

## インターネット利用に関する詳細調査

Web ライティングをやるうえでも、マーケティングをやるうえでも、ユーザーを具体的にイメージすることは重要なことです。

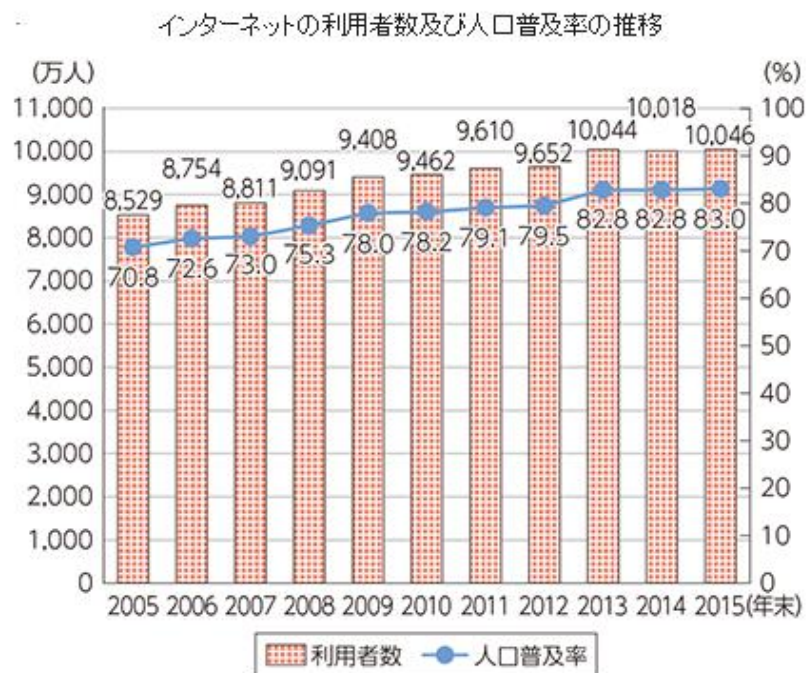
年齢、性別、趣味・嗜好、年収、生活パターンなどを考えて、それに見合ったものを提供することが喜ばれる秘訣です。

その中には、ネット利用の端末や場所、利用 SNS、目的なども含まれます。

そこで、今回は最近出された統計データの中で興味深いものを挙げます。

### ●日本のインターネット利用率の推移

総務省の統計では、インターネット利用者数は既に 2013 年から 1 億人を突破し、人口普及率は 83%に達しています。



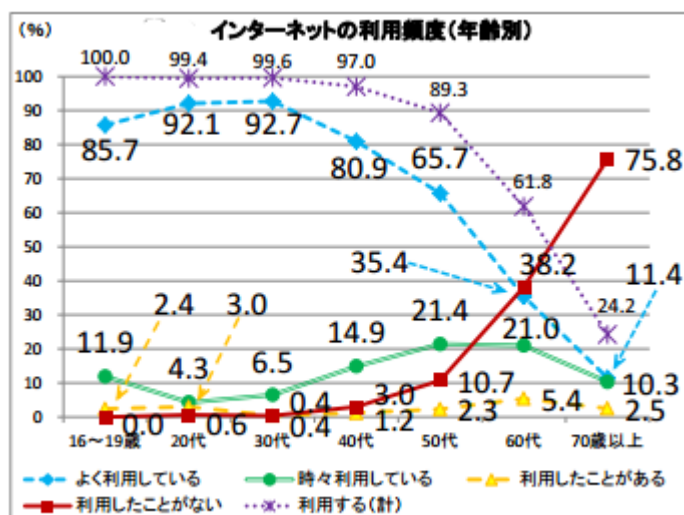
(出典)総務省「通信利用動向調査」

利用頻度でいうと、毎日少なくとも1回利用している人、つまり毎日利用している人が、75.8%を占めています。



出典：総務省「通信利用動向調査」

インターネットの利用頻度を、「よく利用している」「時々利用している」「利用したことがある」「利用したことがない」の4つに分けた内容に関して。そのうち「よく利用している」が「16～19歳」から「40代」まで80%以上を占め、「60代」では、35.4%です。



