

表-3 ケータイからよくアクセスするウェブサイト（スマホ利用者・非利用者別）

	スマホ利用者	非利用者	
検索サイト	82.9%	74.6%	
SNS（mixi や Facebook, モバゲータウンなど）	78.4%	55.2%	<.001
Twitter	76.6%	68.7%	
天気予報	49.5%	50.7%	
交通機関情報	46.8%	53.7%	
動画共有（投稿）サイト（YouTube など）	46.8%	13.4%	<.001
ブログ, ホームページ（個人が開設しているもの）	44.1%	46.3%	
ニュース	43.2%	40.3%	
地図	32.4%	22.4%	
映画（館）情報	20.7%	23.9%	
オンラインショッピング	20.7%	17.9%	
ゲーム	18.9%	9.0%	
ウェブメール	17.1%	11.9%	
音楽	16.2%	9.0%	
チケット予約	15.3%	13.4%	
レジャー・旅行関連	14.4%	0.0%	<.001
スポーツ	13.5%	14.9%	
料理・レシピ	13.5%	9.0%	
テレビ番組関連	8.1%	6.0%	
オークション	8.1%	4.5%	
転職・求人情報	6.3%	6.0%	
レストラン予約	5.4%	4.5%	
アダルトサイト	5.4%	1.5%	
ケータイ小説	4.5%	9.0%	
出会い・友達	4.5%	0.0%	
プロフィールサイト	3.6%	3.0%	
占い	2.7%	9.0%	
バンキング	2.7%	1.5%	
マンガ	1.8%	1.5%	
待ち受け画面サイト	1.8%	1.5%	
着メロダウンロード・サイト	0.9%	1.5%	
株取引	0.9%	0.0%	

可能であること、しかも、その送られてきた電子メールに記されている URL にアクセスすることで、その場で説明会のエントリーが可能であることが挙げられた<sup>19)</sup>。また、会社訪問や説明会などで初めて行く場所を、スマートフォンから検索し、そのまま道案内に従って行くという声もあった。就職活動中にスマートフォンを活用した4年生は、その経験を後輩に話すとも語っており<sup>20)</sup>、そういった先輩の「成功談」が3年生に伝わることで、就職活動を契機にスマートフォン利用を始める学生がさらに増えることが予想できる。

とはいえ、世界的にもスマートフォンの普及が広がっており、日本国内で販売される端末もスマートフォンが主流となることで、買い換えの時期となった利用者がスマートフォンへ順次買い換えていくため、今回の調査がおこなわれた2011年11月の段階で見られた学年によるスマートフォン利用率の差は、近い将来なくなると考えられる。

次にメール利用についてであるが、メールに対する意識や利用状況に差が見られないのに対し、一週間あたりのメール送信数はスマホ利用者が多い。そこで、メール送信数を学年別に見たところ、2年生以下は平均44.6通、3年生以上は40.3通であり、差が見られない(t検定)。ならば、このメール送信数の違いは、スマートフォン利用によってもたらされたものかもしれない。この点については、今後の調査が必要である。

メールに関してインタビュー調査では、大学生の多く、そして一部の高校生からも「メールに飽きた」という声が聞かれたことが興味深い。「5分ルール」<sup>21)</sup>に象徴されるように、中・高校生を中心としたケータイ利用の問題点として、頻繁なメール交換が挙げられてきた。これに対して筆者は、他者との関係性において自己把握を模索する思春期において、他者との関係性が可視化されるケータイ利用が頻繁になるのは一種の「通過儀礼」であって、ある段階を過ぎればケータイ依存から「卒業」することが多いことを実際の調査データを踏まえながら<sup>22)</sup>主張したことがある(松田, 2008)。ケータイ利用開始年齢が下がりつつある中、ケータイ依存も低年齢化しつつあるが<sup>23)</sup>、「飽き」という点を鑑みると、ケータイ依存からの「卒業」も低年齢化する可能性もある<sup>24)</sup>。いずれにせよ、SNSの利用については「飽き」や「疲れ」が注目されることがあるが、若年層のコンサマトリーなメール交換についても同様の視点からの検討が必要であると考えられる。

