

総務省 情報流通行政局

情報通信政策課 情報通信経済室 御中

令和4年度

ICT基盤の高度化とデジタルデータ及び情報の流通に関する

調査研究の請負

－ 1.6 アンケート調査の実施 －

2023.03.31

みずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社

デジタルコンサルティング部



目次

| | | |
|---|-------|----------|
| 調査概要 | | 4 |
| 私的な用途に利用している端末 | | 5 |
| デジタル機器・オンラインサービスの使いこなしの状況 | | 7 |
| 大手インターネット企業が提供するオンラインサービス・アプリケーションの利用経験 | | 9 |
| オンラインサービスの利用開始時期 | | 11 |
| 利用経験があるオンラインサービス・アプリケーション | | 13 |
| 利用経験があるオンラインサービス・アプリケーション（最もよく使うもの） | | 15 |
| ソーシャルログイン機能の利用 | | 18 |
| パーソナルデータの提供認識 | | 20 |
| パーソナルデータの企業側の活用認識 | | 22 |
| パーソナルデータ提供に対する不安感 | | 24 |
| パーソナライズ化された検索結果や広告等の表示について | | 26 |
| パーソナルデータを提供してもよいと思う条件 | | 28 |
| パーソナルデータを提供する際に重視する事項 | | 31 |
| ターゲティング広告等のサービス・アプリケーション利用への影響 | | 34 |
| アプリのトラッキング機能の許可状況 | | 36 |
| 自身のプライバシーとセキュリティ保護対策 | | 38 |
| オンライン上で最新のニュースを知りたい時にとる行動 | | 41 |
| 日常の情報収集に対する考え方 | | 44 |
| 情報の最適化（パーソナライズ）への認知度 | | 46 |
| 自分に近い意見等が表示されやすいことへの認知度 | | 48 |
| 提供側がみてほしい情報が提示される場合があることへの認知度 | | 50 |
| パーソナライズ度把握機能のニーズ | | 52 |
| S N Sに投稿する際の注意事項 | | 54 |
| 先端ICT技術・サービスの用語の認知状況 | | 56 |
| 先端ICT技術・サービスの利用状況 | | 59 |

目次

| | | |
|---------------------------------|-------|-----------|
| 【トピック分析】 | | 61 |
| オンラインサービス利用の有無によるパーソナルデータ提供の不安感 | | 62 |
| パーソナルデータ提供の不安別対策の実施状況 | | 63 |
| Twitter利用者とmastodon利用者の関連性 | | 64 |
| 回答者属性 | | 65 |
| 職業 | | 65 |
| 居住地域の特徴 | | 66 |
| 世帯年収 | | 67 |

1.6 アンケート調査の実施

調査概要

- 以下の事項を把握するために生活者に向けたアンケートを実施した。
 - プラットフォームサービスの利用状況、及びプラットフォームサービスへのパーソナルデータの提供
 - 偽・誤情報等、ターゲティング広告などのインターネット上の情報との接し方
 - Beyond5G/6G、Web3などの新しいサービス等についての認知度・利用意向
- 日本の意識の変化を測るために一部の設問において2019年度に実施した「データの流通環境等に関する消費者の意識に関する調査研究の請負」のアンケート結果も用いた。本文中に「前回調査」と表記した。

| 対象：4カ国 | <ul style="list-style-type: none"> ・対象国：日本、米国、独国、中国。 ・対象者：対象国に住む居住者。 ・年齢（20,30,40,50,60代以上）と性別（男性,女性）の、5属性×2属性で回収。 <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th></th> <th>20代</th> <th>30代</th> <th>40代</th> <th>50代</th> <th>60代以上</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <th>男性</th> <td>100名</td> <td>100名</td> <td>100名</td> <td>100名</td> <td>100名</td> </tr> <tr> <th>女性</th> <td>100名</td> <td>100名</td> <td>100名</td> <td>100名</td> <td>100名</td> </tr> </tbody> </table> | | | | | | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代以上 | 男性 | 100名 | 100名 | 100名 | 100名 | 100名 | 女性 | 100名 | 100名 | 100名 | 100名 | 100名 |
|-------------------------|--|--|------|------|-------|--|-----|-----|-----|-----|-------|----|------|------|------|------|------|----|------|------|------|------|------|
| | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代以上 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 男性 | 100名 | 100名 | 100名 | 100名 | 100名 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 女性 | 100名 | 100名 | 100名 | 100名 | 100名 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 回収目標数： | 4,000件（内訳：日本1,000件、米国1,000件、独国1,000件、中国1,000件） | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 調査方法： | ウェブアンケート調査 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 実施期間 | 2023年2月上旬～2月下旬 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 検証項目： ・25問程度 | ① 基本属性 | 性別、年代、職業、居住地域、世帯年収 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | ② プラットフォームサービスの利用状況 | 利用端末、活用レベル、PFサービス利用状況、ソーシャルログイン | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | ③ プラットフォーマーによるデータの利用 | パーソナルデータの提供・活用の認識、提供への不安、提供条件 ターゲティング広告とサービス利用、端末のトラッキング機能、対策状況等 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | ④ インターネット上の情報との接し方 | ニュース取得方法、情報収集方法の考え方、オンラインサービス特性やパーソナライズの理解状況、投稿する際の注意点、信頼できるオンラインサイト、自身のパーソナルデータが利活用されていることへの認知状況、ターゲティング広告への印象、データ提供を行うにあたりメリットを重視するか | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | ⑤ 5G/B5G等、新興サービスの認知度、利用状況 | 5G/B5GやWeb3等の関連用語の認知状況、各種サービス等の利用意向 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Q4 あなたが普段、私的な用途のために利用している端末をすべてお選びください。(MA)

- 対象国全体では、高くなった順に「スマートフォン（Android）」（57.9%）、「テレビ」（56.9%）、「ノートPC」（52.9%）、「スマートフォン（iOS）」（44.4%）となった。
- 国別にみると、日本では「スマートフォン（Android）」（47.2%）、「スマートフォン（iOS）」（42.9%）、「テレビ」（35.8%）となった。
- なお、「テレビ」（35.8%）は対象国全体よりも21.1ポイント低く、「ノートPC」（36.5%）、「デスクトップPC」（16.1%）、「タブレット」（15.6%）なども全体よりも低い。

| | | (n) | スマートフォン（iOS） | スマートフォン（Android） | スマートフォン（上記以外） | 従来型の携帯電話（フィーチャーフォン） | タブレット | ノートPC | デスクトップPC | ゲーム機 | テレビ | その他 | いあてはまるものはな |
|----|------|------|--------------|------------------|---------------|---------------------|-------|-------|----------|------|------|-----|------------|
| 全体 | | 4000 | 44.4 | 57.9 | 5.4 | 6.3 | 39.4 | 52.9 | 40.6 | 24.0 | 56.9 | 0.2 | 1.2 |
| 国 | 日本 | 1000 | 42.9 | 47.2 | 0.7 | 5.2 | 15.6 | 36.5 | 16.1 | 11.1 | 35.8 | 0.0 | 4.1 |
| | アメリカ | 1000 | 59.3 | 46.8 | 11.5 | 10.4 | 37.5 | 48.2 | 40.3 | 24.8 | 53.7 | 0.3 | 0.2 |
| | ドイツ | 1000 | 30.9 | 70.1 | 2.8 | 5.6 | 50.3 | 63.3 | 43.0 | 33.7 | 75.3 | 0.3 | 0.5 |
| | 中国 | 1000 | 44.4 | 67.6 | 6.7 | 3.9 | 54.3 | 63.6 | 63.1 | 26.2 | 62.6 | 0.0 | 0.0 |

Q4 あなたが普段、私的な用途のために利用している端末をすべてお選びください。（MA）

- 日本において性・年代別に私的な用途のために利用している端末を尋ねた。性別では、男性は高くなった順に「スマートフォン（Android）」（52.0%）、「ノートPC」（42.4%）、「スマートフォン（iOS）」（40.0%）、女性は「スマートフォン（iOS）」（45.8%）「スマートフォン（Android）」（42.4%）、「テレビ」（32.4%）、「ノートPC」（30.6%）が高い。
- 年代別でみると、「スマートフォン（iOS）」は20代（60.0%）が最も高く、年代が高くなるにつれ低下する傾向を示した。「スマートフォン（Android）」は20代が33.0%と最も低くなったが、その他の年代では4～5割台となった。
- また「ノートPC」、「テレビ」はおおむね年代が高くなるにつれ、利用率が上昇する傾向を示した。

| | | (n) | スマートフォン（iOS） | スマートフォン（Android） | スマートフォン（その他） | （スマートフォン以外） | 従来型の携帯電話 | タブレット | ノートPC | デスクトップPC | ゲーム機 | テレビ | その他 | いあてはまるものはな |
|----|-------|------|--------------|------------------|--------------|-------------|----------|-------|-------|----------|------|-----|-----|------------|
| 全体 | | 1000 | 42.9 | 47.2 | 0.7 | 5.2 | 15.6 | 36.5 | 16.1 | 11.1 | 35.8 | 0.0 | 4.1 | |
| 性別 | 男性 | 500 | 40.0 | 52.0 | 0.4 | 6.0 | 20.0 | 42.4 | 21.0 | 16.6 | 39.2 | 0.0 | 3.6 | |
| | 女性 | 500 | 45.8 | 42.4 | 1.0 | 4.4 | 11.2 | 30.6 | 11.2 | 5.6 | 32.4 | 0.0 | 4.6 | |
| 年代 | 20代 | 200 | 60.0 | 33.0 | 1.5 | 2.5 | 10.0 | 28.5 | 9.5 | 13.5 | 22.5 | 0.0 | 5.5 | |
| | 30代 | 200 | 47.0 | 48.0 | 0.0 | 3.5 | 17.5 | 35.0 | 13.5 | 20.0 | 32.0 | 0.0 | 4.0 | |
| | 40代 | 200 | 37.5 | 55.0 | 0.5 | 4.5 | 19.0 | 38.5 | 18.5 | 13.5 | 42.0 | 0.0 | 2.5 | |
| | 50代 | 200 | 42.0 | 47.0 | 0.5 | 6.5 | 15.0 | 37.5 | 19.0 | 6.0 | 39.0 | 0.0 | 2.0 | |
| | 60代以上 | 200 | 28.0 | 53.0 | 1.0 | 9.0 | 16.5 | 43.0 | 20.0 | 2.5 | 43.5 | 0.0 | 6.5 | |

Q5 あなたはデジタル機器やオンラインサービスを使いこなせていると思いますか。最も近いものを選んで下さい。(SA)

- デジタル機器やオンラインサービスを使いこなせていると思うか尋ねた。「使える（使いこなせている+どちらかといえば使いこなせている）」「使えない（どちらかといえば使いこなせていない+使いこなせていない）」で比較をおこなう。
- 対象国全体では、「使える」（78.7%）、「使えない」（9.4%）であった。
- 国別でみる。ここでは「使える」に注目した。高くなった順に中国（95.5%）、ドイツ（93.7%）、アメリカ（82.3%）、日本（43.2%）となった。**日本は、自身がデジタル機器やサービスを使えると思う割合が4割台であった。一方で「どちらでもない」、「使えない」との回答は2割台である。**

| | | 該当数 | 使いこなせている | いどちらかといえ ば使 | どちらでもない | いどちらかといえ ば使 | 使いこなせていない | 使える | 使えない |
|----|------|------|----------|----------------|---------|----------------|-----------|------|------|
| 全体 | | 4000 | 44.6 | 34.1 | 11.9 | 5.3 | 4.1 | 78.7 | 9.4 |
| 国 | 日本 | 1000 | 9.5 | 33.7 | 27.3 | 15.6 | 13.9 | 43.2 | 29.5 |
| | アメリカ | 1000 | 48.2 | 34.1 | 14.0 | 2.3 | 1.4 | 82.3 | 3.7 |
| | ドイツ | 1000 | 58.0 | 35.7 | 4.4 | 1.6 | 0.3 | 93.7 | 1.9 |
| | 中国 | 1000 | 62.8 | 32.7 | 2.0 | 1.8 | 0.7 | 95.5 | 2.5 |

Q5 あなたはデジタル機器やオンラインサービスを使いこなせていると思いますか。最も近いものを選んで下さい。（SA）

- **日本において性・年代別にみる。**「使える（使いこなせている+どちらかといえば使いこなせている）、「使えない（どちらかといえば使いこなせていない+使いこなせていない）」で比較をおこなう。
- 日本全体では、「使える」（43.2%）、「使えない」（29.5%）であった。
- さらに性・年代別にみる。ここでは「使える」に注目した。性別では、男性（47.6%）、女性（38.8%）となった。年代別にみると最も高くなったのは順に20代（50.0%）逆に最も低くなったのは50代（34.0%）となった。両者の差は16ポイントであった。**日本は、特に50代が「使える」と感じている割合が3割台と低い。使えないと感じている割合も4割台と他の年代より高い。**

| | | 該当数 | 使いこなせている | どちらかといえば使 | どちらでもない | どちらかとい | 使いこなせていない | 使える | 使えない |
|----|-------|------|----------|-----------|---------|--------|-----------|------|------|
| 全体 | | 1000 | 9.5 | 33.7 | 27.3 | 15.6 | 13.9 | 43.2 | 29.5 |
| 性別 | 男性 | 500 | 10.4 | 37.2 | 27.2 | 13.6 | 11.6 | 47.6 | 25.2 |
| | 女性 | 500 | 8.6 | 30.2 | 27.4 | 17.6 | 16.2 | 38.8 | 33.8 |
| 年代 | 20代 | 200 | 13.0 | 37.0 | 31.5 | 7.5 | 11.0 | 50.0 | 18.5 |
| | 30代 | 200 | 15.0 | 30.0 | 27.5 | 13.5 | 14.0 | 45.0 | 27.5 |
| | 40代 | 200 | 8.0 | 35.5 | 29.5 | 13.5 | 13.5 | 43.5 | 27.0 |
| | 50代 | 200 | 6.0 | 28.0 | 24.5 | 26.0 | 15.5 | 34.0 | 41.5 |
| | 60代以上 | 200 | 5.5 | 38.0 | 23.5 | 17.5 | 15.5 | 43.5 | 33.0 |

Q6 あなたはGoogle、Apple、Meta（旧Facebook）、Amazon、Alibaba、Tencent、Baiduなど大手インターネット企業が提供するオンラインサービスやアプリケーションを利用したことがありますか？（SA）

- 大手インターネット企業が提供するオンラインサービスやアプリケーションを利用をみると、全対象国で見ると「はい（現在も利用中）」（82.8%）が高い結果となった。
- 以降、各国における「はい（現在も利用中）」の回答割合をみる。日本（67.4%）、アメリカ（85.8%）、ドイツ（86.6%）、中国（91.5%）となり、**日本が他国よりも利用している回答者が少ない結果となった。**
- なお、日本は他国と比べて、「いいえ（全く利用したことがない）」（26.2%）が高い。

| | | 該当数 | はい （現在も利用中） | はい （過去に利用して いない） | いいえ （全く利用したこ とがない） |
|----|------|------|----------------|------------------------|--------------------------|
| 全体 | | 4000 | 82.8 | 7.6 | 9.6 |
| 国 | 日本 | 1000 | 67.4 | 6.4 | 26.2 |
| | アメリカ | 1000 | 85.8 | 10.2 | 4.0 |
| | ドイツ | 1000 | 86.6 | 8.1 | 5.3 |
| | 中国 | 1000 | 91.5 | 5.6 | 2.9 |

Q6 あなたはGoogle、Apple、Meta（旧Facebook）、Amazon、Alibaba、Tencent、Baiduなど大手インターネット企業が提供するオンラインサービスやアプリケーションを利用したことがありますか？（SA）

- 日本において性・年代別にみると、「はい（現在も利用中）」は**全体（67.4%）**と**ほぼ変わらない結果**となった（5ポイント以上の差が付いたものはなかった。）

| | | 該当数 | はい （現在も利用中） | はい （現在は過去に利用して いない） | はい （現在は過去に利用して いない） | はい （現在は過去に利用して いない） |
|-----|--------|------|----------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| 全 体 | | 1000 | 67.4 | 6.4 | 26.2 | |
| 性 別 | 男性 | 500 | 69.6 | 6.8 | 23.6 | |
| | 女性 | 500 | 65.2 | 6.0 | 28.8 | |
| 年 齢 | 20-29歳 | 200 | 67.5 | 7.5 | 25.0 | |
| | 30-39歳 | 200 | 69.5 | 6.0 | 24.5 | |
| | 40-49歳 | 200 | 67.0 | 5.0 | 28.0 | |
| | 50-59歳 | 200 | 68.0 | 5.5 | 26.5 | |
| | 60歳以上 | 200 | 65.0 | 8.0 | 27.0 | |

Q7 前の設問で「はい」と回答した方に伺います。各社のオンラインサービスのうち、最も最初に利用し始めたのはいつ頃でしょうか？（SA）

- オンラインサービスを最初に利用した年を尋ねた。
- 対象国全体では、「2010年代」（38.4%）と「2000年代」（25.0%）が高い。
- 国別にみると、日本は「よく覚えていない」（31.3%）が高く、「2010年代」（28.2%）と続く。
- 日本以外の国では、全体と同様の傾向である。

| | | 該当数 | 1990年代 | 2000年代 | 2010年代 | 2020年代 | よく覚えていない |
|----|------|------|--------|--------|--------|--------|----------|
| 全体 | | 3616 | 11.0 | 25.0 | 38.4 | 14.6 | 11.1 |
| 国 | 日本 | 738 | 10.4 | 20.3 | 28.2 | 9.8 | 31.3 |
| | アメリカ | 960 | 16.1 | 24.9 | 36.8 | 15.1 | 7.1 |
| | ドイツ | 947 | 12.5 | 28.1 | 36.0 | 14.6 | 8.9 |
| | 中国 | 971 | 4.9 | 25.6 | 49.9 | 17.7 | 1.8 |

Q7 前の設問で「はい」と回答した方に伺います。各社のオンラインサービスのうち、最も最初に利用し始めたのはいつ頃でしょうか？（SA）

- 日本において性・年代別にみる。
- オンラインサービスを利用し始めた時期を尋ねた。
- 性別では、男性、女性とも、「2010年代」（それぞれ30.1%、26.1%）が高くなった。なお、女性は「よく覚えていない」が（37.1%）と全体（31.3%）に比べて高い。
- 年代別では、「2010年代」が高くなった（よく覚えていないを除く）。20代（40.0%）が最も高くなった。
- なお、40代、50代は「2000年代」も高い。60代以上では「1990年代」が（21.9%）と全体（10.4%）に比べて高い。

| | | 該当数 | 1990年代 | 2000年代 | 2010年代 | 2020年代 | よく覚えていない |
|-----|--------|-----|--------|--------|--------|--------|----------|
| 全 体 | | 738 | 10.4 | 20.3 | 28.2 | 9.8 | 31.3 |
| 性別 | 男性 | 382 | 13.9 | 21.5 | 30.1 | 8.6 | 25.9 |
| | 女性 | 356 | 6.7 | 19.1 | 26.1 | 11.0 | 37.1 |
| 年齢 | 20-29歳 | 150 | 2.7 | 15.3 | 40.0 | 14.0 | 28.0 |
| | 30-39歳 | 151 | 4.6 | 20.5 | 30.5 | 10.6 | 33.8 |
| | 40-49歳 | 144 | 12.5 | 22.2 | 20.8 | 10.4 | 34.0 |
| | 50-59歳 | 147 | 10.9 | 25.2 | 25.2 | 6.1 | 32.7 |
| | 60歳以上 | 146 | 21.9 | 18.5 | 24.0 | 7.5 | 28.1 |

Q8_1 Google、Apple、Meta（旧Facebook）、Amazon、Alibaba、Tencent、Baidu など大手インターネット企業が提供するオンラインサービスやアプリケーションのうち、あなたが利用したことがあるものをすべて選んでください。さらに、このうち最もよく使うサービスを一つだけ選んで下さい。／利用したことがあるサービス（MA）_T1

