

インターネットの利用動向に関する実態調査 2010 年

ーワールドインターネットプロジェクト・日本調査報告書ー

平成 22 年 11 月

ワールドインターネットプロジェクト・日本チーム

目次

1章	調査の概要	1
2章	ネット利用の概況	3
3章	PC, 携帯でのサービス利用	7
4章	ネット利用の対人関係への影響	10
5章	インターネットリテラシーと不安感	16
6章	情報源、娯楽手段としてのメディアと信頼できる情報の割合に関する認識	22
7章	インターネットと政治意識	34
	付属資料：調査票（単純集計表付き）	47

ワールドインターネットプロジェクト・日本チームメンバー

三上俊治	東洋大学社会学部	教授	
(ワールドインターネットプロジェクト・ジャパン代表)			
橋元良明	東京大学情報学環	教授	(3章)
吉井博明	東京経済大学コミュニケーション学部	教授	(4章)
遠藤薫	学習院大学法学部政治学科	教授	(7章)
石井健一	筑波大学大学院システム情報工学研究科	准教授	(2章)
木村忠正	東京大学総合文化研究科	准教授	(6章)
小笠原盛浩	東京大学情報学環	助教	(1章、5章)

1. 調査の概要

1.1 調査の目的

本調査（「インターネットの利用動向に関する調査」）は、アメリカの UCLA を中心に世界 28 カ国と共同で取り組んでいるワールドインターネットプロジェクト（WIP: World Internet Project）の一環として行われたものであり、2010 年 1 月時点での日本全国のインターネット利用実態を明らかにするとともに、他国の利用状況との比較研究を可能にすることを目的としている。

1.2 調査内容

2009 年の WIP 国際会議において合意された国際共通設問をもとに、以下の項目についてたずねている（詳細は末尾添付の調査票参照）

- (1) メディア利用時間
- (2) インターネット利用の有無と利用時間
- (3) PC インターネットの各種サービスの利用頻度
- (4) 目的別の PC インターネット利用状況
- (5) アクセスしている PC サイト・携帯サイト
- (6) 携帯インターネットの各種サービスの利用頻度
- (7) IT リテラシー・情報選択力
- (8) インターネットを利用しない理由
- (9) メディアの重要性・信頼性評価
- (10) インターネット利用に対する不安意識
- (11) インターネットと政治・社会意識
- (12) 対人コミュニケーション時間

1.3 調査対象

- ・ 母集団 : 全国の満 15 歳以上 69 歳未満の男女
- ・ 標本数 : 525 (35 地点×15 標本)
- ・ 抽出方法 : ランダム・ロケーションクォータサンプリング
2009 年 3 月の住民基本台帳データにもとづいて市区町村を都市規模（政令指定都市、市部（20 万人以上）、市部（10 万人以上 20 万人未満）、市部（10 万人未満）、町村）で分類後、人口比で地点数を割り当て、

各規模での地点を無作為に抽出する。

さらに日本の総人口の性・年齢層の構成にもとづき性×年齢層別に必要標本数を算出し、各地点の必要標本数（15 標本）を性・年齢層別に割り当てる。

調査地点では、調査を開始する住宅を調査員が任意に選定し、隣接した家には訪問しない、集合住宅の場合 1 棟から抽出する標本は 5 標本まで、（標本回収率により訪問戸数は 5 戸以上になりうる）との基準で、順番に訪問を行い、調査協力を依頼する。

1.4 調査実施期間

2010 年 1 月 15 日（金）～1 月 27 日（水）

1.5 調査方法

調査員による訪問留置回収法

1.6 成功率

調査員が調査依頼した件数のうち、標本回収に成功した比率は 15.1%
（訪問件数 3468 件中、525 標本回収）

2. ネット利用の概況 (q1-4、6)

2.1 インターネットの利用率

インターネットの普及率をみるため表 1.1 の 4 問でパソコンと携帯電話におけるインターネット利用を把握した。このうちの少なくとも一つを行っていた人は、84.2%であった。パソコンのみの利用率は 63.4%, 携帯電話のみの利用率は 80.8%であった。前回の WIP 調査と比較すると、携帯電話によるインターネット利用が浸透しつつあることが確認できる。

これらの四種類のインターネット利用が、相互にどのような関係にあるのかをみるため、対数線形モデル（飽和モデル）で分析してみた。その結果が表 2.2 に示されている。二次以上の項で有意になったのは、 $m1*m2$ 、 $m3*m4$ 、 $m1*m2*m4$ であり、二次の効果ではいずれもパソコンとパソコン、携帯電話と携帯電話の同じメディア組み合わせであった。 $m1*m2*m4$ の項は、パソコンでメールとウェブの両方とも利用している人は携帯電話のウェブ利用も行うことが多い傾向を示している。ただし、これらの結果は、パソコンと携帯電話のインターネット利用の間の相互の効果は意外に低いということを示している。

普及に影響している要因を分析するため、パソコンと携帯電話に分けて、インターネットの普及率に対してロジスティック回帰分析を行なった結果を 2005 年と比較した（2005 年の結果は、Ishii[2008]）。2010 年と 2005 年の結果を比較すると、以下のような変化が見られる。

- 2010 年では、PC インターネット利用において都市規模の影響が見られなくなっている。
- 2010 年では、PC インターネット利用において職業の影響がなくなっている。
- 2010 年では、携帯電話インターネット利用において、収入の影響がみられるようになった（高収入がよく利用）。
- 2005 年には、人口規模でパソコンインターネットの利用率が異なるという影響が見られた（100 万人以上の都市で利用率が高い）が、2010 年にはこうした影響は見られなくなっている。

場所別のインターネット利用率を求めた結果が表 2.5 である。自宅でのパソコン・インターネットの利用率が 65.2%、職場でのパソコン・インターネット利用率は、28.3%であった。ただし、職場では利用者の平均利用時間は 129 分と長く、平均利用時間では両者の差は小さくなる。

表 2.1 インターネット利用行動のタイプ別普及率

利用行動のタイプ	利用率 (%)
1. パソコンで、インターネットの E メールを見たり、送ったりする。	49.5
2. パソコンで、インターネットのウェブサイトを見たり、ウェブサイトを書き込んだりする	62.3
3. 携帯電話で、メールを見たり、送ったりする	80.4
4. 携帯電話で、インターネットのウェブサイトやケータイサイトを見たりサイトを書き込んだりする	61.1
5. いずれも利用していない	15.8

表 2.2 4 種類のインターネット利用の対数線形分析

効果	パラメーター推定値	有意水準
m1*m2*m3*m4	0.378	0.038
m1*m2*m3	-0.101	0.578
m1*m2*m4	0.447	0.014
m1*m3*m4	0.232	0.204
m2*m3*m4	-0.018	0.923
m1*m2	0.927	0.000
m1*m3	0.046	0.803
m2*m3	0.167	0.359
m1*m4	0.222	0.223
m2*m4	0.260	0.154
m3*m4	0.775	0.000
m1	0.408	0.025
m2	-0.474	0.009
m3	-1.174	0.000
m4	0.263	0.149

m1:パソコンで、インターネットの E メールを見たり、送ったりする。

m2:パソコンで、インターネットのウェブサイトを見たり、ウェブサイトを書き込んだりする

m3:携帯電話で、メールを見たり、送ったりする

m4:携帯電話で、インターネットのウェブサイトやケータイサイトを見たりサイトを書き込んだりする

表 2.3 パソコンインターネットの利用を従属変数とする Logistic 回帰(標準化回帰係数)

	2005 年の結果		2010 年の結果	
性別(男性=1, 女性=2)	-0.10	**	-0.56	***
年齢	-0.39	***	-0.80	***
教育年数	0.37	***	0.83	***
職業(フルタイム)	0.17	***	-0.15	
世帯収入(100 万円)	0.20	***	0.43	**
地域(人口 100 万以上=1)	0.08	**	-0.08	

表 2.4 携帯電話インターネットの利用を従属変数とする Logistic 回帰(標準化回帰係数)

	2005 年の結果		2010 年の結果	
性別(男性=1, 女性=2)	0.25	***	-0.04	
年齢	-0.51	***	-1.92	***
教育年数	0.21	***	0.56	**
職業(フルタイム)	0.06		-0.22	
世帯収入(100 万円)	0.03		0.35	*
地域(人口 100 万以上=1)	-0.02		-0.22	

表 2.5 場所別のインターネット利用率・利用時間

	利用率	利用者平均利用時間(分)	全平均利用時間
パソコンによる利用			
①自宅	65.2	82.2	53.5
②(自宅以外の)職場	28.3	129.3	36.6
③学校	4.3	87.1	3.7
④移動中	0.9	52.5	0.5
⑤その他の場所(インターネットカフェ、友人の家、図書館など)	2.0	51.1	1.0
携帯電話による利用			
①自宅	85.5	47.6	40.7

②(自宅以外の)職場	34.2	37.7	12.9
③学校	9.3	81.8	7.6
④移動中	41.4	27.7	11.5
⑤その他の場所(インターネットカフェ、友人の家、図書館など)	13.3	34.1	4.6

2.2 コンテンツ別の利用率と利用頻度

テレビ等のマスメディアの利用率・利用時間（問 1）の結果をまとめたものが表 2.6 である。また、問 6 のインターネット（パソコンと携帯電話の両方を含む）のコンテンツ別の利用率と利用頻度をまとめたものが表 2.7 である。コンテンツの中では、ニュースの利用率が最も高く、ブログがこれに次いでいる。

表 2.6 マス・メディアの利用率と利用時間

	利用率(%)	利用者平均	全平均
(1)テレビを見る	98.3	212.9	209.3
(2)ラジオを聴く	32.2	148.8	47.9
(3)新聞を読む	73.7	40.0	29.5

表 2.7 コンテンツ別の利用率と利用時間

	利用率(%)	月当たり頻度	標準偏差
(1)(地域、全国、海外の)ニュースを知る	56.2	29.3	58.3
(2)旅行の情報を得る	4.6	1.0	4.2
(3)求人情報を得る	2.7	1.2	14.8
(4)笑い話、マンガなどおもしろいコンテンツを探す	13.1	4.5	21.8
(5)健康についての情報を得る	6.9	1.3	5.8
(6)ブログを読む	27.2	15.6	54.6

3. PC, 携帯でのサービス利用

3.1 パソコン、携帯からアクセスするウェブサイト

調査では主な 15 サイトについて、PC、携帯のそれぞれからアクセスの有無を質問した(複数回答)。

表 3.1.1 パソコン、携帯からアクセスするウェブサイト【複数回答】
(母数はネット利用者の 442)

	PC インターネット		携帯インターネット	
楽天市場	191	43.2%	52	11.8%
Yahoo! オークション	178	40.3%	42	9.5%
価格.com	119	26.9%	16	3.6%
Amazon	134	30.3%	20	4.5%
ぐるなび	96	21.7%	47	10.6%
ミクシィ(mixi)	63	14.3%	63	14.3%
GREE	8	1.8%	52	11.8%
モバゲータウン	9	2.0%	45	10.2%
2ちゃんねる	76	17.2%	27	6.1%
Yahoo!みんなの政治	5	1.1%	0	0.0%
Wikipedia(ウィキペディア)	134	30.3%	33	7.5%
YouTube	168	38.0%	39	8.8%
ニコニコ動画	92	20.8%	17	3.8%
Gyao	72	16.3%	9	2.0%
Twitter	16	3.6%	6	1.4%
無回答	151	34.2%	273	61.8%
合計	442	100.0%	442	100.0%

表に示されるとおり、PC 経由では「楽天市場」(43.2%)、「Yahoo!オークション」(40.3%)、「YouTube」(38.0%)などの利用率が高い。携帯経由ではいずれも PC 経由より利用率は下がるが、その中で「ミクシィ」(14.3%)、「GREE」(11.8%)、「モバゲータウン」(10.2%)の若者向けの SNS の利用率が高くなっている。

なお、PC からのアクセスの場合、この中で男女別にみて、楽天市場は男性より女性の利用率が高く($p<.05$)、価格.com($p<.01$)、Wikipedia($p<.01$)、YouTube($p<.05$)、ニコニコ動画($p<.05$)は男性

の方が利用率が高かった。携帯からのアクセスでは楽天市場のみ有意差があり、男性より女性の方が利用率が高かった(p<.01)。

3.2 様々なサービス利用の頻度

表 3.2.1 さまざまなネットサービスの利用頻度

	ほぼ毎日	週に数回	月に数回	月に1回以下	利用していない	月平均利用頻度
携帯電話で通話をする	50.7%	32.8%	10.9%	2.0%	3.6%	77.9
携帯電話でメールをやりとりする	62.4%	25.6%	3.8%	3.2%	5.0%	179.8
携帯電話でニュースサイトを見る	18.8%	15.8%	9.0%	6.6%	49.8%	14.5
携帯電話で動画投稿サイトを見る	2.5%	3.8%	6.1%	5.4%	82.1%	2.2
携帯電話でmixiなどのSNSを見る	9.7%	4.1%	2.3%	2.3%	81.7%	13.5
携帯電話でブログを見る	6.1%	8.1%	4.3%	5.2%	76.2%	9.3
携帯電話で2ちゃんねるなどの大規模電子掲示板を見る	2.0%	3.4%	2.3%	5.9%	86.4%	1.3
携帯電話で写真を撮る	4.5%	22.4%	28.5%	23.1%	21.5%	6.3
携帯電話で写真を送る	2.9%	11.1%	20.4%	28.1%	37.6%	3.0
携帯電話で動画を見る	2.0%	5.4%	10.4%	13.8%	68.3%	1.8
携帯電話で音楽を再生する	2.9%	13.6%	7.9%	12.2%	63.3%	3.4
携帯電話でQRコードを読み取る	0.7%	2.5%	12.9%	27.8%	56.1%	1.1
携帯電話でGPSを利用する	0.5%	1.6%	4.5%	12.4%	81.0%	0.6
携帯電話の電子マネーや決済機能を利用する(おサイフケータイ)	1.4%	0.7%	0.9%	2.5%	94.6%	2.3
携帯電話でテレビを見る	1.8%	8.4%	10.2%	16.3%	63.3%	1.7
パソコンでメールをやりとりする	17.0%	13.8%	10.0%	12.9%	46.4%	38.6
パソコンでニュースサイトを見る	23.3%	17.4%	10.4%	11.8%	37.1%	19.3
パソコンで動画投稿サイトを見る	6.1%	12.9%	10.2%	10.9%	60.0%	4.8
パソコンでmixiなどのSNSを見る	4.8%	6.6%	2.0%	6.1%	80.5%	3.7
パソコンでブログを見る	10.4%	10.9%	10.4%	10.9%	57.5%	8.9
パソコンで2ちゃんねるなどの大規模電子掲示板を見る	3.6%	5.7%	5.9%	10.2%	74.7%	3.0

表 3.2.1 は様々なネットサービスの利用頻度をみたものである(母数はネット利用者の442)。なお、「月平均利用頻度」とは、「ほぼ毎日」と答えた人の場合、1日の利用回数×30、「週に数回」は8、「月に数回」は2.5、「月に1回以下」は0.5、「利用していない」は0として月あたりの平均利用頻度を算出した。

この中で男女に有意差があったのは以下の項目である(数値は月換算頻度、*:p<.05、**:p<.01、***:p<.001)。

携帯電話で通話をする 男性 94.0 女性 60.9**

携帯電話でメールをやりとりする 男性 111.2 女性 252.2 *

携帯電話でmixiなどのSNSを見る 男性 7.9 女性 19.4*

携帯電話で2ちゃんねるなどの大規模電子掲示板を見る 男性 2.1 女性 0.4*

携帯電話で写真を撮る 男性 3.6 女性 9.3**

携帯電話で写真を送る 男性 1.9 女性 4.2*

パソコンでメールをやりとりする 男性 65.3 女性 10.4 ***

パソコンでニュースサイトを見る 男性 28.3 女性 9.8***

パソコンで動画投稿サイトを見る 男性 7.1 女性 2.4**

パソコンで2ちゃんねるなどの大規模電子掲示板を見る 男性 4.9 女性 1.0**

3.3 携帯サービスの利用

表 3.3.1 は携帯電話を通じたサービス利用率を示したものである(母数はネット利用者の 442)。

表にみられるとおり、「天気予報」「着うた・着メロ」「検索サイト」の利用率がとくに高い。また、「着うた・着メロ」「割引クーポン」は男性より女性、「地図・ナビゲーション」「ワンセグ放送」は女性より男性の方が利用率が高い。

	利用率(%)			
	全体	男性	女性	有意差
検索サイト	43.4	44.9	41.9	
ケータイ小説	12.7	10.1	15.4	
ケータイマンガ	8.6	6.1	11.2	
天気予報	55.9	57.7	54.0	
乗り換え案内	32.4	32.6	32.1	
地図・ナビゲーション	30.5	35.2	25.6	*
着うた・着メロ	52.5	45.8	59.5	**
その他音楽配信サイト	13.8	11.0	16.7	
一行ニュース	17.0	17.1	16.7	
待ち受け画面サイト	24.4	20.7	28.4	
割引クーポン	30.1	25.6	34.9	*
アプリのゲーム	29.9	30.8	28.8	
オンラインゲーム	12.4	14.1	10.7	
ワンセグ放送	25.3	31.7	18.6	**
ケータイ辞書	21.7	20.7	22.8	

4. ネット利用の対人関係への影響

4.1 接触・連絡の機会の増減

インターネットを利用することによって、人と接触したり連絡したりする機会がどのように変化（増減）したかについて尋ねた。対象となる人は、①趣味・娯楽が同じ人、②同じような政治的関心をもつ人、③同じような宗教的関心をもつ人、④家族、⑤友人、⑥同じような仕事をもっている人という6つのカテゴリーに分けた。全体として「そのような人はいない」や「変わらない」という回答が併せて8割前後と非常に多く、これらを除くと「増加」（「かなり増えた」と「少し増えた」の合計）の方が「減少」（「かなり減った」と「少し減った」の合計）より多くなっている。対象となるすべての人について減少と回答した割合は、0～1.6%の範囲内に留まっており、インターネットの利用によって対人接触や連絡が減少することはほとんどない（「インターネットパラドックス」に陥ったと回答した人はほとんどないということでもある）。他方、増加の割合については、対象となる人による違いが大きく、図4.1.1に示したように、「友人」(30.8%)と「趣味・娯楽が同じ人」(21.9%)で接触や連絡が増加したとする回答が多い。また、「家族」(17.9%)と「同じような仕事をもっている人」(16.5%)も7人に1人程度は接触や連絡が増えたと回答している。「同じような政治的関心をもつ人」や「同じような宗教的関心をもつ人」はもともと「そのような人はいない」という回答が7～8割もいる上、「そのような人がある」場合でも「変わらない」と回答した人がほとんどであった。

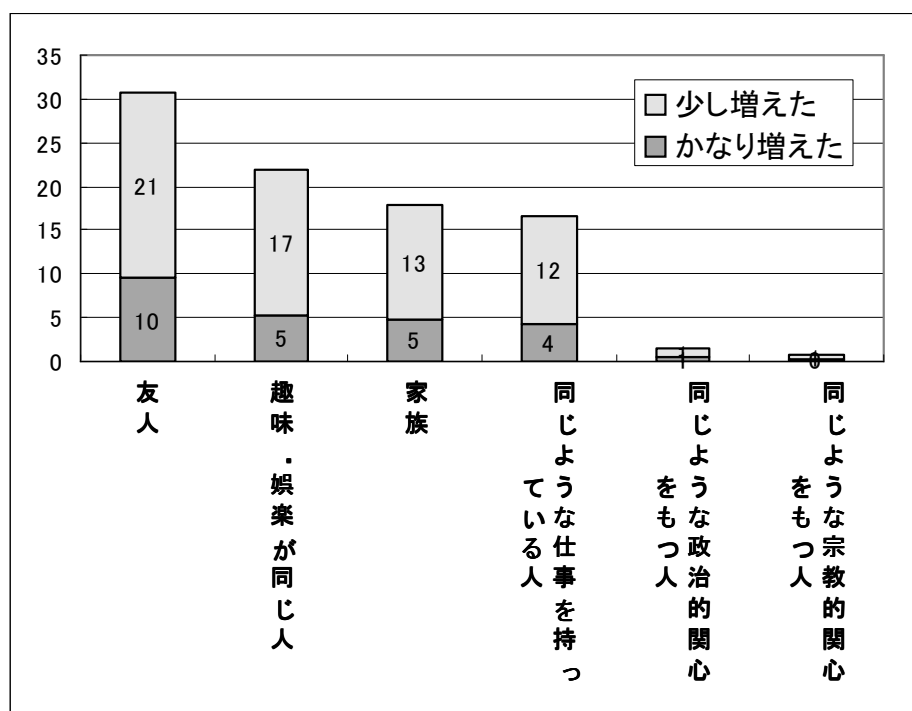


図 4.1.1 インターネットの利用による対人接触・連絡の増加割合

属性との関連をみると、家族との接触や連絡が増えたのは女性に多く、趣味・娯楽が同じ人や友人との接触・連絡が増えたのは若い未婚者に多く、同じような仕事をもっている

人は20-40歳代の有職者に多くみられた。

インターネットの利用状況との関連をみると、趣味・娯楽が同じ人と友人との接触・連絡の増加との関連性が強い。特にチャットをする、ブログを書く（図4.1.2）、ミニブログに書き込む（図4.1.3）、他の人のブログにコメントをつける、写真をアップする、掲示板に意見やコメントを書き込むなどといった、積極的に他者とコミュニケーションを頻繁にとる（発信）行動をしている人ほど、趣味・娯楽が同じ人や友人との接触・連絡が増えたと回答する割合が多くなっている。そのような積極的なネット利用者は当然、インターネットの利用時間が長くなっているが、PCよりもケータイインターネットの利用時間が長くなる傾向がみられる。

