

2章 モバイルコミュニケーション

1節 連絡手段

通話の利用率、日常会話を伝える手段

ポイント

- 音声通話の利用率は「LINE」が増加傾向にあり、7割を超える(資料2-1)。
- 連絡手段は同居の家族、近隣の人々には「直接会って伝える」が多いが、友人や別居の家族には「LINEでのメッセージ」が比較的多く使われている(資料2-2)。

[資料2-1] 携帯電話による通話利用率の年次推移	37
[資料2-2] 日常会話を伝えるために最も多く使う手段[連絡相手別](単一回答)	38
[資料2-3] 同居の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(単一回答)	39

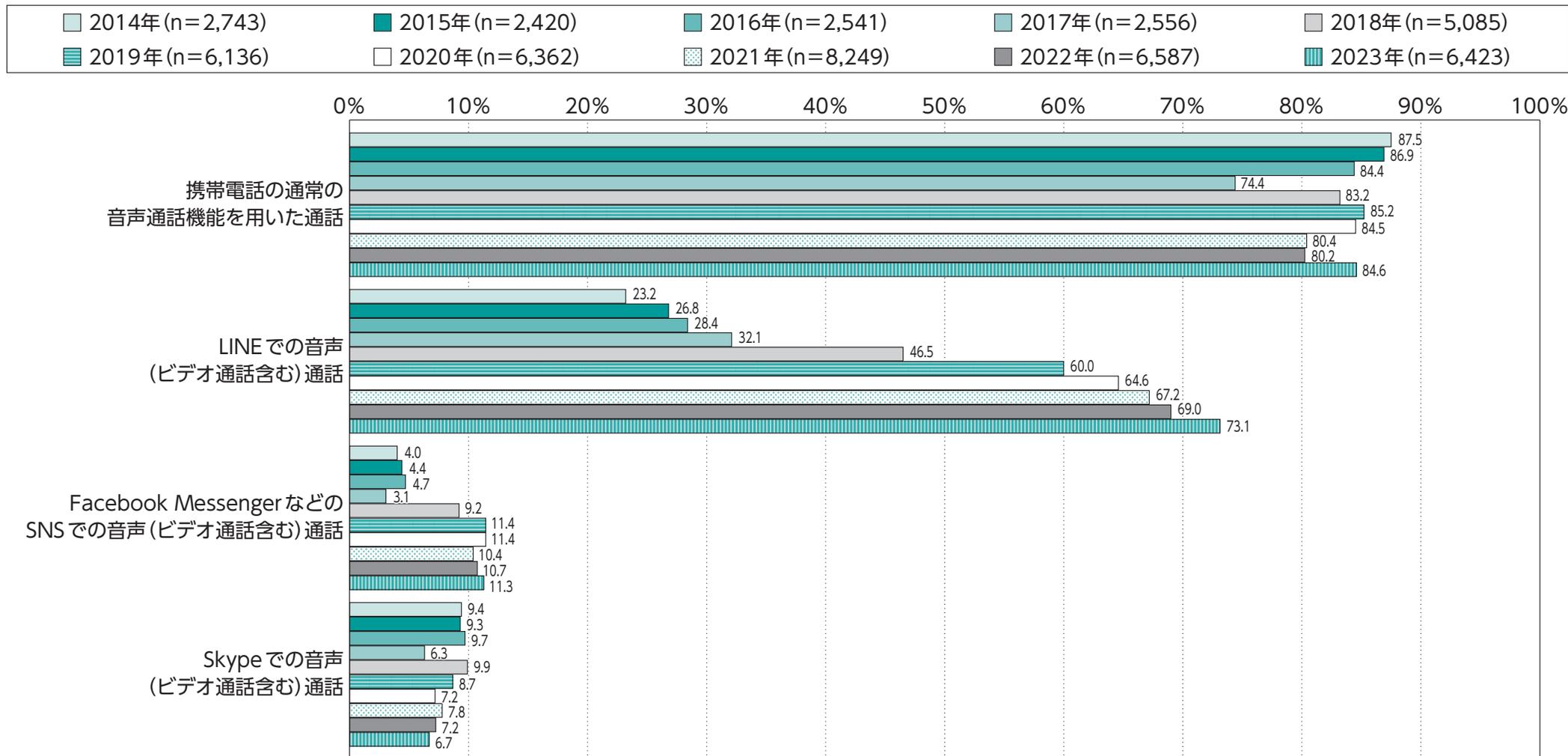
[資料2-4] 別居の家族・親族に日常会話を伝えるために最も多く使う手段の年次推移(単一回答)	40
[資料2-5] 友人に日常会話を伝えるために最も多く使う手段の年次推移(単一回答)	41
[資料2-6] 仕事関係者に日常会話を伝えるために最も多く使う手段の年次推移(単一回答)	42

2章 1節

携帯電話による通話利用率の年次推移

資料2-1

- 2014年以降、「LINEでの音声通話」の利用が増加傾向(73.1%)。
- 「Facebook MessengerなどのSNSでの音声通話」は前年から横ばい。「Skypeでの音声通話」はやや減少傾向がみられる。



注1：携帯電話所有者が回答。

注2：「Facebook MessengerなどのSNSでの音声通話」は、2018年以降は「Facebook Messengerでの音声通話」で聴取。

注3：2021年から「音声通話」→「音声(ビデオ通話含む)通話」で聴取。

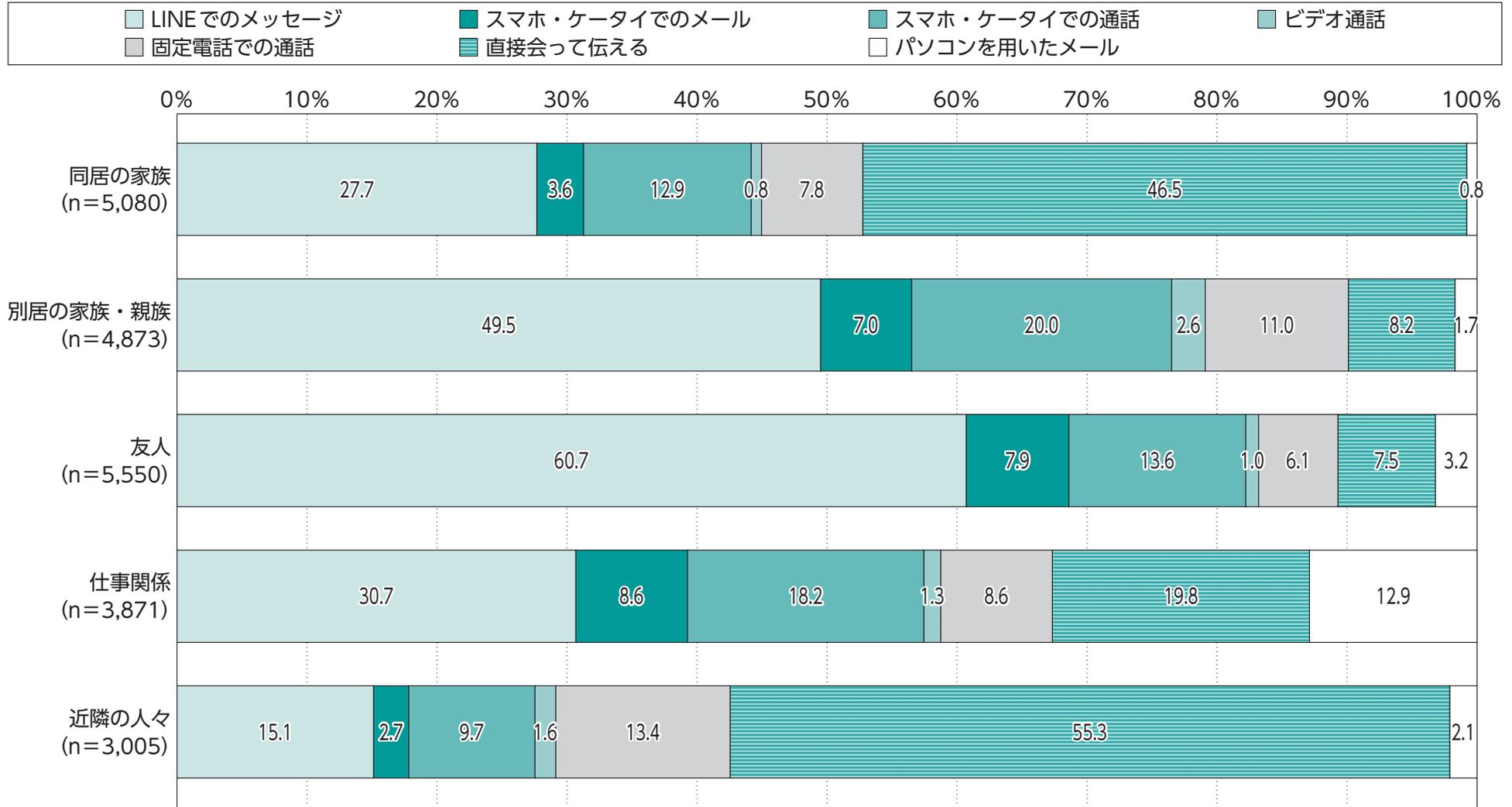
出典：2014年-2023年一般向けモバイル動向調査

2章 1節

日常会話を伝えるために最も多く使う手段[連絡相手別] (単一回答)

資料2-2

- 「同居の家族」「近隣の人々」との連絡手段は、「直接会って伝える」と答えた人が最も多く5割前後。
- 「別居の家族・親族」との連絡手段は「LINEでのメッセージ」や「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」が最も多い。



