

大学生の携帯電話・電子メール利用状況2001

松田 美佐

The Usage of Mobile Phones and E-mail among University Students in 2001

Misa Matsuda

In this paper, I investigate how university students use mobile phones, mobile-mail (e-mail via mobile phone) and e-mail via PC. In particular, I examine the usage of mobile phones in comparison with the results of similar research done in 1999.

The major findings are as follows: (1) As in the 1999 research, the most important aspect of a mobile phone for men is that it is their own private line; for women, that it is a means of security. (2) People who use the caller-ID service as a basis for answering calls depend more on their mobile phones, and keep more selective relations with friends. (3) Generally, students use mobile-mail more than e-mail via PC. Women use mobile-mail more than men and men use e-mail more than women. (4) Since 1999, the use of mobile-mail has become more common among students, and they select mobile-mail as their means of communication in many situations. (5) Compared with people who use both mobile-mail and e-mail, people who use only mobile-mail are not good at using PCs and the Internet and feel them to be difficult to use. Those who use only mobile-mail tend to be freshmen and sophomores. (6) Heavy users of mobile phones and mobile-mail tend to be sociable, but this was not found with heavy PC e-mail users.

1. はじめに

本稿は2001年5、6月に関東の2大学と関西の2大学でおこなった携帯電話⁽¹⁾利用についての質問紙調査の結果を報告するものである。筆者を含めた研究グループでは1995年以来、インタビュー調査や質問紙調査によって携帯電話やPHS、ポケベルなど移動体メディアの利用実態を明らかにすると同時に、それらのメディアが人々のコミュニケーションや人間関係、社会に与える影響を考察してきた(たとえば、松田, 1996; 富田ほか, 1997; 松田ほか, 1998; 松田, 2000)。それらの研究の延長上にある今回の調査は、多機能化し、普及が進む携帯電話の利用実態を明らかにすると同時に、より直接的には1999年5-6月に関東と関西の大学生を対象として行った質問紙調査との比較検討を目的としている。

1999年におこなった調査では、携帯電話利用者は非利用者と比べるとより社会的であること、携帯電話は男性にはより「個人専用の連絡手段」として、女性にはより「安心のためのメディア」

して利用される傾向があること、文字通信機能は男性より女性が頻繁に利用する傾向があり、かつ女性の方が状況に応じてメディアを使い分けをおこなう傾向があること、携帯電話のヘビーユーザーはより社交性が高く、携帯電話を用いて「つきあう相手」をより選択する傾向があること、発信者番号表示を用いて通話相手の選別をおこなう人は、より携帯電話に依存する傾向があり、機械親和性やイノベーター度が高いこと、対人関係一般はより選択的であり、家族に対しても心理的距離をより感じていること、携帯電話利用者にとって「人間関係は大切」であり、携帯電話は友人との関係を保つ上で必需品と位置づけられているが、一方では他人に煩わされたくないという志向も高いことなどの傾向がみられた（岡田ほか、2000）。

これらの知見を踏まえ、まず、性別と利用頻度による利用状況の違いを99年調査と比較しながらまとめた上で、次に、iモードなどインターネット接続可能な携帯電話端末の普及により広がっている文字通信機能の利用状況とパソコンを経由しての電子メールの利用状況に焦点をあてて、調査結果を報告することとする。

2. 調査の概要

調査は2001年5月28日から6月7日にかけて、関東と関西の2つずつの私立大学で講義に出席していた学生を対象におこなった⁽²⁾。被調査者数は関東370名、関西216名の計586名。性別の構成比は男子34.6%、女子61.4%となっている。

質問した主な項目は次の通りである。(1)携帯電話、電子メール、ポケベルの利用経験。(2)携帯電話の利用のきっかけ。(3)同じく利用頻度と月々の利用料金。(4)同じくかける場所。(5)留守番電話、発信者番号表示サービス、文字通信などの各機能の利用状況。(6)携帯電話利用開始以後の行動・意識等の変化⁽³⁾。(7)「恋人の有無」、「友だち」「親友」の数および、「親友」と携帯電話のかかわり。(8)パソコン経由での電子メールの利用状況。(9)メディア機器の使い方がわからない場合の対応。(10)連絡目的にあわせたメディアの選択状況。(11)家庭のメディア機器と、利用ノウハウ。(12)イノベーター度や社交性、対人関係の志向などをたずねる態度尺度⁽⁴⁾。

3. 調査結果と考察

3.1. 携帯電話の利用状況

3.1.1. 利用者と非利用者

99年の調査では86.8%であった携帯電話利用者は今回、98.0%とさらに増加しており、ほとんどすべての大学生が携帯電話を利用していると言える。

そこで、利用者に「利用のきっかけ」について複数回答で尋ねた回答を紹介する。多く選ばれた項目は、99年調査でも今回の調査でも「待ち合わせに便利だから（99年調査65.0%→01年調査59.2%）」「非常時や緊急時に役立つと思ったから（同57.5%→63.8%）」「友達が利用しているから（同54.5%→59.9%）」がいずれも60%前後と大きな違いはみられない。今回の回答で大きく増えたのは、「おもしろそうなので（同13.8%→30.5%）」、「自分専用の連絡ツールがほしかったから（同35.1%→46.2%）」、「持たないと仲間はずれになるように感じたから（同6.2%→16.9%）」であり、減

