

同志社大学

2010年度 卒業論文

論題：現在と過去の若者のコミュニケーションツールの使い方

—携帯電話が人々の生活にどのように関係しているか—

社会学部社会学科

学籍番号：19071079

氏名：高井 章壽

指導教員：立木 茂雄

(本文の総字数：21631 字)

要約

携帯電話が普及し始めて 10 年の月日が経った。携帯電話は今や人々の生活において、必要不可欠なコミュニケーションツールになっている。いつでも・どこでも・場所時間問わずに相手とコミュニケーションをとることができる移動体通信機器である。いまでは電話機能やメール機能以外にもカメラ機能、ワンセグ機能などといった機能が多数付加されるようになり、携帯電話に求められるものが多様化になっている。そして、当然のことながら、携帯電話の変化は人々生活にも多大な変化と影響をもたらしている。携帯電話発売当初の携帯電話の実態とそれを扱う人々、現在 2010 年の携帯電話に実態とそれを扱う人々、特に携帯電話の使用率がどの世代よりも高い若者世代の大学生を対象にして比べることにより、今後の携帯電話の進化や使われ方の変化に繋がると考える。調査の結果、過去と比べて現在の携帯電話機能の使用率に大きな変化を見受けることはできなかった。しかし、SNS といった新たな機能が出来、従来の電話やケータイメールの使用率は高いものの、他の新機能の使用率も上がってきているため、今後の携帯電話の使われ方の変化に目を離すことはできない。

キーワード

携帯電話

コミュニケーション

人間関係

目次

はじめに	1
1 携帯電話が人々に与える影響	
1.1 携帯電話	
(1) 携帯電話の歴史	2
(2) 利用目的	2
(3) 利用料金	3
(4) 所持台数	3
(5) 利用頻度と理由	4
1.2 ケータイメール	
(1) ケータイメールのメディア特性	5
(2) ケータイメールの使われ方	5
(3) メールの心理的負担	6
1.3 直接コミュニケーションと携帯コミュニケーション	
(1) 対面コミュニケーション	7
(2) 電話コミュニケーション	7
(3) ケータイメールコミュニケーション	8
2 過去と現在の比較調査	9
3 コミュニケーションツールの使い方や使い分け実験	
3.1 実験方法	10
3.2 実験結果	11
(1) 携帯電話利用比率	11
(2) 相手に応じたメディアの使い分け	12
(3) どちらの携帯電話が必要か	16
(4) メールをするタイミング	18
4 考察	19
おわりに	20
参考文献 参考 URL	

はじめに

携帯電話が爆発的に普及し、社会現象となるほどの注目を集めはじめた 2000 年から 10 年経過した。電気通信事業者協会（TCA）は、2010 年 10 月末現在の携帯電話・PHS 契約者数を発表した。これによると、PHS を除く携帯電話の契約者数は累計で 1 億 1 千万人を超えており、普及率はほぼ 100%となっている。

筆者は、物心つく前に親から携帯電話を渡してもらった。そのため、携帯電話が自分のすぐ近くにあって当たり前であり、なくてはならないアイテムであると考えている。しかし私がこの携帯電話というものに本当に興味を持つようになったのは、就職活動がきっかけであった。いろいろな会社の説明会を聞いていった中で、携帯会社の説明を聞いた時私はこの業種が今日本で一番進化を遂げているところであり、やりがいがある仕事であると感じたため、携帯会社に就職が決まった。それから、携帯電話とは一体どういったものなのか、人々の暮らしにどういった影響を及ぼしているのかということの研究し、これから社会進出するための必要な知識になると思い、論じたいと考えるようになった。

私は、現在約 150 人在籍しているサークルに所属している。このサークルは人数が多いにも関わらず、何事をするにしろいつでもサークル仲間と一緒に行動するというくらい仲間関係がとても強いと私は思う。その環境に居続けた結果、私も常に誰かサークル仲間と一緒にいることがほとんどになった。直接会うだけでもコミュニケーションをとることは十分できるが、携帯電話やパソコンといったコミュニケーションツール使うことにより、より一層仲が深まった。この経験から、コミュニケーションとはどういったものであるかを論じていき、コミュニケーションの重要性を考えていきたい。

また、携帯電話は著しく進化している。メールができるようになったり、ゲームができるようになったり、カメラを使えるようになったり、テレビを見ることができるようになったりなど通話だけできた携帯電話から、いろいろな情報をいつでもどこでも手に入れることができる携帯電話になっている。そうした電話以外のオプションが多数増えることにより、人々によって携帯電話の使い方が変わってくる上に、必要としている機能も変わってくる。その変化に一番敏感なのが 20

～29歳の若者世代である。総務省が実施している通信利用者動向によると、2009年の20代の携帯電話の個人利用率が97.2%で、他の年代と比べても一番高い利用率であることがわかる。そういったことから、20代である大学生を調査することより、携帯電話やパソコンといったコミュニケーションツールをいかに意味づけ、利用しているのかという「メディア実践」の現状を知り、過去からどのように携帯電話の使われ方や重要性、我々のコミュニケーションが変化するのか。本論では、コミュニケーションのあり方を定義していき、携帯電話が人々のコミュニケーションにどのような変化をもたらしたのかを過去のデータと比較しながら考察する。

1 携帯電話が人々に与える影響

1. 1 携帯電話

(1) 携帯電話の歴史

そもそも携帯電話は、自動車電話の商用サービスが開始された1979年以来、ビジネス用途に用いられていた。1994年に端末の売り切り制度が導入され、携帯電話の販売が自由化にされると、各メーカーは競って小型軽量・低価格の製品を開発していき、市場に販売し始めた。当初は、持ち運びできる個人的電話という位置づけであった携帯電話も、その後の技術的進歩により、メール機能やインターネット機能、カメラ機能などが付加され、オフラインでは電話帳や時計代わり、計算機になるなど携帯情報端末としての様相を呈してきている。それからの伸び率は上記してあるように、日本国民のほぼ100%が携帯電話を所持しているまでに増加した。その中でも特に若者の間に驚異的なスピードで普及した。携帯電話に、いつでも、どこでも、相手に通じるといったパーソナルな通信手段としての価値を見出したため、今や若者の必需品となっている。携帯電話ではなく、ケータイとカタカナで表現されるようになったのも、誰もが気軽に持つことができるようになったことを象徴的に表現しているといえる。(内田康人 2004)

