

年51.7%)。よって、出会いの場所として「学校」を中心としながら、そこで新しいメディアを介した友人関係が形成されつつあると解釈するのが妥当であろう。

ここまでの議論をまとめると、意識の上では狭く深い友人関係が志向されているようにもみえるものの、「広さ」に関していえばほとんど変化しておらず（ただし大都市においては知り合い程度の友人が非常に多い）、「深さ」に関していえば学校への集中だけでなく親友数が減少するなどむしろ浅くなっているともいえよう。また多様な人間関係が営まれていると解釈することも難しいようであった。

では彼らが友人たちとどのような交流をしているのか、再び表5-1をみると、同じ若者であっても「理解できない」不透明感から相互理解を諦めている様子がうかがえる。「K2 積極的に自己主張するほうだ」および「H7 人と意見が対立しても絶対にゆずれないことがある」はどちらも減少しており（それぞれ90年47.1%→05年35.1%→09年33.6%→15年34.7%、90年73.3%→05年77.0%→09年76.1%→15年62.9%）、前回論文と同様に自己開示に慎重になっている様子がうかがえる。

それだけではなく「q39.4 自分らしさを強調するより、他人と同じことをしていると安心だ」（2005年新設項目、表6-1参照）の増加（05年30.1%→09年39.6%→15年43.2%）や「H3 友人と社会問題や時事問題を話題にする¹³⁾」の減少（90年78.4%→05年63.5%→09年67.2%→15年55.6%）は、場の空気を乱さず目立たないように振る舞う彼らの生きづらさを感じさせる。特に「他人と同じことをしていると安心」は2009年から増加傾向にあるが、杉並において知人数が70人を超えたのも同じ2009年であり、相互理解の諦めと表層的な付き合いの背景には、単純に増えすぎた知人を処理することの困難があるように思われる。

この「限界まで拡大した友人関係を処理することに追われて相互理解まで手が回らない若者たち」という解釈を傍証すると思われるのが、SNS利用に対する態度の地域差である。表記はしていないが、「q20.25 Twitter, Facebook, LINEなどでの人づきあいは面倒だと思う¹⁴⁾」（2009年新設項目）は杉並でやや減少している一方、松山ではやや増加しており（杉並09年58.1%→15年52.9%、松山09年49.6%→15年55.1%）、知人数の多い杉並の方がSNS利用を「面倒ではない」と感じていることになるが、これは限界¹⁵⁾にまで拡大した友人関係を維持するためにそれらのメディア利用をせざるをえず、そういった表層的な友人関係がもはや自明のこととなっている可能性を示唆している。そして、そのようにして人間関係の調整自体がその内実よりも優先された結果として、杉並で「q37.6 感情を素直にあらわせる」（2009年新設項目）と感じる者が減少傾向にある（杉並09年59.1%→15年52.5%、松山09年53.6%→15年52.3%）とみることができているのではないだろうか。

以上より、2015年時点での若者たちの友人関係を総括すると、「同質的だが広範に及び、にもかかわらず不透明で予測不可能な友人関係に立ち向かわなければならないために、これまで以上にリスク回避に専念し、自己主張を控え、うまく立ちまわらざるをえない状況に置かれている」と解釈するのが妥当であるように思われる。

5.2. 家族関係

2015年調査には家族関係項目が非常に少なく、家族について分析を加えるのは困難が伴う。だがいくつか興味深い変化がみられたため、前回論文の結果をふまえつつ検討を加える。

家族関係項目について、前回論文では、家庭内における父親の存在感はいまだ薄く、両親の相互理解はあまり進んでおらず、子どもは親にいいことをいえないなど、家族関係は必ずしも安心

表5-4 充実感を感じる事(2009は「熱中したり夢中になれること」)(単位=%, 複数回答)

変数名				変数ラベル	1990 (n=1538)	2005 (n=515)			2009 (n=558)			2015 (n=473)		
1990	2005	2009	2015			杉並 (n=266)	松山 (n=249)	χ^2	杉並 (n=308)	松山 (n=250)	χ^2	杉並 (n=259)	松山 (n=214)	χ^2
q56.1	q40.1	1.	奉仕活動をしているとき	-	-	-	11.0%	4.4% **	8.5%	10.3%	n.s.			
q56.2	q40.2	2.	仕事やアルバイトをしているとき	-	-	-	40.3%	34.0% n.s.	38.2%	43.5%	n.s.			
q56.3	q40.3	3.	スポーツや趣味の活動をしているとき	-	-	-	74.0%	65.6% *	70.7%	62.6%	*			
q56.4	q40.4	4.	勉強しているとき	-	-	-	29.5%	14.8% ***	33.6%	24.8%	*			
q56.5	q40.5	5.	家族といるとき	-	-	-	25.3%	18.4% *	40.2%	40.7%	n.s.			
q56.6	q40.6	6.	友人や仲間といるとき	-	-	-	70.8%	68.8% n.s.	77.6%	75.7%	n.s.			
q56.7	q40.7	7.	交際相手といるとき(2009は「親しい異性といるとき」)	-	-	-	35.7%	27.2% *	30.9%	35.5%	n.s.			
q56.8	q40.8	8.	一人であるとき	-	-	-	45.8%	38.8% n.s.	41.3%	37.4%	n.s.			
q56.10	q40.9	9.	その他	-	-	-	5.2%	3.2% n.s.	5.0%	3.7%	n.s.			
q56.11	q40.10	10.	充実感を感じるときはない(2009は「熱中したり夢中になれるときはない」)	-	-	-	1.0%	1.6% n.s.	0.0%	1.9%	*			

