

# 青年層の異性付き合いにおける電子メール利用

研究開発室 宮木 由貴子

## 目次

- 1. 研究の目的と調査の概要…………… 17
- 2. 通信メディアの利用実態…………… 18
- 3. 異性付き合いにおける電子メール利用に対する意識…………… 21
- 4. 考察 —電子メール利用による異性付き合いの“S・O・S”—…………… 26

## 要旨

- ① 誰に対しても気軽に利用できる「電子メール」が普及したことにより、青年層の異性付き合いにおけるコミュニケーションの態様が変化している。これについて、実態を明らかにすべく、アンケート調査を実施した。
- ② 調査対象とした青年層（16～29歳）におけるメールの利用率はほぼ100%に近く、利用手段としては圧倒的に「携帯電話で」が主流である。利用場所は「自宅」とした人が最も多く、特に男性では「自分の部屋など、家族のいない場所」で利用するとした人が多い。
- ③ 「メールがなかったら今ほど連絡をとっていないと思う人」は、「異性の、あまり会わない友人」が最多だった。また、「メールの普及による異性関係への影響」としては、「それほど親しくない異性の知人とのやりとりがしやすくなった」が最上位にあげられた。さらに、「異性の友人とのコミュニケーションで、ないと困るもの」として8割の人が携帯メールをあげるなど、メールにより幅広い範囲での異性付き合いが可能になったとの声が多々聞かれた。
- ④ 一方で、メールの普及により、恋人や配偶者との間に秘密ができたり、不信感や誤解が生じるなどの指摘も散見された。恋人や配偶者のメールの履歴チェック経験ありとした人は、全体では3割程度で、女性が男性の倍以上を占め、特に既婚女性で非常に多かった。また、恋人や配偶者にメールチェックをされていると感じている人も男性より女性で多い。
- ⑤ 異性付き合いにおけるメール利用のインパクトは、“S・O・S”——「①関係発展しやすく (Step Up)」「②関係維持しやすいが (Overlap)」「③不信感のリスクがある (Secret)」——の3点にまとめられた。

キーワード：電子メール、異性付き合い、コミュニケーション

## 1. 研究の目的と調査の概要

### (1) 研究の背景と目的

携帯電話の普及や多機能化、電子メール（以下、メール）の浸透など、ここ10年あまりで我々を取り巻く通信メディアの環境は大きな変貌を遂げた。今日、特にメールは、コミュニケーションのかなりの部分において他の通信メディアを代替するようになり、なくてはならないものに成長した。コミュニケーション形態の変化によるインパクトについて、筆者はこれまで友人関係や親子関係、ママ友関係などを切り口に調査研究を重ねてきた。その中で、「電子文字コミュニケーション」、すなわちメールが、親密な関係か否かを問わずに利用され、さらにコミュニケーション全体の量を増やしている点について言及した（宮木 2002）。メールは極めて親しい関係の人とも極めて疎遠な人や初めてコンタクトをとる人に対しても、気軽に利用されている。

こうした中、メールは「異性間のコミュニケーション」をみえにくくしている。そもそも青年層の異性間コミュニケーションの不透明化は、携帯電話（PHSを含む）が単に「移動体」としてのみならず「自分専用の電話機」として青年層に支持され、家の加入電話で親が子ども同士の電話の仲介をする機会が少なくなったことが発端だった（宮木 2001）。携帯電話の普及により、異性との通信コミュニケーションが完全に「プライベート」化したことに加え、当初は家の共用パソコンで一部の青年層にのみ利用されているに過ぎなかったメール機能が携帯電話に搭載されたことで、青年層は干渉を逃れ、「いつでもどこでも誰にでも」通信可能な環境を得た。この10年間は、青年層におけるメディアコミュニケーションの「自由化」が急速に進行した時代ともいえる。

相手を問わずに利用されるメールの普及は、これまでの通信メディア利用における「常識」を覆し、「親しい人とはよく電話」「疎遠な人とは年賀状のみ」といった具合に、使われる通信メディアによってある程度色分けされていた人間関係を見えにくくした。特に青年層における異性間でのメディアコミュニケーションにおいては、「どの通信メディアを選ぶか」ということが大きなポイントになっていたはずである。しかし今日、例えば恋愛感情のある相手に対しても、苦手な異性に対しても、連絡手段として「メールを利用する」という現象が生じている。

そこで今回、これまで取り上げてこなかった「異性間」に焦点を当て、青年層の異性間コミュニケーションにおけるメールの利用実態や、親密性とコミュニケーションツールの関係について実態と意識を明らかにすべくアンケート調査を実施し、研究を行った。

### (2) 調査の概要

アンケート調査の概要と回答者の基本的な属性は以下のとおりである（図表1・2）。

図表1 調査概要

調査地域と対象	全国の16～29歳の男女
サンプル数	900名
サンプル抽出法	第一生命経済研究所生活調査モニターとその家族協力
調査方法	質問紙郵送調査法
実施時期	2006年8月
有効回収数(率)	710名(78.8%)

