

新型コロナウイルス感染拡大以前と現在における インターネット利用状況の変化（暫定版）

金融コンサルティング部

ICTメディア・サービス産業コンサルティング部

2021/3/9

NRI

Share the Next Values!



1. 消費者アンケート調査の概要

2. 消費者アンケート調査の結果

1. 消費者アンケート調査の概要

- 実施概要
- 回答者属性情報

2. 消費者アンケート調査の結果

- a. インターネットの利用時間の変化
- b. インターネットの利用時間帯の変化
- c. 活動ごとのインターネットの利用時間の変化
- d. インターネットの利用用途における変化
- e. インターネットの利用場所における変化

1. 消費者アンケート調査の概要

2021年3月1週目、固定ブロードバンド回線の利用者を対象に、Webアンケートを実施。

実施概要

- 目的：我が国の利用者のインターネット利用について、新型コロナウイルス感染拡大以前と現在を比較し、起こった変化を把握する
 - 調査手法：Webアンケート
 - 実施期間：2021年3月2日(火)～3月4日(木)
 - 調査対象者
 - 全国の15歳～74歳の男女個人
 - 事前調査と本調査の2回に分けて実施。うち、本調査は、事前調査対象者のうち、「固定回線でインターネットを利用」している方を抽出。
- 注) 回答者の性別・年代・居住地域の構成を、総務省統計局「人口推計（各年10月1日現在人口）」に合わせ、重み付け補正を実施。

- 回答数と内訳

- 事前調査：9,972名

		年代							合計
		10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	
性別	男性	1,407	1,000	502	511	510	756	252	4,938
	女性	1,507	1,003	502	506	508	756	252	5,034

- 本調査：4,123名

		年代							合計
		10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	
性別	男性	615	347	215	232	236	444	228	2,317
	女性	574	313	148	138	144	305	184	1,806

1. 消費者アンケート調査の概要

事前調査及び本調査における回答者の居住地方内訳は以下の通り。

回答者の居住地方内訳（重み付け前）

地方	事前調査	本調査
北海道	387	166
東北	559	230
北関東・甲信	604	263
南関東	3,595	1,496
北陸	331	144
東海	1,133	472
近畿	1886	778
中国	480	203
四国	210	88
九州	787	283
合計	9,972	4,123

ご参考：地方分類

#	都道府県名	地方区分
1	北海道	北海道
2	青森県	東北
3	岩手県	
4	宮城県	
5	秋田県	
6	山形県	
7	福島県	
8	茨城県	
9	栃木県	
10	群馬県	
11	埼玉県	
12	千葉県	南関東
13	東京都	
14	神奈川県	
15	山梨県	北関東・甲信
16	長野県	
17	新潟県	北陸
18	富山県	
19	石川県	
20	福井県	
21	静岡県	東海
22	岐阜県	
23	愛知県	
24	三重県	

#	都道府県名	地方区分
25	滋賀県	近畿
26	京都府	
27	大阪府	
28	兵庫県	
29	奈良県	
30	和歌山県	
31	鳥取県	
32	島根県	
33	岡山県	
34	広島県	
35	山口県	四国
36	徳島県	
37	香川県	
38	愛媛県	
39	高知県	九州
40	福岡県	
41	佐賀県	
42	長崎県	
43	熊本県	
44	大分県	
45	宮崎県	
46	鹿児島県	
47	沖縄県	

1. 消費者アンケート調査の概要

固定インターネット回線の利用者を、以下の5つのセグメントに分類し、調査を実施。

セグメント	セグメント名	定義
学生	高校生Seg 高校生	<ul style="list-style-type: none">15～19歳のうち、現在「高校生（高専生含む）」と回答した者
	大学生Seg 大学生	<ul style="list-style-type: none">18～29歳のうち、現在「大学生、短大生、大学院生、専門学校生」と回答した者
社会人	企画Seg 事務や企画を 主業務とする者	<ul style="list-style-type: none">20～69歳のうち、現在「働いている」と回答しており、「管理的職業」、「専門的・技術的職業」、「事務」に従事していると回答した者
	現場Seg 生産や現場に就く仕事を 主業務とする者	<ul style="list-style-type: none">20～69歳のうち、現在「働いている」と回答しており、「販売」、「サービス職業」、「保安職業」、「農林漁業」、「生産工程」、「輸送・機械運転」、「建設・採掘」「運搬・清掃・放送等」「その他」に従事していると回答した者
シニア	シニアSeg	<ul style="list-style-type: none">60～74歳のうち、現在「パート・アルバイト」、「専業主婦・主夫または家事見習い」、「無職」と回答した者

1. 消費者アンケート調査の概要
 - 実施概要
 - 回答者属性情報

2. 消費者アンケート調査の結果
 - a. インターネットの利用時間の変化
 - b. インターネットの利用時間帯の変化
 - c. 活動ごとのインターネットの利用時間の変化
 - d. インターネットの利用用途における変化
 - e. インターネットの利用場所における変化

2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用時間の変化

普段の日※における大学生及びシニアのインターネット利用時間がコロナ前よりも増加。
休みの日※においては、大学生のインターネット利用時間が増加。

1日あたりのインターネットの利用総時間の変化（単位：時間）

		高校生Seg	大学生Seg	企画Seg	現場Seg	シニアSeg
普段の日	コロナ前	5.43	6.28	5.37	4.18	4.47
	現在	5.16	6.55	5.26	4.09	4.65
	差分	-0.28	0.27	-0.11	-0.09	0.19
休みの日	コロナ前	7.07	5.58	4.36	3.73	2.69
	現在	6.86	5.91	4.43	3.90	2.79
	差分	-0.21	0.33	0.07	0.17	0.09
		(n=132)	(n=329)	(n=1,470)	(n=1,396)	(n=796)

注1) セグメントごとに、インターネット利用時間の総合計を、セグメントの母数で除算し、算出

注2) 固定回線、携帯キャリア回線を問わない

設問

- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、インターネットをどの程度利用していましたか。活動ごとに、平均的な1日におけるネット利用時間をお答えください。15分など、1時間に満たない場合も、切り上げて整数でお答えください。（0～3の整数を半角）
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、インターネットをどの程度利用していますか。活動ごとに、平均的な1日におけるネット利用時間をお答えください。15分など、1時間に満たない場合も、切り上げて整数でお答えください。（0～3の整数を半角）

※ 普段の日：仕事や学校がある日、休みの日：仕事や学校がない日。休みの日がない人は、普段の日のみ回答

2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用時間帯の変化

高校生のインターネット利用時間がピークとなる時間帯は、コロナ前と現在で変わらない。

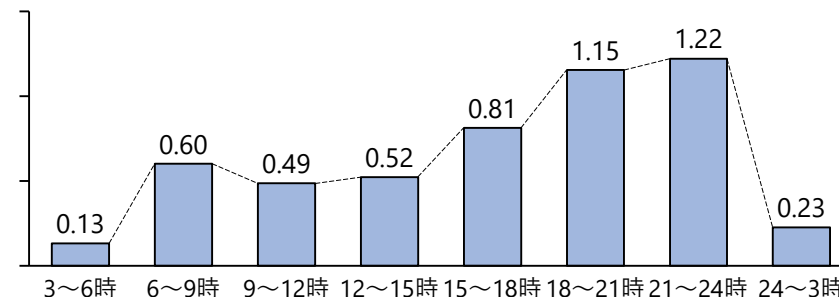
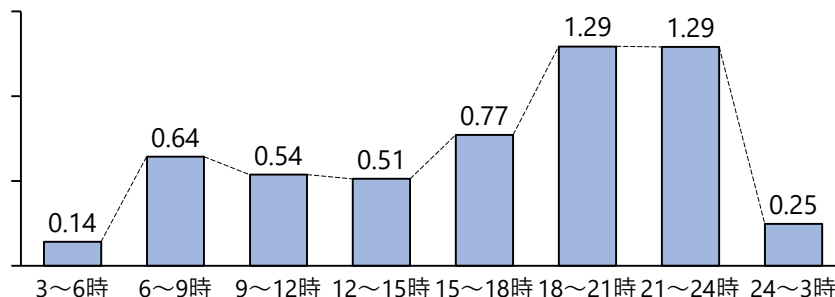
時間帯ごとのインターネットの平均利用時間（単位：時間）

高校生Seg

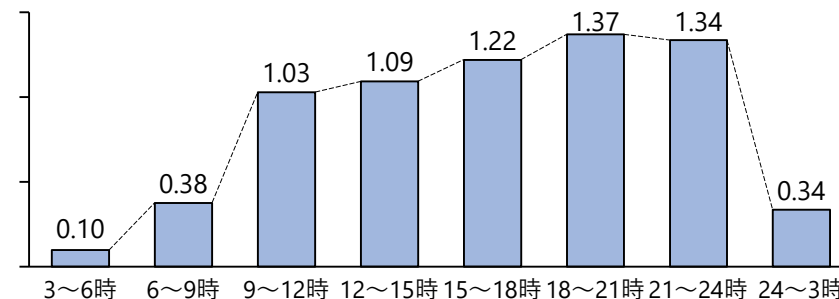
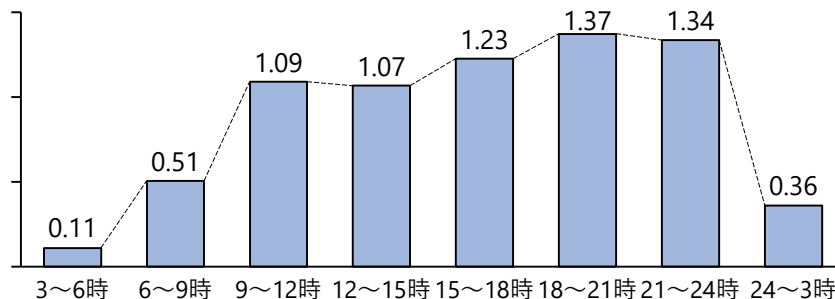
コロナ前

現在

普段の日



休みの日



(n=132)

設問

- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、インターネットをどの程度利用していましたか。活動ごとに、平均的な1日におけるネット利用時間をお答えください。15分など、1時間に満たない場合も、切り上げて整数でお答えください。（0～3の整数を半角）
 - 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、インターネットをどの程度利用していますか。活動ごとに、平均的な1日におけるネット利用時間をお答えください。15分など、1時間に満たない場合も、切り上げて整数でお答えください。（0～3の整数を半角）
- ※ 普段の日：仕事や学校がある日、休みの日：仕事や学校がない日。休みの日がない人は、普段の日のみ回答

2. 消費者アンケート調査の結果 | 活動ごとのインターネットの利用時間の変化

高校生では、普段の日の余暇活動におけるインターネット利用時間が増加。
一方で、通学や学業時のインターネット利用時間は減少。

活動別インターネット利用時間の変化（単位：時間）

(n=132)

高校生Seg		通勤・通学、移動	仕事	学業	家事や介護・看護、育児	余暇活動
普段の日	コロナ前	1.63	0.17	1.53	0.11	1.99
	現在	1.30	0.11	1.36	0.16	2.22
	差分	-0.33	-0.06	-0.17	0.06	0.23
休みの日	コロナ前	0.38	0.19	0.37	0.25	5.89
	現在	0.40	0.14	0.29	0.23	5.80
	差分	0.02	-0.05	-0.08	-0.01	-0.09

注) セグメントごとに、インターネット利用時間の総合計を、セグメントの母数で除算し、算出

設問

- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、インターネットをどの程度利用していましたか。活動ごとに、平均的な1日におけるネット利用時間をお答えください。15分など、1時間に満たない場合も、切り上げて整数でお答えください。（0～3の整数を半角）
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、インターネットをどの程度利用していますか。活動ごとに、平均的な1日におけるネット利用時間をお答えください。15分など、1時間に満たない場合も、切り上げて整数でお答えください。（0～3の整数を半角）

