2章　スマホ・ケータイコミュニケーション

1節　スマホ・ケータイでのコミュニケーション

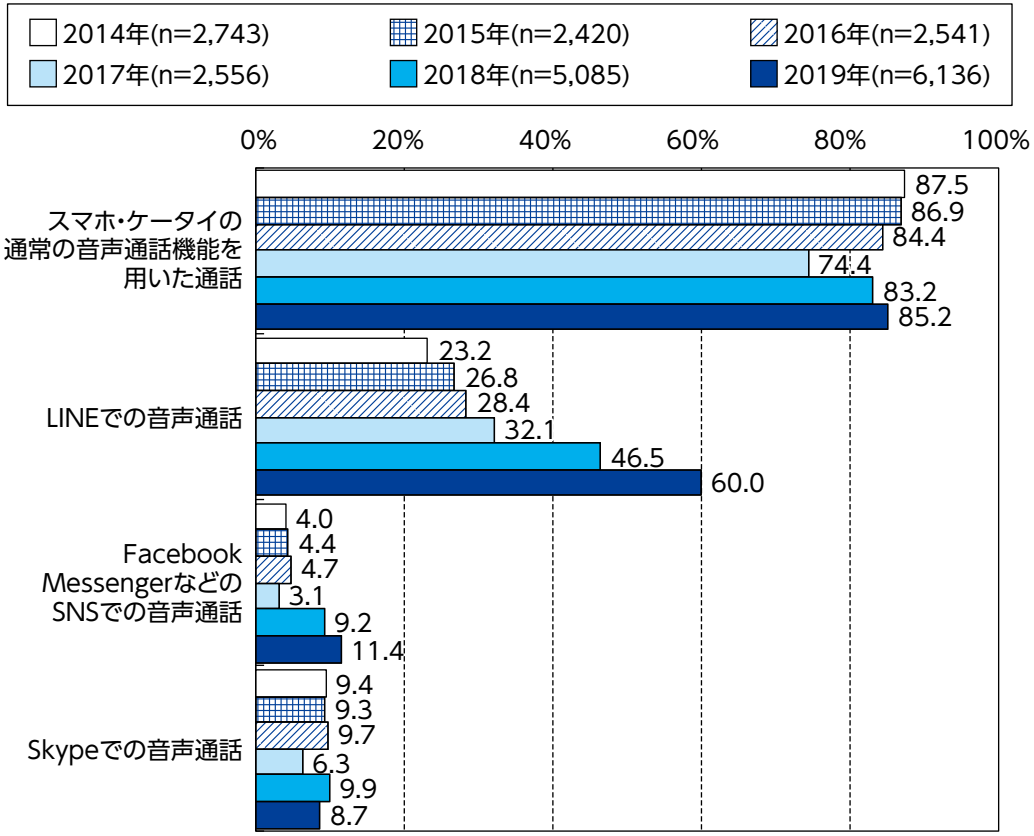
ポイント

- ●音声通話の利用率は「LINE」が増加傾向にあり6割に(資料2-1)。
- ●連絡手段は同居の家族，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)。
- ●LINE，Facebook，Instagramは比較的面識のある人と友だち関係にあるが，Twitterは面識のない人の割合が高い(資料2-7～資料2-10)。

[資料2-1]　スマホ・ケータイによる通話利用率の年次推移 —— 20
[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) —— 20
[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) —— 21
[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) —— 21
[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) —— 22
[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) —— 22
[資料2-7]　LINEの友だち数の中央値[年代別](数値回答) —— 23
[資料2-8]　Twitterの友だち数の中央値[年代別](数値回答) —— 23
[資料2-9]　Facebookの友だち数の中央値[年代別](数値回答) —— 24
[資料2-10]　Instagramの友だち数の中央値[年代別](数値回答) —— 24
[資料2-11]　家族とのSNS上の友だち関係[SNS別](単一回答) —— 25

1 節 [資料2-1] スマホ・ケータイによる通話利用率の年次推移

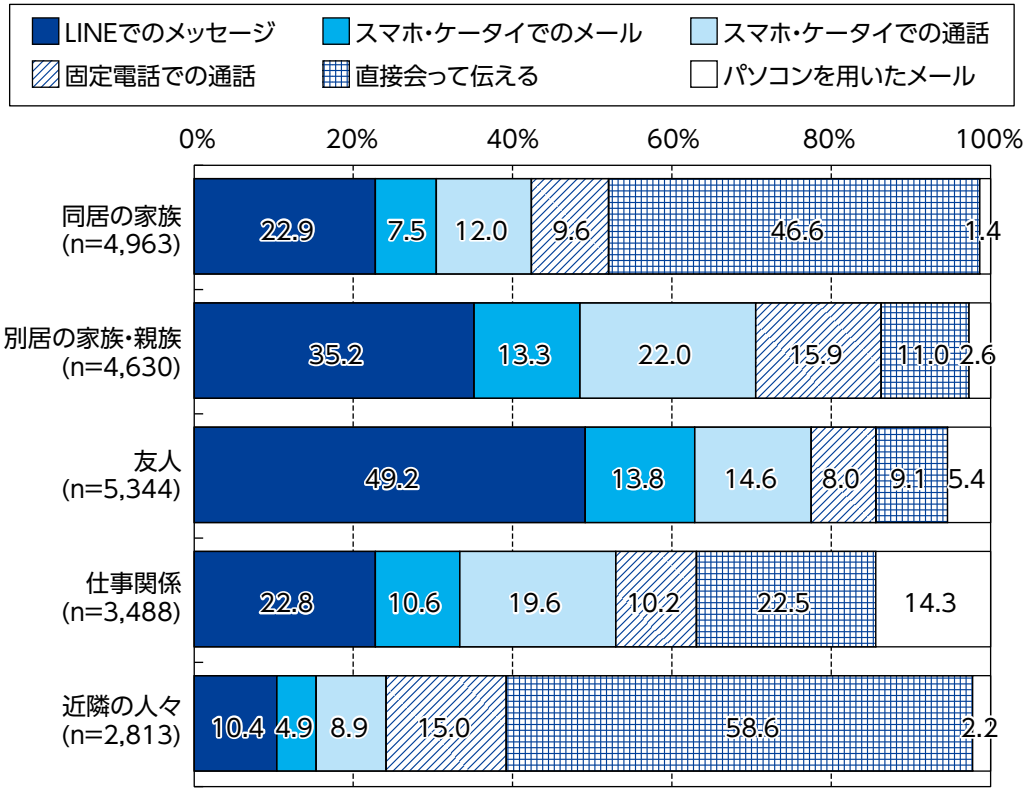
- 2014年以降，「LINEでの音声通話」の利用が増加傾向(60.0%)。
- 「Facebook MessengerなどのSNSでの音声通話」，「Skypeでの音声通話」はどちらもまだ2割に満たない。



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，2019年は「Facebook Messengerでの音声通話」と聞いている。
出所: 2014年-2019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[連絡相手別](単一回答)

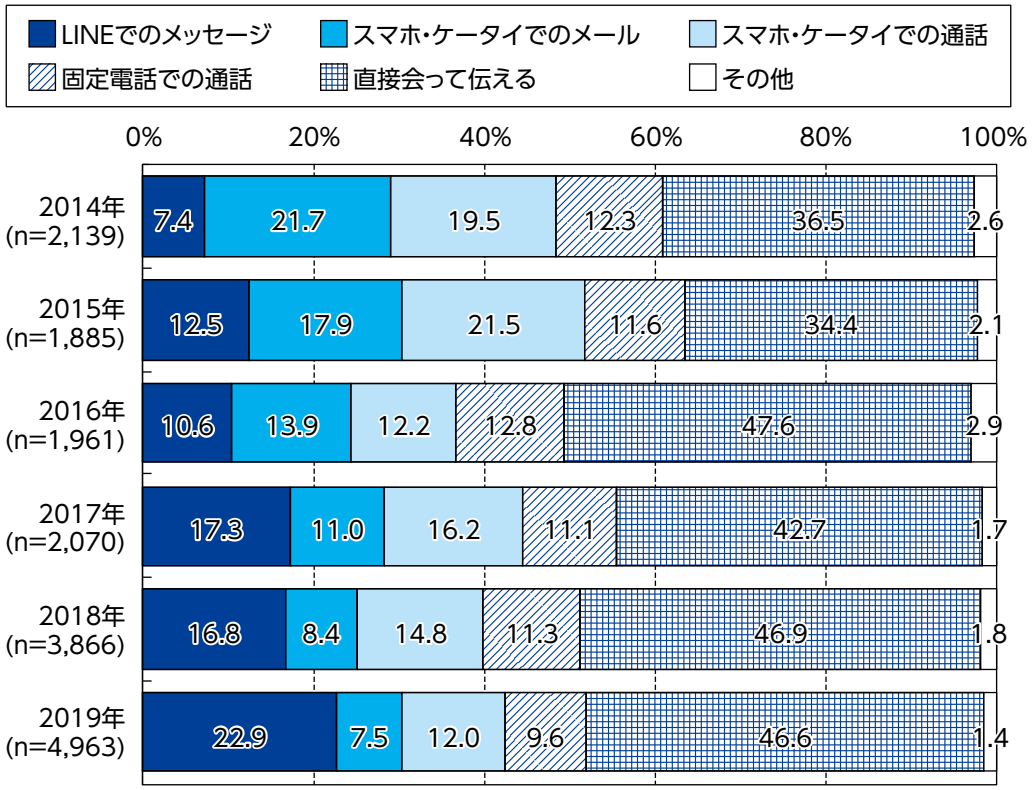
- 「同居の家族」，「近隣の人々」との連絡手段は，「直接会って伝える」と答えた人が最も多く4～5割に達する。
- 「別居の家族・親族」との連絡手段は「LINEでのメッセージ」や「スマホ・ケータイでの通話」が多い。
- 「友人」との連絡手段は「LINEでのメッセージ」が多い。



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: 2019年 一般向けモバイル動向調査

1 節 [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)

