



Information-technology
Promotion
Agency, Japan

2019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 －

2019年12月

独立行政法人 情報処理推進機構

目次

1.調査概要	P 2～3
2.回答者属性	P 4～6
3.調査結果概要	P 7～18
4.調査結果詳細【パソコン調査】	P 19
4-1.インターネットや情報に関する倫理教育の経験	P 20～25
4-2.インターネットサービスの利用状況	P 26～28
4-3.インターネットへの情報発信	P 29～41
4-4.インターネットにおける個人情報の取扱い	P 42～54
4-5.インターネットサービス利用時の問題行為・留意点	P 55～63
5.調査結果詳細【スマートデバイス調査】	P 64
5-1.インターネットや情報に関する倫理教育の経験	P 65～70
5-2.インターネットサービスの利用状況	P 71～96
5-3.インターネットへの情報発信	P 97～109
5-4.インターネットにおける個人情報の取扱い	P 110～122
5-5.インターネットサービス利用時の問題行為・留意点	P 123～127
5-6.公共の場所でのスマートデバイスの利用状況	P 128～137

1.調査概要

1.調査概要

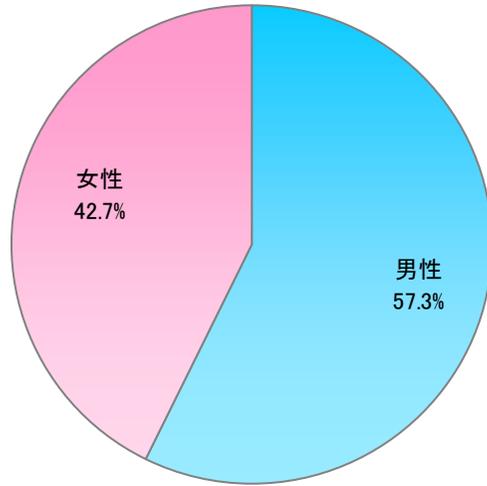
調査目的	<p>本調査は、過去に当機構が実施した「情報セキュリティの倫理に対する意識調査」を継続し、インターネット利用者を対象としたアンケート調査を実施することで、パソコンおよびスマートデバイスの利用者が、情報倫理に関してどのような認識を有しているか等を把握し、今後の情報セキュリティ対策における普及啓発活動に役立てることを目的とする。</p>																																																																																																																																																								
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 data-bbox="478 582 1131 961"> <p style="text-align: center;">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>31</td><td>0.6%</td><td>34</td><td>0.7%</td><td>65</td><td>1.3%</td></tr> <tr><td>15-19歳</td><td>120</td><td>2.4%</td><td>115</td><td>2.3%</td><td>235</td><td>4.7%</td></tr> <tr><td>20-29歳</td><td>369</td><td>7.4%</td><td>355</td><td>7.1%</td><td>724</td><td>14.5%</td></tr> <tr><td>30-39歳</td><td>451</td><td>9.0%</td><td>383</td><td>7.7%</td><td>834</td><td>16.7%</td></tr> <tr><td>40-49歳</td><td>599</td><td>12.0%</td><td>485</td><td>9.7%</td><td>1,084</td><td>21.7%</td></tr> <tr><td>50-59歳</td><td>521</td><td>10.4%</td><td>384</td><td>7.7%</td><td>905</td><td>18.1%</td></tr> <tr><td>60-69歳</td><td>452</td><td>9.0%</td><td>246</td><td>4.9%</td><td>698</td><td>14.0%</td></tr> <tr><td>70歳以上</td><td>321</td><td>6.4%</td><td>134</td><td>2.7%</td><td>455</td><td>9.1%</td></tr> <tr><td>合計</td><td>2,864</td><td>57.3%</td><td>2,136</td><td>42.7%</td><td>5,000</td><td>100.0%</td></tr> </tbody> </table> </div> <div data-bbox="1203 582 1856 961"> <p style="text-align: center;">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>37</td><td>0.7%</td><td>52</td><td>1.0%</td><td>89</td><td>1.8%</td></tr> <tr><td>15-19歳</td><td>184</td><td>3.7%</td><td>180</td><td>3.6%</td><td>364</td><td>7.3%</td></tr> <tr><td>20-29歳</td><td>404</td><td>8.1%</td><td>413</td><td>8.3%</td><td>817</td><td>16.3%</td></tr> <tr><td>30-39歳</td><td>462</td><td>9.2%</td><td>479</td><td>9.6%</td><td>941</td><td>18.8%</td></tr> <tr><td>40-49歳</td><td>557</td><td>11.1%</td><td>577</td><td>11.5%</td><td>1,134</td><td>22.7%</td></tr> <tr><td>50-59歳</td><td>419</td><td>8.4%</td><td>434</td><td>8.7%</td><td>853</td><td>17.1%</td></tr> <tr><td>60-69歳</td><td>288</td><td>5.8%</td><td>275</td><td>5.5%</td><td>563</td><td>11.3%</td></tr> <tr><td>70歳以上</td><td>121</td><td>2.4%</td><td>118</td><td>2.4%</td><td>239</td><td>4.8%</td></tr> <tr><td>合計</td><td>2,472</td><td>49.4%</td><td>2,528</td><td>50.6%</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	31	0.6%	34	0.7%	65	1.3%	15-19歳	120	2.4%	115	2.3%	235	4.7%	20-29歳	369	7.4%	355	7.1%	724	14.5%	30-39歳	451	9.0%	383	7.7%	834	16.7%	40-49歳	599	12.0%	485	9.7%	1,084	21.7%	50-59歳	521	10.4%	384	7.7%	905	18.1%	60-69歳	452	9.0%	246	4.9%	698	14.0%	70歳以上	321	6.4%	134	2.7%	455	9.1%	合計	2,864	57.3%	2,136	42.7%	5,000	100.0%		男性		女性		合計		n数	%	n数	%	n数	%	13-14歳	37	0.7%	52	1.0%	89	1.8%	15-19歳	184	3.7%	180	3.6%	364	7.3%	20-29歳	404	8.1%	413	8.3%	817	16.3%	30-39歳	462	9.2%	479	9.6%	941	18.8%	40-49歳	557	11.1%	577	11.5%	1,134	22.7%	50-59歳	419	8.4%	434	8.7%	853	17.1%	60-69歳	288	5.8%	275	5.5%	563	11.3%	70歳以上	121	2.4%	118	2.4%	239	4.8%	合計	2,472	49.4%	2,528	50.6%	5,000	100.0%
	男性		女性		合計																																																																																																																																																				
	n数	%	n数	%	n数	%																																																																																																																																																			
13-14歳	31	0.6%	34	0.7%	65	1.3%																																																																																																																																																			
15-19歳	120	2.4%	115	2.3%	235	4.7%																																																																																																																																																			
20-29歳	369	7.4%	355	7.1%	724	14.5%																																																																																																																																																			
30-39歳	451	9.0%	383	7.7%	834	16.7%																																																																																																																																																			
40-49歳	599	12.0%	485	9.7%	1,084	21.7%																																																																																																																																																			
50-59歳	521	10.4%	384	7.7%	905	18.1%																																																																																																																																																			
60-69歳	452	9.0%	246	4.9%	698	14.0%																																																																																																																																																			
70歳以上	321	6.4%	134	2.7%	455	9.1%																																																																																																																																																			
合計	2,864	57.3%	2,136	42.7%	5,000	100.0%																																																																																																																																																			
	男性		女性		合計																																																																																																																																																				
	n数	%	n数	%	n数	%																																																																																																																																																			
13-14歳	37	0.7%	52	1.0%	89	1.8%																																																																																																																																																			
15-19歳	184	3.7%	180	3.6%	364	7.3%																																																																																																																																																			
20-29歳	404	8.1%	413	8.3%	817	16.3%																																																																																																																																																			
30-39歳	462	9.2%	479	9.6%	941	18.8%																																																																																																																																																			
40-49歳	557	11.1%	577	11.5%	1,134	22.7%																																																																																																																																																			
50-59歳	419	8.4%	434	8.7%	853	17.1%																																																																																																																																																			
60-69歳	288	5.8%	275	5.5%	563	11.3%																																																																																																																																																			
70歳以上	121	2.4%	118	2.4%	239	4.8%																																																																																																																																																			
合計	2,472	49.4%	2,528	50.6%	5,000	100.0%																																																																																																																																																			
調査手法	<p>インターネット調査</p>																																																																																																																																																								
調査時期	<p>2019年12月5日(木)～12月16日(月)</p>																																																																																																																																																								
調査実施会社	<p>株式会社ネオマーケティング</p>																																																																																																																																																								
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】

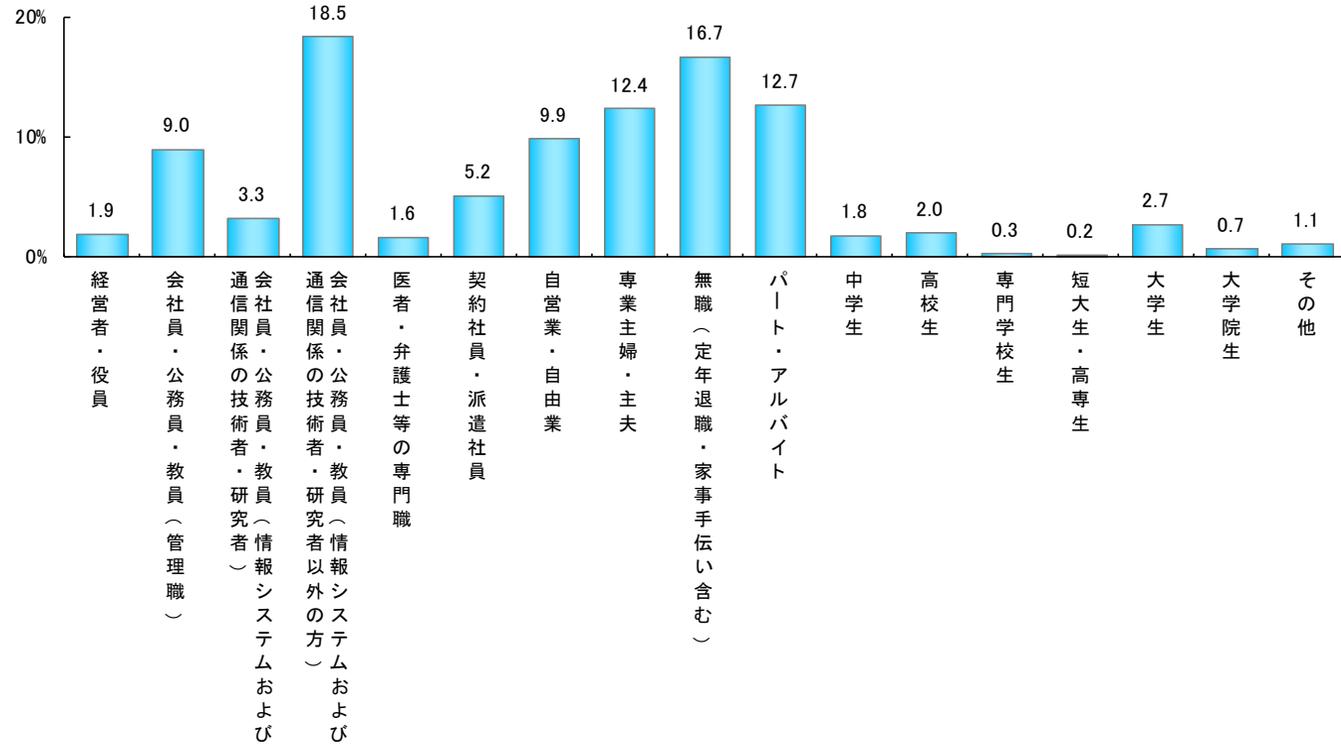
性別

(n=5000)



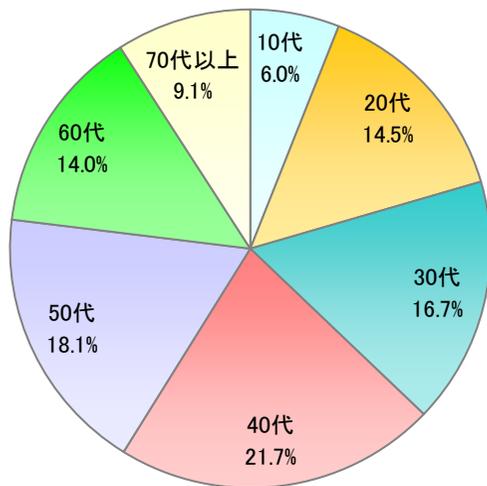
職業

(n=5000)



年代

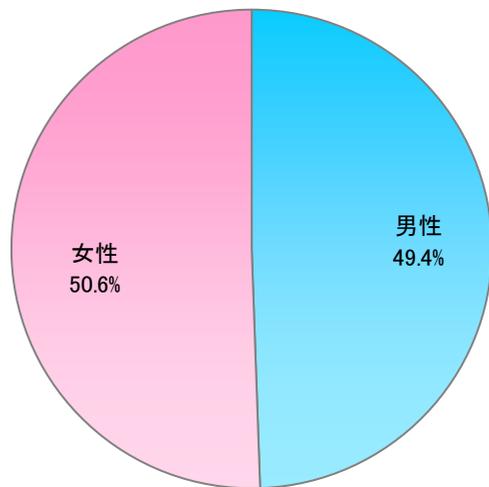
(n=5000)



2.回答者属性【スマートデバイス調査】

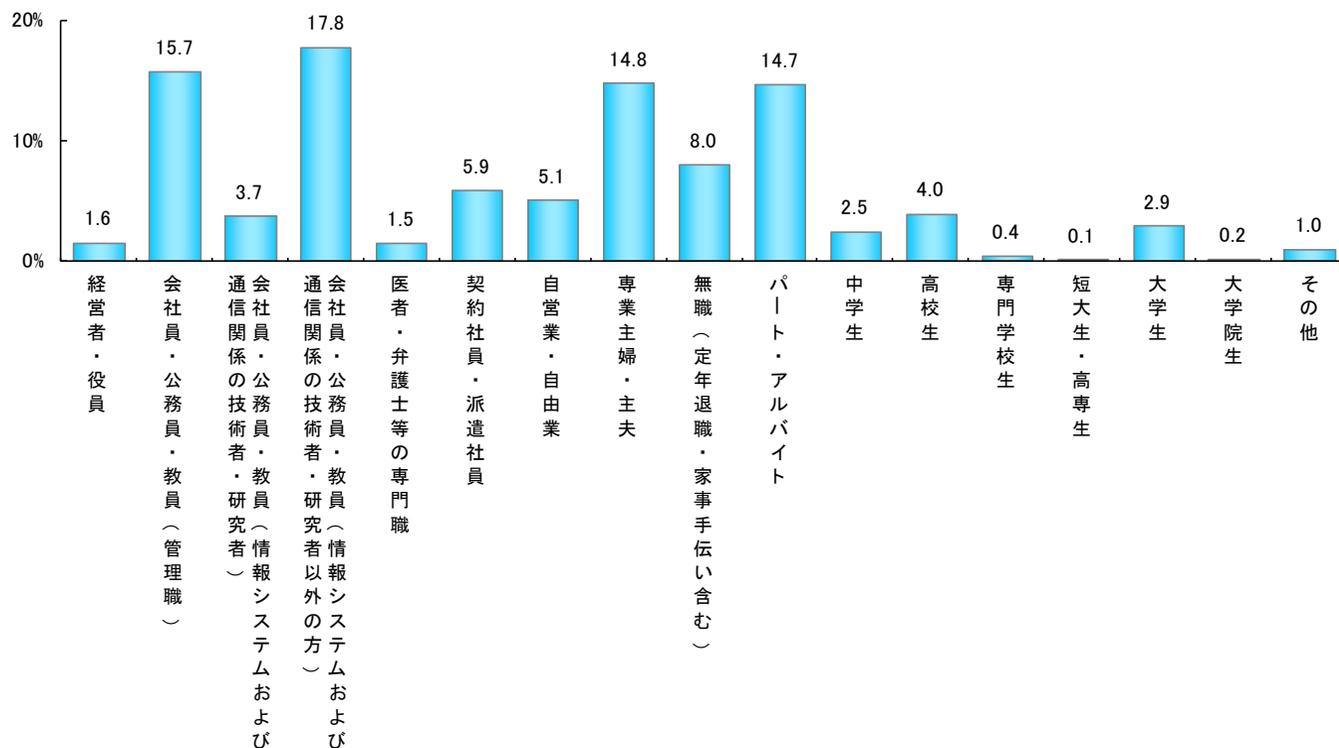
性別

(n=5000)



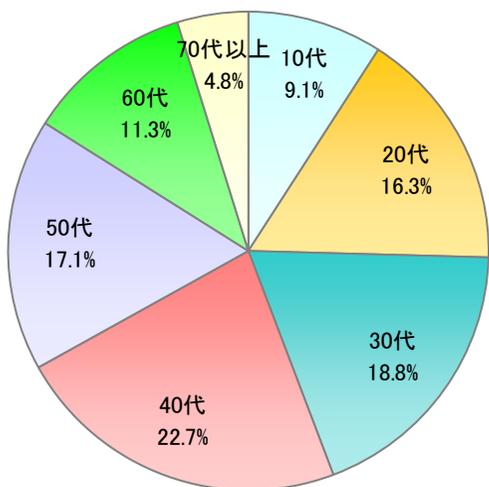
職業

(n=5000)



年代

(n=5000)



3. 調查結果概要

3.調査結果概要 (1)情報倫理教育に関する経験

パソコン利用者／スマートデバイス利用者ともに、情報倫理教育の受講経験者は、2割弱。
中学生、高校生、大学生の受講経験率が高く、ごく最近受講した人が多い。

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を「受けたことがある」割合は16.0%である。
- 年代別で見ると、10～20代は「受けたことがある」、70代以上は「受けたことはない」の割合が全体よりも高い。
- 職業別で見ると、中学生、高校生、大学生、大学院生は「受けたことがある」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「受けたことがある」の割合が低下している。

- 倫理教育の受講時期で最も高いのは、「1年以内」(36.2%)である。次いで「覚えていない」(26.3%)、「3年以内」(16.0%)、「5年以内」(14.7%)と続く。
- 年代別で見ると、10代と50代は「1年以内」の割合が全体よりも高い。
- 職業別で見ると、無職(定年退職・家事手伝い含む)は「覚えていない」、中学生は「1年以内」の割合が全体よりも高い。

【Q1】インターネットや情報に関する倫理教育の受講経験(p20-21)【パソコン調査】
【Q2】倫理教育の受講時期(p22-23)【パソコン調査】

スマートデバイス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を「受けたことがある」割合は17.9%である。
- 職業別で見ると、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高い。
- 年代別で見ると、10代は「受けたことがある」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「受けたことがある」の割合が低下している。

- 倫理教育の受講時期について最も高いのは、「1年以内」(38.0%)である。次いで「3年以内」(23.2%)、「覚えていない」(20.8%)、「5年以内」(14.4%)と続く。
- 職業別で見ると、専業主婦・主夫、無職(定年退職・家事手伝い含む)は「覚えていない」、中学生は「1年以内」、高校生は「3年以内」の割合が全体よりも高い。
- 年代別で見ると、10代は「1年以内」の割合が全体よりも高い。

【Q1】インターネットや情報に関する倫理教育の受講経験(p65-66)【スマートデバイス調査】
【Q2】倫理教育の受講時期(p67-68)【スマートデバイス調査】

3.調査結果概要 (2) インターネットサービスの利用状況

パソコン利用者は「これまでにSNSのアカウントを作成したことはない」が4割程度。特に、60代・70代で高い。特に20代は「1つのSNSで複数のアカウントを作成したことがある」が4割程度で最も高い。スマートデバイス利用者のインターネットサービスは、どれも低下傾向にある。特に「Google+」「掲示板」「動画共有サイト」の利用経験率が減少している。

パソコン利用者のインターネット上のサービス利用状況

- 「これまでにSNSのアカウントを作成したことはない」が41.9%で最も高い。
- 年代別に見ると、60代・70代以上が全体よりも高い。
- 「1つのSNSで複数のアカウントを作成したことがある」は全体値で20.4%に留まるものの、10代・20代・30代が全体よりも高い。
- アカウントを複数作成または削除した理由は、「公私別、友人別等でアカウントを使い分けて利用したいため」が48.5%で高い。
- 10代・20代・パソコン習熟度レベル4が全体よりも高い。

【Q4】経験があるSNSのアカウント(p27)【パソコン調査】

【Q5】アカウントを複数作成または削除した理由(p28)【パソコン調査】

スマートデバイス利用者のインターネット上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(利用経験有り・計)について最も高いのは、「LINE」(84.3%)である。次いで「動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画など)」(70.4%)、「Twitter」(54.1%)、「Facebook」(51.7%)と続く。
- 年代別で見ると、20代は「Instagram」「Twitter」、30代は「mixi」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「Facebook」「LINE」「Google+」「ブログ(アメーバブログ、はてなブログなど)」「掲示板(Yahoo!知恵袋、ロコミサイトなど)」「動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画など)」「その他のSNSや投稿サイト」の割合が低下している。
- アカウント保有状況については、「掲示板」「その他のSNSや投稿サイト」は「これまでにアカウントを作成したことはない」が最も高いが、それ以外のSNSでは「アカウントは1つのみ持っている」が最も高い。その中で最も高いのが「LINE」(87.2%)である。次いで「Facebook」(72.8%)、「Instagram」(69.8%)、「Twitter」(64.7%)と続く。

【Q4】インターネット上のサービス利用状況(p72-78)【スマートデバイス調査】

【Q5】アカウント保有状況(p79-84)【スマートデバイス調査】

3.調査結果概要 (3)インターネットへの情報発信①

パソコン・スマートデバイス利用者ともに、「閲覧のみで、投稿や公開はしたことがない」が約5割で半数を占める。
その中で、20代はSNSでの文章や写真、動画の投稿も高い。

パソコン利用者のインターネット上への情報発信・投稿の状況

- インターネット上への情報発信・投稿の状況について最も高いのは、「閲覧のみで、投稿や公開はしたことがない」(50.3%)である。次いで「SNS (Facebook、Twitterなど)に文章を投稿する」(33.1%)、「SNS (Facebook、Twitterなど)に写真、動画などを投稿する」(26.2%)、「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」(19.7%)と続く。
- 年代別で見ると、20代は「SNS (Facebook、Twitterなど)に写真、動画などを投稿する」「SNS (Facebook、Twitterなど)に文章を投稿する」、70代以上は「閲覧のみで、投稿や公開はしたことがない」の割合が全体よりも高い。

【Q6】インターネット上への情報発信・投稿の状況 (p29)【パソコン調査】

スマートデバイス利用者のインターネット上への情報発信・投稿の状況

- インターネット上への情報発信・投稿の状況について最も高いのは、「閲覧のみで、投稿や公開はしたことがない」(49.9%)である。次いで「SNS (Facebook、Twitterなど)に文章を投稿する」(33.9%)、「SNS (Facebook、Twitterなど)に写真、動画などを投稿する」(30.1%)、「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」(18.6%)と続く。
- 年代別で見ると、20代は「SNS (Facebook、Twitterなど)に写真、動画などを投稿する」「SNS (Facebook、Twitterなど)に文章を投稿する」が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「閲覧のみで、投稿や公開はしたことがない」の割合が上昇している。「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」「自分で登録したブログやウェブサイトに写真、動画などを公開する」「ショップサイトやグルメ情報サイトへショップについての感想や、レストランや食堂等の評価、口コミを投稿する」「掲示板にコメントを投稿する」「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」「SNS (Facebook、Twitterなど)で、シェアやリツイート等の機能を使って拡散する」の割合が低下している。

【Q8】インターネット上への情報発信・投稿の状況 (p97)【スマートデバイス調査】

3.調査結果概要 (3)インターネットへの情報発信②

悪意のある投稿の経験は、各利用者ともに2割前後。

パソコン利用者の悪意のある投稿経験

- 悪意のある投稿の経験について最も高いのは、「他人や企業の悪口」(7.4%)である。次いで「他人の発言を非難する内容」(6.7%)、「さげすんだり、けなしたりする内容」(6.4%)、「下品な言葉を含む内容」(5.4%)と続く。

【Q10】悪意のある投稿の経験(p33)【パソコン調査】

スマートデバイス利用者の悪意のある投稿経験

- 悪意のある投稿の経験について最も高いのは、「他人や企業の悪口」(7.4%)である。次いで「さげすんだり、けなしたりする内容」(7.3%)、「身体的特徴をあざ笑う、または馬鹿にする内容」(5.8%)、「下品な言葉を含む内容」(4.7%)と続く。

【Q12】悪意のある投稿の経験(p101)【スマートデバイス調査】

3.調査結果概要 (3) インターネットへの情報発信③

各利用者ともに、「人の投稿やコメントを見て不快になったから」がトップ
スマートデバイス利用者においては、「人の投稿やコメントを見て不快になった」「相手に仕返し」「炎上させたい」が
前回調査より増加している。

パソコン利用者の悪意のある投稿の理由と用いたアカウント

- 悪意のある投稿をした理由について最も高いのは、「人の投稿やコメントを見て不快になったから」(35.4%)である。次いで「人の意見に反論したかったから」(33.5%)、「人の意見を非難・批評するため」(26.7%)、「イライラしたから」(15.9%)と続く。
- 年代別でみると、10代は「人の意見に反論したかったから」が最も高い。
- 2018年と比較すると、「人の投稿やコメントを見て不快になったから」の割合が上昇している。

- 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、「普段利用しているアカウント」(66.7%)である。次いで「普段利用しているのとは別のアカウント」(24.4%)、「アカウント不要または匿名アカウントなど」(19.3%)と続く。
- 2018年と比較すると、「普段利用しているのとは別のアカウント」の割合が上昇している。

【Q11】悪意のある投稿をした理由(p34)【パソコン調査】
【Q13】悪意のある投稿に用いたアカウント(p36)【パソコン調査】

スマートデバイス利用者の悪意のある投稿の理由と用いたアカウント

- 悪意のある投稿をした理由について最も高いのは、「人の投稿やコメントを見て不快になったから」(33.2%)である。次いで「人の意見を非難・批評するため」(28.5%)、「人の意見に反論したかったから」(28.1%)、「相手に仕返すため」(21.7%)と続く。
- 2018年と比較すると、「人の投稿やコメントを見て不快になったから」「相手に仕返すため」「炎上させたかったから」の割合が上昇している。「イライラしたから」「好奇心や面白さから」の割合が低下している。

- 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、「普段利用しているアカウント」(61.7%)である。次いで「普段利用しているのとは別のアカウント」(35.1%)、「アカウント不要または匿名アカウントなど」(18.1%)と続く。
- 年代別でみると、10代は「普段利用しているのとは別のアカウント」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「普段利用しているのとは別のアカウント」の割合が上昇している。「普段利用しているアカウント」の割合が低下している。

【Q13】悪意のある投稿をした理由(p102)【スマートデバイス調査】
【Q15】悪意のある投稿に用いたアカウント(p104)【スマートデバイス調査】

3.調査結果概要 (4) インターネットにおける個人情報の取扱い①

個人情報の公開について、パソコン利用者は「サービス利用のために登録、公開が必須」、スマートデバイス利用者は「家族や友人しか見に来ない」がトップ

パソコン利用者の個人情報公開の際の考え方

- 公開や投稿への考え方について最も高いのは、「サービス利用のために登録、公開が必須なので止むを得なかった」(25.3%)である。次いで「登録、公開する情報は、第三者に知られても問題ない」(22.4%)、「漠然とした不安があった」(22.0%)、「登録、公開した情報が漏えいしないか心配になった」(17.6%)と続く。
- 2018年と比較すると、「家族や友人しか見に来ないので大丈夫」「登録、公開する情報は、第三者に知られても問題ない」の割合が低下している。

【Q16】公開や投稿への考え方について(p43)【パソコン調査】

スマートデバイス利用者の個人情報公開の際の考え方

- 公開や投稿への考え方で最も高いのは、「家族や友人しか見に来ないので大丈夫」(23.7%)である。次いで「これまでに特に問題が起きたことはないから大丈夫」(23.6%)、「サービス利用のために登録、公開が必須なので止むを得なかった」(18.2%)、「登録、公開する情報は、第三者に知られても問題ない」(18.0%)と続く。
- 年代別で見ると、10代は「家族や友人しか見に来ないので大丈夫」、70代以上は「サービス利用のために登録、公開が必須なので止むを得なかった」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「何も感じなかった」の割合が上昇している。「家族や友人しか見に来ないので大丈夫」「登録、公開する情報は、第三者に知られても問題ない」「公開範囲を限定しているので問題はない」「サービス利用のために登録、公開が必須なので止むを得なかった」の割合が低下している。

【Q18】公開や投稿への考え方について(p111)【スマートデバイス調査】

3.調査結果概要 (4) インターネットにおける個人情報の取扱い②

他人に個人情報を公開された経験者は、パソコン利用者は約2割、スマートデバイス利用者は3割弱存在し、各利用者とも「自分だと判別できる画像や動画」を公開されているがトップである。

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割合は18.6%である。その内容で最も高いのは、「自分だと判別することができる画像や動画」(6.7%)である。次いで「事前に自分の許可を得ている」(5.2%)、「氏名、所属組織(会社名、学校名など)、性別、年齢などの自分に関する情報」(4.3%)と続く。
- 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、「常識がないと思った」(32.9%)である。次いで「ある程度は仕方ないと思った」(21.6%)、「注意してあげようと思った」(17.6%)、「つきあうのを止めようと思った」(15.2%)と続く。
- 2018年と比較すると、「ある程度は仕方ないと思った」の割合が低下している。

【Q21】他人に個人情報を公開された経験(p48)【パソコン調査】
【Q22】他人に個人情報を公開された時の気持ち(p49)【パソコン調査】

スマートデバイス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割合は27.2%である。その内容で最も高いのは、「自分だと判別することができる画像や動画」(9.7%)である。次いで「氏名、所属組織(会社名、学校名など)、性別、年齢などの自分に関する情報」(7.5%)、「住所、電話番号、メールアドレスなどの自分に連絡が取ることができる情報」(6.2%)、「行った場所やその日時などの自分の行動に関する情報」(5.6%)と続く。
- 2018年と比較すると、「投稿や公開、タグ付けされているかわからない(確認できていない)」の割合が上昇している。「自分だと判別することができる画像や動画」の割合が低下している。
- 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、「常識がないと思った」(31.7%)である。次いで「注意してあげようと思った」(21.2%)、「ある程度は仕方ないと思った」(18.0%)、「つきあうのを止めようと思った」(16.5%)と続く。
- 2018年と比較すると、「注意してあげようと思った」「やりかえてやろうと思った」の割合が上昇している。「ある程度は仕方ないと思った」の割合が低下している。

【Q23】他人に個人情報を公開された経験(p116)【スマートデバイス調査】
【Q24】他人に個人情報を公開された時の気持ち(p117)【スマートデバイス調査】

3.調査結果概要 (4) インターネットにおける個人情報の取扱い③

他人の個人情報を公開したことのある人は、パソコン利用者は1割強、スマートデバイス利用者は2割である。公開理由は、各利用者ともに「共通の友人に状況を伝えなかったから」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について最も高いのは、「自分以外の個人情報やプライベートな情報を公開やタグ付けしたことはない」(86.9%)である。次いで「氏名、所属組織(会社名、学校名など)、性別、年齢などの本人に関する情報」(4.0%)、「本人だと判別することができる画像や動画」(3.8%)、「事前に本人の許可を得ている」(3.5%)と続く。
- 他人の個人情報の公開理由で最も高いのは、「共通の友人に状況を伝えなかったから」(27.6%)である。次いで「これくらいなら許してもらえらると思うから」(24.8%)、「友人や知り合いしか見ないだろうから」(24.4%)、「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」(22.5%)と続く。
- 年代別でみると、60代は「これくらいなら許してもらえらると思うから」が最も高い。
- 2018年と比較すると、「共通の友人に状況を伝えなかったから」「友人や知り合いしか見ないだろうから」「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」の割合が低下している。

【Q18】他人の個人情報の公開経験(p45)【パソコン調査】

【Q19】他人の個人情報の公開理由(p46)【パソコン調査】

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について最も高いのは、「自分以外の個人情報やプライベートな情報を公開やタグ付けしたことはない」(80.0%)である。次いで「氏名、所属組織(会社名、学校名など)、性別、年齢などの本人に関する情報」(8.1%)、「本人だと判別することができる画像や動画」(6.4%)、「住所、電話番号、メールアドレスなどの本人に連絡が取るることができる情報」(6.2%)と続く。
- 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」(33.6%)である。次いで「これくらいなら許してもらえらると思うから」(30.8%)、「友人や知り合いしか見ないだろうから」(27.1%)、「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」(21.6%)と続く。
- 2018年と比較すると、「これくらいなら許してもらえらると思うから」の割合が上昇している。「共通の友人に状況を伝えなかったから」「友人や知り合いしか見ないだろうから」の割合が低下している。

【Q20】他人の個人情報の公開経験(p113)【スマートデバイス調査】

【Q21】他人の個人情報の公開理由(p114)【スマートデバイス調査】

3.調査結果概要 (5)インターネットサービス利用時の問題行為・留意点

**インターネットサービス利用時に最も問題視されているのは、各利用者とも「性的な写真の送信」である。
ソフトウェア・データ利用時はパソコン利用者は「ソフトウェアを無断でコピーして利用」、スマートデバイス利用時は「ながら運転」がトップ。**

パソコン利用者のインターネットサービス／ソフトウェア・データ利用時の問題意識

- インターネットサービス利用時の問題意識(問題がある)について最も高いのは、「SNSで知り合った異性から、性的な写真を送って欲しいと言われたので撮影して送信した」(63.6%)である。次いで「気に入らない著名人のSNSに差別的表現を含むコメントを投稿した」(56.0%)、「友人から代理操作を依頼されたので、友人のIDとパスワードを使ってログインした」(53.5%)、「外出先で撮影した写真にハッキリと顔がわかる第三者が映り込んでいたが、特に加工などをせずに公開をした」(52.7%)と続く。
- 2018年と比較すると、「SNSで知りあった人だが意気投合したので、後日、二人で会う約束をした」「利用した飲食店の従業員の態度が悪く不快だったので、口コミサイトで低評価のレビューをした」「現所在地や今後の旅行予定などの情報をSNSにリアルタイムで公開した」「購入した商品に問題があったので、その証拠となる写真と共にメーカーの批判コメントを投稿した」の割合が上昇している。「SNSで知り合った異性から、性的な写真を送って欲しいと言われたので撮影して送信した」の割合が低下している。
- ソフトウェア・データ利用時の問題意識(問題がある・計)について最も高いのは、「学校または会社のソフトウェアを無断でコピーを作成して利用した」(81.8%)である。次いで「悪意の目的はないが、興味本位でインターネット上に公開されている情報からウイルスを作成した」(79.5%)、「購入したソフトウェアやコンテンツのコピーを作成して友人に配布した」(77.8%)、「ソフトウェアのアクティベーション(ライセンス認証)を回避する方法を用いて利用した」(76.9%)と続く。

【Q24】インターネットサービス利用時の問題意識(p55-56)【パソコン調査】

【Q26】ソフトウェア・データ利用時の問題意識(p58-63)【パソコン調査】

スマートデバイス利用者のインターネットサービス／スマートデバイス利用時の問題意識

- インターネットサービス利用時の問題意識(問題がある)について最も高いのは、「SNSで知り合った異性から、性的な写真を送って欲しいと言われたので撮影して送信した」(59.1%)である。次いで「来店先で悪ふざけを行う様子を撮影し、SNSに投稿した」(59.0%)、「勤務先で悪ふざけを行う様子を撮影し、SNSに投稿した」(58.7%)、「友人から代理操作を依頼されたので、友人のIDとパスワードを使ってログインした」(51.7%)と続く。
- 2018年と比較すると、「SNSで知りあった人だが意気投合したので、後日、二人で会う約束をした」「利用した飲食店の従業員の態度が悪く不快だったので、口コミサイトで低評価のレビューをした」「SNSのアイコンをアニメキャラクターなどの画像に設定した」「購入した商品に問題があったので、その証拠となる写真と共にメーカーの批判コメントを投稿した」の割合が上昇している。「海賊版サイトに公開されているコンテンツを閲覧した」「SNSで知り合った異性から、性的な写真を送って欲しいと言われたので撮影して送信した」「友人から代理操作を依頼されたので、友人のIDとパスワードを使ってログインした」「気に入らない著名人のSNSに差別的表現を含むコメントを投稿した」の割合が低下している。
- スマートデバイス利用時の問題意識(問題がある)について最も高いのは、「スマートデバイスの画面を見ながら、公道で自転車や自動車の運転をした」(56.6%)である。次いで「飲食店などの座席確保のため、スマートデバイスを机の上に置いたまま席を離れた」(46.1%)、「スマートデバイスの画面を見ながら、街中や公共の施設内を徒歩で移動した」(45.9%)、「電車やバスの車内など背後に周囲に第三者がいる状況で、インターネットサービス利用に必要なパスワードを入力した」(38.2%)と続く。
- 2018年と比較すると、「飲食店などの座席確保のため、スマートデバイスを机の上に置いたまま席を離れた」「スマートデバイスの画面を見ながら、公道で自転車や自動車の運転をした」「スマートデバイスの画面を見ながら、街中や公共の施設内を徒歩で移動した」の割合が低下している。

【Q26】インターネットサービス利用時の問題意識(p123-124)【スマートデバイス調査】

【Q28】スマートデバイス利用時の問題意識(p126-127)【スマートデバイス調査】

3.調査結果概要 (6)公共の場所でのスマートデバイス利用状況

公共の場での公衆無線LANの利用経験割合は5割強であり、前年よりも低下している。
利用非経験者は、「悪意のアクセスポイントへの接続」や「盗聴」に不安を感じ、利用を控える様子がみられる。

スマートデバイス利用者の公共の場でのスマートデバイス利用状況

- 「外出先で公衆無線LAN(無料Wi-Fi)に接続して利用したことがある」割合は52.5%である。
- 2018年と比較すると、「外出先で公衆無線LAN(無料Wi-Fi)に接続して利用したことはない」の割合が上昇している。
- 公衆無線LANの利用場所・用途については、どの利用場所も「Web閲覧」が最も高い。
- 利用場所別でみると、どの利用場所も「ホテル(宿泊部屋、ラウンジなど)」が最も高い。
- 公衆無線LANを利用しない理由について最も高いのは、「携帯電話会社(キャリア回線)の通信で問題ない(Wi-Fi接続の必要がない)から」(29.1%)である。次いで「悪意のアクセスポイントに接続してしまう恐れがあるから」(24.7%)、「利用した際の通信の盗聴が心配だから」(21.4%)、「公衆無線LAN(無料Wi-Fi)への接続方法がわからないから」(15.3%)と続く。
- 2018年と比較すると、「携帯電話会社(キャリア回線)の通信で問題ない(Wi-Fi接続の必要がない)から」「公衆無線LAN(無料Wi-Fi)への接続方法がわからないから」「利用した際の通信の盗聴が心配だから」「悪意のアクセスポイントに接続してしまう恐れがあるから」の割合が低下している。

【Q29】公衆無線LANの利用(p128)【スマートデバイス調査】
【Q30】公衆無線LANの利用場所・用途(p129-134)【スマートデバイス調査】
【Q31】公衆無線LANを利用しない理由(p135)【スマートデバイス調査】

3.調査結果概要 (7) SNS上の交流状況

SNS上で交流がある人と実際に会った経験がある割合」は2割。年代が若いほど高く、20代では3割。
その中で、実際に会って不快な目に遭った経験がある割合は2割強。

スマートデバイス利用者の公共の場でのスマートデバイス利用状況

- 「SNS上で交流がある人と実際に会った経験がある割合」は20.7%。年代が若い、SD習熟度が高いほど高い。
- その中で、「実際に会って不快な目に遭った経験がある割合」は24.7%である。

【Q32】SNS上で交流がある人と実際に会った経験 (p136)【スマートデバイス調査】

【Q33】実際に会って不快な目に遭った経験 (p137)【スマートデバイス調査】

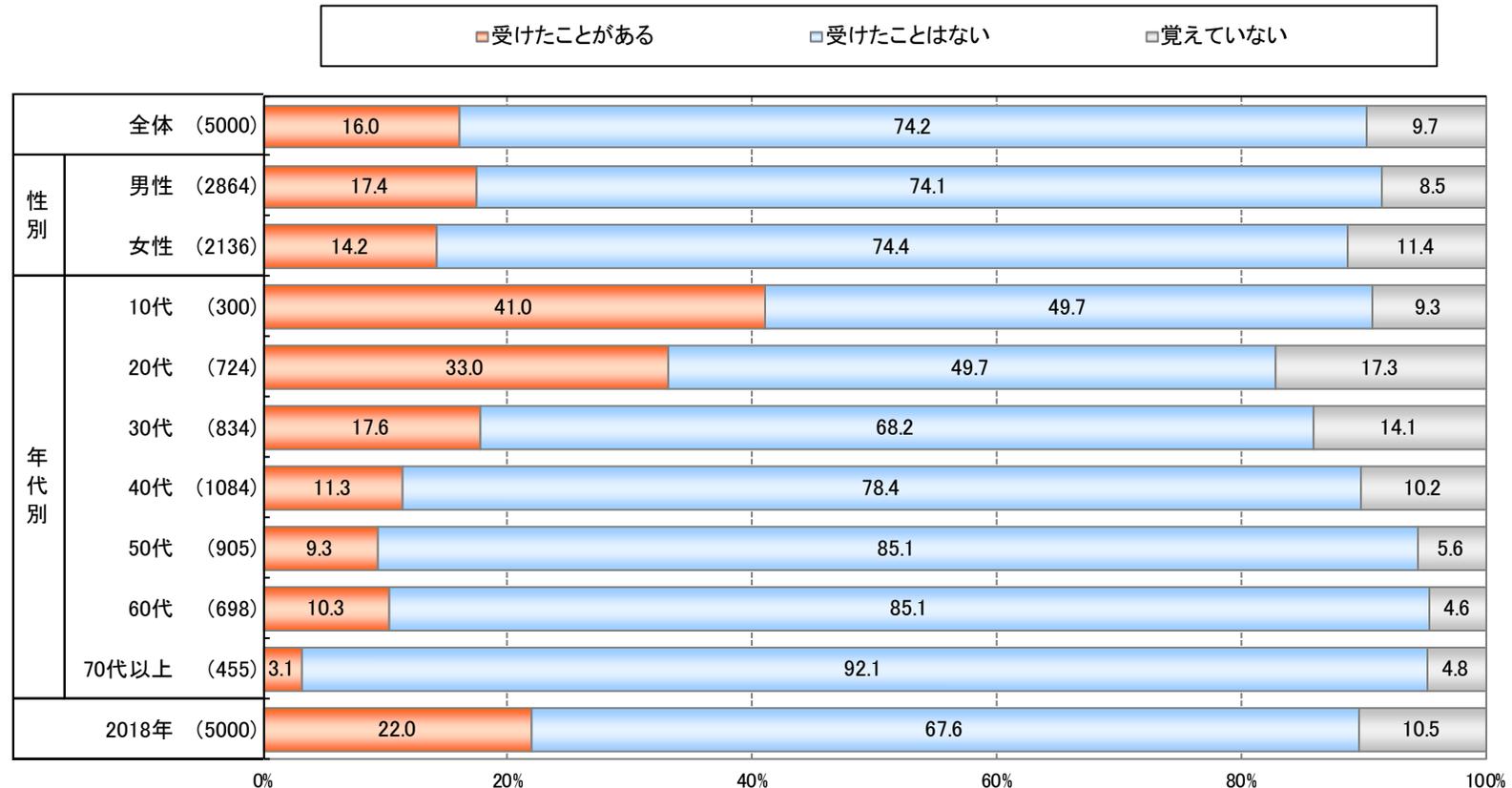
4.調査結果詳細【パソコン調査】

4-1.インターネットや情報に関する倫理教育に関する経験

4-1-1.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を「受けたことがある」割合は16.0%である。
- 年代別で見ると、10~20代は「受けたことがある」、70代以上は「受けたことはない」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「受けたことがある」の割合が低下している。

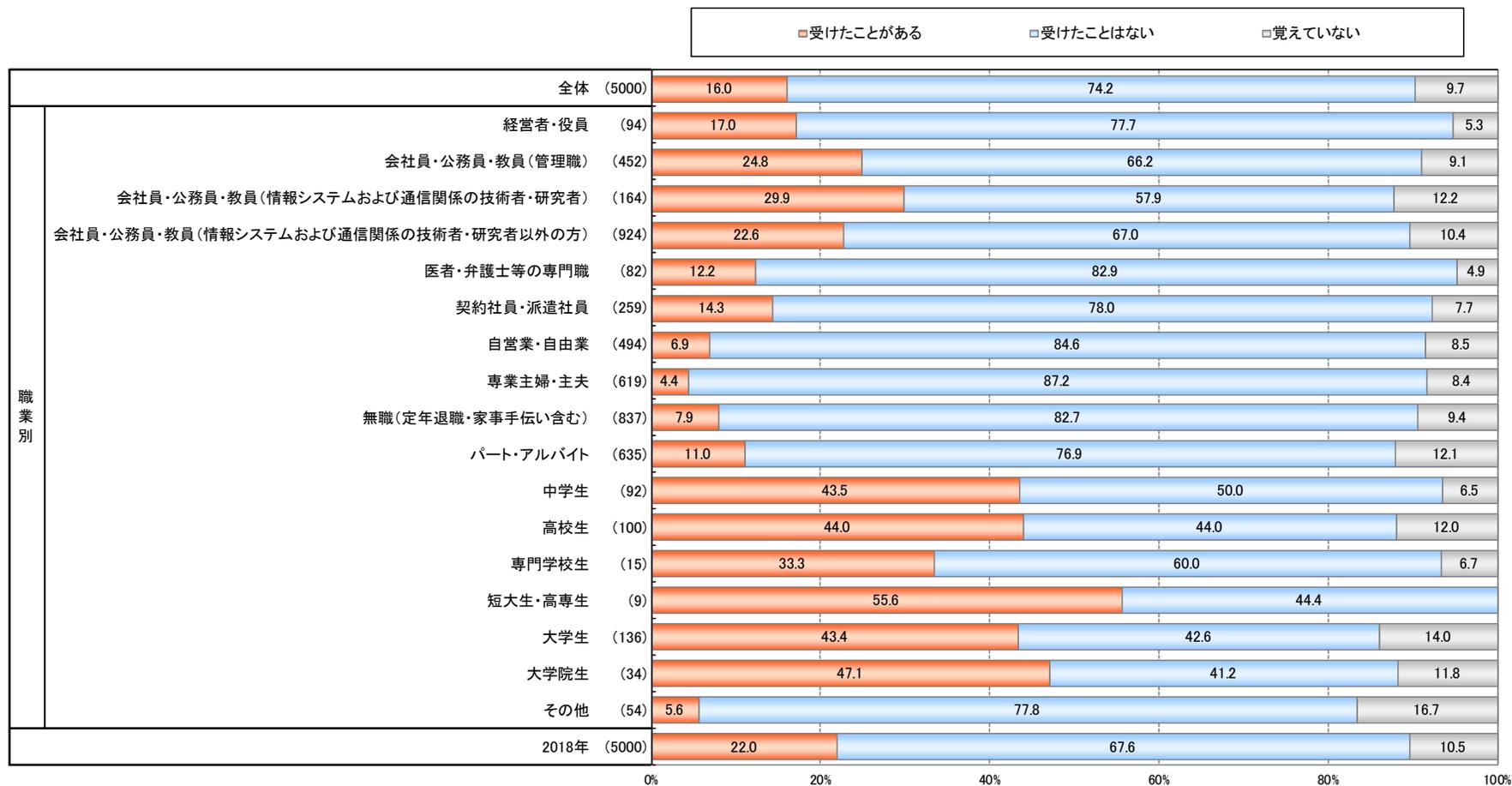
Q1 これまでにインターネットや情報に関する倫理教育を受けたことがありますか。あてはまるものを選択してください。(お答えは1つ)



4-1-1.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、中学生、高校生、大学生、大学院生は「受けたことがある」の割合が全体よりも高い。

Q1 これまでに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。あてはまるものを選択してください。(お答えは1つ)

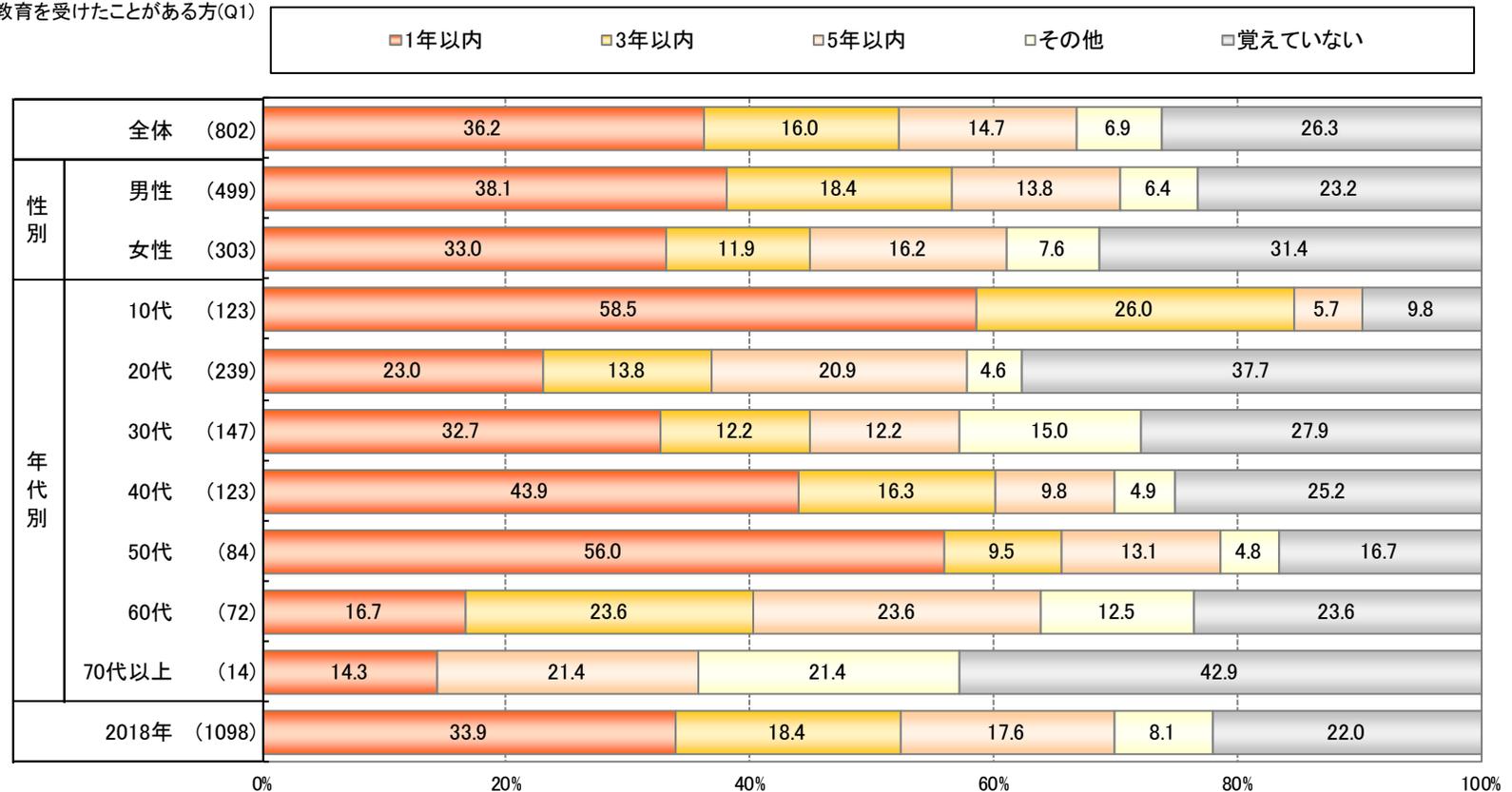


4-1-2.倫理教育の受講時期①

- 倫理教育の受講時期について最も高いのは、「1年以内」(36.2%)である。次いで「覚えていない」(26.3%)、「3年以内」(16.0%)、「5年以内」(14.7%)と続く。
- 年代別で見ると、10代と50代は「1年以内」の割合が全体よりも高い。

Q2 インターネットや情報に関する倫理教育を受講した時期について、あてはまるものを選択してください。過去に複数回受講されている場合は、最後に受講した時期を選択してください。(お答えは1つ)

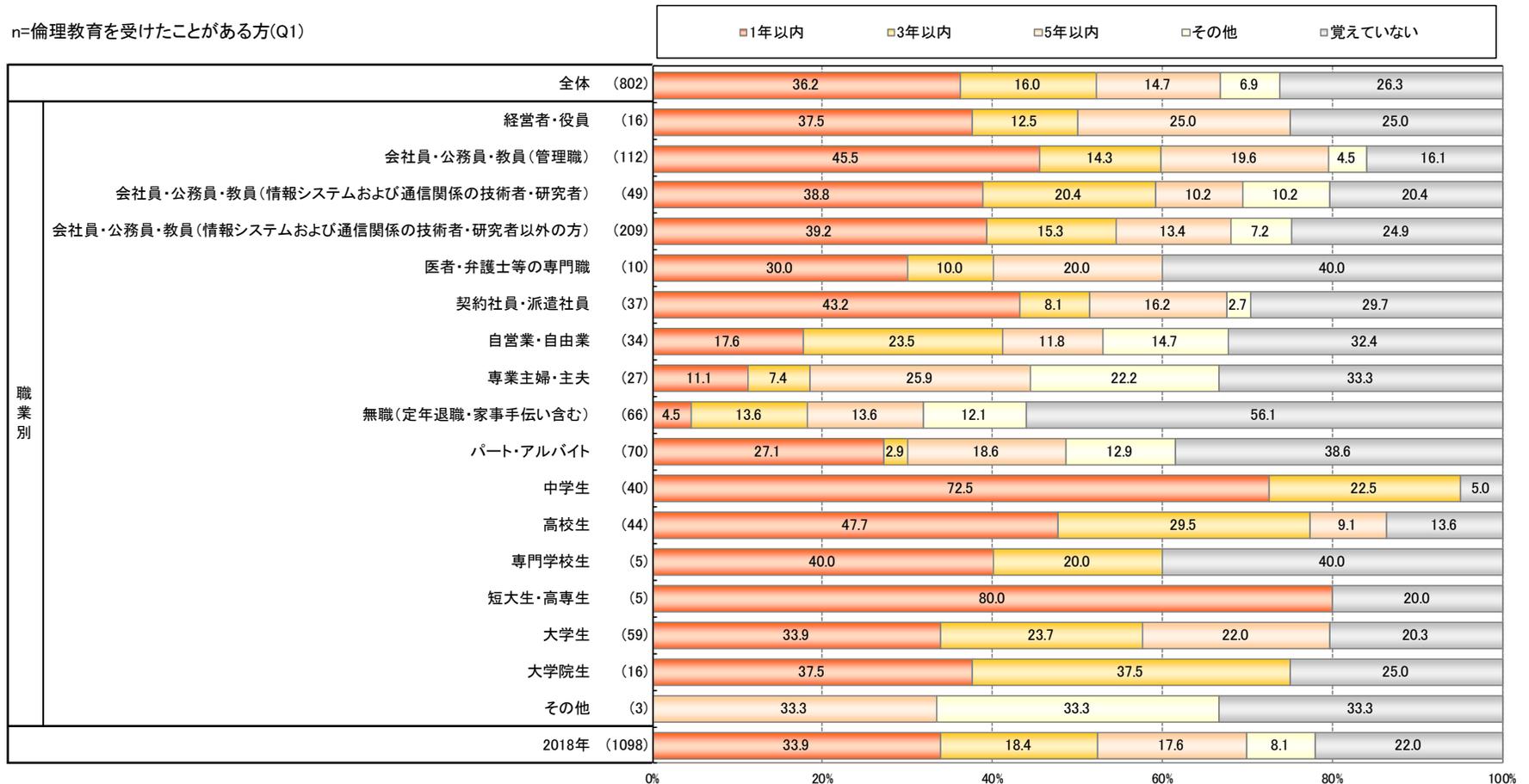
n=倫理教育を受けたことがある方(Q1)



4-1-2.倫理教育の受講時期②

■ 職業別でみると、無職(定年退職・家事手伝い含む)は「覚えていない」、中学生は「1年以内」の割合が全体よりも高い。

Q2 インターネットや情報に関する倫理教育を受講した時期について、あてはまるものを選択してください。過去に複数回受講されている場合は、最後に受講した時期を選択してください。(お答えは1つ)



4-1-3.倫理教育の受講場所①

- 倫理教育の受講場所について最も高いのは、「通学、通勤先の学校や会社が主催した倫理教育」(77.1%)である。次いで「情報通信関連の企業などが主催した倫理教育」(8.9%)、「自治体や公的機関などが主催した倫理教育」(5.9%)と続く。
- 2018年と比較すると、「通学、通勤先の学校や会社が主催した倫理教育」の割合が低下している。

Q3 インターネットや情報に関する倫理教育を受講した場所(教育の主催元)について、あてはまるものを選択してください。(お答えは1つ)

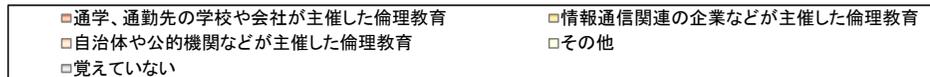


4-1-3.倫理教育の受講場所②

■ 職業別でもみても大差はみられない。

Q3 インターネットや情報に関する倫理教育を受講した場所(教育の主催元)について、あてはまるものを選択してください。(お答えは1つ)

n=倫理教育を受けたことがある方(Q1)

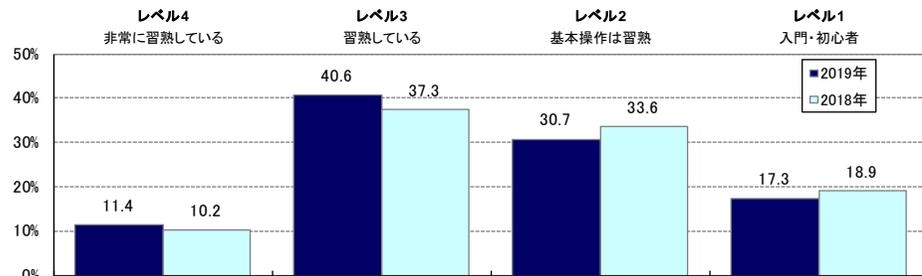


4-2.インターネットサービスの利用状況

4-2-1.パソコンの習熟度

- パソコンの習熟度について最も高いのは、「パソコンに関する基本的な知識を有しており、具体的な操作方法やトラブル発生時の対応等は自分で調べて対処することができるレベル」(40.6%)である。次いで「パソコンの基本的な操作や簡単な設定変更はでき、予期せぬ挙動やエラーが発生した場合も他者からの説明があれば理解、対処できるレベル」(30.7%)、「パソコンの基本的な操作はできるが、設定変更等は自分ではできず他者をお願いをする必要があるレベル」(17.3%)、「パソコンに関する十分な知識を有しており、具体的な操作方法やトラブル発生時の対応等について他者に説明することができるレベル」(11.4%)と続く。
- 職業別では、専業主婦・主夫、中学生は「パソコンの基本的な操作はできるが、設定変更等は自分ではできず他者をお願いをする必要があるレベル」が最も高い。

SC6_1 あなたのパソコンの習熟度として、最もあてはまるレベルを回答してください。【】のお子様のパソコンの習熟度として、最もあてはまるレベルを回答してください。(お答えは1つ)



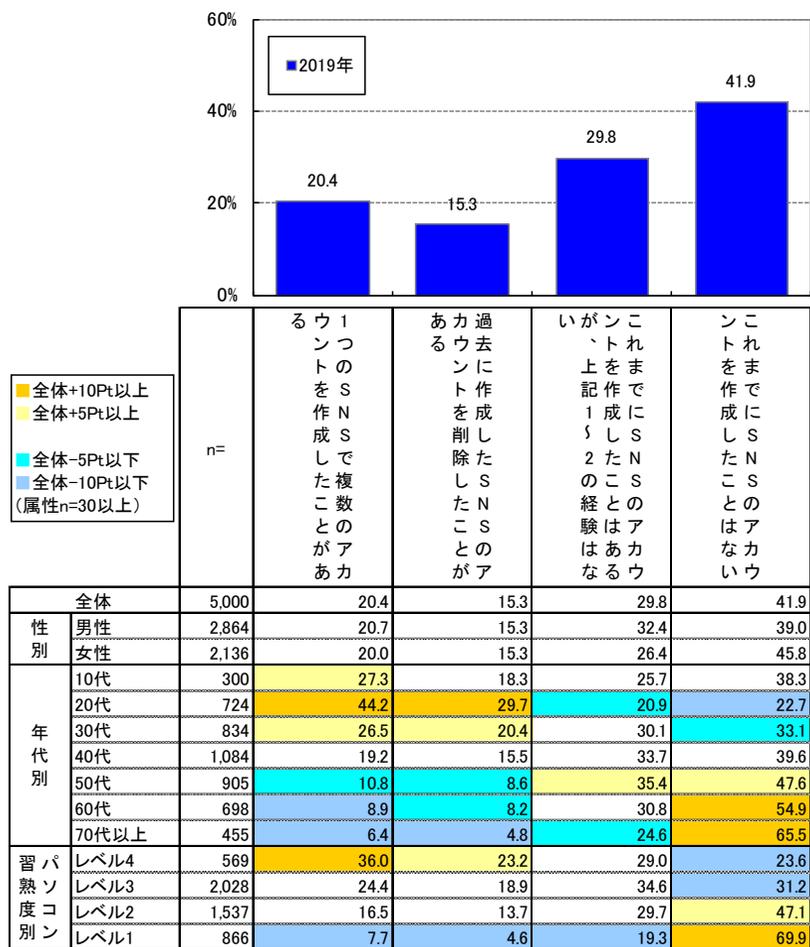
■ 全体+10Pt以上
■ 全体+5Pt以上
■ 全体-5Pt以下
■ 全体-10Pt以下
 (属性n=30以上)

属性	n	レベル				
		レベル4 非常に習熟している	レベル3 習熟している	レベル2 基本操作は習熟	レベル1 入門・初心者	
全体	5000	11.4	40.6	30.7	17.3	
年代別	10代	300	15.0	32.0	24.0	29.0
	20代	724	18.0	45.3	25.4	11.3
	30代	834	11.5	45.7	29.1	13.7
	40代	1084	10.9	42.5	30.7	15.9
	50代	905	9.9	39.6	32.6	17.9
	60代	698	9.5	36.0	34.7	19.9
	70代以上	455	5.3	33.6	36.9	24.2
職業別	経営者・役員	94	23.4	37.2	28.7	10.6
	会社員・公務員・教員(管理職)	452	16.8	47.6	26.3	9.3
	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)	164	40.2	45.1	12.2	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・研究者以外の方)	924	12.6	46.6	30.6	10.2
	医者・弁護士等の専門職	82	8.5	48.8	25.6	17.1
	契約社員・派遣社員	259	9.7	39.0	39.0	12.4
	自営業・自由業	494	14.8	46.4	29.1	9.7
	専業主婦・主夫	619	2.3	21.2	35.5	41.0
	無職(定年退職・家事手伝い含む)	837	7.4	44.7	31.8	16.1
	パート・アルバイト	635	5.7	37.3	36.5	20.5
	中学生	92	17.4	15.2	20.7	46.7
	高校生	100	14.0	40.0	19.0	27.0
	専門学校生	15	13.3	40.0	33.3	13.3
	短大生・高専生	9	22.2	11.1	55.6	11.1
	大学生	136	19.9	43.4	25.7	11.0
	大学院生	34	20.6	67.6	5.9	5.9
	その他	54	7.4	33.3	35.2	24.1
2018年	5000	10.2	37.3	33.6	18.9	

4-2-2.経験があるSNSのアカウント

- 経験があるSNSのアカウントについて最も高いのは、「これまでにSNSのアカウントを作成したことはない」(41.9%)である。次いで「これまでにSNSのアカウントを作成したことはあるが、上記1~2の経験はない」(29.8%)、「1つのSNSで複数のアカウントを作成したことがある」(20.4%)、「過去に作成したSNSのアカウントを削除したことがある」(15.3%)と続く。
- 年代別で見ると、20代は「1つのSNSで複数のアカウントを作成したことがある」、70代以上は「これまでにSNSのアカウントを作成したことはない」の割合が全体よりも高い。
- パソコン習熟度別で見ると、レベル4は「1つのSNSで複数のアカウントを作成したことがある」、レベル1は「これまでにSNSのアカウントを作成したことはない」の割合が全体よりも高い。

Q4 SNS(TwitterやFacebook等)のアカウントについて、これまでに経験があるものをすべて選択してください。(お答えはいくつでも)

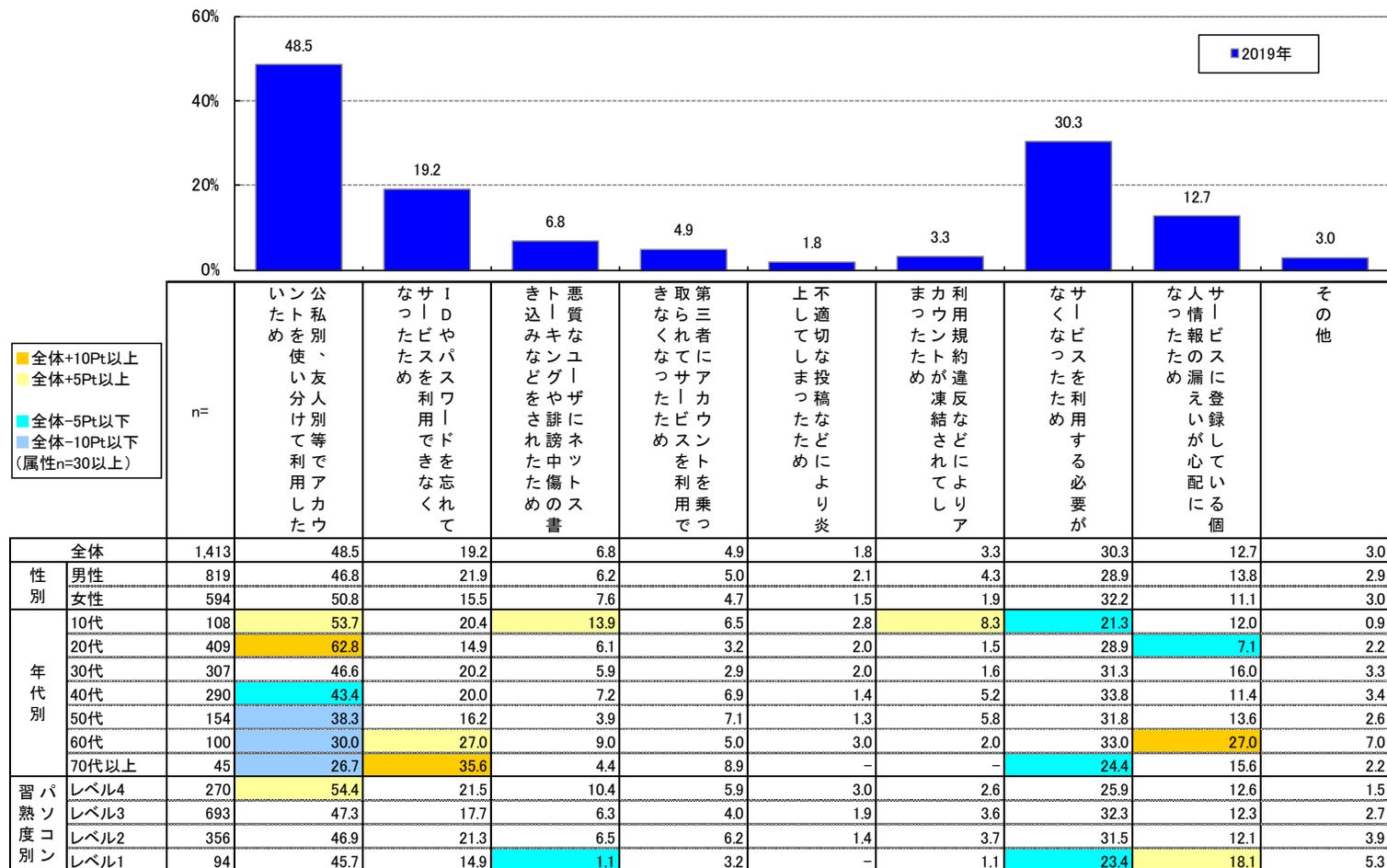


4-2-3.アカウントを複数作成または削除した理由

- アカウントを複数作成または削除した理由について最も高いのは、「公私別、友人別等でアカウントを使い分けて利用したいため」(48.5%)である。次いで「サービスを利用する必要がなくなったため」(30.3%)、「IDやパスワードを忘れてサービスを利用できなくなったため」(19.2%)、「サービスに登録している個人情報の漏えいが心配になったため」(12.7%)と続く。
- 年代別で見ると、70代以上は「IDやパスワードを忘れてサービスを利用できなくなったため」が最も高い。