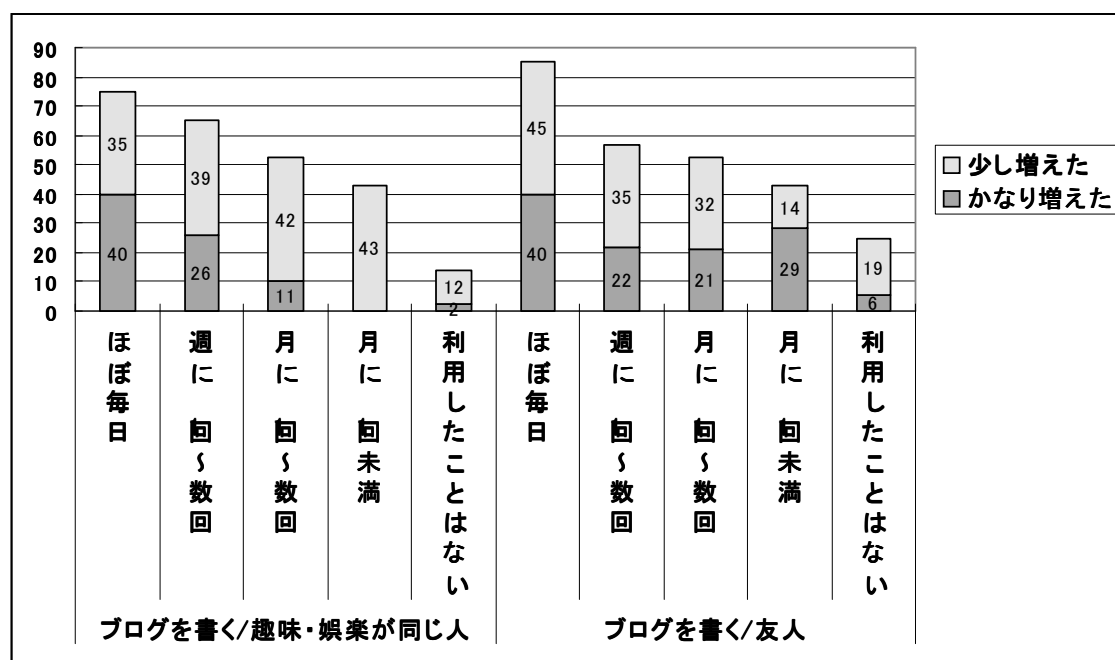


図 4.1.2 ブログを書く頻度と趣味・娯楽が同じ人や友人との接触や連絡する機会増加の関係

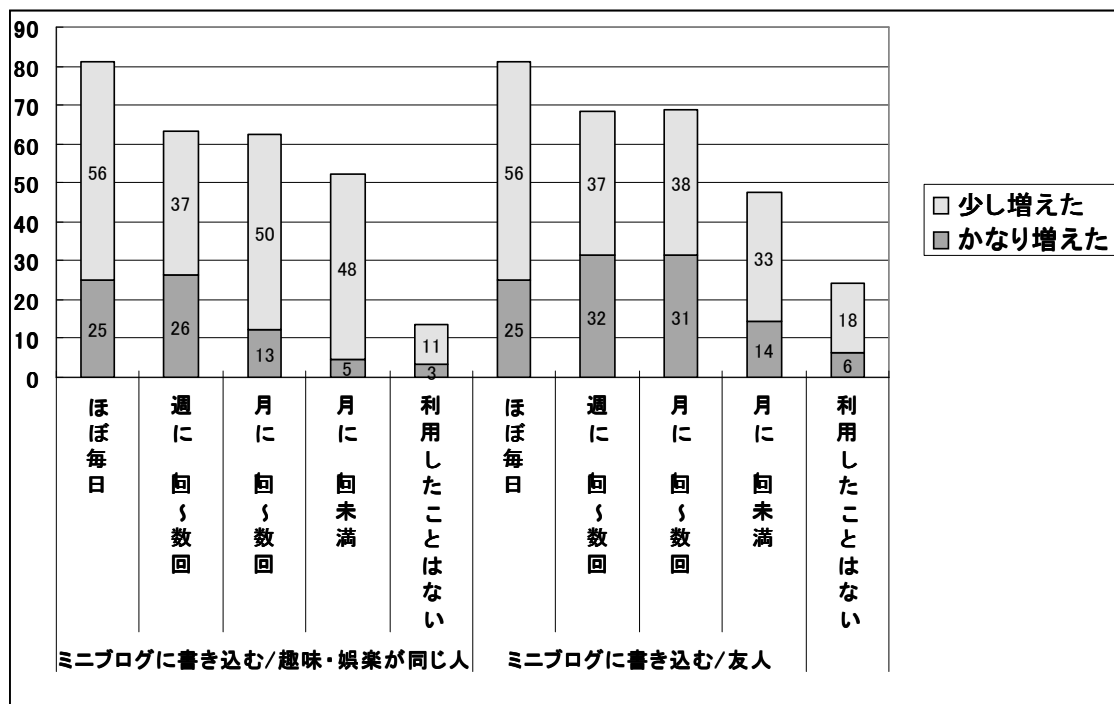


図 4.1.3 Twitter、mixi ボイス、リアルなどのミニブログに書き込む頻度と趣味・娯楽が同じ人や友人との接触や連絡をとる機会の増加の関係

また、趣味・娯楽が同じ人と友人との接触・連絡が増えた人は、インターネットを使いながら、音楽を聴いたり、テレビを見たり、電話を使ったりしている割合が高い。

ウェブの利用との関連性もみられ、ゲームをする、音楽を聴いたりダウンロードしたりする、動画配信サイトや動画投稿サイトを見たりダウンロードする、いろいろなウェブサイトを次々に見て楽しむ（ウェブサーフィン）、SNS(mixi、モバゲータウンなど)でゲームを楽しむことをよくしている人ほど、趣味・娯楽が同じ人や友人との接触・連絡が増えたと回答している（図4.1.4、図4.1.5）。

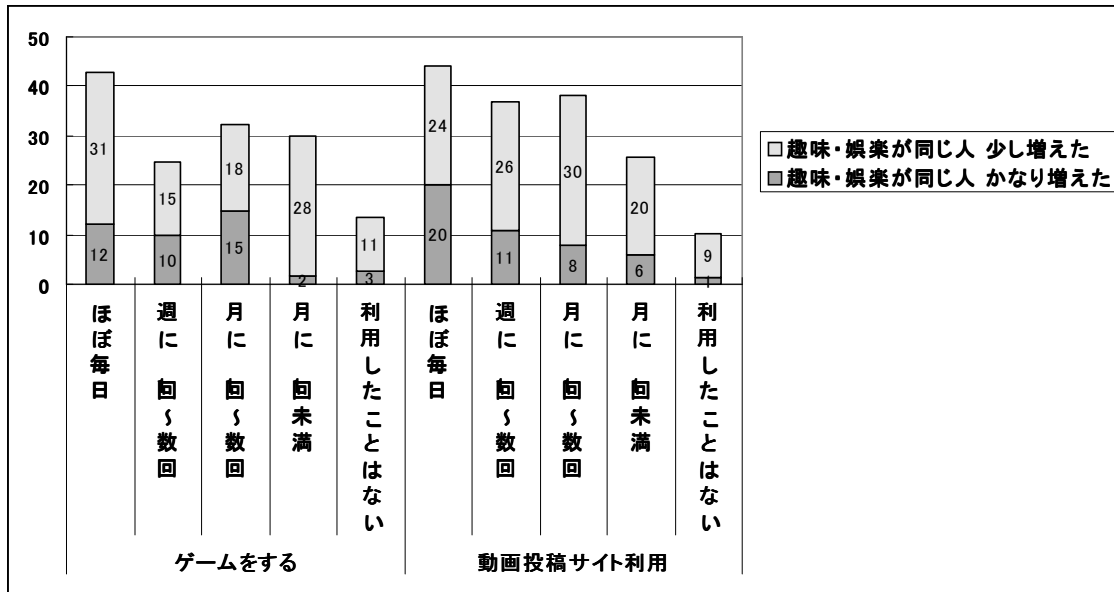


図4.1.4 ゲーム利用頻度、動画投稿サイト利用頻度と趣味・娯楽が同じ人との接触・連絡の機会の増加との関連性

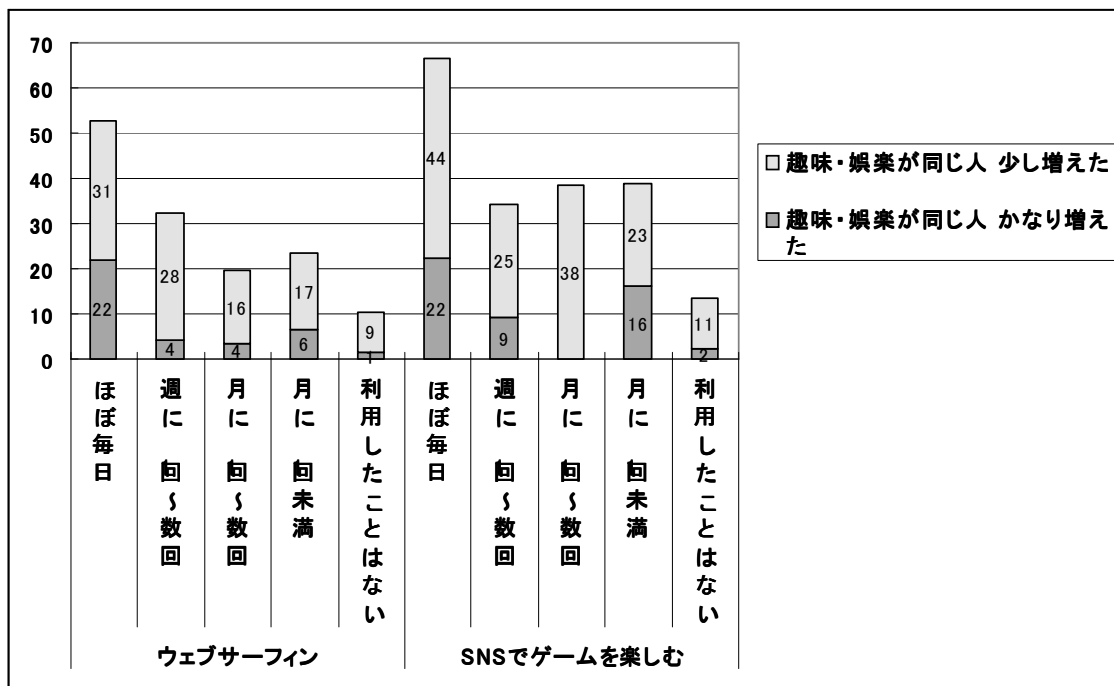


図4.1.5 ウェブサーフィン、SNSのゲーム利用頻度と趣味・娯楽が同じ人との接触・連絡の機会が増えたと回答した割合の関係

4.2 ネット交流の場を通じて知り合った人

インターネットには、電子掲示板、SNS（ミクシィ、グリーなど）のコミュニティ、グループでのブログ利用、Wiki利用、メーリングリスト機能を中心としたネットグループ（freeMLやヤフーグループなど）など、様々な情報交換・交流の場がある。パソコンもしくはケータイで、そうしたネット交流の場を通じて知り合った人はどのくらいいるのであろうか。ネット交流の場を通じて知り合った人を、①ネット交流の場で初めて知り合い、個人的に連絡をとったが、実際には会っていない人、②ネット交流の場で初めて知り合い、個人的に会った人、という2つのカテゴリーに分け、そのような知り合いの有無と人数について尋ねた。

その結果、「ネット交流の場で知り合い、個人的に連絡をとったが、実際には会っていない」人があるのは、ネット利用者の14.7%で、いる人の場合、そのような人が平均で14.4人ほどいる。他方、「ネット交流の場で初めて知り合い、個人的に会った人がある」のは、ネット利用者の10.0%で、いる人の場合、そのような人が平均で8.7人ほどいることがわかった。これらのネット知人の有無は性差はないが、年代差が大きく、若い人ほど多くなっている（図4.2.1）。しかし、ネット知人がいる人に限った場合、そのような知人の数は性や年代による有意な差がみられない。

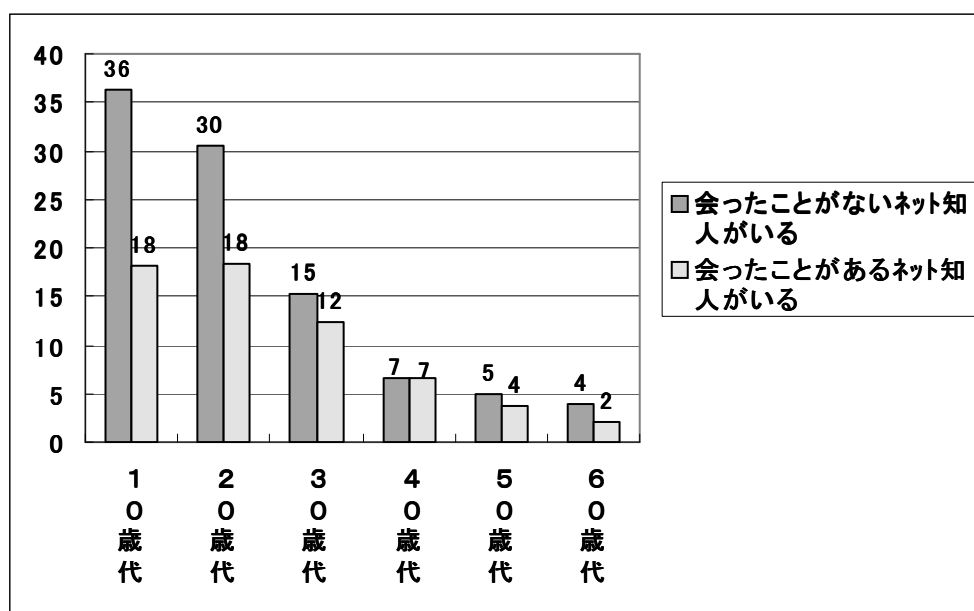


図 4.2.1 ネット知人がいる割合 (%) の年代差

ネット知人がいる人は、メッセージャー、チャット、添付ファイルのメール、写真のアップ、動画のアップ、ブログを書いたり、電子掲示板に書き込んだり、ミニブログに書き込んだり、ほかの人のブログにコメントをつけたりする人に多い。また、ネットでゲームをしたり、音楽を聞いたりダウンロードをし、動画配信サイトや投稿サイトを利用し、ネットサーフィンやSNSサイトでゲームを楽しむ人に多くなっている。また、これらの人は、当然、mixiやGREE、2ちゃんねるの利用者である。言い換えると、ネット上で双方向のやりとりを頻繁に行っている人ほどネット知人がいる割合が高いのである。

ネット知人の数は、双方向のやりとりを頻繁に行っている人の方がやや多くなっているが、有意の相関がみられるのは、以下の通りである。

①ネット交流の場で初めて知り合い、個人的に連絡をとったが、実際には会っていない人の数が多いのは、メッセージ、チャット、ブログを書く、写真をアップする、ほかの人のブログにコメントをつける、を頻繁に行っている人

②ネット交流の場で初めて知り合い、個人的に会った人が多いのは、写真をアップする、動画をアップする、電子掲示板に意見やコメントを書き込む、を頻繁に行っている人、である。

5. インターネットリテラシーと不安感

日本のインターネット普及率は、ここ数年ほぼ横ばいになっており、インターネット利用・非利用による格差はかなり解消されているといえる。一方で、インターネット利用者の間でもインターネットを使いこなす能力によって格差が生じている可能性がある。

平成 21 年度情報通信白書によれば、情報通信を利用していく中で利用方法等が分からず困った際に、情報活用能力（PC やインターネットの取り扱い能力。IT リテラシーと類似した概念）が高い人は参考となる情報をウェブサイトから得る割合が高く情報源の数も多い。一方で、情報活用能力が低い人は家族から情報を得ている割合が高く、情報源の数も少ない。また、情報活用能力が高い人ほどインターネット上のトラブルに対する不安感が低くなる傾向がみられた（総務省，2009）。

本章では、インターネット利用者が情報検索やショッピングなどの具体的なサービスを使う能力やインターネット上の大量の情報から必要な情報を取捨選択する能力、オンラインショッピング代金のカード支払いに対して抱く不安感に焦点を当てて分析を行うこととする。

5.1 インターネットリテラシー・不安の尺度

本調査では、インターネット上のサービスを使う能力（「ネット操作能力」と呼ぶ）、必要な情報を取捨選択する能力に対する自信（「ネット情報選択自己効力感」と呼ぶ）、オンラインショッピングのカード支払いに対する不安感（「ネットカード決済不安」と呼ぶ）を測定するために、それぞれ以下の尺度を使用した。

(1) ネット操作能力尺度（問 15）

2002 年に実施した「インターネットの利用動向に関する実態調査」で使用した（橋元・三上・吉井・遠藤・石井・小笠原，2002）、具体的なインターネットサービスの操作可能性をたずねる質問から 4 項目を選択し、調査回答者に「できる」「たぶんできる」「できない」「わからない」から回答を選択させた。次いで、回答結果を「できる」＝1 点、「たぶんできる」＝0.5 点、「できない」「わからない」＝0 点と点数に換算した。4 項目のクロンバックの α 係数は 0.693 であり内的一貫性がやや低い、4 項目の合計得点（0～4 点の値をとる）をネット操作能力得点とした。

- ・インターネットを使って、名前だけしか知らない店の電話番号を調べることができる
- ・あるテーマについての新聞記事をインターネットで集めることができる
- ・パソコンで電子メールにファイルを添付して送信することができる
- ・インターネットで本を注文することができる

(2) ネット情報選択自己効力感尺度（問 16）

本調査では、インターネットに対する自己効力感のうち、インターネット上にある大量の情報から自分に必要な情報を取捨選択できる能力（「ネット情報選択自己効力感」と呼ぶ）に特に焦点を当て、調査回答者に以下の 2 項目について「あてはまる」「まああてはまる」「あまりあてはまらない」「あてはまらない」から回答を選択させた。次いで、回答結果を「あてはまる」＝4 点～「あてはまらない」＝1 点と点数に換算して 2 項目の平均値を算出した（1～4 点の値をとる）。2 項目のクロンバックの α 係数は 0.885 であり、十分な内的一貫性があるといえる。

- ・インターネット上の情報の中から、自分の必要とする情報を取捨選択することには自信がある
- ・インターネット上の信頼できる情報とそうでない情報を見分けることには自信がある

(3) ネットカード決済不安尺度（問 22）

インターネット上のサービス利用に対する不安の一つとして、本調査ではオンラインショッピングにおけるカード決済を取り上げた。以下の質問への回答（「まったく不安を感じない」～「とても不安を感じる」の 4 件法）を 1～4 点と点数に換算した。

- ・あなたは、インターネットで商品等を購入し、支払いをクレジットカードや銀行カードで行うとしたら、カード情報の安全性について、不安を感じますか。

5.2 インターネットリテラシー・不安とデモグラフィック属性

ネット操作能力得点、ネット情報選択自己効力感得点、ネットカード決済不安得点について、性別・年齢層・最終学歴のデモグラフィック属性別の比較を行った。最終学歴の比較にあたっては、10 代のサンプルを除き、サンプルの少ないカテゴリを統合して中学・高校卒、短大・高専卒、大学・大学院卒の 3 つとしている。また、ここではネットカード不安得点のデモグラフィック属性別の比較をインターネット利用者についてのみ行い、インターネット利用と不安得点との関連は後で考察する。

性別の差異をみると、ネット操作能力得点・ネット情報選択自己効力感得点が 0.1%水準で有意に男性の方が高く、ネットカード決済不安得点は 10%水準で女性の方が高い有意傾向がある（図 5.1）。

年齢層別の差異では、ネット操作能力得点・ネット情報選択自己効力感得点で、全般的に年齢層が高いほど得点が高くなる傾向が見られる（図 5.2）。10 代のネット操作能力得点が 20 代、30 代よりも低くなっているが、これは利用可能性をたずねたインターネットサービスが、PC インターネットの利用場面にやや偏っていたためと考えられる（「パ

