

# 多様化するインターネット利用の現在

～「メディア利用の生活時間調査」から②～

世論調査部 諸藤絵美 / 関根智江

2012年3月に実施した「メディア利用の生活時間調査」の結果から、サービスが多様化するインターネットの利用の実態を紹介する。

インターネットの利用状況を機器別にみると、携帯電話（スマートフォンを含む）は曜日に関わらず、若年層を中心に女性でよく利用されている。時間帯をみると夜間だけでなく日中にも利用されている。パソコンは携帯電話と比べて年層による利用差は小さいが、男20・30代でよく利用され、日曜には男40・50代でも利用が増える。

インターネットの利用内容をみると、メールとウェブサイトは10代から60代まで幅広く利用されている。そのほかSNS、動画、ネットゲームは若年層を中心に利用されている。利用内容によって利用機器の違いがみられ、メール、SNSは携帯電話での利用が多く、ウェブサイト、動画はパソコンでの利用が多い。

インターネットをしながらどのような行動をしているかをみると（重複行動）、テレビと重複している時間が最も多く、特に男女20代が多かった。テレビとインターネットが重複して利用されている時間帯をみると、男女20代とも夜間で多く、重複のピークの時間帯ではテレビ視聴の2～4割程度を占める。重複しているインターネットの利用内容の内訳をみると、男20代はウェブサイトとメールが多いのに対し、女20代はメールのほか、ウェブサイト、SNS、動画などさまざまであった。

## 1. はじめに

2,562人(64.7%)であった。詳細については、10月号の報告を参照されたい。

### 本稿のねらいと構成

パソコンや携帯電話によるインターネット利用の具体的内容や、テレビ番組のタイムシフト視聴の実態を、生活時間調査の手法を用いて他の生活行動とともに明らかにすることをねらいとして、2012年3月に「メディア利用の生活時間調査」を実施した。その調査結果のうち、タイムシフト視聴の実態については2012年10月号で紹介した<sup>1)</sup>。2回目となる本報告では、スマートフォンやタブレット端末などのモバイル機器が一定程度普及し、SNSや動画配信など多種多様なサービスを提供するインターネットの利用実態を紹介する。さらに後半では、テレビとインターネットの同時利用にも焦点をあてる。

調査は、層化無作為2段抽出法で選んだ全国10～69歳の国民3,960人に対して2012年3月4日(日)、5日(月)に行い、有効数(率)は

### インターネットの定義と行動項目

調査結果の分析に入る前に、本調査の“インターネット”の定義を確認しておきたい。ここでの“インターネット”は、自由時間における「趣味・あそび」としての利用に限定している。そのため、仕事や学業、家事を目的とした利用は、それぞれ「仕事関連」「学業」「家事」といった行動に含めており、“インターネット”には含まれていない。

5年に1度実施している「国民生活時間調査」の最新結果(2010年調査)によると、前回(2005年)と比べて、中高年層までインターネットの利用者が広がり、20代ではさらに利用が増えていた<sup>2)</sup>。このように拡大したインターネットの利用実態をより詳細に把握するため、本調査ではインターネット利用を機器別・内容別に細分化する設計とした(表1)。機器別にはパソ

表1 インターネットの行動分類

	行動項目	行動名
[パソコン] 趣味・あそびで インターネットを使う	① メールを読む・書く	メール (PC)
	② ウェブサイトを見る・書き込みをする	ウェブサイト (PC)
	③ mixi, FacebookなどのSNSやtwitterを利用する	SNS (PC)
	④ 動画を見る(動画配信・共有サイト)	動画 (PC)
	⑤ オンラインゲームをする	ネットゲーム (PC)
	⑥ 上記以外のインターネットをする	ネット他 (PC)
[携帯電話 スマートフォン] 趣味・あそびで インターネットを使う	⑦ メールを読む・書く	メール (携帯)
	⑧ ウェブサイトを見る・書き込みをする	ウェブサイト (携帯)
	⑨ mixi, FacebookなどのSNSやtwitterを利用する	SNS (携帯)
	⑩ 動画を見る(動画配信・共有サイト)	動画 (携帯)
	⑪ オンラインゲームをする	ネットゲーム (携帯)
	⑫ 上記以外のインターネットをする	ネット他 (携帯)

コン・携帯電話に分け、内容別には従来からのサービス(「メール」「ウェブサイト」)に、近年利用が広がってきた「SNS」「動画」「ネットゲーム」などを加え6つに分類した。

それぞれの行動項目を単独に分析するだけでなく、次のように組み合わせた項目として集計し、分析することも可能とした。

- ①～⑫=インターネット
- ①～⑥=パソコンネット
- ⑦～⑫=携帯ネット
- ①⑦=メール ②⑧=ウェブサイト
- ③⑨= SNS ④⑩=動画
- ⑤⑪=ネットゲーム
- ⑥⑫=上記以外のインターネット

なお、ここでのパソコンにはタブレット端末、携帯電話・スマートフォンにはPHSなどのモバイル機器も含む。

20代では携帯電話からスマートフォンへ

2000年代にもインターネットの利用状況を探るため、2001年、2006年の2度にわたって「IT時代の生活時間調査」を実施している。この調査の「インターネット」は自由時間だけでなく「仕事」なども含めたインターネット利用全般を把握することを目的とした設計であるため、「メディア利用の生活時間調査」とは調査結果を比較できない。

2006年調査の結果の概要<sup>3)</sup>を紹介すると、2001年からの5年間でパソコンでは「ウェブ閲覧」、携帯電話では「メール利用」が急速に増加した。インターネットの利用内容をみると、女性は携帯メールが、男30・40代はパソコンによるウェブやメールがそれぞれ多いなど、男女年層別に大きく異なっていることが明らかになった。特に女10・20代では携帯メールの全員平均時間が1時間前後に及び長時間利用が目立った。

それから6年ほど経ち、ハード面では、携帯電話だけでなく、スマートフォンやタブレット端末なども普及段階にあり、場所や時間を問わず、インターネットを利用する環境が整ってきたといえる。

付帯意向質問の結果<sup>4)</sup>から、スマートフォンやタブレット端末がどの程度広く利用されているのかをみている。仕事や授業以外の時間で、スマートフォンやタブレット端末をふだん利用しているかどうかを尋ねた。

まず携帯電話とスマートフォンの利用率をみると(図1)、携帯電話は全体では73%に対し、スマートフォンは19%である。男女年層別にみると、携帯電話は年層が高いほど利用が多く、男50・60代や女40・50代では80%以上が利用している。一方でスマートフォンは男女20代のおよそ半数が利用しており、携帯電話に拮抗している。20代では携帯電話からスマートフォンへの

図1 (付帯意向質問) 携帯電話とスマートフォンの利用率(男女年層別・複数回答)

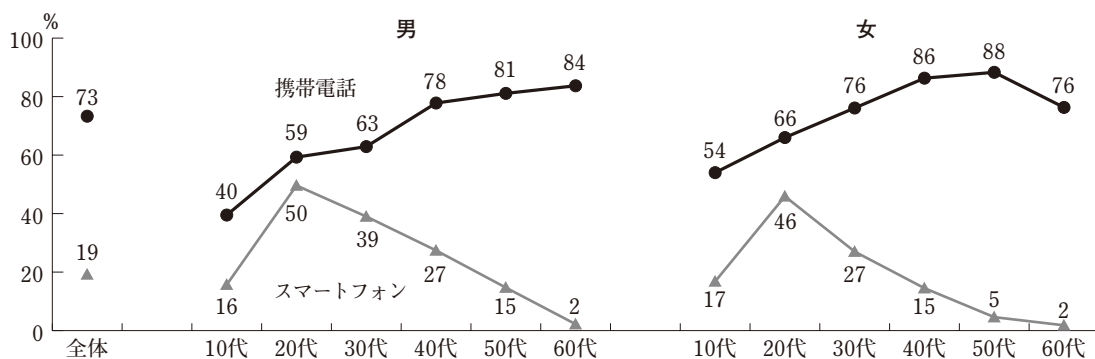
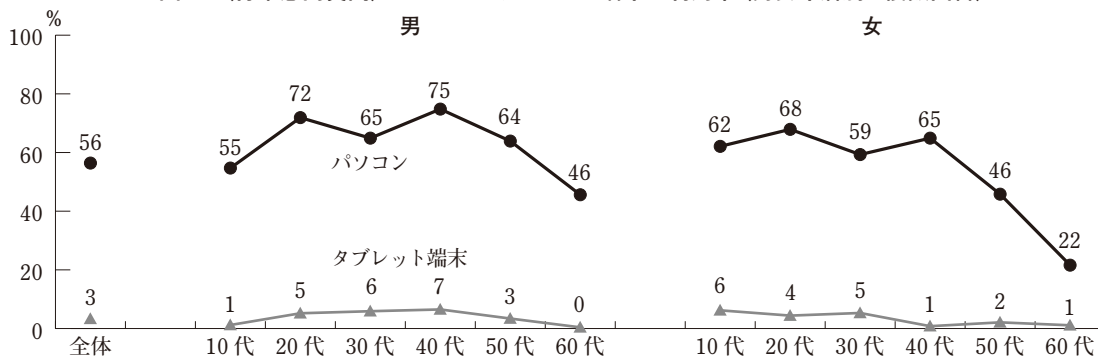


図2 (付帯意向質問) パソコンとタブレット端末の利用率(男女年層別・複数回答)



注) 図1と図2の利用率は、「仕事や授業以外でふだん利用している」と答えた割合である

乗り換えがかなり進んでいるといえる。

続いてパソコンとタブレット端末の利用率をみると(図2)、パソコンは、全体では56%で、男50代以下や女40代以下の半数以上が利用している。一方、タブレット端末は全体でわずか3%と、スマートフォンに比べると、タブレット端末の利用は広がっていないようである。

