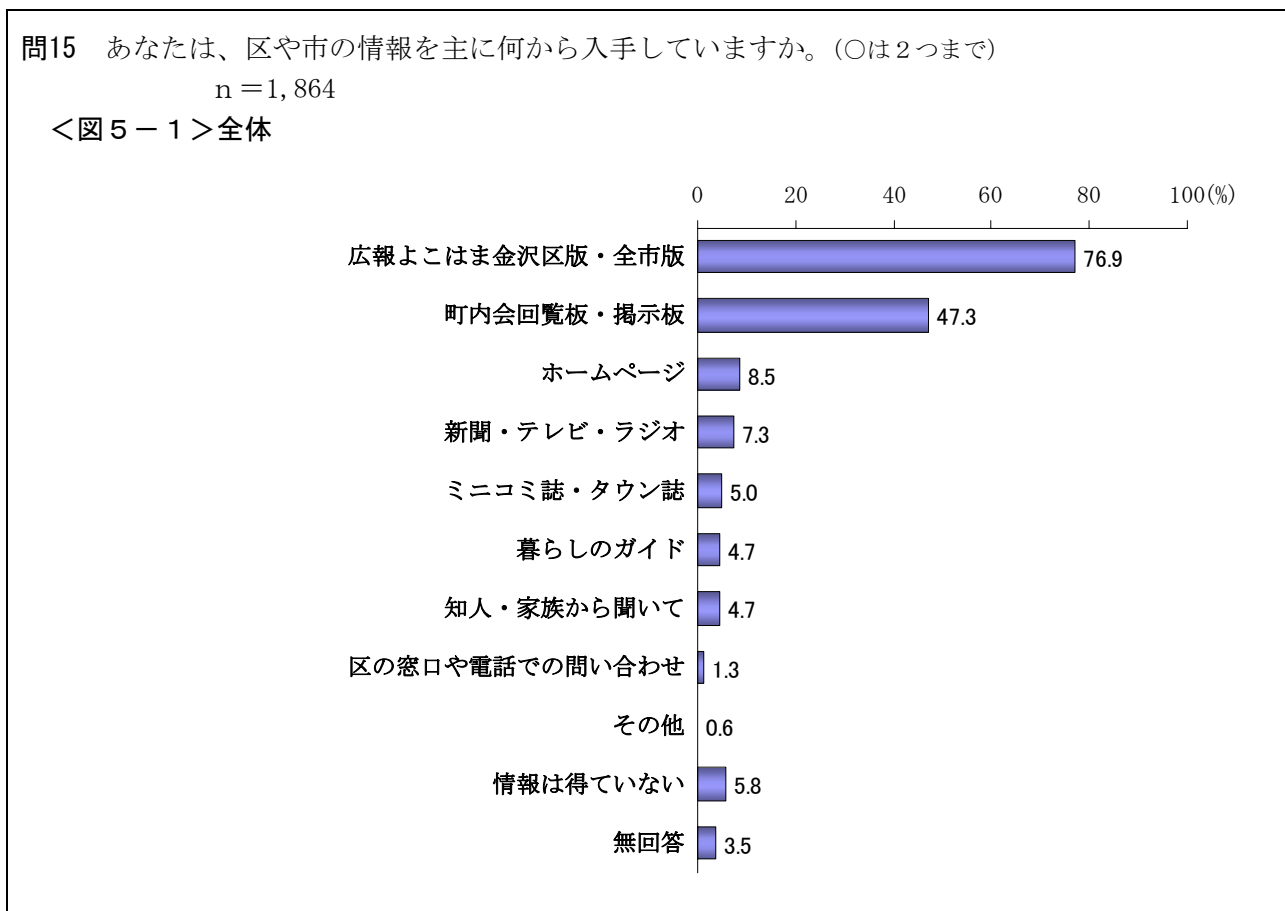


5 情報・インターネット

(1) 区・市情報の入手媒体

◇「広報よこはま金沢区版・全市版」が4人に3人、「町内会回覧板・掲示板」が5割弱



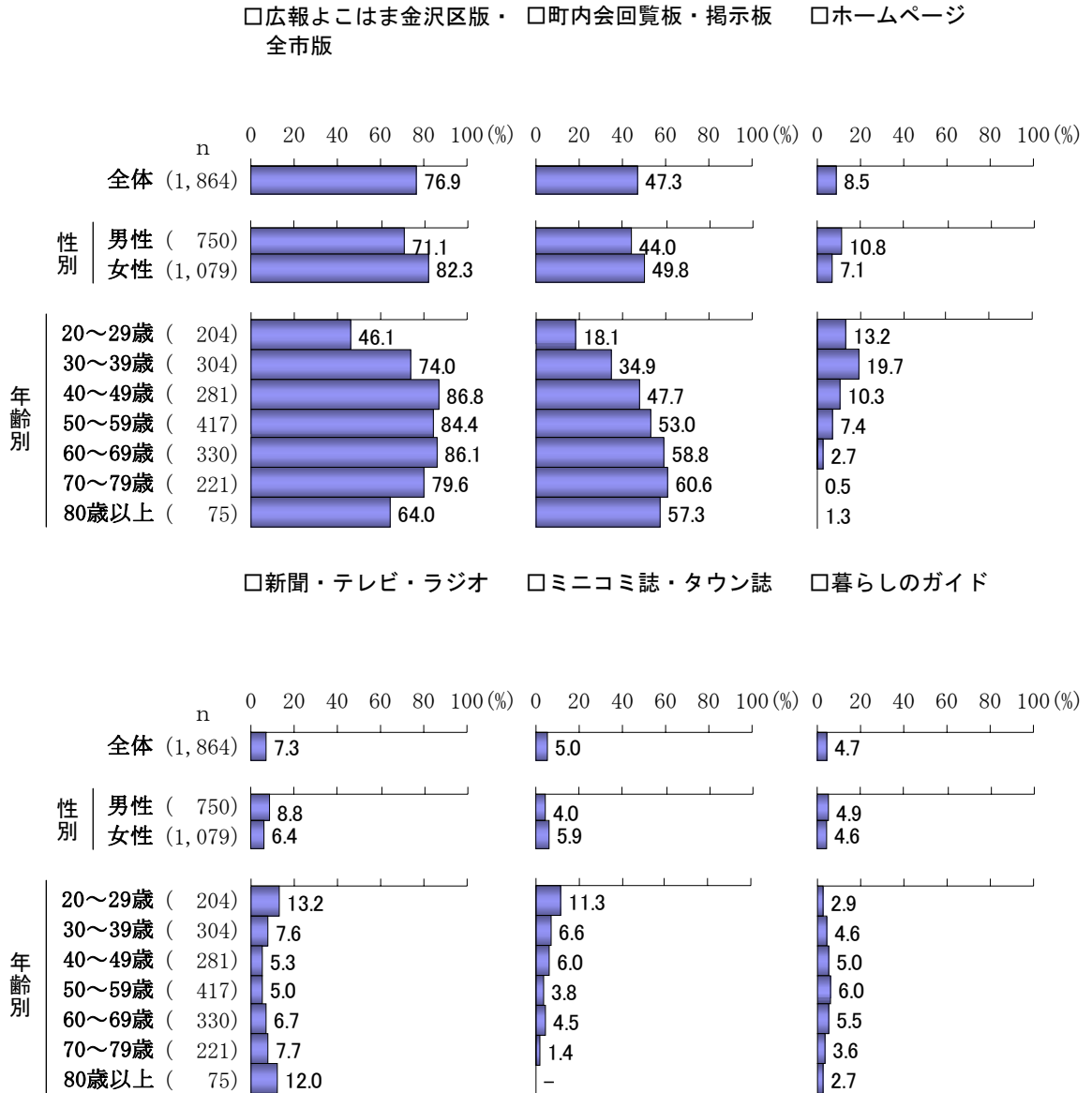
入手媒体としては「広報よこはま金沢区版・全市版」(76.9%)が4人に3人を超えて高く、次の「町内会回覧板・掲示板」(47.3%)が5割弱で、これら2つが大半を占めて、他を圧している。(図5-1)

