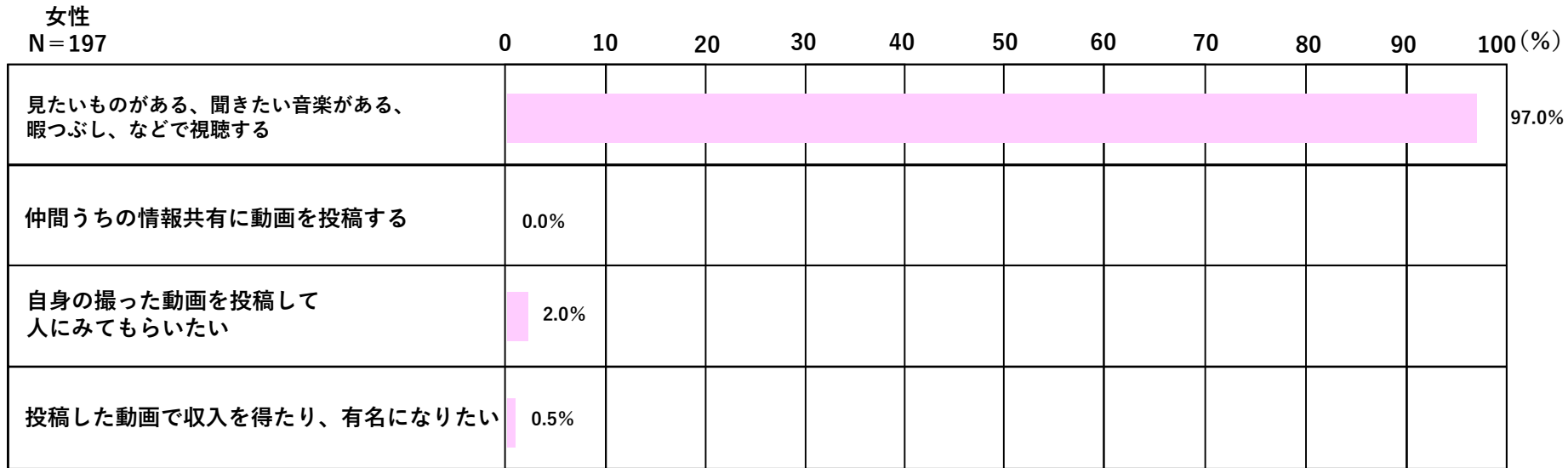
Q5-5-1. 1位



- 男性の利用目的の1位は、全体傾向同様、「視聴する」が圧倒的に高いスコアを記録している。投稿など能動的な利用目的はほんのわずかにすぎない

Q5-5. YouTubeなど動画投稿サイトをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使われますか（それぞれ1つずつ選択）

Q5-5-1. 1位

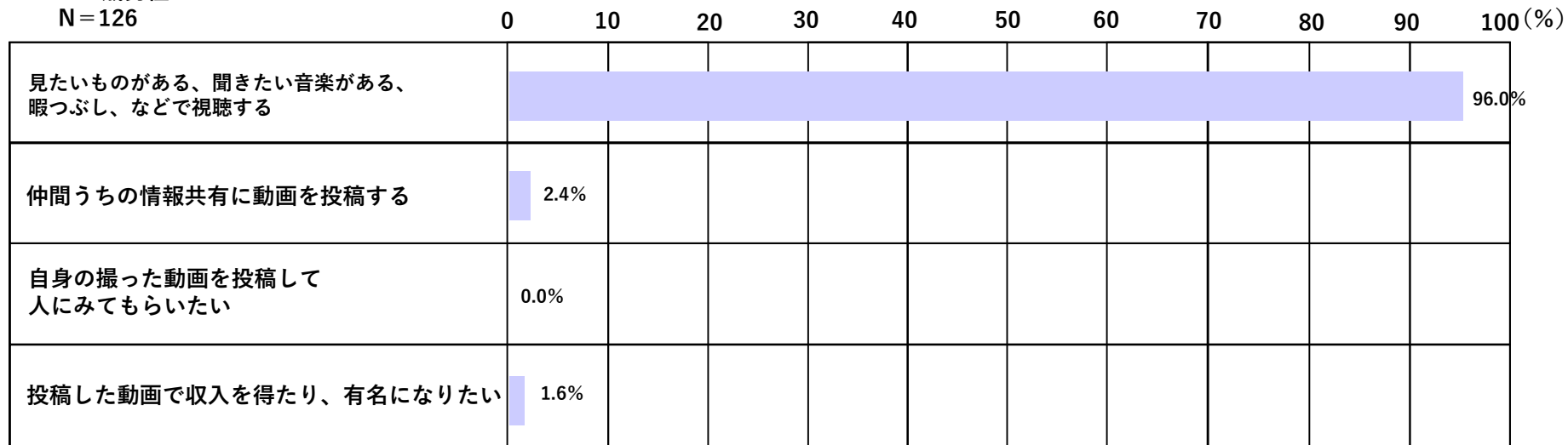


- 女性の利用目的の1位は、全体傾向同様、「視聴する」が圧倒的に高いスコアを記録している。投稿など能動的な利用目的はほんのわずかにすぎない
- 全体から見ればほとんど誤差範囲だが、女性は男性に比べ「自身の撮った動画を投稿して人にみてもらいたい」利用目的のスコアが5倍に上っている

Q5-5. YouTubeなど動画投稿サイトをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使われますか（それぞれ1つずつ選択）

Q5-5-1. 1位

50～54歳男性  
N=126

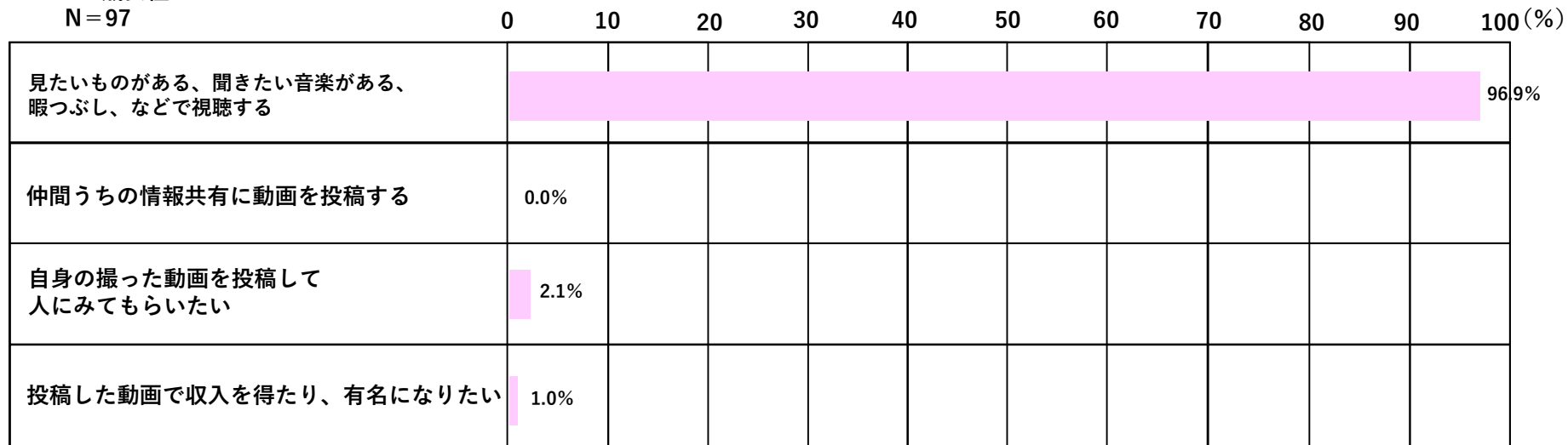


- 50～54歳男性の利用目的の1位は、全体傾向同様、「視聴する」が圧倒的に高いスコアを記録している。
- 投稿など能動的な利用目的はほんのわずかにすぎない。「自身の撮った動画を投稿して人にみてもらいたい」を利用目的の1位に挙げた人は一人も見受けられなかった

Q5-5. YouTubeなど動画投稿サイトをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使われますか（それぞれ1つずつ選択）

Q5-5-1. 1位

50～54歳女性  
N=97



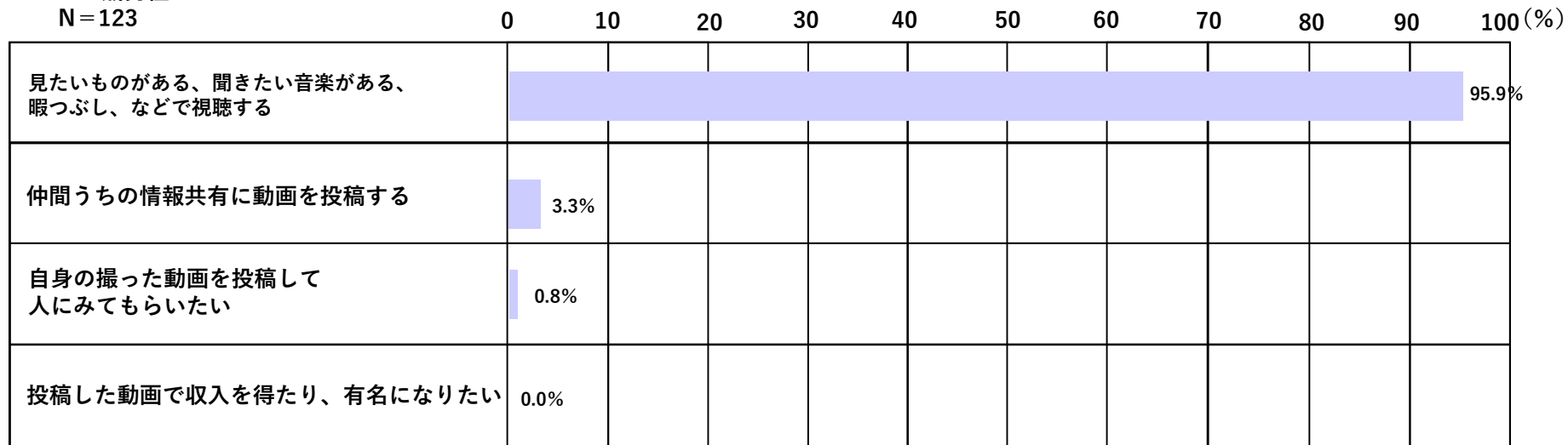
- 50～54歳女性の利用目的の1位は、同年代男性同様、「視聴する」が圧倒的に高いスコアを記録している。投稿など能動的な利用目的はほんのわずかにすぎない



Q5-5. YouTubeなど動画投稿サイトをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使用しますか（それぞれ1つずつ選択）

Q5-5-1. 1位

55～59歳男性  
N=123

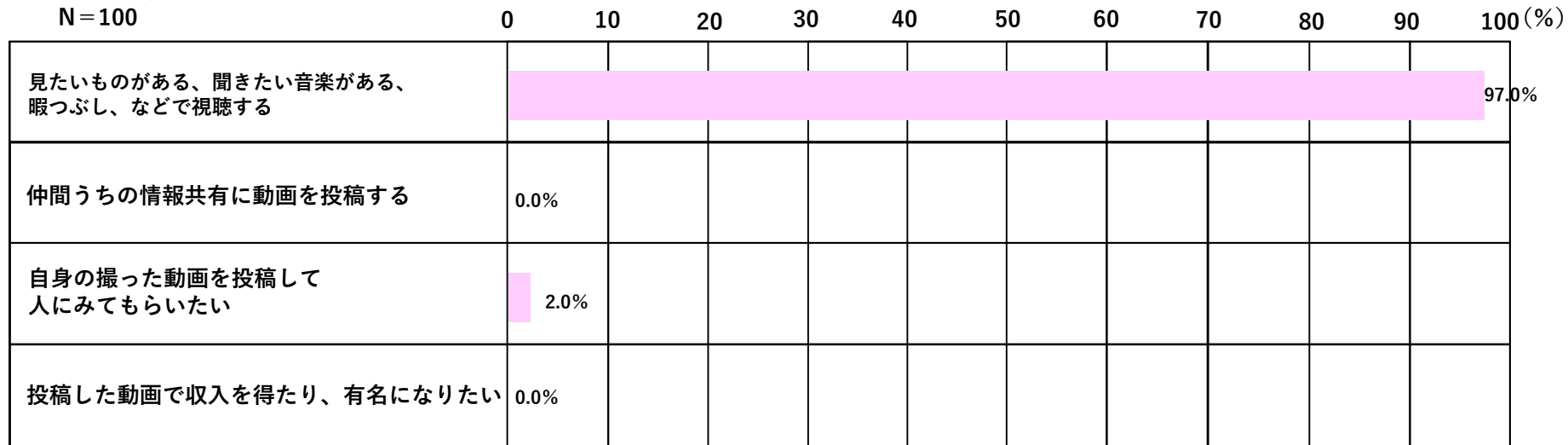


- 55～59歳男性の利用目的の1位は、全体傾向同様、「視聴する」が圧倒的に高いスコアを記録している。投稿など能動的な利用目的はほんのわずかにすぎない

Q5-5. YouTubeなど動画投稿サイトをお使いの方にお伺いします。どのような目的で使われますか（それぞれ1つずつ選択）

Q5-5-1. 1位

55～59歳女性  
N=100



●55～59歳女性の利用目的の1位は、全体傾向同様、「視聴する」が圧倒的に高いスコアを記録している。

投稿など能動的な利用目的はほんのわずかにすぎない

●全体から見ればほとんど誤差範囲だが、他の属性に比べ「自身の撮った動画を投稿して人にみてもらいたい」がわずかに上回っている

Q5-5SQ. 前問で【見たいものがある、聞きたい音楽がある、暇つぶし、などで視聴する】を選択した方にお伺いします。どのような目的で視聴しますか  
(複数選択可)

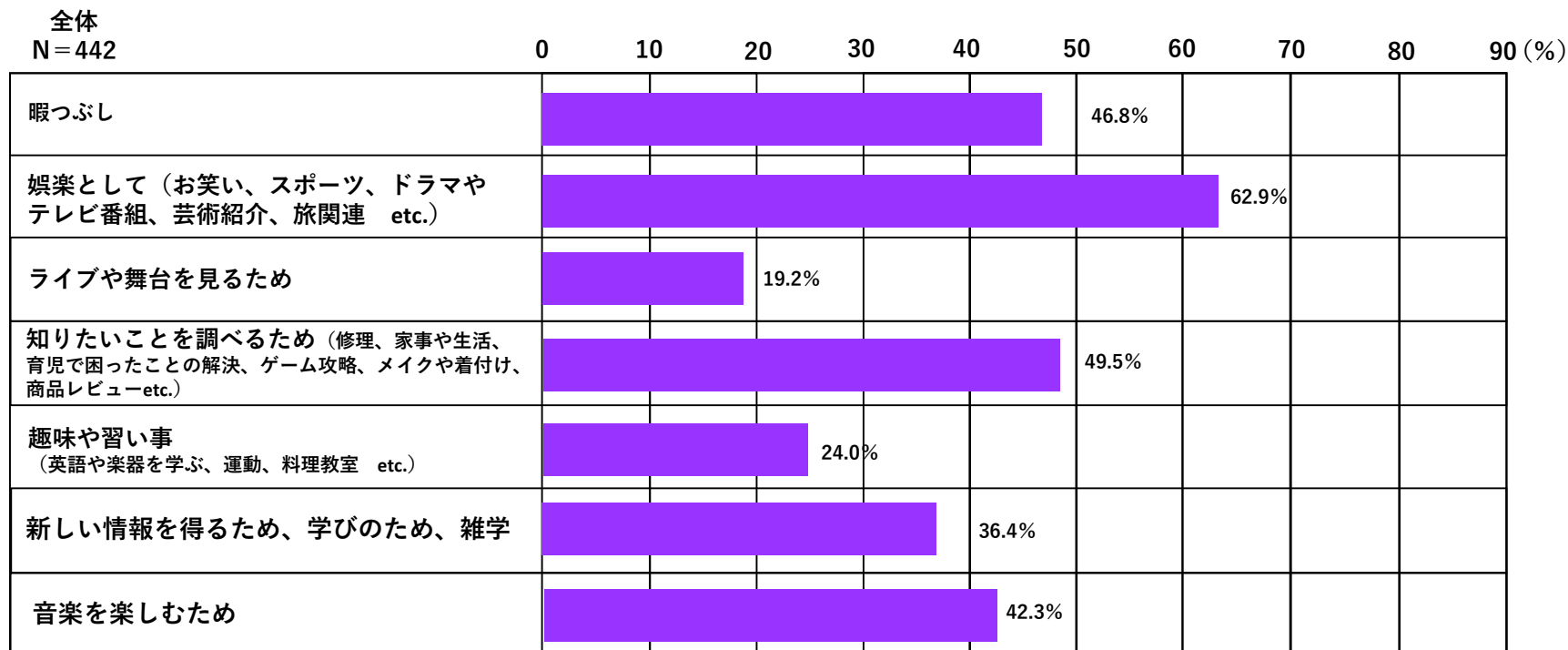
最頻値の回答

二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
暇つぶし	207 46.8%	134 54.3%	73 37.4%	107 48.6%	100 45.0%	74 59.7%	33 34.4%	60 48.8%	40 40.4%
娯楽として（お笑い、スポーツ、ドラマや テレビ番組、芸術紹介、旅関連 etc.）	278 62.9%	155 62.8%	123 63.1%	143 65.0%	135 60.8%	81 65.3%	62 64.6%	74 60.2%	61 61.6%
ライブや舞台を見るため	85 19.2%	33 13.4%	52 26.7%	47 21.4%	38 17.1%	16 12.9%	31 32.3%	17 13.8%	21 21.2%
知りたいことを調べるため（修理、家事や生活、 育児で困ったことの解決、ゲーム攻略、メイクや着付け、 商品レビューetc.）	219 49.5%	120 48.6%	99 50.8%	112 50.9%	107 48.2%	63 50.8%	49 51.0%	57 46.3%	50 50.5%
趣味や習い事 （英語や楽器を学ぶ、運動、料理教室 etc.）	106 24.0%	60 24.3%	46 23.6%	46 20.9%	60 27.0%	29 23.4%	17 17.7%	31 25.2%	29 29.3%
新しい情報を得るため、学びのため、雑学	161 36.4%	94 38.1%	67 34.4%	80 36.4%	81 36.5%	48 38.7%	32 33.3%	46 37.4%	35 35.4%
音楽を楽しむため	187 42.3%	99 40.1%	88 45.1%	95 43.2%	92 41.4%	48 38.7%	47 49.0%	51 41.5%	41 41.4%

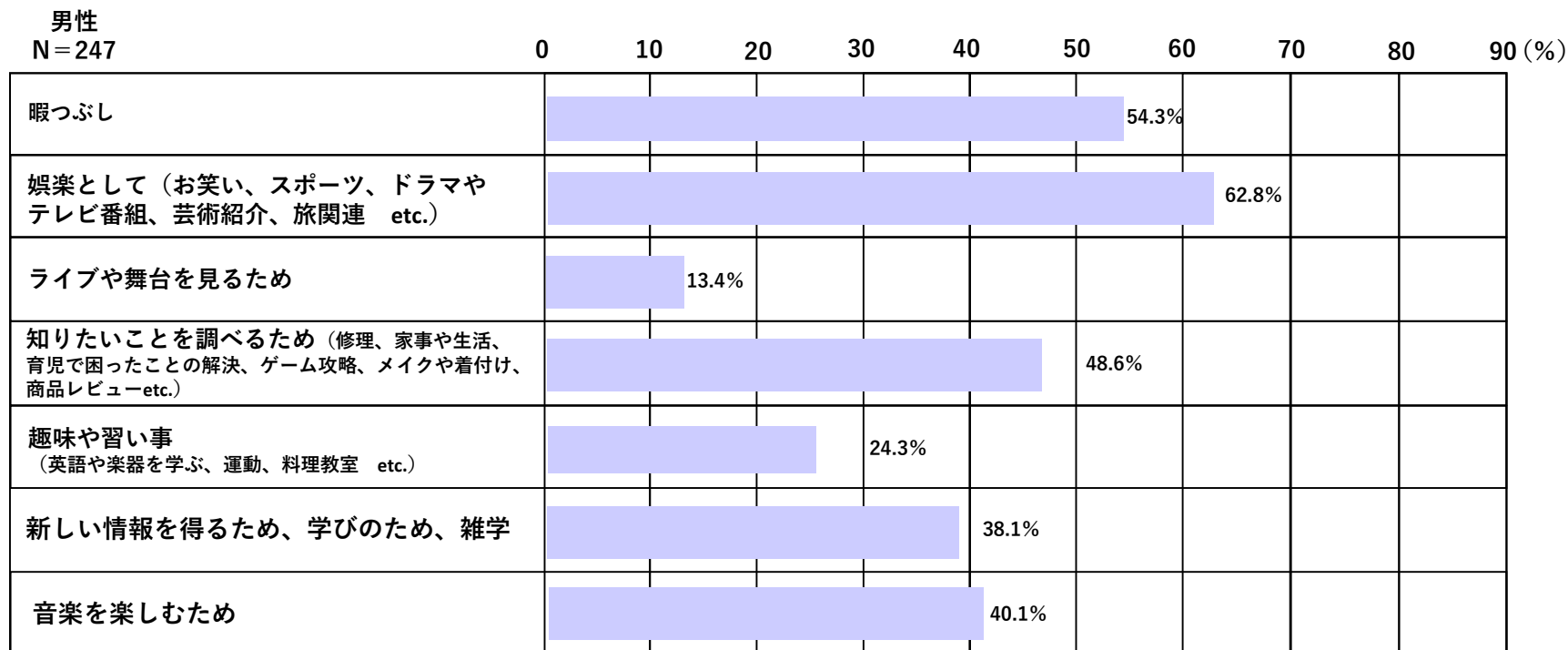
●視聴目的はすべての属性で、「娯楽」が1位を占めている。次いで、一つを除くすべての属性で「知りたいことを調べるため」となっている（50~54男性のみ、2位は「暇つぶし」）

Q5-5SQ. 前問で【見たいものがある、聞きたい音楽がある、暇つぶし、などで視聴する】を選択した方にお伺いします。どのような目的で視聴しますか  
(複数選択可)



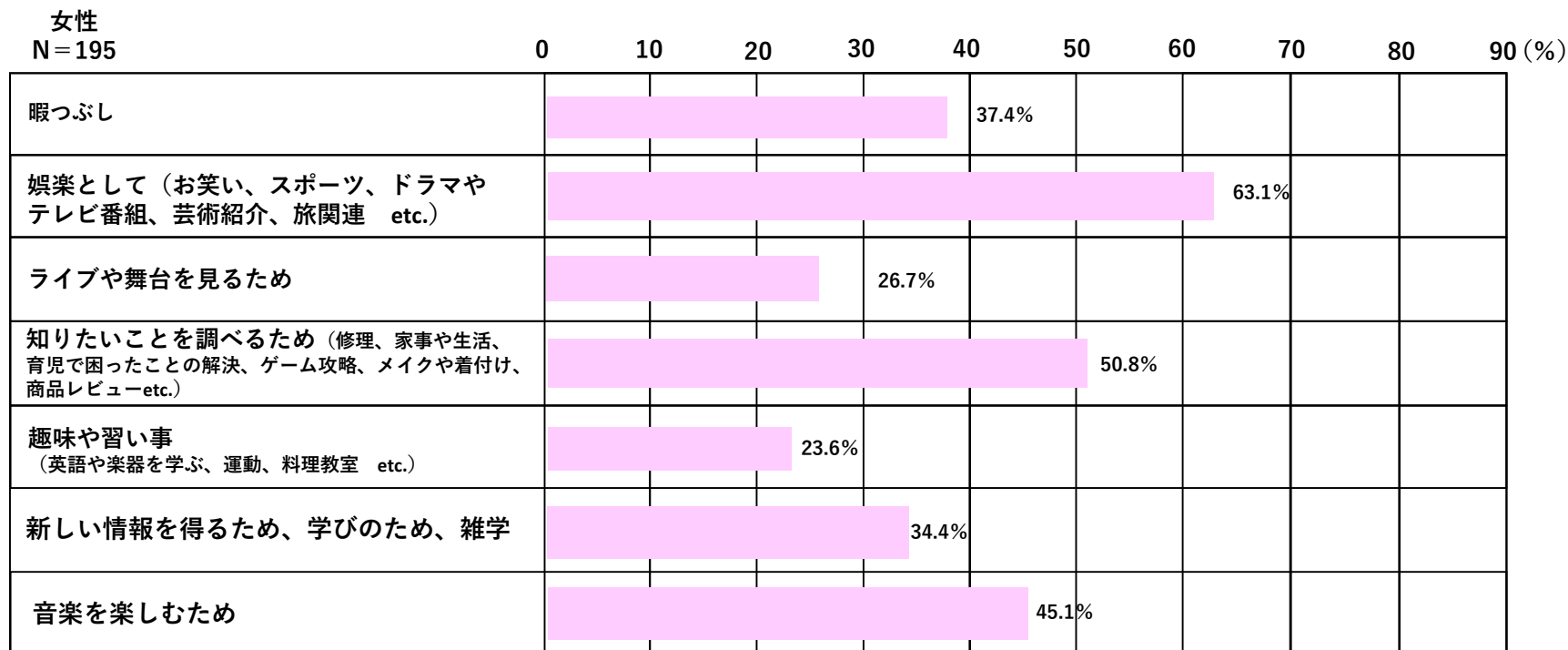
- 全体傾向としては、「娯楽」が1位を占めているが、「暇つぶし」や「調べもの」・「音楽」といった視聴目的もスコアが高く、幅広い目的で視聴されていることが窺える

Q5-5SQ. 前問で【見たいものがある、聞きたい音楽がある、暇つぶし、などで視聴する】を選択した方にお伺いします。どのような目的で視聴しますか  
(複数選択可)



●男性では全体傾向に比べ、「暇つぶし」のスコアが高くなっている

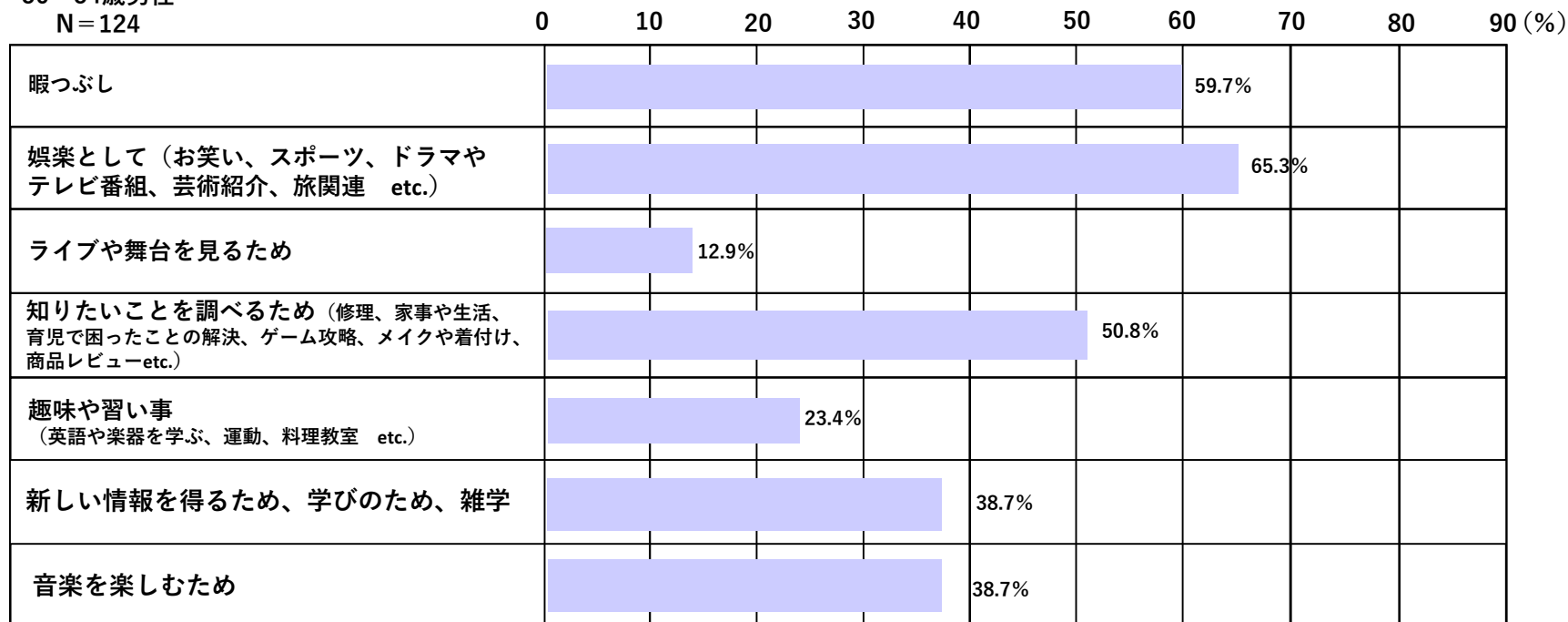
Q5-5SQ. 前問で【見たいものがある、聞きたい音楽がある、暇つぶし、などで視聴する】を選択した方にお伺いします。どのような目的で視聴しますか  
(複数選択可)



- 女性では男性に比べ、「暇つぶし」のスコアがかなり低くなっている。  
一方で「ライブや舞台を見るため」という視聴目的は、男性を大きく上回っている

Q5-5SQ. 前問で【見たいものがある、聞きたい音楽がある、暇つぶし、などで視聴する】を選択した方にお伺いします。どのような目的で視聴しますか  
(複数選択可)

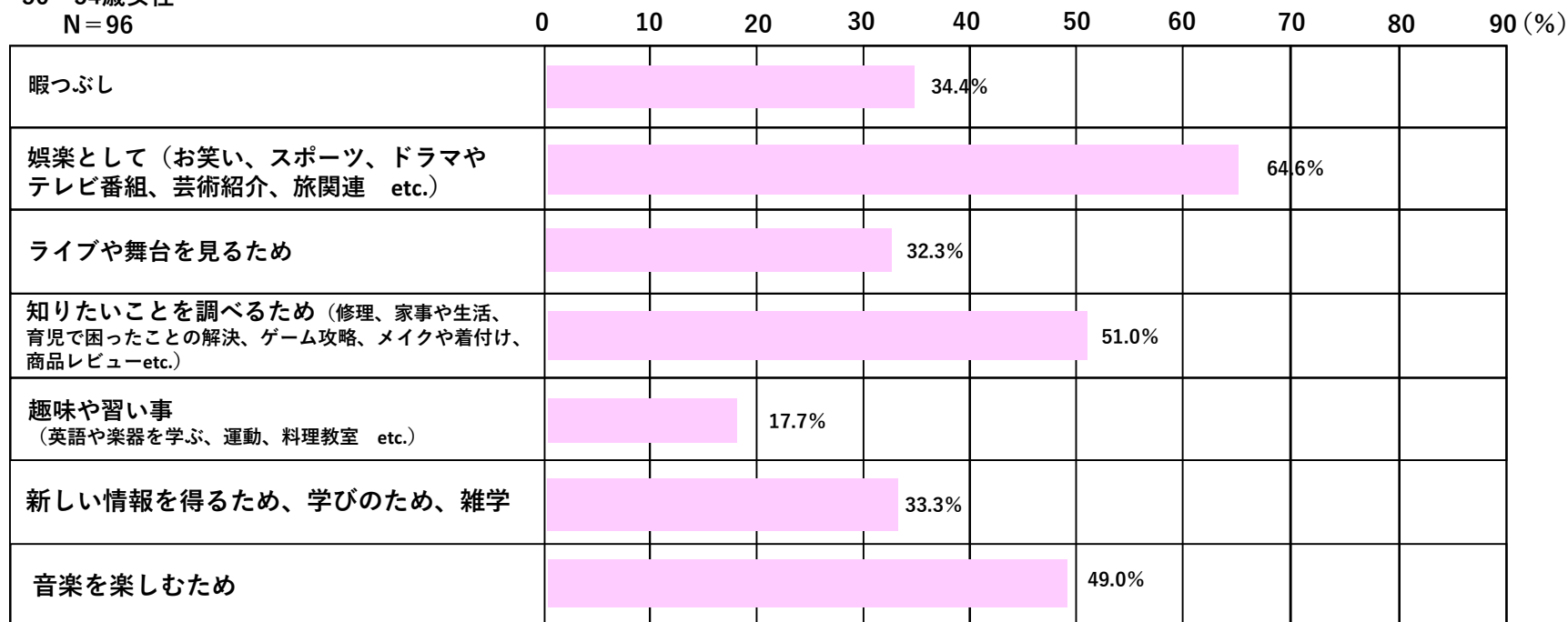
50～54歳男性  
N=124



- 50～54歳男性ではすべての属性の中で、「暇つぶし」・「娯楽」のスコアが最も高くなっている。  
一方で「ライブや舞台を見るため」という視聴目的は、すべての属性の中で最もスコアが低くなっている

Q5-5SQ. 前問で【見たいものがある、聞きたい音楽がある、暇つぶし、などで視聴する】を選択した方にお伺いします。どのような目的で視聴しますか  
(複数選択可)

50～54歳女性  
N=96

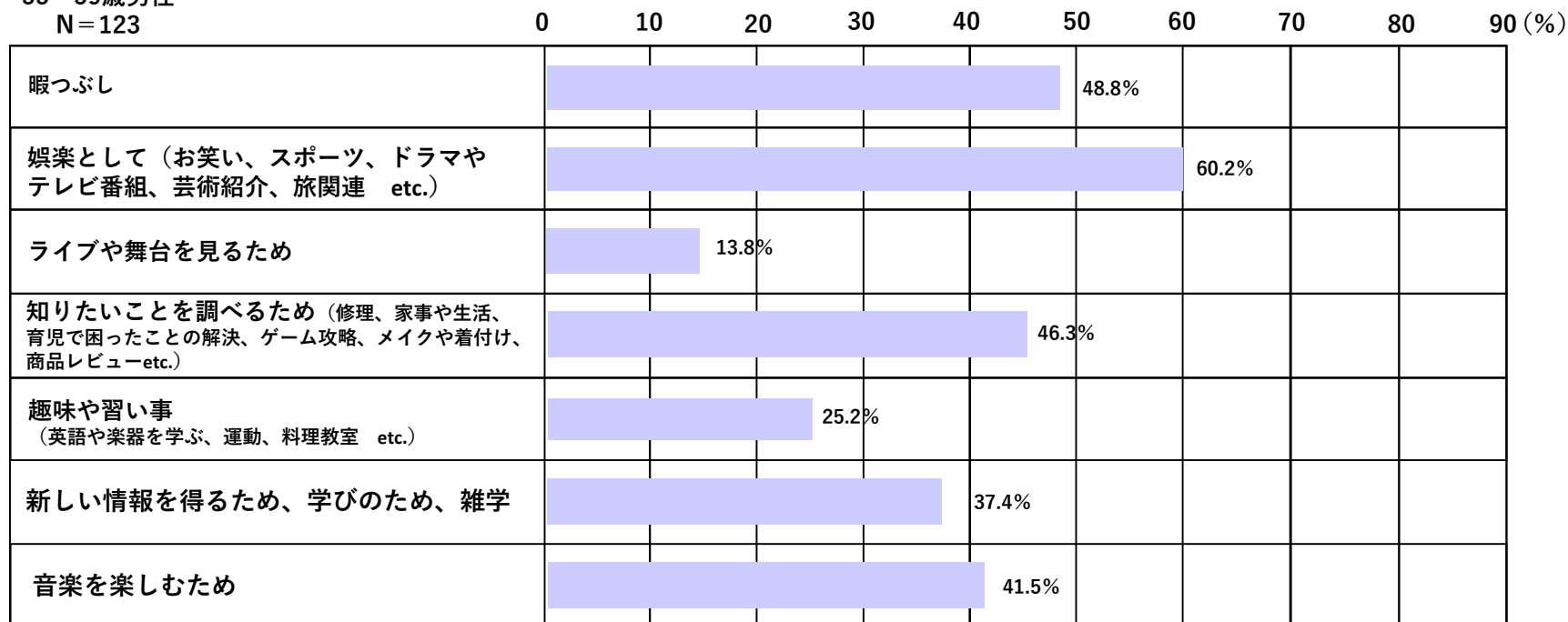


- 50～54歳女性ではすべての属性の中で、「調べもの」・「音楽を楽しむ」のスコアが最も高くなっている。
- 一方で「暇つぶし」という視聴目的は、すべての属性の中で最もスコアが低くなっている



Q5-5SQ. 前問で【見たいものがある、聞きたい音楽がある、暇つぶし、などで視聴する】を選択した方にお伺いします。どのような目的で視聴しますか  
(複数選択可)

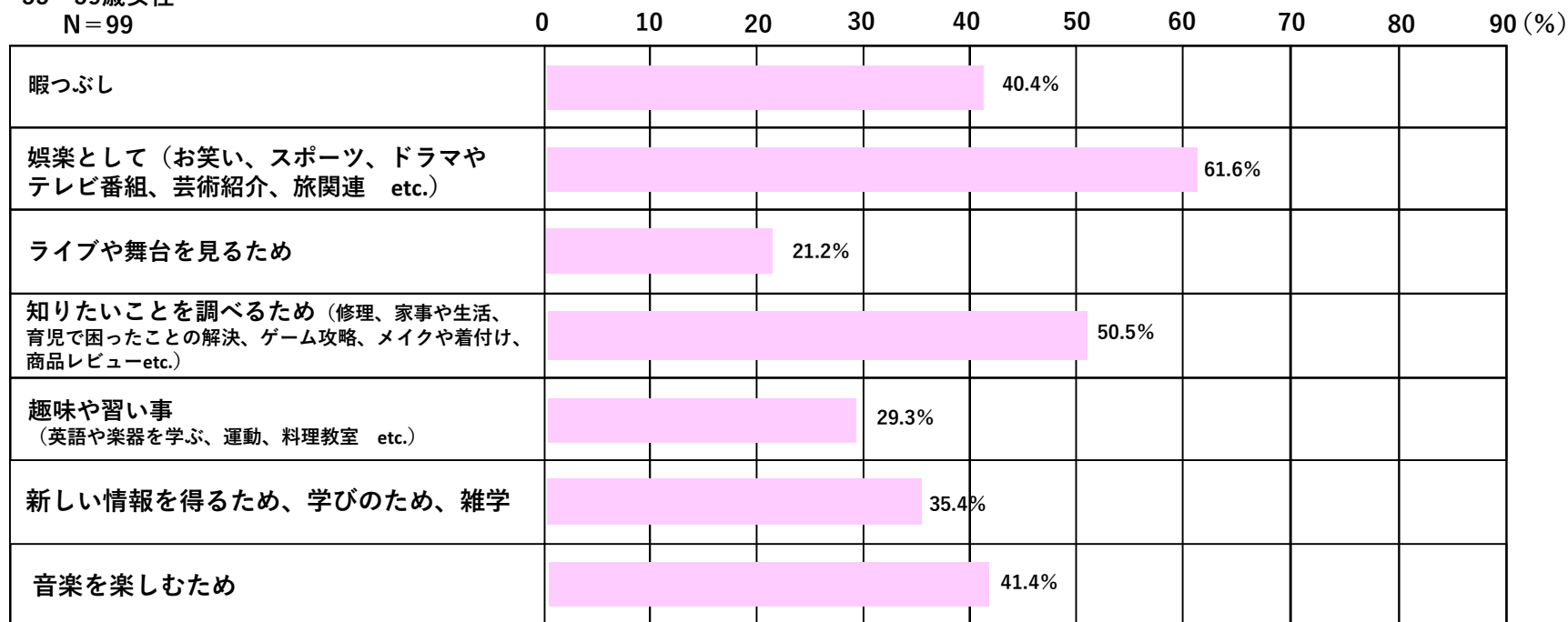
55～59歳男性  
N=123



●55～59歳男性では、50～54歳男性に比べて、「暇つぶし」のスコアがかなり低くなっている。

Q5-5SQ. 前問で【見たいものがある、聞きたい音楽がある、暇つぶし、などで視聴する】を選択した方にお伺いします。どのような目的で視聴しますか  
(複数選択可)

55～59歳女性  
N=99



- 55～59歳女性では、すべての属性の中で、「趣味や習い事」のスコアが最も高くなっている。  
50～54歳女性と比べても約12ポイント高いスコアになっている

## Q6. SNSを使って情報を収集しますか（1つ選択）

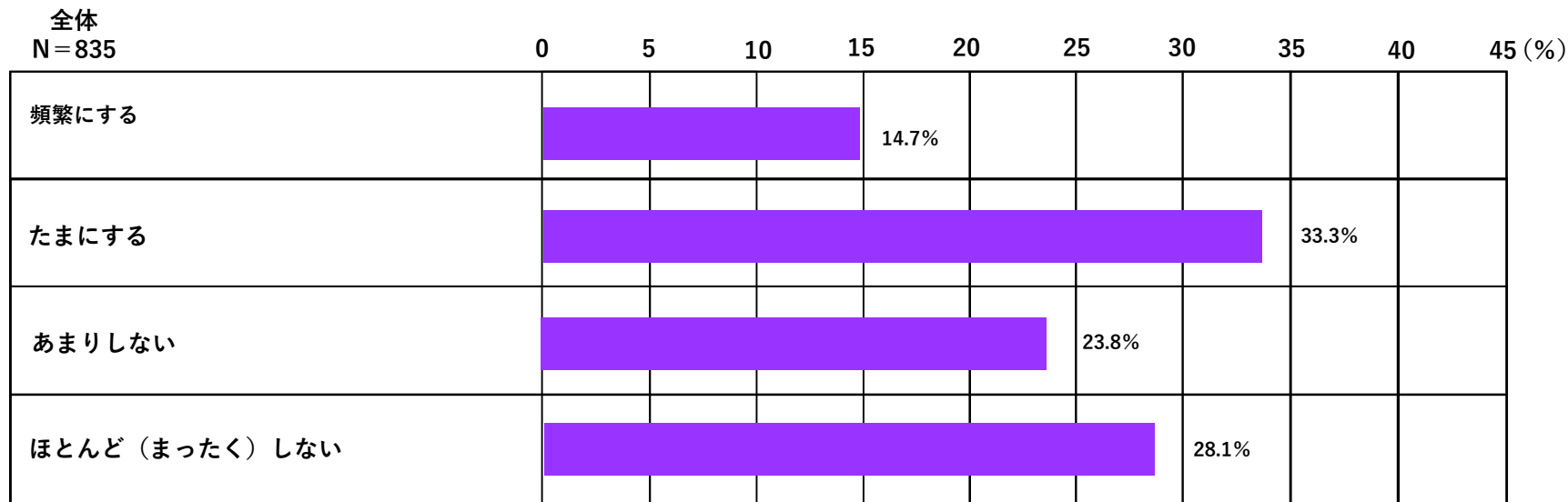
最頻値の回答

二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
頻繁にする	123 14.7%	64 15.6%	59 13.8%	66 15.8%	57 13.6%	35 17.2%	31 14.6%	29 14.1%	28 13.1%
たまにする	278 33.3%	131 32.0%	147 34.5%	144 34.5%	134 32.1%	64 31.4%	80 37.6%	67 32.7%	67 31.5%
あまりしない	199 23.8%	99 24.2%	100 23.5%	100 24.0%	99 23.7%	52 25.5%	48 22.5%	47 22.9%	52 24.4%
ほとんど（まったく）しない	235 28.1%	115 28.1%	120 28.2%	107 25.7%	128 30.6%	53 26.0%	54 25.4%	62 31.0%	66 31.0%

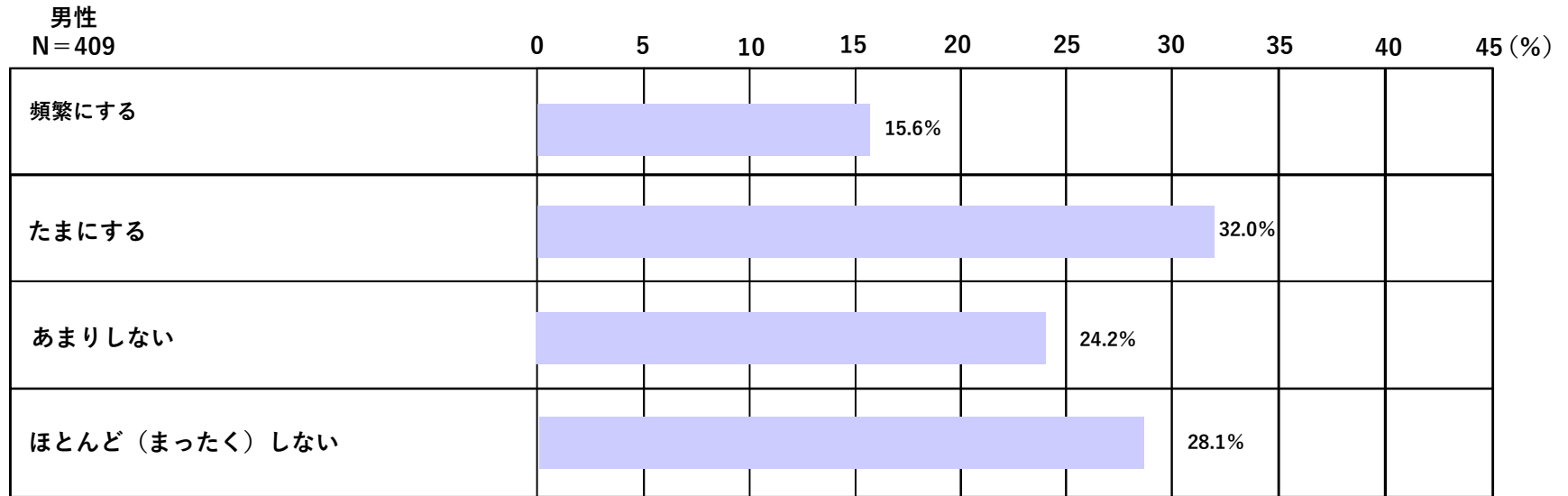
- 全体傾向として、「たまにする」が高いスコアを記録している。次いで拮抗しながらも「しない」「あまりしない」が続く
- 「頻繁にする」という回答は、すべての属性で最も低いスコアとなっている

## Q6. SNSを使って情報を収集しますか（1つ選択）



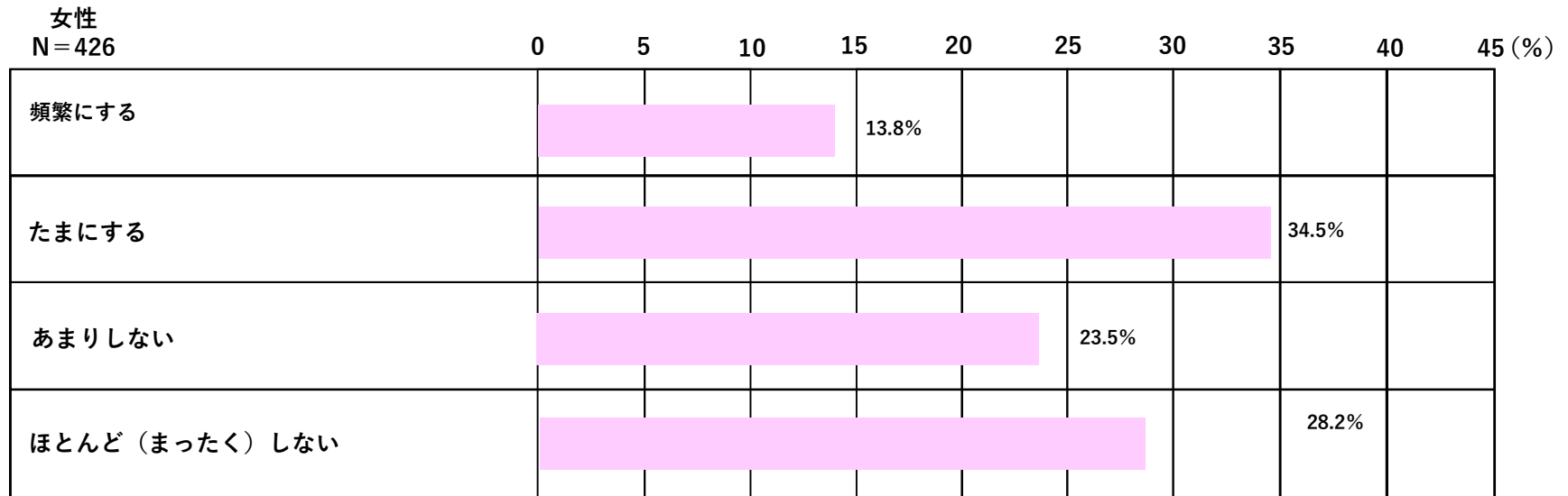
- 全体傾向として、「たまにする」が高いスコアを記録している
- 次いで「ほとんど（まったく）しない」が続いているが、その差は5ポイント強と、大きくはない

## Q6. SNSを使って情報を収集しますか（1つ選択）



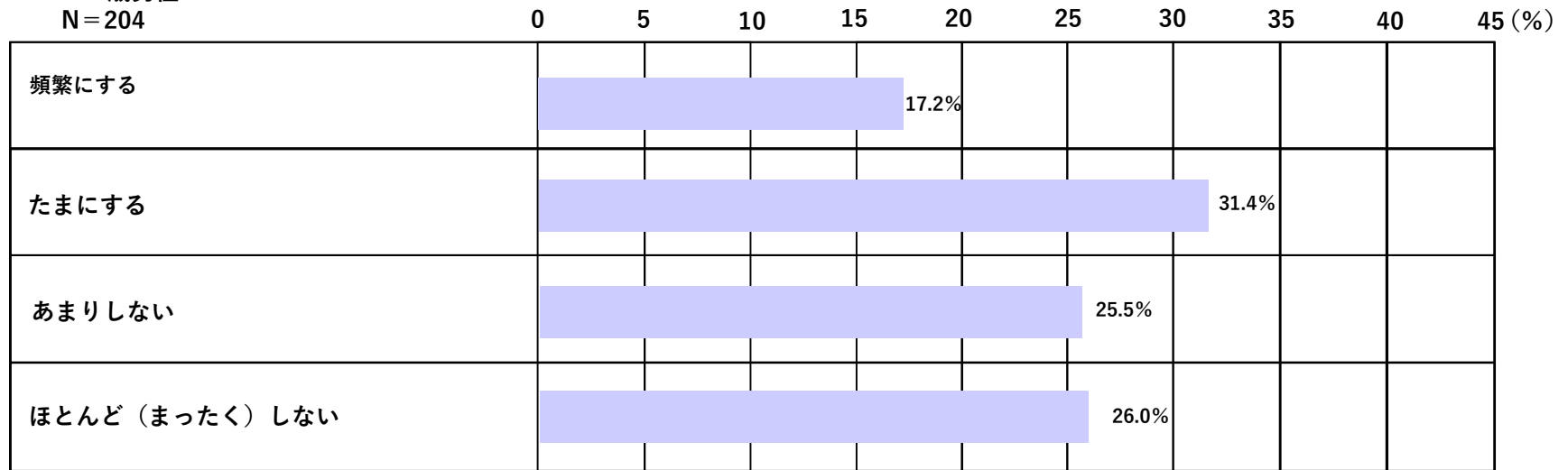
●男性では全体傾向と比べて、「頻繁にする」がやや高いスコアを記録している

## Q6. SNSを使って情報を収集しますか（1つ選択）



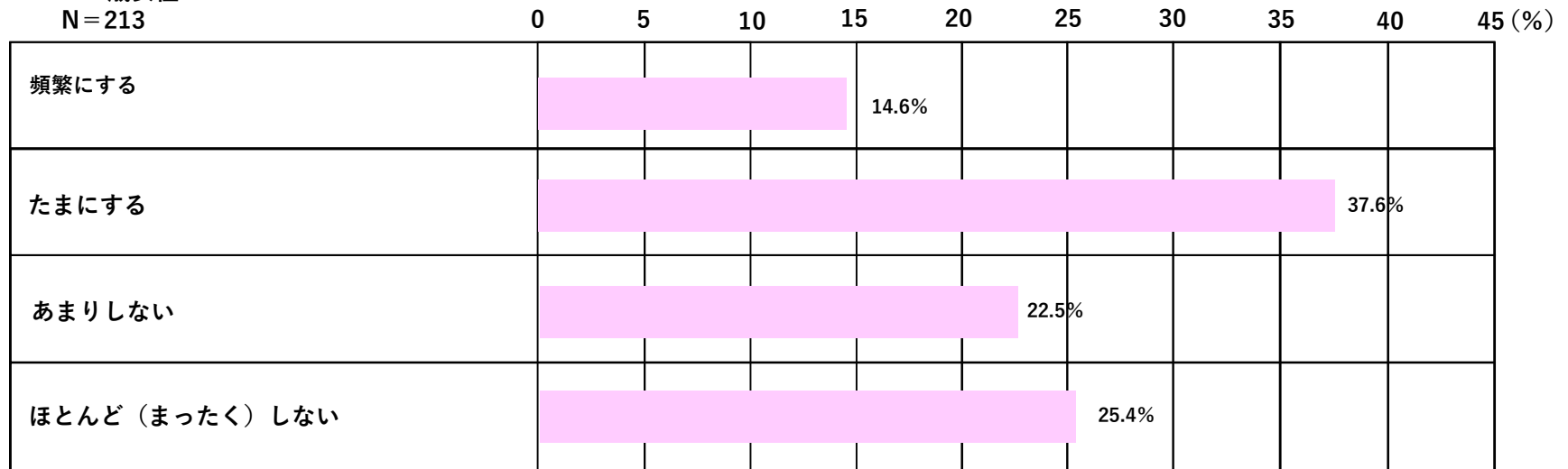
- 女性では男性と比べて、「頻繁にする」がやや低いスコアを記録しているものの、SNSを使っての情報収集頻度においては際立った男女差は認められない

## Q6. SNSを使って情報を収集しますか（1つ選択）

50～54歳男性  
N=204

- 50～54歳男性では、すべての属性の中で「頻繁にする」が最も高いスコアを記録。唯一17%を超えている
- 逆に「ほとんど（まったく）しない」はすべての属性の中で最も低くなっている

