2018 年 7 月 4 日 発行
ジャストリサーチサービス株式会社
（一社）日本マーケティング・リサーチ協会正会員

10 代後半が自由に使えるお金は＜女子＞1.2 万円、＜男子＞2.4 万円。

― 使い道は・・・「音楽」？「ファッション」？「グルメ」？「ゲーム」？ 20 代以上との違いは。 ―

『若年層実態調査』（2018 年 6 月度自主調査）結果トピックス

ジャストリサーチサービス株式会社（本社：東京都中央区）は、2018 年 6 月度のオリジナル調査として、
『若年層実態調査』を実施致しました。
若者はどんな運動をしている？　SNS の使い方は？　　お金の使い道は？　パソコンって使ってるの？
最近参加したイベントは？　　などなど
若年層（15～34 歳）にスポットを当て、生活実態の把握を目的に調査をしました。
その結果がまとまりましたので、ご案内致します。

■調査概要

調査地域	：全国
調査方法	：インターネット調査
調査対象	：15～34 歳の男女
サンプルサイズ	：423 サンプル
調査期間	：2018 年 6 月 1 日～6 月 4 日

■調査結果トピックス

●SNS の使い方
SNS を使いこなしているのは＜女性 20～24 歳＞（複数アカウントの使い分け／ハッシュタグ検索など）
企業による SNS キャンペーンへの参加が多いのは＜男性 30～34 歳＞

●自由に使えるお金の使い道
女性は「20 歳」を境に、「ファッション」「化粧品」「美容・健康雑貨」への出費が増加。
男性は、どの年代でも「ゲーム（キャラグッズ含む）」が高くなっている。

●イベント参加
「ハロウィンイベント」参加率は 2%と低い。（ヨガやマラソンなどのスポーツ参加イベントの方が高いという結果に）
＜男性 15～19 歳＞は「ゲーム・アニメキャラ・声優」のイベント参加で盛り上がっている。

■添付資料：調査結果サマリー

ジャストリサーチサービス株式会社について
マーケティング・リサーチのプロフェッショナルとして、課題解決のための最適なアプローチ方法をご提案します。

◎商業施設・小売店の利用実態や商圏把握を始め、顧客満足度調査、広告・販促効果、開業・改装コンセプト受容性など、
幅広いテーマのマーケティング課題解決、プロモーション支援のための生活者リサーチをご提案致します。
http://www.just-research.co.jp/product/kouri.html

◎フィールドワーク（実査）とデータ処理の強力な実施体制のもとに、スピーディで正確な一次情報の収集・データ加工を実現。
お客様のニーズにタイムリーにお応えいたします。
http://www.just-research.co.jp/product/index.html

【引用・転載について】
本リリース内容の引用・転載に際しては、当社名（ジャストリサーチサービス株式会社）の掲載をお願い致します。
調査結果サマリー内のグラフ・表データをご利用される場合も同様です。ご不明な点は下記担当までご連絡ください。

【本リリース内容に関するお問合せ】
ジャストリサーチサービス株式会社
〒104-0033 東京都中央区新川 2-20-7　TOKOH ビル 6F
TEL：03-3553-3737　E-mail：*info@just-research.co.jp*　担当：野口

ジャストリサーチサービス株式会社
http://www.just-research.co.jp

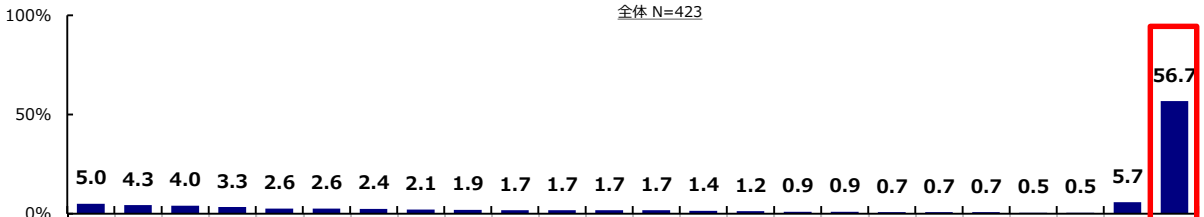
スポーツ・運動について

just
we find true feelings

定期的にスポーツ・運動をやっている人は半数未満。（6割弱はやっていない）

- ◆ ＜女性＞の方が「特になし」が多く、＜女性20歳以上＞では7割。（＜15～19歳＞では5割強）
- ◆ ＜男性＞は＜15～19歳＞よりも＜20～24歳／25～29歳＞の方が実践者が多い傾向。
- ◆ ＜学生＞でも5割強が「特にない」を回答した。