出典：文化庁 平成 27 年度「国語に関する世論調査」の結果の概要

1日当たりのインターネット利用時間では、全世代平均で、2015年まで毎年次のように伸びています。

平日：71.6⇒77.9⇒83.6⇒90.4(分)

休日：86.1⇒100.6⇒113.7(分)

つまり現在では、平日と休日の加重平均で1日約100分利用していることになり

ます。

20 年前まではこの数値がほぼ0でした。

1 日の睡眠時間を 7 時間として考えると、起きている時間である 17 時間の中で、約 10%の時間をインターネットに費やしていることになります。

特に利用時間が長いのが 10 代と 20 代で、10 代では平日 112.2 分、休日 221.3 分、20 代で、平日 146.9 分、210.0 分です。

つまり 10～20 代では 1 日平均 2～3 時間利用しているということになります。

主なメディアの平均利用時間 と行為者率

		平均利用時間(単位:分)					行為者率(%)				
		テレビ(リアルタイム)視聴	テレビ(録画)	ネット利用	新聞閲覧	ラジオ聴取	テレビ(リアルタイム)視聴	テレビ(録画)	ネット利用	新聞閲覧	ラジオ聴取
全年代	2012年	184.7	17.0	71.6	15.5	16.1	87.5	16.6	71.0	40.0	9.3
	2013年	168.3	18.0	77.9	11.8	15.9	84.5	17.4	70.1	33.8	7.3
	2014年	170.6	16.2	83.6	12.1	16.7	85.5	16.8	73.6	34.3	9.0
	2015年	174.3	18.6	90.4	11.6	14.8	85.9	16.7	75.7	33.1	7.8
	2015年	174.3	18.6	90.4	11.6	14.8	85.9	16.7	75.7	33.1	7.8
10代	2012年	102.9	11.1	108.9	1.7	2.4	76.3	17.3	80.9	8.6	3.2
	2013年	102.5	17.9	99.1	0.6	0.1	75.9	18.7	78.8	3.6	0.4
	2014年	91.8	18.6	109.3	0.7	0.2	73.6	18.6	81.4	3.6	1.4
	2015年	95.8	17.1	112.2	0.2	2.6	75.9	16.5	83.8	2.9	2.9
	2015年	95.8	17.1	112.2	0.2	2.6	75.9	16.5	83.8	2.9	2.9
20代	2012年	121.2	14.5	112.5	2.4	8.3	78.7	16.0	90.0	10.4	5.3
	2013年	127.2	18.7	136.7	1.4	3.6	74.7	16.4	90.6	9.2	2.2
	2014年	118.9	13.8	151.3	2.4	9.4	72.4	15.4	91.0	12.0	3.8
	2015年	128.0	15.8	146.9	2.1	6.4	77.4	13.0	91.8	10.3	5.3
	2015年	128.0	15.8	146.9	2.1	6.4	77.4	13.0	91.8	10.3	5.3
30代	2012年	158.9	19.0	76.5	6.8	12.4	86.0	17.7	83.1	28.5	6.1
	2013年	157.6	18.3	87.8	5.8	17.7	83.2	18.9	88.5	25.3	7.0
	2014年	151.6	15.6	87.6	4.1	5.4	86.7	17.3	87.9	21.9	5.7
	2015年	142.4	20.3	105.3	3.5	15.3	80.5	18.9	90.7	19.3	6.4
	2015年	142.4	20.3	105.3	3.5	15.3	80.5	18.9	90.7	19.3	6.4
40代	2012年	187.4	18.7	74.6	13.3	17.6	89.6	18.2	76.1	45.7	10.8
	2013年	143.4	13.3	70.0	8.6	22.6	83.1	15.4	76.7	34.6	8.3
	2014年	169.5	14.2	82.5	9.3	19.4	87.5	17.8	80.7	37.1	8.3
	2015年	152.3	15.8	93.5	8.8	13.7	86.5	16.6	85.3	34.2	6.5
	2015年	152.3	15.8	93.5	8.8	13.7	86.5	16.6	85.3	34.2	6.5
50代	2012年	219.2	20.9	51.3	23.5	19.4	94.1	19.8	63.4	59.4	12.2
	2013年	176.7	20.3	61.8	18.6	20.2	91.4	17.4	60.5	51.0	10.4
	2014年	180.2	18.4	68.0	16.3	13.5	90.0	17.3	69.4	51.2	8.6
	2015年	219.8	18.6	74.7	17.0	10.7	92.8	15.8	68.5	48.8	8.0
	2015年	219.8	18.6	74.7	17.0	10.7	92.8	15.8	68.5	48.8	8.0
60代	2012年	263.0	14.5	33.9	35.1	27.4	93.3	11.2	42.3	65.8	14.2
	2013年	257.0	19.8	36.7	28.0	20.5	92.5	18.0	34.8	58.7	11.2
	2014年	256.4	17.8	32.2	31.3	40.3	93.7	15.2	40.5	59.5	20.5
	2015年	257.6	22.6	35.7	29.6	30.6	95.2	18.3	43.0	62.0	14.5
	2015年	257.6	22.6	35.7	29.6	30.6	95.2	18.3	43.0	62.0	14.5