ソコンで電子メールにファイルを添付して送信することができる」の質問）。ネットカード決済不安得点には、年齢層による有意な違いはない。

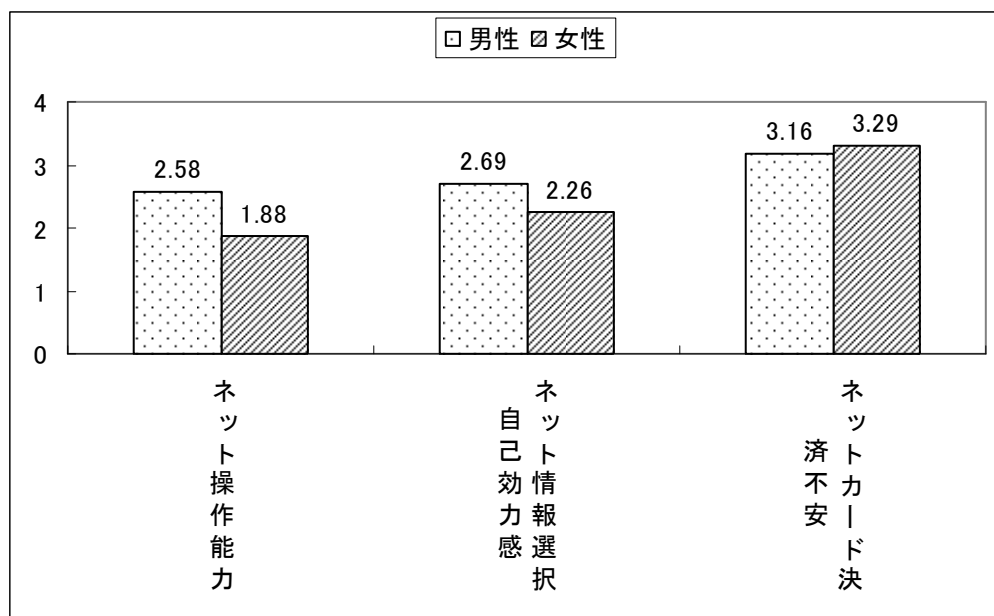


図 5.1 性別のインターネットリテラシー・不安得点

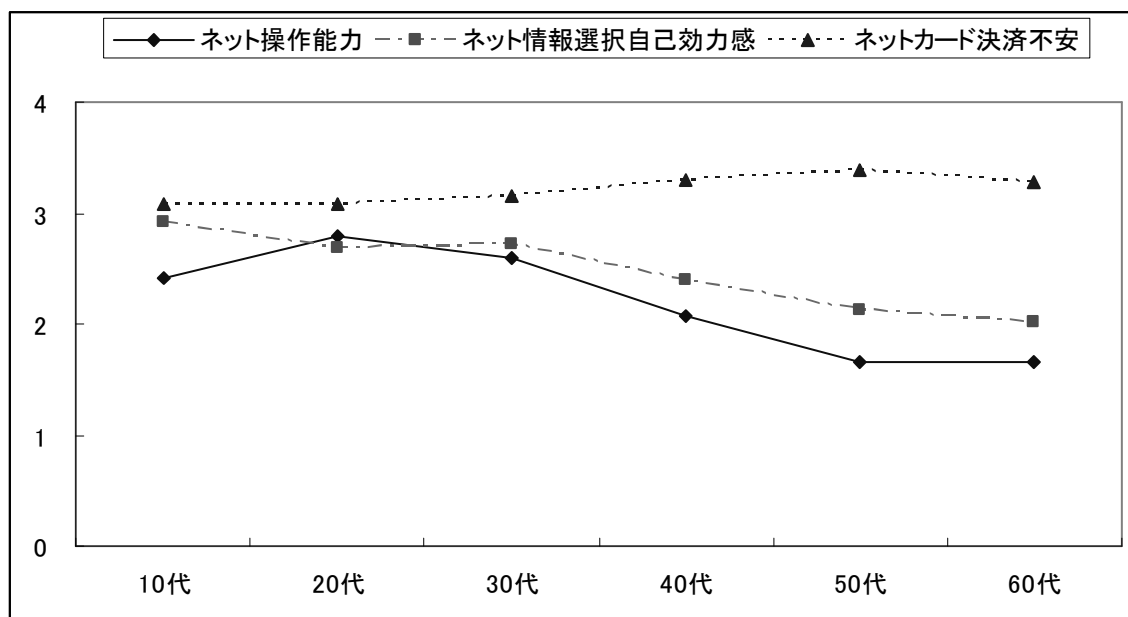


図 5.2 年齢層別のインターネットリテラシー・不安得点

最終学歴別の差異は、ネット操作能力得点・ネット情報選択力自己効力感得点ともに大学・大学院卒が、中学・高校卒および短大・高専卒よりも有意に高くなっている（図 5.3）。中学・高校卒と短大・高専卒の間には有意差はない。ネットカード決済不安得点は短大・

高専卒が大学・大学院卒よりも有意に高い。

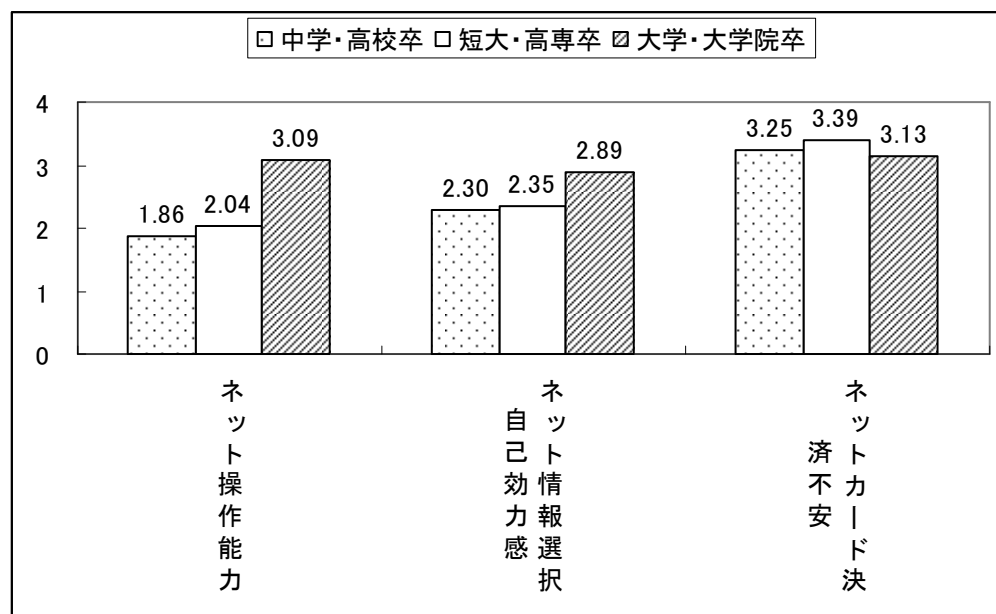


図 5.3 最終学歴別のインターネットリテラシー・不安得点

インターネットリテラシー・不安同士の Pearson の積率相関関係を調べたものが表 5.1 である。ネット操作能力とネット情報選択自己効力感の間には非常に強い正の相関がある（0.1%水準）。どちらもインターネットのスキルを測定する尺度であるから、予想通りの結果である。ネットカード決済不安はネット操作能力・ネット情報選択自己効力感と負の相関がある（0.1%水準）。言い換えると、インターネットのリテラシーが高い人ほど、インターネット利用に伴う不安（この場合カード決済の不安）が低いという関連があり、これも納得しやすい結果である。

表 5.1 インターネットリテラシー・不安得点の相関関係

	ネット操作能力	ネット情報選択 自己効力感	ネットカード 決済不安
ネット操作能力	1	0.735***	-0.216***
ネット情報選択自己効力感	0.735***	1	-0.189***
ネットカード決済不安	-0.216***	-0.189***	1

※数値は、Pearson の積率相関係数

5.3 インターネットリテラシーとインターネット利用行動

最後に、インターネットリテラシーと実際のインターネット利用行動との関連を調べた。

ネット操作能力得点ならびにネット情報選択自己効力感得点を従属変数、デモグラフィック属性（性別・年齢・教育年数）、P C・携帯電話からのインターネットの利用時間、P Cインターネット・携帯電話の各種サービスの利用の有無（ダミー変数）を独立変数として投入した重回帰分析の結果が表 5.2 である。

具体的なインターネットサービス利用の変数に利用頻度ではなく利用の有無を投入したのは、どちらの場合でも調整済み決定係数がほとんど変わらず、サービスの利用頻度の多寡よりも、単にそのサービスを利用しているか否かがインターネットリテラシーの高低と関連していると考えられるためである（利用頻度を投入した場合のネット操作能力得点の調整済み決定係数=0.276、ネット情報選択自己効力感得点の調整済み決定係数=0.208）。

表 5.2 ネット操作能力得点の重回帰分析結果

従属変数	ネット操作能力得点	ネット情報選択自己効力感得点
	標準化 偏回帰係数	標準化 偏回帰係数
(定数)		
F1 性別	0.069	0.072
F2 年齢	-0.076	-0.059
F4 教育年数	0.177**	0.103†
q3 PCネット利用時間（分）	0.075	0.091
q3 携帯ネット利用時間（分）	0.016	-0.062
q13 PCメール利用	0.123*	-0.036
q13 PCニュースサイト利用	0.119*	0.162**
q13 PC動画投稿	0.178**	0.151*
q13 PCSNS利用	0.078	0.064
q13 PCブログ閲覧	0.014	0.088
q13 PC電子掲示板利用	0.051	0.057
q13 携帯メール利用	0.060	-0.021
q13 携帯ニュースサイト利用	0.099†	0.078
q13 携帯動画投稿	0.028	0.031
q13 携帯SNS利用	-0.100	-0.093
q13 携帯ブログ閲覧	0.114	0.157*
q13 携帯電子掲示板利用	0.001	-0.010
調整済み決定係数	0.278	0.207

※ † : $p < 0.1$ 、* : $p < 0.05$ 、** : $p < 0.01$

q13 はいずれもダミー変数（1＝利用、0＝非利用）に変換して投入した

デモグラフィック属性との関連では、ネット操作能力得点・ネット情報選択自己効力感得点ともに教育年数と正の相関があり、高等教育を受けている者ほどインターネットリテラシーも高くなっている。

インターネット利用時間との関連では、ネット操作能力得点・ネット情報選択自己効力感得点ともにPCインターネット利用時間・携帯インターネット利用時間どちらも有意な相関はみられなかった。インターネットリテラシーは単なるインターネットの利用時間の長短ではなく、具体的な利用内容と関連しているのである。

具体的なインターネットサービスの利用行動との関連では、ネット操作能力得点はまた、コミュニケーション系のサービス利用（SNS、ブログ、電子掲示板）とはあまり関連がなく、ニュースサイトや動画投稿のサービス利用と相関していた。

ネット情報選択自己効力感得点は、PCインターネットサービスについてはコミュニケーション系のサービス利用（SNS、ブログ、電子掲示板）とは関連がなく、ニュースサイトや動画投稿のサービス利用と相関していた。ただし携帯インターネットサービスでは携帯ブログ閲覧との間に有意な正の相関が見られた。ネット操作能力得点と携帯ブログ閲覧との間にも、15%水準ではあるが正の関連が見られることから、インターネットのコミュニケーション系サービスの中では、携帯ブログの閲覧行為がインターネットリテラシーと関連している。

[参考文献]

総務省（2009）『平成 21 年版情報通信白書』ぎょうせい

橋元良明・三上俊治・吉井博明・遠藤薫・石井健一・小笠原盛浩（2002）『インターネットの利用動向に関する実態調査報告書 2002』通信総合研究所，175.

6. 情報源、娯楽手段としてのメディアと信頼できる情報の割合に関する認識

6.1 分析対象の概要

本調査では、インターネット、テレビ、新聞、ラジオの4メディアと人からの話（家族や友人など）に関して、信頼できる情報の割合、情報源、娯楽手段としての重要度を評価してもらった（問19、20、21）。そこで本章では、これらの質問項目についての分析を報告する。

各質問は、それぞれのメディアについて、信頼できる情報の割合については、「まったくない」「一部」「半々くらい」「大部分」「全部」の5件法、情報源、娯楽手段としては、「まったく重要ではない」「あまり重要でない」「ある程度重要である」「非常に重要である」の4件法で記している。本章の分析では、これらの選択肢をカテゴリーとして扱うとともに、1～5（または4）までの連続変数とみなし、「信頼情報割合」（1～5）、「情報源重要度」（1～4）、「娯楽手段重要度」（1～4）、という変数として扱うことにする。

その単純集計結果は表6.1のとおりである。信頼できる情報の割合に関する評価は、新聞が最も高く、ついで、テレビ、ラジオとマスメディアが強い。人からの話とインターネットは玉石混淆、「話半分」と認識されていると解することができる。人からの話は、ちょうど平均が3であり、インターネットは2.89と、やや全体としての評価は、信頼できない情報が多い側に位置している。

情報源としての重要度もまた、新聞が最も高く、テレビがそれに続く。「ある程度重要」「非常に重要」を合わせると、新聞が88.8%、テレビが88.0%と、どちらも9割近い。三上（2009）は、2007年から2008年にかけて実施されたWIP（World Internet Project）¹各国データをもとに国際比較を行い²、情報源としての重要度に関して、日本はマスメディアの評価が顕著に高い傾向にあることを示したが、これは、2010年においても継続している。

人からの話は、話半分ではあるが、情報源としても、娯楽手段としても、人々にとって重要性が高い。ラジオは相対的に重要度認識が低い、それは、ラジオの利用率が32.2%

¹ WIPは、1999年アメリカUCLA情報通信政策研究センター所長のJeffery Cole教授が主導して創設されたプロジェクト。その活動趣旨は、世界中の人々がインターネットというテレビを超える可能性をもった画期的な情報テクノロジーをどう利用し、それによって社会や文化がどのような変化を受けるかを、長期的視点に立って地球規模で比較研究し、インターネットの社会的影響を実証的に研究すること。2008年11月現在、アメリカ、日本、中国、イギリス、スウェーデン、シンガポール、韓国、ドイツ、カナダ、オーストラリア、ニュージーランド、ハンガリー、イタリア、チリ、コロンビア、チェコ、イスラエル、マカオなど28カ国の研究チームが参加。

² 比較されたのは、日本、中国、チェコ、イスラエル、シンガポール、アメリカ、ハンガリー、カナダ、イギリス、オーストラリア、ニュージーランド、コロンビア、スウェーデンの13カ国。

にとどまり、3分の2以上の人はラジオを利用しないことに起因していると考えられる。ラジオ利用の有無によるラジオの信頼情報割合、重要度認識をみると、ラジオの信頼情報割合は、ラジオ利用者 3.51、非利用者 3.23、情報源重要度、利用者 2.96、非利用者 2.29、娯楽手段重要度、利用者 2.75、非利用者 2.04、と、利用者にとっては信頼できる重要なメディアであることがわかる。同様なことはインターネットに関してもあてはまるであろう。また、新聞やインターネット、ラジオについては、年代、教育歴などによる違いもまた大きい。そこで、これらメディアに関する認識と、性、年代、教育歴、年収という基本的属性、および、インターネット利用（問2）、各種メディア利用行動（問1、問3）との関係を検討することとした。

表 6. 1 メディアの信頼情報割合、情報源・娯楽手段重要度に関する単純集計結果

		インターネット	テレビ	新聞	ラジオ	人からの話
信頼できる情報の割合	まったくない	5.9%	1.1%	1.7%	4.0%	1.3%
	一部	23.0%	15.6%	10.3%	12.4%	21.9%
	半々くらい	48.4%	33.5%	18.9%	36.0%	52.0%
	大部分	21.5%	45.3%	58.1%	42.9%	23.8%
	全部	1.1%	4.4%	11.0%	4.8%	1.0%
	信頼情報割合	2.89	3.36	3.66	3.32	3.01
情報を得る手段としての重要度	まったく重要ではない	13.1%	1.3%	2.9%	14.9%	1.9%
	あまり重要ではない	21.9%	10.7%	8.4%	29.7%	19.4%
	ある程度重要である	47.0%	58.9%	51.8%	45.5%	64.6%
	非常に重要である	17.9%	29.1%	37.0%	9.9%	14.1%
	情報源重要度	2.70	3.16	3.23	2.50	2.91
娯楽手段としての重要度	まったく重要ではない	18.1%	2.5%	9.0%	18.5%	1.7%
	あまり重要ではない	25.1%	11.4%	33.3%	40.4%	17.5%
	ある程度重要である	40.2%	52.6%	47.6%	37.0%	59.8%
	非常に重要である	16.6%	33.5%	10.1%	4.2%	21.0%
	娯楽手段重要度	2.55	3.17	2.59	2.27	3.00

6.2 基本的属性・インターネット利用とメディアに関する認識

まず、メディアに関する認識と、性、年代、教育歴、年収という基本的属性、および、インターネット利用との関係について、情報信頼割合、情報源重要度、娯楽手段重要度を目的変数とし、ロジスティック回帰分析により検討を行った。分析に投入した説明変数は、性別、年代、教育歴、世帯年収、インターネット利用分類である。

具体的な議論に入る前に、分析に用いた変数について、予め留意すべき点をまとめておきたい。基本的属性では、教育歴は、大学院（卒）がわずか9人（1.7%）のため大学（卒）

に含め、世帯年収については、無回答（71 人、13.5%）を除外し、200 万円未満から 1200 万円以上の 7 カテゴリーを順序変数として扱った。

インターネット利用に関しては、パソコンでのインターネット利用（PC ネット）と携帯電話でのインターネット利用（M ネット）とを組み合わせ、「PC ネット、M ネット両利用」「PC ネットのみ利用」「M ネットのみ利用」「両方非利用」というカテゴリーの変数を用いた。それぞれの構成は、60.0%、3.4%、20.8%、15.8%である。「PC ネットのみ利用」がやや少ないが、年代構成が 20 代は 0、10 代、30 代で 1 人、40 代 3 人、50 代 8 人、60 代 5 人と 50 代、60 代で 7 割以上を占めており、性別は男性が 89%と偏りが大きく、この点は留意する必要がある。他方、日本社会の情報行動利用では、M ネットが独自の発展をしているため、これらを区別して把握するために、この組み合わせ変数を分析に用いることとした。

以上のような変数によるロジスティック回帰分析の結果をまとめたのが表 6.2 である。表を見ると、性別、教育歴による認識の違いはほとんどなく、多くのメディア認識が、年代によって異なっていることがわかる。また、PC ネット/M ネット利用はインターネットの認識に強く影響し、年収による違いもまたいくつかの項目で認められる。そこで、年代による違いと、他の変数に関し、5%水準で有意な差が見いだされた項目について、具体的にみていくことにしたい。

表 6.2 基本的属性・インターネット利用とメディア認識との関係に関するロジスティクス回帰分析の結果

		PC ネット /M ネット	性	年代	教育歴	年収(無回答除く)
情報信頼割合	インターネット	<.0001*	0.5103	0.6905	0.4085	0.2469
	テレビ	0.5666	0.3234	0.0394*	0.2415	0.0107*
	新聞	0.0824	0.4664	0.1605	0.5647	0.084
	ラジオ	0.482	0.9144	0.0993	0.3206	0.0042*
	人からの話	0.2955	0.7876	0.9366	0.6711	0.1931
情報源重要度	インターネット	<.0001*	0.2727	0.0152*	0.0003*	0.9224
	テレビ	0.6005	0.1622	0.1259	0.3005	0.5676
	新聞	0.1677	0.5698	<.0001*	0.16	0.0845
	ラジオ	0.6102	0.4099	0.0003*	0.1379	0.5378
	人からの話	0.8551	0.2453	0.5433	0.4133	0.1511
娯楽手段重要度	インターネット	<.0001*	0.3837	<.0001*	0.0521	0.3392
	テレビ	0.3843	0.18	0.391	0.505	0.3205
	新聞	0.5757	0.4166	<.0001*	0.1478	0.0300*
	ラジオ	0.2882	0.3696	0.0011*	0.4164	0.7532
	人からの話	0.3572	0.098	0.0217*	0.8222	0.6613

まず、表 6.3 に、年代毎の情報信頼割合、情報源、娯楽手段重要度をまとめた。表からは、以下のような異なるメディアに対する認識と年代との関係を読み取ることができよう。

- テレビの情報信頼性に関しては、30 代以下と 40 代以上で分かれること。
- すべての年代で、テレビは、情報信頼割合、情報源・娯楽手段重要度、いずれにおいても、インターネットをいまだ上回っている。
- インターネットの情報源重要度、娯楽手段重要度は、10 代、20 代で高く、その後、30 代以降では年代とともに顕著に低くなること。
- 新聞の情報源重要度は、40 代以上で高く、30 代以降、年代が下がるにつれて低くなること。
- 新聞、ラジオの娯楽手段重要度、ラジオの情報源重要度は、10 代・20 代、30 代・40 代、50 代・60 代と 3 つに大きく区分され、年代が下がる毎に低くなること。
- 人からの話の娯楽手段重要度は、20 代がピークで、その前後では下がっていくこと。

つまり、インターネット、新聞、ラジオに関しては、情報源、娯楽手段重要度とも、年代によって大きく認識がことになっており、10 代・20 代ではインターネットの重要度が高まり、30 代が転換期（情報源としては新聞の重要性が高いが、娯楽手段としてはインターネットの重要性が高い）となり、40 代以上では年代を追う毎にネットの重要性が下がり、新聞がメディアとしての重要性を保っている。

表 6. 2 年代毎の情報信頼割合、情報源、娯楽手段重要度

		10 代	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代
情報信頼割合	インターネット	2.69	2.94	3.02	3.02	2.91	2.63
	テレビ*	3.29	3.27	3.22	3.46	3.46	3.43
	新聞	3.49	3.55	3.58	3.74	3.78	3.72
	ラジオ	2.97	3.13	3.27	3.43	3.45	3.41
	人からの話	3.00	2.99	3.03	2.98	3.13	2.93
情報源重要度	インターネット*	3.03	3.10	2.95	2.75	2.57	2.05
	テレビ	3.20	3.08	3.08	3.27	3.22	3.12
	新聞*	2.77	3.02	3.14	3.39	3.43	3.30
	ラジオ*	2.11	2.07	2.50	2.61	2.70	2.71
	人からの話	2.80	2.99	2.96	2.88	2.98	2.77
娯楽手段重要度	インターネット*	2.97	3.14	2.85	2.47	2.34	1.87
	テレビ	3.17	3.28	3.12	3.05	3.23	3.20
	新聞*	1.94	2.08	2.63	2.62	2.88	2.86
	ラジオ*	1.74	1.98	2.22	2.22	2.55	2.51
	人からの話*	2.94	3.25	3.09	2.95	2.92	2.84

