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・利用意識
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、SNSの利用意識

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「携帯電話の音声通話機能」が最も高く、「LINE」が次点で続く（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

●通話手段については前回調査から全体的に減少という結果になった。
●最もよく利用される通話手段は「携帯電話の音声通話機能」（78.4%）で、次点で「LINEでの音声通話」（67.5%）と続く。

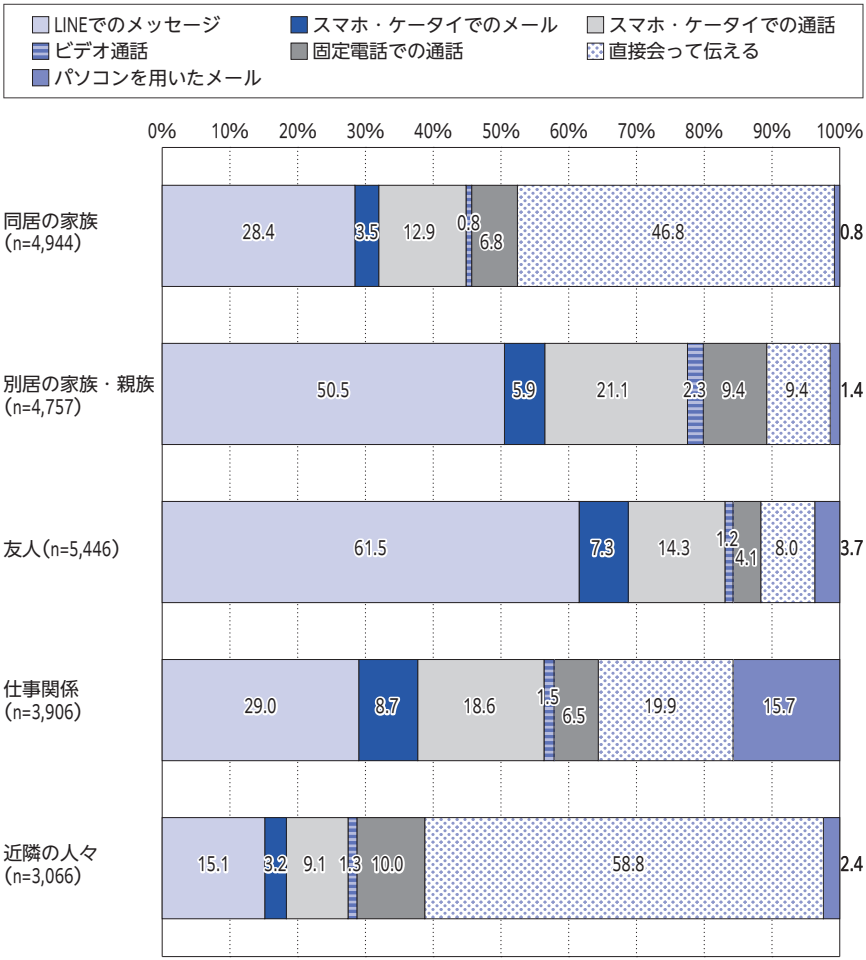
（%）

	携帯電話の通常の音声通話機能を用いた通話	LINEでの音声通話	Facebook MessengerなどのSNSでの音声通話	Skypeでの音声通話	Discordでの音声通話
2014年（n=2,743）	87.5	23.2	4.0	9.4	
2015年（n=2,420）	86.9	26.8	4.4	9.3	
2016年（n=2,541）	84.4	28.4	4.7	9.7	
2017年（n=2,556）	74.4	32.1	3.1	6.3	
2018年（n=5,085）	83.2	46.5	9.2	9.9	
2019年（n=6,136）	85.2	60.0	11.4	8.7	
2020年（n=6,362）	84.5	64.6	11.4	7.2	
2021年（n=8,249）	80.4	67.2	10.4	7.8	
2022年（n=6,587）	80.2	69.0	10.7	7.2	
2023年（n=6,423）	84.6	73.1	11.3	6.7	
2024年（n=6,305）	78.4	67.5	7.7	5.2	4.6

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。
注4：「Discordでの音声通話」は2024年から聴取。
出典：2014年-2024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割半ばから6割弱。
●「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。

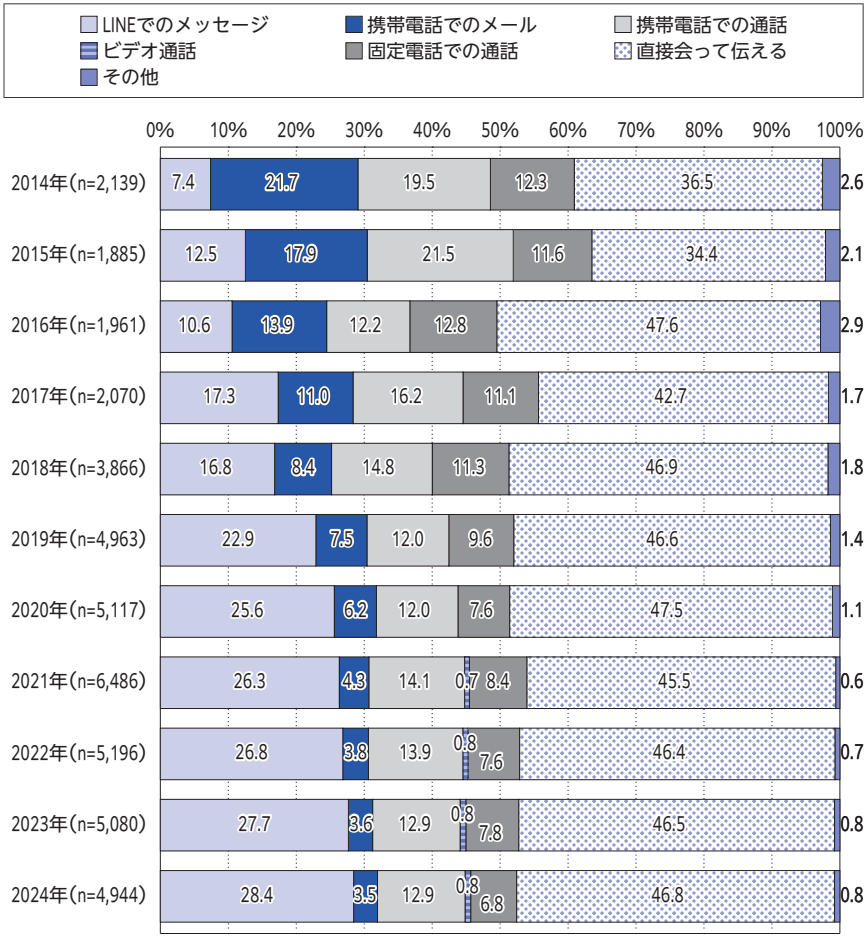


注1：携帯電話所有者で、1年以内にその相手と連絡をとった人が回答。
注2：「携帯電話での通話」は、LINEやSkypeなどを用いた通話も含む。
出典：2024年一般向けモバイル動向調査

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）

●2024年は「直接会って伝える」（46.8%）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。

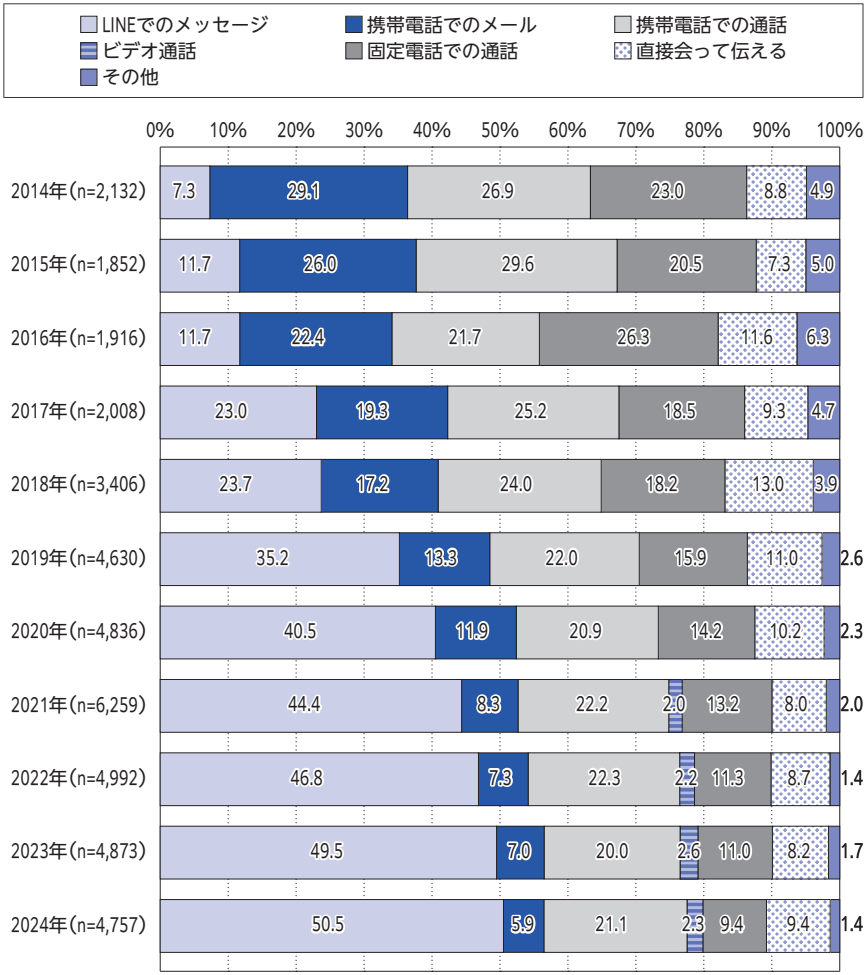


注1：携帯電話所有者で、1年以内にその相手と連絡をとった人が回答。
注2：「携帯電話での通話」は、LINEやSkypeなどを用いた通話も含む。
注3：「その他」は「パソコンを用いたメール」と2014年、2015年、2016年は「手紙」を含む。
注4：「ビデオ通話」は、2021年から聴取。
出典：2014年-2024年一般向けモバイル動向調査