(2) 利用目的

携帯電話を利用する目的は様々あるため、順に論じていく。まず第1の理由は、いつでも・どこでも連絡をとることができるという利便性にあるといえる。ケータイによって、対面コミュニケーションをとってなくても、友人・知人・恋人などいつでもどこでも間接的にコミュニケーションをとることができる、より一層仲を深めることができるからである。また中村雅章（2003）によると、連絡が取りやすくなったことから、連絡をとり合って相手と会ったり、行動を調整したりすることができるからである。ただ、ケータイを持っていないと連絡が来ないということであり、友人のネットワークから外れることを意味する。第2の理由は、ケータイが個人所有のパーソナルツールであり、プライベートな空間でコミュニケーションできるからである。いままでは、誰と連絡をとるにしろ家の固定電話か公衆電話を利用する以外に電話をする方法はなかった。しかし、移動体通信が開発されたおかげで、電話での二人の会話の中に他者が介入して行くことがなくなったため、気軽に電話をし易い環境ができたからである。第3の理由は、IT技術革命によりケータイが単なる携帯電話ではなく、電話以外のさまざまな機能を持ったことが考えられる。ケータイが、これまでの「会話」による声のコミュニケーションだけでなく、「メール」による文字のコミュニケーションもできるツールであること、さらにインターネットや、mixi、Twitter、facebookといった新しい機能に接続することによって、誰とでも瞬時に世界中のさまざまな情報が飛び交う自由空間に入ることができるツールに進化したからである。あと、中村（2003）によると、待ち合わせ連絡のため、緊急連絡のため、深夜に連絡をとるため、メール機能を利用したいため、時間を有効活用したいため、暇なので時間をつぶすため、おしゃべりしたいため、連絡をとりやすくしたいため、友人が持っているため、いつでもつながっていたいため、自分専用の電話が欲しいためなどがあげられている。

(3) 利用料金

利用料金は中村（2003）によると、まず自分で払っているのかどうかをきいたところ、「払っている」が52.4%、「払っていない」が47.6%でほぼ半々の状況であった。月々の利用料金については「7,001～9,000円」（24.3%）が最も多く、

以下、「9,001～12,000 円」(22.2%)、「12,001 円以上」(18.4%)、「5,000～7,000 円」(17.8%)、の順となっている。本調査では、まず自分で払っているかどうかをきいたところ、「払っている」が 20.0%、「払っていない」が 78.5%であった。今回の調査では自分で利用料金を払っていない人がとても多かった。これは、携帯電話を持ち始めた年齢が 7 年前とは違い、中学生の頃と低年齢化していることから、大学生になってもそのまま親に利用料金を払ってもらっているケースが多いと推測することができる。性別では、女性の方が自分で支払っていない人が多かった。月々の利用料金は、「7,000～9,000 円」(40.0%) が最も多く、以下、「6,999 円以下」(26.4%)、「10,000～12,000 円」(23.9%)、「12,001 円以上」(7.0%) の順となっている。中村 (2003) の調査と同様に私の調査でも、利用料金が 7000～9000 円が最も多いという結果になった。利用料金については、現在と過去では大きな相違点はなかった。

(4) 所持台数

中村 (2003) によると、携帯電話の所持台数は、「1 台持っている」が 97.3%、「2 台持っている」が 2.7%であり、「持っていない」という回答はなかった。したがって、所持率は 100%となった。従来の調査研究によると、大学生を中心とする若者の携帯電話利用率は、他の年齢層に比べて格段に高くなる傾向が明らかになっている。大学生を対象とした調査では、松山市の大学生 486 人を 2000 年 4 月に調査した中村 (2000) によると、携帯電話を利用している人は 91.2%であった。このように携帯電話利用をリードするのは若年層であることを考えると、今回の調査で所持率が 100%になったことはそれほど驚くべきことではないといえる。田中 (2000) の調査によると、携帯電話は「大学生にとっての身分証のようなもの」である。身分証 (携帯電話) を持たないと、大学生とは認められないのである。また、携帯電話を 2 台以上所持する人が 2.7%見られたことである。携帯電話を 2 台以上所持して使い分けているのは次の 3 例である。「家族、バイト用と友達用」「通常の電話機としての事務的なもの」「片方は通常使って、片方は受信のみ」などがあつた。しかし、もはや携帯電話を 2 台持っているのは当たり前という考え方をする人々がとても増えたと感じる。実際、私も携帯電話を 2 台所持 (ドコモ、ウィルコム) しており、特に親しい人と電話するように 1 台、通常の使用の

ためにもう 1 台あるといった状況である。こういった状況は周りの友人達の間でも同じ選択をとっており、2 台所持をしている人が大変多いことから、これから誰もが携帯電話の 2 台以上持つというのが当たり前の世の中が来るかもしれないと考えることができる。

(5) 利用頻度と理由

1 日どれくらい携帯電話で電話やメールを人々が使用しているのかというのをあげていく。まず電話の場合、三宅 (2002) によると、「1 日 1~2 回」が 59.7% と 1 番多く、次いで「ほとんど使わない」が 22.2%、「1 日 3~5 回」が 13.2%、「1 日 10~20 回」が 3.5%、「1 日 6~9 回」が 1.4%、「1 日 20 回以上」は 0%という結果であった。中村 (2003) によると、「1 日 3~5 回」が 37.3%と 1 番多く、次いで「1 日 1~2 回」が 27.0%、「ほとんど使わない」が 16.8%、「1 日 6~9 回」が 13.5%、「1 日 10~20 回」が 4.9%、「1 日 20 回以上」が 0.5%という結果であった。

次にメールの場合、三宅 (2002) によると、「1 日 6~9 回」が 34.7%と 1 番多く、次いで「1 日 10~20 回」が 24.3%、「1 日 20 回以上」が 20.1%、「1 日 3~5 回」が 11.1%、「1~2 回」が 8.3%、「ほとんど使わない」は 1.4%という結果であった。中村 (2003) の場合、「1 日 10~20 回」が 26.5%と 1 番多く、次いで「1 日 3~5 回」が 23.2%、「1 日 6~9 回」が 22.7%、「1 日 20 回以上」が 15.1%、「1 日 1~2 回」が 7.0%、「ほとんど使わない」が 5.4%という結果であった。