* 表 6.2 で、有意な要因とされた項目

インターネットの認識に関しては、PC ネット・M ネット利用は3項目すべて、教育歴は情報源重要度と有意な関係にある。表 6.4 がそれらに関して平均値をまとめたものである。信頼できる情報の割合に関しては、インターネット非利用者の評価が低く、PC ネットのみ、M ネットのみはほぼ同水準、両利用者がやや高い。情報源、娯楽手段重要度の評価は、PC ネット利用者と M ネットのみ利用者の間にも有意な差がみられる（平均値に関する Tukey HSD 検定³の結果）。これは、現段階において、情報入手手段、娯楽手段として、PC ネットの方が利用価値が高いことを示唆しているだろう（今後、i-pad のような端末が普及すると変化が生じる可能性もあるが）。また、情報源重要度に関しては、教育歴と相関性が高く、Tukey HSD 検定では、5%水準で、中学校、高校、短大・高専、大学（院）の4段階それぞれの間ですべて有意な差であるとの結果となった。教育歴によるデジタルデバイドの存在を示していると解することができよう。

表 6.3 インターネットの情報信頼割合、情報源、娯楽手段重要度認識とインターネット利用・教育歴との有意な関係

	PC ネット・M ネット 両利用	PC ネットのみ	M ネットのみ	両非利用
信頼情報割合	3.08	2.83	2.82	2.28
情報源重要度	3.09	3.22	2.25	1.70
娯楽手段重要度	2.94	3.00	2.08	1.59
	中学校	高校	短大・高専	大学・大学院
情報源重要度	1.92	2.54	2.84	3.14

6.3 メディア利用時間とメディアに関する認識

本調査では、メディア利用行動について利用時間をきいている。具体的には、問 1 で、テレビ、ラジオ、新聞、それぞれの利用の有無と利用している場合の1日平均利用時間を聞いており、PC ネット、M ネットについては、問 3 で、自宅、職場、学校、移動中、その他と場所を分け、それぞれについてネットを利用している場合の1日平均利用時間を答えてもらった。そこで、テレビ、ラジオ、新聞は、その回答（分）、PC ネット、M ネットは、5つの場所の合計分数を、それぞれの利用時間とし（非利用者は0分）、メディアに関す

³ Tukey-Kramer の HSD 検定とは、あるサンプルを3つ以上の群に分け、群間で平均値に統計的に有意な差があるか否かを検定する手法。3群以上に分けて、任意の2群の平均値の差を比較する場合、その2群のみを、たとえば5%水準の誤差で検定すると、比較する2群の組み合わせは複数あるので、グループ全体としての誤差は5%にとどまらず、より大きな誤差を含んでしまう。そこで、全体としての誤差を一定の水準（本章では5%）に統制しながら、個々の2群間での平均値の差を検定するのが HSD 検定によるペア比較である。

る認識との関係を探ることとした。

それぞれを連続変数とし、相関関係と p 値をまとめると表 X.5 のようになる。表からは以下のようなメディアの利用時間と認識との関係を引き出すことができよう。

- テレビの利用は、テレビ、新聞、ラジオというマスメディアの情報に関して、信頼情報割合の認識を正に強めている。
- 対照的に、PC ネットの利用は、テレビ、新聞、ラジオというマスメディアの情報に関して、信頼情報割合の認識を負に強めている。
- つまり、テレビに長時間接するほど、マスメディアの情報を信頼できるものと捉えるのに対し、PC ネットを長時間利用するほど、マスメディアの情報に対してネガティブとなる。
- テレビと PC ネットは、情報源重要度、娯楽手段重要度の認識に関してもまた対象的である。つまり、テレビ利用時間が長いほど、インターネットの重要度は低く、テレビの重要度が高まるのに対して、PC ネット利用時間が長いほど、インターネットの重要度は高く、テレビさらには、新聞、ラジオというマスメディアの重要度は低くなる。
- M ネットも PC ネットと同様の傾向があるが、テレビに関しては、PC ネットほど強くはない。むしろ、M ネットは新聞と対照的である。
- つまり、新聞の利用時間が長いと、インターネットの情報源、娯楽手段重要度は下がり、新聞、ラジオの重要度は高くなるのに対して、M ネット利用時間が長いと、インターネットの重要度が高まるのに対して、新聞、ラジオの重要度は下がる。
- 以上のことから、PC ネット利用は、テレビと代替関係にあり、M ネット利用は新聞と代替関係にあることが伺える。
- ラジオの利用時間は、インターネット、テレビの評価と負の相関、新聞の評価と無相関にあり、かなり独立したメディア利用となっていることが伺える。

以上のように、テレビの力は未だ強いが、年代毎にどのメディアを主要な情報源、娯楽手段とするかが大きく異なってきている。また、マスメディアに依存するテレビ派、マスメディアに批判的でインターネットに依存する PC ネット派、新聞、ラジオに依存せず、テレビには比較的依存する M ネット派、新聞、ラジオを評価するオールドメディア派、ラジオ中心に情報を摂取するラジオ派といった利用時間によるメディア認識の差異から、いくつかのグループを区別することが可能に思われる。

表 6. 4 メディア利用時間とメディア認識との相関関係

		テレビ利用時間		ラジオ利用時間		新聞利用時間	
		相関係数	p 値	相関係数	p 値	相関係数	p 値
信頼情報割合	インターネット	0.0672	0.1239	0.0434	0.3209	0.0886	0.0424*
	テレビ	0.1342	0.0021*	-0.0149	0.7340	0.0374	0.3923
	新聞	0.1016	0.0199*	0.0487	0.2649	0.1316	0.0025*
	ラジオ	0.1074	0.0138*	0.1206	0.0057*	0.0986	0.0238*
	人からの話	0.0171	0.6964	-0.0457	0.2964	0.0338	0.4399
情報源重要度	インターネット	-0.1305	0.0027*	-0.1042	0.0169*	-0.1108	0.0111*
	テレビ	0.2072	<.0001*	-0.0875	0.0451*	0.0333	0.4461
	新聞	0.0696	0.1109	0.0226	0.6059	0.3063	<.0001*
	ラジオ	0.0289	0.5095	0.2376	<.0001*	0.2287	<.0001*
	人からの話	0.0268	0.5407	-0.0163	0.7089	0.0033	0.9397
娯楽手段重要度	インターネット	-0.0923	0.0346*	-0.1393	0.0014*	-0.1417	0.0011*
	テレビ	0.1931	<.0001*	-0.0709	0.1046	0.0140	0.7489
	新聞	0.1279	0.0033*	0.0588	0.1783	0.3112	<.0001*
	ラジオ	0.0585	0.1809	0.2943	<.0001*	0.2404	<.0001*
	人からの話	0.0677	0.1214	-0.0150	0.7314	-0.0580	0.1846
		PC ネット利用時間		M ネット利用時間			
		相関係数	p 値	相関係数	p 値		
信頼情報割合	インターネット	0.0697	0.1105	-0.0304	0.4868		
	テレビ	-0.1666	0.0001*	-0.0753	0.0846		
	新聞	-0.1368	0.0017*	-0.1058	0.0153*		
	ラジオ	-0.0968	0.0266*	-0.1369	0.0017*		
	人からの話	0.0096	0.8270	-0.0519	0.2351		
情報源重要度	インターネット	0.4039	<.0001*	0.2039	<.0001*		
	テレビ	-0.1432	0.0010*	0.0606	0.1653		
	新聞	-0.1297	0.0029*	-0.1649	0.0001*		
	ラジオ	-0.1284	0.0032*	-0.1606	0.0002*		
	人からの話	0.0428	0.3281	0.0527	0.2278		
娯楽手段重要度	インターネット	0.3944	<.0001*	0.2287	<.0001*		
	テレビ	-0.1768	<.0001*	0.0174	0.6908		
	新聞	-0.1869	<.0001*	-0.2093	<.0001*		
	ラジオ	-0.1643	0.0002*	-0.1569	0.0003*		
	人からの話	-0.0100	0.8201	0.0595	0.1732		

実際、パーティション分析の結果は、こうしたグループの存在を示唆している。パーティション分析というのは、目的変数を説明変数の値で枝分かれ状に細分化していき、最終的にいくつかのグループに分ける手法である。具体的には、複数の説明変数を考慮にいれながら、説明変数を大きく二つのグループに分けたとき、その二つのグループの目的変数の平均値と全体の平均値との差が最大になるようにするよう二つのグループに分け、

その操作を何度か繰り返す。

ここでは、インターネット、テレビ、新聞、ラジオの情報源重要度を目的変数、テレビ、ラジオ、新聞、PC ネット、M ネット利用時間を説明変数としてパーティション分析を行った。図 6.1 から 6.4 がその結果をまとめたものである。これらの図において、右端のフローが、その情報源重要度を高く認識するグループを示し、左端のフローが低く認識するグループを示すこととなる。

インターネットに関しては、PC ネットを 1 日 120 分以上利用し、テレビ視聴が 120 分未満のグループで最もインターネットの情報源としての重要度が高く、テレビについては、テレビを 1 日 190 分以上視聴し、PC ネットは 1 日 200 分未満利用のグループが最もテレビの重要度が高い。新聞もまた、新聞を 45 分以上閲覧し、PC ネットの利用時間が 135 分未満のグループが最も新聞の重要度が高く認識し、新聞を 15 分も読まず、テレビは 30 分以上視聴し、M ネットも 210 分以上利用するグループが、新聞もテレビもほとんど利用しない層を除くと新聞への評価が最も低い。ラジオへの情報源重要度認識は、ラジオを 15 分以上、新聞を 5 分以上利用するグループが高く、ラジオを 15 分未満、M ネット利用が 160 分以上のグループが低い。これらのデータは、先にまとめたいくつかのグループの特徴を支持するものであろう。

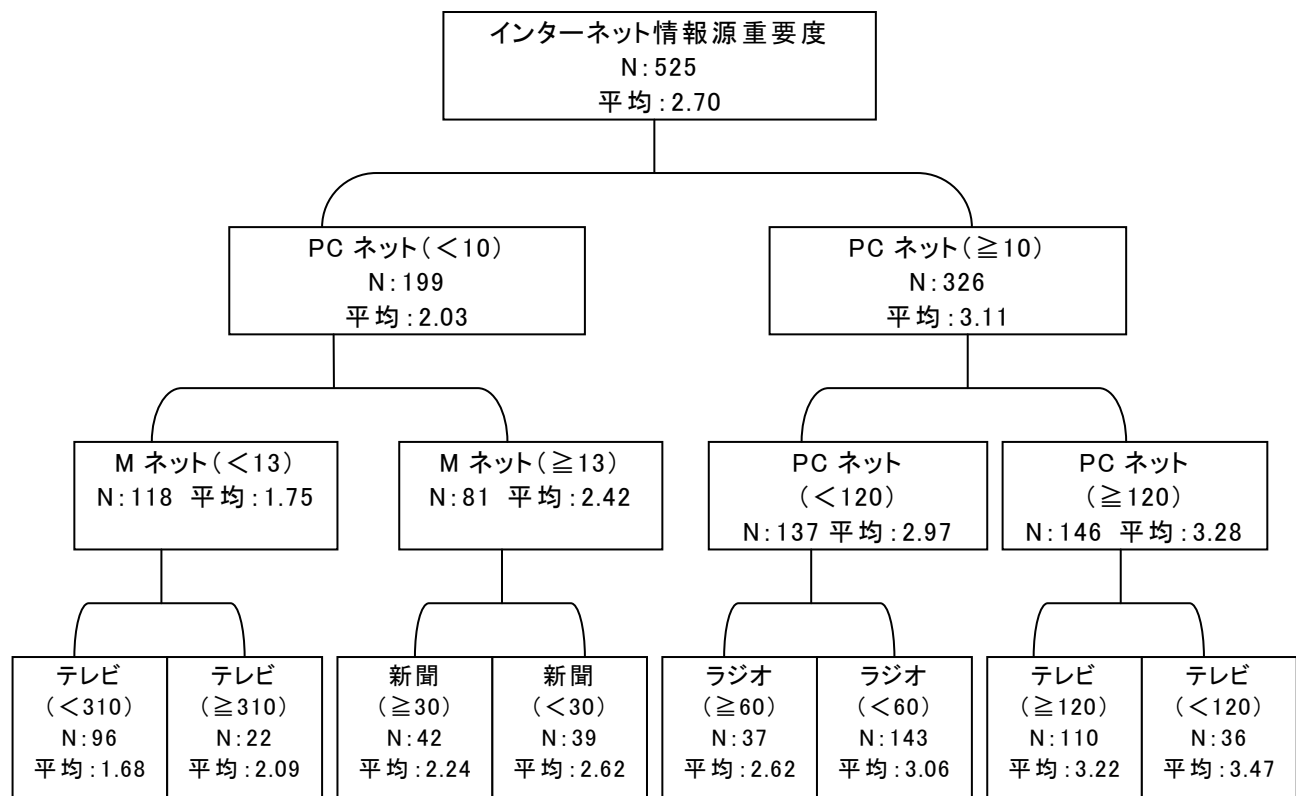


図 6. 1 インターネット情報源重要度のパーティション分析

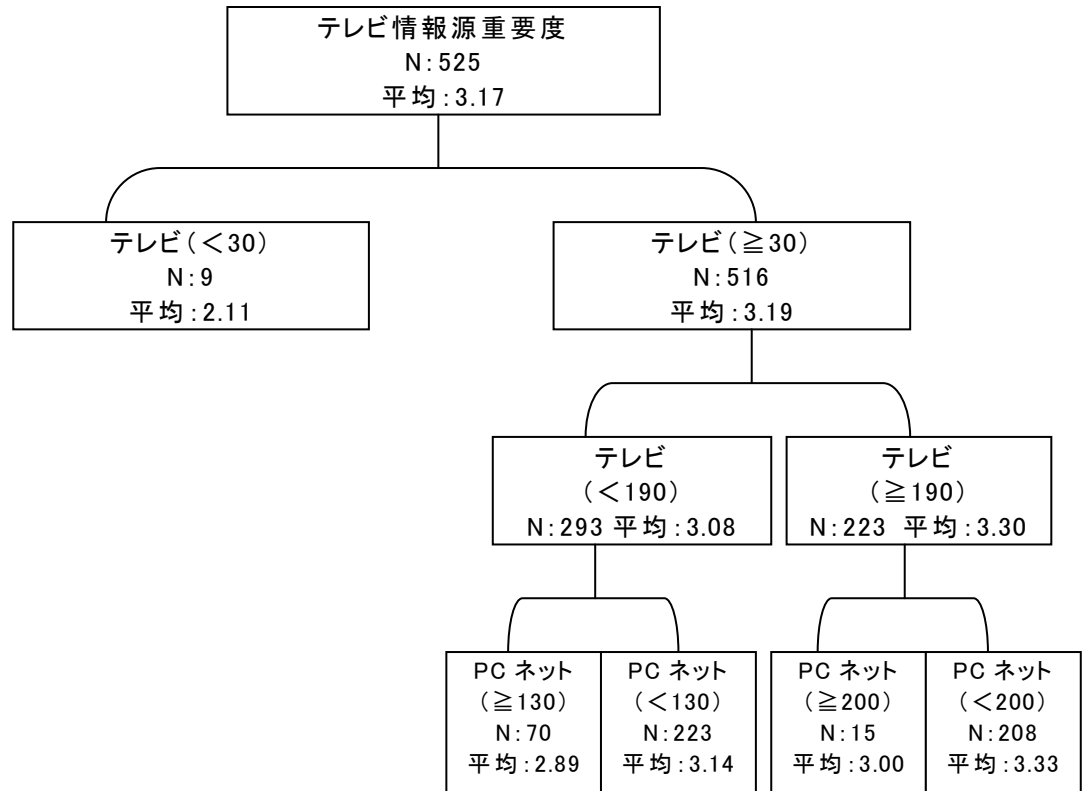


図 6. 2 テレビ情報源重要度のパーティション分析

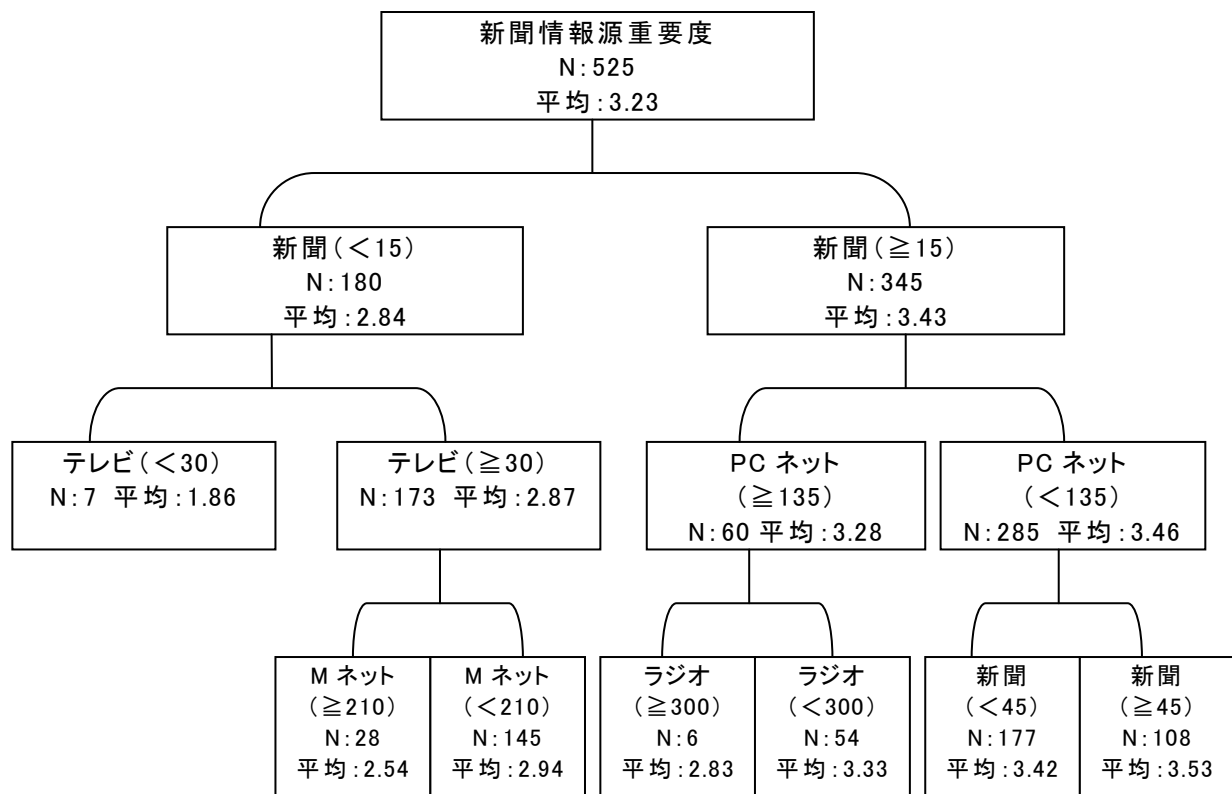


図 6. 3 新聞情報源重要度のパーティション分析

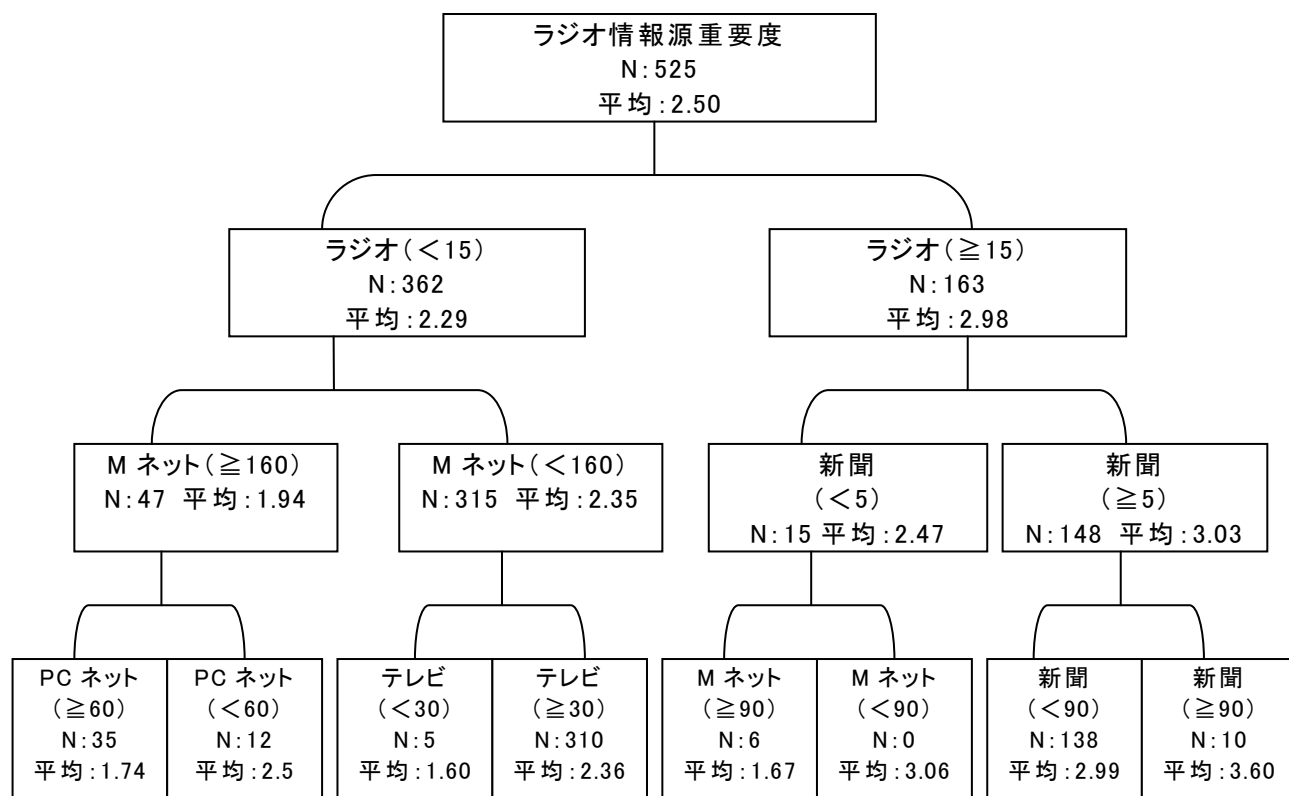


図 6. 4 ラジオ情報源重要度のパーティション分析

[参考文献]

