

情報メディアの信頼性等に関する生活者調査

- 「性別・年代別 | メディアの利用率・信頼度分布」データ -

2025年4月4日

LifeTimeTechLabo 合同会社

調査概要

調査方法	インターネット調査
調査期間	2025年2月6日
調査対象者	関東（埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県） 東海（岐阜県・愛知県・三重県） 関西（滋賀県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県） 在住者 20歳 - 69歳 （アイブリッジ（株）「Freeasy提携パネル」利用）
有効回答数	800サンプル ※性年代別に均等割付
設問数	4問

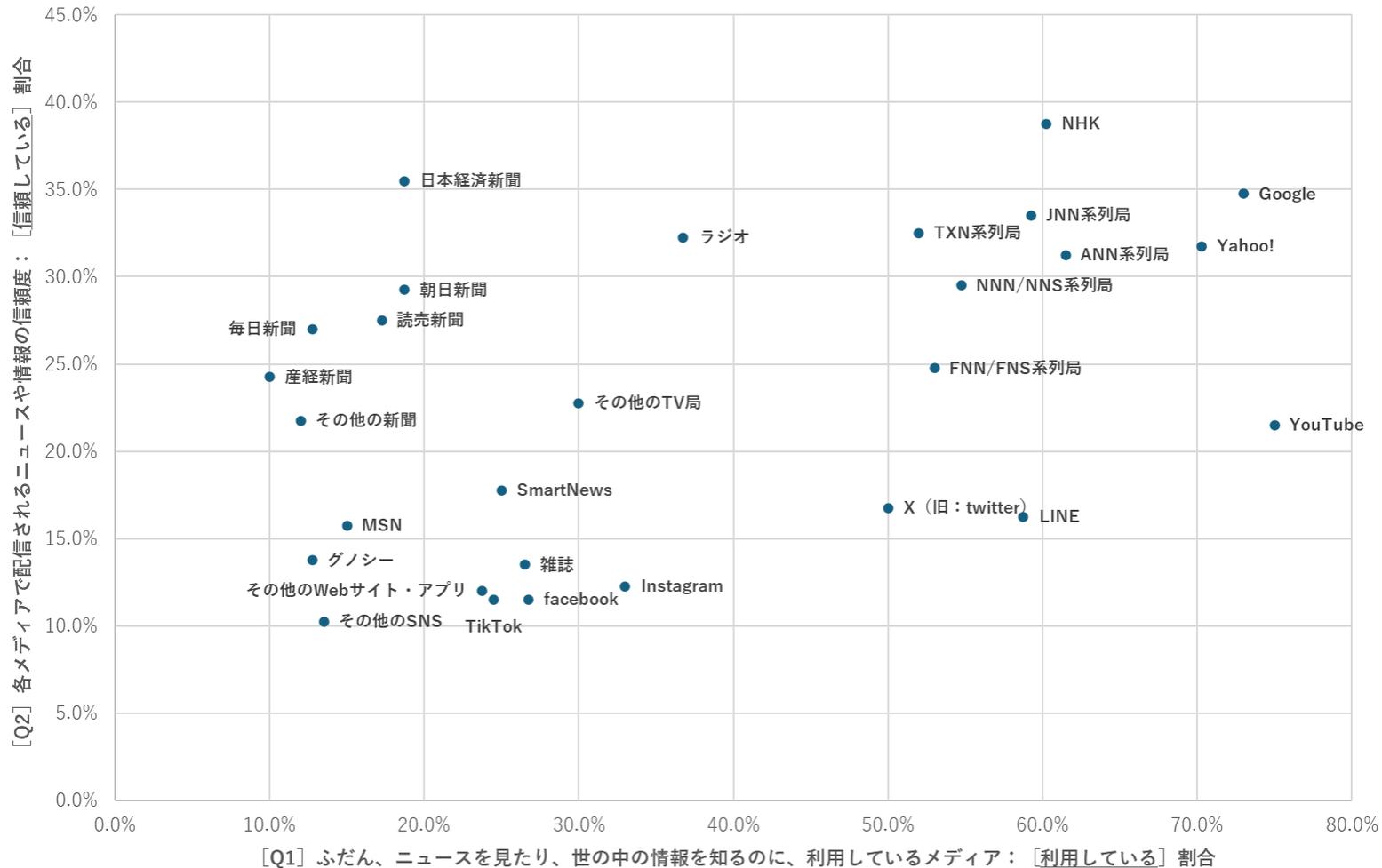
[性別]
情報メディアの利用率・信頼度分布

[男性] 情報メディアの利用率・信頼度

[利用率] 一般的に、女性より利用率は、高め。「Google」「ラジオ」「日本経済新聞」などで、その傾向が強い
[信頼度] 同じく、一般的には、女性よりやや高めの傾向。「日本経済新聞」「ラジオ」などで、その傾向が強い

