

NEWS RELEASE

若者のインターネット利用実態に迫る！
10代の7割フィーチャーフォン派、20代の6割スマホ派。
女子大生、OLの9割が仲間とのコミュニケーション、ケータイメール重視。
～NTTアド2012年度オリジナル調査(1)「デジタルコミュニケーションライフ調査」実施～

(株)NTTアド(東京都品川区、代表取締役社長:軸屋真司)は、通信利用に関する生活者の意識と実態を全国規模で把握することを目的に「デジタルコミュニケーションライフ調査」を毎年行っています。今回は、2011年11月10日～11月21日、郵送調査を行い、全国15～65歳5,660名から回答を得た結果をもとに、10～20代若者のインターネット利用実態をまとめました。

その結果、10～20代は、パソコンやフィーチャーフォン(スマートフォン以外の多機能携帯電話)、スマートフォン、タブレットといった端末を併用しながらインターネットを積極的に利用していることがわかりました。

具体的には、以下の調査結果概要となりました。

【調査結果概要】**1.インターネット利用率**

- ・パソコン、フィーチャーフォン、スマートフォン、タブレットの4端末の延べインターネット利用率は、20代が228ポイント、10代が211ポイントで、他世代よりも積極的な利用を示す。
- ・10代の約7割が「フィーチャーフォン」、20代の約6割が「スマートフォン」を積極的に併用。

2.インターネットコンテンツ利用状況

- ・自宅パソコンから10～20代がよく利用しているのは「YouTube等動画共有サイト」74.5%。
特に大学生の8割以上が利用。
- ・フィーチャーフォンから10～20代がよく利用しているのは「Facebook等SNS」33.8%。
特に大学生(女)の約5割が利用。
- ・スマートフォンから10～20代がよく利用しているのは「Facebook等SNS」36.1%。
特に大学生(女)の約5割が利用。

3.コミュニケーション・ライフスタイルに関する価値観

- ・10～20代に多い価値観は
 - 「仲間とのコミュニケーションを円滑にしたい」83.0%
 - 「状況を考慮して電話でなくメールすることがある」80.6%
 - 「メールはパソコンより携帯電話を利用するほうが多い」80.1%。
- ・30代以上とのポイント差が大きいのは
 - 「テレビを見ながらネットや携帯メールをする」23ポイント
 - 「共通の意見・趣味を持つ仲間を増やしたい」20ポイント。
- ・女性の大学生・有職者の約9割が「仲間とのコミュニケーション」、「電話、自宅パソコンよりも携帯メール」重視。

今回の調査では、10～20代がフィーチャーフォンやスマートフォンを積極的に併用しながら、インターネットを利用していることがわかりました。特に、大学生を中心に「YouTube」や「Facebook」など、他者とのコミュニケーションが楽しめるソーシャルメディアを積極的に利用している実態も明らかとなりました。

時間や場所にとらわれず、快適で手軽に情報検索や情報共有を可能にするスマートフォンは、大学生のキャンパスライフや就職活動に不可欠なツールとされています。

また、就職活動にFacebookをはじめとしたSNS(ソーシャルネットワークサービス)を利用して、企業の採用担当者や学生同士で情報交換を行う、いわゆる「ソー活」も話題になっており、今後も学生を中心にスマートフォンやSNSの普及が加速するものと思われます。

〈問合せ先〉 (株)NTTアド コミュニケーションプランニング局 (久米)

TEL 03-5745-7623 FAX 03-5745-7673

【調査概要】

- ・調査地域：札幌、仙台、首都圏(東京30km圏)、名古屋(名古屋20km圏)、関西(大阪25km圏)、福岡
 - ・調査対象：上記地域在住の15～65歳男女
 - ・有効回収数：5,660名
 - ・調査方法：郵送法
 - ・調査時期：2011年11月10日～11月21日
- ※性年代別人数を、2010年住民基本台帳(年齢スライド処理)を使用した母集団構成比でウェイトバックし、合計が10,000サンプルとなるように調整した数値を用いて集計。(ウェイトバック集計)

【ウェイトバック前】	全体	男性						女性					
		10代	20代	30代	40代	50代	60代	10代	20代	30代	40代	50代	60代
	5,660	183	542	705	630	491	341	170	505	663	590	493	347

【ウェイトバック後】	10,000	331	917	1,241	1,079	885	616	317	885	1,194	1,019	874	642
------------	--------	-----	-----	-------	-------	-----	-----	-----	-----	-------	-------	-----	-----

【調査結果詳細】

1. インターネット利用率(端末別)

