

2009年12月15日
西日本電信電話株式会社

NTT西日本コミュニケーション大賞が、情報発信経験者の「情報発信欲」に関する意識調査を実施

「情報発信欲」は、あらゆる年代で増加。 発信される情報は年代によって異なる。

キーワードは「感動の共有」。
情報発信の第一歩は、「ブログ」。
加えて、若者層は「動画共有」・「ツイッター」、高齢者層は「クチコミサイト」・「作品投稿」に
大きな関心を持っている。

～10代・20代の40%が動画共有サイトに期待、62%が情報共有の楽しさを評価～
～60代・70代の44.5%が作品募集・投稿施策に期待、51.5%が情報共有の楽しさを評価～

調査期間:2009年11月16日～18日 調査対象:全国の10代～70代の男女700人/インターネットアンケート

NTT西日本(西日本電信電話株式会社 大阪市中央区 代表取締役社長:大竹伸一)は、「コミュニケーションについて考え、その大切さを再発見してもらいたい」という思いから、第7回「NTT西日本コミュニケーション大賞」を開催し、涙や感動を誘う「ちょっといい話」を、2009年10月19日(月)から2010年1月19日(火)まで、西日本エリア(富山県、岐阜県、静岡県以西の30府県)在住の一般および団体さまより、募集しています。

このたび12月16日の「電話の日」にちなんで、認知心理学者であり、「インターネットを介したコミュニケーション」の研究を行っている山下清美教授(専修大学ネットワーク情報学部)監修のもと、全国の情報発信の経験がある10代～70代の男女700人を対象に、「情報発信欲」に関する意識調査を実施し、「情報発信と人と人とのつながり」の関係性をまとめました。

今回の調査からは、全ての年代で「情報発信欲」が高まっており、質が変化しているという結果が出ました。特に若者層では、動画共有サイトやツイッターへの関心が高く、高齢者層では、クチコミサイトや作品募集・投稿への関心が高いことがわかりました。両年代ともに、「いい情報・コンテンツを他の人と分かちあえるのが楽しい」と情報共有の楽しさを高く評価しています。

山下教授の考察によると、若者層と高齢者層は「自己確認・自己形成」という点で共通する年代だが、それぞれ違う動機で、情報の発信・共有を通じたコミュニティへの参画を求めています。若者層は「感動の瞬間を共有する喜び」を動画共有サイトなどに、高齢者層は「社会のものさしで評価される喜び」を作品募集・投稿などに求めていると考えられます。

今回の調査からは、「今後、情報発信の場(サイトなど)に希望する」要素として、「いつでもどこでも手軽に楽しめる」50.1%、「人と楽しみを分かちあえる」48.1%という回答がありました。【図14】

「NTT西日本コミュニケーション大賞」では、感動や楽しみを共有できる場として、公式サイト上にこれまでの受賞作品を朗読コンテンツとして多数公開しています。また、誰でも手軽に作品をご応募いただけます。様々な作品に触れて、自らの体験談を新たに発信(応募)していただければと願っております。

NTT西日本は、今後もあらゆる事業活動を通じ、皆さまとともに「豊かなコミュニケーション」の醸成に寄与してまいります。

感動を共有できる珠玉の短編ストーリー
これまでの受賞作・全87作品を公開中

第7回「NTT西日本コミュニケーション大賞」公式サイト
<http://www.ntt-west.co.jp/com-tai/>

調査報告

全ての年代において増加を続ける「情報発信欲」。
この傾向は、若者層(10代・20代)だけでなく高齢者層(60代・70代)にも広がっている。
「情報発信欲」が高まるとともに、質の変化がみられる。
キーワードは「感動の共有」。
情報発信の第一歩は、「ブログ」。
加えて、若者層は「動画共有」・「ツイッター」、高齢者層は「クチコミサイト」・「作品投稿」に大きな関心を持っている。

『5年前と比べて、情報・コンテンツの発信をしたい気持ちは高まっていますか?』という設問【図1】に対して全体の61.2%の人が「とてもそう思う」「どちらかというと思う」と回答しました。
年代別では、60代(62%)・70代(55%)という結果になりました。

『ネット上での、情報・コンテンツを発信できる様々な場や機会が今後もっと増えてほしいと思いますか?』という設問【図2】に対して全体の68%の人が「とてもそう思う」「どちらかというと思う」と回答しました。
年代別では、60代(61%)・70代(64%)という結果になりました。

『これまで利用したことのあるものは?』という設問【図3】に対して全体の61%の人が「ブログ」と回答し、情報発信の第一歩はブログであることがわかりました。

『これから新しく始めてみたいものは?』という設問【図4】に対して10代・20代で動画共有・ツイッター、60代・70代でクチコミサイト、作品募集・投稿への高い利用意向が確認されました。

『情報・コンテンツの発信について良いと思う点を教えてください。』という設問【図5】に対して
10代・20代の集計では、1位が、「いい情報・コンテンツを他の人と分かちあえるのが楽しい。」(62%) 共有ニーズ
2位が、「ネット上で他の人と交流・会話するのが楽しい。」(46%) 交流ニーズ
60代・70代の集計では、1位が、「いい情報・コンテンツを他の人と分かちあえるのが楽しい。」(51.5%) 共有ニーズ
2位が、「自分の暮らしや知識を整理できる。」(43%) 記録ニーズ
という結果となり、若者層では「共有・交流」、高齢者層では「共有・記録」へのニーズが高いことが確認できました。

【山下教授による考察】

「10代・20代」は、発達心理学の観点からも、自分を模索し、迷い、悩む時期ですので、「自分をわかってくれる人に出会いたい、注目してほしい」という気持ちから自己表現し、共感できる他者との出会いを求め、インターネットでの情報発信をおこなっていると考えられます。インターネットで、同じ価値観を持った人たちと面白い情報や感動の瞬間を共有し、他者とのつながりを感じることで、安心感を得ているわけです。その安心感から更なる情報発信を繰り返し、コミュニティの中での自分の存在感を実感していくのです。この年代で「動画共有サイト」の利用者が急速に増加しているのは、興味のある動画コンテンツを受発信し、リアルタイムに情報が飛び交うやりとりの場に参加することで、ひとりではいながらも、情報空間では仲間と一緒にいる感覚<新しい人肌感覚>にて、楽しみや感動を味わえるからなのではないかと思えます。