注1：携帯電話所有者で、1年以内にそれぞれの相手と連絡をとった人が回答。

注2：携帯電話での通話は、LINEやSkypeなどを用いた通話も含む。

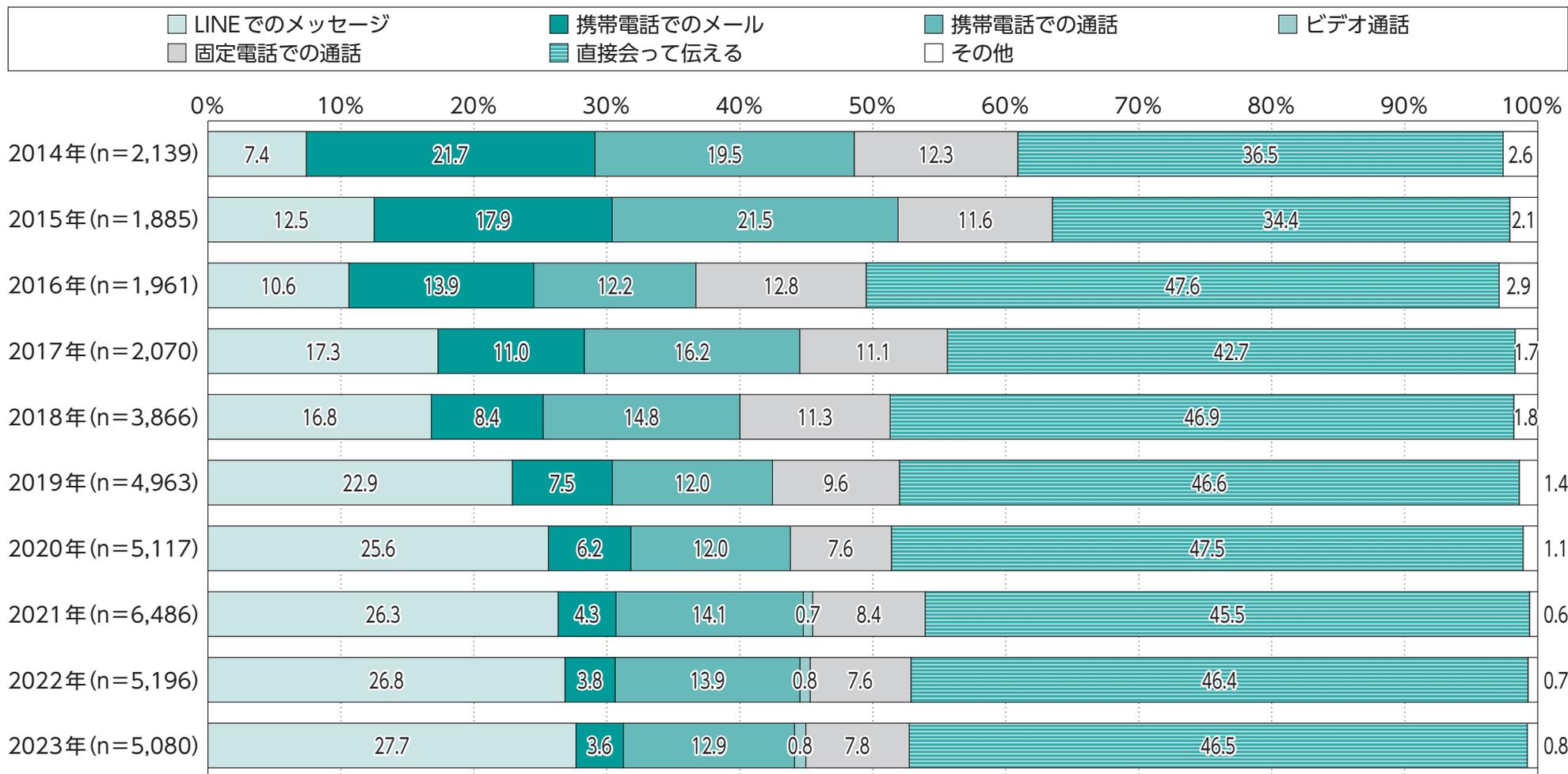
出典：2023年一般向けモバイル動向調査

2章 1節

同居の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(単一回答)

資料2-3

- 2023年は「直接会って伝える」(46.5%)が最も高く、「LINEでのメッセージ」「携帯電話での通話」がそれに続く。
- 「LINEでのメッセージ」は増加傾向が継続、一方「携帯電話でのメール」は緩やかな減少傾向。



注1：携帯電話所有者で、1年以内にそれぞれの相手と連絡をとった人が回答。

注2：携帯電話での通話は、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。

注4：ビデオ通話は、2021年から聴取。

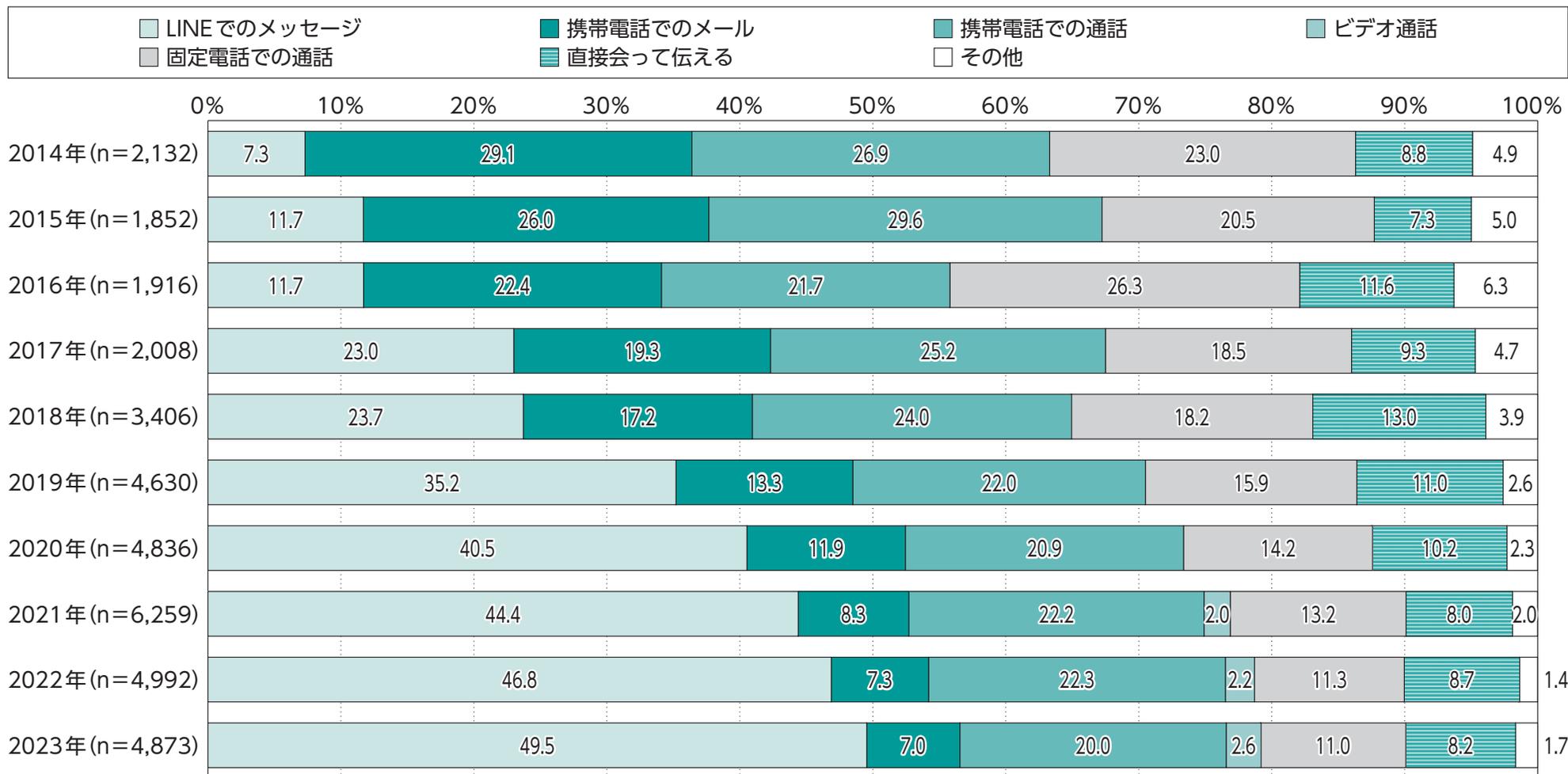
出典：2014年-2023年一般向けモバイル動向調査

2章 1節

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(単一回答)

資料2-4

- 2023年は「LINEでのメッセージ」が最も高く、「携帯電話での通話」「固定電話での通話」がそれに続く。
- 「LINEでのメッセージ」は増加傾向が継続している。