		平均利用時間(単位:分)					行為者率(%)				
		テレビ(リアルタイム)視聴	テレビ(録画)	ネット利用	新聞閲覧	ラジオ聴取	テレビ(リアルタイム)視聴	テレビ(録画)	ネット利用	新聞閲覧	ラジオ聴取
全年代	2012年	225.4	30.5	86.1	13.5	7.0	86.1	23.5	69.8	35.9	4.9
	2013年	228.9	30.5	100.6	14.2	12.2	86.9	23.7	72.1	36.5	6.5
	2014年	231.2	33.9	113.7	13.0	11.9	86.6	24.5	74.2	34.9	6.7
	2015年	231.2	33.9	113.7	13.0	11.9	86.6	24.5	74.2	34.9	6.7
	2015年	231.2	33.9	113.7	13.0	11.9	86.6	24.5	74.2	34.9	6.7
10代	2012年	140.7	40.1	151.7	0.5	0.4	75.5	32.4	80.6	5.0	0.7
	2013年	147.4	45.0	160.5	4.1	1.3	75.7	34.3	83.6	6.4	0.7
	2014年	155.8	30.6	221.3	0.4	0.6	74.1	25.2	88.5	3.6	0.7
	2015年	155.8	30.6	221.3	0.4	0.6	74.1	25.2	88.5	3.6	0.7
	2015年	155.8	30.6	221.3	0.4	0.6	74.1	25.2	88.5	3.6	0.7
20代	2012年	170.7	35.7	120.3	1.7	0.4	77.1	26.5	93.2	8.5	1.3
	2013年	161.4	24.4	194.9	2.8	3.4	73.3	20.8	88.7	11.8	2.3
	2014年	155.4	34.6	210.0	2.0	4.4	79.9	24.7	91.8	9.1	4.1
	2015年	155.4	34.6	210.0	2.0	4.4	79.9	24.7	91.8	9.1	4.1
	2015年	155.4	34.6	210.0	2.0	4.4	79.9	24.7	91.8	9.1	4.1
30代	2012年	221.0	23.7	93.8	6.7	2.6	87.1	20.6	86.4	27.3	2.8
	2013年	197.5	35.2	101.7	4.9	3.1	86.8	26.3	86.8	18.9	3.6
	2014年	197.1	36.9	131.3	5.1	9.2	85.1	26.2	92.4	20.0	4.7
	2015年	197.1	36.9	131.3	5.1	9.2	85.1	26.2	92.4	20.0	4.7
	2015年	197.1	36.9	131.3	5.1	9.2	85.1	26.2	92.4	20.0	4.7
40代	2012年	204.3	28.3	73.3	11.6	11.8	84.5	24.3	78.7	37.5	4.7
	2013年	233.9	28.8	82.9	12.5	9.6	90.4	26.7	78.2	41.6	4.3
	2014年	208.6	34.9	91.9	9.8	5.9	85.5	27.7	80.0	34.2	3.5
	2015年	208.6	34.9	91.9	9.8	5.9	85.5	27.7	80.0	34.2	3.5
	2015年	208.6	34.9	91.9	9.8	5.9	85.5	27.7	80.0	34.2	3.5
50代	2012年	254.2	38.3	50.0	19.3	10.0	91.8	25.4	56.3	52.7	7.4
	2013年	265.3	37.8	73.7	19.1	14.3	91.8	27.7	66.3	54.5	8.6
	2014年	300.1	35.7	70.4	18.0	11.3	93.4	24.5	65.0	53.7	7.0
	2015年	300.1	35.7	70.4	18.0	11.3	93.4	24.5	65.0	53.7	7.0
	2015年	300.1	35.7	70.4	18.0	11.3	93.4	24.5	65.0	53.7	7.0
60代	2012年	305.2	24.0	29.3	31.8	11.9	93.7	17.7	34.0	63.0	9.3
	2013年	310.3	19.6	33.5	33.4	33.4	94.3	16.0	39.3	64.7	15.3
	2014年	312.1	29.7	37.1	33.2	31.7	94.0	19.3	40.0	66.7	16.3
	2015年	312.1	29.7	37.1	33.2	31.7	94.0	19.3	40.0	66.7	16.3
	2015年	312.1	29.7	37.1	33.2	31.7	94.0	19.3	40.0	66.7	16.3

