



Information-technology
Promotion
Agency, Japan

2016年度
情報セキュリティの倫理に対する意識調査
－ 調査報告書 －

2016年12月

独立行政法人 情報処理推進機構

目次

1	調査概要	P3~4
2	回答者属性	P5~7
3	調査結果概要	P8~16
4	調査結果詳細【パソコン調査】	P17
4-1	インターネット利用と情報倫理教育の受講経験	P18~37
4-2	インターネット上への情報発信・投稿の状況	P38~50
4-3	個人情報について	P51~80
4-4	コンテンツの利用状況	P81~90
4-5	情報倫理意識・トラブル経験	P91~97
5	調査結果詳細【スマートデバイス調査】	P98
5-1	インターネット利用	P99~110
5-2	インターネット上への情報発信・投稿の状況	P111~123
5-3	個人情報について	P124~149
5-4	コンテンツの利用状況	P150~156
5-5	情報倫理意識・トラブル経験	P157~163

1

調査概要

1.調査概要

調査目的	本調査は、過去に当機構が実施した「情報セキュリティの脅威に対する意識調査」を継続し、インターネット利用者を対象としたアンケート調査を実施することで、パソコンおよびスマートデバイスの利用者が、情報倫理に関してどのような認識を有しているかを把握し、今後の情報セキュリティ対策における普及啓発活動に役立てることを目的とする。																																																																																																																																																	
調査対象者	<p>【対象者条件】 全国13歳以上の、①パソコンでのインターネット利用者ならびに②スマートデバイス（スマートフォンまたはタブレット端末）でのインターネット利用者。それぞれの利用者の性別・年代別構成をもとに割り付けて回収（下表参照）。</p> <p>【納品サンプル数および割付】 ①パソコンでの情報セキュリティの倫理に対する意識調査（以下「パソコン調査」） 5,000サンプル ②スマートデバイスでの情報セキュリティの倫理に対する意識調査（以下「スマートデバイス調査」） 5,000サンプル ※①②の振り分けにあたっては、事前調査にて、①は「インターネットはパソコンのみで行う」または「インターネットの利用時間がスマートデバイスよりパソコンの方が長い」回答者を、②は「インターネットはスマートデバイスのみで行う」または「インターネットの利用時間がパソコンよりスマートデバイスの方が長い」回答者を抽出。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>①パソコン調査</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">男性</th> <th colspan="2">女性</th> <th colspan="2">合計</th> </tr> <tr> <th>n数</th> <th>%</th> <th>n数</th> <th>%</th> <th>n数</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>13-14歳</td><td>60</td><td>1.2%</td><td>45</td><td>0.9%</td><td>105</td><td>2.1%</td></tr> <tr><td>15-19歳</td><td>138</td><td>2.8%</td><td>142</td><td>2.8%</td><td>280</td><td>5.6%</td></tr> <tr><td>20-29歳</td><td>353</td><td>7.1%</td><td>406</td><td>8.1%</td><td>759</td><td>15.2%</td></tr> <tr><td>30-39歳</td><td>453</td><td>9.1%</td><td>448</td><td>9.0%</td><td>901</td><td>18.0%</td></tr> <tr><td>40-49歳</td><td>559</td><td>11.2%</td><td>504</td><td>10.1%</td><td>1,063</td><td>21.3%</td></tr> <tr><td>50-59歳</td><td>448</td><td>9.0%</td><td>351</td><td>7.0%</td><td>799</td><td>16.0%</td></tr> <tr><td>60-69歳</td><td>452</td><td>9.0%</td><td>269</td><td>5.4%</td><td>721</td><td>14.4%</td></tr> <tr><td>70歳以上</td><td>277</td><td>5.5%</td><td>95</td><td>1.9%</td><td>372</td><td>7.4%</td></tr> <tr><td>合計</td><td>2,740</td><td>54.8%</td><td>2,260</td><td>45.2%</td><td>5,000</td><td>100.0%</td></tr> </tbody> </table> </div> <div style="text-align: center;"> <p>②スマートデバイス調査</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">男性</th> <th colspan="2">女性</th> <th colspan="2">合計</th> </tr> <tr> <th>n数</th> <th>%</th> <th>n数</th> <th>%</th> <th>n数</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>13-14歳</td><td>70</td><td>1.4%</td><td>49</td><td>1.0%</td><td>119</td><td>2.4%</td></tr> <tr><td>15-19歳</td><td>218</td><td>4.4%</td><td>222</td><td>4.4%</td><td>440</td><td>8.8%</td></tr> <tr><td>20-29歳</td><td>453</td><td>9.1%</td><td>550</td><td>11.0%</td><td>1,003</td><td>20.1%</td></tr> <tr><td>30-39歳</td><td>554</td><td>11.1%</td><td>622</td><td>12.4%</td><td>1,176</td><td>23.5%</td></tr> <tr><td>40-49歳</td><td>560</td><td>11.2%</td><td>602</td><td>12.0%</td><td>1,162</td><td>23.2%</td></tr> <tr><td>50-59歳</td><td>355</td><td>7.1%</td><td>362</td><td>7.2%</td><td>717</td><td>14.3%</td></tr> <tr><td>60-69歳</td><td>216</td><td>4.3%</td><td>167</td><td>3.3%</td><td>383</td><td>7.7%</td></tr> <tr><td>合計</td><td>2,426</td><td>48.5%</td><td>2,574</td><td>51.5%</td><td>5,000</td><td>100.0%</td></tr> </tbody> </table> </div> </div>		男性		女性		合計		n数	%	n数	%	n数	%	13-14歳	60	1.2%	45	0.9%	105	2.1%	15-19歳	138	2.8%	142	2.8%	280	5.6%	20-29歳	353	7.1%	406	8.1%	759	15.2%	30-39歳	453	9.1%	448	9.0%	901	18.0%	40-49歳	559	11.2%	504	10.1%	1,063	21.3%	50-59歳	448	9.0%	351	7.0%	799	16.0%	60-69歳	452	9.0%	269	5.4%	721	14.4%	70歳以上	277	5.5%	95	1.9%	372	7.4%	合計	2,740	54.8%	2,260	45.2%	5,000	100.0%		男性		女性		合計		n数	%	n数	%	n数	%	13-14歳	70	1.4%	49	1.0%	119	2.4%	15-19歳	218	4.4%	222	4.4%	440	8.8%	20-29歳	453	9.1%	550	11.0%	1,003	20.1%	30-39歳	554	11.1%	622	12.4%	1,176	23.5%	40-49歳	560	11.2%	602	12.0%	1,162	23.2%	50-59歳	355	7.1%	362	7.2%	717	14.3%	60-69歳	216	4.3%	167	3.3%	383	7.7%	合計	2,426	48.5%	2,574	51.5%	5,000	100.0%
	男性		女性		合計																																																																																																																																													
	n数	%	n数	%	n数	%																																																																																																																																												
13-14歳	60	1.2%	45	0.9%	105	2.1%																																																																																																																																												
15-19歳	138	2.8%	142	2.8%	280	5.6%																																																																																																																																												
20-29歳	353	7.1%	406	8.1%	759	15.2%																																																																																																																																												
30-39歳	453	9.1%	448	9.0%	901	18.0%																																																																																																																																												
40-49歳	559	11.2%	504	10.1%	1,063	21.3%																																																																																																																																												
50-59歳	448	9.0%	351	7.0%	799	16.0%																																																																																																																																												
60-69歳	452	9.0%	269	5.4%	721	14.4%																																																																																																																																												
70歳以上	277	5.5%	95	1.9%	372	7.4%																																																																																																																																												
合計	2,740	54.8%	2,260	45.2%	5,000	100.0%																																																																																																																																												
	男性		女性		合計																																																																																																																																													
	n数	%	n数	%	n数	%																																																																																																																																												
13-14歳	70	1.4%	49	1.0%	119	2.4%																																																																																																																																												
15-19歳	218	4.4%	222	4.4%	440	8.8%																																																																																																																																												
20-29歳	453	9.1%	550	11.0%	1,003	20.1%																																																																																																																																												
30-39歳	554	11.1%	622	12.4%	1,176	23.5%																																																																																																																																												
40-49歳	560	11.2%	602	12.0%	1,162	23.2%																																																																																																																																												
50-59歳	355	7.1%	362	7.2%	717	14.3%																																																																																																																																												
60-69歳	216	4.3%	167	3.3%	383	7.7%																																																																																																																																												
合計	2,426	48.5%	2,574	51.5%	5,000	100.0%																																																																																																																																												
調査手法	インターネット調査																																																																																																																																																	
調査時期	2016年9月21日(水)～2016年9月27日(火)																																																																																																																																																	
調査実施会社	株式会社ネオマーケティング																																																																																																																																																	
調査結果の見方	<ul style="list-style-type: none"> ・ nは回答者数を表している。 ・ 回答率(%)は小数点第2位を四捨五入し、小数点第1位までを表示している。このため、合計数値は必ずしも100%とはならない場合がある。 ・ 設問の回答には、単一回答と複数回答がある。複数回答の設問は、回答率(%)の合計が100%を超える場合がある。 ・ nが30未満の数値は参考値とする。 																																																																																																																																																	

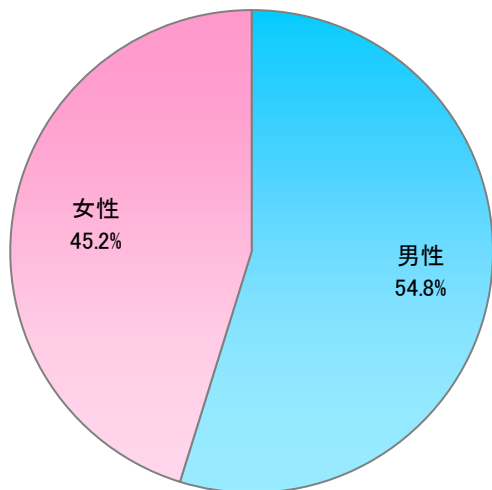
2

回答者属性

2.回答者属性【パソコン調査】

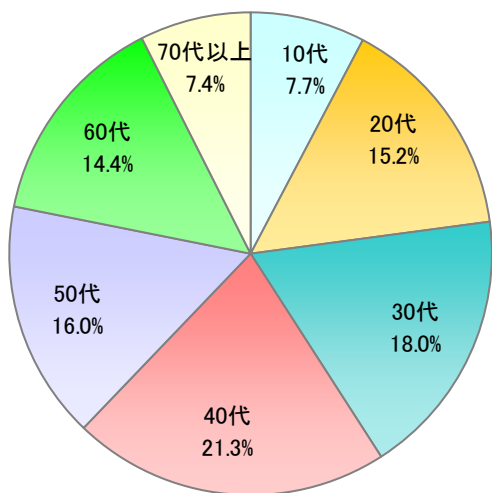
性別

(n=5000)



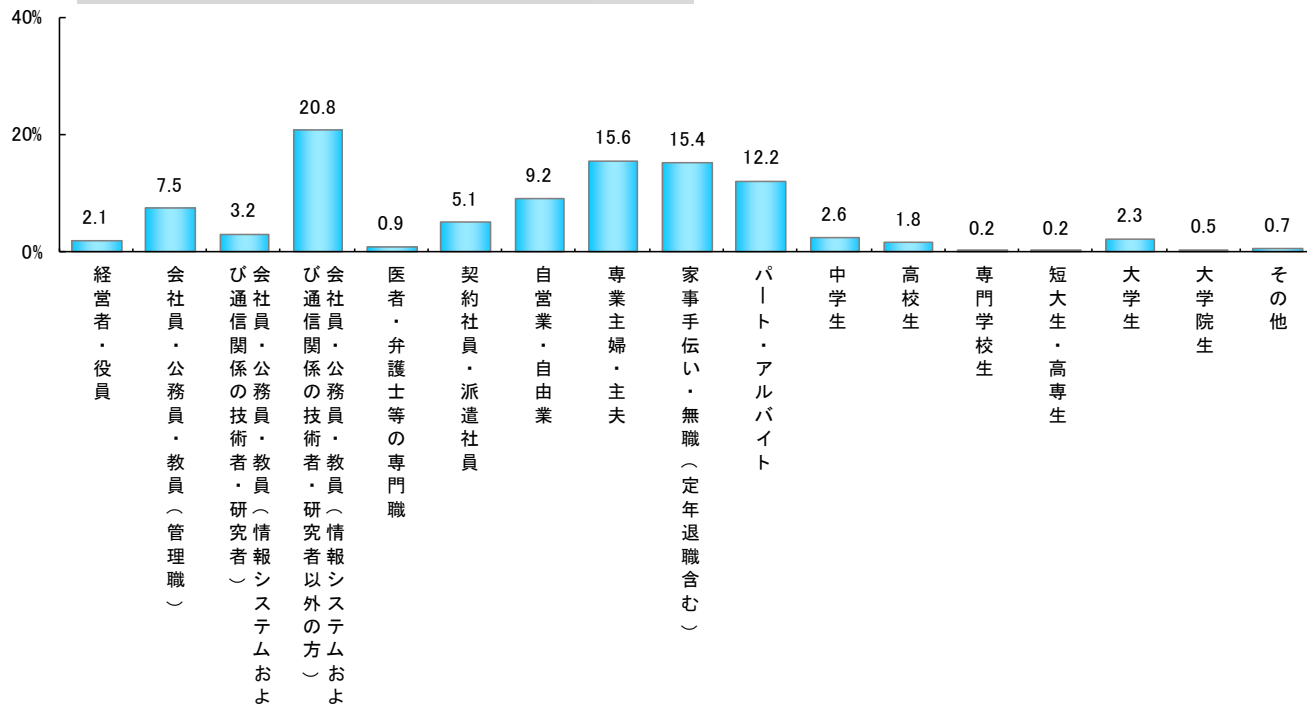
年代

(n=5000)



職業

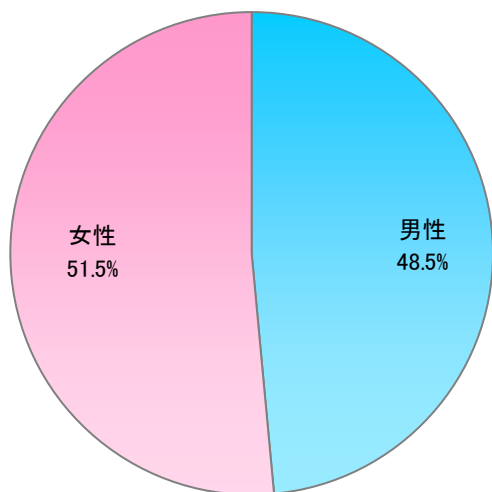
(n=5000)



2.回答者属性【スマートデバイス調査】

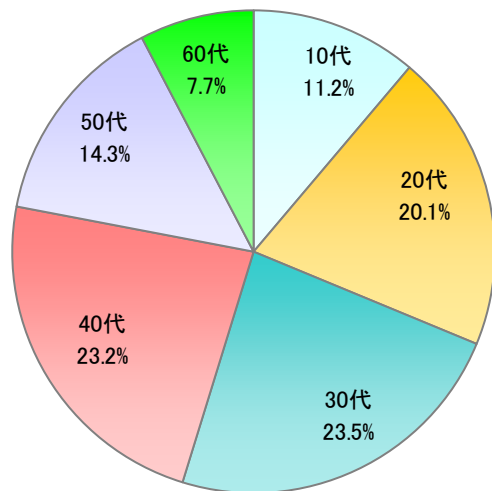
性別

(n=5000)



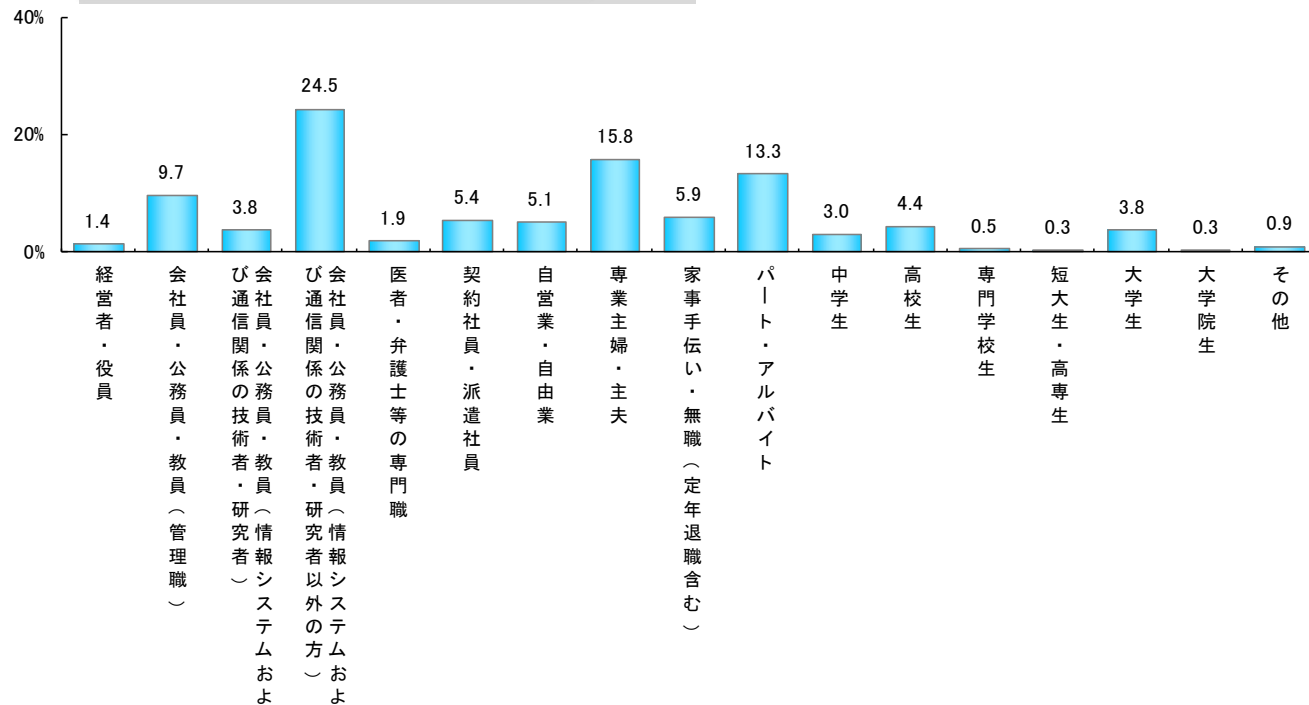
年代

(n=5000)



職業

(n=5000)



3

調査結果概要

3.結果概要 (1) 情報倫理教育の受講状況

インターネットや情報に関する倫理教育の定期受講者の割合は、会社員・公務員・教員や契約・派遣社員、中学生・高校生で3割以上が年1回程度の定期受講を行っている。

■ 情報倫理教育の受講経験者は3割弱。定期受講率は前回調査よりも増加している。

パソコン利用者のインターネット・情報倫理教育の受講状況

- インターネットや情報に関する倫理教育の受講経験は、「受けたことがある」(26.9%)、「受けたことはない」(60.8%)で前回調査とほぼ横ばいであった。
- 職業別でみると、会社員・公務員・教員（情報システムおよび通信関係の技術者・研究者）、中学生、高校生、大学生は「受けたことがある」の割合が全体よりも20ポイント以上高い。一方、「受けたことはない」の割合が専業主婦・主夫は全体よりも16.2ポイント、自営業・自由業は全体より14.6ポイント高い。
- 倫理教育受講経験者の受講頻度は、「年1回程度の定期的な教育を受講している」(29.6%)、「数年に1回程度の定期的な教育を受講している」(11.2%)と定期受講者の割合が前回調査よりも増加。
- 職業別でみると、会社員・公務員・教員（管理職）と会社員・公務員・教員（情報システムおよび通信関係の技術者・研究者）は「年1回程度の定期的な教育を受講している」の割合が全体より15ポイント以上高い。

【パソコン調査】インターネットや情報に関する倫理教育の受講経験 (p.23-24)

【パソコン調査】倫理教育の受講頻度 (p.25-26)

3.結果概要 (2) インターネットサービスの利用状況

インターネットでの投稿経験は前回調査から減少。パソコン利用者では「LINE」、スマートデバイス利用者では「Instagram」の利用が増加。スマートデバイス利用者は半数以上が「LINE」をほぼ毎日利用。

■ 利用したことのあるインターネットサービスは、パソコン利用者は「動画共有サイト」、スマートデバイス利用者は「LINE」がトップ。

パソコン利用者のインターネット上でのサービス利用状況

- インターネット上のサービス利用状況（利用経験あり計）について最も高いのは、「動画共有サイト」（63.1%）である。次いで「LINE」（44.8%）、「Facebook」（41.7%）、「Twitter」（37.3%）と続く。
- 10代や20代では「LINE」の利用率が全体より20ポイント以上高く、30代でも全体より10ポイント以上高い。
- 前回調査と比較すると、「LINE」の割合が5.1ポイント増加。
- SNSサービスについて、複数のアカウントを所持しているのは「Twitter」（15.3%）が最も高く、その他のサービスはいずれも1割以下であった。

【パソコン調査】 インターネット上のサービス利用状況 (p.27-28)
【パソコン調査】 アカウント保有状況 (p.34-37)

スマートデバイス利用者のインターネット上でのサービス利用状況

- インターネット上のサービス利用状況（利用経験あり計）について最も高いのは、「LINE」（80.7%）で8割を越える。次いで「動画共有サイト」（67.3%）、「Facebook」（55.6%）、「Twitter」（46.6%）と続く。
- 年代別でみると、20代は全体よりも「mixi」が16.1ポイント、「Twitter」が18.9ポイント高い。
- 前回調査と比較すると「Instagram」の割合が6.2ポイント増加。

【スマートデバイス調査】 インターネット上のサービス利用状況 (p.104-105)

■ インターネットでの投稿経験は、パソコン利用者、スマートデバイス利用者ともにやや減少している。上位はSNS関連への投稿が占める。

パソコン利用者のインターネットでの投稿経験

- インターネットでの投稿経験は36.6%で4割を下回った。上位は「SNSに文章を投稿する」（24.6%）、「SNSに写真、動画などを投稿する」（19.3%）、「SNSやブログで、他人の投稿にコメントを投稿する」（14.9%）とSNS関連への投稿であった。
- 特に20代ではSNSへの文章や写真、動画などの投稿が全体より10ポイント以上高い傾向が見られた。
- 前回調査と比較すると、投稿経験の割合が3.5ポイントとやや減少。

【パソコン調査】 インターネットでの投稿経験 (p.38)

スマートデバイス利用者のインターネットでの投稿経験

- インターネットでの投稿経験は46.6%である。上位は「SNSに文章を投稿する」（35.5%）、「SNSに写真、動画などを投稿する」（31.3%）、「SNSやブログで、他人の投稿にコメントを投稿する」（23.2%）とSNS関連への投稿であった。
- 前回調査と比較すると、投稿経験の割合が6.1ポイント減少。また「SNSに文章を投稿する」で5.9ポイント、「SNSに写真、動画などを投稿する」で5.0ポイント、「SNSやブログで、他人の投稿にコメントを投稿する」で6.3ポイントと、それぞれ割合が減少。

【スマートデバイス調査】 インターネットでの投稿経験 (p.111)

3.結果概要 (3) 悪意のある投稿の状況

悪意のある投稿の経験は、パソコン利用者では前回調査から横ばい。スマートデバイス利用者では前回調査より2.7ポイント減少。悪意のある投稿の理由は、パソコン利用者では「人の意見を非難・批評するため」、スマートデバイス利用者では「人の意見に反論したかったから」「人の意見を非難・批評するため」が前回調査より増加。

■ **悪意のある投稿の経験は、パソコン利用者では前回調査から横ばい。スマートデバイス利用者では前回調査より2.7ポイント減少。**

パソコン利用者の悪意のある投稿経験

- インターネット上への投稿経験者のうち、悪意のある投稿の経験は24.6%である。上位は「他人や企業の悪口」(9.3%)、「さげすんだり、けなしたりする内容」(6.9%)、「他人の発言を非難する内容」(6.8%)であった。
- 今回調査より「嘘の情報・デマ」(0.9%)、「相手にしつこく付きまとうような内容」(0.2%)を追加した。「嘘の情報・デマ」は、内容によっては「偽計業務妨害」などの罪に問われることもあるため注意が必要である。

【パソコン調査】悪意のある投稿の経験 (p.41)

スマートデバイス利用者の悪意のある投稿経験

- インターネット上への投稿経験者のうち、悪意のある投稿の経験は24.2%である。上位は「他人や企業の悪口」(8.7%)、「さげすんだり、けなしたりする内容」(6.7%)、「下品な言葉を含む内容」(5.7%)であった。

【スマートデバイス調査】悪意のある投稿の経験 (p.114)

■ **悪意のある投稿の理由は、パソコン利用者では「人の意見を非難・批評するため」、スマートデバイス利用者では「人の意見に反論したかったから」が前回調査より増加。**

パソコン利用者の悪意のある投稿の理由

- 悪意のある投稿をしたと思う理由について最も高いのは、「人の意見に反論したかったから」(34.0%)である。次いで「人の意見を非難・批評するため」(29.7%)、「人の投稿やコメントを見て不快になったから」(26.6%)、「いらいらしたから」(16.2%)と続く。
- 前回調査と比較すると「人の意見を非難・批評するため」の割合が5.6ポイント増加。
- 投稿に利用したアカウントは「普段利用しているSNSアカウント」(81.3%)と約8割が普段利用しているSNSアカウントで投稿している。

【パソコン調査】悪意のある投稿をした理由 (p.42)

【パソコン調査】悪意のある投稿に用いたアカウント (p.44)

スマートデバイス利用者の悪意のある投稿の理由

- 悪意のある投稿をしたと思う理由について最も高いのは、「人の意見に反論したかったから」(35.2%)である。次いで「人の意見を非難・批評するため」(26.3%)、「人の投稿やコメントを見て不快になったから」(23.7%)、「いらいらしたから」(17.8%)と続く。
- 前回調査と比較すると、「人の意見に反論したかったから」の割合が10.7ポイントと大きく増加、「人の意見を非難・批評するため」の割合が9.2ポイント増加している。反対に「いらいらしたから」の割合が5.3ポイント減少。
- 投稿に利用したアカウントは「普段利用しているSNSアカウント」(79.7%)と約8割が普段利用しているSNSアカウントで投稿している。

【スマートデバイス調査】悪意のある投稿をした理由 (p.115)

【スマートデバイス調査】悪意のある投稿に用いたアカウント (p.117)

3.結果概要 (4) 個人情報公開に対する意識

個人情報公開に対する考えでは、パソコン、スマートデバイス利用者ともに「友人や知人しか見ない」が4割以上で最も高い。SNSでは公開範囲の制限などの対策方法を知りながら実施していない人はいずれのサービスも2割以上と依然として多い。

■ 個人情報公開に対する考えでは、パソコン、スマートデバイス利用者ともに「友人や知人しか見ない」が4割以上で最も高い。

パソコン利用者の個人情報公開の際の考え

- 公開や投稿への考えについて最も高いのは、「友人や知人しか見ない」(43.0%)である。次いで「登録している情報は他人に知られても問題がない情報である」(32.2%)は、前回調査より4.5ポイント減少し、年々割合が低下。
[【パソコン調査】公開や投稿への考えについて \(p.66\)](#)

スマートデバイス利用者の個人情報公開の際の考え

- 公開や投稿への考えについて最も高いのは、「友人や知人しか見ない」(53.2%)である。次いで「登録している情報は他人に知られても問題がない情報である」(27.8%)は、前回調査より4.1ポイント減少し、年々割合が低下。
[【スマートデバイス調査】公開や投稿への考えについて \(p.139\)](#)

■ 自分の情報等を利用・公開された経験のある人の割合は約1割。

パソコン利用者の情報等を利用・公開された経験

- 自分の情報等を利用・公開された経験のある人の割合は11.6%で前回調査から横ばい。
[【パソコン調査】自分の情報等を利用・公開された経験 \(p.92\)](#)

スマートデバイス利用者の情報等を利用・公開された経験

- 自分の情報等を利用・公開された経験のある人の割合は13.9%で、「SNSやブログなどで自分への批判的な書き込みをされていたことを聞いた、もしくは見たことがある」(6.9%)が最も高い。
[【パソコン調査】自分の情報等を利用・公開された経験 \(p.158\)](#)

■ 個人情報公開範囲の制限方法を知っていながら対策をしていない人は、いずれのサービスも2割以上と依然として多い。

パソコン利用者の情報公開範囲の制限に関する認知・対策

- 情報の公開範囲を制限する方法を知らない割合が最も高いのは、「Google+」(48.5%)である。次いで「LINE」(45.0%)、「Instagram」(43.9%)、「mixi」(42.2%)、「Twitter」(41.1%)、「Facebook」(37.2%)といずれも3割以上。
- 情報の公開範囲を制限する方法を知っている利用者のうち、対策していない割合が最も高いのは、「Google+」(41.2%)である。次いで「Instagram」(36.2%)、「Twitter」(34.3%)、「LINE」(29.1%)、「mixi」(27.8%)、「Facebook」(23.8%)といずれも2割以上が対策を実施していない。

スマートデバイス利用者の情報公開範囲の制限に関する認知・対策

- 情報の公開範囲を制限する方法を知らない割合が最も高いのは、「Google+」(58.1%)である。次いで「Instagram」(48.3%)、「mixi」(43.8%)、「LINE」(43.3%)、「Twitter」(38.5%)、「Facebook」(32.8%)といずれも3割以上。
- 情報の公開範囲を制限する方法を知っている利用者のうち、対策していない割合が最も高いのは、「Instagram」(39.2%)である。次いで「Google+」(37.9%)、「Twitter」(32.2%)、「LINE」(31.9%)、「mixi」(29.4%)、「Facebook」(23.6%)といずれも2割以上が対策を実施していない。
[【スマートデバイス調査】情報の公開範囲を制限する方法の認知と対策 \(p.138\)](#)

3.結果概要 (5) 個人情報公開された経験

他人に個人情報を公開された人は1割強。内容は「自分とわかる画像や動画」がトップ。
他人の個人情報を公開する理由は、「共通の友人に状況を伝えなかったから」が4割前後。

■ 他人に個人情報を公開された人は1割強。内容は「自分とわかる画像や動画」がトップ。

パソコン利用者の他人に個人情報を公開された経験

- 他人に個人情報を公開された経験がある人は14.4%と前回調査より4.8ポイント減少。上位は「自分とわかる画像や動画」(7.1%)、「行った場所や食事などの行動に関する情報」(4.6%)、「氏名、所属(組織名、学校名、など)、年齢、などの自分に関わる情報」(4.2%)であった。
- 他人に個人情報を公開された後、取った行動について、何かしらの行動をした人の割合は35.3%と前回調査より9.1ポイント増加。「公開した人に連絡を取り、削除をお願いした」(17.6%)が最も高く、「公開されているサービスの管理者や企業等へ連絡を取り、削除をお願いした」(12.9%)は前回調査より6.2ポイント増加。
- 他人に個人情報を公開された時の気持ちについて、「特に何も思わなかった」(40.7%)は前回調査より11.8ポイント減少。上位は「常識がないと思った」(32.8%)、「つきあうのを止めようと思った」(18.1%)、「注意してあげようと思った」(18.1%)がいずれも前回調査より5ポイント以上増加。

【パソコン調査】他人に個人情報を公開された経験 (p.77)

【パソコン調査】他人に個人情報を公開された後、取った行動 (p.78)

【パソコン調査】他人に個人情報を公開された時の気持ち (p.79)

■ 他人の個人情報を公開した経験は約1割。内容はパソコン利用者では「行った場所や食事などの行動に関する情報」「氏名、所属、年齢、などの本人に関わる情報」がトップ、スマートデバイス利用者では「本人とわかる画像や動画」がトップ。

パソコン利用者の他人の個人情報の公開状況

- 他人の個人情報の公開経験は9.7%。上位は「行った場所や食事などの行動に関する情報」「氏名、所属、年齢、などの本人に関わる情報」(各3.4%)、「本人とわかる画像や動画」(3.3%)であった。
- 他人の個人情報の公開理由について最も高いのは、「共通の友人に状況を伝えなかったから」(38.1%)で前回調査より7.7ポイント減少。次いで「これくらいなら許してもらえらるだろうと思うから」(27.6%)は前回調査より8.4ポイント増加し2位に浮上。

【パソコン調査】他人の個人情報の公開経験 (p.74)

【パソコン調査】他人の個人情報の公開理由 (p.75)

スマートデバイス利用者の他人の個人情報の公開状況

- 他人の個人情報の公開経験は13.8%。上位は「本人とわかる画像や動画」(6.0%)、「氏名、所属、年齢、などの本人に関わる情報」(5.5%)、「行った場所や食事などの行動に関する情報」(4.5%)であった。
- 他人の個人情報の公開理由について最も高いのは、「共通の友人に状況を伝えなかったから」(46.0%)である。次いで「友人や知り合いしか見ないだろうから」(27.9%)、「これくらいなら許してもらえらるだろうと思うから」(25.7%)、「特定のメンバーに限定した投稿なので問題ないと思ったから」(15.5%)と続く。

【スマートデバイス調査】他人の個人情報の公開経験 (p.147)

【スマートデバイス調査】他人の個人情報の公開理由 (p.148)

3.結果概要 (6) 情報倫理に関する状況①

**他人のIDを使ってのインターネット上のサービス利用意向は前回調査よりもやや増加。
著作権コンテンツのダウンロードをする可能性がある人は4割弱、サイト上コンテンツのコピー利用経験は1割を超える。**

■ 他人のIDを使ってのインターネット上のサービス利用意向は前回調査よりも増加している。

パソコン利用者の他人のIDを使ったインターネットのサービス利用状況

- 他人のIDを使ってのインターネット上のサービス利用意向（「と思う」「やや思う」「どちらともいえない」の合計）について最も高いのは、「全く知らない他人のIDで、パスワードを適当に入力してログインできたらサービスを利用する」（18.9%）である。次いで「知り合いのIDで、パスワードを適当に入力してログインできたらサービスを利用する」（18.8%）、「親や友人などのIDとパスワードをこっそり確認して、サービスを利用する」（18.6%）と続く。いずれも前回調査よりも約3ポイント増加。

【パソコン調査】他人のIDを使ってのインターネット上のサービス利用意向（p.90）

スマートデバイス利用者の他人のIDを使ったインターネットのサービス利用状況

- 他人のIDを使ってのインターネット上のサービス利用意向（「と思う」「やや思う」「どちらともいえない」の合計）について最も高いのは、「全く知らない他人のIDで、パスワードを適当に入力してログインできたらサービスを利用する」（21.7%）である。次いで「親や友人などのIDとパスワードをこっそり確認して、サービスを利用する」と「知り合いのIDで、パスワードを適当に入力してログインできたらサービスを利用する」が共に21.3%と続く。いずれも前回調査よりも約6ポイント増加。

【スマートデバイス調査】他人のIDを使ってのインターネット上のサービス利用意向（p.156）

■ 著作権コンテンツのダウンロードをする可能性がある人は4割弱である。

パソコン利用者の著作権コンテンツのダウンロード意向

- 著作権のあるコンテンツの保存意向（「と思う」「やや思う」「どちらともいえない」の合計）について最も高いのは、「掲示板などのサイトにある情報（URLなど）から、コンテンツを無料でダウンロードして保存する」（39.9%）である。次いで「国内外の個人のサイトが公開しているコンテンツを無料でダウンロードして保存する」（39.8%）、「ファイル共有ソフトを使って、市販されている音楽や動画のコンテンツを無料で保存する」（38.1%）、「ウェブで公開され、ダウンロードして保存ができない形式で配信されている音楽や動画をツールなどを使って保存する」（37.3%）といずれも4割弱で前回調査からほぼ横ばい。

【パソコン調査】著作権のあるコンテンツの保存意向（p.89）

■ サイト上コンテンツのコピー利用経験は1割を超える。

パソコン利用者のサイト上コンテンツのコピー利用状況

- 閲覧したホームページをコピーして利用した経験について最も高いのは、「ホームページにある画像をコピーして利用する」（15.2%）である。次いで「見出しやホームページに記載された文章をコピーして利用する」（13.7%）、「見出しや概要をコピーして利用する」（13.5%）、「歌謡曲等の歌詞や本の一節をコピーして利用する」（11.4%）といずれも1割を超え、前回調査からほぼ横ばい。

【パソコン調査】閲覧したホームページをコピーして利用した経験（p.88）

3.結果概要 (7) 情報倫理に関する状況②

パソコン利用者のインターネット上での問題行動に対する意識を前回調査と比較すると、問題があると思う行動の割合がほとんど全ての項目で減少。

- パソコン利用者のインターネット上での問題行動を“問題がある”と思う割合として、「SNSで性的な写真や動画を撮影して投稿した」が最も高い。前回調査と比較すると、問題があると思う行動の割合がほとんど全ての項目で減少。

パソコン利用者のインターネット上での問題行動意識

- 問題があると思う行為について最も高いのは、「SNSで性的な写真や動画を撮影して投稿した」(45.1%)である。次いで「購入したソフトウェアを友人に欲しいと頼まれたのでコピーしてあげた」(39.9%)、「炎上している事件の犯人の個人情報を手に入れたのでブログやSNSに投稿した」(38.6%)と続く。
- 前回調査と比較すると「あてはまるものはない」の割合が11.4ポイントと大きく増加しており、問題あると思う行為との認識が下がっている模様。「放送中の人気番組の主題歌が、ある個人のサイトにアップロードされていたのでダウンロードした」で13.3ポイント、「ニュース記事の本文と写真を勝手にコピーして自分のブログに貼り付けた」で10.9ポイント、「友人が購入したゲームソフトをコピーしてくれたので利用した」で11.7ポイント、「テレビ番組でメールがどこまでつながるか実験中、というメールが友人から転送されてきたので、知り合いに転送した」で10.8ポイント、「購入したソフトウェアを友人に欲しいと頼まれたのでコピーしてあげた」で14.3ポイント、「炎上している事件の犯人の個人情報を手に入れたのでブログやSNSに投稿した」で10.4ポイント、「SNSで性的な写真や動画を撮影して投稿した」で11.7ポイントと、それぞれ割合が大きく減少している。

【パソコン調査】問題があると思う行為 (p.91)

- スマートデバイス利用者のインターネット上での問題行動を“問題がある”と思う割合として、「SNSで性的な写真や動画を撮影して投稿した」が最も高い。その他の項目も4割前後が多く、パソコン利用者と大きな差異は無い。

スマートデバイス利用者のインターネット上での問題行動意識

- 問題があると思う行為について最も高いのは、「SNSで性的な写真や動画を撮影して投稿した」(47.1%)である。次いで「炎上している事件の犯人の個人情報を手に入れたのでブログやSNSに投稿した」(40.2%)、「友人が購入したゲームソフトをコピーしてくれたので利用した」(39.9%)と続く。
- 女性は「友人と一緒に写った写真を勝手に自分のブログに貼り付けて公開した」「炎上している事件の犯人の個人情報を手に入れたのでブログやSNSに投稿した」「SNSで性的な写真や動画を撮影して投稿した」の割合が男性に比べて高い傾向が見られる。

【スマートデバイス調査】問題があると思う行為 (p.157)

3.結果概要 (8) コンテンツの利用状況

端末によるSNSやブログ等への投稿のしやすさについては、普段利用しているデバイスが利用しやすいと回答したユーザーが半数以上を占めた。

SNSでのID（アカウント）のリセット・削除経験者は、各サービス利用者の1～2割程度。最も多い理由はIDやパスワード忘れ。

■ SNSやブログ等への投稿のしやすさは、普段利用しているデバイスを回答したユーザーが半数以上を占めた。

パソコン利用者のSNSやブログ等への投稿のしやすさ

- パソコンとスマートフォンの投稿しやすさについては、「パソコン」が53.7%と半数以上のユーザーが普段利用しているデバイスを回答している。「スマートフォン（タブレット含む）」は23.1%であった。
- 年代が高くなるほど「パソコン」が投稿しやすいと回答する割合が高くなる傾向が見られた。

【パソコン調査】パソコンとスマートフォンの投稿しやすさ (p.81)

スマートデバイス利用者のSNSやブログ等への投稿のしやすさ

- パソコンとスマートフォンの投稿しやすさについては、「スマートフォン（タブレット含む）」が62.0%と半数以上のユーザーが普段利用しているデバイスを回答している。「パソコン」は19.3%であった。

【スマートデバイス調査】パソコンとスマートフォンの投稿しやすさ (p.150)

■ SNSでのID（アカウント）のリセット・削除経験者は、各サービス利用者の約1～2割程度。最も多い理由はIDやパスワード忘れ。

パソコン利用者のSNSでのID（アカウント）のリセット・削除経験

- アカウントのリセット、再取得、削除経験について最も高いのは、「mixi」(16.1%)である。次いで「Facebook」(13.1%)、「Twitter」(12.8%)、「LINE」(11.3%)、「Instagram」(9.6%)、「Google+」(7.3%)と続く。
- アカウントのリセット、再取得、削除理由について最も高いのは、「ID（アカウント）のパスワードやID自体を忘れてサービスを利用できなくなったため」(24.1%)である。次いで「悪質なユーザーに粘着（ネットストーキング）されたため」(11.1%)と続く。

【パソコン調査】アカウントのリセット、再取得、削除経験 (p.82-85)

【パソコン調査】アカウントのリセット、再取得、削除理由 (p.86)

スマートデバイス利用者のSNSでのID（アカウント）のリセット・削除経験

- アカウントのリセット、再取得、削除経験について最も高いのは、「mixi」(18.1%)である。次いで「Twitter」(16.3%)、「Facebook」(14.6%)、「LINE」(14.0%)、「Instagram」(10.2%)、「Google+」(8.6%)と続く。
- アカウントのリセット、再取得、削除理由について最も高いのは、「ID（アカウント）のパスワードやID自体を忘れてサービスを利用できなくなったため」(29.5%)である。次いで「悪質なユーザーに粘着（ネットストーキング）されたため」(12.3%)と続く。

【スマートデバイス調査】アカウントのリセット、再取得、削除経験 (p.151-154)

【スマートデバイス調査】アカウントのリセット、再取得、削除理由 (p.155)

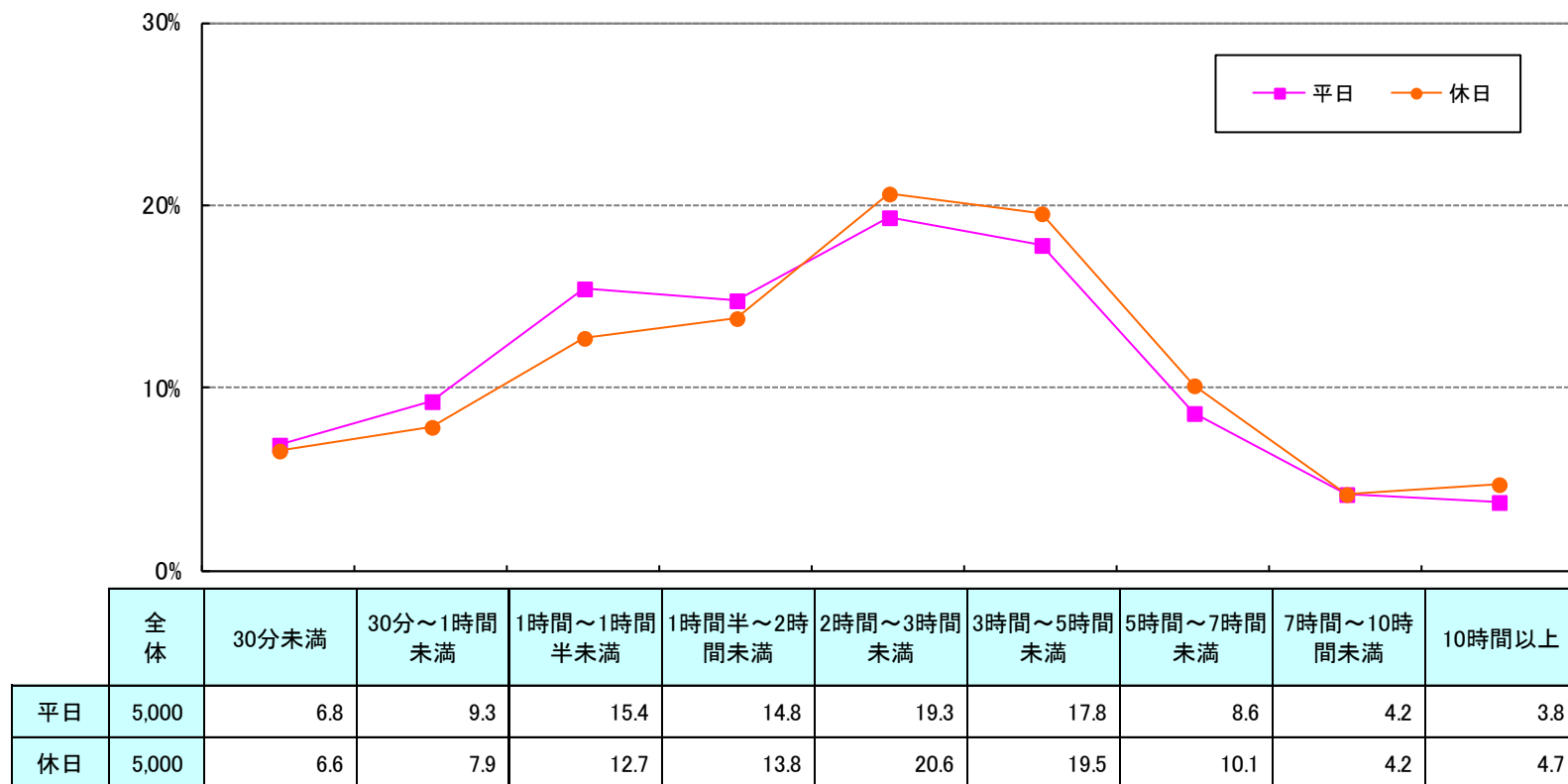
4

調査結果詳細【パソコン調査】

4-1.インターネット利用と情報倫理教育の受講経験 4-1-1.パソコンでのインターネット利用時間

- パソコンでのインターネット利用時間は、平日・休日ともに「2時間～3時間未満」が最も高い。

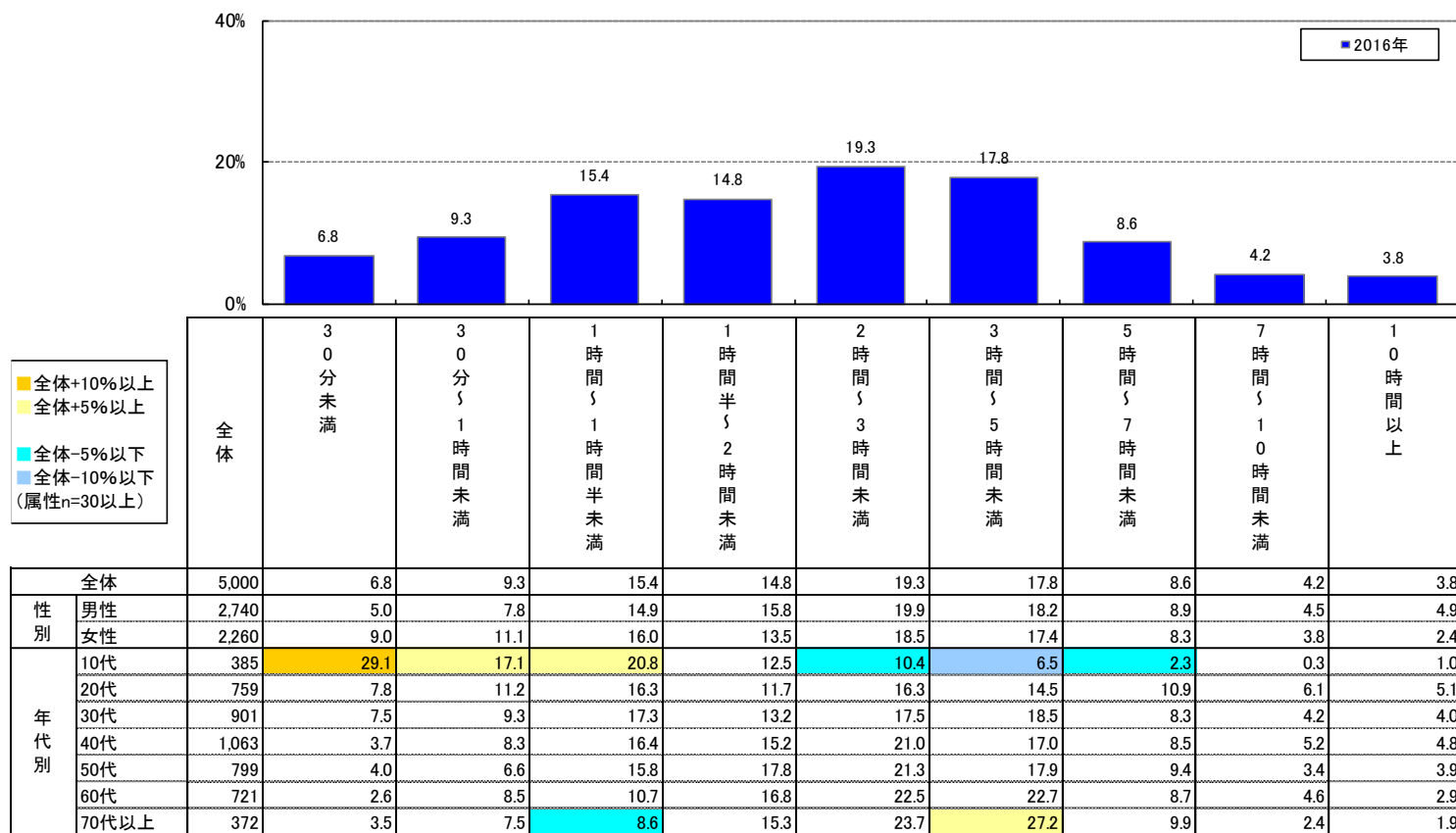
【SC5】 あなたは日頃プライベートで、以下の機器から、どのくらいの時間インターネットを利用していますか。平日（またはお仕事や学校などのある日）／休日（またはお仕事や学校などのない日）の別に、1日あたりのおよその平均時間をお答えください。



4-1-2.パソコンでのインターネット利用時間（平日）①

- パソコンでのインターネット利用時間（平日）について最も高いのは、「2時間～3時間未満」（19.3%）である。次いで「3時間～5時間未満」（17.8%）、「1時間～1時間半未満」（15.4%）、「1時間半～2時間未満」（14.8%）と続く。
- 年代別でみると、10代は「30分未満」が最も高い。

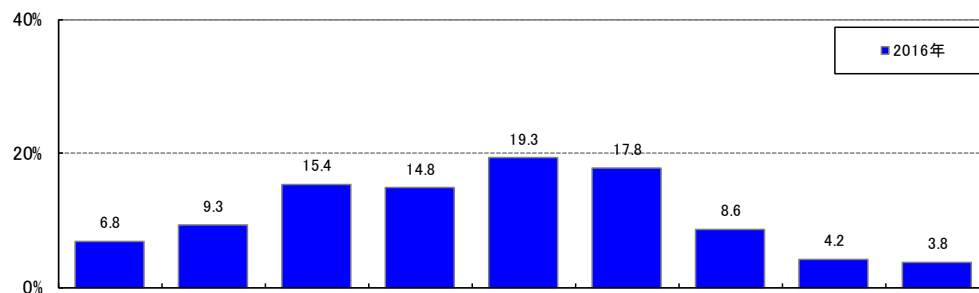
【SC5S1】 [パソコン]あなたは日頃プライベートで、以下の機器から、どのくらいの時間インターネットを利用していますか。平日（またはお仕事や学校などのある日）／休日（またはお仕事や学校などのない日）の別に、1日あたりのおよその平均時間をお答えください。



4-1-2.パソコンでのインターネット利用時間（平日）②

- 職業別でみると、医者・弁護士等の専門職は「1時間～1時間半未満」、家事手伝い・無職（定年退職含む）、その他は「3時間～5時間未満」、中学生は「30分未満」が最も高い。
- 全体と比較すると、「30分未満」の割合が全体よりも中学生は40.5ポイント、高校生は19.3ポイント高い。

【SC5S1】 [パソコン]あなたは日頃プライベートで、以下の機器から、どのくらいの時間インターネットを利用していますか。平日（またはお仕事や学校などのある日）／休日（またはお仕事や学校などのない日）の別に、1日あたりのおよその平均時間をお答えください。



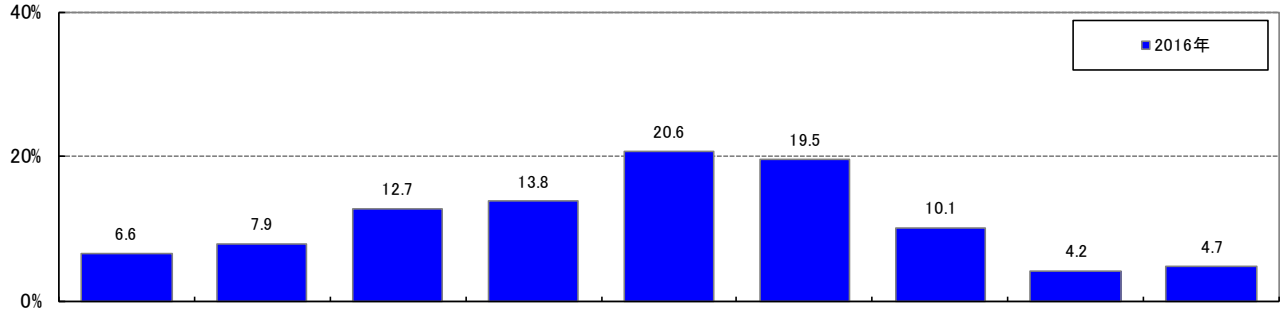
■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

	全体	30分未満	30分～1時間未満	1時間～1時間半未満	1時間半～2時間未満	2時間～3時間未満	3時間～5時間未満	5時間～7時間未満	7時間～10時間未満	10時間以上
全体	5,000	6.8	9.3	15.4	14.8	19.3	17.8	8.6	4.2	3.8
職業別										
経営者・役員	103	5.8	12.6	15.5	7.8	17.5	21.4	8.7	4.9	5.8
会社員・公務員・教員(管理職)	373	5.9	12.3	18.2	16.1	20.9	13.9	7.8	2.4	2.4
会社員・公務員・教員(情報システムおよび通信関係の技術者・研究者)	158	3.8	10.8	22.2	20.9	15.8	8.9	8.2	5.7	3.8
会社員・公務員・教員(情報システムおよび通信関係の技術者・研究者以外の方)	1,038	6.9	10.2	19.7	17.0	20.6	14.3	5.8	3.2	2.4
医者・弁護士等の専門職	46	8.7	13.0	26.1	15.2	8.7	13.0	13.0	-	2.2
契約社員・派遣社員	253	8.3	12.3	16.6	18.2	18.2	16.2	5.9	2.8	1.6
自営業・自由業	459	3.1	6.3	10.2	15.3	21.1	19.4	9.6	5.9	9.2
専業主婦・主夫	779	6.3	8.7	15.3	13.6	21.2	21.2	8.9	3.0	1.9
家事手伝い・無職(定年退職含む)	769	2.2	3.4	7.3	11.4	17.6	26.5	15.1	8.7	7.8
パート・アルバイト	610	5.2	10.5	15.1	15.2	22.6	17.5	8.0	3.9	1.8
中学生	131	47.3	14.5	16.0	9.9	9.2	2.3	0.8	-	-
高校生	88	26.1	21.6	25.0	12.5	5.7	6.8	-	-	2.3
専門学校生	9	11.1	44.4	22.2	-	-	11.1	-	11.1	-
短大生・高専生	10	10.0	-	50.0	-	-	30.0	10.0	-	-
大学生	117	5.1	13.7	19.7	17.9	17.9	15.4	7.7	-	2.6
大学院生	23	8.7	4.3	8.7	13.0	13.0	17.4	26.1	8.7	-
その他	34	11.8	-	8.8	8.8	11.8	23.5	14.7	5.9	14.7

4-1-3.パソコンでのインターネット利用時間（休日）①

- パソコンでのインターネット利用時間（休日）について最も高いのは、「2時間～3時間未満」（20.6%）である。次いで「3時間～5時間未満」（19.5%）、「1時間半～2時間未満」（13.8%）、「1時間～1時間半未満」（12.7%）と続く。
- 年代別でみると、10代は「30分未満」の割合が全体よりも14.2ポイント高い。

【SC5S3】 [パソコン]あなたは日頃プライベートで、以下の機器から、どのくらいの時間インターネットを利用していますか。平日（またはお仕事や学校などのある日）／休日（またはお仕事や学校などのない日）の別に、1日あたりのおよその平均時間をお答えください。



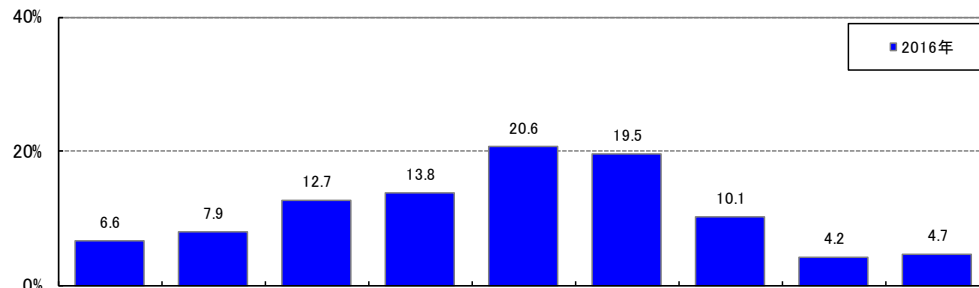
		30分未満	30分～1時間未満	1時間～1時間半未満	1時間半～2時間未満	2時間～3時間未満	3時間～5時間未満	5時間～7時間未満	7時間～10時間未満	10時間以上	
全体		5,000	6.6	7.9	12.7	13.8	20.6	19.5	10.1	4.2	4.7
性別	男性	2,740	4.8	6.2	11.9	13.4	21.4	20.1	11.2	4.8	6.2
	女性	2,260	8.7	9.9	13.7	14.2	19.6	18.8	8.8	3.4	2.7
年代別	10代	385	20.8	15.8	18.2	12.7	13.8	12.2	3.6	1.6	1.3
	20代	759	5.9	8.8	13.4	11.3	15.7	18.4	12.4	7.0	7.0
	30代	901	8.9	8.4	13.7	12.7	19.8	16.5	10.0	4.7	5.4
	40代	1,063	5.0	7.1	13.1	13.5	21.9	18.7	11.2	4.1	5.5
	50代	799	4.1	6.0	11.0	16.8	22.0	22.2	10.0	3.0	4.9
	60代	721	3.6	5.8	11.0	15.4	24.7	22.9	9.4	4.2	3.1
	70代以上	372	3.0	7.0	8.9	13.7	25.0	26.9	11.3	2.4	1.9

全体+10%以上
 全体+5%以上
 全体-5%以下
 全体-10%以下 (属性n=30以上)

4-1-3.パソコンでのインターネット利用時間（休日）②

- 職業別でみると、医者・弁護士等の専門職は「1時間半～2時間未満」、家事手伝い・無職（定年退職含む）、大学生、その他は「3時間～5時間未満」、中学生は「30分未満」が最も高い。
- 全体と比較すると、医者・弁護士等の専門職は全体よりも「1時間半～2時間未満」が16.6ポイント、中学生は「30分未満」が25.5ポイント、その他は「3時間～5時間未満」が15.8ポイント高い。

【SC5S3】 [パソコン]あなたは日頃プライベートで、以下の機器から、どのくらいの時間インターネットを利用していますか。平日（またはお仕事や学校などのある日）／休日（またはお仕事や学校などのない日）の別に、1日あたりのおよその平均時間をお答えください。



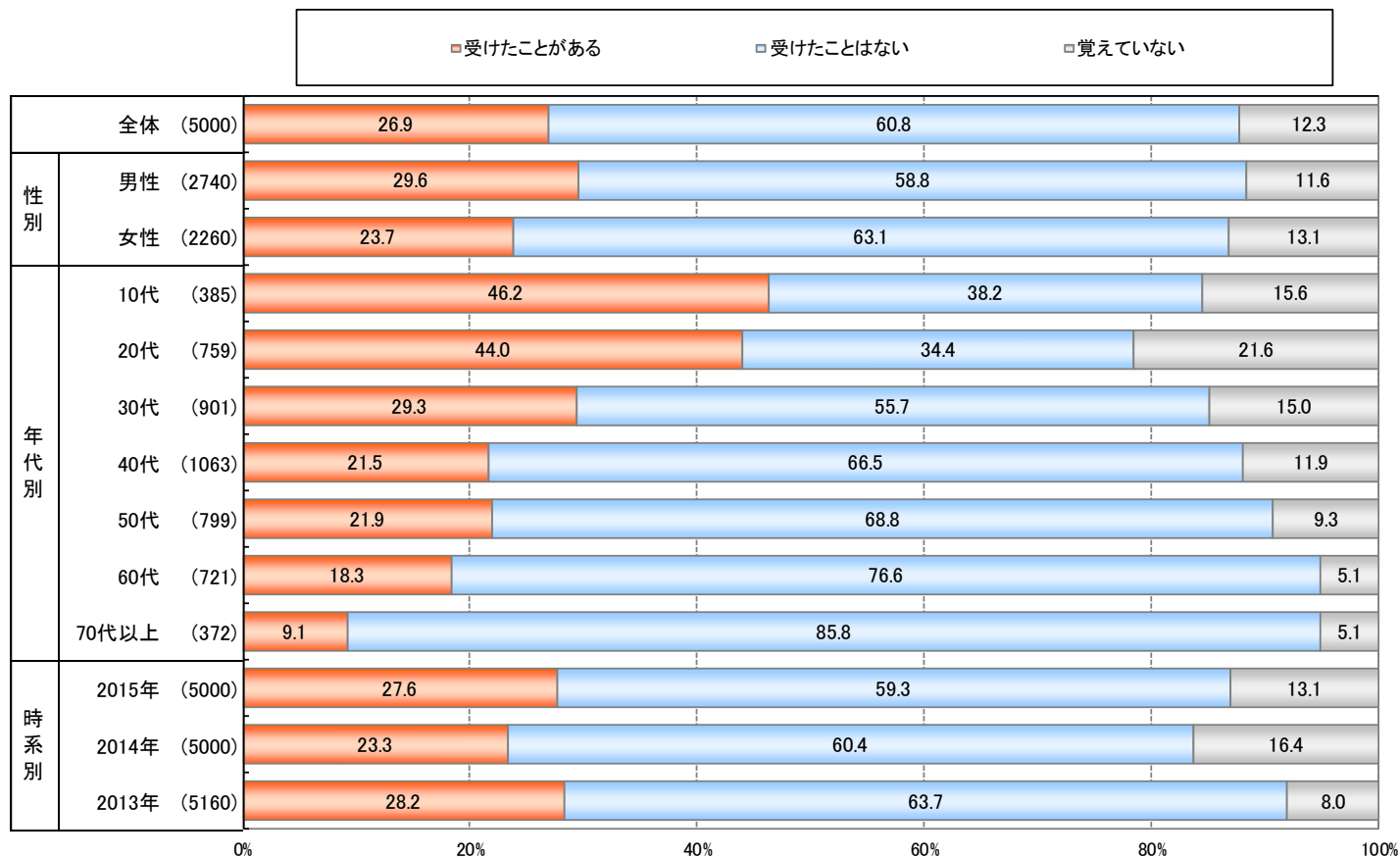
■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
(属性n=30以上)

	全体	30分未満	30分～1時間未満	1時間～1時間半未満	1時間半～2時間未満	2時間～3時間未満	3時間～5時間未満	5時間～7時間未満	7時間～10時間未満	10時間以上
全体	5,000	6.6	7.9	12.7	13.8	20.6	19.5	10.1	4.2	4.7
職業別										
経営者・役員	103	6.8	11.7	16.5	9.7	21.4	15.5	9.7	3.9	4.9
会社員・公務員・教員(管理職)	373	5.6	13.7	15.3	12.9	19.6	19.0	8.3	1.3	4.3
会社員・公務員・教員(情報システムおよび通信関係の技術者・研究者)	158	6.3	8.9	17.1	17.1	23.4	15.2	5.7	2.5	3.8
会社員・公務員・教員(情報システムおよび通信関係の技術者・研究者以外の方)	1,038	6.4	6.7	14.5	14.7	23.3	18.3	9.3	2.9	3.8
医者・弁護士等の専門職	46	10.9	10.9	13.0	30.4	6.5	10.9	13.0	2.2	2.2
契約社員・派遣社員	253	5.1	7.5	11.9	15.8	19.4	19.0	11.1	4.7	5.5
自営業・自由業	459	6.5	6.3	10.5	12.0	20.5	19.6	10.7	5.9	8.1
専業主婦・主夫	779	8.2	9.5	15.4	15.7	20.4	18.4	8.2	2.4	1.8
家事手伝い・無職(定年退職含む)	769	2.1	3.1	6.1	11.2	19.4	27.3	13.5	9.2	8.1
パート・アルバイト	610	4.4	7.4	11.1	13.9	23.6	17.7	12.8	4.6	4.4
中学生	131	32.1	22.1	13.7	13.0	9.9	6.1	3.1	-	-
高校生	88	19.3	12.5	19.3	13.6	14.8	15.9	2.3	-	2.3
専門学校生	9	-	11.1	-	22.2	11.1	33.3	11.1	11.1	-
短大生・高専生	10	-	10.0	20.0	-	30.0	20.0	20.0	-	-
大学生	117	4.3	6.8	17.9	12.8	15.4	23.9	12.0	2.6	4.3
大学院生	23	8.7	8.7	13.0	4.3	17.4	21.7	17.4	8.7	-
その他	34	8.8	-	5.9	2.9	17.6	35.3	11.8	2.9	14.7
時系別										
2015年	5,000	7.2	9.5	12.7	16.0	19.5	18.5	8.9	3.9	3.8
2014年	5,000	5.5	8.4	10.2	14.1	19.3	19.8	12.1	5.0	5.5

4-1-4.インターネットや情報に関する倫理教育の受講経験①

- インターネットや情報に関する倫理教育の受講経験で最も高いのは、「受けたことはない」(60.8%)である。次いで「受けたことがある」(26.9%)、「覚えていない」(12.3%)と続く。
- 年代別でみると、「受けたことがある」の割合が全体よりも10代が19.3ポイント、20代が17.1ポイント高い。反対に「受けたことはない」の割合は全体よりも60代が15.8ポイント、70代以上が25ポイント高い。

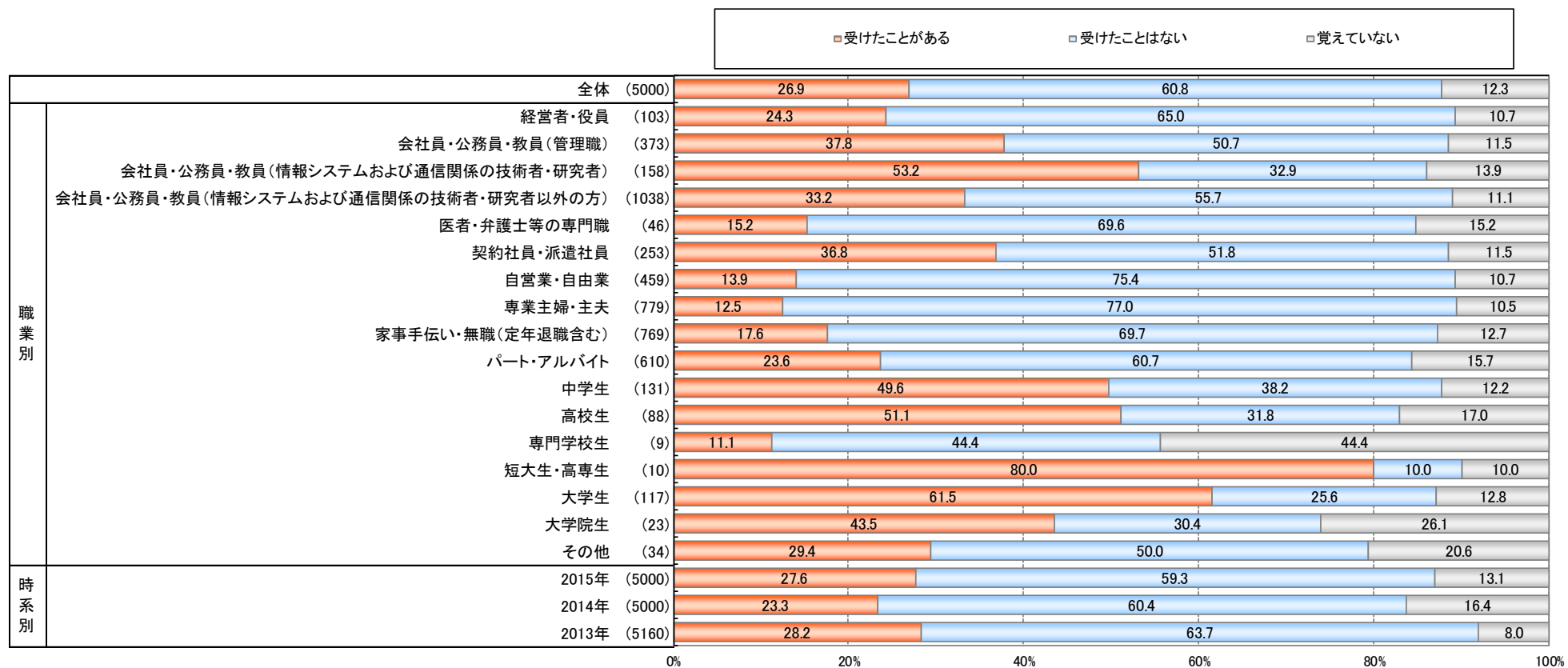
【Q1】 これまでに、学校や会社、組織などでインターネットや情報に関する倫理教育を受けたことがありますか。(お答えは1つ)



4-1-4.インターネットや情報に関する倫理教育の受講経験②

- 職業別でみると、会社員・公務員・教員（情報システムおよび通信関係の技術者・研究者）、中学生、高校生、大学生は「受けたことがある」の割合が全体よりも約20ポイント以上高い。
- 「受けたことはない」の割合が専業主婦・主夫は全体よりも16.2ポイント、自営業・自由業は全体より14.6ポイント高い。

【Q1】 これまでに、学校や会社、組織などでインターネットや情報に関する倫理教育を受けたことがありますか。（お答えは1つ）

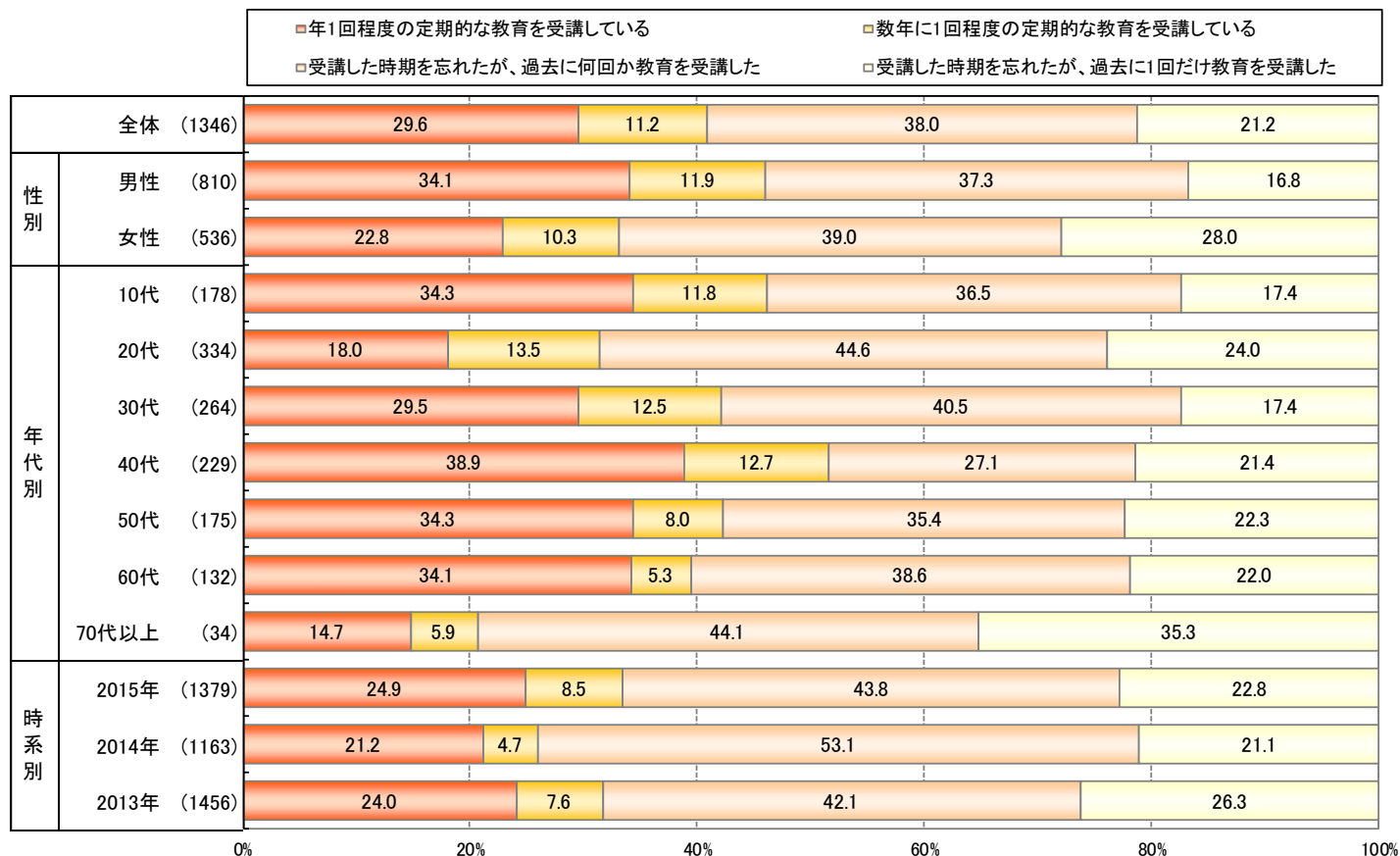


4-1-5.倫理教育の受講頻度①

- 倫理教育の受講頻度について最も高いのは、「受講した時期を忘れたが、過去に何回か教育を受講した」(38.0%)である。次いで「年1回程度の定期的な教育を受講している」(29.6%)、「受講した時期を忘れたが、過去に1回だけ教育を受講した」(21.2%)、「数年に1回程度の定期的な教育を受講している」(11.2%)と続く。
- 性別でみると、女性は「受講した時期を忘れたが、過去に1回だけ教育を受講した」割合が全体よりも6.8ポイントとやや高い。
- 年代別でみると、40代は「年1回程度の定期的な教育を受講している」が最も高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「年1回程度の定期的な教育を受講している」の割合が4.7ポイントとやや増加している。反対に「受講した時期を忘れたが、過去に何回か教育を受講した」の割合が5.8ポイント減少している。

【Q2】 倫理教育は、どの程度の頻度で受講していますか。または受講しましたか。(お答えは1つ)

n=倫理教育を受けたことがある方(Q1)

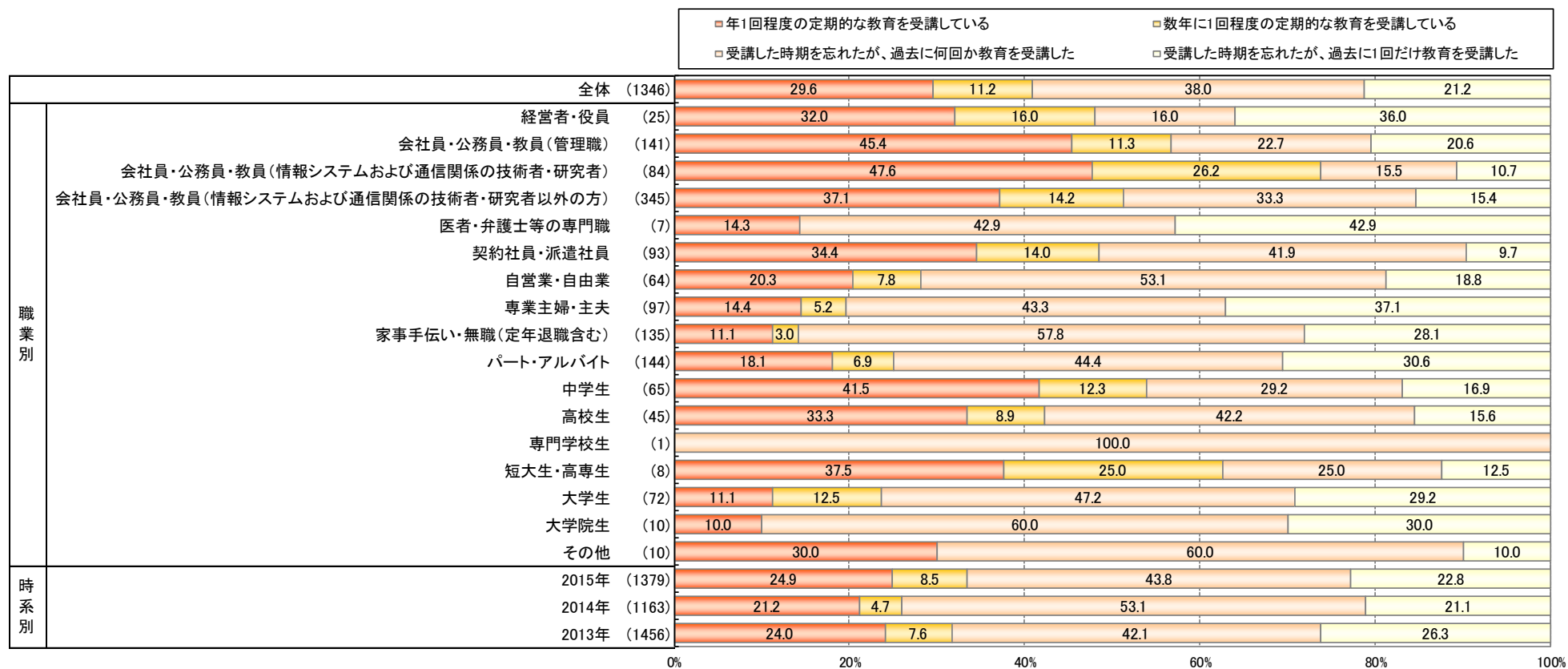


4-1-5.倫理教育の受講頻度②

- 職業別でみると、会社員・公務員・教員（管理職）と会社員・公務員・教員（情報システムおよび通信関係の技術者・研究者）は「年1回程度の定期的な教育を受講している」の割合が全体より15ポイント以上高い。
- 自営業・自由業と家事手伝い・無職（定年退職含む）は「受講した時期を忘れたが、過去に何回か教育を受講した」の割合が全体よりも15ポイント以上高い。
- 専業主婦・主夫は「受講した時期を忘れたが、過去に1回だけ教育を受講した」の割合が全体よりも15.9ポイント高い。

【Q2】 倫理教育は、どの程度の頻度で受講していますか。または受講しましたか。（お答えは1つ）

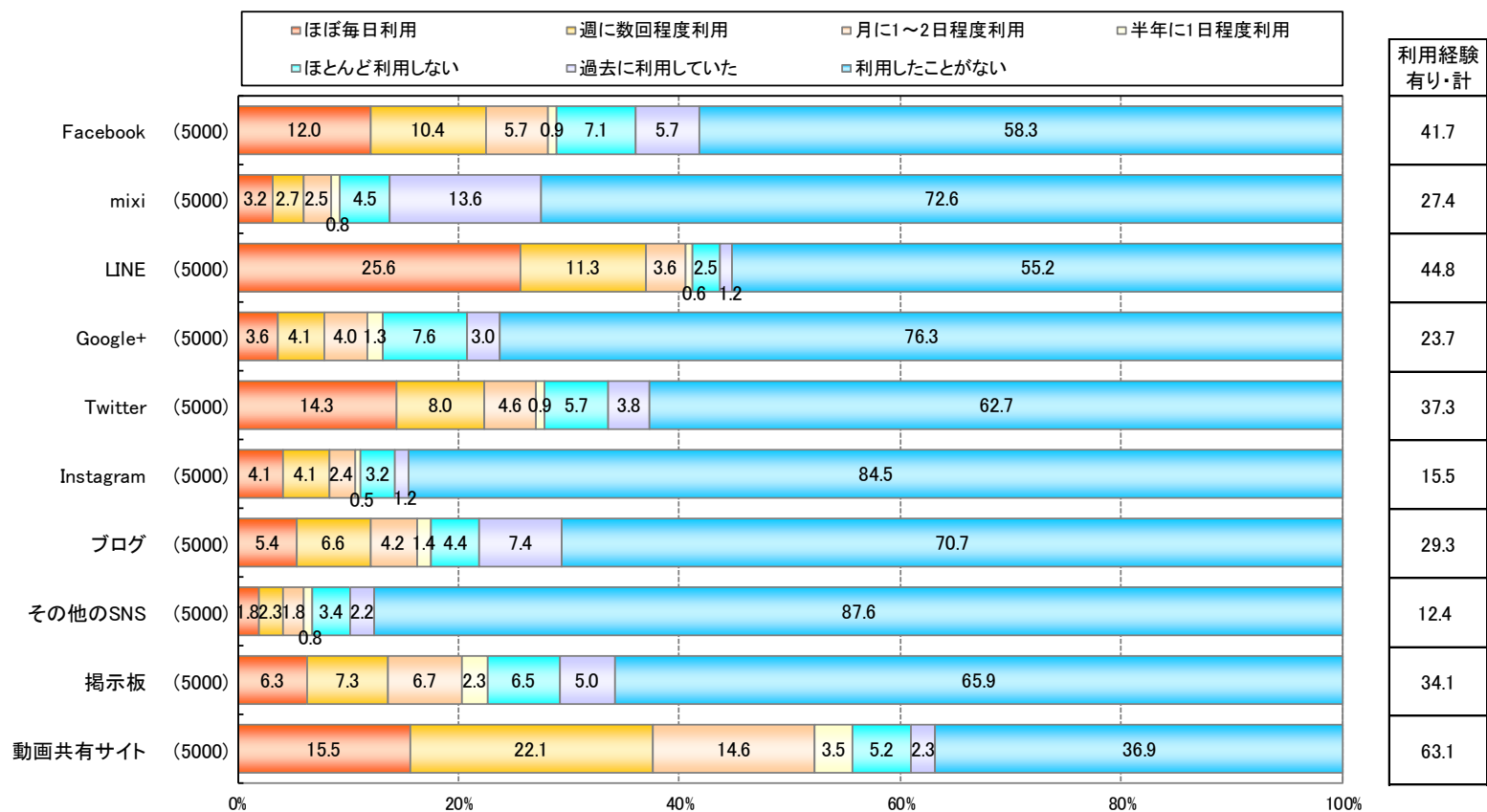
n=倫理教育を受けたことがある方(Q1)



4-1-6.インターネット上のサービス利用状況①

- インターネット上のサービス利用状況について、全て「利用したことがない」が最も高い。
- SNS別でみると、「ほぼ毎日利用」は「LINE」が最も高い。「ほとんど利用しない」は「Google+」が最も高い。

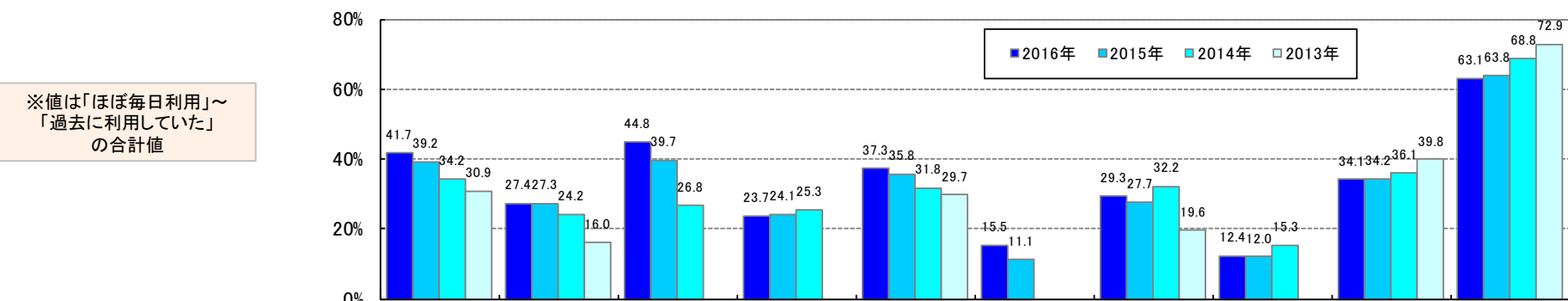
【Q3】 あなたは以下にあげるインターネット上のサービスを利用していますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）



