



経済産業省

Ministry of Economy, Trade and Industry

METI Journal ONLINE

METI Journal を埋め込んだ 経済産業省 LINE公式アカウント

- ・ 属性別配信
- ・ 職種別配信
- ・ データ解析機能
- ・ 今後の機能拡張 が可能

経済産業省
デモアカウント





経済産業省

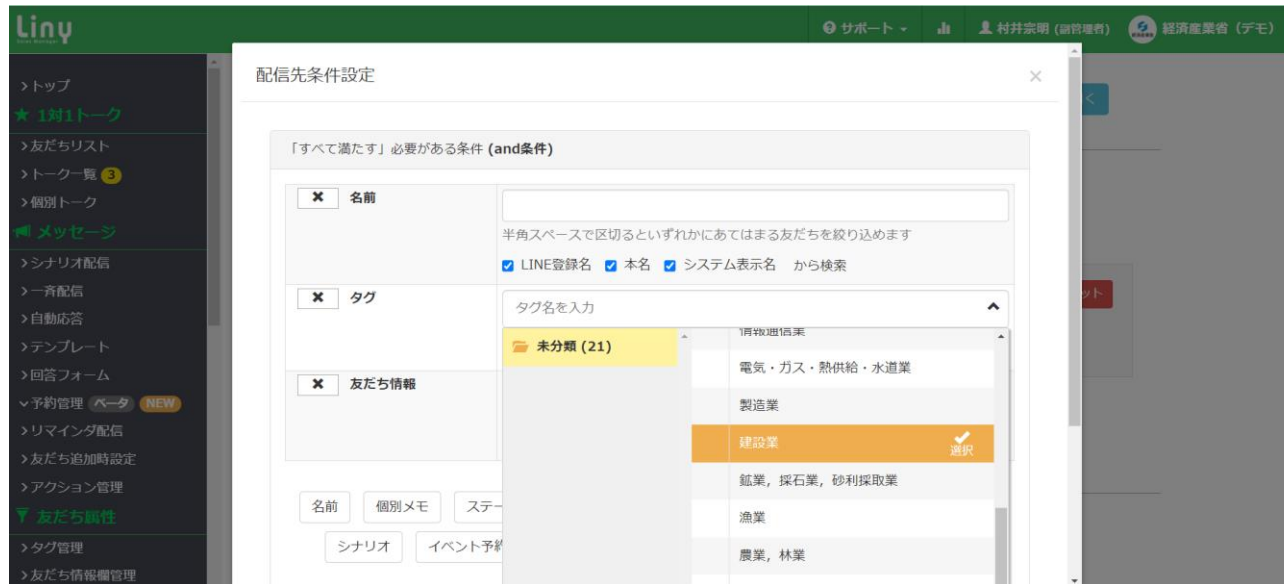
