

**NEWS RELEASE**

**今、敢えて「アナログ的なモノ」や「手間のかかる手段」で行う若者たちが急増中!  
フィルムカメラやアナログレコードが、「スマホネイティブ世代」に人気  
～「若者のアナログ志向に関する調査」を実施、調査レポート『空気読本』vol.17を刊行～**

最近、フィルムカメラで写真撮影をしたり、アナログレコードで音楽鑑賞するなど、スマートフォンやタブレット端末(以下、デジタルデバイス)を使えばすぐに出来ることを、敢えて「アナログ的なモノ」や「手間のかかる手段」で行う若者が増えているようです。(株)NTTアド(東京都品川区、代表取締役社長:長谷部敏治)は、若者のアナログ志向を検証するべく、16歳～25歳男女、40代男女のデジタルデバイス利用者を対象に、インターネット調査を実施しました。その結果、「スマホネイティブ世代」特有のデジタルとアナログに対する価値観が浮き彫りになりました。

具体的には、以下の調査結果概要となっています。

**【調査結果概要】**

何らかの行為を、敢えてアナログ的なモノや手段で行っていると回答したデジタルデバイス利用者を、その頻度と世代に基づき、「積極的アナログ若年層」「積極的アナログ壮年層」「消極的アナログ若年層」「消極的アナログ壮年層」の4つにカテゴリ化して定量分析するとともに、現場取材を加え、以下の調査結果概要が導き出された。

**■読書: カフェではノートパソコンを開くのではなく、紙の本を読んでゆっくり過ごすことがイマ風**

若年層の6割が、普及が進むデジタル書籍ではなく、敢えて紙の本で読書をしており、中でも「積極的アナログ若年層」は、紙の本で読書をするという時間と空間に強いこだわりを持っている。

**■ショッピング: ウィンドウショッピングを楽しむことは、自分らしい時間を過ごすこと**

「積極的アナログ若年層」にとって、ネットショッピングだけではなく、敢えてウィンドウショッピングを楽しむことが、自分の好きなモノへのこだわりであり、自分らしい時間を過ごすことでもある。

**■コミュニケーション: SNSに慣れ親しんでいる世代だからこそ、手紙や年賀状を送ることに特別な思いがある**

普段、LINEやSNSを多用する若年層が、敢えて手紙や年賀状でコミュニケーションを図ることとは、自己表現であり、相手と思いを強く共有することでもある。

**■写真撮影: フィルムカメラで撮った写真が、とりわけSNSに積極的なオシャレ女子に人気**

「積極的アナログ若年層」は、デジカメ世代である一方で、プリントされた写真やフィルムカメラなど、アナログ的なモノへの愛着心が他世代よりも強い。

**■音楽鑑賞: アーティスト・グッズを手に入れる感覚で、アナログレコードを購入**

「積極的アナログ若年層」が、敢えてアナログレコードで音楽鑑賞する理由とは、音質の違いへのこだわりというより、モノとして魅力を感じているから。

**■価値観: 「アナログ的なモノ」や「手間のかかる手段」はオシャレで新しいエンターテインメント**

「積極的アナログ若年層」にとって、「アナログ的なモノ」や「手間のかかる手段」で何かを行うこととは、オシャレなエンターテインメント。それらの行為をSNSなどを通じて他者と共有することで、コミュニティーを広げたいと感じている。

今回の調査結果から、とりわけ「積極的アナログ若年層」は、デジタルをアナログからの進化とは捉えておらず、尚かつ、二項対立軸でも捉えていないことが分かりました。物心ついた頃から、デジタルデバイスの利便性を享受している彼らは、新たなエンターテインメントとして「アナログ的なモノ」や「手間のかかる手段」を、積極的にライフスタイルに取り入れているようです。

本調査結果に、読書カフェ、レコードショップ、カメラショップへの現場取材を加え、弊社ならではの視点で考察した調査レポートを「空気読本vol.17」『手間価値』に魅せられる若者たち～『スマホネイティブ世代』は、アナログ志向!?'として、下記公式サイトで無料公開しておりますので是非ご覧ください。

