

令和4年度 消費者問題実態調査結果

「物価高騰」
「デジタル」

2023年3月

(一社) 北海道消費者協会

I 調査の概要

1. 目的

コロナ禍により傷ついた世界経済は、回復に向かう途上でロシアによるウクライナ侵攻が起き、さらに傷口を広げました。灯油、ガソリン、電気などのエネルギーに加え、食料品などの高騰を招いています。毎年実施している本調査は、消費者の意識を探り、当協会の活動に反映させるのが目的です。本年度は、この「物価高騰」と、コロナ禍により加速した「デジタル」社会の進展をテーマにすることとしました。

【物価高騰】

道内の消費者物価は昨年12月に4.5%上昇し、18カ月連続の上昇となりました。全国では4.0%の上昇を記録し、第2次石油危機以来の高さです。原油価格の上昇や円安も加わり、当協会の試算では食品と灯油、ガソリンだけで1世帯当たり年間20万円近い負担増です。実質賃金が伸びず、年金が減額される中、くらしは大きく揺らいでいます。調査では、物価高騰の痛手がどの分野に、どの程度及んでいるか、くらしの防衛策や支援として望むことなどを聞きました。

【デジタル】

コロナ禍は、社会の分断と孤立を招きましたが、一方で社会活動を維持するためデジタル通信技術（ICT）は急速に浸透しています。リモートによる会議や講義が当たり前になり、ネットショッピングやキャッシュレス決済も利用者が増えています。昨年の北海道消費者大会は「ひとに優しいデジタル社会とは」をテーマとしましたが、高齢者を中心にデジタルへの適応が遅れる人は多いことでしょう。調査では、現状のデジタル度を探り、懸念すること、必要な支援策を聞きました。

2. 調査方法

- 1) 調査対象：道内 29 市 34 町 2 村(66 市町村)
- 2) 調査方法：66 地域消費者協会の協力を得て自記方式で実施（一部 WEB 回答）
- 3) 調査日時：2022 年 11 月から 12 月
- 4) 回収状況：配布枚数 790 枚
回収枚数：729 件（内 Web 回答 7 件）
回収率：91.4%

3. 調査項目

【物価高騰】

問1. 物価高騰の主な原因は何だと思えますか（3つまで）

- ①コロナ禍 ②ウクライナ侵攻 ③原油高 ④食料危機 ⑤円安
⑥政府の物価政策 ⑦世界経済の落ち込み ⑧日本経済の落ち込み
⑨その他（ ）

問2. 物価の上昇を感じるタイミングはいつですか（3つまで）

- ①店で価格を見たとき ②インターネットで価格を見たとき ③チラシを見たとき
④会計で支払うとき ⑤クレジットカード等の明細を見たとき ⑥特に感じない
⑦その他（ ）

問3. 物価高騰の痛手は、家計の特にどの分野で響いていますか（3つまで）

- ①食費 ②灯油等の暖房費 ③ガソリンなどの燃料費 ④電気料金
⑤その他の光熱費 ⑥被服費 ⑦交通・通信費 ⑧住居費 ⑨医療費
⑩教養娯楽費 ⑪日用品費 ⑫教育費
⑬その他（ ）

問4. 家計負担は前年比で月額どのくらい増えている実感ですか（1つだけ）

- ①特に変わらない ②5千円未満 ③5千円～1万円未満
④1万円～2万円未満 ⑤2万円～3万円未満 ⑥3万円以上

問5. 物価高騰から暮らしを守るため工夫していることはありますか（いくつでも）

- ①節電 ②灯油の節約 ③ガソリンの節約 ④食品の買い物量を減らす
⑤特売日・特売品を探す ⑥外出を控える ⑦旅行を控える ⑧外食を控える
⑨携帯電話の契約を見直す ⑩衣類を買い控える・安いブランドに変える
⑪化粧品を変える ⑫理美容を減らす ⑬風呂・シャワーの回数を減らす
⑭教養娯楽費を減らす ⑮クリーニングを減らす ⑯特に工夫はしていない
⑰その他（ ）

問6. 暮らしの支援に何を望みますか（3つまで）

- ①支援金の給付拡大 ②ガソリン・灯油などの補助制度の拡大 ③福祉灯油の拡充
④食品価格の引き下げ・据え置き ⑤食料支援 ⑥おむつ・ミルクなど子育て用品の支援
⑦賃金の引き上げ ⑧年金の引き上げ ⑨消費税の引き下げ ⑩低所得者対策
⑪その他（ ）

問7. 物価高騰による家計への痛みを表現すると次のどれでしょう（1つだけ）

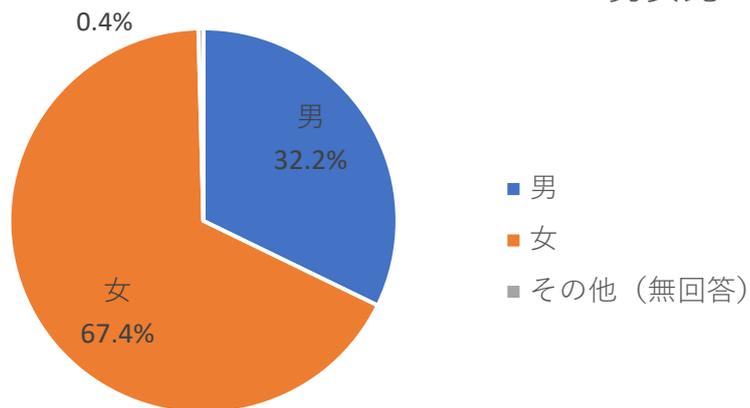
- ①すでに限界を超えた ②限界を超えようとしている ③やがて限界を超える
④もうしばらく耐えられる ⑤許容範囲

4. 回答者の構成

(1) 性別

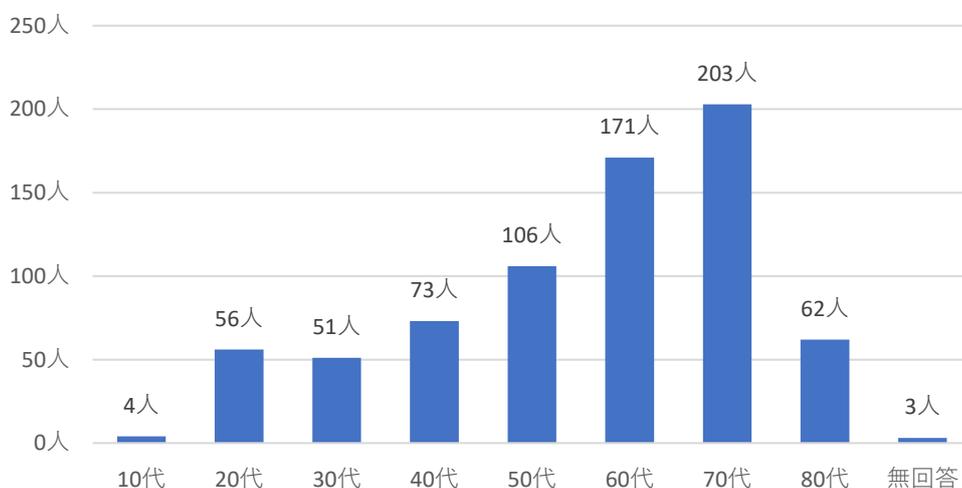
男	235人
女	491人
その他 (無回答)	3人

その他（無回答）



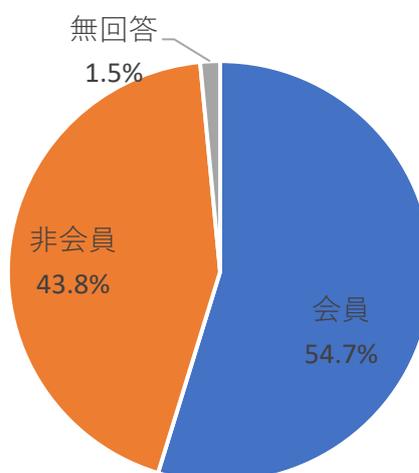
(2) 年代別

10代	4人
20代	56人
30代	51人
40代	73人
50代	106人
60代	171人
70代	203人
80代	62人
無回答	3人



(3) 消費者協会会員・非会員

会員	非会員	無回答
399人	319人	11人



II 調査結果

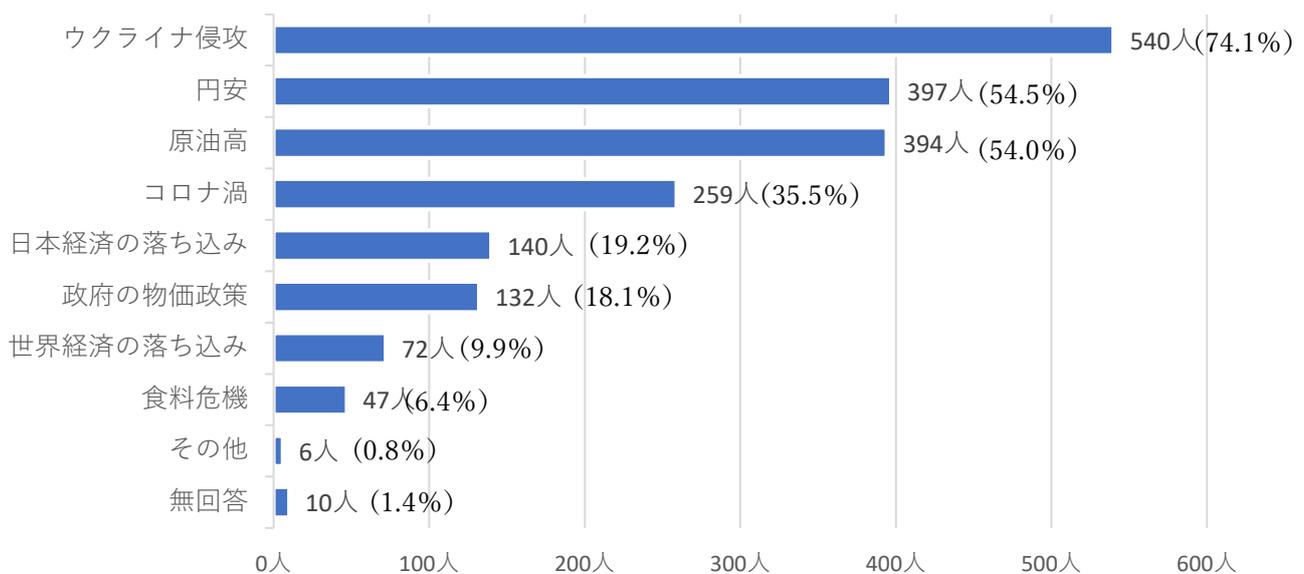
【物価高騰】

1. 物価高の主な原因は何だと思えますか（3つまで）

(N=729)

ウクライナ侵攻	540人	74.1%
円安	397人	54.5%
原油高	394人	54.0%
コロナ渦	259人	35.5%
日本経済の落ち込み	140人	19.2%
政府の物価政策	132人	18.1%
世界経済の落ち込み	72人	9.9%
食料危機	47人	6.4%
その他	6人	0.8%
無回答	10人	1.4%

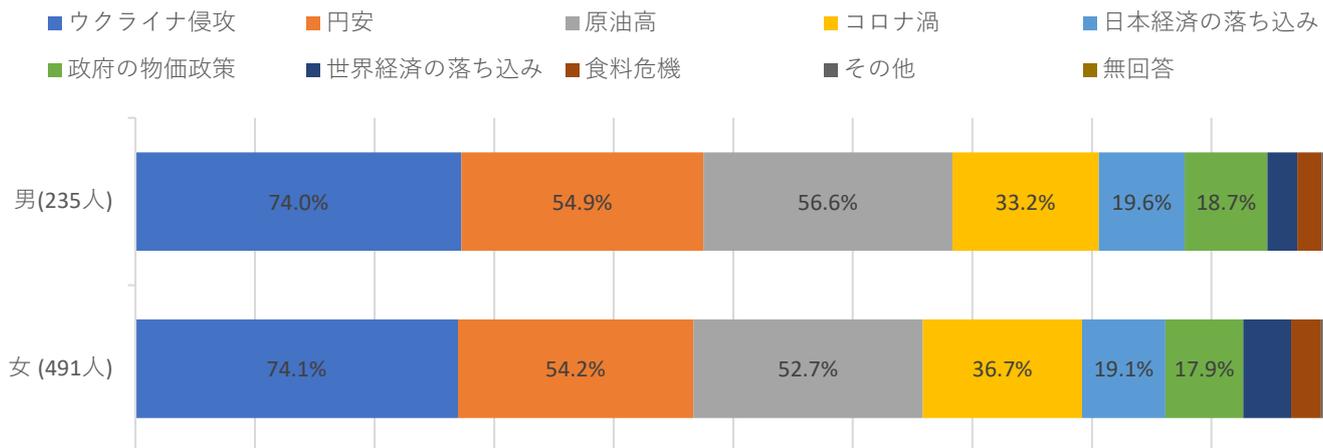
物価高騰の主な原因は何だと思えますか



【その他】の記述

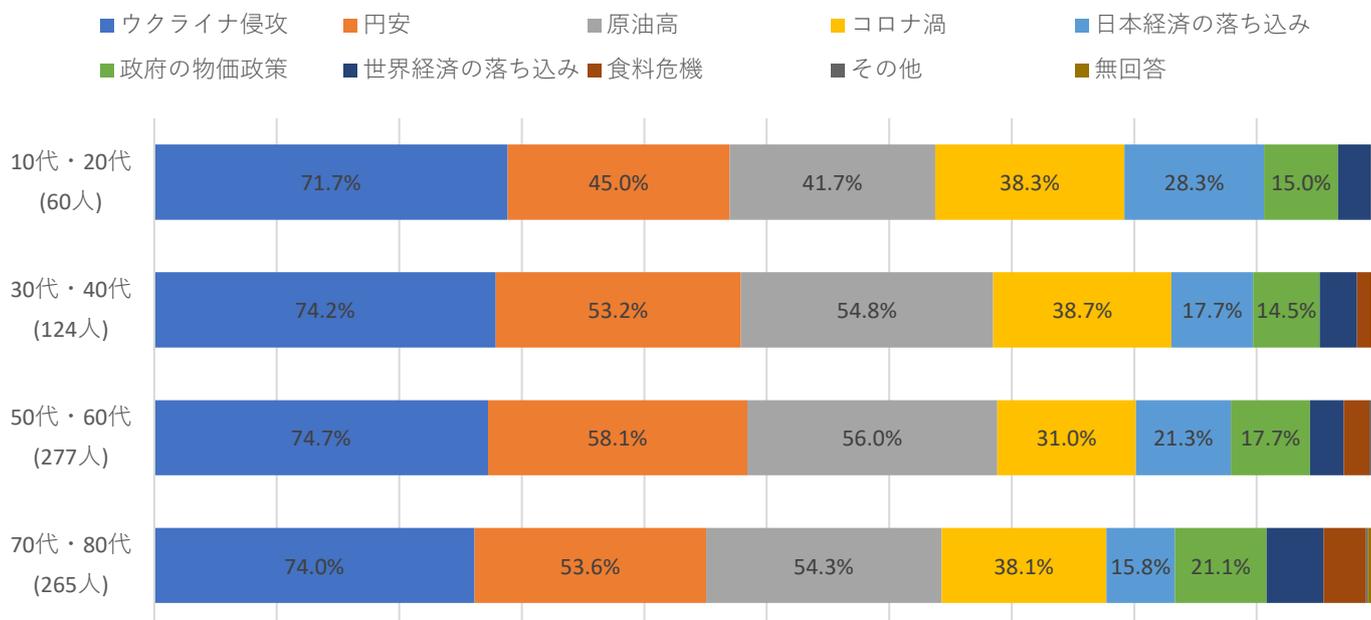
- ・今までが安すぎた（2件）
- ・人材不足による人件費増
- ・人間の欲望を正当化し、相互扶助が行われないことが原因
- ・輸入による
- ・日銀の変な政策

