

令和8年度版

カレンダーユーザーの利用意識調査

<ダイジェスト版>

(株)コミュニティネット

<<調査方法>>

- 1.調査方法・・・インターネットによるアンケート回答法(WEBアンケート)
- 2.調査目的・・・カレンダー利用者の意識調査とその分析
- 3.調査期間・・・令和8年2月5日(木)～2月25日(水) 21日間
- 4.調査対象・・・インターネットユーザーの無作為抽出
- 5.調査区分・・・無制限(性別の分類、10代ごとの分類、性別10代ごとの分類、職業別分類、地域ごとの分類)
- 6.回答方法・・・多者単数回答方式、多者複数回答方式
- 7.有効回答・・・1,914人
- 8.男女区分・・・男性996人、女性918人

<添付内容>

- (1)基本データ表(アンケートスクリーニング<クロス表>)
- (2)グラフ図(全体、男女別、年代別)

アンケートスクリーニング<クロス表 (全体、年齢、性別)>

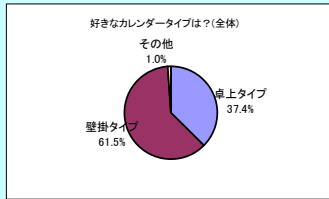
		アンケート1			アンケート2			アンケート3			アンケート4			アンケート5								
		好きなカレンダータイプは？			自宅で使うカレンダータイプは？			仕事で使うカレンダータイプは？			企業名入に抵抗があるか？			カレンダーを選ぶ基準は？								
		卓上	壁掛	その他	卓上	壁掛	その他	卓上	壁掛	その他	抵抗ない	抵抗ある	どちらでもない	デザイン	サイズ	機能	形状	価格	その他			
全体	1,914	716	1,178	20	476	1,408	30	1,212	606	96	1,364	202	348	638	664	426	68	82	36			
		37.4%	61.5%	1.0%	24.9%	73.6%	1.6%	63.3%	31.7%	5.0%	71.3%	10.6%	18.2%	33.3%	34.7%	22.3%	3.6%	4.3%	1.9%			
性別	男性	996	364	628	4	258	738	0	602	360	34	748	84	164	294	404	204	36	50	8		
			36.5%	63.1%	0.4%	25.9%	74.1%	0.0%	60.4%	36.1%	3.4%	75.1%	8.4%	16.5%	29.5%	40.6%	20.5%	3.6%	5.0%	0.8%		
性別	女性	918	352	550	16	218	670	30	610	246	62	616	118	184	344	260	222	32	32	28		
			38.3%	59.9%	1.7%	23.7%	73.0%	3.3%	66.4%	26.8%	6.8%	67.1%	12.9%	20.0%	37.5%	28.3%	24.2%	3.5%	3.5%	3.1%		
年齢	10代	20	6	12	2	10	8	2	14	4	2	14	4	2	10	6	2	0	0	2		
			30.0%	60.0%	10.0%	50.0%	40.0%	10.0%	70.0%	20.0%	10.0%	70.0%	20.0%	10.0%	50.0%	30.0%	10.0%	0.0%	0.0%	10.0%		
	20代	224	78	140	6	52	166	6	158	58	8	144	38	42	86	72	36	4	24	2		
			34.8%	62.5%	2.7%	23.2%	74.1%	2.7%	70.5%	25.9%	3.6%	64.3%	17.0%	18.8%	38.4%	32.1%	16.1%	1.8%	10.7%	0.9%		
	30代	364	198	164	2	134	218	12	256	80	28	260	54	50	126	118	92	10	10	8		
			54.4%	45.1%	0.5%	36.8%	59.9%	3.3%	70.3%	22.0%	7.7%	71.4%	14.8%	13.7%	34.6%	32.4%	25.3%	2.7%	2.7%	2.2%		
年齢	40代	460	170	282	8	110	344	6	278	168	14	316	44	100	164	164	94	12	16	10		
			37.0%	61.3%	1.7%	23.9%	74.8%	1.3%	60.4%	36.5%	3.0%	68.7%	9.6%	21.7%	35.7%	35.7%	20.4%	2.6%	3.5%	2.2%		
