第2章

モバイル コミュニケーション

第１節　連絡手段
——通話の利用率、日常会話を伝える手段
第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
第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

第１節 連絡手段

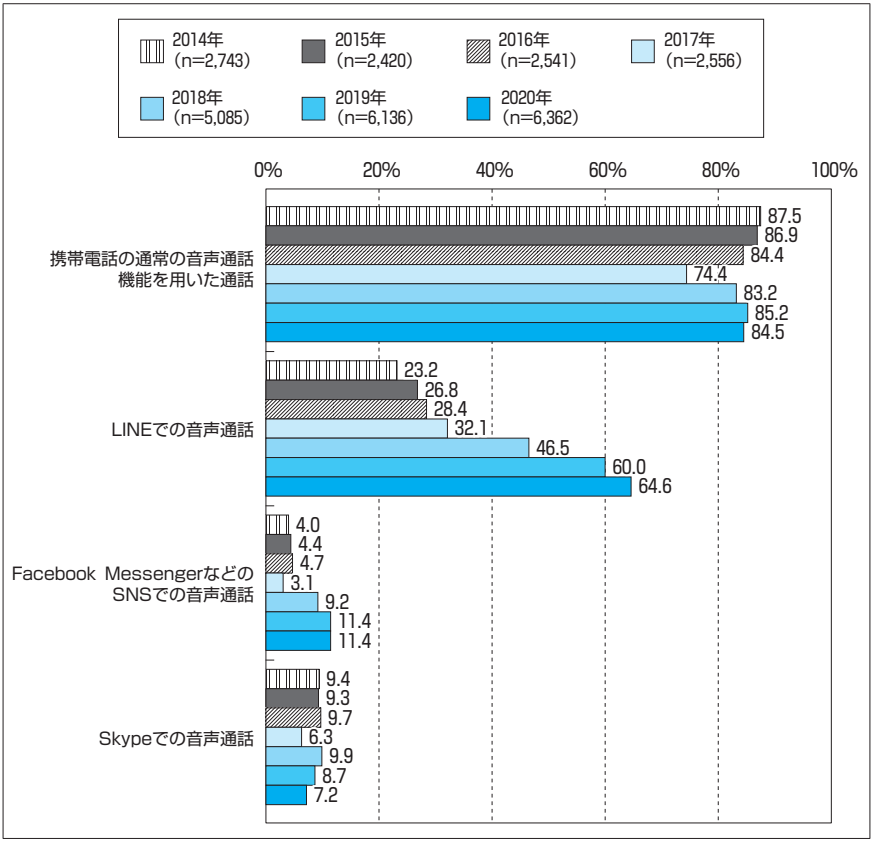
――通話の利用率、日常会話を伝える手段

◆ポイント◆

- 音声通話の利用率は「LINE」が増加傾向にあり、6割半ばに（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）。

資料2-1　携帯電話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(64.6%)。
- 「Facebook Messengerなどの SNSでの音声通話」「Skypeでの音声通話」はどちらも1割程度で、前年からの増加はなし。



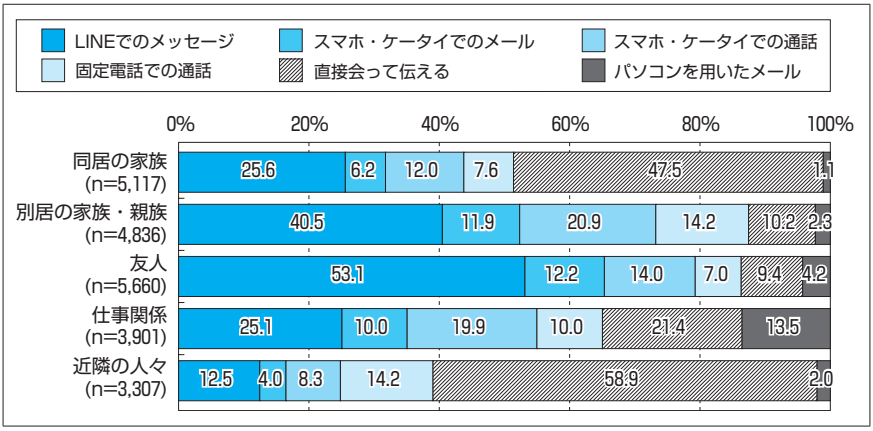
注1:携帯電話所有者が回答。

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」と聞いている。

出典:2014年-2020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）

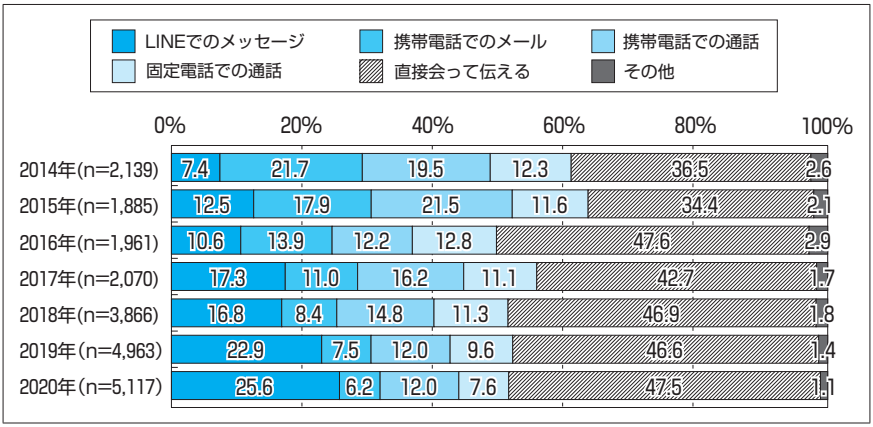
- 「同居の家族」、「近隣の人々」との連絡手段は、「直接会って伝える」と答えた人が最も多く4〜5割に達する。
- 「別居の家族・親族」との連絡手段は「LINEでのメッセージ」や「携帯電話での通話」が多い。
- 「友人」との連絡手段は「LINEでのメッセージ」が多い。