- インターネット企業が提供するオンラインサービスやアプリケーションで利用したことがあるものをいくつでも選んでもらった。
- 全対象国で高くなった順にみると、「Google Map」（66.5%）、「YouTube」（63.8%）、「amazon ※オンラインショッピング」（61.3%）が高い結果となった。さらに、過半数のサービスも加えると「Facebook」（50.2%）、「Gmail」（56.1%）、「Google Search／Google Web Search ※検索サービス」（55.3%）となった。
- 日本において高くなった順にみると、「YouTube」（79.1%）、「Gmail」（65.2%）、「Google Map」（63.6%）となった。
- 中国は同国独自のICTサービスの利用割合が高い。高くなった順に、「WeChat（微信）」（90.8%）、「WeChat Pay（微信支付）」（88.6%）、「Alipay（支付宝）」（85.3%）となった。
- 「WeChat（微信）」、「WeChat Pay（微信支付）」、「Alipay（支付宝）」のサービスは回答者の9割近くが利用していると回答した。

| | 該当数 | Google Search / Google | Google Map | YouTube | Google Play | Google News | Gmail | Google Drive | Google Calendar | App Store | iTunes | Apple Music | Facebook | Facebook Messenger | Instagram | WhatsApp | amazon ※オンラインショッピング | Kindle | Prime Video | Amazon Music | Alipay（支付宝） | ラ海購（天猫国際） / Taobao（淘宝网） | Tmall（天猫） / Kaola（考拉） | WeChat（微信） | WeChat Pay（微信支付） | Tencent Video（騰訊視頻） | Baidu Search（百度） | 百度地図（Baidu Maps） | その他 | わからない・覚えていない |
|------|------|------------------------|------------|---------|-------------|-------------|-------|--------------|-----------------|-----------|--------|-------------|----------|--------------------|-----------|----------|---------------------|--------|-------------|--------------|-------------|-------------------------|-----------------------|------------|------------------|---------------------|------------------|------------------|-----|--------------|
| 全体 | 3616 | 55.3 | 66.5 | 63.8 | 40.6 | 35.4 | 56.1 | 32.9 | 33.5 | 41.8 | 32.7 | 31.1 | 50.2 | 36.8 | 39.0 | 35.3 | 61.3 | 24.3 | 39.0 | 30.1 | 35.7 | 33.5 | 33.4 | 37.4 | 35.6 | 32.7 | 30.3 | 31.8 | 1.5 | 3.1 |
| 国 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 日本 | 738 | 33.6 | 63.6 | 79.1 | 31.2 | 19.2 | 65.2 | 20.2 | 12.2 | 33.3 | 24.9 | 13.0 | 27.0 | 10.6 | 31.0 | 3.5 | 57.5 | 11.7 | 30.2 | 13.6 | 1.1 | 0.8 | 1.5 | 1.5 | 0.9 | 0.5 | 1.6 | 1.1 | 0.3 | 3.0 |
| アメリカ | 960 | 71.1 | 77.9 | 77.3 | 59.9 | 56.9 | 74.2 | 57.2 | 58.1 | 57.8 | 50.0 | 51.3 | 74.0 | 62.5 | 54.4 | 44.2 | 74.2 | 43.6 | 57.2 | 50.8 | 32.2 | 34.3 | 32.4 | 34.0 | 31.3 | 32.1 | 33.9 | 34.4 | 1.7 | 2.0 |
| ドイツ | 947 | 62.1 | 73.3 | 74.2 | 49.5 | 43.8 | 63.5 | 37.2 | 44.8 | 34.0 | 27.6 | 24.6 | 64.8 | 52.3 | 52.2 | 72.7 | 63.8 | 24.9 | 55.4 | 38.6 | 15.5 | 14.4 | 11.7 | 14.1 | 12.9 | 12.5 | 12.8 | 14.5 | 2.2 | 7.4 |
| 中国 | 971 | 49.4 | 50.9 | 28.5 | 20.1 | 18.2 | 24.1 | 14.5 | 14.5 | 40.0 | 26.6 | 31.4 | 30.1 | 16.2 | 17.2 | 14.2 | 48.9 | 14.2 | 11.8 | 14.0 | 85.3 | 76.2 | 79.9 | 90.8 | 88.6 | 77.5 | 65.6 | 69.6 | 1.5 | 0.1 |

Q8_1 Google、Apple、Meta（旧Facebook）、Amazon、Alibaba、Tencent、Baidu など大手インターネット企業が提供するオンラインサービスやアプリケーションのうち、あなたが利用したことがあるものをすべて選んでください。さらに、このうち最もよく使うサービスを一つだけ選んで下さい。／利用したことがあるサービス（MA）_T1

- インターネット企業が提供するオンラインサービスやアプリケーションで利用したことがあるものを性・年代別にみた。
 - 男性は高くなった順に「YouTube」（79.6%）、「Gmail」（66.5%）、「Google Map」（64.7%）、
 - 女性は「YouTube」（78.7%）、「Gmail」（63.8%）、「Google Map」（62.4%）、
 - 20代は「YouTube」（78.7%）、「Gmail」（67.3%）、「Google Map」（57.3%）、
 - 30代は「YouTube」（84.8%）、「Gmail」（69.5%）、「Google Map」（62.9%）、
 - 40代は「YouTube」（80.6%）、「Google Map」（70.8%）、「Gmail」（68.8%）、
 - 50代は「YouTube」（75.5%）、「Google Map」（66.7%）、「Gmail」（64.6%）、
 - 60代以上は「YouTube」（76.0%）、「Google Map」（60.3%）、「amazon ※オンラインショッピング」（57.5%）であった。
- すべての性別・年代において**1番目は「YouTube」となった。2番目は全性別、20～30代で「Gmail」、40～60代以上で「Google Map」となった。**60代以上では全体で4番目となった「amazon」が3番目となった。

| | | 該当数 | Google Web Search / Google | Google Map | YouTube | Google Play | Google News | Gmail | Google Drive | Google Calendar | App Store | iTunes | Apple Music | Facebook | Facebook Messenger | Instagram | WhatsApp | Amazon ※オンラインショッピング | Kindle | Prime Video | Amazon Music | Alipay（支付宝） | Alibaba（阿里巴巴） / 考拉海购 / Tmall | Taobao（淘宝网） | WeChat（微信） | WeChat Pay（微信支付） | Tencent Video（騰訊視頻） | ※検索サービス | Baidu Search（百度） | 百度地図（Baidu Maps） | その他 | わからない・覚えていない |
|----|--------|-----|----------------------------|------------|---------|-------------|-------------|-------|--------------|-----------------|-----------|--------|-------------|----------|--------------------|-----------|----------|---------------------|--------|-------------|--------------|-------------|------------------------------|-------------|------------|------------------|---------------------|---------|------------------|------------------|-----|--------------|
| 全体 | | 738 | 33.6 | 63.6 | 79.1 | 31.2 | 19.2 | 65.2 | 20.2 | 12.2 | 33.3 | 24.9 | 13.0 | 27.0 | 10.6 | 31.0 | 3.5 | 57.5 | 11.7 | 30.2 | 13.6 | 1.1 | 0.8 | 1.5 | 1.5 | 0.9 | 0.5 | 1.6 | 1.1 | 0.3 | 3.0 | |
| 性別 | 男性 | 382 | 31.4 | 64.7 | 79.6 | 34.6 | 21.5 | 66.5 | 22.0 | 15.4 | 29.6 | 24.6 | 8.1 | 23.3 | 8.4 | 21.2 | 2.1 | 55.2 | 12.0 | 29.1 | 12.6 | 1.0 | 0.5 | 1.3 | 1.0 | 0.8 | 0.5 | 1.8 | 1.3 | 0.5 | 3.1 | |
| | 女性 | 356 | 36.0 | 62.4 | 78.7 | 27.5 | 16.9 | 63.8 | 18.3 | 8.7 | 37.4 | 25.3 | 18.3 | 30.9 | 12.9 | 41.6 | 5.1 | 59.8 | 11.2 | 31.5 | 14.6 | 1.1 | 1.1 | 1.7 | 2.0 | 1.1 | 0.6 | 1.4 | 0.8 | 0.0 | 2.8 | |
| 年齢 | 20-29歳 | 150 | 35.3 | 57.3 | 78.7 | 30.7 | 11.3 | 67.3 | 24.0 | 10.7 | 46.0 | 28.0 | 24.0 | 21.3 | 12.0 | 48.0 | 4.0 | 56.7 | 14.0 | 37.3 | 14.7 | 0.7 | 0.7 | 0.7 | 2.0 | 0.7 | 0.7 | 2.0 | 2.7 | 0.0 | 4.7 | |
| | 30-39歳 | 151 | 26.5 | 62.9 | 84.8 | 36.4 | 13.2 | 69.5 | 19.9 | 7.9 | 33.8 | 32.5 | 17.2 | 29.1 | 11.3 | 41.7 | 4.6 | 57.0 | 12.6 | 30.5 | 15.2 | 2.0 | 1.3 | 3.3 | 1.3 | 1.3 | 0.0 | 1.3 | 0.7 | 0.0 | 3.3 | |
| | 40-49歳 | 144 | 38.9 | 70.8 | 80.6 | 36.8 | 17.4 | 68.8 | 23.6 | 16.0 | 30.6 | 24.3 | 8.3 | 27.1 | 8.3 | 21.5 | 3.5 | 59.7 | 11.8 | 27.1 | 13.9 | 1.4 | 0.7 | 1.4 | 1.4 | 1.4 | 0.7 | 2.8 | 1.4 | 1.4 | 1.4 | |
| | 50-59歳 | 147 | 32.0 | 66.7 | 75.5 | 23.1 | 25.2 | 64.6 | 15.6 | 13.6 | 29.3 | 19.0 | 7.5 | 27.9 | 11.6 | 25.2 | 2.7 | 56.5 | 14.3 | 26.5 | 11.6 | 0.0 | 0.0 | 0.7 | 1.4 | 0.0 | 0.0 | 1.4 | 0.0 | 0.0 | 4.1 | |
| | 60歳以上 | 146 | 35.6 | 60.3 | 76.0 | 28.8 | 29.5 | 55.5 | 17.8 | 13.0 | 26.7 | 20.5 | 7.5 | 29.5 | 9.6 | 17.8 | 2.7 | 57.5 | 5.5 | 29.5 | 12.3 | 1.4 | 1.4 | 1.4 | 1.4 | 1.4 | 1.4 | 0.7 | 0.7 | 0.0 | 1.4 | |

Q8_2 Google、Apple、Meta（旧Facebook）、Amazon、Alibaba、Tencent、Baidu など大手インターネット企業が提供するオンラインサービスやアプリケーションのうち、あなたが利用したことがあるものをすべて選んでください。さらに、このうち最もよく使うサービスを一つだけ選んで下さい。／最もよく使うサービス（SA）

- インターネット企業が提供するオンラインサービスやアプリケーションで最も利用するものを1つだけ選んでもらった。
- 全対象国で高くなった順にみると、「WeChat（微信）」（13.5%）、「YouTube」（12.0%）、「Google Search／Google Web Search ※検索サービス」（9.8%）となった。中国において「WeChat（微信）」（47.3%）であったことが全対象国へ影響を与えている。
- 日本において高くなった順にみると、「YouTube」（33.5%）、「Google Search／Google Web Search ※検索サービス」（13.4%）、「Gmail」（12.9%）となった。
- 中国において高くなった順にみると、「WeChat（微信）」（47.3%）、「Alipay（支付宝）」（11.2%）、「WeChat Pay（微信支付）」（9.0%）となった。

| | 該当数 | Google Search / Google | Google Map | YouTube | Google Play | Google News | Gmail | Google Drive | Google Calendar | App Store | iTunes | Apple Music | Facebook | Facebook Messenger | Instagram | WhatsApp | Amazon ※オンラインショッピング | Kindle | Prime Video | Amazon Music | Alipay（支付宝） | Alibaba（天猫） / 考拉（天猫国际） / Kaola（考拉） | Taobao（淘宝网） | WeChat（微信） | WeChat Pay（微信支付） | Tencent Video（腾讯视频） | Baidu Search（百度） | 百度地図（Baidu Maps） | その他 | わからない・覚えていない | |
|----|------|------------------------|------------|---------|-------------|-------------|-------|--------------|-----------------|-----------|--------|-------------|----------|--------------------|-----------|----------|---------------------|--------|-------------|--------------|-------------|------------------------------------|-------------|------------|------------------|---------------------|------------------|------------------|-----|--------------|-----|
| 全体 | 3616 | 9.8 | 3.8 | 12.0 | 1.6 | 1.3 | 6.5 | 1.1 | 1.2 | 2.0 | 0.7 | 1.2 | 3.3 | 1.1 | 3.0 | 5.8 | 8.0 | 0.8 | 3.4 | 0.9 | 3.6 | 1.3 | 1.1 | 13.5 | 2.8 | 1.2 | 2.8 | 1.8 | 0.9 | 3.1 | |
| 国 | 日本 | 738 | 13.4 | 7.5 | 33.5 | 1.4 | 1.4 | 12.9 | 1.5 | 0.9 | 1.5 | 0.0 | 1.1 | 1.1 | 0.0 | 5.6 | 10.6 | 0.3 | 3.5 | 0.4 | 0.1 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.3 | 3.0 | |
| | アメリカ | 960 | 11.9 | 3.4 | 10.4 | 3.4 | 2.2 | 9.2 | 2.3 | 2.4 | 3.9 | 1.9 | 1.9 | 7.1 | 1.6 | 0.8 | 12.0 | 1.7 | 4.2 | 1.5 | 1.6 | 1.1 | 0.7 | 2.2 | 1.3 | 0.8 | 2.9 | 2.6 | 1.0 | 2.0 | |
| | ドイツ | 947 | 13.0 | 3.4 | 7.9 | 1.1 | 1.5 | 4.8 | 0.6 | 1.3 | 0.8 | 0.4 | 1.0 | 4.4 | 1.8 | 5.4 | 21.4 | 9.3 | 1.2 | 5.8 | 1.5 | 0.4 | 0.4 | 0.2 | 1.0 | 0.4 | 0.6 | 1.2 | 1.0 | 1.0 | 7.4 |
| | 中国 | 971 | 2.1 | 2.0 | 1.3 | 0.5 | 0.1 | 0.6 | 0.1 | 0.2 | 1.8 | 0.5 | 0.8 | 0.2 | 0.3 | 0.2 | 0.0 | 1.0 | 0.0 | 0.2 | 0.2 | 11.2 | 3.4 | 3.1 | 47.3 | 9.0 | 3.2 | 6.3 | 3.3 | 1.0 | 0.1 |

Q8_2 Google、Apple、Meta（旧Facebook）、Amazon、Alibaba、Tencent、Baidu など大手インターネット企業が提供するオンラインサービスやアプリケーションのうち、あなたが利用したことがあるものをすべて選んでください。さらに、このうち最もよく使うサービスを一つだけ選んで下さい。／最もよく使うサービス（SA）

- 日本において、性・年代別にインターネット企業が提供するオンラインサービスやアプリケーションで**最も利用するもの**をみた。
 - 男性は高くなった順に「YouTube」（33.5%）、「Gmail」（15.4%）、「Google Search／Google Web Search」（13.9%）、
 - 女性は「YouTube」（33.4%）、「amazon」（13.2%）、「Google Search／Google Web Search」（12.9%）、
 - 20代は「YouTube」（40.0%）、「Instagram」（14.7%）、「Gmail」（11.3%）、
 - 30代は「YouTube」（41.7%）、「Gmail」（14.6%）、「Google Search／Google Web Search」（10.6%）、
 - 40代は「YouTube」（29.9%）、「Google Search／Google Web Search」（20.8%）、「Gmail」（14.6%）
 - 50代は「YouTube」（29.9%）、「amazon」（14.3%）、「Google Map」（12.9%）、
 - 60代以上は「YouTube」（25.3%）、「amazon」（17.8%）、「Google Search／Google Web Search」（16.4%）であった。
- すべての性別・年代において**1番目は「YouTube」となった（前問と同じ傾向）**。特に20代、30代が4割と他世代よりも1割程度高い結果。なお、最も回答割合が低かった60代以上では25.3%であった。
- **2番目は回答が分かれた**。20代で「Instagram」、男性および30代で「Gmail」、40代で「Google Search／Google Web Search」となった。女性、50代、60代以上では「amazon」となった。

1.6 アンケート調査の実施

日本（性別年代別比較）

Q8_2 Google、Apple、Meta（旧Facebook）、Amazon、Alibaba、Tencent、Baidu など大手インターネット企業が提供するオンラインサービスやアプリケーションのうち、あなたが利用したことがあるものをすべて選んでください。さらに、このうち最もよく使うサービスを一つだけ選んで下さい。／最もよく使うサービス（SA）

| | | 該当数 | Google Search ※検索サービス | Google Map | YouTube | Google Play | Google News | Gmail | Google Drive | Google Calendar | App Store | iTunes | Apple Music | Facebook | Facebook Messenger | Instagram | WhatsApp | Amazon ※オンラインショッピング | Kindle | Prime Video | Amazon Music | Alipay（支付宝） | Alipay | Alipay | Alipay | Alipay | Taobao（淘宝网） | WeChat（微信） | WeChat Pay（微信支付） | Tencent Video（騰訊視頻） | Baidu Search（百度） ※検索サービス | 百度地図（Baidu Maps） | その他 | わからない・覚えていない |
|----|--------|-----|-----------------------|------------|---------|-------------|-------------|-------|--------------|-----------------|-----------|--------|-------------|----------|--------------------|-----------|----------|---------------------|--------|-------------|--------------|-------------|--------|--------|--------|--------|-------------|------------|------------------|---------------------|--------------------------|------------------|-----|--------------|
| 全体 | | 738 | 13.4 | 7.5 | 33.5 | 1.4 | 1.4 | 12.9 | 1.5 | 0.9 | 1.5 | 0.0 | 1.1 | 1.1 | 0.0 | 5.6 | 0.0 | 10.6 | 0.3 | 3.5 | 0.4 | 0.1 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.3 | 3.0 | |
| 性別 | 男性 | 382 | 13.9 | 8.1 | 33.5 | 1.0 | 1.8 | 15.4 | 1.3 | 1.8 | 1.8 | 0.0 | 0.8 | 1.3 | 0.0 | 2.6 | 0.0 | 8.1 | 0.3 | 3.1 | 0.8 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.5 | 3.1 | |
| | 女性 | 356 | 12.9 | 6.7 | 33.4 | 1.7 | 0.8 | 10.1 | 1.7 | 0.0 | 1.1 | 0.0 | 1.4 | 0.8 | 0.0 | 8.7 | 0.0 | 13.2 | 0.3 | 3.9 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 2.8 |
| 年齢 | 20-29歳 | 150 | 10.0 | 3.3 | 40.0 | 1.3 | 1.3 | 11.3 | 2.0 | 0.7 | 2.0 | 0.0 | 2.7 | 0.0 | 0.0 | 14.7 | 0.0 | 4.0 | 0.0 | 1.3 | 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 | 4.7 |
| | 30-39歳 | 151 | 10.6 | 6.0 | 41.7 | 1.3 | 0.0 | 14.6 | 0.7 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 1.3 | 0.7 | 0.0 | 6.0 | 0.0 | 9.9 | 0.0 | 3.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.7 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 3.3 |
| | 40-49歳 | 144 | 20.8 | 11.1 | 29.9 | 2.1 | 0.0 | 14.6 | 1.4 | 1.4 | 2.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 2.1 | 0.0 | 6.9 | 0.7 | 4.2 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 1.4 | 1.4 |
| | 50-59歳 | 147 | 9.5 | 12.9 | 29.9 | 0.0 | 2.7 | 11.6 | 2.0 | 1.4 | 1.4 | 0.0 | 0.0 | 2.7 | 0.0 | 2.0 | 0.0 | 14.3 | 0.7 | 4.1 | 0.7 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 4.1 |
| | 60歳以上 | 146 | 16.4 | 4.1 | 25.3 | 2.1 | 2.7 | 12.3 | 1.4 | 1.4 | 2.1 | 0.0 | 1.4 | 2.1 | 0.0 | 2.7 | 0.0 | 17.8 | 0.0 | 4.8 | 1.4 | 0.7 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 1.4 |

