

2002年4月

— 全国の16～29歳の男女1,500名に聞いた —

# 青年層の通信メディア利用調査

第一生命保険相互会社(社長 森田富治郎)のシンクタンク、ライフデザイン研究所(所長 千葉商科大学学長 加藤寛)では、全国の16～29歳の男女1,500名を対象に標記についてのアンケート調査を実施いたしました。

このほど、その結果がまとまりましたので、ご報告いたします。

## 目次

アンケート調査の実施概要	1
【情報通信メディアの利用状況 (加入電話)】	2
【情報通信メディアの利用状況 (携帯電話)】	3
【情報通信メディアの利用状況 (パソコン)】	4
【情報通信メディアの利用状況 (郵便等)】	5
【話す内容によって選択される通信メディア】	6
【友人の種類によって選択される通信メディア】	7
【友人の種類によって選択される通信メディア(時系列)】	8
【通信メディアが既存の友人関係に与える影響】	9
【通信メディアが新しい友人関係の構築に与える影響】	10
【研究員のコメント】	11

\*この冊子は、当研究所発行の調査月報、「LDI REPORT」の4月号の要約です。  
「LDI REPORT」を4月号ご希望の方は、  
右記の広報担当までご連絡ください。

### お問い合わせ

株式会社ライフデザイン研究所  
業務推進部広報担当 / 福原・岸

〒100-0006

東京都千代田区有楽町 1-13-1

TEL . 03 - 5221 - 4772

FAX . 03 - 3212 - 4470

## アンケート調査の実施概要

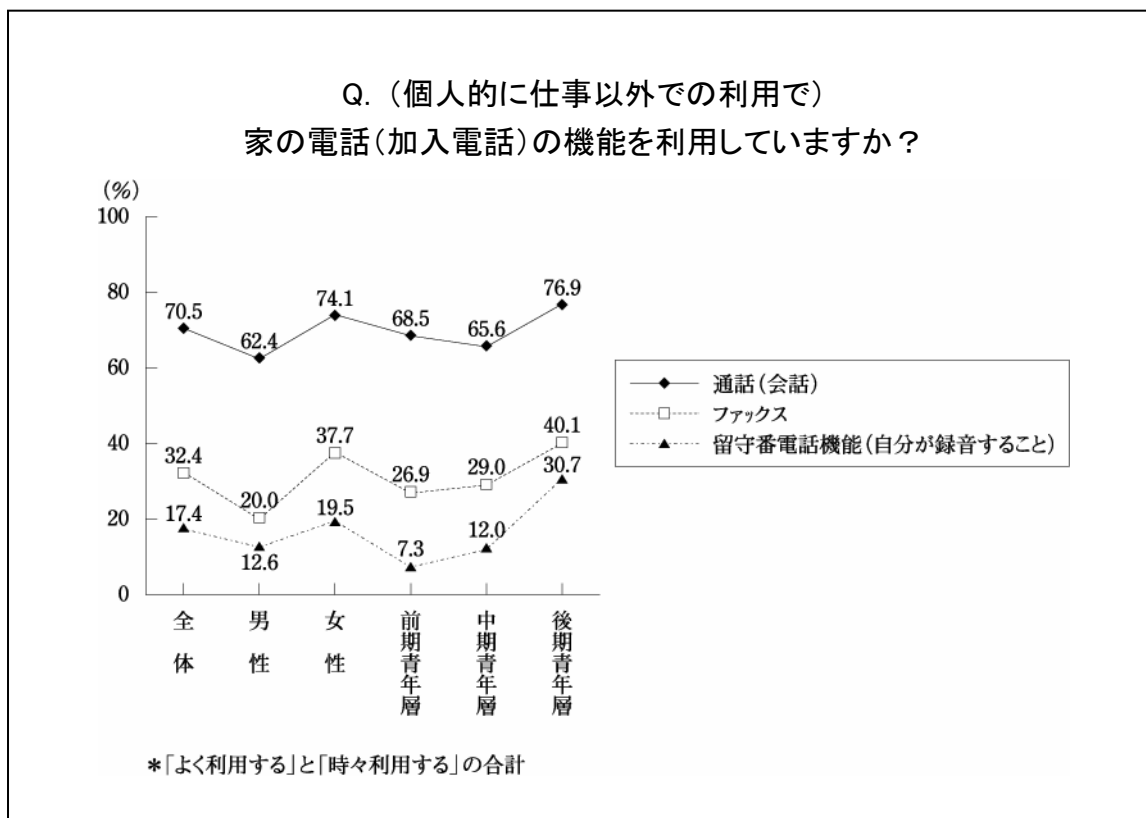
1. 調査対象 全国の16～29歳の男女1,500名  
(ライフデザイン研究所のモニター)
2. 実施時期 2001年11月
3. 調査方法 質問紙郵送調査法
4. 有効回収数(率) 1,386名(92.4%)
5. 回答者の属性

