

多様化するメディアの中での手紙の意義 —携帯メールとの利用比較調査を中心に—

The Meaning of Letters Among a Variety of Media

— A Comparative Study of Letters and Mobile Phone Mail Based on Empirical Data Analysis —

大江 宏子 Hiroko OE

日本郵政公社郵政総合研究所
Research Institute of Japan Post

要 旨

伝統的情報通信手段である手紙の価値や機能に関する利用者の意識データをもとに、極力、定量的に、その機能と今日的意義を考察することを試みる。手紙をめぐる数少ない先行研究が着目する論点および、今日隆盛を誇る情報通信技術に基づく新媒体であるメールとを比較考察しつつ、計量解析手法を援用し、手紙を書く行動を規定する要因を分析した結果、広く一般的に言われているように、「若い者は書かない」や「手紙はメールという新メディアと競合関係にある」、あるいは、「昨今の手紙離れは、メールの普及により加速された」といった仮説は否定された。

Abstract

In this thesis, mainly the re-valuing of letters is to be tried. It is nonetheless saying that letters have been traditional information exchange media, but these days, because of competition with computer-mediated communications, such as e-mails, which are boosting, the usage of them is declining drastically. But is this hypothesis right? It is tried to investigate the factors which make people write letters, any demographic variables or others are examined, and in conclusion, rather than those variables, tendencies relating to letter-networking activities or other recognition inclination is of strong impact when one decides to write a letter or not. This kind of approach based on empirical analyses in this field is quite new.

1. はじめに

手紙は、ライフスタイルの一環である。芸術作品、文学作品にも手紙を題材とするものは数多くある。しかしながら、生活のワンシーンである「手紙を書く」という行動自体の衰退が指摘されて久しい。こうした「手紙離れ」の実態は、文字・活字文化の衰退とあわせて懸念をもって指摘されることが多い。

本分析においては、伝統的情報通信手段である手紙の価値や機能に関する利用者の意識データをもとに、極力、定量的に、その機能と今日的意義を考察することを試みる。ここでは、一般的に、昨今のITブームにより、メール利用が急増し、人々のコミュニケーション手段として伝統的位置づけを確保してきた手紙の利用構造が変容しているとする論議を批判的に捉え、電子メールを中心とする情報通信機器の普及が私人と私人の間での手紙利用にどのような影響を及ぼしているのか、また、数少ない先行研究における手紙利用構造の特徴的な論点に着目し、これを検証する形で考察を進める。

換言すれば、本稿では、手紙という情報伝達手段の利用という、従来は、文化論、あるいは社会学的文脈において考察対象とされてきた事象の考察に、行動経済学、マーケティング論的分野で多用されているデータマイニングの手法を援用し、学際的に、その利用構造の実態を解明しようと試みるものである。

2. 先行研究

2.1 手紙を巡るいくつかの論点

ここでは、手紙を巡る先行研究から、本稿の分析において参照すべき論点を整理する。

2.1.1 メディアは二度誕生する

まず、メディアと社会の変質を文化の視点から論じた^[1] 蓮実重彦(1997)は、「あらゆるメディアは二度誕生する」と論じている。すなわち、あらゆるコミュニケーション・メディア＝媒体は、未だ社会性に接続される以前むき出しの物質としての第一の生を受けた後、その物質が可能にしてしまうコミュニケーションの複雑性を縮減する形で特定の社会的機能を与えられ、いわば情報の伝達装置として透明化されることとなる⁽²⁾ 北田 2000) のだ。

このメディアが媒体として機能することを可能にする「第二の誕生」は、その意味でメディアという物質が共同性を担保する社会的意味に従属することを意味するとも解釈できよう。本来、メディアはその誕生の端緒から複雑性の縮減を請け負うべく社会に現出したのではない。むしろメディアが可能にしてしまうコミュニケーションにおける結節スタイルの多様性や拡張性に対し、社会は事後的にこれを包含し、受容し、メディアの持つ機能(情報様式についての情報)を画定することとなる⁽²⁾ 北田 2000)。

