

20代、30代の「終活」をする・したい理由は、 「自分の人生の終わり方は自分で決めたいから」が上位に - 終活に関する調査 -

<https://insight.rakuten.co.jp/report/20230213/>

楽天インサイト株式会社は、「終活に関する調査」をインターネットで実施しました。今回の調査は、2023年1月13日（金）から1月15日（日）の3日間、楽天インサイトに登録しているモニター（約220万人）の中から、全国の20～69歳の男女1,000人を対象に行いました。今回は、「終活」（注1）を実施する理由やきっかけに加え、昨年との調査と比較して「終活」に対する意識がどのように変化しているのかを調査しました。

（注1）「終活」とは「人生の終わりのための活動」の略で、人生の最期を迎えるにあたって行う様々な活動のことを指します

■ □ 調査結果 □ ■

■ 「終活」の実施意向がある人は約7割で、昨年からはほぼ横ばいの結果に

「終活」の実施状況を聞いたところ、「意向あり」計（「実施している」（5.8%）と「近いうちに始める予定」（9.1%）、「予定はないが、時期が来たら始めたい」（56.9%）の合計）は71.8%で、昨年2月実施の同調査（<https://insight.rakuten.co.jp/report/20220217/>）と比較してほぼ横ばいの結果となった（昨年：69.6%）。

◇ 「終活」の実施意向 昨年比較（n=1,000：全員回答）単一回答 単位：%

	(n)	実施している	近いうちに始める予定	予定はないが、 時期が来たら始めたい	実施する予定はない	意向あり 計 (TOP3)
2023年 全体	(1,000)	5.8	9.1	56.9	28.2	71.8
2022年 全体	(1,000)	4.0	7.0	58.6	30.4	69.6

※ 2%未満のグラフスコアは非表示 ※ 意向あり計は「実施している」と「近いうちに始める予定」と「予定はないが、時期が来たら始めたい」の合計（%）

また昨年と同様に、男女ともに年代が上がるにつれて「意向あり」計が多くなり、男性より女性の方が多い傾向がみられた（男性：66.3%、女性：77.4%）。特に女性60代は全体と比較して、「実施している」（14.9%）が9.1ポイント、「近いうちに始める予定」（26.7%）が17.6ポイント高い結果となった。

◇「終活」の今年の実施意向 (n=1,000：全員回答) 単一回答 単位：%

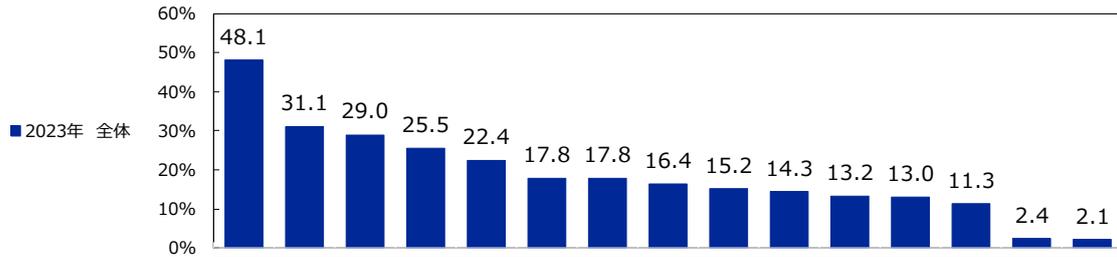
		(n)	実施している	近いうちに始める予定	予定はないが、 時期が来たら始めたい	実施する予定はない	意向あり 計 (TOP3)
2023年 全体		(1,000)	5.8	9.1	56.9	28.2	71.8
性別	男性	(504)	4.4	7.3	54.6	33.7	66.3
	女性	(496)	7.3	10.9	59.3	22.6	77.4
性年代	男性 20代	(85)	4.7	5.9	35.3	54.1	45.9
	男性 30代	(92)	4.3	2.2	45.7	47.8	52.2
	男性 40代	(118)	5.9	5.1	58.5	30.5	69.5
	男性 50代	(112)	8.9		67.0	23.2	76.8
	男性 60代	(97)	6.2	14.4	60.8	18.6	81.4
	女性 20代	(80)	5.0		43.8	51.3	48.8
	女性 30代	(89)	5.6	4.5	62.9	27.0	73.0
	女性 40代	(115)	4.3	7.0	68.7	20.0	80.0
	女性 50代	(111)	9.9	9.9	68.5	11.7	88.3
	女性 60代	(101)	14.9	26.7	47.5	10.9	89.1