[情報メディア | 男性] 利用している割合 / 信頼している割合分布

n=400



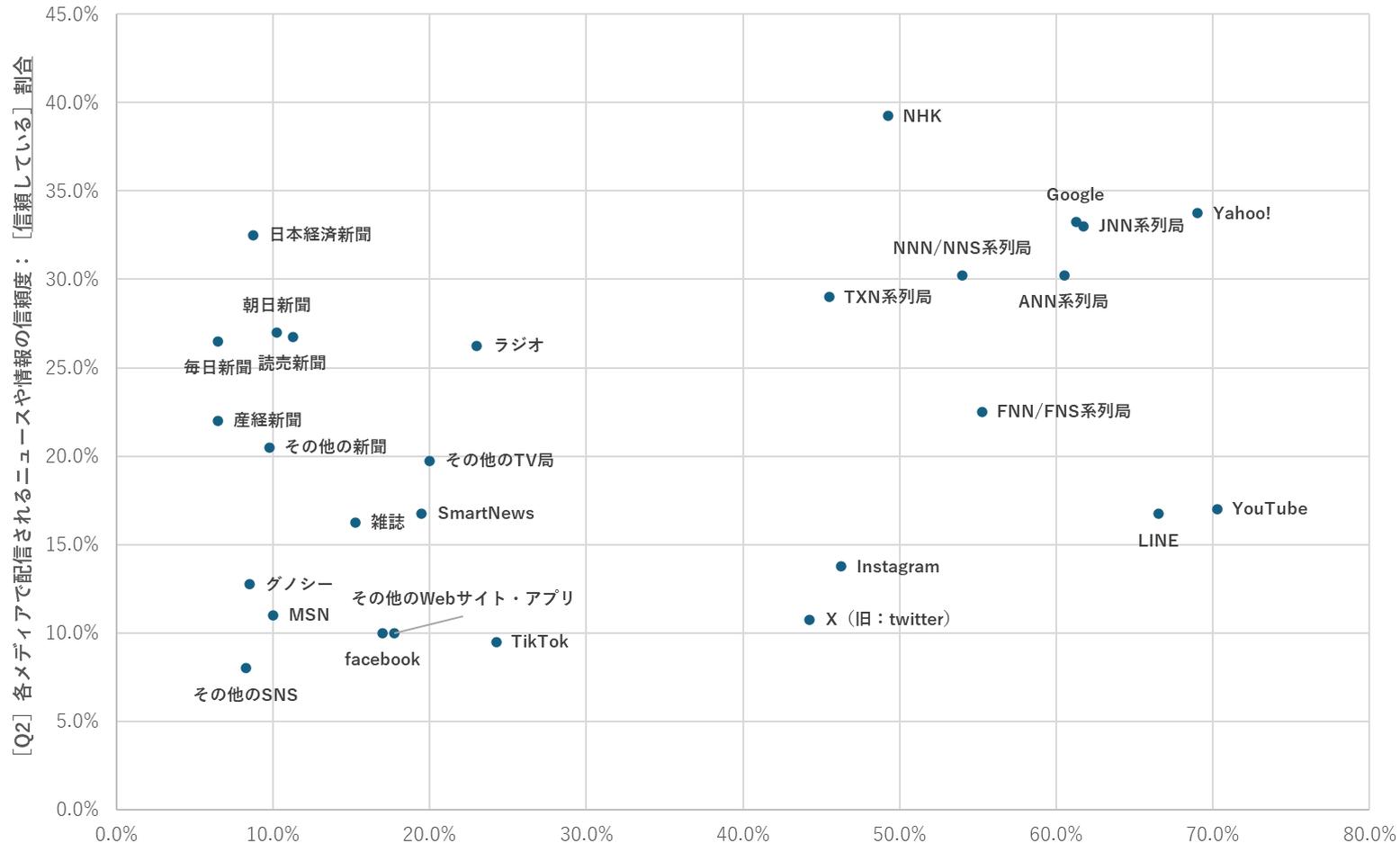
[女性] 情報メディアの利用率・信頼度

[利用率] 男性より、「Instagram」「LINE」などの利用率が高い。検索系サイトでは、「Google」より「Yahoo!」を利用

[信頼度] 主要SNSで、「LINE」の信頼度はあまり変わらないが、「YouTube」「X（旧：twitter）」などは、男性より低い

[情報メディア | 女性] 利用している割合 / 信頼している割合分布

n=400



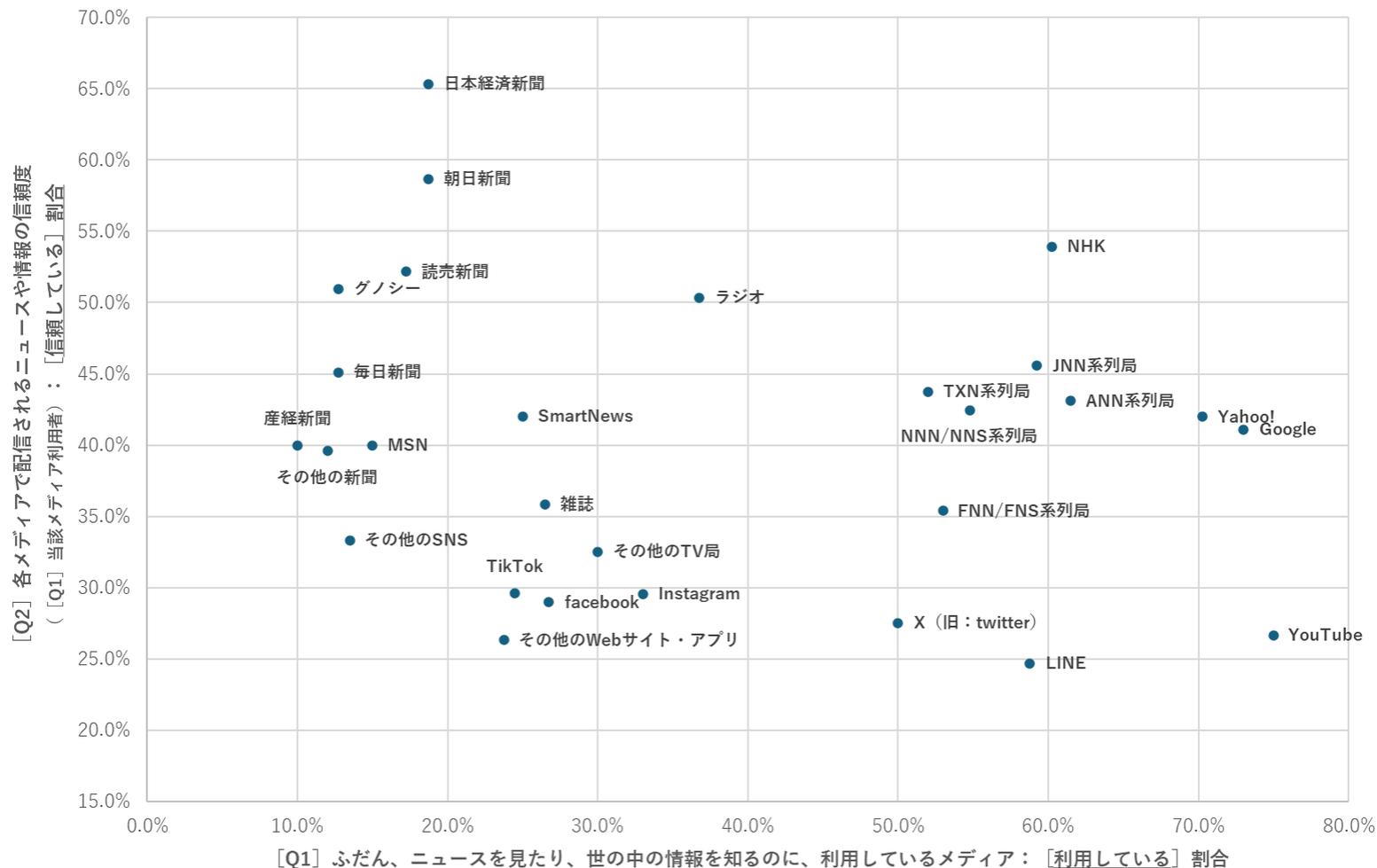