2.1.2 接続志向のコミュニケーション

さらに、^[3] 北田(2002)は、コミュニケーションについて、次のように述べている；伝達される情報の意味やメッセージを

フィルタリングしつつ公共空間を構築するというのが、マスメディア的な意味における「社会」の原理であるとするならば、接続志向のコミュニケーション空間における「社会」の原理は、首尾よくつながること、他者にちゃんと覗かれることである。解釈するに、コミュニケーションは、「情報内容の伝達」という側面から「コミュニケーション」自体を目的とする「接続志向のコミュニケーション」の側面が強化されていくことを強調する論考と位置づけられよう。これは、実際、われわれ、特に、若い世代の日常的な携帯メールの利用の実態に照らしても、納得しやすい論であるのではないか (P.144)。

北田は、公的な責任を持つ情報の送り手と、私的に解釈する受け手との役割区分が前提となった意味伝達志向のコミュニケーション（おそらく、伝統的に、手紙媒体は、この視軸で捉えられることが一般的であろう）から、そうした役割区分が失効し、見られること、接続されること自体をめざす接続志向のコミュニケーションへの変容としてとらえていると考えられる：まず第一に、〈覗かれ〉系サイトにおいては、世界の事象を、一定の象徴的意味を持つテキストや表象へとまとめあげる編集の操作が存在しない。したがって、発信する情報を整序・統制しその効果に責任を持つ「作者」「送り手」や、表象を読み解く「受け手」といったものも当然のことながら、存在しえない。そこでは、意味内容を持ったメッセージや物語が伝達されているのではなく、端的にコミュニケーション(たれ流し)が、意味やメッセージを介することなく次なるコミュニケーション(覗き見る)へと接続されているにすぎないのだ^[3] 北田 2002 p143)。

こうした接続志向型のコミュニケーションについて、たとえば、^[4] 上田 (2004) は、接続志向のコミュニケーションが明らかにした、接続への欲求とその困難さを踏まえる際、接続することを意味伝達の志向性にどのように関わらせればよいのか、より重要な課題であると指摘する (p27)。

ここで挙げた識者の論に立てば、手紙を含む情報伝達手段(媒体)は、複数の媒体の間のせめぎあい、利用者による事後的な棲み分けによる意味づけを経て、変質しながら、社会に根付くと解釈することができよう。

2.1.3 送り手と受け手の間の社会システムとしての手紙

ところで、^[5] Luhmann (1993) は、二つのシステムが交互に他方のシステムの成り立つ前提条件となっている場合、相互浸透 (interpenetration) の現象が見られると論じている (p336)。この概念は、相関するシステムの一方が作動するとき、他方のシステムの作動やそこからの影響は見えてこないため、一方のシステムが他方のシステムを制御しているのではないという点を強調する。社会システムの位相から、本論が考察対象とするコミュニケーションの作動を捕捉しようとするならば、その作動に参与する者の意識は、確かに存在してはいる。しかしながら、システムの作動に人間の意識を関係づけることはできない。

この図式を、コミュニケーションにおける「書く」という行為に引き寄せてみるならば、コミュニケーションと書くことと

を安易に因果関係として結節するのではなく、それぞれの位相から多視点的にその作動をとらえることが、これらの関係性をとらえる上で重要となるのではないか。2.1.2 で論じた「接続志向のコミュニケーション」について言えば、コミュニケーションの位相においては、意味を持たないことの書き散らしに見えるものが、書くという位相においては、接続の感覚が意識されることにより、メディアの双方に位置するものは、相互に結ばれていることを意味することにもなる。

それでは、コミュニケーションとの相互浸透を踏まえて、書くことの位相からその行為をとらえるならば、どのようにその作動をとらえることが適当であろうか。コミュニケーションの位相から見れば、それは応答を起点に作動するものであるが、書くこと自体においては、むしろ応答がない状況で書くという行為を捉える必要があるのではないか。この点を踏まえることで、より、手紙の本質が見えるようになるものとも期待できる。

