コラム1

移動中の情報行動



立教大学社会学部メディア社会学科教授
是永 論

スマートフォンの利用が日常の中で完全に定着する中で、主に通勤電車などの乗り物により移動している間において、ネット動画やSNSを利用する行動がよく見られるようになった。このような移動中の情報行動は、過去にさかのぼると、従来は新聞や雑誌について行われていたもので、2000年代に入ってからは、それらに携帯電話・スマートフォンが加わる形で現代に至っている。筆者はこの行動に10年ほど前から注目し、「日本人の情報行動調査」において、在宅中・移動中などの生活場所を含んだ形で対象者が情報行動を日記式で記録したデータから、移動中の情報行動について分析を行ってきた[1]。本稿では全国の997人を対象[2]とした2025年の調査結果をもとに、移動中の情報行動の現状と十年前を比較した変化について紹介する。

1. 移動中における情報行動とその変化

図表1は、「日本人の情報行動調査」において、平日2日間を通じて記録された行動のうち、生活場所を「移動中」と回答している時間帯において行われた情報行動を「移動中の情報行動」とし、2日間のうちにその行動を行ったものの割合(行為者率)とその平均時間(行為者平均)を表したものである。さらに、2015年と同じ項目について比較を行っている。

なお、調査では生活場所を「移動中」とした場合については、移動手段までは

記録していないため、公共交通機関のほか、自動車、自転車および徒歩をすべて含むことになる。また、2020年も調査を行っているが、この年は新型コロナウイルスの感染が始まった時期にあたり、学校などが閉鎖される事態も生じていたため、比較からは除いている。

結果から、移動中の情報行動としては、モバイル・メディア(スマートフォンおよび携帯電話)でのSNS利用が13.0%と最も行為者率が高く、メール利用と通話がそれに続いている。しかしながら全体的に行為者率が高い行動が少なく、ネット動画利用なども高い割合を示していない。これは調査が大都市圏以外を含む全国を対象としており、通勤・通学手段で自動車の利用が約半数の48.0%を占めていること(2020年国勢調査より)などから、移動手段によって利用する状況が限定されているためと考えられる。

図表1●移動中の情報行動の状況(2025年と2015年の比較)

情報行動	2025年(n=997)		2015年(n=1,231)	
	行為者率(%)	行為者平均時間(分)	行為者率(%)	行為者平均時間(分)
(モバイルで)メールを読む・書く	9.4	19.5	13.5	13.2
(モバイルで)ソーシャルメディア以外のサイトを見る・書く	5.7	27.9	5.8	31.2
(モバイルで)ソーシャルメディアを見る・書く	13.0	22.5	13.1	29.3
(モバイルで)ネット動画を見る	6.2	45.5	1.2	21.5
(モバイルで)通話をする(LINEやスカイプは除く)	7.4	8.9	8.8	9.4
テレビ放送をリアルタイムで見る	7.3	15.8	9.3	20.5
新聞を読む	0.9	20.8	2.1	12.9
雑誌(マンガを除く)を読む	0.0	0.0	0.3	15.0
書籍(マンガ・雑誌を除く)を読む	1.7	48.5	2.6	39.4
ラジオを聴く(ネット経由除く)	4.4	62.6	7.9	72.3
ラジオを聴く(radikoなどネット経由のラジオ)	1.2	40.2	0.6	30.0

出典:「日本人の情報行動調査」のデータをもとに筆者が作成

2015年からの変化としては、全体的にモバイル・メディア以外のテレビやラジオ・新聞の低下が目立ち、マスメディアの利用の一般における低下をそのまま反映した形となっている。

2. 性別と年齢による違い

以降では移動中のモバイル・メディアの利用に限定した形で、性別と年齢による傾向の違いを見ていく。

図表2●移動中の情報行動：性別による行為者率の差 (%)

