

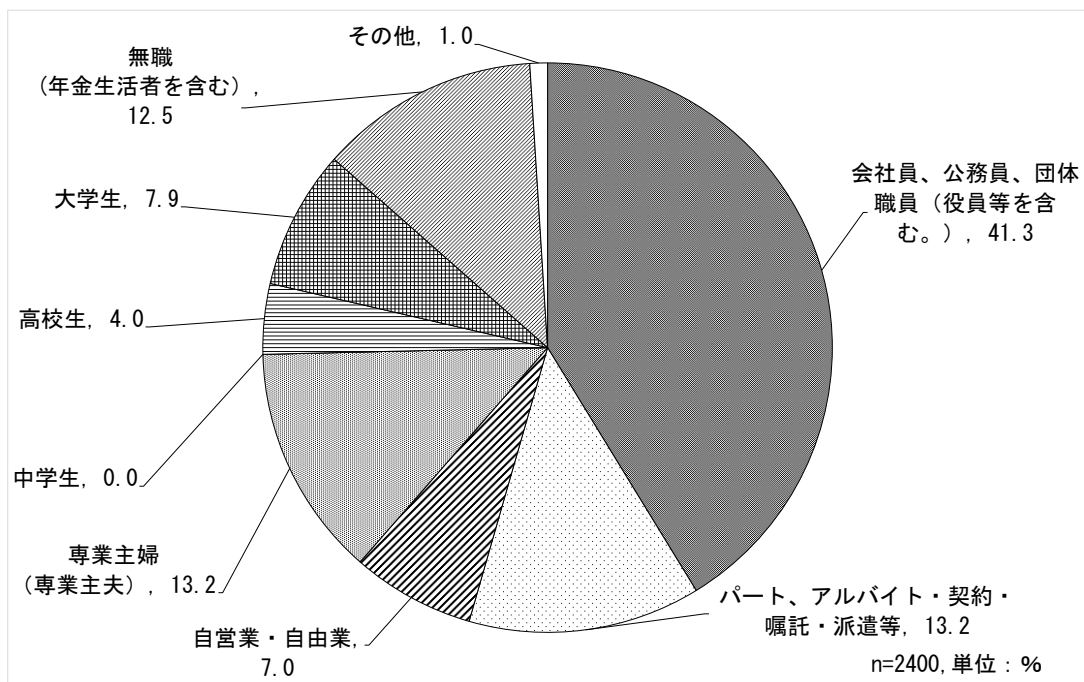
I. アンケート調査結果

1. 回答者の属性

(1) 職業

「会社員、公務員、団体職員(役員等を含む。)」が41.3%で最も多く、「パート、アルバイト・契約・嘱託・派遣等」と「専業主婦(専業主夫)」が13.2%、「無職(年金生活者を含む)」が12.5%などと続いている。