電話では「ほとんど使わないが」が 20%前後であったのに対して、メールでは 3%前後であったことから、96%以上の学生が 1 日に 1 回以上はメールのやりとりをしており、メールがコミュニケーションツールとして定着している様子がうかがえる。また、電話の回数が 1 日 5 回以内 90%以上であるのに対して、メールは 70%以上が 1 日 6 回以上と回答している。このようにメールの方が電話よりも利用頻度が多くなる傾向がある。この大きな理由としては、メールの方が電話よりも利用料金がかかり安価であることが若者にとって最も大きいと考えられるが、これを前提に、メールでは相互にチャット的なやりとりがなされていることや、電話では伝えられないようなメッセージでも伝えることが利用頻度を高めていると思われる。橋元 (2000) は、携帯メールが高頻度で使われる理由について、料金が安いことに加え、相手の世界に割り込む電話をできるだけ避けるという若者特有の気遣

い性向や、相手の状況や感情が即座にわかってしまうことへの精神的自己防衛を挙げている。さらに、携帯電話利用のマナーに対する社会的意識が高まっており、公共の場などで電話が制限される傾向にあることも、メール利用を促していると考えられると述べている。

1.2 ケータイメール

(1) ケータイメールのメディア特性

ケータイメールができてまだ数年しか経っていない。しかし、ほとんどの人が当たり前のようにケータイメールを利用している。私も毎日ケータイメールを利用しているが、なぜ利用されるのか、どういうところに魅力があるのか、という疑問を晴らすためこのケータイメールについて知る必要がある。

ケータイメールの歴史的コンテクストについて、大きく4つの潮流を指摘することができる。1つ目は、電話に端を発する「電気通信メディア」としての流れ。次に、手紙に端を発し、Eメールを経る「文字メディア」としての流れ、3つ目には、コンピューター・ネットワーク、インターネットとつながる「デジタルメディア」の流れ、さらに、おしゃべりやチャットを経る「対話メディア」の流れである。こうした4つの流れに、近年のメディアをめぐる動向として「ネット化（インターネット化）」、「端末の多機能化（マルチメディア化）」、「パーソナル化」、「モバイル化」という特徴が加味されたところに、現在のケータイメールのポジションがあると考えている。(内田 2004)

このケータイメールの技術的なメディア特性の文字メディアとしての特性、電子・デジタルメディアとしての特性、電子テキストの特性、モバイルメディア・パーソナルメディアとしての特性、ケータイメールとしての複合的メディア特性を述べていく。

内田 (2004) によると、まず「文字メディア」としてのメディア特性について、コミュニケーションにおける特徴として、〈間接性〉、〈脱身体性〉、〈非同期

性)を指摘できる。対

面コミュニケーションでは相手の表情や視線などから情報を入手することができるが、電話では声しか情報を入手する方法がない。さらにメールでは、声すら存在しないため、身体性の希薄化、つまり脱身体している。また、電気メディアゆえの「通信速度の極限の高速化」に加えてモバイルメディアゆえの〈携帯性〉から、ケータイメールはコミュニケーションにおける同期性と非同期性との中間的な特徴を有することから、チャットに近い「半同期性」というべき特性を持っている。また、ケータイメールも携帯電話と同じく電波の繋がる範囲ならいつでも・どこでも・手軽に連絡をとることができるという〈モバイルメディア〉としての特徴がある。プライベートな話題や内緒話、相談事を話したり、親に知られたくないコミュニケーションをとる「パーソナルメディア」としての特徴もある。

(2) ケータイメールの使われ方

ケータイメールと電話のどちらにもいえることであるが、自分へのアクセスの窓を常に開放しておきたいと願う人が非常に多くいる以上、他人からのアクセスに対して、いつでもどこにいても対応したいと思う人が多く存在することは容易に想像できる。これは、いつでもどこでも誰かにつながってほしいからという理由があるからである。その最たる例としてあげることができる場所は、電車やバスといった公共の場である。しかし、人の多いところで電話すると周りの人に迷惑になるため、通話は禁止されている。そのため、多くの人が電車の中でケータイメールやケータイWEBサイトの閲覧、ケータイゲームをしている。今では新聞を閲覧している人よりも断然その数は多い。小林哲生・天野成昭・正高信男(2007)によると、公共交通機関や街頭の公的空間でケータイメールを頻繁に使用しているのは、10代から20代の若い世代であるが明らかになった。そしてその中でも、特に女性がより頻繁に公的空間でメールをしていた。若い女性がところかまわずメールをするのは、誰かといつでもつながってほしい気持ちが男性や他の世代の女性よりも相当強いからかもしれない。電車のなかでのちょっとしたひとりの時間でも、ケータイを介して誰かとつながりたい、コミュニケーションをとりたい、そんな気持ちが常に満ち溢れているのである。

このようにひとりの時間ですら他の人といつでも連絡をとろうとするぐらい、

多くの日本人がケータイメールのヘビーユーザーである。小林哲生・天野成昭・正高信男（2007）によると、ケータイ所有者の9割以上がメール機能を使用し、1日平均約20通ものメールを送受信している。特に10～20代の若者ではその平均をさらに上回り、1日平均約30通にも達する。この数にたどりつくには、メールが届いたらすぐにメールを返すという即時応答が必要になってくる。小林（2007）の調査では、94.8%の人がメール返信を即座にするという結果がでた。受信したメールに即時応答する人がこれだけ多いということは、多く場合、メールを出せばすぐに返信が戻ってくるということになる。そうした状況のなかでは、メールを送信した場合、自然と相手からの返事に期待してしまう。多くの日本人に共通してみられる傾向である。メールを頻繁にやり取りしている若者だけに限らず、あまりメールをしない年長者でも、メールを急いで返信し、送信者には即座の返信を期待するのである。メールの返信がすぐくことはその相手と親密につながっていることの証である。それと同時につながっていたいという気持ちを満足させることにもなる。これは、世代を超えて存在する日本人に普遍的な心情であるといえる。

(3) メールの心理的負担

前章で述べたように日本人はいつでもどこでも誰かとつながっていたい気持ちがある。しかし、その気持ちが逆に自分に不安や心配といった感情を生み、負担になる側面もある。小林哲生・天野成昭・正高信男（2007）によると、メールの即時応答性は、たとえひとりでも常にだれかとつながっているような感覚を生み出すように思われる。それによって、不安感や孤独感が実際に低下する人も多いかもしれない。しかし、メールの即時応答にいったん慣れてしまうと、メールが来ない場合に、かえって不安感や孤独感を増長させることにもなりかねない。私の友人の話によると、彼女と毎日メールするのは当たり前、電話は2時間、週に3回は最低でも遊ぶという形をとっている。少しでも連絡がとれないと彼女に怒られるため、連絡をマメにおこなっている。これをこれまでに述べたことに当てはめてみると、毎日連絡をとっていたり、週に3回は遊んだりしていることからコミュニケーションはしっかりとれている。とても親密な関係であることが分かる。そうであるにも関わらず、少し連絡が取れないと怒るのは、親密であるが

