

# 第 2 章

## スマホ・ケータイ コミュニケーション

- 第 1 節 スマホ・ケータイでのコミュニケーション
- 第 2 節 ソーシャルメディアの利用状況
- 第 3 節 SNSの使い分け・情報収集

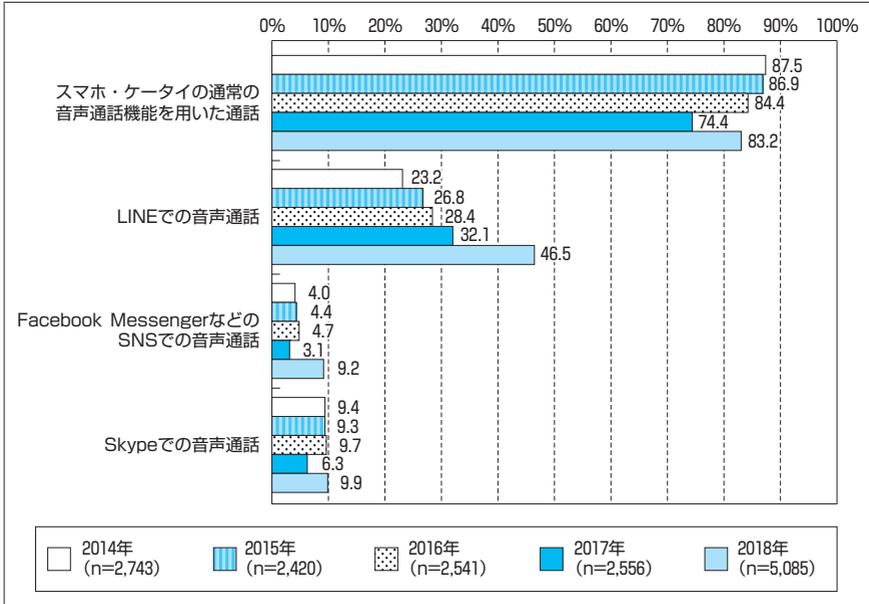
## 第1節 スマホ・ケータイでの コミュニケーション

### ◆ポイント◆

- 音声通話の利用率は「LINE」が増加傾向にあり4割超え（資料2-1）。
- 連絡手段は同居家族，仕事関係，近隣の人々には「直接会って伝える」が多いが，友人には「LINEでのメッセージ」が多く，別居家族には「スマホ・ケータイでのメールや通話」が比較的多く使われている（資料2-2）。
- スマホ・ケータイの電話帳の登録件数は2極化（資料2-7）。
- SNSの友人数は，SNSの種類により年代差が顕著（資料2-8～資料2-11）。

## 資料2-1 スマホ・ケータイによる通話利用率の年次推移 (MA)

- スマホ・ケータイでの通常の音声通話機能を用いた通話は2014年からやや減少傾向にある (83.2%)。
- LINEでの音声通話の利用は増加傾向にある (46.5%)。
- Facebook MessengerなどのSNSの通話, Skypeでの音声通話はどちらもまだ1割に満たない。



注1：スマホ・ケータイ所有者が回答。

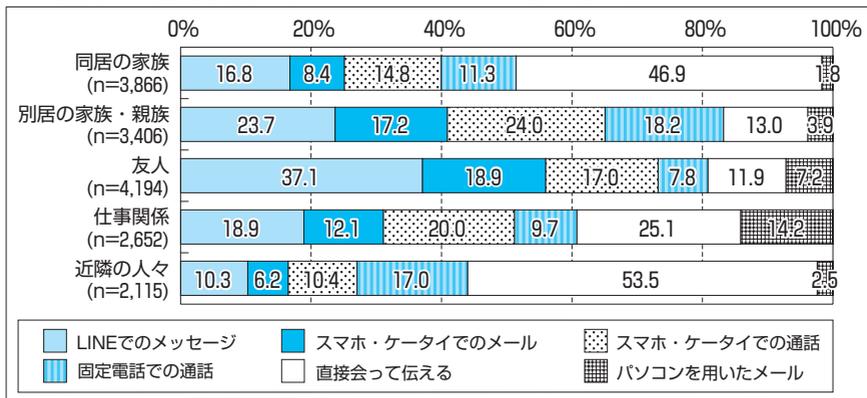
注2：「Facebook MessengerなどのSNSでの音声通話」は、2018年は「Facebook Messengerでの音声通話」と聞いている。

注3：外れ値を除外して集計。

出所：2014年-2018年一般向けモバイル動向調査

## 資料2-2 日常会話を伝えるために最も多く使う手段（SA・連絡相手別）

- 同居家族，仕事関係，近隣の人々との連絡手段は，「直接会って伝える」と答えた人が比較的多い。
- 別居家族は「スマホ・ケータイでの通話」が多い。
- 友人との連絡手段は「LINEでのメッセージ」が多い。



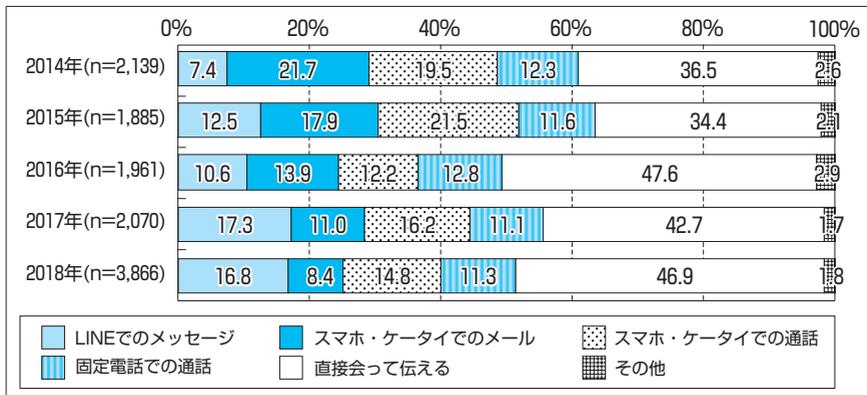
注1：スマホ・ケータイ所有者で，それぞれの連絡相手がいる人が回答。

注2：スマホ・ケータイでの通話は，LINEやSkypeなどを用いた通話も含む。

出所：2018年一般向けモバイル動向調査

## 資料2-3 同居家族に日常会話を伝えるために最も多く使う手段の年次推移（SA）

- 2018年は「直接会って伝える」(46.9%)が最も高く，「LINEでのメッセージ」「固定回線以外での通話」がそれに続く。
- 「LINEでのメッセージ」は増加傾向。



注1：スマホ・ケータイ所有者で，それぞれの連絡相手がいる人が回答。

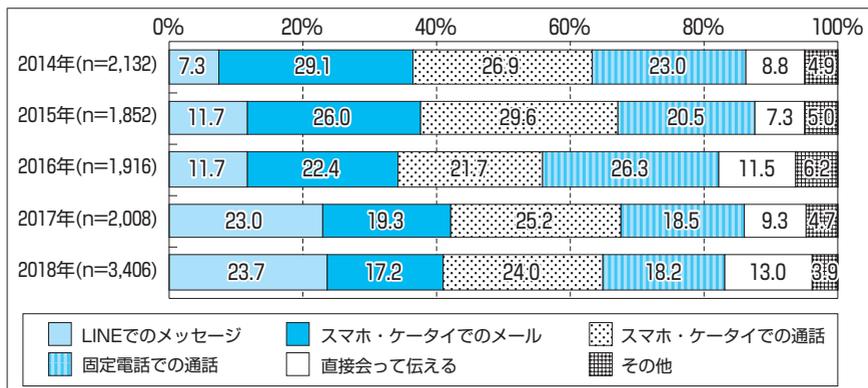
注2：スマホ・ケータイでの通話は，LINEやSkypeなどを用いた通話も含む。

注3：「その他」は「パソコンを用いたメール」と2014年，2015年，2016年は「手紙」を含む。

出所：2014年-2018年一般向けモバイル動向調査

### 資料2-4 別居の家族・親族に日常会話を伝えるために最も多く使う手段の年次推移 (SA)

- 2018年は「スマホ・ケータイでの通話」(24.0%)が最も高く、「LINEでのメッセージ」「固定電話での通話」がそれに続く。
- 「LINEでのメッセージ」は増加傾向で、2018年の23.7%は過去最高。