※ 普段の日：仕事や学校がある日、休みの日：仕事や学校がない日。休みの日がない人は、普段の日のみ回答

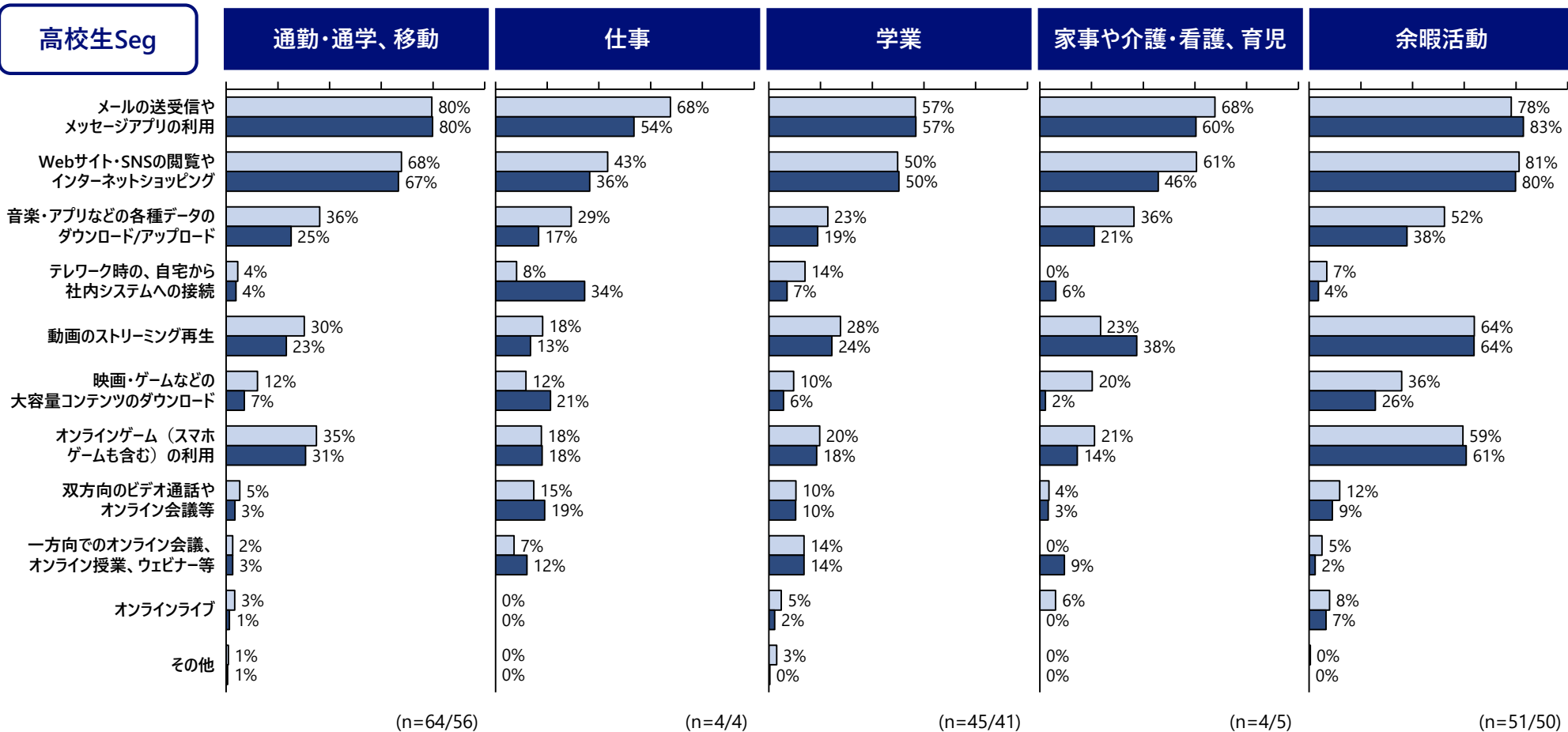
2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用用途における変化

普段の日におけるインターネット利用は、コロナ前に利用傾向が強かった用途に集中する傾向。

インターネットの利用用途（活動別/普段の日）

■ コロナ前
■ 現在

高校生Seg



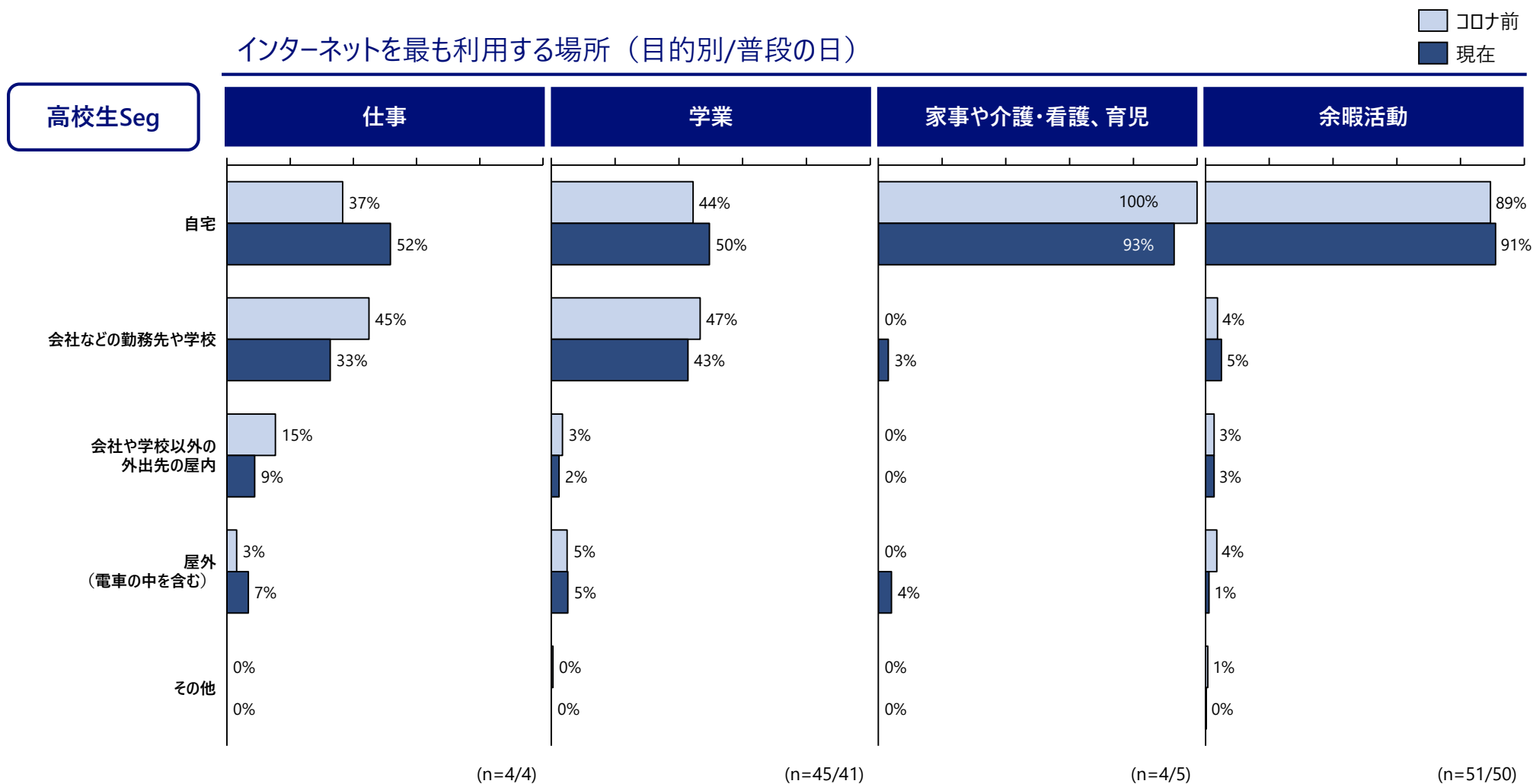
設問

- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、各活動の最中にインターネットでしていたことをすべてお答えください。
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、各活動の最中にインターネットでしていることをすべてお答えください。

注）休みの日の利用用途については、回答数が少なかったため、未掲載

2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用場所における変化

普段の日に最もインターネットを利用する場所は、コロナ前と現在でほとんど変わらない。



設問

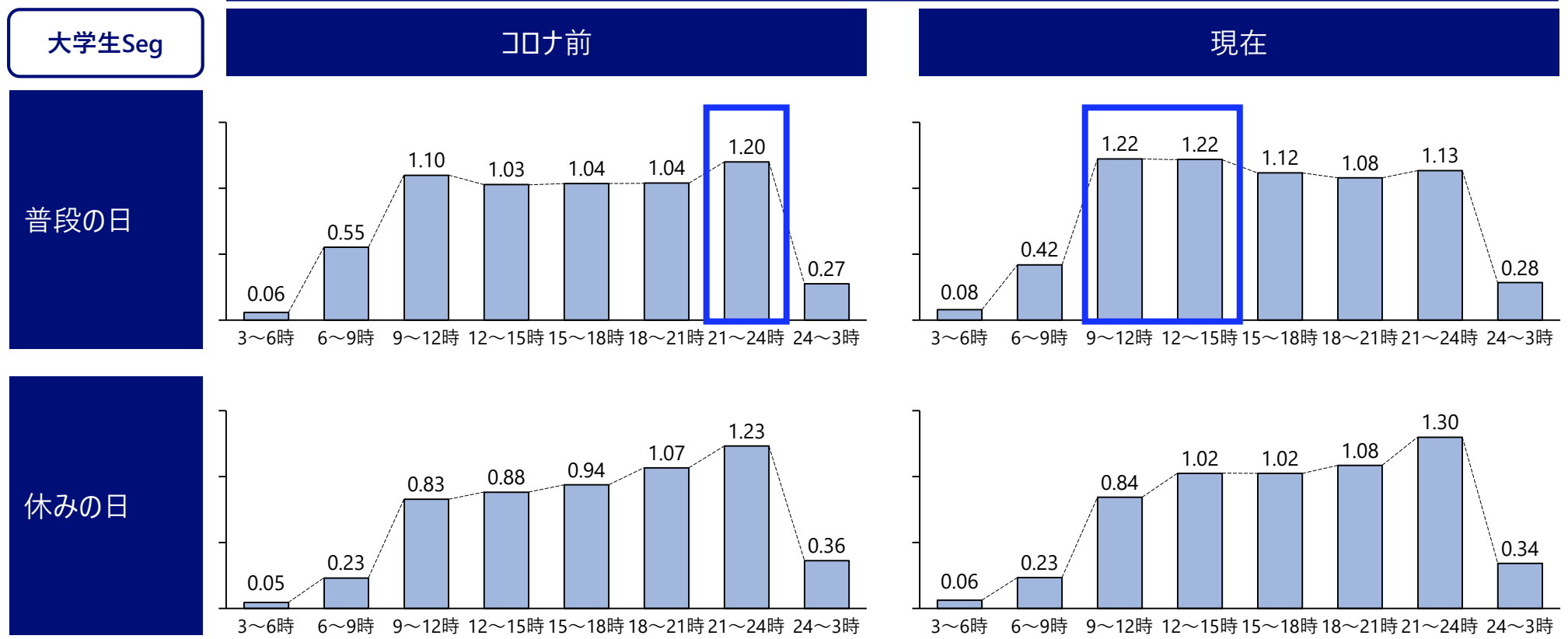
- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、最もインターネット利用を行っていた場所をお答えください。（それぞれ1つずつ）
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、最もインターネット利用を行っている場所をお答えください。（それぞれ1つずつ）

注1) 本設問は、SA設問、注2) 休みの日の利用場所については、回答数が少なかったため、未掲載

2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用時間帯の変化

大学生のインターネット利用時間がピークとなる時間帯は、普段の日では夜から日中に移動。

時間帯ごとのインターネットの平均利用時間（単位：時間）



(n=329)

設問

- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、インターネットをどの程度利用していましたか。活動ごとに、平均的な1日におけるネット利用時間をお答えください。15分など、1時間に満たない場合も、切り上げて整数でお答えください。（0~3の整数を半角）
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、インターネットをどの程度利用していますか。活動ごとに、平均的な1日におけるネット利用時間をお答えください。15分など、1時間に満たない場合も、切り上げて整数でお答えください。（0~3の整数を半角）

※ 普段の日：仕事や学校がある日、休みの日：仕事や学校がない日。休みの日がない人は、普段の日のみ回答

2. 消費者アンケート調査の結果 | 活動ごとのインターネットの利用時間の変化

大学生では、普段の日の通学時のインターネット利用時間が減少する一方で、余暇活動でのインターネット利用時間が増加。

活動別インターネット利用時間の変化（単位：時間）

(n=329)

大学生Seg		通勤・通学、移動	仕事	学業	家事や介護・看護、育児	余暇活動
普段の日	コロナ前	1.56	0.35	2.68	0.12	1.57
	現在	0.81	0.37	2.75	0.19	2.42
	差分	-0.75	0.03	0.07	0.07	0.85
休みの日	コロナ前	0.20	0.27	0.24	0.16	4.72
	現在	0.21	0.33	0.37	0.19	4.82
	差分	0.01	0.06	0.13	0.04	0.10

注) セグメントごとに、インターネット利用時間の総合計を、セグメントの母数で除算し、算出

設問

- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、インターネットをどの程度利用していましたか。活動ごとに、平均的な1日におけるネット利用時間をお答えください。15分など、1時間に満たない場合も、切り上げて整数でお答えください。（0～3の整数を半角）
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、インターネットをどの程度利用していますか。活動ごとに、平均的な1日におけるネット利用時間をお答えください。15分など、1時間に満たない場合も、切り上げて整数でお答えください。（0～3の整数を半角）