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）

●2024年は「LINEでのメッセージ」が最も高く、「携帯電話での通話」「直接会って伝える」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。

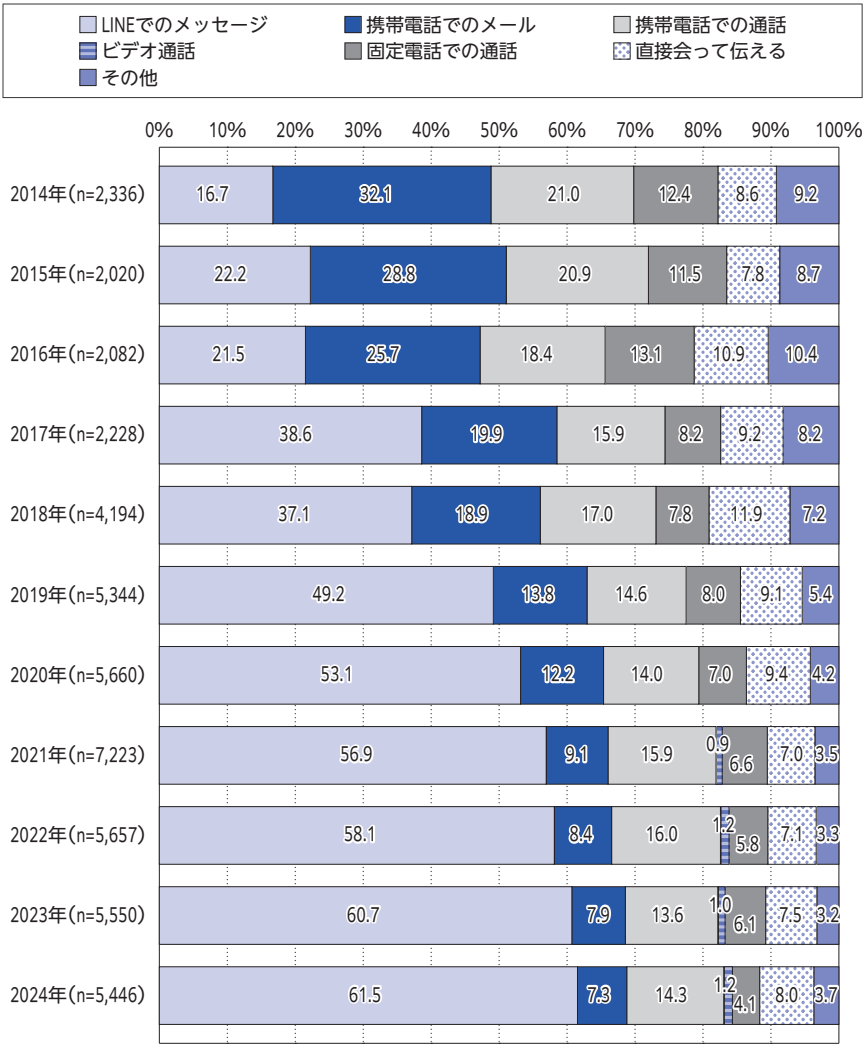
注3：「その他」は「パソコンを用いたメール」と2014年、2015年、2016年は「手紙」を含む。

注4：「ビデオ通話」は、2021年から聴取。

出典：2014年-2024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）

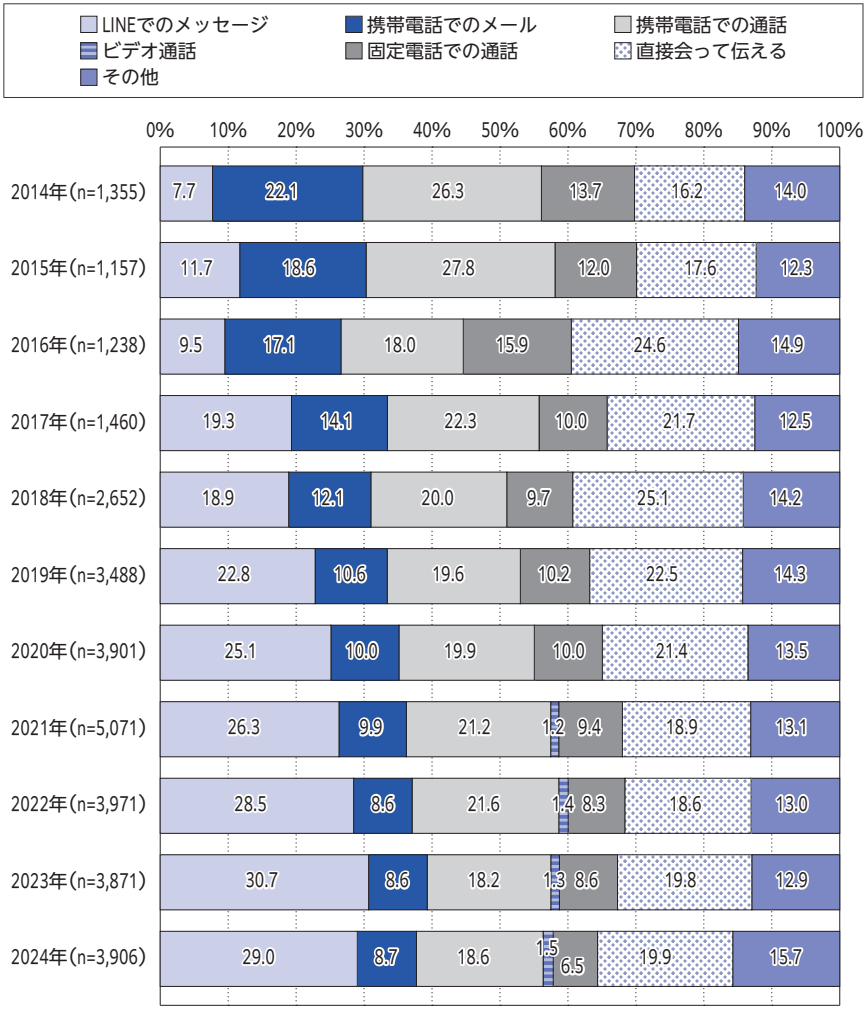
●2024年は「LINEでのメッセージ」が約6割で最も高い。



注1：携帯電話所有者で、1年以内にそ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-2024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」（29.0%）が最も高く、「直接会って伝える」（19.9%）、「携帯電話での通話」（18.6%）が続く。



注1：携帯電話所有者で、1年以内にそ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-2024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

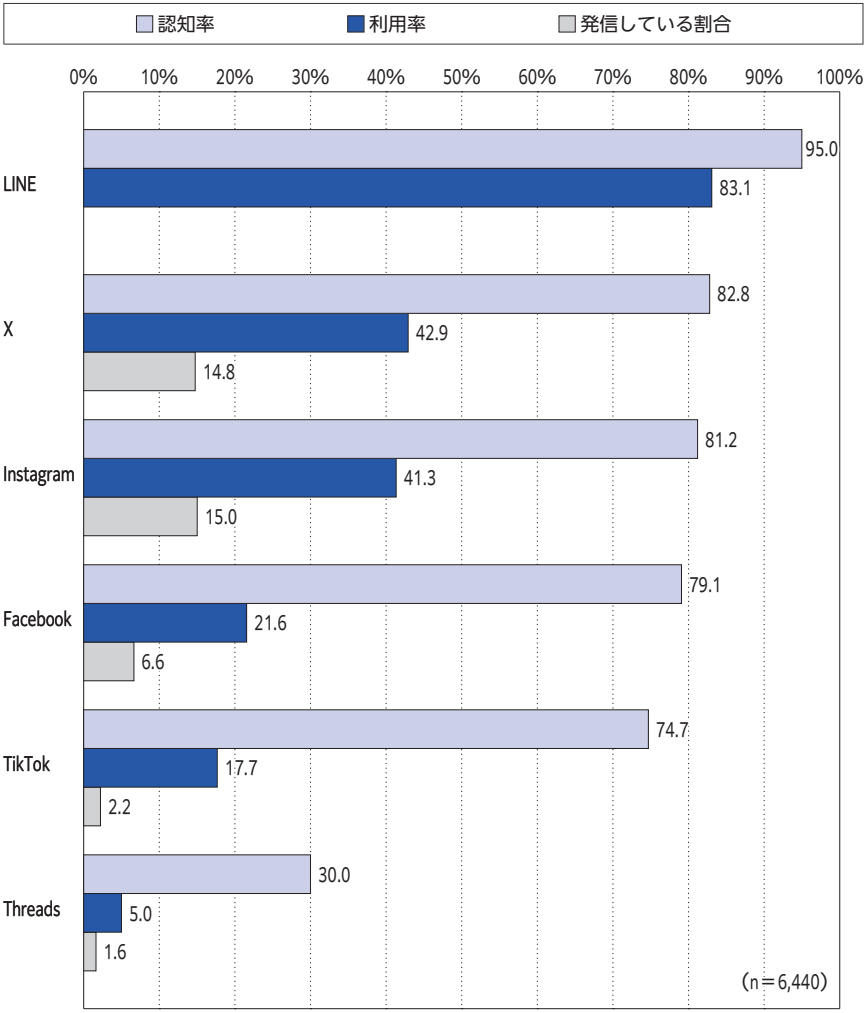
ソーシャルメディアの利用率、利用頻度

ポイント

- LINEは8割強、XとInstagramは4割強、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。10～60代においては、LINEに次いでX、Instagramの利用率が高い。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60代以下の男性とすべての年代の女性の過半数が毎日利用。Xは10～20代の過半数が毎日利用。Instagramは10～20代女性の7割以上が毎日利用（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率や利用率（複数回答）

