

ソーシャルメディアの利用実態に関する
調査研究の請負
報告書

平成 22 年 3 月 24 日

総務省 情報通信国際戦略局 情報通信経済室
(委託先：みずほ情報総研株式会社)

～目 次～

1.	調査の実施概要.....	2
1.1.	本調査の目的と構成について.....	2
2.	ソーシャルメディアの種類.....	3
3.	アンケート調査の設計及び実施.....	5
3.1.	アンケート調査の実施概要.....	5
3.2.	アンケート質問項目.....	6
3.3.	ソーシャルメディアの利用動向.....	7
4.	グループインタビュー調査の設計及び実施.....	17
4.1.	グループインタビュー調査の実施概要.....	17
4.2.	グループインタビュー調査の結果.....	18
4.2.1.	デジタルネイティブの結果概要.....	18
4.2.2.	デジマム世代の結果概要.....	21
4.2.3.	アクティブシニア世代の結果概要.....	24
5.	ソーシャルメディアの利用実態に関する分析.....	27
5.1.	日常生活における課題や悩みについて.....	27
5.2.	ソーシャルメディアによる絆の再生.....	30
5.3.	ソーシャルメディアの類型化.....	33

1. 調査の実施概要

1.1. 本調査の目的と構成について

本調査は、近年、広く利用されるようになってきているブログ、SNS、共有サイト、マイクロブログ (Twitter 等)、コミュニティ掲示板等の ICT を利用したアプリケーションツールであるソーシャルメディアについて、我が国のユーザの利用実態を把握するのと同時に、昨今、希薄化してきているといわれている家族・世代間や地域との絆をソーシャルメディアが補完する効果、絆を構築する効果等を有するかを検証することを目的とする。

まずは現在活用が進んでいる各種ソーシャルメディアについて、ソーシャルメディア利用者層を対象にアンケート調査を実施する。なお、特徴的な利用をしているグループについては、個別にグループインタビュー調査を実施し、利用実態を把握する。アンケート調査、インタビュー調査の結果から、ソーシャルメディアがもたらす効用を把握・分析する。

以下に本調査の構成とおおまかな作業の流れを示す。

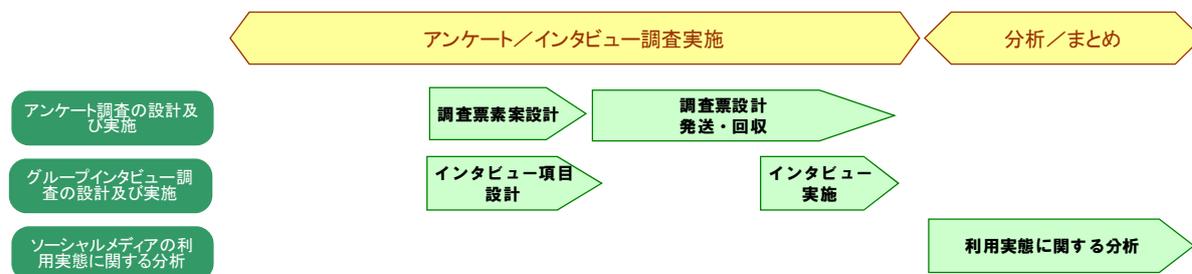


図 1-1 調査の構成と流れ

2. ソーシャルメディアの類型

単身世帯化、核家族化が進み家族の規模が小さくなるに連れて、「親から子へ受け継がれてきた料理や裁縫等のノウハウが継承されづらくなっている」「近所づきあいが減り、隣の家になんて人が住んでいるか知らない」といった声が聞かれる。これら、家族・地域・世代間の絆の希薄化が様々な場面において叫ばれる昨今、絆の再生・構築の一手段として「ソーシャルメディア」の果たす役割が期待されている。ソーシャルメディアとは、ブログ、ソーシャルネットワーキングサービス（以下、SNS）、動画共有サイトなど、利用者が情報を発信し、形成していくメディアのことで、利用者同士のつながりを促進する様々な仕掛けが用意されており、互いの関係を視覚的に把握できるのが特徴である。本調査では、家族・地域・世代間を“つなぐ”「絆」の再生・構築にソーシャルメディアが果たす効果や役割等を把握することを目的とする。その際、ソーシャルメディアのもたらす効果がオンラインだけで完結するものではなく、オフライン（対面上）へも波及する効果についても調査を行う。

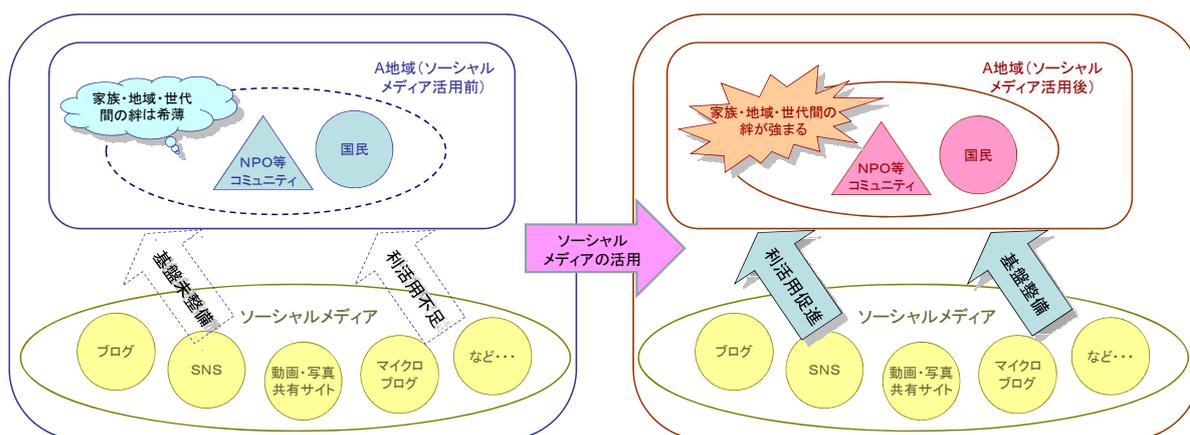


図 2-1 家族・地域・世代間の絆とソーシャルメディアの関係

現在、活用が進んでいるソーシャルメディアとして、ブログ、SNS、共有サイト（動画等）、マイクロブログ、掲示板、コミュニティ放送等が挙げられる。下記にソーシャルメディアについて説明する。本調査で対象としたソーシャルメディアは次頁の通りである。

表 2-1 本調査で対象とした主なソーシャルメディアの一覧

用語	説明
ブログ	時系列に並べられた日記風の記事と、それについてのコメントが定期的に更新されるウェブサイトのこと。 【例】Ameba ブログ、Yahoo ブログ等
SNS (ソーシャルネットワーキングサービス)	ネットワーク上で参加者同士が文字による会話を同時に行なえるようにしたサービス。複数の参加者が同時に会話することが可能で1人の発言(文字)は全員が見ることができる。 【例】mixi、Facebook 等
動画共有サイト	インターネット上で動画等(音楽も含む)を共有するサービス。ビデオカメラで撮影した動画などを、インターネット上で複数の人に公開することができる。 【例】Youtube、ニコニコ動画等
情報共有サイト	インターネット上で情報を共有するサービス。インターネット上で複数の人に公開することができる。 【例】Wikipedia、COOKPAD 等
マイクロブログ	短いテキスト(多くの場合 200 字以下)を不特定多数又は特定のグループのみに展開するブログ形式のサービス。 【例】Twitter 等
掲示板	電子的な掲示板サービス。あるユーザが掲示板にメッセージを書き込むとグループ全員に見えるようになる。また、そのメッセージに対する返答を書き込んだりすることができる。 【例】Yahoo 知恵袋、2ちゃんねる等
ソーシャルゲーム	ユーザ同士で競い合ったり、交流することのできるオンラインゲーム。SNS がサービスのひとつとして提供しているものもある。 【例】Gree、モバゲー(Nintendo DS や PSP 等の通信対応ゲームも含む)
メタバース	アバターと呼ばれる自分の分身を介し、空間内を探索したり他の利用者と交流することのできるサービス。 【例】セカンドライフ、ミートミー等
拡張現実	現実の環境に情報を付加し、電子情報(アノテーション)として表示することのできるサービス。 【例】セカイカメラ等
コミュニティ放送	地域の商業、行政情報や地元情報に特化し、地域活性化に役立つ放送局を目指した放送エリアが地域(市町村単位)に限定される放送。インターネット上でのラジオ放送やテレビ放送も含む。 【例】地域のミニ FM、ケーブル TV 等

3. アンケート調査の設計及び実施

3.1. アンケート調査の実施概要

ソーシャルメディアの利用実態を把握するアンケートの調査概要は下記の通りである。

(1) 対象

全国

(2) 調査台帳

インターネットアンケート調査会社が有する調査モニター

(3) 標本抽出方法

インターネットアンケート調査会社が保有するモニターから、我が国の人口構成に従うよう割付・抽出した。なお、各年代共に男女比は1:1となるように調整を行った。プレ調査にて年代ごとにスクリーニング調査を行い、その後、本調査を実施した。

(4) 標本数

回収数：ソーシャルメディア利用者 1,600 件

回収後の分布状況について以下に示す。なお、10代以下については、義務教育以降の15歳～19歳となっている。

表 3-1 ソーシャルメディア利用者向けアンケート回答者の分布状況

	n	%
10代	160	10.0
20代	288	18.0
30代	344	21.5
40代	296	18.5
50代	352	22.0
60代以上	160	10.0
合計	1600	100.0

なお、本調査ではソーシャルメディア非利用者 400 件についても結果を収集している。この結果は巻末の参考資料を参照されたい。

(5) 実施日

2010年2月下旬

3.2. アンケート質問項目

なお、アンケート調査では、「回答者の属性」、「インターネット利用」、「ソーシャルメディアの利用実態」についてを問い、以下の設問を含めた設計とした。

- ・ 日常生活における家族、地域における不安・課題
- ・ 各種ソーシャルメディアの利用状況及びその際に利用している情報端末の種類
- ・ ソーシャルメディアの利用目的・利用動機
- ・ ソーシャルメディア利用による効用・効果
- ・ インターネット上での人付き合いの傾向
- ・ ソーシャルメディアが実生活へもたらす影響

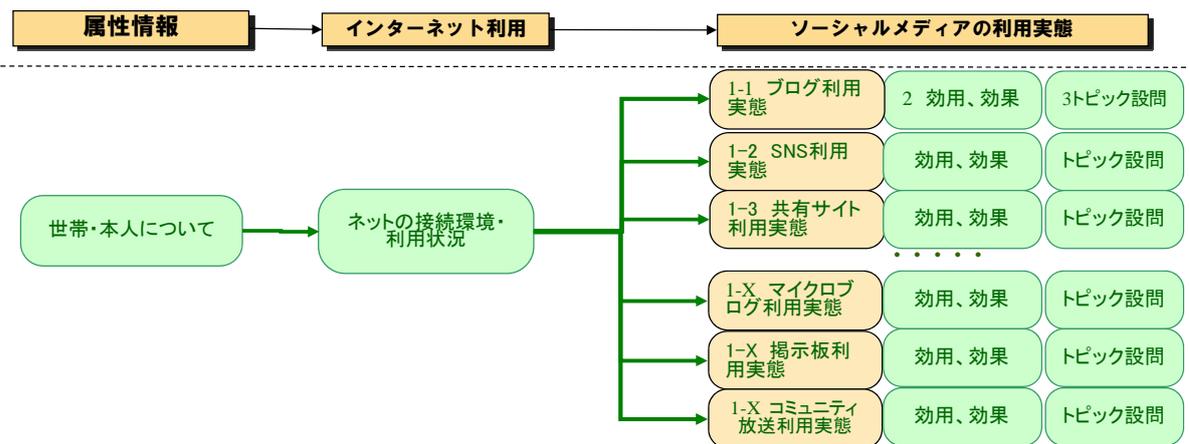


図 3-1 アンケート設問の構成

3.3. ソーシャルメディアの利用動向

ソーシャルメディアの利用実態に関する結果を下記に示す。

本調査における回答者のソーシャルメディア利用率をみると、ブログ（77.3%）、動画共有サイト（62.8%）、掲示板（62.8%）、SNS（53.6%）の順で高いという結果となった。ブログからSNSまでの上位4種類のメディアは利用率が50%を越えている。コミュニティ放送（9.9%）、メタバース（8.4%）、拡張現実（6.8%）は利用率が低く、10%を下回る結果となった。

性別の結果をみると、ブログは女性が男性の利用率を上回っているものの、これ以外のソーシャルメディアでは、男性の方が利用率が高い。特に、掲示板、マイクロブログでは、女性の利用率と比較して男性のほうが10%以上高いという結果となった。

世代別¹に見ると、若年層の利用率は中年層、高齢層と比較して全てのソーシャルメディアでも利用率が高い。特に動画共有サイト、SNS、ソーシャルゲームの利用率が他の世代に比べて高い傾向である。

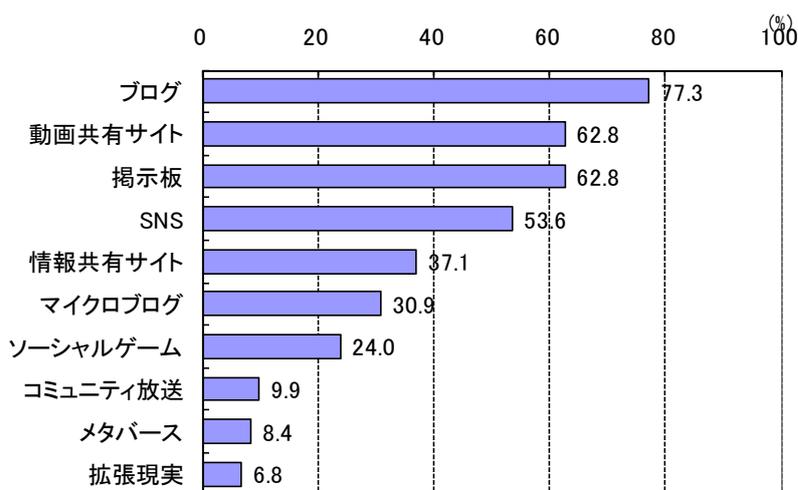


図 3-2- I 今までに利用したことのあるソーシャルメディア

¹ 「若年層」は10代～30代、「中年層」は40代・50代、「高齢層」は60歳以上の人として分類した。

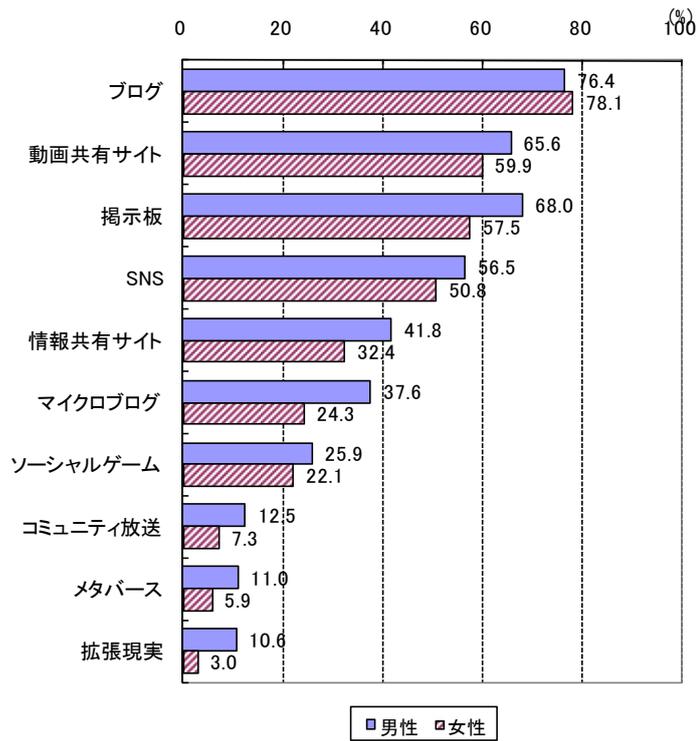


図 3-2-II 今までに利用したことのあるソーシャルメディア（性別）

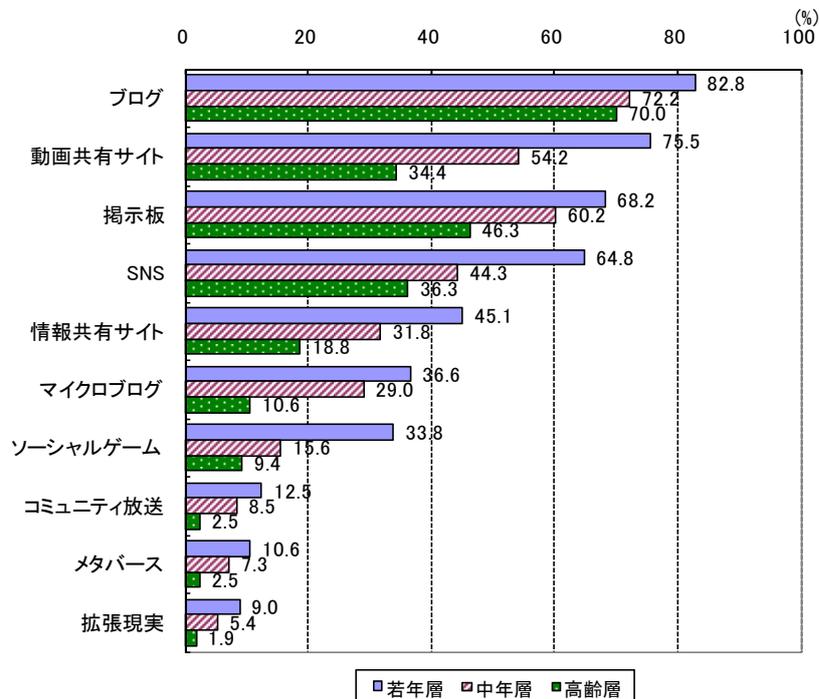


図 3-2-III 今までに利用したことのあるソーシャルメディア（年代別）

以下、回答者の利用率の高い上位6つのメディア（ブログ、動画共有サイト、掲示板、SNS、情報共有サイト、マイクロブログ）について分析することとする。

利用頻度について、「ほとんど毎日利用」と回答した割合が最も高かったのが SNS で 34.5%、ブログが 28.4%、マイクロブログが 27.7%、掲示板が 22.7%、情報共有サイトが 20.4%、動画共有サイト 18.3%の順となっている。

ブログ、SNS は女性の利用頻度が高いのに対し、掲示板、情報共有サイトは男性の利用頻度が高いという傾向が見られる。世代別の結果によると、ブログ、SNS は、若年層、中年層、高齢層の順で年齢が若い方がソーシャルメディアの利用頻度が高い傾向が見られる。

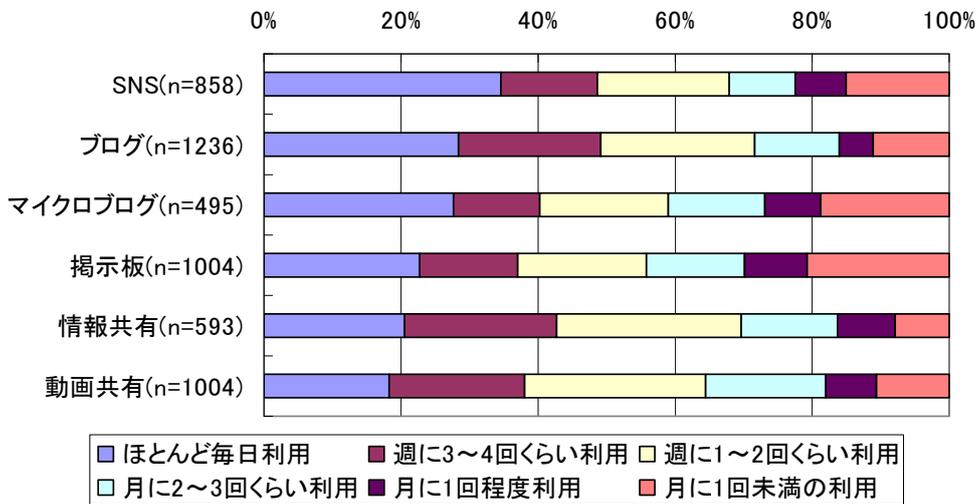


図 3-3-I ソーシャルメディアごとの利用頻度 (単純集計)

