



キリン食生活文化研究所

2018年10月23日
レポート vol.75

～あなたのくらしのアンケート～ 情報と便利さ～データ提供に対する意識～

サマリー

自分の情報を企業に提供することに対してのどのようになっていますか？

キリン食生活文化研究所は、「情報と便利さ」について調査を実施(2018年8月7日～8月14日、全国、ウェブ調査)、男女20～69歳 計19,702名の方の回答をまとめました。

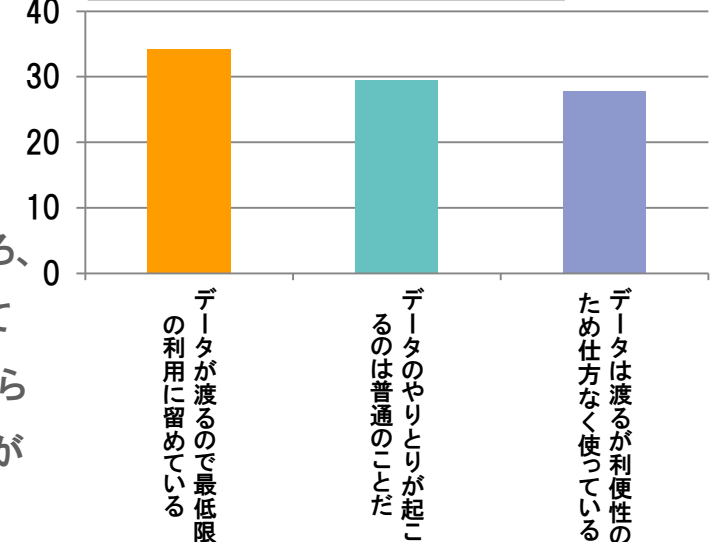
データがサービス提供企業に渡ることへの意識を聞いたところ、「データが渡ることがわかっているのに、最低限の利用に留めている」人が最も多く34.2%でした。ただ、若い世代ほど「これからはデータのやりとりが起こるのが普通のことだ」と考えている人が多くなっており、20代では最も高い割合でした。

生活の便利さ・豊かさのために提供しても良いと考えている情報は、「趣味や好みの情報」の他には「生活習慣データ」「食に関するデータ」「身体データ」など、健康に関するデータが高くなっていました。

一方で、絶対に提供したくない情報は「DNAデータ」「生体認証に活用できる身体データ」など、かなりパーソナルな情報以外に、「経済状況に関するデータ」も高く、年齢が上がるほど提供したくないと思う人が多い傾向でした。