2.1.4 「書く」ことの億劫さ

「絵はがきの起源」を著した^[6] Staff, F. (1966) はジェームズ・ダグラスが1907年に書いた文章を紹介しつつ、「葉書は、私たちの習慣を静かに改革した。思いがけないことに、わたしたちは葉書によって、手紙を書くことから開放された」と論じている。Staffによれば、時間が山のようにあった時代には、椅子に座り、何時間も長い手紙を書くことを喜びとしえたが、20世紀初頭の絵葉書の登場は、手紙と性格を異にするメディアの出現を意味し、短文で要用のみ付記することで済ませうる媒体が一般化したことを歓迎する風潮があったことを紹介している。

この感覚は、今日、われわれが手紙を書く際に感じるものとする意味、平仄を一にするのではないか。複数枚の便箋に文章をしたため、封筒を用意し、宛名を記し、切手を貼付し投函する。そして、手紙を書こうとする場合には、誰かに対して送りたい内容をしたためる時間を費やすことができるかどうかではなく、そもそも誰かに宛てて、居住まいを正して書くことができるかどうか、が問題となる。事実、堅苦しい、時間がかかる、きれいに書くには骨が折れる、一連の作法にのっとって書き記すにはそれなりの準備がある、といった条件が複合して、手紙を書くのは億劫、という感覚が生まれている。

2.2 コミュニケーション伝達手段をめぐる若干のデータ

前節における手紙を巡る一連の識者の考察を踏まえ、さらに、今日的トピックスとして、手紙と競合し、手紙利用がシフトしていると言われる情報通信技術(以下、「IT」と称する。)による情報伝達手段の普及の実態を概観する。

この種のデータは、あまりにも多くのものが公開されているが、その中でも、図1は、年代別の携帯電話利用率の推移である。特に、10代後半、20代、30代における利用率の高さが顕著である。特に、このIT媒体の利用増が顕著になる時期に、国内郵便の利用減の傾向が顕著である(図2)。

図2だけを見ると、最近の郵便物数の減少傾向は明らかであるものの、私人間の通信に限ってみると、必ずしも明確な減少

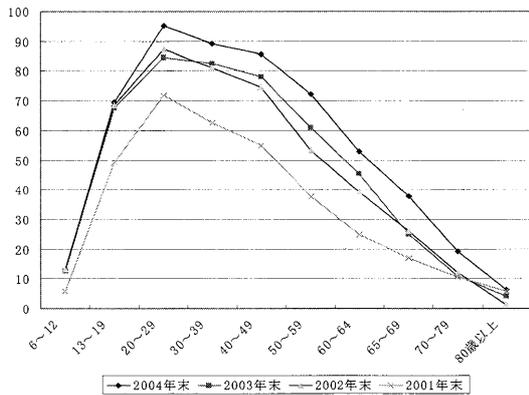


図1 携帯電話利用率の推移 (総務省調査)

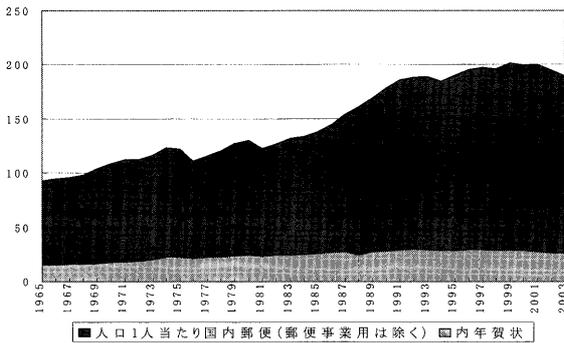


図2 人口1人当たり国内郵便数

傾向にあるとも言いきれないようにも見受けられる (表1)。むしろ、1991年度と2004年度を比較すると、若干ながら、増加傾向にすらあることがわかる。

表1 普通通常郵便物の物数の推移

年度	割合 (%)				通常郵便物数(億通)	私人間の通常郵便物数
	私人→私人	私人→事業所	事業所→私人	事業所→事業所		
1991	18	1.9	51.4	28.7	234	42.1
1994	17.8	1.6	50.4	30.2	235	41.8
1997	20.6	2.8	52.6	24	258	52.1
2000	15.8	1.7	50.4	32.1	261	41.2
2003	21	0.9	56.8	21.3	248	52.1
2004	22	1.2	57.3	19.5	235	51.7

