コラム4

# デジタルは趣味の世界を“狭める”のか“広げる”のか

NTTドコモ モバイル社会研究所
**小島 誠也**

## 1.「スマホ漬けで趣味が偏る」は本当か

「若者がスマホばかり見ている」「ゲームやSNSに時間を取られて、他のことに興味がない」――そうした懸念の声は少なくない。スマートフォンの普及に伴い、インターネットやゲームなどデジタル系の趣味が身近になる一方で、それらが他の趣味を「押し出して」しまうのではないかという問題意識である。また、SNSや動画プラットフォームは、ユーザーの関心に合うコンテンツを表示するように最適化されており、結果として同じようなジャンルの情報ばかりが継続的にレコメンドされるようになる。これによって、偶然新しい分野に出会う「セレンディピティ」が失われ、興味・関心が特定の狭い領域に偏向しやすくなるといわれている。

本稿では、モバイル社会研究所が15～59歳の7,946人を対象に実施したWeb調査の結果から、デジタル系の趣味を持つ人の趣味全体の広がりを確認し、「デジタルは趣味を狭めるのか、広げるのか」を検討する。調査では、回答者に24種類の趣味の中から該当するものをすべて選んでもらった（「その他」も合わせると25種類、**図表1**）。

**図表1●趣味と選択率一覧**

（15～59歳・全国・n=7,946・複数回答）　（%）

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| スポーツ、トレーニング、運動 | 19.4 | 写真や動画撮影 | 10.1 | 美術館・演芸・演劇などの鑑賞 | 7.3 |
| スポーツ観戦 | 22.2 | インターネット | 28.7 | DIY・手芸・陶芸・絵画などの制作 | 6.1 |
| キャンプ・ハイキング・登山 | 6.5 | ゲーム | 29.6 | 園芸・ガーデニング・家庭菜園 | 6.4 |
| 旅行・グルメ | 38.2 | テレビ・映画鑑賞・動画視聴 | 41.7 | 書道・華道・茶道 | 2.0 |
| ドライブ、ツーリング | 12.5 | 読書（マンガを除く） | 23.7 | 学習・自己啓発 | 7.2 |
| 遊園地、動植物園、水族館など | 12.4 | マンガを読む | 27.2 | 競馬・競艇・競輪・パチンコなど | 6.5 |
| ショッピング | 26.4 | マンガ・イラスト・小説の創作 | 5.0 | その他 | 1.9 |
| ファッション、美容、コスメ | 20.0 | 音楽・コンサート・ライブ鑑賞 | 24.8 | 趣味はない（排他選択肢） | 8.4 |
| 料理・菓子作り | 14.5 | 楽器演奏・コーラス・カラオケ | 7.7 | | |