このレポートが、情報との向き合いについて考えるきっかけになればうれしいです。

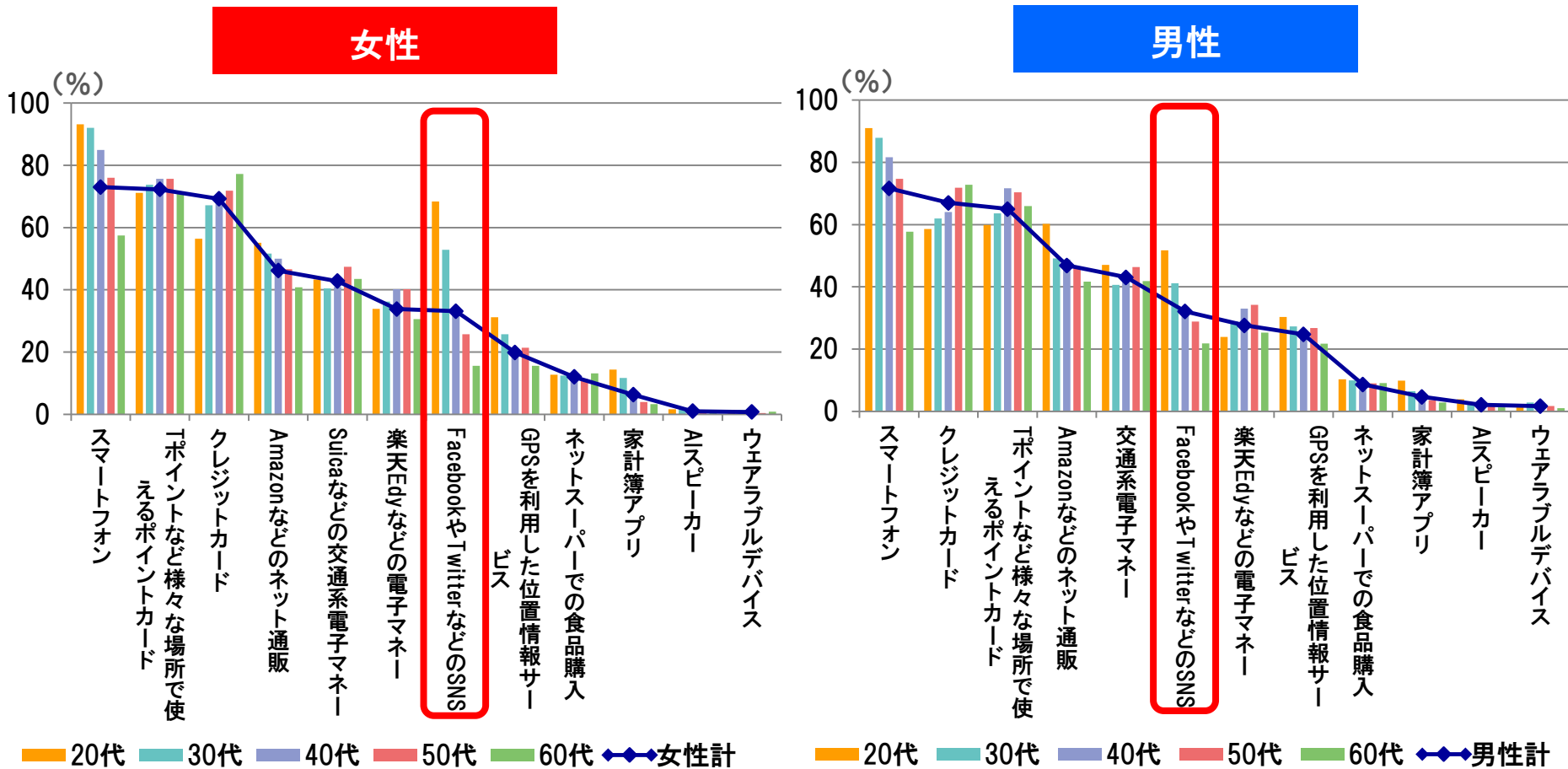
Q.データがサービス提供企業に渡ることについての意識はどのようなものですか？



Q. 普段の生活で利用しているものは？

スマートフォンは60代になると使用率は大きく下がるものの、男女共に70%以上の保有率であった。SNSの利用率は若い世代で男女差が大きく、20代では女性の方が20%近く高くなっている。AIスピーカーやウェアラブルデバイスなどは1~2%の使用率と、今のところごく一部でのみ使用されているようだ。

