

ビジネスパーソンの情報収集 vol.3

「女性層」の活性化進む「Twitter」と急激に普及した「Instagram」

東名阪の主要都市圏在住のビジネスパーソン約2,000人を対象とした「ビジネスパーソン調査2020 ※11月実査」。今回は、アンケート調査から見る主要SNSの利用状況を2018年のデータと比較しご紹介します。

閲覧・投稿型の主要SNSについて利用率を2018年と比較すると「Twitter」はやや増加、「Instagram」は大幅に増加、「YouTube」は横ばいとなりました。「Twitter」では特に女性20・30代において、閲覧だけでなく投稿する人の割合も増えています。「Instagram」は全ての世代で利用率が大幅に増加し、特に男性層の“閲覧率”、女性層の“投稿率”が上がりました。「YouTube」は全体の利用率は高止まりしているものの、男女20代で“投稿率”が上がり、閲覧だけでなく発信の使い方も若い世代でより広がっていました。若年層を中心に全体として「SNS」全般における“投稿”の割合が増え、SNS上での「自己発信」の活発化が見られます。

ソーシャルメディア利用状況 Q以下にあげたソーシャルメディアについて、あなたの利用の仕方をお答えください。

■ 閲覧・投稿している ■ 閲覧のみ **利用者計**

+5ポイント以上

+10ポイント以上

Twitter

	2018.3			2020.11		
全体	13.1	23.7	36.8	17.0	26.6	43.6
男性20代	31.3	29.6	60.9	30.0	33.6	63.6
男性30代	16.4	24.4	40.8	16.2	30.6	46.8
男性40代	10.6	25.1	35.7	13.9	26.0	39.9
男性50代	6.8	19.4	26.2	7.3	23.5	30.8
男性60代	5.2	16.0	21.2	10.5	16.0	26.5
女性20代	37.7	29.3	67.0	44.3	29.2	73.5
女性30代	13.3	29.1	42.4	22.8	26.8	49.6
女性40代	8.0	28.3	36.3	8.4	32.2	40.6
女性50代	6.2	25.3	31.5	11.1	24.4	35.5
女性60代	3.0	12.0	15.0	6.3	16.3	22.6

Instagram

	2018.3			2020.11		
全体	10.9	21.3	32.2	16.9	27.8	44.7
男性20代	16.3	24.5	40.8	21.8	29.1	50.9
男性30代	10.5	19.0	29.5	12.5	26.9	39.4
男性40代	6.3	21.1	27.4	9.5	26.8	36.3
男性50代	6.3	18.0	24.3	8.5	26.1	34.6
男性60代	3.9	12.4	16.3	10.5	19.0	29.5
女性20代	39.5	22.8	62.3	50.5	28.8	79.3
女性30代	21.2	30.3	51.5	31.6	30.7	62.3
女性40代	11.1	32.7	43.8	15.5	38.1	53.6
女性50代	4.9	26.5	31.4	10.7	30.7	41.4
女性60代	8.0	12.0	20.0	5.9	21.3	27.2

YouTube

	2018.3			2020.11		
全体	3.9	77.7	81.6	5.3	77.5	82.8
男性20代	7.3	86.3	93.6	12.7	75.9	88.6
男性30代	8.5	80.5	89.0	6.9	79.6	86.5
男性40代	3.1	84.1	87.2	4.8	82.3	87.1
男性50代	2.2	76.2	78.4	3.0	79.1	82.1
男性60代	3.3	62.7	66.0	4.2	67.1	71.3
女性20代	3.6	85.0	88.6	9.4	83.5	92.9
女性30代	2.4	81.2	83.6	3.1	80.7	83.8
女性40代	2.2	81.9	84.1	2.9	78.7	81.6
女性50代	1.9	69.8	71.7	0.9	72.9	73.8
女性60代	2.0	55.0	57.0	1.8	59.7	61.5

TikTok ※2018は取得無し

	2020.11	
全体	11.9	10.5
男性20代	5.0	14.5
男性30代	0.5	12.1
男性40代	0.9	13.0
男性50代	0.0	5.6
男性60代	1.7	10.6
女性20代	1.9	20.8
女性30代	0.0	6.6
女性40代	0.0	7.1
女性50代	0.0	5.3
女性60代	0.5	2.3

	2018年	2020年
全体	2603	2263 (WB)
男性20代	233	220
男性30代	353	216
男性40代	479	231
男性50代	412	234
男性60代	306	237
女性20代	167	212
女性30代	165	228
女性40代	226	239
女性50代	162	225
女性60代	100	221

2018年と比較して「Twitter」は男女とも全世代で利用率が上がり、全体では+6.8ポイント、特に女性20・30代では投稿率も7~10ポイント上昇しました。「Instagram」は男女ほとんどの世代で10ポイント以上利用率が上がり、中でも女性20・30・50代の投稿率が大きく増加。「YouTube」は全体の利用率に大きな変化はないものの、20代の男女で投稿率が上がりました。「TikTok」は20代女性の利用率が20%と突出して高く、内容はほぼ閲覧のみでした。