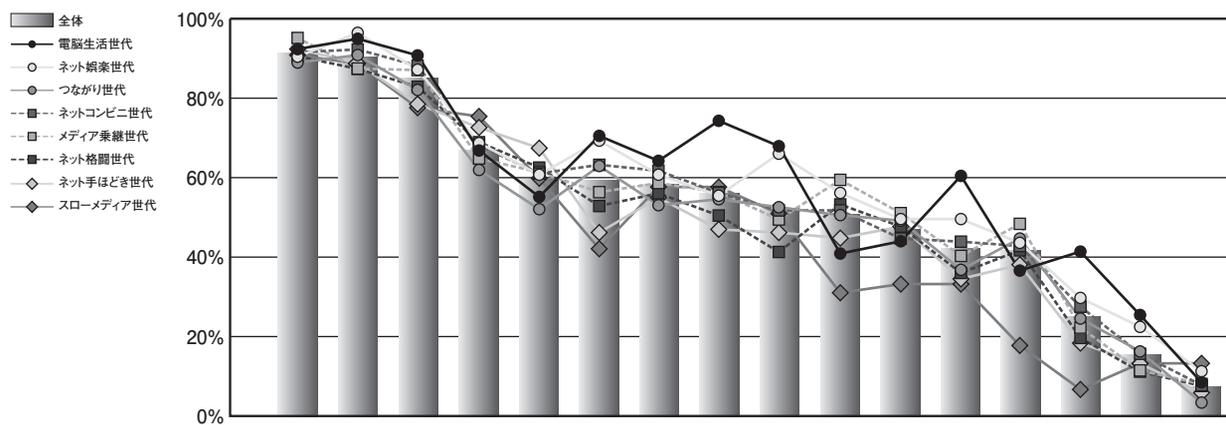


1-1 インターネットの価値認識

以下に、インターネットやパソコンに関するさまざまな意見や行動があります。それぞれについて、あなたにあてはまるものを「非常にそう思う」～「まったくそう思わない」の中から、1つだけお選びください(それぞれ1つずつ)。
※「非常にそう思う」+「まあそう思う」選択者計の割合

