



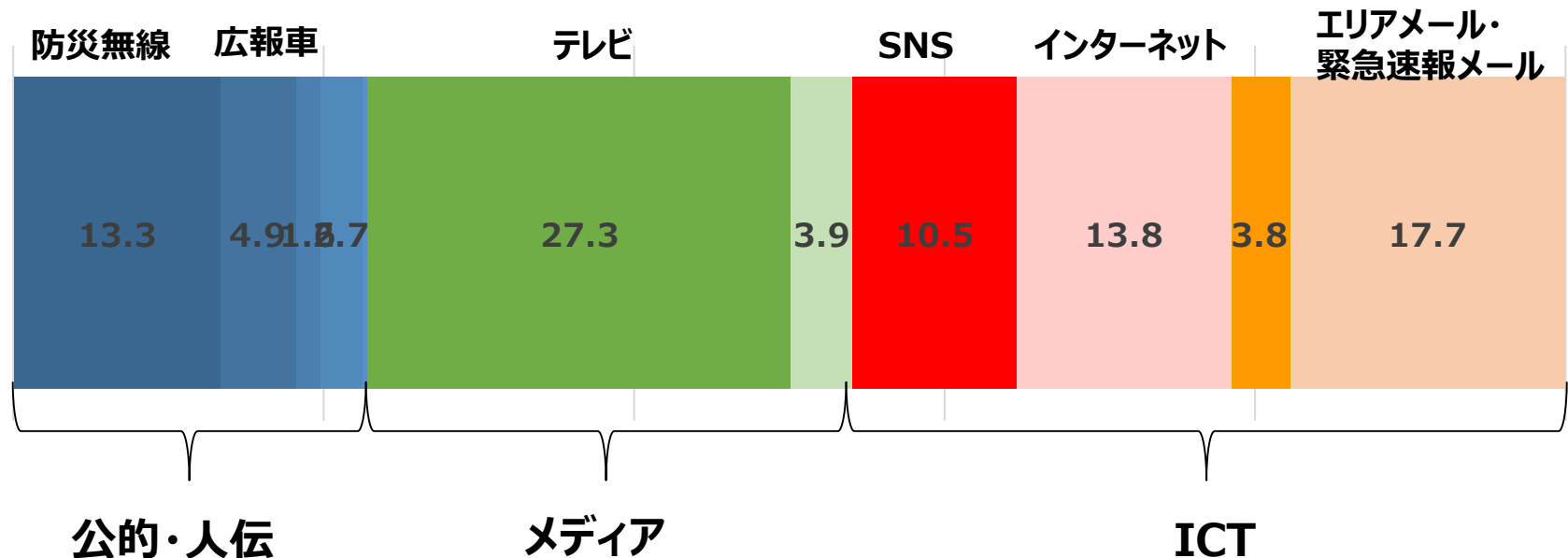
モバイル利用のライフスタイル・アプローチⅡ

—取得方法別に見る特性について—

- 水野 一成 (株式会社NTTドコモ モバイル社会研究所)
- 近藤 勢津子 (株式会社NTTドコモ モバイル社会研究所)
- 飽戸 弘 (東京大学名誉教授)

1. 調査・研究概要

モバイル利用のライフスタイル・アプローチ I の結果を参考に、
災害時の情報収集 最も利用する手段の回答を元に3つにグループ分け



それぞれのグループの特性を明らかにしていく

調査時期	2021.1
調査方法	web調査法
調査対象	全国 15歳～79歳の男女
標本抽出方法	QUOTA SAMPLING 性別・年齢・都市規模で割付
サンプル数	8,837