年齢	50代以上	846	264	580	2	170	672	4	506	296	44	630	62	154	252	304	202	42	32	14		
			31.2%	68.6%	0.2%	20.1%	79.4%	0.5%	59.8%	35.0%	5.2%	74.5%	7.3%	18.2%	29.8%	35.9%	23.9%	5.0%	3.8%	1.7%		
性別×年齢	男性	10代	2	2	0	0	2	0	0	2	0	0	2	0	0	2	0	0	0	0	0	
				100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
		20代	92	36	56	0	28	64	0	58	32	2	68	16	8	36	34	8	0	14	0	
				39.1%	60.9%	0.0%	30.4%	69.6%	0.0%	63.0%	34.8%	2.2%	73.9%	17.4%	8.7%	39.1%	37.0%	8.7%	0.0%	15.2%	0.0%	
		30代	114	64	50	0	56	58	0	76	32	6	86	18	10	28	46	36	2	2	0	
			56.1%	43.9%	0.0%	49.1%	50.9%	0.0%	66.7%	28.1%	5.3%	75.4%	15.8%	8.8%	24.6%	40.4%	31.6%	1.8%	1.8%	0.0%		
	性別×年齢	男性	40代	214	68	142	4	46	168	0	114	98	2	154	14	46	66	94	38	2	12	2
					31.8%	66.4%	1.9%	21.5%	78.5%	0.0%	53.3%	45.8%	0.9%	72.0%	6.5%	21.5%	30.8%	43.9%	17.8%	0.9%	5.6%	0.9%
	性別×年齢	男性	50代以上	574	194	380	0	126	448	0	352	198	24	438	36	100	162	230	122	32	22	6
					33.8%	66.2%	0.0%	22.0%	78.0%	0.0%	61.3%	34.5%	4.2%	76.3%	6.3%	17.4%	28.2%	40.1%	21.3%	5.6%	3.8%	1.0%
	性別×年齢	女性	10代	18	4	12	2	8	8	2	12	4	2	12	4	2	8	6	2	0	0	2
					22.2%	66.7%	11.1%	44.4%	44.4%	11.1%	66.7%	22.2%	11.1%	66.7%	22.2%	11.1%	44.4%	33.3%	11.1%	0.0%	0.0%	11.1%
20代			132	42	84	6	24	102	6	100	26	6	76	22	34	50	38	28	4	10	2	
			31.8%	63.6%	4.5%	18.2%	77.3%	4.5%	75.8%	19.7%	4.5%	57.6%	16.7%	25.8%	37.9%	28.8%	21.2%	3.0%	7.6%	1.5%		
性別×年齢		女性	30代	250	134	114	2	78	160	12	180	48	22	174	36	40	98	72	56	8	8	8
					53.6%	45.6%	0.8%	31.2%	64.0%	4.8%	72.0%	19.2%	8.8%	69.6%	14.4%	16.0%	39.2%	28.8%	22.4%	3.2%	3.2%	3.2%
性別×年齢	女性	40代	246	102	140	4	64	176	6	164	70	12	162	30	54	98	70	56	10	4	8	
				41.5%	56.9%	1.6%	26.0%	71.5%	2.4%	66.7%	28.5%	4.9%	65.9%	12.2%	22.0%	39.8%	28.5%	22.8%	4.1%	1.6%	3.3%	
性別×年齢	女性	50代以上	272	70	200	2	44	224	4	154	98	20	192	26	54	90	74	80	10	10	8	
				25.7%	73.5%	0.7%	16.2%	82.4%	1.5%	56.6%	36.0%	7.4%	70.6%	9.6%	19.9%	33.1%	27.2%	29.4%	3.7%	3.7%	2.9%	

カレンダーユーザー・アンケート調査グラフ(全体、男女別)