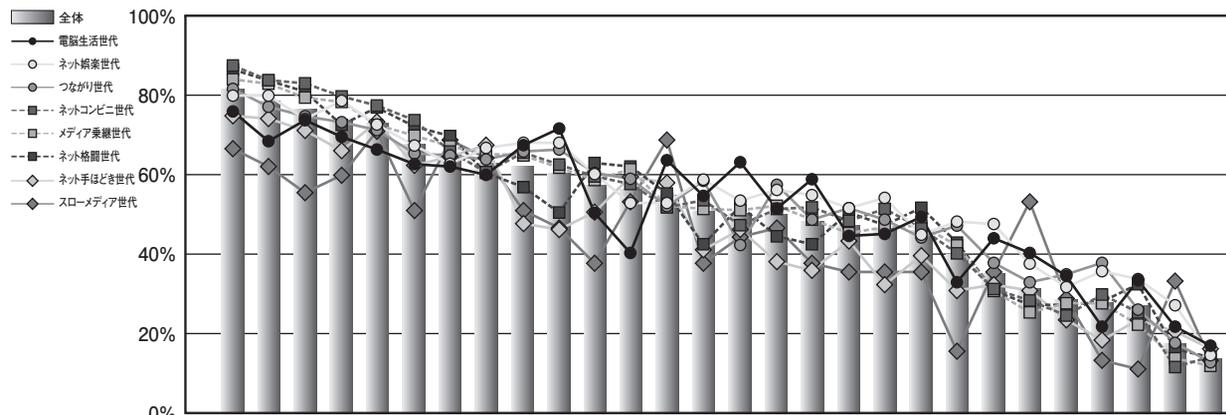


		BASE	ネット上で調べたいことがわかりにくく、困ります	インターネットが好きである	インターネットを日々の生活に「役立っている」	インターネットはセキュリティが不安だ	ネット上に自分の生活や行動をのせることには抵抗がある	インターネットがないと生活ができない	ネット上で個人情報を登録したりやりとりすることに抵抗がある	パソコンや携帯電話など情報通信機器に「関心がある」	メールやブログなど人と「コミュニケーションをとることは楽しい」	仕事でパソコンを活用している	インターネットは仕事をする上でなくてはならない	インターネットやパソコンの知識が豊富で使っている	仕事でインターネットを活用している	PCや携帯電話など情報通信機器についてはより詳しい方だ	インターネット上の情報は信用できない	パソコンやインターネットは苦手だ
世代	全体	1,500	91.9	91.0	85.5	67.5	60.1	59.8	58.7	56.6	52.8	51.1	47.3	42.6	42.1	25.5	15.9	7.7
	電腦生活世代	188	92.6	95.2	91.0	67.0	55.3	70.7	64.4	74.5	68.1	41.0	44.1	60.6	36.7	41.5	25.5	8.5
	ネット娯楽世代	151	90.7	96.7	87.4	68.9	60.9	69.5	60.9	55.6	66.2	56.3	49.7	49.7	43.7	29.8	22.5	11.3
	つながり世代	203	89.2	91.1	82.3	62.1	52.2	63.1	53.2	54.7	52.7	50.7	49.3	36.9	44.8	24.6	16.3	3.4
	ネットコンビニ世代	268	91.8	92.5	88.4	68.3	61.2	63.4	61.9	56.3	51.9	51.9	44.8	44.0	42.9	27.6	15.7	7.8
	メディア乗継世代	260	95.4	87.7	87.3	65.0	61.5	56.5	58.8	56.5	49.6	59.6	51.2	40.4	48.5	22.3	11.5	8.1
	ネット格闘世代	249	90.8	87.6	83.1	69.1	62.7	53.0	56.2	50.6	41.4	53.4	47.8	36.1	41.8	19.7	11.2	7.6
	ネット手ほどき世代	136	92.6	89.0	78.7	72.8	67.6	46.3	55.1	47.1	46.3	44.9	47.8	34.6	38.2	18.4	13.2	5.9
	スローメディア世代	45	91.1	88.9	77.8	75.6	60.0	42.2	57.8	57.8	51.1	31.1	33.3	33.3	17.8	6.7	13.3	13.3
性別	男性																	
	電腦生活世代	94	89.4	92.6	87.2	60.6	54.3	62.8	64.9	77.7	63.8	48.9	50.0	55.3	46.8	47.9	29.8	12.8
	ネット娯楽世代	78	91.0	94.9	87.2	64.1	59.0	70.5	59.0	66.7	61.5	62.8	57.7	51.3	47.4	41.0	26.9	11.5
	つながり世代	104	83.7	86.5	76.9	54.8	49.0	55.8	51.0	55.8	39.4	62.5	52.9	40.4	55.8	31.7	13.5	4.8
	ネットコンビニ世代	138	89.1	90.6	87.0	63.0	62.3	60.9	57.2	60.9	47.1	67.4	54.3	52.2	56.5	36.2	15.9	6.5
	メディア乗継世代	130	93.8	90.8	86.9	59.2	60.0	60.0	51.5	66.2	43.1	80.0	63.8	55.4	67.7	36.2	8.5	3.1
	ネット格闘世代	134	87.3	87.3	79.9	61.2	58.2	47.0	51.5	57.5	39.6	73.9	59.0	46.3	59.0	28.4	13.4	6.7
	ネット手ほどき世代	80	90.0	86.3	75.0	71.3	66.3	41.3	55.0	50.0	45.0	56.3	56.3	37.5	47.5	23.8	13.8	6.3
	スローメディア世代	30	96.7	86.7	83.3	76.7	60.0	43.3	56.7	66.7	40.0	43.3	36.7	40.0	23.3	10.0	10.0	10.0
女性																		
電腦生活世代	94	95.7	97.9	94.7	73.4	56.4	68.7	63.8	71.3	72.3	33.0	38.3	66.0	26.6	35.1	21.3	4.3	
ネット娯楽世代	73	90.4	98.6	87.7	74.0	63.0	68.5	63.0	43.8	71.2	49.3	41.1	47.9	39.7	17.8	17.8	11.0	
つながり世代	99	94.9	96.0	87.9	69.7	55.6	70.7	55.6	53.5	66.7	38.4	45.5	33.3	33.3	17.2	19.2	2.0	
ネットコンビニ世代	130	94.6	94.6	90.0	73.8	60.0	66.2	66.9	51.5	56.9	35.4	34.6	35.4	28.5	18.5	15.4	9.2	
メディア乗継世代	130	96.9	84.6	87.7	70.8	63.1	53.1	66.2	46.9	56.2	39.2	38.5	25.4	29.2	8.5	14.6	13.1	
ネット格闘世代	115	94.8	87.8	87.0	78.3	67.8	60.0	61.7	42.6	43.5	29.6	34.8	24.3	21.7	9.6	8.7	8.7	
ネット手ほどき世代	56	96.4	92.9	83.9	75.0	69.6	53.6	55.4	42.9	48.2	28.6	35.7	30.4	25.0	10.7	12.5	5.4	
スローメディア世代	15	80.0	93.3	66.7	73.3	60.0	40.0	60.0	40.0	73.3	6.7	26.7	20.0	6.7	0.0	20.0	20.0	