ゆえに不安になるからである。だから、どんな時でもつながっていたいと彼女は考えている。

こうした考えを持っている人は、女性はもちろんのこと男性に多い。つまり、誰にでもあることなのである。こうした不安の生起は、さまざまな形で私達の行動に影響を及ぼす可能性がある。その例として、着信を確認する行為について考える。小林哲生・天野成昭・正高信男（2007）によると、多くの人はメールの着信をブザー音やメロディー、音声、着うたなどで知らせるようにしている。小林（2007）の調査の結果によると、約半数の人がメールの着信音をオンに設定していた。ただし、マナーの問題から、着信音をオフにして振動だけで知らせるバイブ機能を利用する人は多い。なにも設定していない人は5%ほどにすぎなかった。このことからほとんどの人が、メールの着信を音や振動で気づくように設定しており、メールがこればすぐにそれを知ることができるのである。

ほとんどの人が設定していることから、着信がなければメールが届いていないのは当然である。にもかかわらず、メールの着信があるかどうかをついつい確かめたくなる人は意外に多いのではないだろうか。なかには短時間の間に何度もケータイを見て、着信がないか確認している人がいるのではないだろうか。小林哲生・天野成昭・正高信男（2007）によると、こうした行為は、おそらくメールがこないことに対する不安感が顕在化した行為であるとみなせる。さらに、こうしたメール着信の確認行為は、メールがこないことに対して不安感を頻繁に抱く人に多いことがわかった。日本人の多くは、メールの送受信を頻繁に行うことによって、常に誰かとつながっていたい欲求を満たしているように見える。しかしこうした交信は、私達にポジティブな影響を与えると同時にネガティブな影響を与える場合もある。少しのあいだメールがこないだけで不安感に襲われ、メールがこないかをしょっちゅう確認してしまう。これは一種の強迫行為に相当するかもしれない。そして、度が過ぎてしまうと日常生活にも支障を来すようになり、強迫性障害の域に達する可能性がないわけではない。

また、頻繁にメールの交換をすることによって、かえって煩わしく思ったり鬱陶しく思ったりする人は間違いなくいる。小林哲生・天野成昭・正高信男（2007）によると、約4割の人がメールのやりとりにストレスを感じていることがわかった。メールを頻繁にやりとりする人ほどストレスを感じやすいのではなく、メー

ルアドレスが多く、不安を頻繁に感じる人ほど、メールのやりとりにストレスを感じる傾向が高かったのである。これらのように心理的負担になるものは数多く存在する。

1.3 直接コミュニケーションと携帯コミュニケーション

(1) 対面コミュニケーション

いまや人々のほとんどが携帯電話を所持している。では、なぜ所持する必要があるのか。それは自分以外の他人とコミュニケーションをとるために他ならないからである。ここでコミュニケーションについて論じていきたい。

まずコミュニケーションとは、簡潔にいうとお互いがなんらかの相互作用を引き起こし、情報を共有し合うことをいう。さらに情動的な共感や相手の行動の制御などを引き起こすことができる。例えば、ふたりで会話をしたり、複数で相談したり、無言の中でジェスチャーだけで意志が通じたりと方法はいくつでもある。このように、自分が発信するメッセージを伝えるために会話であったり、視線であったり、表情、ジェスチャーなどを使用する。しかし、一律に同じ伝達方法をとったからといってどの相手にも同じ伝わり方をするとは限らない。そういった場合はその相手ごとに合った方法で伝えることが必要になってくる。今回は携帯電話を使用した場合のコミュニケーションについてなので、相互間（対面）で会話をした時のコミュニケーションについて述べる。富田 英典（1994）によると、対面コミュニケーションの特徴は、「声」「表情」「身ぶり」「空間」の共有のことである。しかし、「声」の存在が意識化され主題化されることはまずない。そこでは、「声」の存在は忘却されている。なぜなら、「声」の存在は当然化していることと、表情や具体的なその場の状況などの「声」以外の諸要素が、大部分を占めているからである。このことから、対面コミュニケーションの場合、「声」という伝達方法よりも〈視覚〉や〈接触〉といった伝達方法の方が自分の気持ちを伝えやすいということがわかる。

(2) 電話コミュニケーション

電話コミュニケーションの特徴は、富田（1994）によると、対面コミュニケーションとは違い、相手の表情も身ぶりも共有する場所もない。あるのはただ「声」だけで、2つの身体の間を行き来するものである。また、電話には相手に応答の強要をさせることができるということや名乗らない限り相手に自分の名前が知られることがないという匿名性があるということ、対面ではないため視覚と空間が非共有であるということ、相手に会話を強制的に行わすことができるということ、「もしもし」といった電話ならではの固有の電話儀礼があるということ、直接話してはいるけれどもその話している声は本人の声ではなく機械を通しての声であるため遠くにいる感情が湧くという距離のパラドクスがあるということといった特徴もある。

こういったように電話にはいろいろな特徴がある。しかし、対面コミュニケーションとの明確な違いは、表情、身ぶり、空間を共有していない相手と一瞬にして会話をすることができるということが最大の魅力である。それにより、相手がたとえ離れたところにいたとしても電話によりすぐに伝えたいことを伝えることができる。対面で伝えるよりも圧倒的な伝達能力を電話は持っている。さらに、対面では伝えにくい・話しにくいといった相手がいたとしても電話だと視覚が失われているため、比較的気楽に会話することができる。電話により、人間のコミュニケーションの輪を著しく拡大させたコミュニケーションツールの第一歩である。そういった中で、特に携帯電話の存在がさらに私の生活に多大なる影響を与えた。従来は一家に一台の固定電話があった。固定されているため、外出している時には相手と連絡をとる手段はなかった。公衆電話を使ったところで個人に電話をかけることはできなかった。また家族と同居していた場合、電話している内容が漏れてしまうということも固定電話として弱点があった。ところが携帯電話が市場に出回るようになり、一人一台携帯電話を所持するようになってから、電話の文化が変わった。まず一人一台携帯電話を持っていることから、手近にあるため簡単に電話することができるという簡便化になり、話したい相手に直接電話をすることができるという直接化、いつでもどこからでも電話することができるという状態化にもなった。加えて、個人の会話を聞かれるというプライバシーの侵害の危険性も著しく下がった。

