

いい子症候群の特徴に着目した Web 調査の試行

田上 正範

A Current Status of Intergenerational Gap through Internet Research

Masanori TAGAMI

【キーワード】 Z 世代、世代間ギャップ、社会調査、Web モニター、いい子症候群

要旨

若者の特徴や傾向をまとめた報告は多数あり、以前から行われている。これらの指摘は、社会の改善に繋がらず、悪化の一途をたどっているのだろうか。もしくは、改善に繋がり、良い社会に向かっているのだろうか。本研究では、最近の若者の特徴をまとめた一例として、「いい子症候群」（金間 2022）に着目し、インターネットによるアンケート調査から 10 代から 60 代までの年代別の割合を算出し、社会の実態把握を試みる。

1. 背景

昨今の若者は「Z 世代」と称される。他にも「ゆとり世代」と称され、その前には、「ミレニアム世代」「団塊ジュニア世代」「バブル世代」とも称されてきた。

表 1 代表的な世代名の変遷

世代	生まれた年	(2024 年の年齢)
新人類世代	1955～1967 年ごろ	(57-69 歳)
バブル世代	1965～1970 年ごろ	(54-59 歳)
団塊ジュニア世代	1971～1974 年ごろ	(50-53 歳)
ミレニアル世代	1980～1995 年ごろ	(29-44 歳)
さとり世代	1985～1995 年ごろ	(29-39 歳)
ゆとり世代	1987～2004 年ごろ	(20-37 歳)
Z 世代	1995～2010 年ごろ	(14-29 歳)

引用：シニアド (2022) 「【団塊世代～Z 世代まで】世代の年代・特徴を詳しく解説！」

このように世代を分類することによって、各世代の特徴や世界観、時代背景などを知る手がかりとなる。但し、世代の定義は厳格なカテゴリーではなく、物事の見方や考え方がどのように変化するかを理解するためのツールとして捉えた方がよい (BusinessInsider 2024)。実際に、Z 世代をは

じめ、若者の特徴や傾向をまとめた報告は多数ある。「今どきの若者のリアル」(山田 2023)、「Z 世代 若者はなぜインスタ・TikTok にハマるのか?」(原田 2020)、「子どもが心配」(養老 2022) などが一例である。いずれも若者の特徴を否定的に捉え、将来や社会に対する不安や課題を問題視するものが多い。例えば、金間 (2024) は、退職代行サービスを使う若者に着目し、「静かに退職する若者たち」と題して、自らはアクションを起こさず、指示待ちに徹するといった特徴を指摘した。レジ- (2022) は、「ファスト教養」と称し、どんな分野も、手っ取り早く、ざっくりと大づかみに理解することが役立つと捉える状況を、「ファストフード」の用例にたとえ、栄養バランスを多少損ねると引き換えに摂取しやすい傾向を指摘した。但し、両氏とも否定的な捉え方だけでなく、肯定的な視点からも指摘し、今後に向けた提案や改善策も提示している。

我々は、若者の特徴から何を学ぶべきか。舟津 (2024) は、『「近頃の若者は…」と嘆くあなたも「Z 世代化」している』と指摘する。若者に対する指摘は、今に始まったことではなく、以前から行われている。これらの指摘は、社会の改善に繋がらず、悪化の一途をたどっているのだろうか。もしくは、改善に繋がり、良い社会に向かっているのだろうか。

本研究では、最近の若者の特徴をまとめた一例として、「いい子症候群」(金間 2022) に着目し、インターネットによるアンケート調査から 10 代から 60 代までの年代別の割合を算出する。「いい子症候群」(金間 2022) を一例に、ある若者の傾向が、いつごろから増え、どれくらい占有しているのか、もしくは、減少 (改善) または変わらないのか、社会の実態把握を試みるものである。

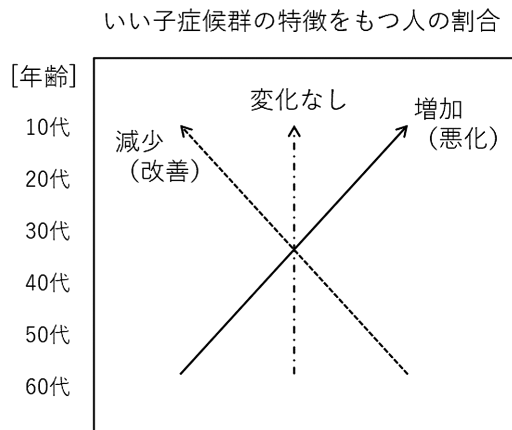


図 1 本研究で得たい調査結果のイメージ

2. 方法

質問紙として、まず「いい子症候群」(金間 2022) の定義から 17 項目を抽出し、さらに、その他の特徴を加えた 20 項目を素案とした。次に、スクリーニングを 2 回 (2023 年 8 月に大学生 4 名、2024 年 6 月に大学生 7 名から回答) を行い、各質問項目に対してあてまはると回答した割合が多いもの、および、回答者の回答のばらつき (分散) が小さいものから、10 項目に厳選した。これを簡易版の質問紙として、インターネット調査会社を通じて、15 歳以上 69 歳以下の男女 (モ

ニター) から計 5000 サンプルの回答を得た。なお、「15 歳以上」の制限は、調査会社のモニター登録上の条件であるが、調査可能な現実的な条件と考え、「15 歳以上」を制約に加えた。

[回収期間] 2024 年 7 月 2 日～2024 年 7 月 2 日

[サンプル数] 5000 * [居住地] 全国、[年齢] 15 歳以上 69 歳以下、[性別] 男女

[調査委託先] アイブリッジ株式会社 [サービス名: Freeasy (フリージー)]

登録モニター数 約 1,300 万人 (2022 年 6 月時点)

[質問項目] 10 項目×2 問 (Q1、2)

[回答方法] 選択式、4 件法 (全質問とも共通)

表 2 モニターの母集団 (サンプル数 5000 の内訳)

	サンプル数	(内訳) 男性	女性
10 代 (15 歳以上)	340	175	165
20 代	785	405	380
30 代	825	420	405
40 代	1035	525	510
50 代	1100	550	550
60 代	915	450	465
計	5000	2525	2475

モニターの母集団は、国勢調査の人口調査 (2023 年 10 月 01 日現在) から算出した「人口構成比率」(表 3) と同じ割合になるよう、サンプル数 5000 を配分した。なお、10 代は、15 歳以上の比率で配分している。