注1: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:2020年一般向けモバイル動向調査

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）

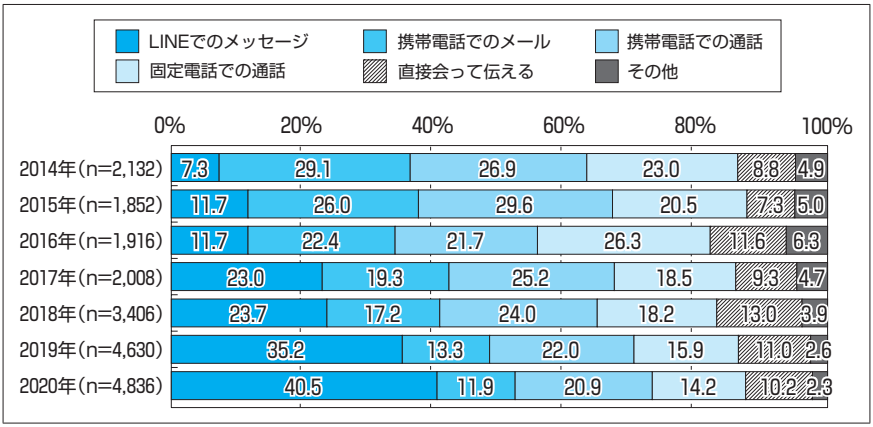
- 2020年は「直接会って伝える」（47.5%）が最も高く、「LINEでのメッセージ」「携帯電話での通話」がそれに続く。
- 「LINEでのメッセージ」は増加傾向が継続し、一方メールでの連絡はゆるやかな減少の傾向。



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。
出典：2014年-2020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）

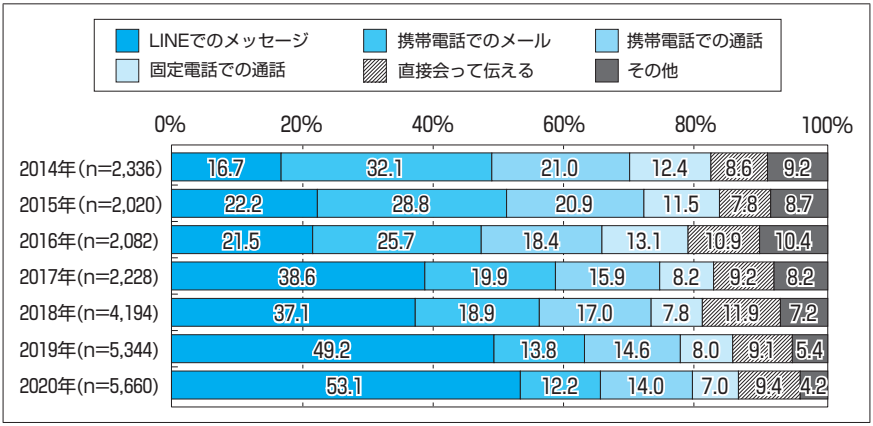
- 2020年は「LINEでのメッセージ」が最も高く、「携帯電話での通話」「固定電話での通話」がそれに続く。
- 「LINEでのメッセージ」は増加傾向が継続しており、2020年の40.5%は過去最高。



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。
出典：2014年-2020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（単一回答）

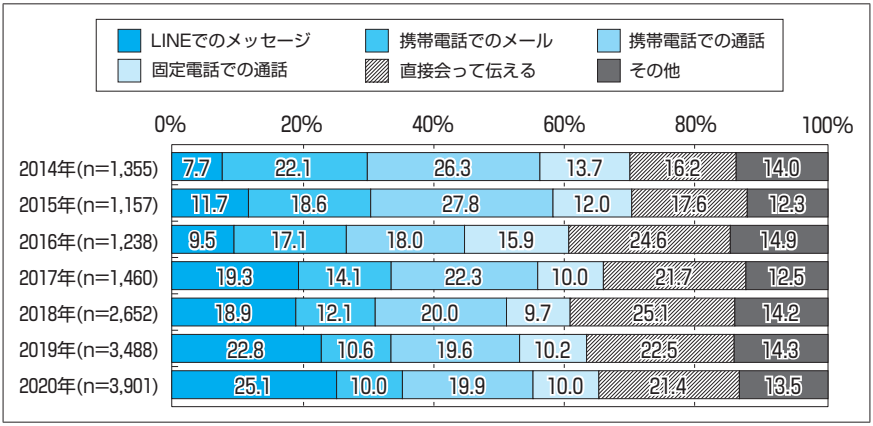
- **2017年に「LINEでのメッセージ」が大幅に増加し、2020年では5割強まで伸長。「携帯電話でのメール」は年々減少傾向。**



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。
出典:2014年-2020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「LINEでのメッセージ」がやや増加の傾向で、その他の方法では大きな変化は見られなかった。**



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。
出典：2014年-2020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

