

『令和4年版 情報通信白書』 読書会

庄司昌彦 Masahiko SHOJI

国際大学GLOCOM 主幹研究員
武蔵大学社会学部メディア社会学科 教授

デジタル庁

[ホーム](#) > [組織情報](#) > ミッション・ビジョン・バリュー

ミッション・ビジョン・バリュー

ミッション

誰一人取り残されない、人に優しいデジタル化を。

一人ひとりの多様な幸せを実現するデジタル社会を目指し、世界に誇れる日本の未来を創造します。

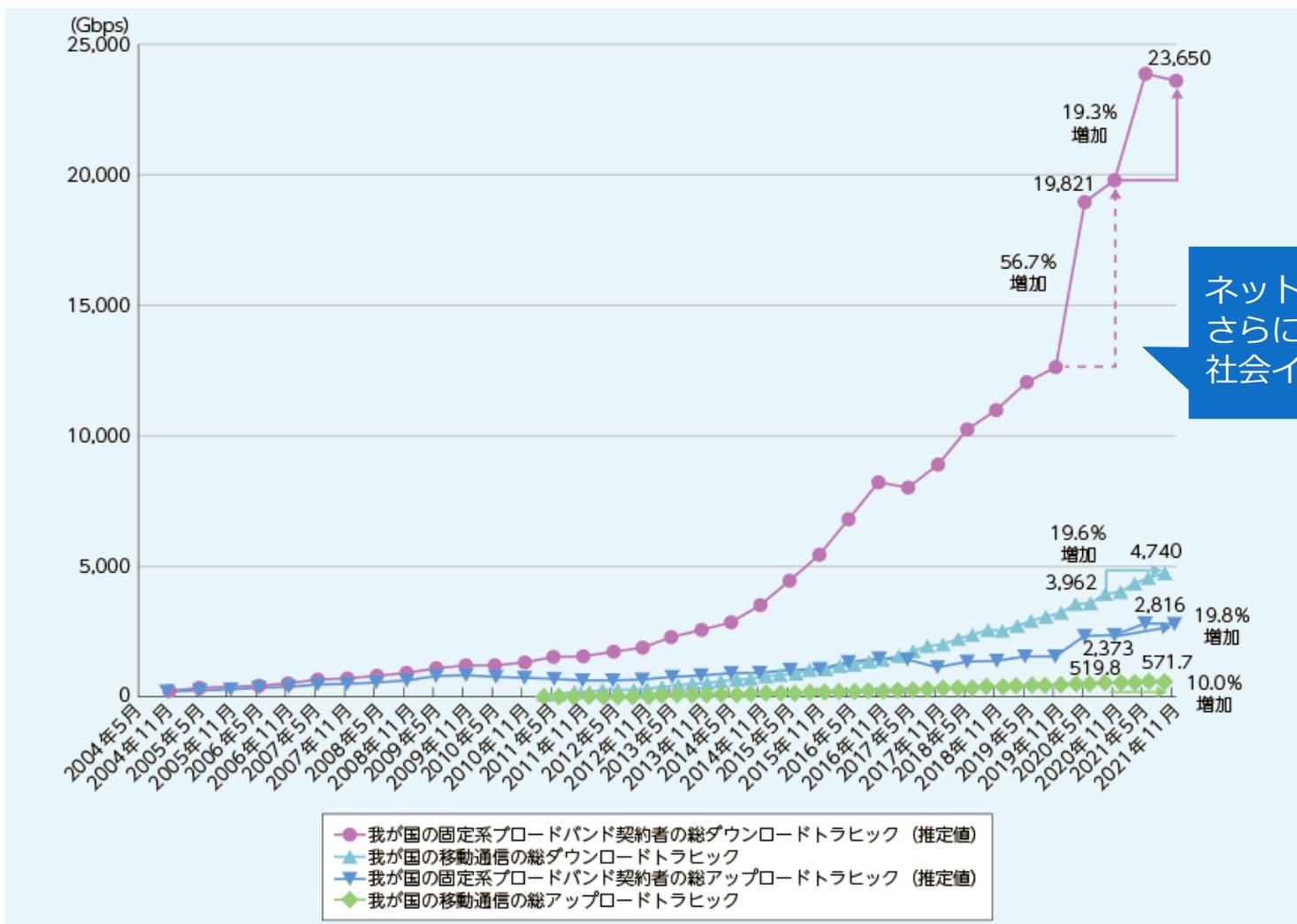
ビジョン

優しいサービスのつくり手へ。

Government as a Service

国、地方公共団体、民間事業者、その他あらゆる関係者を巻き込みながら有機的に連携し、ユーザーの体験価値を最大化するサービスを提供します。

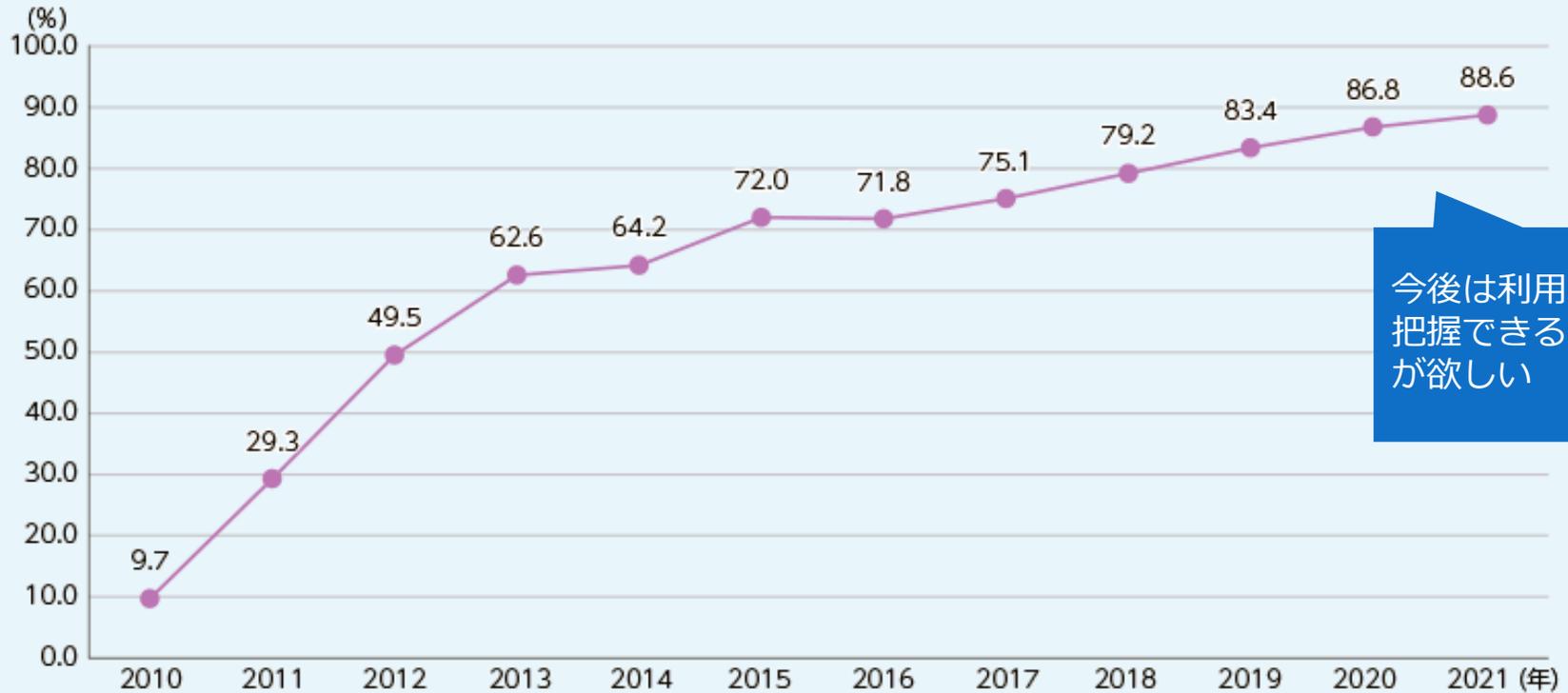
インターネットトラフィックはコロナ禍に急増



ネット利用サービスはさらに重要な社会インフラに

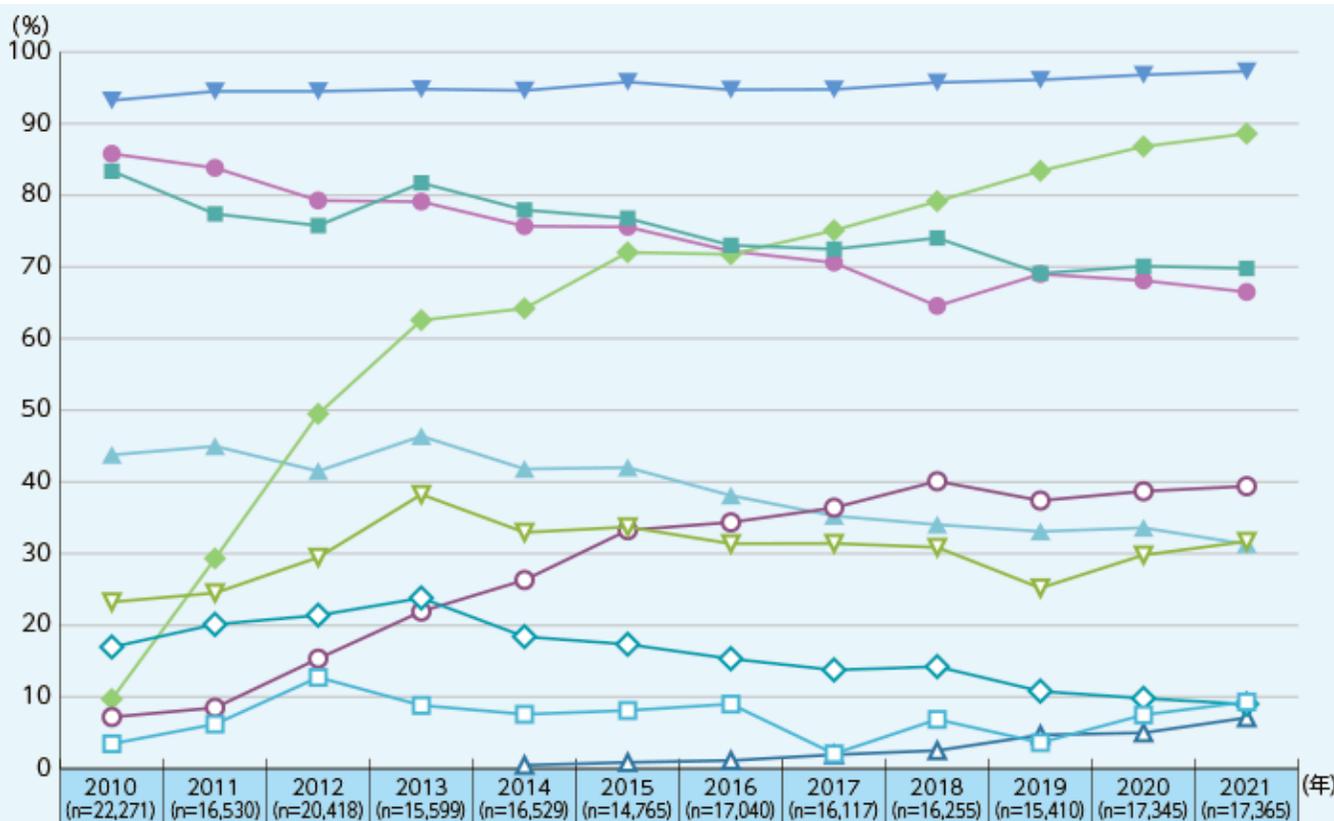
総務省「令和4年版情報通信白書」（図表2-1-1-4 インターネットトラフィックの推移）より。
 データ出典は総務省（2022）「我が国のインターネットにおけるトラフィックの集計結果（2021年11月分）」