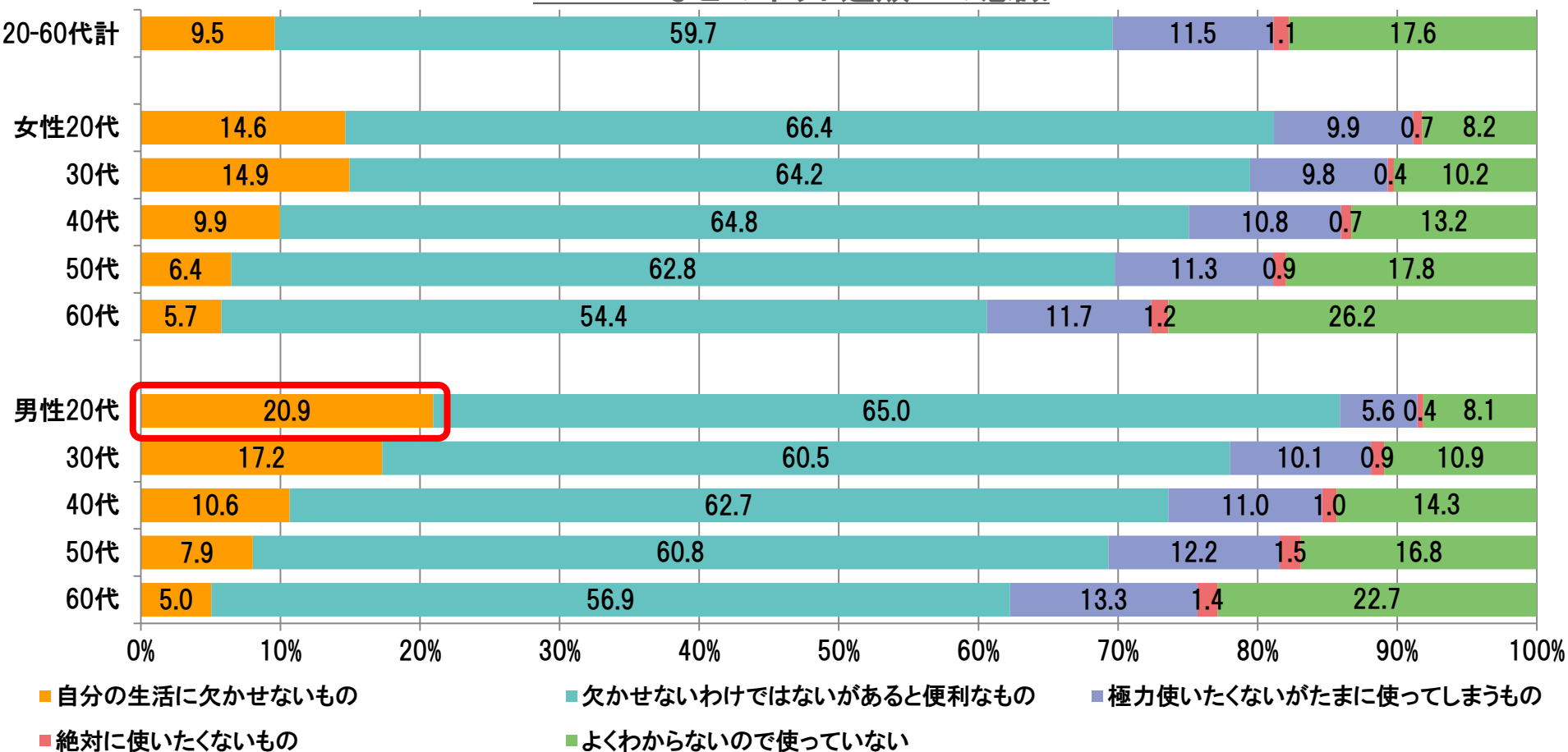
普段の生活で利用しているもの



Q. Amazonなどのネット通販はあなたにとってどういうものですか？

ネット通販に対してポジティブなイメージを持っている人は7割程。特に若い男性でその傾向は強く、20代男性では20.9%が「自分の生活に欠かせないもの」と答えている。一方で「絶対に使いたくない」と考えている人がどの世代においても1%前後いることが分かった。

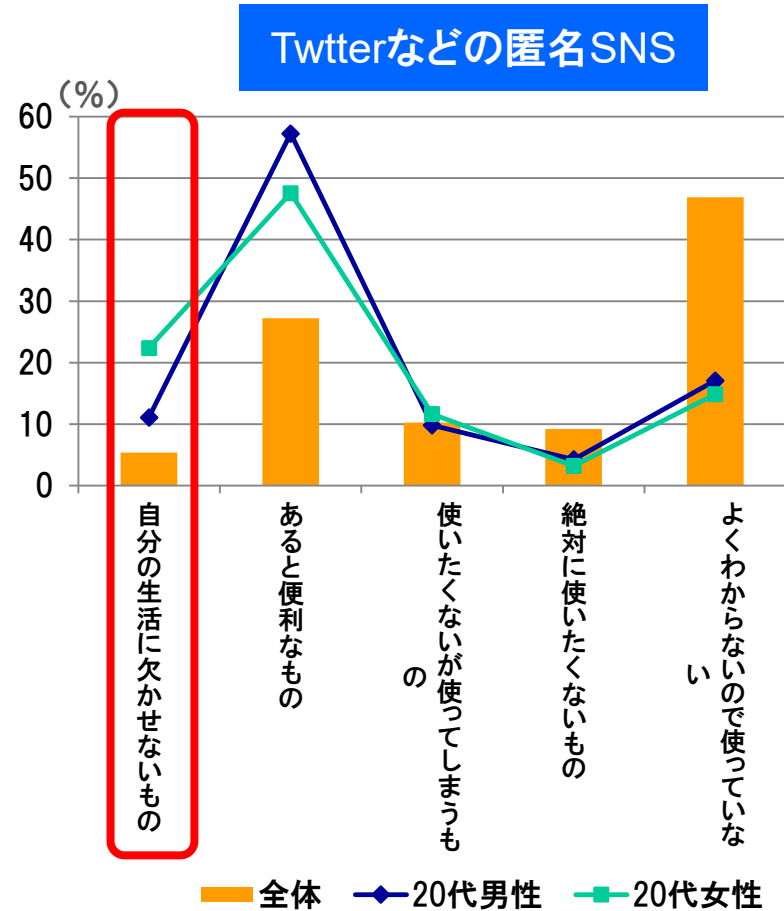
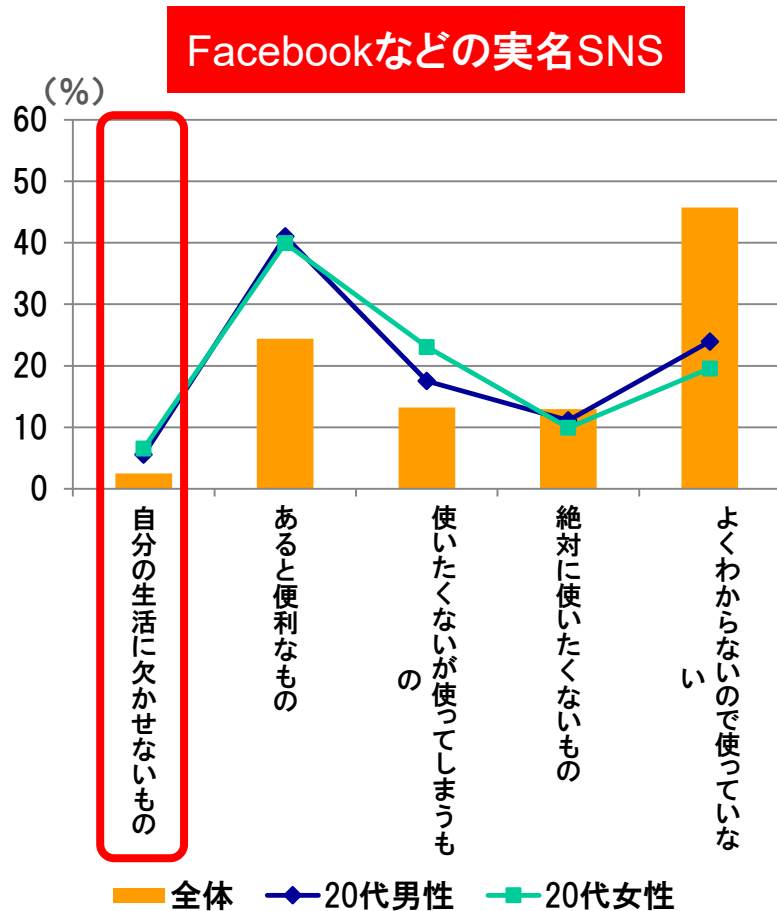
Amazonなどのネット通販への意識