(単位:%)

年齢構成	前期青年層(16～19歳)	30.9
	中期青年層(20～24歳)	32.9
	後期青年層(25～29歳)	36.2
性別	男性	30.5
	女性	69.5
居住地	首都圏(一都三県)	54.4
	大阪府	15.1
	その他	30.4
職業	会社員・公務員・団体職員	17.6
	自営・自由業(家族従業員も含む)	1.6
	専業主婦	13.7
	公立高校の高校生	11.5
	私立高校の高校生	9.0
	大学生・大学院生	27.0
	パート・アルバイト・派遣社員	12.9
	その他	4.0
	無職	2.5
	N. A	0.1

## 情報通信メディアの利用状況①（加入電話）

- ・25歳未満層では、加入電話で会話しない人が3割を超えている。
- ・加入電話の利用は、各機能ともに女性の利用割合が男性よりも高い。



回答者全体でみると、「通話(会話)」では70.5%、「ファックス」では32.4%、「留守番電話機能(自分が録音すること)」については17.4%の人が利用している結果となりました。

家の電話に関わるサービスについては、各機能ともに男性より女性での利用が多いようです。これは、男性より女性の方が家にいることが多いので、必然的に加入電話の利用が多いものと考えられます。

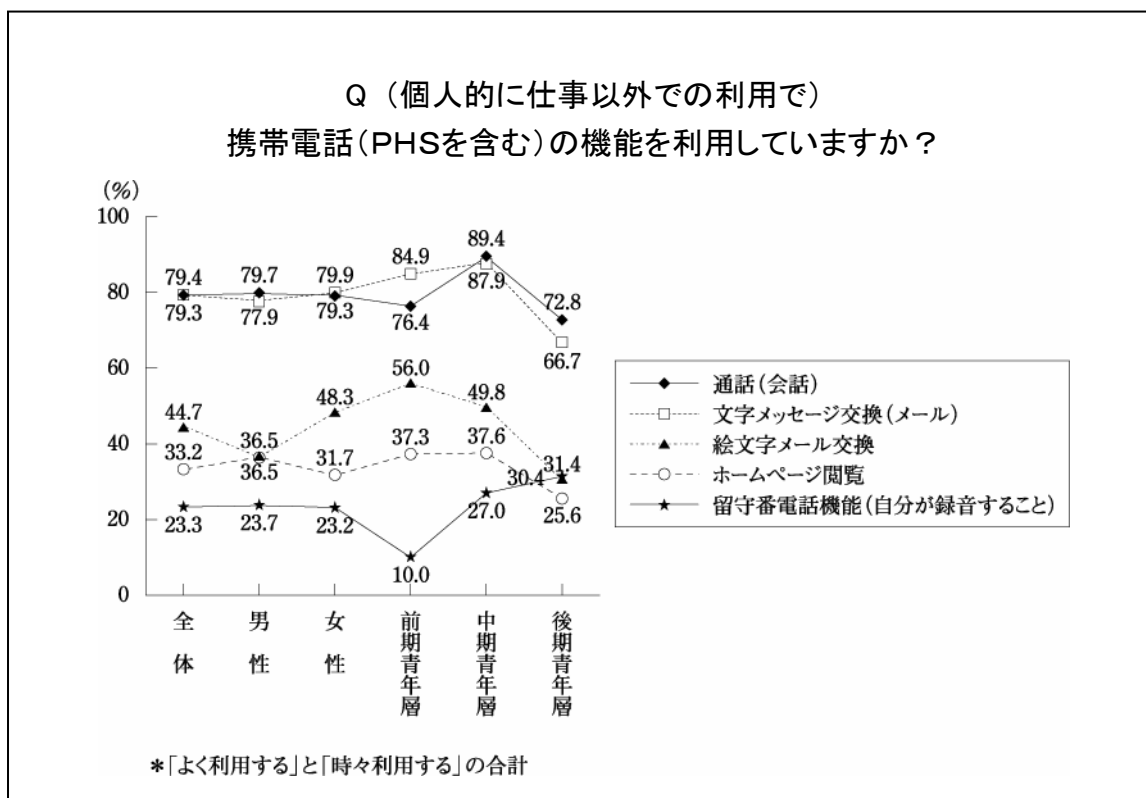
また年代別にみると、加入電話の利用は25～29歳層で最も多くなっており、その理由として、携帯電話やPHSの利用が他の年代よりも少ないことから、その分、加入電話の利用が多いと思われます。

### <研究員からのコメント>

今回の調査から、女性は男性より加入電話を利用する分、他のメディアの利用が男性より少ないという結果は出ていません。むしろ、女性は多様なメディアを使い分けて頻繁に活用している様子がうかがえます。

## 情報通信メディアの利用状況②（携帯電話）

- ・20～24 歳層における「通話機能」「文字メッセージ機能」の利用は 9割近くを占め、最も利用率が高い。
- ・「絵文字メール交換」は 16～19 歳層での利用が特に多い。