(3) ケータイメールコミュニケーション

ケータイメールコミュニケーションのメディア特性は、内田（2004）によると、「直接顔を合わせないので視線というものが無い」、「表情が見えない」、「電話と違い、リアルタイムに返事しなくてもいいのでよく考えて冷静に返答できる」、「相手に電話ほど押しつけが少ないので相手に嫌がれない」というものなどである。これらはコミュニケーションをとるにあたっての心理的負荷が少なくてすむという利点である。それゆえに、「気楽・手軽にコミュニケーションをとりやすい」、「相手の邪魔になりにくい」、「わざわざ電話するまでもないちょっとした用件ならメールで十分伝わる」、「苦手な相手などと同期的なコミュニケーションをとらなくて済む」、「何か他のことをしながらでもできる」、「いつでも・どこでも時間場所問わずコミュニケーション可能」、「照れくさい内容や恥ずかしい内容など対面や電話ではなかなか伝えにくい内容でも素直に伝えることができる」といった良い特徴がある。これらは、「身体性の低さ」に起因するものである。

次に「携帯可能な電氣的文字通信」であることに起因するメディア特性を挙げていく。まず、重要な用件情報を電子テキストとして持ち歩くことが可能である。「テキスト情報として保存可能」、一つの文章を作成するだけで一度にまとめて連絡することができ、なおかつ経済的な「同報性」、モバイル性と電気通信であることがもたらす「リアルタイム通信」、チャットの利用としての「半同期的・短文コミュニケーション」などといった特徴を持っている。

さらに「文字プラスアルファの付加価値部分」に起因するメディア特性を持っている。ケータイメールをもつ「マルチメディア」としての技術的特性は、「電子的な文字通信」というそもそものメディア特性に加えつつ、様々な付加価値を提供してきた。具体的には、絵文字・顔文字・記号の使用、メロディーの添付、写真の添付、動画の添付などが挙げられる。この3つに大きく派性していると考えている。

2 過去と現在の比較調査

これまで携帯電話の利用目的や利用頻度、メールの使われ方、メールの心理的負担、コミュニケーションの違いなどについて述べてきた。それにより、電話やメール、コミュニケーションといったものが私達の生活のどのようによ影響を与えているのかという基本的なことは説明することができた。しかし、時間は常に進んでいる。時間が経てば、人はいまよりも良い生活を望み、より使える物を使用していき、より便利な世の中になるだろう。同じように携帯電話も数々の進化を遂げてきた。持ち運びが困難な大きい形からコンパクトな形になり、市場に出回るような低コストになり、メール機能やカメラ、テレビなどいろいろな付加価値のある機能が次々と増えている。そのような進化はどんどん続いていくだろう。そうした進化の中で人々はどのように携帯電話を使用し、何を考えて携帯電話を所持しているのか。過去と現在ではその思惑も違う。よって、2004年に内田康人が書いた『若年層による「ケータイメール」のメディア実践に関する調査研究—二重の脱コンテクスト性という技術特性を受けて—』の論文を参考にし、2004年当時の携帯電話の使われ方と2010年現在の携帯電話の使われ方の違いを量的調査することにより、今後の携帯電話の使われ方の礎になることができれば本望である。

3 コミュニケーションツールの使い方や使い分け実験

3.1 実験方法

今回被験者抽出の際、大学生を対象に調査するため、私が所属しているサークルのメンバー70名と立木先生の授業受けている生徒60名の計130名に調査をおこなった。質問紙形式のアンケート調査をおこなった。このアンケートをおこなった目的として、過去（2004年に発表された『若年層による「ケータイメール」のメディア実践に関する調査研究—二重の脱コンテクスト性という技術特性を受けて—』）の結果と現在2010年の携帯電話の使われ方やコミュニケーションツールの使い分けを比較することによって、どのように変化したのかを示したい。そし

て、これからどのように変化していくのかを考えたい。また、私個人が疑問に考えている携帯電話についても知りたいと思った。そうした思いから実施した。

3. 2 実験結果

(1) 携帯電話利用比率

これから内田康人 (2004) が発表した、若年層による「ケータイメール」のメディア実践に関する調査研究—二重の脱コンテクスト性という技術特性を受けて—で調査した内容と私が調査したアンケートを比較していこうと思う。

まず、表 1 と表 2 を比較してみようと思う。表 1 では、電話が 34.3%、ケータイメールが 49.8%、ケータイ WEB 接続サイトが 7.9%、着うたなどの音楽関係サイトが 8.2%、ゲームが 1.5%、その他が 0.8%であったことから、電話とケータイメールの利用が他の機能を全く寄せつけず、圧倒的な利用比率を誇っていることがわかる。

表 2 では、携帯電話の中で最も

表 1 : 携帯電話利用比率

(出典

内田 2004)

表 2 : 携帯電話機能の中で最も重要だと考える機能

表 3 : 携帯電話機能の中でよく利用する機能 (度数分布)

重要だと考える機能の結果である。電話が 30.8%、ケータイメールが 56.9%、ケータイ WEB サイトが 9.2%で、他の機能は選択されなかった。この 2 つの結果を比べてみると、大きな相違は見つからないという結果であった。しかし、表 3 の複数回

答可で携帯電話機能の中でよく利用する機能を度数分布で出してみたところ、電話に 87 人、ケータイメールに 124 人、ケータイ WEB 接続サイトに 107 人、着うたなどの音楽関係サイトに 9 人、ゲームに 25 人という結果が出た。電話とケータイメールはともにも度数が高いが、一番注目すべき点はケータイ WEB 接続サイトを選んだ人が 107 人もいることである。ケータイ WEB 接続サイトが一番重要であると考える人は約 9% であるにもかかわらず、なぜこれほど多いのか。それは、Iphone やスマートフォンといった携帯電話であるがインターネットに強い携帯電話が多数販売されるようになり、一番重要な機能ではないにしろ、誰もが必要である機能であるという位置づけにまで登ってきたからである。また、ゲームも度数分布では 25 人が選んでいる。結果、携帯電話機能の利用比率は、ケータイメールが一番利用されている割合が高く、次いで電話が主に利用されているというのが 2004 年でも 2010 年でも同じであるということがわかった。しかし、2010 年ではケータイ WEB 接続サイトを一番重要ではないにしろ、よく使うと答えた人が約 80% もあったことから、人々が携帯電話に求めているものが多様化しているということがわかった。