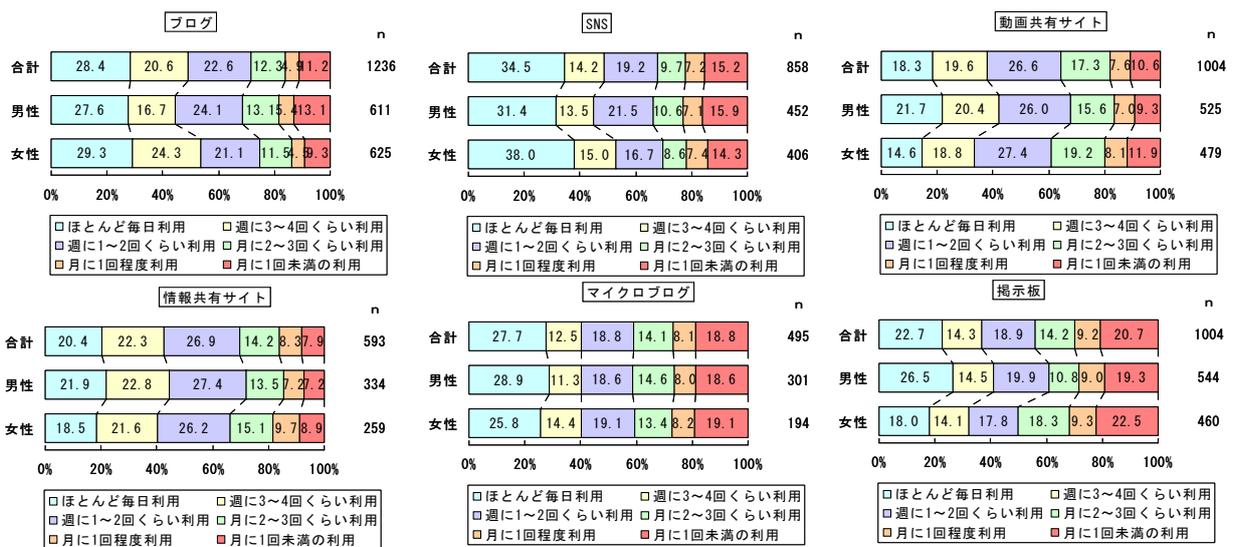


図 3-3-II ソーシャルメディアごとの利用頻度 (性別)



図 3-3-III ソーシャルメディアごとの利用頻度（世代別）

「閲覧」「情報の書き込み、情報の投稿・提供」「音楽・映像の視聴」「音楽・映像の投稿」「番組の視聴」「ゲーム」など各ソーシャルメディアの利用方法をたずねた結果は下記の通りである。全てのメディアにおいて「閲覧」の利用が最も多く、ブログ、SNS、動画共有サイト、情報共有サイト、マイクロブログ、掲示板では80%を越える結果となった。また、ブログ、SNS、マイクロブログ、掲示板は、「情報の書き込み、情報の投稿」の割合が約6割程度と、「閲覧」といった比較的受身な行動だけではなく、ソーシャルメディア上で能動的な行動が取られていることが分かる。

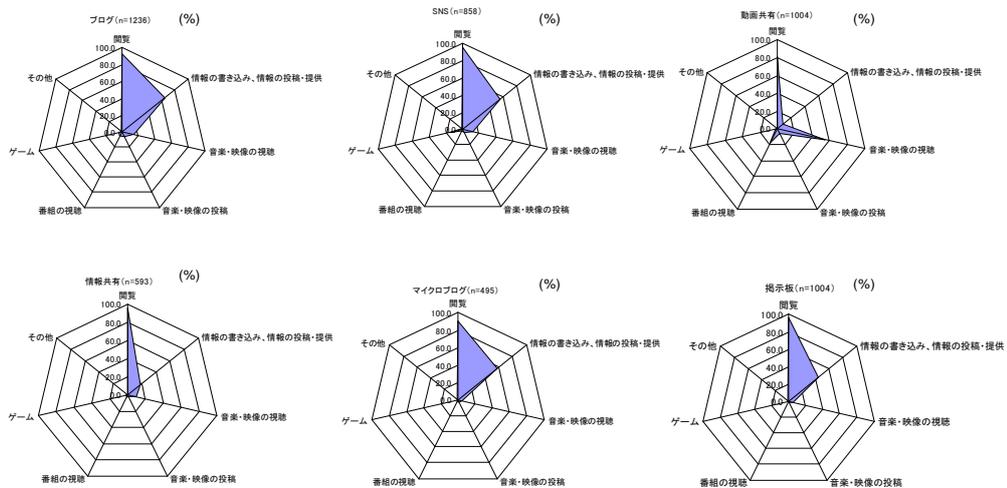


図 3-4 ソーシャルメディアの利用方法

ソーシャルメディアを通じて知り合った人とオフ会等を開催したり、オフラインで実際に会った経験があるかについてたずねた結果を下記に示す。この結果によると、ブログ（45.9%）、SNS（36.2%）、マイクロブログ（29.7%）において「会ったことがある」という回答の割合が多い。利用目的の「情報の書き込み、情報の投稿」の多いメディアと一致する結果となった。この結果をソーシャルメディアの利用頻度との関係でみると、SNSを「ほとんど毎日利用」している人の62.2%、ブログを「ほとんど毎日利用」している人の48.0%がオフ会を経験したことがあり、利用頻度が上がるにつれてオフ会の経験も高くなる傾向がみられる。

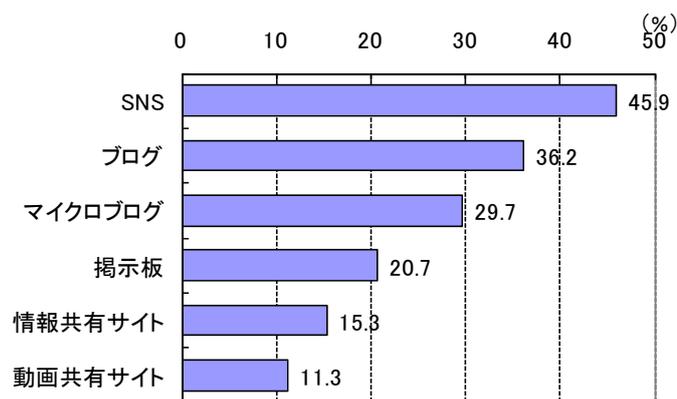


図 3-5-I オフラインでの交流

(ソーシャルメディアを通じて知り合った人とオフ会等を開催したり、オフラインで実際に会った経験があると回答した人の割合)

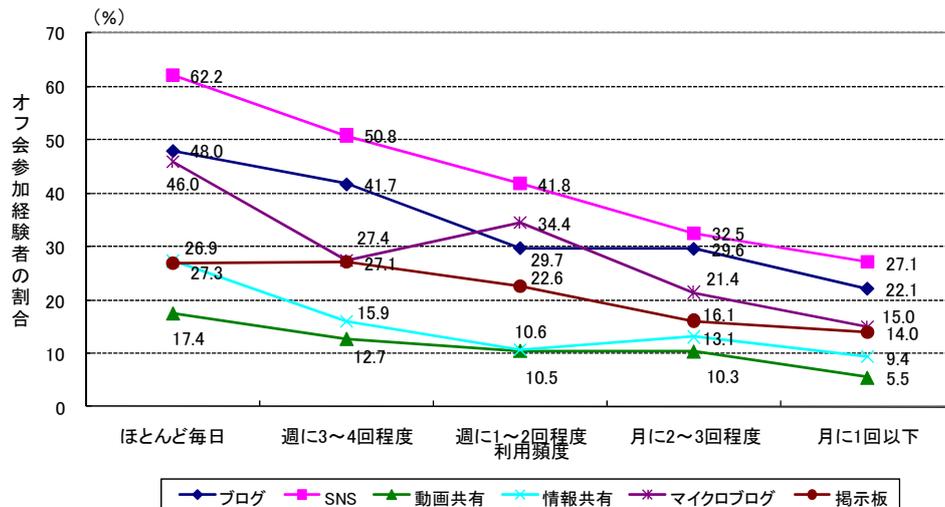


図 3-5-II 利用頻度とオフラインでの交流
(利用頻度別に見たオフ会参加者の割合)

ソーシャルメディアごとの利用端末の結果を示す。この結果によると、ブログ、SNS、動画共有、情報共有、掲示板はパソコンを利用した接続が全ての世代において 90%以上を占める。また、若年層の 40%以上が、SNS、マイクロブログを携帯電話から利用している。他のソーシャルメディアにおいても若年層の携帯電話からの利用率は高い。

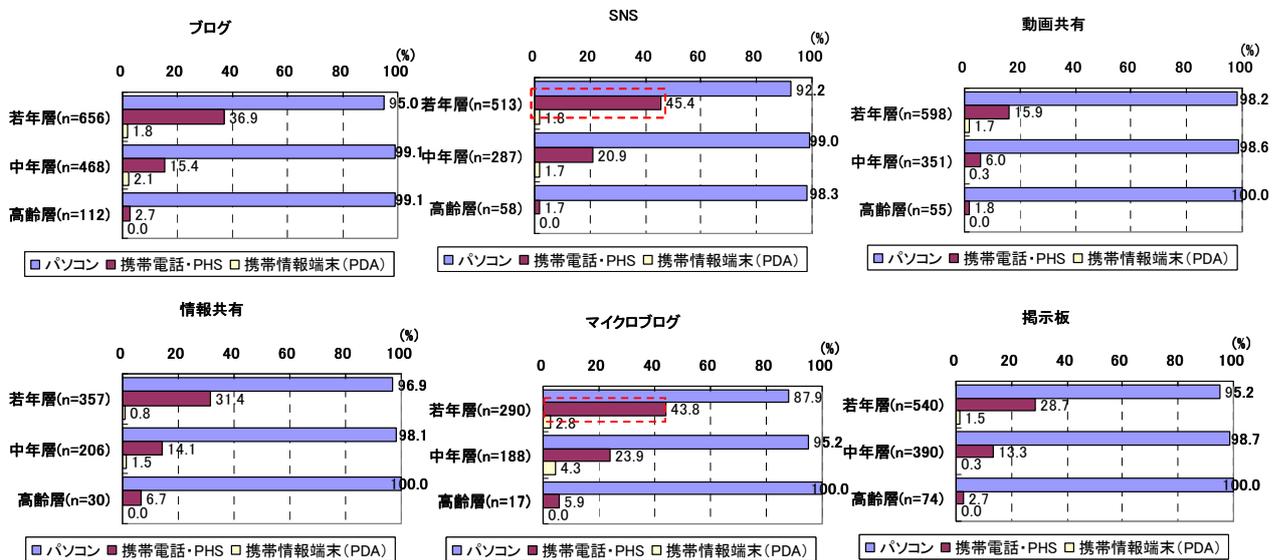


図 3-6 ソーシャルメディアごとの利用端末 (世代クロス)

本調査では、回答者に趣味、ライフイベント、学校、ビジネス、社会活動、政治・宗教等の6分野33種類のソーシャルメディアの利用分野をたずねた。

表 3-2 ソーシャルメディアの利用分野一覧

趣味	ビジネス
音楽	会社/アルバイト
映画	同業者交流/異業種交流
スポーツ	就職活動
ゲーム	起業活動
旅行	ビジネスその他
ペット	社会活動
趣味その他	ボランティア
ライフイベント	NPO
育児/教育	地域活動
料理	社会活動その他
結婚	政治/宗教
医療/健康	政党
地域情報	選挙
防犯/防災	宗教
ライフイベントその他	政治/宗教その他
学校	その他
学校	
部活動/サークル/ゼミ	
受験	
同窓会	
学校その他	

この結果によると、世代別の特徴として、若年層の利用分野は、音楽、スポーツ、映画など趣味に関する分野が上位を占める。中年層の利用分野は、音楽、映画、スポーツなど趣味に関わる分野や、料理分野の利用が多い。医療/健康、地域情報も上位となっている。高齢者の利用分野は、旅行または「医療/健康」が上位となっている。

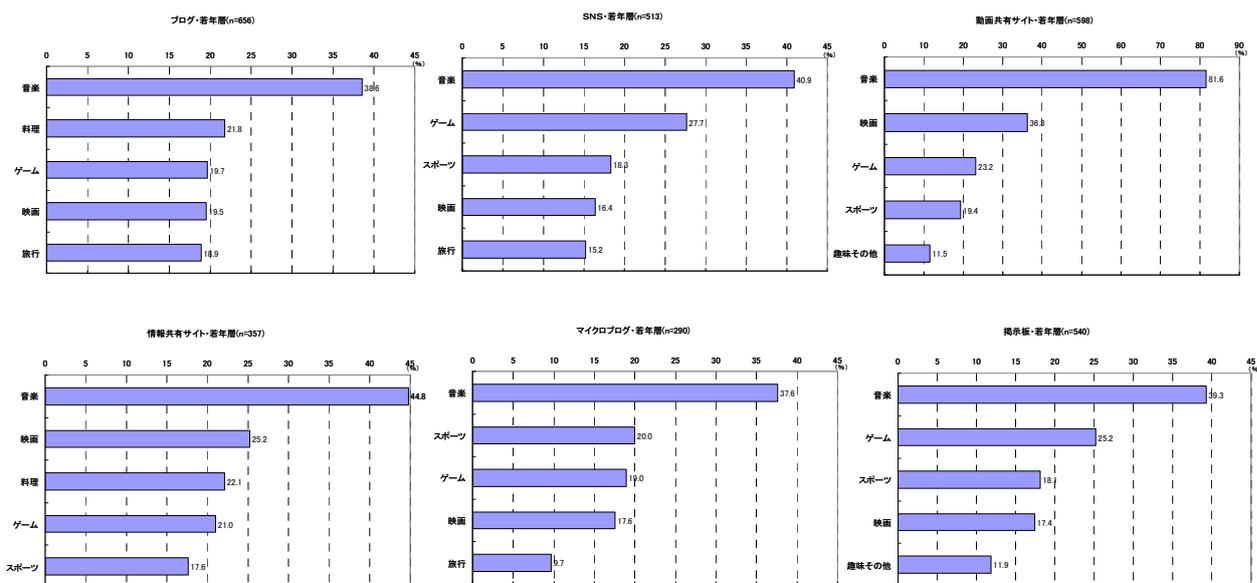


図 3-7-I ソーシャルメディアごとの利用分野 (若年層)

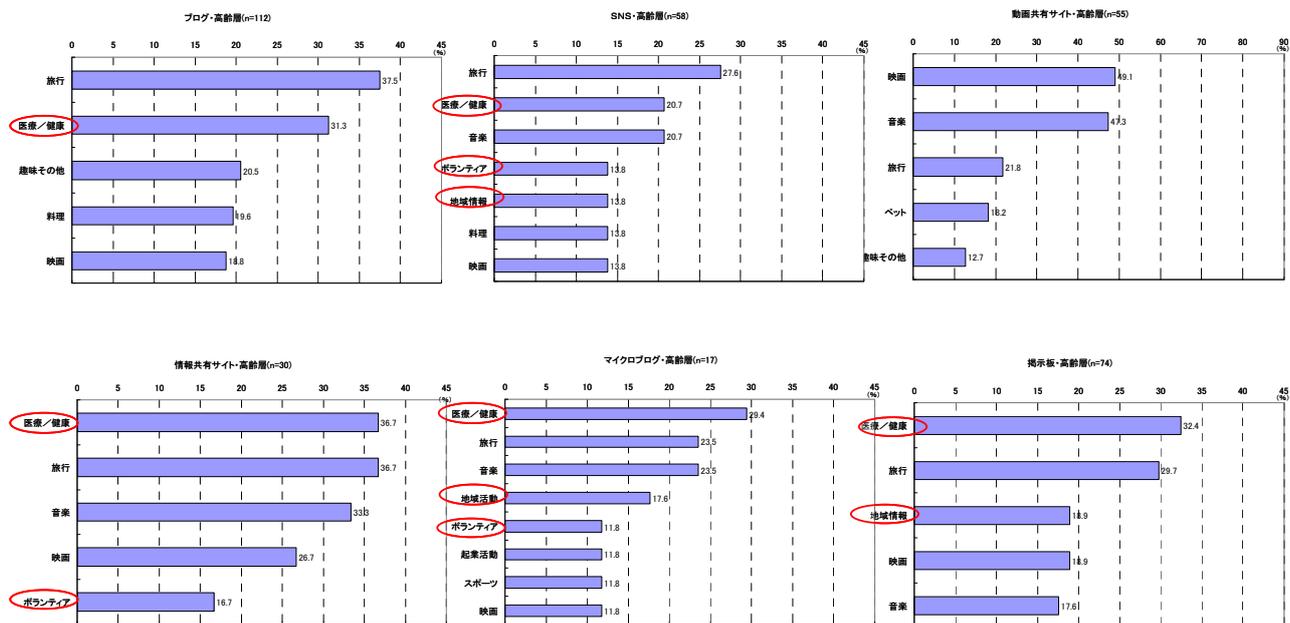


図 3-7-II ソーシャルメディアごとの利用分野 (中年層)

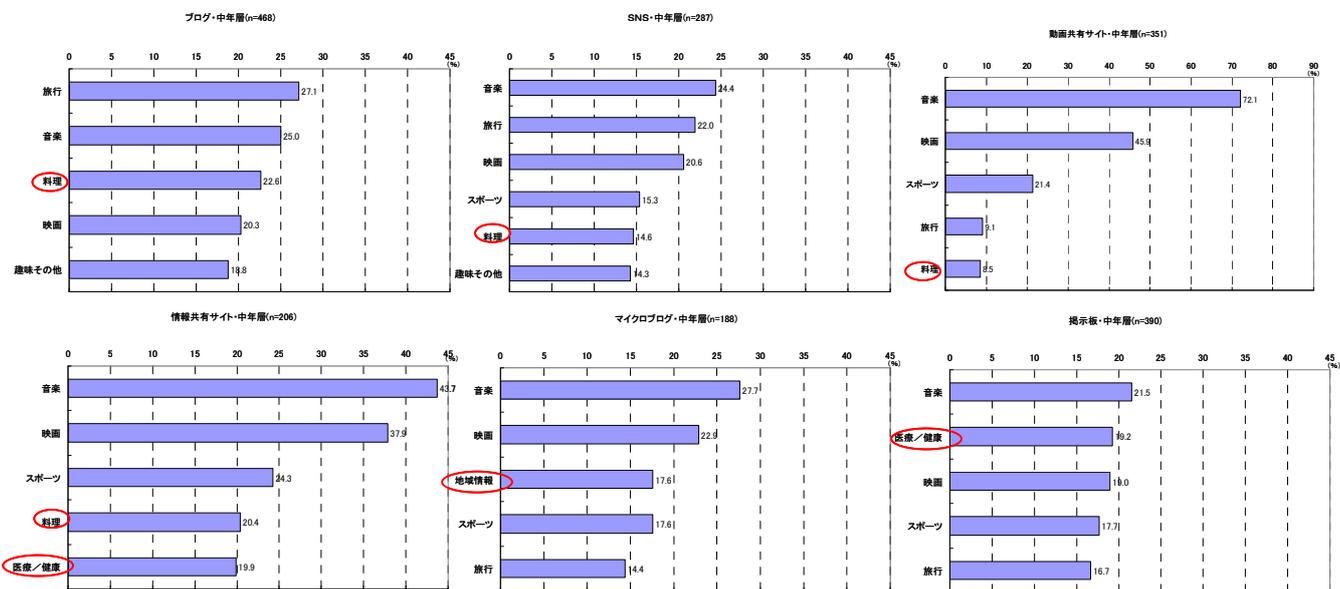


図 3-7-III ソーシャルメディアごとの利用分野 (高齢層)

「若年層」「中年層」「高齢層」の3つの世代グループに、世帯構成と性別を加味した「若年層一人暮らし」「若年層共同生活者あり（男性）」「若年者共同生活者あり（女性）」「中年層一人暮らし」「中年層共同生活者あり（男性）」「中年層共同生活者あり（女性）」「高齢層」の7つのグループ²で分析した結果を示す。

7つの世代グループの結果を見ると、若年者共同生活者有り（女性）では、「料理」、「育児／教育」に利用している。中年一人暮らしでは、4つのメディアで「地域情報」が上位となっている。趣味分野のテーマがいずれのグループにおいても多いが、特に「若年層共同生活者あり（男性）」と「中年層共同生活者あり（男性）」のグループではほとんどを占める。「若年層一人暮らし」のグループは、「料理」「会社・アルバイト」といったテーマがあがっており、「若年層共同生活者有り（女性）」は「料理」のテーマの利用も多い。「中年層共同生活者あり（女性）」のグループは「料理」「育児教育」「医療・健康」での利用が多い。「中年一人暮らし」のグループは、「地域情報」が上位に上がっており、「医療・健康」「会社・アルバイト」「同業者交流・異業種交流」などのテーマを利用している。「高齢者」のグループでは、「医療・健康」「料理」「地域情報」の利用が高いほか、「ボランティア」「地域活動」といった他の世代では見られなかった社会活動へのテーマの利用があがっている。