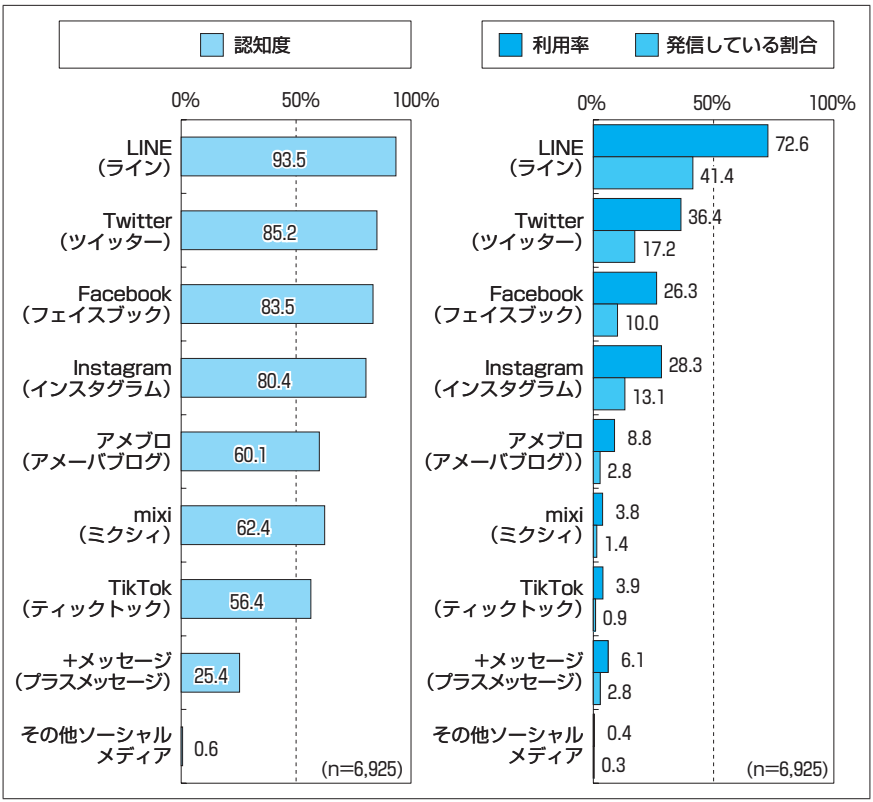
――ソーシャルメディアの利用率、利用頻度

◆ポイント◆

- 「LINE」は3人のうち2人、「Twitter」は3人のうち1人、「Facebook」「Instagram」は4人のうち1人が利用（資料2-7）。
- 「LINE」は10～70代と幅広い年代が利用。次いで「Twitter」が10～50代。「Facebook」が60～70代と続く。「Instagram」は特に10～20代で利用率が高く、5割以上（資料2-8）。
- LINEは40代以下の男性と50代以下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2-9、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）

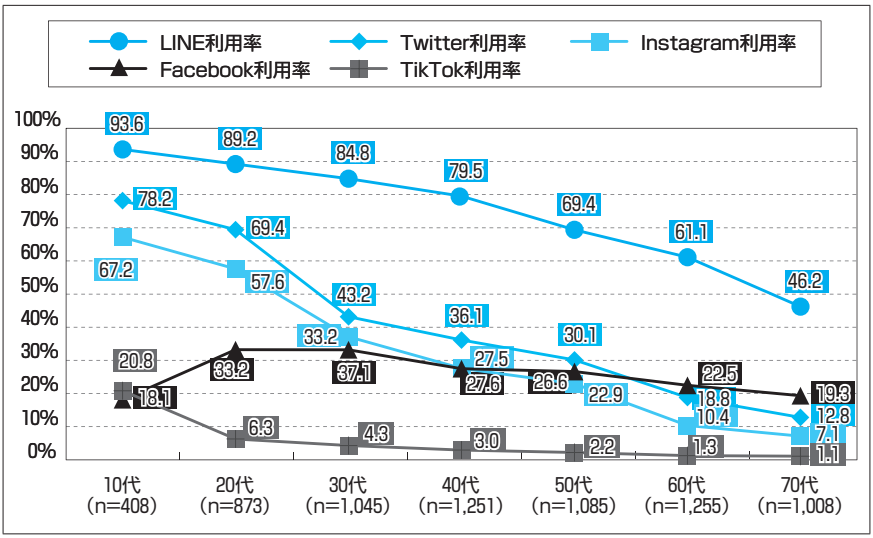
- ソーシャルメディアの認知度はLINE、Twitter、Facebook、Instagramが8割超。
- 利用率はLINEが最も高く、7割超。Twitterが約35%。Facebook、Instagramが約25%。
- 発信している割合はLINEが4割超、Twitter、Instagramが約15%



