

コロナ禍前後における友人との交流とICT利活用

— ICT利用のライフスタイル研究 —

- 吉良 文夫 (NTTドコモ モバイル社会研究所)
- 飽戸 弘 (東京大学名誉教授)

2023.08.29

新型コロナウイルス感染症の急拡大に伴い、人々の行動が変化

2020年4月～

緊急事態宣言／まん延防止等重点措置 が繰り返し発出

→ 2022年4月 まん延防止等重点措置が終了

この間、多くの人々が外出を控えた一方でインターネット利用は増加



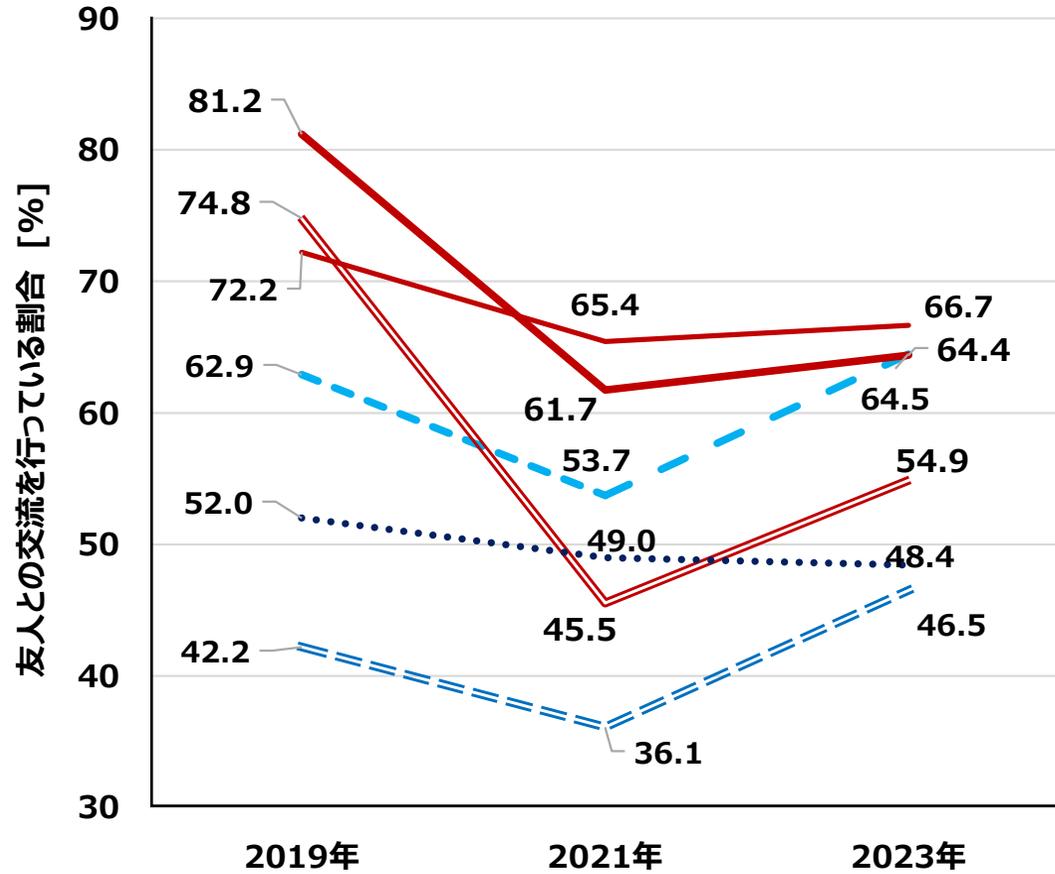
**モバイル社会研究所が実施した2019年,2021年,2023年の調査を
基に、コロナ禍の前後期間を通じたライフスタイルの変化について検討**