注1：スマホ・ケータイ所有者で、それぞれの連絡相手がいる人が回答。

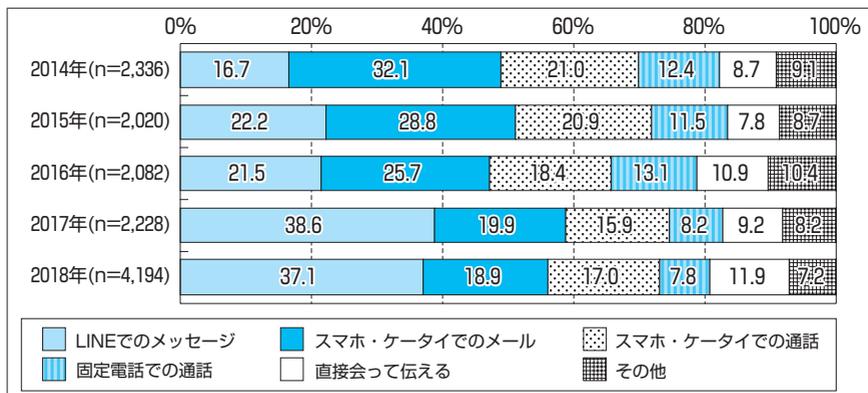
注2：スマホ・ケータイでの通話は、LINEやSkypeなどを用いた通話も含む。

注3：「その他」は「パソコンを用いたメール」と2014年、2015年、2016年は「手紙」を含む。

出所：2014年-2018年一般向けモバイル動向調査

### 資料2-5 友人に日常会話を伝えるために最も多く使う手段の年次推移 (SA)

- 2017年に「LINEでのメッセージ」が大幅に増加し、2018年も3割を超える。
- 「スマホ・ケータイでのメール」「固定電話での通話」は年々減少傾向。



注1：スマホ・ケータイ所有者で、それぞれの連絡相手がいる人が回答。

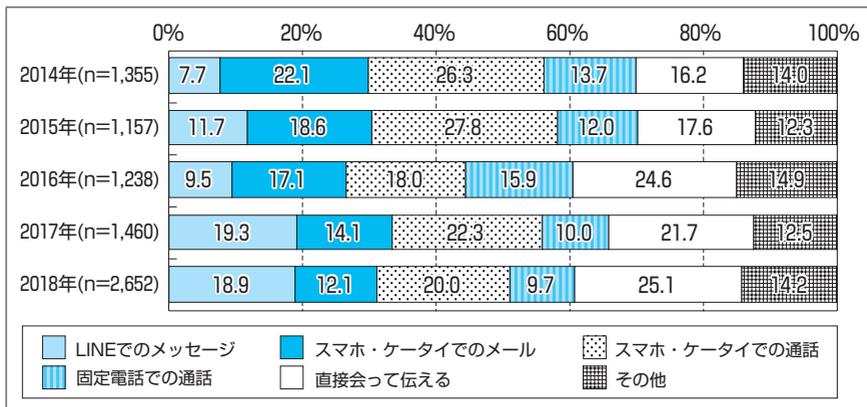
注2：スマホ・ケータイでの通話は、LINEやSkypeなどを用いた通話も含む。

注3：「その他」は「パソコンを用いたメール」と2014年、2015年、2016年は「手紙」を含む。

出所：2014年-2018年一般向けモバイル動向調査

## 資料2-6 仕事関係者に日常会話を伝えるために最も多く使う手段の年次推移 (SA)

- 仕事関係者に日常会話を伝える手段はスマホ・ケータイでのメールが減少する一方でLINEでのメッセージが拡大傾向。



注1：スマホ・ケータイ所有者で、それぞれの連絡相手がいる人が回答。

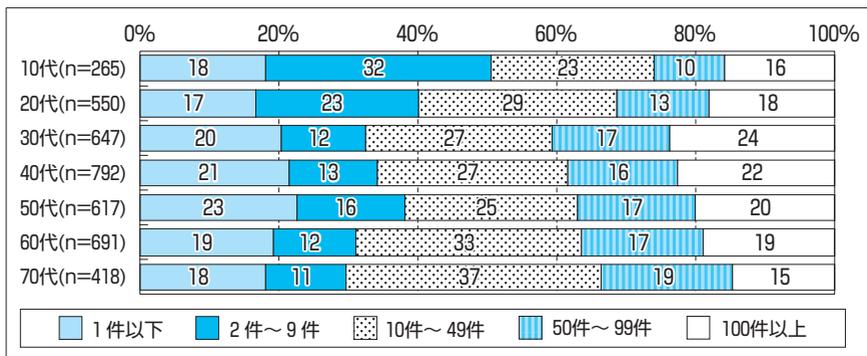
注2：スマホ・ケータイでの通話は、LINEやSkypeなどを用いた通話も含む。

注3：「その他」は「パソコンを用いたメール」と2014年、2015年、2016年は「手紙」を含む。

出所：2014年-2018年一般向けモバイル動向調査

## 資料2-7 電話帳登録数 (FA・年代別)

- 電話帳登録数は、100件以上がいずれの年代でも2割ほどある一方、10件に満たない割合も3割ほどあり、二極化。
- 10代～20代では2件～9件の割合が比較的多いものの、年代による大きな差異は見られなかった。

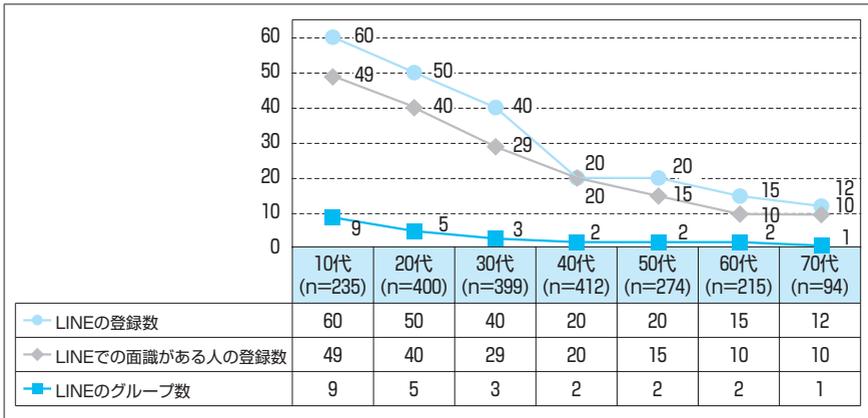


注：スマホ・ケータイ所有者かつ電話帳利用者が回答。

出所：2018年一般向けモバイル動向調査

## 資料2-8 LINEの友だち数の中央値（FA・年代別）

- LINEの登録数は、10代から30代で40人を超えている。
- LINEの登録数のおおよそ8割は直接面識がある。

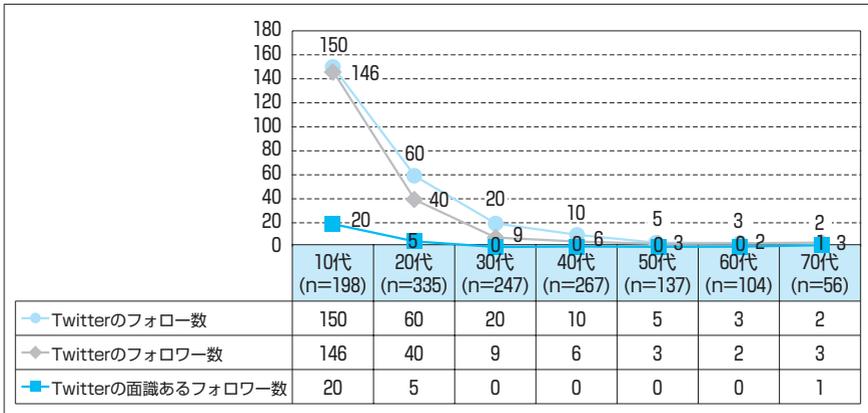


注：スマホ・ケータイ所有者かつソーシャルメディア利用者が回答。

出所：2018年一般向けモバイル動向調査

## 資料2-9 Twitterの友だち数の中央値（FA・年代別）

- Twitterのフォロー数、フォロー数は10代が150件ほど、20代が50件ほど、30代以上は比較的少ない。
- 面識のあるフォロー数割合はLINE等と比べ少ない。