[http://www.ntt-ad.co.jp/research\\_publication/publication/index.html](http://www.ntt-ad.co.jp/research_publication/publication/index.html)

〈問合せ先〉 (株)NTTアド 東京都品川区上大崎3-1-1JR東急目黒ビル4F  
コミュニケーションデザイン局 小林・花岡・安藤 TEL 03-5745-7623

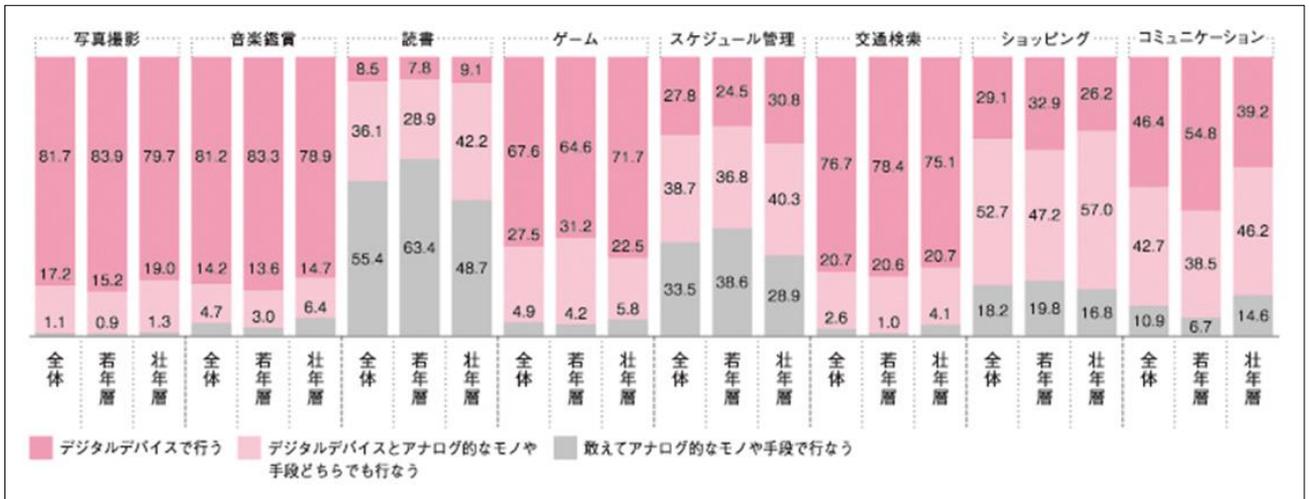
## 【調査概要】

- 調査テーマ:「若者のアナログ志向に関する調査」
- 調査対象者の条件・サンプル数:16歳～25歳男女・40代男女のスマートフォンまたはタブレット端末の利用者  
サンプル割付/16歳～25歳:男性250s 女性250s(若年層)/40代:男性250s 女性250s(壮年層)/計1000ss
- 居住エリア:首都圏(東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県)・大阪府・愛知県
- 調査期間:2016年2月8日(月)～10日(水)
- 調査方法:インターネット調査

