

ネット社会における暮らし方について  
～ SNSを安全に利用するために～

調査報告書

令和7年12月

富山県消費者協会・富山県消費生活研究グループ連絡協議会

## は じ め に

富山県消費者協会 会長 八島 美智子

近年、デジタル化や国際化、社会の高齢化に伴い、消費者を取り巻く環境が大きく変化しています。インターネットやSNSの利用が世代を問わず日常的になったことを受け、デジタル技術の進歩はオンライン取引の拡大や新たなサービスを登場させ、生活の利便性を向上させる一方で、情報格差の拡大や巧妙化する特殊詐欺などSNSに関係する消費者トラブルを増加させています。誰もが消費者トラブルに合う可能性があることが懸念されており、プライバシー保護や情報格差、消費者トラブルへの対応に加え、デジタルリテラシーの向上への消費者支援が大きな課題となっていくものと予想されます。

このような現状を踏まえ、2021、2023年度の調査研究「暮らしの中のデジタル化について」に続き、今年度はメディアの重要度・信頼度、インターネットやSNSの利用実態、インターネット社会のあり方について調査しました。

この報告書が、消費者、事業者、行政それぞれの皆さんに有効に活用され、すべての消費者が社会のデジタル化に取り残されず、より安全で公平な消費生活の実現、さらには持続可能な社会の実現の一助となれば幸いです。

富山県消費生活研究グループ連絡協議会 会長 平野 靖子

私達の暮らしは今、インターネットの広がり、とりわけSNSの普及によって大きく変化しています。情報が身近で便利になる一方、誤った情報の拡散や個人情報の漏洩など、私たち消費者が自ら判断力を問われる場面も増えています。

このような時代の変化を踏まえて、ネット社会における安全で健全な暮らし方を考えるためのアンケート調査を実施しました。その結果、多くの方がインターネットを生活に欠かせないものと感じながらも、情報の信頼性やトラブルへの不安を抱えていることが明らかになりました。

便利さと危うさが共存するデジタル社会において、私たち一人ひとりがルールやマナーを守り、正しい情報を見極める力を持つことが必要ですが、AI技術により、真偽を見分けるのも難しくなっています。

安心して利用できるネット環境を築くために、消費者・事業者・行政がそれぞれの立場で責任を果たし、より良い社会を共に作っていくことを願っています。

最後に、アンケート実施に当たって、役員、参与団体、大学生や地域の皆様など多くの方々にご協力をいただきましたこと、心よりお礼申し上げます。

# 目 次

## I 調査の概要

|                     |   |
|---------------------|---|
| 調査目的、調査時期、調査方法、回答者数 | 1 |
|---------------------|---|

## II 回答者の属性

|              |   |
|--------------|---|
| 性別、年代、職業、地域別 | 1 |
|--------------|---|

## III 調査結果の概要

### 1. メディア(情報媒体)の重要度・信頼度について

|                                                       |   |
|-------------------------------------------------------|---|
| (問1) あなたにとって、情報を得るための手段(情報源)として、次の5つのメディアはどのくらい重要ですか。 | 2 |
| (問2) 次の5つのメディアは、どのくらい信頼できると思いますか。                     | 4 |

### 2. インターネットの利用状況について

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| (問3) 現在利用しているインターネット機器は、次のどれですか。                     | 8  |
| (問4) 次の項目に関して、インターネットを利用している頻度を教えてください。              | 9  |
| (問5) インターネットを利用して、トラブルにあった、またはトラブルにあいそうになったことはありますか。 | 10 |
| (問6) あなたにとって、インターネットは日常生活でどのくらい重要ですか。                | 11 |

### 3. SNSについて

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| (問7) あなたはSNSを利用していますか。利用しているものを選んでください。             | 12 |
| (問8) SNSを利用する目的は何ですか。                               | 13 |
| (問9) SNSの良いところは何だと思いますか。                            | 14 |
| (問10) あなたはSNSの情報をどのくらい信用していますか。                     | 15 |
| (問11) SNSをきっかけとするトラブルにあった、またはトラブルにあいそうになったことはありますか。 | 16 |
| (問12) SNSが急速に普及するなか、問題だと思うことはありますか。                 | 17 |

### 4. インターネット社会のあり方について

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| (問13) インターネットが普及拡大する社会において、特に求められることは何だと思いますか。 |    |
| (1) 消費者に求められること                                | 18 |
| (2) 事業者求められること                                 | 19 |
| (3) 行政に求められること                                 | 20 |

### 5. エシカル消費について

|                                                 |    |
|-------------------------------------------------|----|
| (問14) あなたは、エシカル消費という言葉を知っていますか。                 | 21 |
| (問15) 「エシカル消費」に関する具体的な行動のうち、あなたが実践しているものはどれですか。 | 22 |

## IV まとめ

## V 回答者の意見

|                  |    |
|------------------|----|
| 1. 設問ごとの「その他」の意見 | 28 |
| 2. 自由意見          | 31 |

## VI 調査票



# ネット社会における暮らし方について ～ SNSを安全に利用するために～

## I 調査の概要

### ◆調査目的

様々な分野でデジタル化が急速に進み、日常生活においても、パソコンやスマートフォンの普及拡大により、インターネットは重要なメディアの1つとなっています。

一方で、インターネットは消費者に利便性があるばかりではなく、特にSNSを介した犯罪被害や消費者トラブル等が問題になるなど、正しく安全に利用することが必要です。

そこで、今回、インターネットの安全な利活用により快適な消費生活を送るためのあり方について検討することを目的に、アンケート調査を実施しました。

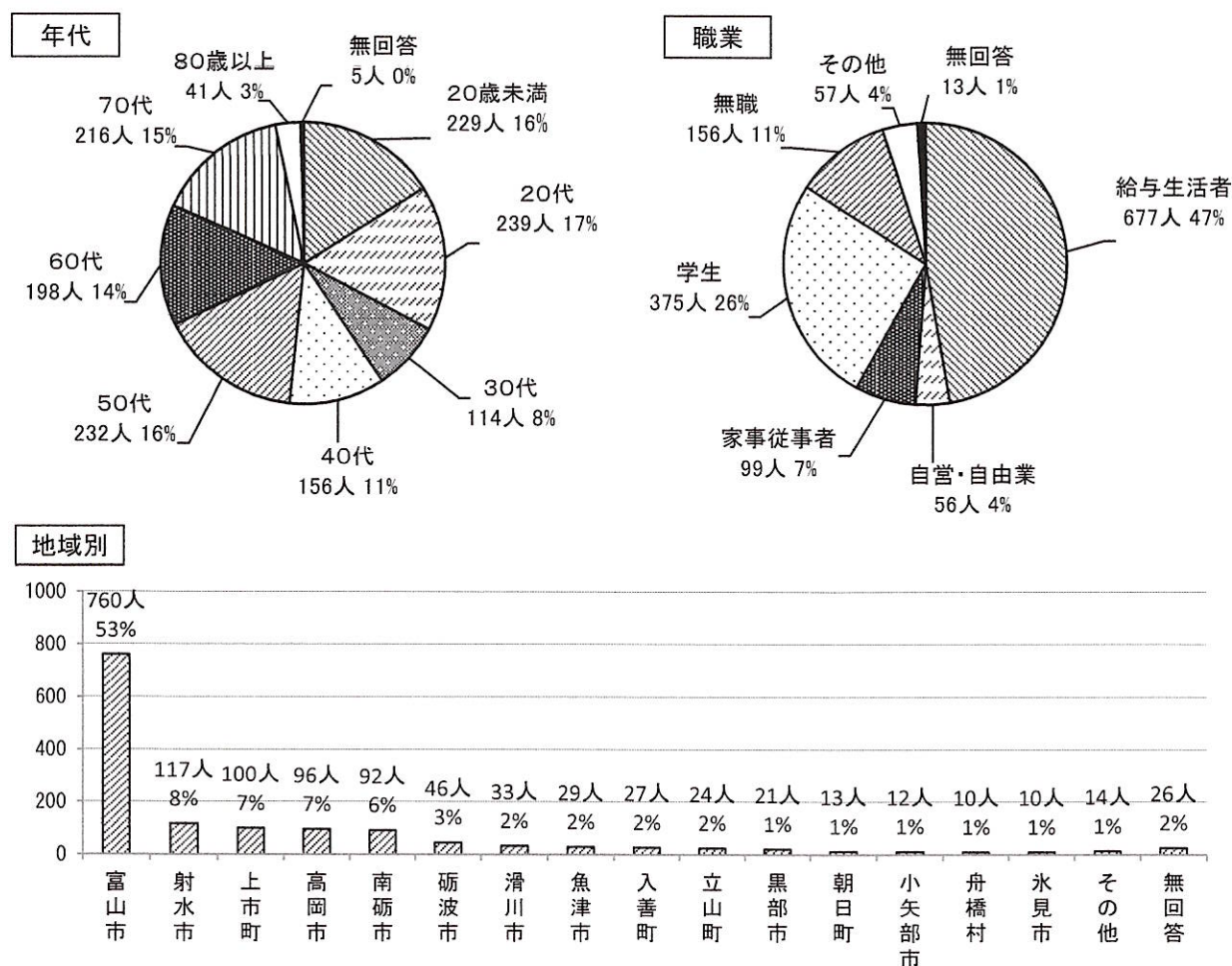
◆調査時期：令和7年7月上旬～8月上旬

◆調査方法：紙面調査(自記入式)及びインターネット調査

◆回答者数：1,430人(紙面回答 1,055人(74%)、ネット回答 375人(26%))

## II 回答者の属性

性別 男性 531人(37%) 女性 878人(61%) その他・無回答 21人(2%)





Ⅲ 調査結果の概要

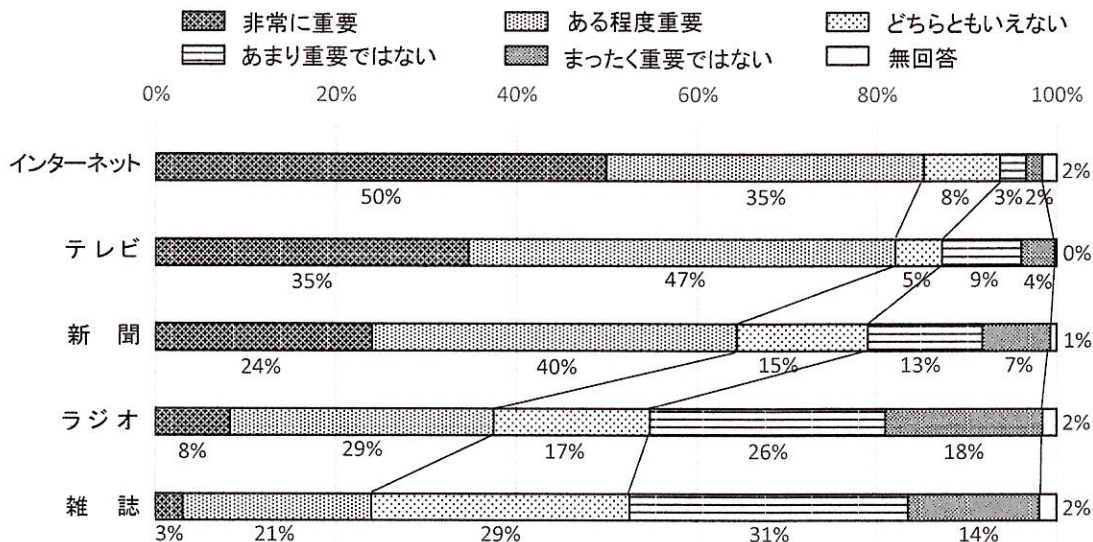
1. メディア(情報媒体)の重要度・信頼度について

問1 次の5つのメディアについてお聞きします。あなたにとって、情報を得るための手段(情報源)として、それぞれのメディアはどのくらい重要ですか。

情報源の重要度として、全体では『非常に重要』と『ある程度重要』を合わせると、「インターネット」が85%と最も高く、「テレビ」82%、「新聞」64%で、それぞれ50%を超えている。

一方、「ラジオ」は37%、「雑誌」は24%で重要度は低く、『あまり重要ではない』と『まったく重要ではない』を合わせた割合の方が上回っている。

年代別では、「インターネット」は50代以下の各年代で重要度が90%台と高く、「テレビ」は60代以上の各年代で90%台と高い。「新聞」の重要度は40代以上の各年代で60%以上であるが、30代以下の各年代では『まったく重要ではない』と『あまり重要ではない』を合わせた回答が約30%以上あり、重要度は低いとする者が比較的多い。



<年代別・性別>

《インターネット》

|     | 年代別／性別 | 人数     | 項目       |          |          |         |          |        | ある程度重要＋非常に重要 |
|-----|--------|--------|----------|----------|----------|---------|----------|--------|--------------|
|     |        |        | 非常に重要    | ある程度重要   | えんちらいともい | はあまり重要で | ではまったく重要 | 無回答    |              |
| 年代別 | 20歳未満  | 229人   | 177(77%) | 44(19%)  | 3(1%)    | 4(2%)   | 0(0%)    | 1(0%)  | 221(97%)     |
|     | 20代    | 239人   | 181(76%) | 49(21%)  | 8(3%)    | 1(0%)   | 0(0%)    | 0(0%)  | 230(96%)     |
|     | 30代    | 114人   | 63(55%)  | 45(39%)  | 4(4%)    | 2(2%)   | 0(0%)    | 0(0%)  | 108(95%)     |
|     | 40代    | 156人   | 81(52%)  | 61(39%)  | 11(7%)   | 1(1%)   | 1(1%)    | 1(1%)  | 142(91%)     |
|     | 50代    | 232人   | 104(45%) | 105(45%) | 18(8%)   | 3(1%)   | 0(0%)    | 2(1%)  | 209(90%)     |
|     | 60代    | 198人   | 62(31%)  | 95(48%)  | 30(15%)  | 6(3%)   | 1(1%)    | 4(2%)  | 157(79%)     |
|     | 70代    | 216人   | 35(16%)  | 92(43%)  | 42(19%)  | 20(9%)  | 19(9%)   | 8(4%)  | 127(59%)     |
|     | 80歳以上  | 41人    | 9(22%)   | 11(27%)  | 5(12%)   | 4(10%)  | 5(12%)   | 7(17%) | 20(49%)      |
|     | 無回答    | 5人     | 2(40%)   | 3(60%)   | 0(0%)    | 0(0%)   | 0(0%)    | 0(0%)  | 5(100%)      |
| 性別  | 男性     | 531人   | 266(50%) | 201(38%) | 42(8%)   | 14(3%)  | 4(1%)    | 4(1%)  | 467(88%)     |
|     | 女性     | 878人   | 436(50%) | 297(34%) | 79(9%)   | 26(3%)  | 22(3%)   | 18(2%) | 733(83%)     |
|     | その他    | 5人     | 3(60%)   | 2(40%)   | 0(0%)    | 0(0%)   | 0(0%)    | 0(0%)  | 5(100%)      |
|     | 無回答    | 16人    | 9(56%)   | 5(31%)   | 0(0%)    | 1(6%)   | 0(0%)    | 1(6%)  | 14(88%)      |
|     | 全体     | 1,430人 | 714(50%) | 505(35%) | 121(8%)  | 41(3%)  | 26(2%)   | 23(2%) | 1,219(85%)   |



《テレビ》

|     | 年代別／性別 | 人数     | 項 目      |          |           |           |             |        | ある程度重要<br>+<br>非常に重要 |
|-----|--------|--------|----------|----------|-----------|-----------|-------------|--------|----------------------|
|     |        |        | 非常に重要    | ある程度重要   | どちらともいえない | はあまり重要でない | ではまったく重要でない | 無回答    |                      |
| 年代別 | 20歳未満  | 229人   | 83(36%)  | 106(46%) | 10( 4%)   | 22(10%)   | 8( 3%)      | 0( 0%) | 189(83%)             |
|     | 20代    | 239人   | 54(23%)  | 120(50%) | 17( 7%)   | 35(15%)   | 13( 5%)     | 0( 0%) | 174(73%)             |
|     | 30代    | 114人   | 24(21%)  | 50(44%)  | 8( 7%)    | 20(18%)   | 12(11%)     | 0( 0%) | 74(65%)              |
|     | 40代    | 156人   | 38(24%)  | 82(53%)  | 11( 7%)   | 15(10%)   | 9( 6%)      | 1( 1%) | 120(77%)             |
|     | 50代    | 232人   | 84(36%)  | 114(49%) | 9( 4%)    | 15( 6%)   | 10( 4%)     | 0( 0%) | 198(85%)             |
|     | 60代    | 198人   | 84(42%)  | 97(49%)  | 10( 5%)   | 7( 4%)    | 0( 0%)      | 0( 0%) | 181(91%)             |
|     | 70代    | 216人   | 107(50%) | 87(40%)  | 9( 4%)    | 11( 5%)   | 1( 0%)      | 1( 0%) | 194(90%)             |
|     | 80歳以上  | 41人    | 21(51%)  | 19(46%)  | 0( 0%)    | 0( 0%)    | 0( 0%)      | 1( 2%) | 40(98%)              |
|     | 無回答    | 5人     | 1(20%)   | 3(60%)   | 0( 0%)    | 1(20%)    | 0(0%)       | 0( 0%) | 4(80%)               |
| 性別  | 男性     | 531人   | 161(30%) | 252(47%) | 34( 6%)   | 53(10%)   | 30( 6%)     | 1( 0%) | 413(78%)             |
|     | 女性     | 878人   | 327(37%) | 418(48%) | 40( 5%)   | 69( 8%)   | 23( 3%)     | 1( 0%) | 745(85%)             |
|     | その他    | 5人     | 2(40%)   | 3(60%)   | 0( 0%)    | 0( 0%)    | 0( 0%)      | 0( 0%) | 5(100%)              |
|     | 無回答    | 16人    | 6(38%)   | 5(31%)   | 0( 0%)    | 4(25%)    | 0( 0%)      | 1( 6%) | 11(69%)              |
|     | 全体     | 1,430人 | 496(35%) | 678(47%) | 74( 5%)   | 126( 9%)  | 53( 4%)     | 3( 0%) | 1,174(82%)           |

《新 聞》

|     | 年代別／性別 | 人数     | 項 目      |          |           |           |             |         | ある程度重要<br>+<br>非常に重要 |
|-----|--------|--------|----------|----------|-----------|-----------|-------------|---------|----------------------|
|     |        |        | 非常に重要    | ある程度重要   | どちらともいえない | はあまり重要でない | ではまったく重要でない | 無回答     |                      |
| 年代別 | 20歳未満  | 229人   | 21( 9%)  | 75(33%)  | 47(21%)   | 52(23%)   | 34(15%)     | 0( 0%)  | 96(42%)              |
|     | 20代    | 239人   | 34(14%)  | 82(34%)  | 47(20%)   | 46(19%)   | 29(12%)     | 1( 0%)  | 116(49%)             |
|     | 30代    | 114人   | 12(11%)  | 41(36%)  | 27(24%)   | 17(15%)   | 16(14%)     | 1( 1%)  | 53(46%)              |
|     | 40代    | 156人   | 32(21%)  | 68(44%)  | 29(19%)   | 18(12%)   | 8( 5%)      | 1( 1%)  | 100(64%)             |
|     | 50代    | 232人   | 57(25%)  | 114(49%) | 20(9%)    | 27(12%)   | 13( 6%)     | 1( 0%)  | 171(74%)             |
|     | 60代    | 198人   | 64(32%)  | 93(47%)  | 24(12%)   | 10( 5%)   | 4( 2%)      | 3( 2%)  | 157(79%)             |
|     | 70代    | 216人   | 90(42%)  | 97(45%)  | 15( 7%)   | 11( 5%)   | 2( 1%)      | 1( 0%)  | 187(87%)             |
|     | 80歳以上  | 41人    | 32(78%)  | 7(17%)   | 0( 0%)    | 0( 0%)    | 0( 0%)      | 2( 5%)  | 39(95%)              |
|     | 無回答    | 5人     | 1(20%)   | 1(20%)   | 0( 0%)    | 1(20%)    | 2(40%)      | 0( 0%)  | 2(40%)               |
| 性別  | 男性     | 531人   | 151(28%) | 198(37%) | 86(16%)   | 55(10%)   | 36( 7%)     | 5( 1%)  | 349(66%)             |
|     | 女性     | 878人   | 189(22%) | 371(42%) | 122(14%)  | 122(14%)  | 70( 8%)     | 4( 0%)  | 560(64%)             |
|     | その他    | 5人     | 0( 0%)   | 4(80%)   | 0( 0%)    | 1(20%)    | 0( 0%)      | 0( 0%)  | 4(80%)               |
|     | 無回答    | 16人    | 3(19%)   | 5(31%)   | 1( 6%)    | 4(25%)    | 2(12%)      | 1( 6%)  | 8(50%)               |
|     | 全体     | 1,430人 | 343(24%) | 578(40%) | 209(15%)  | 182(13%)  | 108( 8%)    | 10( 1%) | 921(64%)             |



《ラジオ》

|     | 年代別／性別 | 人数     | 項 目     |          |                              |                                       |                                       |         | ある程度重要<br>+<br>非常に重要 |
|-----|--------|--------|---------|----------|------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------|----------------------|
|     |        |        | 非常に重要   | ある程度重要   | えど<br>ない<br>ら<br>と<br>も<br>い | はあ<br>な<br>ま<br>い<br>り<br>重<br>要<br>で | でま<br>は<br>つ<br>な<br>い<br>く<br>重<br>要 | 無回答     |                      |
| 年代別 | 20歳未満  | 229人   | 12( 5%) | 35(15%)  | 44(19%)                      | 76(33%)                               | 61(27%)                               | 1( 0%)  | 47(21%)              |
|     | 20代    | 239人   | 9( 4%)  | 50(21%)  | 34(14%)                      | 79(33%)                               | 65(27%)                               | 2( 1%)  | 59(25%)              |
|     | 30代    | 114人   | 5( 4%)  | 25(22%)  | 21(18%)                      | 40(35%)                               | 23(20%)                               | 0( 0%)  | 30(26%)              |
|     | 40代    | 156人   | 7( 4%)  | 52(33%)  | 30(19%)                      | 34(22%)                               | 32(21%)                               | 1( 1%)  | 59(38%)              |
|     | 50代    | 232人   | 16( 7%) | 72(31%)  | 44(19%)                      | 62(27%)                               | 37(16%)                               | 1( 0%)  | 88(38%)              |
|     | 60代    | 198人   | 26(13%) | 82(41%)  | 34(17%)                      | 38(19%)                               | 13( 7%)                               | 5( 3%)  | 108(55%)             |
|     | 70代    | 216人   | 36(17%) | 87(40%)  | 32(15%)                      | 40(19%)                               | 15( 7%)                               | 6( 3%)  | 123(57%)             |
|     | 80歳以上  | 41人    | 8(20%)  | 12(29%)  | 7(17%)                       | 4(10%)                                | 4(10%)                                | 6(15%)  | 20(49%)              |
|     | 無回答    | 5人     | 0( 0%)  | 2(40%)   | 1(20%)                       | 2(40%)                                | 0( 0%)                                | 0( 0%)  | 2(40%)               |
| 性別  | 男性     | 531人   | 49( 9%) | 166(31%) | 87(16%)                      | 130(24%)                              | 96(18%)                               | 3( 1%)  | 215(40%)             |
|     | 女性     | 878人   | 67( 8%) | 248(28%) | 156(18%)                     | 237(27%)                              | 152(17%)                              | 18( 2%) | 315(36%)             |
|     | その他    | 5人     | 2(40%)  | 0( 0%)   | 0( 0%)                       | 2(40%)                                | 1(20%)                                | 0( 0%)  | 2(40%)               |
|     | 無回答    | 16人    | 1( 6%)  | 3(19%)   | 4(25%)                       | 6(38%)                                | 1( 6%)                                | 1( 6%)  | 4(25%)               |
|     | 全体     | 1,430人 | 119(8%) | 417(29%) | 247(17%)                     | 375(26%)                              | 250(17%)                              | 22( 2%) | 536(37%)             |

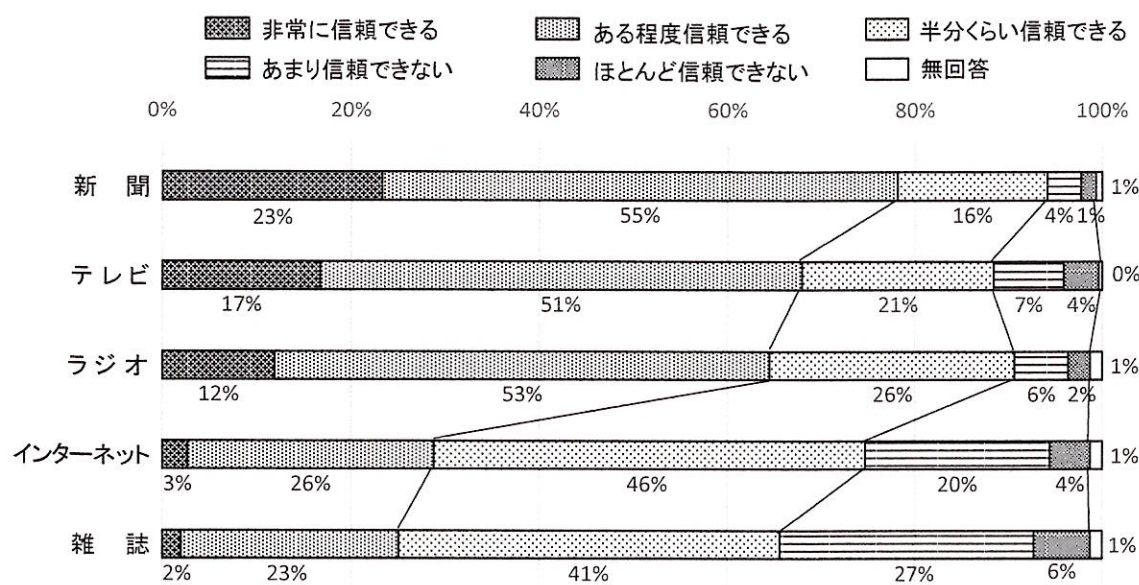
《雑誌》

|     | 年代別／性別 | 人数     | 項 目     |          |                              |                                       |                                       |         | ある程度重要<br>+<br>非常に重要 |
|-----|--------|--------|---------|----------|------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------|----------------------|
|     |        |        | 非常に重要   | ある程度重要   | えど<br>ない<br>ら<br>と<br>も<br>い | はあ<br>な<br>ま<br>い<br>り<br>重<br>要<br>で | でま<br>は<br>つ<br>な<br>い<br>く<br>重<br>要 | 無回答     |                      |
| 年代別 | 20歳未満  | 229人   | 9( 4%)  | 65(28%)  | 38(17%)                      | 71(31%)                               | 45(20%)                               | 1( 0%)  | 74(32%)              |
|     | 20代    | 239人   | 11( 5%) | 42(18%)  | 52(22%)                      | 83(35%)                               | 49(21%)                               | 2( 1%)  | 53(22%)              |
|     | 30代    | 114人   | 1( 1%)  | 20(18%)  | 25(22%)                      | 44(39%)                               | 23(20%)                               | 1( 1%)  | 21(18%)              |
|     | 40代    | 156人   | 6( 4%)  | 37(24%)  | 50(32%)                      | 45(29%)                               | 16(10%)                               | 2( 1%)  | 43(28%)              |
|     | 50代    | 232人   | 2( 1%)  | 54(23%)  | 74(32%)                      | 65(28%)                               | 32(14%)                               | 5( 2%)  | 56(24%)              |
|     | 60代    | 198人   | 3( 2%)  | 40(20%)  | 75(38%)                      | 63(32%)                               | 11( 6%)                               | 6( 3%)  | 43(22%)              |
|     | 70代    | 216人   | 6( 3%)  | 32(15%)  | 81(38%)                      | 64(30%)                               | 28(13%)                               | 5(2%)   | 38(18%)              |
|     | 80歳以上  | 41人    | 6(15%)  | 7(17%)   | 12(29%)                      | 7(17%)                                | 3( 7%)                                | 6(15%)  | 13(32%)              |
|     | 無回答    | 5人     | 0( 0%)  | 1(20%)   | 2(40%)                       | 1(20%)                                | 1(20%)                                | 0( 0%)  | 1(20%)               |
| 性別  | 男性     | 531人   | 15( 3%) | 124(23%) | 160(30%)                     | 147(28%)                              | 75(14%)                               | 10( 2%) | 139(26%)             |
|     | 女性     | 878人   | 27( 3%) | 170(19%) | 246(28%)                     | 287(33%)                              | 131(15%)                              | 17( 2%) | 197(22%)             |
|     | その他    | 5人     | 1(20%)  | 2(40%)   | 0( 0%)                       | 2(40%)                                | 0( 0%)                                | 0( 0%)  | 3(60%)               |
|     | 無回答    | 16人    | 1( 6%)  | 2(12%)   | 3(19%)                       | 7(44%)                                | 2(12%)                                | 1( 6%)  | 3(19%)               |
|     | 全体     | 1,430人 | 44( 3%) | 298(21%) | 409(29%)                     | 443(31%)                              | 208(15%)                              | 28( 2%) | 342(24%)             |