### <通話機能・文字メッセージ交換機能>

年代別では、16～19 歳層で「文字メッセージ交換」が 84.9%と多いのに対して、その分通話の利用率がやや低く、20～24 歳層では、「通話機能」、「文字メッセージ交換機能」が共に9割近くを占めました。25～29 歳層では、「通話機能」、「文字メッセージ交換機能」ともに他の年代に比べて最も利用が少ない結果となりました。

### <絵文字メール交換>

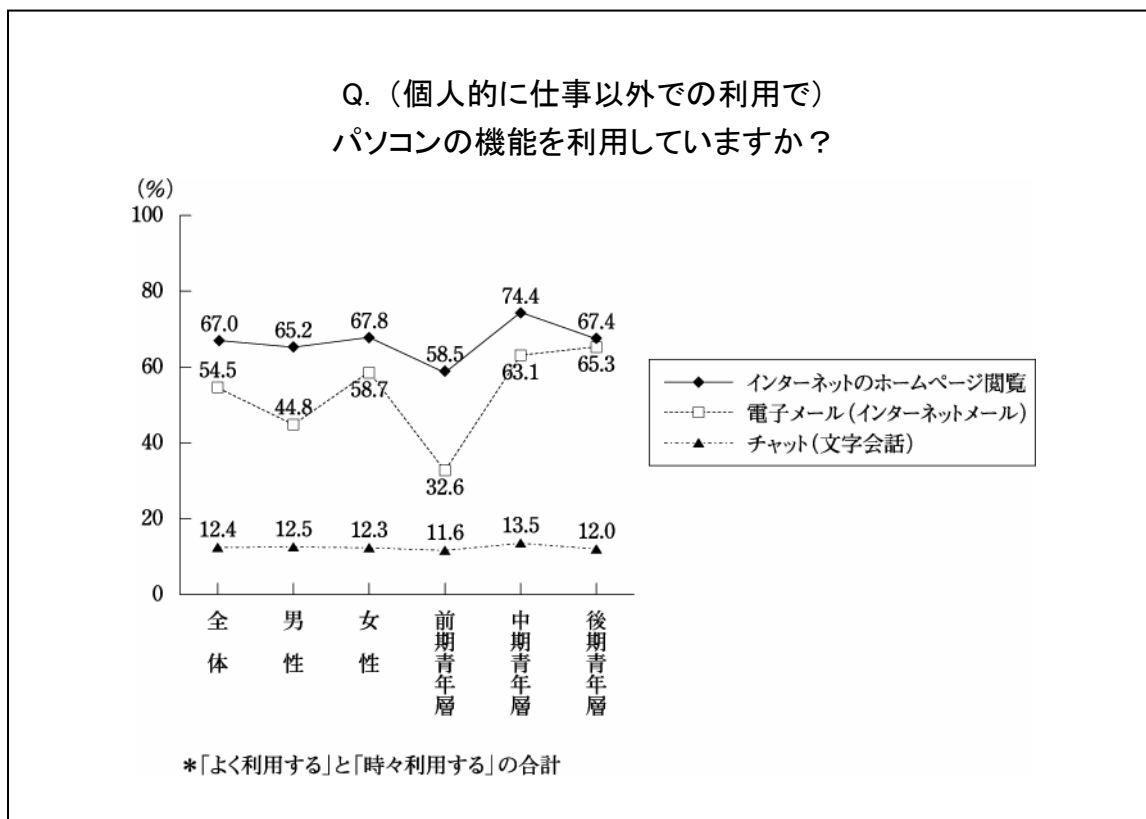
また、「絵文字メール交換」は、回答者全体で 44.7%の利用でしたが、男性で 36.5%、女性で 48.3%と女性の利用が多く、年代が高くなるにつれて利用が少なくなっています。

### <研究員からのコメント>

「絵文字メール交換」自体は、手間を要するために暇つぶしとして利用されるケースも多く、多分に遊びの要素が強いこと、さらに文字メッセージ交換そのものが通話に比べて安価で済むことから、特に可処分所得の少ない前期青年層において重要な通信手段とされているようです。

## 情報通信メディアの利用状況③（パソコン）

- ・ホームページ閲覧では、携帯電話の利用と同様に、20～24 歳層の利用率が最も高い。
- ・パソコン全体の利用度合は、20～24 歳層が一番多く、次いで25～29 歳層・16～19 歳層の順。