出所:日本郵政公社『郵便2003』『郵便2005』

2.3 手紙の利用構造を巡る論議

手紙に関する本格的な学術研究として、1970年代に郵政省(当時)の調査会が行った一連の研究がある⁽¹⁾。それらは、当時の手紙利用の実態を調査結果に基づいて定量的にデータを残しているという点で、今となっては、貴重な資料といえる。ここでは、その成果の一部を紹介し、高度情報通信機器が家庭に普及する以前の手紙利用の実態を確認する。

その後30年余りを経て、インターネットや携帯電話の急速な普及が、手紙利用に影響を及ぼしていることが予想される。

⁽⁷⁾ 郵政省 (1975) :

「近頃の若者の手帳には友人の電話番号は書いてあっても住所は書いてないとか、ラブレターなどというものはもう時代遅れで、最近はやさやきも電話でやるのが当たり前になってしまったと言ったようなことを良く耳にする。

ところが、一方、郵便の需要は少しも減ってはいないという

ことも事実らしい。そういう統計数字にもしばしば接するし、第一、日常生活体験を通じてそれはよくわかる。毎日郵便受けに入りきれない程の郵便が来るからである。これはいったいどういうことなのだろうか。思うに、郵便なるものの実態が、特にその機能的な面で少なからぬ変化が起こってきているのではないだろうか。つまり、このごろ何かにつけてよくいわれる量的な変化よりも質的な変化の方が重要だということが郵便についてもいえるのではないかと思う。」

(⁽⁷⁾ 郵政省 1975年 i 頁)

手紙を書く傾向の強い層を「手紙型」とした上で (⁽⁷⁾ 1975,⁽⁸⁾ 1980年⁽²⁾) その特徴は、若年層(10代後半)、文章を書くのが得意、話し下手、女性、という結果が示されている。特に、15~19歳というカテゴリーの影響度が高いとする⁽³⁾。

21世紀に入ってから調査である⁽⁹⁾ 橋元(2004)では、手紙は他のメディアに比べて、対面頻度、連絡回数が小さく、距離が大きい知人との連絡手段として利用されている。

表2 各メディア利用構造の比較

	同性率(%)	年齢差(才)	対面頻度(日/週)	連絡回数(日/週)	距離(分)
固定電話	0.83	7.7	1.22	1.57	64.7
携帯電話	0.8	5.5	1.72	2.26	50.4
携帯メール	0.84	3.5	1.98	2.43	58.9
Eメール	0.75	6.1	1.11	1.98	111.6
手紙	0.88	6.1	0.7	1.3	159.2
全体	0.82	6.2	1.58	1.89	60.8

2.4 検証する仮説と実証分析の骨格

本稿では、以下、先行研究の蓄積がある1970-80年代以降、爆発的なIT利用普及が及ぼしたであろう「手紙」利用構造へのインパクトを考察しつつ、利用者の手紙の機能認知や各メディア間のポジションを再確認していく。そこでは、70年代調査において、手紙を書く傾向が高いとされた10代を含めて若い層は今も手紙を書いているのか、また、先の⁽³⁾ 北田(2002)が言うところの「接続志向のコミュニケーション媒体」の代表格である携帯メールを手紙に対置させて比較しつつ定量的に考察する。特に、携帯メールが一般化する中、その高利用層である中・高・大学生の日常生活における通信手段としての手紙と携帯メールをめぐる定性的分析を補完的に行い、情報伝達手段としての手紙の今日的意義に論考を加える。

3. 実証分析

3.1 アンケート調査結果の分析

ここでは、2005年10月に実施した「コミュニケーション手段に関する意識調査」の結果を分析する。

【データ収集】

実施日時	平成17年10月22日~23日
調査方法	マイボイスコム社のWebモニターによるインターネット調査
有効回答数	n=986
属性	男女比50%。年齢階層20代~50代以上4階

この結果によれば、手紙を書く層は、「手紙をもらったこと
があり」、「女性」であって、「高学歴」、手紙の「時空超越性評
価度&読み返し度の高い層」であると総括できる。検証を試み
た論点のひとつであった「携帯メール利用のインパクト」は有
効な変数としては選択されない。