[Q1] ふだん、ニュースを見たり、世の中の情報を知るのに、利用しているメディア：「利用している」割合

[男性] 情報メディアの利用率・当該メディア利用者に限定した信頼度

[メディア利用者の信頼度]

男性全体に比較し、「日本経済新聞」が顕著に高い。「朝日新聞」「ラジオ」なども比較的大きく上昇
「LINE」を筆頭に、「YouTube」「X（旧：twitter）」などは相対的に低下。「Google」など検索系サイトも同様

[情報メディア | 男性] 利用している割合／信頼している割合（当該メディア利用者）分布



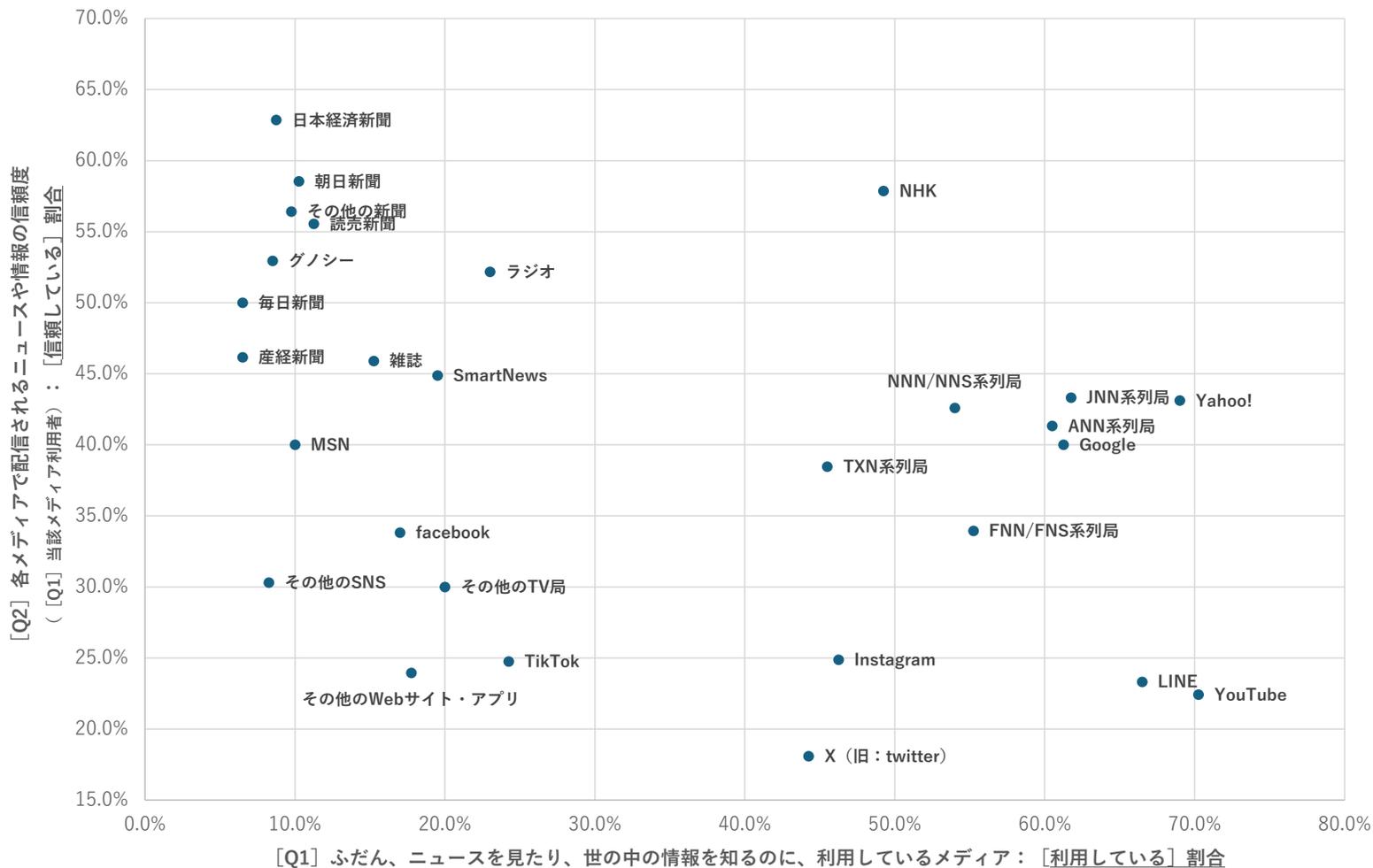
* [利用している] 割合 : n=800
[信頼している] 割合 : n数はメディアごとに異なる