### <ホームページの閲覧>

パソコンを使ったインターネットのホームページ閲覧(仕事での利用を除く)は回答者全体で 67.0%となりました。

携帯電話でのホームページ閲覧は 33.2%にとどまっていた(前ページ参照)ことから、ホームページ閲覧は主にパソコンで行われることが多いことがわかりました。

年代別には、20～24 歳層での利用が最も多く、74.4%でした。

### <電子メール>

パソコンを使った電子メール利用(仕事での利用を除く)は男女全体の 54.5%で、男性 44.8%に対して女性では 58.7%と、女性の利用が多いようです。

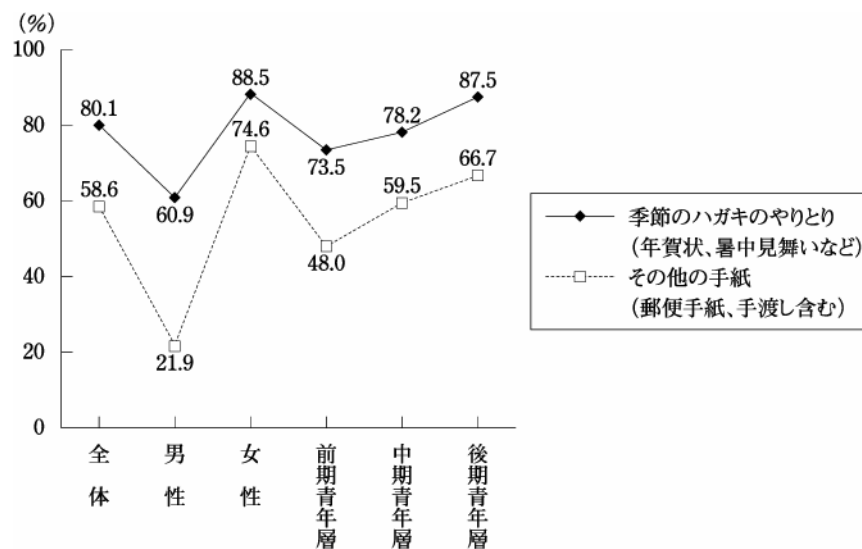
また、電子メールでは、年代が高くなるにつれ利用が多くなる傾向がみられます。

携帯電話では相対的に利用が少なかった 25～29 歳層でしたが、パソコンについてはホームページ閲覧、電子メールともかなり高い利用率がみられました。

## 情報通信メディアの利用状況④（郵便等）

- ・「季節のハガキ」のやりとりは、通信手段の電子化が進むなかでも、8割もの人が利用している。

Q.（個人的に仕事以外での利用で）  
郵便等の手紙を利用していますか？



\*「よく利用する」と「時々利用する」の合計

<年賀状・暑中見舞いなどの「季節のハガキ」>

「季節のハガキ」については男女差がみられますが、全体では 80.1%が利用すると回答しました。

このように、通信手段の電子化が進む一方で、年賀状などのアナログ文化は廃れておらず、通信手段の代替ないし交代というよりむしろ多様化といった現象がみられます。

<一般の郵便手紙などの「その他の手紙」>

一般の郵便手紙などの「その他の手紙」の利用についても、6割近くが利用すると答えていますが、男女差が大きく、女性が男性を52.7ポイントも上回っており、さらに年代が高くなるにつれて利用が多くなっています。

## 話す内容によって選択される通信メディア

- ・プライベートなら「携帯電話」、悩み事なら「家の加入電話」、軽い接触・事務連絡は「携帯電話のメール」、社交辞令は「手紙」の利用が多い。

Q. あなたはどのような通信メディアを利用しますか？

(話す内容別・3つまでの複数回答)

(単位:%)

優先順位→	【1】	【2】	【3】	【4】	【5】	【6】	【7】	【8】	【9】	【10】	
	会って話す	携帯電話で話す	家の電話で話す	携帯電話でメールを送る	手紙を書く	パソコンでメールを送る	ファックスを送る	チャットをする	留守番電話にメッセージを入れる	そういう話はしない	
プライベート	プライベートでの重要なお知らせや報告	59.7	46.5	40.6	41.2	19.8	18.6	3.4	0.4	1.5	1.4
	異性への告白	75.1	23.9	13.8	15.0	13.4	3.9	0.4	0.2	0.4	14.9
	異性とのめめごと、ケンカ、別れ話	69.4	32.1	23.6	22.0	7.8	5.0	0.7	0.4	0.7	15.6
	謝罪、あやまる時	78.7	35.8	27.8	36.6	14.7	10.0	1.8	0.3	1.0	2.5
軽い接触	今日あったことなど軽い話題、近況報告	44.7	34.6	30.1	65.5	8.1	23.3	4.6	1.4	1.3	3.2
	ちょっと相手と接触したいとき、ふれあいを求めるとき	59.3	34.8	24.5	43.4	7.2	12.3	2.4	1.7	1.4	4.7
	ウワサ話・世間話	59.1	27.7	28.2	38.9	3.2	13.3	1.5	0.8	0.1	10.8
事務連絡	事務的な連絡事項	20.2	39.3	40.3	55.8	6.1	25.7	14.6	0.4	10.1	3.5
自己開示	悩み事などの相談	80.2	35.5	37.7	28.0	9.7	13.6	1.7	0.8	0.3	5.8
	悪口・うさばらし	53.7	23.6	26.0	24.5	2.6	7.5	1.1	1.1	0.2	26.5
	自分自身についての話(価値観や考え方など)	78.5	27.7	30.5	23.4	12.5	15.4	1.6	0.8	0.1	7.9
社交辞令	季節の挨拶	12.0	7.6	7.8	26.7	65.1	20.2	3.5	0.2	0.4	17.6