表 3-3 ソーシャルメディアの利用分野（7つの複合属性）

★若年層一人暮らし							★中年層一人暮らし						
	ブログ	SNS	動画共有	情報共有	マイクロブログ	掲示板		ブログ	SNS	動画共有	情報共有	マイクロブログ	掲示板
1	音楽	音楽	音楽	音楽	音楽	音楽	1	音楽	地域情報	音楽	音楽	音楽	映画
2	スポーツ	スポーツ	映画	映画	映画	スポーツ	2	地域情報	旅行	映画	映画	映画	地域情報
3	映画	映画	スポーツ	スポーツ	スポーツ	映画	3	趣味その他	音楽	ペット	旅行	地域情報	音楽
4	料理	旅行	ゲーム	ゲーム	ゲーム	ゲーム	4	医療／健康	映画	スポーツ	スポーツ	旅行	趣味その他
5	旅行	学校	趣味その他	旅行	会社／アルバイト	旅行	5	旅行	同業者交流／異業種交流	旅行	趣味その他	医療／健康	会社／アルバイト
★若年層共同生活者あり（男性）							★中年層共同生活者あり（男性）						
	ブログ	SNS	動画共有	情報共有	マイクロブログ	掲示板		ブログ	SNS	動画共有	情報共有	マイクロブログ	掲示板
1	音楽	音楽	音楽	音楽	音楽	音楽	1	音楽	音楽	音楽	音楽	音楽	スポーツ
2	ゲーム	ゲーム	映画	ゲーム	スポーツ	ゲーム	2	旅行	旅行	映画	映画	スポーツ	映画
3	スポーツ	スポーツ	ゲーム	スポーツ	ゲーム	スポーツ	3	スポーツ	スポーツ	スポーツ	スポーツ	音楽	音楽
4	映画	映画	スポーツ	映画	映画	映画	4	映画	映画	ゲーム	趣味その他	地域情報	旅行
5	旅行	旅行	趣味その他	旅行	旅行	趣味その他	5	趣味その他	趣味その他	趣味その他	旅行	旅行	趣味その他
★若年層共同生活者あり（女性）							★中年層共同生活者あり（女性）						
	ブログ	SNS	動画共有	情報共有	マイクロブログ	掲示板		ブログ	SNS	動画共有	情報共有	マイクロブログ	掲示板
1	音楽	音楽	音楽	音楽	音楽	音楽	1	料理	音楽	音楽	音楽	音楽	医療／健康
2	料理	ゲーム	映画	映画	ゲーム	ゲーム	2	旅行	旅行	映画	映画	映画	音楽
3	趣味その他	料理	ゲーム	料理	趣味その他	医療／健康	3	音楽	料理	スポーツ	料理	料理	料理
4	旅行	旅行	趣味その他	ゲーム	映画	育児／教育	4	ペット	趣味その他	料理	スポーツ	医療／健康	育児／教育
5	育児／教育	育児／教育	料理	趣味その他	料理	料理	5	映画	映画	旅行	旅行	スポーツ	映画
★高齢層							★高齢層						
	ブログ	SNS	動画共有	情報共有	マイクロブログ	掲示板		ブログ	SNS	動画共有	情報共有	マイクロブログ	掲示板
1	旅行	旅行	映画	旅行	医療／健康	医療／健康	1	旅行	旅行	映画	旅行	医療／健康	医療／健康
2	医療／健康	音楽	音楽	音楽	音楽	旅行	2	医療／健康	音楽	音楽	音楽	音楽	旅行
3	趣味その他	医療／健康	旅行	映画	旅行	映画	3	趣味その他	医療／健康	旅行	映画	旅行	映画
4	料理	映画	ペット	料理	地域活動	地域情報	4	料理	映画	ペット	料理	地域活動	地域情報
5	映画	料理	趣味その他	趣味その他	医療／健康	音楽	5	映画	地域情報	趣味その他	趣味その他	医療／健康	音楽
		ボランティア		ボランティア					ボランティア		ボランティア		

² 「若年層一人暮らし」は10～30代の一人暮らしの男女、「若年層共同生活者あり（男性）」は10～30代の共同生活者のいる男性、「若年層共同生活者あり（女性）」は10～30代の共同生活者のいる女性。「中年層一人暮らし」は40・50代の一人暮らしの男女、「若年層共同生活者あり（男性）」は40・50代の共同生活者のいる男性、「若年層共同生活者あり（女性）」は40・50代の共同生活者のいる女性。性別、世帯構成に関わらず60代以上を「高齢者」とした。

ソーシャルメディアを用いて実現したことの結果を示す。この結果によると、全てのメディアにおいて「知りたい情報を探ることができた」が最も高い割合を占める。この中で、ブログ、マイクロブログは、オンライン上のコミュニケーションが促進されたという回答が多い。SNSではかつての友人とのつながりが復活したり、オンラインで結ばれた友人と実際に会うことができたといった、オフラインにおけるコミュニティ活動とつながる（補完する）役割を果たしたという回答が多い。動画共有サイトや情報共有サイトを比較すると、情報共有サイトの方がコミュニケーションの実現度は高い。掲示板は、情報収集のほか、オンライン上のコミュニケーションが実現したという回答の割合が高い。なお、ブログ、SNSにおいては、「新たな絆が生まれた」という回答が約20%を占める結果となった。

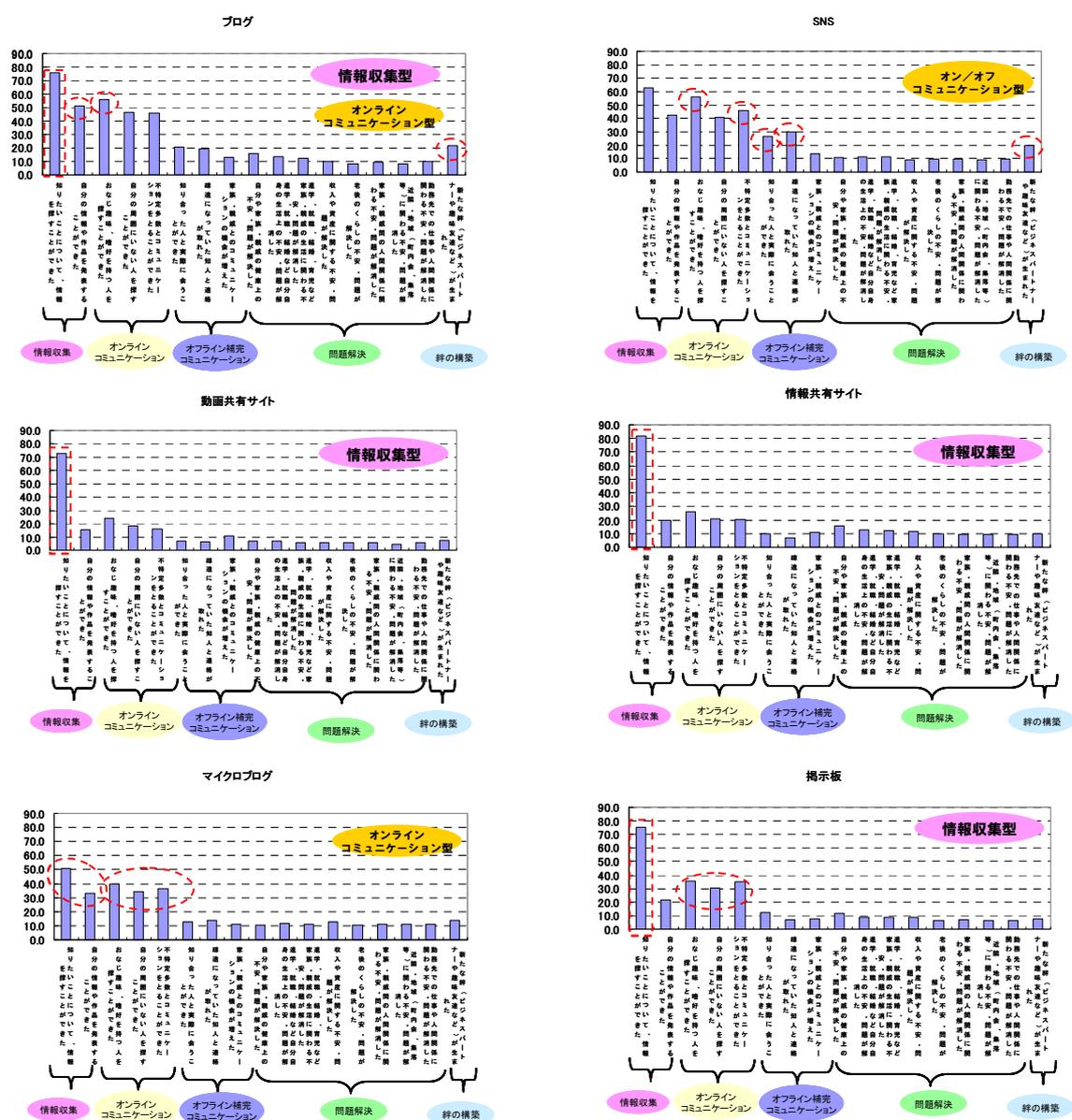


図 3-8 ソーシャルメディアを用いて実現したこと

4. グループインタビュー調査の設計及び実施

4.1. グループインタビュー調査の実施概要

アンケート調査の結果をもとに特徴的な世代を抽出し、グループインタビューを実施する。

(1) 対象

アンケート調査の結果から、ソーシャルメディアを特徴的に利用しているグループ（世代）を対象とする。本調査で対象としたのは下記の世代（グループ）である。

表 4-1 本調査で対象とした世代グループの一覧

世代グループ	説明
デジタルネイティブ	生まれた時からインターネットやパソコンのある生活環境の中で育ってきた世代。物心ついた頃から携帯電話やホームページ、インターネットによる検索サービスに触れてきており、ブログ、SNS、動画共有サイトのようなソーシャルメディアやクラウドコンピューティングを使いこなす。
デジママ	出産などを契機とし、子育てにインターネットを活用する母親たちのこと。育児の悩みや相談は SNS やブログへ書き込み、オムツやミルクの購入にもネット通販などのインターネットを活用している。
アクティブシニア	50～60代の元気で自分なりの価値観を大切にする生活者層。アクティブシニアは自分のライフスタイルにこだわりをもち、自分の価値観に合うものであれば高価な商品を購入したり、積極的な行動をとる。

(2) 実施件数

3件(3～4名×3セッション)

(3) 実施場所

みずほ情報総研会議室（東京都千代田区）

(4) 所要時間

1セッションにつき1時間半程度

4.2. グループインタビュー調査の結果

4.2.1. デジタルネイティブ

(1) インタビュー実施概要

日時	2010年3月16日(火) 18:00~19:30
ヒアリング先	デジタルネイティブ世代 4名
場所	〒101-8443 東京都千代田区神田錦町 2-3 みずほ情報総研本社 会議室 A

(2) インタビュー時の意見

① ソーシャルメディアの利用状況

- モバゲータウンや mixi で対戦ゲームを行っている。ネットワーク上で、会話をしながら対戦したり、プレゼントを交換したりする。ゲームの相手は知らない人もいて、ここで友達ができることもある。高校入学前に同じ高校に入学予定の友達を作ることができた。
- mixi で友達とコミュニケーションをとっている。Youtube では、好きなミュージシャンの映像を見ている。無料で好きな動画が見ることができるのは良い。掲示板では、買い物する際に口コミを読んで参考になっている。携帯電話で GREE のゲームをやっている。
- 情報収集には掲示板の口コミを利用している。現在、就職活動中のため、専用の掲示板も情報収集に利用している。ブログは、就職活動の情報収集に利用したり友達のブログを閲覧している。また、所属している学生団体のブログでは、情報発信を行っている。SNS では、日記や写真をアップロードしている。動画は、Youtube にアップロードしたもののリンクを掲載するという形で利用する。Youtube は音楽を見るためにも使っている。
- Twitter を利用している。Youtube や写真を共有するサイト (Flicer) を利用している。ソーシャルメディアは様々な種類を利用している。ただし、Facebook や Myspace はアカウントを保有しているが知り合いが少なく、長続きしていない。最近、Ustream.TV を使ってみたが、これを利用するとテレビは必要ないのではないかと思った。大変注目している。

② 最近薄れてきていると感じる絆について

- 地域との絆は薄れてきているように感じる。隣人は小学生の頃は一緒に遊んでいたが、今は話すことも無い。隣人と会っても会釈程度しかしない。

- 絆が薄れてきていると感じることは無い。社会の構造が変わってきているのだと思う。絆は自分で選択して自分で作るものである。
- 近所は高齢者が多く、新しい家が建っても入居してくるのは小さい子連れの家庭が多い。なかなか接点がなく地域の絆は薄れていると思う。隣の家に住む友達とマイミク（mixi上で相互に承認している友達）になっている。情報を発信しすぎると、近所で「あの子は・・・」といわれてしまいそうで気になる。地域の絆が薄れていると思うが、地域住民と絆を結ぶのも難しいと感じている。

③ ソーシャルメディアを利用してよかったと思う出来事

- Facebook は、自分が予期していないところで繋がれるのが面白いと思う。イスラエルの友達と自分がアメリカにいた頃の友達と繋がっていて面白いと思った。
- ソーシャルメディアによって学生団体の広報活動は行いやすくなっている。自分の mixi の日記に案内を載せるだけでなく、友達の mixi にも載せてもらうように頼めば、一気に情報は波及する。
- Twitter で繋がっている人（フォローしている人／フォローされている人）とのオフ会に参加している。テーマは東京街めぐり、ジャンクション見物など。現在、Twitter の利用者は自分より年齢が高めの人が多い。30 代の会社員と知り合っているんな話を聞いている。

④ ソーシャルメディアで再生された絆、または新しく結ばれた絆について

- 日本への留学を検討している友人の友人と知り合い、実際に東京で会うことができた。
- 幼い頃、近所の公園で遊んでいた友達をソーシャルメディア上で発見し久々に会うことができた。
- 小学校が同じで、当時は話したこともなかった人と、ソーシャルメディアでやり取りしたところ、趣味が合うことがわかり、今は友達になっている。
- 同じ高校の卒業生で自分と似たような活動をしている人と知り合うことができた。
- オフライン上では面識がなくても、ソーシャルメディアを通じて知り合って実際に会うことがある。たとえば、同じ大学の同じ学科で趣味が同じ人とソーシャルメディアを通じて知り合い、実際に会ったことがある。
- 国際関係の団体に興味を持ち、ソーシャルメディアを通じて情報を収集していくうちに、知り合いができて実際に会うことになった。
- ソーシャルメディア上で出会った人と仲良しになったケースがある。地域は関東近県の人と知り合うことが多い。転校を重ねているが、小学校、中学校、高校が同じ 60 代の人と知り合い、当時の街の様子などを聞くことができた。普通に生きていたら知らなかった人と知り合うことができたのは良かったと思う。

(3) デジタルネイティブへのインタビュー結果のまとめ

デジタルネイティブ世代は、他の世代と比較して、SNS を中心にソーシャルゲームやマイクロブログなど新しいソーシャルメディアを活用しながら、絆を構築している。

海外の SNS を利用して日本にいながらにして海外に住む外国人の友達を作ったり、国内の SNS の出身学校の卒業生を簡単に探すことのできるサービスを利用して年齢の離れた卒業生と知り合いになったり、SNS を用いて国境や世代を越えた絆を構築している。また、同世代のほとんどは国内大手の SNS に自身のアカウントを保有しているため、個人保有のメールアドレスを知らなくても同窓会の連絡手段として利用することができる。マイクロブログにおいても、積極的に情報を投稿し、趣味が同じ人が集うオフ会に参加し、年齢や出身、職業が異なる人との交流している。携帯電話の利用率の高いソーシャルゲームでは、ゲームの中で会話をした人と友達になり、実際に会って遊ぶようになったという例もある。

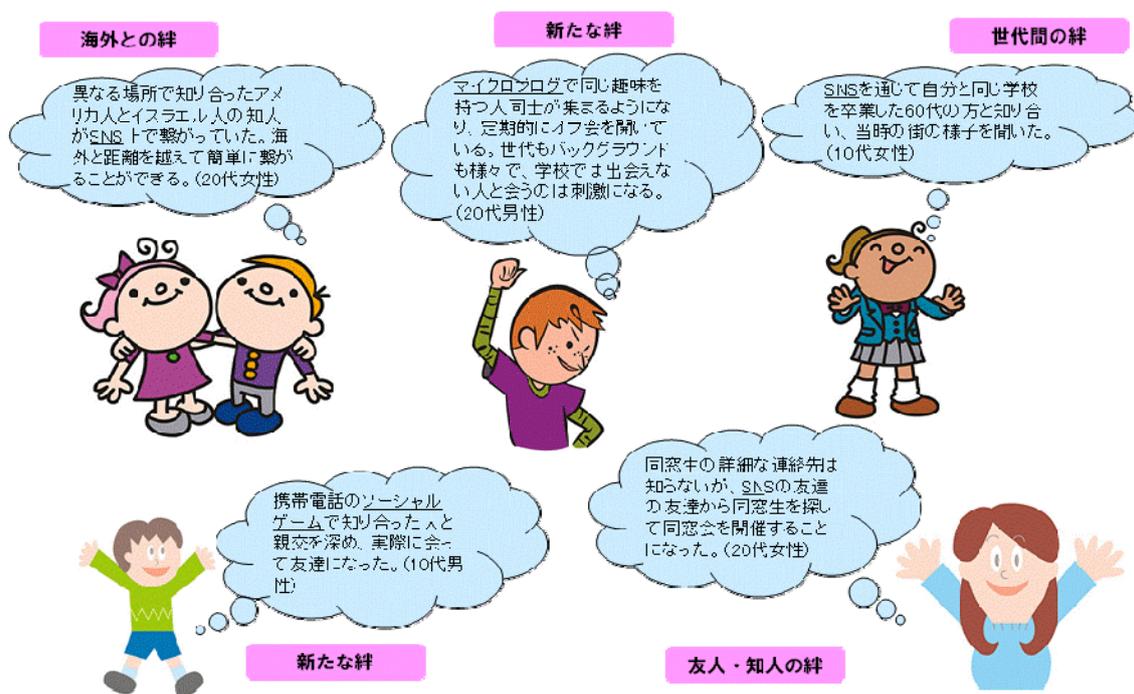


図 4-1 デジタルネイティブ世代の絆の構築

4.2.2. デジママ

(1) インタビュー実施概要

日時	2010年3月24日(水) 13:00~14:40
ヒアリング先	デジママ世代 4名
場所	〒101-8443 東京都千代田区神田錦町 2-3 みずほ情報総研本社 会議室 A

(2) インタビュー時の意見

① ソーシャルメディアの利用状況

- 子育てでなかなか外出できないため、SNS で旧知の友人とお互いの近況を報告しあっている。
- 転勤族で地方を転々としているため、新しく住むことになった地域の情報を得るためにブログを活用している。その地域の暮らしに慣れ、自分も情報を収集したら、ブログや掲示板に書き込んでいる。掲示板上でとある店の開店時間などの問い合わせがあり、答えたこともある。かつて住んでいた地域の状況を知りたいときにも、ブログや SNS を利用している。友人と連絡を取るときに、ブログや SNS で収集した地域の情報を織り交ぜながら連絡を取っている。
- 息子が小学校のゲーム部に入ったのを機に、息子との共通の話題になればよいと考えて、ソーシャルゲームの「オセロ」を始めた。当初は、ルールを覚えて息子と楽しむことが目的であったが、ソーシャルゲームが楽しくなり、息子がゲーム部を卒業した今も個人的に続けている。
- 2歳の息子の機嫌が悪いときは、Youtube でセサミストリートの映像を見せると機嫌が良くなるので、活用している。
- 子どもの育児から手が離れはじめたため、趣味の芸能人（韓国人スター）のブログを立ち上げた。ブログを通じて身近にはいなかったファンと知りあい、一緒にコンサートへ行ったり、オフ会を開催したりしている。
- Twitter を始めたが、有名人のフォローを中心に利用している。積極的に発言しているわけではない。

② 最近薄れてきていると感じる絆について

- 地域の絆が薄れてきているように思う。同じ町内会や同じビルに住んでいても、全く交流が無い地域がある。
- 現在住んでいる地域では、授業参観に来校する保護者が少ないことに驚いている。卒業

式に出席して、初めてお会いした保護者もいた。保護者同士のつながり、保護者と学校
のつながりが薄れているように感じる。ひいては親子のつながりも薄れているのかもしれない。

③ ソーシャルメディアを利用してよかったと思う出来事

- 子育てをしているときや、引っ越して周囲に頼る人がいない地方に住むことになったとき、主婦は情報に飢えている。以前は雑誌の文通コーナーで、友達を探したことがあったが、今は SNS、ブログ、掲示板などを活用すれば仲間や情報を探することができる。
- かつて、子どものアレルギー症状に悩んでいたときに、面識の無い人との掲示板のやり取りを通して気持ちが前向きになった。この掲示板が無ければ、どうやって悩みを解消できたのか分からない。掲示板上のオンラインのみで付き合いだったが、知らない人だったからこそ打ち明けられることができたのだと思う。
- SNS では、サッカーなどの子どもが興味を持っている分野のコミュニティに加入し、子どもと共通の話題ができたように思う。ソーシャルメディアを利用しながら、親子の共通の話題が増えた。
- 子育ての合間に、ソーシャルメディアを利用することによって、趣味の新たなつながりが生まれた。身近に同士がいないような趣味でも、ソーシャルメディアを利用すれば、すぐに仲間を見つけることができる。
- 自分が高校に在学していたときはメールや携帯電話もなく、お互いの連絡先も知らないまま、それぞれ地元を離れたが、最近、ソーシャルメディア上で再び連絡を取ることができた。

(3) デジママムへのインタビュー結果のまとめ

デジママム世代は、核家族世帯で双方の両親とは別所帯で暮らしており、子育て関連の情報や上記に関連した地域情報が不足しがちである。家庭で過ごす時間が比較的に長くなるため情報収集は携帯電話などと比べると画面が大きく高性能のパソコンのインターネット利用割合が高い。

転勤等で居住地域に知人がいない場合は、ブログやSNSでおいしい食事ができるお店や地域のイベントなどの情報を得るツールとして活用している。素敵なお店や地域のお得な情報を知るとSNSに書き込みコミュニケーションを取りながら、地域の人と新たな絆を構築している。転勤前にいた地域の情報もブログやSNSで確認し、地方の友達と連絡を取る際に利用している。

子育てにもソーシャルメディアを活用している。例えば、子どもの機嫌が悪いときには、動画共有サイトでお気に入りのアニメーションを見せたり、ソーシャルゲームでゲームを覚えて子どもと一緒に対戦ゲームをしたり、ソーシャルメディアを子どもと一緒に利用しながら親子の絆を深める事例もある。また、自分の子どもと同じ病気で悩んでいる子どもたちの親が集う掲示板の書き込みを読んで前向きな気持ちになったというように、知らない人と新たな絆を構築しながら子育ての悩みをソーシャルメディアで解決しているという例もある。