※ 2%未満のグラフスコアは非表示 ※ 意向あり計は「実施している」と「近いうちに始める予定」と「予定はないが、時期が来たら始めたい」の合計 (%)
 ※ 2023年全体との差が、■は+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

■「終活」で今後する予定があること、興味があることは「家の中の荷物整理」が48.1%でトップ。「SNSアカウント・投稿の削除や整理」は、男女ともに20代で全体より10ポイント以上高い結果に

「終活」で今後する予定があること、興味があることを複数回答で聞いたところ、「家の中の荷物整理」が48.1%でトップとなり、「財産整理」(31.1%)、「パソコンやスマートフォンなどのデータ整理」(29.0%)が続いた。性別で見ると、男性よりも女性の方が「家の中の荷物整理」で約25ポイント高く(男性:34.7%、女性:59.6%)、「エンディングノート・遺書の作成」(法的効力はないが、意思を伝えられるものの作成)で18ポイント高い結果だった(男性:15.9%、女性:33.9%)。また、性年代別にみると、「SNSアカウント・投稿の削除や整理」は男女ともに20代で全体より10ポイント以上高く(男性20代:25.6%、女性20代:25.6%)、男性20代では「パソコンやスマートフォンなどのデータ整理」も41.0%と、全体と比較して10ポイント以上高い結果となった。男性60代では、選択した項目の数(反応個数)が平均2.0と他の性年代と比較して少なく、「終活」の予定や興味は少ない傾向がみられたが、唯一「パソコンやスマートフォンなどのデータ整理」(34.2%)は全体より5ポイント以上高かった。

