

携帯コミュニティの形成とその社会的意義に関する調査研究

代表研究者 吉 井 博 明 東京経済大学コミュニケーション学部教授
共同研究者 三 上 俊 治 東洋大学社会学部教授

はじめに

人間関係やグループ（広義のコミュニティ）の構築と維持にとって、1対1あるいはn対nのコミュニケーションを規定する通信メディアの影響はきわめて大きい。1980年代以降、日本においては、通信メディアの利用革新及び携帯電話やインターネットという新しい通信技術の普及が急速に進展し、人々のつきあい方やグループの形成等に重大な影響を及ぼしている。電話の積滞が解消した1980年代はじめ頃から、数時間以上にも及ぶ、異常に長い電話をする傾向が目立つようになったが、これは電話「本来」の使い方である緊急連絡や用件連絡とも、またおしゃべりとも異なる新しい利用方法（利用革新）であった。1回の電話で数時間以上も電話するのは、おしゃべりをするためではなく、電話の相手と同じ時空を共有したいという気持ち（心理的同居志向）が強いためと考えられた。1980年代後半に入ると、ポケベル（ページャー）が若者の間で急速に普及し始めた。「おはよう」とか、「電話して」といった短い、何気ない文章を交換し、親しい友人との絆を確認したり、新たな友人を獲得する手段として、若者に爆発的な人気を博した。そして、1995年以降、ポケベルに取って代わって、急速に伸びてきたのが携帯電話（PHSを含む）である。

携帯電話は1979年のサービス（自動車電話）開始からしばらくの間、利用料金が非常に高く、しかも端末が重かったため普及が進まず、利用者もほとんどが会社関係に絞られていたが、その後、技術革新が急速に進み、利用料金が大幅に低下するとともに端末の軽量化も進んだ。同時に、携帯電話サービス事業者間の競争が激化し、顧客囲い込みのため、端末や加入料金の無料化、大規模な宣伝等が行われた。

この状況変化に敏感に反応したのが、就職活動をする大学4年生や彼氏・彼女がいる若者、あるいは社交性があり、しかも外出機会が多い、「忙しい」人々であった。また、多くの若者が、親の干渉から逃れることができ、いつでもどこでも相手に直接通じる携帯電話のパーソナル通信機能に大きな価値を見出した。このように社交性が豊かで活動的な若者が携帯電話普及のリード役となったが、その後、彼らの利用に刺激を受けた30歳代以上の人々にも急速に普及した。その結果、現在では、16歳以上69歳未満の約6割が携帯電話を利用している。大学生に至っては、9割以上という圧倒的な普及率になっている。携帯電話は、現代の日本人の生活に欠かすことのできない必需品になりつつある。

そればかりではない。携帯電話の技術的進歩に合わせて、携帯電話の利用形態も年々進化してきている。3年ほど前から携帯電話によるメールの利用が若者の間で広がり始め、今や携帯電話は単に話すだけでなく、メールを送受信するツールにもなっている。また、1999年2月からサービスが始まったNTTドコモによるi-モード以降、ウェブ（ホームページ）利用も本格化しつつある。さらに、携帯電話は、時計や手帳、電卓、ウォークマン、デジカメなどといったオフライン機能も豊富に持っており、これらの利用も盛んになっている。

携帯電話行動の実態

それでは、人々は携帯電話を実際にどのように利用しているのだろうか。2000年5月に武蔵野・三鷹両市で行った調査結果（MM調査と略称＝吉井、三上、箕浦(2000)）、2000年12月に地方中核都市における事例として調査した帯広調査（田崎、吉井、ハッ橋(2000)）及び2000年6月に行った大学生調査（吉井(2000a)）に基づき、人々の携帯電話利用の特徴をまとめることにしよう。

まず第1に、携帯電話（PHSを含む）を利用している人は一体どのくらいいるのだろうか。16歳以上69歳以下の人々を対象とした場合、MM調査では58%、帯広調査では55%が携帯電話を利用している。また、利用率は、男性の方が女性よりもやや高い。女性の中でも在宅時間の長い専業主婦の利用率が非常に低くなっている。しかし、利用率を左右する、もっとも大きな要因は性別ではなく年齢で、20歳代の9割を筆頭にして、年齢の上昇とともに利用率が低くなり、60歳代では2割程度に落ち込む。インターネットの場合は影響がある世帯所得はほとんど関係なく、利用しない理由としては、固定電話で充分なので（料金を払ってまで使う）必要がないという意見が多い。

