

# 大学生の友人関係とコミュニケーション・メディア選択との関連性に関する調査研究

遠山茂樹

## 要旨

本調査研究では、大学生の友人関係とコミュニケーション・メディア選択との関連性を解明するために、(1)友人の種類や規模とメディア選択との関連性と(2)メディア選択と話題選択との関連性について、高知県下の大学生を対象とする質問票調査を実施した。

分析の結果、友人関係のあり方とメディア選択との関連性では、社交的な学生ほど多くのメディアを使い分けているという仮説をほぼ支持していた。しかしながら、友人と直接会う頻度とメディア・コミュニケーションの頻度とは相関が有意でなく、フルタイム・インティメイト・コミュニティは確認されなかった。また、社交的な学生でも、リアル友人の維持管理にソーシャル・メディアを活用する群と、ネット上で新たな出会いのためにソーシャル・メディアを活用する群とに分かれていた。メディア選択と話題選択の関連性においても一定の相関が確認された。メールやSNS、Twitterといったテキスト・メディアはコンサマトリーな話題を話すときによく選択され、一方で実用的な話題や悩み相談などシリアスな話題においては携帯通話や通話アプリといった口頭コミュニケーションがよく選択されていた。

## Abstract

The paper reports on an exploratory study of the relationship between friendship of university students and communication media selection. The data stem from surveys of university students in Kochi Prefecture aged 18-30. The surveys were conducted in order to explore (1) relationship between types and scales of friendship and communication media selection, and (2) relationship between communication media selection and conversation topic selection.

The results indicate that sociable students tend to use multiple media to communicate with friends. However, the frequencies of face-to-face communication and media communication are not correlated and there are no supporting evidences for so-called "Full-Time Intimate Community". In the social media usage, one sociable group using social media to maintain real meeting friends, the other sociable groups use them to find new online friends. Also, the results indicate that some conversation topics have connection with specific media. A text media such as SMS, SNS, and Twitter tends to be selected to talk about "consummatory" topics. Also an oral media such as mobile phone and VoIP software tends to be selected to talk about serious topics.

## 1. はじめに

これまで若者の人間関係と急速に普及した携帯電話との関係性を探求する研究がいくつもなされてきた。しかし現在、携帯電話やインターネットを取り巻く環境は急激な変化の途にあり、若者におけるメディア利用状況も変化してきていると考えられる。

本稿では、高知県下の大学生に対する質問票調査を通して、地方大学生の友人関係の現状とメディア使用との関連性を探索的に分析するものである。

## 2. 若者の友人関係とメディア選択

### (1) 若者の友人関係と携帯電話

近年の若者の人間関係に対する「希薄化論」が多く説かれる中で、早期からこの問題に対する批判的研究に取り組んできたのが橋元良明である(大多田 2007:251)。橋元(1998, 2007)は各種調査データの分析を通じて「青少年の友人関係が時代とともに大きく変わった、という裏付けは見いだせなかった」(橋元 1998, 2007:261)とし、若者の関係希薄化論が台頭した理由として①コーホート効果と年齢層効果の混同、②分析データの偏り、③マスメディアの影響を挙げていて(同上:261-264)、さらに若者の心理傾向がメディア使用のあり方へ影響していることを示している。このような若者の友人関係に対する「希薄化論」への批判的研究として、その後「フルタイム・インティメイト・コミュニティ」(仲島・姫野・吉井 1999)、「フリッパー志向」(辻 1999)、「選択的人間関係」(松田 2000, 2007)などの概念が提示され、これらの効果を検証する調査研究も続いている。

仲島・姫野・吉井(1999)は、「移動電話」の普及によりその利用形態がビジネスからプライベートへと転換し、新たな利用形態のリーダーである若者たちは「ごく親しい友人や彼氏・彼女との「フルタイム・インティメイト・コミュニティ」を創ることを促し、友人を2層分化させる機能をもつのではないか」(仲島・姫野・吉井 1999:89)という仮説を提示している。さらに仲島ほかは「時空を異にする仲間が集うために必須のグループウェアとして、移動電話がいちづけられている」(同上:90)とも指摘している。

辻(1999)は、若者の自我構造が従来の同心円状の自我構造をもつ自律的な自我から、「複数の中心を持ち複数の円が緩やかに束ねられた」(辻 1999:23)構造の自我へと変容し、部分的だが表層的でない対人関係を築いていると指摘する。そして「対人フリッパーは、対人関係に全面的に拘束されることを嫌い、オンオフの切り替え(フリッピング)の自在なコミュニケーションを好む」(同上:24)とし、時空間の制約なしに他人へアクセスでき、相手とのつながりをスイッチでオンオフが自在となる携帯電話といった電子メディアとの親和性が高いことを指摘している(同上:24)。

松田(2000, 2007)は辻(1999)や浅野(1999)の議論から、若者にみられる「部分的で

深い」関係性を「選択的」と捉え、携帯電話の持つ機能（「番通」など）との親和性を検討している。そして、「若者の携帯電話利用から見いだせた『選択的な人間関係』は、『接触可能な人の増大』に起因するものではないか」という仮説を導き出している（松田 2000, 2007:300）。

その後、これらの仮説を検証するため、いくつもの調査研究が取り組まれている。足立ほか（2003）は、大学生の対人関係において、松田が指摘した「選択的人間関係」が調査結果から読み取れると指摘している（足立ほか 2003:13）。一方で松尾・坂元（2007）は、大学生のみで携帯電話通話が全面的友人関係志向を高める効果が見られたとして「選択的人間関係」とは異なる結果を提示しており、その理由を携帯電話の料金の低廉化により、大学生にとって経済的に以前よりも長時間の通話が可能になったためと推測している（松尾・坂元 2007:149）。しかしながら、ここ数年間におけるメディア環境の変化が著しく、携帯電話（通話）や携帯メールなどの機能に限定したメディア利用と若者の関係性を上げるだけでは、現在の若者を取り巻くメディア環境を十分に反映したものとならないと考える。携帯電話をめぐる環境変化を十分認識した上での研究が求められよう。以下では携帯電話をめぐる急激な環境変化について概観する。

## （2）携帯電話をめぐる環境変化

文部科学省が実施した『子どもの携帯電話等の利用に関する調査』報告書<sup>1</sup>によると、高校2年生で自分専用の携帯電話保持率が95.9%（男子93.1%、女子98.1%）であり、非常に高い比率で通話機能（98.2%）、メール機能（98.0%）、インターネット機能（93.9%）を使用している。また高校2年生における携帯電話を使って連絡を取る相手との頻度をみると、同性の友人とは「週に数日（53.3%）」が最も多く、次に「ほとんど毎日（26.9%）」「月に数日（13.0%）」「ほとんどしない（6.4%）」と続く。インターネットで知り合った人との連絡頻度は、「ほとんどしない（83.3%）」が最も多く、次に「月に数日（6.5%）」「週に数日（4.7%）」「ほとんど毎日（2.8%）」と続く。主に携帯電話を使用して行うこととしては、「1位 メールのやりとりをする（90.5%）」「2位 音楽などのダウンロードをする（70.2%）」「3位 他人のプロフやブログなどを見る（63.3%）」「4位 他人のプロフやブログなどに書き込みをする（52.6%）」「5位 小説やマンガを読む（41.3%）」「6位 興味あることや遊びのための調べ物をする（41.1%）」「7位 自分のプロフを公開する（40.1%）」「8位 自分のブログを公開する（35.5%）」「9位 オンラインゲームをする（25.0%）」「10位 コミュニティサイト（SNS）に参加する（22.6%）」となっている。携帯電話使用方法の1位、3位、4位、7位、8位、10位は他人とのコミュニケーション機能であることから、若者たちが携帯電話の情報処理機能よりもコミュニケーション

<sup>1</sup>（株）富士通総研（2009）『子どもの携帯電話等の利用に関する調査』（平成20年度文部科学省委託事業「先端的な情報通信技術を活用した教育・学習に関する調査」）。本調査では小学6年生、中学2年生、高校2年生を対象とした調査を実施しているが、本稿においては研究対象年齢が最も近い高校2年生の調査結果を中心に取り上げている。

ン機能を重視していることがわかる。

総務省の調べ<sup>2</sup>によれば、平成24年2月時点でスマートフォンの人口普及率は16.2%となっていて、13-19歳は18.2%、20-29歳は44.9%と大学生に相当する年代にも急速な普及がみとれる(総務省 2012:4)。また同調査報告によると、携帯電話ユーザーよりもスマートフォンユーザーのほうがインターネットの各機能・サービスの利用に積極的であり、「ホームページ閲覧、ソーシャル・メディア利用はスマートフォンが多い」(同上:8)という結果が示されている。スマートフォンの普及とともに多様なアプリを通じたインターネット・サービスが普及しはじめ、これらのサービスが若者のコミュニケーション・チャネルの多様化をもたらしている。特に mixi や Facebook などの SNS や Twitter のマルチプラットフォーム化や、Skype や LINE といったグループ・コミュニケーションを可能とする新たなコミュニケーション・ツールの登場により、大学生を取り囲むメディア・コミュニケーション環境は大きく変化していると考えられる。従来の「携帯電話と若者」研究において、さらなる携帯電話の進化により、新たな視点での研究が求められていると考える。

### (3) 本調査研究の目的

本調査研究の目的は、これまでの若者の人間関係と携帯電話に関する研究を参照しつつ、多様なメディア・サービスが選択可能な現状における若者の人間関係とメディア選択の関連性についての探求である。

本調査研究が明らかにしようとするのは、①友人の種類や規模とメディア選択との関連性、②メディア選択と話題選択との関連性の2点である。①の関連性においては、「社交的な人ほど、つまり友人の関係性が多様であるほど、また友人数が多いほど、多くのメディアが選択・使用されるであろう」との仮説の検証を試みる。またそこではフルタイム・インティメイト・コミュニティ (Full-Time Intimate Community: 以下 FTIC と記す) の間接的検証となる、普段から直接接触している頻度が高い友人とはメディア・コミュニケーションにおいても頻繁に連絡し合っているという、「直接会う」頻度とメディア接触頻度の関連性の検証も含まれる。②の関連性においては、メディア特性と取り上げる話題内容との相関がある、という仮説の検証を試みる。

## 3. 第一次調査

### 3.1. 方法

#### (1) 被調査者と手続き

調査は2012年1月に実施された。被調査者は高知県下に通う18歳から30歳までの大学生141人で、平均年齢19.97歳 ( $SD = 1.587$ ) であった。調査の実施方法はメディア論およ

<sup>2</sup> 総務省 (2012) 「平成23年度通信利用動向調査の結果 (概要) 別添2」における数値を参照。

び社会学関連科目講義時に配布し、回答後、無記名で回収した。

## (2) 調査内容 (質問項目)

調査内容としては、1) 被調査者の属性として性別、年齢、住居形態、自宅でのインターネット接続の有無、所有するメディア、などを質問した。次に2) 友人関係性と人数について質問した。友人関係性については、日常生活において身体的・心理的にも近い友人から徐々に遠くなる友人を想定し四つの関係型を設定した。一つ目は、現在の日常生活を基軸と考え、もっとも身近で隣接する友人として、「あなたが日常生活において、一緒に遊びに行ったりする普段仲良くしている友人たちを思い浮かべてください」と日常的に最も身近な仲の良い友人(「仲よし友人」)を想起させ、該当する友人の人数および関係性を記入させた。二つ目として、「仲よし友人」の次に近接するであろう同じ居住地域ではあるが、接触頻度が限定される所属大学外の友人(「学外友人」)を想起させ、該当する友人の人数および関係性を記入させた。三つ目として、「学外友人」の次に近接するであろう出身地の地元の友人(「地元友人」)を想起させ、該当する友人の人数および関係性を記入させた。最後に最も遠い身体距離にありインターネットで知り合った友人(「ネット友人」)を想起させ、該当する友人の人数および関係性を記入させた。ちなみに「仲よし友人」と「地元友人」は所属した学校や大学で偶然に知り合った「学校縁」(選べない縁)(上野 1994:281-284)が該当する場合が多く、「学外友人」や「ネット友人」はお互いに選び合った「選択縁」(選べる縁)に該当する場合が多いと仮定した。

次に、各友人関係型において、3) 友人との直接およびメディアを使用した連絡・接触状況について質問した。コミュニケーション手段について「1. 直接会う」「2. 携帯メール」「3. 携帯通話」「4. PCメール」「5. SNS」「6. Twitter」「7. Skype」「8. 固定電話」「9. FAX」「10. 手紙」「11. その他」から良く使用するものの順位を記入させた。さらに4) 各種友人とのコミュニケーションで取り上げる話題の有無について質問した。ここでは上位3位までに選んだコミュニケーション手段について、その使用頻度を「1. ほぼ毎日」「2. 週に2～3回程度」「3. 週に1回程度」「4. 月に2～3回程度」「5. 月に1回程度」「6. 2～3ヶ月に1回程度」「7. 半年に1回程度」「8. 年に1回程度」「9. ほとんど連絡しない」から1つを選ばせた。さらに当該コミュニケーション手段で取り上げる話題として「1. 自分たち自身の話題(「自分たち話題」)」「2. 肩のこらない軽い話題(「軽い話題」)」「3. 盛り上がる楽しい話題(「楽しい話題」)」「4. 趣味などの共通の話題(「共通話題」)」「5. 役立つ実用的な話題(「実用話題」)」「6. 悩み相談」「7. 世間の動きに関する話題(「世間動向」)」「8. そこにいない人のうわさ話(「うわさ話」)」「9. 有名人に関する話題(「有名人話」)」「10. 必要な用件の伝達(「用件伝達」)」「11. その他」から該当するものを全て選ばせた。「話題」の質問項目については、川上ほか(2001)を参考に設問を設計した<sup>3</sup>。