2. 分析

数量化理論第2類

分析手法

数量化理論第2類

分析流れ(ステップ ワイズ)

step 1 . 説明変数を基本属性

step 2 . 説明変数を「基本属性」+「ライフスタイル」「ICT利活用」

分析の考察

1 . 判別グラフ 軸の解釈

2 . 偏相関係数の大小及びカテゴリースコアより特性を明らかにする

目的変数：【1群】公的・人伝（防災無線・消防自動車・近所の人・自治会）
 【2群】メディア（テレビ・ラジオ）【3群】ICT（SNS・ネット・エリアメール）

説明変数	尺度
①性別	1 男性 2 女性
②経済的ゆとり	1 ある 2 ある程度ある 3 あまりない 4 ない
③時間的ゆとり	1 ある 2 ある程度ある 3 あまりない 4 ない
④年代	1 10代前半 2 20代 3 30代 4 40代 5 50代 6 60代 7 70代
⑤防災意識	1 高い 2 中程度 3 低い
⑥都市区分	1 特例・政令 2 20万人以上 3 10万人以上 4 10万人未満
⑦SNS活用	1 高い 2 中程度 3 低い 4 未活用
⑧スマホ保有期間	1 2年未満 2 5年未満 3 5年以上 4 覚えていない
⑨イノベータ得点	1 高得点 2 中得点 3 低得点
⑩居住地	1 北海道 2 東北 3 関東 4 北陸東海 5 近畿 6 中国 7 四国 8 九州
⑪地域への愛着	1 ある 2 なし
⑫家族	1 同居有 2 独居
⑬日頃のニュース取得方法	1 マルチ 2 メディア重視 3 人伝メディア 4 ICT重視 5 人伝ICT重視 6 消極

目的変数との相関

アイテム名	クラメールの連関係数
年代	0.16
ニュース取得	0.10
都市区分	0.10
SNS得点	0.13
スマホ所有時期	0.12
防災意識	0.05
地域	0.07
時間的ゆとり	0.06
愛着	0.02
性別	0.02
経済的ゆとり	0.03
独居	0.02
イノベータ	0.06

**説明変数 1.性別 2.年代 3.都市区分 4.地域 5.家族
6.時間的ゆとり 7.経済的ゆとり**

分析精度

判別の中率	46.2%
-------	-------

1軸

平均と標準偏差（群別）

	平均	分散	標準偏差
群1(公的・人伝)	-0.34	1.14	1.07
群2（メディア）	-0.09	1.01	1.00
群3（ICT）	0.23	0.81	0.90
全体	0.00	1.00	1.00

相関比	0.233
p値	0.000
判定	[**]

2軸

平均と標準偏差（群別）

	平均	分散	標準偏差
群1(公的・人伝)	-0.17	0.90	0.95
群2（メディア）	0.22	1.00	1.00
群3（ICT）	-0.07	1.00	1.00
全体	0.00	1.00	1.00

相関比	0.157
p値	0.000
判定	[**]