表 3 人口構成比率

	男性	女性
10 代 (15 歳以上)	2.6%	2.4%
20 代	5.9%	5.6%
30 代	6.2%	6.0%
40 代	7.8%	7.6%
50 代	8.2%	8.1%
60 代	6.6%	6.9%

政府統計ポータルサイト: e-Stat※から、「人口推計 各年 10 月 1 日現在人口 令和 2 年国勢調査基準 統計表」の「総人口」のデータを抽出し、人口構成比率を算出したもの。調査委託先のサー

ビス上の機能として設定が可能。但し、「10代」は、「15歳以上」を示す。「15歳以上」は調査会社のモニター登録上の条件である。

※e-Sat: <https://www.e-stat.go.jp/dbview?sid=0003448228>

〔質問紙〕

Q1. 次の項目について、自分自身にあてはまる程度が最も近いと思うものを1つ選んでください。

【選択肢】 よくあてはまる／まあまああてはまる／あまりあてはまらない／全くあてはまらない

- Q1-1 順番を5人で決めるときは3番目か4番目を狙う
- Q1-2 言われたことはやるけど、それ以上のことはやらない
- Q1-3 質問は基本しない
- Q1-4 グループ全体に対する問いかけには（自分から）反応しない
- Q1-5 タテのつながりを避け（怖い）、ヨコの空気を大事にする
- Q1-6 授業や会議では気配を消し、集団と化す
- Q1-7 オンラインでも気配を消し、集団と化す
- Q1-8 ルールであれば（腑に落ちていなくても）従う
- Q1-9 一番嫌いな役割はリーダーである
- Q1-10 手を挙げて質問はできないが、アプリ等で匿名性ならできる

Q2. 次に、自分自身についてではなく、自分の周りの人（職場や学校などで接する機会の多い、平均的な人）に対して、あてはまる程度が最も近いと思うものを1つ選んでください。（設問は前問と同じです）

【選択肢】 よくあてはまる／まあまああてはまる／あまりあてはまらない／全くあてはまらない

- Q2-1 順番を5人で決めるときは3番目か4番目を狙う
- Q2-2 言われたことはやるけど、それ以上のことはやらない
- Q2-3 質問は基本しない
- Q2-4 グループ全体に対する問いかけには（自分から）反応しない
- Q2-5 タテのつながりを避け（怖い）、ヨコの空気を大事にする
- Q2-6 授業や会議では気配を消し、集団と化す
- Q2-7 オンラインでも気配を消し、集団と化す
- Q2-8 ルールであれば（腑に落ちていなくても）従う
- Q2-9 一番嫌いな役割はリーダーである
- Q2-10 手を挙げて質問はできないが、アプリ等で匿名性ならできる

1

次の項目について、自分自身にあてはまる程度が最も近いと思うものを1つ選んでください。*回答必須

	よくあてはまる	まあまああてはまる	あまりあてはまらない	全くあてはまらない
1.順番を5人で決めるときは3番目か4番目を狙う →	☐	☐	☐	☐
2.言われたことはやるけど、それ以上のことはやらない →	☐	☐	☐	☐
3.質問は基本しない →	☐	☐	☐	☐
4.グループ全体に対する問いかけには（自分から）反応しない →	☐	☐	☐	☐
5.タテのつながりを避け（怖い）、ヨコの空気を大事にする →	☐	☐	☐	☐
6.授業や会議では気配を消し、集団と化す →	☐	☐	☐	☐
7.オンラインでも気配を消し、集団と化す →	☐	☐	☐	☐
8.ルールであれば（腕に落ちていなくても）従う →	☐	☐	☐	☐
9.一番嫌いな役割はリーダーである →	☐	☐	☐	☐
10.手を挙げて質問はできないが、アプリ等で匿名性ならできる →	☐	☐	☐	☐

図2 アンケートの回答画面の一例（提供元：アイブリッジ株）

3. 回答結果

質問項目別の単純集計の結果と平均値を図3と表4に示す。平均値は、選択肢の「よくあてはまる」を1、「まあまああてはまる」を2、「あまりあてはまらない」を3、「全くあてはまらない」を4として算出したものである。図3より、質問項目によって差異はあるが、あてはまると回答した割合は、（全ての年代を集計した平均でみると）おおよそ50%前後のものが多く、個別にみると、自分自身（Q1）については、あてはまると回答（「よくあてはまる」及び「まあまああてはまる」の合算）した割合が50%を超えるものは、Q1-4、Q1-6、Q1-7、Q1-8、Q1-9である。また、表4より、平均値はQ1-9が最も低く、次にQ1-6、Q1-7、Q1-8、Q1-4と続き、いずれも中央値2.5以下である。また、自分の周り（Q2）については、あてはまると回答した割合が全10項目とも50%を超えており、いずれも平均値は2.5以下である。つまり、自分自身（Q1）よりも、自分の周り（Q2）に対する方が、あてはまると回答した割合が全体的に多いことがわかる。これを平均値の差でみると、0.01から0.26ポイントあり、全体の0～5%程度の割合となる。