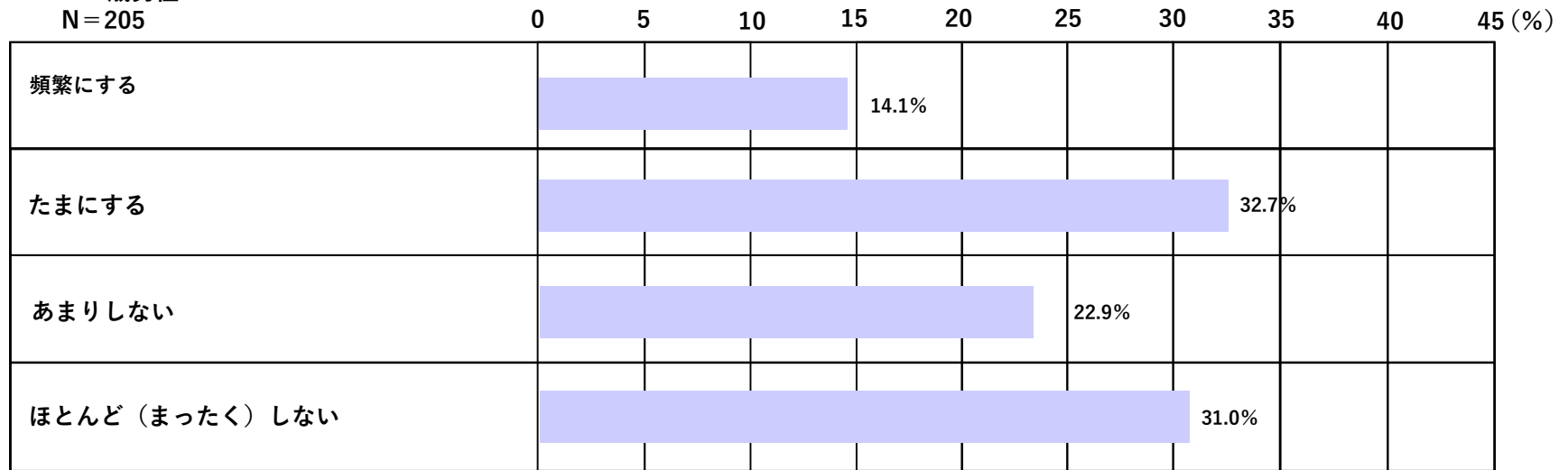
## Q6. SNSを使って情報を収集しますか（1つ選択）

50～54歳女性  
N=213

●50～54歳女性では、同年代男性と較べて、「頻繁にする」が約2.6ポイント低くなっている

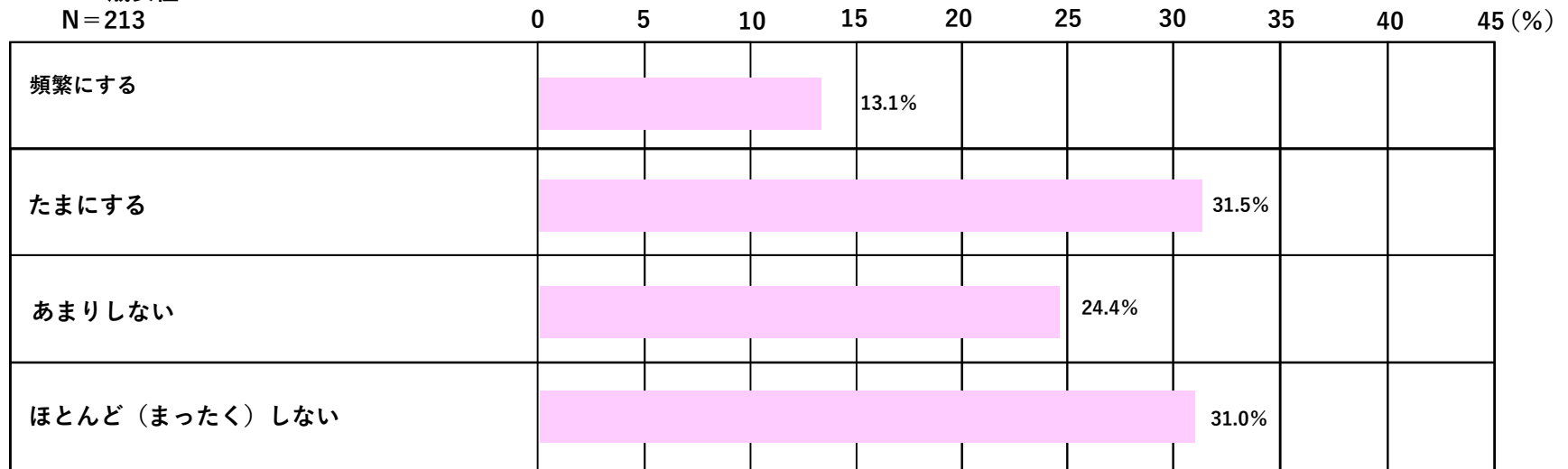


## Q6. SNSを使って情報を収集しますか（1つ選択）

55～59歳男性  
N=205

●55～59歳男性では、50～54歳男性と較べて、「頻繁にする」が約3ポイント低くなっている

## Q6. SNSを使って情報を収集しますか（1つ選択）

55～59歳女性  
N=213

- 55～59歳女性では、同年代男性と並んで、「ほとんど(まったく)しない」が、すべての属性の中で最も低くなっている
- 「あまりしない」を加えた、SNSに疎遠な人の割合は過半数を超える

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

Q6-1-1. LINE

最頻値の回答

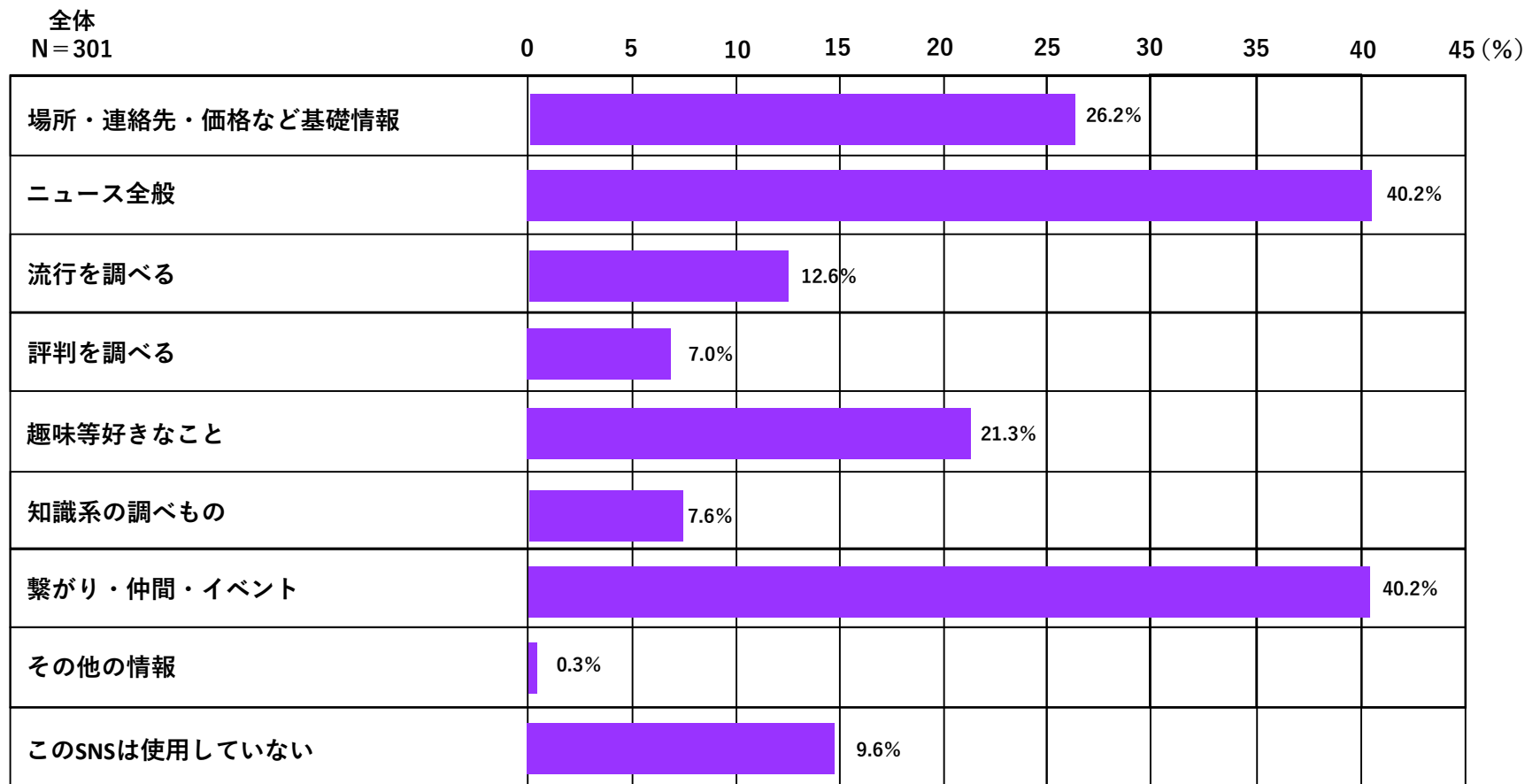
二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
場所・連絡先・価格など基礎情報	79 26.2%	32 25.6%	47 26.7%	44 28.2%	35 24.1%	17 28.3%	27 28.1%	15 23.1%	20 25.0%
ニュース全般	121 40.2%	53 42.4%	68 38.6%	67 42.9%	54 37.2%	25 41.7%	42 43.8%	28 43.1%	26 32.5%
流行を調べる	38 12.6%	17 13.6%	21 11.9%	22 14.1%	16 11.0%	11 18.3%	11 11.5%	6 9.2%	10 12.5%
評判を調べる	21 7.0%	9 7.2%	12 6.8%	14 9.0%	7 4.8%	5 8.3%	9 9.4%	4 6.2%	3 3.8%
趣味等好きなこと	64 21.3%	29 23.2%	35 19.9%	34 21.8%	30 20.7%	14 23.3%	20 20.8%	15 23.1%	15 18.8%
知識系の調べもの	23 7.6%	11 8.8%	12 6.8%	15 9.6%	8 5.5%	6 10.0%	9 9.4%	5 7.7%	3 3.8%
繋がり・仲間・イベント	121 40.2%	46 36.8%	75 42.6%	58 37.2%	63 43.4%	16 26.7%	42 43.8%	30 46.2%	33 41.3%
その他の情報	1 0.3%	1 0.8%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.7%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.5%	0 0.0%
このSNSは使用していない	29 9.6%	11 8.8%	18 10.2%	21 13.5%	8 5.5%	11 18.3%	10 10.4%	0 0.0%	8 10.0%

●すべての属性で、最も上位に上がったのが、「繋がり・仲間・イベント」と「ニュース全般」となっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

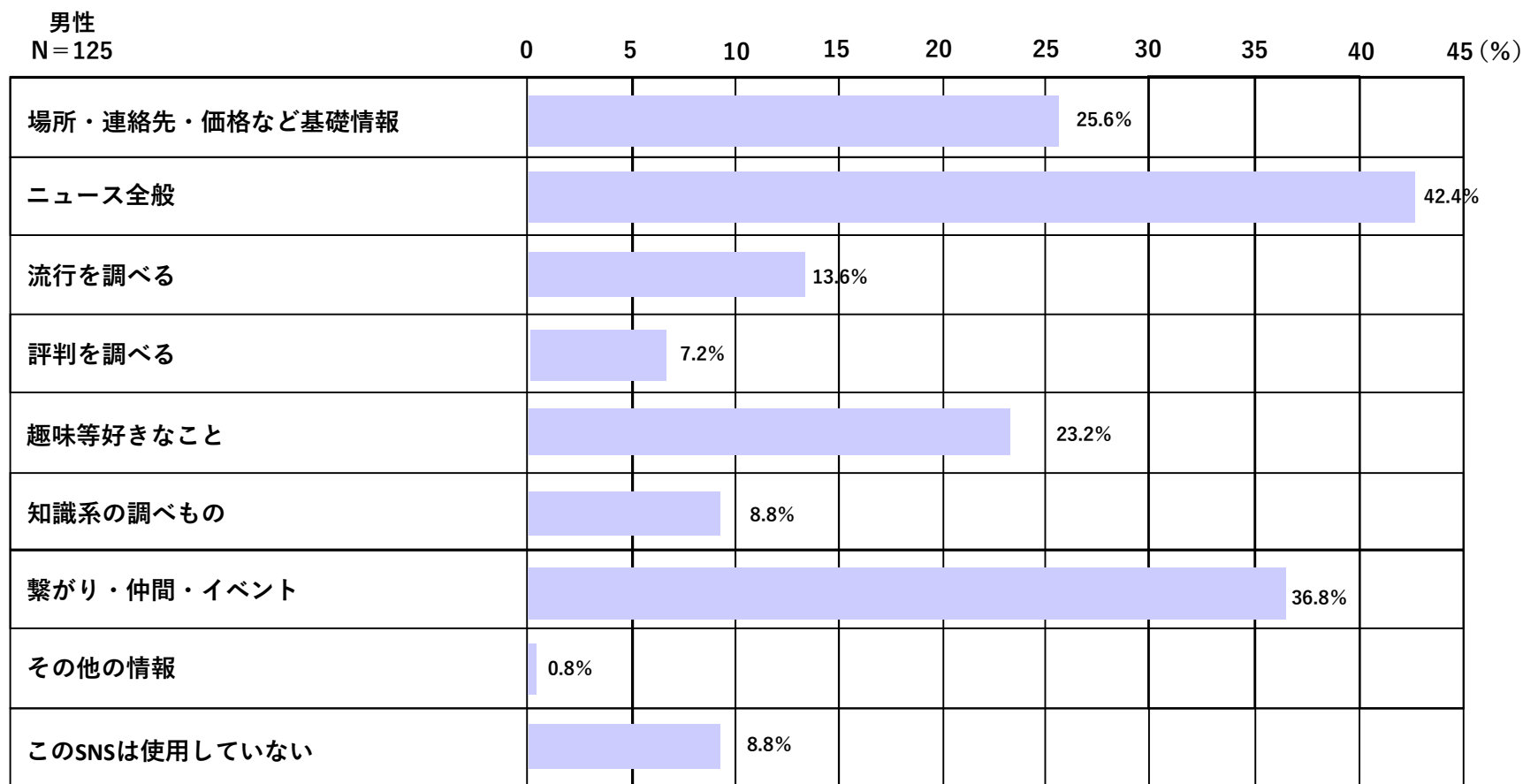
Q6-1-1. LINE



- 全体傾向としては、「繋がり・仲間・イベント」と「ニュース全般」が同じスコアでトップとなっていて、他の選択肢を大きく上回っている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

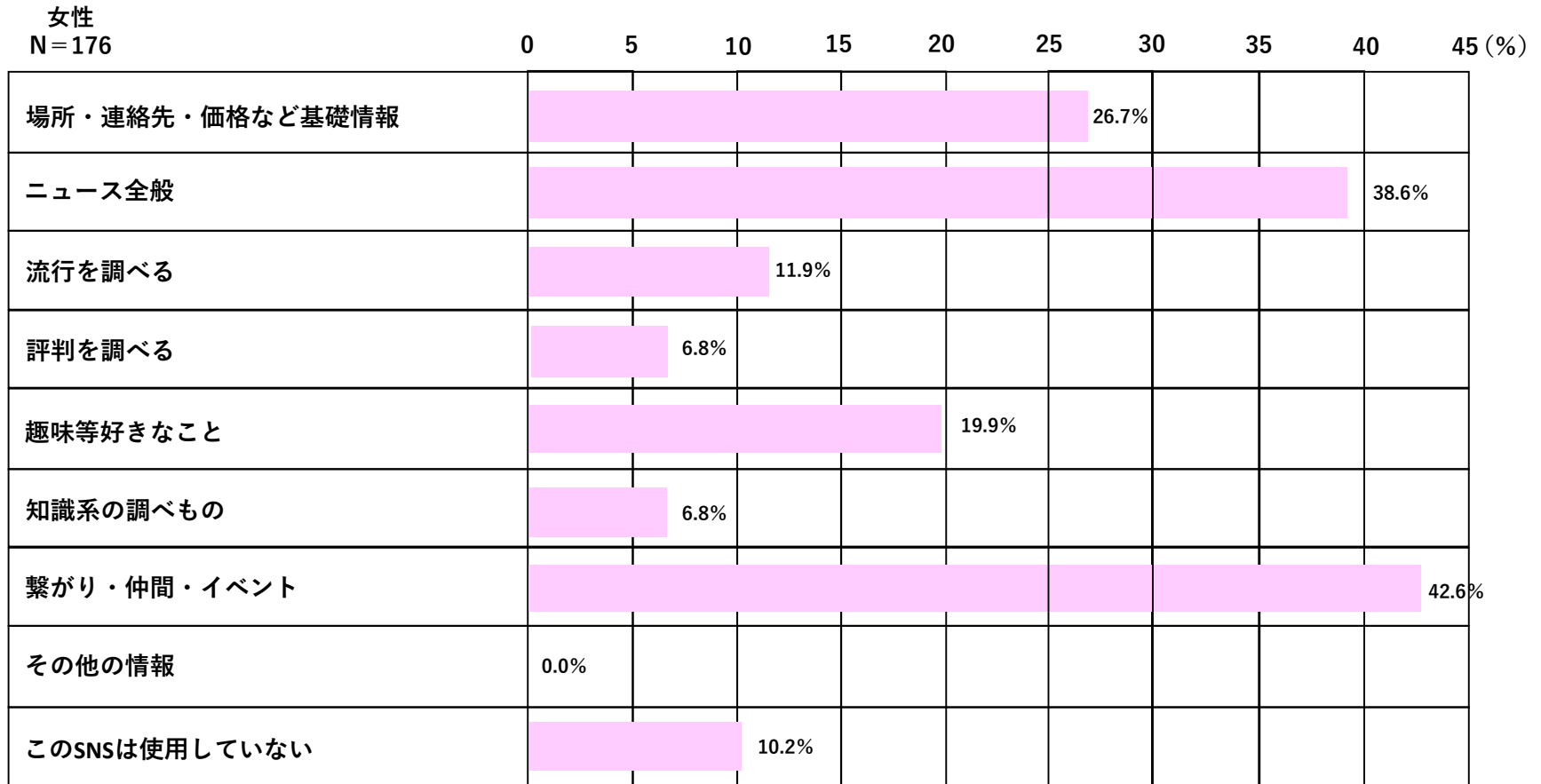
Q6-1-1. LINE



●男性では、全体傾向と比べて、「繋がり・仲間・イベント」のスコアが低く、「ニュース全般」のスコアがやや高くなっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

Q6-1-1. LINE



- 女性では男性と比べて、「繋がり・仲間・イベント」のスコアが高く、「ニュース全般」のスコアが低くなっている
- SNSの中でLINEを使っていない人は、男性より、実数・率ともに低くなっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

Q6-1-1. LINE

50～54歳男性  
N = 60

0 5 10 15 20 25 30 35 40 45 (%)

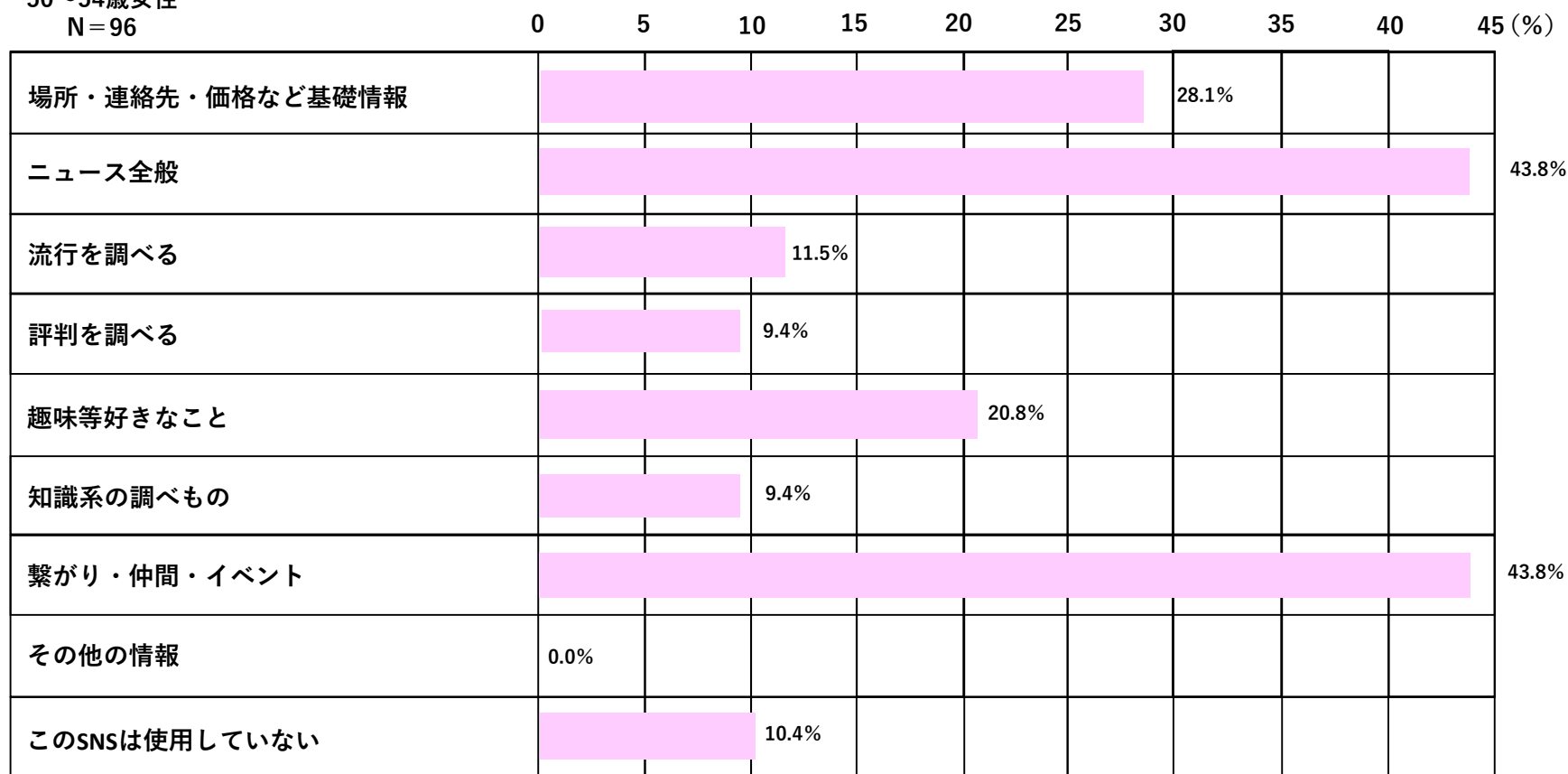
場所・連絡先・価格など基礎情報	28.3%
ニュース全般	41.7%
流行を調べる	18.3%
評判を調べる	8.3%
趣味等好きなこと	23.3%
知識系の調べもの	10.0%
繋がり・仲間・イベント	26.7%
その他の情報	0.0%
このSNSは使用していない	18.3%

- 50～54歳男性では、すべての属性の中で、「繋がり・仲間・イベント」のスコアが最も低くなっている
- 逆に「場所・連絡先・価格など基礎情報」はすべての属性の中で最もスコアが、高くなっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

Q6-1-1. LINE

50～54歳女性  
N = 96



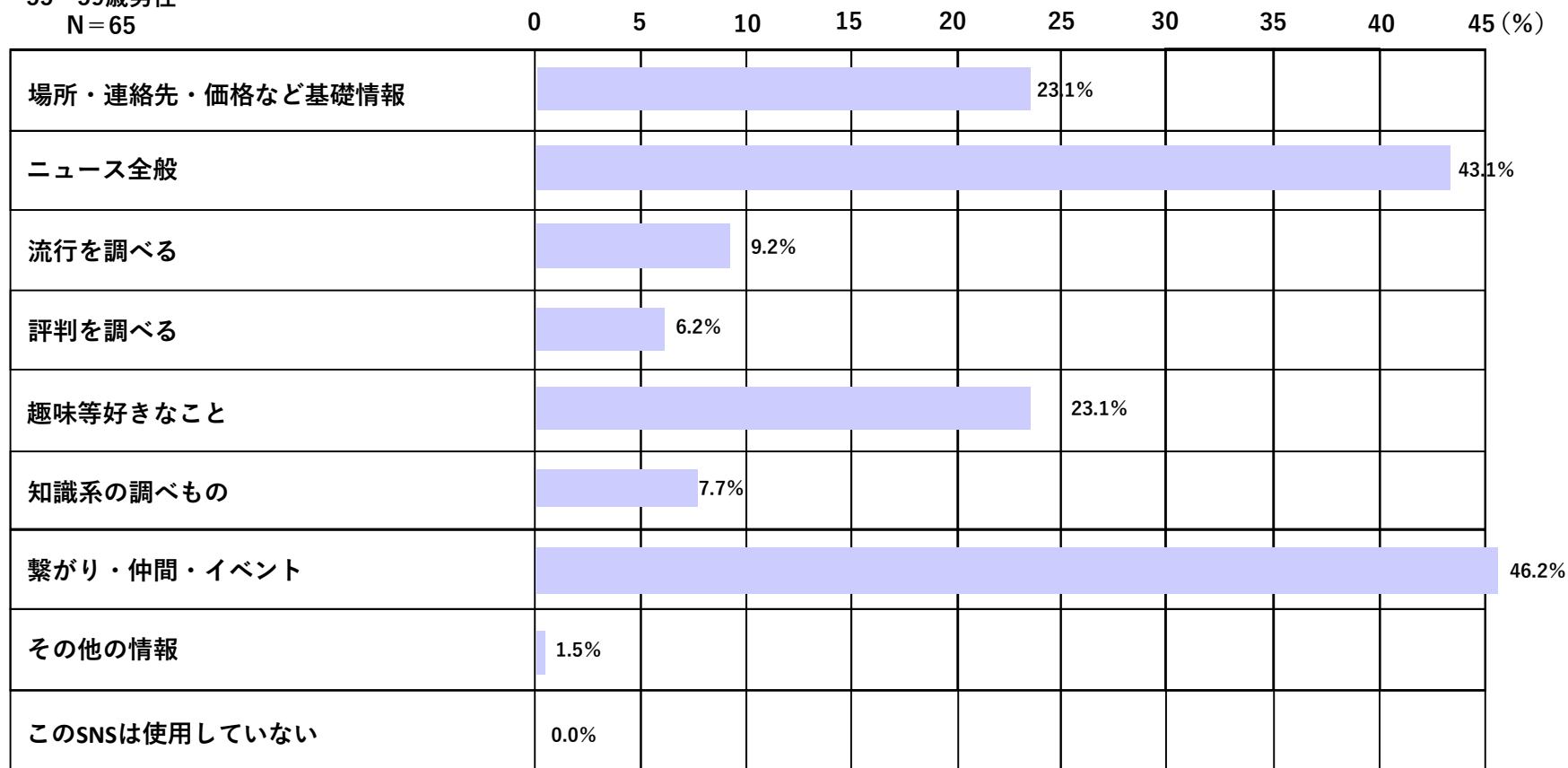
●50～54歳女性では、同年代男性と比べて、「繋がり・仲間・イベント」のスコアが約16ポイント高く、男女間の開きが大きい



Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

Q6-1-1. LINE

55～59歳男性  
N = 65



- 55～59歳男性では、すべての属性の中で、「繋がり・仲間・イベント」のスコアが最も高くなっている
- SNS使用者でLINEを使用しない人は一人も見受けられなかった

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

Q6-1-1. LINE

55～59歳女性  
N = 80

0 5 10 15 20 25 30 35 40 45 (%)

	0	5	10	15	20	25	30	35	40	45 (%)
場所・連絡先・価格など基礎情報						25.0%				
ニュース全般								32.5%		
流行を調べる			12.5%							
評判を調べる	3.8%									
趣味等好きなこと					18.8%					
知識系の調べもの	3.8%									
繋がり・仲間・イベント									41.3%	
その他の情報	0.0%									
このSNSは使用していない			10.0%							

●55～59歳女性では、すべての属性の中で、「知識系の調べもの」のスコアが最も低くなっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

### Q6-1-2. Twitter

最頻値の回答

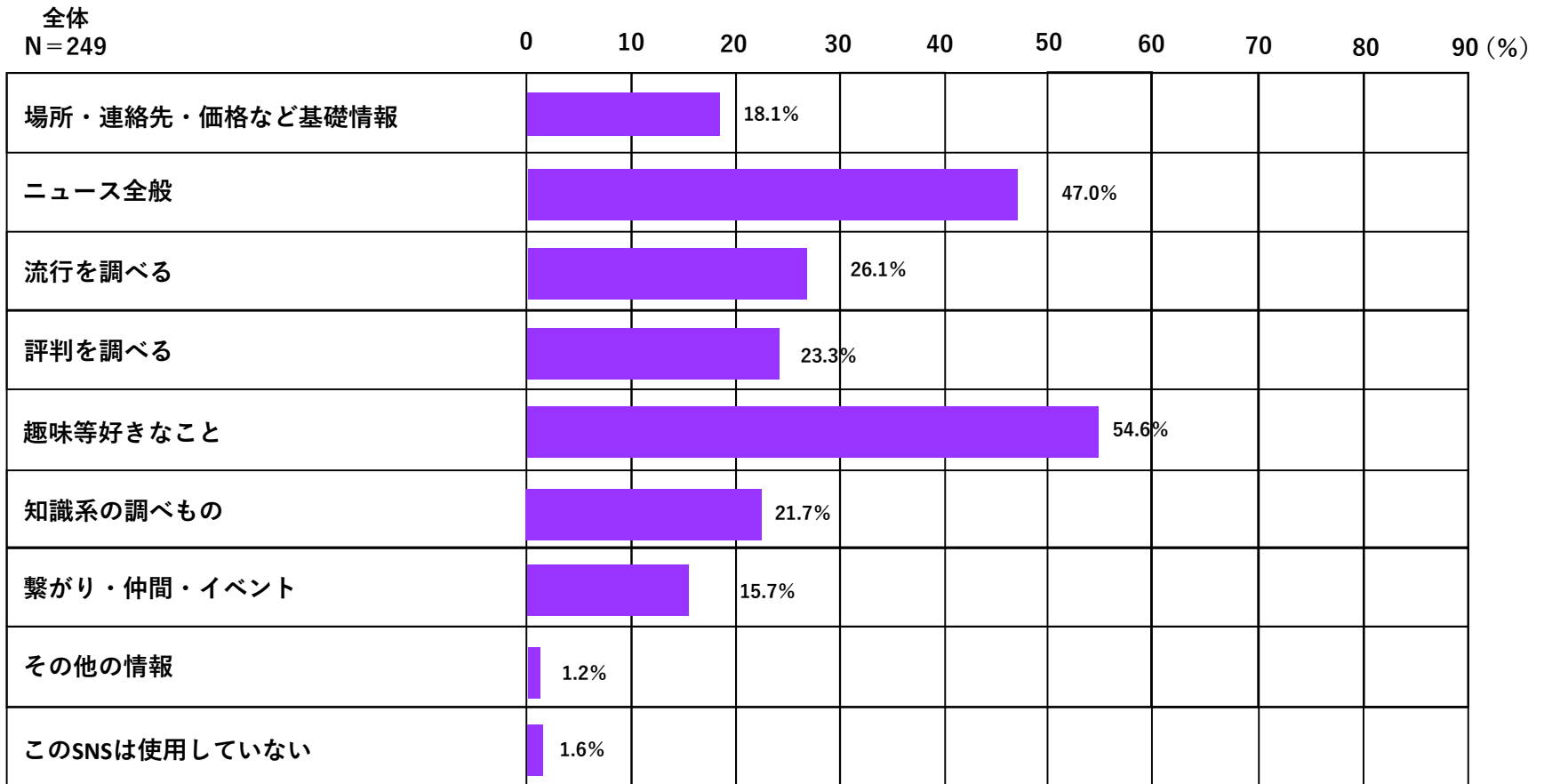
二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
場所・連絡先・価格など基礎情報	45 18.1%	23 18.9%	22 17.3%	29 21.3%	16 14.2%	15 23.4%	14 19.4%	8 13.8%	8 14.5%
ニュース全般	117 47.0%	65 53.3%	52 40.9%	63 46.3%	54 47.8%	33 51.6%	30 41.7%	32 55.2%	22 40.0%
流行を調べる	65 26.1%	29 23.8%	36 28.3%	43 31.6%	22 19.5%	18 28.1%	25 34.7%	11 19.0%	11 20.0%
評判を調べる	58 23.3%	32 26.2%	26 20.5%	37 27.2%	21 18.6%	21 32.8%	16 22.2%	11 19.0%	10 18.2%
趣味等好きなこと	136 54.6%	64 52.5%	72 56.7%	81 59.6%	55 48.7%	41 64.1%	40 55.6%	23 39.7%	32 58.2%
知識系の調べもの	54 21.7%	34 27.9%	20 15.7%	33 24.3%	21 18.6%	19 29.7%	14 19.4%	15 25.9%	6 10.9%
繋がり・仲間・イベント	39 15.7%	19 15.6%	20 15.7%	25 18.4%	14 12.4%	11 17.2%	14 19.4%	8 13.8%	6 10.9%
その他の情報	3 1.2%	2 1.6%	1 0.8%	0 0.0%	3 2.7%	0 0.0%	0 0.0%	2 3.4%	1 1.8%
このSNSは使用していない	4 1.6%	1 0.8%	3 2.4%	2 1.5%	2 1.8%	0 0.0%	2 2.8%	1 1.7%	1 1.8%

●すべての属性で、最も上位に上がったのが、「趣味等好きなこと」と「ニュース全般」となっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

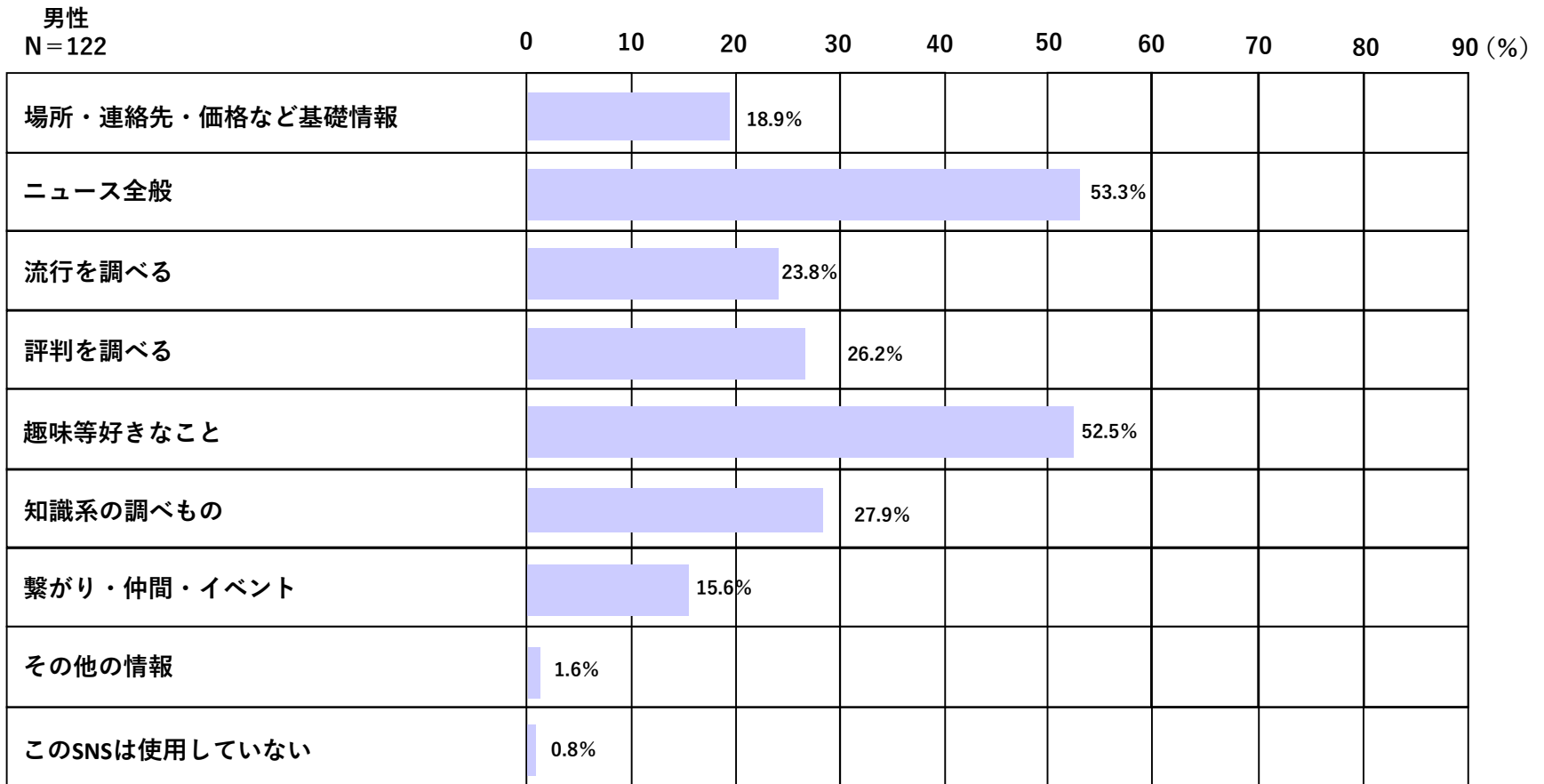
Q6-1-2. Twitter



●全体傾向では、「趣味等好きなこと」と「ニュース全般」が収集する情報の1位、2位を占め、他の項目を大きく上回っている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

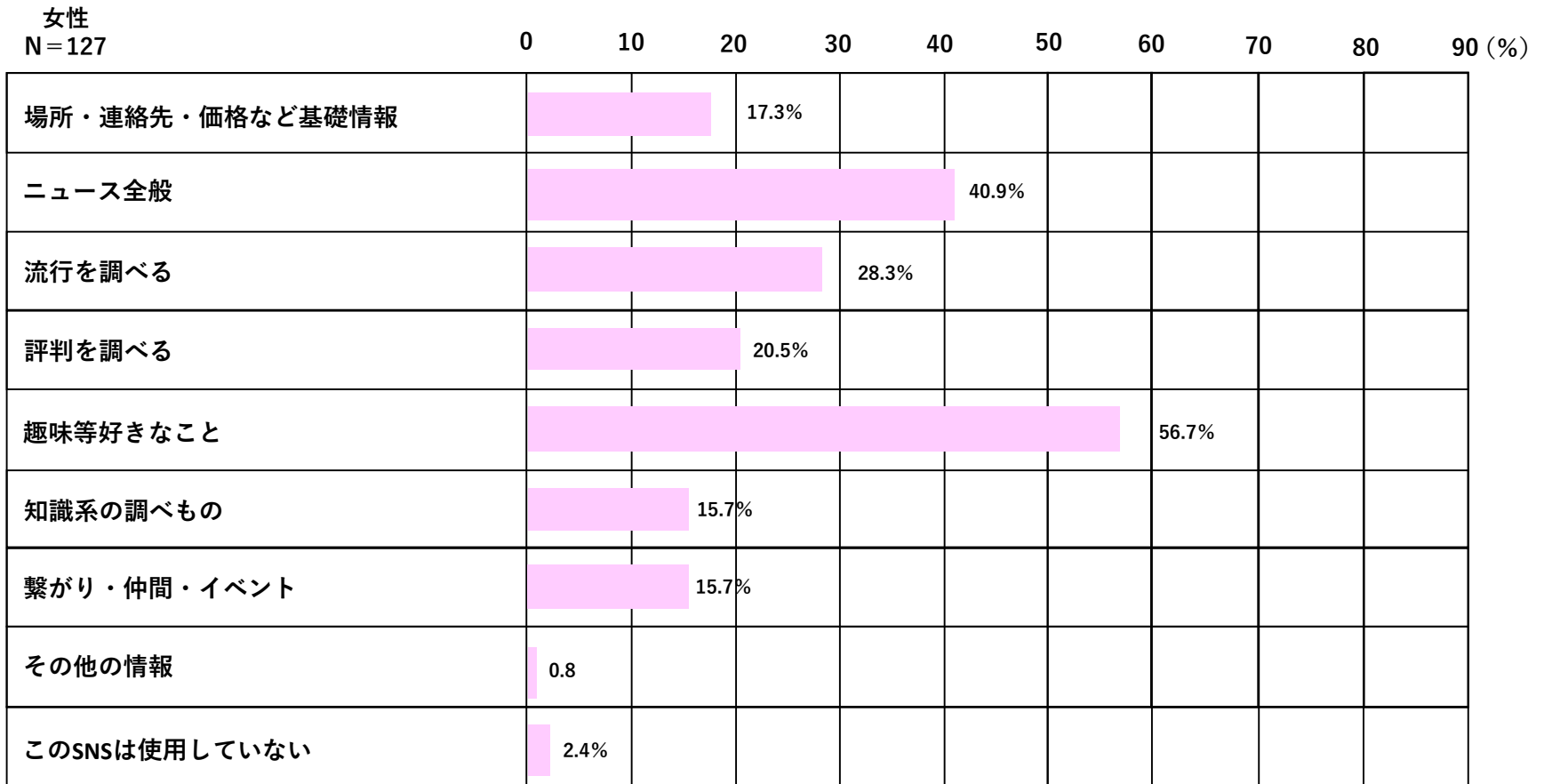
Q6-1-2. Twitter



●男性では、「ニュース全般」が収集する情報の1位、「趣味等好きなこと」が2位を占め、全体傾向と順位が入れ替わっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

### Q6-1-2. Twitter

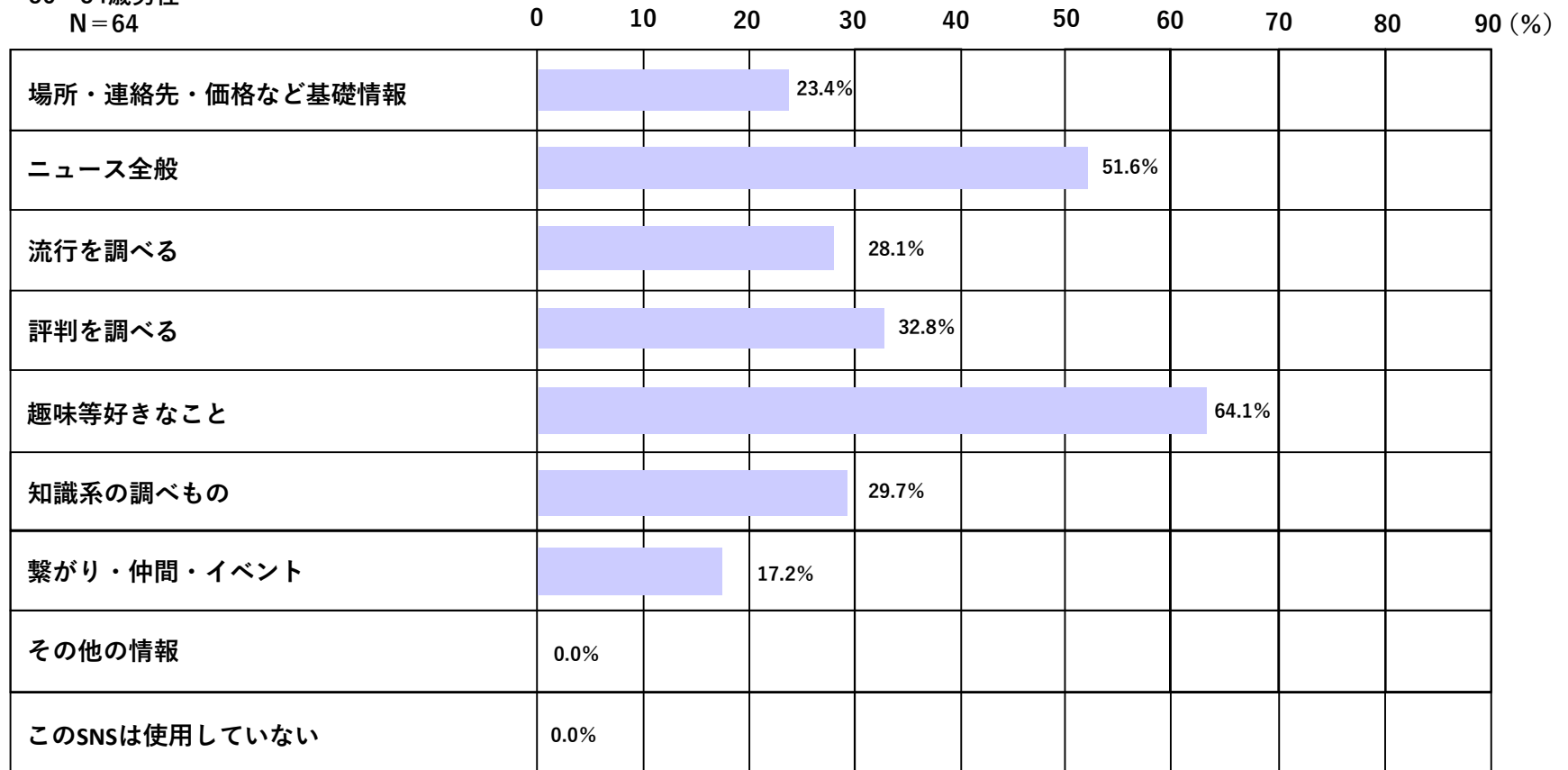


●女性では、「趣味等好きなこと」が1位を占め、他の項目を大きく引き離している

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

### Q6-1-2. Twitter

50～54歳男性  
N=64

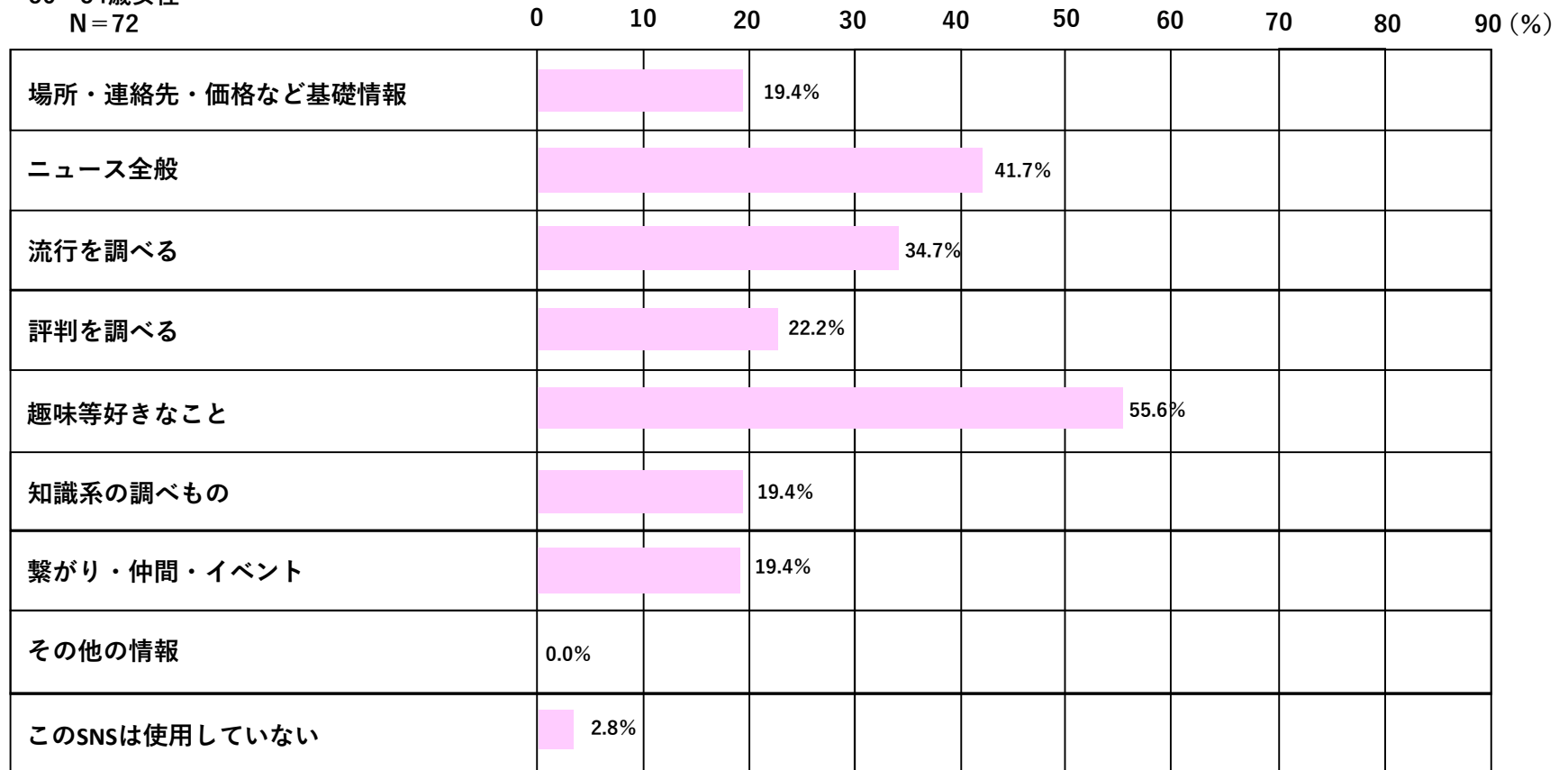


●50～54歳男性では、「趣味等好きなこと」がすべての属性の中で最も高いスコアになっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

Q6-1-2. Twitter

50～54歳女性  
N=72



●50～54歳女性では、「流行を調べる」がすべての属性の中で最も高いスコアになっている

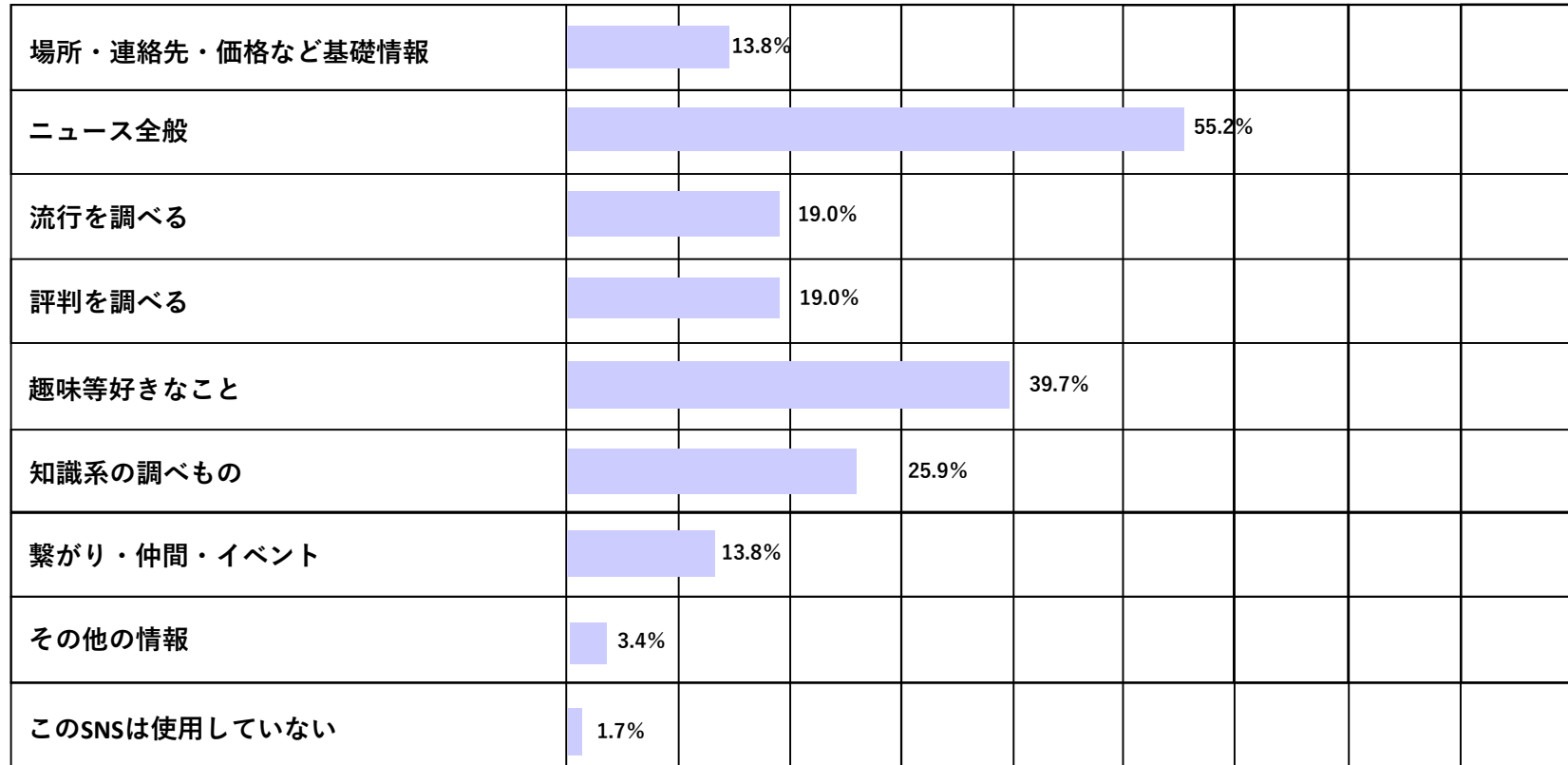


Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

Q6-1-2. Twitter

55～59歳男性  
N=58

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 (%)

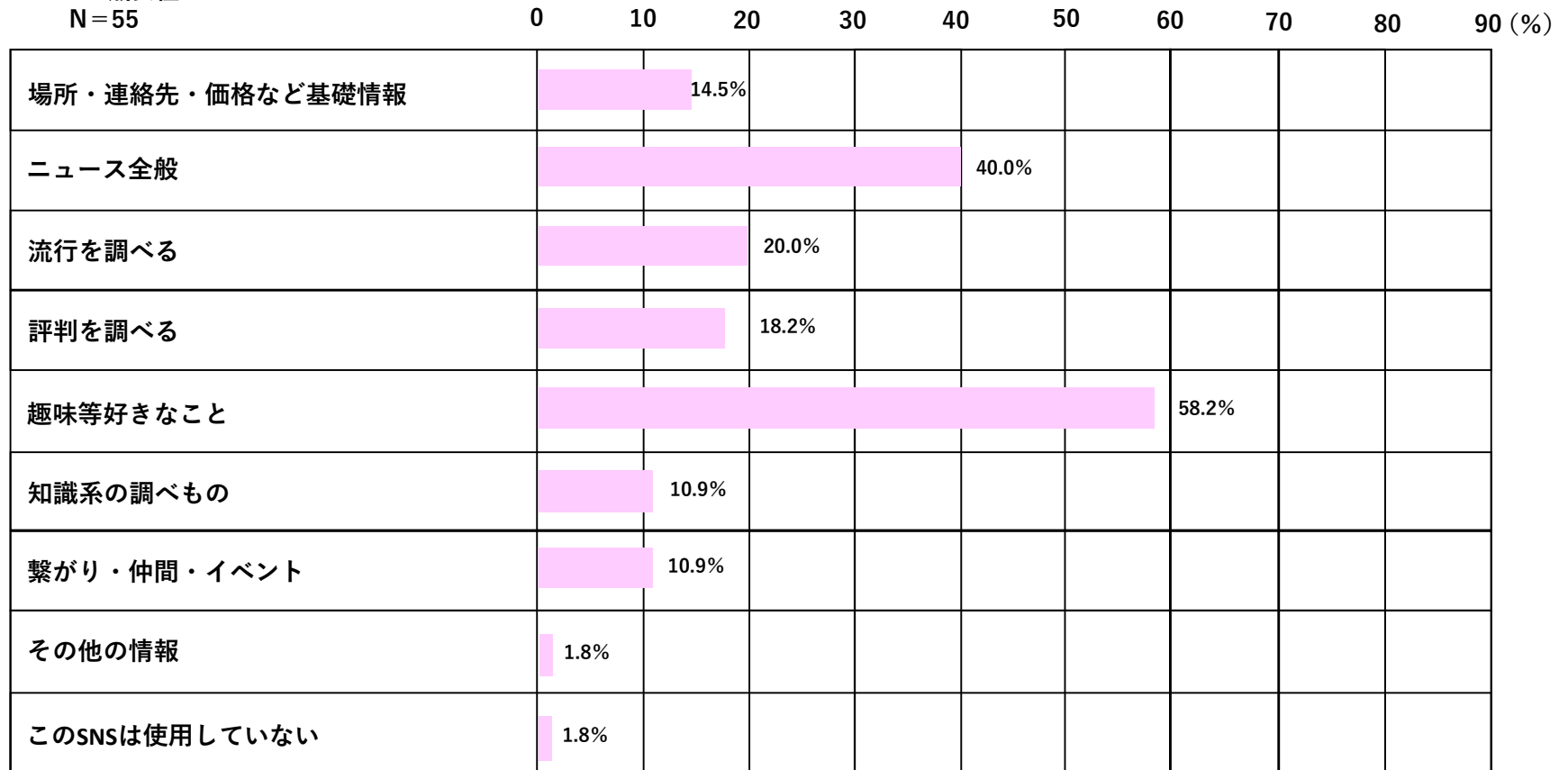


●55～59歳男性では、「流行を調べる」がすべての属性の中で最も低いスコアになっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

Q6-1-2. Twitter

55～59歳女性  
N=55



●55～59歳女性では、「知識系の調べもの」がすべての属性の中で最も低いスコアになっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