問2 次の5つのメディアについてお聞きします。それぞれのメディアは、どのくらい信頼できると思いますか。(利用していないメディアは、自分が思う印象で。)

メディアとしての信頼度は、全体では『非常に信頼できる』と『ある程度信頼できる』を合わせると、「新聞」が78%と最も高く、「テレビ」68%、「ラジオ」65%で、それぞれ50%を超えている。一方、問1で重要度が最も高かった「インターネット」は29%と信頼度は低い。年代別では、「新聞」は各年代で信頼度が60～90%台と高いが、「インターネット」は各年代で20～30%台と低い。



### <年代別・性別>

#### 「新聞」

|     | 年代別／性別 | 人数     | 項目                           |                             |                                    |                              |                                |             | 度き非<br>信る常<br>頼＋に<br>であ信<br>ける頼<br>る程で |
|-----|--------|--------|------------------------------|-----------------------------|------------------------------------|------------------------------|--------------------------------|-------------|----------------------------------------|
|     |        |        | き非<br>る常<br>に<br>信<br>頼<br>で | であ<br>る<br>程<br>度<br>信<br>頼 | 頼半<br>で分<br>きく<br>る<br>ら<br>い<br>信 | きあ<br>ない<br>り<br>信<br>頼<br>で | でほ<br>きと<br>なん<br>いど<br>信<br>頼 | 無<br>回<br>答 |                                        |
| 年代別 | 20歳未満  | 229人   | 83(36%)                      | 86(38%)                     | 48(21%)                            | 8(3%)                        | 4(2%)                          | 0(0%)       | 169(74%)                               |
|     | 20代    | 239人   | 69(29%)                      | 107(45%)                    | 49(21%)                            | 5(2%)                        | 8(3%)                          | 1(0%)       | 176(74%)                               |
|     | 30代    | 114人   | 12(11%)                      | 65(57%)                     | 25(22%)                            | 8(7%)                        | 3(3%)                          | 1(1%)       | 77(68%)                                |
|     | 40代    | 156人   | 25(16%)                      | 93(60%)                     | 30(19%)                            | 6(4%)                        | 1(1%)                          | 1(1%)       | 118(76%)                               |
|     | 50代    | 232人   | 44(19%)                      | 143(62%)                    | 33(14%)                            | 7(3%)                        | 4(2%)                          | 1(0%)       | 187(81%)                               |
|     | 60代    | 198人   | 35(18%)                      | 132(67%)                    | 23(12%)                            | 7(4%)                        | 0(0%)                          | 1(1%)       | 167(84%)                               |
|     | 70代    | 216人   | 53(25%)                      | 130(60%)                    | 19(9%)                             | 10(5%)                       | 2(1%)                          | 2(1%)       | 183(85%)                               |
|     | 80歳以上  | 41人    | 12(29%)                      | 25(61%)                     | 2(5%)                              | 0(0%)                        | 0(0%)                          | 2(5%)       | 37(90%)                                |
|     | 無回答    | 5人     | 0(0%)                        | 3(60%)                      | 1(20%)                             | 0(0%)                        | 0(0%)                          | 1(20%)      | 3(60%)                                 |
| 性別  | 男性     | 531人   | 130(24%)                     | 268(50%)                    | 94(18%)                            | 25(5%)                       | 11(2%)                         | 3(1%)       | 398(75%)                               |
|     | 女性     | 878人   | 200(23%)                     | 503(57%)                    | 133(15%)                           | 25(3%)                       | 11(1%)                         | 6(1%)       | 703(80%)                               |
|     | その他    | 5人     | 0(0%)                        | 5(100%)                     | 0(0%)                              | 0(0%)                        | 0(0%)                          | 0(0%)       | 5(100%)                                |
|     | 無回答    | 16人    | 3(19%)                       | 8(50%)                      | 3(19%)                             | 1(6%)                        | 0(0%)                          | 1(6%)       | 11(69%)                                |
|     | 全体     | 1,430人 | 333(23%)                     | 784(55%)                    | 230(16%)                           | 51(4%)                       | 22(2%)                         | 10(1%)      | 1,117(78%)                             |



「テレビ」

|     | 年代別／性別 | 人数     | 項 目                  |                     |                          |                          |                           |             | 度き非<br>信る常<br>頼＋に<br>であ信<br>きる頼<br>る程で |
|-----|--------|--------|----------------------|---------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|-------------|----------------------------------------|
|     |        |        | き非<br>る常<br>に信<br>頼で | であ<br>る程<br>度信<br>頼 | 頼半<br>で分<br>く<br>ら<br>い信 | きあ<br>ない<br>り信<br>頼<br>で | でほ<br>きと<br>ない<br>ど信<br>頼 | 無<br>回<br>答 |                                        |
| 年代別 | 20歳未満  | 229人   | 75(33%)              | 92(40%)             | 37(16%)                  | 18( 8%)                  | 7( 3%)                    | 0( 0%)      | 167(73%)                               |
|     | 20代    | 239人   | 45(19%)              | 92(38%)             | 71(30%)                  | 15( 6%)                  | 15( 6%)                   | 1( 0%)      | 137(57%)                               |
|     | 30代    | 114人   | 6( 5%)               | 53(46%)             | 32(28%)                  | 14(12%)                  | 8( 7%)                    | 1( 1%)      | 59(52%)                                |
|     | 40代    | 156人   | 17(11%)              | 66(42%)             | 47(30%)                  | 15(10%)                  | 10( 6%)                   | 1( 1%)      | 83(53%)                                |
|     | 50代    | 232人   | 33(14%)              | 130(56%)            | 38(16%)                  | 23(10%)                  | 8( 3%)                    | 0( 0%)      | 163(70%)                               |
|     | 60代    | 198人   | 21(11%)              | 128(65%)            | 38(19%)                  | 10( 5%)                  | 1( 1%)                    | 0( 0%)      | 149(75%)                               |
|     | 70代    | 216人   | 33(15%)              | 139(64%)            | 27(12%)                  | 12( 6%)                  | 4( 2%)                    | 1( 0%)      | 172(80%)                               |
|     | 80歳以上  | 41人    | 8(20%)               | 30(73%)             | 2( 5%)                   | 0( 0%)                   | 0( 0%)                    | 1( 2%)      | 38(93%)                                |
|     | 無回答    | 5人     | 1(20%)               | 2(40%)              | 2(40%)                   | 0( 0%)                   | 0( 0%)                    | 0( 0%)      | 3(60%)                                 |
| 性別  | 男性     | 531人   | 90(17%)              | 253(48%)            | 115(22%)                 | 45( 8%)                  | 25( 5%)                   | 3( 1%)      | 343(65%)                               |
|     | 女性     | 878人   | 146(17%)             | 469(53%)            | 173(20%)                 | 60( 7%)                  | 28( 3%)                   | 2( 0%)      | 615(70%)                               |
|     | その他    | 5人     | 0( 0%)               | 3(60%)              | 2(40%)                   | 0( 0%)                   | 0( 0%)                    | 0( 0%)      | 3(60%)                                 |
|     | 無回答    | 16人    | 3(19%)               | 7(44%)              | 4(25%)                   | 2(12%)                   | 0( 0%)                    | 0( 0%)      | 10(63%)                                |
|     | 全体     | 1,430人 | 239(17%)             | 732(51%)            | 294(21%)                 | 107( 7%)                 | 53( 4%)                   | 5( 0%)      | 971(68%)                               |

「ラジオ」

|             | 年代別／性別 | 人<br>数 | 項<br>目                                    |                                           |                                                |                                      |                                           |             | 度<br>き<br>非<br>信<br>頼<br>＋<br>に<br>あ<br>る<br>信<br>頼<br>の<br>程<br>度 |
|-------------|--------|--------|-------------------------------------------|-------------------------------------------|------------------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------------|-------------|--------------------------------------------------------------------|
|             |        |        | き<br>非<br>常<br>に<br>信<br>頼<br>で<br>き<br>る | あ<br>る<br>程<br>度<br>信<br>頼<br>で<br>き<br>る | 半<br>分<br>以<br>上<br>の<br>信<br>頼<br>が<br>あ<br>る | あ<br>ま<br>り<br>信<br>頼<br>が<br>あ<br>る | ほ<br>と<br>ん<br>ど<br>信<br>頼<br>が<br>あ<br>る | 無<br>回<br>答 |                                                                    |
| 年<br>代<br>別 | 20歳未満  | 229人   | 48(21%)                                   | 98(43%)                                   | 64(28%)                                        | 15( 7%)                              | 4( 2%)                                    | 0( 0%)      | 146(64%)                                                           |
|             | 20代    | 239人   | 35(15%)                                   | 117(49%)                                  | 68(28%)                                        | 13( 5%)                              | 6( 3%)                                    | 0( 0%)      | 152(64%)                                                           |
|             | 30代    | 114人   | 3( 3%)                                    | 62(54%)                                   | 35(31%)                                        | 9( 8%)                               | 5( 4%)                                    | 0( 0%)      | 65(57%)                                                            |
|             | 40代    | 156人   | 15(10%)                                   | 75(48%)                                   | 52(33%)                                        | 10( 6%)                              | 3( 2%)                                    | 1( 1%)      | 90(58%)                                                            |
|             | 50代    | 232人   | 25(11%)                                   | 128(55%)                                  | 63(27%)                                        | 10( 4%)                              | 6( 3%)                                    | 0( 0%)      | 153(66%)                                                           |
|             | 60代    | 198人   | 14( 7%)                                   | 123(62%)                                  | 47(24%)                                        | 9( 5%)                               | 1( 1%)                                    | 4( 2%)      | 137(69%)                                                           |
|             | 70代    | 216人   | 25(12%)                                   | 128(59%)                                  | 37(17%)                                        | 14( 6%)                              | 5( 2%)                                    | 7( 3%)      | 153(71%)                                                           |
|             | 80歳以上  | 41人    | 5(12%)                                    | 20(49%)                                   | 6(15%)                                         | 1( 2%)                               | 3( 7%)                                    | 6(15%)      | 25(61%)                                                            |
|             | 無回答    | 5人     | 0( 0%)                                    | 1(20%)                                    | 3(60%)                                         | 1(20%)                               | 0( 0%)                                    | 0( 0%)      | 1(20%)                                                             |
| 性<br>別      | 男性     | 531人   | 64(12%)                                   | 273(51%)                                  | 145(27%)                                       | 31( 6%)                              | 16( 3%)                                   | 2( 0%)      | 337(63%)                                                           |
|             | 女性     | 878人   | 105(12%)                                  | 471(54%)                                  | 222(25%)                                       | 48( 5%)                              | 17( 2%)                                   | 15( 2%)     | 576(66%)                                                           |
|             | その他    | 5人     | 0( 0%)                                    | 3(60%)                                    | 1(20%)                                         | 1(20%)                               | 0( 0%)                                    | 0( 0%)      | 3(60%)                                                             |
|             | 無回答    | 16人    | 1( 6%)                                    | 5(31%)                                    | 7(44%)                                         | 2(12%)                               | 0( 0%)                                    | 1( 6%)      | 6(38%)                                                             |
|             | 全体     | 1,430人 | 170(12%)                                  | 752(53%)                                  | 375(26%)                                       | 82( 6%)                              | 33( 2%)                                   | 18( 1%)     | 922(64%)                                                           |



《インターネット》

|     | 年代別／性別 | 人数     | 項 目          |             |                  |                   |                   |         | 度き非<br>信る常<br>頼＋に<br>であ信<br>る頼<br>程で |
|-----|--------|--------|--------------|-------------|------------------|-------------------|-------------------|---------|--------------------------------------|
|     |        |        | きる非常<br>に信頼で | できる<br>程度信頼 | 頼半分<br>でくらい<br>信 | きあまり<br>ない<br>信頼で | でほとんど<br>ない<br>信頼 | 無回答     |                                      |
| 年代別 | 20歳未満  | 229人   | 6( 3%)       | 61(27%)     | 99(43%)          | 53(23%)           | 10( 4%)           | 0( 0%)  | 67(29%)                              |
|     | 20代    | 239人   | 7( 3%)       | 44(18%)     | 121(51%)         | 52(22%)           | 15( 6%)           | 0( 0%)  | 51(21%)                              |
|     | 30代    | 114人   | 2( 2%)       | 28(25%)     | 58(51%)          | 21(18%)           | 4( 4%)            | 1( 1%)  | 30(26%)                              |
|     | 40代    | 156人   | 4( 3%)       | 43(28%)     | 79(51%)          | 23(15%)           | 6( 4%)            | 1( 1%)  | 47(30%)                              |
|     | 50代    | 232人   | 10( 4%)      | 72(31%)     | 103(44%)         | 42(18%)           | 5( 2%)            | 0( 0%)  | 82(35%)                              |
|     | 60代    | 198人   | 4( 2%)       | 56(28%)     | 99(50%)          | 33(17%)           | 3( 2%)            | 3( 2%)  | 60(30%)                              |
|     | 70代    | 216人   | 5(2%)        | 57(26%)     | 85(39%)          | 49(23%)           | 13( 6%)           | 7( 3%)  | 62(29%)                              |
|     | 80歳以上  | 41人    | 0( 0%)       | 12(29%)     | 9(22%)           | 9(22%)            | 5(12%)            | 6(15%)  | 12(29%)                              |
|     | 無回答    | 5人     | 0( 0%)       | 1(20%)      | 3(60%)           | 1(20%)            | 0( 0%)            | 0( 0%)  | 1(20%)                               |
| 性別  | 男性     | 531人   | 23( 4%)      | 136(26%)    | 243(46%)         | 100(19%)          | 26( 5%)           | 3( 1%)  | 159(30%)                             |
|     | 女性     | 878人   | 15( 2%)      | 235(27%)    | 404(46%)         | 175(20%)          | 35( 4%)           | 14( 2%) | 250(28%)                             |
|     | その他    | 5人     | 0( 0%)       | 1(20%)      | 1(20%)           | 3(60%)            | 0( 0%)            | 0( 0%)  | 1(20%)                               |
|     | 無回答    | 16人    | 0( 0%)       | 2(12%)      | 8(50%)           | 5(31%)            | 0( 0%)            | 1( 6%)  | 2(12%)                               |
|     | 全体     | 1,430人 | 38( 3%)      | 374(26%)    | 656(46%)         | 283(20%)          | 61( 4%)           | 18( 1%) | 412(29%)                             |

《雑 誌》

|     | 年代別／性別 | 人数     | 項 目                  |                 |                     |                         |                             |             | 度き非<br>信る常<br>頼＋に<br>であ信<br>る頼<br>程で |
|-----|--------|--------|----------------------|-----------------|---------------------|-------------------------|-----------------------------|-------------|--------------------------------------|
|     |        |        | きる非<br>常に<br>信頼<br>で | できる<br>程度<br>信頼 | 頼半<br>分く<br>らい<br>信 | きあ<br>まり<br>信<br>頼<br>で | でほ<br>と<br>ん<br>ど<br>信<br>頼 | 無<br>回<br>答 |                                      |
| 年代別 | 20歳未満  | 229人   | 12( 5%)              | 64(28%)         | 87(38%)             | 58(25%)                 | 8( 3%)                      | 0( 0%)      | 76(33%)                              |
|     | 20代    | 239人   | 8( 3%)               | 81(34%)         | 82(34%)             | 45(19%)                 | 22( 9%)                     | 1( 0%)      | 89(37%)                              |
|     | 30代    | 114人   | 2( 2%)               | 26(23%)         | 45(39%)             | 31(27%)                 | 9( 8%)                      | 1( 1%)      | 28(25%)                              |
|     | 40代    | 156人   | 3(2%)                | 42(27%)         | 69(44%)             | 36(23%)                 | 5( 3%)                      | 1( 1%)      | 45(29%)                              |
|     | 50代    | 232人   | 0( 0%)               | 53(23%)         | 107(46%)            | 56(24%)                 | 15( 6%)                     | 1( 0%)      | 53(23%)                              |
|     | 60代    | 198人   | 1( 1%)               | 31(16%)         | 86(43%)             | 69(35%)                 | 6( 3%)                      | 5( 3%)      | 32(16%)                              |
|     | 70代    | 216人   | 2( 1%)               | 23(11%)         | 84(39%)             | 83(38%)                 | 18( 8%)                     | 6( 3%)      | 25(12%)                              |
|     | 80歳以上  | 41人    | 0( 0%)               | 10(24%)         | 18(44%)             | 9(22%)                  | 2( 5%)                      | 2( 5%)      | 10(24%)                              |
|     | 無回答    | 5人     | 0( 0%)               | 0( 0%)          | 2(40%)              | 2(40%)                  | 0( 0%)                      | 1(20%)      | 0( 0%)                               |
| 性別  | 男性     | 531人   | 10( 2%)              | 119(22%)        | 225(42%)            | 144(27%)                | 27( 5%)                     | 6( 1%)      | 129(24%)                             |
|     | 女性     | 878人   | 18( 2%)              | 205(23%)        | 349(40%)            | 238(27%)                | 57( 6%)                     | 11( 1%)     | 223(25%)                             |
|     | その他    | 5人     | 0( 0%)               | 2(40%)          | 1(20%)              | 2(40%)                  | 0( 0%)                      | 0( 0%)      | 2(40%)                               |
|     | 無回答    | 16人    | 0( 0%)               | 4(25%)          | 5(31%)              | 5(31%)                  | 1( 6%)                      | 1( 6%)      | 4(25%)                               |
|     | 全体     | 1,430人 | 28( 2%)              | 330(23%)        | 580(41%)            | 389(27%)                | 85( 6%)                     | 18( 1%)     | 358(25%)                             |

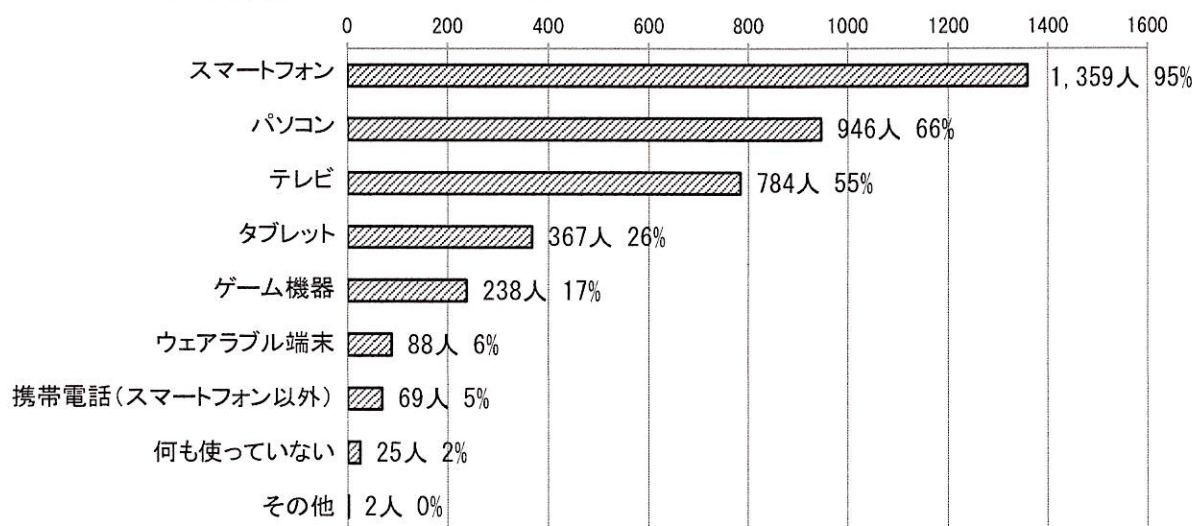


## 2. インターネットの利用状況について

問3 現在利用しているインターネット機器は、次のどれですか。あてはまるものをすべて選んでください。(学校や勤務先等の機器、または、学校や勤務先等からの貸与品は除く。)

全体では、「何も使っていない」は2%で、ほとんどの人が何らかのインターネット機器を利用している。最も利用されているのは「スマートフォン」で95%と非常に高く、「パソコン」66%、「テレビ」55%である。

年代別では、「スマートフォン」は60代以下の各年代で90%台から100%、70代で85%、80歳以上で66%と、全年代にわたり高い。「ゲーム機器」は40代以下の各年代で二ケタの利用となっており、20代が33%、20歳未満が41%となっている。



### <年代別・性別>

|     | 年代別／性別 | 人<br>数 | 項 目        |          |          |          |          |          |                 |          |        |
|-----|--------|--------|------------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------------|----------|--------|
|     |        |        | スマートフォン    | パソコン     | テレビ      | タブレット    | ゲーム機器    | ウェアラブル端末 | 携帯電話（スマートフォン以外） | 何も使っていない | その他    |
| 年代別 | 20歳未満  | 229人   | 225(98%)   | 180(79%) | 162(71%) | 66(29%)  | 94(41%)  | 14( 6%)  | 6( 3%)          | 1( 0%)   | 0( 0%) |
|     | 20代    | 239人   | 238(100%)  | 185(77%) | 142(59%) | 54(23%)  | 78(33%)  | 12( 5%)  | 5( 2%)          | 0( 0%)   | 0( 0%) |
|     | 30代    | 114人   | 114(100%)  | 70(61%)  | 56(49%)  | 37(32%)  | 22(19%)  | 6( 5%)   | 3( 3%)          | 0( 0%)   | 1( 1%) |
|     | 40代    | 156人   | 153(98%)   | 95(61%)  | 76(49%)  | 46(29%)  | 23(15%)  | 13( 8%)  | 1( 1%)          | 0( 0%)   | 0( 0%) |
|     | 50代    | 232人   | 227(98%)   | 170(73%) | 107(46%) | 54(23%)  | 14( 6%)  | 23(10%)  | 11( 5%)         | 0( 0%)   | 0( 0%) |
|     | 60代    | 198人   | 186(94%)   | 124(63%) | 103(52%) | 59(30%)  | 4( 2%)   | 8( 4%)   | 15( 8%)         | 1( 1%)   | 0( 0%) |
|     | 70代    | 216人   | 184(85%)   | 106(49%) | 115(53%) | 43(20%)  | 1( 0%)   | 8( 4%)   | 18( 8%)         | 14( 6%)  | 1( 0%) |
|     | 80歳以上  | 41人    | 27(66%)    | 12(29%)  | 19(46%)  | 5(12%)   | 0( 0%)   | 2( 5%)   | 9(22%)          | 9(22%)   | 0( 0%) |
|     | 無回答    | 5人     | 5(100%)    | 4(80%)   | 4(80%)   | 3(60%)   | 2(40%)   | 2(40%)   | 1(20%)          | 0( 0%)   | 0( 0%) |
| 性別  | 男性     | 531人   | 511(96%)   | 413(78%) | 258(49%) | 137(26%) | 122(23%) | 34( 6%)  | 24( 5%)         | 7( 1%)   | 1( 0%) |
|     | 女性     | 878人   | 828(94%)   | 519(59%) | 516(59%) | 224(26%) | 109(12%) | 51( 6%)  | 42( 5%)         | 17( 2%)  | 1( 0%) |
|     | その他    | 5人     | 5(100%)    | 4(80%)   | 2(40%)   | 2(40%)   | 1(20%)   | 1(20%)   | 0( 0%)          | 0( 0%)   | 0( 0%) |
|     | 無回答    | 16人    | 15(94%)    | 10(62%)  | 8(50%)   | 4(25%)   | 6(38%)   | 2(12%)   | 3(19%)          | 1( 6%)   | 0( 0%) |
|     | 全体     | 1,430人 | 1,359(95%) | 946(66%) | 784(55%) | 367(26%) | 238(17%) | 88( 6%)  | 69( 5%)         | 25( 2%)  | 2( 0%) |

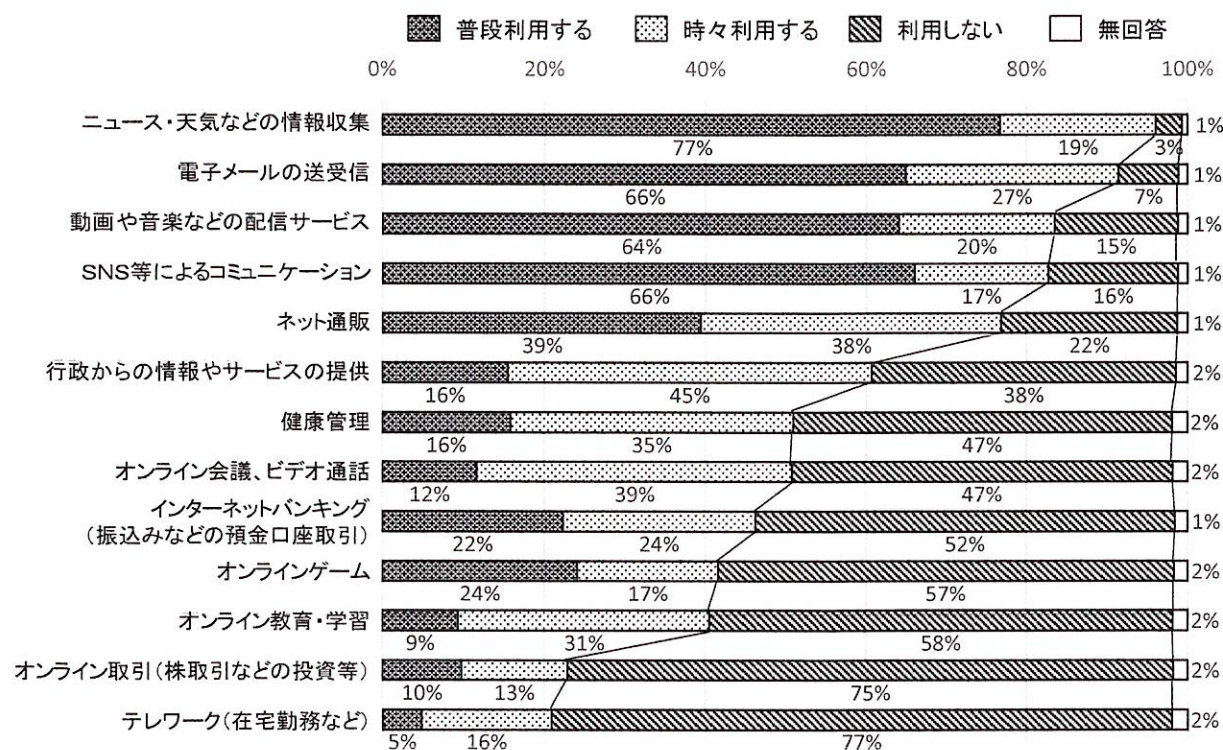


問4 問3でいずれかのインターネット機器を利用していると答えた方にお聞きします。次の項目に関して、インターネットを利用している頻度を教えてください。(対象1,405人)