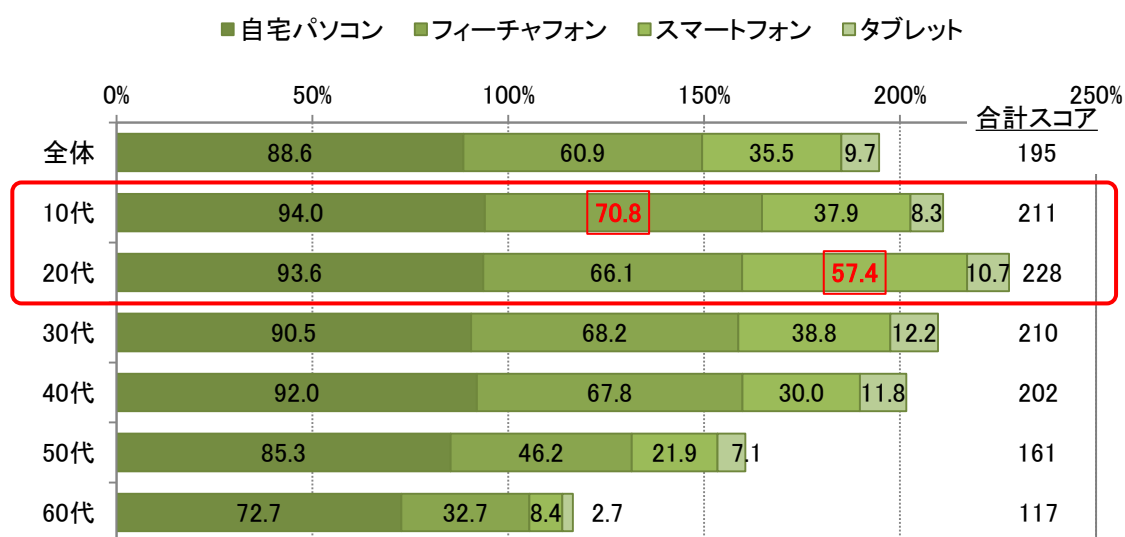
どの端末からインターネットを利用しているかを聞いたところ、全体では「自宅パソコン」88.6%、「フィーチャーフォン(通常の携帯電話)」60.9%、「スマートフォン」35.5%、「タブレット」9.7%となりました。

年代別で比較すると、10代の約7割が「フィーチャーフォン」、20代の約6割が「スマートフォン」から利用していると回答しており、全体よりも高くなっています。

さらに、インターネット利用率の4端末合計スコアを比較すると、20代が228ポイント、10代が211ポイントとなり、10～20代が、フィーチャーフォンやスマートフォンを積極的に併用しながらインターネットを利用していることがわかりました。

そこで、10～20代特有のインターネット利用実態、さらにはコミュニケーションに関する価値観を把握するため、高校生、大学生、有職者の属性に分けて、30代以上の世代との違いを比較をしてみました。

図1. インターネット利用率(端末別) [複数回答]



2.インターネットコンテンツ利用状況(端末別)

どの端末からどのインターネットコンテンツを利用しているかと聞いたところ、自宅パソコンから10~20代がよく利用しているのは「YouTube等動画共有サイト」74.5%、「音楽」49.2%、「Facebook等SNS」44.4%が上位に挙げられ、30代以上の利用率を大幅に上回りました。その中でも「YouTube等動画共有サイト」は大学生の8割以上が利用しています。

フィーチャーフォンから10~20代がよく利用しているのは「Facebook等SNS(ソーシャルネットワークサービス)」33.8%がトップとなり、30代以上の利用率を大幅に上回り、特に大学生(女)の約5割が利用しています。

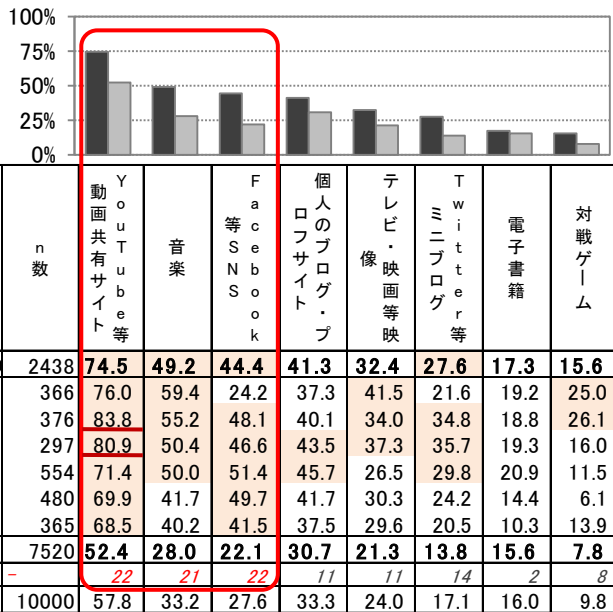
また、スマートフォンから10~20代がよく利用しているのは「Facebook等SNS」36.1%、「YouTube等動画共有サイト」34.0%、「Twitter等ミニブログ」28.5%、「音楽」28.1%、「個人のブログ・プロフサイト」26.7%が上位に挙げられ、30代以上の利用率を大幅に上回りました。中でも、フィーチャーフォン同様「Facebook等SNS」の大学生(女)の利用率が約5割となっています。