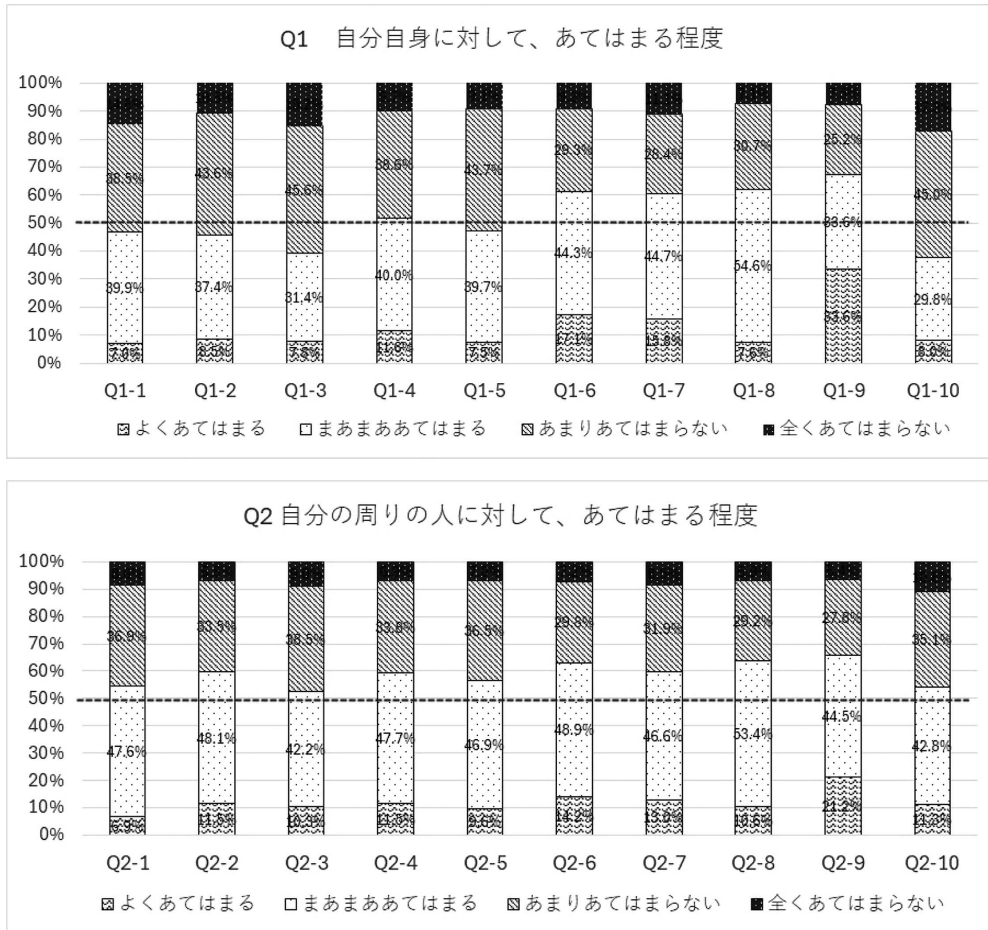


図3 質問項目別の単純集計の結果 (N=5000)

点線は50%の割合を示す。選択肢の「よくあてはまる」「まあまああてはまる」と、「あまりあてはまらない」「全くあてはまらない」の回答が同数の場合に50%となる。

表4 質問項目別の平均 (N=5000)

設問	Q1-1	Q1-2	Q1-3	Q1-4	Q1-5	Q1-6	Q1-7	Q1-8	Q1-9	Q1-10
平均	2.61	2.56	2.68	2.46	2.54	2.31	2.35	2.37	2.07	2.72

設問	Q2-1	Q2-2	Q2-3	Q2-4	Q2-5	Q2-6	Q2-7	Q2-8	Q2-9	Q2-10
平均	2.47**	2.36**	2.46**	2.36**	2.41**	2.30	2.36	2.32**	2.20**	2.45**

※選択肢の「よくあてはまる」を1、「まあまああてはまる」を2、「あまりあてはまらない」を3、「全くあてはまらない」を4とした場合の平均値を示す。値が中央値2.5より小さくなるほど、「よくあてはまる」「まあまああてはまる」の割合が高くなる。

Q1 (自分自身) と Q2 (自分の周り) の値を比べると、設問1,2,3,4,5,6,8,10の値は、Q1よりもQ2の方が小さく [0.01 から 0.26 ポイント (全体の0~5%程度) 小さい]、「よくあてはまる」「まあまああてはまる」の割合が高い。また、Q1の中では、Q1-9の2.07が最も低く、次にQ1-6の2.31、Q1-7の2.35、Q1-8の2.37と続く。(**参考:t検定の結果では、設問6,7を除き、Q1とQ2の平均値の差に有意差がある。 $\alpha = 0.01$)

次に、自分自身（Q1）について、男女別の集計結果を図4に示す。図中の数値は平均値を示す。図4より、全10項目とも男性と比べて女性の平均値の方が小さく、あてはまると回答した割合が多いことがわかる。平均値の差は、0.02から0.31ポイントあり、全体の1～6%程度の割合になる。続いて、男女それぞれの年代別にした単純集計の結果を図5（図5-1は質問項目Q1-1～5、図5-2は質問項目Q1-6～10）に示す。全体的に、年代が高くなるほど、平均値が大きくなる。つまり、あてはまると回答した割合は10代が最も多く（平均値が小さい）、次に20代、30代と続き、年代が高くなるほど少なくなる（平均値が大きい）ことがわかる。平均値の差は、0.15から0.49ポイントあり、全体の3～10%程度の割合になる。但し、詳細にみると、Q1-5男性とQ1-6女性、Q1-7男女では、10代から30代までの差が小さく、40代から60代にかけて年代が高くなるほど小さくなる。また、Q1-6男性とQ1-9男女は、30代と40代の値が他の年代と比べて小さい。つまり、10代よりも30代・40代の方が、あてはまると回答した割合が（6%程度）多い（平均値が小さい）。Q1-8男女は、全ての年代で差が小さく、年代によってあまり変わらない（差が1%程度）ことがわかる。また、男女で比べると、Q1-3の30、40、50代を除き、男性（左列）よりも女性（右列）の値の方が小さい（最大0.44ポイント～全体の9%程度）。あてはまると回答した割合が、女性に多いことがわかる。

ここまでの回答結果の傾向を図6にまとめ、本研究で得たい調査結果（図1）と比べる。図6より、年代が低くなるにつれて、あてはまると回答した割合が増加（悪化）しているのが、Q1-1（男女）、Q1-2（男女）、Q1-3（男女）、Q1-4（男女）、Q1-5（女性）、Q1-10（女性）である。続いて、10代から30代の間は変化がないが、40代から60代の間では増加（悪化）しているのが、Q1-5（男性）、Q1-6（女性）、Q1-7（男女）である。次に、10代から30代の間はやや減少（改善）しているが、40代から60代の間では増加（悪化）しているのが、Q1-6（男性）、Q1-9（男女）である。そして、年代ごとの差が小さく、年代によって変わらないのが、Q1-8（男女）である。男女・年代別でみると、質問項目ごとに回答結果の傾向が異なることがわかる。



図4 男女別の単純集計の結果(設問ごと: N=5000)