Q5 アカウントを複数作成または削除した理由について、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の複数アカウント作成 or 削除経験がある(Q4)

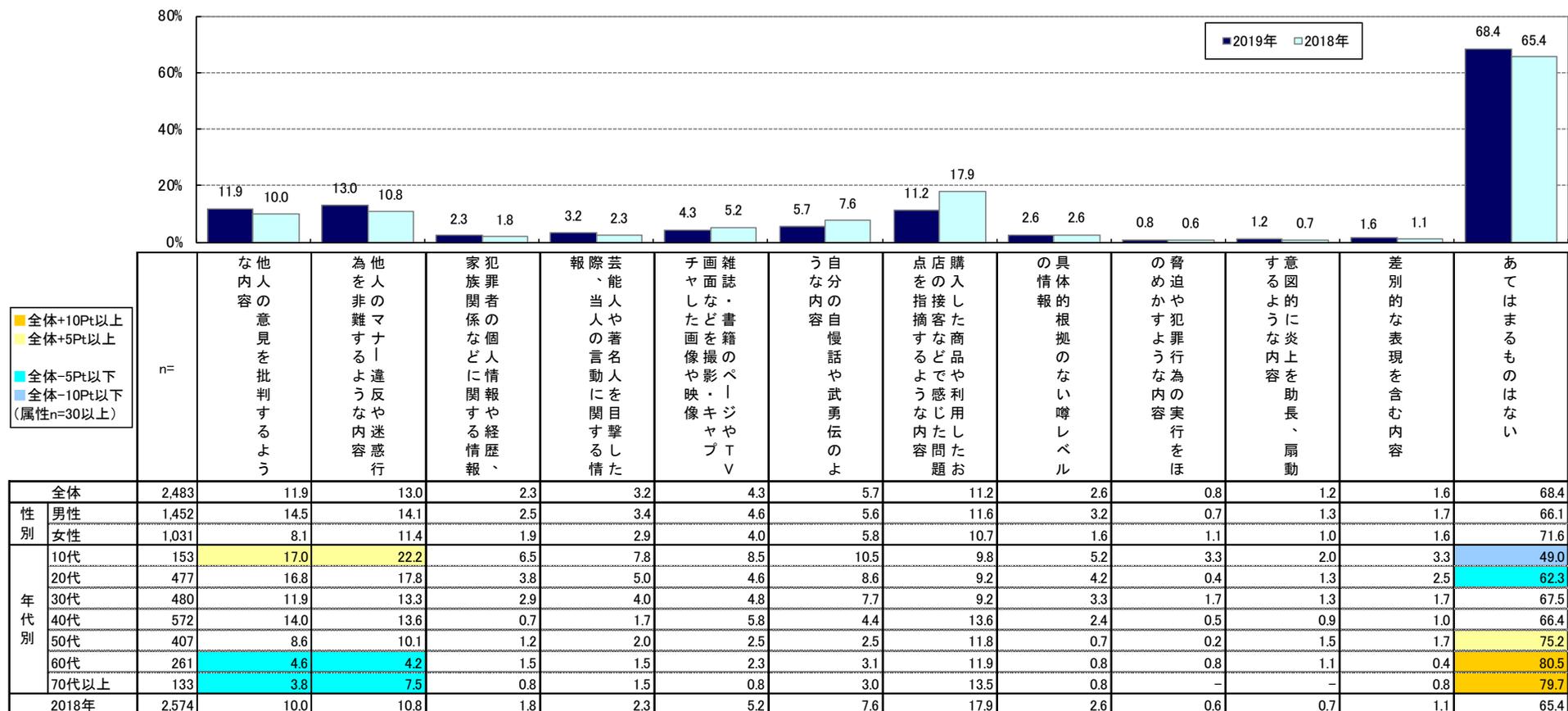


4-3-2.投稿の経験

- 投稿の経験について最も高いのは、「他人のマナー違反や迷惑行為を非難するような内容」(13.0%)である。次いで「他人の意見を批判するような内容」(11.9%)、「購入した商品や利用したお店の接客などで感じた問題点を指摘するような内容」(11.2%)、「自分の自慢話や武勇伝のような内容」(5.7%)と続く。
- 年代別で見ると、60代、70代以上は「購入した商品や利用したお店の接客などで感じた問題点を指摘するような内容」が最も高い。
- 2018年と比較すると、「購入した商品や利用したお店の接客などで感じた問題点を指摘するような内容」の割合が低下している。

Q7 あなたは次に挙げるような内容をインターネットへ投稿や公開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・公開経験者(Q6)

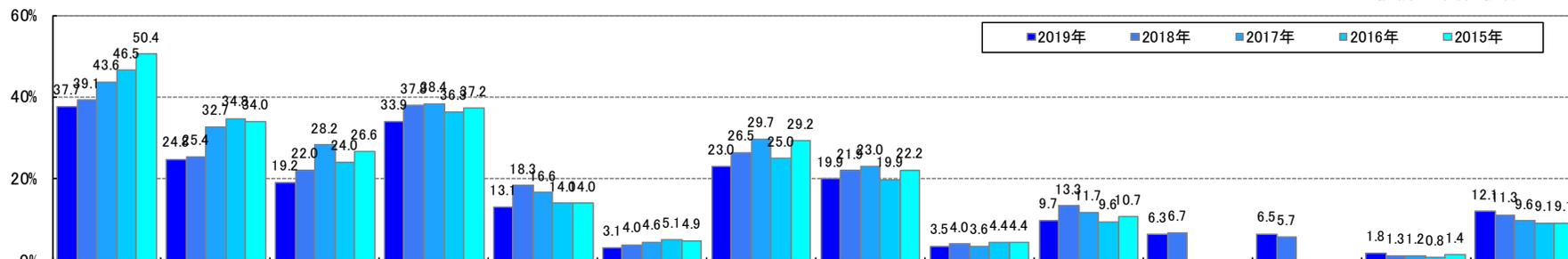


4-3-3.インターネット上に投稿する主な理由

- 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」(37.7%)である。次いで「情報や知識を共有するため」(33.9%)、「楽しいから」(24.8%)、「友人や知り合いに近況を伝えるため」(23.0%)と続く。
- 年代別で見ると、10代は「楽しいから」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「お気に入りの商品やサービスを紹介するため」の割合が低下している。

Q8 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・公開経験者(Q6)



性別	年代別	時系列	n=	理由													
				交流のため	楽しいから	自己表現や自己アピールのため	情報や知識を共有する	お気に入りの商品やサービスを紹介するため	事件や事故、美談などを知らせるため	友人や知り合いに近況を伝えるため	日常生活についての記録のため	収入を得るため	購入した商品やサービスを得るため	間違いを指摘するため	社会的な問題などを提起するため	その他	特になし/なんとなく
全体			2,483	37.7	24.8	19.2	33.9	13.1	3.1	23.0	19.9	3.5	9.7	6.3	6.5	1.8	12.1
男性			1,452	37.2	24.0	19.2	34.3	11.4	3.1	22.6	15.8	3.9	8.2	8.0	8.4	1.4	13.5
女性			1,031	38.3	26.0	19.1	33.3	15.4	3.1	23.5	25.6	3.0	11.9	4.0	3.9	2.2	10.1
10代			153	52.3	45.8	19.6	32.0	13.7	3.9	22.9	15.7	3.9	5.9	4.6	3.9	0.7	4.6
20代			477	38.4	35.8	24.9	35.2	10.7	4.8	18.4	21.2	3.1	5.5	5.0	5.2	1.3	12.8
30代			480	40.8	27.9	22.9	34.0	12.3	2.5	22.7	22.7	4.8	7.5	5.0	3.5	1.3	13.3
40代			572	37.9	23.3	19.1	36.0	14.3	3.1	23.3	23.6	5.6	12.4	7.2	8.2	1.4	9.6
50代			407	33.4	14.7	13.8	32.4	12.8	3.2	23.3	16.2	2.5	13.0	6.9	7.6	2.9	12.3
60代			261	33.0	13.0	13.4	30.3	14.2	1.1	26.8	17.2	0.8	11.1	6.1	5.4	2.3	16.9
70代以上			133	27.8	10.5	12.8	33.1	17.3	1.5	30.1	10.5	-	13.5	12.8	16.5	3.8	14.3
2018年			2,574	39.1	25.4	22.0	37.8	18.3	4.0	26.5	21.9	4.0	13.3	6.7	5.7	1.3	11.3
2017年			2,271	43.6	32.7	28.2	38.4	16.6	4.6	29.7	23.0	3.6	11.7	-	-	1.2	9.6
2016年			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
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

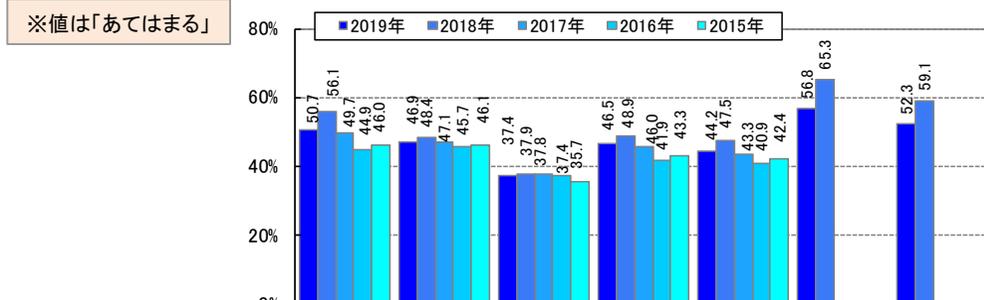
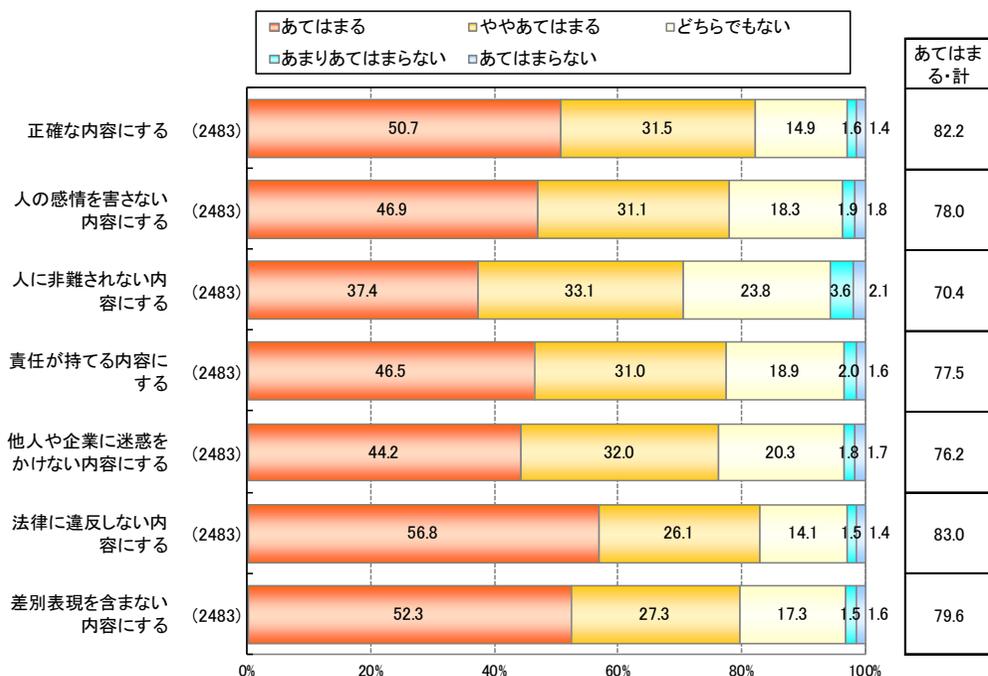
※「間違いを指摘するため」「社会的な問題などを提起するため」→2018年度から追加した項目

4-3-4.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、「法律に違反しない内容にする」(56.8%)である。次いで「差別表現を含まない内容にする」(52.3%)、「正確な内容にする」(50.7%)、「人の感情を害さない内容にする」(46.9%)と続く。
- 年代別で見ると、60代は「人の感情を害さない内容にする」「正確な内容にする」「責任が持てる内容にする」「他人や企業に迷惑をかけない内容にする」「法律に違反しない内容にする」、70代以上は「差別表現を含まない内容にする」「正確な内容にする」「責任が持てる内容にする」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「正確な内容にする」「法律に違反しない内容にする」「差別表現を含まない内容にする」の割合が低下している。

Q9 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)

n=インターネット上への投稿・公開経験者(Q6)



属性	n	※値は「あてはまる」						
		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	法律に違反しない内容にする	差別表現を含まない内容にする
全体	2,483	50.7	46.9	37.4	46.5	44.2	56.8	52.3
性別								
男性	1,452	50.9	44.6	34.5	45.0	42.5	55.7	50.3
女性	1,031	50.4	50.1	41.4	48.6	46.7	58.4	55.0
年代別								
10代	153	42.5	39.2	33.3	37.3	34.0	43.8	39.2
20代	477	36.9	38.8	30.8	32.9	32.5	44.0	40.0
30代	480	42.1	39.6	31.5	34.2	38.3	51.9	45.8
40代	572	51.6	45.1	37.8	49.5	46.0	58.0	53.5
50代	407	62.2	56.5	42.0	57.7	52.8	66.3	62.2
60代	261	67.4	63.2	48.3	63.6	60.2	72.4	66.7
70代以上	133	69.2	57.9	49.6	69.9	54.1	70.7	70.7
時系列								
2018年	2,565	56.1	48.4	37.9	48.9	47.5	65.3	59.1
2017年	2,261	49.7	47.1	37.8	46.0	43.3		
2016年	1,823	44.9	45.7	37.4	41.9	40.9		
2015年	2,000	46.0	46.1	35.7	43.3	42.4		

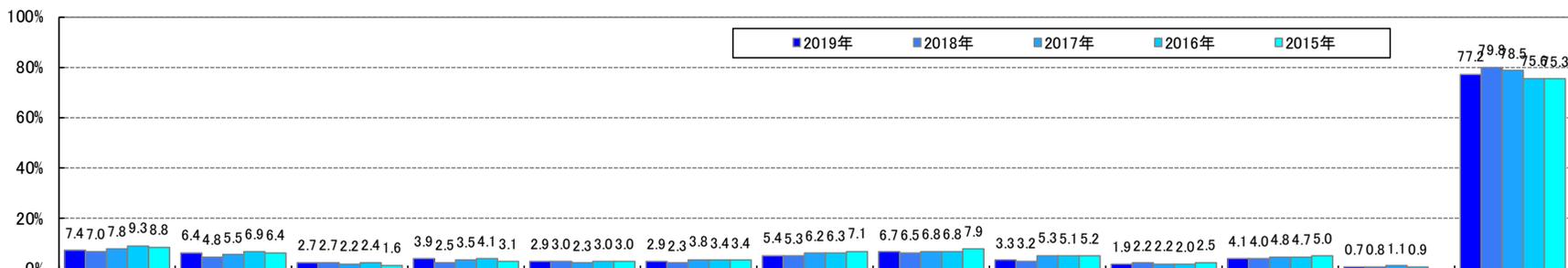
※「法律に違反しない内容にする」「差別表現を含まない内容にする」→2018年度から追加した項目

4-3-5.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、「他人や企業の悪口」(7.4%)である。次いで「他人の発言を非難する内容」(6.7%)、「さげすんだり、けなしたりする内容」(6.4%)、「下品な言葉を含む内容」(5.4%)と続く。

Q10 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・公開経験者(Q6)



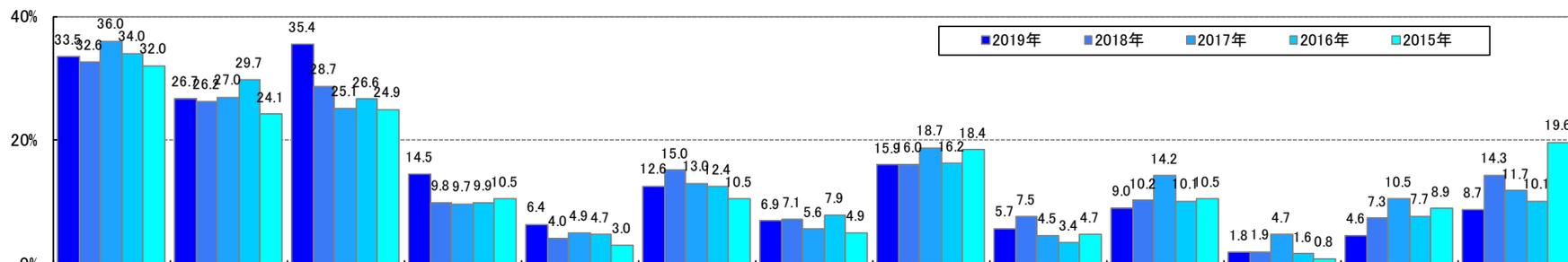
n=		他人や企業の悪口	さげすんだり、けなしたりする内容	身体的特徴をあざ笑う内容	他人の人格を否定する内容	他人の不幸を願う内容	悪意をもった内容	下品な言葉を含む内容	他人の発言を非難する内容	含まれる内容	性的な描写やいかがわしい内容	他人の迷惑行為	嘘の情報・デマ	あてはまるものはない
全体	2,483	7.4	6.4	2.7	3.9	2.9	2.9	5.4	6.7	3.3	1.9	4.1	0.7	77.2
性別	男性	1,452	8.1	7.2	2.8	4.2	2.9	3.6	6.3	3.9	2.3	4.4	1.0	74.7
	女性	1,031	6.4	5.1	2.5	3.5	2.9	1.9	4.1	2.5	1.5	3.8	0.2	80.8
年代別	10代	153	11.8	10.5	5.2	10.5	3.9	4.6	7.8	3.3	3.9	5.2	0.7	58.8
	20代	477	10.3	10.5	4.2	4.4	5.9	4.6	8.4	4.6	3.6	4.2	1.5	67.7
	30代	480	8.1	8.1	3.5	5.0	4.0	3.5	6.3	6.9	5.4	4.2	1.0	74.2
	40代	572	7.7	5.4	2.4	3.8	1.9	2.4	6.3	8.2	3.5	4.5	0.5	78.3
	50代	407	5.4	3.9	1.2	2.2	1.2	2.0	2.9	6.1	1.2	4.2	-	84.3
	60代	261	2.3	1.9	0.8	1.5	1.1	1.5	0.8	2.3	1.5	3.1	0.4	90.8
	70代以上	133	3.8	0.8	-	0.8	-	-	0.8	6.0	0.8	-	3.0	-
時系列	2018年	2,565	7.0	4.8	2.7	2.5	3.0	2.3	5.3	6.5	3.2	4.0	0.8	79.8
	2017年	2,261	7.8	5.5	2.2	3.5	2.3	3.8	6.2	6.8	5.3	4.8	1.1	78.5
	2016年	1,823	9.3	6.9	2.4	4.1	3.0	3.4	6.3	6.8	5.1	4.7	0.9	75.6
	2015年	2,000	8.8	6.4	1.6	3.1	3.0	3.4	7.1	7.9	5.2	5.0	-	75.3

4-3-6.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、「人の投稿やコメントを見て不快になったから」(35.4%)である。次いで「人の意見に反論したかったから」(33.5%)、「人の意見を非難・批評するため」(26.7%)、「イライラしたから」(15.9%)と続く。
- 年代別で見ると、10代は「人の意見に反論したかったから」が最も高い。
- 2018年と比較すると、「人の投稿やコメントを見て不快になったから」の割合が上昇している。

Q11 前問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(Q10)



n=		か 人 の 意 見 に 反 論 し た		す 人 の 意 見 を 非 難 ・ 批 評		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 る べ き こ と だ		ら 皆 が よ く や っ て い る か		イ ラ イ ラ し た か ら		確 わ か ら な い （ 匿 名 性 が 保 証 さ れ て い る ） か ら		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+10Pt以上	全体+5Pt以上	全体+10Pt以上	全体+5Pt以上	全体+10Pt以上	全体+5Pt以上	全体+10Pt以上	全体+5Pt以上	全体+10Pt以上	全体+5Pt以上	全体+10Pt以上	全体+5Pt以上	全体+10Pt以上	全体+5Pt以上	全体+10Pt以上	全体+5Pt以上	全体+10Pt以上	全体+5Pt以上	全体+10Pt以上	全体+5Pt以上	全体+10Pt以上	全体+5Pt以上	全体+10Pt以上	全体+5Pt以上	全体+10Pt以上	全体+5Pt以上	全体+10Pt以上	全体+5Pt以上
全体	565	33.5	36.0	26.7	27.0	35.4	14.5	6.4	12.6	15.0	6.9	7.1	15.9	5.7	9.0	1.8	4.6	8.7	5.7	9.0	1.8	4.6	8.7	5.7	9.0	1.8	4.6	8.7	
性別	男性	367	36.0	30.2	30.2	34.6	15.5	6.5	13.6	13.6	7.1	13.9	13.9	6.0	9.8	1.4	3.8	8.4	6.0	9.8	1.4	3.8	8.4	6.0	9.8	1.4	3.8	8.4	
	女性	198	28.8	20.2	20.2	36.9	12.6	6.1	10.6	10.6	6.6	19.7	19.7	5.1	7.6	2.5	6.1	9.1	5.1	7.6	2.5	6.1	9.1	5.1	7.6	2.5	6.1	9.1	
年代別	10代	63	38.1	27.0	30.2	14.3	4.8	7.9	6.3	12.7	4.8	14.3	12.7	4.8	14.3	-	3.2	3.2	4.8	14.3	-	3.2	3.2	4.8	14.3	-	3.2	3.2	
	20代	154	30.5	24.7	33.8	18.8	10.4	9.7	7.1	22.1	7.1	22.1	7.1	7.1	8.4	3.9	5.2	7.8	7.1	8.4	3.9	5.2	7.8	7.1	8.4	3.9	5.2	7.8	
	30代	124	30.6	28.2	32.3	15.3	8.1	12.9	8.9	16.9	4.0	10.5	16.9	4.0	10.5	0.8	3.2	9.7	4.0	10.5	0.8	3.2	9.7	4.0	10.5	0.8	3.2	9.7	
	40代	124	33.1	33.1	38.7	11.3	1.6	12.9	5.6	14.5	4.8	8.9	14.5	4.8	8.9	2.4	4.0	11.3	4.8	8.9	2.4	4.0	11.3	4.8	8.9	2.4	4.0	11.3	
	50代	64	37.5	20.3	42.2	17.2	4.7	14.1	3.1	10.9	7.8	3.1	10.9	7.8	3.1	-	7.8	10.9	7.8	3.1	-	7.8	10.9	7.8	3.1	-	7.8	10.9	
	60代	24	29.2	20.8	45.8	-	8.3	29.2	16.7	4.2	4.2	16.7	4.2	4.2	8.3	-	8.3	4.2	4.2	8.3	-	8.3	4.2	4.2	8.3	-	8.3	4.2	
	70代以上	12	66.7	16.7	25.0	-	-	-	-	25.0	-	-	25.0	-	8.3	-	-	8.3	-	8.3	-	-	-	8.3	-	8.3	-	-	8.3
時系列	2018年	519	32.6	26.2	28.7	9.8	4.0	15.0	7.1	16.0	7.5	10.2	16.0	7.5	10.2	1.9	7.3	14.3	7.5	10.2	1.9	7.3	14.3	7.5	10.2	1.9	7.3	14.3	
	2017年	486	36.0	27.0	25.1	9.7	4.9	13.0	5.6	18.7	4.5	14.2	18.7	4.5	14.2	4.7	10.5	11.7	4.5	14.2	4.7	10.5	11.7	4.5	14.2	4.7	10.5	11.7	
	2016年	444	34.0	29.7	26.6	9.9	4.7	12.4	7.9	16.2	3.4	10.1	16.2	3.4	10.1	1.6	7.7	10.1	3.4	10.1	1.6	7.7	10.1	3.4	10.1	1.6	7.7	10.1	
	2015年	494	32.0	24.1	24.9	10.5	3.0	10.5	4.9	18.4	4.7	10.5	18.4	4.7	10.5	0.8	8.9	19.6	4.7	10.5	0.8	8.9	19.6	4.7	10.5	0.8	8.9	19.6	

※「イライラしたから」→2017年度以前は「いらいらしたから」

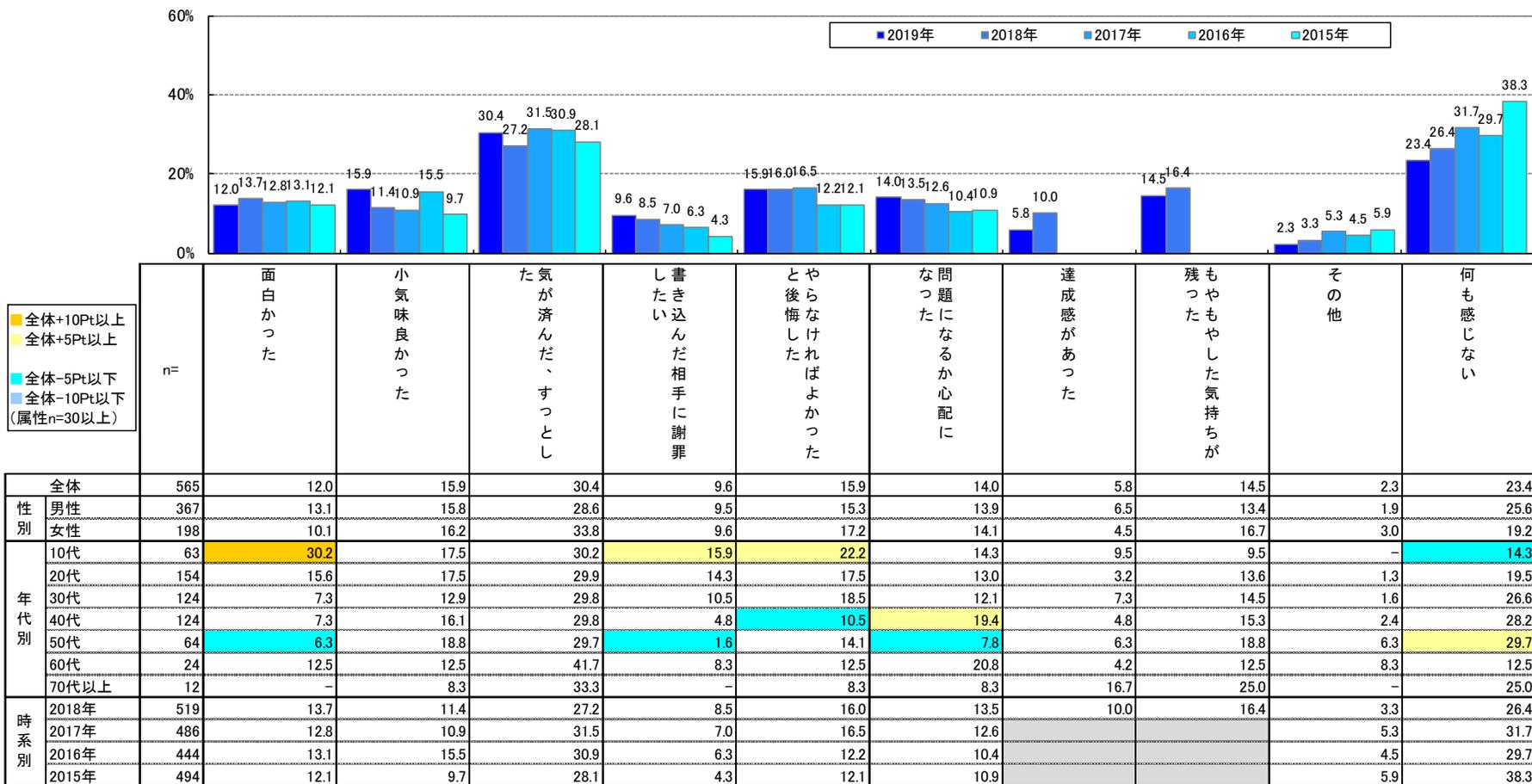
※「自分が投稿したことがわからない(匿名性が確保されている)から」→2017年度以前は「自分が投稿したことがわからないから」

4-3-7.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」(30.4%)である。次いで「小気味良かった」(15.9%)、「やらなければよかったと後悔した」(15.9%)、「もやもやした気持ちが残った」(14.5%)と続く。
- 年代別で見ると、10代は「面白かった」の割合が全体よりも高い。

Q12 先ほど、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(Q10)



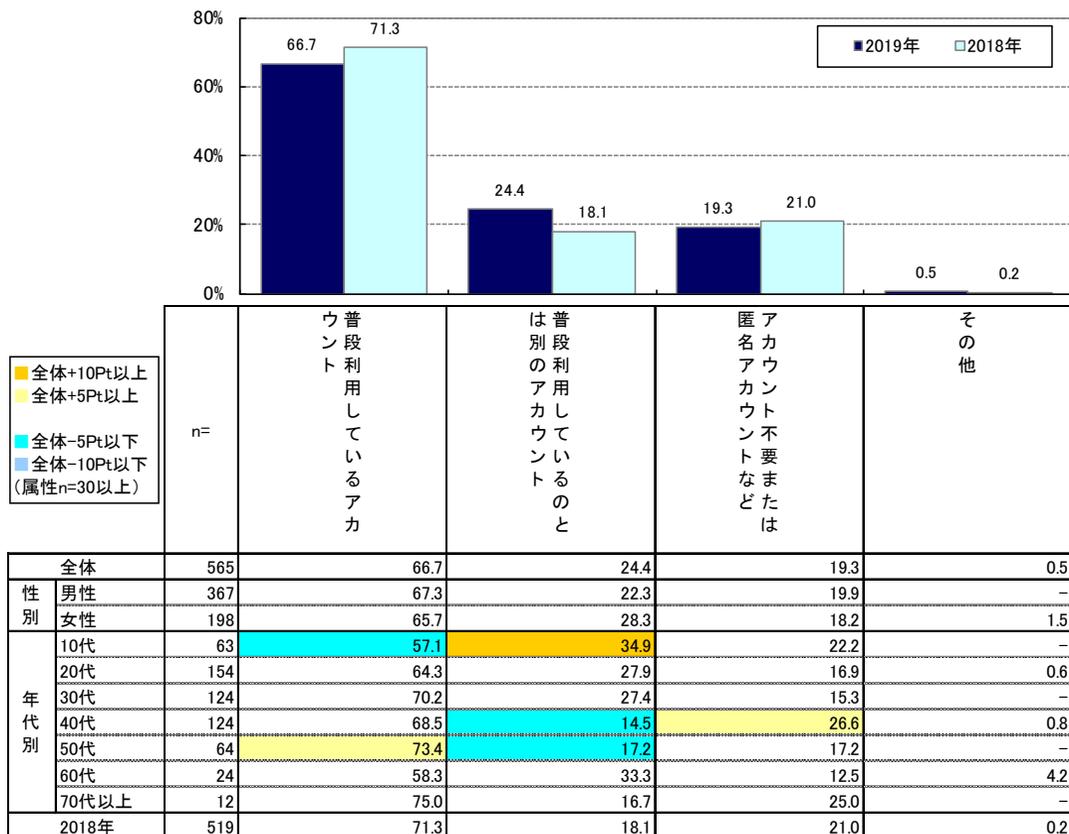
※「達成感があった」「もやもやした気持ちが残った」→2018年度から追加した項目

4-3-8.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、「普段利用しているアカウント」(66.7%)である。次いで「普段利用しているのとは別のアカウント」(24.4%)、「アカウント不要または匿名アカウントなど」(19.3%)と続く。
- 2018年と比較すると、「普段利用しているのとは別のアカウント」の割合が上昇している。

Q13 先ほど、選択した内容をインターネットへ投稿や公開をした際、どのアカウントを利用しましたか。複数回、投稿や公開をしている場合は、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(Q10)



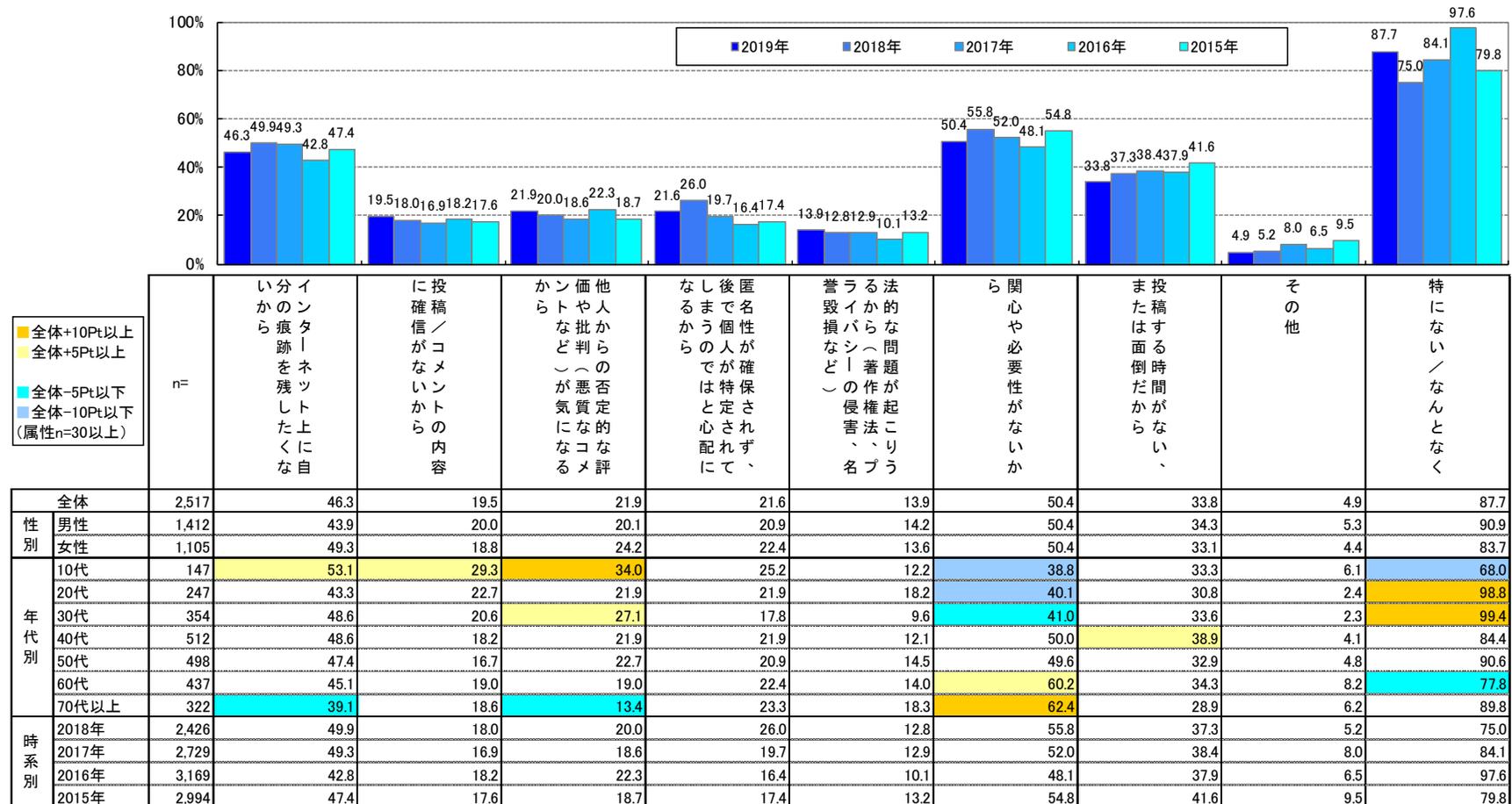
4-3-9.インターネット上に投稿しない主な理由【1~3位の合計】

- インターネット上に投稿しない主な理由(1~3位合計)について最も高いのは、「関心や必要性がないから」(50.4%)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」(46.3%)、「投稿する時間がない、または面倒だから」(33.8%)、「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」(21.9%)と続く。
- 年代別で見ると、10代~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」が最も高い。
- 2018年と比較すると、「関心や必要性がないから」の割合が低下している。

Q14 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)

n=インターネット上への投稿未経験者(Q6)

※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。



※「匿名性が確保されず、後で個人が特定されてしまうのではと心配になるから」→2017年度以前は「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」

4-3-9.インターネット上に投稿しない主な理由【1位】

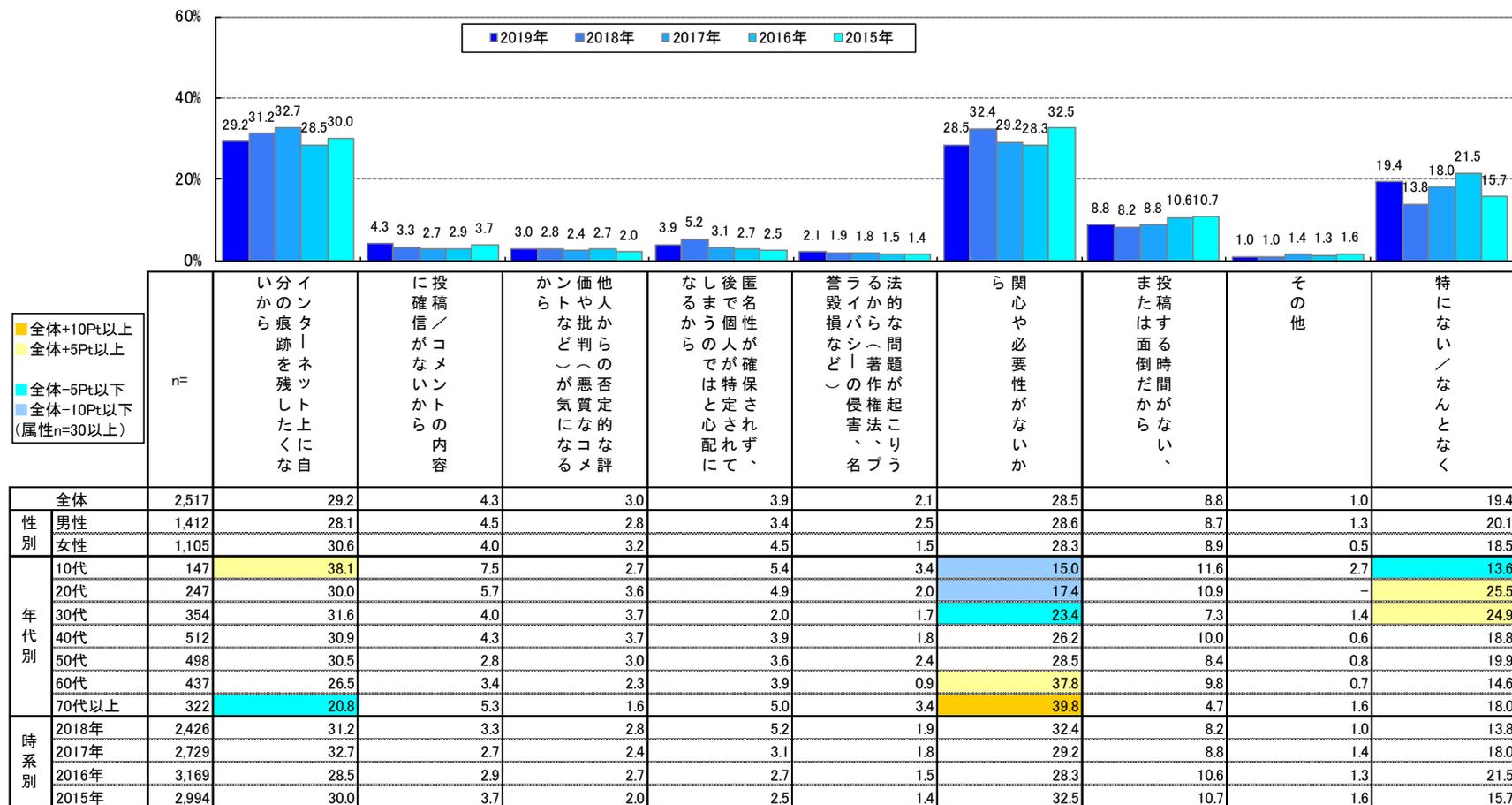
■ インターネット上に投稿しない主な理由【1位】について最も高いのは、「インターネット上に自分の痕跡を残したくないから」(29.2%)である。次いで「関心や必要性がないから」(28.5%)、「投稿する時間がない、または面倒だから」(8.8%)、「投稿／コメントの内容に確信がないから」(4.3%)と続く。

■ 年代別で見ると、60代、70代以上は「関心や必要性がないから」が最も高い。

Q14S1 [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)

n=インターネット上への投稿未経験者(Q6)

※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。



※「匿名性が確保されず、後で個人が特定されてしまうのではと心配になるから」→2017年度以前は「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」

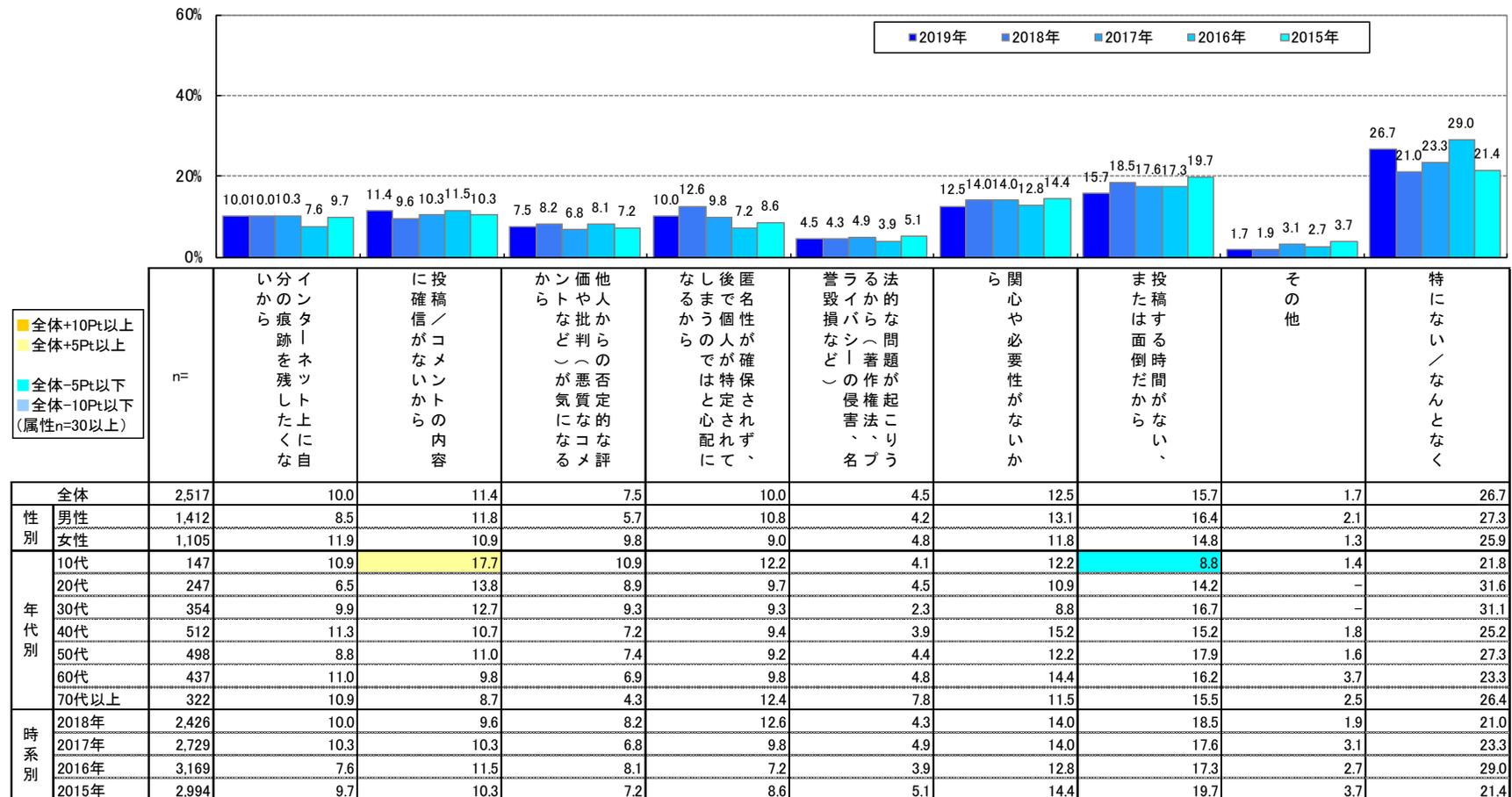
4-3-9.インターネット上に投稿しない主な理由【2位】

- 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、「投稿する時間がない、または面倒だから」(15.7%)である。次いで「関心や必要性がないから」(12.5%)、「投稿／コメントの内容に確信がないから」(11.4%)、「インターネット上に自分の痕跡を残したくないから」(10.0%)、「匿名性が確保されず、後で個人が特定されてしまうのではと心配になるから」(10.0%)と続く。
- 年代別で見ると、10代は「投稿／コメントの内容に確信がないから」が最も高い。

Q14S2 [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)

n=インターネット上への投稿未経験者(Q6)

※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。



※「匿名性が確保されず、後で個人が特定されてしまうのではと心配になるから」→2017年度以前は「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」

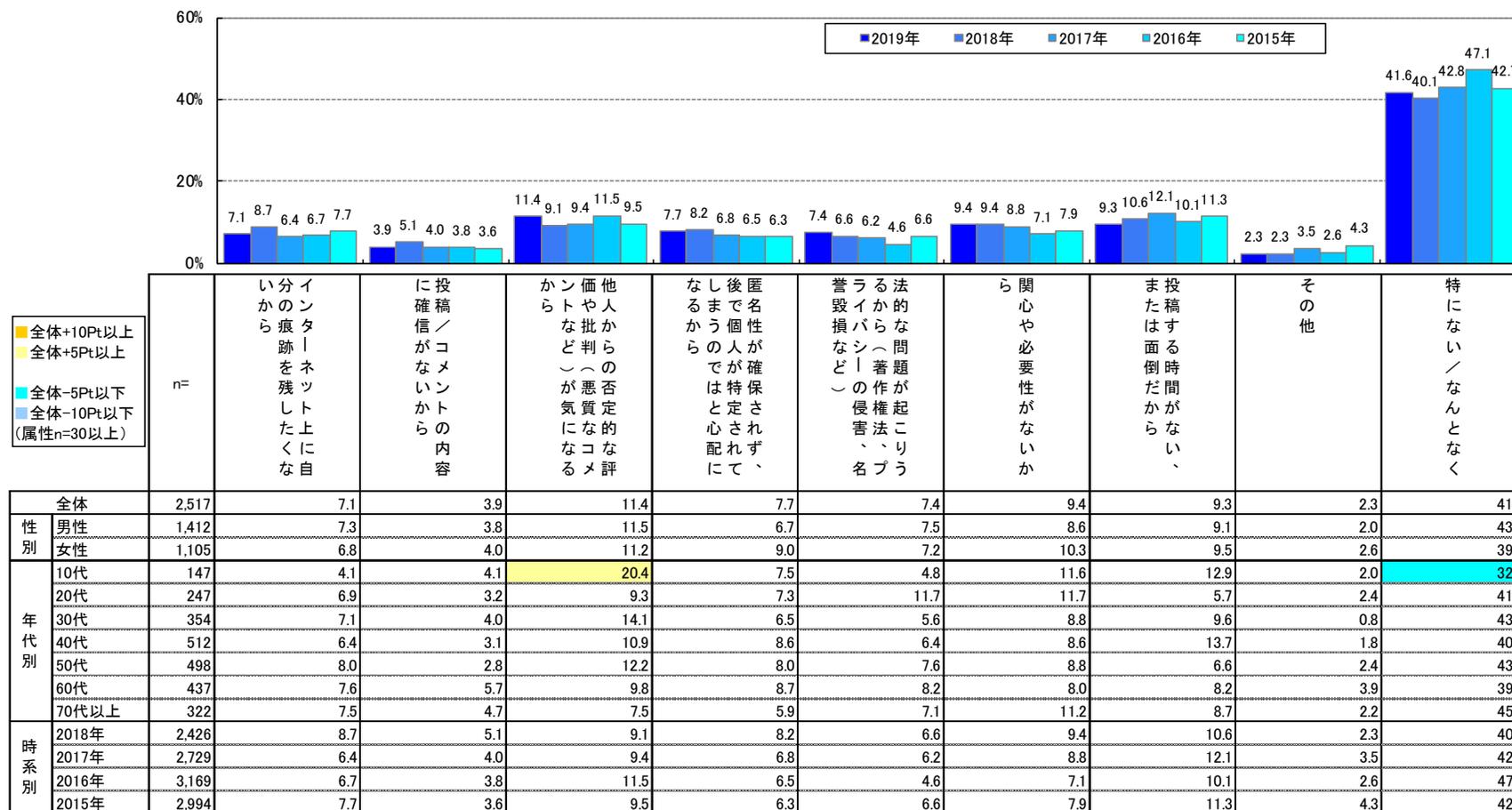
4-3-9.インターネット上に投稿しない主な理由【3位】

- 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、「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」(11.4%)である。次いで「関心や必要性がないから」(9.4%)、「投稿する時間がない、または面倒だから」(9.3%)、「匿名性が確保されず、後で個人が特定されてしまうのではと心配になるから」(7.7%)と続く。

Q14S3 [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)

n=インターネット上への投稿未経験者(Q6)

※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。



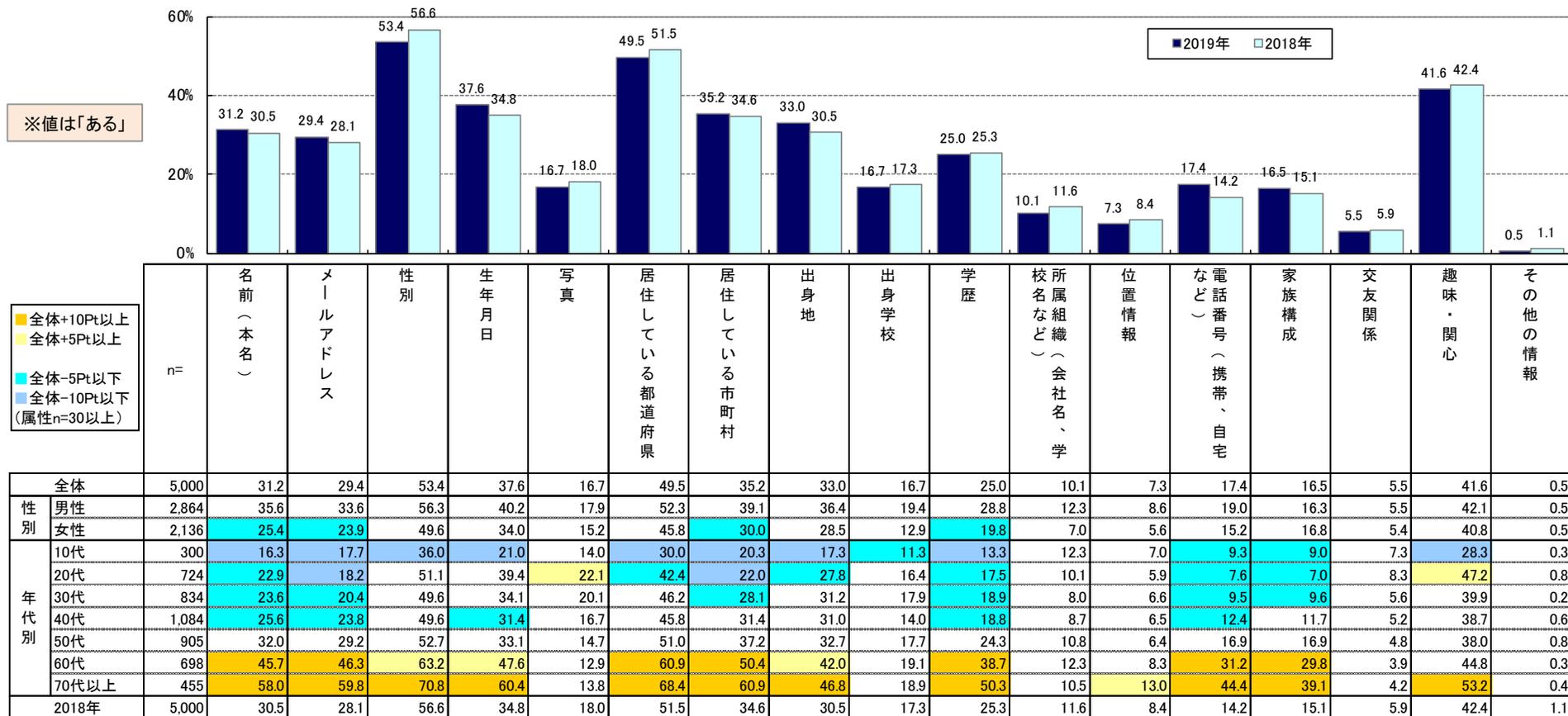
※「匿名性が確保されず、後で個人が特定されてしまうのではと心配になるから」→2017年度以前は「匿名性が確保されず、後でばれてしまうのではと心配になるから」

4-4.インターネットにおける個人情報の取扱い

4-4-1.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最も高いのは、「性別」(53.4%)である。次いで「居住している都道府県」(49.5%)、「趣味・関心」(41.6%)、「生年月日」(37.6%)と続く。
- 年代別で見ると、60代は「メールアドレス」「居住している市町村」、70代以上は「メールアドレス」「家族構成」「学歴」「居住している市町村」「居住している都道府県」「性別」「生年月日」「電話番号(携帯、自宅など)」「名前(本名)」の割合が全体よりも高い。

Q15 あなたは自分の個人情報(氏名や生年月日など)やプライベートな情報(出身地、学歴、趣味など)を、インターネットサービスのプロフィール情報などとして登録、公開をしたことがありますか。あてはまるものをそれぞれ選択してください。(お答えはそれぞれ1つ)

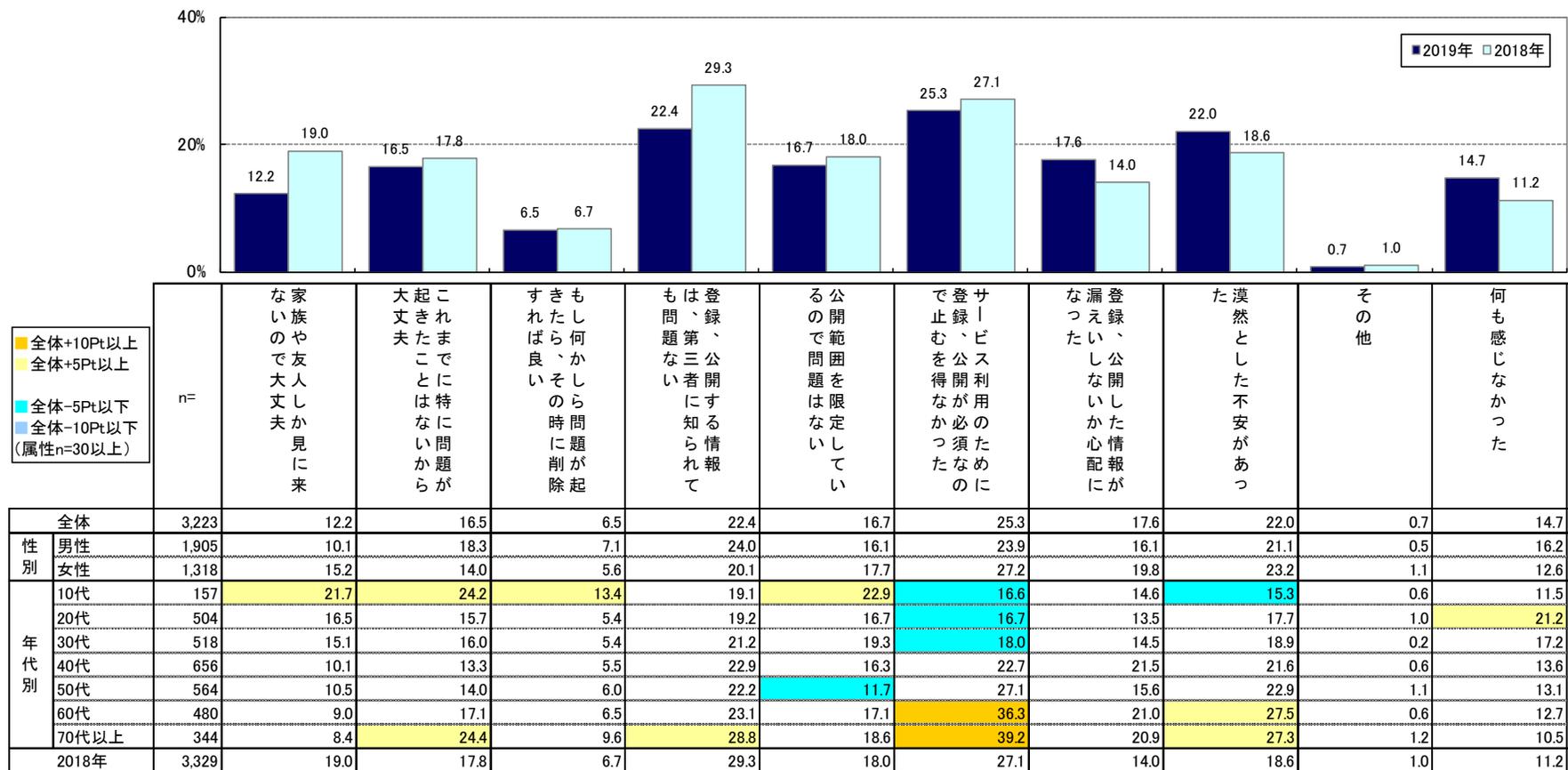


4-4-2.公開や投稿への考え方について

- 公開や投稿への考え方について最も高いのは、「サービス利用のために登録、公開が必須なので止むを得なかった」(25.3%)である。次いで「登録、公開する情報は、第三者に知られても問題ない」(22.4%)、「漠然とした不安があった」(22.0%)、「登録、公開した情報が漏えいしないか心配になった」(17.6%)と続く。
- 2018年と比較すると、「家族や友人しか見に来ないので大丈夫」「登録、公開する情報は、第三者に知られても問題ない」の割合が低下している。

Q16 個人情報やプライベートな情報の登録、公開に際して、あなたはどのように感じましたか。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=いずれかの個人情報をインターネットで公開した経験がある人(Q15)

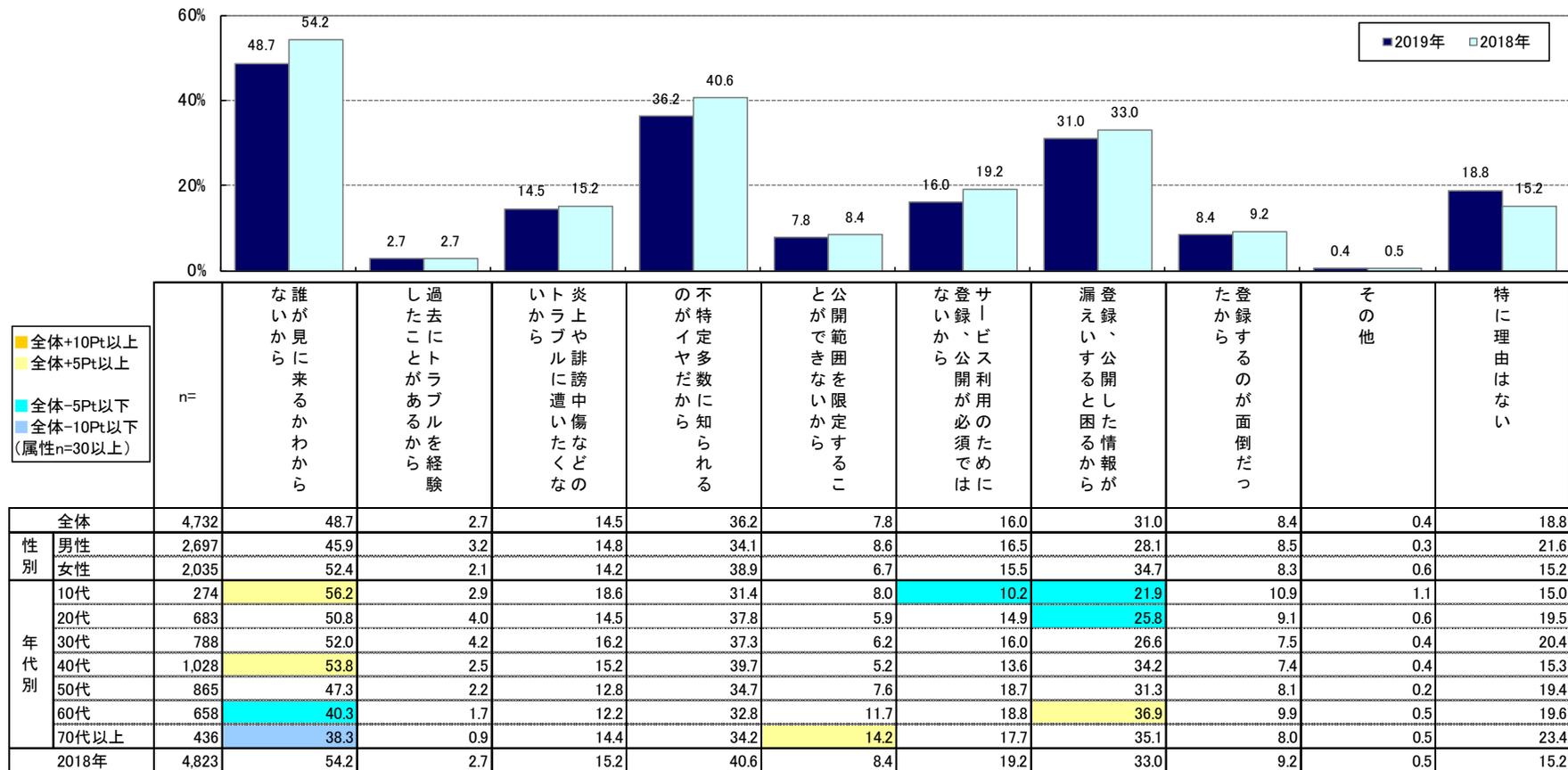


4-4-3.公開や投稿をしていない理由

- 公開や投稿をしていない理由について最も高いのは、「誰が見に来るかわからないから」(48.7%)である。次いで「不特定多数に知られるのがイヤだから」(36.2%)、「登録、公開した情報が漏えいすると困るから」(31.0%)、「サービス利用のために登録、公開が必須ではないから」(16.0%)と続く。
- 2018年と比較すると、「誰が見に来るかわからないから」の割合が低下している。

Q17 個人情報やプライベートな情報を登録、公開していない(しなかった)理由として、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)

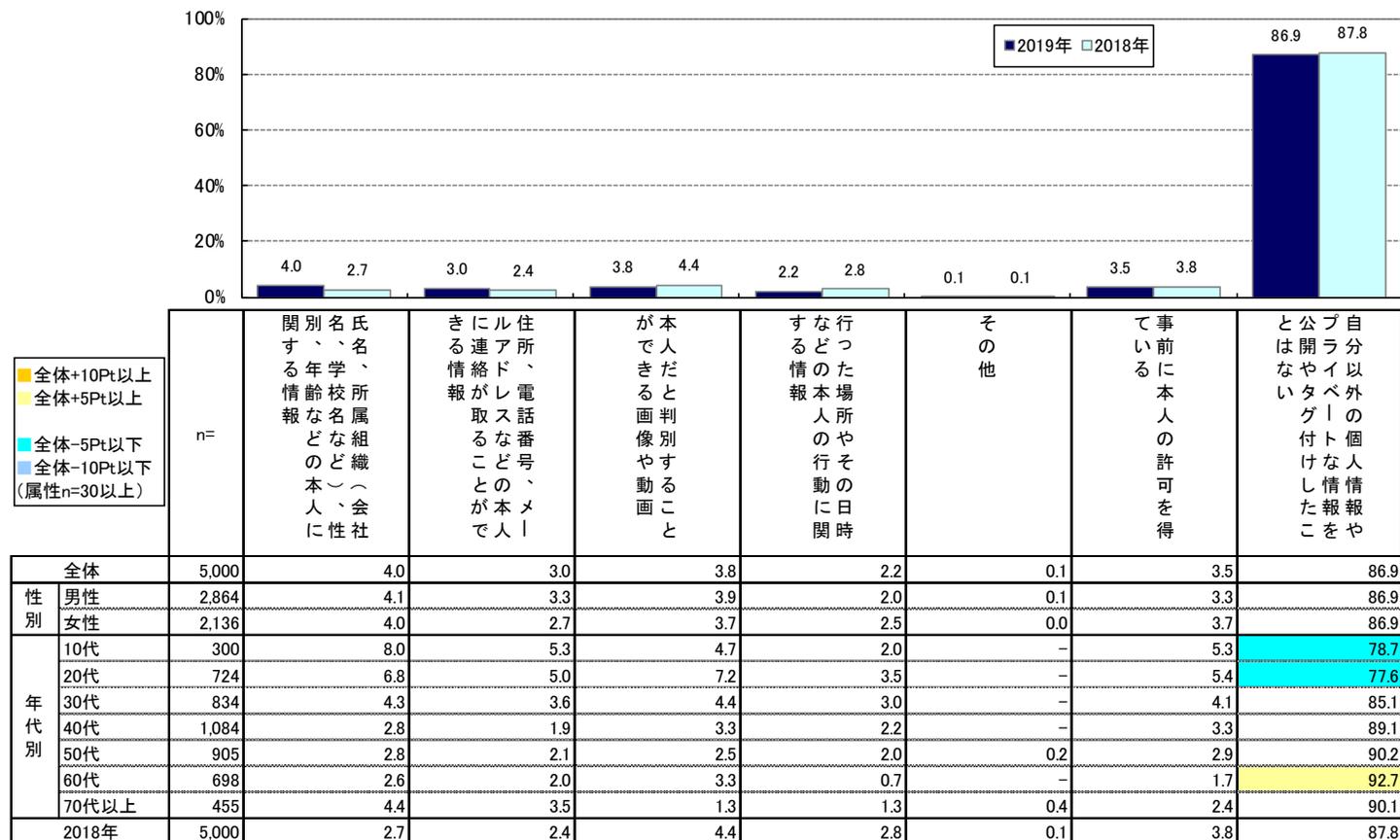
n=いずれかの個人情報をインターネットで非公開とした経験がある人(Q15)



4-4-4.他人の個人情報の公開経験

- 他人の個人情報の公開経験について最も高いのは、「自分以外の個人情報やプライベートな情報を公開やタグ付けしたことはない」(86.9%)である。次いで「氏名、所属組織(会社名、学校名など)、性別、年齢などの本人に関する情報」(4.0%)、「本人だと判別することができる画像や動画」(3.8%)、「事前に本人の許可を得ている」(3.5%)と続く。

Q18 あなたは次に挙げるような家族や友人などの自分以外の人物に関する情報を、本人の許可を得ずに投稿、公開したり、タグ付けしたり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)