Q. FacebookやTwitterなどのSNSはあなたにとってどういうものですか？

Facebookなどの実名SNSとTwitterなどの匿名SNSの意識の差を比較した。実名SNSと匿名SNSに対する意識で際立った差が出たのは20代女性であり、「自分の生活に欠かせない」と感じる人が実名SNSでは6.6%だが、匿名SNSは22.4%と顕著に高くなっていた。

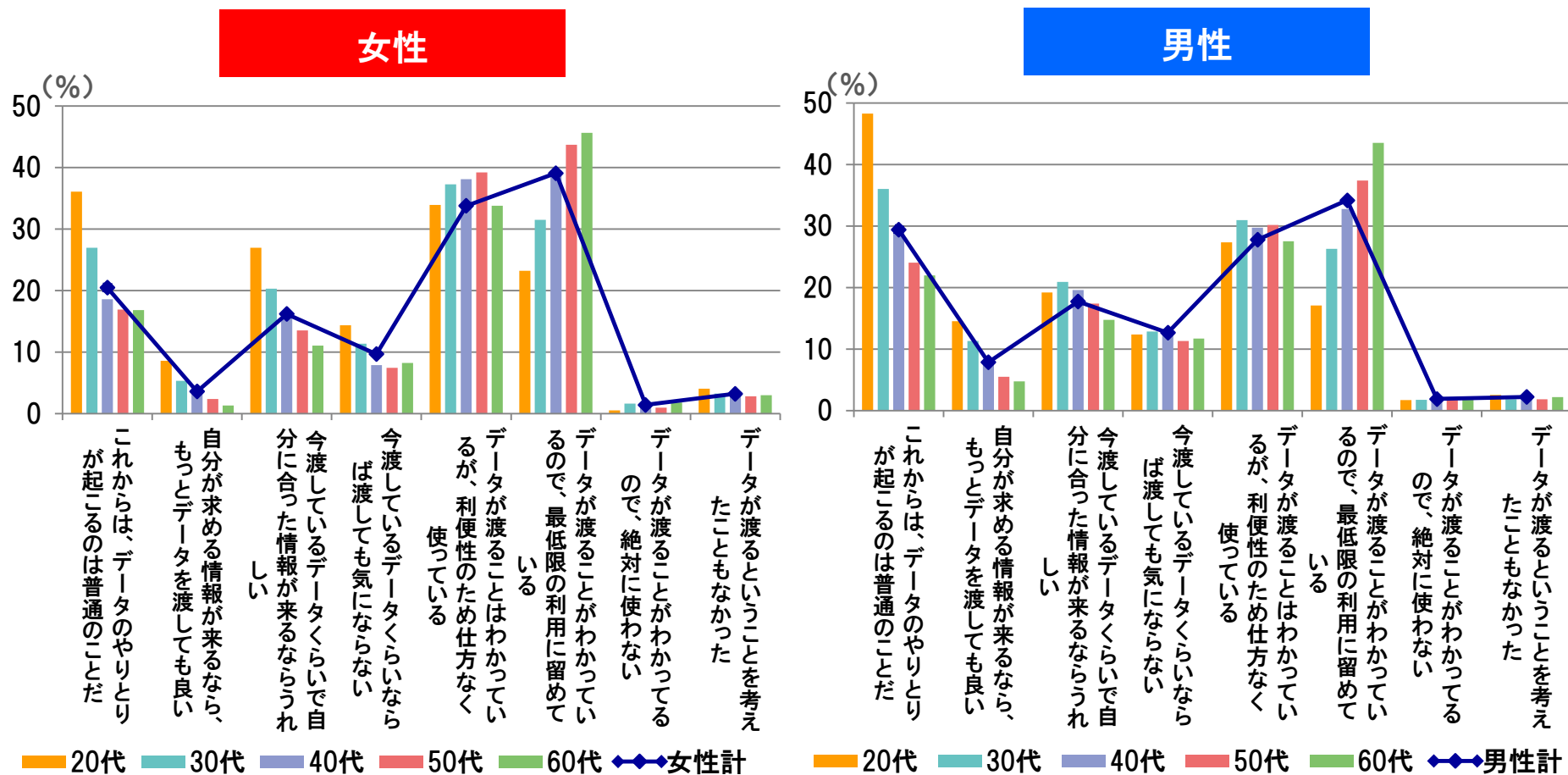
SNSへの意識



Q.データがサービス提供企業に渡ることについての意識は？

データがサービス提供企業に渡ることについての意識は、年代によって大きな差が出た。男女共に若い世代は「データのやりとりが起こるのは普通のこと」と考えている人が最も多く、データの提供に対して抵抗感が少ないようだ。一方で、年代が上がるほど抵抗感があり、「最低限の利用に留めている」人が多い。