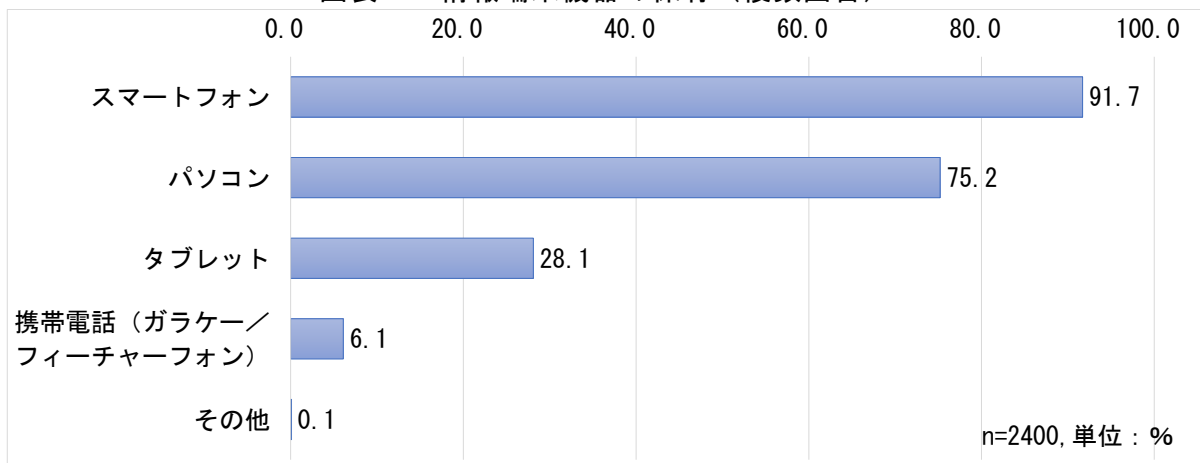
図表 1 回答者の職業



(2) 情報端末機器の保有状況

「スマートフォン」が91.7%で最も多く、「パソコン」が75.2%、「タブレット」が28.1%などと続いている。

図表 2 情報端末機器の保有(複数回答)



これを年代別にみると、「パソコン」は年齢が高くなるにしたがって保有率が高くなっており、「スマートフォン」は年代が若い方が保有率は高いものの、全世代において高い保有率となっている。

図表 3 年代別・情報端末機器の保有状況（複数回答）

年代／ 選択肢	合計 上段…人数 下段…割合%	スマートフォン	パソコン	タブレット	携帯電話（ガラケー） フィーチャーフォン	その他
全体	2400	2200	1804	675	147	1
	100	91.7	75.2	28.1	6.1	0
10代	200	195	131	81	6	0
	100	97.5	65.5	40.5	3.0	0
20代	400	380	272	106	16	1
	100	95.0	68.0	26.5	4	0.3
30代	400	366	273	115	24	0
	100	91.5	68.3	28.7	6.0	0
40代	400	369	297	112	24	0
	100	92.3	74.3	28.0	6.0	0
50代	400	361	312	96	33	0
	100	90.3	78.0	24	8.3	0
60代	400	361	341	118	27	0
	100	90.3	85.3	29.5	6.8	0
70代	200	168	178	47	17	0
	100	84.0	89.0	23.5	8.5	0

所有端末の組み合わせを見ると、「パソコン、スマートフォン」の2機種所有が45.2%と最も多く、さらにタブレットを加えた「パソコン、タブレット、スマートフォン」の組み合わせでの所有が20.6%と2割強の割合となっている。スマートフォン単体での所有も19.6%と約2割となっている。