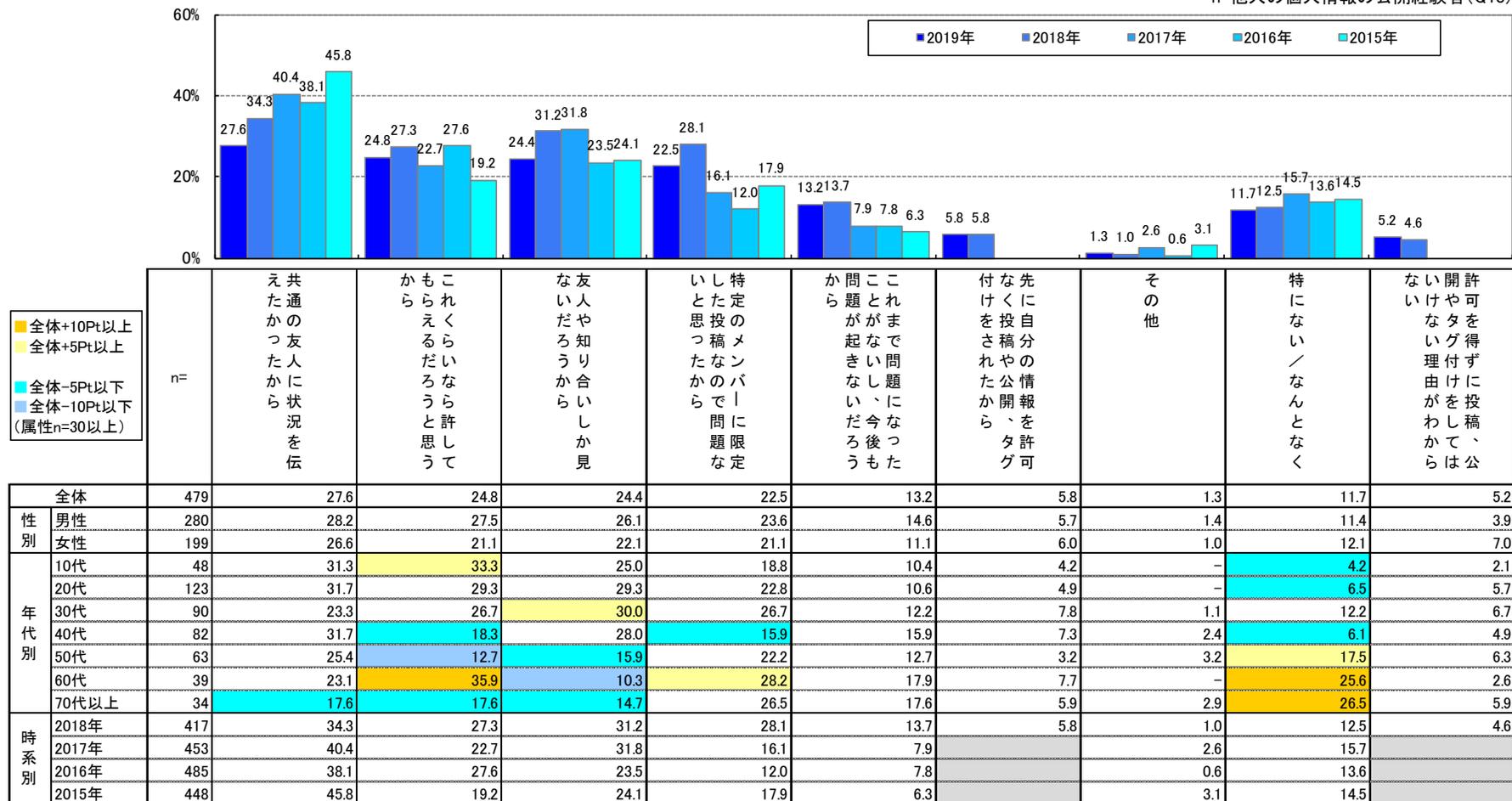


4-4-5.他人の個人情報の公開理由

- 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」(27.6%)である。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」(24.8%)、「友人や知り合いしか見ないだろうから」(24.4%)、「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」(22.5%)と続く。
- 年代別で見ると、60代は「これくらいなら許してもらえらるだろうと思うから」が最も高い。
- 2018年と比較すると、「共通の友人に状況を伝えたかったから」「友人や知り合いしか見ないだろうから」「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」の割合が低下している。

Q19 公開したのは、どの様な理由からです。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(Q18)



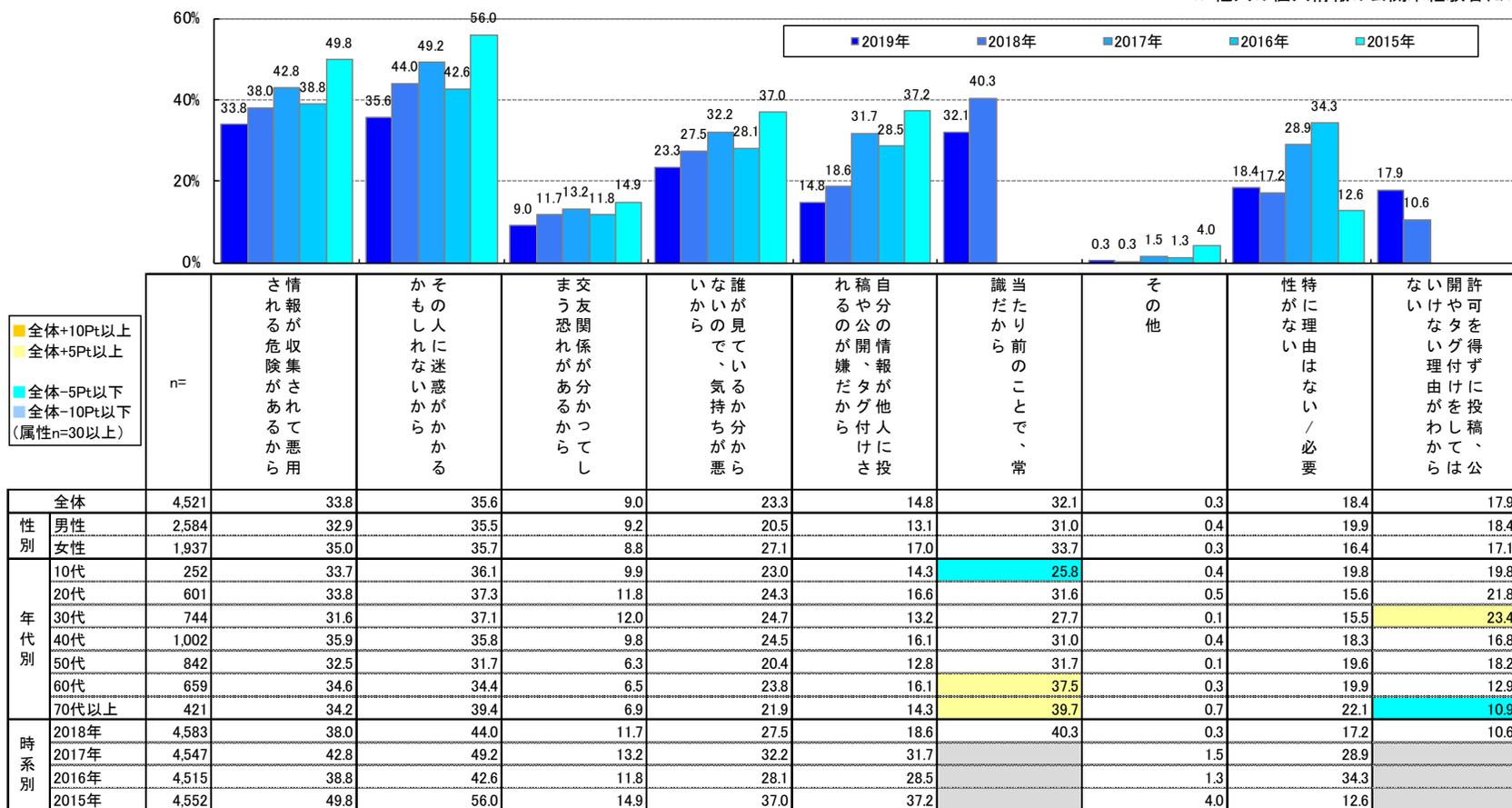
※「先に自分の情報を許可なく投稿や公開、タグ付けをされたから」「許可を得ずに投稿、公開やタグ付けをしてはいけない理由がわからない」→2018年度から追加した項目

4-4-6.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」(35.6%)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」(33.8%)、「当たり前のことで、常識だから」(32.1%)、「誰が見ているか分からないので、気持ちが悪いから」(23.3%)と続く。
- 2018年と比較すると、「許可を得ずに投稿、公開やタグ付けをしてはいけない理由がわからない」の割合が上昇している。「その人に迷惑がかかるかもしれないから」「当たり前のことで、常識だから」の割合が低下している。

Q20 公開したことがないのは、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未経験者(Q18)



※「自分の情報が他人に投稿や公開、タグ付けされるのが嫌だから」→2017年度以前は「自分の情報が他人に公開されるのが嫌だから」

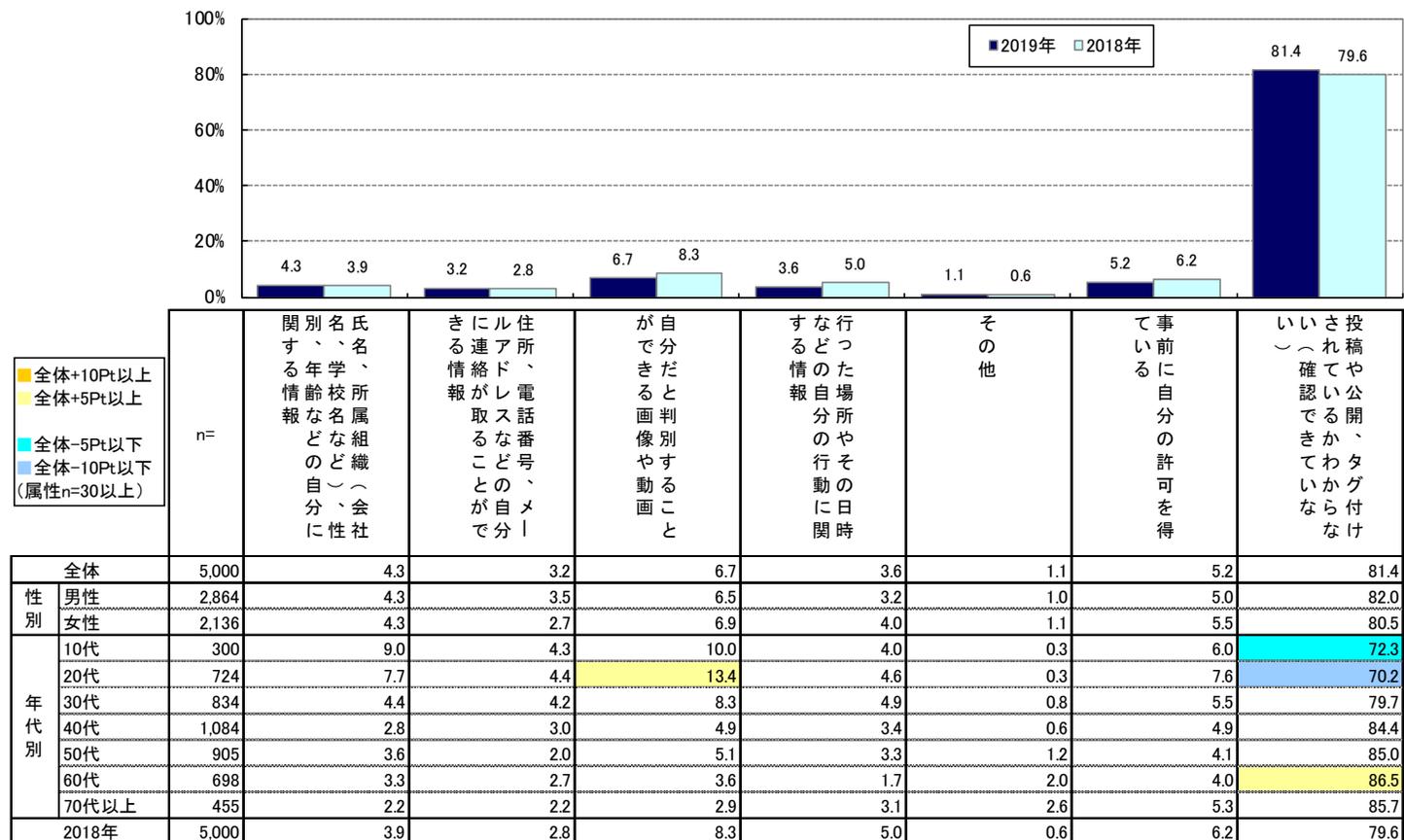
※「特に理由はない/必要がない」→2017年度以前は「特に理由はない/公開してはいけない理由がわからない」

※「当たり前のことで、常識だから」「許可を得ずに投稿、公開やタグ付けをしてはいけない理由がわからない」→2018年度から追加した項目

4-4-7.他人に個人情報を開示された経験

- 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、「投稿や公開、タグ付けされているかわからない(確認できていない)」(81.4%)である。次いで「自分だと判別することができる画像や動画」(6.7%)、「事前に自分の許可を得ている」(5.2%)、「氏名、所属組織(会社名、学校名など)、性別、年齢などの自分に関する情報」(4.3%)と続く。

Q21 あなたは次に挙げるような自分の個人情報やプライベートな情報を、自身の許可を得ずに家族や友人などに公開やタグ付け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)

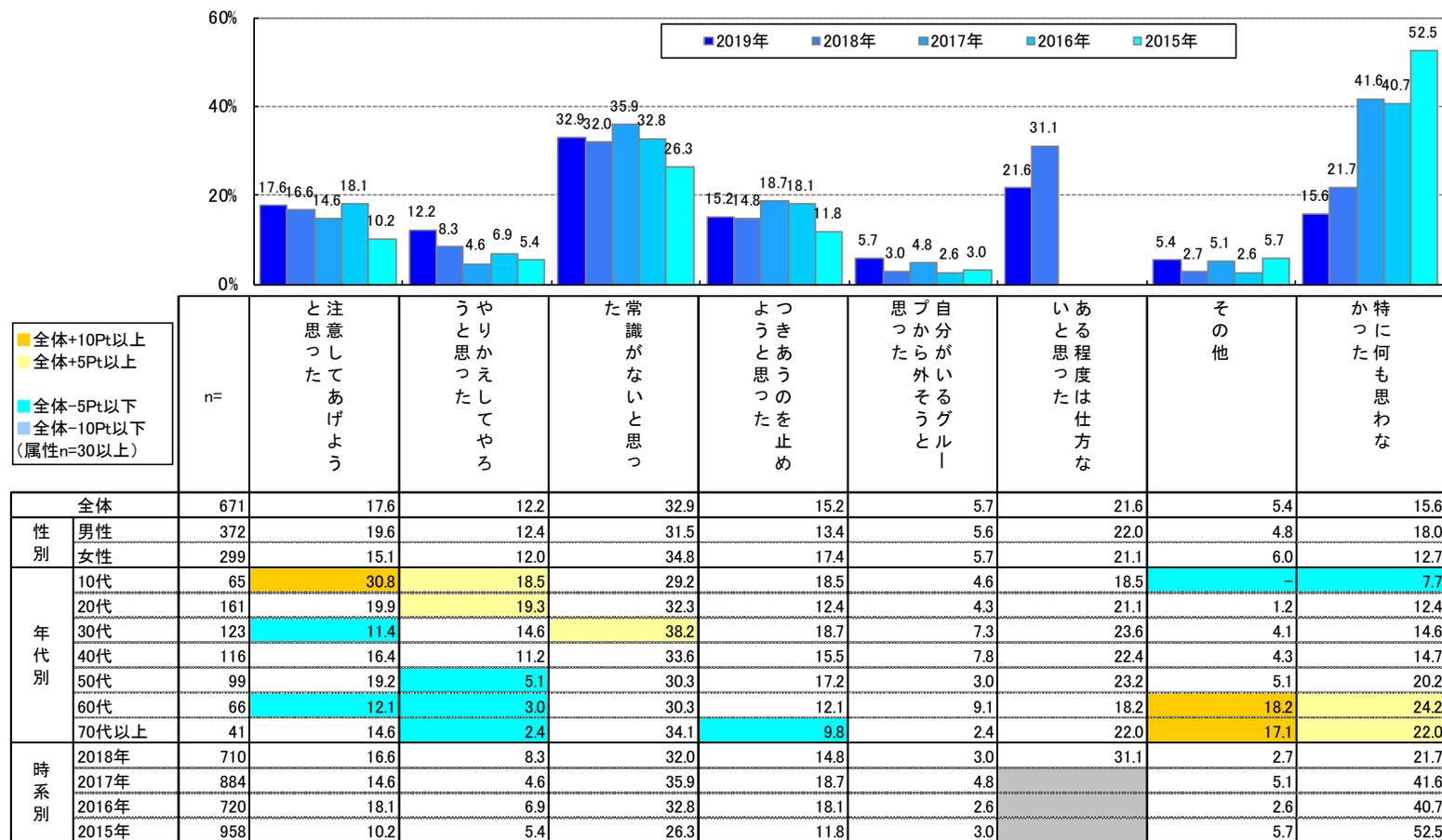


4-4-8.他人に個人情報公開された時の気持ち

- 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、「常識がないと思った」(32.9%)である。次いで「ある程度は仕方ないと思った」(21.6%)、「注意してあげようと思った」(17.6%)、「つきあうのを止めようと思った」(15.2%)と続く。
- 2018年と比較すると、「ある程度は仕方ないと思った」の割合が低下している。

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、どの様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(Q21)



※「ある程度は仕方ないと思った」→2018年度から追加した項目

4-4-9.SNSでの写真・動画の共有相手①

- SNSでの写真・動画の共有相手については、全ての項目で「自分のみ」が最も高い。
- 写真・動画別で見ると、「不特定多数(誰でも)」「恋人などの非常に近い間柄の相手」は「旅行先での風景や料理などを撮影した写真や動画」、「SNS上だけの友人・知人」は「自分の飼っているペットなどを撮影した写真や動画」、「現実でも面識のある友人・知人」は「顔が判別できる状態の、友人や自身を撮影した写真や動画」、「自分のみ」は「自身の性的な姿を撮影した写真や動画」が最も高い。

Q23 SNS(FacebookやTwitter、LINEなど)で、どのような相手と、どのような写真や動画ならやり取りしても良いと思いますか。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)

横順位

■ …1位の相手

	n=	も不特定多数(誰でも)	人・SNS上だけの友人	る現実でも面識のある友人	近恋しい間柄の非常手に	自分のみ
旅行先での風景や料理などを撮影した写真や動画	5,000	19.9	9.8	19.1	18.5	44.4
自分の飼っているペットなどを撮影した写真や動画	5,000	16.5	10.5	18.9	18.1	47.9
顔が判別できないように加工した、友人や自身を撮影した写真や動画	5,000	9.4	10.4	18.3	15.8	55.9
顔が判別できる状態の、友人や自身を撮影した写真や動画	5,000	2.8	6.2	19.1	18.1	62.2
インターネット上で取得した性的な写真や動画	5,000	2.6	3.4	5.3	6.6	83.4
自身の性的な姿を撮影した写真や動画	5,000	2.0	3.0	4.9	6.2	85.0
自身の趣味や嗜好がわかる物品や自身の姿を撮影した写真	5,000	5.0	6.3	13.4	15.0	67.4
顔が判別できる状態の家族や親戚、近所などの子供(主に未就学児)を撮影した写真や動画	5,000	2.1	4.0	10.3	14.5	73.3

縦順位

■ …1位の写真・動画

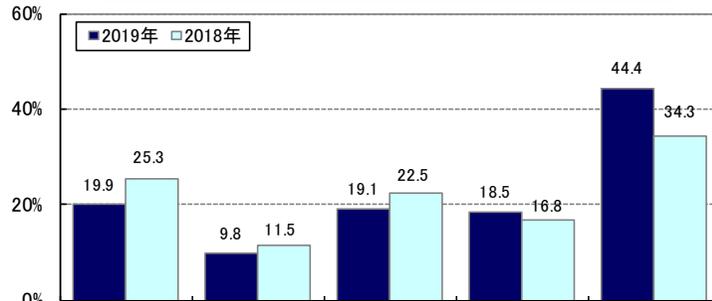
	n=	も不特定多数(誰でも)	人・SNS上だけの友人	る現実でも面識のある友人	近恋しい間柄の非常手に	自分のみ
旅行先での風景や料理などを撮影した写真や動画	5,000	19.9	9.8	19.1	18.5	44.4
自分の飼っているペットなどを撮影した写真や動画	5,000	16.5	10.5	18.9	18.1	47.9
顔が判別できないように加工した、友人や自身を撮影した写真や動画	5,000	9.4	10.4	18.3	15.8	55.9
顔が判別できる状態の、友人や自身を撮影した写真や動画	5,000	2.8	6.2	19.1	18.1	62.2
インターネット上で取得した性的な写真や動画	5,000	2.6	3.4	5.3	6.6	83.4
自身の性的な姿を撮影した写真や動画	5,000	2.0	3.0	4.9	6.2	85.0
自身の趣味や嗜好がわかる物品や自身の姿を撮影した写真	5,000	5.0	6.3	13.4	15.0	67.4
顔が判別できる状態の家族や親戚、近所などの子供(主に未就学児)を撮影した写真や動画	5,000	2.1	4.0	10.3	14.5	73.3

4-4-9.SNSでの写真・動画の共有相手②

- 『旅行先での風景や料理などを撮影した写真や動画』について最も高いのは、「自分のみ」(44.4%)である。次いで「不特定多数(誰でも)」(19.9%)、「現実でも面識のある友人・知人」(19.1%)、「恋人などの非常に近い間柄の相手」(18.5%)と続く。
- 2018年と比較すると、「自分のみ」の割合が上昇している。「不特定多数(誰でも)」の割合が低下している。
- 『自分の飼っているペットなどを撮影した写真や動画』について最も高いのは、「自分のみ」(47.9%)である。次いで「現実でも面識のある友人・知人」(18.9%)、「恋人などの非常に近い間柄の相手」(18.1%)、「不特定多数(誰でも)」(16.5%)と続く。
- 2018年と比較すると、「自分のみ」の割合が上昇している。

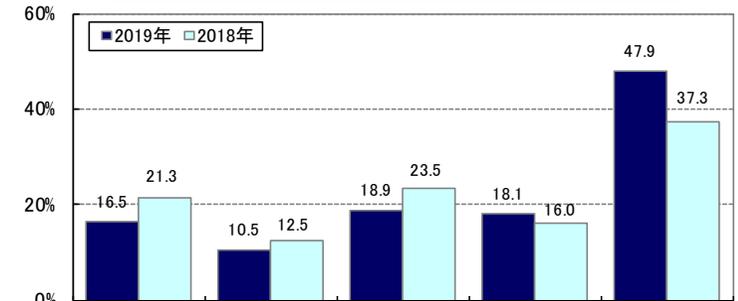
Q23 SNS(FacebookやTwitter、LINEなど)で、どのような相手と、どのような写真や動画ならやり取りしても良いと思いますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも)

旅行先での風景や料理などを撮影した写真や動画



属性	n=	共有相手				
		不特定多数(誰でも)	SNS上だけの友人・知人	現実でも面識のある友人・知人	恋人などの非常に近い間柄の相手	自分のみ
全体	5,000	19.9	9.8	19.1	18.5	44.4
性別						
男性	2,864	20.9	10.2	17.6	17.7	44.3
女性	2,136	18.7	9.2	21.0	19.7	44.6
年代別						
10代	300	18.3	14.7	22.3	19.3	41.0
20代	724	30.8	11.6	18.9	15.5	35.6
30代	834	25.8	9.7	17.7	19.4	41.2
40代	1,084	21.7	8.9	19.5	20.5	43.0
50代	905	13.4	9.5	19.7	18.0	49.6
60代	698	13.0	9.2	18.3	19.3	49.4
70代以上	455	12.5	7.5	18.5	16.3	51.6
2018年	5,000	25.3	11.5	22.5	16.8	34.3

自分の飼っているペットなどを撮影した写真や動画



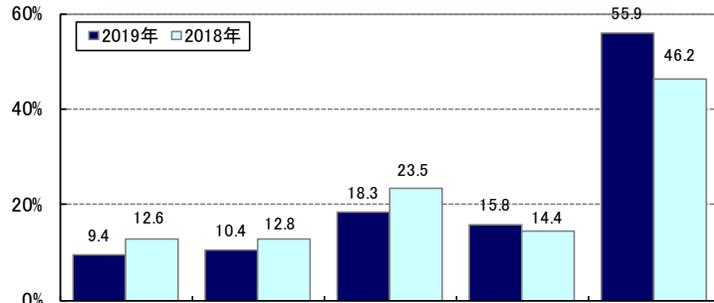
属性	n=	共有相手				
		不特定多数(誰でも)	SNS上だけの友人・知人	現実でも面識のある友人・知人	恋人などの非常に近い間柄の相手	自分のみ
全体	5,000	16.5	10.5	18.9	18.1	47.9
性別						
男性	2,864	17.1	11.2	17.6	17.2	47.8
女性	2,136	15.5	9.7	20.6	19.3	47.9
年代別						
10代	300	17.0	14.0	20.7	16.3	46.7
20代	724	23.9	10.2	18.8	14.9	42.7
30代	834	19.4	12.0	19.5	20.3	45.6
40代	1,084	18.2	10.1	19.9	20.4	45.8
50代	905	12.4	9.9	18.3	17.7	50.9
60代	698	11.2	11.0	18.3	19.6	49.4
70代以上	455	11.0	7.5	15.8	13.6	57.6
2018年	5,000	21.3	12.5	23.5	16.0	37.3

4-4-9.SNSでの写真・動画の共有相手③

- 『顔が判別できないように加工した、友人や自身を撮影した写真や動画』について最も高いのは、「自分のみ」(55.9%)である。次いで「現実でも面識のある友人・知人」(18.3%)、「恋人などの非常に近い間柄の相手」(15.8%)、「SNS上だけの友人・知人」(10.4%)と続く。
- 2018年と比較すると、「自分のみ」の割合が上昇している。「現実でも面識のある友人・知人」の割合が低下している。
- 『顔が判別できる状態の、友人や自身を撮影した写真や動画』について最も高いのは、「自分のみ」(62.2%)である。次いで「現実でも面識のある友人・知人」(19.1%)、「恋人などの非常に近い間柄の相手」(18.1%)、「SNS上だけの友人・知人」(6.2%)と続く。
- 2018年と比較すると、「自分のみ」の割合が上昇している。「現実でも面識のある友人・知人」の割合が低下している。

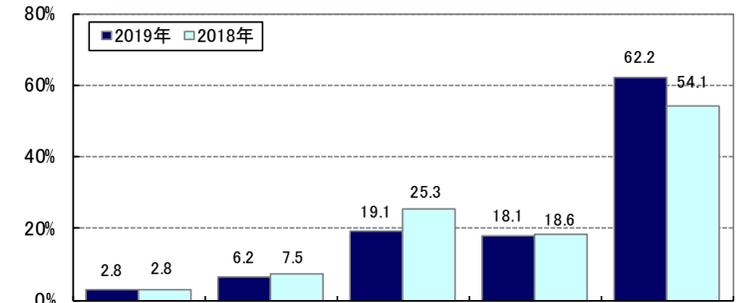
Q23 SNS (FacebookやTwitter、LINEなど)で、どのような相手と、どのような写真や動画ならやり取りしても良いと思いますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも)

顔が判別できないように加工した、友人や自身を撮影した写真や動画



		n=	不特定多数(誰でも)	SNS上だけの友人・知人	現実でも面識のある友人・知人	恋人などの非常に近い間柄の相手	自分のみ
全体		5,000	9.4	10.4	18.3	15.8	55.9
性別	男性	2,864	10.8	11.0	18.1	15.0	54.4
	女性	2,136	7.4	9.6	18.6	16.9	57.9
年代別	10代	300	7.7	14.3	19.7	16.3	52.0
	20代	724	13.5	12.2	22.7	15.1	48.6
	30代	834	10.9	10.9	21.6	19.7	52.2
	40代	1,084	9.9	10.7	18.5	17.6	55.1
	50代	905	7.3	8.7	16.8	13.8	60.3
	60代	698	7.6	9.5	15.5	15.9	58.0
	70代以上	455	6.8	8.1	11.4	9.0	66.6
2018年		5,000	12.6	12.8	23.5	14.4	46.2

顔が判別できる状態の、友人や自身を撮影した写真や動画



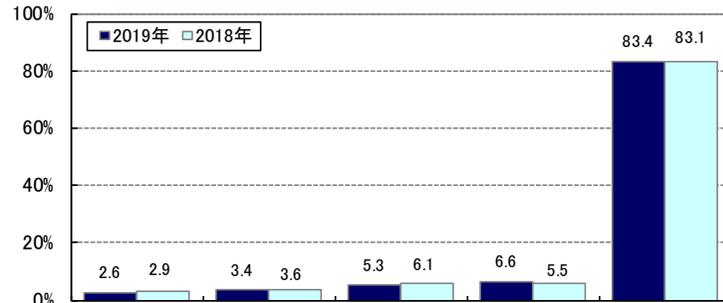
		n=	不特定多数(誰でも)	SNS上だけの友人・知人	現実でも面識のある友人・知人	恋人などの非常に近い間柄の相手	自分のみ
全体		5,000	2.8	6.2	19.1	18.1	62.2
性別	男性	2,864	3.6	7.4	19.3	17.7	60.1
	女性	2,136	1.6	4.6	18.8	18.5	65.1
年代別	10代	300	3.0	9.3	19.0	20.3	57.7
	20代	724	4.7	7.2	24.9	18.0	56.1
	30代	834	3.2	6.4	23.4	22.4	57.6
	40代	1,084	3.0	5.3	18.8	18.6	63.5
	50代	905	1.8	6.2	16.2	15.8	65.4
	60代	698	0.9	5.7	15.6	17.2	65.8
	70代以上	455	3.1	5.7	13.6	13.2	68.8
2018年		5,000	2.8	7.5	25.3	18.6	54.1

4-4-9.SNSでの写真・動画の共有相手④

- 『インターネット上で取得した性的な写真や動画』について最も高いのは、「自分のみ」(83.4%)である。次いで「恋人などの非常に近い間柄の相手」(6.6%)、「現実でも面識のある友人・知人」(5.3%)、「SNS上だけの友人・知人」(3.4%)と続く。
- 『自身の性的な姿を撮影した写真や動画』について最も高いのは、「自分のみ」(85.0%)である。次いで「恋人などの非常に近い間柄の相手」(6.2%)、「現実でも面識のある友人・知人」(4.9%)、「SNS上だけの友人・知人」(3.0%)と続く。

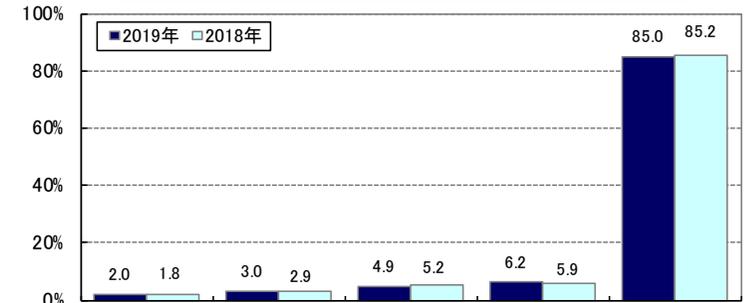
Q23 SNS (FacebookやTwitter、LINEなど)で、どのような相手と、どのような写真や動画ならやり取りしても良いと思いますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも)

インターネット上で取得した性的な写真や動画



属性	n=	相手					自分のみ (%)
		不特定多数 (誰でも)	SNS上だけの友人・知人	現実でも面識のある友人・知人	恋人などの非常に近い間柄の相手	自分のみ	
全体	5,000	2.6	3.4	5.3	6.6	83.4	
性別							
男性	2,864	3.1	3.9	5.4	7.2	81.6	
女性	2,136	1.9	2.7	5.1	5.8	85.8	
年代別							
10代	300	4.3	7.0	8.0	7.0	75.0	
20代	724	4.6	4.0	6.6	7.3	78.6	
30代	834	3.2	4.1	5.5	6.8	82.9	
40代	1,084	2.9	3.0	5.0	7.6	83.2	
50代	905	1.1	2.8	5.4	6.1	85.3	
60代	698	1.4	3.2	3.9	6.0	86.2	
70代以上	455	1.5	1.3	3.7	4.2	89.9	
2018年	5,000	2.9	3.6	6.1	5.5	83.1	

自身の性的な姿を撮影した写真や動画



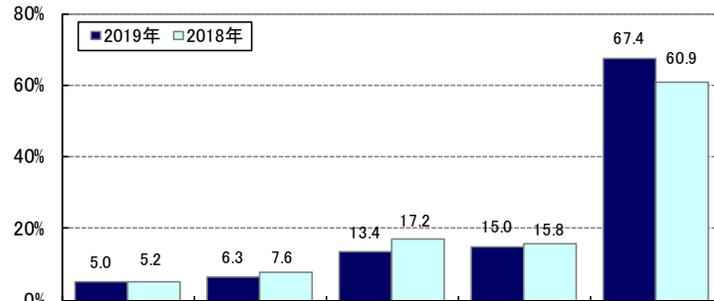
属性	n=	相手					自分のみ (%)
		不特定多数 (誰でも)	SNS上だけの友人・知人	現実でも面識のある友人・知人	恋人などの非常に近い間柄の相手	自分のみ	
全体	5,000	2.0	3.0	4.9	6.2	85.0	
性別							
男性	2,864	2.5	3.6	5.2	6.7	83.3	
女性	2,136	1.4	2.3	4.5	5.5	87.4	
年代別							
10代	300	1.7	5.3	7.7	6.7	79.7	
20代	724	3.7	4.0	5.9	7.3	80.2	
30代	834	2.6	3.6	4.0	6.6	84.7	
40代	1,084	2.0	2.1	4.9	6.6	85.5	
50代	905	1.1	3.0	5.4	6.1	85.5	
60代	698	1.0	2.9	4.2	5.2	88.0	
70代以上	455	1.8	1.5	3.1	4.4	90.1	
2018年	5,000	1.8	2.9	5.2	5.9	85.2	

4-4-9.SNSでの写真・動画の共有相手⑤

- 『自身の趣味や嗜好がわかる物品や自身の姿を撮影した写真』について最も高いのは、「自分のみ」(67.4%)である。次いで「恋人などの非常に近い間柄の相手」(15.0%)、「現実でも面識のある友人・知人」(13.4%)、「SNS上だけの友人・知人」(6.3%)と続く。
- 2018年と比較すると、「自分のみ」の割合が上昇している。
- 『顔が判別できる状態の家族や親戚、近所などの子供(主に未就学児)を撮影した写真や動画』について最も高いのは、「自分のみ」(73.3%)である。次いで「恋人などの非常に近い間柄の相手」(14.5%)、「現実でも面識のある友人・知人」(10.3%)、「SNS上だけの友人・知人」(4.0%)と続く。

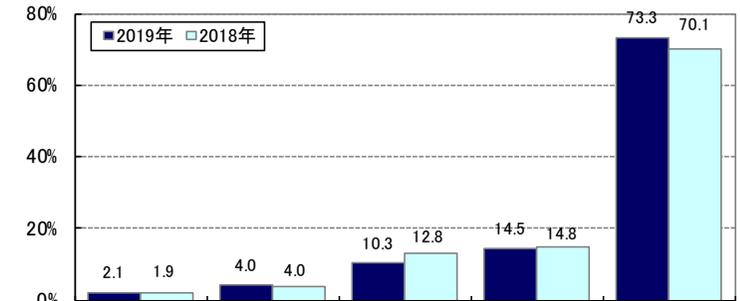
Q23 SNS(FacebookやTwitter、LINEなど)で、どのような相手と、どのような写真や動画ならやり取りしても良いと思いますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも)

自身の趣味や嗜好がわかる物品や自身の姿を撮影した写真



	n=	相手					
		不特定多数(誰でも)	SNS上だけの友人・知人	現実でも面識のある友人・知人	恋人などの非常に近い間柄の相手	自分のみ	
全体	5,000	5.0	6.3	13.4	15.0	67.4	
性別	男性	5.9	6.8	13.1	14.8	65.7	
	女性	3.7	5.5	13.7	15.3	69.7	
年代別	10代	4.3	8.3	16.3	14.3	63.7	
	20代	8.4	8.6	15.5	14.5	61.2	
	30代	6.8	6.1	15.3	18.6	62.8	
	40代	1,084	5.8	6.0	14.4	14.9	67.4
	50代	905	2.4	5.9	12.5	13.7	70.8
	60代	698	2.6	5.3	9.6	14.8	72.2
	70代以上	455	3.1	4.4	9.7	13.2	73.8
2018年	5,000	5.2	7.6	17.2	15.8	60.9	

顔が判別できる状態の家族や親戚、近所などの子供(主に未就学児)を撮影した写真や動画



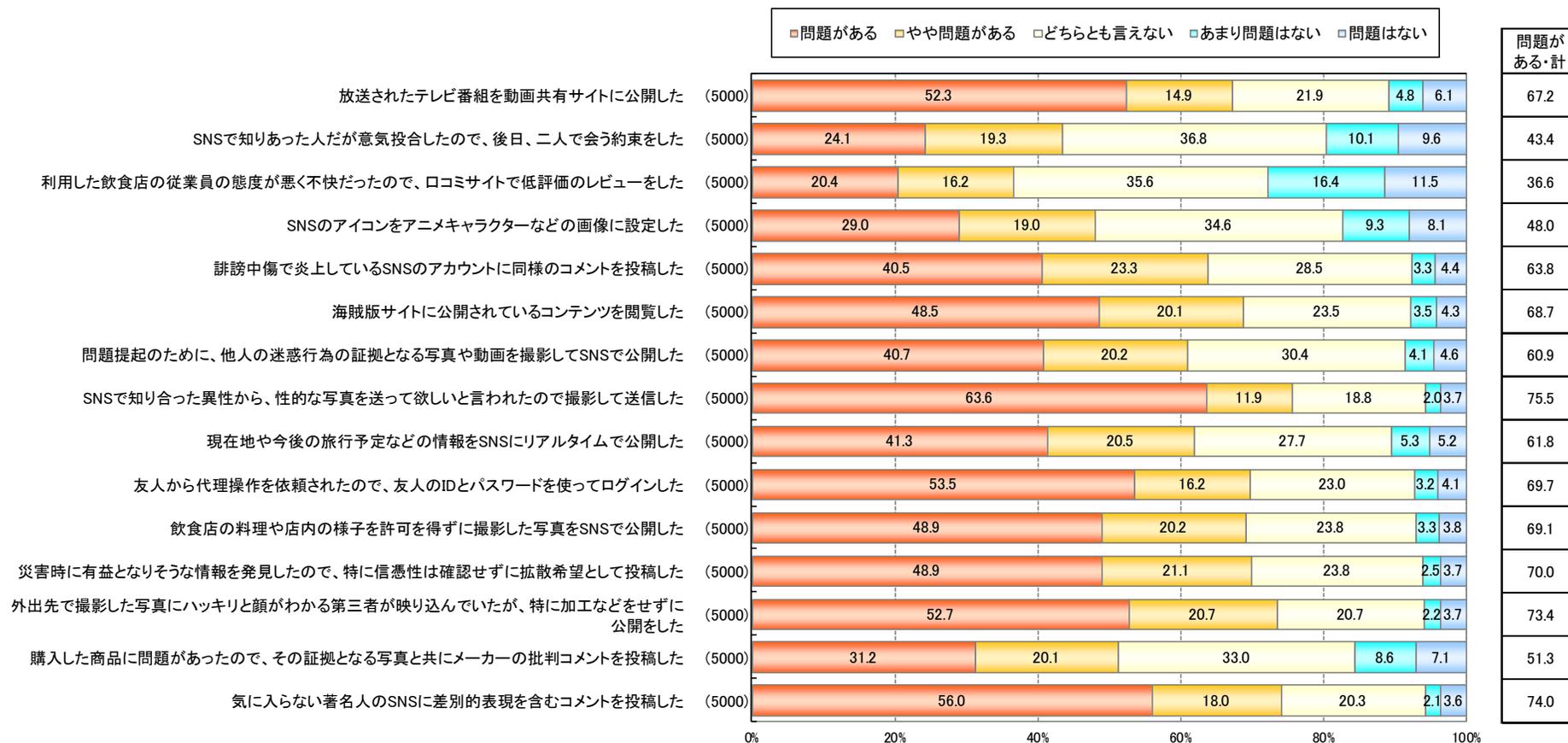
	n=	相手					
		不特定多数(誰でも)	SNS上だけの友人・知人	現実でも面識のある友人・知人	恋人などの非常に近い間柄の相手	自分のみ	
全体	5,000	2.1	4.0	10.3	14.5	73.3	
性別	男性	2.5	4.9	10.6	14.6	71.6	
	女性	1.6	2.9	9.8	14.3	75.5	
年代別	10代	2.0	7.3	9.3	14.3	71.0	
	20代	3.0	5.1	14.4	14.4	67.8	
	30代	834	3.4	3.7	12.2	17.7	69.2
	40代	1,084	2.0	3.4	9.7	14.9	74.8
	50代	905	1.4	3.4	8.7	13.0	76.0
	60代	698	1.0	4.2	7.6	13.2	76.9
	70代以上	455	1.8	3.3	9.2	12.5	76.0
2018年	5,000	1.9	4.0	12.8	14.8	70.1	

4-5.インターネットサービス利用時の問題行為・留意点

4-5-1.インターネットサービス利用時の問題意識①

- インターネットサービス利用時の問題意識(問題がある・計)について最も高いのは、「SNSで知り合った異性から、性的な写真を送って欲しいと言われたので撮影して送信した」(75.5%)である。次いで「気に入らない著名人のSNSに差別的表現を含むコメントを投稿した」(74.0%)、「外出先で撮影した写真にハッキリと顔がわかる第三者が映り込んでいたが、特に加工などをせずに公開をした」(73.4%)、「災害時に有益となりそうな情報を発見したので、特に信憑性は確認せずに拡散希望として投稿した」(70.0%)と続く。

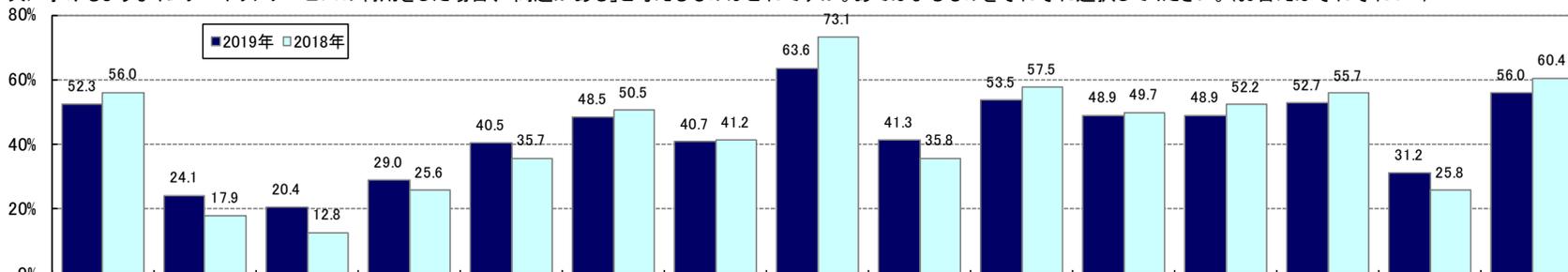
Q24 第三者が次に挙げるようなインターネットサービスの利用をした場合、「問題がある」と考えるものはどれですか。あてはまるものをそれぞれ選択してください。(お答えはそれぞれ1つ)



4-5-1.インターネットサービス利用時の問題意識②

- インターネットサービス利用時の問題意識(問題がある)について最も高いのは、「SNSで知り合った異性から、性的な写真を送って欲しいと言われたので撮影して送信した」(63.6%)である。次いで「気に入らない著名人のSNSに差別的表現を含むコメントを投稿した」(56.0%)、「友人から代理操作を依頼されたので、友人のIDとパスワードを使ってログインした」(53.5%)、「外出先で撮影した写真にハッキリと顔がわかる第三者が映り込んでいたが、特に加工などをせずに公開をした」(52.7%)と続く。
- 2018年と比較すると、「SNSで知りあった人だが意気投合したので、後日、二人で会う約束をした」「利用した飲食店の従業員の態度が悪く不快だったので、口コミサイトで低評価のレビューをした」「現在地や今後の旅行予定などの情報をSNSにリアルタイムで公開した」「購入した商品に問題があったので、その証拠となる写真と共にメーカーの批判コメントを投稿した」の割合が上昇している。「SNSで知り合った異性から、性的な写真を送って欲しいと言われたので撮影して送信した」の割合が低下している。

Q24 第三者が次に挙げるようなインターネットサービスの利用をした場合、「問題がある」と考えるものはどれですか。あてはまるものをそれぞれ選択してください。(お答えはそれぞれ1つ)



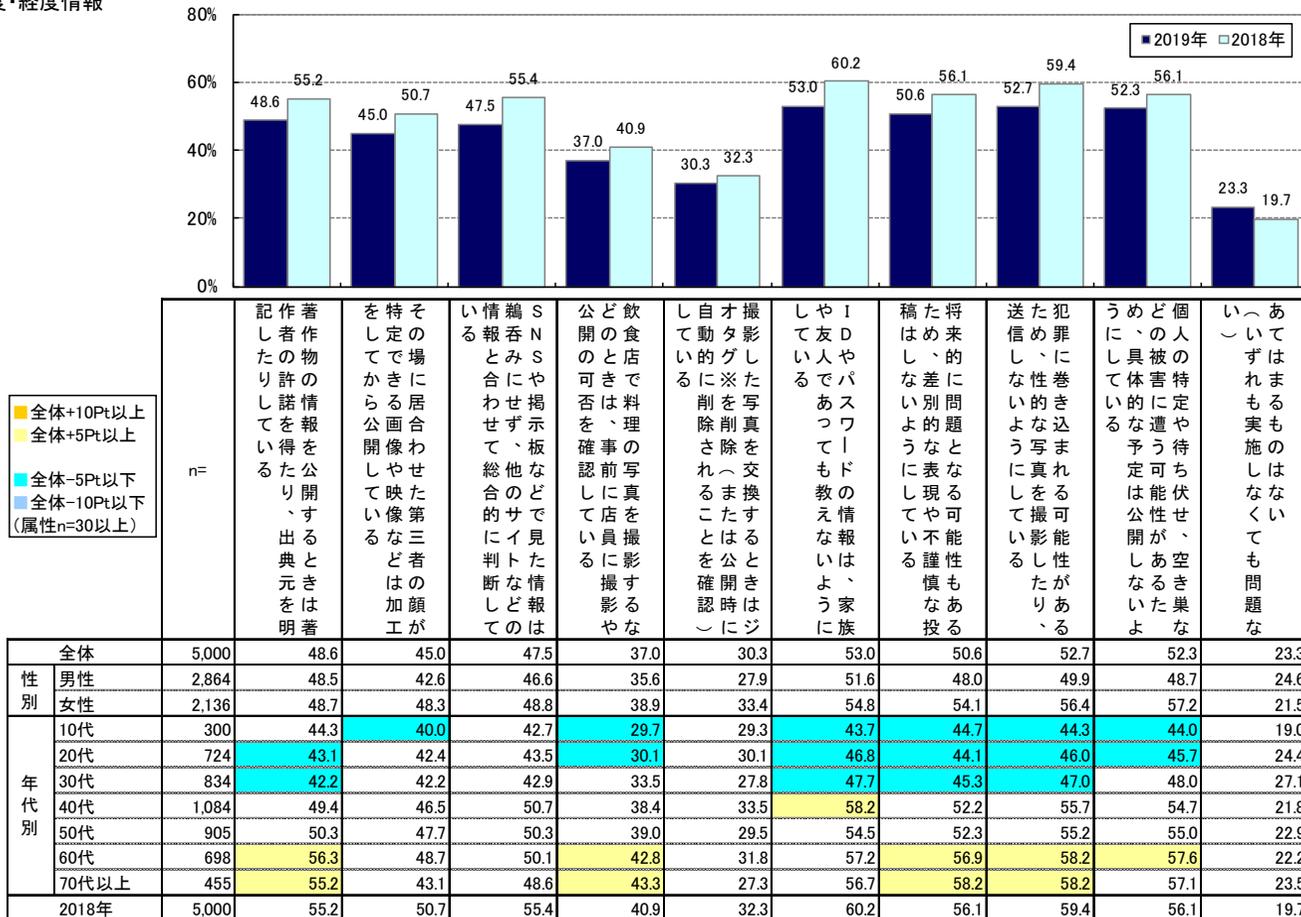
※値は「問題がある」

性別	年代別	n=	問題意識														
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
全体	5,000	52.3	24.1	20.4	29.0	40.5	48.5	40.7	63.6	41.3	53.5	48.9	48.9	52.7	31.2	56.0	
男性	2,864	52.3	19.2	18.9	27.9	36.7	43.2	35.5	58.1	35.5	52.0	45.9	44.1	47.5	27.1	51.8	
	女性	2,136	52.3	30.8	22.5	30.4	45.6	55.7	47.6	71.0	49.0	55.5	52.8	55.2	59.7	61.5	
10代	300	51.0	33.0	23.7	26.0	37.0	43.7	40.7	60.7	41.7	49.0	39.3	47.0	46.7	31.0	54.0	
	20代	724	46.4	19.8	13.7	18.4	30.0	39.6	29.8	53.6	33.6	37.3	38.3	41.4	41.6	24.0	45.4
	30代	834	48.1	17.7	14.0	19.7	33.6	42.2	32.5	54.3	34.2	43.9	40.2	44.4	45.2	26.0	50.0
	40代	1,084	56.5	21.3	18.9	31.5	40.3	51.1	40.5	62.6	42.1	54.0	51.3	49.5	54.8	32.0	57.6
	50代	905	56.9	26.5	23.9	36.5	45.0	55.1	46.9	70.3	47.4	61.3	55.5	56.5	60.1	36.7	60.1
	60代	698	57.9	29.5	27.8	38.1	51.1	56.0	50.9	73.4	49.4	67.3	59.2	55.9	61.7	38.0	67.2
70代以上	455	42.6	30.8	26.2	29.9	47.3	46.8	45.5	72.7	39.8	62.0	53.4	42.6	54.7	28.8	55.6	
2018年	5,000	56.0	17.9	12.8	25.6	35.7	50.5	41.2	73.1	35.8	57.5	49.7	52.2	55.7	25.8	60.4	

4-5-2.インターネットサービス利用時に実施すべきもの

- インターネットサービス利用時に実施すべきものについて最も高いのは、「IDやパスワードの情報は、家族や友人であっても教えないようにしている」(53.0%)である。次いで「犯罪に巻き込まれる可能性があるため、性的な写真を撮影したり、送信しないようにしている」(52.7%)、「個人の特定や待ち伏せ、空き巣などの被害に遭う可能性があるため、具体的な予定は公開しないようにしている」(52.3%)、「将来的に問題となる可能性もあるため、差別的な表現や不謹慎な投稿はしないようにしている」(50.6%)と続く。
- 2018年と比較すると、「著作物の情報を公開するときは著作者の許諾を得たり、出典元を明記したりしている」「その場に居合わせた第三者の顔が特定できる画像や映像などは加工してから公開している」「SNSや掲示板などで見た情報は鵜呑みにせず、他のサイトなどの情報と合わせて総合的に判断している」「IDやパスワードの情報は、家族や友人であっても教えないようにしている」「将来的に問題となる可能性もあるため、差別的な表現や不謹慎な投稿はしないようにしている」「犯罪に巻き込まれる可能性があるため、性的な写真を撮影したり、送信しないようにしている」の割合が低下している。

Q25 次に挙げるようなインターネットサービス利用における注意点について、あなたが「実施すべき」と考えるものはありますか。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)※ジオタグ:写真データなどに付加される緯度・経度情報

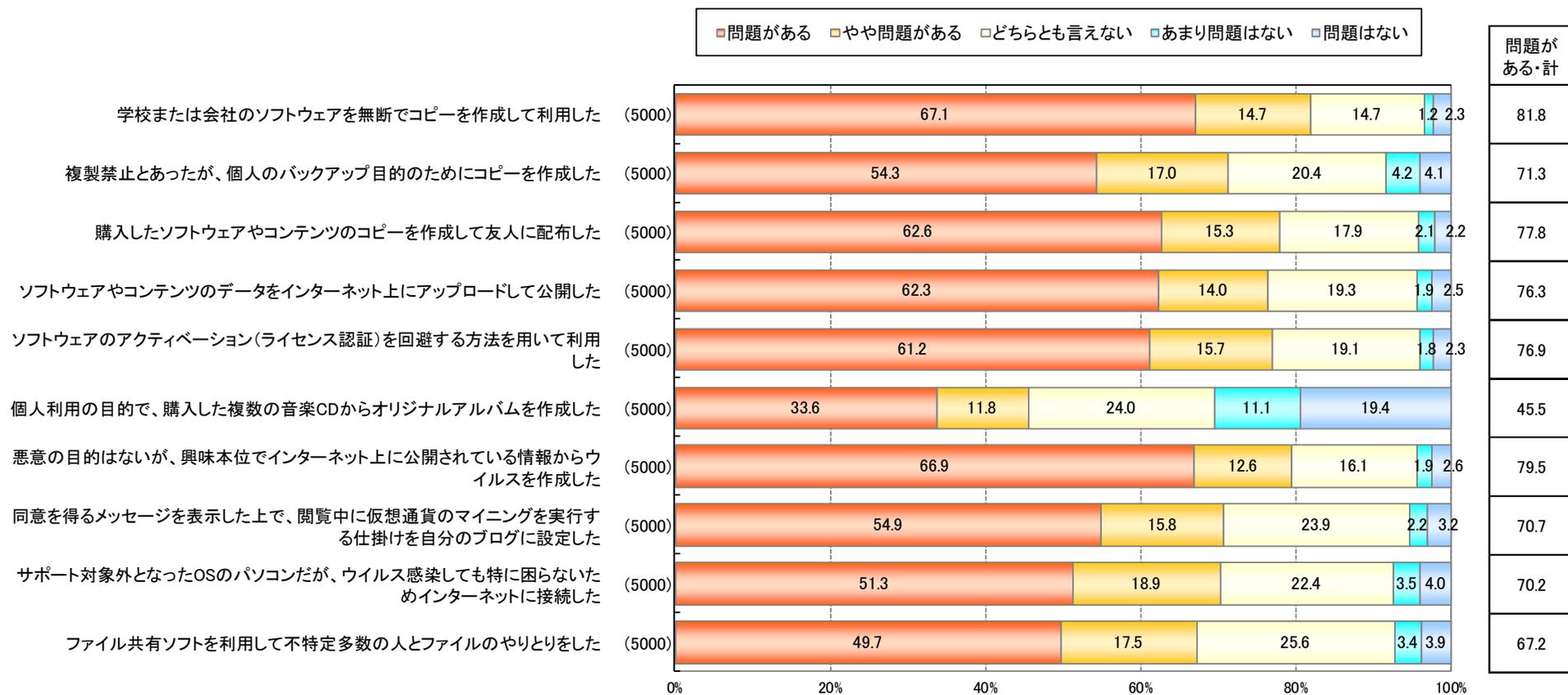


※ ジオタグ:写真データなどに付加される緯度・経度情報

4-5-3.ソフトウェア・データ利用時の問題意識①

- ソフトウェア・データ利用時の問題意識(問題がある・計)について最も高いのは、「学校または会社のソフトウェアを無断でコピーを作成して利用した」(81.8%)である。次いで「悪意の目的はないが、興味本位でインターネット上に公開されている情報からウイルスを作成した」(79.5%)、「購入したソフトウェアやコンテンツのコピーを作成して友人に配布した」(77.8%)、「ソフトウェアのアクティベーション(ライセンス認証)を回避する方法を用いて利用した」(76.9%)と続く。

Q26 第三者が次に挙げるような行為をした場合、「問題がある」と考えるものはどれですか。あてはまるものをそれぞれ選択してください。(お答えはそれぞれ1つ)



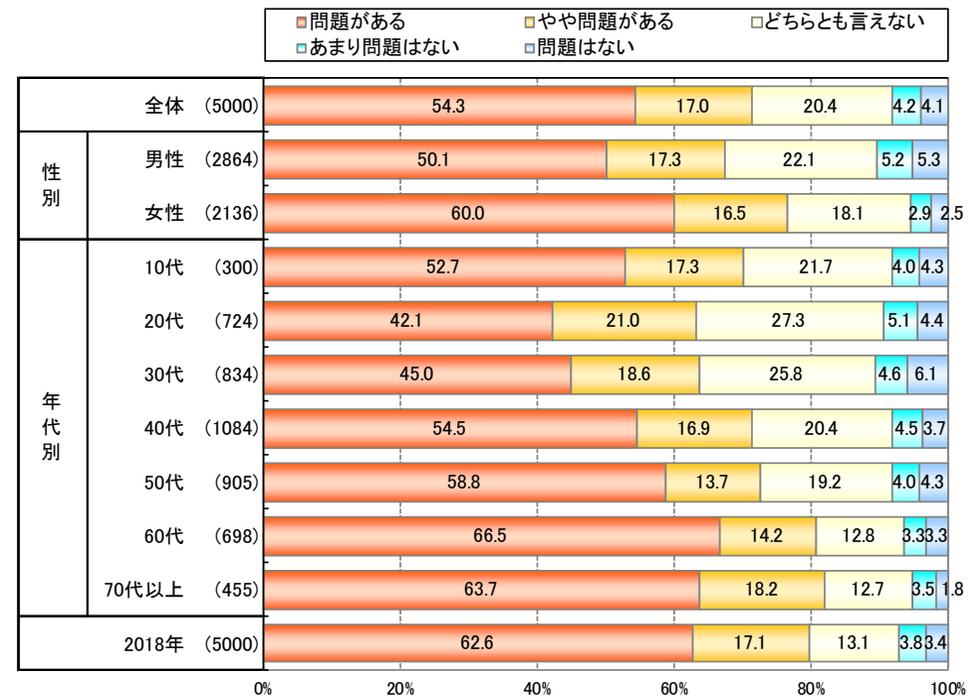
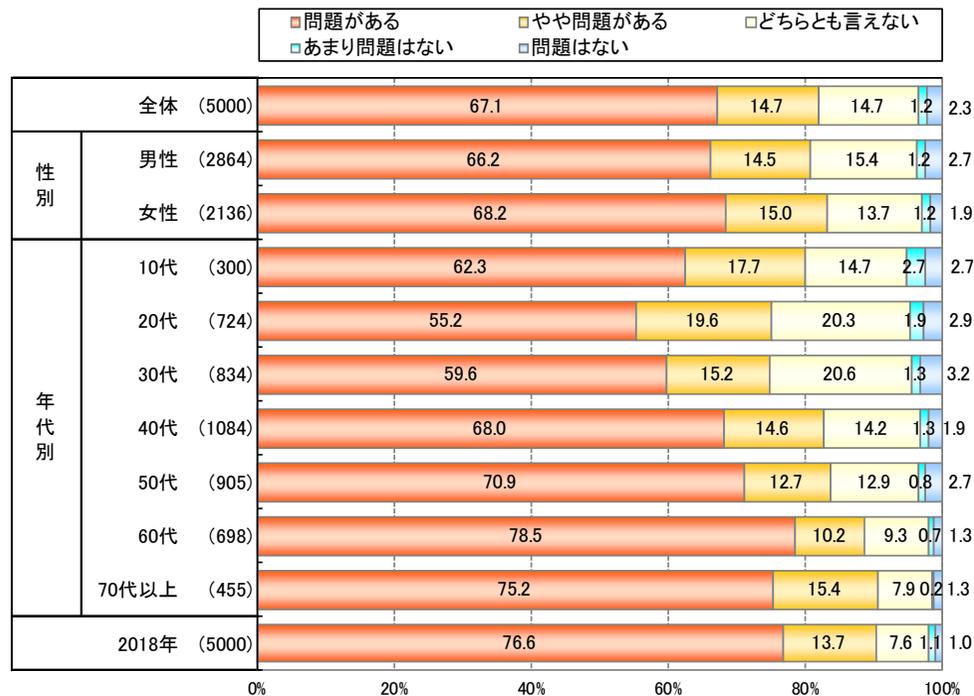
4-5-3.ソフトウェア・データ利用時の問題意識②

- 『学校または会社のソフトウェアを無断でコピーを作成して利用した』については、「問題がある」は67.1%、「やや問題がある」(14.7%)を合計すると81.8%である。
- 2018年と比較すると、「問題がある・計」の割合が低下している。
- 『複製禁止とあったが、個人のバックアップ目的のためにコピーを作成した』は、「問題がある」は54.3%、「やや問題がある」(17.0%)を合計すると71.3%である。
- 年代別で見ると、70代以上は「問題がある(計)」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「問題がある・計」の割合が低下している。

Q26 第三者が次に挙げるような行為をした場合、「問題がある」と考えるものはどれですか。あてはまるものをそれぞれ選択してください。(お答えはそれぞれ1つ)

学校または会社のソフトウェアを
無断でコピーを作成して利用した

複製禁止とあったが、
個人のバックアップ目的のためにコピーを作成した

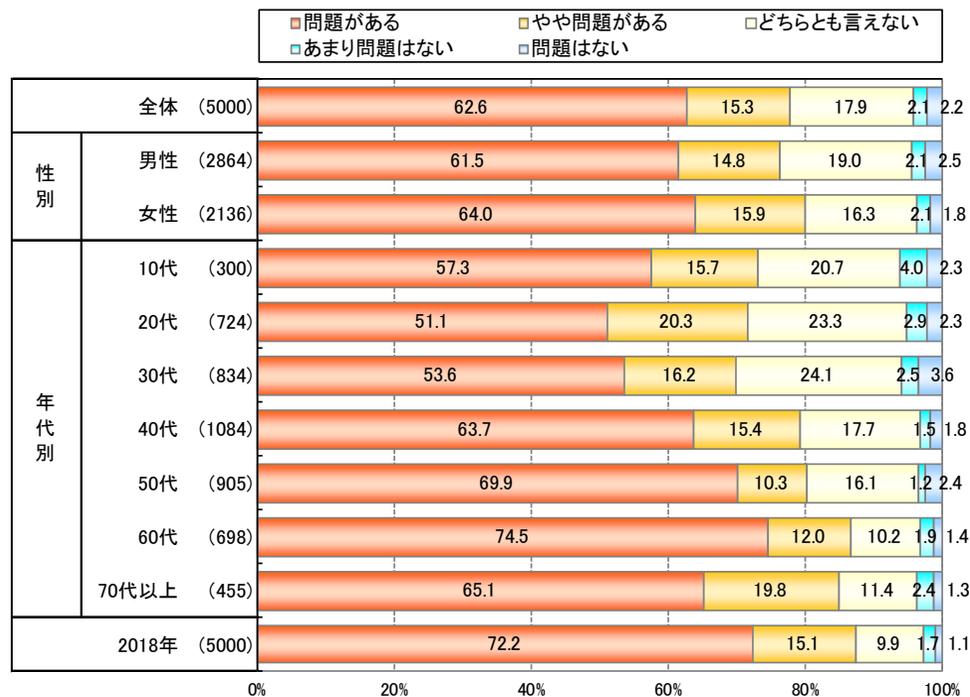


4-5-3.ソフトウェア・データ利用時の問題意識③

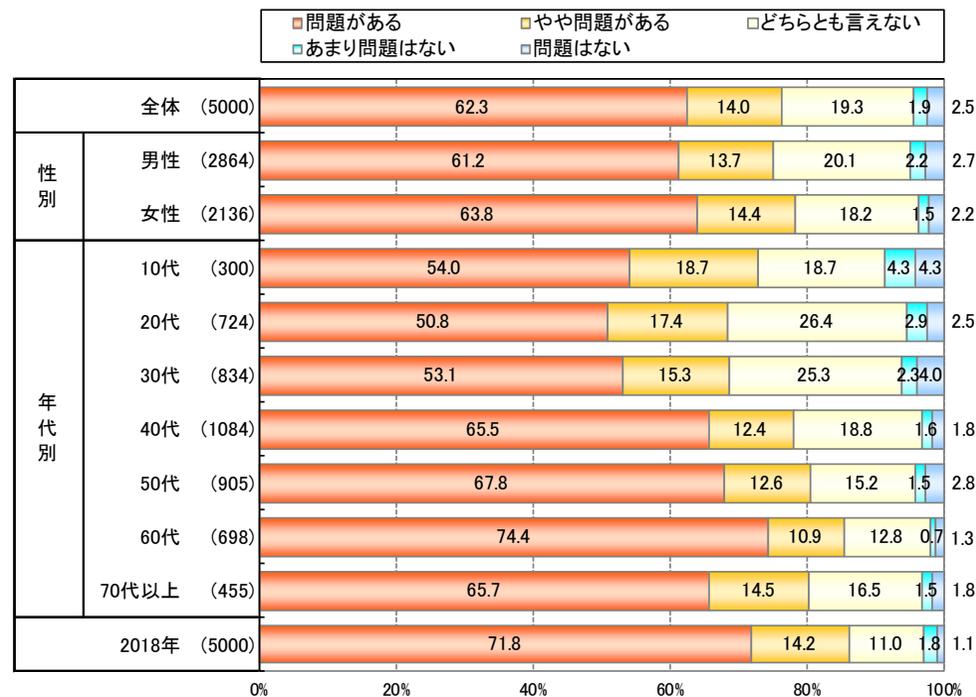
- 『購入したソフトウェアやコンテンツのコピーを作成して友人に配布した』については、「問題がある」は62.6%、「やや問題がある」(15.3%)を合計すると77.8%である。
- 2018年と比較すると、「問題がある・計」の割合が低下している。
- 『ソフトウェアやコンテンツのデータをインターネット上にアップロードして公開した』については、「問題がある」は62.3%、「やや問題がある」(14.0%)を合計すると76.3%である。
- 2018年と比較すると、「問題がある・計」の割合が低下している。

Q26 第三者が次に挙げるような行為をした場合、「問題がある」と考えるものはどれですか。あてはまるものをそれぞれ選択してください。(お答えはそれぞれ1つ)