4-1-6.インターネット上のサービス利用状況②

- インターネット上のサービス利用状況（利用経験あり計）について最も高いのは、「動画共有サイト」（63.1%）である。次いで「LINE」（44.8%）、「Facebook」（41.7%）、「Twitter」（37.3%）と続く。
- 年代別で見ると、10代は「LINE」が全体よりも20.1ポイント高い。20代は「LINE」が23.4ポイント、「mixi」が15.6ポイント、「Twitter」が23.6ポイント全体よりも高い。30代は「mixi」が全体よりも17.2ポイント高い。
- 前年（2015年）と比較すると、「LINE」の割合が5.1ポイント増加している。

【Q3】 あなたは以下にあげるインターネット上のサービスを利用していますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）



※値は「ほぼ毎日利用」～
「過去に利用していた」
の合計値

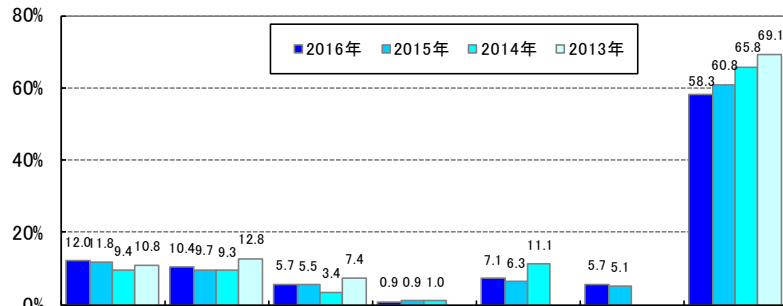
		全体	Facebook	mixi	LINE	Google+	Twitter	Instagram	ブログ	その他のSNS	掲示板	動画共有サイト
全体		5,000	41.7	27.4	44.8	23.7	37.3	15.5	29.3	12.4	34.1	63.1
性別	男性	2,740	43.3	25.5	39.5	24.6	37.2	12.4	26.3	12.4	37.1	65.4
	女性	2,260	39.8	29.7	51.2	22.7	37.3	19.1	32.9	12.3	30.4	60.4
年代別	10代	385	31.9	17.9	64.9	28.6	37.4	18.7	22.9	14.5	27.5	62.9
	20代	759	51.3	43.0	68.2	28.7	60.9	27.1	40.4	16.3	43.3	75.0
	30代	901	48.9	44.6	57.2	24.5	44.3	22.4	38.6	15.9	42.7	69.7
	40代	1,063	41.1	28.4	40.9	23.4	36.9	15.3	33.9	11.7	38.9	65.8
	50代	799	36.5	16.8	37.2	20.2	26.3	8.8	23.2	8.8	28.5	57.9
	60代	721	36.3	13.2	24.7	20.8	24.3	6.0	17.9	8.5	24.0	53.4
	70代以上	372	38.2	11.3	12.4	20.4	22.0	4.6	12.6	10.8	18.8	46.0
時系列別	2015年	5,000	39.2	27.3	39.7	24.1	35.8	11.1	27.7	12.0	34.2	63.8
	2014年	5,000	34.2	24.2	26.8	25.3	31.8	-	32.2	15.3	36.1	68.8
	2013年	5,160	30.9	16.0	-	-	29.7	-	19.6	-	39.8	72.9

4-1-6.インターネット上のサービス利用状況③

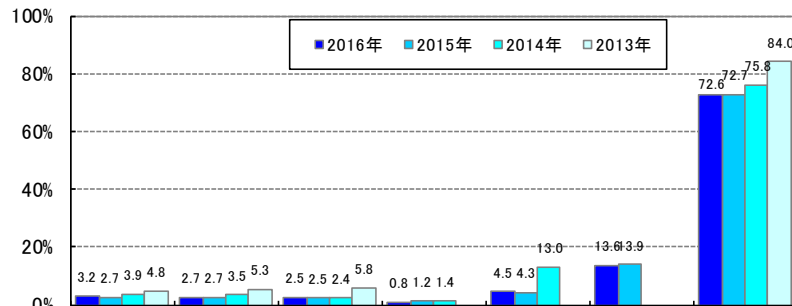
- Facebookについて最も高いのは、「利用したことがない」(58.3%)である。次いで「ほぼ毎日利用」(12.0%)、「週に数回程度利用」(10.4%)、「ほとんど利用しない」(7.1%)と続く。
- 年代別で見ると、30代は「ほぼ毎日利用」の割合が全体よりも5.2ポイントとやや高い。10代、50代、60代は「利用したことがない」の割合が全体よりも約5~10ポイントとやや高い。
- mixiについて最も高いのは、「利用したことがない」(72.6%)である。次いで「過去に利用していた」(13.6%)、「ほとんど利用しない」(4.5%)、「ほぼ毎日利用」(3.2%)と続く。
- 年代別で見ると、70代以上は「利用したことがない」の割合が全体よりも16.1ポイント高い。

[Q3] あなたは以下にあげるインターネット上のサービスを利用していますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。(お答えはそれぞれ1つずつ)

Facebook



mixi



	全体	利用状況							
		ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	週に1~2日程度利用	半年に1日程	ほとんど利用しない	過去に利用したことがない	利用したことがない	
全体	5,000	12.0	10.4	5.7	0.9	7.1	5.7	58.3	
性別	男性	2,740	11.7	10.6	6.5	0.9	7.5	6.1	56.7
	女性	2,260	12.4	10.1	4.6	0.8	6.6	5.2	60.2
年代別	10代	385	7.5	7.3	3.6	0.5	10.1	2.9	68.1
	20代	759	15.7	10.9	8.3	1.4	6.3	8.6	48.7
	30代	901	17.2	12.1	6.1	0.7	6.9	6.0	51.1
	40代	1,063	12.1	10.9	4.9	0.7	6.4	6.1	58.9
	50代	799	10.9	9.0	4.4	0.8	6.1	5.4	63.5
	60代	721	7.8	9.8	5.5	1.0	7.8	4.4	63.7
	70代以上	372	6.7	10.5	6.5	1.1	9.1	4.3	61.8
時系列	2015年	5,000	11.8	9.7	5.5	0.9	6.3	5.1	60.8
	2014年	5,000	9.4	9.3	3.4	1.0	11.1		65.8
	2013年	5,160	10.8	12.8	7.4				69.1

	全体	利用状況							
		ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	週に1~2日程度利用	半年に1日程	ほとんど利用しない	過去に利用したことがない	利用したことがない	
全体	5,000	3.2	2.7	2.5	0.8	4.5	13.6	72.6	
性別	男性	2,740	2.6	2.7	2.7	0.9	4.8	11.8	74.5
	女性	2,260	3.8	2.7	2.3	0.8	4.2	15.8	70.3
年代別	10代	385	2.3	2.3	1.8	0.5	7.8	3.1	82.1
	20代	759	6.5	4.1	2.9	1.4	4.6	23.5	57.0
	30代	901	6.0	5.4	4.0	1.0	5.4	22.8	55.4
	40代	1,063	2.9	2.7	2.4	0.8	4.7	14.9	71.6
	50代	799	1.1	0.6	2.4	0.9	3.8	8.0	83.2
	60代	721	0.3	1.2	1.4	0.1	3.1	7.1	86.8
	70代以上	372	1.3	0.8	1.9	0.8	3.0	3.5	88.7
時系列	2015年	5,000	2.7	2.7	2.5	1.2	4.3	13.9	72.7
	2014年	5,000	3.9	3.5	2.4	1.4	13.0		75.8
	2013年	5,160	4.8	5.3	5.8				84.0

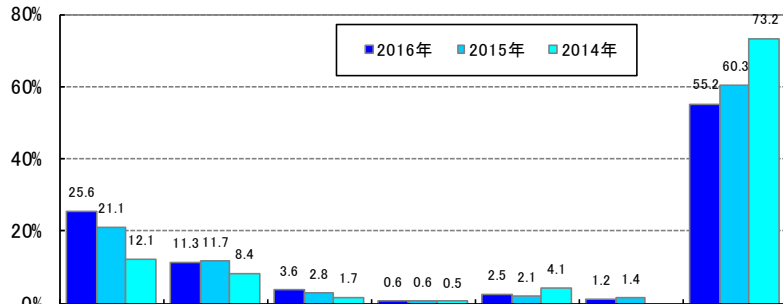
※2014年度の「週に数回程度利用」は「週に4~5日程度利用」「週に2~3日程度利用」「週に1日程度利用」の合計
 ※2013年度の「週に数回程度利用」は「週に4~5日程度利用」「週に2~3日程度利用」「週に1日程度利用」の合計

4-1-6.インターネット上のサービス利用状況④

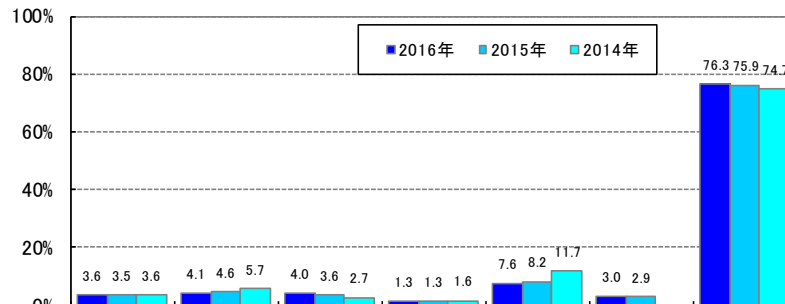
- LINEについて最も高いのは、「利用したことがない」(55.2%)である。次いで「ほぼ毎日利用」(25.6%)、「週に数回程度利用」(11.3%)、「月に1~2日程度利用」(3.6%)と続く。
- 性別で見ると、女性は「ほぼ毎日利用」の割合が全体よりも6.5ポイントとやや高い。男性は「利用したことがない」の割合が全体よりも5.3ポイントとやや高い。
- 年代別で見ると、10代、20代は「ほぼ毎日利用」が最も高い。
- 前年(2015年)と比較すると「ほぼ毎日利用」の割合が4.5ポイントとやや増加している。反対に「利用したことがない」の割合が5.1ポイント減少している。
- Google+で最も高いのは、「利用したことがない」(76.3%)である。次いで「ほとんど利用しない」(7.6%)、「週に数回程度利用」(4.1%)、「月に1~2日程度利用」(4.0%)と続く。

[Q3] あなたは以下にあげるインターネット上のサービスを利用していますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。(お答えはそれぞれ1つずつ)

LINE



Google+



		全体	ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	月に1~2日程度利用	半年に1日程	ほとんど利用しない	過去に利用し	利用したことがない
全体		5,000	25.6	11.3	3.6	0.6	2.5	1.2	55.2
性別	男性	2,740	20.1	11.0	3.7	0.8	2.7	1.2	60.5
	女性	2,260	32.1	11.6	3.5	0.5	2.2	1.2	48.8
年代別	10代	385	46.2	12.7	2.1	0.3	2.3	1.3	35.1
	20代	759	41.1	16.5	5.7	0.7	3.0	1.3	31.8
	30代	901	33.3	13.2	4.7	1.2	3.0	1.8	42.8
	40代	1,063	23.3	9.9	2.8	0.6	3.1	1.2	59.1
	50代	799	20.0	11.4	3.4	0.4	1.4	0.6	62.8
	60代	721	9.2	8.6	3.5	0.7	1.8	1.0	75.3
	70代以上	372	3.8	3.8	1.3	0.3	1.9	1.3	87.6
時系列	2015年	5,000	21.1	11.7	2.8	0.6	2.1	1.4	60.3
	2014年	5,000	12.1	8.4	1.7	0.5	4.1		73.2

		全体	ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	月に1~2日程度利用	半年に1日程	ほとんど利用しない	過去に利用し	利用したことがない
全体		5,000	3.6	4.1	4.0	1.3	7.6	3.0	76.3
性別	男性	2,740	3.4	4.1	4.6	1.6	7.6	3.3	75.4
	女性	2,260	3.8	4.2	3.3	1.0	7.7	2.6	77.3
年代別	10代	385	4.9	6.2	3.6	1.8	8.8	3.1	71.4
	20代	759	5.3	3.4	4.2	1.8	8.3	5.7	71.3
	30代	901	4.4	5.0	3.8	1.3	7.1	2.9	75.5
	40代	1,063	2.8	3.9	4.5	0.6	8.8	2.8	76.6
	50代	799	2.1	3.9	4.3	1.1	6.9	1.9	79.8
	60代	721	3.1	3.9	3.3	1.4	6.8	2.4	79.2
	70代以上	372	3.0	3.2	4.0	2.2	6.2	1.9	79.6
時系列	2015年	5,000	3.5	4.6	3.6	1.3	8.2	2.9	75.9
	2014年	5,000	3.6	5.7	2.7	1.6	11.7		74.7

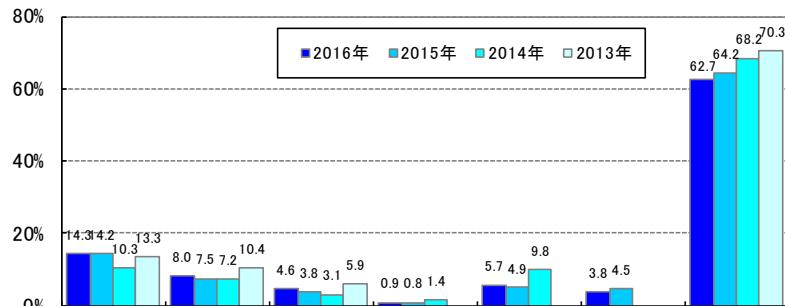
※2014年度の「週に数回程度利用」は「週に4~5日程度利用」「週に2~3日程度利用」「週に1日程度利用」の合計

4-1-6.インターネット上のサービス利用状況⑤

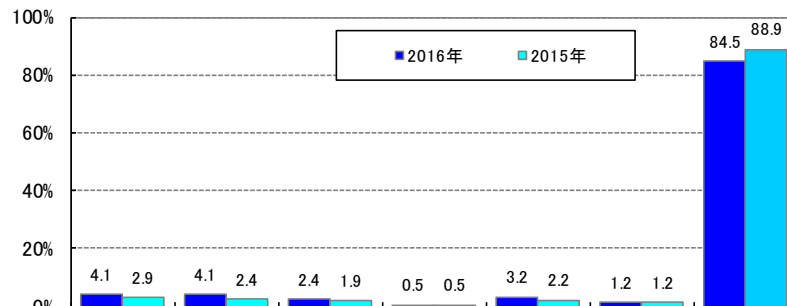
- Twitterについて最も高いのは、「利用したことがない」(62.7%)である。次いで「ほぼ毎日利用」(14.3%)、「週に数回程度利用」(8.0%)、「ほとんど利用しない」(5.7%)と続く。
- 年代別で見ると、20代は「ほぼ毎日利用」の割合が全体より18.9ポイント高い。70代以上は「利用したことがない」の割合が全体よりも15.3ポイント高い。
- Instagramについて最も高いのは、「利用したことがない」(84.5%)である。次いで「週に数回程度利用」(4.1%)、「ほぼ毎日利用」(4.1%)、「ほとんど利用しない」(3.2%)と続く。
- 年代別で見ると、70代以上は「利用したことがない」の割合が全体よりも10.9ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると「利用したことがない」の割合が4.4ポイントとやや減少している。

[Q3] あなたは以下にあげるインターネット上のサービスを利用していますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。(お答えはそれぞれ1つずつ)

Twitter



Instagram



	属性	n	利用状況						が利用したことがない
			ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	月に1〜2日程	半年に1日程	ほとんど利用しない	過去に利用したことがない	
全体	全体	5,000	14.3	8.0	4.6	0.9	5.7	3.8	62.7
性別	男性	2,740	13.0	8.4	5.1	0.9	5.8	4.1	62.8
	女性	2,260	16.0	7.6	3.9	0.8	5.6	3.5	62.7
年代別	10代	385	16.4	8.1	3.6	0.8	7.0	1.6	62.6
	20代	759	33.2	11.2	5.7	1.1	4.5	5.3	39.1
	30代	901	19.2	9.0	5.9	0.9	5.0	4.3	55.7
	40代	1,063	12.9	9.8	3.9	0.7	5.6	4.0	63.1
	50代	799	6.8	6.0	4.3	0.8	5.3	3.3	73.7
	60代	721	3.5	5.1	3.9	1.0	6.8	4.0	75.7
	70代以上	372	3.2	4.0	4.6	1.1	7.3	1.9	78.0
時系別	2015年	5,000	14.2	7.5	3.8	0.8	4.9	4.5	64.2
	2014年	5,000	10.3	7.2	3.1	1.4	9.8		68.2
	2013年	5,160	13.3	10.4	5.9				70.3

	属性	n	利用状況						が利用したことがない
			ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	月に1〜2日程	半年に1日程	ほとんど利用しない	過去に利用したことがない	
全体	全体	5,000	4.1	4.1	2.4	0.5	3.2	1.2	84.5
性別	男性	2,740	2.0	3.5	2.5	0.6	2.7	1.1	87.6
	女性	2,260	6.6	4.8	2.2	0.4	3.7	1.3	80.9
年代別	10代	385	5.2	4.2	2.3	0.3	6.5	0.3	81.3
	20代	759	10.4	6.6	4.0	0.9	2.6	2.6	72.9
	30代	901	6.9	6.8	3.1	0.9	3.3	1.4	77.6
	40代	1,063	2.7	4.1	2.3	0.7	4.1	1.4	84.7
	50代	799	1.3	2.4	1.9	0.3	2.0	1.0	91.2
	60代	721	0.6	1.5	1.1	0.3	2.2	0.3	94.0
	70代以上	372	-	1.1	1.1	-	1.9	0.5	95.4
時系別	2015年	5,000	2.9	2.4	1.9	0.5	2.2	1.2	88.9

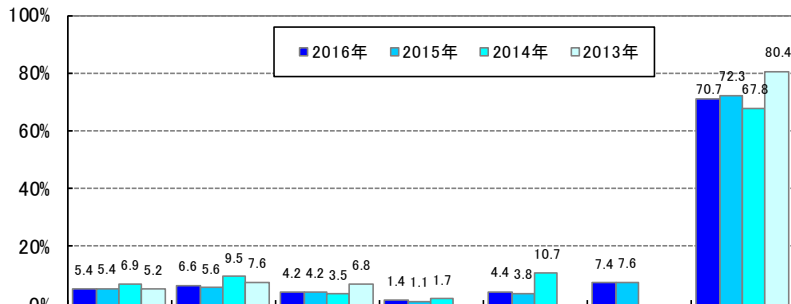
※2014年度の「週に数回程度利用」は「週に4〜5日程程度利用」「週に2〜3日程程度利用」「週に1日程程度利用」の合計
 ※2013年度の「週に数回程度利用」は「週に4〜5日程程度利用」「週に2〜3日程程度利用」「週に1日程程度利用」の合計

4-1-6.インターネット上のサービス利用状況⑥

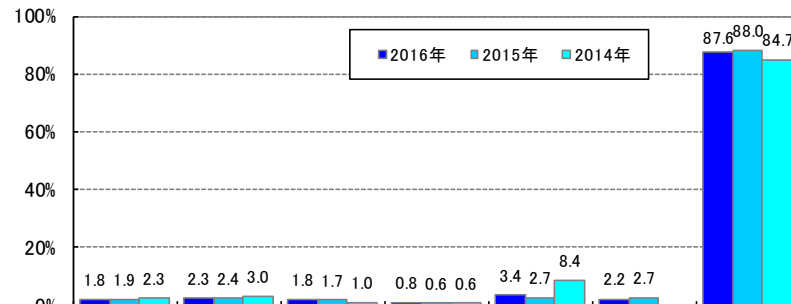
- ブログについて最も高いのは、「利用したことがない」(70.7%)である。次いで「過去に利用していた」(7.4%)、「週に数回程度利用」(6.6%)、「ほぼ毎日利用」(5.4%)と続く。
- 年代別でみると、70代以上は「利用したことがない」の割合が全体よりも16.7ポイント高い。
- その他のSNSについて最も高いのは、「利用したことがない」(87.6%)である。次いで「ほとんど利用しない」(3.4%)、「週に数回程度利用」(2.3%)、「過去に利用していた」(2.2%)と続く。

[Q3] あなたは以下にあげるインターネット上のサービスを利用していますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。(お答えはそれぞれ1つずつ)

ブログ



その他のSNS



	全体	利用状況							
		ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	月に1~2日程利用	半年に1日程	ほとんど利用しない	過去に利用していた	利用したことがない	
全体	5,000	5.4	6.6	4.2	1.4	4.4	7.4	70.7	
性別	男性	2,740	4.6	5.8	3.9	1.2	4.3	6.3	73.7
	女性	2,260	6.2	7.4	4.6	1.5	4.4	8.7	67.1
年代別	10代	385	2.9	4.4	2.6	0.8	7.5	4.7	77.1
	20代	759	8.2	8.2	7.2	2.1	4.2	10.5	59.6
	30代	901	7.3	8.9	6.1	1.8	5.0	9.5	61.4
	40代	1,063	5.8	8.2	4.8	1.3	4.2	9.5	66.1
	50代	799	3.9	5.6	2.4	1.5	3.8	6.0	76.8
	60代	721	3.6	3.9	1.9	0.6	3.7	4.2	82.1
	70代以上	372	2.7	2.4	1.9	1.1	2.7	1.9	87.4
時系列	2015年	5,000	5.4	5.6	4.2	1.1	3.8	7.6	72.3
	2014年	5,000	6.9	9.5	3.5	1.7	10.7		67.8
	2013年	5,160	5.2	7.6	6.8				80.4

	全体	利用状況							
		ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	月に1~2日程利用	半年に1日程	ほとんど利用しない	過去に利用していた	利用したことがない	
全体	5,000	1.8	2.3	1.8	0.8	3.4	2.2	87.6	
性別	男性	2,740	1.8	2.2	2.0	0.8	3.5	2.2	87.6
	女性	2,260	1.8	2.5	1.6	0.8	3.3	2.3	87.7
年代別	10代	385	1.6	2.3	1.8	0.5	6.8	1.6	85.5
	20代	759	3.0	2.2	2.9	0.8	3.7	3.7	83.7
	30代	901	2.6	3.8	2.4	0.8	3.8	2.6	84.1
	40代	1,063	0.8	2.0	1.6	1.4	2.8	3.0	88.3
	50代	799	1.5	1.8	0.6	0.5	2.5	1.9	91.2
	60代	721	1.2	1.8	1.8	0.4	2.6	0.6	91.5
	70代以上	372	2.4	1.9	1.6	0.5	3.8	0.5	89.2
時系列	2015年	5,000	1.9	2.4	1.7	0.6	2.7	2.7	88.0
	2014年	5,000	2.3	3.0	1.0	0.6	8.4		84.7

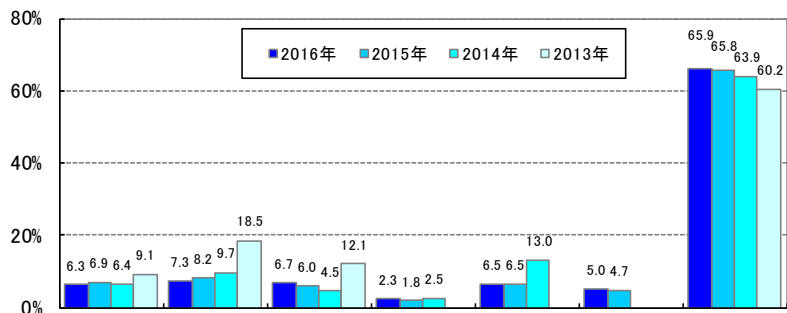
※2014年度の「週に数回程度利用」は「週に4~5日程程度利用」「週に2~3日程程度利用」「週に1日程程度利用」の合計
 ※2013年度の「週に数回程度利用」は「週に4~5日程程度利用」「週に2~3日程程度利用」「週に1日程程度利用」の合計

4-1-6.インターネット上のサービス利用状況⑦

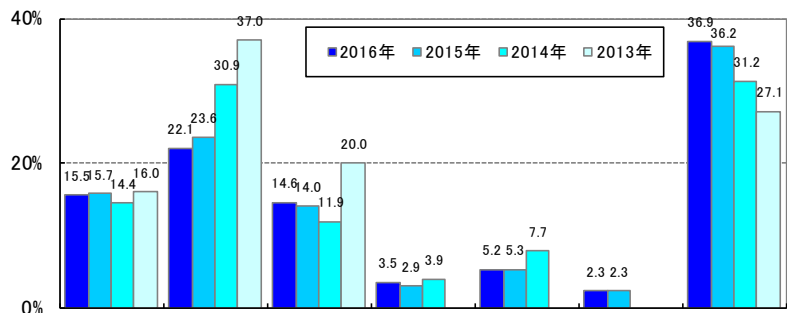
- 掲示板で最も高いのは、「利用したことがない」(65.9%)である。次いで「週に数回程度利用」(7.3%)、「月に1~2日程度利用」(6.7%)、「ほとんど利用しない」(6.5%)と続く。
- 年代別でみると、70代以上は「利用したことがない」の割合が全体よりも15.3ポイント高い。
- 動画共有サイトについて最も高いのは、「利用したことがない」(36.9%)である。次いで「週に数回程度利用」(22.1%)、「ほぼ毎日利用」(15.5%)、「月に1~2日程度利用」(14.6%)と続く。年代別でみると、20代は「ほぼ毎日利用」の割合が全体よりも16.9ポイント高い。70代以上は「利用したことがない」の割合が全体よりも17.1ポイント高い。

[Q3] あなたは以下にあげるインターネット上のサービスを利用していますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。(お答えはそれぞれ1つずつ)

掲示板



動画共有サイト



	全体	利用状況							
		ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	月に1~2日程度利用	半年に1日程	ほとんど利用しない	過去年に利用し	利用したことがない	
全体	5,000	6.3	7.3	6.7	2.3	6.5	5.0	65.9	
性別	男性	2,740	7.1	8.4	7.2	2.4	6.5	5.6	62.9
	女性	2,260	5.3	6.1	6.1	2.2	6.5	4.2	69.6
年代別	10代	385	4.2	6.5	6.5	1.0	7.0	2.3	72.5
	20代	759	12.6	11.5	6.6	2.4	5.4	4.9	56.7
	30代	901	9.2	10.2	7.1	3.0	7.1	6.1	57.3
	40代	1,063	5.6	7.7	8.9	2.6	7.1	6.9	61.1
	50代	799	3.5	5.0	6.1	2.5	7.0	4.4	71.5
	60代	721	2.6	3.6	5.3	2.1	6.0	4.4	76.0
	70代以上	372	3.2	3.8	3.5	1.1	4.8	2.4	81.2
時系列	2015年	5,000	6.9	8.2	6.0	1.8	6.5	4.7	65.8
	2014年	5,000	6.4	9.7	4.5	2.5	13.0		63.9
	2013年	5,160	9.1	18.5	12.1				60.2

	全体	利用状況							
		ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	月に1~2日程度利用	半年に1日程	ほとんど利用しない	過去年に利用し	利用したことがない	
全体	5,000	15.5	22.1	14.6	3.5	5.2	2.3	36.9	
性別	男性	2,740	18.0	24.1	13.6	3.4	4.4	2.0	34.6
	女性	2,260	12.5	19.6	15.7	3.5	6.3	2.7	39.6
年代別	10代	385	22.6	26.0	5.7	1.8	5.2	1.6	37.1
	20代	759	32.4	23.6	11.9	2.2	2.5	2.4	25.0
	30代	901	19.0	25.6	14.1	3.2	4.8	3.0	30.3
	40代	1,063	13.1	23.3	17.5	3.4	6.4	2.1	34.2
	50代	799	7.1	21.9	16.3	4.5	5.6	2.5	42.1
	60代	721	7.6	16.9	15.1	5.0	6.5	2.2	46.6
	70代以上	372	5.6	12.9	17.5	3.2	5.4	1.3	54.0
時系列	2015年	5,000	15.7	23.6	14.0	2.9	5.3	2.3	36.2
	2014年	5,000	14.4	30.9	11.9	3.9	7.7		31.2
	2013年	5,160	16.0	37.0	20.0				27.1

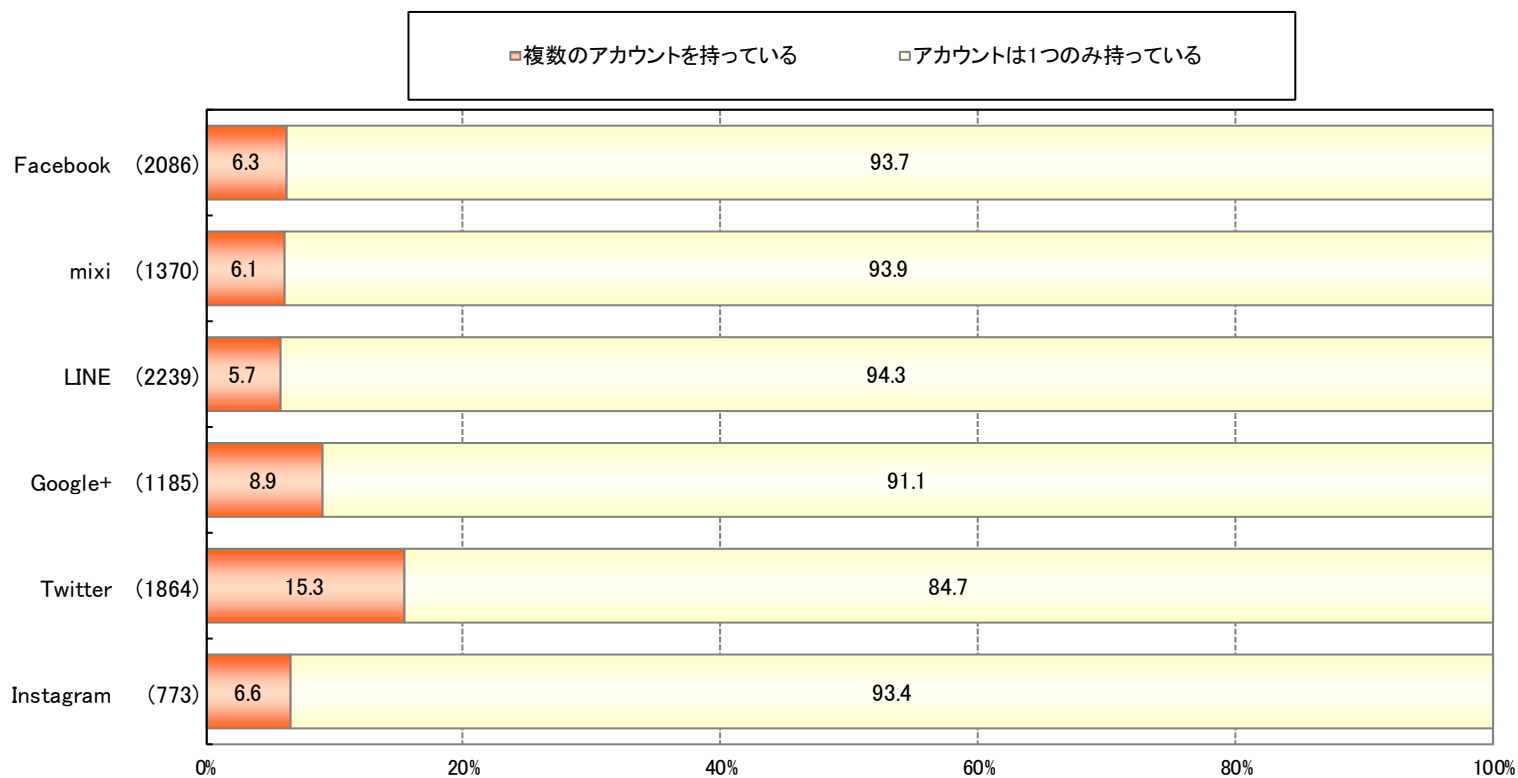
※2014年度の「週に数回程度利用」は「週に4~5日程度利用」「週に2~3日程度利用」「週に1日程度利用」の合計
 ※2013年度の「週に数回程度利用」は「週に4~5日程度利用」「週に2~3日程度利用」「週に1日程度利用」の合計

4-1-7.アカウント保有状況①

- アカウント保有状況について、「複数のアカウントを持っている」割合が最も高いのは「Twitter」（15.3%）である。それ以外は全て1割以下である。

【Q3SQ】 Q3で利用したことがあると答えたサービスについて、複数のアカウントをお持ちですか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）※アカウント…サービスにログインするための権利。利用者IDとパスワード。

n=各サービス利用者(Q3)



4-1-7.アカウント保有状況②

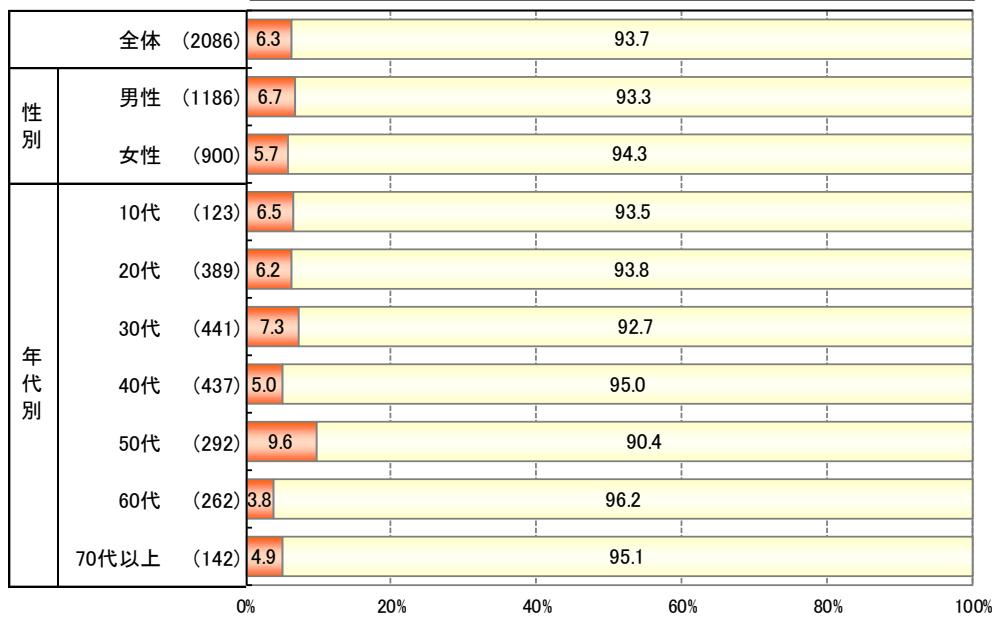
- Facebookは「複数のアカウントを持っている」割合は6.3%である。
- mixiは「複数のアカウントを持っている」割合は6.1%である。

【Q3SQ】 Q3で利用したことがあると答えたサービスについて、複数のアカウントをお持ちですか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）※アカウント…サービスにログインするための権利。利用者IDとパスワード。

n=Facebook利用者(Q3)

Facebook

■ 複数のアカウントを持っている □ アカウントは1つのみ持っている



n=mixi利用者(Q3)

mixi

■ 複数のアカウントを持っている □ アカウントは1つのみ持っている



4-1-7.アカウント保有状況③

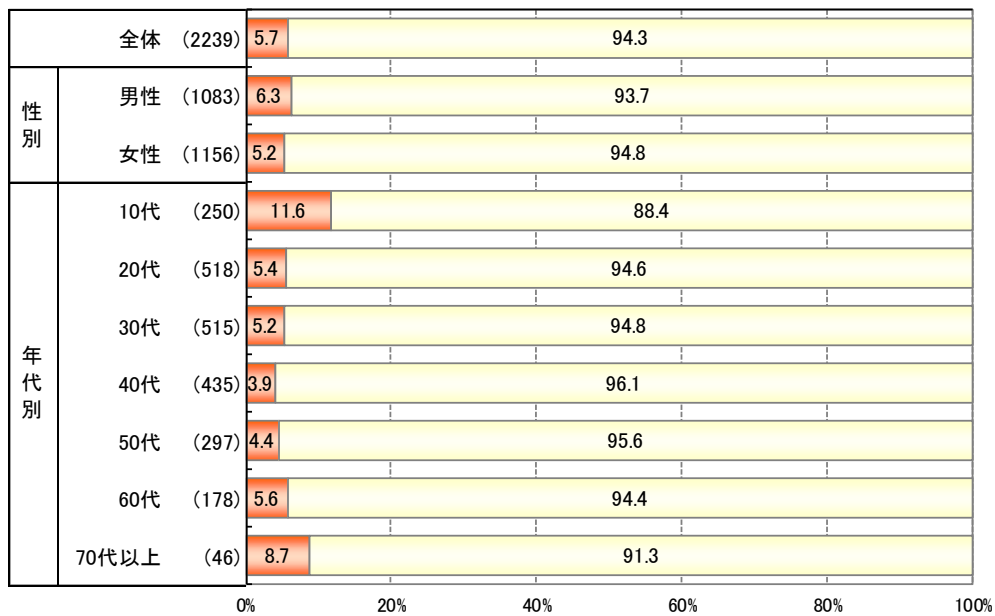
- LINEは「複数のアカウントを持っている」割合は5.7%である。
- 年代別で見ると10代は「複数のアカウントを持っている」割合が全体よりも5.9ポイントとやや高い。
- Google+は「複数のアカウントを持っている」割合は8.9%である。

【Q3SQ】 Q3で利用したことがあると答えたサービスについて、複数のアカウントをお持ちですか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）※アカウント…サービスにログインするための権利。利用者IDとパスワード。

n=LINE利用者(Q3)

LINE

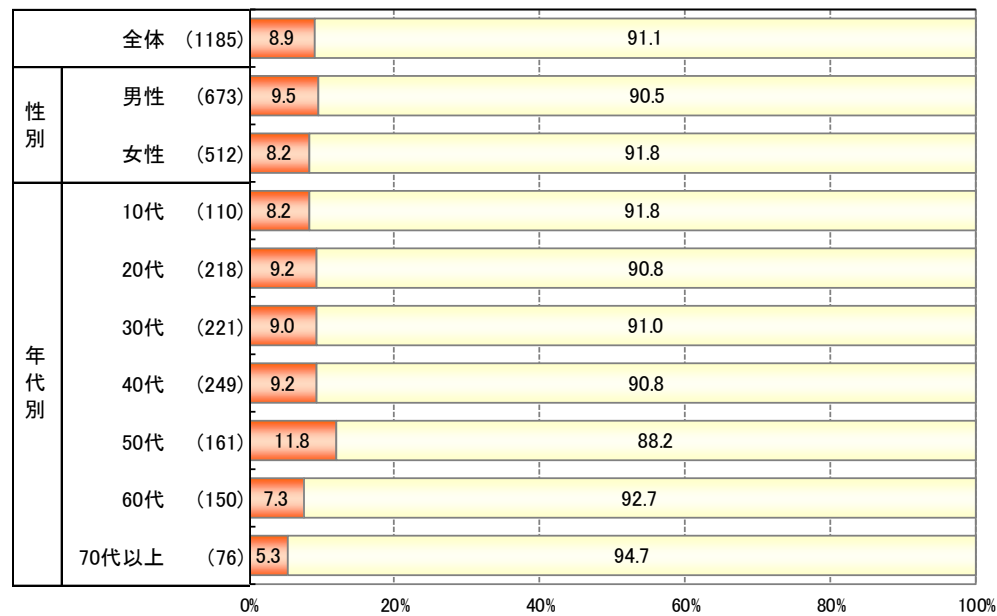
■ 複数のアカウントを持っている □ アカウントは1つのみ持っている



n=Google+利用者(Q3)

Google+

■ 複数のアカウントを持っている □ アカウントは1つのみ持っている



4-1-7.アカウント保有状況④

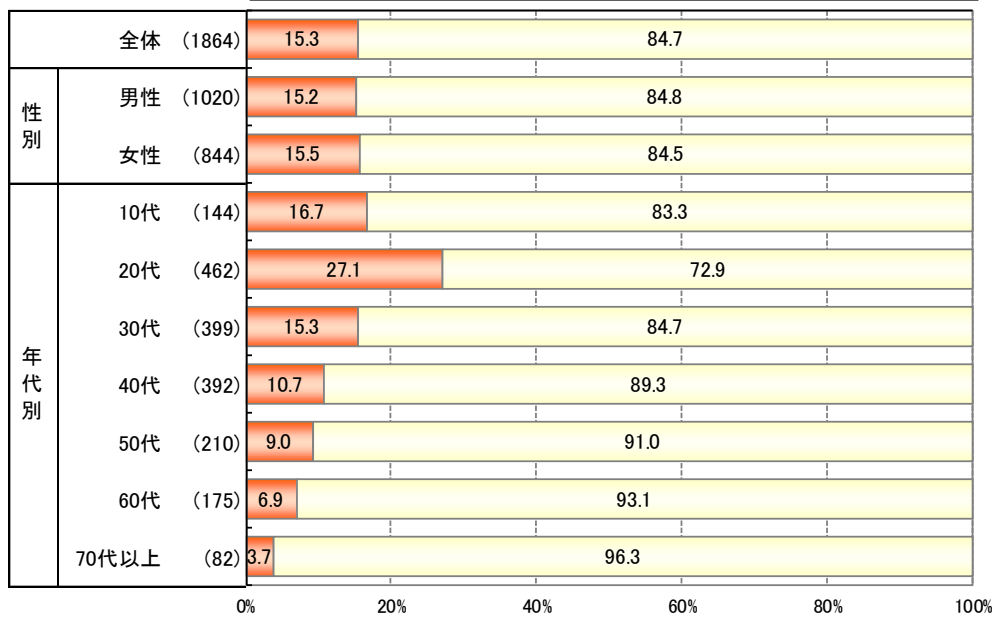
- Twitterは「複数のアカウントを持っている」割合は15.3%である。
- 年代別で見ると、20代は「複数のアカウントを持っている」の割合が全体よりも11.8ポイント高い。70代以上は「アカウントは1つのみ持っている」の割合が全体よりも11.6ポイント高い。
- Instagramは「複数のアカウントを持っている」割合は6.6%である。

【Q3SQ】 Q3で利用したことがあると答えたサービスについて、複数のアカウントをお持ちですか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）※アカウント…サービスにログインするための権利。利用者IDとパスワード。

n=Twitter利用者(Q3)

Twitter

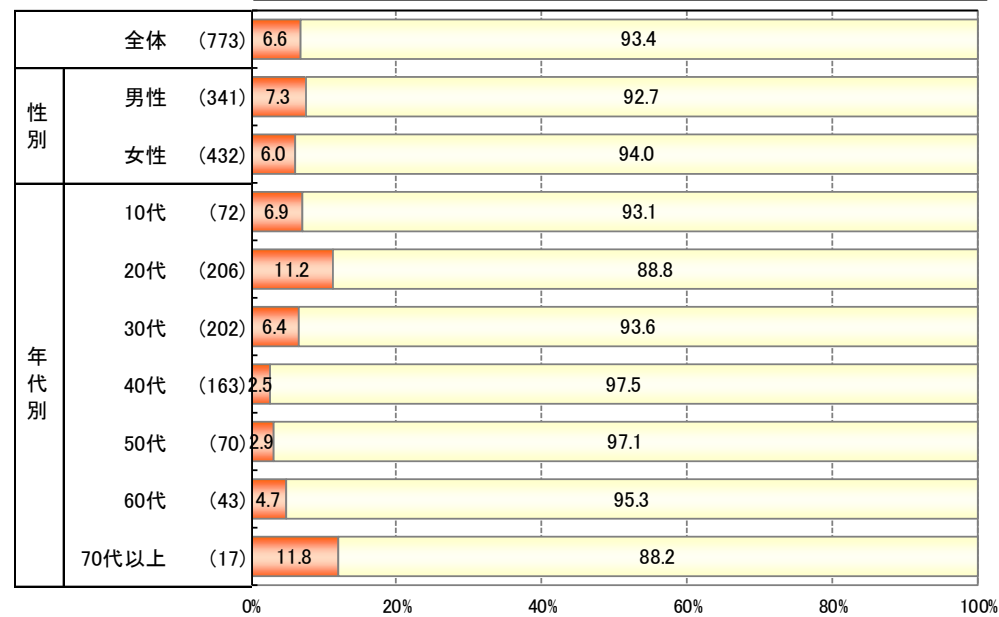
■ 複数のアカウントを持っている □ アカウントは1つのみ持っている



n=Instagram利用者(Q3)

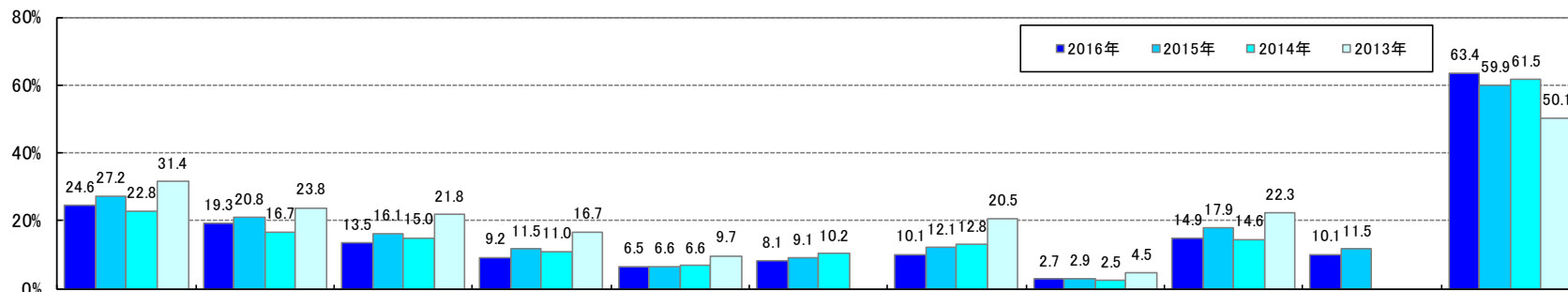
Instagram

■ 複数のアカウントを持っている □ アカウントは1つのみ持っている



- インターネットでの投稿経験について最も高いのは、「閲覧のみで、投稿はしたことがない」(63.4%)である。次いで「SNS (Facebook、Twitterなど) に文章を投稿する」(24.6%)、「SNS (Facebook、Twitterなど) に写真、動画などを投稿する」(19.3%)、「SNS (Facebook、Twitterなど) やブログで、他人の投稿にコメントを投稿する」(14.9%)と続く。
- 年代別でみると、20代は「SNS (Facebook、Twitterなど) に文章を投稿する」の割合が全体よりも16.9ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると「閲覧のみで、投稿はしたことがない」の割合が3.5ポイントとやや増加している。

【Q4】 インターネットで次のような投稿をしたことがありますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)



■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
(属性n=30以上)

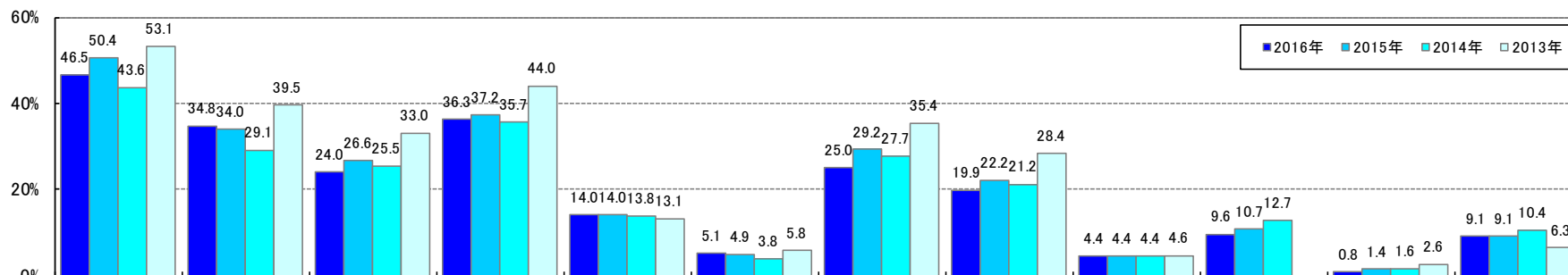
	属性	人数	SNS (Facebook、Twitterなど) に文章を投稿する	SNS (Facebook、Twitterなど) に写真、動画などを投稿する	SNS (Facebook、Twitterなど) やブログで、他人の投稿にコメントを投稿する	ブログやウェブサイト、動画などを投稿する	自分で登録したブログや動画などを公開する	ニュースサイトなどの記事にコメントを投稿する	レストランやショップやブログなどに投稿する	掲示板にコメントを投稿する	掲示板に写真、動画などを投稿する	SNS (Facebook、Twitterなど) のほか、ブログやSNSなどで、他人の投稿にコメントを投稿する	閲覧のみで、投稿はしたことがない
全体	全体	5,000	24.6	19.3	13.5	9.2	6.5	8.1	10.1	2.7	14.9	10.1	63.4
性別	男性	2,740	23.3	17.8	13.0	8.6	7.3	6.7	11.9	3.0	13.6	9.3	64.3
	女性	2,260	26.2	21.2	14.1	10.0	5.4	9.7	7.8	2.3	16.6	11.1	62.2
年代別	10代	385	23.9	20.0	9.1	4.4	6.0	3.9	7.0	2.3	13.0	9.4	65.7
	20代	759	41.5	33.6	19.2	12.3	8.7	8.0	14.0	4.6	24.6	19.6	49.4
	30代	901	33.5	26.0	18.4	12.4	8.2	9.3	12.5	4.6	19.8	14.1	55.2
	40代	1,063	23.6	18.3	15.4	11.8	7.8	10.8	12.0	2.8	14.6	10.3	62.7
	50代	799	17.8	13.5	9.6	6.6	3.8	7.6	7.1	1.5	10.4	6.0	68.8
	60代	721	12.6	10.0	7.8	5.3	3.7	6.8	6.8	0.6	8.7	3.2	75.3
	70代以上	372	10.2	7.0	8.1	6.2	5.6	5.1	6.5	0.8	8.3	3.0	76.3
時系列	2015年	5,000	27.2	20.8	16.1	11.5	6.6	9.1	12.1	2.9	17.9	11.5	59.9
	2014年	5,000	22.8	16.7	15.0	11.0	6.6	10.2	12.8	2.5	14.6	-	61.5
	2013年	5,160	31.4	23.8	21.8	16.7	9.7	-	20.5	4.5	22.3	-	50.1

4-2-2.インターネット上に投稿する主な理由

- インターネット上に投稿する主な理由について最も高いのは、「交流のため」(46.5%)である。次いで「情報や知識を共有するため」(36.3%)、「楽しいから」(34.8%)、「友人や知り合いに近況を伝えるため」(25.0%)と続く。
- 性別でみると女性は「日常生活についての記録のため」の割合が全体よりも5ポイントとやや高い。
- 年代別でみると、70代以上は「情報や知識を共有するため」が最も高い。全体と比較すると、10代は「楽しいから」の割合が全体よりも19.7ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると「交流のため」が3.9ポイント、「友人や知り合いに近況を伝えるため」が4.2ポイントとやや減少している。

【Q5】 インターネット上に投稿する主な理由は何ですか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=インターネット上への投稿経験者(Q4)



■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
(属性n=30以上)

		交流のため	楽しいから	ルの自己表現や自己アピール	情報や知識を共有するため	めサーおに気に入りの商品やめサーおに気を入りの商品や	を知らせざるため、美談など	を友人や知り合いに近況を伝えるため	録の日常生活についての記録のため	収入を得るため	インターネット広告で	を得るため	スの引ききやポイント	その他	特になし
全体	1,831	46.5	34.8	24.0	36.3	14.0	5.1	25.0	19.9	4.4	9.6	0.8	9.1	0.8	9.1
性別	男性	977	47.3	34.0	24.4	38.7	12.7	5.4	21.8	15.5	5.0	7.6	1.0	10.6	10.6
	女性	854	45.6	35.7	23.7	33.5	15.5	4.8	28.6	24.9	3.7	11.9	0.6	7.4	7.4
年代別	10代	132	59.8	54.5	22.0	46.2	14.4	3.8	36.4	10.6	1.5	3.8	-	6.8	6.8
	20代	384	49.7	45.8	28.4	32.6	14.8	7.6	24.2	20.1	3.6	5.2	0.3	9.1	9.1
	30代	404	52.2	38.9	25.0	32.7	13.6	6.4	27.0	24.8	5.9	7.2	1.2	6.9	6.9
	40代	396	46.2	31.8	24.5	38.9	15.7	4.3	21.5	22.5	5.6	13.6	1.0	10.4	10.4
	50代	249	39.8	19.7	18.5	35.7	12.9	3.2	20.1	14.9	4.0	15.3	1.2	10.8	10.8
	60代	178	37.6	19.7	19.7	38.2	11.2	3.9	24.7	16.9	2.2	12.9	1.1	10.1	10.1
	70代以上	88	23.9	25.0	26.1	39.8	12.5	2.3	31.8	19.3	5.7	8.0	-	10.2	10.2
時系列	2015年	2,006	50.4	34.0	26.6	37.2	14.0	4.9	29.2	22.2	4.4	10.7	1.4	9.1	9.1
	2014年	1,924	43.6	29.1	25.5	35.7	13.8	3.8	27.7	21.2	4.4	12.7	1.6	10.4	10.4
	2013年	2,576	53.1	39.5	33.0	44.0	13.1	5.8	35.4	28.4	4.6	2.6	2.6	6.3	6.3

4-2-3.インターネット上に投稿する時の心がけ

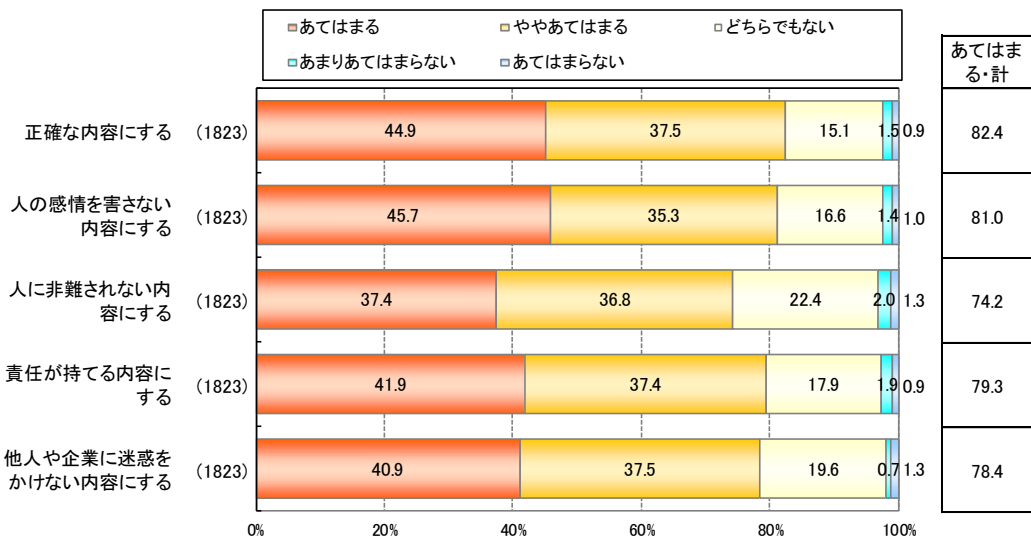
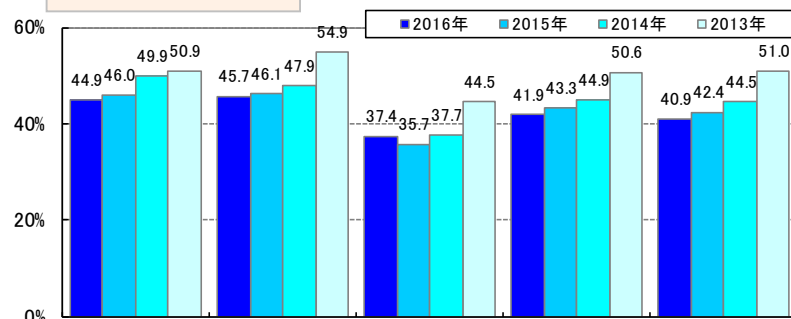
- インターネット上に投稿する時の心がけについて最も高いのは、「人の感情を害さない内容にする」(45.7%)である。次いで「正確な内容にする」(44.9%)、「責任が持てる内容にする」(41.9%)、「他人や企業に迷惑をかけない内容にする」(40.9%)と続く。
- 性別で見ると、女性は全体よりも「人の感情を害さない内容にする」が5.5ポイント、「人に非難されない内容にする」が5.8ポイント、「他人や企業に迷惑をかけない内容にする」が5.8ポイントとやや高い。
- 年代別で見ると、50代は全体よりも「人に非難されない内容にする」が12.4ポイント、「責任が持てる内容にする」が12.4ポイント、「他人や企業に迷惑をかけない内容にする」が11.7ポイント高い。60代は全体よりも「正確な内容にする」が16.9ポイント、「責任が持てる内容にする」が21ポイント、「他人や企業に迷惑をかけない内容にする」が12.5ポイント高い。70代以上は全ての項目で全体よりも10ポイント以上高い。

【Q6】 インターネット上へのコメントや写真、動画を投稿するとき、どの様なことを心がけていますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。(お答えはそれぞれ1つずつ)

n=インターネット上への投稿経験者(Q4)

※「SNSで、シェアやリツイート等の機能を使って拡散する」のみを選択した人(8人)は除く

※値は「あてはまる」

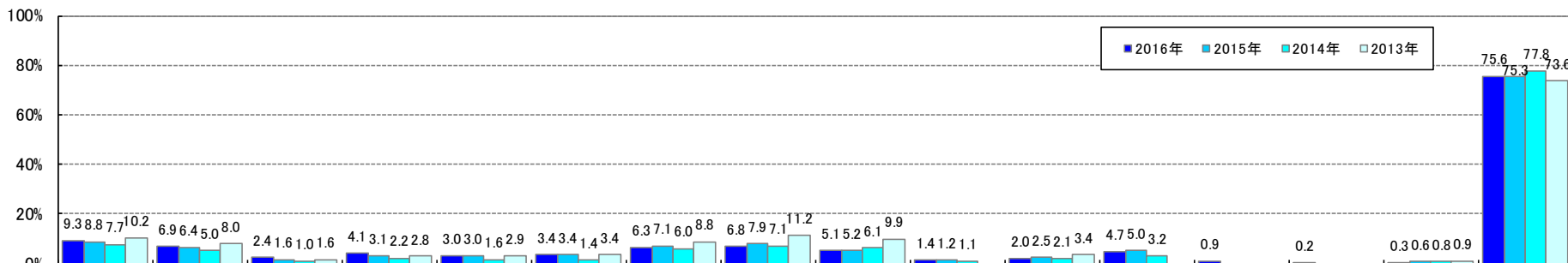


	全体	す	す	る	内	い
		正 確 な 内 容 に	さ な い 感 情 を に 害	な い 内 容 に さ す れ	責 任 が 持 て る	迷 惑 を か け な い
全体	1,823	44.9	45.7	37.4	41.9	40.9
性別						
男性	975	43.8	40.9	32.4	38.5	35.9
女性	848	46.2	51.2	43.2	45.8	46.7
年代別						
10代	131	35.9	41.2	39.7	32.1	32.1
20代	383	29.5	33.2	24.8	25.8	27.9
30代	403	41.2	44.2	36.5	36.7	36.7
40代	393	48.1	48.1	35.4	44.0	43.5
50代	247	54.7	55.1	49.8	54.3	52.6
60代	178	61.8	52.8	43.3	62.9	53.4
70代以上	88	67.0	62.5	55.7	62.5	60.2
時系列別						
2015年	2,000	46.0	46.1	35.7	43.3	42.4
2014年	1,924	49.9	47.9	37.7	44.9	44.5
2013年	2,576	50.9	54.9	44.5	50.6	51.0

4-2-4.悪意のある投稿の経験

- 悪意のある投稿の経験について最も高いのは、「あてはまるものはない」(75.6%)である。次いで「他人や企業の悪口」(9.3%)、「さげすんだり、けなしたりする内容」(6.9%)、「他人の発言を非難する内容」(6.8%)と続く。
- 年代別でみると「あてはまるものはない」の割合が全体よりも60代は14.8ポイント、70代以上は10.8ポイント高い。

【Q7】 次のような内容の投稿をしたことがありますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも) n=インターネット上への投稿経験者(Q4)
 ※「SNSで、シェアやリツイート等の機能を使って拡散する」のみを選択した人(8人)は除く



■ 全体+10%以上
 ■ 全体+5%以上
 ■ 全体-5%以下
 ■ 全体-10%以下 (属性n=30以上)

	全体	他人や企業の悪口	さげすんだり、けなしたりする内容	身体的特徴をあざむく内容	他人の人格を否定する内容	他人の不幸を願う内容	悪意をもった内容	下品な言葉を含む内容	他人の発言を非難する内容	含まれる内容や、噂が不確かなこと	自分がした迷惑行為	性的な描写やいかがわしい内容	他人の迷惑行為	嘘の情報・デマ	相手にしつこく付きまとうような内容	その他	あてはまるものはない
全体	1,823	9.3	6.9	2.4	4.1	3.0	3.4	6.3	6.8	5.1	1.4	2.0	4.7	0.9	0.2	0.3	75.6
性別																	
男性	975	11.1	7.9	2.9	5.2	3.3	3.8	7.7	8.5	6.9	1.3	2.8	5.1	1.1	0.3	0.2	72.2
女性	848	7.2	5.7	1.9	2.8	2.6	2.9	4.7	4.8	3.1	1.4	1.2	4.1	0.6	0.1	0.5	79.6
年代別																	
10代	131	8.4	8.4	1.5	6.9	3.8	1.5	11.5	5.3	3.1	1.5	3.1	4.6	0.8	-	-	71.0
20代	383	15.4	12.3	3.1	6.0	3.9	7.6	11.0	10.2	7.8	1.8	3.1	6.3	1.0	-	0.3	64.0
30代	403	9.9	8.4	3.7	4.2	3.7	3.2	5.5	5.7	6.0	1.5	2.7	4.0	0.5	0.2	0.5	71.7
40代	393	8.9	6.6	2.3	4.1	3.3	3.3	6.4	7.6	5.9	1.3	1.3	6.1	1.5	0.5	-	77.6
50代	247	5.7	1.6	1.6	3.6	1.6	2.0	3.2	5.7	2.0	1.6	1.6	3.6	0.8	0.4	0.8	85.0
60代	178	2.8	1.1	0.6	0.6	0.6	-	1.1	3.9	2.2	0.6	0.6	2.2	0.6	-	0.6	90.4
70代以上	88	5.7	1.1	1.1	-	1.1	-	1.1	4.5	3.4	-	-	2.3	-	-	-	86.4
時系列																	
2015年	2,000	8.8	6.4	1.6	3.1	3.0	3.4	7.1	7.9	5.2	1.2	2.5	5.0			0.6	75.3
2014年	1,924	7.7	5.0	1.0	2.2	1.6	1.4	6.0	7.1	6.1	1.1	2.1	3.2			0.8	77.8
2013年	2,576	10.2	8.0	1.6	2.8	2.9	3.4	8.8	11.2	9.9		3.4				0.9	73.6

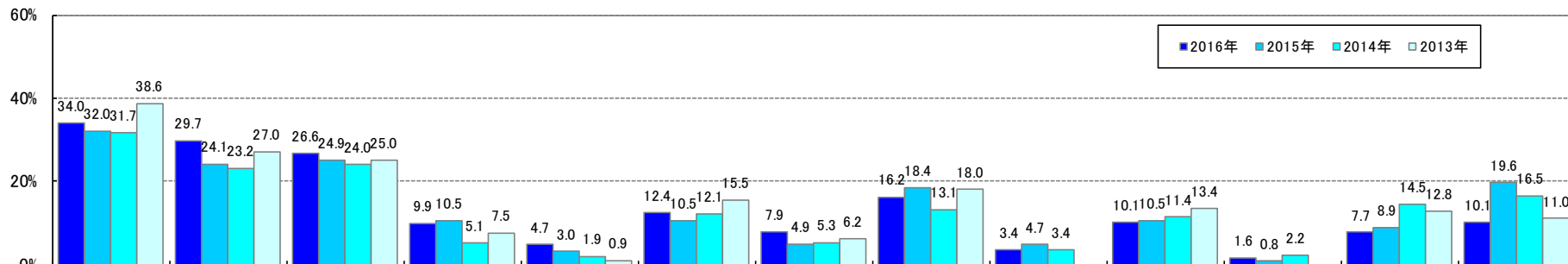
※「嘘の情報・デマ」及び「相手にしつこく付きまとうような内容」は今年度から追加した選択肢

4-2-5.悪意のある投稿をした理由

- 悪意のある投稿をした理由について最も高いのは、「人の意見に反論したかったから」(34.0%)である。次いで「人の意見を非難・批評するため」(29.7%)、「人の投稿やコメントを見て不快になったから」(26.6%)、「いろいろしたから」(16.2%)と続く。
- 性別でみると、男性は「人の意見を非難・批評するため」の割合が全体よりも6.1ポイントとやや高い。女性は「いろいろしたから」の割合が全体よりも5.8ポイントとやや高い。
- 年代別でみると、全体よりも10代は「人の投稿やコメントを見て不快になったから」が7.6ポイント、「いろいろしたから」が7.5ポイント、「好奇心や面白さから」が5.7ポイントとやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると「人の意見を非難・批評するため」の割合が5.6ポイント増加している。反対に「特にない/なんとなく」の割合が9.5ポイント減少している。

【Q8】 Q7でお答えになった内容の投稿をしたと思う理由は何ですか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=悪意のある投稿の経験者(Q7)



■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下 (属性n=30以上)

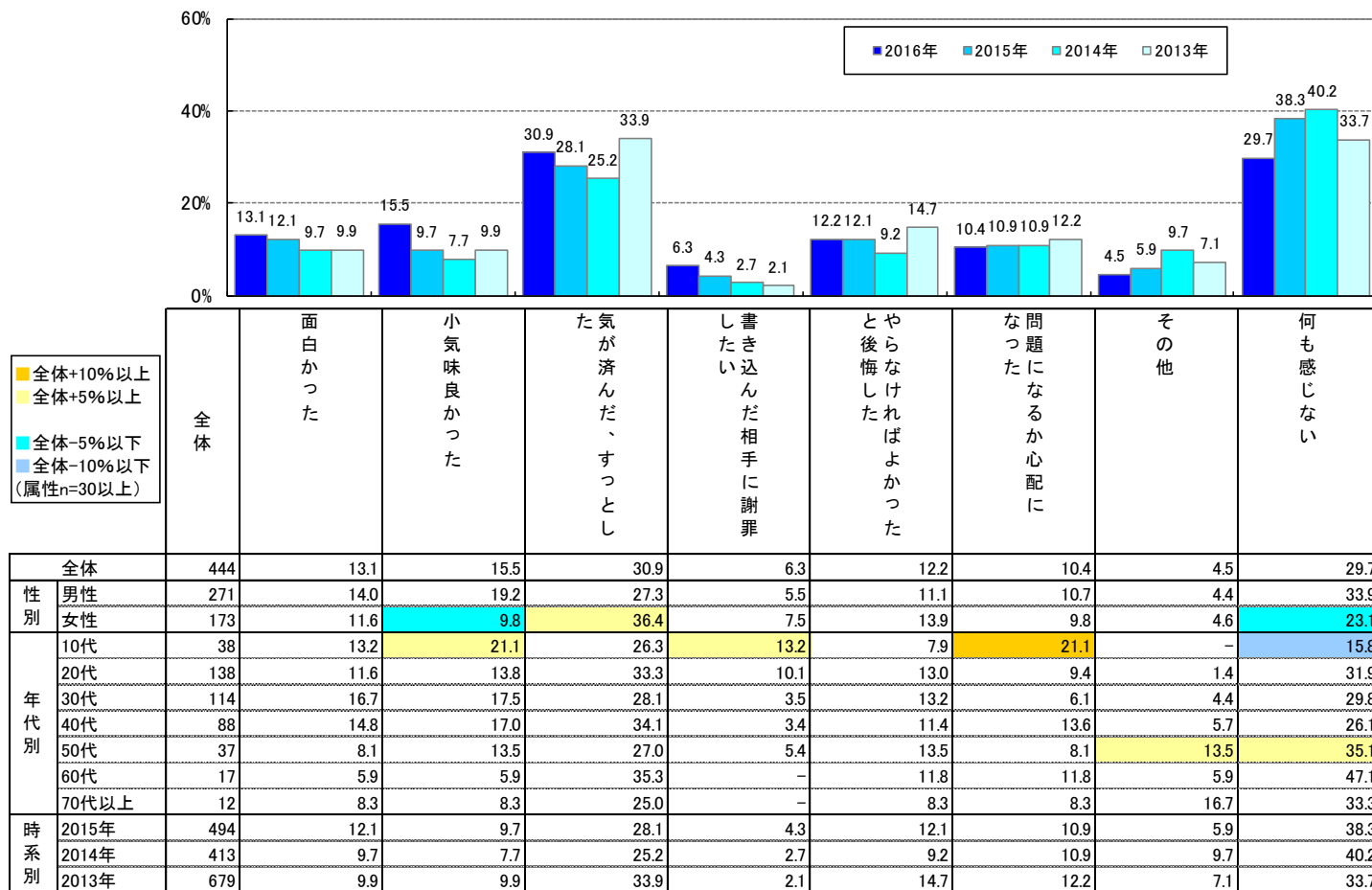
	全体	か つ た か ら	人 の 意 見 に 反 論 し た	す る た め	人 の 意 見 を 非 難 ・ 批 評	見 て 不 快 に な っ た か ら	人 の 投 稿 や コ メ ン ト を	相 手 に 仕 返 し す る た め	炎 上 さ せ た か つ た か ら	と 誰 か が や る べ き こ と だ と 思 っ た か ら	ら 皆 が よ く や っ て い る か	い ら い ら し た か ら	わ が ま ま に 投 稿 し た こ と が 自 分 か ら 投 稿 し た こ と が	好 奇 心 や 面 白 さ か ら	注 目 さ れ た か つ た か ら	そ の 他	特 に な い ／ な ん と な く
全体	444	34.0	29.7	26.6	9.9	4.7	12.4	7.9	16.2	3.4	10.1	1.6	7.7	10.1			
性別	男性	271	38.4	35.8	27.7	10.3	7.0	14.4	7.4	12.5	3.0	12.5	2.2	8.1	10.7		
	女性	173	27.2	20.2	24.9	9.2	1.2	9.2	8.7	22.0	4.0	6.4	0.6	6.9	9.2		
年代別	10代	38	28.9	31.6	34.2	7.9	2.6	10.5	2.6	23.7	-	15.8	-	10.5			
	20代	138	34.8	31.9	19.6	11.6	5.1	9.4	10.9	22.5	4.3	8.7	0.7	2.9	13.0		
	30代	114	30.7	28.1	26.3	7.9	7.0	9.6	7.9	13.2	3.5	12.3	0.9	8.8	9.6		
	40代	88	40.9	30.7	27.3	13.6	3.4	15.9	6.8	13.6	3.4	11.4	2.3	11.4	9.1		
	50代	37	27.0	29.7	29.7	8.1	2.7	21.6	8.1	8.1	2.7	5.4	5.4	16.2	8.1		
	60代	17	47.1	17.6	47.1	5.9	5.9	11.8	5.9	-	5.9	-	5.9	11.8	5.9		
	70代以上	12	25.0	25.0	41.7	-	-	25.0	-	16.7	-	8.3	-	16.7	-		
時系列	2015年	494	32.0	24.1	24.9	10.5	3.0	10.5	4.9	18.4	4.7	10.5	0.8	8.9	19.6		
	2014年	413	31.7	23.2	24.0	5.1	1.9	12.1	5.3	13.1	3.4	11.4	2.2	14.5	16.5		
	2013年	679	38.6	27.0	25.0	7.5	0.9	15.5	6.2	18.0	-	13.4	-	12.8	11.0		

4-2-6.悪意のある投稿後の感情

- 悪意のある投稿後の感情について最も高いのは、「気が済んだ、すっとした」(30.9%)である。次いで「何も感じない」(29.7%)、「小気味良かった」(15.5%)、「面白かった」(13.1%)と続く。
- 性別でみると、男性は「何も感じない」が最も高い。女性は「気が済んだ、すっとした」が全体より5.5ポイントとやや高い。
- 年代別でみると、50代は「何も感じない」が最も高い。
- 前年(2015年)と比較すると「小気味良かった」の割合が5.8ポイント増加している。反対に「何も感じない」の割合が8.6ポイント減少している。

【Q9】 Q7でお答えになった内容の投稿をした後に、どのような感情を覚えましたか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=悪意のある投稿の経験者(Q7)

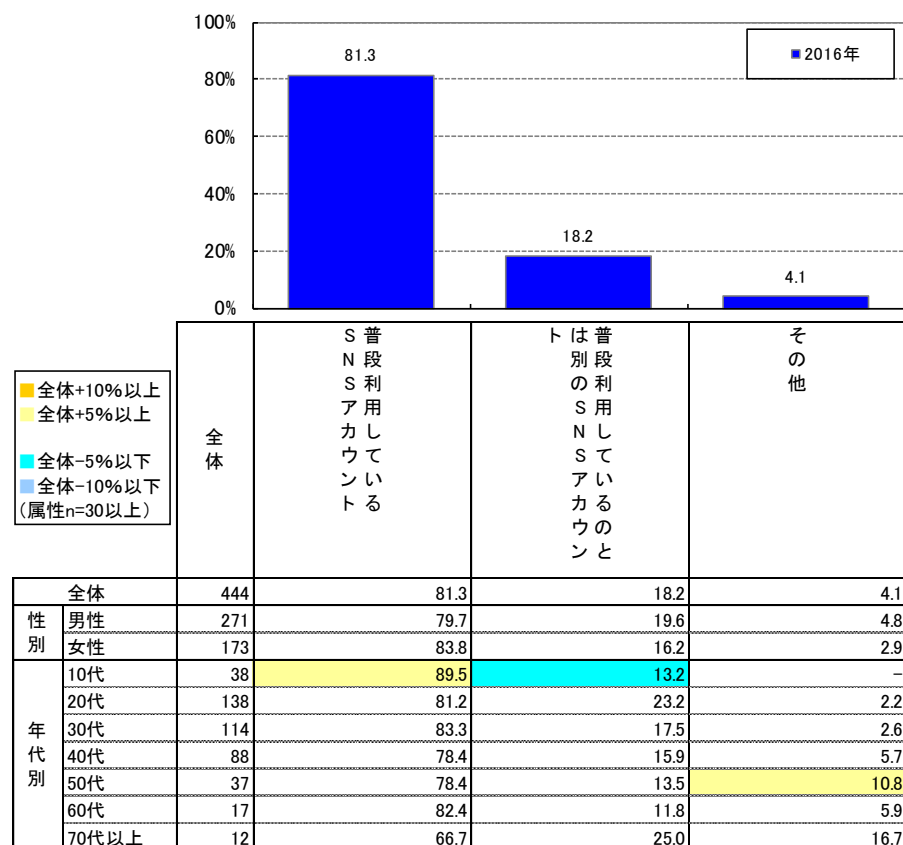


4-2-7.悪意のある投稿に用いたアカウント

- 悪意のある投稿に用いたアカウントについて最も高いのは、「普段利用しているSNSアカウント」(81.3%)である。次いで「普段利用しているとは別のSNSアカウント」(18.2%)と続く。
- 年代別でみると、10代は「普段利用しているSNSアカウント」の割合が全体よりも8.2ポイントとやや高い。

【Q10】 Q7でお答えになった内容の投稿には、どのようなアカウントを用いましたか。あてはまるものをすべて選択してください。（お答えはいくつでも）※アカウント…サービスにログインするための権利。利用者IDとパスワード。

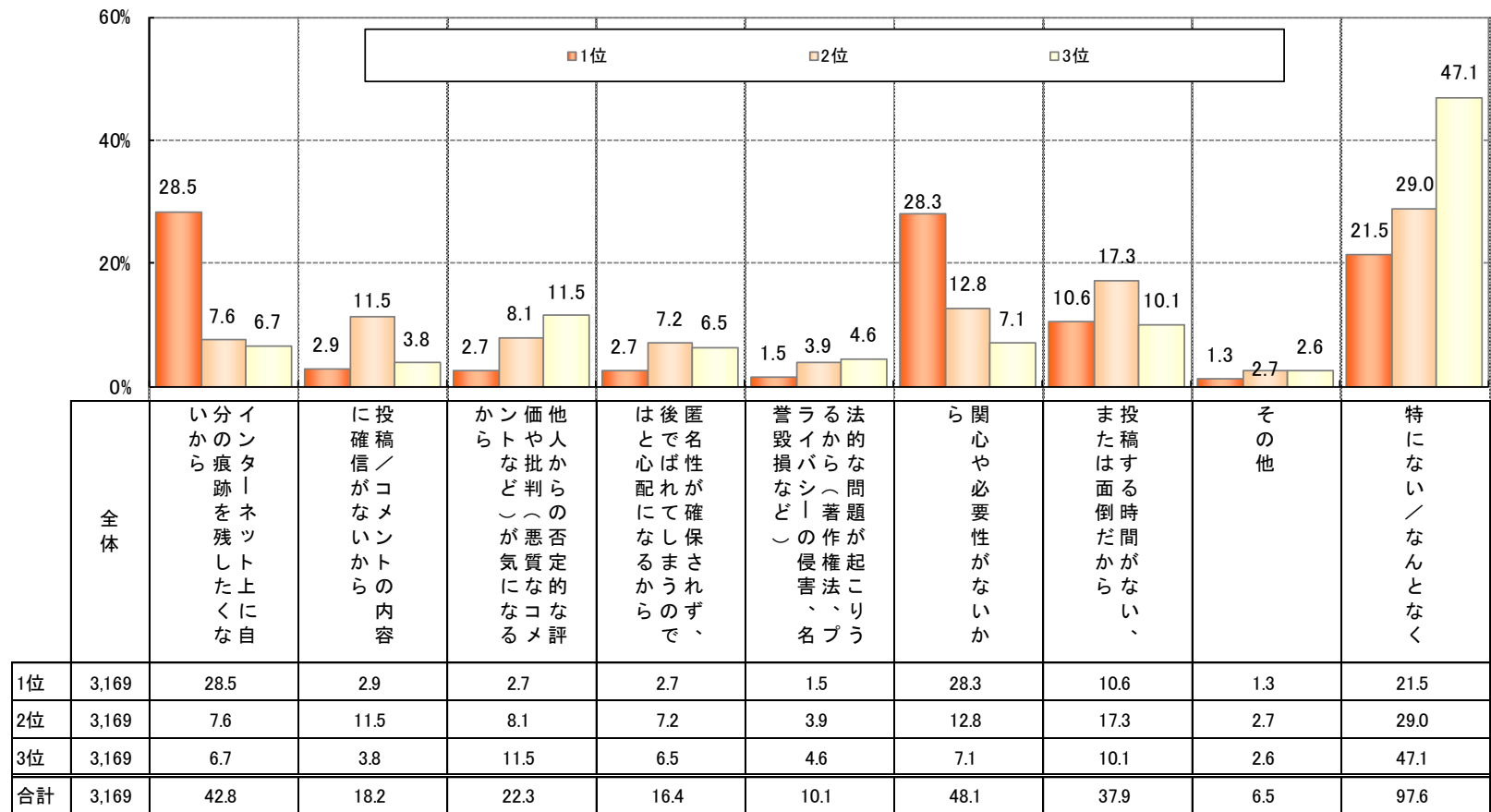
n=悪意のある投稿の経験者(Q7)



4-2-8.インターネット上に投稿しない主な理由

- インターネット上に投稿しない主な理由の1位の理由では「インターネット上に自分の痕跡を残したくないから」(28.5%)、「関心や必要性がないから」(28.3%)、「特にない／なんとなく」(21.5%)が上位の理由となっている。
- 合計割合は「特にない／なんとなく」(97.6%)が最も高い。次いで「関心や必要性がないから」(48.1%)、「インターネット上に自分の痕跡を残したくないから」(42.8%)と続く。

【Q11】 インターネット上に投稿をしない主な理由は何ですか。1位～3位まで、次の中から1つずつお選びください。(順位ごとに1つずつ) ※インターネット上とは、SNS (Facebook、mixi、Twitterなど)、ブログ、掲示板、動画サイトなどを指します。 n=インターネット上への投稿未経験者(Q4)

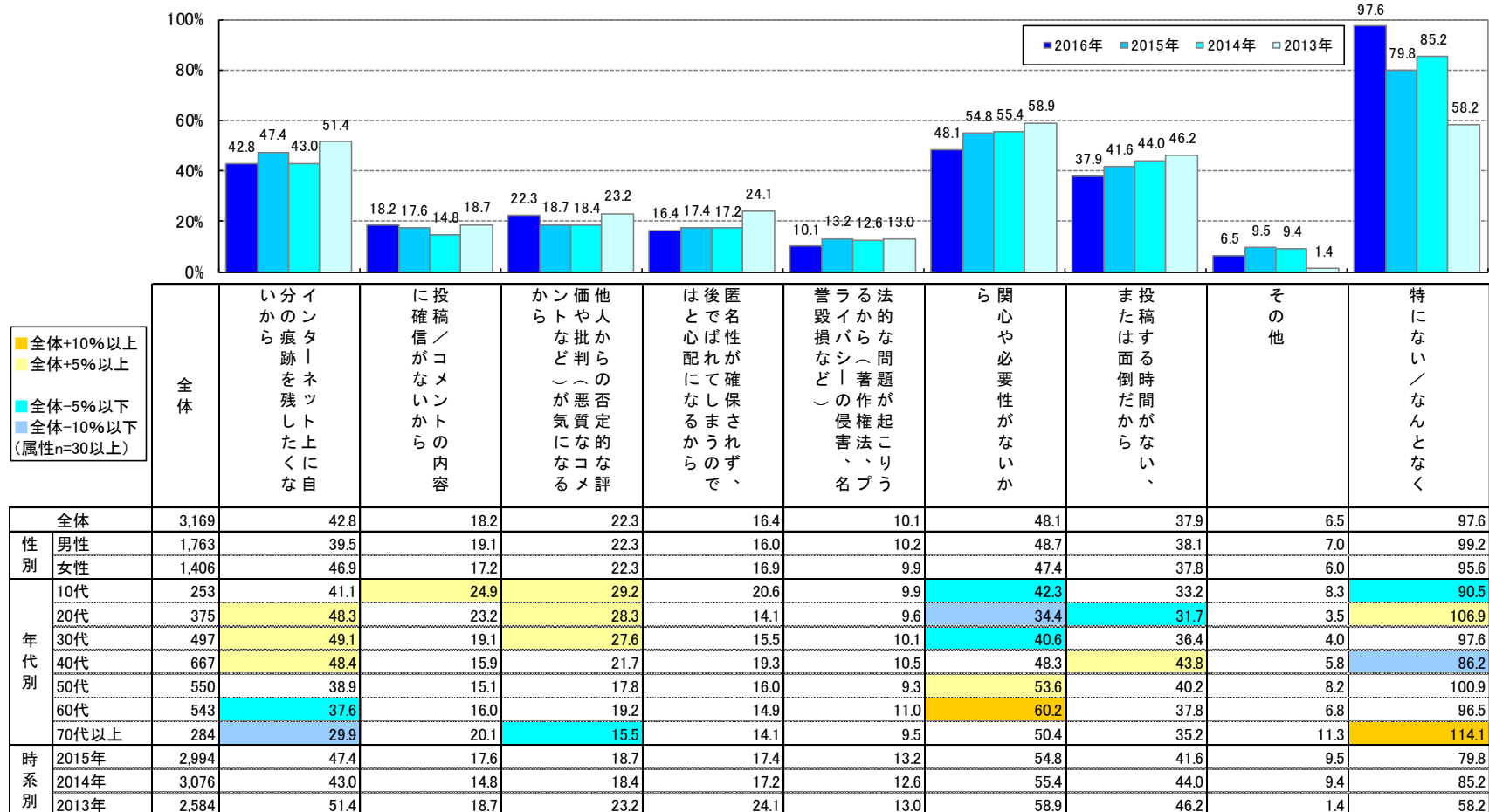


4-2-8.インターネット上に投稿しない主な理由【1～3位の合計】

- インターネット上に投稿しない主な理由【1～3位の合計】について最も高いのは、「特になし／なんとなく」(97.6%)である。次いで、「関心や必要性がないから」(48.1%)、「インターネット上に自分の痕跡を残したくないから」(42.8%)、「投稿する時間がない、または面倒だから」(37.9%)と続く。
- 前年(2015年)と比較すると「他人からの否定的な評価や批判(悪質なコメントなど)が気になるから」が3.6ポイントとやや増加している。「特になし／なんとなく」が17.8ポイント増加している。反対に「インターネット上に自分の痕跡を残したくないから」が4.6ポイント、「法的な問題が起こりうるから(著作権法、プライバシーの侵害、名誉毀損など)」が3.1ポイント、「投稿する時間がない、または面倒だから」が3.7ポイント、「その他」が3ポイントとやや減少している。「関心や必要性がないから」が6.7ポイント減少している。