全体では、『普段利用する』と『時々利用する』を合わせると、「ニュース・天気などの情報収集」96%、「電子メールの送受信」93%、「動画や音楽などの配信サービス」84%、「SNS等によるコミュニケーション」83%と高く、これらは若い年代を中心に全年代にわたり高い。

年代別では、「オンラインゲーム」が20歳未満及び20代で70%台と高い。

性別では、「オンライン会議」や「インターネットバンキング」「オンライン取引」などは、男性が高い。



<年代別・性別> ※「普段利用する」+「時々利用する」

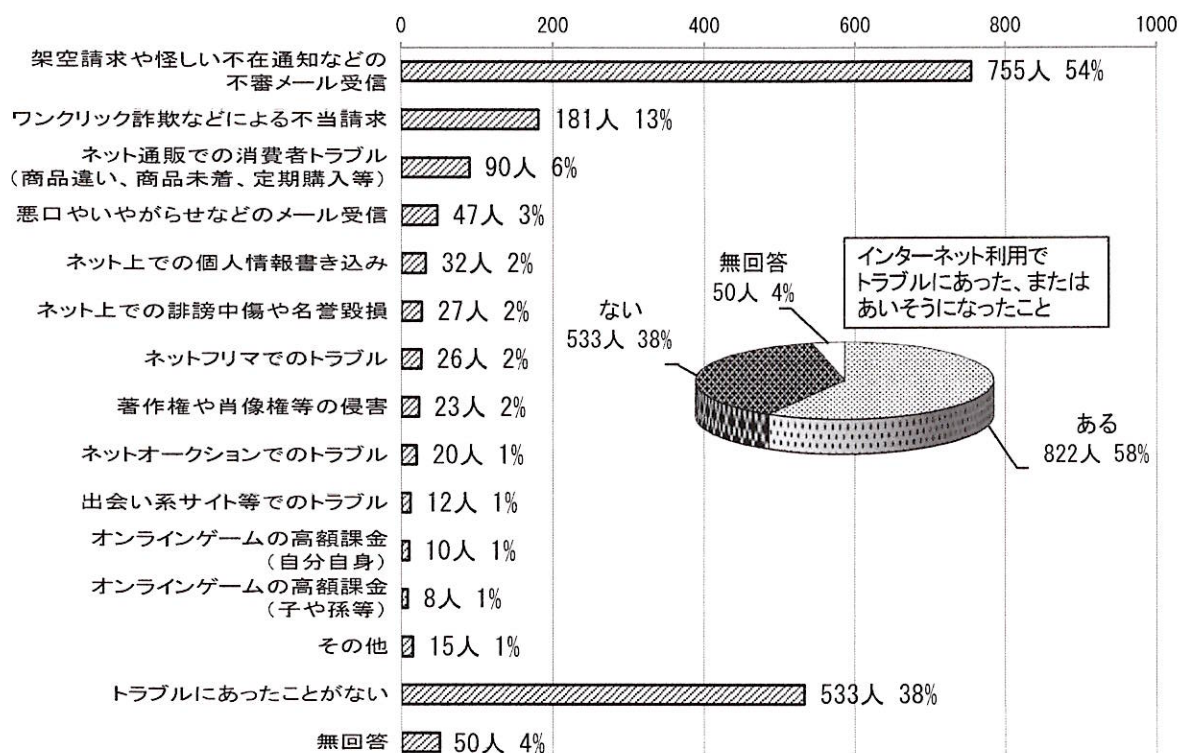
|     | 年代別／性別 | 人数     | 項目               |            |                |                    |            |                   |          |                |                          |          |            |                  |               |
|-----|--------|--------|------------------|------------|----------------|--------------------|------------|-------------------|----------|----------------|--------------------------|----------|------------|------------------|---------------|
|     |        |        | どのニュース・天気などの情報収集 | 電子メールの送受信  | 動画や音楽などの配信サービス | S N S等によるコミュニケーション | ネット通販      | 行政からの情報提供やサービスの提供 | 健康管理     | ビデオ通話、オンライン会議、 | インターネットバンキング（入金口座振込取り込み） | オンラインゲーム | オンライン教育・学習 | オンライン取引などの投資（株等） | テレワーク（在宅勤務など） |
| 年代別 | 20歳未満  | 227人   | 221(97%)         | 209(92%)   | 225(99%)       | 222(98%)           | 188(83%)   | 94(41%)           | 131(58%) | 135(59%)       | 92(41%)                  | 170(75%) | 129(57%)   | 23(10%)          | 36(16%)       |
|     | 20代    | 239人   | 232(97%)         | 225(94%)   | 237(99%)       | 235(98%)           | 219(92%)   | 150(63%)          | 148(62%) | 175(73%)       | 160(67%)                 | 171(72%) | 151(63%)   | 75(31%)          | 67(28%)       |
|     | 30代    | 114人   | 114(100%)        | 107(94%)   | 111(97%)       | 109(96%)           | 110(96%)   | 78(68%)           | 69(61%)  | 72(63%)        | 79(69%)                  | 36(32%)  | 62(54%)    | 46(40%)          | 35(31%)       |
|     | 40代    | 155人   | 154(99%)         | 149(96%)   | 146(94%)       | 138(89%)           | 145(94%)   | 107(69%)          | 77(50%)  | 90(58%)        | 87(56%)                  | 67(43%)  | 61(39%)    | 52(34%)          | 46(30%)       |
|     | 50代    | 232人   | 227(98%)         | 226(97%)   | 203(88%)       | 195(84%)           | 193(83%)   | 155(67%)          | 114(49%) | 122(53%)       | 129(56%)                 | 65(28%)  | 96(41%)    | 64(28%)          | 61(26%)       |
|     | 60代    | 197人   | 190(96%)         | 183(93%)   | 139(71%)       | 140(71%)           | 122(62%)   | 133(68%)          | 87(44%)  | 76(39%)        | 65(33%)                  | 34(17%)  | 43(22%)    | 35(18%)          | 30(15%)       |
|     | 70代    | 201人   | 180(90%)         | 164(82%)   | 100(50%)       | 107(53%)           | 89(44%)    | 114(57%)          | 73(36%)  | 39(19%)        | 31(15%)                  | 26(13%)  | 25(12%)    | 20(10%)          | 16( 8%)       |
|     | 80歳以上  | 35人    | 27(77%)          | 18(51%)    | 8(23%)         | 12(34%)            | 11(31%)    | 17(49%)           | 12(34%)  | 2( 6%)         | 4(11%)                   | 3( 9%)   | 1( 3%)     | 4(11%)           | 1( 3%)        |
|     | 無回答    | 5人     | 5(100%)          | 4(80%)     | 4(80%)         | 4(80%)             | 3(60%)     | 5(100%)           | 4(80%)   | 2(40%)         | 3(60%)                   | 3(60%)   | 2(40%)     | 2(40%)           | 1(20%)        |
| 性別  | 男性     | 524人   | 502(96%)         | 484(92%)   | 449(86%)       | 437(83%)           | 398(76%)   | 322(61%)          | 244(47%) | 303(58%)       | 277(53%)                 | 268(51%) | 249(48%)   | 167(32%)         | 159(30%)      |
|     | 女性     | 860人   | 826(96%)         | 783(91%)   | 705(82%)       | 707(82%)           | 666(77%)   | 516(60%)          | 456(53%) | 398(46%)       | 361(42%)                 | 306(36%) | 311(36%)   | 147(17%)         | 128(15%)      |
|     | その他    | 5人     | 5(100%)          | 5(100%)    | 5(100%)        | 5(100%)            | 4(80%)     | 4(80%)            | 3(60%)   | 5(100%)        | 4(80%)                   | 3(60%)   | 5(100%)    | 2(40%)           | 3(60%)        |
|     | 無回答    | 16人    | 16(100%)         | 13(81%)    | 14(88%)        | 13(81%)            | 12(75%)    | 11(69%)           | 12(75%)  | 7(44%)         | 8(50%)                   | 8(50%)   | 5(31%)     | 5(31%)           | 3(19%)        |
|     | 全体     | 1,405人 | 1,350(96%)       | 1,285(91%) | 1,173(83%)     | 1,162(83%)         | 1,080(77%) | 856(61%)          | 715(51%) | 713(51%)       | 650(46%)                 | 585(42%) | 570(41%)   | 321(23%)         | 293(21%)      |



問5 問3でいずれかのインターネット機器を利用していると答えた方にお聞きします。  
インターネットを利用して、トラブルにあった、またはトラブルにあいそうになった  
ことはありますか。次のあてはまるものをすべて選んでください。(対象1,405人)

インターネットを利用している人のうち、「トラブルにあった、または あいそうになったこと」が「ある」  
は58%、「ない」は38%である。

トラブルの内訳では、「架空請求や怪しい不在通知などの不審メール受信」が54%と最も高く、「ワン  
クリック詐欺などの不当請求」13%、「ネット通販での消費者トラブル」6%である。



#### <年代別・性別>

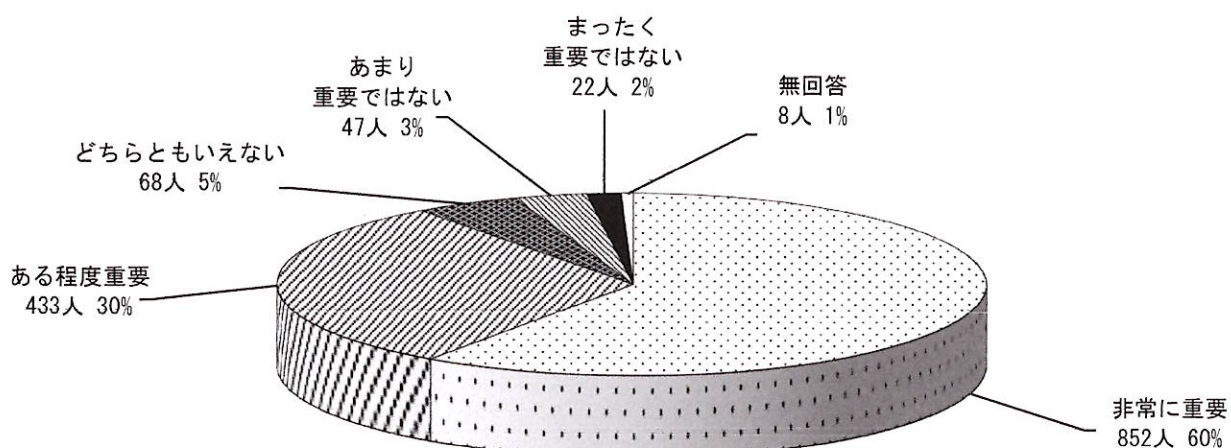
|     | 年代別／性別 | 人数     | 項目                                                                      |                                           |                                                     |                                                          |                                                               |                                                                                   |                                                |                                                     |                                                                    |                                                               |                                                  |                                                                    |                                                                         |                                                           |                                                           | と<br>トラ<br>ブ<br>ル<br>に<br>あ<br>っ<br>た<br>こ<br>と | 無<br>回<br>答 |
|-----|--------|--------|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-------------|
|     |        |        | メ<br>ー<br>ル<br>通<br>知<br>受<br>信<br>な<br>ど<br>の<br>怪<br>し<br>い<br>不<br>審 | 空<br>知<br>求<br>や<br>怪<br>し<br>い<br>不<br>審 | ド<br>ウ<br>に<br>ク<br>リ<br>ッ<br>ク<br>詐<br>欺<br>な<br>ど | 購<br>入<br>等<br>商<br>品<br>未<br>着<br>、<br>定<br>品<br>消<br>費 | ネ<br>ッ<br>ト<br>上<br>の<br>通<br>信<br>手<br>続<br>で<br>の<br>消<br>費 | ど<br>の<br>メ<br>ー<br>ル<br>受<br>信<br>が<br>せ<br>な<br>い<br>や<br>が<br>ら<br>せ<br>な<br>い | 悪<br>口<br>や<br>い<br>や<br>が<br>ら<br>せ<br>な<br>い | 報<br>道<br>書<br>き<br>込<br>み<br>の<br>個<br>人<br>情<br>報 | ネ<br>ッ<br>ト<br>上<br>の<br>誹<br>謗<br>中<br>傷<br>や<br>名<br>誉<br>毀<br>損 | ラ<br>ネ<br>ッ<br>ト<br>フ<br>リ<br>マ<br>で<br>の<br>ト<br>ラ<br>ブ<br>ル | 侵<br>害<br>作<br>権<br>や<br>肖像<br>権<br>等<br>の<br>侵害 | ネ<br>ッ<br>ト<br>上<br>の<br>ブ<br>ラ<br>ウ<br>ザ<br>ー<br>ク<br>シ<br>ョ<br>ン | の<br>出<br>会<br>い<br>系<br>サ<br>イ<br>ト<br>等<br>で<br>の<br>ト<br>ラ<br>ブ<br>ル | 身<br>分<br>詐<br>造<br>や<br>高<br>額<br>課<br>金<br>等<br>の<br>被害 | オ<br>ン<br>ラ<br>イ<br>ン<br>ゲ<br>ー<br>ム<br>の<br>高額<br>課<br>金 |                                                 |             |
| 年代別 | 20歳未満  | 227人   | 90(40%)                                                                 | 19(8%)                                    | 7(3%)                                               | 14(6%)                                                   | 9(4%)                                                         | 6(3%)                                                                             | 1(0%)                                          | 10(4%)                                              | 2(1%)                                                              | 2(1%)                                                         | 1(0%)                                            | 0(0%)                                                              | 0(0%)                                                                   | 108(48%)                                                  | 12(5%)                                                    |                                                 |             |
|     | 20代    | 239人   | 122(51%)                                                                | 38(16%)                                   | 17(7%)                                              | 11(5%)                                                   | 8(3%)                                                         | 8(3%)                                                                             | 7(3%)                                          | 7(3%)                                               | 6(3%)                                                              | 3(1%)                                                         | 3(1%)                                            | 2(1%)                                                              | 2(1%)                                                                   | 90(38%)                                                   | 8(3%)                                                     |                                                 |             |
|     | 30代    | 114人   | 77(68%)                                                                 | 22(19%)                                   | 8(7%)                                               | 5(4%)                                                    | 4(4%)                                                         | 2(2%)                                                                             | 7(6%)                                          | 3(3%)                                               | 4(4%)                                                              | 3(3%)                                                         | 3(3%)                                            | 0(0%)                                                              | 2(2%)                                                                   | 26(23%)                                                   | 0(0%)                                                     |                                                 |             |
|     | 40代    | 155人   | 104(67%)                                                                | 25(16%)                                   | 17(11%)                                             | 2(1%)                                                    | 0(0%)                                                         | 1(1%)                                                                             | 5(3%)                                          | 0(0%)                                               | 3(2%)                                                              | 2(1%)                                                         | 2(1%)                                            | 1(1%)                                                              | 1(1%)                                                                   | 46(30%)                                                   | 0(0%)                                                     |                                                 |             |
|     | 50代    | 232人   | 159(69%)                                                                | 41(18%)                                   | 14(6%)                                              | 5(2%)                                                    | 7(3%)                                                         | 6(3%)                                                                             | 2(1%)                                          | 1(0%)                                               | 2(1%)                                                              | 1(0%)                                                         | 0(0%)                                            | 3(1%)                                                              | 4(2%)                                                                   | 67(29%)                                                   | 3(1%)                                                     |                                                 |             |
|     | 60代    | 197人   | 105(53%)                                                                | 18(9%)                                    | 13(7%)                                              | 7(4%)                                                    | 1(1%)                                                         | 1(1%)                                                                             | 3(2%)                                          | 2(1%)                                               | 1(1%)                                                              | 1(1%)                                                         | 0(0%)                                            | 1(1%)                                                              | 4(2%)                                                                   | 73(37%)                                                   | 7(4%)                                                     |                                                 |             |
|     | 70代    | 201人   | 85(42%)                                                                 | 15(7%)                                    | 13(6%)                                              | 2(1%)                                                    | 3(1%)                                                         | 3(1%)                                                                             | 1(0%)                                          | 0(0%)                                               | 1(0%)                                                              | 0(0%)                                                         | 1(0%)                                            | 0(0%)                                                              | 4(2%)                                                                   | 97(48%)                                                   | 17(8%)                                                    |                                                 |             |
|     | 80歳以上  | 35人    | 12(34%)                                                                 | 2(6%)                                     | 0(0%)                                               | 1(3%)                                                    | 0(0%)                                                         | 0(0%)                                                                             | 0(0%)                                          | 0(0%)                                               | 0(0%)                                                              | 0(0%)                                                         | 0(0%)                                            | 0(0%)                                                              | 1(3%)                                                                   | 23(66%)                                                   | 3(9%)                                                     |                                                 |             |
| 無回答 | 5人     | 1(20%) | 1(20%)                                                                  | 1(20%)                                    | 0(0%)                                               | 0(0%)                                                    | 0(0%)                                                         | 0(0%)                                                                             | 0(0%)                                          | 0(0%)                                               | 1(20%)                                                             | 0(0%)                                                         | 0(0%)                                            | 1(20%)                                                             | 0(0%)                                                                   | 3(60%)                                                    | 0(0%)                                                     |                                                 |             |
| 性別  | 男性     | 524人   | 280(53%)                                                                | 90(17%)                                   | 35(7%)                                              | 24(5%)                                                   | 17(3%)                                                        | 15(3%)                                                                            | 13(2%)                                         | 11(2%)                                              | 13(2%)                                                             | 8(2%)                                                         | 7(1%)                                            | 4(1%)                                                              | 7(1%)                                                                   | 198(38%)                                                  | 16(3%)                                                    |                                                 |             |
|     | 女性     | 860人   | 466(54%)                                                                | 88(10%)                                   | 54(6%)                                              | 23(3%)                                                   | 14(2%)                                                        | 12(1%)                                                                            | 13(2%)                                         | 12(1%)                                              | 6(1%)                                                              | 4(0%)                                                         | 3(0%)                                            | 3(0%)                                                              | 11(1%)                                                                  | 326(38%)                                                  | 34(4%)                                                    |                                                 |             |
|     | その他    | 5人     | 4(80%)                                                                  | 0(0%)                                     | 0(0%)                                               | 0(0%)                                                    | 0(0%)                                                         | 0(0%)                                                                             | 0(0%)                                          | 0(0%)                                               | 0(0%)                                                              | 0(0%)                                                         | 0(0%)                                            | 0(0%)                                                              | 0(0%)                                                                   | 1(20%)                                                    | 0(0%)                                                     |                                                 |             |
|     | 無回答    | 16人    | 5(31%)                                                                  | 3(19%)                                    | 1(6%)                                               | 0(0%)                                                    | 1(6%)                                                         | 0(0%)                                                                             | 0(0%)                                          | 0(0%)                                               | 1(6%)                                                              | 0(0%)                                                         | 0(0%)                                            | 1(6%)                                                              | 0(0%)                                                                   | 8(50%)                                                    | 0(0%)                                                     |                                                 |             |
|     | 全体     | 1,405人 | 755(54%)                                                                | 181(13%)                                  | 90(6%)                                              | 47(3%)                                                   | 32(2%)                                                        | 27(2%)                                                                            | 26(2%)                                         | 23(2%)                                              | 20(1%)                                                             | 12(1%)                                                        | 10(1%)                                           | 8(1%)                                                              | 18(1%)                                                                  | 533(38%)                                                  | 50(4%)                                                    |                                                 |             |



問6 あなたにとって、インターネットは日常生活でどのくらい重要ですか。

全体では、「非常に重要」60%と「ある程度重要」30%を合わせると90%で、日常生活でのインターネットの重要度は非常に高い。

年代別では、年代が若いほど「非常に重要」とする回答が多くなっている。



<年代別・性別>

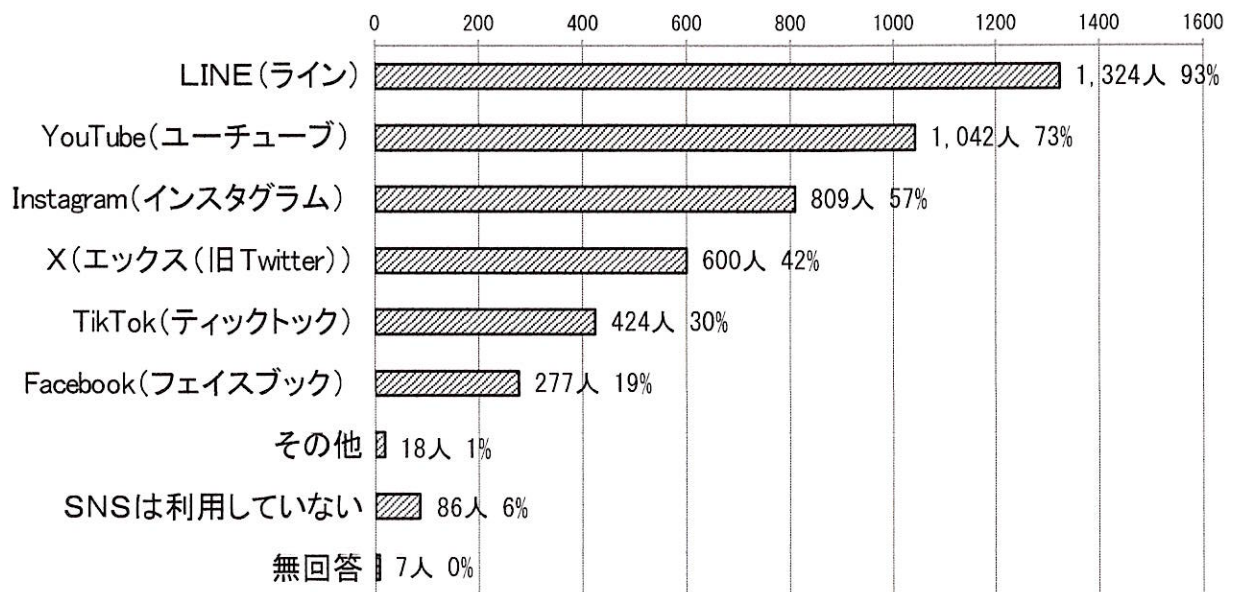
|     | 年代別／性別 | 人数     | 項 目      |          |           |           |            |        | ある程度重要<br>+<br>非常に重要 |
|-----|--------|--------|----------|----------|-----------|-----------|------------|--------|----------------------|
|     |        |        | 非常に重要    | ある程度重要   | どちらともいえない | あまり重要ではない | まったく重要ではない | 無回答    |                      |
| 年代別 | 20歳未満  | 229人   | 189(83%) | 34(15%)  | 3( 1%)    | 3( 1%)    | 0( 0%)     | 0( 0%) | 223(97%)             |
|     | 20代    | 239人   | 194(81%) | 38(16%)  | 4( 2%)    | 0( 0%)    | 0( 0%)     | 3( 1%) | 232(97%)             |
|     | 30代    | 114人   | 90(79%)  | 21(18%)  | 3( 3%)    | 0( 0%)    | 0( 0%)     | 0( 0%) | 111(97%)             |
|     | 40代    | 156人   | 101(65%) | 51(33%)  | 3( 2%)    | 1( 1%)    | 0( 0%)     | 0( 0%) | 152(97%)             |
|     | 50代    | 232人   | 136(59%) | 88(38%)  | 7( 3%)    | 0( 0%)    | 1( 0%)     | 0( 0%) | 224(97%)             |
|     | 60代    | 198人   | 90(45%)  | 88(44%)  | 13( 7%)   | 7( 4%)    | 0(0%)      | 0( 0%) | 178(90%)             |
|     | 70代    | 216人   | 46(21%)  | 97(45%)  | 29(13%)   | 29(13%)   | 14( 6%)    | 1( 0%) | 143(66%)             |
|     | 80歳以上  | 41人    | 2( 5%)   | 15(37%)  | 6(15%)    | 7(17%)    | 7(17%)     | 4(10%) | 17(41%)              |
|     | 無回答    | 5人     | 4(80%)   | 1(20%)   | 0( 0%)    | 0( 0%)    | 0( 0%)     | 0( 0%) | 5(100%)              |
| 性別  | 男性     | 531人   | 344(65%) | 145(27%) | 24( 5%)   | 11( 2%)   | 4( 1%)     | 3( 1%) | 489(92%)             |
|     | 女性     | 878人   | 493(56%) | 283(32%) | 44( 5%)   | 36( 4%)   | 18( 2%)    | 4( 0%) | 776(88%)             |
|     | その他    | 5人     | 4(80%)   | 1(20%)   | 0( 0%)    | 0( 0%)    | 0( 0%)     | 0( 0%) | 5(100%)              |
|     | 無回答    | 16人    | 11(69%)  | 4(25%)   | 0( 0%)    | 0( 0%)    | 0( 0%)     | 1( 6%) | 15(94%)              |
|     | 全体     | 1,430人 | 852(60%) | 433(30%) | 68( 5%)   | 47( 3%)   | 22( 2%)    | 8( 1%) | 1,285(90%)           |

### 3. SNSについて

問7 あなたはSNSを利用していますか。次の中から利用しているものをすべて選んでください。

全体では、「SNSは利用していない」は6%で、ほとんどの人がSNSを利用しており、50代以下ではほぼ100%となっている。

最も利用されているのは「LINE(ライン)」で93%と非常に高く、「YouTube(ユーチューブ)」、「Instagram(インスタグラム)」57%である。



#### <年代別・性別>

| 年代別<br>性別 | 人数    | 項目            |                     |                        |                       |                    |                       |        |                     |       |
|-----------|-------|---------------|---------------------|------------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|--------|---------------------|-------|
|           |       | LINE<br>(ライン) | YouTube<br>(ユーチューブ) | Instagram<br>(インスタグラム) | X<br>(エックス(旧Twitter)) | TikTok<br>(ティクトック) | Facebook<br>(フェイスブック) | その他    | SNSは<br>利用して<br>いない | 無回答   |
| 年代別       | 20歳未満 | 226(99%)      | 218(95%)            | 203(89%)               | 161(70%)              | 172(75%)           | 5(2%)                 | 5(2%)  | 0(0%)               | 0(0%) |
|           | 20代   | 235(98%)      | 221(92%)            | 204(85%)               | 177(74%)              | 135(56%)           | 28(12%)               | 2(1%)  | 1(0%)               | 2(1%) |
|           | 30代   | 112(98%)      | 100(88%)            | 86(75%)                | 68(60%)               | 27(24%)            | 35(31%)               | 3(3%)  | 1(1%)               | 0(0%) |
|           | 40代   | 153(98%)      | 131(84%)            | 87(56%)                | 56(36%)               | 20(13%)            | 45(29%)               | 1(1%)  | 3(2%)               | 0(0%) |
|           | 50代   | 219(94%)      | 176(76%)            | 129(56%)               | 87(38%)               | 35(15%)            | 81(35%)               | 3(1%)  | 8(3%)               | 0(0%) |
|           | 60代   | 181(91%)      | 108(55%)            | 71(36%)                | 37(19%)               | 25(13%)            | 53(27%)               | 2(1%)  | 14(7%)              | 1(1%) |
|           | 70代   | 171(79%)      | 78(36%)             | 25(12%)                | 10(5%)                | 8(4%)              | 24(11%)               | 2(1%)  | 44(20%)             | 1(0%) |
|           | 80歳以上 | 22(54%)       | 6(15%)              | 1(2%)                  | 1(2%)                 | 1(2%)              | 4(10%)                | 0(0%)  | 15(37%)             | 3(7%) |
|           | 無回答   | 5(100%)       | 4(80%)              | 3(60%)                 | 3(60%)                | 1(20%)             | 2(40%)                | 0(0%)  | 0(0%)               | 0(0%) |
| 性別        | 男性    | 491(92%)      | 411(77%)            | 280(53%)               | 246(46%)              | 148(28%)           | 115(22%)              | 4(1%)  | 31(6%)              | 2(0%) |
|           | 女性    | 813(93%)      | 613(70%)            | 513(58%)               | 342(39%)              | 271(31%)           | 156(18%)              | 14(2%) | 55(6%)              | 4(0%) |
|           | その他   | 5(100%)       | 5(100%)             | 5(100%)                | 3(60%)                | 0(0%)              | 3(60%)                | 0(0%)  | 0(0%)               | 0(0%) |
|           | 無回答   | 15(94%)       | 13(81%)             | 11(69%)                | 9(56%)                | 5(31%)             | 3(19%)                | 0(0%)  | 0(0%)               | 1(6%) |
| 全体        |       | 1,324(93%)    | 1,042(73%)          | 809(57%)               | 600(42%)              | 424(30%)           | 277(19%)              | 18(1%) | 86(6%)              | 7(0%) |