Q9 あなたはオンラインサービスを新規利用する際、既存アカウントが使える場合、それらを利用していますか。Social Login（ソーシャル・ログイン）やSocial Sign In（ソーシャル・サインイン）と呼ばれています。ここでは、Google、Facebook、Apple、Amazon、Alibaba、Tencent、Baiduのあなたが既に保有しているアカウント等を想定してください。（SA）

- オンラインサービスへの新規登録の際に、別オンラインサービスで作成した既存アカウントを使う仕組みは「Social Login（ソーシャル・ログイン）」と呼ばれている。利用状況を尋ねたところ、対象国全体では、「はい。ほぼ全てのサービスに既存のアカウントを利用する」（54.8%）が高い。これに、「はい。ただし、サービスごとに既存アカウントを利用するかどうかを検討する」（30.5%）と続く。
- これらを足しあげた「はい（はい。ほぼ全てのサービスに既存のアカウントを利用する）+「はい。ただし、サービスごとに既存アカウントを利用するかどうかを検討する）」と他の選択肢と比較を行う。「はい」（85.3%）、「いいえ」（14.7%）となり、既存アカウントの利用している人は8割台であった。
- 日本では、「はい」（74.3%）、「いいえ」（25.7%）であった。
- 「はい」に着目して、国別にみると、高くなった順に中国（95.8%）、アメリカ（89.8%）、ドイツ（81.3%）、日本（74.3%）となった。ソーシャルログイン利用は7～9割台と高くなった。

| | | 該当数 | はい （はい。ほぼ全てのサービスに既存のアカウントを利用する） | いいえ （はい。ただし、サービスごとに既存アカウントを利用するかどうかを検討する） | その他 | はい |
|----|------|------|------------------------------------|--|------|------|
| 全体 | | 4000 | 54.8 | 30.5 | 14.7 | 85.3 |
| 国 | 日本 | 1000 | 33.8 | 40.5 | 25.7 | 74.3 |
| | アメリカ | 1000 | 69.0 | 20.8 | 10.2 | 89.8 |
| | ドイツ | 1000 | 51.6 | 29.7 | 18.7 | 81.3 |
| | 中国 | 1000 | 64.9 | 30.9 | 4.2 | 95.8 |

Q9 あなたはオンラインサービスを新規利用する際、既存アカウントが使える場合、それらを利用していますか。Social Login（ソーシャル・ログイン）やSocial Sign In（ソーシャル・サインイン）と呼ばれています。ここでは、Google、Facebook、Apple、Amazon、Alibaba、Tencent、Baiduのあなたが既に保有しているアカウント等を想定してください。（SA）

- 日本において性・年代別にみる。オンラインサービスを新規利用する際に、既存アカウントを利用するかを尋ねた。
- 全体では、「はい。ほぼ全てのサービスに既存のアカウントを利用する」（33.8%）が最も高い。これに、「はい。ただし、サービスごとに既存アカウントを利用するかどうかを検討する」（40.5%）と続く。
- これらを足しあげて「はい（はい。ほぼ全てのサービスに既存のアカウントを利用する）」+「はい。ただし、サービスごとに既存アカウントを利用するかどうかを検討する）」と、他の選択肢と比較を行う。「はい」（74.3%）、「いいえ」（25.7%）となり、**既存アカウントの利用している人は7割台であった。**
- 「はい」に着目する。**性別では男性（74.0%）、女性（74.6%）であり差はない。**年代別にみると、30代、50代がそれぞれ78.0%と最も高く、20代が69.5%と最も低くなった。両者の差は、8.5ポイントであった。**

| | | 該当数 | はい。ほぼ全てのサービスに既存のアカウントを利用する | はい。ただし、サービスごとに既存アカウントを利用するかどうかを検討する | いいえ。新規アカウントを利用しない | はい |
|----|-------|------|----------------------------|-------------------------------------|-------------------|------|
| 全体 | | 1000 | 33.8 | 40.5 | 25.7 | 74.3 |
| 性別 | 男性 | 500 | 34.6 | 39.4 | 26.0 | 74.0 |
| | 女性 | 500 | 33.0 | 41.6 | 25.4 | 74.6 |
| 年代 | 20代 | 200 | 34.5 | 35.0 | 30.5 | 69.5 |
| | 30代 | 200 | 37.0 | 41.0 | 22.0 | 78.0 |
| | 40代 | 200 | 33.5 | 38.0 | 28.5 | 71.5 |
| | 50代 | 200 | 34.0 | 44.0 | 22.0 | 78.0 |
| | 60代以上 | 200 | 30.0 | 44.5 | 25.5 | 74.5 |

Q10_1 あなたは、こうしたプラットフォーム企業が提供するサービスやアプリケーションを利用するにあたり、以下の点についてどの程度認識していますか。あてはまるものを一つお選びください。／パーソナルデータを提供していること（SA）

- インターネット企業に対して、自身のパーソナルデータを提供することを「認識している（よく認識している+やや認識している（一部データについては認識していない場合を含む））」に注目する。
- 日本以外の国では9割となり、日本は4割（42.2%）であった。なお、対象国中ではアメリカが90.5%と最も高くなった。
- なお各国の「認識している」割合をみると、今回は4～9割となった。前回調査では、6～8割が認識しているとなった。日本を除き認識状況は上昇した（日本は落ちた）。

| | | 該当数 | よく認識している | やや認識している（一部データについては認識していない場合を含む） | あまり認識していない（一部データについては認識している場合を含む） | 全く認識していない | そのようなサービスやアプリケーションは利用していない | その他の | 認識している | 認識していない | (参考) 前回調査 | |
|----|------|------|----------|----------------------------------|-----------------------------------|-----------|----------------------------|------|--------|---------|-----------|---------|
| | | | | | | | | | | | 認識している | 認識していない |
| 全体 | | 4000 | 45.1 | 31.8 | 11.1 | 5.3 | 6.7 | | 76.9 | 16.4 | 69.7 | 22.2 |
| 国名 | 日本 | 1000 | 14.7 | 27.5 | 21.6 | 13.5 | 22.7 | | 42.2 | 35.1 | 68.9 | 20.0 |
| | アメリカ | 1000 | 65.7 | 24.8 | 6.4 | 2.2 | 0.9 | | 90.5 | 8.6 | 67.4 | 23.7 |
| | ドイツ | 1000 | 54.6 | 34.2 | 6.4 | 3.2 | 1.6 | | 88.8 | 9.6 | 57.8 | 33.6 |
| | 中国 | 1000 | 45.5 | 40.7 | 10.0 | 2.4 | 1.4 | | 86.2 | 12.4 | 84.5 | 11.6 |

Q10_1 あなたは、こうしたプラットフォーム企業が提供するサービスやアプリケーションを利用するにあたり、以下の点についてどの程度認識していますか。あてはまるものを一つお選びください。／パーソナルデータを提供していること（SA）

- **日本において性・年代別にみる。**インターネット企業に対して、自身のパーソナルデータを提供することを「認識している（よく認識している＋やや認識している（一部データについては認識していない場合を含む））」に注目する。全体よりも5ポイント以上差が付いた層をみる。
- **男性（47.6%）で全体よりも5.4ポイント高い。逆に女性は（36.8%）で5.4ポイント低い。**両者の差は10.8ポイントとなった。
- 年代別では、**50代（37.0%）となり全体よりも5.2ポイント低かった。**
- 「そのようなサービスやアプリケーションは利用していない」に着目すると年代が上がることに回答割合が高くなった。

| | | 該当数 | よく認識している | やや認識している（一部データについては認識していない場合を含む） | 知っている場合を含む | あまり認識していない（一部データについては認識していない） | 全く認識していない | リケイションは利用していない | そのようなサービスやアプリケーションは利用していない | 認識している | 認識していない |
|-----|--------|------|----------|----------------------------------|------------|-------------------------------|-----------|----------------|----------------------------|--------|---------|
| 全 体 | | 1000 | 14.7 | 27.5 | 21.6 | 13.5 | 22.7 | | | 42.2 | 35.1 |
| 性別 | 男性 | 500 | 18.2 | 29.4 | 21.8 | 11.2 | 19.4 | | | 47.6 | 33.0 |
| | 女性 | 500 | 11.2 | 25.6 | 21.4 | 15.8 | 26.0 | | | 36.8 | 37.2 |
| 年齢 | 20－29歳 | 200 | 15.0 | 29.5 | 20.5 | 15.5 | 19.5 | | | 44.5 | 36.0 |
| | 30－39歳 | 200 | 15.0 | 29.0 | 23.0 | 14.5 | 18.5 | | | 44.0 | 37.5 |
| | 40－49歳 | 200 | 16.0 | 26.0 | 23.0 | 11.5 | 23.5 | | | 42.0 | 34.5 |
| | 50－59歳 | 200 | 10.5 | 26.5 | 22.0 | 16.0 | 25.0 | | | 37.0 | 38.0 |
| | 60歳以上 | 200 | 17.0 | 26.5 | 19.5 | 10.0 | 27.0 | | | 43.5 | 29.5 |

Q10_2 あなたは、こうしたプラットフォーム企業が提供するサービスやアプリケーションを利用するにあたり、以下の点についてどの程度認識していますか。あてはまるものを一つお選びください。／企業がこれらのパーソナルデータをビジネスに活用していること（SA）

- ここでは、自身が提供したパーソナルデータを企業がビジネスに活用していることを「認識している（よく認識している+やや認識している（一部データについては認識していない場合を含む））」の回答に注目した。
- **日本以外の国では7～9割となり、日本は4割（40.2%）**であった。なお、対象国中、アメリカが85.8%と最も高くなった。
- なお前回調査では、各国とも**6～7割が認識している**となった。**日本を除き各国の認識状況は上昇した（日本は落ちた）**。

| | 該当数 | 認識している | | | | | 認識していない | | （参考） 前回調査 | | |
|----|------|----------|----------------------------------|-----------------------------------|-----------|------|---------|---------|--------------|---------|------|
| | | よく認識している | やや認識している（一部データについては認識していない場合を含む） | あまり認識していない（一部データについては認識している場合を含む） | 全く認識していない | その他 | 認識している | 認識していない | 認識している | 認識していない | |
| 全体 | 4000 | 32.8 | 37.6 | 15.5 | 6.9 | 7.2 | 70.5 | 22.4 | 64.4 | 26.9 | |
| 国名 | 日本 | 1000 | 14.0 | 26.2 | 22.7 | 14.1 | 23.0 | 40.2 | 36.8 | 64.4 | 24.3 |
| | アメリカ | 1000 | 44.5 | 41.3 | 8.8 | 4.2 | 1.2 | 85.8 | 13.0 | 64.4 | 25.7 |
| | ドイツ | 1000 | 45.0 | 38.4 | 9.9 | 4.3 | 2.4 | 83.4 | 14.2 | 61.5 | 29.7 |
| | 中国 | 1000 | 27.8 | 44.6 | 20.4 | 5.1 | 2.1 | 72.4 | 25.5 | 67.2 | 28.0 |

Q10_2 あなたは、こうしたプラットフォーム企業が提供するサービスやアプリケーションを利用するにあたり、以下の点についてどの程度認識していますか。
 あてはまるものを一つお選びください。／企業がこれらのパーソナルデータをビジネスに活用していること（SA）

- **日本において性・年代別にみる。**企業がこれらのパーソナルデータをビジネスに活用していること「**認識している**（よく認識している＋やや認識している（一部データについては認識していない場合を含む））」に注目する。全体よりも5ポイント以上差が付いた層をみる。
- **男性（46.0%）で全体よりも5.8ポイント高い。逆に女性は（34.4%）で5.8ポイント低い。**両者の差は11.6ポイントあった。

| | | 該当数 | よく認識している | やや認識している（一部データについては認識していない場合を含む） | あまり認識していない（一部データについては認識していない場合を含む） | 全く認識していない | 知らない | そのようなサービスやアプリケーションは利用していない | 認識している | 認識していない |
|----|--------|------|----------|----------------------------------|------------------------------------|-----------|------|----------------------------|--------|---------|
| 全体 | | 1000 | 14.0 | 26.2 | 22.7 | 14.1 | 23.0 | 40.2 | 36.8 | |
| 性別 | 男性 | 500 | 16.6 | 29.4 | 22.4 | 11.8 | 19.8 | 46.0 | 34.2 | |
| | 女性 | 500 | 11.4 | 23.0 | 23.0 | 16.4 | 26.2 | 34.4 | 39.4 | |
| 年代 | 20-29歳 | 200 | 11.5 | 26.5 | 27.5 | 14.5 | 20.0 | 38.0 | 42.0 | |
| | 30-39歳 | 200 | 16.0 | 26.5 | 23.5 | 16.0 | 18.0 | 42.5 | 39.5 | |
| | 40-49歳 | 200 | 17.0 | 24.0 | 23.0 | 12.5 | 23.5 | 41.0 | 35.5 | |
| | 50-59歳 | 200 | 10.0 | 27.5 | 20.0 | 16.5 | 26.0 | 37.5 | 36.5 | |
| | 60歳以上 | 200 | 15.5 | 26.5 | 19.5 | 11.0 | 27.5 | 42.0 | 30.5 | |

Q11_1 あなたは大手プラットフォーム企業の提供するオンラインサービスの利用にあたり必要となる条件や機能についてどのように思いますか。それぞれについて1つずつ選んでください。／あなた自身に関する情報（パーソナルデータ）を提供すること（SA）

- ・ パーソナルデータを提供することに「不安（とても不安を感じる+やや不安を感じる）」は各国とも5~7割となった。前回調査では6~8割であり、若干低下した。
- ・ 国別にみるとドイツが66.5%と最も高くなった。次にアメリカで63.1%となった。**日本は58.4%であり3番目であった。前回調査では、日本が4カ国中最も高かった（78.2%）。**
- ・ さらに、日本の不安感について詳しくみると「とても不安を感じる」（17.5%）、「やや不安を感じる」（40.9%）となった。なお、日本では「よくわからない」が18.2%と他の国よりも高い結果となっている。全体では「よくわからない」は6.4%である。
- ・ 日本において前回調査との比較をおこなうと、「**不安**」は**前回調査では78.2%、今回調査では58.4%となり19.8ポイント低下した。**なお、他国の状況をみると、中国は24.9ポイント減、アメリカは3.5ポイント減、ドイツは1.7ポイント増加した。

| | | 該当数 | とても不安を感じる | やや不安を感じる | あまり不安を感じない | 全く不安を感じない | よくわからない | 不安 | 不安ではない | 前回調査 | |
|----|------|------|-----------|----------|------------|-----------|---------|------|--------|------|--------|
| | | | | | | | | | | 不安 | 不安ではない |
| 全体 | | 4000 | 22.5 | 36.8 | 21.0 | 13.4 | 6.4 | 59.3 | 34.4 | 70.9 | 25.7 |
| 国 | 日本 | 1000 | 17.5 | 40.9 | 17.6 | 5.8 | 18.2 | 58.4 | 23.4 | 78.2 | 16.3 |
| | アメリカ | 1000 | 31.2 | 31.9 | 16.1 | 17.6 | 3.2 | 63.1 | 33.7 | 66.6 | 28.8 |
| | ドイツ | 1000 | 27.2 | 39.3 | 25.0 | 6.1 | 2.4 | 66.5 | 31.1 | 64.8 | 32.7 |
| | 中国 | 1000 | 14.1 | 34.9 | 25.1 | 24.1 | 1.8 | 49.0 | 49.2 | 73.9 | 24.9 |

Q11_1 あなたは大手プラットフォーム企業の提供するオンラインサービスの利用にあたり必要となる条件や機能についてどのように思いますか。それぞれについて1つずつ選んでください。／あなた自身に関する情報（パーソナルデータ）を提供すること（SA）

- 日本において性・年代別にみる。パーソナルデータを提供することに「不安（とても不安を感じる+やや不安を感じる）」はすべての年代とも5～7割となった。前回調査では7～8割であり低下した（年代データのみで比較を実施）。
- 全体と比較して5ポイント以上の差が生じたのは、20代（51.5%、-6.9ポイント）、60代以上（65.5%、+7.1ポイント）であった。
- 女性よりも男性の方が、また年齢が低い方が「不安ではない」の回答割合が高い結果となった。**

| | | 該当数 | とても不安を感じる | やや不安を感じる | あまり不安を感じない | 全く不安を感じない | よくわからない | 不安 | 不安ではない |
|-----|--------|------|-----------|----------|------------|-----------|---------|------|--------|
| 全 体 | | 1000 | 17.5 | 40.9 | 17.6 | 5.8 | 18.2 | 58.4 | 23.4 |
| 性別 | 男性 | 500 | 14.4 | 40.8 | 23.0 | 6.2 | 15.6 | 55.2 | 29.2 |
| | 女性 | 500 | 20.6 | 41.0 | 12.2 | 5.4 | 20.8 | 61.6 | 17.6 |
| 年齢 | 20-29歳 | 200 | 16.0 | 35.5 | 22.0 | 8.5 | 18.0 | 51.5 | 30.5 |
| | 30-39歳 | 200 | 16.0 | 40.5 | 20.0 | 8.5 | 15.0 | 56.5 | 28.5 |
| | 40-49歳 | 200 | 15.5 | 41.0 | 19.0 | 6.0 | 18.5 | 56.5 | 25.0 |
| | 50-59歳 | 200 | 21.0 | 41.0 | 14.0 | 3.0 | 21.0 | 62.0 | 17.0 |
| | 60歳以上 | 200 | 19.0 | 46.5 | 13.0 | 3.0 | 18.5 | 65.5 | 16.0 |

Q11_2 あなたは大手プラットフォーム企業の提供するオンラインサービスの利用にあたり必要となる条件や機能についてどのように思いますか。それぞれについて1つずつ選んでください。／あなたにパーソナライズ化（最適化）された検索結果や広告等が表示されること（SA）

- 自身にパーソナライズ化（最適化）された検索結果や広告等が表示されることに対して「不安（とても不安を感じる+やや不安を感じる）」は**中国を除き、5~6割となった。中国は37.5%と他国と比較して低くなった。**
- **日本は53.6%であり、3番目となった。**さらに、日本の不安感について詳しくみると、「とても不安を感じる」（15.2%）、「やや不安を感じる」（38.4%）となった。なお、**日本では「よくわからない」が18.7%であり、他の国よりも高い結果となっている。前問のパーソナルデータの提供について尋ねた設問と同じ傾向である。**全体では「よくわからない」は6.8%である。

| | | 該当数 | とても不安を感じる | やや不安を感じる | あまり不安を感じない | 全く不安を感じない | よくわからない | 不安 | 不安ではない |
|----|------|------|-----------|----------|------------|-----------|---------|------|--------|
| 全体 | | 4000 | 17.6 | 34.2 | 26.9 | 14.5 | 6.8 | 51.9 | 41.4 |
| 国名 | 日本 | 1000 | 15.2 | 38.4 | 22.1 | 5.6 | 18.7 | 53.6 | 27.7 |
| | アメリカ | 1000 | 20.3 | 36.1 | 22.2 | 18.2 | 3.2 | 56.4 | 40.4 |
| | ドイツ | 1000 | 24.1 | 35.8 | 28.0 | 9.4 | 2.7 | 59.9 | 37.4 |
| | 中国 | 1000 | 10.9 | 26.6 | 35.3 | 24.8 | 2.4 | 37.5 | 60.1 |

Q11_2 あなたは大手プラットフォーム企業の提供するオンラインサービスの利用にあたり必要となる条件や機能についてどのように思いますか。それぞれについて1つずつ選んでください。／あなたにパーソナライズ化（最適化）された検索結果や広告等が表示されること（SA）