図表2 回答者の属性

(単位:人)

		年齢層別			合計
		前期青年層 (16～19歳)	中期青年層 (20～24歳)	後期青年層 (25～29歳)	
性別	男性	74 (10.4%)	82 (11.5%)	72 (10.1%)	228 (32.1%)
	女性	113 (15.9%)	164 (23.1%)	205 (28.9%)	482 (67.9%)
合計		187 (26.3%)	246 (34.6%)	277 (39.0%)	710(100.0%)

## 2. 通信メディアの利用実態

### (1) 通信メディアの利用状況

通信メディアの利用状況についてみると、最も利用されているのは「携帯電話のメール」で、「ほぼ毎日」(77.9%)と「週に何度か」(14.8%)をあわせると、92.7%となっていた(図表3)。これに続いたのが「携帯電話での通話」であり、「ほぼ毎日」と「週に何度か」を合わせると73.0%だった。「パソコンでのメール」は34.3%となっている。

図表3 通信メディアの利用状況

(単位:%)

	2006年(今回)調査 (「ほぼ毎日」+「週に何度か」)	参考値:2001年調査 (「よく利用する」+「時々利用する」)
携帯電話でのメール	92.7	79.3
携帯電話での通話	73.0	79.4
パソコンでのメール	34.3	54.5
家の電話での通話	23.2	70.5

注1:2006年調査は上記に加え「月に何度か」「ほとんど・まったくない」の4段階で、2001年調査は上記に加え「あまり利用しない」「利用したことはない・利用できない」の4段階で尋ねている

注2:調査対象者はいずれも16歳から29歳

参考値として掲載した2001年調査のデータをみると、「携帯電話でのメール」と「携帯電話での通話」がほぼ同程度の利用頻度だったことがわかる。それらはいずれも「よく利用する」と「時々利用する」の合計で8割弱であり、「家の電話での通話」が7割を占めて続いている。2001年と今回の調査における通信メディアの利用状況を比べると、この5年で青年層の通信メディアのメインが「携帯電話でのメール」に大きくシフトし、「家の電話での通話」が激減していることがわかる。

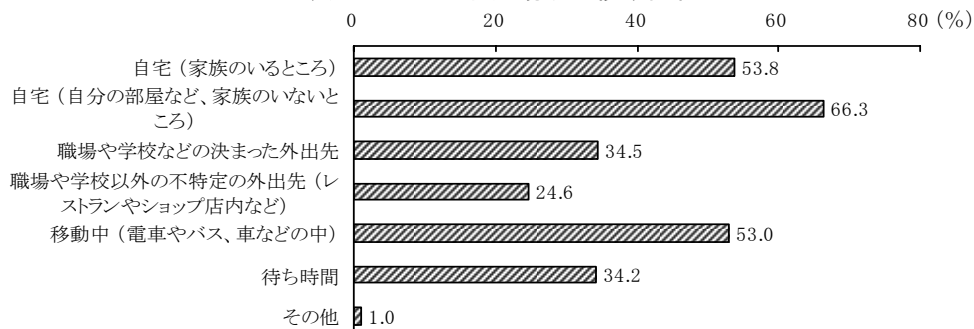
別問で尋ねたメールの手段(携帯電話とパソコンのどちらをメインに利用している

か)では、ほぼ9割が「主に携帯電話」としており、「携帯電話とパソコンを同程度」とした割合は5.2%、「主にパソコン」とした割合は4.4%に過ぎなかった(図表省略)。よって、以下では「メール」とした場合、「携帯電話でのメール」と同義であるとして扱うこととする。

## (2)メールの利用場所

メールの利用場所として最も多くあげられたのは「自宅(自分の部屋など、家族のいないところ)」で、これに「自宅(家族のいるところ)」が続き、上位2位までを「自宅」が占めた(図表4)。この結果は、携帯電話が「携帯」目的というよりは、青年層における「自分専用のコミュニケーションツール」としての位置づけをなされていることをよくあらわしている。