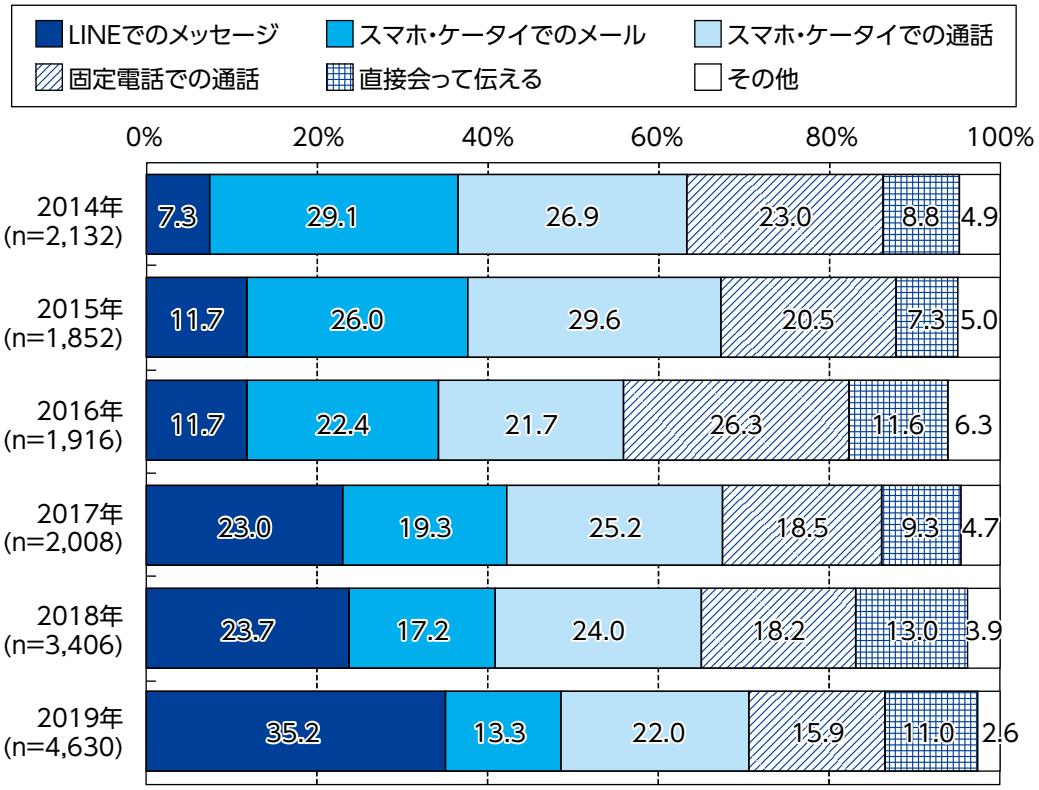
- 2019年は「直接会って伝える」(46.6%)が最も高く，「LINEでのメッセージ」「スマホ・ケータイでの通話」がそれに続く。
- 「LINEでのメッセージ」は増加傾向。



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-2019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(単一回答)

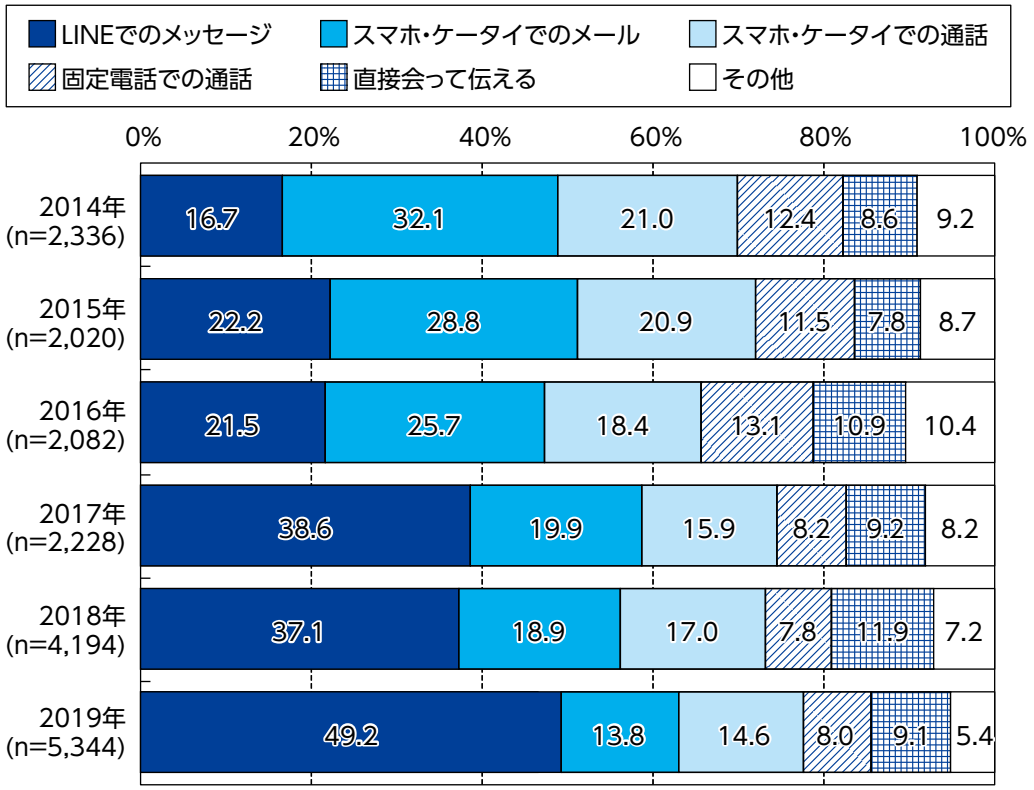
- 2019年は「LINEでのメッセージ」が最も高く，「スマホ・ケータイでの通話」「固定電話での通話」がそれに続く。
- 「LINEでのメッセージ」は増加傾向で，2019年の35.2%は過去最高。



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-2019年一般向けモバイル動向調査

1 節 [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)

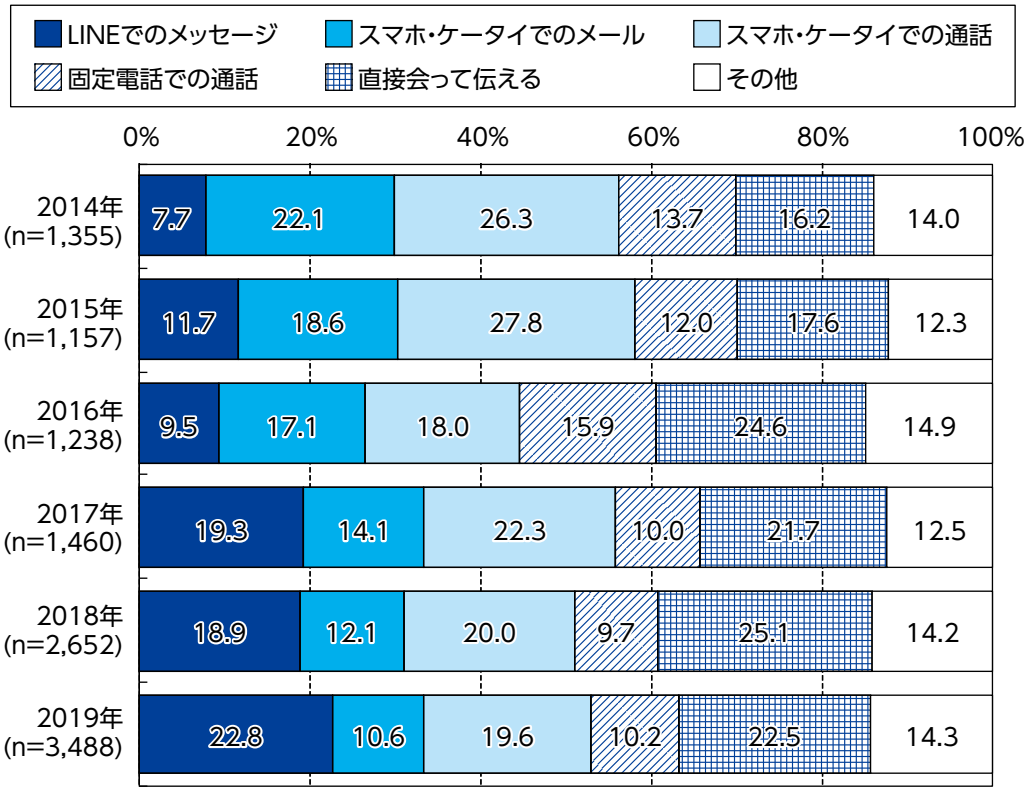
● 2017年に「LINEでのメッセージ」が大幅に増加し，2019年では5割弱に。
「スマホ・ケータイでのメール」は年々減少傾向。



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-2019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(単一回答)

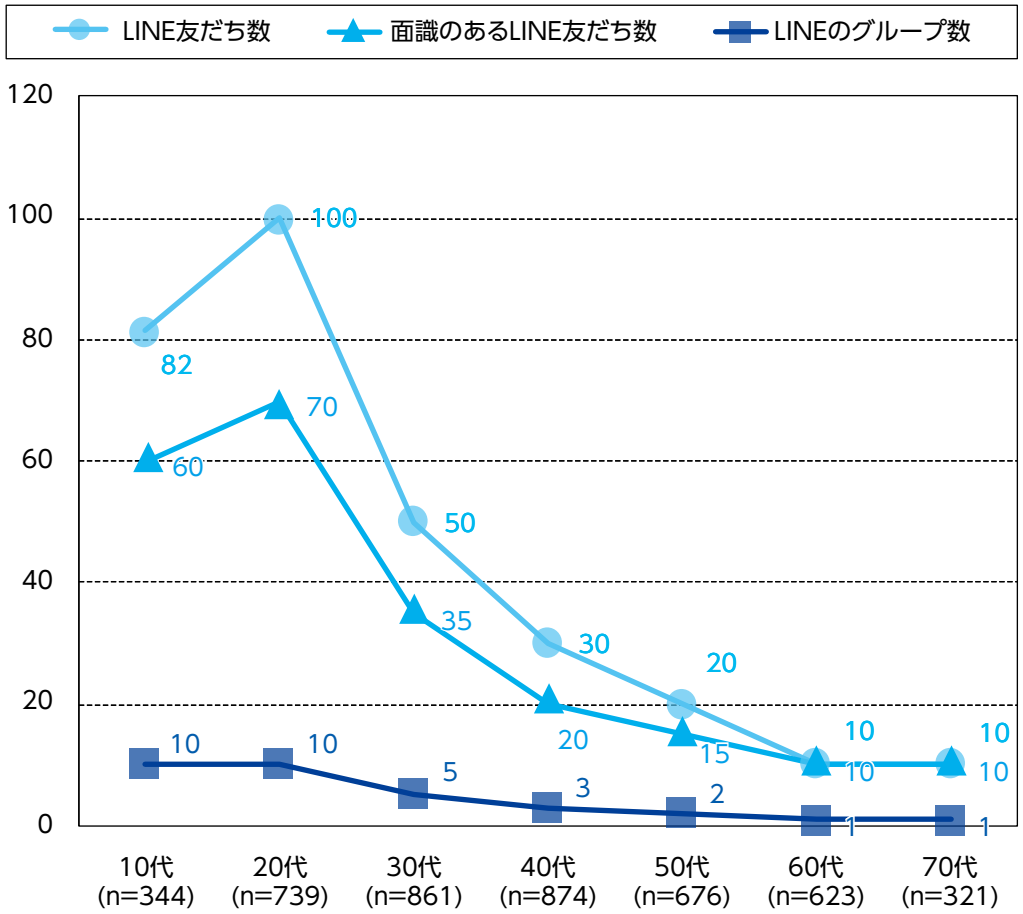
● 仕事関係者に日常会話を伝える手段は「スマホ・ケータイでのメール」が減少する一方で「LINEでのメッセージ」が増加傾向。