※「女性：スローメディア世代」はサンプル数が少ないため参考値 0.0 全体+10pt以上 0.0 全体+5pt以上 0.0 全体-5pt以下

以下に、インターネットでのショッピングに関するさまざまな意見があります。それぞれについて、「非常にそう思う」～「まったくそう思わない」の中から、あなたのお考えにもっとも近いものを1つだけお選びください(それぞれ1つずつ)。

※「非常にそう思う」+「まあそう思う」選択者計の割合



		時間を選ばず買物ができる	商品を家で持ち帰る必要がないので便利だ	店舗へ出かける手間が省けて便利だ	たくさん商品の比較検討ができるので便利だ	地理的に離れた所の商品も家にいながらにして買えるのでよい	店員に頼む必要がなくて自由で買物ができる	個人情報漏洩が不安だ	信用できる店舗かどうか判断しにくい	商品の種類が豊富でよい	実際に買った商品のレビューが掲載されているので選択しやすくなる	自分から後インターネットで買物が増えたいと思う	インターネットのショッピングは支払いが簡単だ	不良品や手違いが少なく不安だ	お店で買うよりも安く買えるのがよい	送料など余計な費用がかかるので嫌だ	今売れている商品のランキングが分かり、商品選択しやすくなる	レビュー(希少性)商品を探して買いたい	雑誌やテレビで見たい商品がすぐ買えるのがよい	インターネット限定商品がある魅力的だ	自分からこれまで買った商品の購入履歴がわかると便利だ	ネットで買える物はできるだけインターネットで買いたい	商品情報が豊富でいい	商品が実際に見えないと購入決定できない	スマートフォンなどネットは利用する手順が面倒くさい	サイトを見るときに買物予定ではないものまで買ってしまう	自分が興味を持てない商品も一緒に買ってしまうので困る	店員など専門家の意見が聞けないので、店舗で買う方がよい	店舗で買うよりも価格が割高だ	
	BASE	1,500	82.1	79.1	77.1	74.3	73.4	68.1	65.9	63.3	62.6	60.8	57.7	56.7	55.3	51.2	50.6	50.5	48.7	47.7	46.9	46.5	40.3	35.5	31.7	29.0	28.3	27.4	17.9	14.1
世代別	全体	188	76.1	68.6	73.9	69.7	66.5	62.8	62.2	60.1	67.6	71.8	50.5	40.4	63.8	54.8	63.3	51.6	59.0	44.7	45.2	49.5	33.0	44.1	40.4	34.6	21.8	33.5	21.8	17.0
	電脳生活世代	151	80.1	80.1	74.2	78.8	72.8	67.5	62.9	66.9	68.2	68.2	60.3	53.0	53.0	58.9	53.6	56.3	55.0	51.7	54.3	45.0	48.3	47.7	37.7	31.8	35.8	33.8	27.2	14.6
	ネット娯楽世代	203	81.8	77.3	74.9	73.4	71.4	65.5	65.0	64.0	66.0	66.5	60.6	59.1	52.2	58.6	42.4	57.6	48.8	51.7	48.8	44.3	47.3	37.9	33.0	35.0	37.9	26.1	17.7	12.8
	つながり世代	268	87.7	84.0	83.2	79.9	77.6	73.9	66.0	60.8	65.7	62.7	59.7	57.8	51.9	53.7	47.4	51.5	51.9	48.5	51.5	46.6	40.3	31.3	28.4	24.6	29.9	25.4	11.6	14.2
	ネットコンビニ世代	260	84.2	83.1	79.6	78.5	72.7	70.0	67.3	65.4	65.0	61.9	58.8	61.5	52.3	51.5	51.2	52.3	48.8	45.4	46.9	47.3	42.3	30.8	25.4	27.7	27.7	22.3	13.8	11.9
	メディア乗継世代	249	86.7	83.9	81.1	72.7	77.1	72.3	69.9	60.6	57.0	50.6	63.1	62.2	55.4	42.6	52.2	44.6	42.6	50.6	47.4	51.8	43.0	30.9	27.3	28.1	32.5	16.1	14.1	
	ネット格闘世代	136	75.0	74.3	71.3	66.2	73.5	62.5	64.7	67.6	47.8	46.3	50.7	59.6	58.1	41.2	46.3	38.2	36.0	43.4	32.4	39.7	30.9	32.4	30.9	23.5	18.4	23.5	20.6	16.2
	ネット手ほどき世代	45	66.7	62.2	55.6	60.0	71.1	51.1	68.9	64.4	51.1	46.7	37.8	53.3	68.9	37.8	44.4	46.7	37.8	35.6	35.6	35.6	15.6	35.6	53.3	28.9	13.3	11.1	33.3	13.3
	スローメディア世代	94	66.0	60.6	62.8	60.6	58.5	54.3	55.3	56.4	62.8	60.6	53.2	41.5	60.6	42.6	55.3	50.0	57.4	38.3	46.8	42.6	38.3	38.3	36.2	36.2	19.1	33.0	22.3	17.0