図表4 メールの利用場所<複数回答>

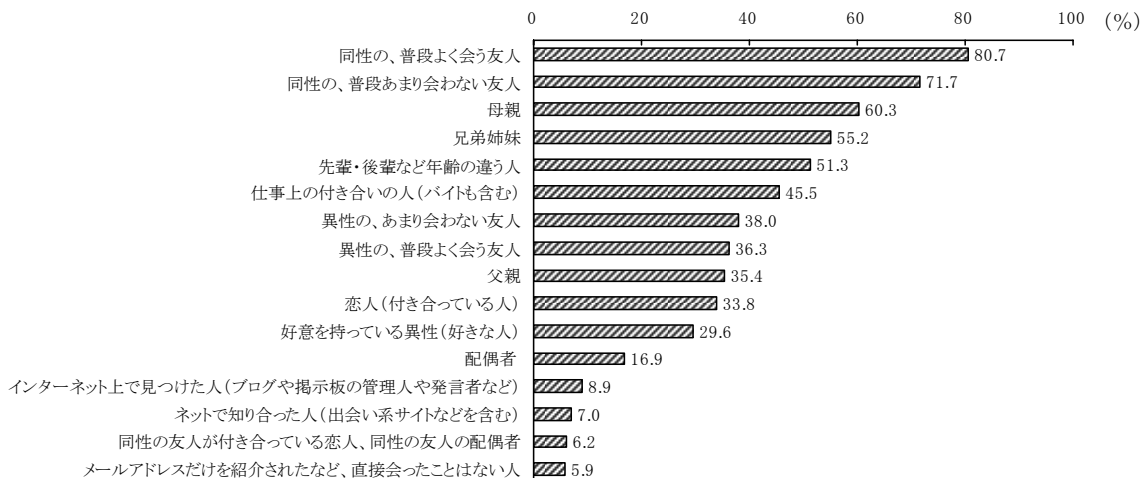


男女別に比較すると、男性では特に「家族のいないところ」での利用が多い(男性74.4%、女性63.3%)のに対し、女性では「家族のいるところ」とした人が多い(男性40.1%、女性61.0%) (図表省略)。男性は「一人で」メールをする傾向が強いのにに対し、女性では家族のいる/いないにあまりこだわっていない様子がうかがえる。また、女性は「移動中」という人も男性に比べて多かった。全体的に女性においては人がいるところでメールをすることにあまり抵抗がないものと考えられる。

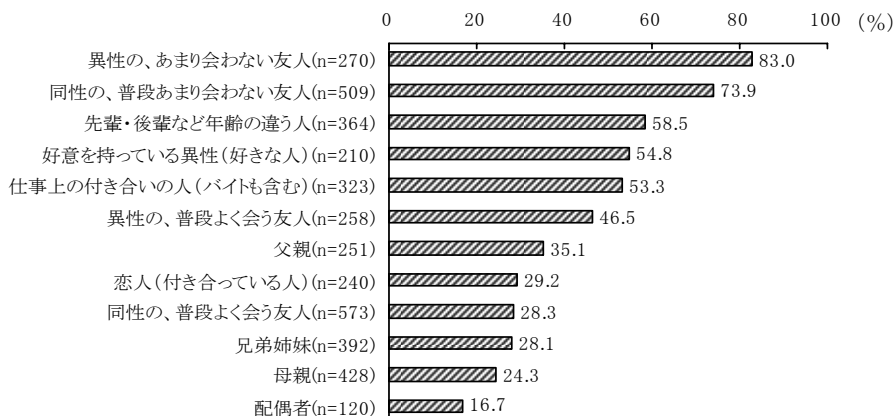
## (3)メールの相手、メールがなかったら今ほど連絡をとっていないと思う人

メールでやりとりをしている人は、「同性の、普段よく会う友人」が最多で80.7%を占め、これに「同性の、普段あまり会わない友人」(71.7%)が続いた(図表5)。メールでのやりとりがある人のうち、メールがなかったら、今ほど連絡をとっていないと思う人については、「異性の、あまり会わない友人」が83.0%で最多となった(図表6)。

図表5 メールの手相手<複数回答>



図表6 メールがなかったら今ほど連絡をとっていないと思う人<複数回答>



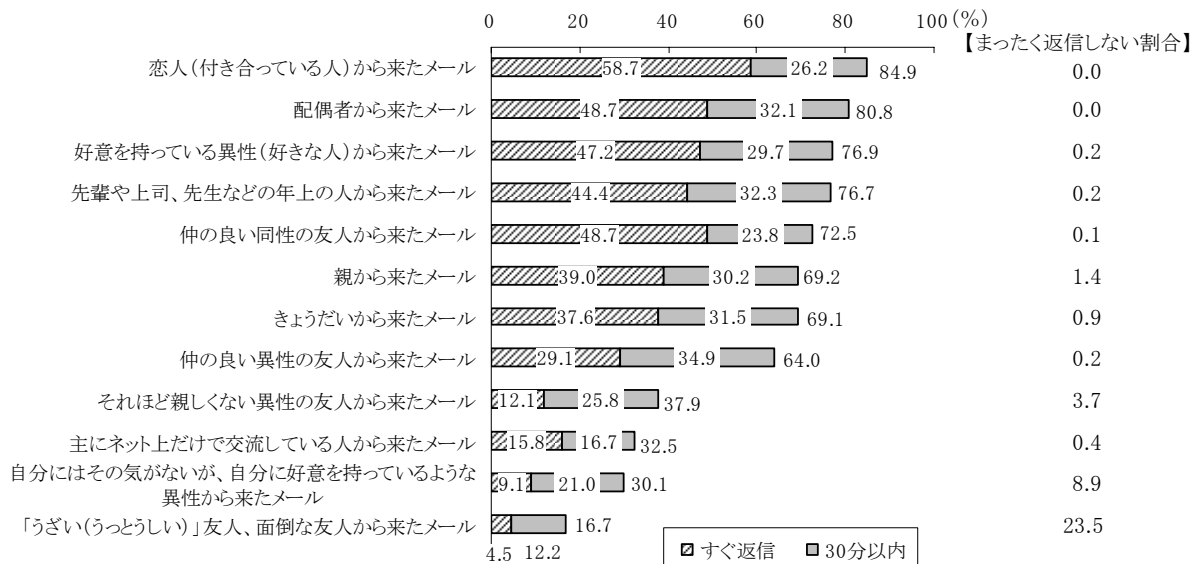
注1：図表5における下位4位は省略  
 注2：図中のnは「やりとりがある」とした人の数