今回の生活時間データの分析では、こうしたインターネットの利用環境の変化が、人びとの利用行動に結びついているのかという視点でも分析していきたい。

## 2. インターネット

### (1) インターネット全体

ここからは、生活時間データの結果をもとに、

インターネット全体の利用状況を紹介する。

#### 行為者率・時間量とも多いのは男女20代

まずインターネット全体の行為者率・時間量についてみる(図3)。

1日にインターネットを利用する人の割合(行為者率)は月曜48%、日曜52%で、およそ半数がインターネットを利用している。利用していない人も含めた全員平均時間は月曜49分、日曜1時間2分で、行為者率・時間量ともに日曜が多い。なお、インターネットを利用した人に限った行為者平均時間をもても、月曜1時間44分、日曜1時間58分で、日曜の方が長くなっている。

男女年層別にみると、男女20代が行為者率・時間量とも多い。特に日曜は男女ともおよそ8割がインターネットを利用しており、全員平均時



全体では月曜・日曜とも4人に1人が「～1時間以下」の利用である。次いで多いのは「1時間超～3時間以下」で2割弱、3時間を超える人は日曜でも1割程度である。時間量が長い男女20代では、月曜・日曜ともに、1日5時間を超えるベビーユーザーが1割近くいる。日曜になると、男30代や女10代も1割程度が5時間を超えて利用している。

## (2) 機器別

インターネットをパソコンによる利用と携帯電話による利用に分けてみる。近年スマートフォンや無線LANの普及により、操作性や持ち運びやすさなどの面でパソコンと携帯電話の特性の差が小さくなりつつあるが、それぞれどのように利用されているのか。

携帯ネットの方が行為者率が高く、  
曜日差が小さい

機器別のインターネットの行為者率と時間量は図5・6のとおりである。携帯電話（スマートフォンを含む）によるインターネット（以下、「携帯ネット」と略す）の全体の行為者率は月曜35%、日曜37%に対し、パソコンによるインターネット（以下、「パソコンネット」と略す）は月曜23%、日曜27%と、行為者率は月曜・日曜ともに携帯ネットの方が高い。時間量は携帯ネットが月曜・日曜ともに30分前後であるのに対し、パソコンネットは月曜22分、日曜31分と、日曜に増加する。携帯ネットは曜日差なく利用されているのに対し、パソコンネットは行為者率・時間量ともに日曜の方が多。

図5 機器別インターネットの行為者率（男女年層別）

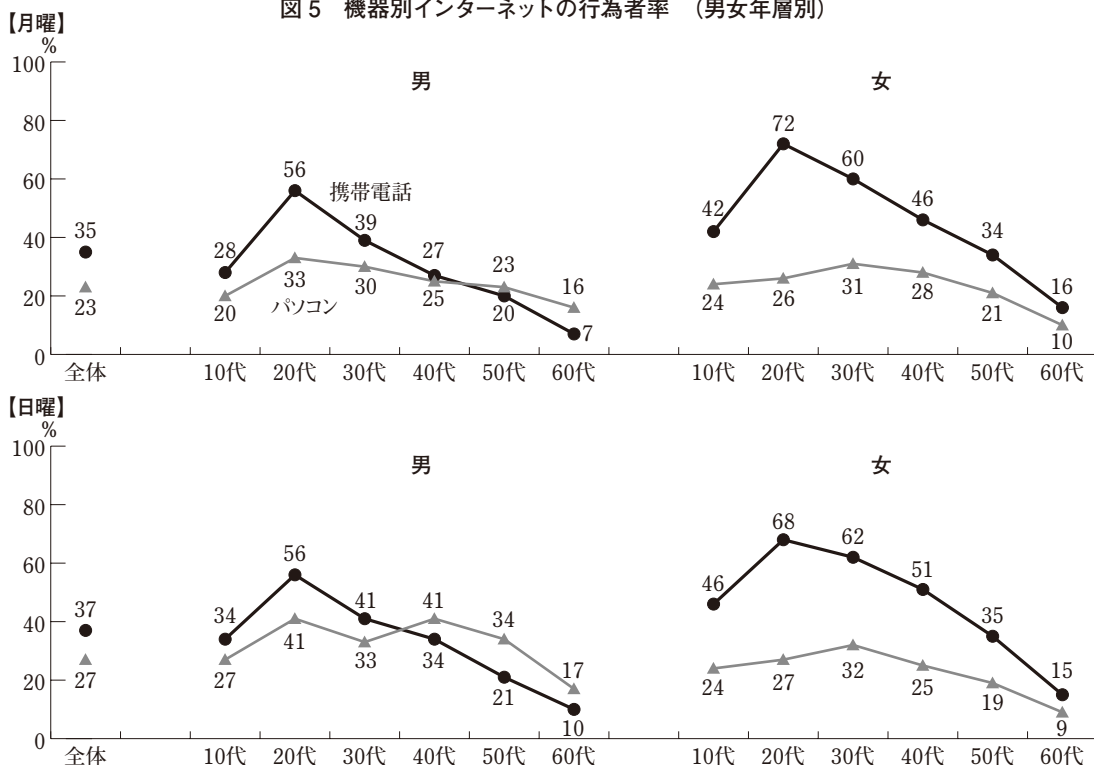
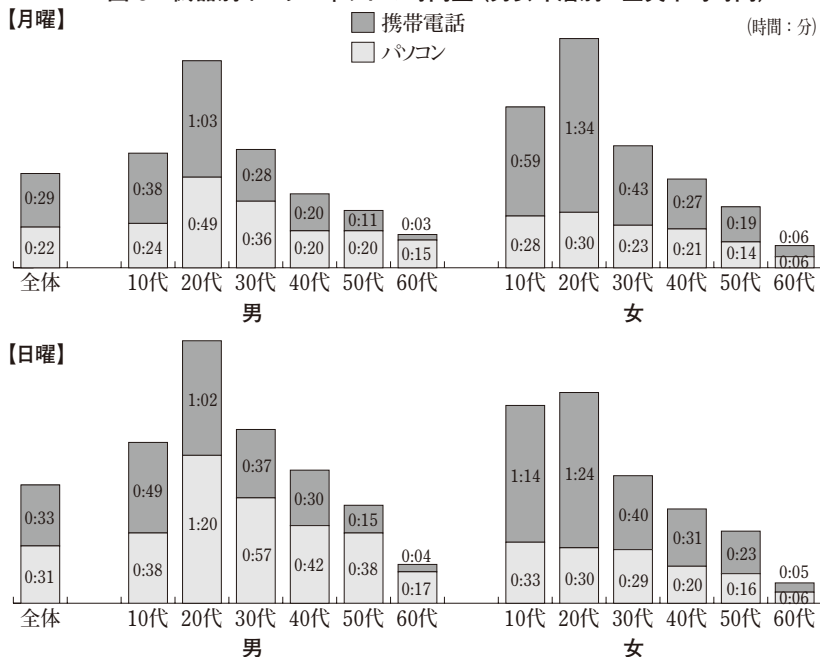


図6 機器別インターネットの時間量(男女年層別・全員平均時間)



で、男20代の日曜の行為者率は41%、時間量は1時間20分、男30代は33%、57分である。男40・50代は月曜に比べ日曜に行為者率・時間量ともに増え、行為者率は男20・30代に並び、時間量も倍増する。

10月号で、テレビの“リアルタイム”“タイムシフト”視聴について、男性は日曜に“リアルタイム”と“タイムシフト”の視聴時間が増加傾向であると報告したが<sup>5)</sup>、パソコンネット利用もこれに類似している。男40・50

### 携帯ネットの時間量は

男20代と女10・20代で1時間以上

携帯ネットの行為者率を男女年層別にみると、男20代と女10～40代で高く、女性はすべての年層で携帯ネットの行為者率がパソコンネットを上回っている。携帯ネットの時間量は男20代と女10・20代でおよそ1時間～1時間30分と長く、女10・20代ではインターネットの全時間量のうち携帯ネット時間の占める割合が7割前後と多い。一方で、最も利用が少ないのは男60代で、月曜の行為者率は7%、時間量は3分にすぎず、携帯ネットの利用は性年層による差が大きい。

### パソコンネット利用は男20・30代が多く、

日曜には男40・50代も増える

パソコンネットの行為者率を男女年層別にみると、月曜は60代を除いたすべての年層で2～4割程度と、携帯ネットに比べ性年層による差が小さい。よく利用しているのは男20・30代

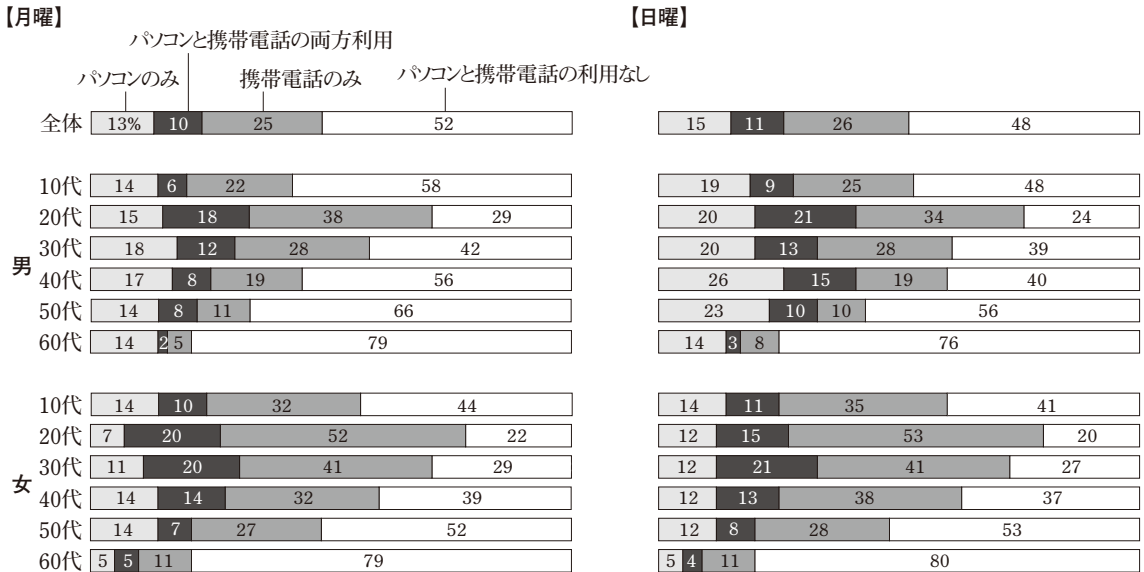
代にとってパソコンネットは時間的ゆとりのある休日になると行う行動であり、平日からパソコンネット利用の多い男20・30代にとっては自由時間の増える休日にさらに時間を費やす行動なのであろう。