世代別	電脳生活世代	78	74.4	73.1	66.7	78.2	61.5	61.5	55.1	60.3	65.4	64.1	56.4	48.7	55.1	52.6	48.7	53.8	52.6	51.3	51.3	37.2	48.7	44.9	41.0	30.8	29.5	34.6	26.9	15.4
	ネット娯楽世代	104	71.2	68.3	67.3	66.3	60.6	54.8	62.5	62.5	57.7	56.7	58.7	53.8	49.9	51.9	34.6	49.0	47.1	51.0	31.7	33.7	45.2	30.8	29.8	34.6	26.9	25.0	16.3	13.5
	つながり世代	138	83.3	76.8	76.1	74.6	71.7	61.6	60.9	53.6	60.1	54.3	57.2	52.2	48.6	50.0	37.7	44.9	50.0	42.8	43.5	38.4	39.1	23.9	23.9	21.7	21.7	24.6	11.6	10.9
	ネットコンビニ世代	130	79.2	76.2	73.8	73.1	66.9	57.7	64.6	66.9	65.4	56.2	56.9	56.9	54.6	47.7	46.9	49.2	49.2	40.0	40.8	37.7	38.5	23.8	27.7	26.9	23.8	17.7	14.6	11.5
	メディア乗継世代	134	81.3	73.9	73.1	62.7	67.2	64.9	64.2	61.9	52.2	39.6	56.7	54.5	52.2	39.6	46.3	34.3	35.8	43.3	38.1	41.8	38.1	24.6	25.4	26.1	20.1	23.9	14.9	13.4
	ネット格闘世代	80	70.0	71.3	65.0	62.5	67.5	55.0	61.3	66.3	45.0	41.3	46.3	55.0	55.0	40.0	46.3	36.3	33.8	41.3	28.8	33.8	23.8	27.5	32.5	25.0	13.8	23.8	20.0	16.3
	ネット手ほどき世代	30	63.3	53.3	50.0	66.7	76.7	43.3	66.7	63.3	53.3	46.7	43.3	53.3	66.7	43.3	36.7	43.3	43.3	33.3	26.7	40.0	10.0	33.3	56.7	23.3	3.3	6.7	30.0	10.0
	スローメディア世代	94	86.2	76.6	85.1	78.7	74.5	71.3	69.1	63.8	72.3	83.0	47.9	39.4	67.0	67.0	71.3	53.2	60.6	51.1	43.6	56.4	27.7	50.0	44.7	33.0	24.5	34.0	21.3	17.0
	電脳生活世代	73	86.3	87.7	82.2	79.5	84.9	74.0	71.2	74.0	71.2	72.6	64.4	57.5	50.7	65.8	58.9	58.9	57.5	52.1	57.5	53.4	47.9	50.7	34.2	32.9	42.5	32.9	27.4	13.7
ネット娯楽世代	99	92.9	86.9	82.8	80.8	82.8	76.8	67.7	65.7	74.7	76.8	62.6	64.6	55.6	65.7	50.5	66.7	50.5	66.7	55.6	49.5	45.5	36.4	35.4	49.5	32.9	29.2	12.1		
つながり世代	130	92.3	91.5	90.8	85.4	83.8	86.9	71.5	68.5	71.5	71.5	62.3	63.8	55.4	57.7	57.7	58.5	53.8	54.6	60.0	55.4	41.5	39.2	33.1	27.7	38.5	26.2	11.5	17.7	
ネットコンビニ世代	130	89.2	90.0	85.4	83.8	78.5	82.3	70.0	63.8	64.6	67.7	60.8	66.2	50.0	55.4	55.4	48.5	50.8	53.1	56.9	46.2	37.7	23.1	28.5	31.5	26.9	13.1	12.3		
メディア乗継世代	115	93.0	95.7	90.4	84.3	88.7	80.9	76.5	59.1	62.6	63.5	70.4	71.3	59.1	46.1	59.1	56.5	50.4	59.1	58.3	63.5	48.7	38.3	29.6	28.7	37.4	42.6	17.4	14.8	
ネット格闘世代	56	82.1	78.6	80.4	71.4	82.1	73.2	69.6	69.6	51.8	53.6	57.1	65.1	62.5	42.9	46.4	41.1	39.3	46.4	37.5	48.2	41.1	39.3	28.6	21.4	25.0	23.2	21.4	16.1	
ネット手ほどき世代	15	73.3	80.0	66.7	46.7	60.0	66.7	73.3	66.7	46.7	46.7	26.7	53.3	73.3	26.7	60.0	53.3	26.7	40.0	53.3	26.7	26.7	40.0	46.7	40.0	33.3	20.0	40.0	20.0	
スローメディア世代																														