また、育児以外の目的での外出時間が確保しにくいいため、疎遠になった旧来の友人との連絡の手段にSNSを用いたり、趣味の仲間探しにSNSやブログを用いるという例もある。

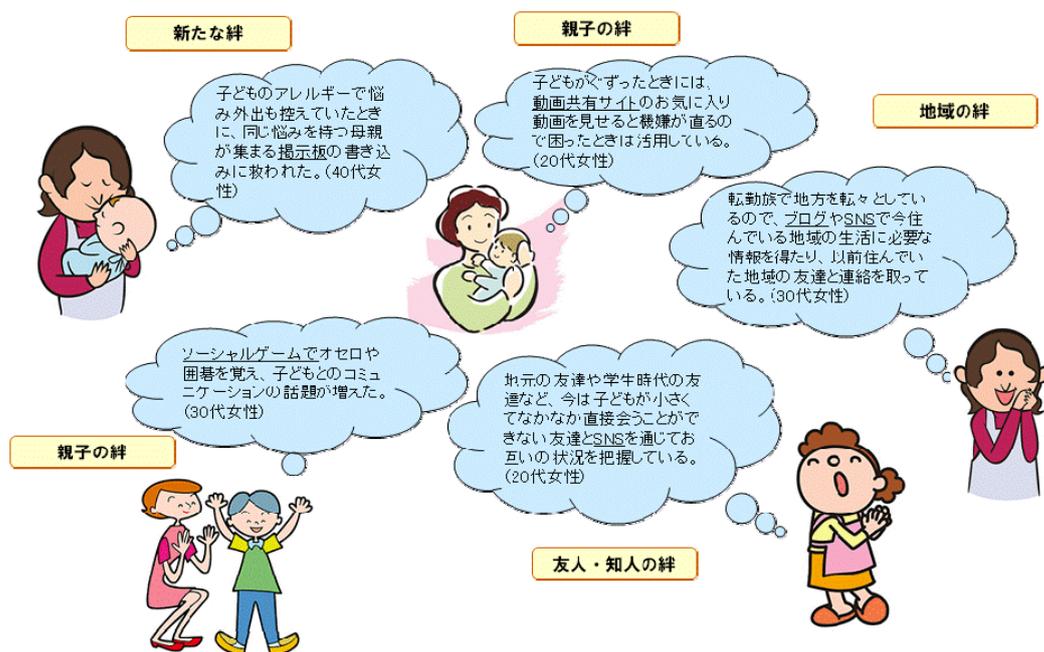


図 4-2 デジママム世代の絆の構築

4.2.3. アクティブシニア

(1) インタビュー実施概要

日時	2010年3月16日(火) 14:00~15:30
ヒアリング先	アクティブシニア世代 4名
場所	〒101-8443 東京都千代田区神田錦町 2-3 みずほ情報総研本社 会議室 A

(2) インタビュー時の意見

① ソーシャルメディアの利用状況

- mixi、ブログ、YouTube、障がい者関連の SNS を利用している。mixi では、とある病気の症状別にコミュニティを立ち上げた。
- mixi 上で和風カフェのコミュニティを立ち上げ、管理人をしている。ここでは、開業予定の自宅のカフェのことも宣伝している。見逃した TV を YouTube で確認する。孫が自宅に遊びに来たときに GyaO!を利用してウルトラマンを見ている。ブログでは家族、知人、好きなタレントの読者登録を申請して読んでいます。
- 趣味のバンド関係者を中心にマイミク (mixi 上で相互に承認している友達) として 150 名を登録している。好きなミュージシャンや母校のコミュニティを 5 つ立ち上げ、管理人をしている。Twitter にも興味がある。
- 遠距離 (神戸) で暮らす息子とチャットを介して連絡を取り合っている。ソーシャルゲームは、mixi のアプリを利用している。マイミクからの紹介で利用を開始した。
- 思いついたら趣味でブログを立ち上げており、今までに韓国や節約等のテーマでブログを開設したことがある。現在も 8 個程度のブログの更新を続けている。更新していないブログにもたまにアクセスがある状態のため、閉鎖はしていない。

② 最近薄れてきていると思われる絆について

- 職場での絆が失われてきている。自分の世代は上司とランチに行き、上司との絆を深めてきたが現在は異なるようだ。地域の絆が失われているといわれているが、自分は地域活動に力を入れていることもあり、絆が失われてきたという実感はない。
- 生後 3 ヶ月の子供を抱えていながら、親が (ソーシャル) ゲームに夢中になり実子を餓死させてしまったという事件を聞いて痛ましく思った。日常生活でも、子育て中の親がレストランで子供より携帯に注意が向いている場面を見かけることがある。ソーシャルメディアをはじめとした ICT 機器や環境は、うまく使わないと毒になってしまう。機械にしか興味がなく、近所の犬に危害を加えるような精神的に病んでいる若者が増えて

しまうことを危惧している。

- 初めてブログを開設したときは、本名を公表するかどうかについて大変悩んだ。結婚詐欺の容疑者が自分を偽ってブログを更新していたというニュースを見て、インターネット上では自分に都合よく仮想現実を作って解釈し、自己満足してしまうという側面を知り、考えさせられるところがあって更新が途絶えていた時期がある。

③ ソーシャルメディアを利用してよかったと思った出来事

- 罹患者の少ない持病があり、ソーシャルメディアを活用して、分かり合える人がいると思うとファミリーのように心強く思っている。
- mixi 上で（自身で経営している）カフェは犬の同伴が可能であるという宣伝を流したところ、反響があり犬友達が増えた。
- mixi のおかげで友人が増えた。50～60代は子供、親、舅、姑、病気などいろいろな悩みが絶えない世代である。母親が亡くなったときもマイミクのお陰で元気になった。通勤族のためなかなか友人を作りにくかったが、mixi 上に友人ができたことで精神面が安定したように思う。自分の不調が「ドライマウス」という病気であることをマイミクから教えられ、早期治療することができた。
- 息子には、「もし仕事であれば邪魔をしたく無い」と思いなかなか気軽に電話できない。チャットでつながっていると、チャットのアイコンがオンラインマークに変わると「在宅」ということがわかり、これだけでもほっとする。
- SNS を通じて友人のつながりを広げ、絆を増やすことができた。ソーシャルメディアを同世代のつながりにも利用したいと思うが、同世代でパソコン、携帯を使いこなせている人がまだ少ない。60歳以上では、インターネットを利用できるかどうかで幸福度が違うと思う。
- 同世代の人は更年期障害で悩んでいても、相談できる相手が身近にいないケースが多い。ソーシャルメディアの活用がこの解決策になるのではないかと思う。
- 60歳を過ぎて、時間的余裕が生まれ、SNS を利用して友達が増え、人生が楽しくなった。

(3) アクティブシニアへのインタビュー結果のまとめ

アクティブシニア世代は、ソーシャルメディアを活用しながら、家族との絆や新たな絆を構築しオフラインの交流を積極的に行っている。

離れて暮らす子どもたちの近況はブログなどで確認し、親子の絆を深めている。同世代の旧知の友人との近況報告や連絡手段にブログやSNSを活用したいと考えているが、ICTやソーシャルメディアを利用している友人が少ないためなかなか実現していないという意見も見られた。

自身が病気になったときは、SNSを通じてできた友人から励まされ、前向きな気持ちになることができた。病気の経験を生かし、患者の悩み相談の掲示板の管理人となって、患者同士の新たな絆の構築に役立っている事例もある。

仕事や子育てに時間をとられることもなく、趣味に時間を費やすことができるため、SNSで趣味のコミュニティを立ち上げオフ会を積極的に開催するという例もある。SNSのコミュニティで人材を集め、近所の施設を利用して英会話教室を開き、地域の国際交流活動に繋がったという例も見られる。世代や国境を越えた新たな絆の構築に役立っている。

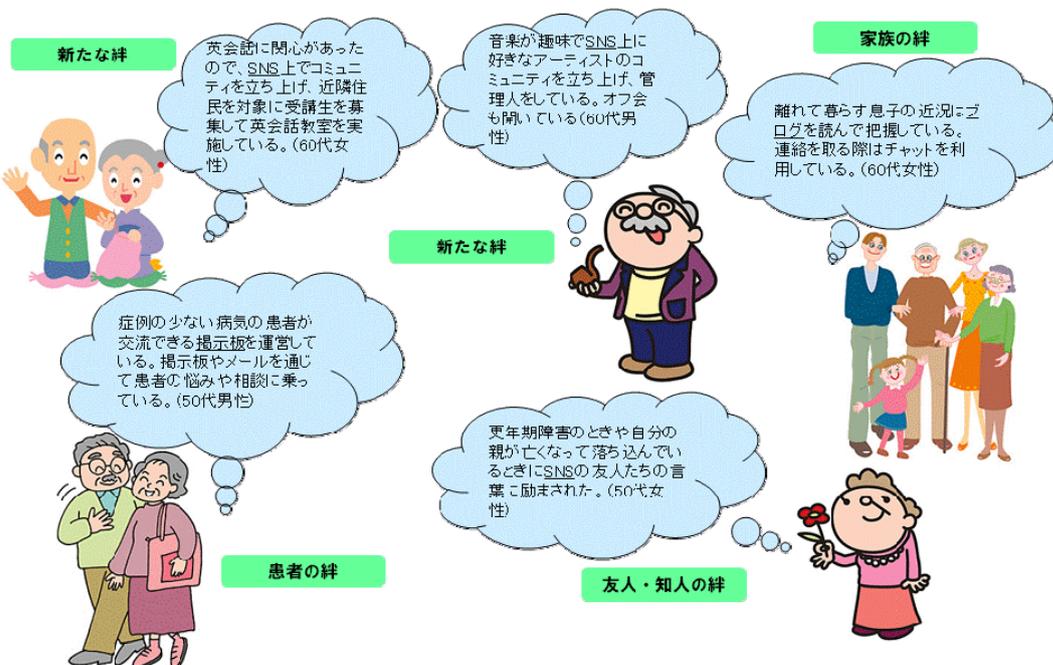


図 4-3 アクティブシニア世代の絆の構築

5. ソーシャルメディアの利用実態に関する分析

5.1. 日常生活における課題や悩みについて

(1) ソーシャルメディア利用前の不安、問題

世代別に見たソーシャルメディア利用前の日常生活における不安の結果を示す。日常生活の不安は、「自分の健康」「自分の生活上の不安・問題」「家族・親戚の生活や育児の不安・問題」「収入や資産の不安・問題」「老後の生活設計の不安・問題」「家族・親戚間の人間関係」「近隣・地域（町内会、集落等）との関係」「勤務先との人間関係」についてそれぞれたずねた。なお、この結果には、ソーシャルメディア非利用者の現在の日常生活における不安を尋ねた結果も含まれる。

最も不安の割合の高い「自分の健康」については、高齢層が 94.4%と他の層に比べて最も高く、次に不安の割合の高かった「自分の生活上の不安・問題」は若年層(88.0%)、中年層(86.7%)の割合が高い傾向がある。その他の「家族の生活や育児」「収入や資産」「老後の生活設計」「家族との関係」「近隣・地域との関係」「仕事や職場の人間関係」については、中年層の「不安あり」という回答が高い傾向がある。

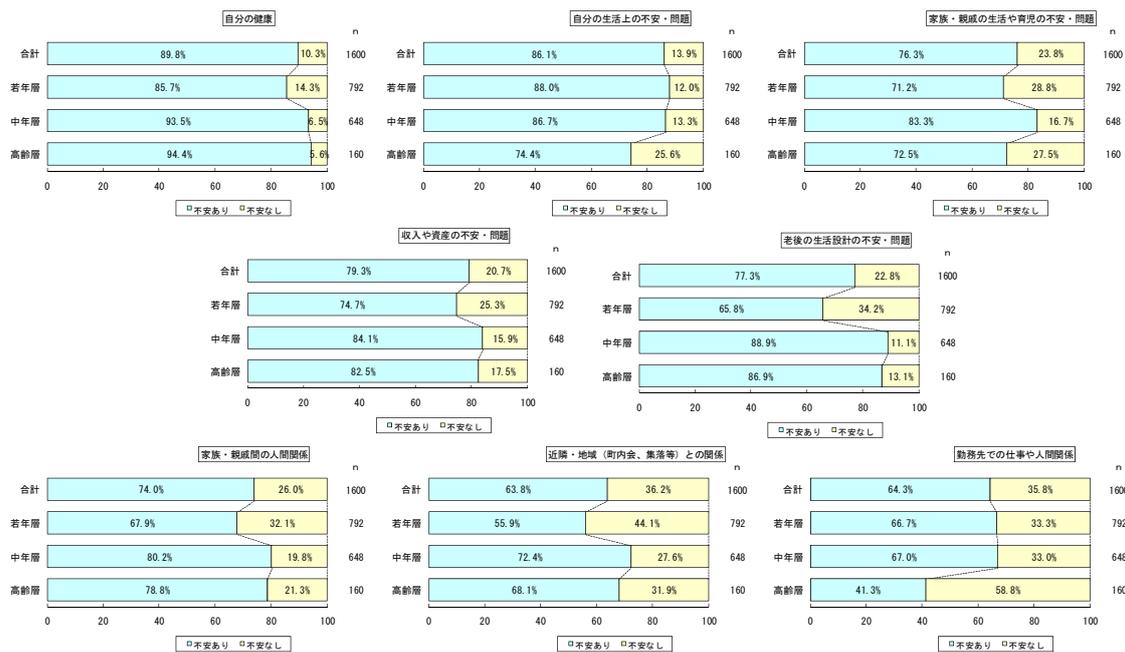


図 5-1 ソーシャルメディア利用前の不安（世代別）

世代、性別、世帯構成の要素を加味した 7 つの複合属性における、ソーシャルメディア利用前の日常生活における不安の結果を示す。

この結果によると、若年層共同生活者あり（女性）は自分の健康、自分の生活上の不安・問題において、解決方法の有無に関わらず「不安あり」と回答した割合が 90%を越えて若年層の他のグループと比較して高い。中年層一人暮らしは、資産に関する不安、家族や地域との関係、仕事や勤務先での人間関係に関わる不安・問題において 2~3 割が「不安はあるが解決方法が無い」と回答している。

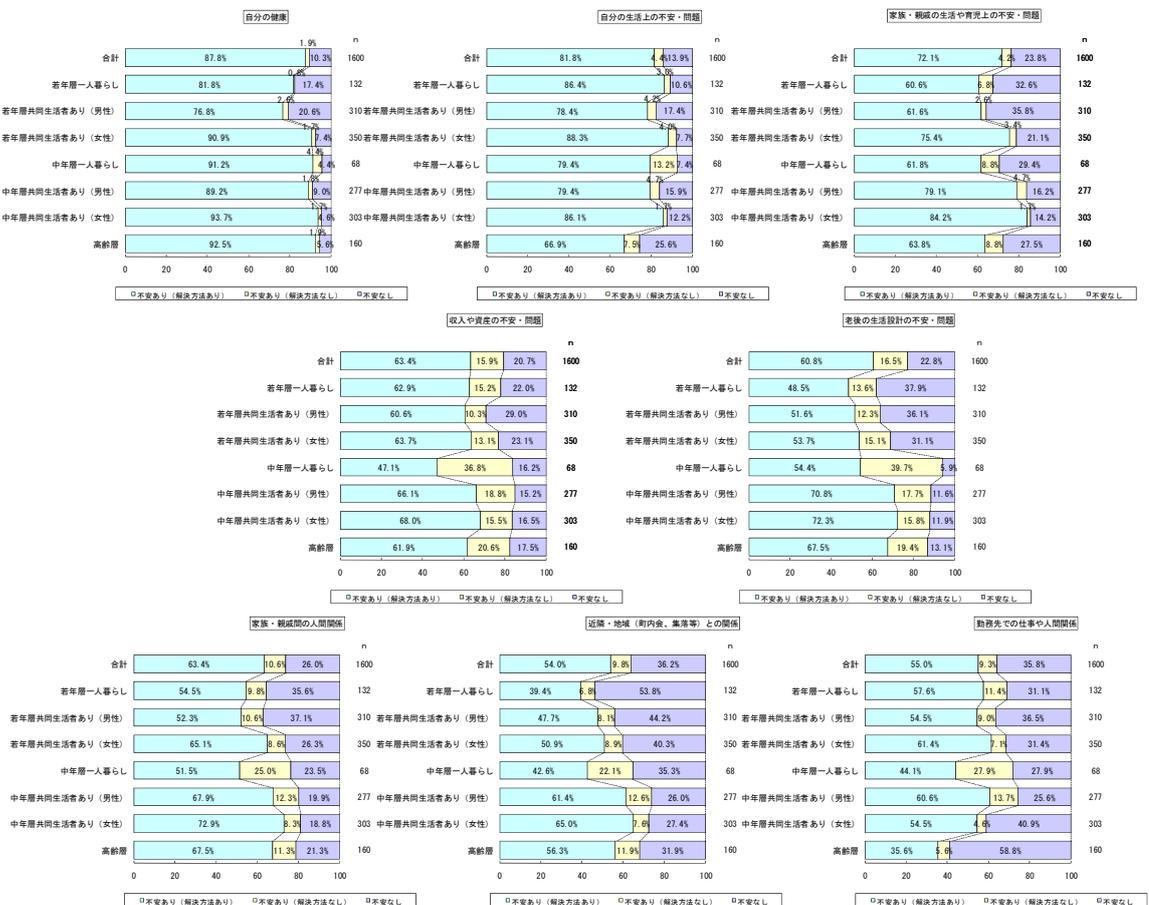


図 5-2 ソーシャルメディア利用前の不安 (複合属性別)

(2) ソーシャルメディアの利用により解消された不安、問題

ソーシャルメディアを利用する前に各項目について「不安あり」と回答した人が、ソーシャルメディアを用いて問題解決した割合（「非常にあてはまる」と「あてはまる」と回答した割合の合計）を示す。この結果によると、ブログを利用して「健康上の問題」を解決したと回答した割合は16.5%、「自分の生活上の不安・問題」を解決したと回答した割合は14.7%、「家族・親戚の生活や育児上の不安・問題」を解決したと回答した割合は15.2%、「勤務先の仕事や人間関係」を解消したと回答した割合は13.3%であった。「老後の生活設計」の9.2%を除くとそれ以外ではどれも10%以上の人が不安や問題を解消したと回答している。

SNSでは、いずれの項目においても不安や問題が解消したという回答が10%以上となっているが、特に「家族の生活や育児（13.5%）」「近隣地域との関係（12.6%）」などが高い傾向がある。

情報共有サイトもいずれの項目においても不安や問題が解消したと回答する割合が10%を超える結果となっているが、「自分の健康」が16.7%と特に高く、「家族の生活や育児」が15.0%、「自分の生活」「収入や資産」は13.8%と高い割合となっている。動画共有サイトについては全般的に6%～7%台となっている。マイクロブログはいずれの項目においても10%を超える結果となっており、「近隣地域との関係（15.2%）」「家族の人間関係（13.6%）」「収入や資産（13.4%）」「勤務先の仕事や人間関係（13.2%）」の割合が高いのが特徴的である。また、掲示板は10%を超えている項目は少ないが、「自分の健康（12.4%）」の割合が高い。

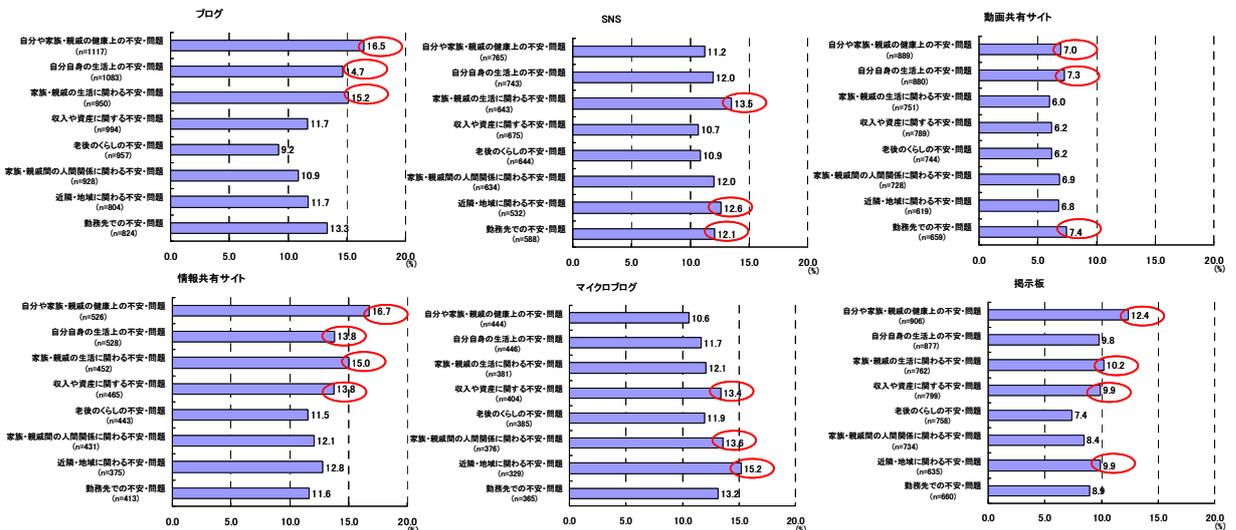


図 5-3 ソーシャルメディアを利用して解消した不安や問題

5.2. ソーシャルメディアによる絆の再生

(1) 近年薄れてきていると感じる絆

「家族・親戚」「友人・知人」「地域住民」「世代間」「職場」に関して、近年薄れてきていると感じる絆の結果を下記に示す。この結果には、ソーシャルメディア非利用者の近年薄れてきていると感じる絆の結果も含まれる。