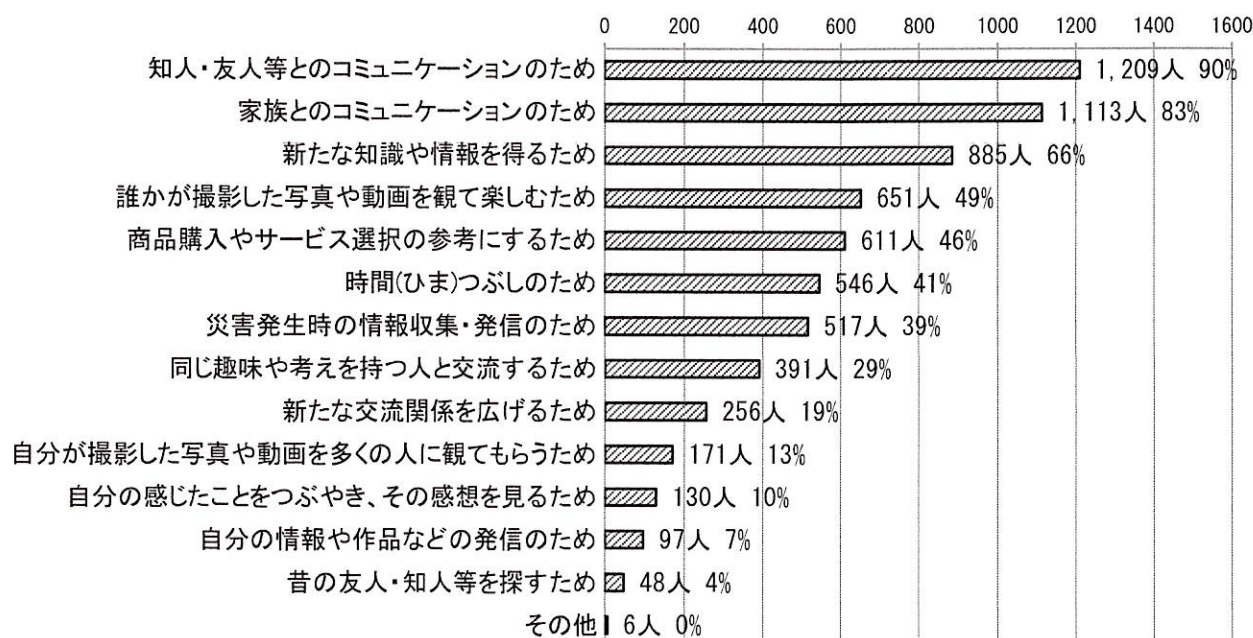


問8 問7でSNSを利用していると答えた方にお聞きします。SNSを利用する目的は  
何ですか。次のあてはまるものをすべて選んでください。(対象1,344人)

全体では、「知人・友人等とのコミュニケーションのため」が90%、「家族等とのコミュニケーションのため」が83%で、コミュニケーションを取ることを目的としての利用が非常に高く、「新たな知識や情報を得るため」66%、「誰かが撮影した写真や動画を観て楽しむため」49%など、情報収集や他者の投稿閲覧なども高い。

一方、自分の意見や作品等の情報発信としての利用としては、「自分が撮影した写真や動画を多くの人に観てもらうため」13%、「自分の感じたことをつぶやき、その感想を見るため」10%、「自分の情報や作品などの発信のため」7%となっている。

また、「時間(ひま)つぶしのため」が41%で、30代以下の各年代で50%から70%台と高い。



#### <年代別・性別>

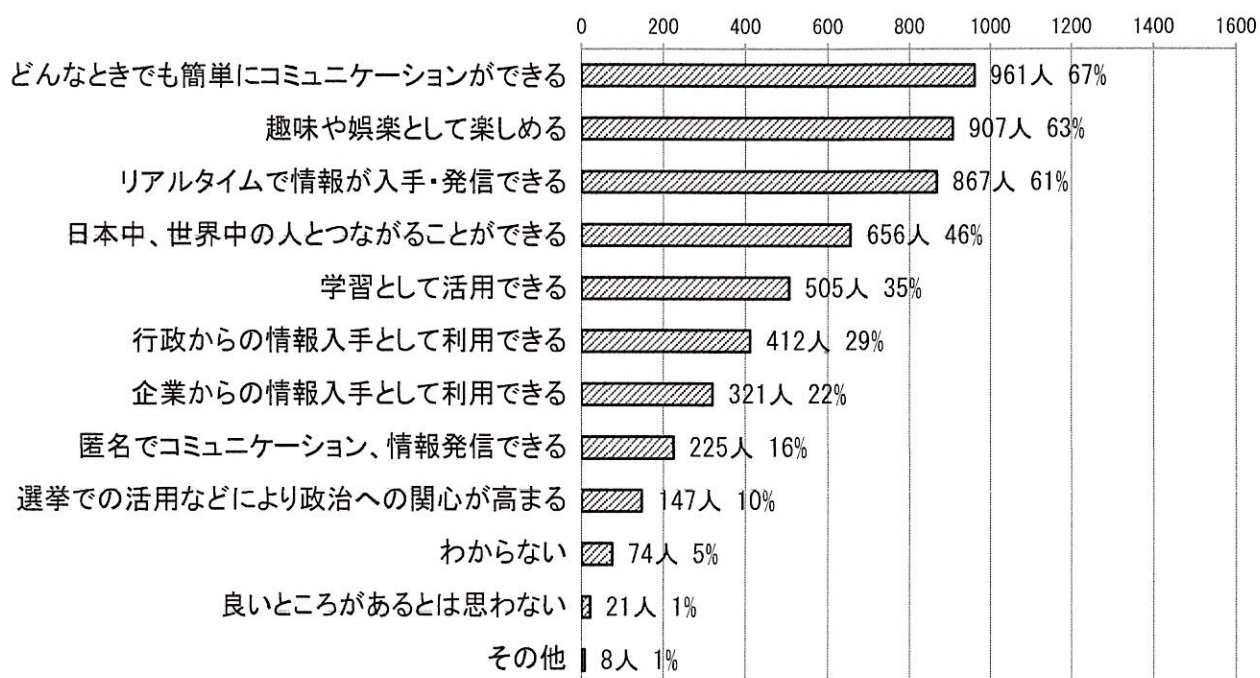
|     | 年代別／性別 | 人数     | 項 目                  |                  |               |                      |                     |              |                  |                    |               |                           |                   |                  |               |        |
|-----|--------|--------|----------------------|------------------|---------------|----------------------|---------------------|--------------|------------------|--------------------|---------------|---------------------------|-------------------|------------------|---------------|--------|
|     |        |        | 知人・友人等とのコミュニケーションのため | 家族とのコミュニケーションのため | 新たな知識や情報を得るため | 誰かが撮影した写真や動画を観て楽しむため | 商品購入やサービス選択の参考にするため | 時間（ひま）つぶしのため | 災害発生時の情報収集・発信のため | 同じ趣味や考えを持つ人と交流するため | 新たな交流関係を広げるため | 自分が撮った写真や動画を多くの人に真似てもらいたい | 自分の感じたこと、想いを見つめたい | 自分の情報や作品などの発信のため | 昔の友人・知人等を探すため | その他    |
| 年代別 | 20歳未満  | 229人   | 215(94%)             | 205(90%)         | 172(75%)      | 175(76%)             | 126(55%)            | 164(72%)     | 83(36%)          | 104(45%)           | 84(37%)       | 53(23%)                   | 30(13%)           | 27(12%)          | 16( 7%)       | 0( 0%) |
|     | 20代    | 237人   | 218(92%)             | 197(83%)         | 176(74%)      | 161(68%)             | 128(54%)            | 146(62%)     | 115(49%)         | 96(41%)            | 71(30%)       | 43(18%)                   | 39(16%)           | 27(11%)          | 13( 5%)       | 1( 0%) |
|     | 30代    | 113人   | 102(90%)             | 91(81%)          | 87(77%)       | 68(60%)              | 72(64%)             | 56(50%)      | 45(40%)          | 35(31%)            | 19(17%)       | 9( 8%)                    | 20(18%)           | 11(10%)          | 4( 4%)        | 0( 0%) |
|     | 40代    | 153人   | 133(87%)             | 122(80%)         | 106(69%)      | 64(42%)              | 73(48%)             | 58(38%)      | 55(36%)          | 37(24%)            | 25(16%)       | 13( 8%)                   | 10( 7%)           | 9( 6%)           | 2( 1%)        | 1( 1%) |
|     | 50代    | 226人   | 197(87%)             | 180(80%)         | 147(65%)      | 85(38%)              | 108(48%)            | 67(30%)      | 83(37%)          | 43(19%)            | 25(11%)       | 20( 9%)                   | 18( 8%)           | 11( 5%)          | 6( 3%)        | 1( 0%) |
|     | 60代    | 183人   | 168(92%)             | 156(85%)         | 96(52%)       | 53(29%)              | 61(33%)             | 30(16%)      | 68(37%)          | 35(19%)            | 20(11%)       | 19(10%)                   | 10( 5%)           | 8( 4%)           | 1( 1%)        | 1( 1%) |
|     | 70代    | 175人   | 155(89%)             | 138(79%)         | 88(50%)       | 37(21%)              | 36(21%)             | 19(11%)      | 62(35%)          | 35(20%)            | 10( 6%)       | 11( 6%)                   | 3( 2%)            | 4( 2%)           | 5( 3%)        | 2( 1%) |
|     | 80歳以上  | 23人    | 16(70%)              | 19(83%)          | 10(43%)       | 6(26%)               | 6(26%)              | 3(13%)       | 5(22%)           | 5(22%)             | 1( 4%)        | 2( 9%)                    | 0( 0%)            | 0( 0%)           | 1( 4%)        | 0( 0%) |
|     | 無回答    | 5人     | 5(100%)              | 5(100%)          | 3(60%)        | 2(40%)               | 1(20%)              | 3(60%)       | 1(20%)           | 1(20%)             | 1(20%)        | 1(20%)                    | 0( 0%)            | 0( 0%)           | 0( 0%)        | 0( 0%) |
| 性別  | 男性     | 503人   | 427(85%)             | 390(78%)         | 322(64%)      | 231(46%)             | 183(36%)            | 214(43%)     | 175(35%)         | 152(30%)           | 110(22%)      | 71(14%)                   | 54(11%)           | 40( 8%)          | 25( 5%)       | 3( 1%) |
|     | 女性     | 821人   | 763(93%)             | 707(86%)         | 548(67%)      | 412(50%)             | 422(51%)            | 320(39%)     | 334(41%)         | 232(28%)           | 141(17%)      | 98(12%)                   | 75( 9%)           | 56( 7%)          | 21( 3%)       | 3( 0%) |
|     | その他    | 5人     | 5(100%)              | 3(60%)           | 4(80%)        | 1(20%)               | 2(40%)              | 3(60%)       | 3(60%)           | 2(40%)             | 1(20%)        | 1(20%)                    | 0( 0%)            | 1(20%)           | 1(20%)        | 0( 0%) |
|     | 無回答    | 15人    | 14(93%)              | 13(87%)          | 11(73%)       | 7(47%)               | 4(27%)              | 9(60%)       | 5(33%)           | 5(33%)             | 4(27%)        | 1( 7%)                    | 1( 7%)            | 0( 0%)           | 1( 7%)        | 0( 0%) |
|     | 全体     | 1,344人 | 1,209(90%)           | 1,113(83%)       | 885(66%)      | 651(48%)             | 611(45%)            | 546(41%)     | 517(38%)         | 391(29%)           | 256(19%)      | 171(13%)                  | 130(10%)          | 97( 7%)          | 48( 4%)       | 6( 0%) |



問9 SNSの良いところは何だと思いますか。次のあてはまるものをすべて選んでください。

全体では、「どんなときでも簡単にコミュニケーションができる」67%、「趣味や娯楽として楽しめる」63%、「リアルタイムで情報が入手・発信できる」61%で、それぞれ6割を超え、特に若い年代で高くなっている。

一方、「行政・企業からの情報入手として利用できる」は20%台となっている。また、「選挙での活用などにより政治への関心が高まる」は10%と低い、20歳未満及び20代では30代以上の各年代に比べ高くなっている。



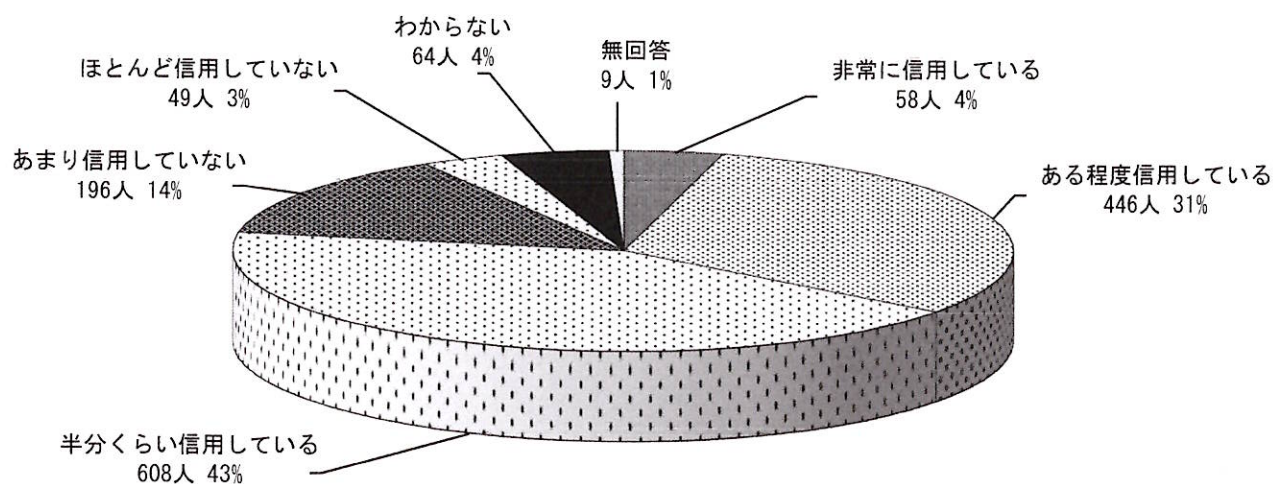
<年代別・性別>

|     | 年代別／性別 | 人数     | 項目                                                           |                                              |                                                   |                                                  |                                            |                                             |                                             |                                                                          |                                               |           |                                                |        |
|-----|--------|--------|--------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------|------------------------------------------------|--------|
|     |        |        | ンにど<br>がコ<br>ミナ<br>と<br>ユ<br>ニ<br>ケ<br>ー<br>シ<br>ン<br>ヨ<br>単 | し趣<br>め味<br>るや<br>娯<br>楽<br>と<br>し<br>て<br>楽 | がリ<br>入アル<br>手・タ<br>・イ<br>・ム<br>・で<br>で<br>情<br>報 | きと<br>る本<br>中<br>、<br>世<br>界<br>中<br>の<br>で<br>人 | る学<br>習<br>と<br>し<br>て<br>活<br>用<br>で<br>き | と行政<br>し政<br>てから<br>利用<br>の情<br>報<br>入<br>手 | と企業<br>し業<br>てから<br>利用<br>の情<br>報<br>入<br>手 | きるシ<br>ン名<br>ヨ名<br>ンで<br>ン、<br>コ<br>情<br>ミ<br>報<br>ユ<br>ニ<br>ケ<br>ー<br>で | 高より<br>まる政<br>治<br>の<br>活<br>用<br>な<br>ど<br>に | わから<br>ない | は良い<br>と思<br>わな<br>いこ<br>ろ<br>が<br>あ<br>る<br>と | その他    |
| 年代別 | 20歳未満  | 229人   | 184(80%)                                                     | 194(85%)                                     | 154(67%)                                          | 140(61%)                                         | 122(53%)                                   | 40(17%)                                     | 42(18%)                                     | 75(33%)                                                                  | 38(17%)                                       | 5( 2%)    | 1( 0%)                                         | 1( 0%) |
|     | 20代    | 239人   | 165(69%)                                                     | 189(79%)                                     | 154(64%)                                          | 135(56%)                                         | 104(44%)                                   | 58(24%)                                     | 74(31%)                                     | 63(26%)                                                                  | 46(19%)                                       | 4( 2%)    | 1( 0%)                                         | 1( 0%) |
|     | 30代    | 114人   | 84(74%)                                                      | 91(80%)                                      | 90(79%)                                           | 56(49%)                                          | 45(39%)                                    | 40(35%)                                     | 42(37%)                                     | 31(27%)                                                                  | 11(10%)                                       | 1( 1%)    | 0( 0%)                                         | 0( 0%) |
|     | 40代    | 156人   | 111(71%)                                                     | 101(65%)                                     | 98(63%)                                           | 78(50%)                                          | 53(34%)                                    | 45(29%)                                     | 39(25%)                                     | 20(13%)                                                                  | 14( 9%)                                       | 2( 1%)    | 2( 1%)                                         | 0( 0%) |
|     | 50代    | 232人   | 163(70%)                                                     | 139(60%)                                     | 151(65%)                                          | 101(44%)                                         | 63(27%)                                    | 75(32%)                                     | 67(29%)                                     | 23(10%)                                                                  | 14( 6%)                                       | 7( 3%)    | 1( 0%)                                         | 1( 0%) |
|     | 60代    | 198人   | 132(67%)                                                     | 104(53%)                                     | 111(56%)                                          | 80(40%)                                          | 59(30%)                                    | 74(37%)                                     | 34(17%)                                     | 7( 4%)                                                                   | 10( 5%)                                       | 7( 4%)    | 6( 3%)                                         | 0( 0%) |
|     | 70代    | 216人   | 101(47%)                                                     | 78(36%)                                      | 97(45%)                                           | 54(25%)                                          | 50(23%)                                    | 69(32%)                                     | 19( 9%)                                     | 4( 2%)                                                                   | 13( 6%)                                       | 36(17%)   | 6( 3%)                                         | 5( 2%) |
|     | 80歳以上  | 41人    | 17(41%)                                                      | 8(20%)                                       | 9(22%)                                            | 10(24%)                                          | 6(15%)                                     | 9(22%)                                      | 3( 7%)                                      | 1( 2%)                                                                   | 1( 2%)                                        | 11(27%)   | 4(10%)                                         | 0( 0%) |
|     | 無回答    | 5人     | 4(80%)                                                       | 3(60%)                                       | 3(60%)                                            | 2(40%)                                           | 3(60%)                                     | 2(40%)                                      | 1(20%)                                      | 1(20%)                                                                   | 0( 0%)                                        | 1(20%)    | 0( 0%)                                         | 0( 0%) |
| 性別  | 男性     | 531人   | 351(66%)                                                     | 327(62%)                                     | 321(60%)                                          | 274(52%)                                         | 176(33%)                                   | 147(28%)                                    | 127(24%)                                    | 101(19%)                                                                 | 66(12%)                                       | 16( 3%)   | 13( 2%)                                        | 4( 1%) |
|     | 女性     | 878人   | 594(68%)                                                     | 567(65%)                                     | 535(61%)                                          | 373(42%)                                         | 320(36%)                                   | 258(29%)                                    | 187(21%)                                    | 119(14%)                                                                 | 78( 9%)                                       | 56( 6%)   | 8( 1%)                                         | 4( 0%) |
|     | その他    | 5人     | 4(80%)                                                       | 3(60%)                                       | 4(80%)                                            | 3(60%)                                           | 2(40%)                                     | 2(40%)                                      | 2(40%)                                      | 2(40%)                                                                   | 1(20%)                                        | 0( 0%)    | 0( 0%)                                         | 0( 0%) |
|     | 無回答    | 16人    | 12(75%)                                                      | 10(62%)                                      | 7(44%)                                            | 6(38%)                                           | 7(44%)                                     | 5(31%)                                      | 5(31%)                                      | 3(19%)                                                                   | 2(12%)                                        | 2(12%)    | 0( 0%)                                         | 0( 0%) |
|     | 全体     | 1,430人 | 961(67%)                                                     | 907(63%)                                     | 867(61%)                                          | 656(46%)                                         | 505(35%)                                   | 412(29%)                                    | 321(22%)                                    | 225(16%)                                                                 | 147(10%)                                      | 74( 5%)   | 21( 1%)                                        | 8( 1%) |



問10 あなたはSNSの情報をどのくらい信用していますか。

全体では、SNSの情報の信用度は、「非常に信用している」4%と「ある程度信用している」31%を合わせると35%であり、「あまり信用していない」14%と「ほとんど信用していない」3%を合わせた17%を上回っているが、「半分くらい信用している」が43%と最も高い。



<年代別・性別>

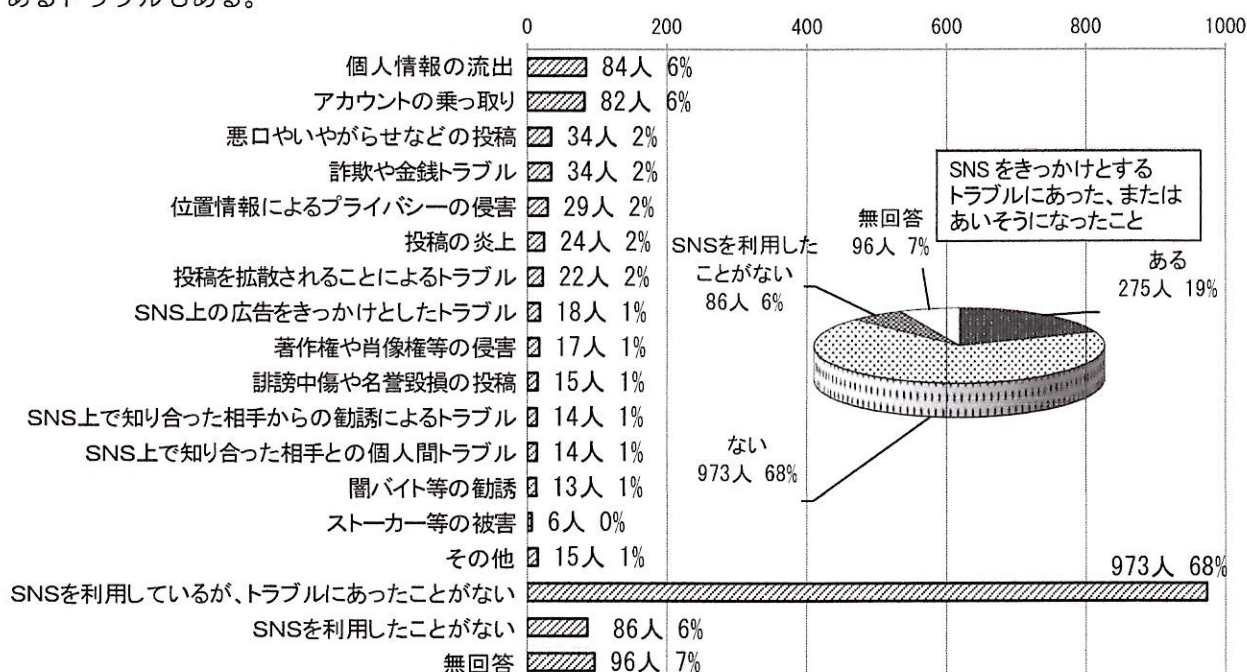
|     | 年代別／性別 | 人数     | 項目        |            |             |           |            |         |       | 信用していない程度 |
|-----|--------|--------|-----------|------------|-------------|-----------|------------|---------|-------|-----------|
|     |        |        | 非常に信用している | ある程度信用している | 半分くらい信用している | あまり信用している | ほとんど信用している | わからない   | 無回答   |           |
| 年代別 | 20歳未満  | 229人   | 20(9%)    | 78(34%)    | 94(41%)     | 25(11%)   | 8(3%)      | 4(2%)   | 0(0%) | 98(43%)   |
|     | 20代    | 239人   | 17(7%)    | 73(31%)    | 99(41%)     | 36(15%)   | 10(4%)     | 2(1%)   | 2(1%) | 90(38%)   |
|     | 30代    | 114人   | 3(3%)     | 32(28%)    | 60(53%)     | 17(15%)   | 1(1%)      | 0(0%)   | 1(1%) | 35(31%)   |
|     | 40代    | 156人   | 2(1%)     | 45(29%)    | 82(53%)     | 16(10%)   | 8(5%)      | 3(2%)   | 0(0%) | 47(30%)   |
|     | 50代    | 232人   | 8(3%)     | 79(34%)    | 109(47%)    | 28(12%)   | 5(2%)      | 2(1%)   | 1(0%) | 87(38%)   |
|     | 60代    | 198人   | 4(2%)     | 68(34%)    | 83(42%)     | 28(14%)   | 7(4%)      | 7(4%)   | 1(1%) | 72(36%)   |
|     | 70代    | 216人   | 4(2%)     | 63(29%)    | 64(30%)     | 42(19%)   | 8(4%)      | 34(16%) | 1(0%) | 67(31%)   |
|     | 80歳以上  | 41人    | 0(0%)     | 6(15%)     | 14(34%)     | 4(10%)    | 2(5%)      | 12(29%) | 3(7%) | 6(15%)    |
|     | 無回答    | 5人     | 0(0%)     | 2(40%)     | 3(60%)      | 0(0%)     | 0(0%)      | 0(0%)   | 0(0%) | 2(40%)    |
| 性別  | 男性     | 531人   | 29(5%)    | 183(35%)   | 199(38%)    | 82(15%)   | 23(4%)     | 14(3%)  | 2(0%) | 212(40%)  |
|     | 女性     | 878人   | 29(3%)    | 258(29%)   | 398(45%)    | 111(13%)  | 26(3%)     | 51(6%)  | 6(1%) | 287(33%)  |
|     | その他    | 5人     | 0(0%)     | 0(0%)      | 4(80%)      | 1(20%)    | 0(0%)      | 0(0%)   | 0(0%) | 0(0%)     |
|     | 無回答    | 16人    | 0(0%)     | 5(31%)     | 7(44%)      | 3(19%)    | 0(0%)      | 0(0%)   | 1(6%) | 5(31%)    |
|     | 全体     | 1,430人 | 58(4%)    | 446(31%)   | 608(43%)    | 196(14%)  | 49(3%)     | 64(4%)  | 9(1%) | 504(35%)  |



問11 SNSをきっかけとするトラブルにあった、またはトラブルにあいそうになったことはありますか。次のあてはまるものをすべて選んでください。

全体では、「トラブルにあった、または、あいそうになったことがある」19%、「トラブルにあった、または、あいそうになったことがない」68%、「SNSを利用したことがない」6%である。