「60代・70代」は、退職をしたり、子供の家庭が完全に自立したり、生活環境に大きな変化が訪れ、「社会的な評価」を受けることが少なくなる時期です。そこで、それまでの自分とは違う立ち位置が必要になり、長い人生を振り返るとともに、自分の新たな価値の模索を始めます。新しい自分の立ち位置を確認しつつ、社会とのつながりを保つ手段のひとつとして、インターネットでの情報発信が役立っていると考えられます。またこの年代は、高度経済成長期に活躍し、また手紙をよく書いていた年代であり、文筆能力に長けています。「60代・70代」の人たちの「作品募集・投稿」の利用意向が高いという結果は、自分の人生経験を基盤とする情報をコンテンツ化して世の中の役に立つように記録・継承していきたい、社会参加を通じ、「社会のものさし」による評価を受けて、自分の価値を確認・発見したいという心理が表れていると考察できます。

「10代・20代」と「60代・70代」は、「自分の立ち位置を探し、確認したい」と考える自己形成という点で共通する年代だと言えます。そのため手段のひとつとして、それぞれの年齢層の経験量や情報発信スキルに合った形で、インターネットでの情報発信が活用されているといえるのではないのでしょうか。

山下 清美 (やましたきよみ)

専修大学 ネットワーク情報学部 教授

東京都立大学人文科学研究科博士課程修了。
東京都立大学文学部助手、専修大学経営学部助教授を経て、現職。
日本心理学会、日本認知科学会、日本社会心理学会、他

【研究分野】 認知心理学 / 社会心理学

【主な著書】 『ウェブログの心理学』 / 『「家の中」を認知科学する』付章
家族論・家庭論の現在 - ブックガイド』

【論文】 ケータイが家族コミュニケーションに与える影響 - 児童心理
思い出は何のためにあるのか 他



調査データに関しましては、
6ページ目以降をご参照ください。

調査報告

情報・コンテンツ発信経験のビフォー・アフターを検証。
始める以前は自ら情報発信したくないと思っており「共有・交流」に抵抗感を
持っていた人の方が、始めた後は「共有・交流」体験を楽しんでいる。

「情報・コンテンツ発信を始める以前に、自ら情報発信をしたいと思っていましたか？」という設問に対して
全体の61.3%の人が「いいえ」と回答しました【図6】。

その理由は、1位が「自分には必要ないと思っていたから」（39.9%）、2位が「面倒くさいと思っていたから」（35.9%）
3位が「見ず知らずの相手と関わることに抵抗があったから」（33.1%）、4位が「自分には難しいと思っていたから」（30.1%）
5位が「自分の情報・コンテンツを人に見られることに抵抗があったから」（22.1%）という結果でした【図7】。

上記で「いいえ」と回答した人のうち、情報・コンテンツの発信を始める以前は、「自分の情報・コンテンツを人に見られることに抵抗があったから」
「見ず知らずの相手と関わることに抵抗があったから」いずれかを回答した人は42.1%、いずれも回答してない人は57.9%という結果となり【図8】、
それぞれにおいて、始めた後（現在）は、「情報共有や交流を楽しんでいる」と回答した人は
前者の中では86.2%、後者の中では78.6%という結果となりました【図9・10】。

つまり、「共有・交流」に抵抗感を持っていた人の方が、「共有・交流」を楽しんでいることが確認できました。

【山下教授による考察】

日本ではインターネットでの情報発信に昔から親しんでいる人がいる一方、自ら情報発信することを敬遠してきた人も少なくありません。今回の調査の回答者は、既に情報発信を経験している人たちですが、その中でも、発信する以前は、インターネットでの情報発信は、「自分に必要ない」「面倒だ」と否定的に捉えていた人が少なくないという結果も出ています。しかし、否定的だった人も、いったん情報発信してみると、インターネットの中にはたくさんの人がいて、共通する興味や関心でつながっていることがわかり、自分が提供した情報が他の人の役に立ったり、疑問に即座に答えてくれたり、一緒に楽しめる仲間ができたりと、共有や交流といったコミュニケーションの楽しさに魅せられたという結果が出ています。発信前は特に発信したいと思っていなかった人も、インターネットでの情報発信を経験することで、他人と情報やコンテンツを共有し、互いに交流する楽しさに気付くのです。面白いことや感動、驚きなどは、ひとりではなく、多数で共有することで、その楽しさは倍増し、逆に、嫌なことや悲しいことは、ひとりではなく、多数で共有することで、軽減された気分になる。情報やコンテンツの共有体験へのニーズ増加は、そういった「共有の魔力」とも呼べる心理現象に起因しているのかもしれない。

全ての年代が、現実社会の知りあいとネット上の知りあいは異なると考えており
両方を上手く付きあい分けることで、日々の生活を充実させている。

「現実社会の知りあいとネット上の知りあいとは違うと思いますか？」という設問に対して

全体の79.6%（全年代ともに70%以上）の人が「違う」と回答し、若者層（10代・20代）では82.5%、高齢者層（60代・70代）では75.5%でした。全ての年代において、現実社会の知りあいとネット上の知りあいは異なると考えていることが確認できました【図11】。

若者層においては、現実社会とネット上の知りあいとが、ボーダレスになっているのではと思われがちですが、異なる結果が浮かび上がりました。

「違う」と答えた理由としては

「ネットの方が気楽に情報交換できる」が、1位で45.8%

「ネット上の知りあいの方が、価値観・趣味の似ている人と出会える」が、2位で41.8% という結果になりました【図12】。

「ネット上の知りあいができることで、現実社会の人間関係に影響はありましたか？」という設問に対して

「特に変化はない」と回答した人は、全体の71.1% という結果となり、「現実社会の知りあいが減少した」または「現実社会の知りあいとの関係が希薄になった」と回答した人は、全体の1.2% とごくわずかでした【図13】。

【山下教授による考察】

年長者に比べて、若者はネットに親しんでいます。主なコミュニケーション手段が手紙や電話だった年代と、物心ついた頃からインターネットがあり、メールやネット上のコミュニティで「話す」ことに慣れた年代とでは、ネットに対する感覚は相当異なるはず。ネットで出会って意気投合して、オフでも会うようになった友達の存在も、若い年代にとっては違和感のない人間関係になりつつあります。