「非常にあてはまる（非常に絆が薄れていると感じる）」、「あてはまる（絆が薄れていると感じる）」という回答に着目すると、「家族・親戚の絆」「友人・知人の絆」「世代間の絆」では、若年層と比較して中年層、高齢層は「絆が薄れている」という回答が多い傾向が見られる。「地域住民の絆」は中年層、高齢層共に 50%以上、「世代間の絆」は高齢層の半数以上が「絆は薄れてきている」と回答している。

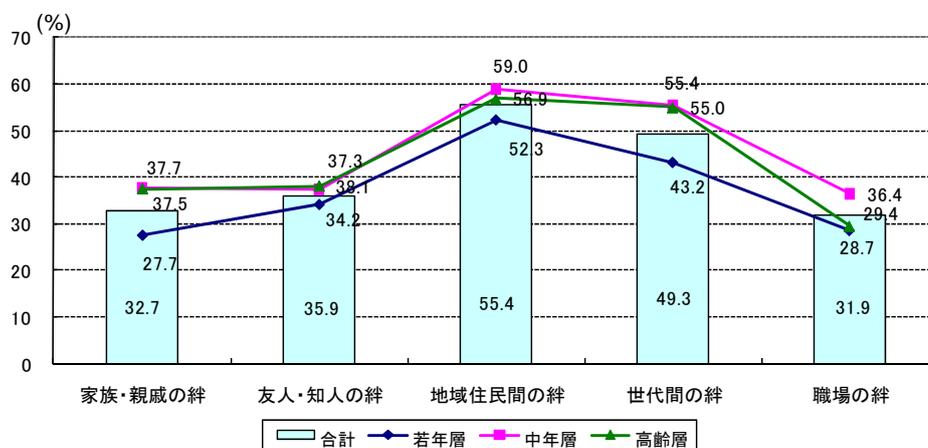


図 5-4 近年薄れてきていると感じる絆

(2) ソーシャルメディアによる絆の構築

「近年絆が薄れてきている」と回答した人がソーシャルメディアを利用して「絆が深まった（「非常にあてはまる」と「あてはまる」の合計）」と回答した割合の結果を示す。

この結果によると、ブログを利用して「友人、知人の絆」が深まったと回答した割合は30.2%、「家族の絆」は20.2%、「世代間の絆」は15.8%、「職場の絆」が11.0%となった。

SNSでは「友人・知人の絆」が深まったと回答した割合は39.7%と全メディアの中で最も高く、その他「家族・親戚の絆」が19.8%、「世代間の絆」が16.5%、「職場の絆」が12.4%となっている。

動画共有サイトと情報共有サイトは、「家族・親戚の絆」と「友人・知人の絆」が深まったと回答した割合が高く、15%～18%となっている。マイクロブログでは、「友人・知人の絆」が22.9%にのぼる他、「家族・親戚の絆」は18.5%、「職場の絆」が15.6%となっており、掲示板は「友人・知人の絆」が16.8%となっている。

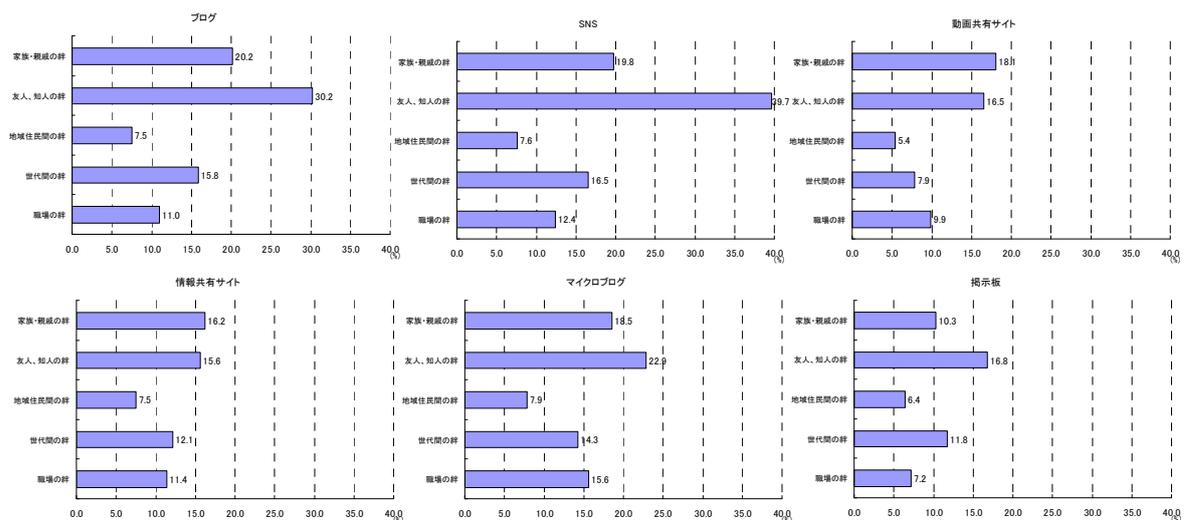


図 5-5 ソーシャルメディアによる絆の再生（絆が薄れてきていると感じる人）

ソーシャルメディアを用いて深まった絆（非常に当てはまる+当てはまるの合計）を世代別にみた結果を下記に示す。上記、近年薄れてきている絆について、世代が上がるにつれて「薄まっている」という回答が多かった「家族・親戚の絆」「世代間の絆」は、全てのメディアにおいて、若年層と比較して高齢層の方が「ソーシャルメディアを用いて絆が深まった」という回答が多い傾向がある。SNSにおいて「友人、知人の絆が深まった」という回答が若年層の41.1%、中年層の34.1%を占める。高齢層は、ブログを通じて38.4%、掲示板を通じて36.5%が「友人、知人の絆が深まった」と回答した。

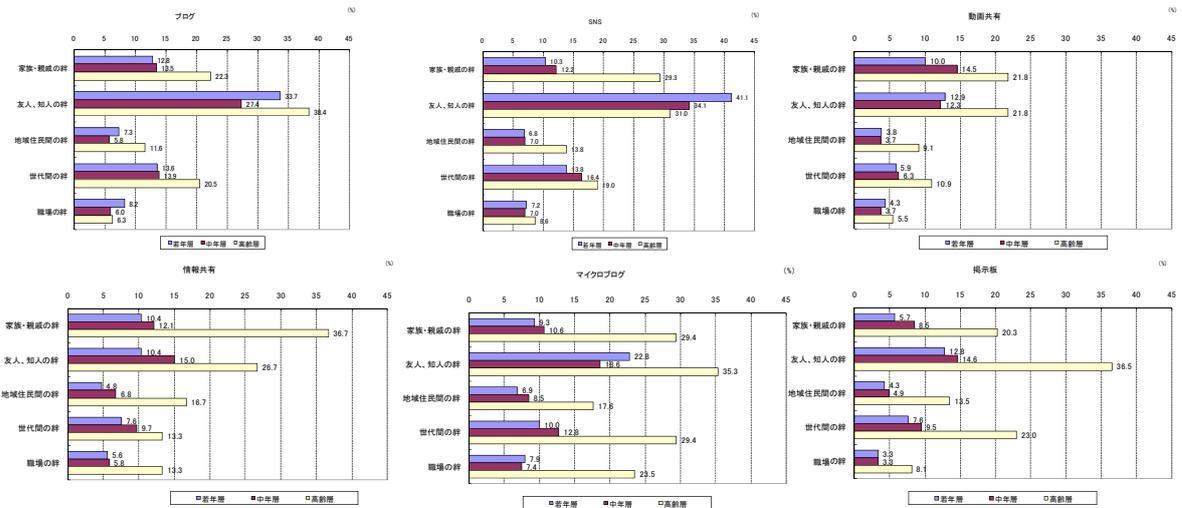


図 5-6 ソーシャルメディアによる絆の再生（世代別）

ソーシャルメディアを用いて深まった絆（非常に当てはまる＋当てはまるの合計）の結果のうち、中年層一人暮らしの結果を中年層（総計）の結果を示す。この結果によると、ブログ、動画共有、情報共有、マイクロブログ、掲示板において、「地域住民間の絆」が深まったという回答が中年層の総計を上回る。

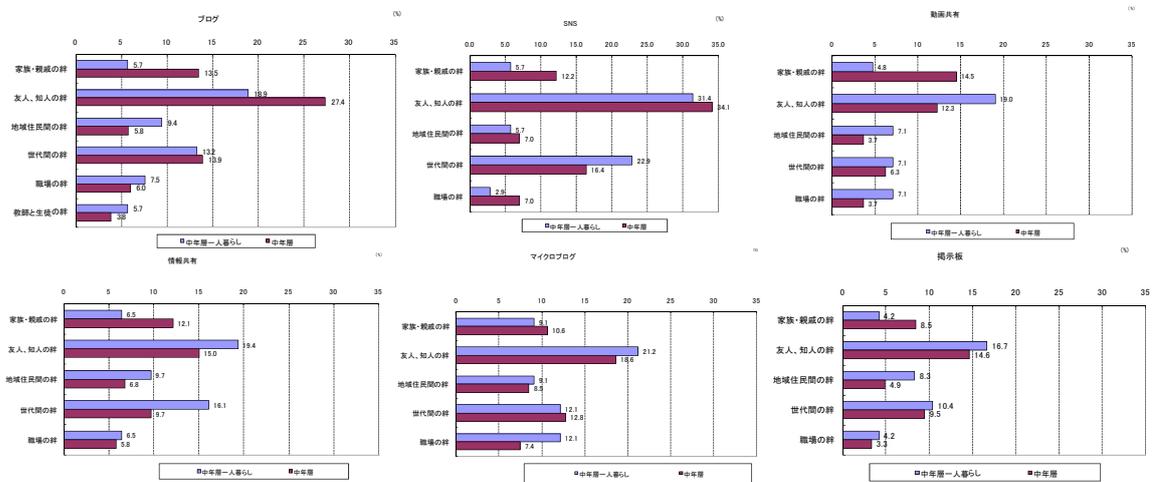


図 5-7 ソーシャルメディアによる絆の再生（中年層）

5.3. ソーシャルメディアの類型化

ソーシャルメディアの役割のうち、絆の再構築と関連が深いと考えられる、オンライン上のコミュニケーションを中心とした「コミュニケーションの促進」、オフライン上の「コミュニケーションにおける補完」に関する設問と利用頻度の結果を加味して各メディアを類型化した。作成手順は下記の通りである。

(1) 作成の方針

- ① 「一日の利用時間が最も長いソーシャルメディア」の回答を基に回答者のグルーピングをした。
- ② 「各ソーシャルメディアで実現したこと（設問 Q41）」のうち、「オンライン上のコミュニケーションの促進」に関わる設問と「オフラインのコミュニティ活動の補完」に関わる設問について、それぞれ主成分分析を行い、第一主成分の得点（基準化あり）が全て正となるよう得点調整したものをそれぞれ「オンラインコミュニケーション」得点、「オフラインコミュニケーション」得点とした。

【オンライン上のコミュニケーションの促進に関する設問】

- ・ 同じ趣味、嗜好を持つ人を探すことができた (Q41-3)
- ・ 自分の周囲にいない人を探すことができた (Q41-4)

【オフラインのコミュニティ活動の補完に関する設問】

- ・ ソーシャルメディアで知り合った人と実際に会うことができた (Q41-6)
- ・ 疎遠になっていた知人と連絡が取れた (Q41-7)

- ③ メディア毎にオンラインコミュニケーション得点の平均値、オフラインコミュニケーション得点の平均値、利用頻度（1.月に1回未満の利用、2.月に1回程度利用、3.月に2~3回くらい利用、4.週に1~2回くらい利用、5.週に3~4回くらい利用、6.ほとんど毎日利用）の平均値をバブルチャートにプロットした。

(2) ソーシャルメディアの種類

上記の手順で作成したソーシャルメディアの種類を示す。

この種類では、縦軸がオンラインコミュニケーション得点、横軸がオフラインコミュニケーション得点を表している。それぞれ、原点から離れるほど（値が小さくなるほど）、オンライン上のコミュニケーションの促進、オフライン上のコミュニケーションの補完といったソーシャルメディアの持つ役割の実現度が高いことが示されている。バブルの大きさは、利用量のソーシャルメディアごとの順位（1～6位）にもとづいた大きさを示しており、大きいものほど利用量が多い。

ブログは、オンライン上のコミュニケーションを促進させる役割がマイクロブログに次いで高く、オフライン上のコミュニケーションを補完する役割についても SNS に次いで高く、オンラインとオフラインの双方のコミュニケーションへ寄与していることが分かる。SNS は、オフライン上のコミュニケーションを補完する役割が全てのメディアの中で最も高いが、オンライン上のコミュニケーションを促進させる役割は全てのメディアの中で最も低い。マイクロブログは「オンラインコミュニケーション」得点が全てのソーシャルメディアの中で最も小さく、最もオンライン上のコミュニケーションを促進させるソーシャルメディアであるといえるが、オフライン上のコミュニケーションを補完する役割はブログや SNS よりも低い。掲示板と情報共有サイトは、オフライン上のコミュニケーションを補完する役割は同程度であるが、掲示板の方がオンライン上のコミュニケーションを促進させる傾向が強い。動画共有サイトは、オフライン上のコミュニケーションを補完する役割が最も低く、オンライン上のコミュニケーションを促進する役割も低めの結果となった。利用量については、マイクロブログ、SNS、ブログ、動画共有サイト、掲示板、情報共有サイトの順で多い。

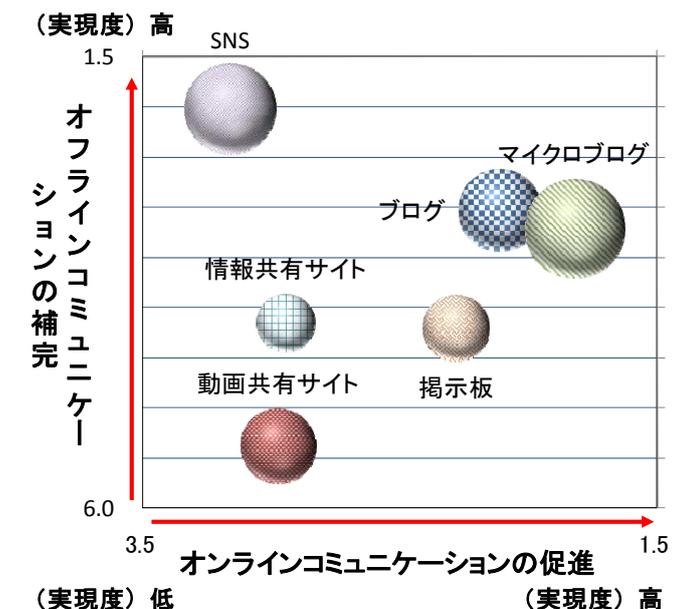


図 5-8 ソーシャルメディアの種類 (バブルチャート)

資料編①

回答者属性情報

1. アンケート回答者属性データ

本アンケート調査における回答者属性データを以下に示す。ここでは、アンケート設問のうち「回答者自身について」、「インターネット接続状況について」についての結果を示す。

1. 1. 回答者自身について

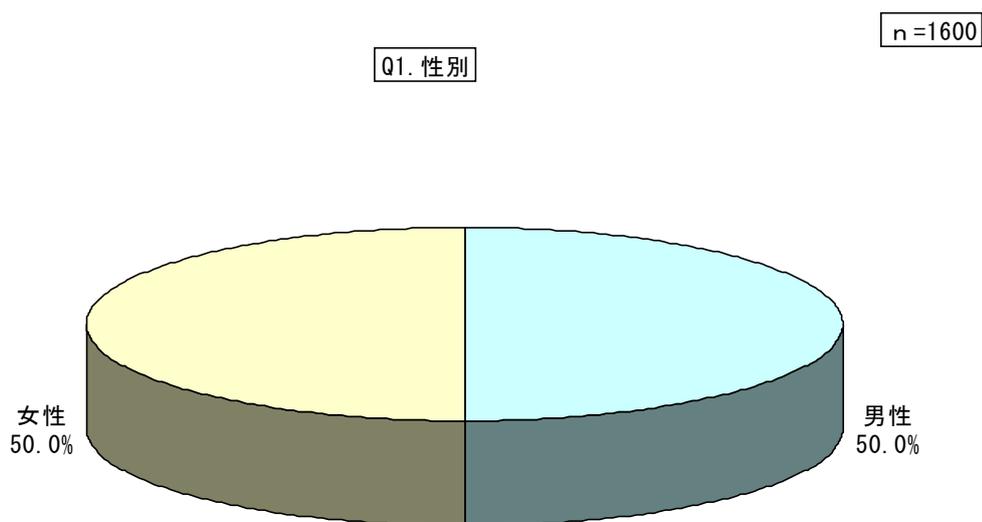


図 1-I 回答者の性別（ソーシャルメディア利用あり）

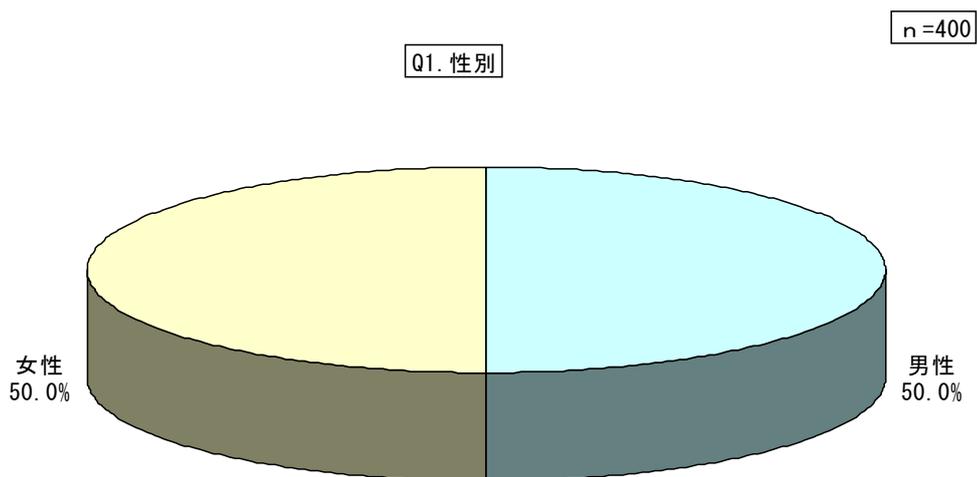


図 1-II 回答者の性別（ソーシャルメディア利用なし）

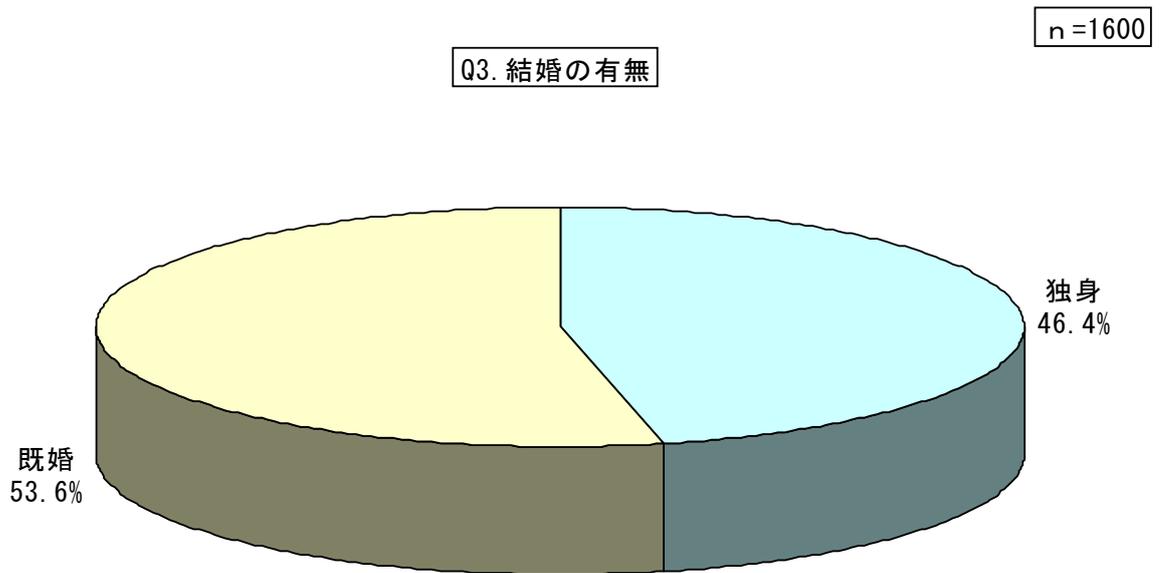


図 2-I 婚姻の有無 (ソーシャルメディア利用あり)