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-2019年一般向けモバイル動向調査

1 節 [資料2-7] LINEの友だち数の中央値[年代別](数値回答)

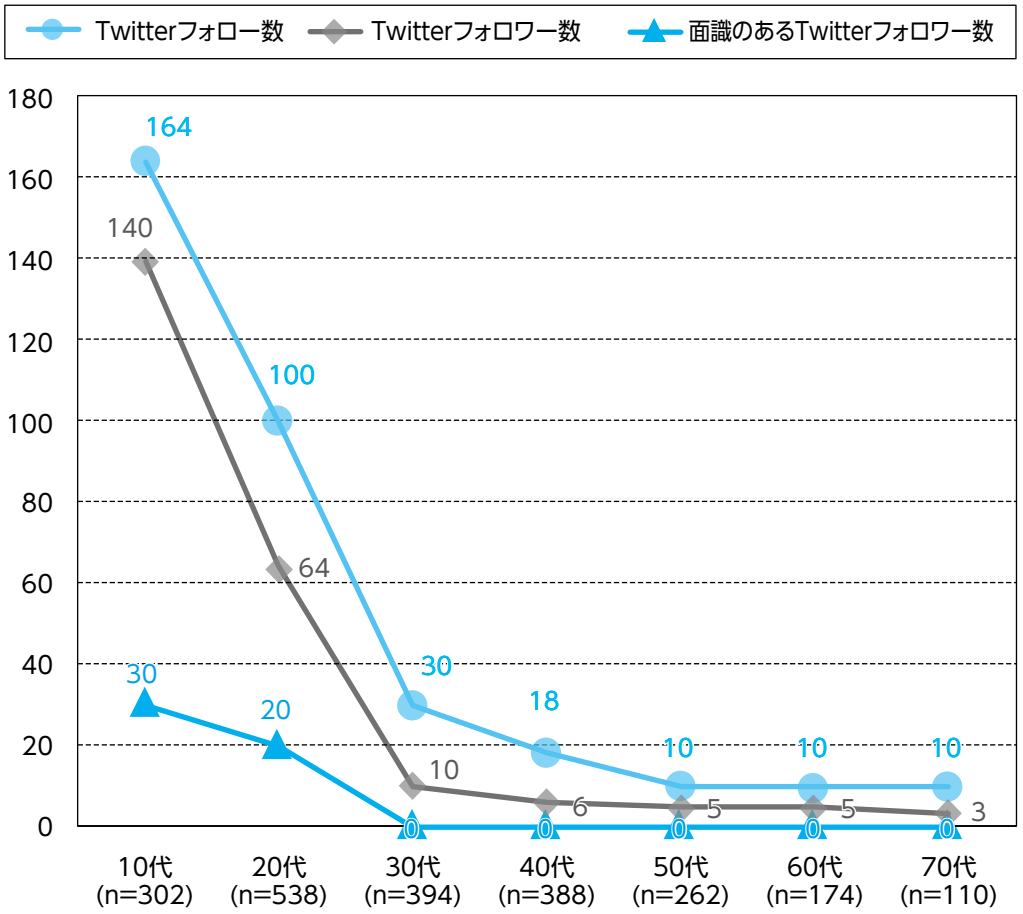
● LINEの登録数は，10～30代で50人を超えている。



注: スマホ・ケータイ所有者かつLINE利用者が回答。
出所: 2019年一般向けモバイル動向調査

[資料2-8] Twitterの友だち数の中央値[年代別](数値回答)

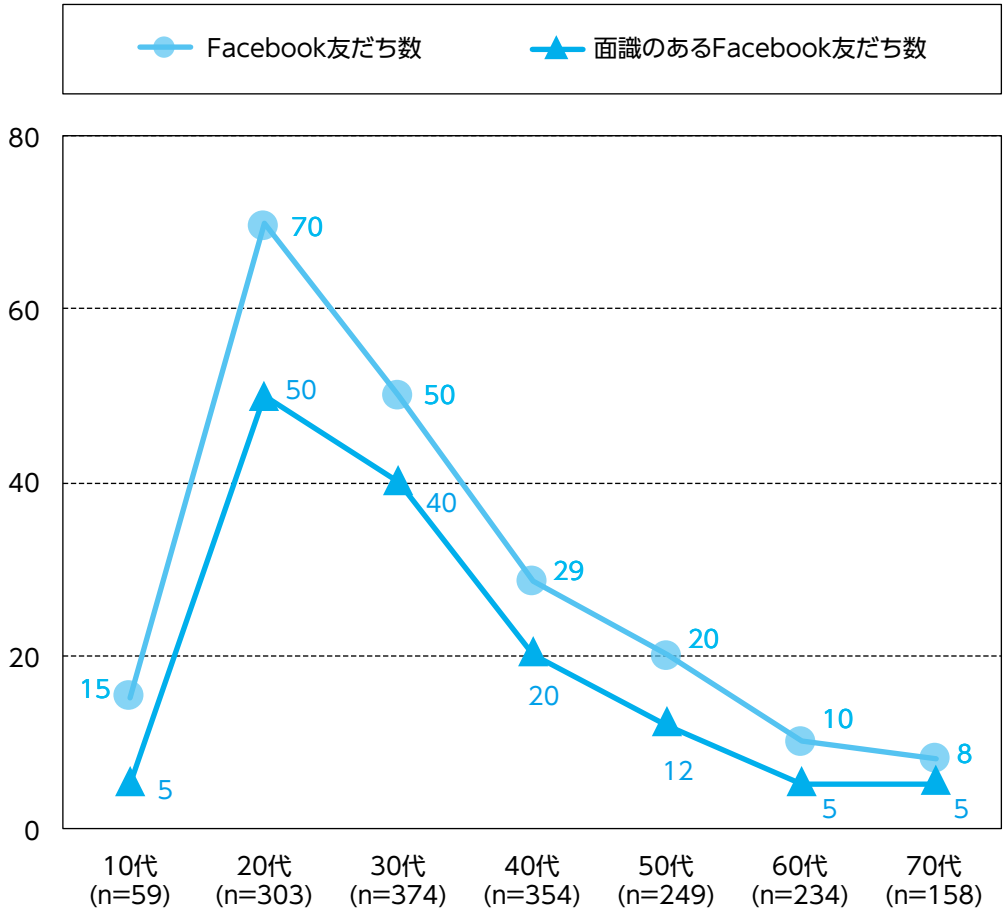
● Twitterのフォロー数，フォロワー数は10～20代では60人以上となるが，30代以上は比較的少ない。



注: スマホ・ケータイ所有者かつTwitter利用者が回答。
出所: 2019年一般向けモバイル動向調査

1 節 [資料2-9] Facebookの友だち数の中央値[年代別](数値回答)

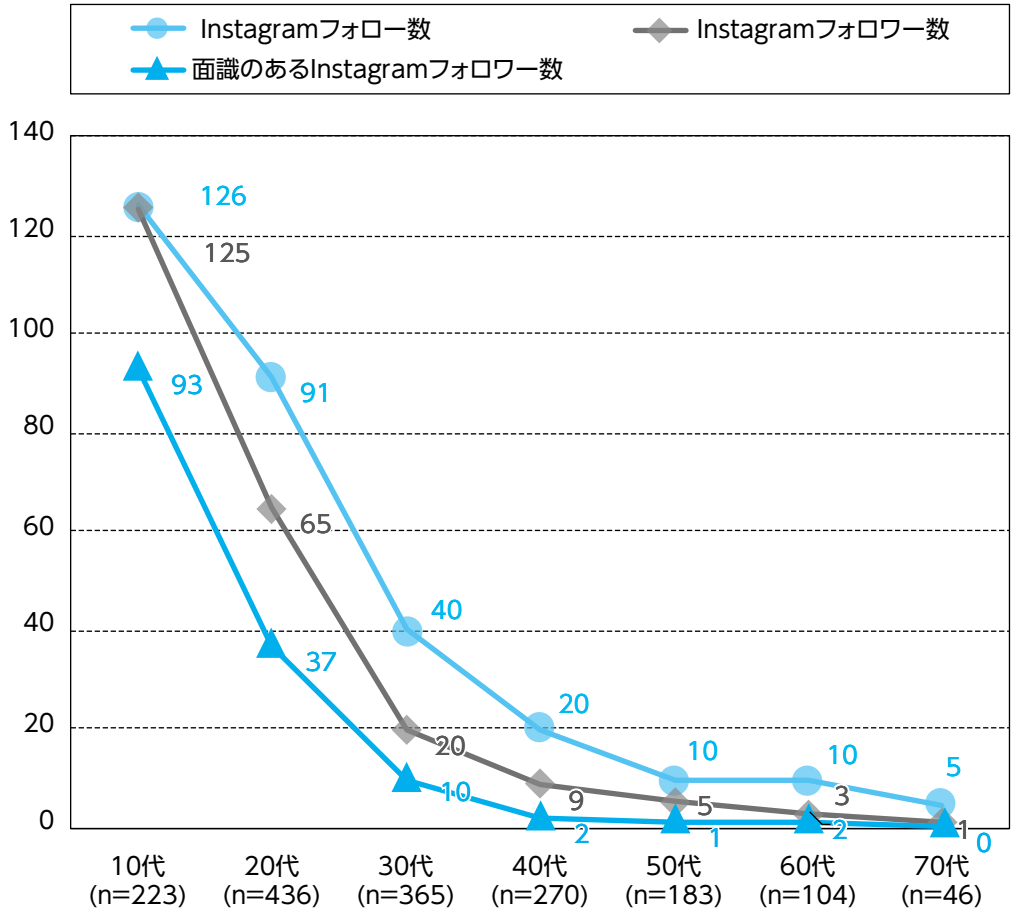
- Facebookの友だち数は，20～30代が他の年代より比較的高い。
- 他のSNSと比べると10代の友だち数が少ない。