利用の目的は、男女差があり、女性の場合は、圧倒的にプライベートが多く、男性では仕事とプライベート兼用の人

が約4割とかなり多くなっている。プライベート利用に限定した場合の利用頻度をみると、携帯電話で1日に1回以上話をしている（電話として使っている）人が約6割と多数を占めている。おもしろいことに電話としての利用頻度には年齢差がほとんどない。中高年利用者也電話としての利用については、どう使うかという文化が身につけているためと考えられる。

以上述べた利用実態は、ほとんど地域差がないが、利用する場所については、地域差がみられ、武蔵野・三鷹では「路上・街頭」がもっとも多くなっているのに対して、帯広では「自動車の中」がもっとも多くなっている。移動手段の違いが利用形態を規定しているのである。しかし、いずれの地域でも自宅での携帯電話利用が多く、帯広では5割、武蔵野・三鷹では4割が、「使うことが多い」場所として自宅をあげている。このことは、携帯電話が移動時の連絡手段という狭い利用形態から、次第にパーソナル電話としての利用という用途まで拡大しつつあることを物語っている。また、年齢差に着目すると、駅・バス停や自動車の中で使うのは、若者より中高年に多くなっている。若者の携帯電話利用は、パーソナル電話としての利用が多いのに対して、中高年はモバイル電話としての利用が主と言えよう。若者の場合、電車・バスの中で使うのはメールが中心で、電話としての利用は最近減ってきている。携帯電話のマナーが厳しく問われる中で、若者は電車・バスの中では電話を止め、メール利用に切り替えているのである。

一方、携帯電話を使ってプライベートなメールのやりとりをしている人は、携帯電話利用者の約4割と少ない。1日1回以上メールを使っている人は、そのうちの約半数で（携帯電話利用者全体の約2割）、その多くが若者である。MM調査では16～24歳の若者の6割、大学生調査では8割が利用している。

携帯の電話番号は、重要なプライバシーのひとつであり、携帯電話の利用率が低い頃は、特に親しい友人以外には番号を教えなかった人も多くみられたが、最近では家の固定電話番号の代わりに初対面の人にも気軽に教える若者が増えており、メモリダイヤルには平均して80件以上が登録されている（NTTアド2000）。

しかし、この中でよく電話する相手（プライベート）は、これまでの調査で少ないことがわかっていたが、今回の調査でも、3～4人のごく親しい、ふだんよく会っている友人（彼氏・彼女を含む）が圧倒的に多いことが確認された。話す内容は、待ち合わせの連絡・変更が多いという点では年代差が少ないが、遊びや飲みに行く誘い、深夜の連絡、その時あった出来事や気持ちの伝達、特に用件のないおしゃべりなどは若者に圧倒的に多い。中高年は用件型の利用が中心であるのに対して、若者は非用件型の利用が多いのである。

メールの使い方には、インターネットのチャットのように、ほぼリアルタイムでメールをやりとりするやり方とEメールのようにタイムシフト的利用の2つに分かれるが、チャット的利用の相手はふだんよく会っている友人相手が多く、タイムシフト的利用の場合はふだん会えない友人との関係維持に使われることが多いようである。MM調査では、よくメールをやりとりする相手が電話の相手と同じかどうか尋ねているが、「ほとんど同じ人」という回答が2/3と圧倒的に多くなっており、「違う人の方が多い」という回答は1割に留まっている。他方、帯広調査では、メール相手のうちふだん会っている人の割合を尋ねているが、全部もしくは7～8割がふだんよく会っている人という回答は約半数に留まっており、電話とメールを微妙に使い分けている人もいることがわかる。すなわち、メールはふだんあまり会えない、やや疎遠な人ともやりとりするが、電話はふだんよく会う人を中心に使っていることになる。

