

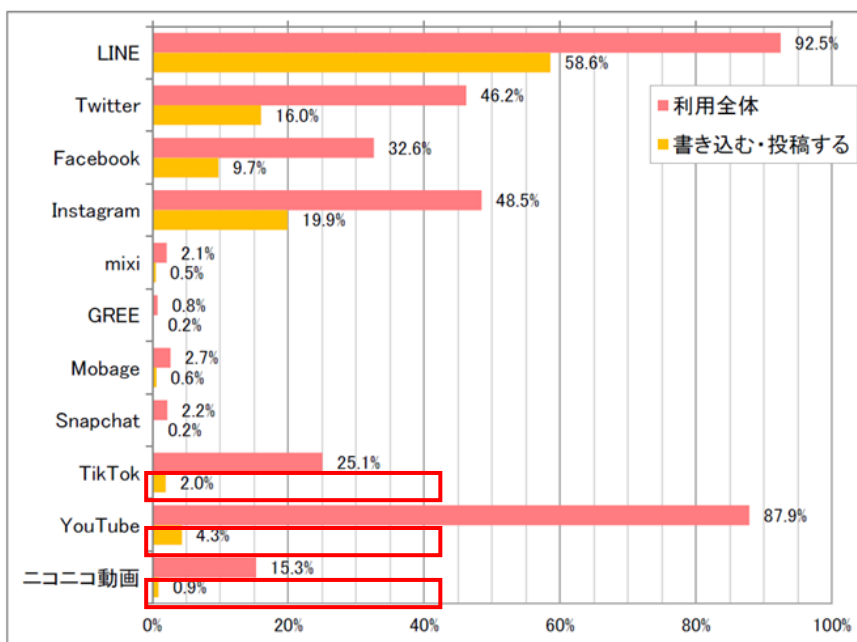
(旧) また、「YouTube」は、利用全体では「LINE」に次ぐ高い割合となっており、
前回令和2年度調査結果と比べても増加しているが、「書き込む・投稿する」
と回答した者の割合は1%を下回る値となっている。

(赤下線部分を訂正)

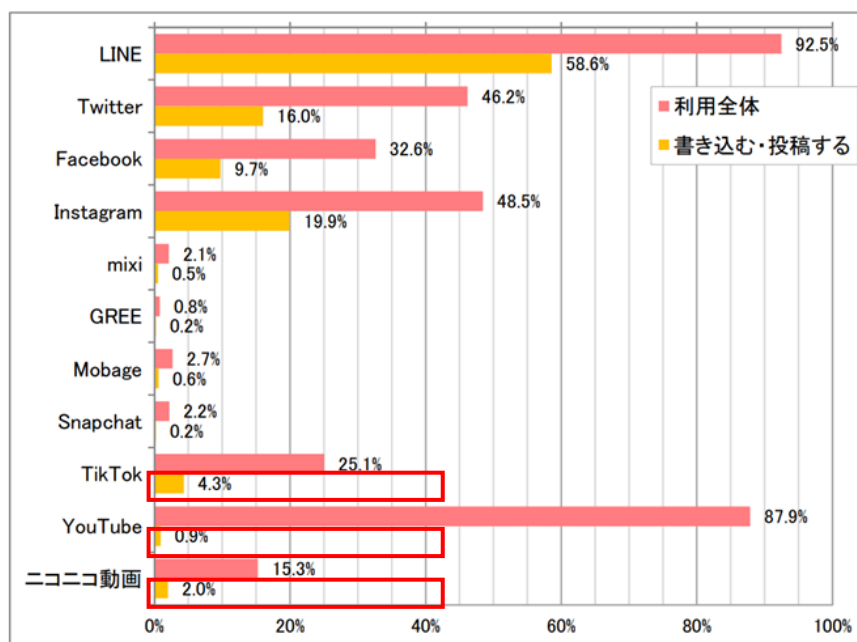
○72 頁

「図 5-1-2 【令和3年度】主なソーシャルメディア系サービス/アプリ等の利用率
(書き込む・投稿する)(全年代)」における「TikTok、YouTube、ニコニコ動画」の
「書き込む・投稿する」の数値