購入したソフトウェアやコンテンツ
のコピーを作成して友人に配布した



ソフトウェアやコンテンツのデータを
インターネット上にアップロードして公開した

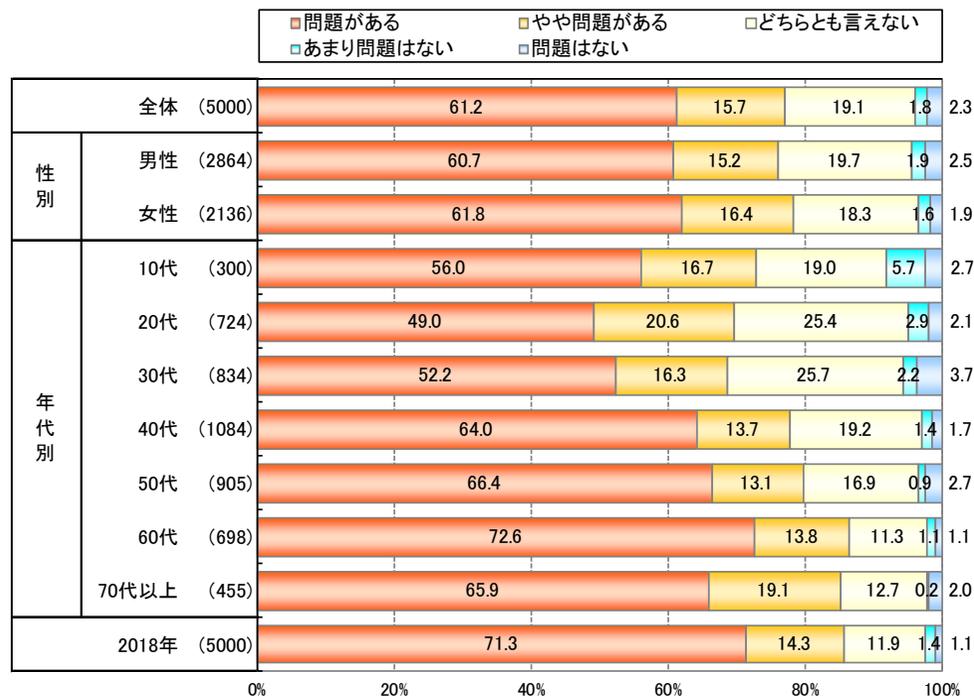


4-5-3.ソフトウェア・データ利用時の問題意識④

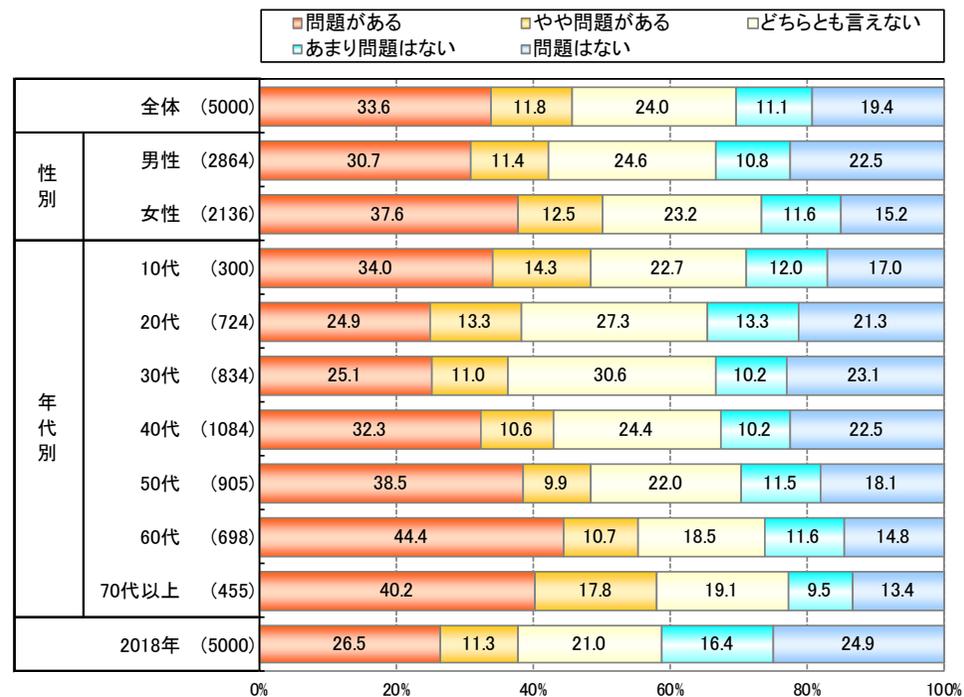
- 『ソフトウェアのアクティベーション(ライセンス認証)を回避する方法を用いて利用した』については、「問題がある」は61.2%、「やや問題がある」(15.7%)を合計すると76.9%である。
- 2018年と比較すると、「問題がある・計」の割合が低下している。
- 『個人利用の目的で、購入した複数の音楽CDからオリジナルアルバムを作成した』については、「問題がある」は33.6%、「やや問題がある」(11.8%)を合計すると45.5%である。年代別で見ると、70代以上は「問題がある(計)」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「問題がある・計」の割合が上昇している。

Q26 第三者が次に挙げるような行為をした場合、「問題がある」と考えるものはどれですか。あてはまるものをそれぞれ選択してください。(お答えはそれぞれ1つ)

ソフトウェアのアクティベーション(ライセンス認証)を回避する方法を用いて利用した



個人利用の目的で、購入した複数の音楽CDからオリジナルアルバムを作成した



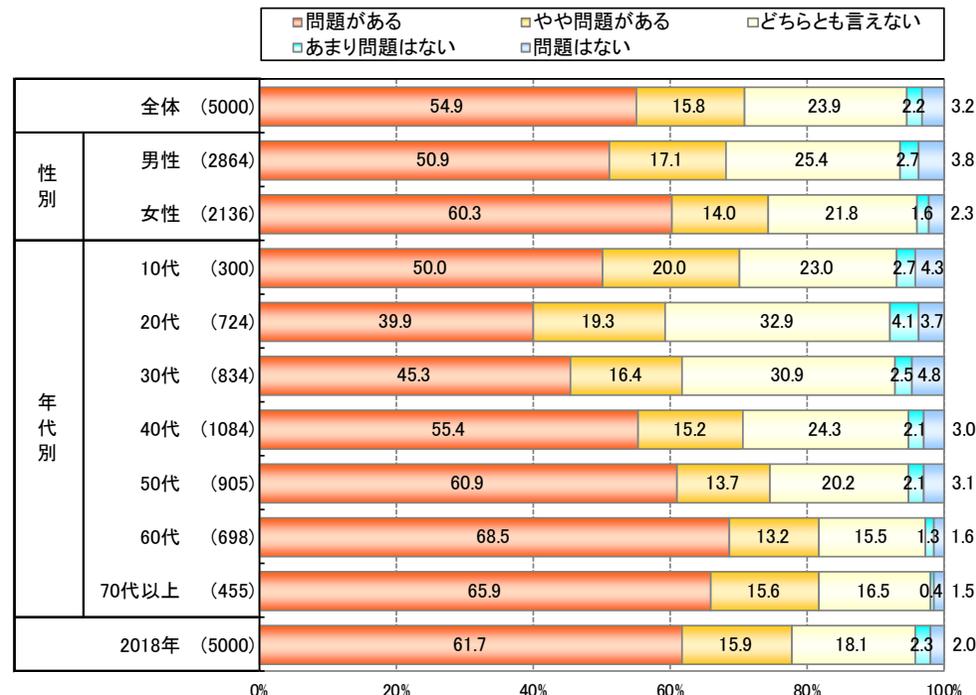
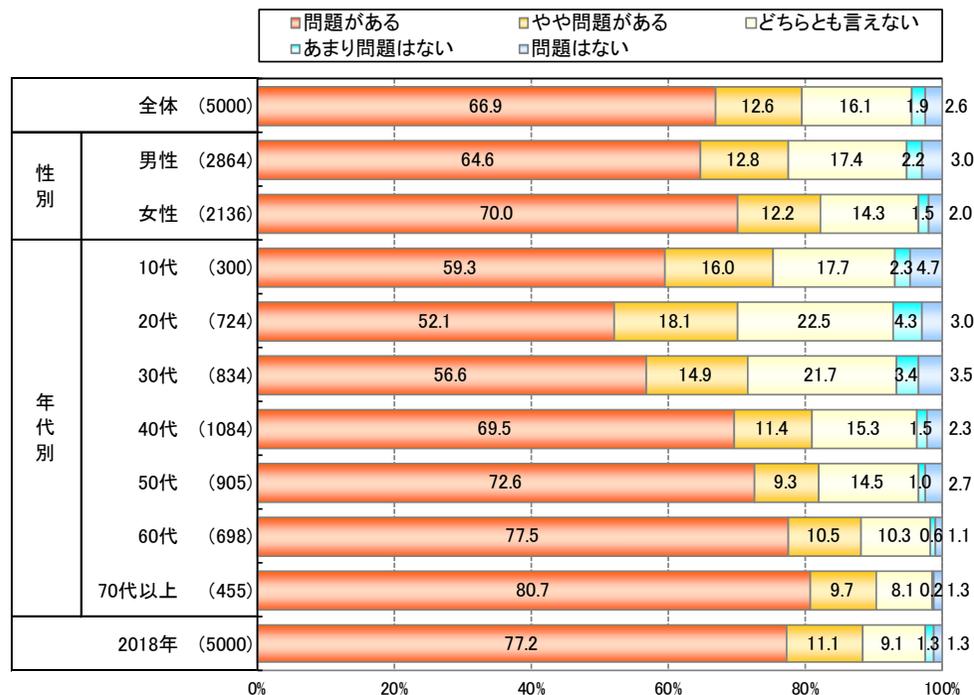
4-5-3.ソフトウェア・データ利用時の問題意識⑤

- 『悪意の目的はないが、興味本位でインターネット上に公開されている情報からウイルスを作成した』については、「問題がある」は66.9%、「やや問題がある」(12.6%)を合計すると79.5%である。年代別でみると、70代以上は「問題がある(計)」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「問題がある・計」の割合が低下している。
- 『同意を得るメッセージを表示した上で、閲覧中に仮想通貨のマイニングを実行する仕掛けを自分のブログに設定した』については、「問題がある」は54.9%、「やや問題がある」(15.8%)を合計すると70.7%である。年代別でみると、60代、70代以上は「問題がある(計)」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「問題がある・計」の割合が低下している。

Q26 第三者が次に挙げるような行為をした場合、「問題がある」と考えるものはどれですか。あてはまるものをそれぞれ選択してください。(お答えはそれぞれ1つ)

悪意の目的はないが、興味本位でインターネット上に公開されている情報からウイルスを作成した

同意を得るメッセージを表示した上で、閲覧中に仮想通貨のマイニングを実行する仕掛けを自分のブログに設定した



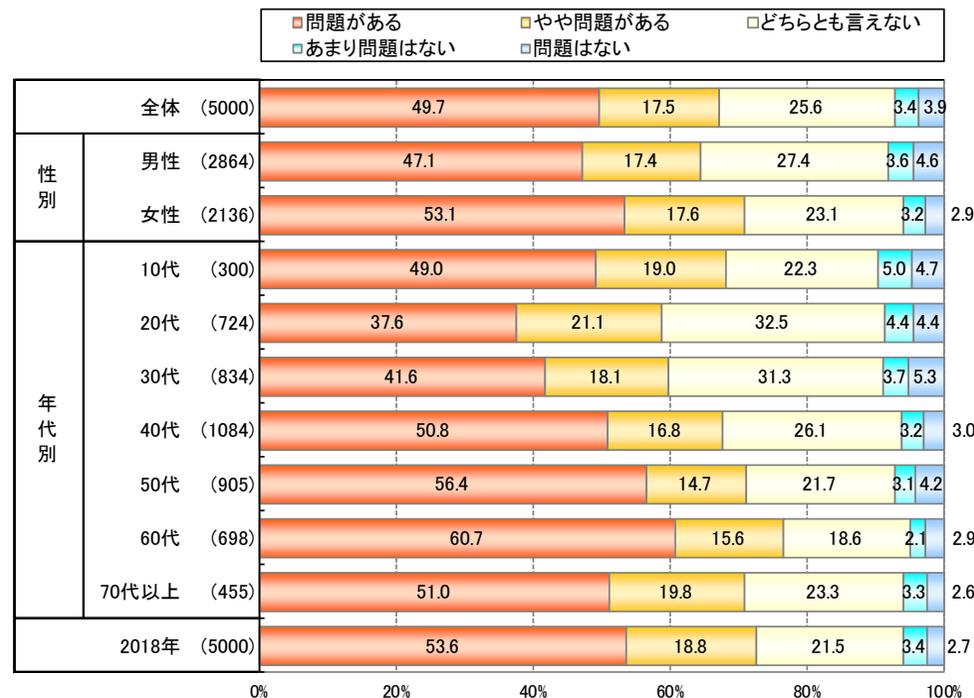
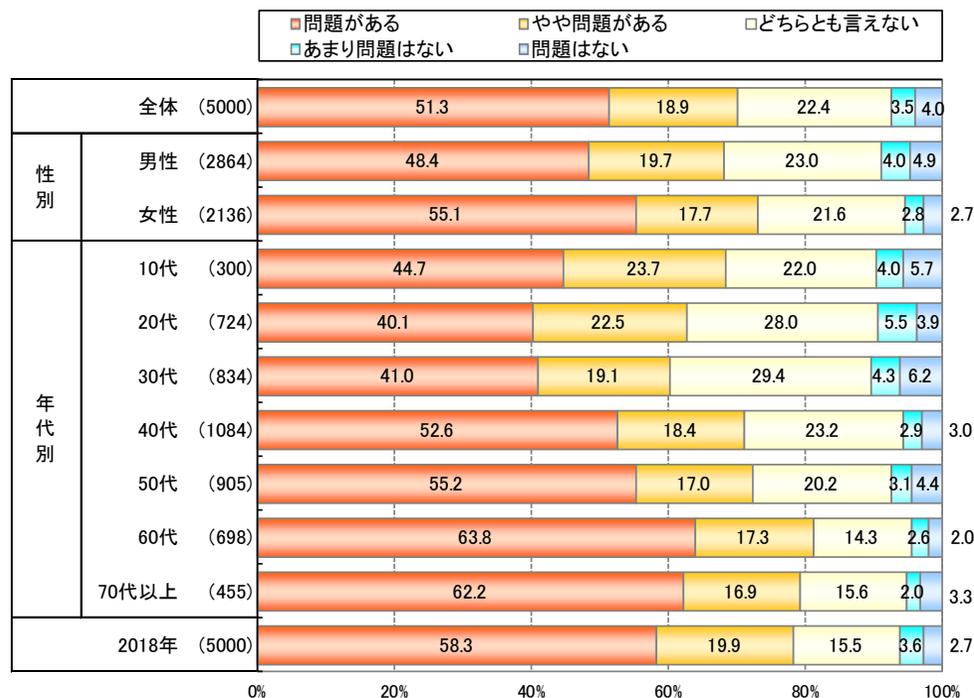
4-5-3.ソフトウェア・データ利用時の問題意識⑥

- 『サポート対象外となったOSのパソコンだが、ウイルス感染しても特に困らないためインターネットに接続した』については、「問題がある」は51.3%、「やや問題がある」(18.9%)を合計すると70.2%である。年代別でみると、60代は「問題がある(計)」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「問題がある・計」の割合が低下している。
- 『ファイル共有ソフトを利用して不特定多数の人とファイルのやりとりをした』は、「問題がある」は49.7%、「やや問題がある」(17.5%)を合計すると67.2%である。
- 2018年と比較すると、「問題がある・計」の割合が低下している。

Q26 第三者が次に挙げるような行為をした場合、「問題がある」と考えるものはどれですか。あてはまるものをそれぞれ選択してください。(お答えはそれぞれ1つ)

サポート対象外となったOSのパソコンだが、
ウイルス感染しても特に困らないためインターネットに接続した

ファイル共有ソフトを利用して
不特定多数の人とファイルのやりとりをした



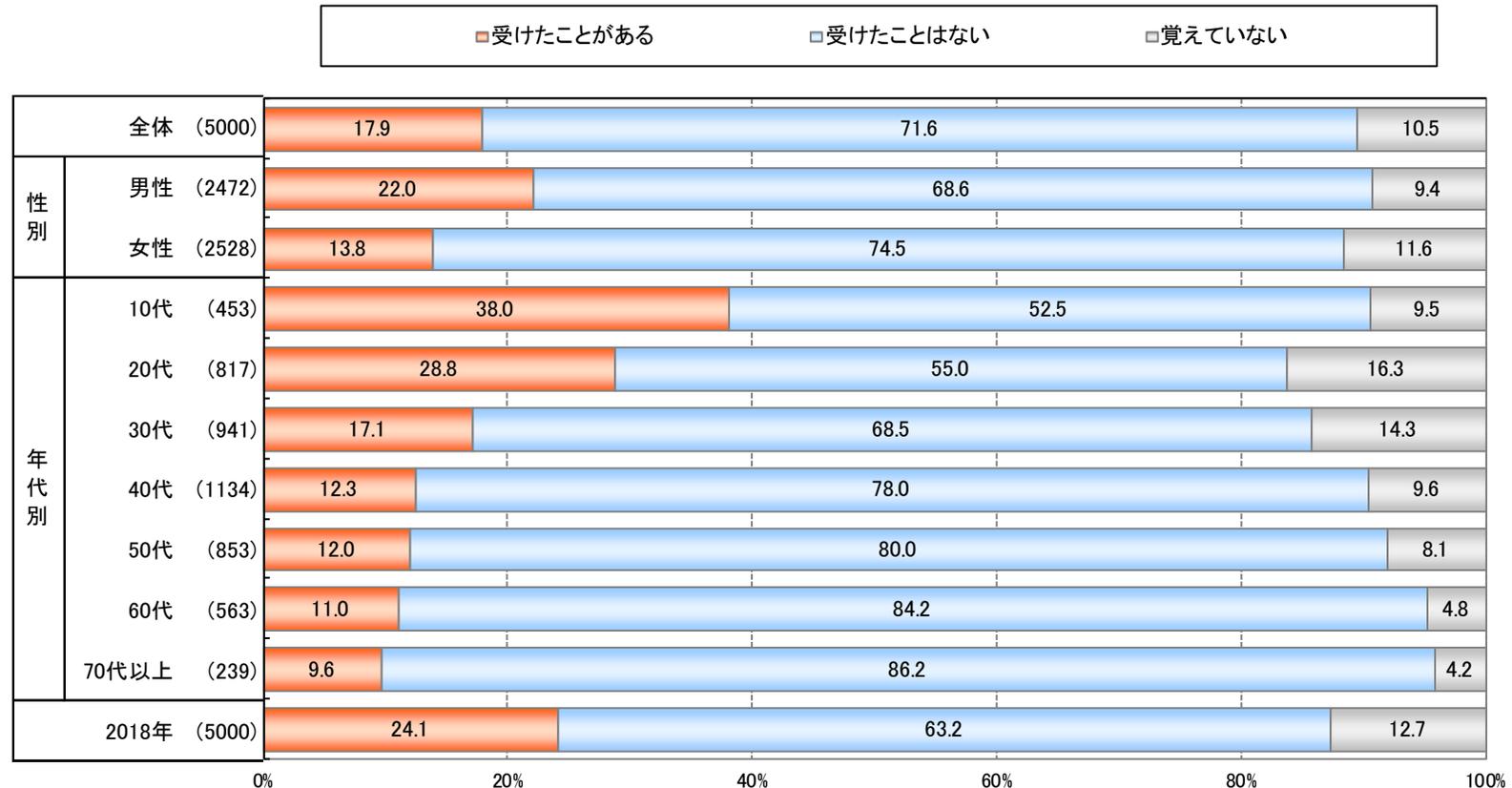
5.調査結果詳細【スマートデバイス調査】

5-1.インターネットや情報に関する倫理教育に関する経験

5-1-1.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を「受けたことがある」割合は17.9%である。
- 年代別で見ると、10代は「受けたことがある」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「受けたことがある」の割合が低下している。

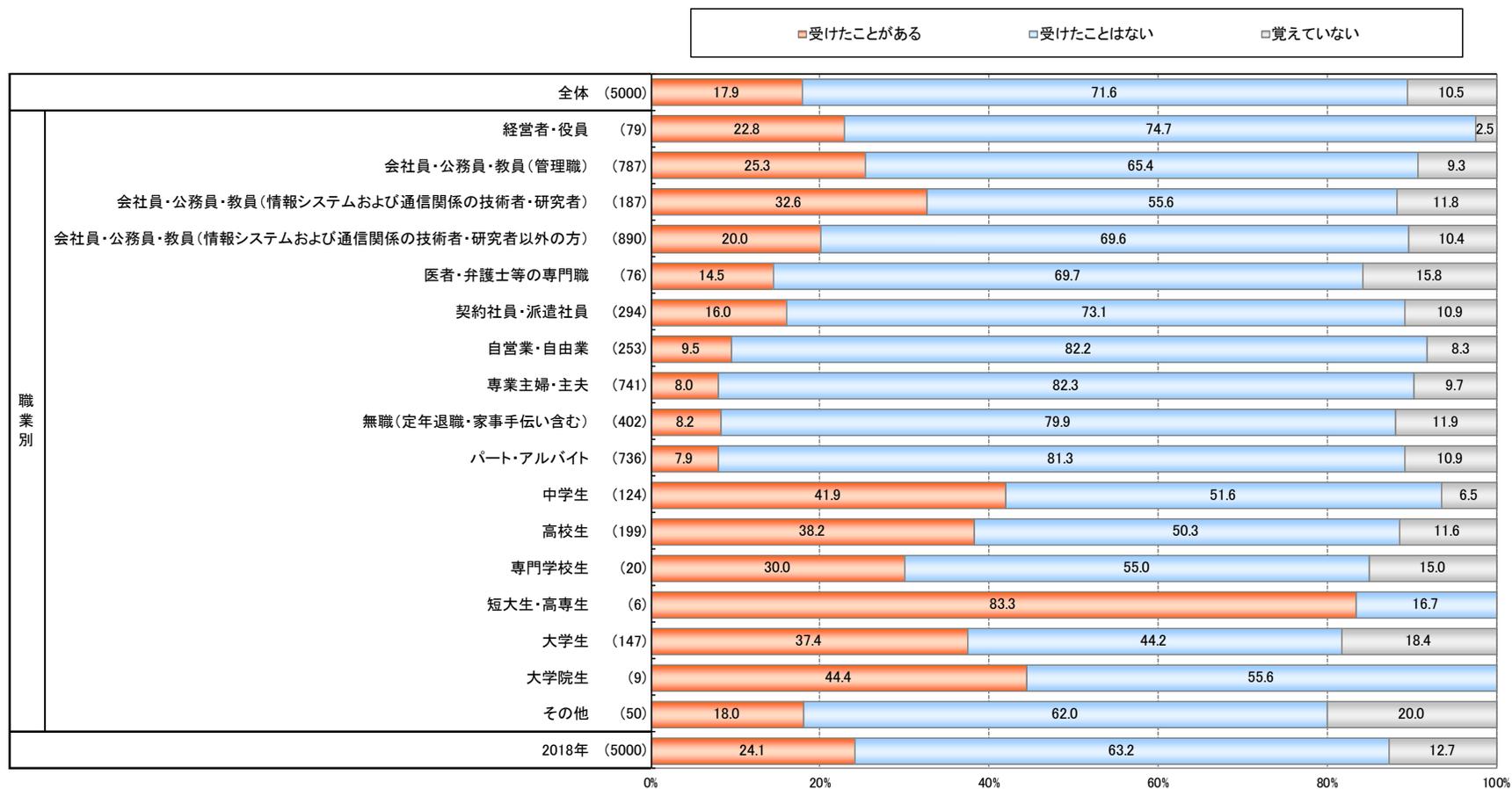
Q1 これまでにインターネットや情報に関する倫理教育を受けたことがありますか。あてはまるものを選択してください。(お答えは1つ)



5-1-1.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、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高い。

Q1 これまでに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。あてはまるものを選択してください。(お答えは1つ)

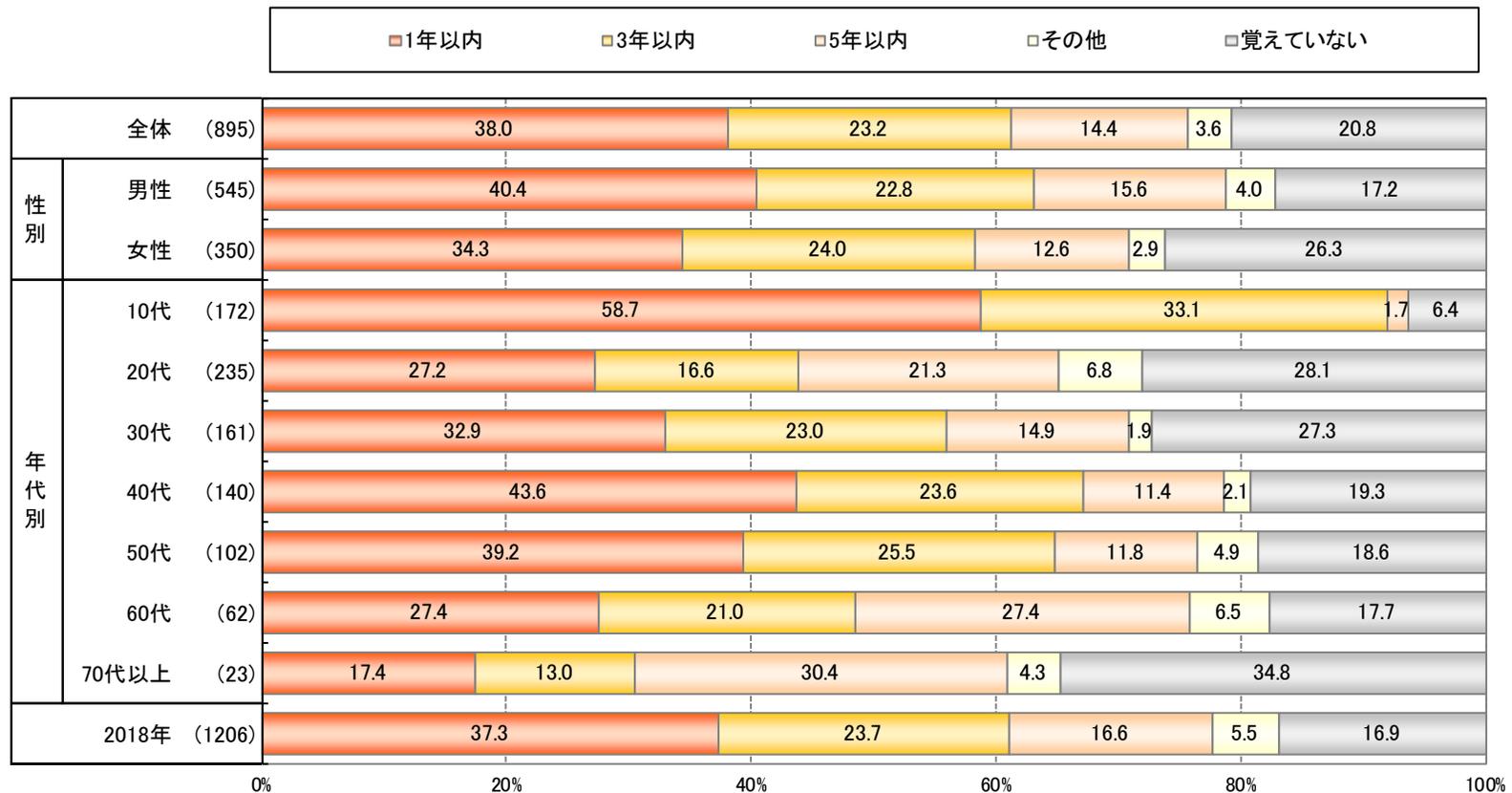


5-1-2.倫理教育の受講時期①

- 倫理教育の受講時期について最も高いのは、「1年以内」(38.0%)である。次いで「3年以内」(23.2%)、「覚えていない」(20.8%)、「5年以内」(14.4%)と続く。
- 年代別で見ると、10代は「1年以内」の割合が全体よりも高い。

Q2 インターネットや情報に関する倫理教育を受講した時期について、あてはまるものを選択してください。過去に複数回受講されている場合は、最後に受講した時期を選択してください。(お答えは1つ)

n=倫理教育を受けたことがある方(Q1)

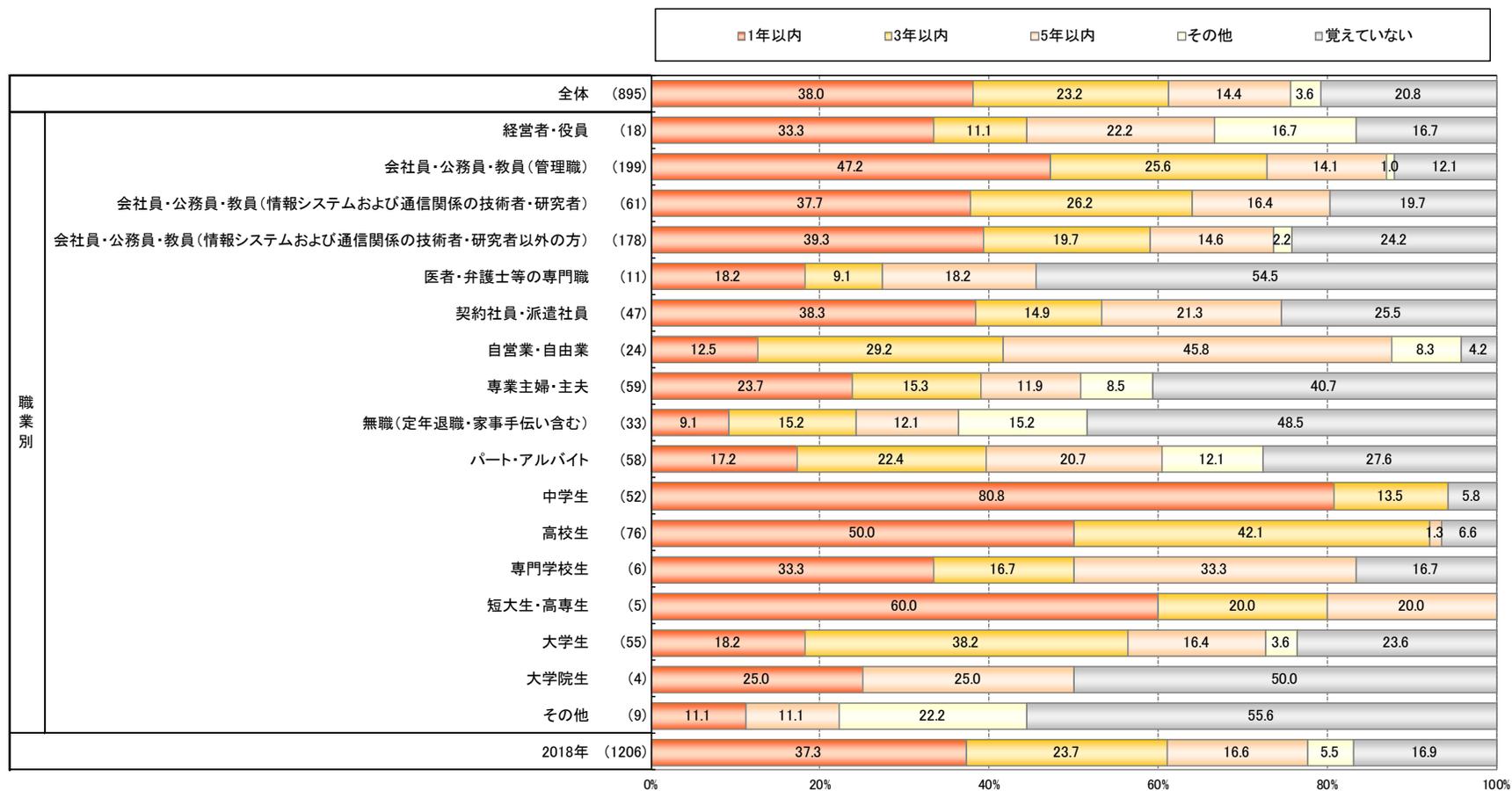


5-1-2.倫理教育の受講時期②

■ 職業別でみると、専業主婦・主夫、無職(定年退職・家事手伝い含む)は「覚えていない」、中学生は「1年以内」、高校生は「3年以内」の割合が全体よりも高い。

Q2 インターネットや情報に関する倫理教育を受講した時期について、あてはまるものを選択してください。過去に複数回受講されている場合は、最後に受講した時期を選択してください。(お答えは1つ)

n=倫理教育を受けたことがある方(Q1)

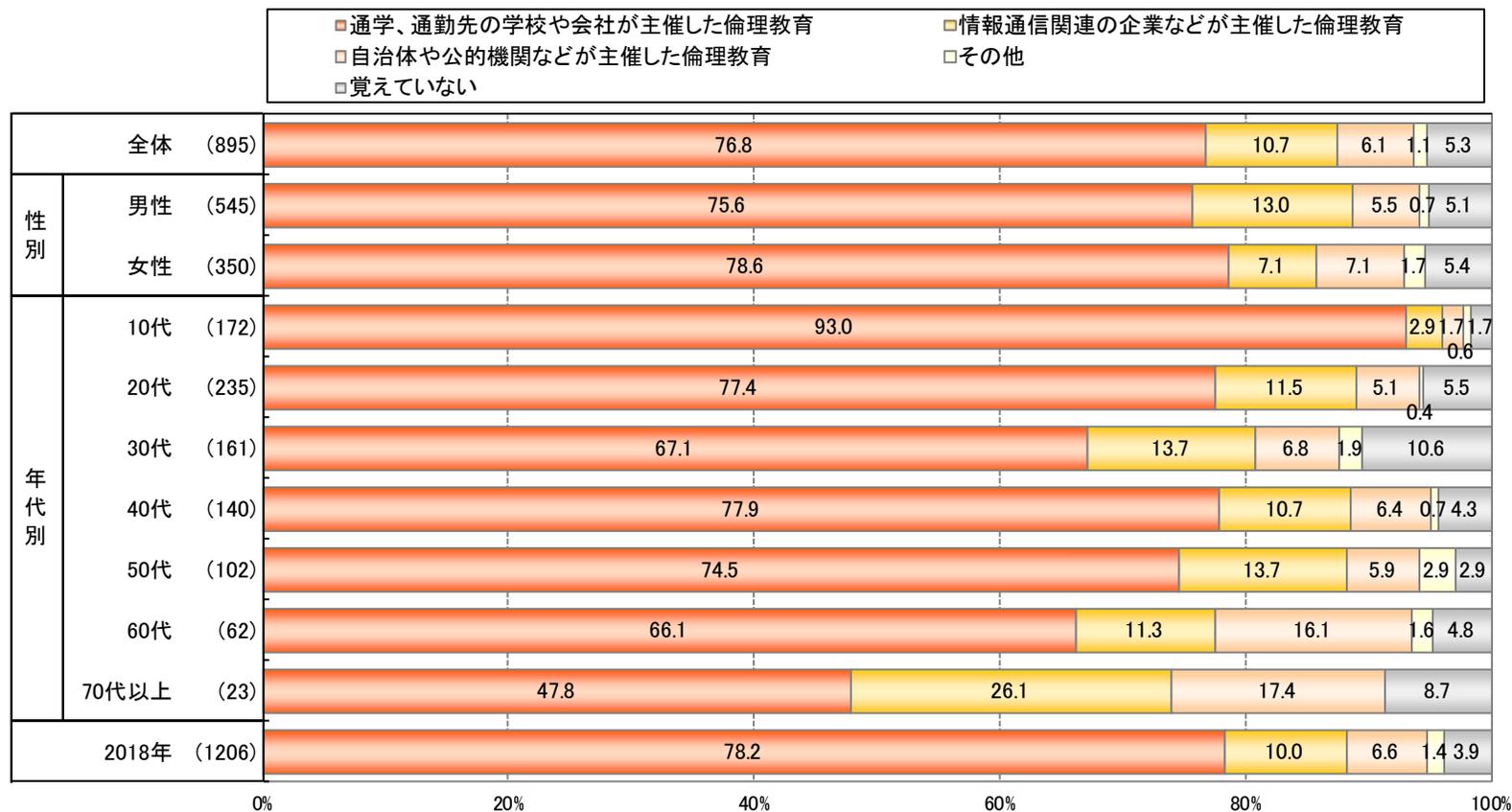


5-1-3.倫理教育の受講場所①

- 倫理教育の受講場所について最も高いのは、「通学、通勤先の学校や会社が主催した倫理教育」(76.8%)である。次いで「情報通信関連の企業などが主催した倫理教育」(10.7%)、「自治体や公的機関などが主催した倫理教育」(6.1%)と続く。
- 年代別で見ると、10代は「通学、通勤先の学校や会社が主催した倫理教育」の割合が全体よりも高い。

Q3 インターネットや情報に関する倫理教育を受講した場所(教育の主催元)について、あてはまるものを選択してください。(お答えは1つ)

n=倫理教育を受けたことがある方(Q1)

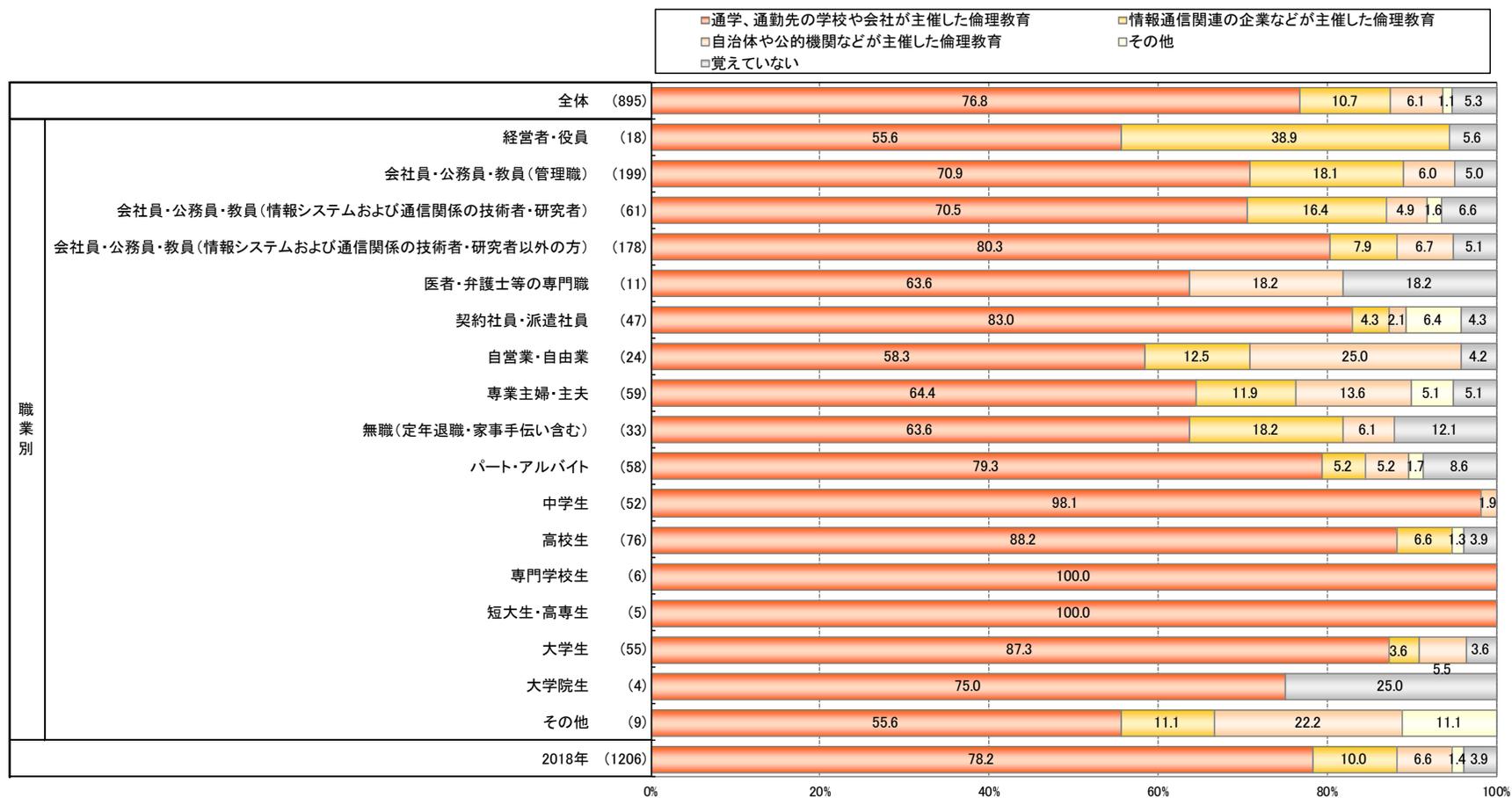


5-1-3.倫理教育の受講場所②

■ 職業別でみると、中学生は「通学、通勤先の学校や会社が主催した倫理教育」の割合が全体よりも高い。

Q3 インターネットや情報に関する倫理教育を受講した場所(教育の主催元)について、あてはまるものを選択してください。(お答えは1つ)

n=倫理教育を受けたことがある方(Q1)

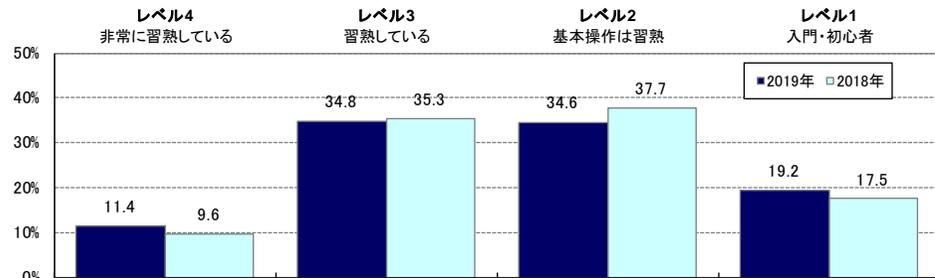


5-2.インターネットサービスの利用状況

5-2-1.スマートデバイスの習熟度

- スマートデバイスの習熟度について最も高いのは、「スマートデバイスに関する基本的な知識を有しており、具体的な操作方法やトラブル発生時の対応等は自分で調べて対処することができるレベル」(34.8%)である。次いで「スマートデバイスの基本的な操作や簡単な設定変更はでき、予期せぬ挙動やエラーが発生した場合も他者からの説明があれば理解、対処できるレベル」(34.6%)、「スマートデバイスの基本的な操作はできるが、設定変更等は自分ではできず他者をお願いをする必要があるレベル」(19.2%)、「スマートデバイスに関する十分な知識を有しており、具体的な操作方法やトラブル発生時の対応等について他者に説明することができるレベル」(11.4%)と続く。
- 年代別で見ると、50代、60代、70代以上は「スマートデバイスの基本的な操作や簡単な設定変更はでき、予期せぬ挙動やエラーが発生した場合も他者からの説明があれば理解、対処できるレベル」が最も高い。

SC6_2 あなたのスマートデバイス(スマートフォン・タブレット端末)の習熟度として、最もあてはまるレベルを回答してください。【】のお子様のスマートデバイス(スマートフォン・タブレット端末)の習熟度として、最もあてはまるレベルを回答してください。(お答えは1つ)

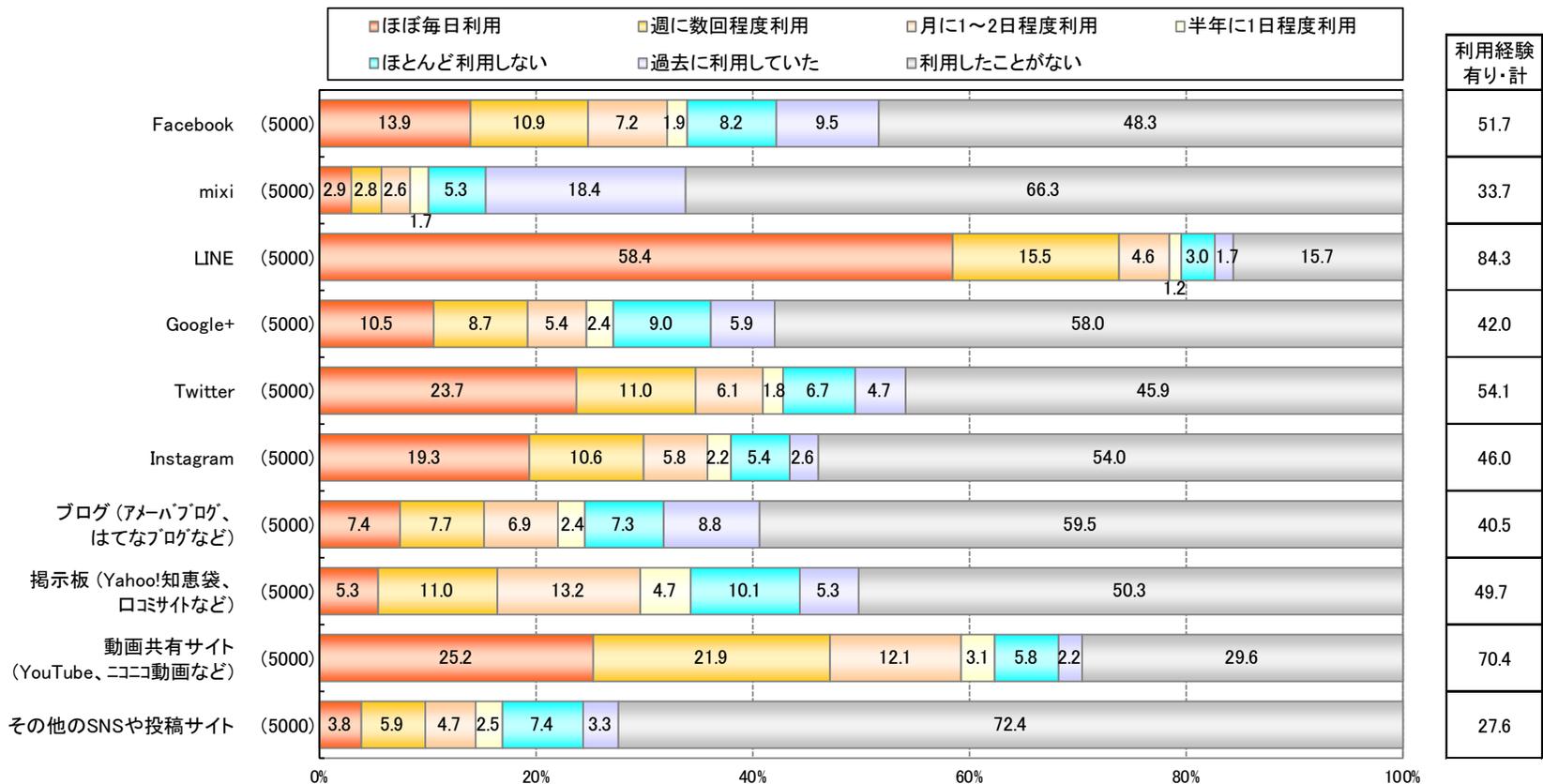


属性	n	レベル			
		レベル4 非常に習熟している	レベル3 習熟している	レベル2 基本操作は習熟	レベル1 入門・初心者
全体	5000	11.4	34.8	34.6	19.2
年代別					
10代	453	13.0	36.6	36.0	14.3
20代	817	16.6	43.7	26.2	13.5
30代	941	15.1	35.3	31.6	18.1
40代	1134	9.7	34.3	35.2	20.8
50代	853	8.8	31.9	38.8	20.5
60代	563	6.0	27.9	41.7	24.3
70代以上	239	5.9	27.6	37.7	28.9
職業別					
経営者・役員	79	17.7	36.7	35.4	10.1
会社員・公務員・教員(管理職)	787	19.4	37.1	28.1	15.4
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)	187	39.6	31.6	16.0	12.8
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)	890	10.9	41.6	30.7	16.9
医者・弁護士等の専門職	76	9.2	42.1	32.9	15.8
契約社員・派遣社員	294	5.8	31.0	43.2	20.1
自営業・自由業	253	10.7	46.2	29.2	13.8
専業主婦・主夫	741	3.6	22.0	44.8	29.6
無職(定年退職・家事手伝い含む)	402	7.2	36.1	41.5	15.2
パート・アルバイト	736	6.4	30.0	37.4	26.2
中学生	124	12.1	29.8	38.7	19.4
高校生	199	10.6	39.7	37.7	12.1
専門学校生	20	25.0	30.0	35.0	10.0
短大生・高専生	6	33.3	50.0	16.7	-
大学生	147	21.1	47.6	22.4	8.8
大学院生	9	22.2	44.4	11.1	22.2
その他	50	4.0	42.0	24.0	30.0
2018年	5000	9.6	35.3	37.7	17.5

5-2-2.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(利用経験有り・計)について最も高いのは、「LINE」(84.3%)である。次いで「動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画など)」(70.4%)、「Twitter」(54.1%)、「Facebook」(51.7%)と続く。

Q4 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)



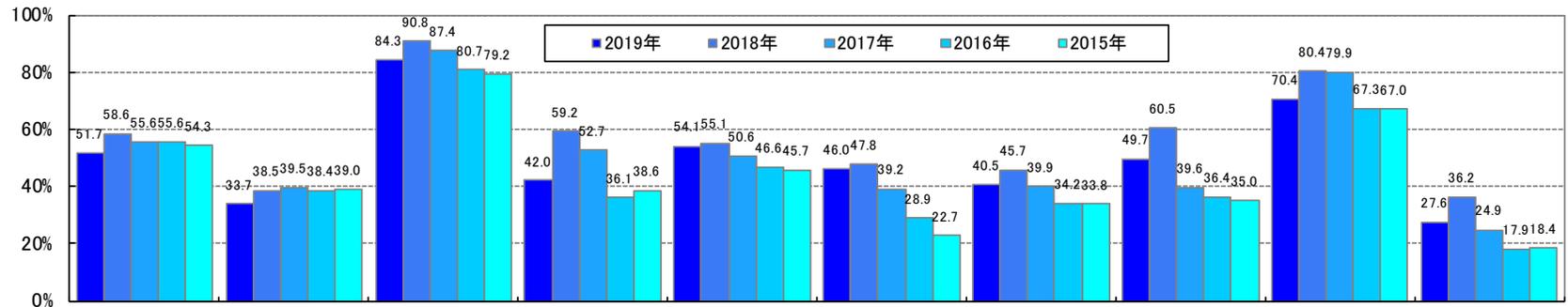
※「ブログ(アメーバブログ、はてなブログなど)」→2017年度以前は「ブログ(アメーバブログ、はてなダイアリー等)」
 ※「動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画など)」→2017年度以前は「動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画等)」

※「掲示板(Yahoo!知恵袋、ロコサイトなど)」→2017年度以前は「掲示板(2ch掲示板、Yahoo!掲示板等)」
 ※「その他のSNSや投稿サイト」→2017年度以前は「その他のSNS」

5-2-2.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(利用経験有り・計)について最も高いのは、「LINE」(84.3%)である。次いで「動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画など)」(70.4%)、「Twitter」(54.1%)、「Facebook」(51.7%)と続く。
- 年代別で見ると、20代は「Instagram」「Twitter」、30代は「mixi」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「Facebook」「LINE」「Google+」「ブログ(アミーバブログ、はてなブログなど)」「掲示板(Yahoo!知恵袋、ロコミサイトなど)」「動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画など)」「その他のSNSや投稿サイト」の割合が低下している。

Q4 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)



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

	n=	Facebook	mixi	LINE	Google+	Twitter	Instagram	ブログ (アミーバブログ、 はてなブログなど)	掲示板 (Yahoo!知恵袋、 ロコミサイトなど)	動画共有 サイト(YouTube、 ニコニコ動画 など)	その他のSNSや 投稿サイト	
全体	5,000	51.7	33.7	84.3	42.0	54.1	46.0	40.5	49.7	70.4	27.6	
性別	男性	2,472	55.7	34.6	83.1	43.2	55.6	42.6	38.9	51.3	73.5	29.9
	女性	2,528	47.7	32.8	85.4	40.9	52.6	49.3	42.1	48.1	67.3	25.4
年代別	10代	453	39.7	20.8	91.2	38.0	57.0	49.2	33.1	40.4	75.9	28.5
	20代	817	59.4	45.0	89.5	43.5	76.1	65.7	48.2	54.2	79.8	33.9
	30代	941	62.6	52.8	87.4	43.4	59.8	53.7	47.9	54.5	73.9	30.0
	40代	1,134	49.3	33.3	82.2	39.6	50.4	40.2	42.3	50.2	68.3	25.0
	50代	853	46.7	26.0	81.7	42.8	46.1	38.7	38.9	50.2	65.2	26.6
	60代	563	46.0	16.3	76.9	41.9	38.7	31.3	27.4	44.4	63.9	22.7
	70代以上	239	47.7	14.6	77.8	48.1	32.6	29.7	27.2	41.0	57.3	22.2
時系列	2018年	5,000	58.6	38.5	90.8	59.2	55.1	47.8	45.7	60.5	80.4	36.2
	2017年	5,000	55.6	39.5	87.4	52.7	50.6	39.2	39.9	39.6	79.9	24.9
	2016年	5,000	55.6	38.4	80.7	46.6	45.7	28.9	34.2	36.4	67.3	17.9
	2015年	5,000	54.3	39.0	79.2	38.6	45.7	22.7	33.8	35.0	67.0	18.4

※「ブログ(アミーバブログ、はてなブログなど)」→2017年度以前は「ブログ(アミーバブログ、はてなダイアリー等)」
※「動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画など)」→2017年度以前は「動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画等)」

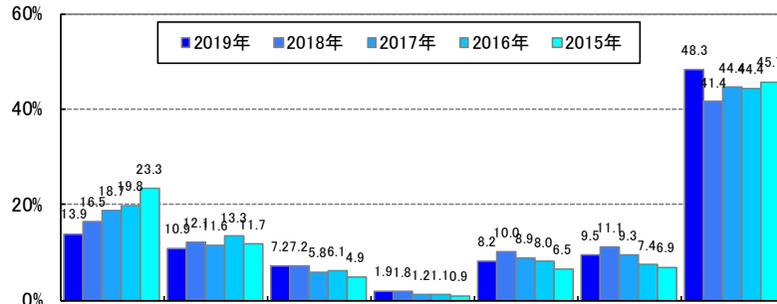
※「掲示板(Yahoo!知恵袋、ロコミサイトなど)」→2017年度以前は「掲示板(2ch掲示板、Yahoo!掲示板等)」
※「その他のSNSや投稿サイト」→2017年度以前は「その他のSNS」

5-2-2.インターネット上のサービス利用状況③

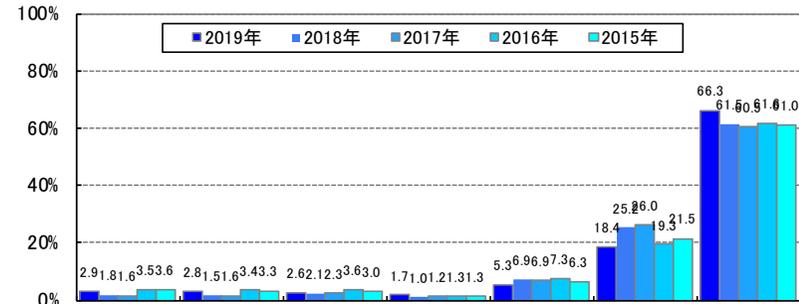
- Facebookについて最も高いのは、「利用したことがない」(48.3%)である。次いで「ほぼ毎日利用」(13.9%)、「週に数回程度利用」(10.9%)、「過去に利用していた」(9.5%)と続く。
- 2018年と比較すると、「利用経験あり計」の割合が低下している。
- Mixiで最も高いのは、「利用したことがない」(66.3%)である。次いで「過去に利用していた」(18.4%)、「ほとんど利用しない」(5.3%)、「ほぼ毎日利用」(2.9%)と続く。
- 年代別で見ると、60代、70代以上は「利用したことがない」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「過去に利用していた」の割合が低下している。

Q4 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)

Facebook



mixi



		n=	ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	月に1-2回利用	半年に1-2回利用	年に1-2回利用	ほとんど利用しない	過去に利用したことがある	利用したことがない
全体		5,000	13.9	10.9	7.2	1.9	8.2	9.5	48.3	
性別	男性	2,472	16.7	12.3	7.6	1.9	8.3	9.0	44.3	
	女性	2,528	11.2	9.6	6.8	1.9	8.2	10.0	52.3	
年代別	10代	453	11.9	7.9	8.4	0.4	8.2	2.9	60.3	
	20代	817	14.3	11.0	8.3	3.4	8.2	14.1	40.6	
	30代	941	15.4	13.6	9.4	3.2	7.8	13.3	37.4	
	40代	1,134	13.1	10.8	6.1	1.8	8.3	9.3	50.7	
	50代	853	13.1	9.8	5.7	1.1	9.5	7.4	53.3	
	60代	563	14.6	9.9	6.2	0.7	7.5	7.1	54.0	
	70代以上	239	15.9	12.1	5.9	0.8	7.5	5.4	52.3	
時系列	2018年	5,000	16.5	12.1	7.2	1.8	10.0	11.1	41.4	
	2017年	5,000	18.7	11.6	5.8	1.2	8.9	9.3	44.4	
	2016年	5,000	19.8	13.3	6.1	1.1	8.0	7.4	44.4	
	2015年	5,000	23.3	11.7	4.9	0.9	6.5	6.9	45.7	

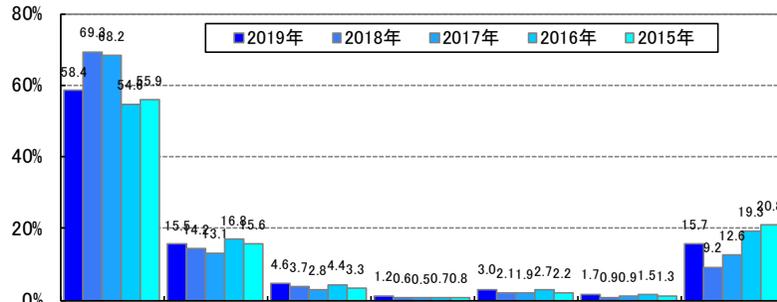
		n=	ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	月に1-2回利用	半年に1-2回利用	年に1-2回利用	ほとんど利用しない	過去に利用したことがある	利用したことがない
全体		5,000	2.9	2.8	2.6	1.7	5.3	18.4	66.3	
性別	男性	2,472	3.4	3.4	3.2	2.1	6.1	16.5	65.4	
	女性	2,528	2.4	2.3	2.1	1.3	4.5	20.3	67.2	
年代別	10代	453	2.2	4.2	2.6	1.1	6.2	4.4	79.2	
	20代	817	5.3	3.4	3.7	2.9	3.5	26.2	55.0	
	30代	941	4.9	4.1	3.2	2.3	6.0	32.3	47.2	
	40代	1,134	2.6	1.7	3.0	1.4	4.9	19.8	66.7	
	50代	853	1.2	2.5	1.9	1.1	5.7	13.7	74.0	
	60代	563	0.7	1.8	1.4	0.7	5.7	6.0	83.7	
	70代以上	239	1.3	2.5	0.4	1.3	5.9	3.3	85.4	
時系列	2018年	5,000	1.8	1.5	2.1	1.0	6.9	25.2	61.5	
	2017年	5,000	1.6	1.6	2.3	1.2	6.9	26.0	60.5	
	2016年	5,000	3.5	3.4	3.6	1.3	7.3	19.3	61.6	
	2015年	5,000	3.6	3.3	3.0	1.3	6.3	21.5	61.0	

5-2-2.インターネット上のサービス利用状況④

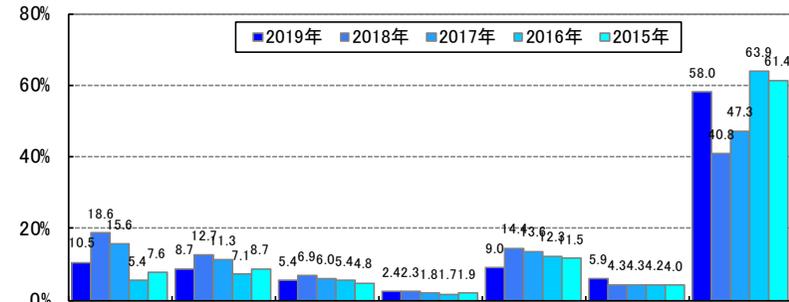
- LINEについて最も高いのは、「ほぼ毎日利用」(58.4%)である。次いで「利用したことがない」(15.7%)、「週に数回程度利用」(15.5%)、「月に1~2日程度利用」(4.6%)と続く。
- 2018年と比較すると、「利用したことがない」の割合が上昇している。「ほぼ毎日利用」「利用経験あり計」の割合が低下している。
- Google+について最も高いのは、「利用したことがない」(58.0%)である。次いで「ほぼ毎日利用」(10.5%)、「ほとんど利用しない」(9.0%)、「週に数回程度利用」(8.7%)と続く。
- 2018年と比較すると、「利用したことがない」の割合が上昇している。「ほぼ毎日利用」「ほとんど利用しない」「利用経験あり計」の割合が低下している。

Q4 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)

LINE



Google+



	n=	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	利用したこと
全体	5,000	58.4	15.5	4.6	1.2	3.0	1.7	15.7
性別								
男性	2,472	52.9	16.7	5.7	1.7	3.8	2.3	16.9
女性	2,528	63.7	14.2	3.5	0.7	2.3	1.0	14.6
年代別								
10代	453	70.9	13.5	3.1	0.9	2.0	0.9	8.8
20代	817	63.8	12.7	5.5	2.2	2.8	2.4	10.5
30代	941	63.0	14.7	3.1	2.2	2.6	1.8	12.6
40代	1,134	55.0	16.8	4.3	0.6	4.0	1.5	17.8
50代	853	55.8	16.5	4.2	0.5	3.4	1.3	18.3
60代	563	50.1	16.5	5.7	0.5	2.3	1.8	23.1
70代以上	239	42.3	19.7	9.6	0.8	3.8	1.7	22.2
時系列								
2018年	5,000	69.3	14.2	3.7	0.6	2.1	0.9	9.2
2017年	5,000	68.2	13.1	2.8	0.5	1.9	0.9	12.6
2016年	5,000	54.6	16.8	4.4	0.7	2.7	1.5	19.3
2015年	5,000	55.9	15.6	3.3	0.8	2.2	1.3	20.8

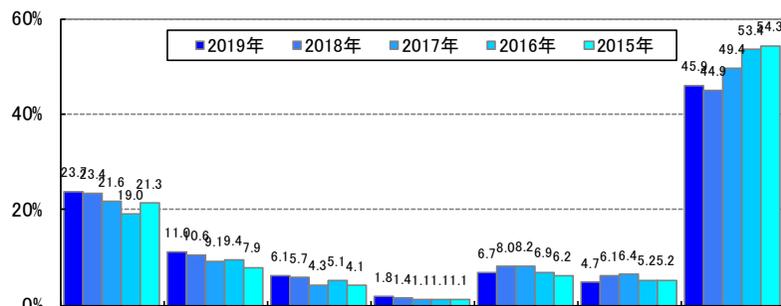
	n=	ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	月に1~2日程度利用	半年に1日程	ほとんど利用しない	過去に利用したことがない	利用したこと
全体	5,000	10.5	8.7	5.4	2.4	9.0	5.9	58.0
性別								
男性	2,472	9.2	8.1	5.9	3.0	9.1	7.8	56.8
女性	2,528	11.8	9.3	4.9	1.9	8.9	4.1	59.1
年代別								
10代	453	9.3	8.2	7.1	2.0	7.7	3.8	62.0
20代	817	10.6	8.0	6.0	4.2	8.7	6.0	56.5
30代	941	12.5	7.4	5.3	2.2	8.3	7.5	56.6
40代	1,134	8.8	8.3	3.7	2.0	9.3	7.4	60.4
50代	853	9.5	9.4	4.6	2.1	12.0	5.3	57.2
60代	563	12.1	11.5	5.9	1.8	6.6	4.1	58.1
70代以上	239	13.0	10.5	10.0	2.9	8.4	3.3	51.9
時系列								
2018年	5,000	18.6	12.7	6.9	2.3	14.4	4.3	40.8
2017年	5,000	15.6	11.3	6.0	1.8	13.6	4.3	47.3
2016年	5,000	5.4	7.1	5.4	1.7	12.3	4.2	63.9
2015年	5,000	7.6	8.7	4.8	1.9	11.5	4.0	61.4

5-2-2.インターネット上のサービス利用状況⑤

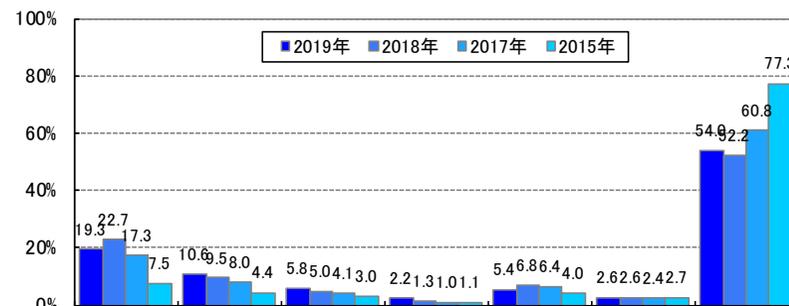
- Twitterについて最も高いのは、「利用したことがない」(45.9%)である。次いで「ほぼ毎日利用」(23.7%)、「週に数回程度利用」(11.0%)、「ほとんど利用しない」(6.7%)と続く。
- 年代別で見ると、20代は「ほぼ毎日利用」、60代、70代以上は「利用したことがない」の割合が全体よりも高い。
- Instagramについて最も高いのは、「利用したことがない」(54.0%)である。次いで「ほぼ毎日利用」(19.3%)、「週に数回程度利用」(10.6%)、「月に1～2日程度利用」(5.8%)と続く。
- 年代別で見ると、20代は「ほぼ毎日利用」、70代以上は「利用したことがない」の割合が全体よりも高い。

Q4 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)

Twitter



Instagram



		n=	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	23.7	11.0	6.1	1.8	6.7	4.7	45.9
性別	男性	2,472	22.2	11.6	7.0	2.4	7.6	4.7	44.4
	女性	2,528	25.2	10.4	5.3	1.3	5.8	4.6	47.4
年代別	10代	453	29.8	10.6	7.3	2.2	5.3	1.8	43.0
	20代	817	44.7	13.7	5.3	2.4	4.5	5.5	23.9
	30代	941	26.6	11.8	6.5	1.9	7.2	5.8	40.2
	40代	1,134	21.3	9.8	6.2	1.8	6.3	4.9	49.6
	50代	853	13.6	11.4	6.6	1.5	8.9	4.1	53.9
	60代	563	10.1	9.4	5.7	1.2	7.5	4.8	61.3
	70代以上	239	8.8	7.9	5.0	1.7	6.3	2.9	67.4
時系列	2018年	5,000	23.4	10.6	5.7	1.4	8.0	6.1	44.9
	2017年	5,000	21.6	9.1	4.3	1.1	8.2	6.4	49.4
	2016年	5,000	19.0	9.4	5.1	1.1	6.9	5.2	53.4
	2015年	5,000	21.3	7.9	4.1	1.1	6.2	5.2	54.3

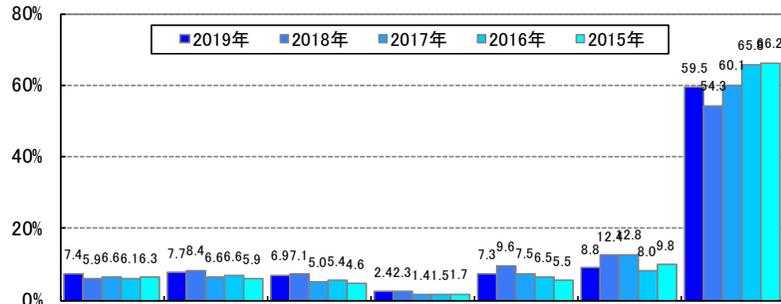
		n=	ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	月に1～2日程度利用	半年に1日程	ほとんど利用しない	過去に利用し	利用したことがない
全体		5,000	19.3	10.6	5.8	2.2	5.4	2.6	54.0
性別	男性	2,472	13.7	11.3	5.9	2.3	6.1	3.2	57.4
	女性	2,528	24.8	10.0	5.6	2.1	4.7	2.1	50.7
年代別	10代	453	21.9	11.3	5.5	2.4	5.7	2.4	50.8
	20代	817	35.1	13.6	7.2	2.6	4.3	2.9	34.3
	30代	941	23.8	10.8	6.7	3.2	5.4	3.7	46.3
	40代	1,134	16.1	10.3	4.4	1.7	4.9	2.8	59.8
	50代	853	13.1	10.7	4.7	2.2	5.9	2.1	61.3
	60代	563	8.3	7.3	6.2	1.2	7.1	1.1	68.7
	70代以上	239	6.3	7.5	6.7	1.7	5.4	2.1	70.3
時系列	2018年	5,000	22.7	9.5	5.0	1.3	6.8	2.6	52.2
	2017年	5,000	17.3	8.0	4.1	1.0	6.4	2.4	60.8
	2016年	5,000	9.3	6.8	4.6	1.1	5.0	2.1	71.1
	2015年	5,000	7.5	4.4	3.0	1.1	4.0	2.7	77.3

5-2-2.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」(59.5%)である。次いで「過去に利用していた」(8.8%)、「週に数回程度利用」(7.7%)、「ほぼ毎日利用」(7.4%)と続く。
- 2018年と比較すると、「利用経験あり計」の割合が低下している。
- 掲示板について最も高いのは、「利用したことがない」(50.3%)である。次いで「月に1～2日程度利用」(13.2%)、「週に数回程度利用」(11.0%)、「ほとんど利用しない」(10.1%)と続く。
- 2018年と比較すると、「利用したことがない」の割合が上昇している。「週に数回程度利用」「利用経験あり計」の割合が低下している。

Q4 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)

ブログ(アメーバブログ、はてなブログなど)