しかし今回の調査では、年代によらず、ネットと現実社会の人間関係は違う、という回答が大勢を占めました。そしてその違いは、ネットの方が、価値観や趣味が似ていて、気軽につきあえる、というものでした。現実社会では、価値観の違う人や、意見の合わない人とも、一緒に仕事をしたり、協力したりしなければならぬことが多々あります。一方ネットでは、共通の趣味や話題に人々が自然と集まってきますから、意見や価値観が近い人たちと交流しやすくなっています。その結果、ネットは比較的、対人関係の摩擦が少なく、無理な人間関係に我慢をしなくてもよい場になっていると考えられます。また、今回の調査対象であるインターネットを活用した「情報・コンテンツ発信」には、日常生活の延長として、自然に無理なく人間関係を広げていける安心感があり、情報発信者たちは、現実社会の知りあいとネット上の知りあいを上手く付きあい分けることで、日々の生活を充実させていると言ってもよいのかもしれない。



第7回「NTT西日本コミュニケーション大賞」について

【募集テーマ】

聞かせて、電話とブロードバンドと、あなたのこと。
100文字からのちょっといい話。

【募集期間】

2009年10月19日(月)～2010年1月19日(火)

【募集内容】

(電話部門) 電話・FAX・電報などを使ったコミュニケーション
(ブロードバンド部門) メール・ブログ・SNSなどを使ったコミュニケーション
上記の通信にまつわる体験エピソード、活用アイデアなどを募集。
文字数規定: 100文字以上2000文字以内

【審査員】 各界を代表する“感動を生む人たち”が審査します。(3名)

重松清(作家)、つんく(歌手・音楽プロデューサー)、中井美穂(アナウンサー)

【朗読者】 いま注目が集まる“感動を伝える人たち”が朗読しています。(5名)

窪田等(ナレーター・声優)、高山みなみ(声優)、田口トモロヲ(俳優・ナレーター・映画監督)
平野綾(声優・歌手)、中井美穂(アナウンサー)

【入賞設定】 賞金総額300万円相当

個人賞 全ての応募者(団体応募者を含む)が対象です。

グランプリ(各部門1名/計2名)	賞金 50万円 +盾
優秀賞(各部門4名/計8名)	賞金 10万円 +賞状
審査員特別賞(部門問わず3名)	賞金 5万円 +賞状
佳作(部門問わず20名)	賞金 3万円 +賞状

団体賞 5作品以上ご応募の団体さまが対象です。

最優秀団体賞(1団体)	図書カード 20万円分 +盾
優秀団体賞(4団体)	図書カード 3万円分 +賞状
団体奨励賞(小学校・中学校を含む計15団体)	図書カード 1万円分 +賞状

各団体賞は、小学校・中学校をはじめ、団体応募いただいた全ての団体さまにチャンスがあります。
一般のお客さまも、団体フォームより、同一団体名、同一代表者名にて、5作品以上ご応募いただくことで、団体応募にご参加いただけます。

【応募方法】

公式サイト <http://www.ntt-west.co.jp/com-tai/> の応募フォーム からご応募ください。
(郵送による応募は不可です。)

アメーバブログからの応募は、アメーバ特設ページ <http://ameblo.jp/com-tai/> をご参照ください。
アメーバブログの会員登録が必要になります。

【募集対象】

個人または団体での応募が可能です。年齢、性別、国籍などは問いません。
ただし、NTT西日本エリア在住の方に限らせていただきます。

NTT西日本エリア
富山・石川・福井・岐阜・静岡・愛知・三重・滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山・鳥取・島根・岡山・広島・山口・徳島・香川・愛媛・高知・福岡・佐賀・長崎・熊本・大分・宮崎・鹿児島・沖縄

【入賞作品の発表】

2010年3月上旬に、入賞候補の100作品を公式サイト上にて発表いたします。
2010年3月下旬に、グランプリを含む個人賞の入賞作品と団体各賞を、公式サイト上にて発表いたします。

詳しい募集規定につきましては、公式サイトをご参照ください。 <http://www.ntt-west.co.jp/com-tai/>

【公式サイト】 これまでの受賞作・全87作品公開中。(うち44作品は朗読あり)
 感動を共有できる珠玉の短編ストーリーをお楽しみください。

「コミ大」で検索、または <http://www.ntt-west.co.jp/com-tai/>



トップページ



受賞作品ライブラリー

【情報発信と感動を描いた受賞作品例】



第3回 ブロードバンド部門 グランプリ
 「れんにん座序曲」
 作者: 出雲省三さん
 朗読: 窪田等



第5回 ブロードバンド部門 佳作
 「光が繋げる魂」
 作者: 高木明房さん



< 一般のお客さまからのお問い合わせ先 >

第7回「NTT西日本コミュニケーション大賞」事務局
 フリーダイヤル 0120-076730

受付期間 / 2009年9月24日(木) ~ 2010年3月31日(水) 受付時間 / 午前10時 ~ 午後6時

* 土曜・日曜・祝日および年末年始(12/28 ~ 1/4)は除きます。 * 携帯電話・PHSからもご利用いただけます。

* 電話番号をお確かめのうえ、お間違えのないようお願いいたします。

調査概要

調査方法 : インターネットアンケート
 調査実施機関 : 楽天リサーチ株式会社
 調査実施期間 : 2009年11月16日(月)～11月18日(水)
 対象地域 : 全国
 対象者 : 男350名 女350名 (合計700名)
 対象者年代 : 10代～70代

(調査結果)