(2) 相手に応じたメディアの使い分け

次の調査では、コミュニケーションをする相手によって、どのようなコミュニケーションツールを使用するのか、その使い分けについてである。コミュニケーションをする相手の分類として、特に親しい人、現在在籍している学校の友人や知り合い、以前在籍していた学校の友人や知り合い、家族や親戚、顔も合わせたことのない人（ネット、メールのみの知り合い）の 5 つの項目に対して、携帯電話（音声電話）、自宅の電話、ケータイメール、チャット（スカイプやメッセージ等）、SNS(mixi、Twitter、facebook 等)の 5 つの内のどの項目が当てはまるか単一選択で回答してもらった。また、2004 年の段階で SNS は存在しなかったが現在は使用している人が多いので質問項目に追加した。しかし、比較する内田康人（2004）の発表した論文の表が単一選択ではなく、キッチリと数字で比較できないため、今回は私の調査結果だけを表に出した。

表 4 :

あなたは、特に親しい人に対してどのコミュニケーションツールを特に使いますか

まず、特に親しい人に対して、どのコミュニケーションツールを特に使うのかという項

目である。上の表 4 を見てわかるように、特に親しい人に対しては、携帯電話が 39.2%、自宅の電話が 1.5%、ケータイメールが 50.8%、チャットが 0.8%、SNS が 4.6% 使用されているという結果であった。内田（2004）の論文には、ケータイメールがとても多く、次いで携帯電話、自宅の電話が多かった。自宅の電話の割合が現在より 2004 年の方が多いという結果が出た。結果、自宅の電話の割合が 2004 年の時の方が 2010 年の時よりも大きかったという相違はあったものの大きな違いはなかった。

2 つ目は、現在在籍している学校の友人や知り合いに対して、どのコミュニケーションツールを使用するのかという項目である。

表 5

現在在籍している学校の友人や知り合いに対して、どのコミュニケーションツールを特に使いますか

上の表 5 を見てわかるように、現在在籍している学校の友人や知り合いに対しては、携帯電話が 12.3%、自宅の電話が 0.8%、ケータイメールが 76.9%、SNS が 8.5%

でチャットは誰も選ばなかったという結果であった。内田（2004）の論文には、ケータイメールが突出して多く、次いで携帯電話、自宅の電話となっていた。結果、他のコミュニケーションツールに比べて、2004年と2010年の両方とも、ケータイメールが突出して多いという結果であった。

3つ目は、以前在籍していた学校の友人や知り合いに対して、どのコミュニケーションツールを使用するのかという項目である。

下の表6を見てわかるように、以前在籍していた学校の友人や知り合いに対しては、携帯電話が6.2%、自宅の電話が0.8%、ケータイメールが70.0%、チャットが1.5%、SNSが20.0%という結果であった。内田（2004）の論文には、ケータイメールが突出しているが、携帯電話の数もなかなか次いで多く、自宅の電話はかなり少なかった。結果、ケータイメールの使用する人は両方共とても多いが、携帯電話を使用する人が2010年よりも2004年の方がとても多かったということがわかった。

表6

以前在籍していた友人や知り合いに対して、どのコミュニケーションツールを特に使用しますか

4つ目は、家族や親戚に対して、どのコミュニケーションツールを使用するのかという項目である。

表7

家族や親族に対して、どのコミュニケーションツールを特に使用しますか

上の表7も見てわかるように、家族や親戚に対しては、携帯電話が64.6%、自宅の電話が2.3%、ケータイメールが30.8%、SNSが0.8%、チャットは誰も選ばなかった。内田（2004）の論文には、携帯電話が一番使用されてはいるが、少しの差で自宅の電話とケータイメールが並んでいるというものであった。結果、両方共携帯電

話が一番使用されていたが、自宅の電話の使用比率が全く離れているというものであった。これは 2004 年に比べて 2010 年の方が携帯電話の有効性を見出したからというのが大きな理由であると考えることが出来る。

表 8

顔も合わせたことのない人（ネット、メールのみの知り合い）に対して、どのコミュニケーションツールを特に使用しますか

最後は、顔も合わせたことのない人（ネットやメールのもの知り合い）に対して、どのコミュニケーションツールを使用するのかという項目である。上の表 8 を見てわかるように、携帯電話は 2.3%、自宅の電話が 1.5%、ケータイメールが 18.5%、チャットが 4.6%、SNS が 70.8% という結果であった。内田（2004）の論文には、ケータイメールがほとんど割合を占めているため、他のコミュニケーションツールはほぼ使用されていない結果であった。これらの結果から、導き出せることは、2004 年の段階では電話とメール以外にこれといった情報を交換する方法がなかったのだが、2010 年では、mixi や Twitter といった新しい伝達能力があるものが生まれた。だから、2004 年はメールの割合がとても大きかった。しかし、2010 年には SNS を使うことによりとても広い範囲で情報交換しあえる上に、匿名性もあるため、この割合になっていると考えることが出来る。

特に親しい人、現在在籍している学校の友人や知り合い、以前在籍していた友人や知り合い、家族や親族、顔も合わせたことのない人（ネット、メールのみの知り合い）から得た結果を総括すると、まず言えることは、誰もがどの相手に対してもケータイメールを使用するということである。顔も合わせたことのない人に対して、割合は小さかったが、それ以外はコミュニケーションツールの中でほとんど 1 番の使用率であった。その次に多かったのは、電話であった。やはり、電話とケータイメールは誰にとっても必要不可欠のものであることがわかる。

(3) どちらの携帯電話が必要か

前章で述べたように新たな機能ができ、その機能が使われるようになった。しか

し、携帯電話の代名詞ともいえる電話とケータイメールの使用率は2010年の現在でも健在である。ではなぜこれほど使用されるのか。これから、「通話だけできる携帯電話」と「メールだけできる携帯電話」があったとしたら、どちらの携帯電話を必要とするのか、という質問をした。それに加えて、理由も回答してもらった。これらを分析することにより、使われる理由を探っていきたい。この質問は内田（2004）には無い質問で、私個人が知りたいと考えたため、比較にはならないことを前もって述べておく。