【Q11】 インターネット上に投稿をしない主な理由は何ですか。1位～3位まで、次の中から1つずつお選びください。(順位ごとに1つずつ) ※インターネット上とは、SNS (Facebook、mixi、Twitterなど)、ブログ、掲示板、動画サイトなどを指します。

n=インターネット上への投稿未経験者(Q4)

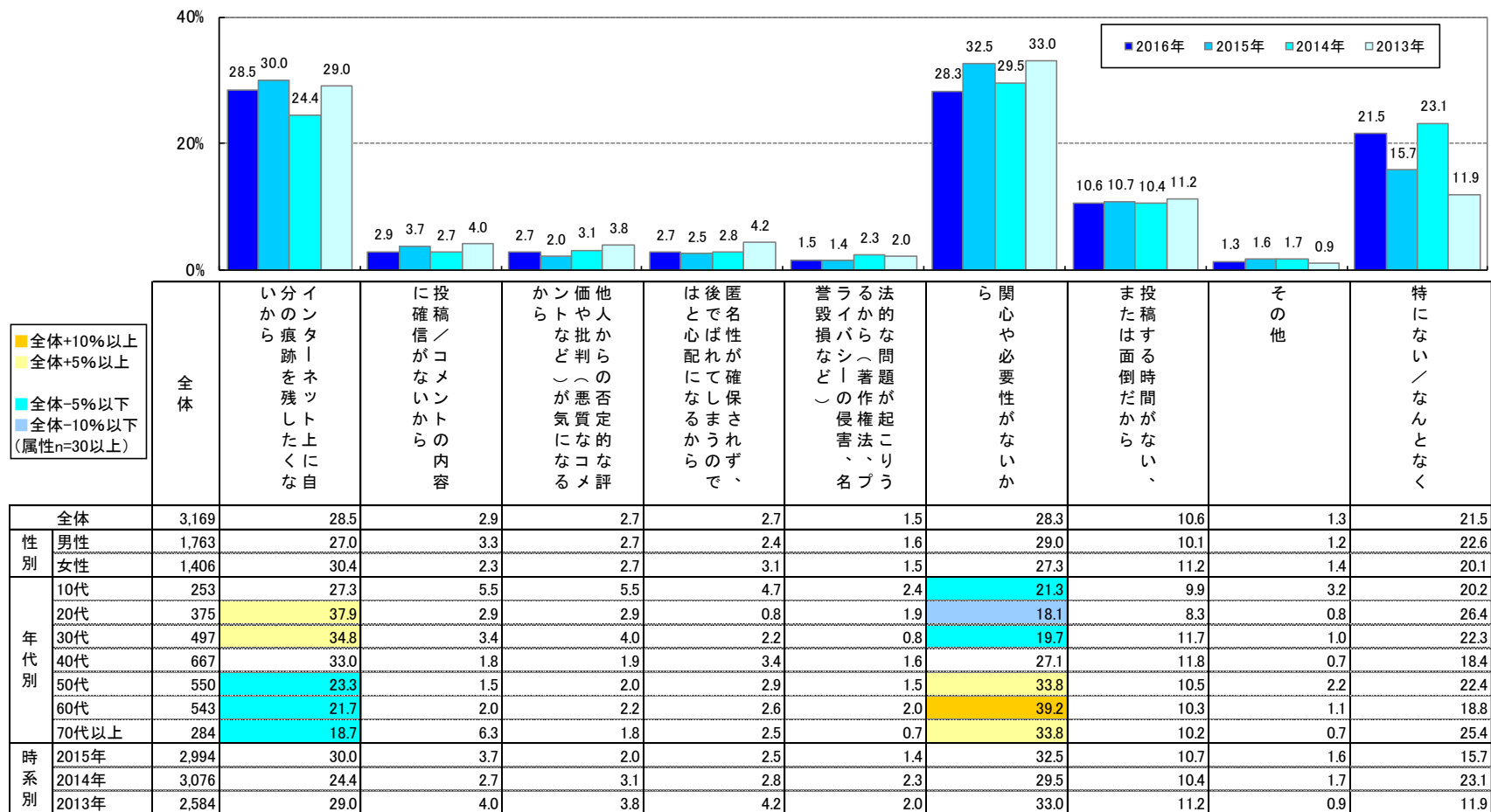


4-2-8.インターネット上に投稿しない主な理由【1位】

- インターネット上に投稿しない主な理由【1位】について最も高いのは、「インターネット上に自分の痕跡を残したくないから」(28.5%)である。次いで「関心や必要性がないから」(28.3%)、「特にない／なんとなく」(21.5%)、「投稿する時間がない、または面倒だから」(10.6%)と続く。
- 年代別でみると、50代、60代、70代以上は「関心や必要性がないから」が最も高い。
- 前年(2015年)と比較すると「特にない／なんとなく」の割合が5.8ポイント増加している。反対に「関心や必要性がないから」の割合が4.2ポイントとやや減少している。

【Q11S1】 [1位]インターネット上に投稿しない主な理由は何ですか。1位～3位まで、次の中から1つずつお選びください。(順位ごとに1つずつ) ※インターネット上とは、SNS (Facebook、mixi、Twitterなど)、ブログ、掲示板、動画サイトなどを指します。

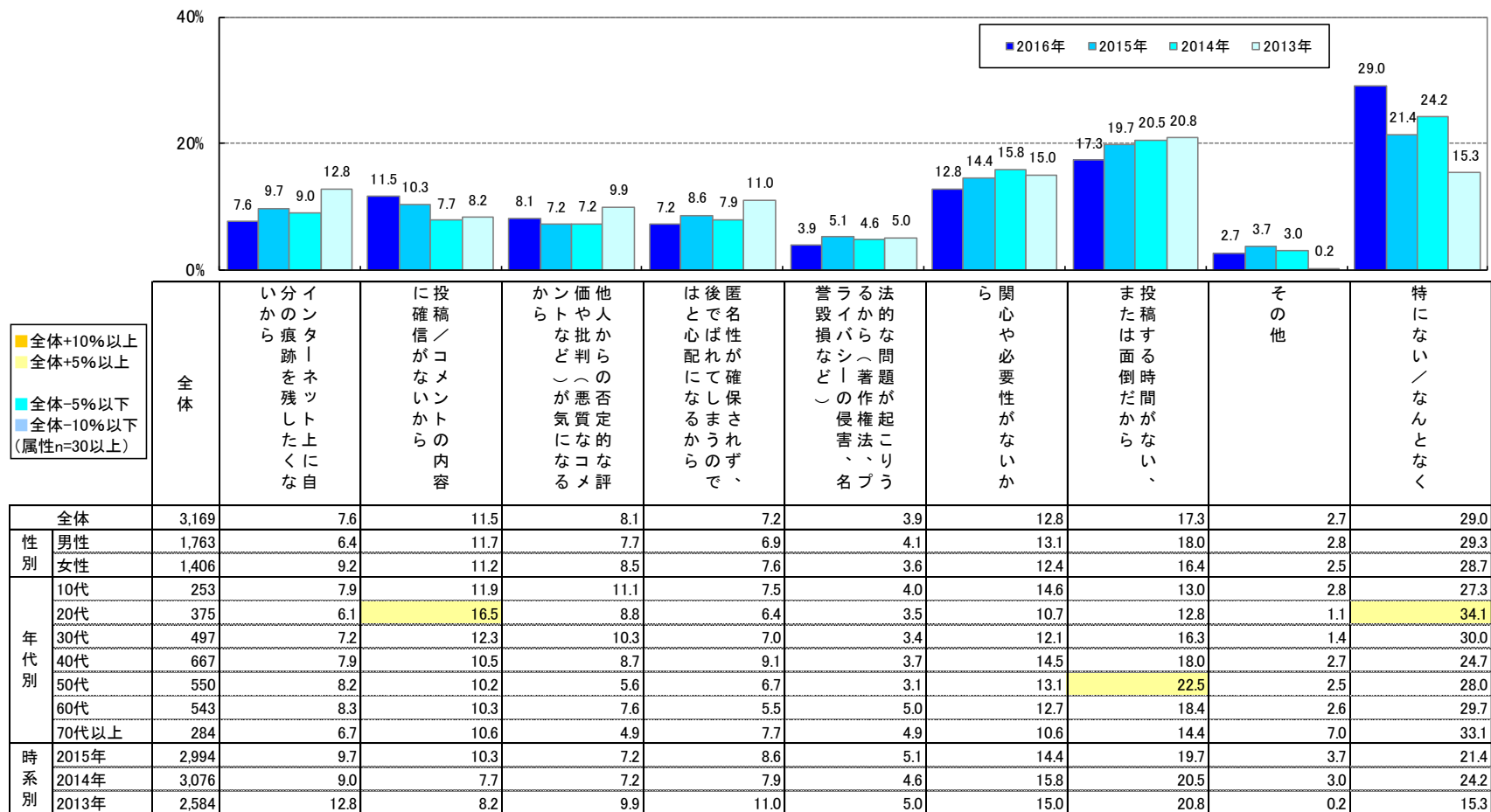
n=インターネット上への投稿未経験者(Q4)



4-2-8.インターネット上に投稿しない主な理由【2位】

- インターネット上に投稿しない主な理由【2位】について最も高いのは、「特にない／なんとなく」(29.0%)である。次いで「投稿する時間がない、または面倒だから」(17.3%)、「関心や必要性がないから」(12.8%)、「投稿／コメントの内容に確信がないから」(11.5%)と続く。
- 年代別でみると、50代は「投稿する時間がない、または面倒だから」の割合が全体よりも5.2ポイントとやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると「特にない／なんとなく」の割合が7.6ポイント増加している。

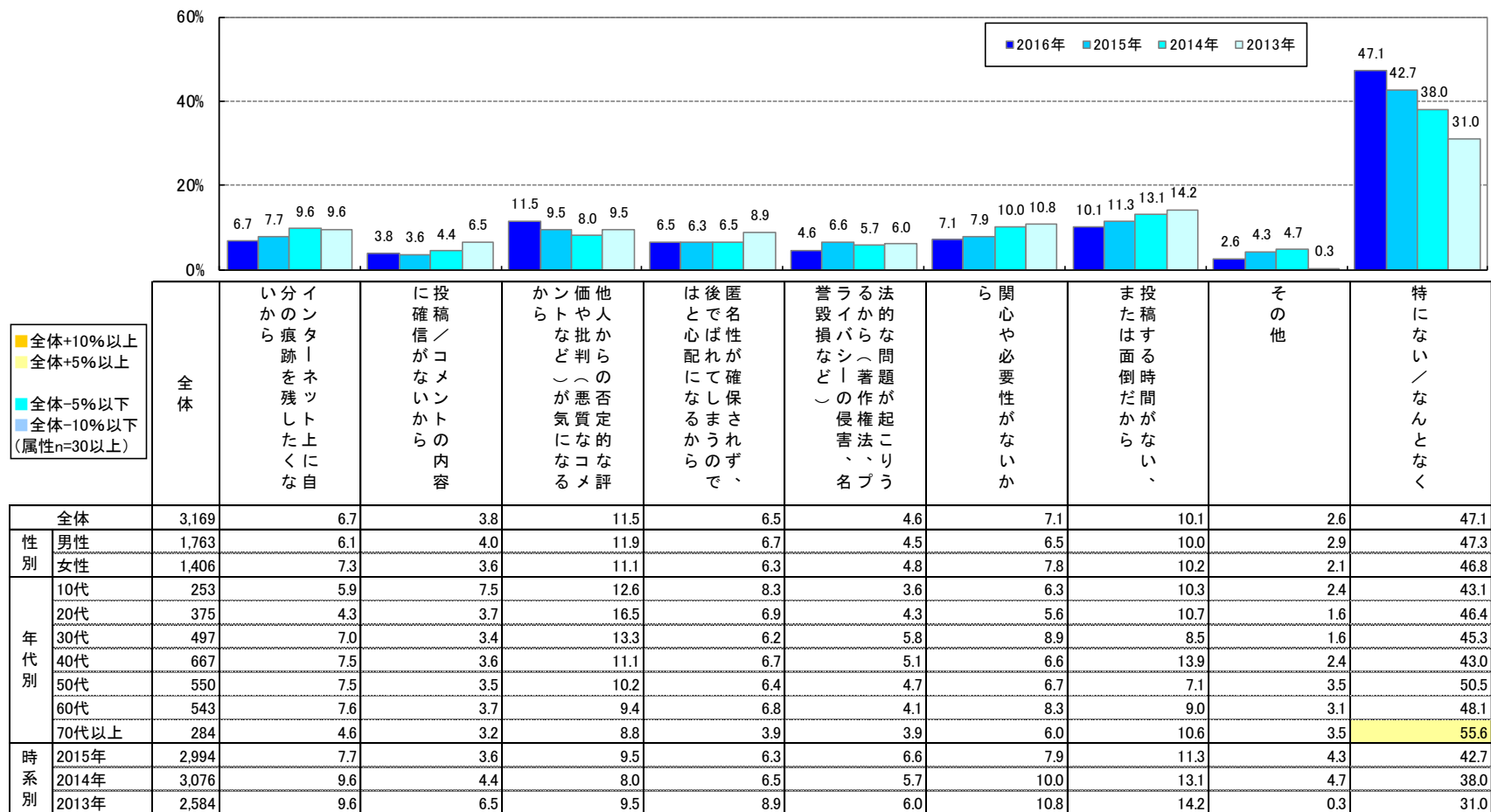
【Q11S2】 [2位]インターネット上に投稿をしない主な理由は何ですか。1位～3位まで、次の中から1つずつお選びください。(順位ごとに1つずつ) ※インターネット上とは、SNS (Facebook、mixi、Twitterなど)、ブログ、掲示板、動画サイトなどを指します。
n=インターネット上への投稿未経験者(Q4)



4-2-8.インターネット上に投稿しない主な理由【3位】

- インターネット上に投稿しない主な理由【3位】について最も高いのは、「特にない／なんとなく」(47.1%)である。次いで「他人からの否定的な評価や批判(悪質なコメントなど)が気になるから」(11.5%)、「投稿する時間がない、または面倒だから」(10.1%)、「関心や必要性がないから」(7.1%)と続く。
- 年代別でみると、70代以上は「特にない／なんとなく」の割合が全体よりも8.5ポイントとやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると「特にない／なんとなく」の割合が4.4ポイントとやや増加している。

【Q11S3】 [3位]インターネット上に投稿をしない主な理由は何ですか。1位～3位まで、次の中から1つずつお選びください。(順位ごとに1つずつ) ※インターネット上とは、SNS (Facebook、mixi、Twitterなど)、ブログ、掲示板、動画サイトなどを指します。
n=インターネット上への投稿未経験者(Q4)

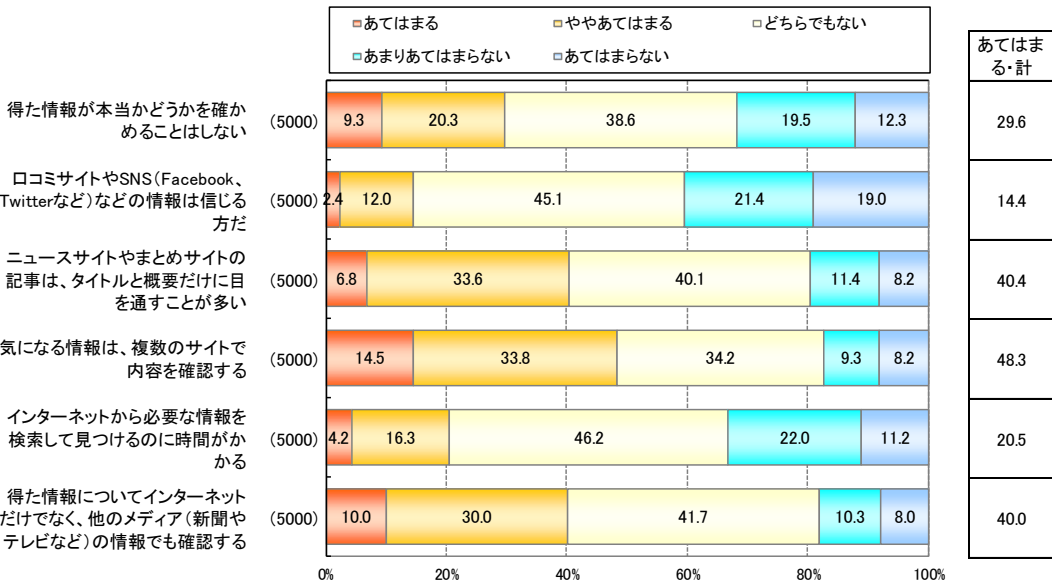
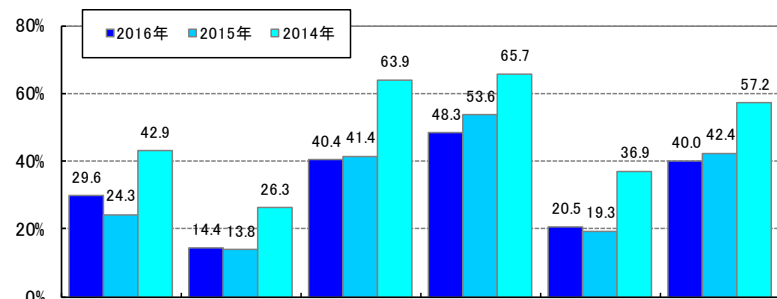


4-2-9.インターネットで得る情報について

- インターネットで得る情報について最も高いのは、「気になる情報は、複数のサイトで内容を確認する」(48.3%)である。次いで「ニュースサイトやまとめサイトの記事は、タイトルと概要だけに目を通すことが多い」(40.4%)、「得た情報についてインターネットだけでなく、他のメディア(新聞やテレビなど)の情報でも確認する」(40.0%)、「得た情報が本当かどうかを確かめることはしない」(29.6%)と続く。
- 年代別でみると、70代以上は「ニュースサイトやまとめサイトの記事は、タイトルと概要だけに目を通すことが多い」が最も高い。
- 前年(2015年)と比較すると「得た情報が本当かどうかを確かめることはしない」の割合が5.3ポイント増加している。反対に「気になる情報は、複数のサイトで内容を確認する」の割合が5.3ポイント減少している。

[Q12] インターネットで得る情報について伺います。以下のうち、あなたにあてはまるものを1つずつ選択してください。(お答えはそれぞれ1つずつ)

※値は「あてはまる」と「ややあてはまる」の合計値



		属性別					
		全体	男性	女性	10代	20代	30代
全体	得た情報が本当かどうかを確かめることはしない	29.6	27.6	32.1	31.2	23.3	25.4
	得た情報についてインターネットだけでなく、他のメディア(新聞やテレビなど)の情報でも確認する	14.4	11.9	17.4	22.1	18.8	18.8
	気になる情報は、複数のサイトで内容を確認する	40.4	38.1	43.1	33.8	30.3	36.3
	ニュースサイトやまとめサイトの記事は、タイトルと概要だけに目を通すことが多い	48.3	46.8	50.1	39.7	45.7	52.1
	インターネットから必要な情報を検索して見つけるのに時間がかかる	20.5	18.9	22.5	19.7	21.6	22.3
	得た情報についてインターネットだけでなく、他のメディア(新聞やテレビなど)の情報でも確認する	40.0	38.4	41.9	30.4	33.5	40.0
	その他						
性別	男性	27.6	27.6	32.1	31.2	23.3	25.4
	女性	32.1	32.1	17.4	22.1	18.8	18.8
	10代	31.2	31.2	17.4	33.8	30.3	36.3
	20代	33.8	33.8	43.1	39.7	45.7	52.1
	30代	40.1	40.1	50.1	39.7	45.7	52.1
	40代	11.4	11.4	22.5	19.7	21.6	22.3
	50代	8.2	8.2	41.9	30.4	33.5	40.0
年代別	10代	31.2	31.2	17.4	33.8	30.3	36.3
	20代	33.8	33.8	43.1	39.7	45.7	52.1
	30代	40.1	40.1	50.1	39.7	45.7	52.1
	40代	11.4	11.4	22.5	19.7	21.6	22.3
	50代	8.2	8.2	41.9	30.4	33.5	40.0
	60代	9.3	9.3	41.9	30.4	33.5	40.0
	70代以上	8.2	8.2	41.9	30.4	33.5	40.0
時系別	2015年	24.3	24.3	32.1	31.2	23.3	25.4
	2014年	42.9	42.9	17.4	22.1	18.8	18.8

4-3.個人情報について 4-3-1.個人情報のインターネット公開経験

- 個人情報のインターネット公開経験について、「Facebook」「LINE」は「名前（本名）」が最も高い。それ以外は全て「性別」が最も高い。
- SNS別でみると、殆どの項目で「Facebook」が最も高い。

【Q13】 ご自身の個人情報（氏名、生年月日）やプライベートな情報（学校または所属組織、学歴など）をインターネット上で一般（不特定多数）に公開や投稿をしたことがありますか。あてはまるものすべてを選択してください。（お答えはそれぞれいくつでも）※一般に公開したものがない場合は、「特にない」にご回答ください。

n=各サービス利用者(Q3)

・・・1位の情報

	全体	名前（本名）	メールアドレス	性別	生年月日	写真	府県	居住している都道	村居している市町	出身地	出身学校	学歴	所属組織（会社名、学校名など）	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	特にない	平均回答個数
Facebook	2,086	45.9	17.4	42.4	28.1	19.6	33.9	21.1	24.2	22.4	15.2	8.2	3.9	7.8	19.2	8.6	1.9	37.3	3.2	
mixi	1,370	11.5	9.5	30.1	15.4	8.3	21.7	8.1	10.1	6.6	4.0	1.7	0.8	3.6	20.2	9.2	1.8	48.7	1.6	
LINE	2,239	22.5	8.9	19.7	7.9	9.5	10.1	4.2	4.1	2.1	1.7	0.9	1.0	2.2	10.0	4.9	0.6	55.6	1.1	
Google+	1,185	12.3	11.2	16.0	7.4	3.4	9.0	4.4	4.1	2.2	1.9	0.9	1.4	1.5	8.8	4.2	0.8	65.4	0.9	
Twitter	1,864	9.7	9.5	23.7	10.1	7.7	16.6	5.7	5.3	2.8	3.2	1.6	1.1	2.4	19.2	9.4	2.0	53.8	1.3	
Instagram	773	9.8	7.8	16.6	7.0	10.5	9.8	3.1	3.5	2.3	1.7	1.0	1.6	1.8	13.5	7.0	1.2	57.3	1.0	

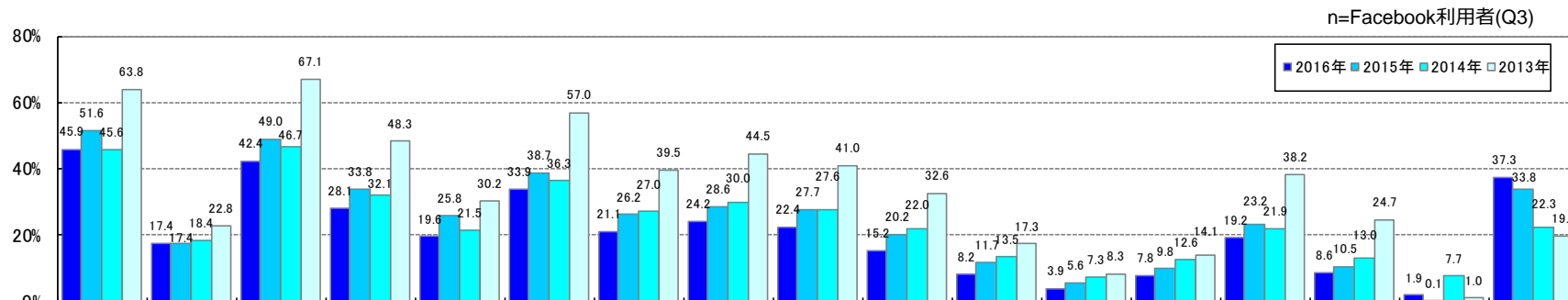
・・・1位のSNS

	全体	名前（本名）	メールアドレス	性別	生年月日	写真	府県	居住している都道	村居している市町	出身地	出身学校	学歴	所属組織（会社名、学校名など）	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	特にない	平均回答個数
Facebook	2,086	45.9	17.4	42.4	28.1	19.6	33.9	21.1	24.2	22.4	15.2	8.2	3.9	7.8	19.2	8.6	1.9	37.3	3.2	
mixi	1,370	11.5	9.5	30.1	15.4	8.3	21.7	8.1	10.1	6.6	4.0	1.7	0.8	3.6	20.2	9.2	1.8	48.7	1.6	
LINE	2,239	22.5	8.9	19.7	7.9	9.5	10.1	4.2	4.1	2.1	1.7	0.9	1.0	2.2	10.0	4.9	0.6	55.6	1.1	
Google+	1,185	12.3	11.2	16.0	7.4	3.4	9.0	4.4	4.1	2.2	1.9	0.9	1.4	1.5	8.8	4.2	0.8	65.4	0.9	
Twitter	1,864	9.7	9.5	23.7	10.1	7.7	16.6	5.7	5.3	2.8	3.2	1.6	1.1	2.4	19.2	9.4	2.0	53.8	1.3	
Instagram	773	9.8	7.8	16.6	7.0	10.5	9.8	3.1	3.5	2.3	1.7	1.0	1.6	1.8	13.5	7.0	1.2	57.3	1.0	

4-3-1.個人情報インターネット公開経験【Facebook】

- 個人情報のインターネット公開経験【Facebook】について最も高いのは、「名前（本名）」(45.9%)である。次いで「性別」(42.4%)、「特にない」(37.3%)、「居住している都道府県」(33.9%)と続く。
- 年代別でみると、10代は「特にない」が最も高い。全体と比較すると、「メールアドレス」の割合が60代は15.4ポイント、70代以上は22.7ポイント高い。
- 前年（2015年）と比較すると「特にない」の割合が3.5ポイントとやや増加している。反対に「居住している都道府県」が4.8ポイント、「出身地」が4.4ポイント、「所属組織（会社名、学校名など）」が3.5ポイント、「趣味・関心」が4ポイントとやや減少している。「名前（本名）」が5.7ポイント、「性別」が6.6ポイント、「生年月日」が5.7ポイント、「写真」が6.2ポイント、「居住している市町村」が5.1ポイント、「出身学校」が5.3ポイント、「学歴」が5ポイントと減少している。

【Q13S1】【Facebook】ご自身の個人情報（氏名、生年月日）やプライベートな情報（学校または所属組織、学歴など）をインターネット上で一般（不特定多数）に公開や投稿をしたことがありますか。あてはまるものをすべて選択してください。（お答えはそれぞれいくつでも）※一般に公開したものが無い場合は、「特にない」にご回答ください。

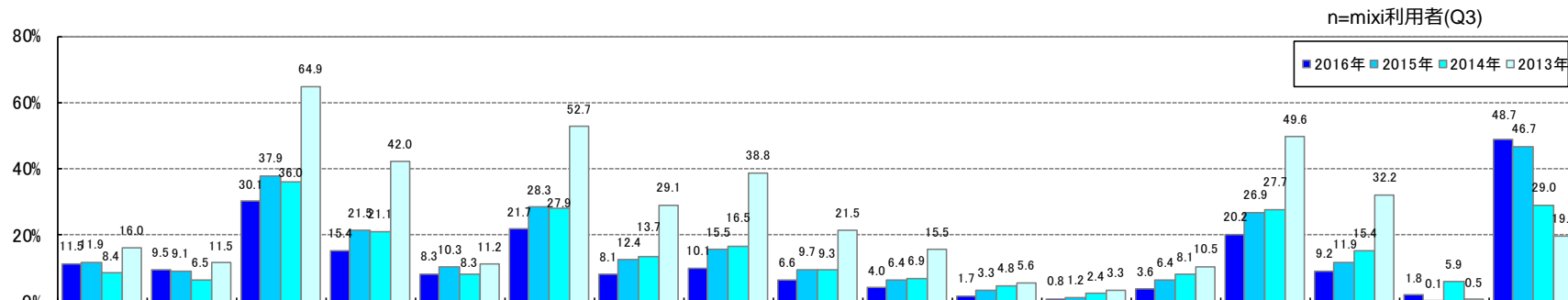


	全体	属性																	平均回答個数	
		名前（本名）	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織（会社名、学校名など）	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	特にない		
全体	2,086	45.9	17.4	42.4	28.1	19.6	33.9	21.1	24.2	22.4	15.2	8.2	3.9	7.8	19.2	8.6	1.9	37.3	3.2	
性別	男性	1,186	47.7	21.2	43.7	19.1	35.8	23.9	25.2	24.5	17.2	11.0	4.4	8.7	22.0	9.9	2.4	36.3	3.5	
	女性	900	43.6	12.4	40.8	26.9	20.1	31.6	17.4	22.8	12.6	4.6	3.3	6.7	15.6	6.9	1.1	38.6	2.9	
年代別	10代	123	29.3	16.3	25.2	13.8	14.6	22.0	13.0	17.1	12.2	7.3	8.1	0.8	6.5	13.0	8.9	1.6	48.0	2.1
	20代	389	45.2	10.0	38.8	28.8	21.6	26.7	15.2	20.8	18.0	12.9	7.5	3.3	8.0	17.7	6.4	0.3	36.5	2.8
	30代	441	46.9	10.2	41.3	29.0	20.4	30.8	20.0	24.7	22.2	15.4	5.4	3.9	7.5	18.4	8.6	1.4	34.7	3.1
	40代	437	45.3	14.6	44.2	27.0	21.5	37.3	24.0	27.7	24.3	16.0	8.0	5.9	10.3	20.1	11.4	3.9	38.7	3.4
	50代	292	44.5	18.2	41.8	25.3	17.1	34.9	21.2	24.7	26.0	16.1	12.3	5.1	8.2	21.6	8.2	2.1	37.7	3.3
	60代	262	54.2	32.8	53.8	35.9	18.7	45.4	27.5	27.1	25.6	19.1	9.9	3.1	4.2	20.2	8.0	1.9	32.1	3.9
	70代以上	142	48.6	40.1	45.8	31.0	16.2	40.1	27.5	20.4	25.4	16.2	7.7	1.4	7.7	21.8	7.7	1.4	43.0	3.6
時系列	2015年	1,960	51.6	17.4	49.0	33.8	25.8	38.7	26.2	28.6	27.7	20.2	11.7	5.6	9.8	23.2	10.5	0.1	33.8	3.8
	2014年	1,709	45.6	18.4	46.7	32.1	21.5	36.3	27.0	30.0	22.0	13.5	7.3	12.6	21.9	13.0	7.7	7.7	22.3	3.8
	2013年	1,594	63.8	22.8	67.1	48.3	30.2	57.0	39.5	44.5	41.0	32.6	17.3	8.3	14.1	38.2	24.7	1.0	19.8	

4-3-1.個人情報のインターネット公開経験【mixi】

- 個人情報のインターネット公開経験【mixi】について最も高いのは、「特にない」(48.7%)である。次いで「性別」(30.1%)、「居住している都道府県」(21.7%)、「趣味・関心」(20.2%)と続く。
- 年代別でみると、「メールアドレス」が全体よりも60代は11.6ポイント、70代以上は14.3ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると「居住している市町村」が4.3ポイント、「出身学校」が3.1ポイントとやや減少している。「性別」が7.8ポイント、「生年月日」が6.1ポイント、「居住している都道府県」が6.6ポイント、「出身地」が5.4ポイント、「趣味・関心」が6.7ポイントと減少している。

【Q13S2】 [mixi]ご自身の個人情報(氏名、生年月日)やプライベートな情報(学校または所属組織、学歴など)をインターネット上で一般(不特定多数)に公開や投稿をしたことがありますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも) ※一般に公開したものが無い場合は、「特にない」にご回答ください。



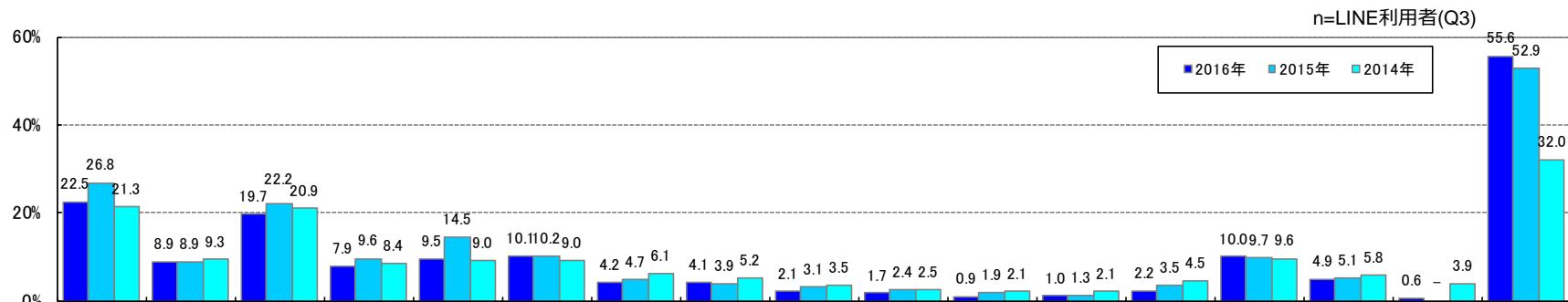
■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

	全体	名前(本名)	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織(会社名、学校名など)	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	特にない	平均回答個数	
全体	1,370	11.5	9.5	30.1	15.4	8.3	21.7	8.1	10.1	6.6	4.0	1.7	0.8	3.6	20.2	9.2	1.8	48.7	1.6	
性別	男性	699	10.9	12.4	27.2	15.0	7.6	20.3	9.2	10.2	6.9	4.6	2.3	1.0	3.6	20.6	10.3	2.4	51.6	1.6
	女性	671	12.1	6.4	33.1	15.8	9.1	23.1	7.0	10.1	6.3	3.4	1.0	0.6	3.6	19.8	8.0	1.2	45.6	1.6
年代別	10代	69	8.7	13.0	23.2	7.2	11.6	7.2	11.6	4.3	-	1.4	-	1.4	11.6	13.0	2.9	55.1	1.2	
	20代	326	9.8	8.3	28.2	17.8	10.7	19.0	5.5	8.9	6.1	4.6	-	4.3	19.3	8.3	0.3	48.2	1.5	
	30代	402	12.7	6.0	31.8	18.9	9.2	23.1	9.7	10.2	6.2	5.0	1.2	1.0	3.7	22.4	10.9	1.5	44.0	1.7
	40代	302	8.9	7.6	30.5	14.2	8.3	24.5	8.3	12.6	8.6	4.3	2.0	1.0	4.6	21.5	11.3	4.0	51.7	1.7
	50代	134	11.9	12.7	33.6	9.7	6.7	21.6	7.5	7.5	6.0	1.5	1.5	0.7	2.2	16.4	4.5	2.2	50.0	1.5
	60代	95	18.9	21.1	28.4	13.7	7.4	21.1	9.5	9.5	7.4	4.2	2.1	2.1	2.1	21.1	3.2	1.1	50.5	1.7
	70代以上	42	16.7	23.8	28.6	7.1	2.4	26.2	11.9	9.5	2.4	2.4	2.4	2.4	-	21.4	7.1	-	57.1	1.6
時系列	2015年	1,365	11.9	9.1	37.9	21.5	10.3	28.3	12.4	15.5	9.7	6.4	3.3	1.2	6.4	26.9	11.9	0.1	46.7	2.1
	2014年	1,211	8.4	6.5	36.0	21.1	8.3	27.9	13.7	16.5	9.3	6.9	4.8	2.4	8.1	27.7	15.4	5.9	29.0	2.2
	2013年	827	16.0	11.5	64.9	42.0	11.2	52.7	29.1	38.8	21.5	15.5	5.6	3.3	10.5	49.6	32.2	0.5	19.8	

4-3-1.個人情報のインターネット公開経験【LINE】

- 個人情報のインターネット公開経験【LINE】について最も高いのは、「特にない」(55.6%)である。次いで「名前(本名)」(22.5%)、「性別」(19.7%)、「居住している都道府県」(10.1%)と続く。
- 年代別でみると、全体よりも70代以上は「メールアドレス」が28.1ポイント、「居住している都道府県」が18.2ポイント、「性別」が19.4ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると「名前(本名)」の割合が4.3ポイントとやや減少している。「写真」の割合が5ポイント減少している。

【Q13S3】 [LINE]ご自身の個人情報(氏名、生年月日)やプライベートな情報(学校または所属組織、学歴など)をインターネット上で一般(不特定多数)に公開や投稿をしたことがありますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも) ※一般に公開したものがない場合は、「特にない」にご回答ください。



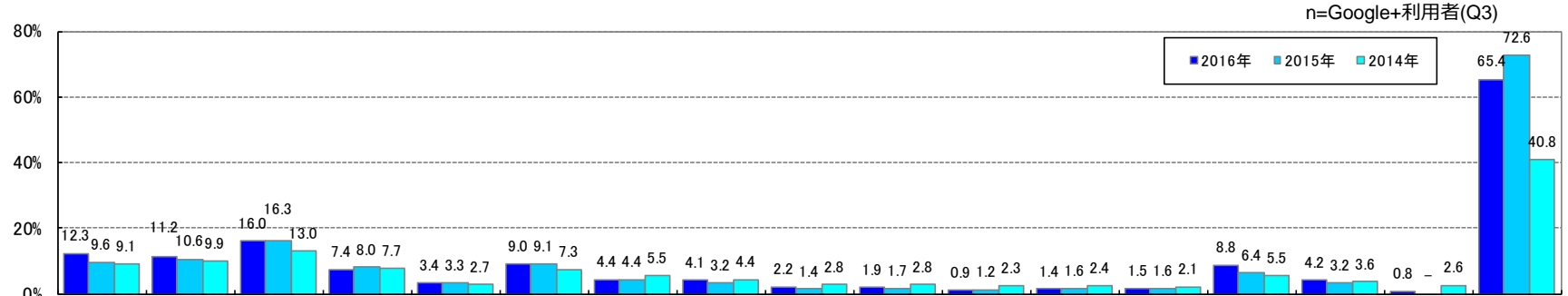
		全体	名前(本名)	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織(会社名、学)	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	特にない	平均回答個数
全体		2,239	22.5	8.9	19.7	7.9	9.5	10.1	4.2	4.1	2.1	1.7	0.9	1.0	2.2	10.0	4.9	0.6	55.6	1.1
性別	男性	1,083	24.3	10.7	20.0	8.6	8.2	10.7	4.8	4.0	2.1	1.8	1.2	1.4	2.7	10.2	5.4	1.1	54.6	1.2
	女性	1,156	20.8	7.2	19.4	7.3	10.6	9.5	3.5	4.2	2.1	1.6	0.7	0.7	1.7	9.8	4.4	0.2	56.6	1.0
年代別	10代	250	20.4	11.6	21.6	8.8	12.8	10.4	5.2	6.4	4.8	2.0	2.8	2.0	3.2	14.8	10.4	0.8	51.6	1.4
	20代	518	24.5	5.6	20.3	10.0	12.0	10.2	2.7	4.1	1.7	1.7	0.6	1.0	2.5	11.8	5.0	-	51.0	1.1
	30代	515	23.3	5.8	18.8	6.8	9.5	8.3	3.3	3.3	1.9	1.7	0.4	0.6	1.9	10.3	4.5	1.0	52.0	1.0
	40代	435	20.0	6.0	17.9	6.0	9.2	8.3	2.3	3.9	2.1	0.9	0.7	1.1	2.1	7.8	4.6	1.1	61.4	0.9
	50代	297	16.5	10.8	15.2	5.7	3.7	8.1	4.0	2.7	1.0	1.0	0.7	1.0	1.7	4.4	2.4	-	67.0	0.8
	60代	178	29.8	20.2	24.7	9.6	8.4	17.4	11.2	5.1	1.1	3.4	1.7	0.6	-	11.8	3.4	0.6	53.9	1.5
	70代以上	46	34.8	37.0	39.1	17.4	6.5	28.3	15.2	6.5	4.3	4.3	2.2	2.2	8.7	10.9	4.3	2.2	47.8	2.2
時系列	2015年	1,984	26.8	8.9	22.2	9.6	14.5	10.2	4.7	3.9	3.1	2.4	1.9	1.3	3.5	9.7	5.1	-	52.9	1.3
	2014年	1,339	21.3	9.3	20.9	8.4	9.0	9.0	6.1	5.2	3.5	2.5	2.1	2.1	4.5	9.6	5.8	3.9	32.0	1.2

■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

4-3-1.個人情報のインターネット公開経験【Google+】

- 個人情報のインターネット公開経験【Google+】で最も高いのは、「特にない」(65.4%)である。次いで「性別」(16.0%)、「名前(本名)」(12.3%)、「メールアドレス」(11.2%)と続く。
- 年代別でみると、70代以上は「メールアドレス」割合が全体よりも15.1ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると「特にない」の割合が7.2ポイント減少している。

【Q13S4】【Google+】ご自身の個人情報(氏名、生年月日)やプライベートな情報(学校または所属組織、学歴など)をインターネット上で一般(不特定多数)に公開や投稿をしたことがありますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも) ※一般に公開したものがない場合は、「特にない」にご回答ください。



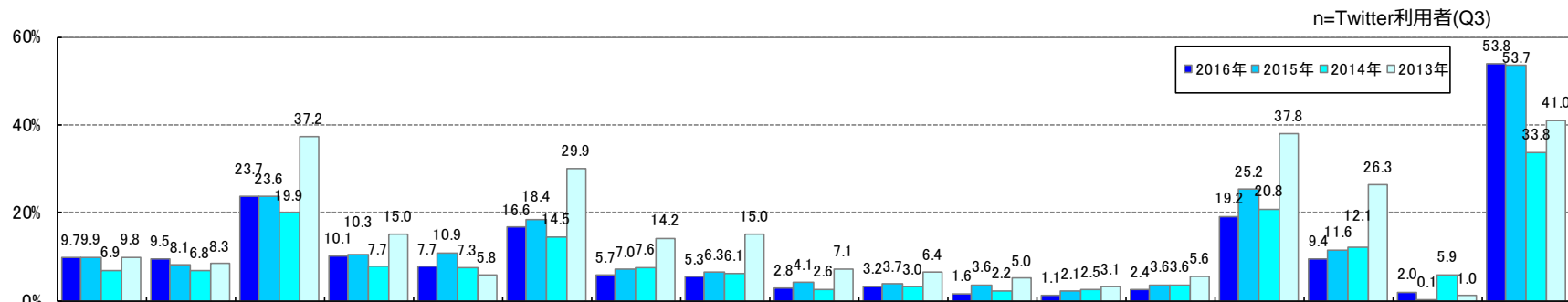
		全体	名前(本名)	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織(会社名、学)	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	特にない	平均回答个数
全体		1,185	12.3	11.2	16.0	7.4	3.4	9.0	4.4	4.1	2.2	1.9	0.9	1.4	1.5	8.8	4.2	0.8	65.4	0.9
性別	男性	673	14.1	14.0	17.8	8.8	3.3	10.7	5.5	5.1	2.8	2.2	1.2	1.6	2.1	10.1	5.2	1.3	63.3	1.1
	女性	512	10.0	7.6	13.7	5.7	3.5	6.8	2.9	2.7	1.4	1.6	0.6	1.2	0.8	7.0	2.9	0.2	68.2	0.7
年代別	10代	110	9.1	10.0	14.5	4.5	0.9	7.3	2.7	7.3	3.6	1.8	0.9	1.8	1.8	11.8	10.0	2.7	67.3	0.9
	20代	218	9.2	6.9	12.4	10.1	4.1	6.9	2.8	2.3	1.4	0.5	0.5	1.4	-	9.2	2.3	-	62.4	0.7
	30代	221	14.0	6.8	16.3	5.9	4.5	6.3	3.6	2.7	1.8	2.3	0.5	0.5	2.3	8.6	5.0	0.9	62.0	0.8
	40代	249	10.8	8.4	15.7	5.6	3.6	7.6	5.2	5.2	3.2	2.0	1.2	1.6	2.8	9.6	5.2	1.6	67.9	0.9
	50代	161	11.2	11.8	14.9	5.6	3.1	9.9	3.7	5.0	2.5	2.5	2.5	1.9	1.9	5.0	3.1	-	68.9	0.8
	60代	150	20.0	21.3	20.7	11.3	3.3	16.7	7.3	4.7	2.0	4.0	0.7	2.7	0.7	9.3	2.7	0.7	64.0	1.3
	70代以上	76	13.2	26.3	22.4	10.5	1.3	13.2	6.6	1.3	-	-	-	-	-	7.9	1.3	-	68.4	1.0
時系列別	2015年	1,206	9.6	10.6	16.3	8.0	3.3	9.1	4.4	3.2	1.4	1.7	1.2	1.6	1.6	6.4	3.2	-	72.6	0.8
	2014年	1,266	9.1	9.9	13.0	7.7	2.7	7.3	5.5	4.4	2.8	2.8	2.3	2.4	2.1	5.5	3.6	2.6	40.8	0.8

■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下(属性n=30以上)

4-3-1.個人情報インターネット公開経験【Twitter】

- 個人情報のインターネット公開経験【Twitter】について最も高いのは、「特にない」(53.8%)である。次いで「性別」(23.7%)、「趣味・関心」(19.2%)、「居住している都道府県」(16.6%)と続く。
- 年代別でみると、「メールアドレス」が全体よりも60代は16.2ポイント、70代以上は29.5ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると「写真」の割合が3.2ポイントとやや減少している。「趣味・関心」の割合が6ポイント減少している。

【Q13S5】[Twitter]ご自身の個人情報(氏名、生年月日)やプライベートな情報(学校または所属組織、学歴など)をインターネット上で一般(不特定多数)に公開や投稿をしたことがありますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも) ※一般に公開したものがない場合は、「特にない」にご回答ください。



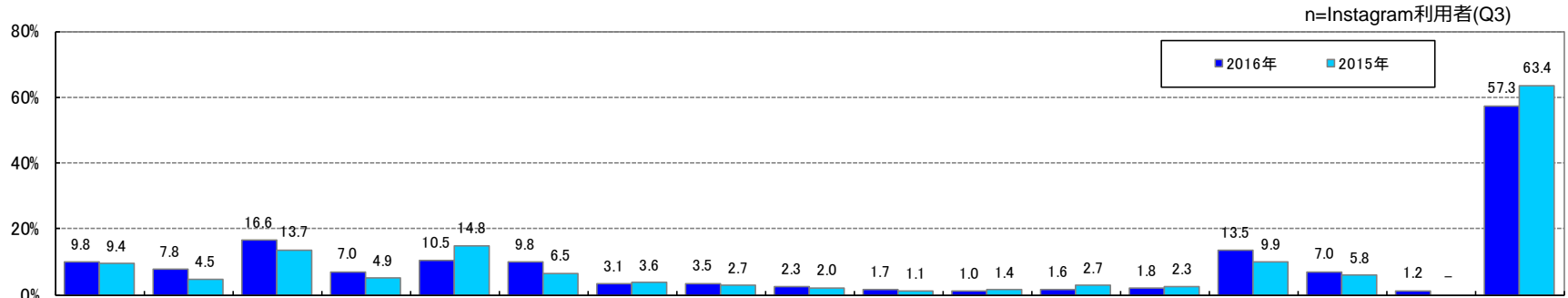
		全体	名前(本名)	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織(会社名、学)	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	特にない	平均回答個数
全体		1,864	9.7	9.5	23.7	10.1	7.7	16.6	5.7	5.3	2.8	3.2	1.6	1.1	2.4	19.2	9.4	2.0	53.8	1.3
性別	男性	1,020	11.0	12.5	24.1	9.5	7.0	17.3	7.5	6.1	3.4	4.0	2.0	1.2	2.6	18.1	9.5	2.8	54.8	1.4
	女性	844	8.2	6.0	23.2	10.9	8.5	15.8	3.4	4.4	2.0	2.1	1.1	1.1	2.0	20.4	9.4	0.9	52.6	1.2
年代別	10代	144	10.4	11.8	25.0	12.5	11.1	17.4	11.1	9.7	9.0	5.6	4.2	2.1	3.5	21.5	17.4	2.8	52.1	1.8
	20代	462	8.2	4.1	22.9	12.6	11.7	16.0	3.9	6.3	3.2	4.1	1.9	1.9	3.9	24.0	11.9	0.9	48.7	1.4
	30代	399	6.5	4.0	22.1	7.5	6.8	15.5	3.8	3.3	0.8	1.8	-	0.3	1.5	25.1	11.5	2.3	51.4	1.1
	40代	392	6.4	6.9	22.7	8.2	5.6	16.3	4.8	5.6	3.1	2.8	1.3	1.5	2.6	16.8	8.9	4.1	59.9	1.2
	50代	210	11.0	10.5	22.4	7.1	4.3	14.3	5.2	3.8	1.9	1.0	1.9	0.5	1.4	10.5	4.3	1.0	60.0	1.0
	60代	175	19.4	25.7	29.7	13.7	5.1	20.0	8.6	5.1	1.7	3.4	2.3	0.6	1.1	10.3	1.7	0.6	53.1	1.5
	70代以上	82	24.4	39.0	29.3	14.6	7.3	23.2	14.6	4.9	2.4	7.3	1.2	-	-	11.0	3.7	1.2	53.7	1.8
時系列	2015年	1,792	9.9	8.1	23.6	10.3	10.9	18.4	7.0	6.3	4.1	3.7	3.6	2.1	3.6	25.2	11.6	0.1	53.7	1.5
	2014年	1,589	6.9	6.8	19.9	7.7	7.3	14.5	7.6	6.1	2.6	3.0	2.2	2.5	3.6	20.8	12.1	5.9	33.8	1.3
	2013年	1,530	9.8	8.3	37.2	15.0	5.8	29.9	14.2	15.0	7.1	6.4	5.0	3.1	5.6	37.8	26.3	1.0	41.0	

■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

4-3-1.個人情報のインターネット公開経験【Instagram】

- 個人情報のインターネット公開経験【Instagram】について最も高いのは、「特にない」(57.3%)である。次いで「性別」(16.6%)、「趣味・関心」(13.5%)、「写真」(10.5%)と続く。
- 年代別でみると、60代は「メールアドレス」の割合が15.5ポイント全体よりも高い。
- 前年(2015年)と比較すると「メールアドレス」「居住している都道府県」が共に3.3ポイント、「趣味・関心」が3.6ポイントとやや増加している。反対に「写真」が4.3ポイントとやや減少している。「特にない」の割合が6.1ポイント減少している。

【Q13S6】[Instagram]ご自身の個人情報(氏名、生年月日)やプライベートな情報(学校または所属組織、学歴など)をインターネット上で一般(不特定多数)に公開や投稿をしたことがありますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも) ※一般に公開したものがない場合は、「特にない」にご回答ください。



		全体	名前(本名)	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織(会社名、学)	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	特にない	平均回答個数
全体		773	9.8	7.8	16.6	7.0	10.5	9.8	3.1	3.5	2.3	1.7	1.0	1.6	1.8	13.5	7.0	1.2	57.3	1.0
性別	男性	341	10.6	11.1	17.3	7.9	6.7	10.9	4.7	4.7	2.9	2.3	1.5	0.6	2.1	13.2	7.0	2.1	55.4	1.1
	女性	432	9.3	5.1	16.0	6.3	13.4	9.0	1.9	2.5	1.9	1.2	0.7	2.3	1.6	13.7	6.9	0.5	58.8	0.9
年代別	10代	72	9.7	12.5	15.3	4.2	6.9	12.5	4.2	9.7	4.2	1.4	2.8	-	-	12.5	12.5	2.8	59.7	1.1
	20代	206	12.6	5.8	20.9	12.1	16.5	11.7	4.4	3.9	2.4	1.0	0.5	3.4	3.4	16.0	8.3	1.0	48.1	1.2
	30代	202	8.4	3.5	14.4	5.4	10.4	6.9	1.0	1.0	1.5	2.0	1.0	1.5	2.5	15.3	8.9	1.0	55.0	0.8
	40代	163	6.7	6.7	14.7	5.5	8.6	8.0	2.5	3.7	3.1	3.1	1.8	0.6	1.2	11.0	4.3	1.2	67.5	0.8
	50代	70	8.6	12.9	10.0	2.9	2.9	10.0	4.3	2.9	1.4	-	-	-	-	7.1	2.9	-	67.1	0.7
	60代	43	18.6	23.3	27.9	9.3	9.3	16.3	7.0	4.7	2.3	2.3	-	2.3	-	18.6	2.3	-	46.5	1.4
70代以上	17	5.9	11.8	11.8	-	5.9	11.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5.9	76.5	0.5
時系列	2015年	554	9.4	4.5	13.7	4.9	14.8	6.5	3.6	2.7	2.0	1.1	1.4	2.7	2.3	9.9	5.8	-	63.4	0.9

■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

4-3-2.止むを得ず公開や投稿している情報

- 止むを得ず公開や投稿している情報については、「Twitter」は「メールアドレス」が最も高い。それ以外は全て「名前（本名）」が最も高い。
- SNS別でみると、ほとんど全ての項目で「Facebook」が最も高い。

【Q13SQ2】 公開や投稿に際して、「本当は公開したくない」が止むを得ず公開や投稿している情報を教えてください。

n=個人情報のインターネット公開経験者(Q13)

・・・1位の情報

	全体	名前（本名）	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織（会社名、学 校名など）	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	止むを得ず公開 していないや 投稿	平均回答 個数
Facebook	1,308	37.6	10.2	13.9	10.9	6.3	11.9	7.3	6.7	7.3	4.1	1.9	1.0	1.8	3.5	1.7	0.5	48.5	1.3
mixi	703	9.1	7.5	8.5	5.4	1.7	5.7	2.0	2.0	2.1	1.0	0.1	-	0.6	3.8	1.1	0.6	69.0	0.5
LINE	994	18.7	7.8	7.4	3.3	2.4	3.0	1.4	1.1	0.9	0.2	0.3	0.4	0.5	2.6	1.0	0.1	64.8	0.5
Google+	410	15.4	14.1	11.2	6.1	2.0	9.0	4.4	2.9	1.0	1.5	0.2	1.7	0.5	4.1	1.5	-	56.1	0.8
Twitter	861	7.7	8.6	8.4	4.4	2.2	5.9	2.8	1.7	1.0	0.9	0.3	0.2	0.3	3.5	1.5	0.3	72.4	0.5
Instagram	330	10.9	7.9	5.8	3.6	2.7	6.4	3.0	1.2	2.4	0.9	0.6	0.3	-	4.8	1.5	0.3	66.7	0.5

・・・1位のSNS

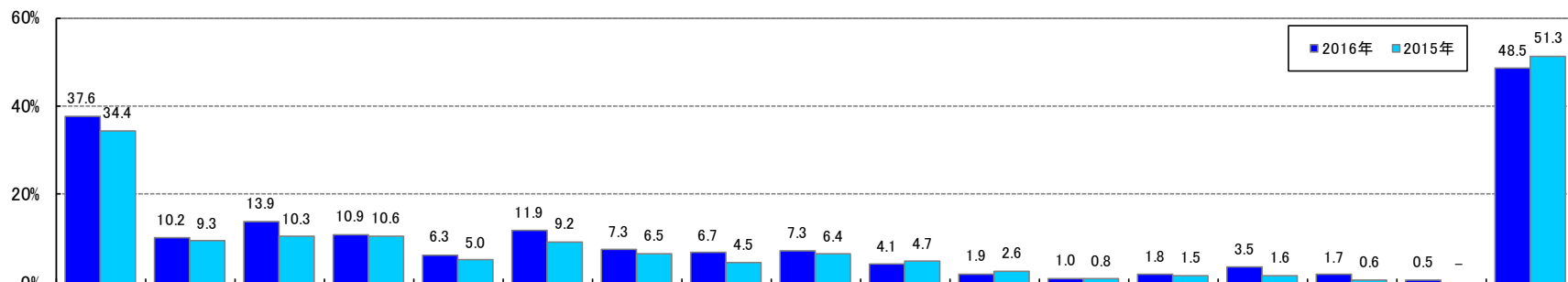
	全体	名前（本名）	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織（会社名、学 校名など）	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	止むを得ず公開 していないや 投稿	平均回答 個数
Facebook	1,308	37.6	10.2	13.9	10.9	6.3	11.9	7.3	6.7	7.3	4.1	1.9	1.0	1.8	3.5	1.7	0.5	48.5	1.3
mixi	703	9.1	7.5	8.5	5.4	1.7	5.7	2.0	2.0	2.1	1.0	0.1	-	0.6	3.8	1.1	0.6	69.0	0.5
LINE	994	18.7	7.8	7.4	3.3	2.4	3.0	1.4	1.1	0.9	0.2	0.3	0.4	0.5	2.6	1.0	0.1	64.8	0.5
Google+	410	15.4	14.1	11.2	6.1	2.0	9.0	4.4	2.9	1.0	1.5	0.2	1.7	0.5	4.1	1.5	-	56.1	0.8
Twitter	861	7.7	8.6	8.4	4.4	2.2	5.9	2.8	1.7	1.0	0.9	0.3	0.2	0.3	3.5	1.5	0.3	72.4	0.5
Instagram	330	10.9	7.9	5.8	3.6	2.7	6.4	3.0	1.2	2.4	0.9	0.6	0.3	-	4.8	1.5	0.3	66.7	0.5

4-3-2.止むを得ず公開や投稿している情報【Facebook】

- 止むを得ず公開や投稿している情報【Facebook】について最も高いのは、「止むを得ず公開や投稿している情報はない」(48.5%)である。次いで「名前(本名)」(37.6%)、「性別」(13.9%)、「居住している都道府県」(11.9%)と続く。
- 年代別でみると、70代以上は「メールアドレス」の割合が全体よりも20.7ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると「名前(本名)」が3.2ポイント、「性別」が3.6ポイントとやや増加している。

【Q13SQ2】_1 公開や投稿に際して、「本当は公開したくない」が止むを得ず公開や投稿している情報を教えてください。【Facebook】であてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=Facebookへの個人情報のインターネット公開経験者(Q13)



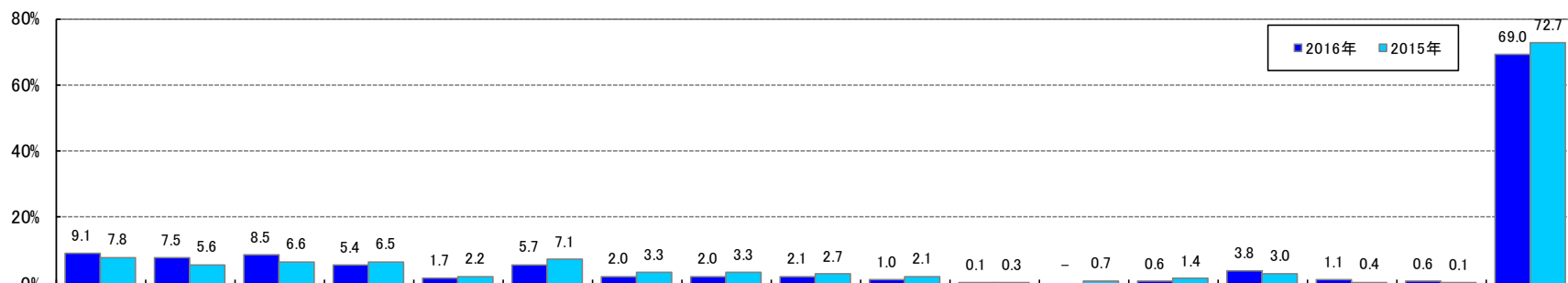
	属性	n	情報種別																平均回答個数	
			名前(本名)	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織(会社名、学)	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報		止むを得ず公開や投稿しない
全体	全体	1,308	37.6	10.2	13.9	10.9	6.3	11.9	7.3	6.7	7.3	4.1	1.9	1.0	1.8	3.5	1.7	0.5	48.5	1.3
性別	男性	755	37.1	12.1	15.1	10.9	6.4	13.1	8.9	7.5	7.9	4.9	2.9	1.2	2.4	4.5	2.0	0.5	49.1	1.4
	女性	553	38.3	7.6	12.3	11.0	6.1	10.1	5.2	5.4	6.3	2.9	0.5	0.7	1.1	2.2	1.3	0.4	47.6	1.1
年代別	10代	64	31.3	14.1	10.9	10.9	7.8	14.1	4.7	9.4	7.8	3.1	4.7	-	1.6	7.8	4.7	1.6	42.2	1.3
	20代	247	35.2	4.5	8.1	9.3	5.3	4.0	3.2	3.2	2.8	1.6	0.8	0.4	0.8	1.2	0.8	-	53.0	0.8
	30代	288	41.3	6.9	13.2	9.4	4.2	9.7	5.2	5.6	4.2	3.5	0.7	0.7	2.4	3.1	1.4	-	44.4	1.1
	40代	268	35.1	6.3	11.6	8.6	6.7	12.7	8.6	6.3	9.3	3.0	2.6	1.1	1.9	2.2	2.2	0.7	50.7	1.2
	50代	182	37.4	8.8	16.5	10.4	5.5	16.5	7.7	8.8	11.0	6.6	2.2	2.7	2.2	4.9	1.6	0.5	46.7	1.4
	60代	178	37.6	19.7	21.3	15.2	6.7	17.4	12.4	9.6	7.9	5.6	2.2	0.6	0.6	5.6	0.6	0.6	50.6	1.6
70代以上	81	45.7	30.9	22.2	21.0	14.8	16.0	13.6	8.6	14.8	8.6	3.7	1.2	4.9	4.9	3.7	1.2	45.7	2.2	
時系別	2015年	1,297	34.4	9.3	10.3	10.6	5.0	9.2	6.5	4.5	6.4	4.7	2.6	0.8	1.5	1.6	0.6	-	51.3	1.1

4-3-2.止むを得ず公開や投稿している情報【mixi】

- 止むを得ず公開や投稿している情報【mixi】について最も高いのは、「止むを得ず公開や投稿している情報はない」(69.0%)である。次いで「名前(本名)」(9.1%)、「性別」(8.5%)、「メールアドレス」(7.5%)と続く。
- 年代別でみると、60代は「メールアドレス」の割合が13.8ポイント全体よりも高い。
- 前年(2015年)と比較すると「止むを得ず公開や投稿している情報はない」の割合が3.7ポイントとやや減少している。

【Q13SQ2_2】 公開や投稿に際して、「本当は公開したくない」が止むを得ず公開や投稿している情報を教えてください。【mixi】であてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=mixiへの個人情報のインターネット公開経験者(Q13)



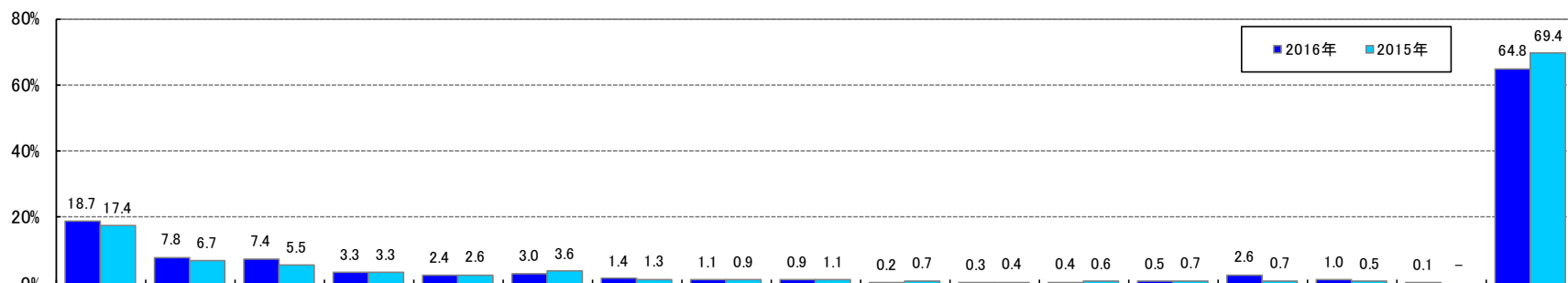
	属性	n	公開/投稿している情報																	平均回答個数
			名前(本名)	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織(会社名、学)	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	止むを得ず公開や投稿しない	
	全体	703	9.1	7.5	8.5	5.4	1.7	5.7	2.0	2.0	2.1	1.0	0.1	-	0.6	3.8	1.1	0.6	69.0	0.5
性別	男性	338	8.6	10.7	8.3	5.3	1.2	4.4	0.9	1.8	1.8	0.9	-	-	0.3	5.0	1.5	1.2	67.5	0.5
	女性	365	9.6	4.7	8.8	5.5	2.2	6.8	3.0	2.2	2.5	1.1	0.3	-	0.8	2.7	0.8	-	70.4	0.5
年代別	10代	31	12.9	12.9	6.5	-	-	3.2	3.2	3.2	3.2	-	-	-	-	12.9	6.5	3.2	48.4	0.7
	20代	169	5.9	3.6	7.1	4.7	1.8	1.2	1.2	0.6	0.6	0.6	-	-	0.6	2.4	-	0.6	78.1	0.3
	30代	225	10.7	4.9	9.3	5.8	1.8	6.7	2.7	2.2	2.2	0.9	-	-	0.9	4.0	1.3	-	67.6	0.5
	40代	146	5.5	5.5	11.0	7.5	2.1	9.6	2.1	2.7	3.4	2.1	-	-	-	2.7	1.4	0.7	67.8	0.6
	50代	67	13.4	14.9	9.0	4.5	3.0	9.0	1.5	3.0	3.0	1.5	1.5	-	1.5	4.5	1.5	1.5	65.7	0.7
	60代	47	12.8	21.3	4.3	4.3	-	2.1	-	-	2.1	-	-	-	-	2.1	-	-	68.1	0.5
	70代以上	18	16.7	22.2	5.6	5.6	-	5.6	5.6	5.6	-	-	-	-	-	11.1	-	-	61.1	0.8
時系列	2015年	728	7.8	5.6	6.6	6.5	2.2	7.1	3.3	3.3	2.7	2.1	0.3	0.7	1.4	3.0	0.4	0.1	72.7	0.5

4-3-2.止むを得ず公開や投稿している情報【LINE】

- 止むを得ず公開や投稿している情報【LINE】について最も高いのは、「止むを得ず公開や投稿している情報はない」(64.8%)である。次いで「名前(本名)」(18.7%)、「メールアドレス」(7.8%)、「性別」(7.4%)と続く。
- 年代別でみると、60代は「メールアドレス」の割合が全体よりも14.2ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると「止むを得ず公開や投稿している情報はない」の割合が4.6ポイントとやや減少している。

【Q13SQ2_3】 公開や投稿に際して、「本当は公開したくない」が止むを得ず公開や投稿している情報を教えてください。【LINE】であてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=LINEへの個人情報のインターネット公開経験者(Q13)



■ 全体+10%以上
 ■ 全体+5%以上
 ■ 全体-5%以下
 ■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

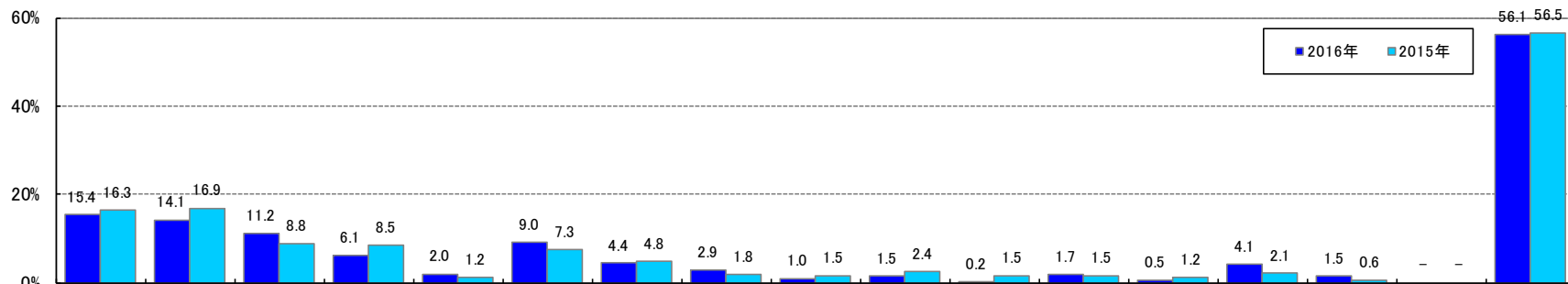
属性	名前(本名)	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織(会社名、学)	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	止むを得ず公開や投稿している情報はない	平均回答個数	
全体	994	18.7	7.8	7.4	3.3	2.4	3.0	1.4	1.1	0.9	0.2	0.3	0.4	0.5	2.6	1.0	0.1	64.8	0.5
性別																			
男性	492	21.7	9.6	7.1	3.5	2.6	3.3	1.2	0.8	0.6	0.2	0.6	0.4	0.4	3.0	0.8	0.2	60.6	0.6
女性	502	15.7	6.2	7.8	3.2	2.2	2.8	1.6	1.4	1.2	0.2	-	0.4	0.6	2.2	1.2	-	68.9	0.5
年代別																			
10代	121	17.4	10.7	9.9	5.0	4.1	1.7	0.8	1.7	4.1	-	0.8	0.8	8.3	4.1	-	55.4	0.7	
20代	254	15.0	3.1	5.1	3.9	2.4	2.0	2.0	0.8	0.4	-	0.4	0.4	1.2	0.4	-	73.2	0.4	
30代	247	21.1	4.9	5.3	1.2	2.8	1.6	0.8	0.8	0.8	-	0.4	-	2.8	1.6	-	63.2	0.4	
40代	168	17.9	3.6	6.0	1.2	1.8	3.0	-	-	-	-	-	0.6	0.6	-	-	72.6	0.3	
50代	98	19.4	16.3	10.2	4.1	2.0	7.1	3.1	2.0	1.0	-	2.0	1.0	3.1	-	-	54.1	0.7	
60代	82	26.8	22.0	14.6	6.1	1.2	6.1	2.4	2.4	-	1.2	-	-	2.4	-	1.2	54.9	0.9	
70代以上	24	16.7	20.8	16.7	12.5	-	8.3	4.2	4.2	-	-	-	4.2	-	-	-	62.5	0.9	
時系列																			
2015年	935	17.4	6.7	5.5	3.3	2.6	3.6	1.3	0.9	1.1	0.7	0.4	0.6	0.7	0.5	-	69.4	0.5	

4-3-2.止むを得ず公開や投稿している情報【Google+】

- 止むを得ず公開や投稿している情報【Google+】について最も高いのは、「止むを得ず公開や投稿している情報はない」(56.1%)である。次いで「名前(本名)」(15.4%)、「メールアドレス」(14.1%)、「性別」(11.2%)と続く。
- 年代別でみると、20代は「止むを得ず公開や投稿している情報はない」の割合が全体よりも17.1ポイント高い。

【Q13SQ2_4】 公開や投稿に際して、「本当は公開したくない」が止むを得ず公開や投稿している情報を教えてください。【Google+】であてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=Google+への個人情報のインターネット公開経験者(Q13)



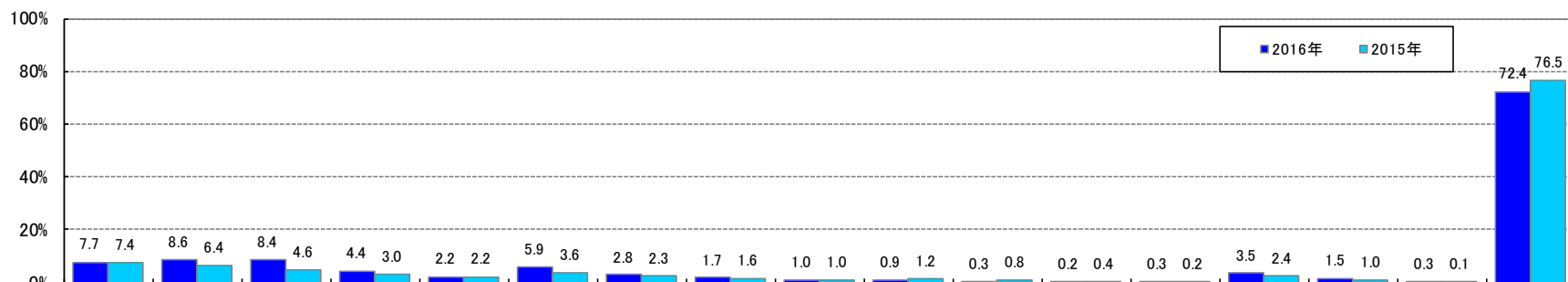
		全体	名前(本名)	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織(会社名、学	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	止むを得ず公開や投稿しない	平均回答個数
全体		410	15.4	14.1	11.2	6.1	2.0	9.0	4.4	2.9	1.0	1.5	0.2	1.7	0.5	4.1	1.5	-	56.1	0.8
性別	男性	247	14.2	15.4	11.7	6.5	1.2	8.9	4.0	3.2	0.8	1.2	-	1.6	-	4.0	2.0	-	55.9	0.7
	女性	163	17.2	12.3	10.4	5.5	3.1	9.2	4.9	2.5	1.2	1.8	0.6	1.8	1.2	4.3	0.6	-	56.4	0.8
年代別	10代	36	16.7	13.9	8.3	5.6	-	5.6	2.8	5.6	2.8	-	-	-	-	16.7	5.6	-	44.4	0.8
	20代	82	8.5	4.9	6.1	3.7	2.4	3.7	3.7	-	-	-	-	2.4	-	3.7	-	-	73.2	0.4
	30代	84	19.0	7.1	11.9	6.0	3.6	6.0	3.6	1.2	-	1.2	-	1.2	-	2.4	-	-	54.8	0.6
	40代	80	12.5	13.8	12.5	3.8	1.3	8.8	3.8	3.8	1.3	1.3	-	-	1.3	2.5	-	-	56.3	0.7
	50代	50	22.0	22.0	18.0	8.0	2.0	16.0	6.0	10.0	4.0	4.0	2.0	6.0	2.0	2.0	4.0	-	42.0	1.3
	60代	54	20.4	27.8	13.0	9.3	1.9	18.5	9.3	1.9	-	3.7	-	1.9	-	3.7	3.7	-	51.9	1.1
	70代以上	24	8.3	25.0	8.3	12.5	-	8.3	-	-	-	-	-	-	-	4.2	-	-	58.3	0.7
時系列	2015年	331	16.3	16.9	8.8	8.5	1.2	7.3	4.8	1.8	1.5	2.4	1.5	1.5	1.2	2.1	0.6	-	56.5	0.8

4-3-2.止むを得ず公開や投稿している情報【Twitter】

- 止むを得ず公開や投稿している情報【Twitter】について最も高いのは、「止むを得ず公開や投稿している情報はない」(72.4%)である。次いで「メールアドレス」(8.6%)、「性別」(8.4%)、「名前(本名)」(7.7%)と続く。
- 性別でみると、女性は「止むを得ず公開や投稿している情報はない」の割合が全体よりも6.1ポイントとやや高い。
- 年代別でみると、60代は全体よりも「メールアドレス」の割合が15.8ポイント高い。70代以上は「メールアドレス」が23.0ポイント、「名前(本名)」が18.6ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると「性別」の割合が3.8ポイントとやや増加している。反対に「止むを得ず公開や投稿している情報はない」の割合が4.1ポイントとやや減少している。

【Q13SQ2_5】 公開や投稿に際して、「本当は公開したくない」が止むを得ず公開や投稿している情報を教えてください。【Twitter】であてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=Twitterへの個人情報のインターネット公開経験者(Q13)



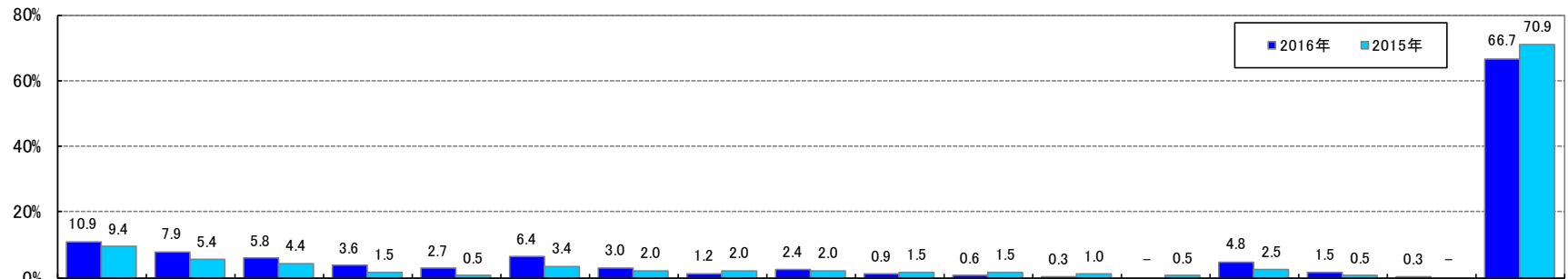
		属性																	平均回答個数
		名前(本名)	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織(会社名、学)	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	止むを得ず公開や投稿している情報はない	
全体	861	7.7	8.6	8.4	4.4	2.2	5.9	2.8	1.7	1.0	0.9	0.3	0.2	0.3	3.5	1.5	0.3	72.4	0.5
性別	男性	461	9.1	11.7	9.8	4.3	3.0	7.2	3.9	2.4	1.7	0.7	0.2	0.2	3.9	1.3	0.4	67.0	0.6
	女性	400	6.0	5.0	6.8	4.5	1.3	4.5	1.5	1.0	0.8	-	0.3	0.5	3.0	1.8	0.3	78.5	0.4
年代別	10代	69	8.7	10.1	10.1	2.9	1.4	4.3	1.4	-	2.9	-	-	-	8.7	5.8	-	63.8	0.6
	20代	237	3.8	2.5	5.5	4.6	2.5	2.5	2.1	1.7	1.7	0.8	-	0.4	2.5	0.8	0.4	82.3	0.3
	30代	194	6.7	3.1	8.8	1.0	2.1	5.2	1.5	0.5	0.5	1.0	-	0.5	4.6	2.6	-	72.7	0.4
	40代	157	3.8	7.6	5.1	3.2	2.5	8.9	3.2	3.2	0.6	0.6	0.6	0.6	1.9	-	-	75.2	0.4
	50代	84	13.1	13.1	11.9	7.1	-	9.5	3.6	1.2	1.2	-	-	1.2	3.6	-	1.2	64.3	0.7
	60代	82	13.4	24.4	14.6	7.3	2.4	8.5	4.9	2.4	-	2.4	-	-	3.7	1.2	-	59.8	0.9
	70代以上	38	26.3	31.6	13.2	15.8	5.3	7.9	7.9	5.3	-	2.6	-	-	-	2.6	2.6	2.6	57.9
時系別	2015年	829	7.4	6.4	4.6	3.0	2.2	3.6	2.3	1.6	1.0	1.2	0.8	0.4	2.4	1.0	0.1	76.5	0.4

4-3-2.止むを得ず公開や投稿している情報【Instagram】

- 止むを得ず公開や投稿している情報【Instagram】について最も高いのは、「止むを得ず公開や投稿している情報はない」(66.7%)である。次いで「名前(本名)」(10.9%)、「メールアドレス」(7.9%)、「居住している都道府県」(6.4%)と続く。
- 性別でみると女性は「止むを得ず公開や投稿している情報はない」の割合が全体よりも6.9ポイントとやや高い。
- 年代別でみると、「止むを得ず公開や投稿している情報はない」が全体よりも20代は10.9ポイント、40代は10.7ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると「止むを得ず公開や投稿している情報はない」の割合が4.2ポイントとやや減少している。

【Q13SQ2_6】 公開や投稿に際して、「本当は公開したくない」が止むを得ず公開や投稿している情報を教えてください。【Instagram】であてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=Instagramへの個人情報のインターネット公開経験者(Q13)



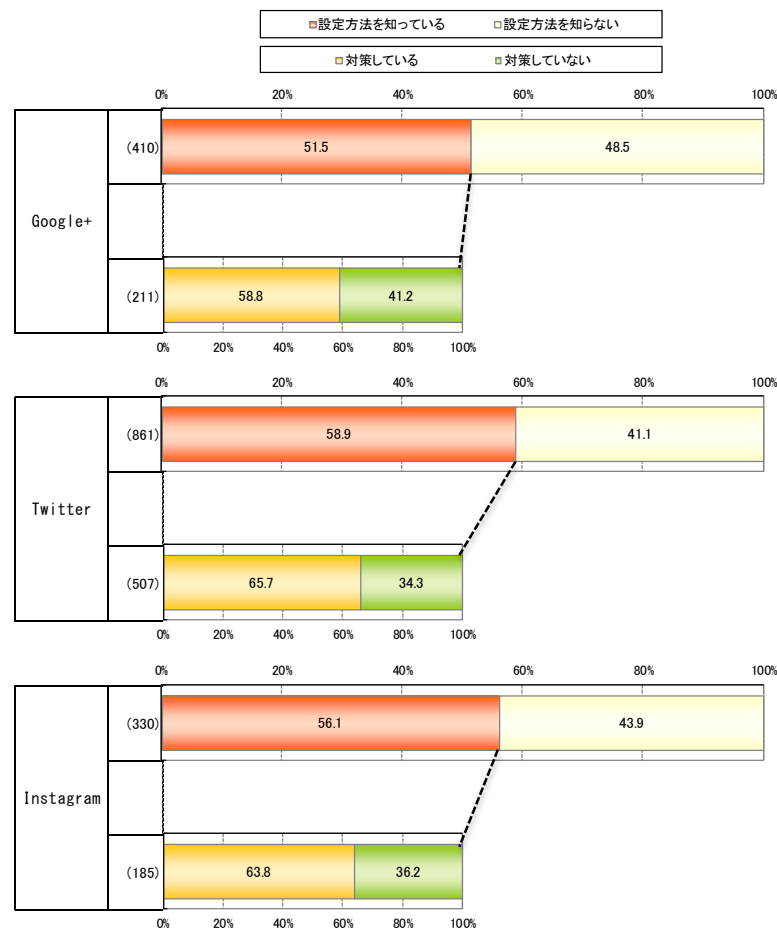
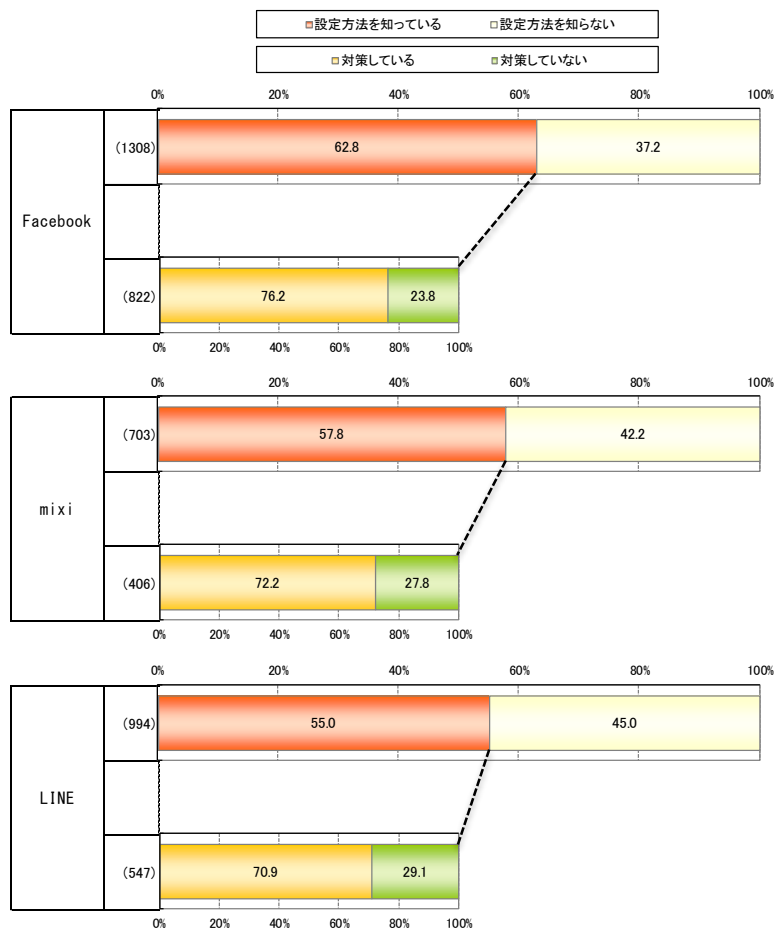
■ 全体+10%以上
 ■ 全体+5%以上
 ■ 全体-5%以下
 ■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