少しているのが「外出が多く、家の電話ではつかまらないから（同36.7%→31.5%）」「ポケベルだと不便なので（同20.6%→13.2%）」「恋人が利用しているから（同8.3%→6.4%）」。「夜中も利用できるから（同20.2%→20.9%）」「友達や親、職場（バイト先）など他人から利用するように言われたから（同19.8%→20.9%）」はほとんど変わっていない。また、携帯電話からのインターネット接続サービスが話題となっているものの、「インターネットをするため」という回答は4.2%と多くない（99年調査では1.4%）。

3.1.2.通話利用の性差

99年調査からは、携帯電話は男性にはより「個人専用の連絡手段」として、女性にはより「安心のためのメディア」して利用される傾向があり、男性と比べると女性は友達だけでなく、家族とのコミュニケーション手段として携帯電話を利用する傾向がうかがえた。また、文字通信機能は女性の方が頻繁に利用する傾向がみられた。このうち文字通信機能の利用状況については、3.2節で紹介することとし、ここでは携帯電話の通話利用状況の性差をまとめる。

利用のきっかけとして男性に多いのは、「恋人が利用しているから」（カイ自乗検定 $p<0.1\%$ ）、「友達や親、職場（バイト先）など他人から利用するようにいわれたから」（同 $p<1\%$ ）であり、反対に女性に多いのは、「非常時や緊急時に役立つと思ったから」（同 $p<0.1\%$ ）、「ポケベルだと不便なので」（同 $p<0.5\%$ ）であった。利用場所として男性に多いのは、「自宅」（同 $p<0.1\%$ ）、「自動車の中」（同 $p<0.1\%$ ）、「飲食店」（同 $p<1\%$ ）、反対に女性に多いのは「駅、バス停」（同 $p<0.1\%$ ）であった。自宅での利用は一人暮らしであるか否かが影響している可能性もあるため、一人暮らしを除いた男女での回答を検討したところ、それでも「自宅」での利用は男性に多い傾向（同 $p<0.1\%$ ）がみられた。（表1参照）

通話の頻度は男女で差がなく、また一ヶ月当たりの利用料金にも差はみられない。発信者番号表示を用いての通話相手の選別（質問項目は「一般的に、携帯電話やPHSにはかかってきた相手の電話番号が表示されます。その表示をみて、相手によっては出ないことがありますか。」以下、「番通選択」と略）の経験も男女で差がないが、非通知表示の電話に対しては女性の方が電話に出ない傾向がある（「発信者番号が表示されなかったり、誰からかわからない電話がかかってきたりした場合、電話に出ないことがありますか」に対して、「よくある」男性15.5%、女性26.6%、「時々ある」男性23.7%、女性27.5%、「数回したことがある」男性25.8%、女性29.7%、「したことはない」男性34.5%、女性16.0%、T検定 $p<0.1\%$ ）。

携帯電話をもったことによる意識の変化を尋ねた項目^③で、女性に肯定的な回答が多いのは、「ちょっとした用件で連絡を取り合うことが増えた」「いつでも連絡できるという安心感もてるようになった」「常にもっていないと不安になる」「持つことで家族が安心するようになった」「家族とコミュニケーションをとることが増えた」（以上、T検定 $p<0.1\%$ ）、「携帯電話やPHSを持っていない人に連絡を取ることが減った」「携帯電話やPHSを持っている人との結びつきが強くなった」（以上、T検定 $p<1\%$ ）であり、反対に男性に多いのは「夜間に外出することが増えた」（T検定 $p<0.1\%$ ）であった（表2参照）。

表1 男女の利用状況差

		全体 (574)	男性 (171)	女性 (357)	カイ自乗 検定
利用のきっかけ	恋人が利用しているから	6.5%	11.3%	3.9%	p<0.1%
	友達など他人から利用するようにいわれたから	21.1%	27.3%	17.6%	p<1%
	非常時や緊急時に役立つと思ったから	63.2%	52.1%	69.2%	p<0.1%
	ポケベルだと不便なので	13.1%	6.7%	16.5%	p<0.5%
利用場所	自宅	55.6%	68.4%	48.6%	p<0.1%
	自宅（一人暮らしを除く）	50.0%	64.0%	43.5%	p<0.1%
	自動車の中	3.3%	7.2%	1.1%	p<0.1%
	飲食店	9.5%	14.0%	7.0%	p<1%
	駅、バス停	43.1%	31.8%	49.2%	p<0.1%