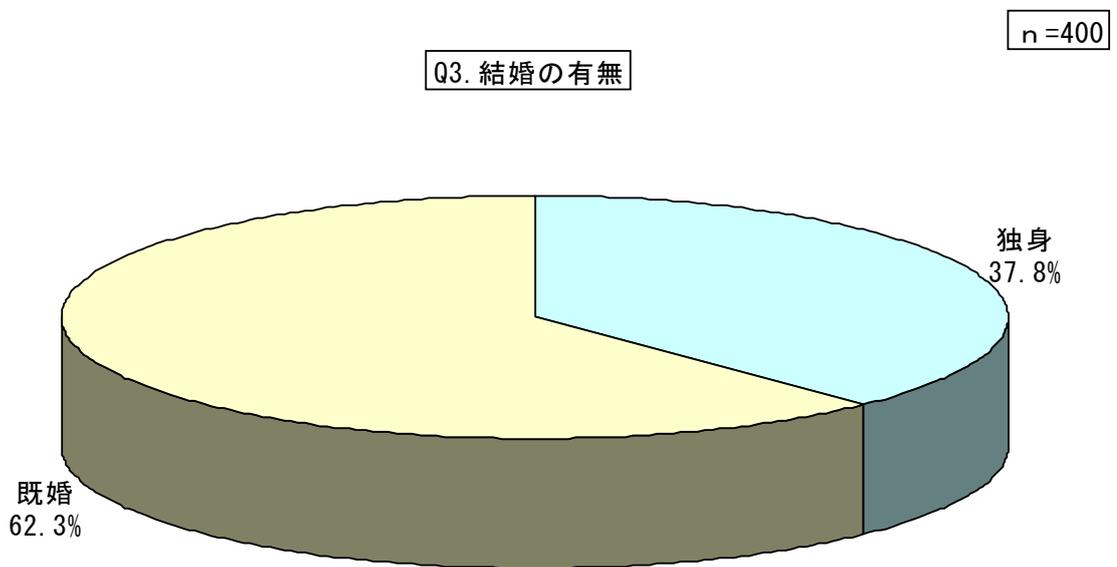


図 2-II 婚姻の有無 (ソーシャルメディア利用なし)

Q4. 職業

n=1600

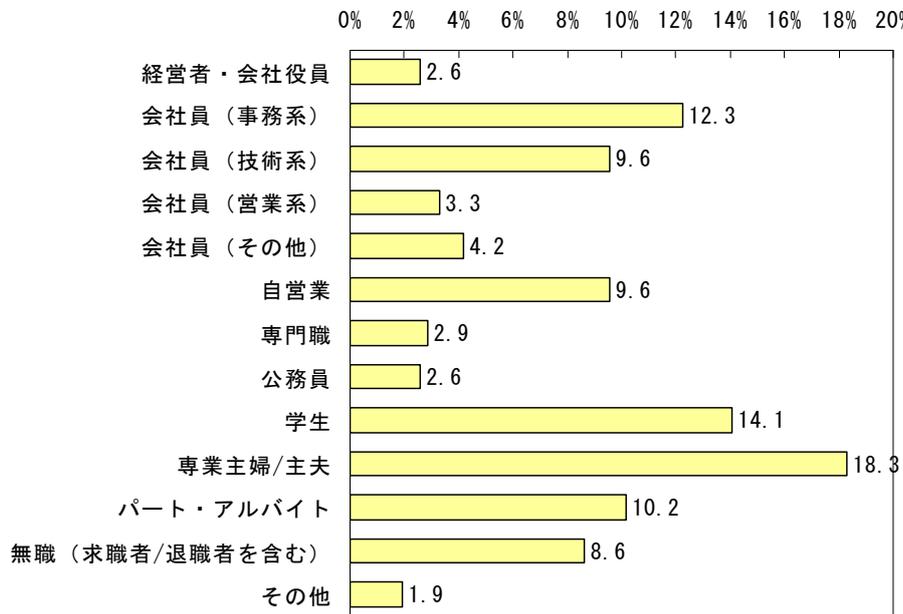


図 3-I 回答者の職業（ソーシャルメディア利用あり）

Q4. 職業

n=400

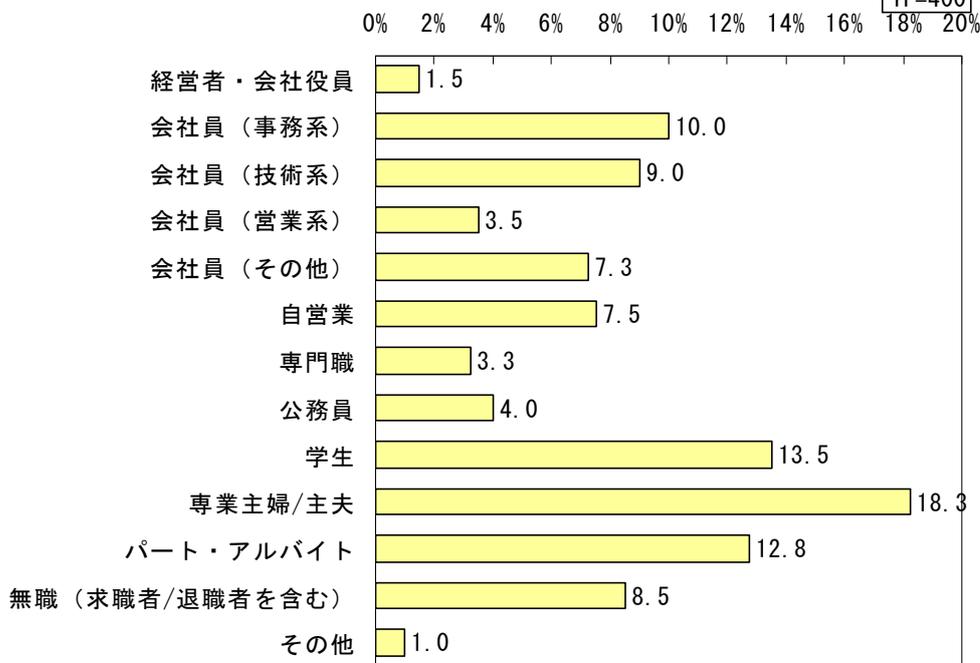


図 3-II 回答者の職業（ソーシャルメディア利用なし）

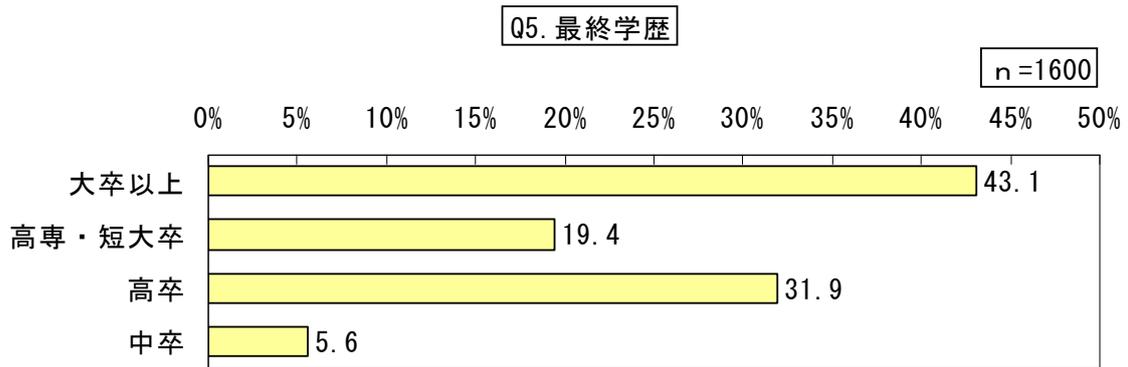


図 4-I 回答者の最終学歴 (ソーシャルメディア利用あり)

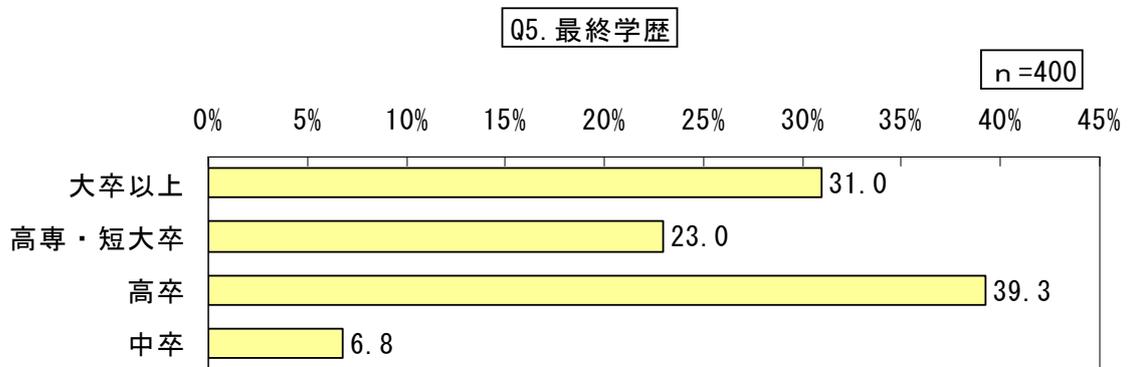


図 4-II 回答者の最終学歴 (ソーシャルメディア利用なし)

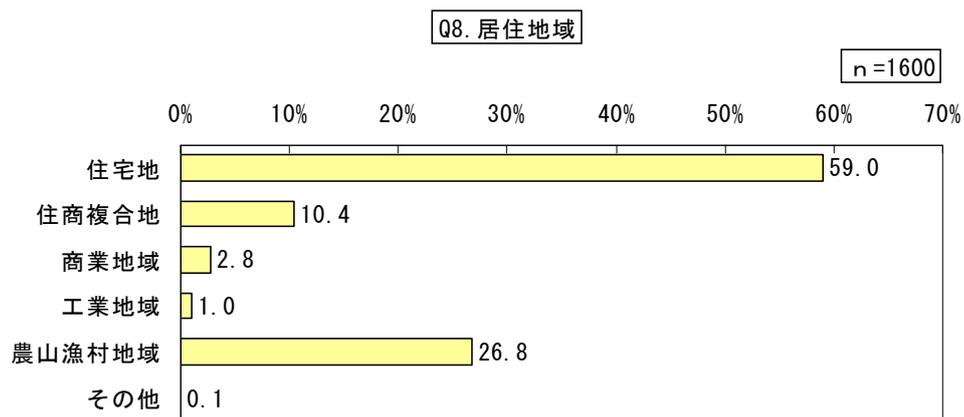


図 5-I 回答者の居住地域 (ソーシャルメディア利用あり)

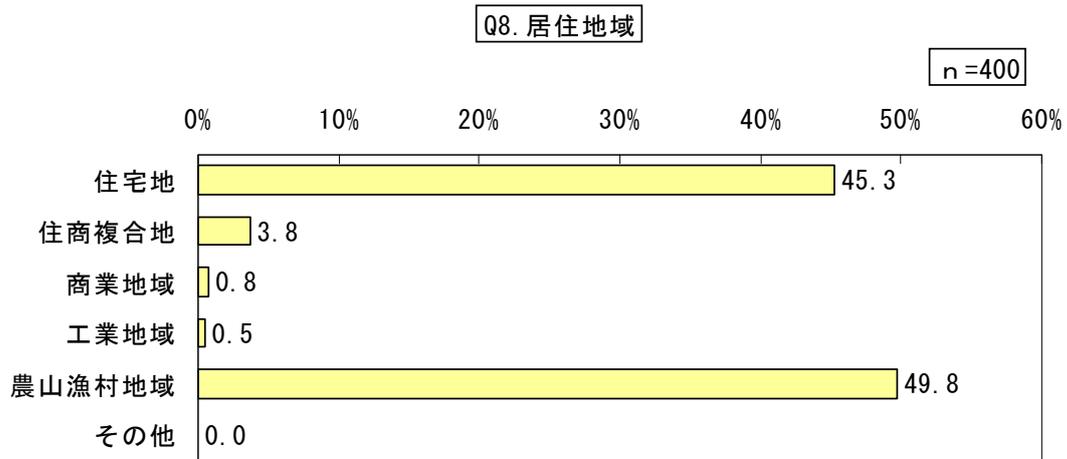


図 5-II 回答者の居住地域 (ソーシャルメディア利用なし)

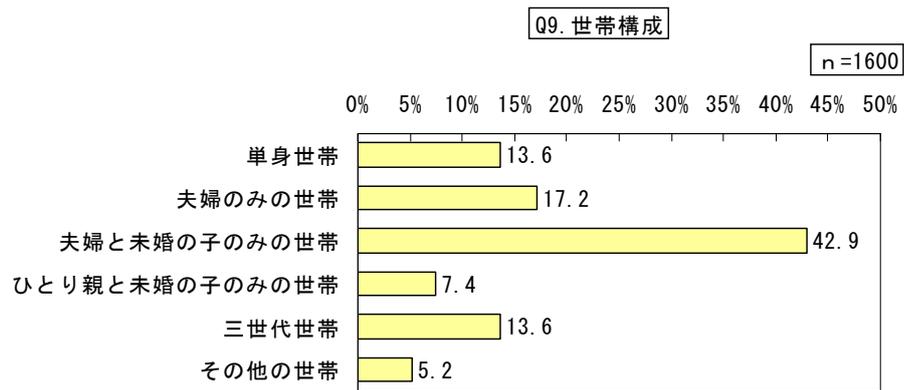


図 6-I 世帯の構成 (ソーシャルメディア利用あり)

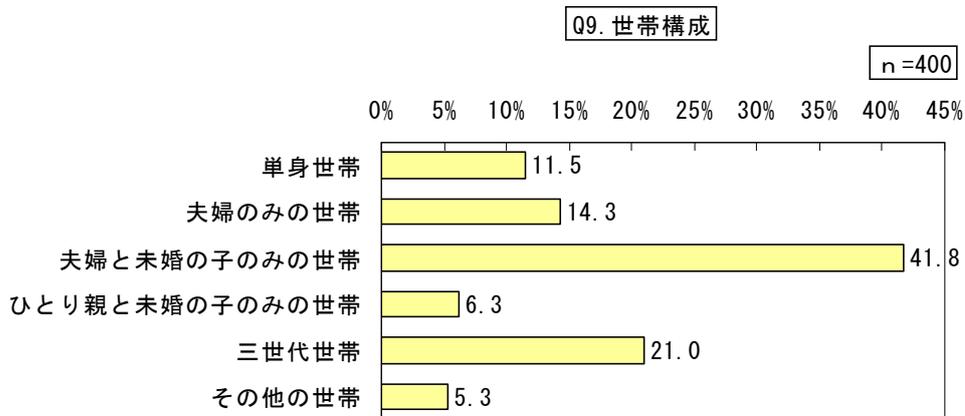


図 6-II 世帯の構成 (ソーシャルメディア利用なし)

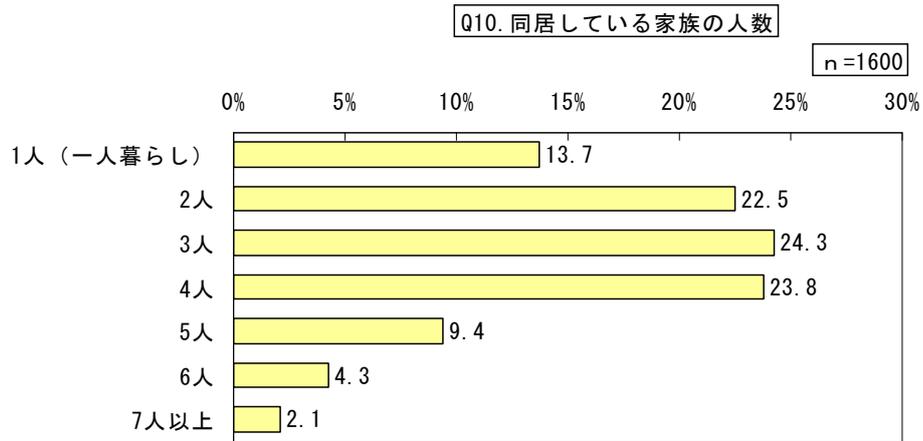


図 7-I 同居している家族の人数 (ソーシャルメディア利用あり)

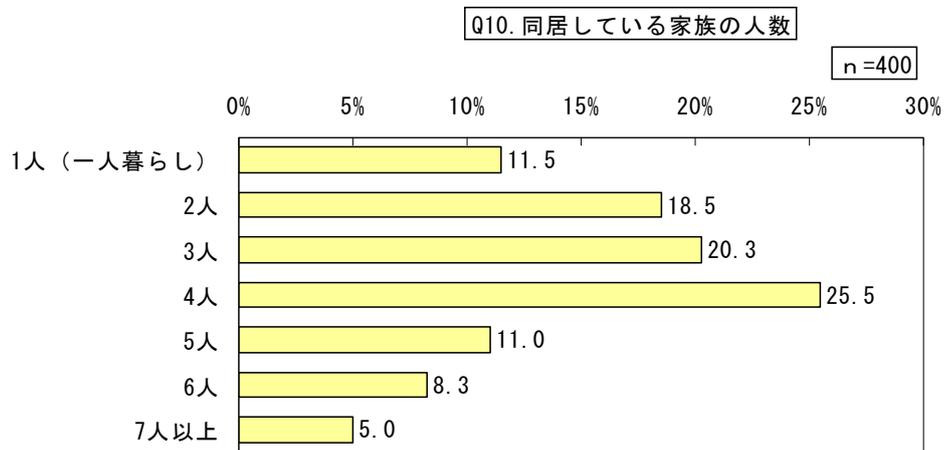


図 7-II 同居している家族の人数 (ソーシャルメディア利用なし)

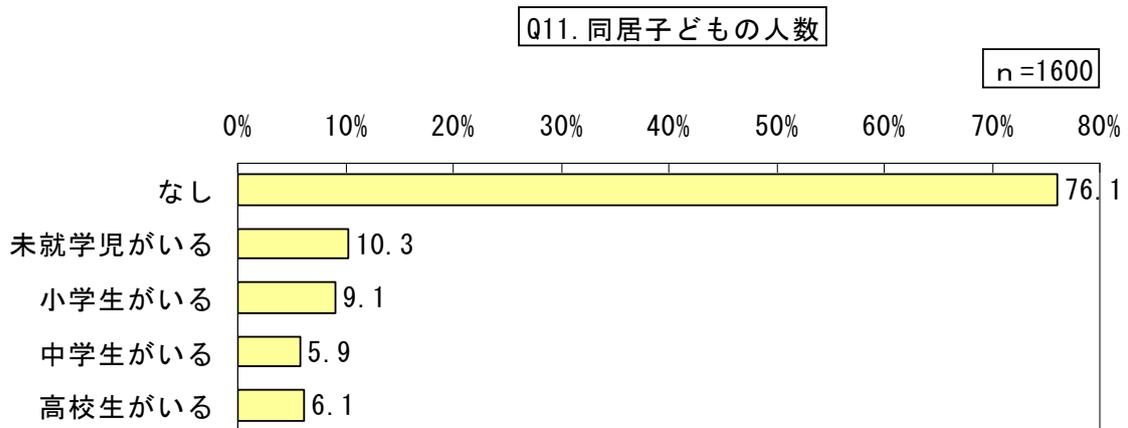


図 8-I 同居している子ども的人数 (ソーシャルメディア利用あり)

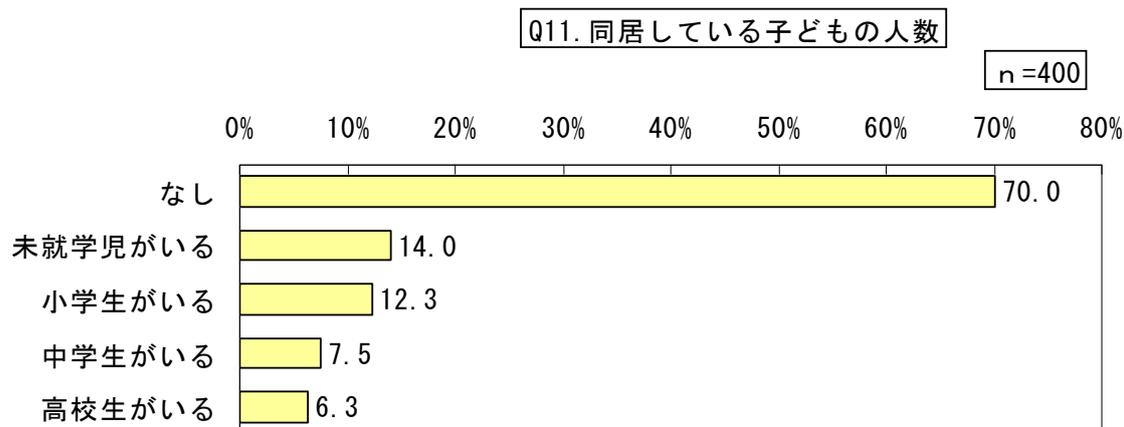


図 8-II 同居している子どもの人数 (ソーシャルメディア利用なし)