スマートフォンの世帯保有率は9割弱



今後は利用実態を
把握できるデータ
が欲しい

社会サービスを担う 情報通信機器とは



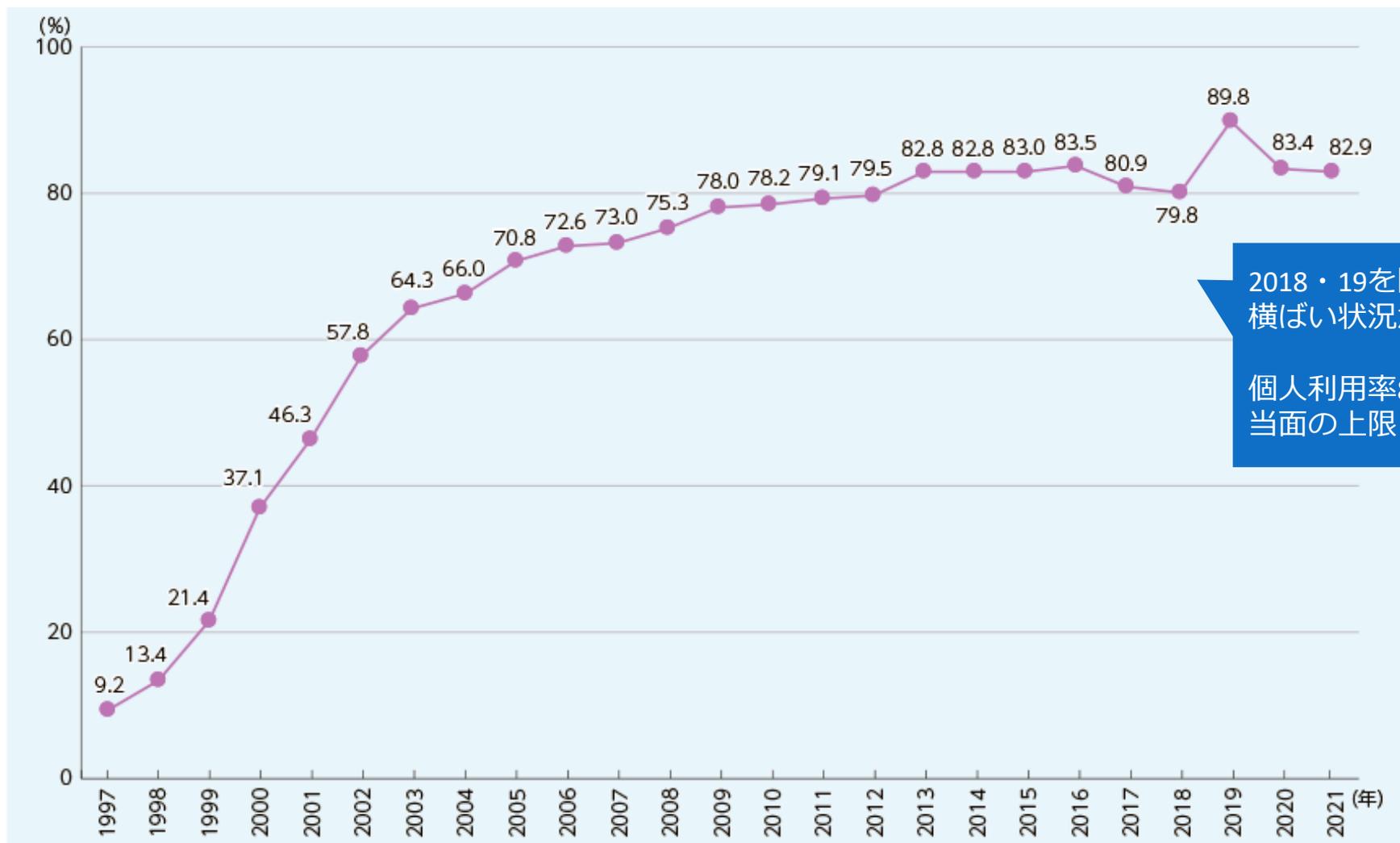
スマホ：9割
※最も世帯保有率が高く
増加を続けている

パソコン：約7割
※横ばい・下げ止まり？

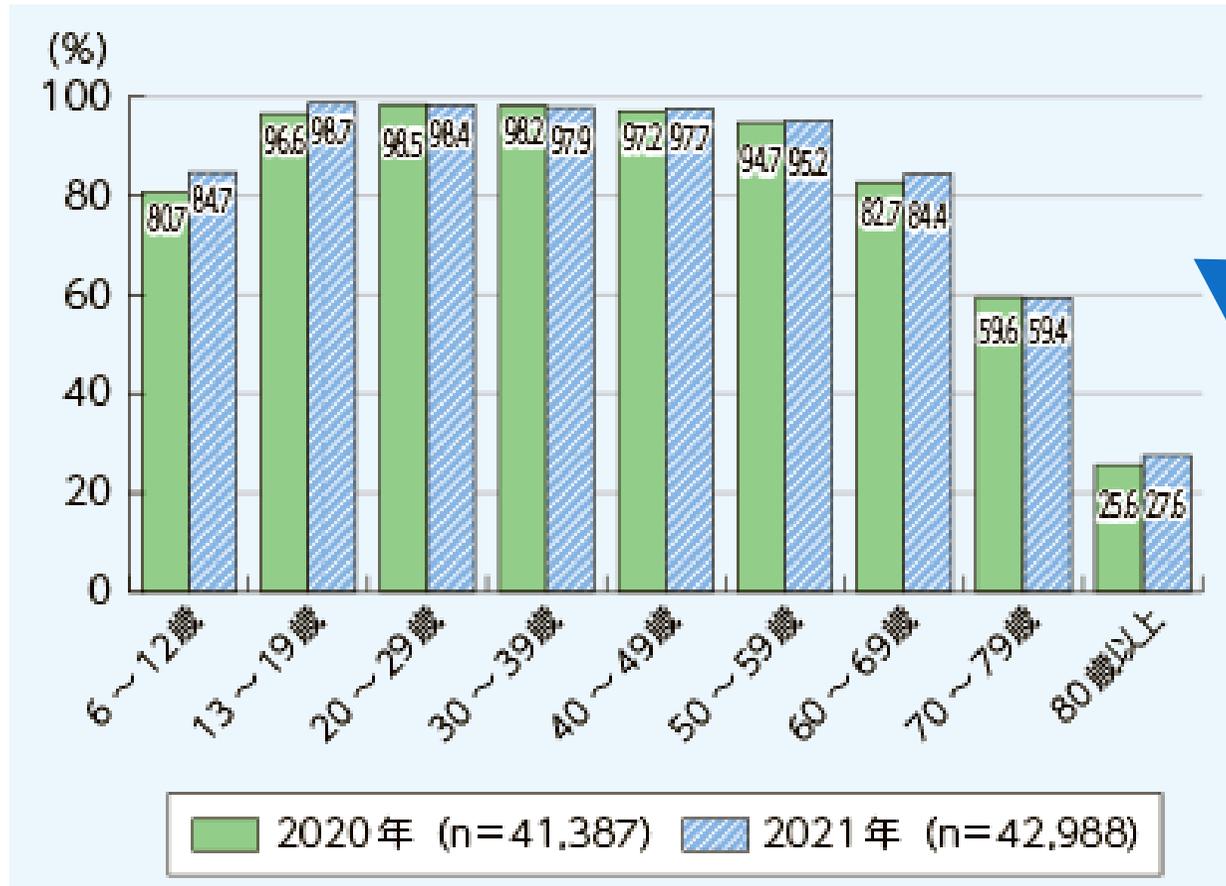
固定電話：7割
※3割の世帯にはない

FAX：3割
※3割の世帯にしかない

インターネット利用率（個人）は8割強



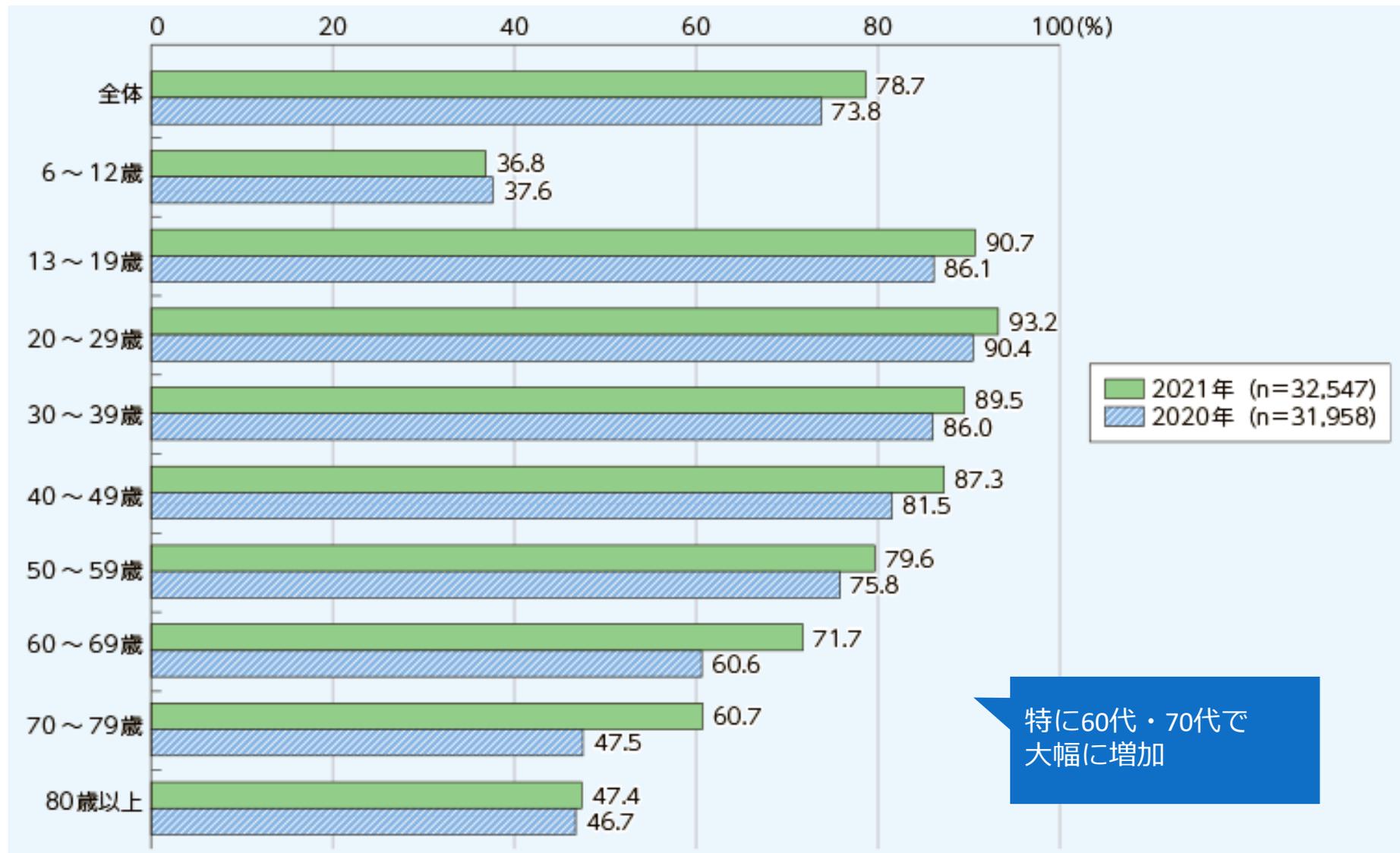
年齢階層別インターネット利用率



1人1台普及により
6～12歳は今後増加？

60代は約8割
70代は約6割
80代は約2.5～3割

年齢階層別SNSの利用状況



主なメディアの平均利用時間と行為者率

<平日1日>		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)視聴	ネット利用	新聞閲読	ラジオ聴取	テレビ(リアルタイム)視聴	テレビ(録画)視聴	ネット利用	新聞閲読	ラジオ聴取
全年代	2017年	159.4	17.2	100.4	10.2	10.6	80.8	15.9	78.0	30.8	6.2
	2018年	156.7	20.3	112.4	8.7	13.0	79.3	18.7	82.0	26.6	6.5
	2019年	161.2	20.3	126.2	8.4	12.4	81.6	19.9	85.5	26.1	7.2
	2020年	163.2	20.2	168.4	8.5	13.4	81.8	19.7	87.8	25.5	7.7
	2021年	146.0	17.8	176.8	7.2	12.2	74.4	18.6	89.6	22.1	6.2
10代	2017年	73.3	10.6	128.8	0.3	1.5	60.4	13.7	88.5	3.6	1.4
	2018年	71.8	12.7	167.5	0.3	0.2	63.1	15.2	89.0	2.5	1.1
	2019年	69.0	14.7	167.9	0.3	4.1	61.6	19.4	92.6	2.1	1.8
	2020年	73.1	12.2	224.2	1.4	2.3	59.9	14.8	90.1	2.5	1.8
	2021年	57.3	12.1	191.5	0.4	3.3	56.7	16.3	91.5	1.1	0.7
20代	2017年	91.8	13.9	161.4	1.4	2.0	63.7	14.4	95.1	7.4	3.0
	2018年	105.9	18.7	149.8	1.2	0.9	67.5	16.5	91.4	5.3	0.7
	2019年	101.8	15.6	177.7	1.8	3.4	65.9	14.7	93.4	5.7	3.3
	2020年	88.0	14.6	255.4	1.7	4.0	65.7	13.6	96.0	6.3	3.1
	2021年	71.2	15.1	275.0	0.9	7.0	51.9	13.7	96.5	2.6	3.0