□属性別比較

性別で見ると、「広報よこはま金沢区版・全市版」は女性の方が11ポイント高く、「町内会回覧板・掲示板」も女性が6ポイント上回っている。

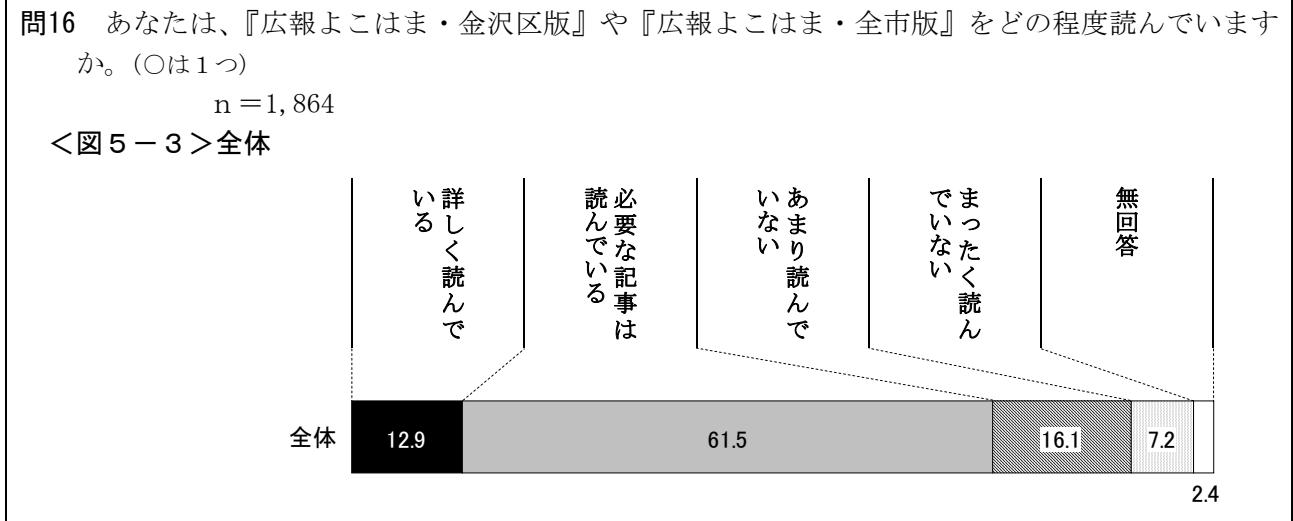
年齢別では、「広報よこはま金沢区版・全市版」は40～60歳代で8割台半ばと高く、「町内会回覧板・掲示板」は60歳以上で6割前後となっている。「ホームページ」は30歳代でほぼ2割と高い。(図5-2)