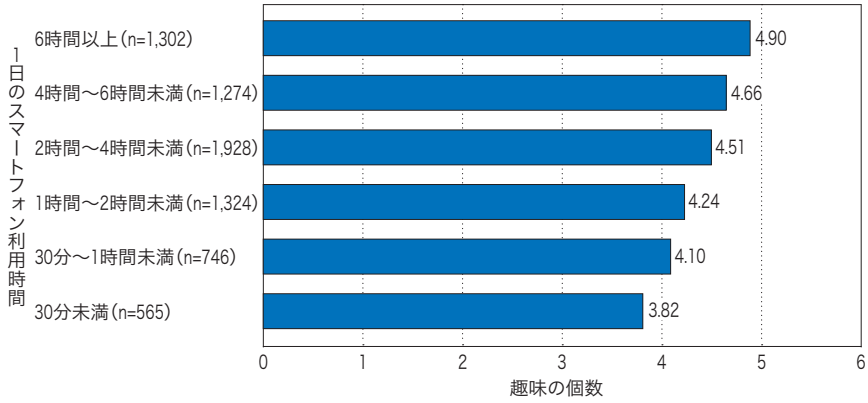
コラム4

## 2. スマートフォンをよく使う人ほど趣味の数が多い

回答者のうち、スマートフォン利用者を対象として、1日のスマートフォンの利用時間と趣味の個数の関係を分析した結果が**図表2**である。スマート

**図表2●1日のスマートフォンの利用時間と趣味の個数**

（15～59歳・全国・スマートフォン利用者・n=7,139）

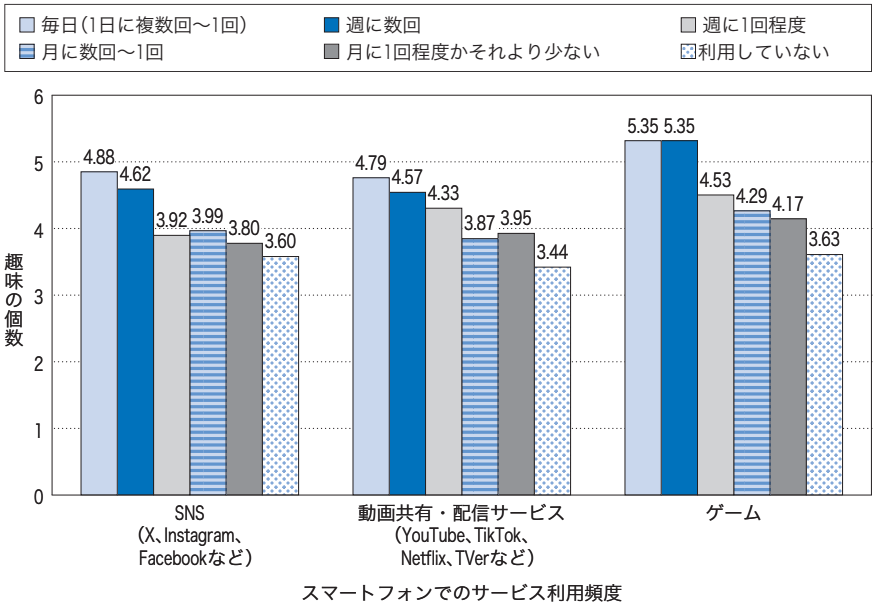


フォンを1日6時間以上利用するグループでは、趣味の個数が平均4.90個であった。一方、1日30分未満のグループでは趣味の個数が平均3.82個にとどまっており、スマートフォンの利用時間と趣味の個数には正の関係が見られた。すなわち、スマートフォンをよく使っている人ほど、多くの趣味を持っているのである。

**図表3**では、各種のサービスの利用頻度と趣味の個数との関係を示した。SNS（X、Instagram、Facebookなど）、動画共有・配信サービス（YouTube、TikTok、Netflix、TVerなど）、ゲームといったサービスを対象にそれぞれの頻度と趣味の個数の関連を確認した結果、どのサービスにおいても利用頻度が高いほど趣味の個数も多い傾向がおおむね見られた。どのサービスにおいても、「毎日利用している」層と「利用していない」層の間で、趣味の数は1個以上の差があることが確認できる。

**図表3●スマートフォンのサービス利用頻度と趣味の個数**

（15～59歳・全国・スマートフォン利用者・n=7,139）



## 3. 趣味の数が多いと、趣味に関するデジタル情報源を多く活用

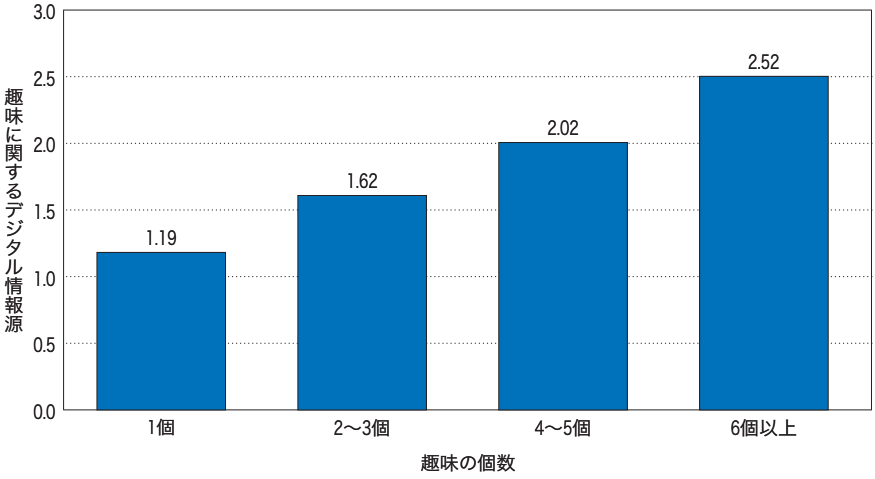
次に、趣味に関しての情報源として利用しているものを調査した。情報源のうち、X、Instagram、TikTok、YouTube、LINEオープンチャット・LINEグループ、Facebookなどその他SNS、公式サイト・専門メディア、一般のWebサイト・レビューサイト・ブログなどの8項目を「デジタル情報源」として、その種類の数と趣味の個数との関係を分析した。なお、複数の趣味がある人に関しては、最も熱中している趣味について利用している情報源を尋ねた。