注1：携帯電話所有者で、1年以内にそれぞれの相手と連絡をとった人が回答。

注2：携帯電話での通話は、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。

注4：ビデオ通話は、2021年から聴取。

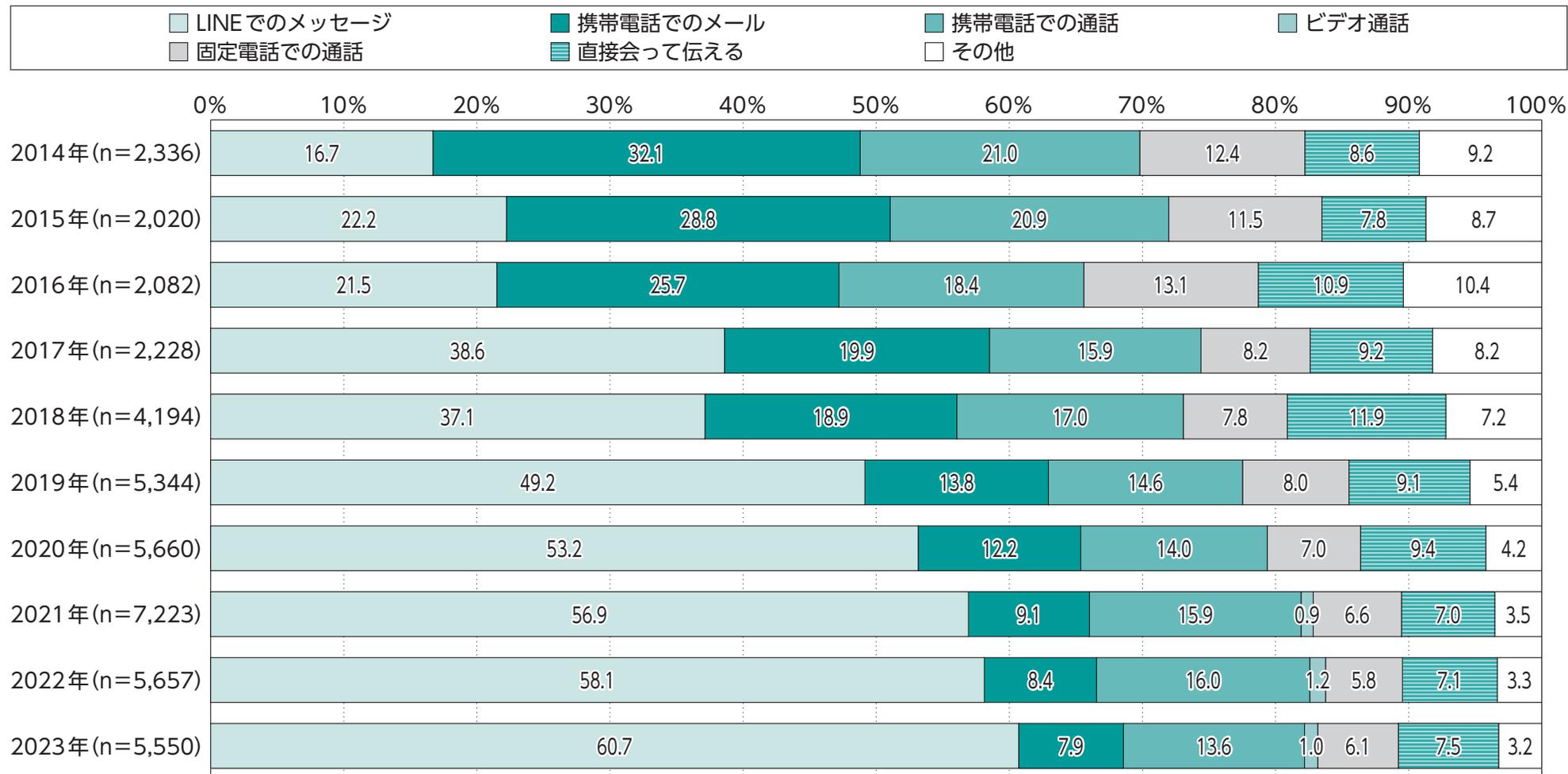
出典：2014年-2023年一般向けモバイル動向調査

2章 1節

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(単一回答)

資料2-5

- 2017年に「LINEでのメッセージ」が大幅に増加し、2023年も増加傾向が継続。
- 「携帯電話でのメール」は継続して減少傾向がみられる。



注1：携帯電話所有者で、1年以内にそれぞれの相手と連絡をとった人が回答。

注2：携帯電話での通話は、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。

注4：ビデオ通話は、2021年から聴取。

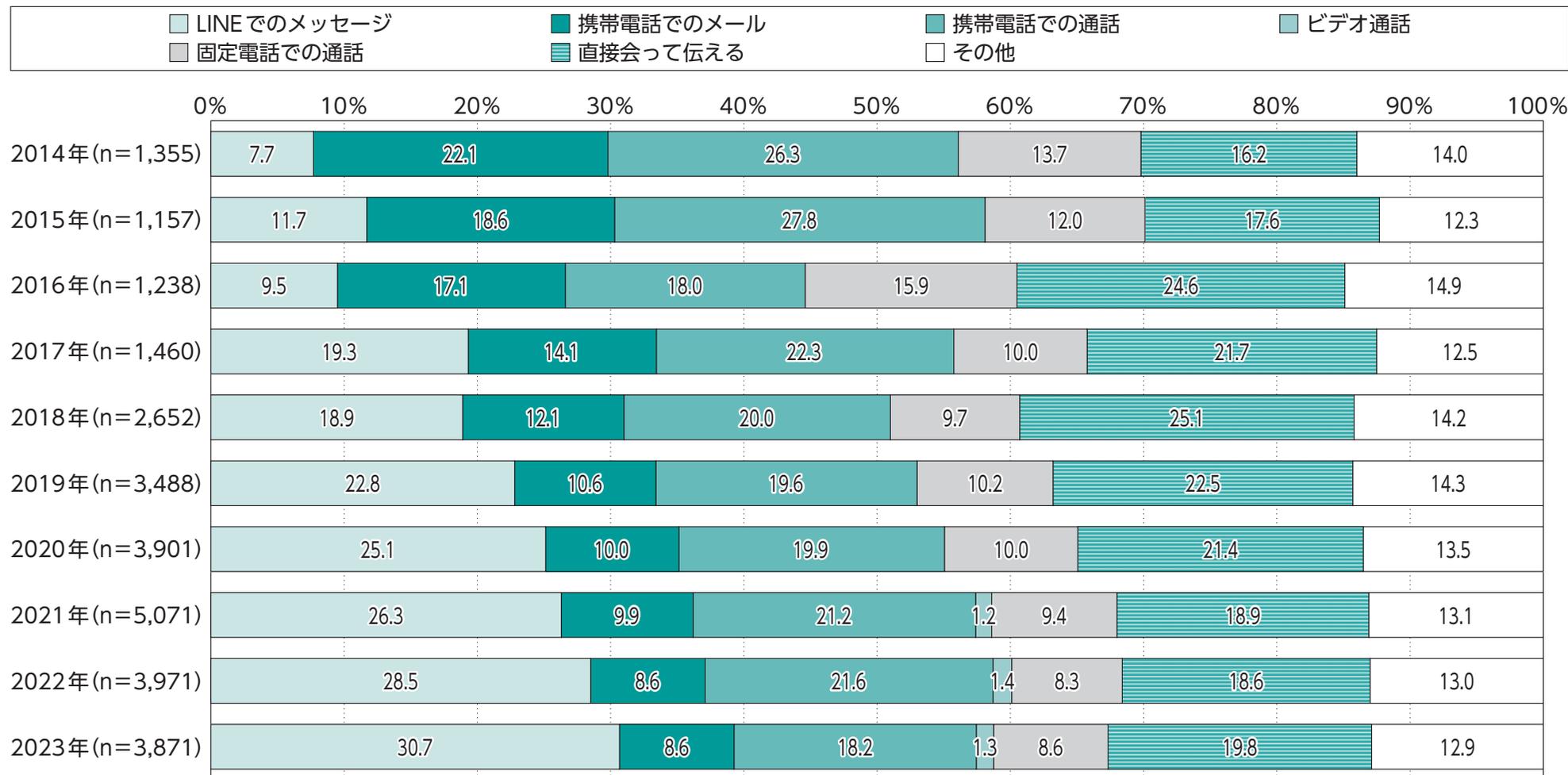
出典：2014年-2023年一般向けモバイル動向調査

2章 1節

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(単一回答)

資料2-6

●仕事関係者に日常会話を伝える手段は「LINEでのメッセージ」が増加傾向、「携帯電話でのメール」は緩やかに減少の傾向。



注1：携帯電話所有者で、1年以内にそれぞれの相手と連絡をとった人が回答。

注2：携帯電話での通話は、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。

注4：ビデオ通話は、2021年から聴取。

出典：2014年-2023年一般向けモバイル動向調査

2章 モバイルコミュニケーション

2節 ソーシャルメディアの利用状況

ソーシャルメディアの利用率、利用頻度

ポイント

- LINEは8割強、Twitterは4割強、Instagramは4割弱、Facebookは2割強の人が利用(資料2-7)。
- LINEは10～70代と幅広い年代が利用。Facebookは70代ではLINEに次いで利用率が高いが、10代では1割半ばと利用率が低い(資料2-8)。
- LINEは50代以下の男性と60代以下の女性の過半数が毎日利用。Twitterは10～20代の6割程度が毎日利用。Instagramは10～20代女性の7割程度が毎日利用(資料2-9、資料2-10、資料2-11)。

[資料2-7] ソーシャルメディアの認知度や利用率(複数回答) 44

[資料2-8] ソーシャルメディアの利用率[年代別](複数回答) 45

[資料2-9] LINEの利用頻度[性年代別](単一回答) 46

[資料2-10] Twitterの利用頻度[性年代別](単一回答) 47

[資料2-11] Instagramの利用頻度[性年代別](単一回答) 48

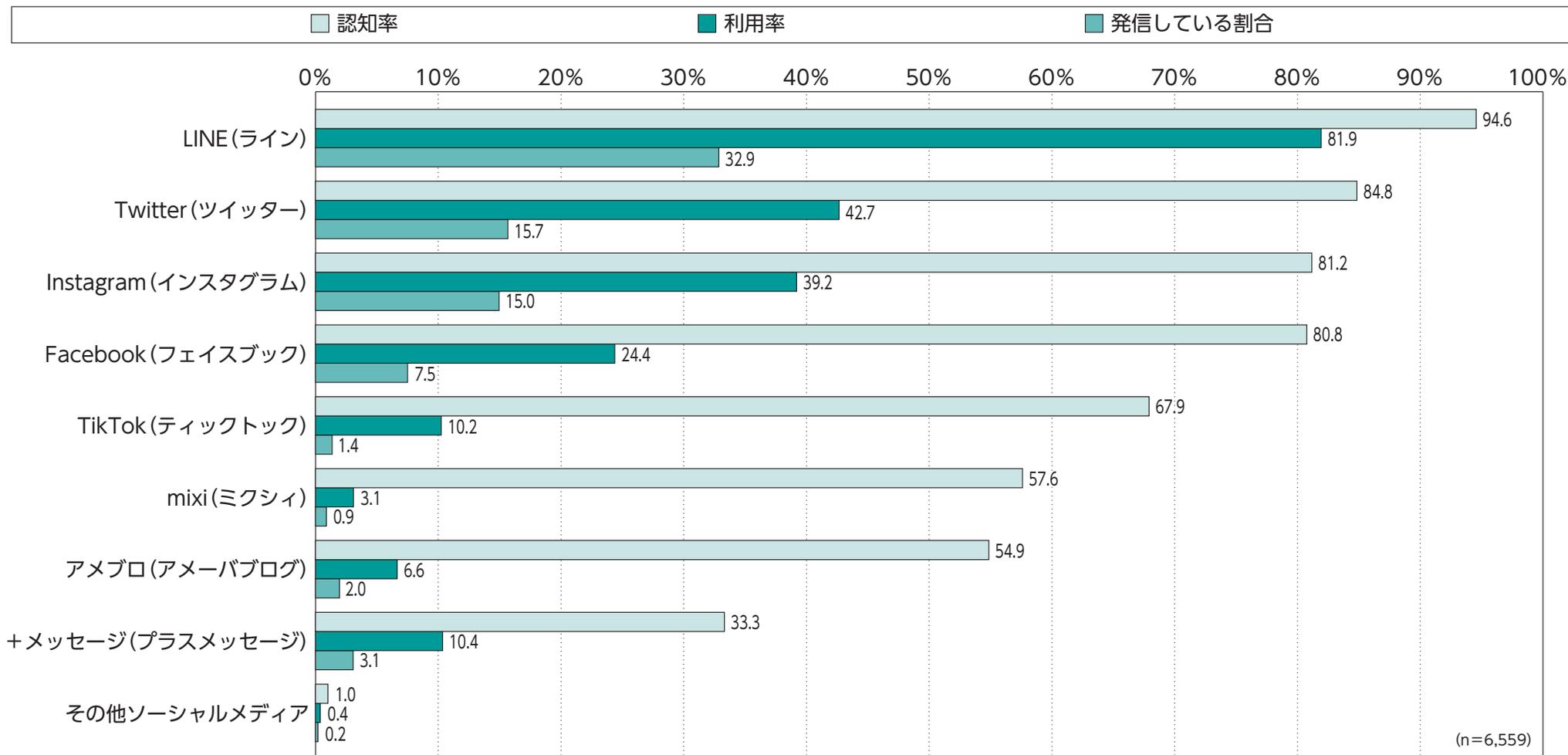
[資料2-12] Facebookの利用頻度[性年代別](単一回答) 49

2章 2節

ソーシャルメディアの認知度や利用率(複数回答)