注: スマホ・ケータイ所有者かつFacebook利用者が回答。
出所: 2019年一般向けモバイル動向調査

[資料2-10] Instagramの友だち数の中央値[年代別](数値回答)

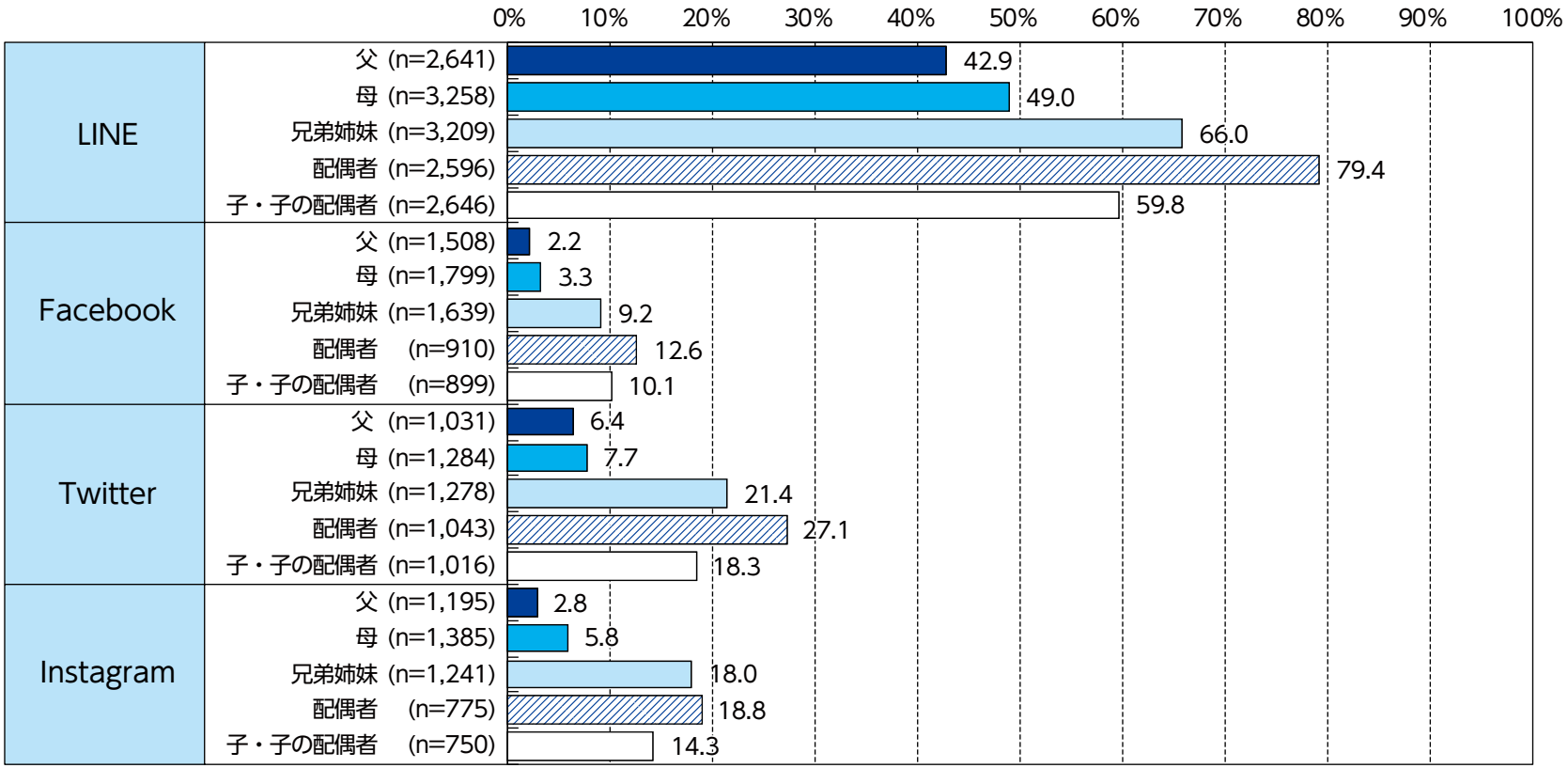
- 10代がフォロー数，フォロワー数いずれも120人ほど，20代ではフォロー数が91人でフォロワー数が65人，30代以上はフォロー数，フォロワー数ともに比較的少ない。



注: スマホ・ケータイ所有者かつInstagram利用者が回答。
出所: 2019年一般向けモバイル動向調査

1 節 [資料2-11] 家族とのSNS上の友だち関係[SNS別](単一回答)

● 家族とのSNSの利用率は「LINE」が最も高く，他のSNSと比べて突出している。
いずれのSNSでも「配偶者」が最も高い。



注: スマホ・ケータイ利用者かつ各SNS利用者かつ各家族がいる方が回答。
出所: 2019年一般向けモバイル動向調査

2章　ケータイ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

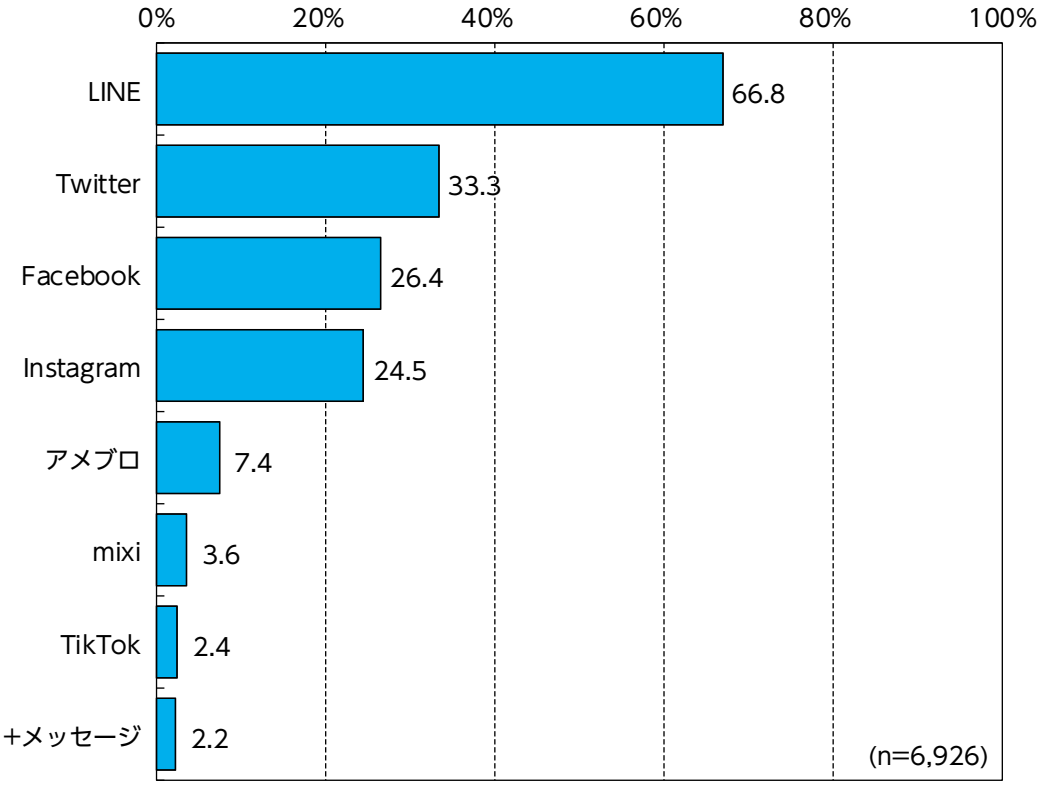
ポイント

- LINEは3人のうち2人，Twitterは3人に1人，FacebookとInstagramは4人に1人が利用(資料2-12)。
- 3人のうち1人以上使っている世代は，LINEが10～70代，Twitterが10～40代，Facebookが20～30代，Instagramが10～30代(資料2-13)。
- LINEは10～50代の女性の過半数が毎日利用。
  TwitterとInstagramは10～20代女性の過半数が毎日利用(資料2-14，資料2-15，資料2-17)。

[資料2-12] ソーシャルメディアの利用率(複数回答) 27
[資料2-13] ソーシャルメディアの利用率[年代別] (複数回答) 27
[資料2-14] LINEの利用頻度[性年代別](単一回答) 28
[資料2-15] Twitterの利用頻度[性年代別](単一回答) 28
[資料2-16] Facebookの利用頻度[性年代別](単一回答) 29
[資料2-17] Instagramの利用頻度[性年代別](単一回答) 29
[資料2-18] SNSを利用する際に最もよく使う端末[利用SNS別](単一回答) 30

2 節 [資料2-12] ソーシャルメディアの利用率(複数回答)