表2 携帯電話利用による行動・意識の変化（男女で有意差のある項目のみ）

		そう思う	まあそ う思う	あまりそ う思わ ない	そう思 わない	DKNA	T検定
ちょっとした用件で連絡を取り合うこと が増えた	男性	45.4%	32.5%	13.9%	4.6%	3.6%	p<0.1
	女性	55.7%	36.1%	5.9%	20.0%	0.3%	
いつでも連絡できるという安心感がもて るようになった	男性	38.7%	36.1%	17.5%	3.6%	4.1%	p<0.1
	女性	55.2%	31.7%	10.4%	2.5%	0.3%	
常にもっていないと不安になる	男性	21.6%	39.2%	26.3%	9.3%	3.6%	p<0.1
	女性	43.7%	36.4%	14.6%	5.0%	0.3%	
持つことで家族が安心するようになった	男性	11.3%	28.4%	35.1%	21.6%	3.6%	p<0.1
	女性	21.6%	44.8%	25.2%	8.1%	0.3%	
家族とコミュニケーションをとることが 増えた	男性	8.2%	26.8%	35.6%	25.8%	3.6%	p<0.1
	女性	15.7%	32.5%	42.9%	8.7%	0.3%	
携帯電話やPHSを持っていない人に 連絡を取ることが減った	男性	23.7%	24.2%	27.3%	21.1%	3.6%	p<1
	女性	26.3%	30.0%	27.7%	14.6%	1.4%	
携帯電話やPHSを持っている人との 結びつきが強くなった	男性	16.0%	37.1%	30.4%	12.9%	3.6%	p<1
	女性	23.0%	42.3%	25.5%	9.0%	0.3%	
夜間に外出することが増えた	男性	14.4%	20.6%	34.0%	27.3%	3.6%	p<0.1
	女性	5.3%	18.5%	39.8%	36.1%	0.3%	

おおむね、99年調査と同じ傾向がみられている。すなわち、携帯電話は男性にとってはより「個人専用の連絡手段」として、女性にはより「安心のためのメディア」して利用される傾向があり、男性と比べると女性は、友達だけでなく、家族とのコミュニケーション手段として携帯電話を利用する傾向がうかがえる。

注目したいのは、99年調査で性差がみられなかった非通知表示の電話に対する着信拒否経験の差である。これに、「自分の携帯電話番号を教えたくない相手」についての回答（複数回答可）をあわせてみよう。男女とも回答が多いのは、「初めて会った異性の人」「初めて会った同性の人」「初めて会った歳の離れている人」「そんな人はいない」であり、この傾向は99年と同じである。

しかし、「教えたくない相手」は「いない」との回答が男性で増え、半数近くとなっているのに対して、女性は変わらず四分の一程度のままで、性差がみられるようになった。また、男女とも「初対面の歳の離れている人」「初対面の男性」が避けられる傾向にあるが、相手による差は女性に大きい(表3)。

これらから推測されるのは、男性と比べると女性の方が、より限られた相手とのコミュニケーション手段として携帯電話を利用する傾向がみられるようになってきたことである。

筆者はかつて、男女を問わず若者には携帯電話の電話番号を「誰にでも」教える傾向がみられる一方、番通を活用することでかかってきた時点で相手を選別するため、携帯電話は若者の間で広まっている「選択的友人関係」と親和的であると議論した(松田, 2000)。しかし、かつての家庭におかれた電話と同じように、自分の電話番号を選んだ相手のみに教える傾向が女性に多くみられるようになってきたこと、また、かかってきた相手が不明の場合はそもそも電話に出ない傾向が女性に多くみられるようになったことは、このような関係性の保ち方に性差が考えられることを示唆するものであろう。

表3 電話番号を教えたくない相手(上位4回答まで)

	99年調査			01年調査		
	男性	女性	カイ自乗 検定	男性	女性	カイ自乗 検定
初対面の異性	13.8%	47.3%	p<0.1%	24.3%	59.2%	p<0.1%
初対面の同性	21.4%	13.4%		30.7%	20.7%	p<1%
初対面歳の離れている人	26.2%	37.2%	p<1%	32.3%	48.3%	p<0.1%
いない	26.2%	22.5%		45.5%	23.3%	p<0.1%

3.1.3. 「番通選択」者の特徴

99年の調査からは、発信者番号表示を用いて通話相手の選別をおこなう人は、より携帯電話に依存する傾向があり、機械親和性やイノベーター度が高く、対人関係一般はより選択的であり、家族に対しても心理的距離をより感じていることが明らかとなっている。では、今回の調査では番通選択経験者にはどのような傾向がみられるのであろうか⁵⁾。

まず、番通選択経験自体が99年時点より「一般化」している。99年では番通選択の経験者が57.5%で、うち、「よくある」人は6.5%、「時々ある」人は13.5%であった(残りは、「数回したことがある」)。しかし、今回「よくある」人は5.2%とほとんどかわらないものの、「時々ある」人は28.9%、「数回」を含めると番通選択の経験者は73.1%にのぼった。