Ministry of Economy, Trade and Industry

経済産業省 デモアカウント



仕様

- ・ 経済産業省 新型コロナ事業者サポート
- ・ 経済産業省 未来の教室
と同じ配信システム。



リンク用URL <https://lin.ee/1Mk99yA>

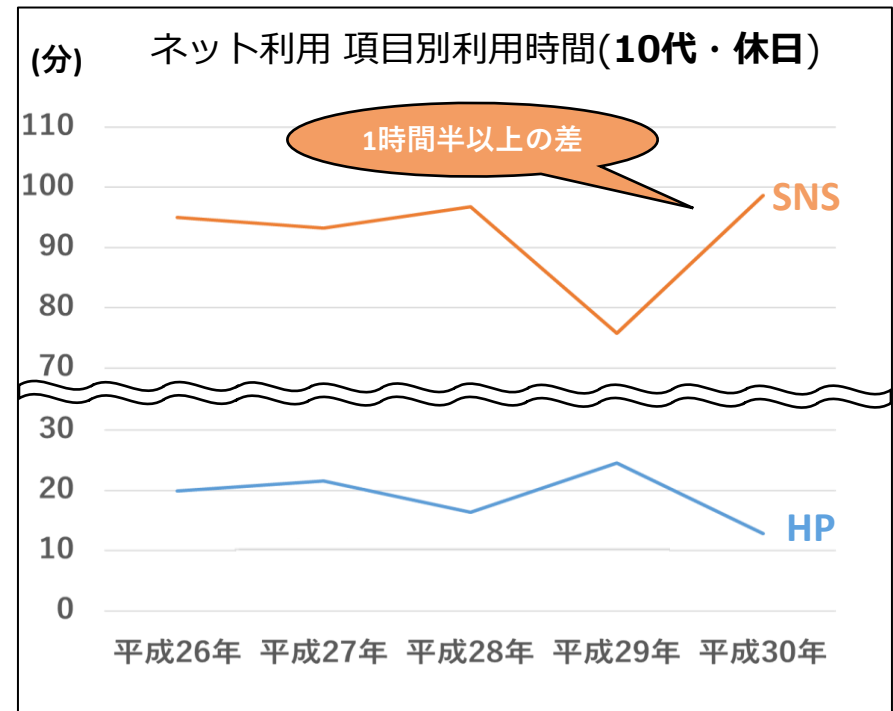
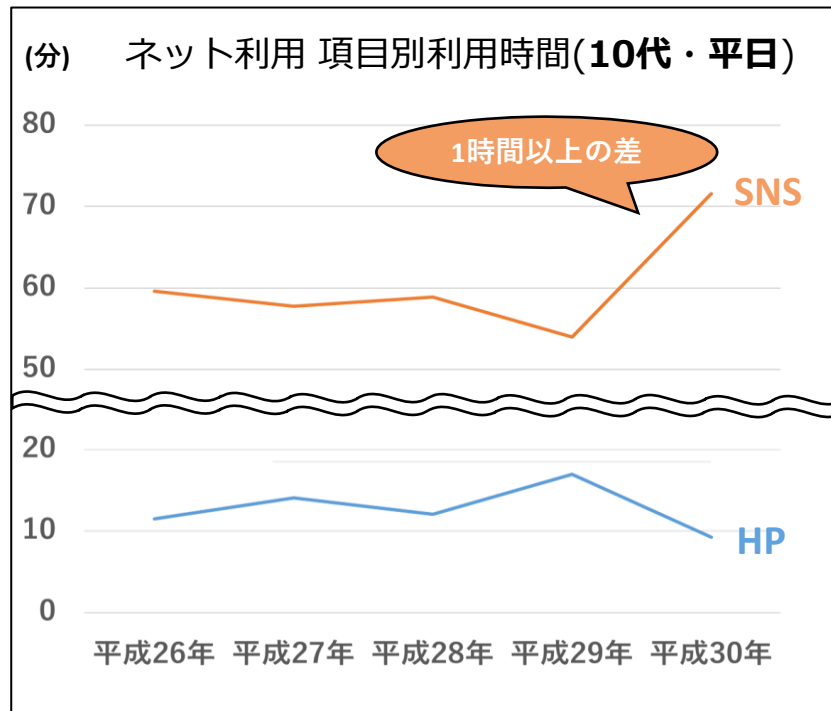
問い合わせ先 村井宗明 09082637020