【男女別比率】



※各項目を選択した割合＝男女別

【年代別比率】



※各項目を選択した割合＝年代別

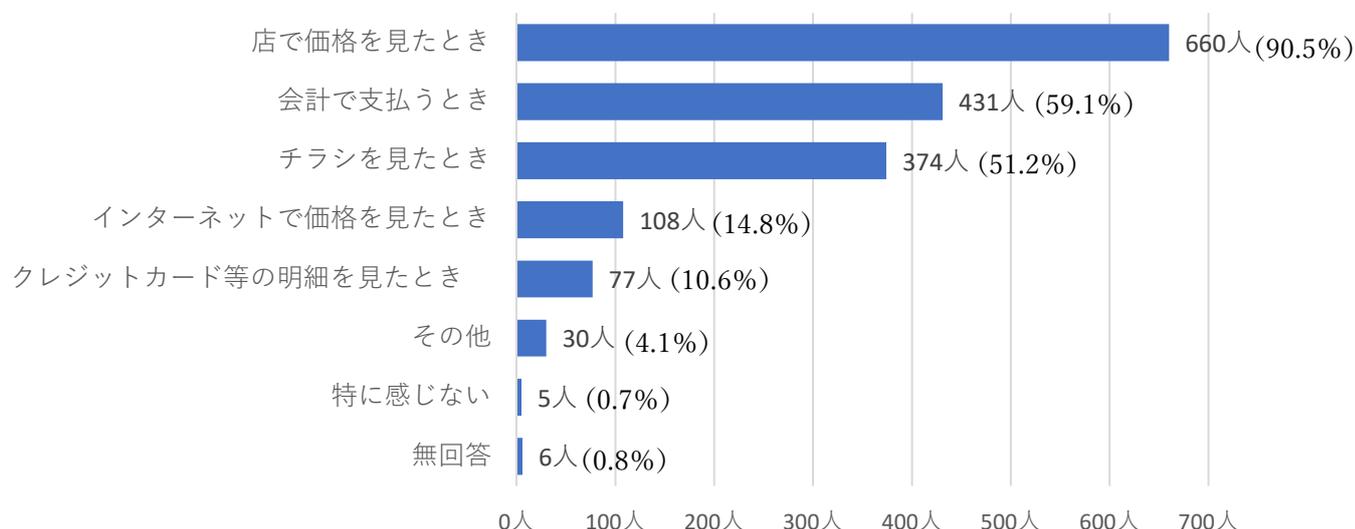
全体では、「ウクライナ侵攻」が74.1%と一番多く、次いで「円安」54.5%、「原油高」54.0%となった。遠く離れたウクライナでの戦争が、暮らしに深刻な影響を及ぼしていることを実感している人が多い。男女別では、男性が「原油高」、女性は「コロナ禍」を挙げる割合がやや多かった。

2. 物価の上昇を感じるタイミングはいつですか（3つまで）

(N=729)

店で価格を見たとき	660人	90.5%
会計で支払うとき	431人	59.1%
チラシを見たとき	374人	51.3%
インターネットで価格を見たとき	108人	14.8%
クレジットカード等の明細を見たとき	77人	10.6%
その他	30人	4.1%
特に感じない	5人	0.7%
無回答	6人	0.8%

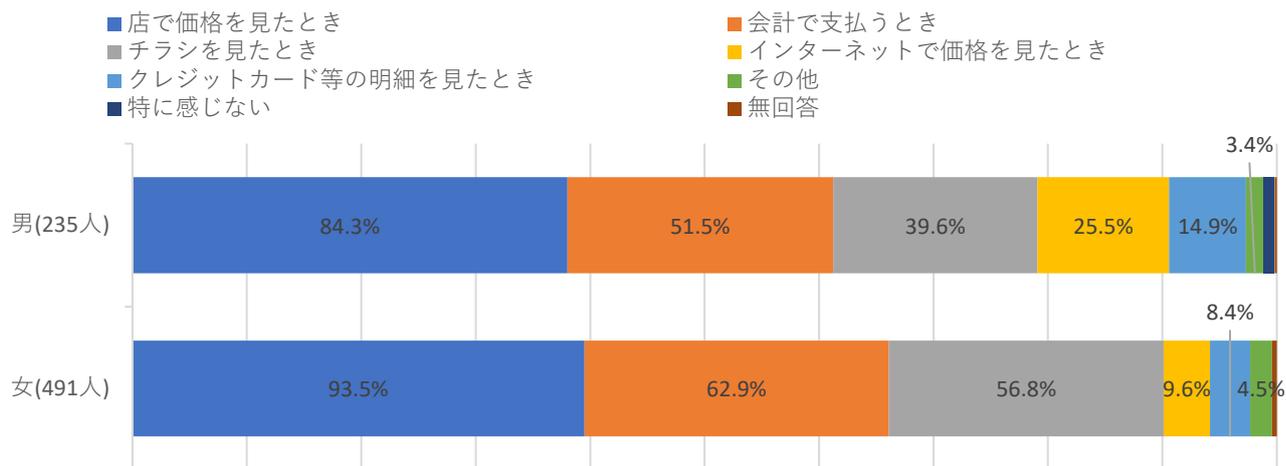
物価が上昇したと感じるタイミングはいつですか



【その他】の記述

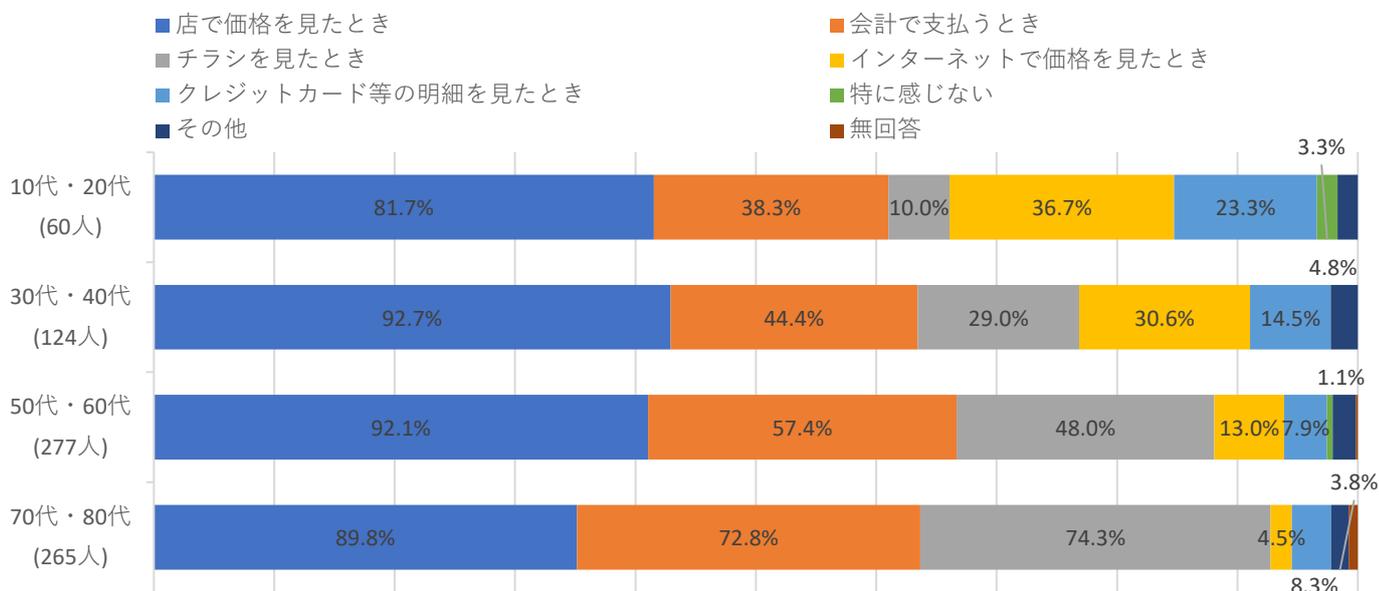
- ・メディアの報道（15人）
- ・光熱費の通知をみた時（2人）
- ・ガソリン灯油価格の領収を見たとき（3人）
- ・工事発注価
- ・店で知らせてくれます
- ・過去の利用明細（電気・ガス）と比べた時
- ・支払った額が増えているので、その分各種ポイントがいつもよりたまるのが早いと思う。
- ・同じ商品で量が少なくなっているとき
- ・家計簿をチェックしたとき
- ・公共料金の請求書を見た時
- ・飲食店での価格値上げ、光熱費の明細を見たとき
- ・店頭でヨーロッパブランドの在庫がなく一律殆どのブランドの値上げした

【男女別割合】



※各項目を選択した割合＝男女別

【年代別割合】



※各項目を選択した割合＝年代別

全体では「店で価格を見たとき」が圧倒的に多く、90.5%になった。次いで「会計で支払うとき」59.1%、「チラシを見たとき」51.3%。

男女別で見ると、「会計で支払うとき」が男性51.5%に対し女性62.9%、「チラシを見たとき」が男性39.6%に対し女性56.8%といずれも女性の割合が大きい。対して「インターネットで価格を見たとき」は男性25.5%、女性9.6%と男性の割合が大きい。

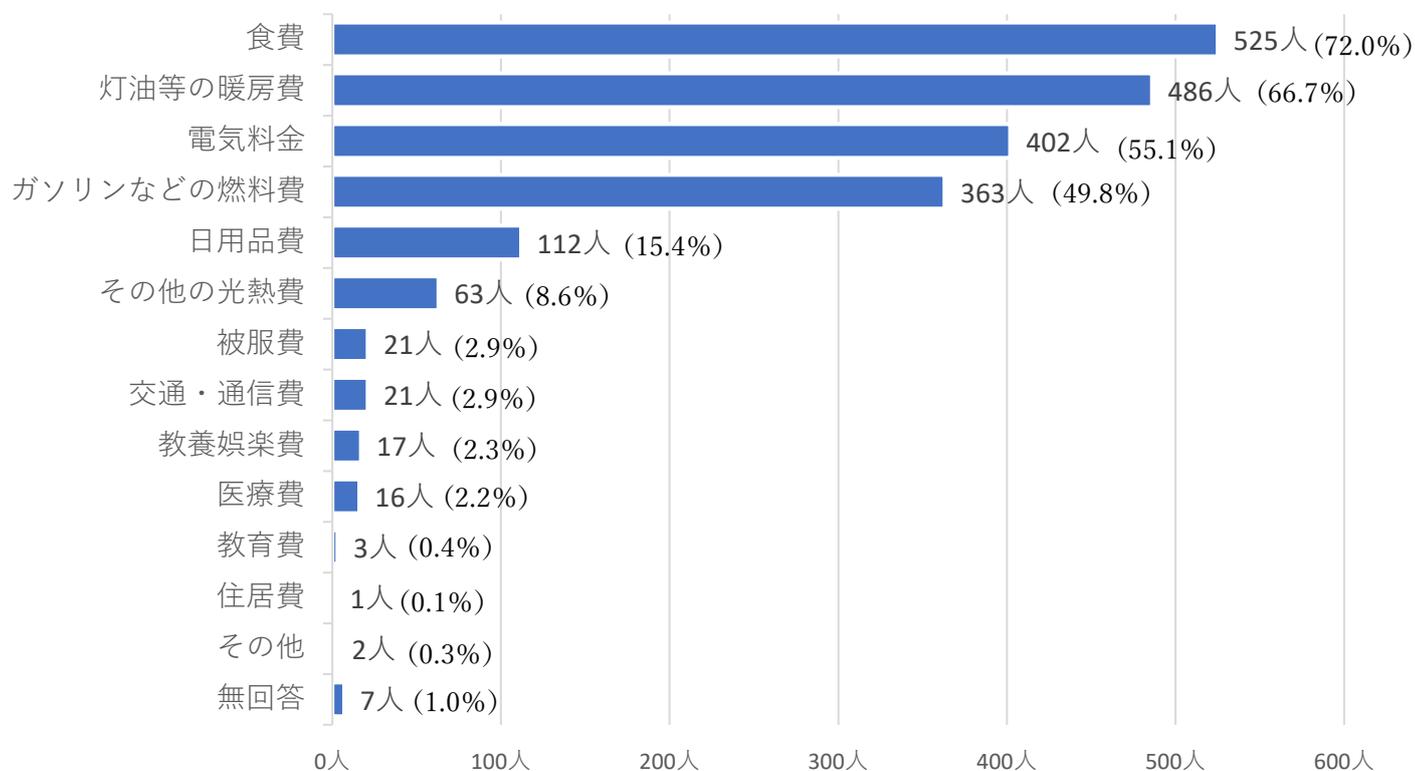
年代別では「会計で支払うとき」が10・20代の38.3%に対し、70・80代は72.8%と、年代が上になるほど割合が大きい。同様に「チラシを見たとき」も年代が上がるほど割合が高い。逆に「インターネットで価格を見たとき」は年代が下がるほど高くなる傾向だった。

3. 物価高騰の痛手は、家計の特にどの分野で響いていますか（3つまで）

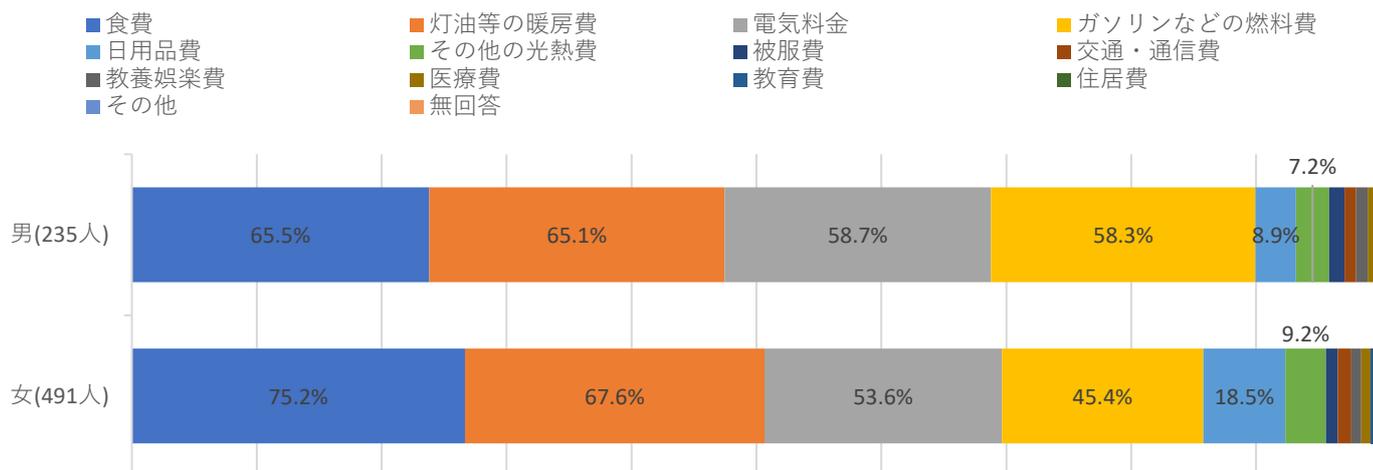
(N=729)

食費	525人	72.0%
灯油等の暖房費	486人	66.7%
電気料金	402人	55.1%
ガソリンなどの燃料費	363人	49.8%
日用品費	112人	15.4%
その他の光熱費	63人	8.6%
被服費	21人	2.9%
交通・通信費	21人	2.9%
教養娯楽費	17人	2.3%
医療費	16人	2.2%
教育費	3人	0.4%
住居費	1人	0.1%
その他	2人	0.3%
無回答	7人	1.0%