### 女20代は携帯ネットのみ利用が半数超

パソコンと携帯電話の利用の有無を組み合わせ、「パソコンのみ」「パソコンと携帯電話の両方利用」「携帯電話のみ」「パソコンと携帯電話の利用なし」と4つのパターンに分けてみた(図7)。全体では「携帯電話のみ」を利用している人が25%程度と多く、「パソコンのみ」が15%程度、「パソコンと携帯電話の両方利用」している人は1割程度である。

男女年層別にみると、「携帯電話のみ」は男20代と女10～40代で多く、女20代では半数以上、女30代では約4割を占めている。一方、「パソコンのみ」は年層差が少なく、月曜は

図7 パソコン・携帯電話のインターネット利用パターン (男女年層別)



女20・30・60代を除き15%前後である。日曜は男40・50代で増加し、25%前後となる。「パソコンと携帯電話の両方利用」が多いのは男女20代と女30代で、20%前後である。若年層にとって携帯電話は必需品で、さらにパソコンと両方使う人も少なからず存在することがわかる。

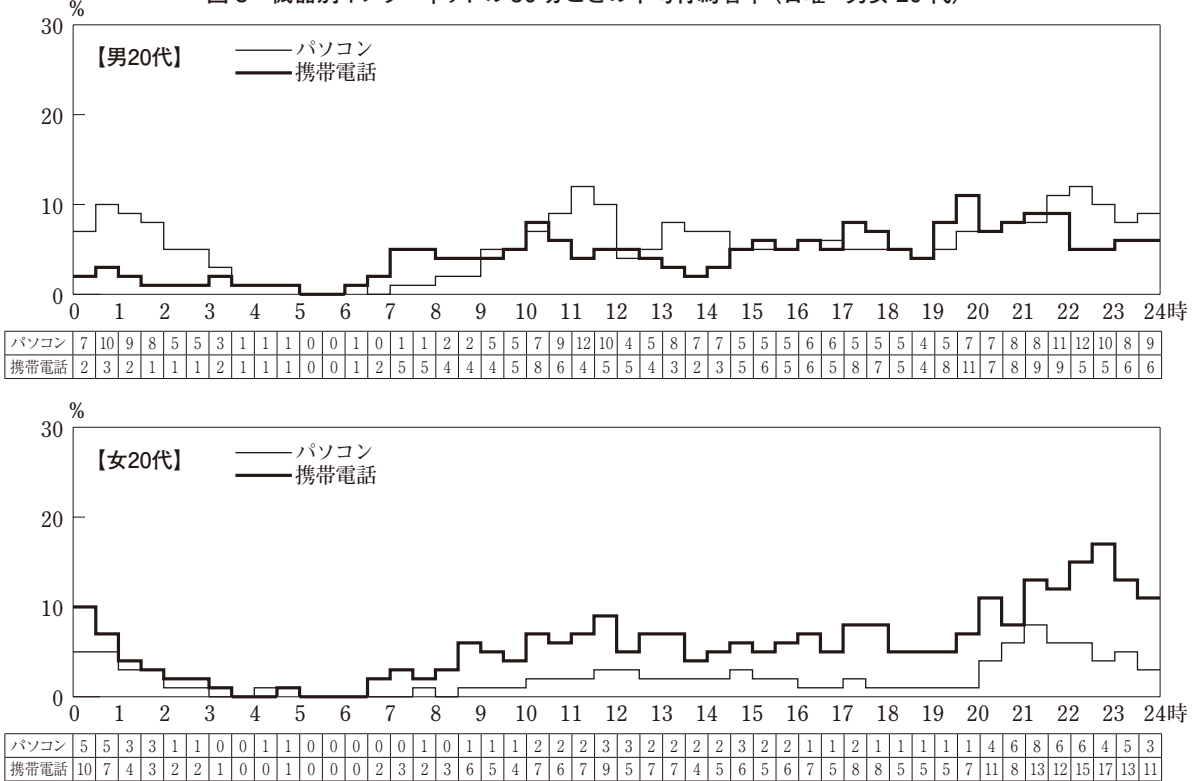
男20代のパソコンネットは日中や深夜にも、女20代の携帯ネットは22時台がピーク  
 それでは1日の中で、機器別のインターネットがどのように利用されているのか、インターネットの利用の多い男女20代の日曜の30分ごとの平均行為者率をみてる(図8)。男20代のパソコンネットの行為者率は11時台と21時半～23時、および0時台後半(土曜深夜)で1割以上と、さまざまな時間帯でよく利用されている。月曜に比べ(図表は割愛)、9～12時や13～14時半などで行為者率が高く、日曜は日中もパソコンネットがよく利用されている。一方、携帯ネットは10時台前半、17時台前半、19～22時に

行為者率が8%程度と利用されているが、0～2時はパソコンネットが携帯ネットを大きく上回る。

女20代をみると、多くの時間帯で携帯ネットの行為者率がパソコンネットの行為者率を上回り、1日を通じて携帯ネットがよく利用されている。携帯ネットの行為者率は日中7%前後の時間帯が多く、21～24時では1割を超え、ピークの22時台には15%以上と高い。一方、パソコンネットは日中の利用は少なく、ピークは携帯ネットよりやや早い21時台前後で6%以上となっている。

機器別のインターネットの利用状況をまとめると、携帯ネットは曜日に関わらず、若年層を中心に女性で利用が多い。パソコンネットは男20・30代でよく利用され、日曜には男40・50代でも利用が増える。時間量も男20・30代は日曜には1時間前後と長い。また、利用機器の組み合わせでは男20代や女10～40代で携帯電話しか利用しない人が多く、インターネット利用の多くの場面を携帯電話だけで済ませている人が多いことがわかる。

図8 機器別インターネットの30分ごとの平均行為者率(日曜・男女20代)



### (3) 内容別

調査ではパソコンと携帯電話ごとに、インターネット利用の具体的内容を、メール、ウェブサイト、SNS、動画、ネットゲームに分けて尋ねているが、ここではパソコンと携帯電話を合わせた内容別の行為者率と時間量を紹介する。

行為者率が高いメール、

時間量ではメールとウェブサイトが同程度

表2の内容別の行為者率をみると、全体ではメールが最も高く、月曜・日曜ともに35%、次いでウェブサイトが25%程度、SNSが1割弱である。時間量を見ると、メールとウェブサイトが同程度で、月曜はメール18分、ウェブサイト17分、日曜はメール21分、ウェブサイト22分と、いずれも月曜に比べ日曜の方が長い。SNS、動画、ネッ

トゲームは月曜5分前後で、日曜は7分であった。

#### 若年層で多い SNS・動画の利用

内容別の行為者率・時間量を男女年層別にみると(表2)、メールの行為者率は男20代と女20～40代で5～6割弱、女10・50代も4割前後と高く、男性よりも女性の幅広い年層でよく利用されている。時間量は女10・20代で40分前後と長い。ウェブサイトは男女20・30代で行為者率が高く、時間量は男性の20・30代で長く、日曜には51分に達する。SNSは男20代と女10・20代でよく利用され、最もよく利用している女20代の時間量は30分前後と、ウェブサイトの時間量に並ぶ。40代以上の利用は少なく、SNSは年層による利用差がやや大きい。動画はSNSと同様に10・20代で行為



表2 インターネット内容別の行為者率と時間量(男女年層別)

		月曜										日曜									
		メール		ウェブサイト		SNS		動画		ネットゲーム		メール		ウェブサイト		SNS		動画		ネットゲーム	
		行為者率	全員平均時間	行為者率	全員平均時間	行為者率	全員平均時間	行為者率	全員平均時間	行為者率	全員平均時間	行為者率	全員平均時間	行為者率	全員平均時間	行為者率	全員平均時間	行為者率	全員平均時間	行為者率	全員平均時間
		%	時間:分	%	時間:分	%	時間:分	%	時間:分	%	時間:分	%	時間:分	%	時間:分	%	時間:分	%	時間:分	%	時間:分
全体		35	0:18	24	0:17	8	0:06	5	0:04	5	0:05	35	0:21	25	0:22	9	0:07	7	0:07	6	0:07
男	10代	27	0:23	15	0:13	10	0:07	8	0:08	8	0:10	30	0:36	18	0:15	9	0:08	14	0:13	9	0:09
	20代	49	0:33	43	0:44	24	0:17	16	0:12	12	0:08	51	0:38	45	0:51	29	0:20	21	0:23	11	0:10
	30代	31	0:13	37	0:30	11	0:06	7	0:05	10	0:10	27	0:13	40	0:51	11	0:07	9	0:11	12	0:13
	40代	27	0:12	24	0:17	6	0:02	4	0:02	4	0:06	32	0:16	36	0:34	6	0:03	11	0:10	4	0:10
	50代	23	0:09	19	0:16	1	0:01	2	0:02	2	0:01	27	0:15	26	0:21	4	0:03	5	0:06	3	0:04
60代	14	0:08	10	0:07	0	0:00	2	0:02	1	0:00	15	0:08	10	0:07	0	0:00	2	0:02	3	0:03	
女	10代	38	0:31	26	0:20	19	0:17	14	0:16	3	0:03	41	0:42	24	0:23	20	0:16	17	0:23	5	0:03
	20代	58	0:40	48	0:33	35	0:32	9	0:08	7	0:09	58	0:44	40	0:27	36	0:29	11	0:08	5	0:07
	30代	59	0:26	39	0:22	12	0:09	5	0:02	9	0:07	54	0:24	41	0:23	12	0:08	4	0:02	10	0:09
	40代	52	0:24	24	0:14	4	0:02	3	0:02	3	0:04	51	0:22	28	0:19	4	0:02	3	0:02	5	0:05
	50代	41	0:17	16	0:08	1	0:01	1	0:01	2	0:04	40	0:20	12	0:08	2	0:03	1	0:01	5	0:07
	60代	18	0:07	5	0:04	0	0:00	0	0:00	2	0:01	16	0:06	5	0:03	0	0:00	1	0:00	2	0:01