※ 普段の日：仕事や学校がある日、休みの日：仕事や学校がない日。休みの日がない人は、普段の日のみ回答

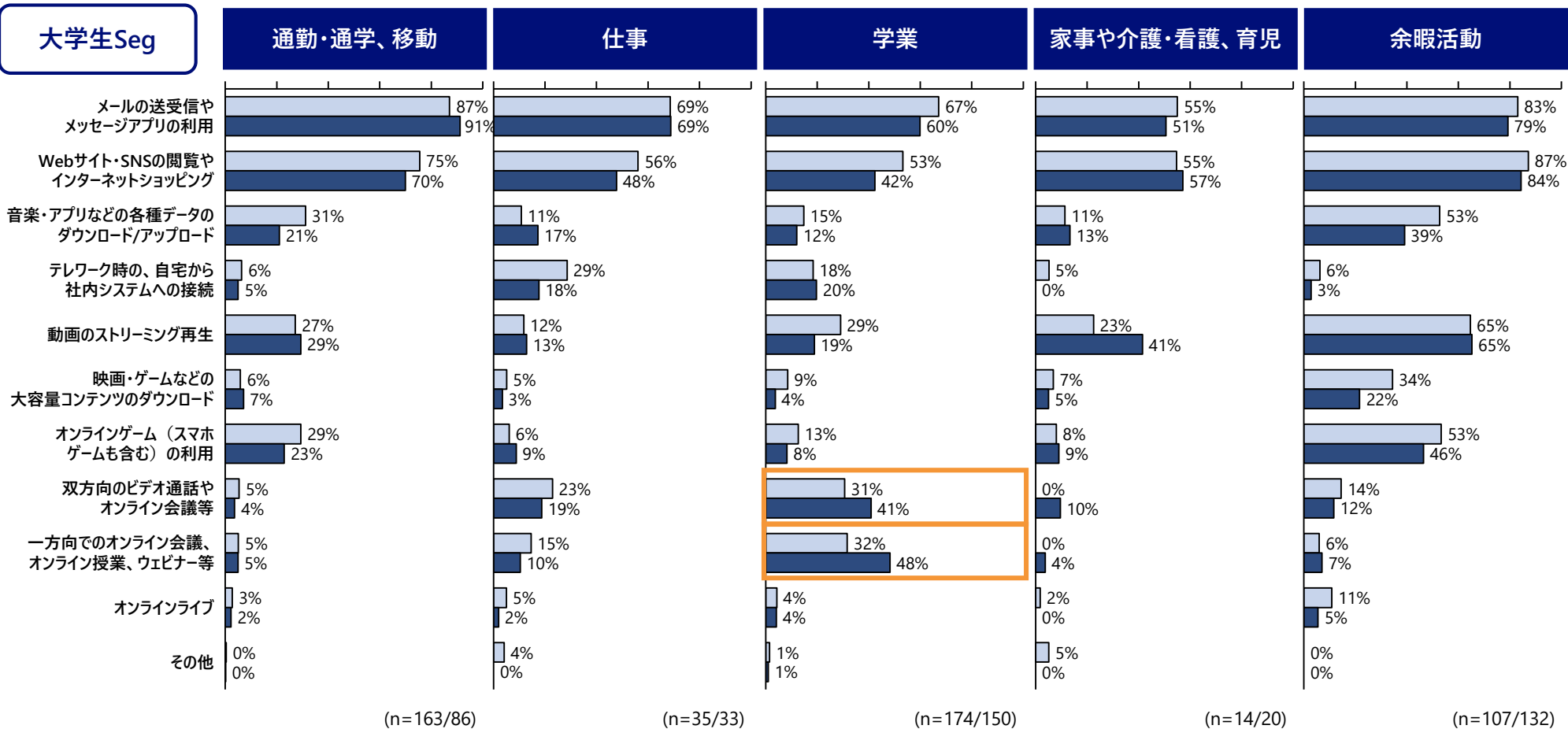
2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用用途における変化

普段の日では、学業関連活動を行っている際のビデオ通話（双方向・一方向）利用が増加。

インターネットの利用用途（活動別/普段の日）

■ コロナ前
■ 現在

大学生Seg



設問

- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、各活動の最中にインターネットでしていたことをすべてお答えください。
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、各活動の最中にインターネットでしていることをすべてお答えください。

注) n数が少ない箇所はご参考

出所) インターネット利用に関するアンケート調査（2021年）より作成

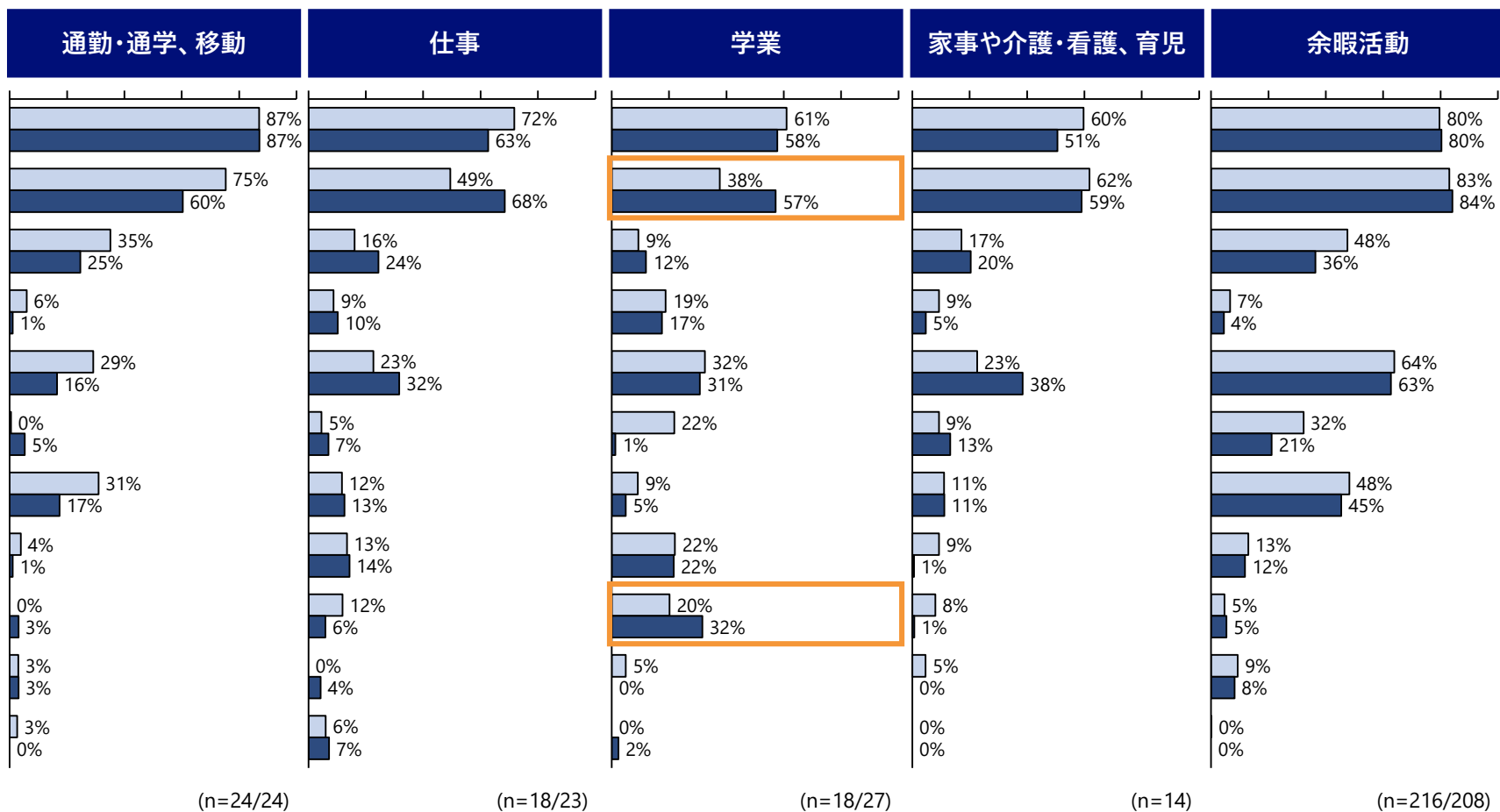
2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用用途における変化

休みの日では、学業関連活動を行っている際の ブラウジングやビデオ通話（一方向）利用が増加。

インターネットの利用用途（活動別/休みの日）

□ コロナ前
■ 現在

大学生Seg



設問

- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、各活動の最中にインターネットでしていたことをすべてお答えください。
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、各活動の最中にインターネットでしていることをすべてお答えください。

注) n数が少ない箇所はご参考

出所) インターネット利用に関するアンケート調査（2021年）より作成

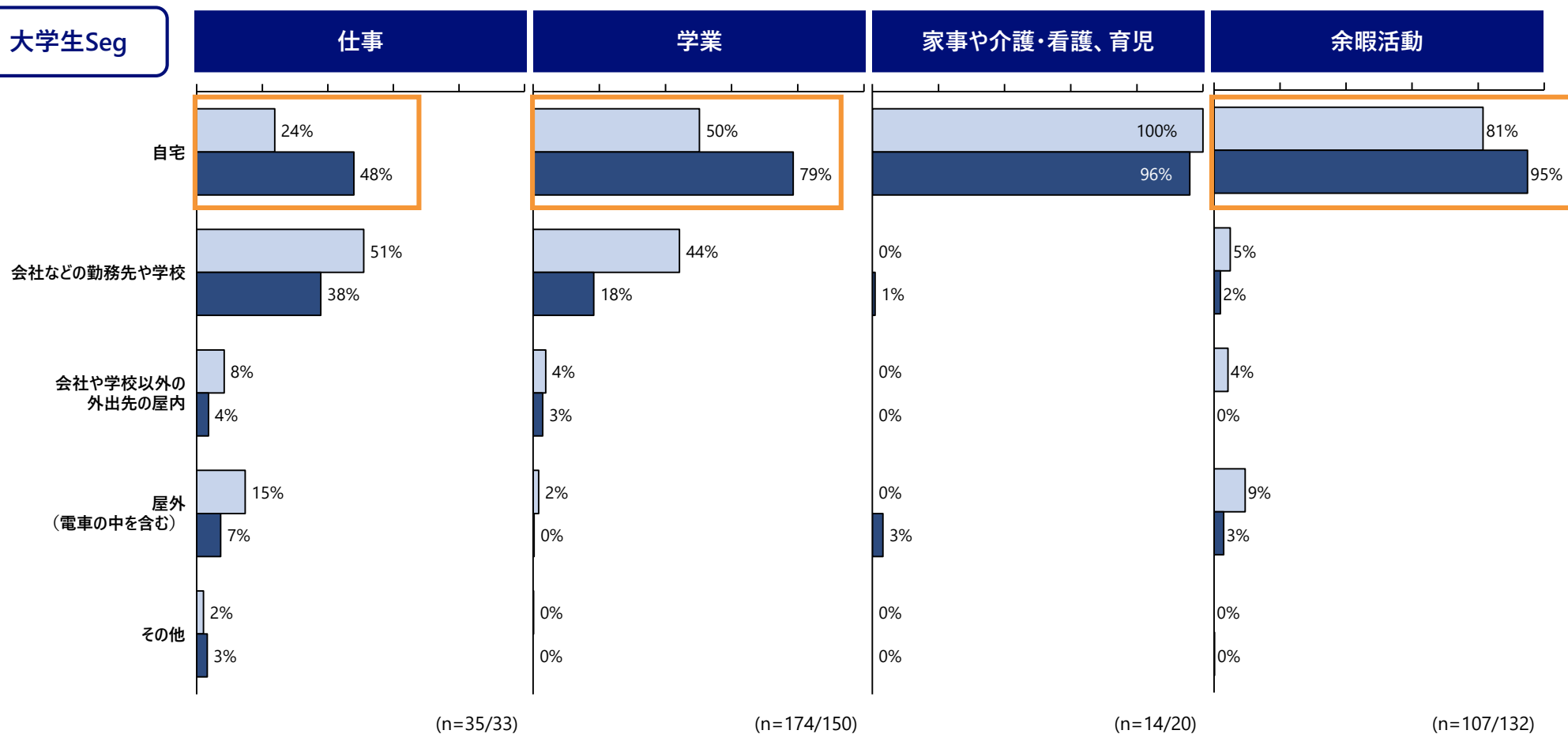
2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用場所における変化

コロナ前に比べ現在は、バイトや学業の際にインターネット利用を自宅で行う割合が増加。

インターネットを最も利用する場所（目的別/普段の日）

□ コロナ前
■ 現在

大学生Seg



設問

- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、最もインターネット利用を行っていた場所をお答えください。（それぞれ1つずつ）
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、最もインターネット利用を行っている場所をお答えください。（それぞれ1つずつ）

注) n数が少ない箇所はご参考

出所) インターネット利用に関するアンケート調査 (2021年) より作成

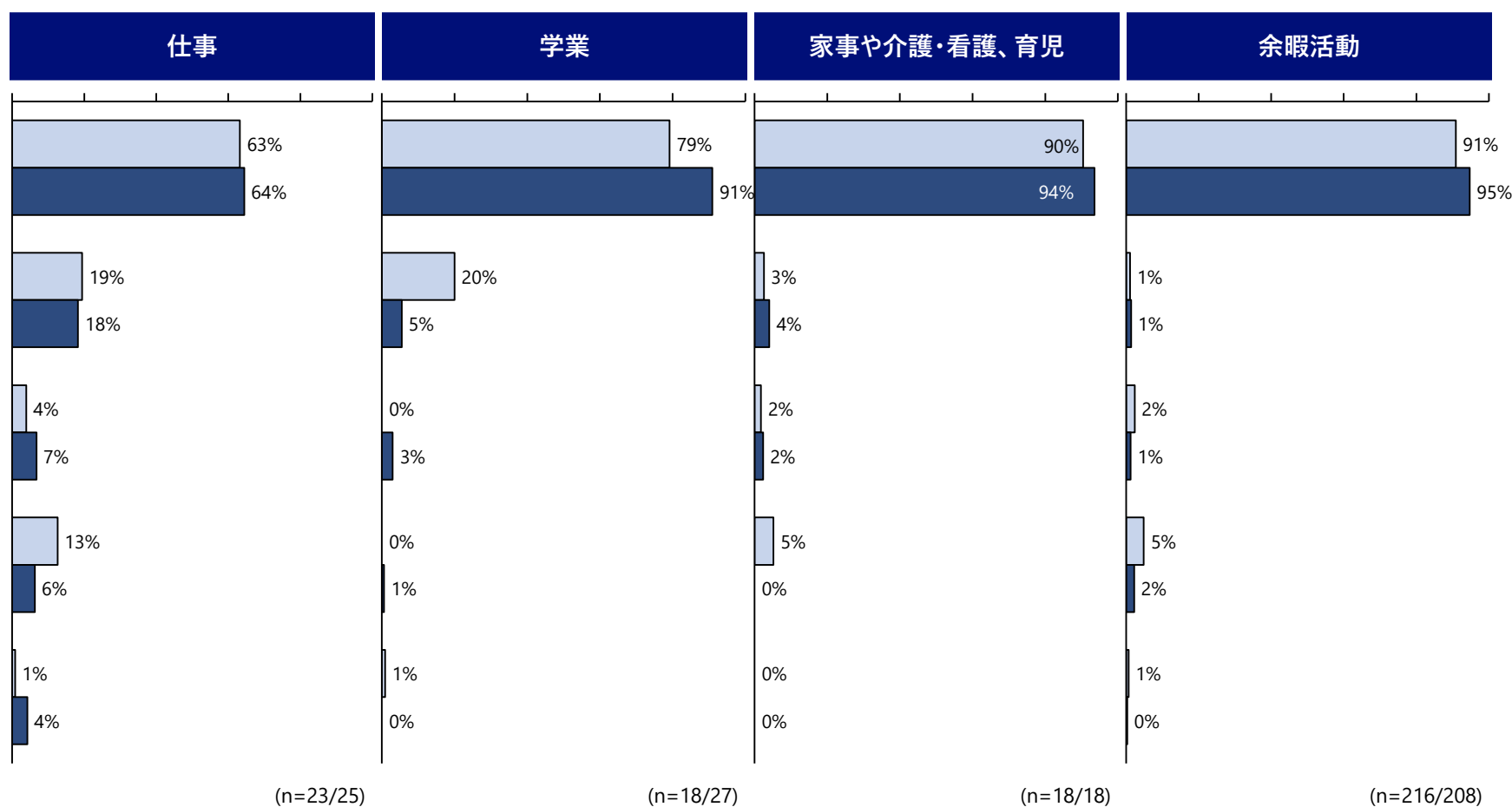
2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用場所における変化