資料2-7

- ソーシャルメディアの認知度はLINEが9割台、次いでTwitter、Facebook、Instagramが続く。
- 利用率はLINEが最も高く約8割、TwitterとInstagramが4割前後。
- 発信している割合はLINEが3割強、TwitterとInstagramが1割台。



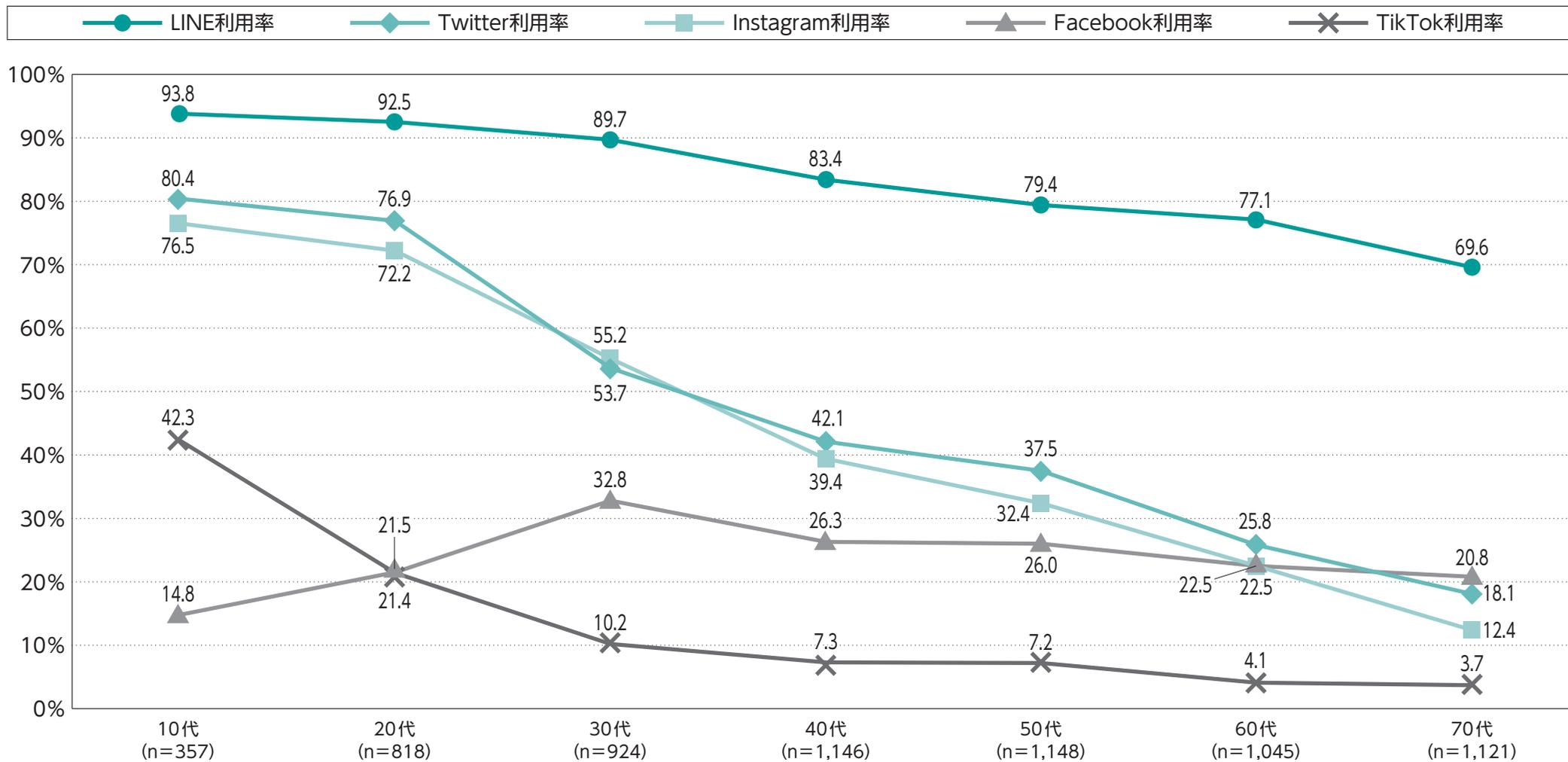
※「認知率」のスコアで降順にソート

2章 2節

ソーシャルメディアの利用率[年代別] (複数回答)

資料2-8

- LINEは他のソーシャルメディアより多く利用されている。
- Facebookは70代でLINEの次に利用率が高いが、10代では14.8%と利用率は低い。



出典：2023年一般向けモバイル動向調査

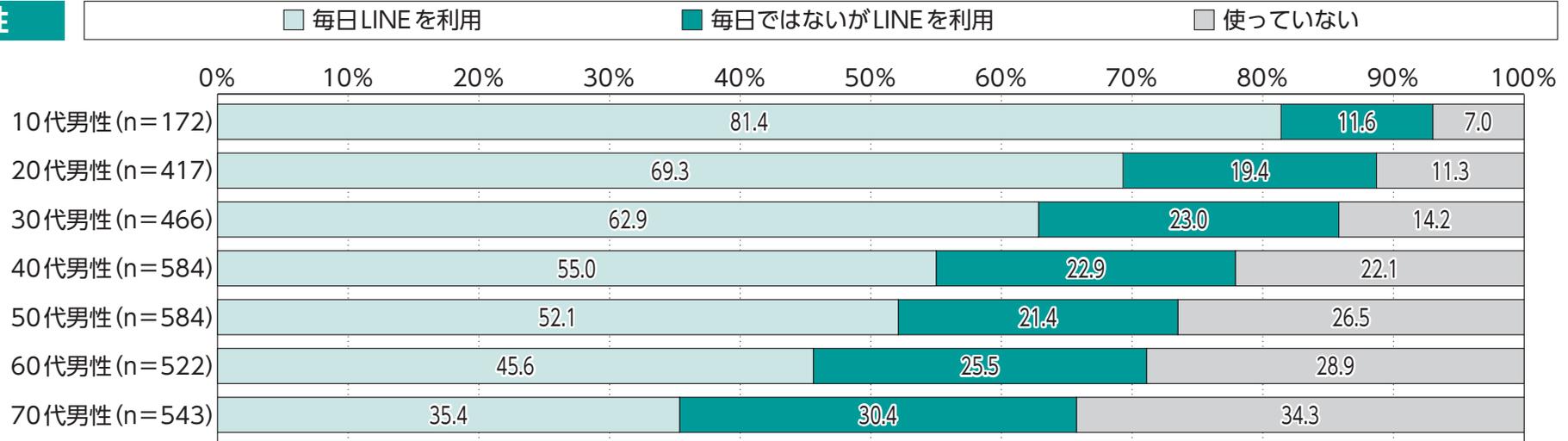
2章 2節

LINEの利用頻度[性年代別] (単一回答)