年代が比較的影響が大きい

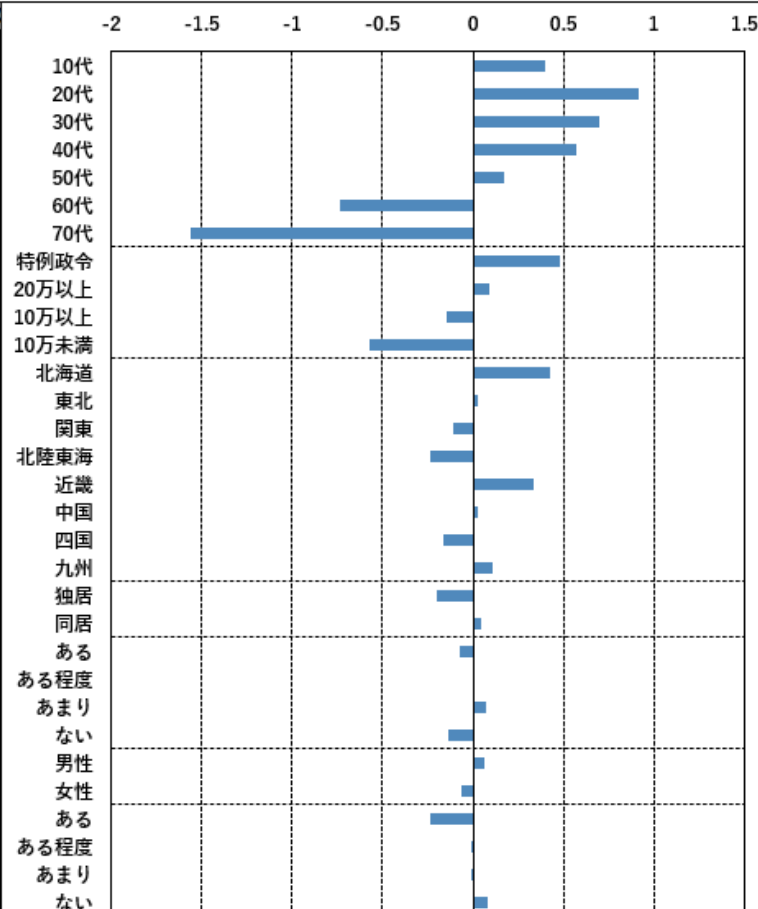
1軸

アイテム名	レンジ		偏相関係数	
年代	2.478	1位	0.199	1位
都市区分	1.050	2位	0.095	2位
地域	0.663	3位	0.049	3位
独居	0.244	5位	0.022	4位
時間的ゆとり	0.212	6位	0.015	5位
性別	0.129	7位	0.015	6位
経済的ゆとり	0.321	4位	0.014	7位

モデル式

アイテム名	カテゴリー名	n	カテゴリースコア1軸
年代	10代	494	0.395
	20代	1120	0.913
	30代	1298	0.701
	40代	1599	0.569
	50代	1443	0.176
	60代	1432	-0.733
	70代	1432	-1.565
都市区分	特例政令	2621	0.482
	20万以上	2547	0.094
	10万以上	1364	-0.147
	10万未満	2286	-0.569
地域	北海道	338	0.426
	東北	673	0.030
	関東	2869	-0.112
	北陸東海	1637	-0.237
	近畿	1392	0.334
	中国	550	0.030
	四国	321	-0.166
独居	九州	1038	0.112
	独居	1597	-0.200
時間的ゆとり	同居	7221	0.044
	ある	1609	-0.072
	ある程度	3907	0.013
	あまり	2482	0.073
性別	ない	820	-0.139
	男性	4415	0.064
	女性	4403	-0.064
経済的ゆとり	ある	320	-0.239
	ある程度	3253	-0.003
	あまり	3597	-0.014
	ない	1648	0.082

公的・人伝 メディア ICT



説明変数 step1+8.SNS活用 9.スマホ所有時期 10.地域の愛着 11.防災意識 12.イノベータ得点 13.ニュースの取得方法

分析精度

判別的中率	50.0%
-------	-------

1軸

平均と標準偏差（群別）

	平均	分散	標準偏差
群1(公的・人伝)	0.37	1.084	1.041
群2 (メディア)	0.16	1.011	1.006
群3 (ICT)	-0.29	0.784	0.885
全体	0.00	1.000	1.000

相関比	0.28
p値	0.000
判定	[**]