\*【2】～【5】において特に目立ったものについて強調表示してある

全般的には「対面会話(会って話す)」が多いですが、通信メディアを使ったものに限定してみると、伝える内容が**プライベートなものなら「携帯電話での通話」、悩み相談などのように自分の内面を開示するなら「家の電話での通話」**との回答が多くあげられています。

また、**相手との軽い接触を行う場合や事務連絡は「携帯電話でのメール」、社交辞令は「手紙」、**というように、話す内容によって、使用する通信メディアに違いがみられました。

## 友人の種類によって選択される通信メディア

- ・「非常に・まあまあ親しい友人」への連絡手段は、「携帯電話等」。
- ・「それほど親しくない・あまり連絡を取りたくない友人」への連絡手段は「携帯電話等のメール」。

Q. あなたはどのような通信メディアを利用しますか？

(友人の種類別)

(単位:%)

	家族同居人と 共用の加入電話	本人専用の 加入電話	携帯電話・PHS	会社・バイト先の 電話	個人用のフックス	パソコンの 電子メールアドレス	携帯電話・PHSの メールアドレス	手紙や電報などの 郵便(住所)	どれも同じ くらいわからない	無回答
非常に親しい友人に連絡をするのに 最も利用したいと思うもの	20.6	9.8	46.0	0.1	0.4	3.9	12.5	2.6	3.5	0.6
まあまあ親しい友人に連絡をするのに 最も利用したいと思うもの	17.3	4.8	32.7	0.3	0.6	9.3	29.6	2.2	2.5	0.7
それほど親しくない友人に連絡を とらなくてはならないときに 利用したいと思うもの	21.9	2.1	12.9	2.2	1.5	15.5	33.3	5.6	4.1	0.7
あまり連絡をとりたくない友人に、 どうしても連絡をとらなくては ならないときに利用したいと思うもの	17.4	2.0	9.8	2.5	3.2	16.5	31.0	10.5	6.2	0.8
自分が友人から連絡をもらって 最もうれしいと感じるもの	12.8	5.3	36.2	0.2	0.5	2.7	9.4	24.5	7.6	0.6
自分が知らない人から連絡を もらって最も不愉快だと感じるもの	21.8	4.7	28.9	5.1	1.2	3.0	14.4	4.8	15.5	0.6

\*「どれも同じくらい・わからない」「無回答」は除いてある  
\*それぞれ上位2位までを強調表示してある

「非常に親しい友人」「まあまあ親しい友人」へ連絡するのに利用したいと思うものは、「携帯電話・PHS」が最上位にあげられました(それぞれ 46.0%、32.7%)。

また、「それほど親しくない友人」「あまり連絡をとりたくない友人」に連絡をとらなくてはならないときに利用したいと思うものは、「携帯電話・PHS のメールアドレス」が一番多い結果となりました(それぞれ、33.3%、31.0%)。

さらに、自分が友人から連絡をもらって最もうれしいものは「携帯電話・PHS」(36.2%)、でしたが、一方で、自分が知らない人から連絡をもらって最も不愉快だと感じるものも「携帯電話・PHS」(28.9%)となりました。

### < 研究員からのコメント >

「携帯電話・PHS」による直接的な会話は、親しい友人との間柄でのみ歓迎される連絡手段であり、それゆえ知らない人から連絡が入ると不愉快に感じられるようです。

逆に、あまり親しくない友人や連絡をとりたくない友人には、手軽で会話を要しない携帯メールが便利とされています。このように、若者において携帯電話が「自分専用の特別の電話」として家の電話と完全に区分されている様子がうかがえます。

## 友人の種類によって選択される通信メディア（時系列）

- ・3年前と比較して、「家族共用の加入電話」利用が大幅に減少し、その一方で、「携帯電話等のメール」の利用が大きく伸びている。

Q. あなたはどのような通信メディアを利用しますか？【時系列】  
（友人の種類別）

(単位:%)