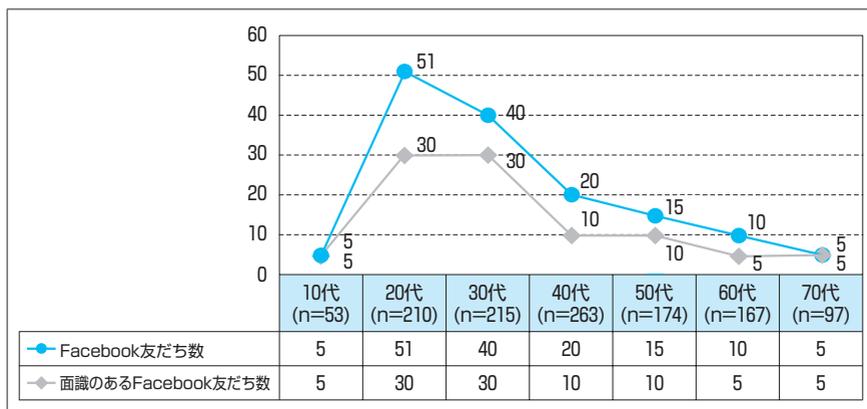


注：スマホ・ケータイ所有者かつTwitter利用者が回答。

出所：2018年一般向けモバイル動向調査

## 資料2-10 Facebookの友だち数の中央値 (FA・年代別)

- Facebookは20代、30代の友だち数が他の年代より比較的高い。
- 他のSNSと比べると10代の友人登録数が少ない。

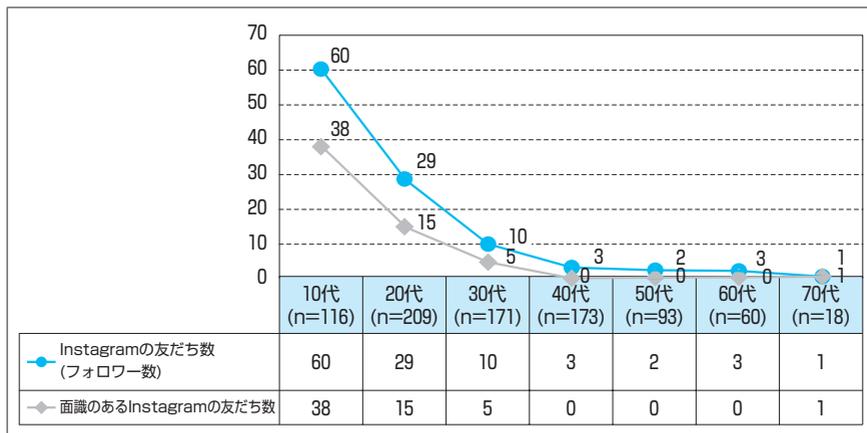


注：スマホ・ケータイ所有者かつFacebook利用者が回答。

出所：2018年一般向けモバイル動向調査

## 資料2-11 Instagramの友だち数の中央値 (FA・年代別)

- Instagramの友人数は10代が60人、20代が30人ほど、30代以上は10人以下。

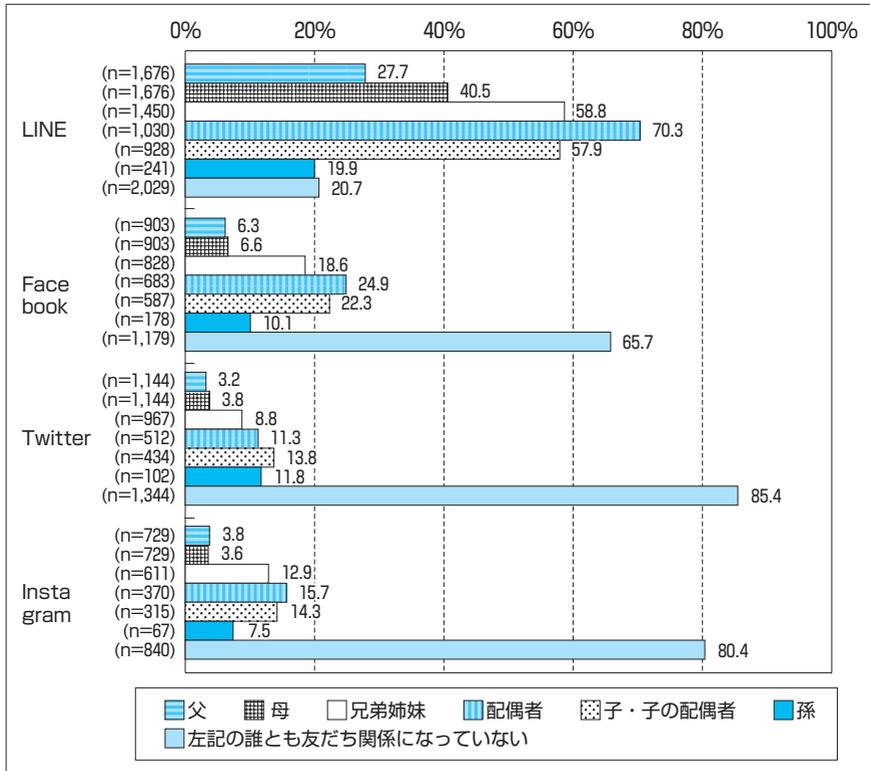


注：スマホ・ケータイ所有者かつInstagram利用者が回答。

出所：2018年一般向けモバイル動向調査

## 資料 2-12 家族とのソーシャルメディア上の友だち関係 (SA・SNS 別)

- 家族とのソーシャルメディアの利用は「LINE」が最も高く、他のソーシャルメディアと比べて突出している。「LINE」における友だち関係では「配偶者」が最も高い。
- 一方、LINE以外のソーシャルメディアでは「誰とも友だち関係になっていない」が6割～8割超を占める。