◇「終活」で今後する予定があること・興味があること (n=718:「終活」実施意向者) 複数回答 単位：%



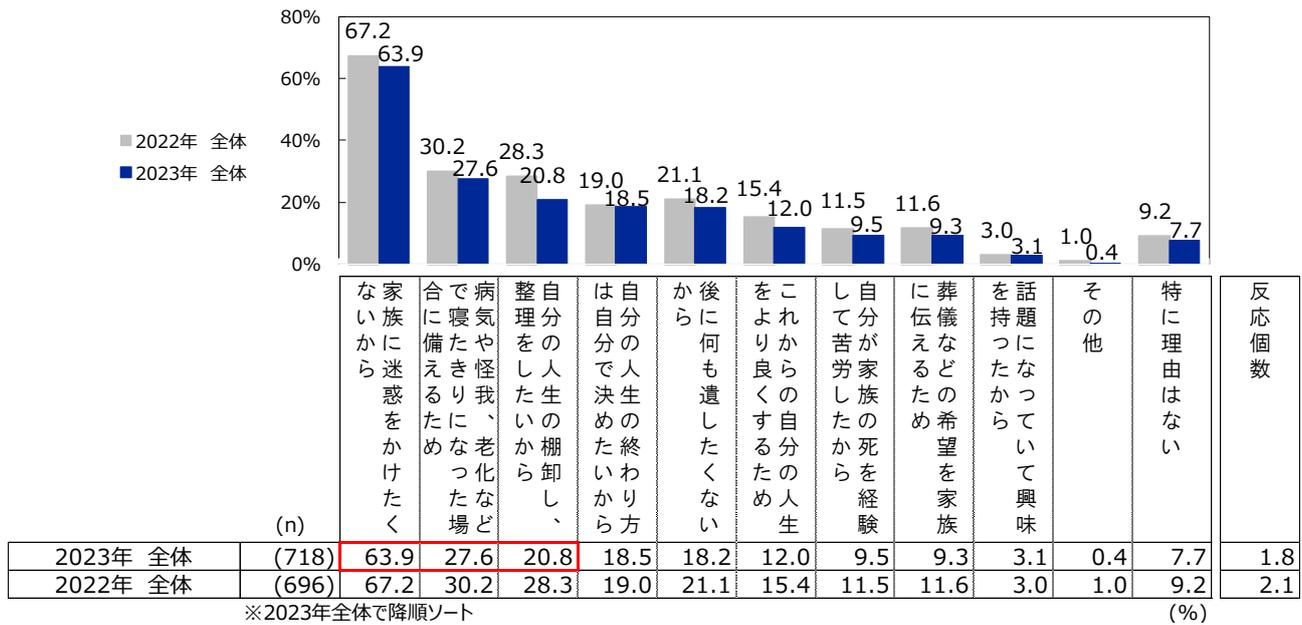
(n)		家の中の荷物整理	財産整理	パソコンやスマートフォンなどのデータ整理	エンディングノート・遺書の作成	携帯電話の情報整理や加入サービスの整理	加入保険の整理・見直し	遺言書・遺産分与の作成	形見・遺品の整理	大切な人へのメッセージ作成	SNSアカウントの削除や整理	葬儀準備	お墓の準備	親族・友人・知人リストの作成	ペットの信託	その他	反応個数
2023年 全体	(718)	48.1	31.1	29.0	25.5	22.4	17.8	17.8	16.4	15.2	14.3	13.2	13.0	11.3	2.4	2.1	2.8
性別	男性 (334)	34.7	32.0	32.9	15.9	22.2	15.9	19.5	11.4	12.3	12.3	10.2	12.9	8.1	1.8	2.4	2.4
	女性 (384)	59.6	30.2	25.5	33.9	22.7	19.5	16.4	20.8	17.7	16.1	15.9	13.0	14.1	2.9	1.8	3.1
性年代	男性 20代 (39)	35.9	35.9	41.0	20.5	20.5	17.9	23.1	15.4	38.5	25.6	23.1	20.5	20.5	2.6	0.0	3.4
	男性 30代 (48)	39.6	37.5	33.3	12.5	22.9	14.6	31.3	16.7	16.7	20.8	14.6	12.5	2.1	2.1	2.1	2.8
	男性 40代 (82)	28.0	32.9	26.8	19.5	23.2	17.1	18.3	12.2	13.4	11.0	6.1	17.1	12.2	1.2	3.7	2.4
	男性 50代 (86)	39.5	29.1	33.7	12.8	23.3	12.8	17.4	9.3	7.0	10.5	9.3	8.1	5.8	1.2	0.0	2.2
	男性 60代 (79)	32.9	29.1	34.2	15.2	20.3	17.7	13.9	7.6	1.3	3.8	6.3	10.1	3.8	2.5	5.1	2.0
	女性 20代 (39)	51.3	33.3	28.2	43.6	28.2	23.1	25.6	25.6	30.8	25.6	20.5	23.1	7.7	5.1	0.0	3.7
	女性 30代 (65)	56.9	41.5	30.8	35.4	30.8	23.1	23.1	21.5	24.6	20.0	30.8	16.9	16.9	3.1	1.5	3.8
	女性 40代 (92)	63.0	28.3	29.3	34.8	26.1	18.5	13.0	18.5	15.2	20.7	10.9	12.0	14.1	3.3	3.3	3.1
	女性 50代 (98)	58.2	24.5	20.4	24.5	23.5	19.4	17.3	19.4	18.4	15.3	13.3	8.2	16.3	2.0	2.0	2.8
	女性 60代 (90)	63.3	28.9	22.2	37.8	10.0	16.7	10.0	22.2	8.9	5.6	11.1	12.2	12.2	2.2	1.1	2.6

※2023年全体で降順ソート ※エンディングノートは法的効力はないが、意思を伝えられるもの
 ※2023年全体との差が、■は+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下 (%)

■「終活」をする・したい理由は「家族に迷惑をかけたくないから」が63.9%でトップ。「自分の人生の終わり方は自分で決めたいから」が20代で2位、30代で3位

「終活」をする・したい理由について聞いたところ、「家族に迷惑をかけたくないから」(63.9%)が最も多く、次いで「病気や怪我、老化などで寝たきりになった場合に備えるため」(27.6%)、「自分の人生の棚卸し、整理をしたいから」(20.8%)となり、昨年と同様の順位だった。

◇「終活」をする・したい理由 昨年比較 (n=718:「終活」実施意向者) 複数回答 単位:%



全年代でトップは「家族に迷惑をかけたくないから」(20代:53.8%、30代:69.0%、40代:59.2%、50代:63.0%、60代:71.0%)だった。年代別にみると、「自分の人生の終わりは自分で決めたいから」が20代で2位(23.1%)、30代で3位(22.1%)にランクインしたほか、40代では「後にも遺したくないから」(27.6%)が2位となり、年代ごとに特徴がみられた。