出典:総務省「通信利用動向調査」

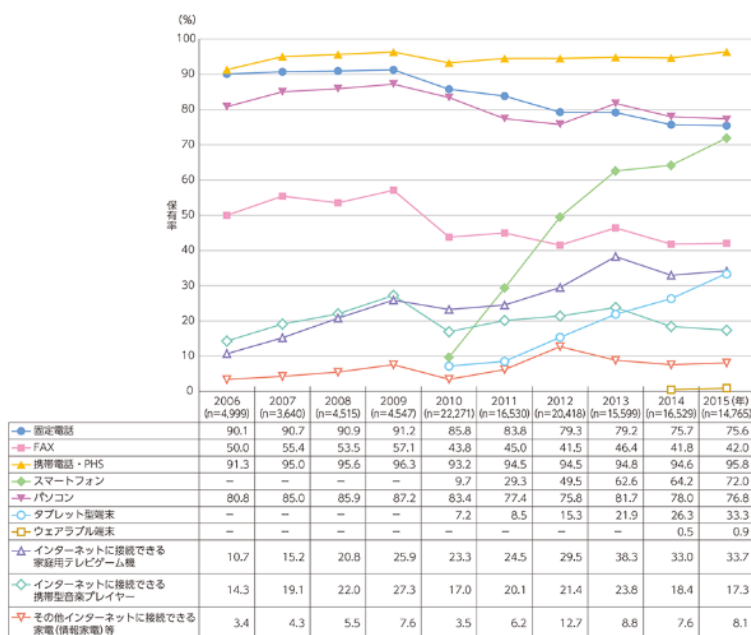
## ●スマホの利用は今後どうなるのか？

平成 27 年末、「携帯電話・PHS」及び「パソコン」の世帯普及率は、それぞれ 95.8%、76.8%となっています。

また、「携帯電話・PHS」の内数である「スマートフォン」は、72.0%(前年比 7.8 ポイント増)と急速に普及が進んでいます。

過去 5 年の動きでいえば、スマートフォンが急速に伸びている反面、固定電話とパソコンは漸減傾向です。

情報通信端末の世帯保有率の推移



出典:総務省「通信利用動向調査」

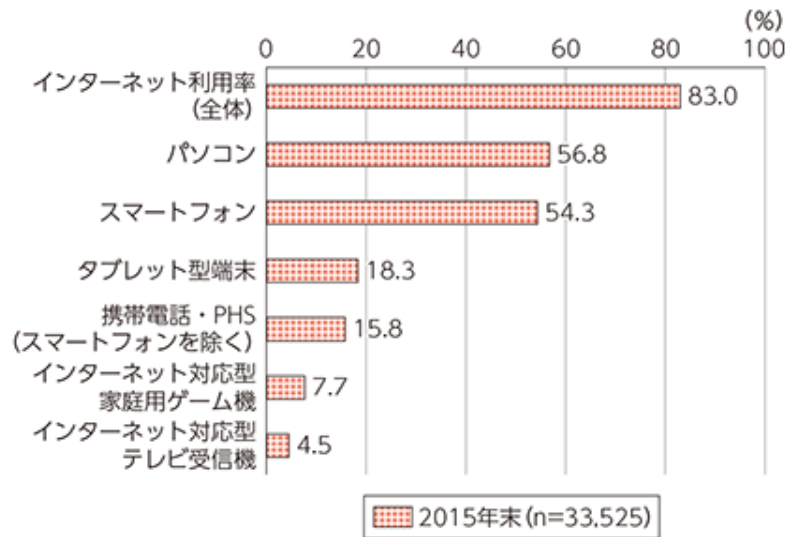
インターネット利用端末の種類では、パソコンが 56.8%、スマートフォン 54.3%とほぼ拮抗しています。