グラフ中の数値は、選択肢の「よくあてはまる」を1、「まあまああてはまる」を2、「あまりあてはまらない」を3、「全くあてはまらない」を4とした場合の平均値を示す。全10項目とも、男性と比べ、女性の方が小さい[0.02から0.31ポイント(全体の1~6%程度)小さい]。また、男女の差が最も大きいのはQ1-9の0.31で、次にQ1-6の0.27、Q1-1の0.25、Q1-7の0.22と続く。(**参考: t検定の結果では、Q1-2とQ1-3を除き、男女の平均値の差に有意差がある。 $\alpha=0.01$)

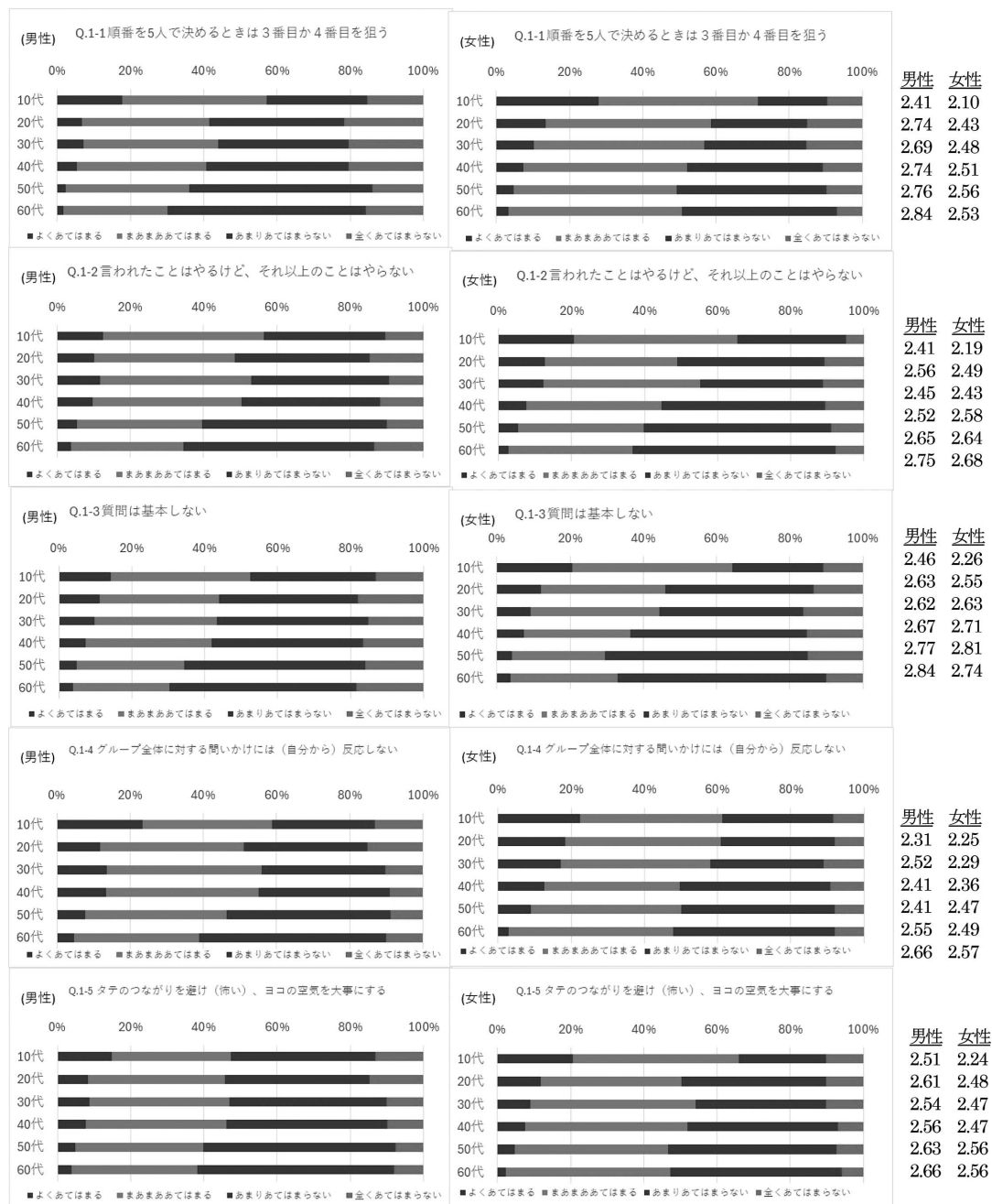


図 5-1 男女・年代別の単純集計 Q1-1～5 の結果（左列が男性、右列が女性：N=5000）
 グラフ中の数値は、年代別の男女の平均値を示す。全体的に、年代が高くなるほど、平均値が大きくなる [0.15 から 0.49 ポイント（全体の 3～10% 程度）大きい]。男女で比べると、男性（左列）よりも女性（右列）の値の方が小さい。但し、Q1-3 の 30、40、50 代は、女性の方が大きい。