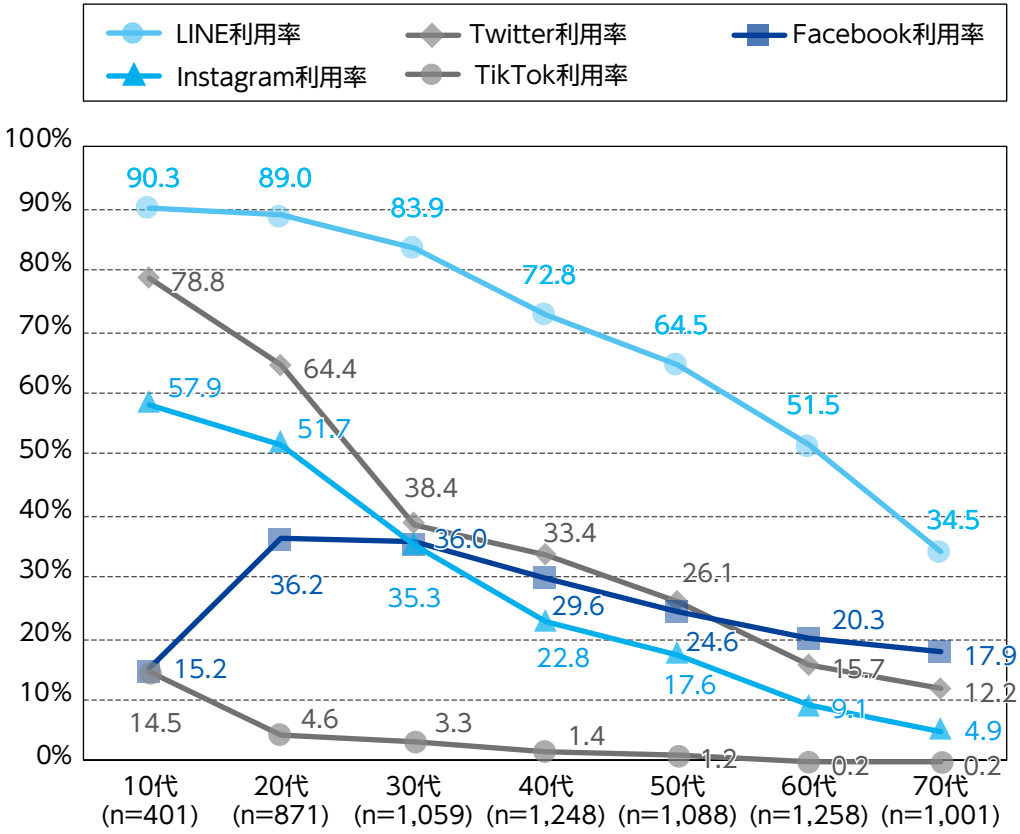
- ソーシャルメディアの利用率はLINEが最も高く6割超。
- Twitter，Facebook，Instagramは2～3割程度。



出所: 2019年一般向けモバイル動向調査

[資料2-13] ソーシャルメディアの利用率[年代別] (複数回答)

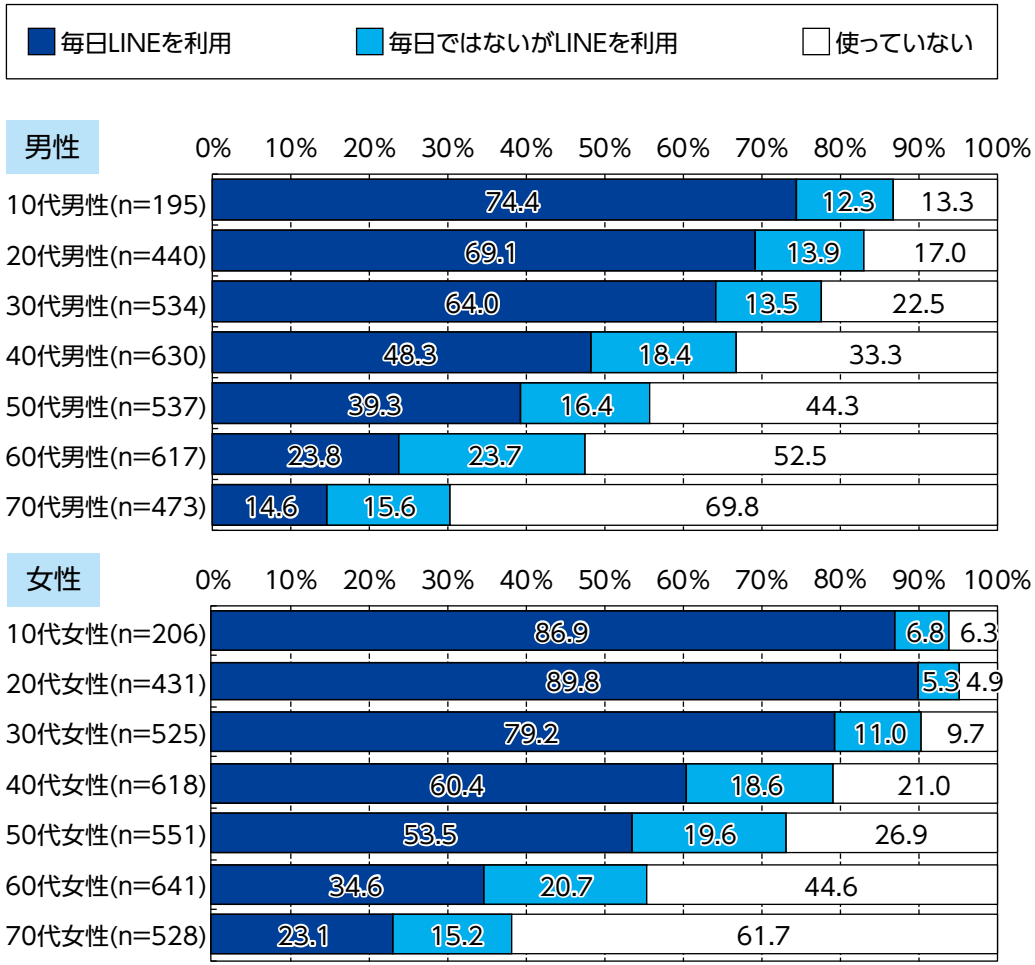
- LINEは10～70代のすべての年代で他のソーシャルメディアと比べて，相対的に多く利用されている。
- Twitterは10～50代でLINEに次いで利用されている。若い世代が使うInstagramは，30代を境目にFacebookと順位が逆転。TikTokは10代の15%ほどが利用。



出所: 2019年一般向けモバイル動向調査

2 節 [資料2-14] LINEの利用頻度[性年代別](単一回答)

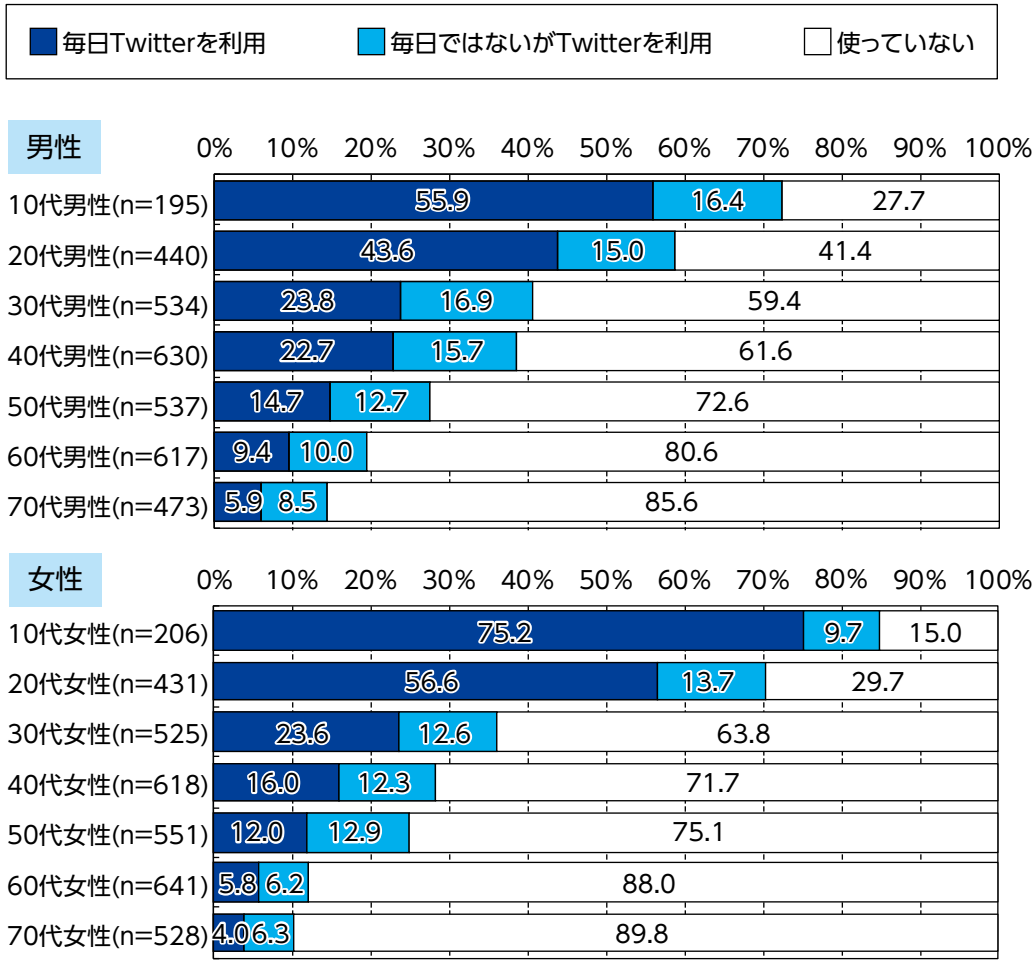
- LINEは30代以下の男性と50代以下の女性の過半数が毎日利用。
  特に女性の毎日利用している割合は，男性と比較して各年代で10ポイントほど高い。



出所: 2019年一般向けモバイル動向調査

[資料2-15] Twitterの利用頻度[性年代別](単一回答)