注：スマホ・ケータイ所有者かつソーシャルメディア利用者かつ各家族がいる方が回答。  
出所：2018年一般向けモバイル動向調査

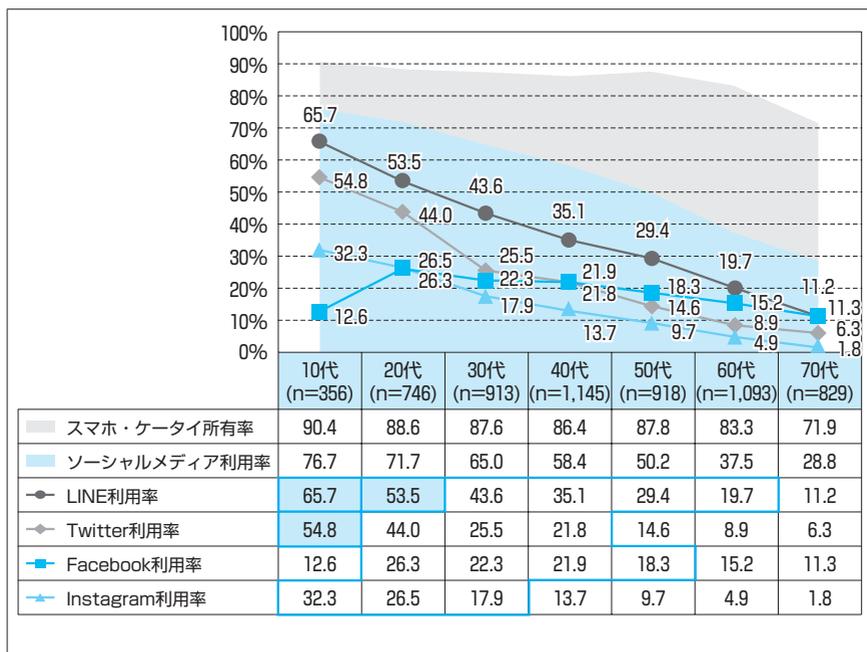
## 第2節 ソーシャルメディアの利用状況

### ◆ポイント◆

- LINEは10代～60代と幅広い年代に利用され、Twitterは10代～40代、Facebookは20代～50代、Instagramは10代～30代に利用されている（資料2-13）。
- SNSの利用率はLINEとInstagramが近年拡大傾向にあるが、LINEは2018年にやや減少。Facebookは2016年以降減少傾向（資料2-14）。
- 10代～20代女性の過半数はLINEを毎日利用し、約3割は毎日Instagramを利用（資料2-15、資料2-18）。

## 資料 2-13 SNSの利用率 (SA・年代別)

- LINEは10代～60代と幅広い年代に利用されている。
- Twitterは10代～40代, Facebookは20代～50代, Instagramは10代～30代に利用されている。



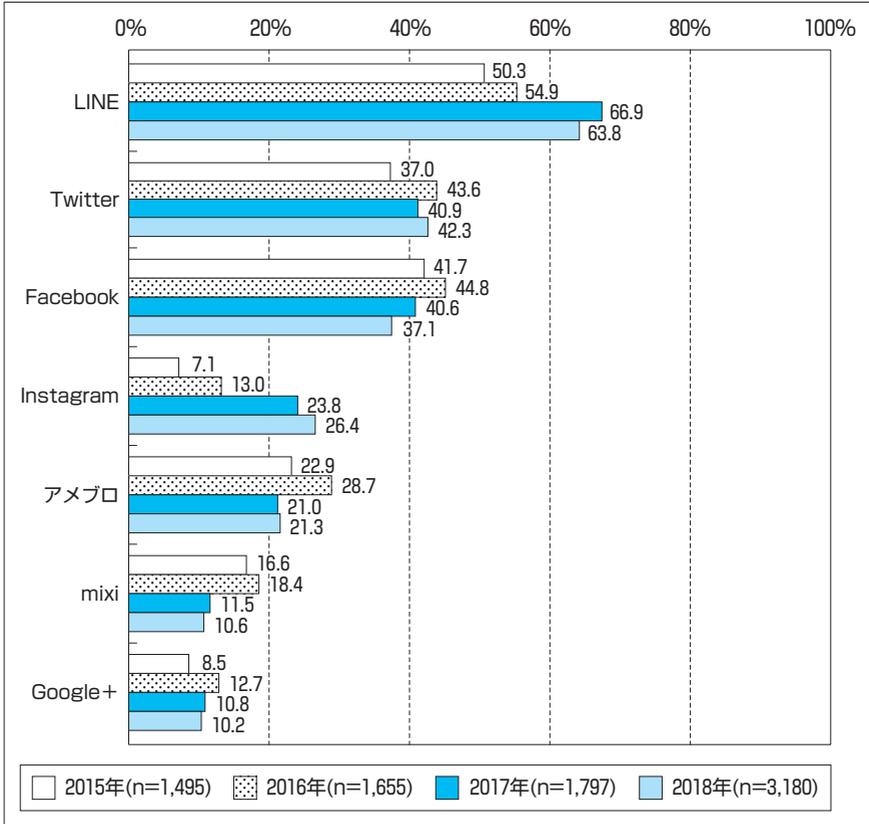
注1：普及の基準といわれる16%を超えているSNSに網掛けをしている [参考：E.M. Rogers 著 藤竹暁訳『技術革新の普及過程』p.109-114 (培風館, 1966年)]。

注2：ほとんど使っていない人を除いて集計。

出所：2018年一般向けモバイル動向調査

## 資料 2-14 SNSの利用状況の年次推移 (MA)

- SNSの利用率はLINEが最も高く6割超。
- 2015年以降、LINEとInstagramの利用率が拡大するも、LINEの利用率が2018年はやや減少。
- Facebookは2016年以降減少傾向。



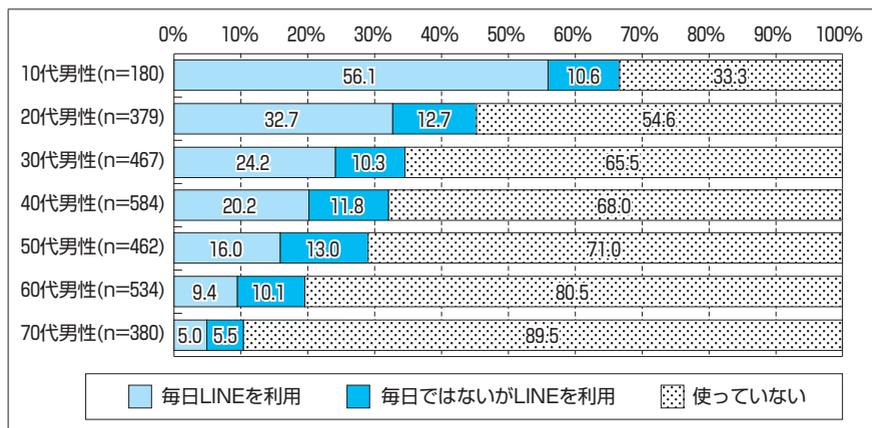
注：ソーシャルメディア利用者が回答。

出所：2015年-2018年一般向けモバイル動向調査

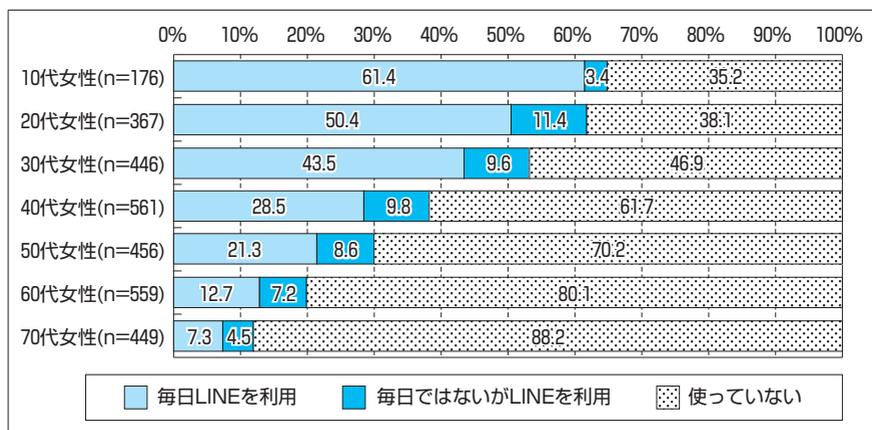
## 資料 2-15 LINEの利用頻度 (SA・性年代別)