休みの日には、余暇活動でインターネット利用を行う人が大半を占めており、
現在もコロナ前と変わらず、自宅で利用する人が多い。

インターネットを最も利用する場所（目的別/休みの日）

□ コロナ前
■ 現在

大学生Seg



設問

- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、最もインターネット利用を行っていた場所をお答えください。（それぞれ1つずつ）
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、最もインターネット利用を行っている場所をお答えください。（それぞれ1つずつ）

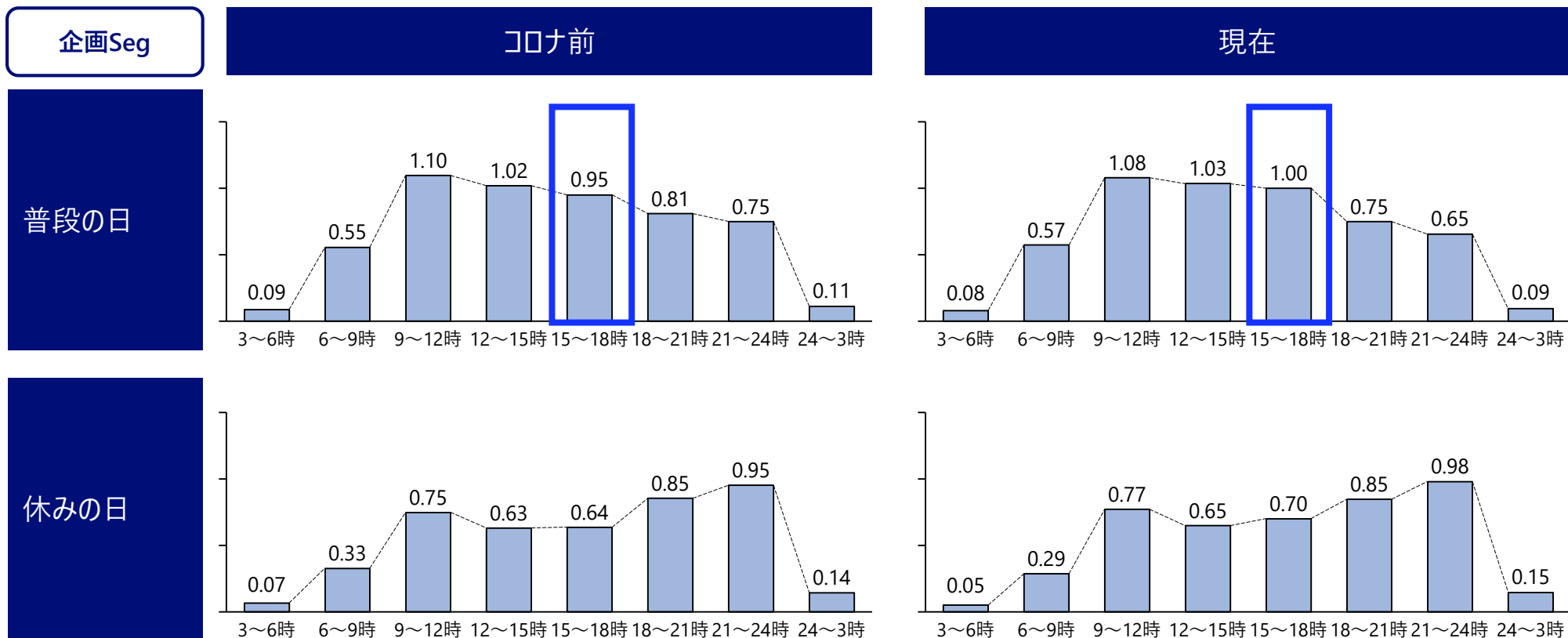
注) n数が少ない箇所はご参考

出所) インターネット利用に関するアンケート調査 (2021年) より作成

2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用時間帯の変化

事務や企画を主業務とする社会人では、コロナ前と現在で、
利用時間がピークとなる時間帯に変化はないが、午後の利用時間が若干微増。

時間帯ごとのインターネットの平均利用時間（単位：時間）



(n=1,470)

設問

- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、インターネットをどの程度利用していましたか。活動ごとに、平均的な1日におけるネット利用時間をお答えください。15分など、1時間に満たない場合も、切り上げて整数でお答えください。（0~3の整数を半角）
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、インターネットをどの程度利用していますか。活動ごとに、平均的な1日におけるネット利用時間をお答えください。15分など、1時間に満たない場合も、切り上げて整数でお答えください。（0~3の整数を半角）

※ 普段の日：仕事や学校がある日、休みの日：仕事や学校がない日。休みの日がない人は、普段の日のみ回答

2. 消費者アンケート調査の結果 | 活動ごとのインターネットの利用時間の変化

通勤におけるインターネット利用時間が減少する一方で、
余暇時間におけるインターネット利用時間が増加。

活動別インターネット利用時間の変化（単位：時間）

(n=1,470)

企画Seg		通勤・通学、移動	仕事	学業	家事や介護・看護、 育児	余暇活動
普段の日	コロナ前	1.02	3.55	0.02	0.39	0.39
	現在	0.81	3.51	0.02	0.37	0.55
	差分	-0.21	-0.04	0.00	-0.02	0.16
休みの日	コロナ前	0.10	0.10	0.03	0.87	3.26
	現在	0.09	0.06	0.03	0.75	3.49
	差分	-0.01	-0.04	0.00	-0.12	0.23

注) セグメントごとに、インターネット利用時間の総合計を、セグメントの母数で除算し、算出

設問

- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、インターネットをどの程度利用していましたか。活動ごとに、平均的な1日におけるネット利用時間をお答えください。15分など、1時間に満たない場合も、切り上げて整数でお答えください。（0～3の整数を半角）
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、インターネットをどの程度利用していますか。活動ごとに、平均的な1日におけるネット利用時間をお答えください。15分など、1時間に満たない場合も、切り上げて整数でお答えください。（0～3の整数を半角）

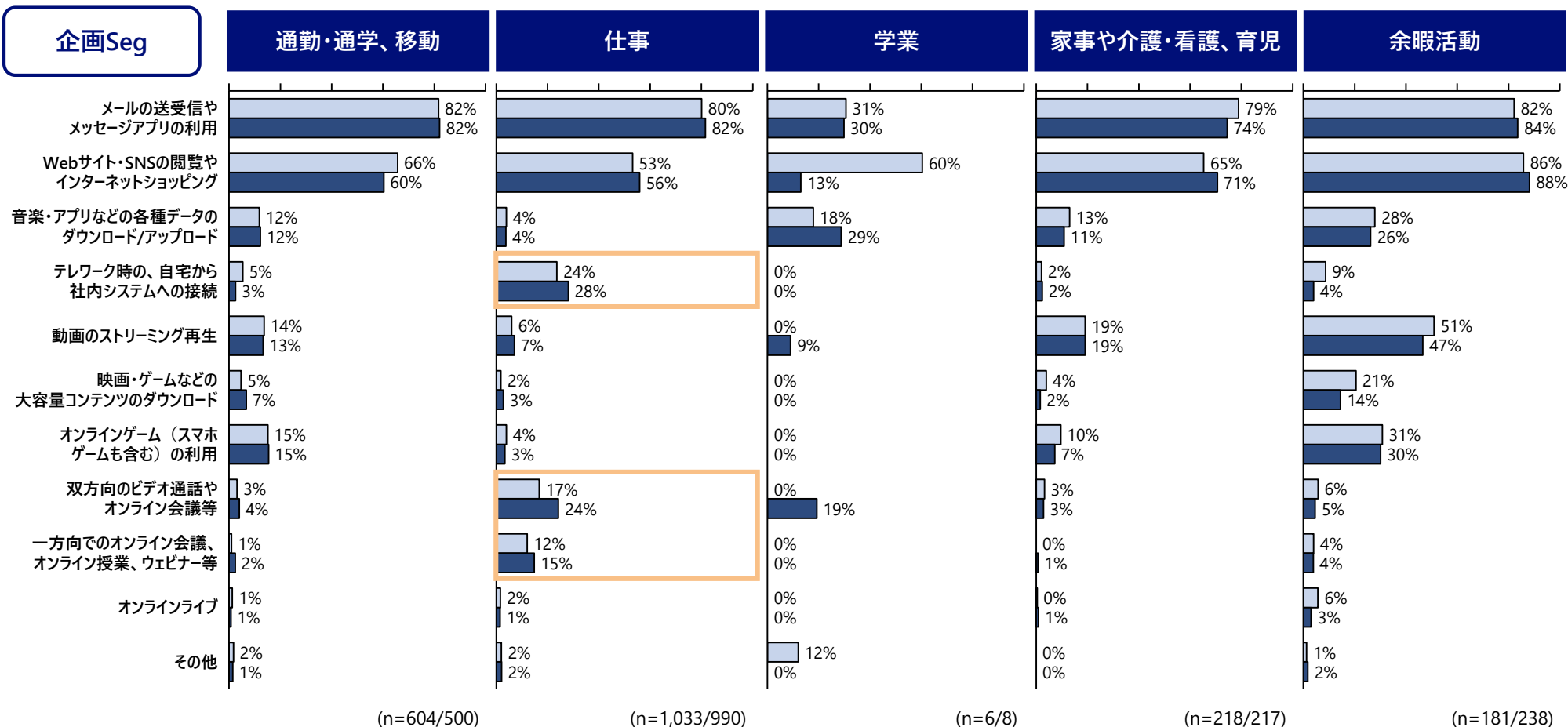
※ 普段の日：仕事や学校がある日、休みの日：仕事や学校がない日。休みの日がない人は、普段の日のみ回答

2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用用途における変化

普段の日では、仕事の際に社内システムへの接続やビデオ通話でのインターネット利用が微増。

インターネットの利用用途（活動別/普段の日）

■ コロナ前
■ 現在



設問

- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、各活動の最中にインターネットでしていたことをすべてお答えください。
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、各活動の最中にインターネットでしていることをすべてお答えください。

注) n数が少ない箇所はご参考

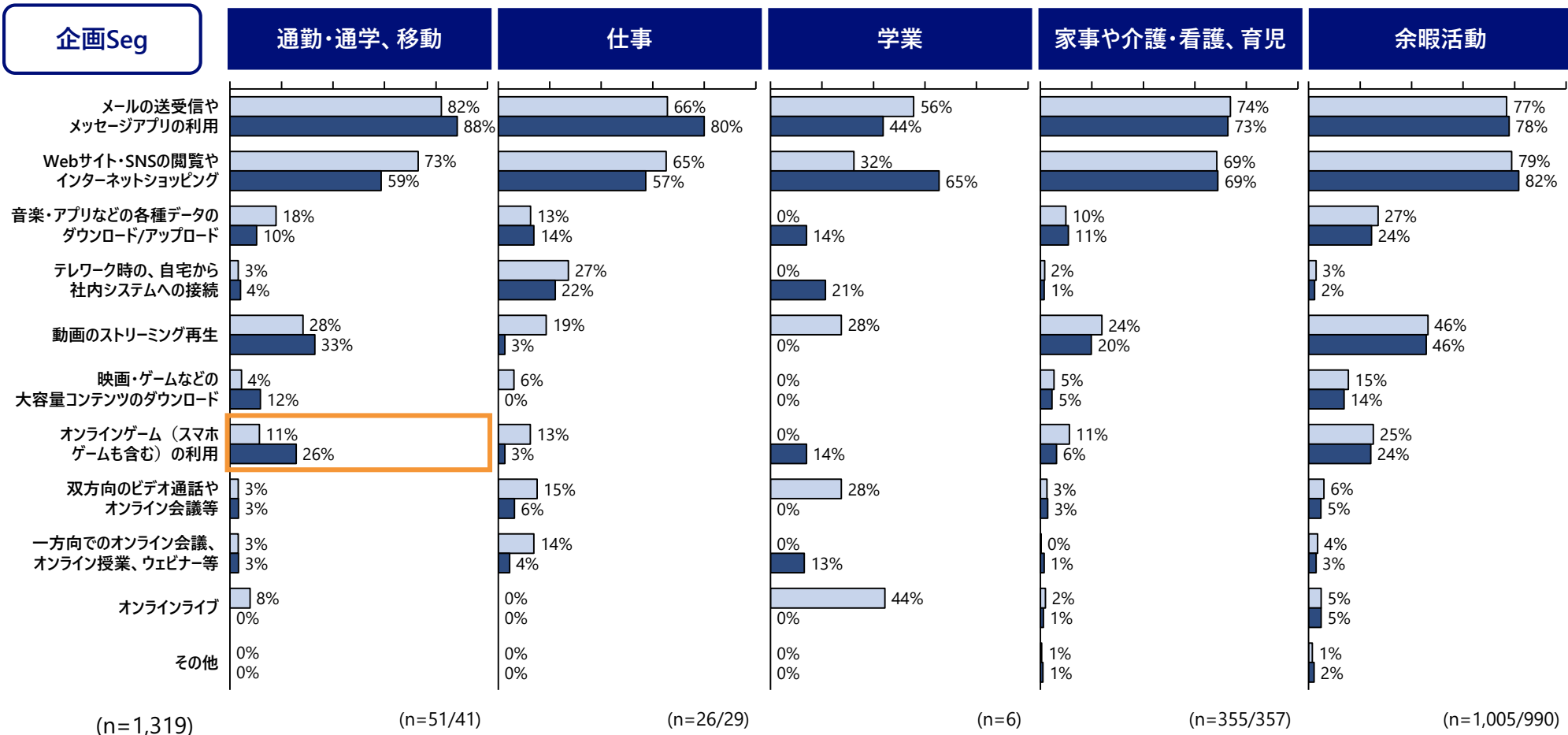
出所) インターネット利用に関するアンケート調査（2021年）より作成

2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用用途における変化

休みの日では、移動時にオンラインゲームをする人が増加。

インターネットの利用用途（活動別/休みの日）

□ コロナ前
■ 現在



設問

- ・ 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、各活動の最中にインターネットでしていたことをすべてお答えください。
- ・ 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、各活動の最中にインターネットでしていることをすべてお答えください。