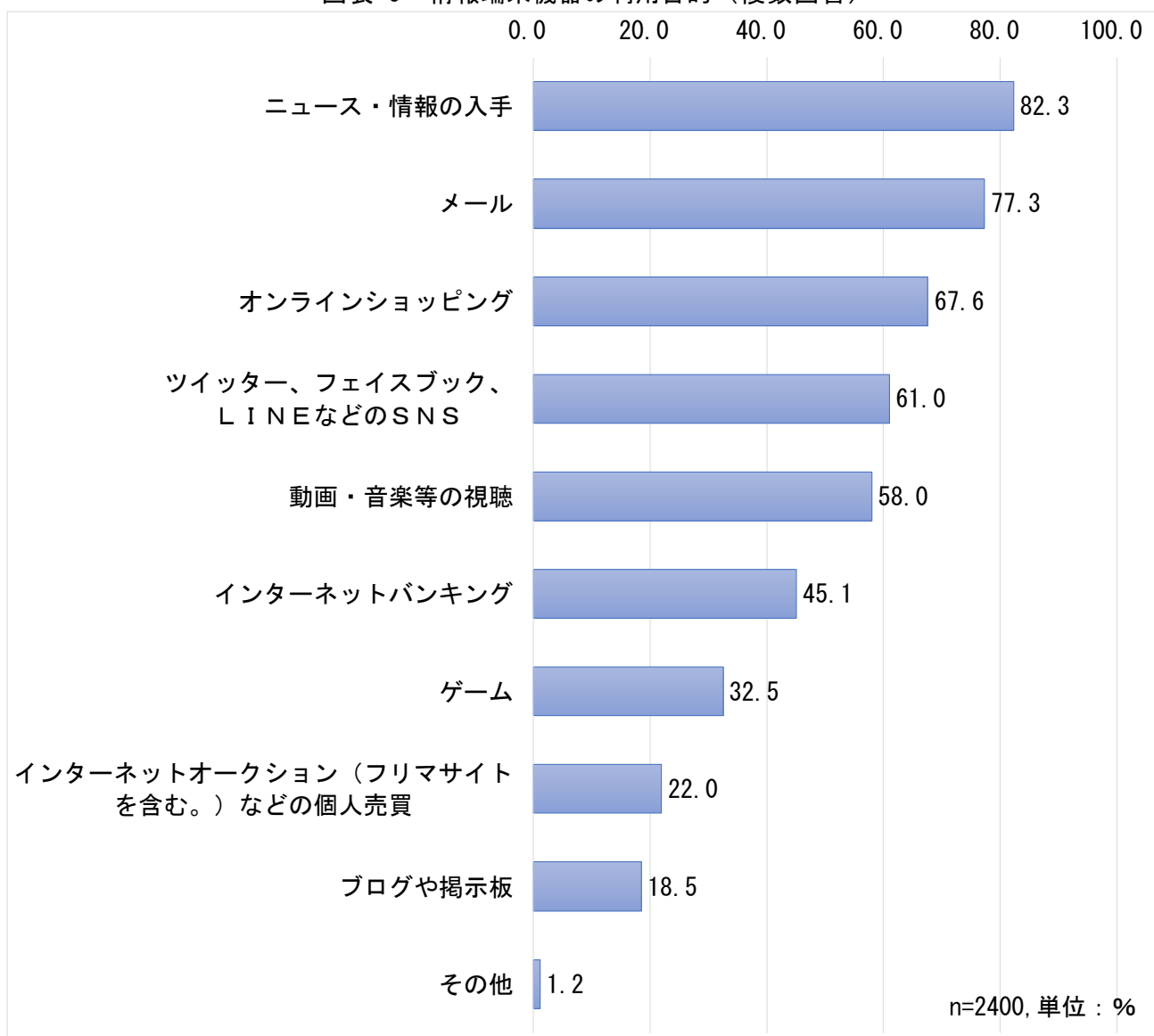
図表 4 情報端末機器の所有数（複数回答）

順位	所有している情報端末機器	件数	所有者の割合	端末数
1	パソコン、スマートフォン	1,084	45.2	2
2	パソコン、タブレット、スマートフォン	495	20.6	3
3	スマートフォン	470	19.6	1
4	タブレット、スマートフォン	91	3.8	2
5	パソコン	88	3.7	1
6	パソコン、携帯電話(ガラケー/フィーチャーフォン)	47	2.0	2
7	パソコン、タブレット、スマートフォン、携帯電話(ガラケー/フィーチャーフォン)	37	1.5	4
8	パソコン、スマートフォン、携帯電話(ガラケー/フィーチャーフォン)	20	0.8	3
9	パソコン、タブレット、携帯電話(ガラケー/フィーチャーフォン)	19	0.8	3
10	携帯電話(ガラケー/フィーチャーフォン)	14	0.6	1
11	パソコン、タブレット	13	0.5	2
12	タブレット	11	0.5	1
13	タブレット、携帯電話(ガラケー/フィーチャーフォン)	8	0.3	2
14	スマートフォン、携帯電話(ガラケー/フィーチャーフォン)	2	0.1	2
15	パソコン、タブレット、スマートフォン、その他	1	0.0	4
	総計	2,400	100	

(3) 情報端末機器の利用目的

「ニュース・情報の入手」が82.3%で最も多く、「メール」が77.3%、「オンラインショッピング」が67.6%、「ツイッター、フェイスブック、LINEなどのSNS」が61.0%などと続いている。