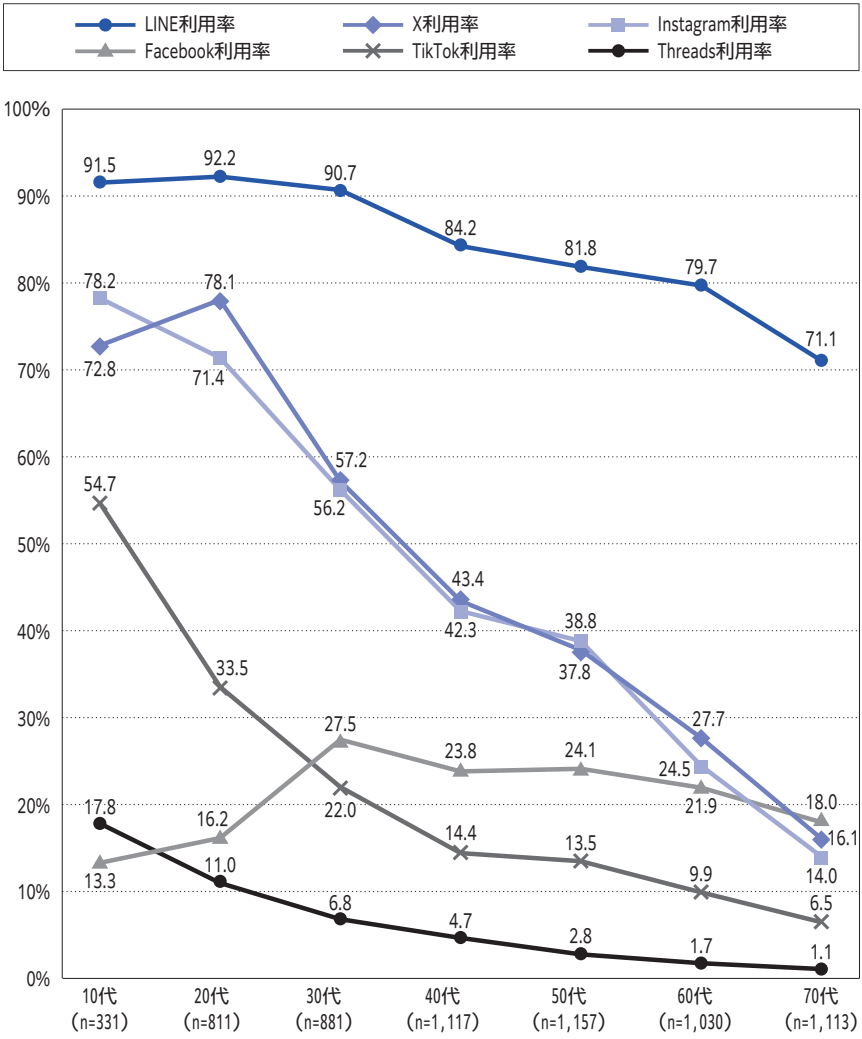
●ソーシャルメディアの認知率はLINEが9割台、次いでX、Instagram、Facebookが続く。
●利用率はLINEが最も高く約8割、InstagramとXが4割程度。
●発信している割合はX、Instagramが1割台。



注1：「発信している割合」は、LINE以外について聴取。
注2：「認知率」のスコアで降順にソート。
出典：2024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)

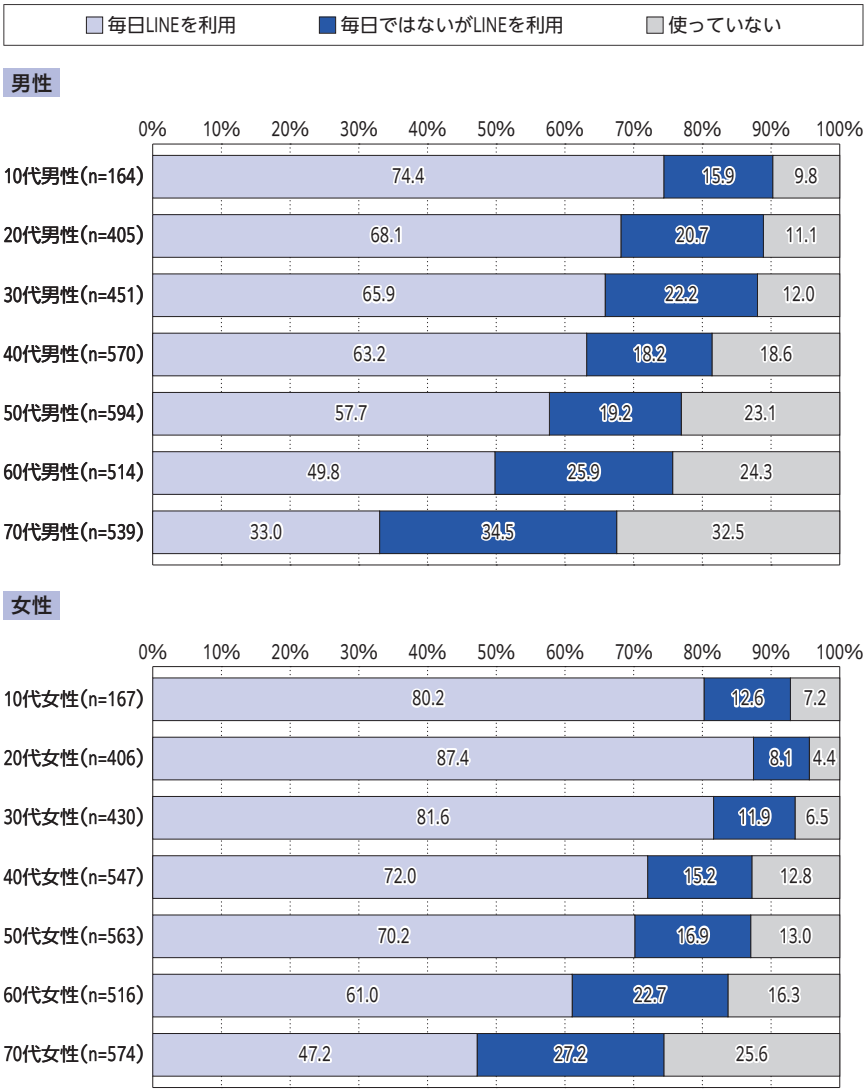
- LINEは10～70代のすべての年代で最も高くなり、他のソーシャルメディアより多く利用されている。
- 10～60代においては、LINEの次にX、Instagramの利用率が高い。
- Facebookは70代でLINEの次に利用率が高いが、10代では13.3%と利用率は最も低い。