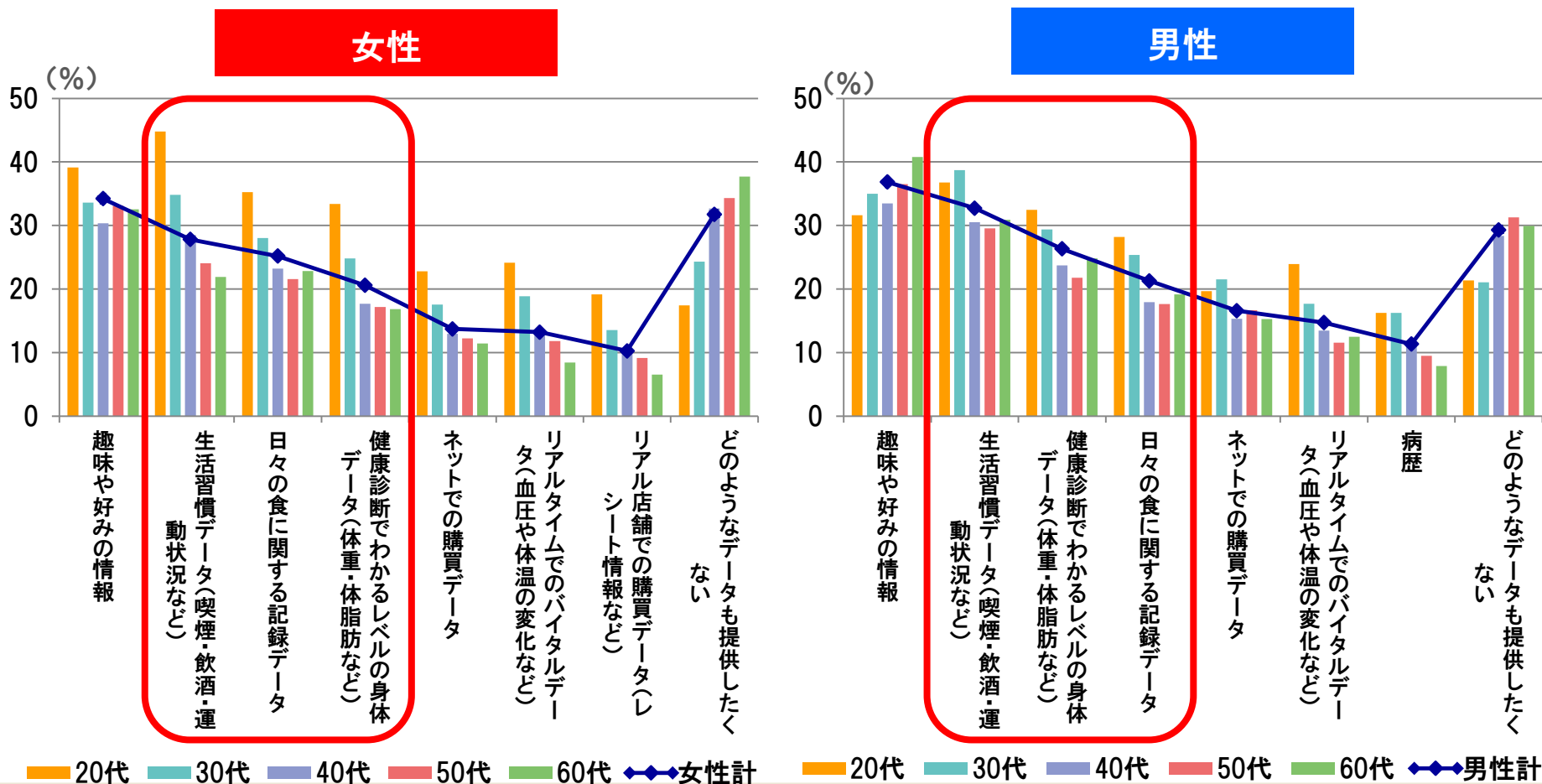
データがサービス提供企業へ渡ることについて



Q.生活が便利に・豊かになるのであれば提供しても良いデータは？

若年ほど、「生活習慣データ」「食に関するデータ」「身体データ」など、健康に関するデータを提供しても良いと思う傾向が強い。一方で、全ての年代を通して「趣味や好みの情報」はデータの提供に対して寛容であり、特に男性は年代が上がるほど高くなる傾向にある。