ただここ数年の傾向からするとすぐにスマートフォンの比率がパソコンの比率を上回ることになるでしょう。

ちなみに 3 番目がタブレット型端末で 18.3%。

これも今後伸びることでしょう。

インターネット利用端末の種類(2015年末)

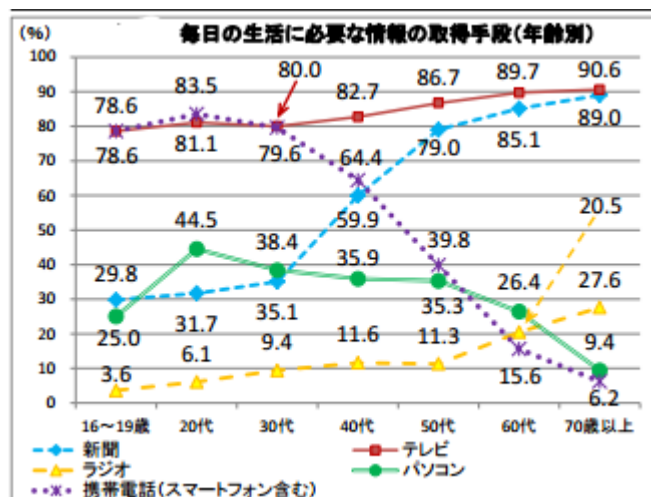


※当該端末を用いて2015年の1年間にインターネットを利用したことのある人の比率を示す。

(出典)総務省「通信利用動向調査」

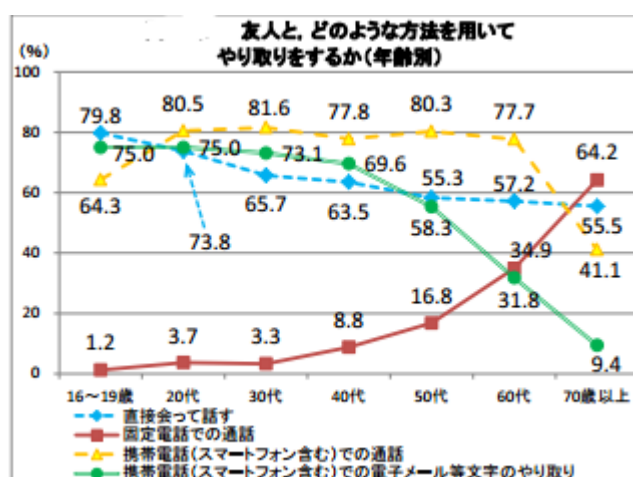
毎日の生活に必要な情報の取得手段では、「16～19 歳」から「30 代」で、テレビと携帯電話(スマートフォン含む)がほぼ拮抗しており、「40 代」から上でテレビが主になっています。