者率が高く、女10代と男20代の日曜の時間量は23分と長い。ネットゲームは男20・30代と女30代で行為者率が1割前後と高く、時間量では男10～40代と女20・30代で10分前後とよく利用している。女10・20代ではSNSと動画に比べネットゲームの利用はやや少ない。

男20代のウェブサイトは日中や深夜にも、女20代のSNS利用は21～22時台が多い

次に内容別の1日の利用状況について再び男女20代を取り上げ、男20代ではウェブサイトと動画、女20代ではメールとSNSと、それぞれの層で特徴的な内容について、日曜の30分ごとの平均行為者率をみている(図9)。

男20代のウェブサイトの行為者率は、11時台と13時台に5%、19時以降と0～2時はほぼ5～8%と、日中から深夜までのさまざまな時間帯で利用されている。一方、動画の行為者率は10時台と20時台が4%で、ウェブサイトと比べると夜遅い時間帯での山はみられない。

女20代のメールとSNSの行為者率をみると、メールは朝8時半以降日中にかけて3～5%程

度の利用があり、20～24時は7%前後と夜間の利用が多い。SNSは日中、メールよりもやや少ないが3%弱の利用があり、21～22時台は5%以上とメールと同様、夜間の利用が多い。

メールとSNSは携帯電話、ウェブサイトと動画はパソコンが多い

ここまでは、内容別の利用状況をパソコンと携帯電話を合わせて紹介したが、パソコンと携帯電話の機器別にはどのような違いがあるのか。インターネットの内容別に、パソコン・携帯電話別の行為者率・時間量をみている(表3)。

メールの全体の行為者率・時間量はパソコンが10%・5分に対し、携帯電話は30%・17分と携帯電話の方がよく利用されている。ウェブサイトの行為者率はパソコン16%、携帯電話13%と同程度であるが、時間量ではパソコン15分に対し、携帯電話7分と、パソコンの方が長い。SNSの行為者率・時間量はパソコンが3%・2分に対し、携帯電話は7%・5分と、メール同様携帯電話の方がよく利用されている。一方、動画の行為者率・時間量はパソコン5%・6分

図9 インターネット内容別の30分ごとの平均行為者率(日曜・男女20代)

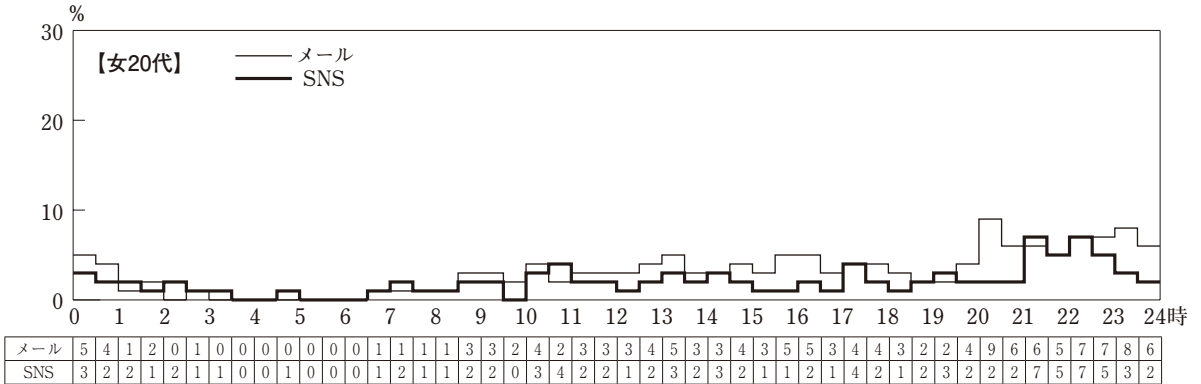
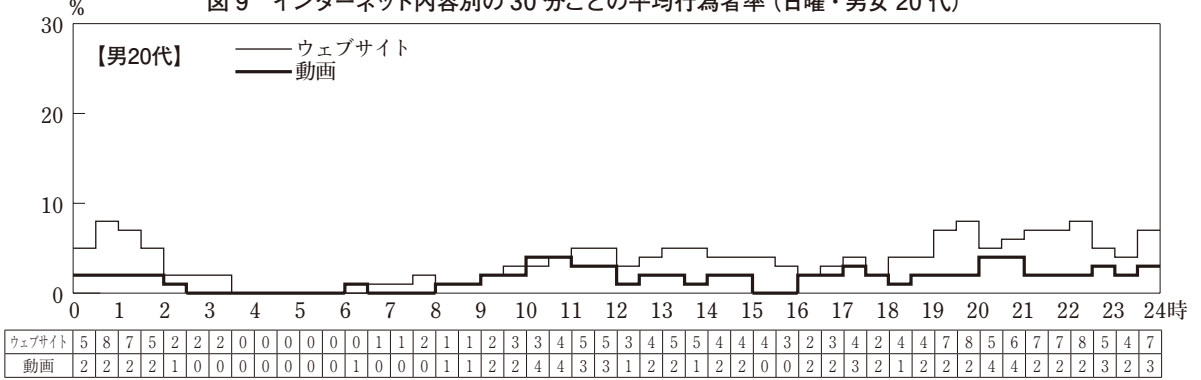


表3 インターネット機器別・内容別の行為者率と時間量(日曜 男女年層別)

		パソコン										携帯電話									
		メール		ウェブサイト		SNS		動画		ネットゲーム		メール		ウェブサイト		SNS		動画		ネットゲーム	
		行為者率	全員平均時間	行為者率	全員平均時間	行為者率	全員平均時間	行為者率	全員平均時間	行為者率	全員平均時間	行為者率	全員平均時間	行為者率	全員平均時間	行為者率	全員平均時間	行為者率	全員平均時間	行為者率	全員平均時間
		%	時間:分	%	時間:分	%	時間:分	%	時間:分	%	時間:分	%	時間:分	%	時間:分	%	時間:分	%	時間:分	%	時間:分
全体		10	0:05	16	0:15	3	0:02	5	0:06	3	0:03	30	0:17	13	0:07	7	0:05	2	0:01	3	0:03
男	10代	7	0:09	11	0:10	4	0:03	13	0:12	4	0:05	28	0:31	9	0:05	5	0:05	2	0:01	5	0:05
	20代	14	0:06	25	0:36	12	0:09	17	0:21	6	0:08	46	0:33	26	0:15	21	0:12	5	0:02	5	0:03
	30代	7	0:02	28	0:36	3	0:02	5	0:09	5	0:06	23	0:10	22	0:15	9	0:05	4	0:02	7	0:07
	40代	12	0:04	28	0:24	3	0:01	8	0:08	3	0:05	27	0:12	13	0:10	4	0:02	4	0:02	1	0:05
	50代	16	0:08	21	0:18	3	0:02	4	0:05	3	0:04	16	0:08	9	0:03	2	0:01	1	0:00	1	0:00
	60代	8	0:05	8	0:07	0	0:00	2	0:01	2	0:02	9	0:03	2	0:00	0	0:00	0	0:00	1	0:01
女	10代	5	0:02	7	0:07	3	0:03	13	0:19	2	0:01	37	0:40	19	0:16	17	0:12	5	0:04	3	0:02
	20代	8	0:02	16	0:13	5	0:04	8	0:06	3	0:04	56	0:42	27	0:14	33	0:25	5	0:01	3	0:03
	30代	14	0:05	22	0:14	5	0:03	2	0:01	2	0:04	49	0:20	24	0:09	10	0:06	2	0:01	8	0:06
	40代	13	0:04	17	0:12	2	0:01	2	0:02	1	0:01	43	0:18	15	0:06	2	0:01	1	0:00	4	0:05
	50代	11	0:04	9	0:07	1	0:02	1	0:01	3	0:02	34	0:16	3	0:01	1	0:00	0	0:00	2	0:05
	60代	5	0:02	4	0:03	0	0:00	0	0:00	2	0:01	13	0:04	1	0:00	0	0:00	0	0:00	0	0:00

に対し、携帯電話は2%・1分と、パソコンの方がよく利用されている。ネットゲームの行為者率と時間量はパソコンと携帯電話ともに3%・3分であった。まとめると、メールとSNSは携帯電

話での利用が多いのに対し、ウェブサイトと動画はパソコンでの利用が多い。

男女年層別にみると、メールは、男50・60代ではパソコンと携帯電話の行為者率・時間量が

同程度であるが、他の年層では圧倒的に携帯電話の方が多く、メール利用が多い女10・20代はそのほとんどを携帯電話で行っている。ウェブサイトの行為者率は男40～60代と女50・60代ではパソコンの方が高いが、女10・20代では携帯電話の方が高い。時間をみると男性および女40代以上ではパソコンの方が倍近く長い。SNSは男性ではパソコンと携帯電話の時間が同程度であるが、よく利用している女10・20代では行為者率・時間量ともに携帯電話の方が高い。動画は10～40代の多くの層で携帯電話よりもパソコンの方が行為者率・時間量が多く、ネットゲームは女30・40代以外の層ではパソコンと携帯電話の行為者率・時間量は同程度であった。