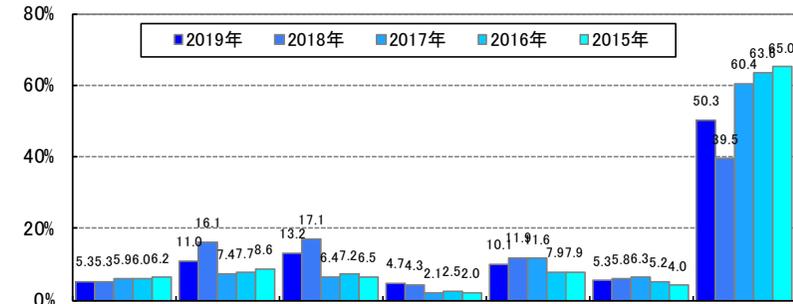


		n=	ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	月に1～2日程度利用	半年に1日程	しほなど利用	過去に利用し	ほとんど利用し	利用したことがない
全体		5,000	7.4	7.7	6.9	2.4	7.3	8.8	59.5	66.2
性別	男性	2,472	5.3	7.9	7.2	2.6	7.9	8.0	61.1	61.1
	女性	2,528	9.4	7.5	6.6	2.3	6.6	9.7	57.9	57.9
年代別	10代	453	6.2	8.6	6.0	1.3	7.5	3.5	66.9	66.9
	20代	817	8.6	9.8	9.1	3.2	6.4	11.3	51.8	51.8
	30代	941	9.4	8.1	6.8	3.8	8.0	11.9	52.1	52.1
	40代	1,134	8.4	7.7	7.4	1.9	6.6	10.3	57.7	57.7
	50代	853	5.9	7.9	6.2	2.2	9.1	7.6	61.1	61.1
	60代	563	4.8	5.3	4.3	1.6	6.7	4.6	72.6	72.6
	70代以上	239	4.2	2.9	8.4	1.3	4.6	5.9	72.8	72.8
時系列	2018年	5,000	5.9	8.4	7.1	2.3	9.6	12.4	54.3	54.3
	2017年	5,000	6.6	6.6	5.0	1.4	7.5	12.8	60.1	60.1
	2016年	5,000	6.1	6.6	5.4	1.5	6.5	8.0	65.8	65.8
	2015年	5,000	6.3	5.9	4.6	1.7	5.5	9.8	66.2	66.2

※「ブログ(アメーバブログ、はてなブログなど)」→2017年度以前は「ブログ(アメーバブログ、はてなダイアリー等)」

※「掲示板(Yahoo!知恵袋、ロコミサイトなど)」→2017年度以前は「掲示板(2ch掲示板、Yahoo!掲示板等)」

掲示板(Yahoo!知恵袋、ロコミサイトなど)



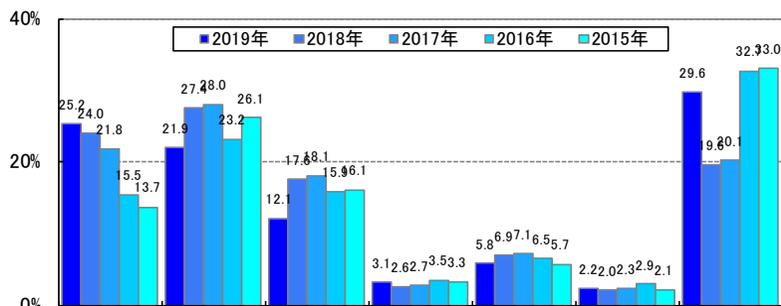
		n=	ほぼ毎日利用	週に数回程度利用	月に1～2日程度利用	半年に1日程	しほなど利用	過去に利用し	ほとんど利用し	利用したことがない
全体		5,000	5.3	11.0	13.2	4.7	10.1	5.3	50.3	65.0
性別	男性	2,472	5.6	10.6	13.8	5.4	10.3	5.6	48.7	48.7
	女性	2,528	5.0	11.5	12.6	4.0	9.8	5.1	51.9	51.9
年代別	10代	453	7.1	10.4	9.9	3.3	7.3	2.4	59.6	59.6
	20代	817	7.3	12.7	12.0	5.4	9.4	7.3	45.8	45.8
	30代	941	6.1	12.6	13.3	4.9	10.8	6.8	45.5	45.5
	40代	1,134	5.1	11.1	12.7	5.3	9.5	6.4	49.8	49.8
	50代	853	3.2	10.2	14.9	4.3	13.1	4.5	49.8	49.8
	60代	563	3.4	9.1	15.3	4.6	9.4	2.7	55.6	55.6
	70代以上	239	5.0	7.5	15.1	2.9	7.9	2.5	59.0	59.0
時系列	2018年	5,000	5.3	16.1	17.1	4.3	11.9	5.8	39.5	39.5
	2017年	5,000	5.9	7.4	6.4	2.1	11.6	6.3	60.4	60.4
	2016年	5,000	6.0	7.7	7.2	2.5	7.9	5.2	63.6	63.6
	2015年	5,000	6.2	8.6	6.5	2.0	7.9	4.0	65.0	65.0

5-2-2.インターネット上のサービス利用状況⑦

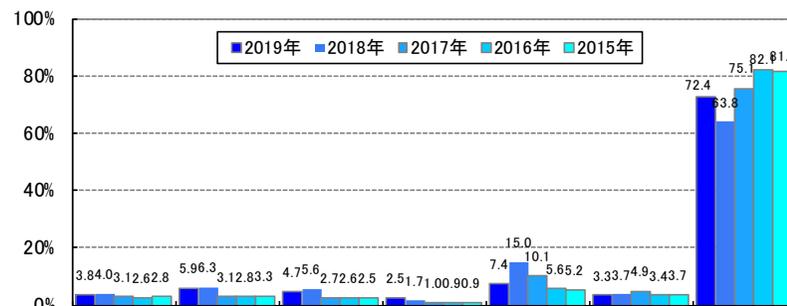
- 動画共有サイトについて最も高いのは、「利用したことがない」(29.6%)である。次いで「ほぼ毎日利用」(25.2%)、「週に数回程度利用」(21.9%)、「月に1~2日程度利用」(12.1%)と続く。
- 年代別で見ると、10代、20代は「ほぼ毎日利用」が最も高い。
- 2018年と比較すると、「利用したことがない」の割合が上昇している。「利用経験あり計」の割合が低下している。
- その他のSNSや投稿サイトについて最も高いのは、「利用したことがない」(72.4%)である。次いで「ほとんど利用しない」(7.4%)、「週に数回程度利用」(5.9%)、「月に1~2日程度利用」(4.7%)と続く。
- 2018年と比較すると、「利用したことがない」の割合が上昇している。「利用経験あり計」の割合が低下している。

Q4 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)

動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画など)



その他のSNSや投稿サイト



		n=	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	利用したことがない
全体		5,000	25.2	21.9	12.1	3.1	5.8	2.2	29.6
性別	男性	2,472	29.0	23.6	10.6	3.1	5.3	1.9	26.5
	女性	2,528	21.6	20.2	13.6	3.2	6.2	2.6	32.7
年代別	10代	453	38.6	23.6	7.1	1.3	3.5	1.8	24.1
	20代	817	39.4	20.7	9.3	3.3	4.3	2.8	20.2
	30代	941	25.8	22.5	12.0	3.4	6.7	3.4	26.1
	40代	1,134	20.4	22.6	14.0	3.4	6.3	1.7	31.7
	50代	853	18.3	21.5	13.4	4.2	6.2	1.6	34.8
	60代	563	16.9	22.4	14.6	2.0	5.9	2.3	36.1
	70代以上	239	16.7	17.6	12.6	2.5	6.7	1.3	42.7
時系列	2018年	5,000	24.0	27.4	17.6	2.6	6.9	2.0	19.6
	2017年	5,000	21.8	28.0	18.1	2.7	7.1	2.3	20.1
	2016年	5,000	15.5	23.2	15.9	3.5	6.5	2.9	32.7
	2015年	5,000	13.7	26.1	16.1	3.3	5.7	2.1	33.0

		n=	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	利用したことがない
全体		5,000	3.8	5.9	4.7	2.5	7.4	3.3	72.4
性別	男性	2,472	4.3	6.6	5.3	3.0	7.4	3.1	70.1
	女性	2,528	3.2	5.2	4.0	1.9	7.4	3.6	74.6
年代別	10代	453	6.6	6.8	4.4	1.8	7.1	1.8	71.5
	20代	817	5.6	8.4	5.3	3.4	7.1	4.0	66.1
	30代	941	5.0	5.2	4.6	3.6	6.0	5.6	70.0
	40代	1,134	3.0	5.5	4.3	1.9	7.4	2.9	75.0
	50代	853	2.5	5.4	4.5	2.6	9.3	2.5	73.4
	60代	563	1.4	5.3	5.5	0.9	7.5	2.1	77.3
	70代以上	239	0.8	3.8	4.2	2.1	8.4	2.9	77.8
時系列	2018年	5,000	4.0	6.3	5.6	1.7	15.0	3.7	63.8
	2017年	5,000	3.1	3.1	2.7	1.0	10.1	4.9	75.1
	2016年	5,000	2.6	2.8	2.6	0.9	5.6	3.4	82.1
	2015年	5,000	2.8	3.3	2.5	0.9	5.2	3.7	81.6

※「動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画など)」→2017年度以前は「動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画等)」

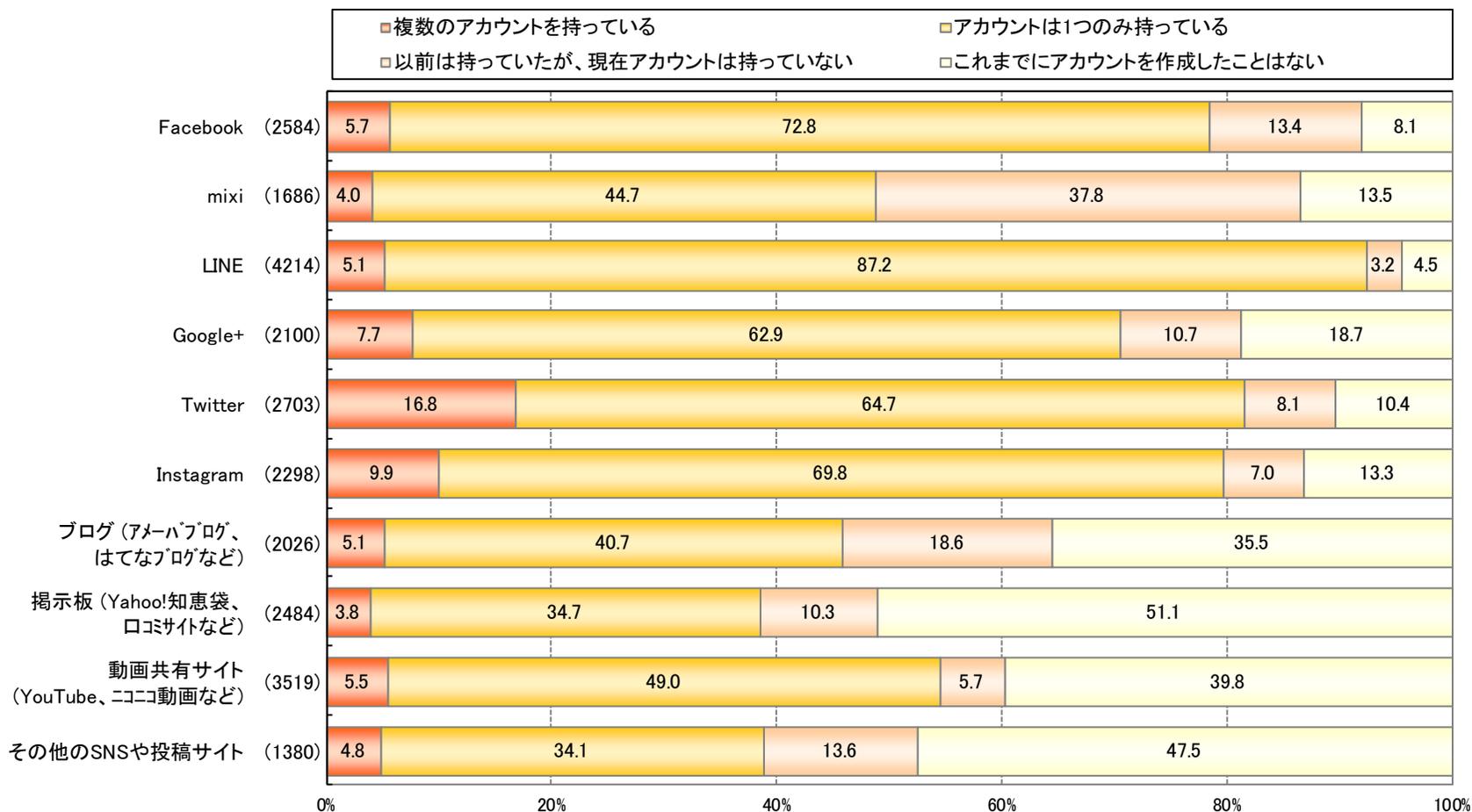
※「その他のSNSや投稿サイト」→2017年度以前は「その他のSNS」

5-2-3.アカウント保有状況①

- アカウント保有状況については「掲示板」「その他のSNSや投稿サイト」は「これまでにアカウントを作成したことはない」が最も高いが、それ以外のSNSでは「アカウントは1つのみ持っている」が最も高い。その中で最も高いのが「LINE」(87.2%)である。次いで「Facebook」(72.8%)、「Instagram」(69.8%)、「Twitter」(64.7%)と続く。

Q5 当該インターネットサービスのアカウント(利用者ID)の現在の所有状況について、あてはまるものを選択してください。(お答えはそれぞれ1つ)

n=各サービス利用者(Q4)



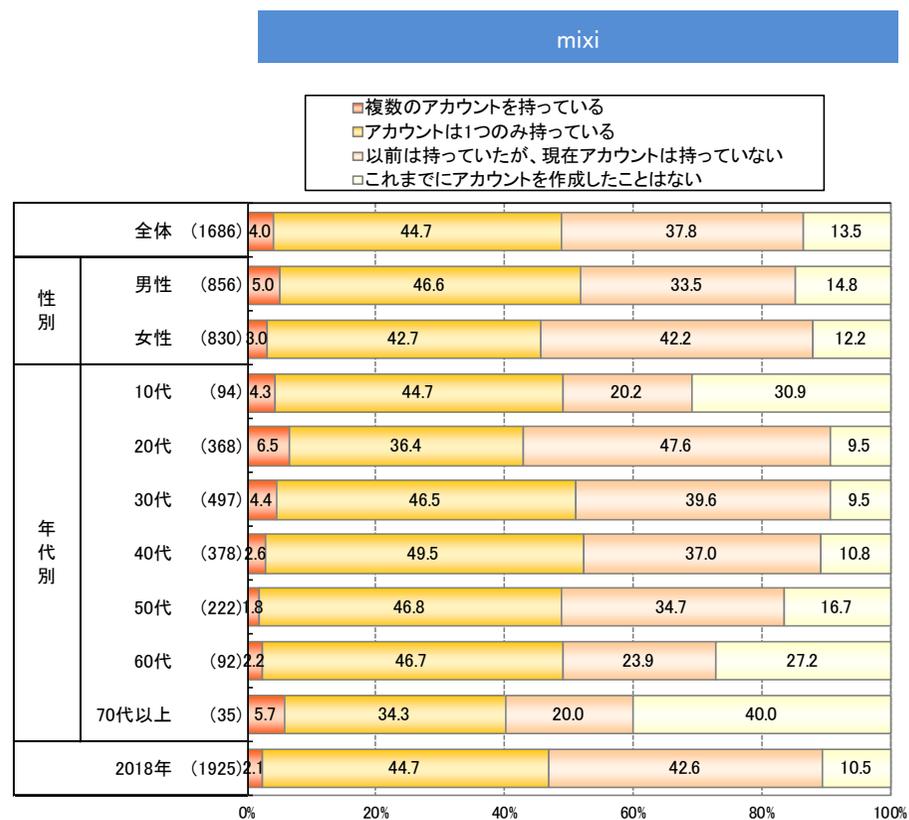
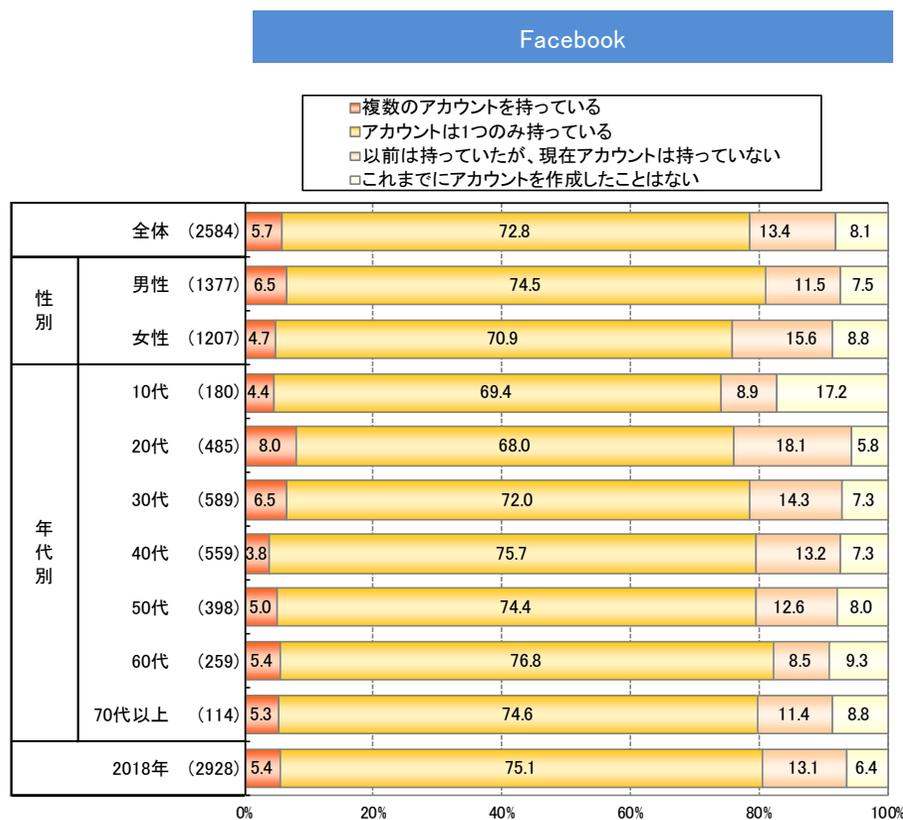
5-2-3.アカウント保有状況②

- Facebookについて最も高いのは、「アカウントは1つのみ持っている」(72.8%)である。次いで「以前は持っていたが、現在アカウントは持っていない」(13.4%)、「これまでにアカウントを作成したことはない」(8.1%)、「複数のアカウントを持っている」(5.7%)と続く。
- mixiについて最も高いのは、「アカウントは1つのみ持っている」(44.7%)である。次いで「以前は持っていたが、現在アカウントは持っていない」(37.8%)、「これまでにアカウントを作成したことはない」(13.5%)、「複数のアカウントを持っている」(4.0%)と続く。
- 年代別で見ると、10代、70代以上は「これまでにアカウントを作成したことはない」の割合が全体よりも高い。

Q5 当該インターネットサービスのアカウント(利用者ID)の現在の所有状況について、あてはまるものを選択してください。(お答えはそれぞれ1つ)

n=Facebook利用者(Q4-1)

n=mixi利用者(Q4-2)



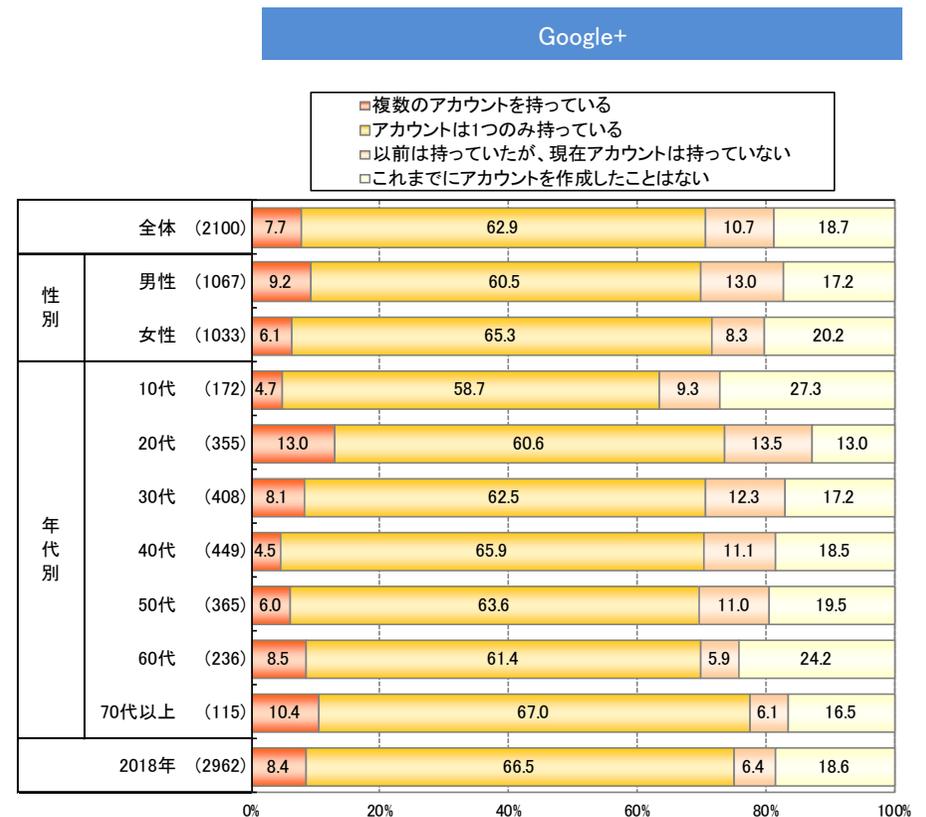
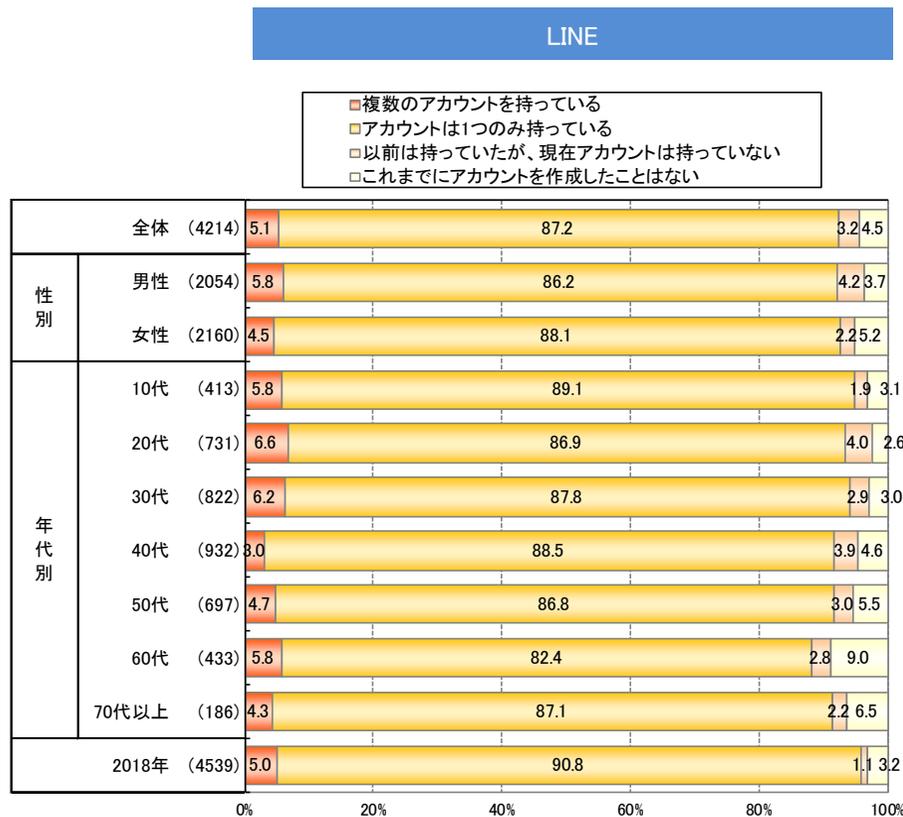
5-2-3.アカウント保有状況③

- LINEについて最も高いのは、「アカウントは1つのみ持っている」(87.2%)である。次いで「複数のアカウントを持っている」(5.1%)、「これまでにアカウントを作成したことはない」(4.5%)、「以前は持っていたが、現在アカウントは持っていない」(3.2%)と続く。
- Google+について最も高いのは、「アカウントは1つのみ持っている」(62.9%)である。次いで「これまでにアカウントを作成したことはない」(18.7%)、「以前は持っていたが、現在アカウントは持っていない」(10.7%)、「複数のアカウントを持っている」(7.7%)と続く。

Q5 当該インターネットサービスのアカウント(利用者ID)の現在の所有状況について、あてはまるものを選択してください。(お答えはそれぞれ1つ)

n=LINE利用者(Q4-3)

n=Google+利用者(Q4-4)



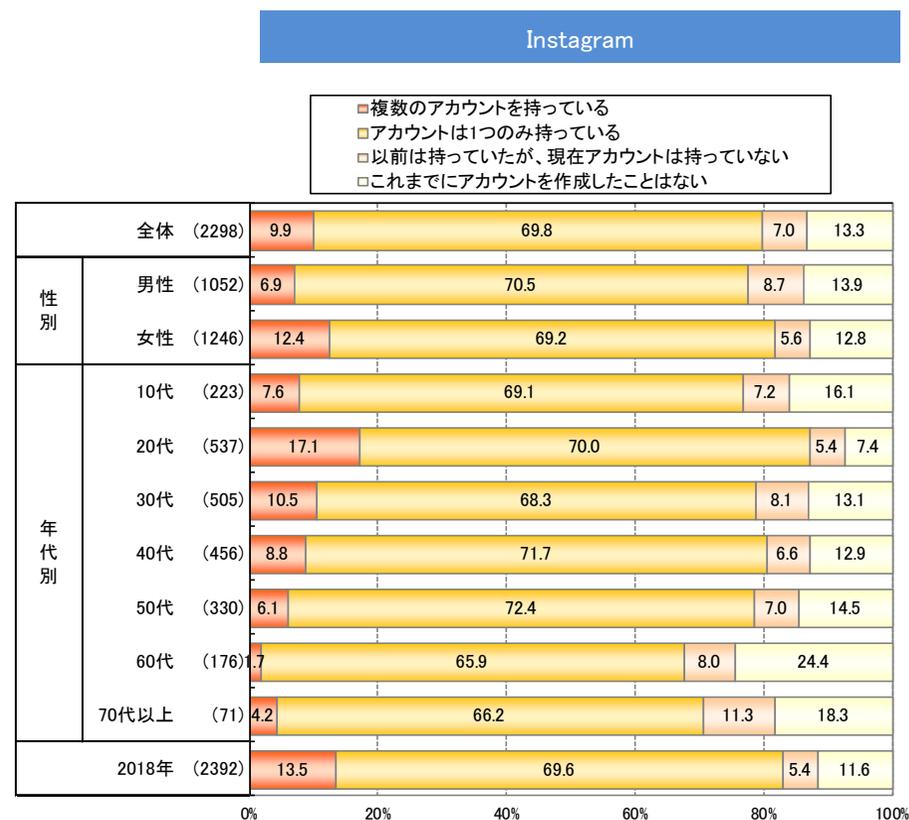
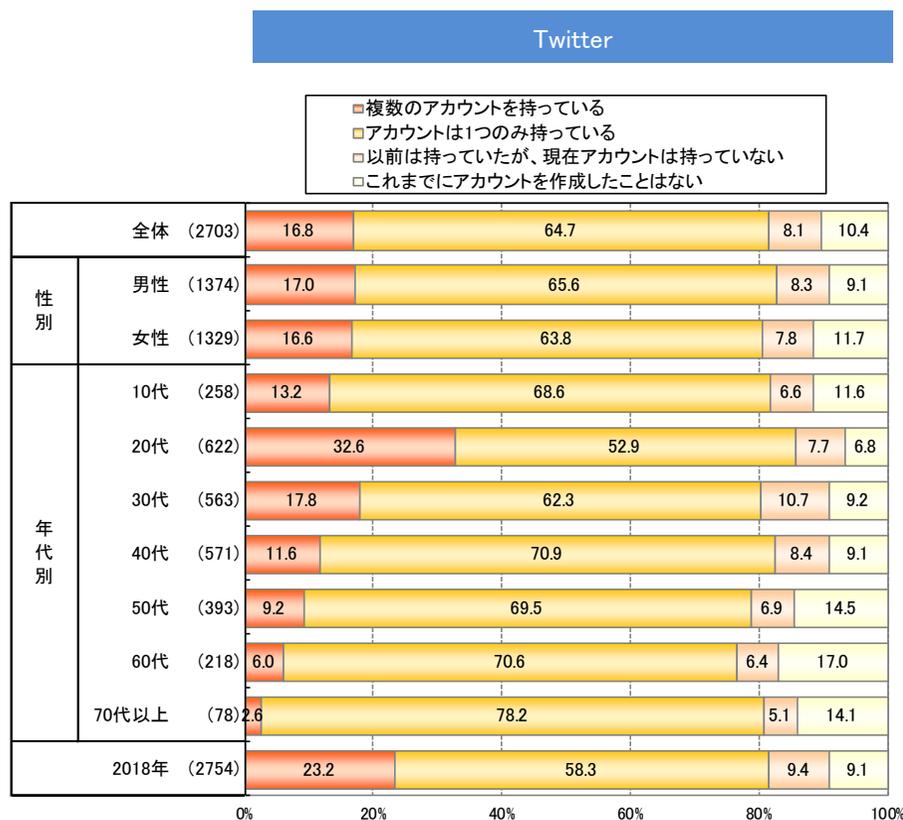
5-2-3.アカウント保有状況④

- Twitterについて最も高いのは、「アカウントは1つのみ持っている」(64.7%)である。次いで「複数のアカウントを持っている」(16.8%)、「これまでにアカウントを作成したことはない」(10.4%)、「以前は持っていたが、現在アカウントは持っていない」(8.1%)と続く。
- 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高い。
- 2018年と比較すると、「アカウントは1つのみ持っている」の割合が上昇している。「複数のアカウントを持っている」の割合が低下している。
- Instagramについて最も高いのは、「アカウントは1つのみ持っている」(69.8%)である。次いで「これまでにアカウントを作成したことはない」(13.3%)、「複数のアカウントを持っている」(9.9%)、「以前は持っていたが、現在アカウントは持っていない」(7.0%)と続く。

Q5 当該インターネットサービスのアカウント(利用者ID)の現在の所有状況について、あてはまるものを選択してください。(お答えはそれぞれ1つ)

n=Twitter利用者(Q4-5)

n=Instagram利用者(Q4-6)



5-2-3.アカウント保有状況⑤

- ブログについて最も高いのは、「アカウントは1つのみ持っている」(40.7%)である。次いで「これまでにアカウントを作成したことはない」(35.5%)、「以前は持っていたが、現在アカウントは持っていない」(18.6%)、「複数のアカウントを持っている」(5.1%)と続く。
- 2018年と比較すると、「アカウントは1つのみ持っている」の割合が上昇している。「以前は持っていたが、現在アカウントは持っていない」の割合が低下している。
- 掲示板について最も高いのは、「これまでにアカウントを作成したことはない」(51.1%)である。次いで「アカウントは1つのみ持っている」(34.7%)、「以前は持っていたが、現在アカウントは持っていない」(10.3%)、「複数のアカウントを持っている」(3.8%)と続く。

Q5 当該インターネットサービスのアカウント(利用者ID)の現在の所有状況について、あてはまるものを選択してください。(お答えはそれぞれ1つ)

n=ブログ利用者(Q4-7)

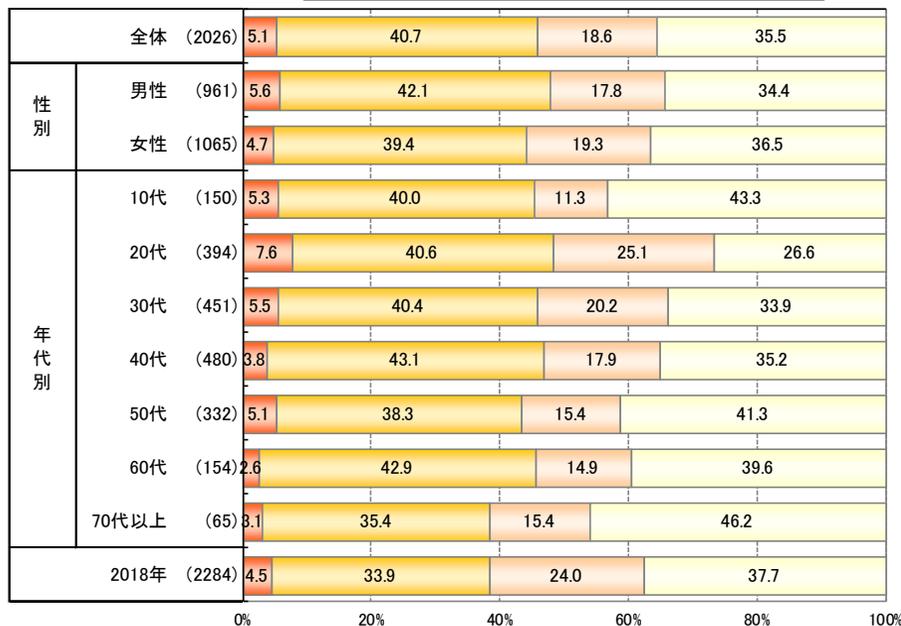
n=掲示板利用者(Q4-8)

ブログ(アメーバブログ、はてなブログなど)

掲示板(Yahoo!知恵袋、ロコミサイトなど)

- 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
- 以前は持っていたが、現在アカウントは持っていない
- これまでにアカウントを作成したことはない

- 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
- 以前は持っていたが、現在アカウントは持っていない
- これまでにアカウントを作成したことはない



5-2-3.アカウント保有状況⑥

- 動画共有サイトについて最も高いのは、「アカウントは1つのみ持っている」(49.0%)である。次いで「これまでにアカウントを作成したことはない」(39.8%)、「以前は持っていたが、現在アカウントは持っていない」(5.7%)、「複数のアカウントを持っている」(5.5%)と続く。
- 2018年と比較すると、「これまでにアカウントを作成したことはない」の割合が低下している。
- その他のSNSや投稿サイトについて最も高いのは、「これまでにアカウントを作成したことはない」(47.5%)である。次いで「アカウントは1つのみ持っている」(34.1%)、「以前は持っていたが、現在アカウントは持っていない」(13.6%)、「複数のアカウントを持っている」(4.8%)と続く。
- 2018年と比較すると、「アカウントは1つのみ持っている」の割合が上昇している。「これまでにアカウントを作成したことはない」の割合が低下している。

Q5 当該インターネットサービスのアカウント(利用者ID)の現在の所有状況について、あてはまるものを選択してください。(お答えはそれぞれ1つ)

n=動画共有サイト利用者(Q4-9)

n=その他のSNSや投稿サイト利用者(Q4-10)

動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画など)

その他のSNSや投稿サイト

- 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
- 以前は持っていたが、現在アカウントは持っていない
- これまでにアカウントを作成したことはない

- 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
- 以前は持っていたが、現在アカウントは持っていない
- これまでにアカウントを作成したことはない



5-2-4.アカウント削除・再取得経験の理由①

- アカウント削除・再取得経験の理由について、「ブログ」「mixi」は「サービスを利用する必要がなくなったため」が最も高い。それ以外は全て「IDやパスワードを忘れてサービスを利用できなくなったため」が最も高い。
- SNS別でみると、「サービスに登録している個人情報の漏えいが心配になったため」は「Facebook」、「IDやパスワードを忘れてサービスを利用できなくなったため」「サービスを利用する必要がなくなったため」は「mixi」が最も高い。

Q6 アカウントの削除または再取得をした経験と理由について、あてはまるものを選択してください。これまでに複数回、アカウントの削除または再取得をしている場合は、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=各サービスのアカウント作成経験者(Q5)

横順位

■ …1位の理由

	n=	IDやパスワードを忘れてサービスを利用できなくなったため	悪質なユーザーにネットストーキングや誹謗中傷の書き込みなどをされたため	第三者にアカウントを乗っ取られてサービスを利用できなくなったため	不適切な投稿などにより炎上してしまったため	利用規約違反などによりアカウントが凍結されてしまったため	サービスを利用する必要がなくなったため	サービスに登録している個人情報の漏えいが心配になったため	その他	これまでにアカウントの削除または再取得をしたことはない
Facebook	2,375	9.3	3.1	2.9	2.1	2.1	9.0	4.3	3.2	68.5
mixi	1,458	10.1	5.1	3.6	2.5	2.6	18.4	3.1	4.9	54.3
LINE	4,025	6.2	2.0	2.6	1.7	1.1	2.5	1.8	3.1	81.7
Google+	1,707	7.8	3.2	3.2	3.7	2.9	5.4	2.2	3.8	70.9
Twitter	2,422	7.8	3.1	3.2	2.1	2.3	5.6	2.1	3.5	73.8
Instagram	1,993	6.4	2.9	2.8	1.7	2.3	4.7	1.9	3.3	76.8
ブログ(アメーバブログ、はてなダイアリーなど)	1,306	7.4	4.6	4.3	3.0	2.8	10.2	3.3	4.1	65.6
掲示板(Yahoo!知恵袋、ロコミサイトなど)	1,214	8.4	4.2	4.0	3.7	3.6	6.2	2.8	3.8	67.5
動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画など)	2,118	5.7	3.2	2.7	2.2	1.9	3.4	2.2	2.8	79.0
その他のSNSや投稿サイト	724	9.5	7.3	5.4	5.9	4.8	8.3	4.1	4.6	55.5

縦順位

■ …1位のSNS

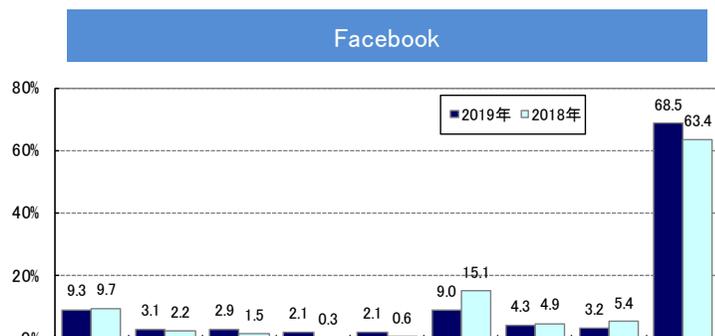
	n=	IDやパスワードを忘れてサービスを利用できなくなったため	悪質なユーザーにネットストーキングや誹謗中傷の書き込みなどをされたため	第三者にアカウントを乗っ取られてサービスを利用できなくなったため	不適切な投稿などにより炎上ってしまったため	利用規約違反などによりアカウントが凍結されてしまったため	サービスを利用する必要がなくなったため	サービスに登録している個人情報の漏えいが心配になったため	その他	これまでにアカウントの削除または再取得をしたことはない
Facebook	2,375	9.3	3.1	2.9	2.1	2.1	9.0	4.3	3.2	68.5
mixi	1,458	10.1	5.1	3.6	2.5	2.6	18.4	3.1	4.9	54.3
LINE	4,025	6.2	2.0	2.6	1.7	1.1	2.5	1.8	3.1	81.7
Google+	1,707	7.8	3.2	3.2	3.7	2.9	5.4	2.2	3.8	70.9
Twitter	2,422	7.8	3.1	3.2	2.1	2.3	5.6	2.1	3.5	73.8
Instagram	1,993	6.4	2.9	2.8	1.7	2.3	4.7	1.9	3.3	76.8
ブログ(アメーバブログ、はてなダイアリーなど)	1,306	7.4	4.6	4.3	3.0	2.8	10.2	3.3	4.1	65.6
掲示板(Yahoo!知恵袋、ロコミサイトなど)	1,214	8.4	4.2	4.0	3.7	3.6	6.2	2.8	3.8	67.5
動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画など)	2,118	5.7	3.2	2.7	2.2	1.9	3.4	2.2	2.8	79.0
その他のSNSや投稿サイト	724	9.5	7.3	5.4	5.9	4.8	8.3	4.1	4.6	55.5

5-2-4.アカウント削除・再取得経験の理由②

- Facebookについて最も高いのは、「IDやパスワードを忘れてサービスを利用できなくなったため」(9.3%)である。次いで「サービスを利用する必要がなくなったため」(9.0%)、「サービスに登録している個人情報の漏えいが心配になったため」(4.3%)、「悪質なユーザにネットストーキングや誹謗中傷の書き込みなどをされたため」(3.1%)と続く。2018年と比較すると、「これまでにアカウントの削除または再取得をしたことはない」の割合が上昇している。「サービスを利用する必要がなくなったため」の割合が低下している。
- mixiについて最も高いのは、「サービスを利用する必要がなくなったため」(18.4%)である。次いで「IDやパスワードを忘れてサービスを利用できなくなったため」(10.1%)、「悪質なユーザにネットストーキングや誹謗中傷の書き込みなどをされたため」(5.1%)、「第三者にアカウントを乗っ取られてサービスを利用できなくなったため」(3.6%)と続く。年代別でみると、10代は「悪質なユーザにネットストーキングや誹謗中傷の書き込みなどをされたため」が最も高い。
- 2018年と比較すると、「これまでにアカウントの削除または再取得をしたことはない」の割合が上昇している。「サービスを利用する必要がなくなったため」の割合が低下している。

Q6 アカウントの削除または再取得をした経験と理由について、あてはまるものを選択してください。これまでに複数回、アカウントの削除または再取得をしている場合は、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)

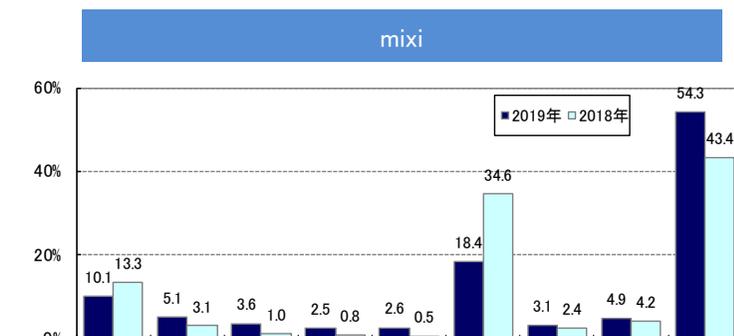
n=Facebookのアカウント作成経験者(Q5-1)



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

属性	n	理由										
		これまでに再取得をしたこと	サービスを利用する必要がなくなったため	IDやパスワードを忘れてサービスを利用できなくなったため	悪質なユーザに誹謗中傷の書き込みなどをされたため	第三者にアカウントを乗っ取られてサービスを利用できなくなったため	個人情報の漏えいが心配になったため	不適切な投稿などにより炎上したため	利用規約違反などによりアカウントが凍結されたため	利用規約違反などによりアカウントが凍結されたため	その他	その他
全体	2,375	68.5	9.0	9.3	3.1	2.9	2.1	2.1	2.1	4.3	3.2	68.5
性別												
男性	1,274	68.5	7.1	10.2	3.2	3.1	2.5	2.5	2.5	4.1	3.3	68.5
女性	1,101	68.6	11.3	8.2	2.9	2.7	1.5	1.5	1.5	4.6	3.0	68.6
年代別												
10代	149	71.1	4.7	8.7	7.4	4.7	4.7	2.0	4.7	4.7	3.4	71.1
20代	457	64.6	11.2	10.3	3.3	4.2	2.8	3.1	11.2	3.7	2.4	64.6
30代	546	66.7	9.7	9.3	4.8	3.5	2.4	3.3	9.7	4.0	2.9	66.7
40代	518	70.3	9.8	6.6	2.7	3.1	1.5	1.4	9.8	3.9	4.1	70.3
50代	366	71.3	7.7	9.8	0.8	1.1	1.4	0.8	7.7	4.1	3.8	71.3
60代	235	71.1	7.2	9.8	1.3	1.7	0.4	0.9	7.2	7.2	2.1	71.1
70代以上	104	68.3	6.7	15.4	1.0	1.0	1.9	1.9	6.7	4.8	2.9	68.3
2018年	2,741	63.4	15.1	9.7	2.2	1.5	0.3	0.6	15.1	4.9	5.4	63.4

n=mixiのアカウント作成経験者(Q5-2)



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

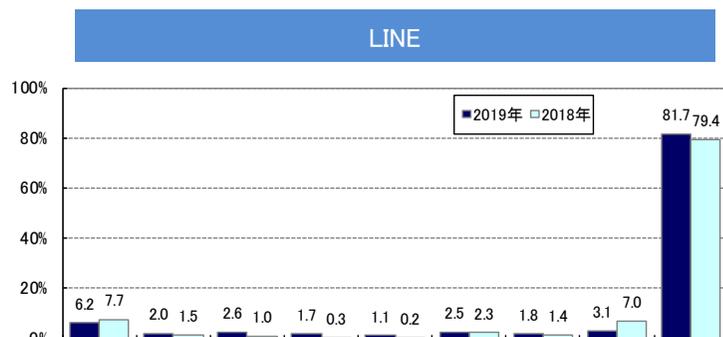
属性	n	理由										
		これまでに再取得をしたこと	サービスを利用する必要がなくなったため	IDやパスワードを忘れてサービスを利用できなくなったため	悪質なユーザに誹謗中傷の書き込みなどをされたため	第三者にアカウントを乗っ取られてサービスを利用できなくなったため	個人情報の漏えいが心配になったため	不適切な投稿などにより炎上したため	利用規約違反などによりアカウントが凍結されたため	利用規約違反などによりアカウントが凍結されたため	その他	その他
全体	1,458	54.3	18.4	10.1	5.1	3.6	2.5	2.6	2.6	3.1	4.9	54.3
性別												
男性	729	54.3	14.7	10.4	6.6	4.3	3.2	3.3	3.3	2.6	5.5	54.3
女性	729	54.3	22.1	9.7	3.7	2.9	1.9	1.9	22.1	3.6	4.4	54.3
年代別												
10代	65	52.3	9.2	6.2	16.9	7.7	4.6	4.6	9.2	6.2	9.2	52.3
20代	333	48.6	18.3	12.6	6.6	4.5	3.0	3.6	18.3	2.7	3.9	48.6
30代	450	54.4	18.2	12.0	4.9	3.3	3.1	3.6	18.2	3.6	4.0	54.4
40代	337	59.3	18.4	7.4	1.8	3.6	0.9	1.8	18.4	2.7	5.6	59.3
50代	185	56.2	22.7	8.1	2.7	1.1	2.7	-	22.7	2.7	5.4	56.2
60代	67	56.7	16.4	7.5	6.0	1.5	1.5	-	16.4	4.5	7.5	56.7
70代以上	21	42.9	19.0	9.5	23.8	9.5	4.8	4.8	19.0	-	4.8	42.9
2018年	1,722	43.4	34.6	13.3	3.1	1.0	0.8	0.5	34.6	2.4	4.2	43.4

5-2-4.アカウント削除・再取得経験の理由③

- LINEについて最も高いのは、「IDやパスワードを忘れてサービスを利用できなくなったため」(6.2%)である。次いで「第三者にアカウントを乗っ取られてサービスを利用できなくなったため」(2.6%)、「サービスを利用する必要がなくなったため」(2.5%)、「悪質なユーザにネットストーキングや誹謗中傷の書き込みなどをされたため」(2.0%)と続く。
- Google+について最も高いのは、「IDやパスワードを忘れてサービスを利用できなくなったため」(7.8%)である。次いで「サービスを利用する必要がなくなったため」(5.4%)、「不適切な投稿などにより炎上してしまったため」(3.7%)、「第三者にアカウントを乗っ取られてサービスを利用できなくなったため」(3.2%)と続く。

Q6 アカウントの削除または再取得をした経験と理由について、あてはまるものを選択してください。これまでに複数回、アカウントの削除または再取得をしている場合は、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)

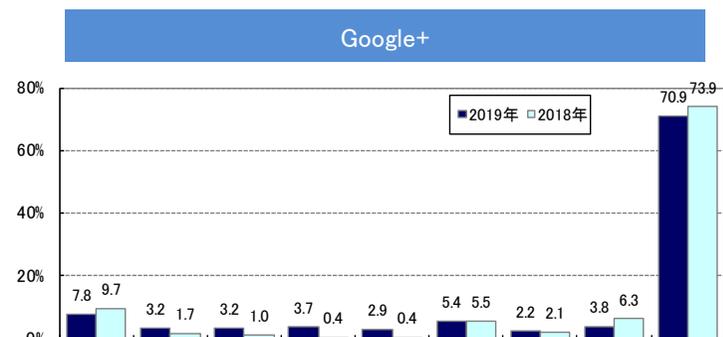
n=LINEのアカウント作成経験者(Q5-3)



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

属性	n	理由										
		これまでには再取得をしたこと	このままにアカウントを削除した	個人情報に漏えいがある	サービスにログインできない	規約違反などによりアカウント凍結された	不適切な投稿などにより炎上した	第三者にアカウントを乗っ取られた	悪質なユーザに誹謗中傷の書き込みなどがされた	IDやパスワードを忘れてサービスを利用できなくなった	その他	合計
全体	4,025	81.7	3.1	1.8	2.5	1.1	1.7	2.6	2.0	6.2	4,025	
性別												
男性	1,978	79.0	3.0	1.8	2.9	1.7	1.8	3.0	2.6	7.2	1,978	
女性	2,047	84.2	3.2	1.8	2.1	0.5	1.6	2.1	1.4	5.1	2,047	
年代別												
10代	400	83.5	3.0	1.3	1.3	1.5	0.8	4.0	3.3	4.5	400	
20代	712	77.2	3.7	1.8	2.4	1.5	3.5	4.4	1.8	7.4	712	
30代	797	79.7	2.1	2.5	2.6	1.9	1.8	3.5	3.9	6.6	797	
40代	889	84.0	2.9	1.0	2.9	1.5	1.5	1.7	1.2	5.3	889	
50代	659	83.3	3.6	1.4	2.3	0.5	0.8	1.2	1.1	6.2	659	
60代	394	85.0	2.8	1.8	2.3	0.3	1.0	0.8	0.3	6.1	394	
70代以上	174	78.7	5.7	4.6	4.0	-	2.3	1.1	2.3	6.9	174	
2018年	4,395	79.4	7.0	1.4	2.3	0.2	0.3	1.0	1.5	7.7	4,395	

n=Google+のアカウント作成経験者(Q5-4)



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

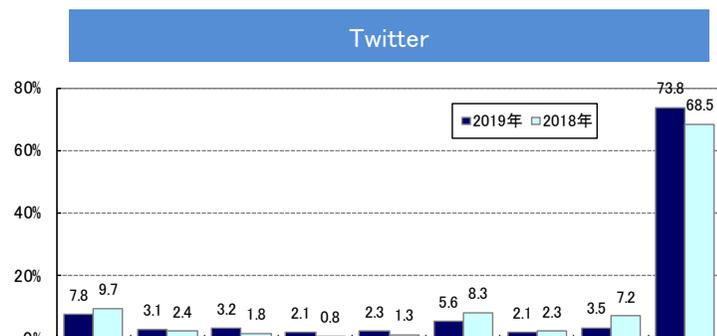
属性	n	理由										
		これまでには再取得をしたこと	このままにアカウントを削除した	個人情報に漏えいがある	サービスにログインできない	規約違反などによりアカウント凍結された	不適切な投稿などにより炎上した	第三者にアカウントを乗っ取られた	悪質なユーザに誹謗中傷の書き込みなどがされた	IDやパスワードを忘れてサービスを利用できなくなった	その他	合計
全体	1,707	70.9	3.8	2.2	5.4	2.9	3.7	3.2	3.2	7.8	1,707	
性別												
男性	883	65.0	4.3	2.6	5.8	4.8	4.8	3.5	3.2	9.3	883	
女性	824	77.3	3.3	1.8	5.0	2.7	2.7	2.9	1.9	6.2	824	
年代別												
10代	125	68.0	2.4	4.0	4.0	5.6	7.2	4.0	4.0	6.4	125	
20代	309	65.0	2.6	1.6	4.9	9.1	4.5	6.1	8.4	8.4	309	
30代	338	64.8	3.6	2.1	4.7	4.1	5.0	3.6	10.7	10.7	338	
40代	366	74.0	5.5	2.7	5.7	1.1	1.6	1.9	6.3	6.3	366	
50代	294	75.5	3.4	2.7	6.1	2.0	1.0	2.4	7.1	7.1	294	
60代	179	81.0	2.2	2.2	5.0	2.2	1.1	1.7	5.0	5.0	179	
70代以上	96	70.8	4.2	1.0	8.3	1.0	4.2	1.0	10.4	10.4	96	
2018年	2,410	73.9	6.3	2.1	5.5	0.4	1.0	3.2	1.7	9.7	2,410	

5-2-4.アカウント削除・再取得経験の理由④

- Twitterについて最も高いのは、「IDやパスワードを忘れてサービスを利用できなくなったため」(7.8%)である。次いで「サービスを利用する必要がなくなったため」(5.6%)、「第三者にアカウントを乗っ取られてサービスを利用できなくなったため」(3.2%)、「悪質なユーザにネットストーキングや誹謗中傷の書き込みなどをされたため」(3.1%)と続く。
- 2018年と比較すると、「これまでにアカウントの削除または再取得をしたことはない」の割合が上昇している。
- Instagramについて最も高いのは、「IDやパスワードを忘れてサービスを利用できなくなったため」(6.4%)である。次いで「サービスを利用する必要がなくなったため」(4.7%)、「悪質なユーザにネットストーキングや誹謗中傷の書き込みなどをされたため」(2.9%)、「第三者にアカウントを乗っ取られてサービスを利用できなくなったため」(2.8%)と続く。

Q6 アカウントの削除または再取得をした経験と理由について、あてはまるものを選択してください。これまでに複数回、アカウントの削除または再取得をしている場合は、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)

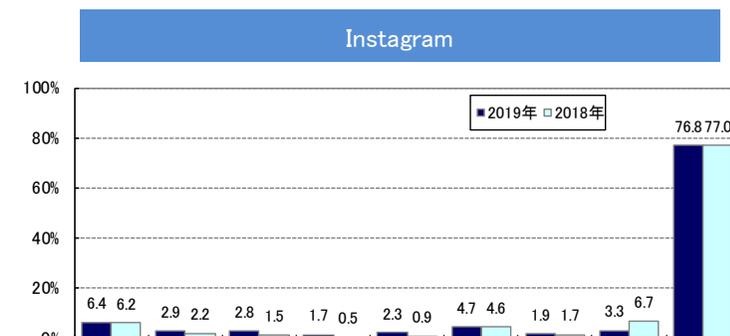
n=Twitterのアカウント作成経験者(Q5-5)



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

n=	理由	2019年 (%)	2018年 (%)
全体	これまでには再取得をしたこと	68.5	73.8
性別	男性	7.1	8.3
	女性	8.5	11.1
年代別	10代	2.6	2.2
	20代	2.2	2.6
	30代	2.2	2.2
	40代	2.2	2.2
	50代	2.2	2.2
	60代	2.2	2.2
	70代以上	2.2	2.2
2018年	全体	73.8	73.8

n=Instagramのアカウント作成経験者(Q5-6)



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

n=	理由	2019年 (%)	2018年 (%)
全体	これまでには再取得をしたこと	77.0	76.8
性別	男性	71.5	70.0
	女性	82.2	81.2
年代別	10代	3.7	4.3
	20代	3.2	3.7
	30代	3.2	3.7
	40代	3.2	3.7
	50代	3.2	3.7
	60代	3.2	3.7
	70代以上	3.2	3.7
2018年	全体	76.8	76.8

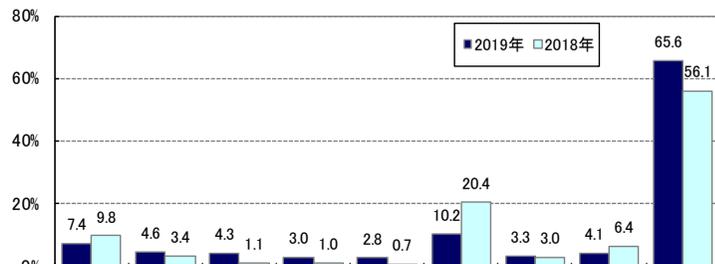
5-2-4.アカウント削除・再取得経験の理由⑤

- ブログについて最も高いのは、「サービスを利用する必要がなくなったため」(10.2%)である。次いで「IDやパスワードを忘れてサービスを利用できなくなったため」(7.4%)、「悪質なユーザにネットストーキングや誹謗中傷の書き込みなどをされたため」(4.6%)、「第三者にアカウントを乗っ取られてサービスを利用できなくなったため」(4.3%)と続く。
- 2018年と比較すると、「これまでにアカウントの削除または再取得をしたことはない」の割合が上昇している。「サービスを利用する必要がなくなったため」の割合が低下している。
- 掲示板について最も高いのは、「IDやパスワードを忘れてサービスを利用できなくなったため」(8.4%)である。次いで「サービスを利用する必要がなくなったため」(6.2%)、「悪質なユーザにネットストーキングや誹謗中傷の書き込みなどをされたため」(4.2%)、「第三者にアカウントを乗っ取られてサービスを利用できなくなったため」(4.0%)と続く。年代別でみると、70代以上は「サービスを利用する必要がなくなったため」が最も高い。

Q6 アカウントの削除または再取得をした経験と理由について、あてはまるものを選択してください。これまでに複数回、アカウントの削除または再取得をしている場合は、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=ブログのアカウント作成経験者(Q5-7)

ブログ(アメーバブログ、はてなブログなど)

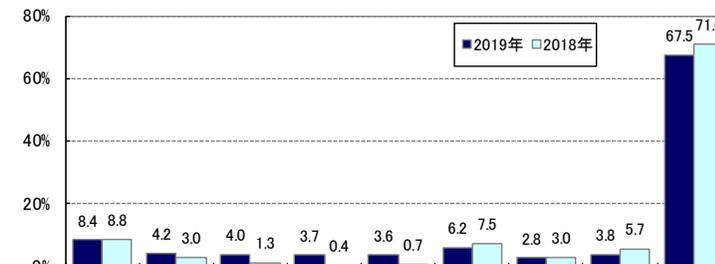


■ 全体+10Pt以上
■ 全体+5Pt以上
■ 全体-5Pt以下
■ 全体-10Pt以下
(属性n=30以上)

属性	n	理由									
		サービスを利用する必要がなくなったため	IDやパスワードを忘れてサービスを利用できなくなったため	悪質なユーザにネットストーキングや誹謗中傷の書き込みなどをされたため	第三者にアカウントを乗っ取られてサービスを利用できなくなったため	不適切な投稿などにより炎上したため	利用規約違反などによりアカウントが凍結されたため	個人情報漏えいなどが心配になったため	その他	これまでに再取得をしたこと	
全体	1,306	7.4	4.6	4.3	3.0	2.8	10.2	3.3	4.1	65.6	
性別											
男性	630	9.4	6.2	6.8	3.7	3.5	9.5	3.5	4.9	59.0	
女性	676	5.5	3.1	1.9	2.4	2.2	10.8	3.1	3.4	71.7	
年代別											
10代	85	8.2	9.4	5.9	4.7	5.9	3.5	5.9	3.5	64.7	
20代	289	7.6	6.2	4.8	5.2	3.8	9.3	3.8	3.1	62.6	
30代	298	10.1	6.7	6.7	3.0	4.0	12.8	3.0	4.0	59.1	
40代	311	5.1	1.9	3.9	1.0	1.3	10.6	2.9	5.5	69.8	
50代	195	8.2	2.1	2.1	1.5	1.5	9.7	2.1	3.1	70.8	
60代	93	3.2	3.2	-	3.2	1.1	7.5	3.2	5.4	75.3	
70代以上	35	5.7	2.9	2.9	5.7	2.9	17.1	5.7	5.7	57.1	
2018年	1,424	9.8	3.4	1.1	1.0	0.7	20.4	3.0	6.4	56.1	

n=掲示板のアカウント作成経験者(Q5-8)

掲示板(Yahoo!知恵袋、口コミサイトなど)



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

属性	n	理由									
		サービスを利用する必要がなくなったため	IDやパスワードを忘れてサービスを利用できなくなったため	悪質なユーザにネットストーキングや誹謗中傷の書き込みなどをされたため	第三者にアカウントを乗っ取られてサービスを利用できなくなったため	不適切な投稿などにより炎上したため	利用規約違反などによりアカウントが凍結されたため	個人情報漏えいなどが心配になったため	その他	これまでに再取得をしたこと	
全体	1,214	8.4	4.2	4.0	3.7	3.6	6.2	2.8	3.8	67.5	
性別											
男性	691	9.7	5.6	4.9	3.9	3.9	5.4	2.9	4.2	63.8	
女性	523	6.7	2.3	2.7	3.4	3.3	7.3	2.7	3.3	72.3	
年代別											
10代	101	8.9	4.0	6.9	3.0	3.0	4.0	5.0	4.0	66.3	
20代	244	9.8	5.3	6.6	4.9	5.7	7.8	3.3	2.9	59.0	
30代	261	9.2	7.7	5.7	3.8	5.4	5.4	3.4	2.3	63.6	
40代	261	6.9	3.1	2.7	3.1	2.3	5.4	1.5	6.5	71.6	
50代	190	8.4	2.1	0.5	2.6	1.6	6.3	2.1	3.7	73.2	
60代	112	8.0	0.9	0.9	2.7	3.6	4.5	1.8	3.6	77.7	
70代以上	45	4.4	2.2	2.2	8.9	-	15.6	4.4	2.2	64.4	
2018年	1,448	8.8	3.0	1.3	0.4	0.7	7.5	3.0	5.7	71.0	

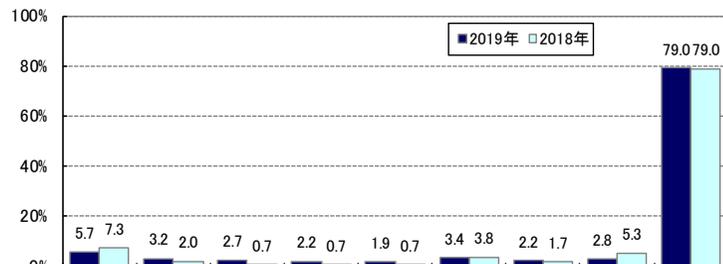
5-2-4.アカウント削除・再取得経験の理由⑥

- 動画共有サイトについて最も高いのは、「IDやパスワードを忘れてサービスを利用できなくなったため」(5.7%)である。次いで「サービスを利用する必要がなくなったため」(3.4%)、「悪質なユーザにネットストーキングや誹謗中傷の書き込みなどをされたため」(3.2%)、「第三者にアカウントを乗っ取られてサービスを利用できなくなったため」(2.7%)と続く。
- その他のSNSや投稿サイトについて最も高いのは、「IDやパスワードを忘れてサービスを利用できなくなったため」(9.5%)である。次いで「サービスを利用する必要がなくなったため」(8.3%)、「悪質なユーザにネットストーキングや誹謗中傷の書き込みなどをされたため」(7.3%)、「不適切な投稿などにより炎上してしまったため」(5.9%)と続く。
- 2018年と比較すると、「これまでにアカウントの削除または再取得をしたことはない」の割合が低下している。

Q6 アカウントの削除または再取得をした経験と理由について、あてはまるものを選択してください。これまでに複数回、アカウントの削除または再取得をしている場合は、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=動画共有サイトのアカウント作成経験者(Q5-9)

動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画など)

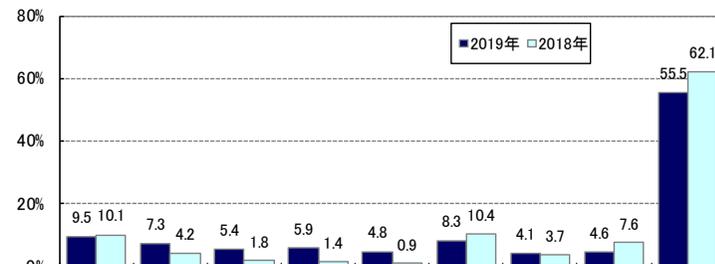


■ 全体+10Pt以上
■ 全体+5Pt以上
■ 全体-5Pt以下
■ 全体-10Pt以下
(属性n=30以上)

属性	n	理由										
		サービスを利用できなくなったため	悪質なユーザに誹謗中傷の書き込みなどをされたため	第三者にアカウントを乗っ取られてサービスを利用できなくなったため	不適切な投稿などにより炎上してしまったため	利用規約違反などによりアカウント凍結されたため	個人情報漏えいなどが心配	その他	これまでに再取得をしたこと	これまでに再取得をしたこと	これまでに再取得をしたこと	
全体	2,118	5.7	3.2	2.7	2.2	1.9	3.4	2.2	2.8	79.0		
性別												
男性	1,203	6.5	3.7	3.4	2.3	2.2	3.0	1.9	3.1	76.6		
女性	915	4.7	2.4	1.7	2.0	1.6	3.8	2.6	2.4	82.3		
年代別												
10代	205	8.3	5.4	2.4	1.5	2.4	2.9	2.9	3.4	76.6		
20代	512	7.0	3.3	2.7	3.3	2.5	3.7	1.6	2.0	76.4		
30代	446	5.4	3.1	4.9	2.5	2.5	3.8	2.7	1.1	78.0		
40代	443	3.8	2.7	2.0	2.3	1.4	2.5	1.4	4.5	82.2		
50代	274	5.5	1.8	1.8	1.1	1.1	2.6	2.9	2.9	80.7		
60代	175	4.0	2.9	1.1	0.6	0.6	2.9	3.4	2.9	85.1		
70代以上	63	7.9	4.8	-	1.6	3.2	9.5	1.6	6.3	69.8		
2018年	2,197	7.3	2.0	0.7	0.7	0.7	3.8	1.7	5.3	79.0		

n=その他のSNSや投稿サイトのアカウント作成経験者(Q5-10)

その他のSNSや投稿サイト



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

属性	n	理由										
		サービスを利用できなくなったため	悪質なユーザに誹謗中傷の書き込みなどをされたため	第三者にアカウントを乗っ取られてサービスを利用できなくなったため	不適切な投稿などにより炎上してしまったため	利用規約違反などによりアカウント凍結されたため	個人情報漏えいなどが心配	その他	これまでに再取得をしたこと	これまでに再取得をしたこと	これまでに再取得をしたこと	
全体	724	9.5	7.3	5.4	5.9	4.8	8.3	4.1	4.6	55.5		
性別												
男性	422	10.9	7.8	7.1	6.2	5.2	7.3	2.8	4.5	52.4		
女性	302	7.6	6.6	3.0	5.6	4.3	9.6	6.0	4.6	59.9		
年代別												
10代	79	11.4	7.6	5.1	2.5	2.5	6.3	7.6	7.6	58.2		
20代	182	11.0	10.4	4.9	8.8	4.4	7.7	3.3	2.7	50.0		
30代	161	9.3	9.9	8.7	6.2	11.2	5.0	5.6	3.1	51.6		
40代	137	4.4	4.4	8.0	4.4	2.9	6.6	2.2	7.3	63.5		
50代	89	13.5	2.2	-	5.6	2.2	14.6	3.4	4.5	55.1		
60代	52	9.6	3.8	1.9	1.9	-	11.5	3.8	1.9	69.2		
70代以上	24	8.3	8.3	-	12.5	4.2	20.8	4.2	8.3	41.7		
2018年	781	10.1	4.2	1.8	1.4	0.9	10.4	3.7	7.6	62.1		

5-2-5.インターネットサービスの公開範囲①

- インターネットサービスの公開範囲について、「Google+」「動画共有サイト」は「自分のみに公開」の割合が最も高い。
- SNS別でみると、「自分にのみ公開」は「動画共有サイト」、「家族・友人のみに公開」は「LINE」、「不特定多数に公開(公開範囲を限定していない)」は「ブログ」が最も高い。