3.2 若者が認知する手紙

ついで、先の定量分析を補足するべく先行研究における重要
な論点であった「年齢」と手紙を書く行動との関係性を定性的
に考察する。ここでインタビュー対象とした10代後半の世代
は、男女を問わず、メール高利用層でもであると推定される。

3.2.1 女子中高生の場合

インタビューは、2006年4月15日、非確率的標本抽出法
により、東京都在住の女子中高生6名を対象に行われた⁽⁸⁾。
自己紹介、日々のライフスタイルに関する総括的な話題から導
入し、「友人との交流関係」、「手紙の利用実態」、「今年の年賀
状」、「メールの利用実態」、「手紙のイメージ」等につき、討議
が行われた。

インタビューに当たっては、「手紙」に関して思いつもの
を何でも持参するよう指示したが、彼女たちが持参したものは、
おおむね図5のように、文房具や手渡しのルーズリーフのメモ
などが大半を占め、当初、われわれが想定していたような切
手を貼付した手紙や葉書の類は少数であった。

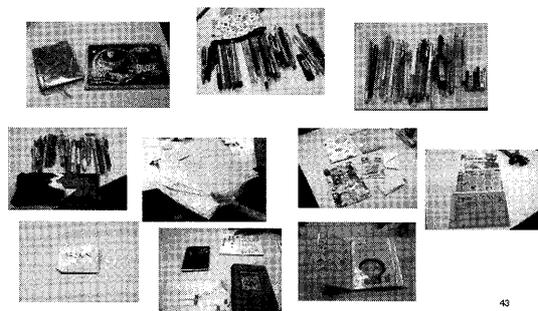


図5 女子中高生が「手紙」で連想するもの

また、「書く」の連想では、小中学生時代の交換日記に回顧
的に言及し、手紙自体についても、必要なら会いに行き、家の
ポストに投函、切手貼付の手紙送付は多くないが、結構書いて
いるし、書くこと自体は好き、との発言が目立った。一方で、
当初予想したような封筒・便箋・切手へのこだわりは希薄であっ
た。また、彼女らは、字体で性格が伝わる、同封物が可能、ま
た、「(緊急性において)メールでなくてもいいのが手紙、でも
手紙じゃなければならぬのも手紙」と認識しており、さら
には、ポストを開けて手紙が入っていると嬉しい、といった発言
が相次いだ。

3.2.2 男子大学生の場合

ついで、2006年6月20日に、同じく非確率的標本抽出法
により、都内男子大学生6名からなるインタビューを行った⁽⁹⁾。
彼らの生活においては、手紙を書く機会は、ここぞという

ときであり、書くとなったら、何時間も費やす、便箋を買いに行
くこと自体が新鮮であり、書き慣れていないので、それもまた、
新鮮という好意的な発言が目立った。

男子学生に聞いた「手紙を書かなくなった理由」と「手紙の
展望」としては、情報伝達的手段が多様化したことにより、手
紙の価値が、より高尚なものに変化し、高尚なものとしての
「手紙」を書く上での基準が上がっていることを挙げていた⁽¹⁰⁾。
また、面倒くささが手紙の価値であり、当方の思いを伝える代
理言語としての手紙の外延的価値を評価する傾向が顕著であっ
た。また、彼らにとっての手紙は、図6にあるとおり、年賀
状をはじめ、切手を貼付の上、投函する通信媒体としての性格
を兼ね備えるメディアとして認知されている。

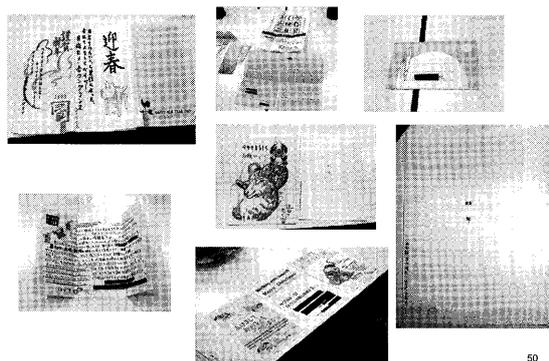


図6 男子大学生が手紙で連想するもの

これら2回のグループインタビューの結果から、手紙は、
少なくとも、日常的なコミュニケーション手段ではないことが
うかがえる。むしろ、彼らにとっては、「書く」という行為と、
それにまつわる面倒くささや思いの表現が手紙の本質的価値と
して潜在的に認知されていることがわかる。特に、部分的・定
性的には、高学歴の手紙インパクトは把握されたが、男性・若
年・高学歴の大学生のインタビューから、高尚さと義理(決して
否定的ではない)の要素が垣間見られる点は興味深い。