出典：2024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。

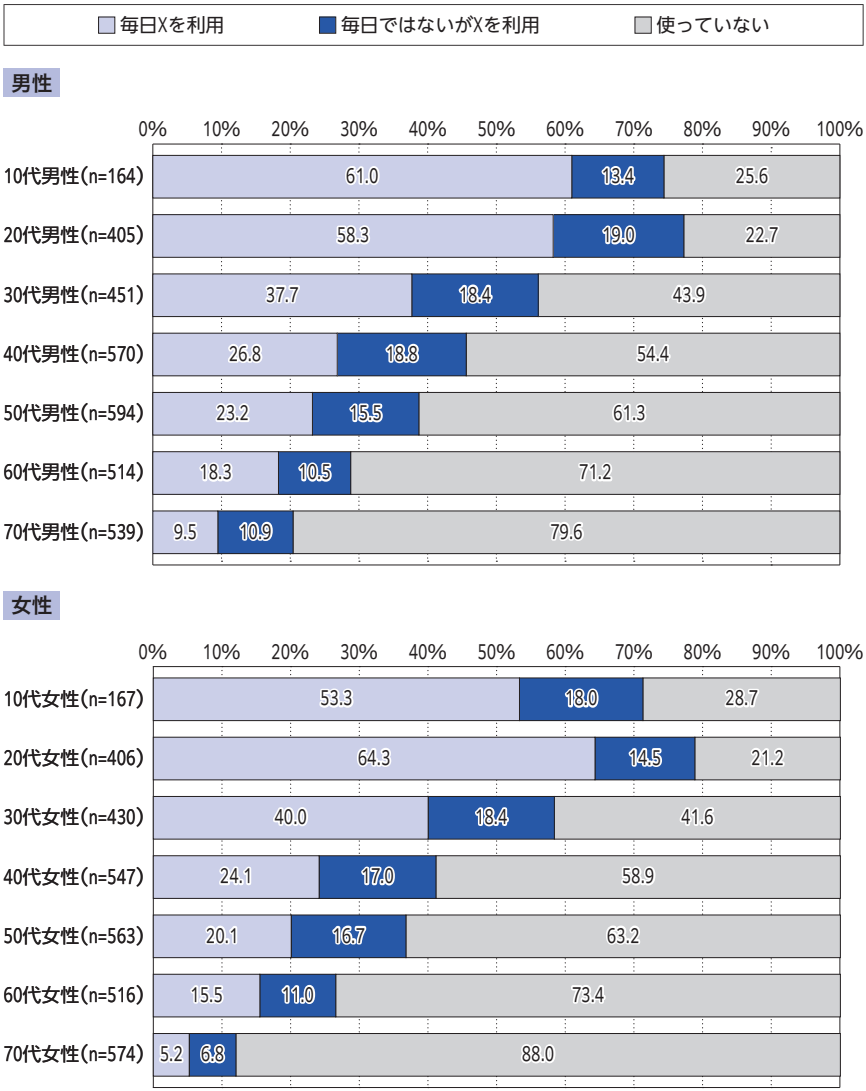


出典：2024年一般向けモバイル動向調査

資料2-10 Xの利用頻度［性年代別］（単一回答）

●Xは10～20代の過半数が毎日利用しているが、年代が上がるほど利用率は低下。

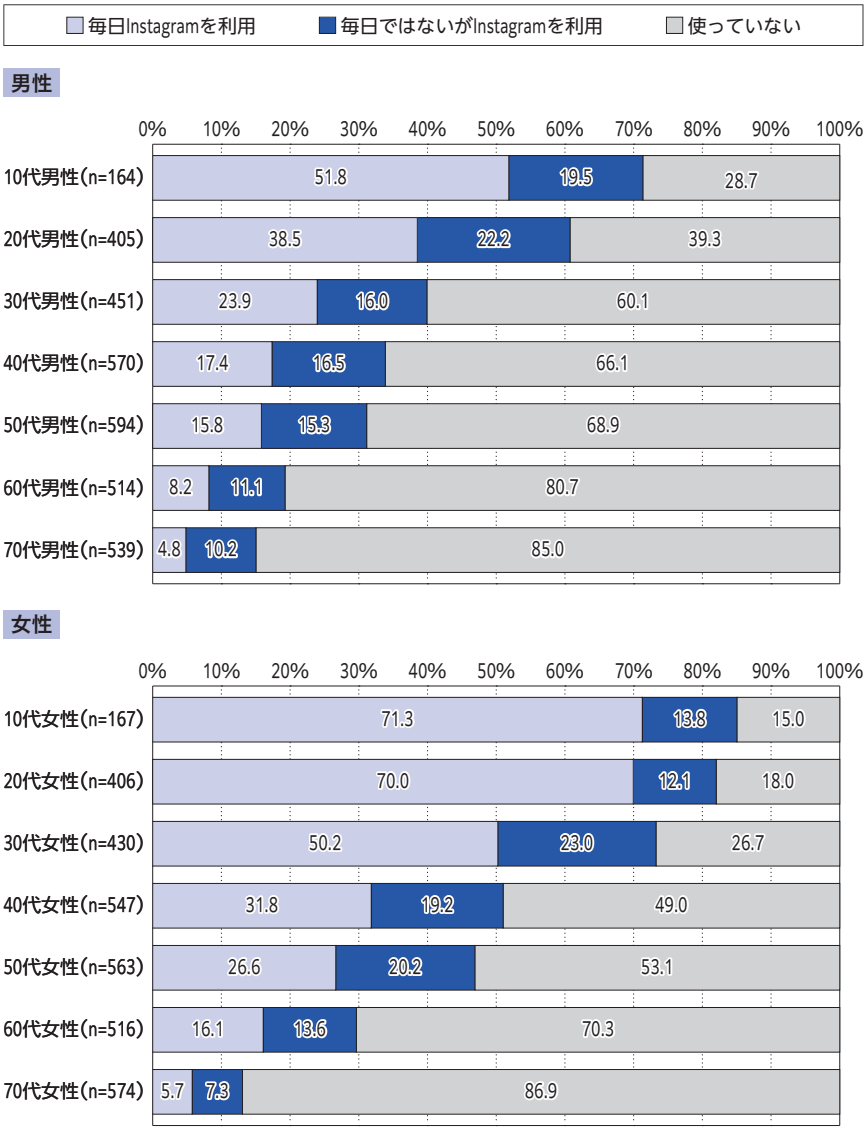
●「毎日ではないがXを利用」の割合は、各年代ともに1～2割程度。



出典：2024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）

●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5割超が毎日利用。

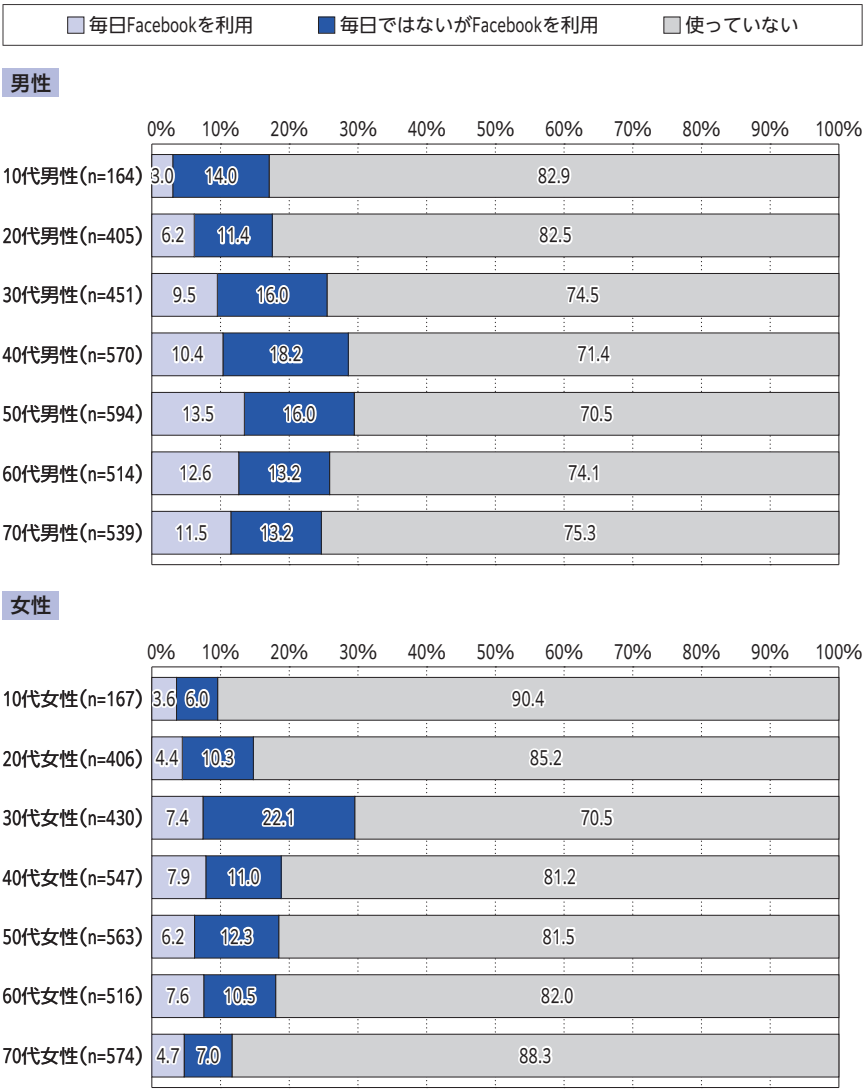


出典：2024年一般向けモバイル動向調査

資料2-12 Facebookの利用頻度［性年代別］（単一回答）

●毎日利用の割合は40代以上男性で1割台。女性の毎日利用は男性に比べて低め。

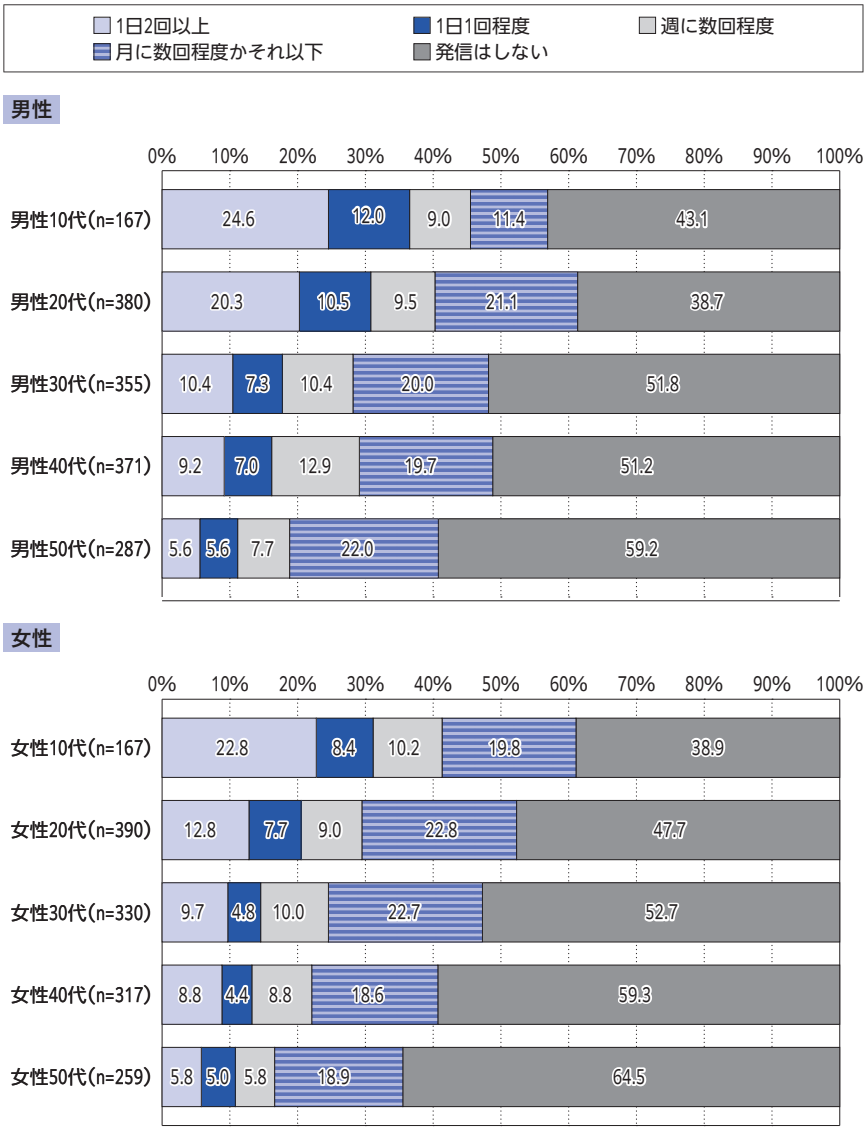
●他のSNSと比べると10代の利用率が低い。



出典：2024年一般向けモバイル動向調査

資料2-13 Xの発信頻度［性年代別］（単一回答）

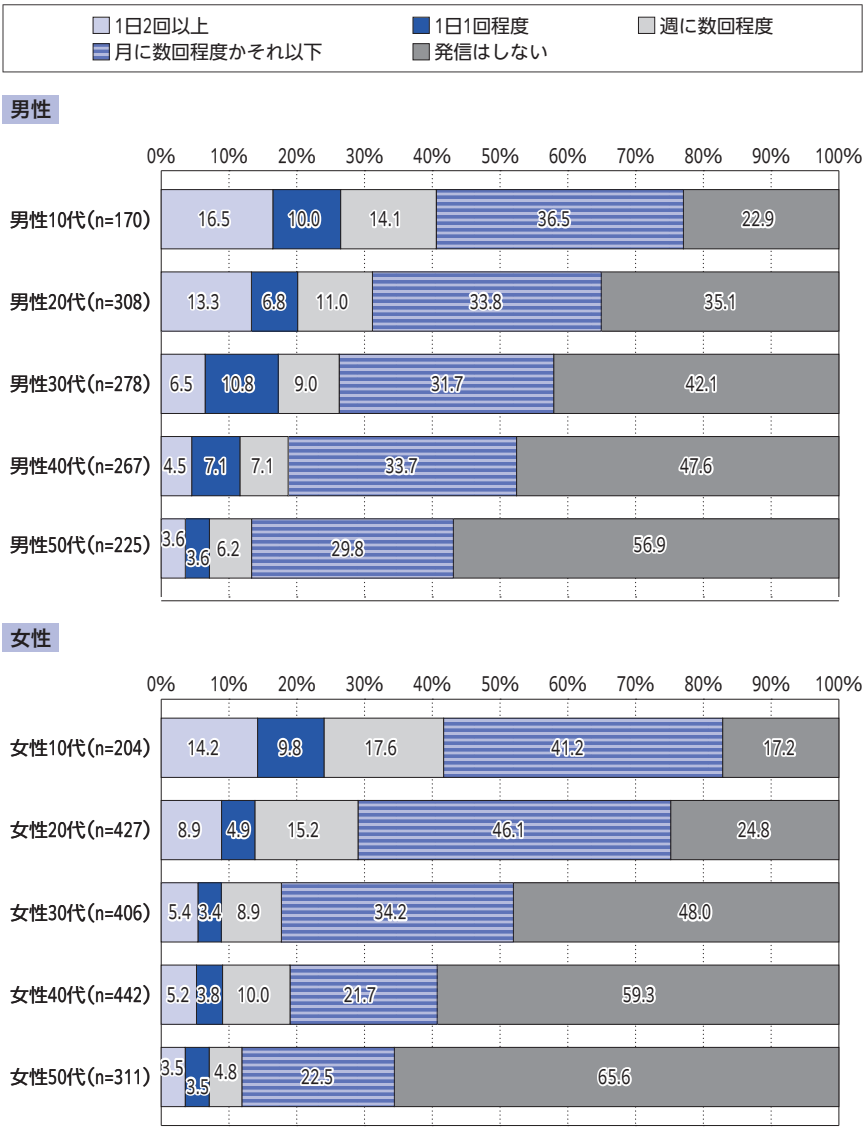
●年代が上がるほど発信率は低下。
●男性10～20代、女性10代の利用者の3割超が毎日発信。