表5-5 性への態度の情報源(男性, 1番目と2番目, 単位=%)

1990	2005	2009	2015	性への態度の情報源(男性)	1990 (n=992)		2005 (n=223)		2009 (n=217)		2015 (n=193)	
					1番目	2番目	1番目	2番目	1番目	2番目	1番目	2番目
N3-A	q53.1	q50.1	q30.1	1. 両親	6.9%	2.4%	3.6%	3.1%	8.8%	3.7%	13.5%	2.6%
N3-B	q53.2	q50.2	q30.2	2. 兄弟姉妹	1.3%	1.3%	4.5%	4%	1.4%	4.1%	2.6%	1.6%
				3. 友人	44.6%	16.9%	39.0%	20.2%	35.9%	14.7%	32.1%	16.6%
				4. 恋人	14.2%	15.1%	9.0%	9.9%	9.7%	8.3%	7.3%	6.7%
				5. 小説	4.3%	6.0%	2.2%	4.0%	5.5%	6.0%	2.6%	3.6%
				6. マンガ	1.4%	2.1%	4.5%	9.0%	6.9%	11.5%	4.1%	7.3%
				7. 雑誌	10.9%	18.3%	8.5%	10.8%	3.2%	5.5%	4.1%	4.1%
				8. 小説以外の本 (エッセイ・思想など)	2.6%	4.5%	2.7%	2.2%	0.5%	2.3%	-	-
				9. テレビ	6.4%	14.6%	10.3%	13.9%	6.5%	16.6%	4.1%	10.9%
				10. ビデオ	2.4%	7.1%	7.6%	12.1%	2.8%	1.8%	-	-
				11. 映画	2.8%	6.1%	2.2%	3.6%	1.4%	2.8%	4.1%	3.6%
				12. インターネット	-	-	-	-	10.6%	10.6%	16.1%	24.4%
				13. 学校の教育や先生	0.3%	1.6%	0.9%	2.2%	2.3%	3.2%	2.6%	4.1%
				14. その他	-	-	1.8%	0.4%	1.4%	0.0%	5.2%	1.6%

表5-6 性への態度の情報源(女性, 1番目と2番目, 単位=%)

1990	2005	2009	2015	性への態度の情報源(男性)	1990 (n=546)		2005 (n=290)		2009 (n=340)		2015 (n=279)	
					1番目	2番目	1番目	2番目	1番目	2番目	1番目	2番目
N3-A	q53.1	q50.1	q30.1	1. 両親	16.1%	7.1%	5.9%	1.4%	10.0%	3.8%	15.4%	3.9%
N3-B	q53.2	q50.2	q30.2	2. 兄弟姉妹	1.8%	3.3%	0.7%	4.1%	3.8%	4.7%	2.2%	2.5%
				3. 友人	23.3%	26.7%	32.4%	21.0%	28.8%	19.4%	28.3%	26.5%
				4. 恋人	28.0%	16.3%	22.1%	14.8%	20.9%	13.2%	17.9%	9.7%
				5. 小説	6.2%	6.0%	4.1%	6.6%	5.0%	6.8%	2.9%	3.6%
				6. マンガ	2.4%	4.0%	8.6%	8.3%	8.8%	12.9%	10.0%	10.0%
				7. 雑誌	6.0%	6.6%	10.3%	17.9%	2.9%	10.0%	2.9%	3.6%
				8. 小説以外の本 (エッセイ・思想など)	5.7%	8.2%	1.7%	2.1%	0.6%	2.1%	-	-
				9. テレビ	4.6%	9.3%	7.6%	9.7%	7.6%	8.8%	6.1%	10.8%
				10. ビデオ	0.2%	0.4%	0.3%	0.3%	0.3%	0.6%	-	-
				11. 映画	3.1%	6.2%	1.0%	2.4%	1.5%	2.4%	2.2%	5.0%
				12. インターネット	-	-	-	-	2.1%	3.8%	6.8%	12.5%
				13. 学校の教育や先生	0.9%	1.5%	3.1%	2.1%	2.9%	3.2%	1.8%	4.3%
				14. その他	-	-	0.7%	1.7%	2.1%	0.0%	0.7%	0.4%