調査データ

【図1】 5年前と比べて、情報・コンテンツの発信(ネット上での書き込みや投稿など)をしたい気持ちは高まっていますか？

【図2】 ネット上での書き込みや投稿など、情報・コンテンツを発信できる様々な場や機会が今後もっと増えてほしいと思いませんか？

		n	とても 思わない	どちらか というと 思う	どちらか かというと 思う	そう 思わない
全体		700 100.0	123 17.6	305 43.6	204 29.1	68 9.7
性別	男性	350 100.0	59 16.9	146 41.7	112 32.0	33 9.4
	女性	350 100.0	64 18.3	159 45.4	92 26.3	35 10.0
年代	10代	100 100.0	33 33.0	43 43.0	17 17.0	7 7.0
	20代	100 100.0	29 29.0	38 38.0	22 22.0	11 11.0
	30代	100 100.0	18 18.0	44 44.0	25 25.0	13 13.0
	40代	100 100.0	12 12.0	41 41.0	40 40.0	7 7.0
	50代	100 100.0	8 8.0	45 45.0	35 35.0	12 12.0
	60代	100 100.0	15 15.0	47 47.0	28 28.0	10 10.0
	70代	100 100.0	8 8.0	47 47.0	37 37.0	8 8.0
	性年代	男性-10代	50 100.0	15 30.0	22 44.0	8 16.0
男性-20代		50 100.0	17 34.0	11 22.0	15 30.0	7 14.0
男性-30代		50 100.0	7 14.0	24 48.0	13 26.0	6 12.0
男性-40代		50 100.0	7 14.0	19 38.0	20 40.0	4 8.0
男性-50代		50 100.0	4 8.0	22 44.0	19 38.0	5 10.0
男性-60代		50 100.0	6 12.0	22 44.0	19 38.0	3 6.0
男性-70代		50 100.0	3 6.0	26 52.0	18 36.0	3 6.0
女性-10代		50 100.0	18 36.0	21 42.0	9 18.0	2 4.0
女性-20代		50 100.0	12 24.0	27 54.0	7 14.0	4 8.0
女性-30代		50 100.0	11 22.0	20 40.0	12 24.0	7 14.0
女性-40代		50 100.0	5 10.0	22 44.0	20 40.0	3 6.0
女性-50代		50 100.0	4 8.0	23 46.0	16 32.0	7 14.0
女性-60代		50 100.0	9 18.0	25 50.0	9 18.0	7 14.0
女性-70代		50 100.0	5 10.0	21 42.0	19 38.0	5 10.0

		n	とても 思わない	どちらか かというと 思う	どちらか かというと 思う	そう 思わない
全体		700 100.0	80 11.4	396 56.6	183 26.1	41 5.9
性別	男性	350 100.0	42 12.0	210 60.0	76 21.7	22 6.3
	女性	350 100.0	38 10.9	186 53.1	107 30.6	19 5.4
年代	10代	100 100.0	19 19.0	51 51.0	23 23.0	7 7.0
	20代	100 100.0	20 20.0	57 57.0	21 21.0	2 2.0
	30代	100 100.0	15 15.0	58 58.0	22 22.0	5 5.0
	40代	100 100.0	6 6.0	56 56.0	33 33.0	5 5.0
	50代	100 100.0	5 5.0	64 64.0	27 27.0	4 4.0
	60代	100 100.0	9 9.0	52 52.0	33 33.0	6 6.0
	70代	100 100.0	6 6.0	58 58.0	24 24.0	12 12.0
	性年代	男性-10代	50 100.0	7 14.0	28 56.0	9 18.0
男性-20代		50 100.0	13 26.0	29 58.0	6 12.0	2 4.0
男性-30代		50 100.0	8 16.0	30 60.0	10 20.0	2 4.0
男性-40代		50 100.0	4 8.0	32 64.0	11 22.0	3 6.0
男性-50代		50 100.0	2 4.0	36 72.0	10 20.0	2 4.0
男性-60代		50 100.0	5 10.0	26 52.0	16 32.0	3 6.0
男性-70代		50 100.0	3 6.0	29 58.0	14 28.0	4 8.0
女性-10代		50 100.0	12 24.0	23 46.0	14 28.0	1 2.0
女性-20代		50 100.0	7 14.0	28 56.0	15 30.0	0 0.0
女性-30代		50 100.0	7 14.0	28 56.0	12 24.0	3 6.0
女性-40代		50 100.0	2 4.0	24 48.0	22 44.0	2 4.0
女性-50代		50 100.0	3 6.0	28 56.0	17 34.0	2 4.0
女性-60代		50 100.0	4 8.0	26 52.0	17 34.0	3 6.0
女性-70代		50 100.0	3 6.0	29 58.0	10 20.0	8 16.0

本調査は、インターネットでの情報発信経験者を対象にしています。

(調査結果)

調査データ

【図3】 自ら情報・コンテンツの発信(ネット上での書き込みや投稿など)のために利用したことがあるものをお選びください。(複数回答可)

		n	インターネット掲示板・BBS (ヤフー掲示板、2ちゃんねるなど)	ブログ	SNS(ミクシー、グリー、 フェースブックなど)	ツイッター	クチコミサイト(アマゾン、 価格コム、食べログなど)	Q&Aコミュニティ(教えて!goo、 ヤフー知恵袋、人力検索はてななど)	写真共有サイト(フリッカー、 フォト蔵など)	動画共有サイト(ユーチューブ、 ニコニコ動画など)	賞品のある作品募集・ 投稿キャンペーン	その他
全体		700 100.0	384 54.9	427 61.0	278 39.7	54 7.7	232 33.1	179 25.6	41 5.9	129 18.4	182 26.0	10 1.4
性別	男性	350 100.0	220 62.9	201 57.4	120 34.3	28 8.0	122 34.9	81 23.1	25 7.1	69 19.7	88 25.1	6 1.7
	女性	350 100.0	164 46.9	226 64.6	158 45.1	26 7.4	110 31.4	98 28.0	16 4.6	60 17.1	94 26.9	4 1.1
年代	10代	100 100.0	58 58.0	69 69.0	46 46.0	13 13.0	28 28.0	28 28.0	7 7.0	42 42.0	20 20.0	1 1.0
	20代	100 100.0	63 63.0	69 69.0	71 71.0	15 15.0	39 39.0	33 33.0	5 5.0	33 33.0	21 21.0	1 1.0
	30代	100 100.0	54 54.0	62 62.0	62 62.0	8 8.0	37 37.0	24 24.0	4 4.0	16 16.0	10 10.0	1 1.0
	40代	100 100.0	55 55.0	67 67.0	39 39.0	4 4.0	36 36.0	21 21.0	6 6.0	9 9.0	27 27.0	0 0.0
	50代	100 100.0	60 60.0	53 53.0	27 27.0	3 3.0	32 32.0	20 20.0	5 5.0	9 9.0	28 28.0	1 1.0
	60代	100 100.0	44 44.0	57 57.0	17 17.0	7 7.0	29 29.0	24 24.0	8 8.0	13 13.0	39 39.0	3 3.0
	70代	100 100.0	50 50.0	50 50.0	16 16.0	4 4.0	31 31.0	29 29.0	6 6.0	7 7.0	37 37.0	3 3.0
性年代	男性-10代	50 100.0	33 66.0	31 62.0	21 42.0	4 8.0	12 24.0	14 28.0	3 6.0	24 48.0	10 20.0	1 2.0
	男性-20代	50 100.0	37 74.0	37 74.0	35 70.0	8 16.0	20 40.0	18 36.0	3 6.0	21 42.0	9 18.0	0 0.0
	男性-30代	50 100.0	28 56.0	28 56.0	27 54.0	5 10.0	23 46.0	9 18.0	4 8.0	8 16.0	5 10.0	0 0.0
	男性-40代	50 100.0	29 58.0	31 62.0	15 30.0	3 6.0	19 38.0	8 16.0	3 6.0	4 8.0	15 30.0	0 0.0
	男性-50代	50 100.0	35 70.0	21 42.0	13 26.0	2 4.0	18 36.0	11 22.0	3 6.0	3 6.0	12 24.0	0 0.0
	男性-60代	50 100.0	25 50.0	25 50.0	5 10.0	4 8.0	14 28.0	13 26.0	4 8.0	7 14.0	21 42.0	2 4.0
	男性-70代	50 100.0	33 66.0	28 56.0	4 8.0	2 4.0	16 32.0	8 16.0	5 10.0	2 4.0	16 32.0	3 6.0
	女性-10代	50 100.0	25 50.0	38 76.0	25 50.0	9 18.0	16 32.0	14 28.0	4 8.0	18 36.0	10 20.0	0 0.0
	女性-20代	50 100.0	26 52.0	32 64.0	36 72.0	7 14.0	19 38.0	15 30.0	2 4.0	12 24.0	12 24.0	1 2.0
	女性-30代	50 100.0	26 52.0	34 68.0	35 70.0	3 6.0	14 28.0	15 30.0	0 0.0	8 16.0	5 10.0	1 2.0
	女性-40代	50 100.0	26 52.0	36 72.0	24 48.0	1 2.0	17 34.0	13 26.0	3 6.0	5 10.0	12 24.0	0 0.0
	女性-50代	50 100.0	25 50.0	32 64.0	14 28.0	1 2.0	14 28.0	9 18.0	2 4.0	6 12.0	16 32.0	1 2.0
	女性-60代	50 100.0	19 38.0	32 64.0	12 24.0	3 6.0	15 30.0	11 22.0	4 8.0	6 12.0	18 36.0	1 2.0
	女性-70代	50 100.0	17 34.0	22 44.0	12 24.0	2 4.0	15 30.0	21 42.0	1 2.0	5 10.0	21 42.0	0 0.0