30代	2017年	121.6	15.3	120.4	3.5	4.3	76.5	15.5	90.6	16.6	2.3
	2018年	124.4	17.4	110.7	3.0	9.4	74.1	19.1	91.1	13.0	4.3
	2019年	124.2	24.5	154.1	2.2	5.0	76.7	21.9	91.9	10.5	2.2
	2020年	135.4	19.3	188.6	1.9	8.4	78.2	19.4	95.0	8.8	6.0
	2021年	107.4	18.9	188.2	1.5	4.8	65.8	20.9	94.9	5.9	3.2
40代	2017年	150.3	19.8	108.3	6.3	12.0	83.0	17.3	83.5	28.3	7.9
	2018年	150.3	20.2	119.7	4.8	16.6	79.2	18.8	87.0	23.1	7.4
	2019年	145.9	17.8	114.1	5.3	9.5	84.0	18.9	91.3	23.6	6.0
	2020年	151.0	20.3	160.2	5.5	11.7	86.2	23.0	92.6	24.1	6.0
	2021年	132.8	13.6	176.8	4.3	12.9	77.8	15.3	94.6	17.9	5.4
50代	2017年	202.0	19.1	77.1	16.3	19.5	91.7	16.1	76.6	48.1	9.1
	2018年	176.9	20.8	104.3	12.9	17.2	88.5	20.6	82.0	43.9	9.3
	2019年	201.4	22.5	114.0	12.0	18.3	92.8	21.9	84.2	38.5	12.2
	2020年	195.6	23.4	130.0	11.9	26.9	91.8	20.7	85.0	39.4	13.4
	2021年	187.7	18.7	153.6	9.1	23.6	86.4	20.9	89.4	33.8	11.1
60代	2017年	252.9	20.0	38.1	25.9	17.3	94.2	16.6	45.6	59.9	9.5
	2018年	248.7	27.3	60.9	23.1	22.8	91.6	19.7	59.0	52.8	11.7
	2019年	260.3	23.2	69.4	22.5	27.2	93.6	21.2	65.7	57.2	13.4
	2020年	271.4	25.7	105.5	23.2	18.5	92.9	22.3	71.3	53.7	12.1
	2021年	254.6	25.8	107.4	22.0	14.4	92.0	23.0	72.8	55.1	10.0

総務省「令和4年版情報通信白書」(図表3-8-1-3 主なメディアの平均利用時間と行為者率)より。※休日のデータをカット。 ※黄色い網掛けは庄司が追加。
 データ出典は総務省情報通信政策研究所「令和3年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」

主な機器によるインターネット利用時間と行為者率