また、スマホ利用者からは、スマートフォンでの絵文字利用に制限があるため、絵文字や顔文字を利用することが減り、同時に、相手から届く絵文字・顔文字のないメールが気にならなくなったとの声も得られた。絵文字や顔文字は「文字だけでは伝わりにくい感情を伝えるため」あるいは「絵文字を入れて、メッセージをかわいくしたい」といったメッセージ伝達上、必要とされるだけでなく、若者の間では特に「絵文字を入れないと、怒っていると誤解される」などと、友人関係に対する「配慮」からも利用されてきた<sup>25)</sup>。だとすると、今後のスマートフォンでの絵文字・顔文字サービスの展開を見つつ、若年層における絵文字・顔文字の利用状況の

変化と友人関係のありようを考察していく必要がある。

次に、ケータイからのインターネット利用である。先行研究の結果と同じく、スマホ利用者の方が非利用者より、ケータイからのインターネット利用時間が長く、頻度も高い。サイト別に見ると、SNS や動画共有サイトなどの利用者が多い傾向にある。

ただし、パソコンからのインターネット利用の多い人がスマートフォンを利用していることも考えられるため、パソコンからのインターネット利用についてスマホ利用者と非利用者で比較した。すると、パソコンからのメール数<sup>26)</sup> やインターネット利用時間<sup>27)</sup> には差がなく（いずれも t 検定）、アクセスしているサイトにも違いが見られない。唯一差が見られたのは、サービス別のネットを通じた情報発信での「SNS (mixi, Facebook など)」（スマホ利用者 68.0%、非利用者 50.0%、 $p < .05$ )であった<sup>28)</sup>。ならば、スマートフォン利用をきっかけとして、ケータイ端末からのインターネット利用が増加したと考えられるのであり、さらに調査検討が必要である。また、逆にこのことは、スマートフォンからのインターネット利用が、パソコンからのインターネット利用を減少させるものではないと考えることもでき、興味深い<sup>29)</sup>。

一般的に、さまざまなメディア利用の間には、代替関係や補完関係があることが考えられる。インターネット利用については、他のメディア利用、特に新聞やテレビの利用を減少させるという「説」が採られることが多く、新聞読者やテレビ視聴者の減少の「原因」としてインターネットの普及が挙げられてきた。しかし、たとえば、テレビ視聴について橋元編（2011）は、2005 年及び 2010 年の調査結果をもとに、限られた在宅自由時間を一方が他方から奪うのではなく、在宅自由時間に応じた配分でそれぞれの時間を伸縮されるという「在宅時間相応配分仮説」が妥当であると主張している。

では、スマートフォンからのインターネット利用が増加したことが、パソコンからのインターネット利用に与えた影響はあるのだろうか。先にも述べたように、今回の大学生を対象とした調査では、スマートフォンの利用・非利用と、パソコンからのインターネット利用時間には傾向が見いだせない。そこで、利用するメディア別によくアクセスするサイトについての回答をまとめたものが、表-4 である。

パソコンとケータイの両メディアからよく利用されているサイトは、「検索サイト」「Twitter」「SNS」「ニュース」「ブログ・ホームページ」などである。概して、パソコンからの利用が多いものは、ケータイからの利用も多い。ケータイと比べ、パソコンからの利用が多いものとして「動画共有サイト」「音楽」「オンラインショッピング」など映像や音楽などデータ量の多いサイトが挙げられる一方、ケータイからの利用が多いのは、「天気予報」や「交通機関情報」など、出先で情報を必要とすることが多いものである。

さらに、個人が同じジャンルのサイトをパソコンからもケータイからも利用する傾向にあるのか、それとも、どちらか一方で利用するサイトは他方ではあまり利用しないのか検討した。