<sup>3</sup> 川上善郎ほか(2001)の「VI 集団の中のおしゃべり」におけるH～Jの項で扱われている話

## 3.2. 結果

### (1) 被調査者の属性、住居形態、メディア所有の現状

回答者は、女性92人(65.2%)、男性49人(34.8%)であった。住居形態は、自宅(家族と同居)が52人(36.9%)、下宿(独り暮らし)が76人(53.9%)、学生寮が10人(7.1%)、その他(親類や兄弟と同居など)3人(2.1%)であった。出身地をみると高知県59人(41.9%)、四国他県14人(9.9%)、関東地方6人(4.3%)、中部地方7人(5.0%)、近畿地方17人(12.1%)、中国地方20人(14.2%)、九州地方8人(5.7%)、国外6人(4.3%)、未回答4人(2.8%)であった。

所有しているコミュニケーション・メディア(複数回答)は、携帯電話(フィーチャーフォン)が98人(69.5%)、スマートフォンが54人(38.3%)、デスクトップPCが19人(13.5%)、ノートPCが114人(80.9%)、固定電話が32人(22.7%)、FAXが7人(5.0%)、その他1人(0.7%)であった。FAXを所有しているのは自宅生のみであった。固定電話も9割以上が自宅生(30人)であり、残りは学生寮生1人と「その他」の学生1人であった。

### (2) 友人関係型と友人数

「仲良し友人」の平均人数は8.26人( $SD=15.858$ )で全体の97.2%が該当する友人がいると答えている。関係性の詳細は、「同じ大学の友人」が68.8%だが、「同じ大学の友人」を含む複数回答が14.9%あり、8割以上が同じ大学の友人と日常的に仲良く付き合っていることになる。その他、「同じ地域の他学校の友人」が7.8%、「旧くからの友人」が5.7%、「その他」が0.7%となっている。「学外友人」の平均人数は4.77人( $SD=9.278$ )で75.2%が該当する友人がいると答えている。なかでも「旧くからの友人」が36.2%と最も多く、次に「同じ地域の他学校の友人」が22.7%、「バイト先の友人」が7.1%と続き、「複数回答」(10.6%)、地域活動(2.8%)となっている。「地元友人」の平均人数は7.01人( $SD=7.381$ )で90.1%が該当する友人がいると答えている。関係性としては、「幼馴染(小学校までに知り合っている友人)」は24.8%、「中学校からの友人」が28.4%、「高校からの友人」が30.5%となっている。「ネット友人」の平均人数は4.72人( $SD=18.690$ )で36.9%が該当する友人がいると答えている。関係性としてはSNSで知り合った友人が14.9%、Twitterで知り合った友人が8.5%、Blogで知り合った友人が7.8%、他サービスが2.8%となっている。

次にどのような「友人関係型」の関係を構築しているのかを、交友関係パターンとしてまとめたのが表3.1である。本調査では3つ以上の関係型の友人構築をしている傾向が強く、最も多かったのがリアルな付き合いとなる「仲良し友人」「学外友人」「地元友人」の関係性がある59人(41.8%)であり、次が4つ全ての関係性をもつ41人(29.1%)であった。2つの関係性のみは27人(19.6%)で、「仲良し友人」のみも2人(1.4%)いた。

題の種類を参考に質問項目を設計した。

表3.1 友人関係型における友人規模 × 交友関係パターン

友人関係型	友人規模	交友関係パターン						合計	
		「仲良」	「仲良/学外」	「仲良/地元」	「仲良/ネット」	「仲良/学外/地元」	「仲良/学外/地元/ネット」		
「仲良し友人」	友人なし				1 (100)			1 (0.7)	
	友人が1人		1 (33.3)				1 (2.4)	2 (1.4)	
	友人が2～3人	2 (50.0)	3 (15.8)			10 (16.9)	1 (12.5)	23 (16.7)	
	友人が4～5人	2 (100)	8 (42.1)			21 (35.6)	2 (25.0)	44 (31.9)	
	友人が6～9人		1 (25.0)	3 (15.8)		14 (23.7)	1 (12.5)	30 (21.7)	
	友人が10～19人	1 (25.0)	5 (26.3)			12 (20.3)	4 (50.0)	34 (24.6)	
	友人が20～29人						1 (2.4)	1 (0.7)	
	友人が30人以上					2 (3.4)		3 (2.2)	
	合計			19 (100)	3 (100)			8 (100)	32 (23.2)
	「学外友人」	友人なし		1 (25.0)					2 (4.9)
友人が1人			2 (50.0)					14 (34.1)	
友人が2～3人		1 (25.0)			1 (100)			13 (31.7)	
友人が4～5人								3 (7.3)	
友人が6～9人								6 (14.6)	
友人が10～19人								14 (10.1)	
友人が20～29人								2 (4.9)	
友人が30人以上								1 (2.4)	
合計			2 (100)	19 (100)	3 (100)			8 (100)	32 (23.2)
「地元友人」		友人なし	2 (100)	4 (100)					10 (7.2)
	友人が1人			3 (100)				5 (3.6)	
	友人が2～3人		2 (10.5)		1 (1.7)			7 (17.1)	
	友人が4～5人		3 (15.8)		16 (27.1)			28 (20.3)	
	友人が6～9人		4 (21.1)		10 (16.9)			17 (41.5)	
	友人が10～19人		5 (26.3)		13 (22.0)			25 (18.1)	
	友人が20～29人		4 (21.1)		15 (25.4)			27 (19.6)	
	友人が30人以上		1 (5.3)		1 (1.7)			2 (4.9)	
	合計		2 (100)	4 (100)	3 (100)			2 (4.9)	5 (3.6)
	「ネット友人」	友人なし	2 (100)	4 (100)	19 (100)				1 (2.4)
友人が1人								5 (12.5)	
友人が2～3人				2 (66.7)				9 (22.0)	
友人が4～5人				1 (33.3)				10 (24.4)	
友人が6～9人								3 (7.3)	
友人が10～19人								8 (19.5)	
友人が20～29人								3 (7.3)	
友人が30人以上								2 (4.9)	
合計			2 (100)	4 (100)	19 (100)	3 (100)	1 (100)	59 (100)	8 (100)
合計									41 (100)

注) 度数 (交友関係パターンにおけるパーセント)

### (3) 友人関係型とメディア選択

友人とのコミュニケーション手段の使用率は、「直接会う」(97.9%)、「携帯メール」(96.5%)、「携帯通話」(92.2%)、「PCメール」(22.7%)、「SNS」(49.6%)、「Twitter」(34.0%)、「Skype」(48.9%)、「固定電話」(5.7%)、「FAX」(0.7%)、「手紙」(15.6%)、「その他」(10.6%)であった。PCメールおよび固定電話以降の旧メディアの使用率が低く、携帯電話の基本機能(通話とメール)は9割以上が使用し、ソーシャル・メディアは3~5割程度の使用に留まっている。

よく選択されるコミュニケーション手段上位3位までの接触頻度状況を表3.2にまとめた。また、主なコミュニケーション手段間で Kendall の順位相関係数を算出した。「仲よし友人」とは9割以上が週に数回接触するとの答えが大多数であった。次によく使われる携帯メールも週1回以上が大多数であった。「仲よし友人」と直接会うこととメディア使用との相関は確認されず、携帯メールと携帯通話との間にやや正の相関( $\tau = .441, p < .01$ )が有意であった。この点では、頻繁に会う友人とは、頻繁にメディア・コミュニケーションも行い、あまり会わない友人とはメディア・コミュニケーションもあまりしない、という相関性は見いだせなかった。

「学外友人」と直接会う頻度としては週数回から半年に1回程度と幅広く分布していて、同じ程度に携帯メールの頻度も分布していた。「学外友人」とは、直接会うことと携帯メール( $\tau = .488, p < .01$ )や携帯通話( $\tau = .592, p < .01$ )との相関が有意であり、さらに携帯メールと携帯通話の間にも同様のやや強めな相関( $\tau = .600, p < .01$ )が有意であった。しかし「学外友人」と週1回以上直接会うのは被調査者の13.4%のみであり、「仲よし友人」の87.2%と比べると直接会う頻度は極端に少ない。直接会う頻度が幅広く分布していて、会うための調整に携帯電話を利用していると考えられる。

今回の被調査者に県外者が多いためか、「地元友人」と直接会うのは2~3ヶ月に1回や半年に1回がととても多く、携帯メールの頻度もこれに呼応するかのよう2~3ヶ月に1回や半年に1回の比率が高かった。「地元友人」においても、直接会うことと携帯メール( $\tau = .278, p < .01$ )や携帯通話( $\tau = .355, p < .01$ )との間に弱い相関が見られ、携帯メールとその他のメディアとの間にも正の相関が有意であった。このことから、直接会うための調整として携帯電話が使用されていると推測される。一方で、SNSやTwitterといったソーシャル・メディアを使用する少数派においては、携帯メールと同じような頻度でやりとりしていると考えられる。

「ネット友人」とは、携帯メールについては週数回からほとんど連絡しないまで非常に幅広い接触頻度であったが、SNSやTwitterについては月に1回以上はコンタクトする傾向にあった。「ネット友人」とは、直接会うこととSNS接触との間に強い正の相関( $\tau = 1.000, p < .01$ )が有意であり、携帯メールと携帯通話の間にも強い正の相関( $\tau = .828, p < .05$ )が有意であった。しかしながら、「ネット友人」と直接会うのは8人(「ネット友人」の15.4%)しかおらず、極少数がSNSでのやりとりと直接会う頻度が合致しているだけであろう。



表3.2 友人関係型における主な接触手段 × 接触頻度

友人関係型	接触手段	接触頻度 (9段階)									合計
		ほぼ毎日	週に2~3回	週に1回	月に2~3回	月に1回	半年に1回	年に1回	ほとんど連絡しない	接触なし	
仲良し友人 N=137(97.16) 平均=8.26人 (SD=15.858)	直接会う	81(57.4)	42(29.8)	1(0.7)	2(1.4)	3(2.1)	1(0.7)	-	-	11(7.8)	141(100)
	携帯メール	27(19.1)	68(48.2)	18(12.8)	4(2.8)	4(2.8)	1(0.7)	-	-	19(13.5)	141(100)
	携帯通話	6(4.3)	31(22.0)	16(11.3)	14(9.9)	13(9.2)	4(2.8)	1(0.7)	-	3(2.1)	141(100)
	SNS	6(4.3)	8(5.7)	4(2.8)	1(0.7)	1(0.7)	-	-	-	121(85.8)	141(100)
	Twitter	12(8.5)	5(3.5)	1(0.7)	-	-	-	-	-	123(87.2)	141(100)
	Skype	4(2.8)	7(5.0)	2(1.4)	3(2.1)	1(0.7)	-	-	-	124(87.9)	141(100)
学外友人 N=106(75.18) 平均=4.77人 (SD=9.278)	直接会う	3(2.1)	12(8.5)	4(2.8)	10(7.1)	8(5.7)	7(5.0)	10(7.1)	2(1.4)	2(1.4)	83(58.9)
	携帯メール	5(3.5)	18(12.8)	13(9.2)	23(16.3)	16(11.3)	15(10.6)	3(2.1)	1(0.7)	2(1.4)	45(31.9)
	携帯通話	-	10(7.1)	8(5.7)	7(5.0)	12(8.5)	12(8.5)	5(3.5)	2(1.4)	3(2.1)	82(58.2)
	SNS	5(3.5)	10(7.1)	6(4.3)	2(1.4)	2(1.4)	1(0.7)	-	-	-	115(81.6)
	Twitter	8(5.7)	3(2.1)	3(2.1)	-	1(0.7)	-	-	-	-	126(89.4)
	Skype	-	4(2.8)	5(3.5)	8(5.7)	3(2.1)	3(2.1)	3(2.1)	-	-	118(83.7)
地元友人 N=128(90.78) 平均=7.01人 (SD=7.381)	直接会う	2(1.4)	2(1.4)	-	7(5.0)	6(4.3)	17(12.1)	34(24.1)	8(5.7)	2(1.4)	63(44.7)
	携帯メール	3(2.1)	14(9.9)	13(9.2)	18(12.8)	13(9.2)	35(24.8)	16(11.3)	2(1.4)	1(0.7)	26(18.4)
	携帯通話	-	2(1.4)	6(4.3)	8(5.7)	14(9.9)	23(16.3)	19(13.5)	3(2.1)	4(2.8)	62(44.0)
	SNS	6(4.3)	8(5.7)	6(4.3)	5(3.5)	2(1.4)	3(2.1)	-	-	-	111(78.7)
	Twitter	5(3.5)	5(3.5)	2(1.4)	6(4.3)	1(0.7)	-	-	-	-	122(86.5)
	Skype	2(1.4)	3(2.1)	5(3.5)	9(6.4)	3(2.1)	3(2.1)	1(0.7)	-	1(0.7)	114(80.9)
ネット友人 N=52(36.88) 平均=4.72人 (SD=18.690)	直接会う	2(1.4)	1(0.7)	1(0.7)	-	2(1.4)	1(0.7)	1(0.7)	-	-	133(94.3)
	携帯メール	1(0.7)	4(2.8)	2(1.4)	4(2.8)	2(1.4)	-	5(3.5)	2(1.4)	4(2.8)	117(83.0)
	携帯通話	1(0.7)	-	1(0.7)	1(0.7)	1(0.7)	2(1.4)	1(0.7)	-	1(0.7)	133(94.3)
	SNS	3(2.1)	7(5.0)	1(0.7)	3(2.1)	4(2.8)	3(2.1)	-	-	-	120(85.1)
	Twitter	10(7.1)	4(2.8)	2(1.4)	2(1.4)	1(0.7)	-	-	-	-	122(86.5)
	Skype	1(0.7)	7(5.0)	1(0.7)	-	-	3(2.1)	2(1.4)	1(0.7)	1(0.7)	125(88.7)