● LINEは20代以下の女性の過半数が毎日利用。

### ◆男性



### ◆女性



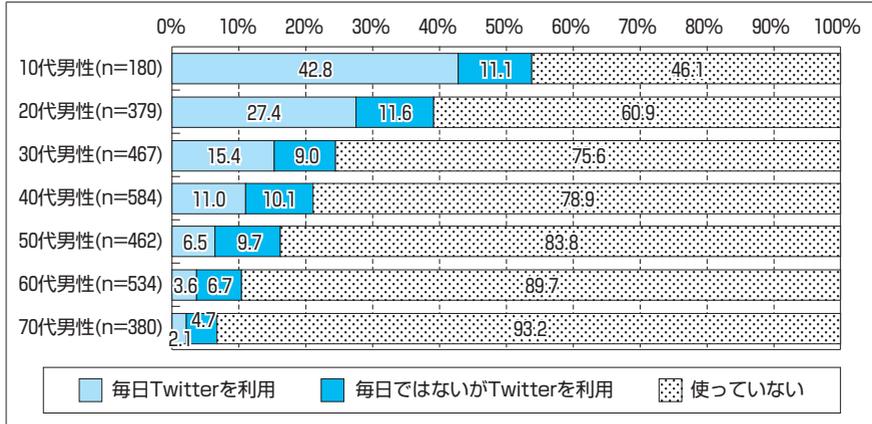
注：「使っていない」はスマホ・ケータイ未所有者も含めて集計。

出所：2018年一般向けモバイル動向調査

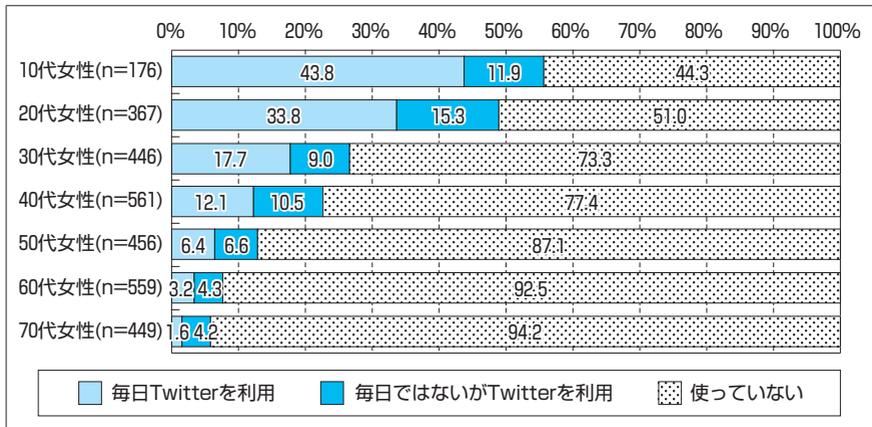
## 資料 2-16 Twitterの利用頻度 (SA・性年代別)

- Twitterは10代～20代の4割～5割が利用。
- 30代以上では利用率は3割以下に留まる。

### ◆男性



### ◆女性



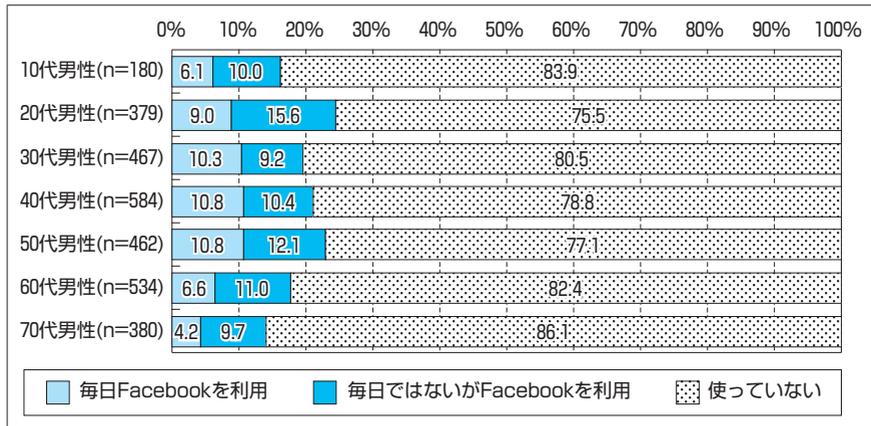
注：「使っていない」はスマホ・ケータイ未所有者も含めて集計。

出所：2018年一般向けモバイル動向調査

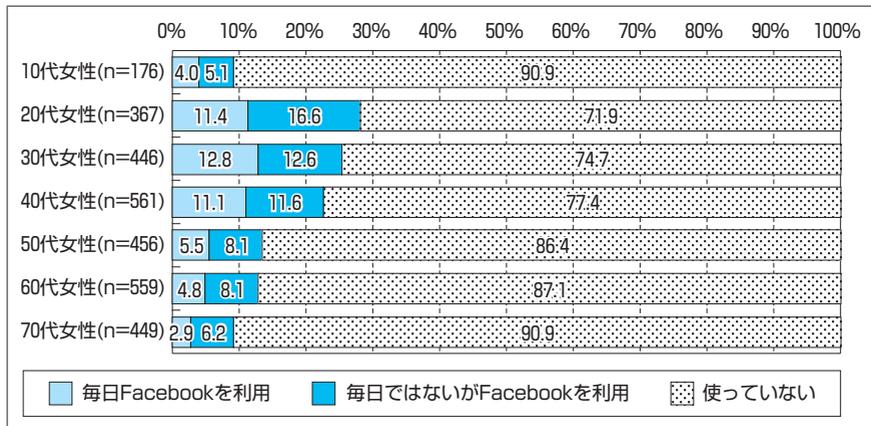
## 資料2-17 Facebookの利用頻度（SA・性年代別）

- Facebookはすべての年代で1割～2割程度利用されている。
- 他のSNSと比べると10代の利用率が低い。

## ◆男性



## ◆女性



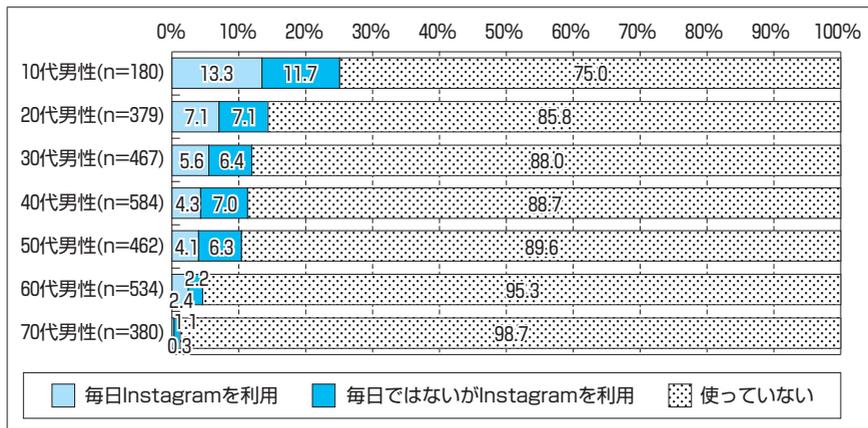
注：「使っていない」はスマホ・ケータイ未所有者も含めて集計。

出所：2018年一般向けモバイル動向調査

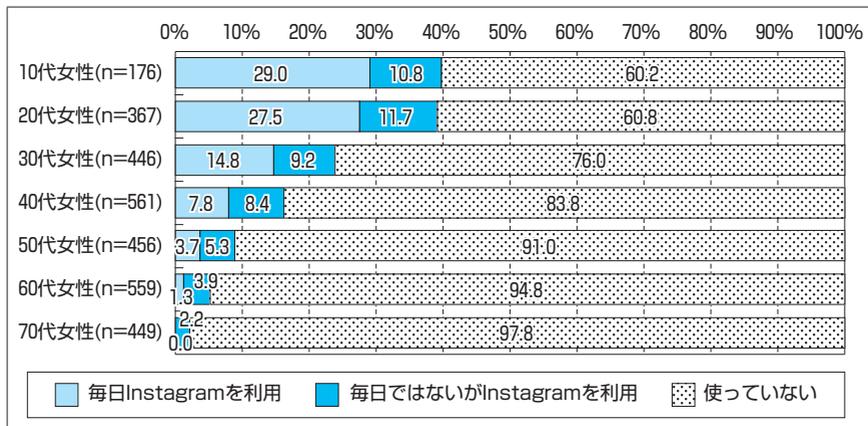
## 資料 2-18 Instagramの利用頻度 (SA・性年代別)