注) n数が少ない箇所はご参考

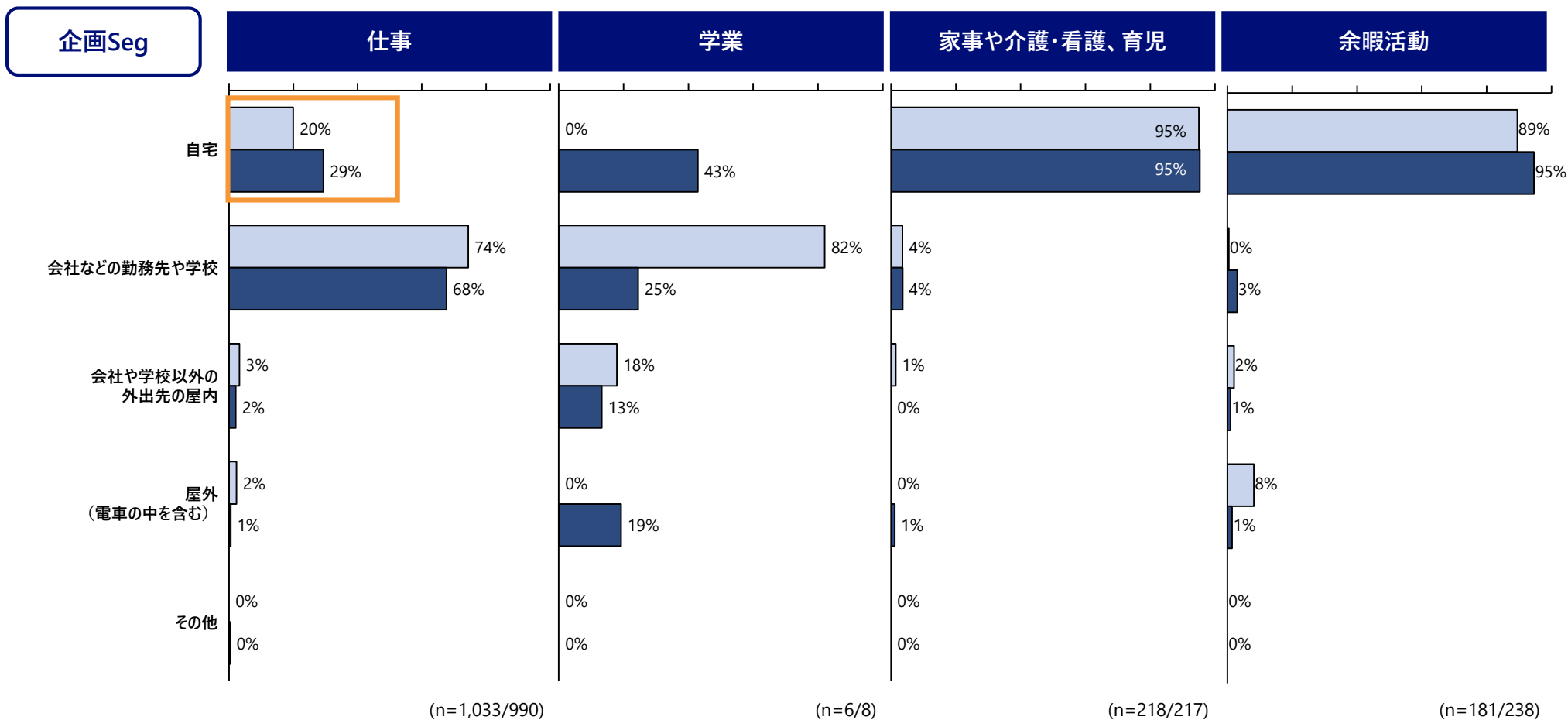
出所) インターネット利用に関するアンケート調査（2021年）より作成

2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用場所における変化

普段の日の仕事におけるインターネット利用の場所のうち、自宅の割合が増加。

インターネットを最も利用する場所（目的別/普段の日）

□ コロナ前
■ 現在



設問

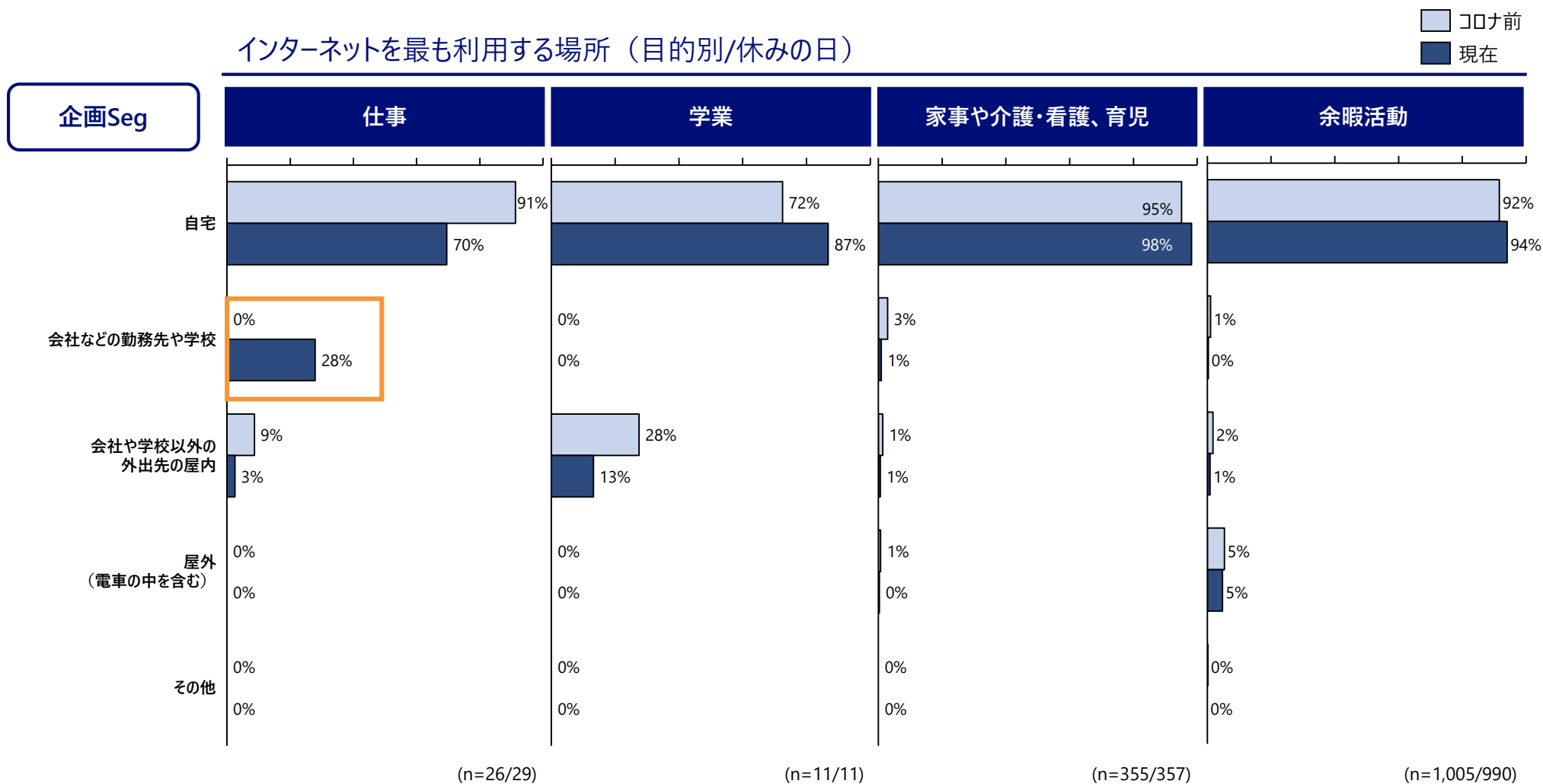
- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、最もインターネット利用を行っていた場所をお答えください。（それぞれ1つずつ）
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、最もインターネット利用を行っている場所をお答えください。（それぞれ1つずつ）

注) n数が少ない箇所はご参考

出所) インターネット利用に関するアンケート調査（2021年）より作成

2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用場所における変化

休みの日に仕事をする場合、勤務先でインターネット利用をする人の割合が増加傾向。



設問

- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、最もインターネット利用を行っていた場所をお答えください。（それぞれ1つずつ）
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、最もインターネット利用を行っている場所をお答えください。（それぞれ1つずつ）

注) n数が少ない箇所はご参考

出所) インターネット利用に関するアンケート調査（2021年）より作成

2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用時間帯の変化

生産や現場に就く仕事を主業務とする社会人では、インターネットを利用するピークの時間帯に大きな変化はない。

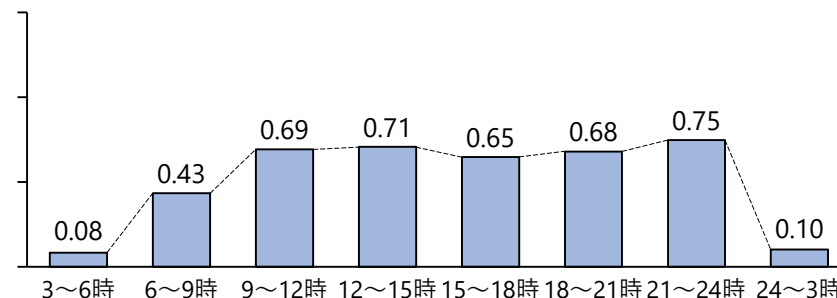
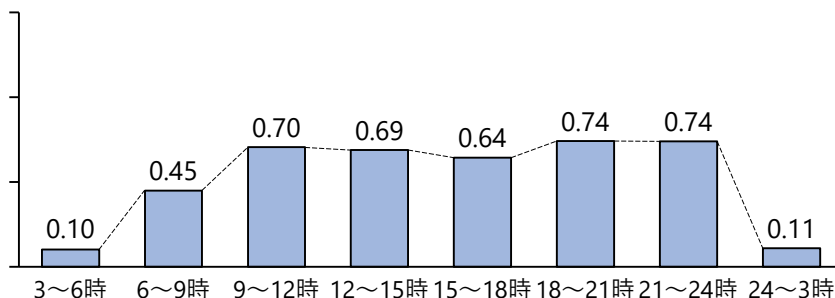
時間帯ごとのインターネットの平均利用時間（単位：時間）

現場Seg

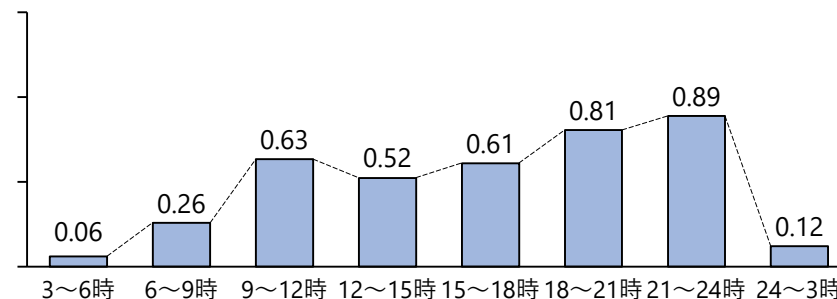
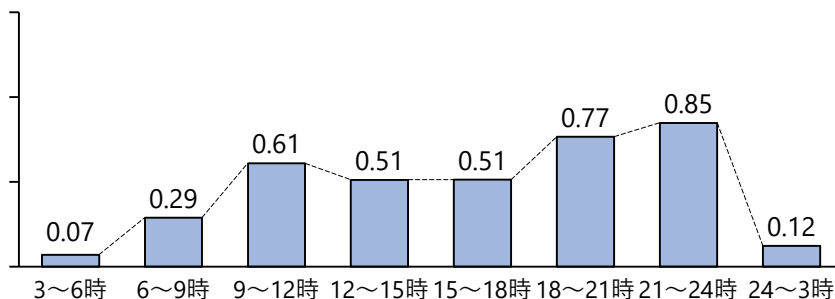
コロナ前

現在

普段の日



休みの日



(n=1,396)