三上俊治（2009）「国際比較データの分析」坂村健、橋元良明編『2008年インターネット利用に関する実態調査—東京 23 区住民の現況—21 世紀 C O E プログラム「次世代ユビキタス情報社会基盤の形成」「インターネット利用調査チーム」平成 20 年度研究成果報告書』第 13 章

7. インターネットと政治意識

7.1 はじめに

2010年7月11日、第45回参議院選挙が行われた。結果は、改選議席のうち、与党系が44議席、野党系が77議席（自民党は51議席）を獲得し、予党は参議院で過半数を割ることとなった。衆参ねじれ現象がふたたび出現し、政局は不安定状態が続くことになる。

こうした正常性の背後で、10年来宙づり状態のままになっている問題がある。インターネットによる選挙運動をどうするかという問題である。

この問題は、1995年の参議院決算委員会で初めて取り上げられた。1998年6月、民主党は、インターネットによる選挙運動を解禁するための「公職選挙法一部改正案」を、議員立法で国会に提出した（<http://www.dpj.or.jp/news/?num=12167>）。

2001年には総務省が「IT時代の選挙運動に関する研究会」をたちあげ、翌年8月に報告書をだした。これでインターネット選挙への動きが定まったかに思われたが、その動きはいつの間にか立ち消えになった。

2009年の政権交代後、いよいよ2010年5月12日にはネット選挙解禁の与野党合意が成立したと報じられた。しかし、6月3日突然の鳩山首相辞任表明によって、国会で法案審議が行われず、このたびもネット選挙は解禁されなかった。

われわれWIP日本調査チームは、2002年調査でも、選挙活動におけるインターネット利用の解禁を見越して、政治意識に関する調査を行った。本報告では、この2002年を含む過去の調査結果との比較も適宜行いつつ、現時点での人びとの政治意識とインターネット利用との関連を探るものとする。

7.2 政治的関心とインターネット利用

7.2.1 政治的関心の要因

まず、政治的関心についてみてみよう。

2010年WIP日本調査によれば、政治的関心をもつ人の割合（「ある程度関心がある」または「非常に関心がある」と答えた人の割合）は67.0%であった。これを2002年、2005年と比べたのが表7.1である。（ただし、2002～5年は5点法、2010年は4点法で質問しているので、単純には比較できない。

表 7.1 政治的関心の推移

	2002	2005	2010
政治的関心(%)	66.9	72.9	67.0

政治的関心とデモグラフィック要因との関係を図 7.1～7.4 に示す。

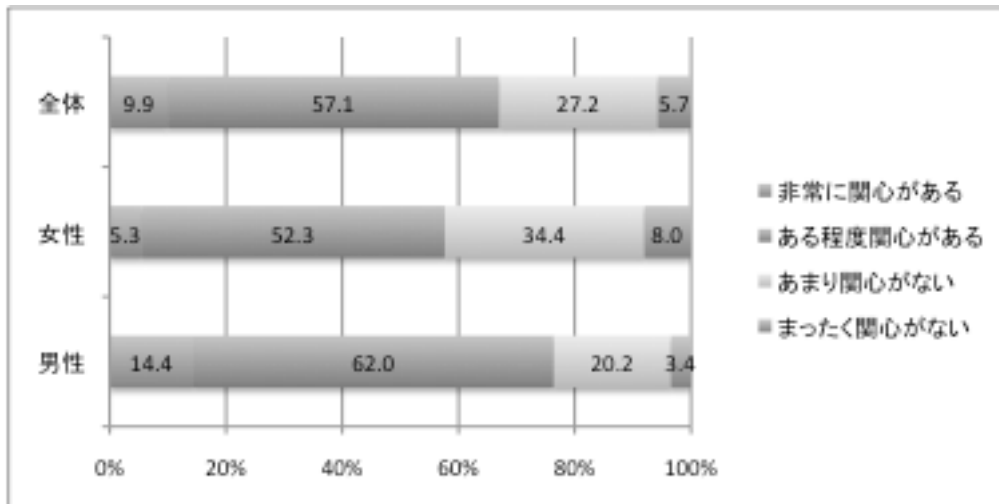


図 7.1 性別と政治的関心（WIPJ2010, χ^2 二乗検定で有意確率<0.001）

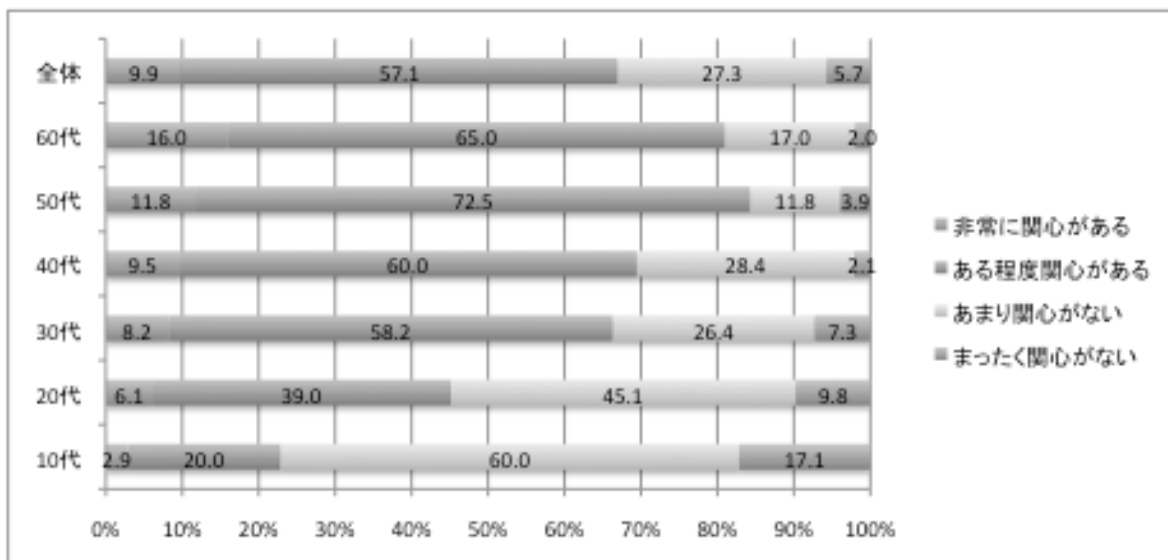


図 7.2 年代と政治的関心（WIPJ2010, χ^2 二乗検定で有意確率<0.001）

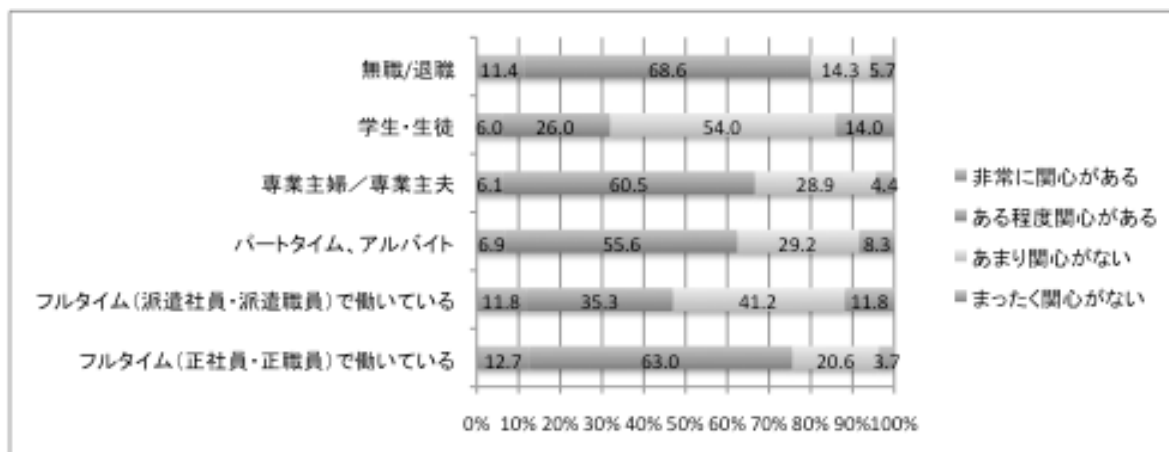


図 7.3 年代と政治的関心 (WIPJ2010, χ^2 二乗検定で有意確率<0.001)

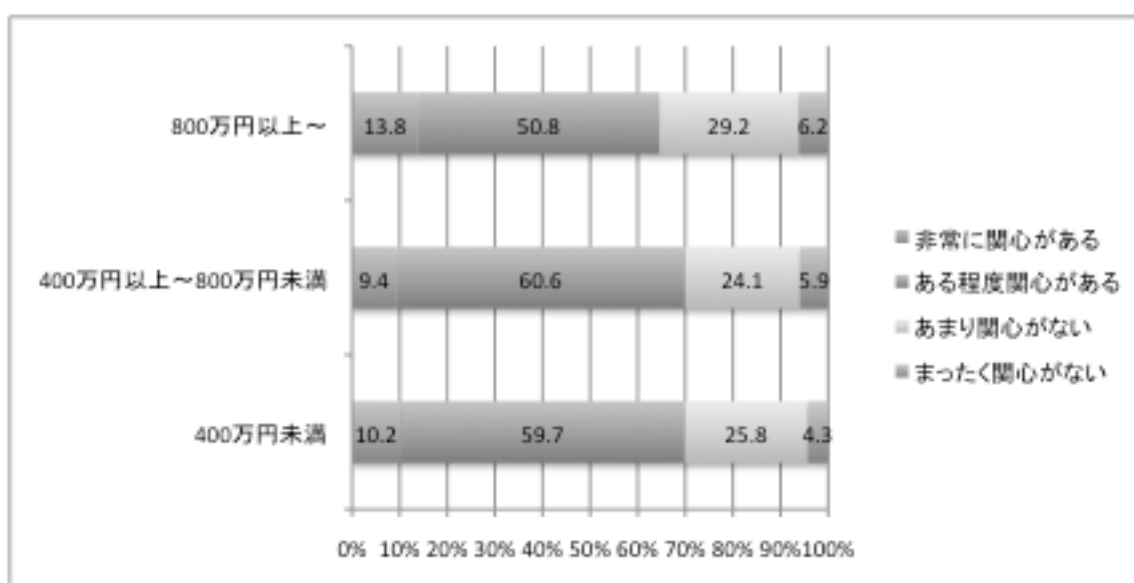


図 7.4 世帯収入と政治的関心 (WIP2010)

これらによれば、政治的関心は、性別、年代、職業と関係しており、端的に社会とのつながりが影響していると考えられる。

しかし、政治的関心は、なんらかの「不満」によって喚起されるのではないか。この点を検証するために、政治的関心と、生活満足度および社会的満足度をクロス集計したのが、図 7.5、図 7.6 である。だが、これらの図に現れた満足度と政治的関心の関係は、必ずしも線形ではない。不満の高い層でたしかに政治的関心は高いが、「少し不満」層では関心が下がり、その後、満足度が高まるにつれて政治的関心も高まっていく。

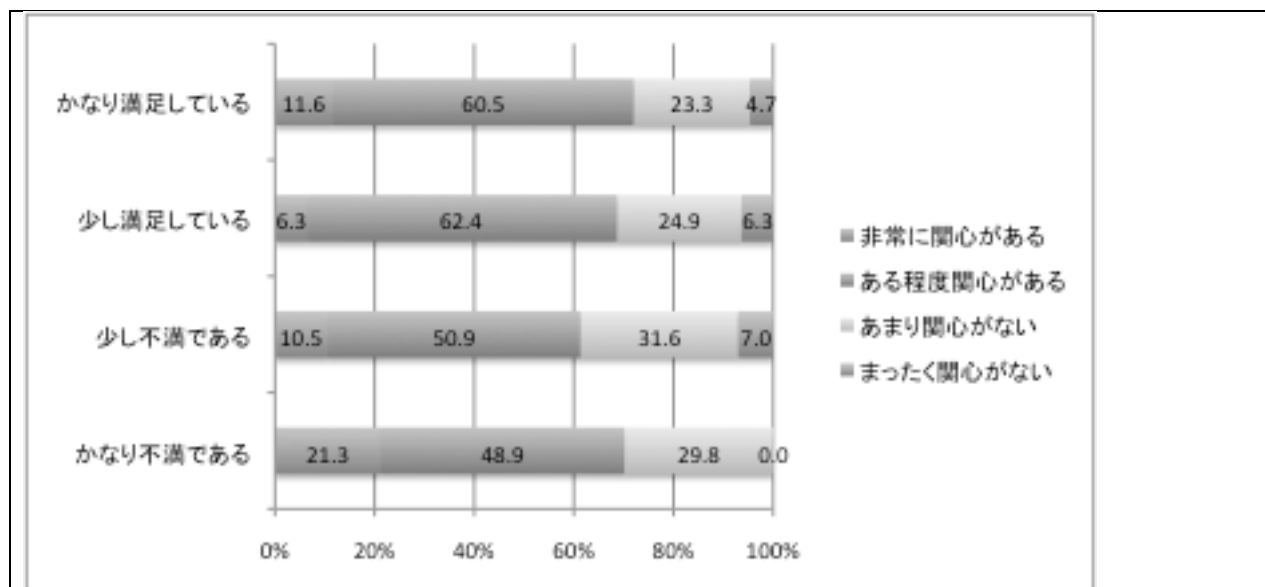


図 7.5 生活満足度と政治的関心 (χ^2 検定で有意確率 < 0.05)

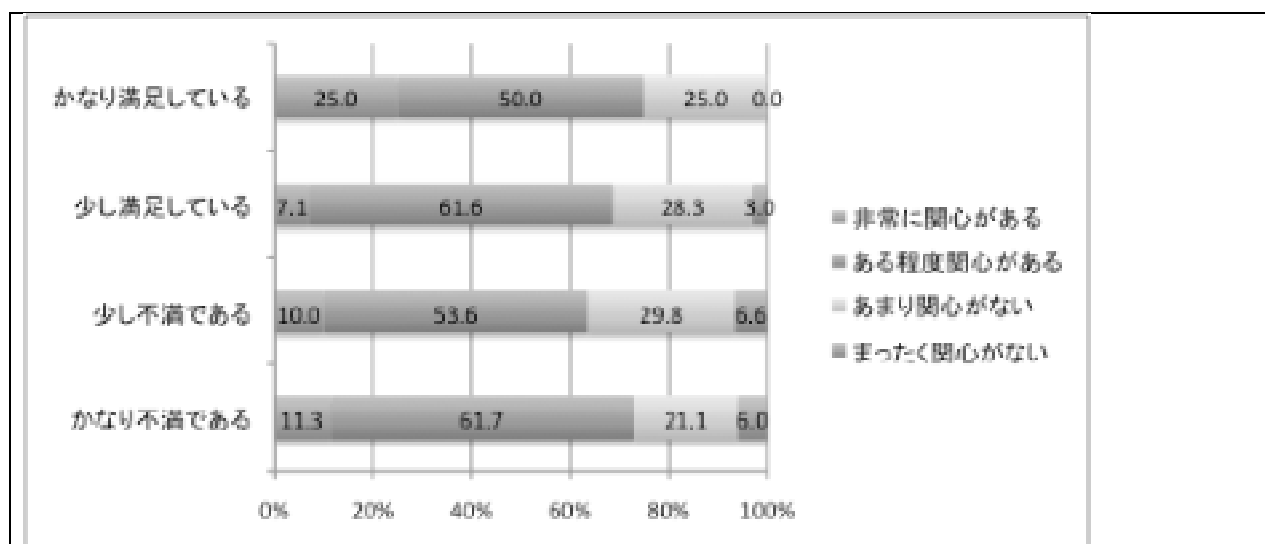


図 7.6 社会満足度と政治的関心

では、生活満足度や社会満足度は何によって規定されるのだろうか。直感的に関連が強いと思われる世帯年収と二種類の満足との関連を見たのが、図 7.7～7.8 である。これらによれば、世帯収入と生活満足度との間には関係があることが確かめられたが、世帯収入と社会満足度の関係は必ずしも明確ではなかった。

そこで、これらの指標の間の相関係数を計算したのが、表 7.2 である。これによれば、政治的関心を規定している最大の因子は結局、年代である。日本の民主主義を考えると、このことはかなり重要な課題ではないだろうか。

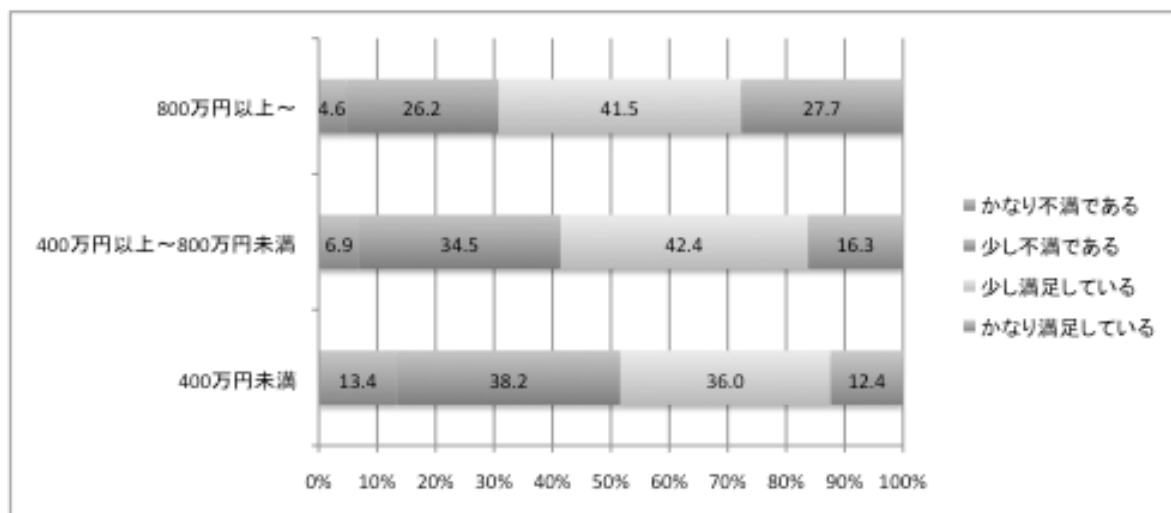


図 7.7 世帯収入と生活満足度（ χ^2 二乗検定で有意確率 <0.01 ）

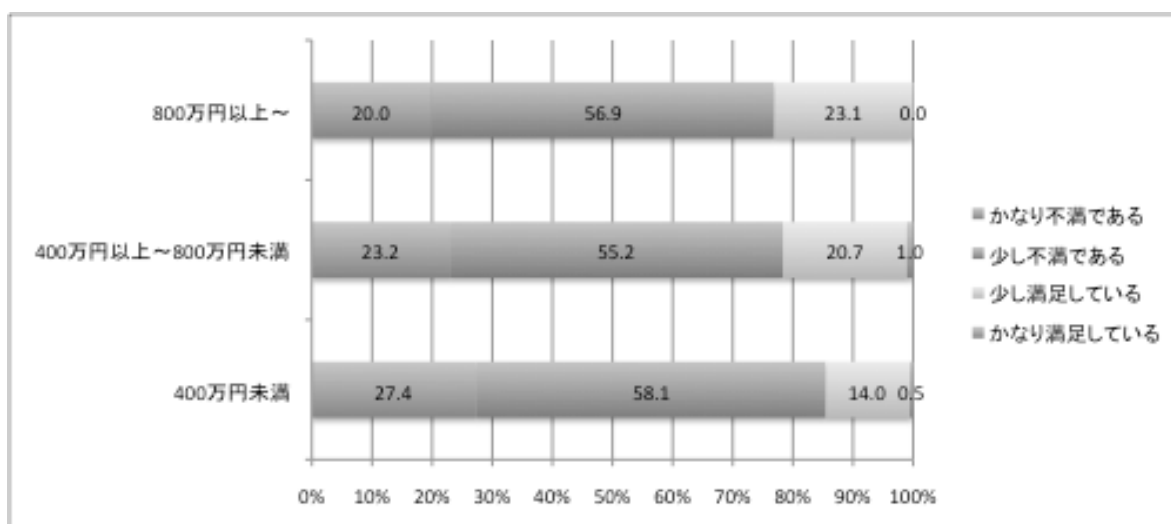


図 7.8 世帯収入と社会満足感

表 7.2 政治的関心、生活満足度、社会満足度、世帯収入、年代の間の相関

		政治的関心	生活満足	社会満足	世帯収入	年代
政治的関心	相関係数	1	0.005	0.021	0.072	-.323(**)
	有意確率（両側）		0.916	0.629	0.097	0.000
生活満足	相関係数	0.005	1	.462(**)	.184(**)	-0.068
	有意確率（両側）	0.916		0.000	0.000	0.118
社会満足	相関係数	0.021	.462(**)	1	0.031	-.112(*)
	有意確率（両側）	0.629	0.000		0.478	0.011
世帯収入	相関係数	0.072	.184(**)	0.031	1	-.148(**)
	有意確率（両側）	0.097	0.000	0.478		0.001
年代	相関係数	-.323(**)	-0.068	-.112(*)	-.148(**)	1
	有意確率（両側）	0.000	0.118	0.011	0.001	