属性	名前(本名)	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織(会社名、学)	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	止むを得ず公開や投稿しない	平均回答個数	
全体	330	10.9	7.9	5.8	3.6	2.7	6.4	3.0	1.2	2.4	0.9	0.6	0.3	-	4.8	1.5	0.3	66.7	0.5
性別																			
男性	152	12.5	11.8	7.2	4.6	3.3	7.9	3.9	2.0	3.3	2.0	0.7	-	-	6.6	1.3	0.7	58.6	0.7
女性	178	9.6	4.5	4.5	2.8	2.2	5.1	2.2	0.6	1.7	-	0.6	0.6	-	3.4	1.7	-	73.6	0.4
年代別																			
10代	29	13.8	13.8	6.9	-	3.4	13.8	10.3	3.4	3.4	3.4	-	-	-	6.9	3.4	-	41.4	0.8
20代	107	7.5	4.7	4.7	6.5	3.7	3.7	3.7	0.9	2.8	0.9	0.9	0.9	-	2.8	0.9	-	77.6	0.4
30代	91	14.3	2.2	6.6	2.2	1.1	4.4	-	-	2.2	-	1.1	-	-	6.6	3.3	-	63.7	0.4
40代	53	5.7	5.7	1.9	1.9	3.8	3.8	1.9	-	3.8	1.9	-	-	-	1.9	-	-	77.4	0.3
50代	23	17.4	30.4	13.0	4.3	4.3	17.4	8.7	4.3	-	-	-	-	-	13.0	-	-	39.1	1.1
60代	23	17.4	21.7	8.7	4.3	-	8.7	-	4.3	-	-	-	-	-	4.3	-	-	60.9	0.7
70代以上	4	-	-	-	-	-	25.0	-	-	-	-	-	-	-	-	25.0	75.0	0.5	
時系列																			
2015年	203	9.4	5.4	4.4	1.5	0.5	3.4	2.0	2.0	2.0	1.5	1.5	1.0	0.5	2.5	0.5	-	70.9	0.4

4-3-3.情報の公開範囲を制限する方法の認知と対策

- 設定方法を知らない割合が最も高いのは、「Google+」(48.5%)である。次いで「LINE」(45.0%)、「Instagram」(43.9%)、「mixi」(42.2%)、「Twitter」(41.1%)、「Facebook」(37.2%)と続く。
- 対策していない割合が最も高いのは、「Google+」(41.2%)である。次いで「Instagram」(36.2%)、「Twitter」(34.3%)、「LINE」(29.1%)、「mixi」(27.8%)、「Facebook」(23.8%)と続く。

【Q14】 公開や投稿に際して、情報の公開範囲を制限する方法を知っていますか。また、知っている場合、公開範囲を制限する対策をしていますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも)

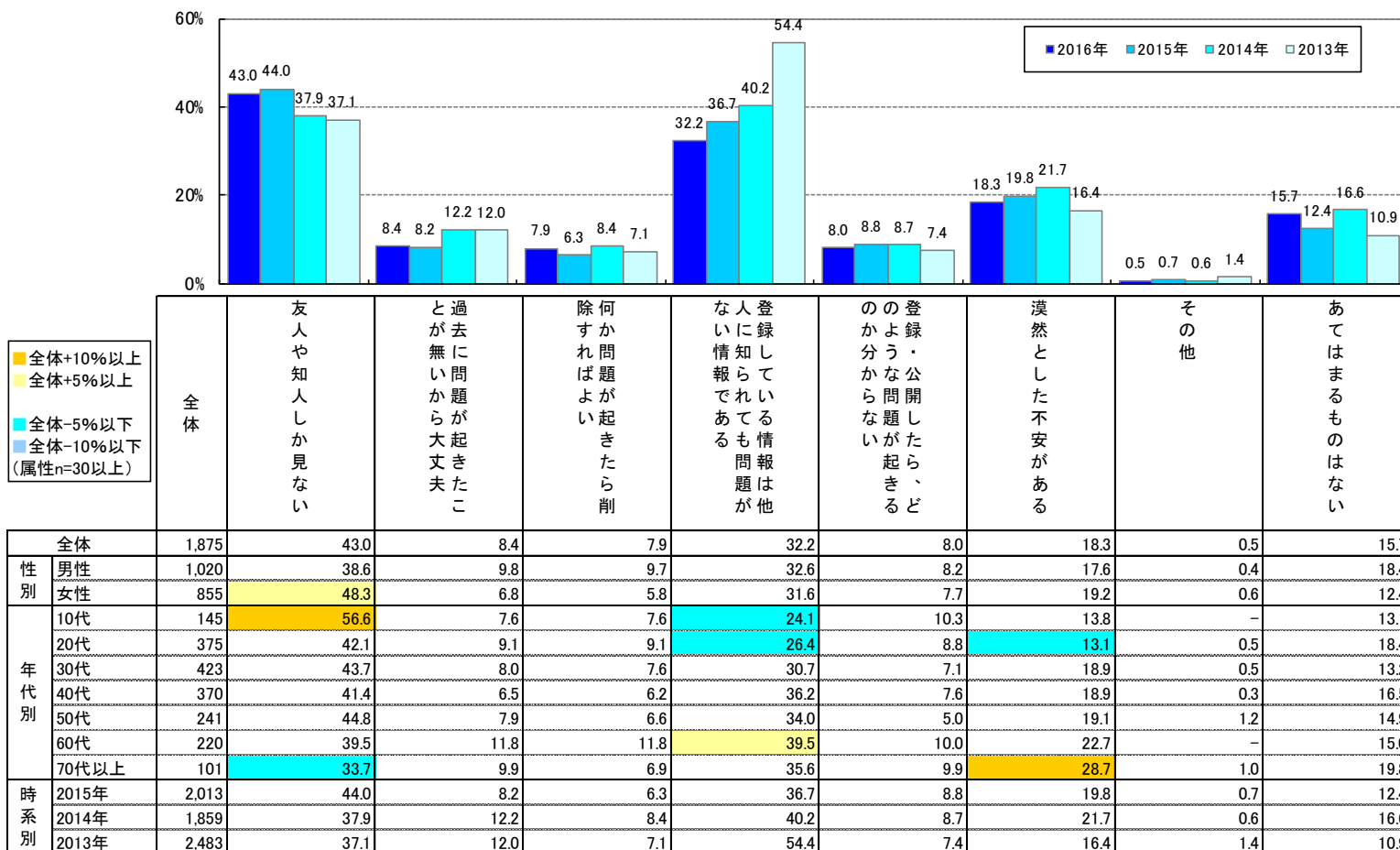


4-3-4.公開や投稿への考えについて

- 公開や投稿への考えについて最も高いのは、「友人や知人しか見ない」(43.0%)である。次いで「登録している情報は他人に知られても問題がない情報である」(32.2%)、「漠然とした不安がある」(18.3%)、「あてはまるものはない」(15.7%)と続く。
- 性別でみると、女性は「友人や知人しか見ない」の割合が全体よりも5.3ポイントとやや高い。
- 年代別でみると、10代は「友人や知人しか見ない」の割合が全体よりも13.6ポイント高い。70代以上は「漠然とした不安がある」の割合が全体よりも10.4ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると「あてはまるものはない」の割合が3.3ポイントとやや増加している。反対に「登録している情報は他人に知られても問題がない情報である」の割合が4.5ポイントとやや減少している。

[Q15] 公開や投稿に際して、どの様に思いましたか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=個人情報のインターネット公開経験者(Q13)



4-3-5.公開や投稿をしていない理由

- 公開や投稿をしていない理由については、全て「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」が最も高い。
- SNS別でみると、「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」は「LINE」が最も高い。「登録するのが面倒だから」は「Google+」が最も高い。

【Q16】 一般に公開や投稿をしていない理由を教えてください。あてはまるものをすべて選択してください。（お答えはそれぞれいくつでも）

n=個人情報のインターネット公開未経験者(Q13)

・・・1位の理由

	全体	な 報を 個人 情報 や 他 人 に 知 ら せ る 必 要 が 情	ら 報を 個人 情報 や 他 人 に 知 ら せ る の が 嫌 だ か ら	ル に 遭 い た く な い か ら	が 登 録 し た と こ ろ か ら	登 録 す る の が 面 倒 だ か ら	そ の 他	特 に な い ／ な ん と な く
Facebook	778	44.9	23.1	11.1	17.5	10.9	0.8	38.3
mixi	667	43.0	22.2	9.9	16.5	10.5	1.5	42.3
LINE	1,245	48.0	22.6	11.2	16.8	9.2	1.2	37.2
Google+	775	44.5	21.0	10.3	18.1	12.4	1.3	37.7
Twitter	1,003	47.1	23.6	13.8	19.0	11.7	1.8	34.4
Instagram	443	40.4	21.2	10.8	16.9	9.5	1.4	39.5

・・・1位のSNS

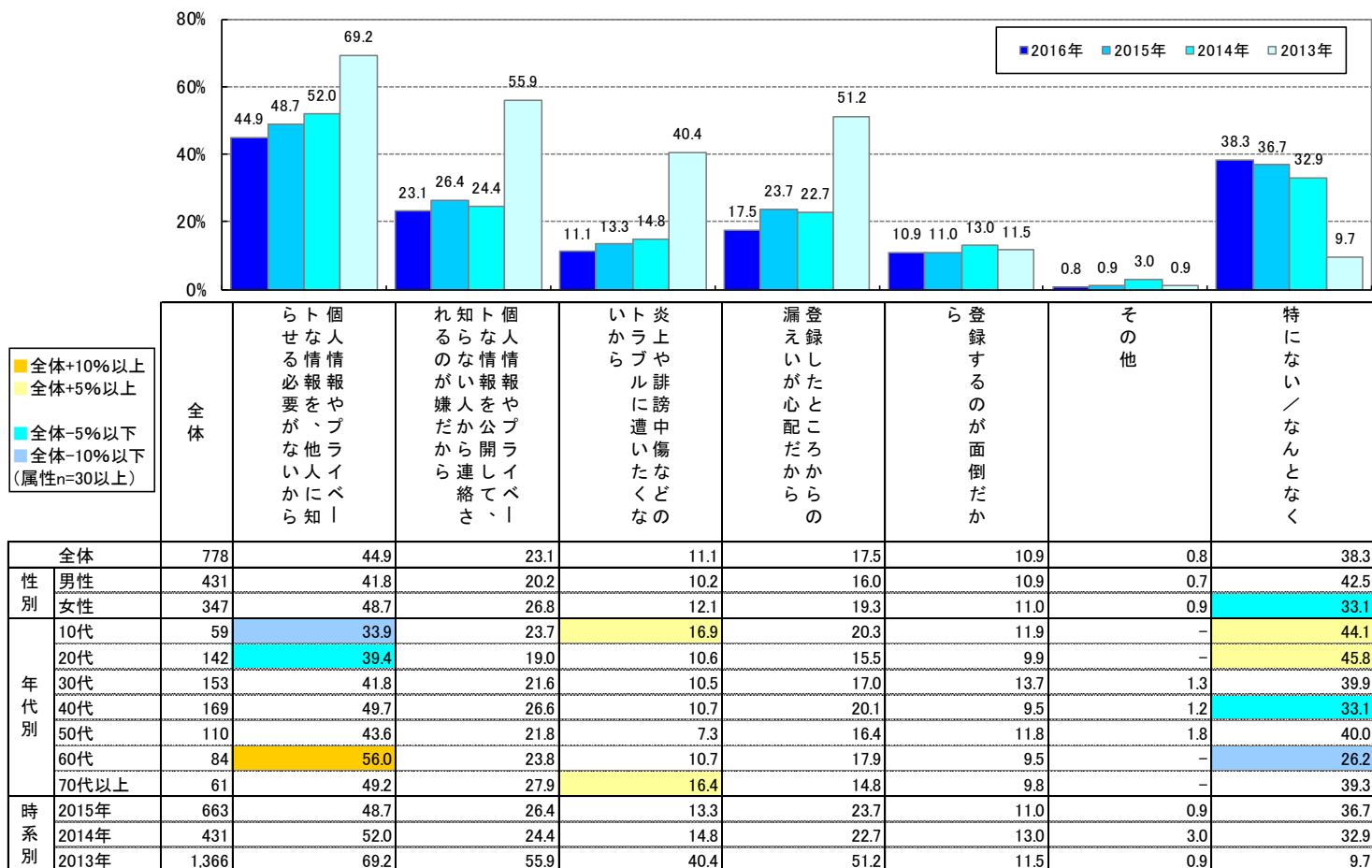
	全体	な 報を 個人 情報 や 他 人 に 知 ら せ る 必 要 が 情	ら 報を 個人 情報 や 他 人 に 知 ら せ る の が 嫌 だ か ら	ル に 遭 い た く な い か ら	が 登 録 し た と こ ろ か ら	登 録 す る の が 面 倒 だ か ら	そ の 他	特 に な い ／ な ん と な く
Facebook	778	44.9	23.1	11.1	17.5	10.9	0.8	38.3
mixi	667	43.0	22.2	9.9	16.5	10.5	1.5	42.3
LINE	1,245	48.0	22.6	11.2	16.8	9.2	1.2	37.2
Google+	775	44.5	21.0	10.3	18.1	12.4	1.3	37.7
Twitter	1,003	47.1	23.6	13.8	19.0	11.7	1.8	34.4
Instagram	443	40.4	21.2	10.8	16.9	9.5	1.4	39.5

4-3-5.公開や投稿をしていない理由【Facebook】

- 公開や投稿をしていない理由【Facebook】で最も高いのは、「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」(44.9%)である。次いで「特にない／なんとなく」(38.3%)、「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」(23.1%)、「登録したところからの漏えいが心配だから」(17.5%)と続く。
- 年代別でみると、10代、20代は「特にない／なんとなく」が最も高い。
- 前年(2015年)と比較すると「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」が3.8ポイント、「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」が3.3ポイントと割合がやや減少している。「登録したところからの漏えいが心配だから」の割合が6.2ポイント減少している。

[Q16S1] [Facebook]一般に公開や投稿をしていない理由を教えてください。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも)

n=Facebookへの個人情報のインターネット公開未経験者(Q13)

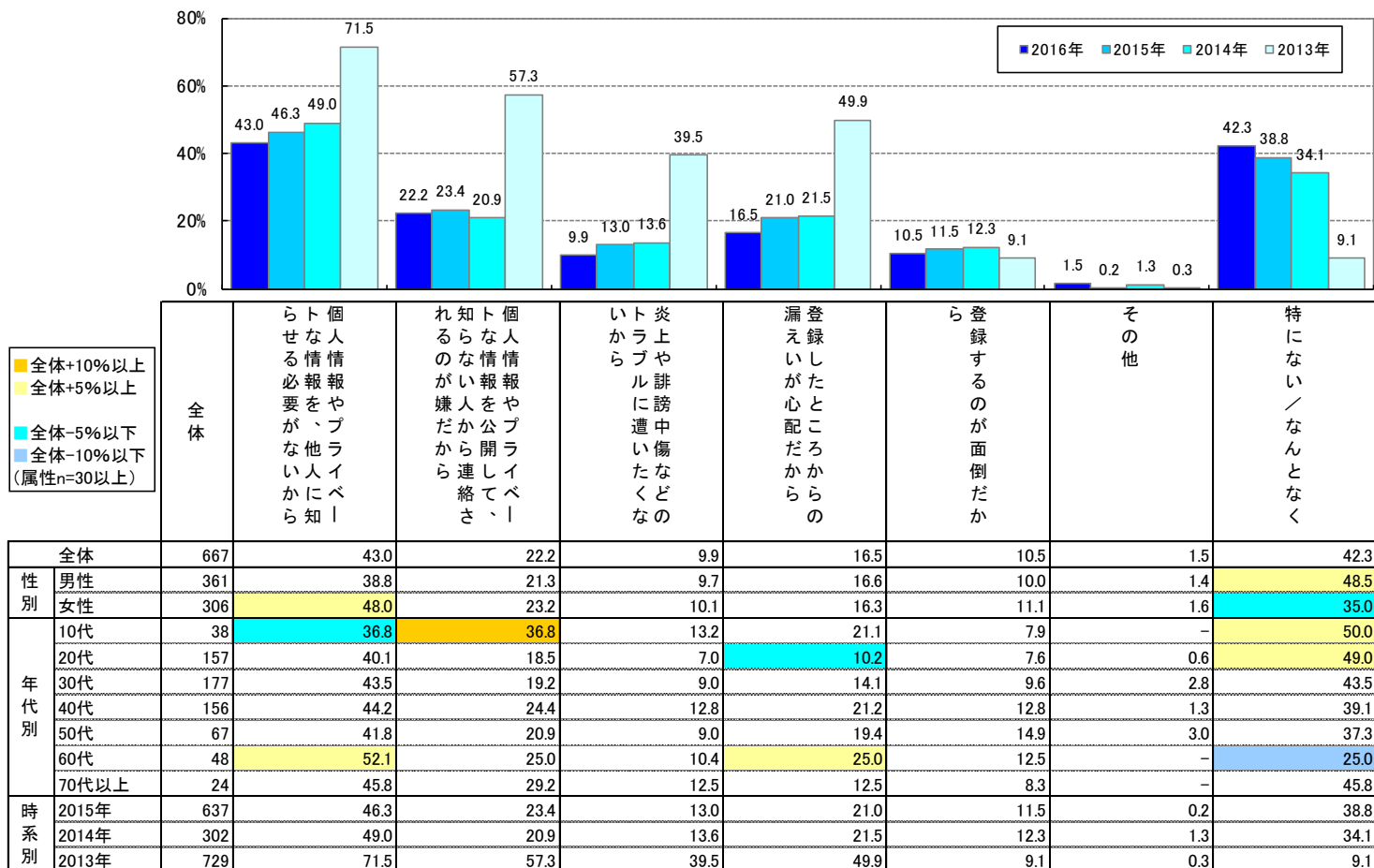


4-3-5.公開や投稿をしていない理由【mixi】

- 公開や投稿をしていない理由【mixi】について最も高いのは、「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」(43.0%)である。次いで「特にない／なんとなく」(42.3%)、「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」(22.2%)、「登録したところからの漏えいが心配だから」(16.5%)と続く。
- 性別でみると、男性は「特にない／なんとなく」が最も高い。女性は「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」が最も高い。
- 年代別でみると、10代、20代は「特にない／なんとなく」が最も高い。
- 前年(2015年)と比較すると「特にない／なんとなく」の割合が3.5ポイントとやや増加している。反対に「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」が3.3ポイント、「炎上や誹謗中傷などのトラブルに遭いたくないから」が3.1ポイント、「登録したところからの漏えいが心配だから」が4.5ポイントとやや減少している。

[Q16S2] [mixi]一般に公開や投稿をしていない理由を教えてください。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも)

n=mixiへの個人情報のインターネット公開未経験者(Q13)

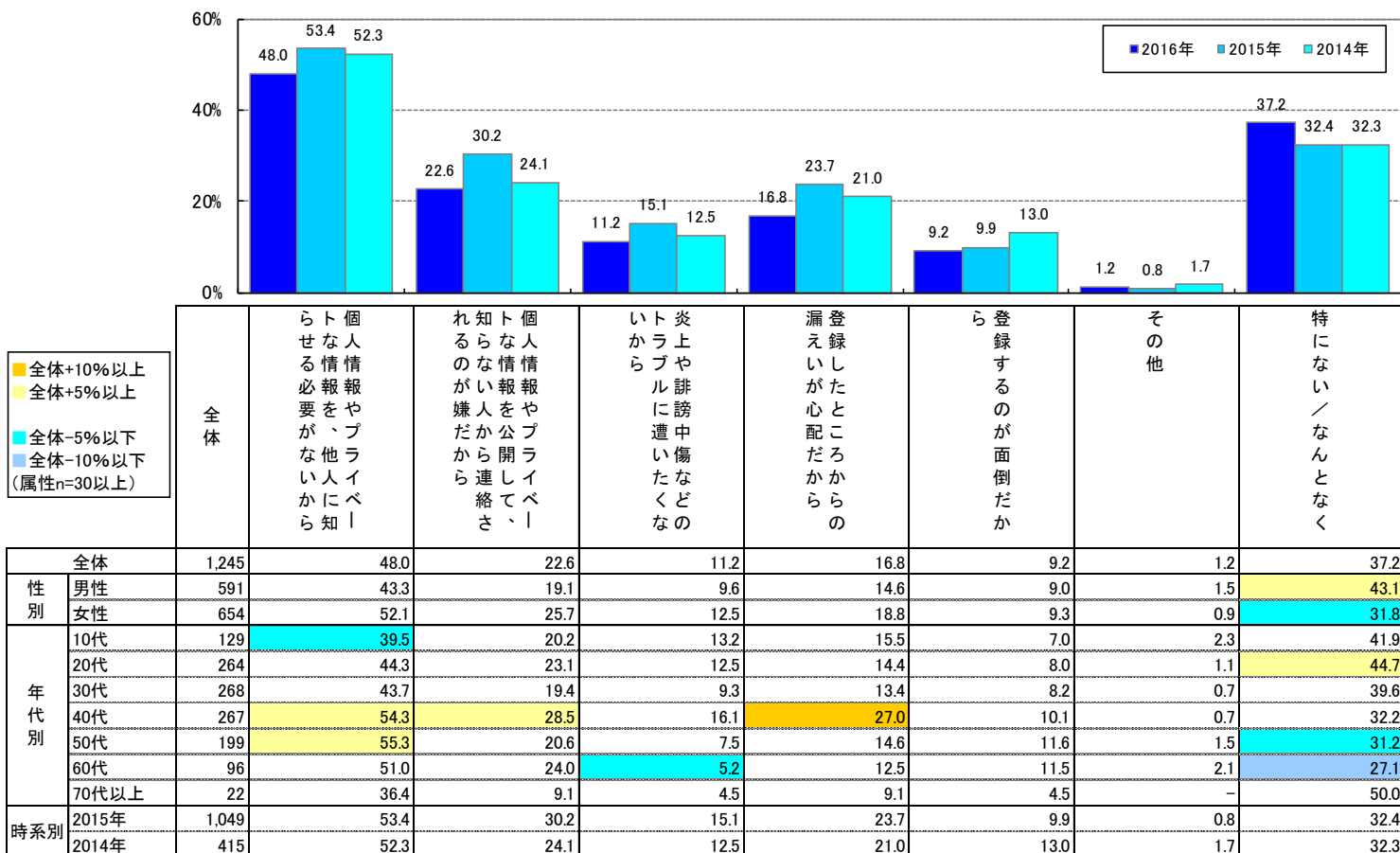


4-3-5.公開や投稿をしていない理由【LINE】

- 公開や投稿をしていない理由【LINE】について最も高いのは、「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」(48.0%)である。次いで「特にない／なんとなく」(37.2%)、「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」(22.6%)、「登録したところからの漏えいが心配だから」(16.8%)と続く。
- 性別でみると、男性は「特にない／なんとなく」の割合が全体よりも5.9ポイントとやや高い。
- 年代別でみると、40代は「登録したところからの漏えいが心配だから」の割合が全体よりも10.2ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると「特にない／なんとなく」の割合が4.8ポイントとやや増加している。反対に「炎上や誹謗中傷などのトラブルに遭いたくないから」の割合が3.9ポイントとやや減少している。「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」が5.4ポイント、「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」が7.6ポイント、「登録したところからの漏えいが心配だから」が6.9ポイント減少している。

[Q16S3] [LINE]一般に公開や投稿をしていない理由を教えてください。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも)

n=LINEへの個人情報のインターネット公開未経験者(Q13)

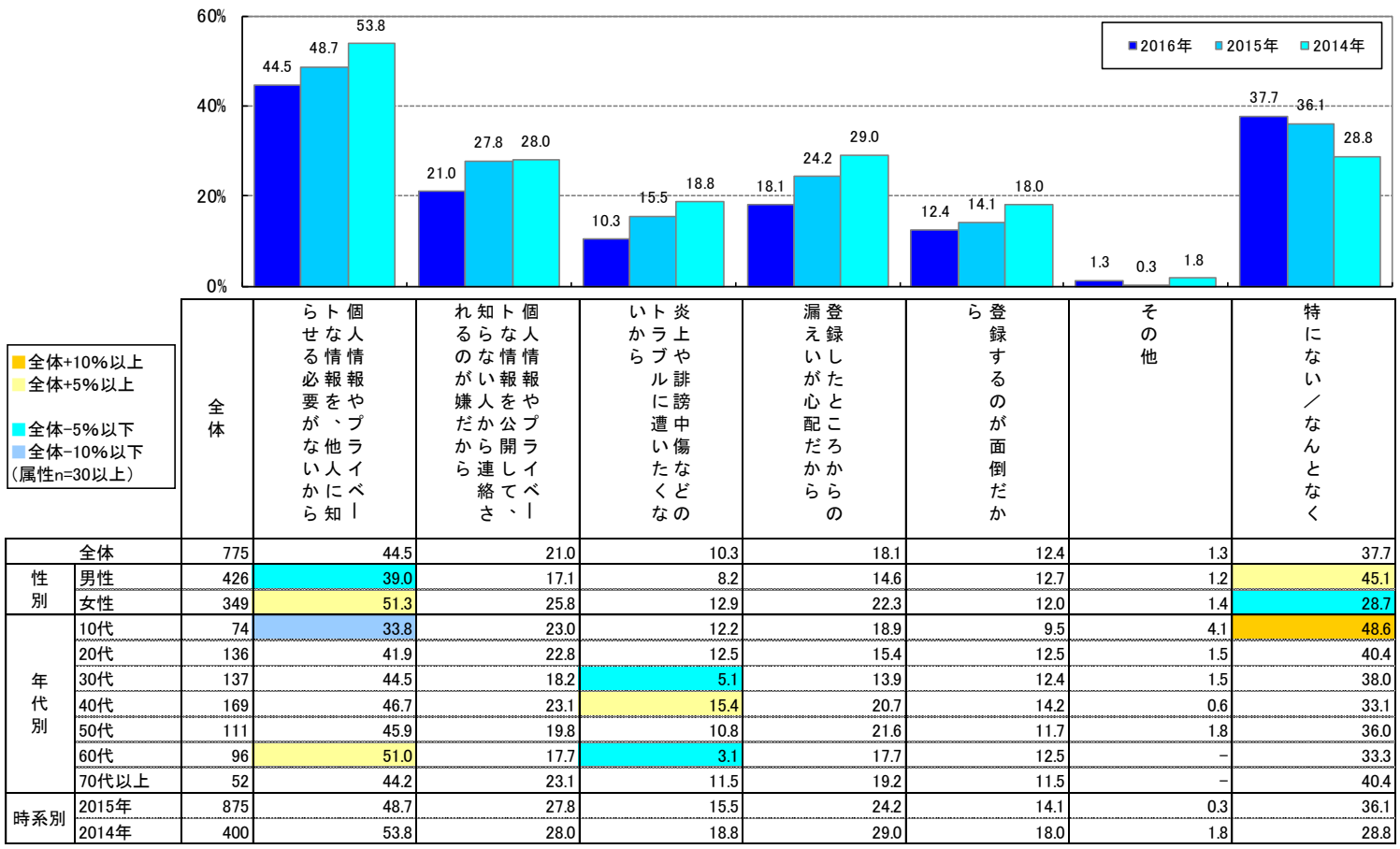


4-3-5.公開や投稿をしていない理由【Google+】

- 公開や投稿をしていない理由【Google+】で最も高いのは、「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」(44.5%)である。次いで「特にない／なんとなく」(37.7%)、「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」(21.0%)、「登録したところからの漏えいが心配だから」(18.1%)と続く。
- 性別で見ると、男性は「特にない／なんとなく」が最も高い。女性は「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」が最も高い。
- 年代別で見ると、10代は「特にない／なんとなく」が最も高い。60代は「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」が最も高い。
- 前年(2015年)と比較すると「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」の割合が4.2ポイントとやや減少している。「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」が6.8ポイント、「炎上や誹謗中傷などのトラブルに遭いたくないから」が5.2ポイント、「登録したところからの漏えいが心配だから」が6.1ポイントと割合が減少している。

[Q16S4] 【Google+】一般に公開や投稿をしていない理由を教えてください。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも)

n=Google+への個人情報のインターネット公開未経験者(Q13)

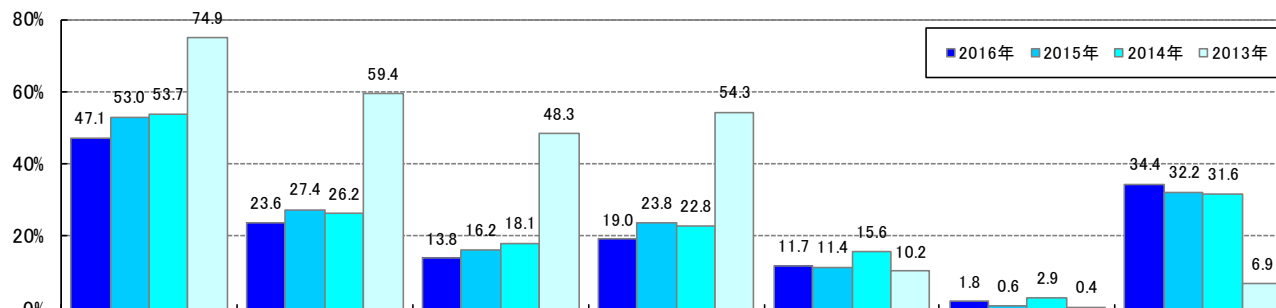


4-3-5.公開や投稿をしていない理由【Twitter】

- 公開や投稿をしていない理由【Twitter】で最も高いのは、「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」(47.1%)である。次いで「特にない／なんとなく」(34.4%)、「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」(23.6%)、「登録したところからの漏えいが心配だから」(19.0%)と続く。
- 性別で見ると、男性は「特にない／なんとなく」の割合が全体よりも5.1ポイントとやや高い。
- 年代別で見ると、10代、20代は「特にない／なんとなく」が最も高い。全体と比較すると、60代は「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」の割合が全体よりも17.4ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」が3.8ポイント、「登録したところからの漏えいが心配だから」が4.8ポイントと割合がやや減少している。「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」の割合が5.9ポイント減少している。

[Q16S5] [Twitter]一般に公開や投稿をしていない理由を教えてください。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも)

n=Twitterへの個人情報のインターネット公開未経験者(Q13)



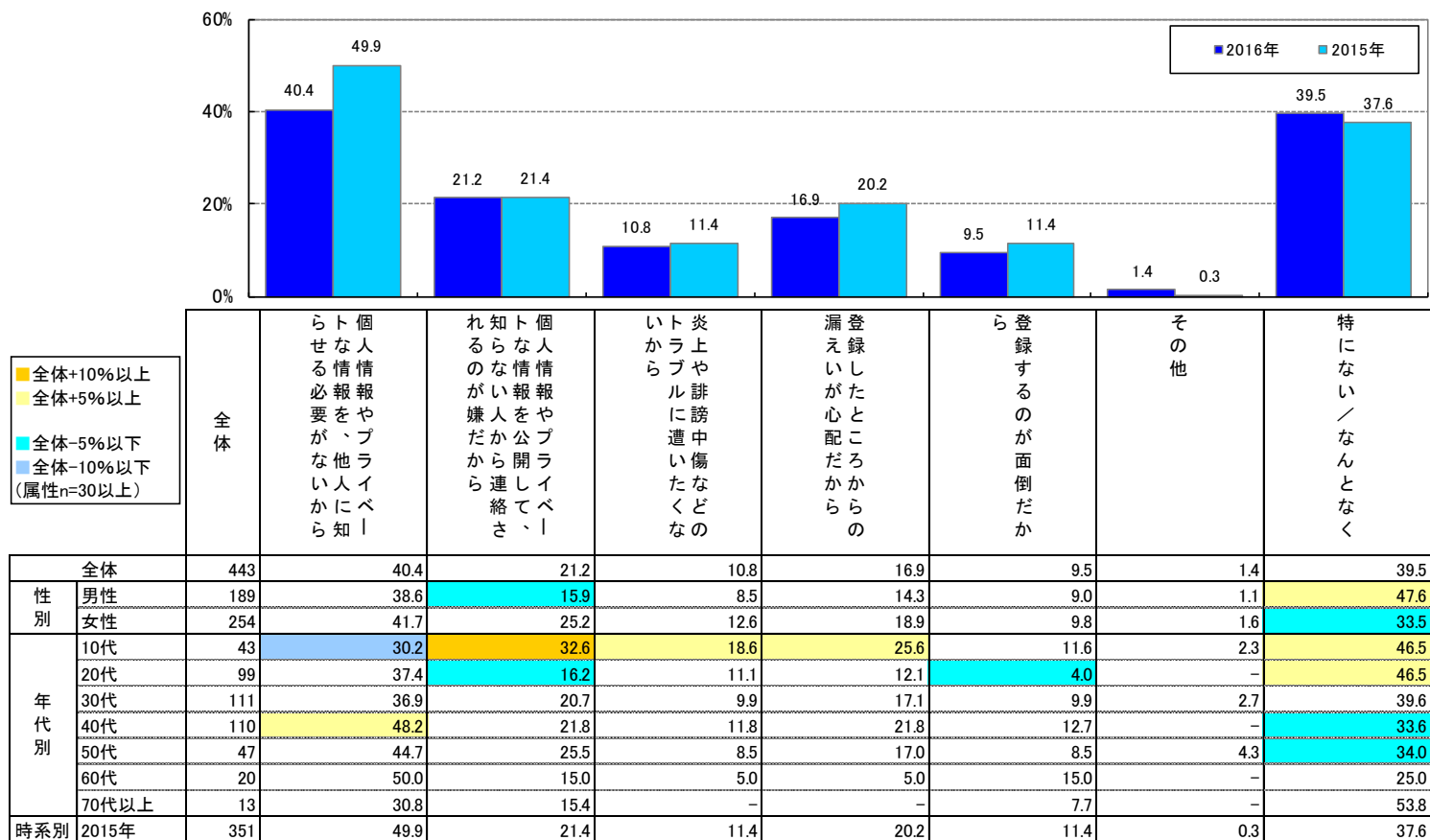
属性	属性n	理由						
		個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから	個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから	炎上や誹り中傷などから	登録したところからの漏えいが心配だから	登録するの面倒だから	その他	特にない／なんとなく
全体	1,003	47.1	23.6	13.8	19.0	11.7	1.8	34.4
性別								
男性	559	43.8	19.7	11.1	16.3	12.7	2.0	39.5
女性	444	51.1	28.6	17.1	22.5	10.4	1.6	27.9
年代別								
10代	75	33.3	24.0	14.7	17.3	10.7	5.3	40.0
20代	225	41.3	22.7	16.0	17.8	11.6	1.3	42.7
30代	205	39.0	23.9	10.7	16.1	12.2	2.0	37.6
40代	235	53.6	28.1	17.9	24.3	14.0	1.7	28.5
50代	126	54.8	22.2	10.3	15.1	8.7	2.4	29.4
60代	93	64.5	17.2	8.6	23.7	10.8	-	19.4
70代以上	44	43.2	20.5	13.6	15.9	9.1	-	45.5
時系列								
2015年	963	53.0	27.4	16.2	23.8	11.4	0.6	32.2
2014年	443	53.7	26.2	18.1	22.8	15.6	2.9	31.6
2013年	1,349	74.9	59.4	48.3	54.3	10.2	0.4	6.9

4-3-5.公開や投稿をしていない理由【Instagram】

- 公開や投稿をしていない理由【Instagram】で最も高いのは、「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」(40.4%)である。次いで「特にない／なんとなくなく」(39.5%)、「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」(21.2%)、「登録したところからの漏えいが心配だから」(16.9%)と続く。
- 性別でみると、男性は「特にない／なんとなくなく」が最も高い。
- 年代別でみると、10代、20代は「特にない／なんとなくなく」が最も高い。40代は「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」が最も高い。
- 前年(2015年)と比較すると「登録したところからの漏えいが心配だから」の割合が3.3ポイントとやや減少している。「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」の割合が9.5ポイント減少している。

【Q16S6】 [Instagram]一般に公開や投稿をしていない理由を教えてください。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも)

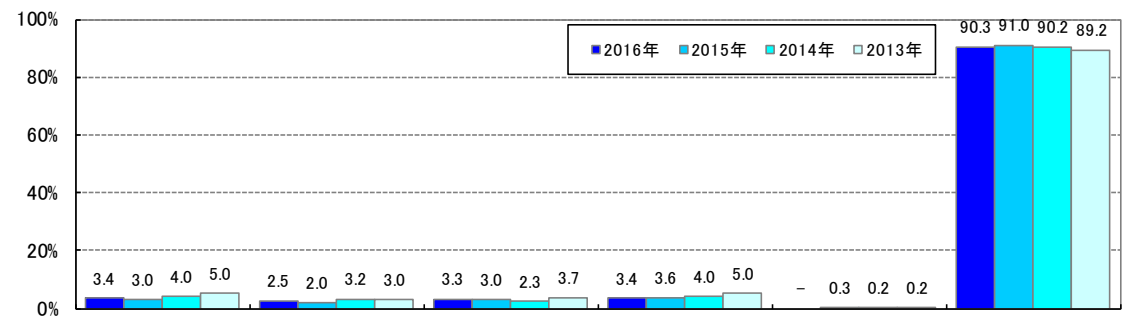
n=Instagramへの個人情報のインターネット公開未経験者(Q13)



4-3-6.他人の個人情報の公開経験

- 他人の個人情報の公開経験で最も高いのは、「本人の同意を得ずに、インターネット上に自分以外のプライベートな情報を公開したことはない」(90.3%)である。次いで「行った場所や食事などの行動に関する情報」(3.4%)、「氏名、所属(組織名、学校名、など)、年齢、などの本人に関わる情報」(3.4%)、「本人とわかる画像や動画」(3.3%)と続く。
- 年代別でみると、70代以上は「本人の同意を得ずに、インターネット上に自分以外のプライベートな情報を公開したことはない」の割合が全体よりも5.7ポイントとやや高い。

【Q17】友人など、ご自身以外の他人の個人情報やプライベートな情報を、本人の許可を得ずにインターネット上で一般に公開したことがありますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)



		人数	公開した情報					本人の同意を得ずに、インターネット上に自分以外のプライベートな情報を公開したことがある
			本人の同意を得ずに、インターネット上に自分以外のプライベートな情報を公開したことはない	行った場所や食事などの行動に関する情報	氏名、所属(組織名、学校名、など)、年齢、などの本人に関わる情報	本人とわかる画像や動画	その他	
全体	全体	5,000	90.3	3.4	3.4	3.3	0.3	89.2
性別	男性	2,740	89.9	4.1	3.0	3.2	0.3	89.9
	女性	2,260	90.8	2.6	2.0	3.5	0.2	90.8
年代別	10代	385	83.9	4.9	2.9	6.0	0.2	83.9
	20代	759	85.8	3.4	3.3	5.4	0.2	85.8
	30代	901	88.1	4.3	2.9	4.2	0.2	88.1
	40代	1,063	92.0	3.1	1.9	2.5	0.2	92.0
	50代	799	92.9	2.8	2.5	2.1	0.2	92.9
	60代	721	92.9	3.2	2.2	2.1	0.2	92.9
	70代以上	372	96.0	2.4	2.4	1.1	0.2	96.0
時系列	2015年	5,000	91.0	3.0	2.0	3.0	0.3	91.0
	2014年	5,000	90.2	4.0	3.2	2.3	0.2	90.2
	2013年	5,160	89.2	5.0	3.0	3.7	0.2	89.2
	全体	5,000	90.3	3.4	3.4	3.3	0.3	89.2

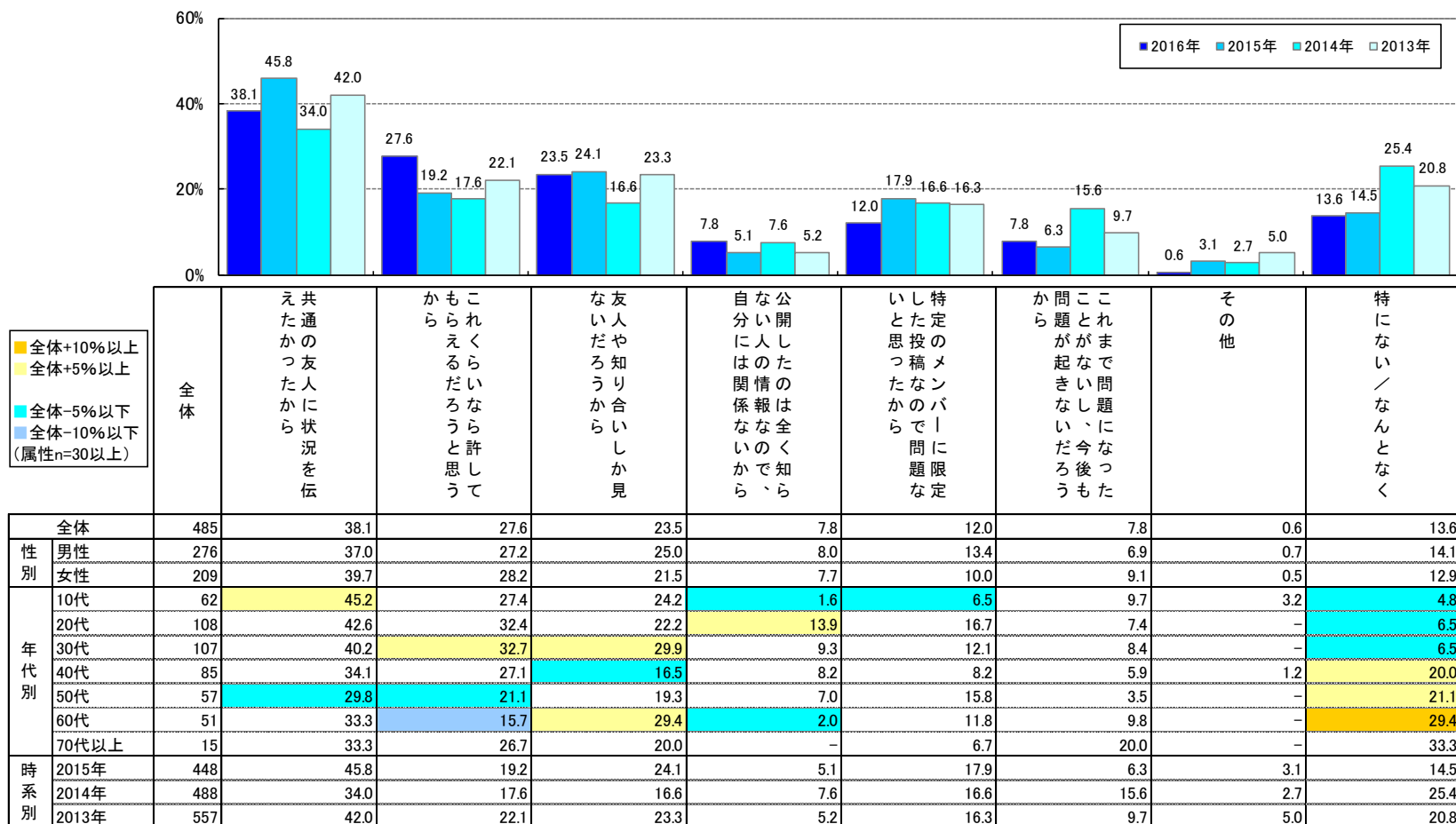
■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

4-3-7.他人の個人情報の公開理由

- 他人の個人情報の公開理由について最も高いのは、「共通の友人に状況を伝えたかったから」(38.1%)である。次いで「これくらいなら許してもらえようと思うから」(27.6%)、「友人や知り合いしか見ないだろうから」(23.5%)、「特にない／なんとなく」(13.6%)と続く。
- 年代別でみると、60代は「特にない／なんとなく」の割合が全体よりも15.8ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると「これくらいなら許してもらえようと思うから」の割合が8.4ポイント増加している。反対に「共通の友人に状況を伝えたかったから」が7.7ポイント、「特定のメンバーに限定した投稿なので問題ないと思ったから」が5.9ポイントと減少している。

【Q18】 公開したのは、どの様な理由からですか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=他人の個人情報の公開経験者(Q17)

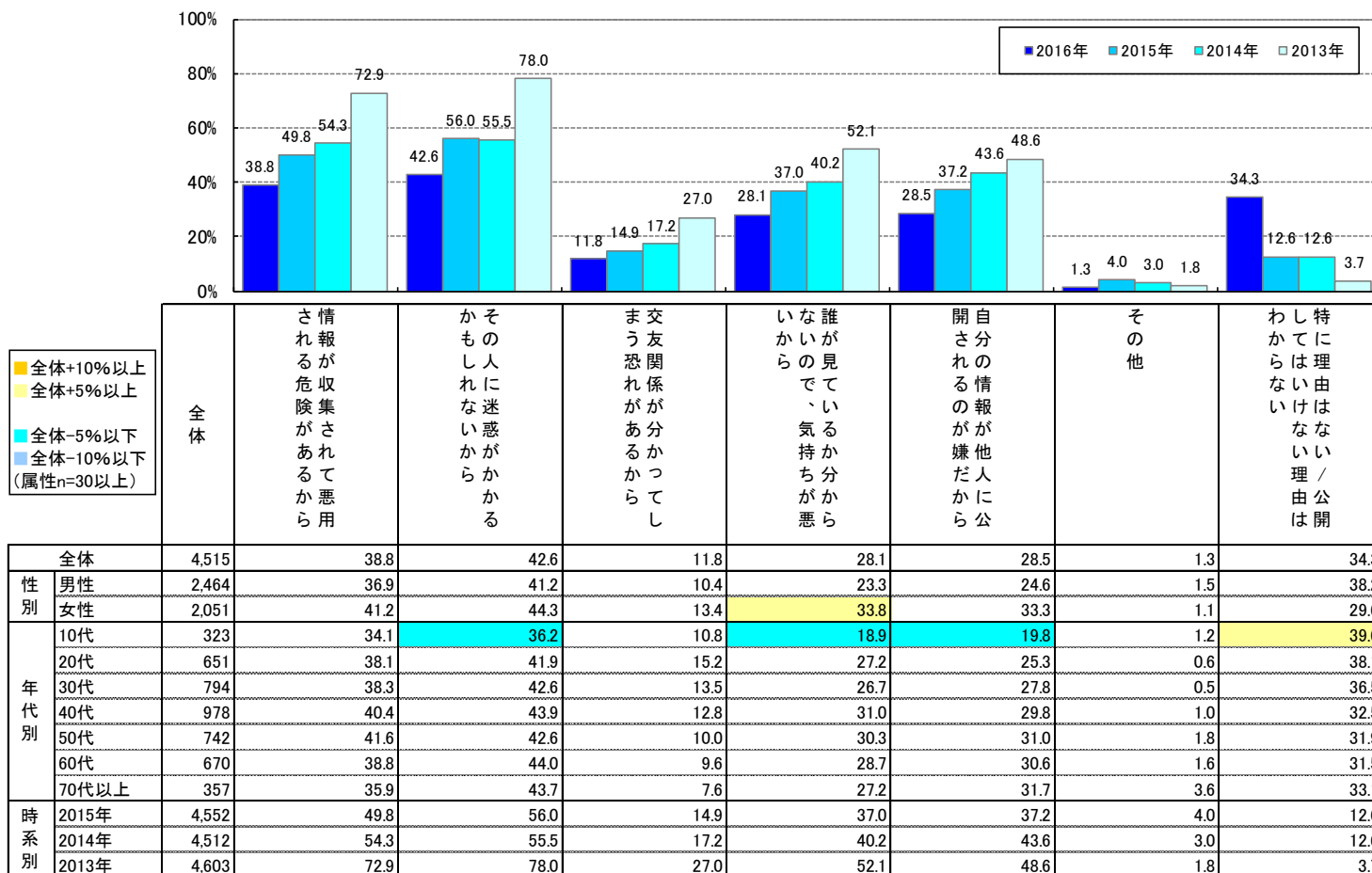


4-3-8.他人の個人情報の非公開理由

- 他人の個人情報の非公開理由について最も高いのは、「その人に迷惑がかかるかもしれないから」(42.6%)である。次いで「情報が収集されて悪用される危険があるから」(38.8%)、「特に理由はない／公開してはいけない理由はわからない」(34.3%)、「自分の情報が他人に公開されるのが嫌だから」(28.5%)と続く。
- 性別でみると、女性は「誰が見ているか分からないので、気持ちが悪いから」の割合が全体よりも5.7ポイントとやや高い。
- 年代別でみると、10代は「特に理由はない／公開してはいけない理由はわからない」の割合が全体よりも5.3ポイントとやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると「特に理由はない／公開してはいけない理由はわからない」の割合が21.7ポイントと大きく増加している。反対に「誰が見ているか分からないので、気持ちが悪いから」が8.9ポイント、「自分の情報が他人に公開されるのが嫌だから」が8.7ポイント減少している。「その人に迷惑がかかるかもしれないから」が13.4ポイント、「情報が収集されて悪用される危険があるから」が11ポイントと大きく減少している。

[Q19] 公開したことがないのは、どのような理由からですか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

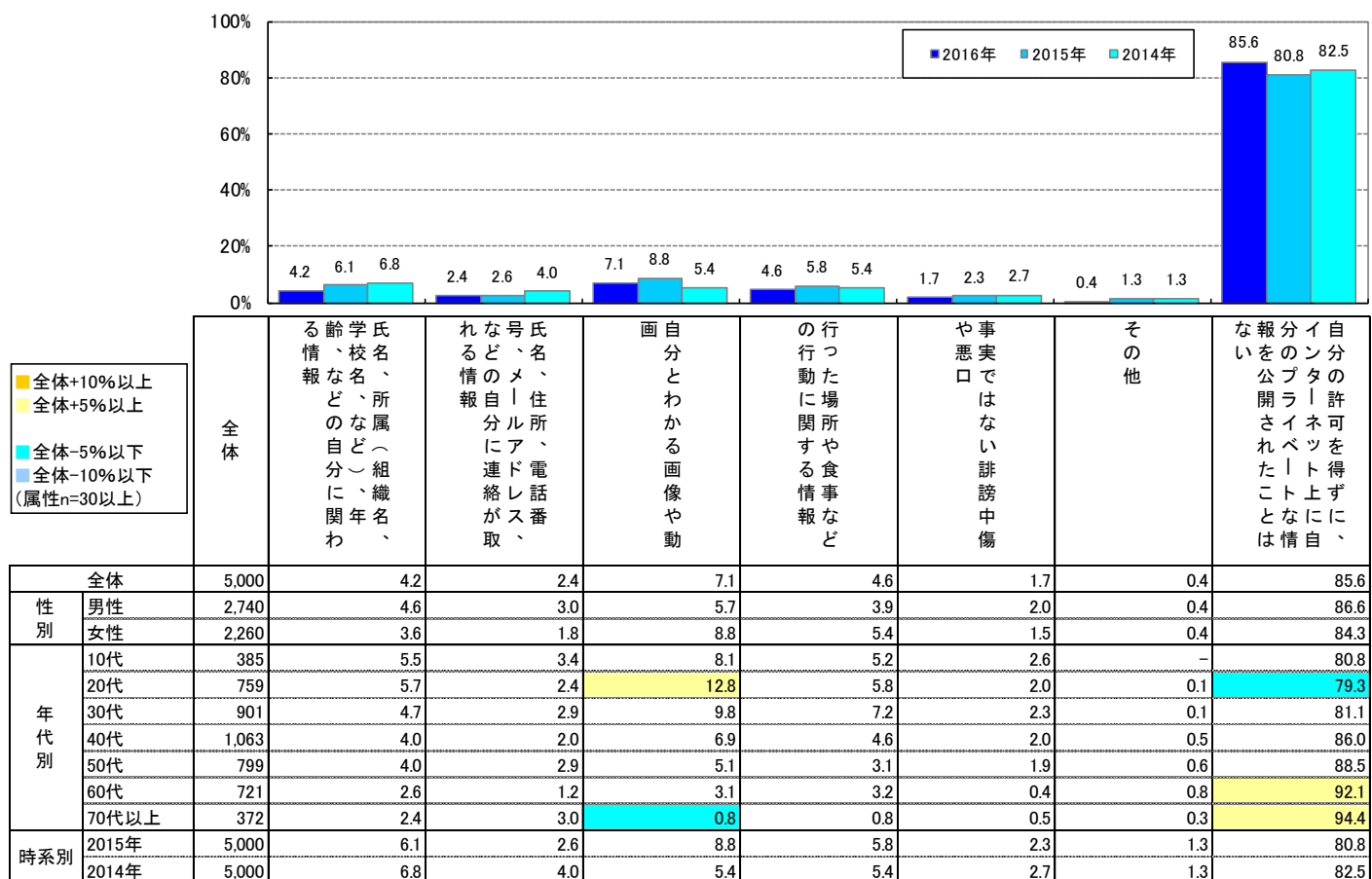
n=他人の個人情報の公開未経験者(Q17)



4-3-9.他人に個人情報公開された経験

- 他人に個人情報を公開された経験について最も高いのは、「自分の許可を得ずに、インターネット上に自分のプライベートな情報を公開されたことはない」(85.6%)である。次いで「自分とわかる画像や動画」(7.1%)、「行った場所や食事などの行動に関する情報」(4.6%)、「氏名、所属(組織名、学校名、など)、年齢、などの自分に関わる情報」(4.2%)と続く。
- 年代別で見ると、20代は「自分とわかる画像や動画」の割合が全体よりも5.7ポイントとやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると「自分の許可を得ずに、インターネット上に自分のプライベートな情報を公開されたことはない」の割合が4.8ポイントとやや増加している。

【Q20】 自分に関する情報について、(自分以外の人から)自分の許可を得ずにインターネット上に公開されたことがありますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

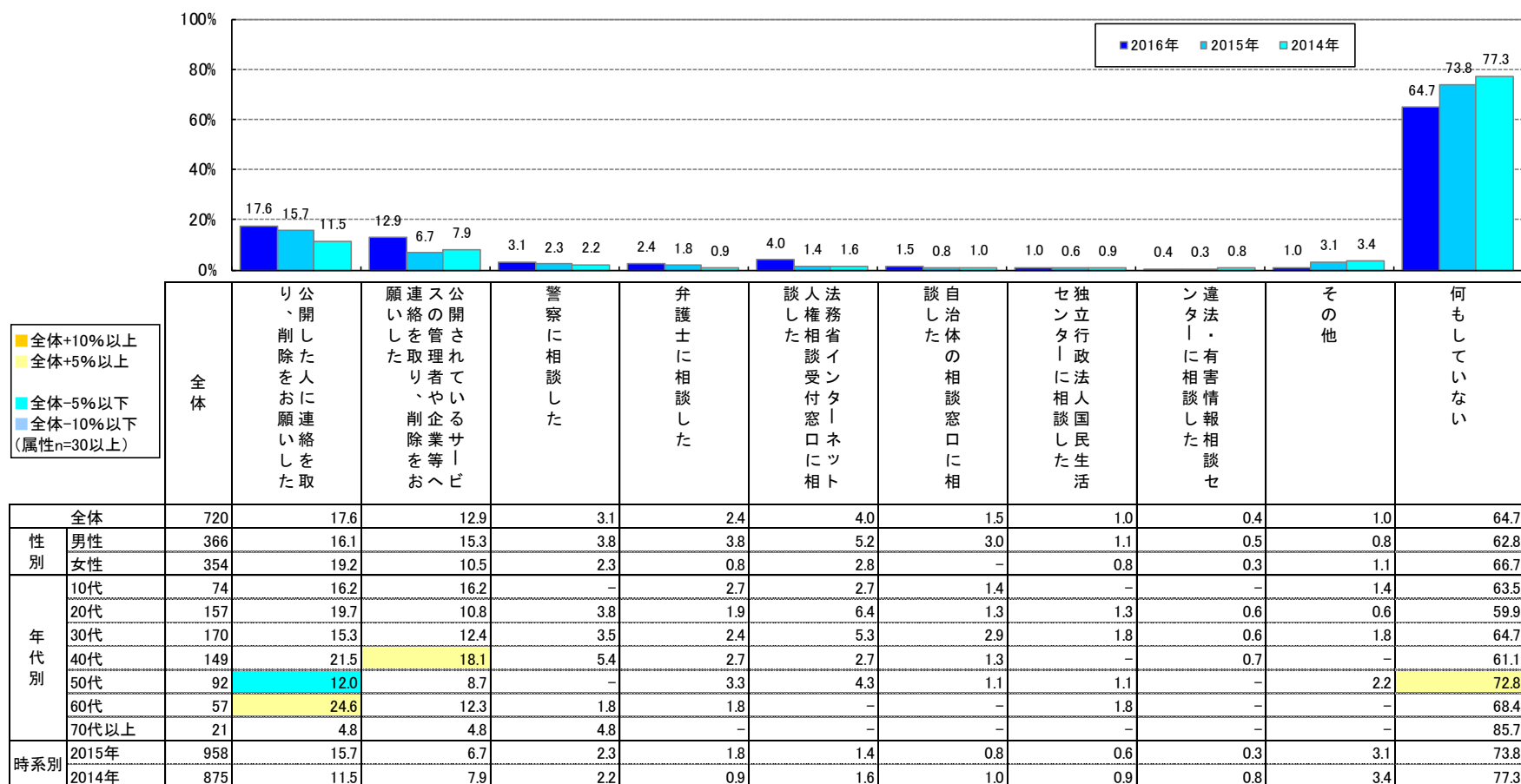


4-3-10.他人に個人情報を開示された後、取った行動

- 他人に個人情報を公開された後、取った行動について最も高いのは、「何もしていない」(64.7%)である。次いで「公開した人に連絡を取り、削除をお願いした」(17.6%)、「公開されているサービスの管理者や企業等へ連絡を取り、削除をお願いした」(12.9%)、「法務省インターネット相談受付窓口で相談した」(4.0%)と続く。
- 年代別でみると、40代は「公開されているサービスの管理者や企業等へ連絡を取り、削除をお願いした」の割合が全体よりも5.2ポイントとやや高い。60代は「公開した人に連絡を取り、削除をお願いした」の割合が全体よりも7ポイントとやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると「公開されているサービスの管理者や企業等へ連絡を取り、削除をお願いした」の割合が6.2ポイント増加している。反対に「何もしていない」の割合が9.1ポイント減少している。

【Q21】 公開されたりタグ付けされたりした情報に対し、どのような行動をとりましたか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=自分の情報をインターネット上で公開された経験者(Q20)

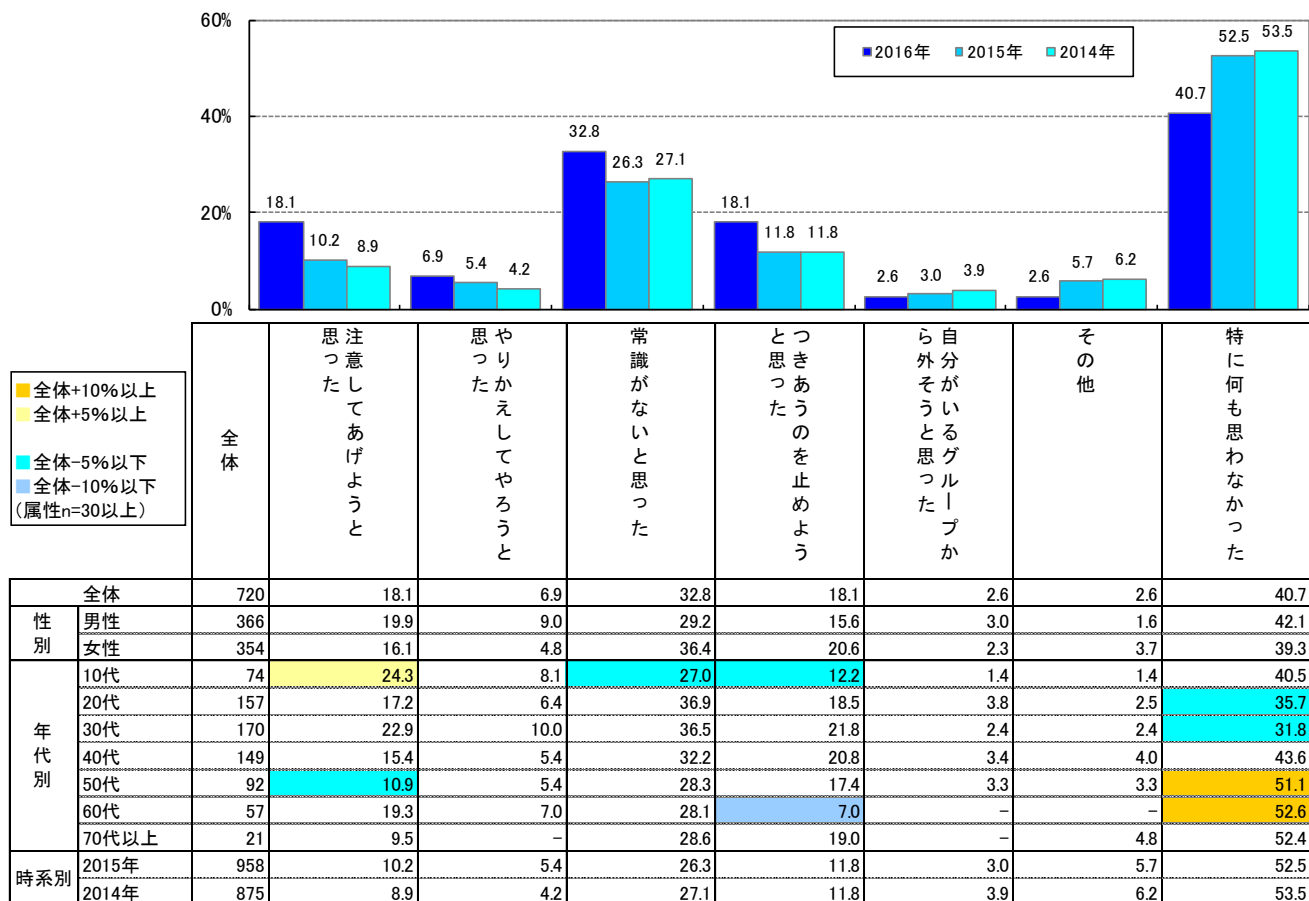


4-3-11.他人に個人情報を開示された時の気持ち

- 他人に個人情報を公開された時の気持ちについて最も高いのは、「特に何も思わなかった」(40.7%)である。次いで「常識がないと思った」(32.8%)、「つきあうのを止めようと思った」(18.1%)、「注意してあげようと思った」(18.1%)と続く。
- 年代別でみると、「特に何も思わなかった」の割合が全体よりも50代は10.4ポイント、60代は11.9ポイントと高い。
- 前年(2015年)と比較すると「注意してあげようと思った」が7.9ポイント、「常識がないと思った」が6.5ポイント、「つきあうのを止めようと思った」が6.3ポイント増加している。反対に「特に何も思わなかった」の割合が11.8ポイントと大きく減少している。

【Q22】 プライベートな情報を公開されたりタグ付けされたりした情報に対し、どのような気持ちになりましたか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

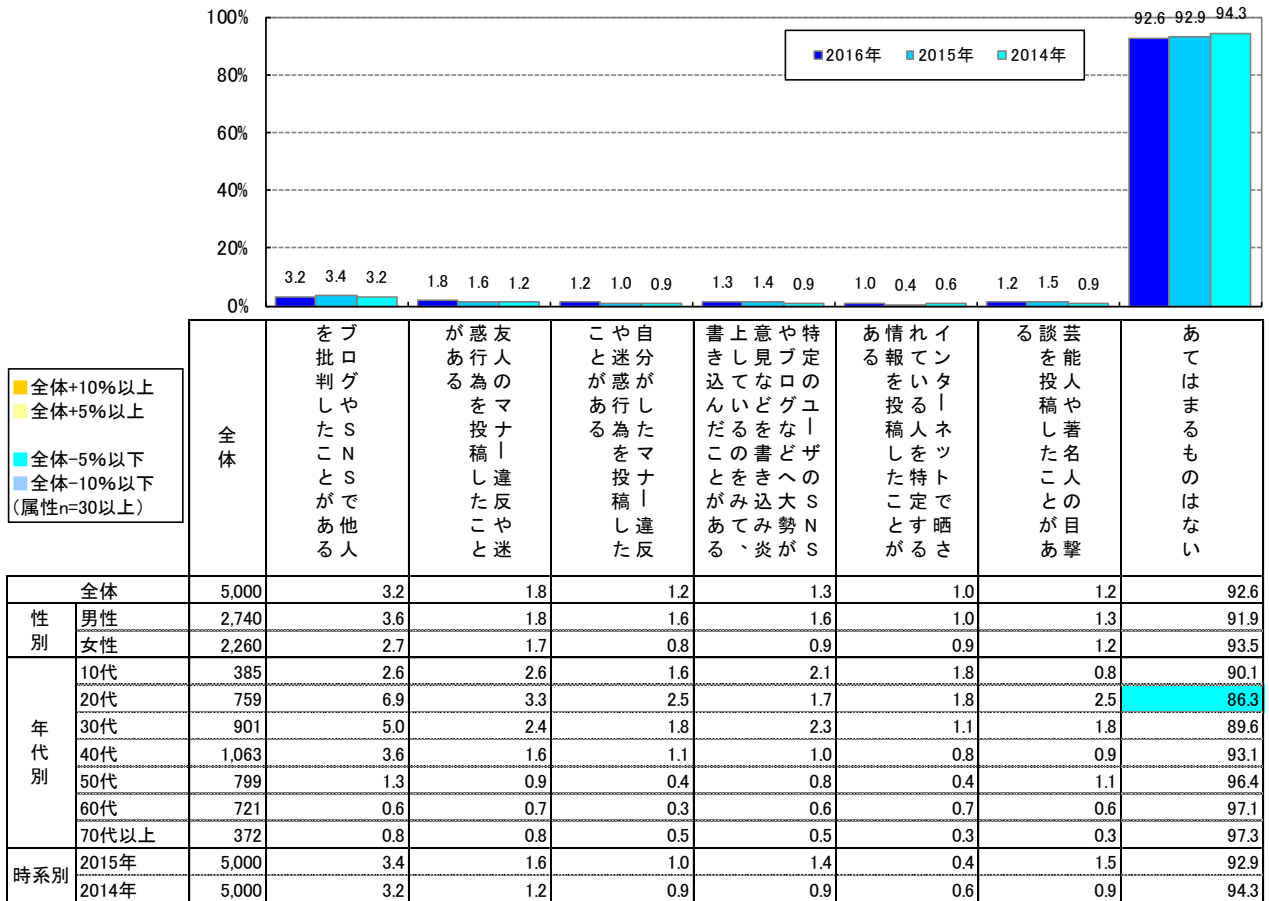
n=自分の情報をインターネット上で公開された経験者(Q20)



4-3-12.投稿経験

■ 投稿経験について最も高いのは、「あてはまるものはない」(92.6%)である。次いで「ブログやSNSで他人を批判したことがある」(3.2%)、「友人のマナー違反や迷惑行為を投稿したことがある」(1.8%)、「特定のユーザのSNSやブログなどへ大勢が意見などを書き込み炎上しているのを見て、書き込んだことがある」(1.3%)と続く。

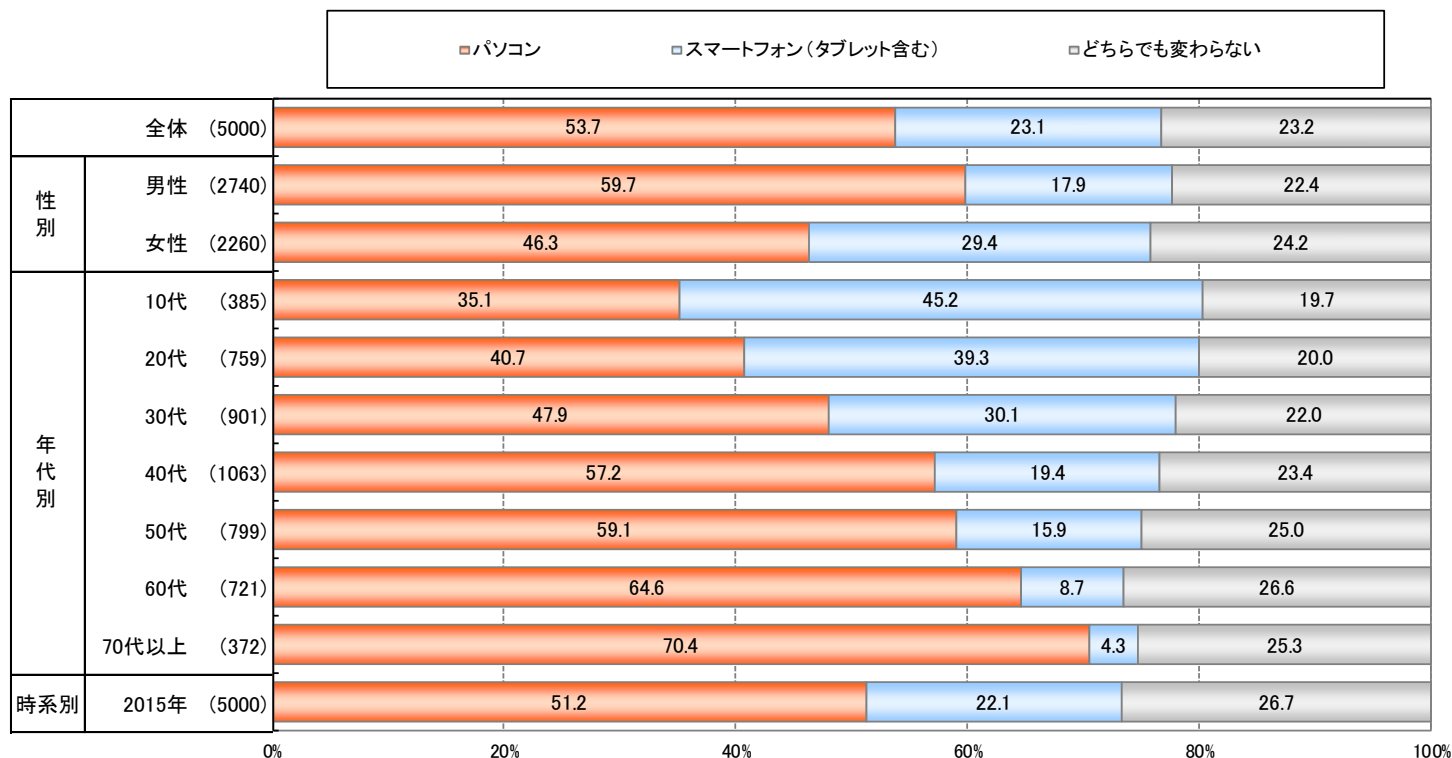
【Q23】 以下の様な投稿をしたことがありますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)



4-4.コンテンツの利用状況 4-4-1.パソコンとスマートフォンの投稿しやすさ

- パソコンとスマートフォンの投稿しやすさについて最も高いのは、「パソコン」(53.7%)である。次いで「どちらでも変わらない」(23.2%)、「スマートフォン(タブレット含む)」(23.1%)と続く。
- 性別でみると男性は「パソコン」の割合が全体よりも6ポイントとやや高い。女性は「スマートフォン(タブレット含む)」の割合が全体よりも6.3ポイントとやや高い。
- 年代別でみると、「スマートフォン(タブレット含む)」で全体よりも10代は22.1ポイント、20代は16.2ポイント高い。70代以上は「パソコン」の割合が全体よりも16.7ポイント高い。年代の高さに比例して「パソコン」の割合が高い傾向が見られる。
- 前年(2015年)と比較すると、「どちらでも変わらない」の割合が3.5ポイントとやや減少している。

【Q24】パソコンとスマートフォン(タブレット含む)では、どちらの方がSNSやブログ等への投稿をしやすと感じますか。(お答えは1つ) ※機器・サービスの使いやすさではなく、気持ちの上での使いやすさについてお答えください。



4-4-2.アカウントのリセット、再取得、削除経験①

- アカウントのリセット、再取得、削除経験について最も高いのは、「mixi」(16.1%)である。次いで「Facebook」(13.1%)、「Twitter」(12.8%)、「LINE」(11.3%)、「Instagram」(9.6%)、「Google+」(7.3%)と続く。

【Q25】 あなたはこれまで以下のSNSでID（アカウント）をリセット（もしくは再取得）や削除したことがありますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）

n=各サービス利用者(Q3)



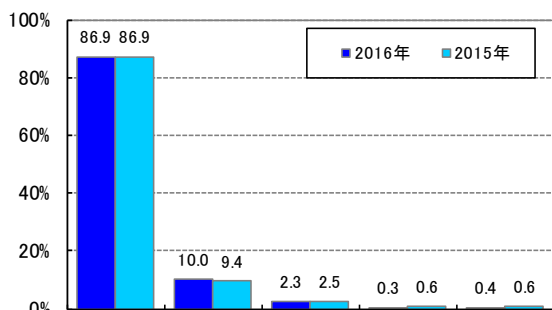
4-4-2.アカウントのリセット、再取得、削除経験②

- Facebookについて最も高いのは、「リセットや削除したことはない」(86.9%)である。次いで「1回」(10.0%)、「2~3回」(2.3%)、「7回以上」(0.4%)と続く。
- mixiについて最も高いのは、「リセットや削除したことはない」(83.9%)である。次いで「1回」(12.6%)、「2~3回」(2.6%)、「4~6回」(0.6%)と続く。
- 年代別でみると、70代以上は「リセットや削除したことはない」の割合が全体よりも11.3ポイント高い。

【Q25】 あなたはこれまで以下のSNSでID（アカウント）をリセット（もしくは再取得）や削除したことがありますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）

n=Facebook利用者(Q3)

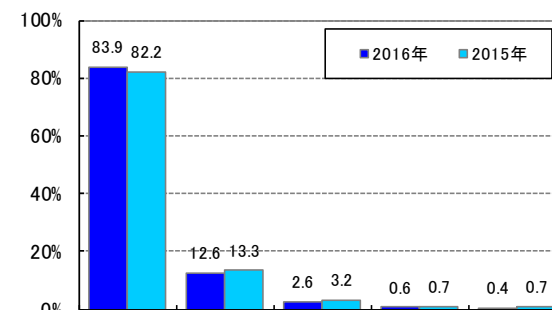
Facebook



	全体	しりせつとよな削除	1回	2~3回	4~6回	7回以上	
							全体+10%以上
全体	2,086	86.9	10.0	2.3	0.3	0.4	
性別	男性	1,186	88.3	8.7	2.4	0.2	0.4
	女性	900	85.1	11.8	2.2	0.4	0.4
年代別	10代	123	91.9	5.7	2.4	-	-
	20代	389	81.2	14.7	2.8	0.8	0.5
	30代	441	87.1	11.3	1.1	0.2	0.2
	40代	437	87.9	10.1	2.1	-	-
	50代	292	90.8	5.1	4.1	-	-
	60代	262	86.3	9.2	2.7	0.4	1.5
	70代以上	142	88.0	8.5	1.4	0.7	1.4
時系列	2015年	1,960	86.9	9.4	2.5	0.6	0.6

n=mixi利用者(Q3)

mixi



	全体	しりせつとよな削除	1回	2~3回	4~6回	7回以上	
							全体+10%以上
全体	1,370	83.9	12.6	2.6	0.6	0.4	
性別	男性	699	87.3	10.0	2.0	0.6	0.1
	女性	671	80.5	15.2	3.1	0.6	0.6
年代別	10代	69	87.0	8.7	4.3	-	-
	20代	326	73.6	18.7	5.5	1.2	0.9
	30代	402	85.3	12.2	2.0	0.5	-
	40代	302	89.1	9.6	0.7	0.3	0.3
	50代	134	85.8	11.2	2.2	0.7	-
	60代	95	87.4	11.6	1.1	-	-
	70代以上	42	95.2	2.4	-	-	2.4
時系列	2015年	1,365	82.2	13.3	3.2	0.7	0.7

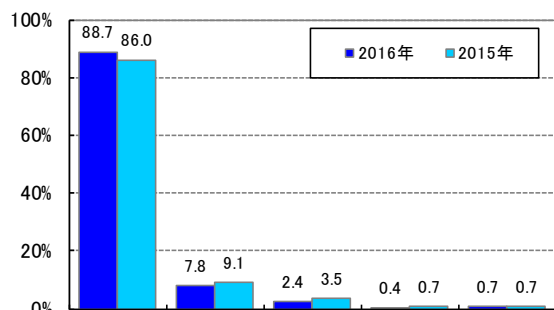
4-4-2.アカウントのリセット、再取得、削除経験③

- LINEについて最も高いのは、「リセットや削除したことはない」(88.7%)である。次いで「1回」(7.8%)、「2~3回」(2.4%)、「7回以上」(0.7%)と続く。
- Google+について最も高いのは、「リセットや削除したことはない」(92.7%)である。次いで「1回」(4.9%)、「2~3回」(1.9%)、「4~6回」(0.3%)、「7回以上」(0.3%)と続く。

【Q25】 あなたはこれまで以下のSNSでID（アカウント）をリセット（もしくは再取得）や削除したことがありますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）

n=LINE利用者(Q3)

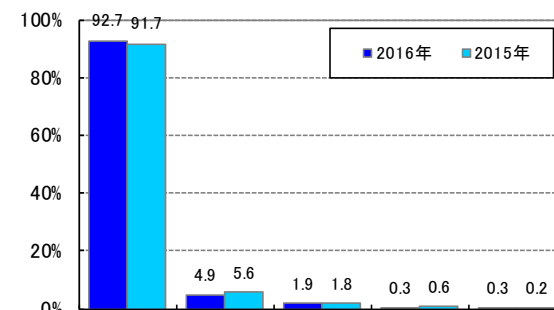
LINE



	全体	リセット または 削除 した こと は な い	1 回	2 ~ 3 回	4 ~ 6 回	7 回 以 上	
							全体+10%以上
全体	2,239	88.7	7.8	2.4	0.4	0.7	
性別	男性	1,083	89.8	6.5	2.7	0.4	0.7
	女性	1,156	87.7	9.1	2.2	0.4	0.6
年代別	10代	250	88.8	8.0	2.8	-	0.4
	20代	518	85.1	10.2	3.5	0.6	0.6
	30代	515	87.0	10.7	1.7	0.6	-
	40代	435	90.8	6.2	2.5	0.5	-
	50代	297	92.9	3.4	2.0	-	1.7
	60代	178	91.0	3.9	1.1	0.6	3.4
	70代以上	46	91.3	6.5	2.2	-	-
時系列別	2015年	1,984	86.0	9.1	3.5	0.7	0.7

n=Google+利用者(Q3)

Google+



	全体	リセット または 削除 した こと は な い	1 回	2 ~ 3 回	4 ~ 6 回	7 回 以 上	
							全体+10%以上
全体	1,185	92.7	4.9	1.9	0.3	0.3	
性別	男性	673	93.3	4.2	1.9	0.4	0.1
	女性	512	92.0	5.9	1.8	-	0.4
年代別	10代	110	92.7	4.5	2.7	-	-
	20代	218	88.5	6.0	4.1	0.9	0.5
	30代	221	91.4	7.2	0.9	-	0.5
	40代	249	93.2	4.8	1.6	0.4	-
	50代	161	96.9	1.9	1.2	-	-
	60代	150	94.7	4.7	0.7	-	-
	70代以上	76	94.7	2.6	1.3	-	1.3
時系列別	2015年	1,206	91.7	5.6	1.8	0.6	0.2

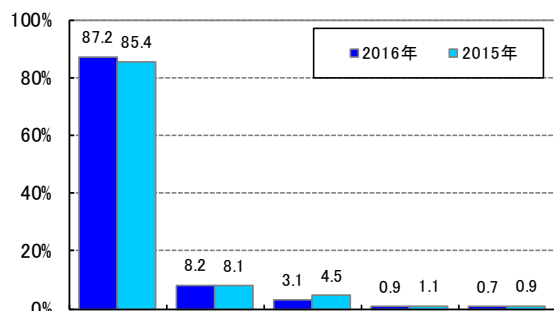
4-4-2.アカウントのリセット、再取得、削除経験④

- Twitterについて最も高いのは、「リセットや削除したことはない」(87.2%)である。次いで「1回」(8.2%)、「2~3回」(3.1%)、「4~6回」(0.9%)と続く。
- 年代別でみると、70代以上は「リセットや削除したことはない」の割合が全体よりも9.1ポイントとやや高い。
- Instagramについて最も高いのは、「リセットや削除したことはない」(90.4%)である。次いで「1回」(6.1%)、「2~3回」(2.6%)、「4~6回」(0.6%)と続く。

【Q25】 あなたはこれまで以下のSNSでID（アカウント）をリセット（もしくは再取得）や削除したことがありますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）

n=Twitter利用者(Q3)

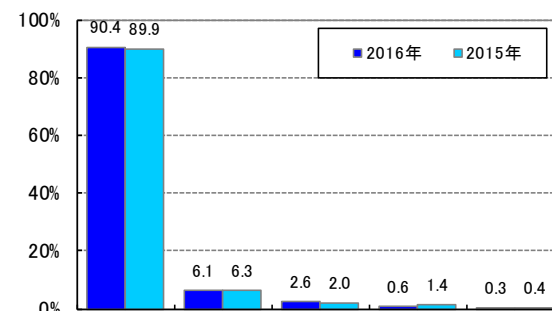
Twitter



	全体	リセットや削除した回数					
		しりたせこつとはやな削除	1回	2~3回	4~6回	7回以上	
全体	1,864	87.2	8.2	3.1	0.9	0.7	
性別	男性	1,020	88.9	7.0	2.5	0.8	0.8
	女性	844	85.1	9.7	3.7	0.9	0.6
年代別	10代	144	88.2	7.6	3.5	0.7	-
	20代	462	77.3	12.3	7.1	1.9	1.3
	30代	399	89.5	8.0	2.0	0.3	0.3
	40代	392	89.5	7.7	2.0	0.5	0.3
	50代	210	91.9	6.2	-	0.5	1.4
	60代	175	92.0	4.6	1.7	1.1	0.6
	70代以上	82	96.3	2.4	-	-	1.2
時系別	2015年	1,792	85.4	8.1	4.5	1.1	0.9

n=Instagram利用者(Q3)