[女性] 情報メディアの利用率・当該メディア利用者に限定した信頼度

[メディア利用者の信頼度]

男性同様、「日本経済新聞」が高いが、新聞各紙の差は、男性ほど現れない。一方、「NHK」⇔「他TV局」の差は顕著に
 主要SNSでは、「X（旧：twitter）」が明確に低い。その他、「Yahoo!」⇔「Google」の差も微妙に拡大

[情報メディア | 女性] 利用している割合／信頼している割合（当該メディア利用者）分布



* [利用している] 割合
 : n=800
 [信頼している] 割合
 : n数はメディアごとに異なる

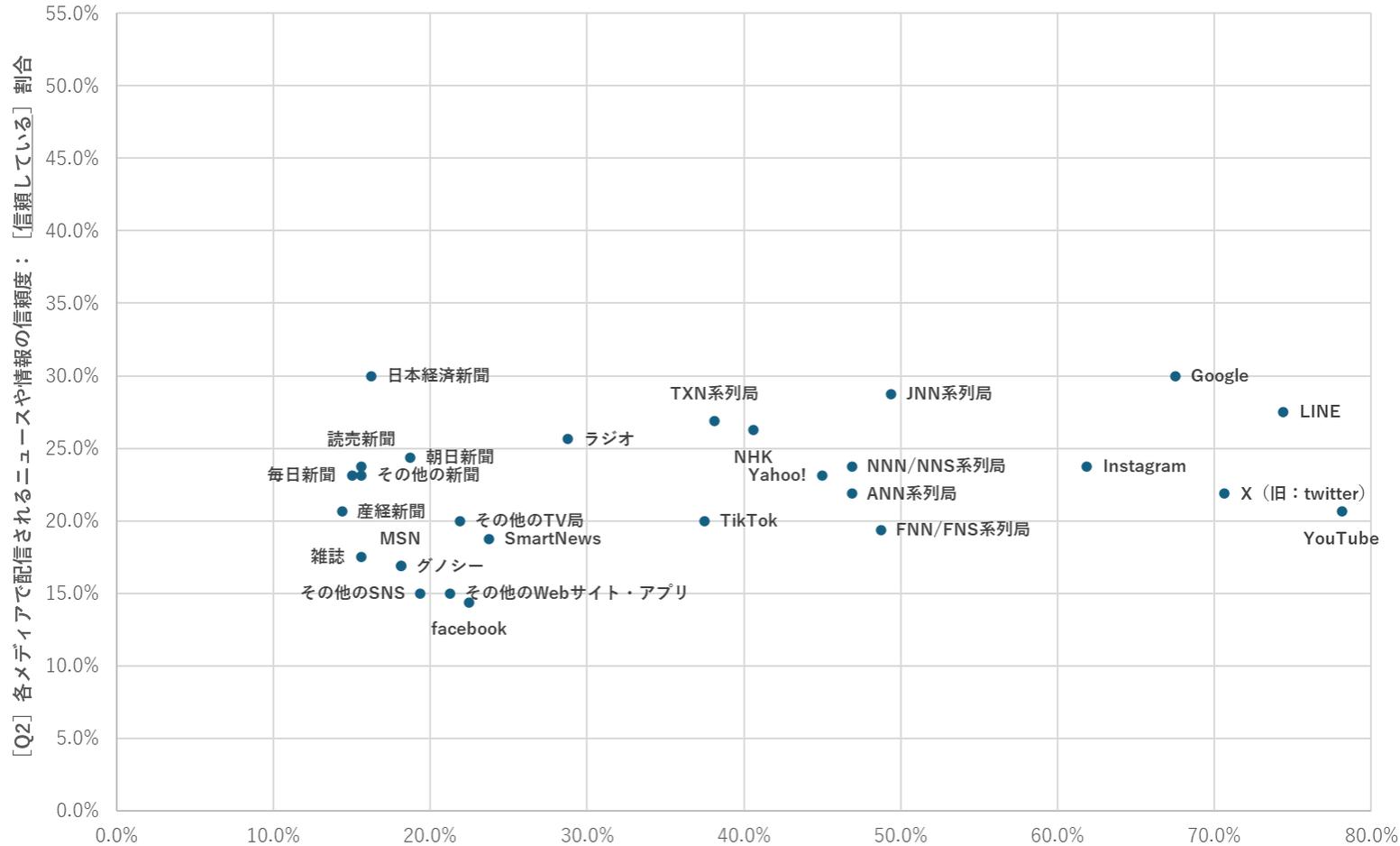