**．相関係数は 1% 水準で有意（両側）

*．相関係数は 5% 水準で有意（両側）

7.2.2 政治意識と政治的関心

次に、政治意識と政治関心の関係を見てみよう。

表 7.3 に、政治意識の各項目（順序尺度）と政治的関心の重回帰分析の結果を示す。これによれば、政治的関心の強さは、政治的無力感（「われわれが少々騒いだところで政治はよくなるものではない」）と負の相関（有意水準＜5%）、政治的無能力感（「政治のことは難しすぎて自分にはわからない」）と負の相関（有意水準＜0.1%）、伝統主義（「伝統や慣習には従うべきだ」と正の相関（有意水準＜1%）、仕事主義（「プライベートな生活を犠牲にしても仕事を優先するべきだ」と正の相関（有意水準＜5%）を示している。

表 7.3 政治意識と政治的関心

質問項目	標準化係数	t	有意確率
政治のことよりも自分自身の生活の方が大事だ	0.001	0.021	0.983
われわれが少々騒いだところで政治はよくなるものではない	0.089	1.985	0.048
政治のことは難しすぎて自分にはわからない	0.298	6.782	0.000
権威のある人の考えには従うべきだ	0.015	0.348	0.728
伝統や慣習には従うべきだ	-0.122	-2.906	0.004
仕事よりプライベートな生活を大切にすべきだ	-0.052	-1.213	0.226
プライベートな生活を犠牲にしても仕事を優先するべきだ	-0.094	-2.149	0.032

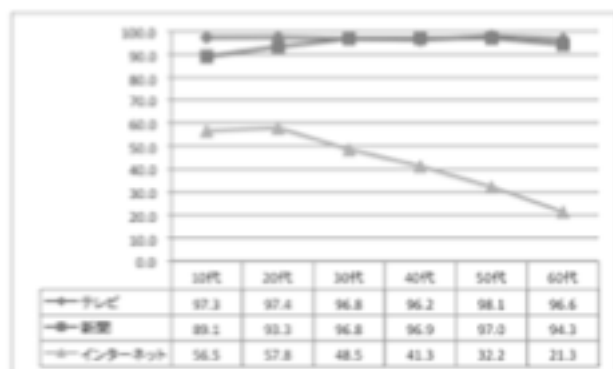
7.2.3 重要な情報源

人びとの政治的関心や政治意識とメディア利用の間には何らかの関係があるだろうか。

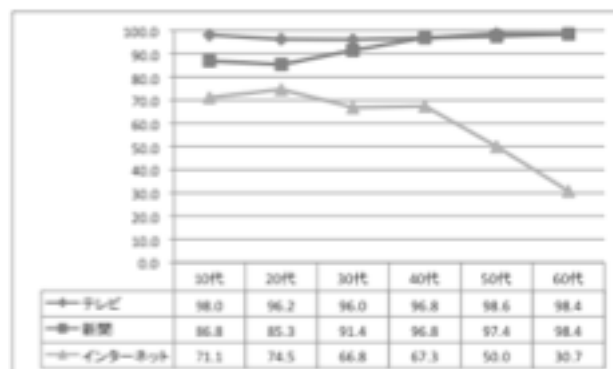
人びとのメディアに対するメディア認識の年代ごとの分布を、WIP2000 年調査から 2010 年調査まで見たのが、図 7.9 である。

これによれば、テレビは全年代を通じて重要性認識が高く、2010 年調査でやや減少傾向が見られる。新聞は、2005 年調査までは新聞とほぼ同様（若年層でやや低い）だが、2005 年調査では 10～20 代での落ち込みが顕著となり、2010 年調査では落ち込み年代が 30 代まで上がってきている。一方、インターネットは「若年層で高く高齢層で低い」というパターンはここ 10 年間同じだが、若年層に引っ張られる形で上昇し、2005 年調査以降は 40 代まで高くなり、2008 年以降では 10～20 代では新聞を追い越している。

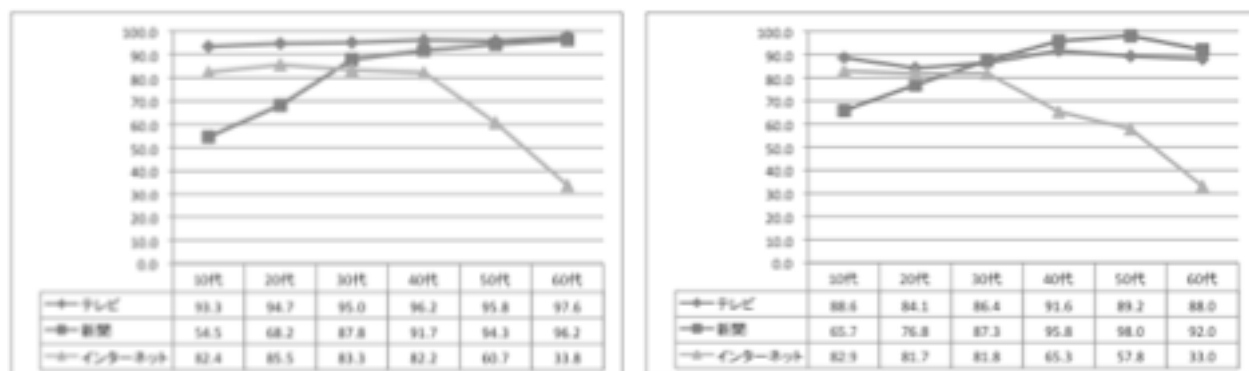
メディアとしてのインターネットの存在感が、若年層を牽引力としていや増していることが見て取れる。



2000 年 WIP(4 点法を修正)(全国調査)



2005 年 WIP(4 点法を修正)(全国調査)



2008 年 WIP (4 点法を修正) (23 区調査)

2010 年 WIP (全国調査)

図 7.9 年代別情報源としてのメディア重要度の変化

7.2.4 多メディア利用の状況

しかし、今日のメディア状況において、テレビ、新聞、インターネットの利用が分断されているわけではない。むしろそれらは相互に入れ子状になった複雑な利用構造を現出しているといえる。そこで、メディアの重要性認識の重なり具合を年代別に見たのが、図 7.10 である。

これによれば、60 代を除いては、「ネット、テレビ、新聞のすべてが重要」と答えている人が最も多い。次に多いのが、10 代では「ネットとテレビが重要」であり、この答えは年代が上がるにつれて減少し、20 代を境として「新聞とテレビが重要」が増加していく。また、10 代と 20 代では、「ネットのみ重要」と答えている者も 6 % 前後に達している。

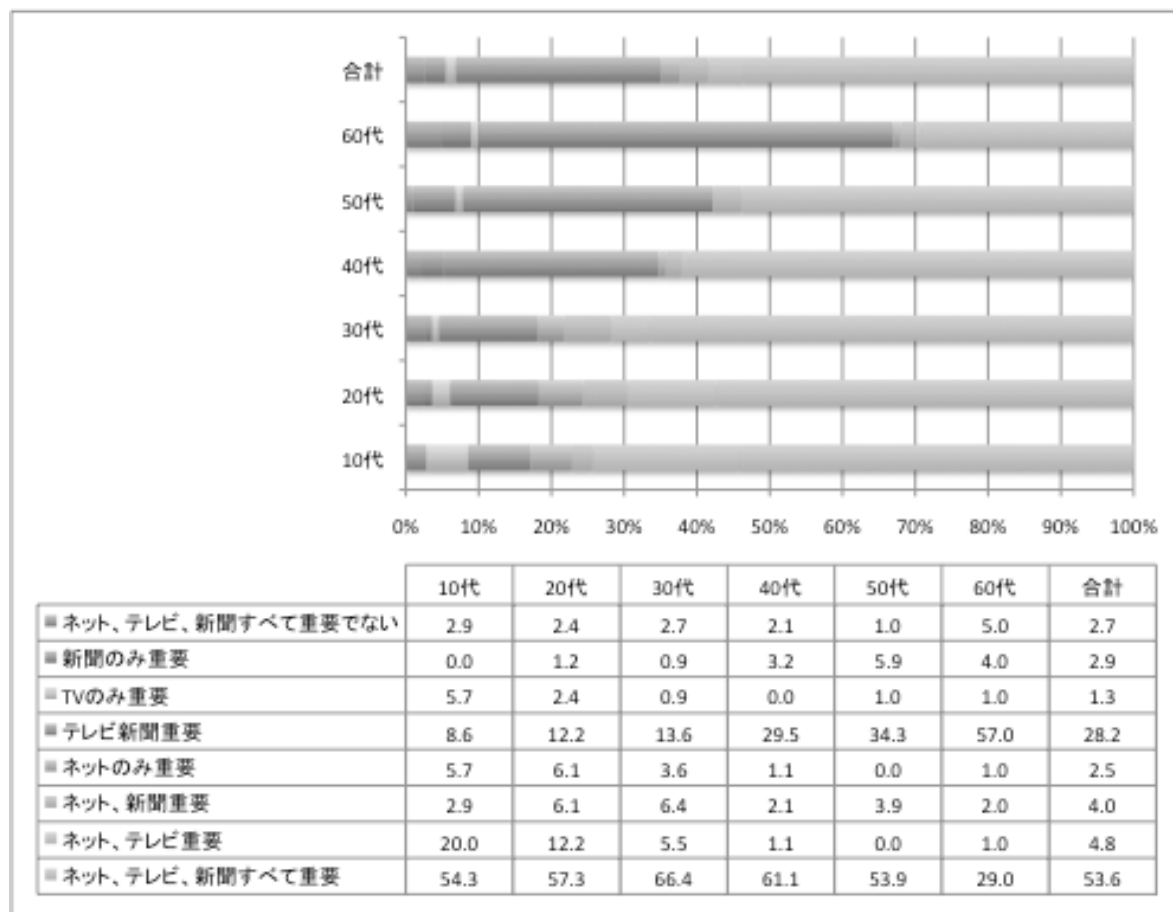


図 7.10 年代別多メディア重要認識

2.5 多メディア重要認識と政治的意識

多メディア重要認識と政治的関心の関係を図示したのが、図 7.11 である。ネットのみ「重要」と答えたグループの政治的関心が突出して高い。反対にテレビのみ「重要」と答えたグループの政治的関心が突出して低い。

そこで、メディアごとの重要性認識で政治的関心の回帰分析を行った結果が、表 7.4 である。これによると、インターネットに対する重要性認識は政治的関心と関係しないが、新聞に対する重要性認識は政治的関心と正の相関があり、反対にテレビに対する重要性認識は政治的関心と負の相関があるようである。

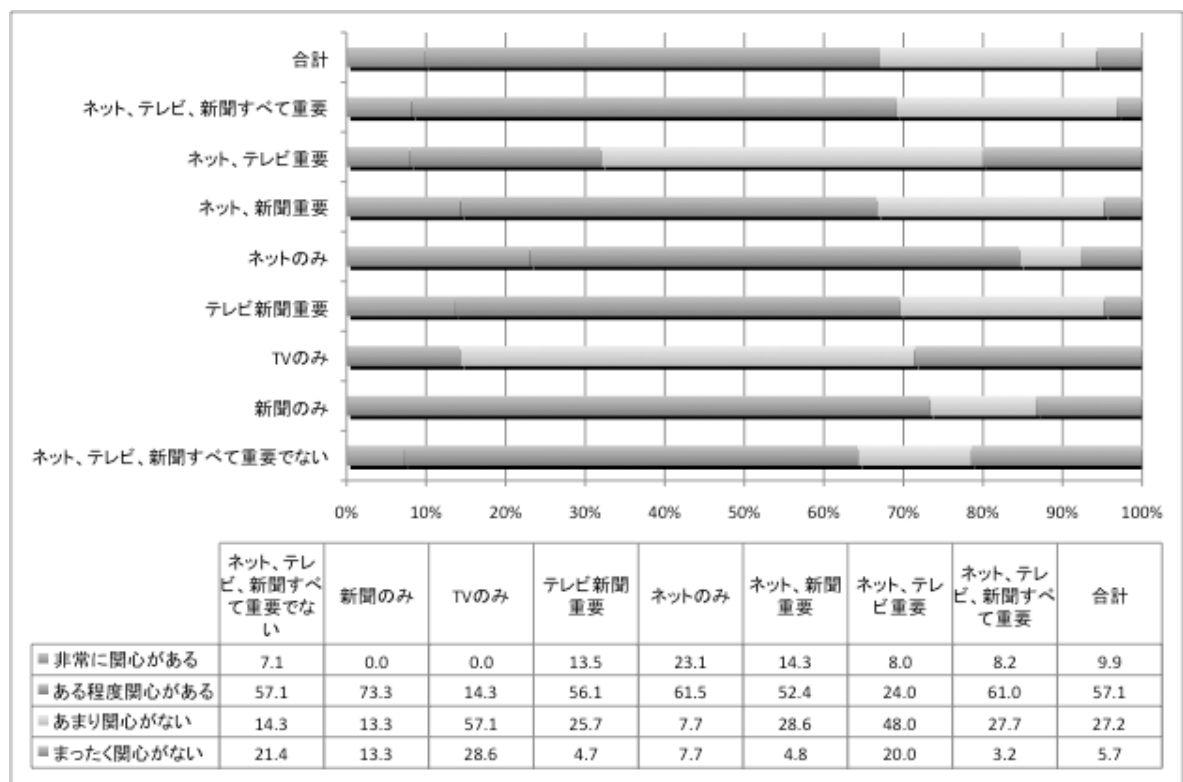


図 7.11 メディア・コンシャスネスと政治的関心

表 7.4 各メディアに対する重要性認識と政治的関心

重要性認識	非標準化係数		標準化係数	t	有意確率
	B	標準誤差	ベータ		
(定数)	2.722	0.181		15.003	0.000
インターネット	-0.016	0.034	-0.021	-0.487	0.626
テレビ	0.188	0.055	0.171	3.414	0.001
新聞	-0.305	0.050	-0.304	-6.124	0.000

7.3 インターネットに対する政治的期待

では、人びとは、インターネットの利用が進むにつれて、どのような政治的影響が現れると期待しているだろうか。

図 7.12 に、2002 年～2010 年の調査結果を数理尺度化した値を示す。

残念ながら、現代日本人は、インターネット利用によって政治的に望ましい影響は必ずしも出ないと考えているようだ。

しかも、年を追うにつれても（つまり、インターネットの普及が進むにつれても）、悲観的な見方は横ばい状態であり、「政府や自治体の役人が、一般の市民にもっとサービス

してくれるようになる」か、という問いに至っては、ますます悲観的になりつつあるようである。現実の行政サービスに、一考をお願いしたいものである。

もっとも、図 7.13 によれば、「インターネットは情報源として重要」と考えている人はそうでない人に比べて、インターネットの利用によってよい政治的影響があると期待している。

つまり、「インターネットの政治的影響」に関する予測は、現実の経緯と、インターネットに対する重要性評価の両方によって構成されている、ということであろうか。

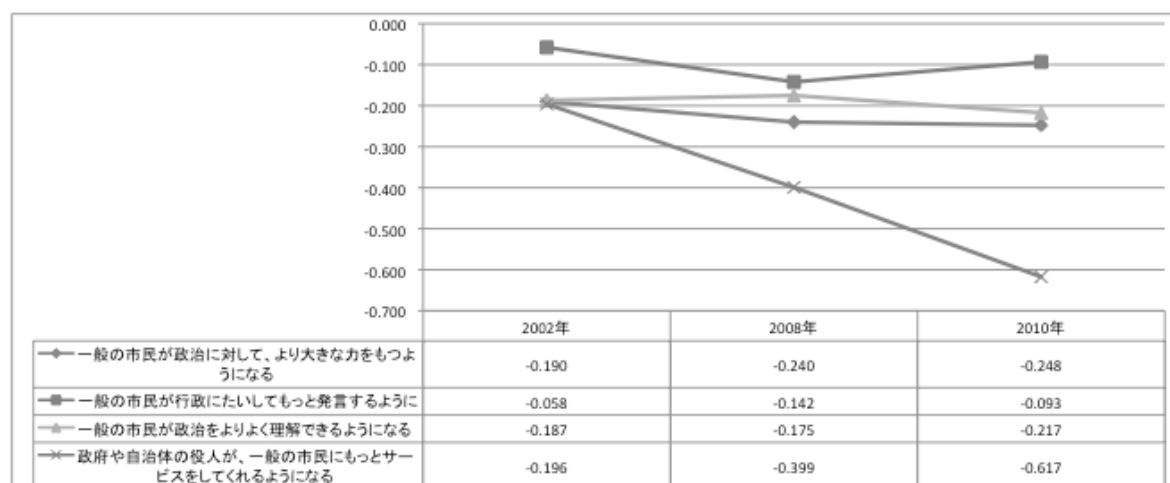


図 7.12 インターネットの利用によって政治はどう変わるか？（数値尺度）

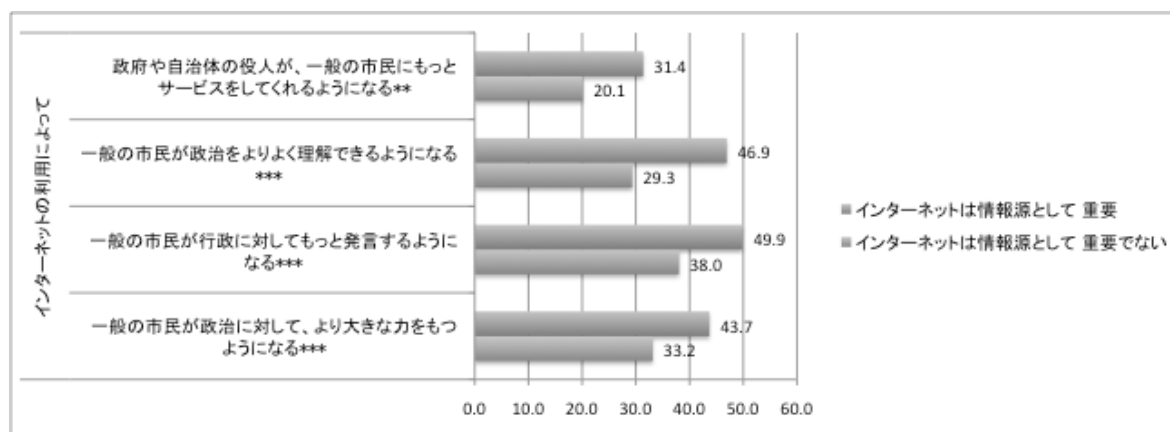


図 7.13 インターネットを重要な情報源と見なすかいないかと、インターネットの政治的影響に対する評価との関係（％、***：0.1％有意、**：1％有意）

7.4 ネット重要性認識とネットに対する不安

反対に、ネットに対する不安感やネット規制の必要性認識を、ネットの重要度認識とクロス集計したのが、図 7.14 である。これによると、インターネットを「重要」と考えるグループは、そうでないグループに比べて、インターネットに対する不安が小さく、規制の

必要性を感じる割合も低い。

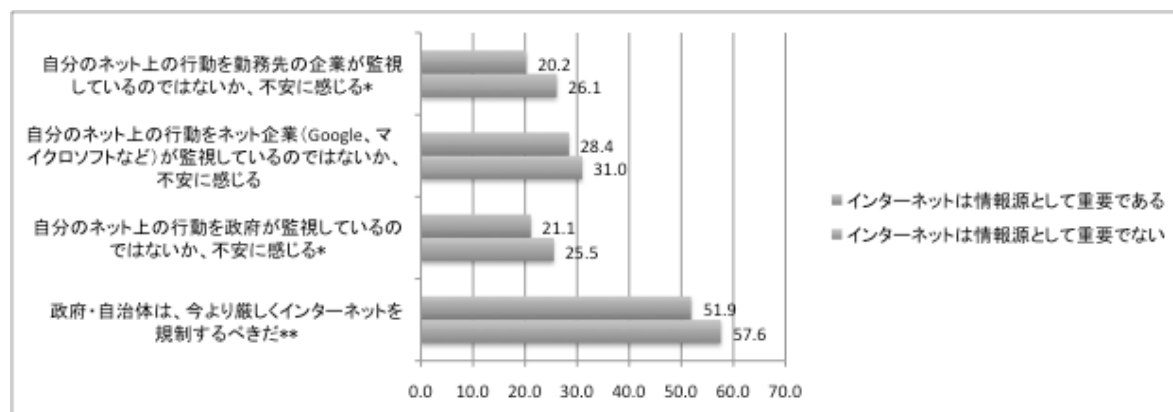


図 7.14 インターネットに対する重要性認識による不安感覚の差（% * ; 有意確率 < 5 %, ** ; 有意確率 < 1 %）

7.5 ネット選挙

さて、冒頭に述べたように、2010 年の参議院選ではついにネットを通じた選挙活動についての規制が緩和されるかと思いきや、結局、何も変わらずじまいであった。

一般の人びとは、この件についてどのように考えているのだろうか？調査結果を「ネットは情報源として重要」と認識するグループとそうでないグループに分けて、図 7.15 に示す。これによれば、「インターネットは情報源である」と考えるグループの方がネット選挙を望む割合が高い。図に示した分析では 2 × 2 グループとしてクロス集計したが、調査における質問どおりに 4 × 4 の順序尺度で相関係数を計算しても、有意水準 0.1% で相関係数は 0.167 となる。