## 【調査結果詳細】

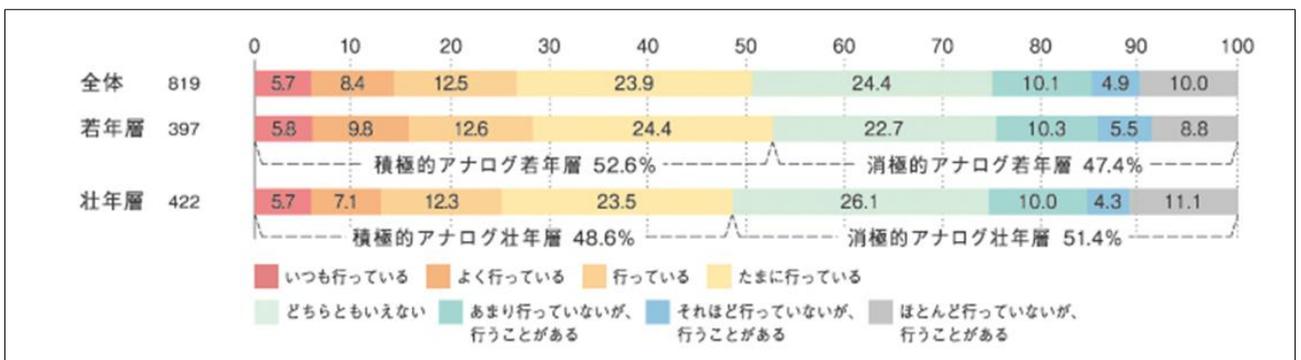
### 1. デジタルデバイスとアナログ的なモノや手段の利用実態

- 「写真撮影」「音楽鑑賞」「ゲーム」「交通検索」については、「デジタルデバイスで行っている」と回答した人の割合が全体で6割以上。
- 「コミュニケーション」については、「デジタルデバイスとアナログ的なモノや手段どちらでも行っている」「敢えてアナログ的なモノや手段で行っている」と回答した若年層の割合が約半数に上る。若年層は、LINEやSNSを中心にコミュニケーションを図りながら、相手や目的に合わせて手紙や年賀状も活用している。
- 「読書」については、「敢えてアナログ的なモノや手段で行っている」と回答した若年層の割合が63.4%と全体に比べて高い。



### 2. アナログ的なモノや手段の頻度

- 何らかの行為をアナログ的なモノや手段で「いつも行っている」「よく行っている」「行っている」「たまに行っている」と回答した人を「積極的アナログ層」、「どちらともいえない」「あまり行っていないが、行うことがある」「それほど行っていないが、行うことがある」と回答した人を「消極的アナログ層」とした。
- さらに、若年層・壮年層を掛け合わせ、「積極的アナログ若年層」「積極的アナログ壮年層」「消極的アナログ若年層」「消極的アナログ壮年層」の4つにカテゴリズすると、ほぼ同じ割合が存在。



### 3. 紙の本で読書する理由

- 「積極的アナログ若年層」が、敢えて紙の本で読書する理由は、「データではなく形として残したいから」が33.9%、「本物感があるから」が30.5%、「自分の満足するモノが欲しいから」が22.0%と全体に比べて高く、本をモノとして手元に置きたいという意識が強い。
- 「積極的アナログ若年層」は、「自分らしい時間を過ごせるから」が24.6%、「その場の雰囲気を楽しめるから」も16.9%と全体に比べて高く、読書の時間や空間といったコトにこだわる意識も強い。
- 一方、「積極的アナログ壮年層」は、「アナログでも簡単にできるから」が35.5%と全体に比べて高く、敢えて紙の本を選ぶことへの目的意識が低い。

	全体(人)	アナログでも簡単にできるから	アナログ的な質感が良いから	データでなく形として残したいから	本物感があるから	自分らしい時間を過ごせるから	愛着がわいてくるから	昔からアナログ的な行為やモノが好きだから	自分の満足するモノが欲しいから	発見や気づきがあるから	人間味を感じるから	ぬくもりを感じるから	忘れず思い出に残るから	できるだけ長く使いたいから	その場の雰囲気を楽しめるから	利用するモノのデザインが好きだから
全体	464	27.4	25.9	24.6	22.2	18.8	17.0	15.7	14.2	13.1	13.1	12.7	11.6	11.2	10.6	8.6
積極的アナログ若年層	118	29.7	30.5	33.9	30.5	24.6	23.7	20.3	22.0	19.5	17.8	21.2	19.5	15.3	16.9	12.7
積極的アナログ壮年層	124	35.5	29.8	22.6	19.4	22.6	21.0	19.4	12.1	21.8	13.7	12.9	8.9	12.1	8.9	10.5
消極的アナログ若年層	96	16.7	16.7	27.1	22.9	17.7	16.7	9.4	12.5	7.3	13.5	10.4	9.4	12.5	12.5	4.2
消極的アナログ壮年層	126	25.4	24.6	15.9	16.7	10.3	7.1	12.7	10.3	3.2	7.9	6.3	8.7	5.6	4.8	6.3