出典：2020年一般向けモバイル動向調査

資料2-8　ソーシャルメディアの利用率［年代別］（複数回答）

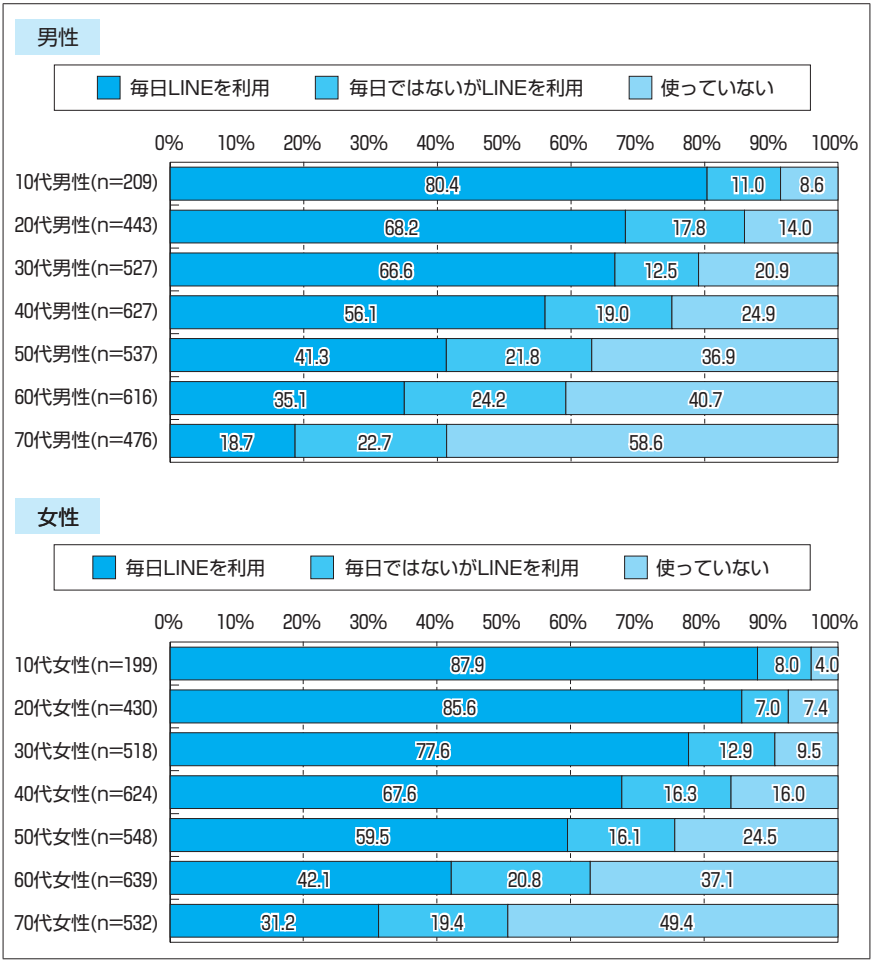
- LINEは10～70代のすべての年代で他のソーシャルメディアと比べて、相対的に多く利用されている。
- Twitterは10～50代でLINEに次いで利用されている。
- Instagramは10～30代でTwitterに次ぐ利用率。TikTokは10代のみFacebookより高くなる。



出典：2020年一般向けモバイル動向調査

資料2-9　LINEの利用頻度［性年代別］（単一回答）

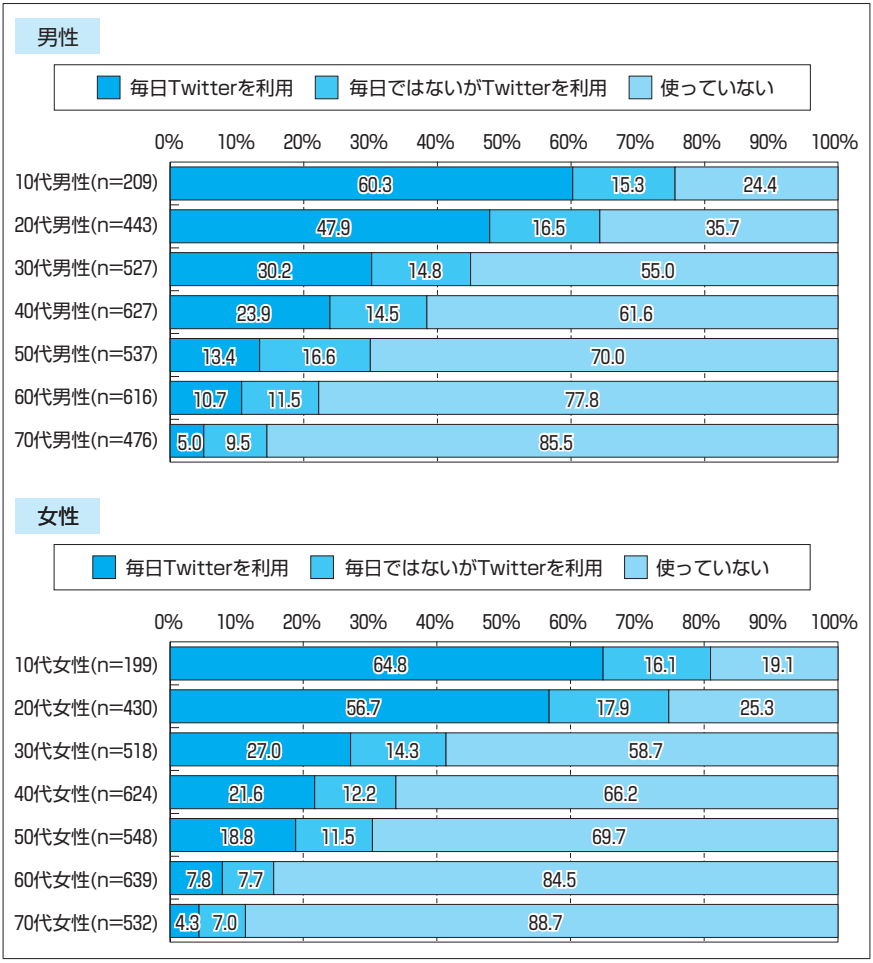
- LINEは40代以下の男性と50代以下の女性の過半数が、毎日利用。
- 特に女性の毎日利用している割合は、男性と比較して各年代で10ポイントほど高い。