Q．あなたは、定期的に何かスポーツや運動をされていますか。している場合は、その競技（やっていること）とどの程度（期間・負荷）やっているかお答えください。（FA）→（MA）



		N	ランニング／ジョギング	散歩／ウォーキング	サッカー／フットサル	バスケットボール	筋力トレーニング	テニス／ソフトテニス	スポーツジム	野球／ソフトボール	バドミントン	自転車／サイクリング	水泳	ダンス／ダンスエクササイズ	陸上競技	ヨガ／ホットヨガ	ゴルフ	卓球	バレーボール／ソフトバレー	犬の散歩	剣道	体育の授業	ストレッチ／柔軟体操	和太鼓	その他	特になし
性・年齢別	男性計	211	7.1	4.7	6.6	3.8	2.8	4.3	2.4	4.3	1.9	2.4	1.9	0.9	2.4	-	1.4	0.9	1.4	-	0.5	0.5	0.5	0.9	7.1	46.4
	15～19歳	53	-	-	7.5	1.9	1.9	7.5	-	3.8	1.9	3.8	-	-	3.8	-	-	1.9	-	-	-	1.9	-	3.8	7.5	54.7
	20～24歳	52	13.5	3.8	7.7	3.8	3.8	1.9	1.9	5.8	3.8	1.9	3.8	3.8	3.8	-	1.9	1.9	-	-	1.9	-	-	-	7.7	36.5
	25～29歳	53	7.5	5.7	7.5	9.4	3.8	7.5	1.9	3.8	-	1.9	3.8	-	1.9	-	1.9	-	1.9	-	-	-	1.9	-	5.7	39.6
	30～34歳	53	7.5	9.4	3.8	-	1.9	-	5.7	3.8	1.9	1.9	-	-	-	-	1.9	-	3.8	-	-	-	-	-	7.5	54.7
	女性計	212	2.8	3.8	1.4	2.8	2.4	0.9	2.4	-	1.9	0.9	1.4	2.4	0.9	2.8	0.9	0.9	0.5	1.4	0.9	0.9	0.5	-	4.2	67.0
	15～19歳	53	-	3.8	-	3.8	1.9	3.8	-	-	7.5	1.9	1.9	1.9	1.9	1.9	-	3.8	1.9	1.9	-	3.8	1.9	-	5.7	54.7
	20～24歳	53	3.8	3.8	-	1.9	1.9	-	3.8	-	-	1.9	-	5.7	1.9	1.9	-	-	-	-	1.9	-	-	-	3.8	71.7
	25～29歳	53	5.7	5.7	1.9	1.9	1.9	-	1.9	-	-	-	1.9	-	-	-	1.9	-	-	1.9	1.9	-	-	-	3.8	71.7
	30～34歳	53	1.9	1.9	3.8	3.8	3.8	-	3.8	-	-	-	1.9	1.9	-	7.5	1.9	-	-	1.9	-	-	-	-	3.8	69.8
職業別	有職(ﾊﾟｰﾄ･ｱﾙﾊﾞｲﾄ含む)	222	5.4	4.5	4.5	4.5	2.7	0.9	3.6	2.3	1.4	1.4	1.8	-	-	1.4	1.8	0.5	1.4	0.5	-	0.5	0.5	-	5.4	59.5
	専業主婦・無職	33	12.1	9.1	3.0	-	3.0	3.0	-	-	-	-	-	3.0	-	6.1	-	-	-	3.0	-	-	-	-	6.1	63.6
	学生	165	3.0	3.0	3.6	2.4	2.4	4.8	1.2	2.4	3.0	2.4	1.8	3.6	4.2	0.6	0.6	1.8	0.6	-	1.8	1.2	0.6	1.2	6.1	51.5

XX.X は全体比 +10pt 以上、XX.X は +5pt 以上、XX.X は -5pt 以下、XX.X は -10pt 以下

(%)