いい子症候群の特徴に着目した Web 調査の試行

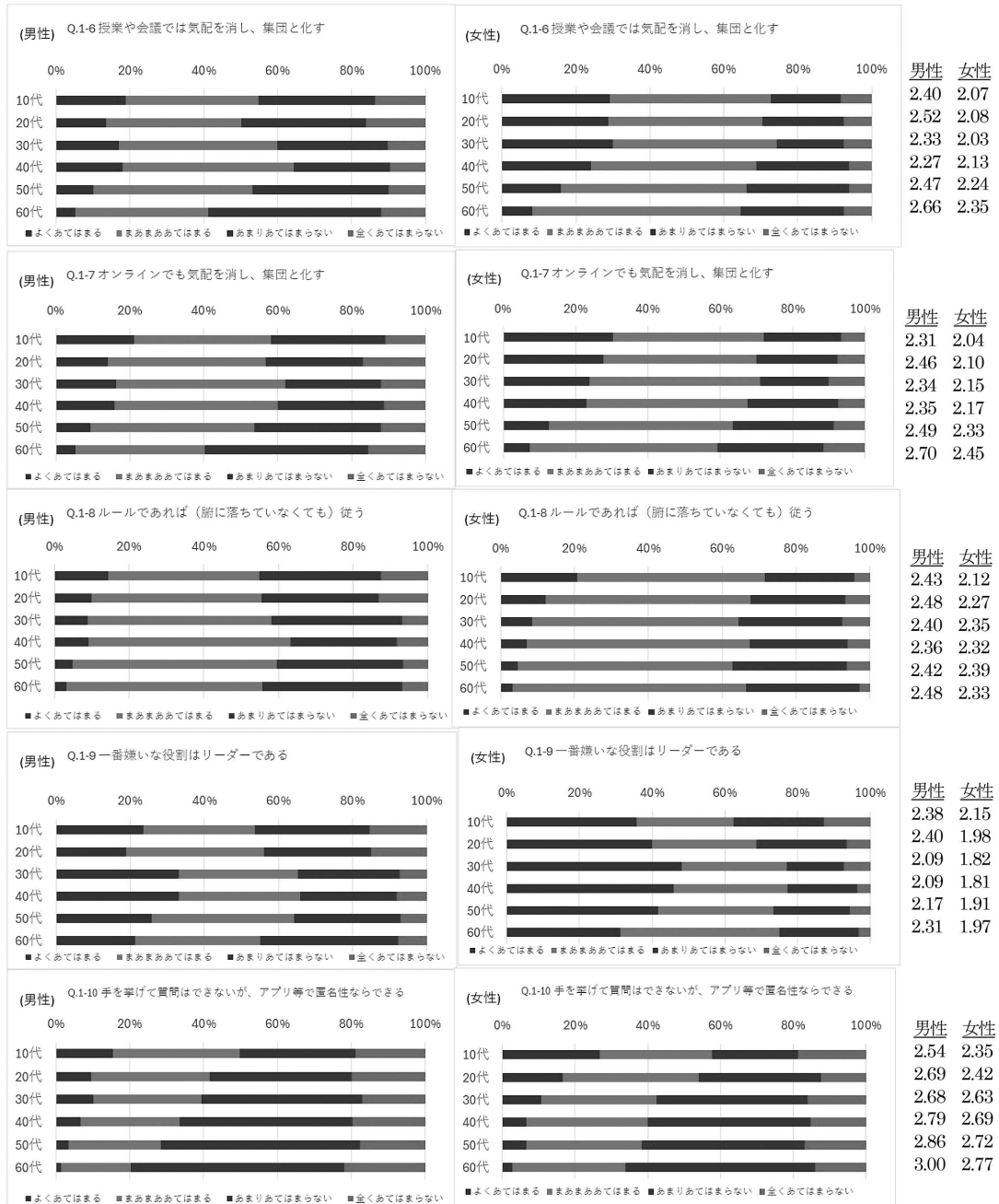


図 5-2 男女・年代別の単純集計 Q1-6～10 の結果（左列が男性、右列が女性：N = 5000）
 Q1-5（男）と Q1-6（女）、Q1-7 は、10 代から 40 代までの差が小さく（～0.1 ポイント：2％ 程度）、50 代、60 代にかけて大きくなる（～0.3 ポイント：6％ 程度）。Q1-8 は全て年代で近い値をとる（～0.1 ポイント：2％ 程度）。Q1-6（男）と Q1-9 は、30 代と 40 代の値が最も小さく、10 代から 30 代にかけて値が小さくなり（～0.3 ポイント：6％ 程度）、40 代から 60 代にかけて大きくなる（～0.2 ポイント：4％ 程度）。

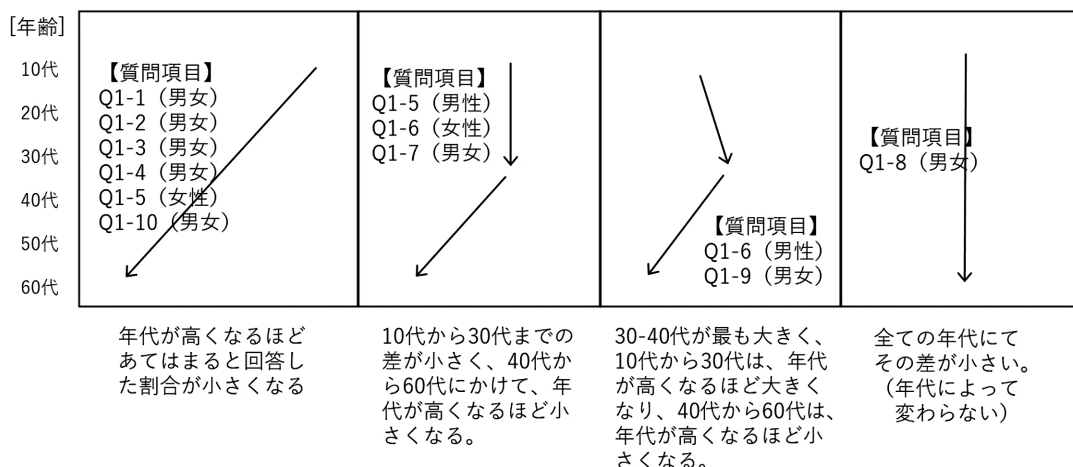


図6 男女・年代別でみた質問項目ごとの回答結果の傾向
値が小さくなるほど、あてはまると回答した割合が多くなることを示す

以上、回答結果の特徴をまとめると、

- ・ いい子症候群の特徴にあてはまると回答した割合は、おおよそ 50% 前後のものが多い。
- ・ 自分自身よりも、自分の周りに対する方が、あてはまると回答した割合がやや多い。
- ・ 男性よりも、女性の方が、あてはまると回答した割合が多い（全体の 1～6% 程度）。
- ・ 年代別でみると、あてはまると回答した割合は 10 代が最も多く、次に 20 代、30 代と続き、年代が高くなるほど少なくなる（全体の 3～10% 程度）。但し、質問によっては、10 代よりも 30-40 代の方が、あてはまると回答した割合（～6% 程度）が多くなるものや、年代によって変わらない（差が 1% 程度）ものもある。

4. おわりに

今回、最近の若者の特徴をまとめた一例として、「いい子症候群」（金間 2022）に着目し、インターネットによるアンケート調査から 10 代から 60 代までの年代別の割合を算出し、社会の実態把握を試みた。回答結果から、あてはまると回答した割合は 10 代が最も多く、いい子症候群の傾向は、年代が高くなるほど小さくなる結果を得た。若者の特徴を多い・少ないのように一概に言うのではなく、その割合を算出することによって、変化の度合いを可視化する試みを行った。しかし、本研究は粗雑なものといえる。少なくとも次の課題がある。