(注) 度数 (ケース全体のパーセント)

## (4) 友人関係型と友人規模によるクラスター分析

大学生の友人関係性とメディア選択との関係性を分析するために、各友人関係型の友人規模区分（友人数を8段階で区分したもの<sup>4</sup>）を変数として投入し、階層クラスター分析（Ward法）を実施し4クラスターを抽出した。各クラスターと友人関係型における友人規模のクロス表を表3.3として示す。

表3.3 友人規模 × クラスター

友人関係型	友人規模区分	第1クラスター 標準的・ ネット友なし	第2クラスター 中規模・ ネット積極派	第3クラスター 小規模・ ネット消極派	第4クラスター 社会的・ ネット消極派	全体
	(友人数)	平均=6.10, SD=3.161	平均=11.46, SD=25.755	平均=4.04, SD=3.605	平均=10.16, SD=15.805	平均=8.26, SD=15.858
仲良し友人	友人なし	1 (2.4)	-	3 (12.5)	-	4 (2.8)
	友人が1人	-	1 (2.7)	1 (4.2)	-	2 (1.4)
	友人が2~3人	9 (21.4)	2 (5.4)	9 (37.5)	3 (7.9)	23 (16.3)
	友人が4~5人	14 (33.3)	9 (24.3)	7 (29.2)	14 (36.8)	44 (31.2)
	友人が6~9人	9 (21.4)	11 (29.7)	2 (8.3)	8 (21.1)	30 (21.3)
	友人が10~19人	9 (21.4)	13 (35.1)	2 (8.3)	10 (26.3)	34 (24.1)
	友人が20~29人	-	-	-	1 (2.6)	1 (0.7)
	友人が30人以上	-	1 (2.7)	-	2 (5.3)	3 (2.1)
	合計	42 (100)	37 (100)	24 (100)	38 (100)	141 (100)
$\chi^2$ (df=21, N=141)=39.2 $\phi$ =.527 p < .01						
	(友人数)	平均=2.19, SD=1.824	平均=5.51, SD=6.483	平均=0.75, SD=1.452	平均=9.45, SD=15.451	平均=4.77, SD=9.278
学外友人	友人なし	13 (31.0)	5 (13.5)	17 (70.8)	-	35 (24.8)
	友人が1人	-	1 (2.7)	3 (12.5)	-	4 (2.8)
	友人が2~3人	19 (45.2)	10 (27.0)	2 (8.3)	6 (15.8)	37 (26.2)
	友人が4~5人	10 (23.8)	14 (37.8)	2 (8.3)	8 (21.1)	34 (24.1)
	友人が6~9人	-	2 (5.4)	-	11 (28.9)	13 (9.2)
	友人が10~19人	-	2 (5.4)	-	12 (31.6)	14 (9.9)
	友人が20~29人	-	2 (5.4)	-	-	2 (1.4)
	友人が30人以上	-	1 (2.7)	-	1 (2.6)	2 (1.4)
	合計	42 (100)	37 (100)	24 (100)	38 (100)	141 (100)
$\chi^2$ (df=21, N=141)=113.8 $\phi$ =.898 p < .001						
	(友人数)	平均=5.12, SD=3.473	平均=8.38, SD=9.287	平均=1.21, SD=1.587	平均=11.45, SD=7.703	平均=7.01, SD=7.381
地元友人	友人なし	-	1 (2.7)	12 (50.0)	-	13 (9.2)
	友人が1人	-	1 (2.7)	4 (16.7)	-	5 (3.5)
	友人が2~3人	15 (35.7)	5 (13.5)	6 (25.0)	2 (5.3)	28 (19.9)
	友人が4~5人	14 (33.3)	15 (40.5)	2 (8.3)	2 (5.3)	33 (23.4)
	友人が6~9人	7 (16.7)	5 (13.5)	-	13 (34.2)	25 (17.7)
	友人が10~19人	5 (11.9)	6 (16.2)	-	16 (42.1)	27 (19.1)
	友人が20~29人	1 (2.4)	2 (5.4)	-	2 (5.3)	5 (3.5)
	友人が30人以上	-	2 (5.4)	-	3 (7.9)	5 (3.5)
	合計	42 (100)	37 (100)	24 (100)	38 (100)	141 (100)
$\chi^2$ (df=21, N=141)=124.7 $\phi$ =.941 p < .001						
	(友人数)	平均=0.07, SD=.261	平均=16.95, SD=33.87	平均=0.92, SD=1.586	平均=0.37, SD=1.025	平均=4.72, SD=18.690
ネット友人	友人なし	39 (92.9)	-	17 (70.8)	33 (86.8)	89 (63.1)
	友人が1人	3 (7.1)	1 (2.7)	-	1 (2.6)	5 (3.5)
	友人が2~3人	-	6 (16.2)	4 (16.7)	3 (7.9)	13 (9.2)
	友人が4~5人	-	8 (21.6)	3 (12.5)	1 (2.6)	12 (8.5)
	友人が6~9人	-	4 (10.8)	-	-	4 (2.8)
	友人が10~19人	-	9 (24.3)	-	-	9 (6.4)
	友人が20~29人	-	5 (13.5)	-	-	5 (3.5)
	友人が30人以上	-	4 (10.8)	-	-	4 (2.8)
	合計	42 (100)	37 (100)	24 (100)	38 (100)	141 (100)
$\chi^2$ (df=21, N=141)=117.6 $\phi$ =.913 p < .001						

注) 度数 (クラスター内のパーセント)

<sup>4</sup> 本稿における友人数の区分は、内閣府政策統括官(2001)「第4章 余暇・友人関係」『第2回青少年の生活と意識に関する基本調査報告書』における「友だちの数」の整理を参照した。

第1クラスターは、「仲良し友人」「学外友人」「地元友人」の平均友人数や友人規模の分布が全体の数値に近似しているが「ネット友人」がほとんどいないため、「標準的・ネット友なし群」と命名した。第2クラスターは、「仲良し友人」の平均友人数が11.46人 ( $SD=25.755$ )と全体平均よりも非常に高いが、「学外友人」「地元友人」においては全体平均よりもやや高い傾向に留まり、全員に「ネット友人」がいて、その平均友人数が16.95人 ( $SD=33.870$ )と最も多いことから、「中規模・ネット積極派群」と命名した。第3クラスターは、「仲良し友人」の平均人数(4.04人、 $SD=3.605$ )が全体よりも非常に少なく、「学外友人」「地元友人」はごく少数であり、「ネット友人」は少数であるが2番目に多くいるため「小規模・ネット消極派群」と命名した。第4クラスターは、「仲良し友人」「学外友人」「地元友人」の平均人数が10人前後と対面関係の友人数がとて多いが、「ネット友人」がごく少数であることから「社会的・ネット消極派群」と命名した。

**(5) 各クラスターにおける友人関係型とコミュニケーション手段・接触頻度**

各クラスターにおけるコミュニケーション手段の選択について表3.4に示した。第1クラスター「標準的・ネット友なし群」は「直接会う(100%)」「携帯メール(100%)」「携帯通話(97.6%)」についてはほぼ全員が選択している一方で、「SNS(35.7%)」や「Skype(42.9%)」については全体平均よりも低い使用率であり、「PCメール(21.4%)」と「Twitter(21.4%)」に至ってはごく少数しか選択していない。第2クラスター「中規模・ネット積極派群」は「直接会う(100%)」「携帯メール(97.3%)」についてはほぼ全員が選択しているが、「携帯通話(86.5%)」の使用率は全クラスターの中でも最も低い値である。一方で、「SNS(59.5%)」「Twitter(54.1%)」「Skype(59.5%)」においては全クラスター中最も高い使用率を誇り6割近くが選択している。第3クラスター「小規模・ネット消極派群」は、「直接会う(87.5%)」「携帯メール(83.3%)」「携帯通話

**表3.4 クラスター別 メディア使用率**

	第1クラスター 標準的・ネット友なし	第2クラスター 中規模・ネット積極派	第3クラスター 小規模・ネット消極派	第4クラスター 社会的・ネット消極派	全体
直接会う	42 (100)	37 (100)	21 (87.5)	38 (100)	138 (97.9)
携帯メール	42 (100)	36 (97.3)	20 (83.3)	38 (100)	136 (96.5)
携帯通話	41 (97.6)	32 (86.5)	21 (87.5)	36 (94.7)	130 (92.2)
PCメール	9 (21.4)	10 (27.0)	2 (8.3)	11 (28.9)	32 (22.7)
SNS	15 (35.7)	22 (59.5)	13 (54.2)	20 (52.6)	70 (49.6)
Twitter	9 (21.4)	20 (54.1)	6 (25.0)	13 (34.2)	48 (34.0)
Skype	18 (42.9)	22 (59.5)	11 (45.8)	18 (47.4)	69 (48.9)
固定電話	3 (7.1)	4 (10.8)	-	1 (2.6)	8 (5.7)
FAX	-	-	-	1 (2.6)	1 (0.7)
手紙	4 (9.5)	10 (27.0)	4 (16.7)	4 (10.5)	22 (15.6)
その他	-	8 (21.6)	1 (4.2)	6 (15.8)	15 (10.6)
合計	42	37	24	38	141

注) 当該手段を使用している度数 (クラスター内比率)

(87.5%)」においても使用率が9割に達しておらず、3人が直接会わないと答えている。一方で「SNS (54.2%)」は全体平均よりも高く、「Skype (45.8%)」については全体平均並み、「Twitter (25.0%)」はやや低い使用率を示していた。第4クラスター「社会的・ネット消極派群」は、「直接会う (100%)」「携帯メール (100%)」は全員が、「携帯通話 (94.7%)」は9割以上が選択していた。「SNS (52.6%)」「Twitter (34.2%)」「Skype (47.4%)」は全体平均に近い使用率であった。

各クラスターの各友人関係型における主なコミュニケーション手段の接触頻度について表3.5に示した。第1クラスター「標準的・ネット友なし群」では、「仲良し友人」とはほぼ毎日直接会っていて、携帯メールも週に数回交換している傾向にあり、携帯通話も週に1回程度は連絡している。ソーシャル・メディア使用者は少数であるが、Twitterはほぼ毎日やりとりしていて、SNSやSkypeでも週に数回はやりとりしている。しかしながら、コミュニケーション手段間のKendallの順位相関係数をみると、直接会うこととメディア使用との相関は見られず、携帯メールと携帯通話の間でのみ弱い相関 ( $\tau = .374, p < .05$ ) が有意であった。「学外友人」とは2~3ヶ月に1度程度直接会うが、月に数回は携帯メールや携帯通話で連絡を取り合う傾向にある。少数のソーシャル・メディア使用者は週に数回やりとりしている。コミュニケーション手段間の相関が確認されたのは、「仲良し友人」同様に携帯メールと携帯通話との間 ( $\tau = .434, P < .05$ ) だけであった。「地元友人」とは、半年に1度程度しか直接会わないし、携帯メールや携帯通話も同様の頻度にある傾向であった。しかし少数のソーシャル・メディア使用者は、週に数回やりとりしている。コミュニケーション手段間の相関として、携帯メールと携帯通話の間に弱い正の相関 ( $\tau = .399, p < .01$ ) が有意であった。

第2クラスター「中規模・ネット積極派群」では、「仲良し友人」とは毎日のように直接会い、携帯メールも週数回やりとりしている。3割弱のソーシャル・メディア使用者は、週に数回もやりとりしている。携帯メールと携帯通話との間にやや強い正の相関 ( $\tau = .669, p < .01$ ) が有意であった。「学外友人」とは携帯メールで月に数回連絡し合う程度で、直接会うのは月に1回程度。3割弱のソーシャル・メディア使用者は月に数回程度やりとりしている。直接会うことと携帯メールにやや正の相関 ( $\tau = .491, p < .01$ ) が有意であり、携帯メールと携帯通話との間には強い正の相関 ( $\tau = .749, p < .01$ ) が有意であった。「地元友人」と直接会ったり、携帯メールや携帯通話で連絡し合うのは数カ月に1回程度である。3割弱のソーシャル・メディア使用者は月に数回程度やりとりしている。直接会うことと携帯メールとの間には弱い正の相関 ( $\tau = .474, p < .05$ ) が有意であり、携帯メールと携帯通話との間にはやや強めの正の相関 ( $\tau = .605, p < .01$ ) が有意であった。さらに携帯メールとSkypeとの間には強い正の相関 ( $\tau = .857, p < .05$ ) が有意であった。「ネット友人」とソーシャル・メディアで週に数回程度やりとりする傾向にあり、携帯メールでは月に数回程度となっている。