- 日本において性・年代別にみる。自身にパーソナライズ化（最適化）された検索結果や広告等が表示されることに対して「不安（とても不安を感じる+やや不安を感じる）」に注目する。全体と比べて5ポイント以上の差が付いた部分を見る。
- 性別では、大きな変化はない。
- 年代では、「20代」（全体より7.1ポイント低）、「60代以上」（同6.9ポイント高）となった。

| | | 該当数 | とても不安を感じる | やや不安を感じる | あまり不安を感じない | 全く不安を感じない | よくわからない | 不安 | 不安ではない |
|----|-------|------|-----------|----------|------------|-----------|---------|------|--------|
| 全体 | | 1000 | 15.2 | 38.4 | 22.1 | 5.6 | 18.7 | 53.6 | 27.7 |
| 性別 | 男性 | 500 | 12.2 | 38.2 | 27.6 | 5.8 | 16.2 | 50.4 | 33.4 |
| | 女性 | 500 | 18.2 | 38.6 | 16.6 | 5.4 | 21.2 | 56.8 | 22.0 |
| 年代 | 20代 | 200 | 10.5 | 36.0 | 26.5 | 8.0 | 19.0 | 46.5 | 34.5 |
| | 30代 | 200 | 15.0 | 33.5 | 27.0 | 9.5 | 15.0 | 48.5 | 36.5 |
| | 40代 | 200 | 13.5 | 36.0 | 25.0 | 6.0 | 19.5 | 49.5 | 31.0 |
| | 50代 | 200 | 19.5 | 43.5 | 14.5 | 2.0 | 20.5 | 63.0 | 16.5 |
| | 60代以上 | 200 | 17.5 | 43.0 | 17.5 | 2.5 | 19.5 | 60.5 | 20.0 |

Q12 大手プラットフォーム企業等が提供するサービスやアプリケーションを利用するにあたり、提供者からあなたのパーソナルデータの提供を求められた場合、提供してもよいと思う条件としてあてはまるものをすべて選んでください。(MA)

- パーソナルデータを提供してもよいと思う条件についてみる。全対象国において高くなった順に、「提供した企業によるデータの悪用の心配がないこと」(44.0%)、「提供したデータの流出の心配がないこと」(42.1%)、「自分のプライバシーが保護されること」(40.6%)、「提供したデータが誰に提供されるか明確であること」(40.0%)、となった。
- 日本でパーソナルデータを提供してもよいと思う条件についてみる。「提供したデータの流出の心配がないこと」(43.5%)、「提供した企業によるデータの悪用の心配がないこと」(40.4%)、「自分のプライバシーが保護されること」(36.3%)、「特に提供するための条件はない」(29.7%)となった。
- 日本は他の対象国と比べると、「特に提供するための条件はない」への回答割合が高くなった。全対象国10.6%と比較すると19.1ポイント高くなった。**
- 他国において、日本と比べて回答割合が高くなった回答についてもみる。アメリカ、ドイツ、中国においては、「提供したデータを自身で管理できること」(アメリカ 46.9% 第2位、ドイツ45.9% 第4位、中国40.3% 第2位)となった。
- なお、前回調査における日本の回答結果を見ると、「提供したデータの流出の心配がないこと」(62.5%)、「自分のプライバシーが保護されること」(61.4%)、「提供した企業によるデータの悪用の心配がないこと」(55.7%)、「提供したデータが誰に提供されるか明確であること」(45.8%)、となった。**前回調査では3位であった「提供した企業によるデータの悪用の心配がないこと」(55.7%)が、今年度では2位となった。**

| | | 該当数 | 提供したデータの流出の心配がないこと | 提供した企業によるデータの悪用の心配がないこと | 提供しやすいデータの管理体制がわかりやすいこと | 提供したデータが第三者への提供の仕組みがわかりやすいこと | 提供したデータが誰に提供されるか明確であること | 提供されたデータが、どのタイプのデータに提供されているか | 提供したデータを自身で管理できること | 自分のプライバシーが保護されること | 昔からある安定した民間企業が組織を運営していること | ICTに強い民間企業が組織を運営していること | 国が組織を運営していること | 周囲の人が使っていること | その他 | 特に提供するための条件はない |
|----|------|------|--------------------|-------------------------|-------------------------|------------------------------|-------------------------|------------------------------|--------------------|-------------------|---------------------------|------------------------|---------------|--------------|-----|----------------|
| 全体 | | 4000 | 42.1 | 44.0 | 27.6 | 27.4 | 40.0 | 32.4 | 39.0 | 40.6 | 13.8 | 11.0 | 12.8 | 11.7 | 0.3 | 10.6 |
| 国 | 日本 | 1000 | 43.5 | 40.4 | 23.5 | 23.4 | 29.4 | 24.4 | 22.9 | 36.3 | 7.4 | 7.3 | 5.9 | 6.8 | 0.3 | 29.7 |
| | アメリカ | 1000 | 46.6 | 50.5 | 33.0 | 33.9 | 42.8 | 37.2 | 46.9 | 41.0 | 22.7 | 17.9 | 13.3 | 12.4 | 0.4 | 3.6 |
| | ドイツ | 1000 | 37.6 | 47.2 | 24.5 | 21.5 | 48.1 | 36.3 | 45.9 | 47.2 | 11.3 | 6.6 | 10.0 | 8.9 | 0.4 | 6.5 |
| | 中国 | 1000 | 40.8 | 37.9 | 29.4 | 30.9 | 39.6 | 31.5 | 40.3 | 37.7 | 13.8 | 12.1 | 21.8 | 18.8 | 0.0 | 2.6 |

Q12 大手プラットフォーム企業等が提供するサービスやアプリケーションを利用するにあたり、提供者からあなたのパーソナルデータの提供を求められた場合、提供してもよいと思う条件としてあてはまるものをすべて選んでください。（MA）

- パーソナルデータを提供してもよいと思う条件について**性・年代別**にみる。
- 全体では、「提供したデータの流出の心配がないこと」（43.5%）と「提供した企業によるデータの悪用の心配がないこと」（40.4%）が高い。これに、「自分のプライバシーが保護されること」（36.3%）、「特に提供するための条件はない」（29.7%）、「提供したデータが誰に提供されるか明確であること」（29.4%）と続く。
 - 男性は高くなった順に、「提供したデータの流出の心配がないこと」（42.0%）、「提供した企業によるデータの悪用の心配がないこと」（38.8%）、「自分のプライバシーが保護されること」（32.8%）
 - 女性は「提供したデータの流出の心配がないこと」（45.0%）、「提供した企業によるデータの悪用の心配がないこと」（42.0%）、「自分のプライバシーが保護されること」（39.8%）
 - 20代は「提供した企業によるデータの悪用の心配がないこと」（38.0%）、「提供したデータの流出の心配がないこと」（36.0%）、「特に提供するための条件はない」（34.0%）
 - 30代は「提供したデータの流出の心配がないこと」（38.5%）、「提供した企業によるデータの悪用の心配がないこと」（34.0%）、「自分のプライバシーが保護されること」（34.0%）
 - 40代は「提供した企業によるデータの悪用の心配がないこと」（39.5%）、「提供したデータの流出の心配がないこと」（38.5%）、「自分のプライバシーが保護されること」（34.0%）
 - 50代は「提供したデータの流出の心配がないこと」（48.0%）、「提供した企業によるデータの悪用の心配がないこと」（43.5%）、「自分のプライバシーが保護されること」（36.0%）
 - 60代以上は「提供したデータの流出の心配がないこと」（56.5%）、「提供した企業によるデータの悪用の心配がないこと」（47.0%）、「自分のプライバシーが保護されること」（47.0%）となった。
- **すべての性・年代において、提供してもよいと思う条件の1番目と2番目に「提供したデータの流出の心配がないこと」もしくは、「提供した企業によるデータの悪用の心配がないこと」となった。**
- **60代以上は「提供したデータの流出の心配がないこと」（56.5%）であり、全体よりも13.0ポイント高くなった。**

Q12 大手プラットフォーム企業等が提供するサービスやアプリケーションを利用するにあたり、提供者からあなたのパーソナルデータの提供を求められた場合、提供してもよいと思う条件としてあてはまるものをすべて選んでください。（MA）

| | | 該当数 | 提供しないこと | 提供したデータの流出の心配がないこと | 提供した企業によるデータ管理の悪用 | 提供したデータの流出の心配がないこと | 提供したデータの流出の心配がないこと | 提供したデータの流出の心配がないこと | 提供したデータの流出の心配がないこと | 提供したデータの流出の心配がないこと | 提供したデータの流出の心配がないこと | 提供したデータの流出の心配がないこと | 提供したデータの流出の心配がないこと | 提供したデータの流出の心配がないこと | 提供したデータの流出の心配がないこと | 提供したデータの流出の心配がないこと | 提供したデータの流出の心配がないこと |
|----|--------|------|---------|--------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 全体 | | 1000 | 43.5 | 40.4 | 23.5 | 23.4 | 29.4 | 24.4 | 22.9 | 36.3 | 7.4 | 7.3 | 5.9 | 6.8 | 0.3 | 29.7 | |
| 性別 | 男性 | 500 | 42.0 | 38.8 | 22.0 | 25.6 | 27.8 | 22.8 | 22.8 | 32.8 | 7.4 | 7.6 | 5.2 | 5.2 | 0.0 | 30.6 | |
| | 女性 | 500 | 45.0 | 42.0 | 25.0 | 21.2 | 31.0 | 26.0 | 23.0 | 39.8 | 7.4 | 7.0 | 6.6 | 8.4 | 0.6 | 28.8 | |
| 年齢 | 20-29歳 | 200 | 36.0 | 38.0 | 24.0 | 27.0 | 26.5 | 27.0 | 24.0 | 30.5 | 9.5 | 9.5 | 5.0 | 10.0 | 0.0 | 34.0 | |
| | 30-39歳 | 200 | 38.5 | 34.0 | 21.5 | 19.5 | 23.0 | 24.0 | 23.5 | 34.0 | 7.5 | 5.5 | 6.0 | 6.0 | 0.0 | 31.5 | |
| | 40-49歳 | 200 | 38.5 | 39.5 | 20.0 | 22.0 | 28.0 | 22.5 | 16.5 | 34.0 | 5.5 | 5.5 | 5.0 | 5.0 | 0.0 | 33.5 | |
| | 50-59歳 | 200 | 48.0 | 43.5 | 25.5 | 23.0 | 33.5 | 23.5 | 23.0 | 36.0 | 6.0 | 9.0 | 5.5 | 8.5 | 0.5 | 29.0 | |
| | 60歳以上 | 200 | 56.5 | 47.0 | 26.5 | 25.5 | 36.0 | 25.0 | 27.5 | 47.0 | 8.5 | 7.0 | 8.0 | 4.5 | 1.0 | 20.5 | |

Q13_1 大手プラットフォーム企業に対し、あなたのパーソナルデータを提供する際に重視する事項を優先度が高いものから選択してください。

- 自身のパーソナルデータを提供するためにプラットフォーム企業にどのような点を期待するかについてみる。ここでは**重視する点を1番～3番目まで尋ねた結果を積み上げた結果となる。**
- 全対象国において高くなった順に、「提供先が十分なセキュリティを担保すること」（59.2%）、「提供されたデータの利用目的」（46.8%）、「データの提供に対する適切な同意の取得」（46.2%）となった。
- 次に、日本でパーソナルデータを提供してもよいと思う条件についてみる。「提供先が十分なセキュリティを担保すること」（67.2%）、「提供されたデータの利用目的」（49.7%）、「適切なデータの取扱方法」（48.0%）となった。
- **日本を含む各国とも「提供先が十分なセキュリティを担保すること」が最も高い結果となった。**
- 他国で特徴的な条件についてもみる。アメリカとドイツにおいては、2番目に「データの提供に対する適切な同意の取得」が高くなった。なお、日本と中国の2番目は「提供されたデータの利用目的」であった。

| | | 該当数 | データの提供に対する適切な同意の取得 | 適切なデータの取扱方法 | 提供するデータの種類の項目 | データ提供先の組織・企業 | 提供されたデータの利用目的 | 提供されたデータのセキュリティを担保すること | 提供先が十分なセキュリティ |
|----|------|------|--------------------|-------------|---------------|--------------|---------------|------------------------|---------------|
| 全体 | | 4000 | 46.2 | 44.0 | 35.4 | 33.5 | 46.8 | 35.0 | 59.2 |
| 国 | 日本 | 1000 | 40.3 | 48.0 | 33.2 | 31.5 | 49.7 | 30.1 | 67.2 |
| | アメリカ | 1000 | 50.2 | 45.8 | 37.5 | 35.2 | 41.9 | 37.8 | 51.6 |
| | ドイツ | 1000 | 51.4 | 41.3 | 33.9 | 32.5 | 47.8 | 35.1 | 58.0 |
| | 中国 | 1000 | 42.9 | 41.0 | 36.9 | 34.8 | 47.6 | 36.9 | 59.9 |

Q13_1 大手プラットフォーム企業に対し、あなたのパーソナルデータを提供する際に重視する事項を優先度が高いものから選択してください。

- **日本において性・年代別にみる。**自身のパーソナルデータを提供するためにプラットフォーム企業にどのような点を期待するかについてみる。ここでは**重視する点を1番～3番目まで尋ねた結果を積み上げた結果となる。**
- 全体では、「提供先が十分なセキュリティを担保すること」（67.2%）が最も高い。次いで、「提供されたデータの利用目的」（49.7%）、「適切なデータの取扱方法」（48.0%）と続く。
- 男性について高くなった順にみると「提供先が十分なセキュリティを担保すること」（65.4%）、「提供されたデータの利用目的」（47.8%）、「適切なデータの取扱方法」（47.0%）、
- 女性は「提供先が十分なセキュリティを担保すること」（69.0%）、「提供されたデータの利用目的」（51.6%）、「適切なデータの取扱方法」（49.0%）、
- 20代は「提供先が十分なセキュリティを担保すること」（56.5%）、「提供されたデータの利用目的」（51.0%）、「適切なデータの取扱方法」（46.0%）、
- 30代は「提供先が十分なセキュリティを担保すること」（63.0%）、「提供されたデータの利用目的」（47.0%）、「適切なデータの取扱方法」（44.5%）、
- 40代は「提供先が十分なセキュリティを担保すること」（69.5%）、「提供されたデータの利用目的」（51.5%）、「適切なデータの取扱方法」（50.0%）、
- 50代は「提供先が十分なセキュリティを担保すること」（72.0%）、「適切なデータの取扱方法」（51.5%）、「提供されたデータの利用目的」（49.0%）
- 60代以上は「提供先が十分なセキュリティを担保すること」（75.0%）、「提供されたデータの利用目的」（50.0%）、「適切なデータの取扱方法」（48.0%）となった。
- **すべての性・年代別において、全体の1～3番目までの「提供先が十分なセキュリティを担保すること」、「提供されたデータの利用目的」、「適切なデータの取扱方法」が含まれた。**

Q13_1 大手プラットフォーム企業に対し、あなたのパーソナルデータを提供する際に重視する事項を優先度が高いものから選択してください。

| | | 該当数 | データの提供に対する適切な同意の取得 | 適切なデータの取扱方法 | 提供するデータの種類、項目 | データ提供先の組織・企業 | 提供されたデータの利用目的 | 提供されたデータのセキュリティ | 提供先が十分なセキュリティを担保すること |
|----|-------|------|--------------------|-------------|---------------|--------------|---------------|-----------------|----------------------|
| 全体 | | 1000 | 40.3 | 48.0 | 33.2 | 31.5 | 49.7 | 30.1 | 67.2 |
| 性別 | 男性 | 500 | 38.6 | 47.0 | 35.6 | 33.8 | 47.8 | 31.8 | 65.4 |
| | 女性 | 500 | 42.0 | 49.0 | 30.8 | 29.2 | 51.6 | 28.4 | 69.0 |
| 年代 | 20代 | 200 | 43.0 | 46.0 | 39.0 | 35.0 | 51.0 | 29.5 | 56.5 |
| | 30代 | 200 | 37.5 | 44.5 | 34.0 | 36.0 | 47.0 | 38.0 | 63.0 |
| | 40代 | 200 | 40.0 | 50.0 | 29.5 | 31.0 | 51.5 | 28.5 | 69.5 |
| | 50代 | 200 | 43.5 | 51.5 | 31.0 | 24.0 | 49.0 | 29.0 | 72.0 |
| | 60代以上 | 200 | 37.5 | 48.0 | 32.5 | 31.5 | 50.0 | 25.5 | 75.0 |

Q14 大手プラットフォーム企業がパーソナルデータをビジネスに活用する例としては、あなたの嗜好等に応じた広告（例：ターゲティング広告）の提示などが挙げられます。こうした点は、Google、Apple、Meta（旧Facebook）、Amazon、Alibaba、Tencent、Baiduなど大手インターネット企業が提供するサービスやアプリケーションをあなたが利用するにあたって影響を与えますか。あてはまるものを一つお選びください。（SA）

- 自身のパーソナルデータがビジネスに活用される場合、その企業のサービスやアプリケーションの利用を控えるかを尋ねたところ、対象国全体では、「影響しない（特に影響しない（利用を続ける）+あまり影響しない）」（62.7%）、「影響する（やや影響する+非常に影響する（利用を控える）」（37.3%）となった。**アメリカ、ドイツ、中国でも「影響しない」が過半数となった。**
- アメリカは「影響しない」（70.8%）、「影響する」（29.2%）となり「影響しない」の回答割合が高くなった。
- 日本は、「影響しない」（47.9%）、「影響する」（52.1%）と半々程度となった。
- 前回調査においては、各国とも「影響しない」、「影響する」は半々程度であった。**今回調査では前回調査と比べて「影響しない」の回答割合が高くなった。**

| 国名 | 該当数 | 特に影響しない（利用を続ける） | あまり影響しない | やや影響する | 非常に影響する（利用を控える） | 今回調査 | | 前回調査 | |
|------|------|-----------------|----------|--------|-----------------|-------|------|-------|------|
| | | | | | | 影響しない | 影響する | 影響しない | 影響する |
| 全体 | 4000 | 29.6 | 33.1 | 28.2 | 9.1 | 62.7 | 37.3 | 51.5 | 48.5 |
| 日本 | 1000 | 10.6 | 37.3 | 36.9 | 15.2 | 47.9 | 52.1 | 53.9 | 46.1 |
| アメリカ | 1000 | 46.9 | 23.9 | 22.4 | 6.8 | 70.8 | 29.2 | 51.4 | 48.6 |
| ドイツ | 1000 | 25.0 | 41.5 | 24.4 | 9.1 | 66.5 | 33.5 | 50.8 | 49.2 |
| 中国 | 1000 | 35.7 | 29.8 | 29.1 | 5.4 | 65.5 | 34.5 | 49.9 | 50.1 |

Q14 大手プラットフォーム企業がパーソナルデータをビジネスに活用する例としては、あなたの嗜好等に応じた広告（例：ターゲティング広告）の提示などが挙げられます。こうした点は、Google、Apple、Meta（旧Facebook）、Amazon、Alibaba、Tencent、Baiduなど大手インターネット企業が提供するサービスやアプリケーションをあなたが利用するにあたって影響を与えますか。あてはまるものを一つお選びください。（SA）