トラブルの内訳では、「個人情報の流出」と「アカウントの乗っ取り」がともに6%である。また、少数ではあるが「闇バイト等の勧誘」や「ストーカー等の被害」など、重大な犯罪につながるおそれがあるトラブルもある。



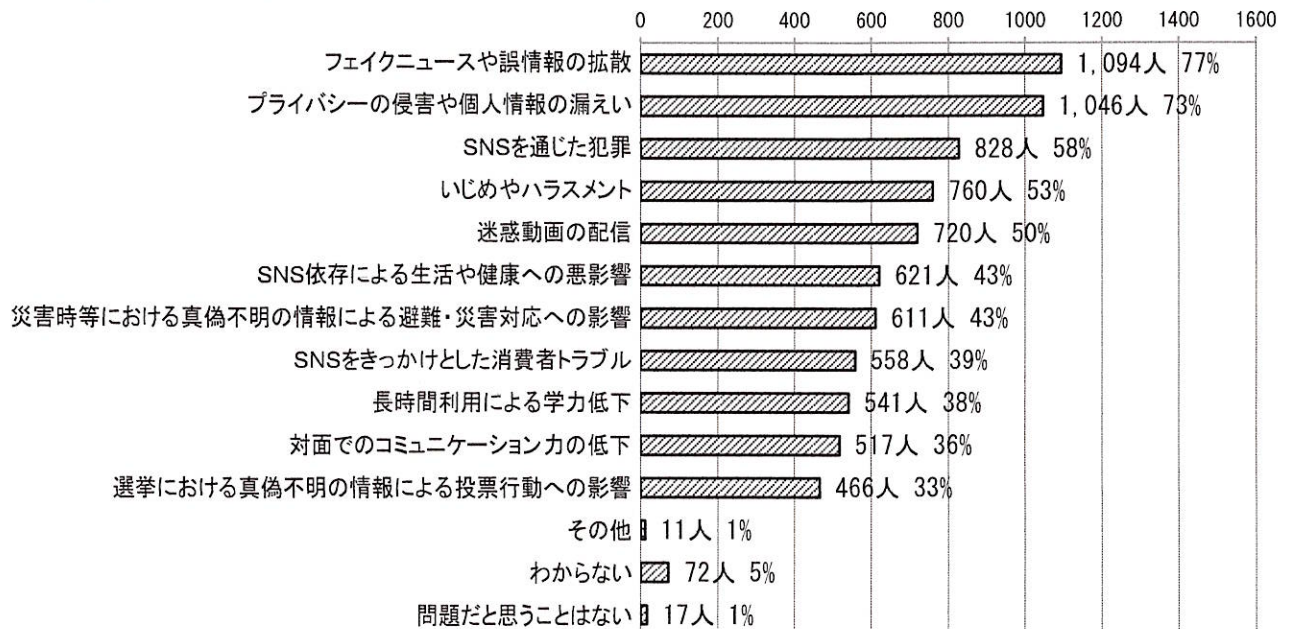
<年代別・性別>

|     | 年代別／性別 | 人数     | 項目      |            |               |           |                  |        |              |                     |             |              |                          |                       |          |           |        |              |               | 無回答     |
|-----|--------|--------|---------|------------|---------------|-----------|------------------|--------|--------------|---------------------|-------------|--------------|--------------------------|-----------------------|----------|-----------|--------|--------------|---------------|---------|
|     |        |        | 個人情報の流出 | アカウントの乗っ取り | 悪口やいやがらせなどの投稿 | 詐欺や金銭トラブル | 位置情報によるプライバシーの侵害 | 投稿の炎上  | 投稿による拡散されること | SNS上の広告をきっかけとしたトラブル | 著作権や肖像権等の侵害 | 誹謗中傷や名誉毀損の投稿 | SNS上で知り合った相手からの勧誘によるトラブル | SNS上で知り合った相手との個人間トラブル | 闇バイト等の勧誘 | ストーカー等の被害 | その他    | SNSを使ったことがない | SNSを利用したことがない |         |
| 年代別 | 20歳未満  | 229人   | 10(4%)  | 17(7%)     | 10(4%)        | 4(2%)     | 8(3%)            | 7(3%)  | 8(3%)        | 2(1%)               | 8(3%)       | 5(2%)        | 1(0%)                    | 3(1%)                 | 1(0%)    | 1(0%)     | 3(1%)  | 165(72%)     | 0(0%)         | 18(8%)  |
|     | 20代    | 239人   | 15(6%)  | 21(9%)     | 11(5%)        | 9(4%)     | 11(5%)           | 10(4%) | 5(2%)        | 2(1%)               | 4(2%)       | 4(2%)        | 2(1%)                    | 4(2%)                 | 6(3%)    | 3(1%)     | 2(1%)  | 159(67%)     | 0(0%)         | 11(5%)  |
|     | 30代    | 114人   | 8(7%)   | 7(6%)      | 2(2%)         | 1(1%)     | 3(3%)            | 1(1%)  | 2(2%)        | 3(3%)               | 3(3%)       | 0(0%)        | 1(1%)                    | 0(0%)                 | 0(0%)    | 1(1%)     | 0(0%)  | 87(76%)      | 1(1%)         | 3(3%)   |
|     | 40代    | 156人   | 11(7%)  | 7(4%)      | 3(2%)         | 1(1%)     | 3(2%)            | 2(1%)  | 3(2%)        | 1(1%)               | 0(0%)       | 0(0%)        | 0(0%)                    | 2(1%)                 | 2(1%)    | 1(1%)     | 0(0%)  | 122(78%)     | 3(2%)         | 7(4%)   |
|     | 50代    | 232人   | 15(6%)  | 19(8%)     | 3(1%)         | 5(2%)     | 3(1%)            | 1(0%)  | 0(0%)        | 3(1%)               | 1(0%)       | 3(1%)        | 5(2%)                    | 1(0%)                 | 2(1%)    | 0(0%)     | 0(0%)  | 164(71%)     | 8(3%)         | 17(7%)  |
|     | 60代    | 198人   | 15(8%)  | 8(4%)      | 3(2%)         | 9(5%)     | 1(1%)            | 2(1%)  | 3(2%)        | 4(2%)               | 1(1%)       | 2(1%)        | 2(1%)                    | 3(2%)                 | 1(1%)    | 0(0%)     | 7(4%)  | 133(67%)     | 14(7%)        | 9(5%)   |
|     | 70代    | 216人   | 8(4%)   | 3(1%)      | 2(1%)         | 5(2%)     | 0(0%)            | 1(0%)  | 1(0%)        | 3(1%)               | 0(0%)       | 1(0%)        | 3(1%)                    | 1(0%)                 | 0(0%)    | 0(0%)     | 3(1%)  | 121(56%)     | 44(20%)       | 26(12%) |
|     | 80歳以上  | 41人    | 2(5%)   | 0(0%)      | 0(0%)         | 0(0%)     | 0(0%)            | 0(0%)  | 0(0%)        | 0(0%)               | 0(0%)       | 0(0%)        | 0(0%)                    | 0(0%)                 | 1(2%)    | 0(0%)     | 0(0%)  | 17(41%)      | 16(39%)       | 5(12%)  |
|     | 無回答    | 5人     | 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(0%)     | 0(0%)  | 5(100%)      | 0(0%)         | 0(0%)   |
| 性別  | 男性     | 531人   | 39(7%)  | 27(5%)     | 18(3%)        | 14(3%)    | 9(2%)            | 19(4%) | 13(2%)       | 7(1%)               | 8(2%)       | 9(2%)        | 7(1%)                    | 6(1%)                 | 7(1%)    | 1(0%)     | 5(1%)  | 351(66%)     | 30(6%)        | 31(6%)  |
|     | 女性     | 878人   | 44(5%)  | 53(6%)     | 16(2%)        | 20(2%)    | 19(2%)           | 4(0%)  | 9(1%)        | 11(1%)              | 9(1%)       | 6(1%)        | 7(1%)                    | 8(1%)                 | 6(1%)    | 5(1%)     | 10(1%) | 605(69%)     | 56(6%)        | 64(7%)  |
|     | その他    | 5人     | 1(20%)  | 2(40%)     | 0(0%)         | 0(0%)     | 1(20%)           | 1(20%) | 0(0%)        | 0(0%)               | 0(0%)       | 0(0%)        | 0(0%)                    | 0(0%)                 | 0(0%)    | 0(0%)     | 0(0%)  | 2(40%)       | 0(0%)         | 0(0%)   |
|     | 無回答    | 16人    | 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(0%)     | 0(0%)  | 15(94%)      | 0(0%)         | 1(6%)   |
|     | 全体     | 1,430人 | 84(6%)  | 82(6%)     | 34(2%)        | 34(2%)    | 29(2%)           | 24(2%) | 22(2%)       | 18(1%)              | 17(1%)      | 15(1%)       | 14(1%)                   | 14(1%)                | 13(1%)   | 6(0%)     | 15(1%) | 973(68%)     | 86(6%)        | 96(7%)  |



問12 SNSが急速に普及するなか、問題だと思うことはありますか。次のあてはまるものをすべて選んでください。

全体では、「フェイクニュースや誤情報の拡散」が77%、「プライバシーの侵害や個人情報の漏えい」が73%と高く、「SNSを通じた犯罪」58%、「いじめやハラスメント」53%、「迷惑動画の配信」50%、「SNS依存による生活や健康への悪影響」と「災害時における真偽不明の情報による避難・災害対応への影響」がともに43%である。



<年代別・性別>

|     | 年代別／性別 | 人数   | 項目          |            |            |            |          |                  |                      |                 |           |                   |                    |          |         |          |
|-----|--------|------|-------------|------------|------------|------------|----------|------------------|----------------------|-----------------|-----------|-------------------|--------------------|----------|---------|----------|
|     |        |      | フェイクニュースの拡散 | プライバシーの侵害  | SNSを通じた犯罪  | いじめやハラスメント | 迷惑動画の配信  | SNSによる生活や健康への悪影響 | 災害時の避難・被害者に対する偽情報の影響 | ブとSNSの消費者としての影響 | 学力低下による影響 | 対面でのコミュニケーション力の低下 | 投票行動における真偽不明の報告の影響 | その他      | わからない   | 問題だと思ふこと |
| 年代別 | 20歳未満  | 229人 | 180(79%)    | 169(74%)   | 152(66%)   | 148(65%)   | 145(63%) | 128(56%)         | 91(40%)              | 80(35%)         | 123(54%)  | 92(40%)           | 71(31%)            | 1(0%)    | 6(3%)   | 5(2%)    |
|     | 20代    | 239人 | 180(75%)    | 173(72%)   | 131(55%)   | 115(48%)   | 124(52%) | 118(49%)         | 88(37%)              | 80(33%)         | 99(41%)   | 79(33%)           | 79(33%)            | 3(1%)    | 6(3%)   | 6(3%)    |
|     | 30代    | 114人 | 98(86%)     | 92(81%)    | 70(61%)    | 72(63%)    | 64(56%)  | 60(53%)          | 60(53%)              | 46(40%)         | 52(46%)   | 43(38%)           | 43(38%)            | 2(2%)    | 0(0%)   | 0(0%)    |
|     | 40代    | 156人 | 132(85%)    | 128(82%)   | 93(60%)    | 100(64%)   | 84(54%)  | 76(49%)          | 64(41%)              | 64(41%)         | 72(46%)   | 57(37%)           | 45(29%)            | 0(0%)    | 3(2%)   | 1(1%)    |
|     | 50代    | 232人 | 191(82%)    | 177(76%)   | 148(64%)   | 134(58%)   | 121(52%) | 96(41%)          | 110(47%)             | 112(48%)        | 77(33%)   | 91(39%)           | 78(34%)            | 1(0%)    | 7(3%)   | 2(1%)    |
|     | 60代    | 198人 | 158(80%)    | 142(72%)   | 113(57%)   | 96(48%)    | 87(44%)  | 78(39%)          | 95(48%)              | 91(46%)         | 56(28%)   | 81(41%)           | 72(36%)            | 3(2%)    | 12(6%)  | 1(1%)    |
|     | 70代    | 216人 | 139(64%)    | 138(64%)   | 100(46%)   | 85(39%)    | 81(38%)  | 56(26%)          | 86(40%)              | 73(34%)         | 56(26%)   | 60(28%)           | 67(31%)            | 1(0%)    | 32(15%) | 2(1%)    |
|     | 80歳以上  | 41人  | 13(32%)     | 24(59%)    | 18(44%)    | 9(22%)     | 11(27%)  | 8(20%)           | 15(37%)              | 11(27%)         | 5(12%)    | 11(27%)           | 9(22%)             | 0(0%)    | 6(15%)  | 0(0%)    |
|     | 無回答    | 5人   | 3(60%)      | 3(60%)     | 3(60%)     | 1(20%)     | 3(60%)   | 1(20%)           | 2(40%)               | 1(20%)          | 1(20%)    | 3(60%)            | 2(40%)             | 0(0%)    | 0(0%)   | 0(0%)    |
| 性別  | 男性     | 531人 | 390(73%)    | 367(69%)   | 283(53%)   | 252(47%)   | 267(50%) | 207(39%)         | 216(41%)             | 186(35%)        | 188(35%)  | 157(30%)          | 185(35%)           | 3(1%)    | 20(4%)  | 10(2%)   |
|     | 女性     | 878人 | 686(78%)    | 664(76%)   | 531(60%)   | 502(57%)   | 440(50%) | 405(46%)         | 385(44%)             | 365(42%)        | 345(39%)  | 348(40%)          | 270(31%)           | 7(1%)    | 52(6%)  | 7(1%)    |
|     | その他    | 5人   | 5(100%)     | 5(100%)    | 4(80%)     | 1(20%)     | 3(60%)   | 3(60%)           | 3(60%)               | 1(20%)          | 4(80%)    | 5(100%)           | 3(60%)             | 0(0%)    | 0(0%)   | 0(0%)    |
|     | 無回答    | 16人  | 13(81%)     | 10(62%)    | 10(62%)    | 5(31%)     | 10(62%)  | 6(38%)           | 7(44%)               | 6(38%)          | 4(25%)    | 7(44%)            | 8(50%)             | 1(6%)    | 0(0%)   | 0(0%)    |
|     |        | 全体   | 1,430人      | 1,094(77%) | 1,046(73%) | 828(58%)   | 760(53%) | 720(50%)         | 621(43%)             | 611(43%)        | 558(39%)  | 541(38%)          | 517(36%)           | 466(33%) | 11(1%)  | 72(5%)   |



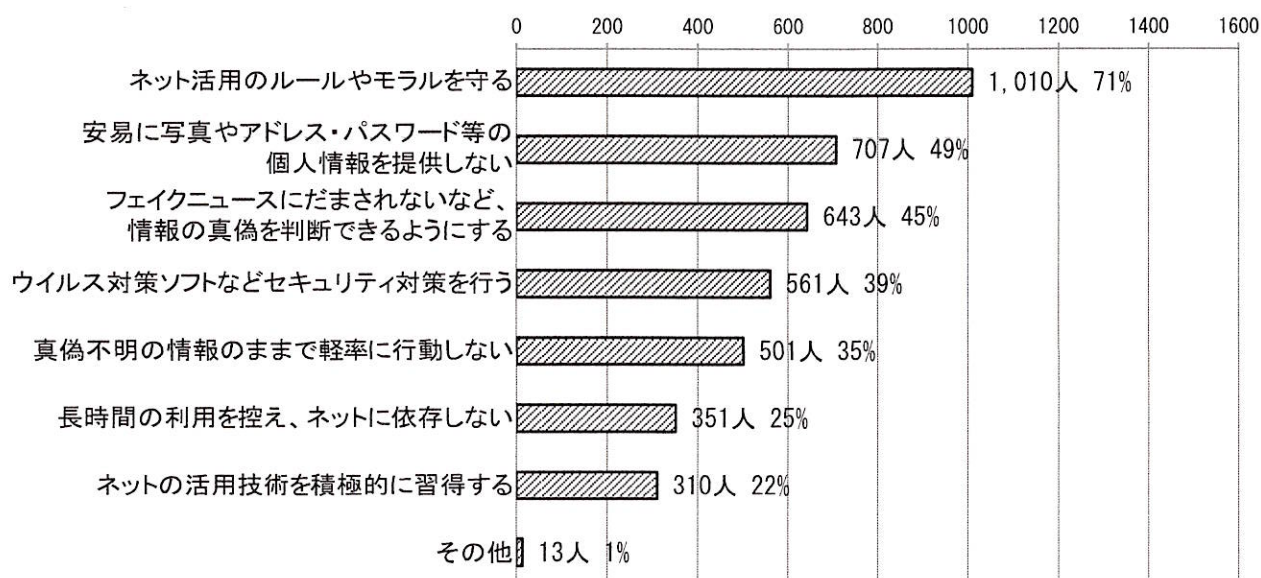
#### 4. インターネット社会のあり方について

問13 インターネットが普及拡大する社会において、特に求められることは何だと思いますか。

##### (1) 消費者に求められること（3つまで）

消費者に求められることとしては、全体では、「ネット活用のルールやモラルを守る」が71%と最も高く、「安易に写真やアドレス・パスワード等の個人情報を提供しない」49%、「フェイクニュースにだまされないなど、情報の真偽を判断できるようにする」45%となっている。

性別では、「ネット活用のルールやモラルを守る」や「安易に写真やアドレス・パスワード等の個人情報を提供しない」などは女性が高く、「ネットの活用技術を積極的に習得する」は男性が高い。



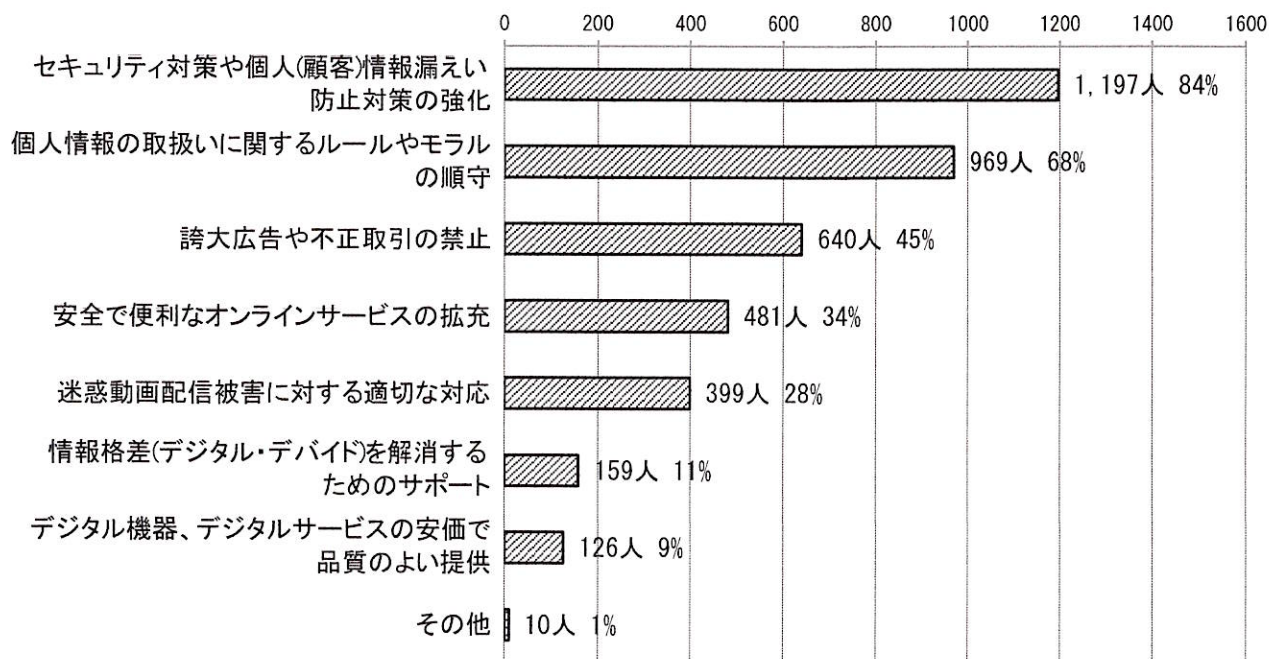
##### <年代別・性別>

|             | 年代別／性別 | 人<br>数 | 項<br>目                                              |                                                                         |                                                     |                                                                              |                                                     |                                                          |                                                     |                                                          | そ<br>の<br>他 |
|-------------|--------|--------|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-------------|
|             |        |        | や<br>モ<br>ッ<br>ト<br>ル<br>活<br>用<br>の<br>ル<br>ー<br>ル | い<br>個<br>人<br>・<br>情<br>報<br>ス<br>ワ<br>ー<br>提<br>供<br>し<br>な<br>の<br>レ | 安<br>易<br>に<br>写<br>真<br>や<br>ド<br>ア<br>等<br>の<br>レ | 情<br>報<br>の<br>真<br>偽<br>を<br>判<br>断<br>す<br>る<br>に<br>よ<br>う<br>に<br>す<br>る | だ<br>ま<br>さ<br>れ<br>な<br>い<br>ユ<br>ー<br>ズ<br>ー<br>に | フ<br>ェ<br>イ<br>ク<br>ニ<br>ュ<br>ー<br>ス<br>に<br>対<br>し<br>て | ウ<br>ィ<br>ル<br>セ<br>ル<br>ス<br>キ<br>ー<br>ソ<br>フ<br>ト | 真<br>偽<br>不<br>明<br>の<br>情<br>報<br>に<br>依<br>る<br>な<br>ま |             |
| 年<br>代<br>別 | 20歳未満  | 229人   | 169(74%)                                            | 119(52%)                                                                | 106(46%)                                            | 74(32%)                                                                      | 71(31%)                                             | 50(22%)                                                  | 59(26%)                                             | 0( 0%)                                                   |             |
|             | 20代    | 239人   | 169(71%)                                            | 112(47%)                                                                | 111(46%)                                            | 83(35%)                                                                      | 65(27%)                                             | 39(16%)                                                  | 75(31%)                                             | 3( 1%)                                                   |             |
|             | 30代    | 114人   | 93(82%)                                             | 56(49%)                                                                 | 65(57%)                                             | 45(39%)                                                                      | 40(35%)                                             | 19(17%)                                                  | 23(20%)                                             | 1( 1%)                                                   |             |
|             | 40代    | 156人   | 107(69%)                                            | 78(50%)                                                                 | 65(42%)                                             | 69(44%)                                                                      | 50(32%)                                             | 55(35%)                                                  | 33(21%)                                             | 1( 1%)                                                   |             |
|             | 50代    | 232人   | 171(74%)                                            | 113(49%)                                                                | 108(47%)                                            | 95(41%)                                                                      | 90(39%)                                             | 63(27%)                                                  | 45(19%)                                             | 0( 0%)                                                   |             |
|             | 60代    | 198人   | 138(70%)                                            | 97(49%)                                                                 | 93(47%)                                             | 93(47%)                                                                      | 78(39%)                                             | 54(27%)                                                  | 30(15%)                                             | 1( 1%)                                                   |             |
|             | 70代    | 216人   | 142(66%)                                            | 108(50%)                                                                | 85(39%)                                             | 92(43%)                                                                      | 90(42%)                                             | 57(26%)                                                  | 37(17%)                                             | 5( 2%)                                                   |             |
|             | 80歳以上  | 41人    | 18(44%)                                             | 23(56%)                                                                 | 7(17%)                                              | 9(22%)                                                                       | 15(37%)                                             | 11(27%)                                                  | 6(15%)                                              | 2( 5%)                                                   |             |
|             | 無回答    | 5人     | 3(60%)                                              | 1(20%)                                                                  | 3(60%)                                              | 1(20%)                                                                       | 2(40%)                                              | 3(60%)                                                   | 2(40%)                                              | 0( 0%)                                                   |             |
| 性<br>別      | 男性     | 531人   | 356(67%)                                            | 223(42%)                                                                | 245(46%)                                            | 198(37%)                                                                     | 176(33%)                                            | 117(22%)                                                 | 155(29%)                                            | 6( 1%)                                                   |             |
|             | 女性     | 878人   | 641(73%)                                            | 474(54%)                                                                | 387(44%)                                            | 355(40%)                                                                     | 318(36%)                                            | 229(26%)                                                 | 149(17%)                                            | 7( 1%)                                                   |             |
|             | その他    | 5人     | 3(60%)                                              | 3(60%)                                                                  | 3(60%)                                              | 1(20%)                                                                       | 3(60%)                                              | 1(20%)                                                   | 1(20%)                                              | 0( 0%)                                                   |             |
|             | 無回答    | 16人    | 10(62%)                                             | 7(44%)                                                                  | 8(50%)                                              | 7(44%)                                                                       | 4(25%)                                              | 4(25%)                                                   | 5(31%)                                              | 0( 0%)                                                   |             |
|             | 全体     | 1,430人 | 1,010(71%)                                          | 707(49%)                                                                | 643(45%)                                            | 561(39%)                                                                     | 501(35%)                                            | 351(25%)                                                 | 310(22%)                                            | 13( 1%)                                                  |             |



## (2) 事業者に求められること (3つまで)

事業者に求められることとしては、全体では、「セキュリティ対策や個人(顧客)情報漏えい防止対策の強化」が84%と最も高く、「個人情報の取扱いに関するルールやモラルの順守」68%、「誇大広告や不正取引の禁止」45%となっている。