動画共有サイトやSNSなど、他の人とのコミュニケーションが楽しめるソーシャルメディアを積極的に利用している点が10~20代の特徴であり、特に大学生にその傾向が強いと言えるでしょう。

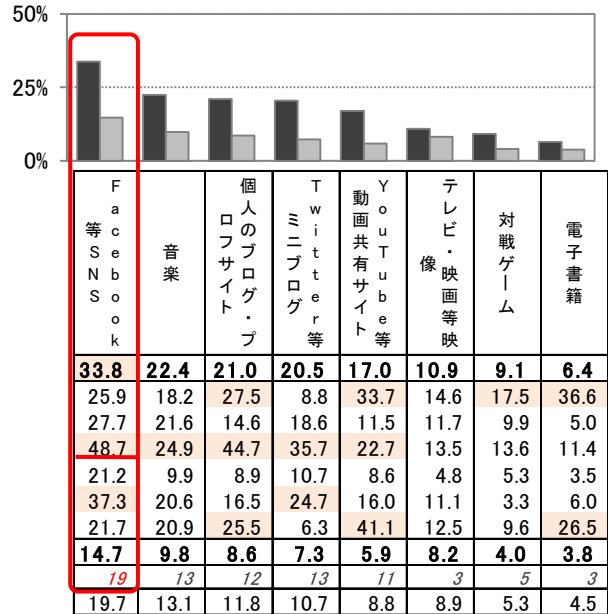
図2.インターネットコンテンツ利用状況 [複数回答]

■ 10~20代計① ■ 30代以上計②

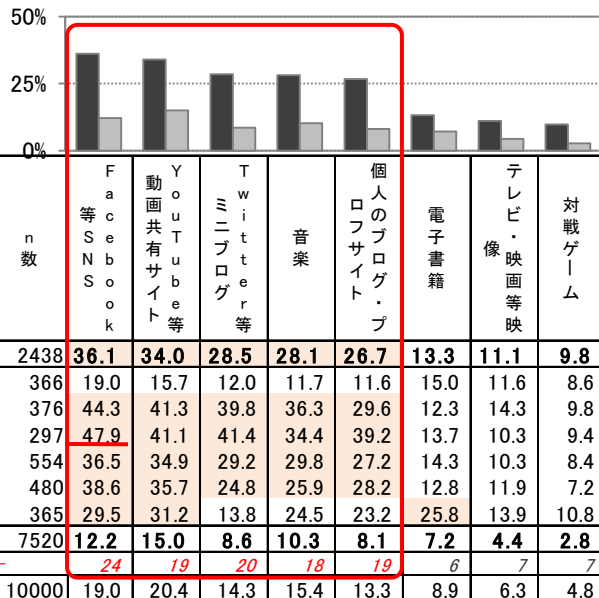
(1)自宅パソコンからの利用



(2)フィーチャーフォンからの利用



(3)スマートフォンからの利用



■ : 全体との差+10ポイント以上

■ : 全体との差-10ポイント以上

3.コミュニケーション・ライフスタイルに関する価値観

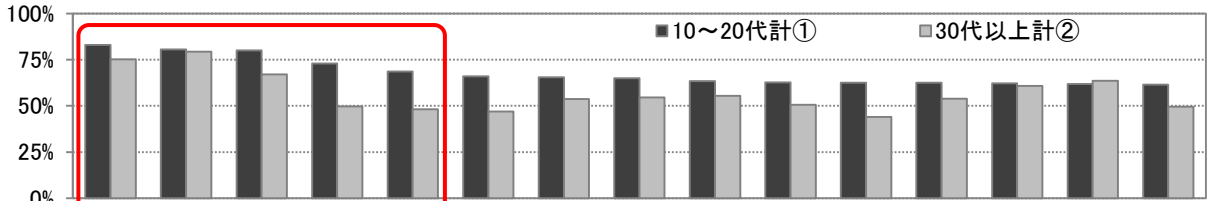
10～20代に多い価値観は「仲間とのコミュニケーションを円滑にしたい」83.0%、「状況を考慮して電話でなくメールすることがある」80.6%、「メールはパソコンより携帯電話を利用するほうが多い」80.1%が上位に挙がりました。