### Q6-1-3. Instagram

■ 最頻値の回答

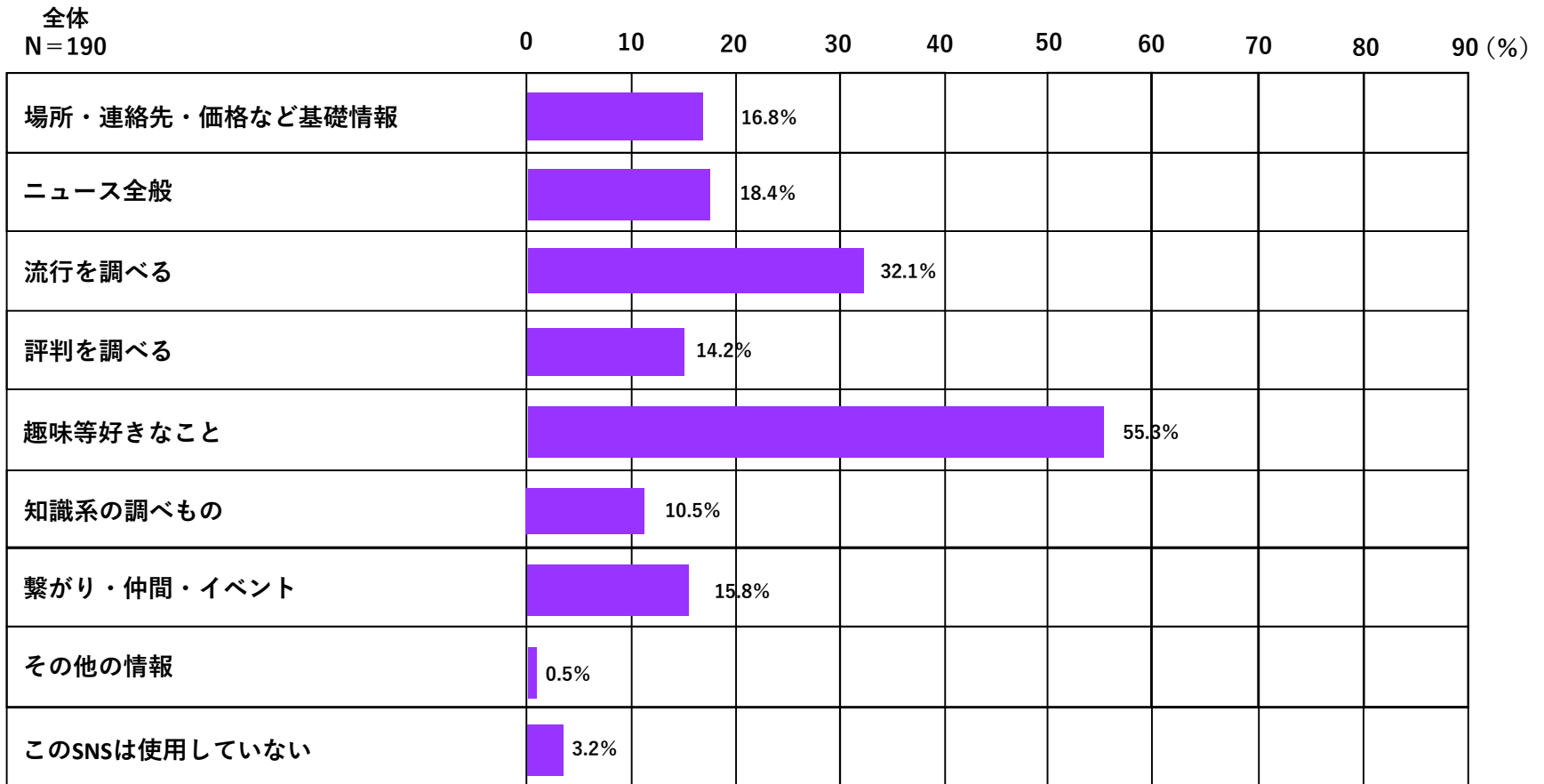
■ 二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
場所・連絡先・価格など基礎情報	32 16.8%	13 17.3%	19 16.5%	23 23.0%	9 10.0%	9 23.1%	14 23.0%	4 11.1%	5 9.3%
ニュース全般	35 18.4%	19 25.3%	16 13.9%	22 22.0%	13 14.4%	14 35.9%	8 13.1%	5 13.9%	8 14.8%
流行を調べる	61 32.1%	16 21.3%	45 39.1%	33 33.0%	28 31.1%	9 23.1%	24 39.3%	7 19.4%	21 38.9%
評判を調べる	27 14.2%	9 12.0%	18 15.7%	17 17.0%	10 11.1%	7 17.9%	10 16.4%	2 5.6%	8 14.8%
趣味等好きなこと	105 55.3%	34 45.3%	71 61.7%	58 58.0%	47 52.2%	20 51.3%	38 62.3%	14 38.9%	33 61.1%
知識系の調べもの	20 10.5%	9 12.0%	11 9.6%	13 13.0%	7 7.8%	7 17.9%	6 9.8%	2 5.6%	5 9.3%
繋がり・仲間・イベント	30 15.8%	15 20.0%	15 13.0%	15 15.0%	15 16.7%	7 17.9%	8 13.1%	8 22.2%	7 13.0%
その他の情報	1 0.5%	1 1.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.1%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.8%	0 0.0%
このSNSは使用していない	6 3.2%	4 5.3%	2 1.7%	3 3.0%	3 3.3%	2 5.1%	1 1.6%	2 5.6%	1 1.9%

●すべての属性で、最も上位に上がったのが、「趣味等好きなこと」。次いで、「流行を調べる」が高いスコアになっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

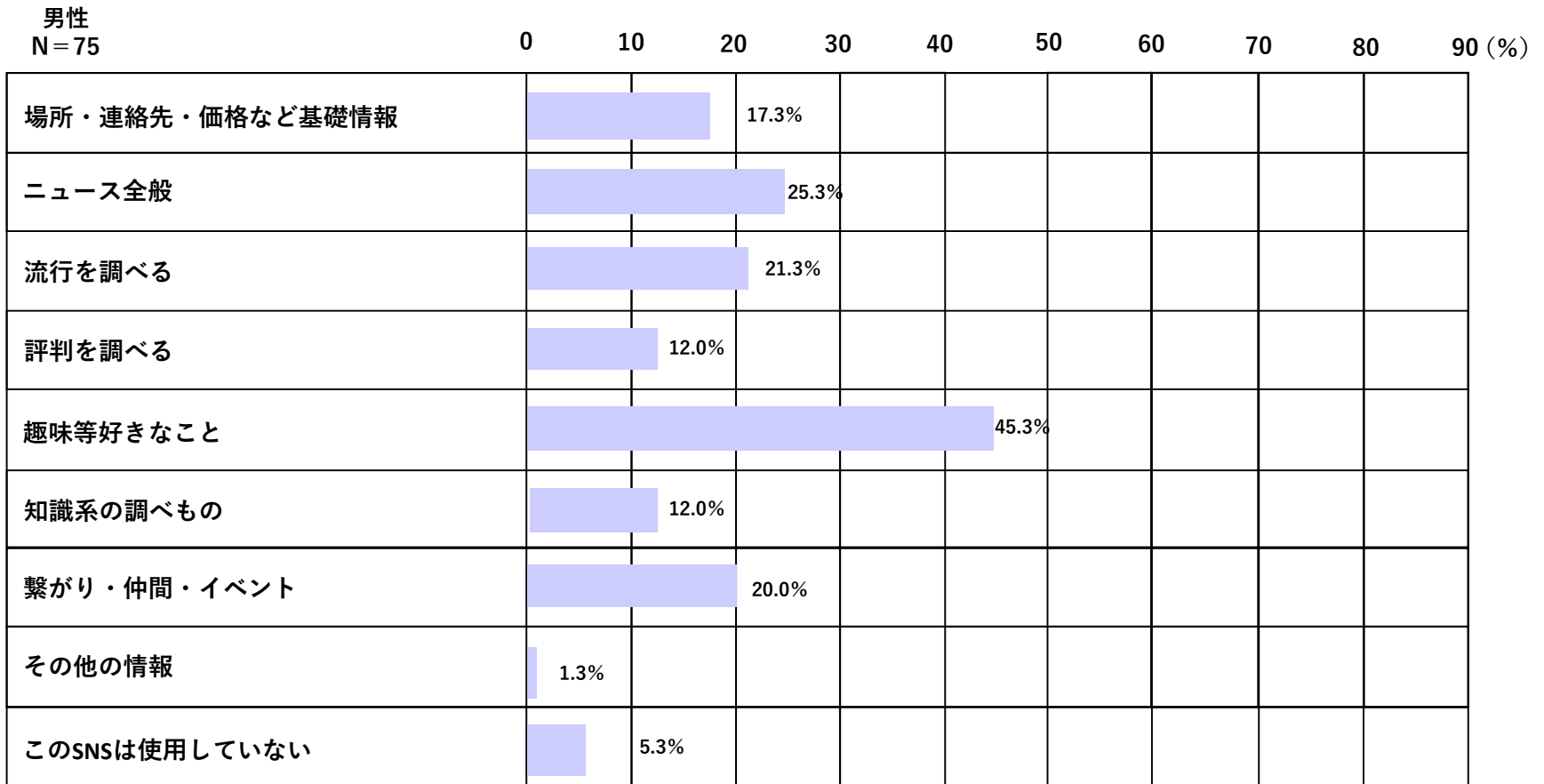
### Q6-1-3. Instagram



●全体傾向では、「趣味等好きなこと」のスコアが非常に高く、他の項目を引き離している

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

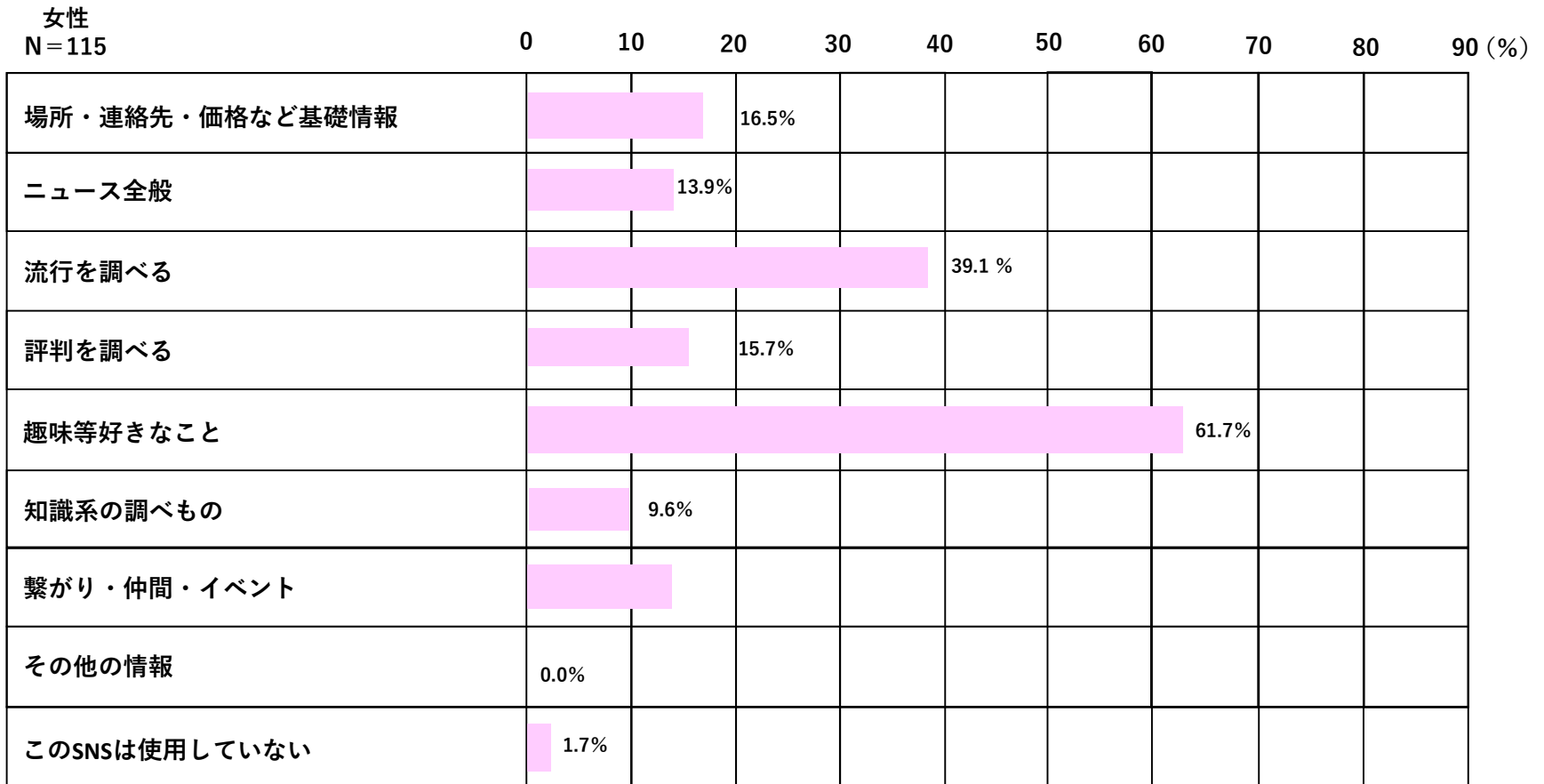
### Q6-1-3. Instagram



●男性では、全体傾向と比べて、「趣味等好きなこと」、「流行を調べる」のスコアがいずれも10%近く低くなっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

### Q6-1-3. Instagram

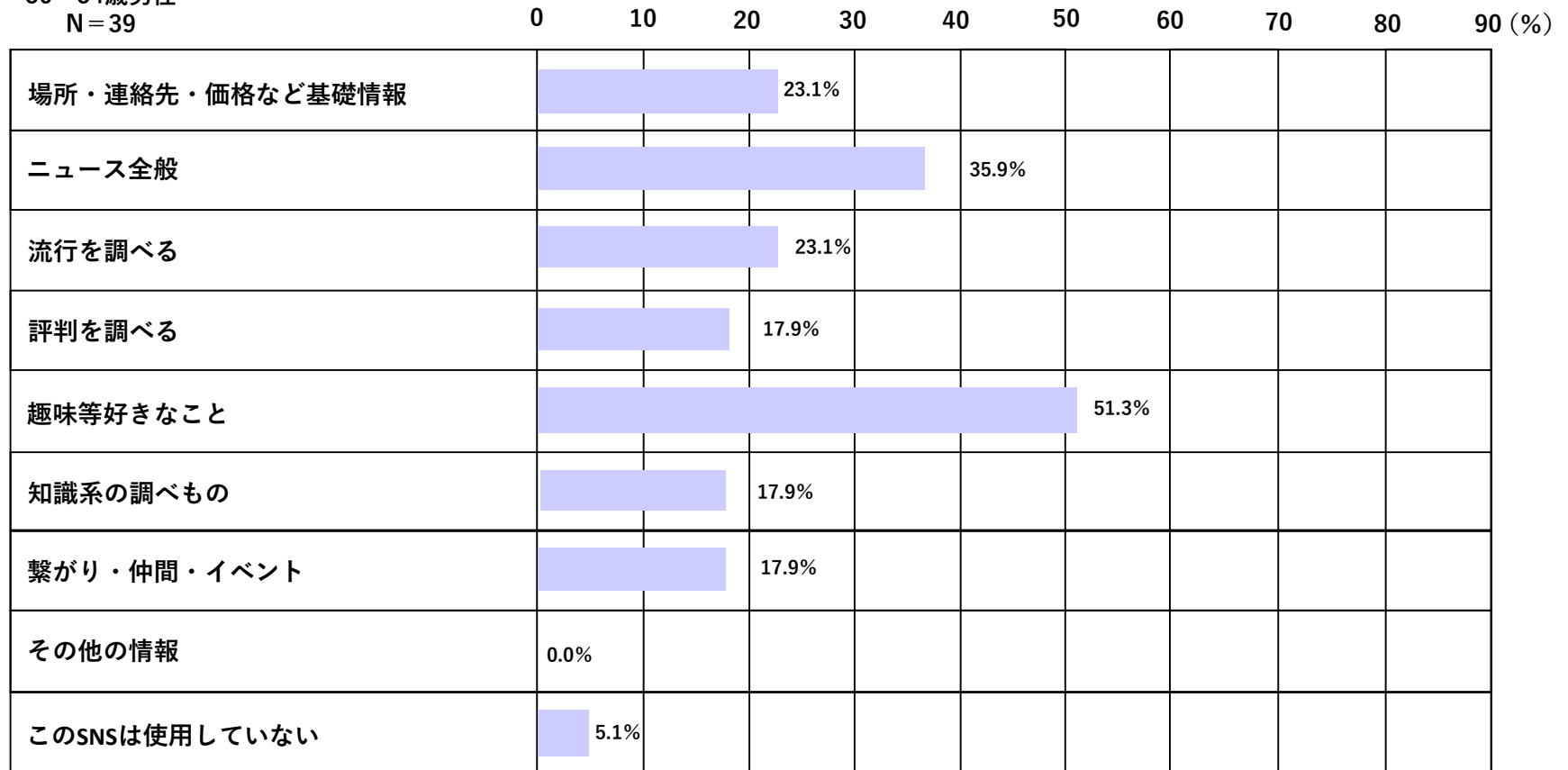


●女性では、男性と比べて、「趣味等好きなこと」が約17ポイント、「流行を調べる」が約18ポイントと、それぞれ大幅に高くなっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

### Q6-1-3. Instagram

50～54歳男性  
N = 39

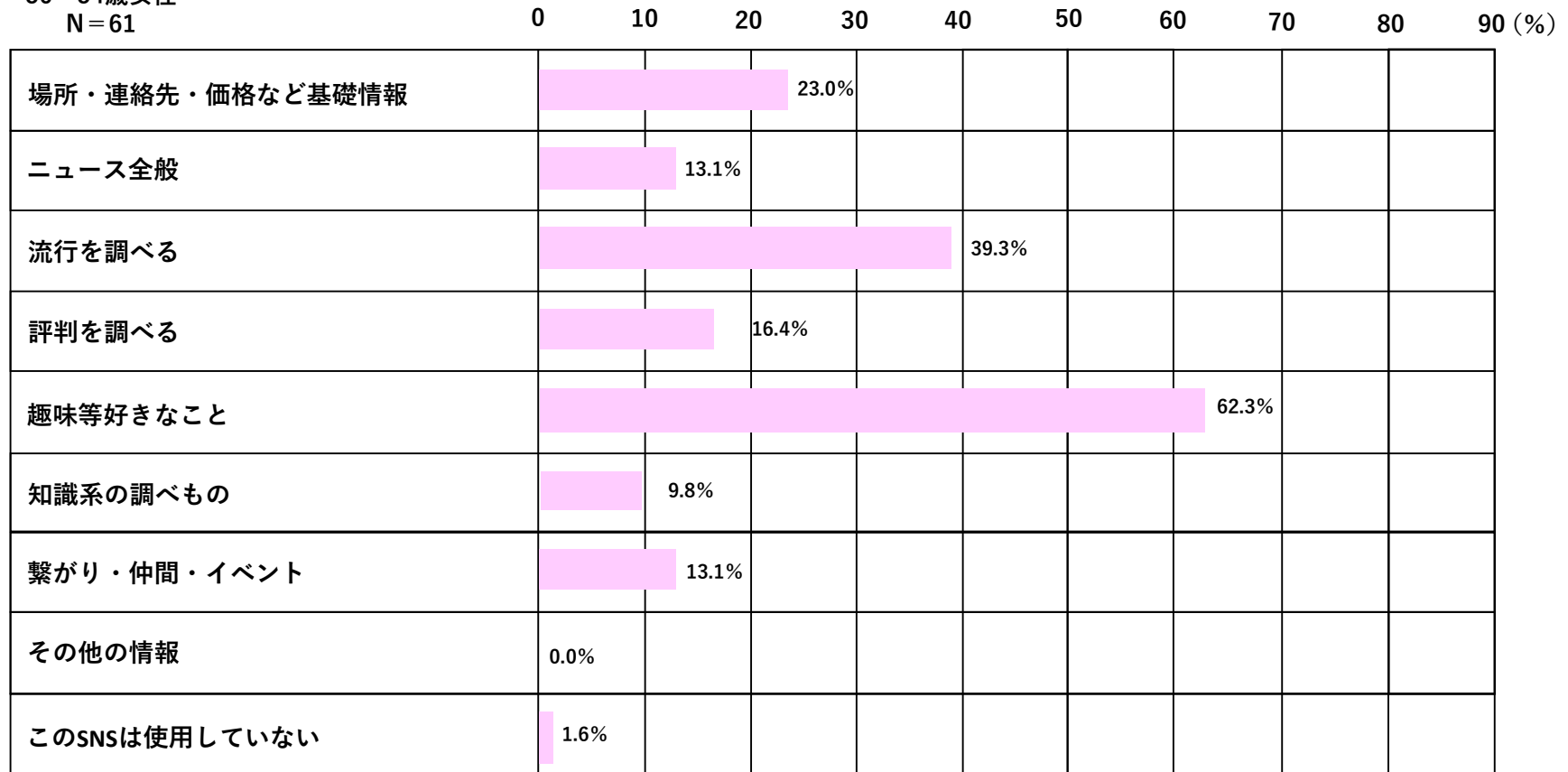


●50～54歳男性では、すべての属性の中で「知識系の調べもの」のスコアが最も高くなっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

### Q6-1-3. Instagram

50～54歳女性  
N = 61



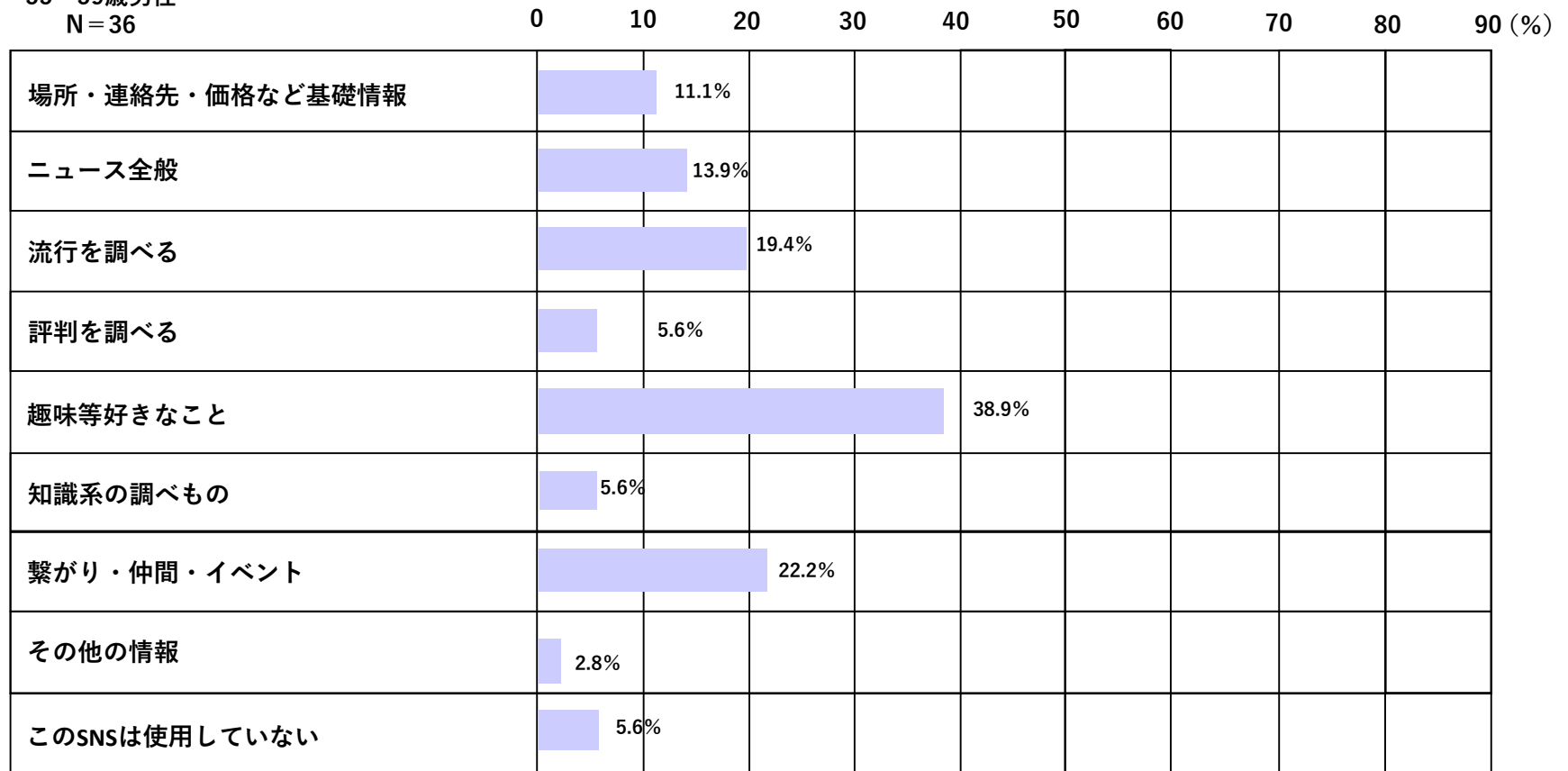
●50～54歳女性では、「趣味等好きなこと」、「流行を調べる」のスコアが、すべての属性の中で、最も高くなっている



Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

### Q6-1-3. Instagram

55～59歳男性  
N = 36



●55～59歳男性では、「基礎情報」、「繋がり・仲間・イベント」、「その他の情報」を除くすべての項目で、全属性中スコアが最も低くなっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

### Q6-1-3. Instagram

55～59歳女性  
N = 54

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 (%)

	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90 (%)
場所・連絡先・価格など基礎情報		9.3%								
ニュース全般		14.8%								
流行を調べる					38.9%					
評判を調べる		14.8%								
趣味等好きなこと							61.1%			
知識系の調べもの		9.3%								
繋がり・仲間・イベント		13.0%								
その他の情報	0.0%									
このSNSは使用していない	1.9%									

●55～59歳女性と50～54歳女性では、「場所・連絡先・価格など基礎情報」以外は、傾向に大きな違いはない

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

### Q6-1-4. Facebook

最頻値の回答

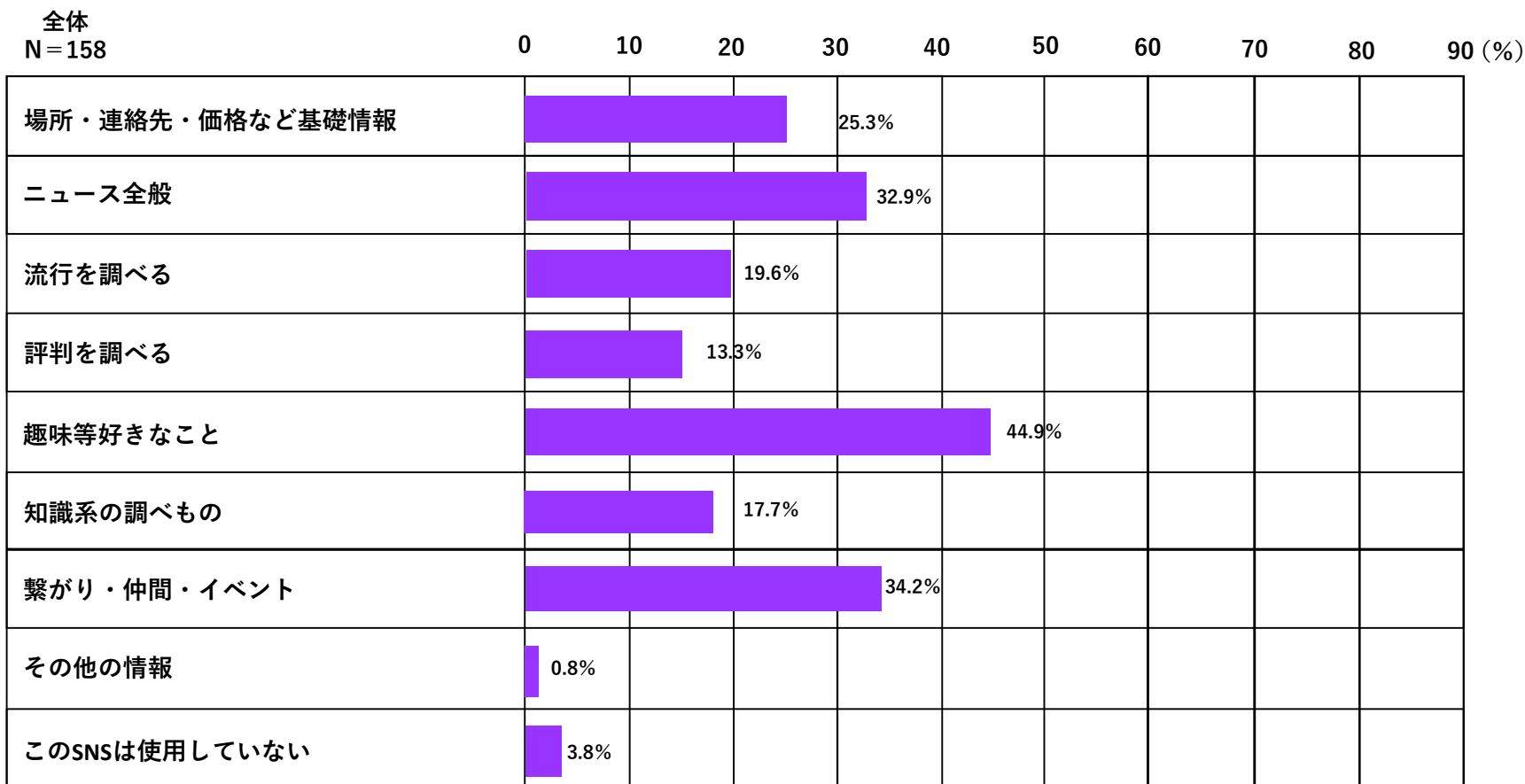
二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
場所・連絡先・価格など基礎情報	40 25.3%	24 26.1%	16 24.2%	19 23.2%	21 27.6%	11 26.2%	8 20.0%	13 26.0%	8 30.8%
ニュース全般	52 32.9%	36 39.1%	16 24.2%	28 34.1%	24 31.6%	17 40.5%	11 27.5%	19 38.0%	5 19.2%
流行を調べる	31 19.6%	17 18.5%	14 21.2%	17 20.7%	14 18.4%	11 26.2%	6 15.0%	6 12.0%	8 30.8%
評判を調べる	21 13.3%	13 14.1%	8 12.1%	12 14.6%	9 11.8%	6 14.3%	6 15.0%	7 14.0%	2 7.7%
趣味等好きなこと	71 44.9%	41 44.6%	30 45.5%	38 46.3%	33 43.4%	18 42.9%	20 50.0%	23 46.0%	10 38.5%
知識系の調べもの	28 17.7%	16 17.4%	12 18.2%	15 18.3%	13 17.1%	8 19.0%	7 17.5%	8 16.0%	5 19.2%
繋がり・仲間・イベント	54 34.2%	31 33.7%	23 34.8%	25 30.5%	29 38.2%	11 26.2%	14 35.0%	20 40.0%	9 34.6%
その他の情報	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
このSNSは使用していない	6 3.8%	4 4.3%	2 3.0%	2 2.4%	4 5.3%	2 4.8%	0 0.0%	2 4.0%	2 7.7%

- すべての属性で、最も上位に上がったのが、「趣味等好きなこと」。次いで、「繋がり・仲間・イベント」、「ニュース全般」がほぼ拮抗している

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

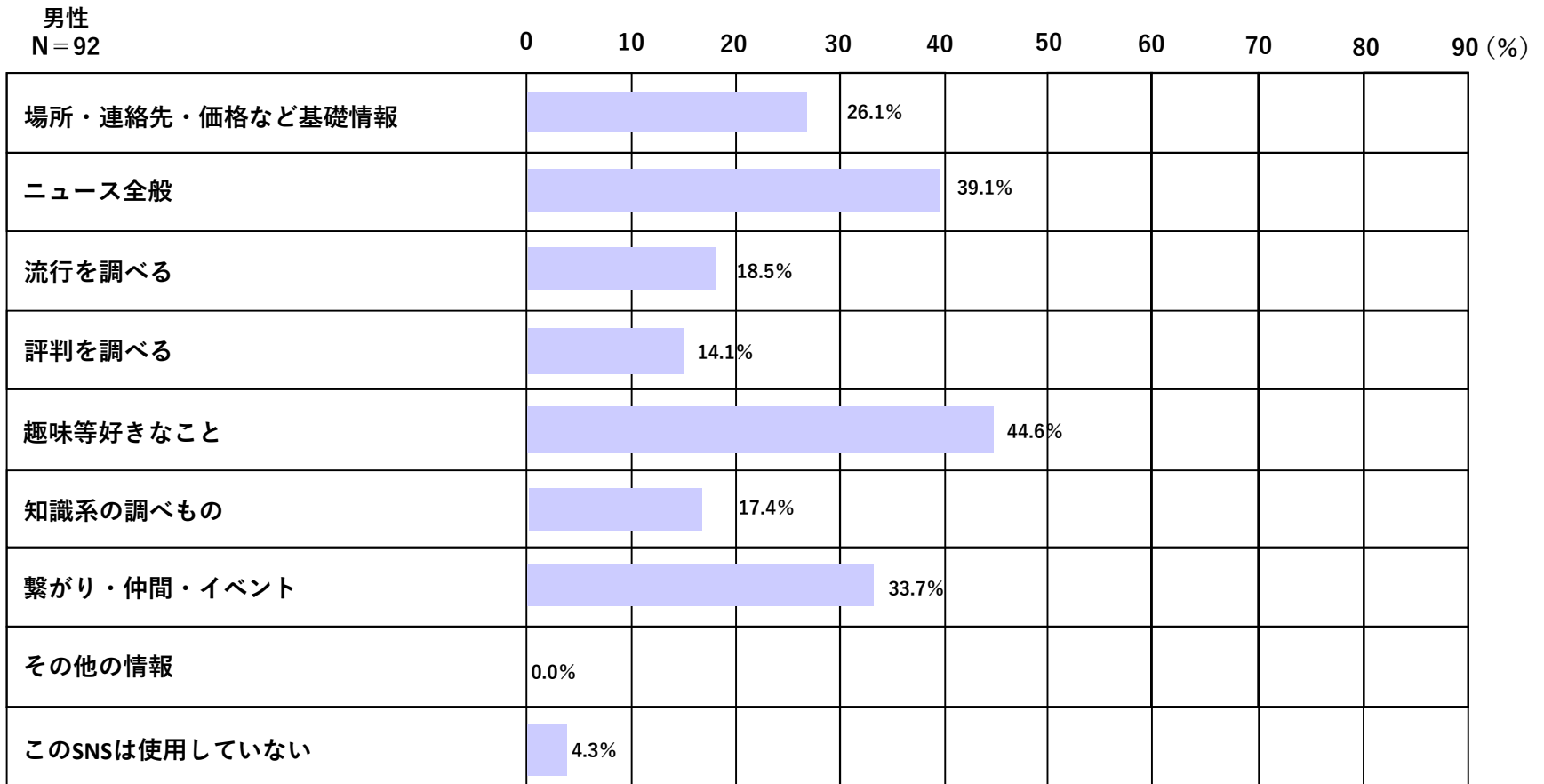
### Q6-1-4. Facebook



●全体傾向では、「趣味等好きなこと」のスコアが非常に高く、次いで、「繋がり・仲間・イベント」、「ニュース全般」がほぼ拮抗している

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

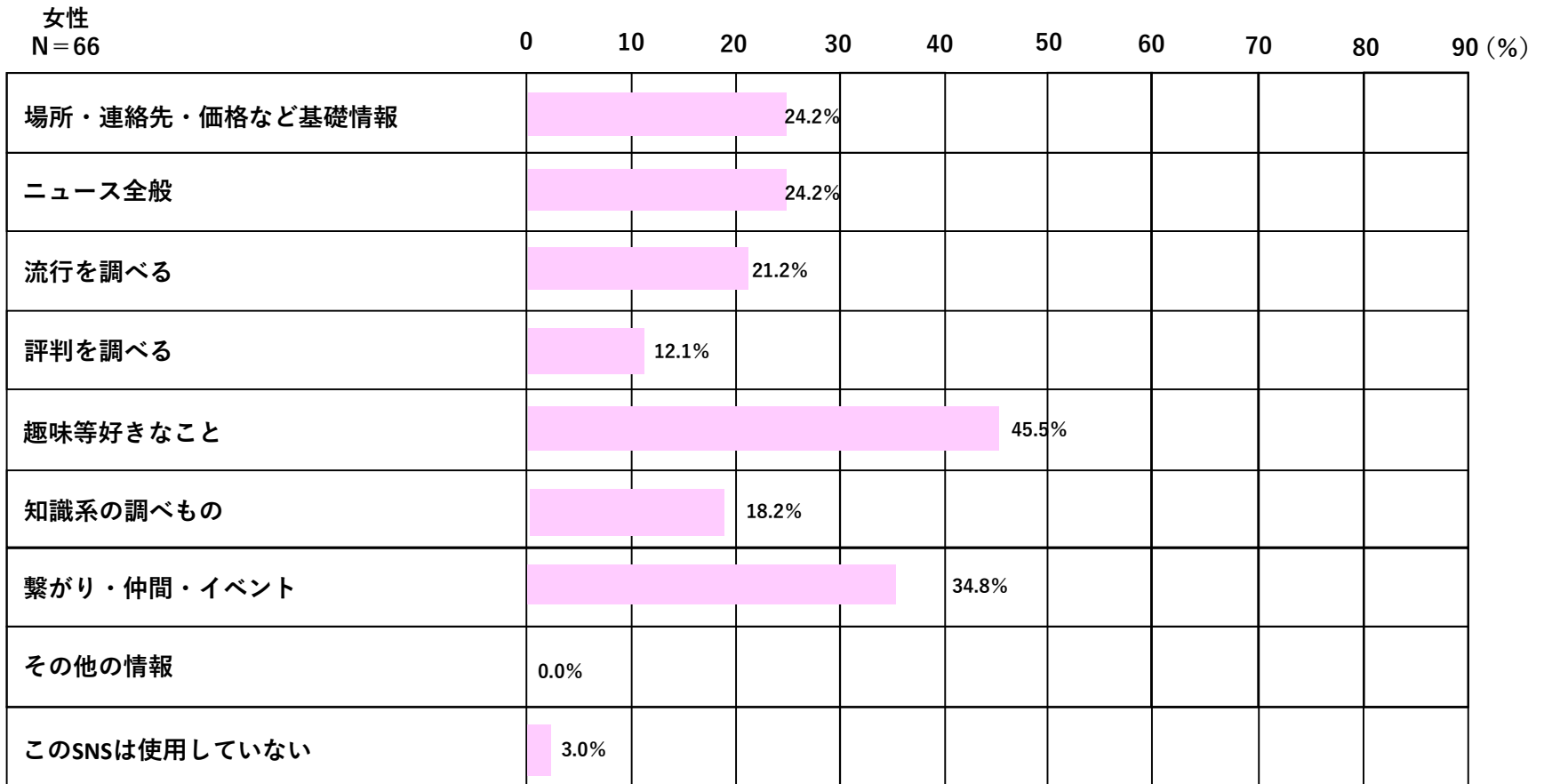
### Q6-1-4. Facebook



●男性では、全体傾向に比べ、「ニュース全般」のスコアが高くなっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

### Q6-1-4. Facebook

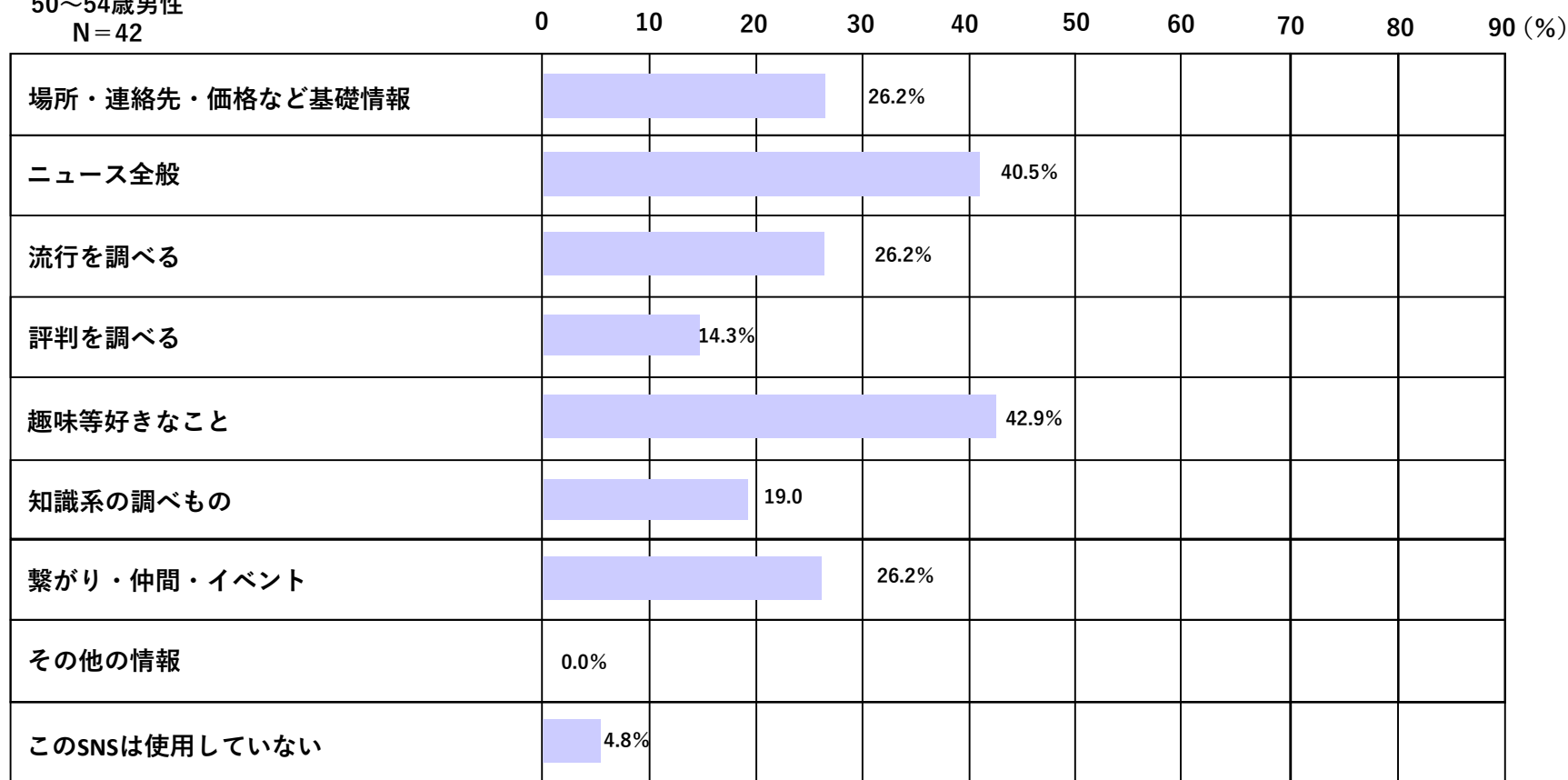


●女性では、男性に比べ、「ニュース全般」のスコアが約15ポイントも低くなっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

#### Q6-1-4. Facebook

50～54歳男性  
N=42



●50～54歳男性は、すべての属性の中で、「ニュース全般」のスコアが最も高くなっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

### Q6-1-4. Facebook

50～54歳女性  
N=40

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 (%)

	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90 (%)
場所・連絡先・価格など基礎情報			20.0%							
ニュース全般				27.5%						
流行を調べる			15.0%							
評判を調べる			15.0%							
趣味等好きなこと						50.0%				
知識系の調べもの			17.5%							
繋がり・仲間・イベント					35.0%					
その他の情報	0.0%									
このSNSは使用していない	0.0%									

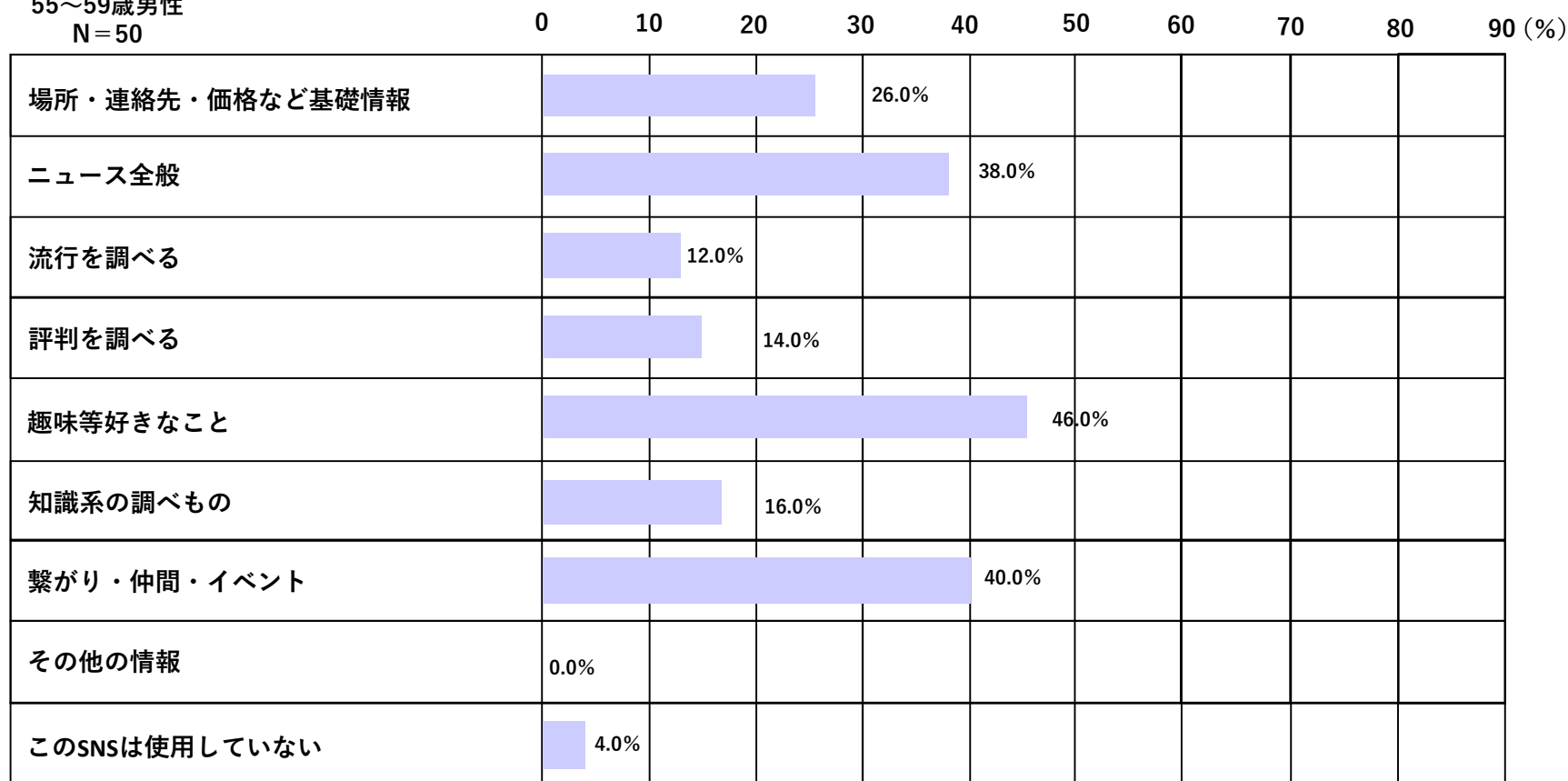
●50～54歳女性は、すべての属性の中で、「趣味等好きなこと」のスコアが最も高くなっている



Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

Q6-1-4. Facebook

55～59歳男性  
N = 50

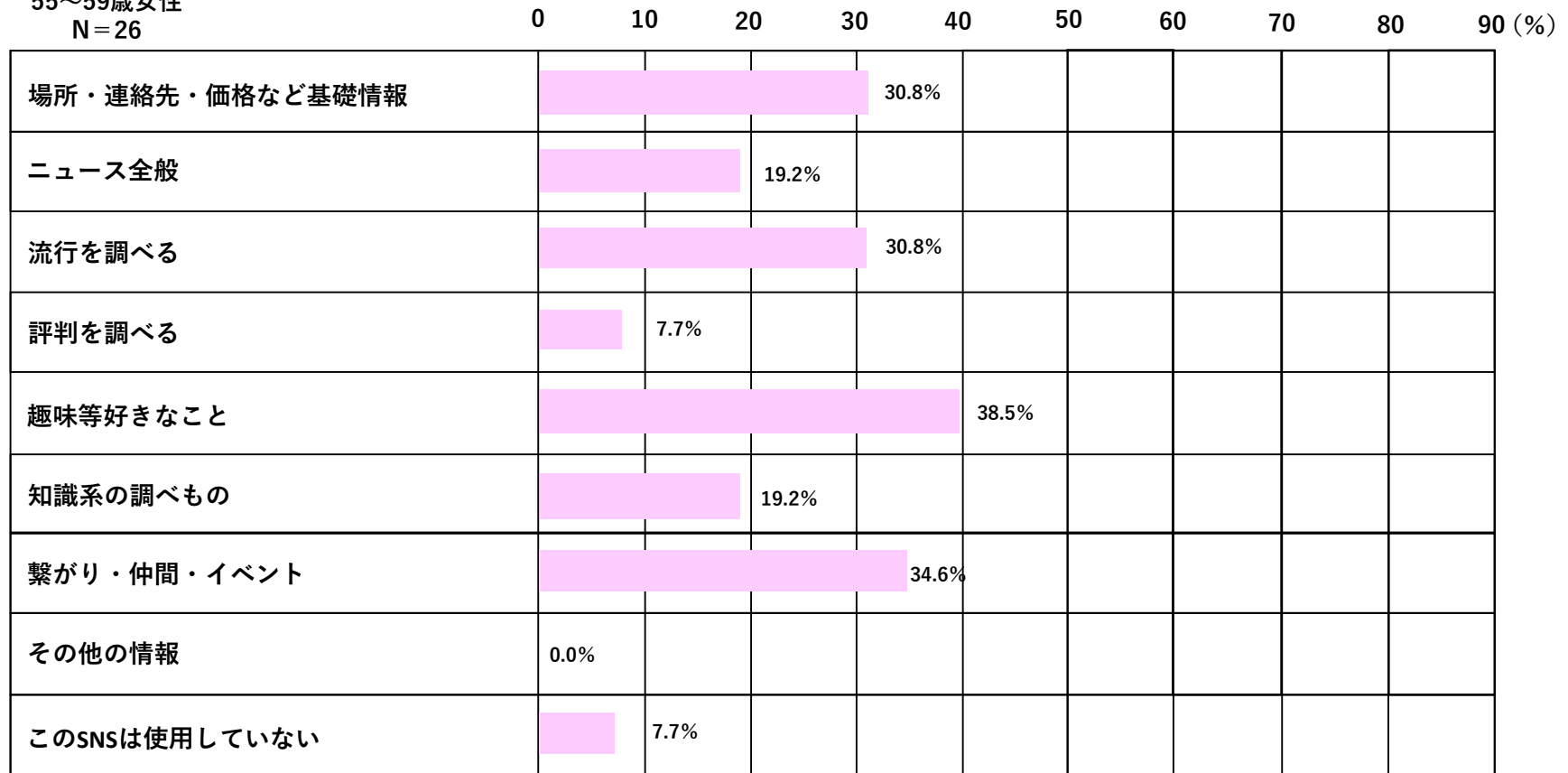


●55～59歳男性は、すべての属性の中で、「繋がり・仲間・イベント」、「ニュース全般」のスコアが比較的高くなっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

Q6-1-4. Facebook

55～59歳女性  
N=26



●55～59歳女性では、すべての属性の中で、「知識系の調べもの」のスコアが最も高くなっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

### Q6-1-5. YouTube

最頻値の回答

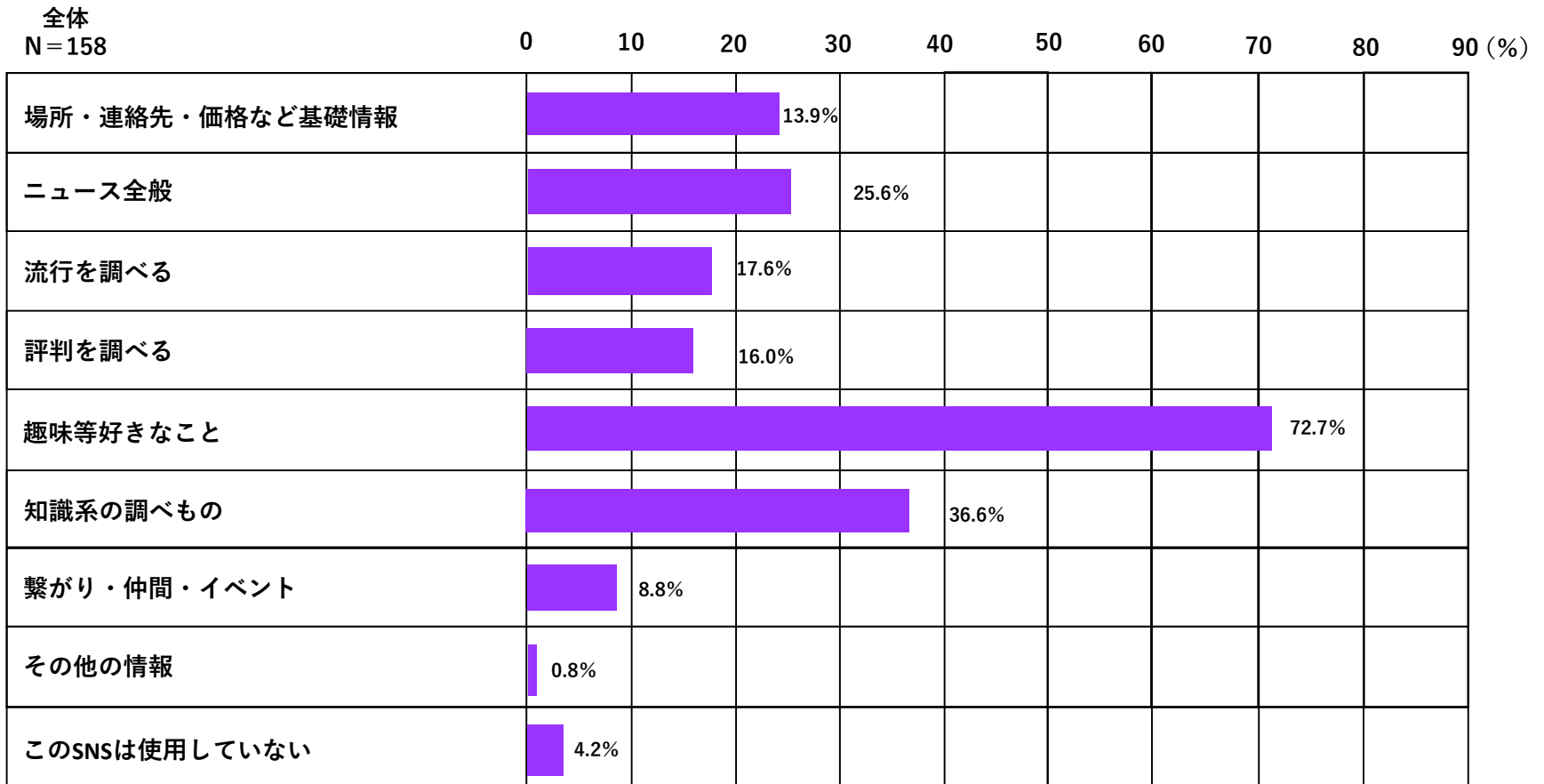
二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
場所・連絡先・価格など基礎情報	33 13.9%	18 14.5%	15 13.2%	20 15.7%	13 11.7%	13 19.1%	7 11.9%	5 8.9%	8 14.5%
ニュース全般	61 25.6%	42 33.9%	19 16.7%	34 26.8%	27 24.3%	26 38.2%	8 13.6%	16 28.6%	11 20.0%
流行を調べる	42 17.6%	19 15.3%	23 20.2%	28 22.0%	14 12.6%	12 17.6%	16 27.1%	7 12.5%	7 12.7%
評判を調べる	38 16.0%	25 20.2%	13 11.4%	25 19.7%	13 11.7%	18 26.5%	7 11.9%	7 12.5%	6 10.9%
趣味等好きなこと	173 72.7%	91 73.4%	82 71.9%	91 71.7%	82 73.9%	50 73.5%	41 69.5%	41 73.2%	41 74.5%
知識系の調べもの	87 36.6%	47 37.9%	40 35.1%	53 41.7%	34 30.6%	27 39.7%	26 44.1%	20 35.7%	14 25.5%
繋がり・仲間・イベント	21 8.8%	14 11.3%	7 6.1%	14 11.0%	7 6.3%	10 14.7%	4 6.8%	4 7.1%	3 5.5%
その他の情報	2 0.8%	1 0.8%	1 0.9%	1 0.8%	1 0.9%	1 1.5%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.8%
このSNSは使用していない	10 4.2%	4 3.2%	6 5.3%	6 4.7%	4 3.6%	3 4.4%	3 5.1%	1 1.8%	3 5.5%

●すべての属性で、最もスコアが高かったのが、「趣味等好きなこと」。次いで、「知識系の調べもの」になっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