携帯電話とパソコンを比べると「16～19 歳」から「40 代」で、携帯電話が上回っており、「50 代」以上では、パソコンが上回っています。



出典:文化庁 平成 27 年度「国語に関する世論調査」の結果の概要

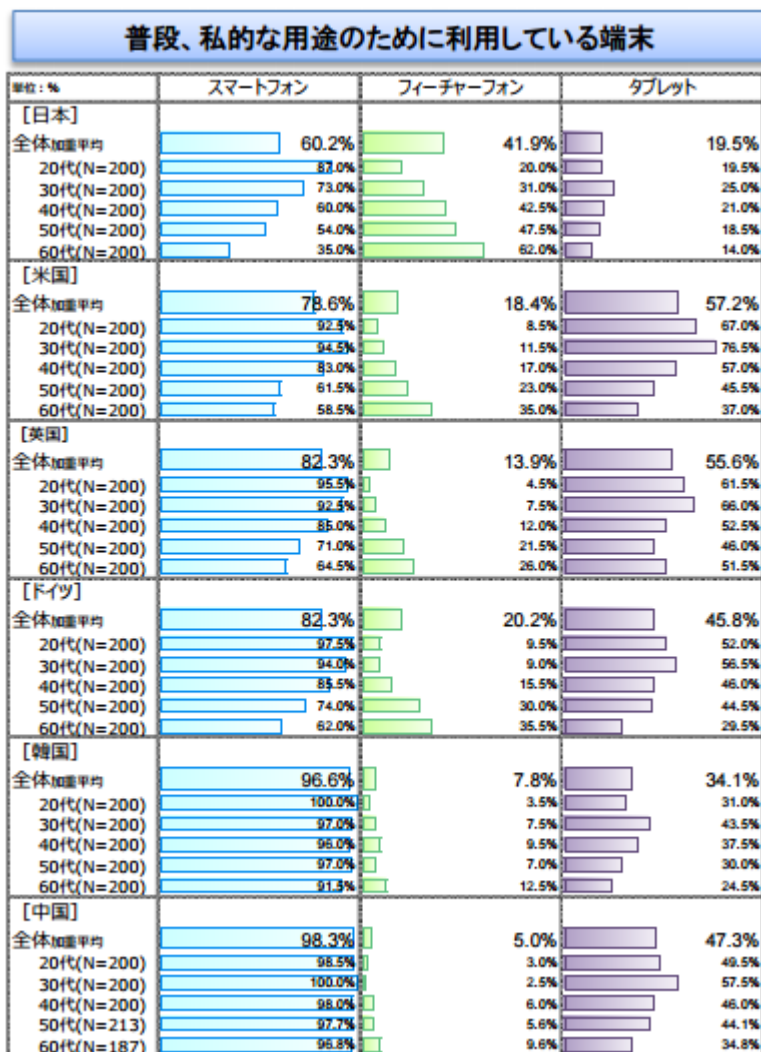
友人と、どのような方法を用いてやり取りするかについては、  
「20代」から「60代」のすべての年代で携帯電話が一番多い。  
「16～19歳」では、直接会って話すが一番多く、次が携帯電話での文字のやり取り。  
「70歳以上」では、固定電話が一番多い。



出典:文化庁 平成 27 年度「国語に関する世論調査」の結果の概要

端末利用率の外国(米国、英国、ドイツ、韓国、中国)との比較では、日本のスマートフォン利用率は 60.2%と最も低く、フィーチャーフォン(ガラケーと呼ばれるスマートフォン以外の携帯)の割合が突出して高い。  
タブレットは日本が 19.5%なのに対して、米国 57.2%など外国がはるかに高い。