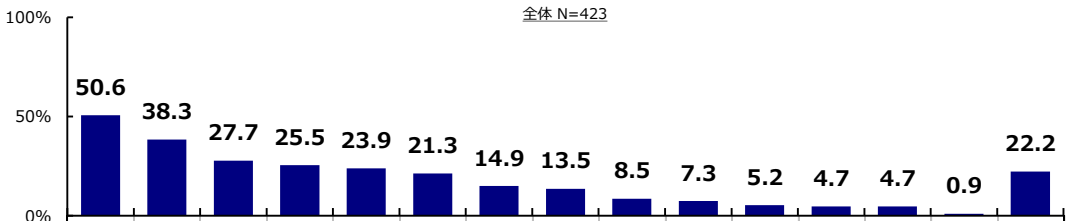
SNS利用実態

just
we find true feelings

「複数アカウントの使い分け」「いいね！をつける」「ハッシュタグで検索」などは＜男性＞よりも＜女性＞で高い。
特に＜女性20～24歳＞が他の年代よりもSNSを使いこなしている様子。

- ◆「公式アカウント」「企業アカウント」も＜女性＞からの反応が高め。「企業のアカウント」は＜女性30～34歳＞が最も高い。
- ◆ ＜男性＞は＜女性＞に比べるとやや低反応であるが、＜男性15～19歳＞では「複数アカウント」が5割を超える。また、「企業によるSNSキャンペーンへの参加」が最も高いのは＜男性30～34歳＞であった。

Q．あなたは、SNS（Twitter・Instagram・Facebookなど）をどのようにお使いですか。以下の中から当てはまるものを全てお答えください。（MA）



		N	人の投稿にいいねをつける	同一SNSで複数のアカウントを使い分けている（趣味用など）	公式アカウントの投稿・メッセージを見る	人の投稿をRTする、シェアする	ハッシュタグで情報を検索する	企業のアカウントをフォローして、投稿をチェックする	沢山の人に見てもらうためにハッシュタグをつけて投稿している	企業によるSNSキャンペーンへの参加をする	特定の人に見てもらうためにハッシュタグをつけて投稿している	いいねーの数を増やすことを考えて投稿している	投稿するネタを小出しにすることがある	相互フォロー外の人の投稿にリプライをつける	SNSやアカウントによって自分のキャラクターを使い分けている	その他	LINE以外のSNSは（ほとんど）利用していない
性・年齢別	男性計	211	44.1	34.1	22.3	26.1	16.1	16.6	11.4	13.3	4.7	7.6	3.8	2.8	3.8	0.5	27.0
	15～19歳	53	47.2	54.7	30.2	43.4	28.3	22.6	20.8	15.1	5.7	17.0	5.7	3.8	13.2	-	24.5
	20～24歳	52	44.2	40.4	23.1	19.2	13.5	11.5	3.8	7.7	5.8	7.7	1.9	5.8	-	1.9	19.2
	25～29歳	53	43.4	28.3	15.1	22.6	11.3	13.2	9.4	11.3	5.7	1.9	3.8	1.9	-	-	26.4
	30～34歳	53	41.5	13.2	20.8	18.9	11.3	18.9	11.3	18.9	1.9	3.8	3.8	-	1.9	-	37.7
	女性計	212	57.1	42.5	33.0	25.0	31.6	25.9	18.4	13.7	12.3	7.1	6.6	6.6	5.7	1.4	17.5
	15～19歳	53	49.1	56.6	34.0	24.5	28.3	18.9	20.8	11.3	15.1	9.4	1.9	7.5	5.7	-	22.6
	20～24歳	53	69.8	50.9	39.6	35.8	37.7	26.4	28.3	15.1	7.5	13.2	9.4	9.4	11.3	1.9	5.7
	25～29歳	53	58.5	32.1	30.2	24.5	34.0	26.4	17.0	13.2	17.0	3.8	5.7	7.5	3.8	-	15.1
	30～34歳	53	50.9	30.2	28.3	15.1	26.4	32.1	7.5	15.1	9.4	1.9	9.4	1.9	1.9	3.8	26.4
職業別	有職(ﾊﾟｰﾄ･ｱﾙﾊﾞｲﾄ含む)	222	51.8	27.9	23.0	20.3	22.1	19.4	13.1	11.3	8.1	4.1	5.0	3.2	2.7	1.4	23.9
	専業主婦・無職	33	48.5	30.3	30.3	30.3	21.2	33.3	15.2	24.2	6.1	3.0	6.1	3.0	3.0	-	30.3
	学生	165	49.1	53.9	33.9	31.5	26.7	21.8	17.6	14.5	9.7	12.1	5.5	7.3	7.9	0.6	18.2