		家族 同居人と 共用の加入電話	本人 専用の 加入電話	携帯 電話・PHS	会社 ・バイト 先の 電話	個人 用の ファクス	電子 メール アドレス	パソコン の 電子 メール アドレス	携帯 電話・PHS の メールアドレス	ポケ ベル	手紙 や電報 などの 郵便 (住所)	どれ も同じ くらい わからない	無 回答
非常に親しい友人に連絡をするのに最も利用したいと思うもの	98年調査	28.8	19.8	35.7	0.5	0.4	3.6	—	0.4	4.1	5.0	1.6	
	01年調査	20.1	8.5	47.4	0.2	0.3	4.7	12.7	—	2.3	3.1	0.7	
まあまあ親しい友人に連絡をするのに最も利用したいと思うもの	98年調査	36.2	13.9	31.7	1.1	0.7	6.1	—	0.5	3.1	5.6	1.1	
	01年調査	15.8	4.5	34.6	0.4	0.5	9.9	29.0	—	2.2	2.5	0.6	
それほど親しくない友人に連絡を とらなくてはならないときに 利用したいと思うもの	98年調査	45.2	7.2	15.1	2.3	2.7	9.7	—	2.9	7.7	5.9	1.1	
	01年調査	19.8	1.7	13.8	2.3	1.7	17.3	33.6	—	5.3	3.7	0.8	
あまり連絡をとりたくない友人に、 どうしても連絡をとらなくては ならないときに利用したいと思うもの	98年調査	38.4	6.3	11.4	3.8	5.2	10.1	—	2.3	15.1	6.8	0.5	
	01年調査	15.9	2.2	9.8	2.1	3.3	18.2	30.9	—	10.3	6.5	0.9	
自分が友人から連絡をもらって 最もうれしいと感じるもの	98年調査	12.3	9.9	34.2	—	0.9	5.2	—	0.7	26.1	9.5	1.1	
	01年調査	12.3	4.6	37.3	0.3	0.4	3.1	9.4	—	23.9	7.9	0.7	
自分が知らない人から連絡を もらって最も不愉快だと感じるもの	98年調査	27.0	11.2	35.1	5.9	1.4	1.8	—	0.5	4.0	12.3	0.7	
	01年調査	21.9	4.5	28.5	6.1	1.0	2.6	14.5	—	4.8	15.4	0.7	

注1：98年調査にある選択肢「ポケベル」は01年調査では除いてある。また、01年調査では98年調査ではなかった選択肢「携帯電話・PHSのメールアドレス」が設けてある。

注2：時系列比較用データについては、サンプルの条件を98年調査と揃えるために調査対象者を1都3県（東京・神奈川・千葉・埼玉）と大阪府に限っているため、前ページの全体データとは若干数値が異なっている。10ポイント以上の変化が生じていたものについて強調表示してある

「家族共用の加入電話」の割合が大幅に減少し、「携帯電話・PHS」の占める割合が大きく伸びています。

特に大きな特徴としてみられたのは「携帯電話・PHSのメールアドレス」で、98年調査では、この項目を選択肢に入れませんでした。この3年間で飛躍的に普及したようです。今回の結果からも「携帯電話・PHSのメールアドレス」の占める割合は高くなりました。

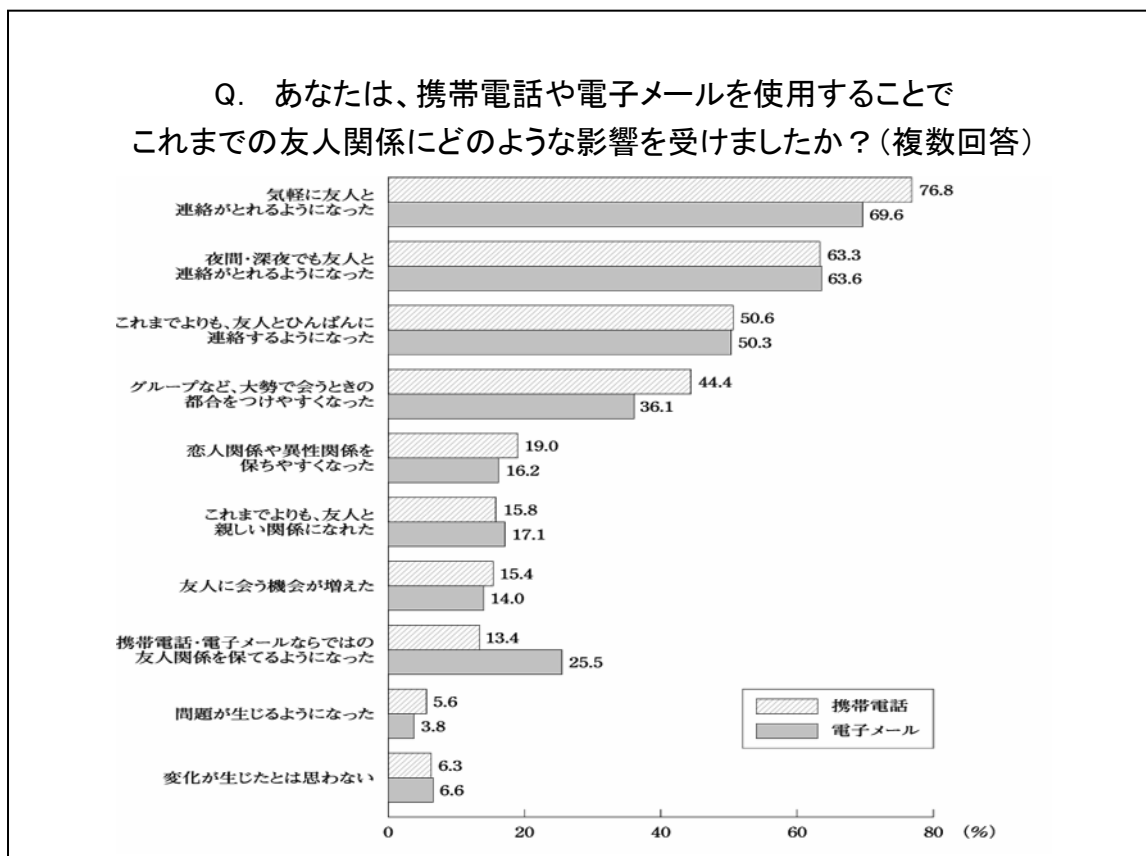
具体的には、これまでそれほど親しくない相手に使われていた加入電話から、会話を必要としない「携帯電話・PHSのメールアドレス」へ移行した様子が顕著にあらわれています。