[年代別]
情報メディアの利用率・信頼度分布

[20代] 情報メディアの利用率・信頼度

[利用率] 他の年代に比較して「X」「Instagram」などの利用率が非常に高い。TV各局は低め。新聞各紙にそれほど差異はない
[信頼度] 概ねすべてのメディアも15%～30%のゾーンに同列に存在している点が、他の年代にはない特徴

[情報メディア | 20代] 利用している割合／信頼している割合分布

n=160



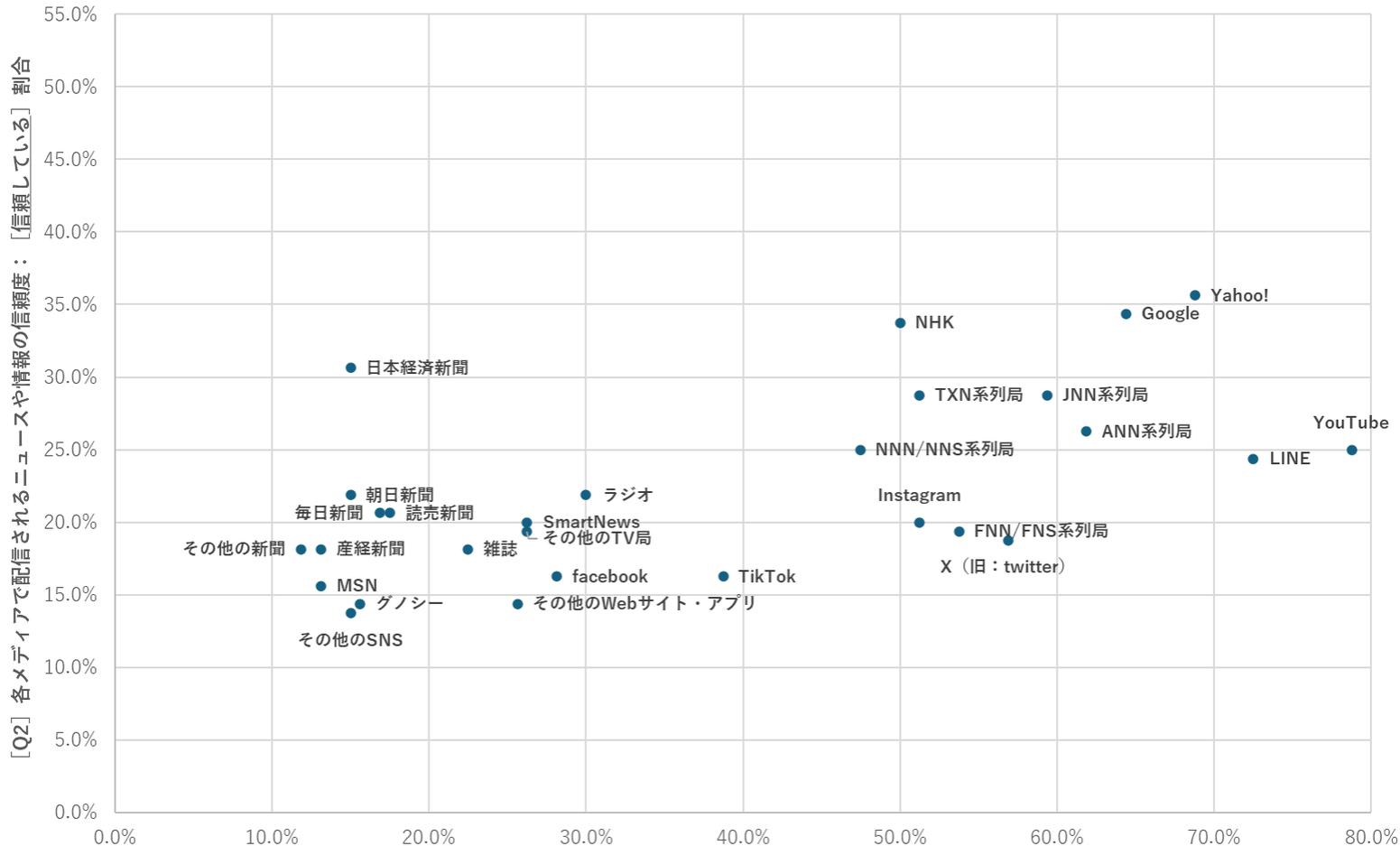
[Q1] ふだん、ニュースを見たり、世の中の情報を知るのに、利用しているメディア： [利用している] 割合