Instagram



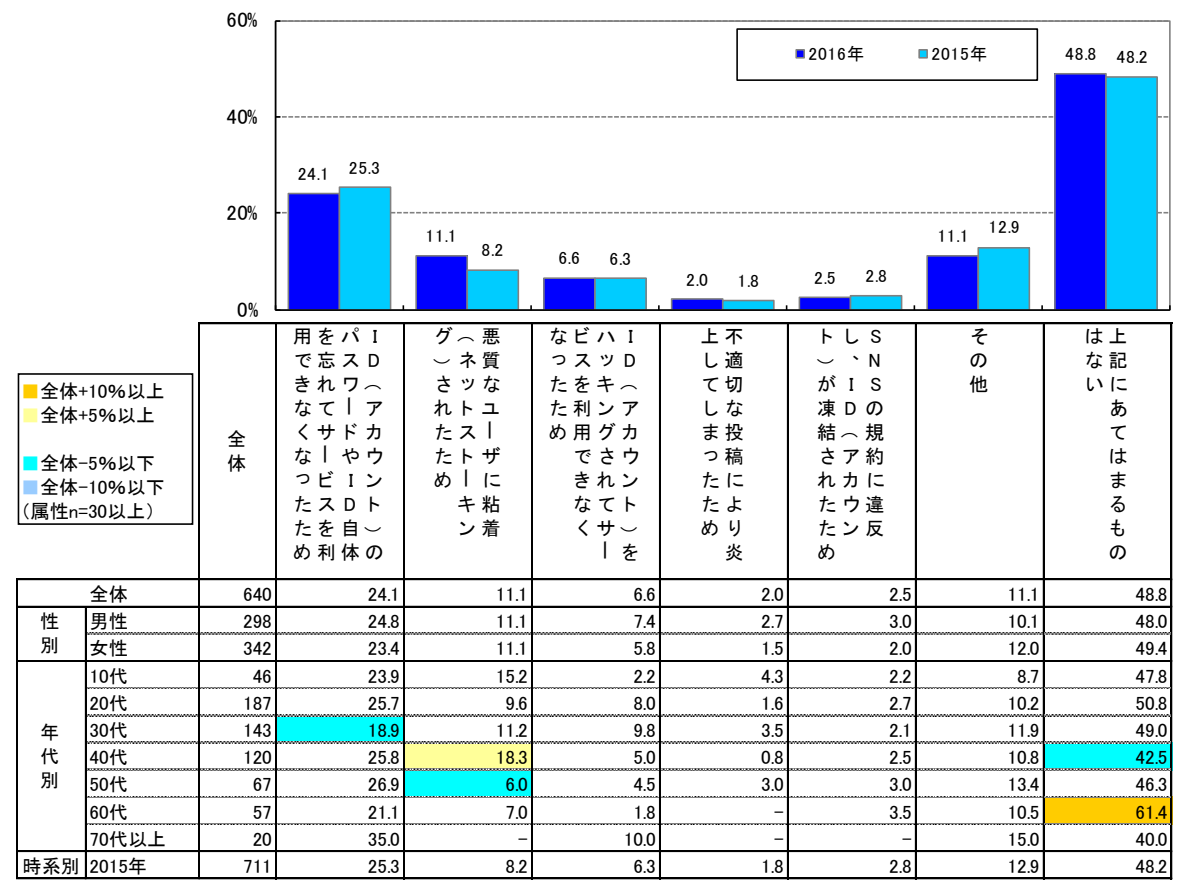
	全体	リセットや削除した回数					
		しりたせこつとはやな削除	1回	2~3回	4~6回	7回以上	
全体	773	90.4	6.1	2.6	0.6	0.3	
性別	男性	341	90.9	5.9	2.6	0.6	-
	女性	432	90.0	6.3	2.5	0.7	0.5
年代別	10代	72	91.7	4.2	2.8	1.4	-
	20代	206	84.5	8.7	4.4	1.5	1.0
	30代	202	90.6	5.9	3.0	0.5	-
	40代	163	94.5	3.7	1.8	-	-
	50代	70	94.3	5.7	-	-	-
	60代	43	93.0	7.0	-	-	-
	70代以上	17	94.1	5.9	-	-	-
時系別	2015年	554	89.9	6.3	2.0	1.4	0.4

4-4-3.アカウントのリセット、再取得、削除理由

- アカウントのリセット、再取得、削除理由について最も高いのは、「上記にあてはまるものはない」(48.8%)である。次いで「ID (アカウント) のパスワードやID自体を忘れてサービスを利用できなくなったため」(24.1%)、「悪質なユーザに粘着 (ネットストーキング) されたため」(11.1%)と続く。
- 年代別でみると、60代は「上記にあてはまるものはない」の割合が全体よりも12.6ポイント高い。

【Q26】 あなたがID (アカウント) をリセット (もしくは再取得) や削除した理由は何ですか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

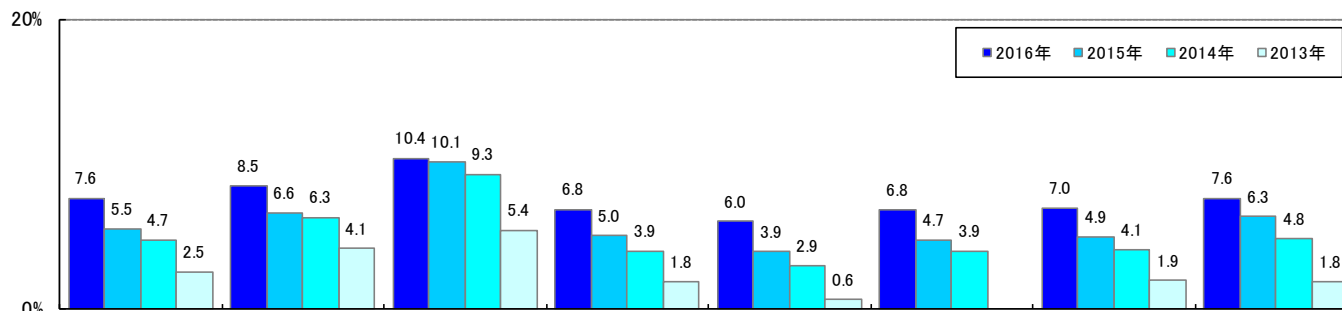
n=SNSのID (アカウント) のリセット、再取得、削除経験者(Q25)



4-4-4.アプリ、ソフト、コンテンツの利用状況

- アプリ、ソフト、コンテンツの利用状況について最も高いのは、「バックアップのために、許可されていないがコピーを作成する」(10.4%)である。次いで「知人や友人のソフトウェアをコピーして利用する」(8.5%)、「学校、または会社のソフトウェアを許可されていないのにコピーをして利用する」(7.6%)、「友人などの知り合いと共有するため、アクセスが制限されたインターネット上の保管サービス(ネットストレージ)に保存する」(7.6%)と続く。
- 年代別でみると20代は多数の項目で全体よりも約5ポイントとやや高い。

【Q27】市販されているアプリケーションや音楽、動画などのソフトウェアやコンテンツ(CD、DVD、Blu-rayなど)の利用についてお伺いします。以下の行為をしたことがありますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。(お答えはそれぞれ1つずつ)



※値は「いつもする」と「よくする」と「ときどきする」の合計値

■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

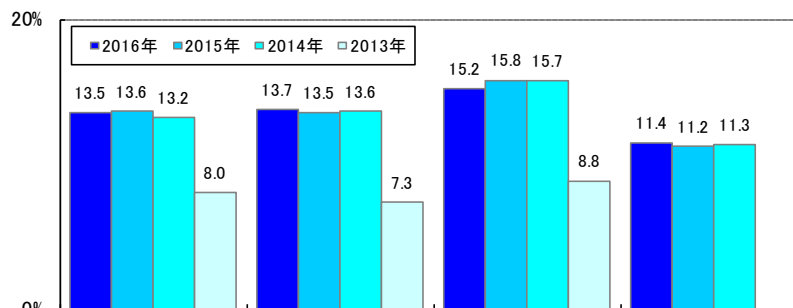
	全体	してフ学 利なウ、 用いエ、 すの にを コピ ーを れソ	用ウ知 すエ人 るアや を友 コ人 ーソ しフ てト 利	がにバ コ、ッ ピ許ク ー可 をさ 作れ 成て すの ため い	るどを購 のコ入 知ピし りした 合して いてソ にフ 配友 布人 すな	ロタソ ーソフト ドネット してト 公上 開に する ア ッ プ	回(ラ 避イテ してセ 使セン うスベ 認シ 証ウ を)の	使フ不 っア特 てイ定 共共多 有共数 すの ソフト、 を	レサタ ーーが ジビネ 〜ス制 〜(〜)す 保ネ上 存ッの すのた ス管保 ト)イ と
全体	5,000	7.6	8.5	10.4	6.8	6.0	6.8	7.0	7.6
性別	男性	2,740	8.9	9.7	13.0	7.3	6.5	7.8	8.9
	女性	2,260	6.1	7.0	7.3	6.2	5.4	5.6	6.1
年代別	10代	385	11.9	13.2	12.7	10.4	9.1	9.6	10.1
	20代	759	12.8	13.3	14.9	11.6	11.2	11.9	12.9
	30代	901	10.9	11.5	13.5	10.1	9.4	10.3	10.8
	40代	1,063	6.4	7.3	10.1	5.8	5.1	5.8	5.7
	50代	799	5.4	6.4	7.8	4.1	3.3	4.4	4.5
	60代	721	3.2	4.2	7.1	2.5	1.2	2.6	2.2
	70代以上	372	1.6	2.4	4.0	2.7	1.6	1.3	2.2
時系列別	2015年	5,000	5.5	6.6	10.1	5.0	3.9	4.7	6.3
	2014年	5,000	4.7	6.3	9.3	3.9	2.9	3.9	4.8
	2013年	5,160	2.5	4.1	5.4	1.8	0.6	1.9	1.8

4-4-5.閲覧したホームページをコピーして利用した経験

- 閲覧したホームページをコピーして利用した経験について最も高いのは、「ホームページにある画像をコピーして利用する」(15.2%)である。次いで「見出しやホームページに記載された文章をコピーして利用する」(13.7%)、「見出しや概要をコピーして利用する」(13.5%)、「歌謡曲等の歌詞や本の一節をコピーして利用する」(11.4%)と続く。
- 年代別でみると20代は全ての項目の割合が全体よりも約5~7ポイントとやや高い。

【Q28】 閲覧したホームページ（ニュース記事やニュースリリース、個人のブログなど）や歌詞、書籍の内容をコピーして、そのまま利用することがありますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）

※値は「いつもする」と「よくする」と「ときどきする」の合計値



		見出しや概要をコピー				見出しやホームページに記載された文章をコピー				ホームページにある画像をコピーして利用				歌謡曲等の歌詞や本の一節をコピーして利用			
		全体	男性	女性	20代	全体	男性	女性	20代	全体	男性	女性	20代	全体	男性	女性	20代
全体	5,000				13.5				13.7				15.2				11.4
性別	男性	2,740			15.5				15.9				16.8				12.4
	女性	2,260			11.1				11.1				13.2				10.2
年代別	10代	385			17.1				19.5				19.7				16.1
	20代	759			20.4				19.6				21.2				16.7
	30代	901			15.9				17.0				18.4				13.9
	40代	1,063			10.3				9.9				12.6				8.1
	50代	799			10.1				9.5				11.9				8.0
	60代	721			11.7				10.8				11.5				9.0
	70代以上	372			9.7				13.4				12.1				11.3
時系列別	2015年	5,000			13.6				13.5				15.8				11.2
	2014年	5,000			13.2				13.6				15.7				11.3
	2013年	5,160			8.0				7.3				8.8				-

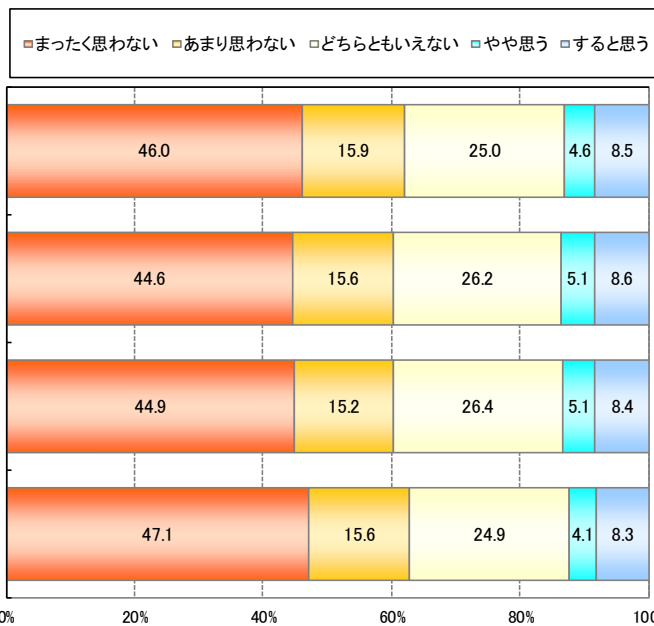
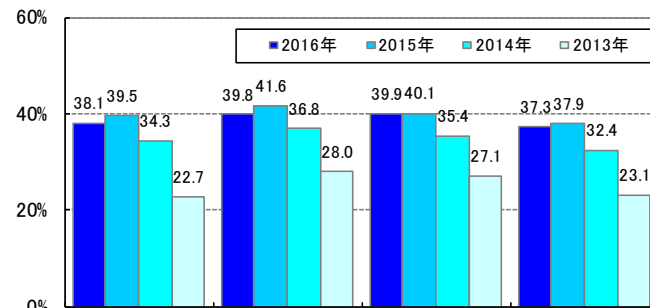
■ 全体+10%以上
 ■ 全体+5%以上
 ■ 全体-5%以下
 ■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

4-4-6.著作権のあるコンテンツの保存意向

- 著作権のあるコンテンツの保存意向について最も高いのは、「掲示板などのサイトにある情報（URLなど）から、コンテンツを無料でダウンロードして保存する」（39.9%）である。次いで「国内外の個人のサイトが公開しているコンテンツを無料でダウンロードして保存する」（39.8%）、「ファイル共有ソフトを使って、市販されている音楽や動画のコンテンツを無料で保存する」（38.1%）、「ウェブで公開され、ダウンロードして保存ができない形式で配信されている音楽や動画をツールなどを使って保存する」（37.3%）と続く。
- 年代別でみると、10代～30代で全ての項目において割合が全体よりも5ポイント以上高い。

【Q29】あなたは、今後インターネットを利用する際に、個人で楽しむ目的でWebサイト上の著作権があるコミックや音楽、動画のコンテンツなどを、以下の方法で保存すると思いますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）

※値は「すると思う」「やや思う」「どちらともいえない」の合計値



すると思う・計
38.1
39.8
39.9
37.3

■ 全体+10%以上
 ■ 全体+5%以上
 ■ 全体-5%以下
 ■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

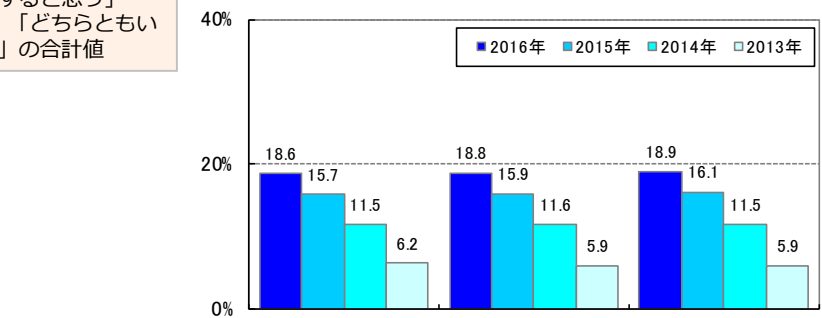
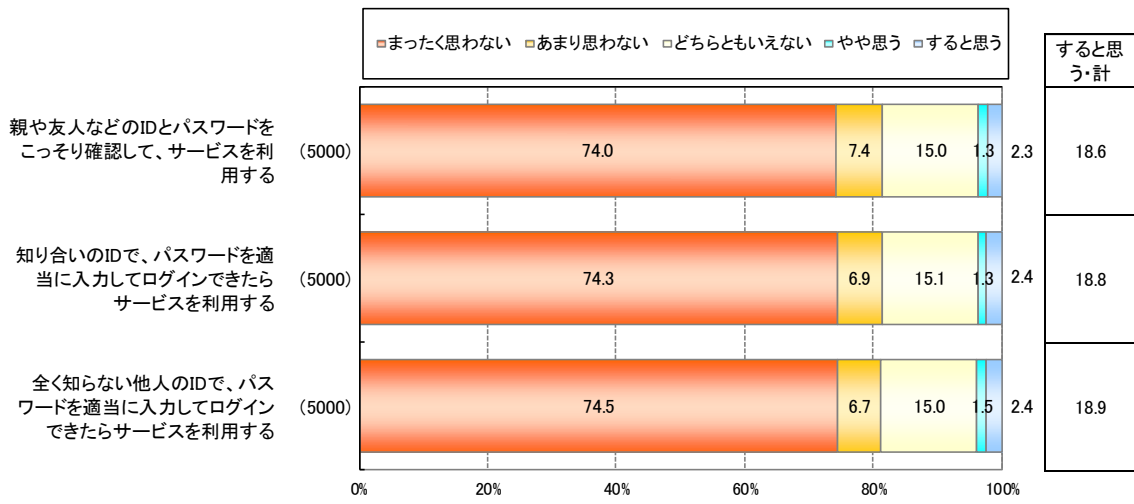
属性	属性	人数	38.1	39.8	39.9	37.3
全体	男性	2,740	38.6	41.6	42.2	38.8
	女性	2,260	37.4	37.6	37.2	35.4
年代別	10代	385	48.6	50.4	50.1	47.3
	20代	759	47.4	49.5	50.9	47.7
	30代	901	44.7	48.1	47.9	46.2
	40代	1,063	40.5	42.8	42.0	40.2
	50代	799	33.9	33.0	33.8	30.8
	60代	721	24.3	26.6	25.8	22.7
	70代以上	372	20.7	20.4	22.0	18.0
時系列	2015年	5,000	39.5	41.6	40.1	37.9
	2014年	5,000	34.3	36.8	35.4	32.4
	2013年	5,160	22.7	28.0	27.1	23.1

4-4-7.他人のIDを使つてのインターネット上のサービス利用意向

- 他人のIDを使つてのインターネット上のサービス利用意向について最も高いのは、「全く知らない他人のIDで、パスワードを適当に入力してログインできたらサービスを利用する」(18.9%)である。次いで「知り合いのIDで、パスワードを適当に入力してログインできたらサービスを利用する」(18.8%)、「親や友人などのIDとパスワードをこっそり確認して、サービスを利用する」(18.6%)と続く。
- 年代別でみると、10代~30代で全ての項目において割合が全体よりも5ポイント以上高い。

【Q30】 あなたは、今後インターネットを利用する際に、他人のIDを使つてインターネット上のサービスを利用すると思いますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。(お答えはそれぞれ1つずつ)

※値は「すると思う」「やや思う」「どちらともいえない」の合計値



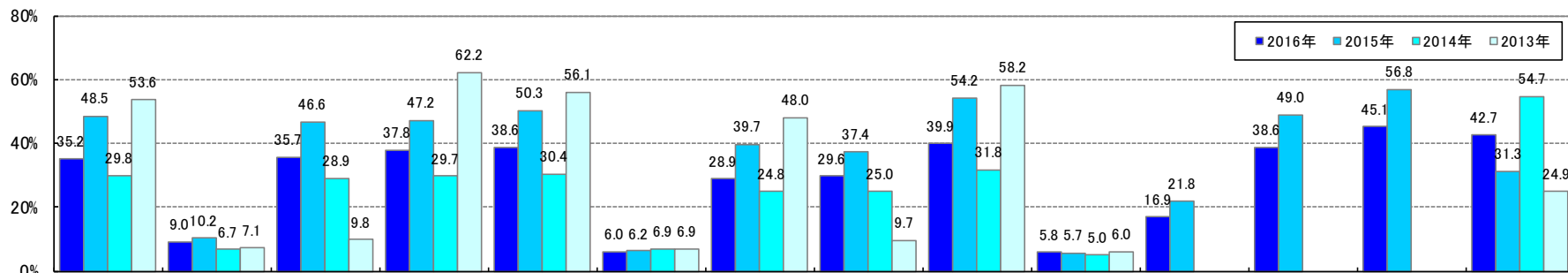
■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下 (属性n=30以上)

属性	人数	親や友人などのIDとパスワードをこっそり確認して、サービスを利用する	知り合いのIDで、パスワードを適当に入力してログインできたらサービスを利用する	全く知らない他人のIDで、パスワードを適当に入力してログインできたらサービスを利用する
全体	5,000	18.6	18.8	18.9
性別				
男性	2,740	19.1	19.3	19.4
女性	2,260	18.0	18.2	18.2
年代別				
10代	385	28.3	27.0	27.8
20代	759	26.4	27.0	26.7
30代	901	24.5	25.2	25.3
40代	1,063	18.7	18.9	18.8
50代	799	14.6	15.1	15.0
60代	721	7.8	7.5	8.0
70代以上	372	7.5	7.3	7.3
時系列				
2015年	5,000	15.7	15.9	16.1
2014年	5,000	11.5	11.6	11.5
2013年	5,160	6.2	5.9	5.9

4-5.情報倫理意識・トラブル経験 4-5-1.問題があると思う行為

- 問題があると思う行為について最も高いのは、「SNSで性的な写真や動画を撮影して投稿した」(45.1%)である。次いで「あてはまるものはない」(42.7%)、「購入したソフトウェアを友人に欲しいと頼まれたのでコピーしてあげた」(39.9%)、「炎上している事件の犯人の個人情報を手に入れたのでブログやSNSに投稿した」(38.6%)と続く。
- 年代別でみると、10代、20代、70代以上は「あてはまるものはない」が最も高い。
- 前年(2015年)と比較すると「あてはまるものはない」の割合が11.4ポイントと大きく増加している。反対に「放送中の人気番組の主題歌が、ある個人のサイトにアップロードされていたのでダウンロードした」で13.3ポイント、「ニュース記事の本文と写真を勝手にコピーして自分のブログに貼り付けた」で10.9ポイント、「友人が購入したゲームソフトをコピーしてくれたので利用した」で11.7ポイント、「テレビ番組でメールがどこまでつながるか実験中、というメールが友人から転送されてきたので、知り合いに転送した」で10.8ポイント、「購入したソフトウェアを友人に欲しいと頼まれたのでコピーしてあげた」で14.3ポイント、「炎上している事件の犯人の個人情報を手に入れたのでブログやSNSに投稿した」で10.4ポイント、「SNSで性的な写真や動画を撮影して投稿した」で11.7ポイントと、それぞれ割合が大きく減少している。

【Q31】 次の行為で、あなたが問題があると思うものは何ですか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)



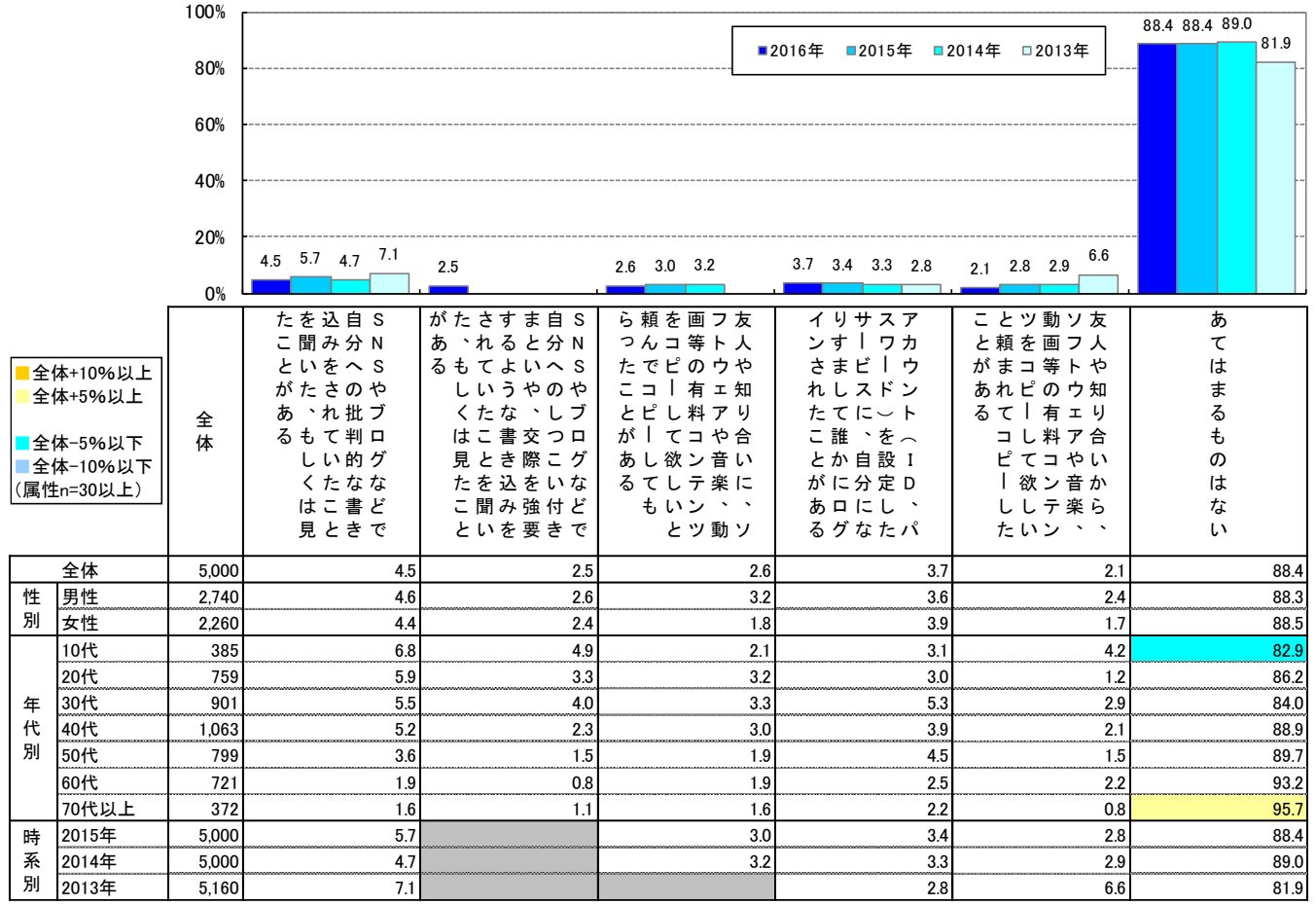
属性	属性	属性	行為													
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
全体	5,000	35.2	9.0	35.7	37.8	38.6	6.0	28.9	29.6	39.9	5.8	16.9	38.6	45.1	42.7	
性別	男性	2,740	35.6	9.6	35.9	34.7	39.2	6.5	27.7	27.9	5.9	15.4	36.1	42.6	43.6	
	女性	2,260	34.6	8.3	35.6	41.5	37.8	5.5	30.2	31.7	40.1	5.8	18.7	41.7	41.5	
年代別	10代	385	31.2	7.3	28.3	30.6	32.2	6.5	21.8	25.5	30.6	4.9	17.1	31.7	34.3	
	20代	759	34.8	5.3	32.9	37.8	37.7	4.1	28.9	30.6	36.2	4.7	19.0	39.1	40.8	
	30代	901	35.2	7.9	33.6	35.8	37.5	5.4	26.5	30.7	37.3	5.9	19.6	38.5	43.6	
	40代	1,063	37.8	8.3	38.5	38.9	39.5	5.8	30.7	32.9	42.4	6.0	18.7	41.0	48.3	
	50代	799	36.8	11.5	38.9	39.2	41.1	7.3	31.8	29.8	42.4	7.6	16.1	41.4	49.1	
	60代	721	35.1	11.8	40.2	41.9	43.3	7.4	31.3	27.6	46.5	5.4	12.9	39.8	50.5	
	70代以上	372	29.3	12.4	30.9	35.8	32.5	6.5	25.5	23.4	37.9	5.4	9.4	29.8	41.1	
時系列	2015年	5,000	48.5	10.2	46.6	47.2	50.3	6.2	39.7	37.4	54.2	5.7	21.8	49.0	56.8	
	2014年	5,000	29.8	6.7	28.9	29.7	30.4	6.9	24.8	25.0	31.8	5.0			54.7	
	2013年	5,160	53.6	7.1	9.8	62.2	56.1	6.9	48.0	9.7	58.2	6.0			24.9	

■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

4-5-2.自分の情報等を利用・公開された経験

- 自分の情報等を利用・公開された経験について最も高いのは、「あてはまるものはない」(88.4%)である。次いで「SNSやブログなどで自分への批判的な書き込みをされていたことを聞いた、もしくは見たことがある」(4.5%)、「アカウント(ID、パスワード)を設定したサービスに、自分になりすまして誰かにログインされたことがある」(3.7%)、「友人や知り合いに、ソフトウェアや音楽、動画等の有料コンテンツをコピーして欲しいと頼んでコピーしてもらったことがある」(2.6%)と続く。
- 年代別でみると70代以上で「あてはまるものはない」の割合が全体よりも7.3ポイントとやや高い。

【Q32】 あなたは、以下の様な経験がありますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

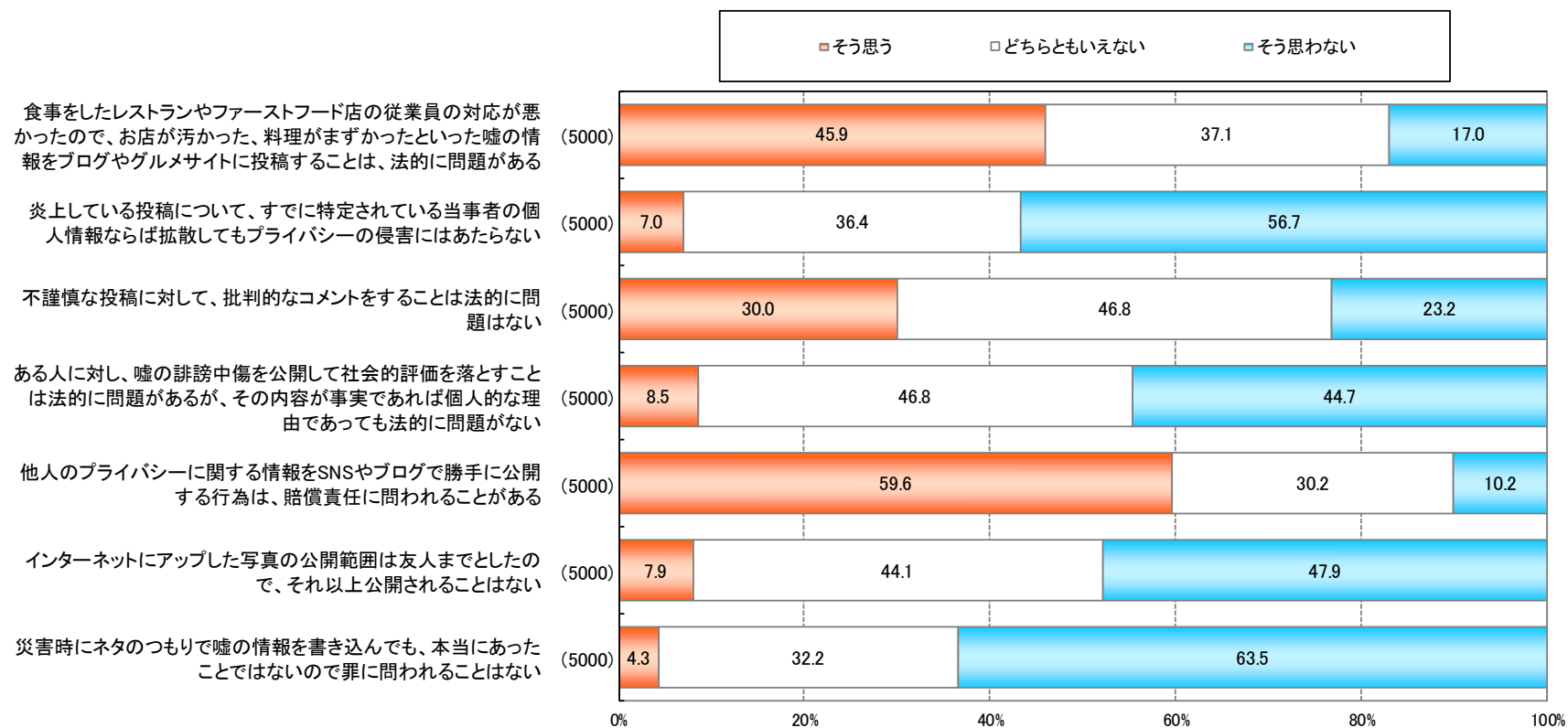


※「SNSやブログなどで自分へのしつこい付きまといや、交際を強要するような書き込みをされていたことを聞いた、もしくは見たことがある」は今年度から追加した選択肢

4-5-3.公開された情報に対する意識について①

- 公開された情報に対する意識について「そう思う」割合が最も高いのは「他人のプライバシーに関する情報をSNSやブログで勝手に公開する行為は、賠償責任に問われることがある」(59.6%)である。次いで「食事をしたレストランやファーストフード店の従業員の対応が悪かったので、お店が汚かった、料理がまずかったといった嘘の情報をブログやグルメサイトに投稿することは、法的に問題がある」(45.9%)、「不謹慎な投稿に対して、批判的なコメントをすることは法的に問題はない」(30.0%)と続く。

【Q33】 以下の意見について、あなたはどの様に思いますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）



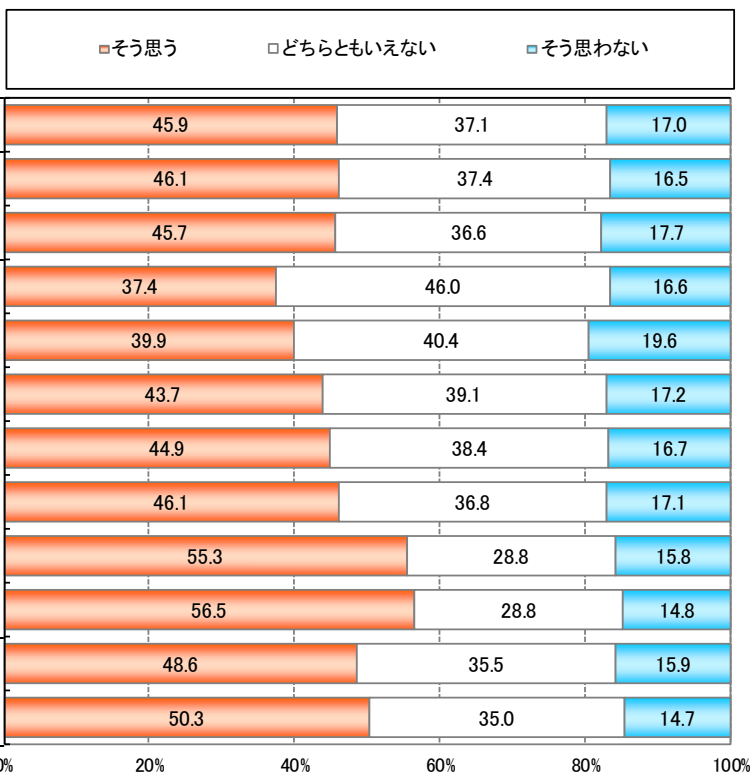
※「災害時にネタのつもりで嘘の情報を書き込んで、本当にあったことではないので罪に問われることはない」は今年度から追加した選択肢

4-5-3.公開された情報に対する意識について②

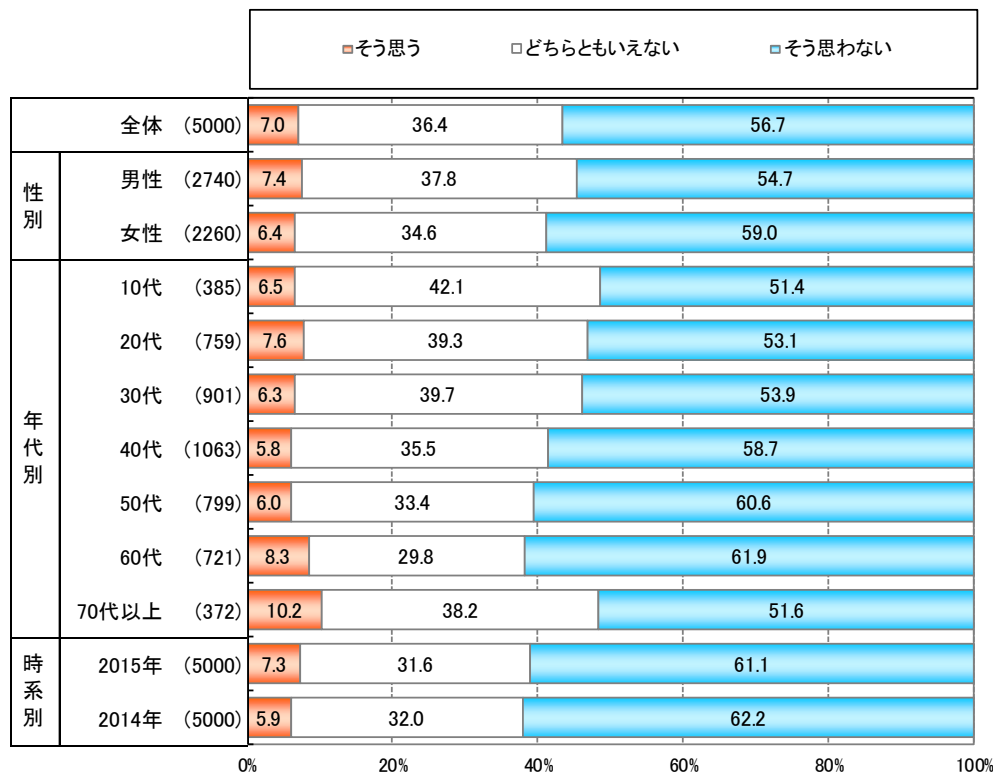
- 『食事をしたレストランやファーストフード店の従業員の対応が悪かったので、お店が汚かった、料理がまずかったといった嘘の情報をブログやグルメサイトに投稿することは、法的に問題がある』について最も高いのは「そう思う」(45.9%)である。次いで「どちらともいえない」(37.1%)、「そう思わない」(17.0%)と続く。
- 年代別で見ると、10代は「どちらともいえない」が最も高い。
- 『炎上している投稿について、すでに特定されている当事者の個人情報ならば拡散してもプライバシーの侵害にはあたらない』について最も高いのは「そう思わない」(56.7%)である。次いで「どちらともいえない」(36.4%)、「そう思う」(7.0%)と続く。
- 年代別で見ると、60代は「そう思わない」の割合が全体よりも5.2ポイントとやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「どちらともいえない」の割合が4.8ポイントとやや増加している。反対に「そう思わない」の割合が4.4ポイントとやや減少している。

【Q33】 以下の意見について、あなたはどの様に思いますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。(お答えはそれぞれ1つずつ)

食事をしたレストランやファーストフード店の従業員の対応が悪かったので、お店が汚かった、料理がまずかったといった嘘の情報をブログやグルメサイトに投稿することは、法的に問題がある



炎上している投稿について、すでに特定されている当事者の個人情報ならば拡散してもプライバシーの侵害にはあたらない

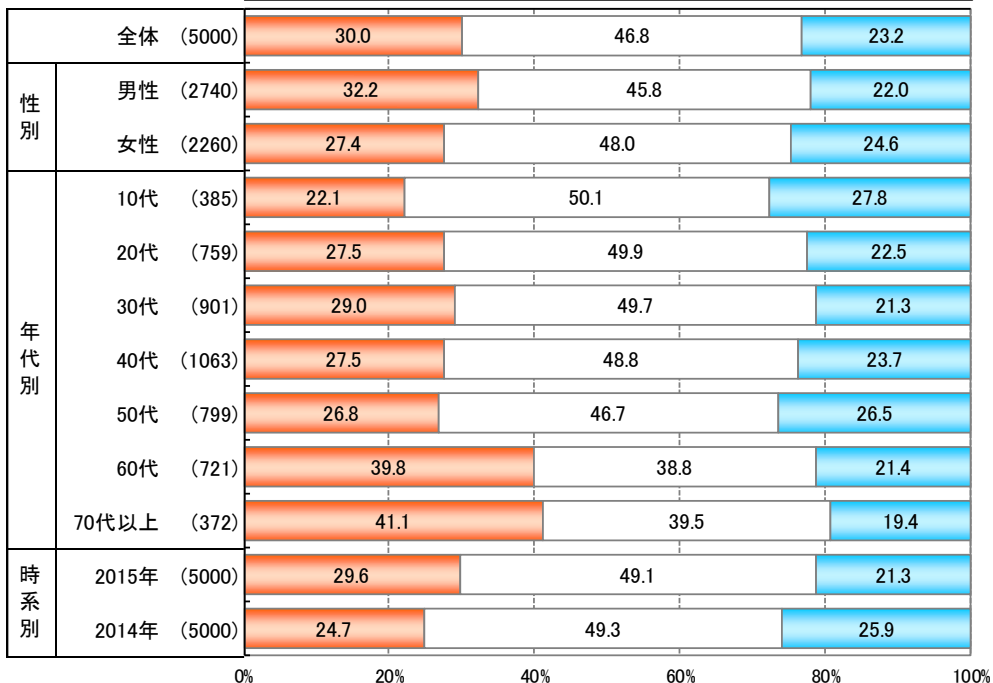
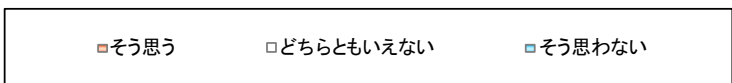


4-5-3.公開された情報に対する意識について③

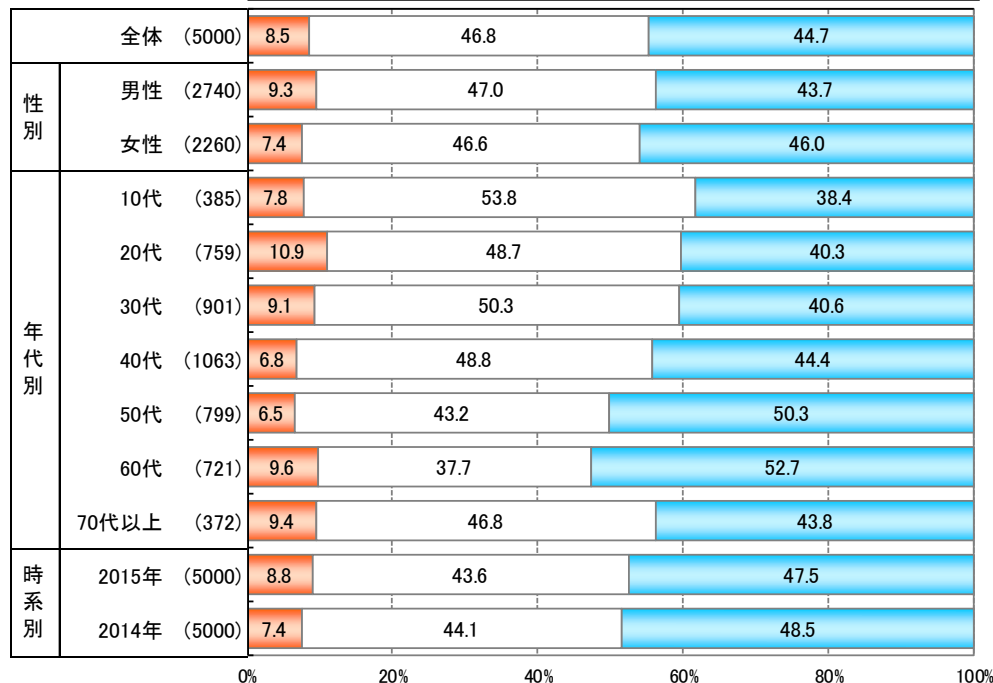
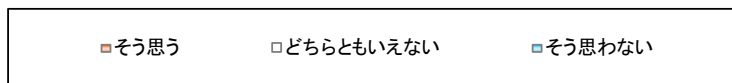
- 『不謹慎な投稿に対して、批判的なコメントをすることは法的に問題はない』について最も高いのは「どちらともいえない」(46.8%)である。次いで「そう思う」(30.0%)、「そう思わない」(23.2%)と続く。年代別でみると、70代以上は「そう思う」の割合が全体よりも11.1ポイント高い。
- 『ある人に対し、嘘の誹謗中傷を公開して社会的評価を落とすことは法的に問題があるが、その内容が事実であれば個人的な理由であっても法的に問題がない』について最も高いのは「どちらともいえない」(46.8%)である。次いで「そう思わない」(44.7%)、「そう思う」(8.5%)と続く。
- 年代別でみると、50代、60代は「そう思わない」が最も高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「どちらともいえない」の割合が3.2ポイントとやや増加している。

【Q33】 以下の意見について、あなたはどの様に思いますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。(お答えはそれぞれ1つずつ)

不謹慎な投稿に対して、批判的なコメントをすることは法的に問題はない



ある人に対し、嘘の誹謗中傷を公開して社会的評価を落とすことは法的に問題があるが、その内容が事実であれば個人的な理由であっても法的に問題がない

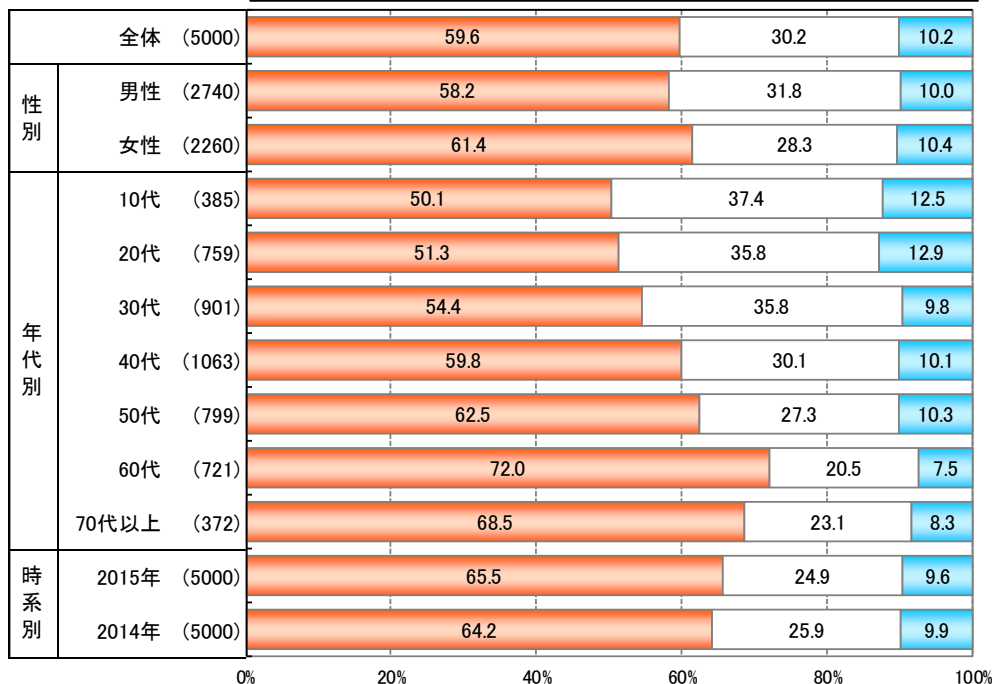
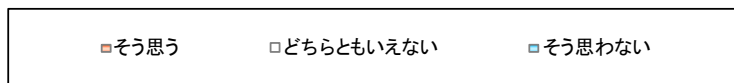


4-5-3.公開された情報に対する意識について④

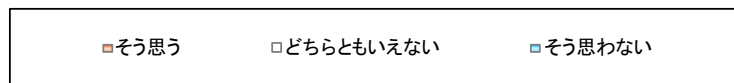
- 『他人のプライバシーに関する情報をSNSやブログで勝手に公開する行為は、賠償責任に問われることがある』について最も高いのは「そう思う」(59.6%)である。次いで「どちらともいえない」(30.2%)、「そう思わない」(10.2%)と続く。
- 年代別で見ると、60代は「そう思う」の割合が全体よりも12.4ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「どちらともいえない」の割合が5.3ポイント増加している。反対に「そう思う」の割合が5.9ポイント減少している。
- 『インターネットにアップした写真の公開範囲は友人までとしたので、それ以上公開されることはない』について最も高いのは「そう思わない」(47.9%)である。次いで「どちらともいえない」(44.1%)、「そう思う」(7.9%)と続く。年代別で見ると、60代は「そう思わない」の割合が全体よりも5.4ポイントとやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「どちらともいえない」の割合が4.6ポイントとやや増加している。反対に「そう思わない」の割合が4.5ポイントとやや減少している。

【Q33】 以下の意見について、あなたはどの様に思いますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。(お答えはそれぞれ1つずつ)

他人のプライバシーに関する情報をSNSやブログで勝手に公開する行為は、賠償責任に問われることがある



インターネットにアップした写真の公開範囲は友人までとしたので、それ以上公開されることはない



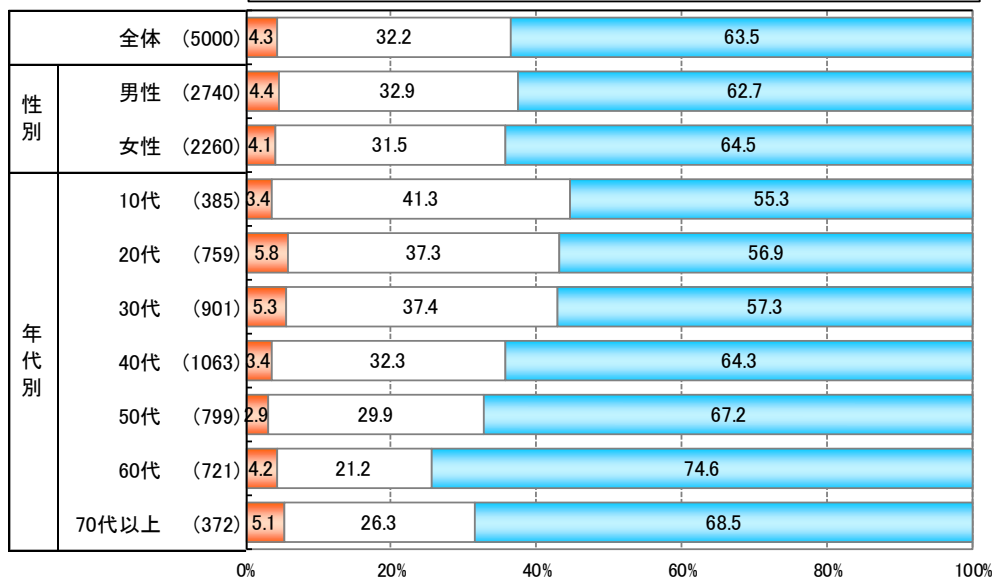
4-5-3.公開された情報に対する意識について⑤

- 『災害時にネタのつもりで嘘の情報を書き込んでも、本当にあったことではないので罪に問われることはない』について最も高いのは「そう思わない」(63.5%)である。次いで「どちらともいえない」(32.2%)、「そう思う」(4.3%)と続く。
- 年代別でみると、60代は「そう思わない」の割合が全体よりも11.1ポイント高い。

【Q33】 以下の意見について、あなたはどの様に思いますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）

災害時にネタのつもりで嘘の情報を書き込んでも、本当にあったことではないので罪に問われることはない

■ そう思う □ どちらともいえない ■ そう思わない



※「災害時にネタのつもりで嘘の情報を書き込んでも、本当にあったことではないので罪に問われることはない」は今年度から追加した選択肢

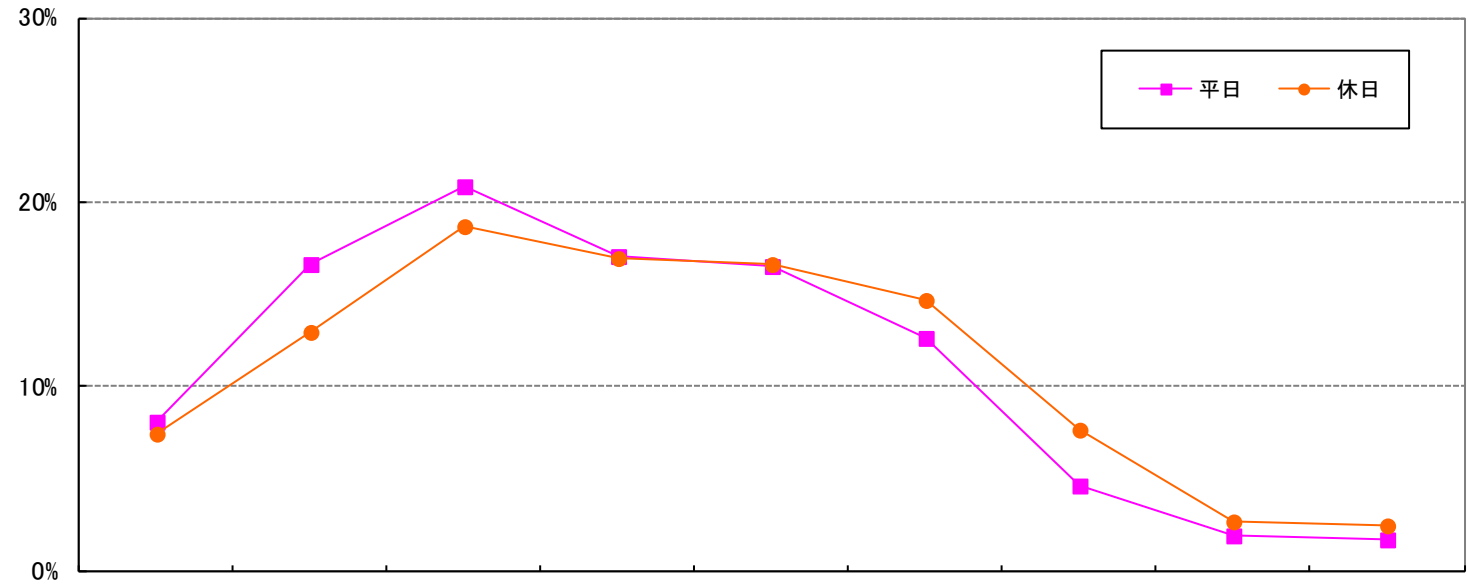
5

調査結果詳細【スマートデバイス調査】

5-1.インターネット利用 5-1-1.スマートデバイスでのインターネット利用時間

■ スマートデバイスでのインターネット利用時間は、平日・休日ともに「1時間～1時間半未満」が最も高い。

【SC5】 あなたは日頃プライベートで、以下の機器から、どのくらいの時間インターネットを利用していますか。平日（またはお仕事や学校などのある日）／休日（またはお仕事や学校などのない日）の別に、1日あたりのおよその平均時間をお答えください。

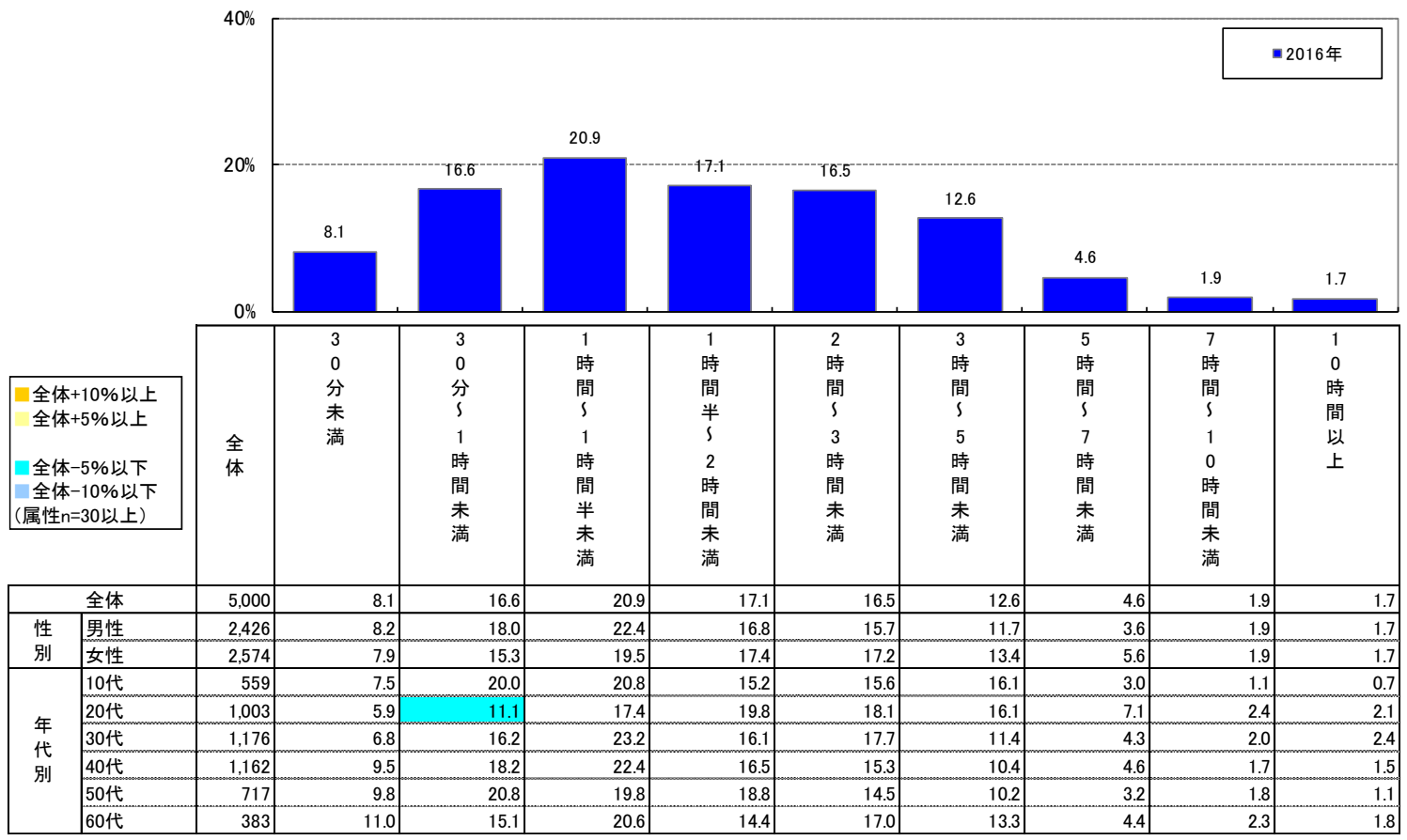


	全体	30分未満	30分～1時間未満	1時間～1時間半未満	1時間半～2時間未満	2時間～3時間未満	3時間～5時間未満	5時間～7時間未満	7時間～10時間未満	10時間以上
平日	5,000	8.1	16.6	20.9	17.1	16.5	12.6	4.6	1.9	1.7
休日	5,000	7.4	12.9	18.7	16.9	16.6	14.7	7.6	2.6	2.5

5-1-2.スマートデバイスでのインターネット利用時間（平日）①

■ スマートデバイスでのインターネット利用時間（平日）について最も高いのは、「1時間～1時間半未満」（20.9%）である。次いで「1時間半～2時間未満」（17.1%）、「30分～1時間未満」（16.6%）、「2時間～3時間未満」（16.5%）と続く。

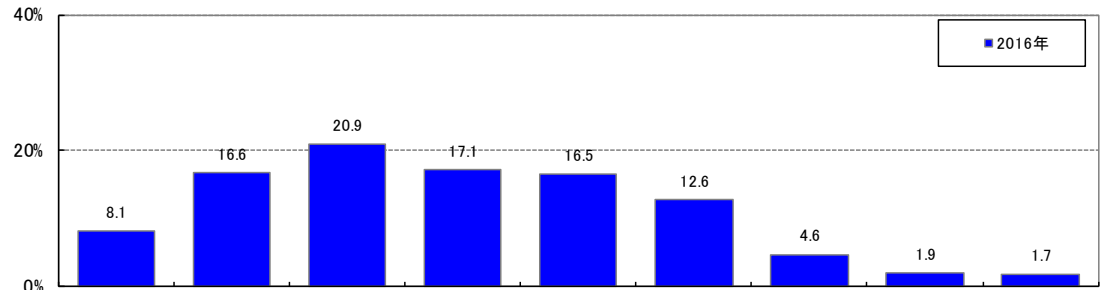
【SC5S2】 [スマートフォン・タブレットの合計]あなたは日頃プライベートで、以下の機器から、どのくらいの時間インターネットを利用していますか。平日（またはお仕事や学校などのある日）／休日（またはお仕事や学校などのない日）の別に、1日あたりのおよその平均時間をお答えください。



5-1-2.スマートデバイスでのインターネット利用時間（平日）②

■ 職業別でみると、経営者・役員、中学生、その他は「30分～1時間未満」が最も高い。

【SC5S2】 [スマートフォン・タブレットの合計]あなたは日頃プライベートで、以下の機器から、どのくらいの時間インターネットを利用していますか。平日（またはお仕事や学校などのある日）／休日（またはお仕事や学校などのない日）の別に、1日あたりのおよその平均時間をお答えください。



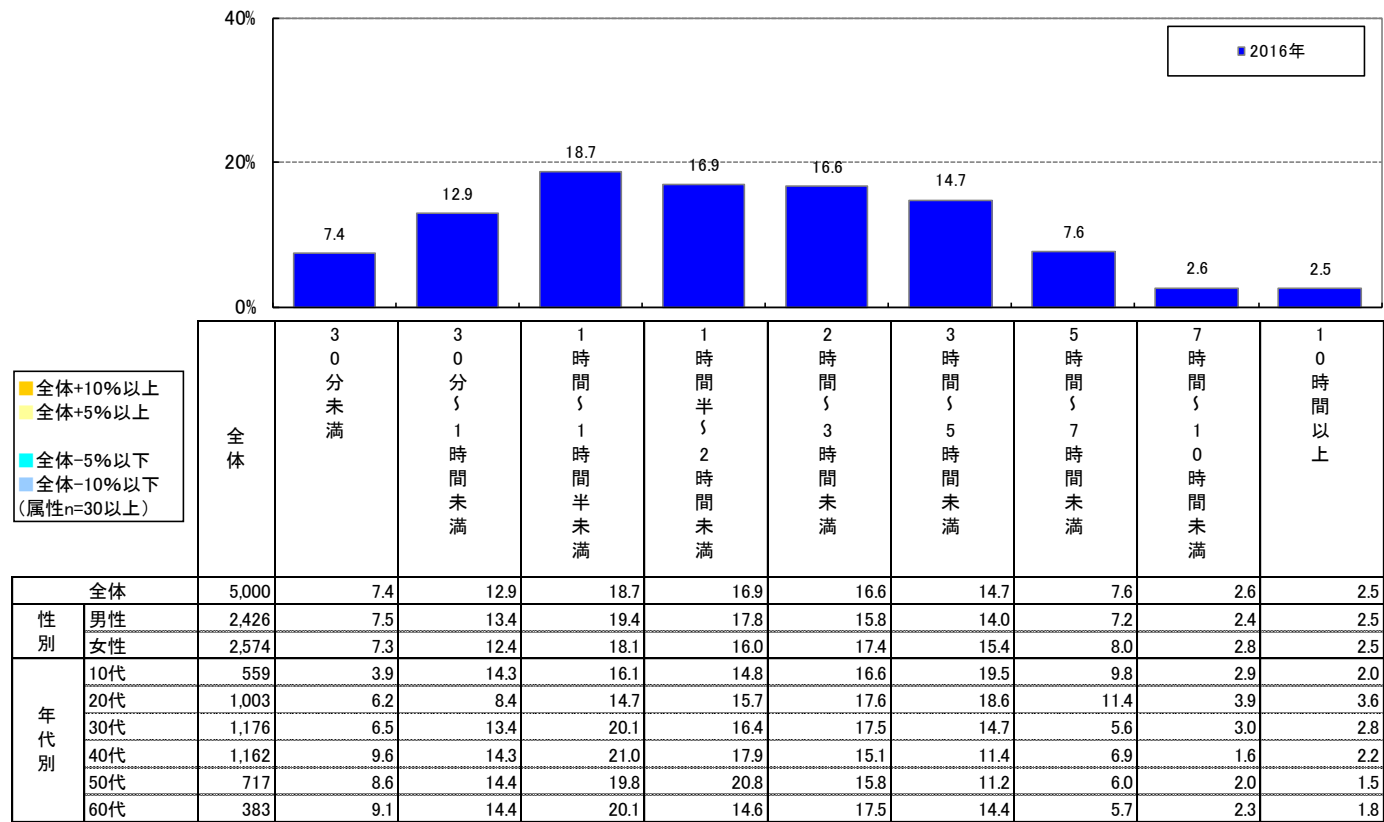
■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

	全体	30分未満	30分～1時間未満	1時間～1時間半未満	1時間半～2時間未満	2時間～3時間未満	3時間～5時間未満	5時間～7時間未満	7時間～10時間未満	10時間以上	
全体	5,000	8.1	16.6	20.9	17.1	16.5	12.6	4.6	1.9	1.7	
職業別	経営者・役員	71	11.3	31.0	19.7	8.5	14.1	9.9	2.8	-	2.8
	会社員・公務員・教員(管理職)	484	11.6	23.3	22.1	17.8	12.6	9.3	1.9	0.4	1.0
	会社員・公務員・教員(情報システムおよび通信関係の技術者・研究者)	188	10.1	12.2	25.5	21.3	15.4	10.1	2.7	2.1	0.5
	会社員・公務員・教員(情報システムおよび通信関係の技術者・研究者以外の方)	1,223	8.0	18.8	24.5	17.3	15.4	10.1	3.0	1.7	1.1
	医者・弁護士等の専門職	95	10.5	14.7	28.4	11.6	13.7	14.7	3.2	2.1	1.1
	契約社員・派遣社員	272	8.1	14.7	24.3	16.5	21.7	7.7	4.4	0.7	1.8
	自営業・自由業	253	7.5	13.4	15.4	13.8	20.2	16.6	5.9	4.0	3.2
	専業主婦・主夫	792	7.4	14.5	20.3	18.2	16.4	12.6	6.7	2.4	1.4
	家事手伝い・無職(定年退職含む)	295	7.1	7.5	10.2	15.6	17.6	19.3	12.2	5.1	5.4
	パート・アルバイト	666	8.1	14.4	19.5	18.9	17.7	12.8	4.8	2.0	1.8
	中学生	152	13.2	27.0	21.7	14.5	13.8	9.2	-	0.7	-
	高校生	220	4.5	20.9	17.7	17.3	13.2	21.4	2.7	1.8	0.5
	専門学校生	27	-	7.4	22.2	7.4	29.6	18.5	7.4	-	7.4
	短大生・高専生	14	-	35.7	-	7.1	-	28.6	28.6	-	-
	大学生	188	2.1	9.0	18.1	18.6	23.4	20.2	6.4	-	2.1
大学院生	13	7.7	-	23.1	7.7	30.8	7.7	15.4	-	7.7	
その他	47	4.3	23.4	17.0	10.6	14.9	14.9	4.3	4.3	6.4	

5-1-3.スマートデバイスでのインターネット利用時間（休日）①

■ スマートデバイスでのインターネット利用時間（休日）について最も高いのは、「1時間～1時間半未満」（18.7%）である。次いで「1時間半～2時間未満」（16.9%）、「2時間～3時間未満」（16.6%）、「3時間～5時間未満」（14.7%）と続く。

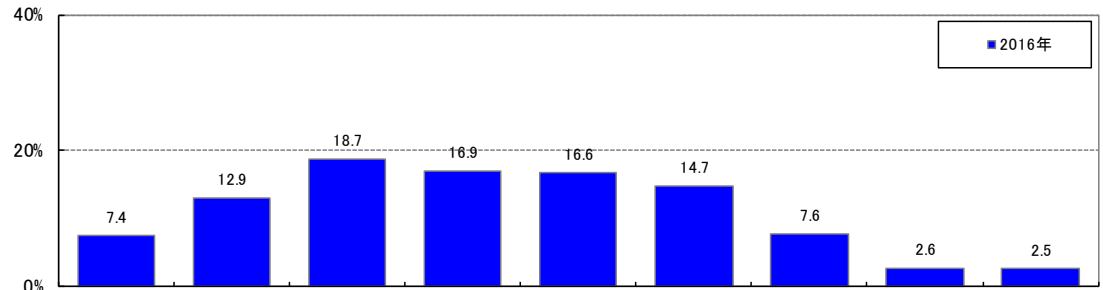
【SC5S4】 [スマートフォン・タブレットの合計]あなたは日頃プライベートで、以下の機器から、どのくらいの時間インターネットを利用していますか。平日（またはお仕事や学校などのある日）／休日（またはお仕事や学校などのない日）の別に、1日あたりのおよその平均時間をお答えください。



5-1-3.スマートデバイスでのインターネット利用時間（休日）②

■ 職業別でみると、医者・弁護士等の専門職は「1時間半～2時間未満」が最も高い。大学生は「3時間～5時間未満」が全体よりも10.3ポイント高い。

【SC5S4】 [スマートフォン・タブレットの合計]あなたは日頃プライベートで、以下の機器から、どのくらいの時間インターネットを利用していますか。平日（またはお仕事や学校などのある日）/休日（またはお仕事や学校などのない日）の別に、1日あたりのおよその平均時間をお答えください。



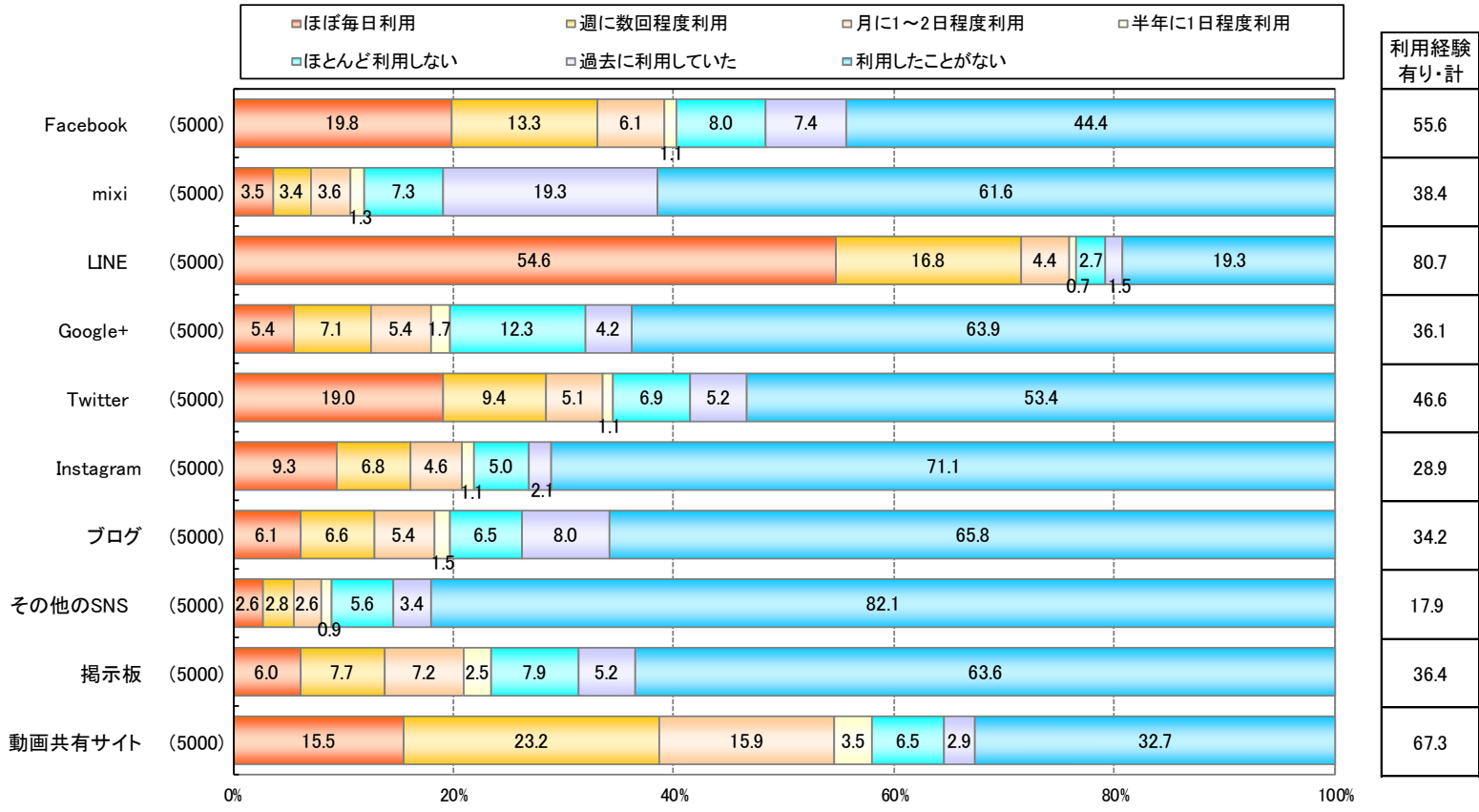
■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

職業別	属性	全体	30分未満	30分～1時間未満	1時間～1時間半未満	1時間半～2時間未満	2時間～3時間未満	3時間～5時間未満	5時間～7時間未満	7時間～10時間未満	10時間以上
全体		5,000	7.4	12.9	18.7	16.9	16.6	14.7	7.6	2.6	2.5
職業別	経営者・役員	71	12.7	21.1	22.5	12.7	12.7	14.1	2.8	-	1.4
	会社員・公務員・教員(管理職)	484	9.1	16.1	22.3	18.8	14.7	12.4	3.7	1.4	1.4
	会社員・公務員・教員(情報システムおよび通信関係の技術者・研究者)	188	8.5	7.4	18.6	21.8	19.7	13.3	6.9	2.1	1.6
	会社員・公務員・教員(情報システムおよび通信関係の技術者・研究者以外の方)	1,223	6.8	13.7	21.9	17.3	16.5	12.8	6.5	2.5	2.0
	医者・弁護士等の専門職	95	8.4	10.5	17.9	24.2	13.7	14.7	7.4	2.1	1.1
	契約社員・派遣社員	272	8.5	13.2	15.4	19.5	14.7	13.6	9.6	2.6	2.9
	自営業・自由業	253	8.7	13.4	13.8	15.8	17.8	14.6	8.7	4.0	3.2
	専業主婦・主夫	792	9.6	13.4	22.0	15.7	17.0	13.3	5.9	1.8	1.4
	家事手伝い・無職(定年退職含む)	295	5.4	8.5	11.5	13.6	18.3	19.0	13.2	4.4	6.1
	パート・アルバイト	666	7.1	12.0	15.8	18.5	15.0	16.1	9.0	3.0	3.6
	中学生	152	5.3	21.1	19.1	17.1	12.5	14.5	5.9	3.9	0.7
	高校生	220	3.6	14.1	11.4	13.6	19.1	19.5	11.8	3.6	3.2
	専門学校生	27	-	3.7	14.8	-	33.3	22.2	11.1	7.4	7.4
	短大生・高専生	14	-	14.3	7.1	14.3	7.1	28.6	28.6	-	-
	大学生	188	2.1	4.3	15.4	15.4	22.3	25.0	10.1	2.7	2.7
大学院生	13	7.7	-	30.8	7.7	15.4	15.4	7.7	7.7	7.7	
その他	47	8.5	14.9	21.3	4.3	21.3	8.5	10.6	4.3	6.4	

5-1-4.インターネット上のサービス利用状況①

- インターネット上のサービス利用状況について、「LINE」は「ほぼ毎日利用」(54.6%)が最も高い。それ以外は全て「利用したことがない」が最も高い。
- SNS別でみると、「過去に利用していた」は「mixi」が最も高い。「ほとんど利用しない」は「Google+」が最も高い。

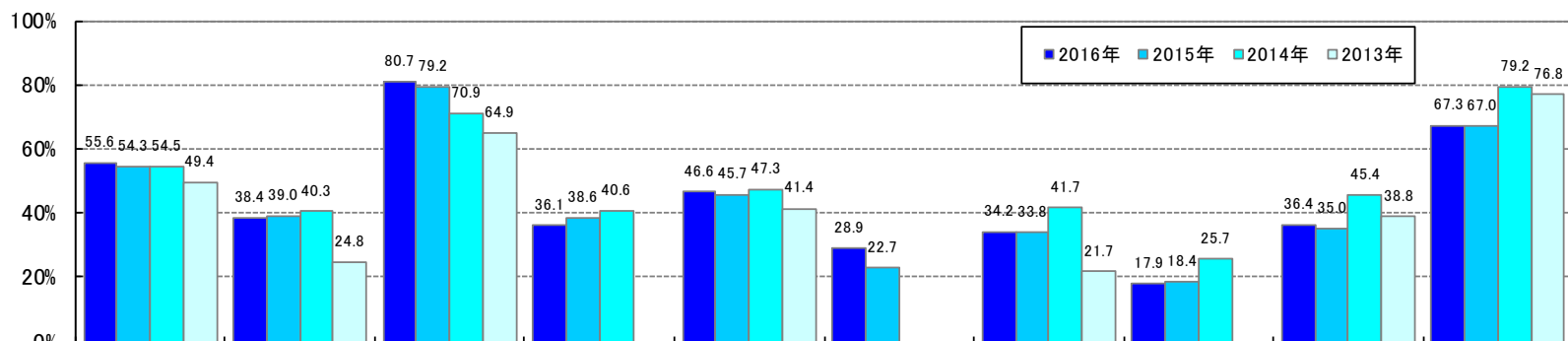
【Q1】 あなたは以下にあげるインターネット上のサービスを利用していますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）



5-1-4.インターネット上のサービス利用状況②

- インターネット上のサービス利用状況（利用経験あり計）について最も高いのは、「LINE」（80.7%）である。次いで「動画共有サイト」（67.3%）、「Facebook」（55.6%）、「Twitter」（46.6%）と続く。
- 年代別でみると、20代は全体よりも「mixi」が16.1ポイント、「Twitter」が18.9ポイント高い。
- 前年（2015年）と比較すると「Instagram」の割合が6.2ポイント増加している。

【Q1】 あなたは以下にあげるインターネット上のサービスを利用していますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）



※値は「ほぼ毎日利用」～
「過去に利用していた」
の合計値

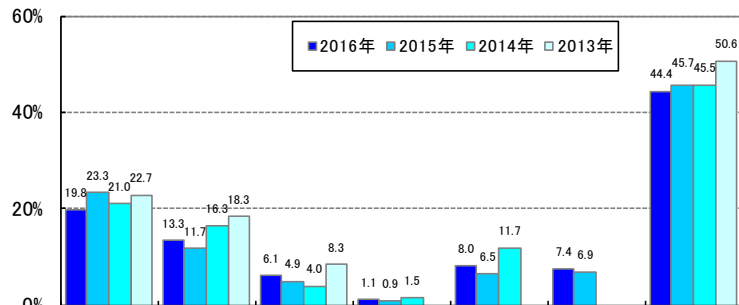
		全体	Facebook	mixi	LINE	Google+	Twitter	Instagram	ブログ	その他のSNS	掲示板	動画共有サイト
全体		5,000	55.6	38.4	80.7	36.1	46.6	28.9	34.2	17.9	36.4	67.3
性別	男性	2,426	59.1	38.1	77.6	37.5	49.5	26.8	31.2	19.7	41.8	71.3
	女性	2,574	52.4	38.7	83.7	34.8	43.9	30.9	37.0	16.2	31.4	63.5
年代別	10代	559	40.6	18.6	88.4	31.7	52.2	30.6	28.3	14.1	28.4	76.0
	20代	1,003	68.2	54.5	90.5	39.7	65.5	42.1	43.1	22.4	43.9	74.3
	30代	1,176	59.6	50.2	82.4	35.4	43.4	31.0	38.6	19.0	39.4	66.8
	40代	1,162	51.2	36.0	76.2	36.1	39.6	23.3	32.2	15.6	35.2	64.4
	50代	717	53.3	26.9	72.2	35.4	38.6	21.5	27.9	16.6	33.9	61.5
	60代	383	50.1	18.0	68.4	36.6	35.0	16.2	23.5	17.8	28.2	57.7
時系列	2015年	5,000	54.3	39.0	79.2	38.6	45.7	22.7	33.8	18.4	35.0	67.0
	2014年	3,500	54.5	40.3	70.9	40.6	47.3	-	41.7	25.7	45.4	79.2
	2013年	2,066	49.4	24.8	64.9	-	41.4	-	21.7	-	38.8	76.8

5-1-4.インターネット上のサービス利用状況③

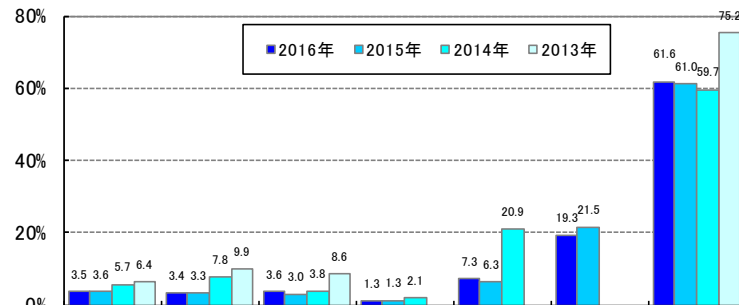
- Facebookについて最も高いのは、「利用したことがない」(44.4%)である。次いで「ほぼ毎日利用」(19.8%)、「週に数回程度利用」(13.3%)、「ほとんど利用しない」(8.0%)と続く。
- 年代別で見ると、10代は「利用したことがない」の割合が全体よりも15.0ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「ほぼ毎日利用」の割合が3.5ポイントとやや減少している。
- mixiについて最も高いのは、「利用したことがない」(61.6%)である。次いで「過去に利用していた」(19.3%)、「ほとんど利用しない」(7.3%)、「月に1~2日程度利用」(3.6%)と続く。
- 年代別で見ると、「利用したことがない」が全体よりも10代で19.8ポイント、60代では20.4ポイント高い。

[Q1] あなたは以下にあげるインターネット上のサービスを利用していますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。(お答えはそれぞれ1つずつ)

Facebook



mixi



		全体	ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	月に1~2日程度利用	半年に1日程	ほとんど利用しない	過去に利用していた	利用したことがない
全体		5,000	19.8	13.3	6.1	1.1	8.0	7.4	44.4
性別	男性	2,426	21.9	13.6	6.8	0.9	8.7	7.1	40.9
	女性	2,574	17.8	13.0	5.4	1.2	7.4	7.6	47.6
年代別	10代	559	8.8	9.7	5.4	0.7	10.9	5.2	59.4
	20代	1,003	27.9	15.9	6.5	1.3	7.5	9.2	31.8
	30代	1,176	23.1	14.0	6.5	1.3	6.5	8.2	40.4
	40代	1,162	17.6	12.0	6.0	1.1	7.5	7.1	48.8
	50代	717	17.3	13.2	5.7	1.0	10.2	5.9	46.7
	60代	383	15.4	13.6	6.0	0.5	7.6	7.0	49.9
時系列別	2015年	5,000	23.3	11.7	4.9	0.9	6.5	6.9	45.7
	2014年	3,500	21.0	16.3	4.0	1.5	11.7	-	45.5
	2013年	2,066	22.7	18.3	8.3	-	-	-	50.6

		全体	ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	月に1~2日程度利用	半年に1日程	ほとんど利用しない	過去に利用していた	利用したことがない
全体		5,000	3.5	3.4	3.6	1.3	7.3	19.3	61.6
性別	男性	2,426	3.8	4.2	4.0	1.5	7.9	16.7	61.9
	女性	2,574	3.3	2.7	3.1	1.0	6.7	21.8	61.3
年代別	10代	559	2.3	2.1	2.0	0.2	7.3	4.7	81.4
	20代	1,003	4.3	4.1	5.6	1.5	9.1	30.0	45.5
	30代	1,176	5.8	5.0	4.5	1.2	7.2	26.4	49.8
	40代	1,162	3.1	3.0	2.8	2.3	5.4	19.4	64.0
	50代	717	2.1	2.1	2.5	0.7	7.9	11.6	73.1
	60代	383	0.5	2.3	2.3	0.3	7.0	5.5	82.0
時系列別	2015年	5,000	3.6	3.3	3.0	1.3	6.3	21.5	61.0
	2014年	3,500	5.7	7.8	3.8	2.1	20.9	-	59.7
	2013年	2,066	6.4	9.9	8.6	-	-	-	75.2

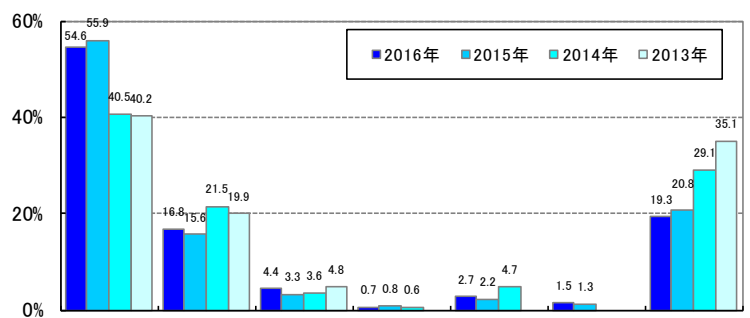
※2014年度の「週に数回程度利用」は「週に4~5日程度利用」「週に2~3日程度利用」「週に1日程度利用」の合計
 ※2013年度の「週に数回程度利用」は「週に4~5日程度利用」「週に2~3日程度利用」「週に1日程度利用」の合計