■ 全体との差が+10ポイント以上
 ■ 全体との差が+5ポイント以上
 ■ 全体との差が-10ポイント以上
 ■ 全体との差が-5ポイント以上

### 4. 手帳やメモ帳などでスケジュール管理する理由

- 「積極的アナログ若年層」が、敢えて手帳やメモ帳でスケジュール管理をする理由は、「忘れずに思い出に残るから」が28.2%、「手間をかけるのが好きだから」が14.5%と全体に比べて高く、思い出を記録するなど、日記帳としても活用している。
- また、若年層は、「利用する物のデザインが好きだから」という理由が全体に比べて高く、手帳やメモ帳をアクセサリ感覚で所有している。

	全体(人)	アナログでも簡単にできるから	データでなく形として残したいから	忘れず思い出に残るから	アナログ的な質感が良いから	愛着がわいてくるから	昔からアナログ的な行為やモノが好きだから	自分らしさや個性を表現できるから	発見や気づきがあるから	利用するモノのデザインが好きだから	人間味を感じるから	自分らしい時間を過ごせるから	手間をかけるのが好きだから	できるだけ長く使いたいから	自分の満足するモノが欲しいから	ぬくもりを感じるから
全体	420	32.4	28.8	20.7	16.4	16.2	14.8	12.9	12.4	12.1	11.2	10.2	9.0	7.6	7.6	6.7
積極的アナログ若年層	131	29.0	32.1	28.2	16.8	19.1	16.0	16.0	11.5	17.6	14.5	9.9	14.5	6.1	6.9	9.2
積極的アナログ壮年層	118	32.2	29.7	19.5	21.2	16.9	19.5	11.0	18.6	7.6	9.3	13.6	8.5	8.5	7.6	5.9
消極的アナログ若年層	78	26.9	33.3	21.8	12.8	20.5	9.0	15.4	10.3	17.9	9.0	14.1	6.4	9.0	11.5	6.4
消極的アナログ壮年層	93	41.9	19.4	10.8	12.9	7.5	11.8	8.6	7.5	5.4	10.8	3.2	4.3	7.5	5.4	4.3

■ 全体との差が+10ポイント以上
 ■ 全体との差が+5ポイント以上
 ■ 全体との差が-10ポイント以上
 ■ 全体との差が-5ポイント以上

## 5. 街の散策をしながらショッピングする理由

- 「積極的アナログ若年層」が、敢えてウィンドウショッピングする理由は、「自分の満足するモノが欲しいから」が47.6%、「自分らしい時間を過ごせるから」が26.7%、「自分らしさや個性を表現できるから」が12.4%と全体に比べて高く、自分が好きなモノへのこだわりが強いことが分かる。
- また、「手間をかけるのが好きだから」が18.1%、「昔からアナログ的な行為や物が好きだから」も16.2%と全体に比べて高く、欲しいモノを手に入れるために骨を折ることを煩わしいと感じていないようだ。