**⇒ 友人との食事・旅行などの交流、メール・SNSなどの利用状況 に
着目した構造分析の結果について報告する。**

調査対象	関東1都6県 (東京,神奈川,千葉,埼玉,茨城,群馬,栃木)の15~79歳の男女
調査方法	層化二段抽出 [クォータサンプリング法 (都市規模別性年代)]
割り付け	都市規模 4区分 (政令市及び特別区,20万以上市,10万以上市,10万未満)、 性別 2区分 (男女)、 年齢 9区分 (15-19歳,20-29歳,30-39歳,40-49歳,50-59歳, 60-64歳,65-69歳,70-74歳,75-79歳)
サンプルサイズ	2019年1月調査 : 700 2021年1月調査 : 700 2023年1月調査 : 450

設問： 日々の生活で、仲間・友達と旅行・趣味の集まり、もしくは外食などの交流を行っていますか

選択肢(4件法)：「おこなっている」、「ときどきおこなう」、⇒ 下図は、この2つを集計
「たまにはおこなう」、「おこなわない」



友人との旅行や外食などの交流については
コロナ禍の'21年において大きく落ち込んでいる

特に15-39歳と40-59歳の女性では、
それぞれ19.5 pt と29.3 pt と大幅に減少
('23年に至っても'19年時点よりも
それぞれ16.8 pt、19.9 pt 低い状態)

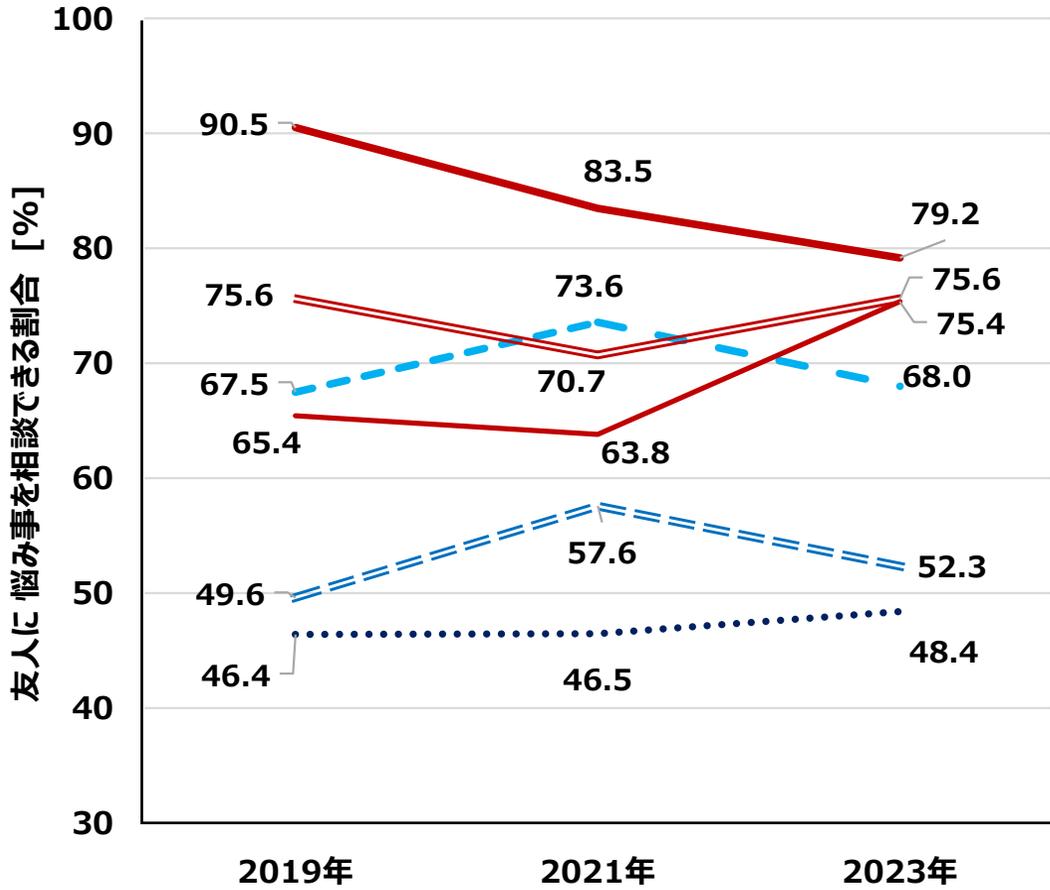
※ '23年では'19年時点と比較して
男女差が小さくなっている感がある

— 男 15-39歳(n=124/121/76) — 女 15-39歳(n=128/133/86)
 == 男 40-59歳(n=100/100/64) == 女 40-59歳(n=117/115/73)
 男 60-79歳(n=123/123/82) 女 60-79歳(n=108/107/69)

