

問項目のうち、4件法以外の項目である「耐えられないこと」「自分を表現できるもの」の結果について、回答の割合を経年で比較したものである²⁵⁾。表現や項目の変更²⁶⁾により選択割合の直接的な比較が難しいため、以下に項目毎の順位に着目して考察していきたい。なお、どちらの項目においても有意な地域差は確認されなかった。

「耐えられないこと」に関しては、90年から一貫して「病気」と「孤独」が多いことが目立つ。「病気」は90年調査では1位、杉並区・松山市ともに05年、09年と2位となり、15年で再び1位になった。「病気」は一貫して主要な不安要因となっていることがうかがえる。「孤独」は90年調査では2位、杉並区・松山市ともに05年、09年と1位となり、15年で「病気」と入れ替わる形で再び2位になった。こちらも一貫して主要な不安要因であることがうかがえるが、特に2000年代に入ってから大きく割合を伸ばしていることに着目したい。前回論文で確認されたように、2000年代は社交性の減退と孤独不安の増加が観測されており、友人関係の困難が表面化したものと読むことができる。

「自分を表現できるもの」に関しては、「自分の趣味」が09年から杉並区・松山市ともに1位となっている。また、「意見」は90年から05年では1位であったが、以後順位を落として15年では杉並区で2位、松山市では3位となっている。90年時点では「意見」が自己表現としてもっとも有力であったのに対し、現在では自己表現としての趣味の重要性が大きくなっていることがうかがえる結果となっている。

6.3. 個人性領域の変容についての小まとめ

前節で論じられたように、友人関係については上手く立ちまわる傾向もみられる一方で、個人性領域については、前回論文で確認された変化とはほぼ同様に、社交性と自信に関わる項目が減少傾向にあることが示唆され、あたかも「内向化」して

いるように思われた。

しかし、これをもって「若者は内向化している」と端的に表現することは性急だろう。一見「内向化」とでも呼びたくなるような変化は、実態として膨れ上がった友人関係に対して、意識の上において、少数の友人を大切にしようとする傾向や、差異化志向と同質化志向の緊張関係といった葛藤によるものと考えられるのではないだろうか。

(野村 勇人)

7. 分析結果(4) メディア文化受容の実態

7.1. 趣味活動の変容

本節では、(1) 遠隔＝社会領域、(2) 対人性領域、(3) 個人性領域の三領域に続いて、メディア文化受容の実態に関する分析を加えていくこととしよう。表7-1は、もっとも大切な趣味に関して尋ねた質問項目への結果を経年比較したものである²⁷⁾。

一見すると、前回調査同様に、音楽やスポーツが高い割合を占め続けていることなど、大きな変化は乏しいかのように感じられるが、詳細に見ていくと、興味深い変化もいくつか浮かび上がってくる。

たとえば、年代ごとに順位をつけてみると、「90年調査」「05年調査」までと「09年調査」とで1位と2位が入れ替わっているのがわかる。すなわち「1. 音楽鑑賞・オーディオ」は、「90年調査」では22.3%、「05年調査」でも杉並区で19.9%、松山市で21.7%と1位を占めていたのに対し、「09年調査」では杉並区14.5%、松山市12.6%と減少し、「5. 自分でやるスポーツ」と入れ替わって2位に後退しているのがわかる（ただし、「15年調査」では、松山市で16.9%と再び1位に返り咲いている）。

「5. 自分でやるスポーツ」は、「90年調査」で17.8%と2位、「05年調査」では杉並区で12.4%と2位、松山市では9.2%と3位であったものが、「09年調査」になると、杉並区16.6%、松山市