物価高騰の痛手は、家計の特にどの分野で響いていますか

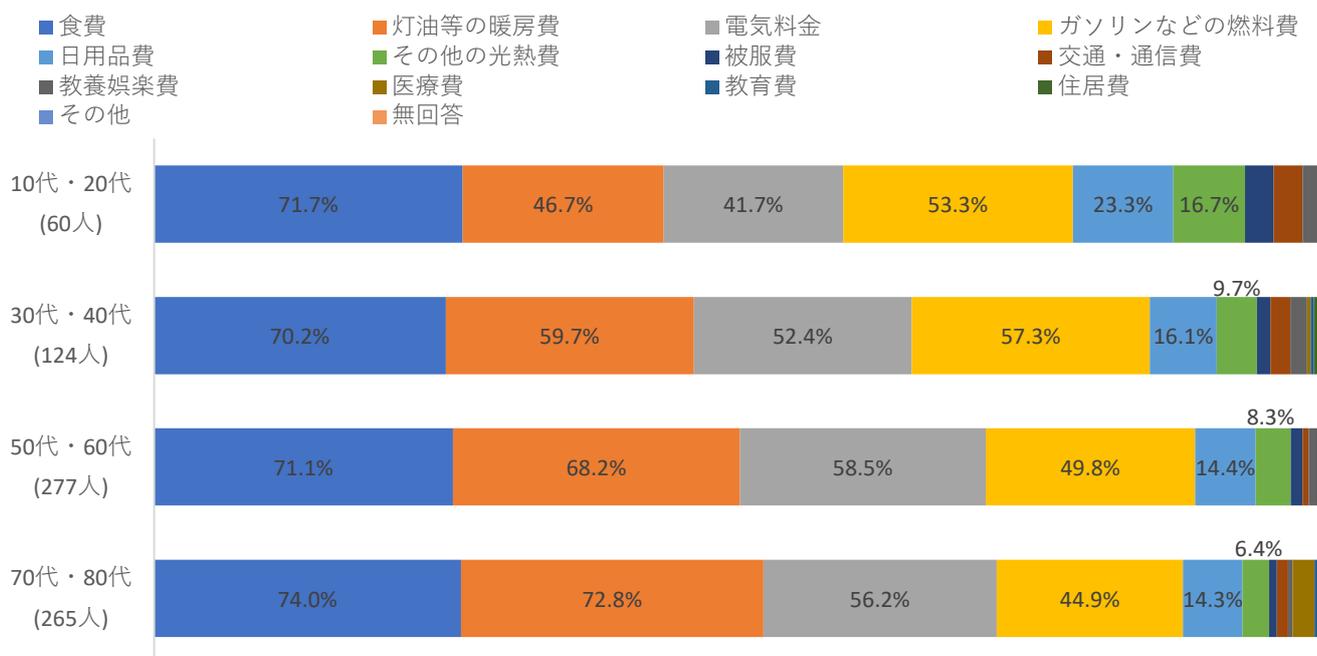


【男女別割合】



※各項目を選択した割合＝男女別

【年代別割合】



全体では、「食費」72.0%、「暖房費」66.7%、「電気料金」55.1%、「ガソリンなどの燃料費」49.8%が上位を占め、5番目の「日用品費」は15.4%と上位4項目と大きな差がついた。

男女別では、「食費」「日用品費」は女性が多く、「電気料金」「ガソリンなどの燃料費」はやや男性が多かった。

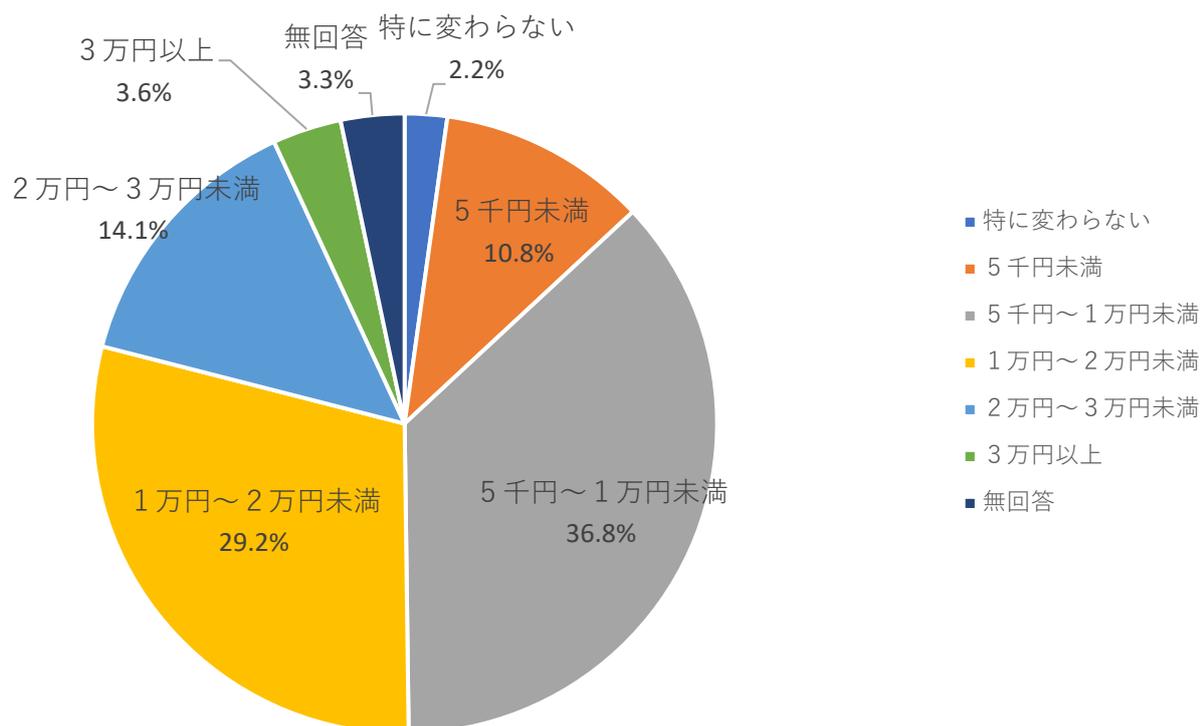
年代別では、「食費」は各年代とも共通して高く、価格高騰に対する切実な思いがうかがえる。「灯油等の暖房費」は、年代が上がるほど高く、「ガソリンなどの燃料費」は30・40代を中心に若い年代に痛みが大きい。

4. 家計負担は前年比で月額どのぐらい増えている実感ですか（1つだけ）

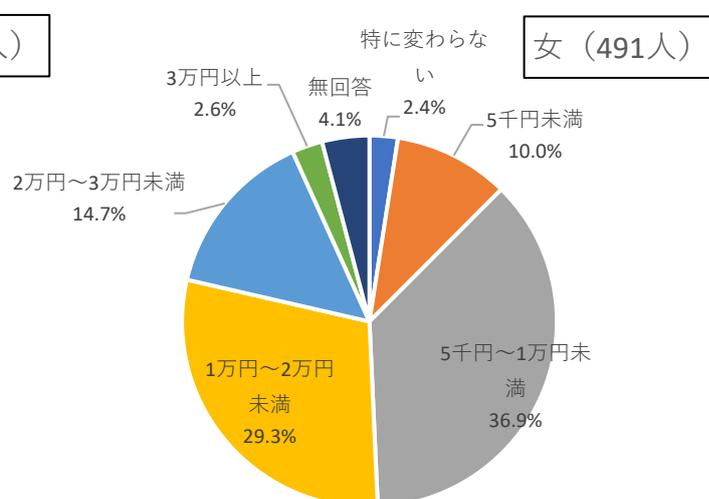
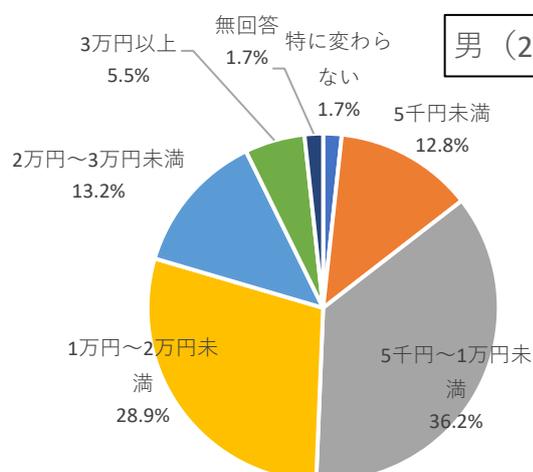
(N=729)

特に 変わらない	5千円未満	5千円～1 万円未満	1万円～2 万円未満	2万円～3 万円未満	3万円以上	無回答
16人	79人	268人	213人	103人	26人	24人

家計負担は前年比で月額どのぐらい増えている実感ですか

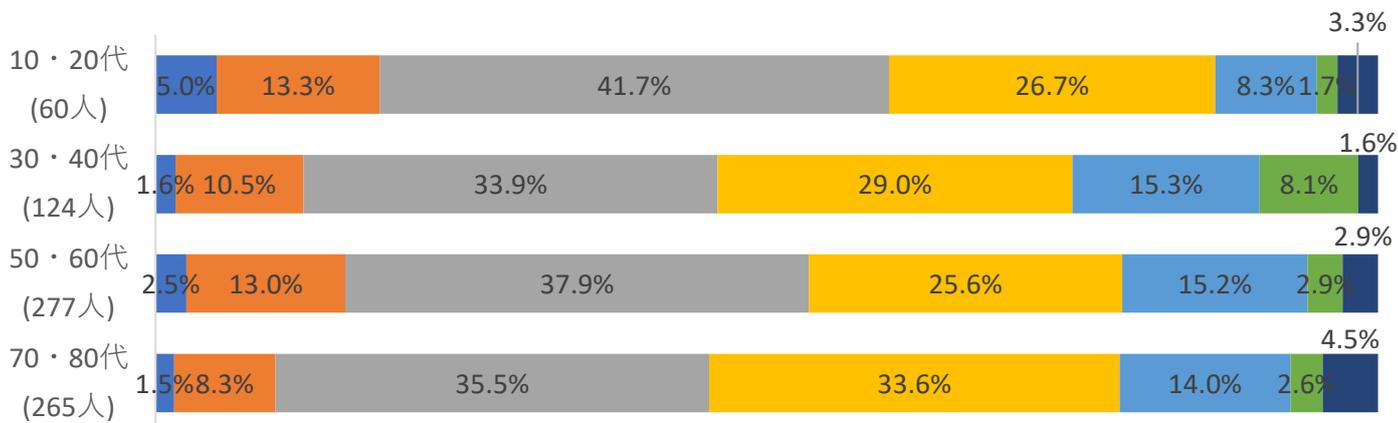


【男女別割合】



【年代別割合】

- 特に変わらない
- 5千円未満
- 5千円～1万円未満
- 1万円～2万円未満
- 2万円～3万円未満
- 3万円以上
- 無回答



「5千円～1万円未満」が36.8%で一番多く、次いで「1万円～2万円未満」29.2%、「2万円～3万円未満」も14.1%いた。「1万円以上」を合計すると、46.9%になり、ほぼ半数が年額12万円以上の家計負担を抱えている。調査時点より、物価はさらに上昇しており、痛みはさらに強まっているとみられる。

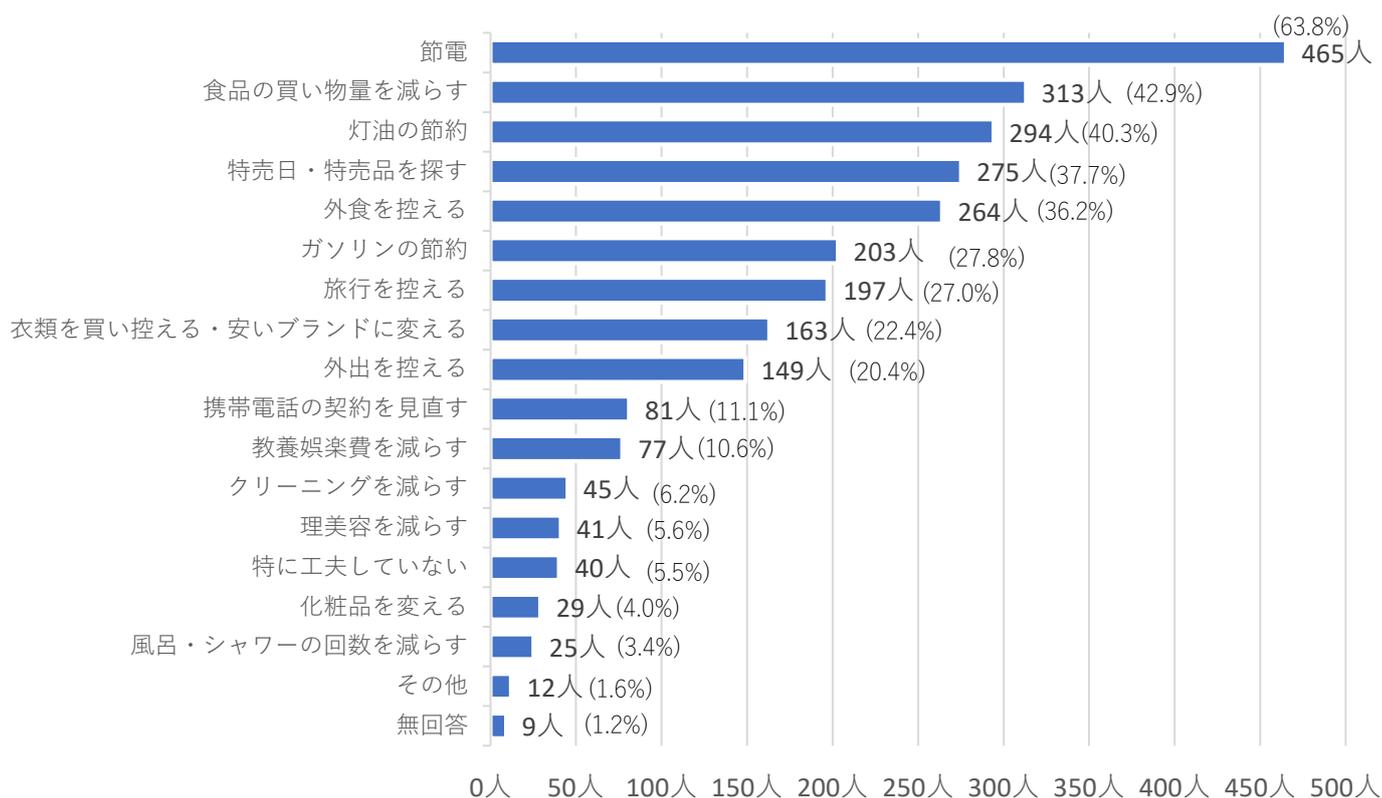
年代別では「3万円以上」が30・40代で8.1%と他の年代に比べると大きく、子育て世代が特に痛みを感じているよう。

5. 物価高騰から暮らしを守るため工夫していることはありますか (いくつでも)

(N=729)

節電	465人	63.8%
食品の買い物量を減らす	313人	42.9%
灯油の節約	294人	40.3%
特売日・特売品を探す	275人	37.7%
外食を控える	264人	36.2%
ガソリンの節約	203人	27.8%
旅行を控える	197人	27.0%
衣類を買い控える・安いブランドに変える	163人	22.4%
外出を控える	149人	20.4%
携帯電話の契約を見直す	81人	11.1%
教養娯楽費を減らす	77人	10.6%
クリーニングを減らす	45人	6.2%
理美容を減らす	41人	5.6%
特に工夫していない	40人	5.5%
化粧品を変える	29人	4.0%
風呂・シャワーの回数を減らす	25人	3.4%
その他	12人	1.6%
無回答	9人	1.2%