- i) 調査結果が母集団とずれている可能性がある
- ii) 質問紙の信頼性が十分とは言えない

本研究の調査は、サンプル数 5000 を、10 代から 60 代までの人口構成比率と同じ割合になるように配分したが、そもそもインターネット調査をどこまで信頼してもよいのだろうか。

長崎（2014）によると、インターネット調査は、1990 年代後半から 2000 年代前半において猛烈な批判にさらされたという。しかし、インターネット調査が一般化する中で、調査の精度や品質に

対する議論は徐々に下火になり、むしろ積極的に利用する方向に動いていると述べる。インターネット調査の限界と有効性について、佐藤（2009）は、訪問面接といった回収率が低下する従来型調査の代替策として、登録モニターを利用した WEB モニター調査（インターネット調査）の利用が拡大しつつある、という。しかし、WEB モニター調査は、基本属性や意識の傾向に特徴があり、例えば、高学歴層が多いことや未婚比率が高いこと、批判的な回答傾向が強いことを指摘する。他方、従来型調査であっても偏りがあり、例えば、戸建てが多く単身者が少ないことや、回収率が高くない場合は調査に協力しない層が回答に大きなゆがみを及ぼすことも指摘している。さらに、WEB モニター調査間の比較から、運営会社やモニターの構築方法や調査の回収方法などが異なっても、回答傾向に大きな違いがないことを明らかにしている。また、埴淵ら（2015）は、面接や電話調査の場合には、調査員が介在するため、一般受けしやすい回答をしやすいという「社会的望ましさ」の問題を指摘し、インターネット調査では、社会的望ましさの問題を回避でき、かつ、記入漏れや誤回答を回答画面の制御によって防ぐことができるといった利点を挙げている。つまり、インターネット調査は、依然として課題はあるものの、他の手法と比べて効率的なアンケート調査の装置であることは間違いない（長崎 2014）。課題を低減する有効な調査とみなす基準として、長崎（2014）は、再現性（同じ調査をした場合に同じ結果が再現できること）と市場反映性（市場全体を反映するようなサンプリングが行われていること）を挙げる。今後、この 2 つの観点を柱に検証を継続したい。

また、本研究の質問紙は、金間（2022）の研究成果を基に作成したが、質問紙として信頼性や妥当性の検証を十分にしたものではない。何かしらのヒントを得ようとして調査の実行を優先したためである。質問紙の妥当性として、構成概念妥当性、基準関連妥当性、内容的妥当性といったタイプが挙げられることが多いが、村山（2012）は、1980 年代以降の妥当性研究では、こうした妥当性のタイプ分けは適切ではなく、構成概念妥当性という考え方にすべての妥当性は収斂されるという考え方が主流であると記す。そして、『心理学で扱う構成概念は多義的で曖昧なものが多く、似たような項目ばかりを集めても、その尺度は構成概念の一部しかカバーできない。かといって、構成概念全体をカバーするために幅広い内容の項目を集めると、信頼性（内的一貫性）は低くなってしまう。このように、信頼性と妥当性とは、一方を高めようとするともう片方が低くなりがちになってしまう傾向にある。』…「こうした問題を受けて、一般的には「心理学で扱う概念は曖昧なものが多く、多少信頼性を犠牲にしても内容の幅の広い項目を集めることが大切だ」と解釈されることが多い。』という。他にも小塩（2016）は、「広く人々のパーソナリティ、価値観、態度といった何らかの心理仮定 また、を反映した構成概念を測定する場合、その概念を直接的に測定することはほぼ不可能に近い。」と述べる。さらに、選択肢についても、今回はリッカート尺度を用いた 4 件法を採用したが、「どちらともいえない」といった中立的尺度の問題もある。また、リッカート尺度そのものにも、尺度の「原点」や「基準」が不明確といった問題が挙げられる。村山（2012）は、「リッカート尺度に回答するとき、頭のなかでその構成概念の絶対値を正確に読み取って回答するわけではない。むしろ、絶対的な値を読み取るなど不可能である」という。今後、質問

紙の信頼性・妥当性の検証が必要である。但し、吉田ら（2012）は、日本の現状について『型にはまった安易な方法によって作成された尺度に関して、これまた型にはまった極めて安易な検討をしただけで「妥当性が確認された」という判断が下され、それで「みそぎ」が済んだとみなしていると推察される研究が多くみられる。』と指摘する。統計数理研究所元所長である林知己夫先生は、「調査は社会を調べてゆく1つの道具・手段として考え、これを完全にわかったとは思わず、調査の不十分さを常に認識して、そこから新しい問題の発見に努めることである。」「一度の調査で正しいものをつかむものではなく、情報を豊かにしていったいに真実に近づくのである。最初の調査に欠陥があったとしても何らかの情報が得られるはずである。それをもとにさらに調査方法を改良してゆく、といい換えてもよい。」という。

賢人の教えを肝に銘じ、本調査結果を改良し、若者の特徴を示す年代の割合から社会の実態を明らかにしたい。

〈参考文献〉

- 太田肇（2022）「何もしないほうが得な日本」PHP 研究所
- 小塩真司（2016）「心理尺度構成における再検査信頼性係数の評価」心理学評論 59(1)、68-83
- 金間大介（2022）「先生、どうか皆の前ではめないで下さいーいい子症候群の若者たち」東洋経済新報社、103-110、197-199.
- 金間大介（2024）「静かに退職する若者たち」PHP 研究所
- 佐藤博樹（2009）「インターネット調査の限界と有効性」『信頼できるインターネット調査法の確立に向けて』東京大学データアーカイブ研究センター、SSJ DA-42、133-141、2009-3.
- 長崎貴裕（2014）「インターネット調査の問題点と今後」日本統計協会、統計 65、26-31、2014-12.
- 埴淵知哉・村中亮夫・安藤雅登（2015）「インターネット調査によるデータ収集の課題ー不良回答、回答時間、および地理的特性に注目した分析ー」E-journal GEO 10(1)、81-98、日本地理学会
- 林知己夫（2011）「調査の科学」32-33 頁、ちくま学芸文庫
- 原田曜平（2020）「Z 世代 若者はなぜインスタ・TikTok にハマるのか？」光文社新書
- 舟津昌平（2024）「Z 世代化する社会： お客様になっていく若者たち」東洋経済新報社
- 山田昌弘（2023）「今どきの若者のリアル」PHP 研究所
- 村山航（2012）「妥当性 概念の歴史的変遷と心理測定学的観点からの考察」教育心理学年報 51(0)、118-130、日本教育心理学会
- 養老孟司（2022）「子どもが心配」PHP 研究所
- 吉田寿夫・石井秀宗・南風原朝和（2012）「尺度の作成・使用と妥当性の検討」教育心理学年報 51(0)、213-217、日本教育心理学会
- レジー（2022）「ファスト教養 10 分で答えが欲しい人たち」集英社新書
- BusinessInsider（2024）あなたはどの世代？ 「沈黙の世代」から「Z 世代」まで… その分類と目的とは <https://www.businessinsider.jp/post-270580>（2024. 9. 27 閲覧）