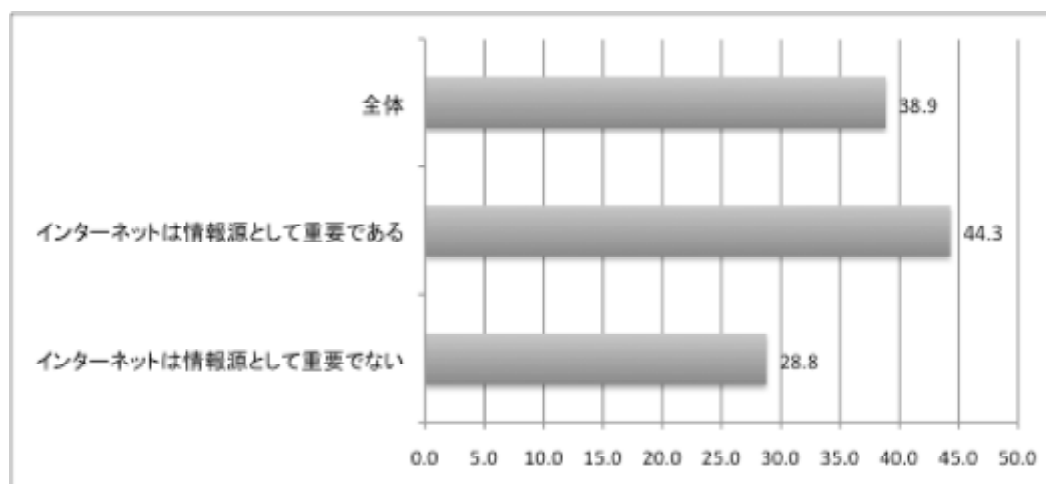


図 7.15 「政府は、ネット上の選挙活動を解禁するべきだ」と思うか（%、0.1%水準で有意）

また、ネット選挙が解禁になった場合に利用したい情報について、2002 年と 2010 年調査を比較したのが、図 7.16 である。2002 年に比べて「政党や政治家の選挙公約」が大きく伸びているのが目立つ。2009 年衆議院選挙で「マニフェスト」が大きくクローズアップされたためだろうか。

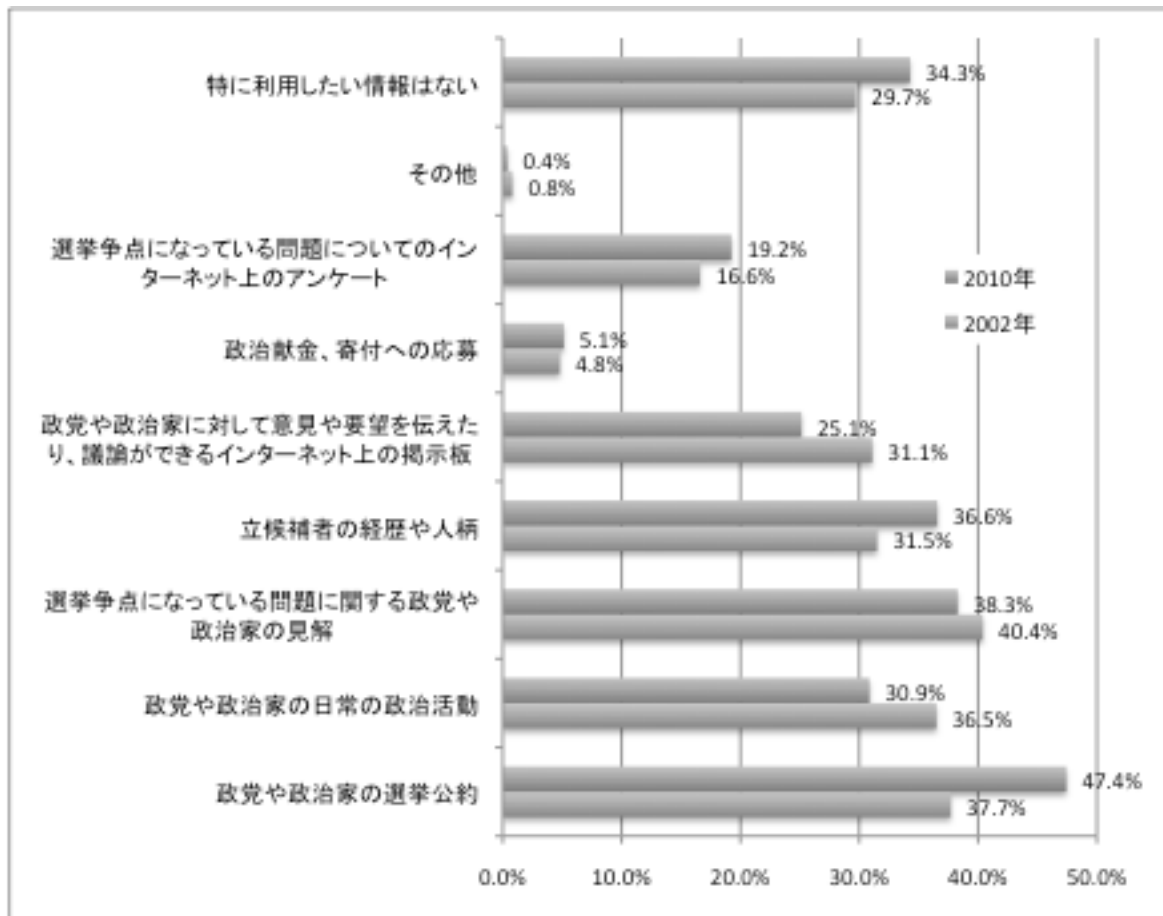


図 7.16 ネット選挙で利用したい情報（データ：WIPJ2002、WIPJ2010）

7.5 おわりに

2010 年の参議院選挙でも、公職選挙法は改正されなかった。しかし、実態としては、さまざまな形で政治家たちのネット活用は進んでいる。選挙を健全な形で行うためにも、われわれはインターネット選挙についての議論を深めていく必要があるだろう。

付属資料：調査票（単純集計表付き）

インターネットの利用動向に関する調査

問1 あなたは次の(1)から(3)までのメディアを1日にどのくらいの時間利用していますか(インターネット上で利用している時間は含みません)。(1)～(3)のそれぞれについて、あてはまるものに○を一つ付けてください。(○は1つずつ)「利用している」とお答えになった方は、1日の平均利用時間を()内にご記入ください。

		利用している	利用していない	合計	平均(分)
(1)テレビを見る	度数	516	9	525	212.9
	%	98.3%	1.7%	100.0%	
(2)ラジオを聴く	度数	169	356	525	148.8
	%	32.2%	67.8%	100.0%	
(3)新聞を読む	度数	387	138	525	40.0
	%	73.7%	26.3%	100.0%	

問2 あなたは現在、自宅や職場、学校などで、次のようなことをしていますか。あてはまるものすべてに○をつけてください。(○はいくつでも)

	1.パソコンで、インターネットのEメールを見たり、送ったりする	2.パソコンで、インターネットのウェブサイトを見たり、ウェブサイト書き込んだりする	3.携帯電話で、メールを見たり、送ったりする	4.携帯電話で、インターネットのウェブサイトやケータイサイトを見たりサイトに書き込んだりする	5.いずれも利用していない	合計
度数	260	327	422	321	83	525
%	49.5%	62.3%	80.4%	61.1%	15.8%	100.0%

(問3～問17 はインターネットを利用している方(問2で少なくとも1～4のいずれか一つには○をつけた方)のみお答えください)

問3 あなたは次の場所で1日にどのくらいの時間、インターネットを利用していますか(Eメール利用、ウェブサイト利用のいずれでもかまいません)。

(1)、(2)の①～⑤それぞれについて、1か2のうちあてはまるものどちらかひとつに○をつけてください。(○は1つずつ)「インターネットを利用している」とお答えになった方は、1日の平均利用時間を()内にご記入ください。

			利用している	利用していない	合計	平均(分)
(1)パソコン	①自宅	度数	288	154	442	82.2
		%	65.2%	34.8%	100.0%	
	②(自宅以外の)職場	度数	125	317	442	129.3
		%	28.3%	71.7%	100.0%	
	③学校	度数	19	423	442	87.1
		%	4.3%	95.7%	100.0%	
	④移動中	度数	4	438	442	52.5
		%	0.9%	99.1%	100.0%	
	⑤その他の場所(インターネットカフェ、友人の家、図書館など)	度数	9	433	442	51.1
		%	2.0%	98.0%	100.0%	

			利用している	利用していない	合計	平均(分)
(2)携帯電話	①自宅	度数	378	64	442	47.6
		%	85.5%	14.5%	100.0%	
	②(自宅以外の)職場	度数	151	291	442	37.7
		%	34.2%	65.8%	100.0%	
	③学校	度数	41	401	442	81.8
		%	9.3%	90.7%	100.0%	
	④移動中	度数	183	259	442	27.7
		%	41.4%	58.6%	100.0%	
	⑤その他の場所(インターネットカフェ、友人の家、図書館など)	度数	59	383	442	34.1
		%	13.3%	86.7%	100.0%	

問4 あなたがインターネットを使い始めてから、どのくらいの期間になりますか。

(1)(2)について、あてはまるものに○を一つ付けてください。(○は1つずつ) 「1年以上」とお答えになった方は、インターネットの利用歴を()内にご記入ください。

		1年以上	1年未満	使っていない	合計	平均(年)
(1)パソコンでのインターネット利用歴	度数	320	13	109	442	8
	%	72.4%	2.9%	24.7%	100.0%	
(2)携帯電話でのインターネット利用歴	度数	401	23	18	442	7
	%	90.7%	5.2%	4.1%	100.0%	

(以下の間で「インターネット」という場合、パソコンと携帯電話両方のインターネット利用を含みます。)

問5 あなたは次のような目的で、どのくらいの頻度でインターネットを利用していますか。

(1)～(11)のそれぞれについて、1～5のうちあてはまるものどれかひとつに○をつけてください。(○は1つずつ)
「ほぼ毎日」とお答えの方は、1日の平均利用回数(メールの場合は発信するメールの通数)を記入ください。

	ほぼ毎日 1	週に1回 ～数回 2	月に1回 ～数回 3	月に1 回未満 4	利用したこ とはない 5	合計
(1)メールを利用する	342 77.4%	78 17.6%	11 2.5%	5 1.1%	6 1.4%	442 100.0%
(2)メッセージャーを利用する	10 2.3%	17 3.8%	5 1.1%	32 7.2%	378 85.5%	442 100.0%
(3)チャットをする	6 1.4%	20 4.5%	8 1.8%	32 7.2%	376 85.1%	442 100.0%
(4)メールにファイルを添付して送る	57 12.9%	78 17.6%	60 13.6%	83 18.8%	164 37.1%	442 100.0%
(5)インターネットで電話をかけたり、受けたりする	12 2.7%	16 3.6%	10 2.3%	14 3.2%	390 88.2%	442 100.0%
(6)ブログを書く	20 4.5%	23 5.2%	19 4.3%	14 3.2%	366 82.8%	442 100.0%
(7)写真をアップする	12 2.7%	34 7.7%	39 8.8%	44 10.0%	313 70.8%	442 100.0%
(8)動画をアップする	6 1.4%	12 2.7%	13 2.9%	31 7.0%	380 86.0%	442 100.0%
(9)2ちゃんねるなどの電子掲示板に意見やコメントを書き込む	4 0.9%	12 2.7%	8 1.8%	32 7.2%	386 87.3%	442 100.0%
(10)Twitter、mixi ボイス、リアルなどのミニブログに書き込む	16 3.6%	19 4.3%	16 3.6%	21 4.8%	370 83.7%	442 100.0%
(11)ほかの人のブログにコメントをつける	15 3.4%	26 5.9%	24 5.4%	32 7.2%	345 78.1%	442 100.0%

問6 日常生活の中で、インターネットを使ってニュース、スポーツ試合の結果、映画情報などの情報を得ている人がいます。あなたは次のような目的で、どのくらいの頻度でインターネットを利用していますか。

(1)～(6)のそれぞれについて、1～5のうちあてはまるものどれかひとつに○をつけてください。(○は1つずつ) 「ほぼ毎日」とお答えになった方は、1日の平均利用回数を記入ください。

	ほぼ毎日 1	週に1回 ～数回 2	月に1回 ～数回 3	月に1回 未満 4	利用したこ とはない 5	合計
(1)(地域、全国、海外の)ニュースを知る	187 42.3%	108 24.4%	32 7.2%	20 4.5%	95 21.5%	442 100.0%
(2)旅行の情報を得る	3 0.7%	21 4.8%	72 16.3%	145 32.8%	201 45.5%	442 100.0%
(3)求人情報を得る	4 0.9%	10 2.3%	15 3.4%	67 15.2%	346 78.3%	442 100.0%
(4)笑い話、マンガなどおもしろいコンテンツを探す	24 5.4%	45 10.2%	26 5.9%	52 11.8%	295 66.7%	442 100.0%
(5)健康についての情報を得る	7 1.6%	29 6.6%	54 12.2%	96 21.7%	256 57.9%	442 100.0%
(6)ブログを読む	78 17.6%	65 14.7%	46 10.4%	36 8.1%	217 49.1%	442 100.0%

問7 あなたは、インターネットを使いながら、音楽を聴いたり、テレビを見たり、電話を使ったりしていますか？
(○は1つ)

	していない	ときどきしている	ほとんどいつもしている	合計
度数	183	199	60	442
%	41.4%	45.0%	13.6%	100.0%

問8 次に、娯楽のためにゲームをしたり、音楽を聴いたりすることについて伺います。あなたは次のような目的で、どのくらいの頻度でインターネットを利用していますか。

(1)～(10)のそれぞれについて、1～5のうちあてはまるものどれかひとつに○をつけてください。(○は1つずつ)
「ほぼ毎日」とお答えになった方は、1日の平均利用回数を記入ください。

	ほぼ毎日 1	週に1回 ～数回 2	月に1回 ～数回 3	月に1回 未満 4	利用した ことはない 5	合計
(1)ゲームをする	49 11.1%	61 13.8%	34 7.7%	60 13.6%	238 53.8%	442 100.0%
(2)音楽を聴いたりダウンロードしたりする	16 3.6%	66 14.9%	71 16.1%	88 19.9%	201 45.5%	442 100.0%
(3)動画配信サイト(GyaO など)を見たりダウンロードしたりする	13 2.9%	45 10.2%	38 8.6%	53 12.0%	293 66.3%	442 100.0%
(4)動画投稿サイト(Youtube など)を見たりダウンロードしたりする	25 5.7%	73 16.5%	50 11.3%	66 14.9%	228 51.6%	442 100.0%
(5)宗教系のサイトを見る			2 0.5%	6 1.4%	434 98.2%	442 100.0%
(6)オンラインのラジオを聴く		4 0.9%	5 1.1%	23 5.2%	410 92.8%	442 100.0%
(7)ギャンブル、賭けごとをする		5 1.1%	3 0.7%	6 1.4%	428 96.8%	442 100.0%
(8)色々なウェブサイトを次々に見て楽しむ	59 13.3%	68 15.4%	56 12.7%	47 10.6%	212 48.0%	442 100.0%
(9)アダルトサイトを見る	2 0.5%	12 2.7%	12 2.7%	27 6.1%	389 88.0%	442 100.0%
(10)SNS (mixi、モバゲータウンなど)でゲームを楽しむ	36 8.1%	32 7.2%	13 2.9%	31 7.0%	330 74.7%	442 100.0%

問9 インターネットでバンキングやショッピングなど、様々な取引をすることについてお聞きます。インターネットを使って、あなたは次のような目的で、どのくらいの頻度でインターネットを利用していますか。

(1)～(6)のそれぞれについて、1～5のうちあてはまるものどれかひとつに○をつけてください。(○は1つずつ) 「ほぼ毎日」とお答えになった方は、1日の平均利用回数を記入ください。

	ほぼ毎日 1	週に1回 ～数回 2	月に1回 ～数回 3	月に1回 未満 4	利用した ことはない 5	合計
(1)製品についての情報を得る	21 4.8%	107 24.2%	89 20.1%	73 16.5%	152 34.4%	442 100.0%
(2)商品を購入する		16 3.6%	75 17.0%	142 32.1%	209 47.3%	442 100.0%
(3)旅行の予約をする		4 0.9%	9 2.0%	134 30.3%	295 66.7%	442 100.0%
(4)料金の支払いをする		6 1.4%	27 6.1%	60 13.6%	349 79.0%	442 100.0%
(5)銀行のオンラインサービスを利用する	3 0.7%	14 3.2%	27 6.1%	22 5.0%	376 85.1%	442 100.0%
(6)株式、債券などの金融取引をする	6 1.4%	2 0.5%	6 1.4%	14 3.2%	414 93.7%	442 100.0%

問 10 学校の授業のためや、学習のためにインターネットを利用する人がいます。あなたは次のような目的で、どのくらいの頻度でインターネットを利用していますか。

(1)～(4)のそれぞれについて、1～5のうちあてはまるものどれかひとつに○をつけてください。(○は1つずつ) 「ほぼ毎日」とお答えになった方は、1日の平均利用回数を記入ください。

	ほぼ毎日 1	週に1回 ～数回 2	月に1回 ～数回 3	月に1回 未満 4	利用した ことはない 5	合計
(1)言葉の意味を調べる	20 4.5%	75 17.0%	77 17.4%	73 16.5%	197 44.6%	442 100.0%
(2)物事について調べる	24 5.4%	90 20.4%	95 21.5%	65 14.7%	168 38.0%	442 100.0%
(3)学校の授業や勉強に関連する情報を得る	13 2.9%	34 7.7%	39 8.8%	52 11.8%	304 68.8%	442 100.0%
(4)遠隔授業を受ける	1 0.2%	1 0.2%	3 0.7%	6 1.4%	431 97.5%	442 100.0%

問 11 インターネットを利用することによって、あなたは(1)から(6)にあげるような人と接触したり連絡したりする機会が増えましたか、それとも減りましたか。(○は1つつつ)

	かなり減った	少し減った	変わらない	少し増えた	かなり増えた	そのような人はいない	無回答	合計
(1)趣味・娯楽が同じ人	1 0.2%	6 1.4%	128 29.0%	73 16.5%	24 5.4%	210 47.5%		442 100.0%
(2)同じような政治的関心をもつ人		1 0.2%	112 25.3%	5 1.1%	2 0.5%	322 72.9%		442 100.0%
(3)同じような宗教を信じている人			93 21.0%	2 0.5%	1 0.2%	346 78.3%		442 100.0%
(4)家族	1 0.2%	2 0.5%	231 52.3%	58 13.1%	21 4.8%	129 29.2%		442 100.0%
(5)友人	1 0.2%	6 1.4%	177 40.0%	94 21.3%	42 9.5%	122 27.6%		442 100.0%
(6)同じような仕事をもっている人	1 0.2%	1 0.2%	158 35.7%	54 12.2%	19 4.3%	200 45.2%	9 2.0%	442 100.0%

問 12 下にウェブサイトのリストがあります。この中で、パソコンまたは携帯電話から利用しているウェブサイトがあれば、番号に○をつけてください。(○はいくつでも)

	パソコンからアクセスする		携帯電話からアクセスする	
(1)楽天市場	191	43.2%	52	11.8%
(2)Yahoo! オークション	178	40.3%	42	9.5%
(3)価格.com	119	26.9%	16	3.6%
(4)Amazon	134	30.3%	20	4.5%
(5)ぐるなび	96	21.7%	47	10.6%
(6)ミクシィ(mixi)	63	14.3%	63	14.3%
(7)GREE	8	1.8%	52	11.8%
(8)モバゲータウン	9	2.0%	45	10.2%
(9)2ちゃんねる	76	17.2%	27	6.1%
(10)Yahoo!みんなの政治	5	1.1%	0	0.0%
(11)Wikipedia(ウィキペディア)	134	30.3%	33	7.5%
(12)YouTube	168	38.0%	39	8.8%
(13)ニコニコ動画	92	20.8%	17	3.8%
(14)Gyao	72	16.3%	9	2.0%
(15)Twitter	16	3.6%	6	1.4%
無回答	151	34.2%	273	61.8%
合計	442	100.0%	442	100.0%

問 13 あなたはふだん次のようなことをどのくらいしていますか？

(1)～(21)のそれぞれについて、1～5 のうちあてはまるものどれかひとつに○をつけてください。(○は1つずつ)
「ほぼ毎日」とお答えになった方は、1日の平均利用回数(メールの場合は発信するメールの通数)をご記入ください。
※携帯電話には PHS を含めてお答えください