第3クラスター「小規模・ネット消極派群」では、「仲良し友人」と週に数回直接会い、携帯メールも同様に交わす。ごく少数のソーシャル・メディア使用者は週に数

表3.5 クラスター・友人関係型別 コミュニケーション手段における接触頻度平均

クラスター	友人関係型		コミュニケーション手段別接触頻度					Skype
			直接会う	携帯メール	携帯通話	SNS	Twitter	
第1クラスター 標準的・ ネット友なし 42人	仲良し友人 41人 (97.6%)	有効度数	39	39	31	4	5	4
		平均値	8.46	7.97	6.81	7.00	9.00	7.75
		SD	0.682	0.843	1.721	1.633	0.000	0.500
		中央値	9.0	8.0	7.0	7.0	9.0	8.0
	学外友人 29人 (69.0%)	有効度数	12	28	18	6	3	8
		平均値	5.00	5.71	4.94	7.50	8.33	6.63
		SD	2.174	1.782	2.043	1.378	1.155	1.506
		中央値	5.5	6.0	5.0	8.0	9.0	7.0
	地元友人 42人 (100%)	有効度数	26	40	30	6	4	10
		平均値	3.58	5.15	4.23	7.67	8.25	6.80
		SD	1.419	1.902	1.547	1.033	0.500	1.549
		中央値	3.0	5.0	4.0	8.0	8.0	7.0
ネット友人 3人 (7.1%)	有効度数	1	1	1	1	1	0	
	平均値	9.00	3.00	1.00	5.00	7.00	-	
	SD	-	-	-	-	-	-	
	中央値	9.0	3.0	1.0	5.0	7.0	-	
第2クラスター 中規模・ ネット積極派 37人	仲良し友人 37人 (100%)	有効度数	34	34	13	9	8	8
		平均値	8.47	7.82	5.62	8.11	8.75	7.25
		SD	1.261	0.869	1.850	.601	0.463	1.389
		中央値	9.0	8.0	5.0	8.0	9.0	8.0
	学外友人 32人 (86.5%)	有効度数	18	29	13	9	7	6
		平均値	5.61	6.07	5.00	7.22	7.86	6.67
		SD	2.253	1.731	2.082	1.202	1.464	0.817
		中央値	5.5	6.0	5.0	7.0	8.0	6.5
	地元友人 36人 (97.3%)	有効度数	20	34	20	9	6	7
		平均値	3.50	5.21	3.85	7.33	6.83	5.57
		SD	1.792	1.591	1.755	1.500	1.329	0.976
		中央値	3.0	5.0	4.0	7.0	6.0	6.0
ネット友人 37人 (100%)	有効度数	5	18	7	13	13	11	
	平均値	5.00	5.28	5.43	7.00	8.39	6.27	
	SD	1.871	2.421	2.070	1.780	1.121	2.494	
	中央値	5.0	6.0	5.0	8.0	9.0	8.0	
第3クラスター 小規模・ ネット消極派 24人	仲良し友人 21人 (87.5%)	有効度数	19	15	16	3	1	3
		平均値	8.32	7.33	6.13	7.00	8.00	8.00
		SD	0.946	1.496	1.746	1.000	-	1.732
		中央値	8.0	8.0	6.5	7.0	8.0	9.0
	学外友人 7人 (29.2%)	有効度数	5	6	5	2	0	0
		平均値	4.60	4.50	5.00	6.50	-	-
		SD	2.302	2.429	2.000	0.707	-	-
		中央値	5.0	4.5	4.0	6.5	-	-
	地元友人 12人 (50.0%)	有効度数	8	9	7	3	2	4
		平均値	4.25	5.00	3.86	5.67	6.00	5.00
		SD	1.669	1.803	0.900	1.155	1.414	2.708
		中央値	4.0	4.0	4.0	5.0	6.0	6.0
ネット友人 7人 (29.2%)	有効度数	1	4	0	3	2	3	
	平均値	7.00	1.50	-	6.00	7.50	4.00	
	SD	-	1.000	-	1.000	0.707	3.606	
	中央値	7.0	1.0	-	6.0	7.5	3.0	
第4クラスター 社会的・ ネット消極派 38人	仲良し友人 38人 (100%)	有効度数	38	34	28	4	4	2
		平均値	8.61	8.06	7.25	8.75	8.00	8.00
		SD	0.638	0.814	1.555	0.500	0.817	1.414
		中央値	9.0	8.0	8.0	9.0	8.0	8.0
	学外友人 38人 (100%)	有効度数	23	33	23	9	5	9
		平均値	5.70	6.30	5.61	7.78	8.40	5.44
		SD	2.141	1.591	1.901	1.564	0.894	1.014
		中央値	6.0	6.0	5.0	8.0	9.0	6.0
	地元友人 38人 (100%)	有効度数	24	32	22	12	7	6
		平均値	4.04	5.25	4.73	6.92	7.71	5.83
		SD	1.601	1.984	1.579	1.832	1.380	2.137
		中央値	3.5	4.5	4.0	7.0	8.0	6.0
ネット友人 5人 (13.2%)	有効度数	1	1	0	4	3	2	
	平均値	9.00	8.00	-	6.50	7.33	6.00	
	SD	-	-	-	2.381	2.082	2.828	
	中央値	9.0	8.0	-	6.5	8.0	6.0	

注) 接触頻度を9件法で区分している。「9」(ほとんど毎日)、「8」(週に2〜3回)、「7」(週に1回)、「6」(月に2〜3回)、「5」(月に1回)、「4」(2〜3ヶ月に1回)、「3」(半年に1回)、「2」(年に1回)、「1」(ほとんど接触しない)。これらを点数を見なし、有効度数を分母とした平均値、標準偏差 (SD)、中央値、最頻値を算出している。

回のやりとりをしている。携帯メールと携帯通話との間には、やや強めの正の相関 ( $r = .638, p < .01$ ) が有意であった。「学外友人」を有するのが3割程度であり、直接会ったり、携帯メールや携帯通話で連絡し合うのは月に1~2回程度である。「地元友人」との付き合いが継続しているのが5割程度であるが、直接会ったり携帯メール・携帯通話でつながるのは2~3ヶ月に1回程度であり、ごく少数のソーシャル・メディア使用者は月1回以上のやりとりをしている。「ネット友人」を持つのは3割程度であり、SNSやTwitter利用者は月に数回程度のやりとりをしている傾向にある。

第4クラスター「社会的・ネット消極派群」では、「仲良し友人」とはほぼ毎日会う傾向にあり、携帯メールや携帯通話も週に数回連絡しあう。またごく少数のソーシャル・メディア使用者は、週に数回程度やりとりしている。「学外友人」とは、直接会ったり、携帯メールや携帯通話で連絡し合うのは、月に数回程度の傾向にあり、ごく少数のソーシャル・メディア使用者は週に数回程度やりとりしている。直接会うことと携帯メールとの間 ( $r = .507, p < .01$ ) や携帯通話との間 ( $r = .500, p < .05$ ) にもやや正の相関が有意であった。また携帯メールと携帯通話との間にもやや強めの正の相関 ( $r = .674, p < .01$ ) が有意であった。「地元友人」とは3~6ヶ月に1回程度直接会ったり、携帯メールや携帯通話で連絡し合っている傾向にある。3割程のソーシャル・メディア使用者は週に数回程度やりとりしている。直接会うことと携帯メールとの間 ( $r = .484, p < .01$ ) や携帯通話との間 ( $r = .455, p < .05$ ) にやや正の相関が有意であった。また携帯メールと携帯通話との間 ( $r = .773, p < .01$ ) やSNSとの間 ( $r = .696, p < .05$ ) にやや強い正の相関が有意であった。「ネット友人」を持つのは1割程度でしかなく、主にSNSやTwitterで月に数回程度やりとりする傾向であった。

#### (6) 各クラスターとメディア選択

クラスターと使用メディアとで二元配置の分散分析を行った。「クラスター」要因の主効果は、 $F(3) = 15.256, p < .001$ で、0.1%水準で有意であった。「使用メディア」要因の主効果は、 $F(9) = 191.042, p < .001$ で、0.1%水準で有意であった。交互作用の「クラスター×使用メディア」は、 $F(17.226) = 2.992, p < .001$ で、0.1%水準で有意であった。このため各クラスターにおける使用メディアと、各メディア(=コミュニケーション手段)における各クラスターの単純主効果の検定を行なった。第1クラスターから第4クラスターまで全てにおいて5%水準の有意でメディア使用に差があると判明した。またクラスター内におけるメディア使用に差が確認された「直接会う」( $p < .01$ )「携帯メール」( $p < .01$ )「携帯通話」( $p < .01$ )「Twitter」( $p < .01$ )「手紙」( $p < .05$ )について多重比較(Bonferroni法)を行なった。クラスター内の使用メディア間の多重比較結果について表3.6に示した。

「直接会う」は他のメディア・コミュニケーションより優先的に選択される傾向にあるが、第1クラスターと第4クラスターでは携帯メールおよび携帯通話との差が見られなかった。第2クラスターでは「直接会う」と「携帯メール」との間に有意差が見られ

表3.6 クラスタ内での使用メディアの多重比較

	Sig. of F			
	第1クラスター 標準的・ ネット友なし	第2クラスター 中規模・ ネット積極派	第3クラスター 小規模・ ネット消極派	第4クラスター 社交的・ ネット消極派
直接会う (FTF)-携帯メール (MMAIL)	.032	.085	.154	.256
直接会う (FTF)-携帯通話 (MVOICE)	.177	FTF > MVOICE	.823	.022
直接会う (FTF)-PC メール (PC)	FTF > PC	FTF > PC	.823	FTF > PC
直接会う (FTF)-SNS	FTF > SNS	FTF > SNS	FTF > SNS	FTF > SNS
直接会う (FTF)-Twitter(Tw)	FTF > Tw	FTF > Tw	.016	FTF > Tw
直接会う (FTF)-Skype	FTF > Skype	FTF > Skype	FTF > Skype	FTF > Skype
直接会う (FTF)-固定電話 (TEL)	FTF > TEL	FTF > TEL	.002	FTF > TEL
直接会う (FTF)-FAX	FTF > FAX	FTF > FAX	FTF > FAX	FTF > FAX
直接会う (FTF)-手紙 (Let)	FTF > Let	FTF > Let	FTF > Let	FTF > Let
携帯メール (MMAIL)-携帯通話 (MVOICE)	.007	MMAIL > MVOICE	.259	.003
携帯メール (MMAIL)-PC メール (PC)	MMAIL > PC	MMAIL > PC	MMAIL > PC	MMAIL > PC
携帯メール (MMAIL)-SNS	MMAIL > SNS	MMAIL > SNS	.005	MMAIL > SNS
携帯メール (MMAIL)-Twitter(Tw)	MMAIL > Tw	MMAIL > Tw	MMAIL > Tw	MMAIL > Tw
携帯メール (MMAIL)-Skype	MMAIL > Skype	MMAIL > Skype	MMAIL > Skype	MMAIL > Skype
携帯メール (MMAIL)-固定電話 (TEL)	MMAIL > TEL	MMAIL > TEL	MMAIL > TEL	MMAIL > TEL
携帯メール (MMAIL)-FAX	MMAIL > FAX	MMAIL > FAX	MMAIL > FAX	MMAIL > FAX
携帯メール (MMAIL)-手紙 (Let)	MMAIL > LET	MMAIL > LET	MMAIL > LET	MMAIL > LET
携帯通話 (MVOICE)-PC メール (PC)	MVOICE > PC	MVOICE > PC	MVOICE > PC	MVOICE > PC
携帯通話 (MVOICE)-SNS	MVOICE > SNS	MVOICE > SNS	.380	MVOICE > SNS
携帯通話 (MVOICE)-Twitter(Tw)	MVOICE > Tw	MVOICE > Tw	MVOICE > Tw	MVOICE > Tw
携帯通話 (MVOICE)-Skype	MVOICE > Skype	MVOICE > Skype	.006	MVOICE > Skype
携帯通話 (MVOICE)-固定電話 (TEL)	MVOICE > TEL	MVOICE > TEL	MVOICE > TEL	MVOICE > TEL
携帯通話 (MVOICE)-FAX	MVOICE > FAX	MVOICE > FAX	MVOICE > FAX	MVOICE > FAX
携帯通話 (MVOICE)-手紙 (Let)	MVOICE > LET	MVOICE > LET	MVOICE > LET	MVOICE > LET
PC メール (PC)-SNS	.046	PC < SNS	.006	PC < SNS
PC メール (PC)-Twitter(Tw)	.568	PC < Tw	.228	.043
PC メール (PC)-Skype	.006	PC < Skype	.010	PC < Skype
PC メール (PC)-固定電話 (TEL)	.190	.006	.664	.017
PC メール (PC)-FAX	.015	PC > FAX	.616	.006
PC メール (PC)-手紙 (Let)	.561	.877	.442	.127
SNS-Twitter(Tw)	.169	.834	.119	.080
SNS-Skype	.853	.491	.541	.560
SNS-固定電話 (TEL)	.004	SNS > TEL	.002	SNS > TEL
SNS-FAX	SNS > FAX	SNS > FAX	SNS > FAX	SNS > FAX
SNS-手紙 (Let)	.015	SNS > LET	.024	SNS > LET
Twitter(Tw)-Skype	.095	.576	.332	.226
Twitter(Tw)-固定電話 (TEL)	.137	Tw > TEL	.130	Tw > TEL
Twitter(Tw)-FAX	.029	TW > FAX	.107	Tw > FAX
Twitter(Tw)-手紙	.357	Tw > LET	.588	.004
Skype-固定電話 (TEL)	Skype > TEL	Skype > TEL	.010	Skype > TEL
Skype-FAX	Skype > FAX	Skype > FAX	.005	Skype > FAX
Skype-手紙 (Let)	.010	.005	.133	Skype > LET
固定電話 (TEL)-FAX	.064	.018	1.000	1.000
固定電話 (TEL)-手紙 (Let)	.078	TEL < LET	.120	.408
FAX-手紙 (Let)	.078	FAX < LET	.120	.408