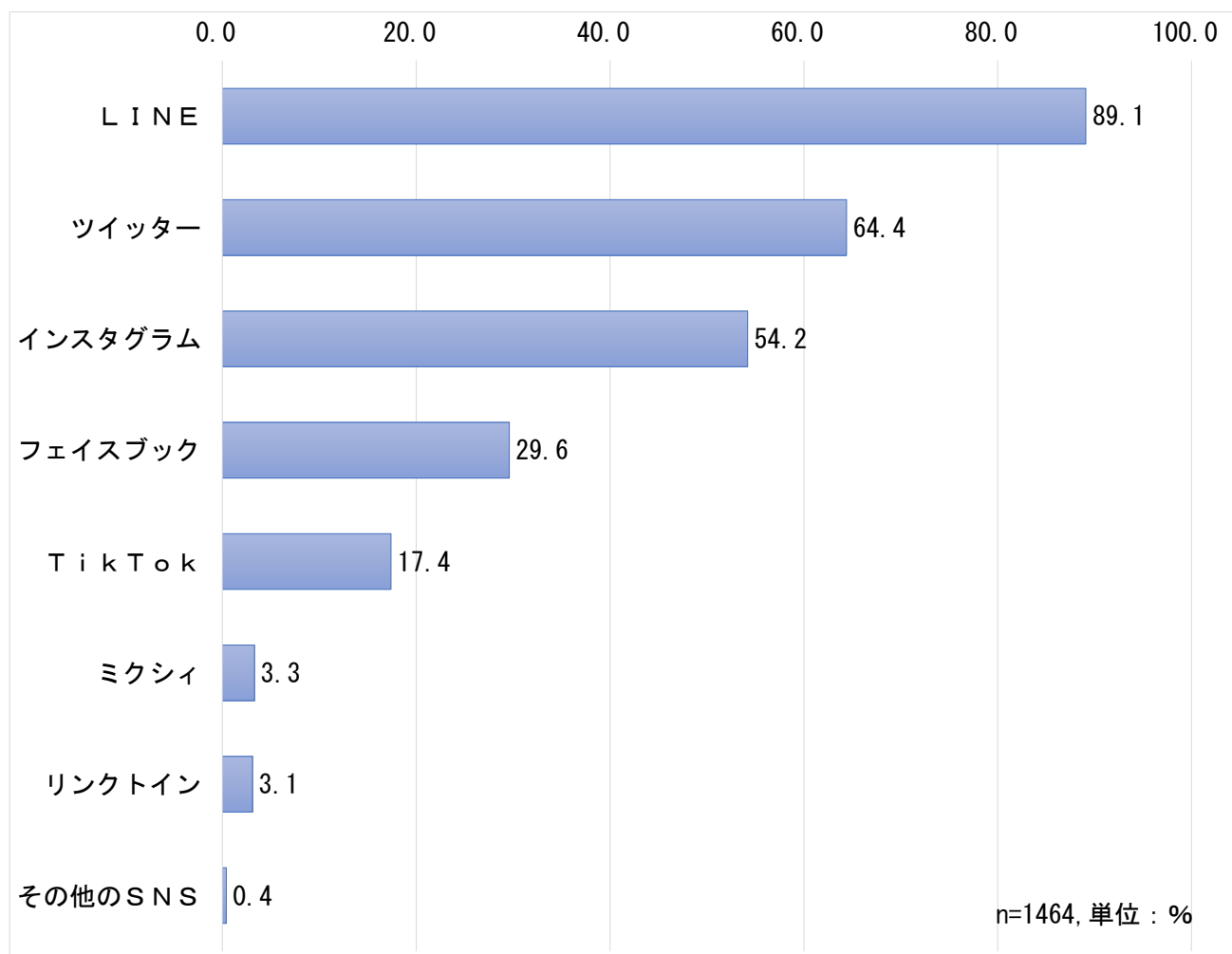
図表 5 情報端末機器の利用目的（複数回答）



(4) 日常的に活用している SNS

「情報端末機器を SNS に利用している」と答えた人(1(3)参照)が活用している SNS は、「LINE」が 89.1%で最も多く、「ツイッター」が 64.4%、「インスタグラム」が 54.2%などと続いている。

図表 6 日常的に活用している SNS (複数回答)



※n=1,464は、1(3)で「ツイッター、フェイスブック、LINEなどのSNS」を選択した人数

これを年代別に見ると、「LINE」では10代から70代まで幅広い年代でよく活用されており、「ツイッター」や「インスタグラム」では主に10代から30代の若い世代で多く活用されている。また、「フェイスブック」では、50代以上でやや割合が高くなっている。