LINE活用の参考資料

デジタル化 成功のポイントは、国民の 「HPからSNSへ」の変化に対応する事

① 10代

10代のネット利用の時間は、圧倒的にSNSの利用時間が多い。
パソコンを持たず、スマートフォンのみ利用のユーザーも多く、
顕著に利用時間の差が開いていく。

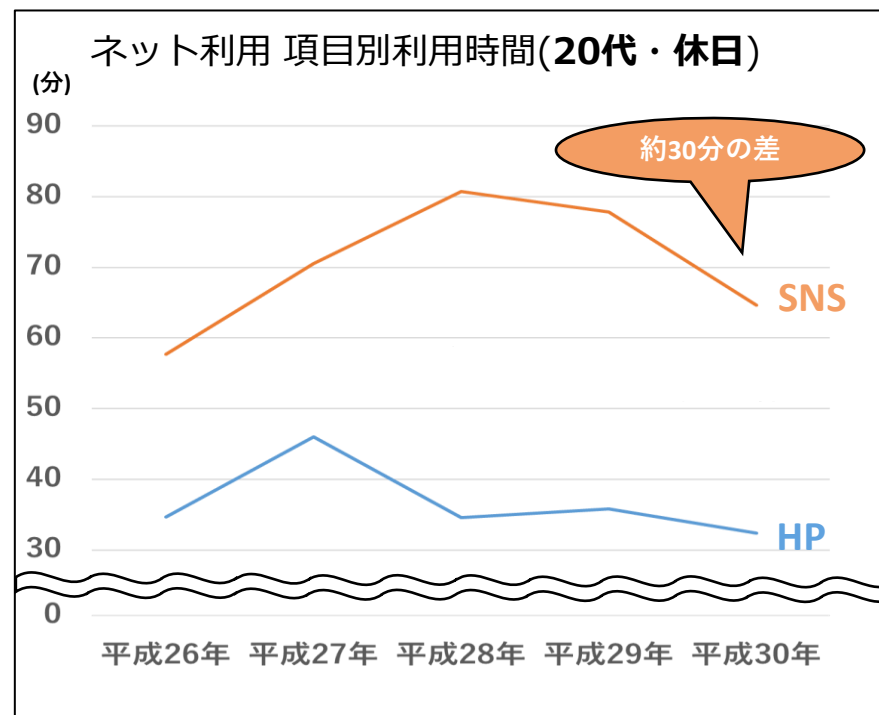
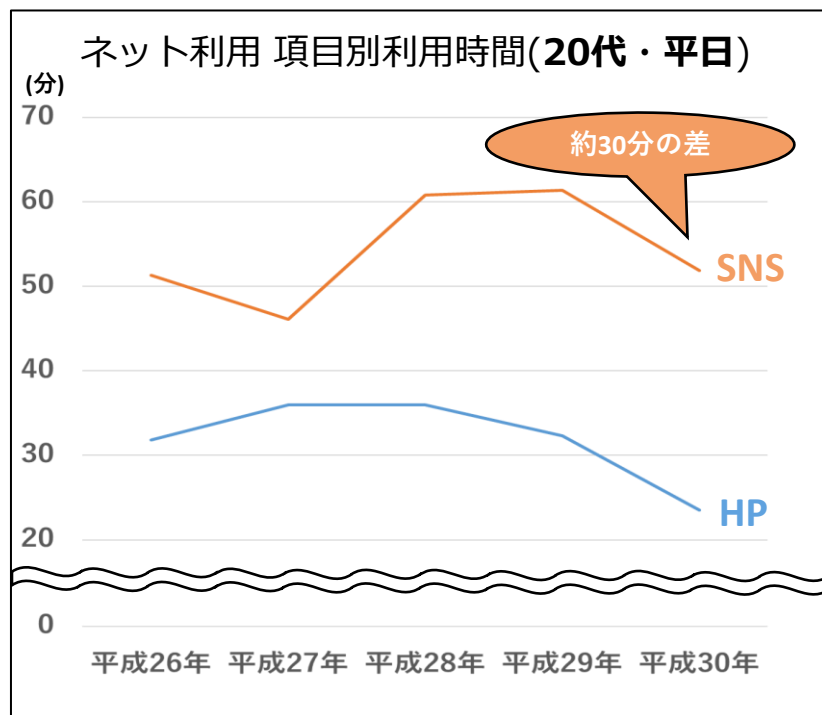


参考：総務省「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査(平成26年～30年)」
https://www.soumu.go.jp/iicp/research/results/media_usage-time.html