出典：2020年一般向けモバイル動向調査

資料2-10　Twitterの利用頻度［性年代別］（単一回答）

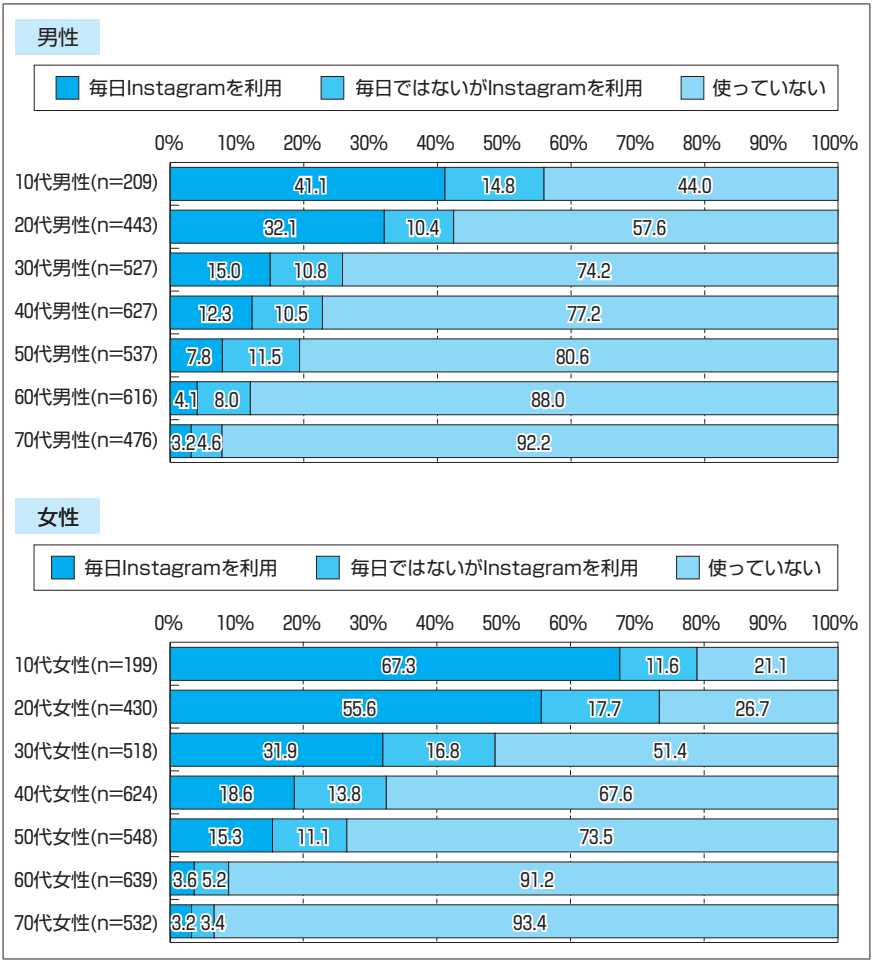
- Twitterは10～20代女性の過半数が毎日利用。30代以上では3割以下に留まる。
- 毎日Twitterを利用しない方の割合は、各年代ともに1割程度で大きな変化はない。



出典：2020年一般向けモバイル動向調査

資料2-11　Instagramの利用頻度［性年代別］（単一回答）

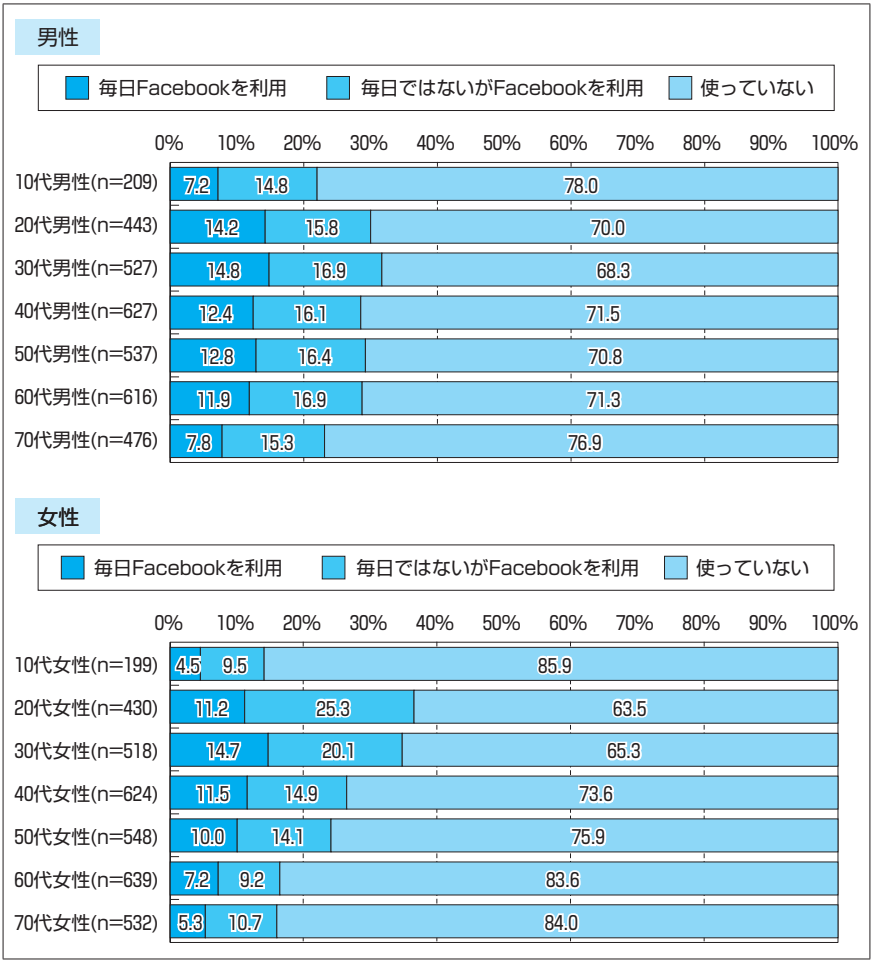
- 10～20代女性の利用率が突出して高く、5割以上が毎日Instagramを利用。
- 男性のほうが利用率が相対的に低いものの、10代では4割が毎日利用。