<図5-2>性別/年齢別（上位6項目）



(2) 『広報よこはま・金沢区版』の閲読度

◇【読んでいる(計)】は4人に3人、【読んでいない(計)】は4人に1人



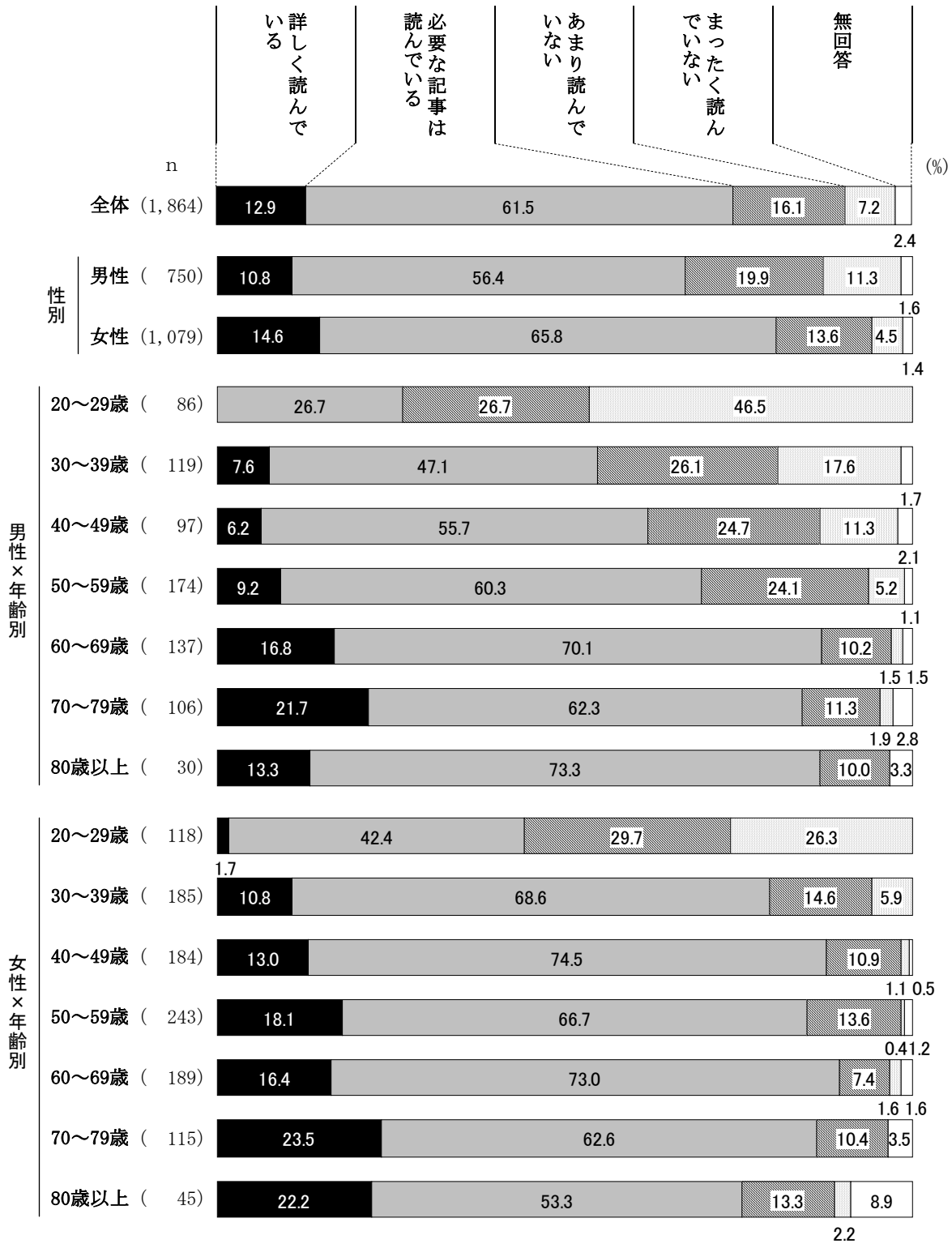
『広報よこはま・金沢区版』の閲読度は、「詳しく読んでいる」(12.9%)は1割強で、「必要な記事は読んでいる」(61.5%)は6割を超え、この両者を合わせた【読んでいる(計)】(74.4%)は4人に3人となっている。一方、「あまり読んでいない」(16.1%)と「まったく読んでいない」(7.2%)を合わせた【読んでいない(計)】(23.3%)は4人に1人に近い。(図5-3)

□属性別比較

性別でみると、「詳しく読んでいる」は女性の方が4ポイント高く、【読んでいる(計)】では女性が8割台に乗り、男性を13ポイント上回っている。【読んでいない(計)】は男性が3割を超えて女性よりも13ポイント高くなっている。