シニアド（2022）「【団塊世代～Z 世代まで】世代の年代・特徴を詳しく解説！」<https://seniorad-marketing.com/senior-attract-customers/characteristics-of-generations/>（2024. 9. 27 閲覧）

〈別紙：質問項目別の集計データ〉

Q.1 次の項目について、自分自身にあてはまる程度が最も近いと思うものを1つ選んでください。

Q.1-1 順番を5人で決めるときは3番目か4番目を狙う

Q.1-2 言われたことはやるけど、それ以上のことはやらない

Q.1-3 質問は基本しない

Q.1-4 グループ全体に対する問いかけには（自分から）反応しない

Q.1-5 タテのつながりを避け（怖い）、ヨコの空気を大事にする

Q.1-6 授業や会議では気配を消し、集団と化す

Q.1-7 オンラインでも気配を消し、集団と化す

Q.1-8 ルールであれば（腑に落ちていなくても）従う

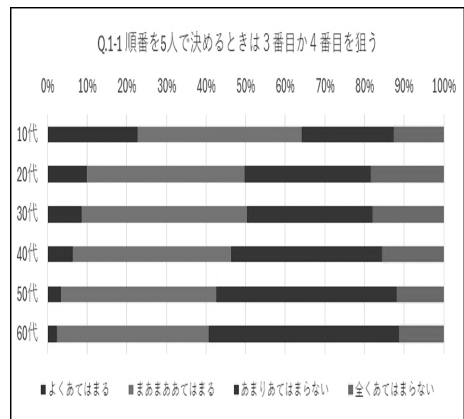
Q.1-9 一番嫌いな役割はリーダーである

Q.1-10 手を挙げて質問はできないが、アプリ等で匿名性ならできる

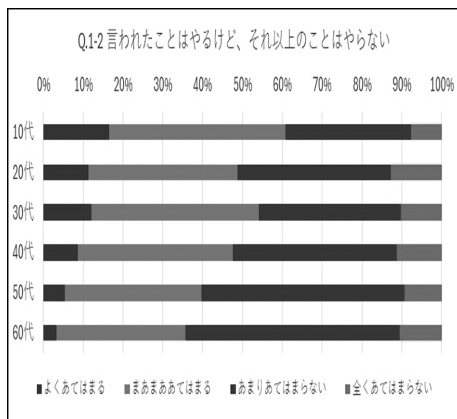
〈選択肢〉（全設問共通）

①よくあてはまる ②まあまああてはまる ③あまりあてはまらない ④全くあてはまらない

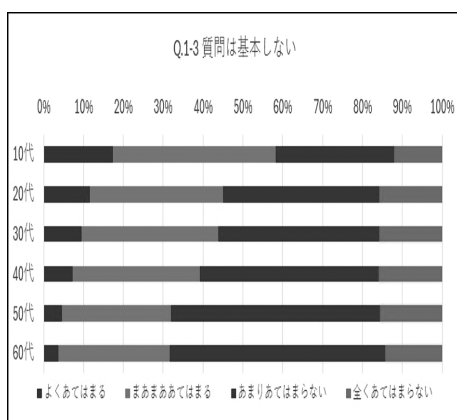
Q1-1	N	①	②	③	④
全体	5000	7.0%	39.9%	38.5%	14.6%
10代	340	22.7%	41.5%	23.2%	12.7%
20代	785	9.9%	39.9%	31.7%	18.5%
30代	825	8.6%	41.7%	31.8%	17.9%
40代	1035	6.4%	40.0%	38.0%	15.7%
50代	1100	3.5%	39.2%	45.5%	11.9%
60代	915	2.4%	38.3%	48.1%	11.3%



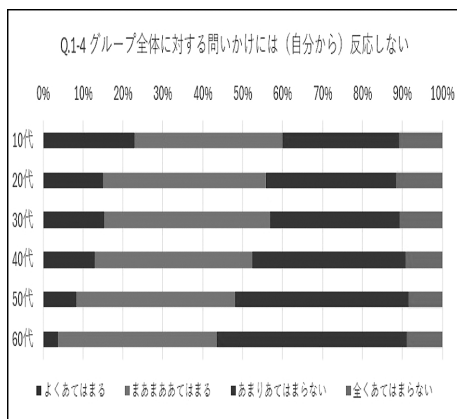
Q1-2	N	①	②	③	④
全体	5000	8.5%	37.4%	43.6%	10.5%
10代	340	16.5%	44.4%	31.5%	7.7%
20代	785	11.3%	37.5%	38.5%	12.7%
30代	825	12.0%	42.2%	35.6%	10.2%
40代	1035	8.7%	38.9%	41.2%	11.2%
50代	1100	5.4%	34.4%	50.9%	9.4%
60代	915	3.3%	32.4%	53.9%	10.5%



Q1-3	N	①	②	③	④
全体	5000	7.8%	31.4%	45.6%	15.2%
10代	340	17.4%	40.9%	29.7%	12.1%
20代	785	11.6%	33.4%	39.2%	15.8%
30代	825	9.5%	34.4%	40.4%	15.8%
40代	1035	7.3%	31.9%	44.8%	15.9%
50代	1100	4.6%	27.4%	52.6%	15.6%
60代	915	3.7%	27.9%	54.2%	14.2%