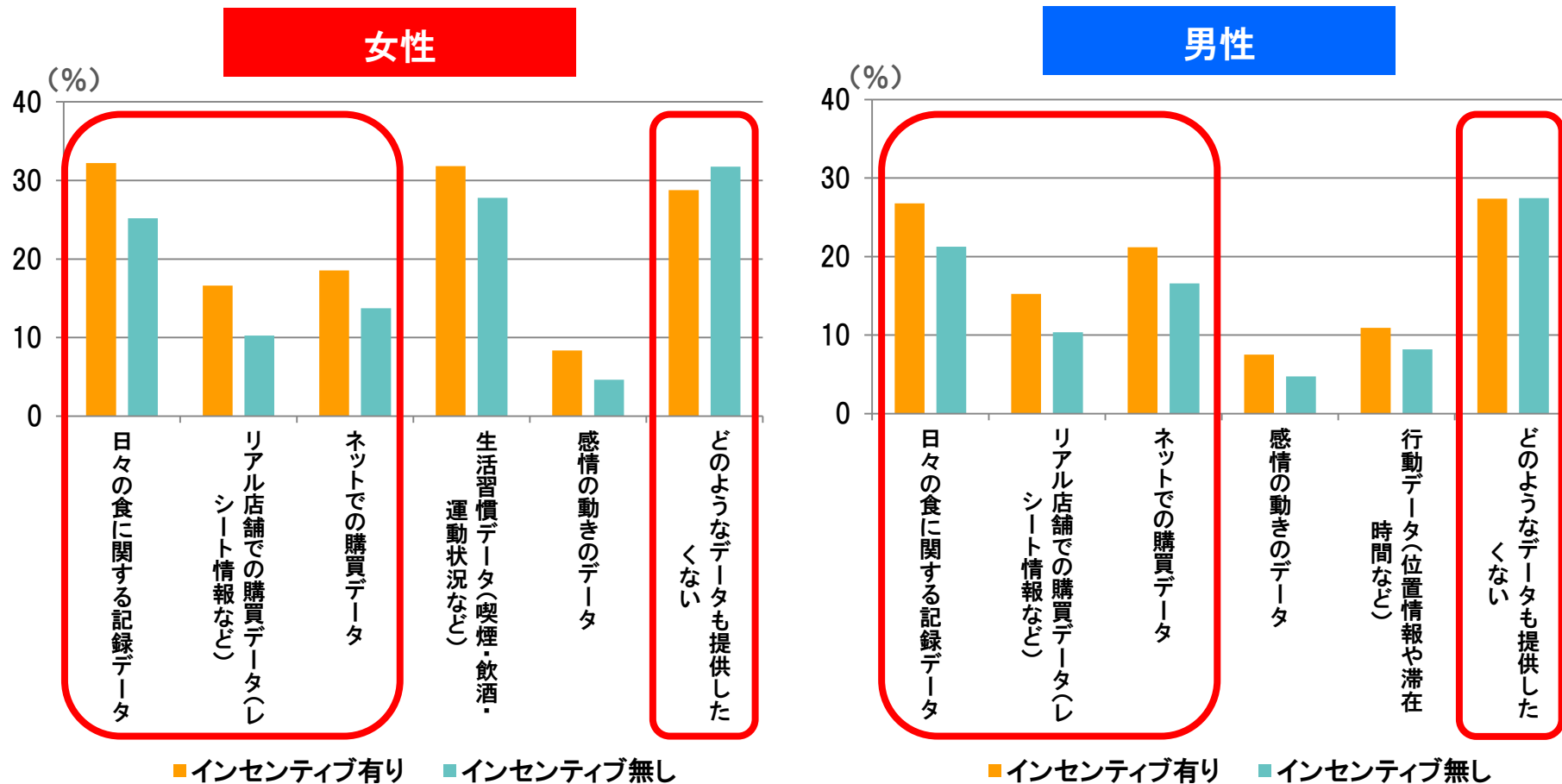
提供しても良いデータ



Q.お金やポイントを稼げるのであれば、提供してもいいデータは？

グラフは前問と比較し、インセンティブによる回答の差が大きかった順に並べている。食に関する記録データや購買データは男女共にインセンティブによる増加が大きい。