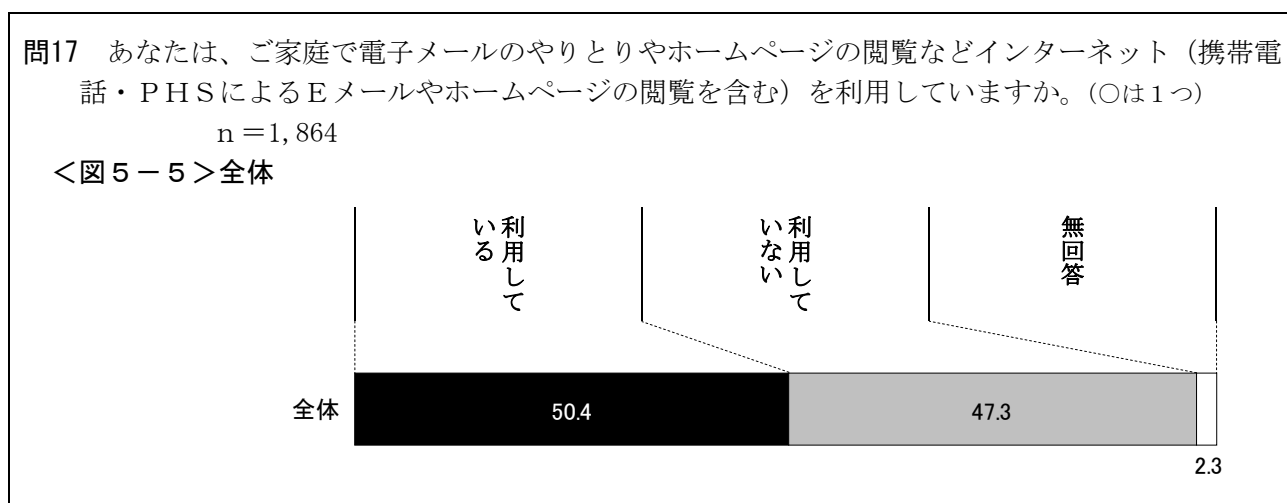
性・年齢別では、「詳しく読んでいる」は男性の70歳代と女性の70歳以上で2割を超えている。【読んでいる(計)】では女性の60歳代でほぼ9割と高く、男性の60歳代と80歳以上、女性の40歳代でも8割台半ばを超える。一方、【読んでいない(計)】では男性の20歳代で4人に3人と高く、女性の20歳代で5割台半ば、30歳代で4割台半ばとなっている。(図5-4)

<図5-4>性別／性・年齢別



(3) インターネットの利用状況

◇「利用している」は半数



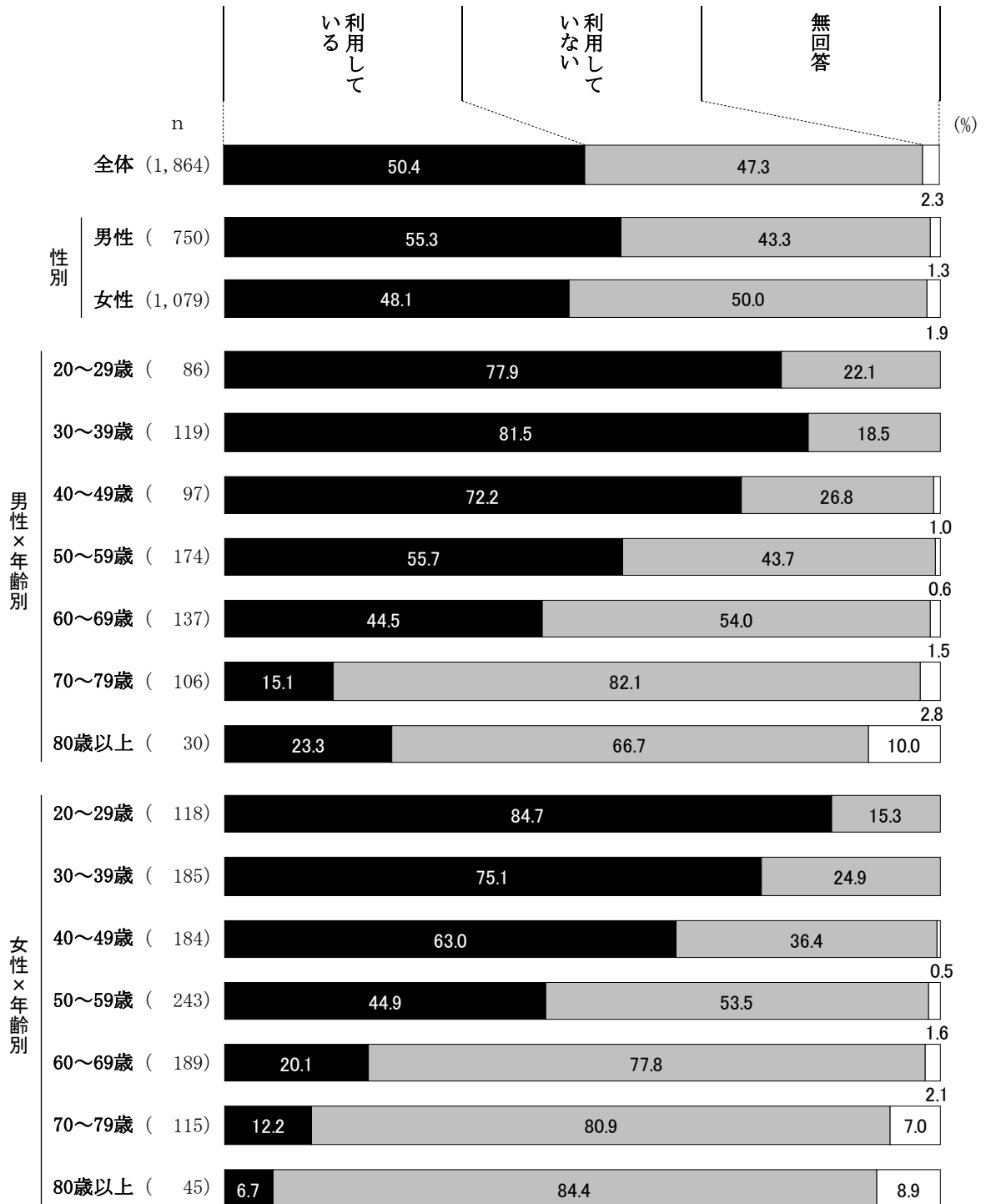
インターネットを「利用している」(50.4%)のはちょうど半数となっている。(図5-5)