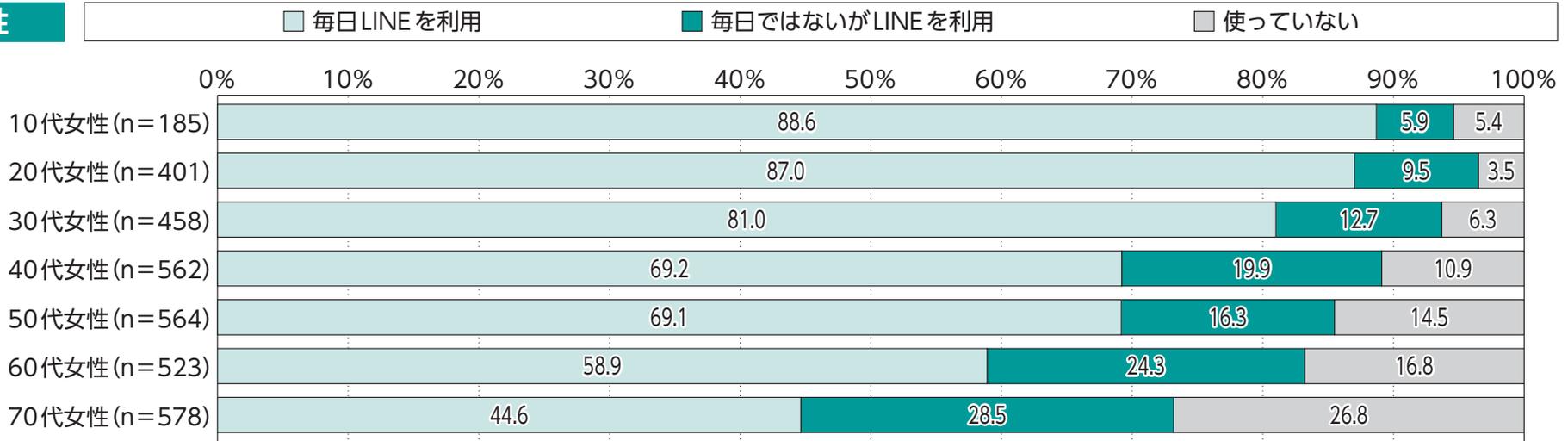
資料2-9

- LINEは50代以下の男性と60代以下の女性の過半数が、毎日利用。
- 特に女性の毎日利用している割合は、男性と比較して各年代で10ポイントほど高い。

男性



女性



出典：2023年一般向けモバイル動向調査

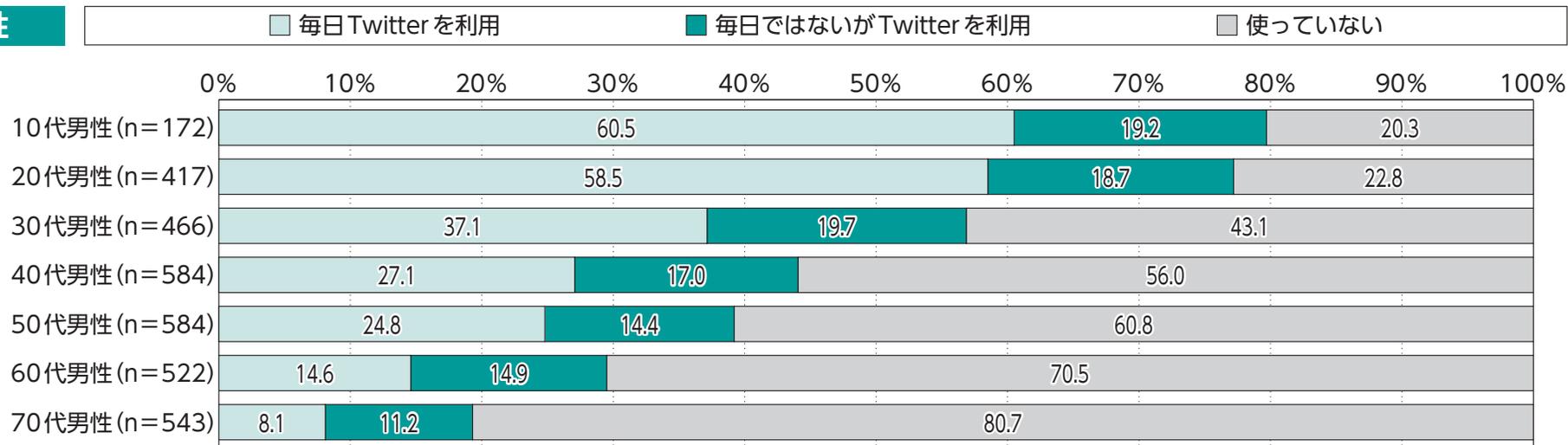
2章 2節

Twitterの利用頻度[性年代別] (単一回答)

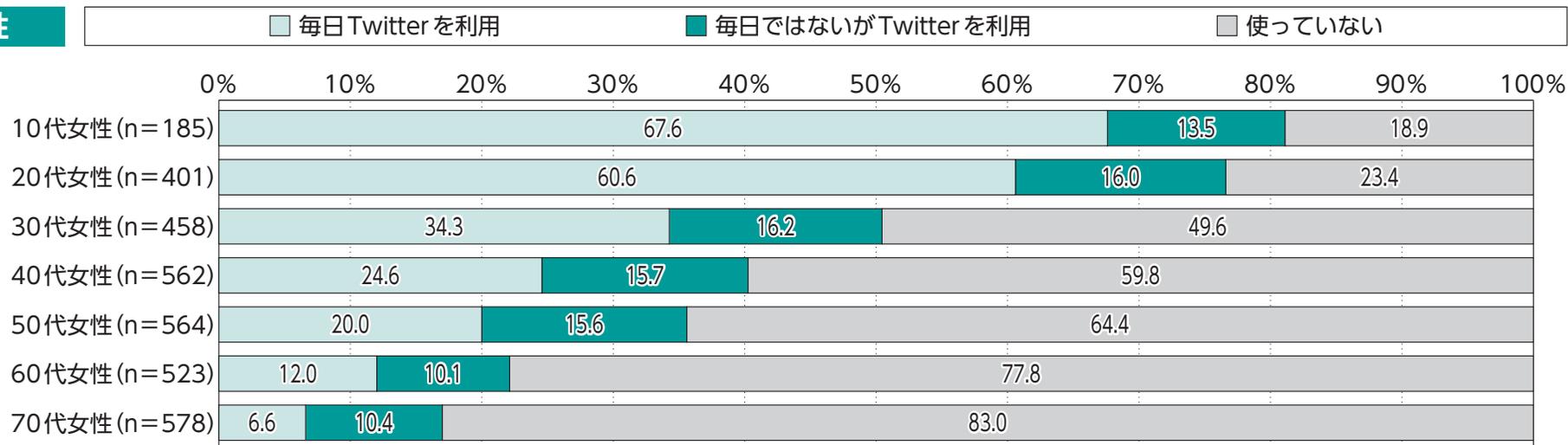
資料2-10

- Twitterは10～20代の6割程度が毎日利用しているが、年代が上がるほど利用率は低下。
- 「毎日ではないがTwitterを利用」の割合は、各年代ともに1～2割程度。

男性



女性



出典：2023年一般向けモバイル動向調査

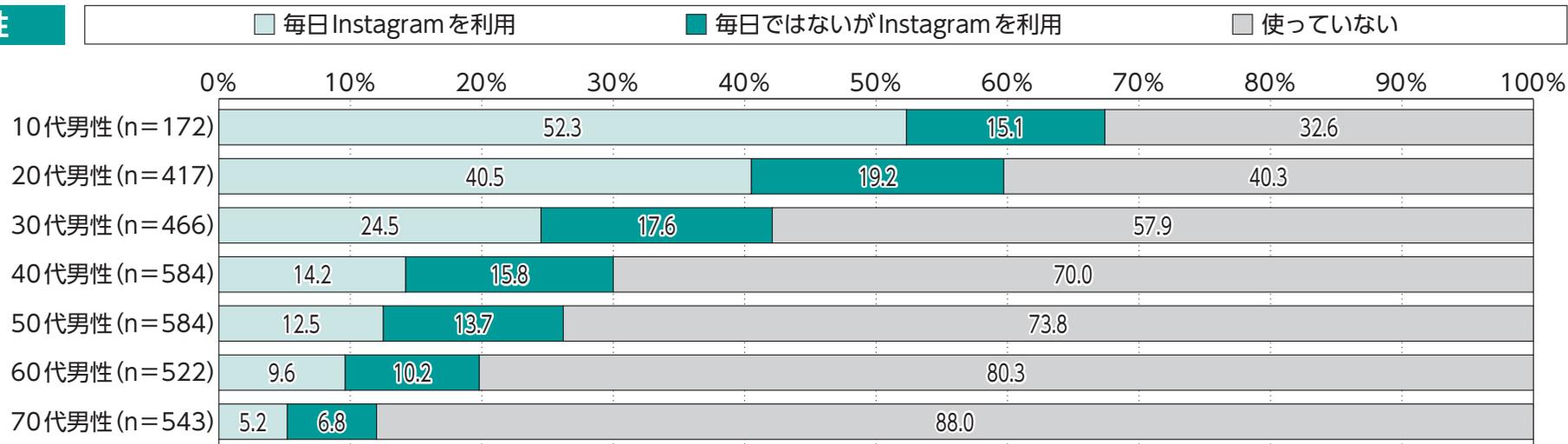
2章 2節

Instagramの利用頻度[性年代別] (単一回答)

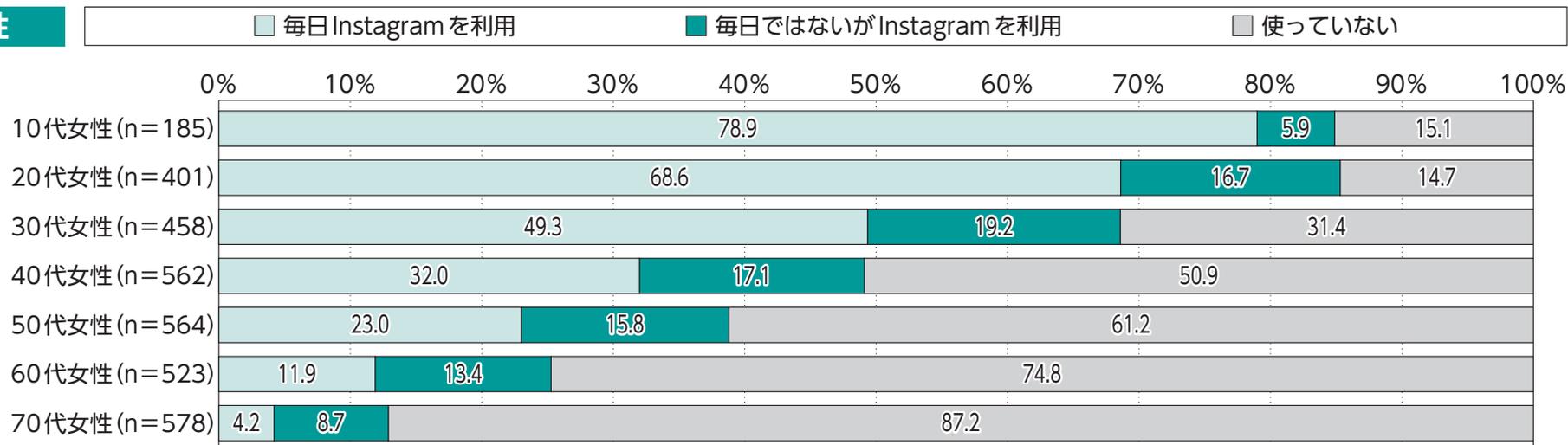
資料2-11

- Instagramは10～20代女性の利用率が突出して高く、7割程度が毎日利用。
- 男性のほうが利用率が相対的に低いものの、10代では過半数が毎日利用。

男性



女性



出典：2023年一般向けモバイル動向調査

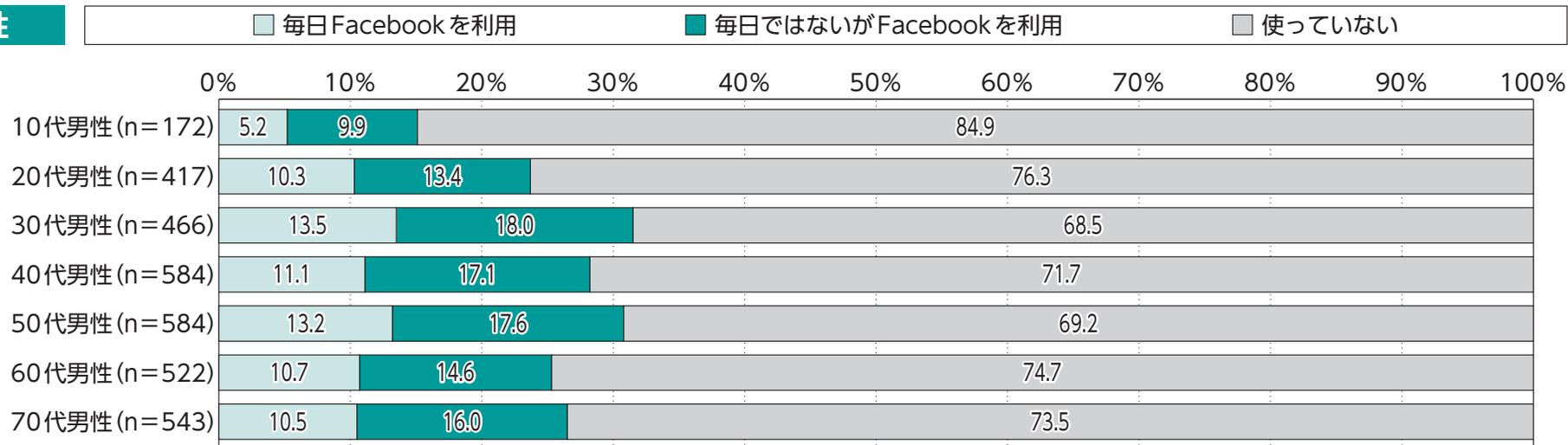
2章 2節

Facebookの利用頻度[性年代別] (単一回答)