Q7 当該インターネットサービスの公開範囲の対象について、あてはまるものを選択してください。複数アカウントを公開範囲別を使い分けて利用している場合は、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=各サービスのアカウント現在保有者(Q5)

横順位

…1位の情報

	n=	自分のみに公開	家族・友人のみに公開	不特定多数に公開(公開範囲を限定していない)	公開範囲がわからない	その他
Facebook	2,028	22.1	45.6	23.9	10.5	2.5
mixi	821	21.4	43.8	23.9	12.1	2.7
LINE	3,891	25.7	51.4	13.2	12.4	2.5
Google+	1,482	34.1	25.7	17.3	21.4	4.5
Twitter	2,204	23.7	29.9	36.1	12.6	2.8
Instagram	1,832	20.7	38.2	32.3	10.3	2.9
ブログ(アミーバブログ、はてなブログなど)	929	22.9	22.7	42.1	12.2	4.5
掲示板(Yahoo!知恵袋、ロコミサイトなど)	957	31.1	18.9	32.7	14.4	5.9
動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画など)	1,917	36.9	17.8	26.2	16.6	5.3
その他のSNSや投稿サイト	536	29.1	27.6	33.0	9.9	5.4

縦順位

…1位のSNS

	n=	自分のみに公開	家族・友人のみに公開	不特定多数に公開(公開範囲を限定していない)	公開範囲がわからない	その他
Facebook	2,028	22.1	45.6	23.9	10.5	2.5
mixi	821	21.4	43.8	23.9	12.1	2.7
LINE	3,891	25.7	51.4	13.2	12.4	2.5
Google+	1,482	34.1	25.7	17.3	21.4	4.5
Twitter	2,204	23.7	29.9	36.1	12.6	2.8
Instagram	1,832	20.7	38.2	32.3	10.3	2.9
ブログ(アミーバブログ、はてなブログなど)	929	22.9	22.7	42.1	12.2	4.5
掲示板(Yahoo!知恵袋、ロコミサイトなど)	957	31.1	18.9	32.7	14.4	5.9
動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画など)	1,917	36.9	17.8	26.2	16.6	5.3
その他のSNSや投稿サイト	536	29.1	27.6	33.0	9.9	5.4

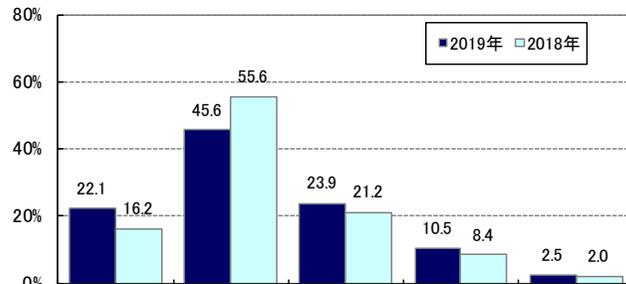
5-2-5.インターネットサービスの公開範囲②

- Facebookについて最も高いのは、「家族・友人のみに公開」(45.6%)である。次いで「不特定多数に公開(公開範囲を限定していない)」(23.9%)、「自分のみに公開」(22.1%)、「公開範囲がわからない」(10.5%)と続く。
- 2018年と比較すると、「自分のみに公開」の割合が上昇している。「家族・友人のみに公開」の割合が低下している。
- mixiについて最も高いのは、「家族・友人のみに公開」(43.8%)である。次いで「不特定多数に公開(公開範囲を限定していない)」(23.9%)、「自分のみに公開」(21.4%)、「公開範囲がわからない」(12.1%)と続く。
- 2018年と比較すると、「自分のみに公開」の割合が上昇している。「家族・友人のみに公開」の割合が低下している。

Q7 当該インターネットサービスの公開範囲の対象について、あてはまるものを選択してください。複数アカウントを公開範囲別を使い分けている場合は、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のアカウント現在保有者(Q5-1)

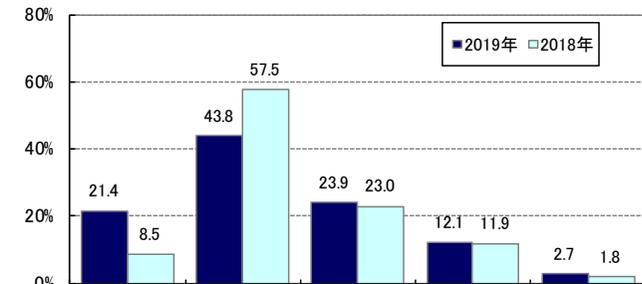
Facebook



属性	n=	公開範囲					
		自分のみに公開	家族・友人のみに公開	不特定多数に公開(限定していない)	公開範囲がわからない	その他	
全体	2,028	22.1	45.6	23.9	10.5	2.5	
性別	男性	1,115	23.9	39.3	28.1	11.7	2.4
	女性	913	20.0	53.2	18.7	9.0	2.6
年代別	10代	133	24.8	52.6	17.3	8.3	2.3
	20代	369	21.4	45.8	27.4	7.0	1.6
	30代	462	20.8	51.5	21.4	10.2	2.6
	40代	444	20.3	45.0	27.9	9.5	2.5
	50代	316	22.2	38.0	22.8	15.5	3.2
	60代	213	23.9	41.3	24.4	12.2	3.3
	70代以上	91	33.0	42.9	14.3	12.1	2.2
2018年	2,357	16.2	55.6	21.2	8.4	2.0	

n=mixiのアカウント現在保有者(Q5-2)

mixi



属性	n=	公開範囲					
		自分のみに公開	家族・友人のみに公開	不特定多数に公開(限定していない)	公開範囲がわからない	その他	
全体	821	21.4	43.8	23.9	12.1	2.7	
性別	男性	442	25.1	37.3	28.1	12.7	1.8
	女性	379	17.2	51.5	19.0	11.3	3.7
年代別	10代	46	21.7	54.3	21.7	6.5	4.3
	20代	158	21.5	46.2	24.1	8.2	1.9
	30代	253	22.1	45.8	23.3	12.6	1.6
	40代	197	18.3	45.2	23.4	13.7	3.0
	50代	108	17.6	34.3	30.6	13.9	4.6
	60代	45	33.3	33.3	13.3	20.0	4.4
	70代以上	14	42.9	35.7	28.6	-	-
2018年	901	8.5	57.5	23.0	11.9	1.8	

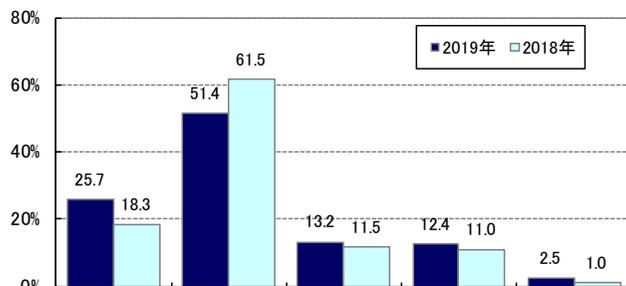
5-2-5.インターネットサービスの公開範囲③

- LINEについて最も高いのは、「家族・友人のみに公開」(51.4%)である。次いで「自分のみに公開」(25.7%)、「不特定多数に公開(公開範囲を限定していない)」(13.2%)、「公開範囲がわからない」(12.4%)と続く。
- 2018年と比較すると、「自分のみに公開」の割合が上昇している。「家族・友人のみに公開」の割合が低下している。
- Google+について最も高いのは、「自分のみに公開」(34.1%)である。次いで「家族・友人のみに公開」(25.7%)、「公開範囲がわからない」(21.4%)、「不特定多数に公開(公開範囲を限定していない)」(17.3%)と続く。
- 2018年と比較すると、「公開範囲がわからない」の割合が低下している。

Q7 当該インターネットサービスの公開範囲の対象について、あてはまるものを選択してください。複数アカウントを公開範囲別に分けて利用している場合は、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のアカウント現在保有者(Q5-3)

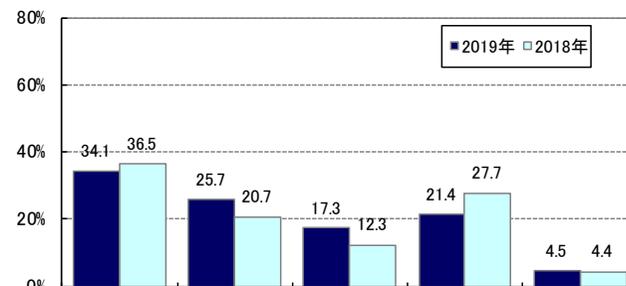
LINE



属性	n=	公開範囲					
		自分のみに公開	家族・友人のみに公開	不特定多数に公開(限定していない)	公開範囲がわからない	その他	
全体	3,891	25.7	51.4	13.2	12.4	2.5	
性別	男性	1,891	26.1	48.2	16.5	12.7	2.3
	女性	2,000	25.3	54.4	10.2	12.1	2.6
年代別	10代	392	26.5	62.8	9.7	7.1	2.6
	20代	683	22.8	49.8	17.0	12.2	1.3
	30代	773	28.8	47.3	15.7	11.0	3.0
	40代	853	26.7	46.2	13.8	15.1	3.4
	50代	638	24.8	49.8	12.4	14.9	2.2
	60代	382	21.7	59.2	7.6	12.3	2.4
	70代以上	170	28.2	64.1	8.2	9.4	1.2
2018年	4,347	18.3	61.5	11.5	11.0	1.0	

n=Google+のアカウント現在保有者(Q5-4)

Google+



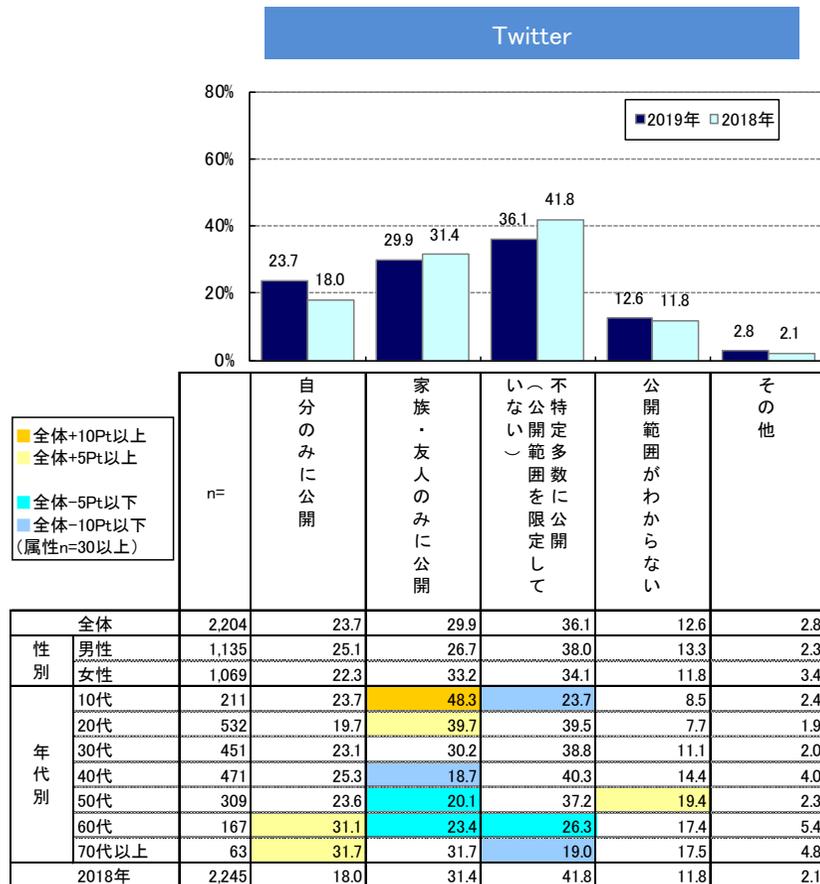
属性	n=	公開範囲					
		自分のみに公開	家族・友人のみに公開	不特定多数に公開(限定していない)	公開範囲がわからない	その他	
全体	1,482	34.1	25.7	17.3	21.4	4.5	
性別	男性	744	36.4	24.5	20.2	18.5	4.0
	女性	738	31.8	27.0	14.4	24.3	5.0
年代別	10代	109	39.4	39.4	11.0	8.3	8.3
	20代	261	27.6	30.7	23.4	17.6	3.4
	30代	288	34.4	30.9	18.4	19.4	2.8
	40代	316	32.3	19.6	18.7	25.9	5.1
	50代	254	33.5	17.3	19.3	28.3	2.8
	60代	165	38.8	24.8	7.9	23.0	7.9
	70代以上	89	46.1	24.7	10.1	15.7	5.6
2018年	2,219	36.5	20.7	12.3	27.7	4.4	

5-2-5.インターネットサービスの公開範囲④

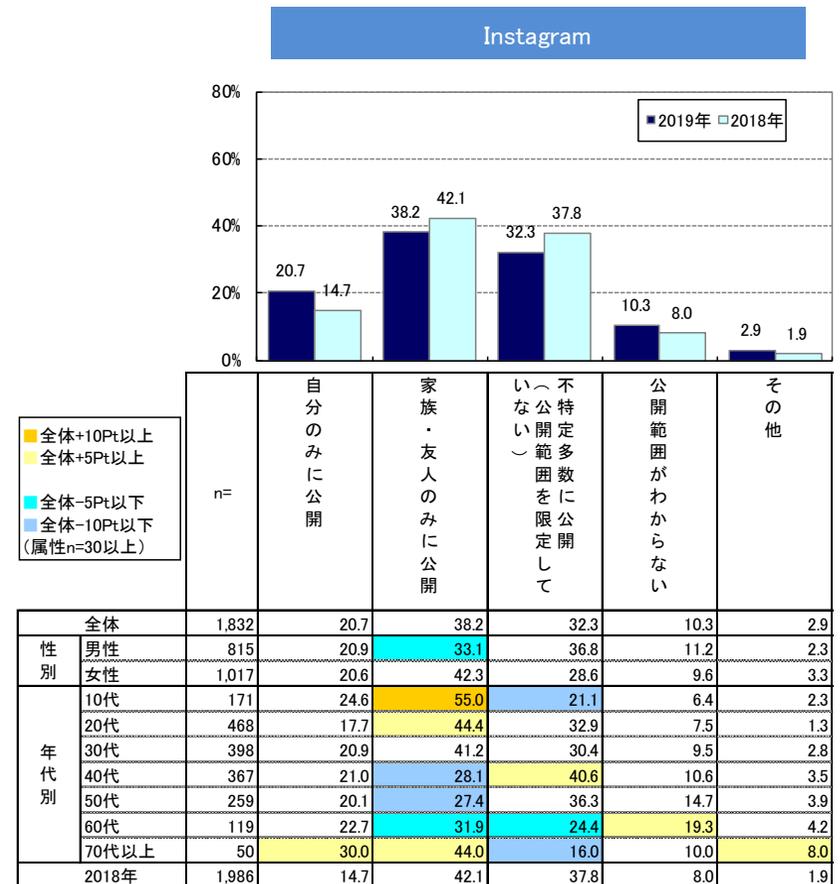
- Twitterについて最も高いのは、「不特定多数に公開(公開範囲を限定していない)」(36.1%)である。次いで「家族・友人のみに公開」(29.9%)、「自分のみに公開」(23.7%)、「公開範囲がわからない」(12.6%)と続く。年代別で見ると、10代は「家族・友人のみに公開」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「自分のみに公開」の割合が上昇している。「不特定多数に公開(公開範囲を限定していない)」の割合が低下している。
- Instagramについて最も高いのは、「家族・友人のみに公開」(38.2%)である。次いで「不特定多数に公開(公開範囲を限定していない)」(32.3%)、「自分のみに公開」(20.7%)、「公開範囲がわからない」(10.3%)と続く。
- 年代別で見ると、40代、50代は「不特定多数に公開(公開範囲を限定していない)」が最も高い。全体と比較すると、10代は「家族・友人のみに公開」の割合が全体よりも高い。2018年と比較すると、「自分のみに公開」の割合が上昇している。「不特定多数に公開(公開範囲を限定していない)」の割合が低下している。

Q7 当該インターネットサービスの公開範囲の対象について、あてはまるものを選択してください。複数アカウントを公開範囲別を使い分けている場合は、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のアカウント現在保有者(Q5-5)



n=Instagramのアカウント現在保有者(Q5-6)



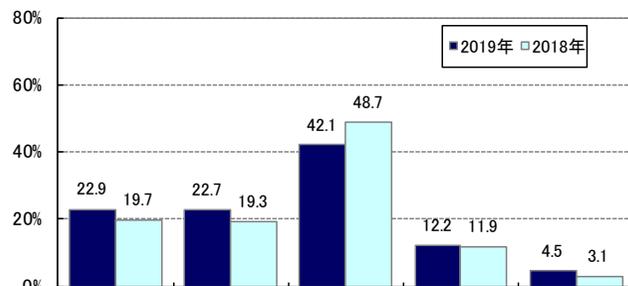
5-2-5.インターネットサービスの公開範囲⑤

- ブログについて最も高いのは、「不特定多数に公開(公開範囲を限定していない)」(42.1%)である。次いで「自分のみに公開」(22.9%)、「家族・友人のみに公開」(22.7%)、「公開範囲がわからない」(12.2%)と続く。
- 2018年と比較すると、「不特定多数に公開(公開範囲を限定していない)」の割合が低下している。
- 掲示板について最も高いのは、「不特定多数に公開(公開範囲を限定していない)」(32.7%)である。次いで「自分のみに公開」(31.1%)、「家族・友人のみに公開」(18.9%)、「公開範囲がわからない」(14.4%)と続く。
- 年代別で見ると、50代、60代、70代以上は「自分のみに公開」が最も高い。全体と比較すると、10代は「家族・友人のみに公開」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「家族・友人のみに公開」の割合が上昇している。「公開範囲がわからない」の割合が低下している。

Q7 当該インターネットサービスの公開範囲の対象について、あてはまるものを選択してください。複数アカウントを公開範囲別に使い分けて利用している場合は、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=ブログのアカウント現在保有者(Q5-7)

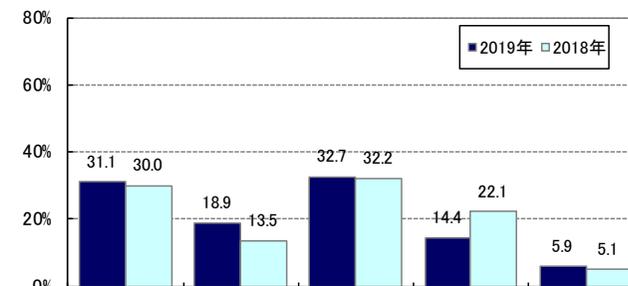
ブログ(アメーバブログ、はてなブログなど)



属性	n=	公開範囲					
		自分のみに公開	家族・友人のみに公開	不特定多数に公開(限定なし)	公開範囲がわからない	その他	
全体	929	22.9	22.7	42.1	12.2	4.5	
性別	男性	459	25.3	21.4	43.1	11.1	5.0
	女性	470	20.6	24.0	41.1	13.2	4.0
年代別	10代	68	25.0	36.8	38.2	7.4	7.4
	20代	190	23.2	29.5	41.1	8.9	1.6
	30代	207	24.2	28.0	38.6	11.6	2.9
	40代	225	19.1	13.3	47.6	16.9	6.2
	50代	144	20.8	18.1	47.9	11.1	4.9
	60代	70	30.0	11.4	32.9	18.6	7.1
	70代以上	25	32.0	32.0	32.0	-	8.0
2018年	876	19.7	19.3	48.7	11.9	3.1	

n=掲示板のアカウント現在保有者(Q5-8)

掲示板(Yahoo!知恵袋、ロコミサイトなど)



属性	n=	公開範囲					
		自分のみに公開	家族・友人のみに公開	不特定多数に公開(限定なし)	公開範囲がわからない	その他	
全体	957	31.1	18.9	32.7	14.4	5.9	
性別	男性	545	30.8	18.3	33.9	14.1	6.6
	女性	412	31.6	19.7	31.1	14.8	4.9
年代別	10代	80	27.5	35.0	31.3	7.5	7.5
	20代	180	25.6	25.0	35.0	13.3	2.2
	30代	209	26.8	26.8	35.9	12.4	2.9
	40代	209	29.7	9.6	37.8	16.3	7.7
	50代	153	36.6	10.5	28.1	18.3	9.2
	60代	91	45.1	11.0	23.1	15.4	8.8
	70代以上	35	42.9	17.1	20.0	17.1	5.7
2018年	1,179	30.0	13.5	32.2	22.1	5.1	

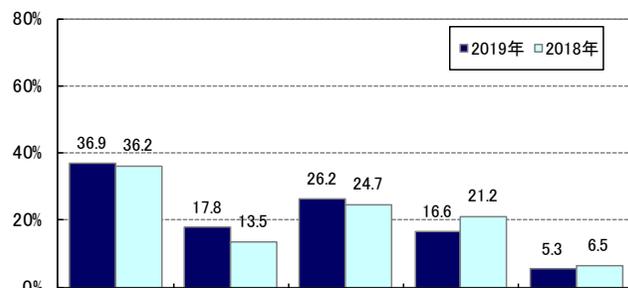
5-2-5.インターネットサービスの公開範囲⑥

- 動画共有サイトについて最も高いのは、「自分のみに公開」(36.9%)である。次いで「不特定多数に公開(公開範囲を限定していない)」(26.2%)、「家族・友人のみに公開」(17.8%)、「公開範囲がわからない」(16.6%)と続く。
- その他のSNSや投稿サイトについて最も高いのは、「不特定多数に公開(公開範囲を限定していない)」(33.0%)である。次いで「自分のみに公開」(29.1%)、「家族・友人のみに公開」(27.6%)、「公開範囲がわからない」(9.9%)と続く。
- 年代別で見ると、20代は「家族・友人のみに公開」、60代は「自分のみに公開」が最も高い。

Q7 当該インターネットサービスの公開範囲の対象について、あてはまるものを選択してください。複数アカウントを公開範囲別を使い分けて利用している場合は、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=動画共有サイトのアカウント現在保有者(Q5-9)

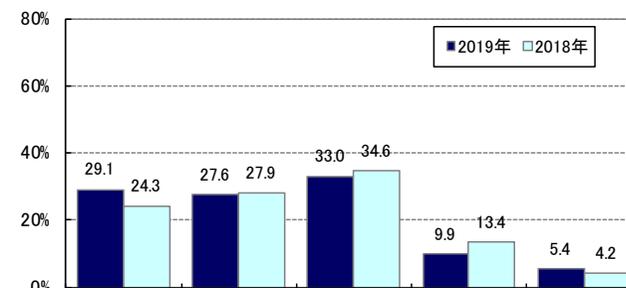
動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画など)



属性	n=	公開範囲				
		自分のみに公開	家族・友人のみに公開	不特定多数に公開(限定なし)	公開範囲がわからない	その他
全体	1,917	36.9	17.8	26.2	16.6	5.3
性別						
男性	1,099	36.9	17.2	27.8	16.6	4.8
女性	818	36.8	18.6	24.2	16.7	6.0
年代別						
10代	184	31.5	29.3	21.7	12.5	7.1
20代	468	33.3	17.5	31.4	16.9	3.0
30代	405	35.3	22.2	26.2	16.5	4.4
40代	408	36.0	13.0	28.7	16.4	7.4
50代	243	41.2	11.5	25.1	18.9	6.6
60代	153	50.3	16.3	15.0	17.6	4.6
70代以上	56	46.4	16.1	16.1	17.9	7.1
2018年	2,032	36.2	13.5	24.7	21.2	6.5

n=その他のSNSや投稿サイトのアカウント現在保有者(Q5-10)

その他のSNSや投稿サイト



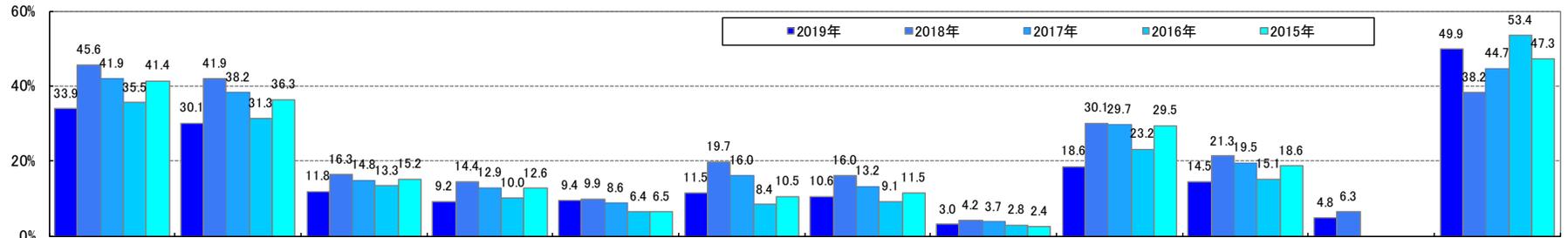
属性	n=	公開範囲				
		自分のみに公開	家族・友人のみに公開	不特定多数に公開(限定なし)	公開範囲がわからない	その他
全体	536	29.1	27.6	33.0	9.9	5.4
性別						
男性	323	30.3	26.0	34.1	10.2	5.0
女性	213	27.2	30.0	31.5	9.4	6.1
年代別						
10代	63	27.0	31.7	33.3	7.9	11.1
20代	137	27.0	36.5	28.5	8.8	2.9
30代	117	29.1	27.4	37.6	10.3	2.6
40代	101	26.7	19.8	38.6	9.9	7.9
50代	64	28.1	18.8	37.5	12.5	4.7
60代	38	44.7	21.1	18.4	10.5	10.5
70代以上	16	37.5	37.5	18.8	12.5	-
2018年	544	24.3	27.9	34.6	13.4	4.2

5-3.インターネットへの情報発信

5-3-1.インターネット上への情報発信・投稿の状況

- インターネット上への情報発信・投稿の状況について最も高いのは、「閲覧のみで、投稿や公開はしたことがない」(49.9%)である。次いで「SNS (Facebook、Twitterなど) に文章を投稿する」(33.9%)、「SNS (Facebook、Twitterなど) に写真、動画などを投稿する」(30.1%)、「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」(18.6%)と続く。
- 年代別で見ると、20代は「SNS (Facebook、Twitterなど) に写真、動画などを投稿する」「SNS (Facebook、Twitterなど) に文章を投稿する」が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「閲覧のみで、投稿や公開はしたことがない」の割合が上昇している。「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」「自分で登録したブログやウェブサイト写真、動画などを公開する」「ショップサイトやグルメ情報サイトへショップについての感想や、レストランや食堂等の評価、口コミを投稿する」「掲示板にコメントを投稿する」「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」「SNS (Facebook、Twitterなど) で、シェアやリツイート等の機能を使って拡散する」の割合が低下している。

Q8 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)



属性	n	投稿の状況												
		文章を投稿する	写真、動画などを投稿する	自分で開設し、公開する	自分で登録したブログやウェブサイトに写真、動画を公開する	ニュースサイトなどの記事に、コメントを投稿する	ショップサイトの評価、レビューや感想、口コミを投稿する	掲示板にコメントを投稿する	掲示板に写真、動画などを公開する	Twitter、Facebook、Instagram、YouTubeなどで、他人の投稿にコメントする	SNSで、シェアやリツイート等の機能を使って拡散する	動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画など)に動画を投稿する	閲覧のみで、投稿や公開はしたことがない	
全体	5,000	33.9	30.1	11.8	9.2	9.4	11.5	10.6	3.0	18.6	14.5	4.8	49.9	
性別	男性	2,472	33.7	28.6	11.9	8.9	11.9	11.1	12.4	4.0	17.4	13.8	6.3	49.1
	女性	2,528	34.1	31.5	11.7	9.5	7.0	11.8	8.8	2.1	19.7	15.2	3.4	50.6
年代別	10代	453	30.0	27.6	5.1	6.4	5.1	5.1	6.0	3.5	16.6	11.5	5.1	54.3
	20代	817	51.2	48.6	16.3	10.6	8.7	8.3	10.8	3.3	26.7	25.1	8.7	33.9
	30代	941	41.0	38.0	13.1	10.9	9.7	10.3	13.2	4.9	19.4	15.3	5.2	43.3
	40代	1,134	31.4	26.3	14.9	10.4	11.2	13.0	12.2	2.3	17.5	13.2	4.3	52.8
	50代	853	27.0	22.9	10.4	8.4	10.6	16.4	11.8	2.8	18.1	13.0	2.9	55.0
	60代	563	21.7	17.6	6.7	6.0	8.2	13.1	6.4	1.8	11.4	8.3	3.0	61.6
	70代以上	239	19.7	13.8	7.1	7.5	9.6	10.0	6.7	1.3	14.6	7.1	2.9	61.9
時系列	2018年	5,000	45.6	41.9	16.3	14.4	9.9	19.7	16.0	4.2	30.1	21.3	6.3	38.2
	2017年	5,000	41.9	38.2	14.8	12.9	8.6	16.0	13.2	3.7	29.7	19.5	4.7	44.7
	2016年	5,000	35.5	31.3	13.3	10.0	6.4	8.4	9.1	2.8	23.2	15.1	4.8	53.4
	2015年	5,000	41.4	36.3	15.2	12.6	6.5	10.5	11.5	2.4	29.5	18.6	4.8	47.3
	2019年	5,000	45.6	41.9	11.8	9.2	9.4	11.5	10.6	3.0	18.6	14.5	4.8	49.9

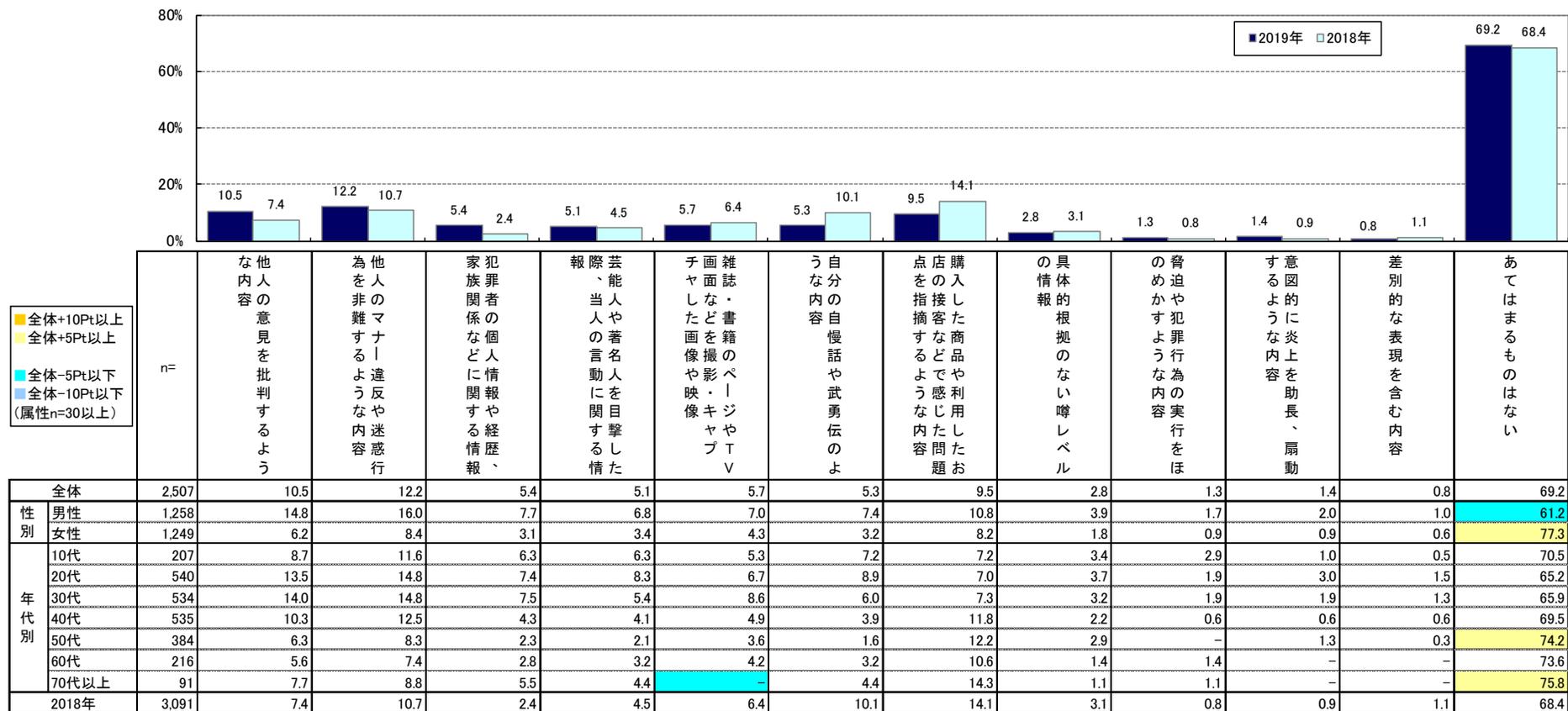
※「ショップサイトやグルメ情報サイトへショップについての感想や、レストランや食堂などの評価、口コミを投稿する」→2017年度以前は「～等の評価、口コミを投稿する」
 ※「SNS (Facebook、Twitterなど) で、シェアやリツイートなどの機能を使って拡散する」→2017年度以前は「～等の機能を使って拡散する」
 ※「閲覧のみで、投稿や公開はしたことがない」→2017年度以前は「閲覧のみで、投稿はしたことがない」
 ※「動画共有サイト(YouTube、ニコニコ動画など)に動画を投稿する」→2018年度から追加した項目

5-3-2.投稿の経験

- 投稿の経験について最も高いのは、「他人のマナー違反や迷惑行為を非難するような内容」(12.2%)である。次いで「他人の意見を批判するような内容」(10.5%)、「購入した商品や利用したお店の接客などで感じた問題点を指摘するような内容」(9.5%)、「雑誌・書籍のページやTV画面などを撮影・キャプチャした画像や映像」(5.7%)と続く。
- 年代別で見ると、70代以上は「購入した商品や利用したお店の接客などで感じた問題点を指摘するような内容」が最も高い。

Q9 あなたは次に挙げるような内容をインターネットへ投稿や公開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(Q8)

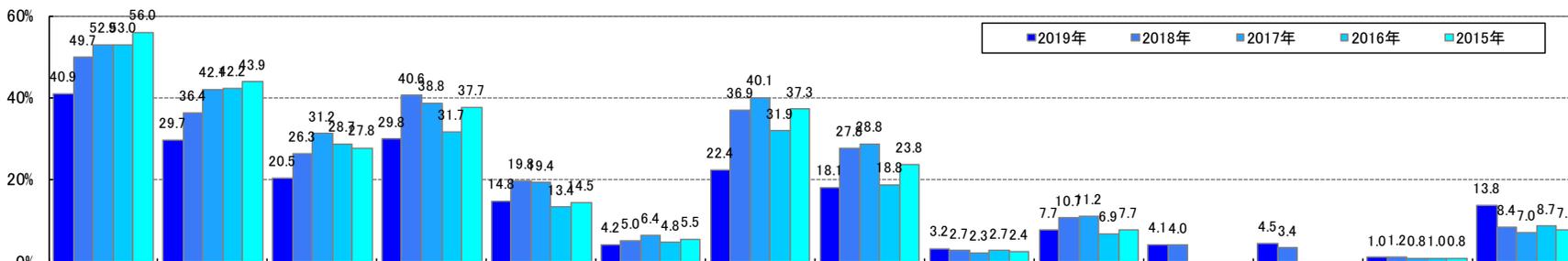


5-3-3.インターネット上に投稿する主な理由

- 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」(40.9%)である。次いで「情報や知識を共有するため」(29.8%)、「楽しいから」(29.7%)、「友人や知り合いに近況を伝えるため」(22.4%)と続く。
- 年代別で見ると、10代は「楽しいから」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「交流のため」「楽しいから」「自己表現や自己アピールのため」「情報や知識を共有するため」「お気に入りの商品やサービスを紹介するため」「友人や知り合いに近況を伝えるため」「日常生活についての記録のため」の割合が低下している。

Q10 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(Q8)



属性	n	交流のため	楽しいから	自己表現や自己アピールのため	情報や知識を共有するため	お気に入りの商品やサービスを紹介するため	事件や事故、美談などを知らせるため	友人や知り合いに近況を伝えるため	日常生活についての記録のため	インターネット広告で収入を得るため	購入した商品やサービスの引き換えのため	間違いを指摘するため	社会的な問題などを提起するため	その他	特になし/なんとなく
		全体+10Pt以上	全体+5Pt以上	全体-5Pt以下	全体-10Pt以下(属性n=30以上)	全体+10Pt以上	全体+5Pt以上	全体-5Pt以下	全体-10Pt以下(属性n=30以上)	全体+10Pt以上	全体+5Pt以上	全体-5Pt以下	全体-10Pt以下(属性n=30以上)	全体+10Pt以上	全体+5Pt以上
全体	2,507	40.9	29.7	20.5	29.8	14.8	4.2	22.4	18.1	3.2	7.7	4.1	4.5	1.0	13.8
性別															
男性	1,258	40.9	30.9	22.3	30.8	13.8	6.0	20.2	14.6	4.8	8.0	5.2	6.4	0.9	13.8
女性	1,249	40.8	28.5	18.7	28.9	15.7	2.5	24.7	21.5	1.7	7.3	3.0	2.6	1.1	13.9
年代別															
10代	207	55.1	45.9	18.4	28.5	12.1	3.9	30.9	9.7	2.9	3.9	2.9	3.4	-	7.7
20代	540	42.4	36.3	27.8	30.9	15.0	7.0	21.1	18.7	4.4	5.6	3.3	3.5	0.7	13.9
30代	534	42.5	33.1	21.2	26.8	15.2	4.3	19.9	21.5	3.4	5.2	4.3	2.8	0.9	15.2
40代	535	36.8	25.8	18.9	32.1	15.3	3.6	20.7	22.1	3.0	7.9	4.1	6.0	1.3	12.9
50代	384	39.3	20.6	16.4	31.5	14.3	2.3	24.5	16.1	2.1	11.2	5.7	6.0	1.0	15.6
60代	216	32.4	20.4	14.8	25.5	15.3	1.4	22.7	12.0	3.2	14.8	2.8	2.8	1.9	16.2
70代以上	91	40.7	17.6	17.6	34.1	14.3	6.6	26.4	12.1	2.2	9.9	7.7	13.2	1.1	12.1
時系列															
2018年	3,091	49.7	36.4	26.3	40.6	19.8	5.0	36.9	27.8	2.7	10.7	4.0	3.4	1.2	8.4
2017年	2,764	52.9	42.1	31.2	38.8	19.4	6.4	40.1	28.8	2.3	11.2			0.8	7.0
2016年	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
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

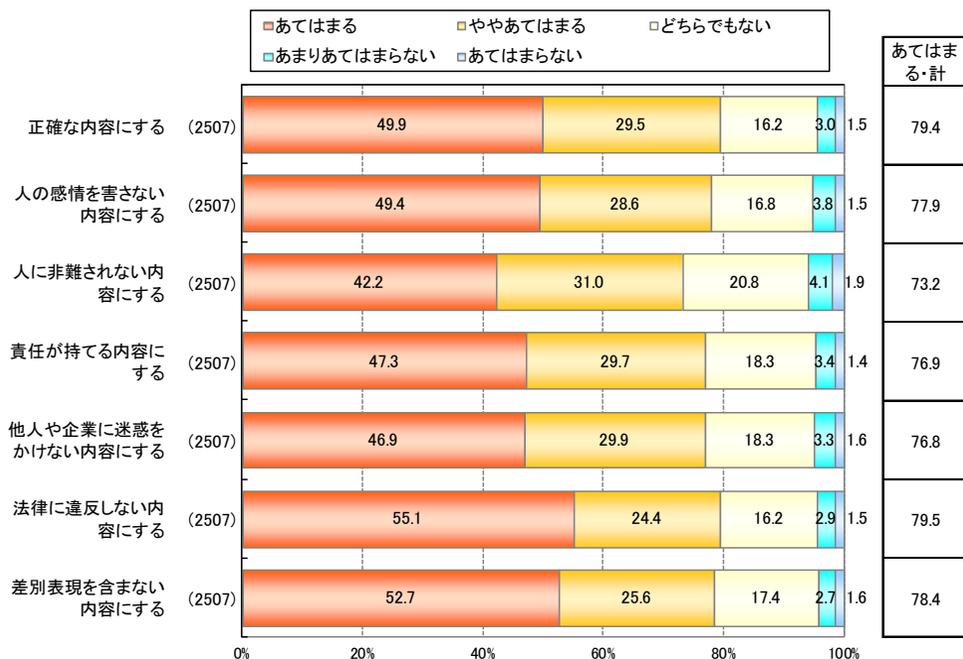
※「間違いを指摘するため」「社会的な問題などを提起するため」→2018年度から追加した項目

5-3-4.インターネット上に投稿する時の心がけ

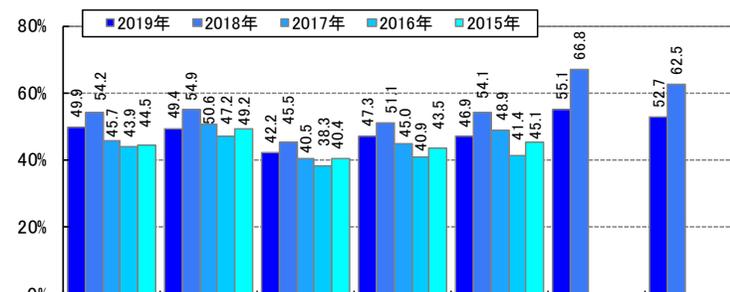
- インターネット上に投稿する時の心がけ(あてはまる)について最も高いのは、「法律に違反しない内容にする」(55.1%)である。次いで「差別表現を含まない内容にする」(52.7%)、「正確な内容にする」(49.9%)、「人の感情を害さない内容にする」(49.4%)と続く。
- 年代別で見ると、70代以上は「差別表現を含まない内容にする」「人の感情を害さない内容にする」「正確な内容にする」「責任が持てる内容にする」「法律に違反しない内容にする」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「人の感情を害さない内容にする」「他人や企業に迷惑をかけない内容にする」「法律に違反しない内容にする」「差別表現を含まない内容にする」の割合が低下している。

Q11 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)

n=インターネット上への投稿経験者(Q8)



※値は「あてはまる」



属性	n	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ない内容にする	法律に違反しない内容にする	差別表現を含まない内容にする
		全体+10Pt以上	全体+5Pt以上	全体-5Pt以下	全体-10Pt以下	(属性n=30以上)		
全体	2,507	49.9	49.4	42.2	47.3	46.9	55.1	52.7
性別								
男性	1,258	46.3	43.5	36.6	41.6	41.3	50.6	47.5
女性	1,249	53.4	55.3	47.9	53.0	52.6	59.6	58.0
年代別								
10代	207	41.5	41.5	35.7	35.7	39.1	44.0	41.1
20代	540	38.1	41.9	35.2	37.8	37.2	45.2	44.1
30代	534	43.1	46.4	39.0	40.6	43.6	48.3	46.8
40代	535	53.3	49.9	43.2	49.9	51.0	58.1	55.5
50代	384	62.5	59.4	50.8	60.2	57.3	68.5	65.9
60代	216	63.9	57.4	50.9	62.0	53.7	67.1	63.0
70代以上	91	71.4	64.8	54.9	63.7	58.2	75.8	69.2
時系列								
2018年	3,081	54.2	54.9	45.5	51.1	54.1	66.8	62.5
2017年	2,751	45.7	50.6	40.5	45.0	48.9		
2016年	2,318	43.9	47.2	38.3	40.9	41.4		
2015年	2,624	44.5	49.2	40.4	43.5	45.1		

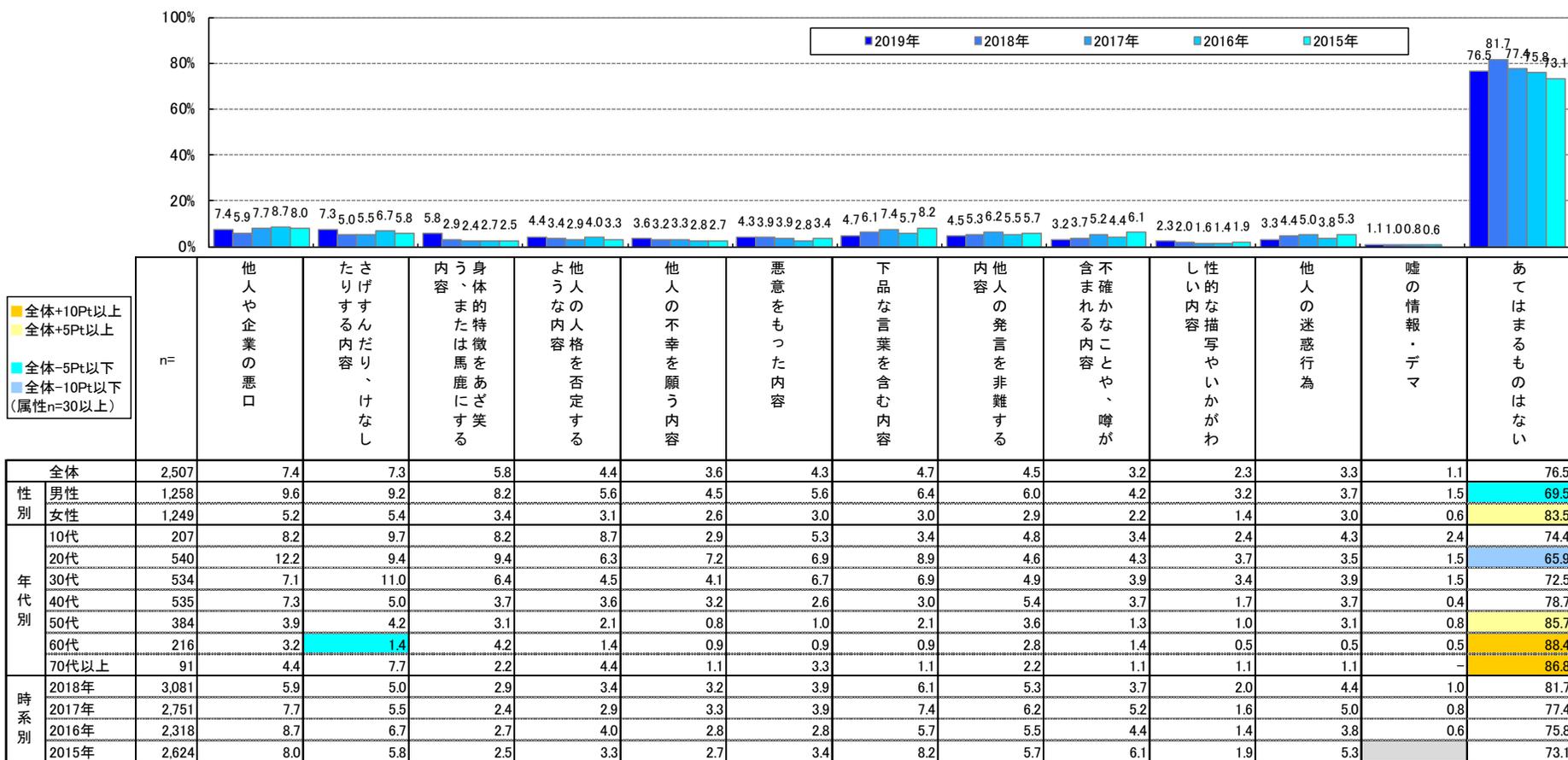
※「法律に違反しない内容にする」「差別表現を含まない内容にする」→2018年度から追加した項目

5-3-5.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、「他人や企業の悪口」(7.4%)である。次いで「さげすんだり、けなしたりする内容」(7.3%)、「身体的特徴をあざ笑う、または馬鹿にする内容」(5.8%)、「下品な言葉を含む内容」(4.7%)と続く。

Q12 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=インターネット上の投稿経験者(Q8)

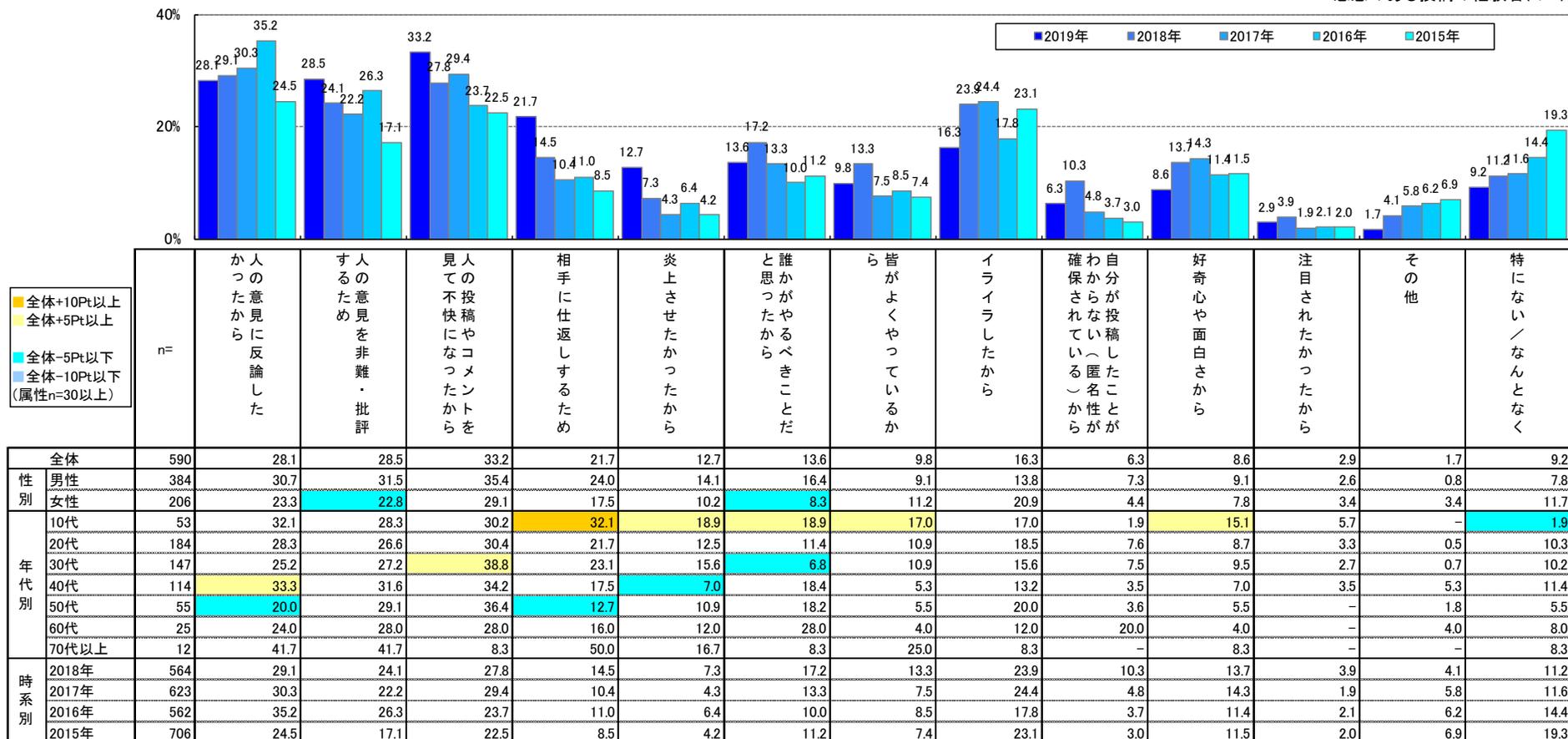


5-3-6.悪意のある投稿をした理由

- 悪意のある投稿をした理由について最も高いのは、「人の投稿やコメントを見て不快になったから」(33.2%)である。次いで「人の意見を非難・批評するため」(28.5%)、「人の意見に反論したかったから」(28.1%)、「相手に仕返すため」(21.7%)と続く。
- 2018年と比較すると、「人の投稿やコメントを見て不快になったから」「相手に仕返すため」「炎上させたかったから」の割合が上昇している。「イライラしたから」「好奇心や面白さから」の割合が低下している。

Q13 前問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(Q12)



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

	n=	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 の 不 快 に な っ た か ら	人 の 投 稿 に や こ め ん と を	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 る べ き こ と だ	ら 皆 が よ く や っ て い る か	イ ラ イ ラ し た か ら	確 保 さ れ て い る (匿 名 性 が 保 障 さ れ て い る こ と が	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 し / な ん と な く
全体	590	28.1	28.5	33.2	21.7	12.7	13.6	9.8	16.3	6.3	8.6	2.9	1.7	9.2				
性別	男性	384	30.7	31.5	35.4	24.0	14.1	16.4	9.1	13.8	7.3	9.1	2.6	0.8	7.8			
	女性	206	23.3	22.8	29.1	17.5	10.2	8.3	11.2	20.9	4.4	7.8	3.4	3.4	11.7			
年代別	10代	53	32.1	28.3	30.2	32.1	18.9	17.0	17.0	1.9	15.1	5.7	-	1.9				
	20代	184	28.3	26.6	30.4	21.7	12.5	11.4	10.9	18.5	7.6	8.7	3.3	0.5	10.3			
	30代	147	25.2	27.2	38.8	23.1	15.6	6.8	10.9	15.6	7.5	9.5	2.7	0.7	10.2			
	40代	114	33.3	31.6	34.2	17.5	7.0	18.4	5.3	13.2	3.5	7.0	3.5	5.3	11.4			
	50代	55	20.0	29.1	36.4	12.7	10.9	18.2	5.5	20.0	3.6	5.5	-	1.8	5.5			
	60代	25	24.0	28.0	28.0	16.0	12.0	28.0	4.0	12.0	20.0	4.0	-	4.0	8.0			
	70代以上	12	41.7	41.7	8.3	50.0	16.7	8.3	25.0	8.3	-	8.3	-	-	8.3			
時系列	2018年	564	29.1	24.1	27.8	14.5	7.3	17.2	13.3	23.9	10.3	13.7	3.9	4.1	11.2			
	2017年	623	30.3	22.2	29.4	10.4	4.3	13.3	7.5	24.4	4.8	14.3	1.9	5.8	11.6			
	2016年	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			
	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	19.3			

※「イライラしたから」→2017年度以前は「いらいらしたから」

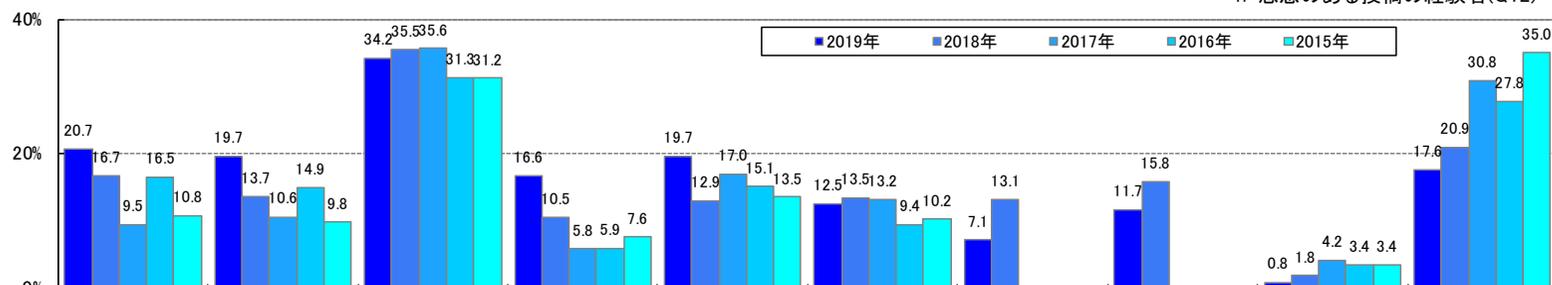
※「自分が投稿したことがわからない(匿名性が確保されている)から」→2017年度以前は「自分が投稿したことがわからないから」

5-3-7.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」(34.2%)である。次いで「面白かった」(20.7%)、「小気味良かった」(19.7%)、「やらなければよかったと後悔した」(19.7%)と続く。
- 2018年と比較すると、「小気味良かった」「書き込んだ相手に謝罪したい」「やらなければよかったと後悔した」の割合が上昇している。「達成感があった」の割合が低下している。

Q14 先ほど、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(Q12)



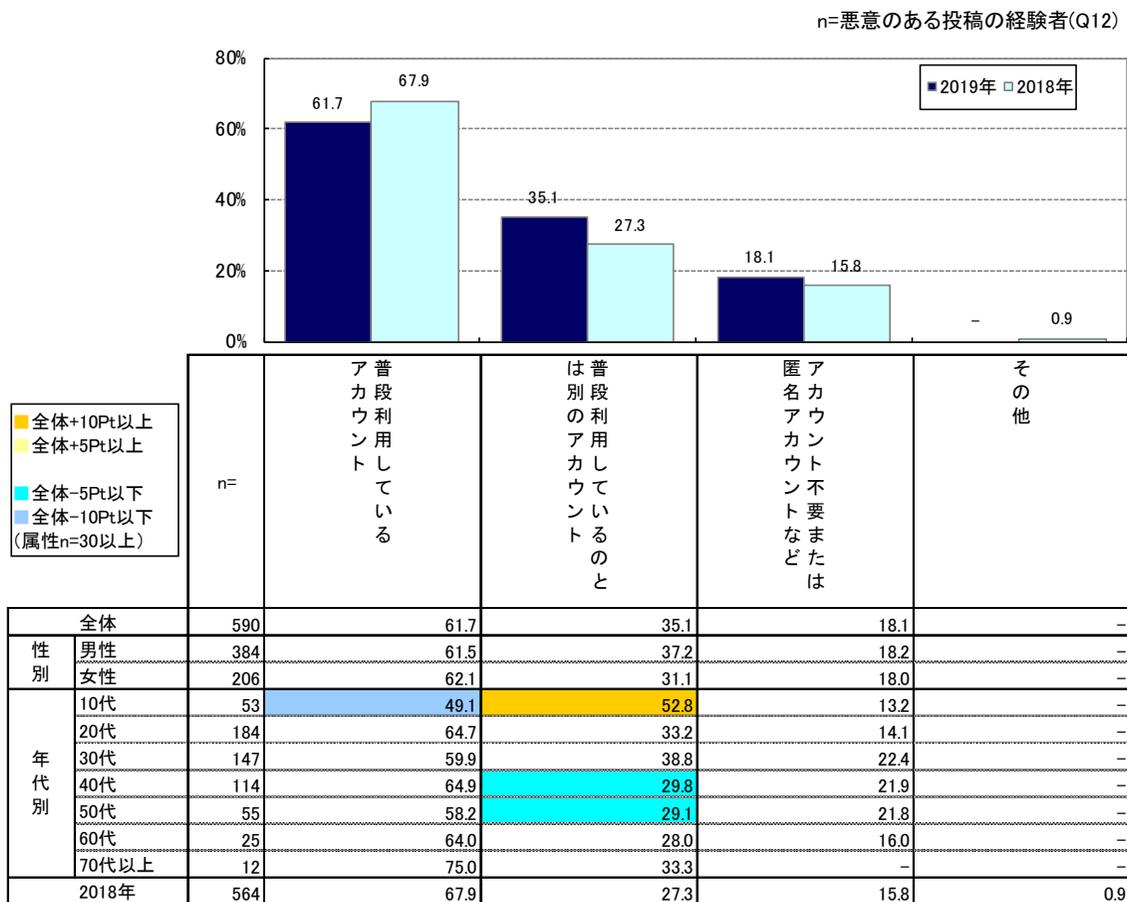
感情	n=	感情の割合 (%)									
		面白かった	小気味良かった	気が済んだ、すっとした	書き込んだ相手に謝罪したい	やらなければよかった	問題になるか心配	達成感があった	もやもやした気持ちが残った	その他	何も感じない
全体	590	20.7	19.7	34.2	16.6	19.7	12.5	7.1	11.7	0.8	17.6
性別											
男性	384	23.2	22.7	35.2	18.8	20.6	14.1	8.1	11.2	1.0	16.4
女性	206	16.0	14.1	32.5	12.6	18.0	9.7	5.3	12.6	0.5	19.9
年代別											
10代	53	26.4	24.5	24.5	26.4	24.5	15.1	9.4	13.2	-	7.5
20代	184	24.5	17.9	40.2	16.8	14.7	12.0	7.6	8.7	-	16.3
30代	147	21.8	26.5	30.6	20.4	21.1	8.2	7.5	8.8	-	17.7
40代	114	17.5	17.5	33.3	8.8	21.9	15.8	4.4	16.7	1.8	24.6
50代	55	12.7	5.5	30.9	14.5	18.2	14.5	12.7	20.0	1.8	18.2
60代	25	8.0	24.0	40.0	16.0	24.0	20.0	-	4.0	8.0	16.0
70代以上	12	16.7	16.7	41.7	8.3	33.3	8.3	-	16.7	-	16.7
時系列											
2018年	564	16.7	13.7	35.5	10.5	12.9	13.5	13.1	15.8	1.8	20.9
2017年	623	9.5	10.6	35.6	5.8	17.0	13.2			4.2	30.8
2016年	562	16.5	14.9	31.3	5.9	15.1	9.4			3.4	27.8
2015年	706	10.8	9.8	31.2	7.6	13.5	10.2			3.4	35.0

※「達成感があった」「もやもやした気持ちが残った」→2018年度から追加した項目

5-3-8.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、「普段利用しているアカウント」(61.7%)である。次いで「普段利用しているのとは別のアカウント」(35.1%)、「アカウント不要または匿名アカウントなど」(18.1%)と続く。
- 年代別で見ると、10代は「普段利用しているのとは別のアカウント」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「普段利用しているのとは別のアカウント」の割合が上昇している。「普段利用しているアカウント」の割合が低下している。

Q15 先ほど、選択した内容をインターネットへ投稿や公開をした際、どのアカウントを利用しましたか。複数回、投稿や公開をしている場合は、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)



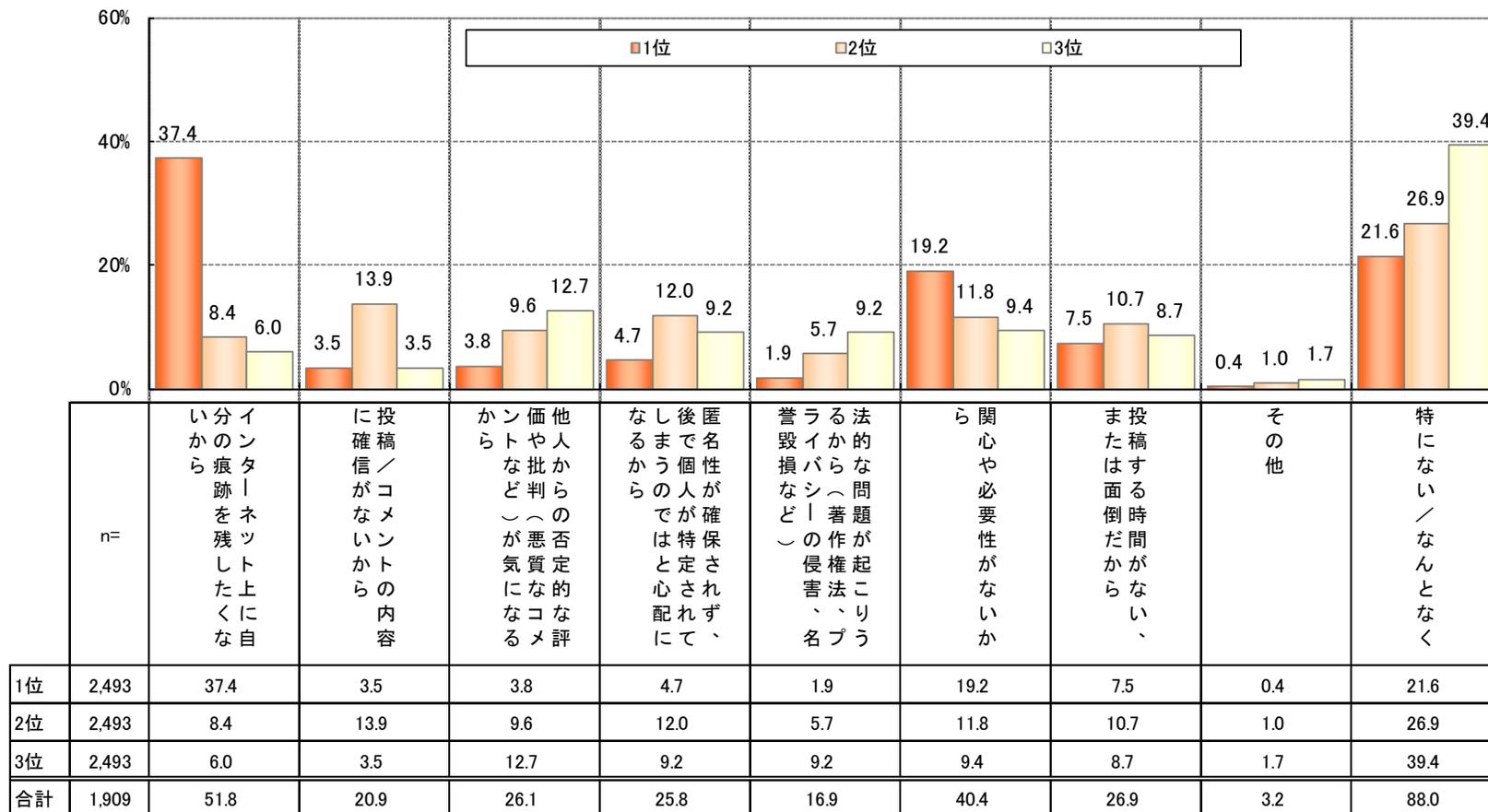
5-3-9.インターネット上に投稿しない主な理由

- インターネット上に投稿しない主な理由【1~3位の合計】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」(51.8%)である。次いで「関心や必要性がないから」(40.4%)、「投稿する時間がない、または面倒だから」(26.9%)、「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」(26.1%)と続く。

Q16 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(Q8)



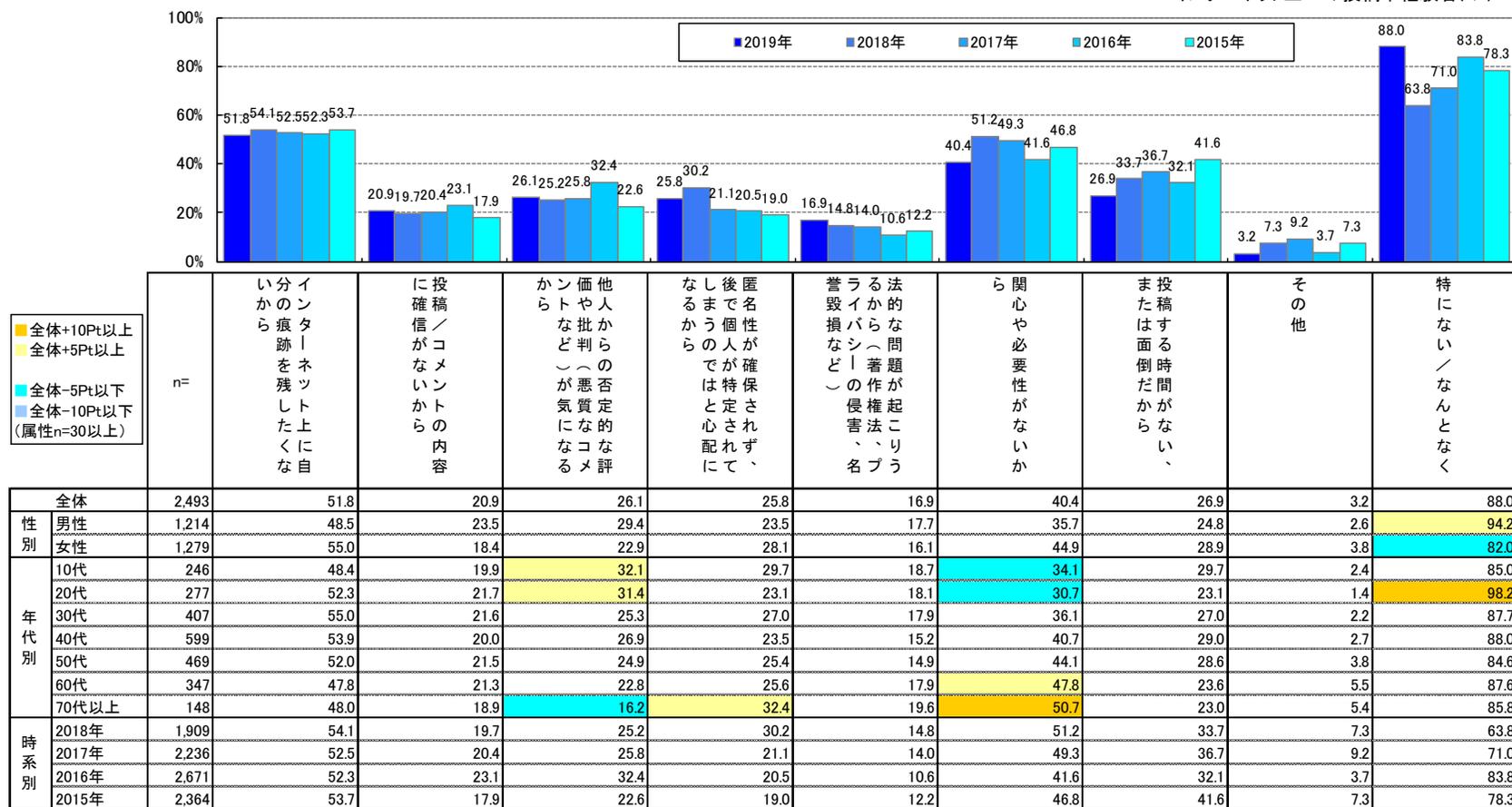
5-3-9.インターネット上に投稿しない主な理由【1～3位の合計】

- 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、「インターネット上に自分の痕跡を残したくないから」(51.8%)である。次いで「関心や必要性がないから」(40.4%)、「投稿する時間がない、または面倒だから」(26.9%)、「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」(26.1%)と続く。
- 2018年と比較すると、「関心や必要性がないから」「投稿する時間がない、または面倒だから」の割合が低下している。