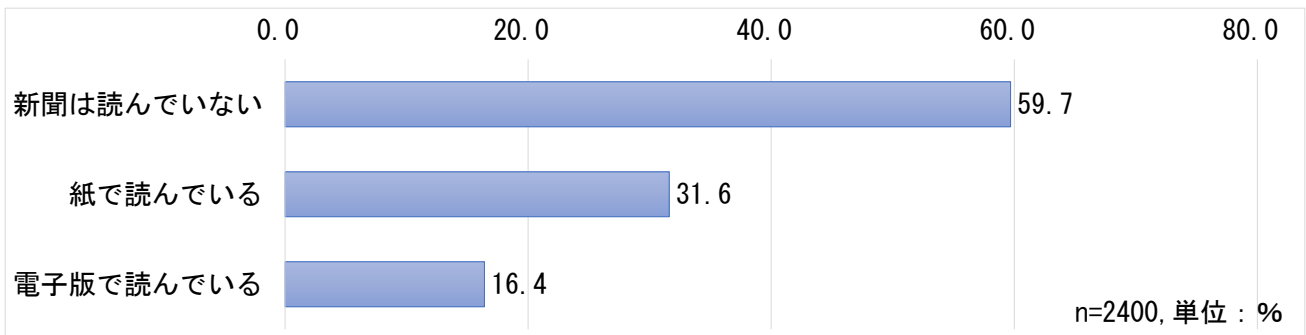
図表 7 年代別・日常的に活用している SNS（複数回答）

年代／選択肢	合計 上段 人数	下段 割合 %	LINE	ツイッター	インスタグラム	フェイスブック	TikTok	ミクシィ	リンクトイン	ミクシィ	その他
全体	1464		1304	943	794	434	255	48	46	48	6
	100		89.1	64.4	54.2	29.6	17.4	3.3	3.1	3.3	0.4
10代	182		179	147	139	17	68	3	4	3	1
	100		98.4	80.8	76.4	9.3	37.4	1.6	2.2	1.6	0.5
20代	282		260	237	210	62	79	15	13	15	1
	100		92.2	84.0	74.5	22.0	28.0	5.3	4.6	5.3	0.4
30代	278		241	206	171	92	51	7	16	7	1
	100		86.7	74.1	61.5	33.1	18.3	2.5	5.8	2.5	0.4
40代	247		209	155	117	82	27	11	8	11	1
	100		84.6	62.8	47.4	33.2	10.9	4.5	3.2	4.5	0.4
50代	225		199	110	96	87	13	9	3	9	0
	100		88.4	48.9	42.7	38.7	5.8	4.0	1.3	4.0	0
60代	188		161	71	52	69	11	1	2	1	2
	100		85.6	37.8	27.7	36.7	5.9	0.5	1.1	0.5	1.1
70代	62		55	17	9	25	6	2	0	2	0
	100		88.7	27.4	14.5	40.3	9.7	3.2	0	3.2	0