番通選択の経験者は、経験のないグループと比べると、「友達が何か変わったものを持っているとすぐにほしくなる方だ」、「自分はいつも恋人といっしょに過ごしたいタイプだ」(以上、T検定、 $p<0.5\%$)、「人に対しての好き・嫌いが激しい方だ」(T検定、 $p<1\%$)、「自分は時間を守る方だ」(T検定、 $p<5\%$)と自分を考える傾向が高く、反対に「ひとりでいることは好きな方だ」は番通選択の経験のないグループに多い(T検定、 $p<5\%$)。性別や年齢、一人暮らしかどうかは関連しないが、番通選択経験のあるグループの方が一ヶ月当たりのこづかいは多い(T検定、 $p<0.1\%$)。親友の数には傾向がみられないが、経験者グループの方が友達の数も多く(T検定、 $p<5\%$)、恋人がい

る人も多い (T検定、 $p<0.1\%$) (表6参照)。

また、携帯電話利用による意識・行動の変化を尋ねた項目では⁽³⁾、「夜間・深夜に連絡を取ることが増えた」、「常に持っていないと不安になる」、「束縛されていると感じるようになった」、「自分の人間関係について家族が知らないことが増えた」(以上、T検定、 $p<0.1\%$)、「夜間に外出することが増えた」、「携帯電話やPHSを持っていない人に連絡を取ることが減った」、「個々人が携帯電話やPHSを持つことで家族がバラバラになっていくような気がする」(以上、T検定、 $p<0.5\%$)の各項目で経験者がより肯定的に答える傾向がみられた。

番通選択の「一般化」によって、99年調査時点でみられた機械親和性やイノベーター度の高さは見いだすことができなかったが、やはり番通選択者は経験のないグループと比較すると、携帯電話に依存する傾向があり、人間関係がより選択的である。また、携帯電話利用によって人間関係や自身の行動が変化していることをより強く感じている。

3.2. 携帯電話のメール利用とパソコン経由の電子メール利用

3.2.1. 両メール利用の性差

携帯電話利用者の中で、付属の文字通信機能(以下、携帯メール)を利用している人は97.4%であり、女性に多い(男性94.7%、女性99.7%、カイ自乗検定 $p<0.1\%$)。99年の調査でも男性は59.1%、女性は85.4%と性差がみられたが(カイ自乗検定 $p<0.1\%$)、携帯メールの「普及」に伴い、その差は小さくなり、ほぼ全員の携帯電話利用者が携帯メールを利用する傾向にある。

その結果、さまざまな状況において、携帯メール利用が「選ばれる」ことが増えている。8つの状況を挙げ、その場合の手段を「相手の自宅に電話をかける(自宅に直電)」、「相手の携帯電話・PHSに電話をかける(携帯電話に直電)」、「携帯電話・PHSでメールを送る(携帯メール)」、「パソコン等で電子メールを送る」、「Faxを送る」、「手紙を書く」、「直接会う」という7つから選んでもらうという質問をおこなったところ、99年調査ではほとんどの項目で1番回答が多かったのが「携帯電話に直電」であり、2番目に回答が多かったのは「自宅に直電」あるいは「携帯メール」にわかれた。しかし、今回の調査では「携帯メール」という選択が1位となった項目が8状況中、男性で4つの状況、女性で6つの状況となった(表4)。

さて、パソコン経由の電子メール利用(以下、パソコンメール)には性差がみられない(男性79.8%、女性80.1%)。それぞれの利用頻度をみると、男女とも、パソコンメールよりも携帯メールの利用頻度が高いが、携帯メールは女性に、パソコンメールは男性に利用頻度が高いのが特徴的である(表5)。

次に、携帯メールやパソコンメールでのみつきあっていて、会ったことのない「友人」(以下、「メル友」)の有無についてであるが、携帯メールによる「メル友」経験(「現在いる」「かつていた」をあわせた数)があるのは男性の27.2%、女性の27.3%、パソコンメールによる「メル友」経験があるのは男性の21.7%、女性の17.0%といずれも差がみられない。しかし、今後「メル友」がほしいかどうかを尋ねたところ、携帯メールでは男性の17.1%、女性の4.2%(カイ自乗検定 $p<0.1\%$)、パソコンメールでは男性の23.0%、女性の11.7%(カイ自乗検定 $p<0.1\%$)が「ほしい」と差が見られる。