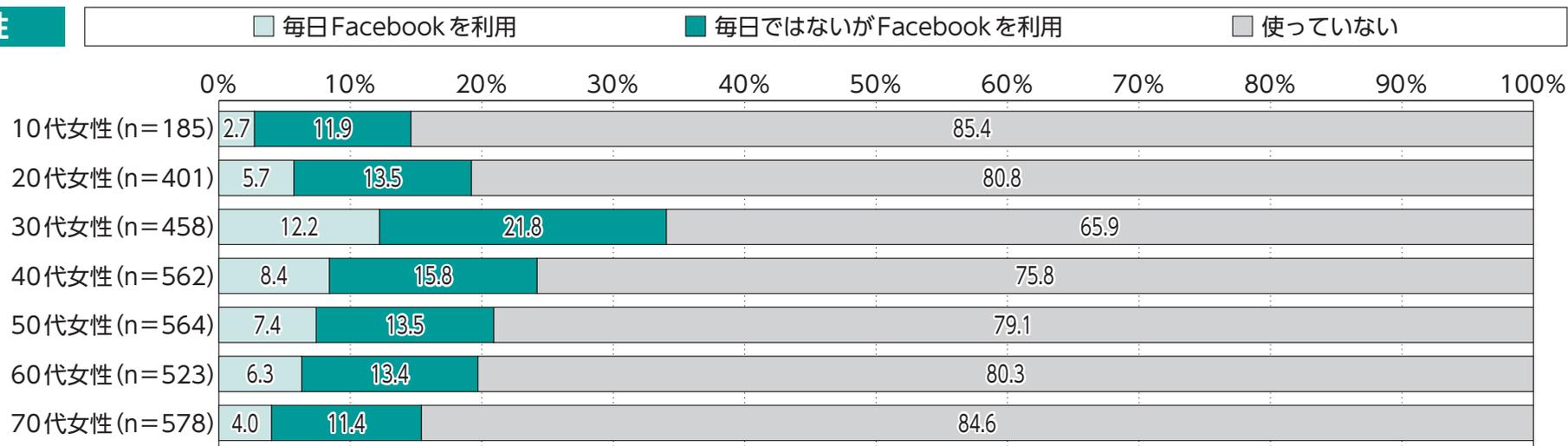
資料2-12

- Facebookは20～70代男性の1割強が毎日利用。女性の毎日利用は男性に比べて低め。
- 他のSNSと比べると10～40代の利用率が低い。

男性



女性



出典：2023年一般向けモバイル動向調査

2章 モバイルコミュニケーション

3節 SNSの使い分け・情報収集

情報収集・発信に使うSNS、ニュースや生活情報を得ているメディア

ポイント

- 各SNSの使われ方は、LINEはコミュニケーションやニュース収集、Twitterはニュースや情報の収集、Facebookは知人の近況把握、Instagramは話題となっている人や物事の把握が比較的多い(資料2-13、資料2-14)。
- 情報発信の内容は、LINEは「家族や友人とのやりとり」、Twitter、Facebook、Instagramは「画像や映像の共有」がそれぞれ最も多い(資料2-13)。
- ニュース情報を得ているメディアは「テレビ」の利用率が最も多く、次いで「Webサイト・アプリ」が続く。「ソーシャルメディア」は2017年から2021年までは上昇傾向にあったが、2021年以降は横ばいの傾向(資料2-15)。

[資料2-13] SNSでの情報発信方法[利用SNS別](複数回答) ……………	51
[資料2-14] SNSでの情報収集方法[利用SNS別](複数回答) ……………	52
[資料2-15] 週1回以上アクセスし、ニュース(報道情報)を日常的に得ている メディアの年次推移(複数回答) ……………	53
[資料2-16] 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(複数回答) ……………	54

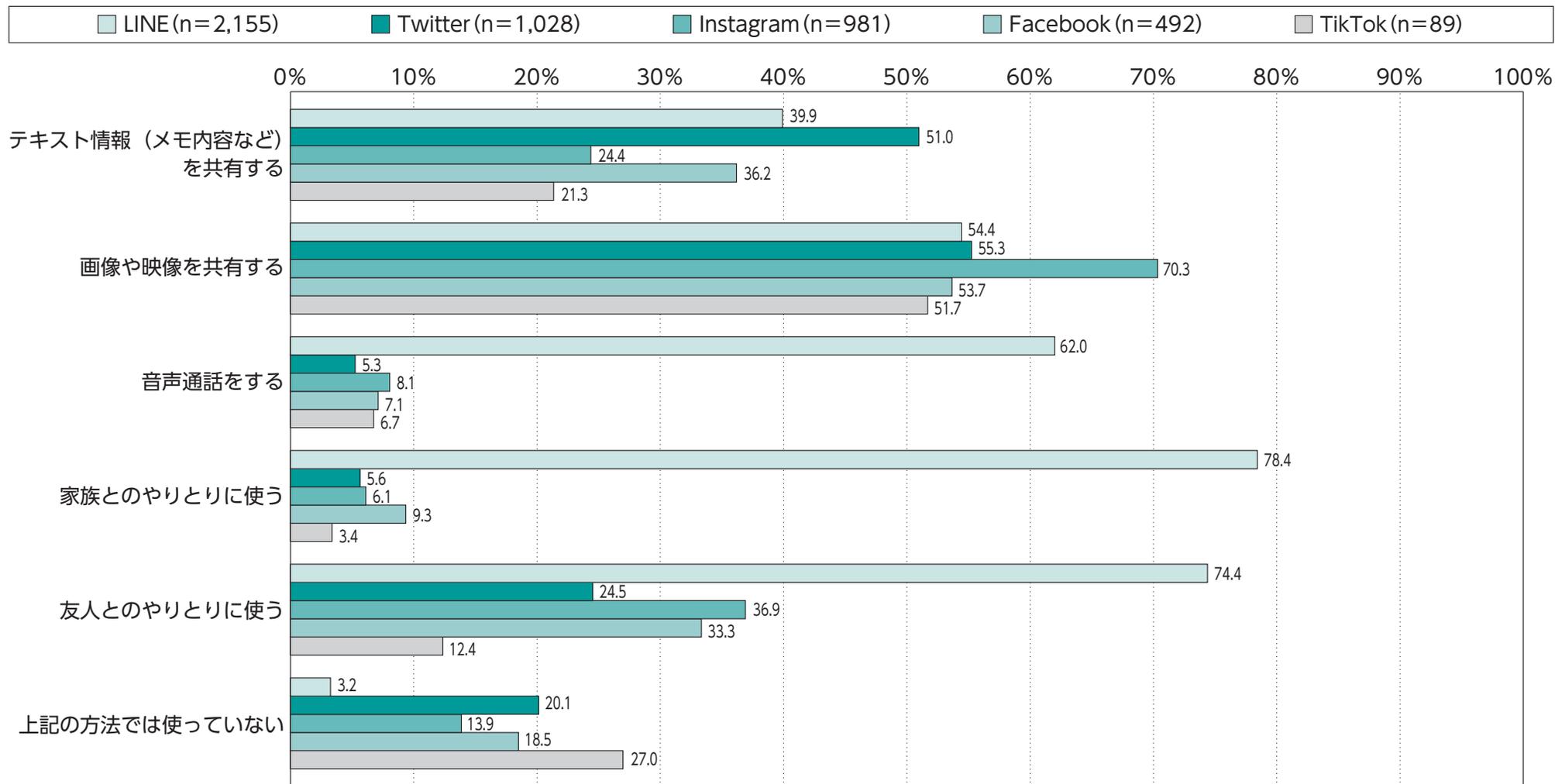
[資料2-17] 週1回以上アクセスし、ニュース(報道情報)を日常的に得ている メディア[年代別](複数回答) ……………	55
[資料2-18] 週1回以上アクセスし、お買い得情報や趣味に関する情報を 日常的に得ているメディア[年代別](複数回答) ……………	56

2章 3節

SNSでの情報発信方法 [利用SNS別] (複数回答)

資料2-13

- LINEは家族や友人とのやりとりなど、主に「コミュニケーションツール」の色が強い。
- Twitter、Facebook、Instagramは、画像や映像の共有がそれぞれ最も多い。