設問

- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、インターネットをどの程度利用していましたか。活動ごとに、平均的な1日におけるネット利用時間をお答えください。15分など、1時間に満たない場合も、切り上げて整数でお答えください。（0～3の整数を半角）
 - 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、インターネットをどの程度利用していますか。活動ごとに、平均的な1日におけるネット利用時間をお答えください。15分など、1時間に満たない場合も、切り上げて整数でお答えください。（0～3の整数を半角）
- ※ 普段の日：仕事や学校がある日、休みの日：仕事や学校がない日。休みの日がない人は、普段の日のみ回答

2. 消費者アンケート調査の結果 | 活動ごとのインターネットの利用時間の変化

活動内容別のインターネット利用時間は、
生産や現場に就く仕事を主業務とする社会人ではほとんど横ばい。

活動別インターネット利用時間の変化（単位：時間）

(n=1,396)

現場Seg		通勤・通学、移動	仕事	学業	家事や介護・看護、育児	余暇活動
普段の日	コロナ前	0.82	2.60	0.01	0.35	0.40
	現在	0.79	2.48	0.02	0.40	0.40
	差分	-0.03	-0.12	0.00	0.05	0.00
休みの日	コロナ前	0.09	0.08	0.03	0.72	2.80
	現在	0.09	0.12	0.03	0.77	2.90
	差分	0.00	0.04	0.00	0.04	0.10

注) セグメントごとに、インターネット利用時間の総合計を、セグメントの母数で除算し、算出

設問

- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、インターネットをどの程度利用していましたか。活動ごとに、平均的な1日におけるネット利用時間をお答えください。15分など、1時間に満たない場合も、切り上げて整数でお答えください。（0～3の整数を半角）
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、インターネットをどの程度利用していますか。活動ごとに、平均的な1日におけるネット利用時間をお答えください。15分など、1時間に満たない場合も、切り上げて整数でお答えください。（0～3の整数を半角）

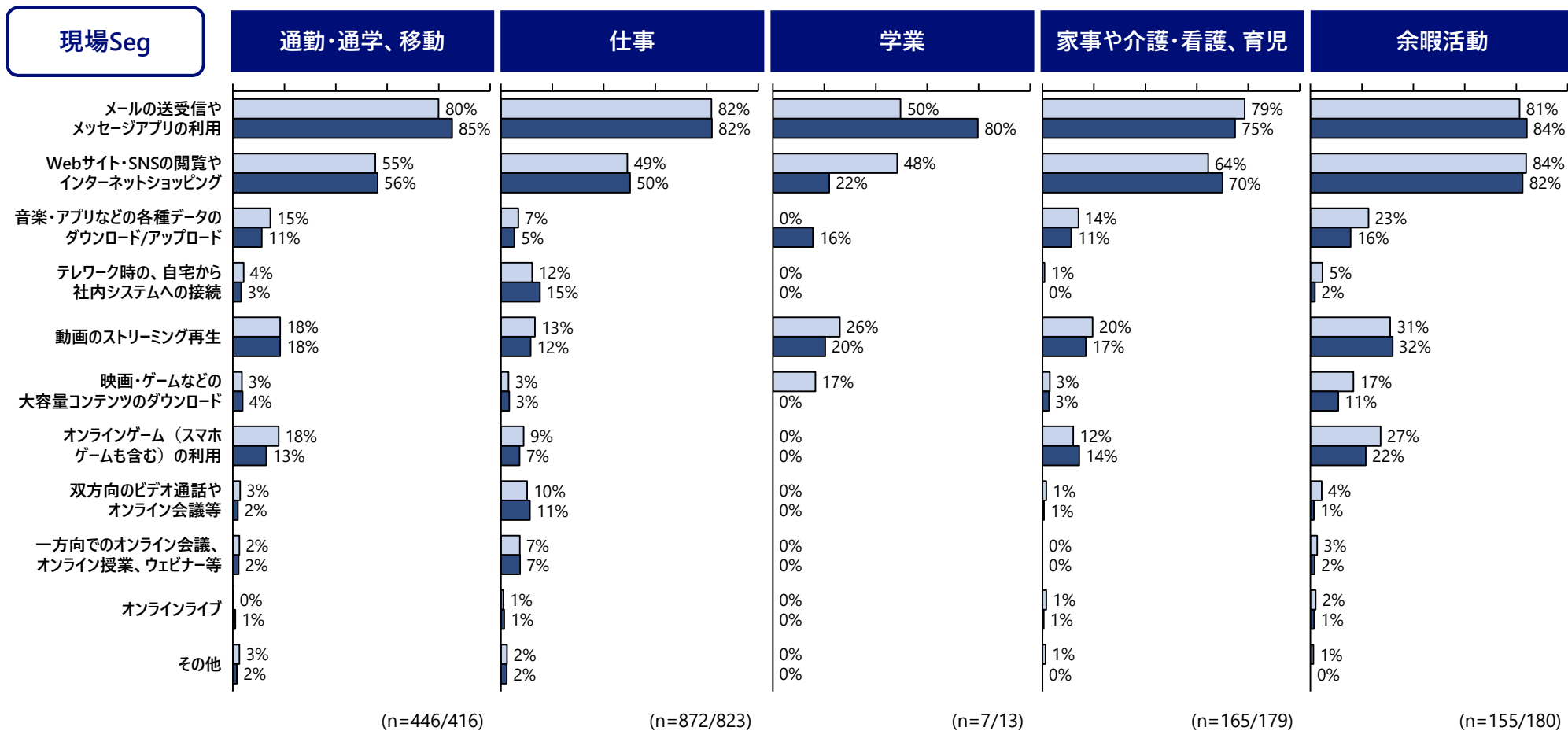
※ 普段の日：仕事や学校がある日、休みの日：仕事や学校がない日。休みの日がない人は、普段の日のみ回答

2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用用途における変化

普段の日では、インターネットを利用する用途に大きな変化はない。

インターネットの利用用途（活動別/普段の日）

■ コロナ前
■ 現在



設問

- ・ 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、各活動の最中にインターネットでしていたことをすべてお答えください。
- ・ 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、各活動の最中にインターネットでしていることをすべてお答えください。

注) n数が少ない箇所はご参考

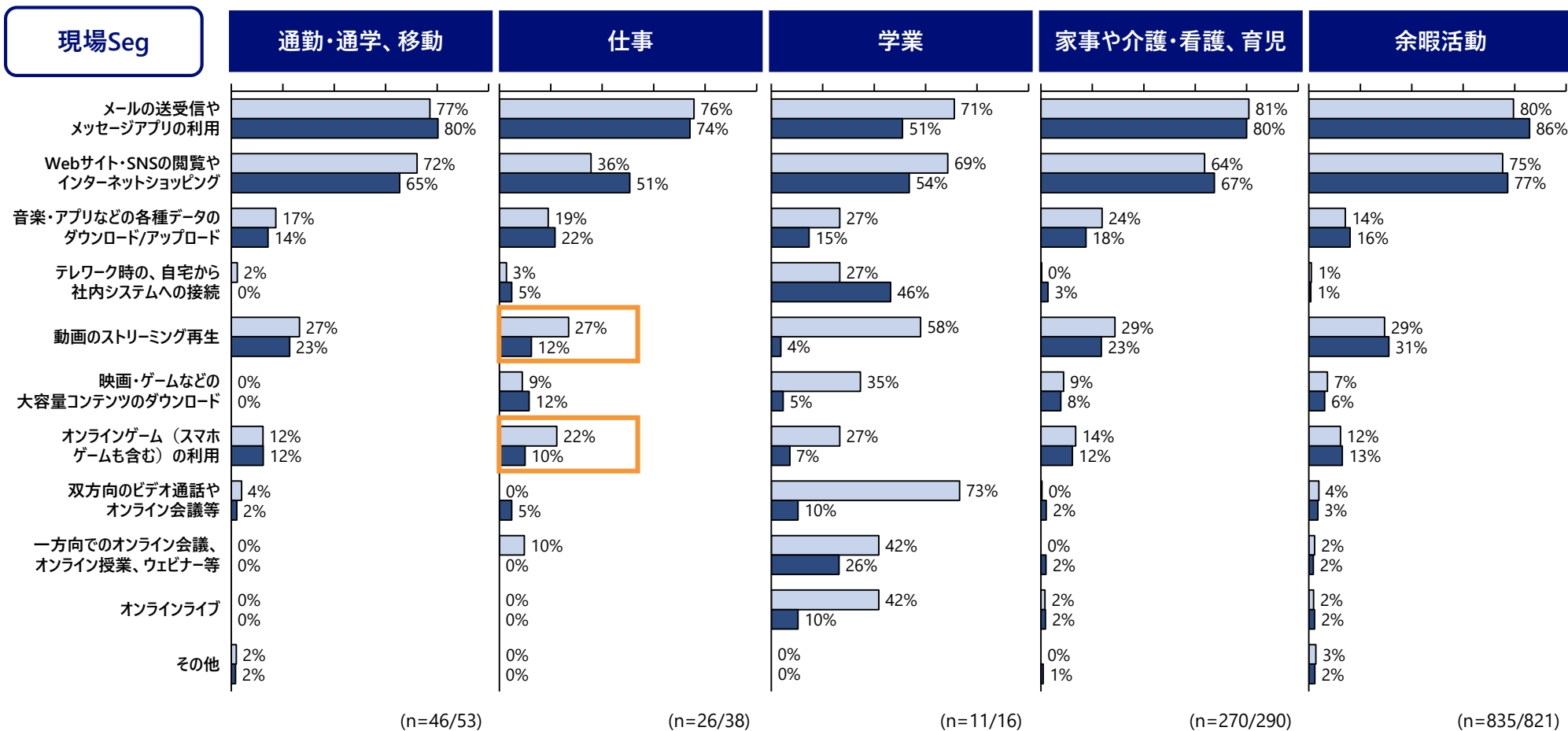
出所) インターネット利用に関するアンケート調査（2021年）より作成

2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用用途における変化

休みでも仕事をしている人においては、インターネット利用時にストリーミング再生やオンラインゲームをしている割合は減少。

インターネットの利用用途（活動別/休みの日）

■ コロナ前
■ 現在



設問

- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、各活動の最中にインターネットでしていたことをすべてお答えください。
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、各活動の最中にインターネットでしていることをすべてお答えください。

注) n数が少ない箇所はご参考

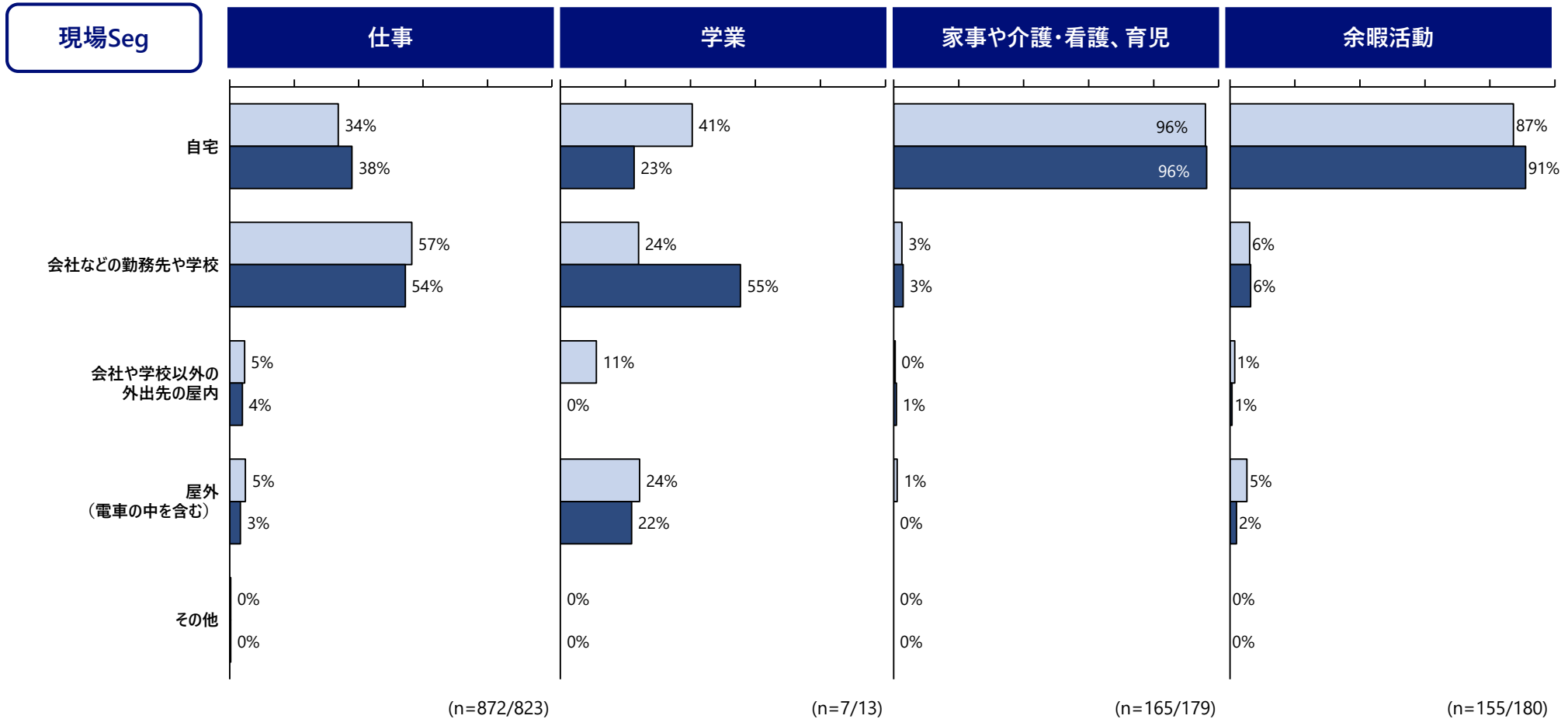
出所) インターネット利用に関するアンケート調査（2021年）より作成

2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用場所における変化

普段の日において、利用が多い仕事中にインターネットを利用している場所の割合は横ばい。

インターネットを最も利用する場所（目的別/普段の日）

□ コロナ前
■ 現在



設問

- ・ 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、最もインターネット利用を行っていた場所をお答えください。（それぞれ1つずつ）
- ・ 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、最もインターネット利用を行っている場所をお答えください。（それぞれ1つずつ）