出典：2020年一般向けモバイル動向調査

資料2-12　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。



出典：2020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

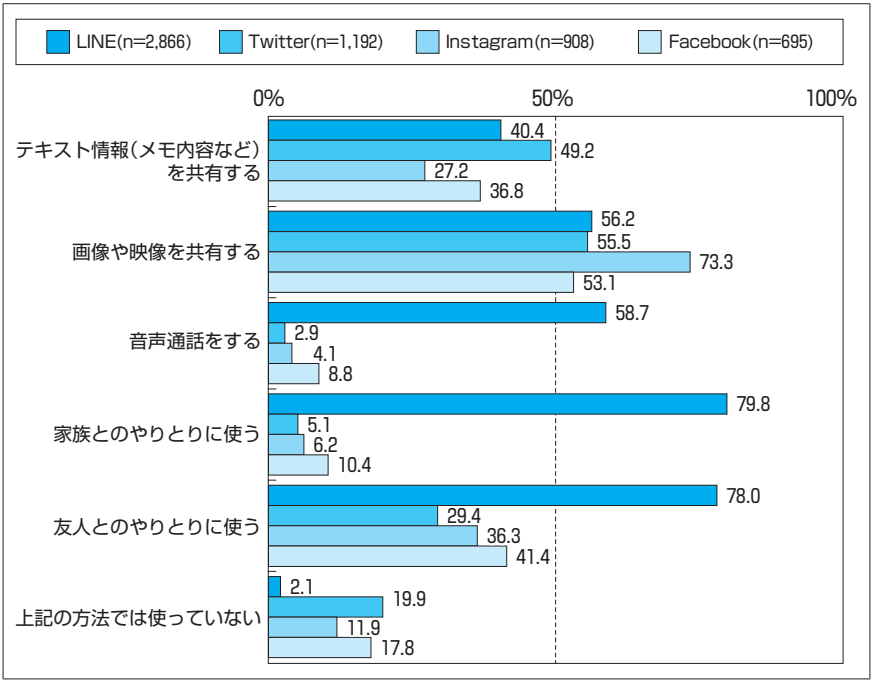
――情報収集・発信に使うSNS、ニュースや生活情報を得ているメディア

◆ポイント◆

- 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2-13、資料2-14）。
- 情報発信の内容は、LINEは「家族とのやりとり」、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「サイト・アプリ」が続き、2018年から上昇傾向が継続（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）

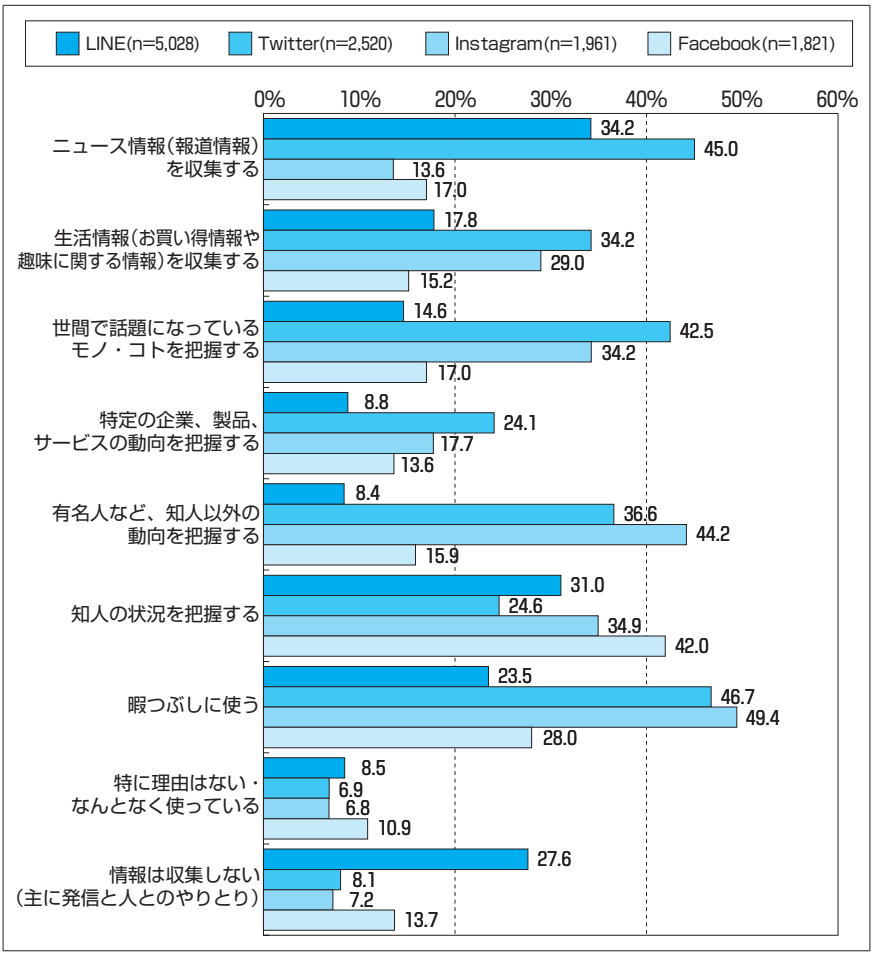
- LINEは家族や友人など、主に「コミュニケーションツール」の色が強い。
- Twitter、Facebook、Instagramは、画像や映像の共有がそれぞれ最も多い。