その結果、**図表4**に示す通り、趣味の個数が多いほど、趣味の情報源として利用するデジタル情報源の数が多いことが明らかとなった。特に、趣味が1個の人はデジタル情報源の数が平均1.19種類であるのに対し、趣味が6個以上と回答した人は平均2.52種類のデジタル情報源を利用しており、その差は2倍以上となった。すなわち、多様な趣味を持つ人ほど、情報源としてデジタルサービスを幅広く活用しているのである。



**図表4●趣味の個数別に見たデジタル情報源の利用数**

（15～59歳・全国・趣味を持つ人・n=7,279）




## 4. デジタル趣味を持つ人は、人生の充実感も高い

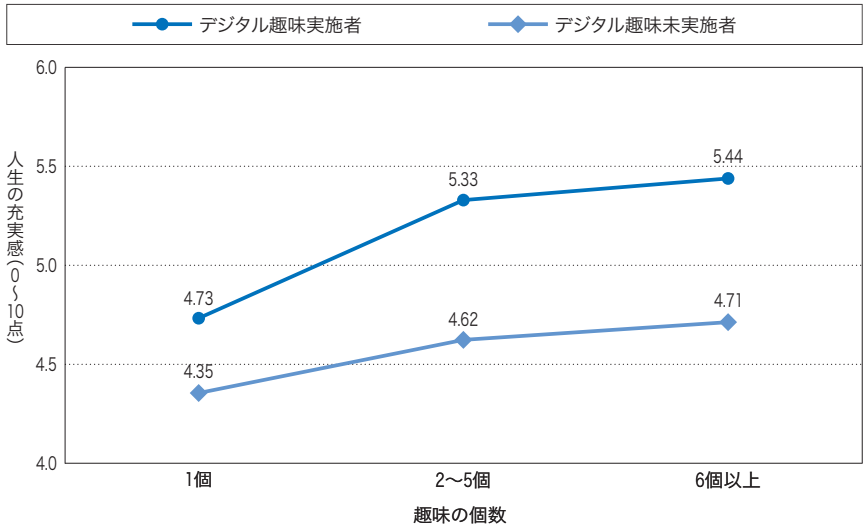
では、インターネットやゲーム、テレビ・映画鑑賞・動画視聴を趣味とす

る「デジタル趣味層」の生活に対する意識はどうだろうか。インターネット、ゲーム、またはテレビ・映画鑑賞・動画視聴を趣味として選択した回答者は全体の約42％を占める。この層とそれ以外の層で、人生の充実感に関して比較をした結果を**図表5**に示す。人生の充実度を10点満点で回答してもらった結果、デジタル趣味のある人の方がその平均値が高く、この傾向は趣味の個数別で見ても同様であった。

当然、人生の充実感にはさまざまな要素が関係するものの、この結果からデジタルの趣味があることは、主観的な人生の充実感の高さと結びついている可能性が示唆される。

**図表5●デジタル趣味の有無と人生の充実感得点（趣味の個数別）**

（15～59歳・全国・趣味を持つ人・n=7,279）




## 5. ICTは趣味の「入口」を広げるインフラ

この結果からは、デジタル技術が趣味の多様化を支える「インフラ」として機能している可能性がうかがえる。たとえば、動画配信で新たなスポーツに出会い、SNSで同好のコミュニティを見つけ、ECサイトで道具を揃えるといったプロセスにおいて、ICTは趣味への「入口」を増やし、継続を支援する役割を果たしていることが考えられる。また、デジタル趣味を持つ人では、

人生の充実感が高い傾向も確認された。

本書第3章で紹介されているネット配信の利用状況や、第7章のシニアのICT利活用の動向とも合わせて見ると、デジタルの活用が趣味の幅を広げ、ひいては人生の充実感の高さにも関連する可能性が示唆される。「スマホばかり使っていて趣味が限定されている」という懸念に対して、本調査ではデジタル利用が趣味の広がりを後押ししている可能性が確認された。