注) n数が少ない箇所はご参考

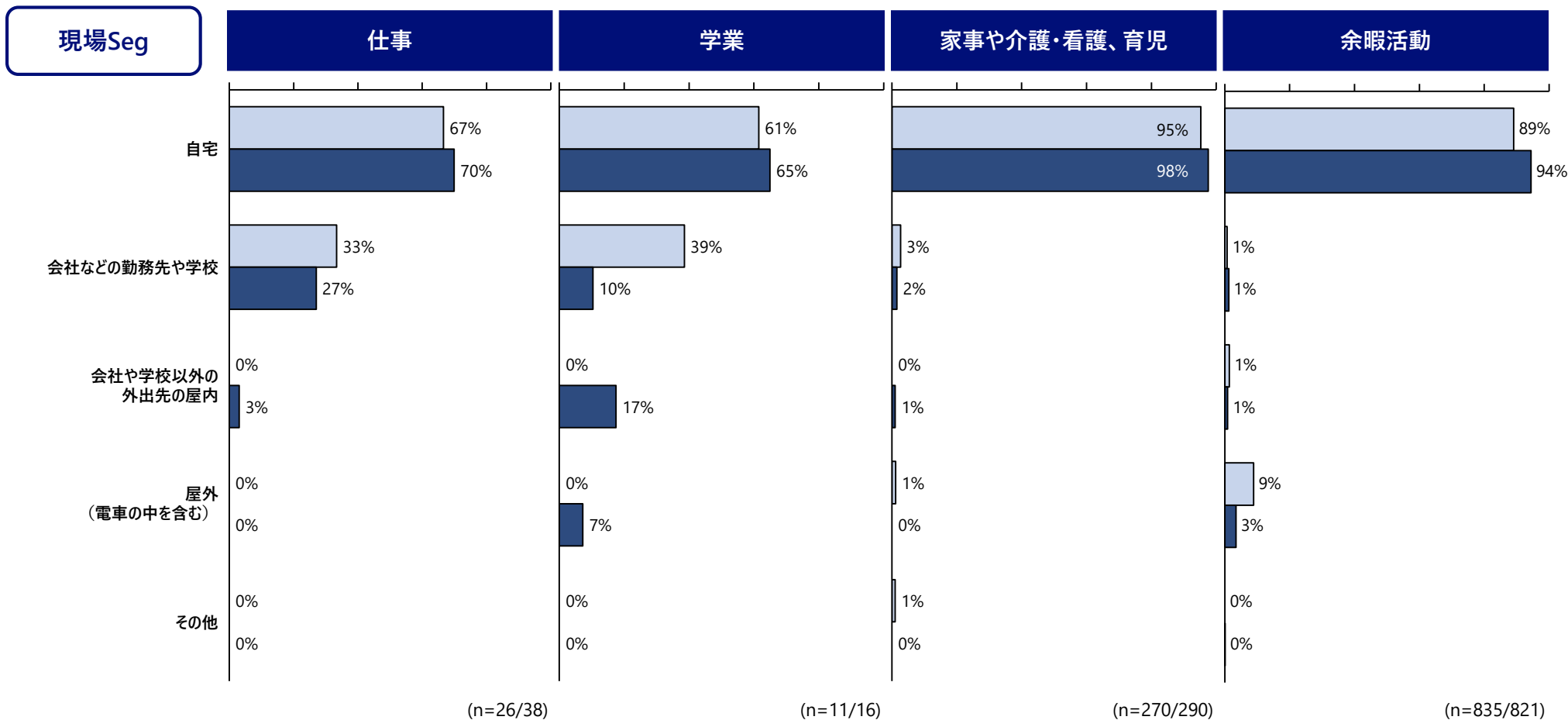
出所) インターネット利用に関するアンケート調査（2021年）より作成

2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用場所における変化

休みの日には、利用が多い余暇活動や家事では利用場所の傾向にほとんど変化はない。

インターネットを最も利用する場所（目的別/休みの日）

□ コロナ前
■ 現在



設問

- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、最もインターネット利用を行っていた場所をお答えください。（それぞれ1つずつ）
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、最もインターネット利用を行っている場所をお答えください。（それぞれ1つずつ）

注) n数が少ない箇所はご参考

出所) インターネット利用に関するアンケート調査（2021年）より作成

2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用時間帯の変化

時間帯におけるインターネット利用時間の傾向に変化はほとんどない。

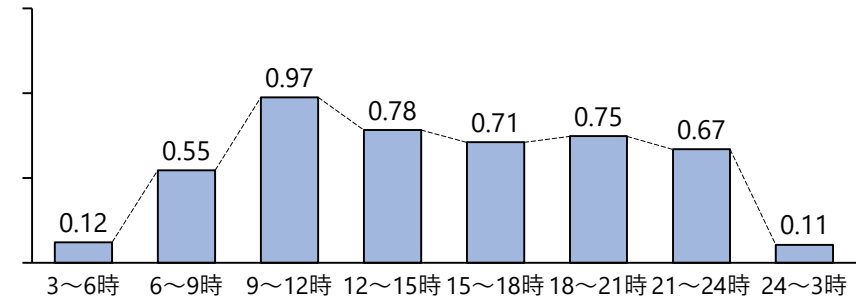
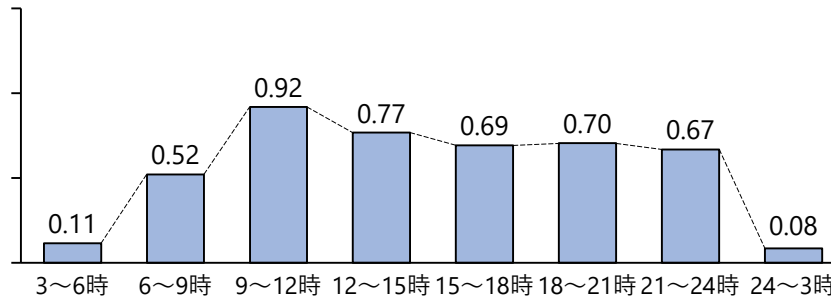
時間帯ごとのインターネットの平均利用時間（単位：時間）

シニアSeg

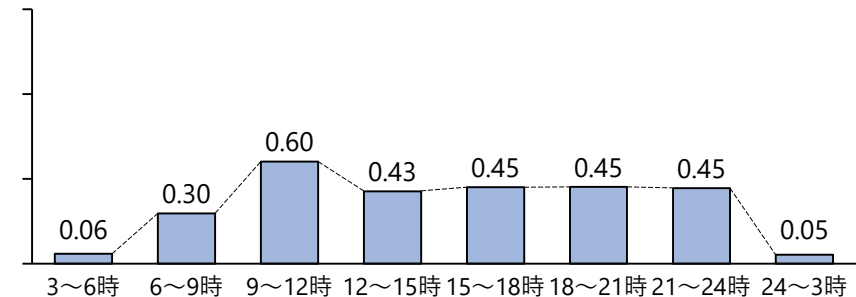
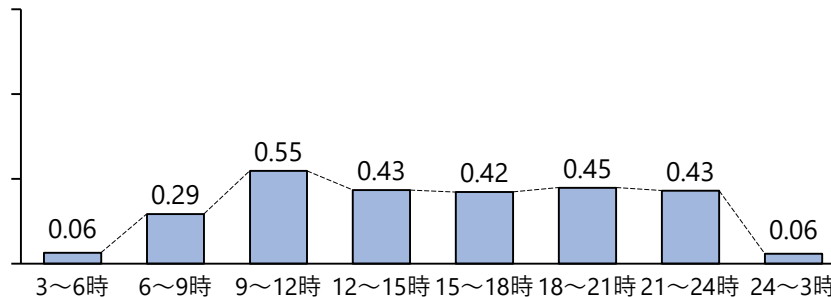
コロナ前

現在

普段の日



休みの日



(n=796)

設問

- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、インターネットをどの程度利用していましたか。活動ごとに、平均的な1日におけるネット利用時間をお答えください。15分など、1時間に満たない場合も、切り上げて整数でお答えください。（0～3の整数を半角）
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、インターネットをどの程度利用していますか。活動ごとに、平均的な1日におけるネット利用時間をお答えください。15分など、1時間に満たない場合も、切り上げて整数でお答えください。（0～3の整数を半角）

※ 普段の日：仕事や学校がある日、休みの日：仕事や学校がない日。休みの日がない人は、普段の日のみ回答

2. 消費者アンケート調査の結果 | 活動ごとのインターネットの利用時間の変化

シニア層では、普段の日の余暇活動におけるインターネットの利用時間が増加。

活動別インターネット利用時間の変化（単位：時間）

(n=796)

シニアSeg		通勤・通学、移動	仕事	学業	家事や介護・看護、育児	余暇活動
普段の日	コロナ前	0.15	0.47	0.00	1.58	2.26
	現在	0.12	0.35	0.02	1.66	2.50
	差分	-0.03	-0.12	0.02	0.08	0.24
休みの日	コロナ前	0.05	0.02	0.00	0.73	1.89
	現在	0.02	0.02	0.00	0.73	2.01
	差分	-0.03	0.00	0.00	0.00	0.11

注）セグメントごとに、インターネット利用時間の総合計を、セグメントの母数で除算し、算出

設問

- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、インターネットをどの程度利用していましたか。活動ごとに、平均的な1日におけるネット利用時間をお答えください。15分など、1時間に満たない場合も、切り上げて整数でお答えください。（0～3の整数を半角）
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、インターネットをどの程度利用していますか。活動ごとに、平均的な1日におけるネット利用時間をお答えください。15分など、1時間に満たない場合も、切り上げて整数でお答えください。（0～3の整数を半角）

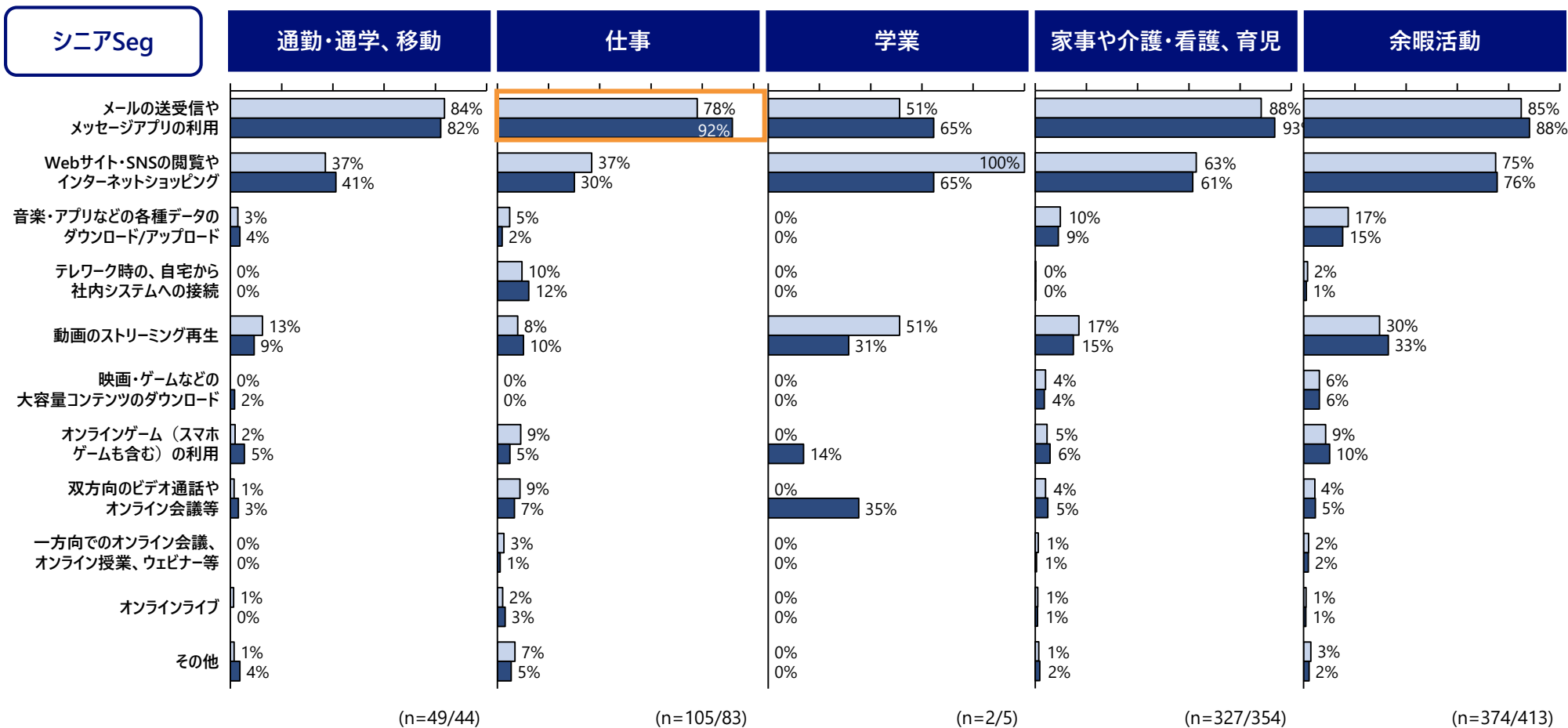
※ 普段の日：仕事や学校がある日、休みの日：仕事や学校がない日。休みの日がない人は、普段の日のみ回答