本調査は、インターネットでの情報発信経験者を対象としています。

(調査結果)

調査データ

【図4】 情報・コンテンツの発信(ネット上での書き込みや投稿など)に関する今後の考えについてお伺いします。これから新しく始めてみたいと思うものを3つお選びください。

		n	インターネット掲示板・BBS (Yahoo!掲示板、2ちゃんねるなど)	ブログ	SNS(ミクシー、グリー、 フェイスブックなど)	ツイッター	クチコミサイト(アマゾン、 価格コム、食べログなど)	Q&Aコミュニティ(教えて!goo、 Yahoo!知恵袋、人力検索はてななど)	写真共有サイト(フリッカー、 フォト蔵など)	動画共有サイト(ユーチューブ、 ニコニコ動画など)	賞品のある作品募集・ 投稿キャンペーン	その他
全体		700 100.0	234 33.4	296 42.3	182 26.0	167 23.9	309 44.1	264 37.7	154 22.0	205 29.3	266 38.0	23 3.3
性別	男性	350 100.0	141 40.3	141 40.3	98 28.0	95 27.1	138 39.4	133 38.0	71 20.3	112 32.0	113 32.3	8 2.3
	女性	350 100.0	93 26.6	155 44.3	84 24.0	72 20.6	171 48.9	131 37.4	83 23.7	93 26.6	153 43.7	15 4.3
年代	10代	100 100.0	36 36.0	37 37.0	32 32.0	35 35.0	29 29.0	30 30.0	24 24.0	43 43.0	32 32.0	2 2.0
	20代	100 100.0	21 21.0	50 50.0	33 33.0	35 35.0	35 35.0	33 33.0	22 22.0	37 37.0	34 34.0	0 0.0
	30代	100 100.0	34 34.0	45 45.0	33 33.0	29 29.0	47 47.0	35 35.0	11 11.0	23 23.0	40 40.0	3 3.0
	40代	100 100.0	35 35.0	41 41.0	23 23.0	24 24.0	51 51.0	41 41.0	26 26.0	26 26.0	31 31.0	2 2.0
	50代	100 100.0	35 35.0	46 46.0	25 25.0	20 20.0	49 49.0	39 39.0	19 19.0	21 21.0	40 40.0	6 6.0
	60代	100 100.0	37 37.0	38 38.0	13 13.0	12 12.0	56 56.0	43 43.0	27 27.0	25 25.0	41 41.0	8 8.0
	70代	100 100.0	36 36.0	39 39.0	23 23.0	12 12.0	42 42.0	43 43.0	25 25.0	30 30.0	48 48.0	2 2.0
性年代	男性-10代	50 100.0	21 42.0	16 32.0	14 28.0	19 38.0	14 28.0	21 42.0	11 22.0	21 42.0	13 26.0	0 0.0
	男性-20代	50 100.0	11 22.0	25 50.0	19 38.0	23 46.0	11 22.0	13 26.0	12 24.0	20 40.0	16 32.0	0 0.0
	男性-30代	50 100.0	23 46.0	23 46.0	19 38.0	16 32.0	21 42.0	14 28.0	3 6.0	13 26.0	17 34.0	1 2.0
	男性-40代	50 100.0	18 36.0	17 34.0	13 26.0	15 30.0	21 42.0	21 42.0	11 22.0	18 36.0	15 30.0	1 2.0
	男性-50代	50 100.0	20 40.0	21 42.0	15 30.0	12 24.0	23 46.0	21 42.0	8 16.0	10 20.0	17 34.0	3 6.0
	男性-60代	50 100.0	27 54.0	18 36.0	7 14.0	4 8.0	29 58.0	21 42.0	13 26.0	13 26.0	16 32.0	2 4.0
	男性-70代	50 100.0	21 42.0	21 42.0	11 22.0	6 12.0	19 38.0	22 44.0	13 26.0	17 34.0	19 38.0	1 2.0
	女性-10代	50 100.0	15 30.0	21 42.0	18 36.0	16 32.0	15 30.0	9 18.0	13 26.0	22 44.0	19 38.0	2 4.0
	女性-20代	50 100.0	10 20.0	25 50.0	14 28.0	12 24.0	24 48.0	20 40.0	10 20.0	17 34.0	18 36.0	0 0.0
	女性-30代	50 100.0	11 22.0	22 44.0	14 28.0	13 26.0	26 52.0	21 42.0	8 16.0	10 20.0	23 46.0	2 4.0
	女性-40代	50 100.0	17 34.0	24 48.0	10 20.0	9 18.0	30 60.0	20 40.0	15 30.0	8 16.0	16 32.0	1 2.0
	女性-50代	50 100.0	15 30.0	25 50.0	10 20.0	8 16.0	26 52.0	18 36.0	11 22.0	11 22.0	23 46.0	3 6.0
	女性-60代	50 100.0	10 20.0	20 40.0	6 12.0	6 12.0	27 54.0	22 44.0	14 28.0	12 24.0	25 50.0	6 12.0
	女性-70代	50 100.0	15 30.0	18 36.0	12 24.0	6 12.0	23 46.0	21 42.0	12 24.0	13 26.0	29 58.0	1 2.0