#### (4) 相手別にみたメール返信のタイミング

メールの返信のタイミングについてみると、「すぐ返信」とした割合が高かったのは「恋人(付き合っている人)から来たメール」で、58.7%が「すぐ返信」している(図表7)。以下、「すぐ返信」については、「配偶者」(48.7%)、「仲の良い同性の友人」(48.7%)、「好意を持っている異性(好きな人)」(47.2%)、「先輩や上司、先生などの年上の人」(44.4%)と続いた。「それほど親しくない異性の友人」「主にネット上だけで交流している人」「自分にはその気がないが、自分に好意を持っているような異性」「うざい(うっとうしい)友人、面倒な友人」以外については、いずれに対しても6割以上が30分以内にはメールの返信を行っている。とはいえ、それら4者に対しても、「まったく返信しない」とした割合は低く、「うざい(うっとうしい)友人、面倒な友人」で23.5%を示したほかは非常に少なくなっており、大半が遅かれ早かれ返信

をしていることが明らかになった。

図表7 メール返信のタイミング



注：「メールは来ないなど、あてはまらない」を除いて集計

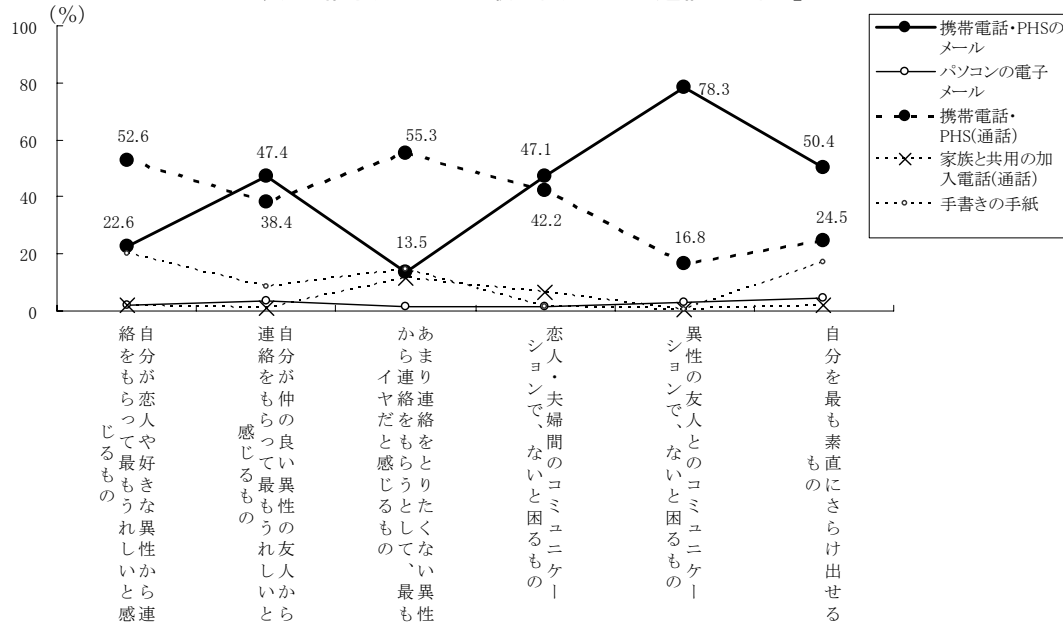
### 3. 異性付き合いにおける電子メール利用に対する意識

#### (1) 相手別にみた「最も利用したい通信メディア」

相手別に「最も利用したい通信メディア」について尋ねた結果をみると、「自分が恋人や好きな異性から連絡をもらって最もうれしいと感じるもの」については携帯の「通話」であるのに対し、「自分が仲の良い異性の友人から連絡をもらって最もうれしいと感じるもの」については携帯の「メール」であることが明らかになった(図表8)。

異性の友人とのコミュニケーションにおける携帯の「通話」の支持率は低い一方で、「異性の友人とのコミュニケーションで、ないと困るもの」としては78.3%が携帯のメールをあげている。恋人とは声で、友人からは文字でコミュニケーションしたいという意向がみてとれる。これに対応するように、「あまり連絡をとりたくない異性から連絡をもらおうとして、最もイヤだと感じるもの」では、携帯の「通話」があげられた。すなわち、メールが誰に対しても使われるようになった一方で、「声(=通話)」によるコミュニケーションはごく限られた親しい間でのコミュニケーションツールとして、差別化して位置づけられるようになっていったと考えられる。家の電話の衰退には、携帯電話の自分専用機化に加え、こうした「声=親しい関係」という感覚も作用しているものと推察される。