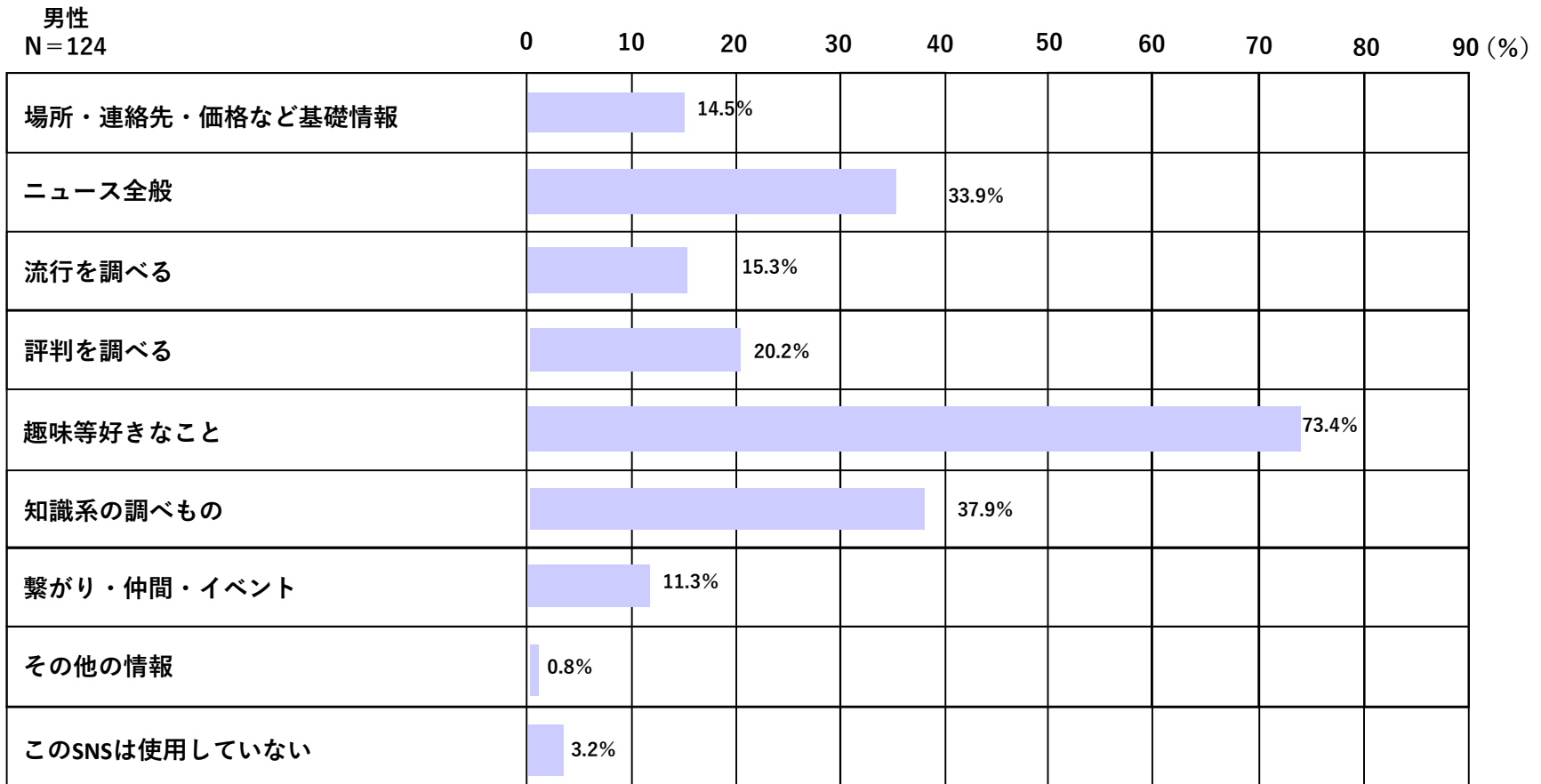
### Q6-1-5. YouTube



●全体傾向では、「趣味等好きなこと」のスコアが非常に高く、次いで、「繋がり・仲間・イベント」、「ニュース全般」がほぼ拮抗している

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

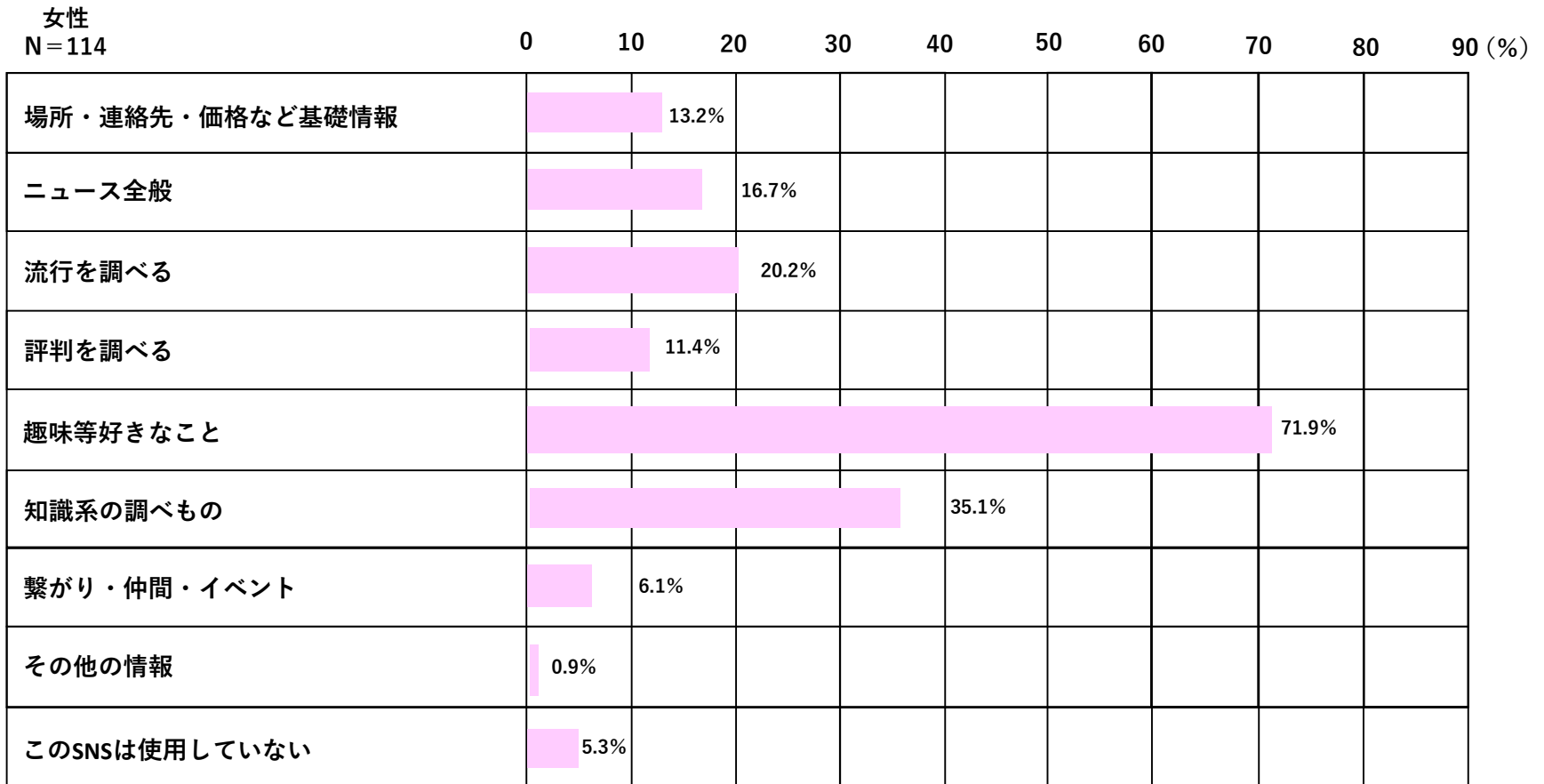
### Q6-1-5. YouTube



- 男性では、全体傾向に比べ、「趣味等好きなこと」のスコアが非常に高く、次いで、「繋がり・仲間・イベント」、「ニュース全般」がほぼ拮抗している
- また、「評判を調べる」のスコアが、女性に比べて、約9ポイント高くなっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

Q6-1-5. YouTube

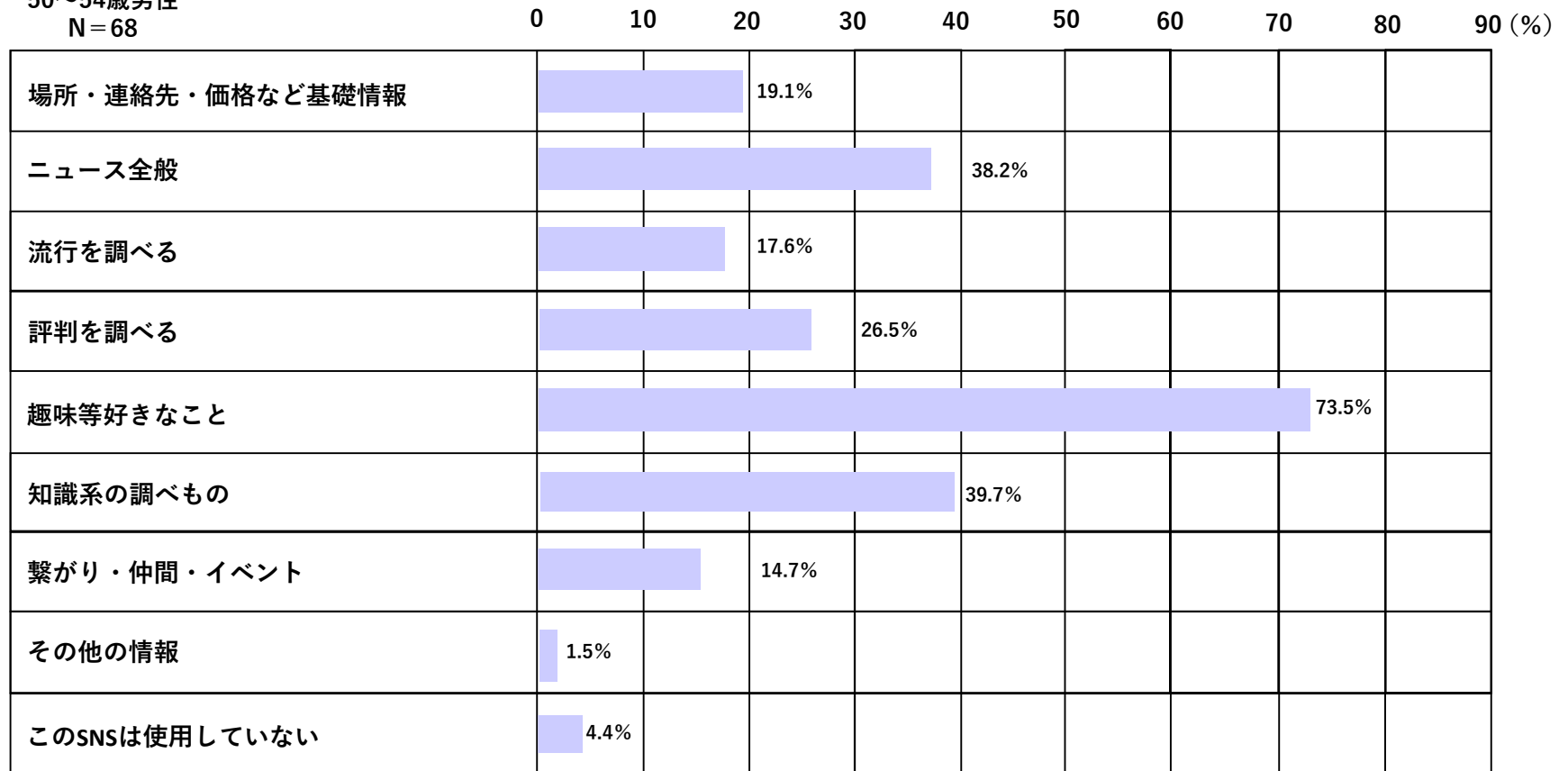


- 女性では、男性に比べ、「流行を調べる」のスコアが、約5ポイント高くなっている
- また、「ニュース全般」のスコアが、男性に比べて約半分のスコアになっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

### Q6-1-5. YouTube

50～54歳男性  
N=68

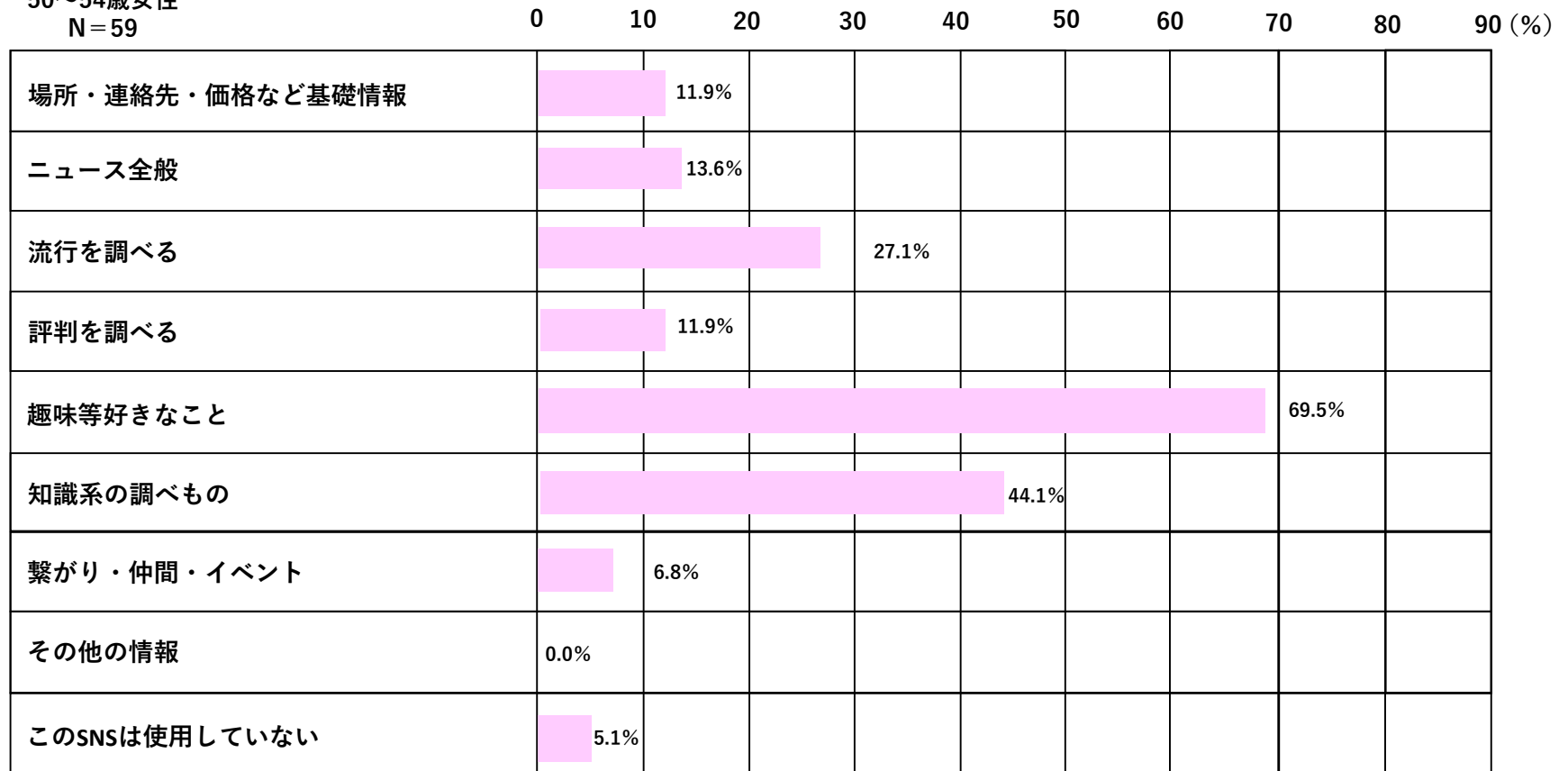


●50～54歳男性は、すべての属性の中で、「ニュース全般」のスコアが、最も高くなっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

### Q6-1-5. YouTube

50～54歳女性  
N=59



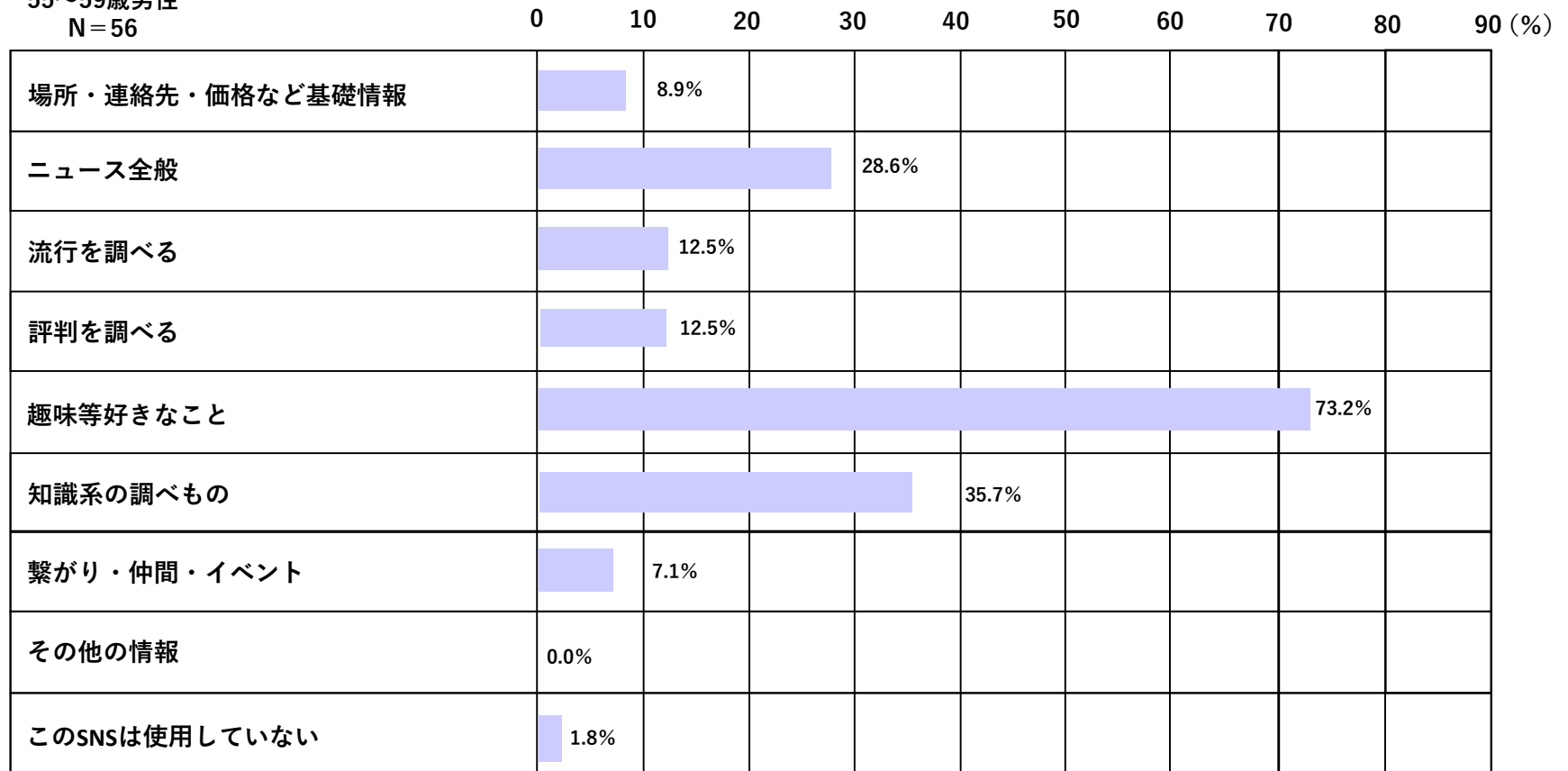
●50～54歳女性は、同年代の男性に比べて、YouTubeによる情報収集は概して不活性と言える



Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

### Q6-1-5. YouTube

55～59歳男性  
N=56



●55～59歳男性は、50～54歳男性に比べて、「ニュース全般」、「評判を調べる」のスコアがかなり低くなっている

Q6-1. 前問で【頻繁にする／たまにする】を選択した方にお伺いします。どのSNSでどんな情報を収集しますか（それぞれ複数選択可）

### Q6-1-5. YouTube

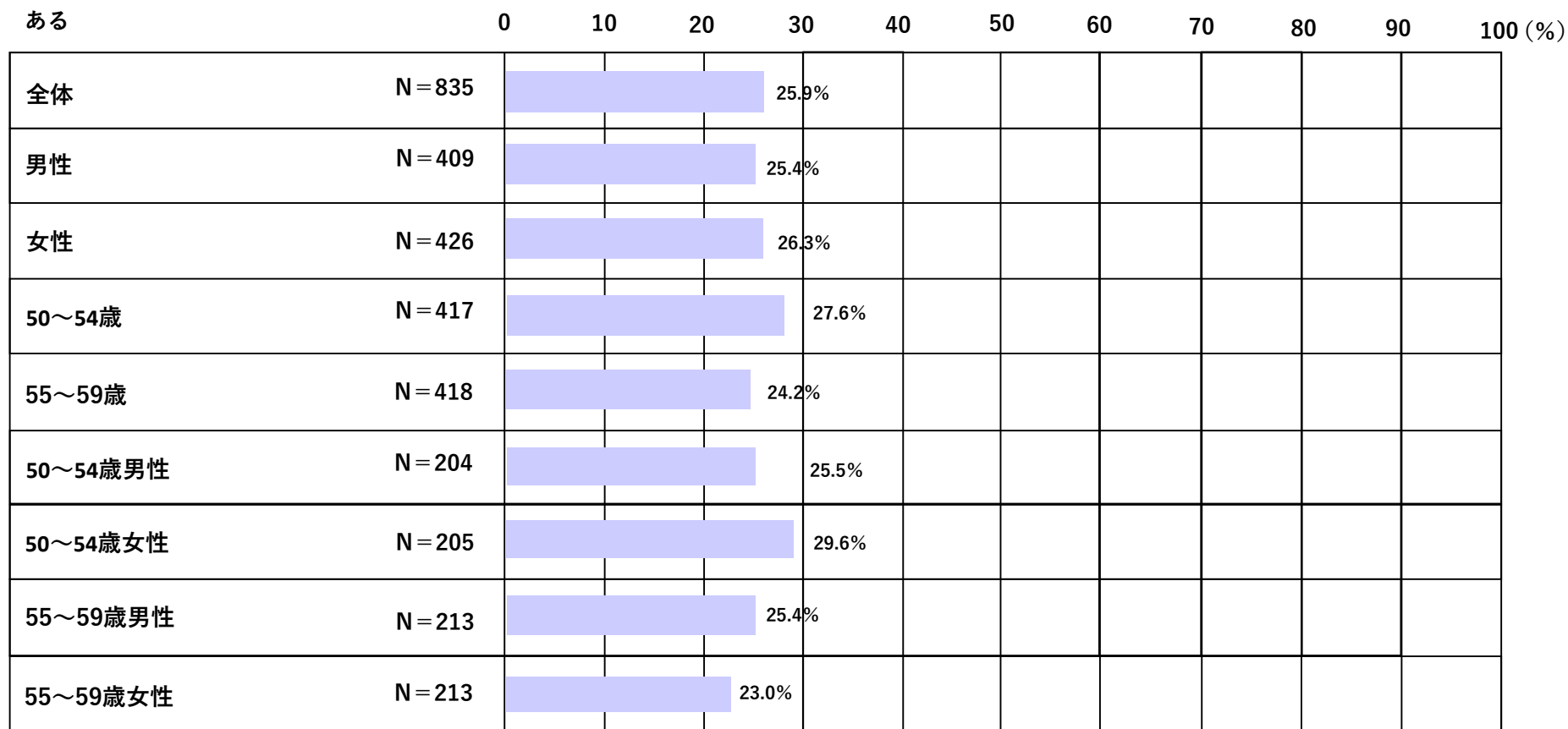
55～59歳女性  
N=55

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 (%)

	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90 (%)
場所・連絡先・価格など基礎情報			14.5%							
ニュース全般			20.0%							
流行を調べる			12.7%							
評判を調べる			10.9%							
趣味等好きなこと									74.5%	
知識系の調べもの				25.5%						
繋がり・仲間・イベント		5.5%								
その他の情報		1.8%								
このSNSは使用していない		5.5%								

- 55～59歳女性は、すべての属性の中で、「知識系の調べもの」のスコアが最も低くなっている。  
50～54歳女性と比べても、約20ポイントも低くなっている

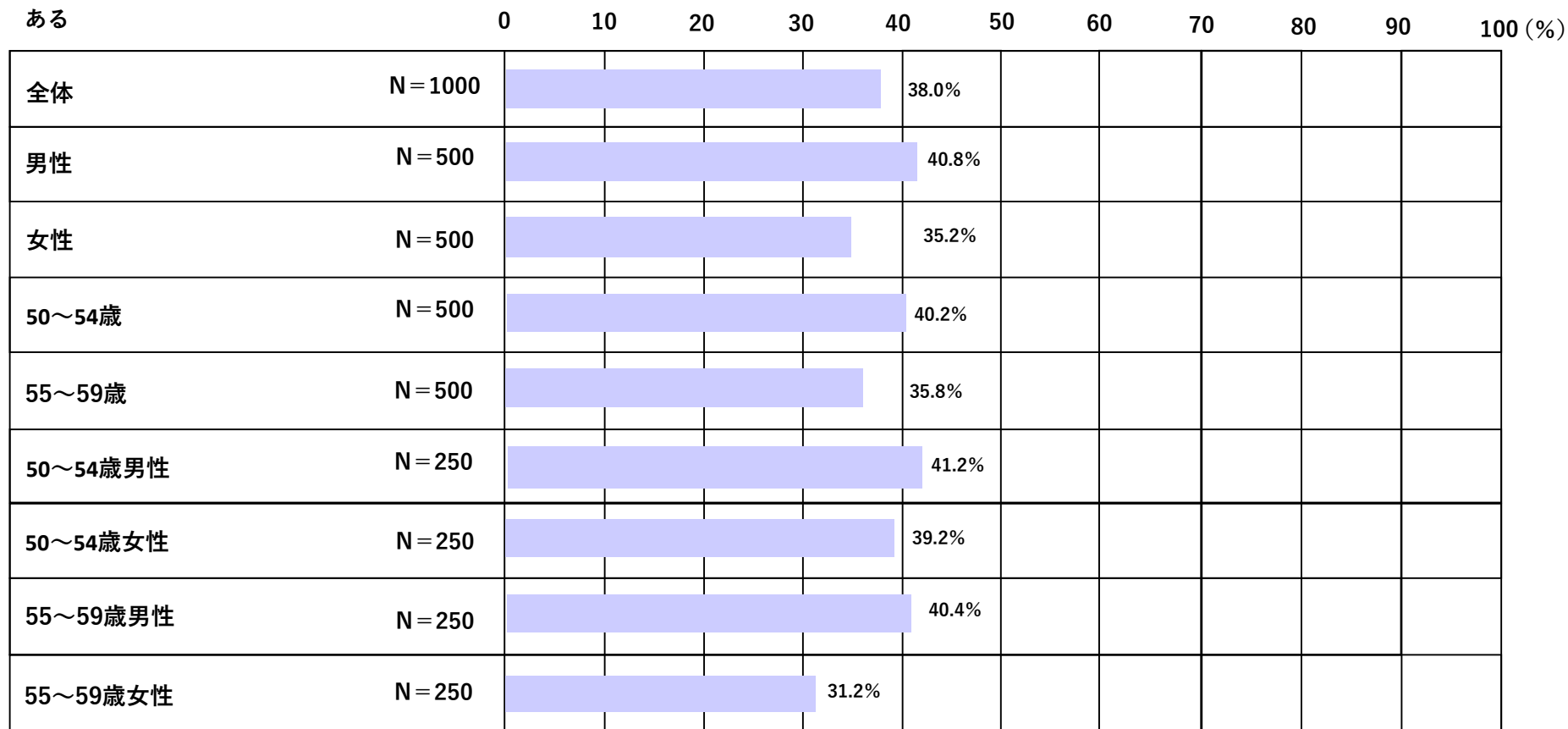
## Q6-2. SNSアカウントを使ったキャンペーン類に参加したことはありますか



●参加経験率はすべての属性において30%未満と、低調なスコアになっている

●各属性間で顕著な差は認められないが、50～54歳女性が、すべての属性の中で最も高いスコアとなっている。

## Q7. SNSアプリ以外でよく利用するアプリがありますか（1つ選択）



●SNS以外のアプリ使用率はすべての属性において概ね30～40%前後の範囲に分布している

Q7-1. 前問で【ある】を選択した方にお伺いします。  
 どんなアプリをご利用ですか（3つまで選択可）

最頻値の回答

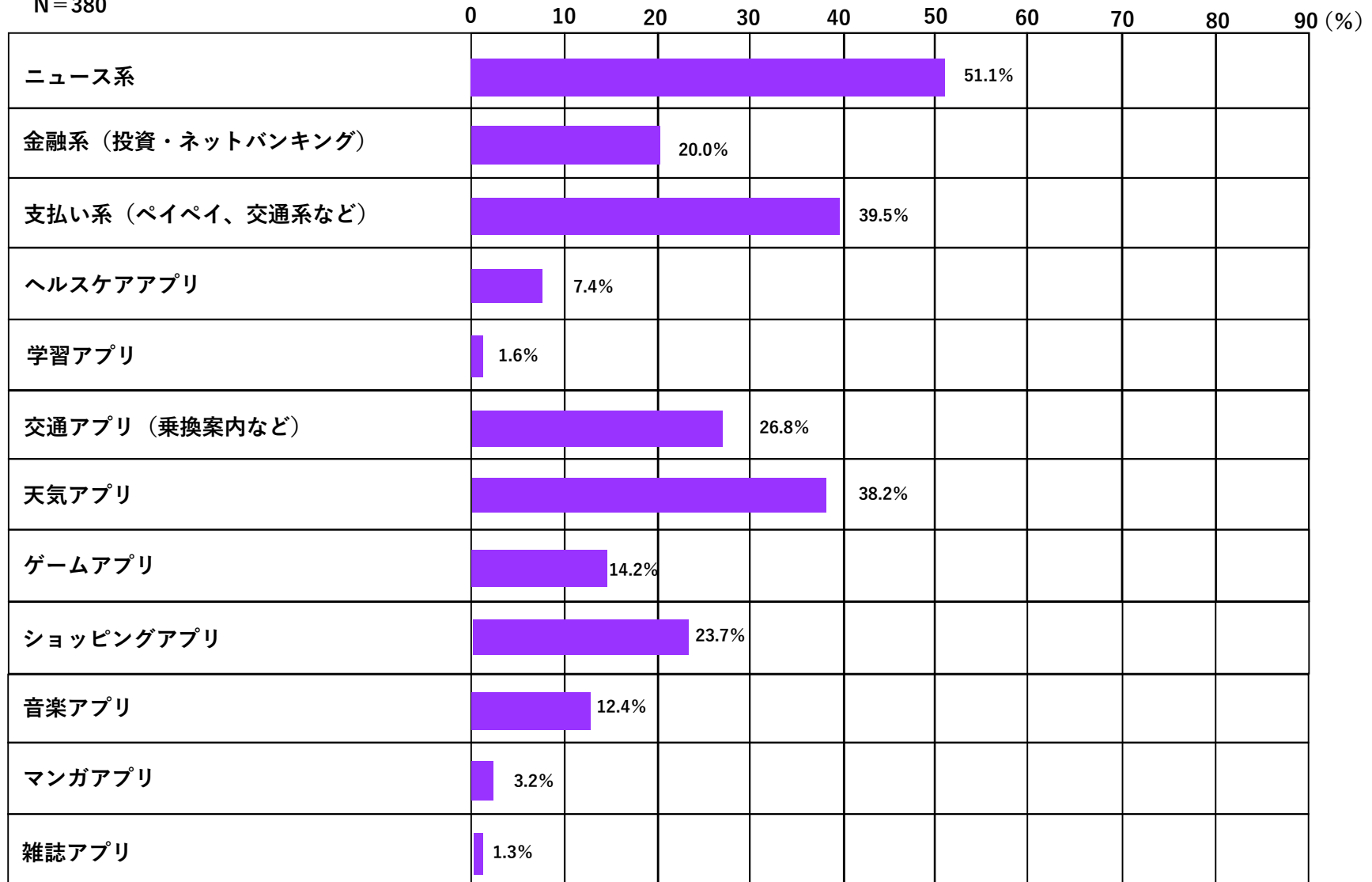
二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
ニュース系	194 51.1%	114 55.9%	80 45.5%	103 51.2%	91 50.8%	61 59.2%	42 42.9%	53 52.5%	38 48.7%
金融系（投資・ネットバンキング）	76 20.0%	50 24.5%	26 14.8%	39 19.4%	37 20.7%	23 22.3%	16 16.3%	27 26.7%	10 12.8%
支払い系（ペイペイ、交通系など）	150 39.5%	80 39.2%	70 39.8%	76 37.8%	74 41.3%	37 35.9%	39 39.8%	43 42.6%	31 39.7%
ヘルスケアアプリ	28 7.4%	13 6.4%	15 8.5%	11 5.5%	17 9.5%	3 2.9%	8 8.2%	10 9.9%	7 9.0%
学習アプリ	6 1.6%	2 1.0%	4 2.3%	4 2.0%	2 1.1%	1 1.0%	3 3.1%	1 1.0%	1 1.3%
交通アプリ（乗換案内など）	102 26.8%	56 27.5%	46 26.1%	54 26.9%	48 26.8%	28 27.2%	26 26.5%	28 27.7%	20 25.6%
天気アプリ	145 38.2%	82 40.2%	63 35.8%	78 38.8%	67 37.4%	40 38.8%	38 38.8%	42 41.6%	25 32.1%
ゲームアプリ	54 14.2%	27 13.2%	27 15.3%	27 13.4%	27 15.1%	16 15.5%	11 11.2%	11 10.9%	16 20.5%
ショッピングアプリ	90 23.7%	39 19.1%	51 29.0%	49 24.4%	41 22.9%	22 21.4%	27 27.6%	17 16.8%	24 30.8%
音楽アプリ	47 12.4%	26 12.7%	21 11.9%	31 15.4%	16 8.9%	14 13.6%	17 17.3%	12 11.9%	4 5.1%
マンガアプリ	12 3.2%	8 3.9%	4 2.3%	7 3.5%	5 2.8%	4 3.9%	3 3.1%	4 4.0%	1 1.3%
雑誌アプリ	5 1.3%	1 0.5%	4 2.3%	4 2.0%	1 0.6%	1 1.0%	3 3.1%	0 0.0%	1 1.3%

- すべての属性で、最も上位に上がったのが、「ニュース系」。次いで、主に女性では「支払い系」、男性では「天気アプリ」が高いスコアになっている

Q7-1. 前問で【ある】を選択した方にお伺いします。  
 どんなアプリをご利用ですか（3つまで選択可）

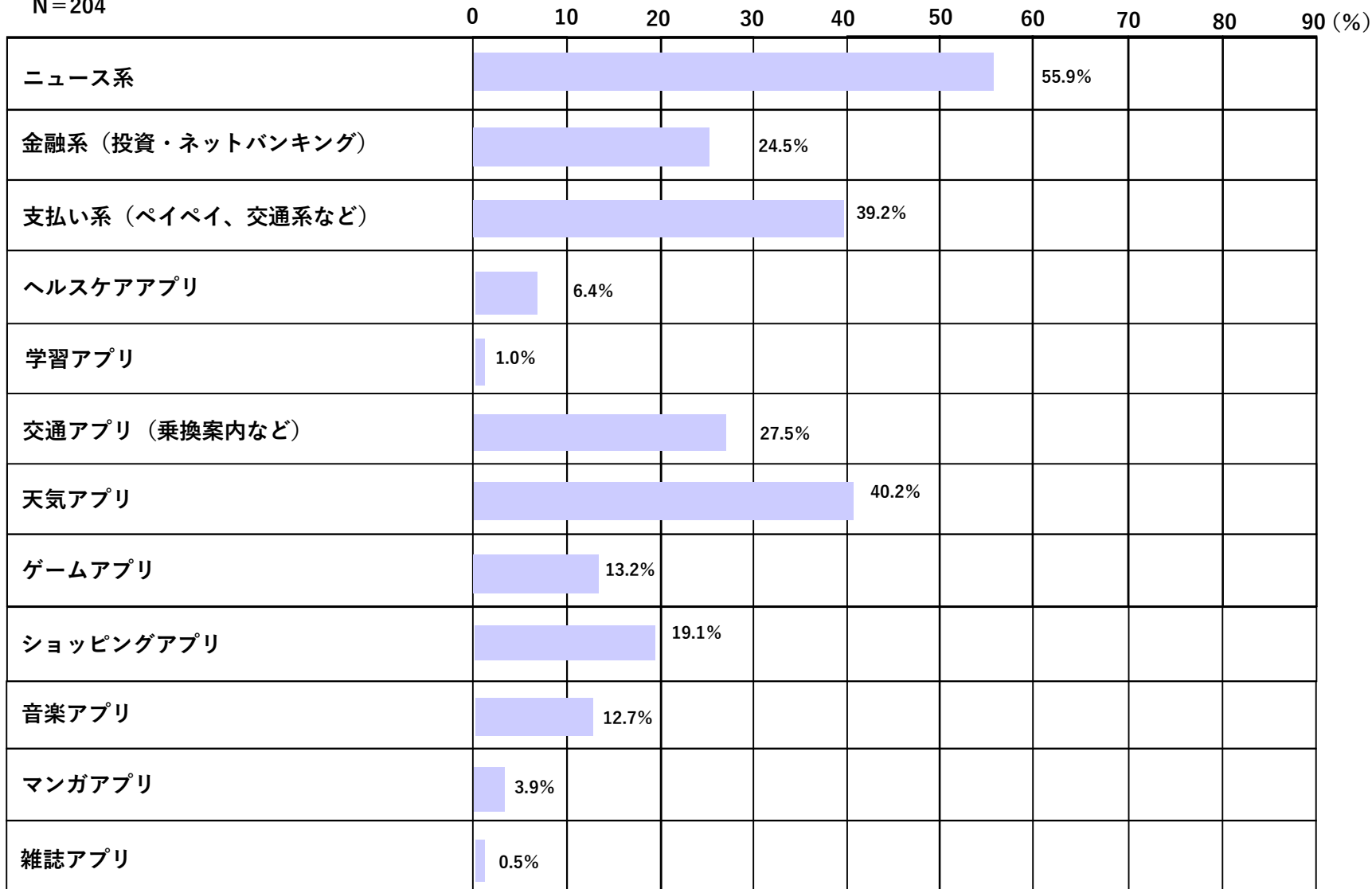
全体  
 N=380



- 全体傾向では、最も上位に上がったのが、「ニュース系」。次いで、「支払い系」、僅差で「天気アプリ」が続く
- 「交通系」・「金融系」・「ショッピング系」も比較的良好に利用されている

Q7-1. 前問で【ある】を選択した方にお伺いします。  
 どんなアプリをご利用ですか（3つまで選択可）

男性  
 N=204



●男性では、最も上位に上がったのが、「ニュース系」。次いで、「天気アプリ」が続く

Q7-1. 前問で【ある】を選択した方にお伺いします。  
 どんなアプリをご利用ですか（3つまで選択可）

女性  
 N=176

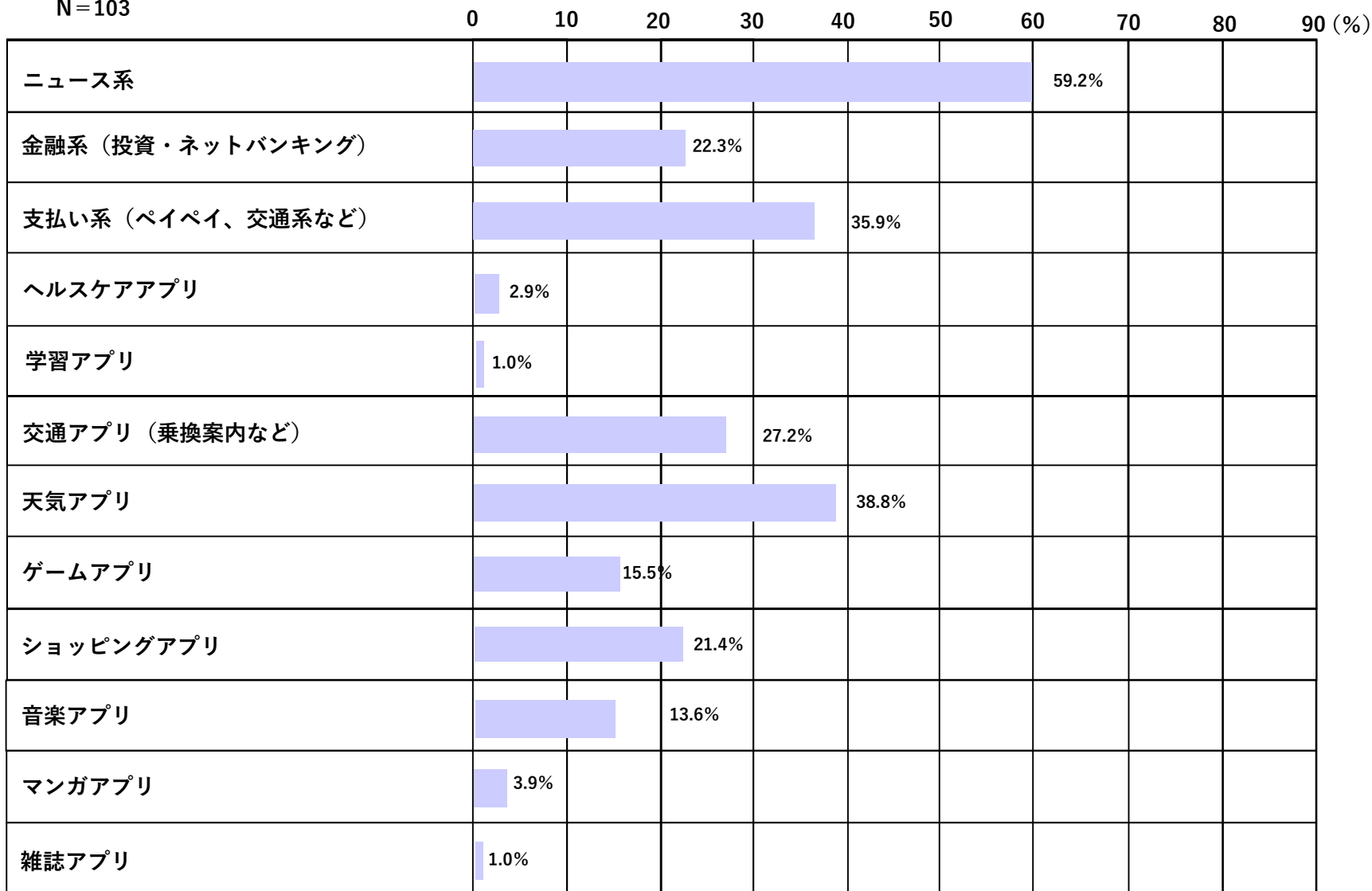
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90 (%)
ニュース系										
金融系（投資・ネットバンキング）										
支払い系（ペイペイ、交通系など）										
ヘルスケアアプリ										
学習アプリ										
交通アプリ（乗換案内など）										
天気アプリ										
ゲームアプリ										
ショッピングアプリ										
音楽アプリ										
マンガアプリ										
雑誌アプリ										

- 女性では、最も上位に上がったのが、「ニュース系」。次いで、「支払い系」が続く
- 男性と比べると「ニュース系」が10ポイント近く低く、逆に「ショッピングアプリ」は10ポイント近く高い



Q7-1. 前問で【ある】を選択した方にお伺いします。  
 どんなアプリをご利用ですか（3つまで選択可）

50～54歳男性  
 N=103



●50～54歳男性は、すべての属性の中で「ニュース系」アプリの利用率が最も高くなっている

Q7-1. 前問で【ある】を選択した方にお伺いします。  
 どんなアプリをご利用ですか（3つまで選択可）

50～54歳女性  
 N=98

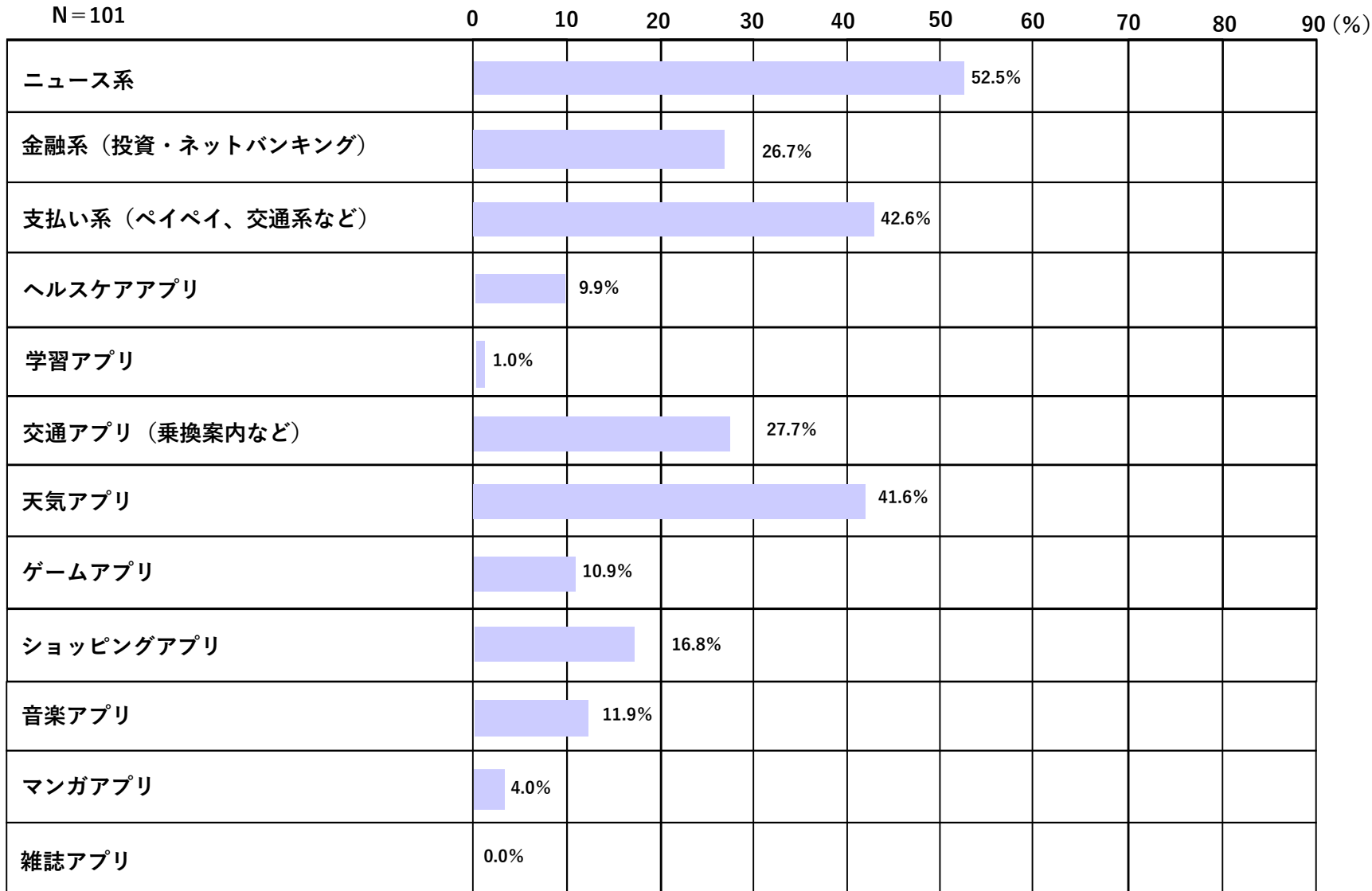
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 (%)

	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90 (%)
ニュース系						42.9%				
金融系（投資・ネットバンキング）		16.3%								
支払い系（ペイペイ、交通系など）						39.8%				
ヘルスケアアプリ		8.2%								
学習アプリ	3.1%									
交通アプリ（乗換案内など）				26.5%						
天気アプリ						38.8%				
ゲームアプリ		11.2%								
ショッピングアプリ				27.6%						
音楽アプリ			17.3%							
マンガアプリ	3.1%									
雑誌アプリ	3.1%									

●50～54歳女性は、すべての属性の中で「ニュース系」の利用率が最も低く、同世代男性と比べても16ポイント程度も低い

Q7-1. 前問で【ある】を選択した方にお伺いします。  
 どんなアプリをご利用ですか（3つまで選択可）

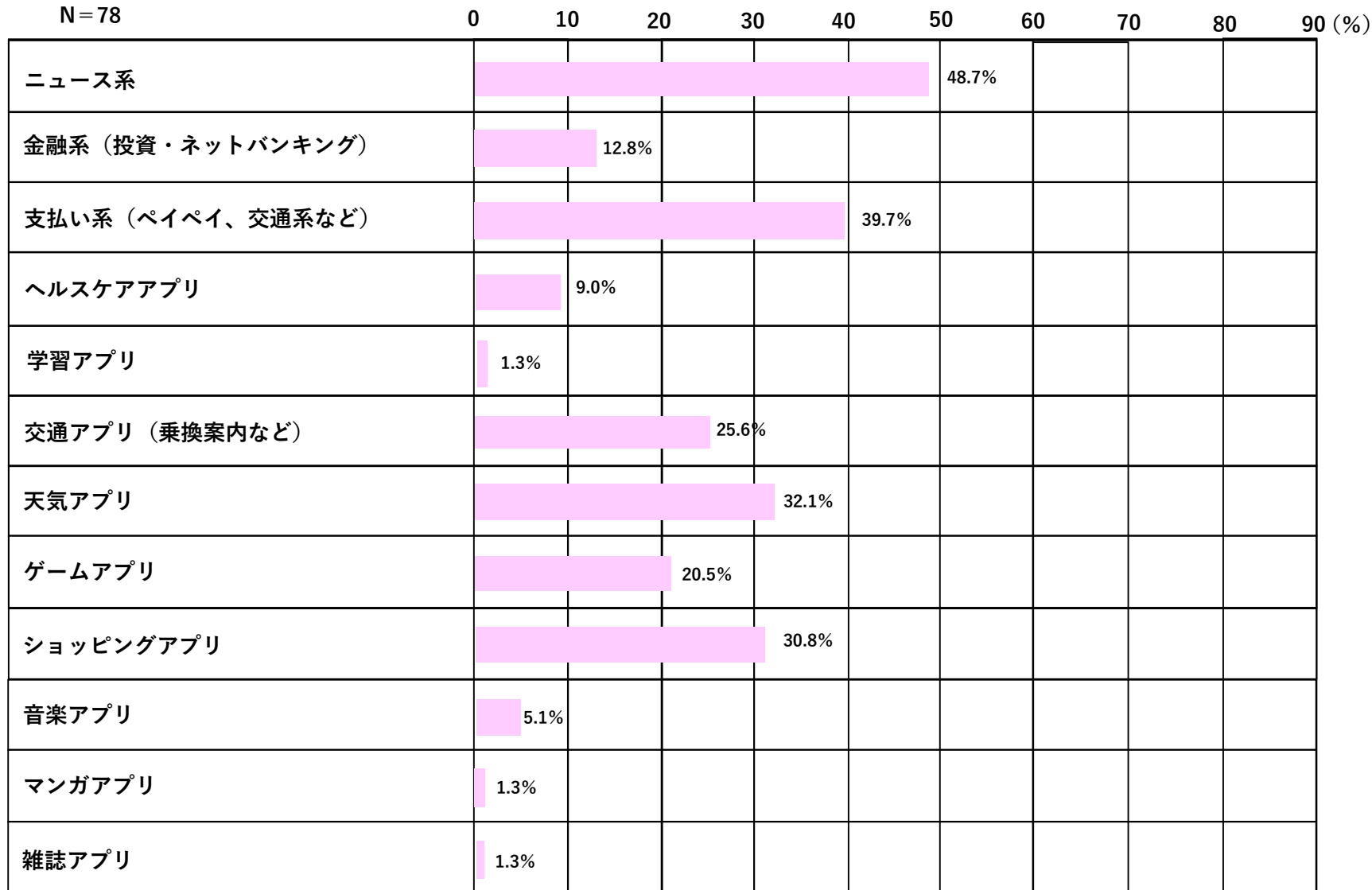
55～59歳男性  
 N=101



●55～59歳男性は、すべての属性の中で「支払い系」、「金融系」の利用率が最も高くなっている

Q7-1. 前問で【ある】を選択した方にお伺いします。  
 どんなアプリをご利用ですか（3つまで選択可）

55～59歳女性  
 N=78



●55～59歳女性は、すべての属性の中で「ゲームアプリ」、「ショッピングアプリ」の利用率が最も高くなっている

Q8. ネットを通じてのオンラインショッピングについてお伺いします。  
個人使用の家電製品または日用品のネット購入の経験はありますか（1つ選択）

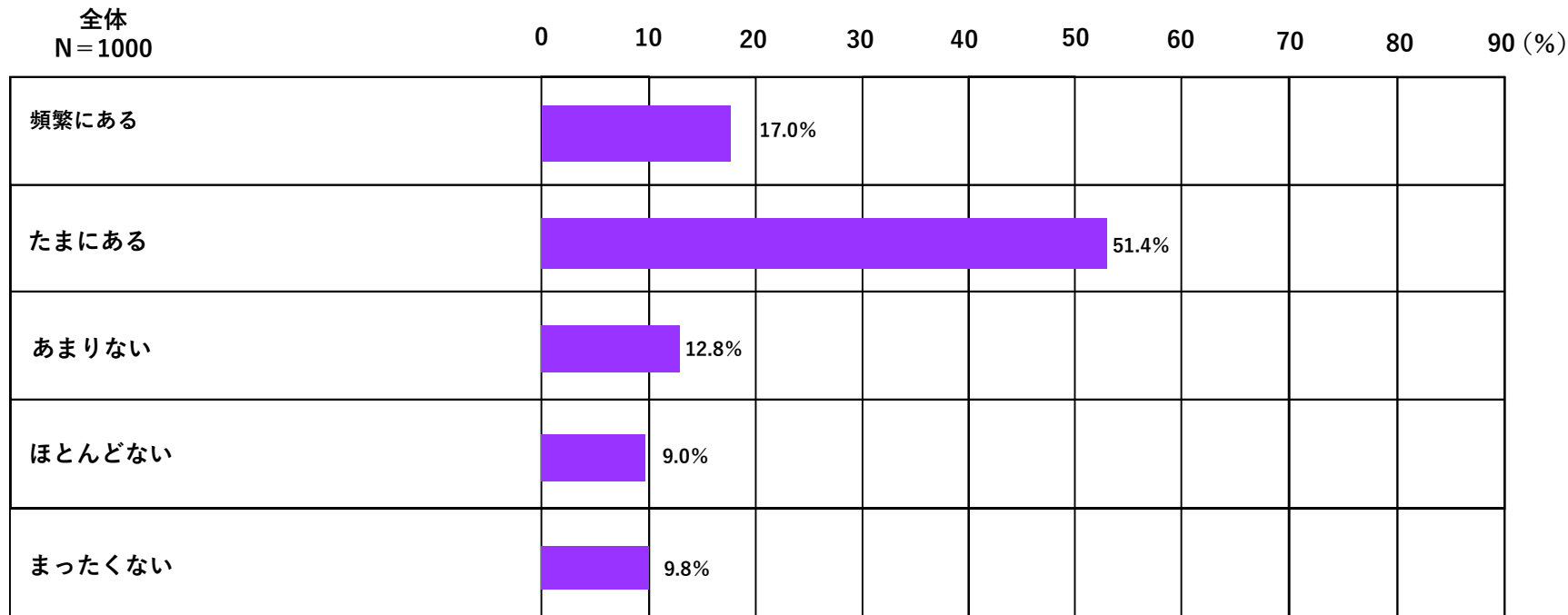
最頻値の回答

二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
頻繁にある	170 17.0%	89 17.8%	81 16.2%	78 15.6%	92 18.4%	46 18.4%	32 12.8%	43 17.2%	49 19.6%
たまにある	514 51.4%	253 50.6%	261 52.2%	263 52.6%	251 50.2%	122 48.8%	141 56.4%	131 52.4%	120 48.0%
あまりない	128 12.8%	67 13.4%	61 12.2%	60 12.0%	68 13.6%	32 12.8%	28 11.2%	35 14.0%	33 13.2%
ほとんどない	90 9.0%	43 8.6%	47 9.4%	47 9.4%	43 8.6%	24 9.6%	23 9.2%	19 7.6%	24 9.6%
まったくない	98 9.8%	48 9.6%	50 10.0%	52 10.4%	46 9.2%	26 10.4%	26 10.4%	22 8.8%	24 9.6%