表-4 よくアクセスするウェブサイト（全対象者：パソコン，ケータイ別）

	パソコン	ケータイ
検索サイト	90.3%	79.8%
動画共有（投稿）サイト（YouTube など）	81.3%	34.3%
Twitter	63.6%	73.6%
SNS（mixi や Facebook，モバゲータウンなど）	59.7%	69.7%
ニュース	59.7%	42.1%
ブログ，ホームページ（個人が開設しているもの）	43.8%	44.9%
音楽	42.6%	13.5%
オンラインショッピング	34.1%	19.7%
天気予報	29.5%	50.0%
交通機関情報	29.0%	49.4%
映画（館）情報	28.4%	21.9%
チケット予約	26.1%	14.6%
地図	25.0%	28.7%
ウェブメール	24.4%	15.2%
レジャー・旅行関連	21.0%	9.0%
転職・求人情報	15.9%	6.2%
アダルトサイト	15.9%	3.9%
スポーツ	15.3%	14.0%
料理・レシピ	15.3%	11.8%
ゲーム	13.6%	15.2%
オークション	10.8%	6.7%
マンガ	10.2%	1.7%
テレビ番組関連	5.7%	7.3%
レストラン予約	5.1%	5.1%
占い	3.4%	5.1%
ケータイ小説	2.3%	6.2%
プロフィールサイト	2.3%	3.4%
バンキング	2.3%	2.2%
待ち受け画面サイト	2.3%	1.7%
着メロダウンロード・サイト	2.3%	1.1%
出会い・友達	1.7%	2.8%
株取引	1.1%	0.6%

すると、「着メロダウンロード・サイト」「待ち受け画面サイト」「株取引」「出会い・友達」「マンガ」といった、もともと利用者の少ないサイト以外では、「動画共有（投稿）サイト」を例外とし、すべて、あるジャンルのサイトの利用者はパソコンからもケータイからも利用する一方、非利用者はパソコンからもケータイからも利用しない傾向が見られた<sup>30)</sup>。

これらの結果からは、スマートフォンからのインターネット利用はパソコンからのインターネット利用を代替するものでなく、両者は状況に応じた補完関係にあるか、あるいは、インターネット利用全体を見るとスマートフォンは付加効果を持つものと推測できる<sup>31)</sup>。

## 5. おわりに

本論文では、大学生を対象としたケータイ利用に関する質問紙調査を分析することで、スマートフォン利用者の特徴とスマートフォン利用の影響を考察してきた。「ガラケー」と揶揄されるようになったとはいえ、世界の中では早くから高機能のケータイ端末が普及し、ケータイからのインターネット利用が一般化した日本社会におけるスマートフォン利用の把握は、これからのモバイル社会の理解に役立つものと思われる。スマートフォン利用が急速に進む中、今回得られた知見や研究課題についてさらに調査・検討することは極めて重要である。

### 注

- 1) 調査対象者は全国の成人男女2,000人。有効回答率は63.2%。携帯電話所有率は84.5%であった（時事通信社、2012）。
- 2) インプレス（2011）が、2011年10月にパソコンのインターネット上でおこなった全国調査（対象は13歳以上の男女。回答数は従来型のケータイの利用者1,685、スマートフォン利用者1,619）では、スマートフォンの所有率は22.9%で、2010年9月の9.0%、2011年4月の14.8%から増加しているという。なかでも、20代男性では42.0%、女性は30.9%と若年層でのスマートフォン利用者が多い。
- 3) なお、このような販売形態の影響を受け、携帯電話の買い換え期間は長期化する傾向にあるという。一般社団法人情報通信ネットワーク産業協会（2011）が、2011年3-4月に関東関西在住の携帯電話利用者1,200人（10代～60代の男女各100人ずつ）を対象におこなった調査によれば、2003年には平均22.0カ月であった買い換え期間が、2011年度には34.9カ月となっている。ただし、買い換え意向を持つ人のうち、スマートフォン購入意向者の比率は2010年度には36.9%であったが、2011年度には66.5%となっている。
- 4) たとえば、本調査の対象となった学生が中高生であった2008年の調査によれば、高校生の92.3%、中学生の47.8%が携帯電話を所有していた（Benesse教育研究開発センター、2009）。
- 5) 「スマートフォン活用広がる」『読売新聞』2011年2月28日夕刊。2013年卒の学生向けには、よりスマートフォンの「必要性」を訴える新聞記事が見られる。たとえば、「採用広報 スマホ対応もポイントに」『読売新聞』2011年9月12日夕刊、「スマホ駆使 効率よく」『読売新聞』2012年1月24日朝刊。
- 6) 分析対象とする調査は3年生が就職活動の準備に入った2011年11月におこなったものである。
- 7) 調査概要は注3を参照。
- 8) モニターを対象としたウェブ調査。回答数は18,556。30代以下、30代、40代、50代、60代がほ