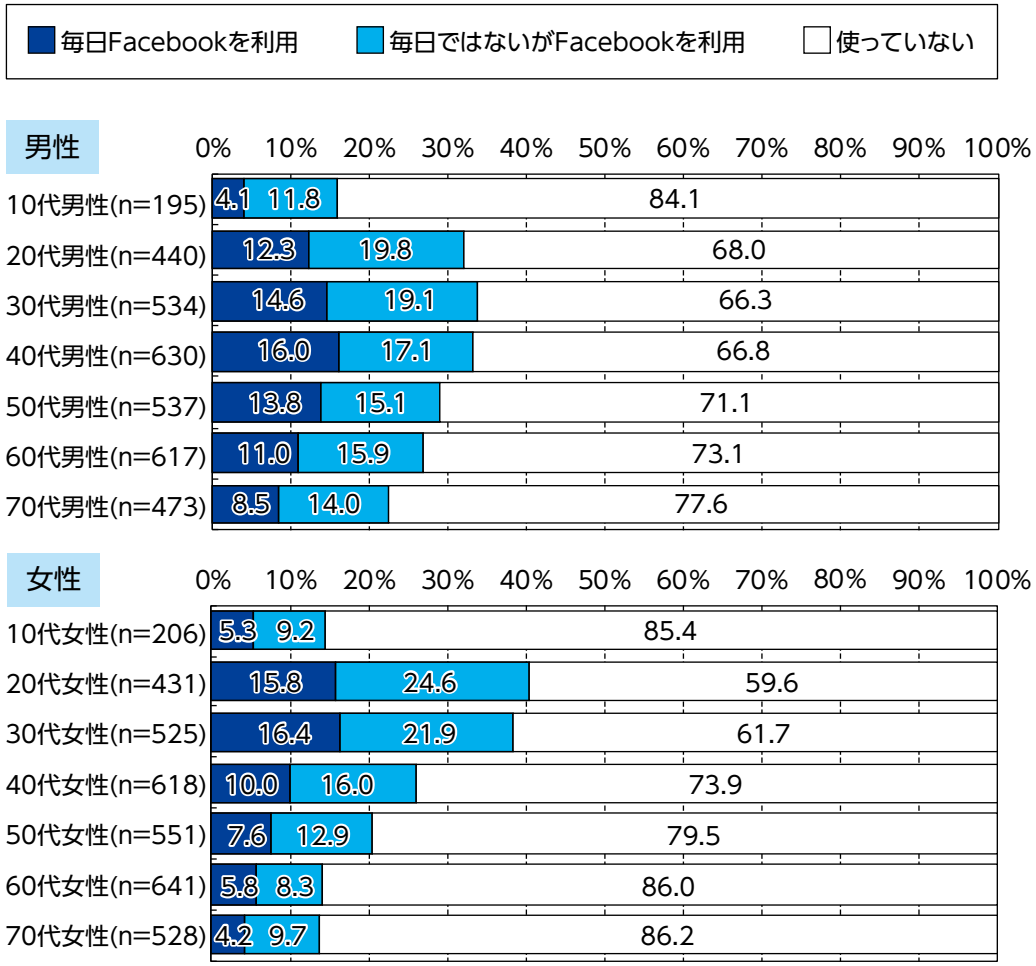
- Twitterは10～20代の4割以上が毎日利用。
- 30代以上は毎日利用する割合が3割以下に留まる。



出所: 2019年一般向けモバイル動向調査

2 節 [資料2-16] Facebookの利用頻度[性年代別](単一回答)

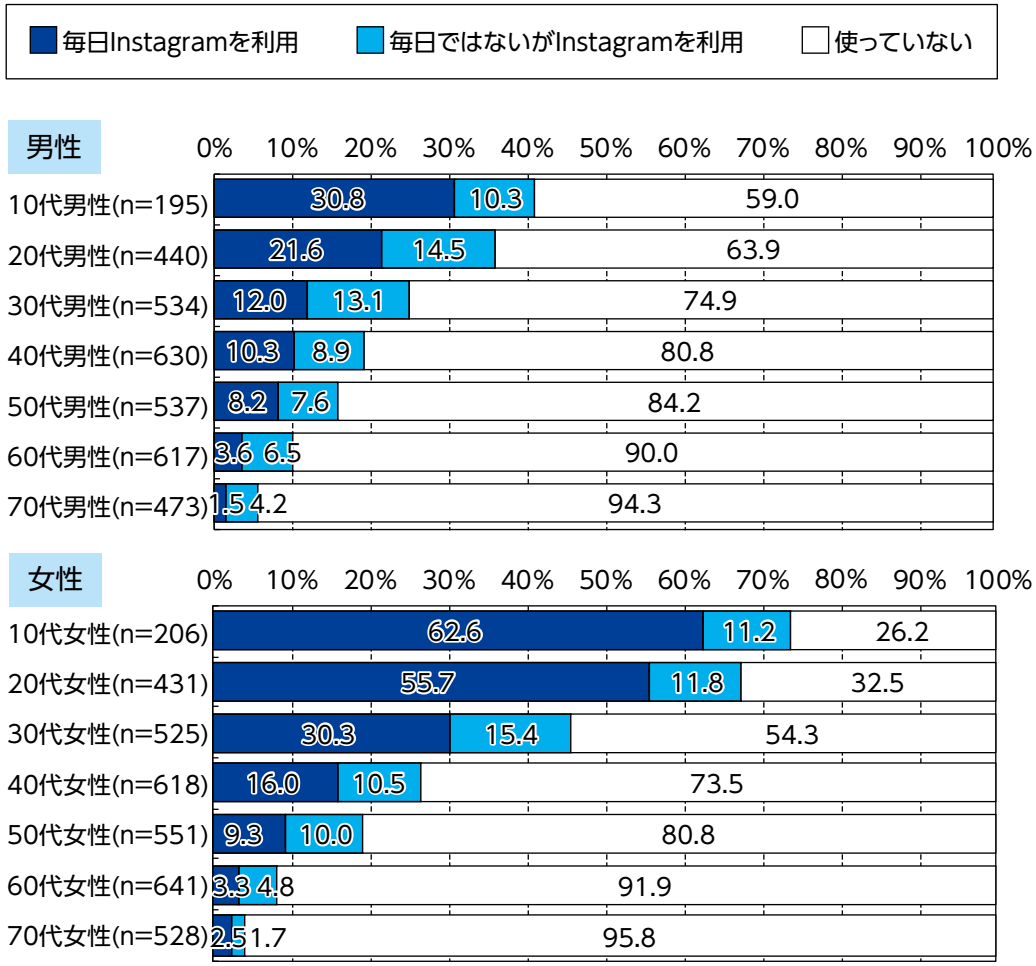
- Facebookは20～60代男性，20～40代女性の1～2割が毎日利用。
- 他のSNSと比べると10代の利用率が低い。



出所: 2019年一般向けモバイル動向調査

[資料2-17] Instagramの利用頻度[性年代別](単一回答)

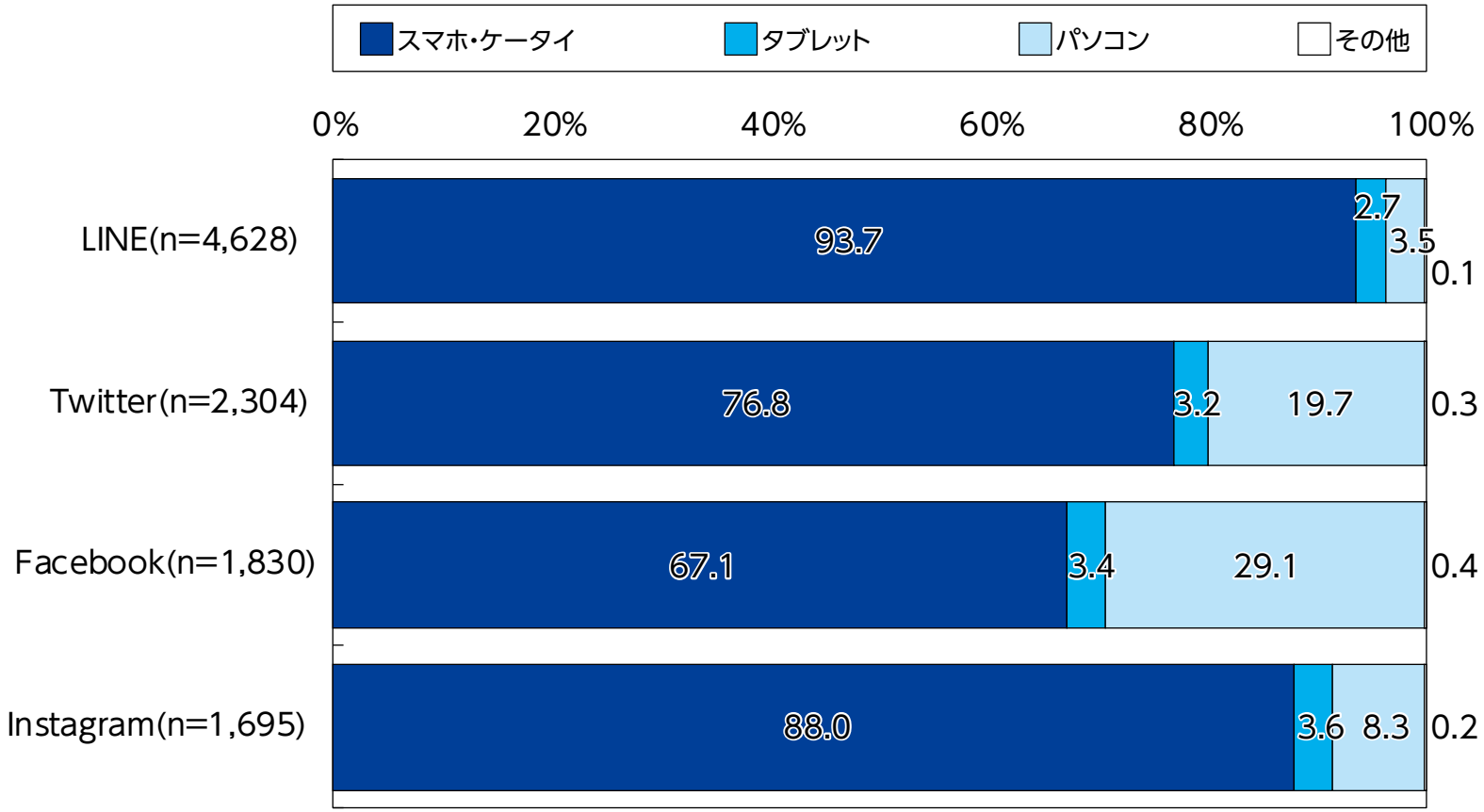
- 10～20代女性の5割以上は毎日Instagramを利用。
- 男性はいずれの年代でも毎日利用する人はおおむね3割以下。



出所: 2019年一般向けモバイル動向調査

2 節 [資料2-18] SNSを利用する際に最もよく使う端末[利用SNS別](単一回答)

- 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: 各SNS利用者が回答。
出所: 2019年一般向けモバイル動向調査

