

大学時代の友人関係の維持とメディア利用*¹

新美明夫・松尾貴司・永田忠夫*²

大学・短大の卒業は多くの人にとって、そのまま社会への旅立ちを意味し、学生生活から職業生活へというライフコース上での重要な環境移行が行われる。その際、人は自己の個人的対人ネットワークを再構成して、新しい環境での要請にあったネットワークへと作りかえていく(南・山口,1991)。旧環境のメンバーの多くはネットワークからはずれ、新環境から新たなメンバーが組み入れられる。しかし、大学時代の友人は個人にとって特別な意味をもつ。

澤田ら(1991)は、南・山口・山本(1987)の行った調査において、大学から職場への移行に伴って、在学中からの友人が個人のネットワーク中で占める構成比は減少するが、彼らから受ける情緒的サービスに関しては、むしろ増加するという結果が示されたことを紹介している。さらにこの現象について、「たとえ一時期であっても自分と体験をともにし、共有できるものを持っている特に親しい友人とは、それぞれ別々の環境に入っていった時、同じような境遇に立ってそこで生じる喜びや悲しみ、不安などを語り合い、互いの経験をわかち合うことができるのであろう」と述べている。

しかし、大学を卒業することによって、毎日のように顔を会わせていた共通の場は失われる。対面による頻繁な交流が困難になる中で友人関係を維持するためには、各種のメディア利用が問題となる。

この10年間ほどのパーソナルメディアの変化は著しい。一般の人々が利用できるメディア・レパートリはかつてないほど広がっている。とくに、この数年間における携帯電話とインターネットの普及は人々のメディア環境をがらりと変えたと言ってよいだろう。電話の普及以来、空間的距離を越えるとされてきたメディアは、「地図にないコミュニティ(ガンパート,1990)」を形成すると言われてきたが、実際には、既存の人間関係の維持に用いられることが多いことも指摘されている(橋元ら,2000)。旧環境から新環境への移行によって、対人ネットワークの再構成が行われるが、そこで継続される人間関係の維持にはメディアの果たす役割は大きい。しかしながら、手紙や電話など旧来のメディアや、携帯電話やEメールなどの新しいメディアが総体として、既存の人間関係の維持に果たす役割は必ずしも明らかではない。とくに新しいメディアについては、その利用状況に年齢層による差が大きく、まとまった研究はなされていないのが現状であろう。

和田(2001)は、高校から大学への移行を取り上げ、新旧友人との交流における電話利用と物

* 1 本研究は、平成14年度愛知淑徳大学研究助成(共同研究)を受けた。

* 2 愛知淑徳大学文化創造学部環境文化専攻

理的距離との関係を検討している。そこでは、利用されるメディアとしてEメールも取り上げられているが、調査時点（1997年）では、まだ利用回数が少なく、分析を行うに至っていない。しかしそれ以降のEメール・携帯電話の急速な普及を取り上げ、旧友人との関係のありようの変化の可能性を指摘している。この和田(2001)の指摘のように、新環境への移行後の旧環境からの友人関係の維持においては、新しいメディアが果たす役割に注目すべきであろう。この10年間ほどの新しいメディアとして注目されるのはインターネットと携帯電話の普及であるが、友人関係の維持という点で、より注目されるのは携帯電話であろう。ダイレクトに個人と個人をつなぐ、真の意味でのパーソナルメディアの系譜として(宮田ら, 1997)、ポケベル(以後、「ポケベル」と呼ぶ)、PHSの延長線上に位置する携帯電話の契約数は7000万台を越え(電気通信事業者協会, 2002)、所有していない方が珍しいほどの普及を見せている。しかし、高校・大学時代にパーソナルメディアとしてのポケベルを経験した青年層と壮年層では明らかにその使い方が異なっている(三上ら, 2001; 松田, 2001)。また、携帯電話は、通常の通話機能とともに、簡易なメール端末としての機能(以後、「携帯メール」と呼ぶ)も併せ持つ。大学生の携帯電話利用の調査などからは、おしゃべりの道具としての携帯メール利用の方が通話での利用よりも圧倒的に多い(田中, 2001)。このようなメディア利用のスタイルの違いは、人間関係の維持のありようにも大きな影響を与えている可能性がある。