表4 状況別のメディア選択

		99年調査		01年調査	
		1位	2位	1位	2位
緊急の連絡を送るとき	男	携帯電話に直電 87.1%	自宅に直電 9.1%	携帯電話に直電 91.6%	自宅に電話 5.3%
	女	同 88.6%	同 7.8%	同 94.6%	同 2.9%
深夜に連絡を取りたいとき	男	携帯電話に直電 69.2%	携帯メール 18.8%	携帯メール 54.7%	携帯電話に直電 40.5%
	女	同 60.8%	同 33.5%	同 72.0%	同 26.9%
緊急ではないが、用事のあるとき	男	携帯電話に直電 55.5%	自宅に直電 16.3%	携帯メール 59.0%	携帯電話に直電 33.5%
	女	同 41.5%	携帯メール 26.3%	同 76.4%	同 15.9%
用事はないが、時間が空いたので誰かと連絡を取りたいとき	男	携帯電話に直電 57.8%	携帯メール 18.8%	携帯メール 66.3%	携帯電話に直電 24.2%
	女	同 41.1%	同 37.6%	同 81.0%	同 12.6%
あまり頻繁に連絡を取っていない友だちに連絡を取りたいとき	男	携帯電話に直電 25.5%	自宅に直電 24.5%	携帯メール 54.0%	携帯電話に直電 25.9%
	女	手紙 34.2%	携帯電話に直電 25.5%	同 67.6%	手紙 13.2%
待ち合わせ予定の変更を伝えるとき	男	携帯電話に直電 85.5%	携帯メール 9.7%	携帯電話に直電 55.0%	携帯メール 41.8%
	女	同 78.1%	同 20.0%	携帯メール 51.7%	携帯電話に直電 47.4%
悩み事の相談をするとき	男	直接会う 41.8%	携帯電話に直電 30.8%	直接会う 36.2%	携帯電話に直電 35.1%
	女	同 32.8%	自宅に直電 31.4%	同 35.6%	同 29.3%
遊びの誘いをするとき	男	携帯電話に直電 78.4%	自宅に直電 10.1%	携帯電話に直電 50.0%	携帯メール 45.3%
	女	同 70.8%	携帯メール 14.4%	携帯メール 72.1%	携帯電話に直電 25.3%

表5 携帯メールとパソコンメールの利用頻度

		1日20通以上	1日に10～20通	1日に2,3～10通	1日に1,2通	1週間に2,3～4,5通	1週間に1,2通	1週間に1,2通未満
ケータイメール	男性	11.1%	14.4%	50.6%	12.8%	9.4%	1.1%	0.6%
	女性	15.5%	34.1%	44.5%	4.2%	1.4%	0.0%	0.3%
パソコンメール	男性	3.3%	4.0%	15.4%	13.4%	16.1%	34.2%	13.4%
	女性	1.4%	0.7%	7.8%	10.3%	16.0%	34.5%	29.2%

3.2.2.携帯メールのみの利用者の特徴

携帯電話利用者の97.4%が携帯メールを利用していることから、以下では携帯メール利用者に限って、携帯メールのみ利用している人と携帯メールとパソコンメールを併用している人との比較をしたい。

携帯メール利用者は559人、そのうち20.4%が携帯メールのみの利用しており、残りの79.4%は携帯メールとパソコンメールを併用していた（無回答は0.2%）

携帯メールのみの利用者と併用者の間では、「人と遊ぶより機械いじりの方が好きだ」について、併用者と比べると携帯メールのみの利用者は否定的に答える傾向がみられた（T検定、 $p<5\%$ ）。また、テレビやビデオなど家庭のメディア機器の操作能力を尋ねた項目では、自宅の電話、携帯電話、テレビ、ビデオについては差がみられないが、パソコン・インターネットとファックスの二項目について「あまり使いこなせない」「使えない/使わない」の回答が携帯メールのみの利用者が多い（カイ自乗検定、 $p<0.1\%$ ）。「パソコンやインターネットを使っていてわからないことがあ

るときにはどうしますか」という質問に対して、併用者は「詳しい知人に聞く(52.2%)」「とにかくいろいろさわってみる(23.6%)」「付属の取扱説明書を読む(17.7%)」「あきらめる(2.9%)」の順であるが、携帯メールのみの利用者は「詳しい知人に聞く(56.5%)」「付属の取扱説明書を読む(20.7%)」「あきらめる(12.0%)」「とにかくいろいろさわってみる(10.9%)」となっており(T検定、 $p<0.1\%$)、「あきらめる」が多めであることと「さわってみる」が少な目であることが特徴的である。

しかし、両者の間の携帯メールの利用頻度に差はなく、イノベーター度や社交性、対人関係の志向などにも差はみられない。性やこづかいなどでも特に傾向はみられない。

携帯メールのみ利用するのか、パソコンメールを併用するのかを規定するのは、学年である。携帯メールのみの利用者の割合は、1年生では27.2%、2年生では15.7%、3年生では13.9%、4年生では8.7%と学年があがるにつれ、減少する(カイ自乗検定 $p<0.5\%$)。

以上の結果から推測されるのは、携帯メールのみの利用者はパソコンやインターネットに対して苦手意識をもっており、実際の利用も少ないが、それは「苦手であるから利用しない」のではなく、むしろ、「これまで利用の機会がなかったために、なんとなく苦手である」のであろう。ゆえに、大学の授業を通じて、あるいは就職活動などパソコンやインターネットを利用する必要がある機会が増えるにしたがって、携帯メールのみの利用者が携帯メールとパソコンメール併用者へと移行し、同時に非利用時にもっているパソコンやインターネットに対する苦手意識を「克服する」可能性があるのではなかろうか。

3.3. ヘビーユーザーの特徴

3.3.1. 通話ヘビーユーザー

99年度調査同様、今回も携帯電話の利用頻度を尋ねる項目を3つ用意した。毎月の利用料金と、携帯電話の通話発信回数、通話受信回数である。メールヘビーユーザーとの比較を考え、発信回数と受信回数を合わせた通話利用回数を出し、回答者が均等にわかれるよう3つにカテゴリー化した⁽⁶⁾。以下、LSD検定で $P<5\%$ の有意差を基準として結果をまとめる(表6参照)。