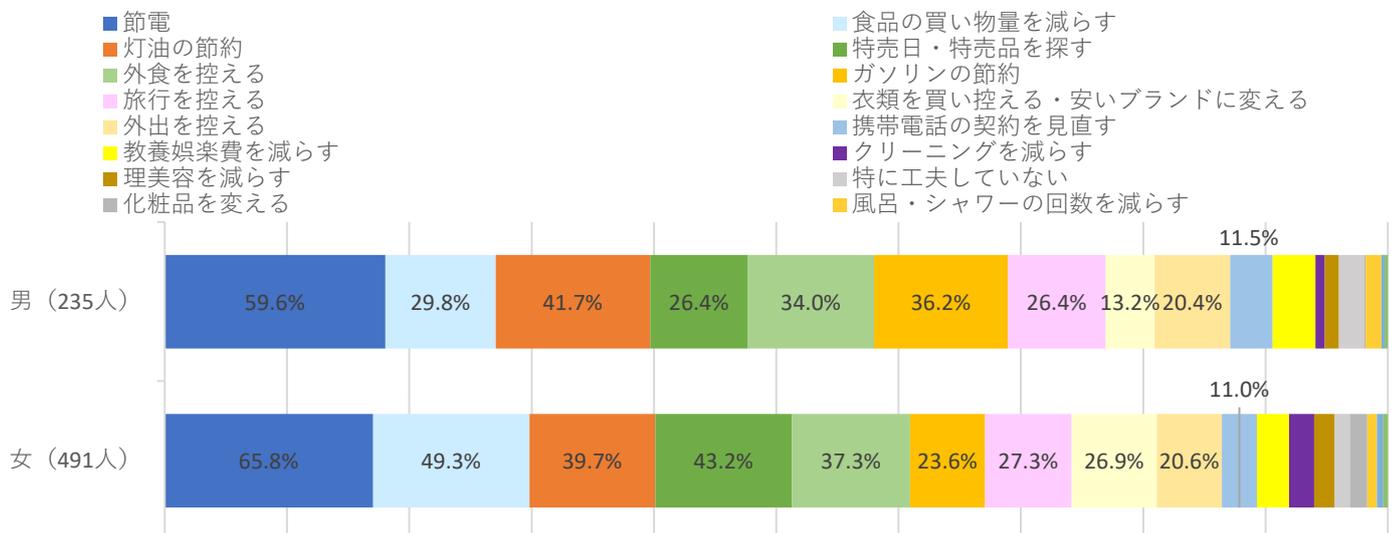
物価高騰から暮らしを守るため工夫していることはありますか



【その他】の記述

- ・見切り品を買う
- ・買わずに済ます。手作りする
- ・暖房の設定温度を下げる
- ・前から省エネをしていた
- ・節約を心がけても値上げをどうすればよいか？
- ・もともと工夫しているため、これ以上工夫できない
- ・3.11 から節電・節約をしています。旅行はコロナのため。越冬野菜を買う
- ・家事の見直し（水道・光熱費の節約）
- ・冬期は特に暖房・電気料もさらにかかるので気を付けている
- ・収入を増やす
- ・工夫の仕様がな（必要な時に必要なものを購入しているだけなので）

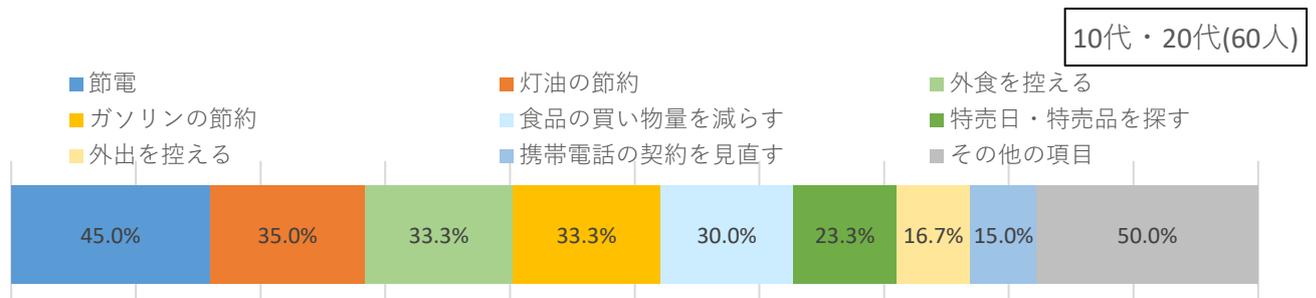
【男女別割合】

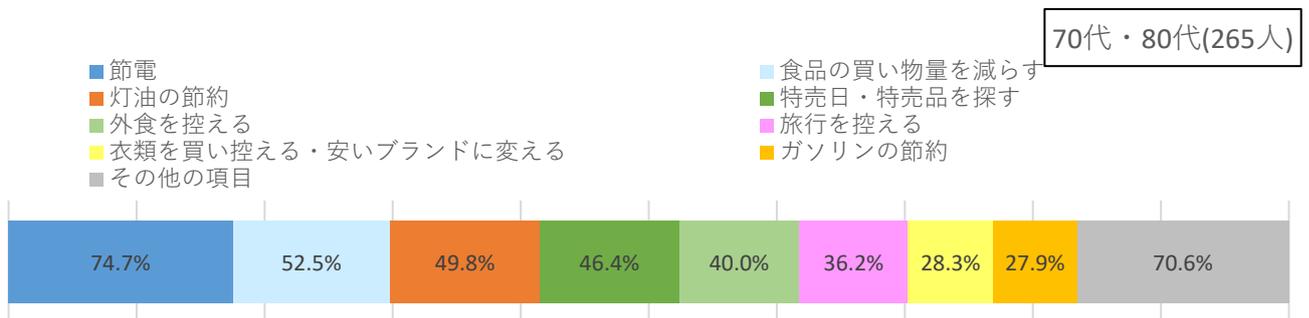
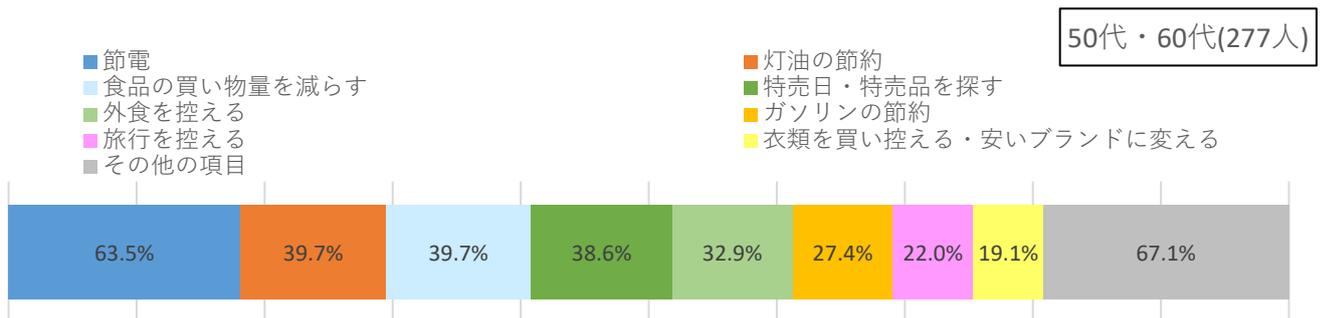
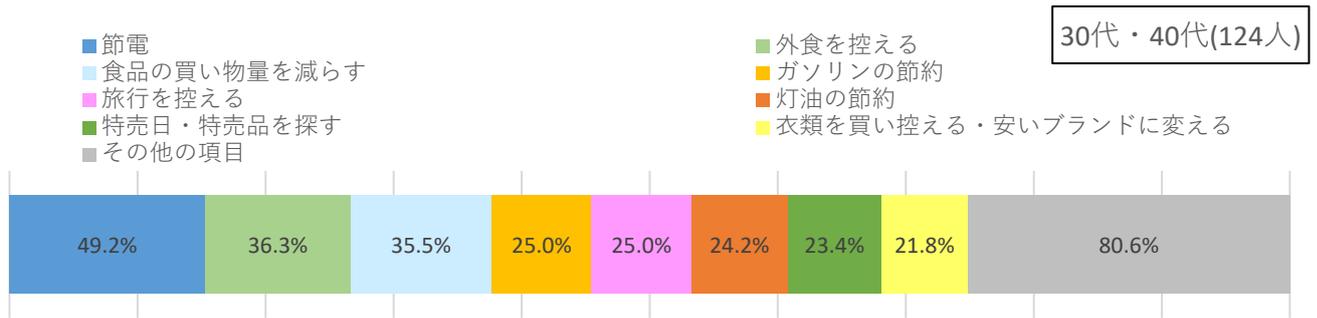


※各項目を選択した割合＝男女別

【年代別割合】

※各項目を選択した割合＝年代別（上位8項目）





「節電」が最も多く 63.8%。年代別でも「節電」が各世代の1位だが、10・20代の45.0%に比べ、70・80代が74.7%と年代が上がるにつれ意識が高い。

「灯油の節約」は10・20代が35.0%、40・50代が39.7%で2位、70・80代が49.8%で3位と上位なのに対し、30・40代は24.2%で6位と他の年代と比べ下位にある一方、「外食を控える」「食品の買い物量を減らす」が各3割台で上位となり、「食」で節約する傾向が強い。

「外食を控える」は10・20代も上位なのに対し、50・60代、70・80代は各5位となっており、もともと外食が少なかったことがありそう。

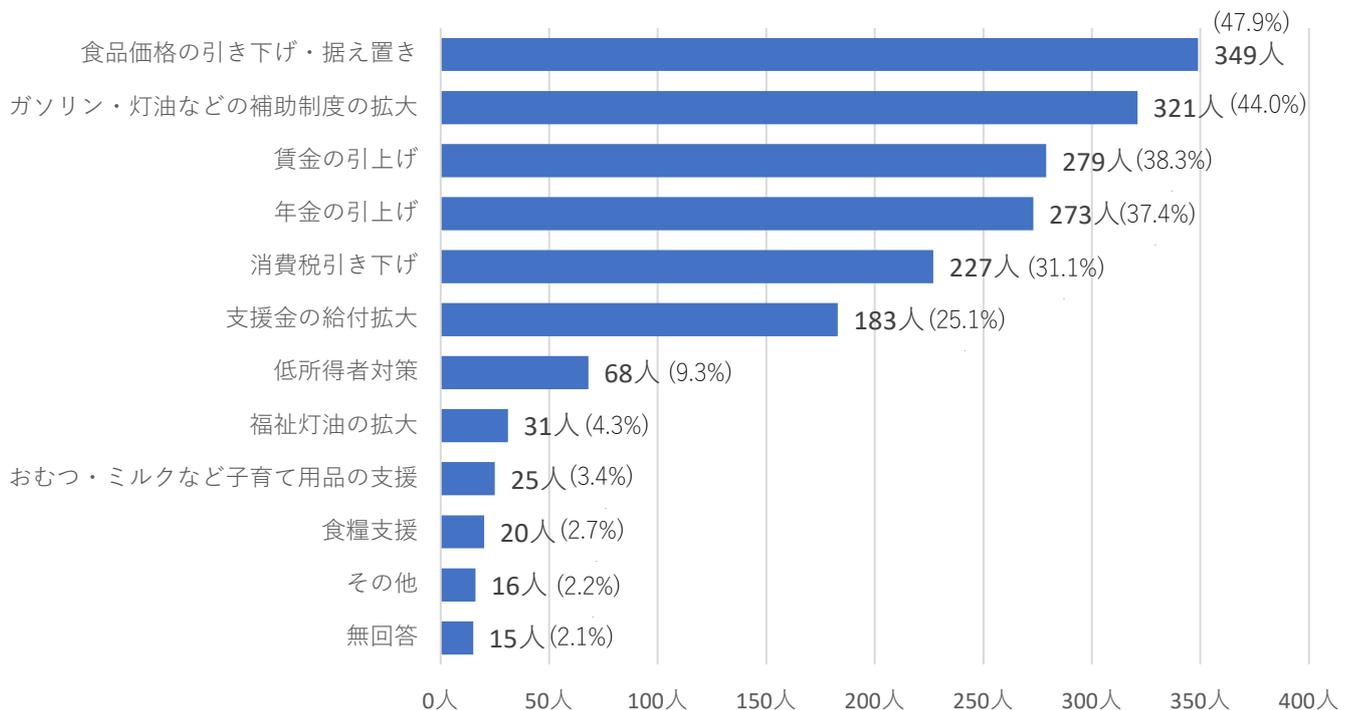
男女別で目立った違いは見られない。

6. 暮らしの支援に何を望みますか（3つまで）

(N=729)

食品価格の引き下げ・据え置き	349人	47.9%
ガソリン・灯油などの補助制度の拡大	321人	44.0%
賃金の引上げ	279人	38.3%
年金の引上げ	273人	37.4%
消費税引き下げ	227人	31.1%
支援金の給付拡大	183人	25.1%
低所得者対策	68人	9.3%
福祉灯油の拡大	31人	4.3%
おむつ・ミルクなど子育て用品の支援	25人	3.4%
食糧支援	20人	2.7%
その他	16人	2.2%
無回答	15人	2.1%

暮らしの支援に何を望みますか

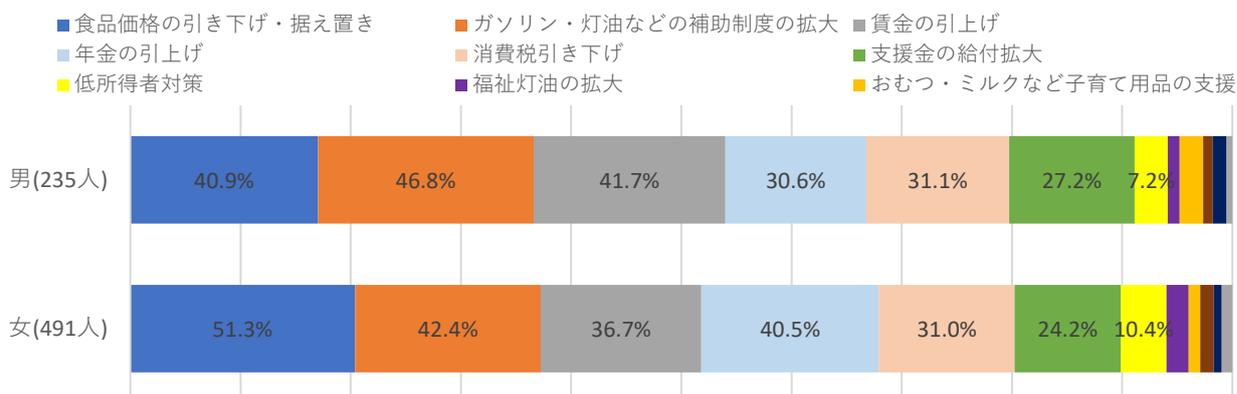


【その他】の記述

- ・母子家庭の子供に対する教育資金援助
- ・電力事業者への価格調整対策
- ・除雪等
- ・防衛費などの予算を拡大しすぎだと思ふ。物価安定、教育、子育てにお力を使って欲しい

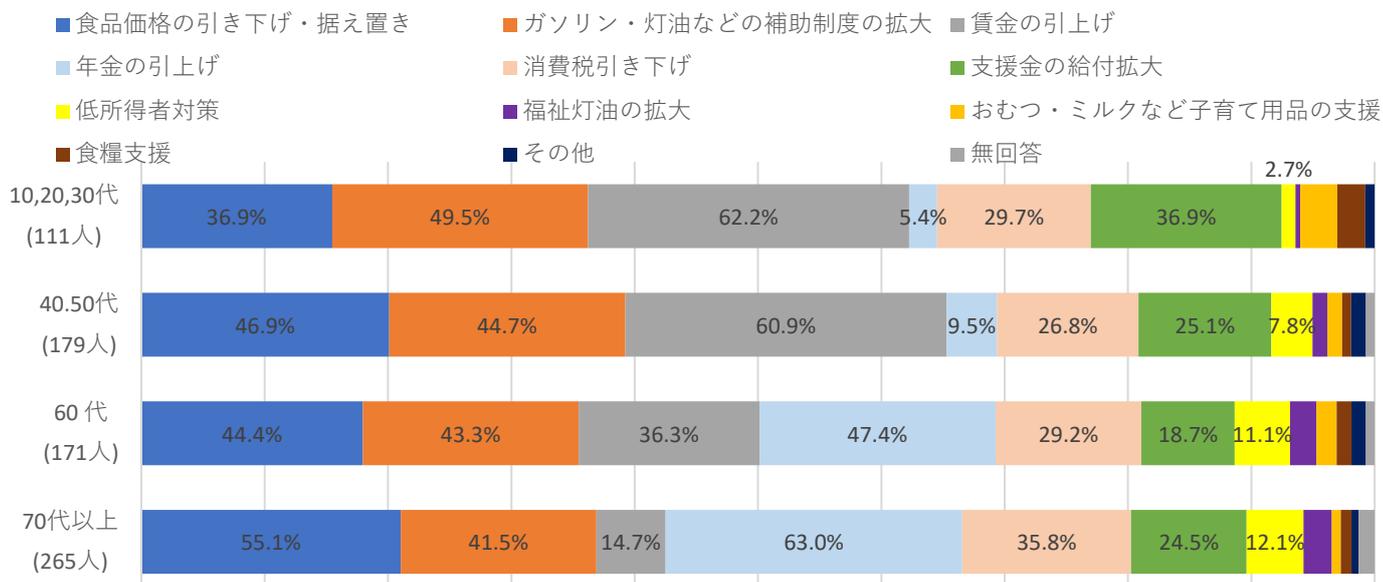
- ・プロパンガスの補助
- ・日本の食料自給率を上げる政策が必要です
- ・低所得者もそうですが中間層の対策もしてほしいです
- ・6,7,8 はコロナで 10,11,12,14,15 はずっと前から
- ・原発稼働
- ・①が希望ですが、そうするといつか税金があがり、いたちごっこ
- ・給付・補助は一時的なもので、どうしてこうなったのかということ
- ・何も望んでいない
- ・子供の未来のために赤字国債を発行しない。子供の将来のための支援になる
- ・ガソリンの税金の廃止。二重課税
- ・北海道は広大な土地が空いています。小麦やデントコーン等食料、飼料基地になるような支援拡大（輸入に頼らないように）。飼料、肥料の高騰がひどいです。
- ・支援はCO2が出ないものにしてほしい
- ・義務教育の無償化（完全）、給食費の無償化、受信料の撤廃（NHK）