本調査は、インターネットでの情報発信経験者を対象としています。

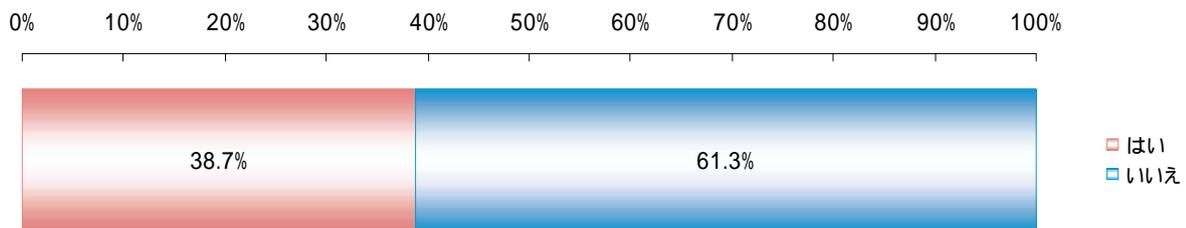
(調査結果)

調査データ

【図5】 情報・コンテンツの発信(ネット上での書き込みや投稿など)について良いと思う点はなんですか？ (複数回答可)

		n	見て(読んで)もらえるのが嬉しい	いい情報・コンテンツを他の人と分かちあえるのが楽しい	新しいことにチャレンジしている満足感がある	ネット上で他の人と交流・会話をするのが楽しい	自分の書き方や知識を整理できる	その他
全体		700 100.0	255 36.4	402 57.4	156 22.3	305 43.6	252 36.0	23 3.3
性別	男性	350 100.0	122 34.9	193 55.1	90 25.7	147 42.0	133 38.0	5 1.4
	女性	350 100.0	133 38.0	209 59.7	66 18.9	158 45.1	119 34.0	18 5.1
年代	10代	100 100.0	50 50.0	59 59.0	26 26.0	49 49.0	34 34.0	2 2.0
	20代	100 100.0	41 41.0	65 65.0	15 15.0	43 43.0	45 45.0	4 4.0
	30代	100 100.0	35 35.0	54 54.0	11 11.0	46 46.0	27 27.0	3 3.0
	40代	100 100.0	37 37.0	64 64.0	19 19.0	46 46.0	35 35.0	4 4.0
	50代	100 100.0	24 24.0	57 57.0	17 17.0	41 41.0	25 25.0	4 4.0
	60代	100 100.0	38 38.0	45 45.0	31 31.0	44 44.0	40 40.0	3 3.0
	70代	100 100.0	30 30.0	58 58.0	37 37.0	36 36.0	46 46.0	3 3.0
	性年代	男性-10代	50 100.0	21 42.0	25 50.0	16 32.0	22 44.0	17 34.0
男性-20代		50 100.0	20 40.0	32 64.0	13 26.0	20 40.0	25 50.0	1 2.0
男性-30代		50 100.0	16 32.0	28 56.0	4 8.0	23 46.0	14 28.0	0 0.0
男性-40代		50 100.0	19 38.0	31 62.0	9 18.0	19 38.0	20 40.0	1 2.0
男性-50代		50 100.0	15 30.0	26 52.0	7 14.0	19 38.0	14 28.0	1 2.0
男性-60代		50 100.0	16 32.0	22 44.0	20 40.0	22 44.0	21 42.0	0 0.0
男性-70代		50 100.0	15 30.0	29 58.0	21 42.0	22 44.0	22 44.0	2 4.0
女性-10代		50 100.0	29 58.0	34 68.0	10 20.0	27 54.0	17 34.0	2 4.0
女性-20代		50 100.0	21 42.0	33 66.0	2 4.0	23 46.0	20 40.0	3 6.0
女性-30代		50 100.0	19 38.0	26 52.0	7 14.0	23 46.0	13 26.0	3 6.0
女性-40代		50 100.0	18 36.0	33 66.0	10 20.0	27 54.0	15 30.0	3 6.0
女性-50代		50 100.0	9 18.0	31 62.0	10 20.0	22 44.0	11 22.0	3 6.0
女性-60代		50 100.0	22 44.0	23 46.0	11 22.0	22 44.0	19 38.0	3 6.0
女性-70代		50 100.0	15 30.0	29 58.0	16 32.0	14 28.0	24 48.0	1 2.0

【図6】 情報・コンテンツの発信(ネット上での書き込みや投稿など)を始める以前のことをお伺いします。
情報・コンテンツの発信(ネット上での書き込みや投稿など)を始める以前は、自ら発信したいと思っていましたか？



本調査は、インターネットでの情報発信経験者を対象にしています。

(調査結果)

調査データ

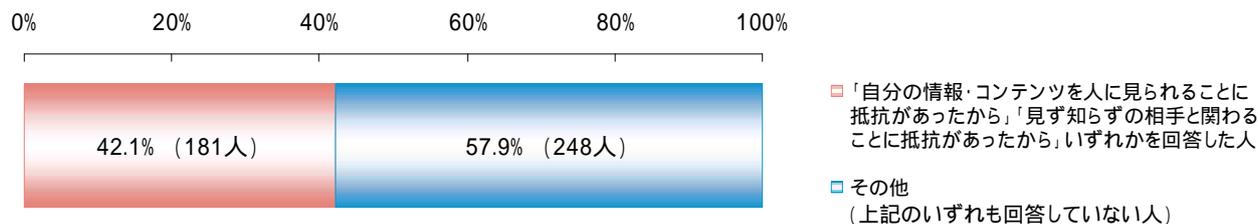
【図7】 [図6]の設問に対して、「いいえ」と答えた方にお伺いします。どういう理由でそう思っていたのですか？（複数回答可）