- 日本において性・年代別に、自身のパーソナルデータがビジネスに活用される場合、その企業のサービスやアプリケーションの利用を控えるかを尋ねた。
- ここでは「影響する（やや影響する+非常に影響する（利用を控える）」に着目した。全体よりも5ポイント以上の差が生じたものに注目した。
- 日本全体では、「影響する」「影響しない」は半々程度であったが、20代は「影響しない」（58.5%）と全体よりも10.6ポイント高くなった。**20代はターゲティング広告によって利用に影響をしないと考える人が他の世代よりも多い結果となった。**

| | | 該当数 | 特に影響しない（利用を続 | あまり影響しない | やや影響する | 非常に影響する（利用を控 | 影響しない | 影響する |
|-----|--------|------|--------------|----------|--------|--------------|-------|------|
| 全 体 | | 1000 | 10.6 | 37.3 | 36.9 | 15.2 | 47.9 | 52.1 |
| 性別 | 男性 | 500 | 11.2 | 41.6 | 33.0 | 14.2 | 52.8 | 47.2 |
| | 女性 | 500 | 10.0 | 33.0 | 40.8 | 16.2 | 43.0 | 57.0 |
| 年齢 | 20-29歳 | 200 | 15.0 | 43.5 | 32.5 | 9.0 | 58.5 | 41.5 |
| | 30-39歳 | 200 | 7.5 | 38.5 | 35.5 | 18.5 | 46.0 | 54.0 |
| | 40-49歳 | 200 | 10.5 | 35.5 | 38.5 | 15.5 | 46.0 | 54.0 |
| | 50-59歳 | 200 | 9.5 | 35.0 | 39.5 | 16.0 | 44.5 | 55.5 |
| | 60歳以上 | 200 | 10.5 | 34.0 | 38.5 | 17.0 | 44.5 | 55.5 |

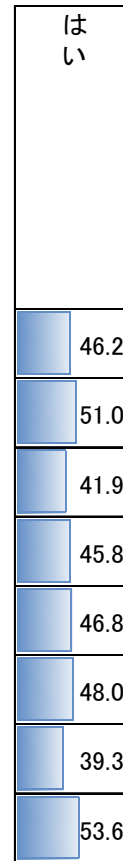
Q15 普段、私的な用途のために「スマートフォン（iOS）」を利用していると回答された方に伺います。あなたはアプリをインストールした際に、あなたのアクティビティをトラッキングすることを許可していますか。（SA）

- iPhone利用者に対して、アプリのトラッキングを許可しているかどうかについて尋ねた。
- **対象国全体**では、「はい（ただし、アプリごとに許可するか否かを検討する）」（37.9%）と「はい（ほとんどすべてのアプリに許可している）」（34.6%）が高い。さらにこれらを足しあげた結果と比較すると、「はい（＝「はい（ほとんどすべてのアプリに許可している）」＋「はい（ただし、アプリごとに許可するか否かを検討する）」）」（72.5%）、「いいえ（ほとんどすべてのアプリに許可しない）」（20.3%）、「そのような機能があることを知らない」（7.2%）となった。**アプリのトラッキングを何らかの形で許可しているとの回答が7割台と高くなった。**
- 「はい」に着目し、国別に見ると高くなった順に、中国（89.2%）、アメリカ（81.8%）、ドイツ（67.3%）、日本（46.2%）であった。
- **逆にすべてのアプリにトラッキングを許可しない「いいえ」に着目すると、日本（30.5%）、ドイツ（29.1%）、アメリカ（16.9%）、中国（8.8%）であった。**
- **中国とアメリカはトラッキングを許可する人が8割台と多い（はいと回答した人）。すべてのアプリのトラッキングを許可しない「いいえ」は、日本とドイツが2～3割台と高くなった。**

| | | 該当数 | はい（ただし、アプリごとに許可するか否かを検討する） | はい（ほとんどすべてのアプリに許可している） | いいえ（ほとんどすべてのアプリに許可しない） | そのような機能がないが | はい |
|----|------|------|----------------------------|------------------------|------------------------|-------------|------|
| 全体 | | 1775 | 34.6 | 37.9 | 20.3 | 7.2 | 72.5 |
| 国 | 日本 | 429 | 9.3 | 36.8 | 30.5 | 23.3 | 46.2 |
| | アメリカ | 593 | 50.4 | 31.4 | 16.9 | 1.3 | 81.8 |
| | ドイツ | 309 | 26.5 | 40.8 | 29.1 | 3.6 | 67.3 |
| | 中国 | 444 | 43.7 | 45.5 | 8.8 | 2.0 | 89.2 |

Q15 普段、私的な用途のために「スマートフォン（iOS）」を利用していると回答された方に伺います。あなたはアプリをインストールした際に、あなたのアクティビティをトラッキングすることを許可していますか。（SA）

| | | 該当数 | はい （アプリのほとんどの許可をすべき） | いいえ （ほとんどの許可をしない） | わからない （ほとんどの許可をしない） | そのような機能がない |
|----|-------|-----|-------------------------|----------------------|------------------------|------------|
| 全体 | | 429 | 9.3 | 36.8 | 30.5 | 23.3 |
| 性別 | 男性 | 200 | 10.5 | 40.5 | 29.0 | 20.0 |
| | 女性 | 229 | 8.3 | 33.6 | 31.9 | 26.2 |
| 年代 | 20代 | 120 | 10.0 | 35.8 | 33.3 | 20.8 |
| | 30代 | 94 | 10.6 | 36.2 | 26.6 | 26.6 |
| | 40代 | 75 | 8.0 | 40.0 | 25.3 | 26.7 |
| | 50代 | 84 | 6.0 | 33.3 | 31.0 | 29.8 |
| | 60代以上 | 56 | 12.5 | 41.1 | 37.5 | 8.9 |



- **日本において性・年代別にトラッキングについて尋ねた。すべてのアプリにトラッキングを許可しない「いいえ」に着目した。**
- 男性は（29.0%）、女性は（31.9%）でほとんど差はない。
- 年代別にみると、「**いいえ**」が最も高くなったのは**60代以上（37.5%）**、最も低くなったのは**30代（26.6%）**であった。両者の差は10.9ポイントであった。
- 次に、トラッキングを許可する意味となる、「はい（＝「はい（ほとんどすべてのアプリに許可している）」＋「はい（ただし、アプリごとに許可するか否かを検討する）」）」に注目した。
- 性別では、「**はい**」が**男性は（51.0%）**、**女性は（41.9%）**で**男性が9.1ポイント高い**。なお、「そのような機能があることを知らない」が男性は（20.0%）、女性は（26.2%）で女性が6.2ポイント高くなった。
- 年代別にみると、「**はい**」が最も低くなったのは**50代（39.3%）**、最も高くなったのは**60代以上（53.6%）**であった。両者の差は14.3ポイントであった。
- また、「そのような機能があることを知らない」をみると最も低くなった60代以上（8.9%）は、全体（23.3%）より低い。
- **50代はトラッキングに対して「はい」、「いいえ」、「そのような機能があることを知らない」がそれぞれ3割程度の回答となり、考えが分かれた。**

Q16 あなたはオンラインサービスやアプリケーション、電子デバイス上でのプライバシーとセキュリティを保護するためどのような取組をおこなっていますか？
それぞれについて1つずつ選んでください。／取組みを行っている対策

- ・ プライバシーとセキュリティを保護するためにどのような取組を行っているかを尋ねた。ここでは「おこなっている」に着目した。
- ・ 対象国全体では、「アカウントごとにパスワードを変える」(56.7%)、「オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスの利用履歴情報を消去する」(35.7%)、「オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスごとにプライバシー設定をカスタマイズする」(34.9%)となった。
- ・ 対象国全体で見ると「アカウントごとにパスワードを変える」のみが過半数となったが、他の対策は2~4割となった。パスワード変更以外の対策はあまりとられていない。
- ・ 各国別にみると、「アカウントごとにパスワードを変える」が最も高くなった。日本を除いた他国では6~7割となった。日本は35.0%であった。
- ・ 日本で高くなった順に「アカウントごとにパスワードを変える」(35.0%)、「オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスの利用履歴情報を消去する」(20.9%)、「オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスごとにメールアドレスを使い分ける」(15.1%)となった。
- ・ 日本の順番は対象国全体と変わらないが、回答の選択割合が低い(行っている人が少ない)。

| | | (n) | アカウントごとにパスワードを変える | オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスごとにプライバシー設定をカスタマイズする | オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスの利用履歴情報を消去する | オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスごとにメールアドレスを使い分ける | オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスごとにパスワードを変える | オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスの利用履歴情報を消去する | オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスごとにメールアドレスを使い分ける | オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスごとにパスワードを変える |
|----|------|------|-------------------|---|---------------------------------------|---|---------------------------------------|---------------------------------------|---|---------------------------------------|
| 全体 | | 4000 | 56.7 | 23.7 | 34.9 | 35.7 | 34.6 | 27.1 | 21.9 | |
| 国 | 日本 | 1000 | 35.0 | 15.1 | 14.7 | 20.9 | 14.2 | 13.5 | 9.6 | |
| | アメリカ | 1000 | 69.7 | 29.2 | 42.3 | 44.4 | 45.4 | 33.0 | 30.0 | |
| | ドイツ | 1000 | 66.1 | 19.7 | 42.1 | 37.4 | 38.8 | 29.2 | 20.5 | |
| | 中国 | 1000 | 56.1 | 30.6 | 40.5 | 40.1 | 39.8 | 32.7 | 27.5 | |

Q16 あなたはオンラインサービスやアプリケーション、電子デバイス上でのプライバシーとセキュリティを保護するためどのような取組をおこなっていますか？
それぞれについて1つずつ選んでください。／取組みをおこなっている対策

- **日本において性・年代別に、プライバシーとセキュリティを保護するためにどのような取組を行っているかを尋ねた。ここでは「おこなっている」に着目した。**
 - 男性は高くなった順に「アカウントごとにパスワードを変える」（34.2%）、「オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスの利用履歴情報を消去する」（20.2%）、「オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスごとにメールアドレスを使い分ける」（16.0%）、「オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスごとにプライバシー設定をカスタマイズする」（16.0%）
 - 女性は「アカウントごとにパスワードを変える」（35.8%）、「オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスの利用履歴情報を消去する」（21.6%）、「オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスごとにメールアドレスを使い分ける」（14.2%）、「オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスごとに提供するパーソナルデータを選択する」（14.2%）、
 - 20代は「アカウントごとにパスワードを変える」（34.0%）、「オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスの利用履歴情報を消去する」（26.0%）、「オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスごとに提供するパーソナルデータを選択する」（19.0%）、
 - 30代は「アカウントごとにパスワードを変える」（38.0%）、「オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスの利用履歴情報を消去する」（18.5%）、「オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスごとにメールアドレスを使い分ける」（17.0%）、
 - 40代は「アカウントごとにパスワードを変える」（36.0%）、「オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスの利用履歴情報を消去する」（23.0%）、「オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスごとにプライバシー設定をカスタマイズする」（16.0%）、
 - 50代は「アカウントごとにパスワードを変える」（32.0%）、「オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスの利用履歴情報を消去する」（18.5%）、「オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスごとにプライバシー設定をカスタマイズする」（14.5%）
 - 60代以上は「アカウントごとにパスワードを変える」（35.0%）、「オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスの利用履歴情報を消去する」（18.5%）、「オンラインサービス、アプリケーション、電子デバイスごとにメールアドレスを使い分ける」（15.0%）となった。

Q16 あなたはオンラインサービスやアプリケーション、電子デバイス上でのプライバシーとセキュリティを保護するためどのような取組をおこなっていますか？
それぞれについて1つずつ選んでください。／取り組みをおこなっている対策

| | | (n) | パスワードを変更する | オンラインサービス、アプリのログインID、メールアドレス、電話番号、メールアドレスを分ける | オンラインサービス、アプリのログインID、パスワードをランダムにする | オンラインサービス、アプリのログインID、パスワードをランダムにする | オンラインサービス、アプリのログインID、パスワードをランダムにする | オンラインサービス、アプリのログインID、パスワードをランダムにする | オンラインサービス、アプリのログインID、パスワードをランダムにする | オンラインサービス、アプリのログインID、パスワードをランダムにする | オンラインサービス、アプリのログインID、パスワードをランダムにする |
|----|-------|------|------------|---|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| 全体 | | 1000 | 35.0 | 15.1 | 14.7 | 20.9 | 14.2 | 13.5 | 9.6 | | |
| 性別 | 男性 | 500 | 34.2 | 16.0 | 16.0 | 20.2 | 14.2 | 13.8 | 9.6 | | |
| | 女性 | 500 | 35.8 | 14.2 | 13.4 | 21.6 | 14.2 | 13.2 | 9.6 | | |
| 年代 | 20代 | 200 | 34.0 | 15.5 | 18.5 | 26.0 | 19.0 | 14.0 | 12.5 | | |
| | 30代 | 200 | 38.0 | 17.0 | 16.5 | 18.5 | 16.5 | 13.5 | 10.5 | | |
| | 40代 | 200 | 36.0 | 14.5 | 16.0 | 23.0 | 14.5 | 15.0 | 11.0 | | |
| | 50代 | 200 | 32.0 | 13.5 | 14.5 | 18.5 | 10.5 | 11.0 | 7.0 | | |
| | 60代以上 | 200 | 35.0 | 15.0 | 8.0 | 18.5 | 10.5 | 14.0 | 7.0 | | |

Q17 あなたはオンライン上で最新のニュースを知りたい時に、どのような行動をとりますか。あてはまるものをすべて選んでください。（MA）

- ・ オンライン上で最新のニュースを知りたい時に、どのような行動をとっているかを尋ねた。
- ・ 対象国全体では、「ニュースサイト・アプリ（例：Yahoo!ニュース、MSN、SmartNewsなど）から自分へおすすめされる情報を見る」（46.9%）、「SNS（例：Twitterなど）の情報を見る」（41.4%）、「検索結果の上位に表示されている情報を見る」（35.4%）となった。
- ・ 日本でみると、「ニュースサイト・アプリから自分へおすすめされる情報を見る」（50.8%）、「SNSの情報を見る」（28.1%）、「あてはまるものはない」（26.4%）となった。
- ・ 日本は、「ニュースサイト・アプリから自分へおすすめされる情報を見る」（50.8%）に回答が集中する傾向があった。また「あてはまるものはない」（26.4%）を選んだ人が他国よりも多くなった。
- ・ 「複数の情報源の情報を比較する」に着目すると、日本は15.8%で4か国中最も低くなった。
- ・ 他の国についてみると、ドイツでは、「SNSの情報を見る」、「検索結果の上位に表示されている情報を見る」、「ニュースサイト・アプリから自分へおすすめされる情報を見る」、「特定の情報サイトからのみ情報収集をおこなっている（知らないサイトは使わない）」、「複数の情報源の情報を比較する」が均等に選ばれていた（それぞれ3割台）。ドイツでは様々な手法を用いて情報の入手を行っていると考えられる。

| | 該当数 | e S r N など（例：Twitterなど）の情報を見る | れ 検 て 索 果 情 の 報 上 位 に 表 示 さ | 情 ら a ニ へ ニ 報 自 r ュ 例 ュ を 分 t : み へ N ス Y ス お e ` a サ す s S o t め な N o ・ さ ど ` ! ア れ ~ S プ る か m リ | 使 い み 特 変 る 情 定 ない へ 報 の 知 収 集 報 な を サ い お イ サ こと な かつ ら は て の | 較 複 数 の 情 報 源 の 情 報 を 比 | あ て は ま る も の は ない |
|----|------|-------------------------------|-----------------------------|---|--|-------------------------|--------------------|
| 全体 | 4000 | 41.4 | 35.4 | 46.9 | 25.7 | 24.4 | 10.8 |
| 国 | 日本 | 28.1 | 20.3 | 50.8 | 11.9 | 15.8 | 26.4 |
| | アメリカ | 51.6 | 39.9 | 45.8 | 33.5 | 25.7 | 6.0 |
| | ドイツ | 34.5 | 30.9 | 34.3 | 26.5 | 32.9 | 8.5 |
| | 中国 | 51.5 | 50.4 | 56.7 | 30.8 | 23.1 | 2.1 |

Q17 あなたはオンライン上で最新のニュースを知りたい時に、どのような行動をとりますか。あてはまるものをすべて選んでください。（MA）

- 日本において性・年代別でオンライン上で最新のニュースを知りたい時に、どのような行動をとっているかを尋ねた。
- 国別比較において、日本は、「ニュースサイト・アプリから自分へおすすめる情報を見る」（50.8%）に回答が集中する傾向があった。さらに「あてはまるものはない」（26.4%）を選んだ人が他国よりも多くなった。
 - 男性は、「ニュースサイト・アプリ（例：Yahoo!ニュース、MSN、SmartNewsなど）から自分へおすすめる情報を見る」（52.2%）、「あてはまるものはない」（25.8%）、「SNS（例：Twitterなど）の情報を見る」（24.8%）、
 - 女性は、「ニュースサイト・アプリから自分へおすすめる情報を見る」（49.4%）、「SNSの情報を見る」（31.4%）、「あてはまるものはない」（27.0%）、
 - 20代は、「SNSの情報を見る」（40.0%）、「ニュースサイト・アプリから自分へおすすめる情報を見る」（38.0%）、「あてはまるものはない」（34.0%）、
 - 30代は「ニュースサイト・アプリから自分へおすすめる情報を見る」（50.0%）、「SNSの情報を見る」（40.0%）、「あてはまるものはない」（26.0%）、
 - 40代は「ニュースサイト・アプリから自分へおすすめる情報を見る」（48.5%）、「あてはまるものはない」（27.0%）、「SNSの情報を見る」（26.5%）、
 - 50代は「ニュースサイト・アプリから自分へおすすめる情報を見る」（55.0%）、「あてはまるものはない」（24.0%）、「検索結果の上位に表示されている情報を見る」（20.5%）、
 - 60代以上は「ニュースサイト・アプリから自分へおすすめる情報を見る」（62.5%）、「複数の情報源の情報を比較する」（21.5%）、「あてはまるものはない」（21.0%）となった。
- 性・年代別の特徴をみると、20代は「SNSの情報を見る」（40.0%）が最も高くなった。40代、50代は2番目に「あてはまるものはない」となった。60代以上では2番目に「複数の情報源の情報を比較する」（21.5%）となった。なお、日本全体では5番目であった。

Q17 あなたはオンライン上で最新のニュースを知りたい時に、どのような行動をとりますか。あてはまるものをすべて選んでください。（MA）

| | | 該当数 | 検索結果の上位に表示される | 検索結果の上位に表示される | 検索結果の上位に表示される | 検索結果の上位に表示される | 検索結果の上位に表示される | 検索結果の上位に表示される | 検索結果の上位に表示される | あてはまるものはない |
|----|--------|------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------|
| 全体 | | 1000 | 28.1 | 20.3 | 50.8 | 11.9 | 15.8 | 26.4 | | |
| 性別 | 男性 | 500 | 24.8 | 21.6 | 52.2 | 13.2 | 17.6 | 25.8 | | |
| | 女性 | 500 | 31.4 | 19.0 | 49.4 | 10.6 | 14.0 | 27.0 | | |
| 年齢 | 20-29歳 | 200 | 40.0 | 19.0 | 38.0 | 11.0 | 9.5 | 34.0 | | |
| | 30-39歳 | 200 | 40.0 | 21.0 | 50.0 | 11.0 | 12.0 | 26.0 | | |
| | 40-49歳 | 200 | 26.5 | 22.5 | 48.5 | 10.0 | 17.0 | 27.0 | | |
| | 50-59歳 | 200 | 20.0 | 20.5 | 55.0 | 9.5 | 19.0 | 24.0 | | |
| | 60歳以上 | 200 | 14.0 | 18.5 | 62.5 | 18.0 | 21.5 | 21.0 | | |