### <年代別・性別>

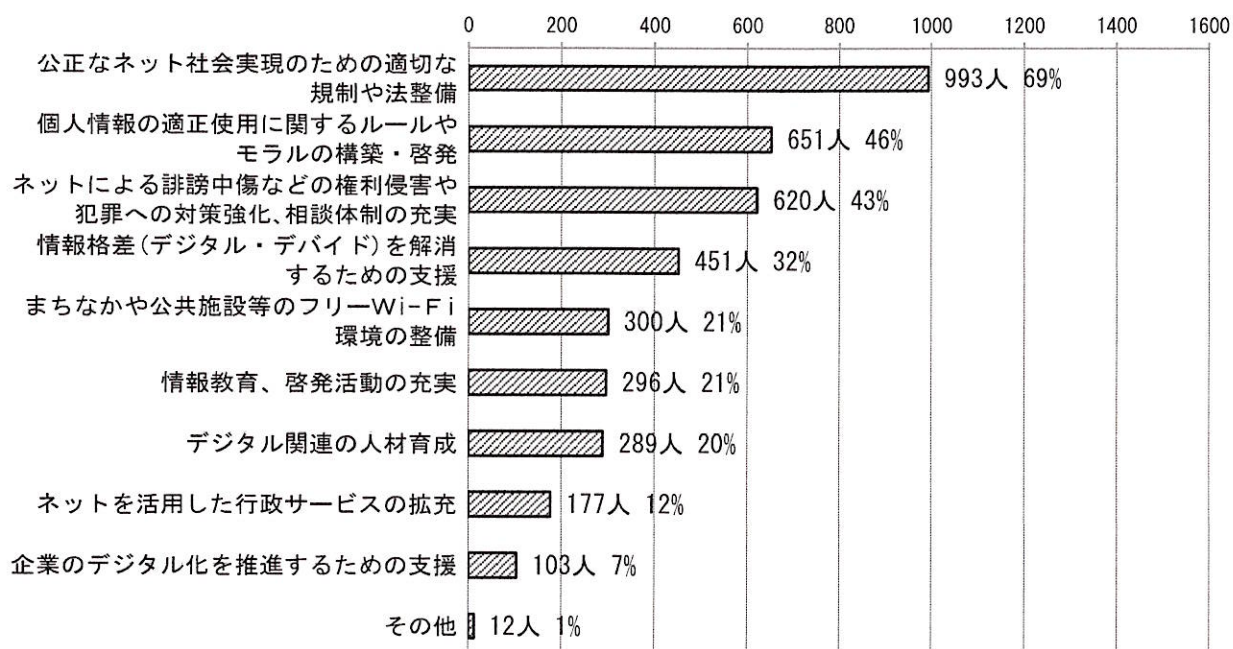
|     | 年代別／性別 | 人数     | 項目               |                        |              |               |                   |                             |                |         |
|-----|--------|--------|------------------|------------------------|--------------|---------------|-------------------|-----------------------------|----------------|---------|
|     |        |        | 個人情報のセキュリティ対策の強化 | 個人情報の取扱いに関するルールやモラルの順守 | 誇大広告や不正取引の禁止 | 安全で便利なサービスの拡充 | 迷惑動画配信被害に対する適切な対応 | 情報格差(デジタル・デバイド)を解消するためのサポート | デジタル機器、サービスの提供 | その他     |
| 年代別 | 20歳未満  | 229人   | 187(82%)         | 149(65%)               | 91(40%)      | 92(40%)       | 57(25%)           | 20( 9%)                     | 25(11%)        | 0( 0%)  |
|     | 20代    | 239人   | 193(81%)         | 162(68%)               | 116(49%)     | 75(31%)       | 58(24%)           | 34(14%)                     | 21( 9%)        | 3( 1%)  |
|     | 30代    | 114人   | 100(88%)         | 88(77%)                | 61(54%)      | 33(29%)       | 33(29%)           | 11(10%)                     | 6( 5%)         | 1( 1%)  |
|     | 40代    | 156人   | 140(90%)         | 113(72%)               | 68(44%)      | 55(35%)       | 56(36%)           | 14( 9%)                     | 13( 8%)        | 1( 1%)  |
|     | 50代    | 232人   | 207(89%)         | 171(74%)               | 100(43%)     | 76(33%)       | 68(29%)           | 29(12%)                     | 18( 8%)        | 0( 0%)  |
|     | 60代    | 198人   | 167(84%)         | 124(63%)               | 100(51%)     | 67(34%)       | 63(32%)           | 26(13%)                     | 19(10%)        | 0( 0%)  |
|     | 70代    | 216人   | 172(80%)         | 139(64%)               | 87(40%)      | 70(32%)       | 52(24%)           | 21(10%)                     | 18( 8%)        | 4( 2%)  |
|     | 80歳以上  | 41人    | 27(66%)          | 19(46%)                | 14(34%)      | 11(27%)       | 12(29%)           | 3( 7%)                      | 5(12%)         | 1( 2%)  |
|     | 無回答    | 5人     | 4(80%)           | 4(80%)                 | 3(60%)       | 2(40%)        | 0( 0%)            | 1(20%)                      | 1(20%)         | 0( 0%)  |
| 性別  | 男性     | 531人   | 430(81%)         | 353(66%)               | 225(42%)     | 174(33%)      | 154(29%)          | 54(10%)                     | 57(11%)        | 5( 1%)  |
|     | 女性     | 878人   | 752(86%)         | 600(68%)               | 407(46%)     | 299(34%)      | 239(27%)          | 102(12%)                    | 66( 8%)        | 5( 1%)  |
|     | その他    | 5人     | 4(80%)           | 5(100%)                | 3(60%)       | 1(20%)        | 3(60%)            | 0( 0%)                      | 0( 0%)         | 0( 0%)  |
|     | 無回答    | 16人    | 11(69%)          | 11(69%)                | 5(31%)       | 7(44%)        | 3(19%)            | 3(19%)                      | 3(19%)         | 0( 0%)  |
|     | 全体     | 1,430人 | 1,197(84%)       | 969(68%)               | 640(45%)     | 481(34%)      | 399(28%)          | 159(11%)                    | 126( 9%)       | 10( 1%) |



### (3) 行政に求められること（3つまで）

行政に求められることとしては、全体では、「公正なネット社会実現のための適切な規制や法整備」が69%と最も高く、「個人情報の適正使用に関するルールやモラルの構築・啓発」46%、「ネットによる誹謗中傷などの権利侵害や犯罪への対策強化、相談体制の充実」43%となっている。

性別では、「個人情報の適正使用に関するルールやモラルの構築・啓発」や「ネットによる誹謗中傷などの権利侵害や犯罪への対策強化、相談体制の充実」は女性が高い。



#### <年代別・性別>

| 年代別／性別 | 人数    | 項目                   |                |                |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |
|--------|-------|----------------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|        |       | 法の公正な整備のための適切な社会規制や現 | 個人の権利情報の適正な利用に | 個々の権利情報の適正な利用に | ネットの権利情報の適正な利用に | ネットの権利情報の適正な利用に | ネットの権利情報の適正な利用に | ネットの権利情報の適正な利用に | ネットの権利情報の適正な利用に | ネットの権利情報の適正な利用に | ネットの権利情報の適正な利用に | ネットの権利情報の適正な利用に |
| 年代別    | 20歳未満 | 229人                 | 128(56%)       | 109(48%)       | 97(42%)         | 56(24%)         | 69(30%)         | 56(24%)         | 44(19%)         | 14(6%)          | 19(8%)          | 0(0%)           |
|        | 20代   | 239人                 | 157(66%)       | 92(38%)        | 90(38%)         | 77(32%)         | 48(20%)         | 45(19%)         | 63(26%)         | 36(15%)         | 26(11%)         | 2(1%)           |
|        | 30代   | 114人                 | 83(73%)        | 53(46%)        | 55(48%)         | 37(32%)         | 17(15%)         | 27(24%)         | 23(20%)         | 17(15%)         | 12(11%)         | 2(2%)           |
|        | 40代   | 156人                 | 112(72%)       | 78(50%)        | 72(46%)         | 45(29%)         | 38(24%)         | 27(17%)         | 36(23%)         | 30(19%)         | 18(12%)         | 0(0%)           |
|        | 50代   | 232人                 | 177(76%)       | 111(48%)       | 98(42%)         | 82(35%)         | 46(20%)         | 49(21%)         | 39(17%)         | 36(16%)         | 12(5%)          | 3(1%)           |
|        | 60代   | 198人                 | 154(78%)       | 95(48%)        | 95(48%)         | 65(33%)         | 42(21%)         | 38(19%)         | 40(20%)         | 21(11%)         | 9(5%)           | 1(1%)           |
|        | 70代   | 216人                 | 148(69%)       | 96(44%)        | 92(43%)         | 83(38%)         | 37(17%)         | 45(21%)         | 31(14%)         | 21(10%)         | 3(1%)           | 3(1%)           |
|        | 80歳以上 | 41人                  | 29(71%)        | 17(41%)        | 20(49%)         | 5(12%)          | 2(5%)           | 8(20%)          | 11(27%)         | 2(5%)           | 2(5%)           | 1(2%)           |
|        | 無回答   | 5人                   | 5(100%)        | 0(0%)          | 1(20%)          | 1(20%)          | 1(20%)          | 1(20%)          | 2(40%)          | 0(0%)           | 2(40%)          | 0(0%)           |
| 性別     | 男性    | 531人                 | 361(68%)       | 214(40%)       | 181(34%)        | 161(30%)        | 112(21%)        | 135(25%)        | 132(25%)        | 86(16%)         | 63(12%)         | 4(1%)           |
|        | 女性    | 878人                 | 618(70%)       | 429(49%)       | 432(49%)        | 287(33%)        | 183(21%)        | 157(18%)        | 151(17%)        | 89(10%)         | 38(4%)          | 8(1%)           |
|        | その他   | 5人                   | 2(40%)         | 3(60%)         | 1(20%)          | 0(0%)           | 1(20%)          | 1(20%)          | 1(20%)          | 1(20%)          | 0(0%)           | 0(0%)           |
|        | 無回答   | 16人                  | 12(75%)        | 5(31%)         | 6(38%)          | 3(19%)          | 4(25%)          | 3(19%)          | 5(31%)          | 1(6%)           | 2(12%)          | 0(0%)           |
|        | 全体    | 1,430人               | 993(69%)       | 651(46%)       | 620(43%)        | 451(32%)        | 300(21%)        | 296(21%)        | 289(20%)        | 177(12%)        | 103(7%)         | 12(1%)          |



《継続調査》

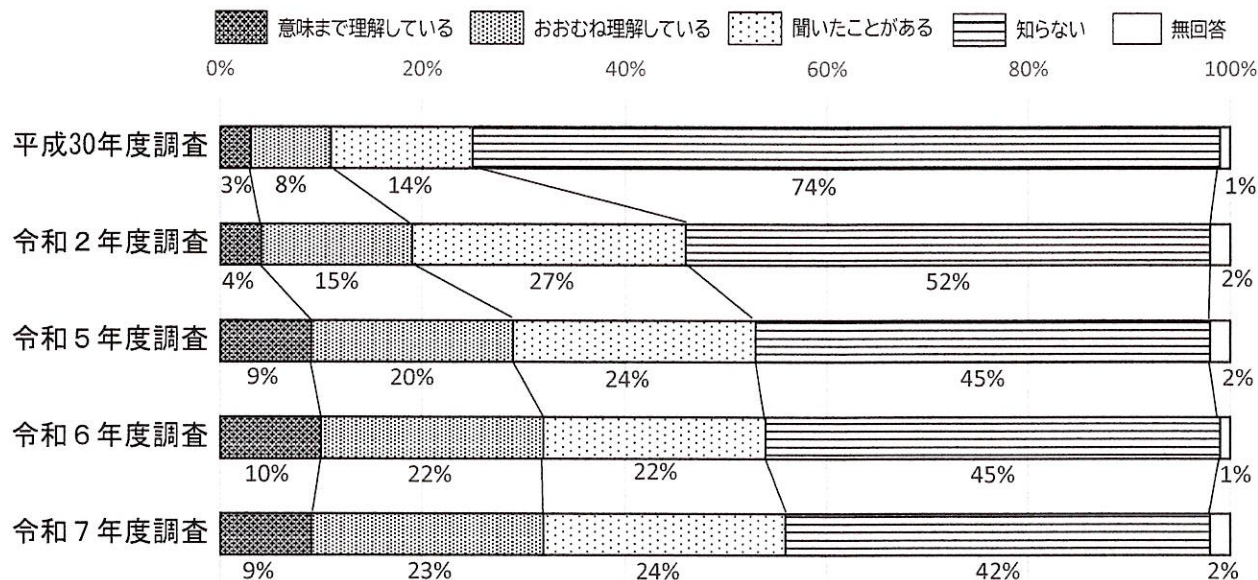
5. エシカル消費について

問14 持続可能な社会の実現に向け、私たち消費者は、人や社会、地域、環境など周囲に配慮した「エシカル消費(倫理的消費)」を推進することが求められています。あなたは、エシカル消費という言葉を知っていますか。

全体では、エシカル消費という言葉「意味まで理解している」9%と「おおむね理解している」23%を合わせると32%で前年度調査と同じであるが、平成30年度調査の11%からは大幅に上がっている。また、「聞いたことがある」は24%で前年度調査の22%から2ポイント上がった。

一方、「知らない」は42%で前年度調査の45%から3ポイント下がり、平成30年度調査の74%から大幅に下がっている。

年代別では、「意味まで理解している」と「おおむね理解している」がいずれも20代が最も高い。一方、20歳未満は、「意味まで理解している」と「おおむね理解している」を合わせると14%で最も低く、「知らない」は60%と最も高い。



<年代別・性別>

|     | 年代別／性別 | 人<br>数 | 項<br>目     |            |           |           |          | 理解している<br>意味＋おむね |
|-----|--------|--------|------------|------------|-----------|-----------|----------|------------------|
|     |        |        | 意味まで理解している | おおむね理解している | 聞いたことがある  | 知らない      | 無回答      |                  |
| 年代別 | 20歳未満  | 229人   | 7 ( 3%)    | 25 (11%)   | 53 (23%)  | 138 (60%) | 6 ( 3%)  | 32 (14%)         |
|     | 20代    | 239人   | 43 (18%)   | 70 (29%)   | 50 (21%)  | 72 (30%)  | 4 ( 2%)  | 113 (47%)        |
|     | 30代    | 114人   | 12 (11%)   | 24 (21%)   | 27 (24%)  | 51 (45%)  | 0 ( 0%)  | 36 (32%)         |
|     | 40代    | 156人   | 8 ( 5%)    | 35 (22%)   | 51 (33%)  | 62 (40%)  | 0 ( 0%)  | 43 (28%)         |
|     | 50代    | 232人   | 26 (11%)   | 57 (25%)   | 61 (26%)  | 85 (37%)  | 3 ( 1%)  | 83 (36%)         |
|     | 60代    | 198人   | 24 (12%)   | 49 (25%)   | 47 (24%)  | 76 (38%)  | 2 ( 1%)  | 73 (37%)         |
|     | 70代    | 216人   | 13 ( 6%)   | 54 (25%)   | 43 (20%)  | 102 (47%) | 4 ( 2%)  | 67 (31%)         |
|     | 80歳以上  | 41人    | 1 ( 2%)    | 10 (24%)   | 8 (20%)   | 20 (49%)  | 2 ( 5%)  | 11 (27%)         |
|     | 無回答    | 5人     | 1 (20%)    | 2 (40%)    | 2 (40%)   | 0 ( 0%)   | 0 ( 0%)  | 3 (60%)          |
| 性別  | 男性     | 531人   | 61 (11%)   | 107 (20%)  | 121 (23%) | 234 (44%) | 8 ( 2%)  | 168 (32%)        |
|     | 女性     | 878人   | 73 ( 8%)   | 212 (24%)  | 214 (24%) | 367 (42%) | 12 ( 1%) | 285 (32%)        |
|     | その他    | 5人     | 0 ( 0%)    | 2 (40%)    | 1 (20%)   | 2 (40%)   | 0 ( 0%)  | 2 (40%)          |
|     | 無回答    | 16人    | 1 ( 6%)    | 5 (31%)    | 6 (38%)   | 3 (19%)   | 1 ( 6%)  | 6 (38%)          |
|     | 全体     | 1,430人 | 135 (9%)   | 326 (23%)  | 342 (24%) | 606 (42%) | 21 ( 2%) | 461 (32%)        |

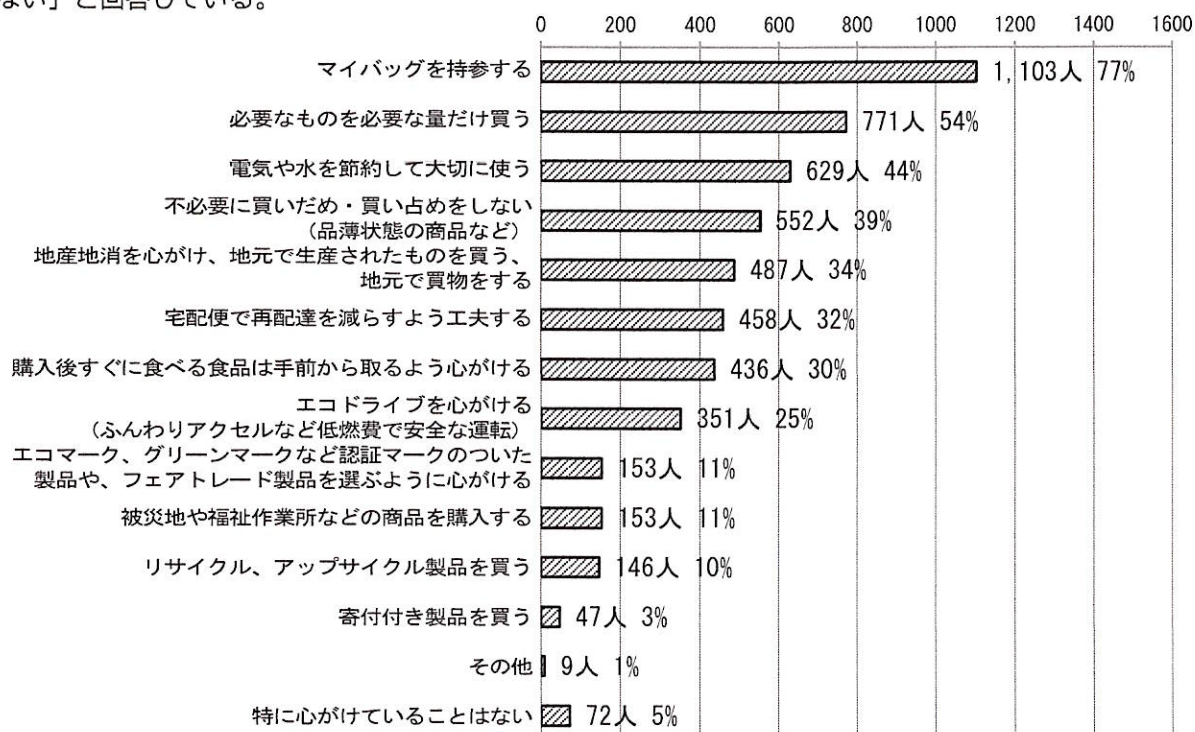


問15 「エシカル消費」に関する具体的な行動のうち、あなたが実践しているものはどれですか。次のあてはまるものをすべて選んでください。

全体では、「マイバッグを持参する」が77%と最も高いが、前年度調査の81%から4ポイント下がった。このほか30%以上となったのは、「必要なものを必要な量だけ買う」54%、「電気や水を節約して大切に使う」44%、「不必要に買いため・買い占めをしない」39%、「地産地消を心がけ、地元で生産されたものを買う、地元で買い物をする」34%、「宅配便で再配達を減らすよう工夫する」32%、「購入後すぐに食べる食品は手前から取るよう心がける」30%である。

一方、「特に心がけていることはない」が5%であるが、前年度調査の9%から4ポイント下がった。

性別では、実践している大部分の項目において女性が高く、男性の10%は「特に心がけていることはない」と回答している。



#### <年代別・性別>

|     | 年代別／性別 | 人数     | 項 目        |                 |                |                   |                      |             |                  |             |             |              |              |             |           |         |
|-----|--------|--------|------------|-----------------|----------------|-------------------|----------------------|-------------|------------------|-------------|-------------|--------------|--------------|-------------|-----------|---------|
|     |        |        | マイバッグを持参す  | 必要なものを必要なものだけ買う | 電気や水を節約して大切に使う | 不必要に買いだめ・買い占めをしない | 地元産の生鮮食品を地産地消の心掛けで買う | 物を生かす・再利用する | 宅配便で再配達を減らす工夫をする | 購入後はすぐから食べる | エコドライブを心がける | ド製品やマークを工夫する | 被災地の商品を社購入する | リサイクル製品、アップ | 寄付付き製品を買う | その他     |
| 年代別 | 20歳未満  | 229人   | 140(61%)   | 140(61%)        | 88(38%)        | 75(33%)           | 26(11%)              | 33(14%)     | 67(29%)          | 23(10%)     | 10( 4%)     | 10( 4%)      | 22(10%)      | 7( 3%)      | 0( 0%)    | 16( 7%) |
|     | 20代    | 239人   | 158(66%)   | 129(54%)        | 95(40%)        | 84(35%)           | 36(15%)              | 44(18%)     | 73(31%)          | 35(15%)     | 18( 8%)     | 6( 3%)       | 30(13%)      | 3( 1%)      | 0( 0%)    | 17( 7%) |
|     | 30代    | 114人   | 91(80%)    | 56(49%)         | 40(35%)        | 46(40%)           | 23(20%)              | 53(46%)     | 41(36%)          | 27(24%)     | 5( 4%)      | 5( 4%)       | 13(11%)      | 5( 4%)      | 0( 0%)    | 7( 6%)  |
|     | 40代    | 156人   | 123(79%)   | 76(49%)         | 64(41%)        | 55(35%)           | 49(31%)              | 66(42%)     | 50(32%)          | 38(24%)     | 12( 8%)     | 16(10%)      | 12(8%)       | 3( 2%)      | 0( 0%)    | 11( 7%) |
|     | 50代    | 232人   | 189(81%)   | 121(52%)        | 105(45%)       | 88(38%)           | 100(43%)             | 97(42%)     | 77(33%)          | 79(34%)     | 29(12%)     | 33(14%)      | 27(12%)      | 12( 5%)     | 2( 1%)    | 11( 5%) |
|     | 60代    | 198人   | 177(89%)   | 97(49%)         | 92(46%)        | 83(42%)           | 97(49%)              | 77(39%)     | 55(28%)          | 51(26%)     | 28(14%)     | 34(17%)      | 14( 7%)      | 6( 3%)      | 4( 2%)    | 4( 2%)  |
|     | 70代    | 216人   | 183(85%)   | 121(56%)        | 116(54%)       | 99(46%)           | 122(56%)             | 73(34%)     | 62(29%)          | 80(37%)     | 36(17%)     | 40(19%)      | 21(10%)      | 9( 4%)      | 2( 1%)    | 5( 2%)  |
|     | 80歳以上  | 41人    | 37(90%)    | 30(73%)         | 27(66%)        | 19(46%)           | 32(78%)              | 15(37%)     | 10(24%)          | 17(41%)     | 15(37%)     | 9(22%)       | 6(15%)       | 2( 5%)      | 1( 2%)    | 1( 2%)  |
|     | 無回答    | 5人     | 5(100%)    | 1(20%)          | 2(40%)         | 3(60%)            | 2(40%)               | 0( 0%)      | 1(20%)           | 1(20%)      | 0( 0%)      | 0( 0%)       | 1(20%)       | 0( 0%)      | 0( 0%)    | 0( 0%)  |
| 性別  | 男性     | 531人   | 328(62%)   | 266(50%)        | 201(38%)       | 179(34%)          | 117(22%)             | 113(21%)    | 128(24%)         | 137(26%)    | 41( 8%)     | 37( 7%)      | 54(10%)      | 15( 3%)     | 3( 1%)    | 51(10%) |
|     | 女性     | 878人   | 757(86%)   | 496(56%)        | 420(48%)       | 363(41%)          | 362(41%)             | 342(39%)    | 301(34%)         | 210(24%)    | 111(13%)    | 114(13%)     | 90(10%)      | 32( 4%)     | 6( 1%)    | 19( 2%) |
|     | その他    | 5人     | 4(80%)     | 1(20%)          | 2(40%)         | 2(40%)            | 3(60%)               | 1(20%)      | 2(40%)           | 1(20%)      | 0( 0%)      | 0( 0%)       | 0( 0%)       | 0( 0%)      | 0( 0%)    | 1(20%)  |
|     | 無回答    | 16人    | 14(88%)    | 8(50%)          | 6(38%)         | 8(50%)            | 5(31%)               | 2(12%)      | 5(31%)           | 3(19%)      | 1( 6%)      | 2(12%)       | 2(12%)       | 0( 0%)      | 0( 0%)    | 1( 6%)  |
|     | 全体     | 1,430人 | 1,103(77%) | 771(54%)        | 629(44%)       | 552(39%)          | 487(34%)             | 458(32%)    | 436(30%)         | 351(25%)    | 153(11%)    | 153(11%)     | 146(10%)     | 47( 3%)     | 9( 1%)    | 72( 5%) |



## IV まとめ

### 1. 調査結果のまとめ

#### メディア(情報媒体)の重要度・信頼度について

- (1) 情報を得るための手段(情報源)としての重要度について、『非常に重要』と『ある程度重要』を合わせた割合でみると、全体では「インターネット」85%、「テレビ」82%、「新聞」64%と高い。一方、「ラジオ」と「雑誌」は、『あまり重要ではない』と『全く重要ではない』を合わせた割合の方が上回っている。

年代別では、50代以下の各年代では「インターネット」が90%台と高いが、60代以上の各年代では、60代で「インターネット」と「新聞」が79%で同じであるが、それ以外の年代では、「インターネット」よりも「テレビ」及び「新聞」の方が重要度は高くなっている。

- (2) メディアとしての信頼度について、『非常に信頼できる』と『ある程度信頼できる』を合わせた割合でみると、全体では「新聞」78%、「テレビ」68%、「ラジオ」65%と高い。一方、「インターネット」と「雑誌」の信頼度は20%台と低い。

年代別では、80歳以上は「テレビ」が93%と最も高いが、それ以外の年代では、「新聞」が60%台から90%と高く、「インターネット」及び「雑誌」は各年代で30%台以下と低い。

- (3) このように、インターネットは、特に60代以下において情報源として大変重要なものとされているが、メディアとしての信頼度としては、インターネットは各年代において低く、あまり信頼していない人が多い。

#### インターネットの利用状況について

- (1) 学校や勤務先等の機器や貸与品以外で利用しているインターネット機器は、「スマートフォン」が95%と非常に高く、「パソコン」66%、「テレビ」55%となっている。

年代別でも、「スマートフォン」は、60代以下の各年代で90%台から100%、70代で85%、80歳以上で66%と、全年代にわたり高い。

一方、「何も使っていない」はわずか2%で、年代別では、80歳以上が22%であるが、それ以外の年代では0%から6%で、ほとんどの人が何らかのインターネット機器を利用している。

- (2) インターネット機器を利用している内容について、『普段利用する』と『時々利用する』を合わせた割合でみると、「ニュース・天気などの情報収集」が96%と最も高く、「電子メールの送受信」93%、「動画や音楽などの配信サービス」84%、「SNS等によるコミュニケーション」83%、「ネット通販」77%と続き、若い年代を中心に高い。



このほか、20歳未満及び20代では「オンラインゲーム」が70%台と他の年代に比べ突出している。

今回、新たな項目として加えた「電子メールの送受信」、「インターネットバンキング」及び「オンライン取引」以外は令和5年度調査と同じ項目であり、いずれも利用が増えている。

- (3) インターネットを利用している人のうち、58%がトラブルにあった、またはトラブルにあいそうになったと答えている。その内容としては、「架空請求や怪しい不在通知などの不審メール受信」が54%と最も高く、トラブルにあったことがある人の約9割を占めている。このほかでは、「ワンクリック詐欺などによる不当請求」13%、「ネット通販での消費者トラブル」6%となっている。
- (4) 日常生活におけるインターネットの重要度については、「非常に重要」60%と「ある程度重要」30%を合わせると90%と非常に高く、特に年代が若いほど「非常に重要」とする回答が多い。
- (5) このように、インターネットは、特にスマートフォンの幅広い年代にわたる普及などにより、各種情報収集や連絡手段、ネット通販による商品購入など、毎日の生活に欠かせないものとなっている。一方、架空請求や不当請求、ネット通販でのトラブルをはじめ、個人情報流出や誹謗中傷など様々なトラブルにあう危険性もあることから、インターネットの利用にあたっては細心の注意を払う必要がある。

## SNSについて

- (1) SNSについて、「利用していない」と回答した人は6%で、ほとんどの人がSNSを利用しており、50代以下ではほぼ100%となっている。  
利用しているSNSの種類（サービス／アプリ）についてみると、全年代では「LINE（ライン）」が93%と非常に高く、「YouTube（ユーチューブ）」73%、「Instagram（インスタグラム）」57%となっている。  
種類別に各年代の状況をみると、「LINE（ライン）」は60代以下の各年代で90%台、70代で79%と高く、80歳以上でも54%となっている。「YouTube（ユーチューブ）」は20歳未満及び20代で90%台、30代及び40代で80%台、50代で70%台、「Instagram（インスタグラム）」は20歳未満及び20代で80%台、30代で70%台と高い利用率となるなど、いずれも概ね年代が若くなるにつれ、利用率は高くなっている。  
特に、Z世代の20歳未満及び20代では、「LINE（ライン）」「YouTube（ユーチューブ）」「Instagram（インスタグラム）」「X（エックス（旧Twitter）」）「TikTok（ティックトック）」のほとんどが利用率7割を超え、複数のSNSを利用している。
- (2) SNSの利用目的については、「知人・友人等とのコミュニケーションのため」が90%、「家族等とのコミュニケーションのため」が83%で、コミュニケーションを取ることを