ヘビーユーザーはライトユーザーと比べ、一ヶ月当たりの利用料金が高く、こづかいも多い。年齢や学年、性別や一人暮らしかどうかは関連していない。99年調査で明らかになった傾向通り、ヘビーユーザーはより社会的であり、ライトユーザーと比べ、親友や友人の数が多く、「恋人がいる」傾向がある。

ヘビーユーザーは「社会的な集まりにはよく出かける方」で、「知らない人と話すのは苦にならず、「自分は他人に好かれる方」である。「自分の家族は他人の家族と較べて仲がいい方」「自分はいつも恋人といっしょに過ごしたいタイプだ」についても肯定的であり、ゆえに「人間関係は財産だ」と思っている。反対に、「自分と仲の良い人以外には何を思われても関係ないと思う」と「一人でいることは好きな方だ」については、ヘビーユーザーはライトユーザーと比べ、肯定的な回答が少ない。「人と遊ぶより、機械いじりの方が好き」なのはライトユーザーだが、「面と向かって話すより電話で話す方が好き」なのはヘビーユーザーである。また、ヘビーユーザーは番通選択の経験が高く、番通選択をおこなうことが「よくある」「時々ある」割合も高い。

ヘビーユーザーは単に人間関係を重視しているだけでなく、孤独が苦手で、選んだ好きな相手と常に一緒にいることを好む傾向があるように思われる。

また、「友達が何か変わったものを持っているとすぐにほしくなる方だ」「同じものをいつまで

も使っていると飽きてしまう方だ」についても、ライトユーザーに比べるとヘビーユーザーに肯定的な回答が多く、イノベーター度が高い。

3.3.2.携帯メールヘビーユーザー

次に、携帯メールについてであるが、通話ヘビーユーザー同様に携帯メール利用頻度別に3カテゴリーにわけた⁽⁷⁾。以下、同様にLSD検定で $P < 5\%$ の有意差を基準として結果をまとめる(表6参照)。

携帯メールヘビーユーザーは女性が多く(携帯メール利用者全体では男性32.2%、女性63.5%、ヘビーユーザーに限ると男性20.7%、女性79.3%)、平均年齢は低い。一ヶ月当たりのこづかいは多いが、一人暮らしかどうか、学年については有意差がみられない。ヘビーユーザーには恋人がいる人が多く、友達の数も多いが、親友の数には利用頻度での有意差がみられない。ヘビーユーザーは、ライトユーザーと比べると、通話ヘビーユーザーでもある傾向が高く、一ヶ月当たりの携帯電話利用料金も高いが、パソコンメールの利用頻度とは関連がみられない。携帯メールによる「メル友」経験はヘビーユーザーに多いが(ヘビーユーザーの30.5%が「経験あり」、ライトユーザーでは11.9%)、今後の「メル友」獲得希望には差がみられない(ヘビーユーザー：7.8%、ライトユーザー：9.0%)。

携帯メールヘビーユーザーを特徴づけるのも、社交性である。「社交的な集まりにはよく出かける方だ」「自分は他人に好かれる方だ」「人間関係は財産だ」「自分はいつも恋人といっしょに過ごしたいタイプだ」の各項目ではヘビーユーザーの肯定的回答が多く、反対に「人に頼ったり頼られたりするのとは煩わしい」「人と遊ぶより、機械いじりの方が好きだ」「ひとりでいることは好きな方だ」「社会や他人により自分の生活がまず大事だ」に肯定的な回答が多いのはライトユーザーである。

また、イノベーター度の高さも、通話ヘビーユーザーと同様で、「友達が何か変わったものを持っているとすぐにほしくなる方だ」「同じものをいつまでも使っていると飽きてしまう方だ」についても、ライトユーザーに比べるとヘビーユーザーに肯定的な回答が多くみられた。

3.3.3.パソコンメールヘビーユーザー

パソコンメールについても利用頻度別に3カテゴリーにわけ⁽⁸⁾、以下、同様にLSD検定で $P < 5\%$ の有意差を基準として結果をまとめる(表6参照)。

パソコンメールヘビーユーザーには男性が多めで(パソコンメールユーザー全体では男性34.7%、女性65.3%、ヘビーユーザーに限ると男性が48.6%、女性51.4%となる)、年齢、学年共に高い。一人暮らしかどうか、一ヶ月当たりのこづかい、携帯通話頻度や携帯メール利用頻度、携帯電話利用料金とは関連性がみられない。親友の数や友達の数、恋人の有無も関連していない。