2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用用途における変化

普段の日のインターネット利用用途では、
仕事（パート・アルバイト）時にメッセージツールを使う人の割合が増加。

インターネットの利用用途（活動別/普段の日）

□ コロナ前
■ 現在



設問

- ・ 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、各活動の最中にインターネットでしていたことをすべてお答えください。
- ・ 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、各活動の最中にインターネットでしていることをすべてお答えください。

注) n数が少ない箇所はご参考

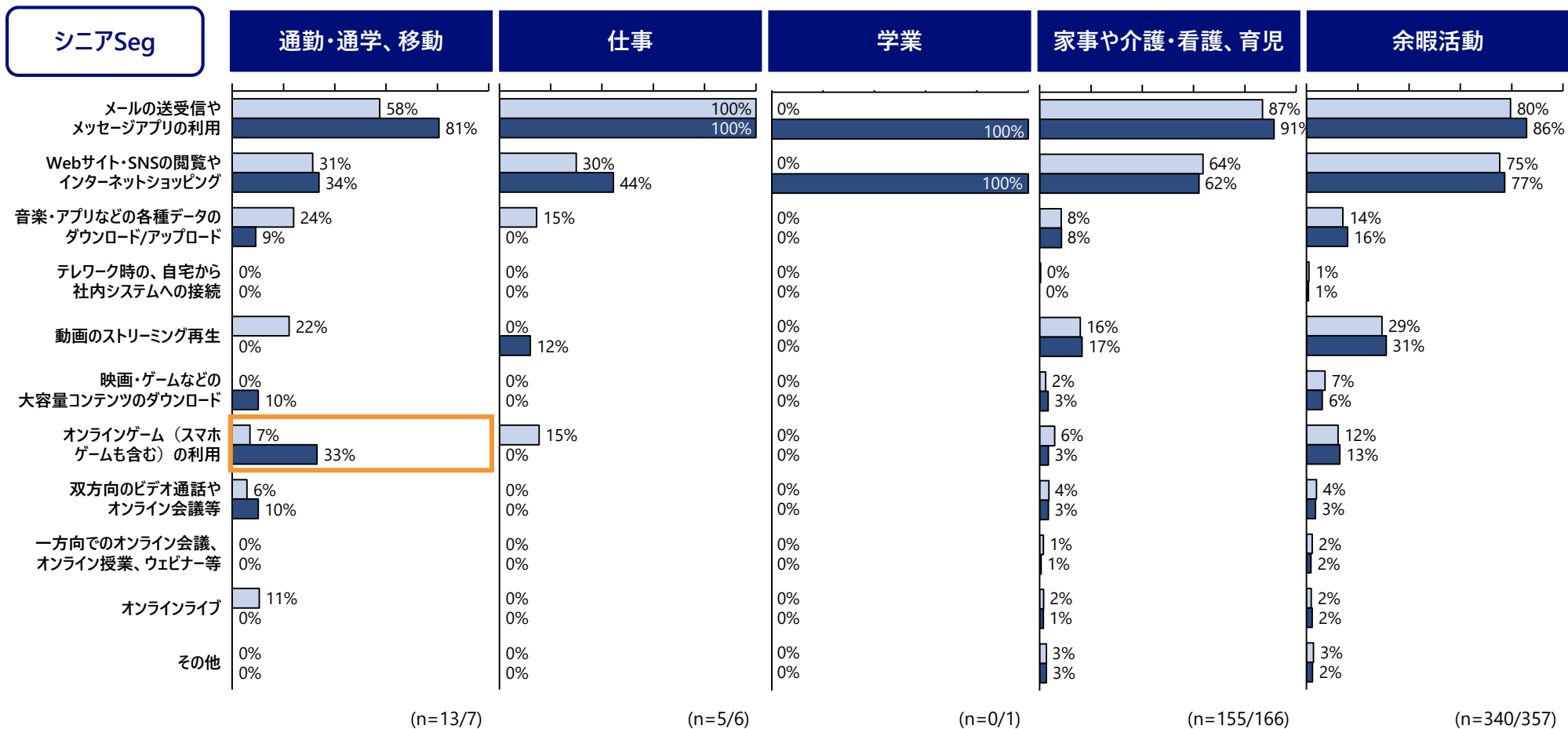
出所) インターネット利用に関するアンケート調査（2021年）より作成

2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用用途における変化

休みの日には、利用の多い余暇活動の際に、メッセージツールを使う人の割合が微増。

インターネットの利用用途（活動別/休みの日）

■ コロナ前
■ 現在



設問

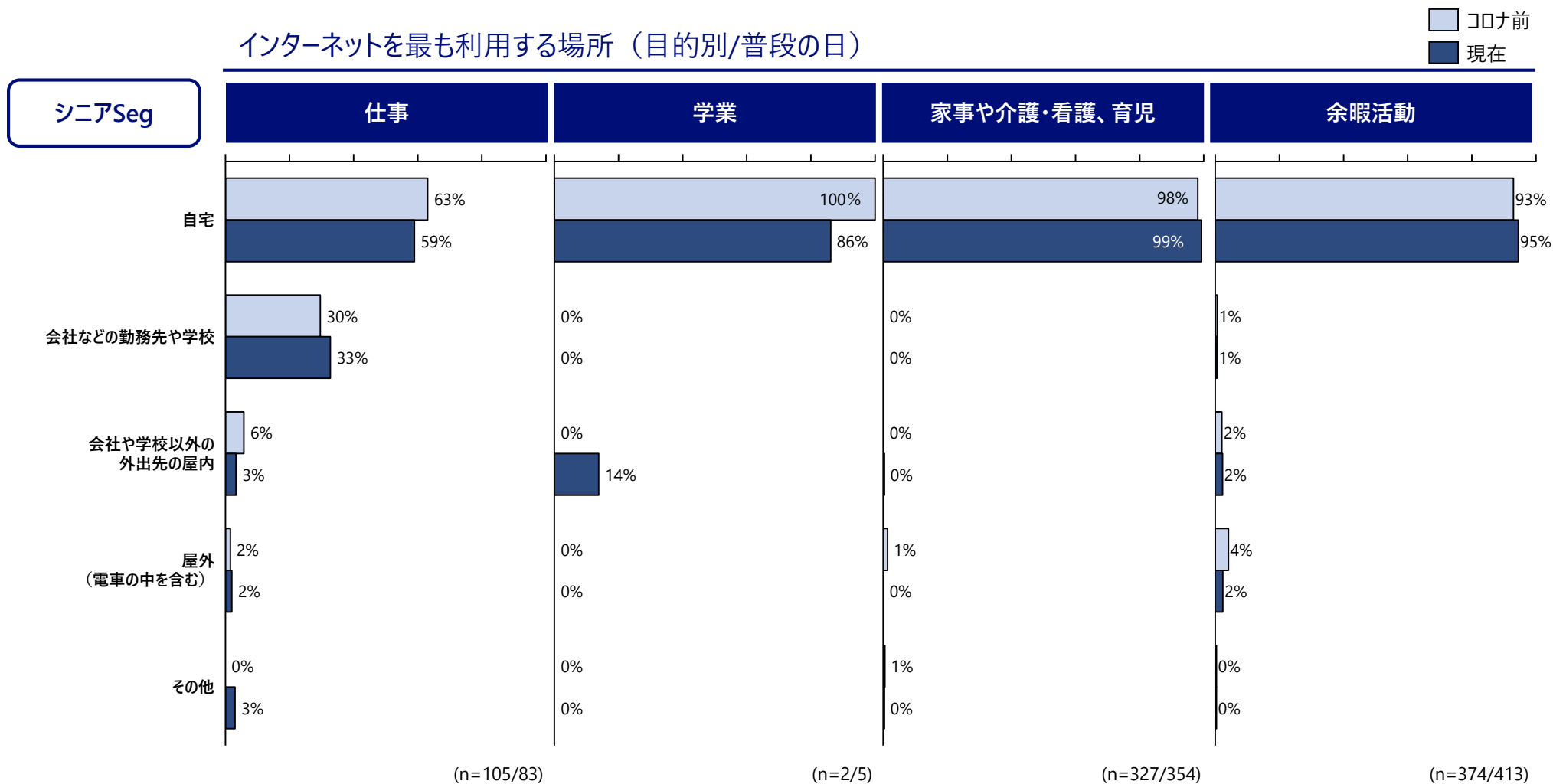
- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、各活動の最中にインターネットでしていたことをすべてお答えください。
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、各活動の最中にインターネットでしていることをすべてお答えください。

注) n数が少ない箇所はご参考

出所) インターネット利用に関するアンケート調査（2021年）より作成

2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用場所における変化

普段の日の利用が多い家事や余暇活動におけるインターネット利用場所に変化はあまりない。



設問

- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、最もインターネット利用を行っていた場所をお答えください。（それぞれ1つずつ）
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、最もインターネット利用を行っている場所をお答えください。（それぞれ1つずつ）

注) n数が少ない箇所はご参考

出所) インターネット利用に関するアンケート調査（2021年）より作成

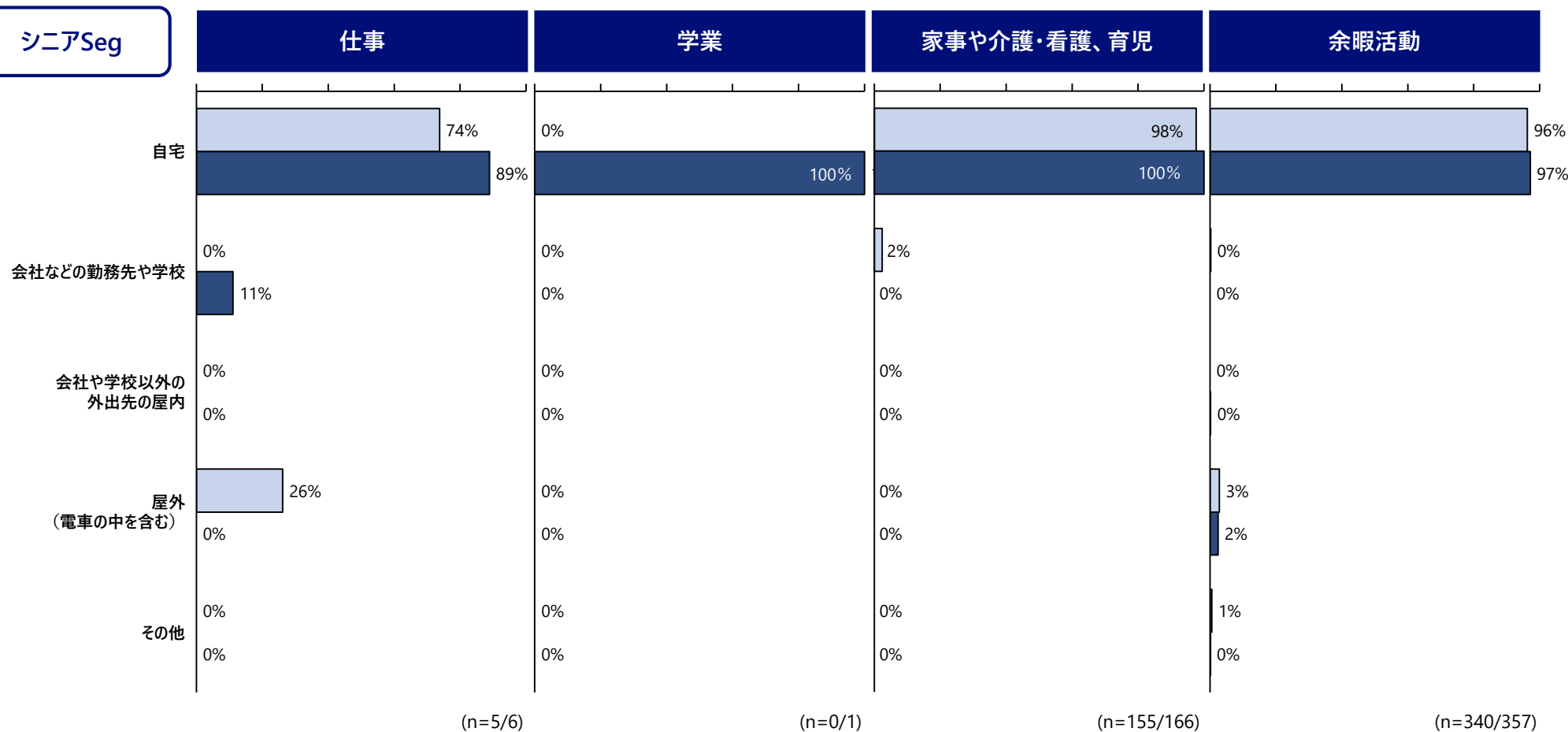
2. 消費者アンケート調査の結果 | インターネットの利用場所における変化

休みの日も、利用が多い家事や余暇活動におけるインターネット利用場所に変化はあまりない。

インターネットを最も利用する場所（目的別/休みの日）

□ コロナ前
■ 現在

シニアSeg



設問

- 一度目の緊急事態宣言以前（2020年2月以前）、最もインターネット利用を行っていた場所をお答えください。（それぞれ1つずつ）
- 二度目の緊急事態宣言以降（2021年2月以降）、最もインターネット利用を行っている場所をお答えください。（それぞれ1つずつ）

注) n数が少ない箇所はご参考

出所) インターネット利用に関するアンケート調査（2021年）より作成

The text is framed by two decorative swooshes. The top swoosh is a gradient bar transitioning from blue on the left to red on the right. The bottom swoosh is a solid blue bar.

Share the Next Values!