□属性別比較

性別で見ると、「利用している」は男性が5割台半ばで、女性より7ポイント高くなっている。

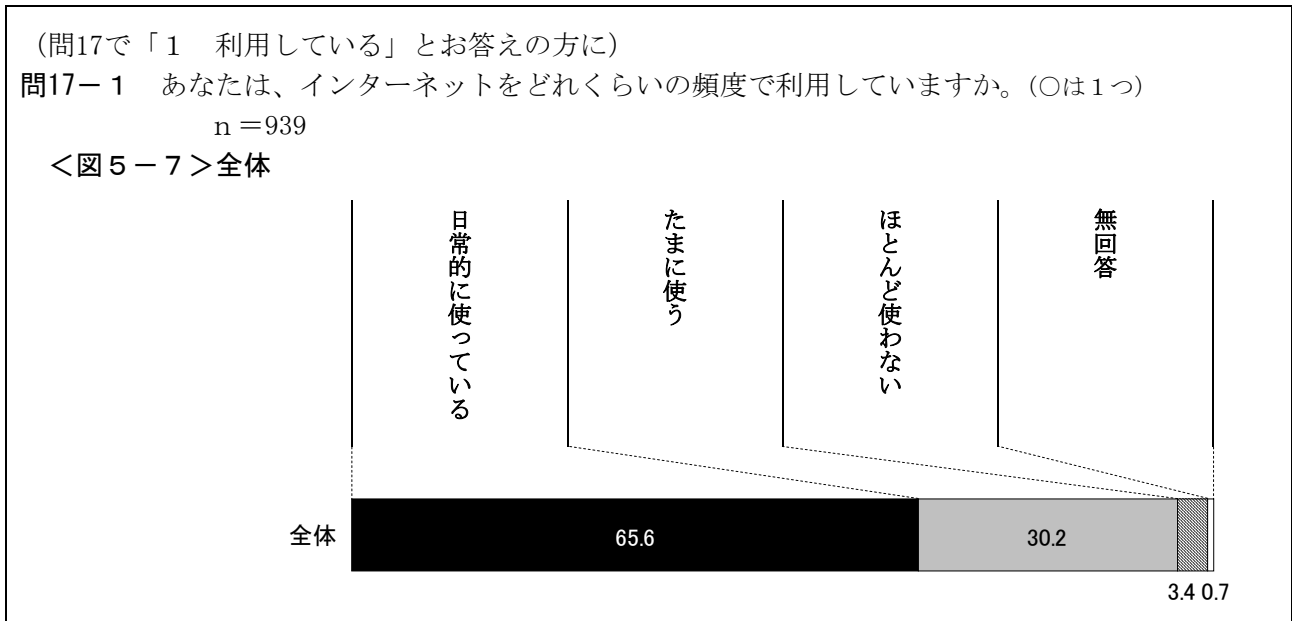
性・年齢別では、若年代層ほど高く加齢とともに減少傾向を示しており、女性20歳代では8割台半ば、男性30歳代で8割を超えるが、男女ともに70歳代では1割強に、女性80歳以上では1割を切っている。(図5-6)