目的としての利用が非常に高く、「新たな知識や情報を得るため」66%、「誰かが撮影した写真や動画を観て楽しむため」49%など、情報収集や他者の投稿等を閲覧する目的なども高い。

一方、「自分が撮影した写真や動画を多くの人に観てもらうため」13%、「自分の感じたことをつぶやき、その感想を見るため」10%、「自分の情報や作品などの発信のため」7%など、自分の意見や作品等の投稿・情報発信など自己表現の場としても利用されている。

また、「時間(ひま)つぶしのため」が41%で、特に30代以下の各年代で50%から70%台と高く、積極的な目的がなく流し見しながら過ごす人が一定数いる。

- (3) SNSの良いと思うことについては、「どんなときでも簡単にコミュニケーションができる」が67%、「趣味や娯楽として楽しめる」が63%、「リアルタイムで情報が入手・発信できる」が61%で、それぞれ6割を超えている。

一方、「行政からの情報入手として利用できる」と「企業からの情報入手として利用できる」はそれぞれ20%台となっている。また、「選挙での活用などにより政治への関心が高まる」は10%にとどまっているが、20代以下の若い年代では比較的高くなっている。

- (4) SNSの情報の信用度について、全体では「非常に信用している」4%と「ある程度信用している」31%を合わせると35%であり、「あまり信用していない」14%と「ほとんど信用していない」3%を合わせた17%を上回っているが、「半分くらい信用している」が43%と最も高い。

年代別では、20歳未満でSNSの信用度が43%とやや高い。

- (5) SNSをきっかけとするトラブルにあった、またはトラブルにあいそうになったことがある人は19%で、その内容で多いのは「個人情報の流出」と「アカウントの乗っ取り」がともに6%、「悪口やいやがらせなどの投稿」2%、「詐欺や金銭トラブル」2%などである。

また、少数ではあるが「闇バイト等の勧誘」や「ストーカー等の被害」など、重大な犯罪につながるおそれがあるトラブルもある。

- (6) SNSが急速に普及するなかで問題だと思うことについては、「フェイクニュースや誤情報の拡散」が77%、「プライバシーの侵害や個人情報の漏えい」が73%と高く、「SNSを通じた犯罪」58%、「いじめやハラスメント」53%、「迷惑動画の配信」50%と続いている。

また、「SNS依存による生活や健康への悪影響」43%、「長時間利用による学力低下」38%、「対面でのコミュニケーション力の低下」36%など、SNSの過度な利用による生活や健康等への悪影響に関することもそれぞれ4割程度ある。

- (7) このように、SNSは幅広い年代で利用されているが、SNSには偽・誤情報も多く散見されるため、多くの人は「信用度は半分くらい」との理解のもと利用している。



一方、ある程度高い信用度で利用している人も一定数いるため、SNSの情報をうのみにしないことが大切である。

また、SNSの利用には、プライバシーの侵害や個人情報の漏えいなど多くのリスクが伴うことから、そうしたリスクに対する理解を深めることも重要である。

## インターネット社会のあり方について

＜インターネットが普及拡大する社会において、特に求められると思うこと＞

(1) 消費者に求められることとしては、「ネット活用のルールやモラルを守る」が71%と高く、「安易に写真やアドレス・パスワード等の個人情報を提供しない」49%、「フェイクニュースにだまされないなど、情報の真偽を判断できるようにする」45%となっている。

一方、「ネットの活用技術を積極的に習得する」は22%であり、ネットの活用技術の習得よりも、ネット活用上のルール・モラルの順守や個人情報の取扱い、情報の真偽の判断の方が大切と感じている。

(2) 事業者に求められることとしては、「セキュリティ対策や顧客情報漏えい防止対策の強化」が84%と最も高く、「個人情報の取扱いに関するルールやモラルの順守」68%となっており、「個人情報」の取扱いの厳格な対応を重視している。

(3) 行政に求められることとしては、「公正なネット社会実現のための適切な規制や法整備」が69%と最も高く、「個人情報の適正使用に関するルールやモラルの構築・啓発」46%、「ネットによる誹謗中傷などの権利侵害や犯罪への対策強化、相談体制の充実」43%となっており、特に、この誹謗中傷などの権利侵害や犯罪への対策強化については、令和5年度調査の16%から大きく増えている。

## エシカル消費について

(1) 継続的に調査を実施している「エシカル消費」についてお聞きしたところ、「エシカル消費」という言葉の認知度は、「意味まで理解している」9%と「おおむね理解している」23%を合わせると32%で前年度調査と同じであるが、平成30年度調査の11%からは約3倍に増加した。

一方、「知らない」は42%で前年度調査の45%から3ポイント下がり、平成30年度調査の74%からは約4割減少した。

年代別での認知度は、20代が47%と最も高く、30代以上の各年代でも20%台から30%台であるのに対し、20歳未満は14%と非常に低い。



- (2) 「エシカル消費」に関する具体的な行動で実践しているものでは、「マイバッグを持参する」が77%と最も高いが、前年度調査より4ポイント下がった。次いで「必要なものを必要な量だけ買う」54%、「電気や水を節約して大切に使う」44%などになっており、「エシカル消費」という言葉を知らなくても実践している人が多いといえる。

具体的行動を年代別でみると、「地産地消」や「被災地・福祉作業所などの応援消費」、「エコマークなどの環境ラベルやフェアトレード認証ラベルの製品購入」などは、若い年代で実践率が特に低い。また、大部分の項目において女性の実践率が高く、男性の10%は「特に心がけていることはない」と回答するなど、女性の方がエシカル消費の実践意識が高い傾向にある。

## 2. 今後の取組み

- (1) パソコンやスマートフォンの普及に伴い、インターネットは毎日の生活に欠かせないものとなり、消費生活の利便性は向上した。中でもSNSは多様な機能と利用のしやすさから、情報発信・収集や連絡手段等として幅広い年代層に広がり、多くの人に利用されている。

一方、SNSはプライバシーの侵害やフェイクニュースなど誤情報拡散などの問題点が指摘され、また、SNS関連の消費者トラブルも増加していることから、消費者協会及び消費生活研究グループ連絡協議会では、次のように取り組んでいきたい。

- ① 消費者に対しては、ネット活用のルールやモラルを順守することや個人情報を安易に提供しないこと、情報の真偽を正しく判断すること、簡単に儲かるというようなメッセージはうのみにしないことなどが、トラブル防止に大切であることを啓発していきたい。
- ② 事業者に対しては、消費者が「セキュリティ対策や顧客情報漏えい防止対策の強化」など「個人情報」の取扱いの厳格な対応を重視していることなどについて、事業者団体との意見交換会などの機会を通じて、伝えていきたい。
- ③ 行政に対しては、適切な規制・法整備や個人情報の適正使用に関するルールのほか、ネットによる誹謗中傷など権利侵害や犯罪への対策強化を求める人が多いことから、インターネット上の広告表示の適正化や誹謗中傷への対応などについて、パブリックコメントや審議会などの機会を通じて、伝えていきたい。

- (2) 「エシカル消費」という言葉の認知度は、前年度調査と同じ約3割にとどまり、具体的な行動については「マイバッグを持参する」等は実践率は高いものの、「地産地消」などは特に年代が下がるほど実践率が低いことから、エシカル消費への理解が進むよう、消費生活研究グループの活動などを通じて、一層の普及啓発に努めていきたい。



## V 回答者の意見

### 1. 設問ごとの「その他」の意見

問3 現在利用しているインターネット機器は、どれですか。

- ・アレクサ（30代 女性）
- ・ラジオ（70代 男性）

問4 インターネットを利用している頻度を教えてください。

- ・小中高のことが気になる。（70代 女性）
- ・雑誌「美味しいもの市」を購読（80歳以上 女性）
- ・とうゆう（20代 女性）

問5 インターネットを利用して、トラブルにあった、またはトラブルにあいそうになったことはありますか。

- ・迷惑メールの受信（60代 女性）
- ・ネットサーフィンしていたとき、「ウイルスに感染しました。下記に問い合わせください」との警告メッセージが表示された。冷静に考えると詐欺だとわかり、そのサイトを遮断した。（60代 男性）
- ・アンチウイルスのためのオンラインによる二つのセキュリティサービスと契約していた。Windowsそのものにセキュリティ機能があるため、当該サービスが不要に思えた。更新時期に近づく度にしつこく契約更新を迫られホトホト嫌になった。ノートンは切れなくて今でも残しているが、これも切ってしまいたい。（60代 男性）
- ・不当請求（60代 男性）
- ・友達がFacebookを乗っ取られて、なりすましのメッセージメールが来た。（60代 男性）
- ・調べてないだけで、誰かに誹謗中傷されたり情報拡散されたりしているかもしれないと思いながら生活しているが、怖くてエゴサーチなどはしていない。（50代 女性）
- ・身に覚えのない請求が何ヵ月もあり、カード会社に処理してもらい、返金してもらった。（70代 女性）
- ・オンラインショッピングサイトでの情報漏洩（30代 女性）
- ・カード情報もれ（50代 女性）
- ・突然画面が消せなくなり、電気店で改修してもらったこと、2、3度あり。（70代 男性）
- ・公民館使用の予約。パスワードが送られてくる。（70代 男性）
- ・仕事に必要なため（40代 男性）

問7 あなたはSNSを利用していますか。利用しているSNSを選んでください。

- ・シグナル（40代 男性）
- ・note（30代 男性）
- ・T-ver（50代 女性）
- ・ブルースカイ（30代 女性）

- ・ WeCat (60代 女性)
- ・ グラビティ (70代 女性)
- ・ プラスメッセージ (50代 女性)
- ・ Bereal, whoo (20歳未満 女性)
- ・ Bereal (20歳未満 女性 他1名)
- ・ yay (20歳未満 女性)
- ・ Messenger (20代 女性)
- ・ Discord1 (20歳未満 男性)

**問8 SNSを利用する目的は何ですか。**

- ・ 仕事 (70代 男性)
- ・ 仕事上の情報共有のため (60代 女性)
- ・ 音楽を聴くため (20代 女性)
- ・ 学習 (50代 女性)

**問9 SNSの良いところは何だと思いますか。**

- ・ 何かにまき込まれそうに思うので使っていない。(70代 女性)
- ・ 便利 (70代 女性)
- ・ 時間に制限されない。(70代 女性)

**問11 SNSをきっかけとするトラブルにあった、またはトラブルにあいそうになったことはありますか。**

- ・ LINEで個人情報とは言えないまでも自分に係わる過去の人事情報や誤った情報、揶揄する言葉を流された。また、自分のことではないが、この近くに〇〇の家があるとかの投稿があったりする。  
(60代 男性)
- ・ 事前にブロックしたのでトラブルにはなっていない。(60代 女性)
- ・ 無視しており、大きなトラブルは無いが、知らない相手から大量のメールが届くアドレスがあるようになった。(70代 男性)
- ・ 知らない会社の広告メール (70代 男性)
- ・ SNSの広告が多く、不審な画面のサイトにつながることで、トラブルにあいそうになった。  
(60代 女性)
- ・ ネット通販の返品 条件の相違 (60代 女性)
- ・ 法律事務所からの身に覚えのない事の連絡 (60代 女性)
- ・ Facebookで友だちリクエストで偽のプロフィールによるもの (60代 女性)
- ・ 性暴力 (20歳未満 女性)
- ・ デマのLINEがきた。(20代 女性)
- ・ あったかもしれないが覚えていない。(20歳未満 女性)
- ・ 苦手なので自分では利用しない。(70代 女性)



問12 SNSが急速に普及するなか、問題だと思うことはありますか。

- ・ SNSの利用が低年齢化していることから、回答選択肢のようなさまざまな問題がより深刻化していくこと。(60代 女性)
- ・ 目に悪い。(60代 男性)
- ・ アダルト広告のゾーニングが全くないこと。(30代 女性)
- ・ 全てにおいて問題だと思う。健康被害もありそう。(50代 女性)
- ・ 子どもの長時間利用による体力低下(20代 女性)
- ・ 視力低下(20歳未満 女性)
- ・ AI(20代 男性)
- ・ でっち上げの炎上沙汰の発生(30代)

問13 インターネットが普及拡大する社会において、特に求められることは何だと思いますか。

(1) 消費者に求められること

- ・ ネット利用の場に限らず、モラルや倫理観を高める。(30代 女性)
- ・ 規制、15歳以下は接続禁止など。(40代 男性)
- ・ ネット活用のルールやモラルを「学ぶ」こと。(20代 男性)
- ・ 必要最低限に使用(70代 男性)
- ・ わからない。(60代 女性)

(2) 事業者求められること

- ・ アダルト広告の取締強化(30代 女性)
- ・ 社員、従業員へのインターネットのルール等の教育(20代 男性)
- ・ 限りない競争が続いていくと思うと不安感あり。(70代 男性)
- ・ わからない。(80歳以上 女性)

(3) 行政に求められること

- ・ SNS規制を撤回すること。(30代 男性)
- ・ 世代間の情報格差が無くなるまで教育を続ける。(70代 男性)
- ・ できないので求めない。(50代 男性)
- ・ わからない。(70代 女性 他4名)

問15 「エシカル消費」に関する具体的な行動のうち、あなたが実践しているものはどれですか。

- ・ 自分だけでなく、周りにも必ず声を掛けるようにしている。(60代 女性)
- ・ 賞味期限切れ間際を買う。(60代 男性 他1名)
- ・ 多くストックしているものは安くても購入しない。(80歳以上 女性)
- ・ 生ごみを少なくする。(50代 女性)
- ・ 常識的な倫理観で普通に暮らしている。(70代 男性)
- ・ むずかしくてわからない。(50代 女性)

## 2. 自由意見

### ネット社会について

#### ○ ネット社会の意識・心構え

- ・ ネット情報はいくつかチェックすれば正しい発信者はわかるので、そうやって利用している。ただ流れてくる情報については、そこから調べたりには使うが、そのまま信じたりはしない。自分なりの使い方を考えなければならないと思う、誰でも発信出来るのだから、ネット情報を信じるとか信じないという話こそ無意味。(50代 女性)
- ・ ネットで正しいか正しくないかを自分で判断する力が大事だと思う。(20歳未満 男性)
- ・ ネットは偏った意見もあるので読み込んで判断したい。(60代 女性)
- ・ 誰でも簡単にネット繋がるので、リスクなどを理解して使用するしかない。(40代 男性)
- ・ インターネットを使う上で情報を信じすぎないことが大切だと思います。(20歳未満 女性)
- ・ 誤情報に騙されないように注意しなければならないと考えている。(20代 男性)
- ・ ネットではフェイクニュース・画像が溢れており気分が悪くなることがあります。SNSでの言葉使いや表現方法も唖然とするものが見受けられます。色々なニュースは読みますが、それに対するコメント欄は見ないようにしています。あまりにも幼稚なコメントや誹謗中傷は読む側の心も傷つきます。(60代 男性)
- ・ ITの発達により、情報という形の無いものが消費の中心にいる社会となった今、情報に振り回されないように、消費者は賢くなければいけないと思う。(50代 男性)
- ・ これからは、ネットを正しく理解する事がますます求められるようになってくるから、自身が正しい情報をみきわめる事が重要になると思う。(70代 女性)
- ・ ネットは便利だけど目的とした情報キャッチ、自分が判断出来ること。(70代 女性)
- ・ 情報を鵜呑みにせず利用することが必要(30代 女性)
- ・ 広告、宣伝をクイックして見ない。(70代 女性)
- ・ 自分自身で考える、行動することが大切である。ネットに支配されないよう心がける。(50代 男性)
- ・ 今までSNSをきっかけとするトラブルにあったことはないが、急速にSNSが普及する現代社会において、悪徳サイトを見極める知識を身につけたり、安易に個人情報を公開しない等、自衛の意識をもつことが重要だと思う。(20代 女性)
- ・ インターネットの情報をすぐに信じるのではなく、本当に信頼してもよい情報なのか、しっかり確認し考えるようにしたいです。(20歳未満 女性)
- ・ ネットで公表されたことをうのみにしない。(80歳以上 女性)
- ・ すべてを信じないよう心掛けたい。(60代 男性)
- ・ 情報にまどわされない行動をとるよう心がける。(20歳未満 女性)
- ・ SNSで見たものを信用しすぎず、ネットリテラシーを身に付けることが大切だと思います。  
(20歳未満 女性)
- ・ ネットは嘘の情報もあるから、あまり信じすぎない。(20歳未満 女性)
- ・ トラブルに巻き込まれないようにしたい。(20歳未満 男性)



- ・ネット社会は、人対人での様々な問題が起きやすいため。何が正しく、確実に信用できるのかを、使用する本人が見極めていけないといけないと思う。(20代 女性)
- ・うその情報にだまされないようにしようと思った。(20代 女性)
- ・ネットはとても便利であるが、便利であるが故に私たちは困ってしまうことがある。例をあげるなら、フェイクニュースなどだ。私たちは自己責任を持ってネット社会と付き合っていかなければならないと思った。(20代 男性)
- ・ネットが普及している今、個人がネットリテラシーを正しく理解し、ネットの性質を分かった上でうまく利用することが大切だと考える。(20代 女性)
- ・ネットは上手に使えば強い味方になるが、同時に悪用される可能性も気をつけなければならないと思う。(20歳未満 男性)
- ・だまされないようにする。(20歳未満 女性)
- ・ネットリテラシーを身につけていかなければならないと考える。(20代 女性)
- ・ネットを利用する上でトラブルに巻き込まれないよう気をつけていきたい。(20代 女性)
- ・ネット社会の今、正しい情報を見極めることが重要だ。(20歳未満 女性)
- ・普段はネットから情報を得ることが多いが、情報の真偽を判断することを心がけたいと思いました。(20歳未満 女性)
- ・ネット社会が当たり前となっている中で、正しい判断ができるように心がけたい。(20歳未満 女性)
- ・情報を受け流すくらいが丁度良いと思う。(20歳未満 男性)
- ・SNSでよく間違った情報を鵜呑みにしている人がいるのをみて、なんでよく調べないのか疑問に思う。そういったところを改善していったらいいんじゃないかと思う。(20歳未満 男性)
- ・SNSも正しく使うよう心がける。悪質な広告、不審メールは開かない。昨今の誹謗中傷で死者が出たり、殺人まで発展したり、安易に信用できる できないを判断する目を持ちたい。(70代 女性)
- ・ネットを正しく使う意識が大切だと感じた。(20歳未満 女性)

## ○ ネット社会の問題点

- ・ネットが主流になって、精神的にも身体的にも悪影響があるので怖い。(20歳未満 女性)
- ・ネット社会は自分から積極的に学んでいかないと ついていけないので、今後不安です。また、知らず知らずの内にトラブルに巻き込まれて、周りに迷惑をかけてしまわないか心配しています。(40代 女性)
- ・対応弱者の存在があることを社会が理解し、その支援を心がけてほしい。(70代 男性)
- ・あまりにも嘘が多くてどれが信用すればいいかわかりません。(60代 女性)
- ・昭和世代で、なかなか時代の波に乗れない私です。(70代 女性)
- ・ネット社会のほんの入口にいる自分です。スマホ中心に利用していますが、ID・パスワード・ログイン etc. の単語にまごついています。(70代 女性)
- ・高齢者には情報格差を感じる時が増えてきている。解消は難しいかもしれない。(70代 女性)
- ・あまりにデジタル化しすぎるとデータセンターの電力需要がさらに増大し結果、電気エネルギーを得るために環境破壊が進むのでよくない。(40代 男性)
- ・ネットに関して格差がどんどん大きくなっていることが心配です。とり残されないようにするにはどうしたらいいのかわかりません。(70代 女性)

- ・高齢になるにつれ、若い人達の柔軟な思考についていくことや、便利なツールを利用する術が困難である。(70代 女性)
- ・ネット依存に対する対策を自治体などが行うべきと考える。(20歳未満 男性)
- ・ネット社会では何でもできてすごく便利で良いけれど、少しの間違いで炎上やトラブルにつながるから、使い方には気を付けなければいけないと思いました。(20歳未満 女性)
- ・ネットは便利だが、特に子供（小、中学生）から持つ人が多いと感じています。子供の頃は心身の成長の段階なので、使用頻度を減らす必要があると考えます。(20代 男性)
- ・ネットが広まる中、対人コミュニケーションが苦手な人が増えているので問題だと思う。  
(20代 女性)
- ・情報の真偽の判断が難しい場合もある。(70代 女性)
- ・便利な反面、それに伴う危うさ、例えば人と人との会話が苦手になったり、リセットすればすべて元に戻るとか、今まで時間をかけて得ていたことが、すぐに手に入り、思考力の低下、etc. 失うものが多くあるので、特に子供には弊害を教えて、正しい使い方をするようにすることが大切だと思います。(70代 女性)

## ○ リテラシー教育

- ・小さな子どもたちも利用するのが当たり前になってきているが、具体的なトラブルなどを啓発する用紙だけではなく、実際に話をしていくなど対策は早急に必要なのではないか。(50代 女性)
- ・デジタル教育の充実、スキルとモラル。真偽を見抜く力の醸成。(60代 男性)
- ・インターネットの普及によって生活全般が便利になり、物理的な距離による格差（例えば都会と田舎）が少なくなったために価値観も変化してきている。上手に使うことでいろいろな可能性が広がるので、使い方、リテラシー教育が必要になってくる。(60代 女性)
- ・ネットリテラシーは大事ななので義務教育でもっと取り上げるべき。(20代 男性)
- ・ネットが進む中で陰湿ないじめ等があるため、あらかじめ授業の中で若いうちから教育の義務化を大切にする必要がある。(20代 男性)

## ○ 規制や法整備

- ・ネットでの誹謗中傷、いじめ、性的被害虐待などには今より更に厳しい法規制、処罰があればよいと思っている。(50代 女性)
- ・ネットに関しての法整備ができていないのが不安 (50代 女性)
- ・ネット犯罪に対する取り締まり強化、ネットショッピングに対する消費者保護強化 (60代 男性)
- ・詐欺や誇大広告、偽りの×ボタンが表示されて消そうとするとリンク先に飛ばされる広告、子供も見ると表示されるエログロ広告等の悪質な広告を早急に規制してほしいです。(20代 女性)
- ・まだまだ法整備が追いついていないことがらが多いように感じる。特にネットを介して子どもや女性が頻回に遭うことが多いと思われる分野、AI（生成AI）についてのルールがかなり未整備であると感じることが多い。また、子どもに限らず、大人（特にあまりネット・PCにふれてこなかった世代、人々）のリテラシーに心配さがあると感じる。(30代 女性)
- ・スマホによる問題が多発しているのでSNS等に強力な規制をかけてほしい。(40代 男性)



- ・ SNSは確かに危険な一面があるが安易に規制するのではなく、情報の選択肢として活用すべきである。ただ青少年保護を目的とした規制は考えなければならないと思う。(70代 女性)
- ・ ネットに関する法整備を早急に整えてほしい。秩序がないから。(20歳未満 女性)
- ・ 行政の法的・制度的取り組みと啓発が大切だと思う。(20歳未満 女性)
- ・ ネット社会ではSNSを通じての犯罪が多くなっていたり、正しくない情報が書き込まれて傷ついている人たちも増えているので、そういった問題に対してもっと対処してほしいなと思いました。(20歳未満 女性)
- ・ 私は高齢の為、ネット社会への関わりは少ないが、若者達の使用について（特に小学生）制限する必要があると思われる。(80歳以上 女性)

## ○ その他

- ・ ネット社会は怖いと思いました。(20歳未満 女性)
- ・ ネット社会はあまりいい影響を与えてないと思う。(20代 女性)
- ・ ネットやSNSを安心して使えるようになったらいいと思う。(20歳未満 女性)
- ・ 今の小学生の多くが様々な相談をAIにしている。将来、AIにしか癒されない大人が増えてくるのだろうと思う。国家が自国に有利なフェイクまがいの発信をしているなかで、AIがフェイク発信をするようになるのも時間の問題だと思う。もうすでにそうなっているのかもしれないが…。(60代 男性)
- ・ テレビが面白くない。(20代 女性)
- ・ ネット社会がどんどん複雑になり、ついて行けない。(40代 女性)
- ・ ネット社会は気をつけるべきことが多く、トラブルにならないように誰しもが守るべきルールがあると思う。(20歳未満 女性)
- ・ ネットは大変便利なので上手に危険なく使用できる社会になってほしいです。(70代 女性)
- ・ ネット社会の世の中。いろいろと問題がありますが、平和な時がきますように。(40代 女性)
- ・ ネットで簡単に収入が得られたり、体を動かさない社会は、いつか人類の崩壊、滅亡に繋がると思う。(60代 その他)
- ・ 大切なことです。市民は攻撃的になると言う意味ではなくて、賢く対処していかなければいけないと思います。(50代 男性)
- ・ ネット、とても便利になった。(50代 女性)
- ・ ネットは便利な反面、怖い部分もありますが、これからの時代はネットは不可欠だと思います。特に学校で教わっていない昭和世代は、苦手意識を持たずにどんどん学んでいくべきと感じます。(50代 女性)
- ・ TVはスポンサー等の関係で、本当の情報が流せないと思っています。ネットはそういう意味では正直です。(50代 女性)
- ・ 色々上手く利用して生活に取り入れていくべきです。(50代 女性)
- ・ 発言時に自分の住所と顔を載せれば、そのほとんどは他人の迷惑はなくなると思う。(70代 男性)
- ・ 特にAIとの付き合い方が重要に感じている。(70代 男性)
- ・ ネットは確実性が少ないと心しているので余りやらないとする。(70代 女性)
- ・ ネットは顔が見えない分、自己中心的な活用が増えてしまうのが怖い。(60代)

- ・ネット社会の便利さは十分に分かっていますが、100%の安全が確立されていないので、利用することに躊躇してしまいます。不便な反面安全なのだと最近特に感じています。コスパとか時短とか言いますが、ゆっくりとした時間を過ごすことの方が幸せを感じます。(60代 女性)
- ・ネット社会についての知識を深め、楽しく実践できたらいいなと思います。(50代 女性)
- ・正しく安全に利用する。(30代 女性)
- ・ネット社会については、必要（自分にとって）なことが簡単にわかるようになり便利だが、子供たちにとってはどうなのだろうか？と考える時がある。(60代 女性)
- ・小学校低学年にパソコンが必要なのか疑問です。(50代 女性)
- ・他人を慮ったネット利用が全員に求められると思う。(20代 男性)
- ・ネット社会に振り回されないよう年齢とともに気をつけるようにしています。(70代 女性)
- ・SNSを利用する際に自分が投稿した写真をみんなに見せる前に、自分以外の人の顔が写っているとプライバシーがあるので、できるだけ人がいない所で写真をとるほうが良いと思いました。(20歳未満 女性)
- ・ネット社会では真実かどうか分からないまま情報にのって何でも言うのは違うと思う(芸能人等)。本当のことは本人にしか分からない。(20代 女性)
- ・ネットは便利でなくてはならないものだけど、使い方を正しく、不正な情報に気を付けて使用しないといけないと思う。(20歳未満 女性)
- ・小さい子がスマホをもってすごい。(20歳未満 男性)
- ・ネットは怖い。(20歳未満 女性)
- ・誰かが傷ついたり、困ったりするような、ネットの使い方はよくない。(20歳未満 女性)
- ・ネットは便利だけど悪い面もあるから、うまく活用していくべきだと思った。(20歳未満 女性)
- ・“ネットが悪い”と考えるのではなく、自分がネットで被害にあわないように善悪を判断し、警戒心と責任を忘れずにネットと関わっていくことが大切だと感じた。(20歳未満 女性)
- ・ゲームなどに依存しないような使い方をする。(20歳未満 女性)
- ・ネットは気を付けるべきだと思う。(20歳未満 女性)
- ・インターネットの発達に伴い、今までと社会の形が急速に変化しているので、それに素早く適応していけるようにしたい。(20代 男性)
- ・ネット社会に依存し過ぎて自分をなんとかしたい。自律できていないため、何かしらの対価がほしいというか、それをネットで貸している自分がいやになる。(20代 男性)
- ・ネット社会は今後常にとりなりにあるものであるため、情報の選択が必要である。(20代 男性)
- ・インターネットに依存しない。(20代 女性)
- ・今後さらに普及していくと思うので、ルールを守って活用していきたいです。(20代 男性)
- ・インターネットが普及、当たり前になりすぎて心配することが増えたように感じる。ある程度昔に戻す必要、デジタル化を進めすぎるのも良くないと思う。(20代 女性)
- ・安心・安全で誰もが楽しめる社会になってほしい。(20代 男性)
- ・ネット社会は、メリット・デメリットどちらもあるのでメリットを有効活用できるような使い方をしていくことが大切だと思います。(20歳未満 男性)
- ・ちゃんと対策しようと思います。(20歳未満 女性)
- ・年齢を重ねるにつれてデジタル社会と逆を行きたい。少しくらい不便なのが丁度いいと思うことがあります。(20歳未満 女性)