5-1-4.インターネット上のサービス利用状況④

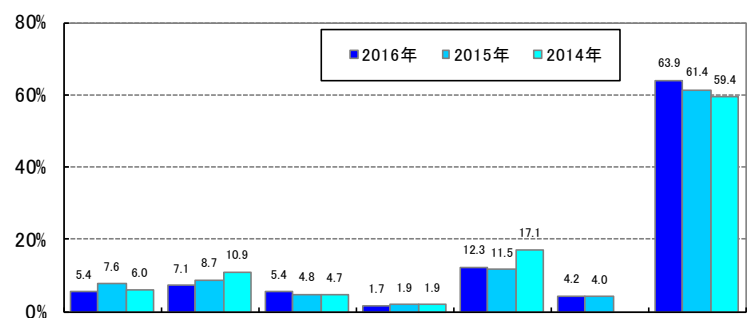
- LINEについて最も高いのは、「ほぼ毎日利用」(54.6%)である。次いで「利用したことがない」(19.3%)、「週に数回程度利用」(16.8%)、「月に1~2日程度利用」(4.4%)と続く。
- 性別でみると、女性は「ほぼ毎日利用」の割合が全体よりも6.8ポイントとやや高い。
- 年代別でみると、10代は「ほぼ毎日利用」の割合が全体よりも19.8ポイント、20代は10.7ポイント高い。
- Google+について最も高いのは、「利用したことがない」(63.9%)である。次いで「ほとんど利用しない」(12.3%)、「週に数回程度利用」(7.1%)、「ほぼ毎日利用」(5.4%)と続く。

[Q1] あなたは以下にあげるインターネット上のサービスを利用していますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。(お答えはそれぞれ1つずつ)

LINE



Google+



		全体	ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	月に1~2日程度利用	半年に1日程	ほとんど利用しない	過去に利用したことがない	過去に利用しなかった
全体		5,000	54.6	16.8	4.4	0.7	2.7	19.3	1.5
性別	男性	2,426	47.4	19.2	5.0	0.8	3.5	22.4	1.7
	女性	2,574	61.4	14.6	3.8	0.5	2.1	16.3	1.4
年代別	10代	559	74.4	10.6	0.9	0.2	1.3	11.6	1.1
	20代	1,003	65.3	15.9	4.5	1.2	2.0	17.7	9.5
	30代	1,176	58.2	16.8	3.6	0.4	2.0	14.7	17.6
	40代	1,162	45.7	18.5	5.5	0.8	3.5	2.2	23.8
	50代	717	43.9	18.5	4.7	0.3	3.8	1.0	27.8
	60代	383	33.7	20.6	7.3	1.0	4.7	1.0	31.6
時系列	2015年	5,000	55.9	15.6	3.3	0.8	2.2	1.3	20.8
	2014年	3,500	40.5	21.5	3.6	0.6	4.7	-	29.1
	2013年	2,066	40.2	19.9	4.8	-	-	-	35.1

		全体	ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	月に1~2日程度利用	半年に1日程	ほとんど利用しない	過去に利用したことがない
全体		5,000	5.4	7.1	5.4	1.7	12.3	63.9
性別	男性	2,426	5.6	7.0	6.1	2.5	11.6	62.5
	女性	2,574	5.2	7.1	4.7	0.9	13.0	65.2
年代別	10代	559	4.3	8.1	3.0	1.4	11.8	68.3
	20代	1,003	6.7	6.0	6.4	2.6	13.1	50.0
	30代	1,176	6.2	7.9	4.9	1.4	10.9	4.0
	40代	1,162	4.7	5.6	6.4	1.2	12.9	5.3
	50代	717	5.0	7.3	4.9	1.3	13.5	3.5
	60代	383	4.2	10.2	5.5	2.6	11.5	2.6
時系列	2015年	5,000	7.6	8.7	4.8	1.9	11.5	4.0
	2014年	3,500	6.0	10.9	4.7	1.9	17.1	59.4

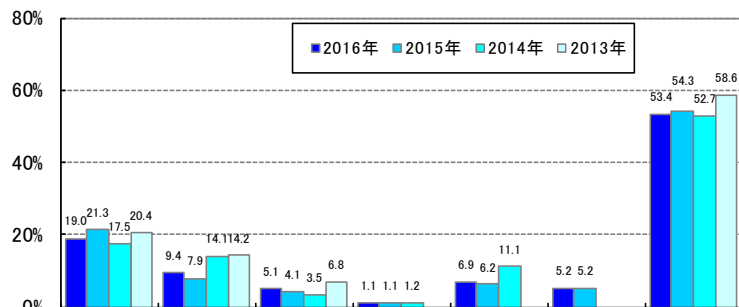
※2014年度の「週に数回程度利用」は「週に4~5日程度利用」「週に2~3日程度利用」「週に1日程度利用」の合計
 ※2013年度の「週に数回程度利用」は「週に4~5日程度利用」「週に2~3日程度利用」「週に1日程度利用」の合計

5-1-4.インターネット上のサービス利用状況⑤

- Twitterについて最も高いのは、「利用したことがない」(53.4%)である。次いで「ほぼ毎日利用」(19.0%)、「週に数回程度利用」(9.4%)、「ほとんど利用しない」(6.9%)と続く。
- 年代別で見ると、20代は「ほぼ毎日利用」の割合が全体よりも17.3ポイント高い。
- Instagramについて最も高いのは、「利用したことがない」(71.1%)である。次いで「ほぼ毎日利用」(9.3%)、「週に数回程度利用」(6.8%)、「ほとんど利用しない」(5.0%)と続く。
- 年代別で見ると、60代は「利用したことがない」の割合が全体よりも12.7ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「利用したことがない」の割合が6.2ポイント減少している。

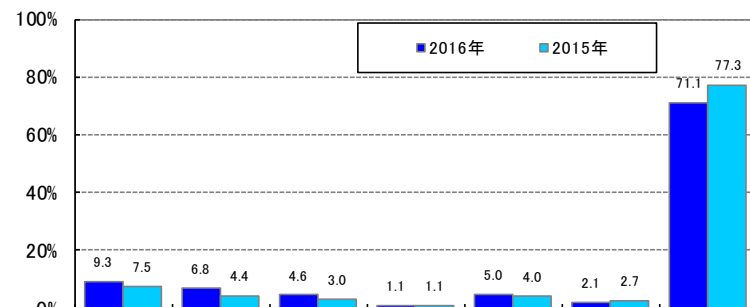
[Q1] あなたは以下にあげるインターネット上のサービスを利用していますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。(お答えはそれぞれ1つずつ)

Twitter



		全体	ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	月に1~2日程利用	半年以上利用	ほとんど利用しない	過去に利用したことがない
全体		5,000	19.0	9.4	5.1	1.1	6.9	53.4
性別	男性	2,426	18.5	10.7	5.7	1.5	7.4	50.5
	女性	2,574	19.5	8.1	4.4	0.7	6.4	56.1
年代別	10代	559	25.9	12.7	4.3	0.7	4.7	3.9
	20代	1,003	36.3	11.1	6.1	1.2	5.2	5.7
	30代	1,176	15.2	9.0	4.5	1.1	6.7	6.8
	40代	1,162	13.2	8.3	4.7	0.9	8.2	4.3
	50代	717	11.3	6.8	5.7	1.3	8.8	4.7
	60代	383	7.3	8.9	5.0	1.3	8.1	4.4
時系列別	2015年	5,000	21.3	7.9	4.1	1.1	6.2	52.7
	2014年	3,500	17.5	14.1	3.5	1.2	11.1	58.6
	2013年	2,066	20.4	14.2	6.8			

Instagram



		全体	ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	月に1~2日程利用	半年以上利用	ほとんど利用しない	過去に利用したことがない
全体		5,000	9.3	6.8	4.6	1.1	5.0	2.1
性別	男性	2,426	6.0	6.8	4.7	1.5	5.8	1.9
	女性	2,574	12.4	6.8	4.5	0.7	4.2	2.3
年代別	10代	559	7.7	8.8	5.2	0.7	7.2	1.1
	20代	1,003	16.8	9.2	5.9	1.7	5.7	2.8
	30代	1,176	12.0	6.6	4.7	1.2	3.7	2.8
	40代	1,162	5.9	6.2	4.0	0.6	4.2	2.5
	50代	717	3.9	5.2	4.2	1.0	6.3	1.0
	60代	383	3.9	3.4	2.9	1.6	3.7	0.8
時系列別	2015年	5,000	7.5	4.4	3.0	1.1	4.0	2.7

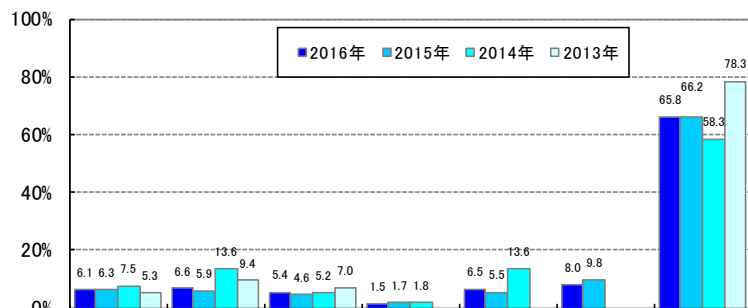
※2014年度の「週に数回程度利用」は「週に4~5日程程度利用」「週に2~3日程程度利用」「週に1日程程度利用」の合計
 ※2013年度の「週に数回程度利用」は「週に4~5日程程度利用」「週に2~3日程程度利用」「週に1日程程度利用」の合計

5-1-4.インターネット上のサービス利用状況⑥

- ブログについて最も高いのは、「利用したことがない」(65.8%)である。次いで「過去に利用していた」(8.0%)、「週に数回程度利用」(6.6%)、「ほとんど利用しない」(6.5%)と続く。
- 年代別でみると、60代は「利用したことがない」の割合が全体よりも10.7ポイント高い。
- その他のSNSについて最も高いのは、「利用したことがない」(82.1%)である。次いで「ほとんど利用しない」(5.6%)、「過去に利用していた」(3.4%)、「週に数回程度利用」(2.8%)と続く。

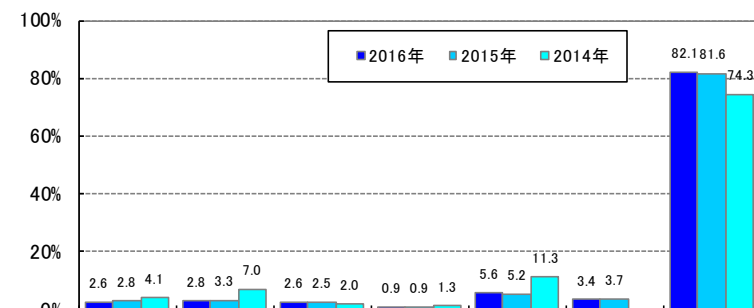
【Q1】 あなたは以下にあげるインターネット上のサービスを利用していますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。(お答えはそれぞれ1つずつ)

ブログ



		全体	ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	月に1~2日程度利用	半日程度利用	ほとんど利用しない	過去に利用した	が利用したこと
全体		5,000	6.1	6.6	5.4	1.5	6.5	8.0	65.8
性別	男性	2,426	4.7	5.9	4.9	1.7	6.9	7.1	68.8
	女性	2,574	7.5	7.3	5.9	1.3	6.0	8.9	63.0
年代別	10代	559	4.1	6.1	5.2	1.1	6.3	5.5	71.7
	20代	1,003	6.1	7.7	7.1	2.2	7.6	12.5	56.9
	30代	1,176	7.8	8.2	5.8	1.2	6.4	9.2	61.4
	40代	1,162	6.4	6.7	4.8	1.4	5.7	7.2	67.8
	50代	717	4.9	5.0	4.9	1.4	6.7	5.0	72.1
	60代	383	5.2	2.6	3.1	1.8	6.0	4.7	76.5
時系列別	2015年	5,000	6.3	5.9	4.6	1.7	5.5	9.8	66.2
	2014年	3,500	7.5	13.6	5.2	1.8	13.6	-	58.3
	2013年	2,066	5.3	9.4	7.0	-	-	-	78.3

その他のSNS



		全体	ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	月に1~2日程度利用	半日程度利用	ほとんど利用しない	過去に利用した	が利用したこと
全体		5,000	2.6	2.8	2.6	0.9	5.6	3.4	82.1
性別	男性	2,426	2.6	3.3	2.9	1.2	6.1	3.5	80.3
	女性	2,574	2.5	2.4	2.2	0.6	5.2	3.2	83.8
年代別	10代	559	2.0	2.0	2.9	1.1	4.5	1.8	85.9
	20代	1,003	3.1	2.6	3.6	1.0	7.4	4.8	77.6
	30代	1,176	2.9	3.7	2.0	1.0	5.4	4.0	81.0
	40代	1,162	2.2	2.8	2.0	0.8	4.5	3.4	84.4
	50代	717	2.5	3.2	2.0	1.0	5.7	2.2	83.4
	60代	383	2.6	1.3	4.2	0.5	6.8	2.3	82.2
時系列別	2015年	5,000	2.8	3.3	2.5	0.9	5.2	3.7	81.6
	2014年	3,500	4.1	7.0	2.0	1.3	11.3	-	74.3

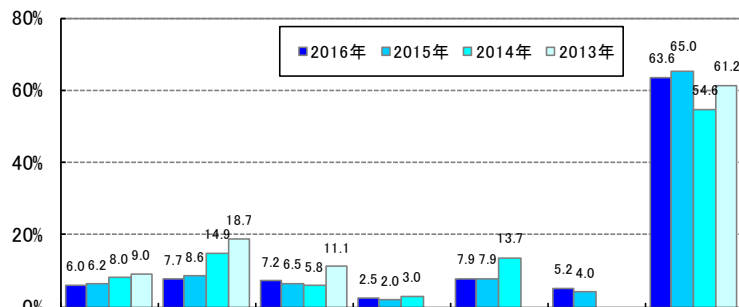
※2014年度の「週に数回程度利用」は「週に4~5日程度利用」「週に2~3日程度利用」「週に1日程度利用」の合計
 ※2013年度の「週に数回程度利用」は「週に4~5日程度利用」「週に2~3日程度利用」「週に1日程度利用」の合計

5-1-4.インターネット上のサービス利用状況⑦

- 掲示板で最も高いのは、「利用したことがない」(63.6%)である。次いで「ほとんど利用しない」(7.9%)、「週に数回程度利用」(7.7%)、「月に1~2日程度利用」(7.2%)と続く。
- 性別で見ると、女性は「利用したことがない」の割合が全体よりも5.0ポイントとやや高い。
- 年代別で見ると、「利用したことがない」が全体よりも10代で8.0ポイント、60代では8.2ポイントとやや高い。
- 動画共有サイトについて最も高いのは、「利用したことがない」(32.7%)である。次いで「週に数回程度利用」(23.2%)、「月に1~2日程度利用」(15.9%)、「ほぼ毎日利用」(15.5%)と続く。
- 年代別で見ると、10代は「ほぼ毎日利用」の割合が全体よりも12.9ポイント高い。

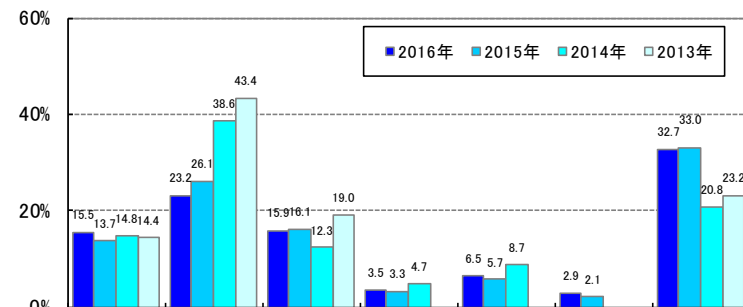
[Q1] あなたは以下にあげるインターネット上のサービスを利用していますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。(お答えはそれぞれ1つずつ)

掲示板



		全体	ほぼ毎日利用	週に数回程度	月に1~2日	半年に1日程	ほとんど利用しない	過去に利用したことがない
属性		5,000	6.0	7.7	7.2	2.5	7.9	5.2
性別	男性	2,426	7.7	9.7	8.0	3.0	8.1	5.4
	女性	2,574	4.4	5.8	6.4	2.0	7.7	5.0
年代別	10代	559	4.8	5.5	6.1	2.0	6.6	3.4
	20代	1,003	9.0	9.4	7.1	2.9	8.9	6.7
	30代	1,176	6.7	8.9	7.8	2.0	8.2	5.8
	40代	1,162	5.5	7.4	7.5	3.1	6.5	5.2
	50代	717	3.6	7.0	7.7	2.4	9.2	4.0
	60代	383	3.7	5.0	5.2	2.3	8.1	3.9
時系列	2015年	5,000	6.2	8.6	6.5	2.0	7.9	4.0
	2014年	3,500	8.0	14.9	5.8	3.0	13.7	5.2
	2013年	2,066	9.0	18.7	11.1	2.5	7.9	5.2
	2016年	5,000	6.0	7.7	7.2	2.5	7.9	5.2

動画共有サイト

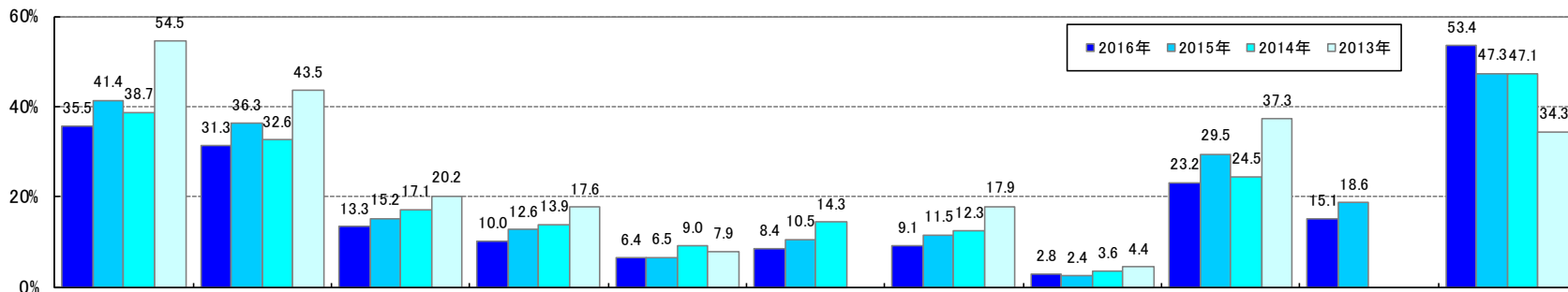


		全体	ほぼ毎日利用	週に数回程度	月に1~2日	半年に1日程	ほとんど利用しない	過去に利用したことがない
属性		5,000	15.5	23.2	15.9	3.5	6.5	2.9
性別	男性	2,426	20.0	24.8	13.8	3.8	6.2	2.7
	女性	2,574	11.2	21.6	17.9	3.1	6.7	3.0
年代別	10代	559	28.4	30.4	9.7	2.0	4.3	1.3
	20代	1,003	22.9	24.3	14.9	2.6	5.9	3.7
	30代	1,176	12.8	22.7	18.1	3.6	6.5	3.1
	40代	1,162	10.7	22.5	17.2	4.6	6.4	3.1
	50代	717	10.2	21.1	16.5	3.3	7.7	2.8
	60代	383	9.4	17.0	15.7	4.4	9.1	2.1
時系列	2015年	5,000	13.7	26.1	16.1	3.3	5.7	2.1
	2014年	3,500	14.8	38.6	12.3	4.7	8.7	2.1
	2013年	2,066	14.4	43.4	19.0	3.5	8.7	2.1
	2016年	5,000	15.5	23.2	15.9	3.5	6.5	2.9

※2014年度の「週に数回程度利用」は「週に4~5日程度利用」「週に2~3日程度利用」「週に1日程度利用」の合計
 ※2013年度の「週に数回程度利用」は「週に4~5日程度利用」「週に2~3日程度利用」「週に1日程度利用」の合計

- インターネットでの投稿経験について最も高いのは、「閲覧のみで、投稿はしたことがない」(53.4%)である。次いで「SNS (Facebook、Twitterなど) に文章を投稿する」(35.5%)、「SNS (Facebook、Twitterなど) に写真、動画などを投稿する」(31.3%)、「SNS (Facebook、Twitterなど) やブログで、他人の投稿にコメントを投稿する」(23.2%)と続く。
- 年代別で見ると、全体よりも20代は「SNS (Facebook、Twitterなど) に写真、動画などを投稿する」で16.0ポイント、「SNS (Facebook、Twitterなど) に文章を投稿する」で18.4ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「閲覧のみで、投稿はしたことがない」の割合が6.1ポイント増加している。反対に「SNS (Facebook、Twitterなど) に文章を投稿する」で5.9ポイント、「SNS (Facebook、Twitterなど) に写真、動画などを投稿する」で5.0ポイント、「SNS (Facebook、Twitterなど) やブログで、他人の投稿にコメントを投稿する」で6.3ポイントと、それぞれ割合が減少している。

【Q2】 インターネットで次のような投稿をしたことがありますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)



■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下 (属性n=30以上)

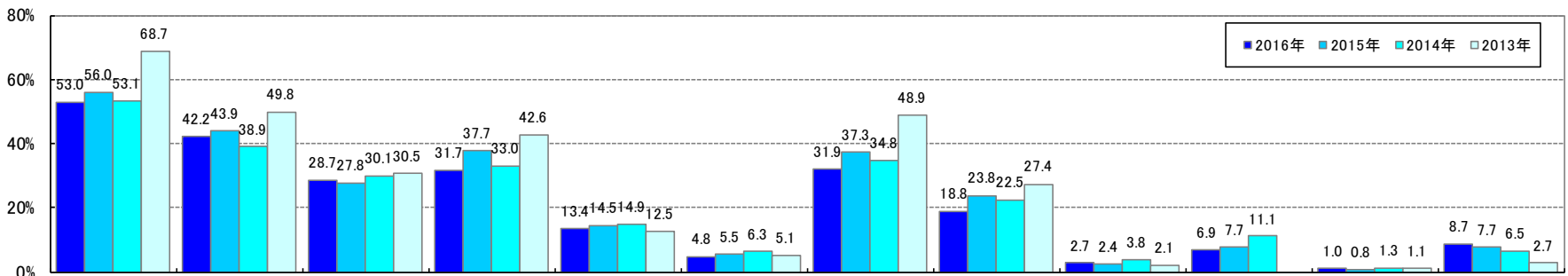
	全体	章を投 twi Fb N S teb ero ok、 に文	真、動 w F N S teb ero ok、 に写	トを 自 分 で 開 設 し 、 公 開 す る	な ウ 自 分 で 公 開 す る	ン に 、 感 想 や 意 見 な ど の コ メ	稿 食 の サ ラ イ ツ プ サ イ ト に レ ス ポ ン ス を 投 じ や い	る 掲 示 板 に コ メ ン ト を 投 稿 す	公 掲 示 板 に 写 真 、 動 画 な ど を	ン ト を 投 稿 す る	能 を 使 つ て 拡 散 す る	と 開 覧 の み で 、 投 稿 は し た こ
全体	5,000	35.5	31.3	13.3	10.0	6.4	8.4	9.1	2.8	23.2	15.1	53.4
性別												
男性	2,426	34.1	28.8	11.7	8.5	8.0	7.5	9.6	3.5	19.5	13.6	54.8
女性	2,574	36.8	33.7	14.8	11.5	4.9	9.2	8.6	2.2	26.7	16.5	52.1
年代別												
10代	559	34.3	29.5	8.2	7.0	5.5	3.2	8.6	2.7	25.0	18.8	55.5
20代	1,003	53.9	47.3	19.2	13.7	7.9	8.7	11.8	4.5	34.5	24.6	37.2
30代	1,176	39.1	36.0	13.9	9.8	5.9	9.0	9.2	3.2	25.4	15.0	50.3
40代	1,162	29.3	25.2	13.7	10.6	6.7	9.5	8.9	2.0	17.4	11.5	58.9
50代	717	23.2	20.8	10.2	8.4	5.3	9.6	7.5	2.2	16.9	9.1	63.5
60代	383	19.6	16.2	7.3	7.0	6.8	7.3	6.3	1.3	13.1	7.0	67.1
時系列												
2015年	5,000	41.4	36.3	15.2	12.6	6.5	10.5	11.5	2.4	29.5	18.6	47.3
2014年	3,500	38.7	32.6	17.1	13.9	9.0	14.3	12.3	3.6	24.5		47.1
2013年	2,066	54.5	43.5	20.2	17.6	7.9		17.9	4.4	37.3		34.3

5-2-2.インターネット上に投稿する主な理由

- インターネット上に投稿する主な理由について最も高いのは、「交流のため」(53.0%)である。次いで「楽しいから」(42.2%)、「友人や知り合いに近況を伝えるため」(31.9%)、「情報や知識を共有するため」(31.7%)と続く。
- 年代別でみると、10代は「楽しいから」の割合が全体よりも16.0ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「交流のため」で3.0ポイント、「日常生活についての記録のため」で5.0ポイントと、割合がやや減少している。「情報や知識を共有するため」で6.0ポイント、「友人や知り合いに近況を伝えるため」で5.4ポイントと、割合が減少している。

【Q3】 インターネット上に投稿する主な理由は何ですか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=インターネット上への投稿経験者(Q2)



	属性	n	理由												
			交流のため	楽しいから	ルの自己表現や自己アピール	情報や知識を共有する	めサお	を事	を友	録日	入イン	を購	その他	特	
全体	全体	2,329	53.0	42.2	28.7	31.7	13.4	4.8	31.9	18.8	2.7	6.9	1.0	8.7	
性別	男性	1,096	54.7	42.2	29.3	31.8	12.1	6.4	27.6	14.2	3.6	5.9	0.6	8.9	
	女性	1,233	51.5	42.3	28.1	31.5	14.4	3.3	35.7	23.0	1.9	7.8	1.3	8.5	
年代別	10代	249	66.7	58.2	22.5	33.3	10.8	2.4	36.5	11.6	1.6	4.4	0.4	4.4	
	20代	630	53.3	44.6	35.1	32.1	15.1	6.8	34.4	21.6	3.0	5.1	0.3	10.6	
	30代	584	50.5	43.7	29.3	31.2	11.1	3.6	32.5	21.2	2.7	6.0	1.4	8.0	
	40代	478	50.4	38.3	27.4	32.4	16.1	4.6	27.2	20.5	3.8	9.6	1.3	8.2	
	50代	262	50.4	33.6	22.1	29.4	12.2	4.6	29.8	14.9	1.5	8.8	0.8	11.1	
	60代	126	50.8	25.4	24.6	31.0	11.9	5.6	28.6	10.3	1.6	11.1	3.2	7.9	
時系列	2015年	2,636	56.0	43.9	27.8	37.7	14.5	5.5	37.3	23.8	2.4	7.7	0.8	7.7	
	2014年	1,850	53.1	38.9	30.1	33.0	14.9	6.3	34.8	22.5	3.8	11.1	1.3	6.5	
	2013年	1,357	68.7	49.8	30.5	42.6	12.5	5.1	48.9	27.4	2.1		1.1	2.7	

■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

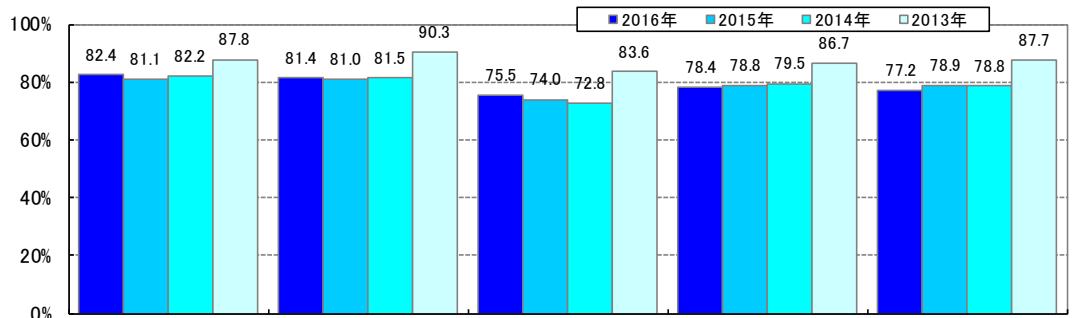
5-2-3.インターネット上に投稿する時の心がけ

- インターネット上に投稿する時の心がけについて最も高いのは、「正確な内容にする」(82.4%)である。次いで「人の感情を害さない内容にする」(81.4%)、「責任が持てる内容にする」(78.4%)、「他人や企業に迷惑をかけない内容にする」(77.2%)と続く。
- 年代別でみると、60代は全体より「正確な内容にする」で11.1ポイント、「責任が持てる内容にする」で11.8ポイント高い。

【Q4】 インターネット上へのコメントや写真、動画を投稿するとき、どの様なことを心がけていますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）

n=インターネット上への投稿経験者(Q2)
 ※「SNSで、シェアやリツイート等の機能を使って拡散する」のみを選択した人（9人）は除く

※値は「あてはまる」と「ややあてはまる」の合計値



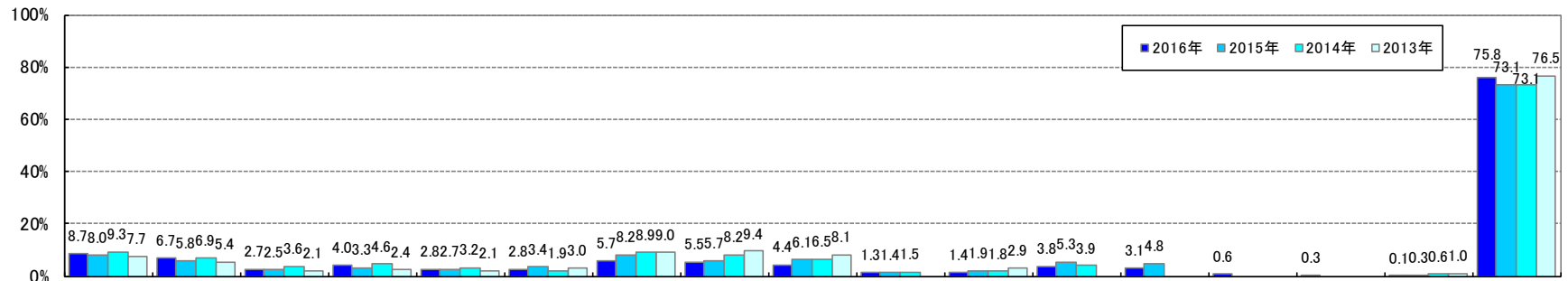
		正確な内容にする	人の感情を害さない内容にする	人に非難されない内容にする	責任が持てる内容にする	他人や企業に迷惑をかける内容にする
全体	2,318	82.4	81.4	75.5	78.4	77.2
性別	男性	80.6	78.4	70.8	74.9	74.2
	女性	84.0	84.0	79.7	81.5	79.8
年代別	10代	82.7	81.5	81.5	78.7	80.3
	20代	77.4	79.5	71.5	72.2	73.8
	30代	80.4	79.4	74.2	76.4	74.9
	40代	84.9	81.6	73.6	81.6	78.0
	50代	88.2	86.3	82.8	85.9	84.0
	60代	93.5	89.4	82.1	90.2	81.3
時系列	2015年	81.1	81.0	74.0	78.8	78.9
	2014年	82.2	81.5	72.8	79.5	78.8
	2013年	87.8	90.3	83.6	86.7	87.7

■ 全体+10%以上
 ■ 全体+5%以上
 ■ 全体-5%以下
 ■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

5-2-4.悪意のある投稿の経験

- 悪意のある投稿の経験について最も高いのは、「あてはまるものはない」(75.8%)である。次いで「他人や企業の悪口」(8.7%)、「さげすんだり、けなしたりする内容」(6.7%)、「下品な言葉を含む内容」(5.7%)と続く。
- 性別でみると、女性は「あてはまるものはない」の割合が全体よりも5.1ポイントとやや高い。
- 年代別でみると、「あてはまるものはない」が全体よりも50代で9.7ポイント、60代では6.3ポイントとやや高い。

【Q5】 次のような内容の投稿をしたことがありますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも) n=インターネット上への投稿経験者(Q2)
 ※「SNSで、シェアやリツイート等の機能を使って拡散する」のみを選択した人(9人)は除く



■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

		全体	他人や企業の悪口	さげすんだり、けなしたりする内容	身体的特徴をあざ笑う、または馬鹿にする内容	他人の人格を否定する	他人の不幸を願う内容	悪意をもった内容	下品な言葉を含む内容	他人の発言を非難する	含まれることや、噂が不確かな内容	自分がした迷惑行為	性的な描写やいかがわしい内容	他人の迷惑行為	PTV画面を撮影・キャチャした画像	雑誌・書籍のページや雑談のページ	嘘の情報・デマ	相手にしつこく付きまとうような内容	その他	あてはまるものはない
全体		2,318	8.7	6.7	2.7	4.0	2.8	2.8	5.7	5.5	4.4	1.3	1.4	3.8	3.1	0.6	0.3	0.1	75.8	
性別	男性	1,090	12.8	9.5	4.1	5.8	4.4	3.4	6.7	6.9	5.3	1.8	1.5	3.9	3.0	0.9	0.3	0.1	69.9	
	女性	1,228	5.0	4.2	1.4	2.4	1.3	2.2	4.8	4.3	3.6	0.8	1.4	3.7	3.2	0.3	0.3	0.1	80.9	
年代別	10代	249	5.2	2.4	0.8	2.4	1.2	2.0	6.8	3.6	6.8	0.8	1.2	2.0	2.8	0.8	0.4	-	78.7	
	20代	629	11.0	9.5	3.2	5.1	4.0	4.5	8.9	7.3	6.2	1.7	2.5	5.2	4.9	0.8	0.5	-	68.5	
	30代	577	10.4	8.3	3.8	5.4	3.1	3.3	5.4	5.9	4.5	1.4	1.2	2.9	3.1	0.5	0.3	0.2	73.3	
	40代	478	7.9	5.2	2.5	3.3	2.9	1.7	4.4	4.2	3.1	1.0	1.0	4.8	2.1	0.2	0.2	0.2	79.7	
	50代	262	5.0	3.1	1.5	1.1	0.8	0.8	1.9	5.7	1.9	0.4	0.4	3.1	2.3	0.8	-	-	85.5	
	60代	123	6.5	7.3	1.6	3.3	1.6	1.6	1.6	3.3	-	2.4	0.8	1.6	-	0.8	-	-	82.1	
時系列	2015年	2,624	8.0	5.8	2.5	3.3	2.7	3.4	8.2	5.7	6.1	1.4	1.9	5.3	4.8	-	-	0.3	73.1	
	2014年	1,850	9.3	6.9	3.6	4.6	3.2	1.9	8.9	8.2	6.5	1.5	1.8	3.9	-	-	-	0.6	73.1	
	2013年	1,357	7.7	5.4	2.1	2.4	2.1	3.0	9.0	9.4	8.1	-	2.9	-	-	-	-	1.0	76.5	

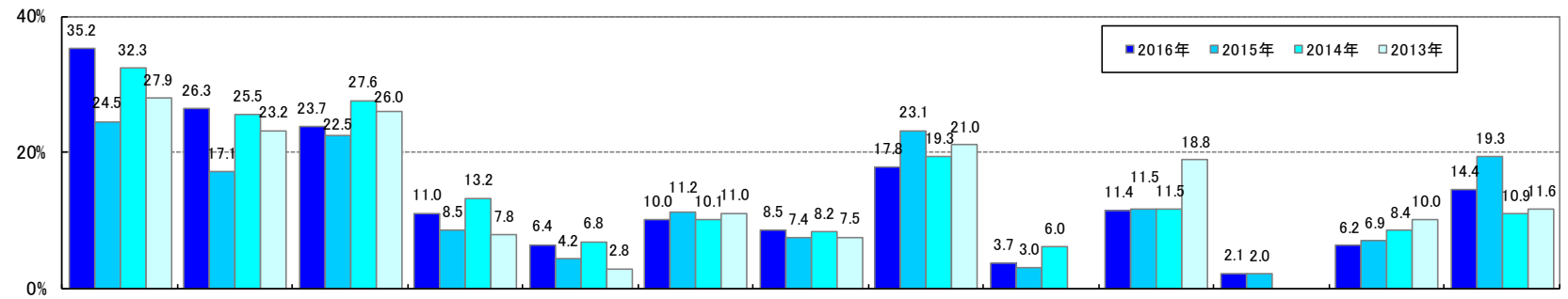
※「嘘の情報・デマ」及び「相手にしつこく付きまとうような内容」は今年度から追加した選択肢

5-2-5.悪意のある投稿をした理由

- 悪意のある投稿をした理由について最も高いのは、「人の意見に反論したかったから」(35.2%)である。次いで「人の意見を非難・批評するため」(26.3%)、「人の投稿やコメントを見て不快になったから」(23.7%)、「いらいらしたから」(17.8%)と続く。
- 性別でみると、男性は「人の意見に反論したかったから」「人の意見を非難・批評するため」の割合が共に全体よりも6.0ポイントとやや高い。
- 年代別でみると、全体よりも40代は「人の意見に反論したかったから」で7.1ポイント、「人の意見を非難・批評するため」で8.8ポイントとやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「人の意見に反論したかったから」の割合が10.7ポイントと大きく増加している。「人の意見を非難・批評するため」の割合が9.2ポイント増加している。反対に「特にない／なんとなく」の割合が4.9ポイントとやや減少している。「いらいらしたから」の割合が5.3ポイント減少している。

【Q6】 Q5でお答えになった内容の投稿をしたと思う理由は何ですか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=悪意のある投稿の経験者(Q5)



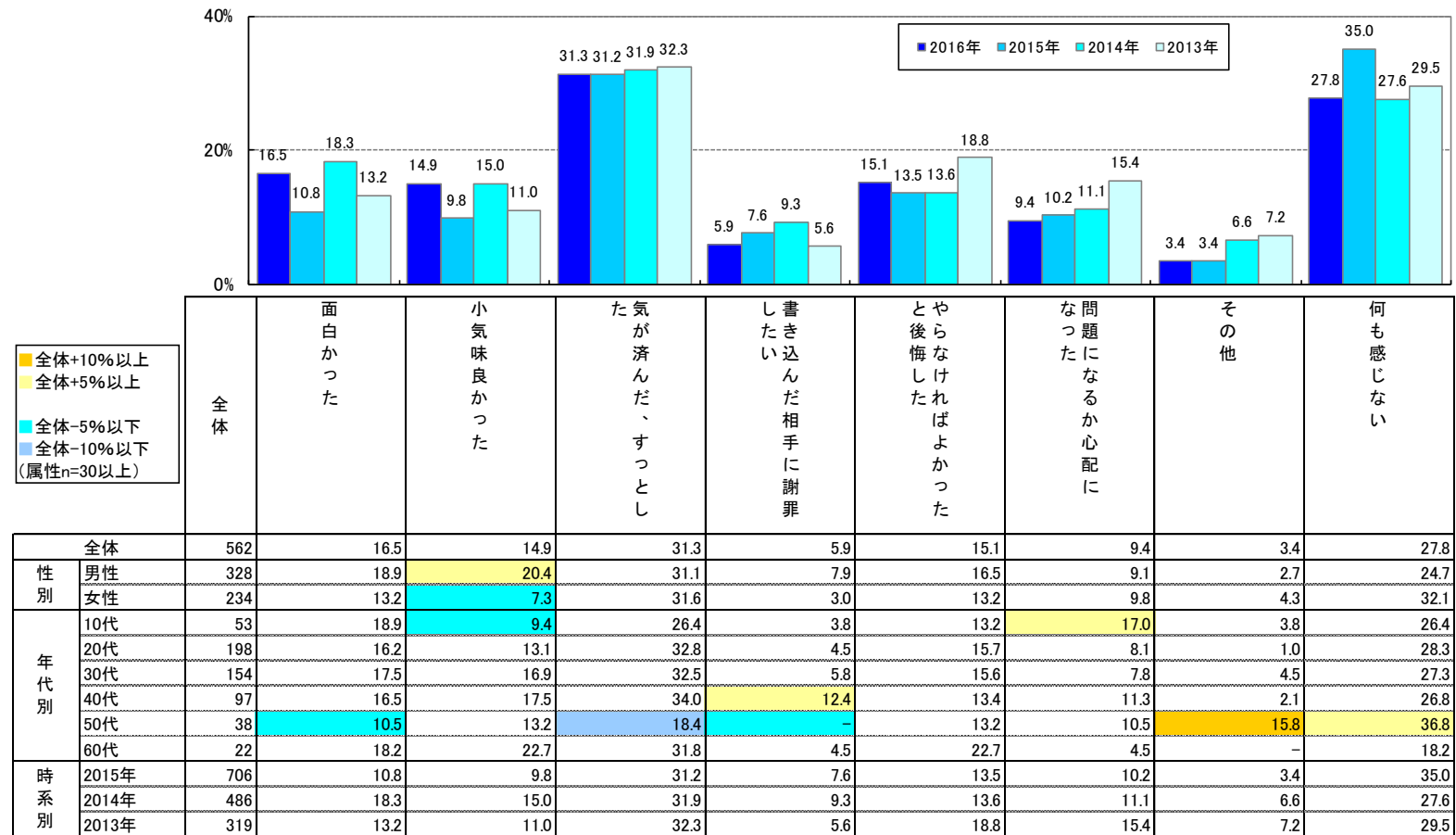
	全体	理由														
		か つ た か ら	す る た め	見 て 不 快 に な っ た か ら	相 手 に 仕 返 し す る た め	炎 上 さ せ た か っ た か ら	と 誰 か が や っ た か ら	ら 皆 が よ く や っ て い る か	い ら い ら し た か ら	わ 自 分 が 投 稿 し た こ と が	好 奇 心 や 面 白 さ か ら	注 目 さ れ た か っ た か ら	そ の 他	特 に な い ／ な ん と な く		
全体	562	35.2	26.3	23.7	11.0	6.4	10.0	8.5	17.8	3.7	11.4	2.1	6.2	14.4		
性別	男性	328	41.2	32.3	27.4	13.4	9.1	12.8	9.8	4.9	12.2	1.8	4.9	9.1		
	女性	234	26.9	17.9	18.4	7.7	2.6	6.0	6.8	2.1	10.3	2.6	8.1	21.8		
年代別	10代	53	30.2	13.2	18.9	7.5	1.9	3.8	9.4	17.0	-	15.1	1.9	22.6		
	20代	198	34.3	27.3	19.7	10.1	5.1	7.6	11.1	22.7	5.1	12.6	4.0	5.6		
	30代	154	33.8	24.7	26.6	13.6	8.4	11.7	8.4	18.8	2.6	10.4	0.6	7.1		
	40代	97	42.3	35.1	25.8	12.4	10.3	11.3	7.2	13.4	5.2	12.4	2.1	8.2		
	50代	38	34.2	18.4	31.6	7.9	5.3	13.2	2.6	10.5	2.6	5.3	-	7.9		
	60代	22	36.4	36.4	27.3	9.1	-	22.7	-	-	4.5	4.5	-	13.6		
時系列	2015年	706	24.5	17.1	22.5	8.5	4.2	11.2	7.4	23.1	3.0	11.5	2.0	6.9		
	2014年	486	32.3	25.5	27.6	13.2	6.8	10.1	8.2	19.3	6.0	11.5	8.4	10.9		
	2013年	319	27.9	23.2	26.0	7.8	2.8	11.0	7.5	21.0	18.8	10.0	11.6			

5-2-6.悪意のある投稿後の感情

- 悪意のある投稿後の感情について最も高いのは、「気が済んだ、すっとした」(31.3%)である。次いで「何も感じない」(27.8%)、「面白かった」(16.5%)、「やらなければよかったと後悔した」(15.1%)と続く。
- 性別でみると、男性は「小気味良かった」の割合が全体よりも5.5ポイントとやや高い。
- 年代別でみると、50代は「何も感じない」が最も高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「面白かった」で5.7ポイント、「小気味良かった」で5.1ポイントと、割合が増加している。反対に「何も感じない」の割合が7.2ポイント減少している。

【Q7】 Q5でお答えになった内容の投稿をした後に、どのような感情を覚えましたか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=悪意のある投稿の経験者(Q5)

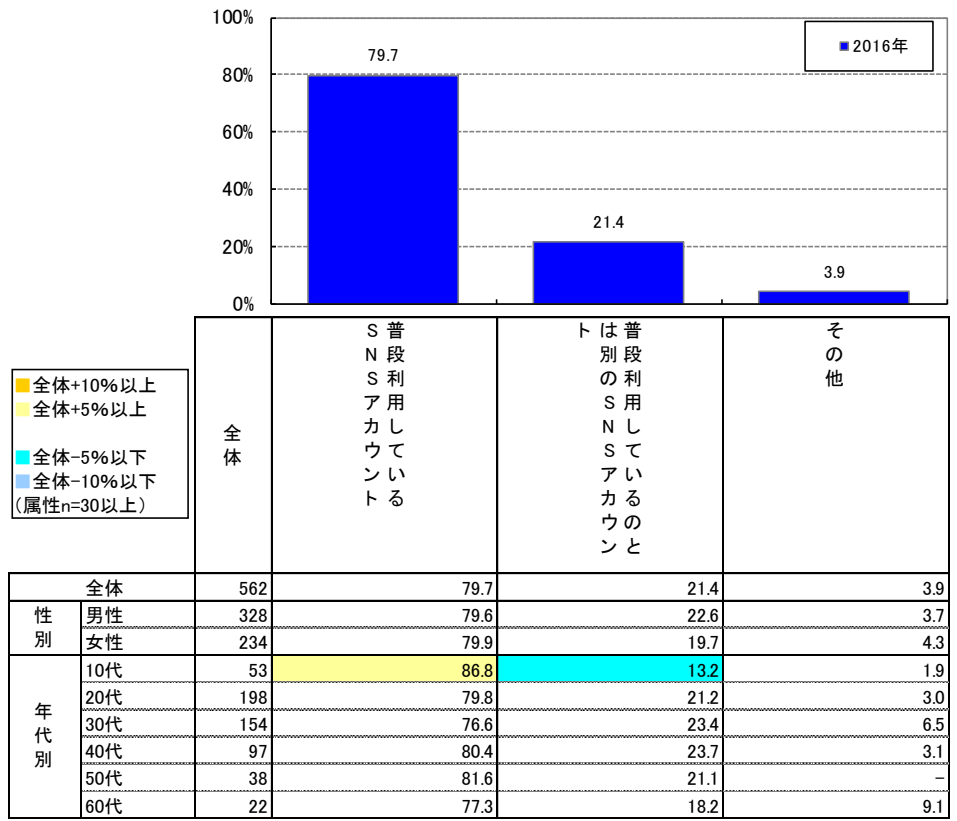


5-2-7.悪意のある投稿に用いたアカウント

- 悪意のある投稿に用いたアカウントについて最も高いのは、「普段利用しているSNSアカウント」(79.7%)である。次いで「普段利用しているのは別のSNSアカウント」(21.4%)と続く。
- 年代別でみると、10代は「普段利用しているSNSアカウント」の割合が全体よりも7.1ポイントとやや高い。

【Q8】 Q5でお答えになった内容の投稿には、どのようなアカウントを用いましたか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも) ※アカウント…サービスにログインするための権利。利用者IDとパスワード。

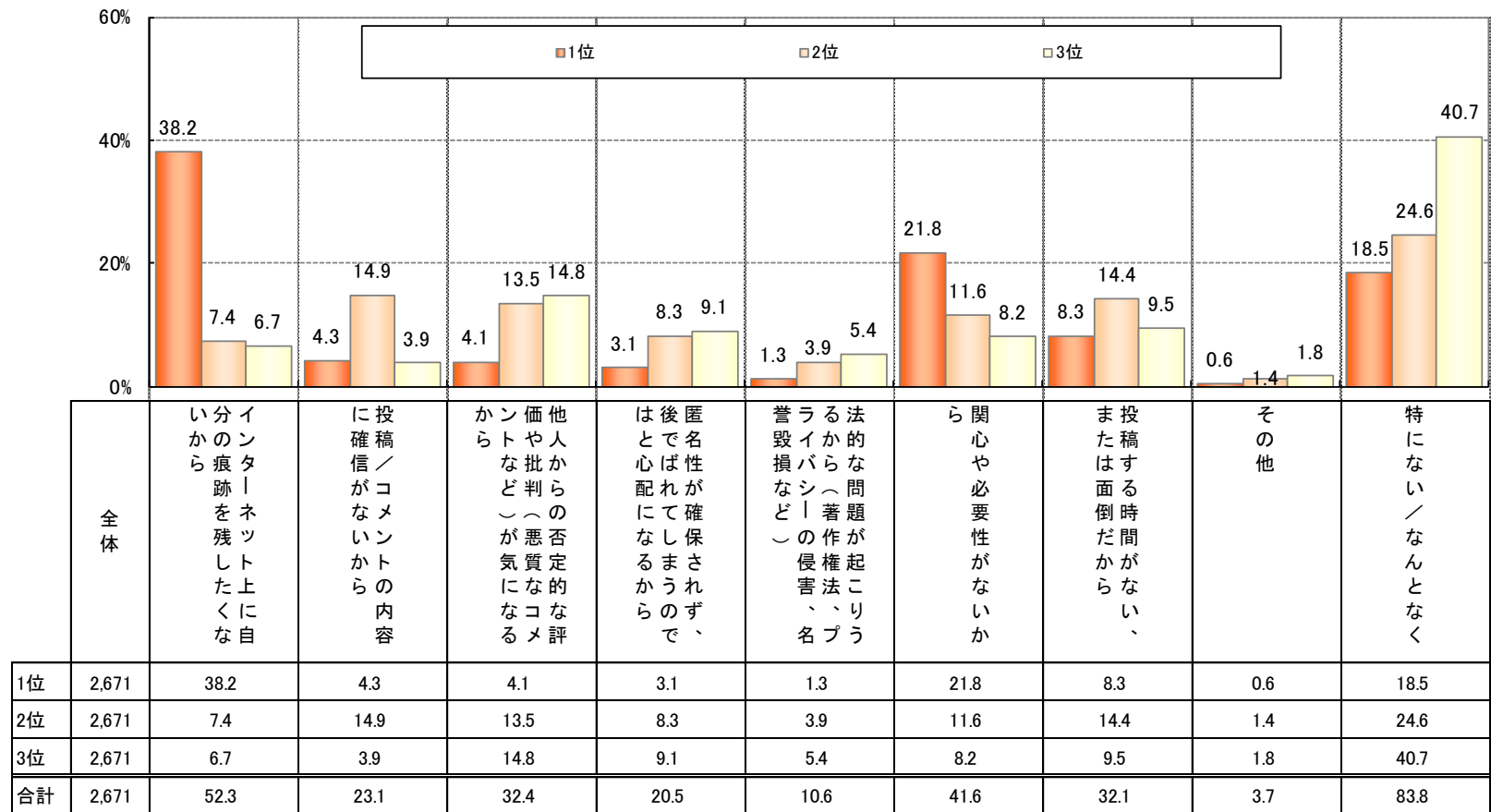
n=悪意のある投稿の経験者(Q5)



5-2-8.インターネット上に投稿しない主な理由

- インターネット上に投稿しない主な理由の1位の理由では「インターネット上に自分の痕跡を残したくないから」(38.2%)、「関心や必要性がないから」(21.8%)、「特にない／なんとなく」(18.5%)が上位の理由となっている。
- 合計割合は「特にない／なんとなく」(83.8%)が最も高い。次いで「インターネット上に自分の痕跡を残したくないから」(52.3%)、「関心や必要性がないから」(41.6%)と続く。

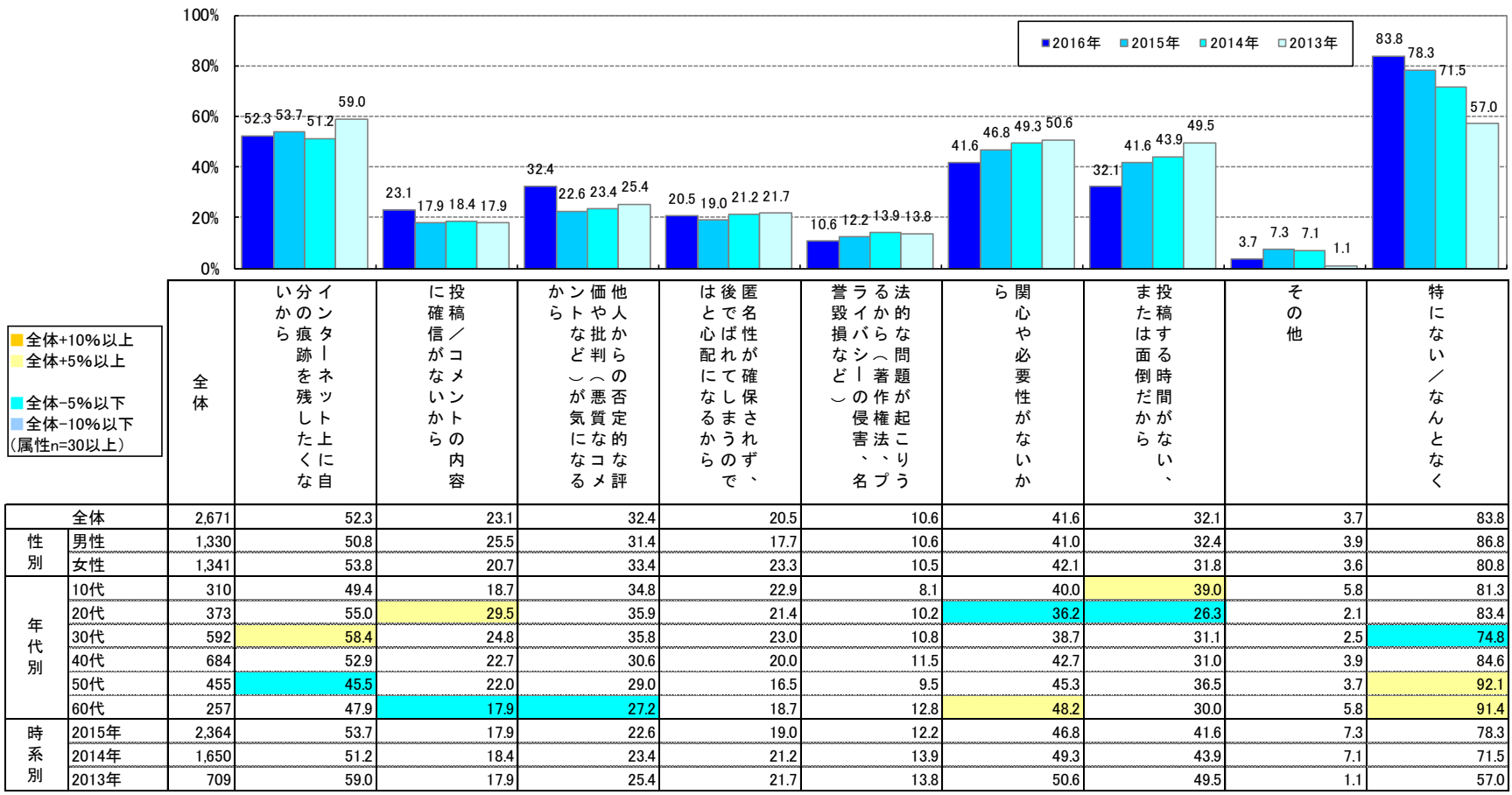
【Q9】 インターネット上に投稿をしない主な理由は何ですか。1位～3位まで、次の中から1つずつお選びください。（順位ごとに1つずつ）※インターネット上とは、SNS（Facebook、mixi、Twitterなど）、ブログ、掲示板、動画サイトなどを指します。
 n=インターネット上への投稿未経験者(Q2)



5-2-8.インターネット上に投稿しない主な理由【1～3位の合計】

- インターネット上に投稿しない主な理由【1～3位の合計】について最も高いのは、「特にない／なんとなく」(83.8%)である。次いで「インターネット上に自分の痕跡を残したくないから」(52.3%)、「関心や必要性がないから」(41.6%)、「他人からの否定的な評価や批判(悪質なコメントなど)が気になるから」(32.4%)と続く。
- 年代別で見ると、全体よりも10代は「投稿する時間がない、または面倒だから」で6.9ポイント、20代は「投稿／コメントの内容に確信がないから」で6.4ポイント、30代は「インターネット上に自分の痕跡を残したくないから」で6.1ポイント、60代は「関心や必要性がないから」で6.6ポイントとやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「他人からの否定的な評価や批判(悪質なコメントなど)が気になるから」で9.8ポイント、「投稿／コメントの内容に確信がないから」で5.2ポイント、「特にない／なんとなく」で5.5ポイントと、割合が増加している。反対に「投稿する時間がない、または面倒だから」で9.5ポイント、「関心や必要性がないから」で5.2ポイントと、割合が減少している。また、「その他」の割合が3.6ポイントとやや減少している。

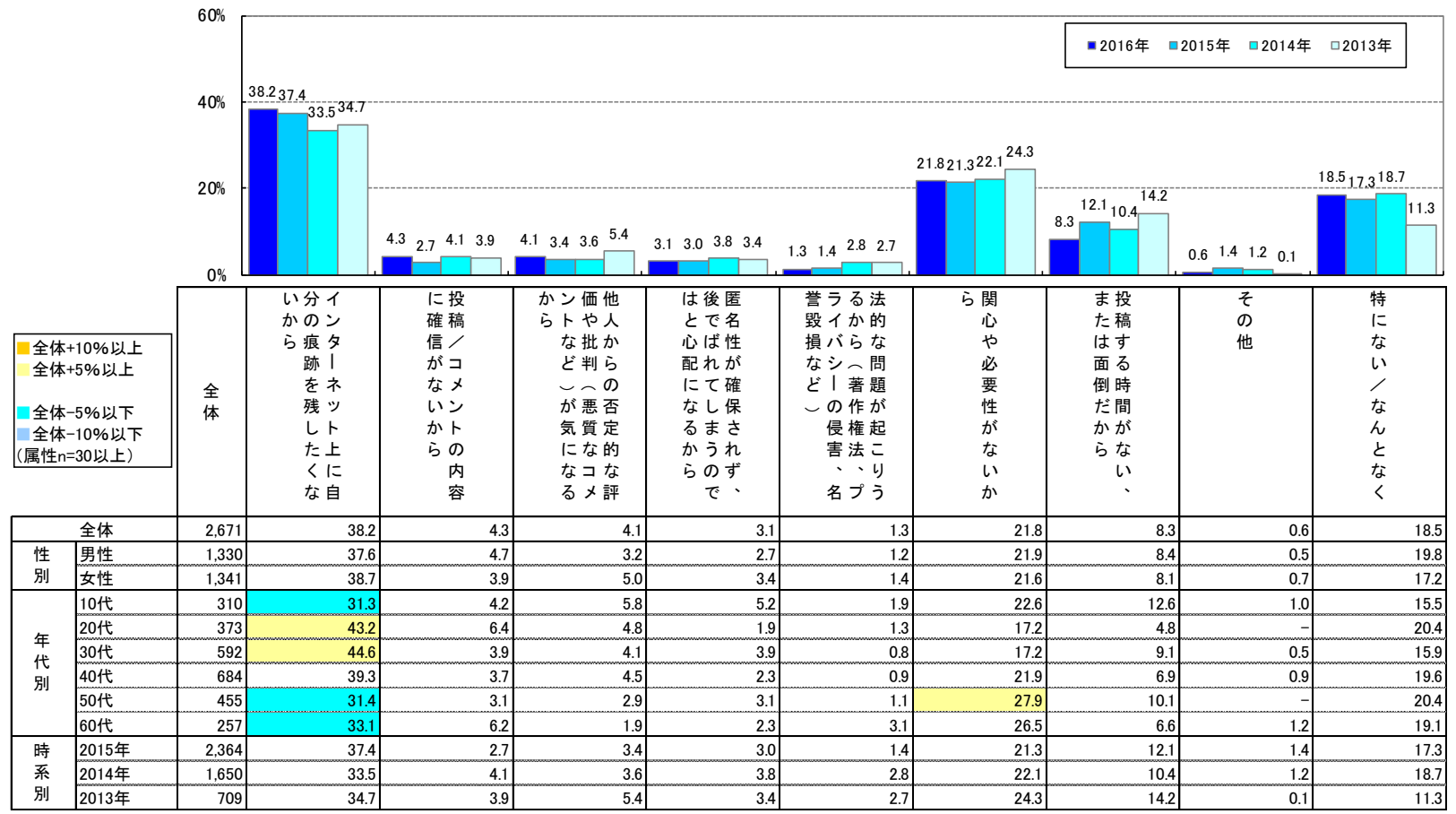
【Q9】 インターネット上に投稿をしない主な理由は何ですか。1位～3位まで、次の中から1つずつお選びください。(順位ごとに1つずつ) ※インターネット上とは、SNS (Facebook、mixi、Twitterなど)、ブログ、掲示板、動画サイトなどを指します。
 n=インターネット上への投稿未経験者(Q2)



5-2-8.インターネット上に投稿しない主な理由【1位】

- インターネット上に投稿しない主な理由【1位】について最も高いのは、「インターネット上に自分の痕跡を残したくないから」(38.2%)である。次いで「関心や必要性がないから」(21.8%)、「特にない／なんとなく」(18.5%)、「投稿する時間がない、または面倒だから」(8.3%)と続く。
- 年代別でみると、「インターネット上に自分の痕跡を残したくないから」が全体よりも20代で5.0ポイント、30代では6.4ポイントとやや高い。50代は「関心や必要性がないから」の割合が全体よりも6.1ポイントとやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「投稿する時間がない、または面倒だから」の割合が3.8ポイントとやや減少している。

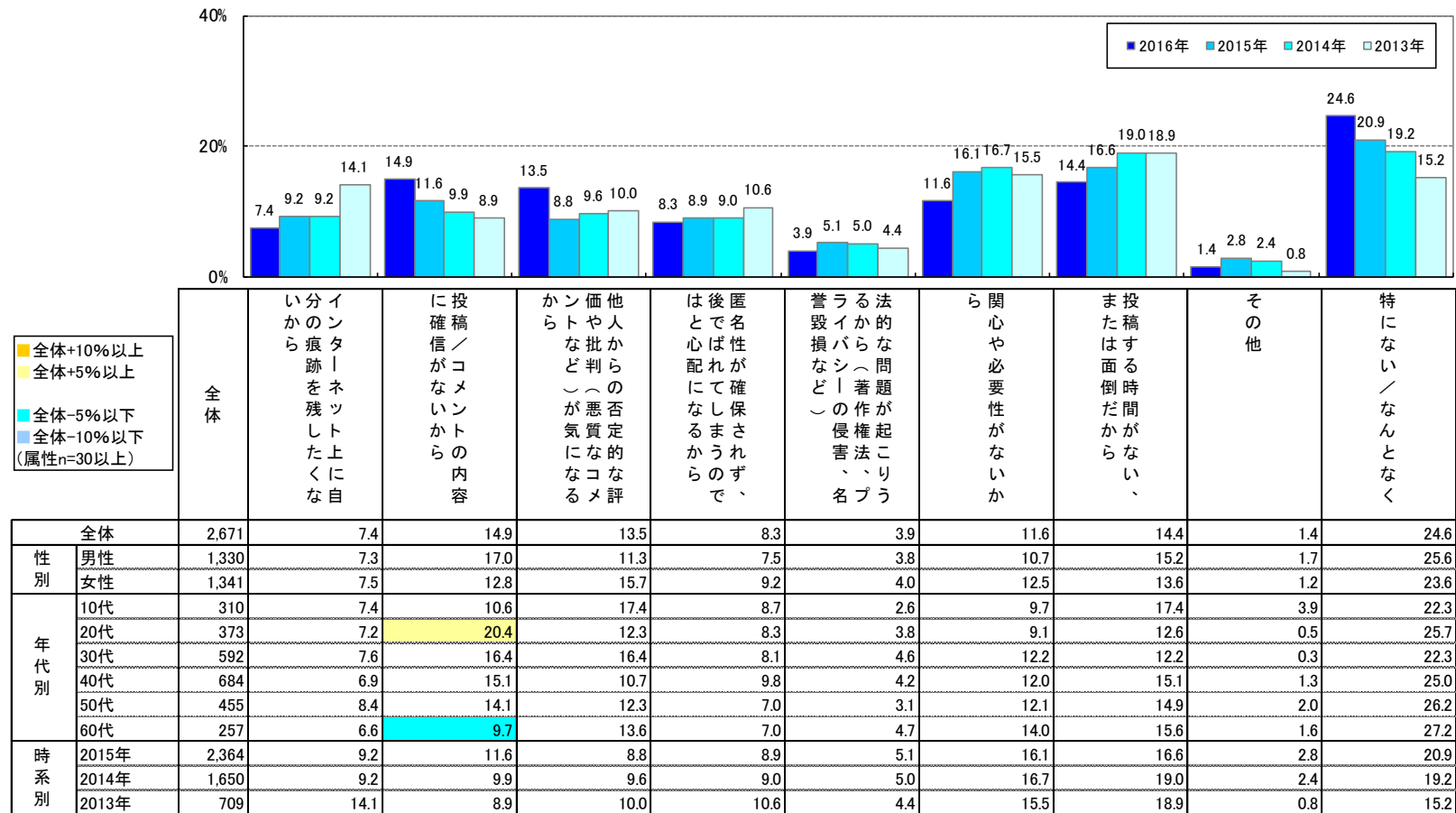
【Q9S1】 [1位]インターネット上に投稿をしない主な理由は何ですか。1位～3位まで、次の中から1つずつお選びください。(順位ごとに1つずつ) ※インターネット上とは、SNS (Facebook、mixi、Twitterなど)、ブログ、掲示板、動画サイトなどを指します。
 n=インターネット上への投稿未経験者(Q2)



5-2-8.インターネット上に投稿しない主な理由【2位】

- インターネット上に投稿しない主な理由【2位】について最も高いのは、「特にない／なんとなく」(24.6%)である。次いで「投稿／コメントの内容に確信がないから」(14.9%)、「投稿する時間がない、または面倒だから」(14.4%)、「他人からの否定的な評価や批判(悪質なコメントなど)が気になるから」(13.5%)と続く。
- 年代別でみると、20代は「投稿／コメントの内容に確信がないから」の割合が全体よりも5.5ポイントとやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「投稿／コメントの内容に確信がないから」で3.3ポイント、「他人からの否定的な評価や批判(悪質なコメントなど)が気になるから」で4.7ポイント、「特にない／なんとなく」で3.7ポイントとそれぞれの割合がやや増加している。反対に「関心や必要性がないから」の割合が4.5ポイントとやや減少している。

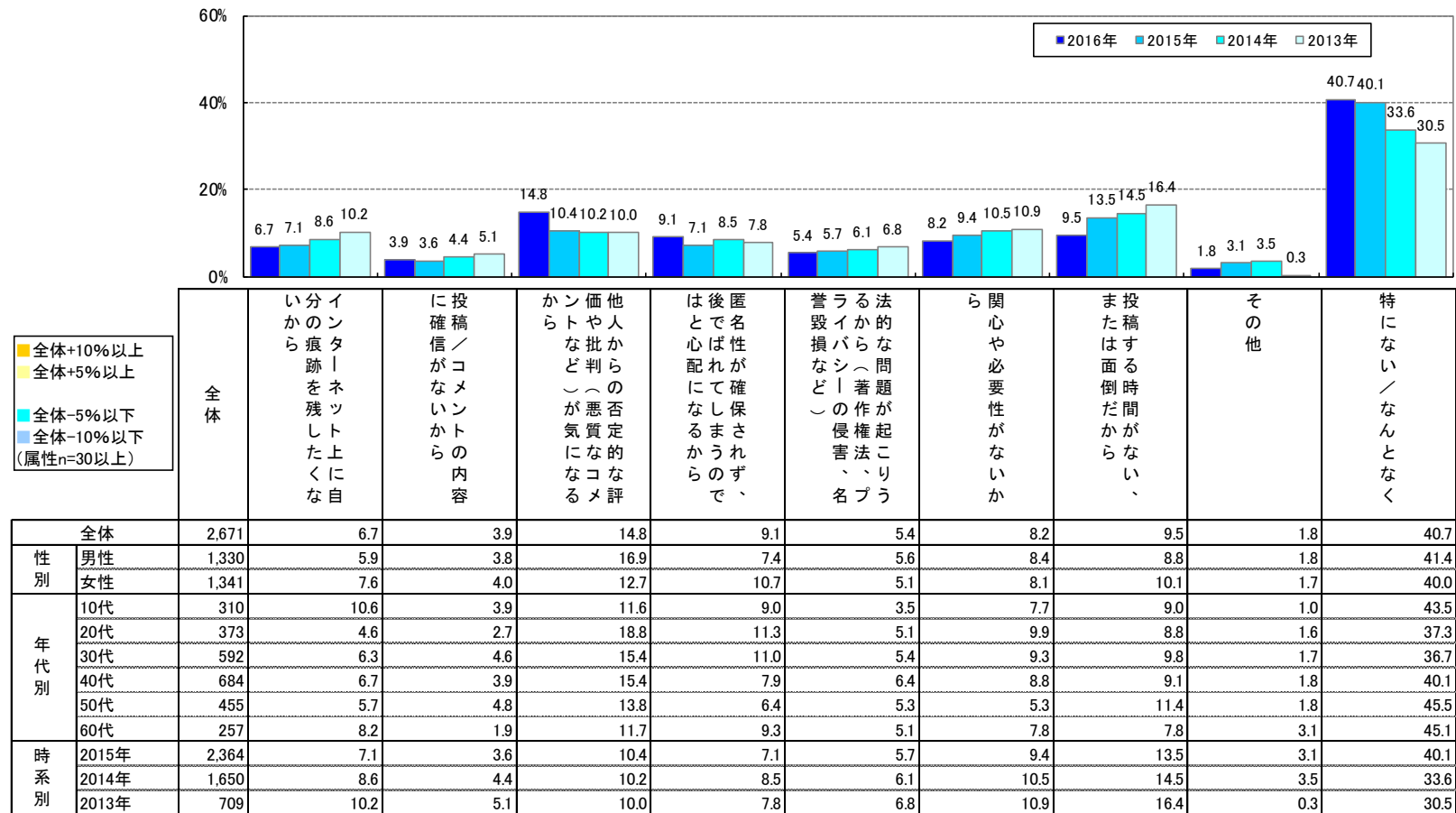
【Q9S2】 [2位]インターネット上に投稿をしない主な理由は何ですか。1位～3位まで、次の中から1つずつお選びください。(順位ごとに1つずつ) ※インターネット上とは、SNS (Facebook、mixi、Twitterなど)、ブログ、掲示板、動画サイトなどを指します。
 n=インターネット上への投稿未経験者(Q2)



5-2-8.インターネット上に投稿しない主な理由【3位】

- インターネット上に投稿しない主な理由【3位】について最も高いのは、「特にない／なんとなく」(40.7%)である。次いで「他人からの否定的な評価や批判(悪質なコメントなど)が気になるから」(14.8%)、「投稿する時間がない、または面倒だから」(9.5%)、「匿名性が確保されず、後でばれてしまうのではと心配になるから」(9.1%)と続く。
- 前年(2015年)と比較すると、「他人からの否定的な評価や批判(悪質なコメントなど)が気になるから」の割合が4.4ポイントとやや増加している。反対に「投稿する時間がない、または面倒だから」の割合が4.0ポイントとやや減少している。

【Q9S3】 [3位]インターネット上に投稿をしない主な理由は何ですか。1位~3位まで、次の中から1つずつお選びください。(順位ごとに1つずつ) ※インターネット上とは、SNS (Facebook、mixi、Twitterなど)、ブログ、掲示板、動画サイトなどを指します。
 n=インターネット上への投稿未経験者(Q2)

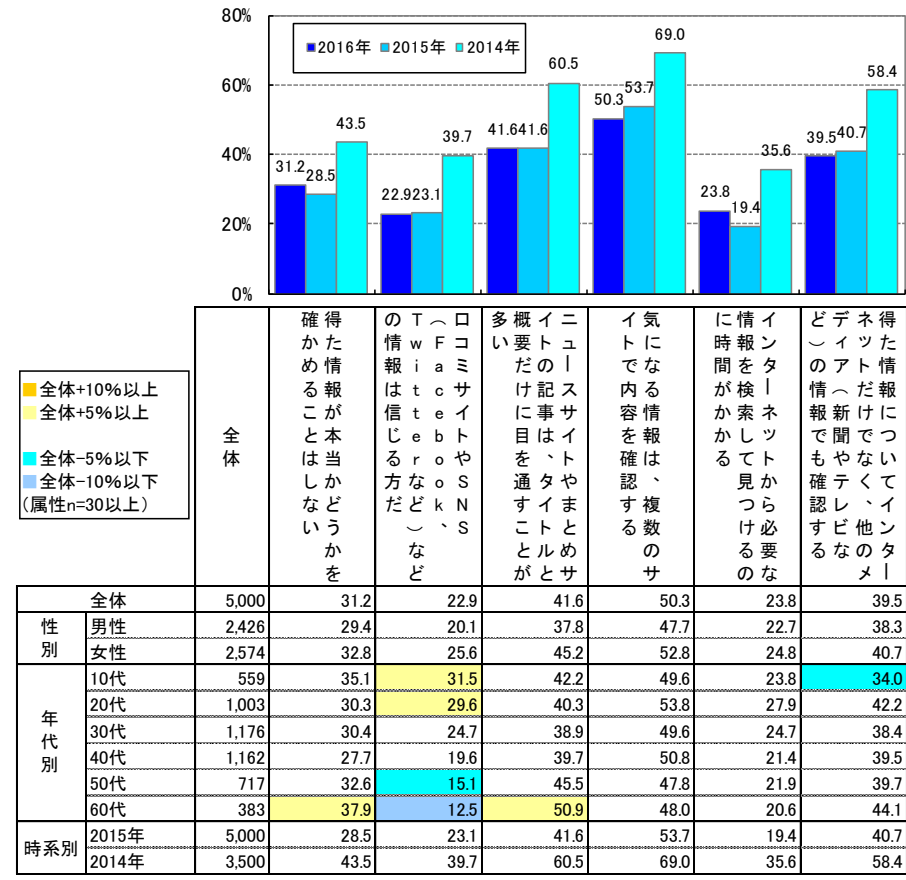
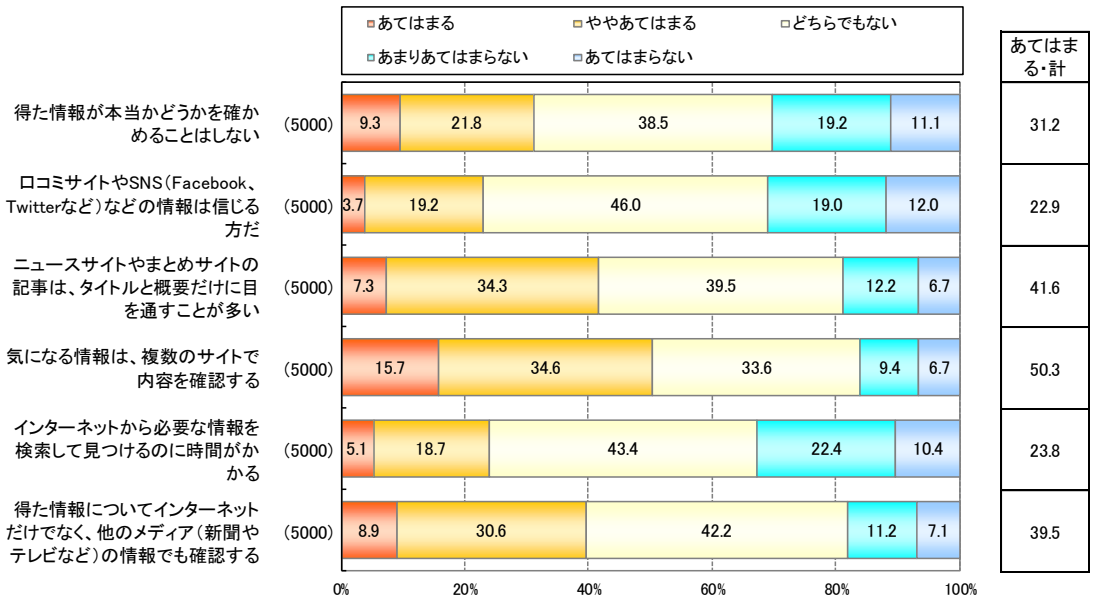


5-2-9.インターネットで得る情報について

- インターネットで得る情報について最も高いのは、「気になる情報は、複数のサイトで内容を確認する」(50.3%)である。次いで「ニュースサイトやまとめサイトの記事は、タイトルと概要だけに目を通すことが多い」(41.6%)、「得た情報についてインターネットだけでなく、他のメディア(新聞やテレビなど)の情報でも確認する」(39.5%)、「得た情報が本当かどうかを確かめることはしない」(31.2%)と続く。
- 年代別でみると、「口コミサイトやSNS(Facebook、Twitterなど)などの情報は信じる方だ」が10代で8.6ポイント、20代では6.7ポイント、60代では「得た情報が本当かどうかを確かめることはしない」が6.7ポイント、「ニュースサイトやまとめサイトの記事は、タイトルと概要だけに目を通すことが多い」が9.3ポイントとそれぞれの割合が全体よりもやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「インターネットから必要な情報を検索して見つけるのに時間がかかる」の割合が4.4ポイントとやや増加している。反対に「気になる情報は、複数のサイトで内容を確認する」の割合が3.4ポイントとやや減少している。

【Q10】 インターネットで得る情報について伺います。以下のうち、あなたにあてはまるものを1つずつ選択してください。(お答えはそれぞれ1つずつ)

※値は「あてはまる」と「ややあてはまる」の合計値



	全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代	50代	60代	2015年	2014年
得た情報が本当かどうかを確かめることはしない	31.2	29.4	32.8	35.1	30.3	30.4	27.7	32.6	37.9	28.5	43.5
口コミサイトやSNS(Facebook、Twitterなど)などの情報は信じる方だ	22.9	20.1	25.6	31.5	29.6	24.7	19.6	15.1	12.5	23.1	39.7
ニュースサイトやまとめサイトの記事は、タイトルと概要だけに目を通すことが多い	41.6	37.8	45.2	42.2	40.3	38.9	39.7	45.5	50.9	41.6	60.5
気になる情報は、複数のサイトで内容を確認する	50.3	47.7	52.8	49.6	53.8	49.6	50.8	47.8	48.0	53.7	69.0
インターネットから必要な情報を検索して見つけるのに時間がかかる	23.8	22.7	24.8	23.8	27.9	24.7	21.4	21.9	20.6	19.4	35.6
得た情報についてインターネットだけでなく、他のメディア(新聞やテレビなど)の情報でも確認する	39.5	38.3	40.7	34.0	42.2	38.4	39.5	39.7	44.1	40.7	58.4

5-3.個人情報について 5-3-1.個人情報のインターネット公開経験

- 個人情報のインターネット公開経験について、「Facebook」「LINE」は「名前（本名）」が最も高い。それ以外は全て「性別」が最も高い。
- SNS別でみると、多数の項目で「Facebook」が最も高い。

【Q11】 ご自身の個人情報（氏名、生年月日）やプライベートな情報（学校または所属組織、学歴など）をインターネット上で一般（不特定多数）に公開や投稿をしたことがありますか。あてはまるものすべてを選択してください。（お答えはそれぞれいくつでも）※一般に公開したものがない場合は、「特にない」にご回答ください。

n=各サービス利用経験者(Q1)

	全体	名前（本名）	メールアドレス	性別	生年月日	写真	府県	居住している都道	村居住している市町	出身地	出身学校	学歴	所属組織（会社名）	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	特にない	平均回答個数
Facebook	2,781	50.5	14.9	44.4	33.7	26.9	36.6	23.9	27.2	25.4	19.0	11.3	5.6	10.2	17.3	8.9	2.3	36.1	3.6	
mixi	1,921	11.7	8.0	29.0	16.6	10.8	21.0	9.8	12.2	7.2	5.4	2.1	1.0	4.3	15.7	7.7	1.3	55.6	1.6	
LINE	4,036	25.7	9.7	22.9	9.8	14.6	11.3	6.3	5.2	3.0	2.2	1.7	1.8	4.1	8.9	4.6	1.5	54.5	1.3	
Google+	1,805	9.4	7.6	11.9	5.8	3.5	6.7	2.8	2.5	1.2	0.7	0.5	1.3	0.9	4.0	2.2	0.6	73.1	0.6	
Twitter	2,330	9.6	6.7	21.6	10.9	12.4	15.2	6.0	5.6	3.8	3.3	2.5	1.6	3.4	17.2	9.7	1.6	57.6	1.3	
Instagram	1,444	10.5	5.5	17.7	6.3	14.5	10.5	3.7	3.4	1.7	1.4	0.9	1.7	2.7	10.5	5.0	1.0	61.7	1.0	

・・・1位の情報

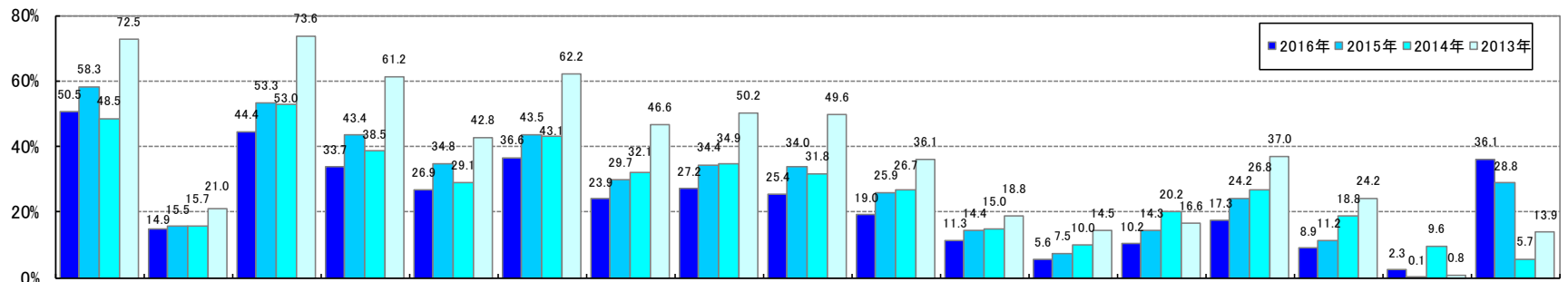
	全体	名前（本名）	メールアドレス	性別	生年月日	写真	府県	居住している都道	村居住している市町	出身地	出身学校	学歴	所属組織（会社名）	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	特にない	平均回答個数
Facebook	2,781	50.5	14.9	44.4	33.7	26.9	36.6	23.9	27.2	25.4	19.0	11.3	5.6	10.2	17.3	8.9	2.3	36.1	3.6	
mixi	1,921	11.7	8.0	29.0	16.6	10.8	21.0	9.8	12.2	7.2	5.4	2.1	1.0	4.3	15.7	7.7	1.3	55.6	1.6	
LINE	4,036	25.7	9.7	22.9	9.8	14.6	11.3	6.3	5.2	3.0	2.2	1.7	1.8	4.1	8.9	4.6	1.5	54.5	1.3	
Google+	1,805	9.4	7.6	11.9	5.8	3.5	6.7	2.8	2.5	1.2	0.7	0.5	1.3	0.9	4.0	2.2	0.6	73.1	0.6	
Twitter	2,330	9.6	6.7	21.6	10.9	12.4	15.2	6.0	5.6	3.8	3.3	2.5	1.6	3.4	17.2	9.7	1.6	57.6	1.3	
Instagram	1,444	10.5	5.5	17.7	6.3	14.5	10.5	3.7	3.4	1.7	1.4	0.9	1.7	2.7	10.5	5.0	1.0	61.7	1.0	

・・・1位のSNS

5-3-1.個人情報のインターネット公開経験【Facebook】

- 個人情報のインターネット公開経験【Facebook】について最も高いのは、「名前（本名）」(50.5%)である。次いで「性別」(44.4%)、「居住している都道府県」(36.6%)、「特にない」(36.1%)と続く。
- 年代別でみると、10代は「特にない」が最も高い。全体と比較すると、60代は「メールアドレス」の割合が全体よりも16.4ポイント高い。
- 前年（2015年）と比較すると、「特にない」の割合が7.3ポイント増加している。反対に「名前（本名）」「性別」など、多数の項目で減少している。