(5) 新聞の購読状況について

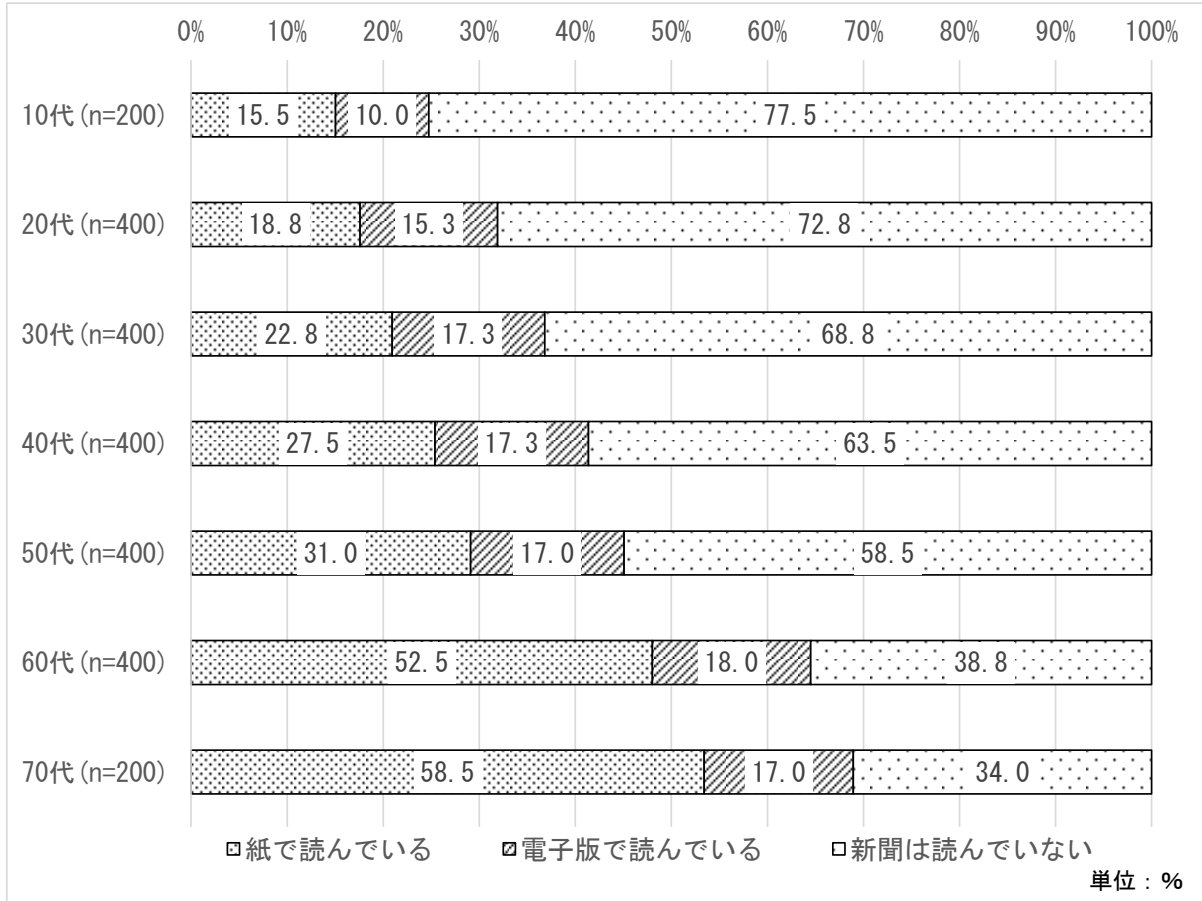
「新聞は読んでいない」が59.7%で最も多く、「紙で読んでいる」が31.6%、「電子版で読んでいる」が16.4%と続いている。

図表 8 新聞の購読状況について



これを年代別に見ると、「紙で読んでいる」割合は、年齢が高くなるほど高くなっており、「電子版で読んでいる」は、20代から70代までほぼ15%から18%と同じような割合となっている。一方、「新聞は読んでいない」は10代の77.5%と8割近い割合から、70代の34.0%まで年代が上がるごとに低下しており、その差は倍以上となっている。