- ・ネット社会が高度化する中で、より税金の使い道を政府が考えるべきだと思った。(20歳未満 男性)
- ・個人の健康でいるための努力、トラブルに遭わないための努力が大切だと思う。(20歳未満 女性)
- ・ネットが安全に利用できるよう、政府や企業に努力してほしい。(60代 女性)

## エシカル消費について

### ○ エシカル消費の理解・意識

- ・いいと思う。(20歳未満 男性)
- ・とても良い考えだと思う。(20代 男性)
- ・エシカル消費という言葉ははじめて聞いたが、今日知ることができてよかった。(20歳未満 女性)
- ・これからの社会生活を行う上で大切な事だと思います。(70代 女性)
- ・エシカル消費についてあまり理解していないので、知りたいと思った。(20歳未満 女性)
- ・エシカル等と難しい言葉を使わなくても、エコバッグや水・電気などの節約は自らの生活のため、再配送を減らすのは配達員の負担を少なくするためと、相手の立場に立った考えができれば解決。訳の分からないカタカナを使うより、一目見て理解できる言葉はないものか。(70代 女性)
- ・エシカル？ 日本語で表記してわかりやすくしてほしい。(60代 女性)
- ・エシカル消費をもっと行動しようと思った。(20歳未満 女性)
- ・もっと増えていけばいいなと感じました。(20代 女性)
- ・エシカル消費とは何なのか。いまいち、わからなかったなので、調べたいと思いました。  
(20歳未満 女性)
- ・エシカル消費という言葉は初めて聞いたけど、普段から心がけているようなことが多くあった。  
これからも心がけて生活していきたい。(20歳未満 女性)
- ・はじめてエシカルってことばを聞いた。(20歳未満 女性)
- ・エシカル消費については、これからも心がけていきたい。(20代 男性)
- ・エシカル消費というのは初めて聞いたが、これから心がけようと思った。(20代 女性)
- ・人の気持ちを考えて買い物したいです。(20代 女性)
- ・エシカル消費に積極的に取り組んでいこうと思う。(20代 男性)
- ・エシカル消費を心がける。(20代 女性)
- ・エシカル消費について、もっと意識するようにしたい。(20代 女性)
- ・言葉は知らないことが多かったが、実践していることが多くあったので、これから心掛けていきたい。(20歳未満 男性)
- ・環境に配慮した行動をさらに心がけたい。(20歳未満 女性)

### ○ エシカル消費の実践

- ・1週間のメニューを決めて、1週間に2回買い物に行く。(70代 男性)
- ・普通のことだけしてます。(60代 男性)
- ・これから頑張ります。(20代 女性)

- ・新しいものを買う前に、リサイクルプラザまたはショップで質の良いリサイクル品を購入したりする。(40代 女性)
- ・私はフェアトレード商品を選択、地場産の産品を買います。また、環境に配慮した製品を購入し、障害者が製造した生産品を購入します。(70代 男性)
- ・エシカル消費は、プラスチック削減に気をつけています。また、使い捨てはせず環境保護にも気をつけています。食品ロス、フェアトレード商品が当たり前の世の中であって欲しい。(70代 女性)
- ・エシカル消費については、努力をしてこれからも心していきたい。(70代 女性)
- ・エシカル消費に関して、出来ることから始める。(70代 女性)
- ・エシカル消費でまだまだ実行できていない行動があるので、気をつけたいと思っています。(手前取り、寄付付き製品購入等) (70代 女性)
- ・上手に実践していきたいです。(50代 女性)
- ・買い物袋の減少や省エネに努めていきたい。(50代 男性)
- ・生活費に余裕がないと難しい取組みがある。(30代 女性)
- ・エコドライブを心がけたいです。(20歳未満 )
- ・必要な物だけ購入する。(60代 男性)
- ・必要な物以外は購入したり消費しないよう、日頃気をつける。(70代 男性)
- ・心がけていることは多いのに、「まあいいか」で済ませて、実践していないこともあるなど感じた。(20歳未満 女性)
- ・エシカル消費に関して、普段当たり前のように取り組んでいることが多く、これらのことが持続可能な社会につながっていると分ったので、続けていくことが大切だと思いました。(20代 男性)
- ・自分ができるところから積極的に取り組んでいきたい。(20代 男性)
- ・エシカル消費は持続可能な社会にしていこうために必要なことだと思って、自分ができるところは、やっていきたいです。(20歳未満 男性)
- ・牛乳を手前からとる。(20歳未満 男性)
- ・エシカル消費についてはだいぶ心掛けているつもりであるが、まだまだ買い物の仕方について問題があると思われる。(80歳以上 女性)

## ○ エシカル消費の普及・啓発

- ・エシカル消費について、マイバック持参、地産地消、節電節水、リサイクルなど実施しているのに、「エシカル消費」の意味などを理解していない人が多いように思う。「エシカル消費」の名称と実践している行動が一致するような啓発が必要でしょう。(70代 男性)
- ・エシカル消費という言葉の認知がまだ少ないイメージのため、ニュースや日常に使用する店の表示などにも使用し啓発していくことが望ましい。(30代 女性)
- ・とても良い活動だと思うので、詳細や成果をもっと広めていけば良いと思う。(20代 女性)
- ・エシカル消費という言葉をもっと普及させるべきだと思う。(20代 女性)
- ・ネット社会が当たり前になってきている今、ネットからのSDGsや環境問題の呼びかけが重要である。(20代 男性)
- ・まずはエシカル消費について、たくさんの人に知ってほしい。(20代 男性)
- ・多くの人に知ってもらうべき。(20代 男性)



- ・継続が大事であるため、呼びかけるべき。(20歳未満 男性)
- ・エシカル消費は、若い人には見受けられるが、年配者には、認知度があまりないと思うので、啓蒙が必要と思う。(70代 女性)

## ○ その他

- ・一人一人が心がけることが重要であると思うが、今一つ影響がわからない。(20代 男性)
- ・特に若年層が現状や課題を理解して、より良い社会になるよう行動を見直していく必要があると思う。(20代 女性)
- ・本来日本人が持つ人、自然で健康的な繋がりから構築される社会を推進していくとおのずと、意識せずに土壌が広がっていくのではないのでしょうか。(50代 女性)
- ・地球規模の環境問題がとても心配。今年の暑さ等が具体的な地球規模の環境問題。個人の努力などは微々たるものかもしれないが、それぞれができるところで頑張るしかない。  
(80歳以上 女性)
- ・今までそれに関する情報はほとんど私の中にありませんでした！ 重要なことだと思いますので、もっと広く知られるように情報を発信して欲しいと思います！(70代 男性)
- ・もっと、「エシカル消費」が浸透してほしい。(60代 女性)
- ・心がけ一つで、誰でもすぐにできることなので、していても気がついていないことがあります。見掛けたら褒めたりするなど言葉にしてエシカルの一つであることを、気づくようにしています。小さな事ですが、そこから始めること、そして継続する事が大切だと考えて実践しています。  
(60代 女性)
- ・やれる人が頑張ってほしい。(40代 女性)
- ・地産地消商品を地元の人達に買ってもらえる場所を地元の人達に分かるように示して欲しいのと、あちこち場所を用意して欲しい。(40代 女性)
- ・エシカル消費をもっと多くの人達に知ってもらい、良い社会にする為に学べる機会があればいいですね。(60代 女性)
- ・資源の循環化技術の促進に期待 (60代 男性)
- ・意識してできることをしていきたい。もう少し学びたい。(50代 女性)
- ・限りある資源を大切に。地球温暖化にも繋がる事なので、一人一人が自分の事だけを考えるのではなく、賢くなっていかなければと思う。(70代 女性)
- ・日常に取り込める行動を発信して学びたい。(50代 男性)
- ・次々に英語が出てきて理解するのに時間を要す。日本語では言い表せないのか、何故英語ばかり使うのか意図がわからない。エシカル消費？初めて聞いたよ。(70代 男性)
- ・他人を思いやる心で、小さな事からコツコツと。(60代 男性)
- ・環境面や社会に配慮し、より良い社会の実現につながることを願います。(40代 女性)
- ・「SDGs」や「エシカル消費」の理念は大いにして素晴らしいと思います。ただその具体的な方法論となると、どこか消費国側の一方的な価値観のおしつけの様な気がして、どうもムシズ(ただの自己満足の世界と感じる)が走ります。(50代 男性)
- ・もっと一人一人が意識しないと意味がないと思う。(30代 女性)
- ・エシカル消費についての知識を深め、楽しく実践できたらいいなと思います。(50代 女性)

- ・地元の生産された物を買いたい、魚などは県外の方が高く売れるので、スーパーへ行っても県外の魚を買うことも多くなっている。魚屋や肉屋が少なくなったのもある。(50代 女性)
- ・コンビニやスーパーが周囲にたくさんあるので便利だが、その分処分される物が多量に発生していること考えると、適度に入手しやすいことが大事だと思います。過疎地域などでは移動販売をされているが、その場合は消費者の購買傾向をある程度反映して乗せられるだけの物品を積んでいるので、過度な例としてはよいと思います。消費者側だけでなく販売する側のモラル意識にもよると思います。(20代 男性)
- ・宅配便を最初から指定できればいい。できないものがある。(50代 女性)
- ・環境問題、気になるのでもっと節水・節電・ゴミ減らすを市民が考えてほしいです。(50代 女性)
- ・ネット社会とエシカル消費は非合理的にみえるが、やってみたら合理的であるというところが非常にいとおかしいと思った。(20歳未満 男性)
- ・フェアトレード商品を我々は購入するべきである。(20代 男性)
- ・エシカル消費を行うことで環境に優しくできるため、一人ひとり行うことが大切 (20代 女性)
- ・一人一人がエシカル消費を意識して、行動することで、日本全体で環境保全に対して良い循環が生まれると考えた。(20代 男性)
- ・必要な物を必要な量だけ買うことを全員がすれば、効果を大きく感じられると思う。  
(20歳未満 女性)
- ・環境に配慮する姿勢が大切だと思う。(20歳未満 女性)
- ・持続可能な社会にするために「エシカル消費」を理解して日々の生活を送りたい。(20歳未満 女性)
- ・「エシカル消費という言葉そのものをアンケートに使うことは如何か?」と思う。「エシカル」は、英語? 仏語? ドイツ語? も理解していない!! もっと身近で寄り添った対応をお願いしたい。  
(80歳以上 男性)
- ・年老いた人には、もっと分り易く(日本語を使って)説明してほしい。何でもかんでも横文字というのに抵抗がある。(70代 女性)
- ・なるべく、日本語を使用して、認知度をあげてほしい。(カタカナ英語ばかりの様な気がする)  
(60代 女性)
- ・エシカル消費自体は、物価高の激しい今の時代において、家計節約につながる事が、周知の事実である反面、スーパー等では今なお消費期限間近の商品が多く見られるように感じます。(30代)
- ・物を大切に感謝して使っている。(70代 女性)
- ・種々の物価高には、我々ついていくのに大変なので無駄な物を買わないで、ある物品で工夫して生活をしている消費者の一人です。(80歳以上 女性)



## VI 調査表

### ネット社会における暮らし方について ～SNSを安全に利用するために～

富山県消費者協会・消費生活研究グループ連絡協議会（令和7年7月）

#### <調査の目的>

様々な分野でデジタル化が急速に進み、日常生活においても、パソコンやスマートフォンの普及拡大により、インターネットは重要なメディアの1つとなっています。

一方で、インターネットは消費者に利便性があるばかりではなく、特にSNSを介した犯罪被害や消費者トラブル等が問題になるなど、正しく安全に利用することが必要です。

今回は、インターネットの安全な利活用により快適な消費生活を送るためのあり方について、検討することを目的にアンケート調査を行います。

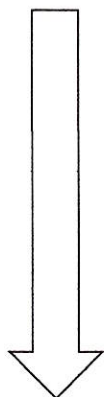
ご協力くださいますよう、よろしくお願いいたします。

#### <回答方法>

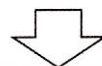
次のどちらかの方法を選んでお答えください。

なお、回答いただいた内容は統計的に処理し、個人の情報を公表したり、調査の目的以外に使用することはありません。

##### ①この調査票により回答



##### ②インターネットにより回答



下記の二次元コードまたはURLにアクセスしてお答えください。

（二次元コード）



（URL）

<https://www.tomisyokyo.org/questionnaire>

- ・全部で8ページあります。当てはまる番号の□に✓印をつけてください。
- ・「その他」を選択された場合、（ ）内に具体的な内容をご記入ください。
- ・ご記入は、鉛筆またはシャープペンシルをお願いします。（ボールペン等で記入した場合、記入内容の訂正は二重線で消すなどして訂正してください。）

#### あなた自身についてお聞きします。（記入漏れにご注意ください。）

- ・年代    ①□ 20歳未満    ②□ 20歳代    ③□ 30歳代    ④□ 40歳代  
          ⑤□ 50歳代    ⑥□ 60歳代    ⑦□ 70歳代    ⑧□ 80歳以上
- ・性別    ①□ 男性    ②□ 女性    ③□ その他
- ・職業    ①□ 給与生活者    ②□ 自営・自由業    ③□ 家事従事者  
          ④□ 学生    ⑤□ 無職    ⑥□ その他（                      ）
- ・お住まいの市町村（                      市・町・村）

※ この調査において「インターネット」には、電子メールやWeb サービス、SNS等のソーシャルメディアを含みます。

※ この調査において「SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）」には、Facebook、Instagram、X(旧 Twitter)、LINE などのほか、YouTube などの動画共有サイトなども含みます。

## I メディア（情報媒体）の重要度・信頼度について

問1 全員にお聞きします。あなたにとって、次の①～⑥のメディアは、情報を得るための手段（情報源）として、どのくらい重要ですか。

|   |         | 非常に重要                    | ある程度重要                   | どちらともいえない                | あまり重要ではない                | まったく重要ではない               |
|---|---------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| ① | テレビ     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ② | ラジオ     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ③ | 新聞      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ④ | 雑誌      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ⑤ | インターネット | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

問2 全員にお聞きします。次の①～⑥のメディアの情報は、どのくらい信頼できると思いますか。

（利用していないメディアについては、あなたが思う印象でお答えください。）

|   |         | 非常に信頼できる                 | ある程度信頼できる                | 半分くらい信頼できる               | あまり信頼できない                | ほとんど信頼できない               |
|---|---------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| ① | テレビ     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ② | ラジオ     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ③ | 新聞      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ④ | 雑誌      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ⑤ | インターネット | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



## Ⅱ インターネットの利用状況について

問3 全員にお聞きます。現在利用しているインターネット機器は、次のどれですか。  
あてはまるものをすべて選んでください。

※学校や勤務先等の機器、または、学校や勤務先等からの貸与品は除きます。

- ① ☐ スマートフォン
- ② ☐ パソコン
- ③ ☐ 携帯電話（スマートフォン以外）
- ④ ☐ タブレット
- ⑤ ☐ ゲーム機器
- ⑥ ☐ ウェアラブル端末<sup>(\*)</sup>（スマートウォッチ等）
- ⑦ ☐ テレビ
- ⑧ ☐ その他（ ）
- ⑨ ☐ 何も使っていない ⇒ 問6へ

(\*)ウェアラブル端末：腕や頭部などの身体に装着して利用する情報通信端末のこと

問4 問3で①～⑧のいずれかを選んだ人にお聞きします。次の項目に関して、インターネットを利用している頻度を教えてください。

|   | 項 目                                       | 利用する<br>利用する             | 利用する<br>利用する             | 利用しない                    |
|---|-------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| ① | 電子メールの送受信                                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ② | ニュース・天気などの情報収集                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ③ | 動画や音楽などの配信サービス                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ④ | SNS等によるコミュニケーション                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ⑤ | テレワーク（在宅勤務など）                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ⑥ | オンライン会議、ビデオ通話                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ⑦ | オンライン教育・学習                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ⑧ | インターネットバンキング（振込みなどの預金口座取引）                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ⑨ | オンライン取引（株取引などの投資等）                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ⑩ | ネット通販                                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ⑪ | オンラインゲーム                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ⑫ | 健康管理                                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ⑬ | 行政からの情報やサービスの提供                           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ⑭ | その他（ <span style="float: right;">）</span> |                          |                          |                          |

問5 問3で①～⑧のいずれかを選んだ人にお聞きします。インターネットを利用して、トラブルにあった、またはトラブルにあいそうになったことはありますか。次のあてはまるものをすべて選んでください。

- ①☐ 架空請求や怪しい不在通知などの不審メール受信
- ②☐ ワンクリック詐欺などによる不当請求
- ③☐ 悪口やいやがらせなどのメール受信
- ④☐ ネット上での個人情報書き込み
- ⑤☐ 著作権や肖像権等の侵害
- ⑥☐ ネット上での誹謗中傷や名誉毀損
- ⑦☐ ネット通販での消費者トラブル（商品違い、商品未着、定期購入等）
- ⑧☐ ネットオークションでのトラブル
- ⑨☐ ネットフリマでのトラブル
- ⑩☐ オンラインゲームの高額課金（自分自身）
- ⑪☐ オンラインゲームの高額課金（子や孫等）
- ⑫☐ 出会い系サイト等でのトラブル
- ⑬☐ その他（ ）
- ⑭☐ トラブルにあったことがない

問6 全員にお聞きします。あなたにとって、インターネットは日常生活でどのくらい重要ですか。(1つ)

- ①☐ 非常に重要  
②☐ ある程度重要  
③☐ どちらともいえない  
④☐ あまり重要ではない  
⑤☐ まったく重要ではない

### III SNSについて

問7 全員にお聞きします。あなたはSNSを利用していますか。次の中から利用しているものをすべて選んでください。

- ① ☐ LINE (ライン)
- ② ☐ X (エックス (旧 Twitter))
- ③ ☐ Facebook (フェイスブック)
- ④ ☐ Instagram (インスタグラム)
- ⑤ ☐ YouTube (ユーチューブ)
- ⑥ ☐ TikTok (ティックトック)
- ⑦ ☐ その他 ( )
- ⑧ ☐ SNSは利用していない ⇒ 問9へ



**問8** 問7で①～⑦のいずれかを選んだ人にお聞きします。SNSを利用する目的は何ですか。次のあてはまるものすべて選んでください。

- ①☐ 家族とのコミュニケーションのため
- ②☐ 知人・友人等とのコミュニケーションのため
- ③☐ 新たな交流関係を広げるため
- ④☐ 同じ趣味や考えを持つ人と交流するため
- ⑤☐ 新たな知識や情報を得るため
- ⑥☐ 誰かが撮影した写真や動画を観て楽しむため
- ⑦☐ 自分が撮影した写真や動画を多くの人に観てもらうため
- ⑧☐ 自分の感じたことをつぶやき、その感想を見るため
- ⑨☐ 自分の情報や作品などの発信のため
- ⑩☐ 商品購入やサービス選択の参考にするため
- ⑪☐ 災害発生時の情報収集・発信のため
- ⑫☐ 昔の友人・知人等を探すため
- ⑬☐ 時間(ひま)つぶしのため
- ⑭☐ その他 ( )

**問9** 全員にお聞きします。SNSの良いところは何だと思いますか。次のあてはまるものすべて選んでください。

- ①☐ 日本中、世界中の人とつながることができる
- ②☐ どんなときでも簡単にコミュニケーションができる
- ③☐ 匿名でコミュニケーション、情報発信できる
- ④☐ リアルタイムで情報が入手・発信できる
- ⑤☐ 学習として活用できる
- ⑥☐ 趣味や娯楽として楽しめる
- ⑦☐ 行政からの情報入手として利用できる
- ⑧☐ 企業からの情報入手として利用できる
- ⑨☐ 選挙での活用などにより政治への関心が高まる
- ⑩☐ その他 ( )
- ⑪☐ 良いところがあるとは思わない
- ⑫☐ わからない

**問10** 全員にお聞きします。あなたはSNSの情報をどのくらい信用していますか。

- ①☐ 非常に信用している
- ②☐ ある程度信用している
- ③☐ 半分くらい信用している
- ④☐ あまり信用していない
- ⑤☐ ほとんど信用していない
- ⑥☐ わからない

**問11 全員にお聞きします。SNSをきっかけとするトラブルにあった、またはトラブルにあいそうになったことはありますか。次のあてはまるものをすべて選んでください。**

- ①☐ 投稿の炎上
- ②☐ 投稿を拡散されることによるトラブル
- ③☐ 位置情報によるプライバシーの侵害
- ④☐ 個人情報の流出
- ⑤☐ アカウントの乗っ取り
- ⑥☐ 悪口やいやがらせなどの投稿
- ⑦☐ 著作権や肖像権等の侵害
- ⑧☐ 誹謗中傷や名誉毀損の投稿
- ⑨☐ 詐欺や金銭トラブル
- ⑩☐ SNS上の広告をきっかけとしたトラブル
- ⑪☐ SNS上で知り合った相手からの勧誘によるトラブル
- ⑫☐ SNS上で知り合った相手との個人間トラブル
- ⑬☐ 闇バイト等の勧誘
- ⑭☐ ストーカー等の被害
- ⑮☐ その他（ ）
- ⑯☐ SNSを利用しているが、トラブルにあったことがない
- ⑰☐ SNSを利用したことがない

**問12 全員にお聞きします。SNSが急速に普及するなか、問題だと思うことはありますか。次のあてはまるものすべて選んでください。**

- ①☐ プライバシーの侵害や個人情報の漏えい
- ②☐ フェイクニュースや誤情報の拡散
- ③☐ 迷惑動画の配信
- ④☐ 選挙における真偽不明の情報による投票行動への影響
- ⑤☐ 災害時等における真偽不明の情報による避難・災害対応への影響
- ⑥☐ SNSをきっかけとした消費者トラブル
- ⑦☐ SNSを通じた犯罪
- ⑧☐ いじめやハラスメント
- ⑨☐ SNS依存による生活や健康への悪影響
- ⑩☐ 長時間利用による学力低下
- ⑪☐ 対面でのコミュニケーション力の低下
- ⑫☐ その他（ ）
- ⑬☐ 問題だと思うことはない
- ⑭☐ わからない



## IV インターネット社会のあり方について

問13 全員にお聞きします。インターネットが普及拡大する社会において、特に求められることは何だと思いますか。次の(1)～(3)それぞれについてお答えください。

### (1) 消費者に求められること(3つまで)

- ①☐ ネットの活用技術を積極的に習得する
- ②☐ ネット活用のルールやモラルを守る
- ③☐ ウイルス対策ソフトなどセキュリティ対策を行う
- ④☐ 安易に写真やアドレス・パスワード等の個人情報を提供しない
- ⑤☐ フェイクニュースにだまされないなど、情報の真偽を判断できるようにする
- ⑥☐ 真偽不明の情報のままで軽率に行動しない
- ⑦☐ 長時間の利用を控え、ネットに依存しない
- ⑧☐ その他 ( )

### (2) 事業者求められること(3つまで)

- ①☐ セキュリティ対策や個人(顧客)情報漏えい防止対策の強化
- ②☐ 個人情報の取扱いに関するルールやモラルの順守
- ③☐ 誇大広告や不正取引の禁止
- ④☐ 迷惑動画配信被害に対する適切な対応
- ⑤☐ 安全で便利なオンラインサービスの拡充
- ⑥☐ 情報格差(デジタル・デバイド<sup>(\*)</sup>)を解消するためのサポート  
(\*)情報通信技術を利用できる人とできない人の間に生じる格差のこと。
- ⑦☐ デジタル機器、デジタルサービスの安価で品質のよい提供
- ⑧☐ その他 ( )

### (3) 行政に求められること(3つまで)

- ①☐ 公正なネット社会実現のための適切な規制や法整備
- ②☐ 情報格差(デジタル・デバイド<sup>(\*)</sup>)を解消するための支援  
(\*)情報通信技術を利用できる人とできない人の間に生じる格差のこと。
- ③☐ デジタル関連の人材育成
- ④☐ 情報教育、啓発活動の充実
- ⑤☐ 個人情報の適正使用に関するルールやモラルの構築・啓発
- ⑥☐ 企業のデジタル化を推進するための支援
- ⑦☐ まちなかや公共施設等のフリーWi-Fi環境の整備
- ⑧☐ ネットによる誹謗中傷などの権利侵害や犯罪への対策強化、相談体制の充実
- ⑨☐ ネットを活用した行政サービスの拡充
- ⑩☐ その他 ( )

## V エシカル消費について

※この設問は、「エシカル消費」の認知度を把握するために、継続的に聞きしているものです。

問14 全員にお聞きします。持続可能な社会の実現に向け、私たち消費者は、人や社会、地域、環境など周囲に配慮した「エシカル消費(倫理的消費)」を推進することが求められています。あなたは、エシカル消費という言葉を知っていますか。(1つ)

- ①☐ 意味まで理解している      ②☐ おおむね理解している  
③☐ 聞いたことがある      ④☐ 知らない

問15 全員にお聞きします。「エシカル消費」に関する具体的な行動のうち、あなたが実践しているものはどれですか。次のあてはまるものすべてを選んでください。

- ①☐ マイバッグを持参する
- ②☐ 必要なものを必要な量だけ買う
- ③☐ 不必要に買いだめ・買い占めをしない（品薄状態の商品など）
- ④☐ 購入後すぐに食べる食品は手前から取るよう心がける
- ⑤☐ エコマーク、グリーンマークなど認証マークのついた製品や、フェアトレード製品<sup>(\*)</sup>を選ぶように心がける
- (\*)生産者の生活に配慮した公正な価格で、継続的に買い取る取引をされた製品
- ⑥☐ 地産地消を心がけ、地元で生産されたものを買う、地元で買物をする
- ⑦☐ 被災地や福祉作業所などの商品を購入する
- ⑧☐ 電気や水を節約して大切に使う
- ⑨☐ リサイクル、アップサイクル製品を買う
- ⑩☐ 寄付付き製品を買う
- ⑪☐ 宅配便で再配達を減らすよう工夫する
- ⑫☐ エコドライブを心がける（ふんわりアクセルなど低燃費で安全な運転）
- ⑬☐ その他（ ）
- ⑭☐ 特に心がけていることはない

ネット社会やエシカル消費に関して、あなたの考えを自由に記入してください。

ご協力ありがとうございました。

この調査に関するお問い合わせ先  
富山県消費者協会（県民共生センター内）  
TEL 076（432）5690



ネット社会における暮らし方について  
～SNSを安全に利用するために～  
調査報告書  
(令和7年12月)

富山県消費者協会

〒930-0805

富山市湊入船町6-7（県民共生センター内）

TEL 076-432-5690

FAX 076-432-5693