表6 通話・携帯メール・パソコンメールヘビーユーザー、番通選択経験者の特徴

	通話ヘビー	携帯メールヘビー	パソコンメールヘビー	番通選択経験者
通話利用頻度		+		+
携帯メール利用頻度	+			+
パソコンメール利用頻度				
携帯電話利用料金 一ヶ月のこづかい	多い	多い		多い
年齢		低い	高い	
学年			高い	
性別		女性>男性	男性>女性	
親友の数	多い			
友達の数	多い	多い		多い
恋人の有無	いる	いる		いる
態度尺度 ⁽⁴⁾				
友だちが何か変わったものを持っているとすぐにはくなる方だ	+	+		+
同じものをいつまでも使っていると飽きてしまう方だ	+	+		
人に頼ったり頼られたりするの煩わしい		-		
社交的な集まりにはよく出かける方だ	+	+		
知らない人と話すのは苦にならない	+			
面と向かって話すより電話で話す方が好きだ	+			
人と遊ぶより、機械いじりの方が好きだ	-	-	+	
自分は他人に好かれる方だ	+	+		
自分はいつも恋人といっしょに過ごしたいタイプだ	+	+		+
自分と仲の良い人以外には何を思われても関係ないと思う	-			
人に対しての好き・嫌いが激しい方だ				+
自分の家族は他人の家族と較べて仲がいい方だ	+			
親に対して隠し事はしていない				
人間関係は財産だ	+	+		
ひとりでいることは好きな方だ	-	-		-
社会や他人より自分の生活がまず大事だ		-		
自分は時間を守る方だ			+	+

ヘビーユーザーはいずれもそれぞれのライトユーザーとの比較で有意差のみられたもの、番通選択経験者は経験のないグループとの比較。態度尺度での「+」は肯定的な回答が多いこと、「-」は否定的な回答が多いことを指す。空白箇所は関連性がみられないことを意味する。

パソコンメールによる「メル友」経験は多く（ヘビーユーザーでは38.1%：ライトユーザーでは8.7%）、今後の「メル友」獲得希望もヘビーユーザーに多い（ヘビーユーザー：35.7%、ライトユーザー：14.6%）。これは、パソコンメールの利用きっかけを尋ねた項目にもあらわれており、「新しい友達がほしかったから」を選んだ人はヘビーユーザーに多い。

しかし、通話ヘビーユーザーや携帯メールヘビーユーザーのように社交性に高いという傾向はみられず、態度尺度を尋ねた項目で有意差がみられたのは、「人と遊ぶより、機械いじりの方が好きだ」「自分は時間を守る方だ」のみで、ライトユーザーよりヘビーユーザーに肯定的な回答が多い。

他の利用きっかけとしては、「夜中でも利用できるから」「自分専用の連絡ツールがほしかったから」「非常時や緊急時に役立つと思ったから」「友達や親、職場（バイト先）など他人から利用するように言われたから」「携帯電話やポケベルの文字送受信では短すぎたから」などでヘビーユーザーの肯定的回答が多く、反対に「大学でアドレスを割り当てられたから」はライトユーザーに多い。

概して、通話ヘビーユーザーと携帯メールヘビーユーザーは共通する部分が多いが、パソコンメールヘビーユーザーはやや異なる傾向をもつグループであることがわかる。

4. おわりに

最後に、今回の調査から明らかとなった大学生の携帯電話、携帯メール、パソコンメール利用状況と各メディアのヘビーユーザーの特徴をまとめた上で、今後の検証が必要な課題について提起したい。まず、今回の調査から得られた知見は以下のようにまとめることができる。

- (1) 99年の調査結果同様、携帯電話は男性にとってはより「個人専用の連絡手段」として、女性にはより「安心のためのメディア」して利用される傾向があり、男性と比べると女性は友達だけでなく、家族とのコミュニケーション手段として携帯電話を利用する傾向がうかがえる。
- (2) 発信者番号表示を用いての通話相手の選別は99年時点より「一般化」しており、そのような経験のある人はより携帯電話に依存する傾向があり、人間関係がより選択的である。
- (3) パソコンメールより携帯メールの方が利用頻度が高いが、それぞれについては携帯メールは女性に、パソコンメールは男性に利用頻度が高い。
- (4) 携帯メールの利用が広がっており、さまざまな状況でもっとも利用される連絡手段となっている。
- (5) 携帯メールのみの利用者は携帯メール・パソコンメール併用者に比べると、パソコンへの苦手意識をもっており、実際の利用も少ない。しかし、携帯メール利用者は低学年に多く、今後パソコン・インターネットの利用機会が増えるにつれ、パソコン利用に向かうことが予想される。
- (6) 「社交性の高さ」が通話のヘビーユーザー、携帯メールヘビーユーザーの特徴であるが、パソコンメールヘビーユーザーにはあてはまらない。

おおむね、99年調査で得られた知見を裏づけるデータを今回の調査からも得ることができた。しかし、この2年間で爆発的に普及した携帯メールの利用状況については、今回の調査からはわからない部分も多く、また同じように大学生にとって日常的なメディアとなっているパソコンを用