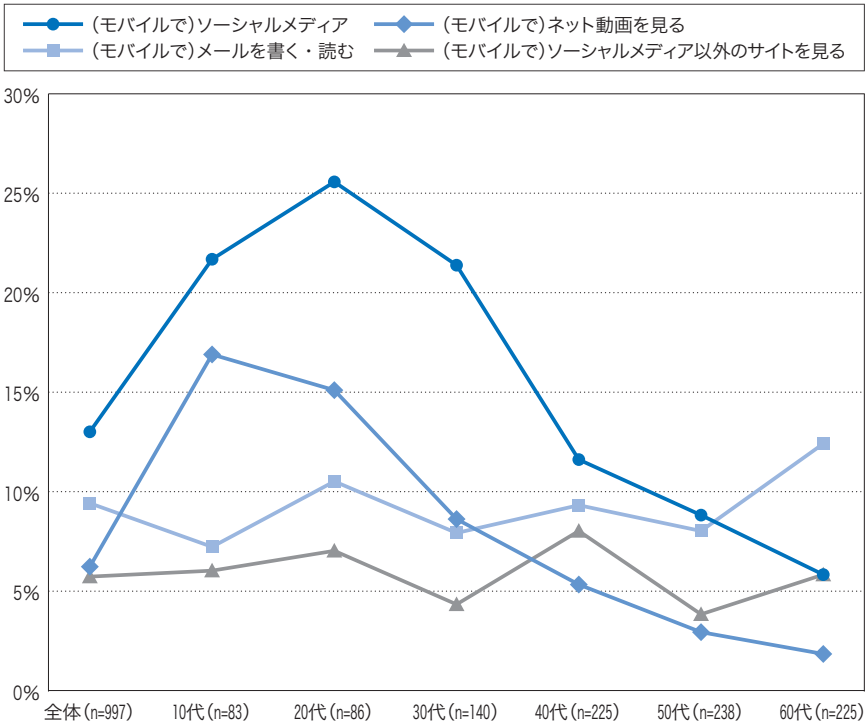
	全体(n=997)	男性(n=478)	女性(n=519)
ソーシャルメディアを見る・書く	13.5	11.1	15.7
ネット動画を見る	13.1	9.9	16.0
メールを書く・読む	5.8	6.1	5.4
ソーシャルメディア以外のサイトを見る	4.5	4.3	4.8

出典：「日本人の情報行動調査」のデータをもとに筆者が作成

図表2の結果から、性別について、ソーシャルメディア(XやLINEなど)とネット動画について、女性の方が移動中に利用する割合が高くなっている。移動以外の状況を含む場合の一般的な傾向としては、ソーシャルメディアは女性の行為者率が高い(男性28.3%に対して女性46.7%)が、ネット動画では差がない(男性38.9%に対して女性39.3%)ため、移動中の状況が特に女性においてネット動画を見る機会として意識されている可能性がある。

図表3の結果からは、ネット動画の方で、特に10代と20代で行為者率が高くなっている。それぞれの年代の一般的な行為者率も際立って高いため(全体39.1%に対して10代で65.9%、20代で63.9%)、その差がそのまま表れた形となっている。その一方で、ネット動画とソーシャルメディアの行為者率は60代以上では特に低くなっているのに対して、メールの行為者率は最も高くなっている。

図表3●移動中の情報行動：年齢層による行為者率の差



出典：「日本人の情報行動調査」のデータをもとに筆者が作成

3. 移動中の行動が意味するもの

いわゆる「歩きスマホ」が問題となっているように、こうした移動中の行動は、依存の高さを示すものとしても見られてきたが、実態は移動の状況に合わせて多様な形で展開している可能性がある。特に30代において移動中のソーシャルメディア利用が10年前より大きく増加する傾向も見られており、年齢層の拡大などについて、さらに見ていく必要があるだろう。

注

1 是永論(2016)．「移動と情報行動」．橋元良明編『日本人の情報行動2015』．東京大学出版会．

2 全国の満13歳以上79歳以下の対象者1,360人から、70代および2日間のうち全く移動を行わなかったものを除いた。調査方法は個別訪問による訪問留置法。