なかった。第3クラスターでは、「直接会う」ことと「携帯メール」「携帯通話」「PCメール」との有意差が見られなかった。

「携帯メール」と「携帯通話」とは、第2クラスターのみで有意差(「携帯メール」>「携帯通話」)が見られたが、その他のクラスターでは差がなかった。「携帯通話」は、「直接会う」「携帯メール」以外において、ほとんどの場合、有意差(「携帯通話」>他メディア)が見られたが、第3クラスターのみにおいて「SNS」および「Skype」との有意差が確認されなかった。ほとんどのクラスターにおいて、「SNS」、「Twitter」、「Skype」は旧メディア(固定電話、FAX、手紙など)よりも多く選択されていた。

次にクラスター間の使用メディアの多重比較の結果を表3.7に示した。「直接会う」ことにおいては、第2クラスターのほうが第1クラスターよりも多く選択されていて、第1クラスターは第3クラスターよりも多く選択されている(第2>第1>第3)。また第4クラスターのほうが第3クラスターよりも多く選択されている(第4>第3)。また「携帯メール」においても、「直接会う」と全く同じ関係が成立していた。

「携帯通話」においては、第3クラスターが他のクラスターより、より少なく選択されていることが判明した。「Twitter」では、第2クラスターにおいて、第1クラスターもしくは第3クラスターよりも、より多く選択されていた。「手紙」では、第2クラスターのほうが第4クラスターよりも多く選択されていることが判明した。

### 3.3. 考察

本調査当初は「社交的な人ほど、つまり友人の関係性が多様であるほど、また友人数が多いほど、多くのメディアが選択・使用されるであろう」と仮定した。ここでの「社交的」には、多様な関係性を築く「多様性」の側面と、多く人と関係性を築くという「拡張性」の2側面を考慮し、「友人関係型」(多様性)と友人数(拡張性)の2点について質問した。結果として、多様性については5割近くがリアルで3つの友人関係型を持つ社交的な側面が見られ、3割程度がネットを含めた多様な友人関係性を構築していて、2つ以下の付き合いをしている人が2割程度であった。

友人規模については、全体として1人当たりの友人総人数は0人から240人と大きなばらつきがみられたが、平均値は24.71( $SD=33.227$ )、中央値は17、最頻値は15、16、20が同一であり、1人20人程度の友人とは継続的な関係性を構築していると思われる。友人関係型ごとにみても、「仲よし友人」は「2~3人」から「10~19人」までの幅で30人前後が該当し、比較的均等に分布しているので、一括りにした特徴は見いだせない。これを内閣府の調査結果<sup>5</sup>と比較すると(表3.8)、今回の被調査者の年齢に近い「18~21歳」「22~24歳」とほぼ同じ分布を示していて、本調査被調査者のほうが「10~19人」

<sup>5</sup> 内閣府政策統括官(2001)「第4章 余暇・友人関係」『第2回青少年の生活と意識に関する基本調査報告書』を参照。



表3.7 コミュニケーション手段(使用メディア)におけるクラスター間の多重比較

コミュニケーション手段 (使用メディア)	クラスター			
	①	②	③	④
「直接会う」	①標準的・ネット友人なし			
	②中規模・ネット積極派	②>①*		
	③小規模・ネット消極派	③<①***	③<②***	
	④社会的・ネット消極派			④>③***
「携帯メール」	①標準的・ネット友人なし			
	②中規模・ネット積極派	②>①*		
	③小規模・ネット消極派	③<①***	③<②***	
	④社会的・ネット消極派			④>③***
「携帯通話」	①標準的・ネット友人なし			
	②中規模・ネット積極派			
	③小規模・ネット消極派	③<①*	③<②**	
	④社会的・ネット消極派			④>③**
「Twitter」	①標準的・ネット友人なし			
	②中規模・ネット積極派	②>①**		
	③小規模・ネット消極派		③<②*	
	④社会的・ネット消極派			
「手紙」	①標準的・ネット友人なし			
	②中規模・ネット積極派			
	③小規模・ネット消極派			
	④社会的・ネット消極派			④<②*

注) \*: p < .05 \*\* : p < .01 \*\*\*: p < .001

の層が多く、逆に20人以上においては少ない傾向にあることがわかる。被調査者の75%が「学外友人」がいると答え、「2~3人」から「4~5人」を中心とした分布をして1割程度が10人以上の大人数と友人関係にあった。「地元友人」は9割がいると答え、「2~3人」から「10~19人」までの幅で30人前後の該当者がいて比較的均等に分布しており、「30人以上」が5人いた。「ネット友人」がいると答えたのは4割弱であり、「2~3人」から「4~5人」を中心とした分布をしていて、「30人以上」が4人いた。友人との具体的な関係性の詳細は不明であるが、日常的に仲良く付き合っている友人規模は全国平均に近く、「友人」として認識されている関係者数は全体としてみれば20人前後となることが分かる。「友人関係型×交友関係パターン」のクロス表(表3.1)を見てみると、交友における多様性と友人規模とでは関連性が見られず、むしろ友人関係型における友人規模がそのまま反映される傾向が見られた。つまり4つの友人関係パターン全てで付き合いのある社会的なグループであっても、友人規模にばらつきが見られ少人数で付き合い人もいれば大人数で付き合い人もいたのである。

本調査で見られる「多様性」と「拡張性」のばらつきを集約して特徴を解釈するために、友人関係型の友人規模区分に基づいたクラスター分析を実施し、4クラスターを抽出している。以下では各クラスターにおける接触頻度やコミュニケーション手段選択の特徴を考察する。

表3.8 友人規模の比較

友人規模	本調査 「仲良し友人」	内閣府調査 (2001)	
		18～21歳	22～24歳
友人なし	2.8	1.2	1.8
友人が1人	1.4	2.1	2.7
友人が2～3人	16.3	21	26.3
友人が4～5人	31.2	31.7	33
友人が6～9人	21.3	21.4	20.1
友人が10～19人	24.1	17.2	12.4
友人が20～29人	0.7	2.3	1.6
友人が30人以上	2.1	3.1	2.1
合計	100	100	100

注) 表記はパーセント

第1クラスター「標準的・ネット友なし群」は、「仲良し友人」を6人前後、「学外友人」を4人前後、「地元友人」を5人前後の規模の友人グループと付き合い、友人関係維持においては直接会ったり、携帯電話の基本機能を使用する傾向にあると同時に、あまりソーシャル・メディアを使わない傾向にある。友人と接触する頻度も、「仲良し友人」とは週に数回程度直接会ったり、携帯メールや携帯通話で連絡を取り合っていて、「学外友人」とは月に1回程度、直接会ったり携帯電話で連絡をしている。「地元友人」とは2～3ヶ月に1回会い、月1回程度は携帯電話で連絡している。ごく少数のソーシャル・メディア使用者は、週に1回以上はコンタクトをとっている。つまり、身体距離が離れた友人ほど、直接会うことや携帯電話連絡の頻度が低くなる傾向にある。

第2クラスター「中規模・ネット積極派群」は、「仲良し友人」とは12人程度と付き合うが、「学外友人」を5人程度、「地元友人」を8人程度であり、「学校縁」で知り合った友人と10人前後の規模で社交性を発揮しているが、選択縁となる「学外友人」の数は多くない。しかしインターネット上では積極的に友人を作り、半数近くが10人以上の大人数のネット友人を持っている。このためか、ソーシャル・メディア使用率が最も高く、「仲良し友人」や「ネット友人」とは週に1回以上コンタクトし合っている。この群は4つの友人関係型すべての付き合いがある比率も最も高く、その意味で多様性が最も高い群となっている一方で友人規模においては最多ではなく、当初の仮説とは異なる結果が表れている。また、多様性の高い友人関係の維持管理のために多メディア志向性が強いのだと考えられる。

第3クラスター「小規模・ネット消極派群」は、「仲良し友人」は4人程度であり、その他の関係性の友人も1人程度と非常に付き合う人数が少なく、さらに交友関係パターンも2種類の組合せの関係性が最も多いので、気の会う少人数の友人とのみ付き合う傾向が見られる。「仲良し友人」とは週数回直接会ったり携帯メールや携帯通話で連絡したりはしているが、数少ない「学外友人」や「地元友人」とは会ったり携帯電話で連絡したりするのは2～3ヶ月に1回程度であり、少数のソーシャル・メディア使用者は

週1回程度コンタクトしている。コミュニケーションの基本が対面もしくは携帯電話使用であるが、頻度は高くなく、コミュニケーションには消極的な傾向が読み取れる。

第4クラスター「社交的・ネット消極派群」は、「仲良し友人」「学外友人」「地元友人」それぞれ10人前後の付き合いがあるが、「ネット友人」はほとんどいない群であり、リアルな身体性を伴う友人関係においては最も社交的な群である。リアルな人間関係を重視するためか、ネット上でのつながりにはあまり興味がないようである。対面もしくは携帯電話でのコミュニケーションはほぼ全員が採用していて、ソーシャル・メディア使用については全体平均と同じ比率程度であるが、その利用者における接触頻度は週に数回であり、非常に積極的にコミュニケーションを図っていることがわかる。対面や携帯電話での接触頻度も、身体距離が遠くなるにつれて間隔が空いていくが、ソーシャル・メディアで頻繁に連絡し合うことで、関係性を維持していると推測される。つまりリアル関係性の維持・管理に積極的にソーシャル・メディアを活用している群といえる。

交友関係の「多様性」の高さが必ずしも友人数の多さにつながるのではないようである。インターネット上での出会いを積極的に求める群ではリアル友人関係の規模はやや抑え気味になる傾向にあると考えられ、逆にリアル友人を重視する社交性の高い群においては友人数が最も多い傾向にあると考えられる。ソーシャル・メディア使用においても、第2クラスターのような群では人間関係の拡張性を目的にオープンなコミュニケーションを展開してネット友人も増やしていく傾向にあるが、一方で第4クラスターのようなリアルな関係志向群では既知の友人との関係維持に使用している傾向が読み取れた。

クラスターごとにコミュニケーション手段における接触頻度の順位相関係数を算出してきたが、どのクラスターにおいても、「仲良し友人」において直接会うこととメディア使用との相関は有意でなかった。つまり、最も身近な「仲良し友人」とは決してFTICを構築しているわけではない、ということが判明した。しかし、クラスターによっては、「学外友人」や「地元友人」において、直接会うことと携帯メールや携帯通話とに弱い相関が有意であり、会うために携帯電話で連絡し合う様子がうかがえた。また、凡そほとんどのクラスターにおいて携帯メールと携帯通話とに弱い正の相関が有意であり、携帯電話の基本機能がよく使われていて、個人に直接アクセスできるメディアとして多用されていることがわかった。

第一次調査では、コミュニケーション手段についてはよく利用するもの上位3位までを挙げてもらい、それぞれについて接触頻度と取り上げる話題の有無を記入してもらったが、得られたデータではコミュニケーション手段と話題との関連性が十分に分析できないと判断した。このため追加の第二次調査を計画・実施することにした。

## 4. 第二次調査

### 4.1. 方法

#### (1) 被調査者と手続き

調査は2012年7月に実施された。被調査者は高知大学に通う19歳から24歳までの大学生105人で、平均年齢20.39歳 ( $SD = 0.849$ ) であった。調査の実施方法はメディア関連科目講義時に配布し、回答後、無記名で回収した。

#### (2) 調査内容 (質問項目)

第二次調査は追加調査として、友人関係型「仲良し友人」に関する質問に限定し、使用メディアと話題について該当するもの全てを記入させた。質問内容としては、1) 被調査者の属性として性別、年齢、住居形態とネットの有無、メディア所有などを質問した。次に2) 友人の規模や関係性として、「あなたが日常生活において、一緒に遊びに行ったりする普段仲良くしている友人たちを思い浮かべてください」と日常的に最も身近な仲の良い友人(「仲良し友人」)を想起させ、該当する友人の人数および関係性を記入させた。そして「携帯メール」「携帯通話」「PCメール」「SNS」「Twitter」「無料通話アプリ(SkypeやLINEなど)」の6種類のメディア使用の有無と使用頻度、当該メディアで取り上げる話題の程度(10種類、第一次調査と同じ項目)について5件法で質問した。