<図5-6>性別／性・年齢別



(3-1) インターネットの利用頻度

◇「日常的に使っている」は3人に2人で、「たまに使う」は3割



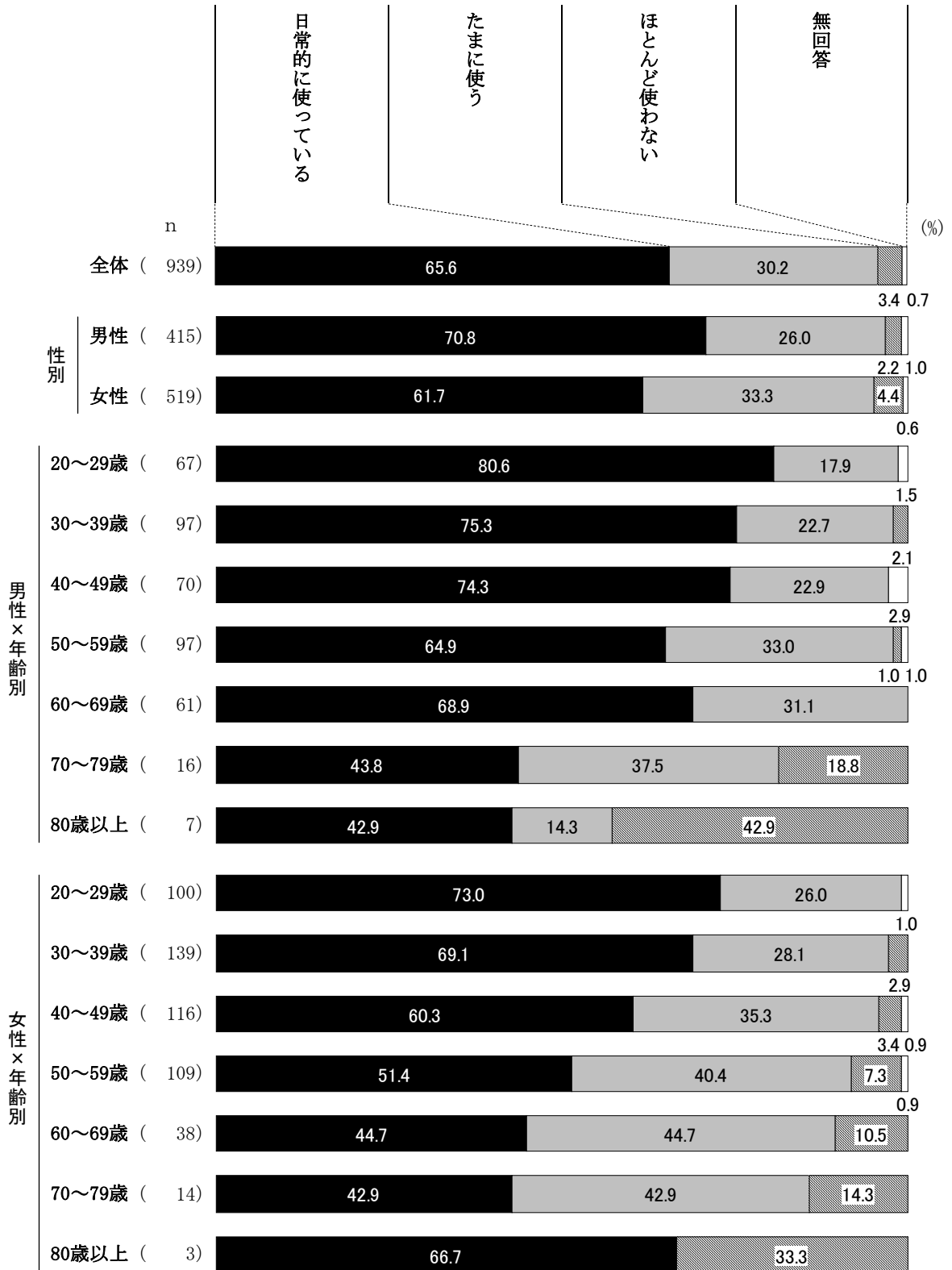
インターネットの利用頻度は、「日常的に使っている」(65.6%)のは3人に2人で、「たまに使う」(30.2%)は3割である。(図5-7)

□属性別比較

性別でみると、「日常的に使っている」は男性が7割を超え、女性よりも9ポイント高くなっている。

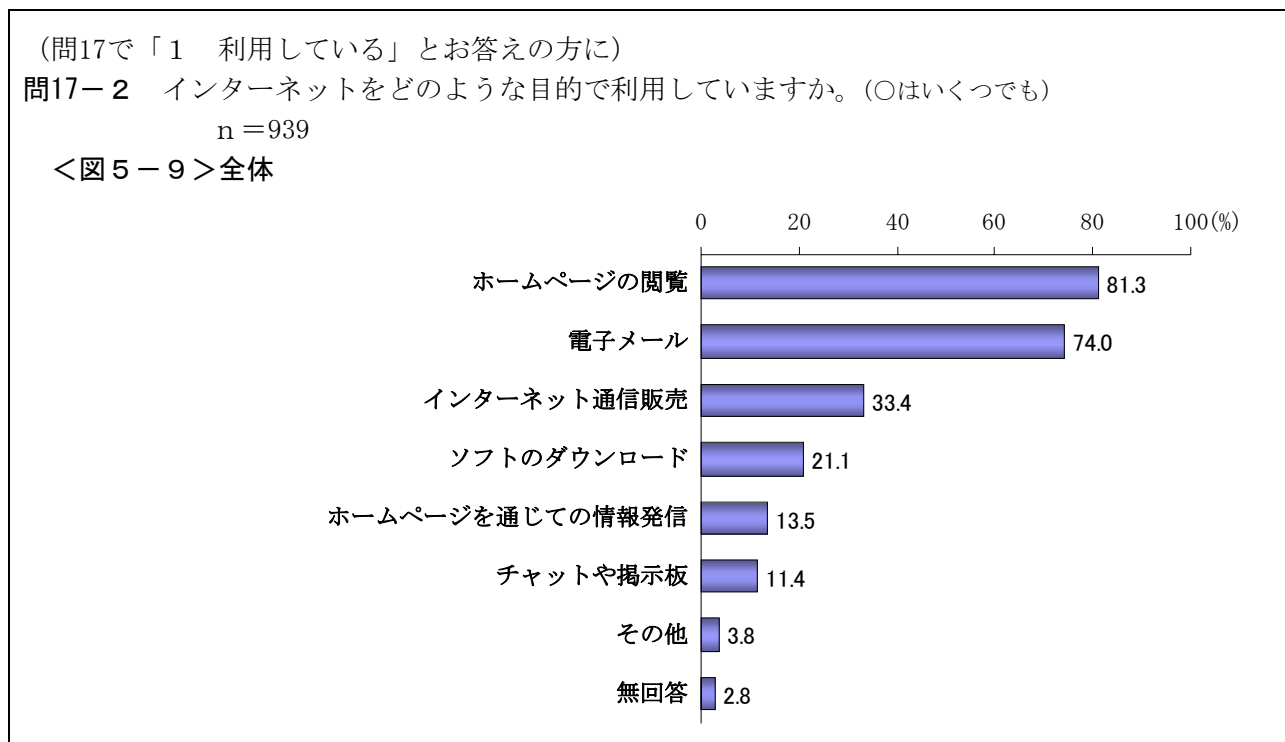
性・年齢別では、「日常的に使っている」は男女ともに若年代層ほど高く、加齢とともに減少傾向を示している。男性の20歳代では8割を超え、男性の30~40歳代、女性の20歳代では4人に3人だが、男性の70歳以上と女性の60~70歳代では4割強と半数を切っている。一方、「ほとんど使わない」は男性の70歳代では2割に近く、女性の60~70歳代で1割台となっている。(図5-8)