Q16 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(Q8)



※「匿名性が確保されず、後で個人が特定されてしまうのではと心配になるから」→2017年度以前は「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」

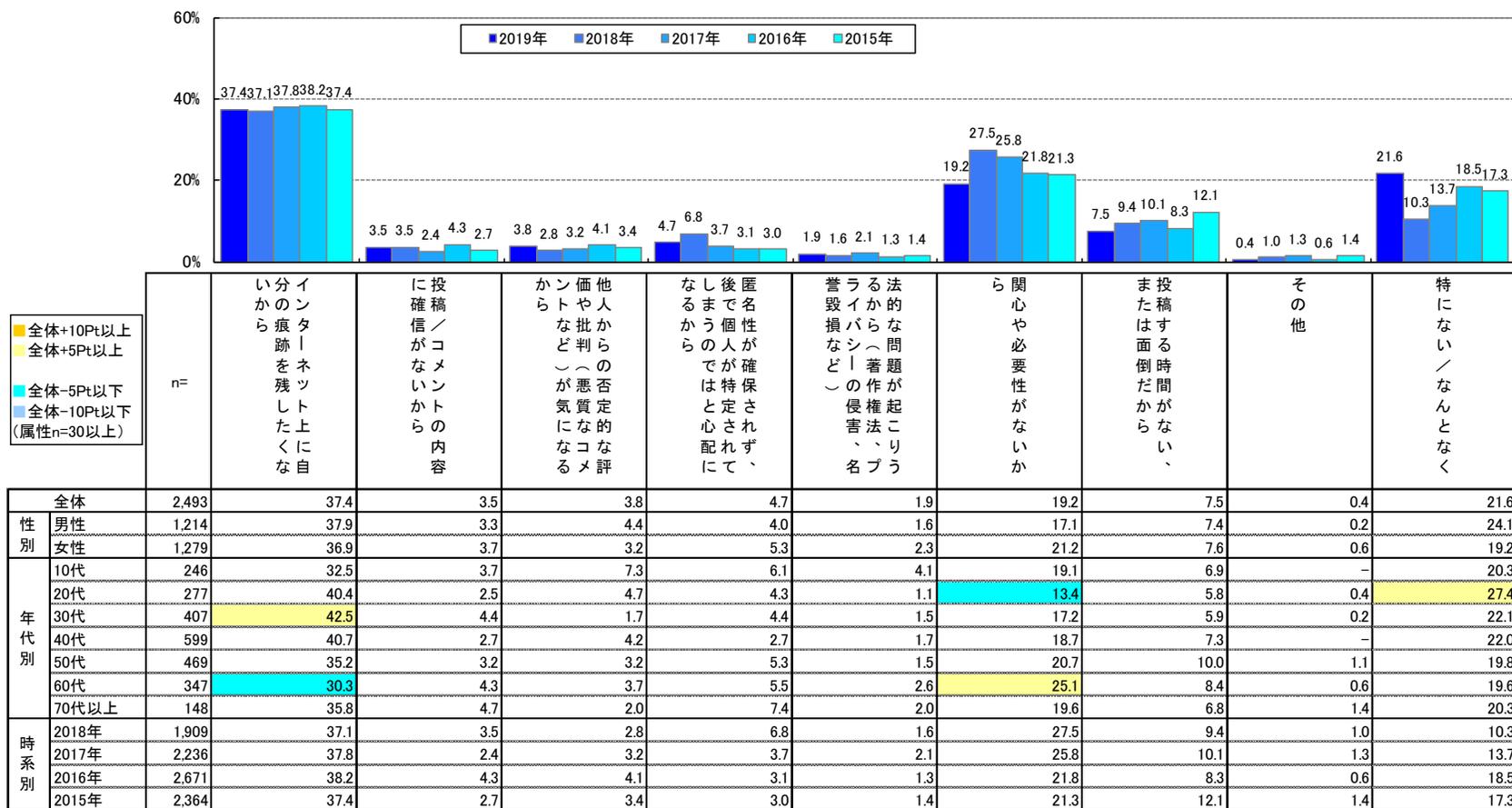
5-3-9.インターネット上に投稿しない主な理由【1位】

- 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」(37.4%)である。次いで「関心や必要性がないから」(19.2%)、「投稿する時間がない、または面倒だから」(7.5%)、「匿名性が確保されず、後で個人が特定されてしまうのではと心配になるから」(4.7%)と続く。
- 2018年と比較すると、「関心や必要性がないから」の割合が低下している。

Q16S1 [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(Q8)



※「匿名性が確保されず、後で個人が特定されてしまうのではと心配になるから」→2017年度以前は「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」

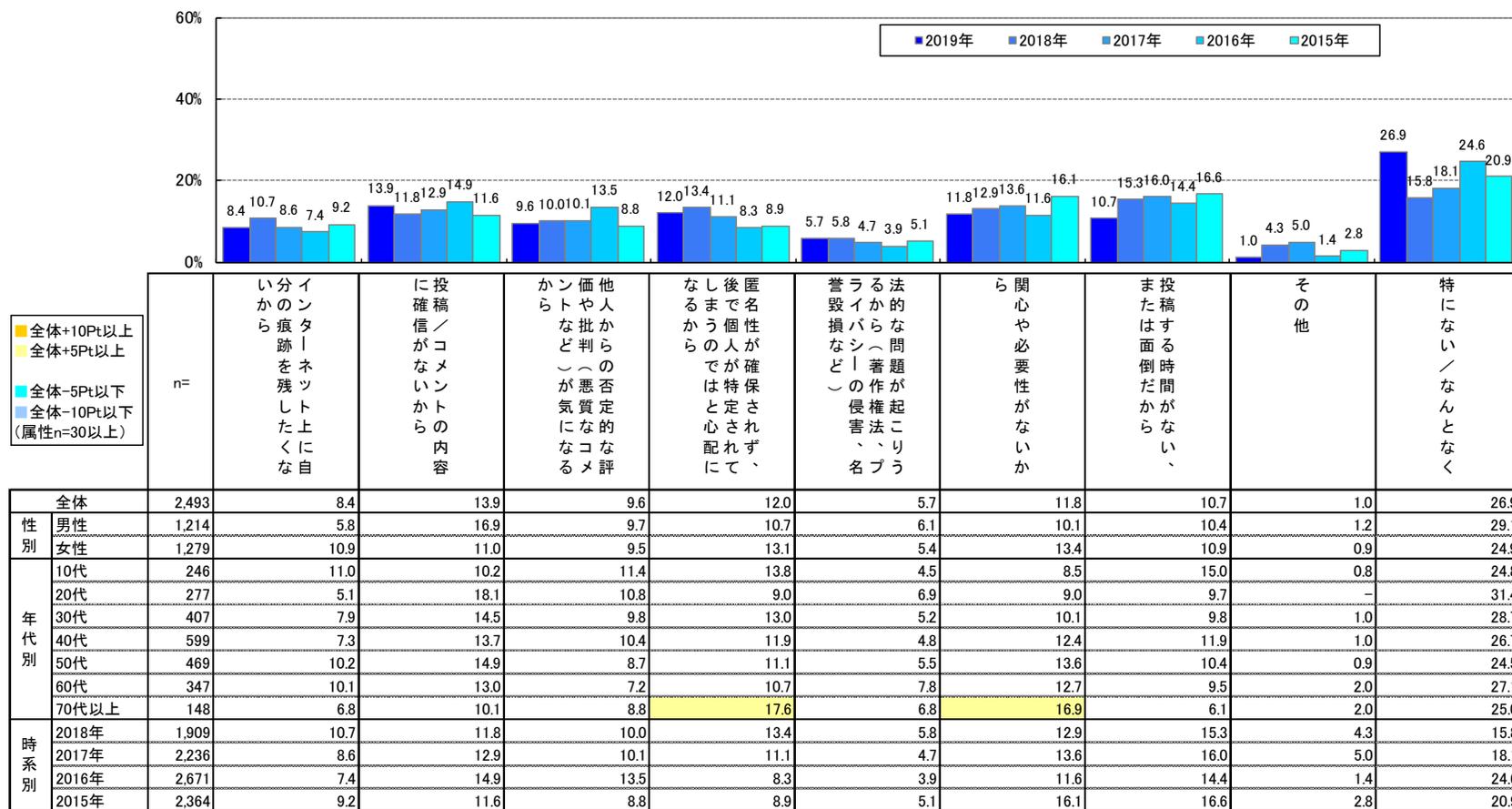
5-3-9.インターネット上に投稿しない主な理由【2位】

- 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、「投稿／コメントの内容に確信がないから」(13.9%)である。次いで「匿名性が確保されず、後で個人が特定されてしまうのではと心配になるから」(12.0%)、「関心や必要性がないから」(11.8%)、「投稿する時間がない、または面倒だから」(10.7%)と続く。

Q16S2 [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(Q8)



※「匿名性が確保されず、後で個人が特定されてしまうのではと心配になるから」→2017年度以前は「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」

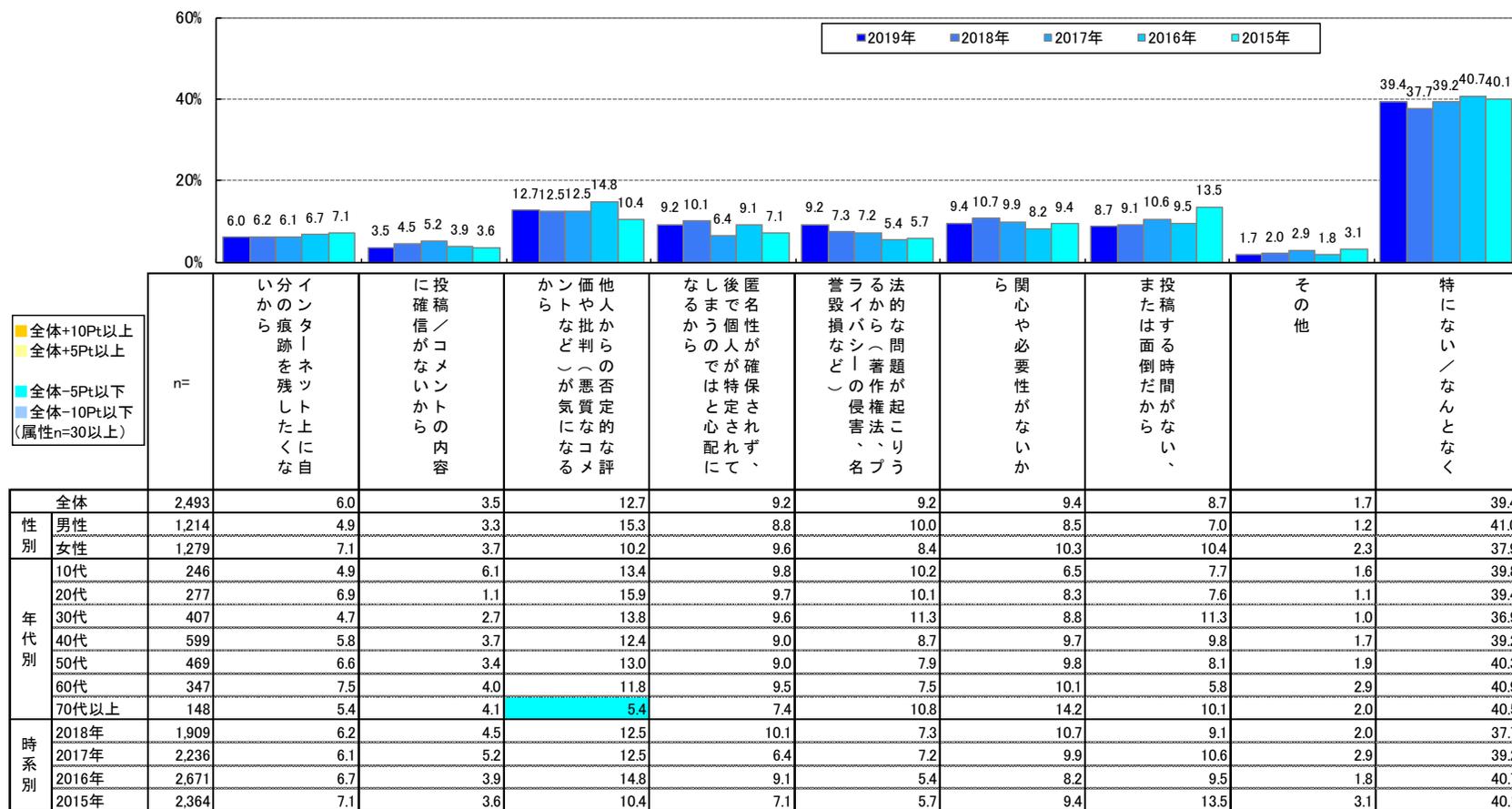
5-3-9.インターネット上に投稿しない主な理由【3位】

- 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、「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」(12.7%)である。次いで「関心や必要性がないから」(9.4%)、「匿名性が確保されず、後で個人が特定されてしまうのではと心配になるから」(9.2%)、「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)」(9.2%)と続く。

Q16S3 [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(Q8)



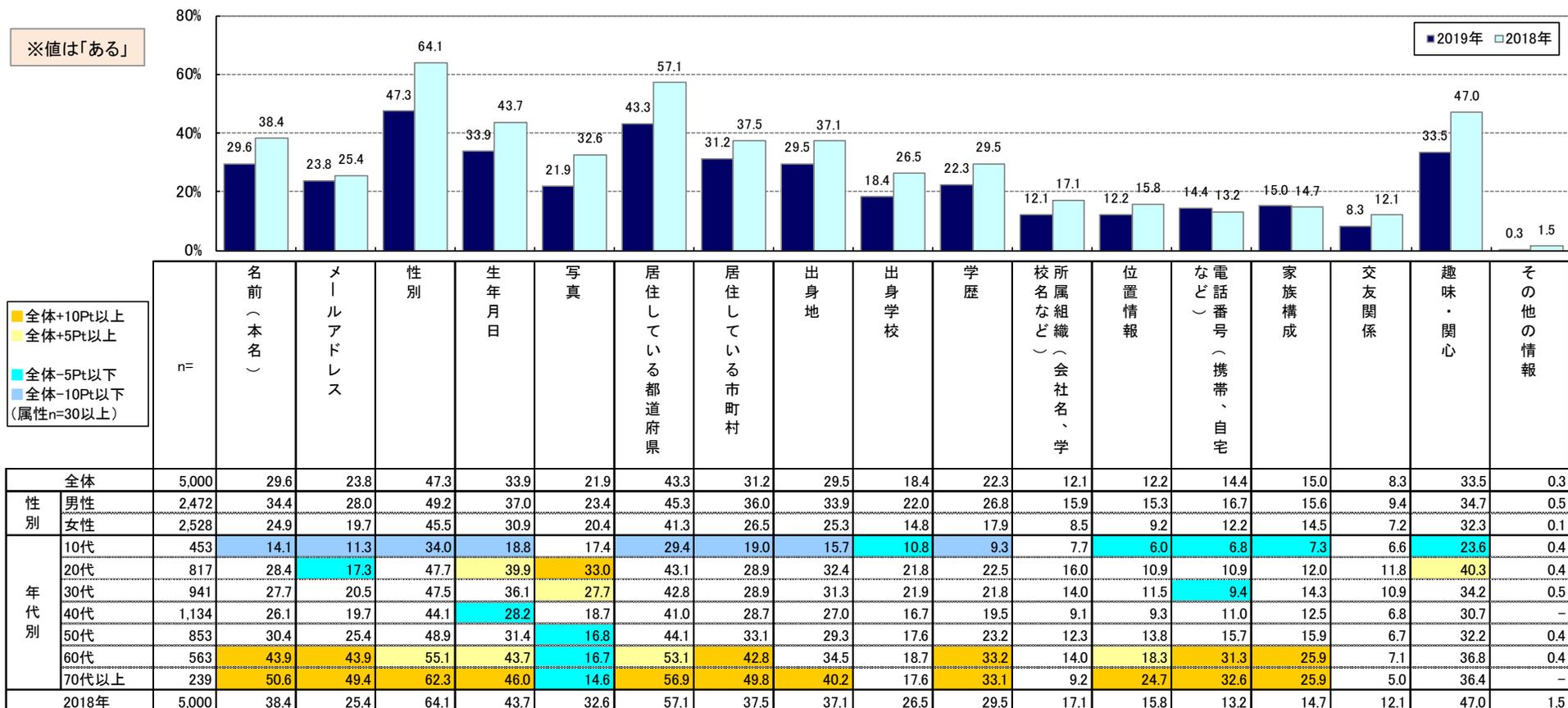
※「匿名性が確保されず、後で個人が特定されてしまうのではと心配になるから」→2017年度以前は「匿名性が確保されず、後でばれてしまうのではと心配になるから」

5-4.インターネットにおける個人情報の取扱い

5-4-1.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最も高いのは、「性別」(47.3%)である。次いで「居住している都道府県」(43.3%)、「生年月日」(33.9%)、「趣味・関心」(33.5%)と続く。
- 年代別で見ると、60代は「メールアドレス」「電話番号(携帯、自宅など)」、70代以上は「メールアドレス」「居住している市町村」「性別」「電話番号(携帯、自宅など)」「名前(本名)」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「名前(本名)」「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」「趣味・関心」の割合が低下している。

Q17 あなたは自分の個人情報(氏名や生年月日など)やプライベートな情報(出身地、学歴、趣味など)を、インターネットサービスのプロフィール情報などとして登録、公開をしたことがありますか。あてはまるものをそれぞれ選択してください。(お答えはそれぞれ1つ)

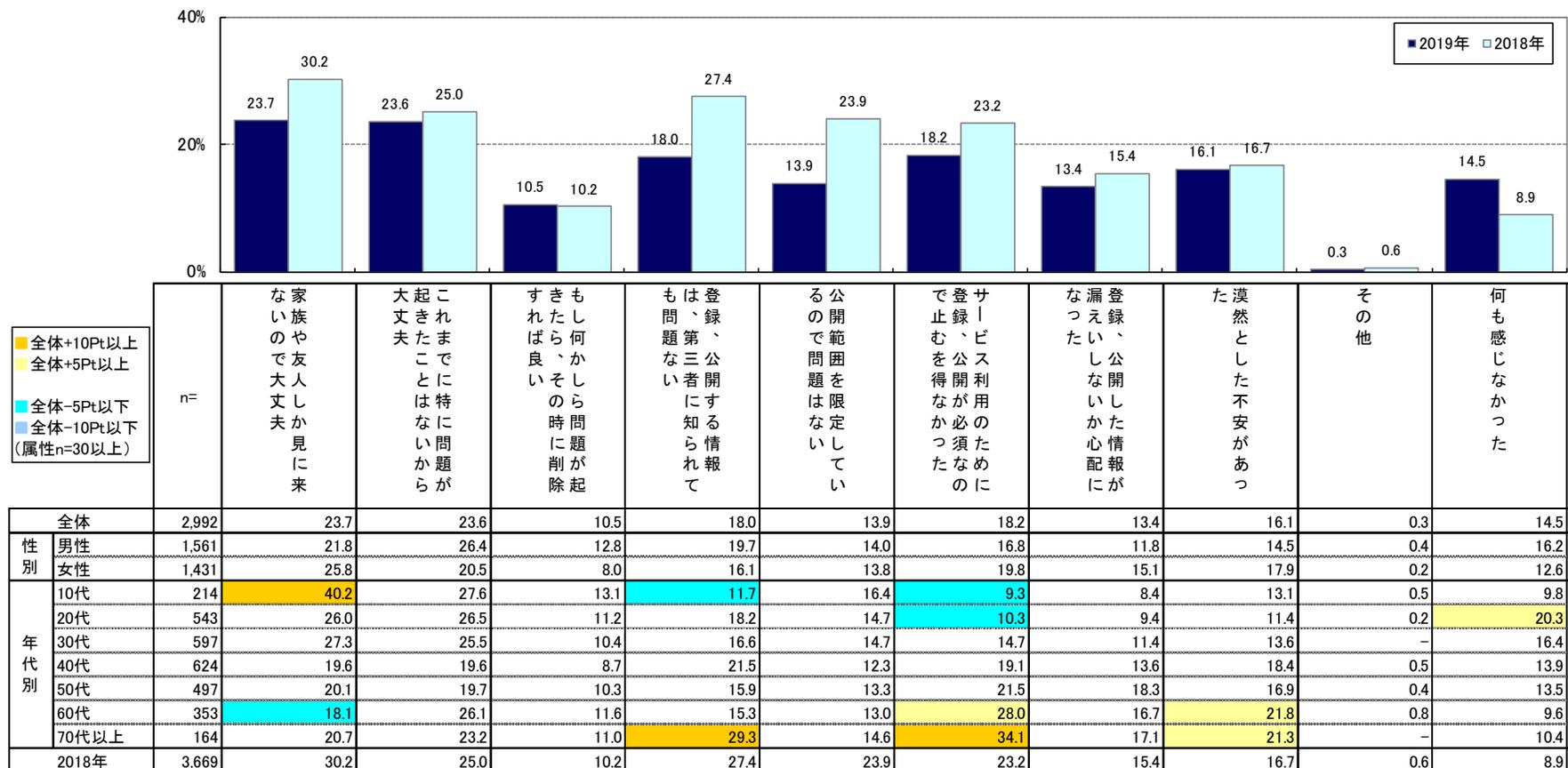


5-4-2.公開や投稿への考え方について

- 公開や投稿への考え方で最も高いのは、「家族や友人しか見に来ないので大丈夫」(23.7%)である。次いで「これまでに特に問題が起きたことはないから大丈夫」(23.6%)、「サービス利用のために登録、公開が必須なので止むを得なかった」(18.2%)、「登録、公開する情報は、第三者に知られても問題ない」(18.0%)と続く。
- 年代別でみると、10代は「家族や友人しか見に来ないので大丈夫」、70代以上は「サービス利用のために登録、公開が必須なので止むを得なかった」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「何も感じなかった」の割合が上昇している。「家族や友人しか見に来ないので大丈夫」「登録、公開する情報は、第三者に知られても問題ない」「公開範囲を限定しているので問題はない」「サービス利用のために登録、公開が必須なので止むを得なかった」の割合が低下している。

Q18 個人情報やプライベートな情報の登録、公開に際して、あなたはどのように感じましたか。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=いずれかの個人情報をインターネットで公開した経験がある人(Q17)

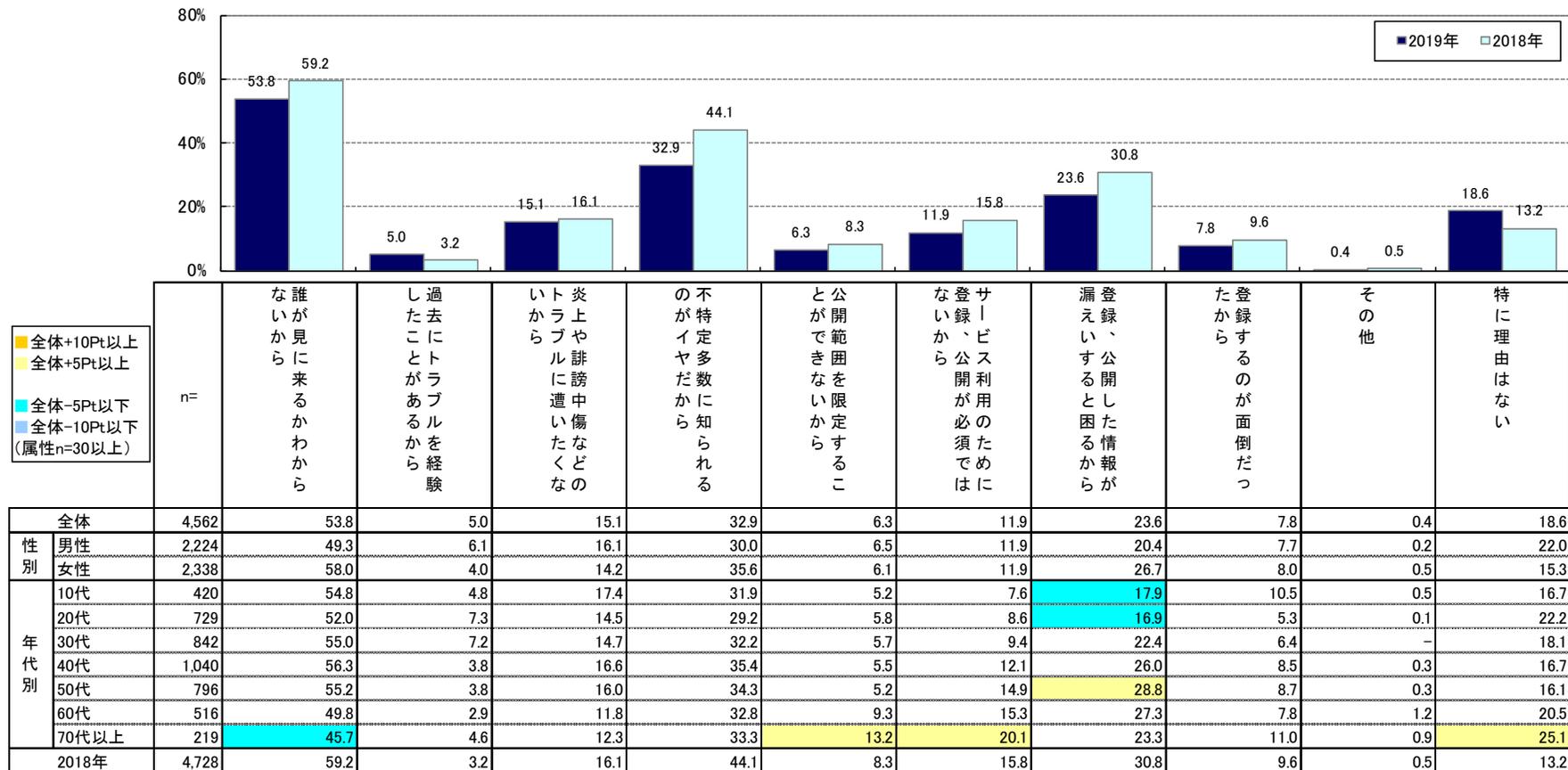


5-4-3.公開や投稿をしていない理由

- 公開や投稿をしていない理由について最も高いのは、「誰が見に来るかわからないから」(53.8%)である。次いで「不特定多数に知られるのがイヤだから」(32.9%)、「登録、公開した情報が漏えいすると困るから」(23.6%)、「炎上や誹謗中傷などのトラブルに遭いたくないから」(15.1%)と続く。
- 2018年と比較すると、「誰が見に来るかわからないから」「不特定多数に知られるのがイヤだから」「登録、公開した情報が漏えいすると困るから」の割合が低下している。

Q19 個人情報やプライベートな情報を登録、公開していない(しなかった)理由として、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)

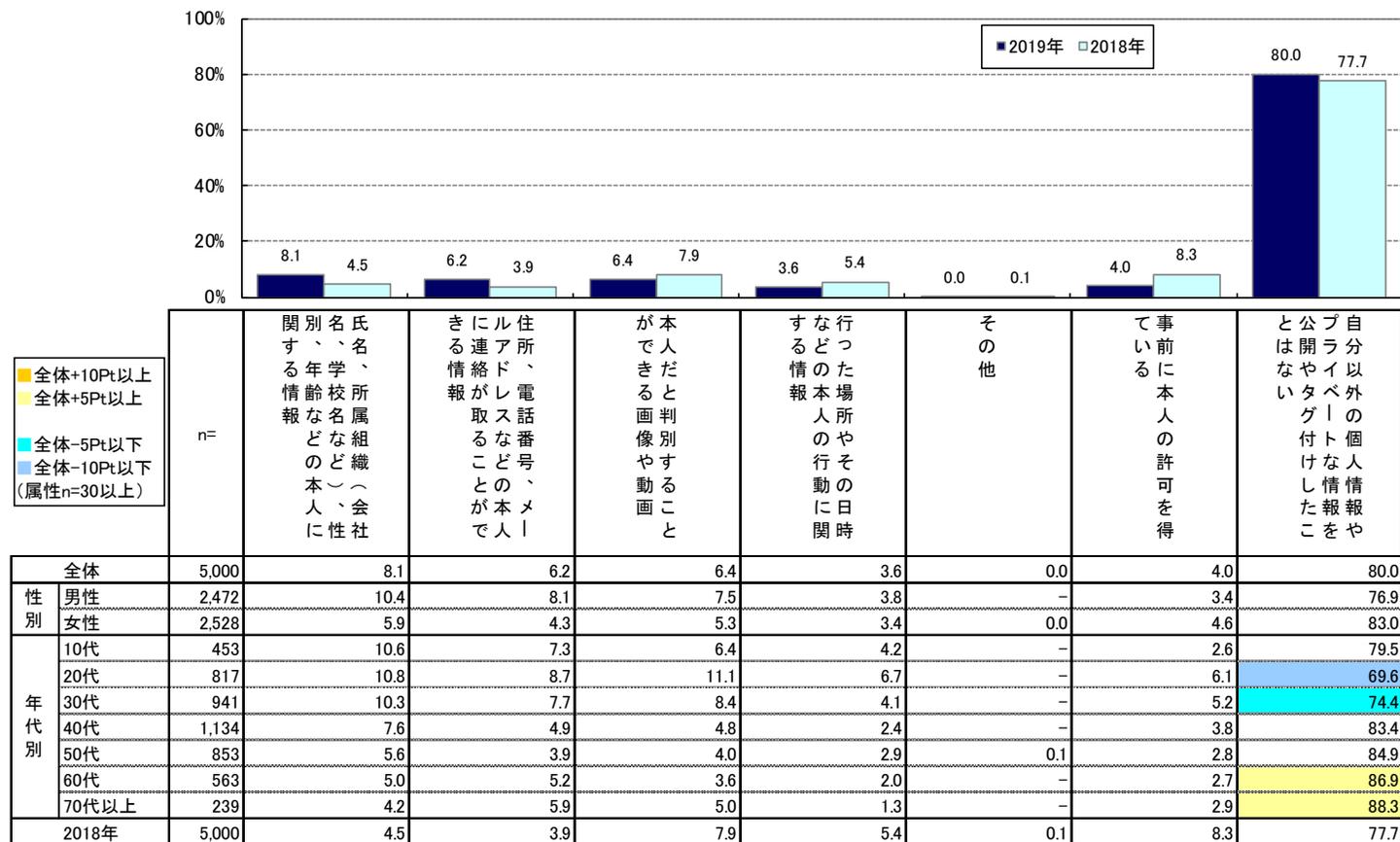
n=いずれかの個人情報をインターネットで非公開とした経験がある人(Q17)



5-4-4.他人の個人情報の公開経験

- 他人の個人情報の公開経験について最も高いのは、「自分以外の個人情報やプライベートな情報を公開やタグ付けしたことはない」(80.0%)である。次いで「氏名、所属組織(会社名、学校名など)、性別、年齢などの本人に関する情報」(8.1%)、「本人だと判別することができる画像や動画」(6.4%)、「住所、電話番号、メールアドレスなどの本人に連絡が取ることができる情報」(6.2%)と続く。

Q20 あなたは次に挙げるような家族や友人などの自分以外の人物に関する情報を、本人の許可を得ずに投稿、公開したり、タグ付けしたり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)

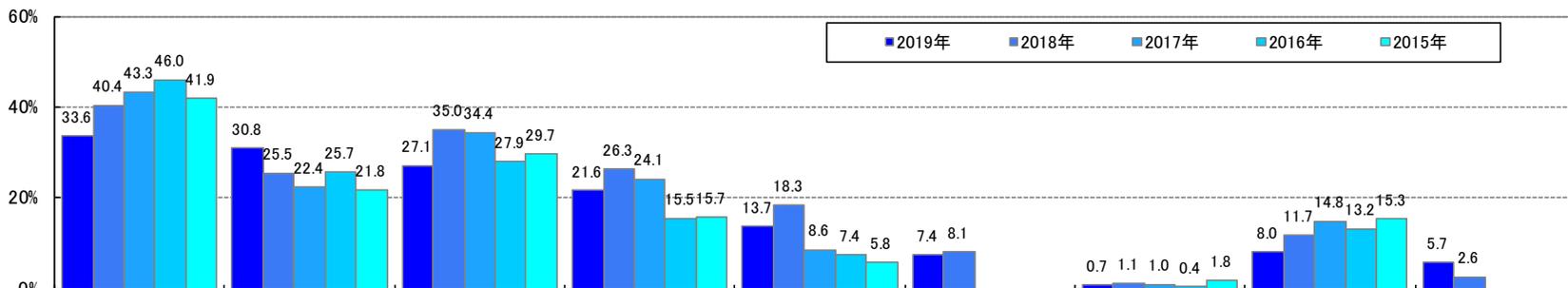


5-4-5.他人の個人情報の公開理由

- 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」(33.6%)である。次いで「これくらいなら許してもらえらると思うから」(30.8%)、「友人や知り合いしか見ないだろうから」(27.1%)、「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」(21.6%)と続く。
- 2018年と比較すると、「これくらいなら許してもらえらると思うから」の割合が上昇している。「共通の友人に状況を伝えたかったから」「友人や知り合いしか見ないだろうから」の割合が低下している。

Q21 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(Q20)



属性	n	理由									
		共通の友人に状況を伝えたかったから	これくらいなら許してもらえらると思うから	友人や知り合いしか見ないだろうから	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	これが起きていない、今も問題ない	先に自分の情報を公開されたから	その他	特になし／なんとなく	開許可なく投稿したから	開許可なく投稿したから
全体	801	33.6	30.8	27.1	21.6	13.7	7.4	0.7	8.0	5.7	
性別	男性	488	32.6	32.8	28.7	22.1	15.4	8.6	0.4	7.2	4.9
	女性	313	35.1	27.8	24.6	20.8	11.2	5.4	1.3	9.3	7.0
年代別	10代	81	38.3	29.6	23.5	21.0	14.8	9.9	-	13.6	4.9
	20代	198	42.9	31.8	26.3	30.8	15.7	8.6	-	3.0	4.0
	30代	192	32.8	36.5	34.4	23.4	12.5	7.3	-	4.2	5.2
	40代	145	26.2	30.3	24.1	15.9	11.7	6.2	2.8	11.0	11.0
	50代	105	26.7	19.0	21.0	15.2	12.4	6.7	1.9	13.3	5.7
	60代	59	30.5	30.5	25.4	15.3	15.3	6.8	-	11.9	1.7
	70代以上	21	28.6	38.1	38.1	9.5	19.0	-	-	9.5	4.8
時系列	2018年	703	40.4	25.5	35.0	26.3	18.3	8.1	1.1	11.7	2.6
	2017年	829	43.3	22.4	34.4	24.1	8.6	-	1.0	14.8	-
	2016年	692	46.0	25.7	27.9	15.5	7.4	-	0.4	13.2	-
	2015年	740	41.9	21.8	29.7	15.7	5.8	-	1.8	15.3	-

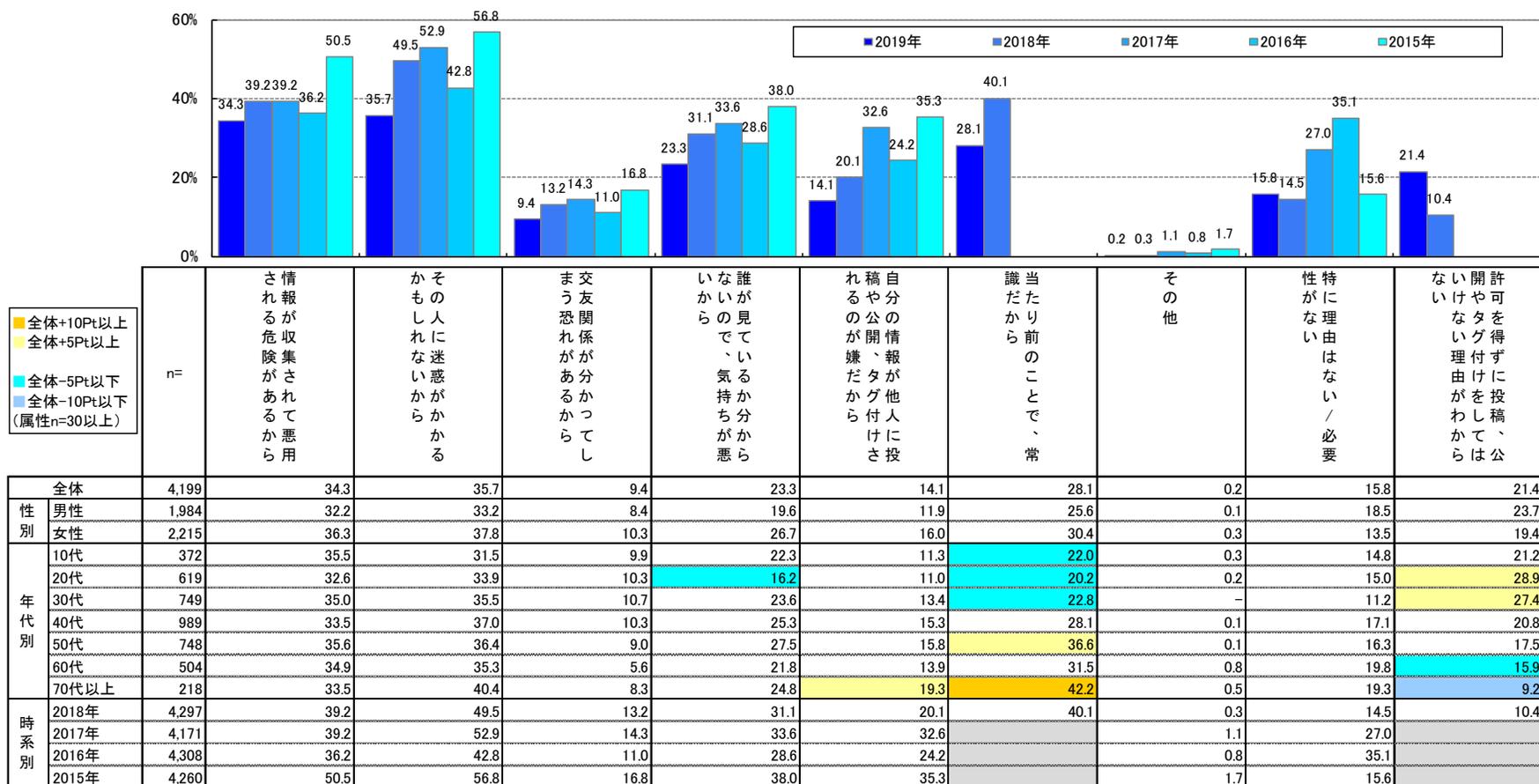
※「先に自分の情報を許可なく投稿や公開、タグ付けをされたから」「許可を得ずに投稿、公開やタグ付けをしてはいけない理由がわからない」→2018年度から追加した項目

5-4-6.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」(35.7%)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」(34.3%)、「当たり前なこと、常識だから」(28.1%)、「誰が見ているか分からないので、気持ちが悪いから」(23.3%)と続く。
- 2018年と比較すると、「許可を得ずに投稿、公開やタグ付けをしてはいけない理由がわからない」の割合が上昇している。「その人に迷惑がかかるかもしれないから」「誰が見ているか分からないので、気持ちが悪いから」「自分の情報が他人に投稿や公開、タグ付けされるのが嫌だから」「当たり前なこと、常識だから」の割合が低下している。

Q22 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)

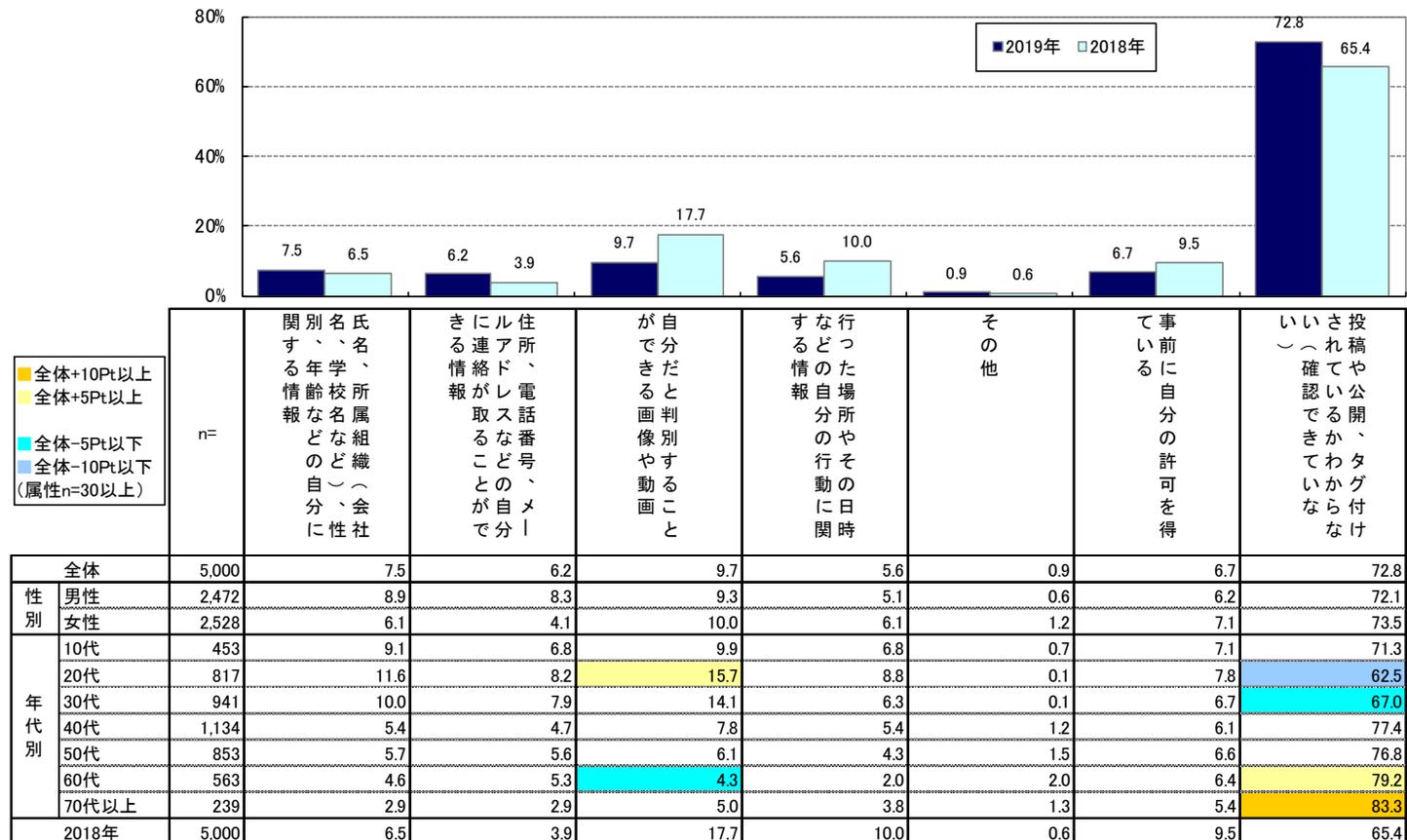
n=他人の個人情報の公開未経験者(Q20)



5-4-7.他人に個人情報を開示された経験

- 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、「自分だと判別することができる画像や動画」(9.7%)である。次いで「氏名、所属組織(会社名、学校名など)、性別、年齢などの自分に関する情報」(7.5%)、「住所、電話番号、メールアドレスなどの自分に連絡がとることができる情報」(6.2%)、「行った場所やその日時などの自分の行動に関する情報」(5.6%)と続く。
- 2018年と比較すると、「投稿や公開、タグ付けされているかわからない(確認できていない)」の割合が上昇している。「自分だと判別することができる画像や動画」の割合が低下している。

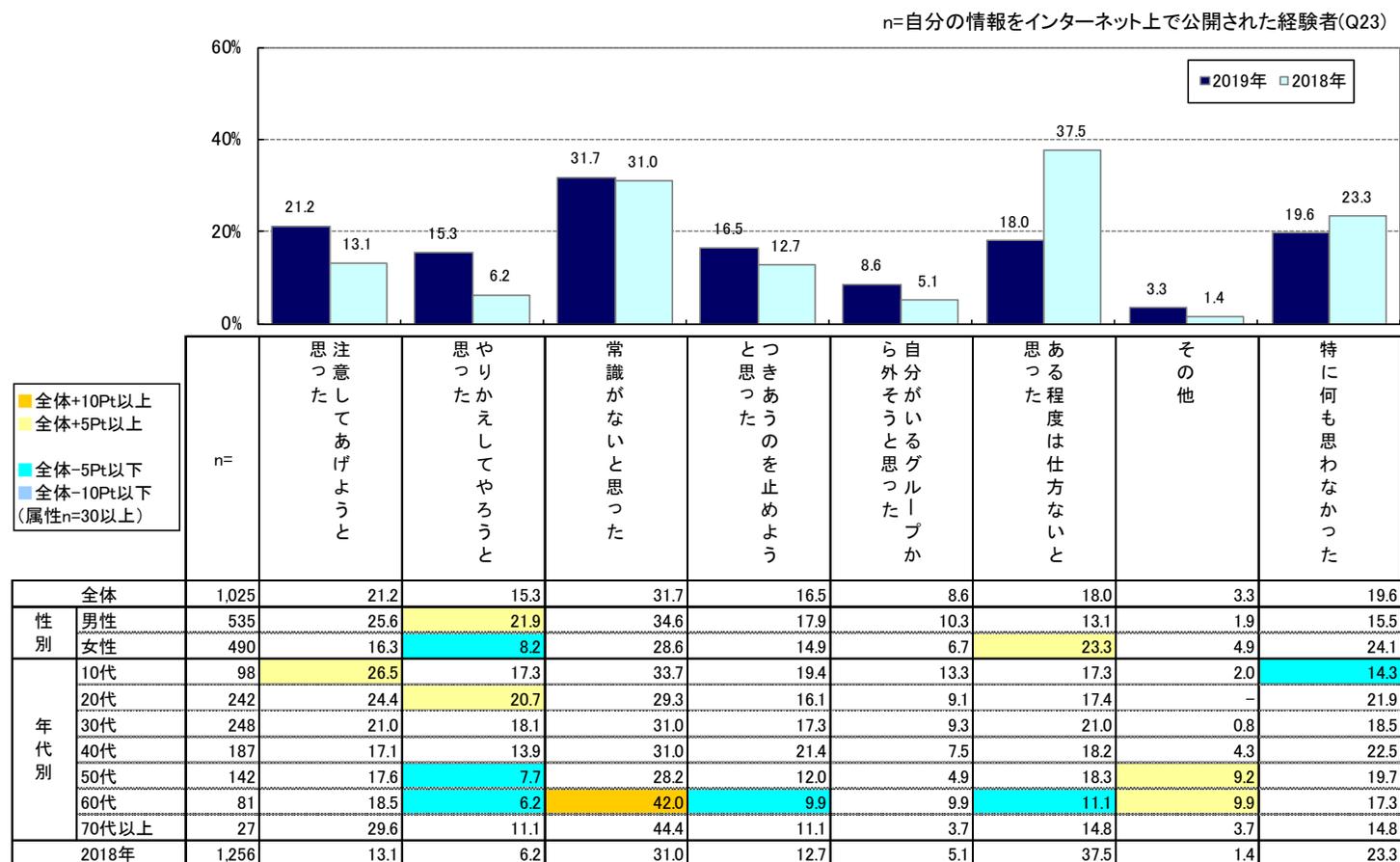
Q23 あなたは次に挙げるような自分の個人情報やプライベートな情報を、自身の許可を得ずに友人や家族等に公開やタグ付けされたことがありますか。あてはまるものをすべてお答えください。(お答えはいくつでも)



5-4-8.他人に個人情報公開された時の気持ち

- 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、「常識がないと思った」(31.7%)である。次いで「注意してあげようと思った」(21.2%)、「ある程度は仕方ないと思った」(18.0%)、「つきあうのを止めようと思った」(16.5%)と続く。
- 2018年と比較すると、「注意してあげようと思った」「やりかえしてやろうと思った」の割合が上昇している。「ある程度は仕方ないと思った」の割合が低下している。

Q24 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、どの様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)



5-4-9.SNSでの写真・動画の共有相手①

- SNSでの写真・動画の共有相手については、どの項目も「自分のみ」が最も高い。
- 写真・動画別でみると、最も高いのは「SNS上だけの友人・知人」は「自分の飼っているペットなどを撮影した写真や動画」、「自分のみ」は「自身の性的な姿を撮影した写真や動画」である。

Q25 SNS(FacebookやTwitter、LINEなど)で、どのような相手と、どのような写真や動画ならやり取りしても良いと思いますか。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)

横順位

 ...1位の相手

	n=	不特定多数(誰でも)	SNS上だけの友人・知人	現実でも面識のある友人・知人	恋人などの非常に近い間柄の相手	自分のみ
旅行先での風景や料理などを撮影した写真や動画	5,000	18.8	11.3	21.6	19.2	38.8
自分の飼っているペットなどを撮影した写真や動画	5,000	15.6	12.3	21.5	18.6	41.4
顔が判別できないように加工した、友人や自身を撮影した写真や動画	5,000	10.7	11.5	20.7	16.0	48.9
顔が判別できる状態の、友人や自身を撮影した写真や動画	5,000	4.6	9.4	21.6	18.1	53.5
インターネット上で取得した性的な写真や動画	5,000	4.1	5.2	8.8	8.8	74.7
自身の性的な姿を撮影した写真や動画	5,000	3.2	5.2	8.0	8.6	76.3
自身の趣味や嗜好がわかる物品や自身の姿を撮影した写真	5,000	5.8	8.3	15.8	14.6	61.0
顔が判別できる状態の家族や親戚、近所などの子供(主に未就学児)を撮影した写真や動画	5,000	3.7	6.7	13.7	15.1	64.9

縦順位

 ...1位の写真・動画

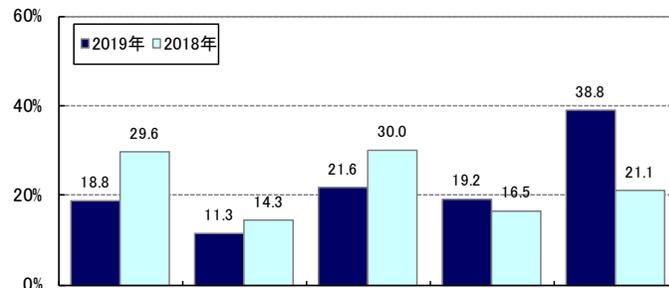
	n=	不特定多数(誰でも)	SNS上だけの友人・知人	現実でも面識のある友人・知人	恋人などの非常に近い間柄の相手	自分のみ
旅行先での風景や料理などを撮影した写真や動画	5,000	18.8	11.3	21.6	19.2	38.8
自分の飼っているペットなどを撮影した写真や動画	5,000	15.6	12.3	21.5	18.6	41.4
顔が判別できないように加工した、友人や自身を撮影した写真や動画	5,000	10.7	11.5	20.7	16.0	48.9
顔が判別できる状態の、友人や自身を撮影した写真や動画	5,000	4.6	9.4	21.6	18.1	53.5
インターネット上で取得した性的な写真や動画	5,000	4.1	5.2	8.8	8.8	74.7
自身の性的な姿を撮影した写真や動画	5,000	3.2	5.2	8.0	8.6	76.3
自身の趣味や嗜好がわかる物品や自身の姿を撮影した写真	5,000	5.8	8.3	15.8	14.6	61.0
顔が判別できる状態の家族や親戚、近所などの子供(主に未就学児)を撮影した写真や動画	5,000	3.7	6.7	13.7	15.1	64.9

5-4-9.SNSでの写真・動画の共有相手②

- 『旅行先での風景や料理などを撮影した写真や動画』について最も高いのは、「自分のみ」(38.8%)である。次いで「現実でも面識のある友人・知人」(21.6%)、「恋人などの非常に近い間柄の相手」(19.2%)、「不特定多数(誰でも)」(18.8%)と続く。
- 2018年と比較すると、「自分のみ」の割合が上昇している。「不特定多数(誰でも)」「現実でも面識のある友人・知人」の割合が低下している。
- 『自分の飼っているペットなどを撮影した写真や動画』について最も高いのは、「自分のみ」(41.4%)である。次いで「現実でも面識のある友人・知人」(21.5%)、「恋人などの非常に近い間柄の相手」(18.6%)、「不特定多数(誰でも)」(15.6%)と続く。
- 2018年と比較すると、「自分のみ」の割合が上昇している。「不特定多数(誰でも)」「現実でも面識のある友人・知人」の割合が低下している。

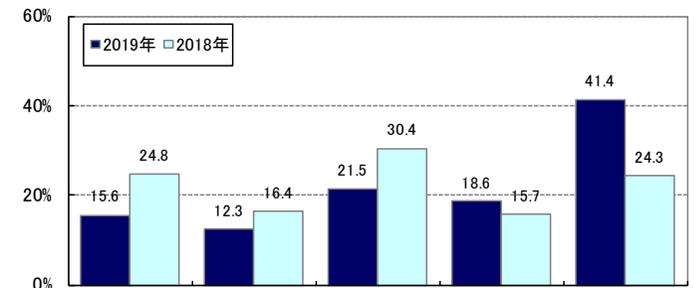
Q25 SNS (FacebookやTwitter、LINEなど)で、どのような相手と、どのような写真や動画ならやり取りしても良いと思いますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも)

旅行先での風景や料理などを撮影した写真や動画



	n=	相手					
		不特定多数(誰でも)	SNS上だけの友人・知人	現実でも面識のある友人・知人	恋人などの非常に近い間柄の相手	自分のみ	
全体	5,000	18.8	11.3	21.6	19.2	38.8	
性別	男性	2,472	21.2	11.2	18.2	17.8	39.4
	女性	2,528	16.5	11.5	25.0	20.6	38.3
年代別	10代	453	10.8	15.5	30.0	17.2	34.7
	20代	817	28.5	13.0	19.1	17.5	31.8
	30代	941	23.8	12.3	19.7	20.7	35.0
	40代	1,134	20.5	8.6	19.5	19.5	41.8
	50代	853	14.3	8.9	22.7	21.6	43.3
	60代	563	9.4	13.7	23.3	17.8	44.6
	70代以上	239	11.3	10.0	24.7	16.7	42.7
2018年	5,000	29.6	14.3	30.0	16.5	21.1	

自分の飼っているペットなどを撮影した写真や動画



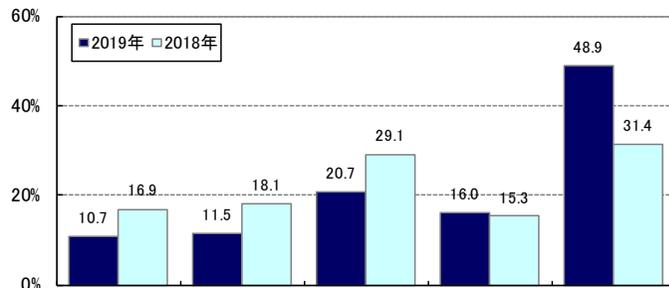
	n=	相手					
		不特定多数(誰でも)	SNS上だけの友人・知人	現実でも面識のある友人・知人	恋人などの非常に近い間柄の相手	自分のみ	
全体	5,000	15.6	12.3	21.5	18.6	41.4	
性別	男性	2,472	17.5	13.0	18.0	17.0	42.2
	女性	2,528	13.7	11.6	24.9	20.1	40.7
年代別	10代	453	10.6	14.1	29.6	17.2	36.4
	20代	817	21.5	16.2	20.8	16.5	34.4
	30代	941	18.8	12.2	20.5	20.0	37.9
	40代	1,134	16.8	9.3	19.2	19.7	44.7
	50代	853	12.8	9.7	21.3	20.8	46.1
	60代	563	9.9	15.1	22.2	18.3	44.0
	70代以上	239	9.2	12.6	22.2	10.5	50.2
2018年	5,000	24.8	16.4	30.4	15.7	24.3	

5-4-9.SNSでの写真・動画の共有相手③

- 『顔が判別できないように加工した、友人や自身を撮影した写真や動画』について最も高いのは、「自分のみ」(48.9%)である。次いで「現実でも面識のある友人・知人」(20.7%)、「恋人などの非常に近い間柄の相手」(16.0%)、「SNS上だけの友人・知人」(11.5%)と続く。
- 2018年と比較すると、「自分のみ」の割合が上昇している。「不特定多数(誰でも)」「SNS上だけの友人・知人」「現実でも面識のある友人・知人」の割合が低下している。
- 『顔が判別できる状態の、友人や自身を撮影した写真や動画』について最も高いのは、「自分のみ」(53.5%)である。次いで「現実でも面識のある友人・知人」(21.6%)、「恋人などの非常に近い間柄の相手」(18.1%)、「SNS上だけの友人・知人」(9.4%)と続く。
- 2018年と比較すると、「自分のみ」の割合が上昇している。「現実でも面識のある友人・知人」の割合が低下している。

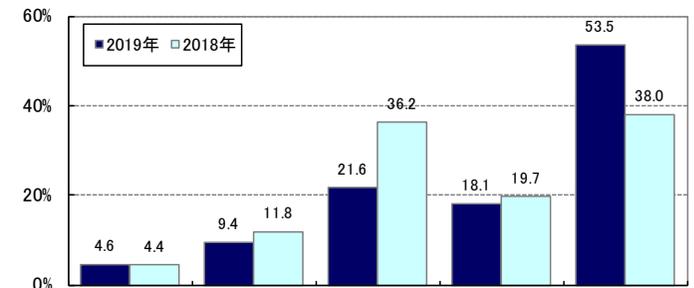
Q25 SNS (FacebookやTwitter、LINEなど)で、どのような相手と、どのような写真や動画ならやり取りしても良いと思いますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも)

顔が判別できないように加工した、友人や自身を撮影した写真や動画



	n=	顔が判別できないように加工した、友人や自身を撮影した写真や動画				
		不特定多数(誰でも)	SNS上だけの友人・知人	現実でも面識のある友人・知人	恋人などの非常に近い間柄の相手	自分のみ
全体	5,000	10.7	11.5	20.7	16.0	48.9
性別						
男性	2,472	12.7	12.2	18.8	15.3	47.7
女性	2,528	8.7	10.8	22.6	16.7	50.2
年代別						
10代	453	6.6	14.6	26.7	15.9	43.5
20代	817	16.2	14.7	25.2	17.5	38.1
30代	941	12.3	12.9	22.7	17.2	44.0
40代	1,134	11.2	8.9	18.8	16.4	52.7
50代	853	8.3	10.1	17.2	15.6	55.6
60代	563	6.9	10.5	17.2	14.2	55.8
70代以上	239	8.8	9.2	16.3	9.6	58.2
2018年	5,000	16.9	18.1	29.1	15.3	31.4

顔が判別できる状態の、友人や自身を撮影した写真や動画



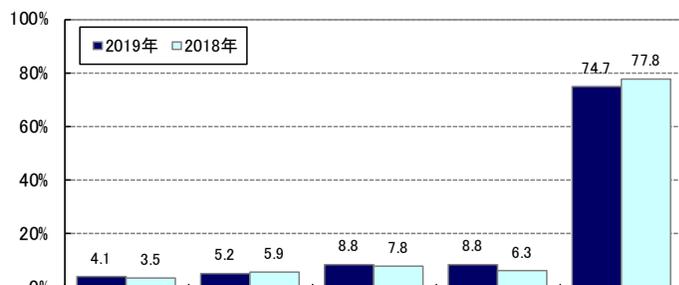
	n=	顔が判別できる状態の、友人や自身を撮影した写真や動画				
		不特定多数(誰でも)	SNS上だけの友人・知人	現実でも面識のある友人・知人	恋人などの非常に近い間柄の相手	自分のみ
全体	5,000	4.6	9.4	21.6	18.1	53.5
性別						
男性	2,472	5.7	11.4	20.7	17.6	50.8
女性	2,528	3.6	7.4	22.5	18.5	56.1
年代別						
10代	453	3.3	11.5	24.3	17.0	49.9
20代	817	6.9	12.2	30.0	21.4	40.5
30代	941	7.7	9.8	23.4	19.7	47.9
40代	1,134	4.4	7.8	18.3	17.3	59.0
50代	853	2.6	7.9	19.8	15.9	60.1
60代	563	2.0	9.4	16.2	17.8	59.1
70代以上	239	2.1	7.1	16.7	14.2	63.2
2018年	5,000	4.4	11.8	36.2	19.7	38.0

5-4-9.SNSでの写真・動画の共有相手④

- 『インターネット上などで取得した性的な写真や動画』について最も高いのは、「自分のみ」(74.7%)である。次いで「現実でも面識のある友人・知人」(8.8%)、「恋人などの非常に近い間柄の相手」(8.8%)、「SNS上だけの友人・知人」(5.2%)と続く。
- 『自身の性的な姿を撮影した写真や動画』について最も高いのは、「自分のみ」(76.3%)である。次いで「恋人などの非常に近い間柄の相手」(8.6%)、「現実でも面識のある友人・知人」(8.0%)、「SNS上だけの友人・知人」(5.2%)と続く。

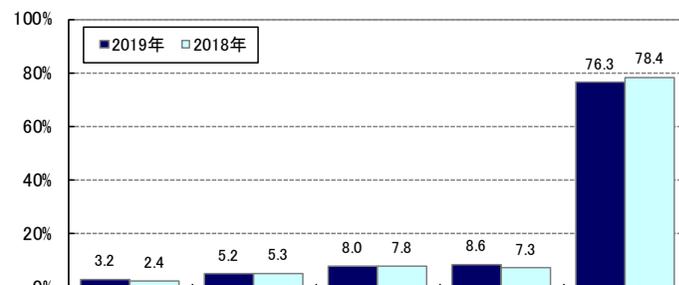
Q25 SNS (FacebookやTwitter、LINEなど)で、どのような相手と、どのような写真や動画ならやり取りしても良いと思いますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも)

インターネット上などで取得した性的な写真や動画



	n=	相手					自分のみ
		不特定多数 (誰でも)	SNS上だけの友人・知人	現実でも面識のある友人・知人	恋人などの非常に近い間柄の相手	自分のみ	
全体	5,000	4.1	5.2	8.8	8.8	74.7	
性別	男性	2,472	5.4	6.6	9.5	9.3	71.0
	女性	2,528	2.7	3.9	8.2	8.3	78.4
年代別	10代	453	3.3	7.9	12.6	9.7	68.2
	20代	817	5.0	8.2	13.1	9.8	66.5
	30代	941	6.4	6.2	8.6	11.1	69.9
	40代	1,134	4.3	3.4	7.8	7.8	78.6
	50代	853	2.8	3.2	6.9	7.9	80.2
	60代	563	1.8	4.8	6.4	7.5	80.5
	70代以上	239	1.7	3.8	5.9	5.9	83.3
2018年	5,000	3.5	5.9	7.8	6.3	77.8	

自身の性的な姿を撮影した写真や動画



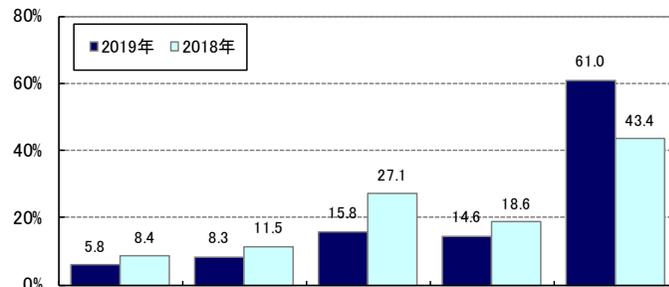
	n=	相手					自分のみ
		不特定多数 (誰でも)	SNS上だけの友人・知人	現実でも面識のある友人・知人	恋人などの非常に近い間柄の相手	自分のみ	
全体	5,000	3.2	5.2	8.0	8.6	76.3	
性別	男性	2,472	4.4	6.5	8.4	9.5	72.6
	女性	2,528	2.1	3.9	7.5	7.7	80.0
年代別	10代	453	2.4	7.1	12.4	9.3	69.8
	20代	817	5.0	7.3	11.9	9.8	67.4
	30代	941	4.9	6.4	7.7	10.0	72.8
	40代	1,134	2.6	3.8	6.3	9.0	80.1
	50代	853	2.2	4.0	6.6	7.6	80.9
	60代	563	1.8	3.9	6.4	6.4	82.1
	70代以上	239	2.1	3.8	4.2	4.2	85.8
2018年	5,000	2.4	5.3	7.8	7.3	78.4	

5-4-9.SNSでの写真・動画の共有相手⑤

- 『自身の趣味や嗜好がわかる物品や自身の姿を撮影した写真』について最も高いのは、「自分のみ」(61.0%)である。次いで「現実でも面識のある友人・知人」(15.8%)、「恋人などの非常に近い間柄の相手」(14.6%)、「SNS上だけの友人・知人」(8.3%)と続く。
- 2018年と比較すると、「自分のみ」の割合が上昇している。「現実でも面識のある友人・知人」の割合が低下している。
- 『顔が判別できる状態の家族や親戚、近所などの子供(主に未就学児)を撮影した写真や動画』について最も高いのは、「自分のみ」(64.9%)である。次いで「恋人などの非常に近い間柄の相手」(15.1%)、「現実でも面識のある友人・知人」(13.7%)、「SNS上だけの友人・知人」(6.7%)と続く。
- 2018年と比較すると、「自分のみ」の割合が上昇している。「現実でも面識のある友人・知人」の割合が低下している。

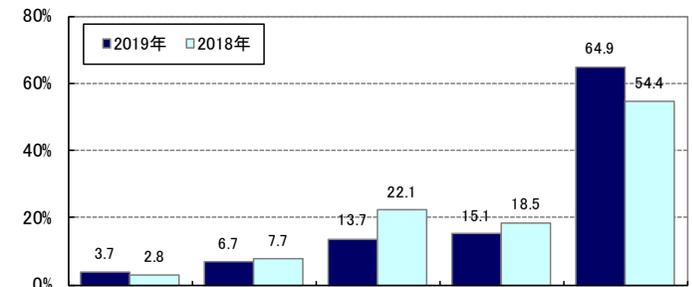
Q25 SNS (FacebookやTwitter、LINEなど)で、どのような相手と、どのような写真や動画ならやり取りしても良いと思いますか。あてはまるものをすべて選択してください。(お答えはそれぞれいくつでも)