### 4.2. 結果

#### (1) 被調査者の属性、住居形態、メディア所有、「仲良し友人」の規模

回答者は、女性54人(51.4%)、男性51人(48.6%)。住居形態は、自宅(家族と同居)が26人(24.8%)、下宿(独り暮らし)が70人(66.7%)、学生寮が4人(3.8%)、その他(親類や兄弟と同居など)4人(3.8%)、無回答1人(1.0%)であった。

所有しているコミュニケーション手段(複数回答)は、携帯電話(フィーチャーフォン)が48人(45.7%)、スマートフォンが66人(62.9%)、デスクトップPCが10人(9.5%)、ノートPCが87人(82.9%)、固定電話が11人(10.5%)、FAXが3人(2.9%)、その他1人(1.0%)であった。専門科目授業での調査で2年生以上が被調査者となったためか、スマートフォン比率が第一次調査よりも非常に高くなっていて、9人がフィーチャーフォンとスマートフォンのいわゆる「2台持ち」であった。

「仲良し友人」の友人数は、平均値5.79人 ( $SD = 3.980$ ) で中央値および最頻値ともに5.00であり、友人数0人から最高30人までの幅で回答が得られた。

## (2) コミュニケーション手段と接触頻度

第二次調査において「仲よし友人」との間でのコミュニケーション手段(複数回答)は、「直接会う」105人(100%)、「携帯メール」88人(83.8%)、「携帯通話」81(77.1%)、「PCメール」5人(4.8%)、「SNS」48人(45.7%)、「Twitter」36人(34.3%)、「無料通話アプリ」63人(60.0%)であった。また、これらの手段を用いてどの程度の頻度で接触しているかを質問した回答結果を表4.1に示した。週に数回「直接会う」人が8割以上おり、携帯メールも週1回以上が9割近く、携帯通話を週1回以上する人も7割いた。SNS、Twitter、無料通話アプリ(以下、通話アプリと記す)といったソーシャル・メディアも、その使用者においては8割以上が週数回と頻繁にやりとりしている傾向にあった。コミュニケーション手段間の関係性をみるために Kendall の順位相関係数を算出した。直接会う頻度とメディア使用の頻度との間には相関が見られなかったが、いくつかの手段間において弱い相関が有意であった。携帯メールと携帯通話との間には弱い正の相関( $\tau = .287, p < .01$ )が有意であった。また携帯メールと SNS との間( $\tau = .335, p < .05$ )、さらに携帯メールと Twitter との間( $\tau = .322, p < .05$ )に弱い正の相関が有意であった。携帯通話と通話アプリとの間にも弱い正の相関( $\tau = .230, p < .05$ )が、また Twitter と通話アプリの間にも弱い正の相関( $\tau = .391, p < .05$ )が有意であった。

SNS、Twitter、通話アプリに関しては、携帯電話(フィーチャーフォン)、スマートフォン、PC など複数種類の端末経由で利用可能なため、それぞれの利用率を質問している。SNS をどの端末経由で行っているかについて、携帯電話・スマートフォン・PC の合計が100になるようそれぞれに利用率となる値を記入してもらった。携帯電話からのアクセスが平均値21.77 ( $SD=36.549$ )、スマートフォン経由が平均値60.17 ( $SD=43.010$ )、PC 経由が平均値17.33 ( $SD=21.725$ )であった。SNS には6割がスマートフォンを利用してアクセスしていて、携帯電話は2割程度に留まった。操作性の問題が起因していると推測される。Twitter について SNS 同様に質問をした。携帯電話からアクセスが平均値11.67 ( $SD=28.933$ )、スマートフォン経由が平均値72.78 ( $SD=38.572$ )、PC 経由が平均値15.56 ( $SD=24.047$ )であった。Twitter 利用の7割以上がスマートフォンからのアクセスであった。さらに通話アプリについても同様の質問をしている。携

表4.1 コミュニケーション手段 × 接触頻度

コミュニケーション手段 (使用率: %)	接触頻度							合計
	ほぼ毎日	週に2~3回	週に1回	月に2~3回	月に1回	ほとんどない		
直接会う (100)	52 (49.5)	40 (38.1)	3 (2.9)	5 (4.8)	-	5 (4.8)	105 (100)	
携帯メール (83.8)	25 (28.4)	35 (39.8)	19 (21.6)	6 (6.8)	3 (3.4)	-	88 (100)	
携帯通話 (77.1)	8 (9.9)	32 (39.5)	18 (22.2)	13 (16.0)	5 (6.2)	5 (6.2)	81 (100)	
PCメール (4.8)	1 (20.0)	-	1 (20.0)	1 (20.0)	2 (40.0)	-	5 (100)	
SNS (45.7)	17 (35.4)	18 (37.5)	6 (12.5)	-	3 (6.3)	4 (8.3)	48 (100)	
Twitter (34.3)	22 (61.1)	8 (22.2)	1 (2.8)	4 (11.1)	1 (2.8)	-	36 (100)	
通話アプリ (60.0)	28 (44.4)	18 (28.6)	6 (9.5)	3 (4.8)	1 (1.6)	7 (11.1)	63 (100)	

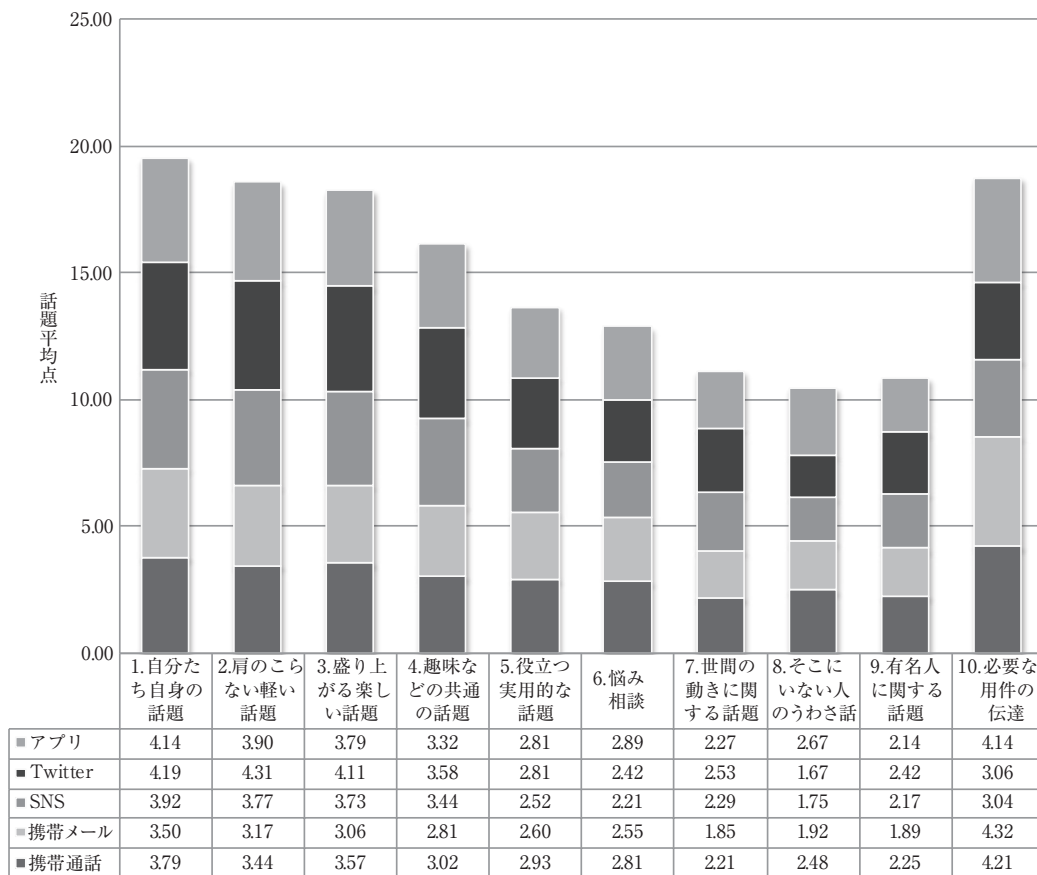
注) 度数 (パーセント)

帯電話からアクセスが平均値4.19 (SD=18.247)、スマートフォン経由が平均値72.10 (SD=43.988)、PC 経由が平均値23.71 (SD=40.661) であった。使用している通話アプリの内訳(複数回答)は、LINE (44人(71.0%))、Skype (17人(27.4%))、Kakao Talk (2人(3.2%))、QQ (1人(1.6%))、不明(2人(3.6%))となっている。通話アプリでは7割以上がスマートフォンで利用されており、スマートフォンからのみアクセスしている利用者也40人(全体の64.5%)いた。またPCからのみアクセスしている利用者也11人(全体の17.7%)おり、LINEはスマートフォンから、SkypeはPCからアクセスするという傾向がみられた。

### (3) コミュニケーション手段選択と話題選択

コミュニケーション手段ごとにそれぞれの話題について5件法を点数化した平均値(5に近いほどよく話題に取り上げられ、1に近づくほど話題にしないことを意味する)を算出し、使用メディアとそこで取り上げる話題との関係性を図4.1で示した。全体的に、仲間内で楽しむ話題(「自分たち話題」「軽い話題」「楽しい話題」)や「用件伝達」

図4.1 使用メディアと話題平均点



の話題が高い点数を獲得している。一方で、「世間動向」「うわさ話」「有名人話」などの仲間「外」の話題は総じて取り上げられない傾向にあった。個別に見てみると、最もよく取り上げられる話題は「自分たち話題」であり、次に「用件伝達」であった。「用件伝達」においては携帯メールが突出して多く選択されていた。また仲間「内」話題ともいえる「自分たち話題」「軽い話題」「楽しい話題」「共通の話題」においてはソーシャル・メディア(SNSやTwitter)がよく使用され、「悩み相談」や「うわさ話」では口頭コミュニケーション向けのメディア(携帯通話や通話アプリ)が選択されていた。仲間「外」話題となる「世間動向」や「有名人話」についてはTwitterがよく使われている。

次に話題ごとに使用されるメディアに差があるのかについて、使用メディアと話題とでKruskal-Wallisの $H$ 検定を行い、5%水準の有意を確認した話題について多重比較を行った(表4.2)。その結果、「自分たち話題」については、通話アプリやTwitterのほうが携帯メールよりもより多く選択されていた。「軽い話題」については、通話アプリやTwitterのほうが携帯メールよりもより多く選択され、Twitterのほうが携帯通話よりも多く選択されていた。「楽しい話題」については、通話アプリやTwitterのほうが携帯メールよりも多く選択されていた。「共通話題」については、Twitterのほうが携帯メールよりも多く選択されていた。「悩み相談」については、携帯通話や通話アプリのほうがSNSよりも多く選択されていた。「世間動向」の話題については、Twitterのほうが携帯メールよりも多く選択されていた。「うわさ話」については、携帯通話や通話アプリがTwitterよりもより多く選択され、同様に携帯通話や通話アプリがSNSよりも多く選択された。さらに携帯メールよりは携帯通話のほうが、携帯通話よりも通話アプリのほうがより多く選択された(携帯メール<携帯通話<通話アプリ)。「用件伝達」においては、SNSよりも通話アプリ・携帯通話・携帯メールがより選択され、Twitterよりも通話アプリ・携帯通話・携帯メールがより多く選択された。

#### (4) 話題要因の因子分析

利用者の少ないPCメールを除いた携帯通話、携帯メール、SNS、Twitter、通話アプリのそれぞれのメディアにおいて取り上げられる話題10項目を5件法で質問し、その値を変数として因子分析(主因子法、バリマックス回転)を行った。固有値の推移と解釈可能性から、5因子が最も適切な因子数と判断した。回転後の因子負荷量と固有値、寄与率を表4.3に示す。第1因子は、Twitterでの話題項目の因子負荷のみがすべて0.8以上であったため、「Twitter因子」と命名した。第2因子は、SNSでの話題項目の因子負荷のみがすべて0.8以上であったため、「SNS因子」と命名した。第3因子は、通話アプリでの話題項目の因子負荷のみがすべて0.8以上であったため、「アプリ因子」と命名した。第4因子は、携帯通話での話題項目の因子負荷のみがすべて0.7以上であったため、「携帯通話因子」と命名した。第5因子は、携帯メールでの話題項目の因子負荷のみがすべて0.6以上であったため、「携帯メール因子」と命名した。

表4.2 話題平均点のKruskal-WallisのH検定と多重比較結果

話 題	p 値	主 効 果
①自分たち自身に関する話題	.001 **	携帯メール < アプリ 携帯メール < Twitter
②肩のこらない軽い話題	.000 ***	携帯メール < アプリ 携帯メール < Twitter 携帯通話 < Twitter
③盛り上がる楽しい話題	.000 ***	携帯メール < アプリ 携帯メール < Twitter
④趣味などの共通する話題	.003 **	携帯メール < Twitter
⑤役にたつ実用的な話題	.182 n.s.	-
⑥悩み相談	.021 *	SNS < 携帯通話 SNS < アプリ
⑦世間の動きに関する話題	.002 **	携帯メール < Twitter
⑧そこにはいない人のうわさ話	.000 ***	Twitter < 携帯通話 Twitter < アプリ SNS < 携帯通話 SNS < アプリ 携帯メール < 携帯通話 携帯通話 < アプリ
⑨有名人に関する話題	.056 n.s.	-
⑩用件伝達	.000 ***	SNS < アプリ SNS < 携帯通話 SNS < 携帯メール Twitter < アプリ Twitter < 携帯通話 Twitter < 携帯メール