注：X利用者が回答。
出典：2024年SNS利用者行動調査

資料2-14 Instagramの発信頻度［性年代別］（単一回答）

●年代が上がるほど発信率は低下。
●男性10代の利用者の3割弱、女性10代の利用者の2割強が毎日発信。

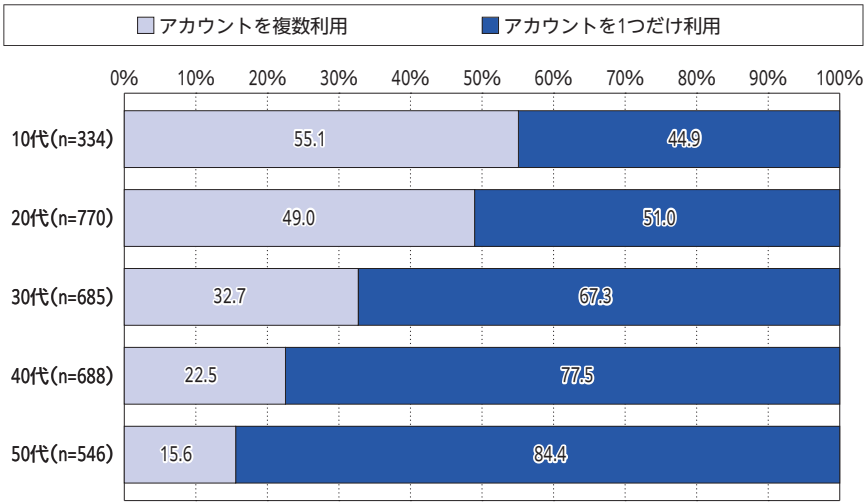


注：Instagram利用者が回答。
出典：2024年SNS利用者行動調査

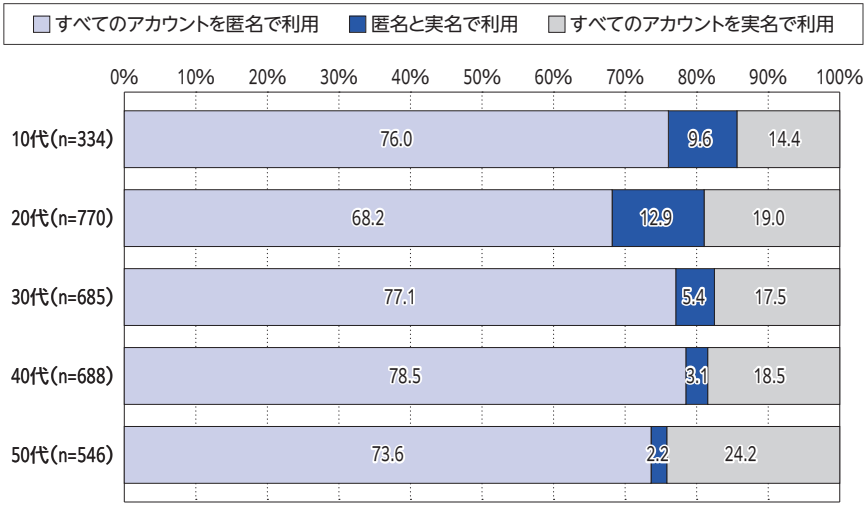
資料2-15 Xのアカウント利用状況［年代別］（単一回答）

●10代の6割弱が複数のアカウントを利用。
●10～50代の6～8割がすべてのアカウントを匿名で利用。

アカウント数



実名／匿名

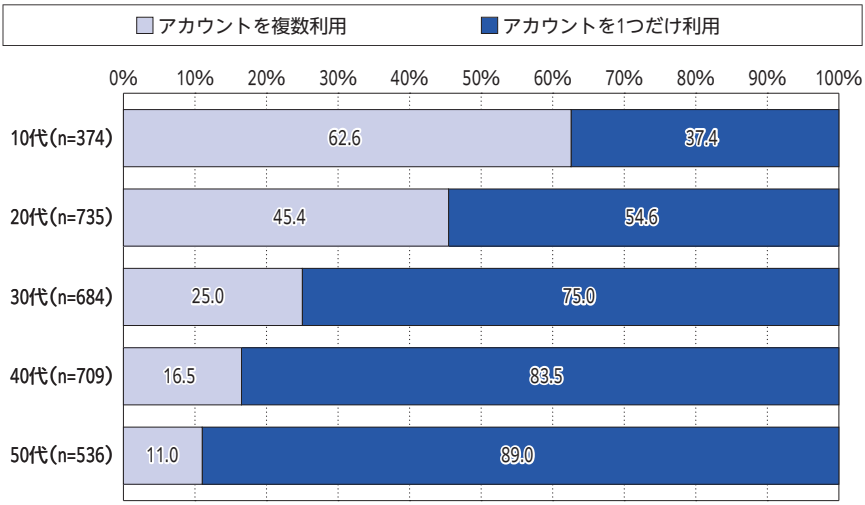


注：X利用者が回答。
出典：2024年SNS利用者行動調査

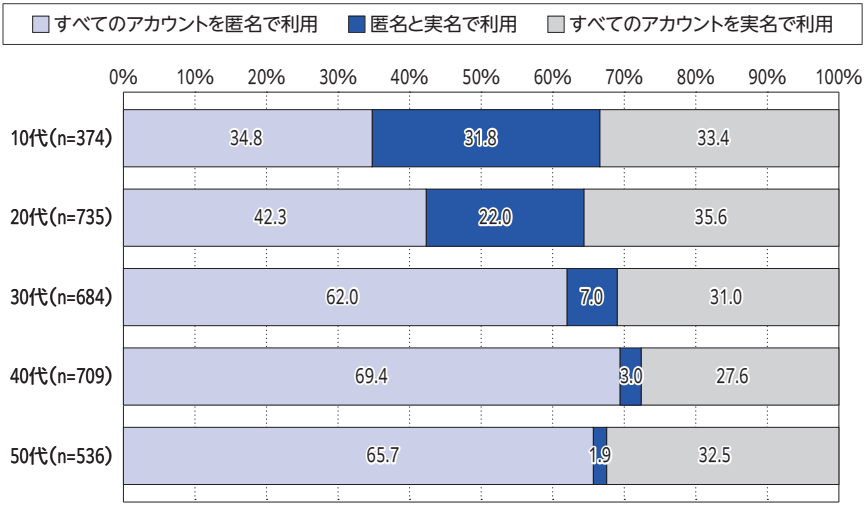
資料2-16 Instagramのアカウント利用状況［年代別］（単一回答）

●10代の6割超が複数のアカウントを利用。
●10代では「匿名利用」「実名利用」「匿名と実名で利用」がそれぞれ3割超。

アカウント数



実名／匿名



注：Instagram利用者が回答。
出典：2024年SNS利用者行動調査

第3節

SNSの使い分け・情報収集・利用意識

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、SNSの利用意識

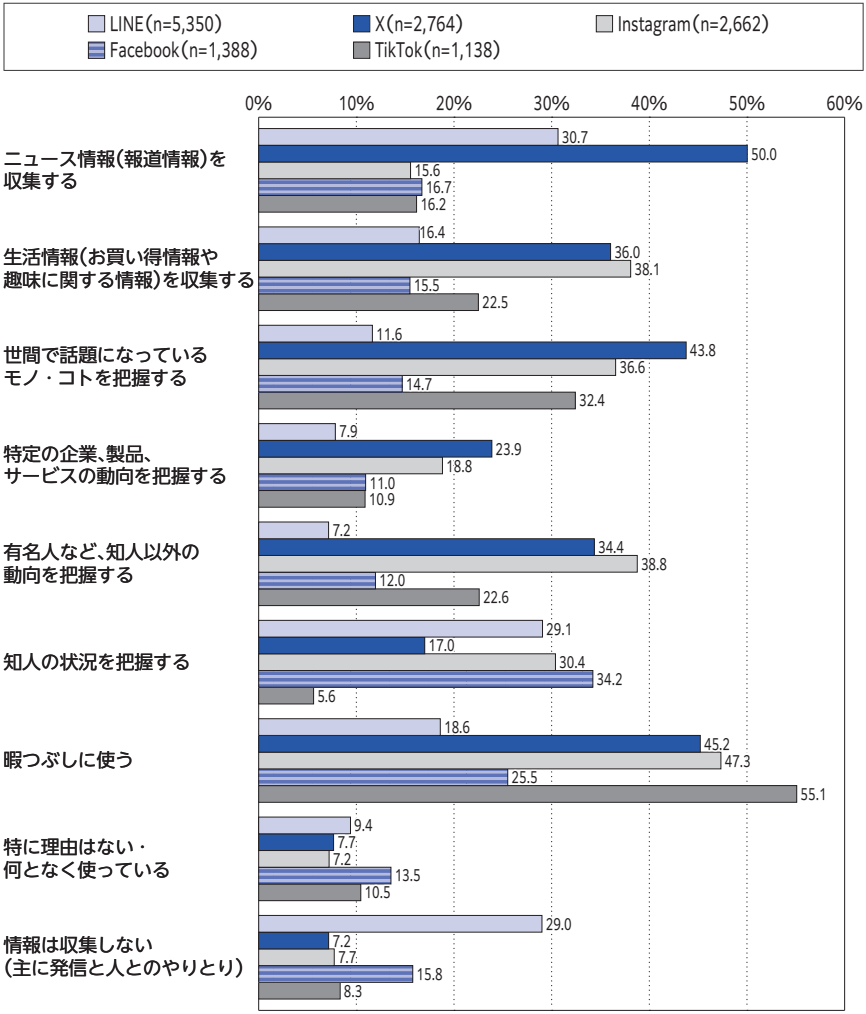
ポイント