[30代] 情報メディアの利用率・信頼度

[利用率] 20代と比較して「X」「Instagram」の利用率はかなり低下。逆に、TV各局が上昇
[信頼度] 「Yahoo!」「Google」、「NHK」などの信頼度が、20代に比較して上昇。「X」が低下
「日本経済新聞」を除く、新聞各紙の信頼度は低めに出現

[情報メディア | 30代] 利用している割合／信頼している割合分布

n=160



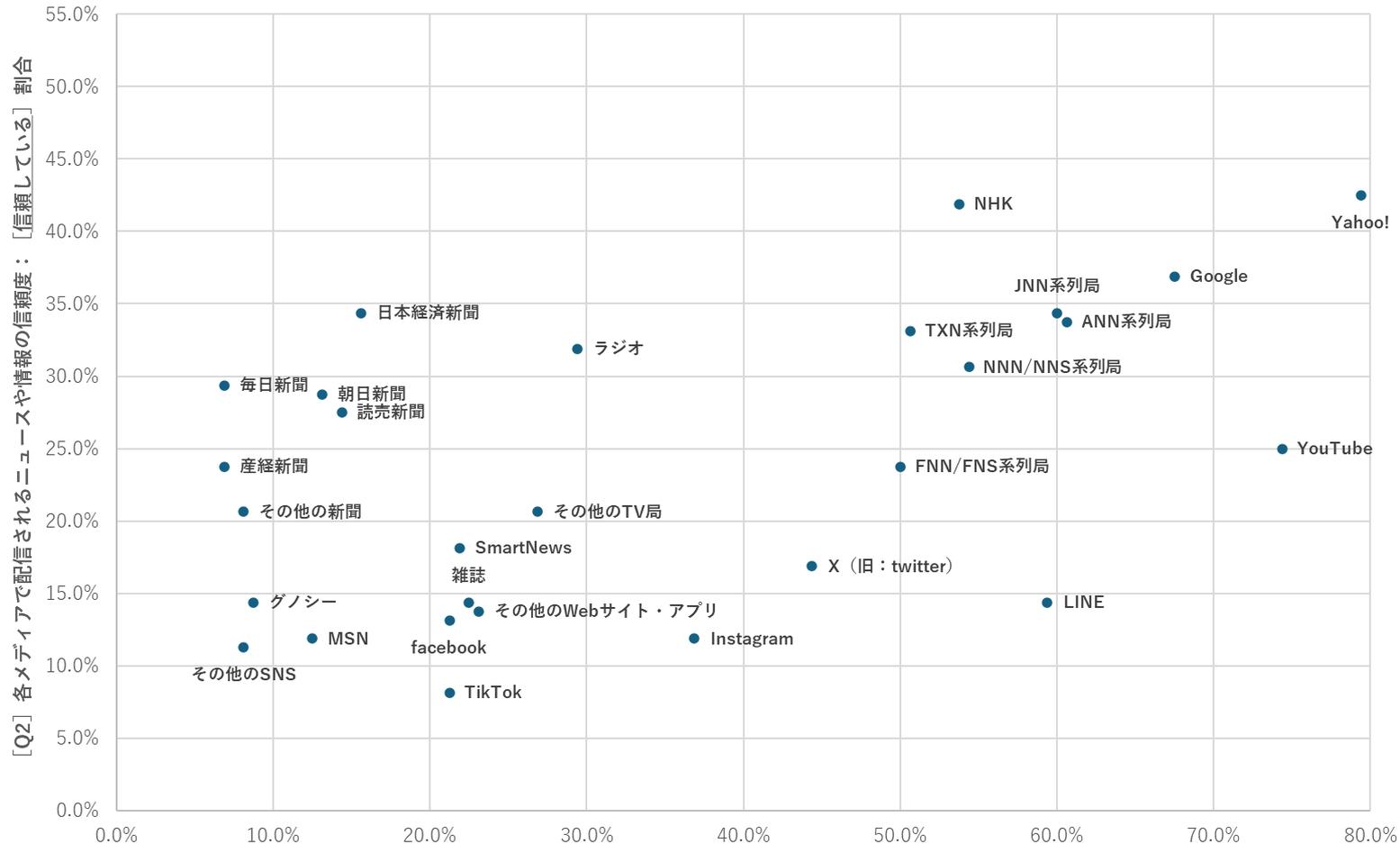
[Q1] ふだん、ニュースを見たり、世の中の情報を知るのに、利用しているメディア： [利用している] 割合

[40代] 情報メディアの利用率・信頼度

[利用率] 20-30代に比較して、「Yahoo!」が比較的大きく上昇。「LINE」が低下。「X」「Instagram」はさらに低下
 [信頼度] 20-30代に比較して、信頼度のバラツキが大きく出現。「NHK」「Yahoo!」が、さらに上昇
 逆に、「Instagram」「LINE」などが比較的大きく低下