注：各SNS利用者が回答。

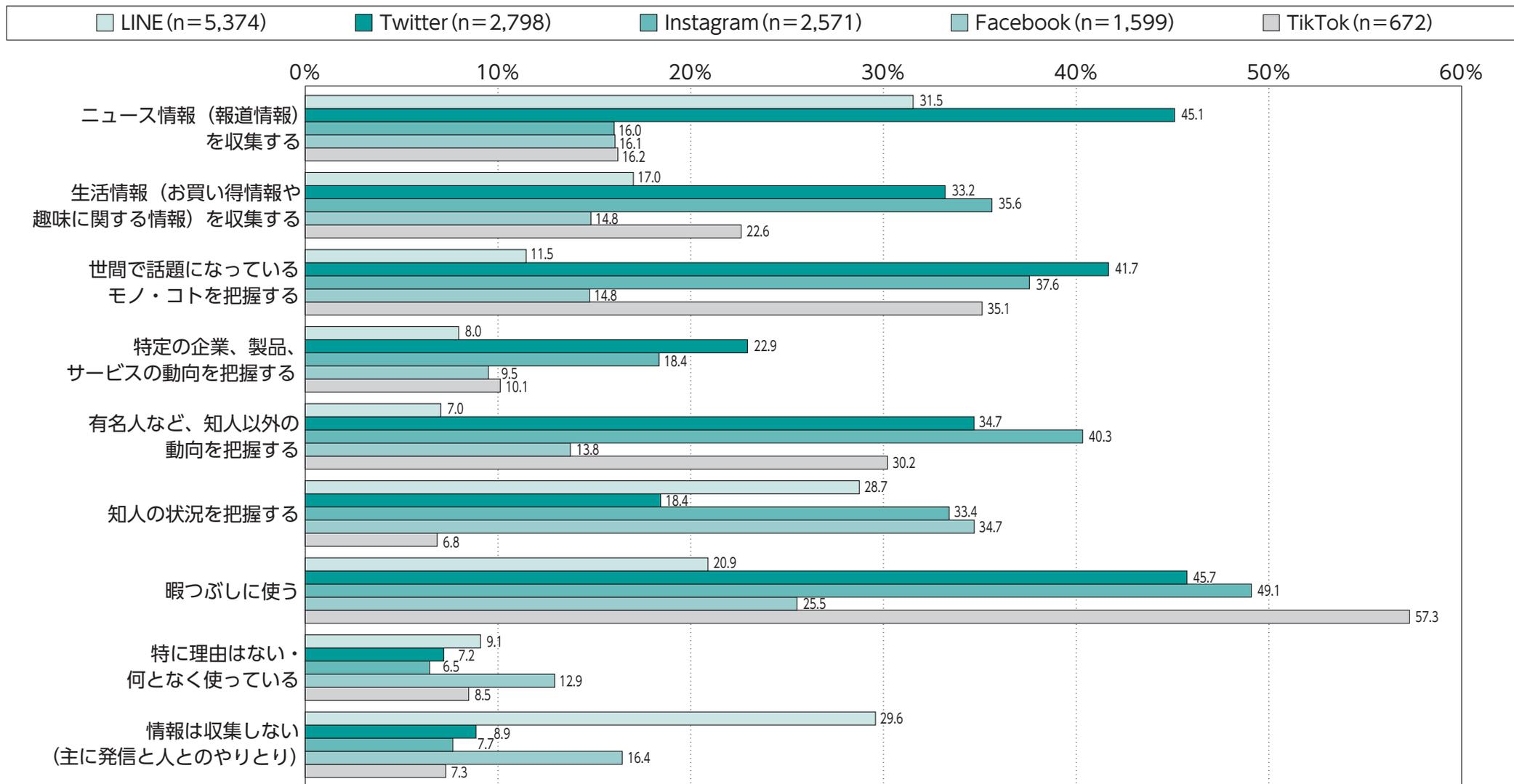
出典：2023年一般向けモバイル動向調査

2章 3節

SNSでの情報収集方法 [利用SNS別] (複数回答)

資料2-14

- LINEは「情報は収集しない」が他のSNSと比較して高いものの、「ニュース情報の収集」にも活用。
- Twitterは「ニュース」「世の中の話題」、Facebookは「知人の状況」、Instagramは「暇つぶし」「有名人など、知人以外の動向把握」「世の中の話題」「生活情報の収集」が特徴として挙がる。



注：各SNS利用者が回答。

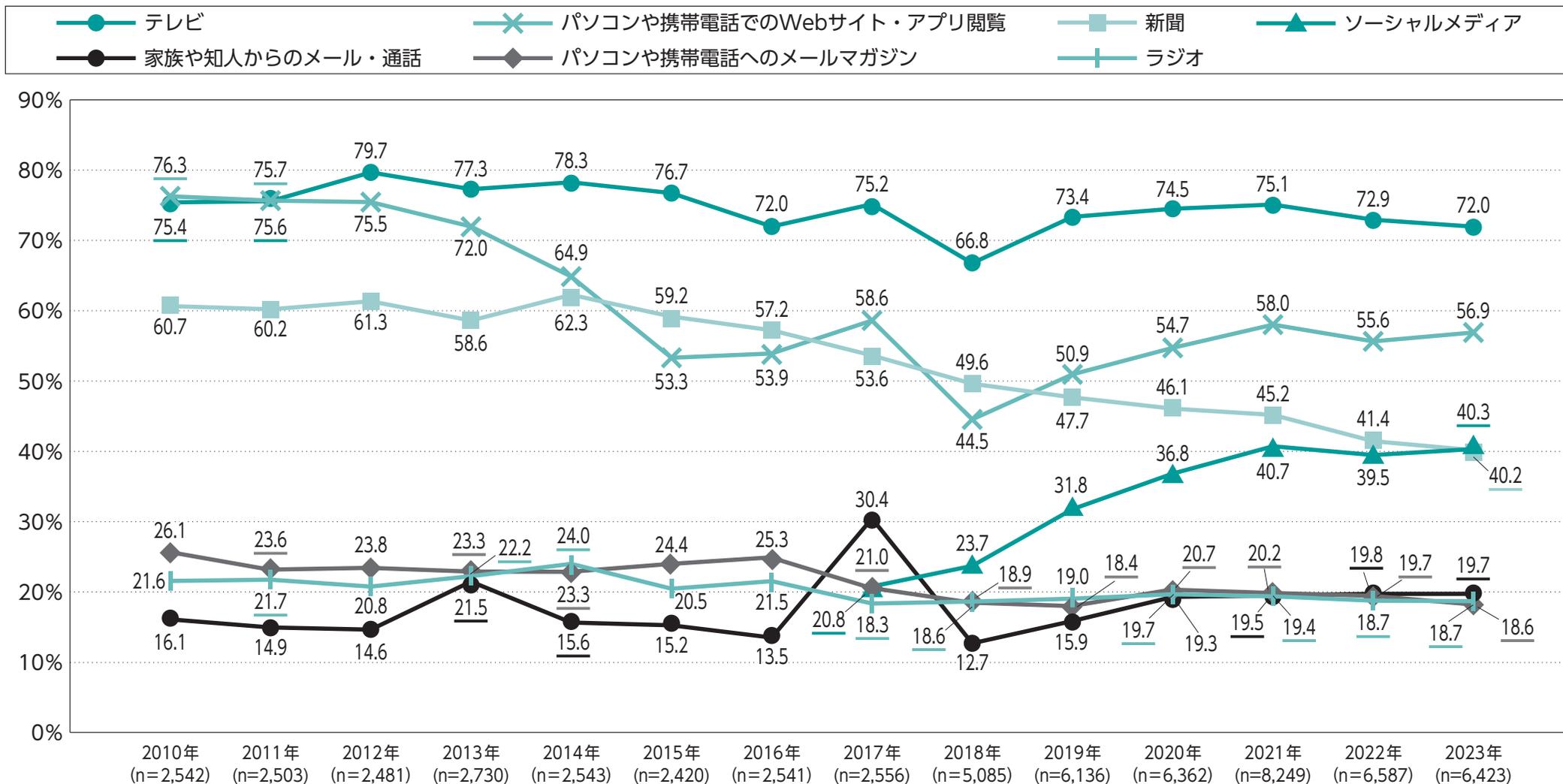
出典：2023年一般向けモバイル動向調査

2章 3節

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

資料2-15

- 「テレビ」の利用が最も多く、次いで「Webサイト・アプリ」が続く。
- 「新聞」は緩やかな減少傾向。「ソーシャルメディア」は2023年は4割程度となった。



注1：携帯電話所有者が回答。

注2：2013年-2016年の「家族や知人からのメール・通話」は、「家族や知人からのメール・通話・ソーシャルメディア」で聴取。

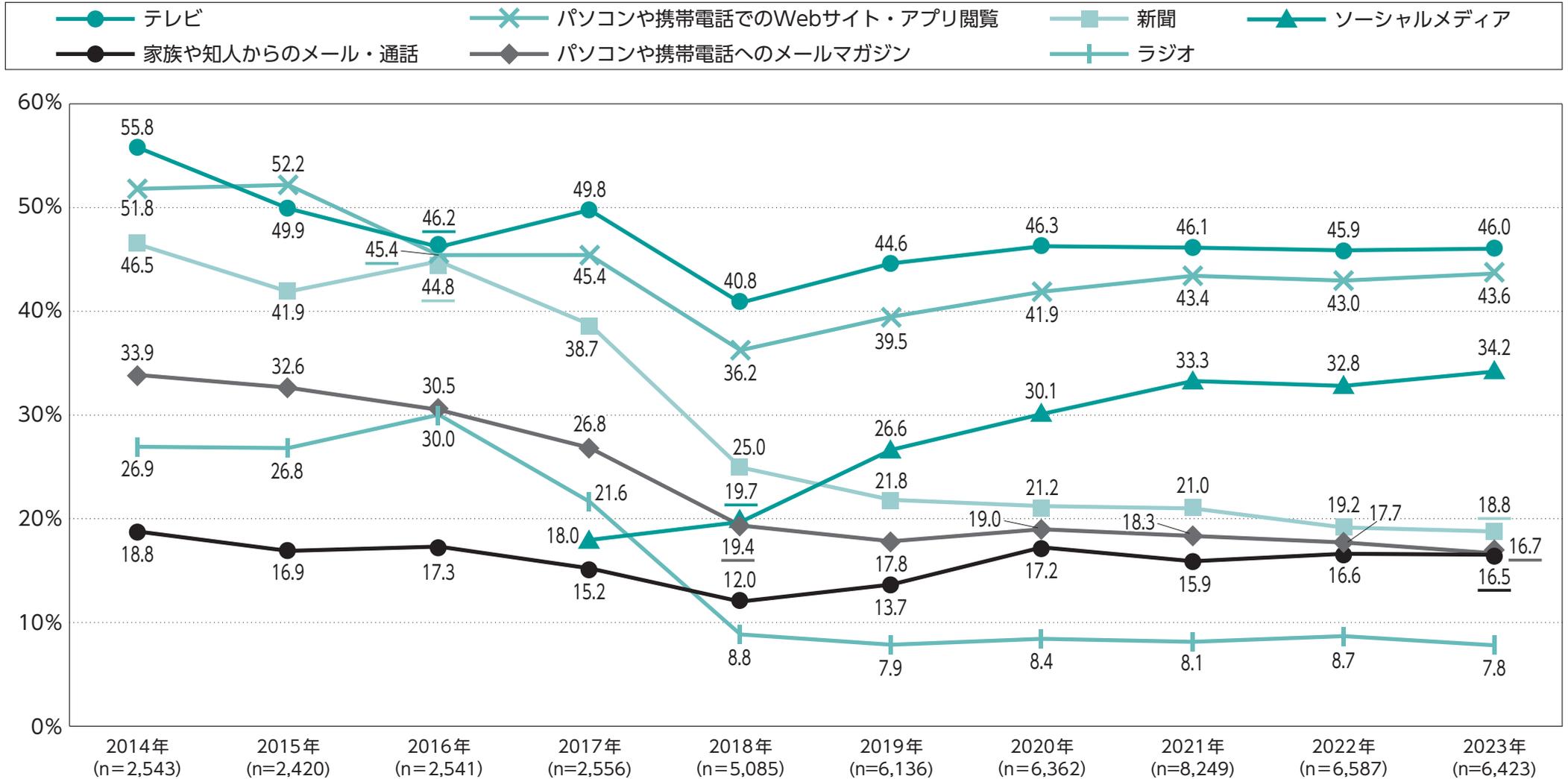
出典：2010年-2023年一般向けモバイル動向調査

2章 3節

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(複数回答)