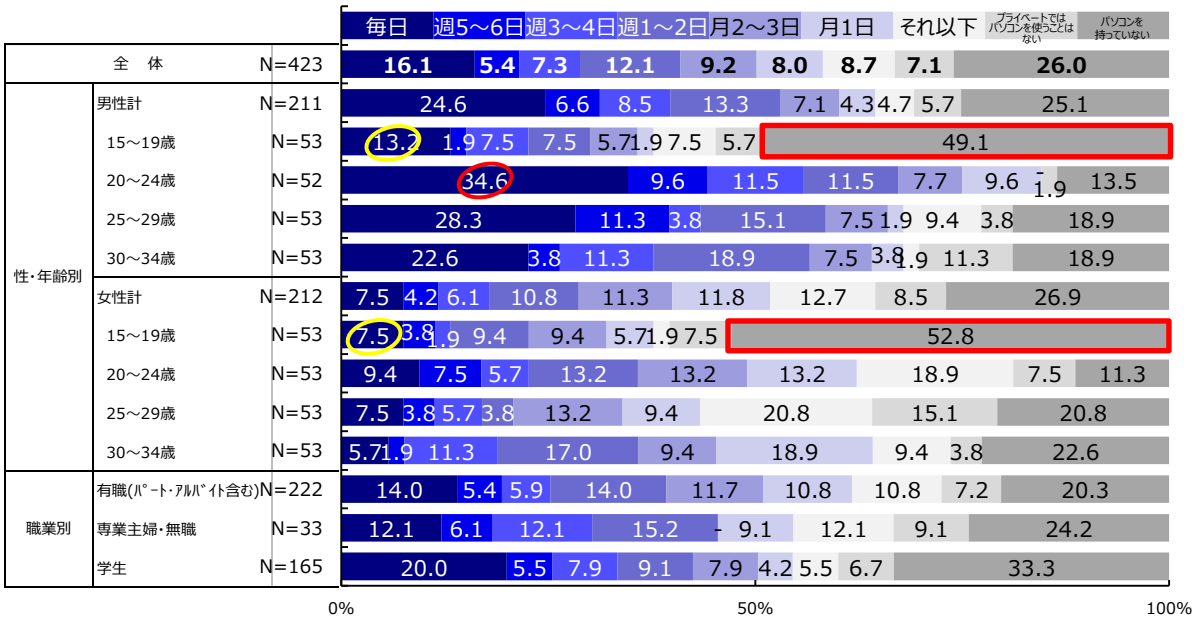
(%)

プライベートでのPC利用頻度

パソコンの所有率は、「20歳」を境に大きく変化。

- ＜15～19歳＞でPCを持っているのは5割程度。（「毎日使う」には1割前後）
- 「20歳」を超えると8～9割程度が所有しているが、「毎日使う」のは最も高い＜男性20～24歳＞でも3割強に留まる。（＜女性＞で「毎日使う」のは各年代とも1割未満）

Q．あなたは、プライベートで使うパソコンをお持ちですか。お持ちの方は、使用頻度をお答えください。（SA）※タブレット端末は含めずに、お考えください。

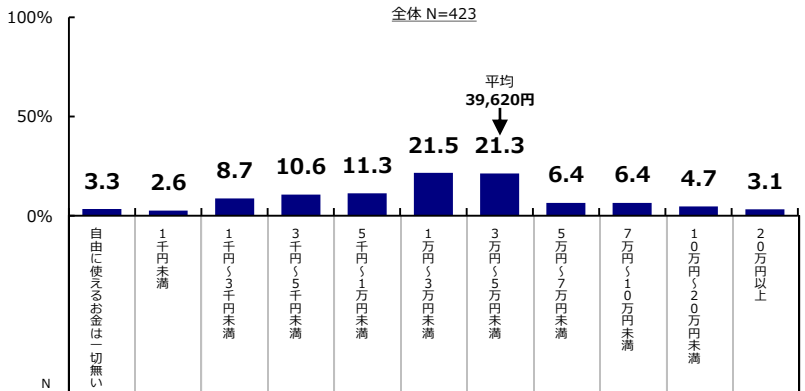


自由に使えるお金の額

平均額は4万円程度。＜有職者＞では平均5.4万円程度に上がる。（＜男性30～34歳＞は平均6万円）

- ＜15～19歳＞では使える額が低くなっているが、特に＜女性15～19歳＞で低く、平均1.2万円程度と＜男性15～19歳＞平均2.4万円の半分以下となっている。
- ＜20代以上＞のボリュームゾーンはいずれも「1万～3万円／3万～5万円」となっている。一方＜10代前半＞は「1000～1万円未満」がボリュームゾーン。