携帯電話の効用としては、いつでも連絡できるという安心感や連絡がつかないことによるイライラの防止が多くあげられているが、このような効用を感じる人の割合については年齢差が少ない。一方、「落ち込んでいるときに友人からかかってくるとうれしい」と感じるのは圧倒的に若者に多く、4人のうち3人もこのような効用を感じている。また、携帯電話の利用により友人が増えるという効用も若者、特に10代に多くみられる。他方、家族とより親密になったと感じている人は、大学生でも3人に1人と多くはない。

電話利用とメール利用の使い分け

それでは、携帯電話の主要機能である電話とメールをどのように使い分けているのであろうか。調査結果によると、4つの要因 - 料金、相手との関係、コミュニケーションの内容、利用環境 - が関係しているものと考えられる。第1の要因は利用料金である。メールがビット課金（送信するパケット数に応じた料金）であるため、短いメールは1通1～3円程度と非常に安く、メールを作成する手間や即座に返事が返ってこなくても構わないということであれば、メールを使った方が費用対効果がよいということになる。第2の要因は、相手との関係で、友人関係を維持するための、特に用件がない連絡（近況報告やどうしているかを尋ねるもの）の場合はメールを使う。大学生が高校時代の友人との関係を維持するため連絡する場合などがこれにあたる。第3の要因はコミュニケーションの内容である。メールでは表現が難しい内容を含んでいたり、すぐに返事が欲しい内容、やりとりしないとまとまらない内容の場合は、電話を使い、それ以外はメールで済ます。逆に、電話では話せないが、メールだったら書ける内容もある。あいまいで多義性が高い内容には電話を、シンプルだったり電話で話すのに抵抗がある内容の場合にはメールを、というように使い分けるのである。あまり重い内容のものをメールで送ると次第に疎んじられることが多い。第4は使用環境による使い分けである。

典型的な例は、電車や教室など話することができない環境下ではメールを使い、路上・街頭など移動中は電話を使うといった使い分けである。

要するに、携帯電話でメールが送受信できるようになったお陰で、音声だけの電話ではできなかった新しいタイプのコミュニケーションが可能になり、音声との使い分けを工夫することにより、携帯電話の価値を飛躍的に高めることができたのである。

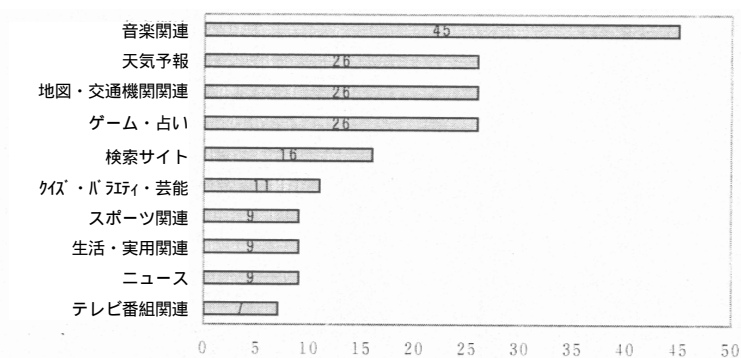
携帯電話によるウェブ（ホームページ）利用

携帯電話によるウェブ利用については、サービス開始後間もないこともあり、調査が少なく、利用実態すら解明されていない点が多いが、パソコンからのウェブ利用とはかなり異なるように思われる。帯広調査によると、携帯電話利用者のうちウェブを見ることができる人は3割に留まっており、閲覧頻度は、利用可能な端末を持っている人の2割弱と少なく、パソコンによるインターネット利用者のウェブ利用に比べると非常に少なくなっている。また、閲覧方法もパソコンからのアクセスとは異なり、検索サイトの利用が少なく、初期画面から次々に選択しながら入るか、ブックマーク等で直接入る方法がとられている。

一方、大学生調査によると、約6割がウェブを利用しており、利用ジャンルは、図1に示したように、音楽、天気予報、地図・交通機関、ゲーム・占いなど若者の好みを反映したものになっている。見る場所は、自宅が圧倒的に多く8割、次に多いのが学校と電車・バスの中で、約3割になっている。また、携帯電話の小さな画面を見にくいと感じているのは、3人に1人程度と少ない。