全 体

■好きなカレンダータイプは？

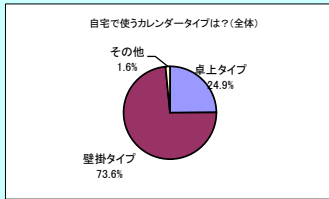
	卓上タイプ	壁掛タイプ	その他
全体	716	1178	20



「壁掛タイプ」が61.5%の支持を集め、37.4%の「卓上タイプ」を上回り好まれる結果となりました。

■自宅で使うカレンダータイプは？

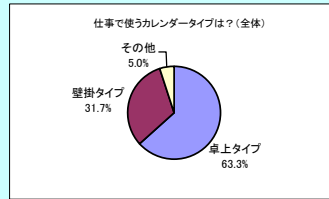
	卓上タイプ	壁掛タイプ	その他
全体	476	1,408	30



「家族の共有スペース」での活用や「インテリア(室内装飾)」としての役割が重視され、壁掛タイプが支持される結果となりました。

■仕事で使うカレンダータイプは？

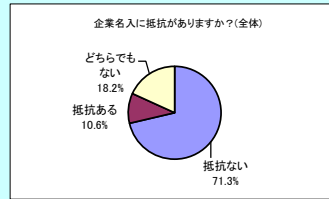
	卓上タイプ	壁掛タイプ	その他
全体	1,212	606	96



ビジネスユースは、「卓上タイプ」の利用率が63.3%であるのに対し、「壁掛タイプ」は31.7%に留まり、大きな差が見られます。

■企業名入に抵抗がありますか？

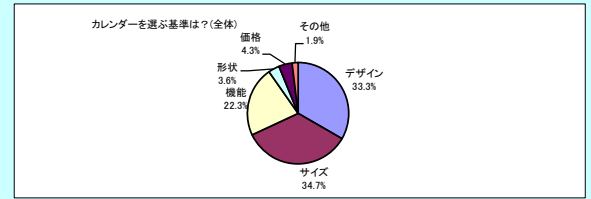
	抵抗ない	抵抗ある	どちらでもない
全体	1,364	202	348



企業名入に関して、「抵抗ある」が10.6%とあまり好き嫌いはないと考えられます。

■カレンダーを選ぶ基準は？

	デザイン	サイズ	機能	形状	価格	その他
全体	638	664	426	68	82	36

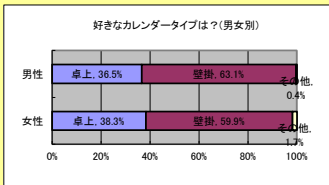


カレンダーの選定基準は「デザイン」「サイズ」「機能」の三大要素が90.3%を占める結果となりました。選ばれるためには、このトータルバランスが極めて重要といえます。

男 女 別

■好きなカレンダータイプは？

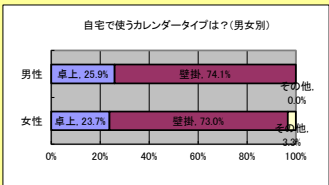
	卓上タイプ	壁掛タイプ	その他
男性	364	628	4
女性	352	550	16



男性63.1%・女性59.9%が「壁掛タイプ」を好み結果となりましたが、女性よりもやや男性が「壁掛タイプ」を好み傾向が見られます。

■自宅で使うカレンダータイプは？

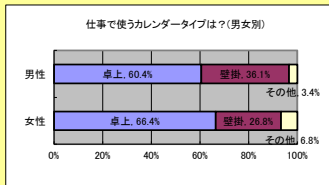
	卓上タイプ	壁掛タイプ	その他
男性	258	738	0
女性	218	670	30



ホームユースでは、男性74.1%・女性73.0%と「壁掛タイプ」の利用が高い結果となりました。

■仕事で使うカレンダータイプは？

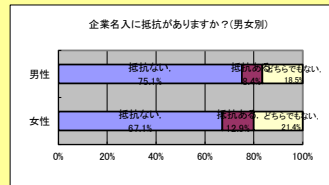
	卓上タイプ	壁掛タイプ	その他
男性	602	360	34
女性	610	246	62