【男女別割合】



※各項目を選択した割合＝男女別

【年代別割合】



※各項目を選択した割合＝年代別

全体では「食品の価格引き下げ・据え置き」が47.9%で一番多く、次いで「ガソリン・灯油などの補助制度の拡大」が44.0%となり、「賃金の引き上げ」「年金の引き上げ」「消費税の引き下げ」が3割台で続く。

男女別では「食品の価格」が男性40.9%に対し女性は51.3%、「年金」は男性30.6%に対し女性40.5%と、いずれも女性の割合が高い。

年代別では、全体で3番目の「賃金」が10・20・30代で1位なのに対し、60代は4位、70代以上は7位と下がる。

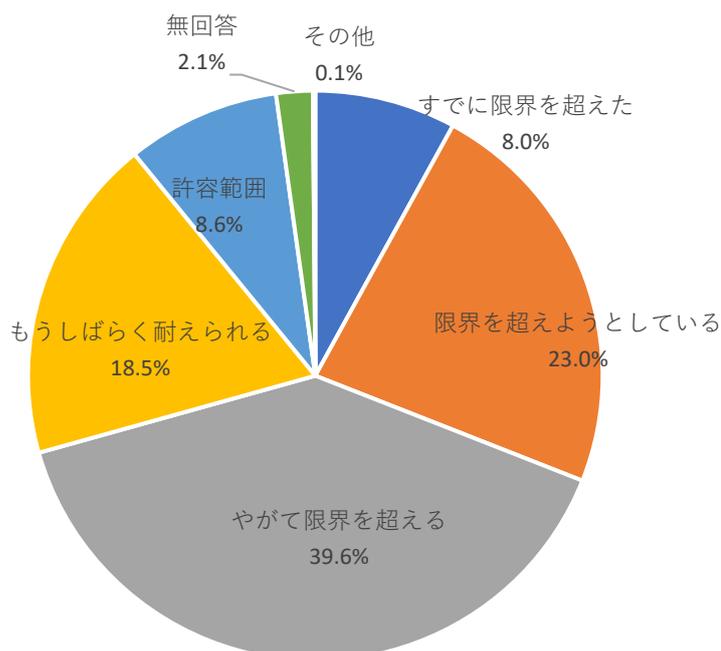
対して「年金」は10・20・30代が5.4%で7位、40・50代が9.5%で6位と低い順位だが、60代が47.4%、70代以上が63.0%といずれも1位を占め、年代が上がるに連れて高い比率になる。

7. 物価高騰による家計への痛みを表現すると次のどれでしょう（1つだけ）

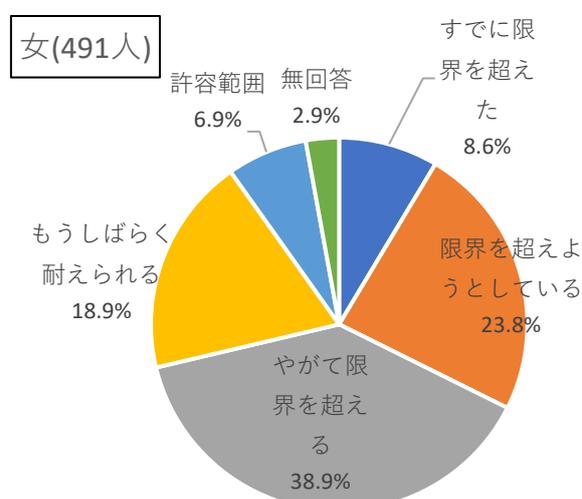
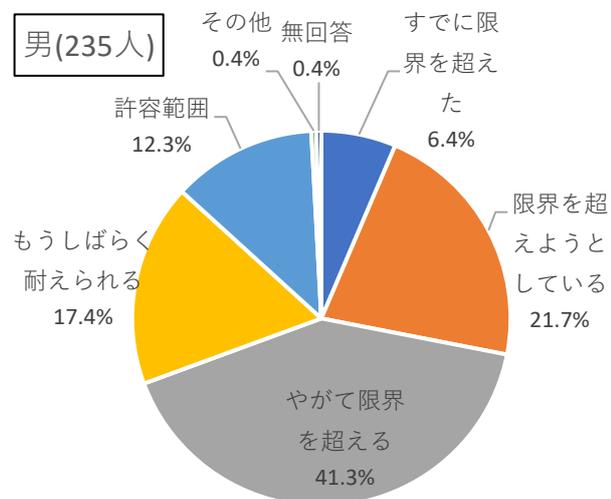
(N=729)

すでに限界を超えた	限界を超えようとしている	やがて限界を超える	もうしばらく耐えられる	許容範囲	無回答	その他
58人	168人	289人	135人	63人	15人	1人

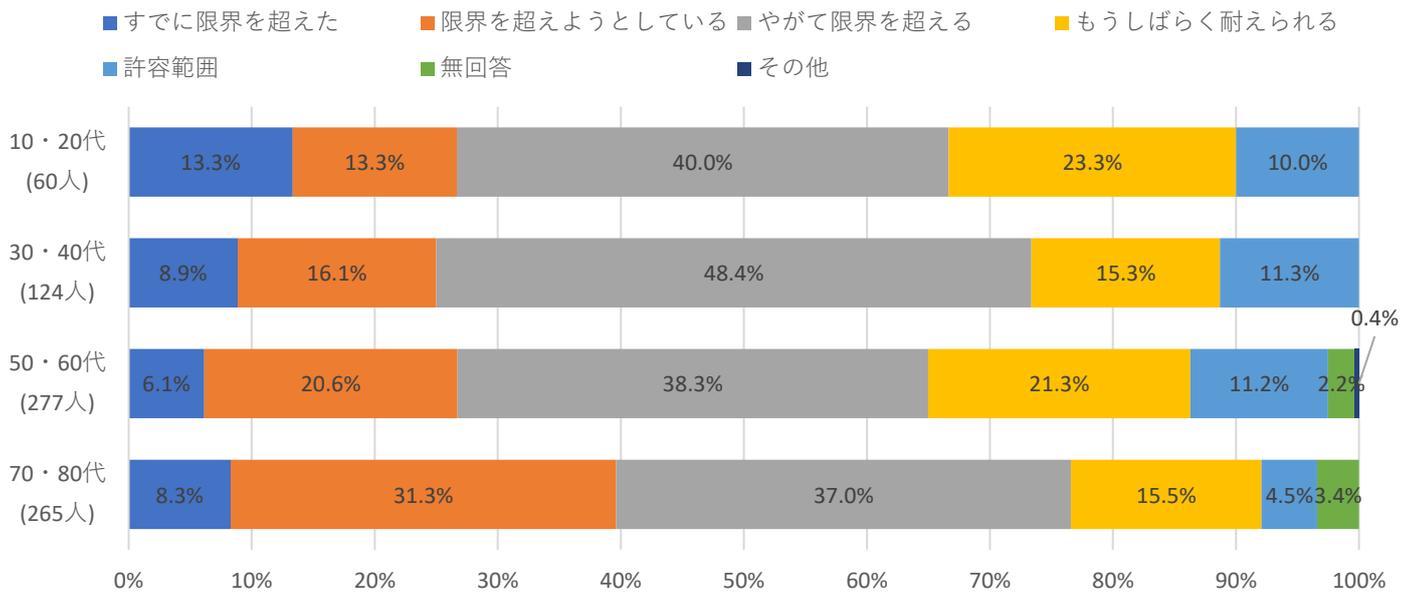
物価高騰による家計への痛みを表現すると次のどれでしょう



【男女別割合】



【年代別割合】



全体では「やがて限界を超える」が39.6%で一番多く、次いで「限界を超えようとしている」が23.0%。「すでに限界を超えた」と「限界を超えようとしている」を合わせると3割を超す。調査は昨年11～12月に行っており、その後、電気料金の大幅値上げ表明があったことから現状の危機意識は、さらに高まっているとみられる。

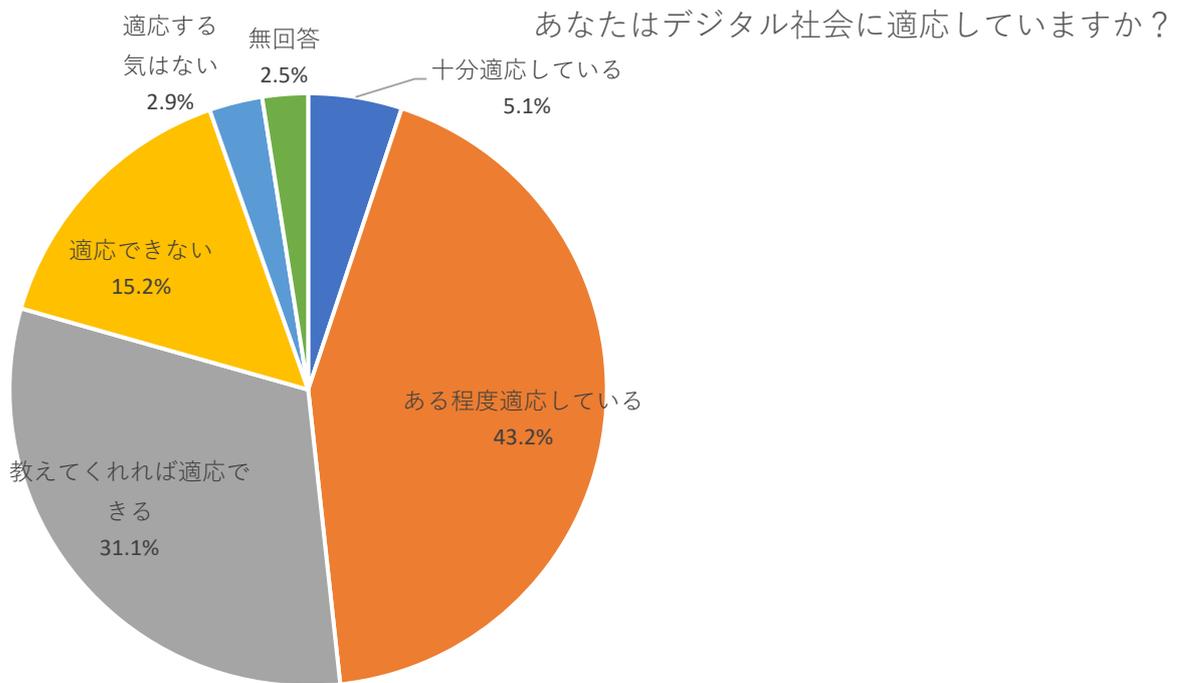
年代別では「限界を超えようとしている」が10・20代で13.3%だが、70・80代になると31.3%と年代が上がるほど割合が大きいの。

【 デ ジ タ ル 】

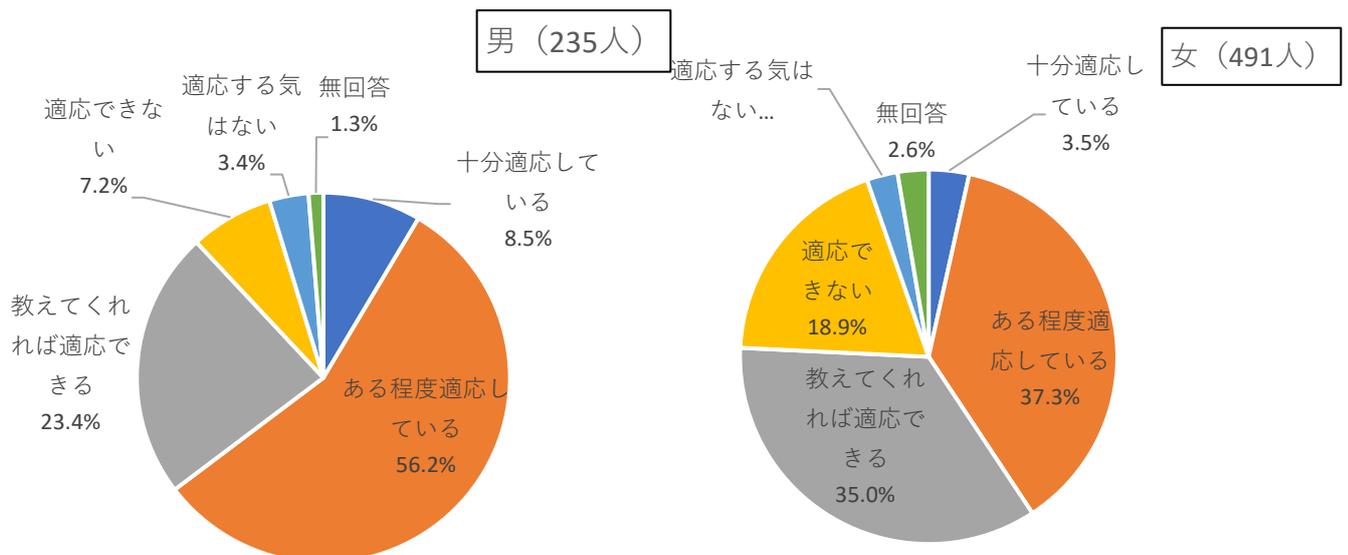
1. あなたはデジタル社会に適応していますか（1つだけ）

(N=729)