表 9

ここに“通話だけできる携帯電話”と“メールだけできる携帯電話”があったとします。あなたはどちらの携帯電話を必要としますか

表 9 を見てわかるように、「通話だけできる携帯電話」を選んだ人が 64 人、「メールだけできる携帯電話」を選んだ人が 64 人という結果になった。前章では、ケータイメールは誰にでも使いやすいコミュニケーションツールであるため、使用率では電話はもちろんのこと他のコミュニケーションツールよりも圧倒的に多かった。しかし、この質問の結果は電話 64 人対ケータイメール 64 人の全く同じ数になってしまった。ではなぜその選んだ携帯電話にしたのかを複数回答で質問してみた。通話だけできる携帯電話を選んだ人には、「すぐに連絡することができるから」、「相手の声が聞きたいから」、「メールより、相手とコミュニケーションをとっている気がするから」、「メールより心理的距離が近いから」、「応答を強要することができるから」、「口で話す方が簡単だから」、「すぐに返答がもらえるから」、「メールより自分や相手の心情が分かりやすいから」、「その他」、の項目から選択してもらった。「すぐに連絡することができるから」を選択した人は 64 人中 56 人、「相手の声が聞きたいから」を選択した人が 64 人中 25 人、「メールより、相手とコミュニケーションをとっている気がするから」を選択した人が 64 人中 30 人、「メールより心理的距離が近いから」を選択した人は 64 人中 20 人、「応答を強要することができるから」を選択した人が 64 人中 11 人、「口で話す方が簡単だから」を選択した人が 64 人中 48 人、「すぐに返答がもらえるから」を選択した人が 64 人中 42 人、「メールより自分や相手の心情が分かりやすいから」

を選択した人が 64 人中 23 人、「その他」を選択した人が 64 人中 1 人いた。この結果からわかることは、電話することにより、相手からすぐ返事をもらえるであったり、口で話す方が簡単であったりと、メールではいつに帰ってくるかわからない相手の返事をいまずぐ簡単に聞くことができるという利点があることが「通話だけできる携帯電話」を選んだ 1 番の要因となっている。ちなみにその他を選択した人の内容が、メールを打つのが面倒くさいという回答であった。この回答を裏返せば、電話はボタンひとつですぐに相手と連絡をとることができるという簡易さをもっているということになる。これは 1 番の要因とほぼ同じ内容であるといえる。また、相手とコミュニケーションをとっている気がするであったり、相手の心情がわかりやすいであったりと、相手とコミュニケーションをとる上で電話の方が気持ちの面でメールよりも親密感があると考えたためである。この 2 つが「通話だけできる携帯電話」が選ばれた原動力となっている。

一方、「メールだけできる携帯電話」を選んだ人も「通話だけできる携帯電話」で複数回答してもらったのと全く同じ形式で質問をし、回答してもらった。「気楽に連絡をとることができるから。」や、「電話ではいいづらいことを伝えることが容易だから」、「相手との距離をとりやすいから」、「通信内容を保護できるから」、「なにか他のことをしながら連絡できるから」、「リアルタイムで返答しなくて良いのでよく考えて返答することができるから」、「いつでも・どこでも・場所時間問わずにコミュニケーションがとれるから」、「電話より使用料金が安いから」、「その他」の項目から選んでももらった。「気楽に連絡をとることができるから」を選択した人が 64 人中 56 人、「電話ではいいづらいことを伝えることが容易だから」を選択した人が 64 人中 18 人、「相手との距離をとりやすいから」を選択した人が 64 人中 14 人、「通信内容を保護できるから」を選択した人が 64 人中 26 人、「なにか他のことをしながら連絡できるから。」を選択した人が 64 人中 30 人、「リアルタイムで返答しなくて良いのでよく考えて返答することができるから」を選択した人が 64 人中 36 人、「いつでも・どこでも・場所時間問わずにコミュニケーションがとれるから」を選択した人が 64 人中 43 人、「電話より使用料金が安いから」を選択した人が 64 人中 13 人、「その他」を選択した人は 64 人中 3 人いた。「その他」には、通話のみだと掛かってきた時にとれなかったり、掛けた時にかからなかったり面倒くさいという点があるから、就職活動情報や

クーポンメールを受信できるから、自宅の電話でスカイプをやるため、通話できる携帯電話は必要ないから、といった回答をもらうことができた。

こういった回答からわかったことは、ケータイメールの最大の特徴である「いつでも・どこでも・場所を問わずに気楽にコミュニケーションをとることができる」という点や、直接相手と会ったりしゃべったりするわけではないことから気楽に自分のいいたいことをはっきり言うことができる点がケータイメールにあるため、選択肢の中でも数多く選ばれた原因であると考えることが出来る。また、ケータイメールの強みである、リアルタイムで返答しなくても良いのでよく考えて返信することができることである。仮にメールでいますぐ返事を求められたとしても電話に比べると少し考える時間があることはとても大きい。電話で迫られると参加したくない集まりでも勢いで参加してしまうということはあるが、メールだと勢いはなく、冷静に自分の判断に身を委ねることが出来る点にメールが人気を誇っている秘訣ともいえる。この内容に近いのが、他のことをしながら連絡を取り合うことができるという点である。これも電話とは違い、連絡していることに集中するわけではなく、気楽に連絡することがメールにはできるからという理由で選ばれている。また、ここで興味深い回答があった。それはこれまでの気楽にコミュニケーションをとることができるなどといったコミュニケーション関係ではなく、メールで交換した通信内容を保護するため、といった記録に残せるためにメールだけ使える携帯電話を選択した人が意外にも多かった。恋人からのメールや自分に送られてきた誕生日メール、約束・集合場所・時間などが明記されているメール、就職活動で会社から送られてきたメールなど、重要な内容がメールで通信し合う社会の中に人は存在しているため、それを保存しておく必要がある。メールはただ送って相手とコミュニケーションをとるだけでなく、そうしたコミュニケーションを文章にして残すという手紙的役割すら担っている。