図表8 相手別にみた「最も利用したい通信メディア」



(2)メールの普及による異性関係への影響

メールの影響として、最も多くの方が「そう思う」(「そう思う」と「まあそう思う」の合計)と回答したのについてみる(図表9)。図表は、設問項目を因子分析し、抽出された3つの因子を元に「関係構築」「関係発展」「関係拡大」の3カテゴリーに分類して配置している。全体的にみると、特に「関係構築」と「関係発展」において、メールが寄与したととらえられていることがわかる。

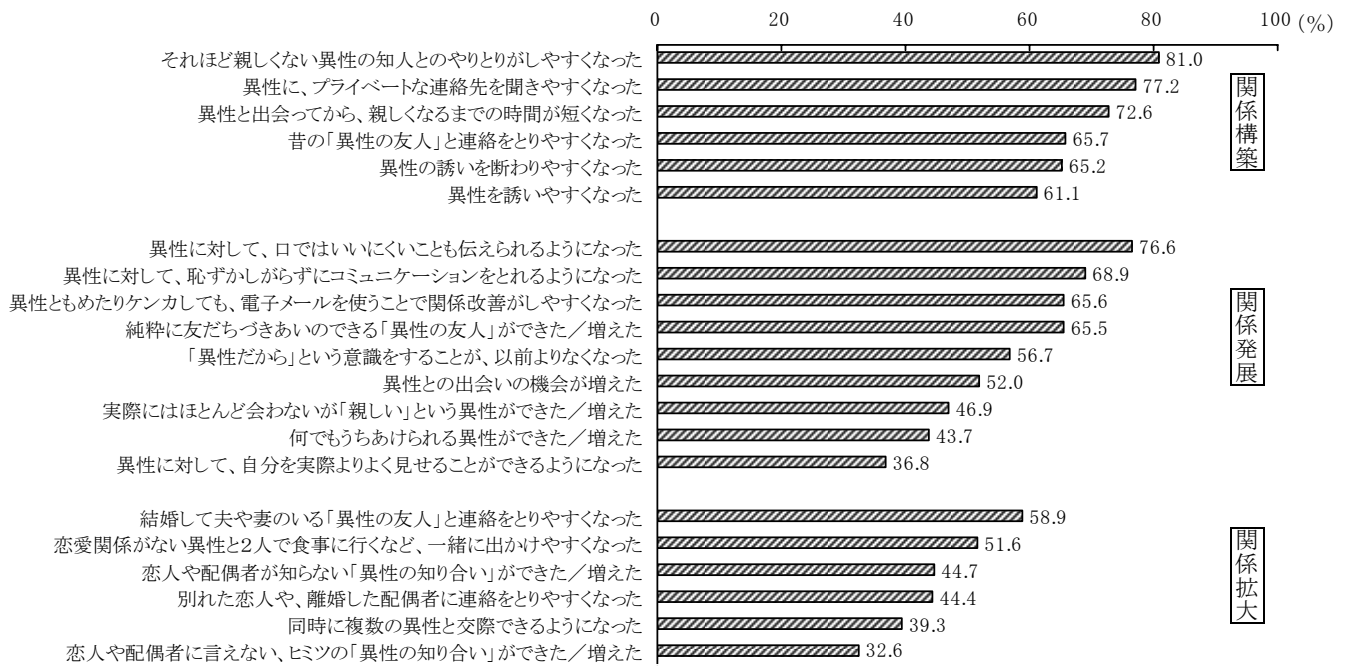
最も回答が多かったのは、「それほど親しくない異性の知人とのやりとりがしやすくなった」で、81.0%が「そう思う」とした。以下、「異性に、プライベートな連絡先を聞きやすくなった」(77.2%)、「異性に対して、口ではいいにくいことも伝えられるようになった」(76.6%)、「異性と出会ってから、親しくなるまでの時間が短くなった」(72.6%)と続いている。その他、回答が6割を超えたものは、異性とのコミュニケーションが円滑になったことを示すものが目立っていた。

男女別にみると、多くの項目で女性の支持が男性の支持を上回っていた(図表省略)。男性が女性を大きく上回ったものは、「異性との出会いの機会が増えた」「恋人や配偶者に言えない、ヒミツの異性の知り合いができた/増えた」といったものだった。一方で女性が男性を大きく上回ったのは、「異性と出会ってから、親しくなるまでの時間が短くなった」「異性の誘いを断わりやすくなった」「結婚して夫や妻のいる『異性の友人』と連絡をとりやすくなった」「別れた恋人や、離婚した配偶者に連絡をとりやすくなった」といったものである。