◇今年の「終活」をする・したい理由ランキング 上位3位 (n=718:「終活」実施意向者) 複数回答 単位: %

全体(n=718)			20代(n=78)		
1位	家族に迷惑をかけたくないから	63.9	1位	家族に迷惑をかけたくないから	53.8
2位	病気や怪我、老化などで寝たきりになった場合に備えるため	27.6	2位	自分の人生の棚卸し、整理をしたいから	23.1
3位	自分の人生の棚卸し、整理をしたいから	20.8	2位	自分の人生の終わりは自分で決めたいから	23.1

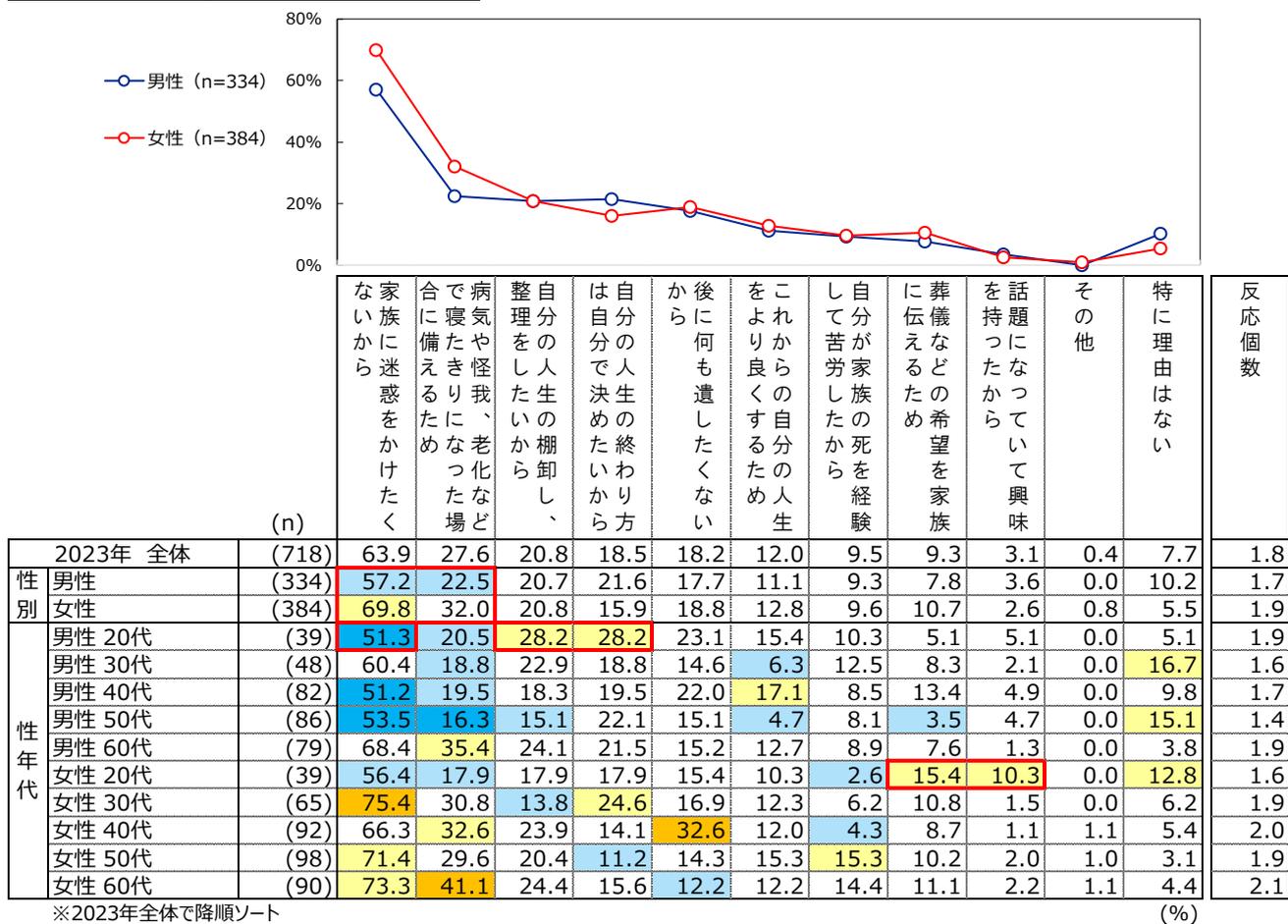
30代(n=113)			40代(n=174)		
1位	家族に迷惑をかけたくないから	69.0	1位	家族に迷惑をかけたくないから	59.2
2位	病気や怪我、老化などで寝たきりになった場合に備えるため	25.7	2位	後にも遺したくないから	27.6
3位	自分の人生の終わりは自分で決めたいから	22.1	3位	病気や怪我、老化などで寝たきりになった場合に備えるため	26.4