また、30代以上とのポイント差が大きいのは「テレビを見ながらネットや携帯メールをする」23ポイント、「共通の意見・趣味を持つ仲間を増やしたい」20ポイントとなり、10～20代の特有の価値観になっていることがわかります。

属性別では、大学生(女)の約9割が「仲間とのコミュニケーションを円滑にしたい」「メールはパソコンより携帯電話を利用するほうが多い」、有職者(女)の約9割が「状況を考慮して電話でなくメールすることがある」「メールはパソコンより携帯電話を利用するほうが多い」と回答し、全体よりも高い傾向にあります。

仲間とのコミュニケーションやつながりを重視し、電話や自宅パソコンよりも携帯メールを好む点が、10～20代の特徴であり、特に女性の大学生や有職者にその傾向が強いと言えるでしょう。

図3.コミュニケーション・ライフスタイルに関する価値観(上位15項目) [複数回答]



	n数	仲間とのコミュニケーションを円滑にしたい	状況を考慮して電話でなくメールすることがある	メールはパソコンより携帯電話を利用するほうが多い	テレビを見ながらネットや携帯メールをする	共通の意見・趣味を持つ仲間を増やしたい	メールで絵文字・顔文字をよく使う	新製品を買うときはネット上で評価をチェックする	外出先でお店情報や乗換情報などを入手したい	ネットや携帯の活用で手続き等を時間短縮したい	自分ごとはい／面白いと思つたことは他人に勧める	好きな時に映画など映像コンテンツを楽しむ	直接会話したくない時、メールを使うことがある	映像コンテンツを観るときは大画面で楽しみたい	専門家や有職者の意見を参考にした	こだわりのあるモノには、お金をかけるほうだ
10～20代計①	2438	83.0	80.6	80.1	73.0	68.5	66.0	65.5	64.9	63.3	62.7	62.6	62.5	62.1	61.8	61.5
高校生	366	82.6	71.5	79.5	68.3	74.7	71.8	48.6	48.3	50.7	58.7	60.6	48.6	68.0	54.8	52.1
大学生(男)	376	85.5	81.8	80.3	72.0	65.8	51.1	69.5	64.1	63.5	60.4	71.3	56.0	63.3	64.5	63.8
大学生(女)	297	90.0	87.4	88.2	80.7	78.6	83.6	65.0	75.2	60.5	69.9	69.5	77.0	62.0	63.1	63.1
有職者(男)	554	81.0	74.6	69.2	65.8	65.6	50.0	73.0	65.0	68.2	56.7	55.0	57.0	60.3	64.8	64.0
有職者(女)	480	84.6	76.7	87.2	83.1	66.1	80.5	71.7	75.9	75.1	68.1	66.8	73.5	60.4	65.9	68.3
その他	365	76.2	76.7	80.7	70.5	64.5	66.6	59.0	59.3	55.0	65.2	55.9	64.8	59.9	55.3	54.6
30代以上計②	7520	75.1	79.4	67.1	49.7	48.2	47.0	53.6	54.6	55.4	50.6	44.0	53.9	60.8	63.5	49.6
①-②ポイント差	-	8	1	13	23	20	19	12	10	8	12	19	9	1	-2	12
全体	10000	77.1	79.6	70.3	55.4	53.1	51.7	56.5	57.0	57.3	53.5	48.6	56.0	61.1	63.1	52.5

■ : 全体との差+10ポイント以上 ■ : 全体との差-10ポイント以上

4.まとめ

今回の調査では、10～20代がフィーチャーフォンやスマートフォンを積極的に併用しながら、インターネットを利用していることがわかりました。特に、大学生を中心に「YouTube」や「Facebook」など、他者とのコミュニケーションが楽しめるソーシャルメディアを積極的に利用している実態も明らかとなりました。

時間や場所にとらわれず、快適で手軽に情報検索や情報共有を可能にするスマートフォンは、大学生のキャンパスライフや就職活動に不可欠なツールと言われています。

また、就職活動にFacebookをはじめとしたSNS(ソーシャルネットワークサービス)を利用して、企業の採用担当者や学生同士で情報交換を行う、いわゆる「ソー活」も話題になっており、今後も大学生を中心にスマートフォンやSNSの普及が加速するものと思われます。

以上