基礎集計：友人への相談（性別 x 年代[3区分]）

設問： 普段の心配ごとや悩みごとを友人に相談することに遠慮はありますか

選択肢(5件法)：「遠慮なく相談できる」、「多少遠慮があるが相談できる」、⇒ 下図は、この2つを集計
 「かなり遠慮があるが相談できる」、「遠慮があり相談できない」、「相談はしない・対象者がいない」



心的な距離感（友人に相談できるか）は、
 コロナ禍における変化は少ない。

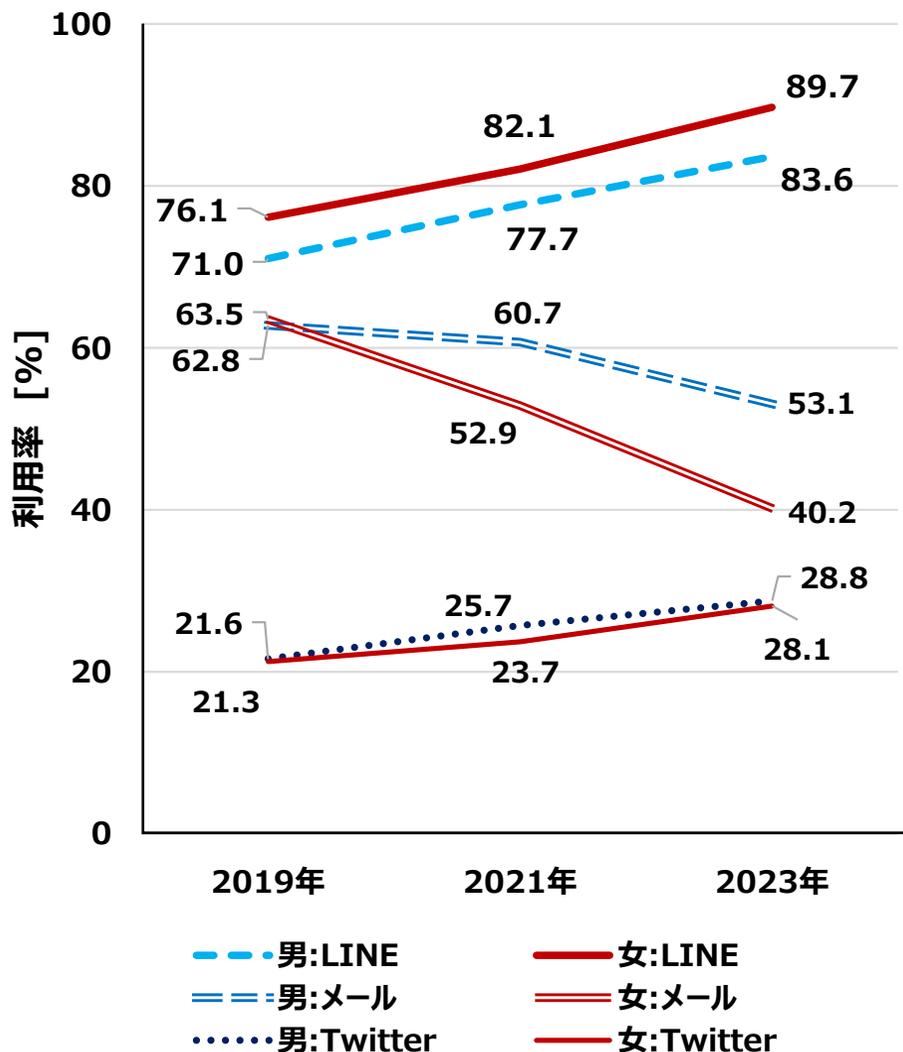
あえて言及すれば、2021年において
 男性は少し高くなっており、
 女性では低くなっていた。