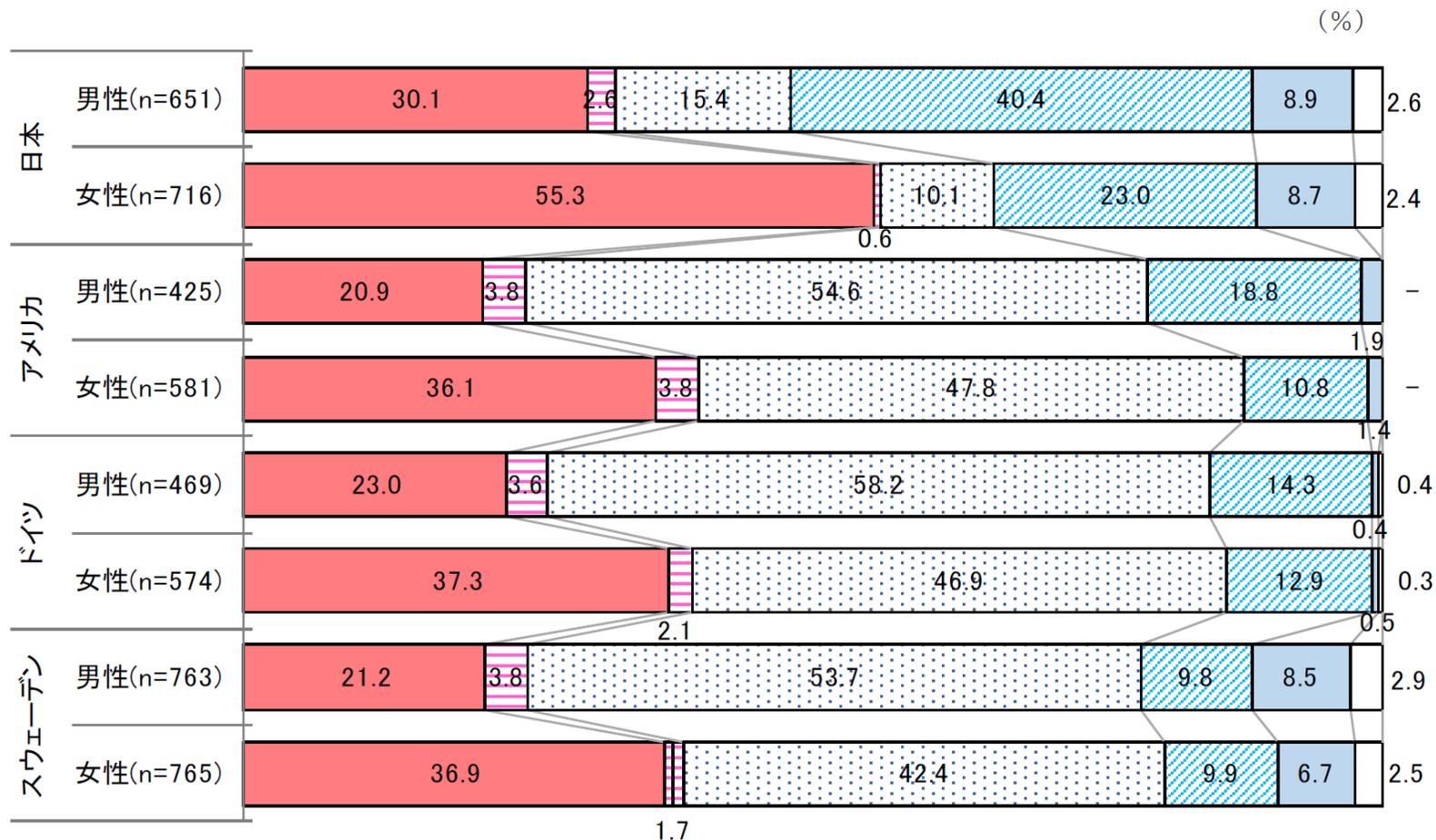
平日		ネット利用 平均利用時間 (単位:分)			ネット利用行為者率 (%)		
		PC	モバイル	タブレット	PC	モバイル	タブレット
全年代	2017年	33.5	64.7	5.3	25.3	69.3	7.2
	2018年	34.0	72.9	6.3	24.6	74.3	7.5
	2019年	35.4	85.4	6.3	24.1	80.2	7.4
	2020年	58.1	105.8	9.7	30.2	81.6	8.4
	2021年	57.6	110.0	12.4	30.7	83.5	10.4
10代	2017年	8.5	114.9	6.3	8.6	78.8	7.2
	2018年	8.3	144.7	9.5	9.2	81.2	8.2
	2019年	13.1	150.1	5.8	9.2	87.7	6.3
	2020年	34.0	186.8	6.4	15.5	84.5	8.1
	2021年	14.7	154.2	19.9	11.0	84.0	12.8
20代	2017年	43.9	114.7	6.3	27.5	90.3	7.9
	2018年	21.8	122.0	4.6	17.2	89.0	6.7
	2019年	30.5	147.3	5.5	20.1	91.5	7.8
	2020年	73.8	177.4	15.6	31.0	93.9	7.5
	2021年	76.1	201.0	16.9	32.3	94.0	10.2
30代	2017年	43.5	75.7	6.3	30.7	84.9	8.0
	2018年	28.5	76.2	5.4	22.8	87.5	6.0
	2019年	48.3	98.5	6.2	24.3	89.3	6.7
	2020年	64.4	114.0	9.4	30.8	90.8	7.0
	2021年	56.1	121.0	13.2	31.0	91.3	10.3
40代	2017年	46.0	63.5	4.5	27.6	75.2	7.0
	2018年	45.1	69.8	6.4	29.9	81.6	8.8
	2019年	35.5	69.4	7.7	27.0	86.2	8.1
	2020年	59.0	98.2	8.0	30.1	89.3	7.7
	2021年	67.6	101.0	10.3	36.6	89.7	9.4
50代	2017年	30.2	43.3	6.4	31.2	66.1	8.1
	2018年	51.9	53.1	5.4	34.8	69.3	8.0
	2019年	44.0	68.3	5.8	31.8	77.2	9.4
	2020年	62.9	64.6	9.2	36.9	74.2	10.6
	2021年	65.7	79.1	6.3	34.2	81.1	7.9
60代	2017年	18.3	16.0	3.0	19.4	32.9	5.3
	2018年	31.2	23.3	7.3	23.7	46.0	7.4
	2019年	30.2	31.7	6.1	23.6	56.7	5.7
	2020年	46.9	54.1	9.7	29.6	61.5	8.9
	2021年	46.1	50.3	13.2	28.8	63.6	13.0