以上、みてきた内容別の利用状況をまとめると、次のような傾向がみられた。メールとウェブサイトは行為者率・時間量の多寡はあるが、利用者層は10代から60代まで幅広い。機器別には、ほとんどの層でメールは携帯電話での利用が多く、ウェブサイトの時間量は男性および女40代以上ではパソコンの方が多い。時刻別にみると、ウェブサイトの利用の多い男20代では、日曜は日中から深夜までのさまざまな時間帯で利用していた。また、近年広がりがみられるSNS、動画、ネットゲームは若年層を中心に利用されている。特にSNSは男20代と女10・20代でよく利用され、女性は携帯電話からの利用が多い。最も利用している女20代の時間量はウェブサイトと並び、時刻別にみると21～22時台の夜間が利用のピークであった。

#### (4) 自宅内外、ながら専念、重複行動

ここからは、「自宅外」での利用や他の生活行動との「ながら」利用について、パソコンネットと携帯ネットと比べながらみていく。

#### 携帯ネットは「自宅外」利用が3割程度

インターネットの時間を「自宅内」と「自宅外」で分けてみると(図10)、パソコンネットでは「自宅外」が月曜・日曜とも2分と短く「自宅内」がほとんどである。一方、携帯ネットは「自宅内」が月曜20分、日曜24分、「自宅外」が月曜・日曜とも9分で、携帯ネット全体のうち「自宅内」が7割で、「自宅外」が3割である。

図10 〈自宅内外〉機器別インターネットの時間量  
(全体・全員平均時間)

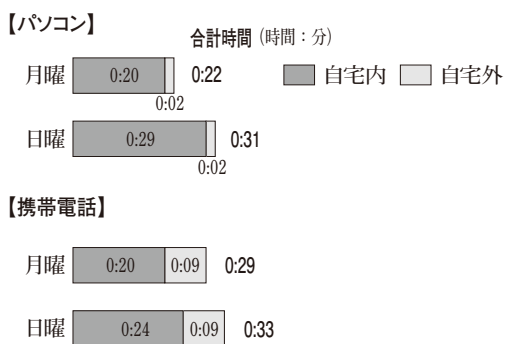
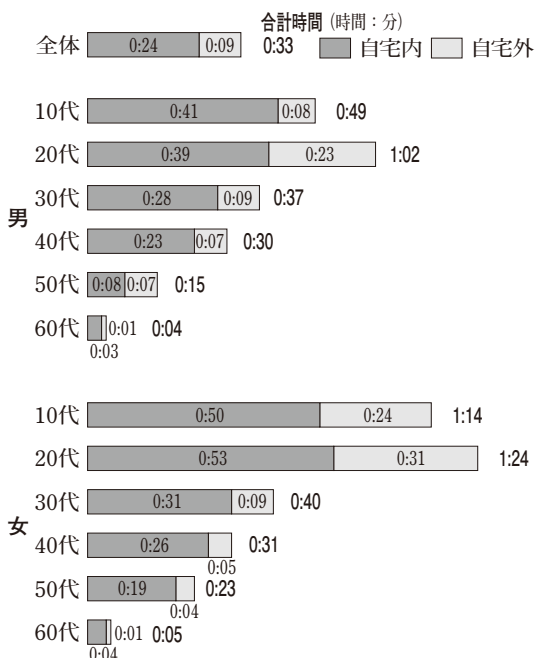


図11 〈自宅内外〉携帯インターネットの時間量  
(日曜・男女年層別・全員平均時間)



日曜の時間を男女年層別にみると、パソコンネットではどの層も「自宅外」が少ないが、携帯ネットでは男20代と女10・20代は「自宅外」の時間が20分を超えている(図11)。男女20代の携帯ネットの「自宅外」の時間の占める割合は4割近くで、全体に比べて高い。

### 若年層で多いメール・SNSの「自宅外」利用

さらに携帯ネットを主な内容別(日曜)に「自宅内」と「自宅外」の内訳をみると、「自宅外」の時間は、全体ではメールで5分、ウェブサイトとSNSで2分みられる(図12)。

男女年層別にみると、メールは男20代や女10・20代で、SNSは女20代で「自宅外」利用が10分以上みられる。男女20代では、SNSの時間の4割以上が「自宅外」である。

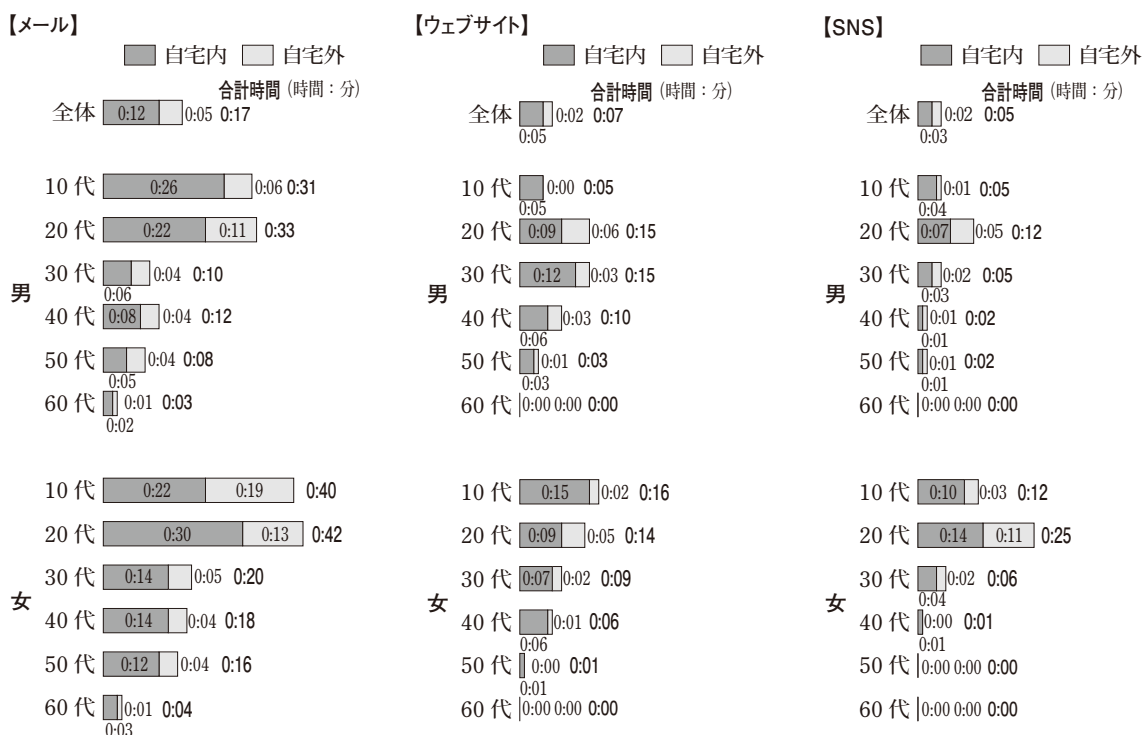
このように、男女20代など若年層では、外

出先でもメールやSNSなどでコミュニケーションをする時間が長く、携帯電話は手放せない存在であることがうかがえる。

パソコンネットは「専念」利用、  
携帯ネットは「ながら」利用の方が長い

次に、パソコンと携帯電話のインターネットの時間を、他のことをしながら利用する「ながら」利用、専念して利用する「専念」利用に分けてみる(図13)。パソコンネットは「専念」利用のほうが長く、携帯ネットは「ながら」利用のほうが長い。月曜で「ながら」と「専念」の割合を比べてみると、パソコンネットでは4対6に対し、携帯ネットでは7対3である。パソコンネットでは「ながら」と「専念」の割合は曜日によって変わらないが、携帯ネットは日曜に「専念」の割合が高くなる。

図12 〈自宅内外〉携帯インターネットの主な内容別の時間量(日曜・男女年層別・全員平均時間)



男女年層別にみると(図14)、パソコンネットは、時間量の長い男20・30代では「ながら」利用が20分以上である。それに対し、女10・20代はパソコンネットの「専念」利用が20分以上で、「専念」の割合は7割前後と高い。一方、携帯ネットではどの層も時間量の半分以上が「ながら」利用である。特に、男女20代では

「ながら」利用の時間量は「専念」の2倍以上である。

パソコンネットの主な内容別の時間量(日曜)を「ながら」「専念」別にみると(図15)、どの行動も「ながら」利用はあるが、時間量の多いウェブサイトは「ながら」6分、「専念」8分である。男女年層別にみると、ウェブサイトの「ながら」利用は、男20代は24分、男30代は18分で、ウェブサイトの時間量全体の半分以上を占めている。

携帯ネットについても同様にみると(図16)、メールの「ながら」利用は12分で、メールの時間量(17分)のおよそ7割を占める。ウェブサイトも「ながら」が4分、SNSも3分で、それぞれ時間量全体(7分、5分)の半分以上を占める。男女年層別にみると、男30～50代ではメールの「ながら」利用が時間量の8割以上を

図13 〈ながら専念〉機器別インターネットの時間量(全体・全員平均時間)

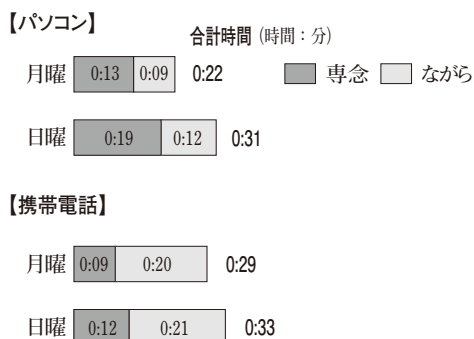


図14 〈ながら専念〉機器別インターネットの時間量(日曜・男女年層別・全員平均時間)