なお、
15-39歳の女性は低下傾向

※ '23年では'19年時点と比較して
 男女差が小さくなっている感がある

- 男 15-39歳(123/121/75)
- 女 15-39歳(116/115/72)
- == 男 40-59歳(127/132/86)
- == 女 40-59歳(123/123/82)
- 男 60-79歳(97/99/62)
- 女 60-79歳(107/105/69)

設問： 電子メールやソーシャルメディアをどれくらいの頻度で利用しますか
 選択肢(6件法)：「1日10回以上」、「1日3～9回」、「1日1～2回」、⇒ 下図は、この3つを集計
 「週に1～6回」、「週に1回未満」、「月1回未満／全く使わない」



メールやSNSの利用は一見して、
 コロナ禍の影響をあまり受けていない

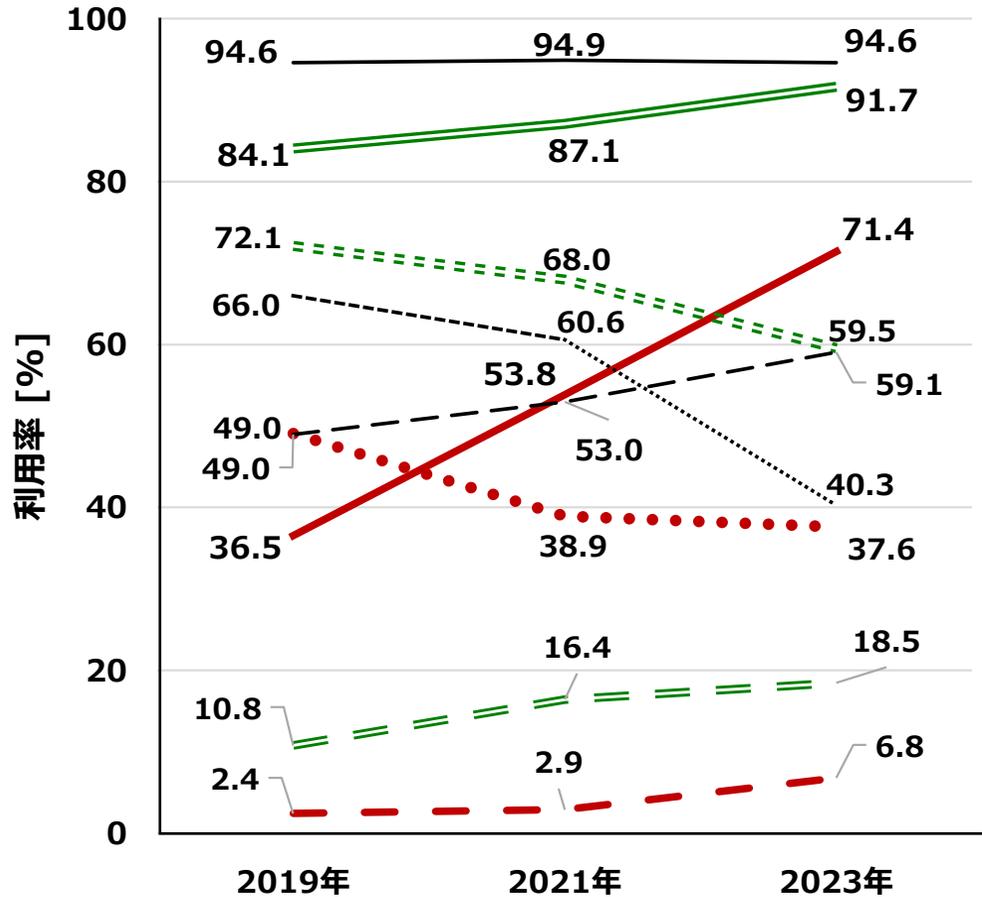
サービス利用の男女差は全体的に小さい

LINE、Twitter ⇒ 増加傾向

メール ⇒ 減少傾向(女性の減少幅が大きい)