(新)



(旧)

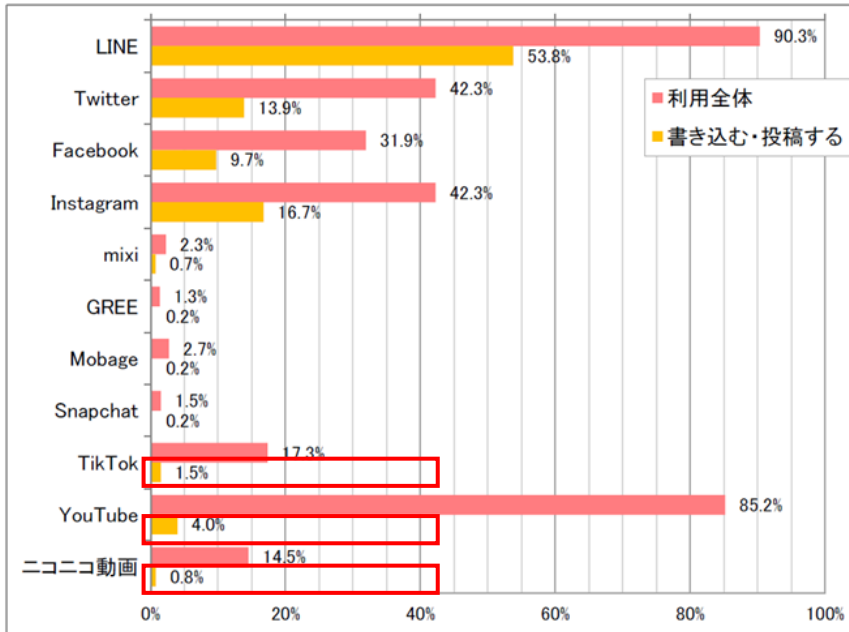


(赤枠部分を訂正)

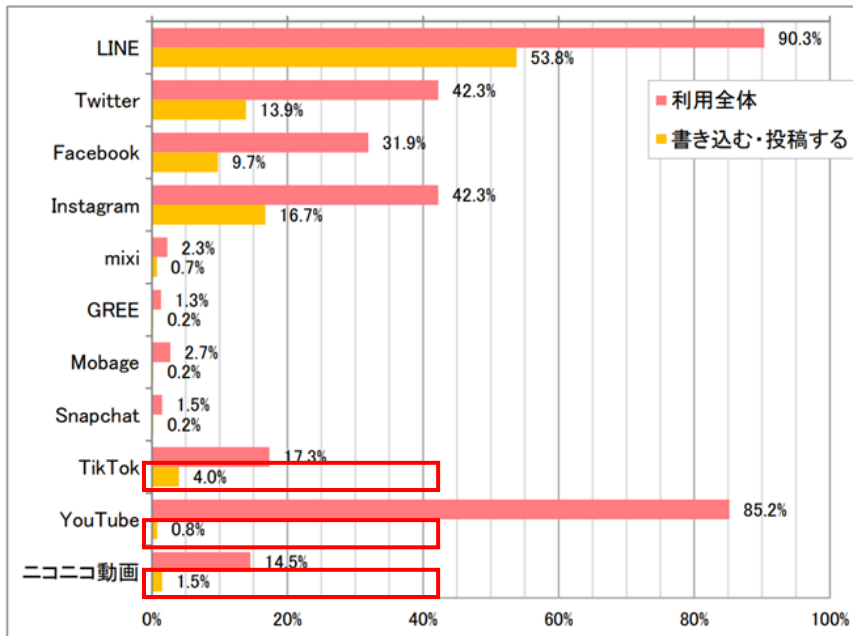
○72 頁

「(参考) 【令和2年度】主なソーシャルメディア系サービス/アプリ等の利用率(書き込む・投稿する)(全年代)」における「TikTok、YouTube、ニコニコ動画」の「書き込む・投稿する」の数値

(新)



(旧)



(赤枠部分を訂正)