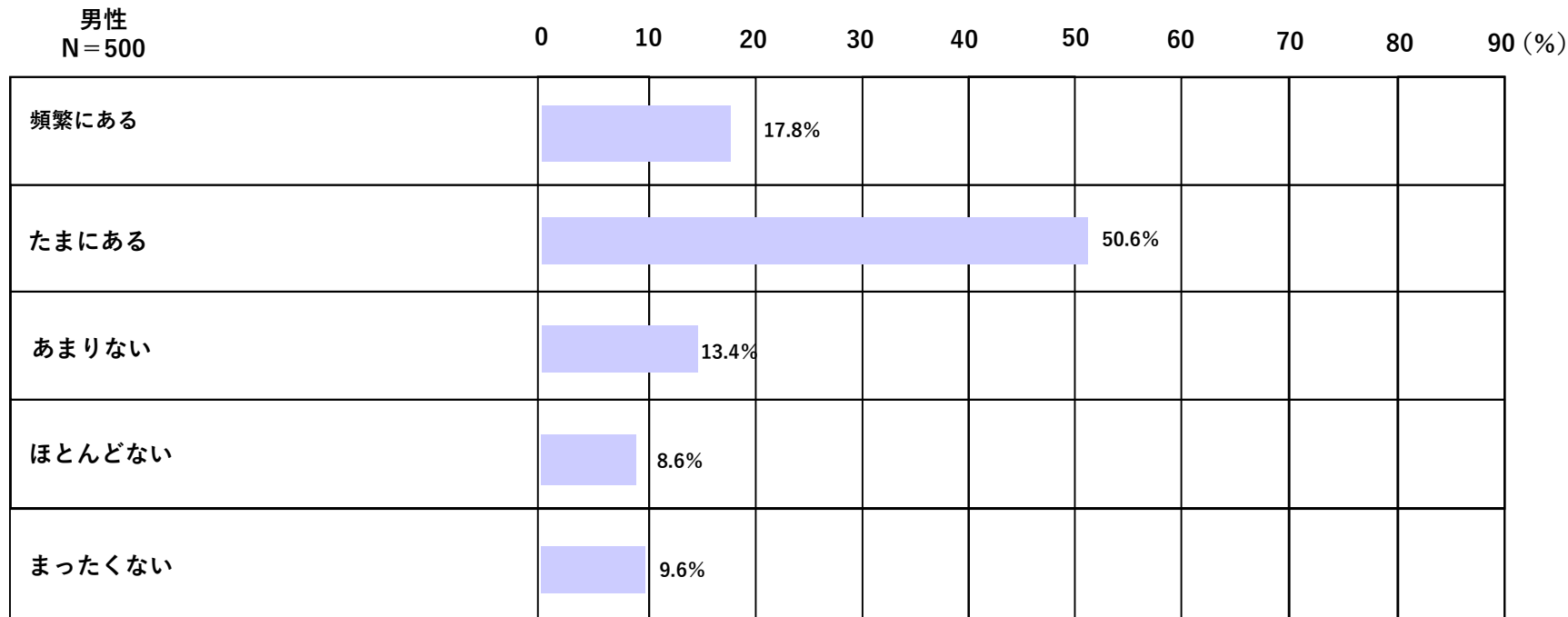
- 全体傾向として、「たまにある」が高いスコアを記録している。次いで「頻繁にある」が続く
- 「まったくない」という回答は、すべての属性で10%程度のスコアになっている

Q8. ネットを通じてのオンラインショッピングについてお伺いします。  
個人使用の家電製品または日用品のネット購入の経験はありますか（1つ選択）



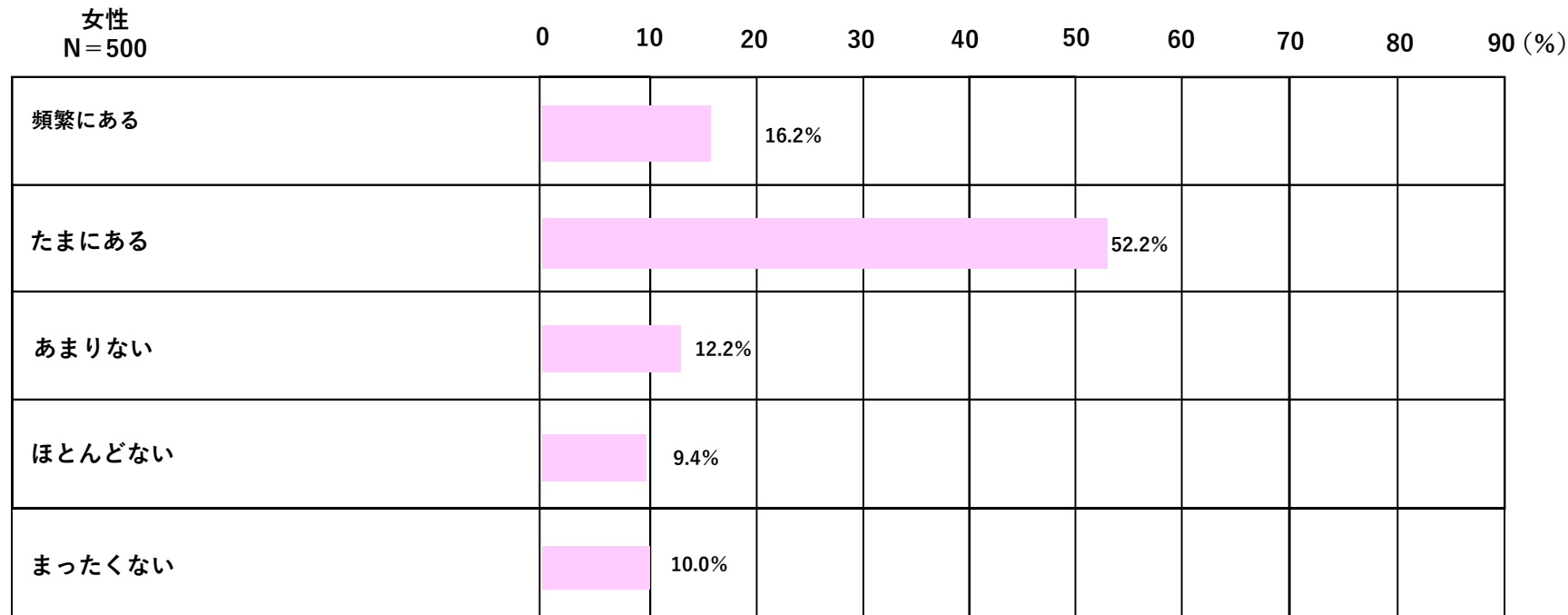
- 全体傾向として、「たまにある」が高いスコアを記録している。次いで「頻繁にある」が続く
- 「まったくない」という回答は、すべての属性で10%程度のスコアになっている

Q8. ネットを通じてのオンラインショッピングについてお伺いします。  
 個人使用の家電製品または日用品のネット購入の経験はありますか（1つ選択）



●男性では全体傾向とほとんど変わらない。即ち、顕著な男女差は認められない

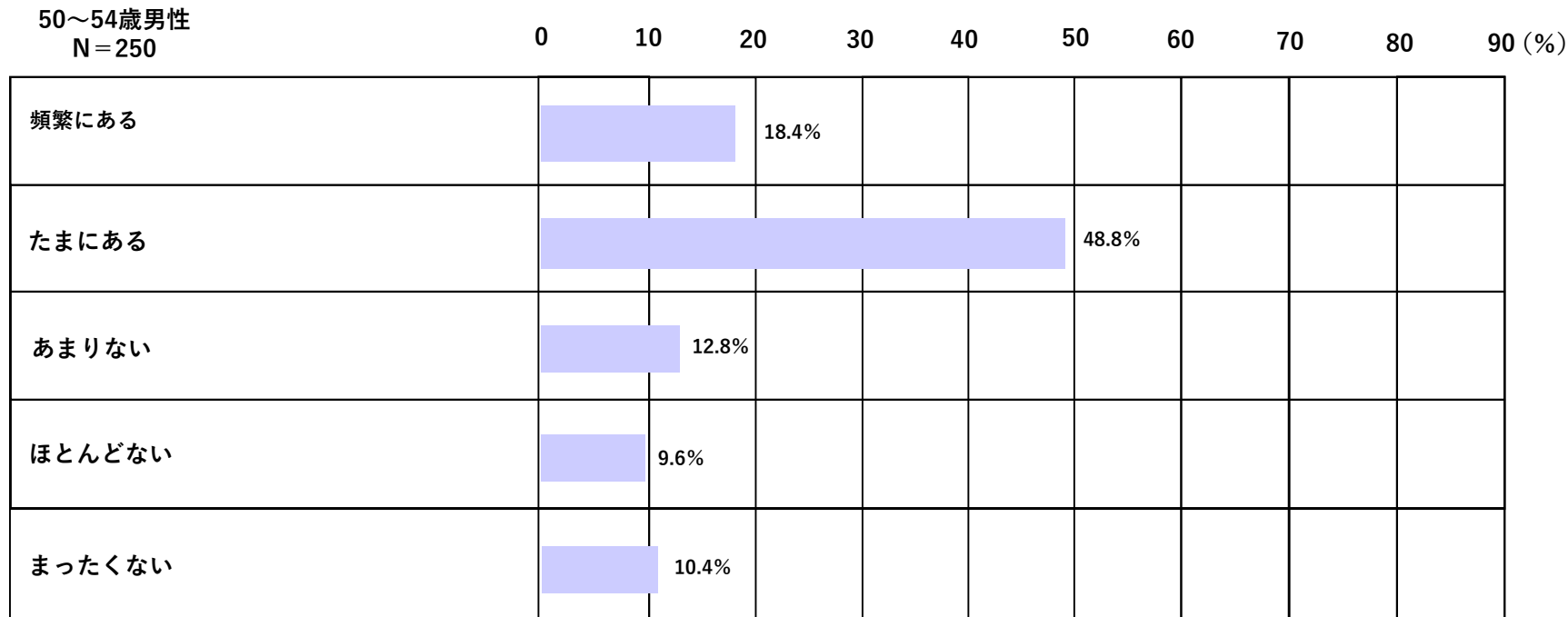
Q8. ネットを通じてのオンラインショッピングについてお伺いします。  
個人使用の家電製品または日用品のネット購入の経験はありますか（1つ選択）



●女性では全体傾向とほとんど変わらない。即ち、顕著な男女差は認められない

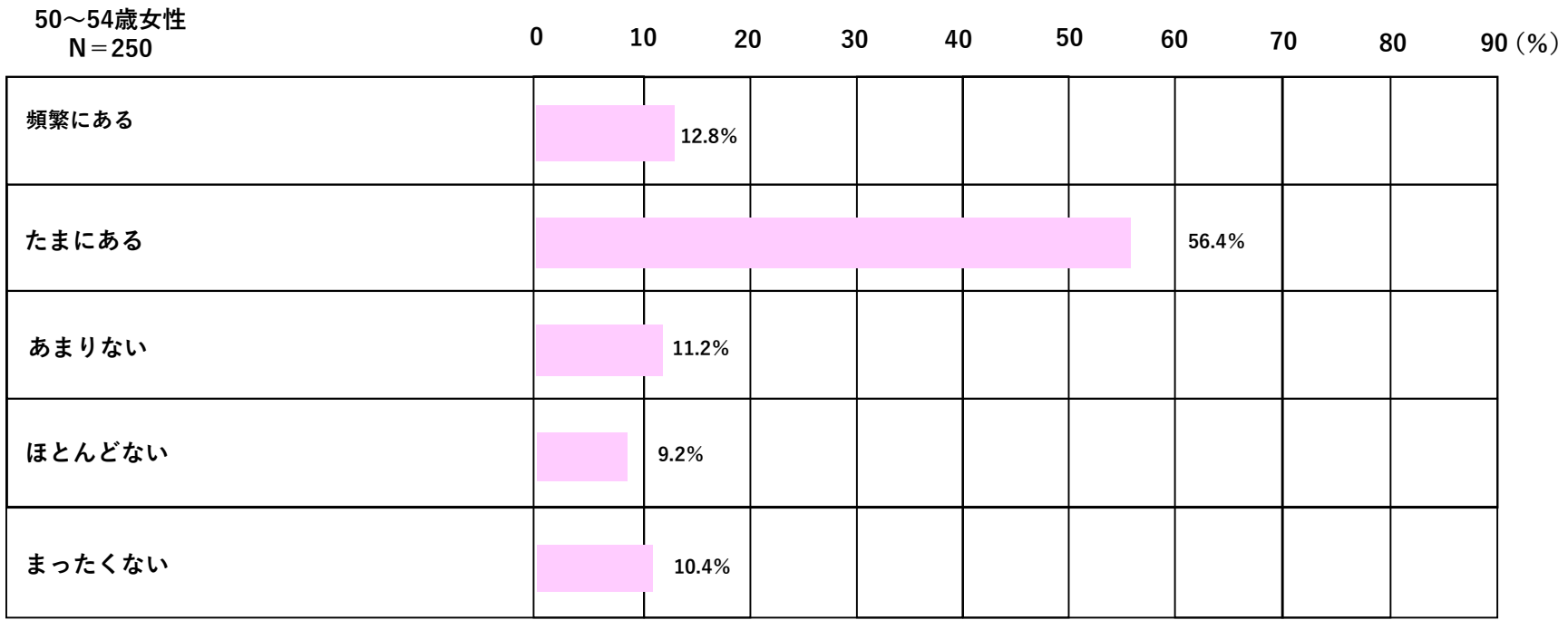


Q8. ネットを通じてのオンラインショッピングについてお伺いします。  
 個人使用の家電製品または日用品のネット購入の経験はありますか（1つ選択）



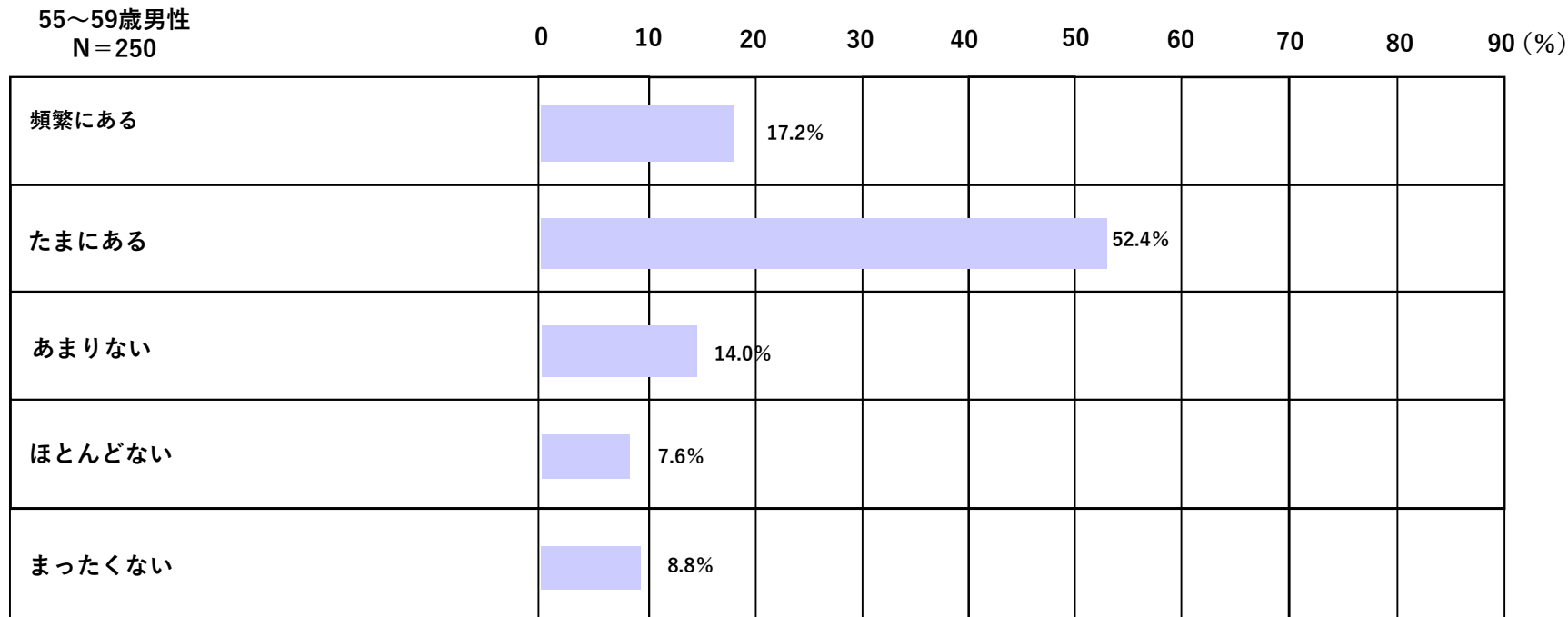
●50～54歳男性では、同年代の女性に比べて、「頻繁にある」のスコアがかなり高くなっている

Q8. ネットを通じてのオンラインショッピングについてお伺いします。  
 個人使用の家電製品または日用品のネット購入の経験はありますか（1つ選択）



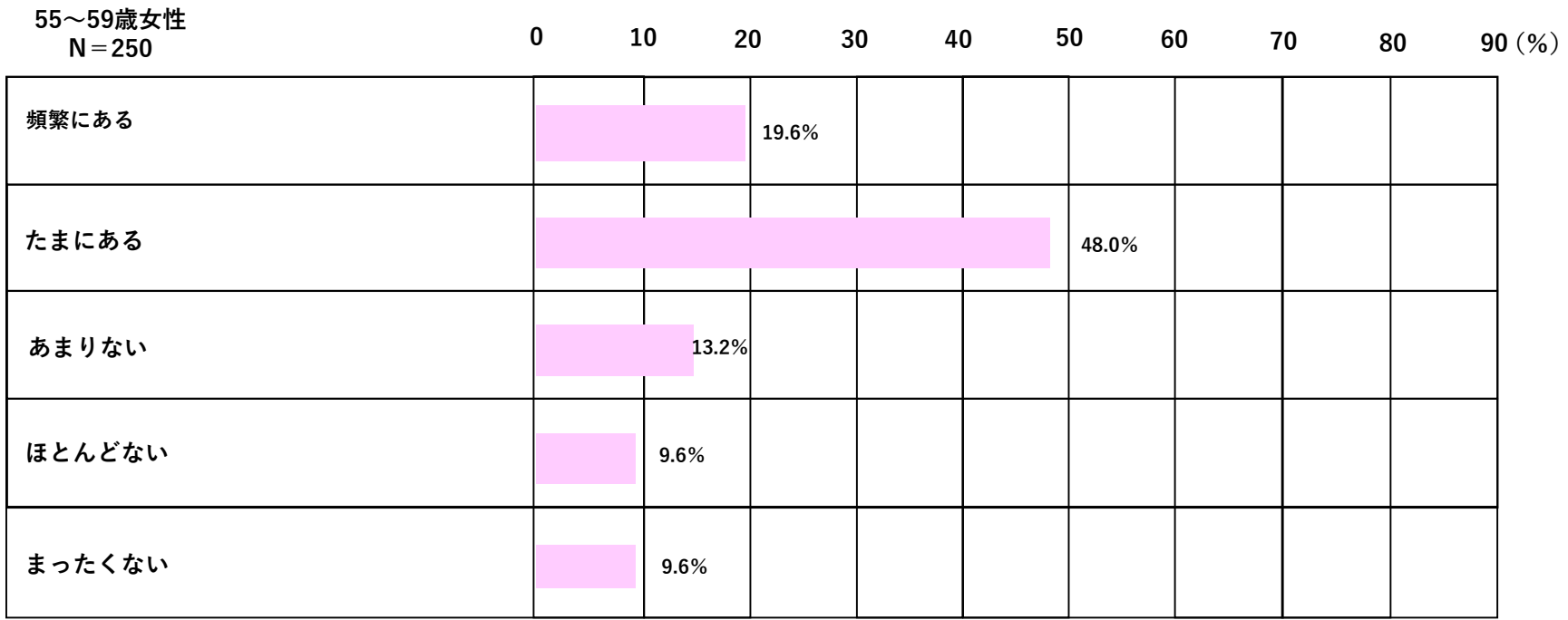
●50～54歳女性では、同年代の男性と比べて、「頻繁にある」のスコアがかなり低くなっている

Q8. ネットを通じてのオンラインショッピングについてお伺いします。  
 個人使用の家電製品または日用品のネット購入の経験はありますか（1つ選択）



●55～59歳男性では、50～54歳男性と比べて、「まったくない」のスコアがやや低くなっている

Q8. ネットを通じてのオンラインショッピングについてお伺いします。  
 個人使用の家電製品または日用品のネット購入の経験はありますか（1つ選択）



●55～59歳女性は、すべての属性の中で「頻繁にある」のスコアが最も高くなっている

Q8-1. 前問で【頻繁にある／たまにある】を選択した方にお伺いします。  
個人使用の家電や日用品をどこで購入しますか（1つ選択）

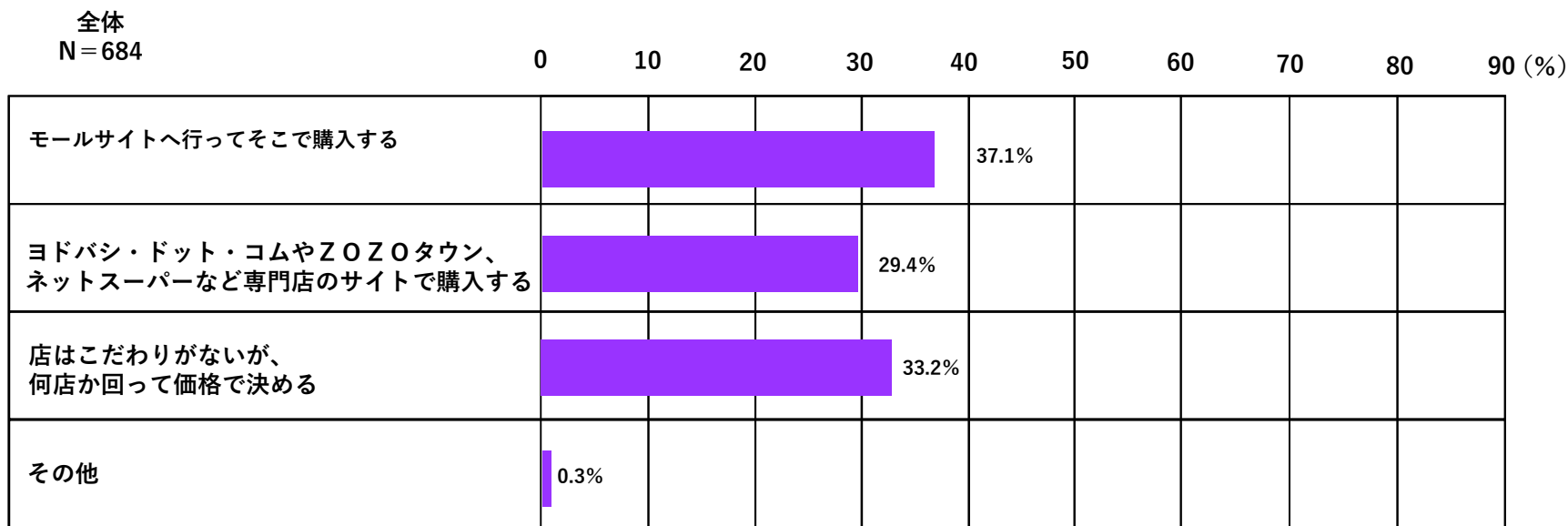
最頻値の回答

二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
モールサイトへ行ってそこで購入する	254 37.1%	133 38.9%	121 35.4%	125 36.7%	129 37.6%	66 39.3%	59 34.1%	67 38.5%	62 36.7%
ヨドバシ・ドット・コムやZOZOタウン、 ネットスーパーなど専門店のサイトで購入する	201 29.4%	105 30.7%	96 28.1%	97 28.4%	104 30.3%	49 29.2%	48 27.7%	56 32.2%	48 28.4%
店はこだわりのないが、 何店か回って価格で決める	227 33.2%	104 30.4%	123 36.0%	118 34.6%	109 31.8%	53 31.5%	65 37.6%	51 29.3%	58 34.3%
その他	2 0.3%	0 0.0%	2 0.6%	1 0.3%	1 0.3%	0 0.0%	1 0.6%	0 0.0%	1 0.6%

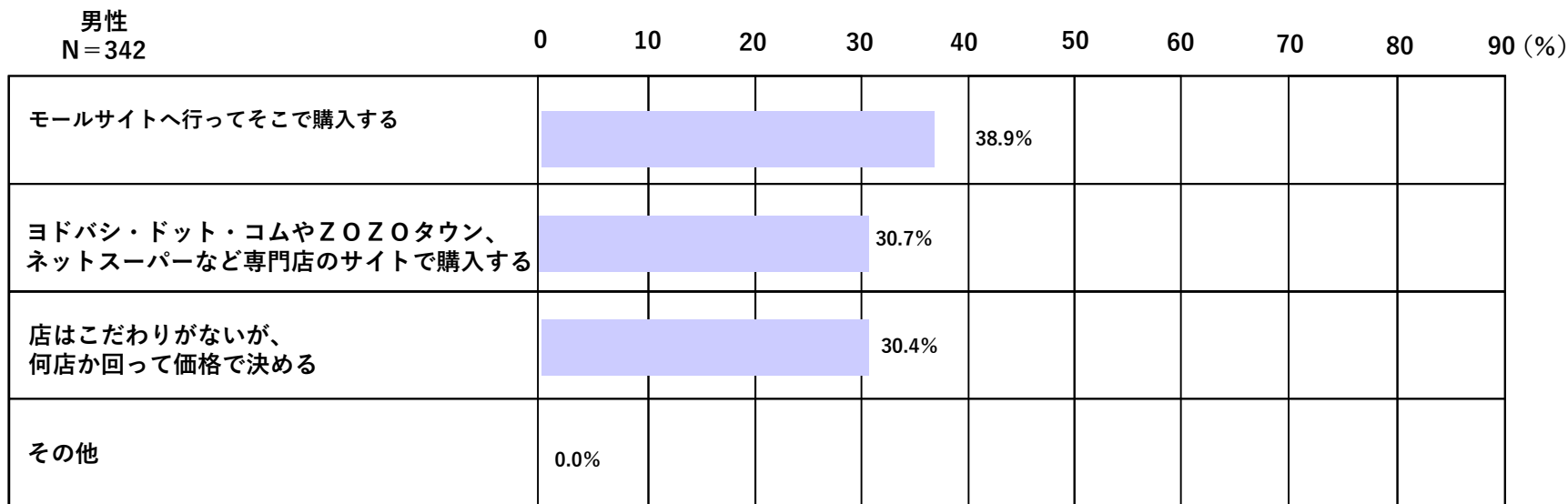
●全体として、「モールサイトへ行ってそこで購入する」、「店はこだわりのないが、何店か回って価格で決める」傾向がある。  
とくに女性では、後者の傾向が強い

Q8-1. 前問で【頻繁にある／たまにある】を選択した方にお伺いします。  
個人使用の家電や日用品をどこで購入しますか（1つ選択）



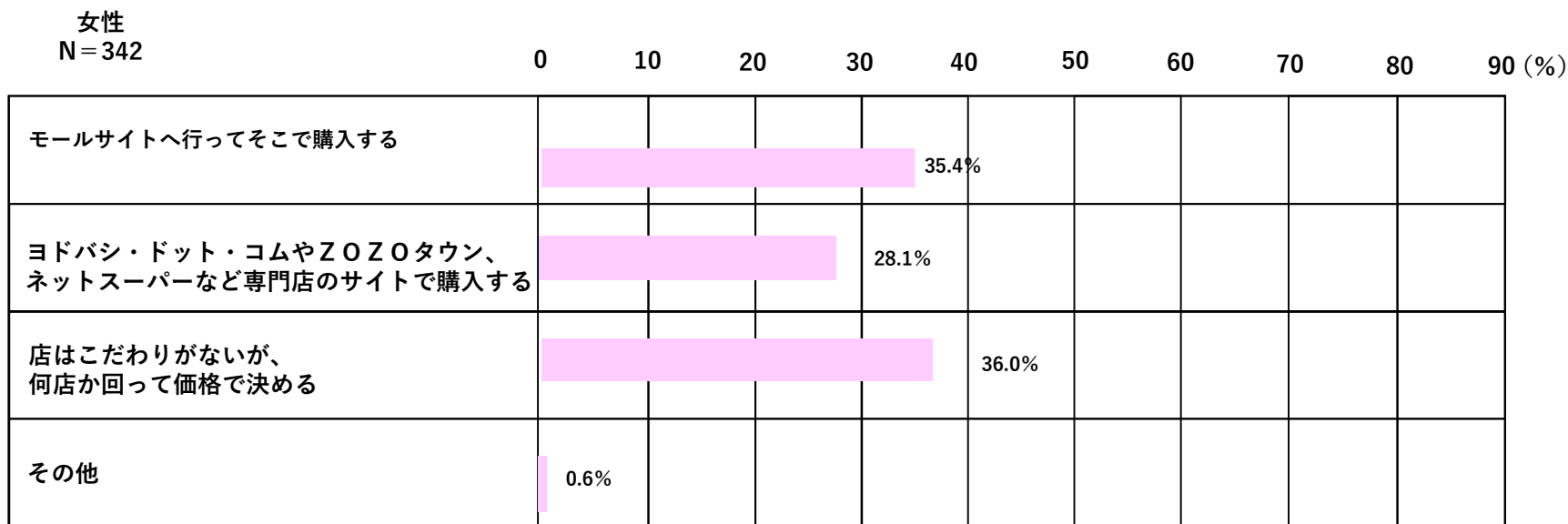
●全体として、「モールサイトへ行ってそこで購入する」、「店はこだわりのないが、何店か回って価格で決める」傾向がある。  
とくに女性では、後者の傾向が強い

Q8-1. 前問で【頻繁にある／たまにある】を選択した方にお伺いします。  
個人使用の家電や日用品をどこで購入しますか（1つ選択）



●男性では、「モールサイトへ行ってそこで購入する」のスコアが高く、「店はこだわりのないが、何店か回って価格で決める」と「専門店サイトで購入」が、ほぼ同じスコアで並んでいる

Q8-1. 前問で【頻繁にある／たまにある】を選択した方にお伺いします。  
個人使用の家電や日用品をどこで購入しますか（1つ選択）



●女性では、「店はこだわりのないが、何店か回って価格で決める」が最も多く、僅差で「モールサイトで購入」が続く



Q8-1. 前問で【頻繁にある／たまにある】を選択した方にお伺いします。  
個人使用の家電や日用品をどこで購入しますか（1つ選択）

50～54歳男性  
N=168

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 (%)

	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90 (%)
モールサイトへ行ってそこで購入する					39.3%					
ヨドバシ・ドット・コムやZOZOタウン、 ネットスーパーなど専門店のサイトで購入する				29.2%						
店はこだわりのないが、 何店か回って価格で決める				31.5%						
その他	0.0%									

●50～54歳男性では、すべての属性の中で「モールサイトで購入」のスコアが最も高い

Q8-1. 前問で【頻繁にある／たまにある】を選択した方にお伺いします。  
個人使用の家電や日用品をどこで購入しますか（1つ選択）

50～54歳女性  
N=173

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 (%)

	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90 (%)
モールサイトへ行ってそこで購入する					34.1%					
ヨドバシ・ドット・コムやZOZOタウン、ネットスーパーなど専門店のサイトで購入する					27.7%					
店はこだわりのないが、何店か回って価格で決める						37.6%				
その他	0.6%									

●50～54歳女性では、すべての属性の中で「店はこだわりのないが、何店か回って価格で決める」スコアが最も高い

Q8-1. 前問で【頻繁にある／たまにある】を選択した方にお伺いします。  
個人使用の家電や日用品をどこで購入しますか（1つ選択）

55～59歳男性  
N = 168

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 (%)

	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90 (%)
モールサイトへ行ってそこで購入する					38.5%					
ヨドバシ・ドット・コムやZOZOタウン、 ネットスーパーなど専門店のサイトで購入する					32.2%					
店はこだわりのないが、 何店か回って価格で決める				29.3%						
その他	0.0%									

●55～59歳男性では、すべての属性の中で「店はこだわりのないが、何店か回って価格で決める」スコアが最も低い

Q8-2. 前問で【頻繁にある／たまにある】を選択した方にお伺いします。  
購入する店舗選択の決め手は何ですか（1つ選択）

最頻値の回答

二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
品ぞろえ	164 24.0%	80 23.4%	84 24.6%	80 23.5%	84 24.5%	34 20.2%	46 26.6%	46 26.4%	38 22.5%
専門性	16 2.3%	11 3.2%	5 1.5%	8 2.3%	8 2.3%	7 4.2%	1 0.6%	4 2.3%	4 2.4%
ブランド力、信頼性	26 3.8%	9 2.6%	17 5.0%	12 3.5%	14 4.1%	4 2.4%	8 4.6%	5 2.9%	9 5.3%
セール・ポイント	36 5.3%	14 4.1%	22 6.4%	22 6.5%	14 4.1%	7 4.2%	15 8.7%	7 4.0%	7 4.1%
価格	393 57.5%	205 59.9%	188 55.0%	192 56.3%	201 58.6%	104 61.9%	88 50.9%	101 58.0%	100 59.2%
送料	36 5.3%	18 5.3%	18 5.3%	19 5.6%	17 5.0%	9 5.4%	10 5.8%	9 5.2%	8 4.7%
評判・利用者の声	10 1.5%	3 0.9%	7 2.0%	6 1.8%	4 1.2%	2 1.2%	4 2.3%	1 0.6%	3 1.8%
その他	3 0.4%	2 0.6%	1 0.3%	2 0.6%	1 0.3%	1 0.6%	1 0.6%	1 0.6%	0 0.0%

●すべての属性において、最も多いのは「価格」。それに次ぐのは「品ぞろえ」になっている

Q8-1. 前問で【頻繁にある／たまにある】を選択した方にお伺いします。  
個人使用の家電や日用品をどこで購入しますか（1つ選択）

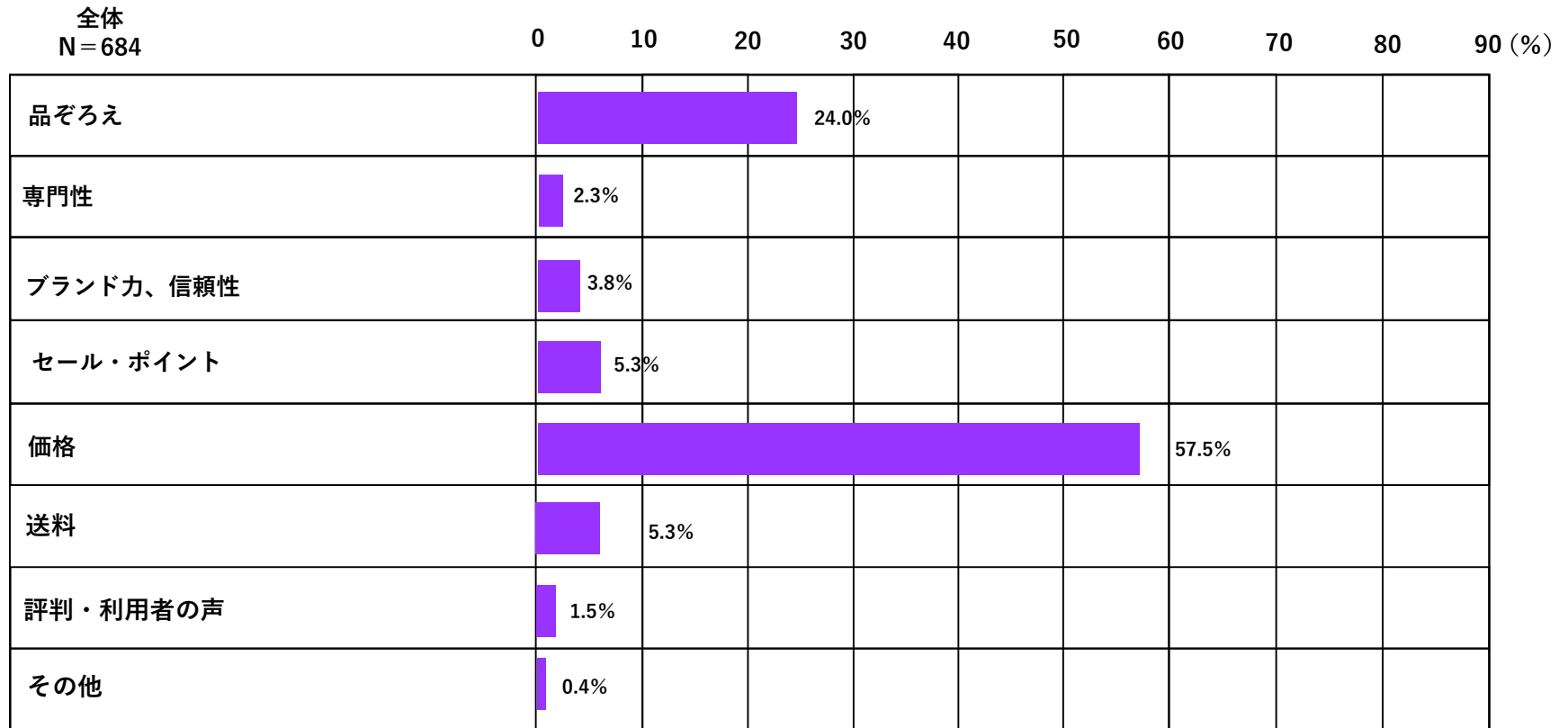
55～59歳女性  
N = 169

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 (%)

	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90 (%)
モールサイトへ行ってそこで購入する	36.7%									
ヨドバシ・ドット・コムやZOZOタウン、 ネットスーパーなど専門店のサイトで購入する	28.4%									
店はこだわりのないが、 何店か回って価格で決める	34.3%									
その他	0.6%									

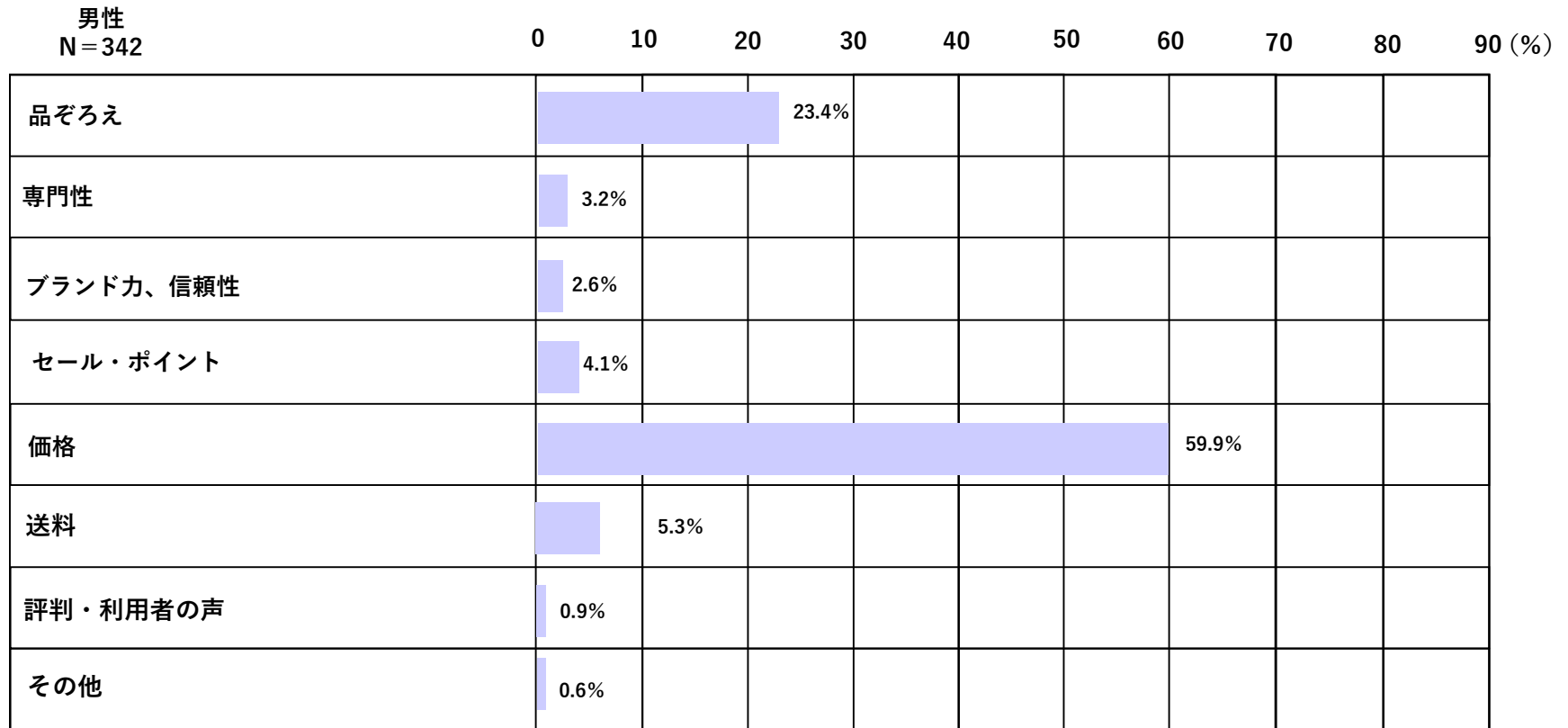
●55～59歳女性では、ほぼ全体傾向に近いものになっている

Q8-2. 前問で【頻繁にある／たまにある】を選択した方にお伺いします。  
購入する店舗選択の決め手は何ですか（1つ選択）



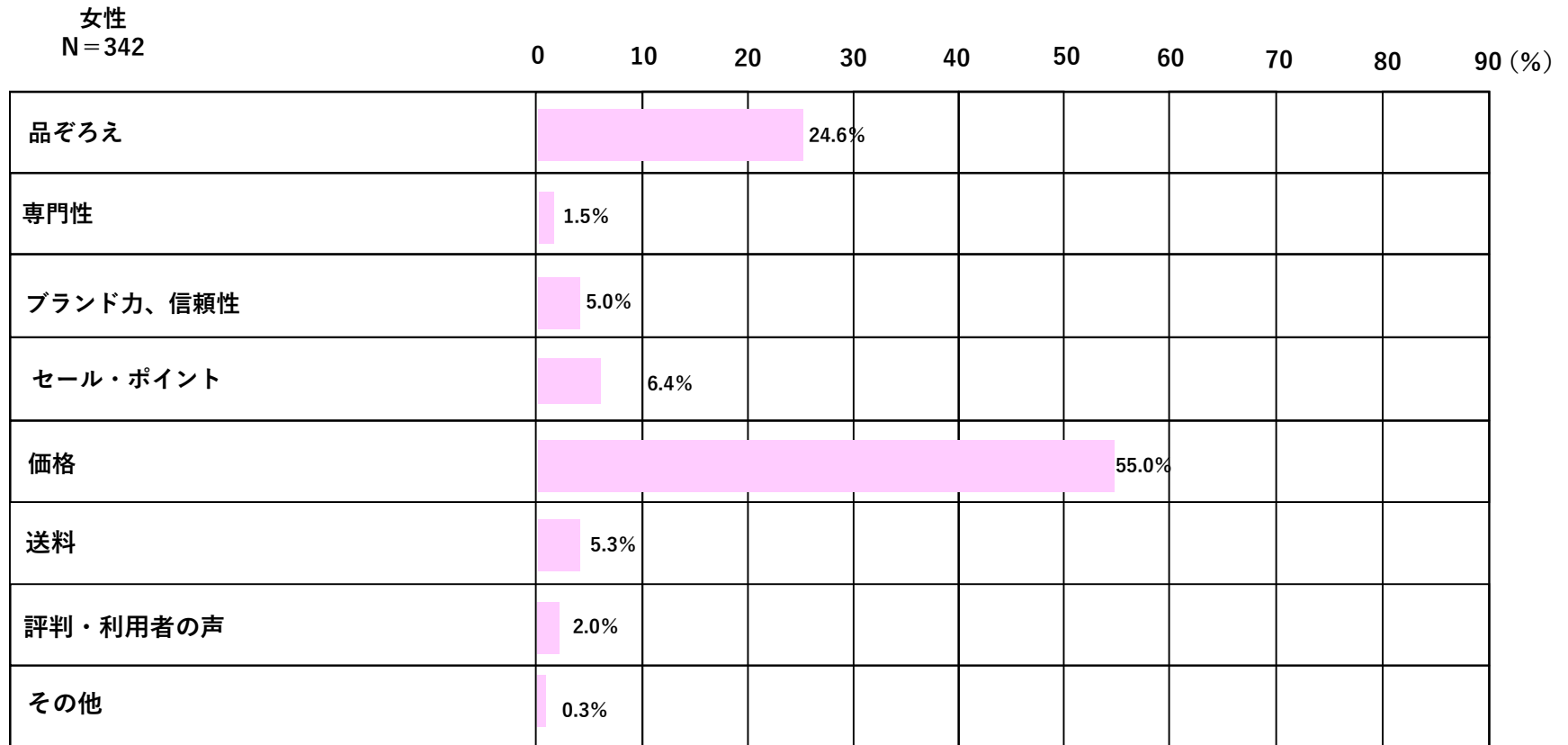
●全体を見れば、選択の決め手は圧倒的に価格、そして品ぞろえ。専門性やブランド力はあまり重視されない傾向にある

Q8-2. 前問で【頻繁にある／たまにある】を選択した方にお伺いします。  
購入する店舗選択の決め手は何ですか（1つ選択）



●男性では、全体に比べて、価格を重視する傾向がやや強い

Q8-2. 前問で【頻繁にある／たまにある】を選択した方にお伺いします。  
購入する店舗選択の決め手は何ですか（1つ選択）

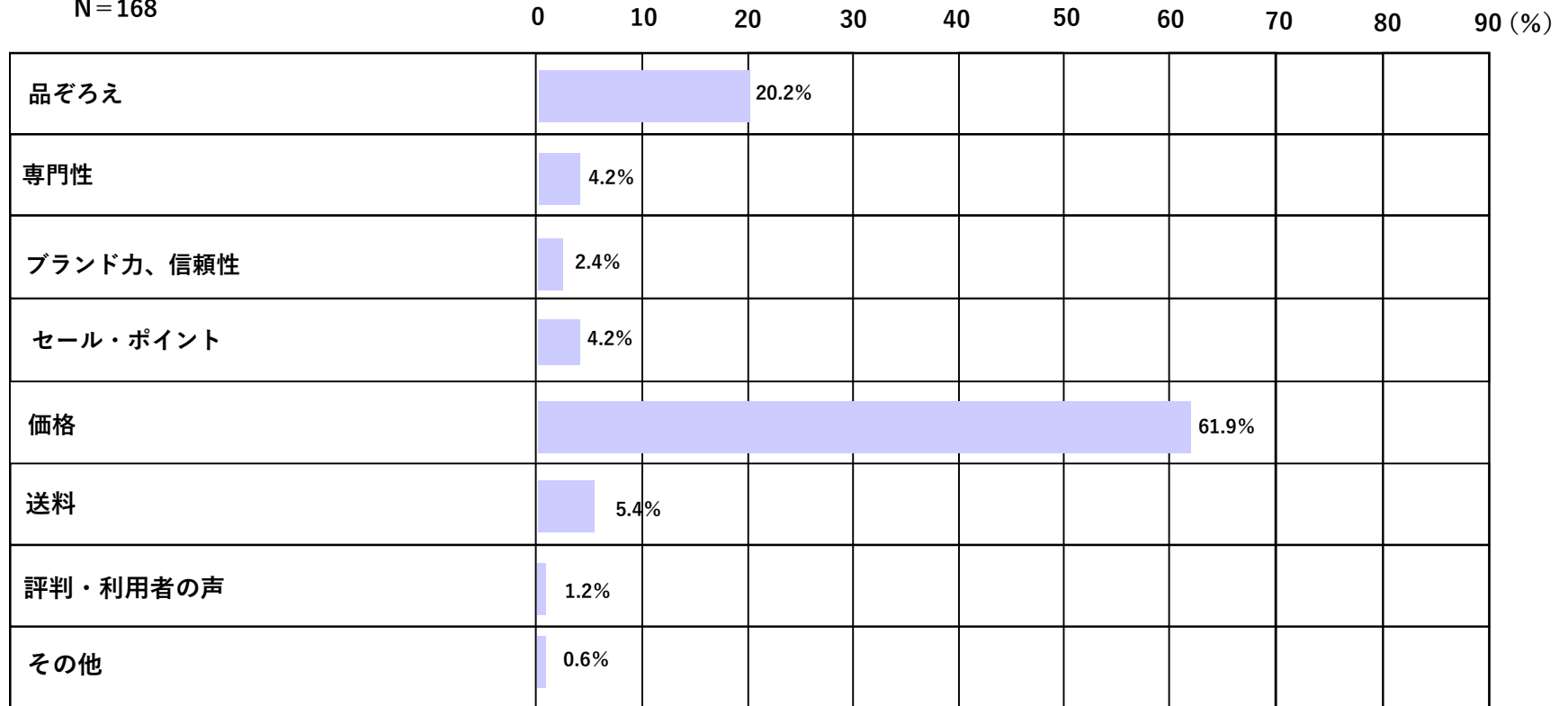


●女性では、男性に比べて、価格を重視する傾向がやや弱い。逆に男性より品ぞろえをわずかながら重視する傾向にある



Q8-2. 前問で【頻繁にある／たまにある】を選択した方にお伺いします。  
購入する店舗選択の決め手は何ですか（1つ選択）

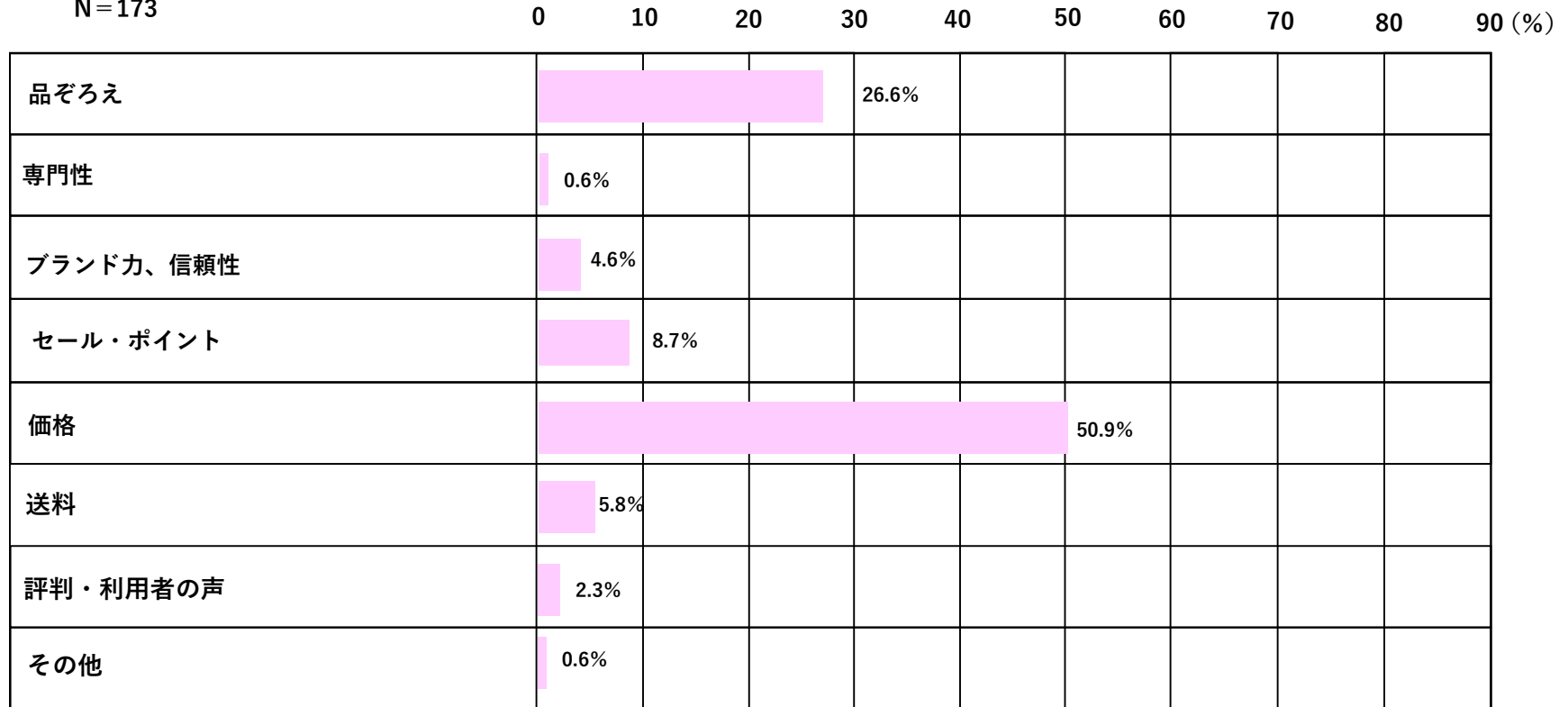
50～54歳男性  
N = 168



●50～54歳男性では、すべての属性の中で、価格を重視する傾向が最も強い

Q8-2. 前問で【頻繁にある／たまにある】を選択した方にお伺いします。  
購入する店舗選択の決め手は何ですか（1つ選択）

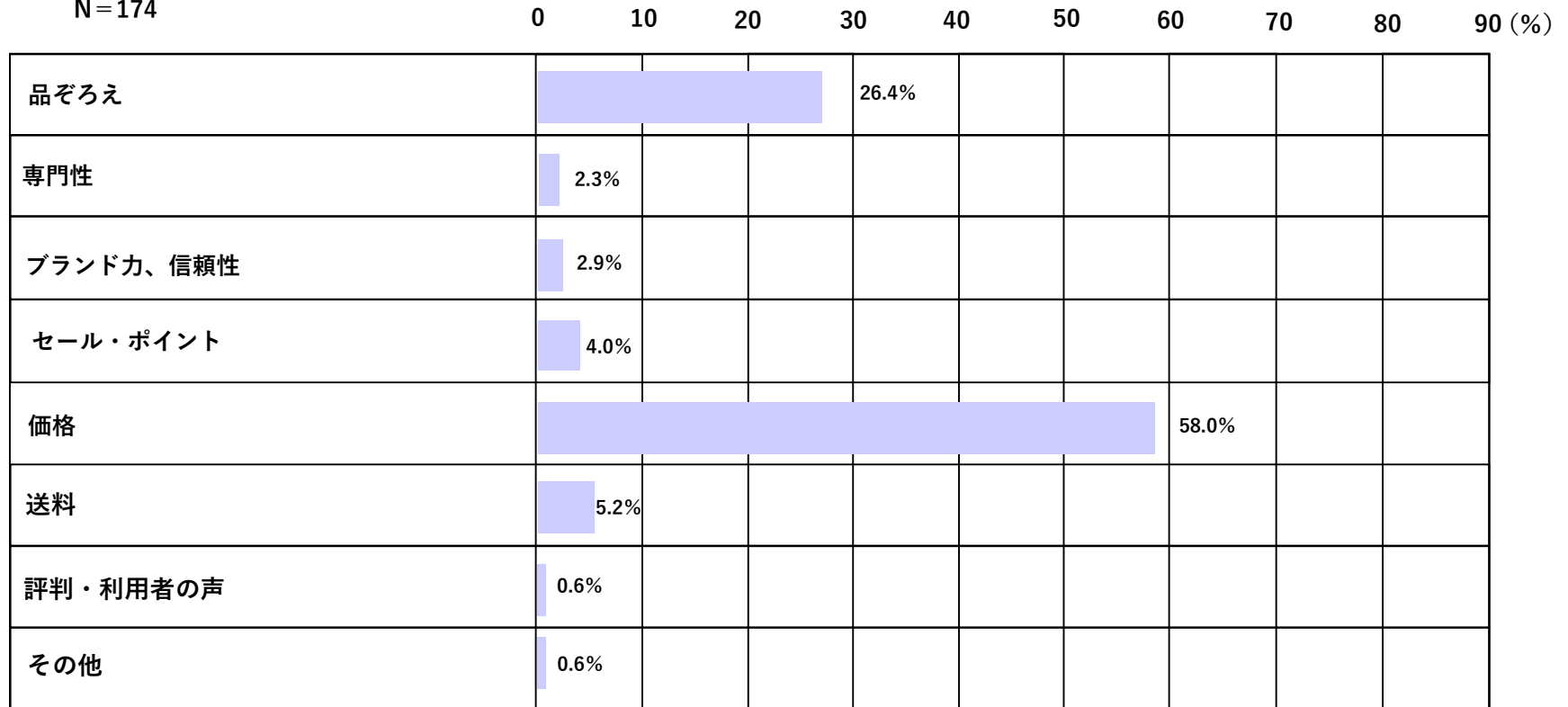
50～54歳女性  
N=173



●50～54歳女性では、すべての属性の中で、価格を重視する傾向が最も弱い

Q8-2. 前問で【頻繁にある／たまにある】を選択した方にお伺いします。  
購入する店舗選択の決め手は何ですか（1つ選択）

55～59歳男性  
N=174



●55～59歳男性では、同年代の女性に比べて、品ぞろえを重視する傾向がやや強い

Q8-2. 前問で【頻繁にある／たまにある】を選択した方にお伺いします。  
購入する店舗選択の決め手は何ですか（1つ選択）

55～59歳女性  
N = 169

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 (%)