設問： 電子メールやソーシャルメディアをどれくらいの頻度で利用しますか

選択肢(6件法)：「1日10回以上」、「1日3～9回」、「1日1～2回」、⇒ 下図は、この3つを集計
 「週に1～6回」、「週に1回未満」、「月1回未満／全く使わない」



メールやSNSの利用は一見して、
 コロナ禍の影響をあまり受けていない

サービス利用の年代差はとても大きい

60-79歳のLINE利用が急拡大
 (4年間で倍増 36.4% → 71.4%)

— LINE15-39歳 — LINE40-59歳 — LINE60-79歳
 - - - - - メール15-39歳 - - - - - メール40-59歳 ●●●●● メール60-79歳
 - - - - - Twitter15-39歳 - - - - - Twitter40-59歳 - - - - - Twitter60-79歳

2019年 (n=672)	積極派	対面 交流派	メール 利用派	消極派
気軽に相談	0.37	0.57	-0.28	-1.02
旅行や食事	0.37	0.67	-0.78	-0.73
メール	0.13	-0.10	0.91	-0.81
LINE	0.80	0.12	0.15	-1.02
Twitter	1.97	-0.48	-0.38	-0.42
構成比	18.2%	37.8%	21.4%	22.6%
2021年 (n=679)	積極派	対面 交流派	メール 利用派	消極派
気軽に相談	0.29	0.65	-0.46	-0.58
旅行や食事	0.25	0.79	-0.62	-0.62
メール	0.33	-0.05	0.95	-0.75
LINE	0.69	0.34	0.38	-1.06
Twitter	1.79	-0.45	-0.37	-0.48
構成比	20.0%	30.8%	19.0%	30.2%
2023年 (n=422)	積極派	対面 交流派	メール 利用派	消極派
気軽に相談	0.51	0.55	0.03	-1.01
旅行や食事	0.57	0.60	-0.28	-0.86
メール	0.26	-0.55	1.22	-0.57
LINE	0.73	0.05	0.31	-0.83
Twitter	1.58	-0.59	-0.39	-0.29
構成比	21.1%	29.4%	21.8%	27.7%

友人との心的な距離感、交流の頻度、メール、LINE, Twitterの利用頻度を
変数としたクラスタ分析[k-means法]

各年、4クラスタを析出

セルの色：淡い青(+) ⇔ 淡い赤(-)
フォント：太字(0.5以上)、イタリック(-0.5以下)

クラスタ構成比の経年変化に着目すると、

積極派クラスタ ⇒ 大きな変化なし
メール利用派クラスタ ⇒ 大きな変化なし

対面交流派クラスタ ⇒ 減少
[37.8 ⇒ 30.8 ⇒ 29.4]

消極派クラスタ ⇒ 増加
[22.6 ⇒ 30.2 ⇒ 27.7]

性別 x 年代[3区分] 毎に分析
⇒ 次スライド以降

性年代別のクラスタ分布

構成 [%] 2019年	積極派	対面 交流派	メール 利用派	消極派
男 15-39歳	36.9	26.2	24.6	12.3
男 40-59歳	7.3	22.6	43.5	26.6
男 60-79歳	1.1	31.5	15.2	52.2
女 15-39歳	49.1	37.5	8.9	4.5
女 40-59歳	9.2	59.2	21.7	10.0
女 60-79歳	1.0	51.0	9.8	38.2
全体	18.2	37.8	21.4	22.6