2章　ケータイコミュニケーション

3節　SNSの使い分け・情報収集

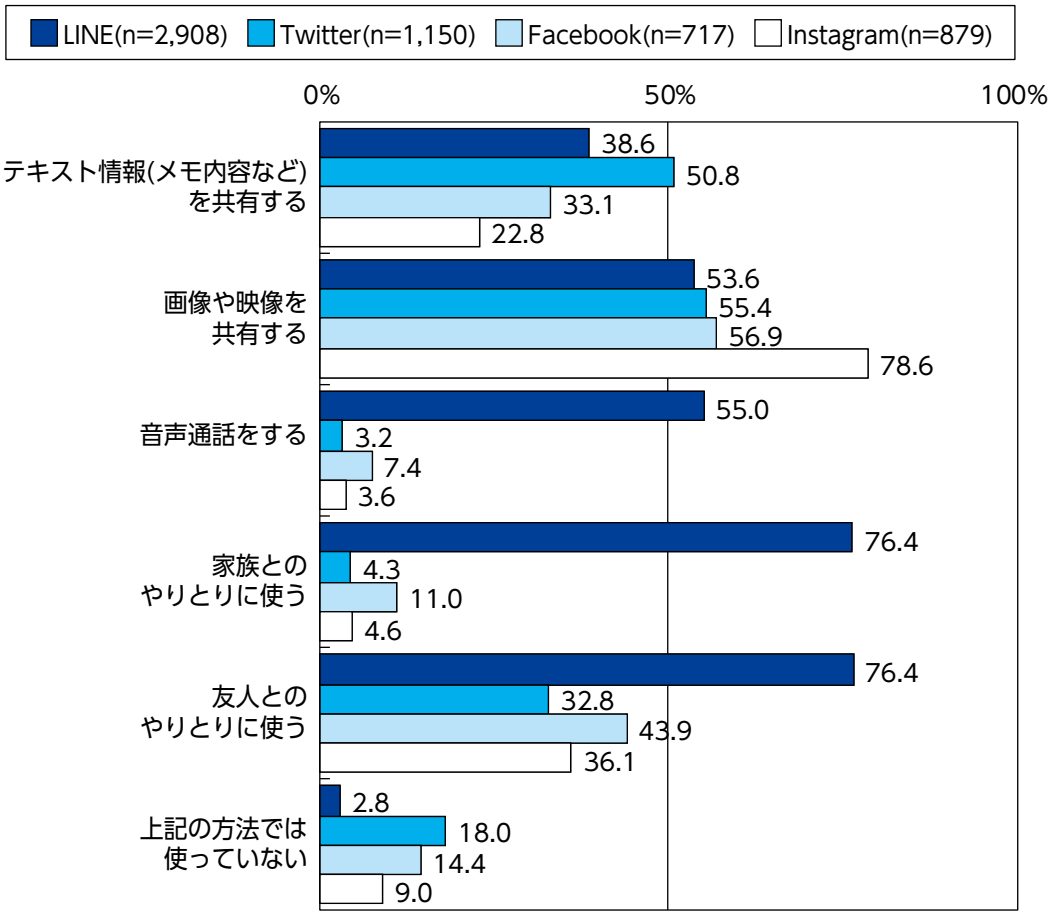
ポイント

- LINEはコミュニケーションがメイン，Twitterはニュースや情報の収集がメイン，Facebookは知人の近況把握がメイン，Instagramは話題となっている人や物事の把握や，知人の近況の把握がメイン(資料2-19，資料2-20)。
- 情報発信の内容は，LINEは「家族友人とのやりとり」，Twitter，Facebook，Instagramは「画像や映像の共有」がそれぞれ最も多い(資料2-19)。
- ニュース情報を日常的に得ているメディアは「テレビ」の利用率が最も高く，「新聞」はやや減少傾向であるものの，依然として約半数が利用(資料2-21)。

[資料2-19] SNSでの情報発信方法[利用SNS別](複数回答) 32
[資料2-20] SNSでの情報収集方法[利用SNS別](複数回答) 32
[資料2-21] 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) 33
[資料2-22] 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) 33
[資料2-23] 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) 34
[資料2-24] 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) 34

3 節 [資料2-19] SNSでの情報発信方法[利用SNS別](複数回答)

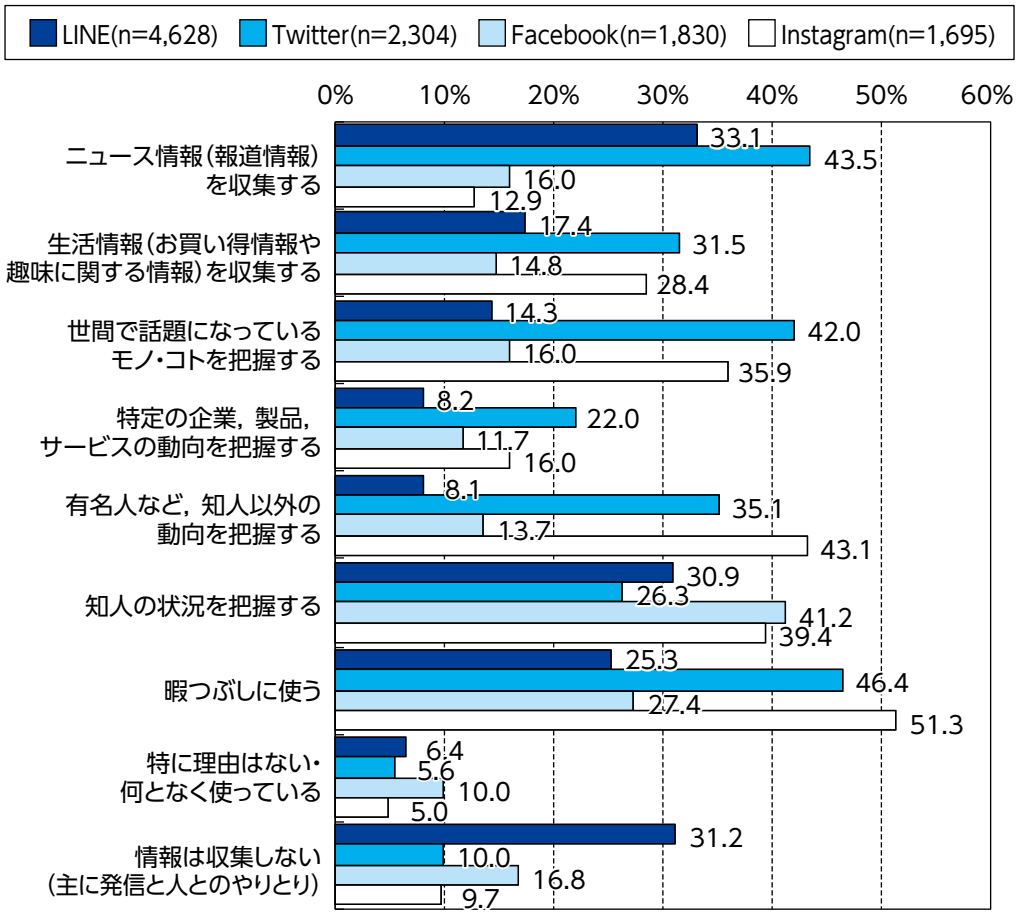
● LINEは家族や友人とのやりとり，TwitterとFacebookとInstagramは画像や映像の共有がそれぞれ最も多い。



注: 各SNS発信者が回答。
出所: 2019年一般向けモバイル動向調査

[資料2-20] SNSでの情報収集方法[利用SNS別](複数回答)

● SNS間で比較して相対的に多かった項目は，LINEは「情報は収集しない」，Twitterは「ニュース情報を収集する」や「暇つぶしに使う」，Facebookは「知人の状況を把握する」，Instagramは「知人の状況を把握する」や「暇つぶしに使う」。

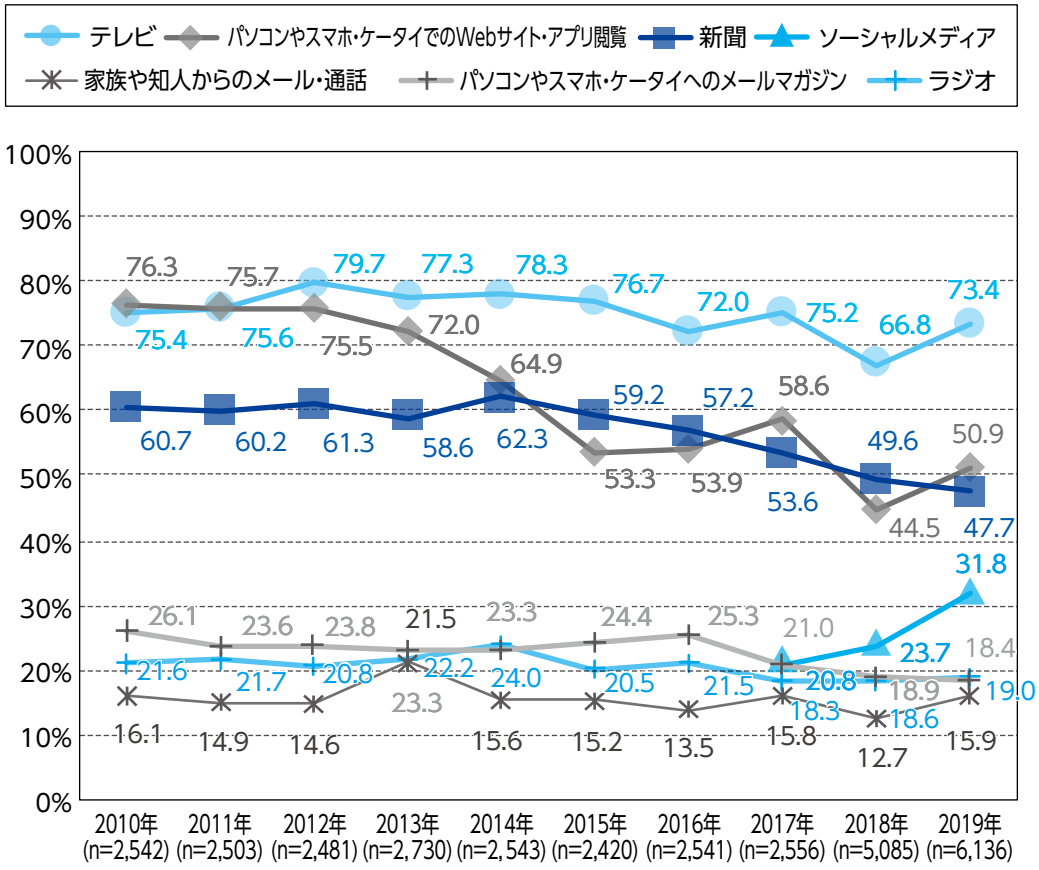


注: 各SNS利用者が回答。
出所: 2019年一般向けモバイル動向調査

3 節

[資料2-21] 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)