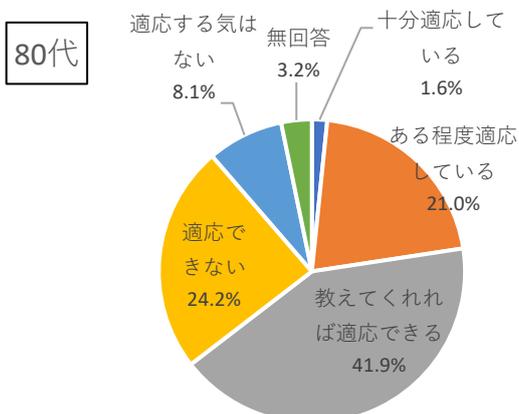
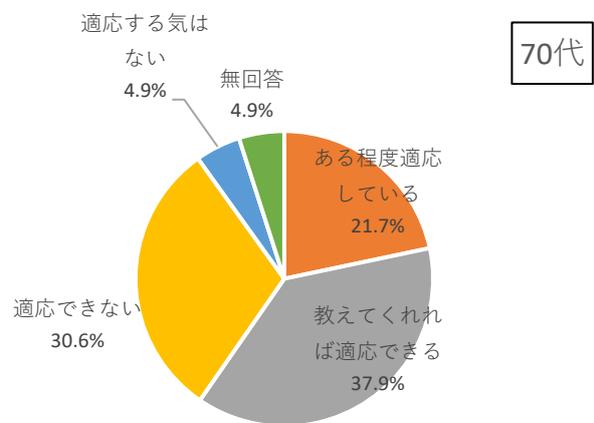
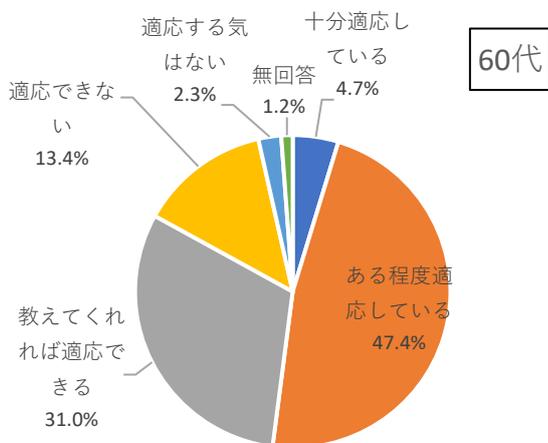
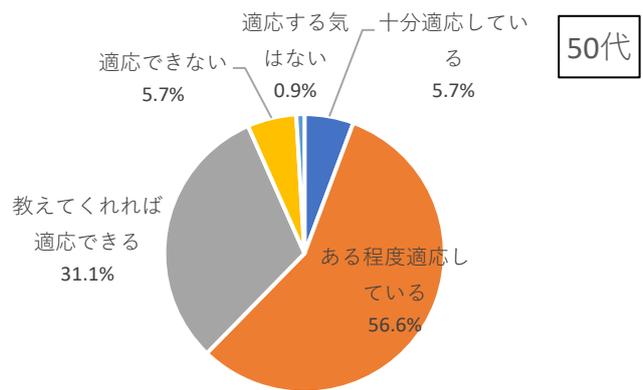
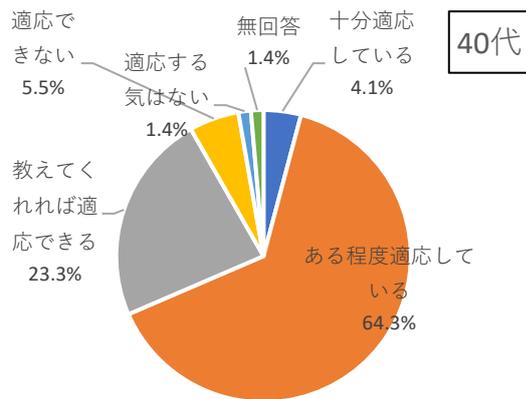
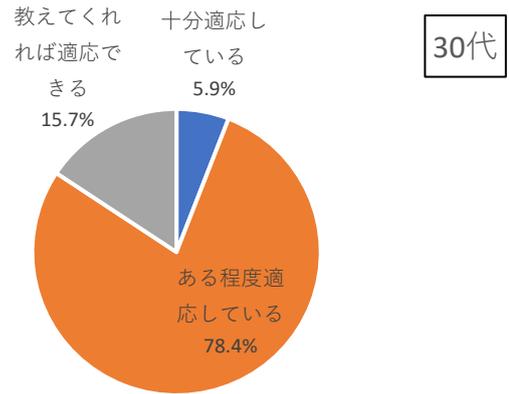
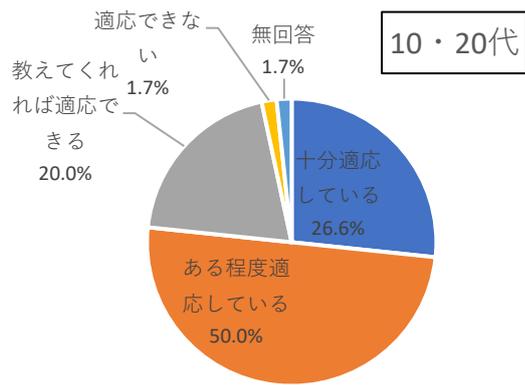
十分適応している	ある程度適応している	教えてくれれば適応できる	適応できない	適応する気はない	無回答
37人	315人	227人	111人	21人	18人



【男女別割合】



【年代別割合】



全体では「ある程度適応している」が43.2%で最も多く、「教えてくれれば適応できる」が31.1%で2番目に多い。

男女別では、男性が「十分適応している」「ある程度適応している」の合計が64.7%に対し、女性は40.8%と差がある。

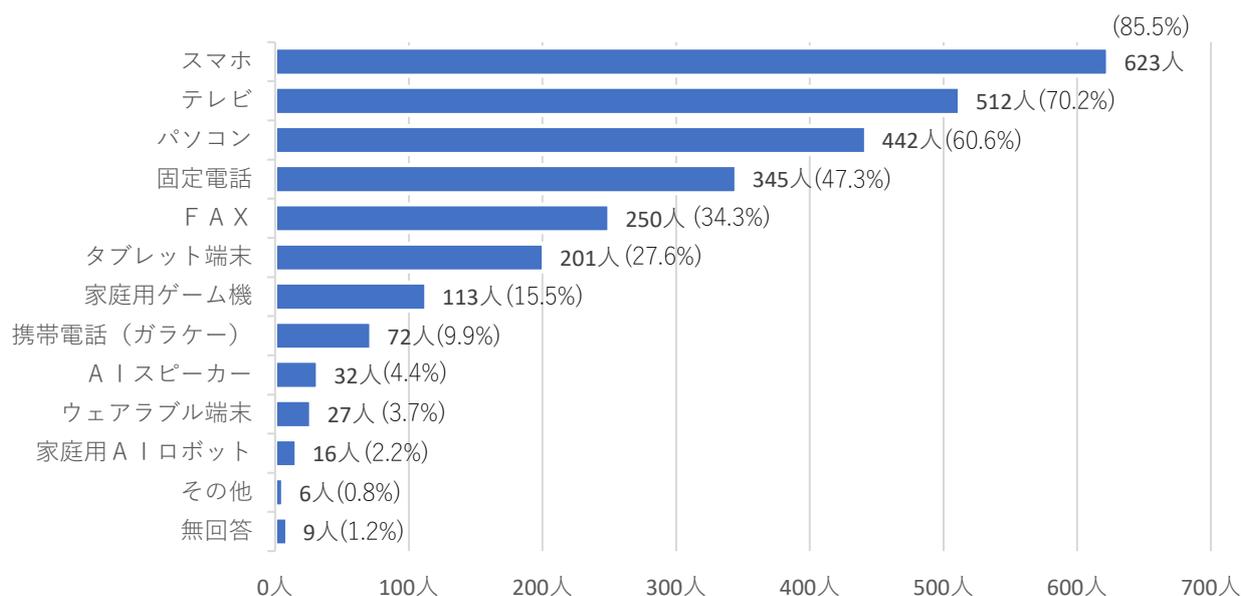
年代別では「十分適応している」「ある程度適応している」の合計が10・20代は76.6%あり、50代までは6割以上あるが、60代から急速に適応度は低下する。

2. 利用している情報通信機器はどれですか（いくつでも）

(N=729)

スマホ	623人	85.5%
テレビ	512人	70.2%
パソコン	442人	60.6%
固定電話	345人	47.3%
F A X	250人	34.3%
タブレット端末	201人	27.6%
家庭用ゲーム機	113人	15.5%
携帯電話（ガラケー）	72人	9.9%
A Iスピーカー	32人	4.4%
ウェアラブル端末	27人	3.7%
家庭用A Iロボット	16人	2.2%
その他	6人	0.8%
無回答	9人	1.2%

利用している情報通信機器はどれですか

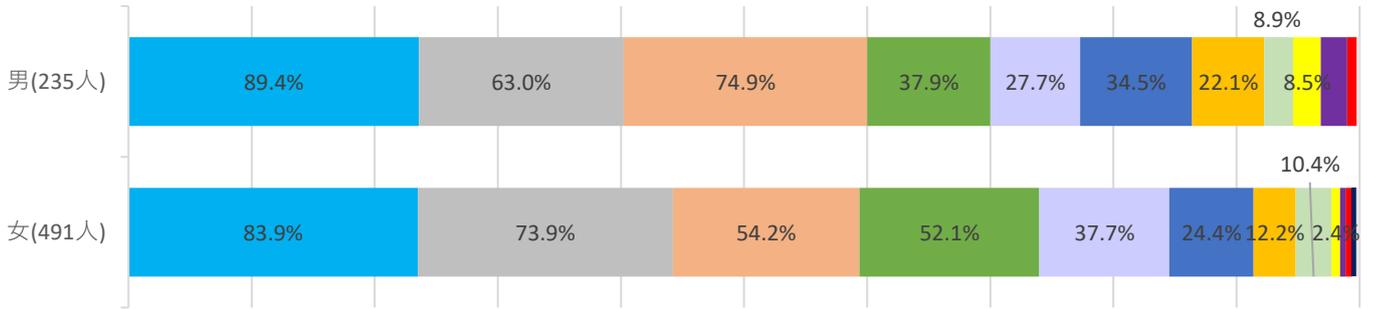


【その他】の記述

- ・ラジオ（2人）
- ・カーナビゲーション
- ・子供から
- ・4G
- ・法律もザルなので詐欺にあいたくないので持たないようにしている
- ・時計

【男女別割合】

- スマホ
- タブレット端末
- 家庭用AIロボット
- テレビ
- 家庭用ゲーム機
- その他
- パソコン
- 固定電話
- 携帯電話（ガラケー）
- AIスピーカー
- 無回答
- F A X
- ウェラブル端末



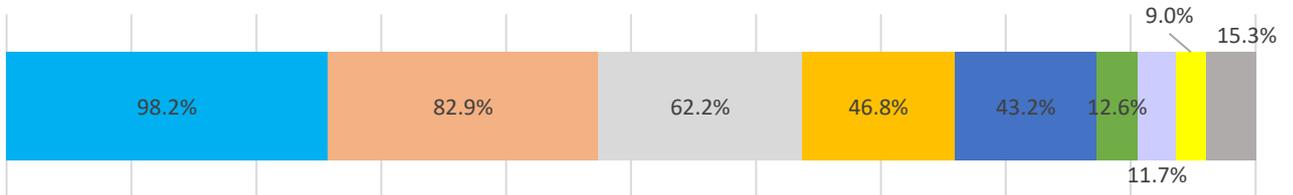
※各項目を選択した割合＝男女別

【年代別割合】

※各項目を選択した割合＝年代別（上位8項目まで表示）

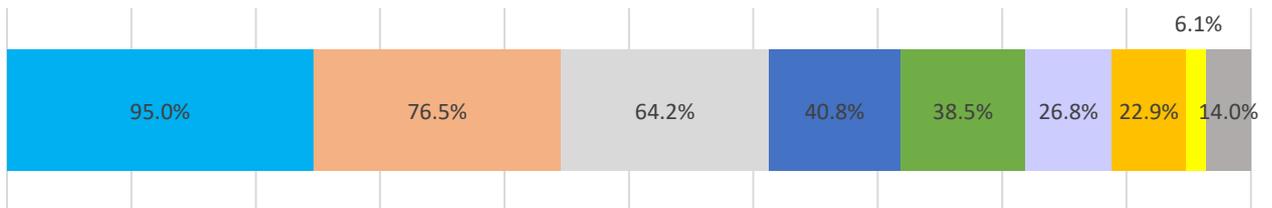
10,20,30代
(111人)

- スマホ
- パソコン
- テレビ
- 家庭用ゲーム機
- タブレット端末
- 固定電話
- F A X
- AIスピーカー
- その他の項目



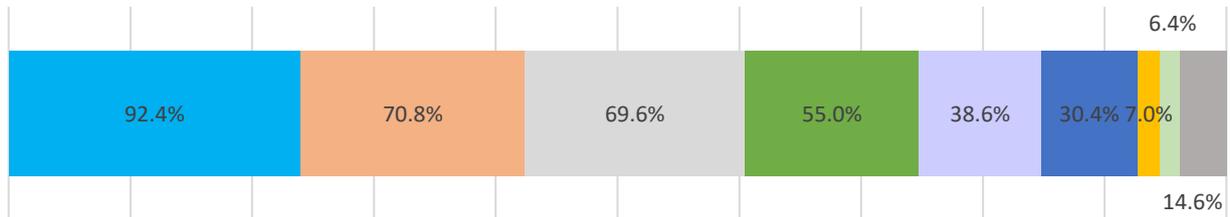
40代・50代
(179人)

- スマホ
- パソコン
- テレビ
- タブレット端末
- 固定電話
- F A X
- 家庭用ゲーム機
- AIスピーカー
- その他の項目



- スマホ
- 固定電話
- 家庭用ゲーム機
- パソコン
- F A X
- 携帯電話（ガラケー）
- テレビ
- タブレット端末
- その他の項目

60代
(171人)



- テレビ
- F A X
- タブレット端末
- スマホ
- パソコン
- 家庭用ゲーム機
- 固定電話
- 携帯電話（ガラケー）
- その他の項目

70代以上
(265人)



全体で最も多いのは「スマホ」で85.5%、次いで「テレビ」の70.2%だが、男女別では、男性の2位がパソコン(74.9%)、3位がテレビ(63.0%)に対し、女性の2位がテレビ(73.9%)、パソコン(54.2%)と順位、割合に違いがある。

年代別では10代から60代までは1位「スマホ」、2位「パソコン」だが、70代以上では1位が「テレビ」で78.5%、次いで「スマホ」が69.8%と順位が違う。

3. どの場面でデジタルツールを利用していますか。また、これから利用したいデジタルツールはどれですか

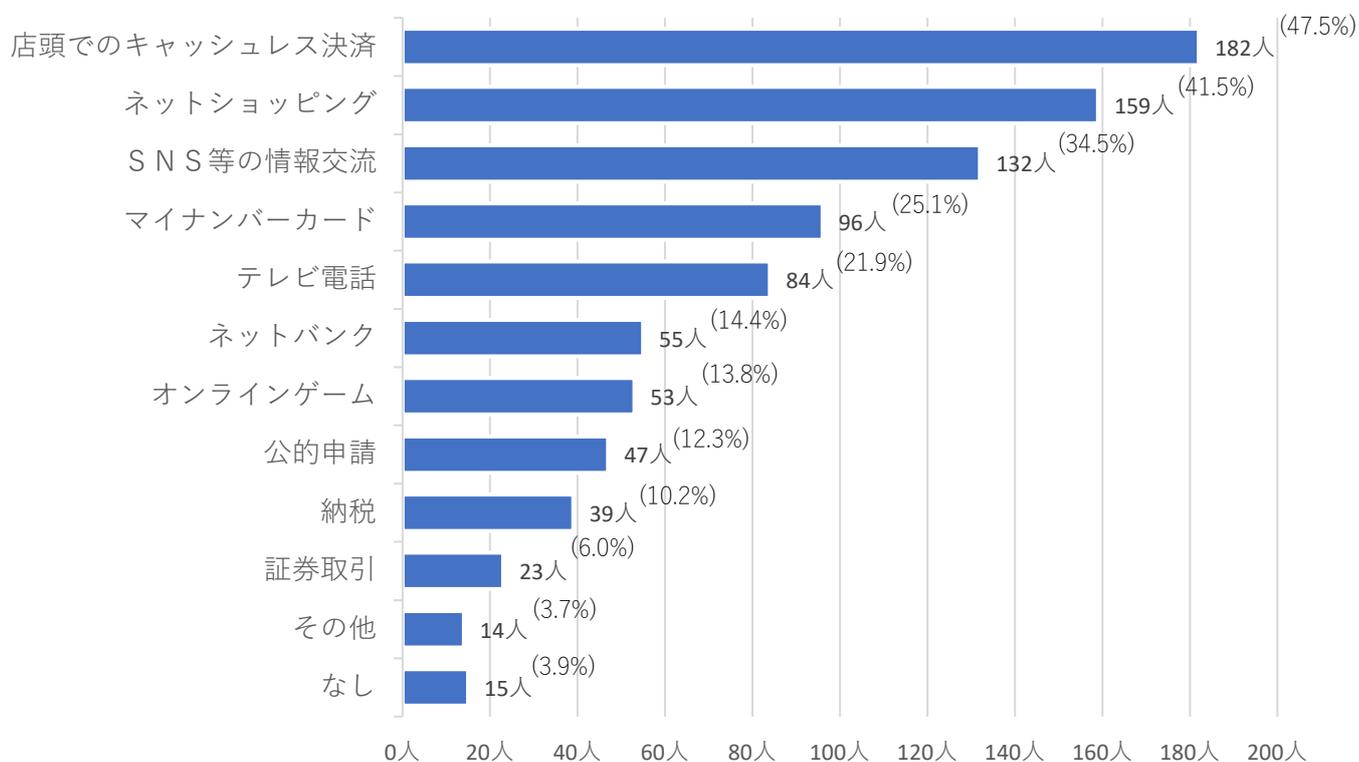
【現在利用しているデジタルツール】

(N=383)