	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90 (%)
品ぞろえ			22.5%							
専門性	2.4%									
ブランド力、信頼性	5.3%									
セール・ポイント	4.1%									
価格							59.2%			
送料	4.7%									
評判・利用者の声	1.8%									
その他	0.0%									

●55～59歳女性では、50～54歳女性に比べて、価格を重視する傾向が強い

## Q9. テレビや人との会話でわからない言葉に出会ったら、 どのような方法で調べますか（1つ選択）

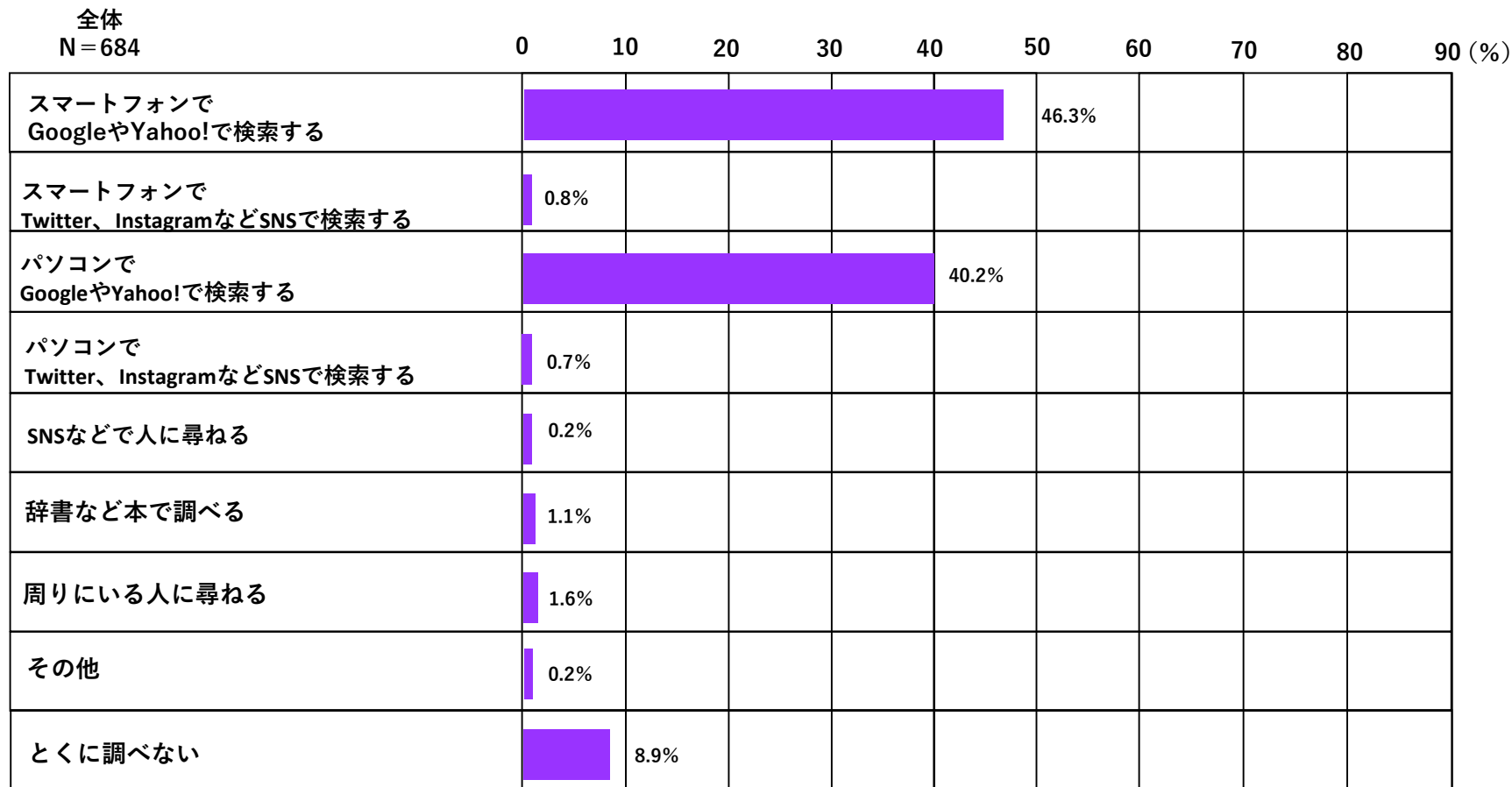
最頻値の回答

二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
スマートフォンで GoogleやYahoo!で検索する	463 46.3%	191 38.2%	272 54.4%	251 50.2%	212 42.4%	106 42.4%	145 58.0%	85 34.0%	127 50.8%
スマートフォンで Twitter、InstagramなどSNSで検索する	8 0.8%	4 0.8%	4 0.8%	4 0.8%	4 0.8%	3 1.2%	1 0.4%	1 0.4%	3 1.2%
パソコンで GoogleやYahoo!で検索する	402 40.2%	236 47.2%	166 33.2%	172 34.4%	230 46.0%	107 42.8%	65 26.0%	129 51.6%	101 40.4%
パソコンで Twitter、InstagramなどSNSで検索する	7 0.7%	5 1.0%	2 0.4%	4 0.8%	3 0.6%	2 0.8%	2 0.8%	3 1.2%	0 0.0%
SNSなどで人に尋ねる	2 0.2%	1 0.2%	1 0.2%	1 0.2%	1 0.2%	0 0.0%	1 0.4%	1 0.4%	0 0.0%
辞書など本で調べる	11 1.1%	6 1.2%	5 1.0%	3 0.6%	8 1.6%	0 0.0%	3 1.2%	6 2.4%	2 0.8%
周りにいる人に尋ねる	16 1.6%	4 0.8%	12 2.4%	7 1.4%	9 1.8%	0 0.0%	7 2.8%	4 1.6%	5 2.0%
その他	2 0.2%	0 0.0%	2 0.4%	1 0.2%	1 0.2%	0 0.0%	1 0.4%	0 0.0%	1 0.4%
とくに調べない	89 8.9%	53 10.6%	36 7.2%	57 11.4%	32 6.4%	32 12.8%	25 10.0%	21 8.4%	11 4.4%

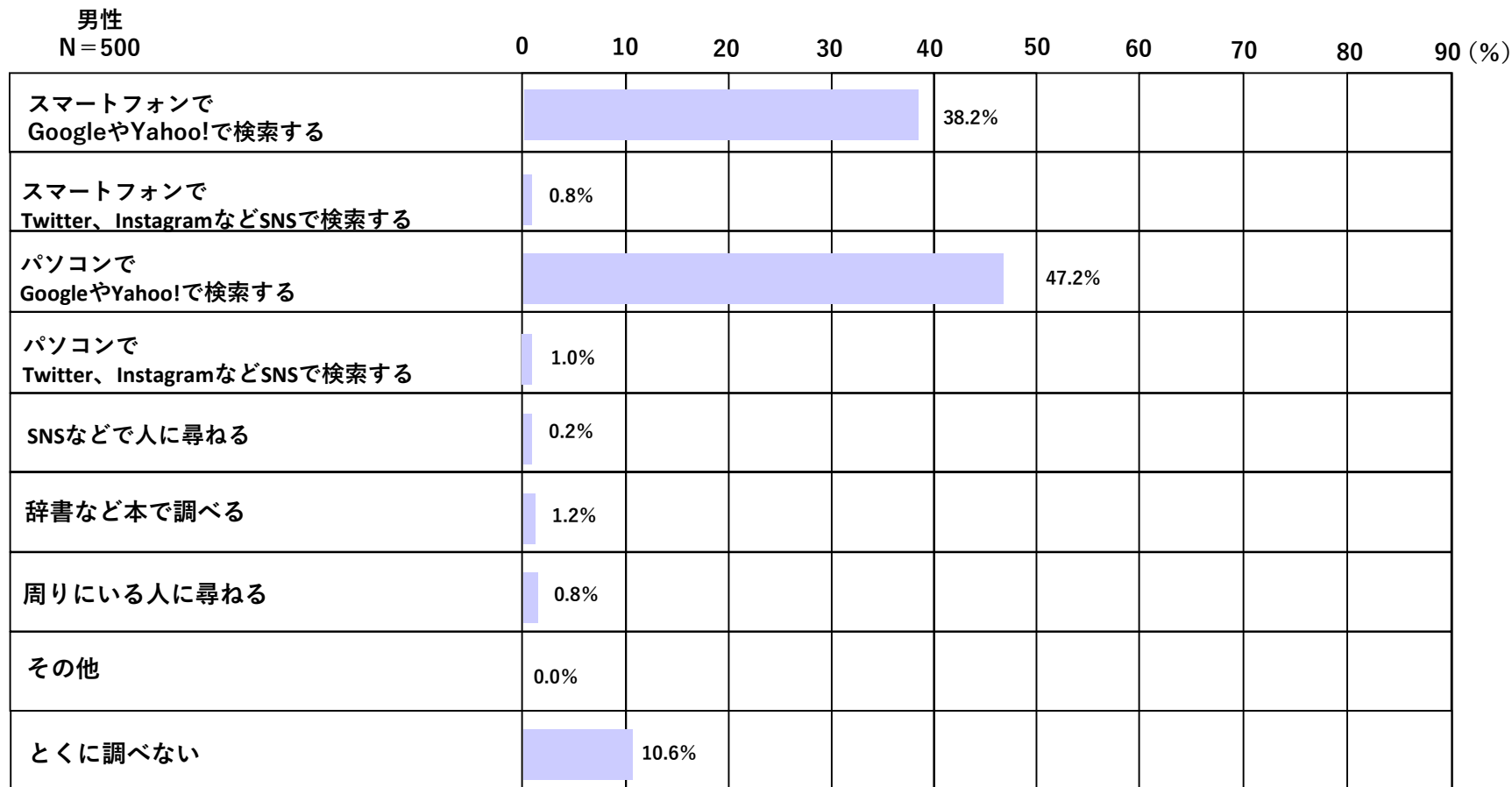
●男性は「PCでGoogleやYahoo!で検索」が、女性は「スマートフォンでGoogleやYahoo!で検索」が最も多い

## Q9. テレビや人との会話でわからない言葉に出会ったら、 どのような方法で調べますか（1つ選択）



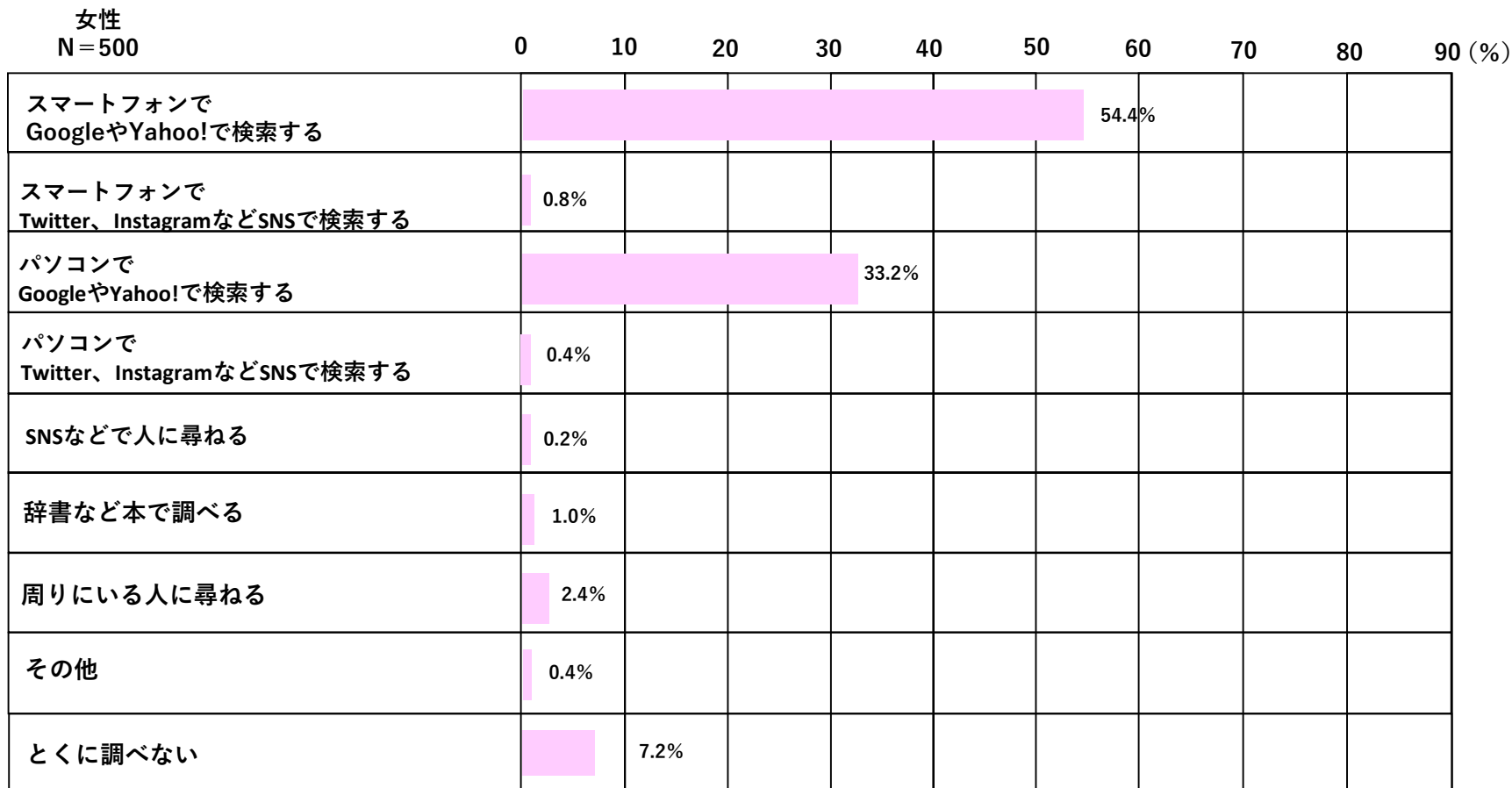
- わからない言葉を調べる手段は「GoogleやYahoo!で検索」がほとんどを占めており、その他の方法はごくわずかに留まっている
- 検索の機器は、全体傾向ではスマートフォンがパソコンをやや上回っている

Q9. テレビや人との会話でわからない言葉に出会ったら、  
どのような方法で調べますか（1つ選択）



●わからない言葉を調べる手段は男性では「GoogleやYahoo!で検索」がほとんどだが、そのツールはパソコンがスマートフォンを10%近く上回っている

## Q9. テレビや人との会話でわからない言葉に出会ったら、 どのような方法で調べますか（1つ選択）

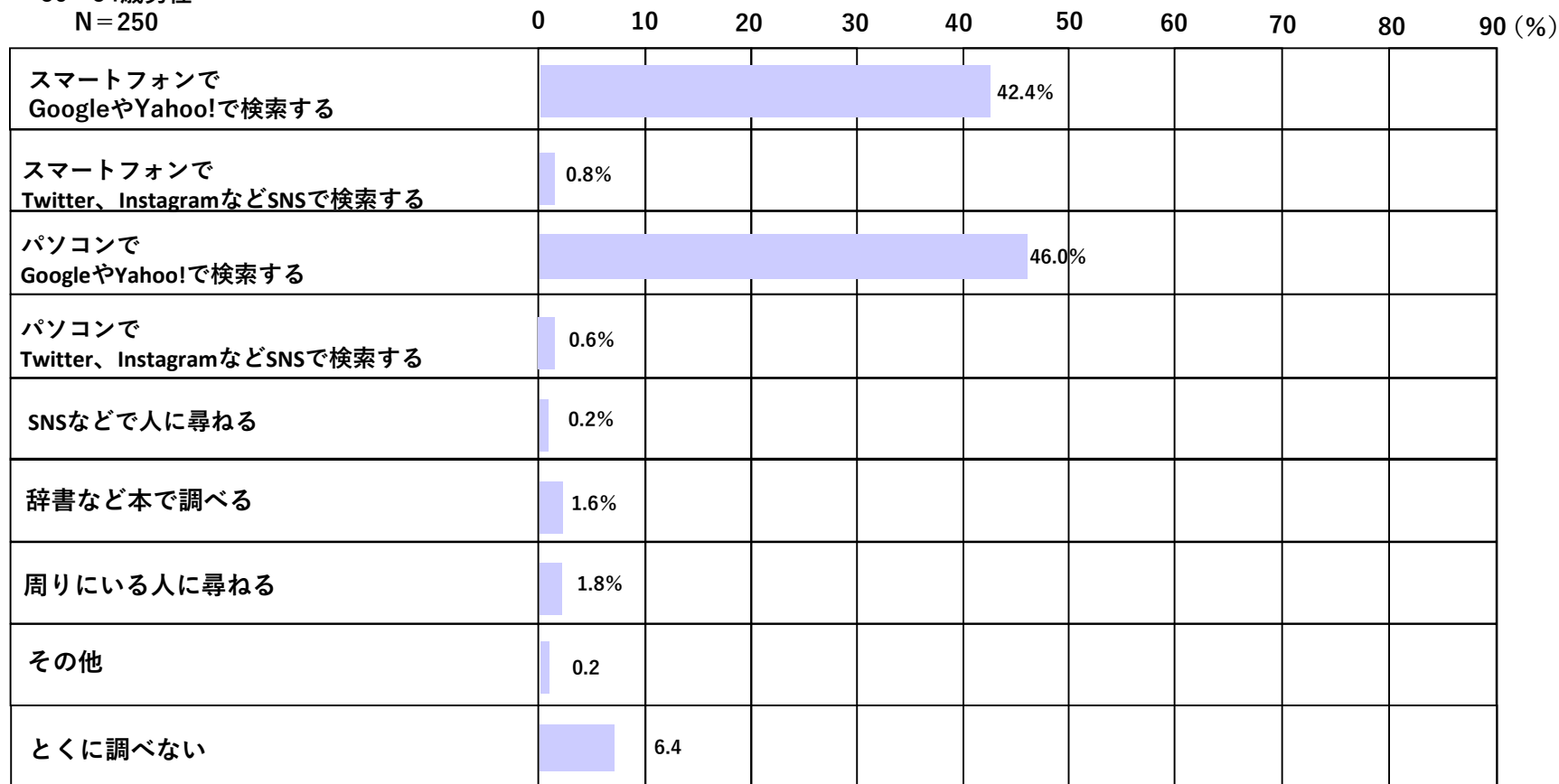


- 女性では、「スマートフォンでGoogleやYahoo!で検索する」という回答が高く、男性を16ポイント程度上回っている。  
逆に「パソコンでGoogleやYahoo!で検索する」という回答は男性を14%程度下回っている



## Q9. テレビや人との会話でわからない言葉に出会ったら、 どのような方法で調べますか（1つ選択）

50～54歳男性  
N=250



●50～54歳男性では、「パソコンでGoogleやYahoo!で検索する」という回答が最も多いが、「スマートフォンでGoogleやYahoo!で検索する」という回答も、42.4%に上り、両者はほぼ拮抗している

## Q9. テレビや人との会話でわからない言葉に出会ったら、 どのような方法で調べますか（1つ選択）

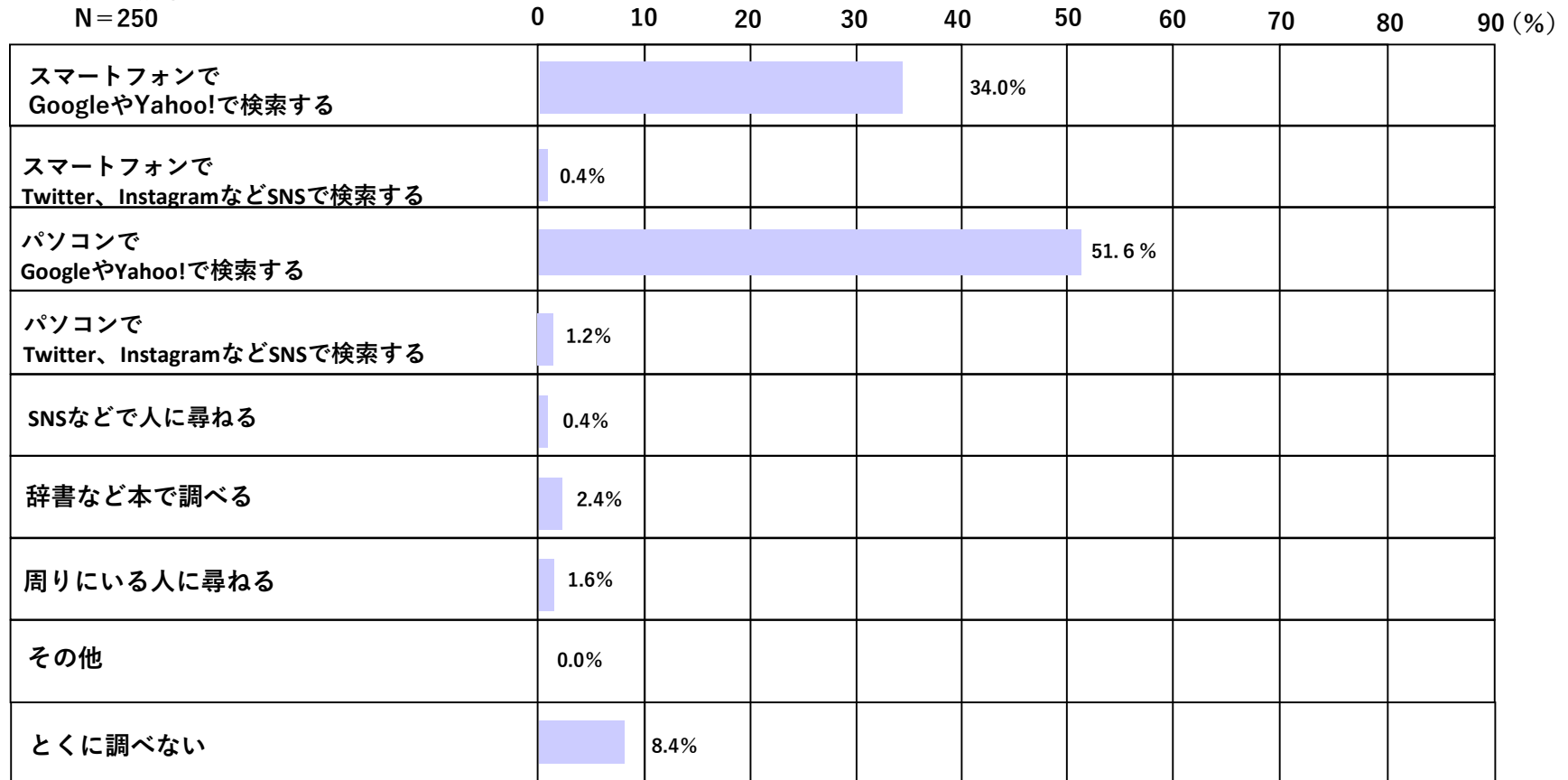
50～54歳女性  
N=250

	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90 (%)
スマートフォンで GoogleやYahoo!で検索する							58.0%			
スマートフォンで Twitter、InstagramなどSNSで検索する	0.4%									
パソコンで GoogleやYahoo!で検索する				26.0%						
パソコンで Twitter、InstagramなどSNSで検索する	0.8%									
SNSなどで人に尋ねる	0.4%									
辞書など本で調べる	1.2%									
周りにいる人に尋ねる	2.8%									
その他	0.4%									
とくに調べない		10.0%								

- 50～54歳女性では、すべての属性の中で「スマートフォンでGoogleやYahoo!で検索する」という回答が最も多い。  
逆に「パソコンでGoogleやYahoo!で検索する」という回答は最も低く、26.0%にすぎない

## Q9. テレビや人との会話でわからない言葉に出会ったら、 どのような方法で調べますか（1つ選択）

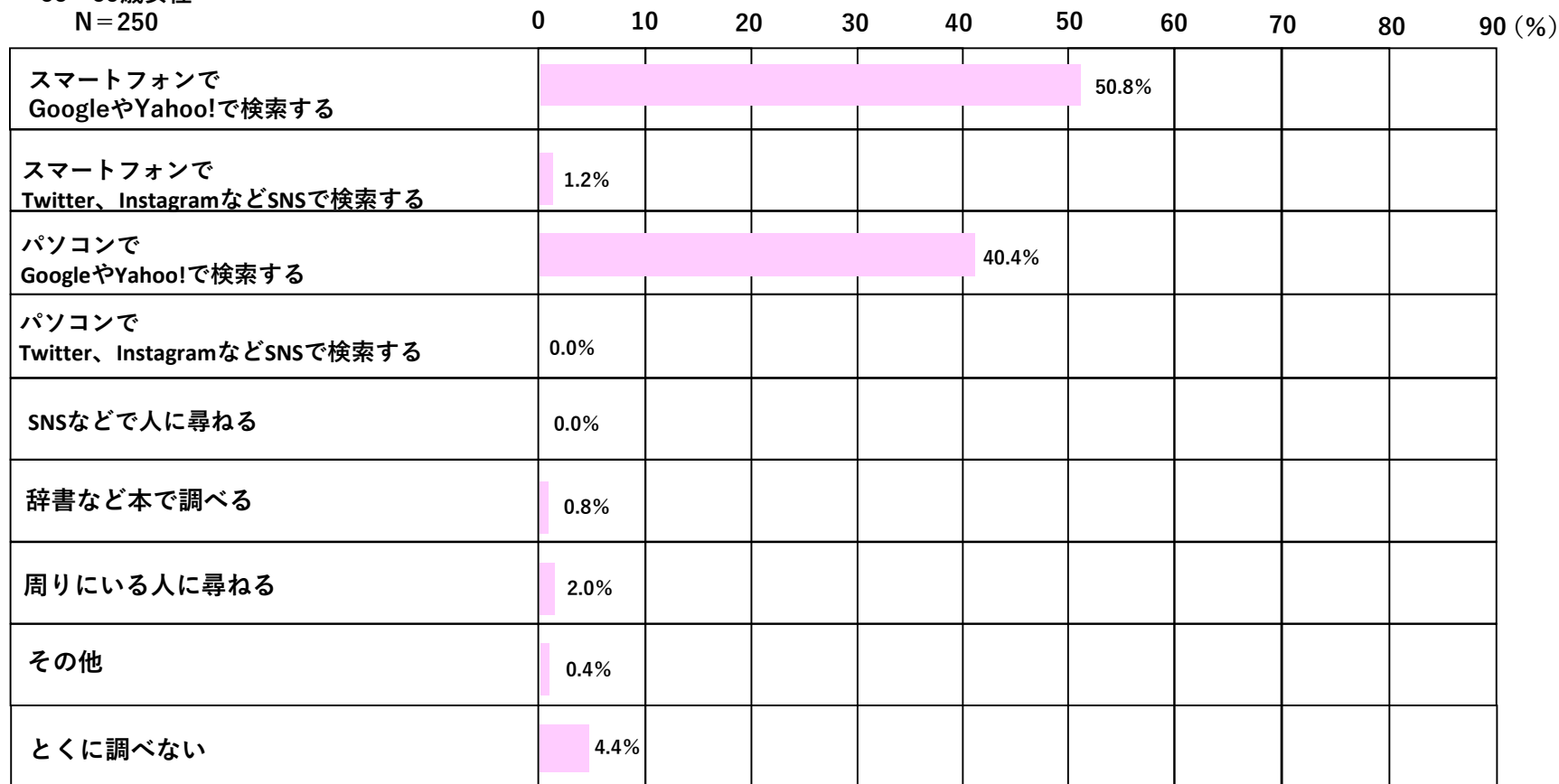
55～59歳男性  
N=250



- 55～59歳男性では、すべての属性の中で「パソコンでGoogleやYahoo!で検索する」という回答が最も多い。  
逆に「スマートフォンでGoogleやYahoo!で検索する」という回答は最も低く、34.0%に留まっている

## Q9. テレビや人との会話でわからない言葉に出会ったら、 どのような方法で調べますか（1つ選択）

55～59歳女性  
N=250



- 55～59歳女性は、50～54歳女性に比べて、「パソコンでGoogleやYahoo!で検索する」という回答が14ポイント程度高く、逆に「スマートフォンでGoogleやYahoo!で検索する」という回答は7ポイント程度低くなっている

## Q10. あなたはスマートフォンをどのように「携帯」していますか（1つ選択）

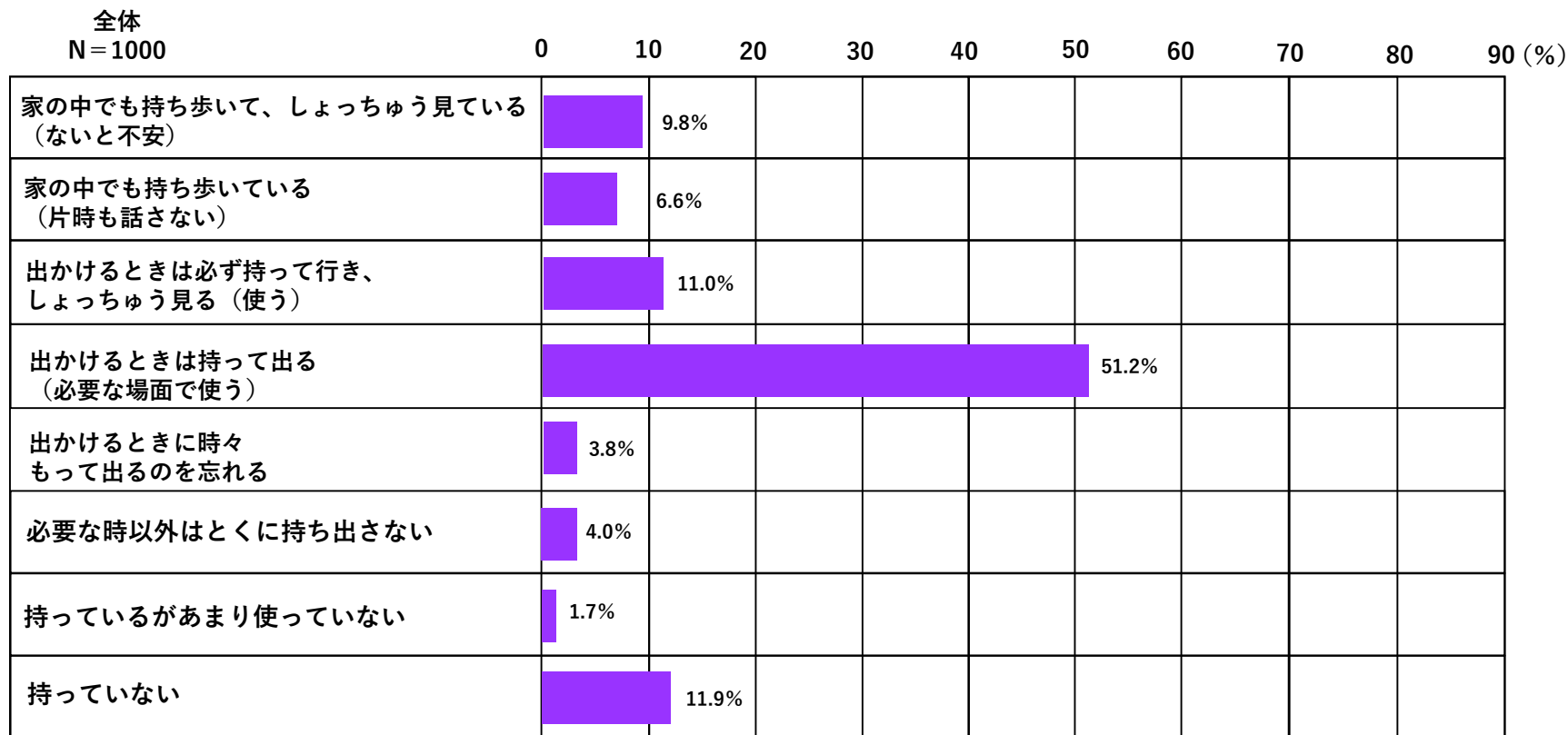
最頻値の回答

二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
家の中でも持ち歩いて、しょっちゅう見ている (ないと不安)	98 9.8%	50 10.0%	48 9.6%	57 11.4%	41 8.2%	32 12.8%	25 10.0%	18 7.2%	23 9.2%
家の中でも持ち歩いている (片時も話さない)	66 6.6%	37 7.4%	29 5.8%	36 7.2%	30 6.0%	19 7.6%	17 6.8%	18 7.2%	12 4.8%
出かけるときは必ず持って行き、 しょっちゅう見る(使う)	110 11.0%	60 12.0%	50 10.0%	55 11.0%	55 11.0%	28 11.2%	27 10.8%	32 12.8%	23 9.2%
出かけるときは持って出る (必要な場面で使う)	512 51.2%	246 49.2%	266 53.2%	253 50.6%	259 51.8%	121 48.4%	132 52.8%	125 50.0%	134 53.6%
出かけるときに時々 もって出るのを忘れる	38 3.8%	9 1.8%	29 5.8%	15 3.0%	23 4.6%	4 1.6%	11 4.4%	5 2.0%	18 7.2%
必要な時以外はとくに持ち出さない	40 4.0%	20 4.0%	20 4.0%	20 4.0%	20 4.0%	9 3.6%	11 4.4%	11 4.4%	9 3.6%
持っているがあまり使っていない	17 1.7%	10 2.0%	7 1.4%	6 1.2%	11 2.2%	3 1.2%	3 1.2%	7 2.8%	4 1.6%
持っていない	119 11.9%	68 13.6%	51 10.2%	58 11.6%	61 12.2%	34 13.6%	24 9.6%	34 13.6%	27 10.8%

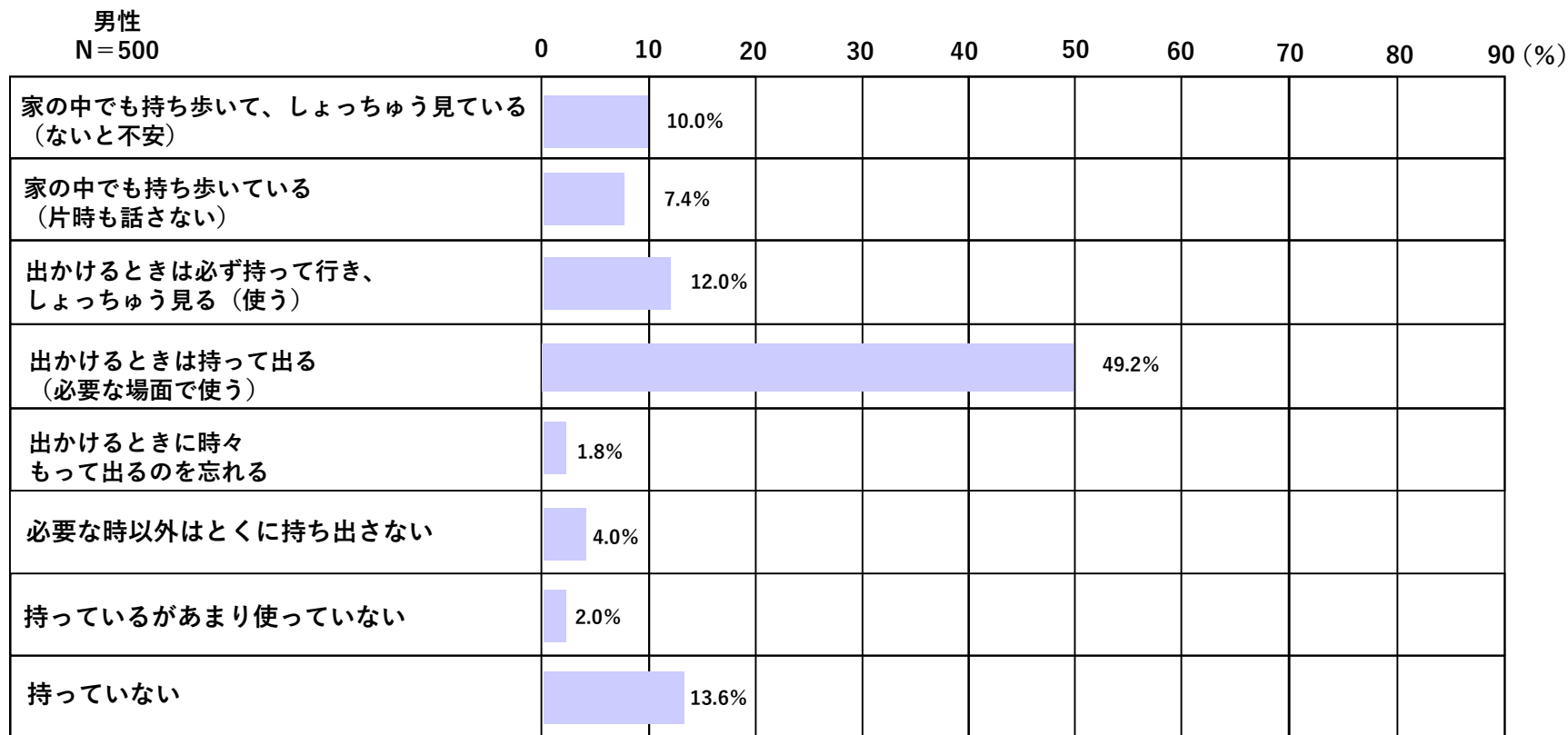
- すべての属性において、最も多いのは「出かけるときは持って出る（必要な場面で使う）」。  
節度ある使い方が窺える

## Q10. あなたはスマートフォンをどのように「携帯」していますか（1つ選択）



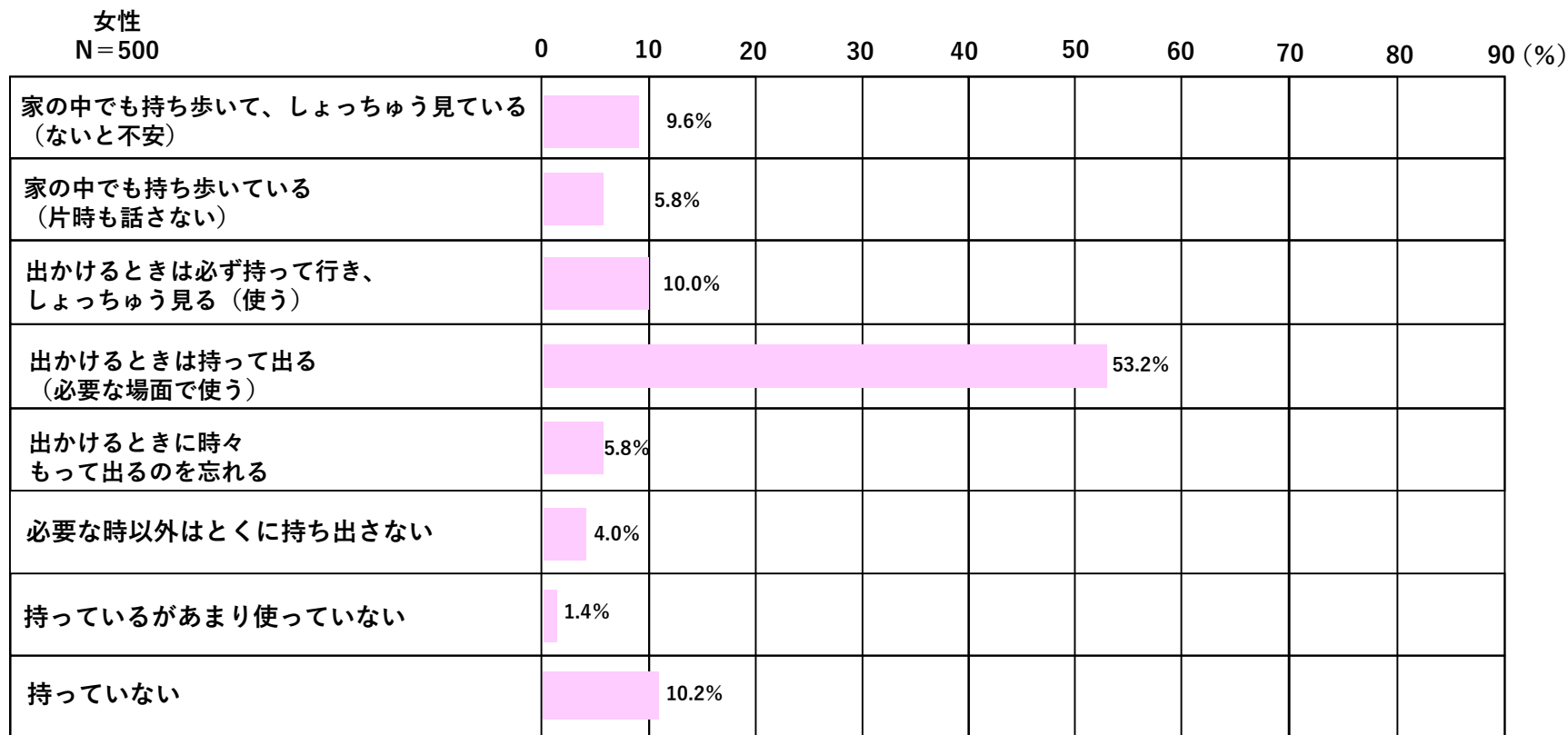
- 全体傾向では、最も多いのは「出かけるときは持って出る（必要な場面で使う）」。  
意外なことに「持っていない」がそれに次ぎ、「出かけるときは必ず持って行き、しょっちゅう見る（使う）」とほぼ拮抗している

## Q10. あなたはスマートフォンをどのように「携帯」していますか（1つ選択）



- 男性では、最も多いのは「出かけるときは持って出る（必要な場面で使う）」。上から3項目の依存度の高い携帯の仕方も、合計で30%近くになり、一定数存在する。一方で「持っていない」も全体傾向より高い

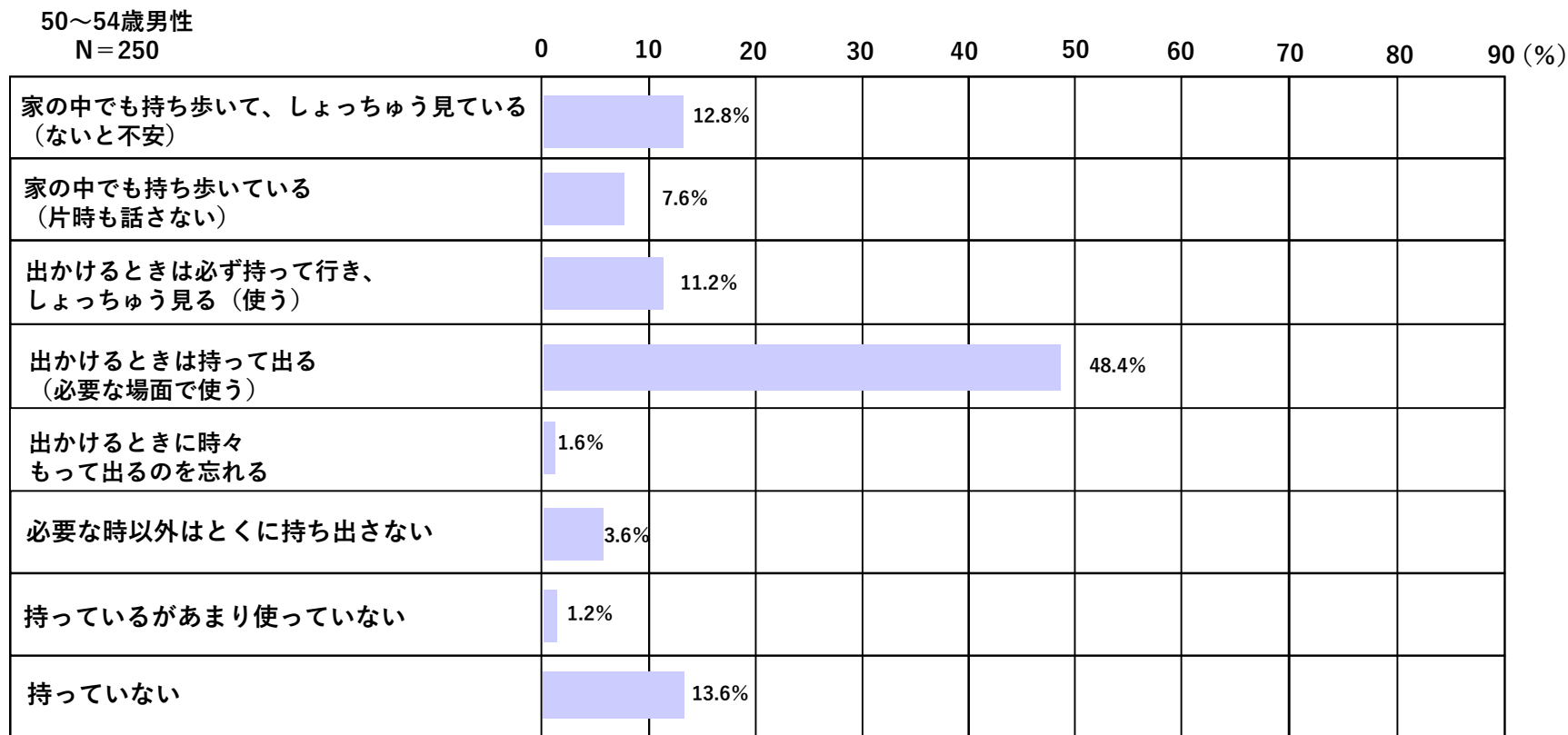
## Q10. あなたはスマートフォンをどのように「携帯」していますか（1つ選択）



●女性では、最も多いのは「出かけるときは持って出る（必要な場面で使う）」。上から3項目の依存度の高い携帯の仕方も、合計で25%近くと一定数存在するが、男性よりそのスコアは低い



## Q10. あなたはスマートフォンをどのように「携帯」していますか（1つ選択）



●50～54歳男性では、すべての属性の中で、「家の中でも持ち歩いて、しょっちゅう見ている（ないと不安）」のスコアが最も高くなっている

## Q10. あなたはスマートフォンをどのように「携帯」していますか（1つ選択）

50～54歳女性  
N=250

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 (%)

	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90 (%)
家の中でも持ち歩いて、しょっちゅう見ている (ないと不安)		10.0%								
家の中でも持ち歩いている (片時も話さない)		6.8%								
出かけるときは必ず持って行き、 しょっちゅう見る(使う)		10.8%								
出かけるときは持って出る (必要な場面で使う)						52.8%				
出かけるときに時々 もって出るのを忘れる		4.4%								
必要な時以外はとくに持ち出さない		4.4%								
持っているがあまり使っていない		1.2%								
持っていない		9.6%								

●50～54歳女性では、すべての属性の中で、「持っていない」のスコアが最も低くなっている

## Q10. あなたはスマートフォンをどのように「携帯」していますか（1つ選択）

55～59歳男性  
N=250

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 (%)

	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90 (%)
家の中でも持ち歩いて、しょっちゅう見ている (ないと不安)		7.2%								
家の中でも持ち歩いている (片時も話さない)		7.2%								
出かけるときは必ず持って行き、 しょっちゅう見る(使う)		12.8%								
出かけるときは持って出る (必要な場面で使う)						50.0%				
出かけるときに時々 もって出るのが忘れる	2.0%									
必要な時以外はとくに持ち出さない	4.4%									
持っているがあまり使っていない	2.8%									
持っていない	13.6%									

●55～59歳男性では、すべての属性の中で、「出かけるときは必ず持って行き、しょっちゅう見る(使う)」のスコアが最も高くなっている

# Q10. あなたはスマートフォンをどのように「携帯」していますか（1つ選択）

55～59歳女性  
N=250

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 (%)

	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90 (%)
家の中でも持ち歩いて、しょっちゅう見ている (ないと不安)	9.2%									
家の中でも持ち歩いている (片時も話さない)	4.8%									
出かけるときは必ず持って行き、 しょっちゅう見る(使う)	9.2%									
出かけるときは持って出る (必要な場面で使う)	53.6%									
出かけるときに時々 もって出るのを忘れる	7.2%									
必要な時以外はとくに持ち出さない	3.6%									
持っているがあまり使っていない	1.6%									
持っていない	10.8%									

●55～59歳女性では、すべての属性の中で、「出かけるときは持って出る（必要な場面で使う）」のスコアが最も高くなっている

## Q11. あなたにとってスマートフォンとはどんな存在ですか（1つ選択）

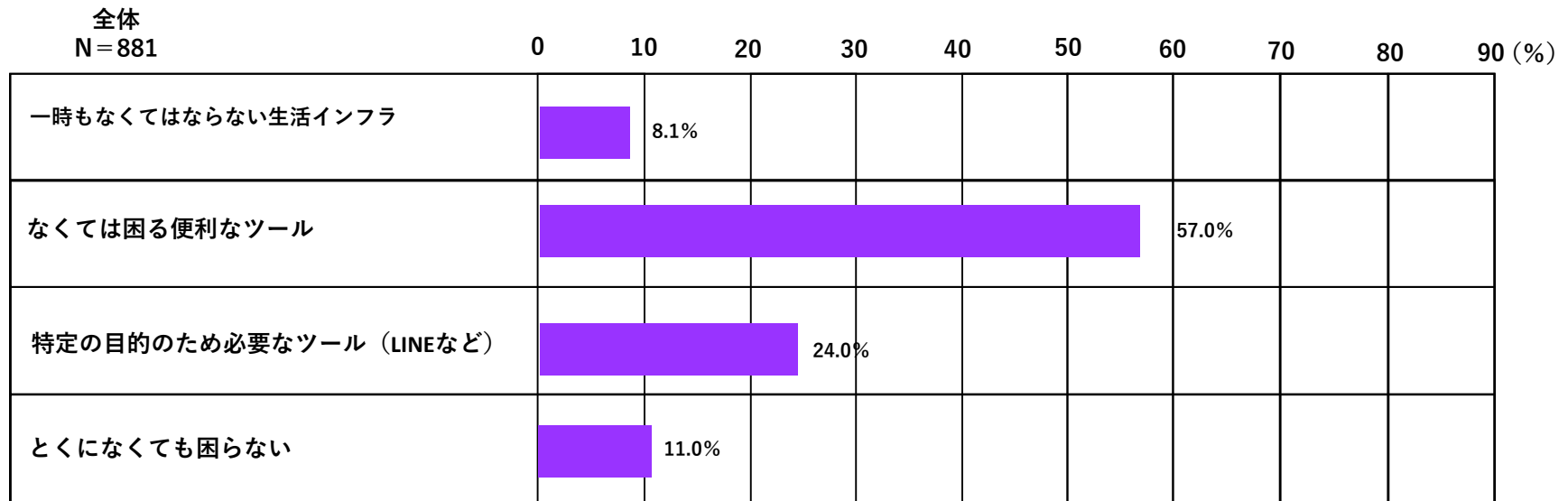
最頻値の回答

二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
一時もなくてはならない生活インフラ	71 8.1%	42 9.7%	29 6.5%	33 7.5%	38 8.7%	17 7.9%	16 7.1%	25 11.6%	13 5.8%
なくては困る便利なツール	502 57.0%	235 54.4%	267 59.5%	270 61.1%	232 52.8%	132 61.1%	138 61.1%	103 47.7%	129 57.8%
特定の目的のため必要なツール（LINEなど）	211 24.0%	93 21.5%	118 26.3%	92 20.8%	119 27.1%	38 17.6%	54 23.9%	55 25.5%	64 28.7%
とくになくても困らない	97 11.0%	62 14.4%	35 7.8%	47 10.6%	50 11.4%	29 13.4%	18 8.0%	33 15.3%	17 7.6%

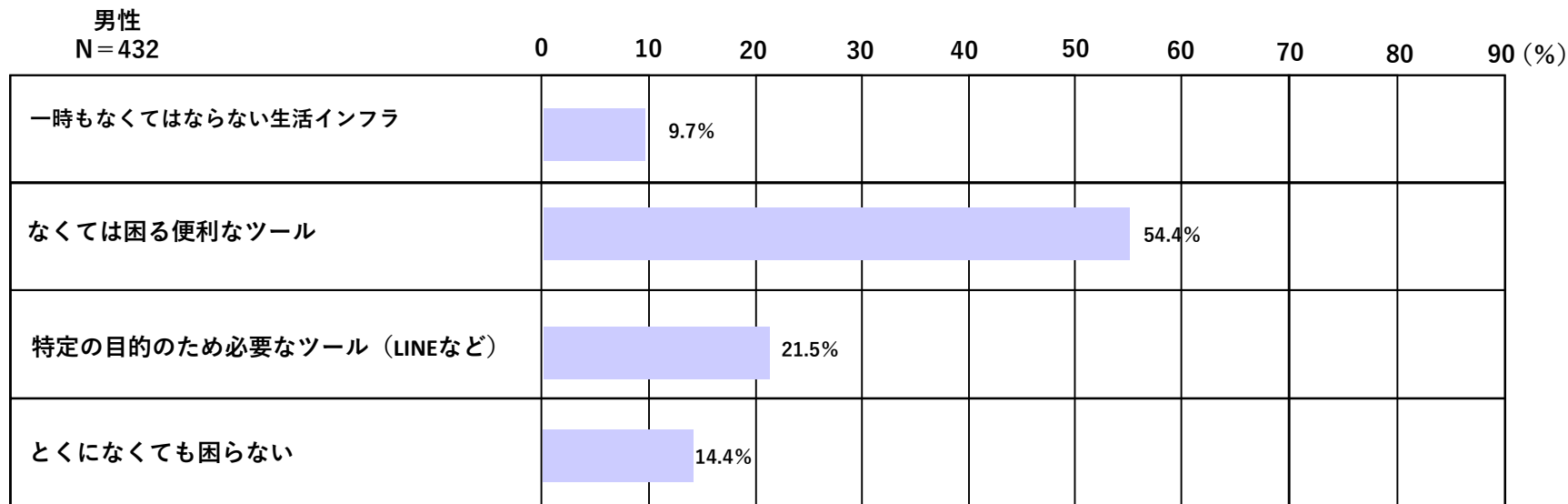
- すべての属性において、「なくては困る便利なツール」という認識が最も多く、次いで「特定の目的のため必要なツール（LINEなど）」となっている

## Q11. あなたにとってスマートフォンとはどんな存在ですか（1つ選択）



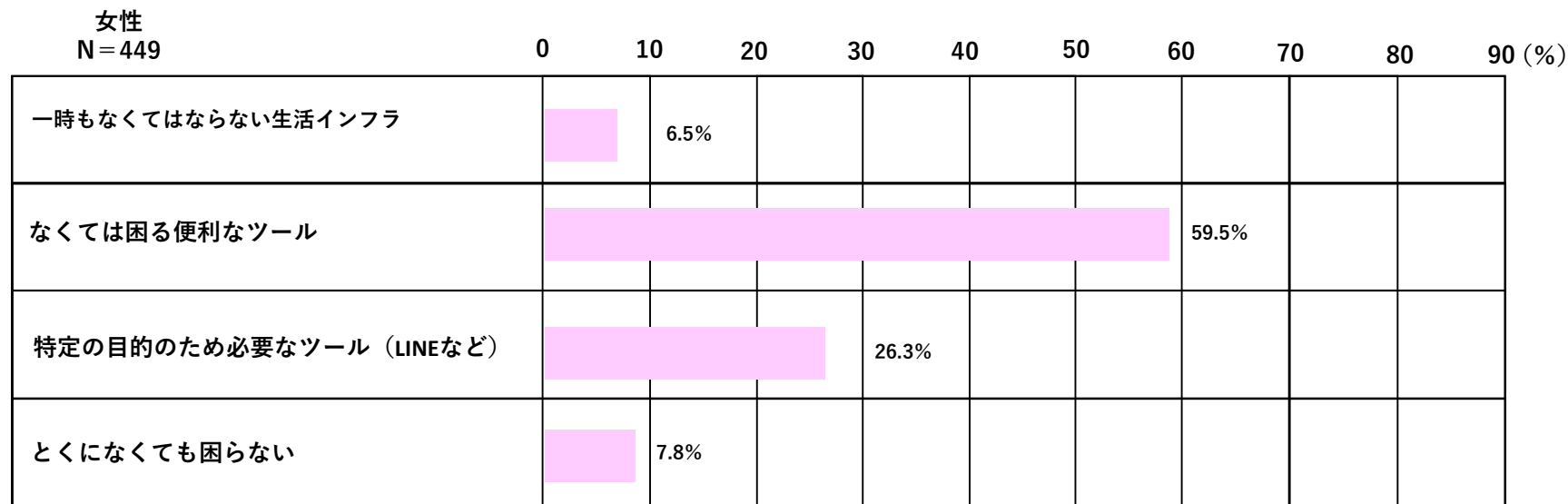
●全体として、「なくては困る便利な存在」として捉えている人が60%近くを占めている