Q．ひと月あたりに、「あなたが自由に使えるお金」はいくら位ですか。固定出費を除いた額をおおよそで結構ですのでお答えください。（SA）



		N	自由に使えるお金は一切無い	1千円未満	1千円～3千円未満	3千円～5千円未満	5千円～1万円未満	1万円～3万円未満	3万円～5万円未満	5万円～7万円未満	7万円～10万円未満	10万円～20万円未満	20万円以上	平均（円）
性・年齢別	男性計	211	4.3	2.8	8.1	9.5	11.4	20.9	20.9	6.2	7.1	4.3	4.7	43,772
	15～19歳	53	-	5.7	18.9	24.5	24.5	11.3	3.8	3.8	-	3.8	3.8	24,358
	20～24歳	52	9.6	1.9	3.8	5.8	1.9	28.8	23.1	9.6	11.5	1.9	1.9	42,851
	25～29歳	53	3.8	3.8	1.9	7.5	11.3	22.6	24.5	5.7	7.5	7.5	3.8	47,922
	30～34歳	53	3.8	-	7.5	-	7.5	20.8	32.1	5.7	9.4	3.8	9.4	60,647
	女性計	212	2.4	2.4	9.4	11.8	11.3	22.2	21.7	6.6	5.7	5.2	1.4	35,568
	15～19歳	53	7.5	7.5	24.5	24.5	13.2	11.3	7.5	-	3.8	-	-	11,888
	20～24歳	53	-	-	-	7.5	17.0	26.4	28.3	9.4	5.7	3.8	1.9	39,028
	25～29歳	53	1.9	-	1.9	9.4	5.7	26.4	24.5	9.4	11.3	7.5	1.9	48,163
	30～34歳	53	-	1.9	11.3	5.7	9.4	24.5	26.4	7.5	1.9	9.4	1.9	41,642
職業別	有職(ﾊﾟｰﾄ･ｱﾙﾊﾞｲﾄ含む)	222	2.3	1.8	4.1	2.7	6.8	21.2	29.7	10.4	9.0	8.1	4.1	54,224
	専業主婦・無職	33	12.1	-	12.1	21.2	18.2	30.3	6.1	-	-	-	-	12,448
	学生	165	2.4	4.2	14.5	19.4	16.4	20.0	13.3	2.4	4.2	1.2	1.8	23,646

XX.X は全体比 +10pt 以上、XX.X は +5pt 以上、XX.X は -5pt 以下、XX.X は -10pt 以下

（%）

平均(円)は、下記のウェイトを与えて算出

カテゴリー	ウェイト
1千円未満	500
1千円～3千円未満	2,000
3千円～5千円未満	4,000
5千円～1万円未満	7,500
1万円～3万円未満	20,000
3万円～5万円未満	40,000
5万円～7万円未満	60,000
7万円～10万円未満	85,000
10万円～20万円未満	150,000
20万円以上	250,000

※「自由に使えるお金は一切無い」はベースから除外

自由に使えるお金の使い道

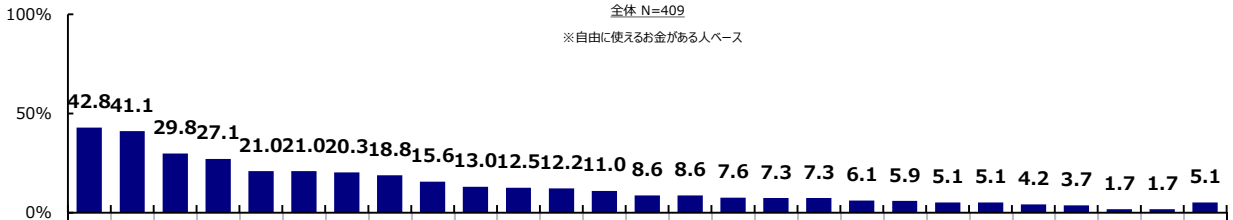
just
we find true feelings

自由にできるお金が少ない＜女性15～19歳＞は、他の年代よりも「CD・音楽作品」の購入が高め。

- ◆ 一方、＜男性15～19歳＞では「書籍」の他に、「ゲーム」「アニメ」「玩具・ぬいぐるみ・キャラクターグッズ」が比較的目立っている。（「ゲーム」は20歳を超えても一定数見られる）
- ◆ ＜女性＞は「20歳」を境に、「ファッション」「化粧品・美容アイテム」「美容・健康雑貨」への出費が増加。