注：各SNS発信者が回答。
出典：2020年一般向けモバイル動向調査

資料2-14　SNSでの情報収集方法［利用SNS別］（複数回答）

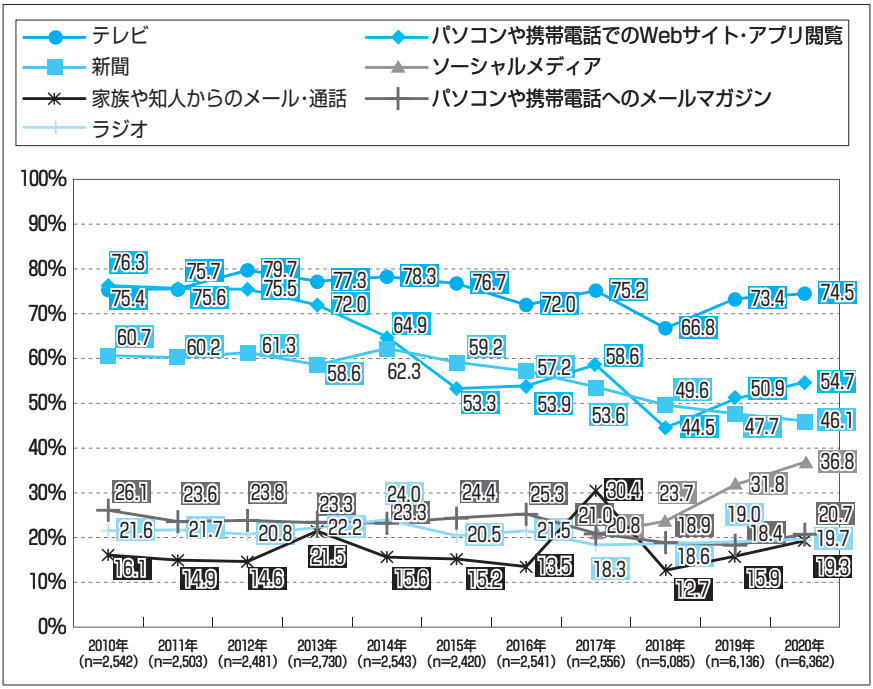
- LINEは「情報は収集しない」が他のSNSと比較して高いものの、「情報収集に活用」にも活用。
- Twitterは「ニュース」「暇つぶし」「世の中の話題」。Facebookは「知人の状況」、Instagramは「有名人・知人の状況を把握する」「暇つぶし」が収集する情報の特徴として挙がる。



注：各SNS利用者が回答。
出典：2020年一般向けモバイル動向調査

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）

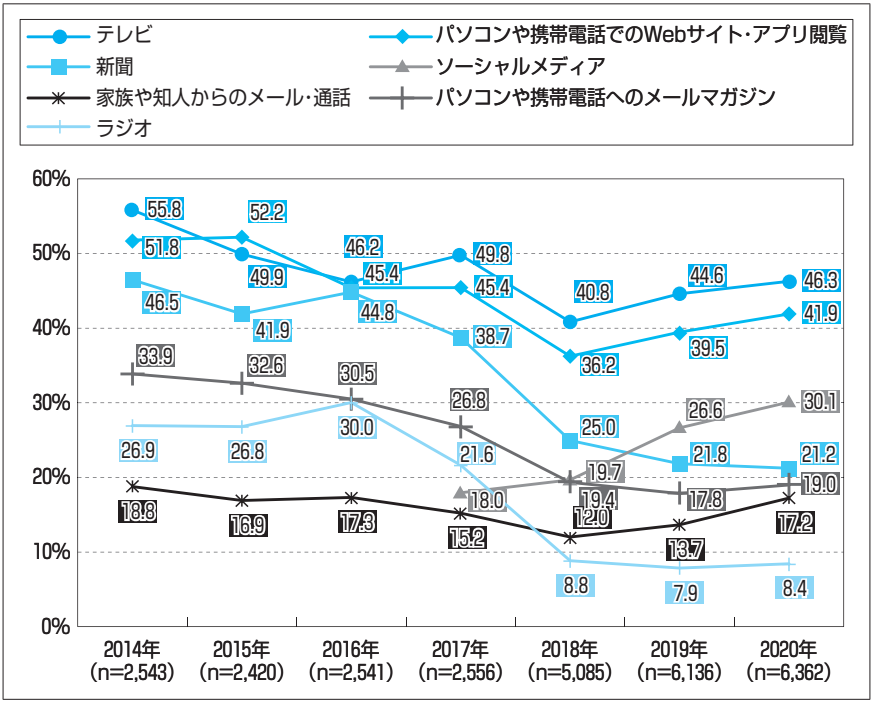
- 「テレビ」の利用が最も多く、次いで「サイト・アプリ」が続き、2018年から上昇傾向。
- 「新聞」は緩やかな減少傾向の一方、「ソーシャルメディア」が2017年からの増加傾向が継続。