【Q11S1】【Facebook】ご自身の個人情報（氏名、生年月日）やプライベートな情報（学校または所属組織、学歴など）をインターネット上で一般（不特定多数）に公開や投稿をしたことがありますか。あてはまるものをすべて選択してください。（お答えはそれぞれいくつでも）※一般に公開したものが無い場合は、「特にない」にご回答ください。
n=Facebook利用経験者(Q1)



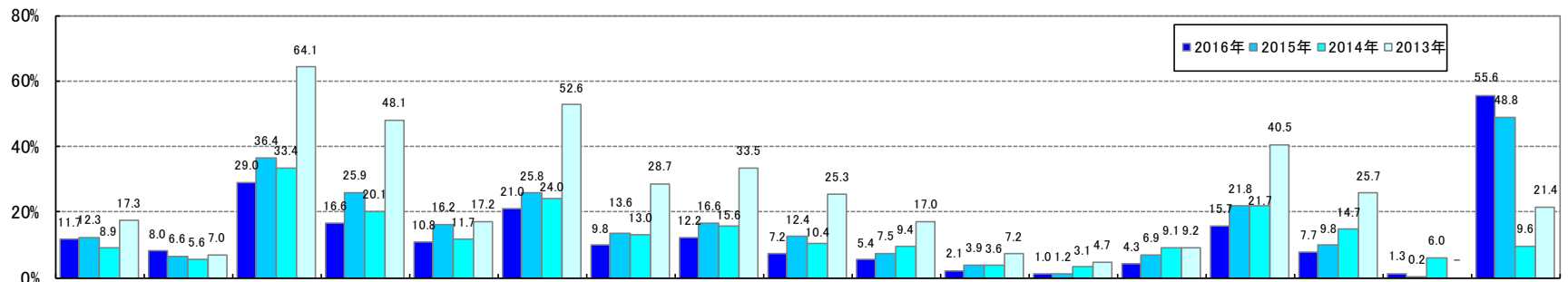
		全体	名前（本名）	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織（会社名、学名など）	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	特にない	平均回答個数
全体		2,781	50.5	14.9	44.4	33.7	26.9	36.6	23.9	27.2	25.4	19.0	11.3	5.6	10.2	17.3	8.9	2.3	36.1	3.6
性別	男性	1,433	50.8	18.1	43.5	34.3	25.4	36.0	24.1	27.9	26.6	21.6	13.8	5.9	10.0	17.7	9.6	2.9	36.0	3.7
	女性	1,348	50.2	11.4	45.4	33.1	28.5	37.3	23.6	26.4	24.2	16.3	8.5	5.4	10.3	16.8	8.2	1.6	36.3	3.5
年代別	10代	227	33.0	8.4	31.7	21.1	16.7	20.7	15.9	12.3	14.5	10.1	5.7	2.2	7.0	15.0	10.1	2.6	50.2	2.3
	20代	684	57.2	11.1	48.5	39.6	34.8	38.5	24.4	28.7	27.5	22.5	12.7	5.1	13.2	19.9	10.5	1.6	30.3	4.0
	30代	701	53.4	11.7	45.8	36.4	29.2	38.1	25.7	29.4	26.1	18.3	9.3	5.6	11.0	17.0	8.0	2.3	34.0	3.7
	40代	595	48.4	15.3	44.4	31.6	22.9	36.8	24.2	26.7	25.4	18.8	12.6	5.7	9.6	17.5	9.7	2.2	38.5	3.5
	50代	382	47.6	22.3	41.1	29.3	21.2	38.0	23.3	27.5	27.0	18.3	11.5	7.1	6.8	15.2	5.8	2.1	38.0	3.4
	60代	192	49.5	31.3	46.4	32.8	26.0	40.6	25.0	32.3	25.5	21.9	15.1	8.9	8.9	15.6	8.3	4.7	37.5	3.9
時系列別	2015年	2,713	58.3	15.5	53.3	43.4	34.8	43.5	29.7	34.4	34.0	25.9	14.4	7.5	14.3	24.2	11.2	0.1	28.8	4.5
	2014年	1,907	48.5	15.7	53.0	38.5	29.1	43.1	32.1	34.9	31.8	26.7	15.0	10.0	20.2	26.8	18.8	9.6	5.7	4.5
	2013年	1,020	72.5	21.0	73.6	61.2	42.8	62.2	46.6	50.2	49.6	36.1	18.8	14.5	16.6	37.0	24.2	0.8	13.9	

■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
(属性n=30以上)

5-3-1.個人情報のインターネット公開経験【mixi】

- 個人情報のインターネット公開経験【mixi】で最も高いのは、「特にない」(55.6%)である。次いで「性別」(29.0%)、「居住している都道府県」(21.0%)、「生年月日」(16.6%)と続く。
- 年代別でみると、10代は「特にない」の割合が全体よりも17.5ポイントと高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「特にない」の割合が6.8ポイント増加している。反対に「性別」「生年月日」など、多数の項目で減少している。

【Q11S2】[mixi]ご自身の個人情報(氏名、生年月日)やプライベートな情報(学校または所属組織、学歴など)をインターネット上で一般(不特定多数)に公開や投稿をしたことがありますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも) ※一般に公開したものが無い場合は、「特にない」にご回答ください。
n=mixi利用経験者(Q1)



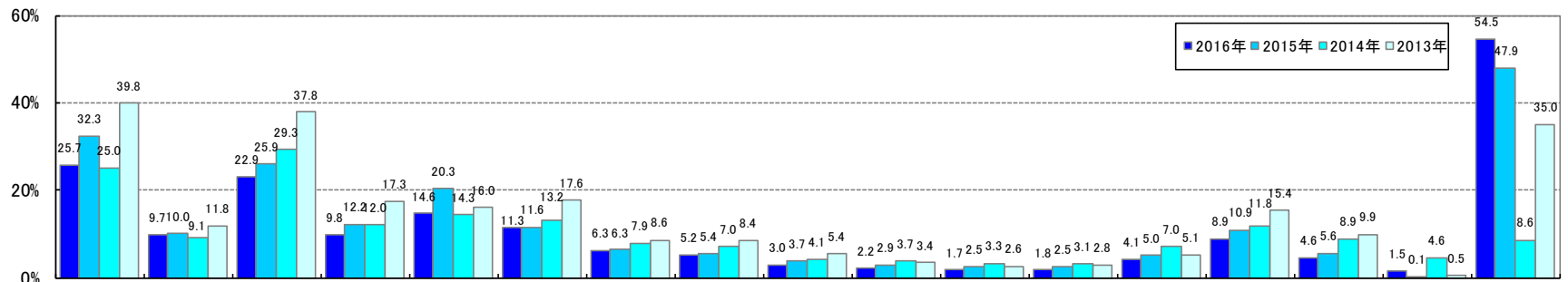
		全体	名前(本名)	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織(会社名、学名など)	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	特にない	平均回答個数
全体		1,921	11.7	8.0	29.0	16.6	10.8	21.0	9.8	12.2	7.2	5.4	2.1	1.0	4.3	15.7	7.7	1.3	55.6	1.6
性別	男性	925	13.4	10.4	25.6	15.9	9.1	17.0	9.1	9.5	5.9	5.1	2.6	1.6	3.5	14.2	6.8	1.1	57.0	1.5
	女性	996	10.0	5.8	32.1	17.3	12.4	24.8	10.4	14.8	8.3	5.6	1.6	0.5	5.0	17.1	8.4	1.5	54.4	1.8
年代別	10代	104	5.8	9.6	11.5	2.9	4.8	4.8	2.9	1.9	2.9	1.9	1.0	1.0	-	3.8	2.9	-	73.1	0.6
	20代	547	17.9	6.9	35.8	25.2	17.0	24.5	13.9	16.6	10.8	9.7	4.8	0.9	6.8	18.3	10.1	1.6	49.5	2.2
	30代	590	9.3	6.9	32.5	18.1	11.9	23.2	11.0	16.1	8.0	4.9	1.5	1.2	5.1	18.5	9.7	1.2	52.4	1.8
	40代	418	10.3	7.4	23.9	10.0	7.4	21.5	7.2	7.9	5.3	3.3	0.7	1.0	3.3	16.0	5.5	1.4	58.4	1.3
	50代	193	8.8	11.9	23.3	11.9	4.1	16.1	6.2	5.7	3.1	2.6	0.5	0.5	0.5	9.8	4.1	1.6	63.7	1.1
	60代	69	7.2	15.9	17.4	8.7	1.4	10.1	2.9	4.3	1.4	-	-	2.9	-	2.9	1.4	-	66.7	0.8
時系列	2015年	1,948	12.3	6.6	36.4	25.9	16.2	25.8	13.6	16.6	12.4	7.5	3.9	1.2	6.9	21.8	9.8	0.2	48.8	2.2
	2014年	1,412	8.9	5.6	33.4	20.1	11.7	24.0	13.0	15.6	10.4	9.4	3.6	3.1	9.1	21.7	14.7	6.0	9.6	2.1
	2013年	513	17.3	7.0	64.1	48.1	17.2	52.6	28.7	33.5	25.3	17.0	7.2	4.7	9.2	40.5	25.7	-	21.4	-

■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

5-3-1.個人情報のインターネット公開経験【LINE】

- 個人情報のインターネット公開経験【LINE】について最も高いのは、「特にない」(54.5%)である。次いで「名前(本名)」(25.7%)、「性別」(22.9%)、「写真」(14.6%)と続く。
- 年代別でみると、20代は「名前(本名)」の割合が全体よりも10.6ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「特にない」の割合が6.6ポイント増加している。反対に「名前(本名)」で6.6ポイント、「写真」で5.7ポイントと、割合が減少している。

【Q11S3】[LINE]ご自身の個人情報(氏名、生年月日)やプライベートな情報(学校または所属組織、学歴など)をインターネット上で一般(不特定多数)に公開や投稿をしたことがありますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも) ※一般に公開したものがない場合は、「特にない」にご回答ください。
n=LINE利用経験者(Q1)



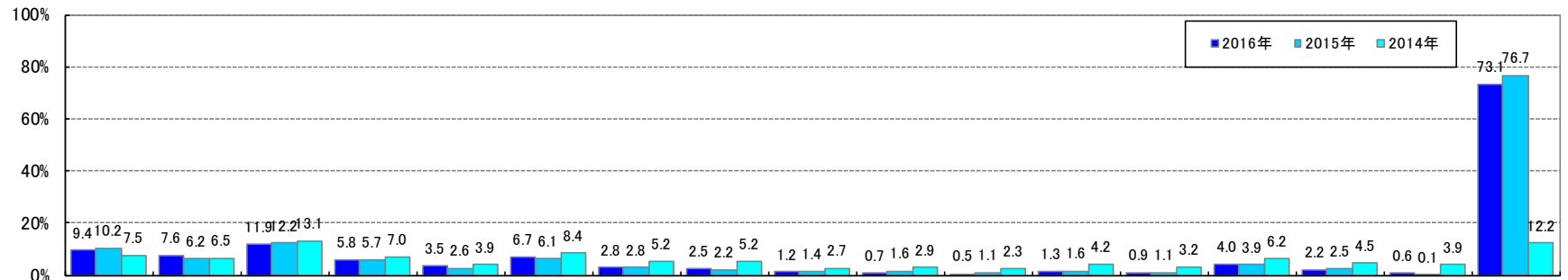
		全体	名前(本名)	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織(会社名、学)	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	特にない	平均回答個数
全体		4,036	25.7	9.7	22.9	9.8	14.6	11.3	6.3	5.2	3.0	2.2	1.7	1.8	4.1	8.9	4.6	1.5	54.5	1.3
性別	男性	1,882	26.5	11.8	23.9	10.8	12.0	12.1	6.7	5.3	2.9	2.6	1.8	2.2	3.8	8.6	4.3	1.3	54.0	1.4
	女性	2,154	25.1	7.9	22.1	9.0	16.9	10.6	5.8	5.2	3.0	1.8	1.7	1.3	4.4	9.2	4.8	1.6	54.9	1.3
年代別	10代	494	21.7	8.1	24.7	11.5	17.6	15.6	9.7	7.7	8.1	3.4	5.1	2.6	8.3	18.6	11.9	3.4	53.2	1.8
	20代	908	36.3	7.9	26.9	12.6	23.1	11.1	5.9	7.0	3.2	3.1	2.2	1.2	6.5	12.1	6.5	1.7	41.2	1.7
	30代	969	26.6	8.6	22.5	9.3	15.1	10.4	5.8	5.5	2.2	1.9	1.0	1.4	3.1	6.9	4.1	0.9	53.3	1.3
	40代	885	19.9	8.5	19.9	6.8	9.9	9.6	5.3	2.8	1.6	1.6	0.8	1.5	1.8	5.6	1.8	1.1	64.2	1.0
	50代	518	21.2	13.9	20.5	10.0	6.9	10.8	5.4	4.2	2.3	1.4	1.2	2.7	2.7	6.0	1.7	1.0	61.8	1.1
	60代	262	22.1	19.1	22.5	8.8	8.4	13.7	7.6	3.1	1.5	1.1	0.8	2.3	1.9	4.2	0.8	1.1	59.9	1.2
時系列別	2015年	3,958	32.3	10.0	25.9	12.2	20.3	11.6	6.3	5.4	3.7	2.9	2.5	2.5	5.0	10.9	5.6	0.1	47.9	1.6
	2014年	2,482	25.0	9.1	29.3	12.0	14.3	13.2	7.9	7.0	4.1	3.7	3.3	3.1	7.0	11.8	8.9	4.6	8.6	1.6
	2013年	1,341	39.8	11.8	37.8	17.3	16.0	17.6	8.6	8.4	5.4	3.4	2.6	2.8	5.1	15.4	9.9	0.5	35.0	1.6

■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
(属性n=30以上)

5-3-1.個人情報のインターネット公開経験【Google+】

- 個人情報のインターネット公開経験【Google+】で最も高いのは、「特にない」(73.1%)である。次いで「性別」(11.9%)、「名前(本名)」(9.4%)、「メールアドレス」(7.6%)と続く。
- 年代別でみると、60代は「メールアドレス」で5.3ポイント、「居住している都道府県」で6.2ポイントと、割合が全体よりもやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「特にない」の割合が3.6ポイントとやや減少している。

【Q11S4】【Google+】ご自身の個人情報(氏名、生年月日)やプライベートな情報(学校または所属組織、学歴など)をインターネット上で一般(不特定多数)に公開や投稿をしたことがありますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも) ※一般に公開したものがない場合は、「特にない」にご回答ください。
n=Google+利用経験者(Q1)



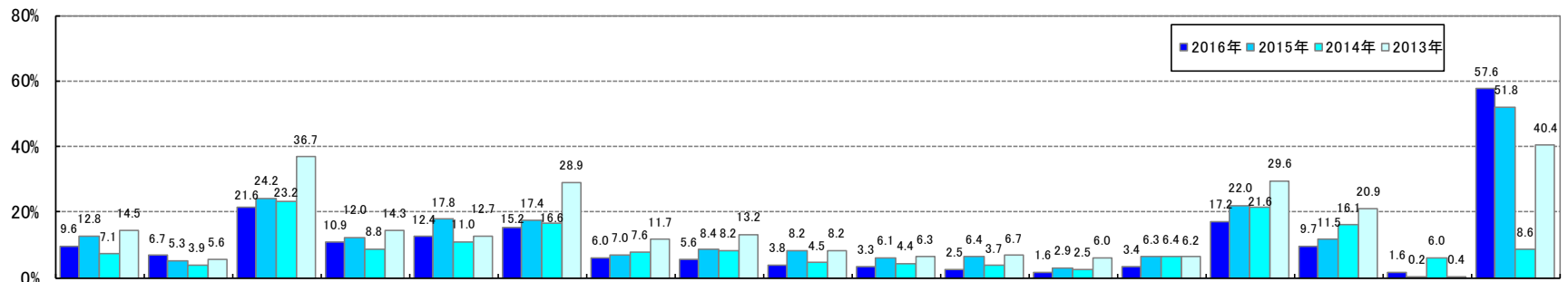
		全体	名前(本名)	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織(会社名、学)	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	特にない	平均回答個数
全体		1,805	9.4	7.6	11.9	5.8	3.5	6.7	2.8	2.5	1.2	0.7	0.5	1.3	0.9	4.0	2.2	0.6	73.1	0.6
性別	男性	909	11.9	8.9	14.2	7.8	4.0	9.0	4.0	3.2	1.8	1.2	0.8	1.7	1.3	5.4	2.9	0.9	68.8	0.8
	女性	896	6.9	6.4	9.5	3.7	3.0	4.4	1.7	1.9	0.6	0.2	0.2	0.9	0.6	2.7	1.5	0.3	77.6	0.4
年代別	10代	177	10.2	5.6	10.2	6.8	2.3	2.3	1.1	4.0	1.7	-	0.6	-	-	4.5	2.3	0.6	75.1	0.5
	20代	398	9.3	7.0	11.3	6.3	4.8	6.8	4.0	2.8	1.3	0.8	0.5	1.5	2.0	4.8	3.0	0.5	71.1	0.7
	30代	416	9.4	6.3	11.1	6.3	3.8	4.8	1.9	2.4	1.7	1.2	0.2	1.2	1.4	3.1	2.2	0.5	72.8	0.6
	40代	420	11.0	7.4	14.5	4.5	3.3	8.8	2.9	2.1	0.5	1.0	1.0	1.4	0.5	4.5	1.7	1.2	71.2	0.7
	50代	254	7.1	9.8	8.3	3.5	2.0	5.9	2.4	2.4	1.2	0.4	0.4	1.6	-	3.9	2.4	-	77.6	0.5
	60代	140	8.6	12.9	16.4	9.3	3.6	12.9	5.0	2.1	0.7	-	-	1.4	0.7	2.9	0.7	0.7	75.0	0.8
時系列	2015年	1,932	10.2	6.2	12.2	5.7	2.6	6.1	2.8	2.2	1.4	1.6	1.1	1.6	1.1	3.9	2.5	0.1	76.7	0.6
	2014年	1,420	7.5	6.5	13.1	7.0	3.9	8.4	5.2	5.2	2.7	2.9	2.3	4.2	3.2	6.2	4.5	3.9	12.2	0.9

■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

5-3-1.個人情報のインターネット公開経験【Twitter】

- 個人情報のインターネット公開経験【Twitter】について最も高いのは、「特にない」(57.6%)である。次いで「性別」(21.6%)、「趣味・関心」(17.2%)、「居住している都道府県」(15.2%)と続く。
- 年代別でみると、50代は「特にない」の割合が全体よりも11.7ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「特にない」の割合が5.8ポイント増加している。反対に「写真」の割合が5.4ポイント減少している。「名前(本名)」で3.2ポイント、「出身学校」で4.4ポイント、「所属組織(会社名、学校名など)」で3.9ポイント、「趣味・関心」で4.8ポイントと、割合がやや減少している。

【Q11S5】[Twitter]ご自身の個人情報(氏名、生年月日)やプライベートな情報(学校または所属組織、学歴など)をインターネット上で一般(不特定多数)に公開や投稿をしたことがありますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも) ※一般に公開したものが無い場合は、「特にない」にご回答ください。
n=Twitter利用経験者(Q1)



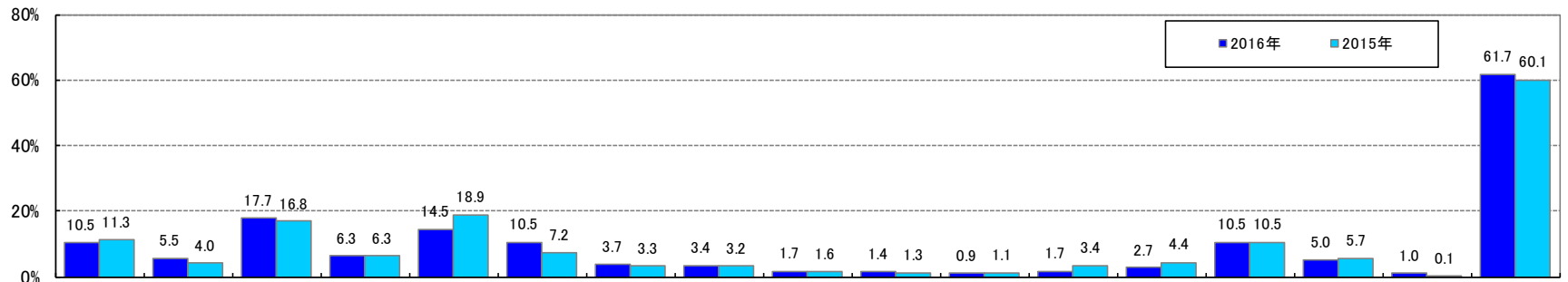
		全体	名前(本名)	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織(会社名、学校名など)	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	特にない	平均回答個数
全体		2,330	9.6	6.7	21.6	10.9	12.4	15.2	6.0	5.6	3.8	3.3	2.5	1.6	3.4	17.2	9.7	1.6	57.6	1.3
性別	男性	1,200	12.1	8.7	20.2	10.9	10.5	13.8	6.3	5.8	3.6	3.5	2.3	2.3	3.2	14.1	8.2	1.2	58.9	1.3
	女性	1,130	7.0	4.5	23.2	10.9	14.5	16.5	5.7	5.3	4.0	3.0	2.7	0.8	3.7	20.4	11.2	2.0	56.1	1.4
年代別	10代	292	14.4	4.8	26.7	16.1	20.5	17.8	7.9	8.6	10.6	5.1	6.2	2.1	5.8	24.3	14.7	2.4	50.0	1.9
	20代	657	11.7	5.2	26.9	17.7	19.9	19.8	8.7	9.0	6.2	6.2	4.7	2.3	6.4	26.3	15.2	2.4	45.2	1.9
	30代	510	5.7	5.3	18.0	6.7	9.6	11.4	3.1	4.3	1.0	1.4	0.6	1.6	2.4	12.4	7.3	0.8	62.5	0.9
	40代	460	8.3	7.0	18.9	5.4	6.3	12.6	4.6	2.6	1.3	1.5	0.9	0.4	1.3	13.0	7.0	1.7	65.4	0.9
	50代	277	7.9	10.5	15.9	6.5	3.6	12.6	6.1	2.9	1.8	1.8	0.7	1.1	1.1	7.2	2.9	0.4	69.3	0.8
	60代	134	11.9	14.2	19.4	10.4	8.2	14.9	4.5	3.0	-	0.7	-	2.2	-	9.7	3.7	0.7	64.2	1.0
時系列別	2015年	2,287	12.8	5.3	24.2	12.0	17.8	17.4	7.0	8.4	8.2	6.1	6.4	2.9	6.3	22.0	11.5	0.2	51.8	1.7
	2014年	1,655	7.1	3.9	23.2	8.8	11.0	16.6	7.6	8.2	4.5	4.4	3.7	2.5	6.4	21.6	16.1	6.0	8.6	1.5
	2013年	856	14.5	5.6	36.7	14.3	12.7	28.9	11.7	13.2	8.2	6.3	6.7	6.0	6.2	29.6	20.9	0.4	40.4	1.5

■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

5-3-1.個人情報のインターネット公開経験【Instagram】

- 個人情報のインターネット公開経験【Instagram】について最も高いのは、「特にない」(61.7%)である。次いで「性別」(17.7%)、「写真」(14.5%)、「居住している都道府県」(10.5%)、「趣味・関心」(10.5%)と続く。
- 年代別でみると、20代は「写真」で7.8ポイント、60代は「居住している都道府県」で7.2ポイント、40代で5.8ポイント、50代では7.1ポイントと「特にない」の割合が全体よりもやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「居住している都道府県」の割合が3.3ポイントとやや増加している。反対に「写真」の割合が4.4ポイントとやや減少している。

【Q11S6】[Instagram]ご自身の個人情報(氏名、生年月日)やプライベートな情報(学校または所属組織、学歴など)をインターネット上で一般(不特定多数)に公開や投稿をしたことがありますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも) ※一般に公開したものが無い場合は、「特にない」にご回答ください。
n=Instagram利用経験者(Q1)



		全体	名前(本名)	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織(会社名、学名など)	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	特にない	平均回答個数
全体		1,444	10.5	5.5	17.7	6.3	14.5	10.5	3.7	3.4	1.7	1.4	0.9	1.7	2.7	10.5	5.0	1.0	61.7	1.0
性別	男性	649	11.7	8.2	17.4	7.2	10.5	10.9	3.7	3.7	2.0	2.0	0.9	1.8	2.2	9.4	4.2	1.2	62.4	1.0
	女性	795	9.4	3.4	18.0	5.5	17.7	10.2	3.8	3.1	1.5	0.9	0.9	1.6	3.1	11.4	5.7	0.8	61.1	1.0
年代別	10代	171	11.1	4.1	15.8	6.4	14.0	9.9	4.1	3.5	2.3	1.8	2.3	1.2	1.8	12.3	4.1	-	66.1	0.9
	20代	422	13.7	5.0	18.7	10.2	22.3	8.8	4.3	4.7	2.4	1.7	1.2	1.9	5.2	13.7	7.8	0.9	54.5	1.2
	30代	364	8.2	4.7	17.6	4.7	13.2	9.6	2.7	3.3	1.4	1.1	-	2.2	3.0	8.5	3.8	1.4	60.7	0.9
	40代	271	9.6	5.2	17.0	3.0	8.9	11.8	2.6	1.8	0.7	1.5	0.4	0.7	0.4	10.0	4.4	0.7	67.5	0.8
	50代	154	7.8	9.7	17.5	5.8	7.1	13.0	7.1	3.2	1.9	1.3	1.3	2.6	0.6	8.4	3.2	1.3	68.8	0.9
	60代	62	9.7	9.7	21.0	4.8	12.9	17.7	1.6	1.6	1.6	-	1.6	1.6	1.6	3.2	1.6	1.6	61.3	0.9
時系列	2015年	1,136	11.3	4.0	16.8	6.3	18.9	7.2	3.3	3.2	1.6	1.3	1.1	3.4	4.4	10.5	5.7	0.1	60.1	1.0

■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

5-3-2.止むを得ず公開や投稿している情報

- 止むを得ず公開や投稿している情報について、どのSNSも「名前（本名）」が最も高い。
- SNS別でみると、多数の項目で「Facebook」が最も高い。

【Q11SQ2】 公開や投稿に際して、「本当は公開したくない」が止むを得ず公開や投稿している情報を教えてください。

n=個人情報のインターネット公開経験者(Q11)

・・・1位の情報

	全体	名前（本名）	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織（会社名、学校名など）	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	止むを得ず公開や投稿している情報はない	平均回答個数
Facebook	1,776	36.4	8.7	10.8	10.0	6.0	9.7	6.3	4.8	6.6	4.3	3.0	1.5	1.9	2.1	1.2	0.5	50.2	1.1
mixi	852	10.7	9.3	7.7	5.8	3.1	7.2	3.4	3.1	2.1	1.6	0.2	0.4	0.9	2.3	0.7	0.2	66.9	0.6
LINE	1,838	20.0	6.9	7.7	2.8	3.4	3.4	2.2	1.0	0.8	0.4	0.4	0.7	1.1	1.5	0.4	0.2	64.6	0.5
Google+	485	17.5	12.2	9.1	7.8	2.7	5.6	3.1	1.4	0.6	1.2	-	1.6	0.8	1.9	0.6	0.8	55.1	0.7
Twitter	989	8.4	6.6	7.0	4.6	4.6	4.8	1.9	1.2	1.0	0.8	0.8	1.0	0.7	1.8	0.9	0.5	71.8	0.5
Instagram	553	10.1	6.0	5.2	2.9	5.4	6.0	2.2	1.1	1.1	0.7	0.5	0.4	1.3	1.6	0.7	0.5	69.1	0.5

・・・1位のSNS

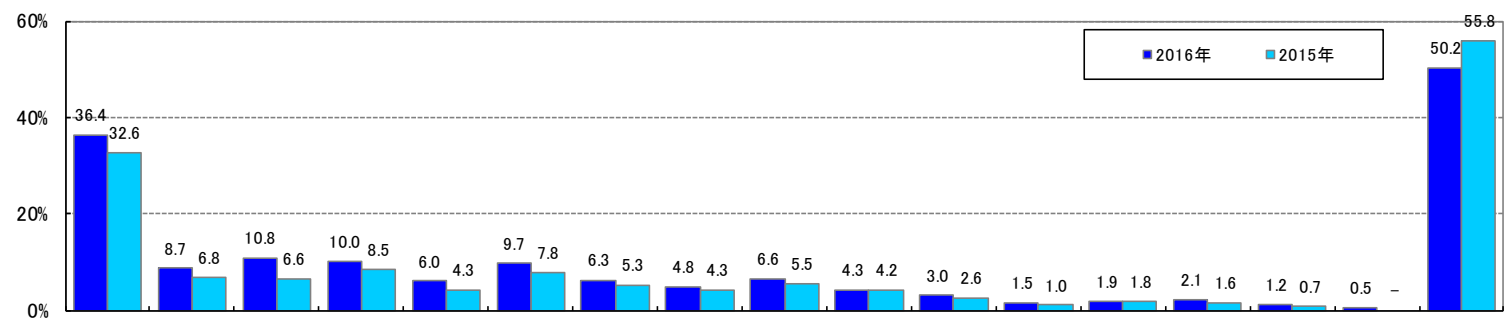
	全体	名前（本名）	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織（会社名、学校名など）	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	止むを得ず公開や投稿している情報はない	平均回答個数
Facebook	1,776	36.4	8.7	10.8	10.0	6.0	9.7	6.3	4.8	6.6	4.3	3.0	1.5	1.9	2.1	1.2	0.5	50.2	1.1
mixi	852	10.7	9.3	7.7	5.8	3.1	7.2	3.4	3.1	2.1	1.6	0.2	0.4	0.9	2.3	0.7	0.2	66.9	0.6
LINE	1,838	20.0	6.9	7.7	2.8	3.4	3.4	2.2	1.0	0.8	0.4	0.4	0.7	1.1	1.5	0.4	0.2	64.6	0.5
Google+	485	17.5	12.2	9.1	7.8	2.7	5.6	3.1	1.4	0.6	1.2	-	1.6	0.8	1.9	0.6	0.8	55.1	0.7
Twitter	989	8.4	6.6	7.0	4.6	4.6	4.8	1.9	1.2	1.0	0.8	0.8	1.0	0.7	1.8	0.9	0.5	71.8	0.5
Instagram	553	10.1	6.0	5.2	2.9	5.4	6.0	2.2	1.1	1.1	0.7	0.5	0.4	1.3	1.6	0.7	0.5	69.1	0.5

5-3-2.止むを得ず公開や投稿している情報【Facebook】

- 止むを得ず公開や投稿している情報【Facebook】について最も高いのは、「止むを得ず公開や投稿している情報はない」(50.2%)である。次いで「名前(本名)」(36.4%)、「性別」(10.8%)、「生年月日」(10.0%)と続く。
- 年代別でみると、60代は「メールアドレス」で13.8ポイント、「性別」で14.2ポイント、「居住している都道府県」で11.1ポイントとそれぞれの割合が全体よりも高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「名前(本名)」で3.8ポイント、「性別」で4.2ポイントと割合がやや増加している。反対に「止むを得ず公開や投稿している情報はない」の割合が5.6ポイント減少している。

【Q11SQ2_1】 公開や投稿に際して、「本当は公開したくない」が止むを得ず公開や投稿している情報を教えてください。【Facebook】であてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=Facebookへの個人情報のインターネット公開経験者(Q11)



■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

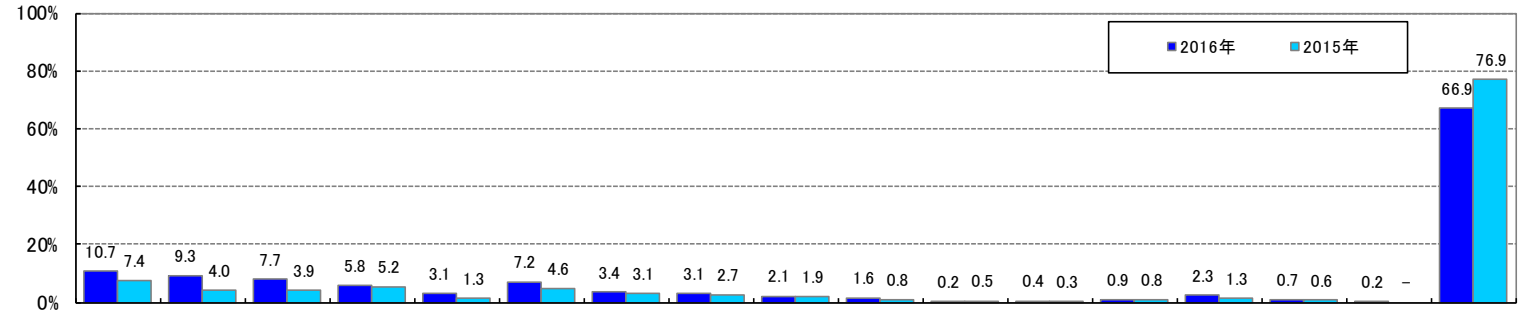
		全体	名前(本名)	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織(会社名、学)	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	止むを得ず公開や投稿している情報はない	平均回答個数
全体		1,776	36.4	8.7	10.8	10.0	6.0	9.7	6.3	4.8	6.6	4.3	3.0	1.5	1.9	2.1	1.2	0.5	50.2	1.1
性別	男性	917	36.0	9.5	11.7	10.5	6.2	9.4	5.9	5.2	7.4	5.1	3.1	1.5	2.0	2.3	1.4	0.5	50.7	1.2
	女性	859	36.9	7.8	9.9	9.4	5.7	10.0	6.6	4.3	5.7	3.4	2.9	1.4	1.7	1.9	0.9	0.3	49.7	1.1
年代別	10代	113	38.1	7.1	14.2	8.0	3.5	7.1	8.0	4.4	5.3	4.4	2.7	-	0.9	1.8	2.7	-	48.7	1.1
	20代	477	32.9	6.1	8.2	8.8	5.5	7.1	5.2	2.9	5.7	3.6	2.7	0.8	2.5	3.4	1.3	0.8	54.3	1.0
	30代	463	36.1	5.2	8.0	8.4	6.0	9.1	5.8	5.6	5.6	3.2	2.4	1.3	1.7	0.9	0.6	-	51.2	1.0
	40代	366	38.3	9.3	11.5	10.4	4.6	11.2	7.1	4.4	6.0	4.4	4.1	1.9	1.1	1.6	1.4	0.5	47.8	1.2
	50代	237	38.0	13.5	11.8	11.8	8.0	9.3	5.1	4.6	9.7	5.5	2.5	1.3	1.7	1.7	0.4	-	47.7	1.2
	60代	120	41.7	22.5	25.0	17.5	10.0	20.8	10.0	10.8	10.8	8.3	4.2	5.0	3.3	4.2	2.5	1.7	44.2	2.0
時系別	2015年	1,933	32.6	6.8	6.6	8.5	4.3	7.8	5.3	4.3	5.5	4.2	2.6	1.0	1.8	1.6	0.7	-	55.8	0.9

5-3-2.止むを得ず公開や投稿している情報【mixi】

- 止むを得ず公開や投稿している情報【mixi】について最も高いのは、「止むを得ず公開や投稿している情報はない」(66.9%)である。次いで「名前(本名)」(10.7%)、「メールアドレス」(9.3%)、「性別」(7.7%)と続く。
- 性別でみると、女性は「止むを得ず公開や投稿している情報はない」の割合が全体よりも6.7ポイントとやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「メールアドレス」の割合が5.3ポイント増加している。「名前(本名)」で3.3ポイント、「性別」で3.8ポイントと割合がやや増加している。反対に「止むを得ず公開や投稿している情報はない」の割合が10.0ポイント減少している。

【Q11SQ2_2】 公開や投稿に際して、「本当は公開したくない」が止むを得ず公開や投稿している情報を教えてください。【mixi】であてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=mixiへの個人情報のインターネット公開経験者(Q11)



		全体	名前(本名)	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織(会社名、学)	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	止むを得ず公開や投稿しない	平均回答個数
全体		852	10.7	9.3	7.7	5.8	3.1	7.2	3.4	3.1	2.1	1.6	0.2	0.4	0.9	2.3	0.7	0.2	66.9	0.6
性別	男性	398	13.3	13.1	8.5	6.3	3.0	5.8	3.8	3.0	1.5	2.0	0.3	0.8	1.0	2.8	0.8	0.5	59.3	0.7
	女性	454	8.4	5.9	7.0	5.3	3.1	8.4	3.1	3.1	2.6	1.3	0.2	-	0.9	2.0	0.7	-	73.6	0.5
年代別	10代	28	7.1	35.7	17.9	7.1	3.6	10.7	3.6	3.6	-	-	-	-	-	7.1	3.6	-	39.3	1.0
	20代	276	12.7	6.9	7.2	8.0	3.6	5.1	2.9	3.3	2.5	2.2	0.4	0.4	1.4	2.5	0.7	-	70.7	0.6
	30代	281	8.5	6.8	6.8	3.2	3.6	6.8	2.8	2.8	1.1	1.1	0.4	0.4	0.7	1.1	0.7	0.4	69.8	0.5
	40代	174	10.9	8.6	8.6	5.2	2.9	9.8	5.2	2.3	2.9	2.9	-	0.6	1.1	4.0	-	0.6	63.8	0.7
	50代	70	11.4	12.9	2.9	7.1	-	8.6	2.9	4.3	4.3	-	-	-	-	1.4	1.4	-	65.7	0.6
60代	23	13.0	30.4	21.7	8.7	-	8.7	4.3	4.3	4.3	-	-	-	-	-	-	-	-	47.8	0.9
時系別	2015年	997	7.4	4.0	3.9	5.2	1.3	4.6	3.1	2.7	1.9	0.8	0.5	0.3	0.8	1.3	0.6	-	76.9	0.4

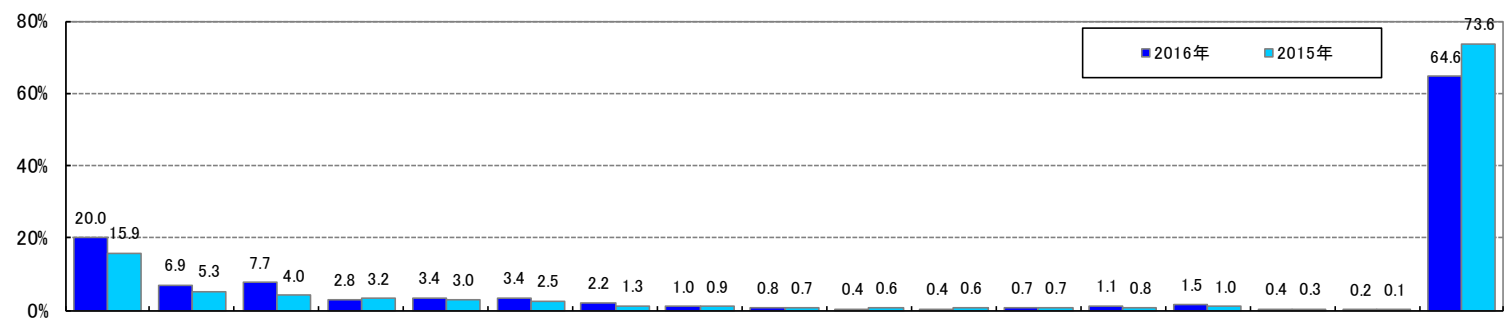
- 全体+10%以上
- 全体+5%以上
- 全体-5%以下
- 全体-10%以下 (属性n=30以上)

5-3-2.止むを得ず公開や投稿している情報【LINE】

- 止むを得ず公開や投稿している情報【LINE】について最も高いのは、「止むを得ず公開や投稿している情報はない」(64.6%)である。次いで「名前(本名)」(20.0%)、「性別」(7.7%)、「メールアドレス」(6.9%)と続く。
- 年代別でみると、60代は「メールアドレス」の割合が全体よりも14.1ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「名前(本名)」で4.1ポイント、「性別」で3.7ポイントと割合がやや増加している。反対に「止むを得ず公開や投稿している情報はない」の割合が9.0ポイント減少している。

【Q11SQ2_3】 公開や投稿に際して、「本当は公開したくない」が止むを得ず公開や投稿している情報を教えてください。【LINE】であてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=LINEへの個人情報のインターネット公開経験者(Q11)



■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

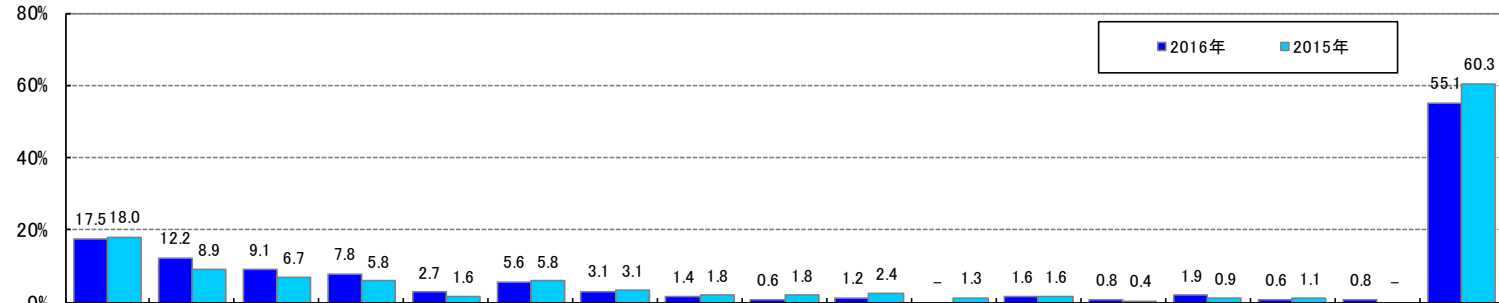
		全体	名前(本名)	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織(会社名、学)	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	止むを得ず公開や投稿している情報はない	平均回答個数
全体		1,838	20.0	6.9	7.7	2.8	3.4	3.4	2.2	1.0	0.8	0.4	0.4	0.7	1.1	1.5	0.4	0.2	64.6	0.5
性別	男性	866	22.3	7.9	10.2	3.8	4.6	4.2	2.7	1.4	1.0	0.5	0.5	0.9	1.0	1.2	0.3	0.2	60.6	0.6
	女性	972	18.0	6.1	5.5	2.0	2.3	2.8	1.7	0.7	0.5	0.3	0.4	0.5	1.2	1.9	0.4	0.2	68.1	0.4
年代別	10代	231	13.9	5.6	8.2	2.2	2.6	3.9	2.2	0.4	0.9	0.4	1.3	0.9	2.2	4.3	1.7	-	67.5	0.5
	20代	534	19.7	3.4	5.1	2.8	3.2	2.1	1.1	0.7	0.6	0.4	0.2	0.4	1.3	1.1	-	0.4	69.5	0.4
	30代	453	19.6	6.0	5.1	1.5	2.6	2.2	2.2	1.3	0.9	0.4	-	0.7	0.4	0.7	0.4	-	65.8	0.4
	40代	317	21.5	6.6	9.8	1.3	3.5	3.5	3.2	0.3	-	0.3	0.6	0.6	0.6	1.3	0.3	-	63.4	0.5
	50代	198	25.3	13.1	11.6	5.1	4.5	6.1	2.0	2.5	2.0	-	0.5	0.5	2.0	1.5	-	0.5	53.5	0.8
	60代	105	22.9	21.0	17.1	10.5	6.7	9.5	4.8	1.9	1.0	1.0	1.0	2.9	1.0	1.9	-	1.0	52.4	1.0
時系別	2015年	2,064	15.9	5.3	4.0	3.2	3.0	2.5	1.3	0.9	0.7	0.6	0.6	0.7	0.8	1.0	0.3	0.1	73.6	0.4

5-3-2.止むを得ず公開や投稿している情報【Google+】

- 止むを得ず公開や投稿している情報【Google+】について最も高いのは、「止むを得ず公開や投稿している情報はない」(55.1%)である。次いで「名前(本名)」(17.5%)、「メールアドレス」(12.2%)、「性別」(9.1%)と続く。
- 年代別でみると、60代は「メールアドレス」で16.4ポイント、「性別」で13.8ポイント、「居住している都道府県」で11.5ポイントと、割合が全体よりも高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「メールアドレス」の割合が3.3ポイントとやや増加している。反対に「止むを得ず公開や投稿している情報はない」の割合が5.2ポイント減少している。

【Q11SQ2_4】 公開や投稿に際して、「本当は公開したくない」が止むを得ず公開や投稿している情報を教えてください。【Google+】であてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=Google+への個人情報のインターネット公開経験者(Q11)



		全体	名前(本名)	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織(会社名、学)	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	止むを得ず公開や投稿しない	平均回答個数
全体		485	17.5	12.2	9.1	7.8	2.7	5.6	3.1	1.4	0.6	1.2	-	1.6	0.8	1.9	0.6	0.8	55.1	0.7
性別	男性	284	19.0	10.9	9.9	8.5	2.5	6.0	3.9	2.1	1.1	1.8	-	1.8	1.1	2.5	0.7	1.1	53.2	0.7
	女性	201	15.4	13.9	8.0	7.0	3.0	5.0	2.0	0.5	-	0.5	-	1.5	0.5	1.0	0.5	0.5	57.7	0.6
年代別	10代	44	15.9	18.2	9.1	9.1	4.5	4.5	-	2.3	-	-	-	-	-	2.3	2.3	-	52.3	0.7
	20代	115	16.5	8.7	7.8	11.3	3.5	4.3	4.3	1.7	0.9	1.7	-	1.7	0.9	2.6	-	0.9	59.1	0.7
	30代	113	14.2	8.8	8.8	6.2	0.9	4.4	2.7	1.8	-	2.7	-	2.7	2.7	1.8	0.9	-	56.6	0.6
	40代	121	19.8	10.7	7.4	5.0	0.8	5.8	3.3	0.8	-	0.8	-	1.7	-	1.7	-	1.7	57.9	0.6
	50代	57	21.1	14.0	7.0	3.5	5.3	3.5	-	1.8	1.8	-	-	-	-	1.8	1.8	-	49.1	0.6
	60代	35	20.0	28.6	22.9	17.1	5.7	17.1	8.6	-	2.9	-	-	-	-	-	-	2.9	40.0	1.3
時系列別	2015年	451	18.0	8.9	6.7	5.8	1.6	5.8	3.1	1.8	1.8	2.4	1.3	1.6	0.4	0.9	1.1	-	60.3	0.6

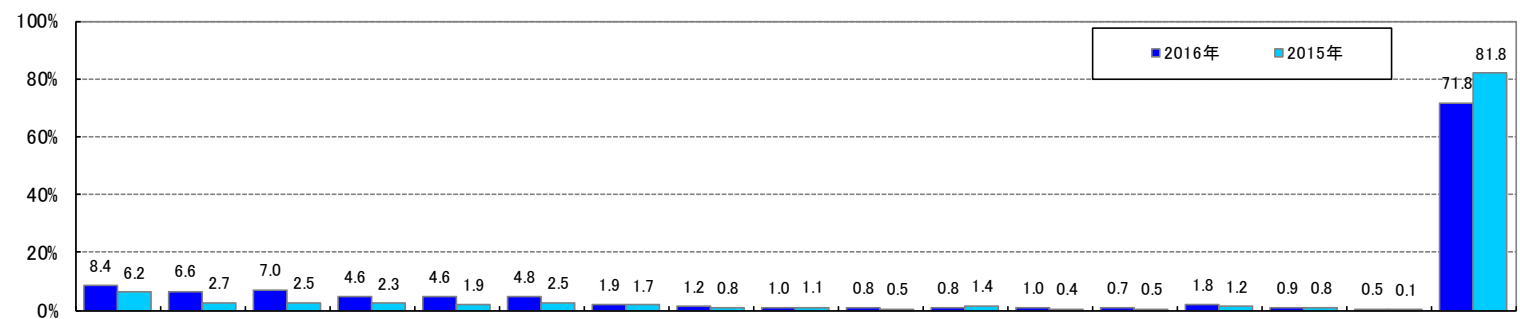
■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

5-3-2.止むを得ず公開や投稿している情報【Twitter】

- 止むを得ず公開や投稿している情報【Twitter】について最も高いのは、「止むを得ず公開や投稿している情報はない」(71.8%)である。次いで「名前(本名)」(8.4%)、「性別」(7.0%)、「メールアドレス」(6.6%)と続く。
- 性別でみると、女性は「止むを得ず公開や投稿している情報はない」の割合が全体よりも7.4ポイントとやや高い。
- 年代別でみると、60代は「メールアドレス」で10.1ポイント、「生年月日」で10.0ポイント、「居住している都道府県」で14.0ポイントと、割合が全体よりも高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「メールアドレス」で3.9ポイント、「性別」で4.5ポイントと、割合がやや増加している。反対に「止むを得ず公開や投稿している情報はない」の割合が10.0ポイントと大きく減少している。

【Q11SQ2_5】 公開や投稿に際して、「本当は公開したくない」が止むを得ず公開や投稿している情報を教えてください。【Twitter】であてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=Twitterへの個人情報のインターネット公開経験者(Q11)



■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

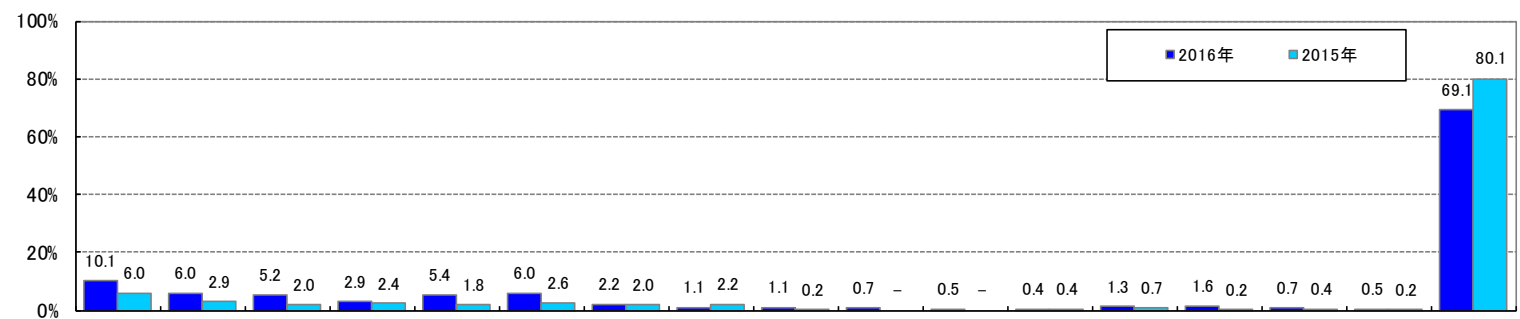
		全体	名前(本名)	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織(会社名、学)	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	止むを得ず公開や投稿しない	平均回答個数
全体		989	8.4	6.6	7.0	4.6	4.6	4.8	1.9	1.2	1.0	0.8	0.8	1.0	0.7	1.8	0.9	0.5	71.8	0.5
性別	男性	493	11.8	8.9	9.7	5.7	5.7	5.7	2.4	1.4	1.0	0.8	1.0	1.8	0.6	2.0	1.0	0.6	64.3	0.6
	女性	496	5.0	4.2	4.2	3.4	3.4	3.8	1.4	1.0	1.0	0.8	0.6	0.2	0.8	1.6	0.8	0.4	79.2	0.3
年代別	10代	146	7.5	3.4	8.9	3.4	4.8	2.7	2.1	0.7	0.7	-	0.7	1.4	1.4	3.4	2.7	-	71.9	0.4
	20代	360	5.8	2.8	5.3	4.4	4.4	4.2	1.1	1.1	2.2	1.1	0.6	0.8	0.8	1.7	1.1	0.6	78.3	0.4
	30代	191	7.3	7.3	6.3	2.6	4.7	3.7	1.0	2.6	-	1.0	1.6	1.6	-	0.5	0.5	-	70.7	0.4
	40代	159	11.9	10.1	6.9	3.8	3.1	3.8	1.9	-	-	0.6	0.6	0.6	-	1.9	-	1.3	66.0	0.5
	50代	85	14.1	14.1	7.1	7.1	5.9	7.1	3.5	1.2	1.2	-	1.2	1.2	2.4	2.4	-	-	64.7	0.7
	60代	48	12.5	16.7	16.7	14.6	6.3	18.8	8.3	2.1	-	2.1	-	-	-	2.1	-	2.1	58.3	1.0
時系列別	2015年	1,103	6.2	2.7	2.5	2.3	1.9	2.5	1.7	0.8	1.1	0.5	1.4	0.4	0.5	1.2	0.8	0.1	81.8	0.3

5-3-2.止むを得ず公開や投稿している情報【Instagram】

- 止むを得ず公開や投稿している情報【Instagram】について最も高いのは、「止むを得ず公開や投稿している情報はない」(69.1%)である。次いで「名前(本名)」(10.1%)、「メールアドレス」(6.0%)、「居住している都道府県」(6.0%)と続く。
- 性別でみると、女性は「止むを得ず公開や投稿している情報はない」の割合が全体よりも6.3ポイントとやや高い。
- 年代別でみると、50代は「名前(本名)」の割合が全体よりも8.7ポイントとやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「名前(本名)」で4.1ポイント、「メールアドレス」で3.1ポイント、「性別」で3.2ポイント、「写真」で3.6ポイント、「居住している都道府県」で3.4ポイントと、それぞれの割合がやや増加している。反対に「止むを得ず公開や投稿している情報はない」の割合が11ポイントと大きく減少している。

【Q11SQ2_6】 公開や投稿に際して、「本当は公開したくない」が止むを得ず公開や投稿している情報を教えてください。【Instagram】であてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=Instagramへの個人情報のインターネット公開経験者(Q11)



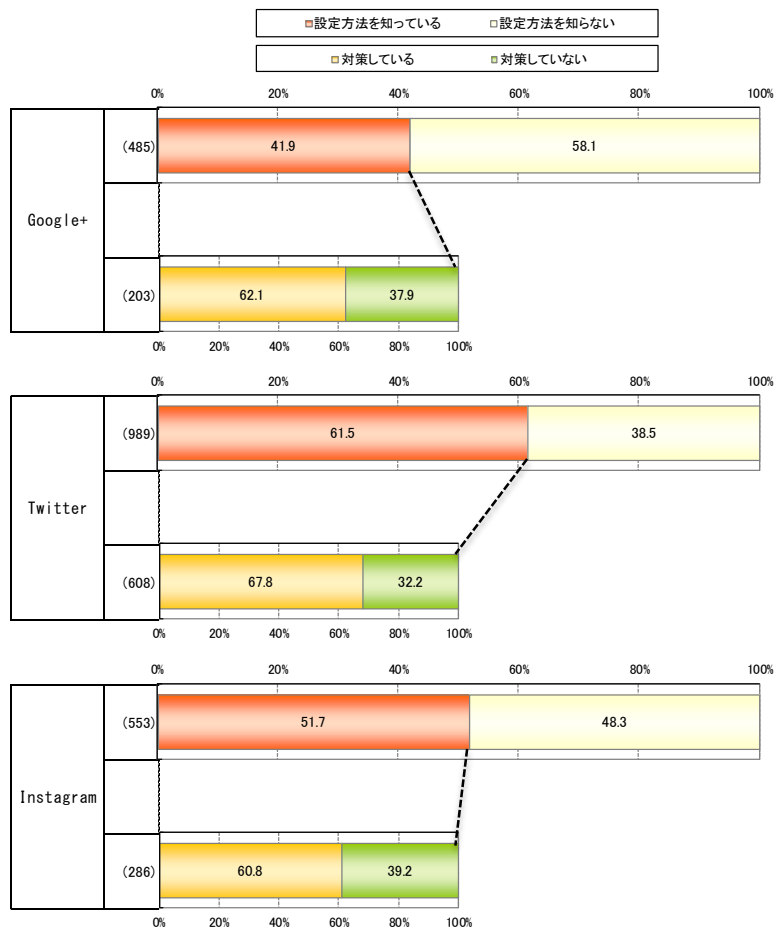
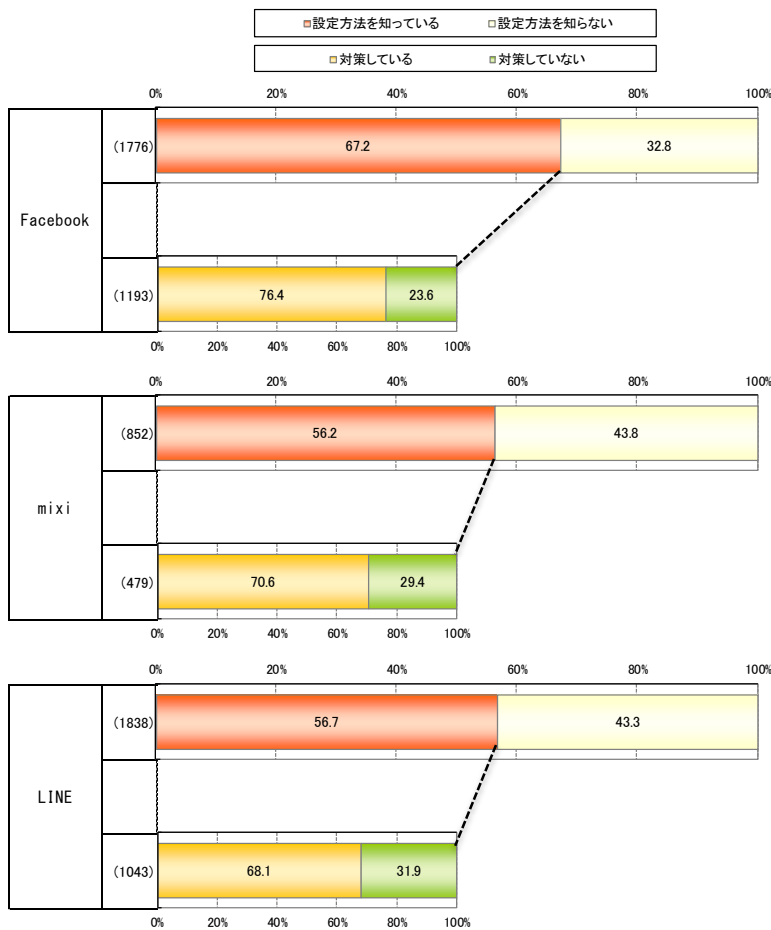
■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

		全体	名前(本名)	メールアドレス	性別	生年月日	写真	居住している都道府県	居住している市町村	出身地	出身学校	学歴	所属組織(会社名、学)	位置情報	交友関係	趣味・関心	好きな活動	その他の情報	止むを得ず公開や投稿しない	平均回答個数
全体		553	10.1	6.0	5.2	2.9	5.4	6.0	2.2	1.1	1.1	0.7	0.5	0.4	1.3	1.6	0.7	0.5	69.1	0.5
性別	男性	244	12.3	8.6	8.2	3.7	5.3	7.8	1.6	2.0	1.6	1.6	0.8	0.4	1.6	2.5	0.8	0.8	61.1	0.6
	女性	309	8.4	3.9	2.9	2.3	5.5	4.5	2.6	0.3	0.6	-	0.3	0.3	1.0	1.0	0.6	0.3	75.4	0.3
年代別	10代	58	12.1	8.6	5.2	3.4	5.2	10.3	3.4	-	-	1.7	-	-	-	1.7	-	-	63.8	0.5
	20代	192	9.4	3.6	4.2	3.6	4.7	2.6	1.6	1.6	1.0	0.5	0.5	-	1.0	1.6	1.6	0.5	73.4	0.4
	30代	143	8.4	4.2	4.9	2.1	2.8	4.9	2.1	1.4	0.7	0.7	-	1.4	1.4	2.1	0.7	-	72.0	0.4
	40代	88	10.2	8.0	8.0	-	6.8	8.0	1.1	-	1.1	1.1	-	-	1.1	-	-	1.1	69.3	0.5
	50代	48	18.8	10.4	4.2	6.3	10.4	10.4	6.3	2.1	2.1	-	2.1	-	2.1	2.1	-	-	62.5	0.8
	60代	24	4.2	12.5	8.3	4.2	12.5	12.5	-	-	4.2	-	4.2	-	4.2	4.2	-	4.2	41.7	0.8
時系別	2015年	453	6.0	2.9	2.0	2.4	1.8	2.6	2.0	2.2	0.2	-	-	0.4	0.7	0.2	0.4	0.2	80.1	0.2

5-3-3.情報の公開範囲を制限する方法の認知と対策

- 設定方法を知らない割合が最も高いのは、「Google+」(58.1%)である。次いで「Instagram」(48.3%)、「mixi」(43.8%)、「LINE」(43.3%)、「Twitter」(38.5%)、「Facebook」(32.8%)と続く。
- 対策していない割合が最も高いのは、「Instagram」(39.2%)である。次いで「Google+」(37.9%)、「Twitter」(32.2%)、「LINE」(31.9%)、「mixi」(29.4%)、「Facebook」(23.6%)と続く。

【Q12】 公開や投稿に際して、情報の公開範囲を制限する方法を知っていますか。また、知っている場合、公開範囲を制限する対策をしていますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも)

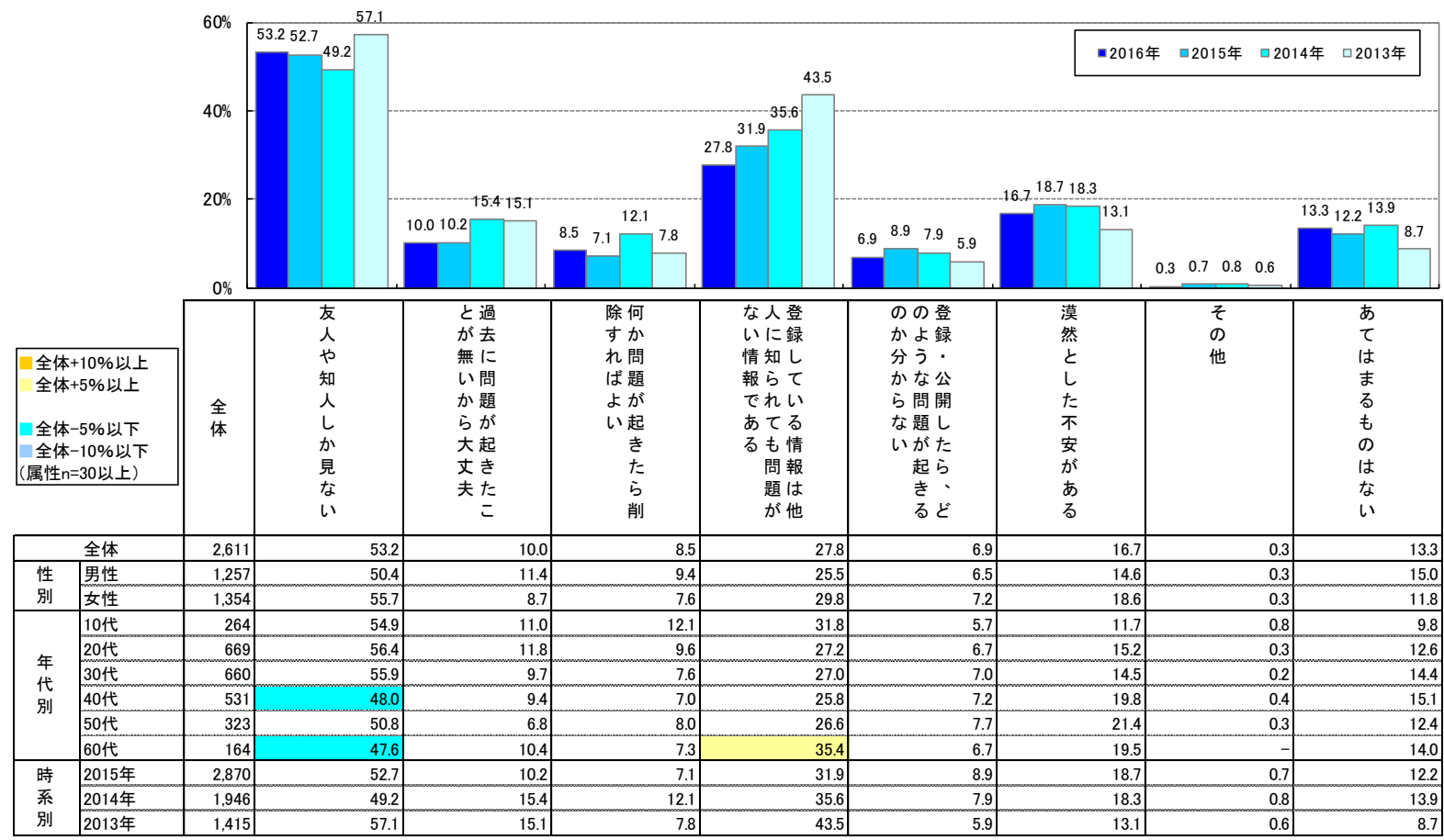


5-3-4.公開や投稿への考えについて

- 公開や投稿への考えについて最も高いのは、「友人や知人しか見ない」(53.2%)である。次いで「登録している情報は他人に知られても問題がない情報である」(27.8%)、「漠然とした不安がある」(16.7%)、「あてはまるものはない」(13.3%)と続く。
- 年代別でみると、60代は「登録している情報は他人に知られても問題がない情報である」の割合が全体よりも7.6ポイントとやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「登録している情報は他人に知られても問題がない情報である」の割合が4.1ポイントとやや減少している。

【Q13】 公開や投稿に際して、どの様に思いましたか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=個人情報のインターネット公開経験者(Q11)



5-3-5.公開や投稿をしていない理由

- 公開や投稿をしていない理由について、「mixi」は「特にない／なんとなく」が最も高い。それ以外は全て「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」が最も高い。
- SNS別でみると、「特にない／なんとなく」は「mixi」が最も高い。「炎上や誹謗中傷などのトラブルに遭いたくないから」は「Twitter」が最も高い。

【Q14】 一般に公開や投稿をしていない理由を教えてください。あてはまるものをすべて選択してください。（お答えはそれぞれいくつでも）

n=個人情報のインターネット公開未経験者(Q11)

・・・1位の理由

	全体	個人情報を他人に知らせる必要がないから	個人情報やプライベートな情報を公開するの、プライバシーが嫌だから	個人情報やプライベートな情報を公開するの、プライバシーが嫌だから	炎上や誹謗中傷などのトラブルに遭いたくないから	登録したところからの漏えいが心配だから	登録するのが面倒だから	その他	特にない／なんとなく
Facebook	1,005	44.7	21.2	9.8	15.6	7.8	0.6	42.2	
mixi	1,069	40.6	17.1	9.4	13.1	8.8	0.8	45.7	
LINE	2,198	51.3	24.1	12.7	17.9	9.5	0.8	35.4	
Google+	1,320	42.9	20.7	10.5	17.1	12.9	1.2	40.2	
Twitter	1,341	47.0	22.7	12.9	16.5	10.0	1.0	38.0	
Instagram	891	42.4	19.8	9.4	13.9	8.9	0.7	42.3	

・・・1位のSNS

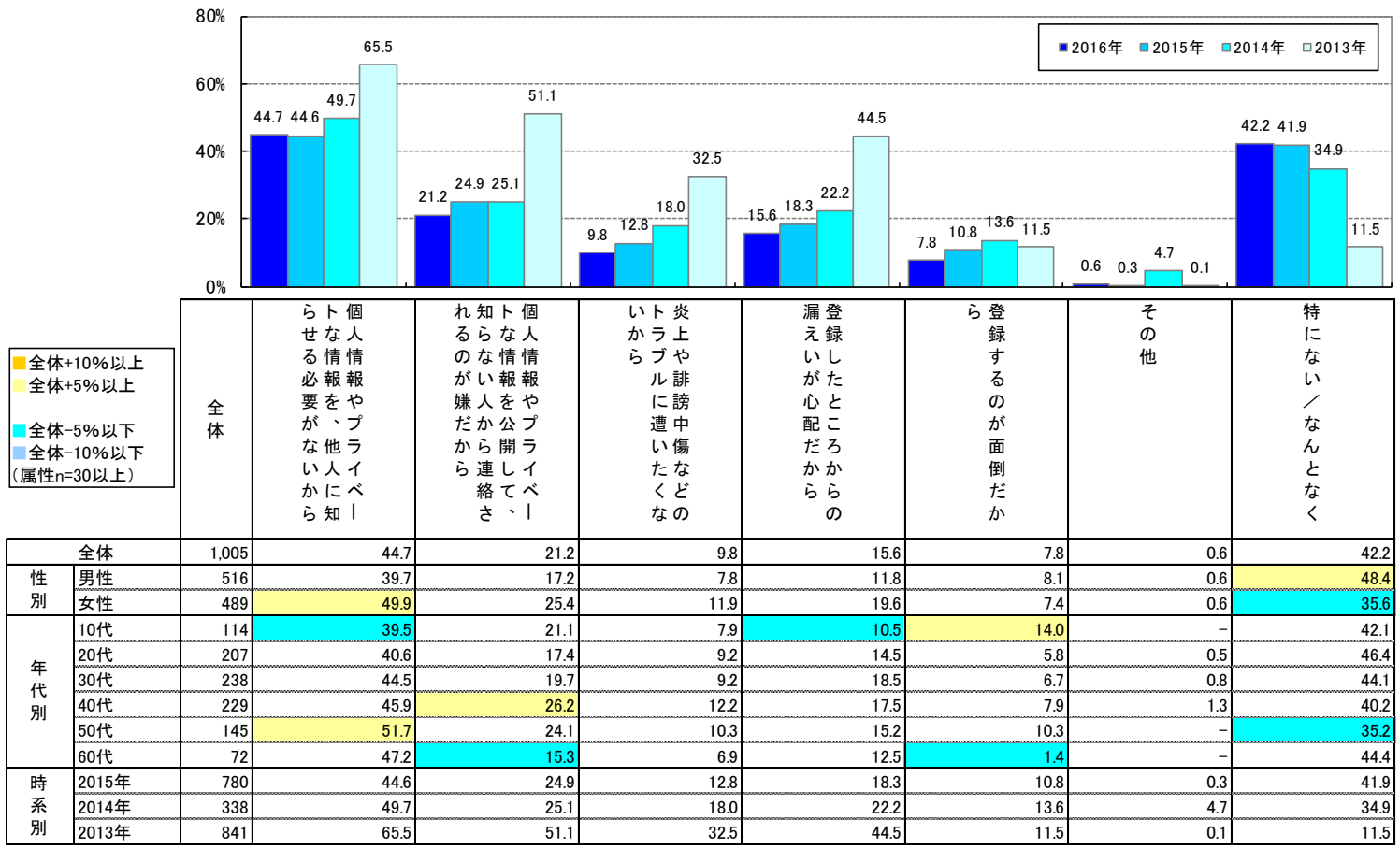
	全体	個人情報を他人に知らせる必要がないから	個人情報やプライベートな情報を公開するの、プライバシーが嫌だから	個人情報やプライベートな情報を公開するの、プライバシーが嫌だから	炎上や誹謗中傷などのトラブルに遭いたくないから	登録したところからの漏えいが心配だから	登録するのが面倒だから	その他	特にない／なんとなく
Facebook	1,005	44.7	21.2	9.8	15.6	7.8	0.6	42.2	
mixi	1,069	40.6	17.1	9.4	13.1	8.8	0.8	45.7	
LINE	2,198	51.3	24.1	12.7	17.9	9.5	0.8	35.4	
Google+	1,320	42.9	20.7	10.5	17.1	12.9	1.2	40.2	
Twitter	1,341	47.0	22.7	12.9	16.5	10.0	1.0	38.0	
Instagram	891	42.4	19.8	9.4	13.9	8.9	0.7	42.3	

5-3-5.公開や投稿をしていない理由【Facebook】

- 公開や投稿をしていない理由【Facebook】で最も高いのは、「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」(44.7%)である。次いで「特にない／なんとなく」(42.2%)、「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」(21.2%)、「登録したところからの漏えいが心配だから」(15.6%)と続く。
- 性別でみると、男性は「特にない／なんとなく」が最も高い。女性は「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」が最も高い。
- 年代別でみると、50代は「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」が最も高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」で3.7ポイント、「炎上や誹謗中傷などのトラブルに遭いたくないから」で3.0ポイント、「登録するのが面倒だから」で3.0ポイントそれぞれの割合がやや減少している。

[Q14S1] [Facebook]一般に公開や投稿をしていない理由を教えてください。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも)

n=Facebookへの個人情報のインターネット公開未経験者(Q11)

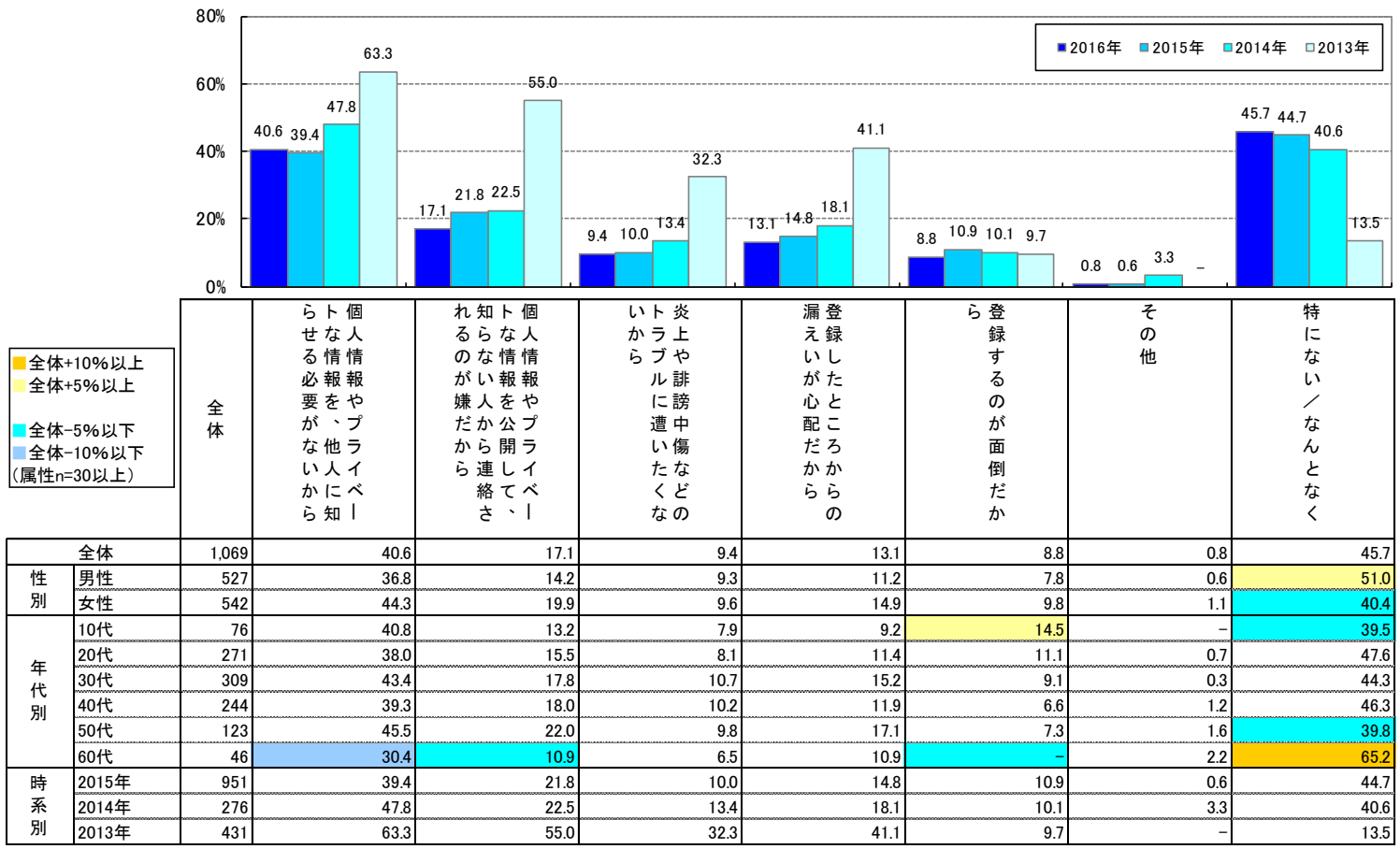


5-3-5.公開や投稿をしていない理由【mixi】

- 公開や投稿をしていない理由【mixi】について最も高いのは、「特にない／なんとなく」(45.7%)である。次いで「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」(40.6%)、「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」(17.1%)、「登録したところからの漏えいが心配だから」(13.1%)と続く。
- 性別でみると、男性は「特にない／なんとなく」の割合が全体よりも5.3ポイントとやや高い。
- 年代別でみると、60代は「特にない／なんとなく」の割合が全体よりも19.5ポイント高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」の割合が4.7ポイントとやや減少している。

[Q14S2] [mixi]一般に公開や投稿をしていない理由を教えてください。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも)

n=mixiへの個人情報のインターネット公開未経験者(Q11)

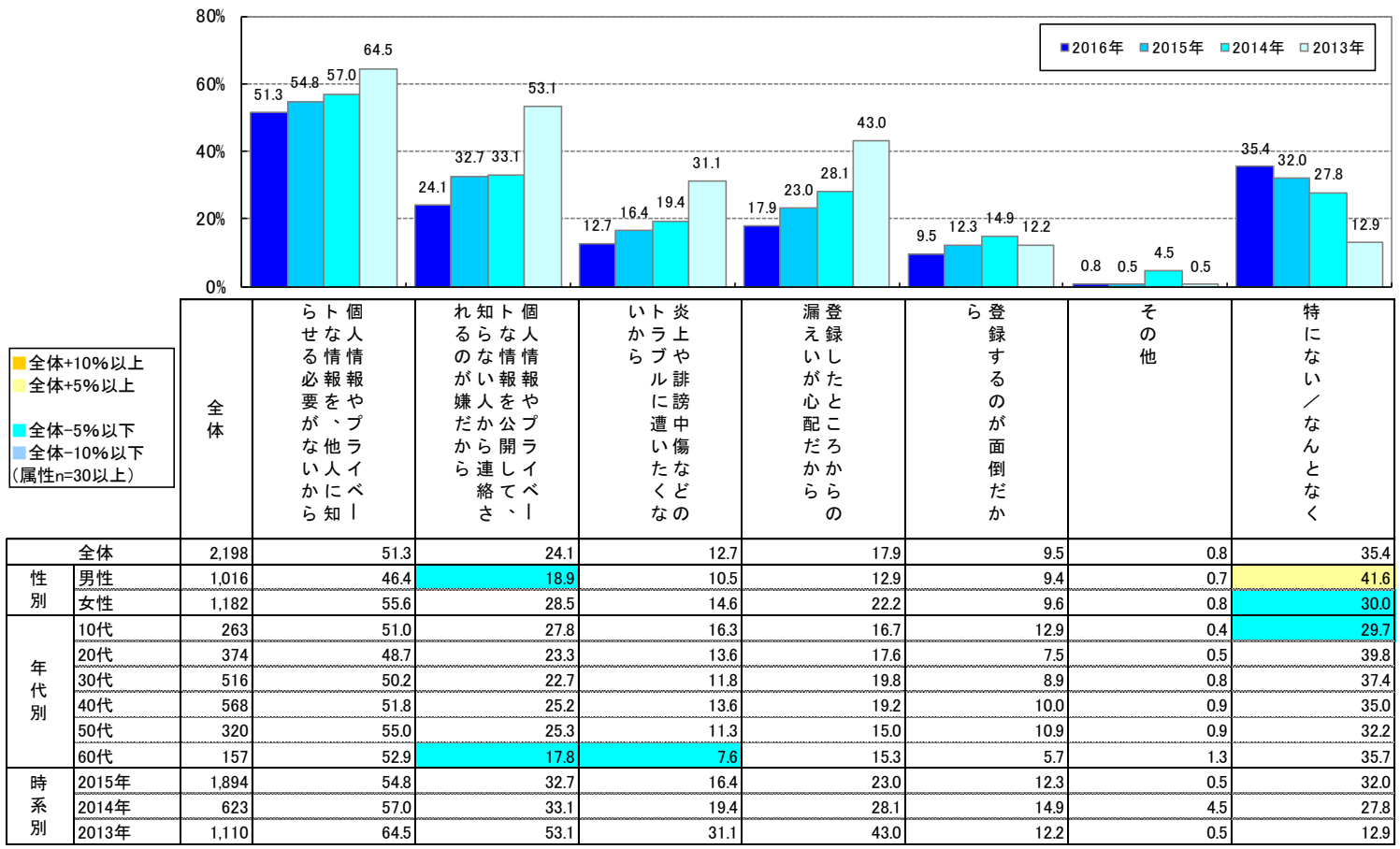


5-3-5.公開や投稿をしていない理由【LINE】

- 公開や投稿をしていない理由【LINE】について最も高いのは、「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」(51.3%)である。次いで「特にない／なんとなく」(35.4%)、「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」(24.1%)、「登録したところからの漏えいが心配だから」(17.9%)と続く。
- 性別でみると、男性は「特にない／なんとなく」の割合が全体よりも6.2ポイントとやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「特にない／なんとなく」の割合が3.4ポイントとやや増加している。反対に「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」で8.6ポイント、「登録したところからの漏えいが心配だから」で5.1ポイントと、割合が減少している。「炎上や誹謗中傷などのトラブルに遭いたくないから」で3.7ポイント、「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」で3.5ポイントと、割合がやや減少している。

[Q14S3] [LINE]一般に公開や投稿をしていない理由を教えてください。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも)

n=LINEへの個人情報のインターネット公開未経験者(Q11)

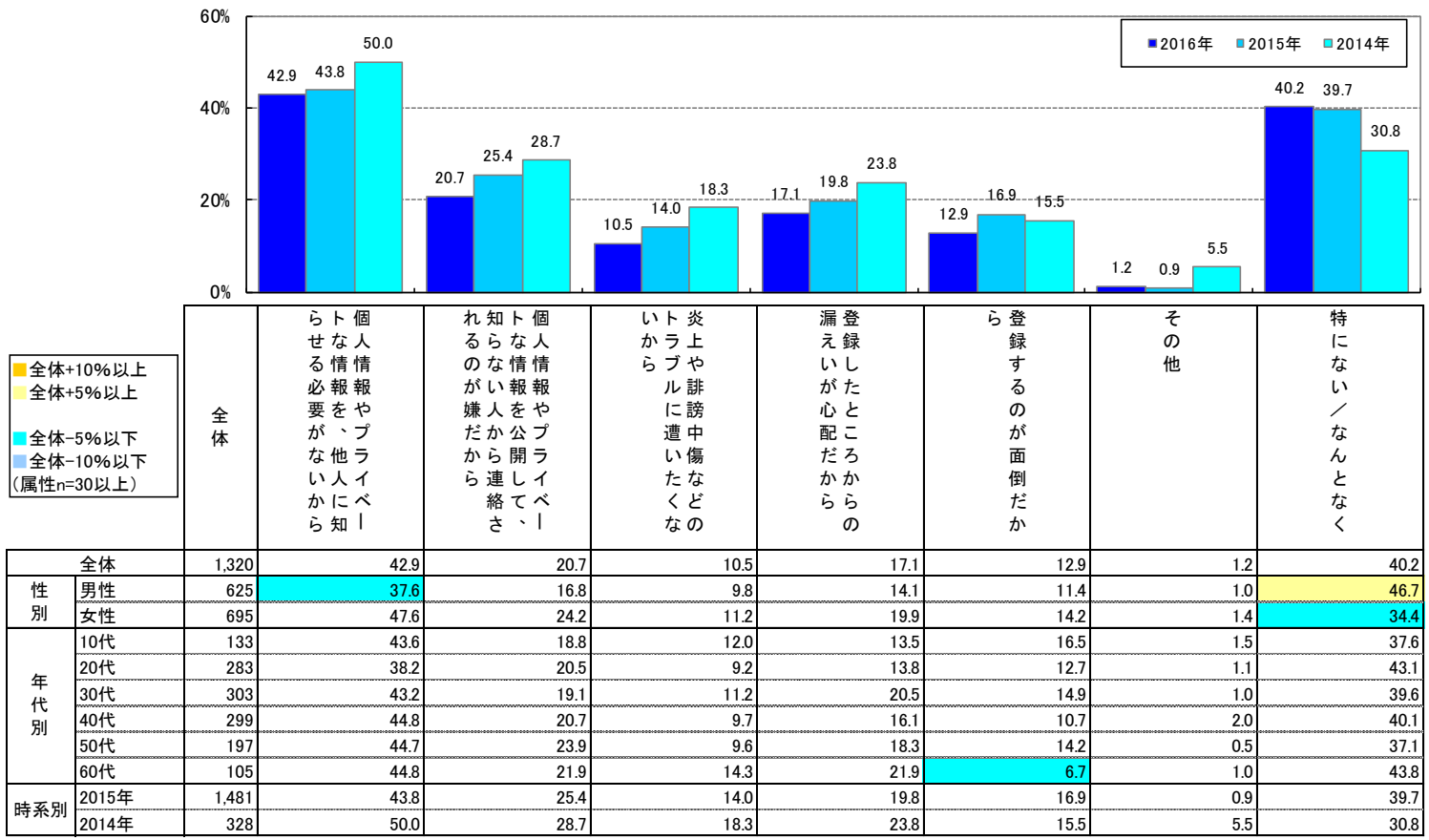


5-3-5.公開や投稿をしていない理由【Google+】

- 公開や投稿をしていない理由【Google+】で最も高いのは、「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」(42.9%)である。次いで「特にない／なんとなく」(40.2%)、「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」(20.7%)、「登録したところからの漏えいが心配だから」(17.1%)と続く。
- 性別でみると、男性は「特にない／なんとなく」が最も高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」で4.7ポイント、「炎上や誹謗中傷などのトラブルに遭いたくないから」で3.5ポイント、「登録するのが面倒だから」で4.0ポイントと、割合がやや減少している。