自身の趣味や嗜好がわかる物品や自身の姿を撮影した写真



	n=	相手					
		不特定多数(誰でも)	SNS上だけの友人・知人	現実でも面識のある友人・知人	恋人などの非常に近い間柄の相手	自分のみ	
全体	5,000	5.8	8.3	15.8	14.6	61.0	
性別	男性	2,472	7.5	9.7	15.5	14.4	57.8
	女性	2,528	4.1	7.0	16.2	14.7	64.1
年代別	10代	453	4.9	8.4	19.9	17.4	53.6
	20代	817	8.3	13.0	20.9	16.6	49.7
	30代	941	8.3	8.5	16.6	15.9	57.1
	40代	1,134	5.8	6.2	15.0	14.2	64.9
	50代	853	3.9	7.4	14.4	12.4	66.2
	60代	563	3.0	7.3	10.1	13.3	69.1
	70代以上	239	2.5	7.9	10.0	8.8	72.4
2018年	5,000	8.4	11.5	27.1	18.6	43.4	

顔が判別できる状態の家族や親戚、近所などの子供(主に未就学児)を撮影した写真や動画



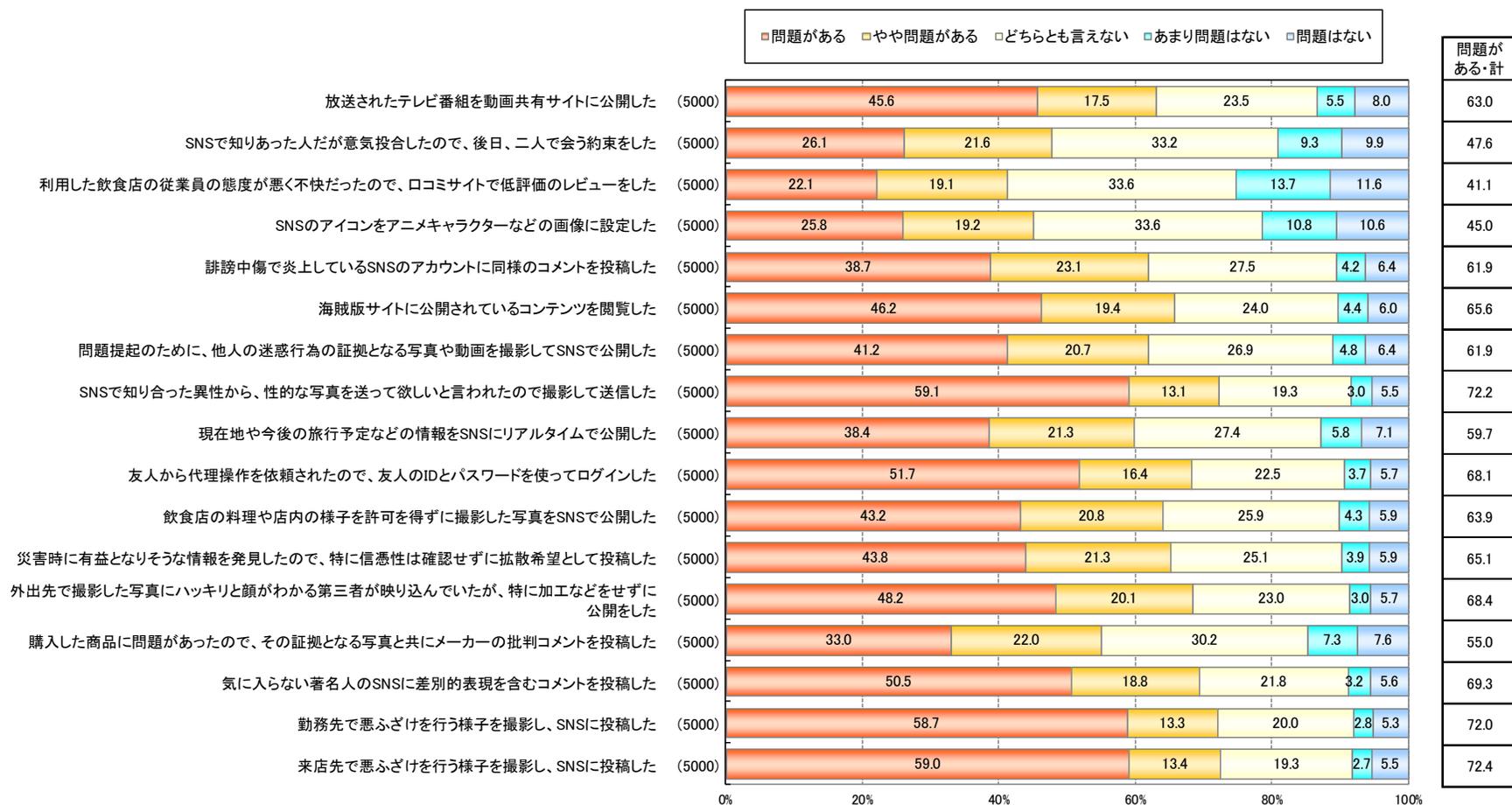
	n=	相手					
		不特定多数(誰でも)	SNS上だけの友人・知人	現実でも面識のある友人・知人	恋人などの非常に近い間柄の相手	自分のみ	
全体	5,000	3.7	6.7	13.7	15.1	64.9	
性別	男性	2,472	4.9	8.1	13.6	15.0	61.9
	女性	2,528	2.5	5.4	13.7	15.2	67.9
年代別	10代	453	3.5	8.4	16.8	13.7	60.7
	20代	817	5.6	9.5	17.5	17.4	54.7
	30代	941	5.7	8.7	15.3	16.7	59.0
	40代	1,134	3.4	5.1	12.6	15.5	68.5
	50代	853	1.8	4.0	12.0	14.5	71.2
	60代	563	1.8	5.2	10.1	12.3	72.3
	70代以上	239	1.7	6.7	7.9	10.0	74.5
2018年	5,000	2.8	7.7	22.1	18.5	54.4	

5-5.インターネットサービス利用時の問題行為・留意点

5-5-1.インターネットサービス利用時の問題意識①

- インターネットサービス利用時の問題意識について最も高いのは、「来店先で悪ふざけを行う様子を撮影し、SNSに投稿した」(72.4%)である。次いで「SNSで知り合った異性から、性的な写真を送って欲しいと言われたので撮影して送信した」(72.2%)、「勤務先で悪ふざけを行う様子を撮影し、SNSに投稿した」(72.0%)、「気に入らない著名人のSNSに差別的表現を含むコメントを投稿した」(69.3%)と続く。

Q26 第三者が次に挙げるようなインターネットサービスの利用をした場合、「問題がある」と考えるものはどれですか。あてはまるものをそれぞれ選択してください。(お答えはそれぞれ1つ)

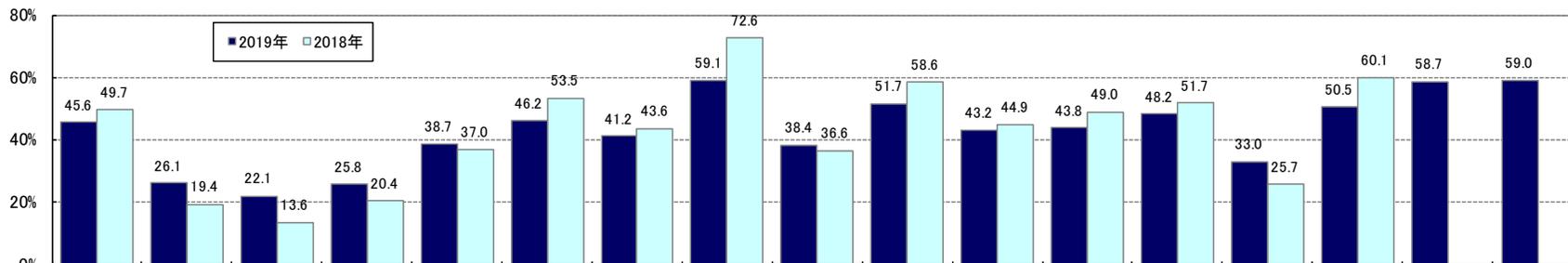


5-5-1.インターネットサービス利用時の問題意識②

- インターネットサービス利用時の問題意識について最も高いのは、「SNSで知り合った異性から、性的な写真を送って欲しいと言われたので撮影して送信した」(59.1%)である。次いで「来店先で悪ふざけを行う様子を撮影し、SNSに投稿した」(59.0%)、「勤務先で悪ふざけを行う様子を撮影し、SNSに投稿した」(58.7%)、「友人から代理操作を依頼されたので、友人のIDとパスワードを使ってログインした」(51.7%)と続く。
- 2018年と比較すると、「SNSで知りあった人だが意気投合したので、後日、二人で会う約束をした」「利用した飲食店の従業員の態度が悪く不快だったので、口コミサイトで低評価のレビューをした」「SNSのアイコンをアニメキャラクターなどの画像に設定した」「購入した商品に問題があったので、その証拠となる写真と共にメーカーの批判コメントを投稿した」の割合が上昇している。「海賊版サイトに公開されているコンテンツを閲覧した」「SNSで知り合った異性から、性的な写真を送って欲しいと言われたので撮影して送信した」「友人から代理操作を依頼されたので、友人のIDとパスワードを使ってログインした」「気に入らない著名人のSNSに差別的表現を含むコメントを投稿した」の割合が低下している。

Q26 第三者が次に挙げるようなインターネットサービスの利用をした場合、「問題がある」と考えるものはどれですか。あてはまるものをそれぞれ選択してください。(お答えはそれぞれ1つ)

※値は「問題がある」

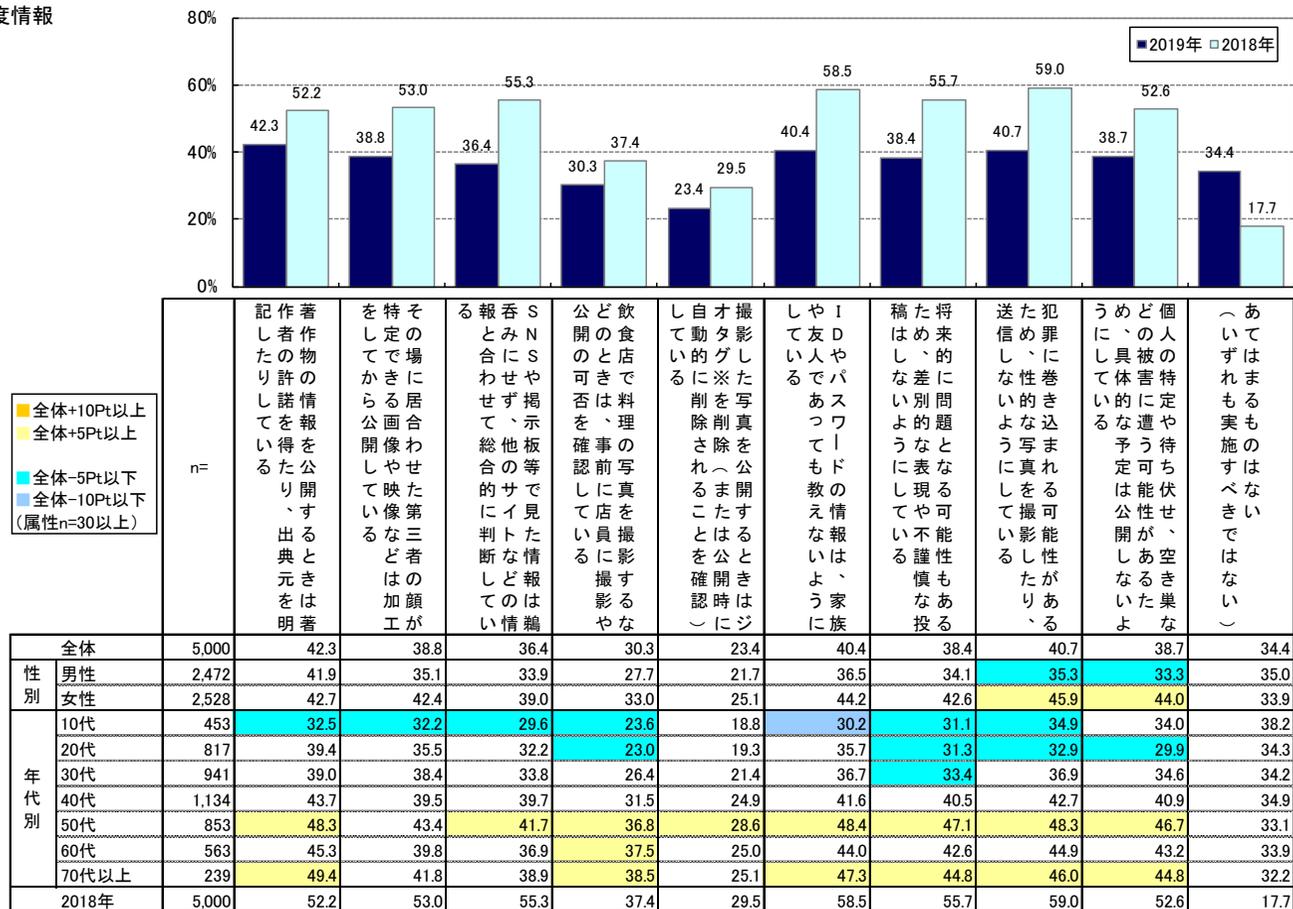


性別	年代別	n=	問題意識																
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
全体	5,000	45.6	26.1	22.1	25.8	38.7	46.2	41.2	59.1	38.4	51.7	43.2	43.8	48.2	33.0	50.5	58.7	59.0	
男性	2,472	45.2	19.5	19.9	25.1	35.0	41.6	35.4	50.7	32.0	47.0	39.2	39.1	41.1	28.2	44.6	53.3	53.6	
	女性	2,528	45.9	32.5	24.2	26.5	42.4	50.7	47.0	67.2	44.7	56.3	47.1	48.3	55.2	37.7	56.4	64.0	64.3
10代	453	47.0	40.8	27.6	29.4	41.9	49.2	43.5	62.3	41.7	55.6	41.9	46.6	51.0	38.9	51.9	57.8	61.1	
	20代	817	38.9	21.4	16.8	18.2	31.1	36.7	30.2	46.5	31.5	37.1	34.4	35.0	37.1	26.2	41.7	49.2	50.4
	30代	941	41.8	20.2	18.1	19.1	31.2	40.2	35.0	51.3	33.2	43.6	36.3	38.5	41.8	30.1	42.4	53.8	53.7
	40代	1,134	47.9	23.7	20.7	25.4	36.7	48.1	41.1	59.6	37.7	52.5	43.6	44.3	51.1	33.8	52.9	60.6	60.1
	50代	853	52.2	27.9	24.0	31.5	44.4	52.9	48.7	67.6	45.3	60.5	51.3	51.1	54.6	36.0	58.4	64.6	64.7
	60代	563	47.1	30.0	28.1	35.0	51.3	52.8	50.8	68.4	44.8	63.9	52.6	51.0	56.0	36.8	58.1	66.1	65.5
	70代以上	239	42.3	32.6	30.5	31.4	48.1	49.0	50.6	71.1	41.0	62.3	49.0	43.5	52.3	33.1	53.1	65.3	64.4
2018年	5,000	49.7	19.4	13.6	20.4	37.0	53.5	43.6	72.6	36.6	58.6	44.9	49.0	51.7	25.7	60.1	58.7	59.0	

5-5-2.インターネットサービス利用時に実施すべきもの

- インターネットサービス利用時に実施すべきもので最も高いのは、「著作物の情報を公開するときは著作者の許諾を得たり、出典元を明記したりしている」(42.3%)である。次いで「犯罪に巻き込まれる可能性があるため、性的な写真を撮影したり、送信しないようにしている」(40.7%)、「IDやパスワードの情報は、家族や友人であっても教えないようにしている」(40.4%)、「その場に居合わせた第三者の顔が特定できる画像や映像などは加工してから公開している」(38.8%)と続く。
- 2018年と比較すると、「著作物の情報を公開するときは著作者の許諾を得たり、出典元を明記したりしている」「その場に居合わせた第三者の顔が特定できる画像や映像などは加工してから公開している」「SNSや掲示板等で見た情報は鵜呑みにせず、他のサイトなどの情報と合わせて総合的に判断している」「飲食店で料理の写真を撮影するなどのときは、事前に店員に撮影や公開の可否を確認している」「撮影した写真を公開するときはジオタグ*を削除(または公開時に自動的に削除されることを確認)している」「IDやパスワードの情報は、家族や友人であっても教えないようにしている」「将来的に問題となる可能性もあるため、差別的な表現や不謹慎な投稿はしないようにしている」「犯罪に巻き込まれる可能性があるため、性的な写真を撮影したり、送信しないようにしている」「個人の特長や待ち伏せ、空き巣などの被害に遭う可能性があるため、具体的な予定は公開しないようにしている」の割合が低下している。

Q27 次に挙げるようなインターネットサービス利用における注意点について、あなたが「実施すべき」と考えるものがありますか。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)※ジオタグ:写真データなどに付加される緯度・経度情報

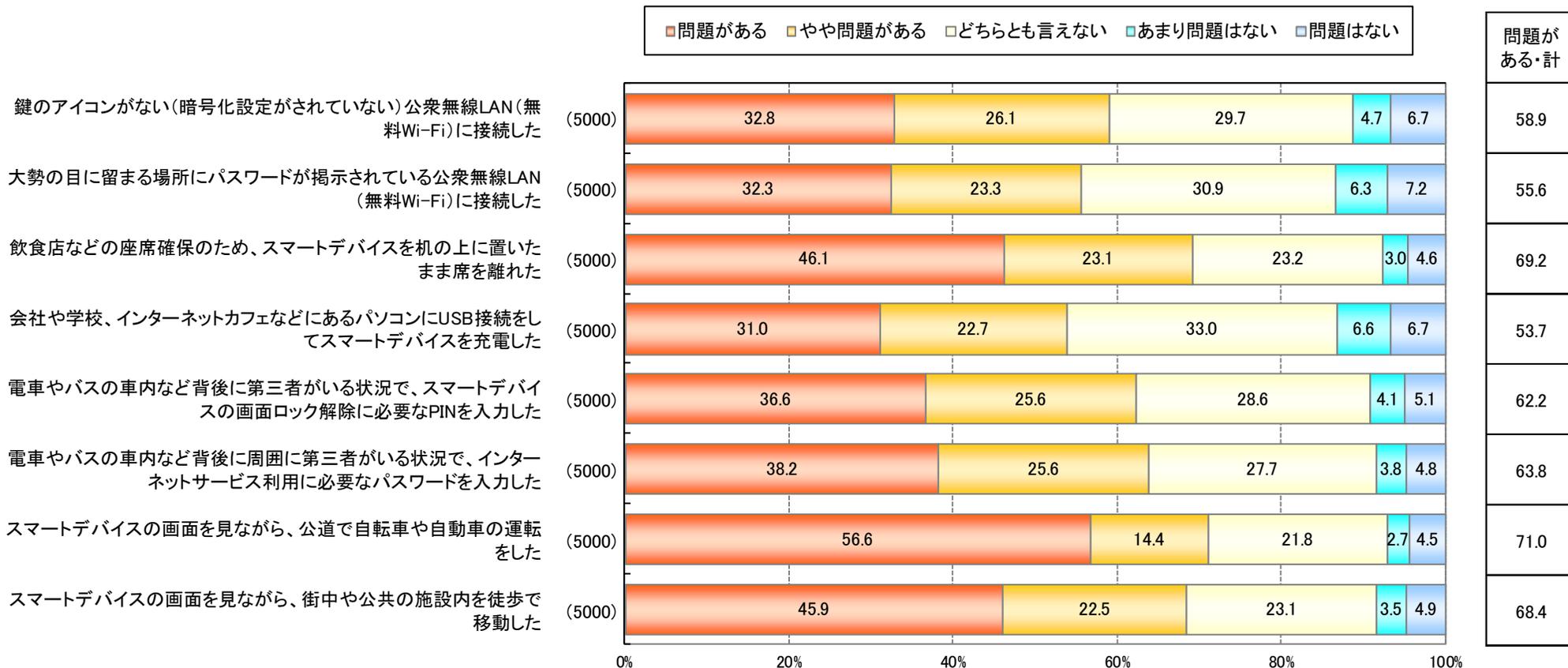


※ ジオタグ: 写真データなどに付加される緯度・経度情報

5-5-3.スマートデバイス利用時の問題意識①

- スマートデバイス利用時の問題意識(問題がある・計)について最も高いのは、「スマートデバイスの画面を見ながら、公道で自転車や自動車の運転をした」(71.0%)である。次いで「飲食店などの座席確保のため、スマートデバイスを机の上に置いたまま席を離れた」(69.2%)、「スマートデバイスの画面を見ながら、街中や公共の施設内を徒歩で移動した」(68.4%)、「電車やバスの車内など背後に周囲に第三者がいる状況で、インターネットサービス利用に必要なパスワードを入力した」(63.8%)と続く。

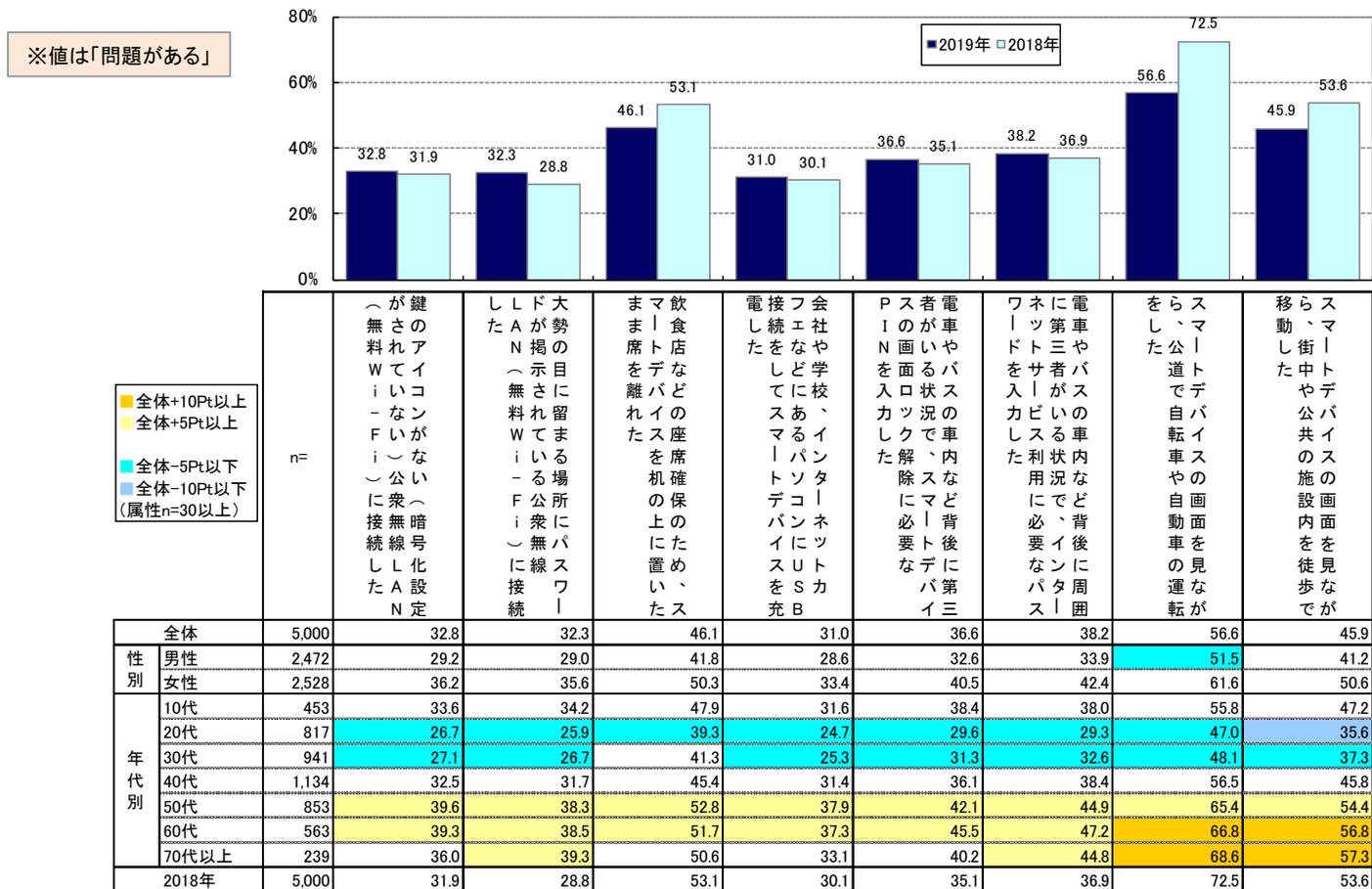
Q28 第三者が次に挙げるようなスマートデバイスの利用をした場合、「問題がある」と考えるものはどれですか。あてはまるものをそれぞれ選択してください。(お答えはそれぞれ1つ)



5-5-3.スマートデバイス利用時の問題意識②

- スマートデバイス利用時の問題意識(問題がある)について最も高いのは、「スマートデバイスの画面を見ながら、公道で自転車や自動車の運転をした」(56.6%)である。次いで「飲食店などの座席確保のため、スマートデバイスを机の上に置いたまま席を離れた」(46.1%)、「スマートデバイスの画面を見ながら、街中や公共の施設内を徒歩で移動した」(45.9%)、「電車やバスの車内など背後に周囲に第三者がいる状況で、インターネットサービス利用に必要なパスワードを入力した」(38.2%)と続く。
- 2018年と比較すると、「飲食店などの座席確保のため、スマートデバイスを机の上に置いたまま席を離れた」「スマートデバイスの画面を見ながら、公道で自転車や自動車の運転をした」「スマートデバイスの画面を見ながら、街中や公共の施設内を徒歩で移動した」の割合が低下している。

Q28 第三者が次に挙げるようなスマートデバイスの利用をした場合、「問題がある」と考えるものはどれですか。あてはまるものをそれぞれ選択してください。(お答えはそれぞれ1つ)

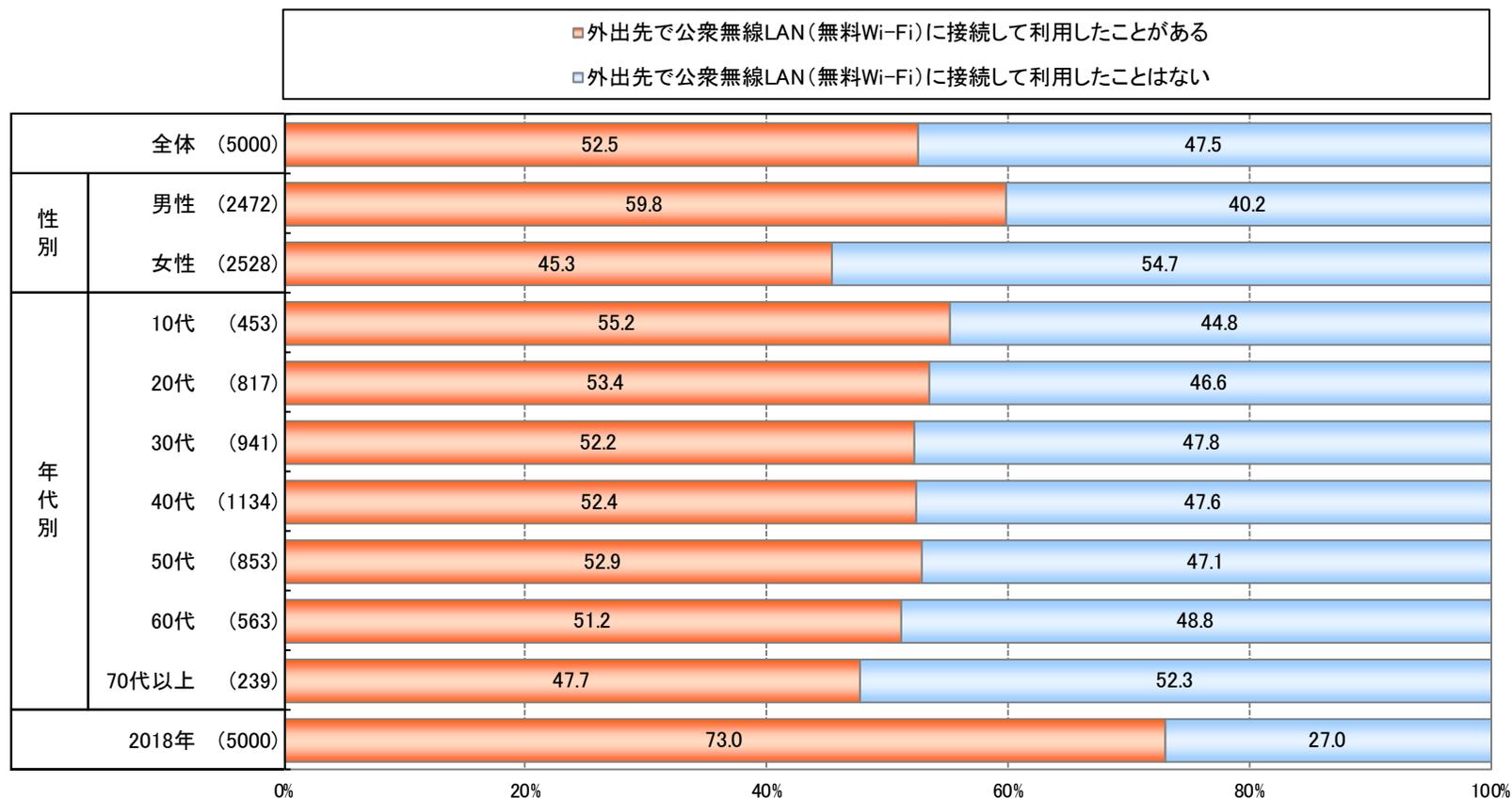


5-6.公共の場所でのスマートデバイスの利用状況

5-6-1.公衆無線LANの利用

- 「外出先で公衆無線LAN(無料Wi-Fi)に接続して利用したことがある」割合は52.5%である。
- 性別で見ると、女性は「外出先で公衆無線LAN(無料Wi-Fi)に接続して利用したことはない」が最も高い。
- 2018年と比較すると、「外出先で公衆無線LAN(無料Wi-Fi)に接続して利用したことはない」の割合が上昇している。

Q29 外出先での公衆無線LAN(無料Wi-Fi)の利用について、あてはまるものを選択してください。(お答えは1つ)



5-6-2.公衆無線LANの利用場所・用途

- 公衆無線LANの利用場所・用途については、どの利用場所も「Web閲覧」が最も高い。
- 利用場所別でみると、どの利用場所も「ホテル(宿泊部屋、ラウンジなど)」が最も高い。

Q30 公衆無線LAN(無料Wi-Fi)を利用した場所と具体的な用途として、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=公衆無線LAN利用経験者(Q29)

横順位

…1位の用途

	n=	Web閲覧	動画視聴	メール	SNS	OSやアプリのアップデート	ファイルのダウンロード・アップロード	オンラインバンキング	インターネットショッピング	ゲーム	その他
コンビニ	2,624	66.3	12.3	26.2	20.1	4.9	4.0	2.2	3.4	7.0	7.8
飲食店(カフェ、レストラン、居酒屋など)	2,624	66.5	16.0	28.4	21.8	4.6	3.6	2.5	3.7	8.1	5.8
ホテル(宿泊部屋、ラウンジなど)	2,624	68.1	20.8	33.0	24.7	6.4	5.1	3.3	4.7	9.8	6.0
店舗(ショッピングセンター、家電量販店、ドラッグストアなど)	2,624	63.5	11.1	25.3	19.4	4.5	3.8	2.2	3.0	6.3	7.7
交通機関の機内・車内(飛行機、新幹線など)	2,624	63.1	12.8	24.8	19.1	4.5	2.9	2.2	2.7	6.8	8.8
交通機関の施設(空港、駅、SA・PAなど)	2,624	63.2	12.7	25.3	19.1	4.7	3.4	2.1	2.4	6.4	8.2
公共施設(役所、図書館など)	2,624	61.1	10.1	22.6	16.7	3.7	3.3	2.2	1.9	5.0	9.8
街中のWi-Fiスポット	2,624	63.2	11.8	22.6	18.2	4.1	3.5	2.7	2.8	5.7	8.1
00000JAPAN	2,624	56.0	7.9	17.3	13.4	3.4	2.9	2.0	2.0	4.1	14.4
その他	2,624	54.2	7.4	16.2	12.8	4.3	4.1	2.8	2.7	4.5	17.0

縦順位

…1位の利用場所

	n=	Web閲覧	動画視聴	メール	SNS	OSやアプリのアップデート	ファイルのダウンロード・アップロード	オンラインバンキング	インターネットショッピング	ゲーム	その他
コンビニ	2,624	66.3	12.3	26.2	20.1	4.9	4.0	2.2	3.4	7.0	7.8
飲食店(カフェ、レストラン、居酒屋など)	2,624	66.5	16.0	28.4	21.8	4.6	3.6	2.5	3.7	8.1	5.8
ホテル(宿泊部屋、ラウンジなど)	2,624	68.1	20.8	33.0	24.7	6.4	5.1	3.3	4.7	9.8	6.0
店舗(ショッピングセンター、家電量販店、ドラッグストアなど)	2,624	63.5	11.1	25.3	19.4	4.5	3.8	2.2	3.0	6.3	7.7
交通機関の機内・車内(飛行機、新幹線など)	2,624	63.1	12.8	24.8	19.1	4.5	2.9	2.2	2.7	6.8	8.8
交通機関の施設(空港、駅、SA・PAなど)	2,624	63.2	12.7	25.3	19.1	4.7	3.4	2.1	2.4	6.4	8.2
公共施設(役所、図書館など)	2,624	61.1	10.1	22.6	16.7	3.7	3.3	2.2	1.9	5.0	9.8
街中のWi-Fiスポット	2,624	63.2	11.8	22.6	18.2	4.1	3.5	2.7	2.8	5.7	8.1
00000JAPAN	2,624	56.0	7.9	17.3	13.4	3.4	2.9	2.0	2.0	4.1	14.4
その他	2,624	54.2	7.4	16.2	12.8	4.3	4.1	2.8	2.7	4.5	17.0

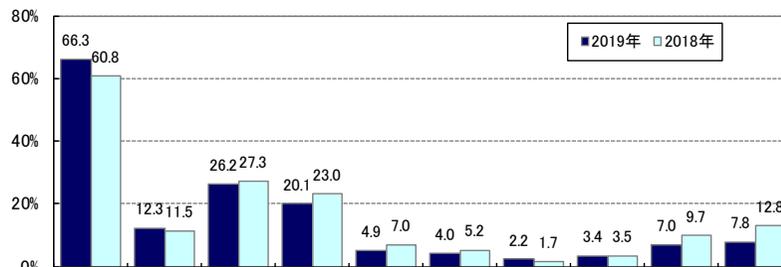
5-6-2.公衆無線LANの利用場所・用途①

- コンビニについて最も高いのは、「Web閲覧」(66.3%)である。次いで「メール」(26.2%)、「SNS」(20.1%)、「動画視聴」(12.3%)と続く。
- 2018年と比較すると、「Web閲覧」の割合が上昇している。
- 飲食店(カフェ、レストラン、居酒屋など)について最も高いのは、「Web閲覧」(66.5%)である。次いで「メール」(28.4%)、「SNS」(21.8%)、「動画視聴」(16.0%)と続く。
- 2018年と比較すると、「SNS」の割合が低下している。

Q30 公衆無線LAN(無料Wi-Fi)を利用した場所と具体的な用途として、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=公衆無線LAN利用経験者(Q29)

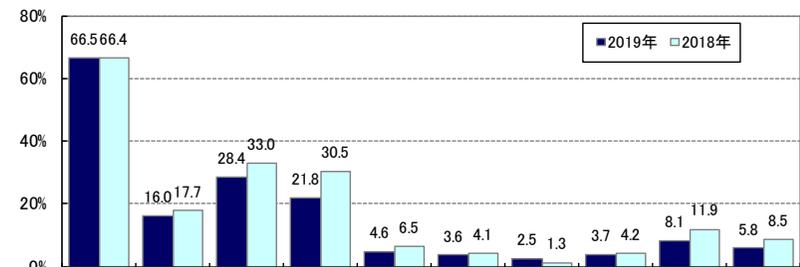
コンビニ



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

n=	Web閲覧	動画視聴	メール	SNS	OSやアプリのアップデート	ファイルのダウンロード	オンラインバンキング	インターネットショッピング	ゲーム	その他	
全体	2,624	66.3	12.3	26.2	20.1	4.9	4.0	2.2	3.4	7.0	7.8
性別											
男性	1,478	68.7	14.0	25.2	16.6	4.7	4.5	2.6	3.4	7.8	7.3
女性	1,146	63.1	10.0	27.5	24.6	5.1	3.4	1.8	3.5	6.0	8.5
年代別											
10代	250	58.8	15.6	22.4	28.8	4.4	3.2	0.4	3.6	13.2	6.4
20代	436	65.6	17.2	17.4	26.6	6.7	5.5	1.6	2.8	5.0	4.8
30代	491	69.9	14.3	22.0	19.1	5.5	4.5	2.6	4.1	8.1	5.9
40代	594	73.7	11.1	25.9	17.7	5.2	4.9	2.4	3.0	6.9	8.1
50代	451	64.7	8.6	32.6	19.5	4.2	2.4	3.1	3.8	6.7	8.4
60代	288	61.5	8.3	37.2	14.9	3.1	2.4	2.4	4.2	4.9	8.7
70代以上	114	49.1	7.9	34.2	7.9	2.6	3.5	2.6	1.8	3.5	24.6
2018年	3,650	60.8	11.5	27.3	23.0	7.0	5.2	1.7	3.5	9.7	12.8

飲食店(カフェ、レストラン、居酒屋など)



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

n=	Web閲覧	動画視聴	メール	SNS	OSやアプリのアップデート	ファイルのダウンロード	オンラインバンキング	インターネットショッピング	ゲーム	その他	
全体	2,624	66.5	16.0	28.4	21.8	4.6	3.6	2.5	3.7	8.1	5.8
性別											
男性	1,478	67.7	17.6	26.7	17.2	4.9	4.5	2.5	3.6	8.9	5.2
女性	1,146	65.0	14.0	30.6	27.7	4.2	2.4	2.5	3.9	7.0	6.5
年代別											
10代	250	58.8	27.6	24.8	26.4	4.4	3.2	3.6	3.6	13.6	8.0
20代	436	63.8	21.6	20.4	28.9	4.8	5.3	3.2	3.4	8.5	3.4
30代	491	70.5	17.5	22.0	20.4	6.3	3.9	2.9	4.3	8.1	2.9
40代	594	73.1	12.3	27.3	20.7	5.2	3.9	1.7	3.9	7.1	6.7
50代	451	69.0	12.0	36.4	20.6	3.5	2.7	1.8	4.0	7.8	4.9
60代	288	59.0	11.5	40.6	18.8	3.5	3.5	3.5	2.8	6.3	8.0
70代以上	114	52.6	9.6	38.6	8.8	0.9	-	0.9	3.5	5.3	15.8
2018年	3,650	66.4	17.7	33.0	30.5	6.5	4.1	1.3	4.2	11.9	8.5

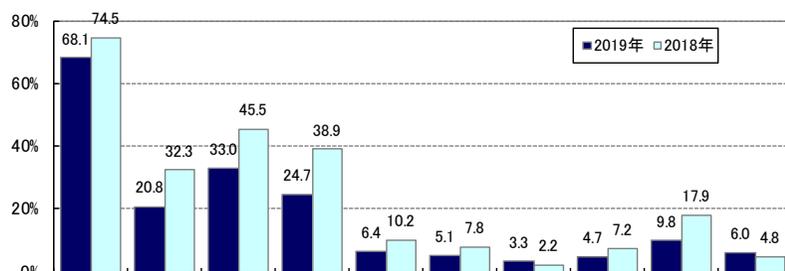
5-6-2.公衆無線LANの利用場所・用途②

- ホテル(宿泊部屋、ラウンジなど)について最も高いのは、「Web閲覧」(68.1%)である。次いで「メール」(33.0%)、「SNS」(24.7%)、「動画視聴」(20.8%)と続く。
- 2018年と比較すると、「Web閲覧」「動画視聴」「メール」「SNS」「ゲーム」の割合が低下している。
- 店舗(ショッピングセンター、家電量販店、ドラッグストアなど)について最も高いのは、「Web閲覧」(63.5%)である。次いで「メール」(25.3%)、「SNS」(19.4%)、「動画視聴」(11.1%)と続く。
- 2018年と比較すると、「SNS」の割合が低下している。

Q30 公衆無線LAN(無料Wi-Fi)を利用した場所と具体的な用途として、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)

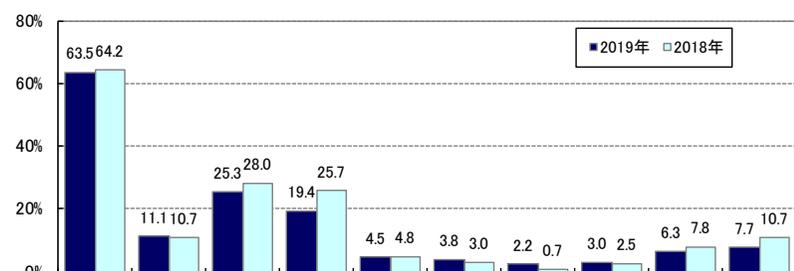
n=公衆無線LAN利用経験者(Q29)

ホテル(宿泊部屋、ラウンジなど)



属性	n=	用途									
		Web閲覧	動画視聴	メール	SNS	OSやアプリのアップデート	ファイルのダウンロード	オンラインバンキング	インターネットショッピング	ゲーム	その他
全体	2,624	68.1	20.8	33.0	24.7	6.4	5.1	3.3	4.7	9.8	6.0
性別											
男性	1,478	68.6	22.7	31.0	20.3	6.8	5.8	3.8	4.7	10.1	5.8
女性	1,146	67.5	18.2	35.6	30.4	6.0	4.3	2.7	4.6	9.4	6.2
年代別											
10代	250	58.0	24.0	27.2	28.4	6.0	4.4	2.8	4.8	12.8	9.2
20代	436	63.8	26.6	25.0	33.5	7.1	6.9	3.9	4.1	9.6	4.6
30代	491	72.9	22.8	26.9	23.6	7.3	6.7	3.1	5.7	10.2	2.6
40代	594	73.4	19.4	30.8	22.2	6.1	4.9	2.5	4.4	9.3	6.4
50代	451	69.4	17.3	41.5	22.2	6.0	3.1	3.1	4.7	9.8	6.0
60代	288	65.3	17.4	46.2	22.2	6.6	4.5	4.9	4.5	10.4	7.6
70代以上	114	60.5	12.3	47.4	16.7	4.4	3.5	4.4	4.4	4.4	12.3
2018年	3,650	74.5	32.3	45.5	38.9	10.2	7.8	2.2	7.2	17.9	4.8

店舗(ショッピングセンター、家電量販店、ドラッグストアなど)



属性	n=	用途									
		Web閲覧	動画視聴	メール	SNS	OSやアプリのアップデート	ファイルのダウンロード	オンラインバンキング	インターネットショッピング	ゲーム	その他
全体	2,624	63.5	11.1	25.3	19.4	4.5	3.8	2.2	3.0	6.3	7.7
性別											
男性	1,478	64.3	12.3	23.5	16.2	4.3	4.2	2.0	3.1	6.6	7.9
女性	1,146	62.3	9.4	27.7	23.6	4.8	3.4	2.5	2.8	5.8	7.5
年代別											
10代	250	54.4	16.4	25.6	28.4	5.2	3.2	2.8	4.0	13.2	8.8
20代	436	58.9	15.8	17.2	28.7	6.4	5.5	3.0	2.8	4.6	6.4
30代	491	66.8	14.1	20.8	16.5	5.3	5.5	2.2	3.5	6.1	4.5
40代	594	69.7	6.4	22.6	15.0	3.5	2.7	1.5	2.0	5.7	9.6
50代	451	66.3	9.3	31.3	18.8	3.3	2.7	1.3	2.7	6.7	7.1
60代	288	58.0	8.3	38.2	16.0	3.5	3.1	4.2	4.5	8.7	
70代以上	114	56.1	6.1	34.2	10.5	4.4	3.5	2.6	4.4	14.9	
2018年	3,650	64.2	10.7	28.0	25.7	4.8	3.0	0.7	2.5	7.8	10.7

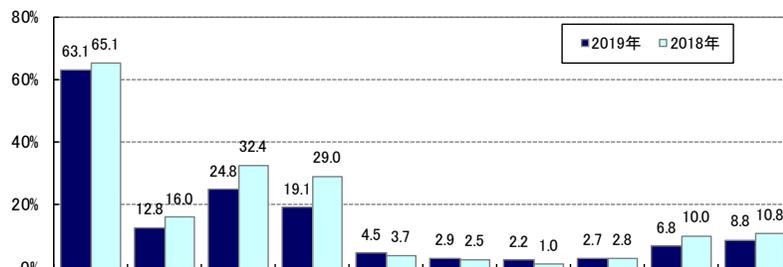
5-6-2.公衆無線LANの利用場所・用途③

- 交通機関の機内・車内(飛行機、新幹線など)で最も高いのは、「Web閲覧」(63.1%)である。次いで「メール」(24.8%)、「SNS」(19.1%)、「動画視聴」(12.8%)と続く。
- 2018年と比較すると、「メール」「SNS」の割合が低下している。
- 交通機関の施設(空港、駅、SA・PAなど)で最も高いのは、「Web閲覧」(63.2%)である。次いで「メール」(25.3%)、「SNS」(19.1%)、「動画視聴」(12.7%)と続く。
- 年代別で見ると、70代以上は「メール」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「メール」「SNS」の割合が低下している。

Q30 公衆無線LAN(無料Wi-Fi)を利用した場所と具体的な用途として、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)

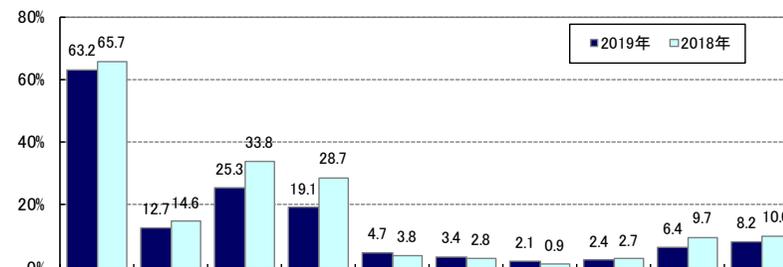
n=公衆無線LAN利用経験者(Q29)

交通機関の機内・車内(飛行機、新幹線など)



属性	n=	用途									
		Web閲覧	動画視聴	メール	SNS	OSやアプリのアップデート	ファイルのダウンロード	オンラインバンキング	インターネットショッピング	ゲーム	その他
全体	2,624	63.1	12.8	24.8	19.1	4.5	2.9	2.2	2.7	6.8	8.8
性別											
男性	1,478	64.3	15.0	25.0	15.6	4.5	3.5	2.6	2.9	7.4	8.6
女性	1,146	61.6	10.0	24.4	23.6	4.5	2.1	1.7	2.5	6.0	9.0
年代別											
10代	250	54.4	18.0	21.6	26.4	4.0	1.6	0.8	3.6	10.4	11.2
20代	436	57.3	16.5	18.1	28.4	6.0	4.6	2.5	2.5	4.6	6.7
30代	491	68.4	15.1	17.3	17.5	6.1	4.5	4.1	3.7	7.9	4.5
40代	594	68.2	10.4	23.2	14.8	2.9	1.7	1.3	2.2	7.1	10.4
50代	451	64.1	10.2	31.5	17.1	4.2	2.2	1.8	3.1	7.1	10.6
60代	288	60.8	8.7	38.2	16.3	4.5	2.4	3.1	1.4	4.2	9.0
70代以上	114	57.0	10.5	36.8	10.5	3.5	2.6	-	2.6	6.1	13.2
2018年	3,650	65.1	16.0	32.4	29.0	3.7	2.5	1.0	2.8	10.0	10.8

交通機関の施設(空港、駅、SA・PAなど)



属性	n=	用途									
		Web閲覧	動画視聴	メール	SNS	OSやアプリのアップデート	ファイルのダウンロード	オンラインバンキング	インターネットショッピング	ゲーム	その他
全体	2,624	63.2	12.7	25.3	19.1	4.7	3.4	2.1	2.4	6.4	8.2
性別											
男性	1,478	64.3	15.0	23.8	15.8	5.1	3.6	2.4	2.2	6.9	8.1
女性	1,146	61.7	9.9	27.2	23.3	4.3	3.1	1.6	2.5	5.8	8.5
年代別											
10代	250	51.6	19.2	24.0	26.0	6.0	3.2	1.2	3.6	11.6	11.6
20代	436	59.6	18.8	15.1	27.8	6.0	6.2	2.5	1.6	4.8	5.7
30代	491	67.4	15.1	18.1	18.9	4.5	3.1	2.4	2.9	6.5	4.7
40代	594	68.0	7.4	24.2	13.0	4.4	2.4	1.7	1.7	5.6	9.6
50代	451	64.5	9.1	31.7	16.4	3.5	3.1	2.0	2.2	6.4	9.8
60代	288	62.2	12.2	39.9	20.1	5.2	2.8	2.4	2.4	6.3	8.0
70代以上	114	56.1	8.8	41.2	10.5	3.5	2.6	1.8	4.4	6.1	13.2
2018年	3,650	65.7	14.6	33.8	28.7	3.8	2.8	0.9	2.7	9.7	10.0

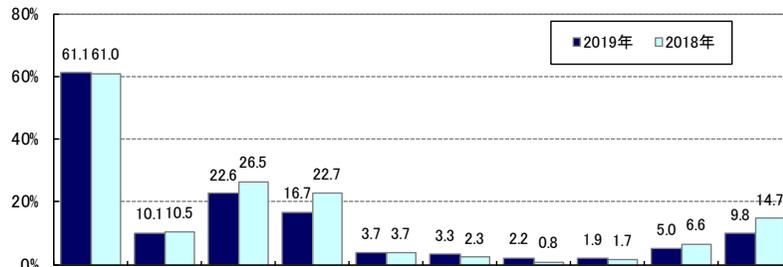
5-6-2.公衆無線LANの利用場所・用途④

- 公共施設(役所、図書館など)について最も高いのは、「Web閲覧」(61.1%)である。次いで「メール」(22.6%)、「SNS」(16.7%)、「動画視聴」(10.1%)と続く。
- 年代別で見ると、60代は「メール」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「SNS」の割合が低下している。
- 街中のWi-Fiスポットについて最も高いのは、「Web閲覧」(63.2%)である。次いで「メール」(22.6%)、「SNS」(18.2%)、「動画視聴」(11.8%)と続く。
- 年代別で見ると、60代は「メール」の割合が全体よりも高い。
- 2018年と比較すると、「SNS」の割合が低下している。

Q30 公衆無線LAN(無料Wi-Fi)を利用した場所と具体的な用途として、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)

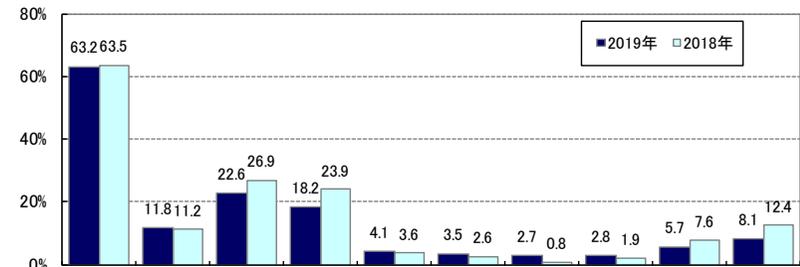
n=公衆無線LAN利用経験者(Q29)

公共施設(役所、図書館など)



属性	n=	用途									
		Web閲覧	動画視聴	メール	SNS	OSやアプリのアップデート	ファイルのダウンロード	オンラインバンキング	インターネットショッピング	ゲーム	その他
全体	2,624	61.1	10.1	22.6	16.7	3.7	3.3	2.2	1.9	5.0	9.8
性別											
男性	1,478	62.0	12.5	21.2	13.0	4.2	3.9	2.3	1.8	5.5	10.1
女性	1,146	60.0	7.0	24.3	21.6	3.1	2.5	2.0	2.1	4.3	9.4
年代別											
10代	250	51.2	14.4	19.2	24.4	4.8	1.2	2.8	2.4	11.2	11.6
20代	436	57.1	11.7	16.7	25.5	4.4	7.1	2.8	1.6	3.7	7.8
30代	491	65.0	14.9	17.5	14.9	5.9	3.1	3.1	2.4	5.7	5.1
40代	594	67.0	7.1	19.4	12.5	3.2	2.0	1.3	1.5	4.2	11.6
50代	451	62.5	6.9	26.8	14.6	2.4	2.9	1.3	2.7	4.9	11.8
60代	288	58.3	8.3	38.2	14.6	2.4	3.5	1.7	0.7	3.5	10.4
70代以上	114	52.6	7.0	34.2	10.5	0.9	1.8	3.5	2.6	1.8	14.9
2018年	3,650	61.0	10.5	26.5	22.7	3.7	2.3	0.8	1.7	6.6	14.7

街中のWi-Fiスポット



属性	n=	用途									
		Web閲覧	動画視聴	メール	SNS	OSやアプリのアップデート	ファイルのダウンロード	オンラインバンキング	インターネットショッピング	ゲーム	その他
全体	2,624	63.2	11.8	22.6	18.2	4.1	3.5	2.7	2.8	5.7	8.1
性別											
男性	1,478	64.9	13.5	22.1	15.4	4.4	3.4	3.0	3.2	6.2	7.6
女性	1,146	61.0	9.6	23.3	21.9	3.7	3.6	2.4	2.4	5.1	8.6
年代別											
10代	250	54.4	19.2	20.0	25.6	6.8	3.2	2.8	4.4	11.6	7.2
20代	436	58.5	17.2	14.2	26.8	5.7	5.0	3.7	2.8	3.9	6.7
30代	491	67.0	13.2	19.1	16.9	5.1	3.9	3.7	3.1	6.1	5.5
40代	594	69.4	7.9	21.7	14.3	3.0	3.2	1.7	2.5	5.6	10.1
50代	451	65.9	8.4	25.1	14.4	2.7	2.4	2.4	2.0	5.8	9.1
60代	288	59.4	9.7	37.8	16.0	2.8	3.5	3.1	2.8	4.5	7.6
70代以上	114	50.9	7.0	32.5	15.8	1.8	1.8	0.9	3.5	1.8	13.2
2018年	3,650	63.5	11.2	26.9	23.9	3.6	2.6	0.8	1.9	7.6	12.4

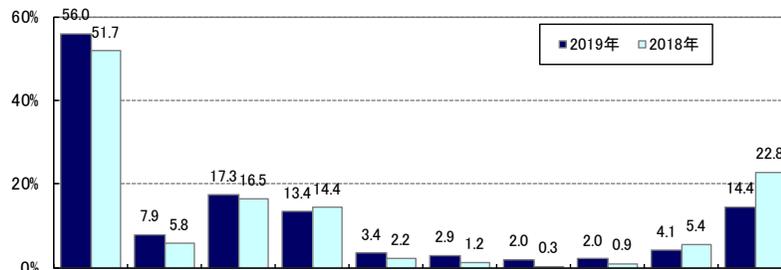
5-6-2.公衆無線LANの利用場所・用途⑤

- 00000JAPANについて最も高いのは、「Web閲覧」(56.0%)である。次いで「メール」(17.3%)、「SNS」(13.4%)、「動画視聴」(7.9%)と続く。
- その他について最も高いのは、「Web閲覧」(54.2%)である。次いで「メール」(16.2%)、「SNS」(12.8%)、「動画視聴」(7.4%)と続く。

Q30 公衆無線LAN(無料Wi-Fi)を利用した場所と具体的な用途として、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=公衆無線LAN利用経験者(Q29)

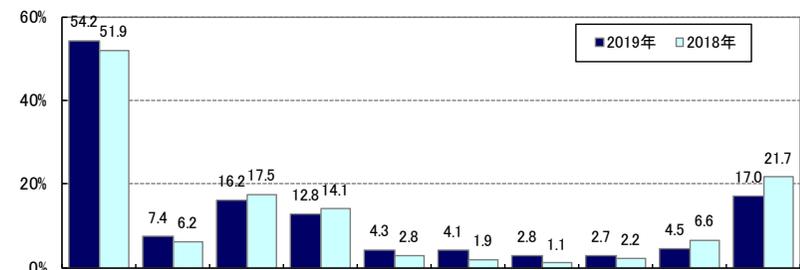
00000JAPAN



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

n=	Web閲覧	動画視聴	メール	SNS	OSやアプリのアップデート	ファイルのダウンロード	オンラインバンキング	インターネットショッピング	ゲーム	その他	
全体	2,624	56.0	7.9	17.3	13.4	3.4	2.9	2.0	2.0	4.1	14.4
性別											
男性	1,478	58.2	8.9	17.3	11.3	3.5	3.2	2.4	2.1	4.5	13.6
女性	1,146	53.1	6.6	17.3	16.1	3.2	2.4	1.5	1.9	3.6	15.5
年代別											
10代	250	47.6	11.6	16.0	20.4	3.6	3.2	1.6	2.4	9.6	14.8
20代	436	51.6	12.4	10.3	20.4	4.8	4.6	3.0	1.8	3.4	12.4
30代	491	63.3	9.6	15.7	14.5	3.7	3.7	2.4	2.4	3.7	8.6
40代	594	63.1	5.1	18.2	11.4	3.0	2.5	1.2	2.2	4.4	13.0
50代	451	54.1	4.7	16.9	8.0	2.2	2.0	2.2	1.6	3.5	22.2
60代	288	51.0	7.3	26.4	9.7	2.8	1.0	1.4	2.1	2.4	14.6
70代以上	114	42.1	4.4	27.2	7.0	3.5	1.8	1.8	0.9	1.8	23.7
2018年	3,650	51.7	5.8	16.5	14.4	2.2	1.2	0.3	0.9	5.4	22.8

その他



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

n=	Web閲覧	動画視聴	メール	SNS	OSやアプリのアップデート	ファイルのダウンロード	オンラインバンキング	インターネットショッピング	ゲーム	その他	
全体	2,624	54.2	7.4	16.2	12.8	4.3	4.1	2.8	2.7	4.5	17.0
性別											
男性	1,478	56.0	8.4	16.4	10.0	4.3	4.3	2.7	2.6	4.7	16.3
女性	1,146	51.9	6.0	16.0	16.4	4.4	3.8	3.0	2.9	4.4	18.0
年代別											
10代	250	46.4	12.8	14.8	20.8	7.6	6.0	4.4	4.0	8.8	18.0
20代	436	49.8	9.9	11.7	19.7	6.2	5.5	3.0	2.5	3.4	14.4
30代	491	60.7	7.3	12.8	12.4	3.9	4.9	2.4	2.4	4.1	11.2
40代	594	61.3	6.2	16.7	10.1	4.5	3.2	2.0	1.9	4.9	15.2
50代	451	53.0	5.1	16.6	8.0	2.7	3.1	2.4	2.7	4.2	24.4
60代	288	49.0	5.9	25.7	10.8	2.4	2.8	4.5	4.9	3.8	19.8
70代以上	114	42.1	4.4	23.7	8.8	1.8	3.5	1.8	1.8	2.6	23.7
2018年	3,650	51.9	6.2	17.5	14.1	2.8	1.9	1.1	2.2	6.6	21.7

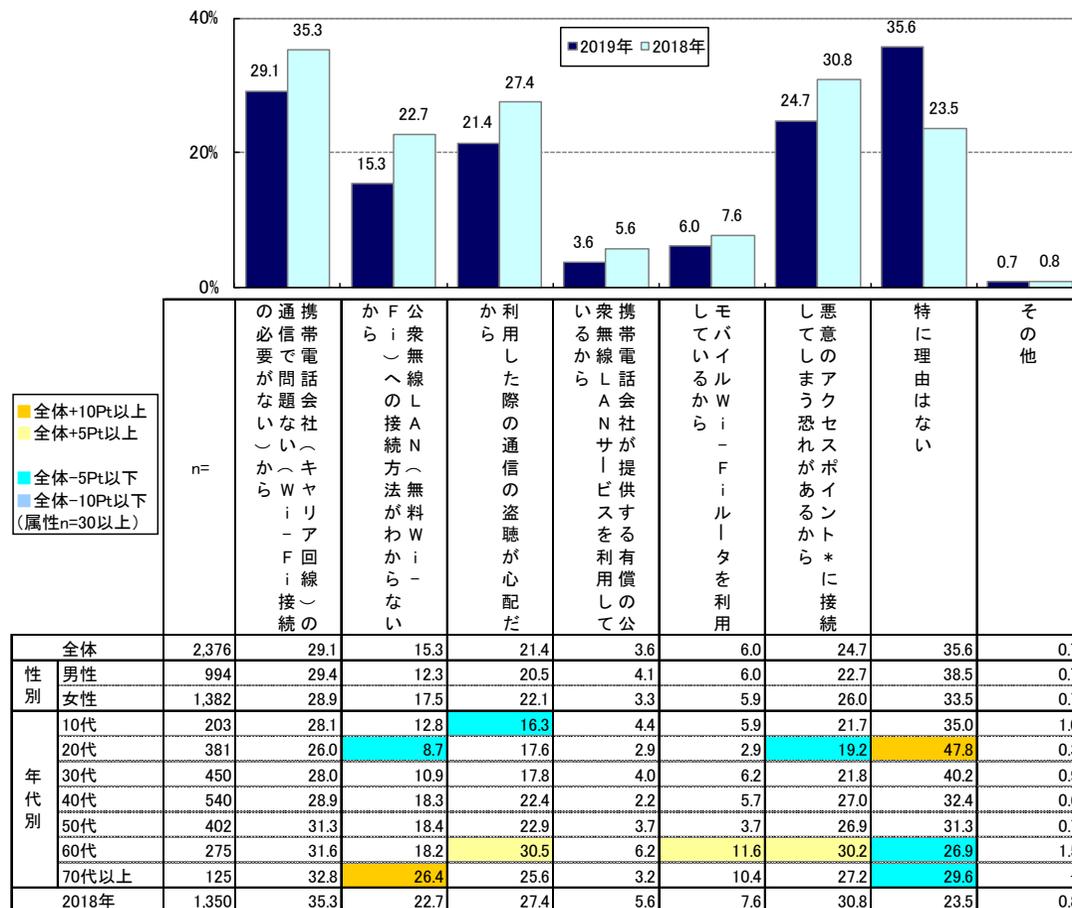
5-6-3.公衆無線LANを利用しない理由

- 公衆無線LANを利用しない理由について最も高いのは、「携帯電話会社(キャリア回線)の通信で問題ない(Wi-Fi接続の必要がない)から」(29.1%)である。次いで「悪意のアクセスポイント*に接続してしまう恐れがあるから」(24.7%)、「利用した際の通信の盗聴が心配だから」(21.4%)、「公衆無線LAN(無料Wi-Fi)への接続方法がわからないから」(15.3%)と続く。
- 2018年と比較すると、「携帯電話会社(キャリア回線)の通信で問題ない(Wi-Fi接続の必要がない)から」「公衆無線LAN(無料Wi-Fi)への接続方法がわからないから」「利用した際の通信の盗聴が心配だから」「悪意のアクセスポイント*に接続してしまう恐れがあるから」の割合が低下している。

Q31 公衆無線LAN(無料Wi-Fi)を利用しない理由として、あてはまるものをすべてお答えください。(お答えはいくつでも)

※悪意のアクセスポイント:悪意ある人物が盗聴や改変などを目的として用意した偽のアクセスポイント

n=公衆無線LAN利用未経験者(Q29)

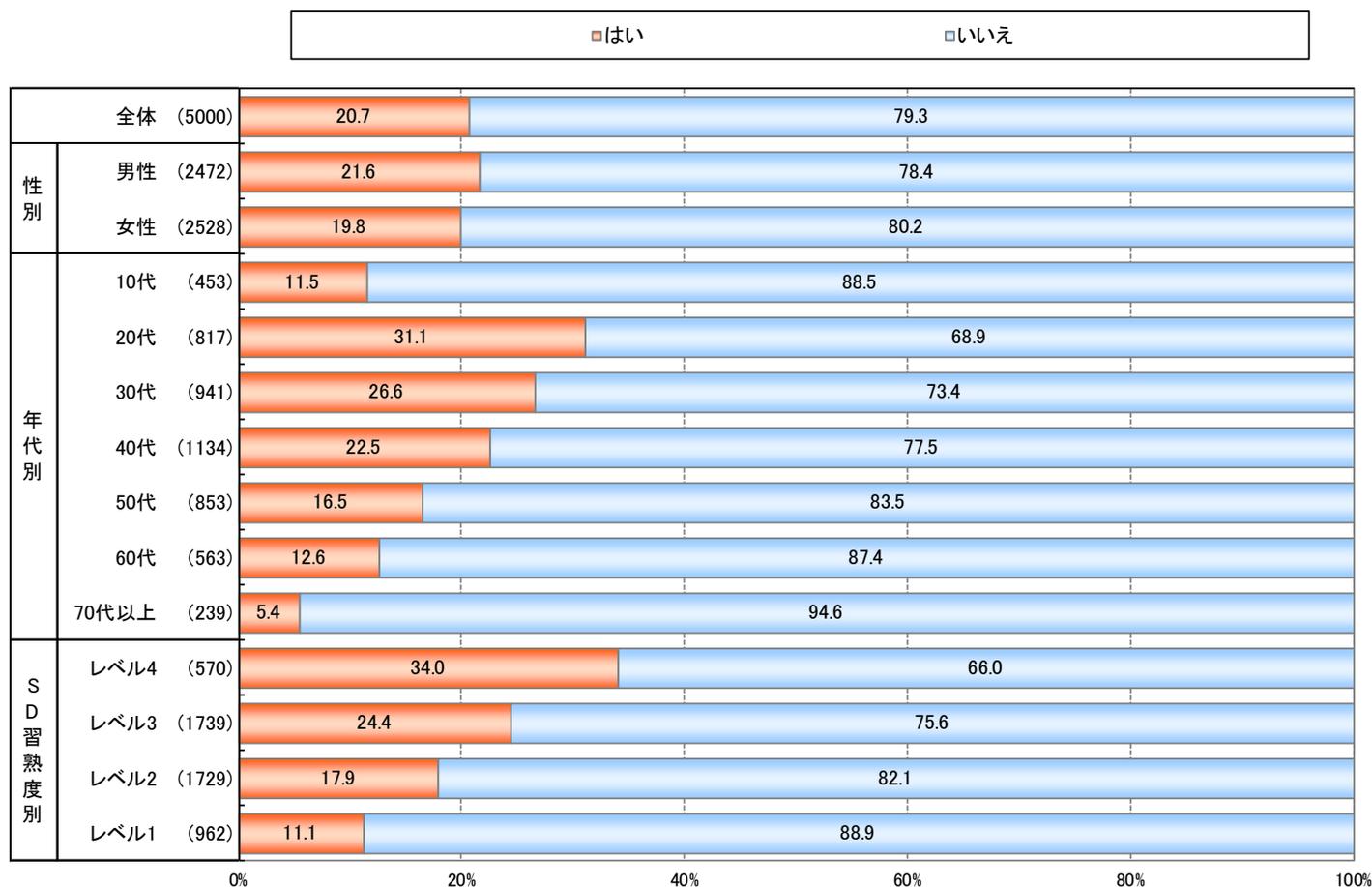


※悪意のアクセスポイント:悪意ある人物が盗聴や改変などを目的として用意した偽のアクセスポイント

5-6-4. SNS上で交流がある人と実際に会った経験

- SNS上で交流がある人と実際に会った経験がある割合は20.7%である。
- 年代別で見ると、70代以上は「いいえ」の割合が全体よりも高い。

Q32 SNS上で交流がある人と実際に会ったことはありますか。(お答えは1つ)



5-6-5.実際に会って不快な目に遭った経験

■ 実際に会って不快な目に遭った経験がある割合は24.7%である。

Q33 実際に会って不快な目に遭ったことがありますか。(お答えは1つ)

n=SNS上で知り合った人と会った経験者(Q32)