[情報メディア | 40代] 利用している割合／信頼している割合分布

n=160



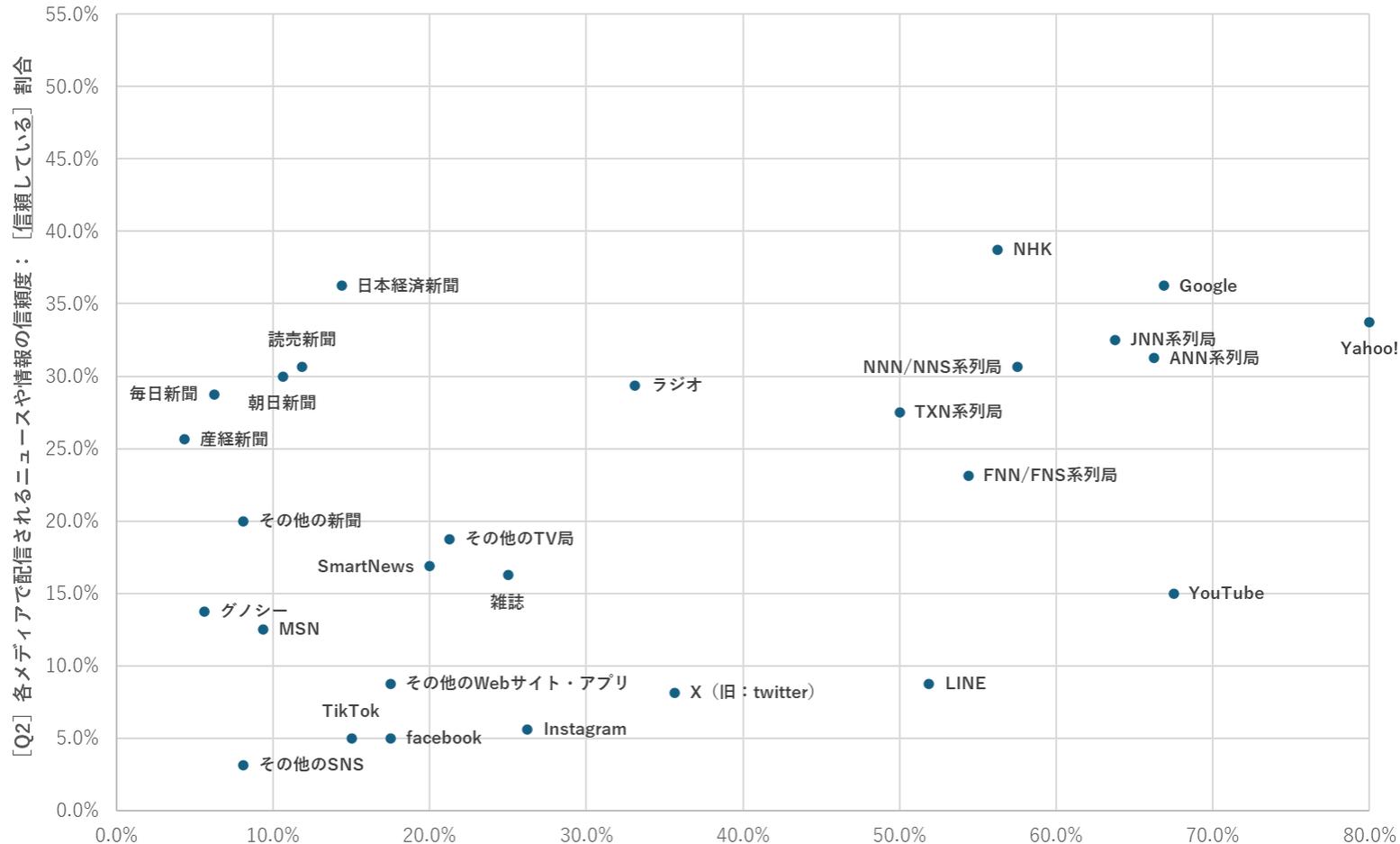
[Q1] ふだん、ニュースを見たり、世の中の情報を知るのに、利用しているメディア：「利用している」割合

[50代] 情報メディアの利用率・信頼度

[利用率] 「YouTube」「LINE」「Instagram」など主要SNS全般の利用率が低下。新聞各紙全般は、最も低めに出現
[信頼度] 40代より信頼度が、下方方向にバラつく。「YouTube」以外のSNSは、軒並み10%未満の信頼度に一方で、TV各局、新聞各紙の信頼度にも、大きな上昇は見られない