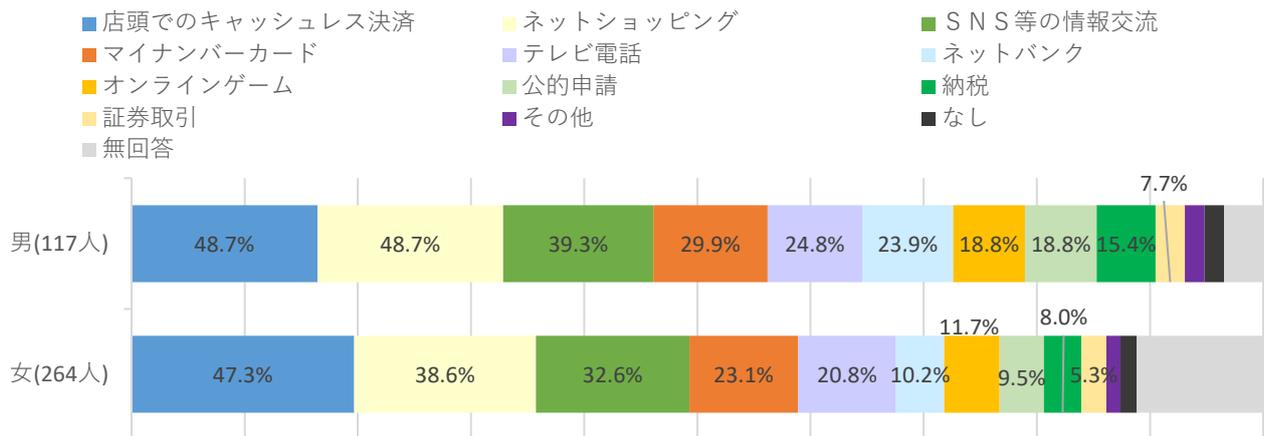
店頭でのキャッシュレス決済	182人	47.5%
ネットショッピング	159人	41.5%
SNS等の情報交流	132人	34.5%
マイナンバーカード	96人	25.1%
テレビ電話	84人	21.9%
ネットバンク	55人	14.4%
オンラインゲーム	53人	13.8%
公的申請	47人	12.3%
納税	39人	10.2%
証券取引	23人	6.0%
その他	14人	3.7%
なし	15人	3.9%
無回答	86人	22.5%

※「無効」を除いた有効回答数で計算

現在利用しているデジタルツール

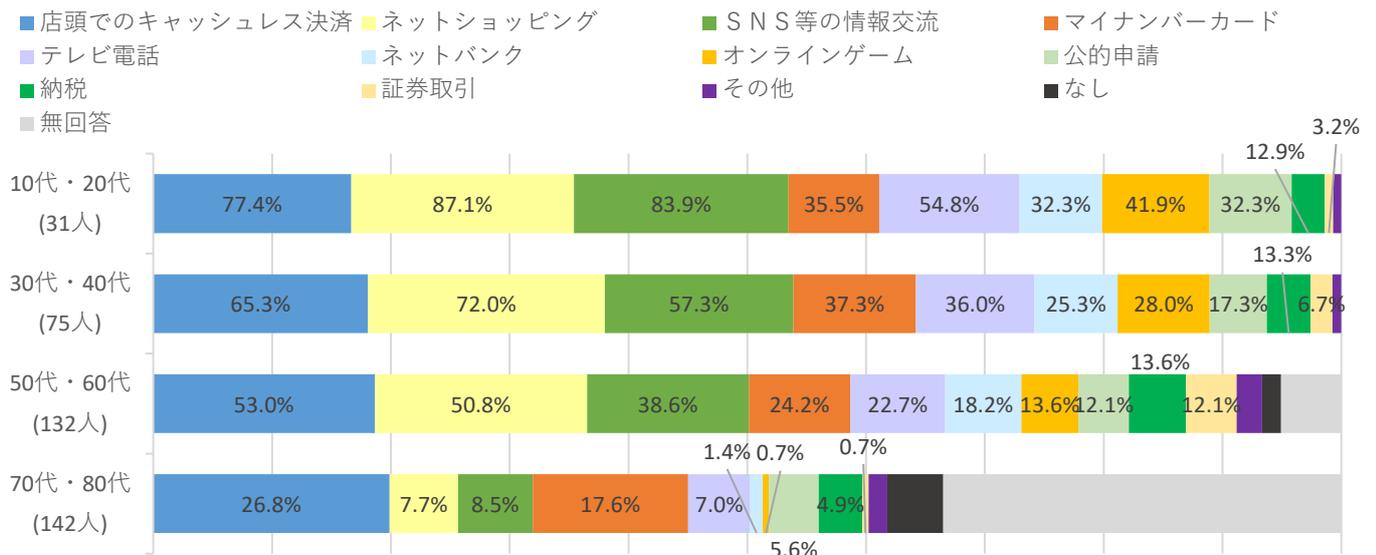


【男女別割合】



※各項目を選択した割合＝男女別 (N=381)

【年代別割合】



※各項目を選択した割合＝年代別 (N=380)

全体では「店頭でのキャッシュレス決済」で47.5%と最も多く、次いで「ネットショッピング」の41.5%

年代別では「ネットショッピング」が10代～60代までは2番目に多く割合も50%を超えているが、70代以上になると7.7%で上から4番目と極端に少ない。

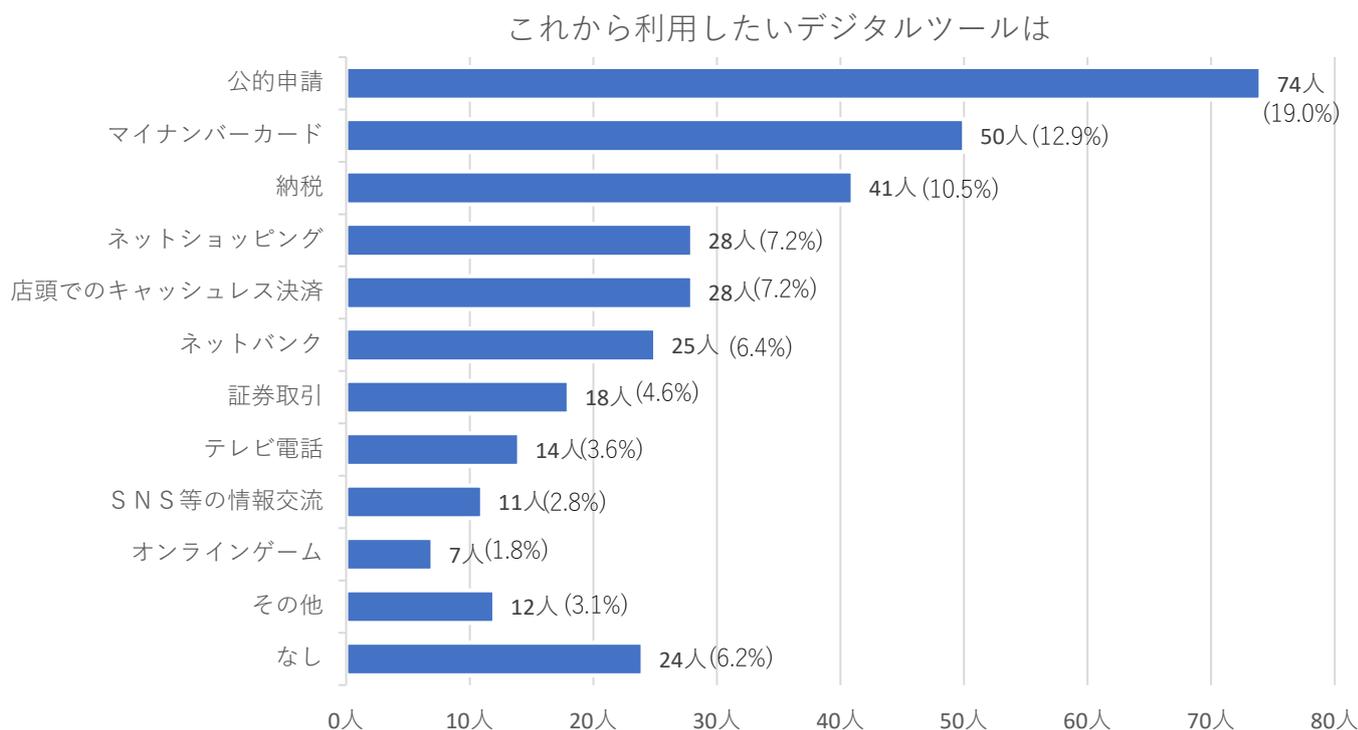
男女別では目立った違いは見られない。

【これから利用したいデジタルツール】

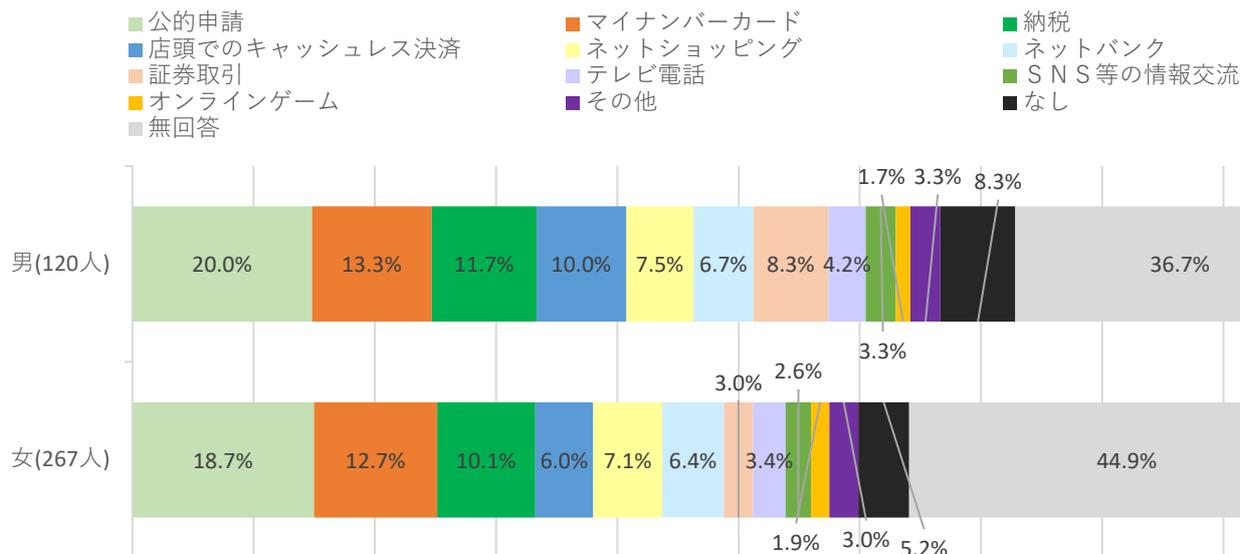
(N=389)

公的申請	74人	19.0%
マイナンバーカード	50人	12.9%
納税	41人	10.5%
ネットショッピング	28人	7.2%
店頭でのキャッシュレス決済	28人	7.2%
ネットバンク	25人	6.4%
証券取引	18人	4.6%
テレビ電話	14人	3.6%
SNS等の情報交流	11人	2.8%
オンラインゲーム	7人	1.8%
その他	12人	3.1%
なし	24人	6.2%
無回答	166人	42.7%

※「無効」を除いた有効回答数で計算

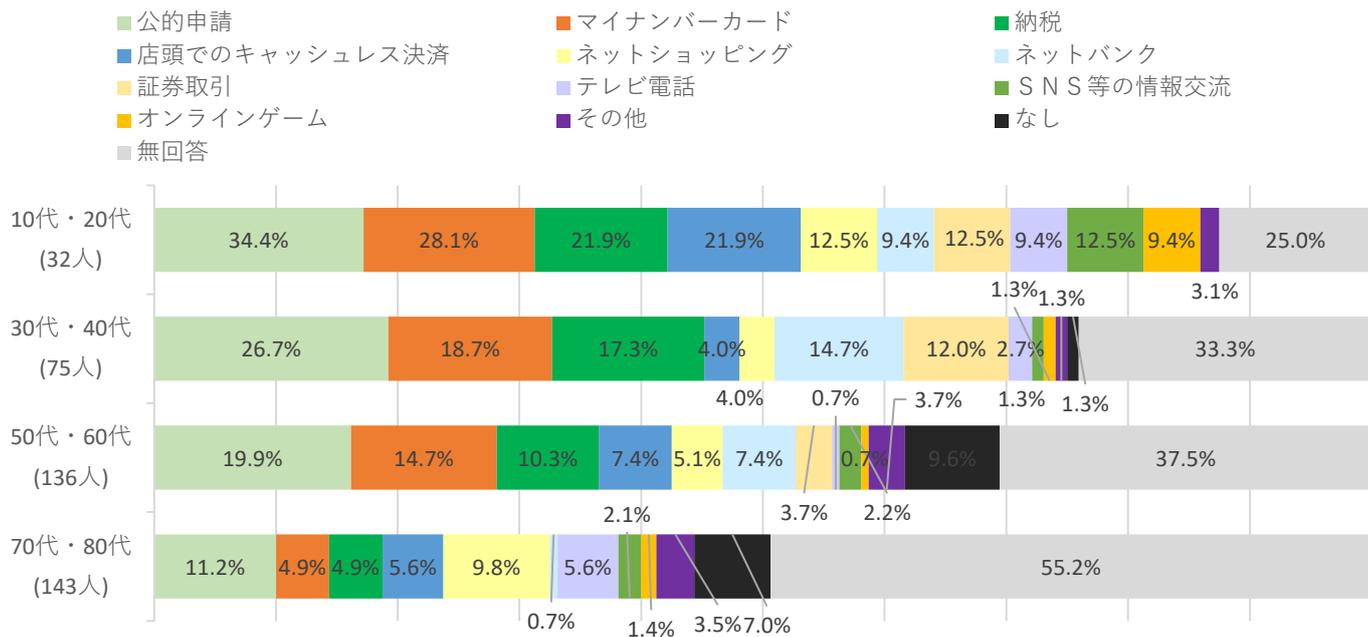


【男女別割合】



※各項目を選択した割合＝男女別

【年代別割合】



※各項目を選択した割合＝年代別

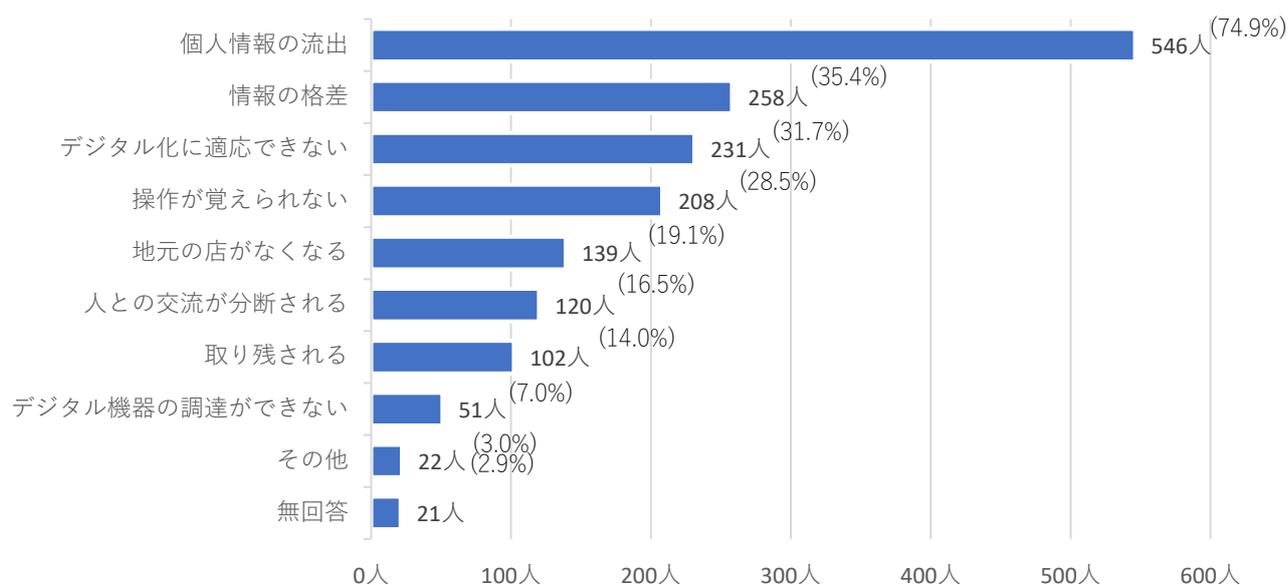
全体では「公的申請」の19.0%で最も多く、次いで「マイナンバーカード」の12.9%
 年代別では、「公的申請」の割合が10,20代では34.4%、70,80代11.2%、さらに「マイナンバーカード」は、10,20代28.1%、70,80代が4.9%と年代が低いほど割合は大きい。
 男女別では目立った違いは見られない。