ほぼ同じ割合（2割）となっている。

- 9) 調査対象者は大学生一般よりメディアへの関心が高く、利用も多いことが予想される。たとえば、社団法人日本私立大学連盟（2011）が2010年9月に全国の加盟大学でおこなった調査では（回答者数7,117人、回答率69.3%）、大学生が自分で支払っている「携帯電話・インターネットなどの通信費」は月平均7,200円である。一方、本調査対象者ではケータイ利用料金のみが平均が8,111.7円であった（利用料金を把握している78.8%の平均）。
- 10) スマートフォンとガラケーの2台利用者が29人、スマートフォンとPHSの2台利用者が6人いたが、この35人はスマートフォン利用者を含めている。
- 11) もともとの調査データでは、3年生と4年生を区別する質問をおこなっていない。
- 12) なお、非利用者に月額利用料金が40,000円という回答があったが、これを除いた場合でも、利用者・非利用者に差は見られない。
- 13) たとえば、『朝日新聞』2012年1月1日朝刊「スマホ先生にきく スマホがわからん!」。なお、2012年1月25日に首都圏でNTTドコモの通信障害が起きたが、その原因はスマートフォン急増にともなう通信量の増大に対して、交換機などの設備の整備が充分でなかったためであったという（マイナビニュース 2012.1.27）。
- 14) その他の項目は、「ふだんから会う友人・知人と常に親密なやり取りができる」「日常のわずらわしさから逃れることができる」「考え方や意見が自分と全く違う人と出会える」「ふだん会わない友人・知人も関係を保てる」「現実から離れて自由にふるまえる」「自分の存在を知ってもらえることができる」「家族・親戚とのやり取りができる」である。
- 15) 登録連絡先数は、学年があがるほど多くなる傾向があるが、有意差は見られない。
- 16) なお、固定電話利用についても差は見られない。
- 17) 他の選択肢は「ホームページ」「ブログ」「プロフィールサイト」である。
- 18) グループ・インタビューは、大学院留学生1グループ、大学4年生3グループ、高校2年生6グループの計10グループ、38人を対象とし、1グループ2時間程度おこなった。結果は別の論文にまとめる予定である。
- 19) 注5に挙げた各記事でも、スマートフォンの同様の「用途」が紹介されている。
- 20) インタビュー対象者は2012年卒業予定であり、スマートフォンが就職活動用として注目され始めた年に就職活動をおこなった学生たちである。その彼・彼女たち自身も「（パソコンからの）説明会の予約が大変だった」「スマートフォンをもっていた人は得したらしい」という先輩の話が、きっかけの一つとなりスマートフォンを利用し始めていた。
- 21) 友達関係にトラブルをきたさないよう、メールを返信するまでにかかってよい時間に関する暗黙のルール。地域、集団によっては、3分であったり、15分であったり、時間には違いがあるが、いずれにしても、メールへの即時の返信を期待するもの。
- 22) 橋元編（2011）によると、2010年の調査でも、ケータイ・メールの利用時間は年齢層による有意差が認められ、10代の95.0分がもっとも長く、20代で62.2分、30代で35.2分と年齢が上がるにつれ短くなる。
- 23) Benesse教育研究開発センター（2009）の調査によると、注4で紹介したようにケータイの所有率は高校生の方が高いが、ケータイ利用者に限ってみると、中学生の方が一日あたりのメール送信数が多い傾向にある。
- 24) もっとも、ほとんどの中学校が、また高校でも多くが、学校内でのケータイの利用を禁止している現状では、「飽きる」ほどのメールのやりとりをおこなうことのできる中高生は少数派であるかもしれない。
- 25) 顔文字と若者についての考察は、たとえば鈴木（2007）を参照。