[情報メディア | 50代] 利用している割合／信頼している割合分布

n=160



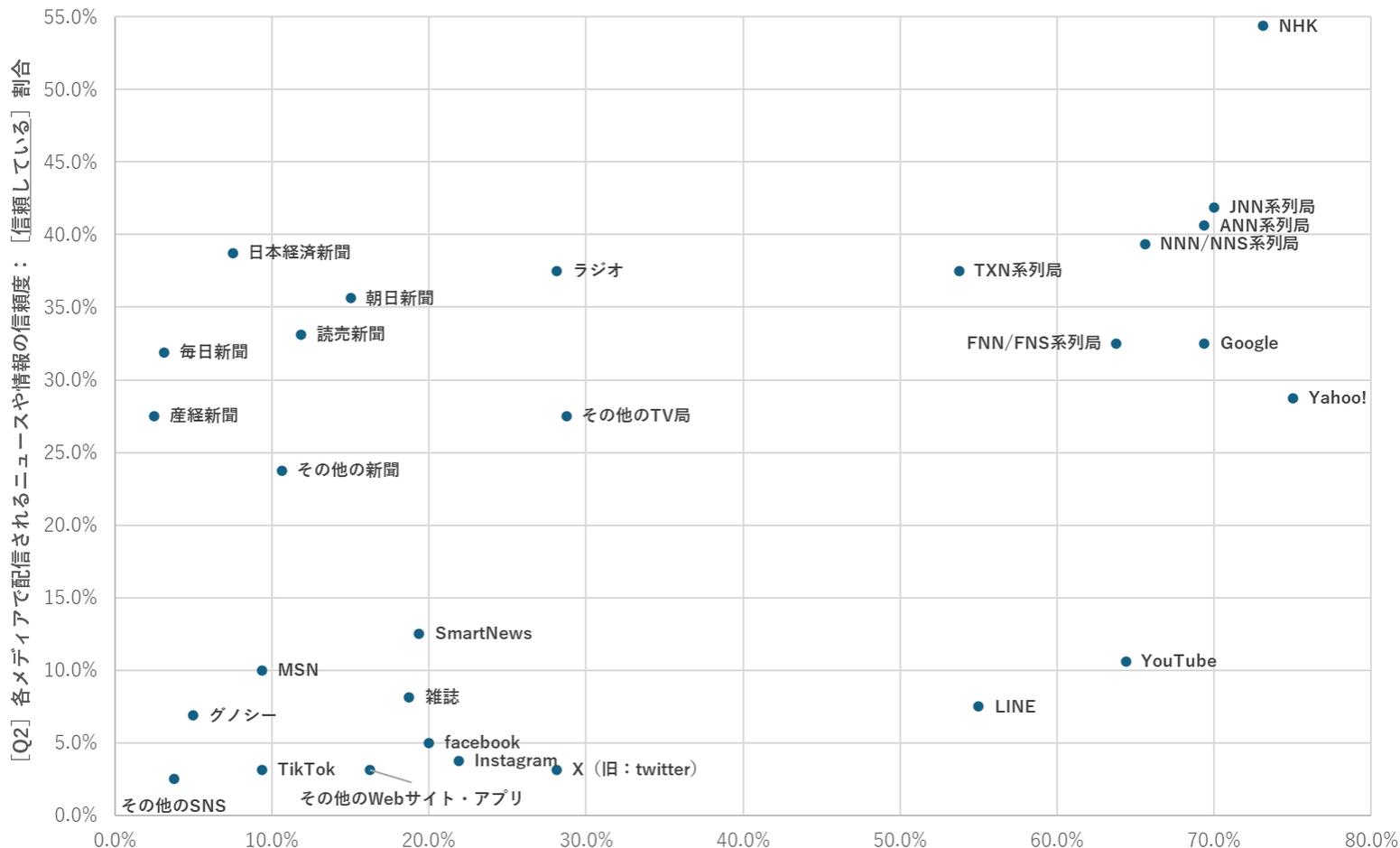
[Q1] ふだん、ニュースを見たり、世の中の情報を知るのに、利用しているメディア： [利用している] 割合

[60代] 情報メディアの利用率・信頼度

[利用率] 50代未満より「NHK」の利用率が大きく上昇。その他のTV各局も上昇。「Yahoo!」「Google」の利用率は、高いまま
[信頼度] 利用率の上昇に合わせて「NHK」の信頼度が突出。TV各局も上層
 逆に、「Google」「Yahoo!」以外のインターネットメディアの信頼度は、軒並み低位に沈み、従来型メディアとは大きな分断

[情報メディア | 60代] 利用している割合／信頼している割合分布

n=160



[Q1] ふだん、ニュースを見たり、世の中の情報を知るのに、利用しているメディア： [利用している] 割合

今回の調査データに関しては、他にも

- [性別・年代別] ファクトチェックの意識
- [性別・年代別] SNSへの投稿行動

なども、皆さまのご要望に応じて開示の検討が可能です。
ご興味があれば、お気軽にお問い合わせください。

info@lttl.jp

(または、当社公式サイト [<https://lttl.jp>] のお問い合わせフォームから)

- * 貴社の課題をお聞かせいただきながら、オンラインミーティングなどでの紹介を想定しております。
- * ご利用目的、ご要望内容（データ）次第で、場合によって開示できない場合もございます。

事業概要

toB向けに “ビジネスの時間を加速する” をコンセプトに、データに基づく

- リアル×デジタルマーケティング戦略立案・実行支援
- 新規サービス企画・開発プロセス支援 などを行っている他...

“人生の時間を鮮やかにする” をコンセプトとして、
toC向けのアプリ、SaaSなど自社サービスを展開しています。

アプリ (iOS)



地図に貼る予定メモ & 日記アプリ【ポジメモ】



ペット（ねこと犬）のフォト動画アルバム【うちのクロ】

代表	宇佐見 洋治
所在地	名古屋市中村区名駅南1-11-12
設立	2020年7月
公式サイト	https://lttl.jp/ [B2Bサービス] https://lttl.jp/b2b_services/
問い合わせ	info@lttl.jp (または、公式サイトのお問い合わせフォームから)