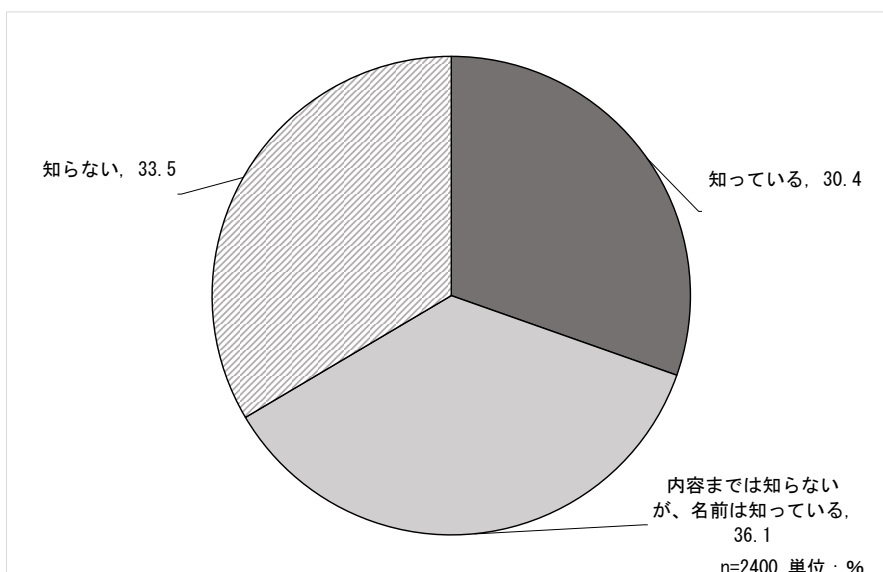
図表 9 年代別・新聞の購読状況について



(6) 「消費生活センター」又は「消費生活相談窓口」の認知度

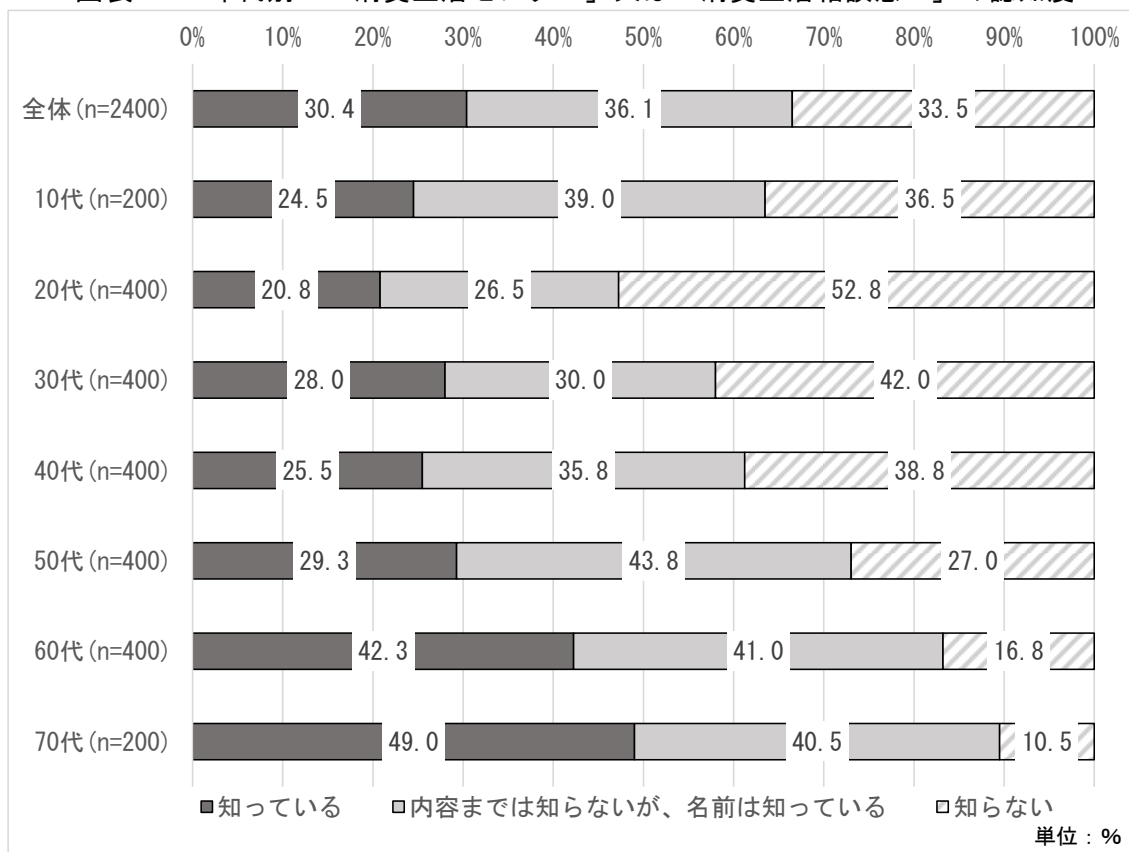
「知っている」が30.4%、「内容までは知らないが、名前は知っている」が36.1%で、合わせて約3分の2となり、「知らない」は33.5%となった。

図表 10 「消費生活センター」又は「消費生活相談窓口」の認知度



これを年代別に見ると、「消費生活センター」又は「消費生活相談窓口」を知っている人の割合は60代、70代で高く、70代では49%と半数近くの人が知っているとしている。これに、「内容までは知らないが、名前は知っている」を合わせると、60代、70代の認知度は他の年代に比べ高くなっている。一方、20代、30代では、「知らない」とする人がそれぞれ52.8%、42.0%となっており、認知度が低くなっている。