50代(n=184)			60代(n=169)		
1位	家族に迷惑をかけたくないから	63.0	1位	家族に迷惑をかけたくないから	71.0
2位	病気や怪我、老化などで寝たきりになった場合に備えるため	23.4	2位	病気や怪我、老化などで寝たきりになった場合に備えるため	38.5
3位	自分の人生の棚卸し、整理をしたいから	17.9	3位	自分の人生の棚卸し、整理をしたいから	24.3

性別でみると、「家族に迷惑をかけたくないから」は、女性が男性よりも10ポイント以上高かった(男性:57.2%、女性:69.8%)。また、「病気や怪我、老化などで寝たきりになった場合に備えるため」も、女性が男性より約10ポイント高い結果となった(男性:22.5%、女性:32.0%)。性年代別でみると、男

性 20 代では、「自分の人生の棚卸し、整理をしたいから」(28.2%) と「自分の人生の終わり方は自分で決めたいから」(28.2%) が全体より 5 ポイント以上高かった。女性 20 代では、「葬儀などの希望を家族に伝えるため」(15.4%) と「話題になっていて興味を持ったから」(10.3%) が全体と比較して 5 ポイント以上高い結果となった。

◇今年の「終活」をする・したい理由 (n=718 : 「終活」実施意向者) 複数回答 単位 : %



■「終活」のきっかけは、20代で「テレビなどのメディアやSNSで見聞きしたこと」、30代で「子どもができたこと」、40代で「生涯独身だろうと思ったこと」がそれぞれトップ

「終活」をする・したいと思ったきっかけを聞いたところ、「自分の健康に不安を感じたこと」(18.9%) が最も多かった。年代別で見ると、20代は「テレビなどのメディアやSNSで見聞きしたこと」(23.1%)、30代は「子どもができたこと」(17.7%)、40代は「生涯独身だろうと思ったこと」(23.0%)、50代・60代は「自分の健康に不安を感じたこと」(50代:22.3%、60代:28.4%) がそれぞれトップとなり、年代ごとに違いがみられた。また、20代では「一人で暮らすことになったこと」(16.7%) が2位、「生涯独身だろうと思ったこと」「就職・転職したこと」(いずれも15.4%) が3位にランクインした点が注目される。

◇「終活」をする・したいと思ったきっかけ 上位3位 (n=718:「終活」実施意向者) 単一回答 単位: %

全体(n=718)			20代(n=78)		
1位	自分の健康に不安を感じたこと	18.9	1位	テレビなどのメディアやSNSで見聞きしたこと	23.1
2位	家族や大切な人が亡くなったこと	16.2	2位	一人で暮らすことになったこと	16.7
3位	テレビなどのメディアやSNSで見聞きしたこと	15.9	3位	生涯独身だろうと思ったこと	15.4
			3位	就職・転職したこと	15.4

30代(n=113)			40代(n=174)		
1位	子どもができたこと	17.7	1位	生涯独身だろうと思ったこと	23.0
2位	テレビなどのメディアやSNSで見聞きしたこと	15.9	2位	テレビなどのメディアやSNSで見聞きしたこと	17.2
3位	結婚したこと	13.3	3位	自分の健康に不安を感じたこと	16.1

50代(n=184)			60代(n=169)		
1位	自分の健康に不安を感じたこと	22.3	1位	自分の健康に不安を感じたこと	28.4
2位	家族や大切な人が亡くなったこと	20.7	2位	定年を迎えたこと	20.7
3位	テレビなどのメディアやSNSで見聞きしたこと	12.5	3位	家族や大切な人が亡くなったこと	20.1

■「終活は家族に迷惑をかけないために必要なことである」と思う人は77.0%。男性20代は「終活」に対してネガティブな考えを持つ傾向

「終活」に対する考え方について項目ごとに聞いたところ、「そう思う」計（「とてもそう思う」と「ややそう思う」の合計）のトップは「終活は家族に迷惑をかけないために必要なことである」で、77.0%だった。