	全体(人)	その場の雰囲気を楽しめるから	自分の満足するモノが欲しいから	発見や気づきがあるから	自分らしい時間を過ごせるから	アナログでも簡単にできるから	本物感があるから	人間味を感じるから	手間をかけるのが好きだから	昔からアナログ的な行為やモノが好きだから	アナログ的な質感が良いから	忘れず思い出に残るから	愛着がわいてくるから	自分らしさや個性を表現できるから	デジタルで買うより安くなるから	できるだけ長く使いたいから
全体	406	39.4	38.4	35.7	19.2	18.2	12.6	10.6	10.3	9.1	7.1	7.1	7.1	7.1	6.9	6.4
積極的アナログ若年層	105	41.9	47.6	32.4	26.7	21.0	15.2	11.4	18.1	16.2	10.5	12.4	9.5	12.4	10.5	9.5
積極的アナログ社年層	127	43.3	37.0	43.3	18.9	18.9	13.4	15.0	8.7	11.0	7.1	6.3	8.7	7.9	7.1	4.7
消極的アナログ若年層	64	32.8	31.3	35.9	26.6	17.2	10.9	7.8	9.4	3.1	3.1	4.7	7.8	6.3	4.7	6.3
消極的アナログ社年層	110	36.4	35.5	30.0	8.2	15.5	10.0	6.4	5.5	3.6	6.4	4.5	2.7	1.8	4.5	5.5

■ 全体との差が+10ポイント以上
 ■ 全体との差が+5ポイント以上
 ■ 全体との差が-10ポイント以上
 ■ 全体との差が-5ポイント以上

## 6. 手紙や年賀状などでコミュニケーションする理由

- 「積極的アナログ若年層」が、敢えて手紙や年賀状でコミュニケーションする理由は、「忘れずに思い出に残るから」が33.3%、「データでなく形として残したいから」が29.9%、「自分らしさや個性を表現できるから」が26.4%、「手間をかけるのが好きだから」が23.0%、「愛着がわいてくるから」が18.4%と全体に比べて高い。
- また、「消極的アナログ若年層」も、「忘れずに思い出に残るから」が40.0%、「自分らしさや個性を表現できるから」が34.3%、「手間をかけるのが好きだから」が25.7%と全体に比べて明らかに高く、若年層にとって、手紙や年賀状でコミュニケーションを図ることは自己表現であり、相手と思いを強く共有することであるようだ。

	全体(人)	人間味を感じるから	ぬくもりを感じるから	忘れず思い出に残るから	データでなく形として残したいから	自分らしさや個性を表現できるから	アナログ的な質感が良いから	昔からアナログ的な行為やモノが好きだから	手間をかけるのが好きだから	本物感があるから	アナログでも簡単にできるから	愛着がわいてくるから	自分らしい時間を過ごせるから	発見や気づきがあるから	利用するモノのデザインが好きだから	その場の雰囲気を楽しめるから
全体	314	41.4	34.7	26.4	22.0	20.1	18.5	15.6	14.3	11.5	10.8	10.8	10.2	9.9	7.0	7.0
積極的アナログ若年層	87	42.5	33.3	33.3	29.9	26.4	20.7	23.0	23.0	14.9	13.8	18.4	12.6	12.6	10.3	11.5
積極的アナログ社年層	104	42.3	35.6	25.0	20.2	20.2	20.2	19.2	11.5	14.4	11.5	11.5	13.5	13.5	8.7	6.7
消極的アナログ若年層	35	37.1	42.9	40.0	22.9	34.3	22.9	11.4	25.7	11.4	11.4	14.3	8.6	11.4	8.6	11.4
消極的アナログ社年層	88	40.9	31.8	15.9	15.9	8.0	12.5	5.7	4.5	4.5	6.8	1.1	4.5	2.3	1.1	1.1

■ 全体との差が+10ポイント以上
 ■ 全体との差が+5ポイント以上
 ■ 全体との差が-10ポイント以上
 ■ 全体との差が-5ポイント以上

※以下、サンプル数は少なかったものの、参考までに調査結果を掲載。

## 7. フィルムカメラやポラロイドカメラなどで写真撮影する理由

- 「積極的アナログ若年層」が、敢えてフィルムカメラで撮影する理由は、「データでなく形として残したいから」が39.5%、「できるだけ長く使いたいから」が23.7%と全体に比べて明らかに高く、プリントされた写真やフィルムカメラそのものなど、アナログ的なモノへの愛着心が強い。
- 「積極的アナログ壮年層」は、「人間味を感じるから」が36.7%と全体に比べて明らかに高く、フィルムカメラの持つ情緒的な価値を評価している。