網掛けセル：全体の構成比よりも比率が高い

積極派クラスタ

⇒ 若い世代[15-39歳]が多く、シニア[60-79歳]は少ない

対面交流派クラスタ

⇒ 中高年 [40-59,60-79歳]の女性が多い

メール利用派クラスタ

⇒ 中年[40-59歳]の特に男性が多い

消極派クラスタ

⇒ シニア[60-79歳]の特に男性が多い

クラスタ毎の各種ICTサービス利用率（年代別）

利用率 [%]	15-39歳				40-59歳				60-79歳			
	積極派 (n-100)	対面交流派 (n-74)	メール利用派 (n-40)	消極派 (n-20)	積極派 (n-20)	対面交流派 (n-99)	メール利用派 (n-80)	消極派 (n-45)	積極派 (n-2)	対面交流派 (n-81)	メール利用派 (n-24)	消極派 (n-87)
情報検索	89	96	90	85	95	97	95	82	100	65	67	44
電子メール	84	89	93	75	95	92	100	71	100	74	96	42
地図・乗換案内	93	95	93	85	95	95	94	76	100	60	63	38
動画や音楽	92	82	75	70	95	69	76	47	50	30	38	12
ソーシャルメディア	93	78	80	55	95	68	58	40	100	28	33	19
ネットショッピング	72	65	60	65	90	69	71	42	50	32	46	16
災害情報アプリ	38	47	48	25	70	64	63	44	50	43	46	23
ゲーム	83	61	55	60	60	46	55	31	50	14	8	12
電子書籍	48	38	23	15	20	15	24	11	0	2	0	1

積極派クラスタ： 他クラスタと比較してソーシャルメディアの利用率が非常に高い、基本的なICTサービスだけでなく、動画や音楽、電子書籍、ゲーム、ネットショッピングなどの利用も多い

メール利用派クラスタ： 基本的なICTサービス（メール、情報検索、地図・乗換案内）の利用が多い

消極派クラスタ： ICTサービス全般で利用が少ない

性年代別のクラスタ分布の変化（2019年を基準とした2021年の増減量[pt]）

差分 [pt] ('19年⇒'21年)	積極派	対面 交流派	メール 利用派	消極派
男 15-39歳	9.3	-4.4	-7.8	2.8
男 40-59歳	1.1	4.1	-7.7	2.4
男 60-79歳	1.0	-8.6	0.4	7.2
女 15-39歳	-3.1	-5.6	2.6	6.2
女 40-59歳	3.4	-18.0	-1.5	16.1
女 60-79歳	0.0	-10.4	0.1	10.3
全体	1.9	-7.0	-2.4	7.6

淡い青(+) ⇔ 淡い赤(-)、太字(3pt以上)、イタリック(-3pt以下)

コロナ禍の2021年において、
男性40-59歳以外は対面交流派の比率が減少し、
消極派が増加。

特に、中年[40-59歳]の女性では
対面交流派:18pt 減少、消極派:16pt 増加

シニア[60-79歳]の女性も
対面交流派:10pt 減少、消極派:10pt 増加

クラスタ毎の各種ICTサービス利用率（女 40-59歳）

	2019年（女 40-59歳） [%]					2021年（女 40-59歳） [%]					差分「'21-'19」（女 40-59歳） [pt]				
	積極派 (n=11)	対面交流派 (n=71)	メール利用派 (n=26)	消極派 (n=12)	全体 n=120	積極派 (n=15)	対面交流派 (n=49)	メール利用派 (n=24)	消極派 (n=31)	全体 n=119	積極派	対面 交流派	メール 利用派	消極派	全体
情報検索	100	96	96	92	96	100	94	100	94	96	0	-2	4	2	0
電子メール	100	90	100	75	92	100	81	100	81	87	0	-9	0	6	-4
地図・乗換案内	100	96	92	83	94	100	96	96	81	92	0	0	4	-3	-2
ソーシャルメディア	100	66	58	42	65	100	77	75	48	72	0	11	17	7	7
動画や音楽	100	68	69	58	70	93	73	71	55	70	-7	5	2	-3	0
ネットショッピング	100	68	81	33	70	93	58	67	35	58	-7	-9	-14	2	-12
災害情報アプリ	73	58	54	67	59	80	65	54	71	66	7	7	0	4	7
ゲーム	55	48	58	42	50	73	46	54	55	53	19	-2	-4	13	3
電子書籍	18	15	31	8	18	47	35	29	6	28	28	20	-2	-2	10