また男女で比較すると、女性の方がインセンティブに対する反応は大きいことがわかる。

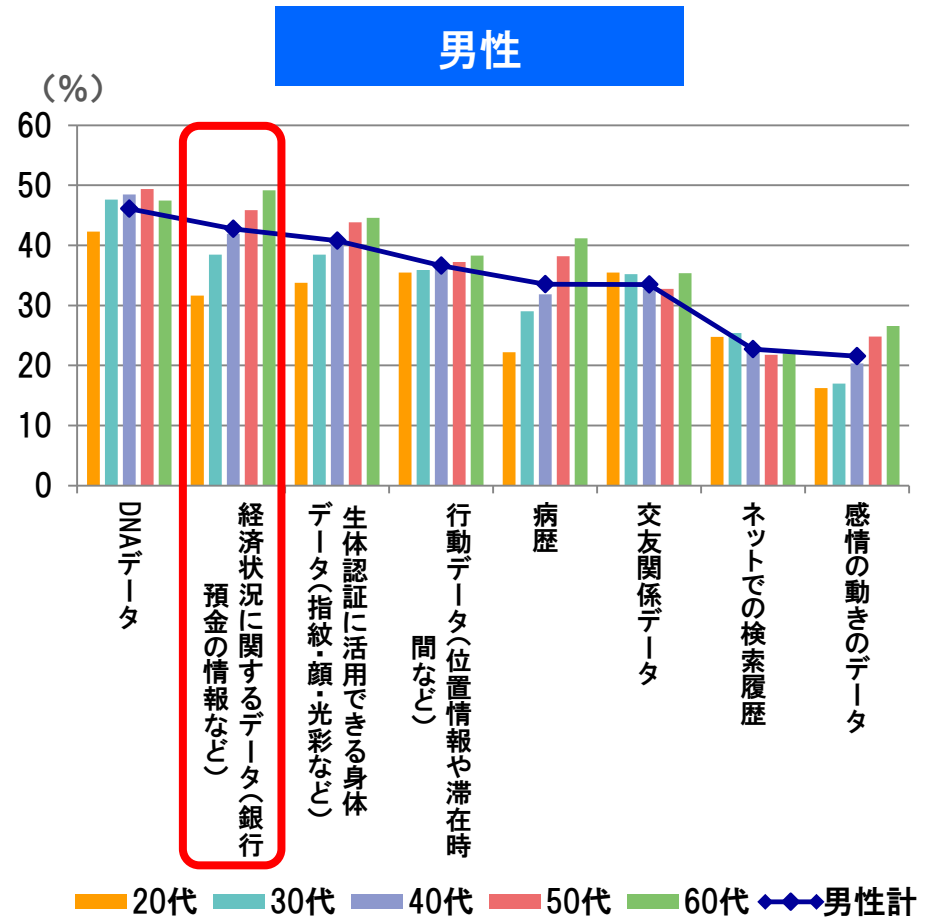
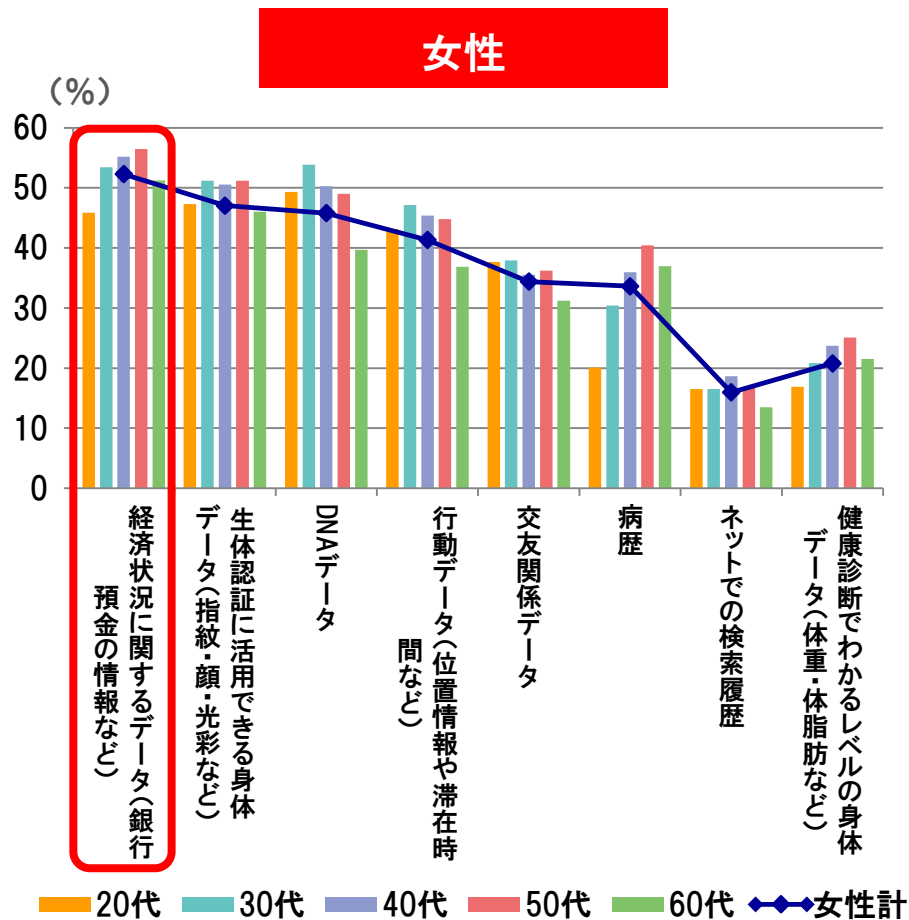
お金やポイントを稼げるなら提供してもいいデータ(前問回答との比較)