異性間のコミュニケーションの円滑化の一方で、弊害面も見逃せない点となっている。特に3カテゴリー中の「関係拡大」の部分は、メールがなかったら難しかった「冒

険的」性質が強い。メールによる秘密の異性の知り合いや不信感・疑いについては、後述の「恋人や配偶者のメールチェック」の部分で触れることとする。

図表9 メールの普及による異性関係への影響



注1：「そう思う」「まあそう思う」の合計

注2：因子分析により抽出された3因子に基づいて分類

さらに、自由回答の結果であげられた意見をみると、「メールのやりとりで実際会う前に相手のことがわかる」（17歳女性）、「2人の記念日のメールを記録として残せる」（17歳女性）、「実際会えなくてもメールで交流できる」（21歳女性）、「一度会って、その日1日遊んで終わり、ということが少なくなった」（21歳女性）、「即答しにくいことについて時間をおいてから返事ができる」（22歳女性）、「相手からメールアドレスを教えてもらうことが友人関係のスタートになった」（25歳男性）、「絵文字を工夫してやんわりと気持ちを伝えられる」（26歳女性）などといった意見が特徴的だった。

メールは、その独自の性質やニュアンスにより、単なる「文字メッセージ＝バーバル（言語的）コミュニケーション」としてのみならず、「ノンバーバル（非言語的）」な側面の大きいコミュニケーションとして支持されている点がかがえる。

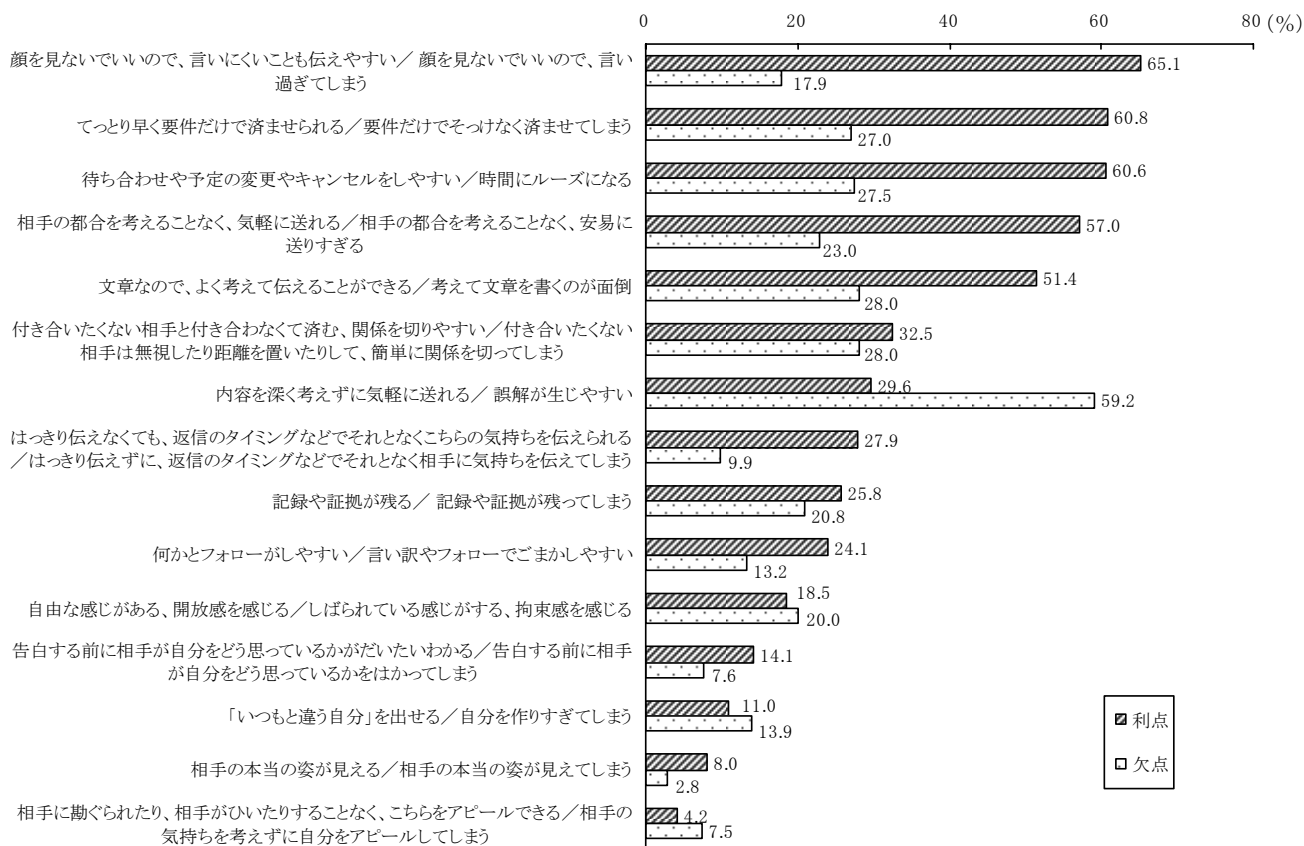
### (3)メールの普及による異性関係への影響

さらにメールの特徴として利点と欠点を尋ねたところ、利点としては「顔を見ないでいいので、言いにくいことも伝えやすい」が最上位にあげられた（図表10）。一方、全体的に「悪い点」としてあげられたものは多くなく、「誤解が生じやすい」が6割近