対面交流派 ⇒ ソーシャルメディア、動画や音楽、電子書籍の利用率が増加

消極派 ⇒ ゲーム、電子メールの利用率が増加

性年代別のクラスタ分布の変化（2019年を基準とした2023年の増減量[pt]）

差分 [pt] ('19年⇒'23年)	積極派	対面 交流派	メール 利用派	消極派
男 15-39歳	3.7	-6.0	-9.7	12.0
男 40-59歳	1.1	0.0	-7.8	6.7
男 60-79歳	7.5	-7.4	3.7	-3.9
女 15-39歳	0.2	-15.0	0.9	13.8
女 40-59歳	5.1	-24.1	10.8	8.2
女 60-79歳	0.7	5.9	4.0	-10.6
全体	2.9	-8.4	0.4	5.1

淡い青(+) ⇔ 淡い赤(-)、太字(3pt以上)、イタリック(-3pt以下)

2019 ⇒ 2023年において、

消極派に着目すると、

⇒ 59歳以下は増加、60歳以上は減少

特に、若年[15-39歳]の男女

⇒ 消極派が10pt以上増加

若中年[15-59歳]の女性

⇒ 対面交流派が減少（更に減少）

クラスタ毎の各種ICTサービス利用率（女 15-39歳）

	2019年（女 15-39歳） [%]					2023年（女 15-39歳） [%]					差分「'23-'19」（女 15-39歳） [pt]				
	積極派 (n=55)	対面交流派 (n=42)	メール利用派 (n=10)	消極派 (n=5)	全体 n=112	積極派 (n=35)	対面交流派 (n=16)	メール利用派 (n=7)	消極派 (n=13)	全体 n=71	積極派	対面 交流派	メール 利用派	消極派	全体
情報検索	91	100	80	100	94	100	100	100	92	99	9	0	20	-8	5
電子メール	93	100	80	80	94	97	88	83	92	93	4	-13	3	12	-1
地図・乗換案内	96	86	70	40	88	94	88	100	92	93	-2	2	30	52	5
ソーシャルメディア	96	83	50	80	87	94	88	83	85	90	-2	4	33	5	3
動画や音楽	84	86	90	80	85	89	88	100	92	90	5	2	10	12	5
ネットショッピング	73	74	50	60	71	69	88	100	46	71	-4	14	50	-14	1
災害情報アプリ	84	62	40	40	70	60	31	100	54	56	-24	-31	60	14	-14
ゲーム	47	40	20	0	40	46	31	50	23	39	-2	-9	30	23	-2
電子書籍	36	45	30	20	38	49	63	83	31	51	12	17	53	11	13

対面交流派 ⇒ ネットショッピングの利用率が増加

消極派 ⇒ メール、地図・乗換案内、動画や音楽、災害情報アプリ、ゲームの利用率が増加

構造分析：再掲 クラスタ構成比率の経年変化（性年別）

構成 [%] 2019年	積極派	対面 交流派	メール 利用派	消極派
男 15-39歳	36.9	26.2	24.6	12.3
男 40-59歳	7.3	22.6	43.5	26.6
男 60-79歳	1.1	31.5	15.2	52.2
女 15-39歳	49.1	37.5	8.9	4.5
女 40-59歳	9.2	59.2	21.7	10.0
女 60-79歳	1.0	51.0	9.8	38.2
全体	18.2	37.8	21.4	22.6

差分 [pt] ('19年⇒'21年)	積極派	対面 交流派	メール 利用派	消極派
男 15-39歳	9.3	-4.4	-7.8	2.8
男 40-59歳	1.1	4.1	-7.7	2.4
男 60-79歳	1.0	-8.6	0.4	7.2
女 15-39歳	-3.1	-5.6	2.6	6.2
女 40-59歳	3.4	-18.0	-1.5	16.1
女 60-79歳	0.0	-10.4	0.1	10.3
全体	1.9	-7.0	-2.4	7.6

差分 [pt] ('19年⇒'23年)	積極派	対面 交流派	メール 利用派	消極派
男 15-39歳	3.7	-6.0	-9.7	12.0
男 40-59歳	1.1	0.0	-7.8	6.7
男 60-79歳	7.5	-7.4	3.7	-3.9
女 15-39歳	0.2	-15.0	0.9	13.8
女 40-59歳	5.1	-24.1	10.8	8.2
女 60-79歳	0.7	5.9	4.0	-10.6
全体	2.9	-8.4	0.4	5.1