Q．前問でお答えになった「ひと月あたりに、あなたが自由に使えるお金」は、どのようなコト・モノに使っていますか。当てはまるものを全てお答えください。（MA）

全体 N=409
※自由に使えるお金がある人ベース



		N	ファッション用品・装飾品・ファッション雑貨	グルメ・食べ歩き	書籍	化粧品・美容アイテム	CD・音楽作品購入	アミューズメント施設（カラオケ・ボウリングなど）	美容・健康雑貨	映像作品鑑賞・購入（映画鑑賞・DVDレンタル／購入など）	具体的には目的を決めていない貯金	その他の雑貨	ゲーム（ゲームキャラクターグッズ含む）	テーマパーク（遊園地・水族館など）	スポーツ・スポーツ用品	アニメ（アニメキャラクターグッズ含む）	具体的な目的のある貯金（旅行・ブランド品購入など）	玩具・ぬいぐるみ・キャラクターグッズ	車・バイク・自転車用品	料理・お菓子作り・パン作り	スポーツ観戦	デジタルコンテンツ（LINEスタンプ・アプリ課金など）	マッサージ・整体	アウトドア・キャンプ・BBQ	エステ・ネイル	作品制作（手芸・絵画・装飾など）	ゴルフ（ラウンド、打ちっぱなし含む）	釣り	その他
性・年齢別	男性計	202	28.2	37.6	34.2	4.0	20.8	22.3	7.4	18.8	14.9	9.4	20.8	10.9	15.3	9.9	8.9	7.4	13.9	4.0	9.4	5.9	2.5	6.4	-	1.5	2.5	3.0	6.9
	15～19歳	53	17.0	26.4	43.4	1.9	24.5	18.9	5.7	13.2	11.3	5.7	30.2	5.7	15.1	20.8	11.3	18.9	7.5	1.9	7.5	9.4	-	1.9	-	1.9	-	1.9	5.7
	20～24歳	47	31.9	40.4	36.2	10.6	21.3	31.9	6.4	25.5	21.3	12.8	14.9	19.1	14.9	6.4	12.8	4.3	21.3	4.3	8.5	4.3	2.1	10.6	-	2.1	2.1	6.4	8.5
	25～29歳	51	31.4	41.2	35.3	2.0	17.6	19.6	9.8	11.8	15.7	5.9	19.6	7.8	17.6	3.9	5.9	2.0	13.7	3.9	7.8	3.9	2.0	7.8	-	2.0	3.9	2.0	2.0
	30～34歳	51	33.3	43.1	21.6	2.0	19.6	19.6	7.8	25.5	11.8	13.7	17.6	11.8	13.7	7.8	5.9	3.9	13.7	5.9	13.7	5.9	5.9	5.9	-	-	3.9	2.0	11.8
	女性計	207	57.0	44.4	25.6	49.8	21.3	19.8	32.9	18.8	16.4	16.4	4.3	13.5	6.8	7.2	8.2	7.7	1.0	10.6	2.9	5.8	7.7	3.9	8.2	5.8	1.0	0.5	3.4
	15～19歳	49	36.7	38.8	26.5	26.5	26.5	22.4	16.3	18.4	16.3	10.2	2.0	14.3	2.0	8.2	4.1	10.2	-	6.1	-	4.1	-	-	2.0	4.1	-	-	8.2
	20～24歳	53	67.9	49.1	32.1	58.5	22.6	28.3	39.6	18.9	17.0	17.0	3.8	18.9	5.7	13.2	5.7	5.7	-	9.4	1.9	5.7	3.8	3.8	9.4	9.4	-	1.9	-
	25～29歳	52	63.5	42.3	26.9	51.9	25.0	17.3	30.8	23.1	17.3	19.2	3.8	11.5	7.7	1.9	13.5	5.8	-	15.4	5.8	5.8	7.7	7.7	9.6	1.9	1.9	-	1.9
	30～34歳	53	58.5	47.2	17.0	60.4	11.3	11.3	43.4	15.1	15.1	18.9	7.5	9.4	11.3	5.7	9.4	9.4	3.8	11.3	3.8	7.5	18.9	3.8	11.3	7.5	1.9	-	3.8
職業別	有職(ﾊﾟｰﾄ・ｱﾙﾊﾞｲﾄ含む)	217	49.3	47.0	24.9	32.3	18.0	21.7	22.1	21.7	15.2	15.2	11.1	11.5	12.9	5.5	9.7	5.1	8.3	7.8	6.9	6.5	6.9	6.0	5.5	1.8	2.8	2.3	6.5
	専業主婦・無職	29	48.3	41.4	20.7	41.4	6.9	13.8	31.0	17.2	17.2	20.7	10.3	3.4	3.4	6.9	3.4	3.4	3.4	10.3	3.4	3.4	13.8	3.4	3.4	6.9	-	-	-
	学生	161	33.5	33.5	38.5	18.0	28.0	21.7	16.1	15.5	15.5	8.7	14.9	14.9	9.9	13.0	8.1	11.8	6.8	6.2	5.0	5.6	1.2	4.3	2.5	5.6	0.6	1.2	4.3