携帯電話によるウェブ利用は、一言で言えば、「カジュアル」というキーワードで表現できよう。パソコンに比べると、携帯電話の画面は非常に小さいため、パソコンのように知りたい情報を検索し、じっくりと画面で確認し、必要に応じてプリントアウトすることには向かない。携帯電話からのウェブ利用は、簡便で今すぐにちょっと知りたい情報を入手するために使われているのである。たとえば、出かける前にちょっと天気予報を見たり、行き先の場所を確認するとか、終電の時刻やプロ野球の速報、今いる繁華街で上映中の映画情報を入手するなどといったことである。双方向性を生かした書き込みなどには、今のところ使われていない。

ウェブ利用に関連して、携帯電話を呼び出す際の着メロのダウンロードも若者に人気があり、大学生調査では4割が実際に行っている。また、音楽のダウンロードを行う学生も1割弱存在する。トランザクション系のチケット予約、バンキング、株取引も少ないながら利用している若者がいる。



(出典) 吉井博明、2000a、東京経済大学学生調査 (n=135)

図1 携帯ウェブの閲覧内容（よく見るサイト）

携帯電話とコミュニティの形成・維持

携帯電話の利用が人間関係、特に友人関係にどのような影響をもたらしているかについては、最近多くの調査研究が行われてきている。仲島等(1999)は、携帯電話が特定少数の友人とのつきあいを親密にする効果があるという調査に基づき、携帯電話が若者の間にフルタイム・インティメート・コミュニティを創り出していると主張した。吉井(2000b)は、携帯電話が友人の範囲を拡大すると同時に特定少数とのより密な関係（携帯コミュニティ）構築にも役立っているとみなしている。他方、松田(2000)や岡田等(2000)は、若者にとって携帯電話は友人関係を保つ上で必需品であり、発信者番号表示（番通）を活用する若者は選択的な人間関係を構築しようとしているのではないかと論じている。中村(2000)は、携帯電話と携帯メールの違いに着目して、これらは人間関係にも異なる影響をもたらしていると論じている。また、羽

淵(2000)は、友人関係の構成要件は、情緒的（全人格的）交際因子、表層的交際因子、選択的交際因子、距離化因子、自己優先性因子という5つの因子から成り、携帯電話はこれらの因子すべてに影響をもたらすのではないかという仮説を提示している。

このような多くの分析からいくつかのことが浮かび上がってくる。第1に、携帯電話が人間関係構築・維持に不可欠の必需品になりつつあるという事実である。今や、携帯電話を持たずに友人と会って話したり、一緒に遊びに行くことが難しい時代になりつつある。特に、若者の場合は、よほどしっかりした（携帯電話は要らないという）信念を持っているか、変人と思われても良いと開き直らない限り、携帯電話利用の流れに抗うことが難しいのである。言い換えれば、携帯電話の利用を前提とした人間関係やグループ（活動）が維持・形成がなされようとしているのである。コミュニティ活動を支えるコミュニケーションは、携帯電話なしには考えられない時代に入ろうとしているのである。

第2に、携帯電話の利用が、対面コミュニケーションを増加させている点に注目する必要がある。大学生調査によれば、表1に示したように、携帯電話を使うようになって、友達と会うことが増えたと回答した学生が63%と非常に多く、またそれに伴い友達と一緒に食事をすることも増えている。パーソナル通信としての携帯電話が友達との連絡を容易にした結果である。このことは携帯電話によるコミュニケーションの影響を対面コミュニケーションとセットで考える必要性を示唆している。携帯電話で連絡を頻繁に取り、会っていろいろ話し、食事をするになれば、そのような友達＝仲間とのつながりが強くなり、その絆も強くなる。しかし、このような仲間集団に複数所属することは、手間やスケジュール調整、余暇時間、お金といった諸資源の配分からみても非常に難しく、次第にひとつないしふたつの集団に絞らざるを得なくなる。その結果、携帯電話は、帰属する、ひとつないしふたつの仲間集団とのつきあいを深める結果をもたらすことが多いものと考えられる。このような仲間集団は、携帯電話を主要なコミュニケーション媒体としており、携帯電話なしには成り立たない集団である。その意味で携帯コミュニティ（フルタイム型）と呼ぶことがふさわしい集団と言えよう。