表7-1 もっとも大切な趣味、およびそれにかかる時間と費用（単位＝％）

1990	2005	2009	2015	もっとも大切な趣味	1990	2005 *				2009 **				2015 n.s			
					n=1538 順位	杉並 (n=266)	杉並 順位	松山 (n=249)	松山 順位	杉並 (n=308)	杉並 順位	松山 (n=250)	松山 順位	杉並 (n=259)	杉並 順位	松山 (n=214)	松山 順位
Y1-A	q1.1	q1best	q1.1	1. 音楽鑑賞・オーディオ	22.3% 1	19.9% 1	21.7% 1			14.5% 2	12.6% 2			13.2% 2	16.9% 1		
				2. 楽器演奏（バンド、オケを含む）	5.0% 6	9.8% 3	3.2% 10			7.6% 4	4.6% 8			4.3% 8	3.3% 7		
				3. 映画や演劇	6.8% 5	4.5% 9	3.6% 9			2.8% 9	6.7% 5			7.4% 3	2.8% 10		
				4. スポーツ観戦	4.4% 7	1.9% 11	2.4% 12			2.4% 10	2.9% 11			3.1% 11	1.9% 15		
				5. 自分でやるスポーツ（ゴルフを除く）	17.8% 2	12.4% 2	9.2% 3			16.6% 1	15.5% 1			16.3% 1	12.2% 3		
				6. ゴルフ	0.8% 16					-	-			-	-		
				7. ディスコ	0.2% 22					-	-			-	-		
				8. マンガ	1.2% 14	2.6% 10	2.8% 11			3.1% 7	3.4% 10			5.8% 4	5.2% 5		
				9. アニメ	0.2% 22	1.5% 13	0.4% 19			2.4% 10	3.8% 9			4.7% 7	3.3% 7		
				10. ビデオゲーム(2015「テレビ・PCゲーム・スマホアプリ・携帯機、ゲームセンターなど」)	1.2% 14	5.6% 6	11.6% 2			3.5% 6	7.1% 4			5.8% 4	13.1% 2		
				11. ポエム・エッセイ(2015「イラスト・ポエム・エッセイ」)	0.3% 19	0.4% 19	0.4% 19			0.3% 24	0.4% 23			2.7% 13	1.9% 15		
				- ライトノベル読書	-	0.4% 19	0.4% 19			0.3% 24	1.3% 17			0.0% 24	0.5% 21		
				12. 小説・文学・哲学の読書	11.7% 3	5.3% 7	2.0% 13			6.2% 5	2.5% 12			4.3% 8	2.8% 10		
				13. パソコン通信・インターネット(2015「インターネット」)	0.1% 25	8.6% 4	5.6% 5			3.1% 7	6.3% 6			2.3% 14	4.2% 6		
				14. 電話あそび（伝言ダイヤル、テレクラ）	0.0% 31	-	-			-	-			-	-		
				15. アマチュア無線・パーソナル無線	0.2% 22	-	-			-	-			-	-		
				16. ブラモデル・ラジコン・工作	0.3% 19	0.4% 19	0.8% 18			0.3% 24	0.4% 23			0.0% 24	0.5% 21		
				17. 切手・古物などのコレクション	0.1% 25	0.0% 25	0.0% 26			0.3% 24	0.0% 27			0.0% 24	0.5% 21		
				18. カラオケ	0.8% 16	1.5% 13	4.0% 8			1.4% 14	5.0% 7			3.1% 11	2.8% 10		
				19. 麻雀・パチンコ・パチスロ	2.7% 9	1.5% 13	1.2% 15			0.7% 18	1.3% 17			0.0% 24	0.5% 21		
				20. 競輪・競馬・オートレース	0.8% 16	0.4% 19	0.4% 19			-	-			-	-		
				21. 囲碁・将棋・チェス・トランプ	0.1% 25	0.0% 25	0.4% 19			0.3% 24	0.0% 27			0.0% 24	0.0% 28		
				- 鉄道関係(撮影・模型・乗車など)	-	0.8% 17	0.0% 26			0.0% 30	0.4% 23			0.4% 20	0.9% 20		
				22. 釣り	0.1% 25	0.0% 25	0.4% 19			0.7% 18	0.0% 27			0.0% 24	0.5% 21		
				23. 園芸・ガーデニング	0.1% 25	0.0% 25	0.0% 26			0.3% 24	0.0% 27			0.0% 24	0.0% 28		
				24. 料理作り	2.5% 11	0.4% 19	1.6% 14			0.7% 18	1.7% 15			2.3% 14	1.4% 17		
				- お菓子作り	-	-	-			1.4% 14	2.5% 12			0.4% 20	0.0% 28		
				25. 食べ歩き	1.3% 13	1.9% 11	1.2% 15			1.7% 12	0.8% 21			2.3% 14	1.4% 17		
				26. ドライブ・ツーリング	10.4% 4	1.1% 16	5.2% 6			0.7% 18	2.1% 14			0.8% 19	2.3% 14		
				27. 国内旅行	2.1% 12	0.0% 25	1.2% 15			1.0% 17	1.3% 17			1.2% 17	2.8% 10		
				28. 海外旅行	3.1% 8	0.4% 19	0.0% 26			1.7% 12	0.4% 23			1.2% 17	0.5% 21		
				29. 写真撮影	0.3% 19	0.0% 25	0.4% 19			0.7% 18	0.8% 21			0.4% 20	0.5% 21		
				30. ウィンドーショッピング	2.7% 9	4.9% 8	4.8% 7			0.7% 18	1.3% 17			0.4% 20	1.4% 17		
				- ファッション	-	7.5% 5	8.8% 4			13.8% 3	8.8% 3			5.4% 6	6.6% 4		
				31. アイドルおっかけ	0.1% 25	0.8% 17	0.0% 26			1.4% 14	1.7% 15			4.3% 8	3.3% 7		
				その他	-	4.9%	4.8%			9.0%	4.2%			5.8%	2.8%		

2005	2009	2015	もっとも大切な趣味にかかるお金	1990	2005 n.s		2009 n.s		2015 n.s	
					杉並	松山	杉並	松山	杉並	松山
q2m	q2m	q2m	5,000 円未満	-	48.5%	52.6%	47.7%	56.4%	57.1%	57.8%
			5,000 ～ 10,000 円	-	27.1%	26.1%	22.7%	16.0%	22.2%	23.8%
			10,000 ～ 15,000 円	-	11.3%	6.0%	10.4%	9.6%	9.5%	6.3%
			15,000 円以上	-	11.7%	12.0%	16.2%	15.2%	9.1%	8.7%

2005	2009	2015	もっとも大切な趣味にかかる時間	1990	2005 *		2009 n.s		2015 n.s	
					杉並	松山	杉並	松山	杉並	松山
q2t	q2t	q2t	ほぼ毎日	-	64.7%	54.2%	52.3%	49.2%	51.6%	57.3%
			週 1 ～ 2 日	-	25.9%	28.5%	27.3%	27.6%	29.8%	25.2%
			月 1 ～ 2 日	-	8.6%	14.9%	17.2%	17.6%	15.9%	14.1%
			年 1 ～ 2 日以下	-	0.0%	0.8%	2.9%	4.0%	2.4%	3.4%