XX.X は全体比 +10pt 以上、XX.X は +5pt 以上、XX.X は -5pt 以下、XX.X は -10pt 以下

（%）

イベント訪問実態

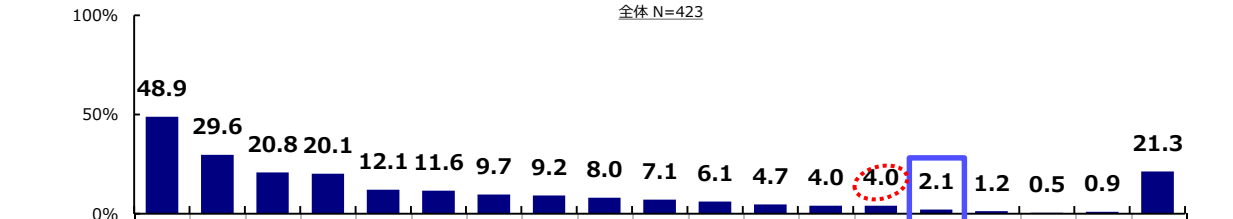
just
we find true feelings

「ハロウィンイベント」に参加したのは全体の2%に留まる。「（ヨガ・マラソンなどの）スポーツイベント」の方が4%で若干上回る結果となった。

- ◆ 「グルメ系イベント」は男女とも＜15～19歳＞では弱く、年代に比例して上昇傾向。
- ◆ ＜男性15～19歳＞は「ゲーム・アニメキャラ・声優のトークライブ・撮影会」が目立っている。一方＜女性15～19歳＞では＜男性15～19歳＞よりも、「イルミネーション」「音楽フェス」「パフォーマー・芸人のショー・トークライブ」「タレント・スポーツ選手との握手会・トークライブ」などが高め。