しかし、第3に、携帯電話は、どのような人間関係を構築したいかという目的に応じて、様々に使うことができる柔軟性のあるメディアでもあるという点に着目すべきであろう。少数の親密な仲間集団をつくりたいという若者は、携帯電話で四六時中話しかつメールを交換し合い、常に行動を共にすることが可能であり、そのような若者もかなり存在する。他方、趣味サークルや（元）同級生、高校時代の友人など、いろいろな集団に多重帰属する多元的人間関係を構築することも可能であるし、実際そのような使い方をしている若者もいる。その時の気分に応じて、帰属している多くの集団の中から適当な相手を選び、電話やメールを発信することも可能である。辻(1999)が言うところのフリッパー志向の若者に携帯電話は打ってつけのツールである。また、非常にオープンな人間関係を好み、深くはないが誰とでもつき合う表層的人間関係をつくりたい若者は、電話だけでなく、メールを最大限に活用しつつ、多くの友人とのつながりを維持することが可能である。このような集団も携帯電話を核としており、携帯電話の機能を充分活用することにより成立しているのであり、これも携帯コミュニティのひとつのタイプ（フリッパー型）と考えられる。

第4に、携帯メールの出現後、急速に増えているメル友が創り出す人間関係を考えてみたい。ウェブサイトを経介として、見知らぬ人同士が知り合い、気の合った人同士が顔を合わせることもなく、頻繁にメールのやりとりをすることにより、親密な人間関係が創り出されるのである。対面でのコミュニケーションが苦手だったり、引っ込み思案の人あるいは未知の世界への好奇心が強い人が多いとも言われる。このメル友の人間関係は、パソコンを使ったインターネットの世界における電子コミュニティと似た側面がある一方、引きこもりの暗い人間関係というイメージもある。いずれにせよ、携帯メールが、まったく会ったことがない人との出会いの場を提供し、目に見えない、しかし非常に親密な人間関係を構築していることも事実である。

最後に、人間関係の背景となる環境条件の変化と携帯電話利用との関係について指摘したい。人間関係を大きく規定する環境条件は、高校から大学への入学、就職・転職あるいは転居に伴い大きく変化する。携帯電話がない場合は、これらの環境変化が人間関係の変化に直結するが、携帯電話を利用すれば、この環境変化が人間関係に及ぼす影響を最小限に抑えることも可能である。携帯電話の利用は、既存の人間関係を維持するコストを非常に小さくすることができるからである。実際、携帯電話、特にメールの活用により、既存の人間関係をうまく維持している人も少なくない。

携帯電話利用の社会的影響 - 消費行動等への影響

携帯電話は、人々に多大の出費を強いるメディアでもある。平均でも月々7千円から8千円を支払わなければならないし、その上、友達等と会い一緒に食事をする機会も増えることから、お金のやりくりが非常に難しくなったのである。携帯電話は必需品になりつつあり、いったん利用を始めるとやめることは考えにくい。ワン切りやメールの活用で使用料を減らしても劇的に減少するということはない。そこで、アルバイトやパートをする時間を増やすなどして収入を増加させるか、他の支出を減らさなければならなくなる。

大学生調査の結果（表1）をみると、携帯電話を使うようになってから消費関連行動に大きな変化がみとめられる。

もっとも多い変化は、自分で自由になるお金が減ったという項目で実に半数近く（47％）の学生が訴えている。次が、アルバイトやパートをする時間を増やしている学生で33％いる。自由になるお金の減少（携帯電話は必需品なので止めることも毛頭考えない）に対処するために支出を減らしているのは、洋服や装飾品、マンガや雑誌、CD、ひとりで外食をするときの支出などである。逆に、100円ショップなどの安売り店の利用は増えている。

表1 携帯電話を使うようになってからの行動変化

行動項目	(単位%)		
	増えた	不変	減った
1.自分で自由になるお金	11	42	47
2.洋服や装飾品の支出	13	63	24
3.マンガを買う支出	3	75	23
4.CDの支出	11	69	20
5.ひとりで外食をするときの支出	10	70	19
6.衝動買い	9	73	18
7.雑誌を買う支出	4	79	17
8.チケットを買う支出	6	84	10
9.レンタルビデオを借りる支出	6	84	10
10.カラオケの支出	10	80	10
11.100円ショップなどの安売りの店の利用	17	80	4
12.アルバイトやパートをする時間	33	66	1
1.友達のうわさ話	32	66	1
2.友達と一緒に食事をする	41	58	1
3.友達と会うこと	63	36	1