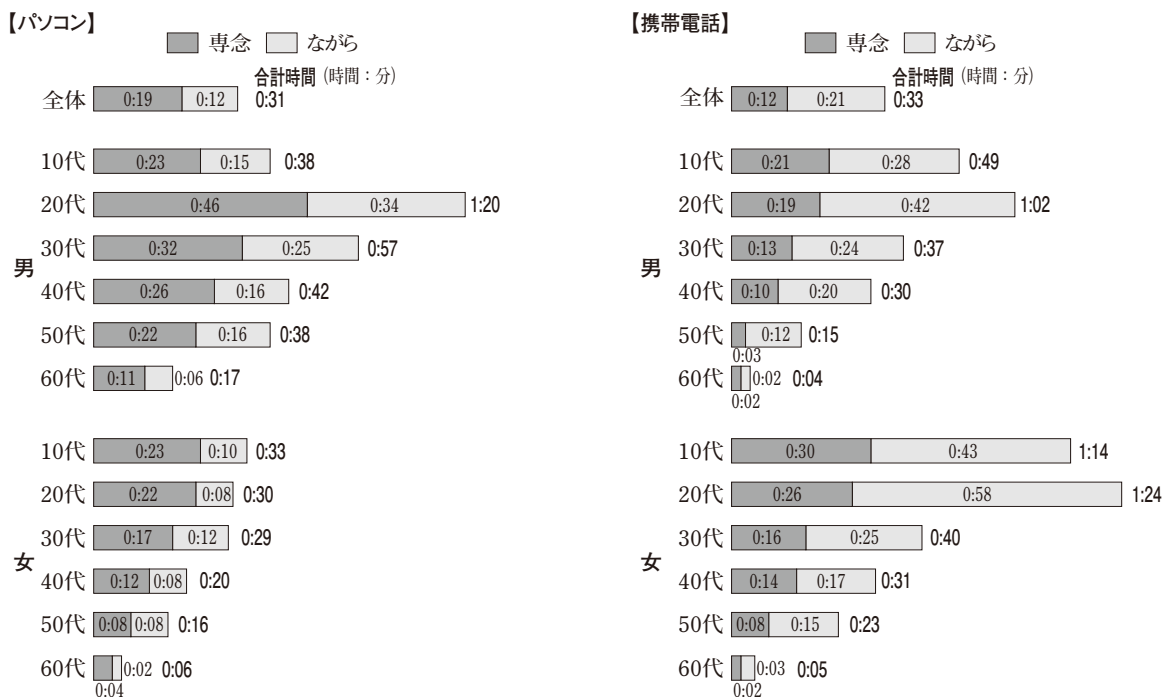


図15 〈ながら専念〉パソコンインターネットの主な内容別の時間量（日曜・男女年層別・全員平均時間）

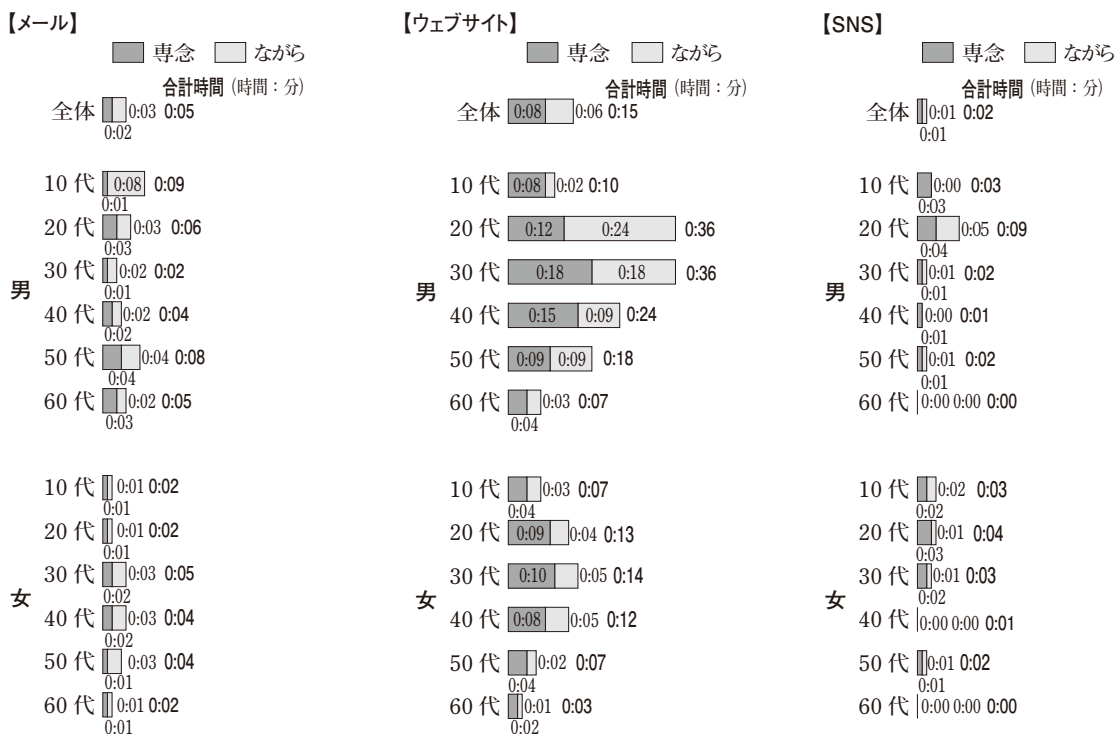


図16 〈ながら専念〉携帯インターネットの主な内容別の時間量（日曜・男女年層別・全員平均時間）

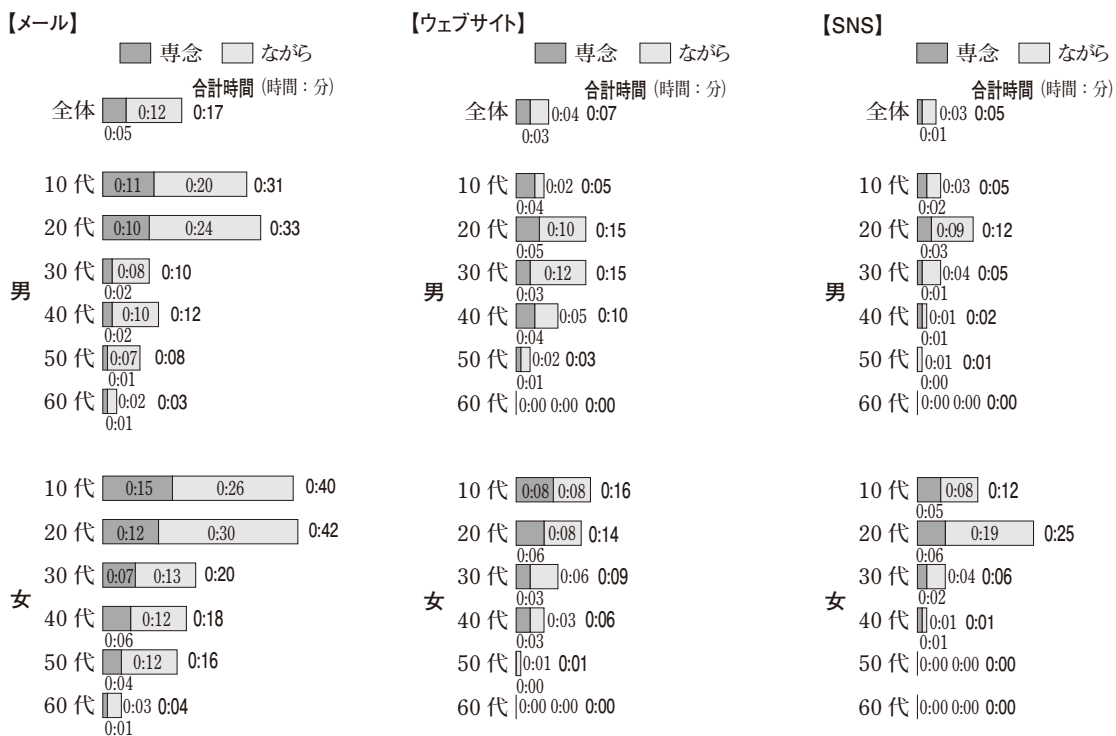


表4 「インターネット」との重複行動の時間量 (男女年層別)

	月曜 (全員平均時間:分)												日曜 (全員平均時間:分)													
	全体	男						女						全体	男						女					
		10代	20代	30代	40代	50代	60代	10代	20代	30代	40代	50代	60代		10代	20代	30代	40代	50代	60代	10代	20代	30代	40代	50代	60代
食事	4	2	10	6	4	4	1	7	12	5	3	2	1	3	4	8	6	3	5	0	6	6	3	3	2	0
身のまわりの用事	2	1	3	2	2	1	0	4	7	3	1	1	1	2	1	5	2	2	1	0	5	7	3	2	1	0
移動	4	4	14	4	5	2	0	7	12	5	3	2	0	3	2	9	2	2	1	1	6	9	2	3	2	0
仕事関連	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
学業	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
家事	3	0	0	1	0	2	0	1	8	7	7	6	1	3	2	2	4	1	2	1	5	2	7	6	6	1
社会参加	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
レジャー活動	2	3	11	1	1	1	0	8	5	2	0	1	1	4	7	9	5	5	3	1	9	7	2	2	1	1
テレビ (リアルタイム)	10	14	23	10	11	8	3	14	23	13	6	7	3	13	15	27	19	18	12	4	16	23	14	9	9	3
テレビ (タイムシフト)	1	1	1	0	1	2	0	2	5	1	1	1	0	2	1	3	1	3	3	0	3	6	2	1	2	0
映像ソフト	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	0	0	0	1	1	0	0	0	0
ラジオ	1	0	0	2	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	0	4	1	0	1	0	0	2	0	1	0	0
新聞	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0
雑誌・マンガ・本	0	0	1	0	1	1	0	1	2	0	0	0	0	1	0	3	2	0	0	0	2	3	1	0	0	0
音楽	2	3	4	2	1	1	2	4	5	2	0	1	0	2	3	3	6	1	1	1	8	8	1	0	1	0