4. デジタル化によって懸念することはありますか

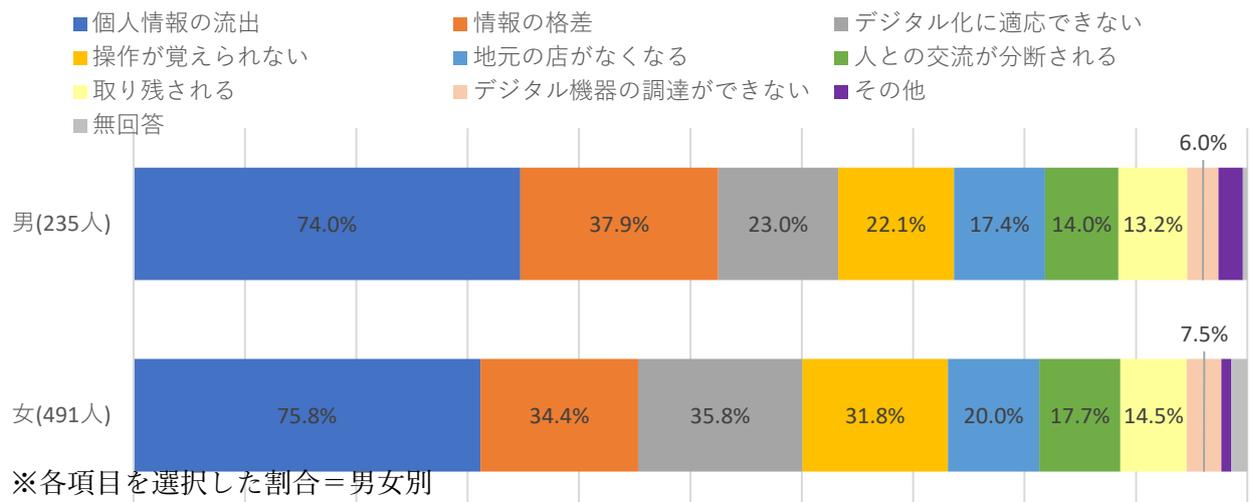
(N=729)

個人情報の流出	546人	74.9%
情報の格差	258人	35.4%
デジタル化に適応できない	231人	31.7%
操作が覚えられない	208人	28.5%
地元の店がなくなる	139人	19.1%
人との交流が分断される	120人	16.5%
取り残される	102人	14.0%
デジタル機器の調達ができない	51人	7.0%
その他	22人	3.0%
無回答	21人	2.9%

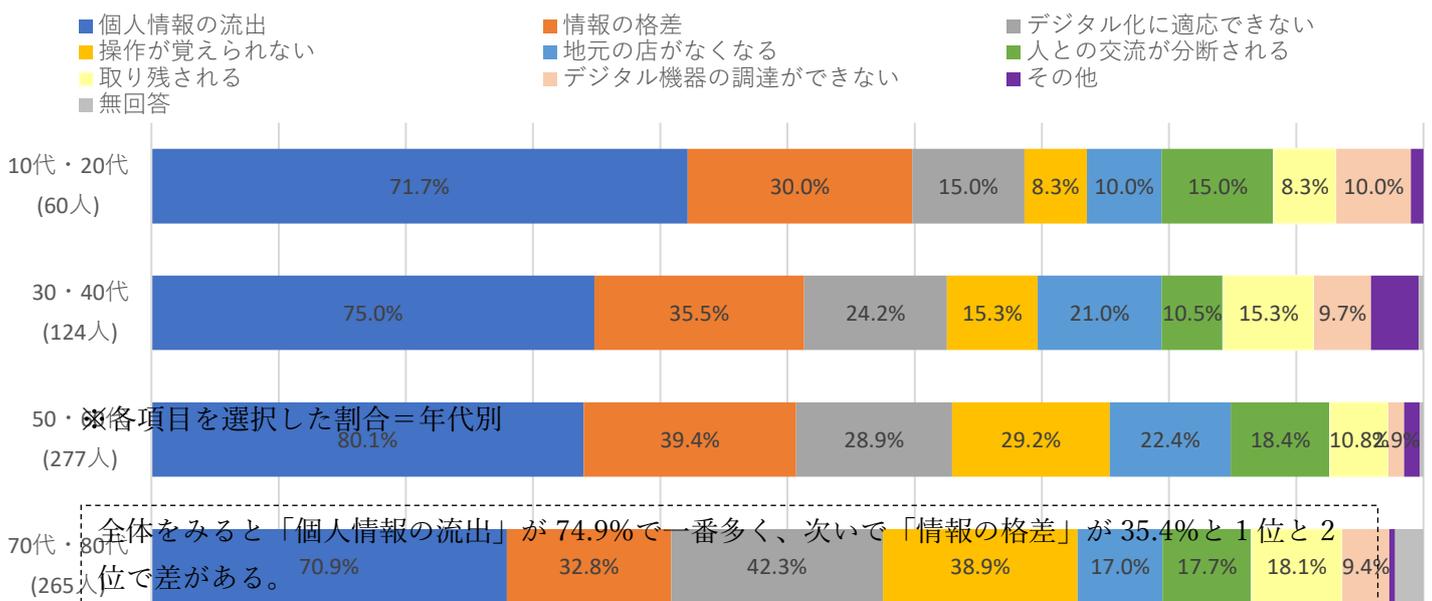
デジタル化によって懸念することはありますか



【男女別割合】



【年代別割合】



全体をみると「個人情報の流出」が74.9%で一番多く、次いで「情報の格差」が35.4%と1位と2位で差がある。

男女別では順位に違いはないが、3番目に多い「デジタル化に適応できない」は、男性が23.0%に対し女性が35.8%と女性の割合が大きい。

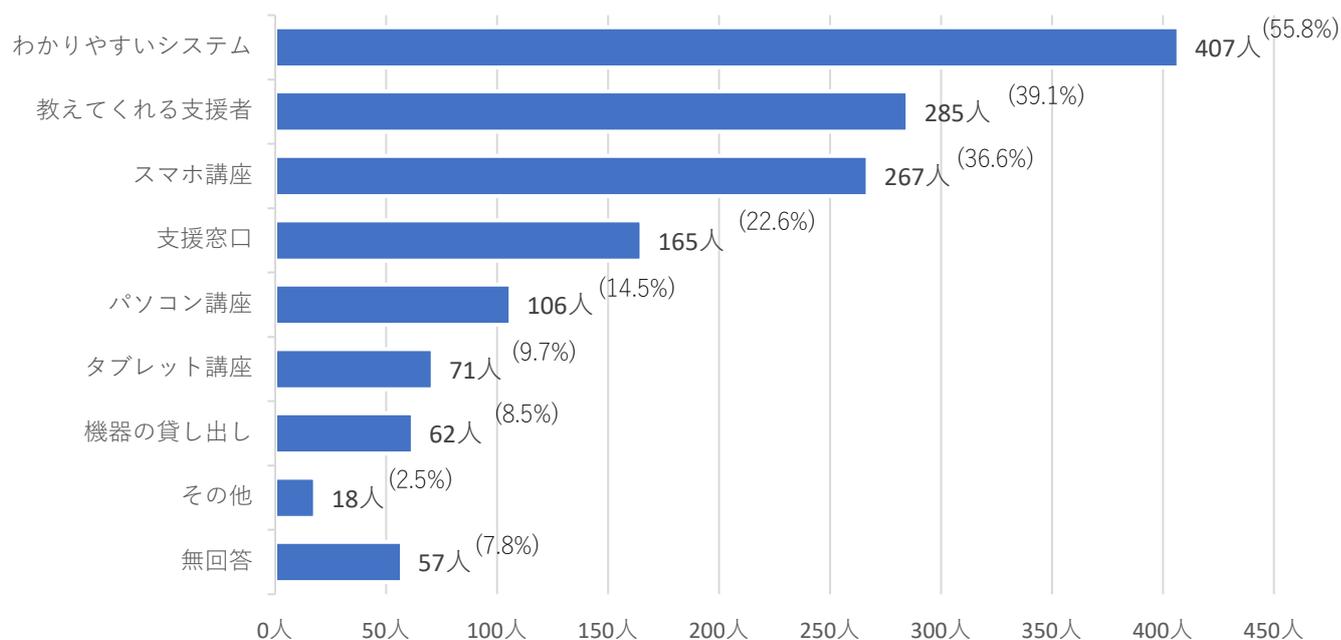
年代別では「デジタル化に適応できない」の割合が10,20代では15.0%に対し70,80代では42.3%。「操作が覚えられない」が10,20代では8.3%に対し、70,80代では38.9%と年代が上になるほど割合が大きい。

5. デジタル適応にどんな支援が必要ですか

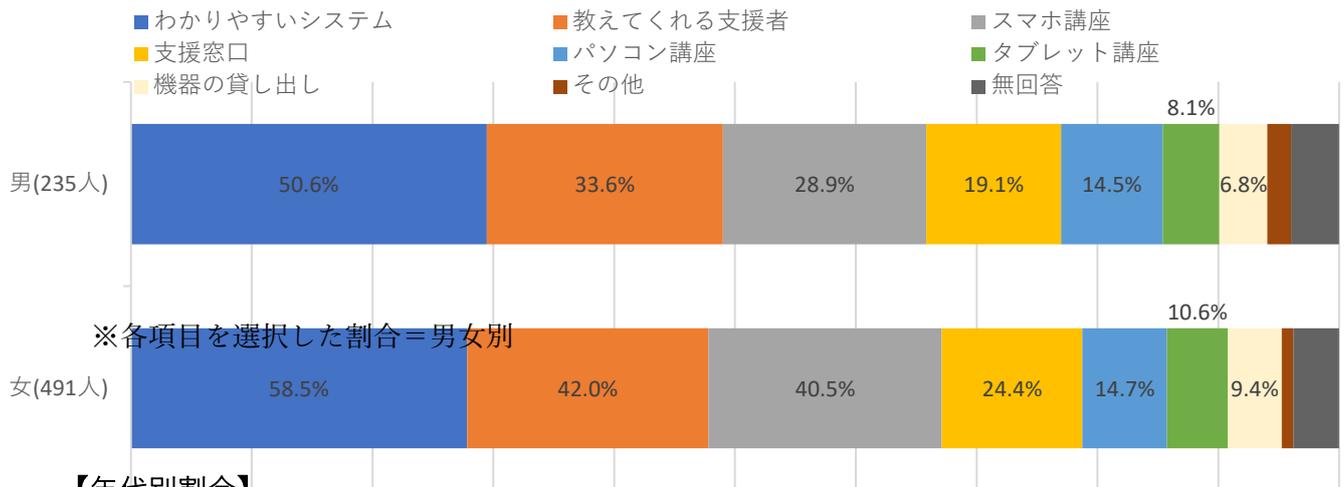
(N=729)

わかりやすいシステム	407人	55.8%
教えてくれる支援者	285人	39.1%
スマホ講座	267人	36.6%
支援窓口	165人	22.6%
パソコン講座	106人	14.5%
タブレット講座	71人	9.7%
機器の貸し出し	62人	8.5%
その他	18人	2.5%
無回答	57人	7.8%

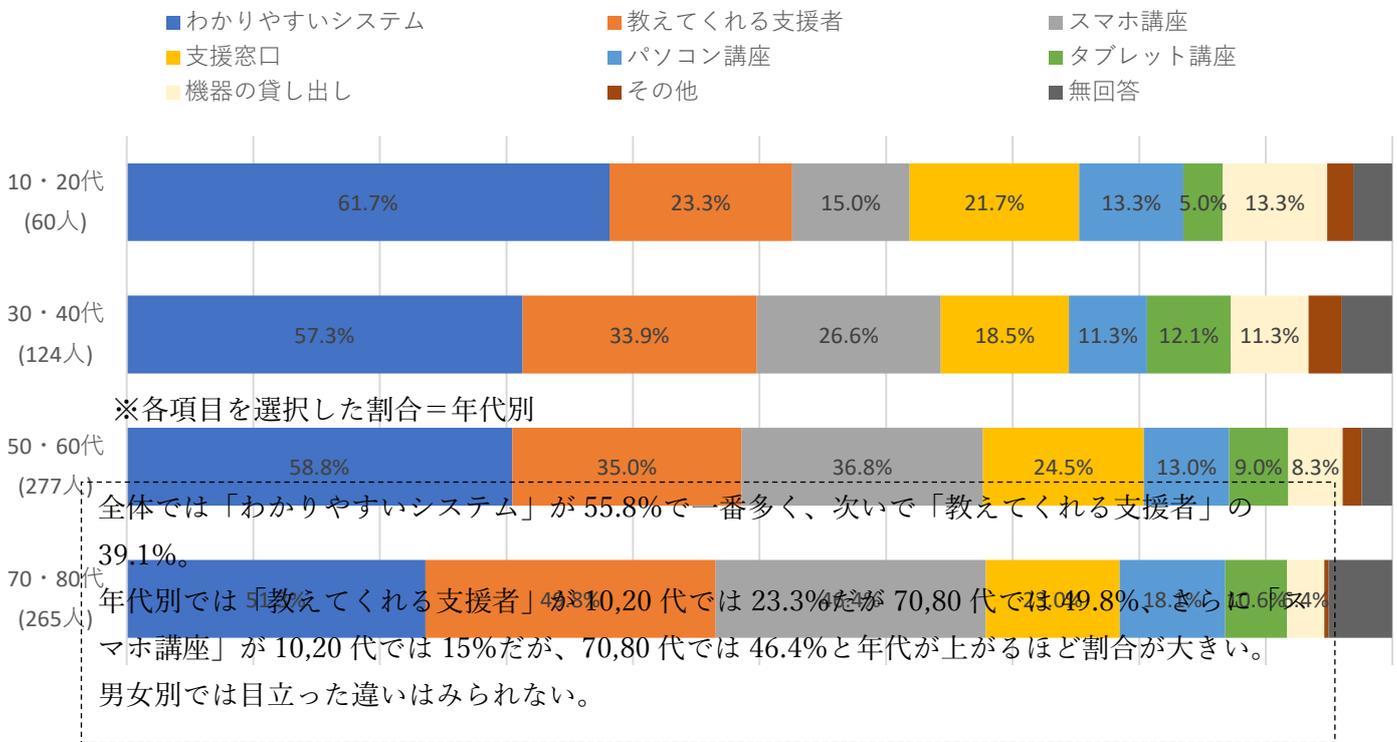
デジタル適応にどんな支援が必要ですか



【男女別割合】



【年代別割合】



【まとめ】