	全体(人)	できるだけ長く使いたいから	アナログでも簡単にできるから	上質感が味わえるから	昔からアナログ的な行為やモノが好きだから	自分らしさや個性を表現できるから	自分らしい時間を過ごせるから	ぬくもりを感じるから	自分の満足するモノが欲しいから	本物感があるから	その場の雰囲気を楽しめるから	愛着がわいてくるから	忘れず思い出に残るから	データでなく形として残したいから	アナログ的な質感が良いから	人間味を感じるから
全体	130	26.2	23.8	23.8	20.8	20.8	19.2	16.9	15.4	15.4	15.4	13.8	12.3	11.5	10.8	10.0
積極的アナログ若年層	38	28.9	28.9	39.5	21.1	26.3	28.9	15.8	21.1	18.4	15.8	18.4	18.4	15.8	7.9	23.7
積極的アナログ壮年層	49	36.7	26.5	18.4	22.4	22.4	24.5	16.3	16.3	22.4	16.3	6.1	6.1	20.4	6.1	
※1 消極的アナログ若年層	16	12.5	12.5	18.8	25.0	18.8	0.0	12.5	12.5	6.3	12.5	0.0	6.3	12.5	6.3	0.0
※2 消極的アナログ壮年層	27	11.1	18.5	14.8	14.8	11.1	11.1	7.4	7.4	14.8	3.7	11.1	18.5	14.8	0.0	3.7

■ 全体との差が+10ポイント以上
 ■ 全体との差が+5ポイント以上
 ■ 全体との差が-10ポイント以上
 ■ 全体との差が-5ポイント以上

※1,2は、サンプル数が少ないが参考までに掲載

## 8. レコードなどで音楽鑑賞する理由

- 「積極的アナログ若年層」が、敢えてアナログレコードで音楽鑑賞する理由は、「自分の満足するモノが欲しいから」が34.4%、「アナログ的な質感が良いから」が31.3%、「人間味を感じるから」が21.9%と全体に比べて高く、音質というよりもモノとして魅力を感じている。
- 「積極的アナログ壮年層」を見ると、「自分らしい時間が過ごせるから」が28.2%、「上質感が味わえるから」が25.6%、「愛着がわいてくるから」が28.2%と全体に比べて高く、モノというよりも、アナログレコードで音楽鑑賞するというコトに魅力を感じている。

	全体(人)	懐かしかったから	ぬくもりを感じるから	人間味を感じるから	利用するモノのデザインが好きだから	忘れず思い出に残るから	昔からアナログ的な行為やモノが好きだから	その場の雰囲気を楽しめるから	愛着がわいてくるから	アナログでも簡単にできるから	上質感が味わえるから	データでなく形として残したいから	自分の満足するモノが欲しいから	自分らしい時間を過ごせるから	アナログ的な質感が良いから	本物感があるから
全体	97	28.9	25.8	22.7	21.6	21.6	20.6	20.6	20.6	19.6	17.5	17.5	15.5	13.4	13.4	11.3
積極的アナログ若年層	32	28.1	31.3	18.8	34.4	18.8	25.0	21.9	21.9	21.9	21.9	18.8	15.6	21.9	9.4	12.5
積極的アナログ壮年層	39	33.3	23.1	28.2	17.9	23.1	25.6	23.1	28.2	17.9	17.9	15.4	17.9	12.8	15.4	12.8
※1 消極的アナログ若年層	12	41.7	8.3	33.3	16.7	33.3	8.3	16.7	8.3	33.3	8.3	16.7	8.3	0.0	8.3	0.0
※2 消極的アナログ壮年層	14	7.1	35.7	7.1	7.1	14.3	7.1	14.3	7.1	7.1	14.3	21.4	14.3	7.1	21.4	14.3