総務省「令和4年版情報通信白書」(データ編図表 10.主な機器によるインターネット利用時間と行為者率)より。※休日のデータをカット。※黄色い網掛けは庄司が追加。
 データ出典は総務省情報通信政策研究所「令和3年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」

主なコミュニケーション手段の利用時間と行為者率

平日	平均利用時間 (単位:分)					行為者率 (%)					
	携帯通話	固定通話	ネット通話	ソーシャルメディア	メール	携帯通話	固定通話	ネット通話	ソーシャルメディア	メール	
全年代	2017年	5.6	1.0	2.4	27.0	30.4	16.6	3.5	4.5	37.1	46.2
	2018年	5.0	0.7	2.2	26.7	30.8	15.8	2.4	4.3	38.8	46.4
	2019年	6.2	1.5	3.1	32.3	34.6	19.8	3.4	5.4	44.0	48.4
	2020年	7.4	2.3	3.8	37.9	40.8	18.4	3.4	5.5	47.0	49.5
	2021年	6.4	1.1	4.2	40.2	35.7	17.0	2.5	5.0	50.0	47.9
10代	2017年	0.6	0.3	4.0	54.0	17.8	1.8	0.7	5.0	60.4	26.3
	2018年	3.1	0.0	5.1	71.6	13.5	6.4	0.7	6.4	55.3	22.7
	2019年	3.3	0.4	9.2	64.1	16.0	8.5	1.4	9.2	63.0	24.6
	2020年	6.7	0.0	8.8	72.3	18.4	9.9	0.4	9.9	61.3	22.9
	2021年	8.4	0.0	5.3	64.4	19.6	11.0	0.0	7.4	62.8	23.1
20代	2017年	7.4	0.3	6.8	61.4	34.6	16.4	0.9	8.6	66.2	44.2
	2018年	3.1	0.0	6.1	51.9	21.4	8.6	0.2	7.4	63.6	39.0
	2019年	6.3	0.1	7.8	71.4	25.9	16.1	0.9	9.0	65.9	36.0
	2020年	4.8	4.1	7.9	84.6	39.6	10.8	2.6	8.2	69.5	42.3
	2021年	6.0	1.7	14.0	84.1	20.1	12.6	0.5	9.3	72.1	30.5
30代	2017年	5.0	0.5	2.4	25.8	35.9	17.6	2.3	7.1	45.4	52.7
	2018年	4.3	1.3	1.6	23.5	32.0	16.5	2.9	4.9	49.0	54.3
	2019年	7.2	3.6	2.2	35.3	45.3	17.4	2.2	6.3	51.2	50.8
	2020年	6.4	2.1	2.9	40.9	39.7	20.8	2.2	6.8	54.2	51.2
	2021年	4.3	2.7	5.1	46.2	36.0	17.4	3.4	5.1	60.5	45.3
40代	2017年	7.0	2.0	1.2	24.7	43.3	17.8	2.8	3.7	34.9	54.5
	2018年	4.9	0.6	1.6	23.2	39.6	18.1	1.9	4.2	42.3	49.1
	2019年	6.1	1.3	1.3	19.5	34.1	21.8	3.2	3.8	45.6	56.9
	2020年	10.7	3.1	2.1	27.5	44.8	18.7	3.4	3.1	51.1	56.3
	2021年	8.4	0.7	1.5	32.2	39.9	17.1	2.2	3.1	53.1	56.6
50代	2017年	7.4	1.4	1.8	14.4	28.6	21.7	5.8	3.3	27.1	54.5
	2018年	7.5	0.1	0.3	15.8	43.2	17.8	1.7	1.5	28.5	56.9
	2019年	5.9	1.0	0.9	23.9	45.8	22.5	4.5	2.9	38.3	55.0
	2020年	6.1	1.5	1.3	20.1	45.4	20.0	4.5	4.5	37.3	55.4
	2021年	4.7	0.8	1.7	25.7	50.9	16.3	3.0	4.4	38.9	58.1
60代	2017年	3.9	1.0	0.4	4.2	16.4	17.1	6.4	1.2	9.5	35.4
	2018年	5.7	1.3	1.1	4.5	23.5	20.2	5.5	3.5	10.2	43.8
	2019年	7.3	1.7	1.7	8.2	30.5	25.5	6.2	4.3	16.0	51.0
	2020年	8.4	2.0	3.5	12.9	44.5	24.3	5.5	3.9	21.5	53.0
	2021年	6.8	0.7	1.2	13.3	34.5	23.7	4.5	3.4	25.2	55.4