ビジネスユースでは、性別に関係なく「卓上タイプ」を好みますが、女性が66.4%、男性が60.4%と性別による意識の違いが見られます。

■企業名入に抵抗がありますか？

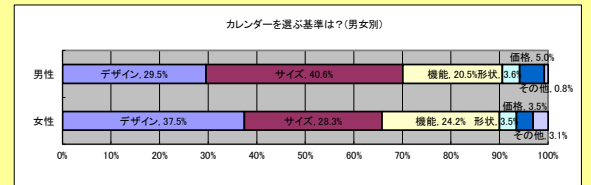
	抵抗ない	抵抗ある	どちらでもない
男性	748	84	164
女性	616	118	184



男性8.4%、女性12.9%と女性の方がやや抵抗がある結果となりました。

■カレンダーを選ぶ基準は？

	デザイン	サイズ	機能	形状	価格	その他
男性	294	404	204	36	50	8
女性	344	260	222	32	32	28

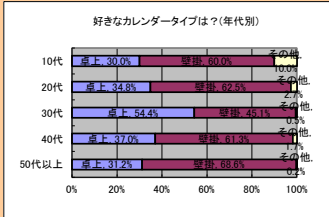


選ばれるカレンダーには「デザイン」「サイズ」「機能」のトータルバランスが求められています。一方で重視する項目には性差があり、男性は「サイズ」、女性は「デザイン」を優先する傾向が示されました。

年 代 別

■好きなカレンダータイプは？

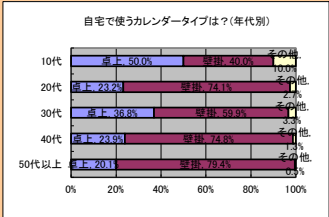
	卓上タイプ	壁掛タイプ	その他
10代	6	12	2
20代	78	140	6
30代	198	164	2
40代	170	282	8
50代以上	264	580	2



30代は「卓上タイプ」の支持が高く、その他の世代では「壁掛タイプ」を好まれる傾向が見られました。

■自宅で使うカレンダータイプは？

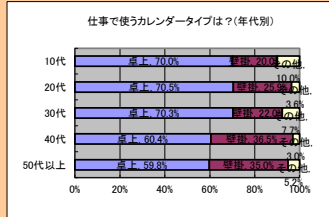
	卓上タイプ	壁掛タイプ	その他
10代	10	8	2
20代	52	166	6
30代	134	218	12
40代	110	344	6
50代以上	170	672	4



ホームユースでは、各世代「壁掛タイプ」は利用率が高い結果となりました。

■仕事で使うカレンダータイプは？

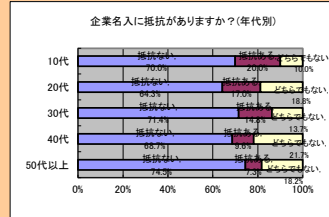
	卓上タイプ	壁掛タイプ	その他
10代	14	4	2
20代	158	58	8
30代	256	80	28
40代	278	168	14
50代以上	506	296	44



仕事の利用では各世代ともに「卓上タイプ」を利用する結果となりました。

■企業名入に抵抗がありますか？

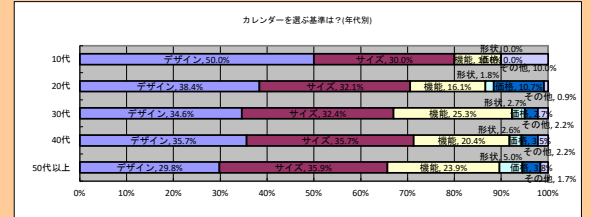
	抵抗ない	抵抗ある	どちらでもない
10代	14	4	2
20代	144	38	42
30代	260	54	50
40代	316	44	100
50代以上	630	62	154



各年代ともに企業名入カレンダーに関して、抵抗が少ないと考えられます。

■カレンダーを選ぶ基準は？

	デザイン	サイズ	機能	形状	価格	その他
10代	10	6	2	0	0	2
20代	86	72	36	4	24	2
30代	126	118	92	10	10	8
40代	164	164	94	12	16	10
50代以上	252	304	202	42	32	14



若い世代は、まずカレンダーのデザイン性を重視する傾向があります。年齢を重ねるにつれて、サイズや機能性といった実用的な要素がより重要視されるようになります。