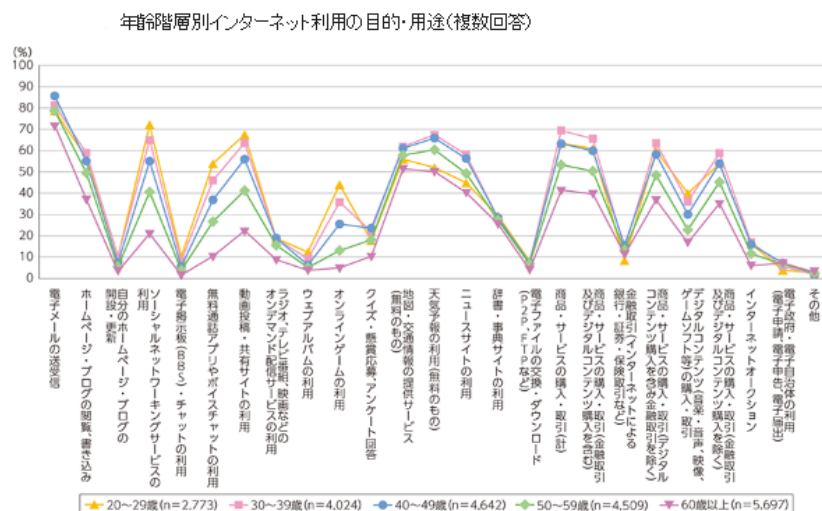
出典：総務省「通信利用動向調査」

## ●インターネット利用目的

インターネットの利用目的については、「電子メールの送受信」が各年齢階層で最も多くなっている。また、「電子メールの送受信」、「地図・交通情報の提供サービス」、「天気予報の利用」については、各年齢階層で利用が5割を超えている。

20代及び30代は幅広いサービスが利用されており、利用が5割を超えているサービスは、「電子メールの送受信」、「SNSの利用」、「動画共有サイトの利用」、

「地図・交通情報の提供サービス」、「天気予報の利用」、  
「商品・サービスの購入・取引(全般)」。



出典:総務省「通信利用動向調査」

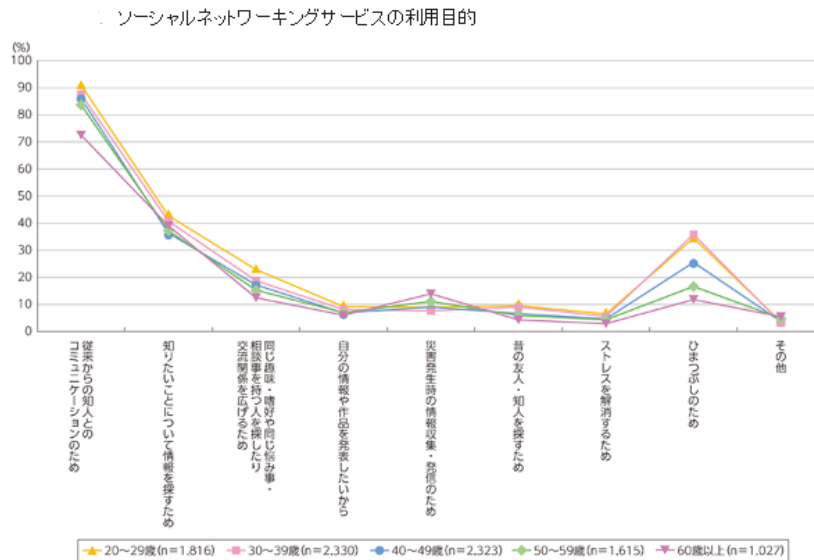
日本のソーシャルメディアの利用状況では、LINE が 44.9%と最も高く、次いで YouTube39.5%、3 番目がフェイスブックで 35.3%、4 番目がツイッターで 28.7%。  
外国(米国、英国、ドイツ、韓国、中国)との比較では、日本は LINE の利用率の高さが顕著で、フェイスブックは中国以外の 4 カ国よりかなり低い。