上記のような観点から、本研究では、ライフコースの上でもっとも重要な環境移行の一つである学生から社会人への移行段階に注目し、さらにメディア環境の変化の激しかったこの10年間ほどの間に学生時代を送った者を調査対象とすることにした。具体的には、2001年3月に閉学となった愛知淑徳短期大学コミュニケーション学科の卒業生(1期生～13期生)を対象に質問紙調査を行うこととした。これらの対象者には、まだポケベルが一般に普及する以前に学生時代を送った者から、ポケベル、PHSが学生時代になりに普及した時期、そして、学生時代に携帯電話の所有率がほぼ100%という現在につながる時期に学生時代を送った者までが含まれている。このような学生時代における異なったメディア利用の経験を背景として、それぞれの時期の卒業生たちが、大学という環境で形成した友人関係を、現在の環境にどのように移行し維持しているのかを検討することとした。第一報である本稿では、学生時代のメディア利用の違いをふまえて、学生時代を送った時期別に、友人関係の維持とメディア利用の現状について報告することを目的としている。

方 法

1. 調査票の構成

調査票は5部構成とした。第1部では、現在の氏名・住所・職業・家族・連絡用メールアドレスを尋ねた。第2部では、短大在学時のエピソードについて尋ねたが、今回の調査目的とは直接関係はない。第3部では、短大時代の友人との現在の交流状況および、その際のメディア利用について尋ねた。第4部では、各種メディアの所持・利用状況を尋ねた。第5部では、短

大時代の友人に対する役割期待（下斗米,1999）および、社会的スキル（菊池,1998）について設問した。

2. 調査対象と手続き

愛知淑徳短期大学コミュニケーション学科の全卒業生（1期生～13期生, 2,054名）を対象に、郵送法で実施した。2002年8月2日に調査票を発送、1か月後の9月2日、未回収者宛に督促ハガキを送達した。回収は同年10月中旬まで行われた。最終的な有効回収数は911票、物故者・転居先不明等を除いた送付数、1,870通に対する回収率は48.7%であった。表1に期生別の回収状況を示したが、もっとも回収率の低い期生でも1/3は越えており、郵送法の調査としては、一応満遍なくサンプルが得られたと考えてよからう。なお、対象者はすべて女性であり、短大卒業後約1年半から13年半になる。

調査は卒業生の所在確認も兼ねているため、調査票には通し番号を記入し、現在の氏名・住所の記入を求める記名方式で行った。本稿では、在学時期を基準とした分析結果を主に報告するため、表2に期生別の主な属性の内訳を示した。

表1 調査対象者の期生別回収状況

期生(入学年度)	送付数	回収数	回収率
1期生(1987)	113	69	61.1%
2期生(1988)	108	65	60.2%
3期生(1989)	91	60	65.9%
4期生(1990)	133	82	61.7%
5期生(1991)	196	91	46.4%
6期生(1992)	204	84	41.2%
7期生(1993)	187	83	44.4%
8期生(1994)	210	92	43.8%
9期生(1995)	118	62	52.5%
10期生(1996)	111	54	48.6%
11期生(1997)	142	66	46.5%
12期生(1998)	134	47	35.1%
13期生(1999)	123	56	45.5%
合計	1,870	911	48.7%

表2 調査対象者の期生別属性の内訳

期生(入学年度)	有職率	既婚率	有子率
1期生(1987)	43.5%	82.6%	69.7%
2期生(1988)	33.8%	83.1%	73.8%
3期生(1989)	41.7%	75.0%	65.5%
4期生(1990)	56.1%	73.2%	50.0%
5期生(1991)	45.1%	78.9%	55.2%
6期生(1992)	64.3%	60.7%	39.2%
7期生(1993)	70.7%	53.1%	31.3%
8期生(1994)	72.8%	35.9%	23.7%
9期生(1995)	79.0%	21.0%	14.5%
10期生(1996)	83.3%	14.8%	6.7%
11期生(1997)	86.4%	9.1%	5.7%
12期生(1998)	87.2%	6.4%	5.6%
13期生(1999)	87.5%	1.8%	2.3%
全体	64.2%	49.0%	37.7%