資料2-16

- 「テレビ」や「Webサイト・アプリ」から生活情報を得る人が多い。
- 「新聞」は緩やかな減少傾向の一方、「ソーシャルメディア」は増加の傾向。



注1：携帯電話所有者が回答。

注2：2014年-2016年の「家族や知人からのメール・通話」は、「家族や知人からのメール・通話・ソーシャルメディア」で聴取。

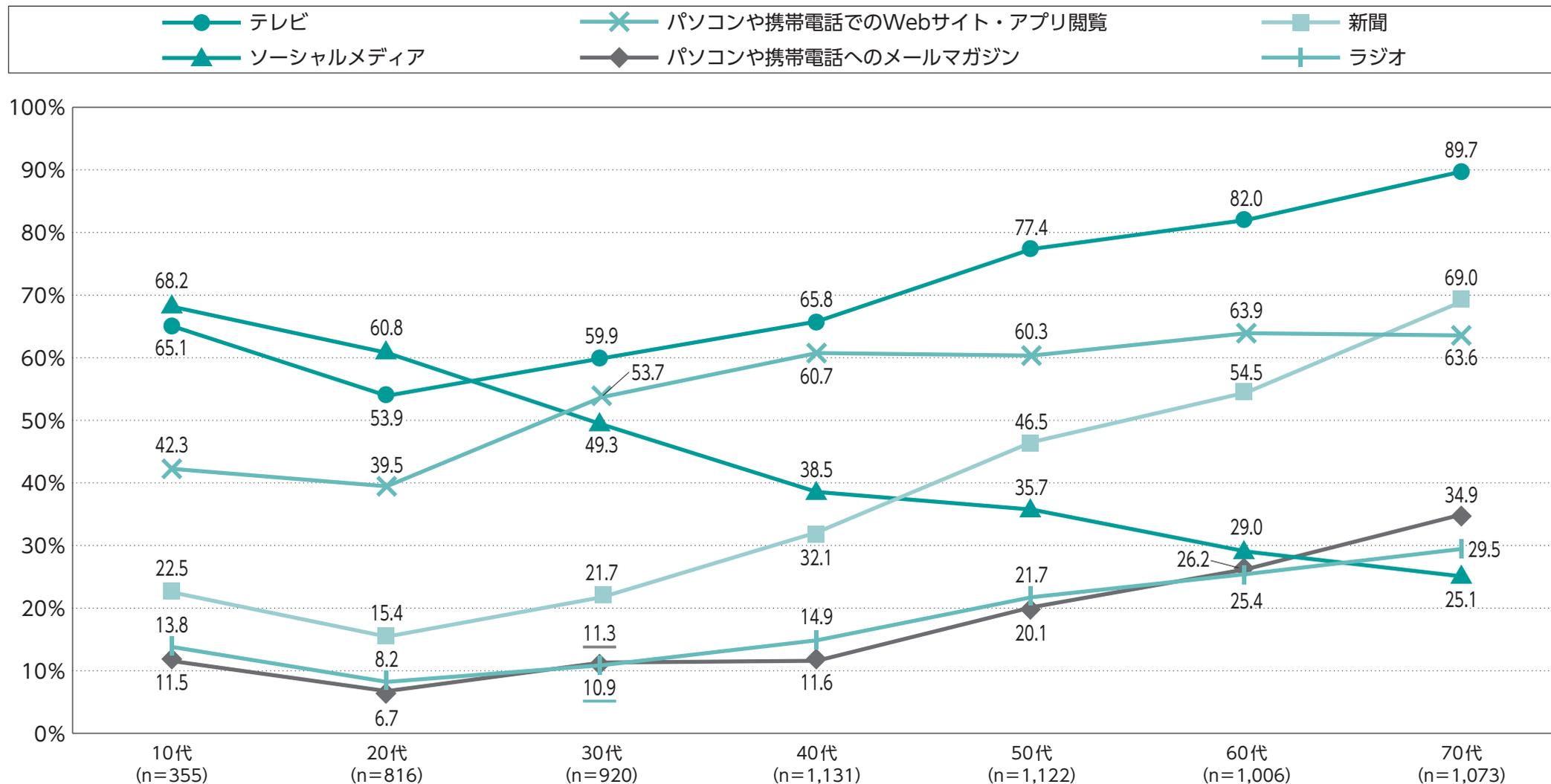
出典：2014年-2023年一般向けモバイル動向調査

2章 3節

週1回以上アクセスし、ニュース(報道情報)を日常的に得ているメディア[年代別](複数回答)

資料2-17

- 「テレビ」が30～70代で最も高いが、10～20代は「ソーシャルメディア」がトップとなる。
- 「ソーシャルメディア」は年代が上がるにつれて利用率が低下する。



注：携帯電話所有者が回答。

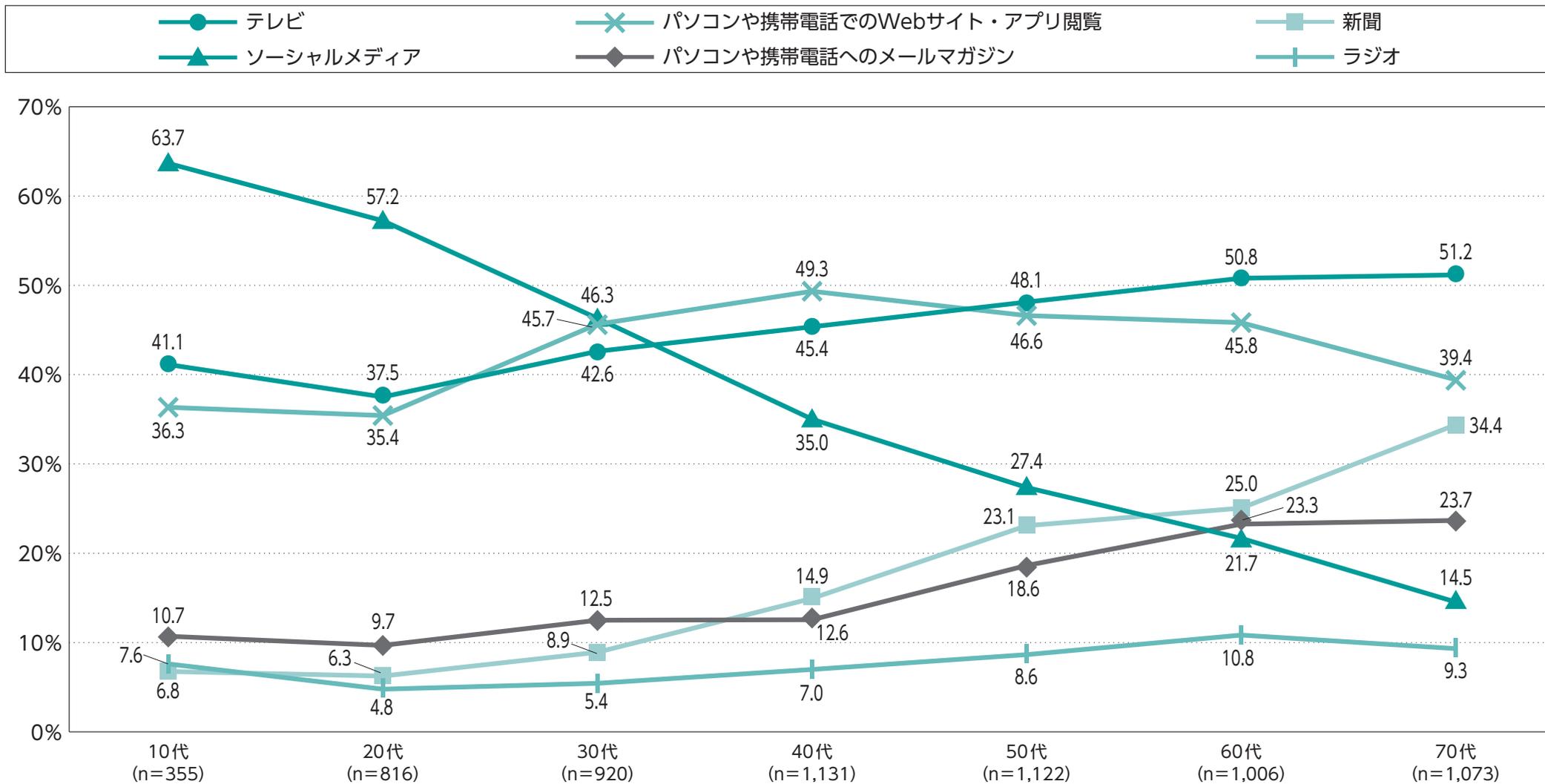
出典：2023年一般向けモバイル動向調査

2章 3節

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[年代別] (複数回答)

資料2-18

- 10～20代では「ソーシャルメディア」が他年代に比べ高く、「テレビ」「Webサイト・アプリ」が続く。
- 40～60代では「テレビ」または「Webサイト・アプリ」がトップとなり、「ソーシャルメディア」は年代が上がるにつれて利用率が下がる。



注：携帯電話所有者が回答。

出典：2023年一般向けモバイル動向調査