□ 10～19分 □ 20分以上

占める。SNSの「ながら」利用は、男20・30代、女20代で時間量全体の8割程度を占める。

このように、携帯電話でのメール、ウェブサイト、SNSは「ながら」利用が多く、移動中や他のことをしながらでも利用しやすいことが確認できた。一方、パソコンネットは「専念」利用が多い。ただし、男20・30代ではパソコンのウェブサイトの「ながら」利用が多いといった傾向がみられた。

### インターネットとの重複が多い「テレビ」視聴

では、インターネットをしながら人びとはどのような行動をしているだろうか。インターネットと同時に行われた行動(重複)の時間量を見ると(表4)、最も多いのはテレビ(リアルタイム)であり、月曜10分、日曜13分である。その他、食事、移動(ともに月曜4分、日曜3分)、レジャー活動(月曜2分、日曜4分)との重複もみられる。

特に男女20代はテレビと重複する時間量が長く、月曜・日曜とも20分を超えている。その他では、食事、移動は男女20代で、レジャー活動は男20代で10分以上となっている(月曜)。

### 3. テレビとインターネット

ここまでインターネット利用の現状について述べてきたが、この章ではインターネットとの重複が多かったテレビ(リアルタイム)視聴(以下、テレビ)との関係性についてみていく。

#### 20代ではテレビとインターネットが量的に並ぶ

まずテレビとインターネットを量的に比べると(図17)、全体では、テレビの行為者率は85%、全員平均時間は3時間40分で、インターネット(52%、1時間2分)に比べて、行為者率・時間量とも多い。男女年層別にみても、ほとんどの層でテレビのほうが多いが、男女20代ではインターネットの行為者率は80%前後、時間量は2時間前後で、テレビに匹敵する利用量となっている。

テレビとの重複は、男10代、女20代はメール、男20・30代ではウェブサイトが長い

テレビとインターネットの重複の状況を、インターネットの機器別や内容別に詳しくみてる(表5)。

図 17 テレビとインターネットの行為者率と時間量(日曜 男女年層別)

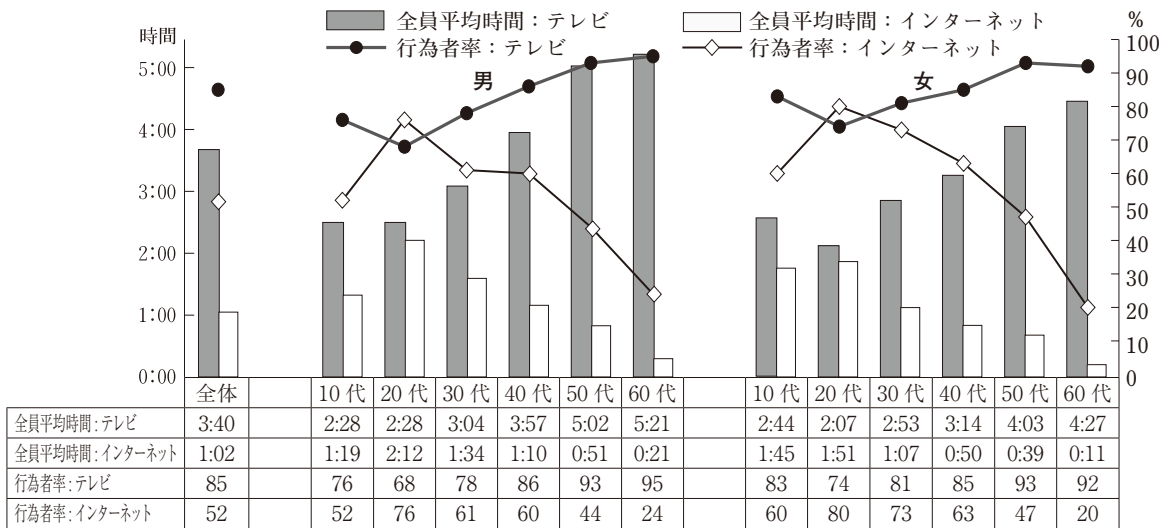


表 5 「テレビ」と「インターネット」の重複行動の時間量(男女年層別)

	月曜(全員平均時間:分)												日曜(全員平均時間:分)														
	全体	男						女						全体	男						女						
		10代	20代	30代	40代	50代	60代	10代	20代	30代	40代	50代	60代		10代	20代	30代	40代	50代	60代	10代	20代	30代	40代	50代	60代	
インターネット	10	14	23	10	11	8	3	14	23	13	6	7	3	13	15	27	19	18	12	4	16	23	14	9	9	3	
<インターネットの機器別>																											
パソコン	3	1	10	5	4	6	3	1	3	3	2	3	1	5	3	15	11	10	9	3	1	4	5	3	4	2	
携帯電話	7	14	15	5	7	2	0	13	20	10	4	5	1	8	13	13	8	8	3	1	15	20	9	6	5	1	
<インターネットの内容別>																											
メール	4	8	9	3	4	2	1	6	8	5	4	5	2	5	11	8	3	4	4	1	8	10	5	5	5	2	
ウェブサイト	3	1	8	5	3	5	1	4	5	4	2	2	0	5	1	15	12	6	8	2	4	5	5	3	2	1	
SNS	1	1	6	1	1	0	0	2	6	3	0	0	0	1	2	4	1	1	0	0	3	5	3	0	0	0	
動画	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	
ネットゲーム	1	4	1	1	2	0	0	0	3	2	0	0	0	1	1	2	1	2	5	0	0	1	2	2	0	1	
ネット他	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

□ 10~19分 ■ 20分以上

機器別にみると、女性若年層では携帯ネットとの重複が多めで、日曜では女10代で15分、女20代で20分である。男性をみると、男10代は携帯ネットが、男20代はパソコンネットと携帯ネットが、男30・40代はパソコンネットがそれぞれ10分以上重複している。

内容別(日曜)にみると、男10代や女20代はメール、男20・30代ではウェブサイトとの重複が10分以上となっている。

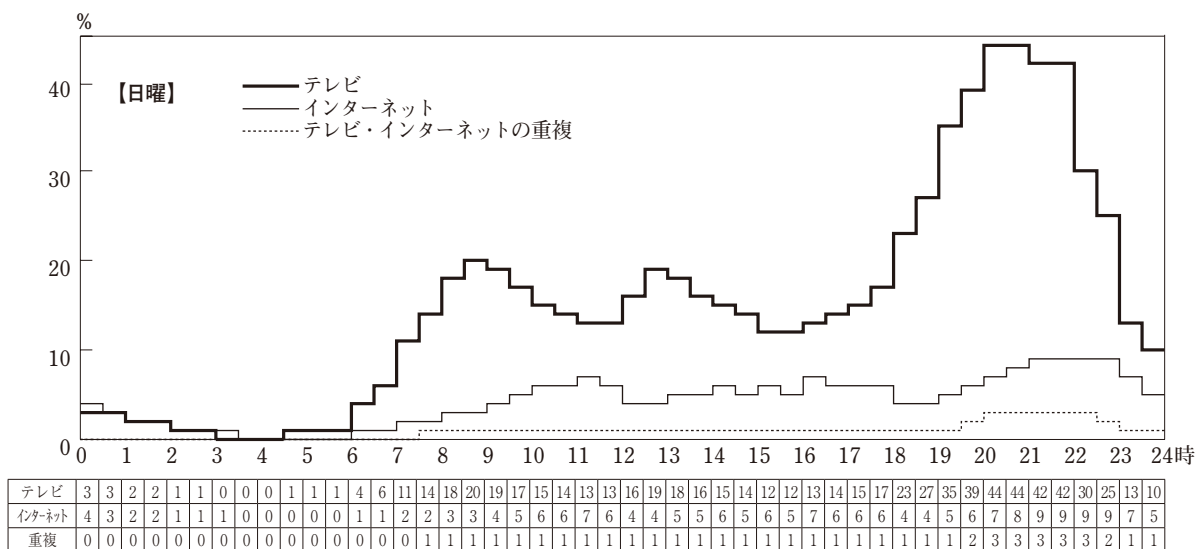
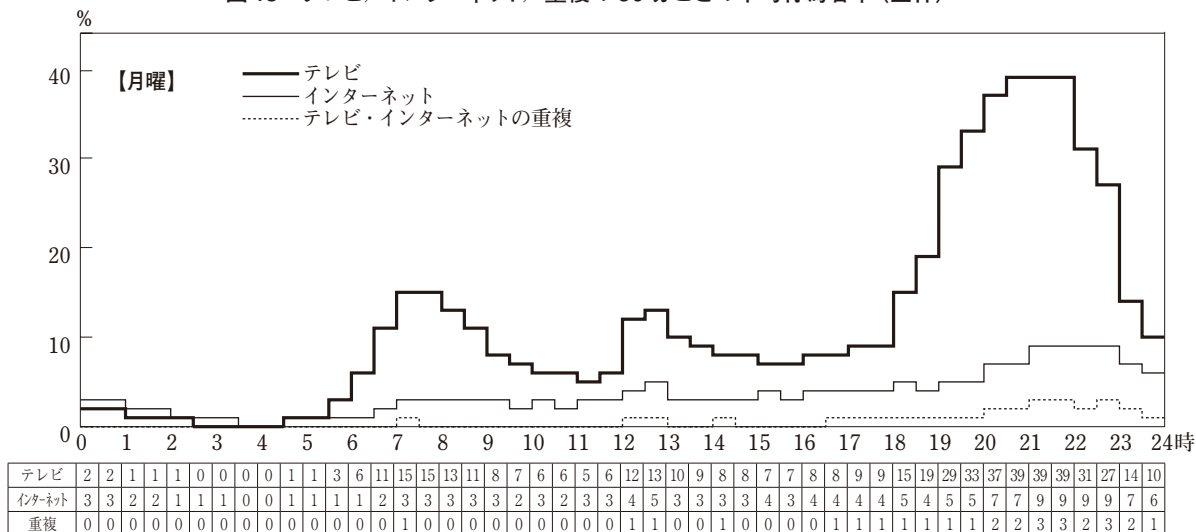
夜間のインターネットとの重複のピークは  
テレビ視聴の1割