※「女性：スローメディア世代」はサンプル数が少ないため参考値 0.0 全体+10pt以上 0.0 全体+5pt以上 0.0 全体-5pt以下

I-1 2007年
ネットユーザーの生活様式

I-2 ネットユーザーを捉える
ネットユーザーの生活様式

I-3 ネットユーザーから見た
Web2.0

I-4 ネットユーザーが求める
Webサイト

I-5 ネットでの購買行動と
ネット広告

I-6 世代別集計結果の傾向

II-1 メディア世代別
集計結果

II-2 年代別集計結果

I-1 ネットユーザーの活用意識

I-2 ネットユーザーを高める

I-3 ネットユーザーから見た

I-4 ネットユーザーが求める

I-5 ネットでの購買行動と

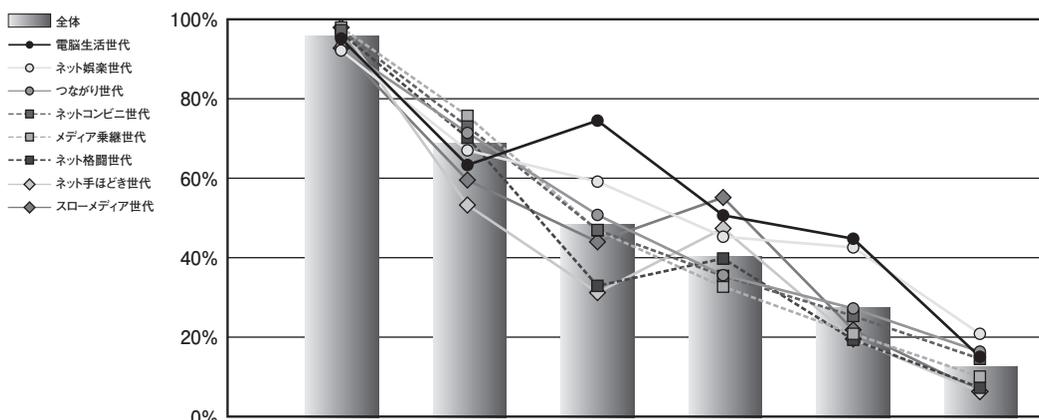
I-6 世代別攻勢のシフト

II-1 メディア世代別集計結果

II-2 年代別集計結果

1-1 インターネットの価値認識

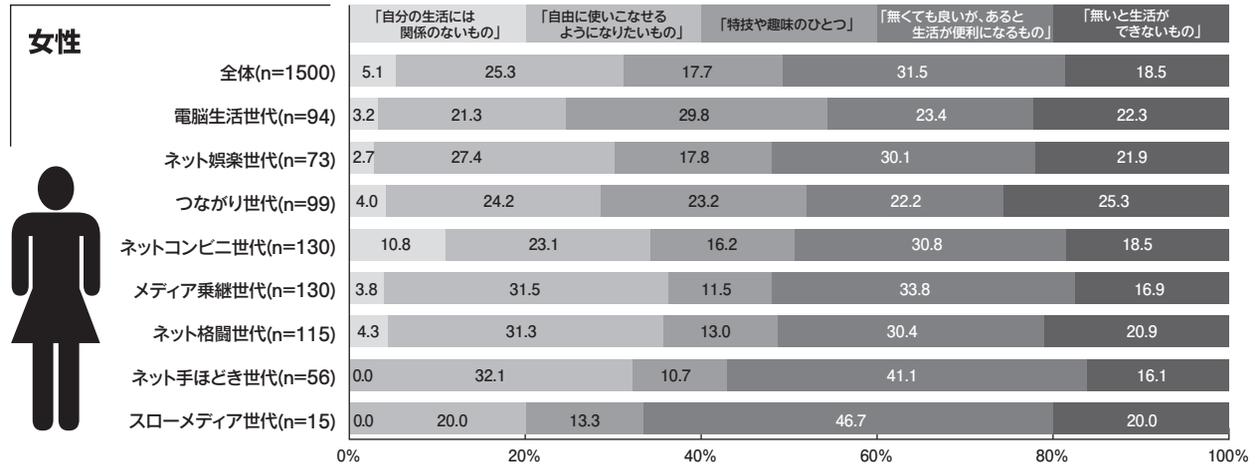
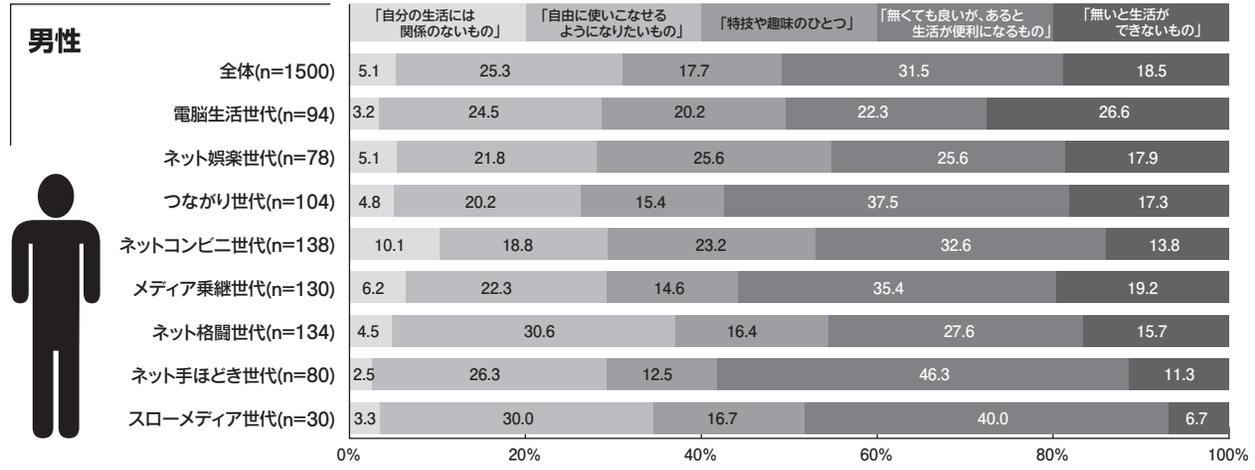
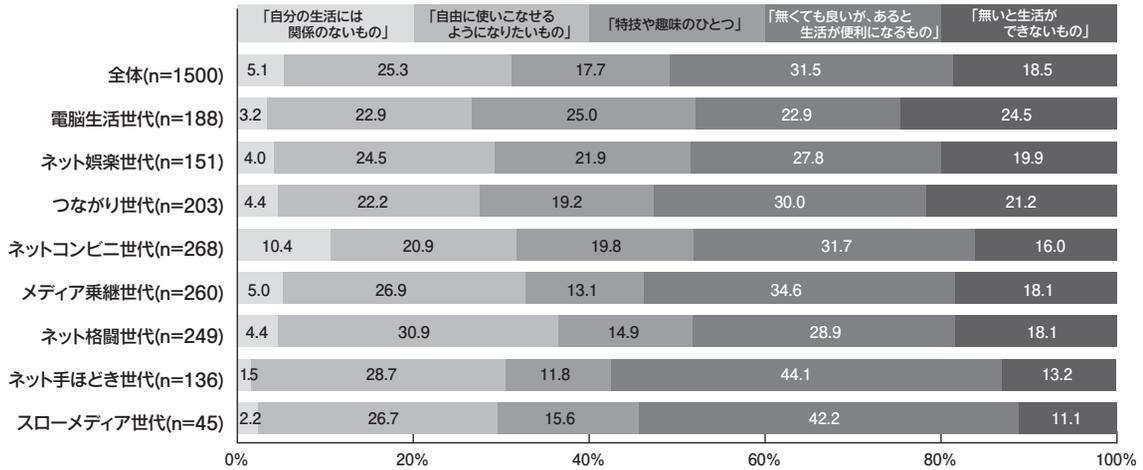
インターネットを使ってできることで、あなたが魅力を感じるのはどのような事柄ですか？
以下の中から、あてはまるものすべてをお選びください（いくつでも）。