Q18 あなたの普段の情報収集に対する考え方はどちらに近いですか。A：自分の知りたい情報だけ得たい B：情報は広く得たい（SA）

- 普段の情報収集に対する考え方は「A：自分の知りたい情報だけ得たい」もしくは、「B：情報は広く得たい」のどちらに近いかを尋ねた。以降、「知りたい情報だけ（Aに近い+どちらかといえばAに近い）」と「広く得たい（どちらかといえばBに近い+Bに近い）」のいずれの割合が高くなったかをみた。
- 対象国全体では、「知りたい情報だけ」（50.6%）、「広く得たい」（46.7%）となり、両者にほとんど差がない状況であった。
- 各国別にみると、日本は「知りたい情報だけ」（41.4%）、「広く得たい」（56.5%）となり、広く得たいと考える人が半数を超えている。また「知りたい情報だけ」よりも15.1ポイント高くなった。なお「どちらでもない」（27.7%）であった。
- アメリカ、ドイツ、中国は、「知りたい情報だけ」が半数を超えた。さらに、「広く得たい」よりも約10ポイント高くなった。

| | | 該当数 | Aに近い | どちらかといえばAに近い | どちらでもない | どちらかといえばBに近い | Bに近い | 知りたい情報だけ | 広く得たい |
|----|------|------|------|--------------|---------|--------------|------|----------|-------|
| 全体 | | 4000 | 21.6 | 29.1 | 17.7 | 21.1 | 10.6 | 50.6 | 46.7 |
| 国 | 日本 | 1000 | 12.6 | 28.8 | 27.7 | 20.6 | 10.3 | 41.4 | 56.5 |
| | アメリカ | 1000 | 30.1 | 29.6 | 19.5 | 12.4 | 8.4 | 59.7 | 49.1 |
| | ドイツ | 1000 | 23.3 | 27.7 | 13.8 | 24.5 | 10.7 | 51.0 | 41.5 |
| | 中国 | 1000 | 20.2 | 30.2 | 9.6 | 27.0 | 13.0 | 50.4 | 39.8 |

Q18 あなたの普段の情報収集に対する考え方はどちらに近いですか。A：自分の知りたい情報だけ得たい B：情報は広く得たい（SA）

- 日本における性・年代別に、普段の情報収集に対する考え方は「A：自分の知りたい情報だけ得たい」もしくは、「B：情報は広く得たい」のどちらに近いかを尋ねた。以降、「知りたい情報だけ（Aに近い+どちらかといえばAに近い）」と「広く得たい（どちらかといえばBに近い+Bに近い）」のいずれの割合が高くなったかをみた。
- 全体よりも5ポイント以上差が付いた性・年代の考え方について注目した。
- 60代以上は「知りたい情報だけ」（49.0%）が全体よりも7.6ポイント高くなった。

| | | 該当数 | Aに近い | どちらかといえばAに近い | どちらでもない | どちらかといえばBに近い | Bに近い | 知りたい情報だけ | 広く得たい |
|-----|--------|------|------|--------------|---------|--------------|------|----------|-------|
| 全 体 | | 1000 | 12.6 | 28.8 | 27.7 | 20.6 | 10.3 | 41.4 | 30.9 |
| 性別 | 男性 | 500 | 11.2 | 28.2 | 31.0 | 20.0 | 9.6 | 39.4 | 29.6 |
| | 女性 | 500 | 14.0 | 29.4 | 24.4 | 21.2 | 11.0 | 43.4 | 32.2 |
| 年齢 | 20-29歳 | 200 | 13.0 | 29.5 | 28.5 | 17.5 | 11.5 | 42.5 | 29.0 |
| | 30-39歳 | 200 | 9.5 | 29.5 | 27.5 | 20.0 | 13.5 | 39.0 | 33.5 |
| | 40-49歳 | 200 | 14.0 | 25.0 | 30.5 | 21.5 | 9.0 | 39.0 | 30.5 |
| | 50-59歳 | 200 | 11.5 | 26.0 | 32.0 | 22.5 | 8.0 | 37.5 | 30.5 |
| | 60歳以上 | 200 | 15.0 | 34.0 | 20.0 | 21.5 | 9.5 | 49.0 | 31.0 |

Q19_1 あなたが普段利用しているオンラインサービスやアプリ（検索サービスやSNSなど）には、次のような特性があることをご存じですか。／検索結果やSNS、動画、音楽等、表示される情報があなたに最適化（パーソナライズ）されていること（SA）

- SNSの特徴についてどの程度認識しているか尋ねた。
- ここでは、「検索結果やSNS、動画、音楽等、表示される情報があなたに最適化（パーソナライズ）されていること」について尋ねた。
- 対象国全体では、「知っている（よく知っている+どちらかと言えば知っている）」（74.9%）、「知らない（どちらかと言えば知らない+よく知らない）」（10.1%）となった。
- 日本では、「知っている」（44.7%）、「どちらでもない」（30.9%）、「知らない」（24.4%）となった。
- 日本以外の他国は「知っている」が8～9割台であり、日本よりも高い。日本は他国と比べて「知らない」約2割、「どちらでもない」が約3割と高い。

| | | 該当数 | よく知っている | どちらかと言えば知っている | どちらでもない | どちらかと言えば知らない | よく知らない | 知っている | 知らない |
|----|------|------|---------|---------------|---------|--------------|--------|-------|------|
| 全体 | | 4000 | 38.6 | 36.3 | 15.0 | 4.8 | 5.3 | 74.9 | 10.1 |
| 国 | 日本 | 1000 | 12.5 | 32.2 | 30.9 | 8.8 | 15.6 | 44.7 | 24.4 |
| | アメリカ | 1000 | 63.3 | 24.4 | 6.6 | 3.4 | 2.3 | 87.7 | 5.7 |
| | ドイツ | 1000 | 37.0 | 43.9 | 13.1 | 4.1 | 1.9 | 80.9 | 6.0 |
| | 中国 | 1000 | 41.6 | 44.8 | 9.4 | 2.9 | 1.3 | 86.4 | 4.2 |

Q19_1 あなたが普段利用しているオンラインサービスやアプリ（検索サービスやSNSなど）には、次のような特性があることをご存じですか。／検索結果やSNS、動画、音楽等、表示される情報があなたに最適化（パーソナライズ）されていること（SA）

- **日本において性・年代別にSNSの特徴についてどの程度認識しているかを尋ねた。**ここでは、「検索結果やSNS、動画、音楽等、表示される情報があなたに最適化（パーソナライズ）されていること」について尋ねた。
- 「知っている（よく知っている+どちらかと言えば知っている）」の回答に着目した。性・年代別において、全体よりも5ポイント以上差が付いたものをみる。
- 20代（50.5%）では全体よりも5.8ポイント高く、50代（35.5%）では全体よりも9.2ポイント低くなった。
- **50代は他の世代よりも「検索結果やSNS、動画、音楽等、表示される情報があなたに最適化（パーソナライズ）されていること」について知らない結果が表れた。**

| | | 該当数 | よく知っている | どちらかと言えば知っている | どちらでもない | どちらかと言えば知らない | よく知らない | 知っている | 知らない |
|-----|--------|------|---------|---------------|---------|--------------|--------|-------|------|
| 全 体 | | 1000 | 12.5 | 32.2 | 30.9 | 8.8 | 15.6 | 44.7 | 24.4 |
| 性別 | 男性 | 500 | 13.8 | 31.8 | 32.8 | 8.2 | 13.4 | 45.6 | 21.6 |
| | 女性 | 500 | 11.2 | 32.6 | 29.0 | 9.4 | 17.8 | 43.8 | 27.2 |
| 年齢 | 20-29歳 | 200 | 17.5 | 33.0 | 33.0 | 8.0 | 8.5 | 50.5 | 16.5 |
| | 30-39歳 | 200 | 15.0 | 31.0 | 35.0 | 7.0 | 12.0 | 46.0 | 19.0 |
| | 40-49歳 | 200 | 10.5 | 37.0 | 31.5 | 5.0 | 16.0 | 47.5 | 21.0 |
| | 50-59歳 | 200 | 7.5 | 28.0 | 33.5 | 11.0 | 20.0 | 35.5 | 31.0 |
| | 60歳以上 | 200 | 12.0 | 32.0 | 21.5 | 13.0 | 21.5 | 44.0 | 34.5 |

Q19_2 あなたが普段利用しているオンラインサービスやアプリ（検索サービスやSNSなど）には、次のような特性があることをご存じですか。／SNS等では、自分に近い意見や考え方に近い情報が表示されやすいこと（SA）

- SNSの特徴についてどの程度認識しているか尋ねた。ここでは、「SNS等では、自分に近い意見や考え方に近い情報が表示されやすいこと」について尋ねた。
- 対象国全体では、「知っている（よく知っている+どちらかと言えば知っている）」（66.7%）、「知らない（どちらかと言えば知らない+よく知らない）」（12.7%）となった。
- 日本では、「知っている」（38.1%）、「どちらでもない」（32.5%）、「知らない」（29.4%）となった。それぞれが3割台に近く回答が分散した。**他国と比べて「どちらでもない」が3割と高い。**
- また、日本以外の他国は、「知っている」が7～8割であり、日本よりも高い。

| | | 該当数 | よく知っている | どちらかと言えば知っている | どちらでもない | どちらかと言えば知らない | よく知らない | 知っている | 知らない |
|----|------|------|---------|---------------|---------|--------------|--------|-------|------|
| 全体 | | 4000 | 23.5 | 43.2 | 20.6 | 6.7 | 6.1 | 66.7 | 12.7 |
| 国 | 日本 | 1000 | 9.6 | 28.5 | 32.5 | 11.2 | 18.2 | 38.1 | 29.4 |
| | アメリカ | 1000 | 31.3 | 46.3 | 15.0 | 5.1 | 2.3 | 77.6 | 7.4 |
| | ドイツ | 1000 | 22.3 | 48.8 | 20.8 | 5.9 | 2.2 | 71.1 | 8.1 |
| | 中国 | 1000 | 30.9 | 49.0 | 14.2 | 4.4 | 1.5 | 79.9 | 5.9 |

Q19_2 あなたが普段利用しているオンラインサービスやアプリ（検索サービスやSNSなど）には、次のような特性があることをご存じですか。／SNS等では、自分に近い意見や考え方に近い情報が表示されやすいこと（SA）

- **日本において性・年代別にSNSの特徴についてどの程度認識しているかを尋ねた。**ここでは、「SNS等では、自分に近い意見や考え方に近い情報が表示されやすいこと」について尋ねた。
- 「知っている（よく知っている+どちらかと言えば知っている）」の回答に着目した。性・年代別において、全体よりも5ポイント以上差が付いたものをみる。
- 20代（46.5%）と8.4ポイント高く、50代（32.5%）、60代以上（32.5%）とそれぞれ5.6ポイント低くなった。
- **50代、60代以上の層は他の世代よりもSNS等がフィルターバブル・エコーチェンバーの特徴が有することを知らない結果となった。**

| | | 該当数 | よく知っている | どちらかと言えば知っている | どちらでもない | どちらかと言えば知らない | よく知らない | 知っている | 知らない |
|-----|--------|------|---------|---------------|---------|--------------|--------|-------|------|
| 全 体 | | 1000 | 9.6 | 28.5 | 32.5 | 11.2 | 18.2 | 38.1 | 29.4 |
| 性別 | 男性 | 500 | 8.8 | 29.6 | 35.2 | 10.2 | 16.2 | 38.4 | 26.4 |
| | 女性 | 500 | 10.4 | 27.4 | 29.8 | 12.2 | 20.2 | 37.8 | 32.4 |
| 年齢 | 20-29歳 | 200 | 15.0 | 31.5 | 35.0 | 6.5 | 12.0 | 46.5 | 18.5 |
| | 30-39歳 | 200 | 11.0 | 30.0 | 37.5 | 11.0 | 10.5 | 41.0 | 21.5 |
| | 40-49歳 | 200 | 10.0 | 28.0 | 34.5 | 8.5 | 19.0 | 38.0 | 27.5 |
| | 50-59歳 | 200 | 4.0 | 28.5 | 29.5 | 16.0 | 22.0 | 32.5 | 38.0 |
| | 60歳以上 | 200 | 8.0 | 24.5 | 26.0 | 14.0 | 27.5 | 32.5 | 41.5 |

Q19_3 あなたが普段利用しているオンラインサービスやアプリ（検索サービスやSNSなど）には、次のような特性があることをご存じですか。／SNS上でお勧めされるアカウントやコンテンツは、SNSの提供側がみてほしいアカウントやコンテンツが提示される場合があること（SA）

- SNSの特徴についてどの程度認識しているか尋ねた。ここでは、「SNS上でお勧めされるアカウントやコンテンツは、SNSの提供側がみてほしいアカウントやコンテンツが提示される場合があること」について尋ねた。
- 対象国全体では、「知っている（よく知っている＋どちらかと言えば知っている）」（63.0%）、「知らない（どちらかと言えば知らない＋よく知らない）」（13.1%）となった。
- **日本では、「知っている」（38.1%）、「どちらでもない」（35.6%）、「知らない」（26.3%）となった。他国と比べて「どちらでもない」が3割と高い。**
- また、日本以外の他国は、「知っている」が7～8割であり、日本よりも高い。

| | | 該当数 | よく知っている | | | | | よく知らない | |
|---|------|------|---------|---------------|---------|--------------|--------|--------|------|
| | | | よく知っている | どちらかと言えば知っている | どちらでもない | どちらかと言えば知らない | よく知らない | 知っている | 知らない |
| | 全体 | 4000 | 28.9 | 34.1 | 24.0 | 6.4 | 6.7 | 63.0 | 13.1 |
| 国 | 日本 | 1000 | 9.8 | 28.3 | 35.6 | 8.4 | 17.9 | 38.1 | 26.3 |
| | アメリカ | 1000 | 46.5 | 26.2 | 18.8 | 5.8 | 2.7 | 72.7 | 8.5 |
| | ドイツ | 1000 | 25.4 | 40.1 | 24.4 | 6.4 | 3.7 | 65.5 | 10.1 |
| | 中国 | 1000 | 33.9 | 41.8 | 17.0 | 4.8 | 2.5 | 75.7 | 7.3 |

Q19_3 あなたが普段利用しているオンラインサービスやアプリ（検索サービスやSNSなど）には、次のような特性があることをご存じですか。／SNS上でお勧めされるアカウントやコンテンツは、SNSの提供側がみてほしいアカウントやコンテンツが提示される場合があること（SA）

- **日本において性・年代別にSNSの特徴についてどの程度認識しているかを尋ねた。**ここでは、「SNS上でお勧めされるアカウントやコンテンツは、SNSの提供側がみてほしいアカウントやコンテンツが提示される場合があること」について尋ねた。
- 「知っている（よく知っている＋どちらかと言えば知っている）」の回答に着目した。性・年代別において、全体よりも5ポイント以上差が付いたものをみる。
- **性別、年代別において大きな差は生じなかった。**

| | | 該当数 | よく知っている | どちらかと言えば知っている | どちらでもない | どちらかと言えば知らない | よく知らない | 知っている | 知らない |
|-----|--------|------|---------|---------------|---------|--------------|--------|-------|------|
| 全 体 | | 1000 | 9.8 | 28.3 | 35.6 | 8.4 | 17.9 | 38.1 | 26.3 |
| 性別 | 男性 | 500 | 9.6 | 28.0 | 38.2 | 8.8 | 15.4 | 37.6 | 24.2 |
| | 女性 | 500 | 10.0 | 28.6 | 33.0 | 8.0 | 20.4 | 38.6 | 28.4 |
| 年齢 | 20－29歳 | 200 | 11.0 | 28.5 | 45.0 | 5.0 | 10.5 | 39.5 | 15.5 |
| | 30－39歳 | 200 | 13.0 | 27.5 | 37.5 | 10.5 | 11.5 | 40.5 | 22.0 |
| | 40－49歳 | 200 | 10.5 | 29.5 | 38.0 | 4.0 | 18.0 | 40.0 | 22.0 |
| | 50－59歳 | 200 | 5.5 | 30.5 | 31.5 | 10.5 | 22.0 | 36.0 | 32.5 |
| | 60歳以上 | 200 | 9.0 | 25.5 | 26.0 | 12.0 | 27.5 | 34.5 | 39.5 |

- 対象国全体で見ると、アンケートで提示された3つのSNSの特徴のうち、「検索結果やSNS、動画、音楽等、表示される情報があなたに最適化（パーソナライズ）されていること」が他の2つの特徴よりは認知されていた（44.7%）。
- 他国と比べると日本は、3つのSNSの特徴について「知らない」の回答割合が高かった。
- また、日本は他国と比べて「どちらでもない」の回答割合が高くなってもいる。

Q20 インターネットのウェブサイトやSNS等の情報が、どの程度あなたにパーソナライズされて配信されているかを知りたいと思いますか。(SA)

- SNS等のパーソナライズについてどの程度認識しているかを尋ねた。
- 対象国全体では、「すべてのウェブサイトやSNS等から私へ配信される情報を対象に知りたい」(37.8%)、「特定の気になるウェブサイトやSNS等から私へ配信される情報を対象に知りたい」(37.0%)がほぼ同程度の割合で高くなった。
- 日本では、「よくわからない」(32.3%)が最も高く、対象国全体(12.3%)より20ポイント高くなった。日本では「特定の気になるウェブサイトやSNS等から私へ配信される情報を対象に知りたい」(30.8%)と高くなった。
- また、「知りたいとは思わない」(24.8%)となり、対象国全体(13.0%)より、11.8ポイント高くなった。
- アメリカは「すべてのウェブサイトやSNS等から私へ配信される情報を対象に知りたい」(54.0%)と過半数が選んだ。
- 中国、ドイツは「すべてのウェブサイトやSNS等から私へ配信される情報を対象に知りたい」と、「特定の気になるウェブサイトやSNS等から私へ配信される情報を対象に知りたい」が半々の割合で選ばれた。

| | | 該当数 | 知るかす りらべ た私 いへの 配 信 さ れ サ イ ト 情 報 を 対 象 に 等 | 対 象 に 知 り た い | N 特 定 の 気 に な る ウ ェ ブ サ イ ト 情 報 を | 知 り た い と は 思 わ な い | よ く わ か ら な い |
|----|------|------|--|---------------------------------|---|--|---------------------------------|
| 全体 | | 4000 | 37.8 | 37.0 | 13.0 | 12.3 | |
| 国 | 日本 | 1000 | 12.1 | 30.8 | 24.8 | 32.3 | |
| | アメリカ | 1000 | 54.0 | 34.5 | 4.4 | 7.1 | |
| | ドイツ | 1000 | 38.9 | 37.2 | 17.2 | 6.7 | |
| | 中国 | 1000 | 46.0 | 45.5 | 5.4 | 3.1 | |

Q20 インターネットのウェブサイトやSNS等の情報が、どの程度あなたにパーソナライズされて配信されているかを知りたいと思いますか。（SA）

- 日本において性・年代別にSNS等のパーソナライズについてどの程度認識しているかを尋ねた。性・年代別において、全体よりも5ポイント以上差が付いたものをみる。
- 性別では大きな差は生じなかった。
- 年代別では、「知りたいとは思わない」が60代以上（30.0%）と全体（24.8%）よりも5.2ポイント高くなった。**60代以上の層では、他の世代よりも、パーソナライズ度合について「知りたいと思わない」結果となった。**

| | | 該当数 | 知らない | かす | 対 | N特 | 知 | よく |
|-----|--------|------|------|------|------|------|----|----|
| | | | りら | すべ | 象S | 定の | りた | くわ |
| | | | た私 | ての | に等 | の気 | いと | から |
| | | | いへ | ウエ | 知ら | にら | は思 | ない |
| | | | 配 | ブ | りた | なる | わな | |
| | | | 信 | サイ | い | ウエ | い | |
| | | | さ | ト | 配 | 信 | | |
| | | | れ | や | 信 | さ | | |
| | | | る | S | れ | れ | | |
| | | | 情 | N | S | 情 | | |
| | | | 報 | S | 報 | 報 | | |
| | | | を | S | を | を | | |
| | | | 対 | に | 等 | を | | |
| | | | 象 | に | を | を | | |
| | | | に | 等 | を | を | | |
| 全 体 | | 1000 | 12.1 | 30.8 | 24.8 | 32.3 | | |
| 性別 | 男性 | 500 | 12.2 | 31.4 | 27.0 | 29.4 | | |
| | 女性 | 500 | 12.0 | 30.2 | 22.6 | 35.2 | | |
| 年齢 | 20-29歳 | 200 | 10.0 | 35.0 | 26.5 | 28.5 | | |
| | 30-39歳 | 200 | 14.5 | 28.5 | 22.0 | 35.0 | | |
| | 40-49歳 | 200 | 15.5 | 28.5 | 22.0 | 34.0 | | |
| | 50-59歳 | 200 | 9.0 | 31.5 | 23.5 | 36.0 | | |
| | 60歳以上 | 200 | 11.5 | 30.5 | 30.0 | 28.0 | | |