Q.絶対に提供したくないデータは？

男女共にどの世代でも「DNAデータ」「生体認証に活用できる身体データ」など、かなりパーソナルな情報は提供したくないようだ。「経済状況に関するデータ」は女性ではどの世代でも抵抗感が強いが、男性は若年ほど提供することへの抵抗感は薄いようだ。

絶対に提供したくないデータ



Q.データを提供することで良かったことは？（自由回答）

自分に合った情報が送られてくることに対してメリットを感じているという回答が非常に多くあった。また、情報提供の見返りにポイントやプレゼントを貰えることも多く挙がっていた。他にも、データを提供することで自分や家族の記録を残しておける、などの回答があった。

データを提供することで良かったこと

自分の興味のある広告や商品が表示されるようになり、自分でインターネットで探す時間が短縮される。(20代男性)

こちらの年齢層、生活状況、嗜好などが分かっている事により、推薦されたものが時折、良いものもある。(50代男性)

ポイントが増えるなどの特典を受けられる。(40代男性)

誕生日や記念日などにデザート無料券のサービスなど。(60代男性)

忘れていたパートナーの誕生日をフォローしてもらった。(60代男性)

自分の情報を供給することにより自分の行動が記録できる。(40代男性)

自分や家族にあったものが
オススメされる

ポイントやプレゼントなどの特典

その他

便利な情報や今必要な情報など、自分で調べたりする労力を使わず、相手から教えてもらうことができる。(30代女性)

子供の年齢に応じて、教材や服といった新製品などの情報がメルマガなどで送られてくるのは助かる。(40代女性)

情報を提供することでポイントやクーポンなどが貰えたりするのでとても便利で嬉しいなと思います。(20代女性)

アンケートなどに回答することで新製品の情報や試供品が得られる。(60代女性)

子供が小さいので、成長記録を残しておくのは便利だった。(30代女性)

なかなか会えない友人に自分の現状を知ってもらえることができる。(50代女性)