◇「終活」に対する考え方 (n=1,000: 全員回答) 単一回答 単位: %

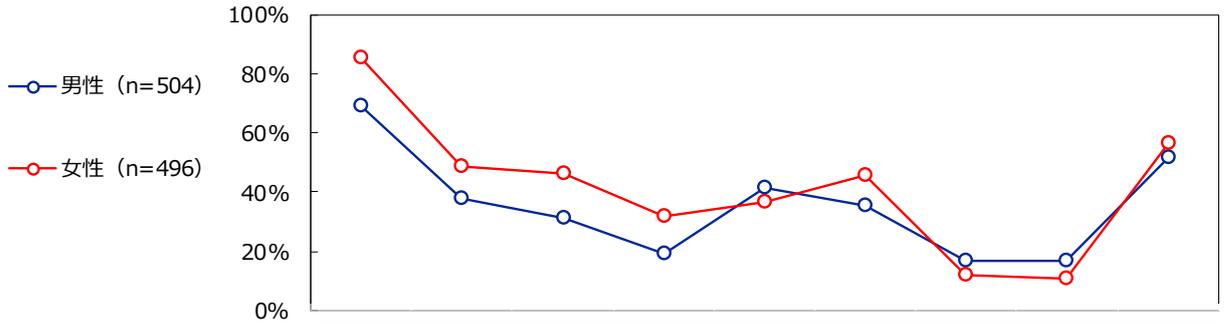
(n)						そう思う計 (TOP2)	そう思わない計 (BTM2)
	とてもそう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	全くそう思わない		
終活は家族に迷惑をかけないために必要なことである	37.6	39.4	16.8	3.0	3.2	77.0	6.2
終活をすることで将来の不安が解消されると思う	8.6	34.6	37.2	11.8	7.8	43.2	19.6
終活は残りの人生を豊かにしてくれる	9.6	29.2	42.3	12.4	6.5	38.8	18.9
自分が終活を始めたら、家族にも終活を始めてほしい	7.1	18.5	40.8	20.1	13.5	25.6	33.6
終活は苦しい過去も思い出すため、良い影響を与えてくれるとは思えない	3.2	11.1	43.0	27.4	15.3	14.3	42.7
終活をすることで死期が早まりそうに感じる	3.2	10.3	28.2	28.9	29.4	13.5	58.3
終活は手間がかかり、面倒に感じる	13.7	40.4	26.7	13.5	5.7	54.1	19.2
将来の備え（終活）よりも今を大切にすべきである	10.7	28.6	43.4	12.3	5.0	39.3	17.3
SNSなどの投稿は定期的に整理（削除等）をしたい	14.2	26.3	38.9	11.0	9.6	40.5	20.6

※ 2%未満のグラフスコアは非表示 (%)
 ※そう思う計は「とてもそう思う」と「ややそう思う」の合計、そう思わない計は「あまりそう思わない」と「全くそう思わない」の合計

性別でみると、「終活は家族に迷惑をかけないために必要なことである」(男性:68.8%、女性:85.3%)と「終活は残りの人生を豊かにしてくれる」(男性:31.3%、女性:46.4%)、「自分が終活を始めたら、家族にも終活を始めてほしい」(男性:19.2%、女性:32.1%)、「終活をすることで将来の不安が解消されると思う」(男性:37.9%、女性:48.6%)、「SNSなどの投稿は定期的に整理(削除等)をしたい」(男性:35.3%、女性:45.8%)で女性が男性より10ポイント以上高く、「終活」に対してポジティブな考えを持つ傾向がみられた。

また、性年代別にみると、20代女性では「終活をすることで将来の不安が解消されると思う」(53.8%)、「自分が終活を始めたら、家族にも終活を始めてほしい」(37.5%)が全体と比較して10ポイント以上高かった。一方男性20代では、「終活」に対してネガティブな項目である「将来の備え(終活)よりも今を大切にすべきである」(56.5%)、「終活をすることで死期が早まりそうに感じる」(32.9%)、「終活は苦しい過去も思い出すため、良い影響を与えてくれるとは思えない」(29.4%)が全体より10ポイント以上高い結果となった。また、全体でトップの「終活は家族に迷惑をかけないために必要なことである」は、女性50・60代で特に高い結果だった(50代:91.0%、60代:87.1%)。この項目は男性20代~50代で全体より5ポイント以上低かった(20代:64.7%、30代:60.9%、40代:64.4%、50代:70.5%)一方、男性60代(83.5%)では全体より5ポイント以上高かった。