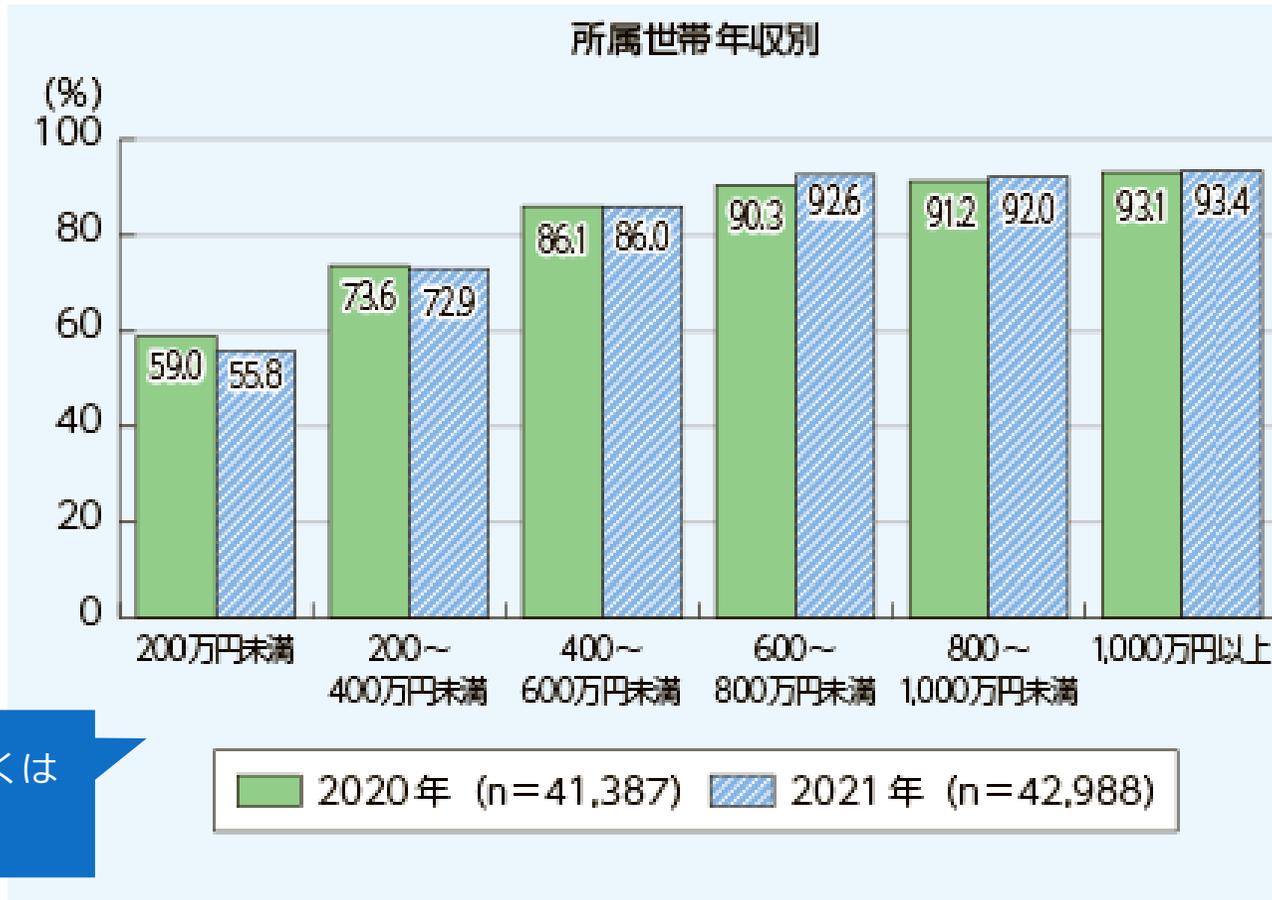
日本の（男性）高齡者は親しい友人が少ない



- 同性の友人がいる
- 異性の友人がいる
- 同性・異性の両方の友人がいる
- いずれもない
- わからない
- 無回答

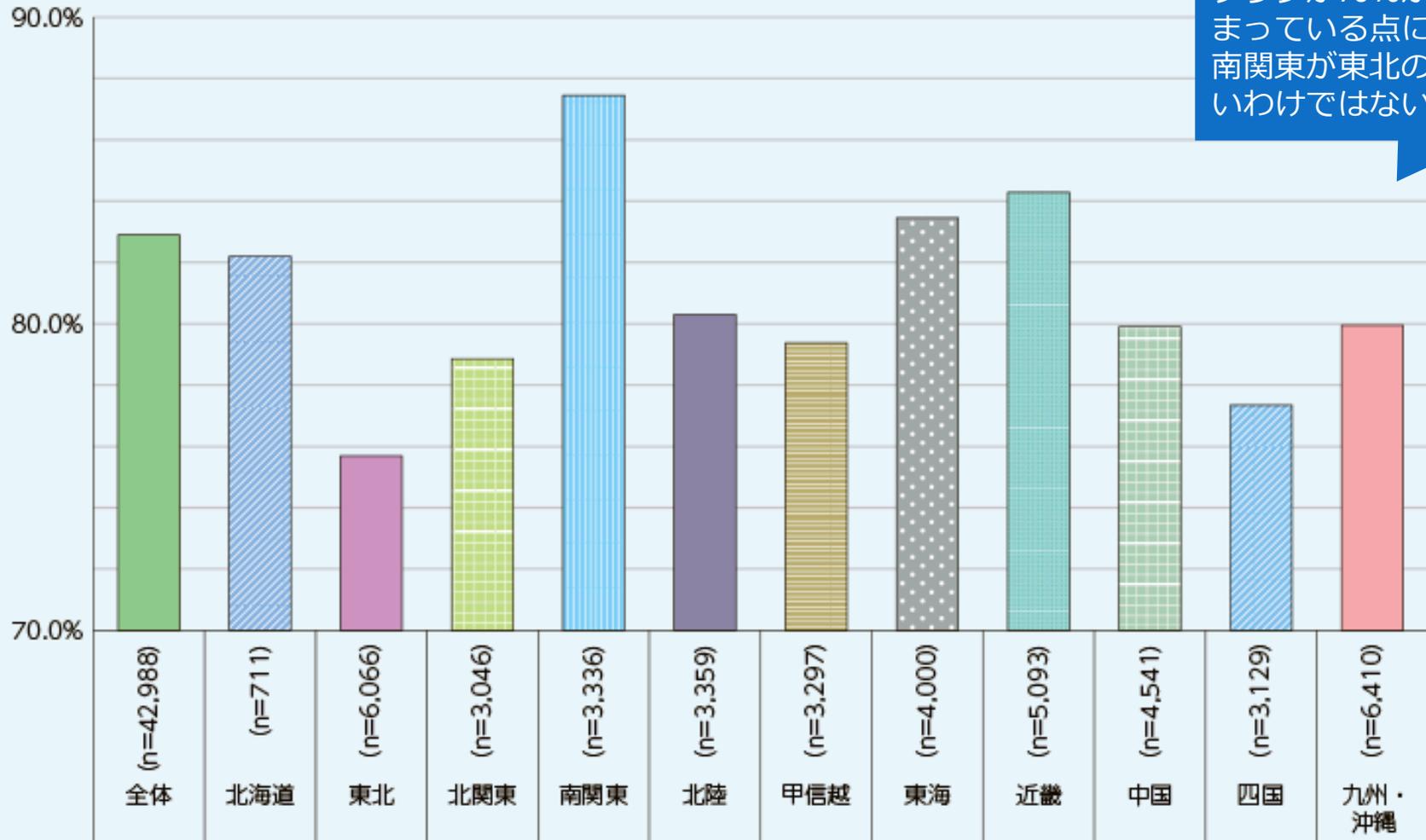
友人が少なければ
ソーシャルメディア
を使う機会もない？

属性別インターネット利用率

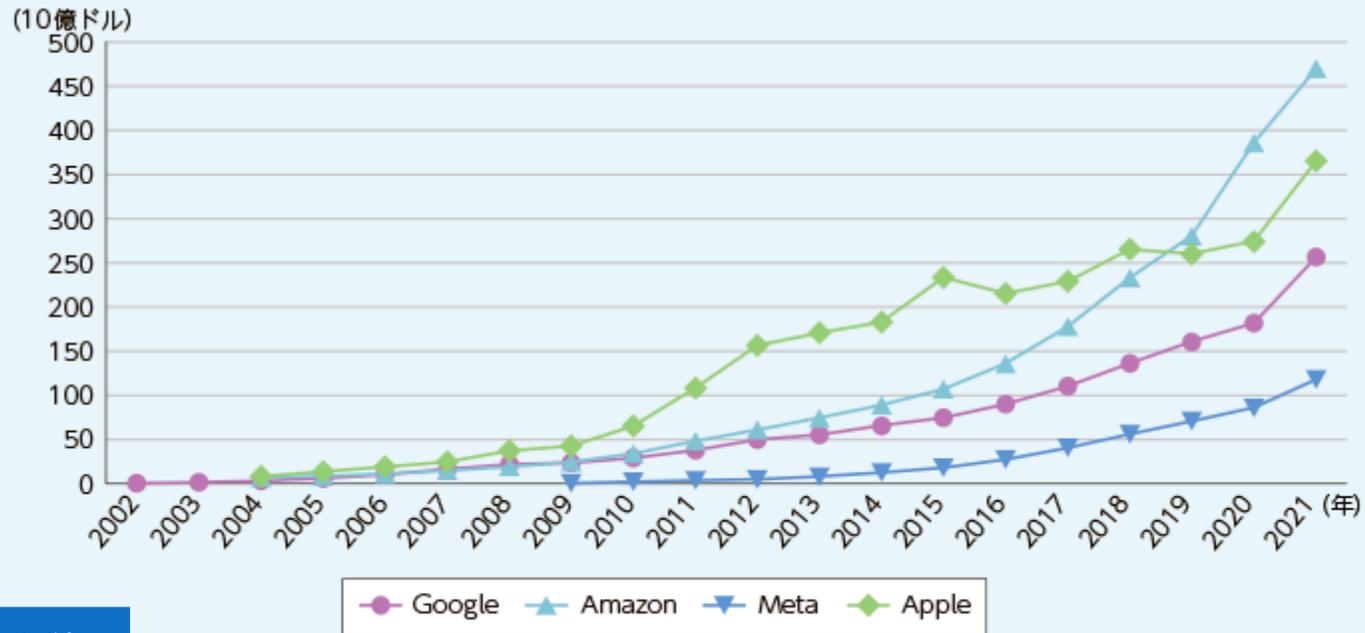