4. おわりに

本稿では、最新の調査結果をもとに、30年前の調査結果に
おける論点を検証する形で、今日の手紙の利用実態とイメージ
を分析した。特に、数少ない手紙をめぐる先行研究の成果を踏
まえ、計量的手法を援用し、できるだけ客観的に、手紙を書く
という行為を決定付ける要因を抽出し、そこから手紙を書く
という行為の今日的意味づけを試みたところである。

その結果、特に、手紙を書く行動確率を予測する二項ロジ
スティック回帰モデルにおいて、属性変数よりも、むしろ手紙に
まつわる行動や手紙に対する意識といった要因が説明に有効で
あることを導出したことは、大きな発見といえる。また、この
ことは、われわれの皮膚感覚にマッチし、納得しやすいことと
もいえよう。

手紙利用の第1因子は「周辺影響因子」であり、親や学校
教育の影響、あるいは手紙を書く友人関係に影響されて、とい
う社会ネットワーク的要素である。これに対し携帯メール利用
の第1因子は「楽しみ・暇つぶし」であって、手紙と携帯メー

ルの競合関係は見られなかった。

今回の定量分析により、一般的に言われる「メール（携帯電話）と手紙の競合関係に関する仮説」、あるいは、「昨今の手紙離れは、メールの普及により加速された」といった仮説は、今回の定量分析によって否定される結果となったことにも着目すべきである。このことは、利用者の認知において、携帯メールと手紙が異なるメディアとして位置づけられていることからすれば、利用者がこれらを使い分けている当然の結果とも考えられる。

しかしながら、このことをもって、すぐさま、新しい情報通信機器の普及が手紙利用に何ら影響していないとするのは早計であり、今後の実証分析の蓄積を待つことが必要であろう。

本稿の分析では、10代～20代前半の若年層を対象としたグループインタビューにより、定量分析を補完し、手紙をめぐる行動、評価視座を定性的に把握する中で、少なくとも、個人間通信における「手紙」の意義は、メディアの多様化の中で変容しつつも、利用者には認知されていることが把握され、このことは、^[1] 蓮実（1997）の仮説を裏付けるものともいえる。

注

- (1) これらの研究は、郵便サービス提供主体としてのサプライサイドからする分析であり、そこには、当時、いわゆるニューメディアの到来により、伝統的通信手段である手紙への影響を懸念しつつ、将来の利用増を図る上でのマーケティングの視点からなされたものといえる。
- (2) 出所は、2回にわたる「社会生活とコミュニケーションに関する調査」結果であり、その概要は、郵政省『昭和49年度郵便の将来展望に関する調査会報告書』（1975年、221頁）及び郵政省『郵便コミュニケーションに関する調査研究会報告書』（1980年、56-58頁）に収録されている。ちなみに、前者採録の1974年調査は、1974年11月～12月実施、15歳から69歳までの一般男女を対象とし、標本抽出法は、確率比例抽出法であった。調査方法は、訪問面接聴取法。標本数は、東京首都圏1500、松山市600、倉吉市400。回収数は、東京首都圏1287、松山市541、倉吉市361。
後者採録の1979年調査は、1979年11月～12月に実施、15歳から69歳までの一般男女を対象とし、標本抽出法は、確率比例抽出法。調査方法は、訪問面接聴取法。標本数は、東京首都圏1200、松山市600、倉吉市400。回収数は、東京首都圏976、松山市537、倉吉市372であった。
- (3) この傾向は、^[10] 郵政省（1981）でも認められる。
- (4) 郵政省（当時）における1970年代の調査において、手紙を書く行動を予測する上で有効な変数として、「女性」「若年層（10代後半）」「高学歴」といった属性変数に加え、「文章を書くことが得意」「話し下手」といった個人の特性が示されていた。説明変数候補：「男性ダミー」「年齢階層ダミー」「最終学歴ダミー」「年収階層ダミー」「手紙をもらったダミー」「携帯メール利用ダミー」「手紙に関する4因子得点」を投入。ツリー中の次の略称は、REGR factor score 3は第3因子「手紙読み返し因子」。REGR factor score 4は第4因子「手紙時空超越因子」である。