◇「終活」に対する考え方 性別比較(「そう思う」計)(n=1,000:全員回答) 単一回答 単位:%



		ポジティブ					ネガティブ																								
		あな終	ない活	たは安	め家活	に族解	必に消	要迷さ	な惑と	こをか	でけう	え出終	すは活	たは苦	めし、	と良い	は影去	と思	えを思	ない	倒終	に感	じる	るも	今を	大備	切に	すべ	きで	より	
(n)		77.0	43.2	38.8	25.6	40.5	14.3	13.5	54.1	39.3																					
性別	2023年 全体	(1,000)																													
	男性	(504)	68.8	37.9	31.3	19.2	35.3	16.5	16.5	51.6	41.7																				
	女性	(496)	85.3	48.6	46.4	32.1	45.8	12.1	10.5	56.7	36.9																				
性年代	男性 20代	(85)	64.7	41.2	41.2	25.9	41.2	29.4	32.9	61.2	56.5																				
	男性 30代	(92)	60.9	40.2	29.3	21.7	38.0	16.3	14.1	48.9	34.8																				
	男性 40代	(118)	64.4	34.7	30.5	20.3	29.7	15.3	17.8	43.2	40.7																				
	男性 50代	(112)	70.5	29.5	25.9	15.2	29.5	12.5	11.6	50.0	33.9																				
	男性 60代	(97)	83.5	46.4	32.0	14.4	41.2	11.3	8.2	57.7	45.4																				
	女性 20代	(80)	82.5	53.8	46.3	37.5	47.5	12.5	17.5	52.5	48.8																				
	女性 30代	(89)	76.4	39.3	40.4	29.2	47.2	12.4	12.4	49.4	31.5																				
	女性 40代	(115)	87.0	50.4	48.7	38.3	53.9	15.7	7.8	60.9	36.5																				
	女性 50代	(111)	91.0	49.5	49.5	31.5	40.5	14.4	8.1	59.5	36.0																				
	女性 60代	(101)	87.1	49.5	45.5	23.8	39.6	5.0	8.9	58.4	33.7																				

※スコアは「とてもそう思う」と「ややそう思う」の合計

(%)

※2023年全体との差が、■は+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

■ 「デジタル遺品」の認知は47.2%で、昨年より5ポイント以上高い結果に

故人が遺したデジタルデータやSNSアカウントといった「デジタル遺品」(注2)の認知について聞いたところ、「認知」計(「知っている」(17.8%)と「聞いたことはあるが、よく知らない」(29.4%)の合計)は47.2%で、昨年より5ポイント以上高い結果だった(昨年:41.8%)。

◇ 「デジタル遺品」の認知 昨年比較 (n=1,000: 全員回答) 単一回答 単位: %

		知っている	聞いたことはあるが、よく知らない	聞いたことがない	認知計
(n)					
2023年 全体	(1,000)	17.8	29.4	52.8	47.2
2022年 全体	(1,000)	13.1	28.7	58.2	41.8

※2%未満のグラフスコアは非表示 ※認知計は「知っている」と「聞いたことはあるが、よく知らない」の合計 (%)

性年代別でみると、女性50代では「知っている」が30.6%、「認知」計が64.9%で、いずれも全体と比較して10ポイント以上高い結果となった。

(注2) ここでの「デジタル遺品」は、故人が生前に利用していたパソコンやスマートフォンに保存されたデータや、SNSのアカウント、ネット銀行などウェブ上に保存されたデータのことを指します

◇「デジタル遺品」の認知 (n=1,000：全員回答) 単一回答 単位：%

		(n)	知っている	聞いたことはあるが、よく知らない	聞いたことがない	認知計
2023年 全体		(1,000)	17.8	29.4	52.8	47.2
性別	男性	(504)	16.1	27.8	56.2	43.8
	女性	(496)	19.6	31.0	49.4	50.6
性年代	男性 20代	(85)	16.5	27.1	56.5	43.5
	男性 30代	(92)	16.3	21.7	62.0	38.0
	男性 40代	(118)	18.6	26.3	55.1	44.9
	男性 50代	(112)	14.3	33.0	52.7	47.3
	男性 60代	(97)	14.4	29.9	55.7	44.3
	女性 20代	(80)	15.0	28.8	56.3	43.8
	女性 30代	(89)	16.9	31.5	51.7	48.3
	女性 40代	(115)	17.4	27.0	55.7	44.3
	女性 50代	(111)	30.6	34.2	35.1	64.9
	女性 60代	(101)	15.8	33.7	50.5	49.5