地域別インターネット利用率

グラフが70%から始まっている点に注意。
南関東が東北の3倍多
いわけではない



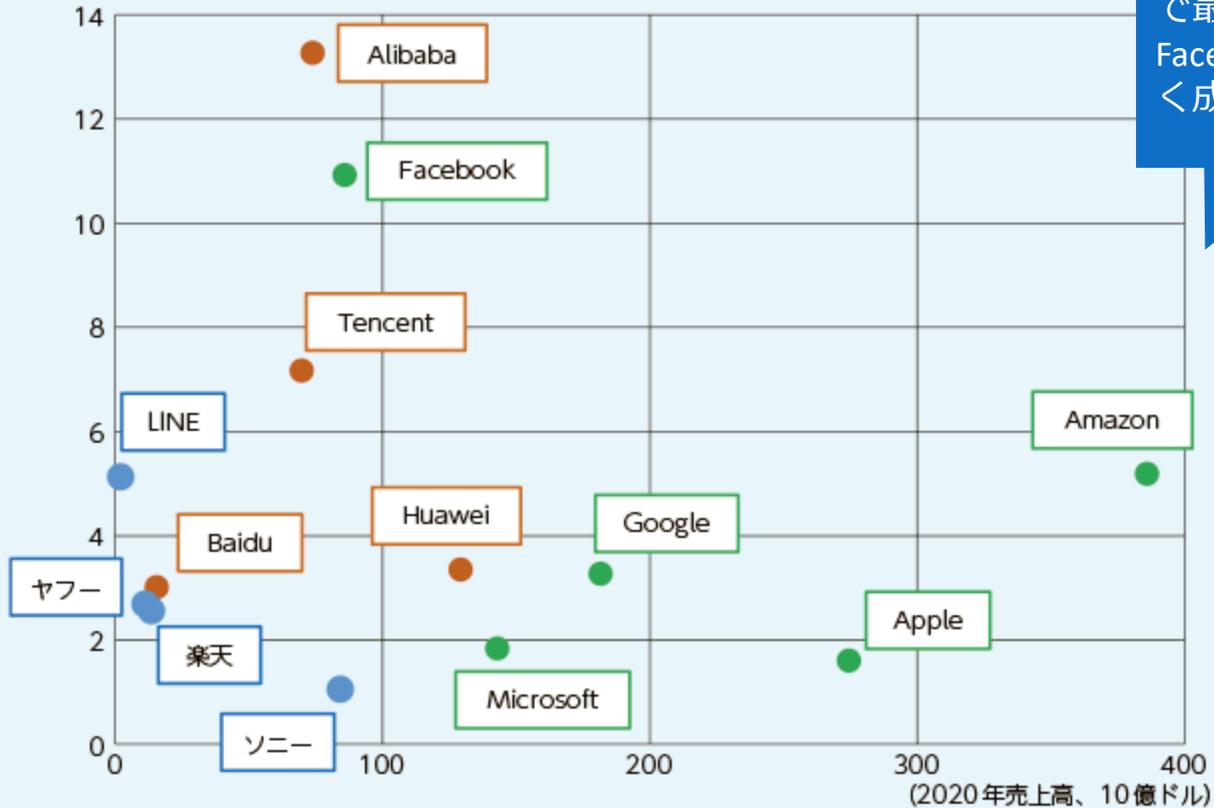
Amazonの強さ



GAFによるデータ独占というGoogleやFacebookのイメージが強そうだが、上位はAmazonとApple。

Amazonの強さ

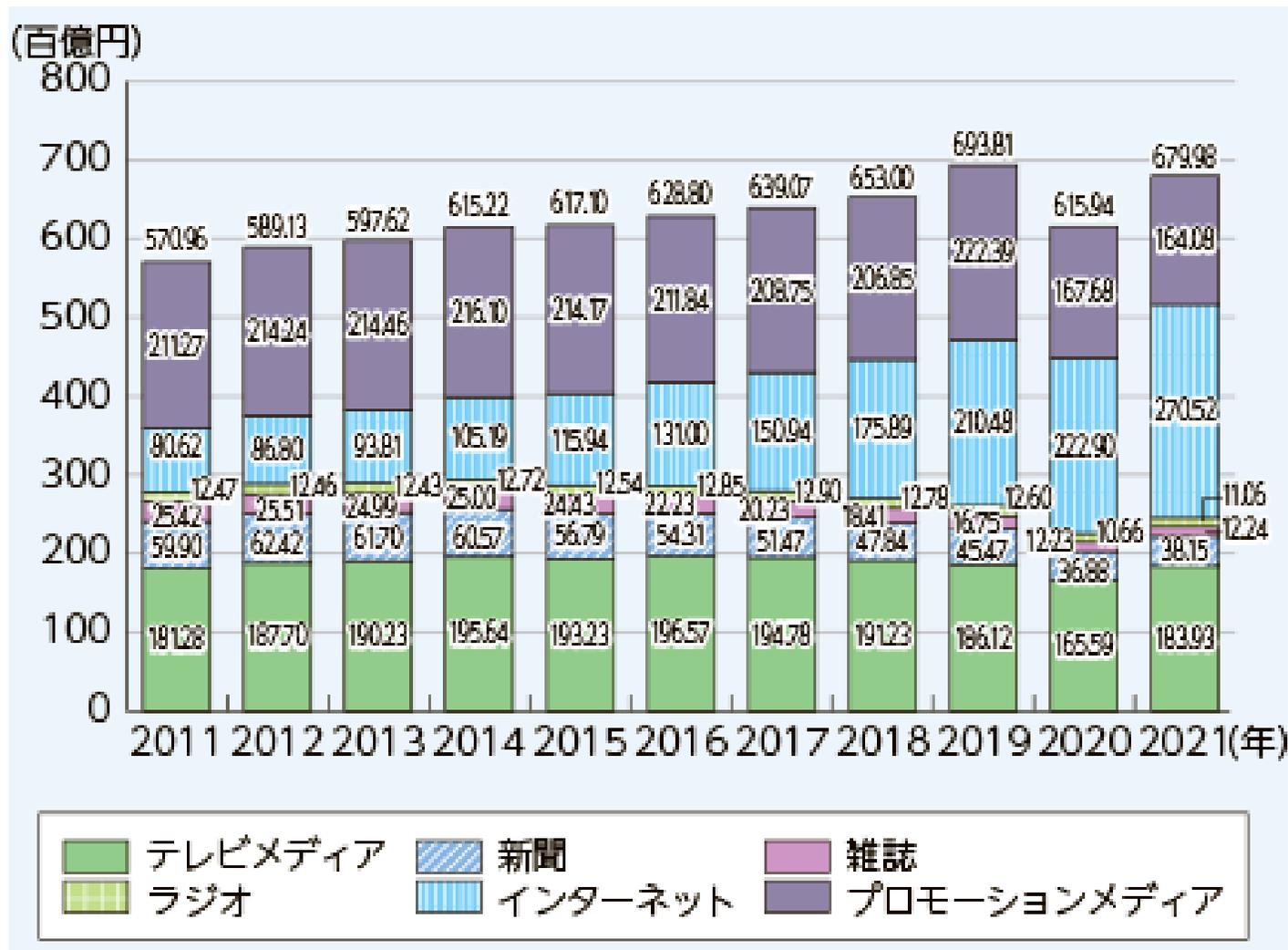
(2020年売上高 ÷ 2013年売上高)