くを占めて最上位にあげられたものの、2位以下はいずれも3割を下回っていた。

図表10 メールの「利点」と「欠点」

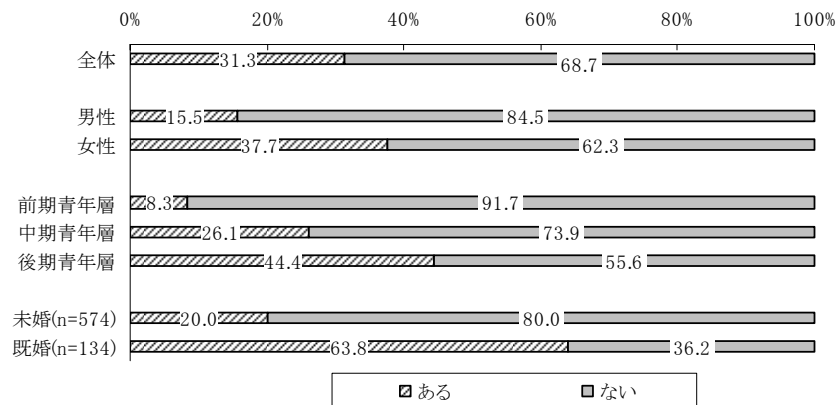


注：それぞれ1つの特徴の利点・欠点をとらえたものを提示し、「利点/欠点」として対応させている

#### (4) 恋人や配偶者のメールチェック

続いて、恋人や配偶者のメールの発着信履歴をチェックした経験があるかどうかについて尋ねたところ、全体の31.1%がチェック経験ありと回答した(図表11)。男女別にみると、男性でチェック経験ありが15.5%であるのに対し、女性では37.7%と倍以上を占めた。年齢層別にみると、前期<中期<後期の順で大幅にチェック経験ありの割合が高くなっている。未既婚別にみると、既婚者では63.8%がチェック経験ありと回答している。年齢層別に未既婚別で結果をみると、中期・後期ともに既婚ではチェック経験ありが60%を超えるのに対し、未婚では20%台にとどまっていることが明らかになった(図表省略、前期は既婚者が少ないので比較から除外)。すなわち、「恋人」の発着信履歴についてはそれほどチェックをしていないが、「配偶者」の場合はチェックをしている人が多いということになる。女性の割合が高かったことから、「夫」の発着信履歴をチェックしている「妻」が多いことがわかる。

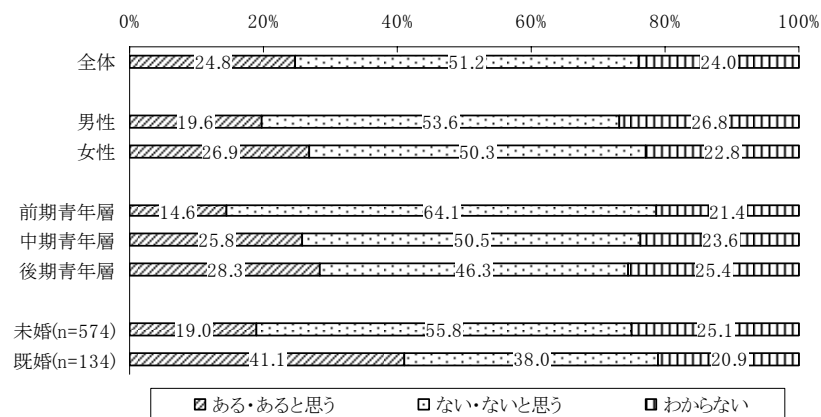
図表11 恋人や配偶者のメール履歴のチェック経験の有無(性別・年齢層別・未既婚別)



注：「あてはまらない」と「無回答」を除いて集計

一方で、恋人や配偶者に自分のメールの発着信履歴をチェックされた経験があるかどうかについて尋ねたところ、全体の24.8%がチェックされた経験がある、もしくはあると思うと回答した(図表12)。男女別にみると、男性でチェックされた経験あり(あると思う)が19.6%であるのに対し、女性では26.9%となっていた。年齢層別にみると、前期<中期<後期の順でチェックされた経験あり(あると思う)の割合が高くなっている。年齢層別に未既婚別で結果をみると、中期・後期ともに既婚ではチェックされた経験あり(あると思う)が4割を超えている(図表省略、前期は既婚者が少ないので比較から除外)。特に中期青年層の既婚では46.7%がチェックされた経験あり(あると思う)と考えていることがわかった。いまだきの20代の「妻」は、夫の携帯電話の発着信履歴のチェックをしている人が多く、自分がチェックされていると思っっている人も多いことが明らかになった。男性が女性より「家族のいないところ」でメールをする傾向が強いことも女性が男性より猜疑的になる一因といえよう。

図表12 恋人や配偶者によるメール履歴のチェック経験の有無(性別・年齢層別・未既婚別)