Q．あなたは以下にあげるイベントの中で、最近2～3年以内に行ったことがある・参加したことのあるイベントはありますか。当てはまるものを全てお答えください。（MA）

全体 N=423



		N	お祭り・縁日・花火	イルミネーション	音楽フェス	グルメ系イベント	握手会・トークライブなど	アイドルによるサイン会・即売会・フェア・物産展	体験型イベント（VR・脱出ゲームなど）	ゲーム・アニメキャラ・声優のトークライブ・撮影会など	パフォーマー・芸人のショー・トークライブなど	街コン・趣味コン	商業施設やショップのオープニング・周年イベント	政治家・実業家のセミナー・講演会など	タレント・スポーツ選手との握手会・トークライブなど	参加型スポーツイベント（ヨガ・マラソンなど）	参加型ハロウィンイベント	TGCなどのファッションイベント	参加型コスプレイベント（ハロウィン除く）	その他の「イベント」	最近2～3年以内にイベントには参加していない
性・年齢別	男性計	211	47.4	26.5	20.4	18.5	12.8	10.4	9.5	12.3	8.5	6.6	5.2	5.2	2.4	3.8	1.4	1.4	0.9	0.9	20.9
	15～19歳	53	58.5	20.8	18.9	5.7	9.4	7.5	15.1	20.8	3.8	1.9	5.7	1.9	3.8	1.9	3.8	1.9	1.9	3.8	24.5
	20～24歳	52	42.3	34.6	30.8	19.2	13.5	11.5	7.7	3.8	7.7	-	3.8	9.6	3.8	3.8	1.9	-	-	-	21.2
	25～29歳	53	39.6	24.5	11.3	22.6	11.3	5.7	3.8	11.3	7.5	15.1	7.5	3.8	1.9	3.8	-	1.9	1.9	-	24.5
	30～34歳	53	49.1	26.4	20.8	26.4	17.0	17.0	11.3	13.2	15.1	9.4	3.8	5.7	-	5.7	-	1.9	-	-	13.2
	女性計	212	50.5	32.5	21.2	21.7	11.3	12.7	9.9	6.1	7.5	7.5	7.1	4.2	5.7	4.2	2.8	0.9	-	0.9	21.7
	15～19歳	53	50.9	32.1	24.5	5.7	11.3	9.4	5.7	7.5	11.3	-	1.9	-	9.4	-	-	-	-	1.9	22.6
	20～24歳	53	43.4	28.3	15.1	20.8	18.9	11.3	7.5	7.5	3.8	11.3	5.7	5.7	5.7	5.7	5.7	3.8	-	1.9	28.3
	25～29歳	53	58.5	30.2	22.6	28.3	9.4	13.2	13.2	9.4	7.5	9.4	7.5	3.8	3.8	5.7	-	-	-	-	15.1
	30～34歳	53	49.1	39.6	22.6	32.1	5.7	17.0	13.2	-	7.5	9.4	13.2	7.5	3.8	5.7	5.7	-	-	-	20.8
職業別	有職(ﾊﾟｰﾄ・ｱﾙﾊﾞｲﾄ含む)	222	50.9	30.6	21.2	24.8	12.6	12.2	10.8	7.7	8.6	11.7	6.8	5.0	2.7	5.9	1.4	1.4	0.5	0.5	15.8
	専業主婦・無職	33	27.3	18.2	15.2	21.2	-	15.2	3.0	3.0	6.1	6.1	15.2	6.1	-	9.1	3.0	-	-	3.0	45.5
	学生	165	51.5	30.9	21.8	13.9	13.3	10.3	9.7	12.7	7.9	1.2	3.6	4.2	6.7	0.6	3.0	1.2	0.6	1.2	23.0

XX.X は全体比 +10pt 以上、XX.X は +5pt 以上、XX.X は -5pt 以下、XX.X は -10pt 以下

（%）

調査概要

調査方法　：　WEB調査（「LINE Research Platform」を活用したスマートフォンリサーチ）

調査エリア　：　全国

調査対象者　：　15～34歳の男女個人（「LINEアンケート」モニター）
※性・年代別均等割付にて回収

サンプルサイズ　：　計423ｓ
※ 性・年代別の有効回収数は下記の通り

	15-19歳	20-24歳	25-29歳	30-34歳	合 計
男 性	53ｓ	52ｓ	53ｓ	53ｓ	211ｓ
女 性	53ｓ	53ｓ	53ｓ	53ｓ	212ｓ
合 計	106s	105s	106s	106s	423s

※ 各セル50ｓの均等割付を実施（目標400s）
※ 各セル105%回収を行い、上記の有効回収数を獲得

調査実施期間　：　本調査　－　2018年　6月 1日 (金)　～　6月 4日 (月)

ジャストリサーチサービス株式会社について
マーケティング・リサーチのプロフェッショナルとして、課題解決のための最適なアプローチ方法をご提案します。

◎商業施設・小売店の利用実態や商圏把握を始め、顧客満足度調査、広告・販促効果、開業・改装コンセプト受容性など、幅広いテーマのマーケティング課題解決、プロモーション支援のための生活者リサーチをご提案致します。
http://www.just-research.co.jp/product/kouri.html

◎フィールドワーク（実査）とデータ処理の強力な実施体制のもとに、スピーディで正確な一次情報の収集・データ加工を実現。お客様のニーズにタイムリーにお応えいたします。
http://www.just-research.co.jp/product/index.html

【引用・転載について】
本リリース内容の引用・転載に際しては、当社名（ジャストリサーチサービス株式会社）の掲載をお願い致します。
調査結果サマリー内のグラフ・表データをご利用される場合も同様です。ご不明な点は下記担当までご連絡ください。

【本リリース内容に関するお問合せ】
ジャストリサーチサービス株式会社
〒104-0033 東京都中央区新川 2-20-7　TOKOH ビル 6F
TEL：03-3553-3737　E-mail：*info@just-research.co.jp*　担当：野口

just
we find true feelings
ジャストリサーチサービス株式会社
http://www.just-research.co.jp