	ほぼ毎日 1	週に数回 2	月に数回 3	月に1回 以下 4	利用して いない 5	合計
(1)携帯電話で通話をする	224 50.7%	145 32.8%	48 10.9%	9 2.0%	16 3.6%	442 100.0%
(2)携帯電話でメールをやりとりする	276 62.4%	113 25.6%	17 3.8%	14 3.2%	22 5.0%	442 100.0%
(3)携帯電話でニュースサイトを見る	83 18.8%	70 15.8%	40 9.0%	29 6.6%	220 49.8%	442 100.0%
(4)携帯電話で動画投稿サイトを見る	11 2.5%	17 3.8%	27 6.1%	24 5.4%	363 82.1%	442 100.0%
(5)携帯電話で mixi などの SNS を見る	43 9.7%	18 4.1%	10 2.3%	10 2.3%	361 81.7%	442 100.0%
(6)携帯電話でブログを見る	27 6.1%	36 8.1%	19 4.3%	23 5.2%	337 76.2%	442 100.0%
(7)携帯電話で2ちゃんねるなどの大規模電子 掲示板を見る	9 2.0%	15 3.4%	10 2.3%	26 5.9%	382 86.4%	442 100.0%
(8)携帯電話で写真を撮る	20 4.5%	99 22.4%	126 28.5%	102 23.1%	95 21.5%	442 100.0%
(9)携帯電話で写真を送る	13 2.9%	49 11.1%	90 20.4%	124 28.1%	166 37.6%	442 100.0%
(10)携帯電話で動画を見る	9 2.0%	24 5.4%	46 10.4%	61 13.8%	302 68.3%	442 100.0%
(11)携帯電話で音楽を再生する	13 2.9%	60 13.6%	35 7.9%	54 12.2%	280 63.3%	442 100.0%
(12)携帯電話で QR コードを読み取る	3 0.7%	11 2.5%	57 12.9%	123 27.8%	248 56.1%	442 100.0%
(13)携帯電話で GPS を利用する	2 0.5%	7 1.6%	20 4.5%	55 12.4%	358 81.0%	442 100.0%
(14)携帯電話の電子マネーや決済機能を利用する(おサイフケータイ)	6 1.4%	3 0.7%	4 0.9%	11 2.5%	418 94.6%	442 100.0%
(15)携帯電話でテレビを見る	8 1.8%	37 8.4%	45 10.2%	72 16.3%	280 63.3%	442 100.0%
(16)パソコンでメールをやりとりする	75 17.0%	61 13.8%	44 10.0%	57 12.9%	205 46.4%	442 100.0%
(17)パソコンでニュースサイトを見る	103 23.3%	77 17.4%	46 10.4%	52 11.8%	164 37.1%	442 100.0%
(18)パソコンで動画投稿サイトを見る	27 6.1%	57 12.9%	45 10.2%	48 10.9%	265 60.0%	442 100.0%
(19)パソコンで mixi などの SNS を見る	21 4.8%	29 6.6%	9 2.0%	27 6.1%	356 80.5%	442 100.0%
(20)パソコンでブログを見る	46 10.4%	48 10.9%	46 10.4%	48 10.9%	254 57.5%	442 100.0%
(21)パソコンで2ちゃんねるなどの大規模電子 掲示板を見る	16 3.6%	25 5.7%	26 5.9%	45 10.2%	330 74.7%	442 100.0%

問 14 携帯電話を通じて(パソコンは除きます)、次のようなものを利用したことがありますか。
1～15 であてはまるものすべてに○(○はいくつでも)か、16 に○をつけてください。

1.検索サイト	2.ケータイ小説	3.ケータイマンガ	4. 天 気 予 報	5. 乗 り 換 え 案 内	6. 地 図 ・ ナ ビ ゲ ー シ ョ ン	7. 着 う た ・ 着 メ ロ	8. その他 音 楽 配 信 サ イ ト	9. 一 行 ニ ュ ー ス
192	56	38	247	143	135	232	61	75
43.4%	12.7%	8.6%	55.9%	32.4%	30.5%	52.5%	13.8%	17.0%
10. 待ち受け画面サイト	11. 割引クーポン	12. アプリのゲーム	13. オンラインゲーム	14. ワンセグ放送	15. ケータイ辞書	16. あてはまるものはない	合 計	
108	133	132	55	112	96	89	442	
24.4%	30.1%	29.9%	12.4%	25.3%	21.7%	20.1%	100.0%	

問 15 あなたは、次の(1)から(4)のようなことができますか。それぞれ 1～4 のうちあてはまるものどれかひとつに○をつけてください。(○は1つずつ)

		できる 1	たぶんできる 2	できない 3	わからない 4	合 計
(1) インターネットを使って、名前だけしか知らない店の電話番号を調べることができる	度数	212	115	44	71	442
	%	48.0%	26.0%	10.0%	16.1%	100.0%
(2) あるテーマについての新聞記事をインターネットで集めることができる	度数	147	134	63	98	442
	%	33.3%	30.3%	14.3%	22.2%	100.0%
(3) パソコンで電子メールにファイルを添付して送信することができる	度数	212	69	70	91	442
	%	48.0%	15.6%	15.8%	20.6%	100.0%
(4) インターネットで本を注文することができる	度数	218	83	57	84	442
	%	49.3%	18.8%	12.9%	19.0%	100.0%

問 16 あなたには、次のことはあてはまりますか。それぞれ 1～4 のうちあてはまるものどれかひとつに○をつけてください。(○は1つずつ)

		あてはまる 1	まああてはまる 2	あまりあてはまらない 3	あてはまらない 4	合 計
(1) インターネット上の情報の中から、自分の必要とする情報を取捨選択することには自信がある	度数	100	178	76	88	442
	%	22.6%	40.3%	17.2%	19.9%	100.0%
(2) インターネット上の信頼できる情報とそうでない情報を見分けることには自信がある	度数	40	164	126	112	442
	%	9.0%	37.1%	28.5%	25.3%	100.0%

問 17 インターネットには、電子掲示板、SNS(ミクシィ、グリーなど)のコミュニティ、グループでのブログ利用、Wiki 利用、メーリングリスト機能を中心としたネットグループ(freeML やヤフーグループなど)など、様々な情報交換・交流の場があります。パソコンでのインターネット、携帯利用を問わず、そうしたネット交流の場の利用に関連して、次のような人は何人くらいいますか？

()内に人数をご記入ください。該当する人がいなければ、「0」と記入してください。

	人数
(1)ネット交流の場で初めて知り合い、個人的に連絡をとったが、実際には会っていない人	(2.1)人くらい
(2)ネット交流の場で初めて知り合い、個人的に会った人	(0.9)人くらい

⇒問 19 へおすすみください

(問2で「5. いずれも利用していない」と答えた方にお聞きします)

問 18 あなたがインターネットを使わない主な理由は何ですか？(○は1つ)

	1.興味がないから	2.利用価値がないから	3.どうやって使うかわからないから	4.インターネットに接続する機器がないから	5.利用料金が高すぎるから	6.時間がないから	7.その他	合計
度数	36	1	23	6	4	7	6	83
%	43.4%	1.2%	27.7%	7.2%	4.8%	8.4%	7.2%	100.0%

(問 19 以降は全員におたずねします。インターネットを使っていない方もイメージでお答えください。)

問 19 あなたは、次の(1)から(5)のメディアについて、信頼できる情報は、どの程度あると思いますか。それぞれ 1～5 のうちあてはまるものどれかひとつに○をつけてください。(○は1つずつ)

		まったくない 1	一部 2	半々くらい 3	大部分 4	全部 5	合計
(1)インターネット	度数	31	121	254	113	6	525
	%	5.9%	23.0%	48.4%	21.5%	1.1%	100.0%
(2)テレビ	度数	6	82	176	238	23	525
	%	1.1%	15.6%	33.5%	45.3%	4.4%	100.0%
(3)新聞	度数	9	54	99	305	58	525
	%	1.7%	10.3%	18.9%	58.1%	11.0%	100.0%
(4)ラジオ	度数	21	65	189	225	25	525
	%	4.0%	12.4%	36.0%	42.9%	4.8%	100.0%
(5)人からの話(家族や友人など)	度数	7	115	273	125	5	525
	%	1.3%	21.9%	52.0%	23.8%	1.0%	100.0%

問 20 一般的に、あなたが情報を得るための手段(情報源)として、次の(1)から(5)までのものは、どのくらい重要ですか。それぞれ 1～4 のうちあてはまるものどれかひとつに○をつけてください。(○は1つずつ)

		まったく重要 ではない 1	あまり重要 ではない 2	ある程度重 要である 3	非常に重要 である 4	合計
(1)インターネット	度数	69	115	247	94	525
	%	13.1%	21.9%	47.0%	17.9%	100.0%
(2)テレビ	度数	7	56	309	153	525
	%	1.3%	10.7%	58.9%	29.1%	100.0%
(3)新聞	度数	15	44	272	194	525
	%	2.9%	8.4%	51.8%	37.0%	100.0%
(4)ラジオ	度数	78	156	239	52	525
	%	14.9%	29.7%	45.5%	9.9%	100.0%
(5)人からの話(家族や友人など)	度数	10	102	339	74	525
	%	1.9%	19.4%	64.6%	14.1%	100.0%

問 21 一般的に、娯楽の手段として、次の(1)から(5)までのものは、どのくらい重要ですか。それぞれ 1～4 のうちあてはまるものどれかひとつに○をつけてください。(○は1つずつ)

		まったく重要 ではない 1	あまり重要 ではない 2	ある程度重 要である 3	非常に重要 である 4	合計
(1)インターネット	度数	95	132	211	87	525
	%	18.1%	25.1%	40.2%	16.6%	100.0%
(2)テレビ	度数	13	60	276	176	525
	%	2.5%	11.4%	52.6%	33.5%	100.0%
(3)新聞	度数	47	175	250	53	525
	%	9.0%	33.3%	47.6%	10.1%	100.0%
(4)ラジオ	度数	97	212	194	22	525
	%	18.5%	40.4%	37.0%	4.2%	100.0%
(5)人からの話(家族や友人など)	度数	9	92	314	110	525
	%	1.7%	17.5%	59.8%	21.0%	100.0%

問 22 あなたは、インターネットで商品等を購入し、支払いをクレジットカードや銀行カードで行なうとしたら、カード情報の安全性について、不安を感じますか。(○は1つ)

	まったく不安 を感じない	あまり不安を 感じない	やや不安を 感じる	とても不安を 感じる	合計
度数	5	61	257	202	525
%	1.0%	11.6%	49.0%	38.5%	100.0%

問 23 あなたは政治的な事柄に関心のある方ですか。(○は1つ)

	非常に関心 がある	ある程度関 心がある	あまり関心が ない	まったく関心 がない	合計
度数	52	300	143	30	525
%	9.9%	57.1%	27.2%	5.7%	100.0%

問 24 次の(1)から(4)までのそれぞれについてあなたの考えに近いものに○をつけてください。(○は1つずつ)

	そうは思 わない	あまりそう 思わない	まあそ う思う	そう思う	合計
(1)インターネットの利用によって、一般の市民が政治に対し て、より大きな力をもつようになる	63 12.0%	252 48.0%	172 32.8%	38 7.2%	525 100.0%
(2)インターネットの利用によって、一般の市民が行政に対し てもっと発言するようになる	53 10.1%	232 44.2%	191 36.4%	49 9.3%	525 100.0%
(3)インターネットの利用によって、一般の市民が政治をよりよ く理解できるようになる	50 9.5%	261 49.7%	181 34.5%	33 6.3%	525 100.0%
(4)インターネットの利用によって、政府や自治体の役人が、 一般の市民にもっとサービスをしてくれるようになるだろう	100 19.0%	281 53.5%	131 25.0%	13 2.5%	525 100.0%

問 25 次の(1)から(6)までのそれぞれことについて、あなたはどの程度賛成ですか。(○は1つずつ)

	まったくそうは 思わない	あまりそうは 思わない	ややそ う思う	まったく そう思う	無回答	合計
(1)インターネット上では表現の自由が最大 限認められるべきだ	56 10.7%	275 52.4%	159 30.3%	35 6.7%		525 100.0%
(2)政府・自治体は、今より厳しくインターネッ トを規制するべきだ	54 10.3%	188 35.8%	223 42.5%	60 11.4%		525 100.0%
(3)政府は、ネット上の選挙活動を解禁する べきだ	57 10.9%	264 50.3%	161 30.7%	43 8.2%		525 100.0%
(4)自分のネット上の行動を政府が監視して いるのではないか、不安に感じる	109 20.8%	296 56.4%	86 16.4%	33 6.3%	1 0.2%	525 100.0%
(5)自分のネット上の行動をネット企業が監 視しているのではないか、不安に感じる	86 16.4%	284 54.1%	117 22.3%	37 7.0%	1 0.2%	525 100.0%
(6)自分のネット上の行動を勤務先の企業が 監視しているのではないか、不安に感じる	126 24.0%	279 53.1%	85 16.2%	32 6.1%	3 0.6%	525 100.0%

問 26 今後、公職選挙法が改正され、インターネットを使った選挙運動がある程度自由に行われるようになると予想されています。あなたは、政党や政治家のホームページで選挙期間中にどのような情報を利用したいと思いますか。1～8であてはまるものすべてに○(○はいくつでも)か、9に○をつけてください。

1.政党や 政治家の選挙 公約	2.政党や 政治家の日常の 政治活動	3.選挙争 点になって いる問題 に関する 政党や政 治家の見 解	4.立候 補者の 経歴や 人柄	5.政党や政 治家に対し て意見や要 望を伝えたり、議論がで きるインター ネット上の掲 示板	6.政治 献金、 寄付へ の応募	7.選挙争 点になって いる問題 についてのインター ネット上のアンケート	8.その他	9.特に 利用し たい情 報はな い	合計
249 47.4%	162 30.9%	201 38.3%	192 36.6%	132 25.1%	27 5.1%	101 19.2%	2 0.4%	180 34.3%	525 100.0%

問 27 あなたは今の生活にどの程度満足していますか。(○は1つ)

	かなり不満で ある	少し不満であ る	少し満足して いる	かなり満足し ている	合計
度数	47	171	221	86	525
%	9.0%	32.6%	42.1%	16.4%	100.0%

問 28 あなたは今の社会にどの程度満足していますか。(○は1つ)

	かなり不満である	少し不満である	少し満足している	かなり満足している	合計
度数	133	289	99	4	525
%	25.3%	55.0%	18.9%	0.8%	100.0%

問29 以下(1)～(5)にあげた事柄について、「そう思う」から「そう思わない」までのいずれかを選び、一つずつに○をつけてください。(○は1つずつ)

		そう思う	ややそう思う	あまりそう思わない	そう思わない	合計
(1)私は、他人を信頼するほうである	度数	72	304	129	20	525
	%	13.7%	57.9%	24.6%	3.8%	100.0%
(2)ほとんどの人は基本的に善良で親切である	度数	50	282	167	26	525
	%	9.5%	53.7%	31.8%	5.0%	100.0%
(3)人々はふつう、口で言っているほどには、他人を信頼していない	度数	74	288	152	11	525
	%	14.1%	54.9%	29.0%	2.1%	100.0%
(4)仕事あるいは学業で、神経質になったり、緊張を感じるがよくある	度数	89	259	148	29	525
	%	17.0%	49.3%	28.2%	5.5%	100.0%
(5)自分は悩みがちだと思う	度数	74	191	220	40	525
	%	14.1%	36.4%	41.9%	7.6%	100.0%

問 30 以下(1)～(8)にあげた事柄についてそれぞれ、「あてはまる」から「あてはまらない」までのいずれかを選び、一つずつに○をつけてください。(○は1つずつ)

		あてはまる	まああてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	合計
(1)他人が自分をどう思っているかいつも気になる	度数	43	221	209	52	525
	%	8.2%	42.1%	39.8%	9.9%	100.0%
(2)人の反応をあまり気にせず、自分の意見を述べることができる	度数	36	184	266	39	525
	%	6.9%	35.0%	50.7%	7.4%	100.0%
(3)大勢の中にも自分は一人ぼっちだと思ふことがある	度数	30	141	267	87	525
	%	5.7%	26.9%	50.9%	16.6%	100.0%
(4)友だちには何でも相談できる	度数	51	198	221	55	525
	%	9.7%	37.7%	42.1%	10.5%	100.0%
(5)他人と話していて、あまり会話が途切れないほうだ	度数	61	239	183	42	525
	%	11.6%	45.5%	34.9%	8.0%	100.0%
(6)まわりの人たちとのあいだでトラブルが起きても、それを上手に処理できる	度数	31	253	205	36	525
	%	5.9%	48.2%	39.0%	6.9%	100.0%
(7)怖さや恐ろしさを感じたときに、それをうまく処理できる	度数	19	238	237	31	525
	%	3.6%	45.3%	45.1%	5.9%	100.0%
(8)気まずいことがあった相手と、上手に和解できる	度数	20	231	228	46	525
	%	3.8%	44.0%	43.4%	8.8%	100.0%

問 31 あなたは次にあげるAとBの立場のどちらに近いですか。それぞれについて、一つずつに○をつけてください。
(○は1つずつ)

	A の 立 場 に 近 い	どちらか とい え ばA	どちらか とい え ばB	B の 立 場 に 近 い	合計
(1)人生における不確実、予測不可能なことについて 【A】日々それを受け入れている、【B】直面したらどうしようと、絶えず不安を感じる	104 19.8%	276 52.6%	125 23.8%	20 3.8%	525 100.0%
(2)新しいことに対して 【A】多少不安を感じても、情報収集したり試してみても判断するべきだ、【B】少しでも不安を感じる場合には、かかわらないほうが賢明だ	90 17.1%	293 55.8%	109 20.8%	33 6.3%	525 100.0%

問 32 かりに現在の日本の社会全体を、以下の5つの層にわけるとすれば、あなた自身は、どれに入ると思いますか。(1)(2)それぞれについて、あてはまるものに1つだけ○をつけてください。(○は1つずつ)

		上	中の上	中の中	中の下	下	合計
現在の状態はどうですか	度数	1	57	251	175	41	525
	%	0.2%	10.9%	47.8%	33.3%	7.8%	100.0%
10 年後はどうなっていると思いますか	度数	9	79	238	144	55	525
	%	1.7%	15.0%	45.3%	27.4%	10.5%	100.0%

問 33 次にあげる意見について、あなた自身はどう思いますか。あてはまるものにいくつでも○をつけてください。
(○はいくつでも)

1.社会的評価の高い職業に就くことは自分にとって重要だ	119	22.7%	10.政治のことよりも自分自身の生活の方が大事だ	250	47.6%
2.高い収入を得ることは自分にとって重要だ	207	39.4%	11.われわれが少々騒いだところで政治はよくなるものではない	286	54.5%
3.高い学歴を得ることは自分にとって重要だ	75	14.3%	12.政治のことは難しすぎて自分にはわからない	112	21.3%
4.家族から信頼と尊敬を得ることは自分にとって重要だ	368	70.1%	13.権威のある人の考えには従うべきだ	16	3.0%
5.恋人や親友との親密な関係をもつことは自分にとって重要だ	274	52.2%	14.伝統や慣習には従うべきだ	135	25.7%
6.ボランティア活動など社会活動で力を発揮することは自分にとって重要だ	97	18.5%	15.仕事よりプライベートな生活を大切にすべきだ	196	37.3%
7.趣味やレジャーなどのサークルで中心的役割を担うことは自分にとって重要だ	81	15.4%	16.プライベートな生活を犠牲にしても仕事を優先するべきだ	51	9.7%
8.多くの財産を所有することは自分にとって重要だ	109	20.8%	無回答	8	1.5%
9.高い地位に就くことは自分にとって重要だ	59	11.2%	合計	525	100.0%

問 34 あなたは、ふだん1週間に合計して何時間くらい友人と一緒に時間を過ごしていますか(1 時間未満の方は分でお答えください)。()内に時間と分をご記入ください。

() 時間 () 分くらい 平均 373.6 分

問 35 あなたは、ふだん1週間に合計して何時間くらい家族と一緒に時間を過ごしていますか(1 時間未満の方は分でお答えください)。()内に時間と分をご記入ください。

() 時間	() 分くらい	平均 2454.5 分
--------	----------	-------------

問 36 あなたがお持ちの携帯電話・PHS の電話会社はどこですか？ 1 つだけお選びのうえ、お持ちの端末の機種名を具体的にお書きください。複数台お持ちの方は、もっとも利用頻度の高い 1 台についてお答えください。データ通信端末は除いてお答えください。(○は1つ)

	1.NTT ドコモ	2.au	3.ソフトバンク	4.イー・モバイル	5.ウィルコム	6.携帯電話・PHSを持っていない
全体平均	50.1	25.1	17.0	0.2	7.4	0.2
	263	132	89	1	39	1

F1 あなたの性別をお知らせください。(○は1つ)

1.男性	2.女性	合計
263	262	525
50.1%	49.9%	100.0%

F2 あなたの年齢をお知らせください。()内に年齢をご記入ください。

	度数	割合
10代	35	6.7%
20代	83	15.8%
30代	110	21.0%
40代	95	18.1%
50代	102	19.4%
60代	100	19.0%
合計	525	100.0%

F3 あなたは結婚されていますか。(○は1つ)

	1.既婚またはパートナーと同居	2.離婚、死別	3.未婚	無回答	合計
度数	369	37	118	1	525
%	70.3%	7.0%	22.5%	0.2%	100.0%

F4 あなたが最後に在籍、または現在在学中の学校は、次のどれですか。あてはまるものを1つだけ選んでください(各種学校・専門学校は除きます)。(○は1つ)

	1.中学校	2.高校(旧制中学校、実業高校、師範学校、女学校を含む)	3.短大・高専(旧制高校を含む)	4.大学	5.大学院	無回答	合計
度数	36	259	98	118	9	5	525
%	6.9%	49.3%	18.7%	22.5%	1.7%	1.0%	100.0%

F5 あなたの現在のお仕事についておうかがいします。あなたはふだんどのような仕事をなさっていますか。次のうち、あてはまる番号に1つだけ○をつけてください。(○は1つ)

フルタイム(正社員・正職員)で働いている	フルタイム(派遣社員・派遣職員)で働いている	パートタイム、アルバイト	専業主婦／専業主夫	学生・生徒	無職	退職している	その他	無回答	合計
189	17	72	114	50	20	15	47	1	525
36.0%	3.2%	13.7%	21.7%	9.5%	3.8%	2.9%	9.0%	0.2%	100.0%

F6 お宅の1年間の世帯収入(税込み)は、次のうちどれにあたりますか。
あてはまるものに1つだけ○をつけてください。(○は1つ) (18歳以上の方だけお答えください)

200万円未満	200万円以上～400万円未満	400万円以上～600万円未満	600万円以上～800万円未満	800万円以上～1000万円未満	1000万円以上～1200万円未満	1200万円以上～	無回答	合計
43	143	113	90	33	16	16	71	525
8.2%	27.2%	21.5%	17.1%	6.3%	3.0%	3.0%	13.5%	100.0%