Q21 あなたはSNSに投稿（リツイートも含む）を行う際に毎回注意していることはありますか。あてはまるものをすべて選んでください。（MA）

- SNSに投稿（リツイートも含む）する際に注意していることを尋ねた。
- 対象国全体では、高くなった順に「自身や知人等のプライバシー情報を記載していないか」（39.1%）、「誰かを傷つけたり、不快な思いをさせる内容になっていないか」（36.3%）、「秘密にするべき内容を記載していないか」（35.2%）となった。
- **日本でみると、「あてはまるものはない」（48.6%）が高くなった。日本には一般的にSNSを使って発信・リツイートを行わない人が一定数いることが要因として考えられる。**これ以外で高くなった順に「誰かを傷つけたり、不快な思いをさせる内容になっていないか」（25.7%）、「自身や知人等のプライバシー情報を記載していないか」（25.0%）、「秘密にするべき内容を記載していないか」（21.9%）であった。
- その他の国別に最も高くなった項目をみると、「自身や知人等のプライバシー情報を記載していないか」となった。アメリカ（44.6%）、ドイツ（37.9%）、中国（48.7%）となった。

| | | (n) | に認投い思誰 はし稿不をかをを 送たをををを ら後作かさ傷 な、成い投た 稿す後 （再 す度 ぐ確 | い思誰 ををを かさ傷 せるけ るけ るに、 な不 つ快 てな | 容虚偽 になの つ情 て報 いや ない誤 い解 かさ せる 内 | にをイ な行ラ なうス つ場ト て合や い、文 ない著 か作の 権引 の用 侵な 害ど | かシ自 かー身 情や 報を を記 載の しプ てラ いイ ないバ | 認写 し真 ての い位 ない置 か情 報の 設 定を 確 | し秘 てい ない か る 必 ず 記 載 | 困投 を稿 設を 定見 する こと が で き る 範 | あて は ま る も の は な い |
|----|------|------|---|---|--|--|---|---|--|---|--|
| 全体 | | 4000 | 32.2 | 36.3 | 33.2 | 25.3 | 39.1 | 24.7 | 35.2 | 29.3 | 19.8 |
| 国 | 日本 | 1000 | 15.2 | 25.7 | 19.7 | 13.0 | 25.0 | 15.3 | 21.9 | 14.8 | 48.6 |
| | アメリカ | 1000 | 40.1 | 42.4 | 34.5 | 29.5 | 44.6 | 25.1 | 40.6 | 38.3 | 9.8 |
| | ドイツ | 1000 | 35.4 | 33.7 | 35.4 | 23.3 | 37.9 | 24.1 | 35.7 | 31.4 | 18.1 |
| | 中国 | 1000 | 38.1 | 43.2 | 43.2 | 35.5 | 48.7 | 34.1 | 42.7 | 32.7 | 2.7 |

Q21 あなたはSNSに投稿（リツイートも含む）を行う際に毎回注意していることはありますか。あてはまるものをすべて選んでください。（MA）

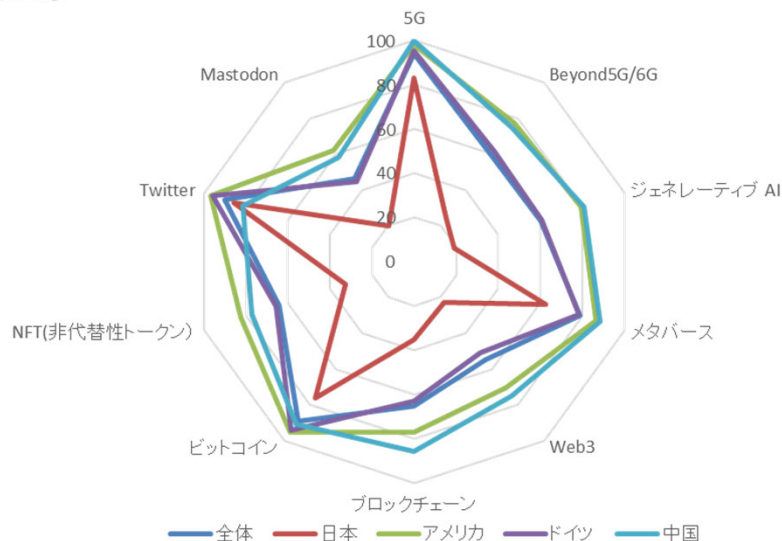
- 日本において性・年代別にSNSに投稿（リツイートも含む）する際に注意していることを尋ねた。全体よりも5ポイント以上差が付いたものをみる。
- 性別では、全体と比べて大きな差はなかった。
- 年代別でみると、
 - 20代では、「写真の位置情報の設定を確認しているか」（6.7ポイント高）、「自身や知人等のプライバシー情報を記載していないか」（6.0ポイント高）。逆に「あてはまるものはない」（11.6ポイント低）となった。
 - 30代では、「自身や知人等のプライバシー情報を記載していないか」（6.5ポイント高）。逆に「あてはまるものはない」（10.6ポイント低）となった。
 - 40代では、「自身や知人等のプライバシー情報を記載していないか」（5.5ポイント低）。
 - 50代では、「投稿を見ることができる範囲を設定する」（5.3ポイント低）。逆に「あてはまるものはない」（7.9ポイント高）となった。
 - 60代以上では、「投稿を見ることができる範囲を設定する」（6.3ポイント低）、「イラストや文章の引用などを行う場合、著作権の侵害になっていないか」（6.0ポイント低）。逆に「あてはまるものはない」（9.9ポイント高）となった。

| | | (n) | に認投い思誰容虚にをイかシ自認写秘して投をあては | はし稿不いかかをにな偽に行ラ身情写真に密に設を稿をま | 送たをのいををなな偽になつうラ身情写真に密に設を稿をま | ら作ををををなな偽になつうラ身情写真に密に設を稿をま | な成をををををなな偽になつうラ身情写真に密に設を稿をま | い投したるで再す度確 | かせけたり、不快でな | や内容に、不快でな | い誤解させ内 | い誤解させ内 | い誤解させ内 | い誤解させ内 | い誤解させ内 | い誤解させ内 | い誤解させ内 | い誤解させ内 | い誤解させ内 | い誤解させ内 | い誤解させ内 | い誤解させ内 |
|----|-------|------|--------------------------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|-----------------------------|------------|------------|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 全体 | | 1000 | 15.2 | 25.7 | 19.7 | 13.0 | 25.0 | 15.3 | 21.9 | 14.8 | 48.6 | | | | | | | | | | | |
| 性別 | 男性 | 500 | 13.4 | 23.6 | 19.2 | 11.0 | 24.4 | 12.0 | 23.2 | 13.6 | 50.0 | | | | | | | | | | | |
| | 女性 | 500 | 17.0 | 27.8 | 20.2 | 15.0 | 25.6 | 18.6 | 20.6 | 16.0 | 47.2 | | | | | | | | | | | |
| 年代 | 20代 | 200 | 19.5 | 27.5 | 21.5 | 17.0 | 31.0 | 22.0 | 23.5 | 20.5 | 37.0 | | | | | | | | | | | |
| | 30代 | 200 | 14.5 | 27.5 | 21.0 | 15.5 | 31.5 | 16.0 | 24.0 | 18.5 | 38.0 | | | | | | | | | | | |
| | 40代 | 200 | 14.0 | 24.0 | 22.0 | 12.5 | 19.5 | 15.5 | 19.0 | 17.0 | 53.0 | | | | | | | | | | | |
| | 50代 | 200 | 15.0 | 21.5 | 16.0 | 13.0 | 22.5 | 11.5 | 22.0 | 9.5 | 56.5 | | | | | | | | | | | |
| | 60代以上 | 200 | 13.0 | 28.0 | 18.0 | 7.0 | 20.5 | 11.5 | 21.0 | 8.5 | 58.5 | | | | | | | | | | | |

Q22 あなたは以下の用語についてどの程度ご存じですか。

- 各種ICTサービス・技術名をあげて認知度を尋ねた。「知っている」※の選択肢に着目すると、※知っている=内容や意味を具体的に知っている（人に内容や意味を説明できる）+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある
- 対象国全体で高くなった順に、「5G（ファイブジー）」（94.1%）、「Twitter(ツイッター)」(89.9%)、「Bitcoin(ビットコイン)」(89.1%)となった。**これらは後述する利用しているICTサービスと同じ順番となっている。また、マストドンを除き、すべてのICTサービスにおける認知は過半数となった。国別でも日本を除き、対象国全体と同様の傾向を示している。**
- 日本では、「Twitter(ツイッター)」(85.6%)、「5G（ファイブジー）」(83.1%)、「Bitcoin(ビットコイン)」(76.0%)となった。**対象国全体と同じ順番となっている。**それ以外のサービス・技術の認知度は他国よりも低い傾向を示した。4番目に「metaverse（メタバース）」(62.7%)となった。

知っている



知っている=内容や意味を具体的に知っている（人に内容や意味を説明できる）+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある+知らない・初めて聞いた

| <知っている> | | 全体 | 日本 | リア カメ | ツド イ | 中国 |
|---------------|------|------|------|----------|---------|------|
| | | 4000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 |
| 5G | 3762 | 94.1 | 83.1 | 97.9 | 95.4 | 99.8 |
| Beyond5G/6G | 2376 | 59.4 | 24.4 | 77.0 | 61.5 | 74.7 |
| ジェネレーティブ AI | 2397 | 59.9 | 19.0 | 79.3 | 60.8 | 80.6 |
| メタバース | 3155 | 78.9 | 62.7 | 86.5 | 78.1 | 88.2 |
| Web3 | 2194 | 54.9 | 23.0 | 70.4 | 51.1 | 74.9 |
| ブロックチェーン | 2613 | 65.3 | 35.2 | 77.3 | 63.1 | 85.7 |
| ビットコイン | 3564 | 89.1 | 76.0 | 95.3 | 94.3 | 90.8 |
| NFT(非代替性トークン) | 2576 | 64.4 | 32.8 | 82.2 | 65.6 | 77.0 |
| Twitter | 3594 | 89.9 | 85.6 | 96.6 | 95.9 | 81.3 |
| Mastodon | 1844 | 46.1 | 19.7 | 62.3 | 44.5 | 57.9 |

Q22 あなたは以下の用語についてどの程度ご存じですか。

- 各種ICTサービス・技術名をあげて認知度を日本において性・年代別に尋ねた。「知っている」※の選択肢に着目すると、※知っている=内容や意味を具体的に知っている（人に内容や意味を説明できる）+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある
 - 男性は高かった順に、「Twitter（ツイッター）」（85.4%）、「5G（ファイブジー）」（84.6%）、「Bitcoin（ビットコイン）」（78.6%）、「metaverse（メタバース）」（66%）、
 - 女性は「Twitter（ツイッター）」（85.8%）、「5G（ファイブジー）」（81.6%）、「Bitcoin（ビットコイン）」（73.4%）、「metaverse（メタバース）」（59.4%）、
 - 20代は「5G（ファイブジー）」（85.0%）、「Twitter（ツイッター）」（82.5%）、「Bitcoin（ビットコイン）」（69.0%）、「metaverse（メタバース）」（60.5%）、
 - 30代は「Twitter（ツイッター）」（88.0%）、「5G（ファイブジー）」（86.5%）、「Bitcoin（ビットコイン）」（78.0%）、「metaverse（メタバース）」（68.0%）、
 - 40代は「5G（ファイブジー）」（83%）、「Twitter（ツイッター）」（82.5%）、「Bitcoin（ビットコイン）」（76.5%）、「metaverse（メタバース）」（63.5%）
 - 50代は「Twitter（ツイッター）」（89.5%）、「5G（ファイブジー）」（84.0%）、「Bitcoin（ビットコイン）」（77.5%）、「metaverse（メタバース）」（65.5%）、
 - 60代以上は「Twitter（ツイッター）」（85.5%）、「Bitcoin（ビットコイン）」（79.0%）、「5G（ファイブジー）」（77.0%）、「metaverse（メタバース）」（56.0%）と続く。
- すべての性・年代において1番目、もしくは2番目に「Twitter（ツイッター）」、「5G（ファイブジー）」の認知度が高くなった。60代のみ2番目に「Bitcoin（ビットコイン）」（79.0%）となった。

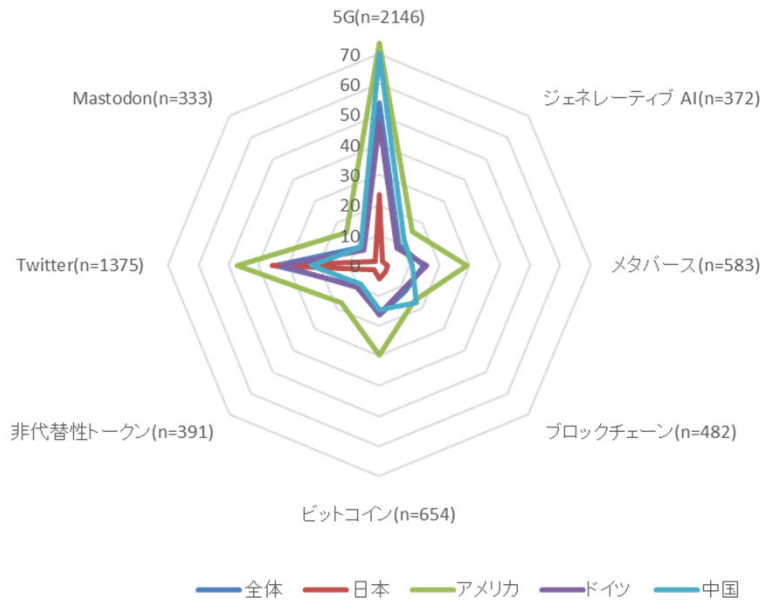
Q22 あなたは以下の用語についてどの程度ご存じですか。

| <知っている> | | | | | | | | |
|---------------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| | | 男性 | 女性 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代以上 |
| | 1000 | 500 | 500 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| 5G | 831 | 84.6 | 81.6 | 85.0 | 86.5 | 83.0 | 84.0 | 77.0 |
| Beyond5G/6G | 244 | 30.6 | 18.2 | 29.5 | 31.0 | 23.5 | 21.0 | 17.0 |
| ジェネレーティブ AI | 190 | 22.8 | 15.2 | 26.5 | 25.5 | 14.0 | 13.0 | 16.0 |
| メタバース | 627 | 66.0 | 59.4 | 60.5 | 68.0 | 63.5 | 65.5 | 56.0 |
| Web3 | 230 | 31.0 | 15.0 | 28.5 | 28.5 | 24.5 | 17.5 | 16.0 |
| ブロックチェーン | 352 | 47.8 | 22.6 | 37.5 | 39.5 | 33.5 | 33.0 | 32.5 |
| ビットコイン | 760 | 78.6 | 73.4 | 69.0 | 78.0 | 76.5 | 77.5 | 79.0 |
| NFT(非代替性トークン) | 328 | 41.2 | 24.4 | 39.5 | 43.0 | 36.0 | 24.0 | 21.5 |
| Twitter | 856 | 85.4 | 85.8 | 82.5 | 88.0 | 82.5 | 89.5 | 85.5 |
| Mastodon | 197 | 25.2 | 14.2 | 26.5 | 29.5 | 17.5 | 14.0 | 11.0 |

Q23 あなたは以下のサービス等を使ったことがありますか。

- 各種ICTサービス・技術名をあげて利用状況を尋ねた。「使っている（過去使ったことがある）」の選択肢に着目する。
- 対象国全体で高くなった順に、「5G（ファイブジー）」（53.7%）、「Twitter(ツイッター）」（34.4%）、「Bitcoin(ビットコイン）」（16.4%）となった。
- **各国別にみると、日本を除き「5G（ファイブジー）」が最も高くなった。アメリカ（73.7%）、中国（70.1%）が高い。**
- 日本では、「Twitter(ツイッター）」（35.6%）、「5G（ファイブジー）」（23.5%）であったが、**それ以外のサービス・技術に対しては数%台と低い結果となった。5GよりもTwitterの利用状況が高い結果となった。**

使っている（過去使ったことがある）



| 使っている（過去使ったことがある） | | 全体 | 日本 | アメリカ | ドイツ | 中国 |
|-------------------|------|------|------|------|------|------|
| | 4000 | 4000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 |
| 5G | 2146 | 53.7 | 23.5 | 73.7 | 47.3 | 70.1 |
| ジェネレーティブ AI | 372 | 9.3 | 1.6 | 15.7 | 8.1 | 11.8 |
| メタバース | 583 | 14.6 | 2.8 | 28.9 | 15.8 | 10.8 |
| ブロックチェーン | 482 | 12.1 | 3.1 | 16.4 | 11.2 | 17.5 |
| ビットコイン | 654 | 16.4 | 4.6 | 29.7 | 16.2 | 14.9 |
| 非代替性トークン | 391 | 9.8 | 2.2 | 17.6 | 10.5 | 8.8 |
| Twitter | 1375 | 34.4 | 35.6 | 47.1 | 32.3 | 22.5 |
| Mastodon | 333 | 8.3 | 1.9 | 15.4 | 7.3 | 8.7 |

Q23 あなたは以下のサービス等を使ったことがありますか。

- 各種ICTサービス・技術名をあげて利用状況について性・年代別に尋ねた。「使っている（過去使ったことがある）」の選択肢に着目する。
- 日本では、「Twitter(ツイッター)」（35.6%）、「5G（ファイブジー）」（23.5%）であったが、**それ以外のサービス・技術に対しては数%台と低い結果となった。**
- 「Twitter(ツイッター)」は、年代別にみると最も高い20代(50.0%)と、最も低い60代以上（19.5%）と**30.5ポイントの差が生じた。**
- **「5G」についても年代が低いほど「使っている」の回答が高い傾向を示した。**

| | | 男性 | 女性 | 代 2 0 | 代 3 0 | 代 4 0 | 代 5 0 | 上代 6 以 0 |
|-------------|------|------|------|----------|----------|----------|----------|-------------|
| | 1000 | 500 | 500 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| 5G | 235 | 23.8 | 23.2 | 32.0 | 24.5 | 22.5 | 21.5 | 17.0 |
| ジェネレーティブ AI | 16 | 1.6 | 1.6 | 4.5 | 1.5 | 2.0 | 0.0 | 0.0 |
| メタバース | 28 | 3.0 | 2.6 | 4.5 | 2.0 | 4.0 | 1.5 | 2.0 |
| ブロックチェーン | 31 | 4.0 | 2.2 | 3.5 | 4.5 | 4.5 | 2.0 | 1.0 |
| ビットコイン | 46 | 7.2 | 2.0 | 5.0 | 6.5 | 7.5 | 2.0 | 2.0 |
| 非代替性トークン | 22 | 2.8 | 1.6 | 2.0 | 3.0 | 3.0 | 2.0 | 1.0 |
| Twitter | 356 | 33.0 | 38.2 | 50.0 | 44.0 | 35.0 | 29.5 | 19.5 |
| Mastodon | 19 | 2.0 | 1.8 | 3.5 | 2.0 | 3.5 | 0.5 | 0.0 |

【トピック分析】

□ 回収したデータは、事前の仮説に基づき検証を行うための特定設問間の集計・分析を行った（トピック分析）。

| 仮説 | 結果 |
|---|--|
| ①インターネットを利用している人と同時に、インターネットを利用していない人も不安を感じているのではないか。 | <ul style="list-style-type: none"> 日本を対象に実施。 大手インターネット企業のサービス利用経験者の方が利用していない人よりも不安感は強い結果。 ただし、両者とも4割以上が不安を感じている。 |
| ②パーソナルデータの提供に不安を感じつつもあまり対策を取っていないのではないか。 | <ul style="list-style-type: none"> 不安を感じている人の方が感じていない人よりも対策を行っている傾向が表れた。 ただし、不安を感じている人でも対策している方策は「アカウントごとにパスワードを変える」で3割程度。 |
| ③現状のWeb2.0サービス利用者が新しいものに代替しているだけではないか。 | <ul style="list-style-type: none"> Twitter利用者でマストドン利用者は1割台。 逆に、マストドン利用者でTwitterも利用しているのは過半数。先進ICTサービスへの利用意向が高い人がマストドンも使っていると捉えることができる。 |