[Q14S4] 【Google+】一般に公開や投稿をしていない理由を教えてください。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも)

n=Google+への個人情報のインターネット公開未経験者(Q11)

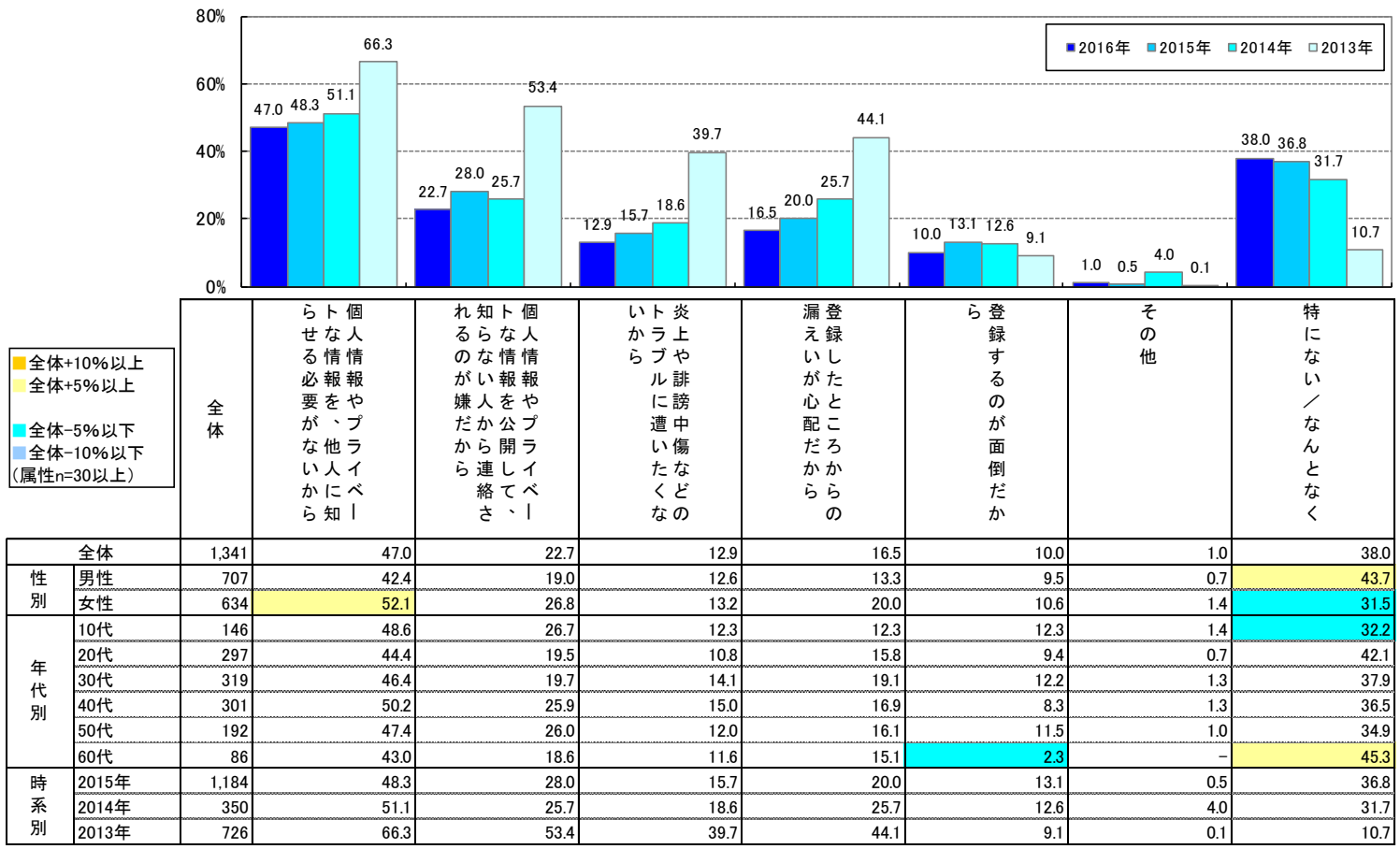


5-3-5.公開や投稿をしていない理由【Twitter】

- 公開や投稿をしていない理由【Twitter】で最も高いのは、「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」(47.0%)である。次いで「特にない／なんとなく」(38.0%)、「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」(22.7%)、「登録したところからの漏えいが心配だから」(16.5%)と続く。
- 性別でみると、男性は「特にない／なんとなく」の割合が全体よりも5.7ポイントとやや高い。女性は「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」の割合が全体よりも5.1ポイントとやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」の割合が5.3ポイント減少している。「登録したところからの漏えいが心配だから」で3.5ポイント、「登録するのが面倒だから」で3.1ポイントと、割合がやや減少している。

[Q14S5] [Twitter]一般に公開や投稿をしていない理由を教えてください。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも)

n=Twitterへの個人情報のインターネット公開未経験者(Q11)

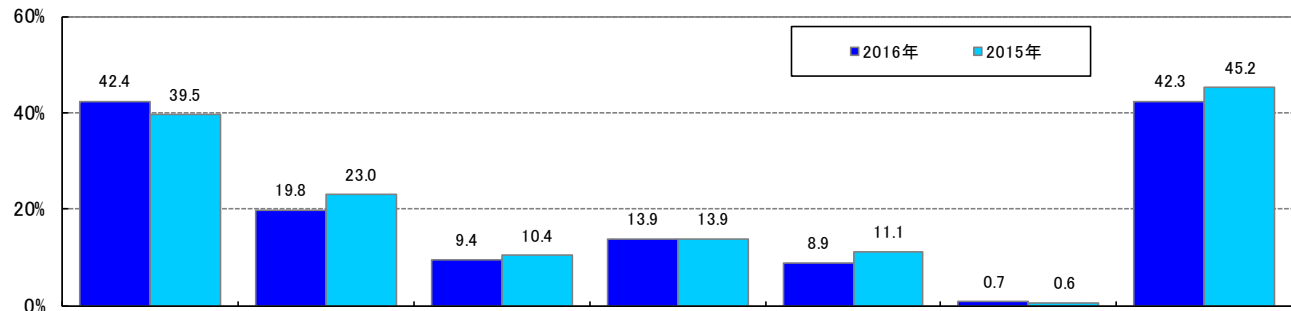


5-3-5.公開や投稿をしていない理由【Instagram】

- 公開や投稿をしていない理由【Instagram】で最も高いのは、「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」(42.4%)である。次いで「特にない／なんとなく」(42.3%)、「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」(19.8%)、「登録したところからの漏えいが心配だから」(13.9%)と続く。
- 性別でみると、男性は「特にない／なんとなく」が最も高い。
- 年代別でみると、60代は「特にない／なんとなく」が最も高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」の割合が3.2ポイントとやや減少している。

[Q14S6] [Instagram]一般に公開や投稿をしていない理由を教えてください。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも)

n=Instagramへの個人情報のインターネット公開未経験者(Q11)



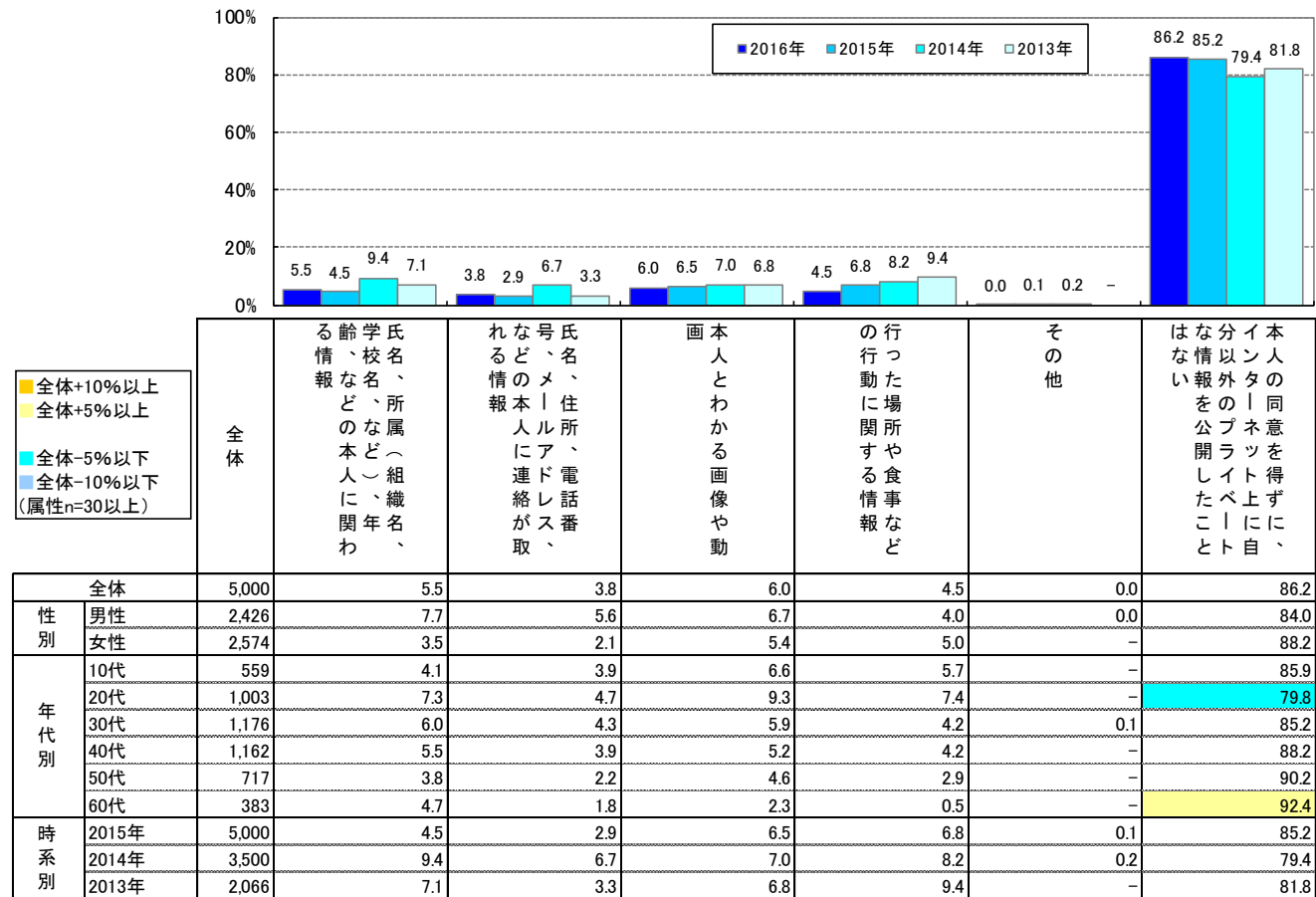
	属性	理由						
		「個人情報やプライベートな情報を、他人に知らせる必要がないから」	「特にない／なんとなく」	「個人情報やプライベートな情報を公開して、知らない人から連絡されるのが嫌だから」	「登録したところからの漏えいが心配だから」	「登録するのが面倒だから」	その他	「特にない／なんとなく」
全体	891	42.4	19.8	9.4	13.9	8.9	0.7	42.3
性別	男性	37.3	13.8	8.1	11.9	8.1	-	48.1
	女性	46.7	24.7	10.5	15.6	9.5	1.2	37.4
年代別	10代	41.6	24.8	10.6	13.3	9.7	0.9	37.2
	20代	41.3	18.3	8.7	14.3	10.9	0.4	42.2
	30代	42.5	16.7	8.1	15.4	9.5	-	44.8
	40代	44.8	22.4	13.1	13.7	7.7	1.6	39.3
	50代	40.6	23.6	8.5	11.3	6.6	-	45.3
	60代	44.7	7.9	2.6	13.2	2.6	2.6	50.0
時系別	2015年	39.5	23.0	10.4	13.9	11.1	0.6	45.2

■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

5-3-6.他人の個人情報の公開経験

- 他人の個人情報の公開経験で最も高いのは、「本人の同意を得ずに、インターネット上に自分以外のプライベートな情報を公開したことはない」(86.2%)である。次いで「本人とわかる画像や動画」(6.0%)、「氏名、所属(組織名、学校名、など)、年齢、などの本人に関わる情報」(5.5%)、「行った場所や食事などの行動に関する情報」(4.5%)と続く。
- 年代別でみると60代は「本人の同意を得ずに、インターネット上に自分以外のプライベートな情報を公開したことはない」の割合が全体よりも6.2ポイントとやや高い。

【Q15】友人など、ご自身以外の他人の個人情報やプライベートな情報を、本人の許可を得ずにインターネット上で一般に公開したことがありますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

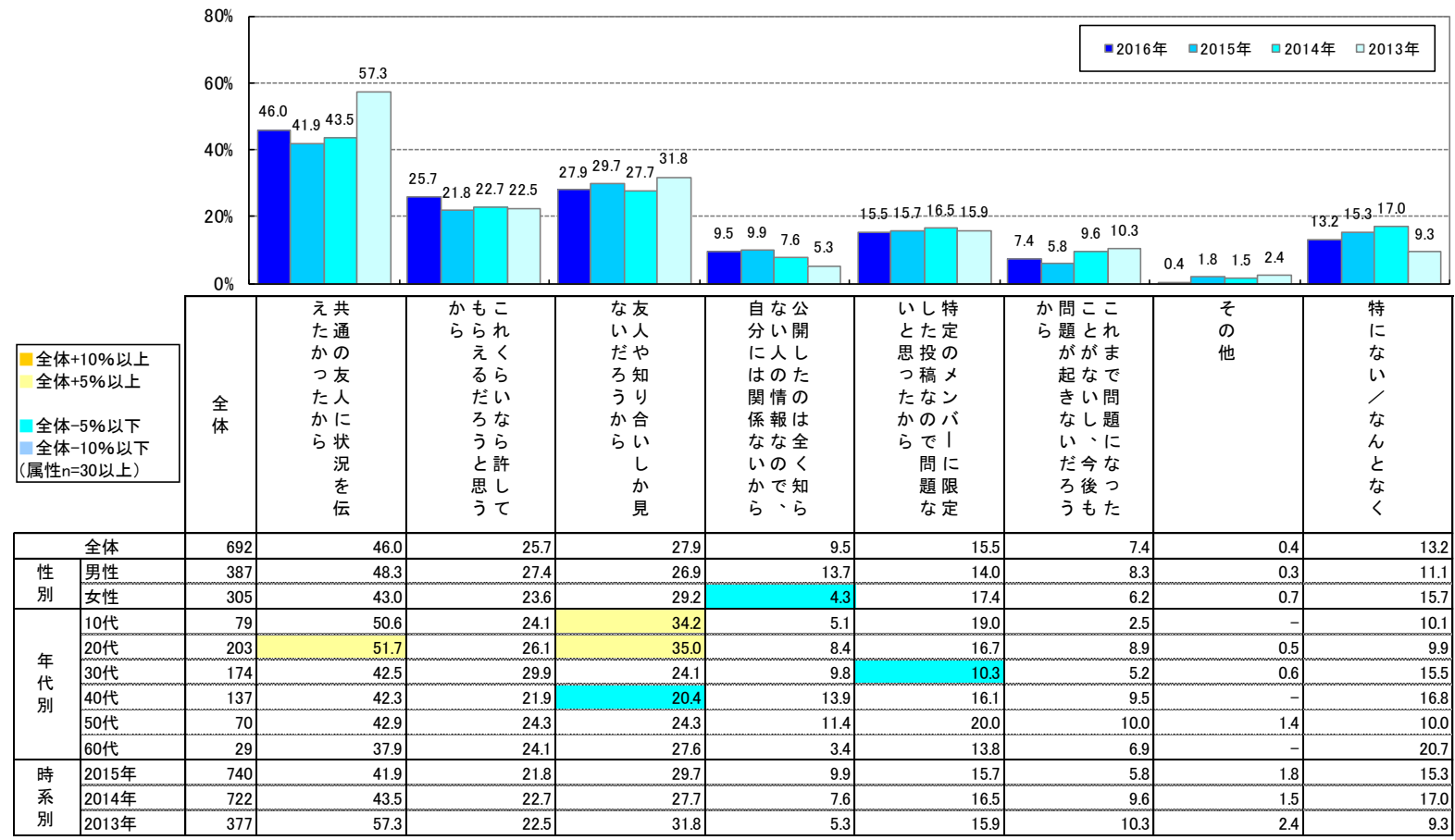


5-3-7.他人の個人情報公開理由

- 他人の個人情報の公開理由について最も高いのは、「共通の友人に状況を伝えなかったから」(46.0%)である。次いで「友人や知り合いしか見ないだろうから」(27.9%)、「これくらいなら許してもらえらるだろうと思うから」(25.7%)、「特定のメンバーに限定した投稿なので問題ないと思ったから」(15.5%)と続く。
- 年代別で見ると、全体よりも「共通の友人に状況を伝えなかったから」は20代で5.7ポイント、「友人や知り合いしか見ないだろうから」は10代で6.3ポイント、20代では7.1ポイントとやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「共通の友人に状況を伝えなかったから」で4.1ポイント、「これくらいなら許してもらえらるだろうと思うから」で3.9ポイントで、割合がやや増加している。

【Q16】 公開したのは、どの様な理由からですか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

n=他人の個人情報の公開経験者(Q15)

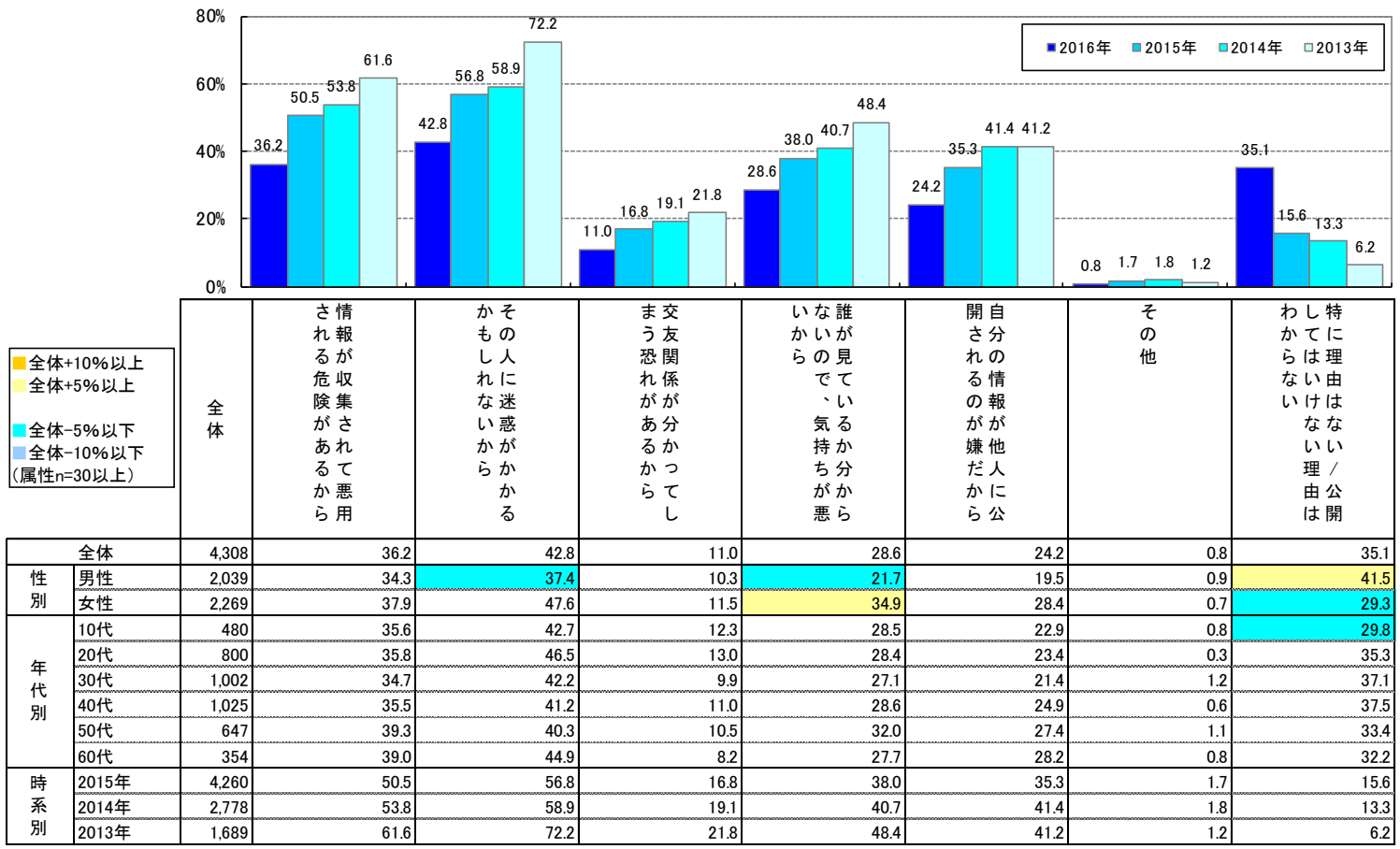


5-3-8.他人の個人情報非公開理由

- 他人の個人情報の非公開理由について最も高いのは、「その人に迷惑がかかるかもしれないから」(42.8%)である。次いで「情報が収集されて悪用される危険があるから」(36.2%)、「特に理由はない／公開してはいけない理由はわからない」(35.1%)、「誰が見ているか分からないので、気持ちが悪いから」(28.6%)と続く。
- 性別で見ると、全体よりも女性は「誰が見ているか分からないので、気持ちが悪いから」で6.3ポイント、男性は「特に理由はない／公開してはいけない理由はわからない」で6.4ポイントとやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「特に理由はない／公開してはいけない理由はわからない」の割合が19.5ポイントと大きく増加している。反対に「情報が収集されて悪用される危険があるから」で14.3ポイント、「その人に迷惑がかかるかもしれないから」で14.0ポイント、「自分の情報が他人に公開されるのが嫌だから」11.1ポイントとそれぞれの割合が大きく減少している。「誰が見ているか分からないので、気持ちが悪いから」で9.4ポイント、「交友関係が分かってしまう恐れがあるから」で5.8ポイントと、割合が減少している。

【Q17】 公開したことがないのは、どのような理由からですか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

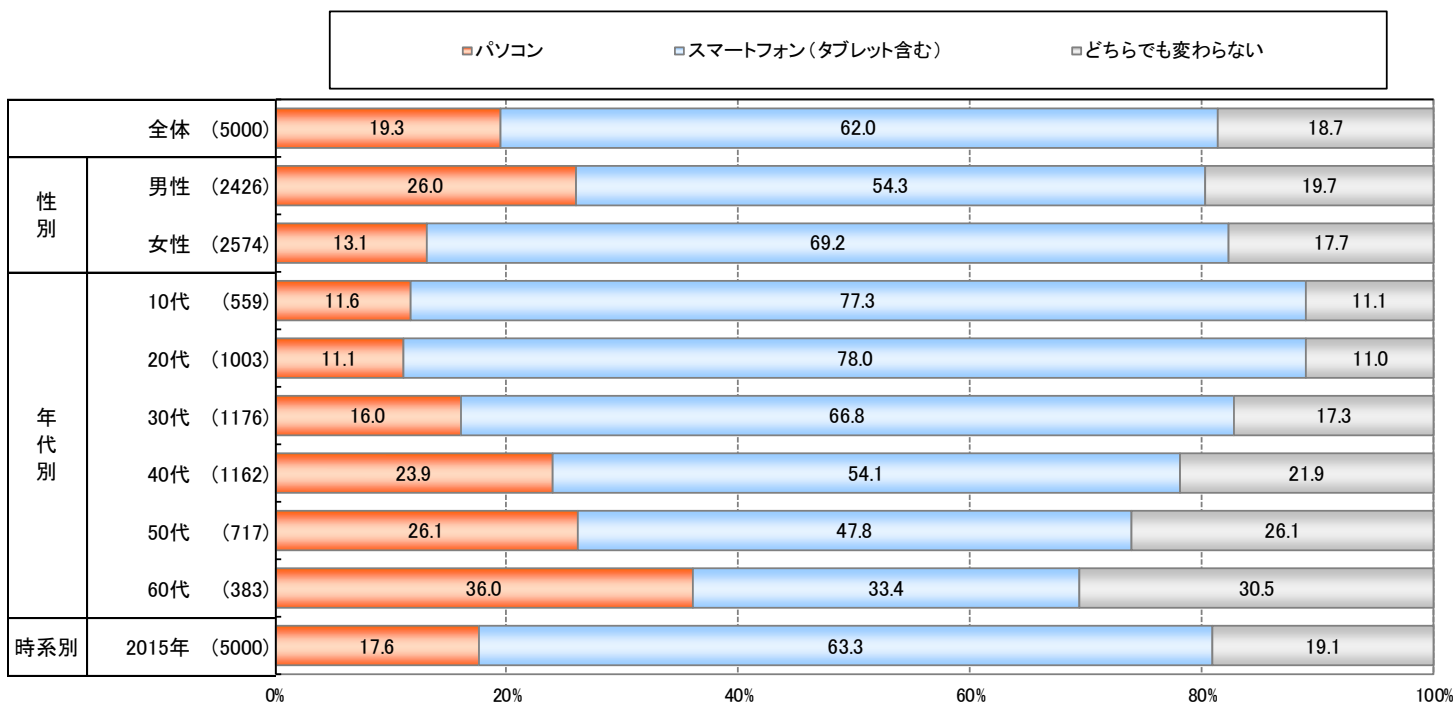
n=他人の個人情報の公開未経験者(Q15)



5-4.コンテンツの利用状況 5-4-1.パソコンとスマートフォンの投稿しやすさ

- パソコンとスマートフォンの投稿しやすさについて最も高いのは、「スマートフォン（タブレット含む）」（62.0%）である。次いで「パソコン」（19.3%）、「どちらでも変わらない」（18.7%）と続く。
- 性別でみると、男性は「パソコン」で6.7ポイント、女性は「スマートフォン（タブレット含む）」で7.2ポイント、割合が全体よりもやや高い。
- 年代別でみると、10代で15.3ポイント、20代で16.0ポイントと「スマートフォン（タブレット含む）」、60代では「パソコン」で16.7ポイントとそれぞれ全体よりも高い。

【Q18】パソコンとスマートフォン（タブレット含む）では、どちらの方がSNSやブログ等への投稿をしやすと感じますか。（お答えは1つ）※機器・サービスの使いやすさではなく、気持ちの上での使いやすさについてお答えください。

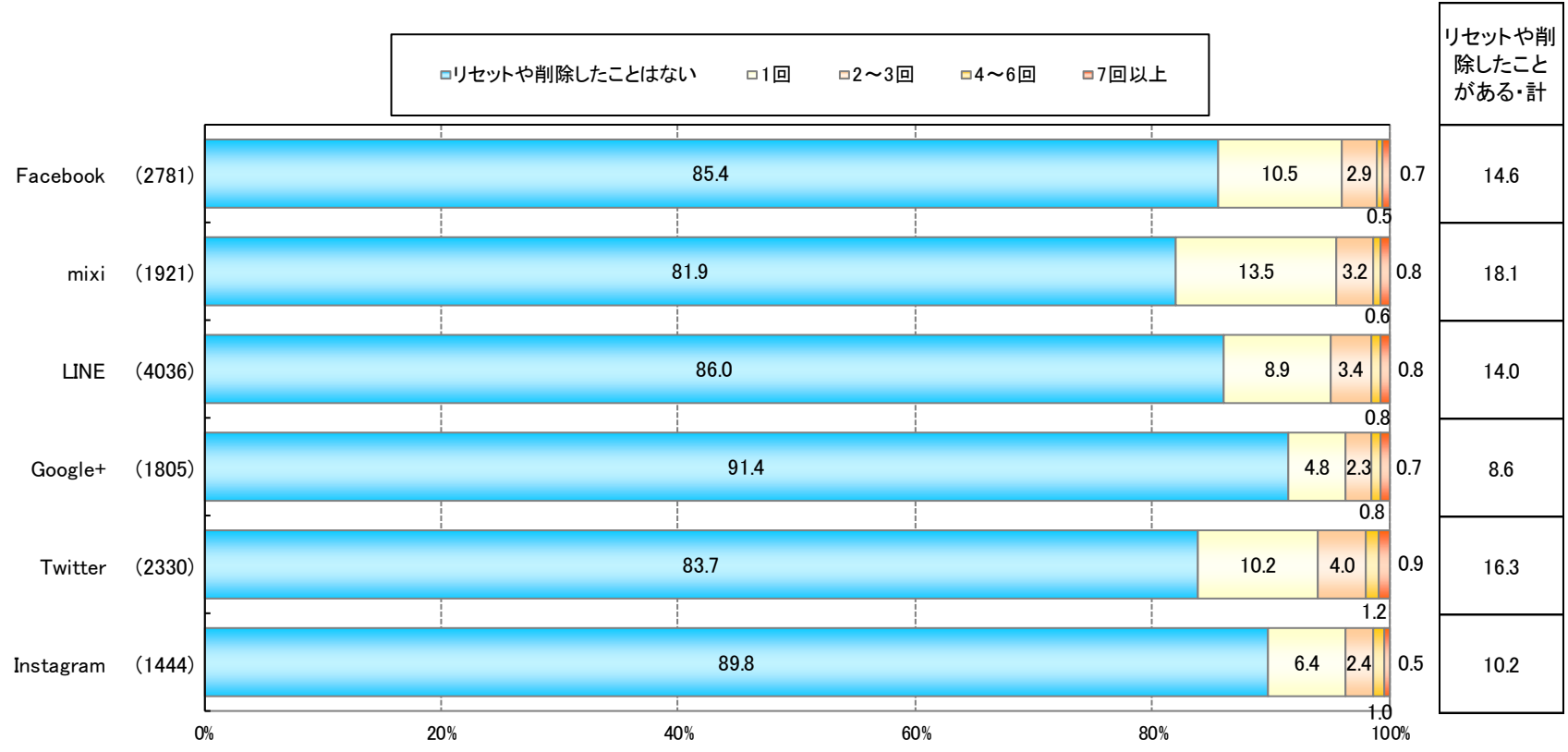


5-4-2.アカウントのリセット、再取得、削除経験①

■ アカウントのリセット、再取得、削除経験について最も高いのは、「mixi」(18.1%)である。次いで「Twitter」(16.3%)、「Facebook」(14.6%)、「LINE」(14.0%)、「Instagram」(10.2%)、「Google+」(8.6%)と続く。

【Q19】 あなたはこれまで以下のSNSでID（アカウント）をリセット（もしくは再取得）や削除したことがありますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）

n=各サービス利用経験者(Q1)



5-4-2.アカウントのリセット、再取得、削除経験②

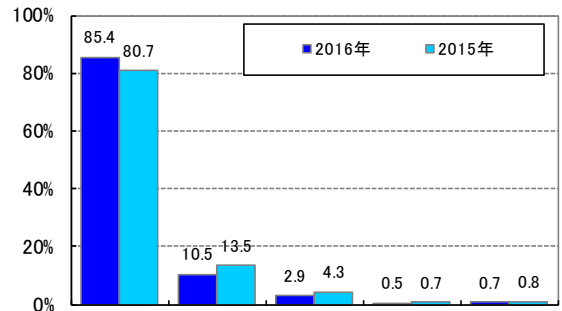
- Facebookについて最も高いのは、「リセットや削除したことはない」(85.4%)である。次いで「1回」(10.5%)、「2~3回」(2.9%)、「7回以上」(0.7%)と続く。
- 年代別で見ると、50代は「リセットや削除したことはない」の割合が全体よりも5.7ポイントとやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「リセットや削除したことはない」の割合が4.7ポイントとやや増加している。反対に「1回」の割合が3.0ポイントとやや減少している。
- mixiについて最も高いのは、「リセットや削除したことはない」(81.9%)である。次いで「1回」(13.5%)、「2~3回」(3.2%)、「7回以上」(0.8%)と続く。
- 年代別で見ると、「リセットや削除したことはない」の割合が10代で9.4ポイント、50代で5.1ポイント、60代で8.0ポイントと、全体よりもやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「リセットや削除したことはない」の割合が4.5ポイントとやや増加している。

[Q19] あなたはこれまで以下のSNSでID(アカウント)をリセット(もしくは再取得)や削除したことがありますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。(お答えはそれぞれ1つずつ)

n=Facebook利用経験者(Q1)

n=mixi利用経験者(Q1)

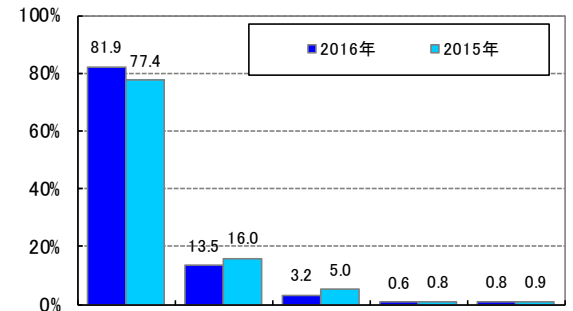
Facebook



■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

		全体	しりせつとよはな削除	1回	2~3回	4~6回	7回以上
全体		2,781	85.4	10.5	2.9	0.5	0.7
性別	男性	1,433	86.8	8.8	2.9	0.5	1.0
	女性	1,348	84.0	12.2	3.0	0.4	0.4
年代別	10代	227	83.3	9.7	4.8	0.9	1.3
	20代	684	83.2	12.9	2.6	0.7	0.6
	30代	701	85.6	11.0	3.0	0.3	0.1
	40代	595	86.4	9.4	3.2	0.2	0.8
	50代	382	91.1	7.1	0.8	0.5	0.5
	60代	192	81.3	10.9	5.2	0.5	2.1
時系列	2015年	2,713	80.7	13.5	4.3	0.7	0.8

mixi



■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

		全体	しりせつとよはな削除	1回	2~3回	4~6回	7回以上
全体		1,921	81.9	13.5	3.2	0.6	0.8
性別	男性	925	85.0	10.2	3.2	0.5	1.1
	女性	996	79.1	16.6	3.1	0.7	0.5
年代別	10代	104	91.3	5.8	1.0	-	1.9
	20代	547	76.1	17.0	5.1	0.9	0.9
	30代	590	80.7	14.4	3.7	0.5	0.7
	40代	418	85.4	11.7	1.9	0.2	0.7
	50代	193	87.0	10.9	0.5	1.0	0.5
	60代	69	89.9	7.2	1.4	1.4	-
時系列	2015年	1,948	77.4	16.0	5.0	0.8	0.9

5-4-2.アカウントのリセット、再取得、削除経験③

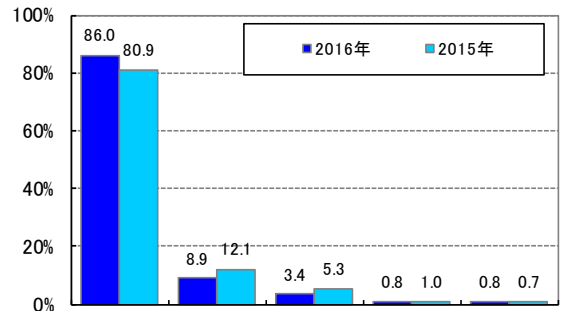
- LINEについて最も高いのは、「リセットや削除したことはない」(86.0%)である。次いで「1回」(8.9%)、「2~3回」(3.4%)、「4~6回」(0.8%)、「7回以上」(0.8%)と続く。
- 年代別で見ると、50代は「リセットや削除したことはない」の割合が全体よりも6.1ポイントとやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「リセットや削除したことはない」の割合が5.1ポイント増加している。反対に「1回」の割合が3.2ポイントとやや減少している。
- Google+について最も高いのは、「リセットや削除したことはない」(91.4%)である。次いで「1回」(4.8%)、「2~3回」(2.3%)、「4~6回」(0.8%)と続く。

[Q19] あなたはこれまで以下のSNSでID(アカウント)をリセット(もしくは再取得)や削除したことがありますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。(お答えはそれぞれ1つずつ)

n=LINE利用経験者(Q1)

n=Google+利用経験者(Q1)

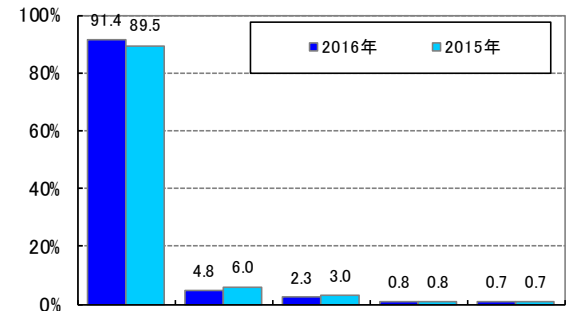
LINE



■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

		全体	しりたセトとはやな削い除	1回	2~3回	4~6回	7回以上
全体		4,036	86.0	8.9	3.4	0.8	0.8
性別	男性	1,882	86.7	8.6	3.0	0.9	0.9
	女性	2,154	85.4	9.3	3.8	0.8	0.7
年代別	10代	494	83.2	9.5	4.3	1.6	1.4
	20代	908	83.1	10.4	4.6	1.2	0.7
	30代	969	85.1	11.0	3.2	0.3	0.3
	40代	885	88.5	6.7	3.1	1.0	0.8
	50代	518	92.1	5.6	1.4	0.4	0.6
	60代	262	84.0	9.5	3.8	-	2.7
時系列	2015年	3,958	80.9	12.1	5.3	1.0	0.7

Google+



■ 全体+10%以上
■ 全体+5%以上
■ 全体-5%以下
■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

		全体	しりたセトとはやな削い除	1回	2~3回	4~6回	7回以上
全体		1,805	91.4	4.8	2.3	0.8	0.7
性別	男性	909	90.5	5.1	2.5	1.1	0.8
	女性	896	92.3	4.6	2.0	0.4	0.7
年代別	10代	177	90.4	5.6	2.3	1.1	0.6
	20代	398	90.2	5.5	3.5	0.5	0.3
	30代	416	90.6	5.3	2.9	0.7	0.5
	40代	420	92.1	4.5	1.7	0.5	1.2
	50代	254	94.9	3.1	0.8	0.4	0.8
	60代	140	90.0	4.3	1.4	2.9	1.4
時系列	2015年	1,932	89.5	6.0	3.0	0.8	0.7

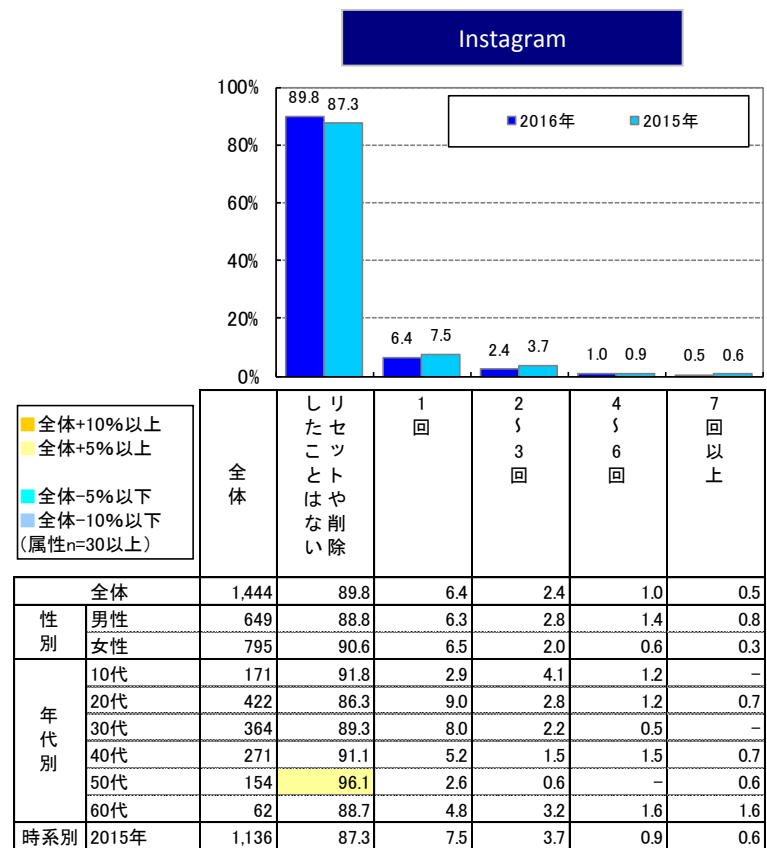
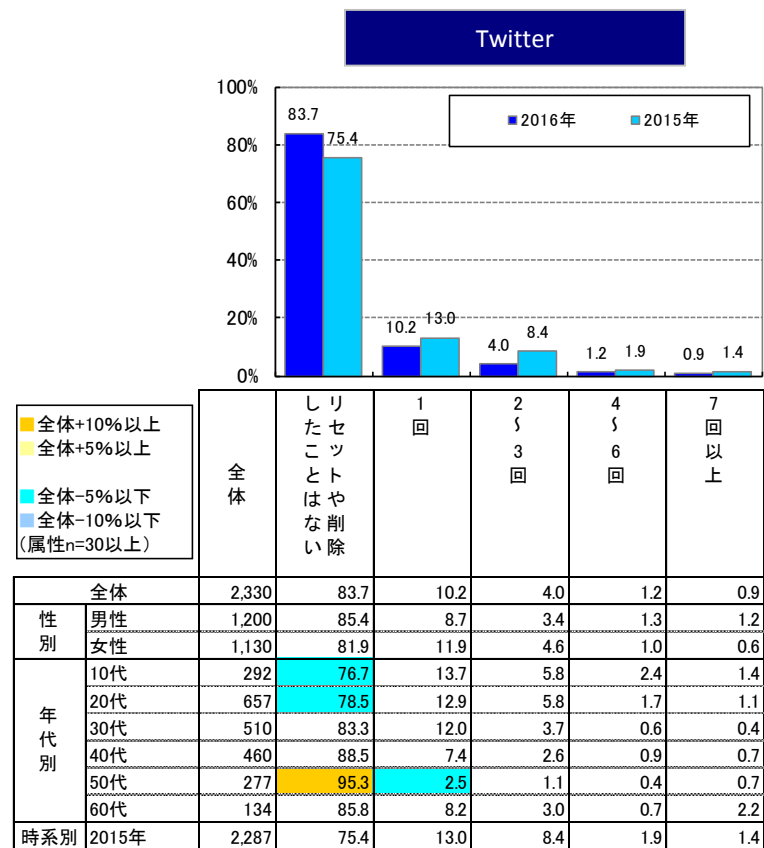
5-4-2.アカウントのリセット、再取得、削除経験④

- Twitterについて最も高いのは、「リセットや削除したことはない」(83.7%)である。次いで「1回」(10.2%)、「2~3回」(4.0%)、「4~6回」(1.2%)と続く。
- 年代別で見ると、50代は「リセットや削除したことはない」の割合が全体よりも11.6ポイントとやや高い。
- 前年(2015年)と比較すると、「リセットや削除したことはない」の割合が8.3ポイント増加している。反対に「2~3回」の割合が4.4ポイントとやや減少している。
- Instagramについて最も高いのは、「リセットや削除したことはない」(89.8%)である。次いで「1回」(6.4%)、「2~3回」(2.4%)、「4~6回」(1.0%)と続く。
- 年代別で見ると、50代は「リセットや削除したことはない」の割合が全体よりも6.3ポイントとやや高い。

【Q19】 あなたはこれまで以下のSNSでID(アカウント)をリセット(もしくは再取得)や削除したことがありますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。(お答えはそれぞれ1つずつ)

n=Twitter利用経験者(Q1)

n=Instagram利用経験者(Q1)

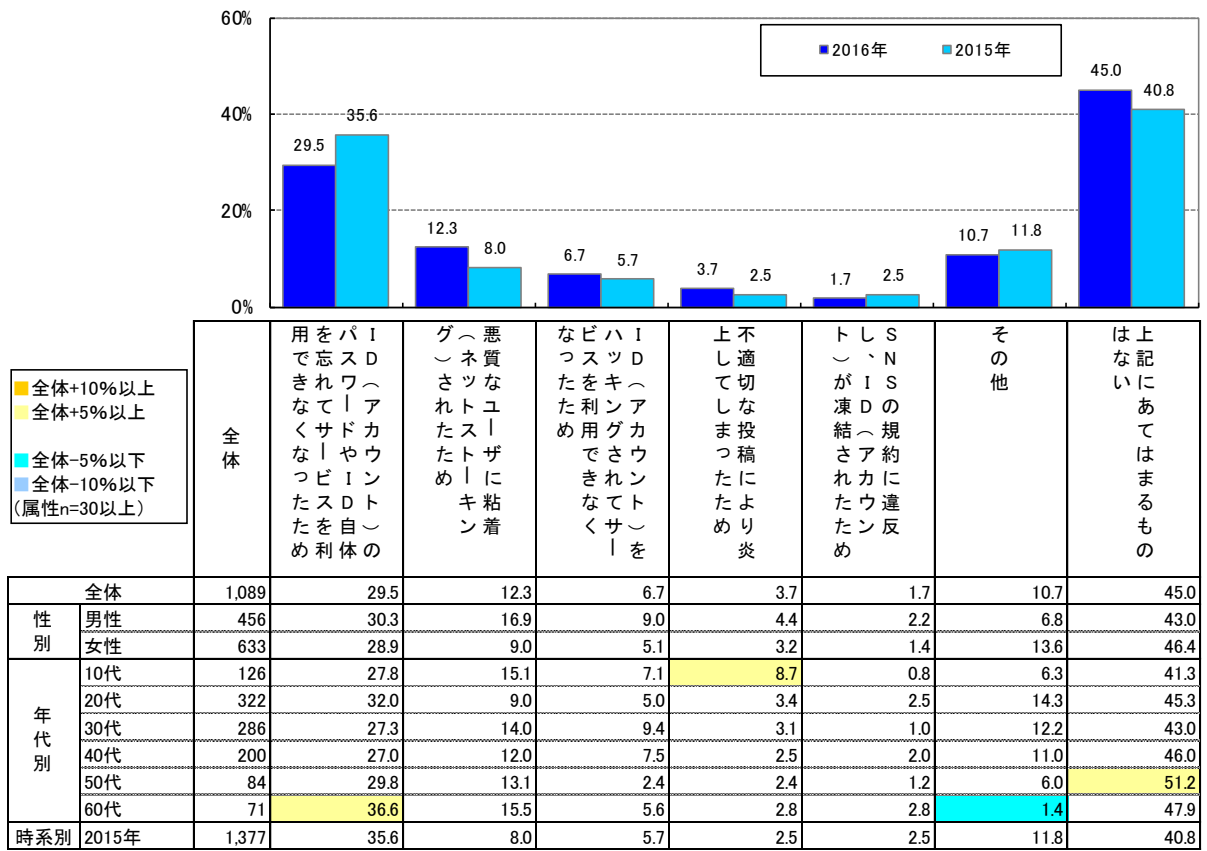


5-4-3.アカウントのリセット、再取得、削除理由

- アカウントのリセット、再取得、削除理由について最も高いのは、「上記にあてはまるものはない」(45.0%)である。次いで「ID (アカウント) のパスワードやID自体を忘れてサービスを利用できなくなったため」(29.5%)、「悪質なユーザに粘着 (ネットストーキング) されたため」(12.3%)、「その他」(10.7%)と続く。
- 年代別で見ると10代は「不適切な投稿により炎上してしまったため」で5.0ポイント、50代は「上記にあてはまるものはない」で6.2ポイント、60代は「ID (アカウント) のパスワードやID自体を忘れてサービスを利用できなくなったため」7.1ポイントと、それぞれ全体よりもやや高い。
- 前年 (2015年) と比較すると、「悪質なユーザに粘着 (ネットストーキング) されたため」で4.3ポイント、「上記にあてはまるものはない」で4.2ポイントとやや増加している。反対に「ID (アカウント) のパスワードやID自体を忘れてサービスを利用できなくなったため」の割合が6.1ポイント減少している。

【Q20】 あなたがID (アカウント) をリセット (もしくは再取得) や削除した理由は何ですか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

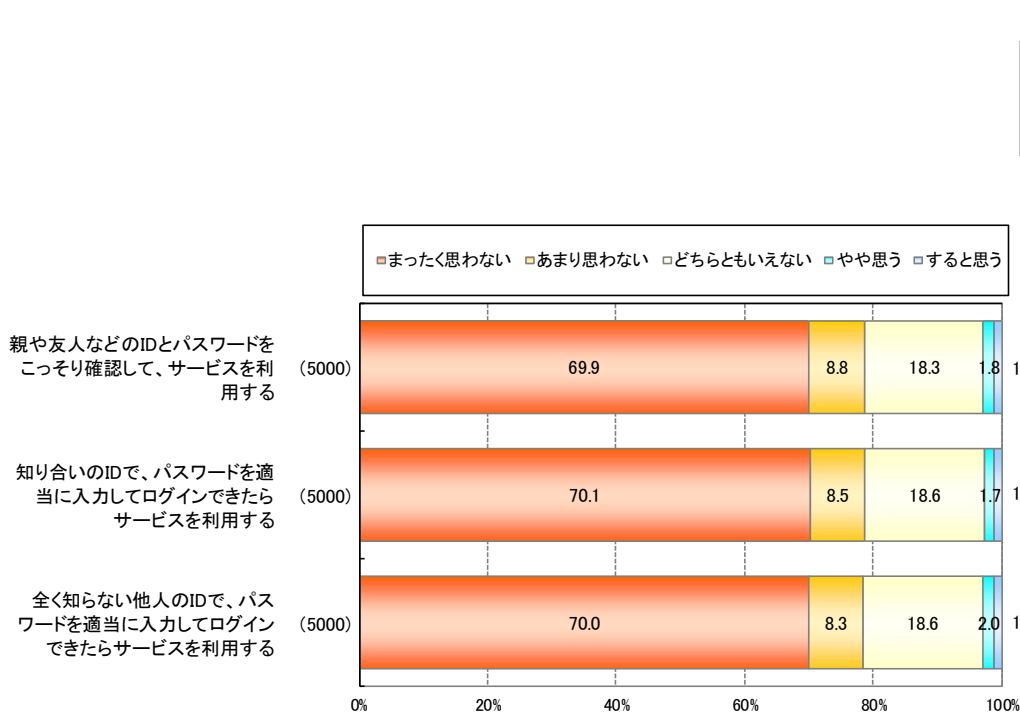
n=SNSのID (アカウント) のリセット、再取得、削除経験者(Q19)



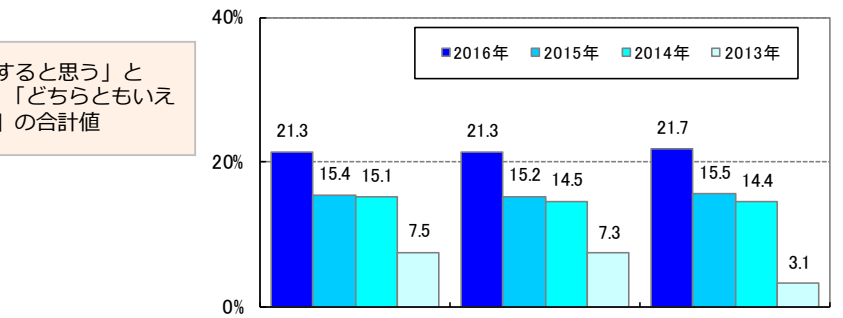
5-4-4.他人のIDを使つてのインターネット上のサービス利用意向

■ 他人のIDを使つてのインターネット上のサービス利用意向について最も高いのは、「全く知らない他人のIDで、パスワードを適当に入力してログインできたらサービスを利用する」(21.7%)である。次いで「親や友人などのIDとパスワードをこっそり確認して、サービスを利用する」と「知り合いのIDで、パスワードを適当に入力してログインできたらサービスを利用する」が共に21.3%と続く。

【Q21】 あなたは、今後インターネットを利用する際に、他人のIDを使つてインターネット上のサービスを利用すると思いますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。(お答えはそれぞれ1つずつ)



※値は「すると思う」と「やや思う」「どちらともいえない」の合計値



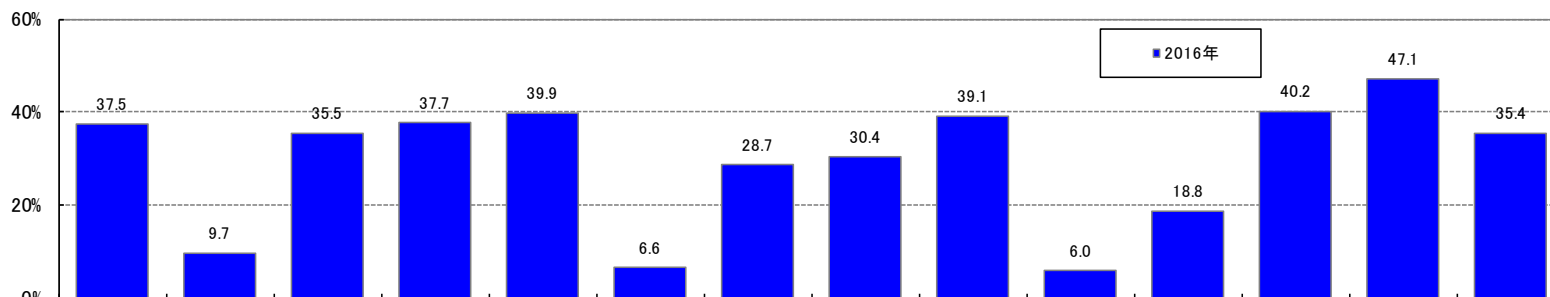
属性	利用意向	確認して利用する	知り合いのIDで利用する	適当に入力して利用する
全体	5,000	21.3	21.3	21.7
性別	男性	26.0	26.3	26.9
性別	女性	16.8	16.7	16.8
年 代 別	10代	20.9	20.0	20.8
	20代	24.5	24.8	25.4
	30代	25.1	25.2	25.8
	40代	20.0	20.6	20.7
	50代	17.7	17.2	17.6
	60代	12.3	12.5	11.7
時 系 別	2015年	15.4	15.2	15.5
	2014年	15.1	14.5	14.4
	2013年	7.5	7.3	3.1

属性	利用意向	確認して利用する	知り合いのIDで利用する	適当に入力して利用する
全体	5,000	21.3	21.3	21.7
性別	男性	26.0	26.3	26.9
性別	女性	16.8	16.7	16.8
年 代 別	10代	20.9	20.0	20.8
	20代	24.5	24.8	25.4
	30代	25.1	25.2	25.8
	40代	20.0	20.6	20.7
	50代	17.7	17.2	17.6
	60代	12.3	12.5	11.7
時 系 別	2015年	15.4	15.2	15.5
	2014年	15.1	14.5	14.4
	2013年	7.5	7.3	3.1

5-5.情報倫理意識・トラブル経験 5-5-1.問題があると思う行為

- 問題があると思う行為について最も高いのは、「SNSで性的な写真や動画を撮影して投稿した」(47.1%)である。次いで「炎上している事件の犯人の個人情報を手に入れたのでブログやSNSに投稿した」(40.2%)、「友人が購入したゲームソフトをコピーしてくれたので利用した」(39.9%)と続く。
- 性別でみると、女性は全体よりも「友人と一緒に写った写真を勝手に自分のブログに貼り付けて公開した」で5.3ポイント、「炎上している事件の犯人の個人情報を手に入れたのでブログやSNSに投稿した」で5.4ポイント、「SNSで性的な写真や動画を撮影して投稿した」で6.0ポイントとやや高い。
- 年代別でみると、10代は全体よりも「友人が購入したゲームソフトをコピーしてくれたので利用した」で5.5ポイント、「テレビ番組でメールがどこまでつながるか実験中、というメールが友人から転送されてきたので、知り合いに転送した」で5.5ポイント、「デジタルカメラやスマートフォンなどで、自宅で撮影した写真のジオタグ(位置情報)をインターネットに公開した」で7.3ポイント、「購入したソフトウェアを友人に欲しいと頼まれたのでコピーしてあげた」6.0ポイントとやや高い。

【Q22】 次の行為で、あなたが問題があると思うものは何ですか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)



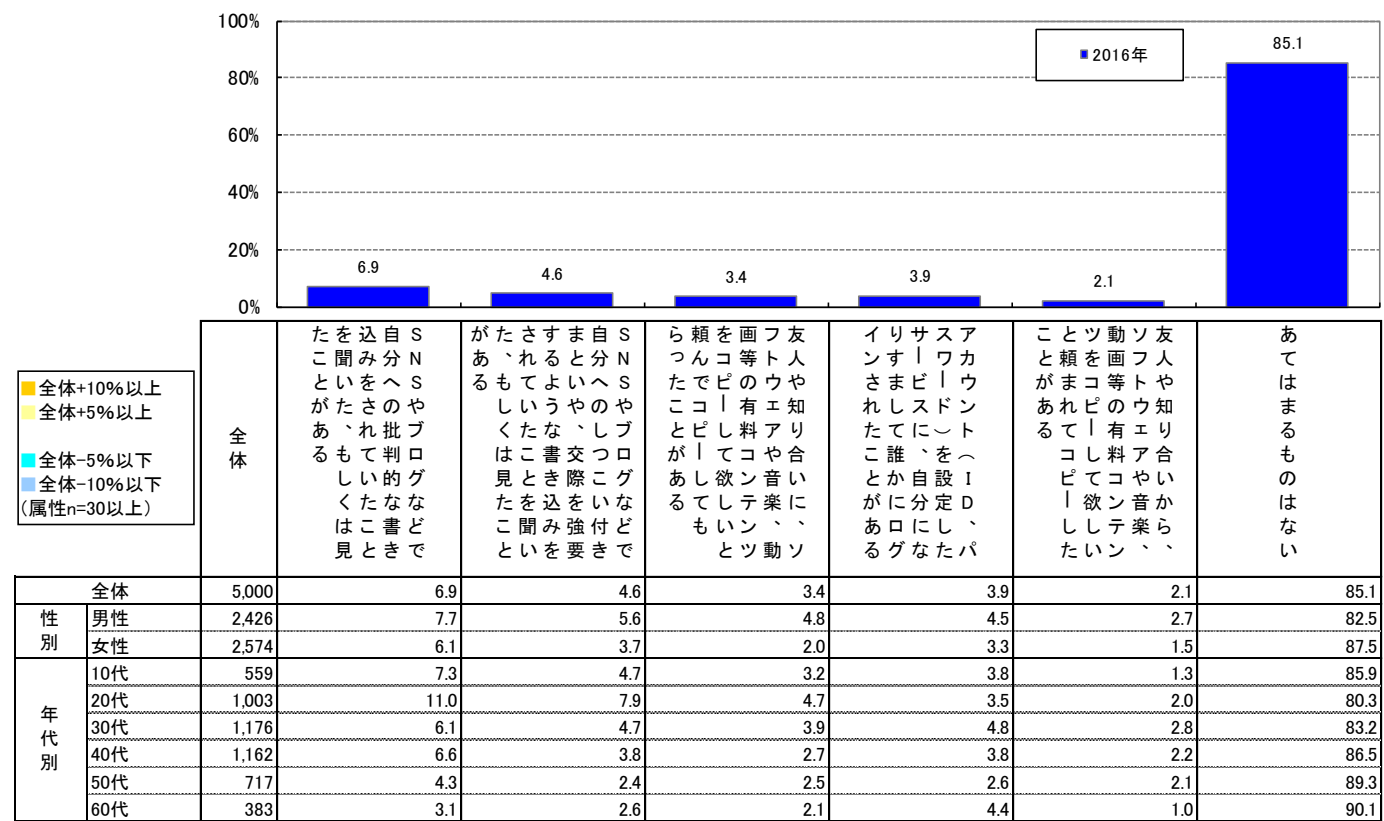
	全体	行為														
		したる個人の情報や写真、動画を撮影して投稿した	炎上している事件の犯人の個人情報を手に入れたのでブログやSNSに投稿した	友人が購入したゲームソフトをコピーしてくれたので利用した	デジタルカメラやスマートフォンなどで、自宅で撮影した写真のジオタグ(位置情報)をインターネットに公開した	友人と一緒に写った写真を勝手に自分のブログに貼り付けて公開した	購入したソフトウェアを友人に欲しいと頼まれたのでコピーしてあげた	友人が購入したゲームソフトをコピーしてくれたので利用した	友人が購入したゲームソフトをコピーしてくれたので利用した	友人が購入したゲームソフトをコピーしてくれたので利用した	友人が購入したゲームソフトをコピーしてくれたので利用した	友人が購入したゲームソフトをコピーしてくれたので利用した	友人が購入したゲームソフトをコピーしてくれたので利用した	友人が購入したゲームソフトをコピーしてくれたので利用した	友人が購入したゲームソフトをコピーしてくれたので利用した	友人が購入したゲームソフトをコピーしてくれたので利用した
全体	5,000	37.5	9.7	35.5	37.7	39.9	6.6	28.7	30.4	39.1	6.0	18.8	40.2	47.1	35.4	
性別	男性	2,426	36.8	10.4	34.3	32.2	38.0	6.6	25.1	26.3	36.1	5.8	15.3	34.5	40.6	38.5
	女性	2,574	38.2	9.0	36.7	43.0	41.6	6.6	32.0	34.3	42.0	6.1	22.0	45.6	53.1	32.6
年代別	10代	559	40.8	10.0	36.0	42.2	45.4	8.2	34.2	37.7	45.1	7.9	23.6	43.3	50.6	31.7
	20代	1,003	39.9	8.4	37.7	37.7	40.5	5.5	29.4	32.0	39.4	5.3	21.2	42.3	48.4	31.5
	30代	1,176	37.5	8.4	33.1	36.4	38.1	5.4	25.2	29.1	36.5	5.4	17.6	39.1	46.7	34.5
	40代	1,162	36.0	10.1	34.3	37.1	38.1	7.2	29.2	30.1	37.7	6.3	19.4	40.3	46.9	37.6
	50代	717	36.3	11.2	36.8	37.9	39.2	8.4	28.5	28.7	39.5	7.1	17.3	38.6	44.9	39.7
	60代	383	33.9	12.3	38.1	36.8	42.3	5.7	28.2	24.0	41.5	3.4	9.4	36.6	44.1	39.4

※今年度から追加した設問

5-5-2.自分の情報等を利用・公開された経験

■ 経験の有無について最も高いのは、「あてはまるものはない」(85.1%)である。次いで「SNSやブログなどで自分への批判的な書き込みをされていたことを聞いた、もしくは見たことがある」(6.9%)、「SNSやブログなどで自分へのしつこい付きまといや、交際を強要するような書き込みをされていたことを聞いた、もしくは見たことがある」(4.6%)、「アカウント(ID、パスワード)を設定したサービスに、自分になりすまして誰かにログインされたことがある」(3.9%)と続く。

【Q23】 あなたは、以下の様な経験がありますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

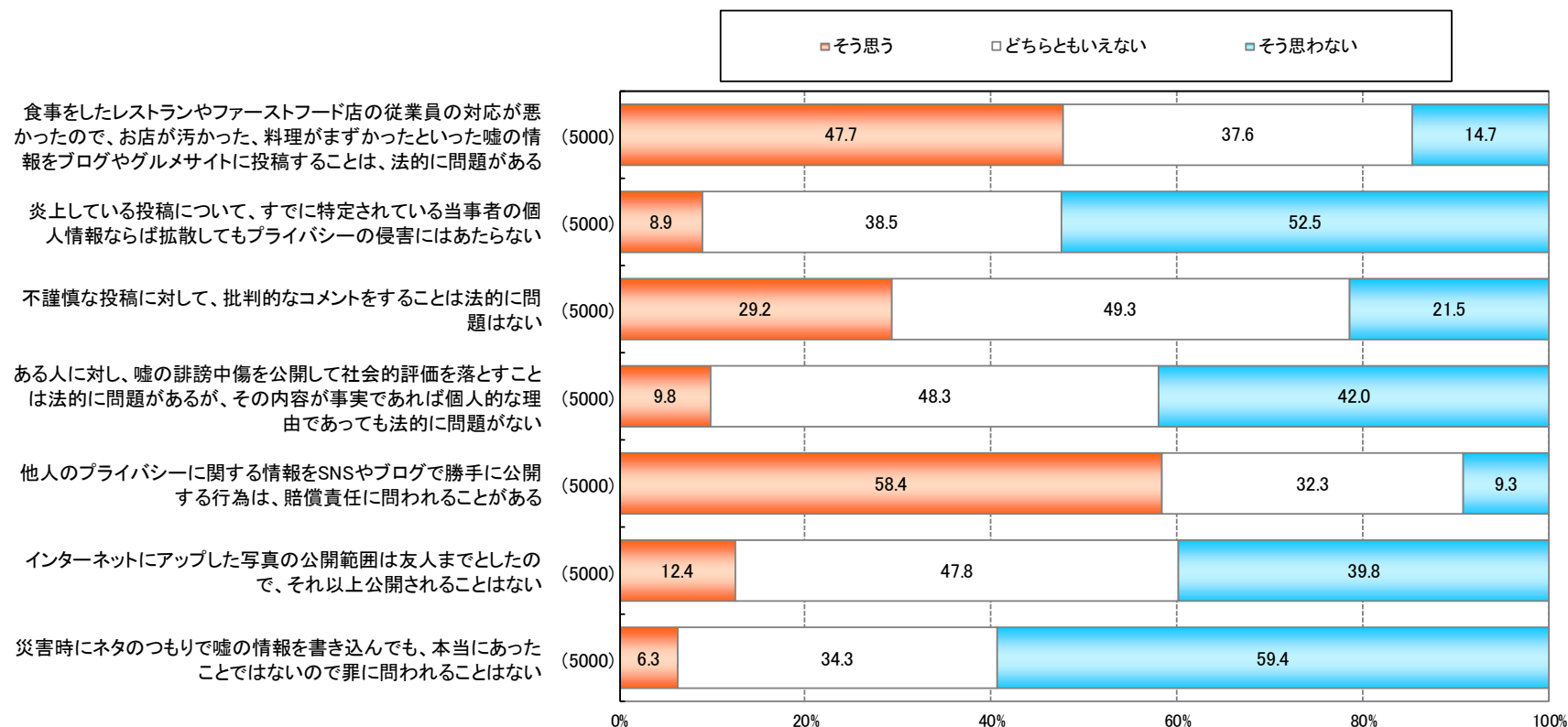


※今年度から追加した設問

5-5-3.公開された情報に対する意識について①

- 「そう思う」割合が最も高い項目は「他人のプライバシーに関する情報をSNSやブログで勝手に公開する行為は、賠償責任に問われることがある」(58.4%)である。次いで「食事をしたレストランやファーストフード店の従業員の対応が悪かったので、お店が汚かった、料理がまずかったといった嘘の情報をブログやグルメサイトに投稿することは、法的に問題がある」(47.7%)、「不謹慎な投稿に対して、批判的なコメントをすることは法的に問題はない」(29.2%)と続く。

【Q24】 以下の意見について、あなたはどの様に思いますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）



※今年度から追加した設問

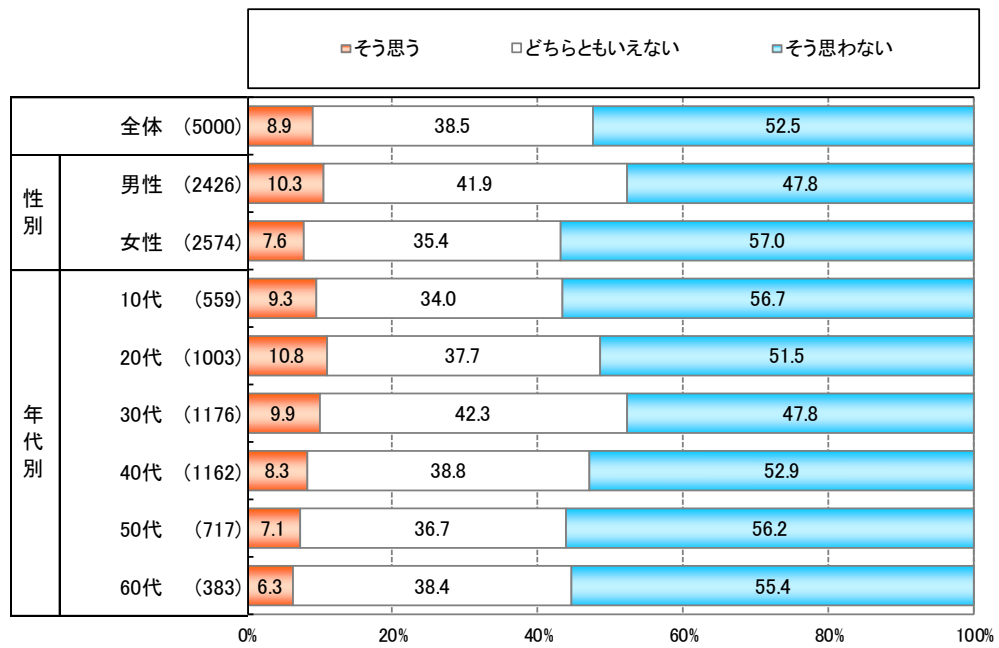
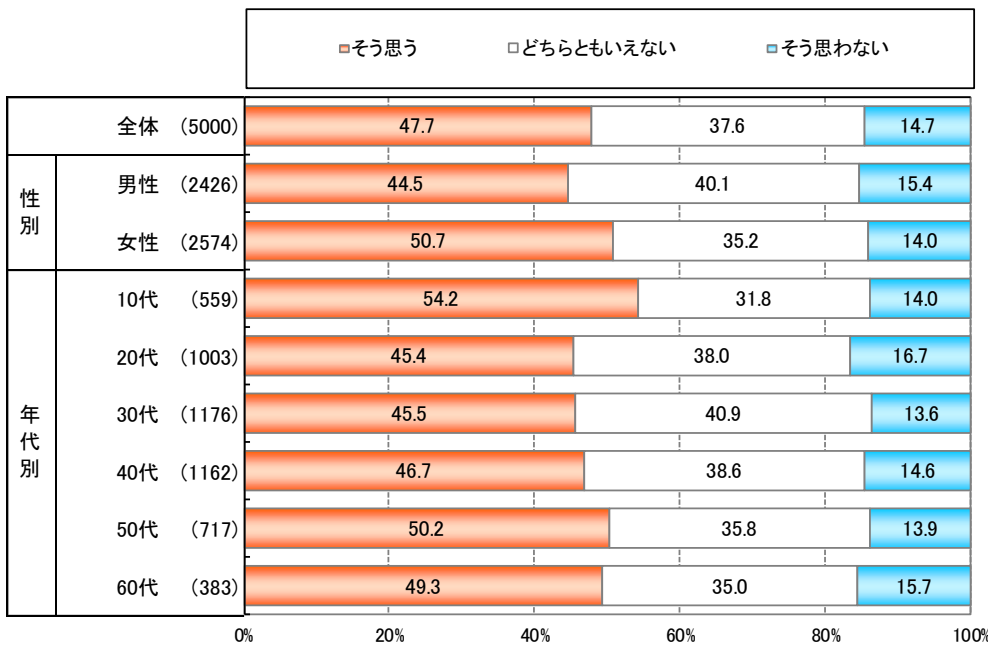
5-5-3.公開された情報に対する意識について②

- 『食事をしたレストランやファーストフード店の従業員の対応が悪かったので、お店が汚かった、料理がまずかったといった嘘の情報をブログやグルメサイトに投稿することは、法的に問題がある』について最も高いのは、「そう思う」(47.7%)である。次いで「どちらともいえない」(37.6%)、「そう思わない」(14.7%)と続く。
- 年代別でみると、10代は「そう思う」の割合が全体よりも6.5ポイントとやや高い。
- 『炎上している投稿について、すでに特定されている当事者の個人情報ならば拡散してもプライバシーの侵害にはあたらない』について最も高いのは、「そう思わない」(52.5%)である。次いで「どちらともいえない」(38.5%)、「そう思う」(8.9%)と続く。

【Q24】 以下の意見について、あなたはどの様に思いますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）

食事をしたレストランやファーストフード店の従業員の対応が悪かったので、お店が汚かった、料理がまずかったといった嘘の情報をブログやグルメサイトに投稿することは、法的に問題がある

炎上している投稿について、すでに特定されている当事者の個人情報ならば拡散してもプライバシーの侵害にはあたらない



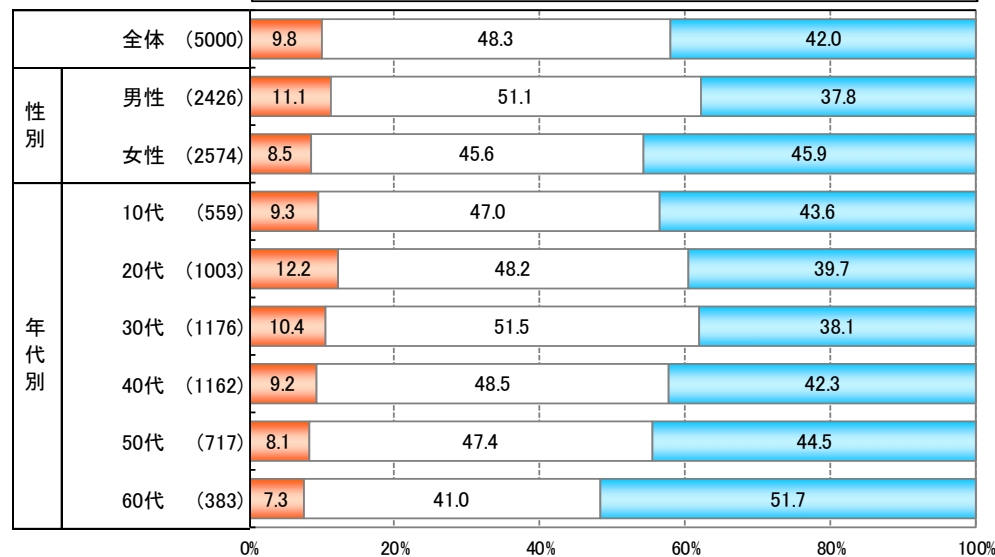
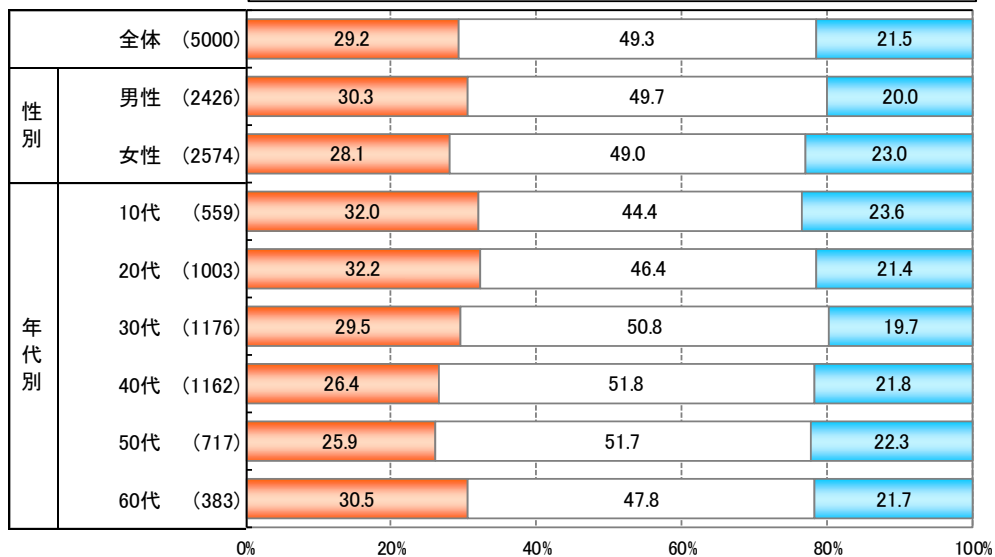
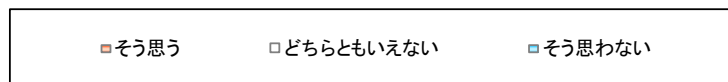
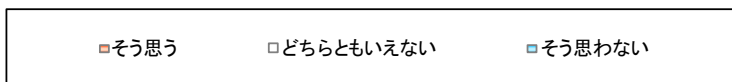
5-5-3.公開された情報に対する意識について③

- 『不謹慎な投稿に対して、批判的なコメントをすることは法的に問題はない』について最も高いのは、「どちらともいえない」(49.3%)である。次いで「そう思う」(29.2%)、「そう思わない」(21.5%)と続く。
- 『ある人に対し、嘘の誹謗中傷を公開して社会的評価を落とすことは法的に問題があるが、その内容が事実であれば個人的な理由であっても法的に問題がない』について最も高いのは、「どちらともいえない」(48.3%)である。次いで「そう思わない」(42.0%)、「そう思う」(9.8%)と続く。
- 年代別でみると、60代は「そう思わない」の割合が全体よりも9.7ポイントとやや高い。

【Q24】 以下の意見について、あなたはどの様に思いますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）

不謹慎な投稿に対して、批判的なコメントをすることは法的に問題はない

ある人に対し、嘘の誹謗中傷を公開して社会的評価を落とすことは法的に問題があるが、その内容が事実であれば個人的な理由であっても法的に問題がない

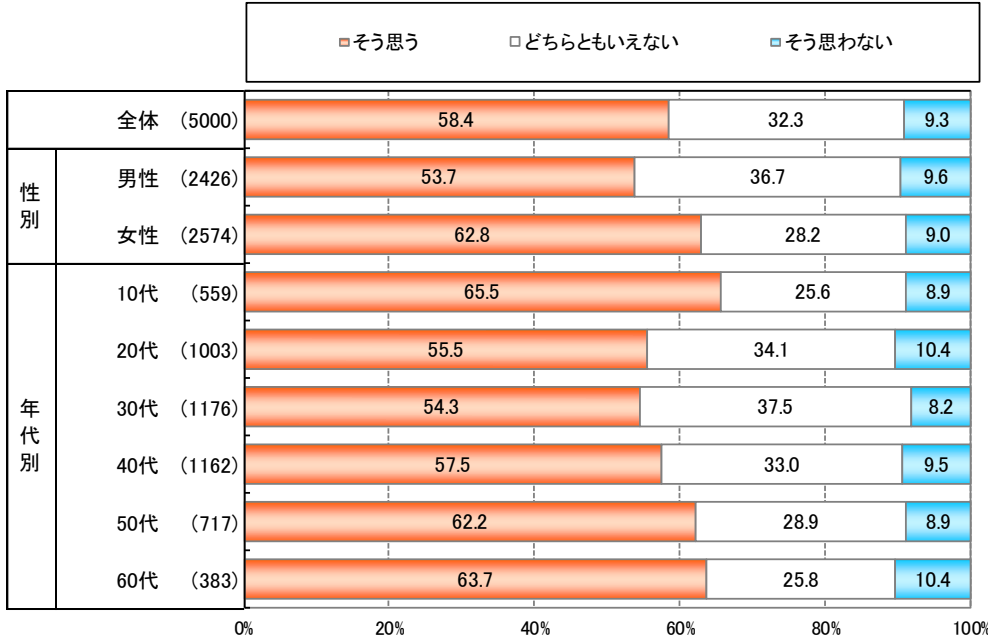


5-5-3.公開された情報に対する意識について④

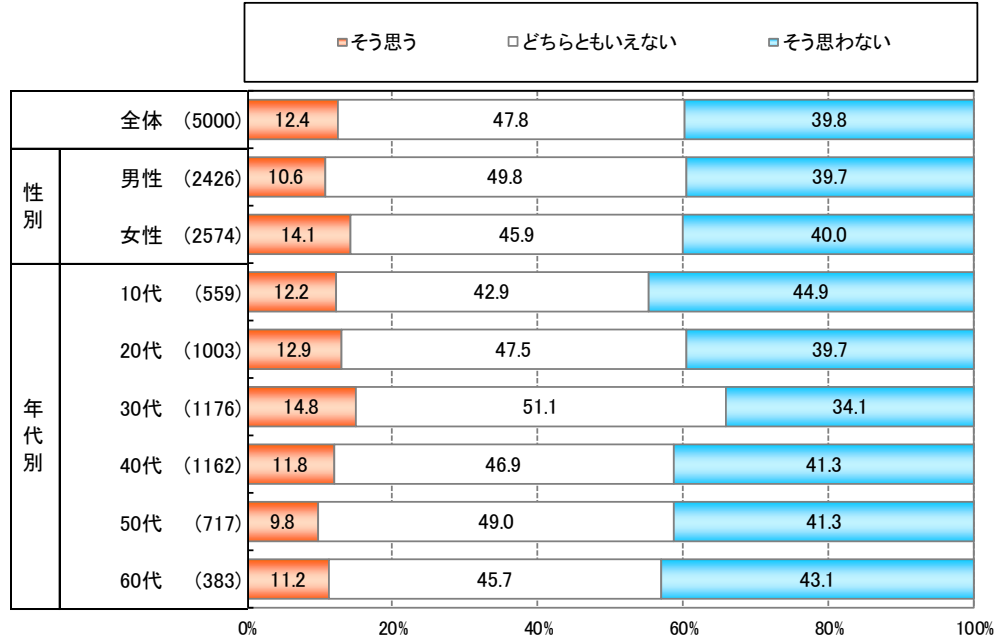
- 『他人のプライバシーに関する情報をSNSやブログで勝手に公開する行為は、賠償責任に問われることがある』について最も高いのは、「そう思う」(58.4%)である。次いで「どちらともいえない」(32.3%)、「そう思わない」(9.3%)と続く。
- 年代別でみると、「そう思う」が10代で7.1ポイント、60代で5.3ポイントと全体よりもやや高い。
- 『インターネットにアップした写真の公開範囲は友人までとしたので、それ以上公開されることはない』について最も高いのは、「どちらともいえない」(47.8%)である。次いで「そう思わない」(39.8%)、「そう思う」(12.4%)と続く。
- 年代別でみると、10代は「そう思わない」の割合が全体よりも5.1ポイントとやや高い。

【Q24】 以下の意見について、あなたはどの様に思いますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）

他人のプライバシーに関する情報をSNSやブログで勝手に公開する行為は、賠償責任に問われることがある



インターネットにアップした写真の公開範囲は友人までとしたので、それ以上公開されることはない



5-5-3.公開された情報に対する意識について⑤

- 『災害時にネタのつもりで嘘の情報を書き込んでも、本当にあったことではないので罪に問われることはない』について最も高いのは、「そう思わない」(59.4%)である。次いで「どちらともいえない」(34.3%)、「そう思う」(6.3%)と続く。
- 年代別でみると、60代は「そう思わない」の割合が全体よりも9.5ポイントとやや高い。

【Q24】 以下の意見について、あなたはどの様に思いますか。あてはまるものを1つずつ選択してください。（お答えはそれぞれ1つずつ）

災害時にネタのつもりで嘘の情報を書き込んでも、本当にあったことではないので罪に問われることはない