- 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、Xはニュースや話題となっているモノ・コトの情報収集、Instagramは生活情報収集や有名人の動向把握、Facebookは知人の近況把握が比較的多い（資料2-17）。
- 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年以降は緩やかな上昇傾向（資料2-18）。
- SNSでトラブルを経験した割合は男女とも若年層のほうが高く、男性10代の4割弱がSNS利用によるトラブル経験あり（資料2-22）。

資料2-17 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、「ニュース情報の収集」にも活用。

●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、Xはニュースや話題となっているモノ・コトの情報収集、Instagramは生活情報収集や有名人の動向把握、Facebookは知人の近況把握が比較的多い。

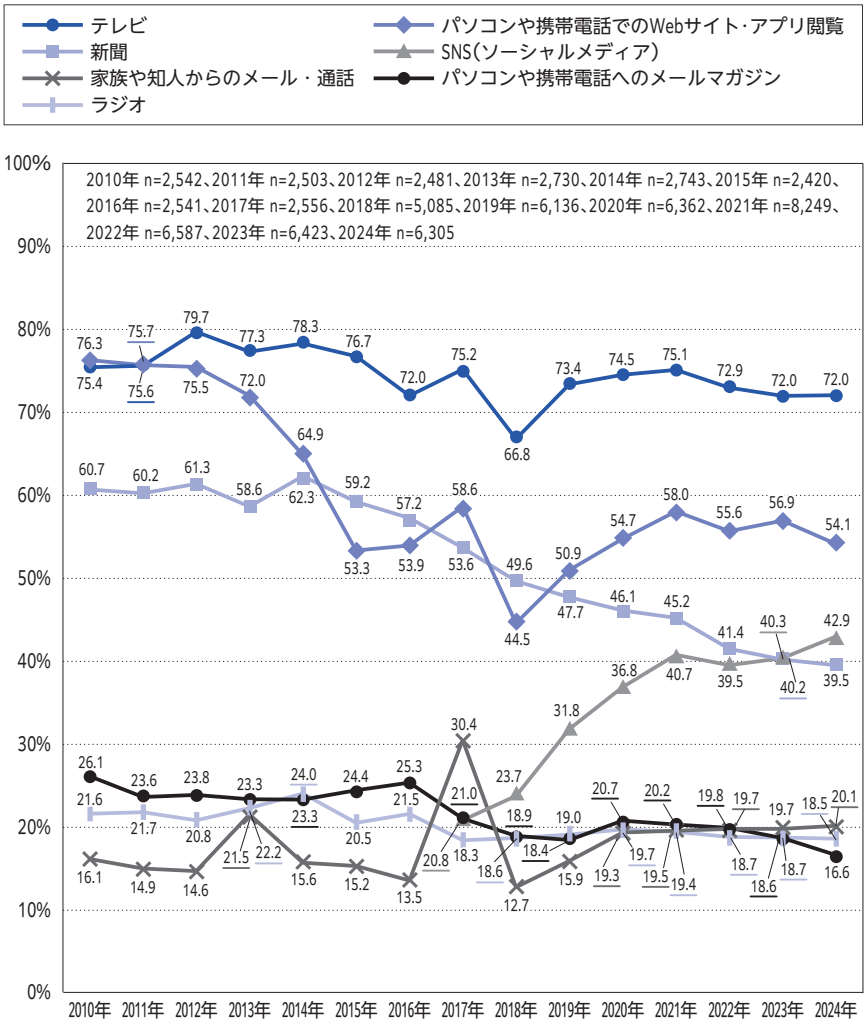


注：各SNS利用者が回答。

出典：2024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、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）

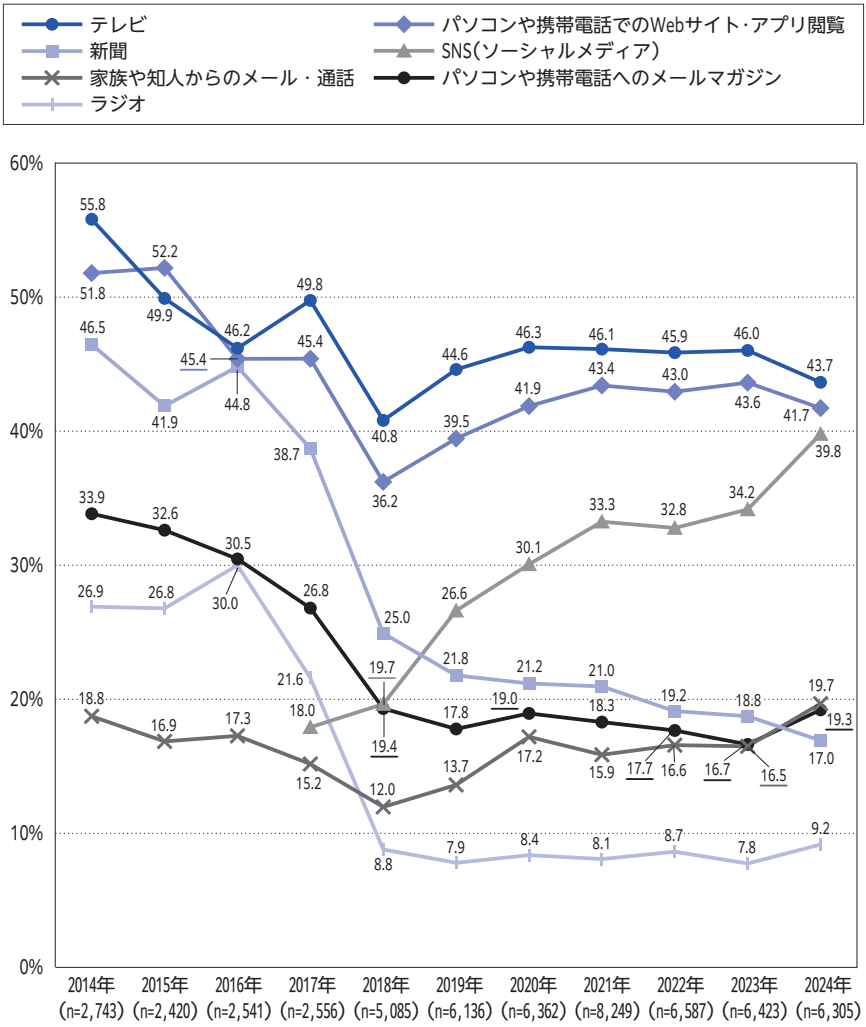
●「テレビ」の利用が最も多く、次いで「Webサイト・アプリ」が続く。
●「新聞」は緩やかな減少傾向。「ソーシャルメディア」は2024年は4割強となった。



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」という文言で調査をしている。
出典：2010年-2024年一般向けモバイル動向調査