注) \*:  $p < .05$  \*\*:  $p < .01$  \*\*\*:  $p < .001$

Kruskal-WallisのH検定を行い、5%水準で有意であったものを多重比較した。

### (5) 話題因子得点による階層的クラスター分析

因子分析で得られた因子得点を投入して、階層的クラスター分析(Ward法)を行い、3つのクラスターを抽出した。各クラスターにおける話題毎に集計した点数の平均値から各クラスターを命名した(表4.4)。第1クラスター(53人、平均友人数5.43、 $SD=4.496$ )は、全体の話題得点平均に非常に近い分布を示していることから「標準的課題群」と命名した。第2クラスター(29人、平均友人数5.55、 $SD=3.552$ )は、「自分たち話題」や「軽い話題」「楽しい話題」などは第1クラスターと差がなかったが、「世間動向」「うわさ話」「有名人話」など仲間の外部(社会)に関わる事項を話題にすることが非常に少ないため、「仲間内課題群」と命名した。第3クラスター(23人、平均友人数6.91、 $SD=3.059$ )は、全体の話題得点が最も高く、すべての話題をよく取り上げていることから、「全方的課題群」と命名した。



表4.3 各メディアでの話題に関する因子分析結果

	第1因子 Twitter因子	第2因子 SNS因子	第3因子 アプリ因子	第4因子 携帯通話因子	第5因子 携帯メール因子	共通性
Twitter- 自分たち自身の話題	<b>.959</b>	.182	.087	.012	.001	.961
Twitter- 軽い話題	<b>.954</b>	.188	.107	.005	-.013	.958
Twitter- 楽しい話題	<b>.950</b>	.193	.135	.018	.016	.959
Twitter- 共通の話題	<b>.936</b>	.187	.124	.030	.022	.927
Twitter- 用件伝達	<b>.895</b>	.183	.065	-.032	.084	.849
Twitter- 世間の動き	<b>.890</b>	.295	.114	.034	-.042	.895
Twitter- 悩み相談	<b>.867</b>	.269	.025	.014	.032	.827
Twitter- 実用的話題	<b>.865</b>	.246	.106	-.015	.008	.846
Twitter- 有名人の話題	<b>.828</b>	.274	.206	.038	-.048	.845
Twitter- うわさ話	<b>.807</b>	.301	.106	.088	.012	.762
SNS- 自分たち自身の話題	.228	<b>.920</b>	.105	.050	-.081	.921
SNS- 軽い話題	.212	<b>.920</b>	.114	.027	-.111	.924
SNS- 楽しい話題	.252	<b>.912</b>	.087	.034	-.079	.916
SNS- 用件伝達	.194	<b>.889</b>	.113	-.009	-.031	.842
SNS- 実用的話題	.289	<b>.883</b>	.095	.093	.018	.897
SNS- 共通の話題	.250	<b>.877</b>	.089	.099	-.048	.853
SNS- うわさ話	.213	<b>.871</b>	.016	.065	.040	.826
SNS- 世間の動き	.285	<b>.861</b>	.119	.059	.001	.841
SNS- 悩み相談	.173	<b>.854</b>	.084	.084	.073	.798
SNS- 有名人の話題	.200	<b>.831</b>	.219	.046	.010	.807
アプリ- 軽い話題	.091	.050	<b>.951</b>	.118	.028	.956
アプリ- 楽しい話題	.125	.042	<b>.942</b>	.134	.046	.947
アプリ- 自分たち自身の話題	.082	.110	<b>.928</b>	.097	.055	.897
アプリ- 共通の話題	.123	.030	<b>.927</b>	.167	.025	.909
アプリ- 用件伝達	.080	.107	<b>.897</b>	.119	.028	.847
アプリ- 実用的話題	.119	.107	<b>.878</b>	.108	.051	.814
アプリ- うわさ話	.105	.106	<b>.877</b>	.116	.048	.855
アプリ- 悩み相談	.116	.207	<b>.863</b>	.086	.117	.843
アプリ- 世間の動き	.121	.135	<b>.856</b>	.148	.007	.810
アプリ- 有名人の話題	.054	.109	<b>.847</b>	.121	.013	.795
携帯通話- 楽しい話題	.027	.035	.142	<b>.921</b>	.105	.849
携帯通話- 軽い話題	.100	.007	.073	<b>.898</b>	.145	.849
携帯通話- 自分たち自身の話題	.012	.135	.041	<b>.869</b>	.139	.799
携帯通話- 世間の動き	-.022	.032	.041	<b>.843</b>	.192	.766
携帯通話- 共通の話題	-.017	.032	.118	<b>.830</b>	.130	.732
携帯通話- うわさ話	.047	.084	.186	<b>.807</b>	.110	.753
携帯通話- 有名人の話題	.004	-.011	.170	<b>.806</b>	.147	.756
携帯通話- 悩み相談	.067	.105	.150	<b>.797</b>	.241	.792
携帯通話- 用件伝達	-.061	.037	.112	<b>.795</b>	.101	.666
携帯通話- 実用的話題	.049	.053	.162	<b>.785</b>	.135	.683
携帯メール- 楽しい話題	.026	-.068	.038	.147	<b>.914</b>	.866
携帯メール- 軽い話題	.022	-.165	.059	.086	<b>.899</b>	.862
携帯メール- 共通の話題	.020	-.048	.062	.098	<b>.870</b>	.779
携帯メール- 自分たち自身の話題	.033	-.095	-.022	.120	<b>.866</b>	.777
携帯メール- 悩み相談	.031	.126	.100	.121	<b>.786</b>	.746
携帯メール- 実用的話題	.005	-.021	-.030	.097	<b>.778</b>	.637
携帯メール- 世間の動き	-.045	.110	-.008	.297	<b>.736</b>	.650
携帯メール- 用件伝達	.107	-.086	.001	.056	<b>.733</b>	.563
携帯メール- うわさ話	-.093	.103	.063	.205	<b>.721</b>	.651
携帯メール- 有名人の話題	-.079	.030	.169	.248	<b>.691</b>	.608
固定値	8.74	8.60	8.54	7.47	6.75	
寄与率 (%)	17.49	17.21	17.08	14.94	13.50	
累積寄与率 (%)	17.79	34.69	51.77	66.71	80.22	

注) 主因子法、バリマックス回転による。因子負荷0.6以上を太字とした。

表4.4 話題 × クラスター

話題平均		第1クラスター	第2クラスター	第3クラスター	全体	多重比較 (Bonferroni 法)
		標準的課題群 53人 (50.5%) 平均友人数 =5.43 (SD=4.496)	仲間内課題群 29人 (27.6%) 平均友人数 =5.55 (SD=3.552)	全方位的課題群 23人 (21.9%) 平均友人数 =6.91 (SD=3.059)	105人 (100%) 平均友人数 =5.79 (SD=3.980)	
自分たち話題平均	(WD01)	3.76 (0.948)	3.32 (1.487)	4.02 (0.780)	3.69 (1.112)	
軽い話題平均	(WD02)	3.42 (0.907)	3.20 (1.462)	4.03 (0.740)	3.49 (1.092)	第2 < 第3
楽しい話題平均	(WD03)	3.40 (0.977)	2.94 (1.391)	4.01 (0.698)	3.41 (1.116)	第2 < 第3
共通話題の平均	(WD04)	3.06 (0.949)	2.59 (1.353)	3.44 (0.892)	3.01 (1.097)	第2 < 第3
実用話題の平均	(WD05)	2.69 (0.956)	2.37 (1.195)	2.99 (0.798)	2.67 (1.012)	
悩み相談の平均	(WD06)	2.51 (1.061)	2.13 (1.177)	2.78 (0.906)	2.46 (1.079)	
世間動向の平均	(WD07)	2.12 (0.831)	1.49 (0.938)	2.57 (0.684)	2.04 (0.912)	第1 > 第2、第2 < 第3
うわさ話の平均	(WD08)	2.21 (0.880)	1.47 (0.839)	2.39 (0.829)	2.05 (0.924)	第1 > 第2、第2 < 第3
有名人話の平均	(WD09)	2.14 (0.871)	1.59 (1.037)	2.32 (1.065)	2.02 (0.994)	第1 > 第2、第2 < 第3
用件伝達の平均	(WD10)	4.09 (0.762)	3.48 (1.344)	3.88 (0.620)	3.88 (0.962)	第1 > 第2
多重比較 (Bonferroni 法)	WD01>WD04	WD01>WD04	WD01>WD04			
	WD01>WD05	WD01>WD05	WD01>WD05			
	WD01>WD06	WD01>WD06	WD01>WD06			
	WD01>WD07	WD01>WD07	WD01>WD07			
	WD01>WD08	WD01>WD08	WD01>WD08			
	WD01>WD09	WD01>WD09	WD01>WD09			
	WD02>WD05	WD02>WD05	WD02>WD05			
	WD02>WD06	WD02>WD06	WD02>WD06			
	WD02>WD07	WD02>WD07	WD02>WD07			
	WD02>WD08	WD02>WD08	WD02>WD08			
	WD02>WD09	WD02>WD09	WD02>WD09			
	WD02<WD10					
	WD03>WD04		WD03>WD04			
	WD03>WD05		WD03>WD05			
	WD03>WD06	WD03>WD06	WD03>WD06			
	WD03>WD07	WD03>WD07	WD03>WD07			
	WD03>WD08	WD03>WD08	WD03>WD08			
	WD03>WD09	WD03>WD09	WD03>WD09			
	WD03<WD10					
	WD04>WD06					
	WD04>WD07	WD04>WD07	WD04>WD07			
	WD04>WD08	WD04>WD08	WD04>WD08			
	WD04>WD09	WD04>WD09	WD04>WD09			
	WD04<WD10	WD04<WD10				
	WD05>WD07	WD05>WD07				
	WD05>WD09	WD05>WD09				
	WD05<WD10	WD05<WD10	WD05<WD10			
	WD06>WD07	WD06>WD07				
WD06>WD08	WD06>WD08					
WD06<WD10	WD06<WD10	WD06<WD10				
WD07<WD10	WD07<WD10	WD07<WD10				
WD08<WD10	WD08<WD10	WD08<WD10				
WD09<WD10	WD09<WD10	WD09<WD10				

注) 平均得点 (SD)

各クラスターにおける話題の平均得点について二元配置の分散分析(クラスター×話題(10種類))を実施し、主効果の見られたクラスター間および話題について多重比較(Bonferonni法)を行った。「軽い話題」と「楽しい話題」については、第3クラスターのほうが第2クラスターより得点が高かった。「世間動向」「うわさ話」「有名人話」については、第2クラスターが、第1、第3よりも平均点が低かった。

第1クラスターにおける話題間の差については、「自分たち話題」が、「共通話題」「実用話題」「悩み相談」「世間動向」「うわさ話」「有名人話」よりもよく話題に取り上げられていた。「軽い話題」は、「実用話題」「悩み相談」「世間動向」「うわさ話」「有名人話」よりもよく話題にされていた。「楽しい話題」は、「共通話題」「実用話題」「世間動向」「うわさ話」「有名人話」よりもよく話題にされていた。「共通話題」は、「悩み相談」「世間動向」「うわさ話」「有名人話」よりもよく話題にされていた。「実用話題」は、「世間動向」「有名人話」よりもよく話題にされていた。「用件伝達」は最も取り上げられる話題であり、「自分たち話題」との差は見られなかったが、その他の話題よりもよく話されていた。

第2クラスターにおける話題間の差について、「自分たち話題」については、第1クラスターと全く同じ関係性であった。「軽い話題」は、「実用話題」「悩み相談」「世間動向」「うわさ話」「有名人話」よりもよく話題にされていた。「楽しい話題」は、「悩み相談」「世間動向」「うわさ話」「有名人話」よりもよく話題にされていた。「共通話題」は、「世間動向」「うわさ話」「有名人話」よりもよく話題にされていた。「実用話題」は、「世間動向」「有名人話」よりもよく話題にされていた。「用件伝達」最も取り上げられる話題であり、「自分たち話題」「軽い話題」「楽しい話題」との差は見られなかったが、その他の話題よりもよく話されていた。

第3クラスターにおける話題間の差について、「自分たち話題」については、第1クラスターと全く同じ関係性であった。「軽い話題」については第2クラスターと全く同じ関係性であった。「楽しい話題」については、第1クラスターと全く同じ関係性であった。「共通話題」については、第2クラスターと全く同じ関係性であった。「用件伝達」は、「自分たち話題」「軽い話題」「楽しい話題」「共通話題」との差は見られず、その他の話題よりはよく取り上げられていた。

表4.5 クラスター別 メディア使用率

使用メディア	第1クラスター 標準的課題群 [携帯電話基本機能志向派]	第2クラスター 仲間内課題群 [テキスト・メディア志向派]	第3クラスター 全方位的課題群 [多メディア志向派]	全体
携帯通話	51 (96.2)	7 (24.1)	23 (100)	81 (77.1)
携帯メール	50 (94.3)	22 (75.9)	16 (69.6)	88 (83.8)
PCメール	3 (5.7)	-	2 (8.7)	5 (4.8)
SNS	20 (37.7)	8 (27.6)	20 (87.0)	48 (45.7)
Twitter	1 (1.9)	15 (51.7)	20 (87.0)	36 (34.3)
アプリ	31 (58.5)	14 (48.3)	18 (78.3)	63 (60.0)