### < 研究員からのコメント >

3年間で、友人ごとの通信メディアの使い分けの仕方は大きく変化し、面倒なものは手軽で対話を要しない「一方向的なメッセージ＝投げっぱなしメッセージ」である文字メッセージが多用されるようになったようです。

## 通信メディアが既存の友人関係に与える影響

- ・全体的に友人への連絡頻度が高まったが、実際に友人に会う機会が増加したとの回答は多くない。



携帯電話、電子メールともに、「気軽に友人と連絡がとれるようになった」「夜間・深夜でも友人と連絡がとれるようになった」との回答が6割以上を占めました。

また、「携帯電話・電子メールならではの友人関係を保てるようになった」については特に電子メールで顕著で、25.5%となりました。

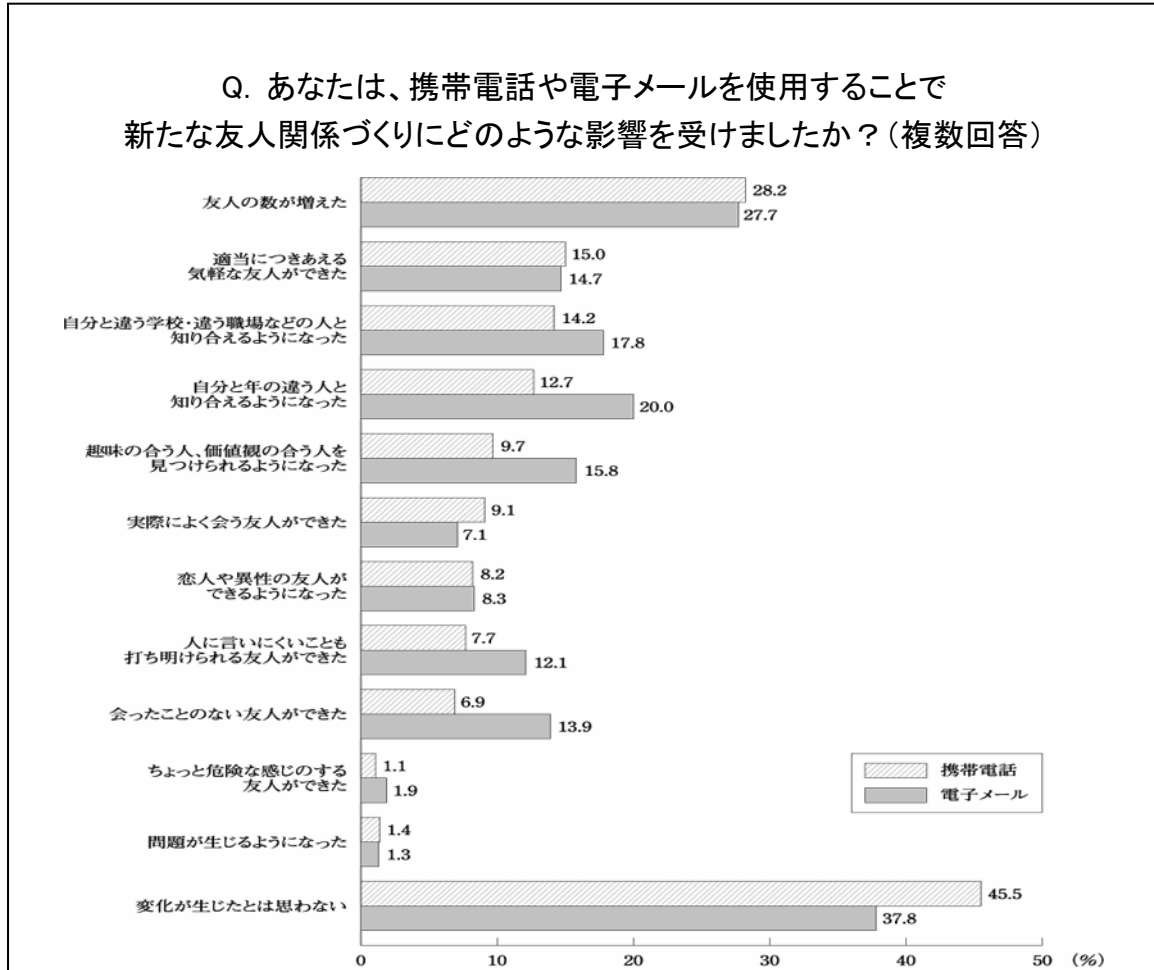
携帯電話や電子メールを使用することにより、全体的に連絡頻度が高まったことは明らかです。一方で、「友人に会う機会が増えた」については携帯電話で 15.4%、電子メールで 14.0%にとどまっており、実際に対面コミュニケーションの機会が増加したとの実感は少ないようです。