いたメールの利用状況やそれが人間関係やコミュニケーションに与える影響、ヘビーユーザーの特性などについては、今後別の角度からの調査が必要である。

注

- (1) 本稿では、携帯電話にPHSを含めた総称として「携帯電話」を用いることとする。
- (2) 同時期に東北・関東・関西のそれぞれ一大学で同じ質問紙調査をおこなったが（回収数は計244）、1999年調査との比較のため、1999年調査と同じ大学での回収票のみを本稿での分析対象とする。なお、1999年調査の被調査者数は関東298名、関西292名の計590名。性別の構成比は男子35.6%、女子63.4%。富田(2002)も参照。
- (3) 以下の各項目について、「あなたは携帯電話やPHSを使うようになって、次のようなことを感じることがありますか」という質問をおこない、「そう思う」「まあそう思う」「あまりそう思わない」「そう思わない」の4段階の中から選択する形式をとった。
 - 「行動面での自由が増えた」
 - 「夜間に外出することが増えた」
 - 「夜間・深夜に連絡を取ることが増えた」
 - 「常に持っていないと不安になる」
 - 「束縛されていると感じるようになった」
 - 「人との連絡やコミュニケーションの回数が増えた」
 - 「携帯電話やPHSを持っていない人に連絡を取ることが減った」
 - 「いつでも連絡できるという安心感がもてるようになった」
 - 「持つことで家族が安心するようになった」
 - 「自分の人間関係について家族が知らないことが増えた」
 - 「家に連絡を入れたり、家族とコミュニケーションをとることが増えた」
 - 「個々人が携帯電話やPHSを持つことで家族がバラバラになっていくような気がする」
 - 「携帯電話やPHSを持っている人との結びつきが強くなった」
 - 「自宅にある電話の利用が減った」
 - 「自宅の電話で長電話しなくなった」
 - 「ちょっとした用件で連絡を取り合うことが増えた」
 - 「人と直接会って話をするが増えた」
- (4) 以下の各項目について、「あまたには次のようなことがどのくらいあてはまりますか」という質問をおこない、「そう思う」「まあそう思う」「あまりそう思わない」「そう思わない」の4段階の中から選択する形式をとった。
 - 「友だちが何か変わったものを持っているとすぐにほしくなる方だ」
 - 「同じものをいつまでも使っていると飽きてしまう方だ」
 - 「他人に迷惑をかけないようにいつも気をつけている」
 - 「人に頼ったり頼られたりするのは煩わしい」
 - 「社交的な集まりにはよく出かける方だ」
 - 「知らない人と話すのは苦にならない」
 - 「面と向かって話すより電話で話す方が好きだ」
 - 「人と遊ぶより、機械いじりの方が好きだ」

「自分は他人に好かれる方だ」
「連絡をあまりとらない人は友達ではない」
「自分はいつも恋人といっしょに過ごしたいタイプだ」
「自分と仲の良い人以外には何を思われても関係ないと思う」
「人に対しての好き・嫌いが激しい方だ」
「自分の家族は他人の家族と較べて仲がいい方だ」
「親に対して隠し事はしていない」
「人間関係は財産だ」
「ひとりでいることは好きな方だ」
「自分たちの世代はマナーがよい方だ」
「社会や他人より自分の生活がまず大事だ」
「自分は時間を守る方だ」

- (5) なお、この番通選択が若者に「特有」の携帯電話の利用形態であることについては、松田(2001)。
- (6) 携帯電話で通話する際の利用頻度を、「かける回数」「うける回数」それぞれについて「1.一日10回以上」「2.一日5～9回」「3.一日3～4回」「4.一日1～2回」「5.週5～6回」「6.週3～4回」「7.週2回以下」から選んでもらい、両者を足しあせた結果が、「2」～「6」となった29.6%をヘビーユーザー、「7」～「9」となった36.9%をミドルユーザー、「10」～「14」となった33.1%をライトユーザーとした (NAは0.3%)。
- (7) 携帯メールのやりとりが、「一日10通以上」と答えた41.3%をヘビーユーザー、「一日2,3通から10通程度」の46.3%をミドルユーザー、「一日1,2通以下」の12.2%をライトユーザーとした (NAは0.2%)。
- (8) パソコンメールのやりとりが、「一日1,2通以上」と答えた25.2%をヘビーユーザー、「一週間に1,2通～4,5通」の49.5%をミドルユーザー、「一週間に1,2通以下」の22.8%をライトユーザーとした (NAは2.6%)。

引用文献

- 松田美佐 1996 「移動電話利用のケース・スタディ」『東京大学社会情報研究所調査研究紀要』第7号
- 松田美佐 2000 「若者の友人関係と携帯電話利用」『社会情報学研究』第4号
- 松田美佐 2001 「パーソナルフォン・モバイルフォン・プライベートフォン—ライフステージによる携帯電話利用の差異」川浦康至・松田美佐編『現代のエスプリ』至文堂
- 松田美佐・富田英典・藤本憲一・羽瀨一代・岡田朋之 1998 「移動体メディアの普及と変容」『東京大学社会情報研究所紀要』第56号
- 岡田朋之・松田美佐・羽瀨一代 2000 「移動電話利用におけるメディア特性と対人関係」『平成11年度情報通信学会年報』
- 富田英典 2002 予定 「メディア利用に関する日本とカナダの比較研究」『社会学部論集』第35号
佛教大学社会学部
- 富田英典・藤本憲一・岡田朋之・松田美佐・高広伯彦 1997 『ポケベル・ケータイ主義!』ジヤストシステム