2軸

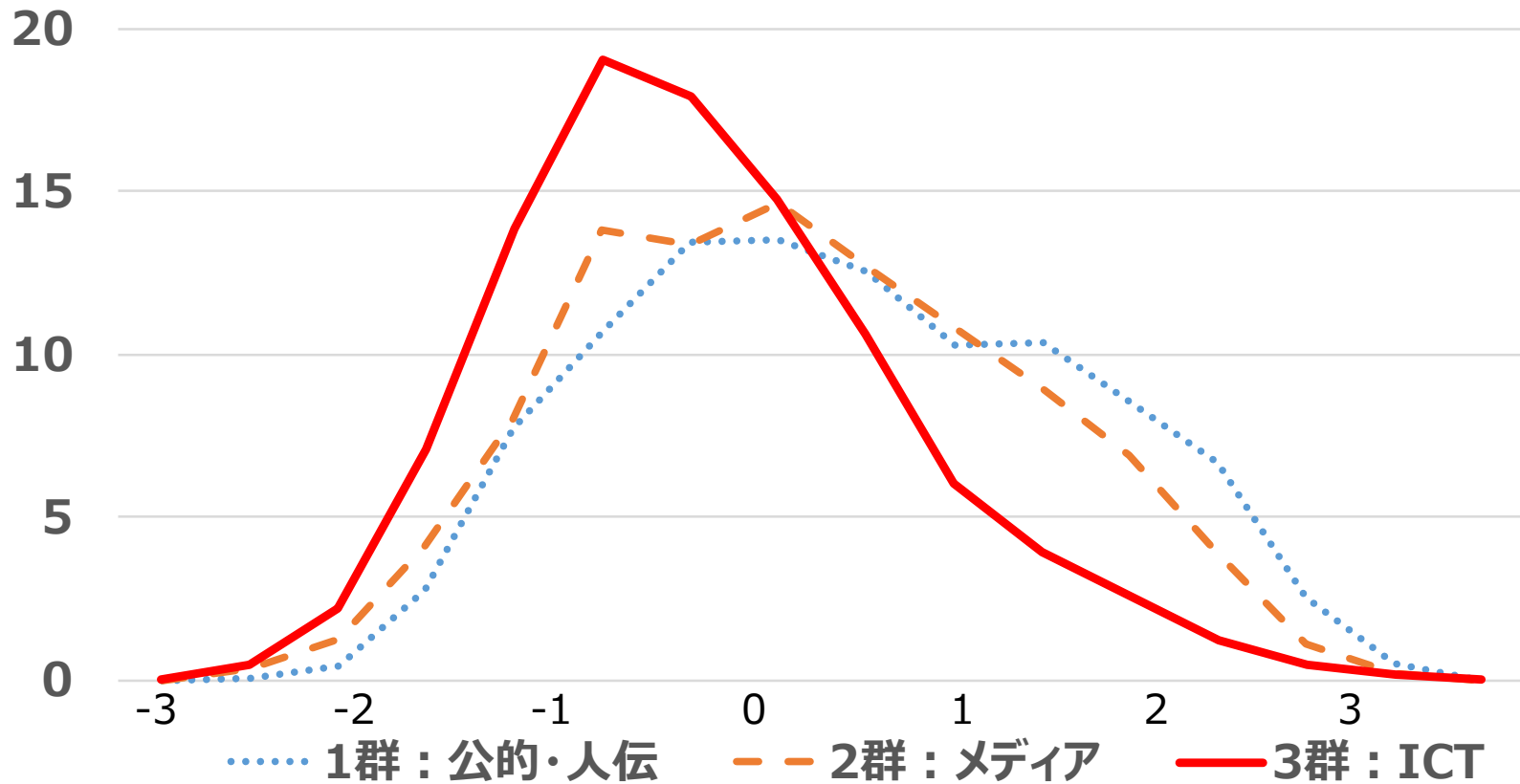
平均と標準偏差（群別）

	平均	分散	標準偏差
群1(公的・人伝)	0.24	0.914	0.956
群2 (メディア)	-0.26	1.013	1.006
群3 (ICT)	0.06	0.956	0.978
全体	0.00	1.000	1.000

相関比	0.19
p値	0.000
判定	[**]