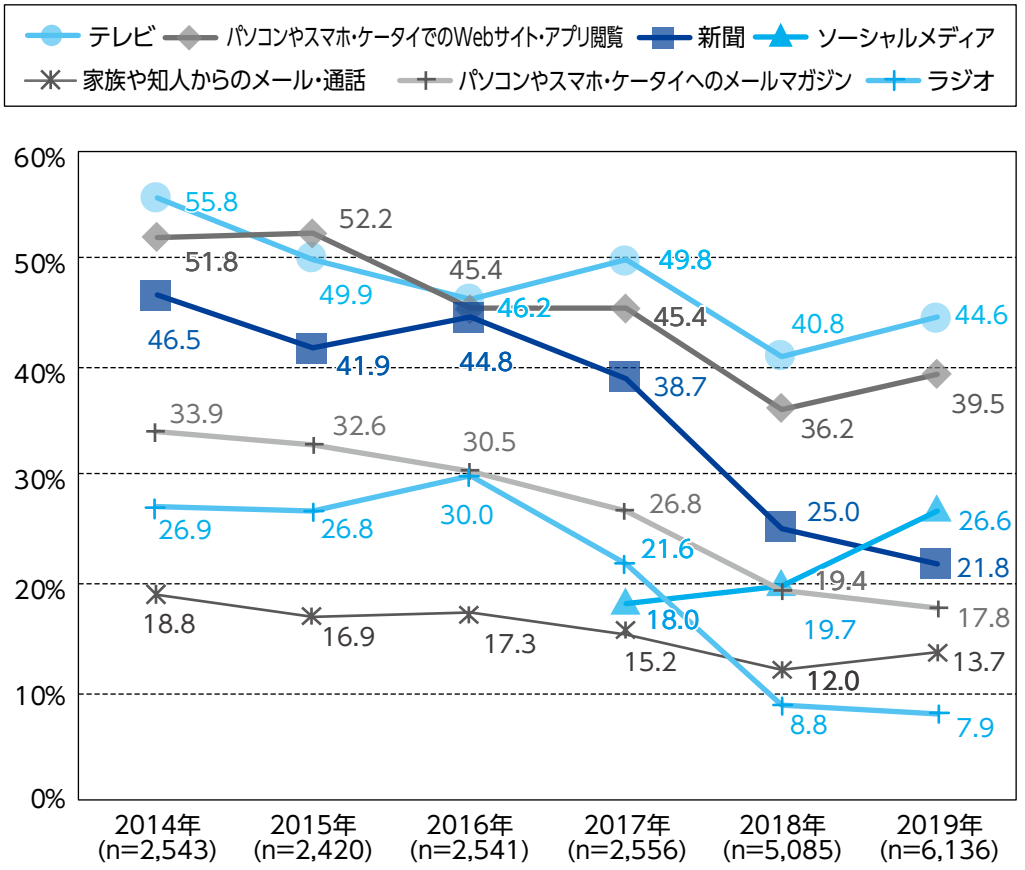
- 「テレビ」の利用が最も多く，「新聞」はやや減少傾向が見られるものの，依然として約半数が利用。
- 「ソーシャルメディア」が2017年より上昇。



注1: スマホ・ケータイ所有者が回答。
注2: 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」という文言で調査をしている。
出所: 2010年-2019年一般向けモバイル動向調査

[資料2-22] 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)

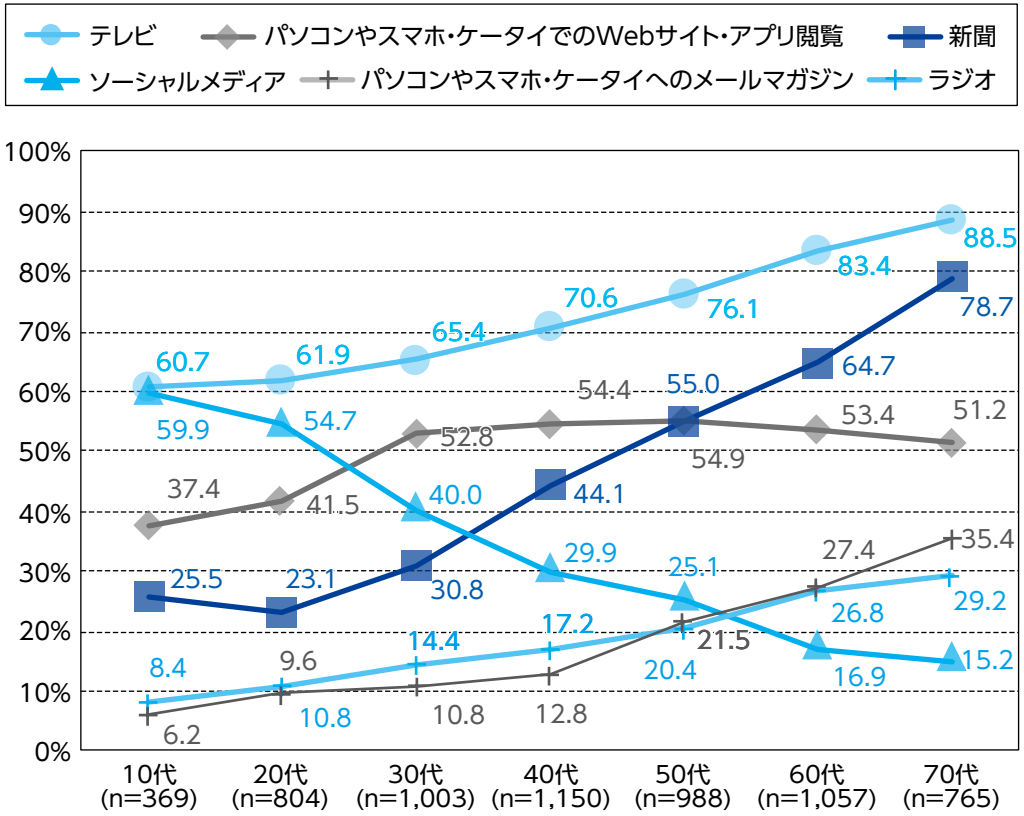
- 「テレビ」や「Webサイト・アプリ」から生活情報を得る人が比較的多い。
- 2017年から「ソーシャルメディア」が拡大傾向。



注1: スマホ・ケータイ所有者が回答。
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」という文言で調査をしている。
出所: 2014年-2019年一般向けモバイル動向調査

3 節 [資料2-23] 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)

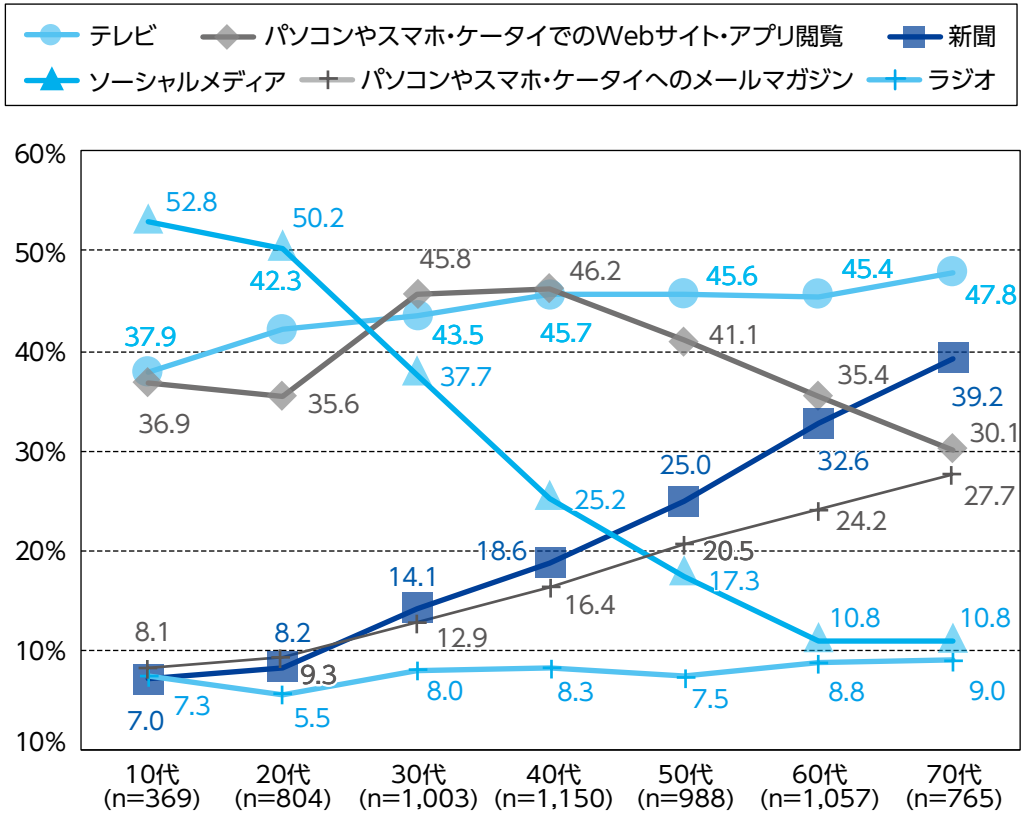
- 「テレビ」利用率がいずれの年代でも最も高く，各年代で6割を超えている。
- 「ソーシャルメディア」「パソコンや携帯電話でのWebサイト・アプリ閲覧」以外は年代が上がるにつれて利用率が拡大。



注: スマホ・ケータイ所有者が回答。
出所: 2019年一般向けモバイル動向調査

[資料2-24] 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)

- 「テレビ」「新聞」「メールマガジン」は年代が上がるにつれて利用率が拡大。その一方で，「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: 2019年一般向けモバイル動向調査