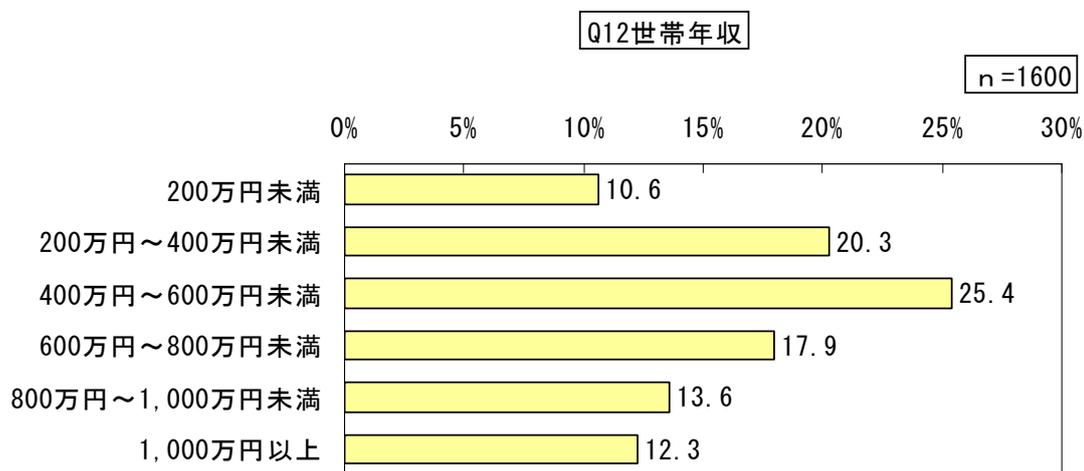


図 9-I 世帯の年収 (ソーシャルメディア利用あり)

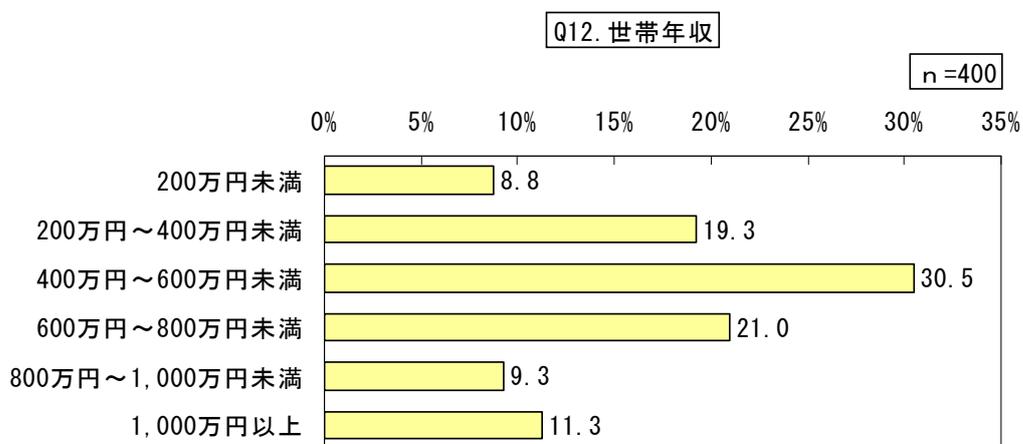


図 9-II 世帯の年収 (ソーシャルメディア利用なし)

1. 2. インターネット接続状況について

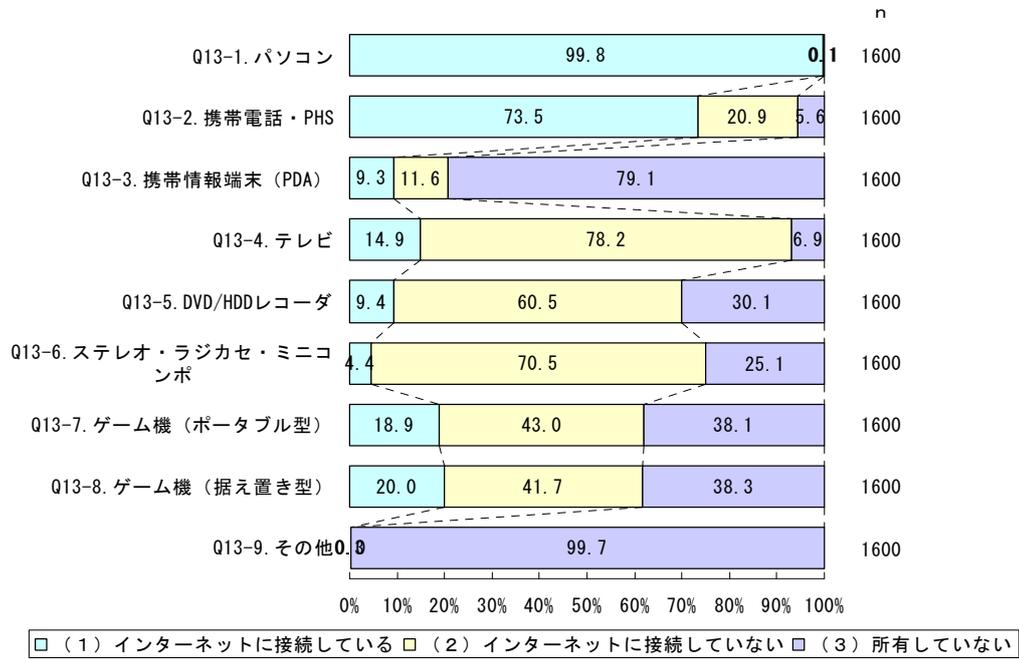


図 10-I 端末の所有とインターネット接続状況 (ソーシャルメディア利用あり)

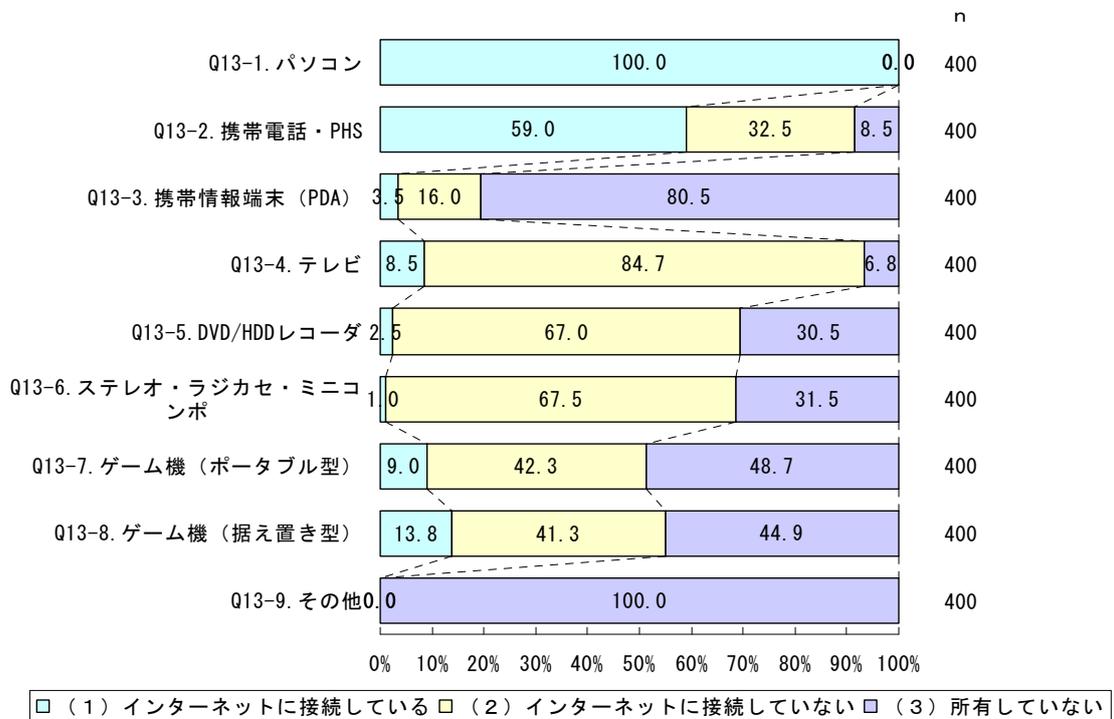


図 10-II 端末の所有とインターネット接続状況 (ソーシャルメディア利用なし)

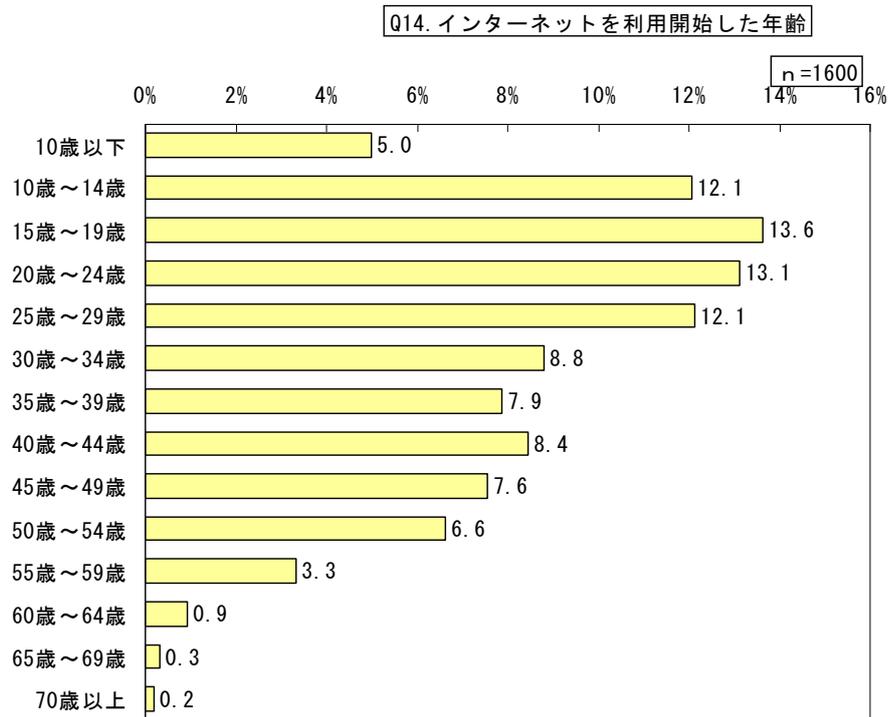


図 11- I 初めてネットを利用したときの年齢（ソーシャルメディア利用あり）

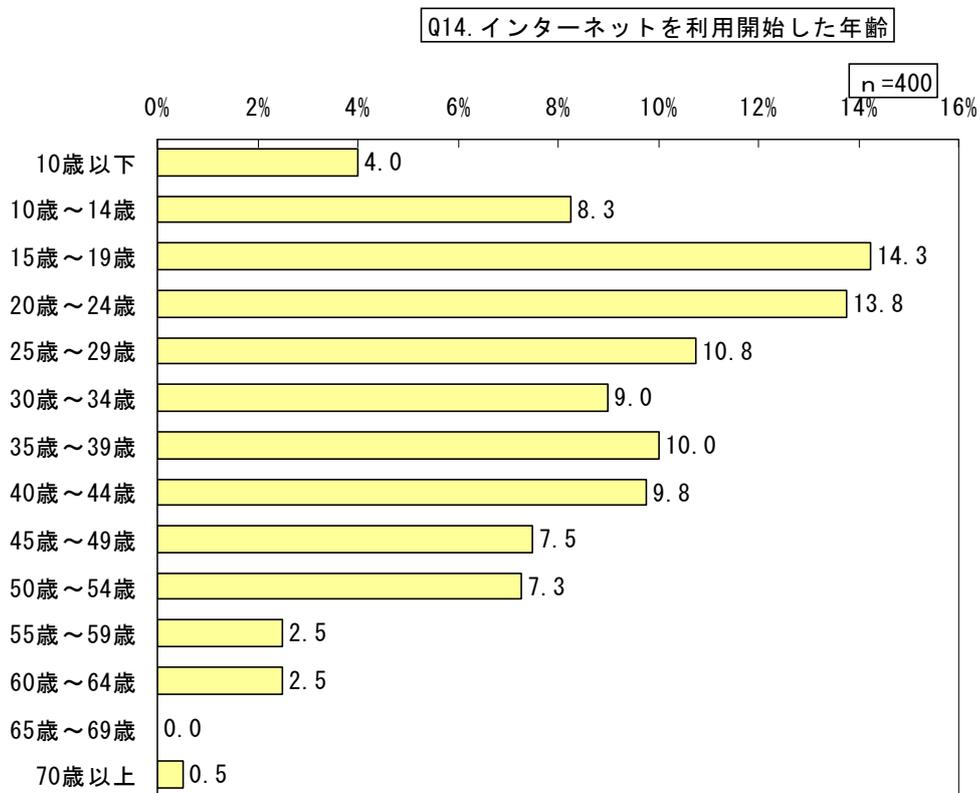


図 11- II 初めてネットを利用したときの年齢（ソーシャルメディア利用なし）

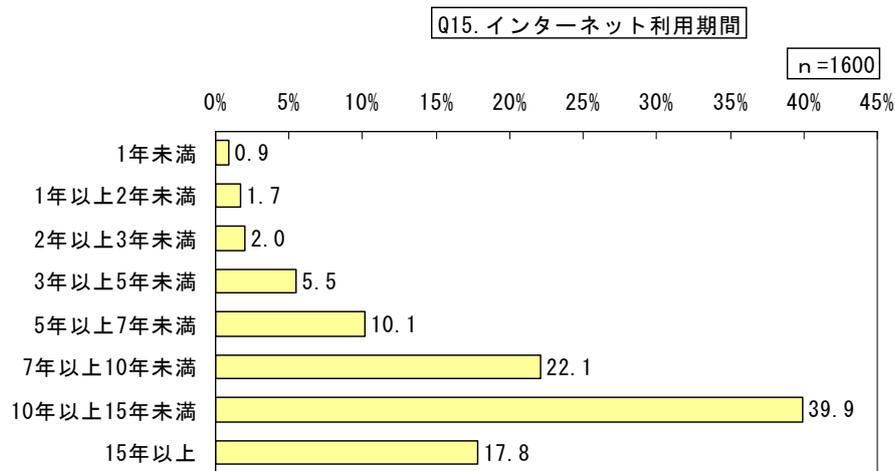


図 12- I はじめてのネット利用からの経過期間（ソーシャルメディア利用あり）

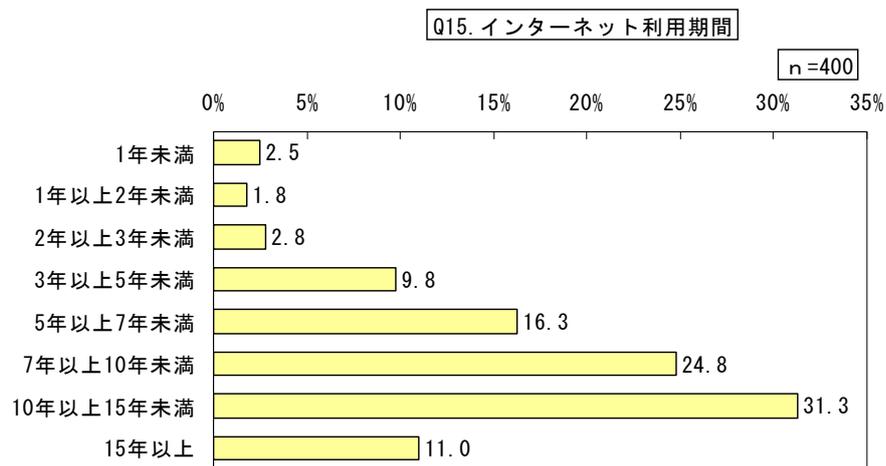


図 12- II はじめてのネット利用からの経過期間（ソーシャルメディア利用なし）

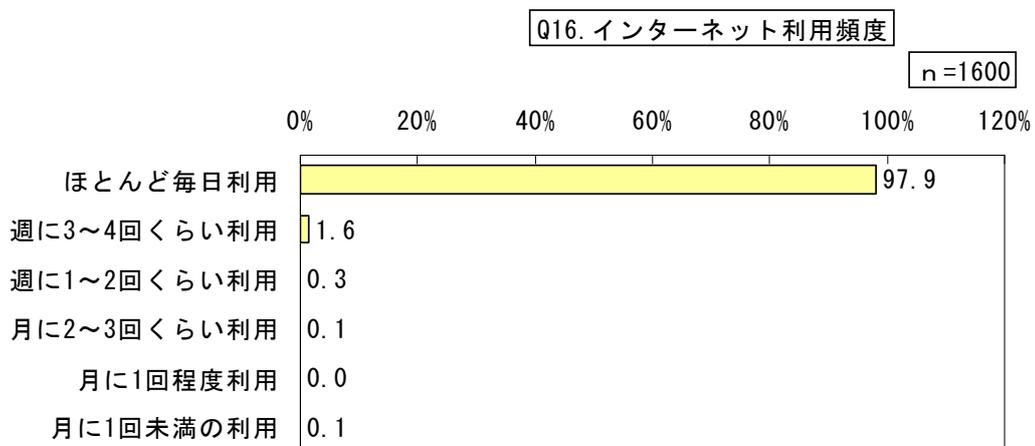


図 13- I ネット利用頻度（ソーシャルメディア利用あり）

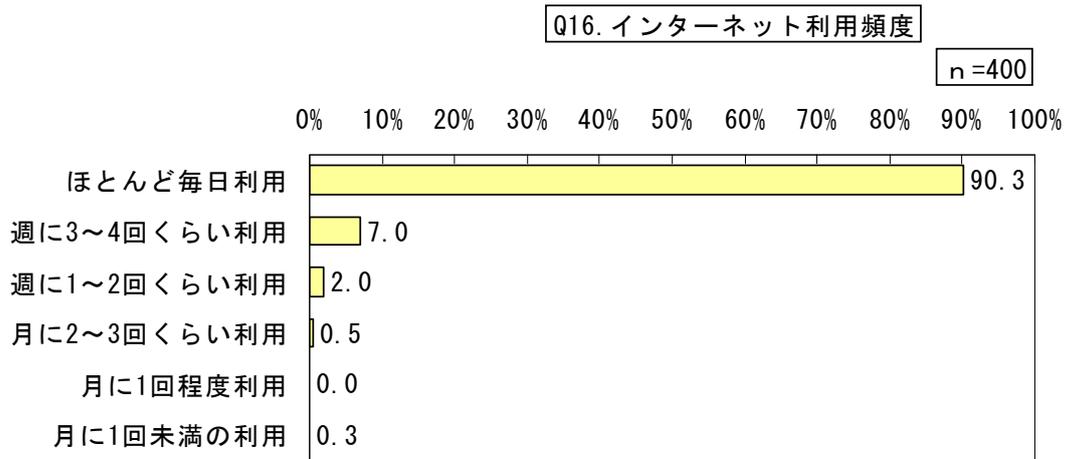


図 13-II ネット利用頻度（ソーシャルメディア利用なし）

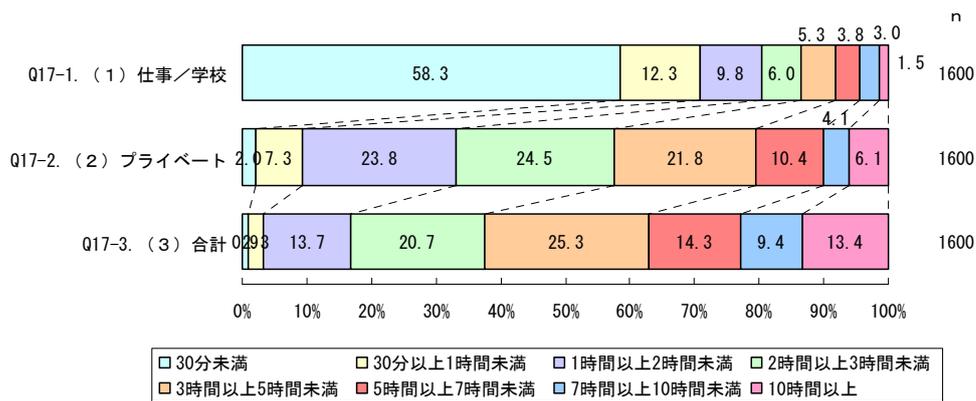


図 14-I 一日当たりの平均ネット利用時間（ソーシャルメディア利用あり）

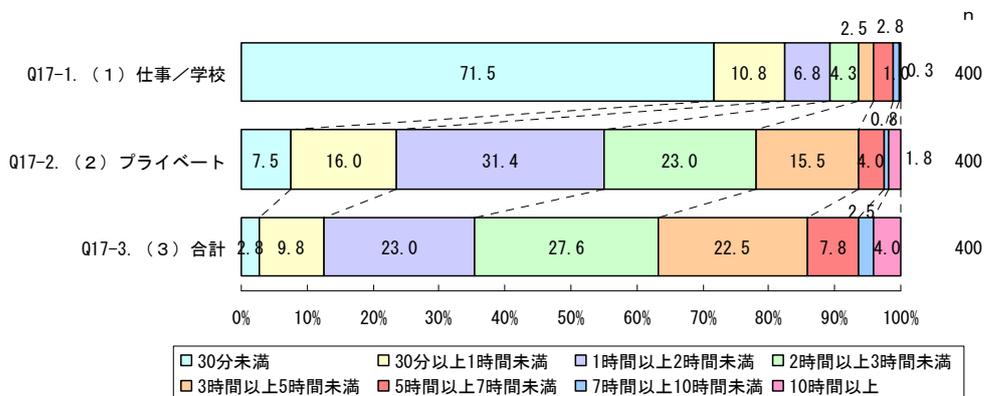


図 14-II 一日当たりの平均ネット利用時間（ソーシャルメディア利用なし）

資料編②

アンケート調査票

あなた自身についてお尋ねします。

★Q3
あなたは結婚されていますか。(1つ選択)

- 独身
- 既婚

★Q4
あなたの職業をお答えください。(1つ選択)