1軸は3群「ICT」と他の群を分けている

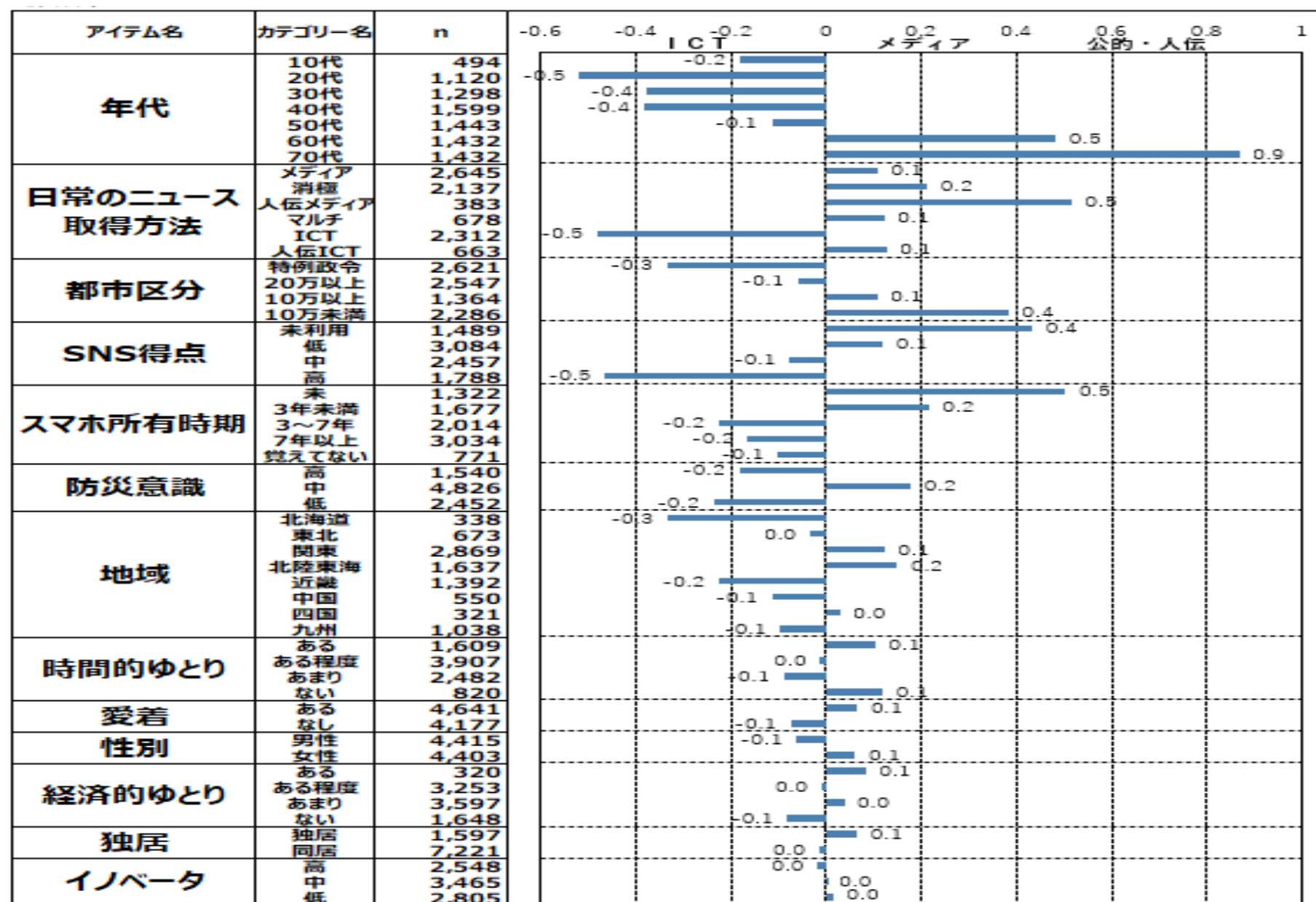
構成比率(%)



「年代」の次には「ニュース取得方法」が高い

1軸

アイテム名	レンジ		偏相関係数	
年代	1.39	1位	0.12	1位
ニュース取得方法	1.00	2位	0.08	2位
都市区分	0.72	5位	0.08	3位
SNS得点	0.90	3位	0.07	4位
スマホ所有時期	0.73	4位	0.07	5位
防災意識	0.42	7位	0.06	6位
地域	0.48	6位	0.04	7位
時間的ゆとり	0.21	8位	0.02	8位
愛着	0.14	10位	0.02	9位
性別	0.12	11位	0.02	10位
経済的ゆとり	0.16	9位	0.01	11位
独居	0.08	12位	0.01	12位
イノベータ	0.03	13位	0.00	13位



ICTで災害情報を取得する人の特性

20代が最も多く、次いで30代・40代・10代と続く

日頃のニュース取得方法がSNSやインターネット等、ICTのみ

性別や経済的ゆとり、家族構成、イノベータ度では影響は少ない

本結果を通じて

本稿で報告した通り、情報を得る方法が様々であり、
その方法ごとに特性が見られた。
発信する側もその特性を理解することで
より防災・減災に繋がるのではないだろうか