		BASE	知る・調べる	買う・売る・儲かる	遊ぶ	話す	表現する	楽しむ
世代	全体	1,500	96.4	69.3	48.7	40.7	27.7	12.9
	電腦生活世代	188	95.7	63.8	75.0	51.1	45.2	15.4
	ネット娯楽世代	151	92.7	67.5	59.6	45.7	43.0	21.2
	つながり世代	203	93.6	71.9	51.2	36.0	27.6	16.7
	ネットコンビニ世代	268	97.8	73.5	47.4	35.8	25.7	14.9
	メディア乗継世代	260	98.5	76.2	47.3	33.1	21.2	10.4
	ネット格闘世代	249	97.2	70.7	33.3	40.2	19.7	7.6
	ネット手ほどき世代	136	98.5	53.7	31.6	47.8	19.9	6.6
	スローメディア世代	45	93.3	60.0	44.4	55.6	22.2	6.7
	性別世代	男性						
電腦生活世代		94	94.7	67.0	71.3	48.9	33.0	16.0
ネット娯楽世代		78	89.7	62.8	62.8	42.3	35.9	21.8
つながり世代		104	90.4	71.2	52.9	32.7	20.2	19.2
ネットコンビニ世代		138	95.7	69.6	47.8	27.5	18.1	14.5
メディア乗継世代		130	99.2	77.7	49.2	28.5	18.5	12.3
ネット格闘世代		134	96.3	64.2	32.1	35.1	20.1	7.5
ネット手ほどき世代		80	100.0	48.8	31.3	46.3	23.8	8.8
スローメディア世代		30	96.7	66.7	43.3	56.7	20.0	6.7
女性								
電腦生活世代	94	96.8	60.6	78.7	53.2	57.4	14.9	
ネット娯楽世代	73	95.9	72.6	56.2	49.3	50.7	20.5	
つながり世代	99	97.0	72.7	49.5	39.4	35.4	14.1	
ネットコンビニ世代	130	100.0	77.7	46.9	44.6	33.8	15.4	
メディア乗継世代	130	97.7	74.6	45.4	37.7	23.8	8.5	
ネット格闘世代	115	98.3	78.3	34.8	46.1	19.1	7.8	
ネット手ほどき世代	56	96.4	60.7	32.1	50.0	14.3	3.6	
スローメディア世代	15	86.7	46.7	46.7	53.3	26.7	6.7	

※「女性：スローメディア世代」はサンプル数が少ないため参考値 0.0 全体+10pt以上 0.0 全体+5pt以上 0.0 全体-5pt以下

あなたにとって、インターネットとはどのようなものですか? (1 つだけ)



※「女性：スローメディア世代」はサンプル数が少ないため参考値

I-1 2007年
ネットユーザーの生活様

I-2 ネットユーザーを捉える
中心メディアジャンル

I-3 ネットユーザーから見た
Web 2.0

I-4 ネットユーザーが求める
Webサイト

I-5 ネットでの購買行動と
ネット広告

I-6 世代別政治のトレンド

II-1 メディア世代別
集計結果

II-2 年代別集計結果