では、どの時間帯にテレビとインターネットの重複は多いのだろうか。

テレビ、インターネット、両者の重複状況を30分ごとの平均行為者率でみると(図18)、月曜では21時台や22時台後半で、日曜では20時~22時30分で3%と夜間に高めとなっている。その時間帯のインターネットの行為者率全



図 18 テレビ／インターネット／重複の 30 分ごとの平均行為者率 (全体)



注) 「テレビ・インターネットの重複」は、テレビとインターネットの同時利用で、「テレビ」「インターネット」にも含まれる (以下同様)

体の3分の1、テレビ視聴の1割近くを占める。

機器別に特徴をまとめると、月曜の日中は、携帯ネットとの重複が主であるが、日曜はパソコンネットとの重複もみられる。夜間では、月曜・日曜とも、パソコンネット・携帯ネットの両方で重複がみられる。

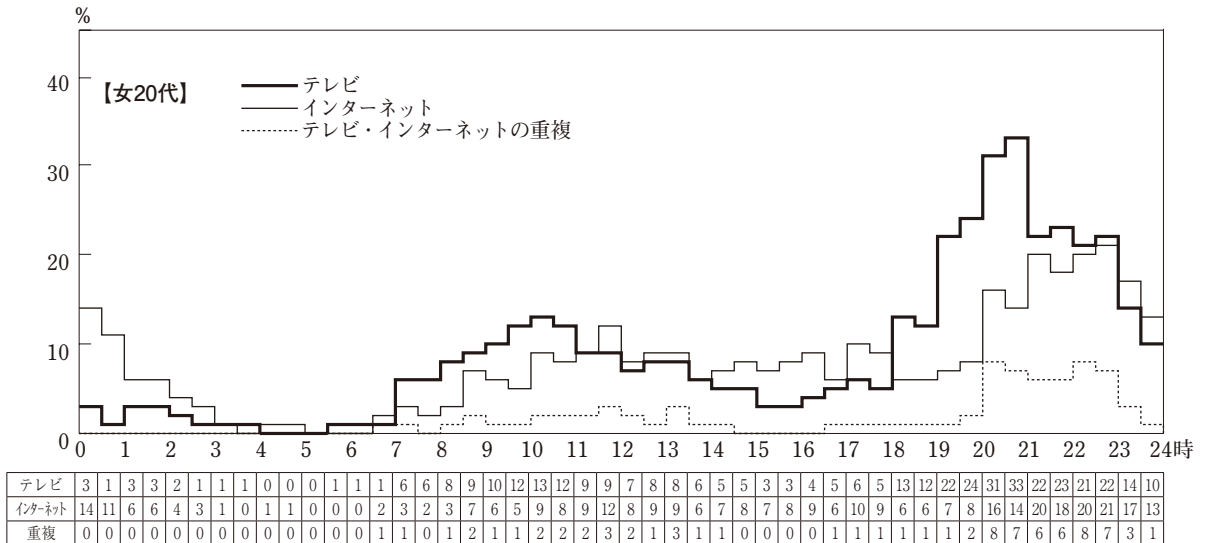
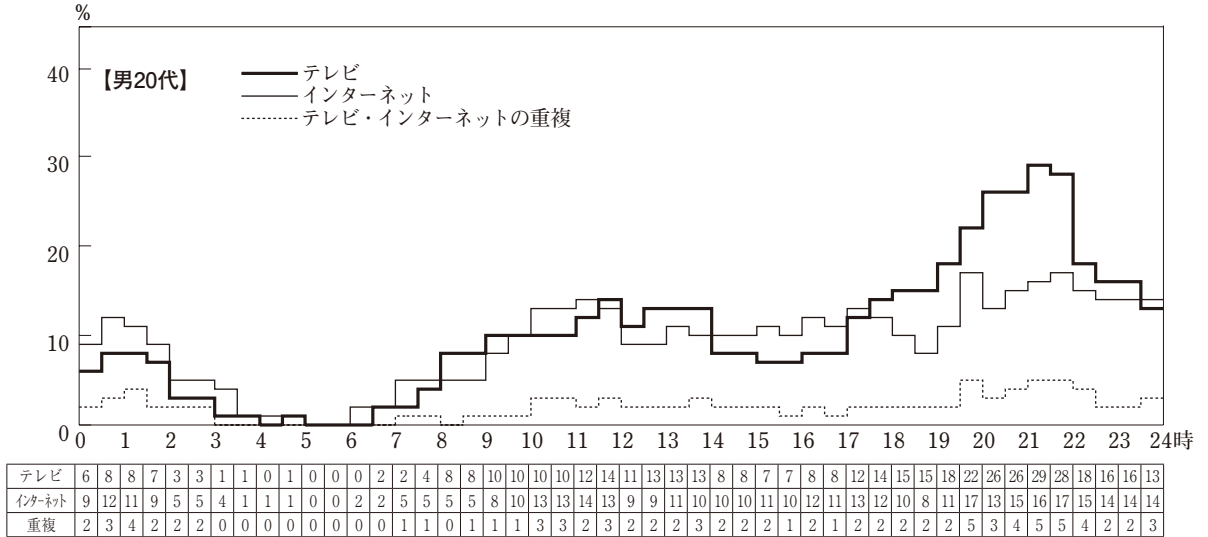
利用内容別にみると、メールやウェブサイトとの重複が主である。

### 男 20 代は夜間にメールやウェブサイトを 利用しながらテレビ

ここでは、特に、テレビとインターネットの「ながら」利用の多い20代に焦点をあて、テレビとインターネットの重複の時刻別行為者率をみていく。

図 19 は男女 20 代のテレビとインターネットの重複の日曜の 30 分ごとの平均行為者率をまとめたものである。男 20 代では、重複の行為者

図 19 テレビ／インターネット／重複の 30 分ごとの平均行為者率(日曜・男女 20 代)



率は夜間で高めで、20時30分～22時30分は4～5%である。テレビ視聴に占めるインターネットとの重複の割合をみると、20時30分～22時30分では2割前後となる。機器別にみると、パソコンネットとの重複は2～3%、携帯ネットとの重複は2～4%である。内容別にみると、メール、ウェブサイトはともに2%である。0時・1時台(土曜深夜)の重複は2～4%で、

パソコンネットとの重複が多く(2～3%)、利用内容はほとんどがウェブサイトである(2～4%)。

女 20 代は夜間に携帯でさまざまなネットをしながらテレビ  
一方、女 20 代についてみると、テレビとインターネットの重複はやはり夜間で高く、日曜の 20 時～23 時は 6～8% である。テレビ視聴

における、インターネットとの重複の割合をみると、20時～23時では2～4割を占める。機器別にみると、携帯ネットとの重複が主で20時～23時の行為者率は5～7%である。この時間帯の利用内容の内訳をみると、メールが2～6%と最も多く、ウェブサイト、SNS、動画、ネットゲームもみられ、重複内容はさまざまである。

このように、20代ではテレビとインターネットの重複は夜間で高く、男20代では深夜にも重複がみられた。また女20代では、夜間にテレビを見ながら、携帯電話で、メール、ウェブサイト、SNSなど複数のサービスを利用している様子がみられた。

#### 4. まとめ

ここでは、この調査で明らかになったインターネットの利用実態について、若年層を中心に考察をしたい。

近年、メール、ウェブサイト以外のサービスも広がってきたが、メールとウェブサイトが幅広い年代で利用されているのに対し、動画やSNSは10・20代が利用の中心である。また、女10・20代で携帯メールが特に多いのは2006年実施の「IT時代の生活時間調査」と同様の傾向だが、より幅広い層でメールのやりとりはパソコンよりも携帯電話が主流になっていることが把握できた。

さらに、女10・20代に着目すると、動画はパソコンのほうが多いが、ウェブサイトやSNSは携帯電話でも利用が多く、インターネット利用の多くの内容を携帯電話で済ませる傾向がみられた。この層にとって、携帯電話は、情報検索もできるコミュニケーションツールとして欠かせないものであり、「自宅外」や他の行動をしな

がら多く利用されている。このように、場所や時間を問わず携帯電話でインターネットを利用しているのは、たとえば女20代はその半分近くがスマートフォンを利用している影響もあるのではないか。

一方で男20代に目を転じると、携帯ネットだけでなくパソコンネットの利用も多い。日曜のパソコンネットの時間は1時間を超え、日中や深夜を含めたさまざまな時間帯にウェブサイトを見ている様子がうかがえた。しかし、彼らも約半数がスマートフォンを利用しており、これからパソコンネットの利用にも変化があらわれるのかもしれない。スマートフォンは今後より幅広い層に普及していくことが容易に想像されるため、それに伴うインターネット利用の変化がどうあられるか、引き続き注目していきたいと考えている。

また、3章では、20代ではインターネットとテレビの同時利用が夜間に多いことが確認できた。しかし、今回の調査からはテレビとインターネットのどちらが利用の中心であるのかは、明らかになっていない。テレビ番組を見ていて、時折ネット上でつぶやいているのか、テレビを単なるBGMとして流しながら、ウェブサイトで調べものをしたり、友人とメールをしたりしているのだろうか。こうしたテレビの前の風景については、今後の研究で掘り下げていきたいと考えている。 (もろふじ えみ/せきね ちえ)

#### 注：

- 1) 諸藤絵美「浸透するタイムシフト視聴の現在」『放送研究と調査』2012年10月号
- 2) 詳細な分析についてはNHK放送文化研究所編『日本人の生活時間・2010』(NHK出版、2011年)を参照されたい。
- 3) 結果の概要は、中野佐知子/渡辺洋子「急増するインターネット利用の実態」『放送研究と調査』2007年4月号を参照のこと。
- 4) 付帯意向質問の単純集計結果は、1)の巻末に掲載している。
- 5) 上記1)と同じ。