2019⇒2021年のクラスタ構成の変化について、男性40-59歳以外については対面交流派が減少し、消極派が増加。特に、女性40-59歳に着目すると対面交流派が18pt以上減少し、消極派が16pt以上増加

2019⇒2023年のクラスタ構成の変化について、男性40-59歳、女性60-79歳以外については対面交流派が減少したまま。消極派は男女とも60歳以上では減少しているが、59歳以下では増加（特に15-39歳で顕著であり12pt以上増加）

対面交流派は減少、消極派は増加傾向であるが、積極派は減少していない。

⇒ コミュニケーションツールを利用している人は、リアルでの交流が強固である可能性がある。

LINEの利用有無に着目した、友人との交流割合の比較

	性年代(n='19年/'21年)	2019年 交流あり[%]	2021年 交流あり[%]
LINE利用あり (週1回以上)	男 15-39歳(n=118/115)	63.6	56.5
	男 40-59歳(n=100/112)	43.0	41.1
	男 60-79歳(n=32/48)	53.1	52.1
	女 15-39歳(n=110/109)	81.8	65.1
	女 40-59歳(n=111/111)	78.4	47.7
	女 60-79歳(n=44/64)	79.5	71.9
LINE利用なし (週1回未満)	男 15-39歳(n=6/6)	50.0	0.0
	男 40-59歳(n=27/21)	37.0	9.5
	男 60-79歳(n=63/49)	50.8	42.9
	女 15-39歳(n=6/5)	66.7	0.0
	女 40-59歳(n=11/11)	36.4	18.2
	女 60-79歳(n=61/42)	67.2	54.8

全体 (n=689 / 693)

それぞれの調査年において、LINE利用の有無によって交流割合に有意な差が認められた性年代（有意水準1%）

2019年においては、有意差が認められたのは40-59歳女性のみ

2021年においては、15-39歳男性、40-59歳男性、15-39歳女性にて有意差が認められる。

（LINE利用なしのグループの交流割合が大きく減少しており2019年よりも差が大きくなっている）

LINEがリアルでの交流を強固にする、あるいは、交流が強固な人はLINEを利用する傾向があることを示唆※

※ 本結果はサンプルサイズが小さく、また、'19年から'21年にかけてLINEを利用し始めた人の影響が切り分けられていない。

- ・友人との交流、友人との心的な距離感
 - ・メール・SNS等のコミュニケーションツールの利用頻度
- に着目したクラスタ分析を実施
- ⇒ 4クラスタを析出
 - ⇒ 2019,2021,2023年の結果より、コロナ禍前後での変化を分析



59歳以下の若中年層女性で対面交流派の顕著な減少を確認。
(2023年において、コロナ禍前[2019年]の水準から15pt以上低下)

39歳以下の若年層の男女については消極派の増加を確認。
(2023年において、コロナ禍前[2019年]の水準から12pt以上増加)

一方、SNS利用率が高い積極派はあまり変化がなかった。
⇒ SNSを利用している場合には対面での交流低下が少ない可能性を得た
(ICTの利活用がリアルでの交流をより強固なものとする可能性)

積極派	対面交流派	メール利用派	消極派
若年が多く、シニアは少ない	中年 & シニアの女性が多い	中年男性が多い	シニア男性が多い
	地域活動や教室・サークル活動等への参加が多い		体を動かす教室・サークル活動への参加が少ない
イノベータ得点が高い			イノベータ得点が高い
基本的なICTサービスに加えて、動画や音楽の視聴、電子書籍、ゲーム、ネットショッピングなどの利用も高い。		基本的なICTサービス（電子メール、情報検索、地図や乗換案内・ナビゲーションサービス等）利用が高い	ICT]サービス全般の利用が低い
新聞やテレビから情報入手する人が少ない			新聞から情報入手する人が多い