注) 度数 (パーセント)

各クラスターとメディア使用比率のクロス集計表(表4.5)をみると、第1クラスター「標準的話題群」では携帯通話と携帯メールが9割以上使用されている一方でSNSやTwitterといったソーシャル・メディアはほとんど使用されていないことから、携帯通話や携帯メールを基本とする「携帯電話基本機能志向派」といえよう。第2クラスター「仲間内話題群」は、携帯メールが8割使用されている一方で携帯通話は3割程度の使用に留まっており、SNSやTwitterといったソーシャル・メディアは4割前後使用されていることから、「テキスト・メディア志向派」といえよう。第3クラスター「全方位的話題群」は、携帯通話、携帯メール、SNS、通話アプリにおいては8割以上使われており、Twitterも75%が使用しているなど、多種メディアをうまく使いこなしていることから「多メディア志向派」といえよう。

### 4.3. 考察

第二次調査の目的は、コミュニケーション手段と話題との関連性を明らかにすることであった。以下では、メディア間の関連性、メディアと話題の関連性、さらに話題に共通する因子により分類した3クラスターにおけるメディアと話題の関連性について考察する。

第二次調査におけるメディア間の Kendall の順位相関係数をみると、弱いながらも以下の相関が有意であった。まずは携帯電話の基本機能であるメールと通話においてである。さらに携帯メールとSNS、Twitterとの間にも相関が有意であり、テキスト・メディアとしての類似性が見られた。また、携帯通話と通話アプリとの間にも相関が有意であり、口頭メディアとしての類似性が見られた。SNSとTwitterとの間の相関も有意であり、ソーシャル・メディアとしての共通性が見られる。総じて、端末機能(携帯メールと携帯通話)としての共通性や、テキスト・メディア、口頭メディア、ソーシャル・メディアとしての共通性が弱いながらも確認された。

使用メディアと話題との関連性については、総じて携帯メールは用件伝達という道具的利用においてはソーシャル・メディアよりも多く選択されるが、仲間とおしゃべりな話題(コンサマトリーな話題)においてはあまり選択されない。通話アプリはほとんどの話題において多く選択される傾向にあった。「悩み相談」や「うわさ話」など広く他人と共有したくない話題には口頭コミュニケーションのメディアが好まれる傾向にあった。SNSやTwitterといったソーシャル・メディアは、仲間「内」話題(「自分たち話題」「軽い話題」「楽しい話題」)ではよく多く選択されるが、仲間「外」話題においては他メディアのほうが選択される傾向にあった。

各メディアでの話題選択を投入して因子分析を行い、得られた因子得点よりクラスター分析をして抽出した3クラスターにおいては、以下のような特徴が見いだせた。第1クラスター「標準的話題群」は、仲間「内」話題については第2クラスターおよび第3クラスターと差が見られないが、仲間「外」話題は第2クラスターよりは多く話題に

して、「用件伝達」についても第2クラスターよりも多く話題にしている。この群は、仲間「内」話題をよく取り上げ、たまに実用的話題や悩み相談などシリアスな話題もしつつ、まれに仲間「外」話題もするという今回の被調査者の標準に近い会話内容を持ちつつ、使用するメディアは携帯電話の基本機能が中心で、ソーシャル・メディアの採用には消極的な群でもある。

第2クラスター「仲間内話題群」は仲間「外」の話題が少なく、仲間「内」話題についても、第3クラスターと比較すると話題にする程度は高くない。しかし友人規模は第1クラスターと同程度で決して少ない訳ではないが、仲間内で軽い盛りあがる話題を中心にコミュニケーションをとりつつ、コミュニケーション手段としてはテキスト・メディアを中心とする傾向にあり、ある意味で表層的・コンサマトリーな内容のコミュニケーションを好む傾向にある群であると推測される。

第3クラスター「全方位話題群」は、すべての話題を取り上げる程度が高い傾向にあり、ソーシャル・メディア使用比率も高く、仲間「内」話題を第2クラスターよりもより多く取り上げている。また仲間「外」話題を最も多く取り上げるクラスターでもあった。平均友人数は今回のなかでは最も多いクラスターであり、社交的で多様な話題を多くのメディアを駆使してコミュニケーションしている群であると推測される。

岡田(2010)は友人選択理由を分析するなかで3クラスターを抽出し、集団的な関わりを指向する第1クラスターを「群れ指向群」に、友人関係を回避する傾向が強く、近接性要因を友人選択理由に多く挙げるなど発達の低い段階にあると考えられる第2クラスターを「関係回避群」に、友人と個別的关系性を築き、比較的発達した友人選択理由を挙げた第3クラスターを「個別関係群」と命名している(岡田 2010:87-88)。本調査において抽出されたクラスターと岡田が提示したクラスターとの類似点として、仲間「内」話題を中心にコンサマトリーな会話を好む第2クラスター「仲間内話題群」は、内面的な話題をせず表層的のコミュニケーションになりやすいテキスト・メディア志向性が高いことから、友人関係を回避する傾向が強い岡田のいう第2クラスター「関係回避群」に近似していると考えられる。一方で、本調査での第3クラスター「全方位話題群」は「悩み相談」や「うわさ話」など友人間において漏洩してはならないような内面的会話を示唆しており、岡田の第3クラスター「個別関係群」に近い関係性を構築している群であると考えられる。

## 5. まとめと展望

本調査研究当初は多様な友人を多く保持している人ほど、多くのメディアを使い分けしていると仮定した。友人関係性を基に分類した4クラスターのなかで、友人規模が大きな第2クラスター「中規模・ネット積極派群」と第4クラスター「社交的・ネット消極派群」をみると、ソーシャル・メディアの使用率も全体比率よりも高めの傾向が見ら

れ、本仮定は一定程度当てはまると考えられる。しかしながら、その他のクラスターにおいてもソーシャル・メディアは使われているので、交友のあり方が違ってても一定程度の比率でソーシャル・メディアは選択されていることがわかった。また友人関係性という点でいえば、多くの大学生が3つ以上の関係型を保持しているという「多様性」が見られたが、多様性の低さが単純に友人数を少なくしていることはなく、交友の種類が少なくても「学外友人」を含む場合は友人数が多い場合も確認されている。

友人との接触頻度について、FTICを検証する意味でも、頻繁に直接会う人ほど、メディア・コミュニケーションも頻繁であると仮定したが、実際には全体においても4つの各クラスターにおいても、最も近接している「仲良し友人」にて「直接会う」とこととメディア使用頻度との間には相関が有意とならなかった。「学外友人」や「地元友人」においては「直接会う」とことと携帯電話使用との相関が有意な場合もあったが、実際の接触頻度を確認すると、直接会うための調整として携帯電話を使っていて、頻繁に連絡し合うという訳ではなかった。つまり、本調査研究においてはFTICは確認されなかった。ただし、第4クラスターといった社交的な群におけるソーシャル・メディア使用者の頻度は高く、携帯電話以上にソーシャル・メディアが友人関係におけるグループウェアの役割を担ってきているのだと考えられた。

友人とのコミュニケーション手段を見てみると、その基本は直接会うことであり、メディア・コミュニケーションとしては携帯電話基本機能を使用することが標準となっている傾向がわかった。その中でも4割程度はソーシャル・メディアを熱心に使用するが、リアル友人との関係維持・管理を目的とする群と、インターネット上でも新しい友人関係を構築しようとするオープン志向を目的とする群と、ソーシャル・メディアの使用目的の違いが見えてきた。

メディア選択と話題選択との関連性については第二次調査分析を通じて明らかにしようとした。「仲良し友人」とのコミュニケーションにおけるメディア選択としては、第一次調査同様に「直接会う」「携帯メール」「携帯通話」が9割以上で使用されていて、ソーシャル・メディアの使用率は4割前後であった。

話題については、自分たち自身のことや軽くて楽しい話題といったコンサマトリーな話題がより取り上げられる傾向にあり、同様に道具的な用法となる用件伝達も多かった。また実用的話題や悩み相談などシリアスな話題は時々なされるが、仲間「外」の話題についてはほとんど取り上げられない傾向が分かった。

取り上げる話題の傾向を基に分類した3クラスターにおいて、話題とメディアとの関連性が見えてきた。第1クラスター「標準的課題群」では、全体の傾向と同じで、仲間「内」話題をよくすると同時に用件伝達も頻繁であり、シリアス話題も時々するが、仲間「外」話題はまれにしかしない。このような標準的な話題の取り上げ方をする第1クラスターのメディア使用傾向としては、携帯電話基本機能志向派であり、ソーシャル・メディア使用には消極的であることがわかった。第2クラスター「仲間内課題群」は仲間「内」話題や用件伝達はよく話す、その他はあまり話題にしない群であり、メディ

ア使用においてもテキスト・メディア志向派である。メールやソーシャル・メディアにおいて文字コミュニケーションを行い、そこでは表層的で仲間内のコンサマトリーな話題しか挙がらない傾向にあるのだと推測される。第3クラスター「全方位話題群」では、ほとんどの話題が全体平均よりも多く取り上げられていて、メディア使用もソーシャル・メディア選択率も含め多メディア志向派であることが確認されていて、友人とは内面的話題も含め幅広い話題を話しながら個別の関係性をきちんと築く群であると推測される。

テキスト・メディアだけでは表層的でコンサマトリーな話題が取り上げられる傾向になり、内面的な深い関係性になりにくいと考えられる。せめて口頭コミュニケーションが伴わないと、取り上げる話題の幅も広がらない危険性があるのではないだろうか。その意味で、同期性を伴う情報量の多い口頭コミュニケーションのほうがよりシリアスな話題を話し、より内面的にも深い関係性を築きやすくなる傾向にあるのではないか。岡田が分類したように若者の友人関係にはいくつかの関係性の群が見られたが、それらの関係性のあり方の違いと話題選択やメディア選択とは一定の関連性があることは今回の調査研究で明らかになったと考える。しかしながら、友人関係と話題選択とメディア選択との因果関係までは解明できていない。今後の研究課題である。

## 参考文献

- 足立由美・高田茂樹・雄山真弓・松本和雄(2003)「携帯電話コミュニケーションから見た大学生の対人関係」、『教育学科研究年報』関西学院大学、第29巻、pp. 7-14.
- 浅野智彦(1999)「親密性の新しい形へ」、富田英典・藤村正之編『みんなぼっちの世界』恒星社厚生閣、pp. 41-57.
- 富士通総研(2009)『子どもの携帯電話等の利用に関する調査』(平成20年度文部科学省委託事業「先端的な情報通信技術を活用した教育・学習に関する調査」)([http://www.mext.go.jp/b\\_menu/houdou/21/05/1266484.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/houdou/21/05/1266484.htm) (閲覧日:2012/10/14))
- 橋元良明(1998, 2007)「パーソナル・メディアとコミュニケーション行動」、竹内郁郎・児島和人・橋元良明編『メディア・コミュニケーション論』北樹出版、pp. 117-138。(北田暁大・大多和直樹編著『リーディングス日本の教育と社会 第10巻 子どもとニューメディア』日本図書センター、pp. 256-275所収)
- 川上善郎・川浦康至・片山美由紀・杉森伸吉(2001)「おしゃべりとニュース:日常会話に関する調査報告」; うわさとニュース研究会 HP (川上善郎) (<http://homepage2.nifty.com/rumor/sonota/report.pdf> (閲覧日:2012/9/7))
- 松尾由美・坂元章(2007)「高校生・大学生の携帯電話利用が友人関係志向に与える影響」、『日本パーソナリティ心理学会大会発表論文集』第16巻、pp. 148-149.
- 松田美佐(2000, 2007)「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関係論へ」、『社会情報学研究』No. 4、pp. 111-122。(北田暁大・大多和直樹編著『リーディングス日本の教育と社会 第10巻 子どもとニューメディア』日本図書センター、pp. 290-305所収)
- 内閣府政策統括官(2001)「第4章 余暇・友人関係」、『第2回青少年の生活と意識に関する

- 基本調査報告書』(<http://www8.cao.go.jp/youth/kenkyu/seikatu2/pdf/0-1.html> (閲覧日 2012/11/09))
- 仲島一朗・姫野桂一・吉井博明 (1999) 「携帯電話の普及とその社会的意味」、『情報通信学会』16巻3号、pp. 79-92.
- 大多和直樹 (2007) 「第Ⅳ部 ニューメディアと若者(1)：ケータイとコミュニケーションの変容解説」、北田暁大・大多和直樹編著『リーディングス日本の教育と社会 第10巻 子どもとニューメディア』日本図書センター、pp. 251-255.
- 岡田努 (2010) 『青年期の友人関係と自己』世界思想社
- 総務省 (2012) 「平成23年度通信利用動向調査の結果(概要)別添2」([http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/120530\\_1.pdf](http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/120530_1.pdf) (閲覧日：2012/10/30))
- 辻大介 (1999) 「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、pp. 11-27.
- 上野千鶴子 (1994) 『近代家族の成立と終焉』岩波書店