このように、携帯電話とケータイメールはコミュニケーション能力が高いことがわかった。では次に、このケータイメールについてさらに深く述べていこうと思う

(4) メールをするタイミング

私はメールを使う時、何気なくどこでもどのタイミングでも使っていたが、人

々はこういったタイミングやどんな時にケータイメールを使用するのか。そこに注目し、質問をした。今回は単一選択で、答える人が各質問文に対して、どれほど当てはまるかを5つの選択肢に分けて調査した。そのタイミングとは、「連絡する用件がある時」、「待ち合わせの連絡」、「遊びなどの誘い」、「退屈している時や寂しい時の暇つぶし」、「目の前で起きたこと、感動したことなど、すぐに伝えたいとき」、「一緒にいた友人や恋人とサヨナラをした後」、「相手が連絡してくれた時」、「しばらく連絡していなかった人と思い立って連絡をとる時」、「ケンカした後の謝罪や怒りのメール」、「悩み事や相談事がある時」、「毎晩、毎夜、就寝前など、決まった時間に連絡する時」という質問文から「とてもよく使う」、「よく使う」、「ときどき使う」、「たまに使う」、「ほとんど使わない」という5つの選択肢の中から自分に1番合う回答を選んでもらった。「連絡する用件がある時」と「相手が連絡してくれた時」は、人とコミュニケーションをする上でやるべき行動であるため、ほぼ100%の人がとてもよく使うと回答した。同様に、「待ち合わせの連絡」と「遊びの誘い」も、人とコミュニケーションをするのであれば必要な行動であるため、80%以上の人がよく使う以上の回答をした。「しばらく連絡していなかった人と思い立って連絡をとる時」がその次に多く選択されていた。これは、メールという気軽に連絡することができ、適度な距離感が相手との間にあるという特徴があることが大きな理由になっていると考えることが出来る。「退屈している時や寂しい時の暇つぶし」や「目の前で起きたこと、感動したことなど、すぐに伝えたいとき」の項目は、メールの特徴である気軽に連絡することができるという点から選択される数は多いと思っていたが、以外にも70%以上の人があまり使わないという結果になった。他の選択肢もたまに使う以下が80%を超えていることから、メールを使うタイミングとして、連絡をする用件がある、もしくは相手が連絡してくれた時が主なタイミングである。そして、遊びへの誘いという集合手段として利用されることが非常に多いことが調査結果からわかった。

4 考察

携帯電話は電話とケータイメールさえできれば他の機能はいらないという考えを持っている人は確かにいるものの、新しい機能が出てきたらそれを利用していく。そうした考えを持った人が多いため、携帯電話はいろいろな人々に対応していくために多様化になり、人々が携帯電話に求めるものも多様化された。

相手によって使うコミュニケーションツールが変わるといのは昔にはなかった。なぜなら選択肢が少なかったからである。現在はいろいろな発信方法がある。しかし、主に使用されているのはケータイメールであり、電話であった。これは使い慣れている上に簡単であるという考えをもっているからである。この考えはこの先も続いていくだろう。しかし、**SNS** という新しいコミュニケーションツールが出てきたことから、今後の日本社会のコミュニケーションツールの使い方に大きな変化が訪れるかもしれないと考えることができる。

電話とケータイメールは、もはや人間が生活していく上で必要不可欠のものになっているのは調査の結果からよくわかった。この必要性はこれからも変わることはなく使われていくであろう。しかしその使い方を誤れば、それは人の迷惑に繋がる。具体的には電車やバスなどの公共の場での携帯電話の使用である。携帯電話はほとんどの場合、個人に扱うものなので電車など見知らぬ人が発する携帯電話の音はたとえ発信者が良いと思っても他の関係のない人にとっては、雑音以外にほかならない。だから、電車のなかでは携帯電話は基本的には電源を切らなくてはいけない。しかし、現在の状況をみると電車に乗っている人たちの姿を見ると、携帯電話を使っている人がたくさんいるので、人々はただ携帯電話を使うのではなく、もっと広く物事を見ていくことが携帯電話をこれからも使っていく中で必要である。

5 おわりに

若者の携帯電話とコミュニケーションツール利用の実態について、大学生を対象

とした実態実験を実施してきた。

携帯電話利用に関する調査研究は、従来からいくつも行われているが、本調査では、電話とケータイメールの使用率は一段と進んでいること、新しいコミュニケーションツールができ、使われ方が変化した。若者が携帯電話を持っていることなどもはや当たり前の時代になったのだ。携帯電話が若者の人間関係に与える影響については、携帯電話は特定の親しい友人とのコミュニケーションを増加させ、直接会う機会を増やし、より親密な関係を構築するのに役立っている。多くの人と深い付き合いをすることは、時間的にも金銭的にも困難であることから、特定の友人を選択せざるをえない面を確かにある。しかし、そうした一方で、携帯電話で友人のネットワークを広げ、目的に応じてつきあう人を選択する人間関係を構築することすら可能なことなのである。携帯電話は、より柔軟な多様な柔軟な人間関係を作るためには非常に適した物であることがいえる。

また、直接会うこともなく、携帯電話ですべてを済ますことも不可能ではなく、表面的な人間関係を手助けすることも考えられる。携帯電話で人間関係のスキルを低下させてしまう危険性もあるのである。だから、若者にとって必要なことは、コミュニケーションの方法や手段が多様化しても、本来、人が人と関わって生きていくうえで互いが求め合う関係はこれまでと対して大きな変化はないはずである。自分が扱う物に扱われるようになってはいけないのである。

携帯電話は人々の生活において完全に密着し、必要不可欠なコミュニケーションツールとなっており、今後ますます携帯電話は多様化していき、進化していきだろう。これからの社会ではこれらのツールを拒否していくのはできない。そのため、良いところ、悪いところを取捨選択して使い分け、しかも社会に受け入れられる対人関係を積極的に築いていく努力が重要になってくる。

本調査の反省点としては、時間の関係からアンケート調査を2回行えなかったこと、質問文をもう少し多くし、1回あたりに調査する人の数がもっと多くしたかったことである。そうすれば、もう少し良いデータがでたのではないと思ってしまったのが残念なところである。

最後に今後の課題として、現在社会で1番変化が起きているもの、それが携帯電話であることは間違いない。携帯電話のあり方が私達の生活のあり方に大きく影響するので、いかなる時も携帯電話の動向には目を離してはいけないというのが

やらなくてはいけないことであり、今後というより、永遠の課題であるといえる。

参考文献

岡田朋之・松田美佐、2002、『ケータイ学入門—メディア・コミュニケーションから読み解

く現代社会』有斐閣選書

橋元良明、2001、「ケータイメールの利用実態と使われ方—インターネットによるEメール

利用との比較を中心に」『日本語学』20(9)：23—31

小林哲生・天野成昭・正高信男、2007、『モバイル社会の現状と行方—利用実態にもとづく

光と影』NTT出版

三宅喜美代、2002、「ケータイメールを利用する若者の対人関係」『大垣女子短期大学研究

紀要』43、49—59

中村雅章、2003、「携帯電話が若者のコミュニケーション行動に与える影響」

『中京経営研

究』13(1)：113—149

内田康人、2004、「若年層による「ケータイメール」のメディア実践に関する調査研究

～二重の脱コンテクスト性という技術的特性を受けて～

『育英短期大学研究紀要』21、59—77

足立由美・高田茂雄・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』29、7—14

富田英典・南田勝也・辻泉、2007、『デジタルメディア・トレーニング：情報化時代の

社会学的思考法』有斐閣選書

富田英典、1994、「声のオデッセイ—ダイヤルQ2の世界—世界文化の社会学」

社会法人電気通信事業協会ホームページ。 <http://www.tca.or.jp/>