注：「あてはまらない」と「無回答」を除いて集計

自由回答でも、「メールするだけでもたまに悪いのかな(浮気)と覚えることがある」(29歳男性)というものや、メールにより「内緒で異性とやり取りをする機会が増えて良い」(27歳男性)というものがあつた。また、「異性にメールするときは、なるべく主人と同じ部屋でメールするようにしている」(29歳女性)という人がいる一方で、「基本的に自分の前でメールをされるのは不快」(29歳女性)という人もいた。異性の友人関係をお互いに認め合っているカップルもいれば、メールの送受信だけで「浮気」とみなしたりするカップルもいるようである。双方の感覚が一致していないと、疑心暗鬼に陥るリスクが高まると推察される。

#### 4. 考察 —電子メール利用による異性付き合いの“S・O・S”—

以上の結果から、異性との付き合いにおいてメールを利用することによるインパクトについて考察する。なお、今回調査対象とした青年層では、メールの利用がほぼ100%に近く、利用頻度でも「ほぼ毎日」とする割合が8割近いことから、利用者／非利用者間の比較が難しい。よつて以下の考察は「メールの普及による異性関係への影響」(図表9)を中心に、実態データを裏づけとしながら行つていく。

まず第一に、携帯メールの活用により、「親密化」のプロセスの進行が加速化していることが指摘できる。携帯メールは恋愛関係における初期の障壁を低くし、コミュニケーションを円滑化させている。調査結果からも、「異性と出会つてから、親しくなるまでの時間が短くなつた」「異性に対して、恥ずかしがらずにコミュニケーションをとれるようになった」との意見が多くみられている。異性関係の進展における、従来の「大きな一歩」は「小股で早足」に変化したのである。このように、携帯メールは異性関係の「構築」における、「①ステップアップ (Step Up)」に大きく寄与している。

第二の指摘は、異性関係の「維持」の側面についての変化である。これまでの友人関係においては、中学→高校→大学→就職→結婚→出産といったライフステージの変化に応じて、「よく会う」人が必然的に変化し、それに伴つて、友人関係や異性関係の大部分において「乗り換え」が行われることが多かつた。毎日会う必然性がなくなると、よほど親しかつた関係以外は自然消滅していくのが常だつた。しかし、携帯メールを活用することによつて乗り換えではなく、以前からの友人関係や異性関係を継続させつつ新たな関係を増やしていく「②オーバーラップ (Overlap)」が容易になつた。このことは、メールがなかつたら今ほど連絡をとつていない人として「異性の、あまり会わない友人」が多くあげられたほか、ヒアリングから得られた知見である。新しい関係は「アドレス」というデータとして携帯電話にストックされ、増えていく。そしてちょっとしたきっかけで「気軽に」メールを送ることで、関係を持続できる。青年層にとっては、つかず離れずの異性に対して「ちょっとしたきっかけや思ひつき」で手紙や電話で連絡することはなくとも、メールなら頻繁に行われている。

ただし、第三に見逃せないのが、携帯メールによって異性関係における隠し事や疑心が生じる点である。携帯メールは通話とは異なり、「文字」という形でコミュニケーションが可視的に残る。さらに「携帯電話」という極めてパーソナル性の高いもので行うために、コミュニケーションを極めて「③シークレット(Secret)」な状態で行うことができる。この点は、同性の友人関係においては問題となりにくく、異性関係(異性の友人関係を含む)ならではの特徴である。携帯メールのこの特性により、広い対人関係を維持できる一方で、近い人間との信頼関係におけるリスクが高まる一面があることは、調査結果からも否めない。

この“S・O・S”をまとめると、「関係発展しやすく (Step Up)」「関係維持しやすい (Overlap)」が「不信感のリスクがある (Secret)」ということになる。すなわち、広い範囲での交友関係を実現しつつ、近い関係性におけるリスクを高めるということである。これは、筆者がこれまでの研究において指摘してきた「遠くを近くに、近くを遠くに (=物理的に遠い関係性を心理的に近い存在として近づける反面、物理的に近い関係性において心理的距離を生じさせる)」という、通信メディアがもたらすアンビバレントなインパクトの1つに合致した点であることが興味深い。

また、今回の調査結果からは、近年の異性関係において、対面や通話、手紙ではなく「メールならではの」関係(非恋愛関係=友人関係)が一般化している一方で、「声」のコミュニケーションが特別の扱いとなっている点も明らかになった。まさに「五年一昔」以上のスピードで変化する通信メディアコミュニケーションの世界だが、こうした感覚のトレンド変化のサイクルが加速化するにつれ、コミュニケーションにおけるジェネレーションギャップの複雑化は避けられない。今後、こうした「感覚的なギャップ」による新たなディスコミュニケーション(コミュニケーション障害)の問題がよりクローズアップされるものと推察される。

(研究開発室 副主任研究員)

#### 【参考文献】

- ・宮木由貴子, 2001, 「現代の小中学生の携帯電話利用 ～親子の意識・実態調査、学校調査から～」『Life Design Report (2001年4月号)』第一生命経済研究所: 21-41.
- ・宮木由貴子, 2002, 「青年層の通信メディアの選択と友人関係 –音声コミュニケーションと文字コミュニケーション–」『Life Design Report (2002年4月号)』第一生命経済研究所: 27-49.