<図5-8>性別／性・年齢別



(3-2) インターネットを使う目的

◇「ホームページの閲覧」が8割強、「電子メール」が4人に3人



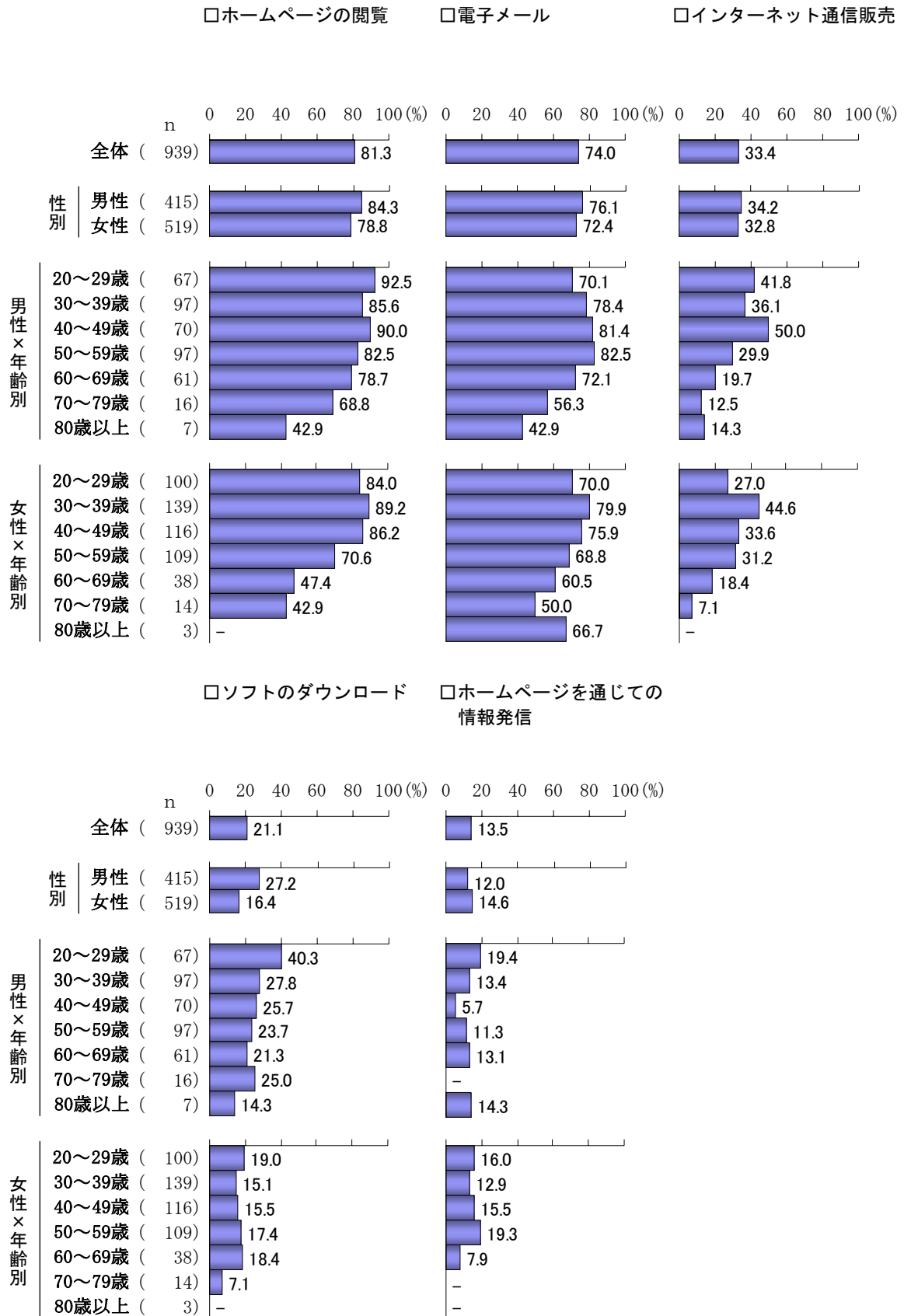
利用目的では、「ホームページの閲覧」(81.3%)が8割を超え、次の「電子メール」(74.0%)が4人に3人で、この2つが他を圧して高くなっている。このほかでは、「インターネット通信販売」(33.4%)が3人に1人で、「ソフトのダウンロード」(21.1%)が2割強である。(図5-9)