## Q11. あなたにとってスマートフォンとはどんな存在ですか（1つ選択）



- 男性では全体傾向に比べ、「一時もなくてはならない生活インフラ」として捉えている率が高い一方で、「とくになくても困らない」と捉えている率もまた、高くなっている

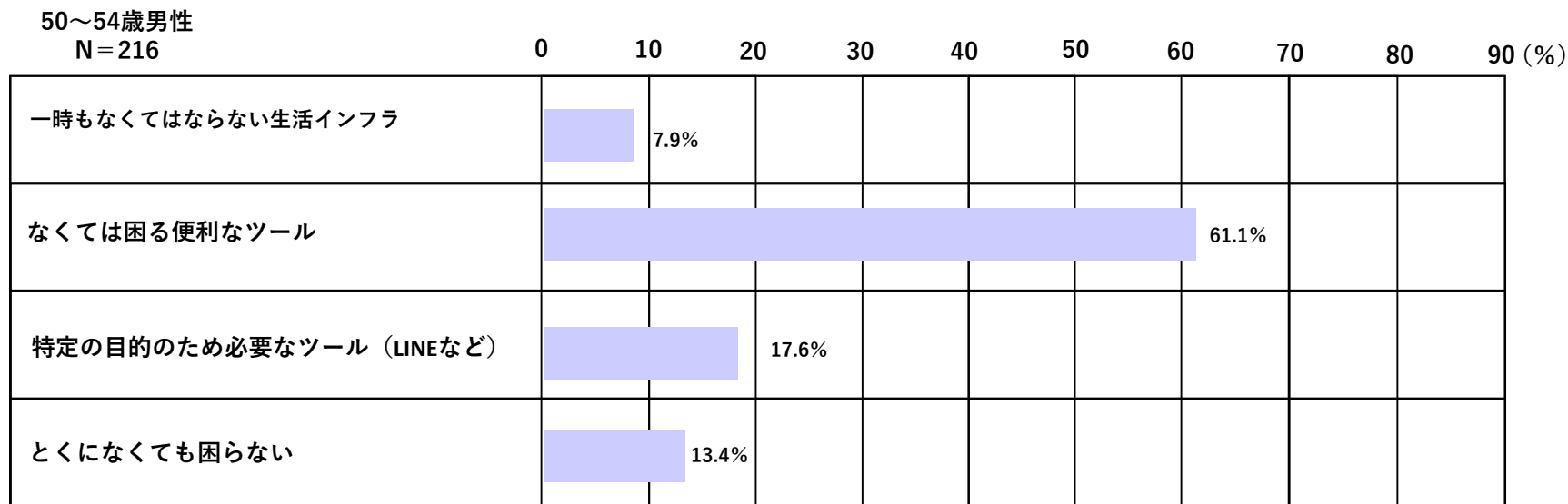
## Q11. あなたにとってスマートフォンとはどんな存在ですか（1つ選択）



- 女性では男性に比べ、「一時もなくてはならない生活インフラ」として捉えている率が低い一方で、「とくになくても困らない」と捉えている率もまた、低くなっている

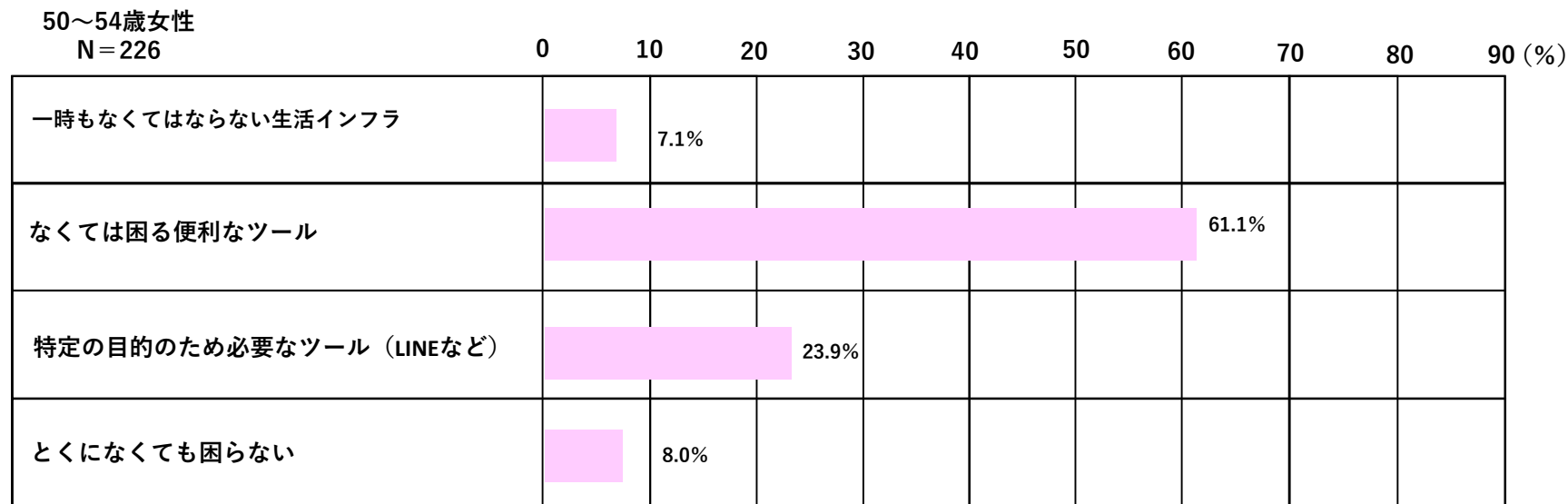


# Q11. あなたにとってスマートフォンとはどんな存在ですか（1つ選択）



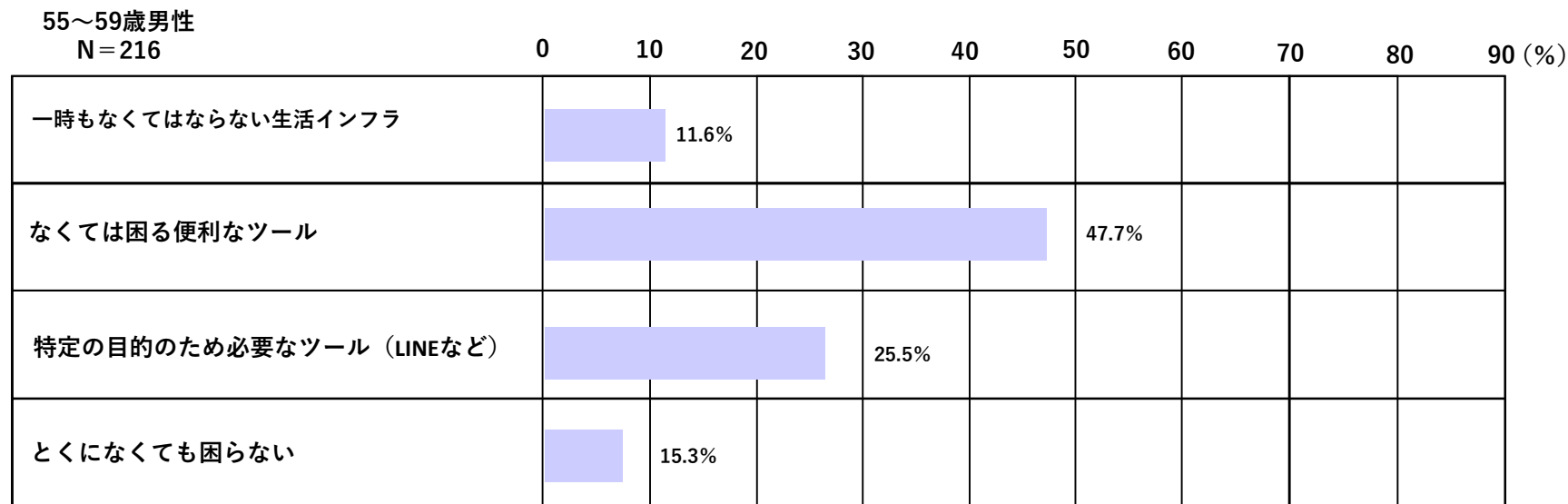
●50～54歳男性は、すべての属性の中で、「特定の目的のために必要なツール」として捉えている率が最も低くなっている

## Q11. あなたにとってスマートフォンとはどんな存在ですか（1つ選択）



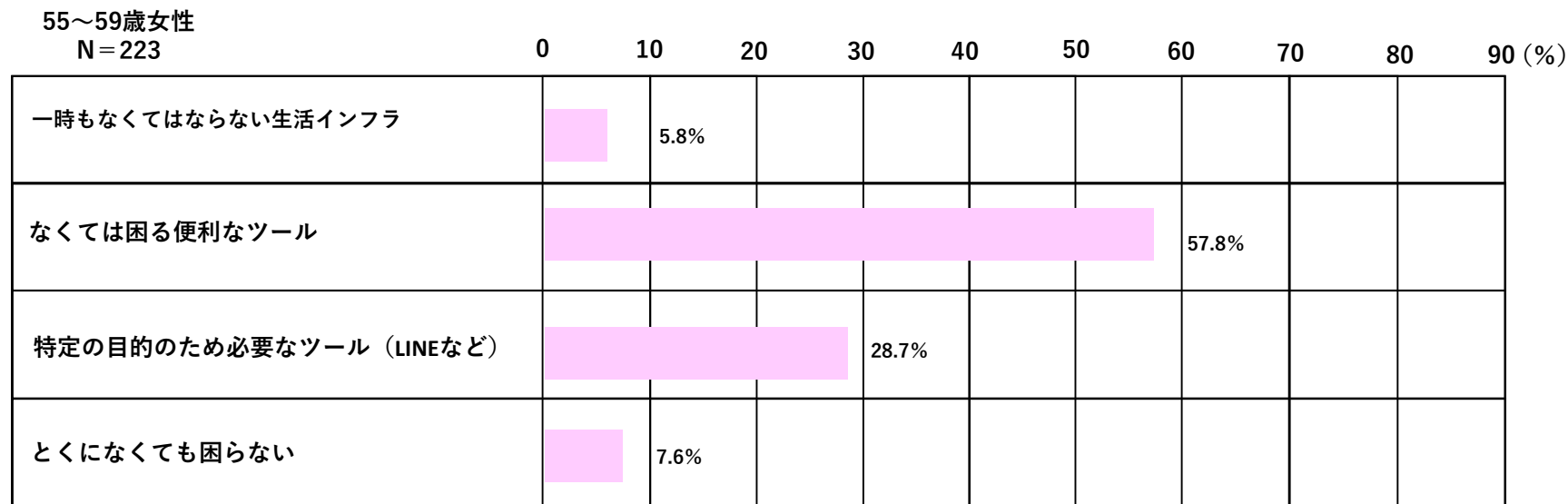
●50～54歳女性は、全体傾向とほぼ近いスコアになっている

## Q11. あなたにとってスマートフォンとはどんな存在ですか（1つ選択）



- 55～59歳男性は、すべての属性の中で、「一時もなくてはならない生活インフラ」、「とくになくても困らない」の双方が最も高く、スマートフォンへの依存が二極化している

## Q11. あなたにとってスマートフォンとはどんな存在ですか（1つ選択）



●55～59歳女性では、すべての属性の中で、「とくになくても困らない」という捉え方の率が最も低くなっている

Q12. あなたはスマートフォンの機能の何割を使いこなしていると思いますか。  
 大体の感覚で結構ですので、最もあてはまるものを1つ選択してください

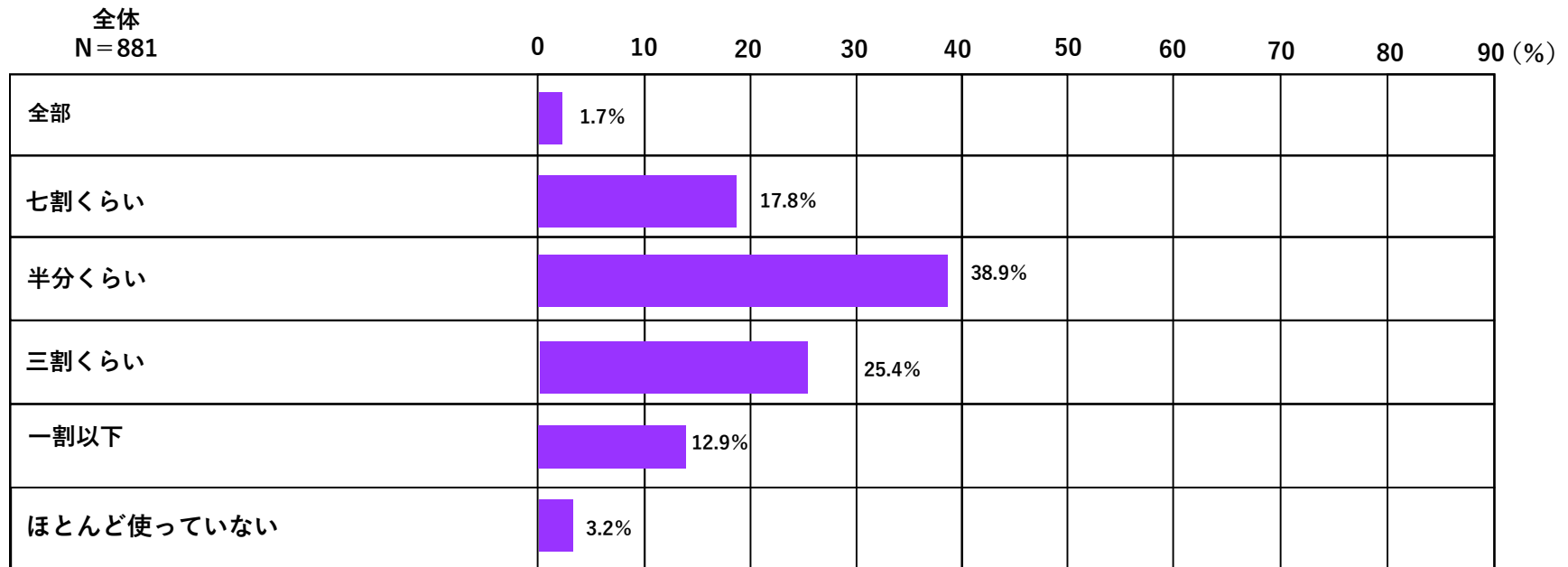
最頻値の回答

二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
全部	15 1.7%	11 2.5%	4 0.9%	10 2.3%	5 1.1%	9 4.2%	1 0.4%	2 0.9%	3 1.3%
七割くらい	157 17.8%	82 19.0%	75 16.7%	83 18.8%	74 16.9%	47 21.8%	36 15.9%	35 16.2%	39 17.5%
半分くらい	343 38.9%	151 35.0%	192 42.8%	175 39.6%	168 38.3%	75 34.7%	100 44.2%	76 35.2%	92 41.3%
三割くらい	224 25.4%	111 25.7%	113 25.2%	115 26.0%	109 24.8%	56 25.9%	59 26.1%	55 25.5%	54 24.2%
一割以下	114 12.9%	63 14.6%	51 11.4%	46 10.4%	68 15.5%	23 10.6%	23 10.2%	40 18.5%	28 12.6%
ほとんど使っていない	28 3.2%	14 3.2%	14 3.1%	13 2.9%	15 3.4%	6 2.8%	7 3.1%	8 3.7%	7 3.1%

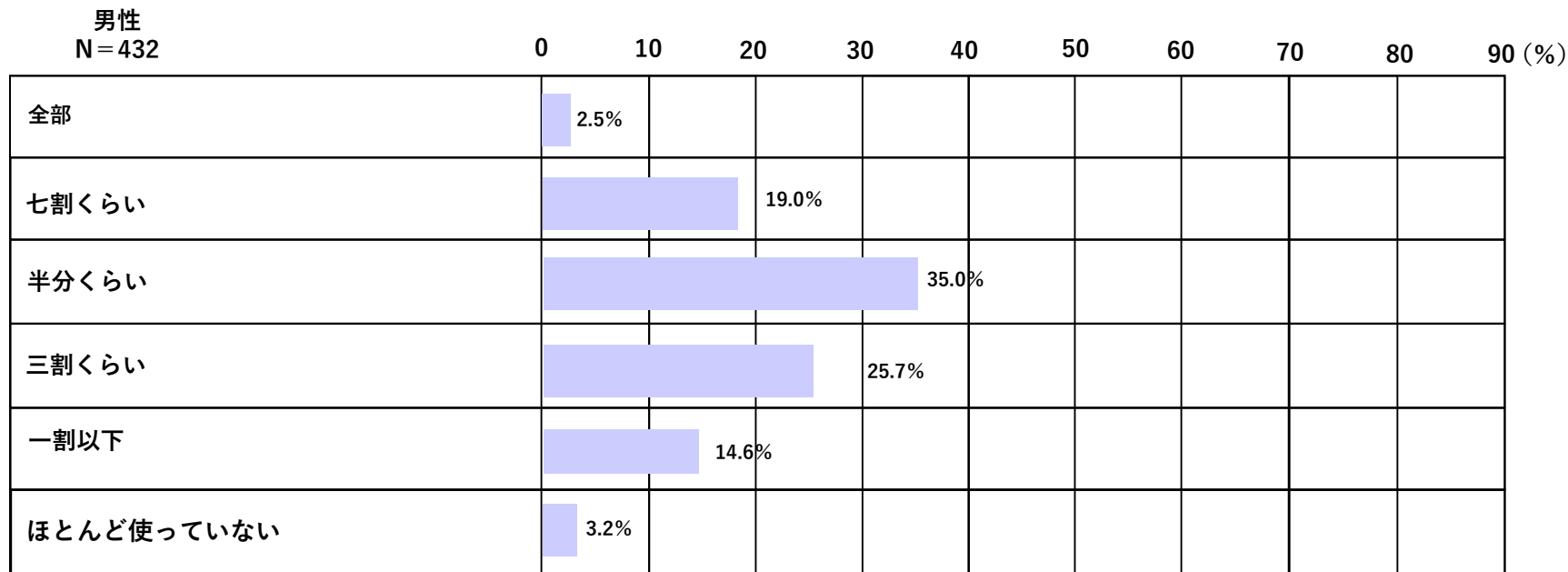
●すべての属性で、「半分くらい」が1位を占めている。次いで、すべての属性で「三割くらい」が続いている

Q12. あなたはスマートフォンの機能の何割を使いこなしていると思いますか。  
 大体の感覚で結構ですので、最もあてはまるものを1つ選択してください



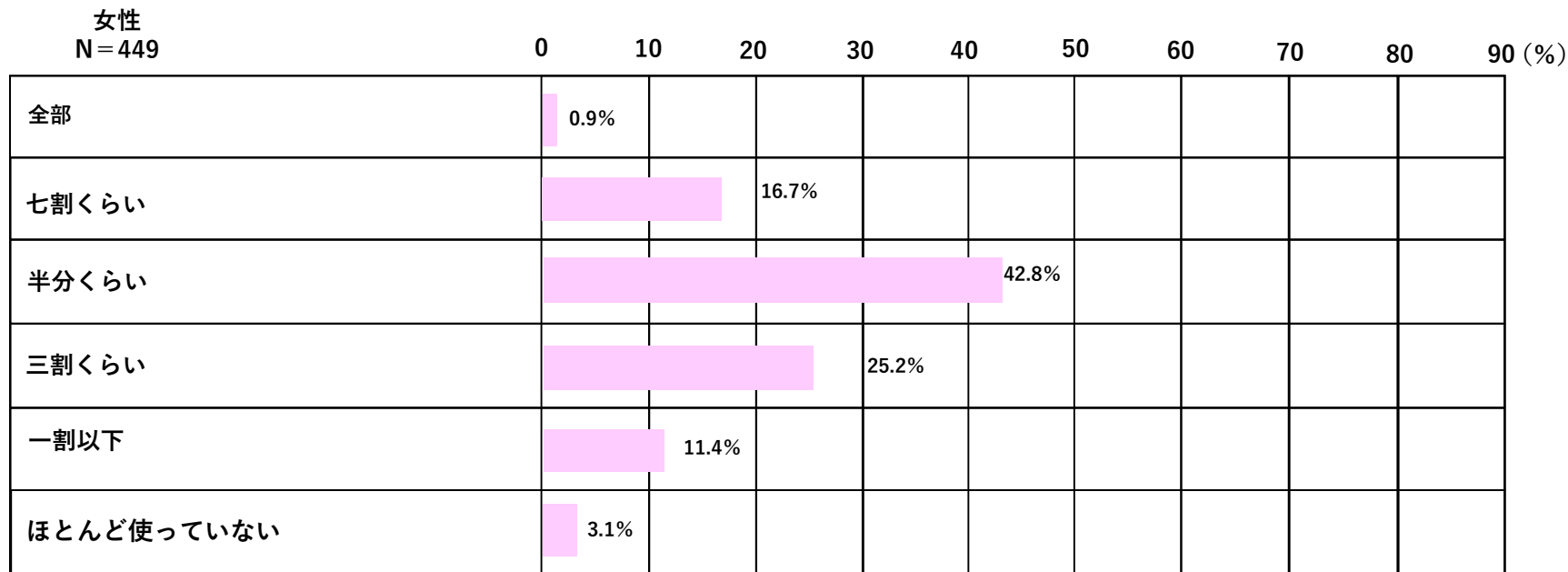
- 全体傾向としては、「半分くらい」という回答が図抜けており、それに「三割くらい」が続く。  
 3位には僅差で「七割くらい」が続いている

Q12. あなたはスマートフォンの機能の何割を使いこなしていると思いますか。  
 大体の感覚で結構ですので、最もあてはまるものを1つ選択してください



●男性では、全体傾向と比べて「半分くらい」という回答がやや低く、逆に「七割くらい」が高くなっている

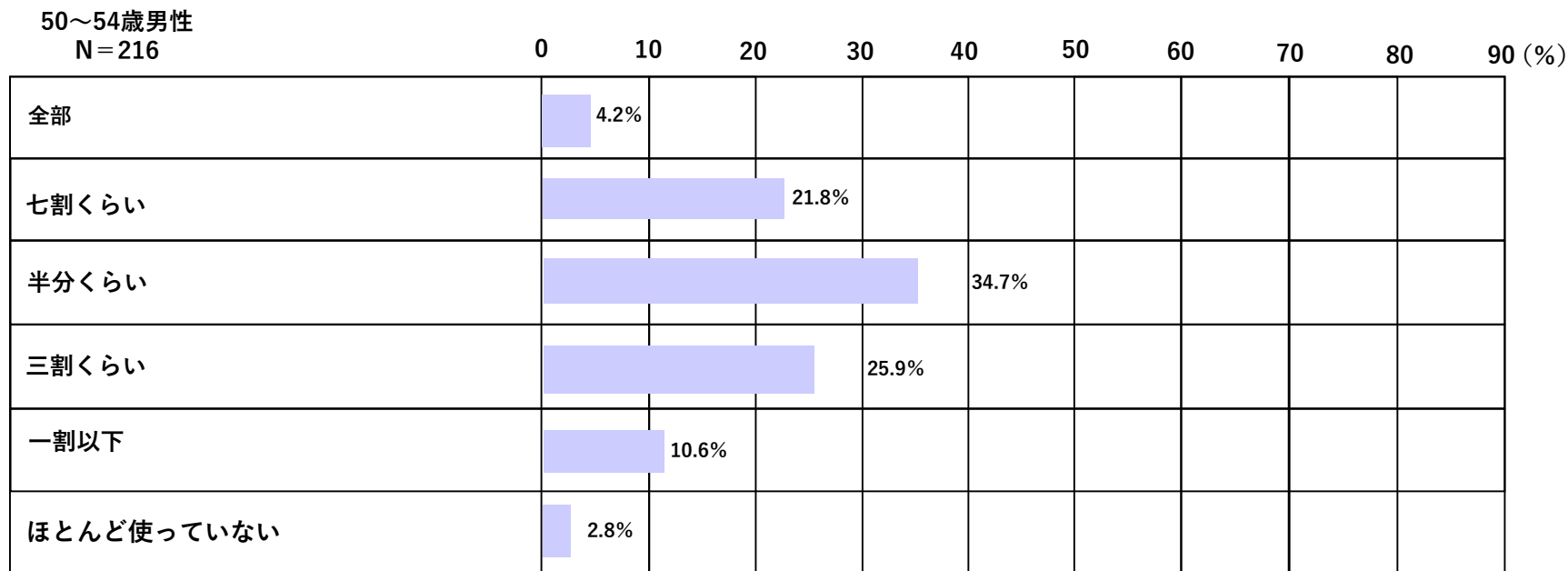
Q12. あなたはスマートフォンの機能の何割を使いこなしていると思いますか。  
 大体の感覚で結構ですので、最もあてはまるものを1つ選択してください



●女性では、男性と比べて「半分くらい」という回答が8ポイントほど高くなっている

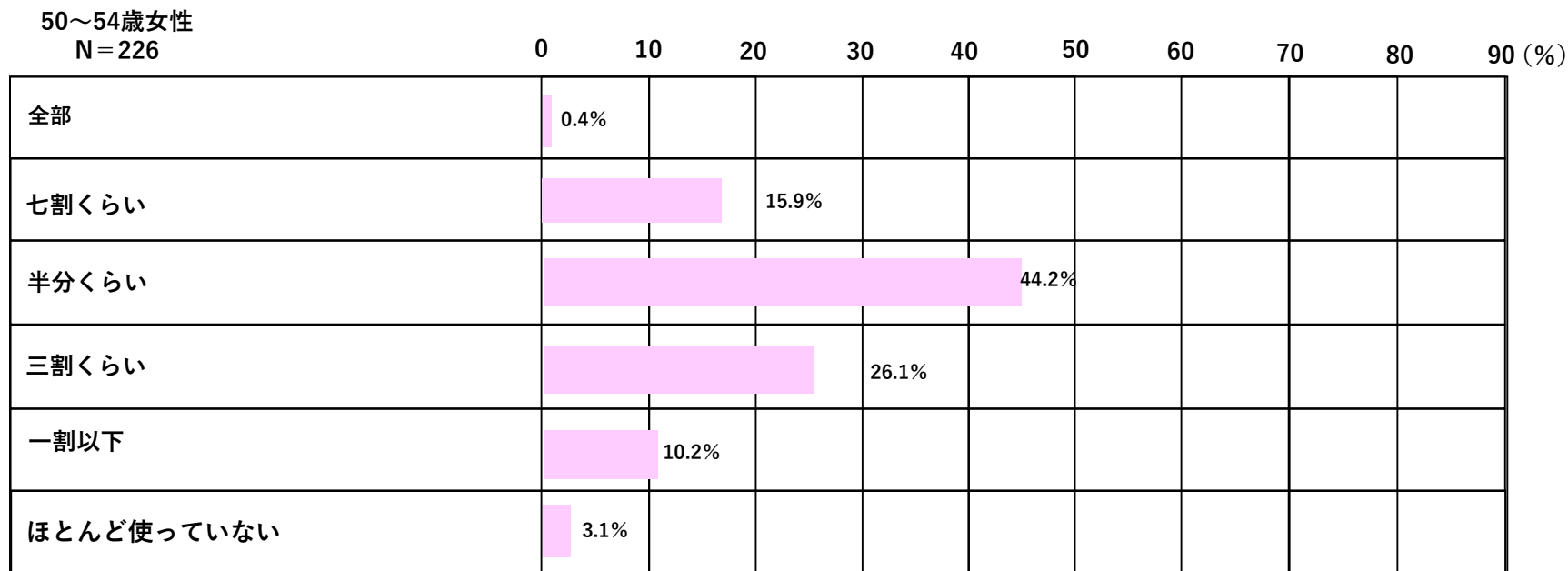


Q12. あなたはスマートフォンの機能の何割を使いこなしていると思いますか。  
 大体の感覚で結構ですので、最もあてはまるものを1つ選択してください



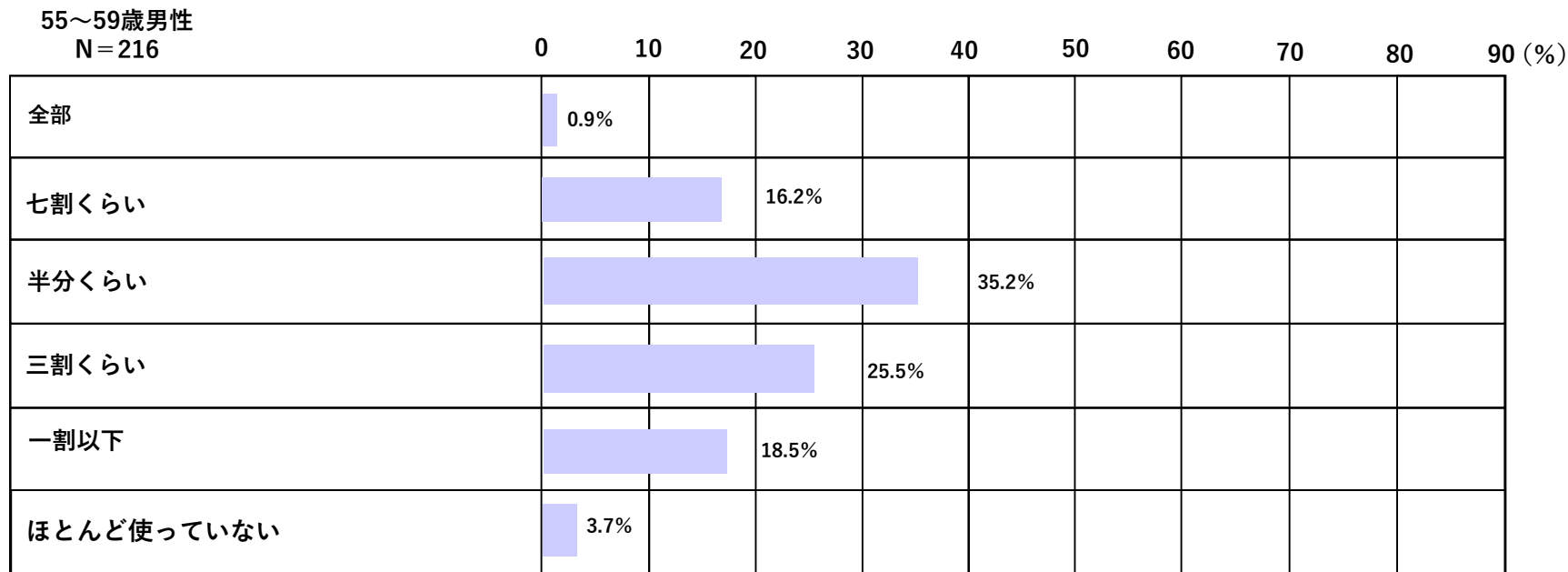
●50～54歳男性は、すべての属性の中で、「全部」、「七割くらい」という回答が最も高くなっている

Q12. あなたはスマートフォンの機能の何割を使いこなしていると思いますか。  
 大体の感覚で結構ですので、最もあてはまるものを1つ選択してください



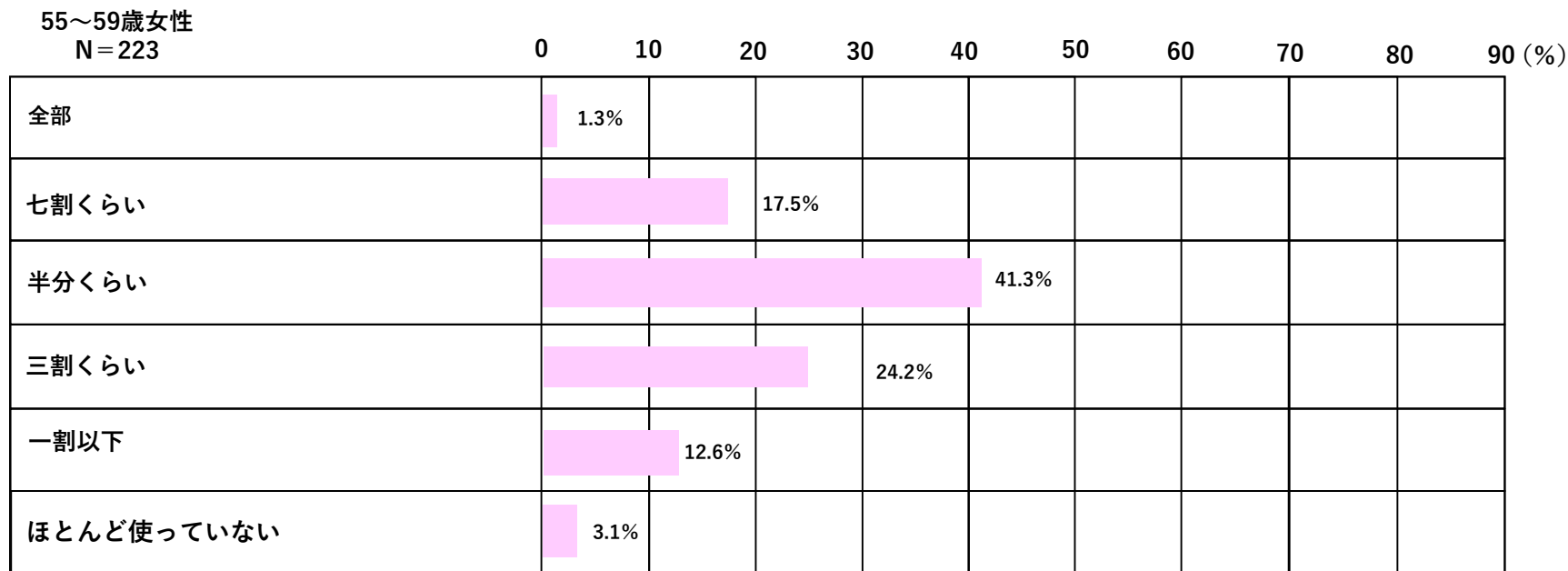
●50～54歳女性は、すべての属性の中で、「全部」、「七割くらい」という回答が最も低くなっている

Q12. あなたはスマートフォンの機能の何割を使いこなしていると思いますか。  
 大体の感覚で結構ですので、最もあてはまるものを1つ選択してください



●55～59歳男性は、すべての属性の中で、「一割以下」という回答が最も高くなっている

Q12. あなたはスマートフォンの機能の何割を使いこなしていると思いますか。  
 大体の感覚で結構ですので、最もあてはまるものを1つ選択してください



●55～59歳女性は、全体傾向とほぼ同様の回答分布になっている

Q13. パソコンとスマートフォンの利用に関してお伺いします。  
最もあてはまるものを選択してください（1つ選択）

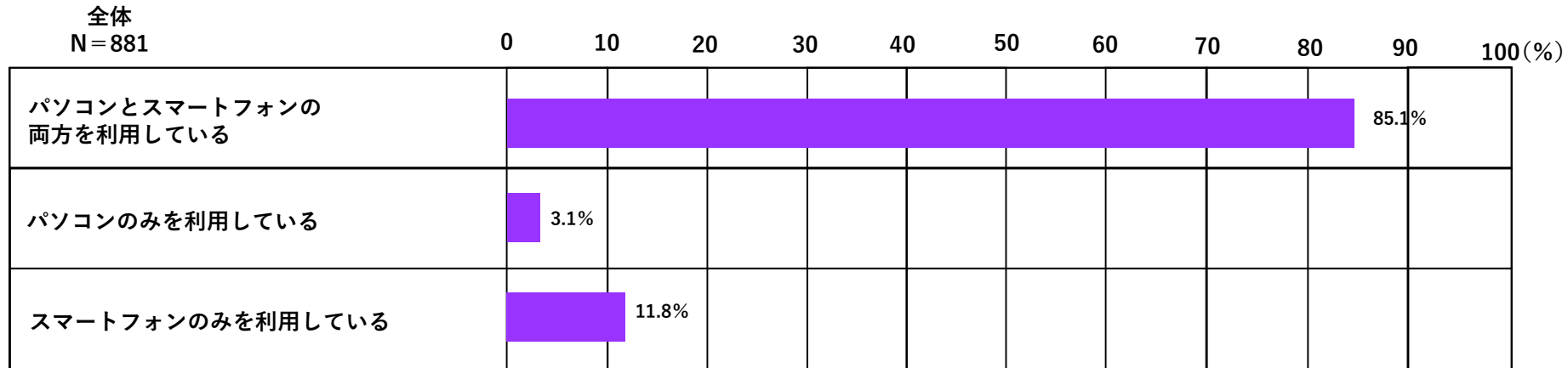
■ 最頻値の回答

■ 二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
パソコンとスマートフォンの 両方を利用している	750 85.1%	391 90.5%	359 80.0%	374 84.6%	376 85.6%	194 89.8%	180 79.6%	197 91.2%	179 80.3%
パソコンのみを利用している	27 3.1%	17 3.9%	10 2.2%	7 1.6%	20 4.6%	3 1.4%	4 1.8%	14 6.5%	6 2.7%
スマートフォンのみを利用している	104 11.8%	24 5.6%	80 17.8%	61 13.8%	43 9.8%	19 8.8%	42 18.6%	5 2.3%	38 17.0%

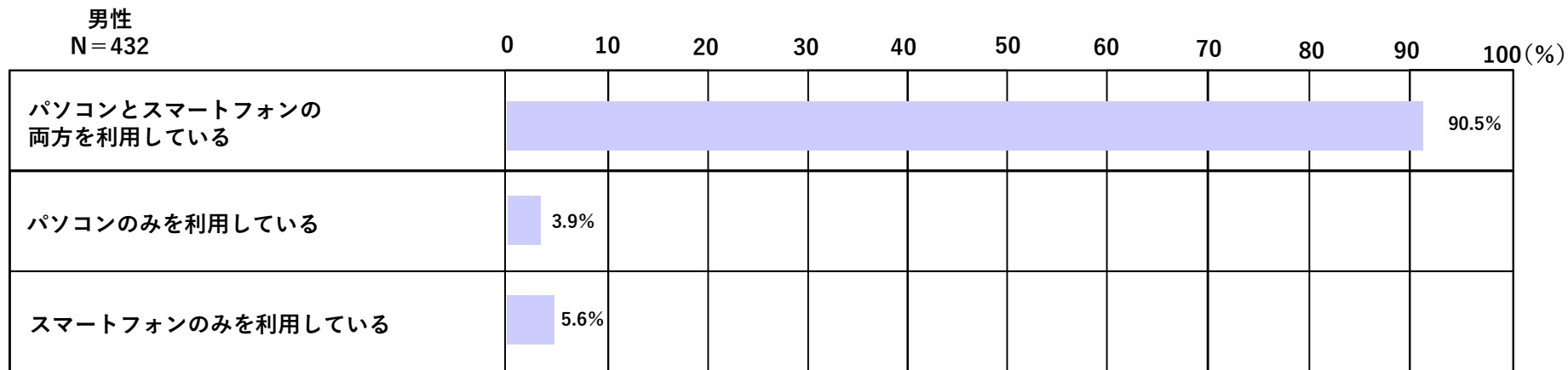
- すべての属性において、「両方を利用」が圧倒的に高いスコアを記録している
- 「パソコンのみ使用」は、完全な少数派になっているが、55~59歳男性に限り「スマホのみ使用」を上回っている

Q13. パソコンとスマートフォンの利用に関してお伺いします。  
最もあてはまるものを選択してください（1つ選択）



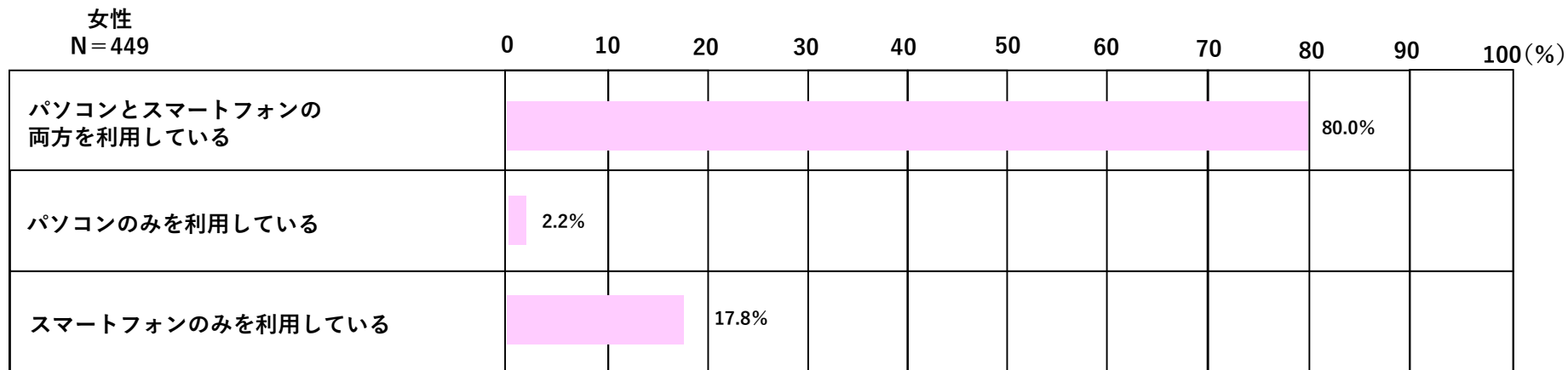
●全体傾向として、「両方を利用」が圧倒的に高いスコアを記録している

Q13. パソコンとスマートフォンの利用に関してお伺いします。  
 最もあてはまるものを選択してください（1つ選択）



●男性では、全体傾向と比べて、「両方を利用」がやや高いスコアになっている

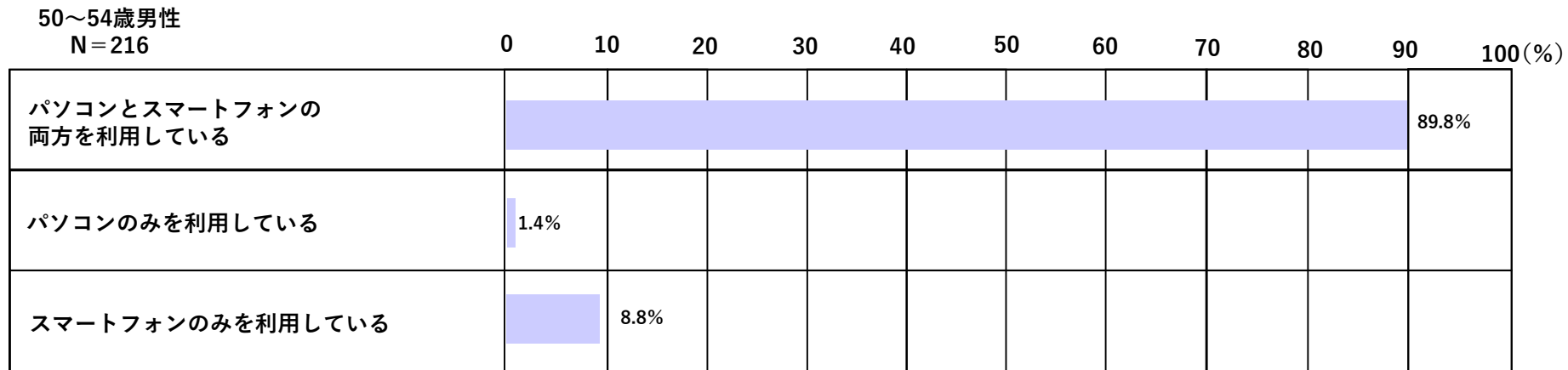
Q13. パソコンとスマートフォンの利用に関してお伺いします。  
最もあてはまるものを選択してください（1つ選択）



- 女性では、男性と比べて、「両方を利用」が10ポイント強低くなっている
- 一方で「スマートフォンのみ利用」は、12ポイント強高くなっている

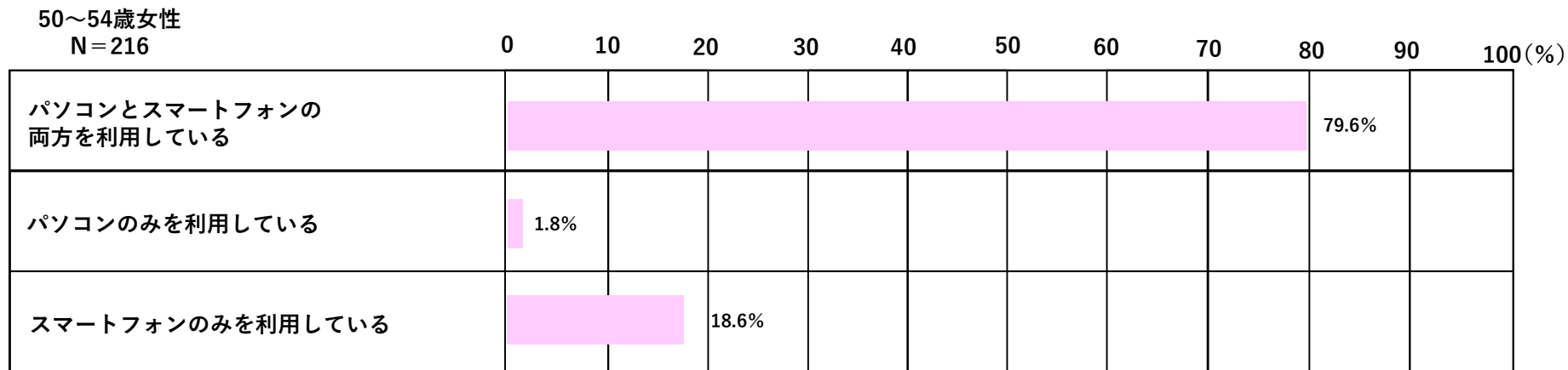


Q13. パソコンとスマートフォンの利用に関してお伺いします。  
最もあてはまるものを選択してください（1つ選択）



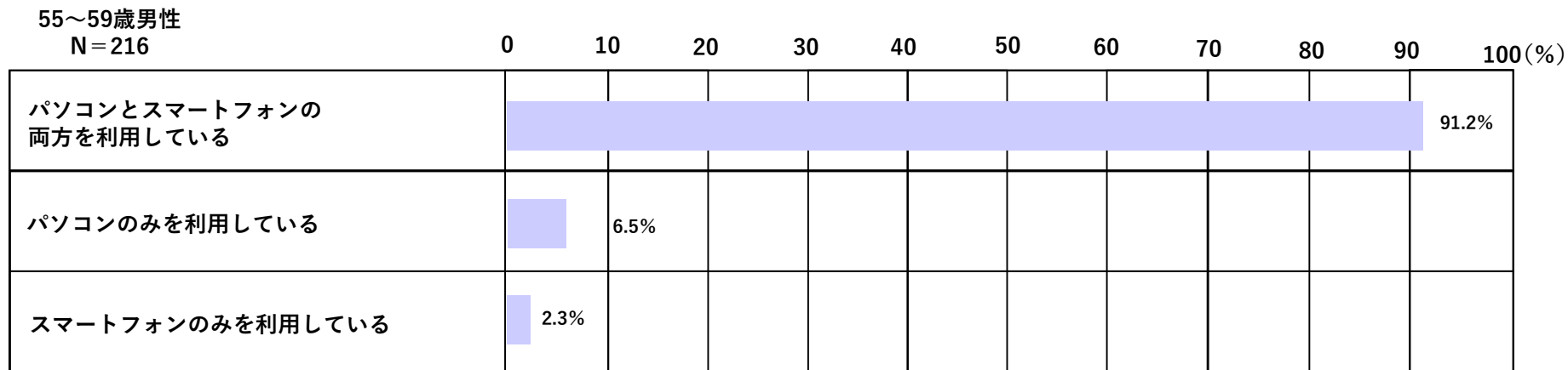
●50～54歳男性では、すべての属性の中で、「パソコンのみを利用」が、最も低くなっている

Q13. パソコンとスマートフォンの利用に関してお伺いします。  
 最もあてはまるものを選択してください（1つ選択）



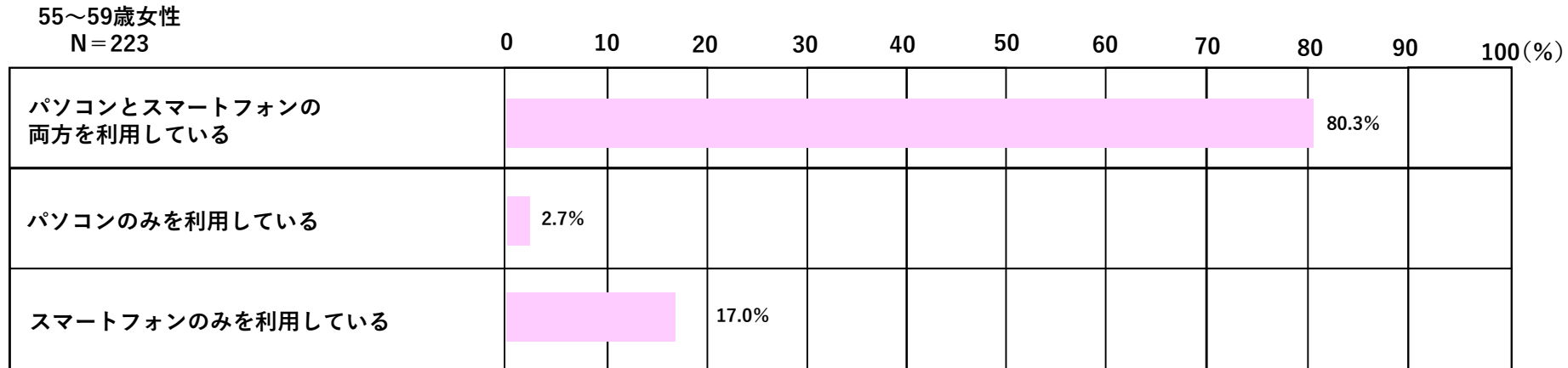
●50～54歳女性では、すべての属性の中で、「スマホのみを利用」が、最も高くなっている

Q13. パソコンとスマートフォンの利用に関してお伺いします。  
最もあてはまるものを選択してください（1つ選択）



- 55～59歳男性では、すべての属性の中で唯一、「パソコンのみを利用」が「スマホのみを利用」を上回っている
- また、「両方を利用」が、すべての属性の中で最も高くなっている

Q13. パソコンとスマートフォンの利用に関してお伺いします。  
最もあてはまるものを選択してください（1つ選択）



●55～59歳女性では、50～54歳女性と同様の傾向を示している

Q13-1. 前問で【パソコンとスマートフォンの両方を利用している】を選択した方にお伺いします。プライベートな使用におけるパソコンとスマホの利用時間の大体の割合はどれくらいでしょうか（Q13-1-1. PC—%）

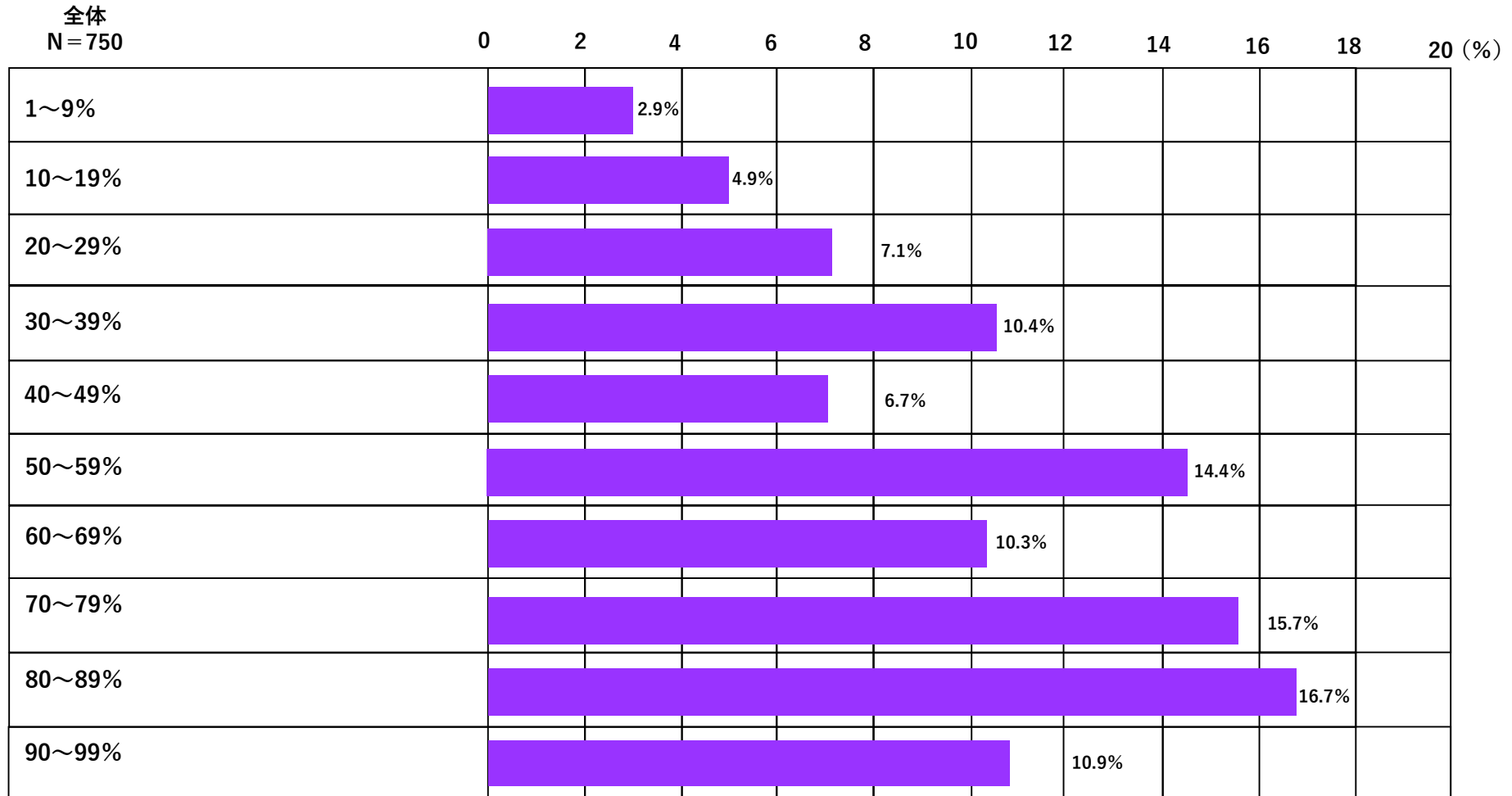
最頻値の回答

二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
1~9%	22 2.9%	14 3.6%	8 2.2%	10 2.7%	12 3.2%	7 3.6%	3 1.7%	7 3.6%	5 2.8%
10~19%	37 4.9%	17 4.3%	20 5.6%	19 5.1%	18 4.8%	8 4.1%	11 6.1%	9 4.6%	9 5.0%
20~29%	53 7.1%	18 4.6%	35 9.7%	34 9.1%	19 5.1%	8 4.1%	26 14.4%	10 5.1%	9 5.0%
30~39%	78 10.4%	39 10.0%	39 10.9%	41 11.0%	37 9.8%	18 9.3%	23 12.8%	21 10.7%	16 8.9%
40~49%	50 6.7%	19 4.9%	31 8.6%	24 6.4%	26 6.9%	9 4.6%	15 8.3%	10 5.1%	16 8.9%
50~59%	108 14.4%	60 15.3%	48 13.4%	50 13.4%	58 15.4%	30 15.5%	20 11.1%	15 7.6%	28 15.6%
60~69%	77 10.3%	41 10.5%	36 10.0%	43 11.5%	34 9.0%	26 13.4%	17 9.4%	34 17.3%	19 10.6%
70~79%	118 15.7%	65 16.6%	53 14.8%	57 15.2%	61 16.2%	31 16.0%	26 14.4%	34 17.3%	27 15.1%
80~89%	125 16.7%	75 19.2%	50 13.9%	62 16.6%	63 16.8%	38 19.6%	24 13.3%	37 18.8%	26 14.5%
90~99%	82 10.9%	43 11.0%	39 10.9%	34 9.1%	48 12.8%	19 9.8%	15 8.3%	24 12.2%	24 13.4%