※ 2%未満のグラフスコアは非表示 ※ 認知計は「知っている」と「聞いたことはあるが、よく知らない」の合計 (%)
 ※ 2023年全体との差が、■は+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

■「各種アカウントのID/パスワードの整理」と「パソコンやスマートフォンなどに保存されている写真データの整理」の実施意向は5割超

「デジタル遺品」のデータ整理について実施状況を聞いたところ、「実施意向あり」計（「取り組んだ（すでに完了した）」と「取り組んでいる最中（まだ終わっていない）」「いつかやろうと思っていた（まだ何もしていない）」の合計）のトップは「各種アカウントのID/パスワードの整理」（50.5%）で、「パソコンやスマートフォンなどに保存されている写真データの整理」（50.4%）が続いた。

◇「デジタル遺品」のデータ整理の実施状況 (n=1,000：全員回答) 単一回答 単位：%

(n)					実施計 (TOP2)	実施意 向あり計 (TOP3)
	取り組んだ (すでに完了した)	取り組んでいる最中 (まだ終わっていない)	いつかやろうと思っていた (まだ何もしていない)	今のところ取り組む 予定はない		
パソコンやスマートフォンなどに 保存されている写真データの 整理	(1,000)	2.5 9.8	38.1	49.6	12.3	50.4
パソコンやスマートフォンなどに 保存されている連絡先の整理	(1,000)	2.1 7.5	36.6	53.8	9.6	46.2
Webメールのアカウント情報の 整理	(1,000)	2.3 6.9	36.4	54.4	9.2	45.6
加入サービスの一覧や契約 状況の整理 (サブスクリ プションサービスなど)	(1,000)	3.2 7.5	35.9	53.4	10.7	46.6
SNSアカウント (LINE、 Instagram、Twitterな ど) の保有状況の整理	(1,000)	2.4 5.6	34.9	57.1	8.0	42.9
各種アカウントのID/パスワ ードの整理	(1,000)	4.4 10.6	35.5	49.5	15.0	50.5
スマートフォンのパスワード (ロック画面のパスワード) の整理	(1,000)	4.1 7.0	35.9	53.0	11.1	47.0

※ 2%未満のグラフスコアは非表示 (%)
 ※実施計は「取り組んだ」と「取り組んでいる最中」の合計、実施意向あり計は「取り組んだ」と「取り組んでいる最中」と「いつかやろうと思っていた」の合計

■メッセージアプリやSNSの投稿を「すべて削除したい」は、「TikTokの投稿」と「Twitterの投稿」で6割以上

各SNSサービスの利用者に、メッセージアプリやSNSの投稿を遺したいか・削除したいかを聞いたところ、すべての項目で「すべて削除したい」が半数以上となり、最も多いのは「TikTokの投稿」(69.6%)、次いで「Twitterの投稿」(63.7%)が続いた。一方、最も少ないのは「LINEなどのメッセージアプリの投稿」で、51.3%だった。また「Instagramの投稿」では、「すべて遺したい」が16.5%と特に多かった。

◇メッセージアプリやSNSの投稿を遺したいか・削除したいか

(各サービスを利用している人) 単一回答 単位：%

(n)			
	すべて遺したい	一部は削除して 必要なものは遺したい	すべて削除したい
LINEなどのメッセージアプリの投稿 (メッセージ・タイムラインなど)	(840)	8.2 40.5	51.3
Twitterの投稿	(471)	11.7 24.6	63.7
Instagramの投稿	(461)	16.5 29.1	54.4
Facebookの投稿	(392)	12.5 27.0	60.5
TikTokの投稿	(168)	8.9 21.4	69.6
YouTubeチャンネルの投稿	(302)	12.6 26.8	60.6

※ 2%未満のグラフスコアは非表示 (%)

【調査概要】

調査エリア : 全国

調査対象者 : 20歳～69歳 男女

回収サンプルサイズ : 1,000 サンプルサイズ

調査期間 : 2023年1月13日(金)から1月15日(日)

調査実施機関 : 楽天インサイト株式会社

(注) 本レポートでは小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計値は必ずしも100%とならない場合があります。

以上