【トピック分析】 オンラインサービス利用の有無によるパーソナルデータ提供の不安感

- 日本向けのアンケート調査ではオンラインサービスを利用していない人が一定数存在していた。
- オンラインサービスの利用有無別にパーソナルデータ提供への不安感が変わるかをみた。
- 結果、**オンラインサービスを利用している人（67.4%）の方が、全く利用したことがない人（37.8%）と比べると不安感が高くなった。**
- ただし、**サービスを全く利用したことがない人も4割程度が不安を感じているとも回答している。**

| | | 該当数 | 不安 | 不安ではない | よくわからない |
|------|--------------------------|------|------|--------|---------|
| 全体 | | 1000 | 58.4 | 23.4 | 18.2 |
| 利用有無 | はい(現在も利用中) | 674 | 67.4 | 23.4 | 9.2 |
| | はい(過去に利用していたが現在は利用していない) | 64 | 48.4 | 37.5 | 14.1 |
| | いいえ(全く利用したことがない) | 262 | 37.8 | 19.8 | 42.4 |

【トピック分析】 パーソナルデータ提供の不安別対策の実施状況

- パーソナルデータの提供に不安を感じている人はそうでない人よりも対策を取っているのか。さらに、どのような対策を取っているかをみた。
- 日本全体でみると、**不安を感じる人が対策していたのは「アカウントごとにパスワードを変える」(46.7%) が最も高かった。**しかし、5割にとどまっている。
- さらに不安を感じている人と、不安を感じていない人で対策度合いについて比較をおこなった。結果、**不安を感じている人の方が感じていない人よりも各対策を行っている傾向が表れた。**

| | | (n) | アカウントごとにパスワードを変える | 電子デバイスごとにパスワードを変える | オンラインサービスの利用履歴情報を削除する | 電子デバイスの利用履歴情報を削除する | オンラインサービスの利用履歴情報を削除する | オンラインサービスの利用履歴情報を削除する | オンラインサービスの利用履歴情報を削除する | オンラインサービスの利用履歴情報を削除する | オンラインサービスの利用履歴情報を削除する | オンラインサービスの利用履歴情報を削除する |
|--------------------------|---------|------|-------------------|--------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 全体 | | 1000 | 35.0 | 15.1 | 14.7 | 20.9 | 14.2 | 13.5 | 9.6 | | | |
| データ提供 | 不安 | 584 | 46.7 | 20.9 | 19.9 | 27.4 | 19.3 | 17.5 | 13.2 | | | |
| | 不安ではない | 234 | 24.4 | 8.5 | 9.8 | 14.1 | 9.0 | 10.7 | 6.8 | | | |
| | よくわからない | 182 | 11.0 | 4.9 | 4.4 | 8.8 | 4.4 | 4.4 | 1.6 | | | |
| →不安を感じている人と不安を感じていない人との差 | | | 22.4 | 12.3 | 10.0 | 13.3 | 10.4 | 6.8 | 6.3 | | | |

【トピック分析】 Twitter利用者とmastodon利用者の関連性

- 対象国全体（4,000件）において、各ICTサービス・技術の利用者のクロス集計を作成し、Twitter利用者とmastodon利用者の関連性をみた。
- Twitter利用者のうちmastodonを使っているのは13.0%に留まった。
- 逆に、mastodon利用者とTwitterも利用しているのは53.8%と過半数となった。なお、mastodon利用者は他のICTサービスへの利用割合も高いため、先進ICTサービスへの利用意向が高い人がmastodonも使っていると捉えることができる。

| | | (n) | 5G (ファイブジー) | AI (ジェネレーティブ AI) | メタ バース | ブロック チェーン | ビット コイン | NFT | Twitter (ツイッ ター) | Mastodon (マスト ドン) |
|------|-----------------|------|----------------|------------------------|-----------|--------------|------------|------|------------------------|-------------------------|
| 全体 | | 4000 | 53.7 | 9.3 | 14.6 | 12.1 | 16.4 | 9.8 | 34.4 | 8.3 |
| サービス | Twitter(ツイッター) | 1375 | 67.0 | 13.7 | 25.6 | 18.3 | 28.6 | 15.4 | 100.0 | 13.0 |
| | Mastodon(マストドン) | 333 | 80.2 | 33.9 | 42.6 | 47.7 | 42.0 | 41.4 | 53.8 | 100.0 |

Q1.あなたの職業をお答えください。(SA)

- 対象国全体では、高くなった順に「会社員（正社員）」（37.3%）、「無職」（12.7%）、「パート・アルバイト」（8.1%）、「その他」（7.9%）、「専業主婦・主夫」（7.2%）となった。全対象国で見るとほぼ前回調査と同じ構成となった。
- 国別にみると、日本は「会社員（正社員）」（35.8%）、「無職」（14.9%）、「専業主婦・主夫」（13.4%）となった。前回調査とほぼ同じ構成である。「無職」（14.9%）が前回9.4%であったため6ポイント高くなった。
- アメリカでは「経営者・会社役員」が（17.2%）と高く、「会社員（正社員）」が（26.5%）と低い。中国では「会社員（正社員）」が（53.3%）と高い。また「無職」が（17.9%）と高い。
- 前回比較を行った。ここでは5ポイント以上の差が出たものをみた。
- アメリカでは「経営者・会社役員」（12ポイント高）、「無職」（7ポイント低）、ドイツは前回とほぼ同じ構成である。中国では、「経営者・会社役員」（16ポイント低）、「無職」（14ポイント低）、「会社員（正社員）」（12ポイント低）となった。

| | | 該当数 | 経営者・会社役員 | 会社員（正社員） | 契約社員、派遣社員、嘱託社員 | 自営業（農林水産業含む） | 専門職（医師・弁護士など） | 公務員 | 団体職員 | 学生・院生・博士等 | 専業主婦・主夫 | パート・アルバイト | 無職 | その他 |
|----|------|------|----------|----------|----------------|--------------|---------------|-----|------|-----------|---------|-----------|------|------|
| 全体 | | 4000 | 6.8 | 37.3 | 4.4 | 5.0 | 4.3 | 2.7 | 1.8 | 1.9 | 7.2 | 8.1 | 12.7 | 7.9 |
| 国 | 日本 | 1000 | 2.0 | 35.8 | 5.8 | 4.7 | 3.0 | 3.7 | 0.6 | 2.1 | 13.4 | 13.0 | 14.9 | 1.0 |
| | アメリカ | 1000 | 17.2 | 26.5 | 5.2 | 5.3 | 3.9 | 0.7 | 1.6 | 1.6 | 4.7 | 7.2 | 11.0 | 15.1 |
| | ドイツ | 1000 | 2.9 | 33.4 | 4.4 | 4.5 | 5.6 | 4.1 | 4.3 | 2.6 | 7.7 | 10.8 | 6.9 | 12.8 |
| | 中国 | 1000 | 5.1 | 53.3 | 2.2 | 5.6 | 4.6 | 2.3 | 0.6 | 1.4 | 2.9 | 1.3 | 17.9 | 2.8 |

Q2.お住まいの地域の特徴についてお選びください。(SA)

- 対象国全体では、高くなった順に「都市中心部（市区におけるビジネス・商業集積エリア）」（52.3%）、「都市郊外部（市区における住宅エリア）」（36.0%）、「農山漁村地域（町村部）」（11.8%）となった。
- 国別にみると、日本では「都市郊外部」が（63.6%）と高くなった。
- アメリカでは「都市中心部」が（57.5%）と高い。
- ドイツでは「都市中心部」と「都市郊外部」が（37.6%）と同数で、「農山漁村地域（町村部）」が（24.8%）と他国に比べて高い。
- 中国では「都市中心部」が（88.4%）と高い。

| | | 該当数 | 都市中心部（市区におけるビジネス・商業集積エリア） | 都市郊外部（市区における住宅エリア） | 農山漁村地域（町村部） |
|----|------|------|---------------------------|--------------------|-------------|
| 全体 | | 4000 | 52.3 | 36.0 | 11.8 |
| 国 | 日本 | 1000 | 25.5 | 63.6 | 10.9 |
| | アメリカ | 1000 | 57.5 | 32.2 | 10.3 |
| | ドイツ | 1000 | 37.6 | 37.6 | 24.8 |
| | 中国 | 1000 | 88.4 | 10.6 | 1.0 |

Q3_1 あなたの世帯の年収は、税抜きでおよそどのくらいですか。(SA)

- 世帯年収を尋ねた（日本）。
- 日本は「わからない・答えたくない」（25.3%）が最も高い。
- 以降、上位3番目までをみると、「300～400万円未満」（9.5%）、「200～300万円未満」（9.2%）、「1000万円以上」（8.2%）となった。

| | | 該当数 | 収入なし | 1 ～ 100 万円 未満 | 100 ～ 200 万円 未満 | 200 ～ 300 万円 未満 | 300 ～ 400 万円 未満 | 400 ～ 500 万円 未満 | 500 ～ 600 万円 未満 | 600 ～ 700 万円 未満 | 700 ～ 800 万円 未満 | 800 ～ 900 万円 未満 | 900 ～ 1000 万円 未満 | 1000 万円 以上 | わからない・ 答えたくない |
|-----|--------|------|------|---------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------------------------|------------------|------------------|
| 全 体 | | 1000 | 2.9 | 3.8 | 6.1 | 9.2 | 9.5 | 8.1 | 7.8 | 7.2 | 4.0 | 4.5 | 3.4 | 8.2 | 25.3 |
| 性別 | 男性 | 500 | 3.2 | 3.8 | 5.6 | 9.2 | 10.6 | 8.8 | 9.4 | 8.6 | 4.0 | 4.4 | 4.6 | 9.2 | 18.6 |
| | 女性 | 500 | 2.6 | 3.8 | 6.6 | 9.2 | 8.4 | 7.4 | 6.2 | 5.8 | 4.0 | 4.6 | 2.2 | 7.2 | 32.0 |
| 年齢 | 20～29歳 | 200 | 3.0 | 5.5 | 4.5 | 13.5 | 12.5 | 7.0 | 7.5 | 3.0 | 4.0 | 2.0 | 2.0 | 6.5 | 29.0 |
| | 30～39歳 | 200 | 4.5 | 3.5 | 6.5 | 5.5 | 11.0 | 10.0 | 9.5 | 8.0 | 4.0 | 7.0 | 4.0 | 8.0 | 18.5 |
| | 40～49歳 | 200 | 1.5 | 2.5 | 5.0 | 5.0 | 6.0 | 9.5 | 8.5 | 10.5 | 8.0 | 5.5 | 5.0 | 8.5 | 24.5 |
| | 50～59歳 | 200 | 3.5 | 3.5 | 5.5 | 9.5 | 7.0 | 6.0 | 8.0 | 8.5 | 2.5 | 5.5 | 3.5 | 11.0 | 26.0 |
| | 60歳以上 | 200 | 2.0 | 4.0 | 9.0 | 12.5 | 11.0 | 8.0 | 5.5 | 6.0 | 1.5 | 2.5 | 2.5 | 7.0 | 28.5 |

Q3_2 あなたの世帯の年収は、税抜きでおよそどのくらいですか。(SA)

- 世帯年収を尋ねた（アメリカ）。
- アメリカで高くなった順に「116,000ドル以上」（33.6%）、「93,000～116,000ドル未満」（9.9%）、「77,000～93,000ドル未満」（7.8%）となった。
- なお、「116,000ドル以上」は「20～29歳」（33.5%）、「30～39歳」（66.5%）、「40～49歳」（42.5%）で高くなった。

| | | 該当数 | 収入なし | 15,000ドル未満 | 15,000～29,999ドル未満 | 30,000～49,999ドル未満 | 50,000～74,999ドル未満 | 75,000～99,999ドル未満 | 100,000～124,999ドル未満 | 125,000～149,999ドル未満 | 150,000～174,999ドル未満 | 175,000～199,999ドル未満 | 200,000～249,999ドル未満 | 250,000～299,999ドル未満 | 300,000～399,999ドル未満 | 400,000～499,999ドル未満 | 500,000ドル以上 | わからない・答えたくない |
|-----|--------|------|------|------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-------------|--------------|
| 全 体 | | 1000 | 1.2 | 1.2 | 3.4 | 5.1 | 6.8 | 4.2 | 5.1 | 7.1 | 4.5 | 4.3 | 3.4 | 7.8 | 9.9 | 33.6 | 2.4 | |
| 性別 | 男性 | 500 | 0.6 | 0.6 | 2.8 | 4.8 | 4.0 | 4.4 | 5.2 | 6.4 | 4.8 | 4.0 | 4.4 | 7.6 | 8.0 | 40.6 | 1.8 | |
| | 女性 | 500 | 1.8 | 1.8 | 4.0 | 5.4 | 9.6 | 4.0 | 5.0 | 7.8 | 4.2 | 4.6 | 2.4 | 8.0 | 11.8 | 26.6 | 3.0 | |
| 年齢 | 20～29歳 | 200 | 3.0 | 2.5 | 4.0 | 6.5 | 9.0 | 4.5 | 6.5 | 5.5 | 6.5 | 5.0 | 1.5 | 2.5 | 4.5 | 33.5 | 5.0 | |
| | 30～39歳 | 200 | 0.0 | 0.0 | 1.5 | 0.0 | 1.0 | 3.0 | 0.0 | 2.0 | 1.0 | 1.5 | 7.0 | 7.5 | 8.5 | 66.5 | 0.5 | |
| | 40～49歳 | 200 | 1.0 | 1.0 | 1.5 | 3.5 | 5.0 | 1.0 | 2.5 | 9.0 | 4.0 | 3.5 | 2.0 | 13.0 | 8.5 | 42.5 | 2.0 | |
| | 50～59歳 | 200 | 2.0 | 1.0 | 5.0 | 7.5 | 7.0 | 5.0 | 5.5 | 6.0 | 9.0 | 4.0 | 3.5 | 10.0 | 21.0 | 11.0 | 2.5 | |
| | 60歳以上 | 200 | 0.0 | 1.5 | 5.0 | 8.0 | 12.0 | 7.5 | 11.0 | 13.0 | 2.0 | 7.5 | 3.0 | 6.0 | 7.0 | 14.5 | 2.0 | |

Q3_3 あなたの世帯の年収は、税抜きでおよそどのくらいですか。(SA)

- 世帯年収を尋ねた（ドイツ）。
- ドイツは高くなった順に「35,000～43,000ユーロ未満」（13.3%）、「28,000～35,000ユーロ未満」（12%）、「21,000～28,000ユーロ未満」（10.5%）となった。

| | | 該当数 | 収入なし | 15,700ユーロ未満 | 70,000ユーロ未満 | 104,000ユーロ未満 | 201,000ユーロ未満 | 208,000ユーロ未満 | 305,000ユーロ未満 | 403,000ユーロ未満 | 500,000ユーロ未満 | 570,000ユーロ未満 | 640,000ユーロ未満 | 71,000ユーロ以上 | わからない・答えたくない |
|-----|--------|------|------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|--------------|
| 全 体 | | 1000 | 0.8 | 5.1 | 7.4 | 8.1 | 10.5 | 12.0 | 13.3 | 10.2 | 8.1 | 5.5 | 5.5 | 7.7 | 5.8 |
| 性別 | 男性 | 500 | 1.2 | 4.2 | 8.2 | 7.2 | 9.4 | 13.2 | 11.6 | 10.0 | 10.4 | 5.0 | 6.8 | 8.8 | 4.0 |
| | 女性 | 500 | 0.4 | 6.0 | 6.6 | 9.0 | 11.6 | 10.8 | 15.0 | 10.4 | 5.8 | 6.0 | 4.2 | 6.6 | 7.6 |
| 年齢 | 20-29歳 | 200 | 1.0 | 12.0 | 7.5 | 9.0 | 11.5 | 10.0 | 13.5 | 8.5 | 7.0 | 1.5 | 5.0 | 7.0 | 6.5 |
| | 30-39歳 | 200 | 0.5 | 3.0 | 6.5 | 3.5 | 4.5 | 10.0 | 14.0 | 12.0 | 16.5 | 6.5 | 9.0 | 9.5 | 4.5 |
| | 40-49歳 | 200 | 2.0 | 2.5 | 4.5 | 3.5 | 11.5 | 10.5 | 14.0 | 11.5 | 5.5 | 9.0 | 8.5 | 11.5 | 5.5 |
| | 50-59歳 | 200 | 0.5 | 3.0 | 9.5 | 13.0 | 11.0 | 8.5 | 13.5 | 12.0 | 6.5 | 9.0 | 2.5 | 5.5 | 5.5 |
| | 60歳以上 | 200 | 0.0 | 5.0 | 9.0 | 11.5 | 14.0 | 21.0 | 11.5 | 7.0 | 5.0 | 1.5 | 2.5 | 5.0 | 7.0 |

Q3_4 あなたの世帯の年収は、税抜きでおよそどのくらいですか。(SA)

- 世帯年収を尋ねた（中国）。
- 中国は高くなった順に「524,000元以上」（16.1%）が最も高い。次いで、「209,000～262,000元未満」（10.6%）、「419,000～472,000元未満」（9.5%）、「472,000～524,000元未満」（9.5%）となった。
- なお、「116,000ドル以上」は「30～39歳」（41.5%）、「40～49歳」（24.5%）で高くなった。

| | | 該当数 | 収入なし | 152,000元未満 | 152,000元～199,999元未満 | 200,000元～249,999元未満 | 250,000元～299,999元未満 | 300,000元～349,999元未満 | 350,000元～399,999元未満 | 400,000元～449,999元未満 | 450,000元～499,999元未満 | 500,000元～549,999元未満 | 550,000元～599,999元未満 | 600,000元以上 | わからない・答えたくない |
|-----|--------|------|------|------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|------------|--------------|
| 全 体 | | 1000 | 0.3 | 2.8 | 6.4 | 7.8 | 9.0 | 10.6 | 9.0 | 9.4 | 8.8 | 9.5 | 9.5 | 16.1 | 0.8 |
| 性別 | 男性 | 500 | 0.4 | 4.0 | 8.8 | 11.0 | 13.6 | 13.0 | 9.8 | 8.0 | 5.4 | 4.2 | 6.6 | 14.0 | 1.2 |
| | 女性 | 500 | 0.2 | 1.6 | 4.0 | 4.6 | 4.4 | 8.2 | 8.2 | 10.8 | 12.2 | 14.8 | 12.4 | 18.2 | 0.4 |
| 年齢 | 20～29歳 | 200 | 0.5 | 7.0 | 9.5 | 12.0 | 14.0 | 15.0 | 6.5 | 6.5 | 10.0 | 5.0 | 5.5 | 7.5 | 1.0 |
| | 30～39歳 | 200 | 0.0 | 1.0 | 3.5 | 4.0 | 4.0 | 8.0 | 5.5 | 5.0 | 7.0 | 11.5 | 9.0 | 41.5 | 0.0 |
| | 40～49歳 | 200 | 0.0 | 2.0 | 4.0 | 7.0 | 7.5 | 11.0 | 12.0 | 13.5 | 6.5 | 6.5 | 5.0 | 24.5 | 0.5 |
| | 50～59歳 | 200 | 1.0 | 3.0 | 10.5 | 10.5 | 10.5 | 9.0 | 6.5 | 10.5 | 9.5 | 11.5 | 12.5 | 3.5 | 1.5 |
| | 60歳以上 | 200 | 0.0 | 1.0 | 4.5 | 5.5 | 9.0 | 10.0 | 14.5 | 11.5 | 11.0 | 13.0 | 15.5 | 3.5 | 1.0 |