デジタル化 成功のポイントは、国民の 「HPからSNSへ」の変化に対応する事

② 20代

20代のネット利用の時間は、SNSの利用時間が多い。
今後は、子育て世代においてもSNSが主要な情報収集のツールとなる。

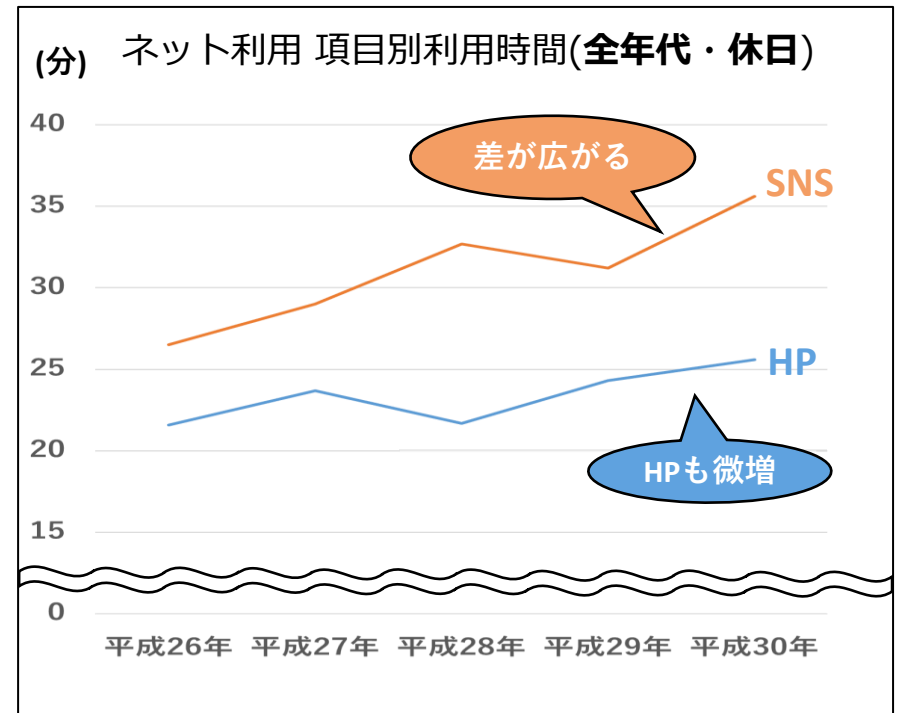
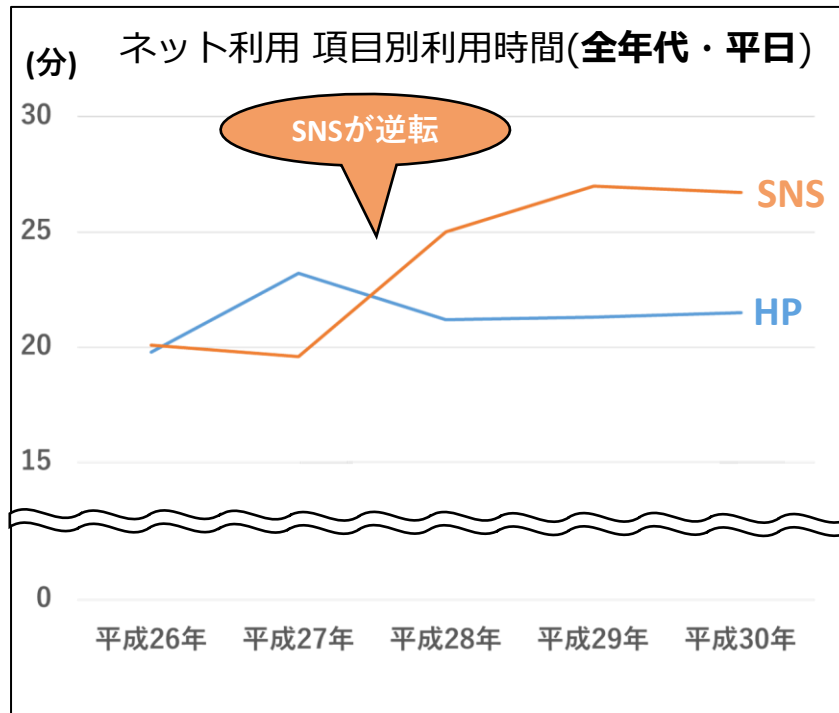


参考：総務省「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査(平成26年～30年)」
https://www.soumu.go.jp/iicp/research/results/media_usage-time.html

デジタル化 成功のポイントは、国民の 「HPからSNSへ」の変化に対応する事

③全世代

ネット利用の時間は、毎年ホームページより**SNSの利用時間が増加**している。
若者に限らず**全年代に当てはまる事象**であり、今後**更に利用時間の差が開く**と推測。



参考：総務省「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査(平成26年～30年)」
https://www.soumu.go.jp/iicp/research/results/media_usage-time.html

国内SNSのユーザー数

(総務省統計)

平成30年 全世代(N=1500)