(注) 携帯電話の利用料金を自分で払っている大学生のみ対象 (n = 115)

(出典) 吉井, 2000a

おわりに

人々の携帯電話行動は、技術の急速な進歩に対応して激しく変化している。メールやウェブの利用に典型的にみられるように、新しい携帯電話サービスを真っ先に使いこなすのは若者であるが、それに中高年が追随し、彼らの環境条件にマッチした使い方を創り出しつつある。携帯電話の利用が人々の生活にもたらしたもっとも大きな影響は、人間関係の形成と維持、あるいはコミュニティの形成と維持という領域である。人間は、いつの時代でも、自分が望む人間関係をいかに構築するかという点に大きなエネルギーを使っているが、現在は、携帯電話という手段をいかにうまく使いこなして、これを実現するかに腐心している。携帯電話は柔軟性があるメディアへと急速に進化してきており、人間関係を凝縮させるようにも、また分散拡大させるようにも使うことが可能である。その選択は社会が、どのような携帯電話利用のルール（暗黙の）づくりをするかにも依存する。また、携帯電話が必需品となったことで出費がかさみ、人々の消費行動等に多少の異変が生じていることも確かである。費用捻出のための節約や収入確保のためのアルバイト等を行うことで生活にも影響がでている。携帯電話利用で減った、自由になるお金の範囲で自分に合うファッションを求めたり、マンガや雑誌など電車の中で読むものは、携帯電話のメールやウェブ、さまざまなオフライン利用によって取って替われようとしている。このように人々の携帯電話への依存傾向は技術進歩とともに、今後ますます強まることが予想され、それに伴い携帯電話行動は変化し続けることになるだろう。

【引用・参考文献】

- (1) 吉井博明、三上俊治、箕浦康子「メディア・エコロジーの現状 - - 武蔵野・三鷹市民のITメディア利用の実態」メディア・エコロジー研究会報告書, 2000
- (2) 吉井博明「東京経済大学学生携帯電話利用行動調査」未刊, 2000a
- (3) NTTアド「ワイヤレス生活者のライフスタイル調査分析報告書」, 2000
- (4) 仲島一郎、姫野桂一、吉井博明「移動電話利用の普及とその社会的意味」『情報通信学会誌』Vol.16 No.3, 1999
- (5) 吉井博明「情報のエコロジー」北樹出版, 2000b
- (6) 松田美佐「若者の友人関係と携帯電話利用 - - 関係希薄化論から選択的關係論へ - - 」『社会情報研究』No.4, pp111-122, 2000

- (7)岡田朋之、松田美佐、羽淵一代「移動電話利用におけるメディア特性と対人関係 - - 大学生を対象とした調査事例より - - 」『平成 1 1 年度情報通信学会年報』, 2000
- (8)中村功「携帯電話を利用した若者の言語行動と仲間意識」『日本語学』Vol.19 1 0 月号、2000
- (9)羽淵一代「携帯メディアをめぐる人間関係 - - 若者の利用を中心にして - - 」第 5 回日本社会情報学会ワークショップ発表資料, 2000
- (10)辻大介「若者のコミュニケーションの変容と新しいメディア」橋元良明・船津衛編『子ども・青少年とコミュニケーション』北樹出版, 1999

< 発 表 資 料 >

題 名	掲載誌・学会名等	発表年月
「メディア・エコロジーの現状 - 武蔵野・三鷹市民のメディア利用実態 - 」	メディア・エコロジー	2000年8月
「メディア・エコロジーの現状 - 帯広市民のインターネット、携帯電話、ケーブルテレビ等のメディア利用実態 - 」	田崎篤郎、吉井博明 ハッ橋武明	2001年3月
「若者の携帯電話行動」、現代のエスプリ	現代のエスプリ3月号 吉井博明	2001年3月