- (5) 郵政省（当時）における1970年代の調査において、手紙を書く行動を予測する上で有効な変数として、「女性」「若年層（10代後半）」「高学歴」といった属性変数に加え、「文章を書くことが得意」「話し下手」といった個人の特性が示されていた。説明変数候補：「男性ダミー」「年齢階層ダミー」「最終学歴ダミー」「年収階層ダミー」「手紙をもらったダミー」「携帯メール利用ダミー」「手紙に関する4因子得点」を投入。
- (6) 手紙を書く行動に向かう確率がオッズ比で示され、基準となるカテゴリー（1.000）に対する各変数の効果を見たものである。すなわち、1より小さいほど手紙を書かない可能性が高く、1より大きいほど手紙を書く可能性が高いことを示す。
- (7) -2対数尤度は973.832、Nagelkerke R²乗は0.408であり、モデルは信頼できると判断した。なお、カテゴリ変数の基準は、「20代ダミー」、「高卒ダミー」である。
- (8) 女子中3年、女子高2年、3年各2名ずつ。対象者は、学年毎に友人2名ずつ知り合いの組み合わせである。参加条件として、手紙利用については、特に条件を付さず、モデレータによるQ&A方式で、個々の回答者間に相互作用が派生するよう配慮した。インタビューは約2時間行われた。
- (9) 参加に当たり、手紙利用については、特に条件を付さず、モデレータによるQ&A方式で、個々の回答者間に相互作用が派生するよう配慮した。インタビューは約2時間行われた。自己紹介、日々のライフスタイルに関する総括的な話題から導入し、「ライフスタイル全般」、「文字・活字との接触度合い」「友人等との交流関係」、「手紙・メール・今年の年賀状の利用状況」、等につき、討議が行われた。
- (10) 格調高い、伝統的なもの（冠婚葬祭等）は手紙が適すると思うが、逆に、一般的な連絡事項が、手紙が届いたら、びっくりしてしまう、何事かと思う、との発言もあった

参考文献

- [1] 蓮実重彦「あらゆるメディアは二度誕生する」浅田彰（監修）『マルチメディア社会と変容する文化』NTT出版、p33-59、(1997)。
- [2] 北田暁大「研究ノートメディア(論)の誕生」東京大学社会情報研究所情報メディア研究資料センターニュース第12号2000年3月。
- [3] 北田暁大「広告都市・東京—その誕生と死」廣済堂出版、(2002)。
- [4] 上田祐二「電子メディアを活用した書くことの学習の基礎論的考察—書くことの双方向性と書くことの双方向的な学習との接点—」北海道教育大学旭川校国語国文学会『旭川国文』第20号、p22-36、(2004)。
- [5] Luhmann, N. (1984) *Soziale Systeme: Grundriss einer allgemeinen Theorie*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main = ニクラス・ルーマン、佐藤勉監訳『社会システム理論・上』恒星社厚生閣、(1993)。
- [6] Staff, F. *Picture postcard and its origins*, New York: FA, (1996)。
- [7] 郵政省『昭和49年度郵便の将来展望に関する調査会報告書』、(1975)。
- [8] 郵政省『郵便コミュニケーションに関する調査研究会報告書』、(1980)。
- [9] 橋元良明『インターネット利用に伴う情報格差、対人関係希薄化の分析』平成13年度～平成15年度科学研究費補助金研究成果報告書、(2004)。
- [10] 郵政省『昭和55年度郵便コミュニケーションに関する調査研究会報告書』、(1981)。