資料2-19 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。

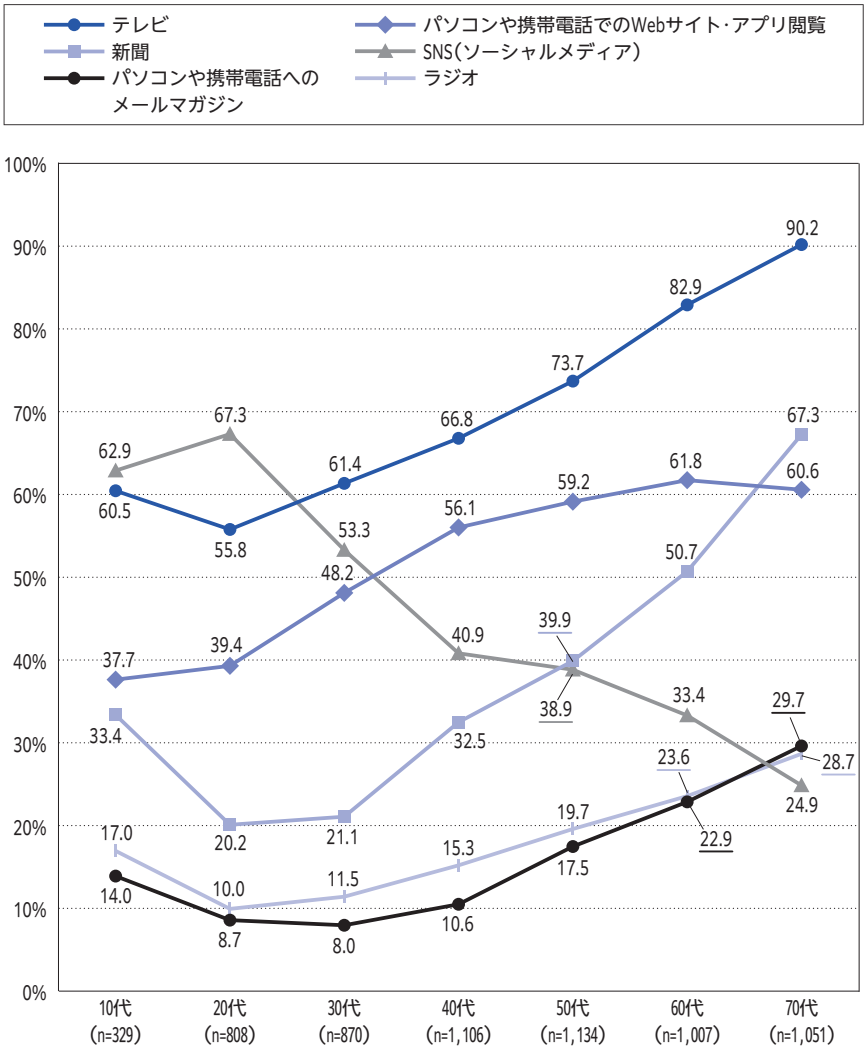


注1：携帯電話所有者が回答。
注2：2014年-2016年の「家族や知人からのメール･通話」は、「家族や知人からのメール･通話･ソーシャルメディア」という文言で調査をしている。
出典：2014年-2024年一般向けモバイル動向調査

資料2-20 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。



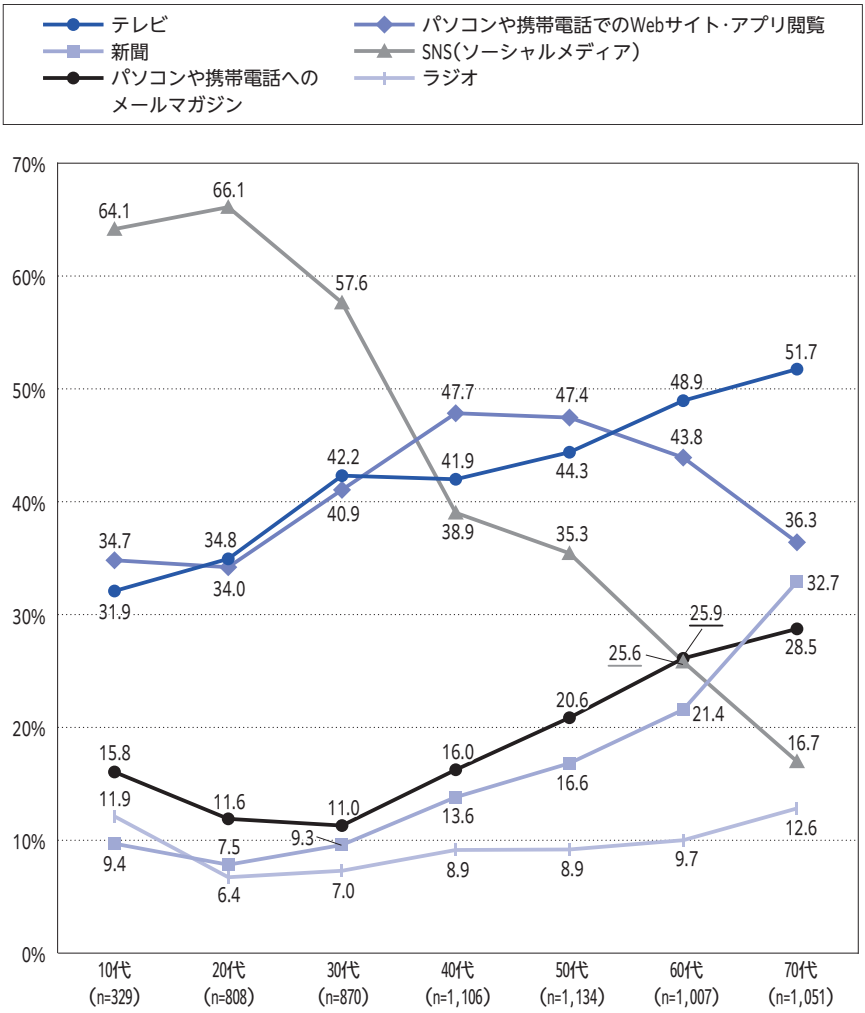
注：携帯電話所有者が回答。

出典：2024年一般向けモバイル動向調査

資料2-21 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）

●10～30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。

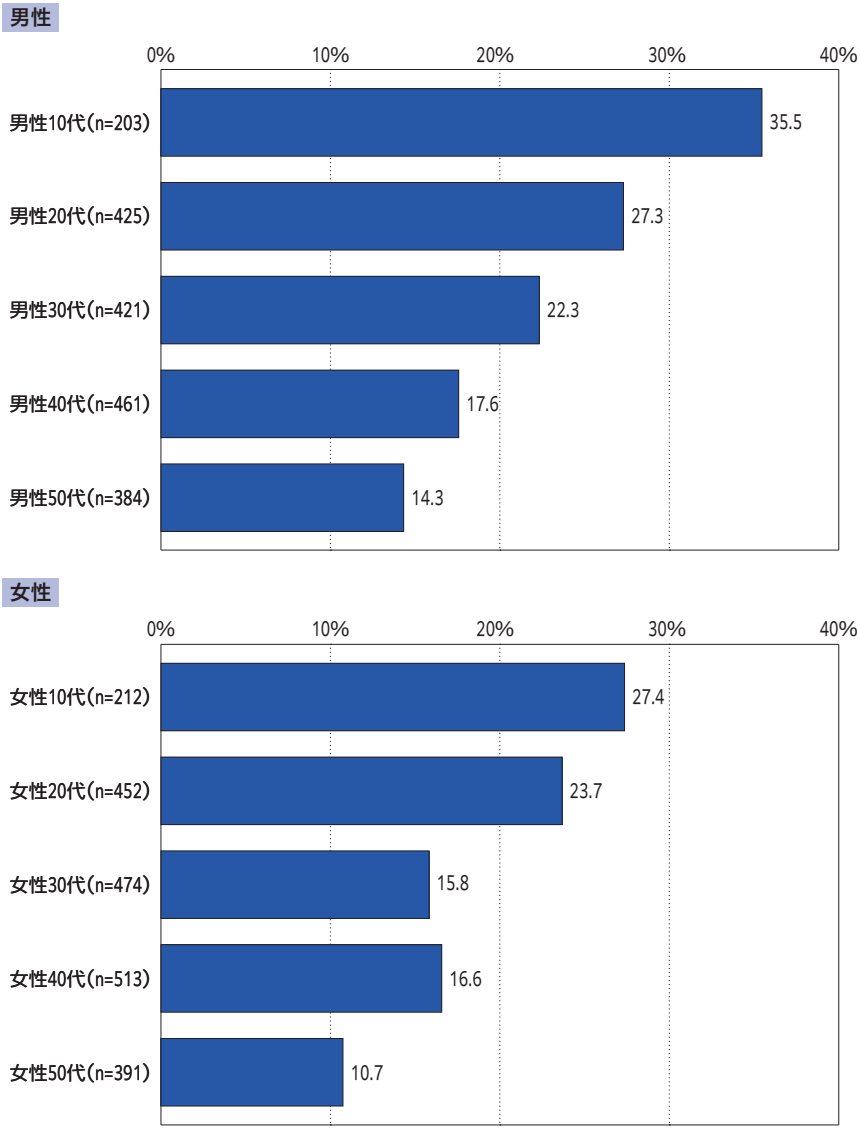


注：携帯電話所有者が回答。

出典：2024年一般向けモバイル動向調査

資料2-22 SNSでのトラブル経験[性年代別](単一回答)