ソーシャルメディアの利用状況								
単位:%	Facebook	Google+	Twitter	LinkedIn	YouTube	Instagram	Pinterest	LINE
【日本】								
全体(加算平均)	35.3	9.4	28.7	2.1	39.5	10.2	1.5	44.9
20代(N=200)	51.0	15.0	53.5	4.0	61.5	24.5	4.5	73.0
30代(N=200)	42.0	11.0	35.5	4.0	50.5	16.0	2.5	58.5
40代(N=200)	34.0	10.0	25.0	0.5	41.0	8.0	0.5	43.0
50代(N=200)	27.0	7.0	21.0	1.0	26.5	4.5	1.0	39.0
60代(N=200)	26.0	5.5	19.0	1.5	23.5	2.0	0.0	18.5
【米国】								
全体(加算平均)	77.7	29.1	39.1	26.3	53.7	34.3	24.4	8.7
20代(N=200)	83.0	43.5	62.5	28.5	60.5	58.5	36.5	18.0
30代(N=200)	85.5	51.0	66.5	36.0	73.0	59.5	29.0	20.5
40代(N=200)	77.5	23.0	31.5	36.5	62.5	23.0	23.5	3.5
50代(N=200)	70.0	16.5	22.0	27.5	34.5	9.5	16.5	0.0
60代(N=200)	61.5	8.0	14.5	17.5	22.0	5.5	14.5	0.0
【英国】								
全体(加算平均)	69.8	19.8	33.6	17.0	48.5	19.4	13.8	2.4
20代(N=200)	84.0	33.0	58.5	24.0	74.5	46.5	22.0	6.5
30代(N=200)	81.0	28.5	41.0	24.0	65.0	36.0	20.5	4.0
40代(N=200)	75.5	17.0	34.5	14.0	46.0	14.5	11.0	1.0
50代(N=200)	56.5	11.5	23.0	12.5	32.5	5.5	8.5	0.0
60代(N=200)	48.0	7.0	15.5	9.5	19.0	2.5	6.0	0.0
【ドイツ】								
全体(加算平均)	64.4	18.6	12.5	5.1	47.9	10.4	5.6	1.1
20代(N=200)	81.0	28.5	16.0	4.5	73.0	26.0	13.5	1.0
30代(N=200)	70.0	24.0	16.5	4.5	54.0	15.5	4.5	2.5
40代(N=200)	66.0	20.0	15.0	6.5	42.0	8.0	4.5	0.5
50代(N=200)	55.5	16.5	10.0	5.5	42.0	4.0	4.5	1.0
60代(N=200)	52.0	12.0	5.0	4.0	31.5	1.0	1.5	0.5
【韓国】								
全体(加算平均)	69.3	27.6	33.0	5.6	58.8	29.1	2.9	20.2
20代(N=200)	79.0	28.0	28.0	3.0	63.0	47.5	2.0	24.0
30代(N=200)	70.0	30.0	34.5	7.5	60.0	36.0	7.5	28.0
40代(N=200)	64.5	26.0	26.0	7.0	56.0	21.0	2.5	21.0
50代(N=200)	71.0	25.0	36.5	5.5	60.5	21.0	1.0	13.5
60代(N=200)	60.5	26.0	27.0	4.0	50.0	14.5	1.0	12.0
【中国】								
全体(加算平均)	16.1	14.7	9.4	6.9	12.2	4.1	2.6	4.0
20代(N=200)	24.0	17.5	14.0	9.5	17.5	6.5	2.5	5.0
30代(N=200)	23.0	22.0	13.5	10.5	18.0	7.5	5.5	7.0
40代(N=200)	13.5	14.5	9.0	6.0	10.0	1.5	1.5	3.0
50代(N=213)	9.4	9.0	5.2	4.2	5.6	0.5	2.3	2.3
60代(N=187)	4.8	5.3	1.1	2.1	7.0	0.5	1.1	2.1

出典:総務省「平成 28 年版情報通信白書」



SNS の利用目的は、各年齢階層ともトップが「従来からの知人とのコミュニケーションのため」、2 番目が「知りたいことについて情報を探すため」。



出典：総務省「通信利用動向調査」

以上よりインターネットの利用目的は、各年齢階層ともに主にコミュニケーションと知りたいことの情報収集であることがわかります。

前者のコミュニケーションでは主にメール交信と SNS での交流があります。

後者の知りたいことの情報収集は、主に検索エンジンでの検索及び、地図・交通情報や天気予報などの利用が挙げられます。

以上

参考：

文化庁 平成 27 年度「国語に関する世論調査」

[http://www.bunka.go.jp/koho\\_hodo\\_oshirase/hodohappyo/pdf/2016092101\\_besshi.pdf](http://www.bunka.go.jp/koho_hodo_oshirase/hodohappyo/pdf/2016092101_besshi.pdf)

平成 28 年版情報通信白書(総務省)

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h28/pdf/index.html>

総務省ホームページ

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h27/html/nc372110.html>