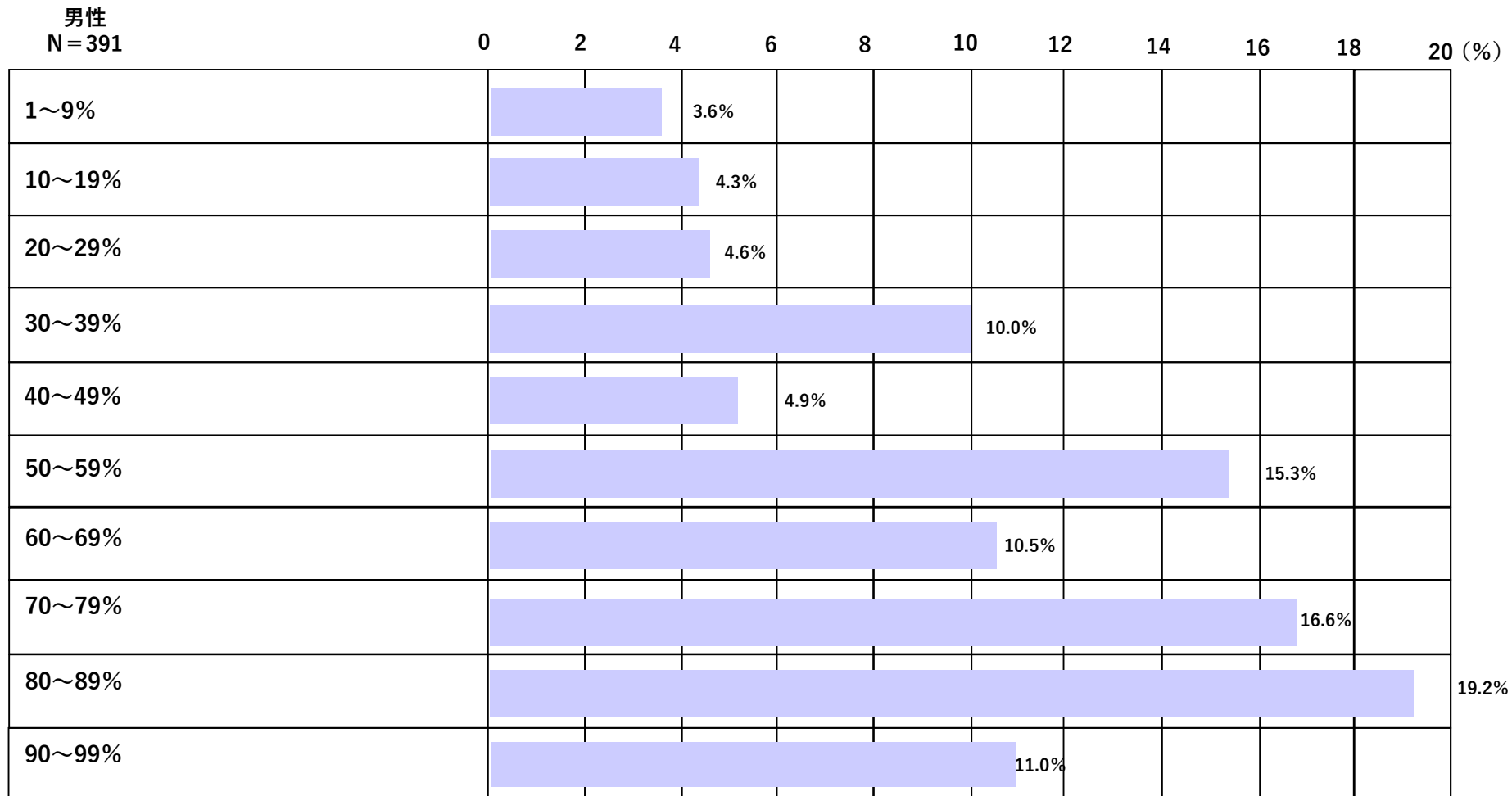
●PCの時間割合は概ね、70%、80%台が多くなっているが、突出しているわけではなく、分散傾向にある

Q13-1. 前問で【パソコンとスマートフォンの両方を利用している】を選択した方にお伺いします。プライベートな使用におけるパソコンとスマホの利用時間の大体の割合はどれくらいでしょうか (Q13-1-1. PC—%)



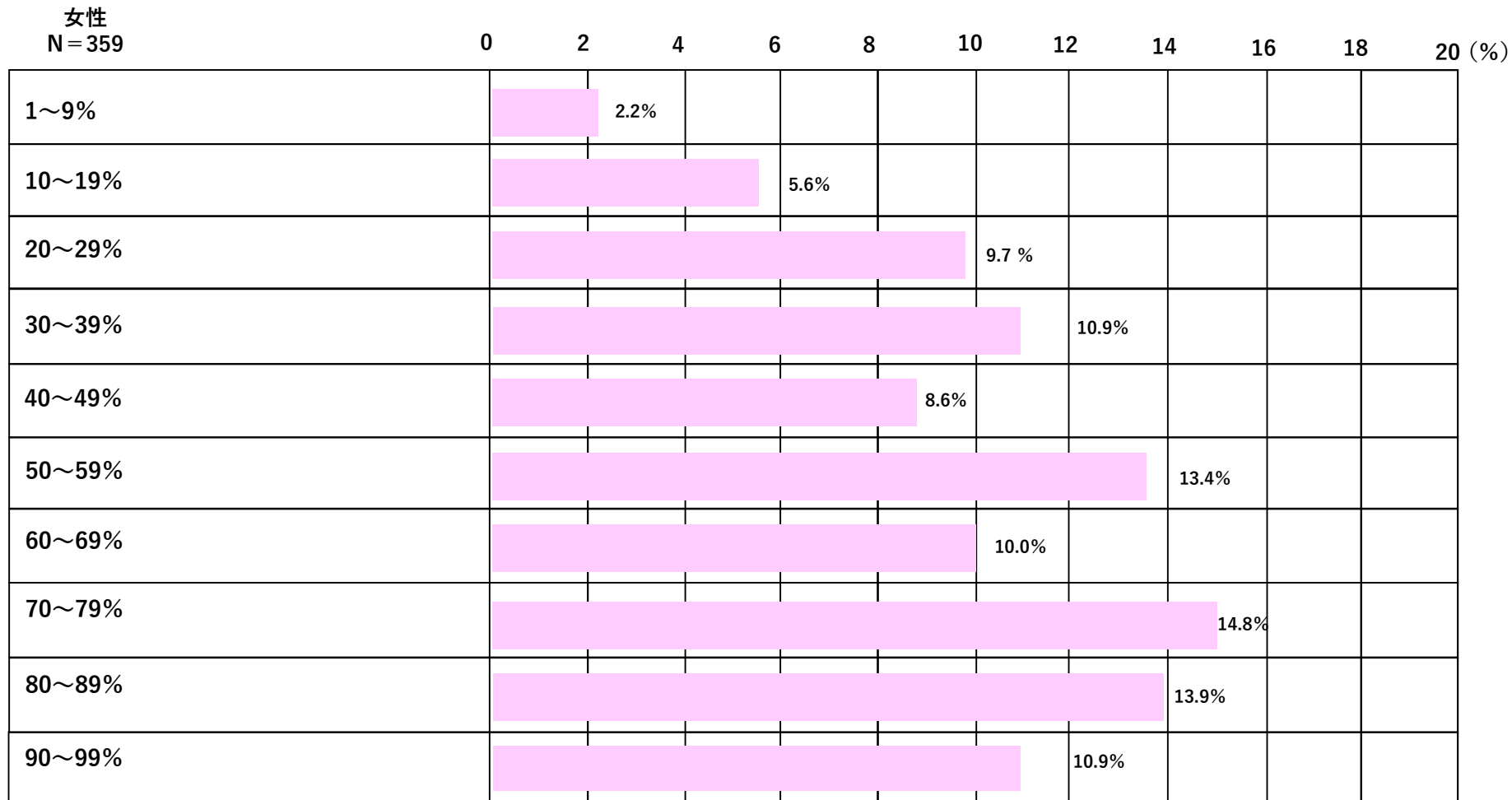
●全体傾向としては、PCの利用割合70~80%台が多いが、50%以下も約30%と、一定数存在する

Q13-1. 前問で【パソコンとスマートフォンの両方を利用している】を選択した方にお伺いします。プライベートな使用におけるパソコンとスマホの利用時間の大体の割合はどれくらいでしょうか（Q13-1-1. PC—%）



●男性では全体傾向と比べて、PCの利用割合70%台以上、がより高くなっている

Q13-1. 前問で【パソコンとスマートフォンの両方を利用している】を選択した方にお伺いします。プライベートな使用におけるパソコンとスマホの利用時間の大体の割合はどれくらいでしょうか（Q13-1-1. PC—%）

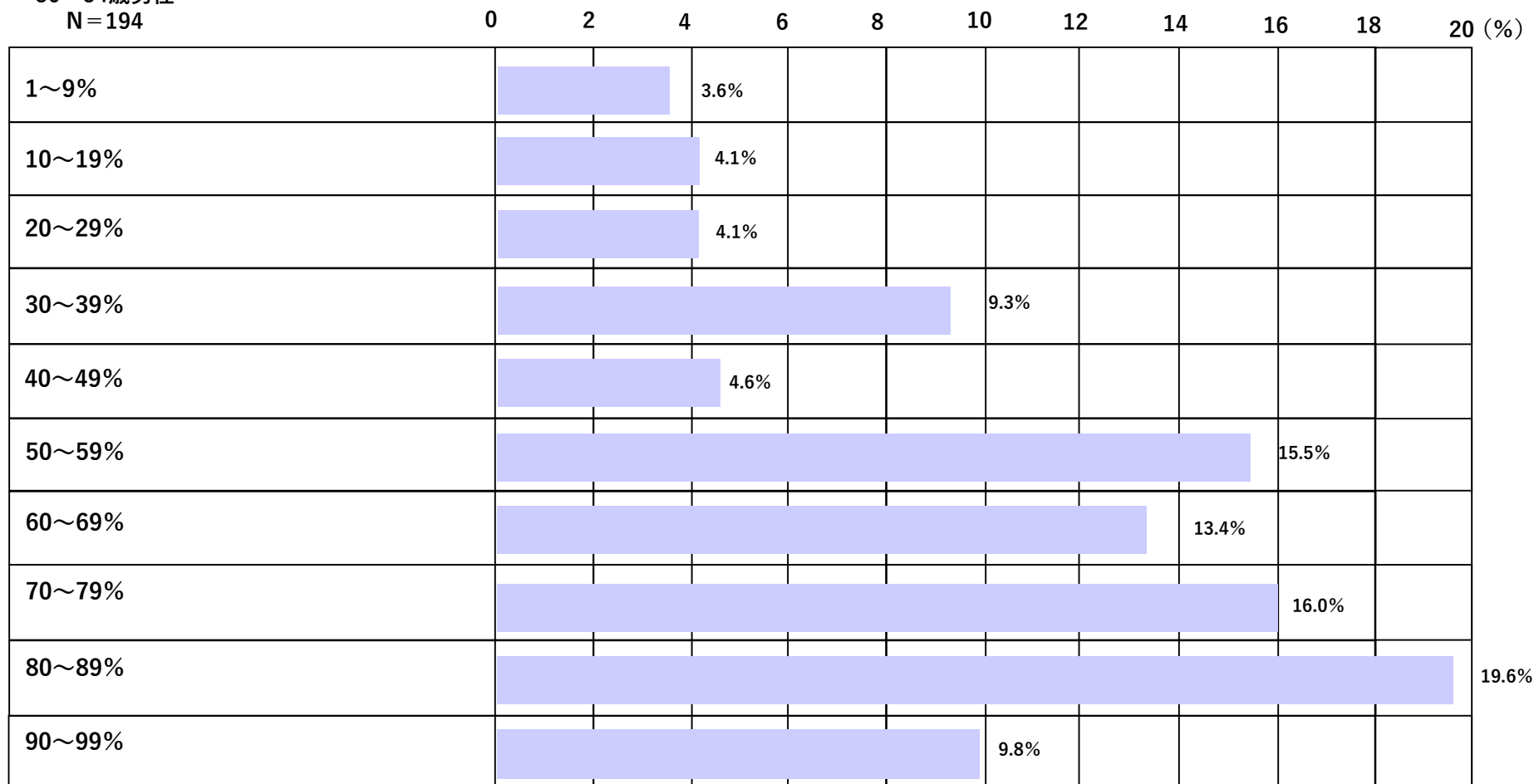


●女性では男性と比べて、高い割合でPCを利用する人は少なく、逆にスマートフォンを利用する割合が、全般的に男性より高い



Q13-1. 前問で【パソコンとスマートフォンの両方を利用している】を選択した方にお伺いします。プライベートな使用におけるパソコンとスマホの利用時間の大体の割合はどれくらいでしょうか (Q13-1-1. PC—%)

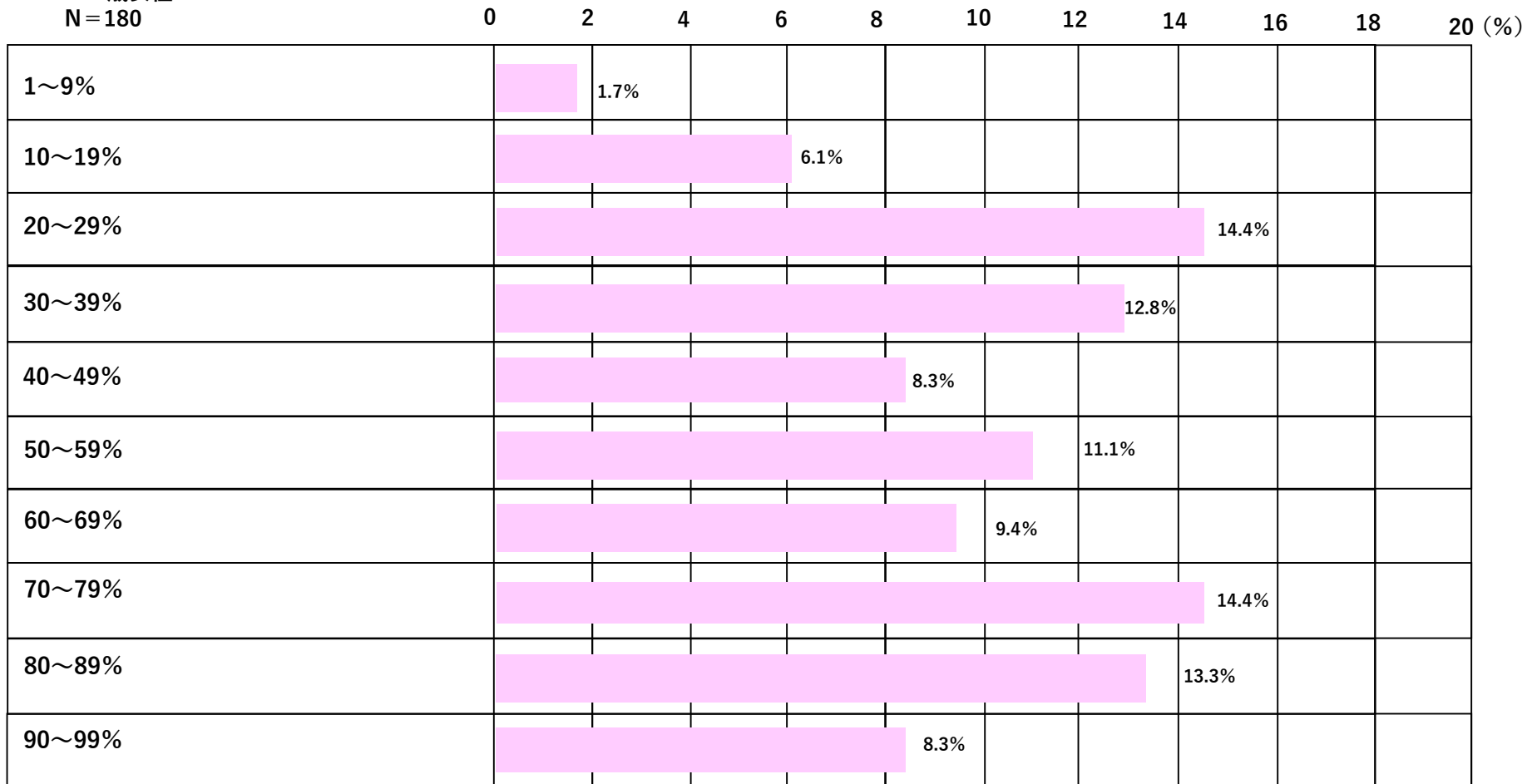
50~54歳男性  
N=194



●50~54歳男性では、80~89%の高率でPCを利用する人が、すべての属性の中で、最も高くなっている

Q13-1. 前問で【パソコンとスマートフォンの両方を利用している】を選択した方にお伺いします。プライベートな使用におけるパソコンとスマホの利用時間の大体の割合はどれくらいでしょうか（Q13-1-1. PC—%）

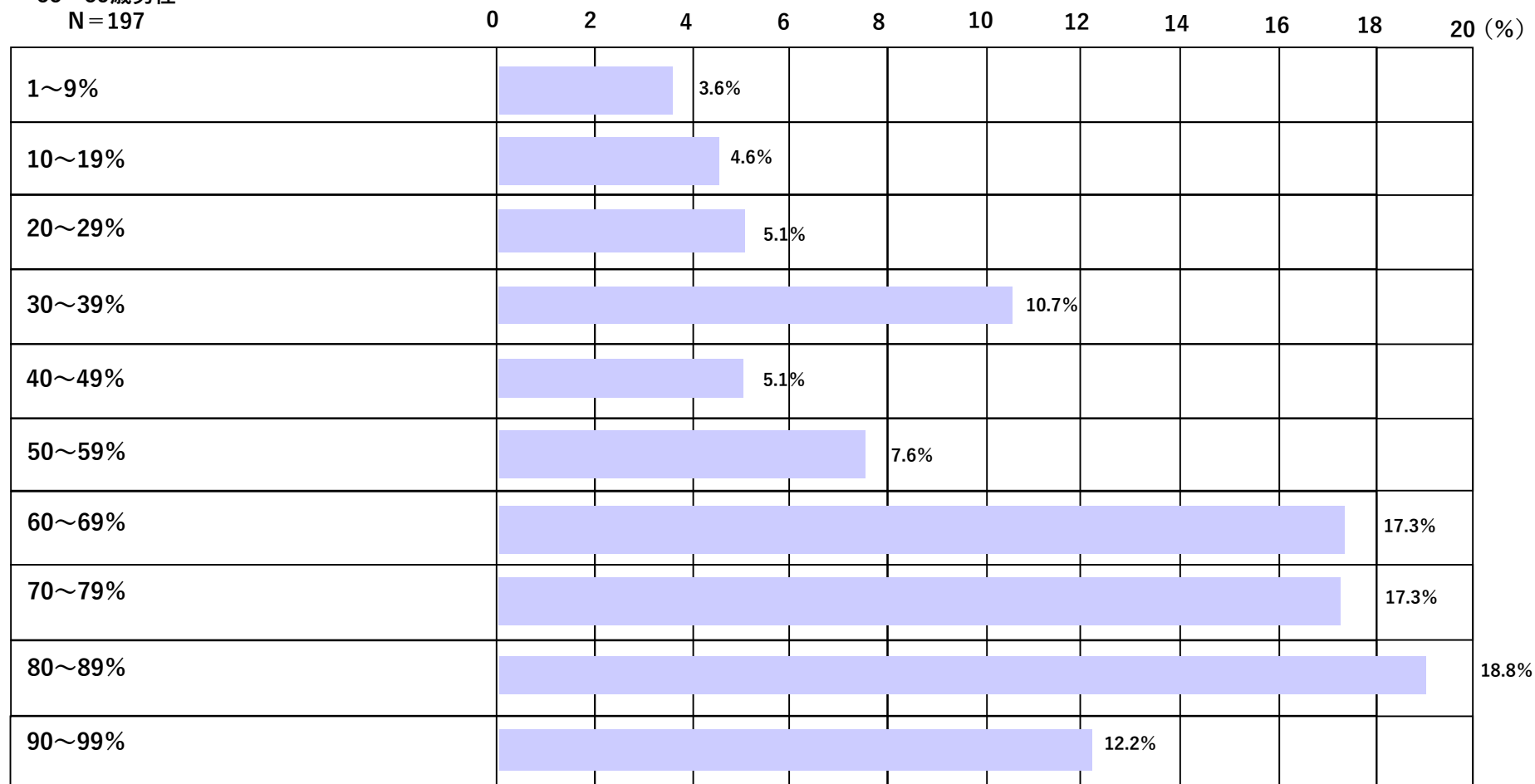
50～54歳女性  
N=180



●50～54歳女性では、高率でPCを利用する人と低率で利用する人が、ほぼ均等に分布している

Q13-1. 前問で【パソコンとスマートフォンの両方を利用している】を選択した方にお伺いします。プライベートな使用におけるパソコンとスマホの利用時間の大体の割合はどれくらいでしょうか（Q13-1-1. PC—%）

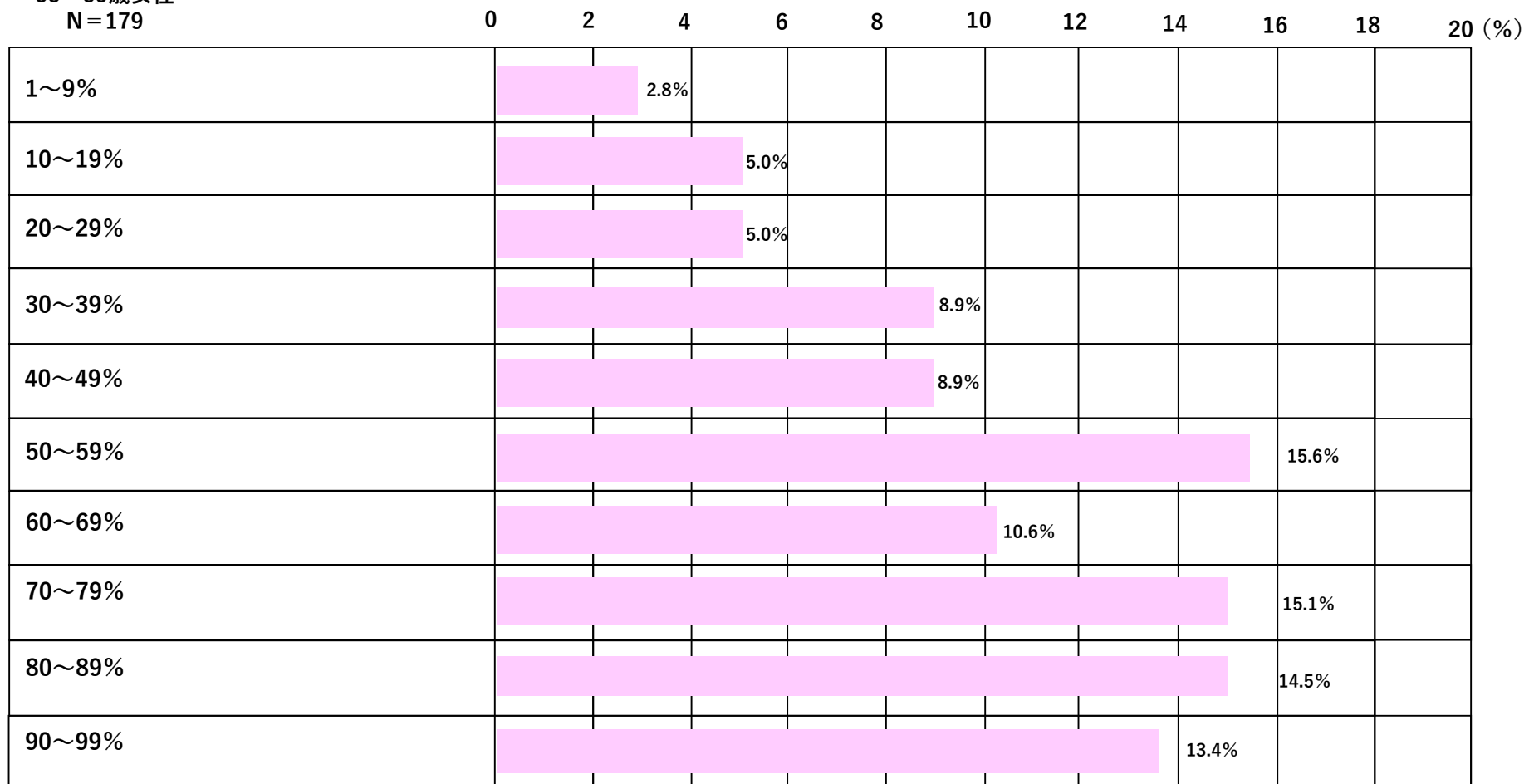
55～59歳男性  
N=197



●55～59歳男性のPC利用は、その3分の2が、利用割合60～99%に集中している

Q13-1. 前問で【パソコンとスマートフォンの両方を利用している】を選択した方にお伺いします。プライベートな使用におけるパソコンとスマホの利用時間の大体の割合はどれくらいでしょうか（Q13-1-1. PC—%）

55～59歳女性  
N=179



●55～59歳女性のPC利用は、同年代の男性に比べて、高い利用割合の人が少なくなっている

Q13-1. 前問で【パソコンとスマートフォンの両方を利用している】を選択した方にお伺いします。プライベートな使用におけるパソコンとスマホの利用時間の大体の割合はどれくらいでしょうか（Q13-1-2. スマホ—%）

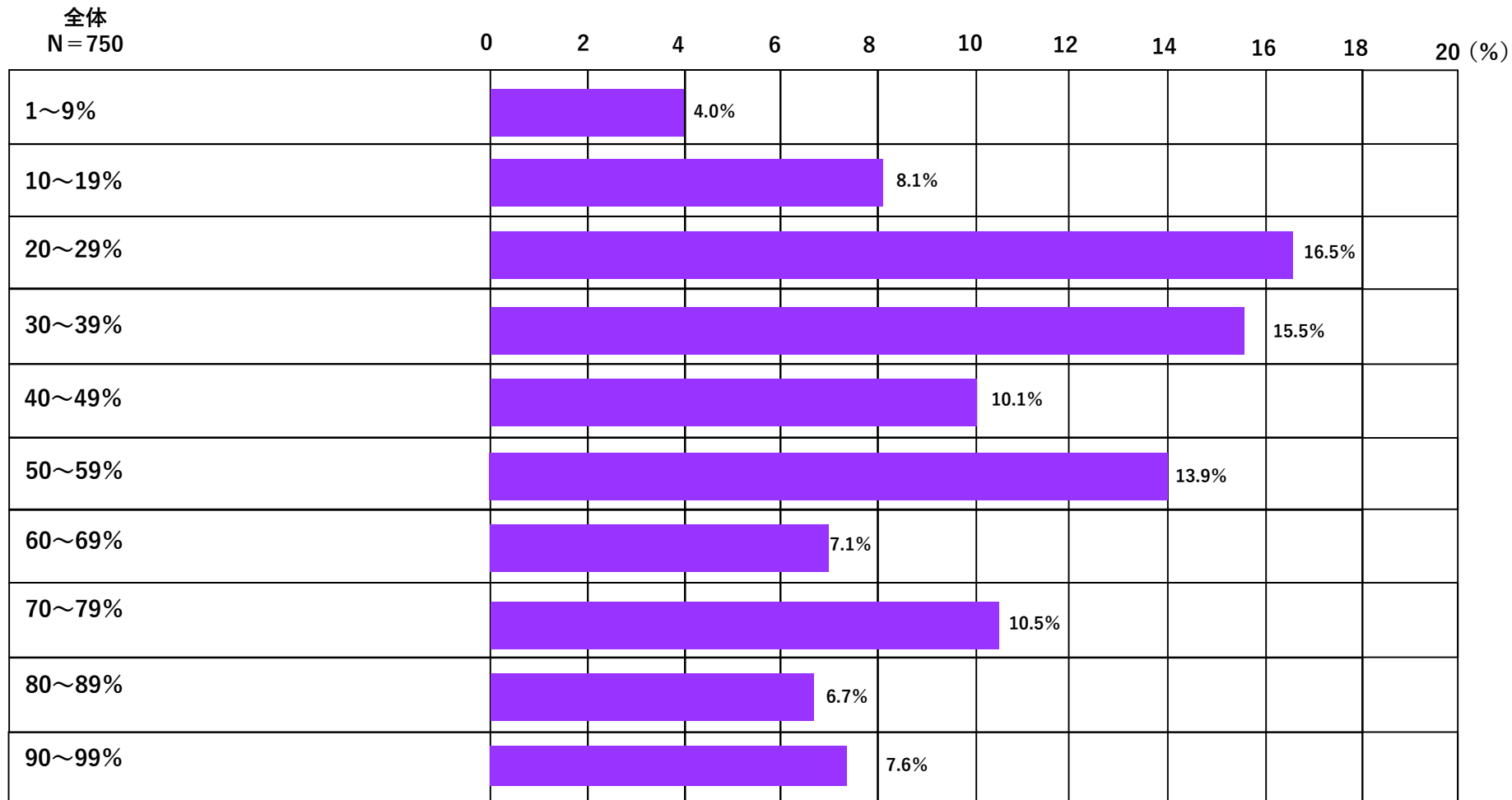
最頻値の回答

二番目の回答

	全体	男性	女性	50~54歳	55~59歳	50~54歳 男性	50~54歳 女性	55~59歳 男性	55~59歳 女性
1~9%	30 4.0%	18 4.6%	12 2.2%	10 2.7%	20 5.3%	8 4.1%	2 1.1%	10 5.1%	10 5.6%
10~19%	61 8.1%	32 8.2%	29 8.1%	29 7.8%	32 8.5%	15 7.7%	14 7.8%	17 8.6%	15 8.4%
20~29%	124 16.5%	73 18.7%	51 14.2%	59 15.8%	65 17.3%	34 17.5%	25 13.9%	39 19.8%	26 14.5%
30~39%	116 15.5%	63 16.1%	53 14.8%	59 15.8%	57 15.2%	33 17.0%	26 14.4%	30 15.2%	27 15.1%
40~49%	76 10.1%	43 11.0%	33 9.2%	43 11.5%	33 8.8%	28 14.4%	15 8.3%	15 7.6%	18 10.1%
50~59%	104 13.9%	56 14.3%	48 13.4%	47 12.6%	57 15.2%	27 13.9%	20 11.1%	29 14.7%	28 15.6%
60~69%	53 7.1%	20 5.1%	33 9.2%	25 6.7%	28 7.4%	9 4.6%	16 8.9%	11 5.6%	17 9.5%
70~79%	79 10.5%	39 10.0%	40 11.1%	42 11.2%	37 9.8%	17 8.8%	25 13.9%	22 11.2%	15 8.4%
80~89%	50 6.7%	17 4.3%	33 9.2%	33 8.8%	17 4.5%	9 4.6%	24 13.3%	8 4.1%	9 5.0%
90~99%	57 7.6%	30 7.7%	27 7.5%	27 7.2%	30 8.0%	14 7.2%	13 7.2%	16 8.1%	14 7.8%

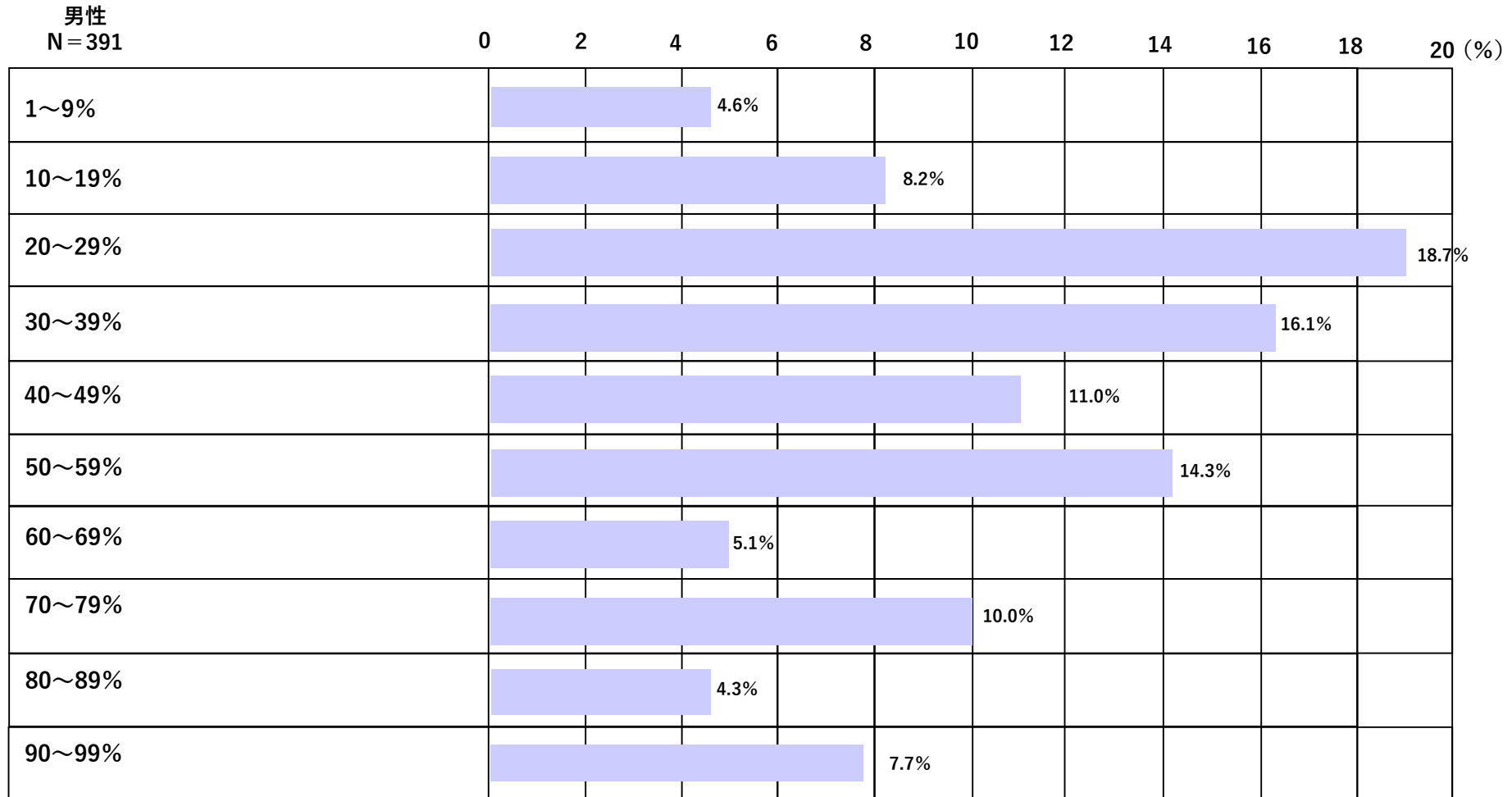
●スマートフォンの時間割合は概ね、20%、30%台が多くなっているが、突出しているわけではなく、分散傾向にある

Q13-1. 前問で【パソコンとスマートフォンの両方を利用している】を選択した方にお伺いします。プライベートな使用におけるパソコンとスマホの利用時間の大体の割合はどれくらいでしょうか（Q13-1-2. スマホ—%）



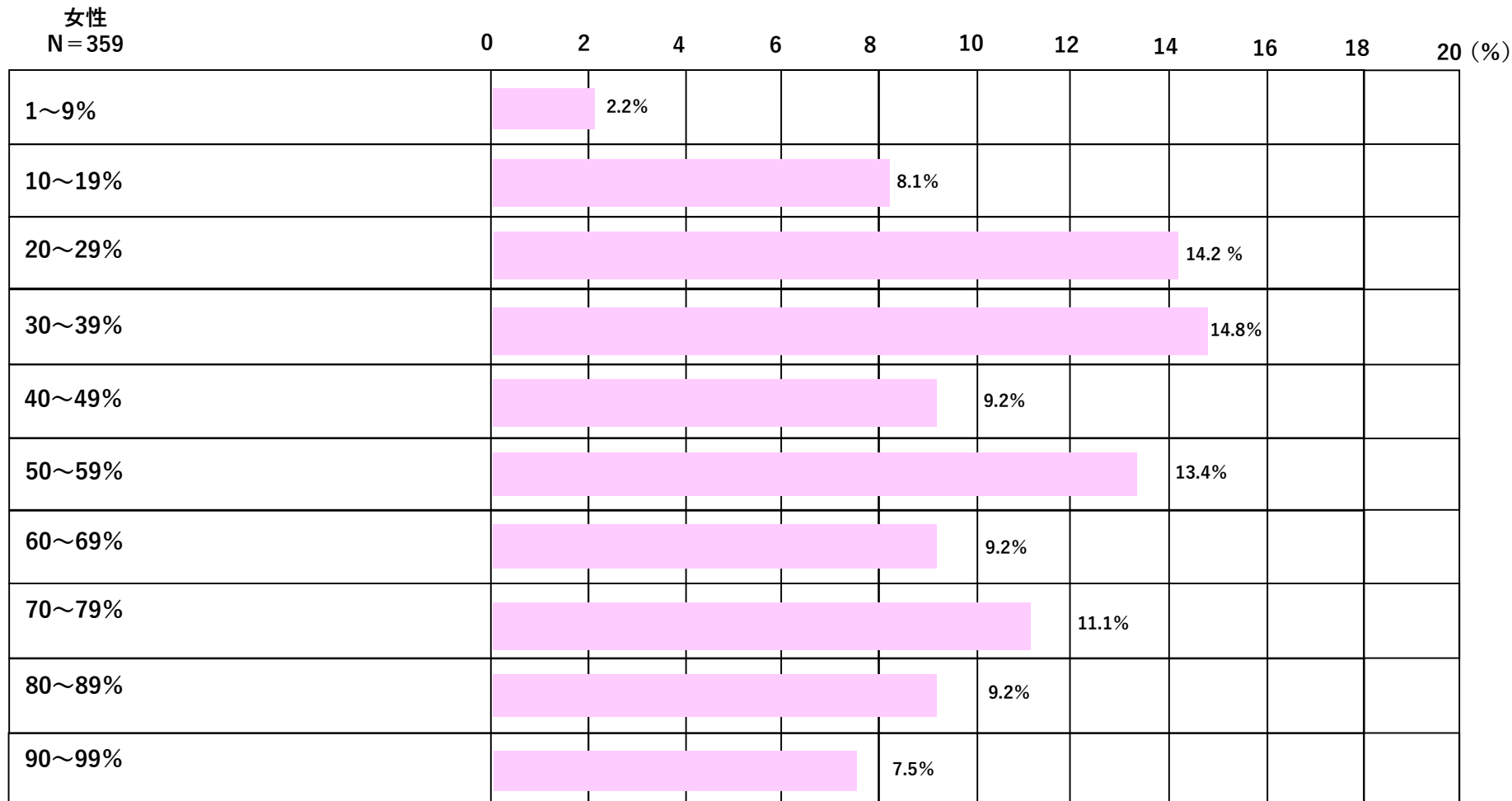
●全体傾向としては、スマートフォンの利用割合20~30%台が多いが、50%以上も一定数存在する

Q13-1. 前問で【パソコンとスマートフォンの両方を利用している】を選択した方にお伺いします。プライベートな使用におけるパソコンとスマホの利用時間の大体の割合はどれくらいでしょうか（Q13-1-2. スマホ—%）



●男性では、全体傾向と比べ、スマートフォンの利用割合20~30%台など、低い割合に多く分布している

Q13-1. 前問で【パソコンとスマートフォンの両方を利用している】を選択した方にお伺いします。プライベートな使用におけるパソコンとスマホの利用時間の大体の割合はどれくらいでしょうか (Q13-1-2. スマホ—%)

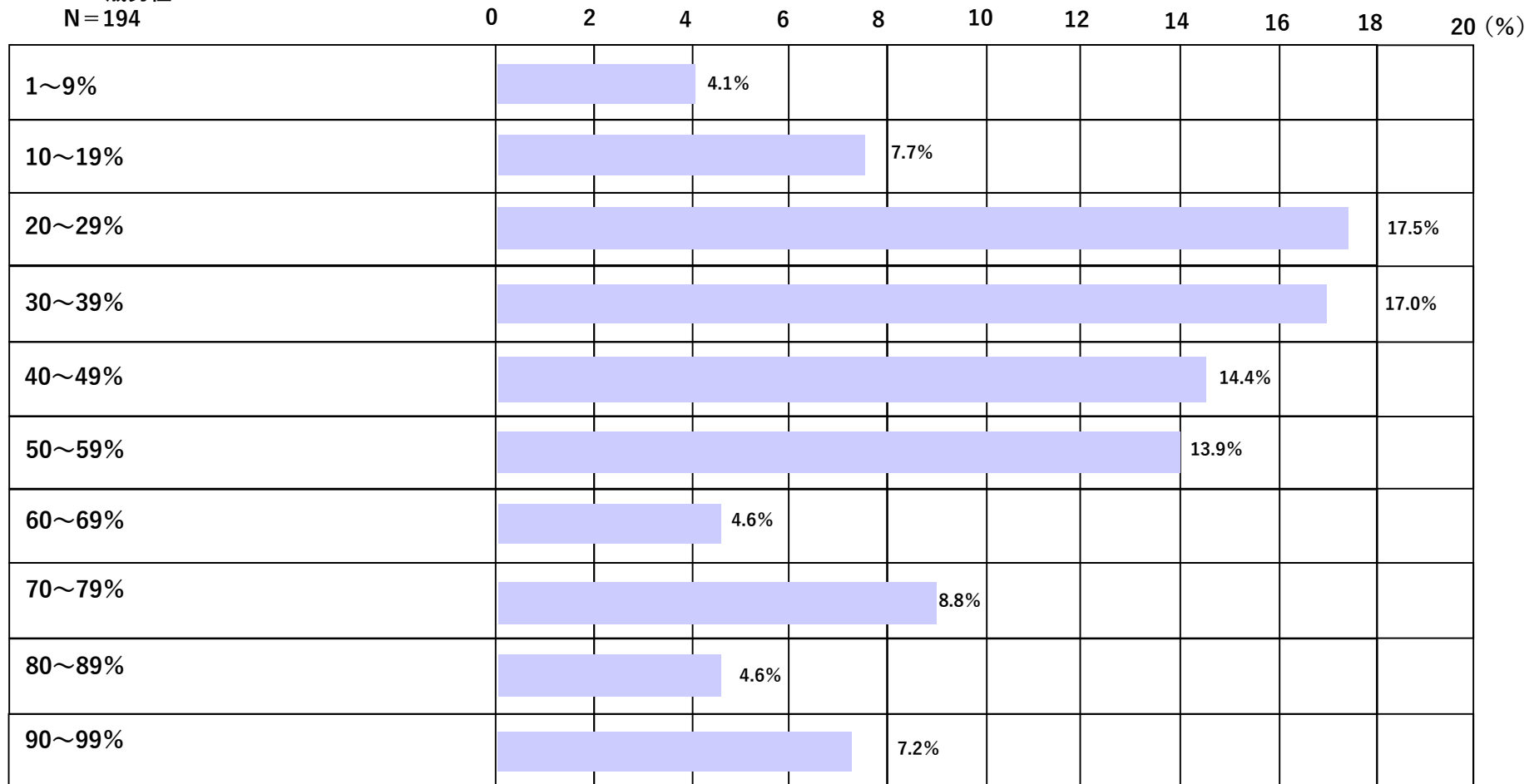


●女性では、男性と比べ、スマートフォンの利用割合60%台以上など、高い割合に多く分布している



Q13-1. 前問で【パソコンとスマートフォンの両方を利用している】を選択した方にお伺いします。プライベートな使用におけるパソコンとスマホの利用時間の大体の割合はどれくらいでしょうか（Q13-1-2. スマホ—%）

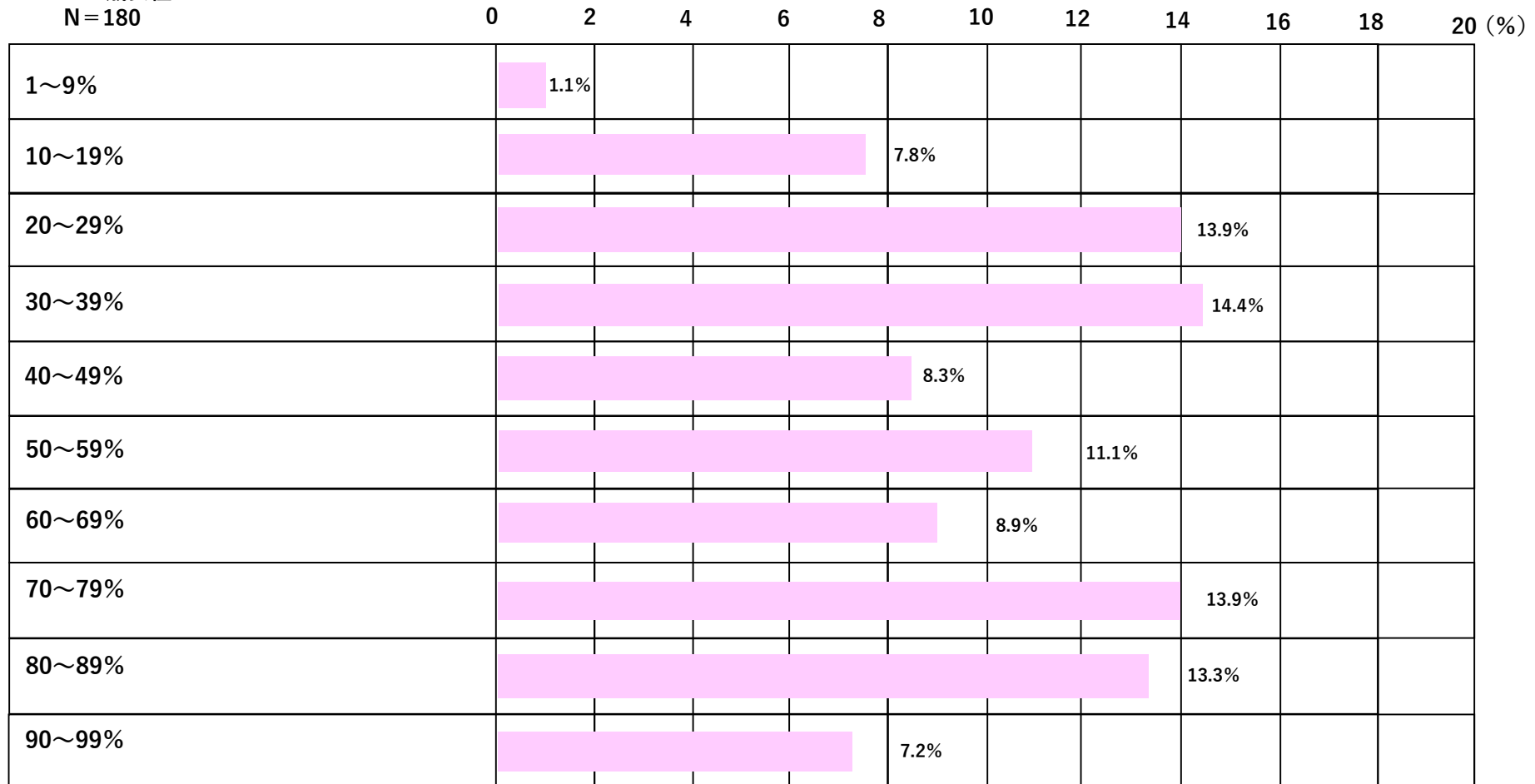
50～54歳男性  
N=194



●50～54歳男性では、約60%が利用割合20～59%のゾーンに分布している

Q13-1. 前問で【パソコンとスマートフォンの両方を利用している】を選択した方にお伺いします。プライベートな使用におけるパソコンとスマホの利用時間の大体の割合はどれくらいでしょうか（Q13-1-2. スマホ—%）

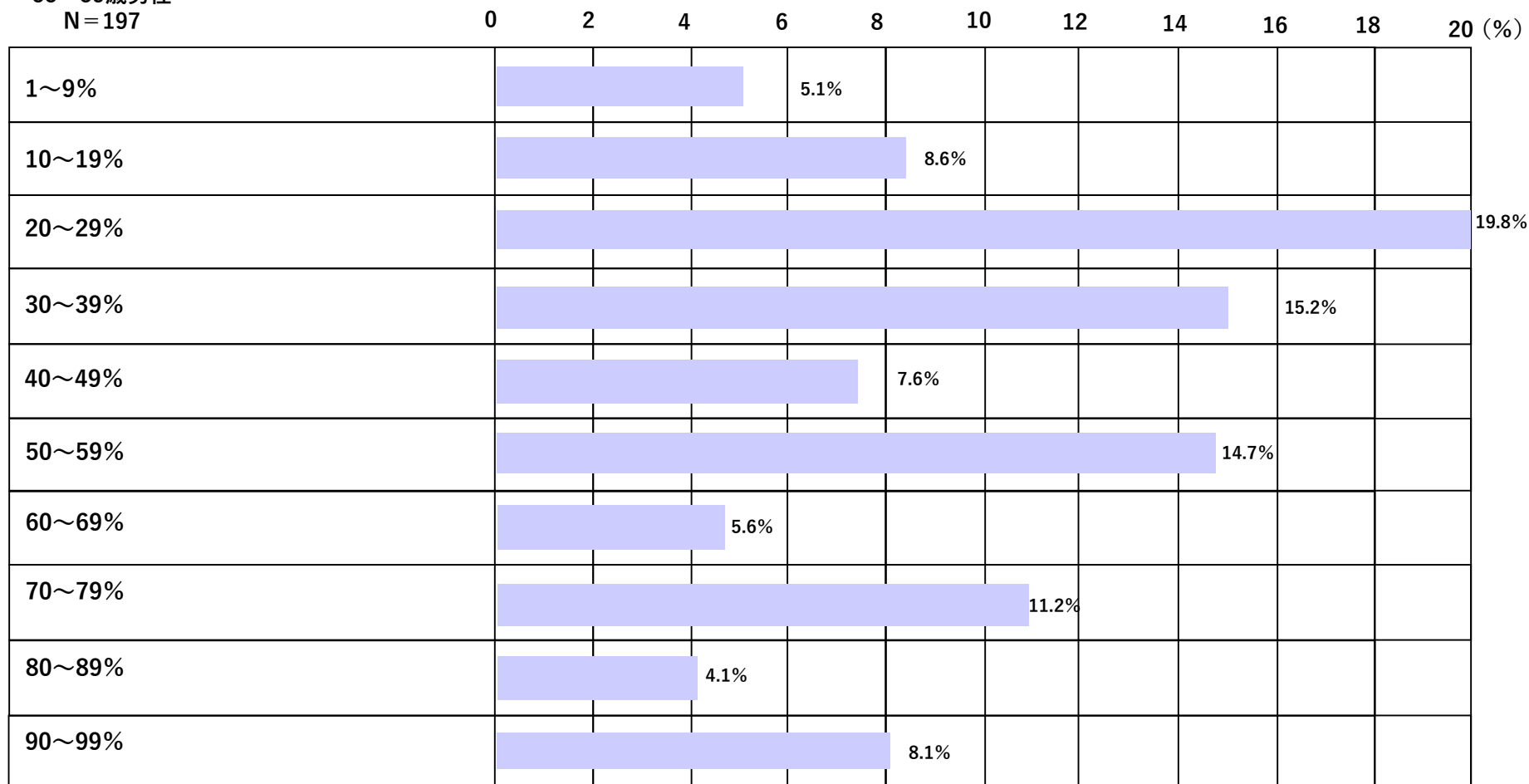
50～54歳女性  
N=180



●50～54歳女性では、幅広い利用割合ゾーンに、比較的均等に分布している

Q13-1. 前問で【パソコンとスマートフォンの両方を利用している】を選択した方にお伺いします。プライベートな使用におけるパソコンとスマホの利用時間の大体の割合はどれくらいでしょうか (Q13-1-2. スマホ—%)

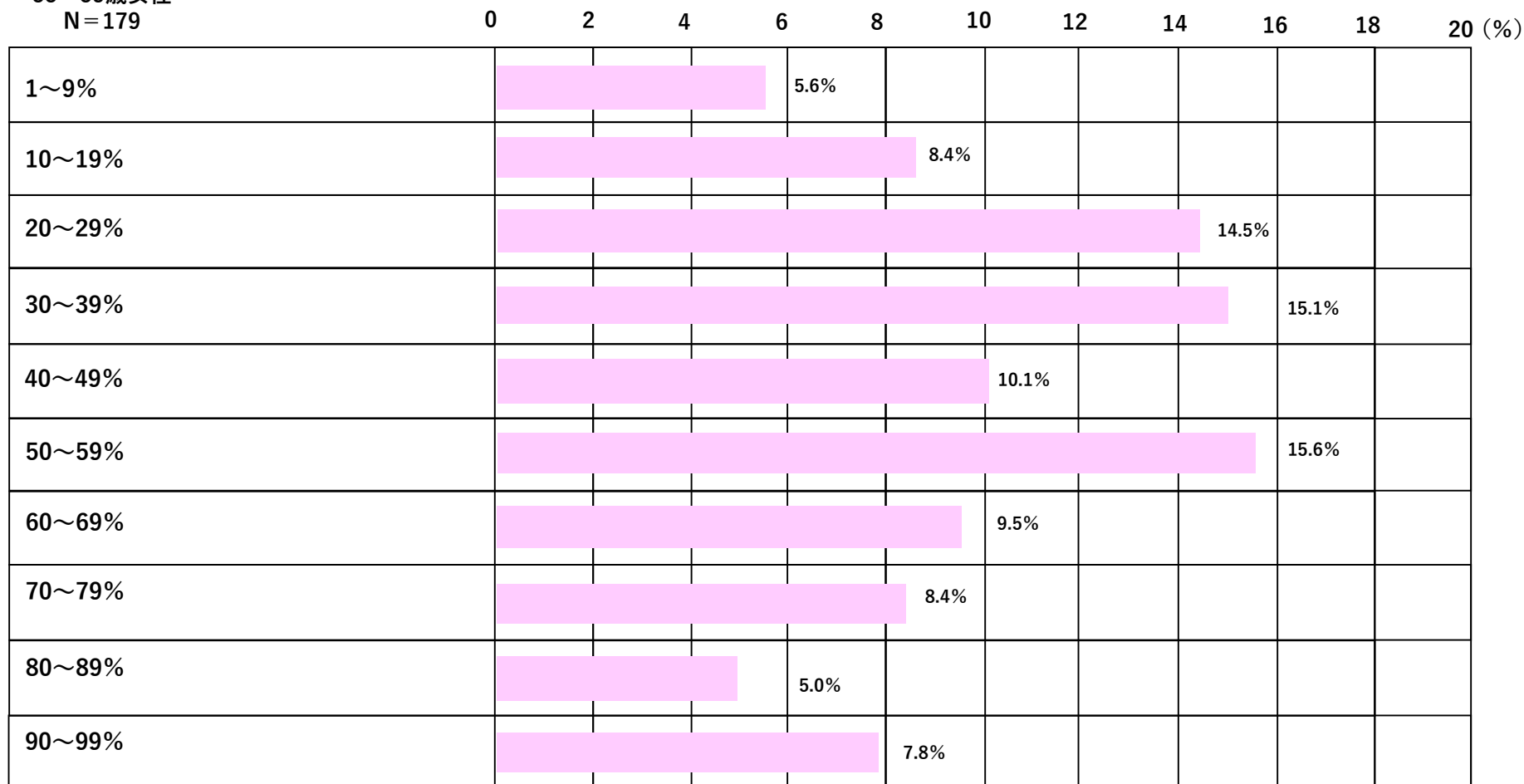
55～59歳男性  
N=197



●50～54歳男性では、幅広い利用割合ゾーンに、比較的均等に分布している

Q13-1. 前問で【パソコンとスマートフォンの両方を利用している】を選択した方にお伺いします。プライベートな使用におけるパソコンとスマホの利用時間の大体の割合はどれくらいでしょうか（Q13-1-2. スマホ—%）

55～59歳女性  
N=179



●55～59歳女性では、50～54歳女性に比べて、70%台以上のヘビーユースゾーンの割合が低くなっている