### < 研究員からのコメント >

このように現代の青年層は、折に触れて手紙を書くということは少なくなりましたが、直接会ったり会話をしたりとまではしない相手とは、電子メールという形で、関係を継続しているようです。

## 通信メディアが新しい友人関係の構築に与える影響

- ・「変化がない」との回答が最も多いが、「友人の数が増えた」との回答も3割弱を占める。



新たな友人関係づくりに「変化が生じたとは思わない」が最も多い結果となりました。

次いで多かったのは「友人の数が増えた」であり、携帯電話で 28.2%、電子メールで 27.7%に達しました。

この理由として、携帯の番号交換ないし携帯のメールアドレス交換は青年層において一種の名刺交換的な意味合いを持っており、初めて会った人との距離を縮めるのに活用されていること、さらにその番号に宛ててメールを送ることに抵抗がなくファーストコンタクトが容易である点から、気軽に声をかけられることで友人の数が増えたと考えられます。

## 研究員のコメント

電子文字コミュニケーションの浸透は、単に新しくて便利なコミュニケーション手段が浸透したというにとどまらない、青年層の友人関係の変化をもたらしました。この変化は、**これまでの友人関係の維持**においても、**新しい友人関係の構築**においても認められ、また、若者の友人関係においては「**親密であること**」と「**気軽に連絡がとれること**」が**必ずしも一致しない**ことが指摘できました。さらに、青年層は通信メディアが多様化したからといって、自分が便利だと思う通信メディアを1つ2つ選んで集約させていくということをせず、友人との関係性や話す内容によって通信メディアを使い分けています。もちろん、携帯電話の普及によって加入電話の契約数が減少するなど、類似する機能を具有するものについては一部代替されているものもあります。しかし、ちょっとした機能が異なるために、まったく別のコミュニケーション手段として扱われ、両者が併存しているといったものが多くみられました。例えば、手書き文字がアナログ的に個人のパーソナリティを伝えるのに対して、絵文字交換は「活字」というデジタル信号を使ってパーソナリティを伝えようとする、「**デジタルパーソナリティ**」がみられます。このような活字を組み合わせる種のアナログ的なメッセージを作り出すことで「自分らしさ」を出し、相手にあたたかみや個性を伝えるということは、電子化・デジタル化の流れに乗りながら一方でそれに逆行するという興味深い現象です。

こうした「文字」に関わる風習には多分に文化的なものも影響しているものと考えられ、日本における、半双方向的な、**準会話的**な文字コミュニケーションの歴史を考えると、これは決して現代に特有の文化ではないことがわかります。例えば、平安時代にあった極めて簡略化された文章に手紙に花や枝を添えて送る習慣、これは現代における絵文字や絵手紙に非常に近いものではないでしょうか。手紙に添える花や枝といったものは、文章に送り手の個性や風情、雰囲気添付する効果があり、さらに相手に対する気持ちをも伝えます。相手に「返歌」を求めるところは、強制的ではないものの、「準会話」として間を空けずに返事を送る行動に似ています。また手紙としての和歌は解釈を必要とし、相手のパーソナリティに対するイマジネーションがないと伝わりませんが、そうしたところは現代の絵文字と非常に似通っているように思われます。

こう考えてみると、電子文字コミュニケーションは日本古来からの文化の延長線上にあるといっても過言ではないかもしれません。日本古来の文化と文字コミュニケーションについては、国際比較調査などを通じてさらに研究していく余地があるものと思われる。

今後、通信技術の発達とさらなるサービス・端末の多様化により、我々の音声・文字コミュニケーション環境はさらに変化し、従来「携帯電話 (mobile telephone)」だった携帯電話は、単に「話を電信するもの」から、パーソナル情報端末へと進化しています。こうした中で、これらの新しい情報端末に敏感な青年層の人間関係の維持・構築も、今後さらに変化していくでしょう。

(研究員 宮木由貴子)