- 経営者・会社役員
- 会社員(事務系)
- 会社員(技術系)
- 会社員(営業系)
- 会社員(その他)
- 自営業
- 専門職
- 公務員
- 学生
- 専業主婦/主夫
- パート・アルバイト
- 無職(求職者/退職者を含む)
- その他

★Q5
あなたの学歴をお答えください。(1つ選択)

- 大卒以上
- 高専・短大卒
- 高卒
- 中卒

★Q7
あなたのお住まいの郵便番号をご記入ください。

※上3ケタと下4ケタの間を「-」(ハイフン)で区切ってください
例)123-4567

次へ >>

Copyright(C) 2010 MARSH Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

あなたのご家庭についてお尋ねします。

★Q9
あなたの世帯の構成は次のうちどれですか。(1つ選択)

- 単身世帯
- 夫婦のみの世帯
- 夫婦と未婚の子のみの世帯
- ひとり親と未婚の子のみの世帯
- 三世帯世帯
- その他の世帯

★Q10
同居している家族の人数(あなたも含む)をお答えください。(1つ選択)

- 1人(一人暮らし)
- 2人
- 3人
- 4人
- 5人
- 6人
- 7人以上

★Q11
同居しているあなたのお子様(18歳未満)はいますか。(複数選択可)

- なし
- 未就学児がいる
- 小学生がいる
- 中学生がいる
- 高校生がいる

★Q12
あなたの世帯全体の年収をお答えください。(1つ選択)

- 200万円未満
- 200万円～400万円未満
- 400万円～600万円未満
- 600万円～800万円未満
- 800万円～1,000万円未満
- 1,000万円以上

次へ>>

Copyright(C) 2010 MARSH Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

あなたのネット接続環境や接続状況についてお尋ねします。

★Q13
 日ごろ、どのような機器を用いてインターネットに接続していますか。持っていないものには「(3)所有していない」にご回答ください。(それぞれ1つつ選択)

ヨコへ回答→	(1)インターネットに接続している	(2)インターネットに接続していない	(3)所有していない
パソコン	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
携帯電話・PHS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
携帯情報端末 (PDA)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
テレビ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
DVD/HDDレコーダ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ステレオ・ラジカセ・ミニコンポ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ゲーム機(ポータブル型)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ゲーム機(据え置き型)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
その他 <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

次へ >>

Copyright(C) 2010 MARSH Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常生活に関するアンケート【本調査】

★Q14

あなたがはじめて、インターネット接続をしたときの年齢をお答えください。(1つ選択)

※自宅・職場・学校などにおけるご自身の利用をお答え下さい。

インターネットの利用には、ウェブサイトの閲覧や電子メールの送受信などが含まれます

- 10歳以下
 10歳～14歳
 15歳～19歳
 20歳～24歳
 25歳～29歳
 30歳～34歳
 35歳～39歳
 40歳～44歳
 45歳～49歳
 50歳～54歳
 55歳～59歳
 60歳～64歳
 65歳～69歳
 70歳以上

★Q15

あなたは、はじめてインターネットを利用してから、どの程度経ちましたか。(1つ選択)

※自宅・職場・学校などにおけるご自身の利用をお答え下さい。

インターネットの利用には、ウェブサイトの閲覧や電子メールの送受信などが含まれます

- 1年未満
 1年以上2年未満
 2年以上3年未満
 3年以上5年未満
 5年以上7年未満
 7年以上10年未満
 10年以上15年未満
 15年以上

★Q16

あなたは、どの程度の頻度で、インターネットを利用していますか。(1つ選択)

※自宅・職場・学校などにおけるご自身の利用をお答え下さい。

インターネットの利用には、ウェブサイトの閲覧や電子メールの送受信などが含まれます

- ほとんど毎日利用
 週に3～4回くらい利用
 週に1～2回くらい利用
 月に2～3回くらい利用
 月に1回程度利用
 月に1回未満の利用

★Q17

あなたは、一日当たり平均してどのくらいの時間インターネット接続をしていますか。

(1) 仕事/学校でインターネットを接続している時間、

(2) プライベートで接続している時間、

(3) その他の用途で接続している時間も含めた合計の時間((1)+(2)+その他)をそれぞれお答え下さい。

(それぞれ1つずつ選択)

タテに回答↓	(1) 仕事/ 学校	(2) プライ ベート	(3) 合計
30分未満	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
30分以上1時間未満	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1時間以上2時間未満	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2時間以上3時間未満	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3時間以上5時間未満	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5時間以上7時間未満	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7時間以上10時間未満	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10時間以上	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

次へ>>

Copyright(C) 2010 MARSH Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常生活に関するアンケート【本調査】

あなたの自身の考え方についてお尋ねします。

★Q18
下記のいくつかの意見は、あなた自身にどの程度当てはまりますか。それぞれ当てはまるものをお答え下さい。(それぞれ1つずつ選択)

ヨコへ回答→	そう思う	まあそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	全然そう思わない
ルールや義務は守るべきである	<input type="radio"/>				
世の中で一番大切なことは家族や仲間と仲良く力を合わせて協力していくことだ	<input type="radio"/>				
少数派より多数派でいるほうが好きだ	<input type="radio"/>				
知らない人たちの集まりの中でもすぐに友達を作ることができる	<input type="radio"/>				
自分が知っている情報は誰かに教えたいと思う	<input type="radio"/>				
誰かを助ければ、いつかはその報いが受けられると思う	<input type="radio"/>				
他人の面倒を見るのが好きで、他人から頼られる方だ	<input type="radio"/>				
他人とは一味違う個性的な生き方をしている	<input type="radio"/>				
グループの中で注目的になりたい	<input type="radio"/>				
早い機会に世に名を上げられる人物になりたい	<input type="radio"/>				
知恵を働かすことができれば成功の機会はいくらでもある	<input type="radio"/>				
社会に貢献できることをしたい	<input type="radio"/>				
価値に見合うならば高価なものも購入する	<input type="radio"/>				
新しい商品やサービスは早い時期に採用するほうだ	<input type="radio"/>				
環境に配慮した生活を送っている	<input type="radio"/>				

次へ>>

Copyright(C) 2010 MARSH Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

あなたの付き合いへの考え方についてお尋ねします。

★Q19
あなたは、オンラインとオフラインで出会う人や情報について、どのように考えていますか。当てはまるものをお答え下さい。(1つ選択)
※オンライン：インターネットに接続、利用している状態
※オフライン：インターネットに接続、利用していない状態

ヨコに回答→	そう思う	まあそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	全然そう思わない
◆オンライン					
インターネット上で出会う人連のほとんどは信頼できる	<input type="radio"/>				
インターネット上で出会う人連について、信頼できる人と信頼できない人を見分ける自信がある	<input type="radio"/>				
インターネット上で流れる情報のほとんどは信頼できる	<input type="radio"/>				
◆オフライン					
ほとんどの人は信頼できる	<input type="radio"/>				
自分は信頼できる人と信頼できない人を見分ける自信がある	<input type="radio"/>				
情報のほとんどは信頼できる	<input type="radio"/>				

★Q20
あなたは、オンラインとオフラインで人を助けること、助けられることについてどのように考えていますか。当てはまるものをお答え下さい。(1つ選択)
※オンライン：インターネットに接続、利用している状態
※オフライン：インターネットに接続、利用していない状態

ヨコに回答→	そう思う	まあそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	全然そう思わない
◆オンライン					
インターネット上でも、困ったときにはお互いに助けあうというルールが守られている	<input type="radio"/>				
インターネット上で人から親切にしてもらった場合、自分もインターネット上で他の人に親切にしようという気持ちになる	<input type="radio"/>				
インターネット上で人を助ければ、いずれその人から助けてもらえる	<input type="radio"/>				
◆オフライン					
人を助ければ、今度は自分が困っているときに誰かが助けてくれるように世の中はできている	<input type="radio"/>				
人から親切にしてもらった場合、自分も他の人に親切にしようという気持ちになる	<input type="radio"/>				
人を助ければ、いずれその人から助けてもらえる	<input type="radio"/>				

★Q21
あなたは、オンラインとオフラインのどちらの人間関係やコミュニケーションを重視しますか。(1つ選択)
※オンライン：インターネットに接続、利用している状態
※オフライン：インターネットに接続、利用していない状態

- オンラインでの人間関係やコミュニケーションを重視している
- どちらかというとオンラインでの人間関係やコミュニケーションを重視している
- 状況に応じてオンラインとオフラインの人間関係やコミュニケーションを使い分けている
- どちらかというとオフラインでの人間関係やコミュニケーションを重視している
- オフラインでの人間関係やコミュニケーションを重視している

次へ >>

日常生活に関するアンケート【本調査】

下線付き赤文字にカーソルを乗せると説明が表示されます

あなたのソーシャルメディアを利用する以前の生活の不安についてお尋ねします。

★Q22
 ソーシャルメディアを利用する以前に、あなたが悩みや不安を感じていたこととその解決の方法について当てはまるものすべてをお答えください。(それぞれ複数選択可)

ヨコに回答→	家族・親戚に相談する	友人・知人に相談する	専門家のサポートを受ける	参考となる書籍を参照する	参考となるウェブサイト(ソーシャルメディア以外)を参照する	解決方法がない	そのような不安はない
自分の健康	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
家族・親戚の健康	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
自分の生活(進学、就職、結婚など)上の問題	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
家族・親戚の生活(進学、就職、結婚など)や育児上の問題	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
現在の収入や資産	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
今後の収入や資産の見通し	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
老後の生活設計	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
家族・親戚間の人間関係	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
近隣・地域(町内会、集落等)との関係	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
勤務先での仕事や人間関係	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
事業や家業の経営上の問題	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				

★Q23
 あなたは、日常生活における関係性や絆が年々薄れていっていると感じることはありますか。(それぞれ1つずつ選択)

ヨコに回答→	非常にあてはまる	あてはまる	どちらともいえない	あてはまらない	全くあてはまらない	自分には該当しない
家族・親戚の絆	<input type="radio"/>					
友人、知人の絆	<input type="radio"/>					
地域住民間の絆	<input type="radio"/>					
世代間の絆	<input type="radio"/>					
職場の絆	<input type="radio"/>					
教師と生徒の絆	<input type="radio"/>					

次へ >>

Copyright(C) 2010 MARSH Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常生活に関するアンケート【本調査】

下線付き赤文字にカーソルを乗せると説明が表示されます

あなたの家族・親戚や地域等との接し方についてお尋ねします。

★Q24

あなたのご家庭では、離れて暮らしていたり、生活時間帯が異なる等で定期的にあえない家族・親戚とコミュニケーションを密に取る工夫をしていますか。当てはまるものをお答えください。(複数選択可)

- 電話をする
- 手紙(メモ)を書く
- メールを書く
- 近況をブログで報告する
- SNSを利用する
- 共有サイトで近況を伝える動画や写真を見せる
- 特にしていない
- 離れて暮らしている家族・親戚はいない

★Q25

あなたが現在お住まいの地域(町内会、集落等)において地域内の住民とはどの程度知り合いですか。(1つ選択)

- 全く知り合いない(1%未満)
- あまり知り合いない(1～25%程度)
- どちらともいえない(26～50%未満)
- 比較的知り合いが居る(50～100%程度)
- ほぼみんな知り合いである(76～100%程度)

★Q26

過去1ヶ月間に、あなたと年齢が20歳以上離れている下記のような方々と挨拶をする機会がありましたか。(複数選択可)

- 家族・親戚
- 勤務先の関係者
- 学校の関係者
- 近隣住民
- その他
- 挨拶をする機会はなかった

次へ >>

Copyright(C) 2010 MARSH Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

8ページ

日常生活に関するアンケート【本調査】

下線付き赤文字にカーソルを乗せると説明が表示されます

あなたの ソーシャルメディア の利用状況についてお尋ねします。

★Q28
あなたは予備調査で以下のような ソーシャルメディア を利用しているとお答え頂いております。

*** ANS Q120 ***

現在、1週間あたりもっとも利用時間の長い ソーシャルメディア は何ですか。(1つ選択)

- ブログ
- SNS
- 動画共有サイト
- 情報共有サイト
- マイクロブログ
- 掲示板
- ソーシャルゲーム
- コミュニティ放送
- その他()

★Q29
あなたが普段利用している ソーシャルメディア について、ソーシャルメディア を 利用し始めた順番 をお答えください。(それぞれ1つずつ選択)

タテに回答↓	1番目	2番目	3番目	4番目	5番目	6番目	7番目	8番目
<u>ブログ</u> 【例】Amebaブログ、Yahooブログ等	<input type="radio"/>							
<u>SNS</u> 【例】mixi、Facebook等	<input type="radio"/>							
<u>動画共有サイト</u> 【例】Youtube、ニコニコ動画等	<input type="radio"/>							
<u>情報共有サイト</u> 【例】Wikipedia、COOKPAD等	<input type="radio"/>							
<u>マイクロブログ</u> 【例】Twitter等	<input type="radio"/>							
<u>掲示板</u> 【例】Yahoo知恵袋、2ちゃんねる等	<input type="radio"/>							
<u>ソーシャルゲーム</u> 【例】GREE、モバゲー(Nintendo DSやPSP等の通信対応ゲームも含む)	<input type="radio"/>							
<u>コミュニティ放送</u> 【例】地域のミニFM、ケーブルTV等	<input type="radio"/>							

次へ >>

Copyright(C) 2010 MARSH Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常生活に関するアンケート【本調査】

下線付き赤文字にカーソルを乗せると説明が表示されます

あなたの *** TSC U1 *** における人付き合いの仕方についてお尋ねします。

★Q30- *** ANS Q20005 ***
*** TSC U1 *** の利用を始めてどれくらいたちましたか。(1つ選択)

- 1年未満
- 1年以上2年未満
- 2年以上3年未満
- 3年以上5年未満
- 5年以上7年未満
- 7年以上10年未満
- 10年以上15年未満
- 15年以上

★Q31- *** ANS Q20005 ***
どの端末から *** TSC U1 *** を利用していますか。(複数選択可)

- パソコン
- 携帯電話・PHS
- 携帯情報端末(PDA)
- テレビ
- DVD/HDDレコーダ
- ステレオ・ラジカセ・ミニコンポ・ラジオ
- ゲーム機(ポータブル型)
- ゲーム機(据え置き型)
- その他

★Q32- *** ANS Q20005 ***
*** TSC U1 *** の利用頻度はどれくらいですか。(1つ選択)

- ほとんど毎日利用
- 週に3~4回くらい利用
- 週に1~2回くらい利用
- 月に2~3回くらい利用
- 月に1回程度利用
- 月に1回未満の利用

★Q33- *** ANS Q20005 ***
*** TSC U1 *** の一日あたりの平均利用時間はどのくらいですか。(1つ選択)

- 30分未満
- 30分以上1時間未満
- 1時間以上2時間未満
- 2時間以上3時間未満
- 3時間以上5時間未満
- 5時間以上7時間未満
- 7時間以上10時間未満
- 10時間以上

次へ >>

Copyright(C) 2010 MARSH Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

10ページ

日常生活に関するアンケート【本調査】

下線付き赤字にカーソルを乗せると説明が表示されます

★Q34- *** ANS Q20005 ***
*** TSC U1 *** をどのような目的で利用しますか。(複数選択可)

- 閲覧
- 情報の書き込み、情報の投稿・提供
- 音楽・映像の視聴
- 音楽・映像の投稿
- 番組の視聴
- ゲーム
- その他

★Q35- *** ANS Q20005 ***
*** TSC U1 *** をどのような分野で利用していますか。(5つまで選択可)

- 【趣味】
 - 音楽
 - 映画
 - スポーツ
 - ゲーム
 - 旅行
 - ペット
 - 趣味その他
- 【ライフイベント】
 - 育児／教育
 - 料理
 - 結婚
 - 医療／健康
 - 地域情報
 - 防犯／防災
 - ライフイベントその他
- 【学校】
 - 学校
 - 部活動／サークル／ゼミ
 - 受験
 - 同窓会
 - 学校その他
- 【ビジネス】
 - 会社／アルバイト
 - 同業者交流／異業種交流
 - 就職活動
 - 起業活動
 - ビジネスその他
- 【社会活動】
 - ボランティア
 - NPO
 - 地域活動
 - 社会活動その他
- 【政治／宗教】
 - 政党
 - 選挙
 - 宗教団体
 - 政治／宗教その他
- 【その他】
 - その他

★Q36- *** ANS Q20005 ***
どのような用途で *** TSC U1 *** を利用していますか。(複数選択可)

- 知りたいことについて、情報を探するため
- 専門家や経験者に相談・質問するため
- 自分の知識や経験について情報を共有するため
- *** ANS Q20010 ***
- 自分の情報や作品を知ってもらうため
- おなじ趣味、嗜好を持つ人を探すため
- 自分の周囲にいないタイプの人を探すため
- インターネット上で知り合った人とのコミュニケーションをとるため
- 家族・親戚とのコミュニケーションのため
- もとからの知人とのコミュニケーションのため
- 不特定多数の人とのコミュニケーションのため
- 特に目的はない／暇つぶしのため
- その他

次へ >>

Copyright(C) 2010 MARSH Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常生活に関するアンケート【本調査】

下線付き赤文字にカーソルを乗せると説明が表示されます

あなたの *** TSC U1 *** における人付き合いの仕方についてお尋ねします。

★ Q37- *** ANS Q20005 ***

*** TSC U1 *** でコミュニケーション(情報の書き込み・投稿のみの場合も含む)をとる相手は主にどのような人ですか。(複数選択可)

※オンライン: インターネットに接続、利用している状態

※オフライン: インターネットに接続、利用していない状態

- インターネット上で知り合った特定の知人、友人
- オフラインで既に知人、友人だった人
- 家族、親戚
- 不特定多数
- 芸能人、著名人
- その他
- コミュニケーションを取る相手はいない(閲覧・視聴のみ)

★ Q38- *** ANS Q20005 ***

あなたは、*** TSC U1 *** 上で出会う人や情報について、どのように考えていますか。(それぞれ1つずつ選択)

ヨコへ回答→	そう思う	まあそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そうは思わない
*** TSC U1 *** で出会う人達のほとんどは信頼できる	○	○	○	○	○
*** TSC U1 *** で出会う人達について、信頼できる人と信頼できない人を見分ける自信がある	○	○	○	○	○
*** TSC U1 *** で流れる情報のほとんどは信頼できる	○	○	○	○	○

★ Q39- *** ANS Q20005 ***

あなたは、*** TSC U1 *** で人を助けること、助けられることについてどのように考えていますか。当てはまるものを1つお答え下さい。(それぞれ1つずつ選択)

ヨコへ回答→	そう思う	まあそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そうは思わない
*** TSC U1 *** において、困ったときにはお互いに助けあうというルールが守られている	○	○	○	○	○
*** TSC U1 *** で人から親切にもらった場合、自分も	○	○	○	○	○
*** TSC U1 *** で他の人に親切にしようという気持ちになる	○	○	○	○	○
*** TSC U1 *** を通じて人を助ければ、いずれその人から助けてもらえる	○	○	○	○	○

次へ>>

Copyright(C) 2010 MARSH Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常生活に関するアンケート【本調査】

下線付き赤文字にカーソルを乗せると説明が表示されます

あなたの *** TSC U1 *** の効果・効用についてお尋ねします。

★Q40- *** ANS Q20005 ***

*** TSC U1 *** で知り合った人とオフラインで会うことはありますか。(複数選択可)

※オンライン: インターネットに接続、利用している状態

※オフライン: インターネットに接続、利用していない状態

- 一定期間以上の交流があれば会うこともある
- 相手に誘われれば会うこともある
- 自ら誘って会うこともある
- 会うことはない

★Q41- *** ANS Q20005 ***

*** TSC U1 *** を利用して実現したことのうち当てはまるものはありますか。(それぞれ1つずつ選択)

ヨコに回答→	非常にあてはまる	あてはまる	どちらともいえない	あてはまらない	全くあてはまらない
知りたいことについて、情報を探すことができた	<input type="radio"/>				
自分の情報や作品を発表することができた	<input type="radio"/>				
おなじ趣味、嗜好を持つ人を探すことができた	<input type="radio"/>				
自分の周囲にいない人を探すことができた	<input type="radio"/>				
不特定多数とコミュニケーションをとることができた	<input type="radio"/>				
*** TSC U1 *** で知り合った人と実際に会うことができた	<input type="radio"/>				
疎遠になっていた知人と連絡が取れた	<input type="radio"/>				
家族・親戚とのコミュニケーションの機会が増えた	<input type="radio"/>				
自分や家族・親戚の健康上の不安・問題が解決した	<input type="radio"/>				
進学、就職、結婚など自分自身の生活上の不安・問題が解消した	<input type="radio"/>				
進学、就職、結婚、育児など家族・親戚の生活に関わる不安・問題が解消した	<input type="radio"/>				
収入や資産に関する不安・問題が解決した	<input type="radio"/>				
老後のくらしの不安・問題が解決した	<input type="radio"/>				
家族・親戚間の人間関係に関わる不安・問題が解消した	<input type="radio"/>				
近隣・地域(町内会、集落等)に関わる不安・問題が解消した	<input type="radio"/>				
勤務先での仕事や人間関係に関わる不安・問題が解消した	<input type="radio"/>				
新たな絆(ビジネスパートナーや趣味友達など)が生まれた	<input type="radio"/>				

★Q42- *** ANS Q20005 ***

*** TSC U1 *** を利用して良かったと思う出来事について具体的にお知らせください。

次へ >>

Copyright(C) 2010 MARSH Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.