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」という文言で調査をしている。
出典：2010年-2020年一般向けモバイル動向調査

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）

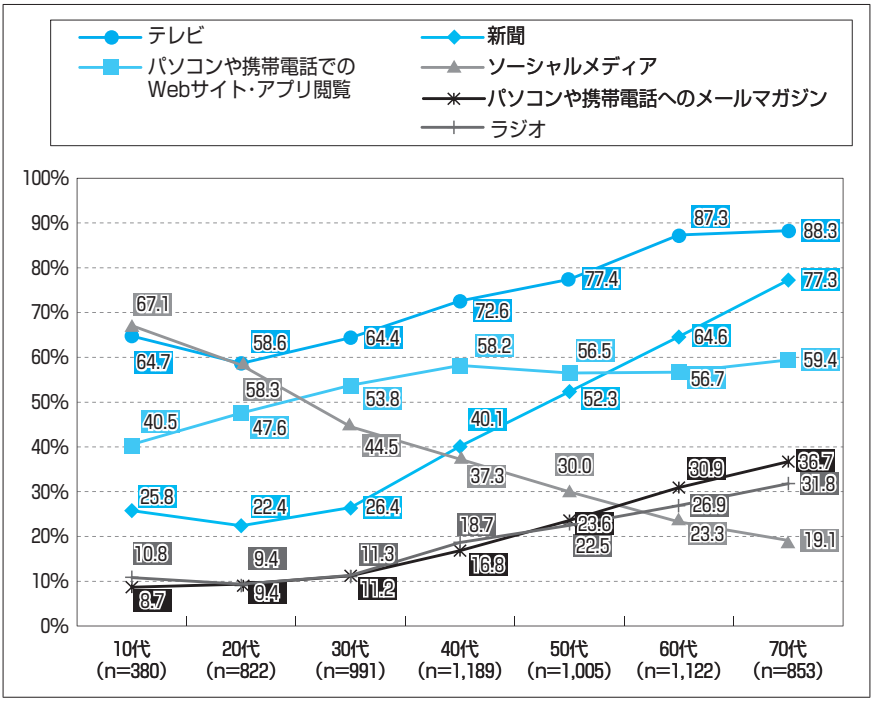
- 「テレビ」や「Webサイト・アプリ」から生活情報を得る人が突出して高い。
- 2017年から「ソーシャルメディア」の増加傾向が継続中。



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」という文言で調査をしている。
出典：2014年-2020年一般向けモバイル動向調査

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）

- 「テレビ」が20～70代で最も高いが、10代のみに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」「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。

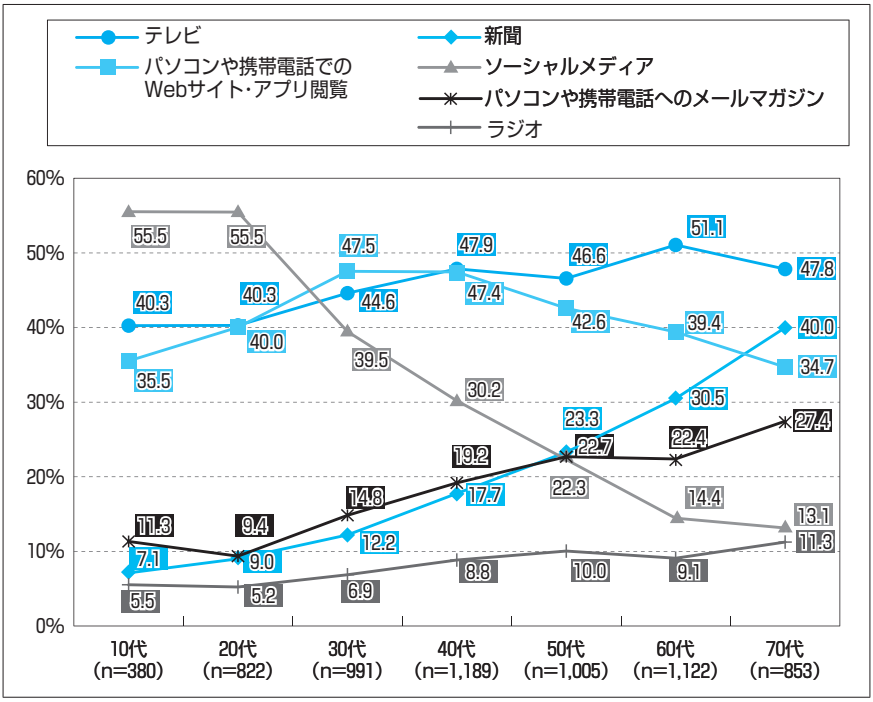


注：携帯電話所有者が回答。

出典：2020年一般向けモバイル動向調査

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）

- 10～20代では「ソーシャルメディア」が他年代と比較して高く、「テレビ」「Webサイト」が続く。
- 30代以上では「テレビ」「Webサイト」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：2020年一般向けモバイル動向調査