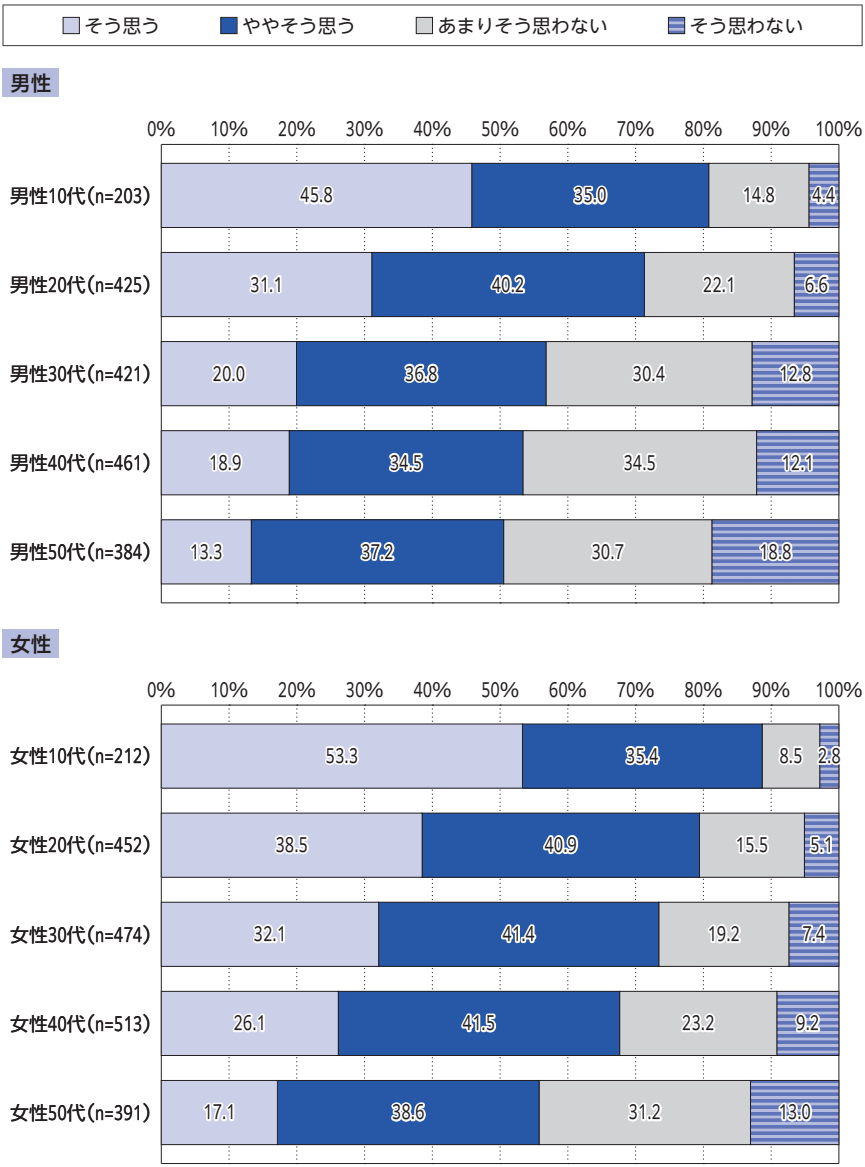
●年代が低いほどSNSの利用によるトラブルを経験。
●男性10代の4割弱がSNS利用によるトラブル経験あり。



注:SNS利用者が回答。
出典:2024年SNS利用者行動調査

資料2-23 SNSが使えなくなると困る［性年代別］（単一回答）

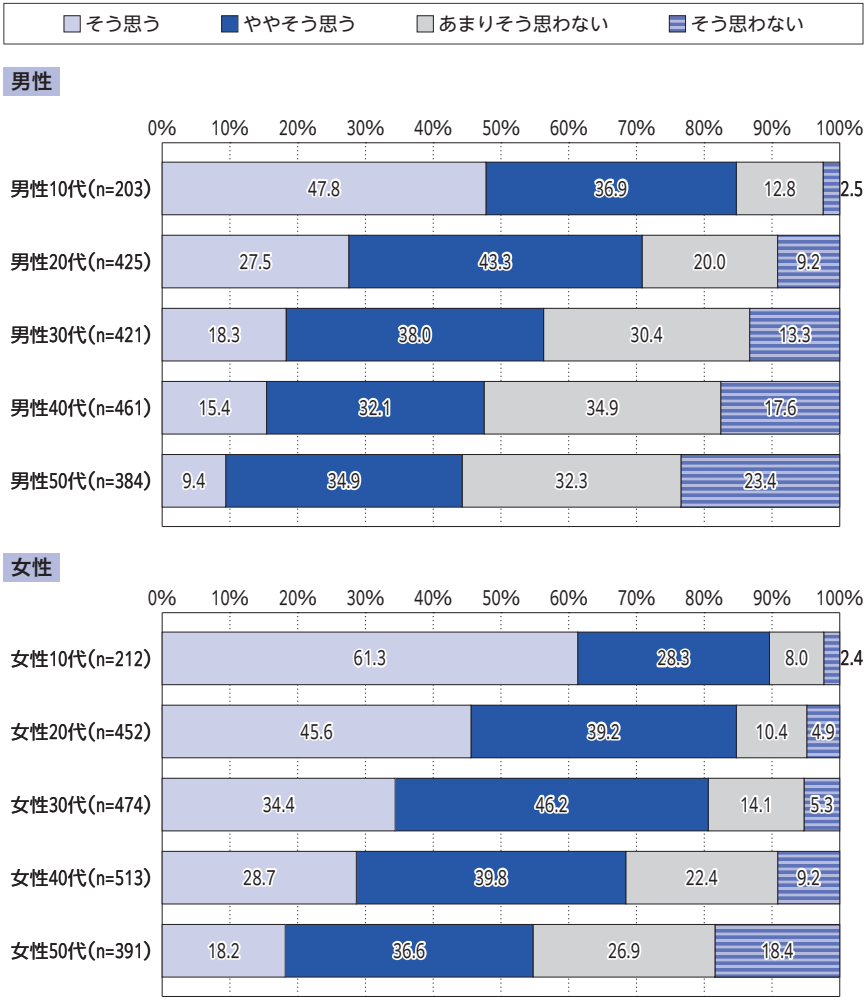
●女性10代の9割程度が「SNSが使えなくなると困る」と思っている。



注：SNS利用者（X、Instagram、Facebook、TikTokのいずれかを利用している者）が回答。
出典：2024年SNS利用者行動調査

資料2-24 思ったより長い時間SNSを利用していることがある［性年代別］（単一回答）

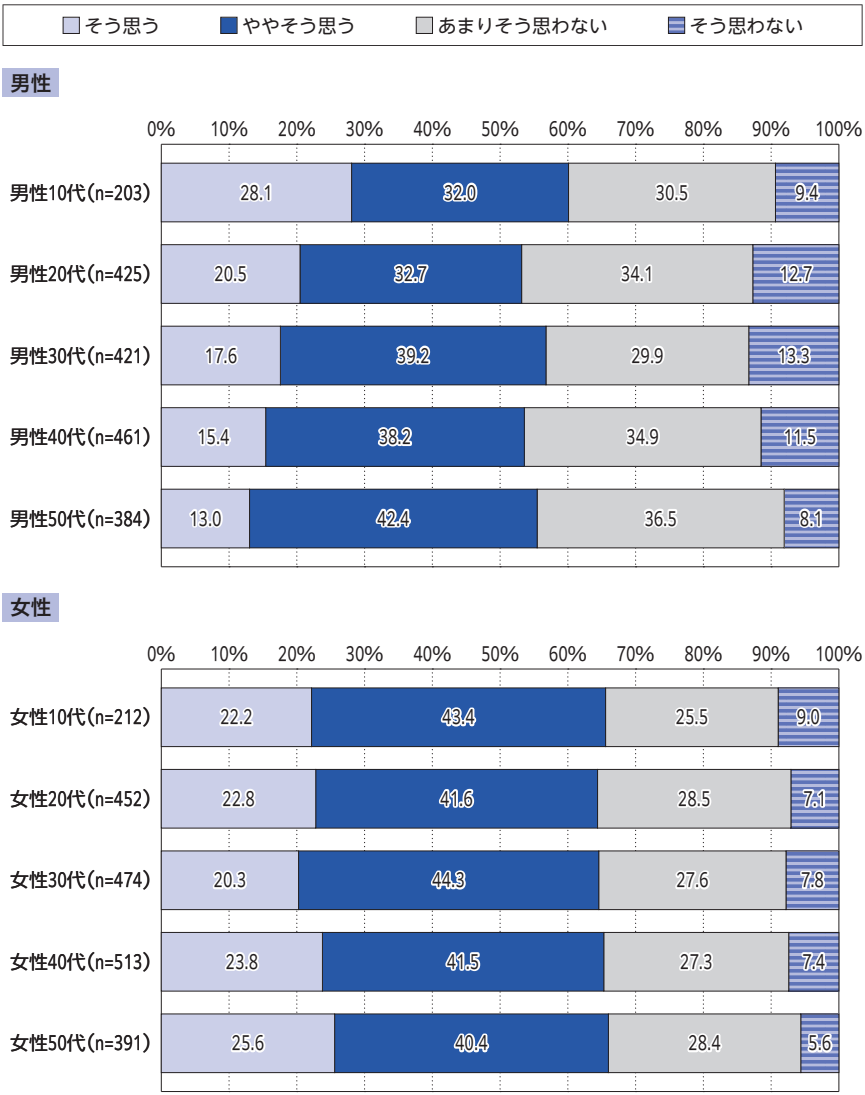
●男女とも若年層のほうが「思ったより長い時間SNSを利用していることがある」割合が高い。
●男性10代、女性10～30代の8割超が「思ったより長い時間SNSを利用していることがある」と思っている。



注：SNS利用者（X、Instagram、Facebook、TikTokのいずれかを利用している者）が回答。
出典：2024年SNS利用者行動調査

資料2-25 SNSを利用すると情報が悪用されそうで心配［性年代別］（単一回答）

●男性10代、女性10～50代の6割超が「SNSを利用すると情報が悪用されそうで心配」と思っている。



注：SNS利用者（X、Instagram、Facebook、TikTokのいずれかを利用している者）が回答。
出典：2024年SNS利用者行動調査