■ 全体との差が+10ポイント以上
 ■ 全体との差が+5ポイント以上
 ■ 全体との差が-10ポイント以上
 ■ 全体との差が-5ポイント以上

※1,2は、サンプル数が少ないが参考までに掲載

## 9. アナログ的なモノや手段を行うことの印象

- 「積極的アナログ若年層」にとってアナログ的なモノや手段で行うこととは、「楽しい」が24.4%、「センスがよい」が14.4%と全体に比べて高く、一部の若者にとっては、決して古臭いことではなく、オシャレでエンターテインメント性が高いことのようなのだ。
- 「積極的アナログ壮年層」は、「あたたかい」が42.4%、「親しみやすい」が41.5%、「懐かしい」が36.1%と全体に比べて高く、ノスタルジックなイメージが先行している。

	全体(人)	親しみやすい	あたたかい	手間がかかる	懐かしい	個性がある	使いやすい	楽しい	優しい	面倒くさい	低価格である	センスがよい	嬉しい	スタイラス感がある	高品質である	美しい
全体	819	34.8	34.3	27.5	26.4	25.2	17.9	17.8	15.0	12.8	10.0	9.4	7.7	7.2	7.2	6.5
積極的アナログ若年層	209	37.3	35.9	26.8	26.3	27.3	21.1	24.4	17.7	15.3	13.9	14.4	11.0	9.6	7.7	7.7
積極的アナログ壮年層	205	41.5	42.4	29.8	36.1	31.7	21.5	20.5	19.5	15.6	11.7	10.2	8.3	8.3	10.2	9.8
消極的アナログ若年層	188	26.6	24.5	19.7	18.6	20.7	12.2	11.7	10.1	12.2	8.0	9.6	5.9	7.4	4.8	4.8
消極的アナログ壮年層	217	33.2	33.6	32.7	24.0	20.7	16.6	14.3	12.4	8.3	6.5	3.7	5.5	3.7	6.0	3.7

■ 全体との差が+10ポイント以上
 ■ 全体との差が+5ポイント以上
 ■ 全体との差が-10ポイント以上
 ■ 全体との差が-5ポイント以上

## 10. 現在利用しているデジタル系サービス

- 「積極的アナログ若年層」は、「LINE」の利用率が89.0%と最も高く、さらに、「Twitter」が73.7%、「Facebook」が52.6%、「Instagram」が31.1%と全体に比べて高い。デジタルリテラシーが高いにもかかわらず、アナログ的なモノや手段を積極的に行っている。
- 「消極的アナログ若年層」は、「YouTube」が75.0%、「ニコニコ動画」が39.9%と全体に比べて明らかに高く、「積極的アナログ若年層」は受発信型のデジタル系サービスを、「消極的アナログ若年層」は動画型のデジタル系サービスを好む傾向にある。

	全体(人)	LINE	Twitter	Facebook	Google+	Instagram	allis(旧LINE Camera)	YouTube	ニコニコ動画	Kindle	iBooks(iPhone)	その他の電子書籍	Apple Music	Google Play Music	その他の有料音楽配信サービス	ソーシャルゲームのアプリ	その他の有料音楽配信サービス	TODOLISTのアプリ	その他のゲームのアプリ	ナビゲーションのアプリ	地図のアプリ	その他の交通検索アプリ	Amazon	楽天市場	ヤフオク	mercari(メルカリ)	その他のECサイト
全体	819	77.7	53.1	45.8	14.3	22.3	3.2	64.7	28.1	10.0	4.4	22.3	8.8	3.4	7.0	22.7	19.4	8.8	19.9	36.1	50.5	21.9	65.4	53.6	24.1	6.7	11.6
積極的アナログ若年層	209	89.0	73.7	52.6	15.8	31.1	6.6	68.9	34.4	8.1	4.8	24.4	9.1	3.3	9.6	30.1	26.8	8.1	14.4	33.5	43.1	23.4	54.5	38.8	16.3	10.5	15.8
積極的アナログ壮年層	205	69.3	41.5	46.8	20.0	16.1	0.5	57.6	21.5	12.2	3.9	28.3	9.3	4.4	9.3	22.0	17.6	14.1	24.9	45.9	58.5	25.9	73.7	68.8	34.6	4.4	12.2
消極的アナログ若年層	188	85.1	63.3	41.5	12.8	26.1	3.7	75.0	39.9	6.4	3.2	18.1	7.4	3.2	5.9	27.1	16.5	4.8	13.3	22.3	39.9	16.0	56.4	34.6	10.1	8.5	12.2
消極的アナログ壮年層	217	68.2	35.5	41.9	8.8	16.6	0.0	58.5	18.0	12.9	5.5	18.4	9.2	2.8	3.2	12.4	16.6	7.8	26.3	41.5	59.4	21.7	76.0	70.0	33.6	3.7	6.5