		n	自分の情報・コンテンツを人に 見られることに抵抗があったから	自分には必要ないと思っていたから	自分には難しいと思っていたから	見ず知らずの相手と開わたることに 抵抗があったから	面倒くさいと思っていたから	その他
全体		429 100.0	95 22.1	171 39.9	129 30.1	142 33.1	154 35.9	6 1.4
性別	男性	203 100.0	40 19.7	89 43.8	56 27.6	61 30.0	76 37.4	2 1.0
	女性	226 100.0	55 24.3	82 36.3	73 32.3	81 35.8	78 34.5	4 1.8
年代	10代	60 100.0	16 26.7	30 50.0	14 23.3	19 31.7	21 35.0	0 0.0
	20代	58 100.0	17 29.3	26 44.8	15 25.9	20 34.5	21 36.2	0 0.0
	30代	66 100.0	15 22.7	28 42.4	20 30.3	16 24.2	23 34.8	0 0.0
	40代	66 100.0	14 21.2	21 31.8	15 22.7	25 37.9	27 40.9	2 3.0
	50代	67 100.0	13 19.4	29 43.3	22 32.8	23 34.3	21 31.3	1 1.5
	60代	54 100.0	10 18.5	17 31.5	16 29.6	20 37.0	27 50.0	1 1.9
	70代	58 100.0	10 17.2	20 34.5	27 46.6	19 32.8	14 24.1	2 3.4
性年代	男性-10代	29 100.0	8 27.6	16 55.2	10 34.5	4 13.8	9 31.0	0 0.0
	男性-20代	27 100.0	8 29.6	10 37.0	4 14.8	10 37.0	13 48.1	0 0.0
	男性-30代	32 100.0	7 21.9	15 46.9	8 25.0	7 21.9	13 40.6	0 0.0
	男性-40代	30 100.0	3 10.0	9 30.0	5 16.7	12 40.0	13 43.3	0 0.0
	男性-50代	31 100.0	5 16.1	19 61.3	9 29.0	9 29.0	7 22.6	0 0.0
	男性-60代	29 100.0	4 13.8	11 37.9	9 31.0	9 31.0	14 48.3	1 3.4
	男性-70代	25 100.0	5 20.0	9 36.0	11 44.0	10 40.0	7 28.0	1 4.0
	女性-10代	31 100.0	8 25.8	14 45.2	4 12.9	15 48.4	12 38.7	0 0.0
	女性-20代	31 100.0	9 29.0	16 51.6	11 35.5	10 32.3	8 25.8	0 0.0
	女性-30代	34 100.0	8 23.5	13 38.2	12 35.3	9 26.5	10 29.4	0 0.0
	女性-40代	36 100.0	11 30.6	12 33.3	10 27.8	13 36.1	14 38.9	2 5.6
	女性-50代	36 100.0	8 22.2	10 27.8	13 36.1	14 38.9	14 38.9	1 2.8
	女性-60代	25 100.0	6 24.0	7 24.0	7 28.0	11 44.0	13 52.0	0 0.0
	女性-70代	33 100.0	5 15.2	11 33.3	16 48.5	9 27.3	7 21.2	1 3.0

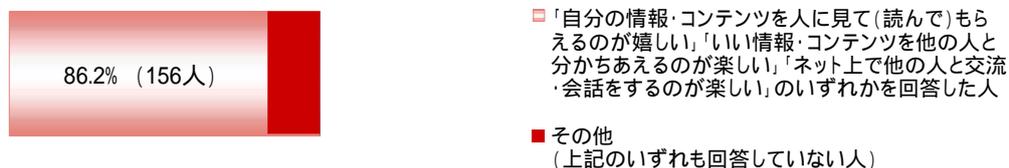
(調査結果)

調査データ

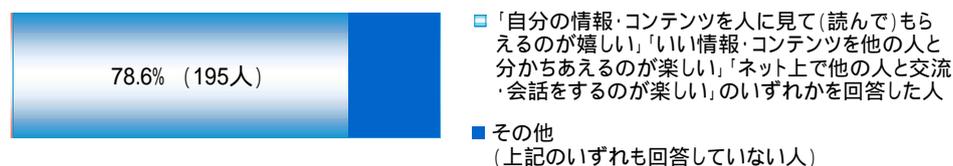
【図8】 【図6】の設問にて「いいえ」と答えた429人のうち、【図7】の設問にて「自分の情報・コンテンツを人に見られることに抵抗があったから」「見ず知らずの相手と関わることに抵抗があったから」のいずれかを回答した人の割合



【図9】 【図8】の181人(左側)のうち、【図5】の設問にて「自分の情報・コンテンツを人に見て(読んで)もらえるのが嬉しい」「いい情報・コンテンツを他の人と分かちあえるのが楽しい」「ネット上で他の人と交流・会話をするのが楽しい」のいずれかを回答した人の割合



【図10】 【図8】の248人(右側)のうち、【図5】の設問にて「自分の情報・コンテンツを人に見て(読んで)もらえるのが嬉しい」「いい情報・コンテンツを他の人と分かちあえるのが楽しい」「ネット上で他の人と交流・会話をするのが楽しい」のいずれかを回答した人の割合



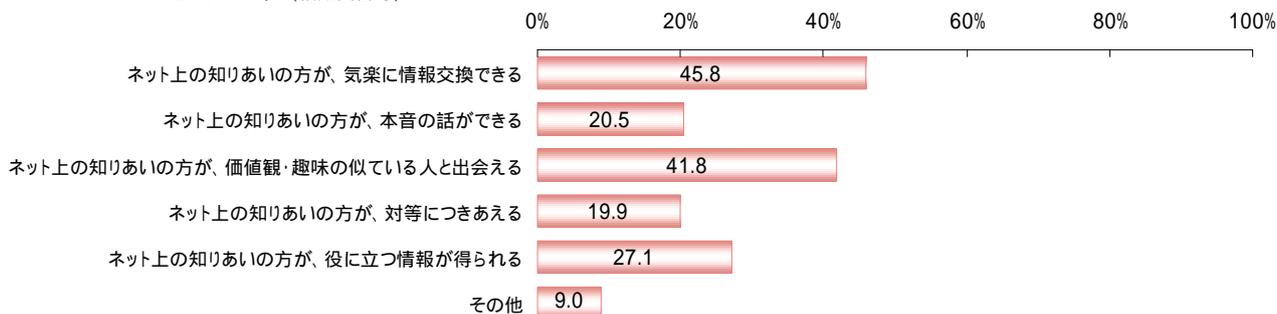
(調査結果)