- 10代~20代女性の約3割は毎日Instagramを利用。
- 男性はいずれの年代でも利用率は3割以下。

### ◆男性



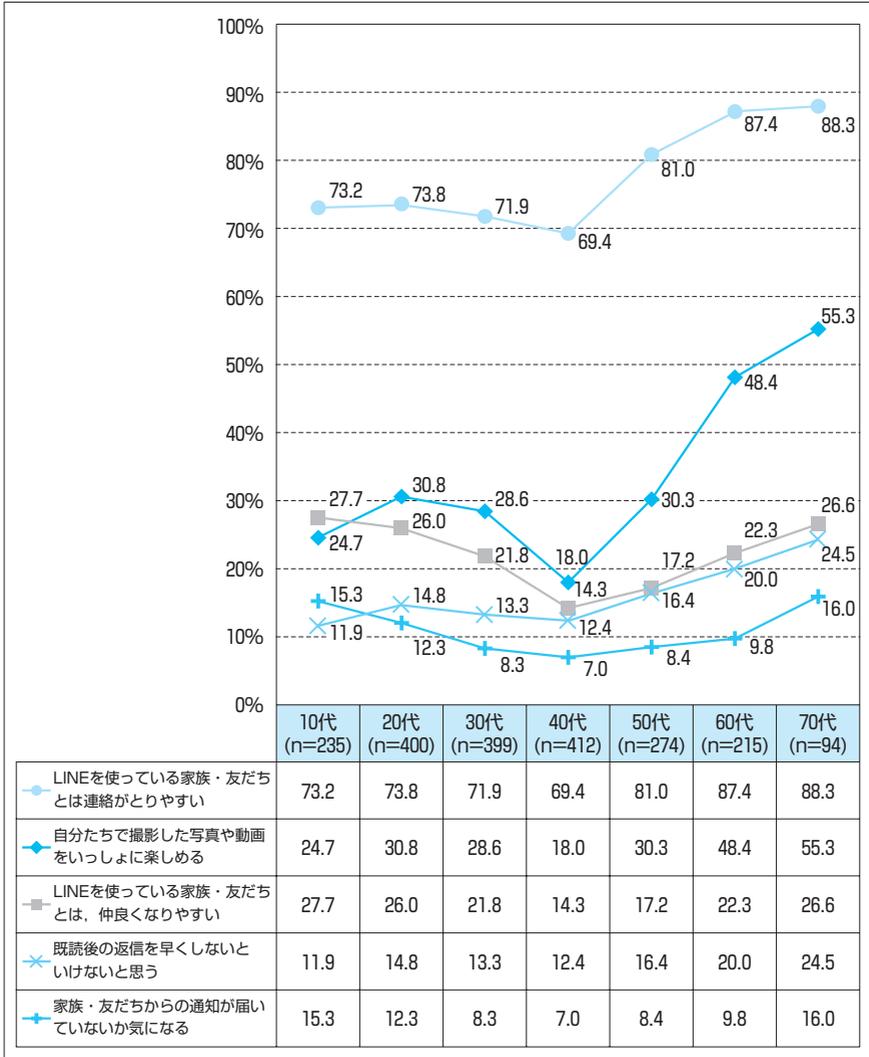
### ◆女性



注：「使っていない」はスマホ・ケータイ未所有者も含めて集計。

出所：2018年一般向けモバイル動向調査

- 全年代で「LINEを使っている家族・友だちとは、連絡がとりやすい」が高い。
- 60代以降のLINE利用者の約半数は「撮影した写真や動画を楽しめる」と回答。

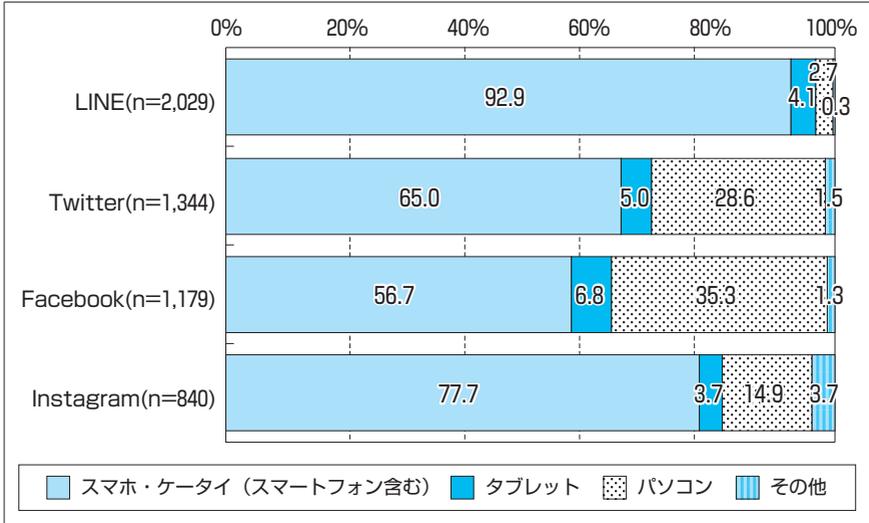


注：スマホ・ケータイ所有者かつLINE利用者が回答。

出所：2018年一般向けモバイル動向調査

資料 2-20 SNSを利用する際に最もよく使う端末 (SA・SNS別)

- LINEとInstagramは主に「スマホ・ケータイ」で利用されている。
- TwitterとFacebookは傾向が似ているものの、Facebookは「パソコン」での利用率が高い。



注：スマホ・ケータイ所有者かつ各SNS利用者が回答。

出所：2018年一般向けモバイル動向調査

## 第3節 SNSの使い分け・情報収集

### ◆ポイント◆

- SNSの主な使い分けは、LINEは「家族友人とのやりとり」、FacebookやTwitterは「テキスト情報の共有」、Instagramは「画像や映像の共有」（資料2-21）。
- Instagramは他のSNSと比べ、「ひまつぶし」「知人以外の動向把握」の利用率が高い（資料2-22）。
- ニュース情報を得ているメディアは「テレビ」，「新聞」はやや減少傾向が見られるものの、依然約半数が利用（資料2-23）。

資料2-21 ソーシャルメディアの情報発信方法（MA・SNS別）

- SNSの使い分けは、LINEは家族友人とのやりとり、TwitterやFacebookはテキスト情報の共有、Instagramは画像や映像の共有。

	n	項目	%
LINE	1,966	テキスト情報（メモ内容など）を共有する	33.0
		画像や映像を共有する	42.5
		音声通話をする	54.0
		家族とのやりとりに使う	68.1
		友人とのやりとりに使う	75.2
		発信していない	7.7
Twitter	537	テキスト情報（メモ内容など）を共有する	38.9
		画像や映像を共有する	32.8
		音声通話をする	4.5
		家族とのやりとりに使う	8.0
		友人とのやりとりに使う	25.0
		発信していない	39.7
Facebook	563	テキスト情報（メモ内容など）を共有する	39.1
		画像や映像を共有する	38.2
		音声通話をする	6.7
		家族とのやりとりに使う	9.1
		友人とのやりとりに使う	27.4
		発信していない	36.6
Instagram	637	テキスト情報（メモ内容など）を共有する	20.6
		画像や映像を共有する	57.1
		音声通話をする	2.4
		家族とのやりとりに使う	7.2
		友人とのやりとりに使う	23.7
		発信していない	29.8