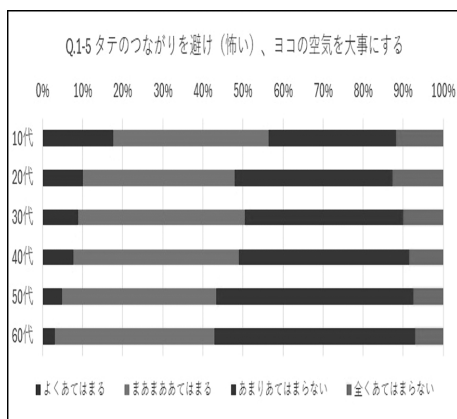


Q1-4	N	①	②	③	④
全体	5000	11.6%	40.0%	38.6%	9.7%
10代	340	22.9%	37.1%	29.1%	10.9%
20代	785	15.0%	40.8%	32.6%	11.6%
30代	825	15.3%	41.7%	32.4%	10.7%
40代	1035	13.0%	39.5%	38.4%	9.2%
50代	1100	8.3%	39.9%	43.4%	8.5%
60代	915	3.7%	39.8%	47.5%	9.0%

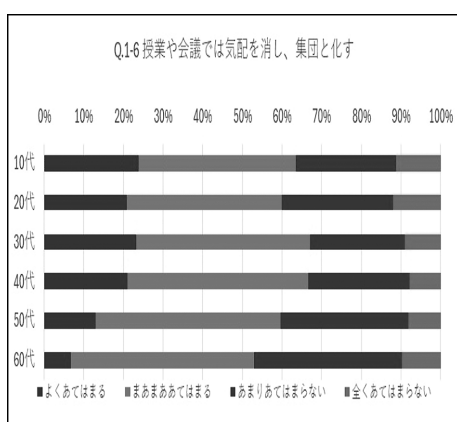


いい子症候群の特徴に着目した Web 調査の試行

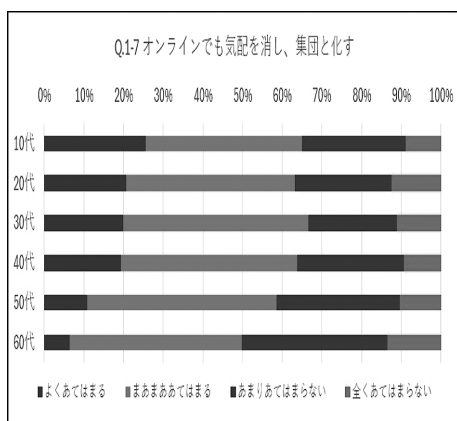
Q1-5	N	①	②	③	④
全体	5000	7.5%	39.7%	43.7%	9.1%
10代	340	17.7%	38.8%	31.8%	11.8%
20代	785	10.1%	37.8%	39.5%	12.6%
30代	825	8.9%	41.6%	39.5%	10.1%
40代	1035	7.7%	41.3%	42.5%	8.5%
50代	1100	4.8%	38.5%	49.3%	7.5%
60代	915	3.1%	39.8%	50.2%	7.0%



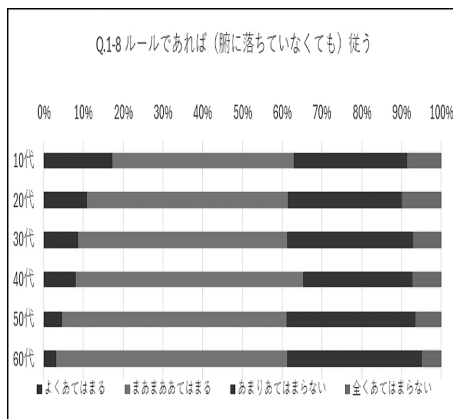
Q1-6	N	①	②	③	④
全体	5000	17.1%	44.3%	29.3%	9.3%
10代	340	23.8%	39.7%	25.3%	11.2%
20代	785	20.9%	39.1%	28.0%	12.0%
30代	825	23.3%	43.8%	24.0%	9.0%
40代	1035	21.0%	45.6%	25.6%	7.8%
50代	1100	12.9%	46.7%	32.3%	8.1%
60代	915	6.7%	46.3%	37.3%	9.7%



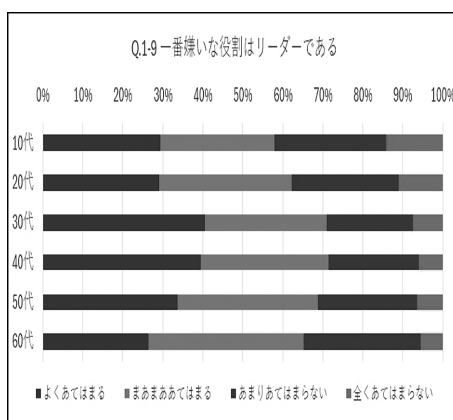
Q1-7	N	①	②	③	④
全体	5000	15.8%	44.7%	28.4%	11.1%
10代	340	25.6%	39.4%	26.2%	8.8%
20代	785	20.6%	42.6%	24.3%	12.5%
30代	825	19.9%	46.7%	22.3%	11.2%
40代	1035	19.3%	44.4%	26.9%	9.4%
50代	1100	10.9%	47.6%	31.1%	10.4%
60代	915	6.3%	43.5%	36.7%	13.4%



Q1-8	N	①	②	③	④
全体	5000	7.6%	54.6%	30.7%	7.1%
10代	340	17.4%	45.6%	28.5%	8.5%
20代	785	11.0%	50.5%	28.7%	9.9%
30代	825	8.6%	52.6%	31.6%	7.2%
40代	1035	8.1%	57.2%	27.4%	7.3%
50代	1100	4.6%	56.6%	32.4%	6.5%
60代	915	3.2%	58.0%	34.0%	4.8%



Q1-9	N	①	②	③	④
全体	5000	33.6%	33.6%	25.2%	7.5%
10代	340	29.4%	28.5%	27.9%	14.1%
20代	785	29.0%	33.1%	26.9%	11.0%
30代	825	40.5%	30.6%	21.6%	7.4%
40代	1035	39.4%	32.1%	22.5%	6.0%
50代	1100	33.7%	35.0%	24.9%	6.4%
60代	915	26.3%	38.9%	29.3%	5.5%



Q1-10	N	①	②	③	④
全体	5000	8.0%	29.8%	45.0%	17.3%
10代	340	20.9%	32.7%	27.7%	18.8%
20代	785	12.9%	34.8%	36.1%	16.3%
30代	825	10.3%	30.6%	42.6%	16.6%
40代	1035	6.7%	30.1%	45.8%	17.5%
50代	1100	5.0%	28.4%	49.4%	17.3%
60代	915	2.1%	25.0%	55.0%	17.9%