調査データ

【図11】リアル(現実社会)の知りあいとネット上の知りあい(情報共有者)とは違うと思いますか？

		n	とてもそう思う	どちらかという ネットと思う	どちらかという そう思わない	そう 思わない
全体		700 100.0	179 25.6	378 54.0	117 16.7	26 3.7
性別	男性	350 100.0	82 23.4	196 56.0	57 16.3	15 4.3
	女性	350 100.0	97 27.7	182 52.0	60 17.1	11 3.1
年代	10代	100 100.0	38 38.0	46 46.0	12 12.0	4 4.0
	20代	100 100.0	25 25.0	56 56.0	13 13.0	6 6.0
	30代	100 100.0	31 31.0	50 50.0	16 16.0	3 3.0
	40代	100 100.0	22 22.0	56 56.0	19 19.0	3 3.0
	50代	100 100.0	19 19.0	63 63.0	16 16.0	2 2.0
	60代	100 100.0	27 27.0	51 51.0	20 20.0	2 2.0
	70代	100 100.0	17 17.0	56 56.0	21 21.0	6 6.0
性年代	男性-10代	50 100.0	22 44.0	21 42.0	5 10.0	2 4.0
	男性-20代	50 100.0	11 22.0	28 56.0	8 16.0	3 6.0
	男性-30代	50 100.0	12 24.0	27 54.0	8 16.0	3 6.0
	男性-40代	50 100.0	12 24.0	30 60.0	7 14.0	1 2.0
	男性-50代	50 100.0	6 12.0	35 70.0	8 16.0	1 2.0
	男性-60代	50 100.0	15 30.0	25 50.0	10 20.0	0 0.0
	男性-70代	50 100.0	4 8.0	30 60.0	11 22.0	5 10.0
	女性-10代	50 100.0	16 32.0	25 50.0	7 14.0	2 4.0
	女性-20代	50 100.0	14 28.0	28 56.0	5 10.0	3 6.0
	女性-30代	50 100.0	19 38.0	23 46.0	8 16.0	0 0.0
	女性-40代	50 100.0	10 20.0	26 52.0	12 24.0	2 4.0
	女性-50代	50 100.0	13 26.0	28 56.0	8 16.0	1 2.0
	女性-60代	50 100.0	12 24.0	26 52.0	10 20.0	2 4.0
	女性-70代	50 100.0	13 26.0	26 52.0	10 20.0	1 2.0

【図12】リアル(現実社会)の知りあいとネット上の知りあい(情報共有者)とは違う(「とてもそう思う」「どちらかといえばそう思う」と)回答した理由をお選びください。(複数回答可)

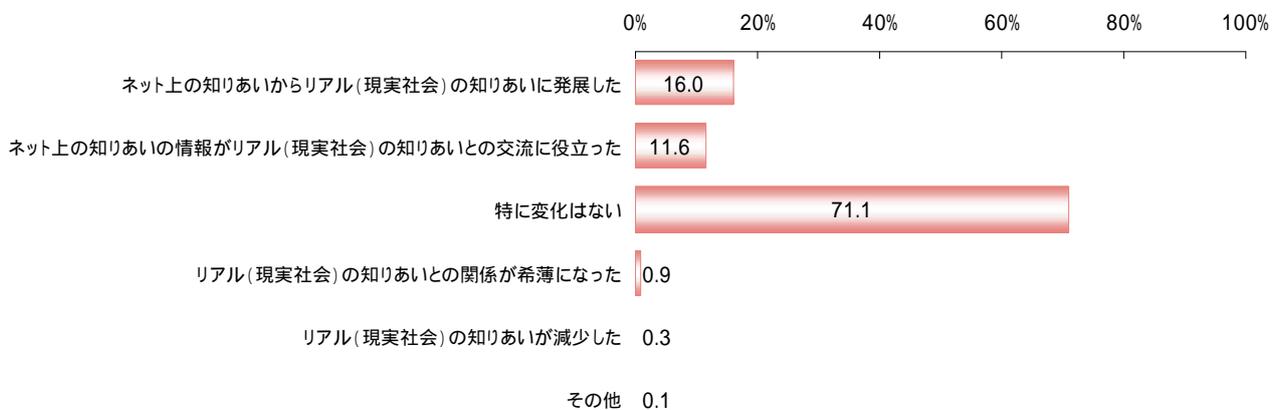


本調査は、インターネットでの情報発信経験者を対象にしています。

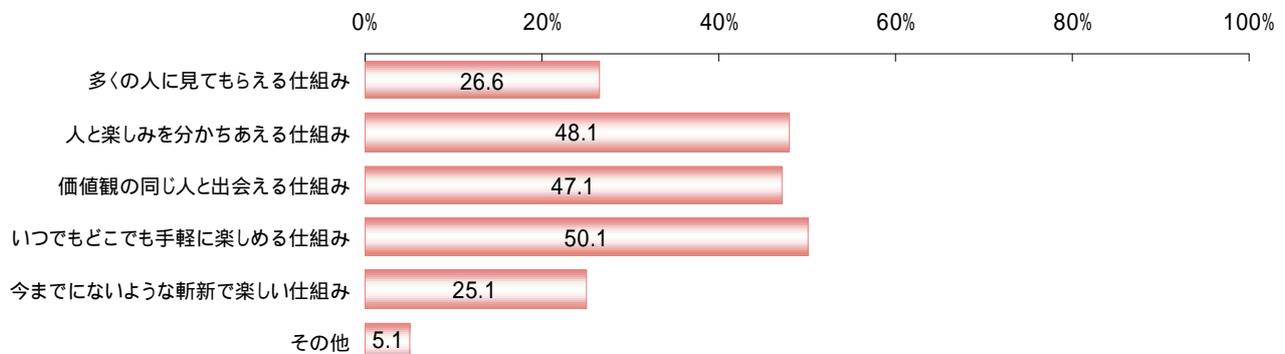
(調査結果)

調査データ

【図13】 ネット上の知りあい(情報共有者)ができることで、リアル(現実社会)の人間関係に影響はありましたか？



【図14】 ネット上での書き込みや投稿など、情報・コンテンツ発信の場(サイト)にはどのような要素を希望しますか？ (複数回答可)



本調査は、インターネットでの情報発信経験者を対象としています。