注：「LINE」はスマホ・ケータイでLINEを利用している人が回答。

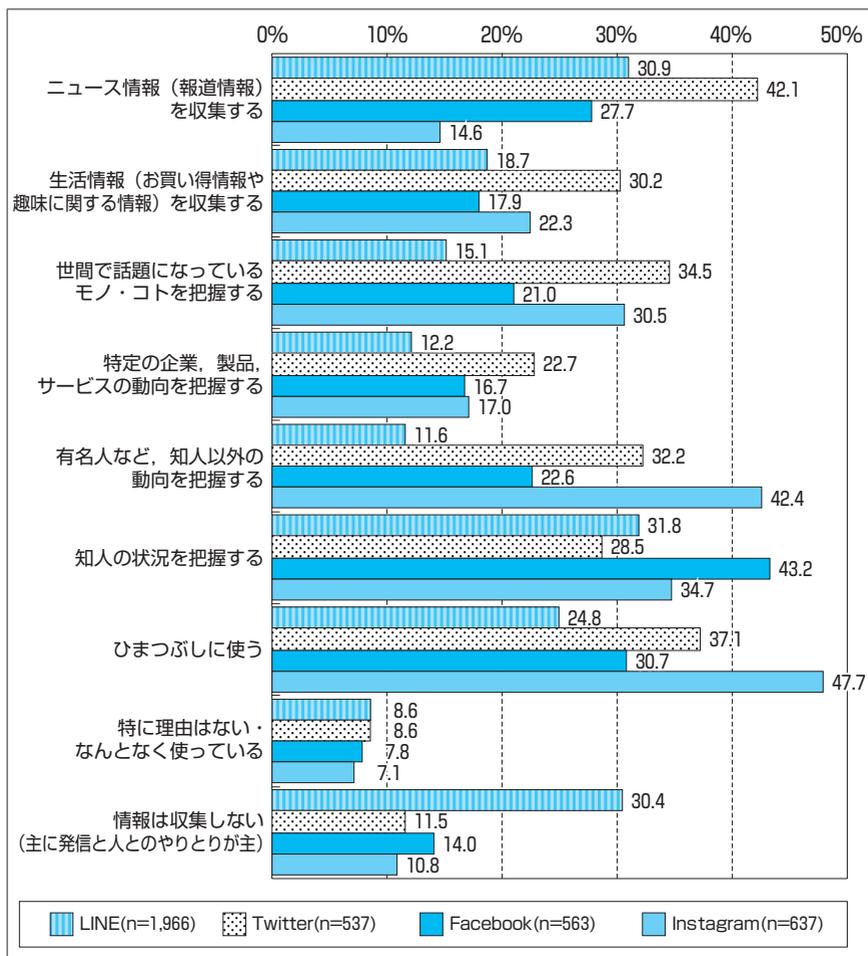
「Twitter」及び「Facebook」はスマホ・ケータイでTwitterとFacebookのいずれも利用している人が回答。

「Instagram」はスマホ・ケータイでInstagramを利用している人が回答。

出所：2018年一般向けモバイル動向調査

## 資料 2-22 ソーシャルメディアの情報収集方法 (MA・SNS別)

- Instagramは他のSNSと比べ、「ひまつぶしに使う」「有名人など、知人以外の動向把握」の利用率が高い。



注：「LINE」はスマホ・ケータイでLINEを利用している人が回答。

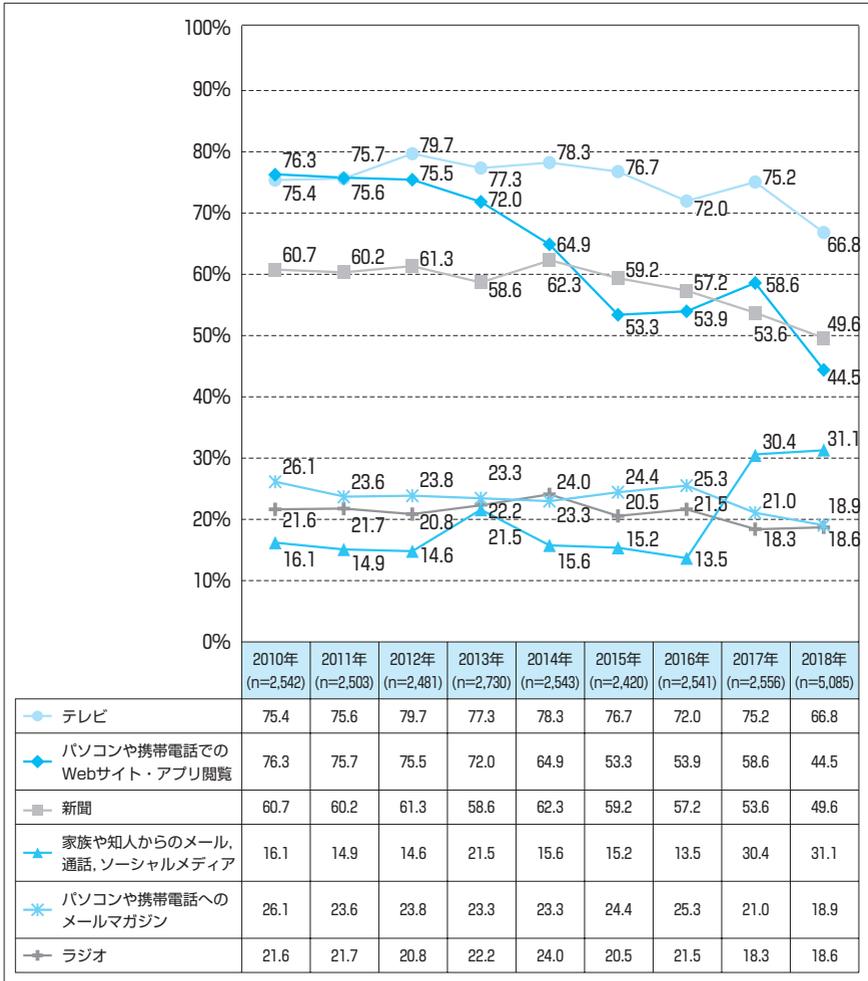
「Twitter」及び「Facebook」はスマホ・ケータイでTwitterとFacebookのいずれも利用している人が回答。

「Instagram」はスマホ・ケータイでInstagramを利用している人が回答。

出所：2018年一般向けモバイル動向調査

週 1 回以上アクセスし、ニュース（報道情報）を日常的に  
情報を得ているメディアの年次推移（MA）

- 「テレビ」，「新聞」はやや減少傾向が見られるものの，依然として約半数が利用。
- 「家族や知人からのメール，通話，ソーシャルメディア」が2017年より上昇。



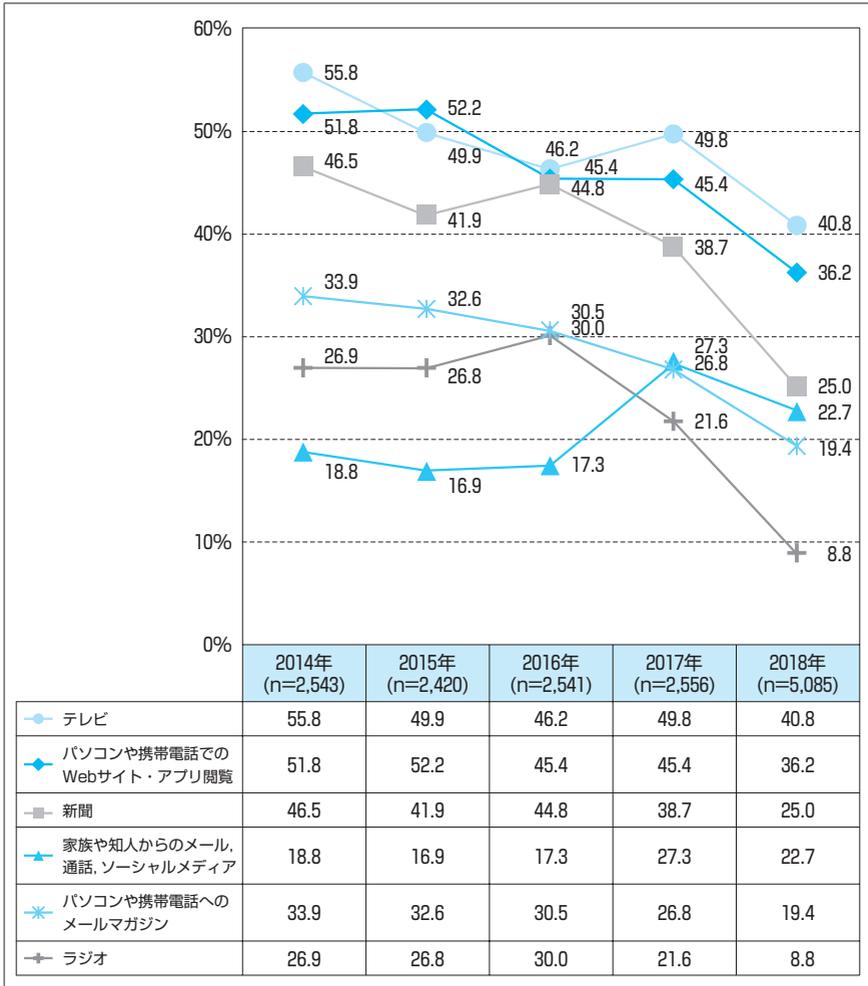
注1：スマホ・ケータイ所有者が回答。

注2：2017年，2018年の「家族や知人からのメール，通話，ソーシャルメディア」は，「家族や知人からのメール，通話」と「ソーシャルメディア」のどちらかに回答をした人の割合を集計。