□属性別比較

性別でみると、最も開きが大きいのは「ソフトのダウンロード」で男性が女性を11ポイント上回り、次いで「ホームページの閲覧」も男性の方が6ポイント高くなっている。

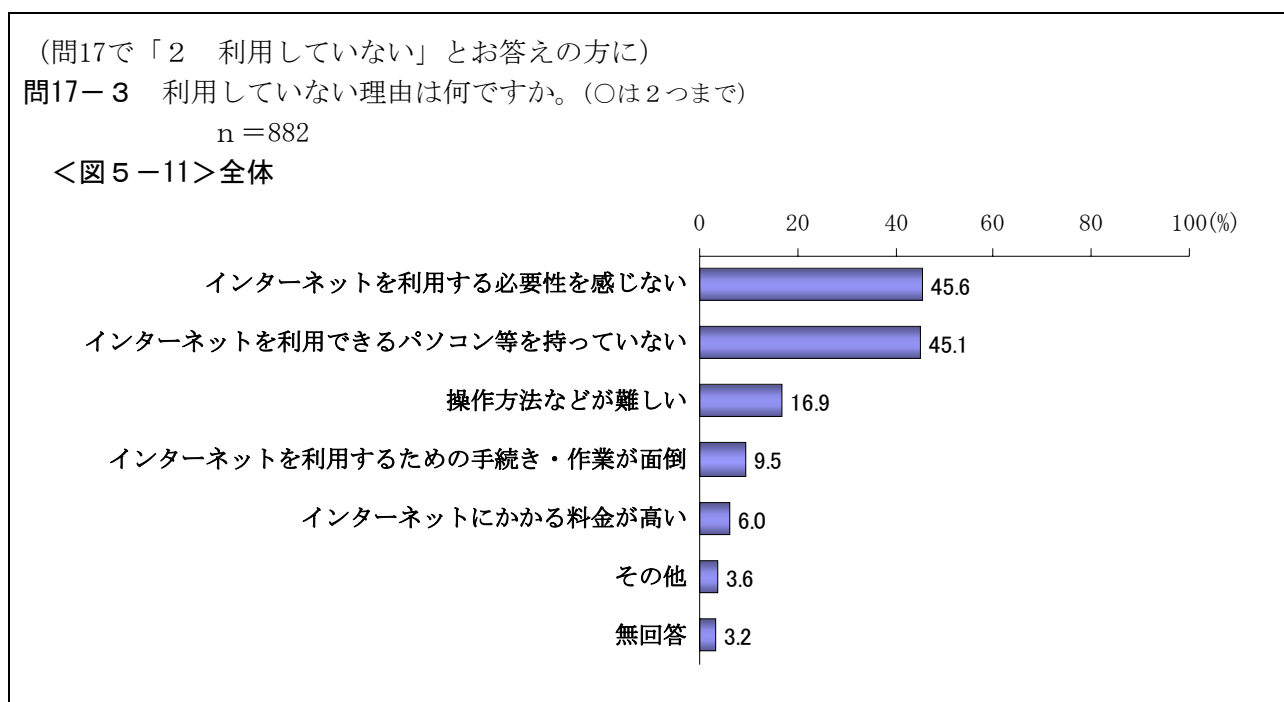
性・年齢別では、「ホームページの閲覧」は若年代層で高く、男性の20歳代と40歳代で9割台に乗り、女性の30歳代でも9割に近い。「電子メール」は男性の40～50歳代で8割を超え、女性の30歳代でもほぼ8割である。「インターネット通信販売」は男性の50歳代で半数を占め、20歳代と女性30歳代で4割強となっている。また、「ソフトのダウンロード」は男性の20歳代で4割台に乗って高い。(図5-10)

<図5-10>性別／性・年齢別（上位5項目）



(3-3) インターネットを利用していない理由

◇「必要性を感じない」と「パソコン等を持っていない」がともに4割台半ば



インターネットを利用していない方の理由は、「インターネットを利用する必要性を感じない」(45.6%)と「インターネットを利用できるパソコン等を持っていない」(45.1%)の2つがともに4割台半ばで並んでいる。このほかでは、「操作方法などが難しい」(16.9%)が1割台半ばを超える。(図5-11)

□属性別比較

性別でみると、「インターネットを利用できるパソコン等を持っていない」は男性の方が10ポイント高く、「操作方法などが難しい」は女性が8ポイント上回っている。

性・年齢別では、「インターネットを利用する必要性を感じない」は男性の60歳代で6割台に乗り、女性の50歳代で過半数となっている。「インターネットを利用できるパソコン等を持っていない」は男性の80歳以上で7割台に乗り、70歳代で6割台半ばである。また、「インターネットにかかる料金が低い」は男性の20歳代で2割を超えている。(図5-12)

<図5-12>性別／性・年齢別（上位5項目）