■ 全体との差が+10ポイント以上
 ■ 全体との差が+5ポイント以上
 ■ 全体との差が-10ポイント以上
 ■ 全体との差が-5ポイント以上

## 11. 日頃の生活における価値観

- 「積極的アナログ若年層」は、「目的を持って友人や知人と集まりたい」が57.4%と全体に比べて明らかに高く、さらに、「人から見られることを常に意識している」が45.5%、「自分から情報を発信するほうだ」が32.5%と全体に比べて高いことから、アナログ的なモノや手段で行うことにより、SNS等を通じて他者からの評価を高め、コミュニティを広げたいという意識が読み取れる。
- 「積極的アナログ層」は、「こだわりのモノにお金をかけたいと思う」「モノづくりや好みについて、こだわりがあると思う」「手間をかけることを惜しまないほうだ」「モノを自分で手作りするほうだ」などが全体に比べて高く、モノにこだわりを持ち、尚かつ、クリエイティブなコトへの関心が高い。

	全体(人)	こだわりのモノにお金をかけたいと思う	モノづくりや好みについて、こだわりがあると思う	効率や利便性を最優先にするほうだ	目的を持って友人や知人と集まりたい	誰かと過ごす時間よりも、一人の時間を大切にしたいと思う	新しい情報を早く手に入れたいと思う	デジタル端末を使いこなしているほうだ	モノを自分好みにカスタマイズするほうだ	機能が優れたモノよりも、自分の生活空間に合うモノにお金を使うほうだ	手間をかけることを惜しまないほうだ	人から見られることを常に意識している	自分のセンスは良いほうだと思う	モノを自分で手作りするほうだ	モノにお金を使うよりも、体験にお金を使いたいと思う	結果よりも、過程を重視するほうだ	自分から情報を発信するほうだ	インドア派というよりも、アウトドア派だ
全体	819	60.9	51.4	49.6	46.4	46.2	44.2	42.7	42.6	40.0	37.0	35.5	28.0	27.5	27.1	26.9	23.2	23.1
積極的アナログ若年層	209	68.4	58.4	50.7	57.4	50.7	48.3	45.5	46.4	48.3	46.4	45.5	34.9	33.5	33.5	34.9	32.5	26.8
積極的アナログ社年層	205	68.8	55.6	55.6	48.3	46.3	48.3	44.4	49.3	41.5	45.9	30.7	27.8	33.7	29.8	30.2	25.4	23.4
消極的アナログ若年層	188	53.2	43.6	39.9	41.0	44.7	42.6	39.9	39.4	34.6	26.6	39.4	19.7	21.8	23.4	22.3	18.6	21.3
消極的アナログ社年層	217	53.0	47.5	51.2	38.7	42.9	37.8	41.0	35.5	35.5	28.6	27.2	28.6	20.7	21.7	19.8	16.1	20.7

全体との差が+10ポイント以上
  全体との差が+5ポイント以上
  全体との差が-10ポイント以上
  全体との差が-5ポイント以上

以上