出所：2010年-2018年一般向けモバイル動向調査

## 週 1 回以上アクセスし、お買い得情報や趣味に関する情報を日常的に得ているメディアの年次推移 (MA)

- 「テレビ」や「Webサイト・アプリ」から生活情報を得る人が比較的多い。
- 2017年から「家族や知人からのメール、通話、ソーシャルメディア」が拡大。



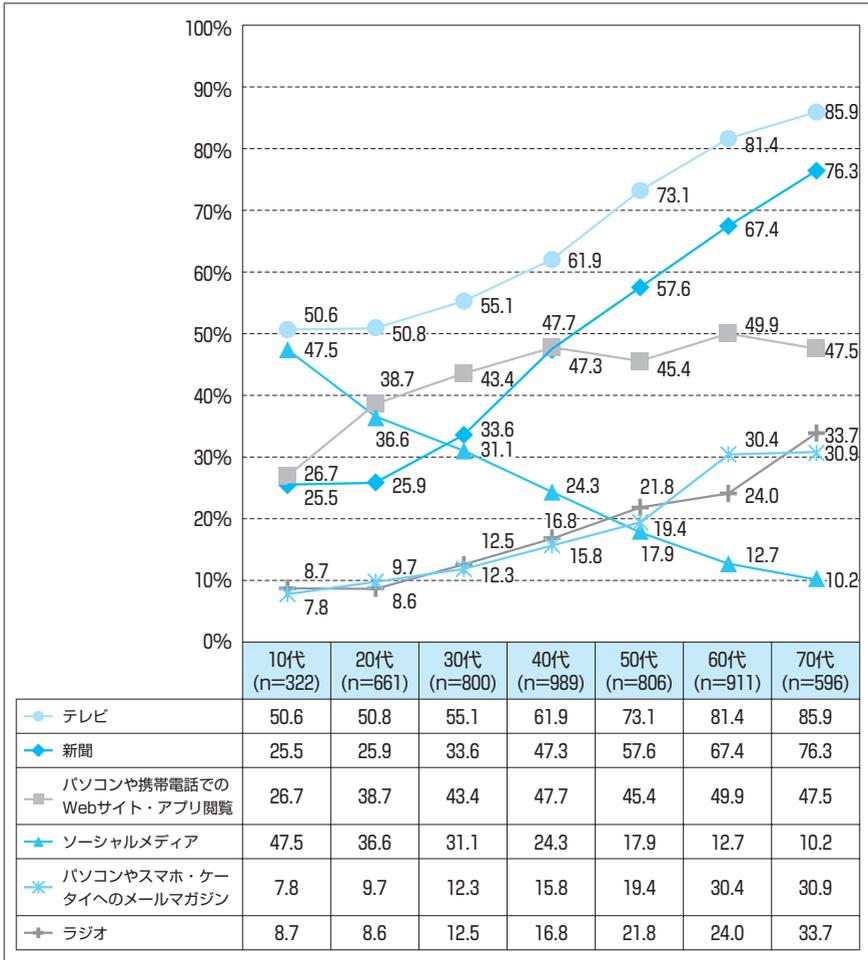
注 1 : スマホ・ケータイ所有者が回答。

注 2 : 2017年、2018年の「家族や知人からのメール、通話、ソーシャルメディア」は、「家族や知人からのメール、通話」と「ソーシャルメディア」のどちらかに回答をした人の割合を集計。

出所 : 2014年-2018年一般向けモバイル動向調査

週 1 回以上アクセスし、ニュース（報道情報）を日常的に  
情報を得ているメディア（MA・年代別）

- 「テレビ」は全年代で過半数以上が利用。
- 「ソーシャルメディア」は年代が上がるにつれて利用率が減少。

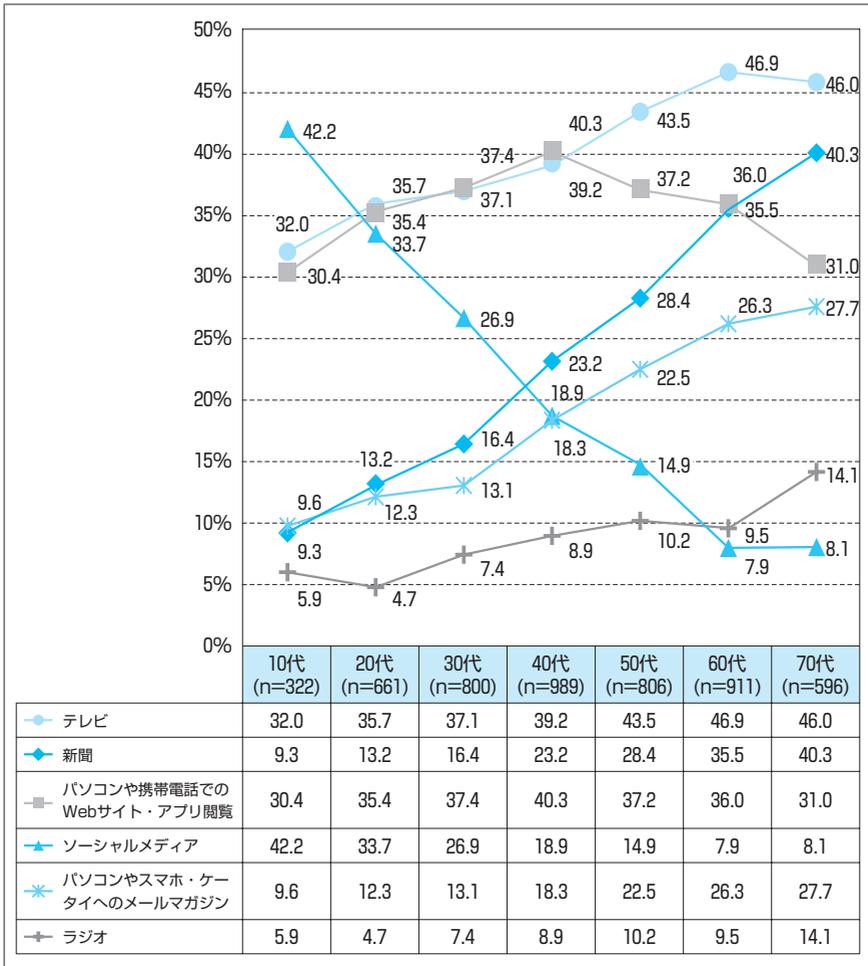


注：スマホ・ケータイ所有者が回答。

出所：2018年一般向けモバイル動向調査

週 1 回以上アクセスし、ニュース（生活情報）を日常的に  
情報を得ているメディア（MA・年代別）

●「ソーシャルメディア」以外は年代が上がるにつれて利用率が拡大。



注：スマホ・ケータイ所有者が回答。

出所：2018年一般向けモバイル動向調査