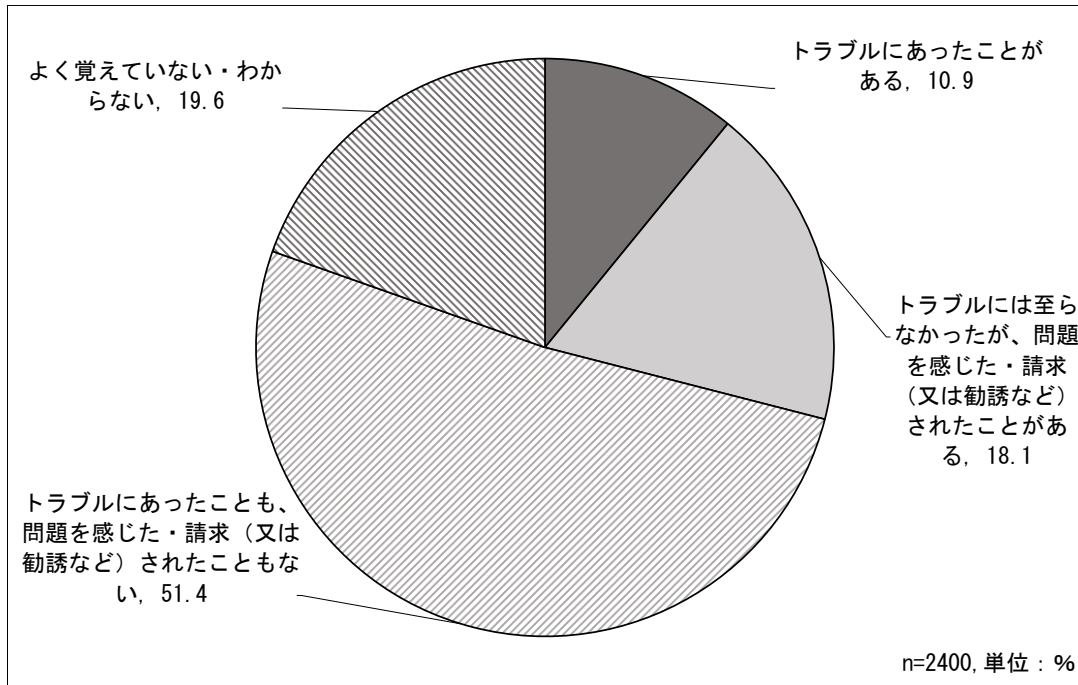
図表 11 年代別・「消費生活センター」又は「消費生活相談窓口」の認知度



(7) 消費者トラブルの経験

「トラブルにあったことも、問題を感じた・請求(又は勧誘など)されたこともない」が51.4%で最も多く、「よく覚えていない・わからない」が19.6%で、合わせて約7割となった。「トラブルにあったことがある」は10.9%、「トラブルには至らなかったが、問題を感じた・請求(又は勧誘など)されたことがある」が18.1%で、合わせて約3割となっている。

図表 12 消費者トラブルの経験



これを年代別に見ると、「トラブルにあったことがある」と回答した人は、30代と50代から70代にかけてやや多くなっている。同様に、「トラブルには至らなかったが、問題を感じた・請求(又は勧誘など)されたことがある」は、50代から70代が多く、70代では25.5%と4人に1人の割合になっている。

図表 13 年代別・消費者トラブルの経験

年代/ 選択肢	合計	トラブルにあったことがある	トラブルには至らなかったが、問題を感じた・請求(又は勧誘など)されたことがある	トラブルにあったことも、問題を感じた・請求(又は勧誘など)されたこともない	よく覚えていない・わからない
	上段:人数 下段:割合%				
全体	2400	261	435	1233	471
	100	10.9	18.1	51.4	19.6
10代	200	9	25	117	49
	100	4.5	12.5	58.5	24.5
20代	400	31	51	198	120
	100	7.8	12.8	49.5	30.0
30代	400	59	67	182	92
	100	14.8	16.8	45.5	23.0
40代	400	38	68	224	70
	100	9.5	17.0	56.0	17.5
50代	400	53	84	184	79
	100	13.3	21.0	46.0	19.8
60代	400	46	89	224	41
	100	11.5	22.3	56.0	10.3
70代	200	25	51	104	20
	100	12.5	25.5	52.0	10.0