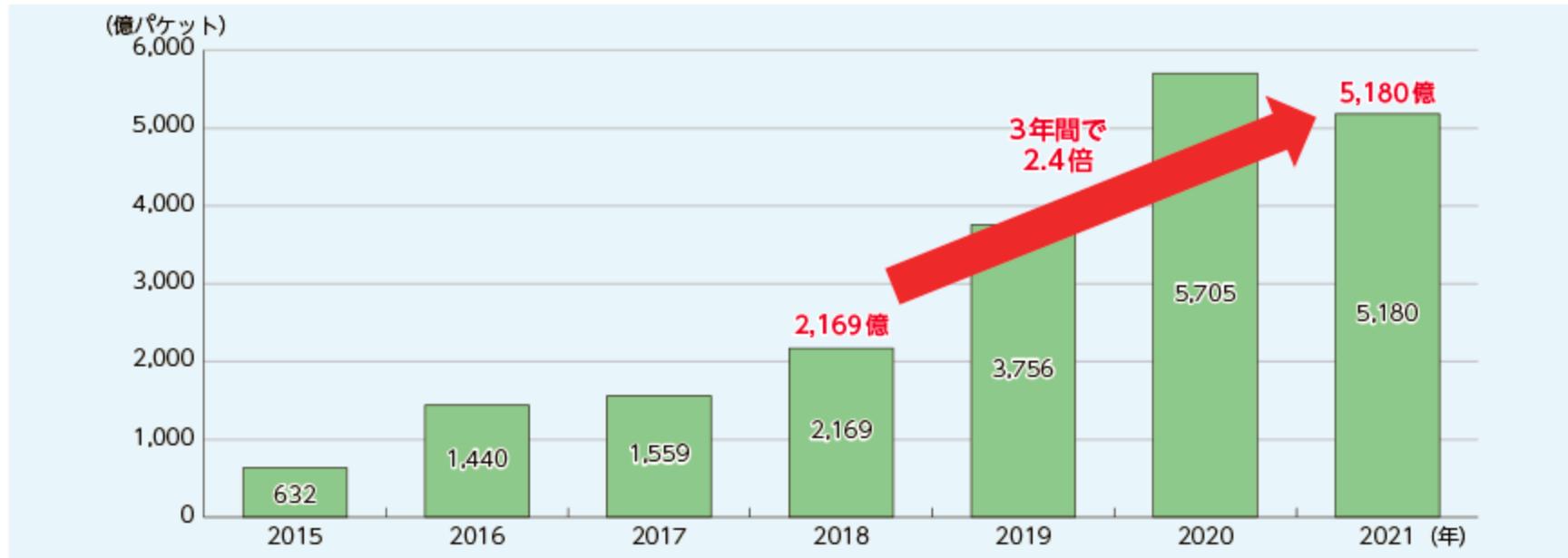
AmazonはGAFAMの中で最も売上高が多く、Facebookに次いで大きく成長している

※LINEは2019年の売上高

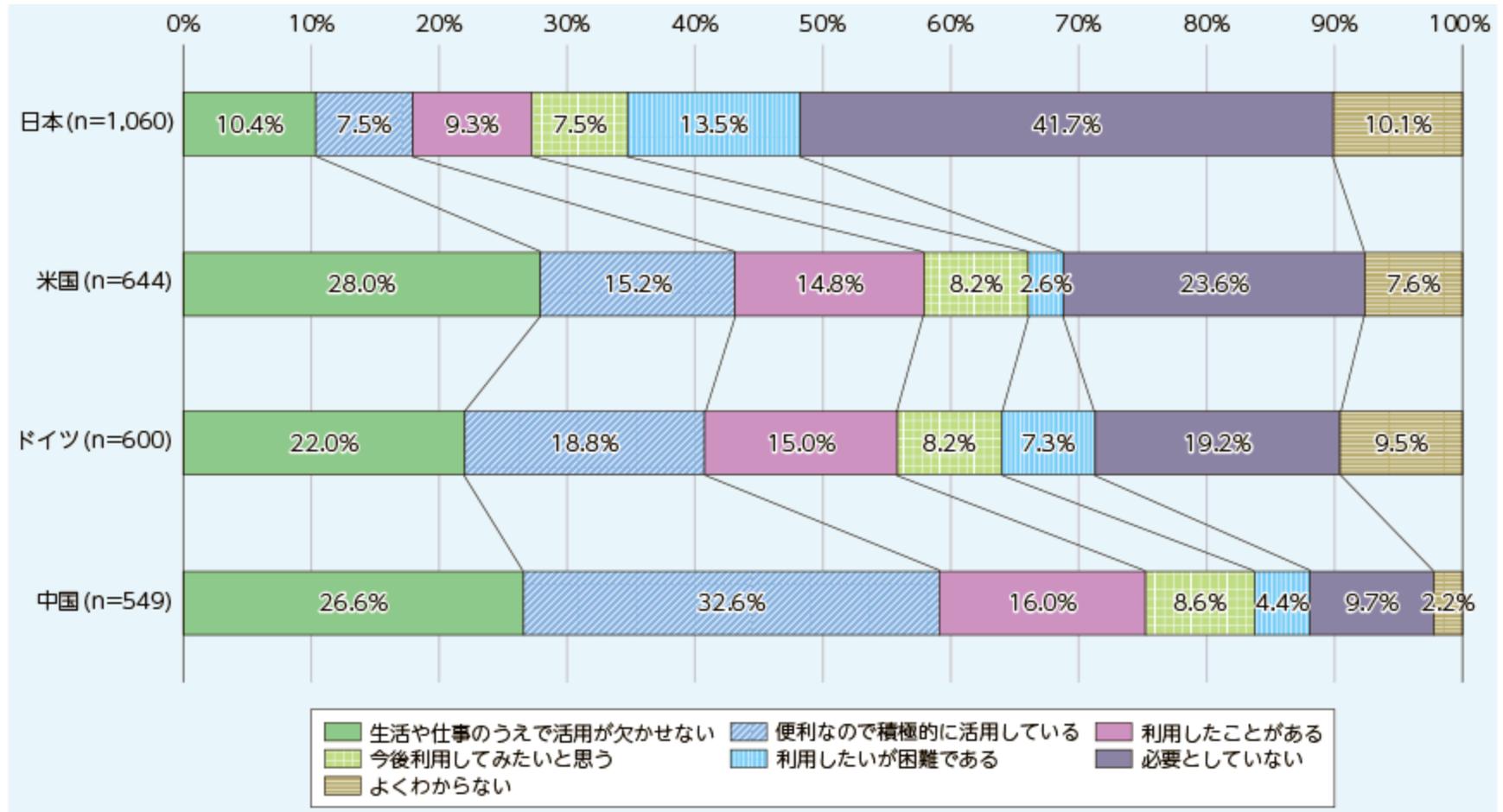
ネット広告がマスコミ4媒体広告を初めて上回った



2021年に観測したサイバー攻撃関連通信数は、3年前の2.4倍、5年前の3.7倍に増加



テレワークを利用したことがあると回答した割合は、 米国・ドイツ60%弱、中国70%、日本30%程度



日本は「必要としていない」
が顕著に多く、消極的。

日本人の消極性の正体？

11か国の「普通」の点数：国別比較

	n=	0点	1点	2点	3点	4点	5点	6点	7点	8点	9点	10点	平均
日本	500	0.8	0.3	0.2	1.1	1.9	45.3	18.1	17.5	9.6	1.7	3.5	6.0
中国	500	0.2	0.4	0.2	1.8	4.2	33.3	26.7	11.3	11.2	6.7	4.1	6.2
韓国	500	0.5	0.3	0.7	0.5	3.0	42.4	17.0	18.3	11.9	2.3	3.1	6.0
インド	500	0.1	0.3	0.4	0.3	1.6	16.5	8.0	11.3	19.3	16.1	26.2	7.8
インドネシア	500	0.0	0.0	0.3	0.5	1.3	20.8	20.2	25.5	18.2	6.8	6.4	6.8
フィリピン	500	0.0	0.0	0.0	0.2	0.6	15.0	10.8	17.6	26.7	9.2	19.9	7.6
タイ	500	0.2	0.0	0.7	1.1	1.5	12.5	9.3	17.7	26.3	12.8	18.0	7.6
ベトナム	500	0.0	0.2	0.0	0.3	1.0	22.8	17.0	19.3	20.0	11.6	7.8	7.0
シンガポール	500	0.0	0.2	0.3	0.8	1.0	27.2	14.5	22.9	17.9	7.4	7.8	6.8
イギリス	500	0.2	0.0	0.3	0.4	1.7	23.6	20.0	27.9	19.3	3.4	3.2	6.6
アメリカ	500	0.3	0.1	0.5	0.5	2.1	22.8	14.0	28.6	17.1	4.7	9.4	6.8

「10点満点で「普通」は何点ですか」という質問を11か国の10代～50代の男女に聴取

長崎貴裕氏

「日本では「普通」を低めの点で表現する傾向が強く、国際調査の単純比較で「特別に幸福度が低い」とは言い切れないということがわかる。10点法は幅広く用いられている手法ではあるが、グローバル調査の結果を国別に比較する際においては「普通」の点数が違うことに注意して解釈することが必要だと考えられる」

インテージグループ自主企画調査
 サンプルサイズ：各国 n=500
 ※太字は各国で最も多く見られた点数