- 26) スマホ利用者は週平均 4.0 通, 非利用者は 2.0 通. なお, パソコン・メール数には, 学年による有意差がある (2 年生以下は 1.5 通, 3 年生以上は 5.2 通).
- 27) スマホ利用者は平日平均 134.3 分, 非利用者は 119.3 分. 休日はそれぞれ 209.7 分, 197.0 分であった.
- 28) 他の選択肢は「Twitter」「ホームページ」「ブログ」「プロフィールサイト」である.
- 29) もちろん, 可能性として, スマホ利用者はもともとパソコンからのインターネット利用時間が長かったが, その一部がスマートフォンからの利用に代替され, ケータイからのネット利用が増加し, パソコンからのインターネット利用時間が短くなったことも考えられる. いずれにせよ, さらなる調査検討が必要である.
- 30) 「バンキング」「転職・求人情報」は  $p < .005$ , 「ウェブメール」は  $p < .01$ , 「アダルトサイト」は  $p < .05$ , それ以外のサイト (表-4 参照) はすべて  $p < .001$ . 「動画共有 (投稿) サイト」については関連が見られなかったが, スマホ利用者は非利用者より「動画共有 (投稿) サイト」を利用する傾向が見られることを考えると, 今後, スマホ利用者が増加すると, 「動画共有 (投稿) サイト」についてもパソコンからの利用とケータイからの利用に関連性が見られるようになると予想できる.
- 31) むしろインタビュー調査では, スマートフォンの利用により, 「わざわざ立ち上げる必要のある」パソコンの利用が減ったという声を耳にしている. であるから, このような結果となったのは, 注 9 で述べたような調査対象者の「偏り」が原因であるかもしれない. 若者の間ではケータイを利用しながらテレビを見たり, パソコンを利用したりするメディアの同時並行利用が増加していると言われているが, たとえば, パソコンからインターネットを利用しつつ, スマートフォンでもインターネットを利用するという行動は, 若者のヘビーユーザーの行動として充分納得できるものである.

#### 引用文献

- Benesse 教育研究開発センター 2009 『子どもの ICT 利用実態調査報告書一小・中・高校生の携帯電話やパソコン利用の意識・実態を探る』
- 橋元良明編 2011 『日本人の情報行動 2010』東京大学出版会
- インプレス 2011 「スマートフォン利用率が 22.9%と倍増, スマートフォンユーザーの Twitter 利用率は 40.6%」(2011/11/8) <http://www.impressrd.jp/news/111108/kwp2012> (最終アクセス日 2012/2/13)
- 一般社団法人情報通信ネットワーク産業協会 2011 「『2011 年度 携帯電話の利用実態調査』を実施—ユーザーのスマートフォン志向が益々顕著に—」(2011/7/27) <http://www.ciaj.or.jp/jp/pressrelease/pressrelease2011/2011/07/27/7236/> (最終アクセス日 2012/2/13)
- 時事通信社 2012 「スマホ, 若者に急速浸透 = 20 歳代の 4 割が使用 - 各世代で高い関心・時事通信調査」(2012/01/17) <http://www.jiji.com/jc/ze?k=201201/2012011701100> (最終アクセス日 2012.2.13)
- マイナビニュース 2012 「『トラフィック予測の見直し誤る』—ドコモが 1 月 25 日発生の通信障害について説明」(2012/1/27) <http://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20120127-00000022-mycomj-mobi> (最終アクセス日 2012.2.13)
- 松田美佐 2008 「ケータイのある社会」『消費者情報』389 号 18-19 ページ
- MM 総研 2011a 「2010 年度通年国内携帯電話端末出荷概況」(2011 年 5 月 10 日) <http://www.m2ri.jp/newsreleases/main.php?id=010120110510500> (最終アクセス日 2012/2/13)
- 2011b 「スマートフォンユーザーの利用実態調査」(2011 年 5 月 19 日) <http://www.m2ri.jp/newsreleases/main.php?id=010120110519500> (最終アクセス日 2012/2/13)
- 2011c 「2011 年度上期国内携帯電話端末出荷概況」(2011 年 10 月 27 日) <http://www.m2ri.jp/newsreleases/main.php?id=010120111027500> (最終アクセス日 2012/2/13)
- 社団法人日本私立大学連盟 2011 『私立大学 学生生活白書 2011』
- 鈴木謙介 2007 『ウェブ社会の思想—く遍在する私>をどう生きるか』日本放送出版協会