結 果

1. 移動体通信（ポケベル・PHS・携帯電話）の利用経験と所有状況の推移

問題の項でも述べたように、この10年間ほどでもっとも注目されるパーソナルメディアの普及は、ポケベル、PHS、携帯電話と続く移動体通信の系譜である。これらのメディアの学生時代の利用経験が、現在主流の携帯電話の利用形態、ひいては学生時代の友人との交流形態に

も影響を及ぼしている可能性がある。そこで、これら3種類のメディアの利用経験と所有状況の推移について、期生別に検討することとした。

図1は、それぞれのメディアを過去に利用した経験のある者、および現在利用している者を合計して、各期生別に利用経験がある者の割合を表したものである。

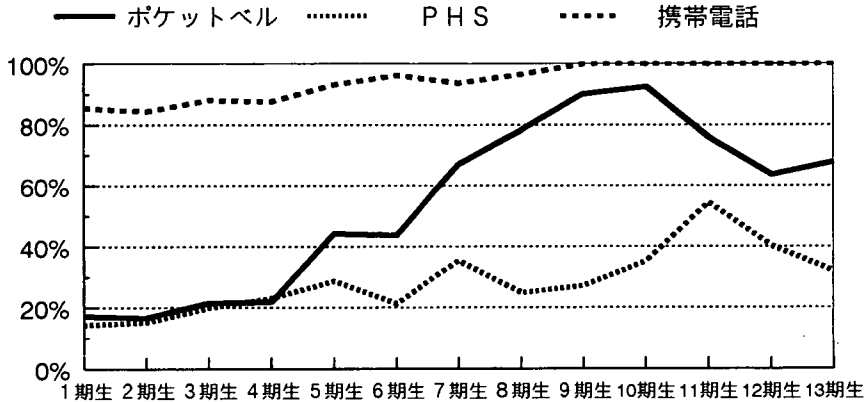


図1 期生別の移動体通信の利用経験率

利用経験のある者の全体での割合は、ポケベル:53.1% (現在の利用率:0.3%), PHS:28.2% (3.6%), 携帯電話:94.1%(90.4%)であった。現在まで利用されているものは、ほぼ携帯電話のみであるが、ポケベル、PHSもかなり利用経験者がいることが分かった。図1によれば、ポケベルの利用経験率が2割程度と少ない1~4期生、7割から9割の高い利用経験率を示す7期生以降、中間程度の利用経験率を示す5,6期生と3つのグループに分けることができる。PHSの利用経験率では、10期生以降がやや利用経験率が高いものの、あまり明確なまとまりは見られない。

図2の最上部に移動体通信の契約数の推移を示した。この図にしたがって移動体通信の各メディアの全国的な普及状況を概観すると、ポケベルは1990年前後から増加し始め、1996年前後にピークを迎え、それ以後急速に減少、現在では100万台程度に激減している。携帯電話は1995年から一気に増加を始め、その傾向は現在まで続いている。PHSは営業の始まった1995年から普及し始めたが、現在に至るまで600万台前後で頭打ちとなっている。

全国的な普及状況の推移はこのような概観になるが、個人のレベルでの各移動体通信メディアの利用経験は、これとはかなり異なる。とくに1996年前後にピークを迎えたポケベルの普及は当時の女子高校生・大学生が支えたものであり、その頃に高校生・大学生であったかどうか、その利用経験に大きく関わる。その様相を明らかにするため、各メディアの利用開始・終了時期を尋ねて、各時期における所有率を月ごとに算出して、その推移を示したのが図2~4である。なお、PHS利用者で営業開始(1995年)以前に利用開始した旨回答した者が若干見られる(25名)。これらの回答は勘違いと思われるが、そのまま集計してある。

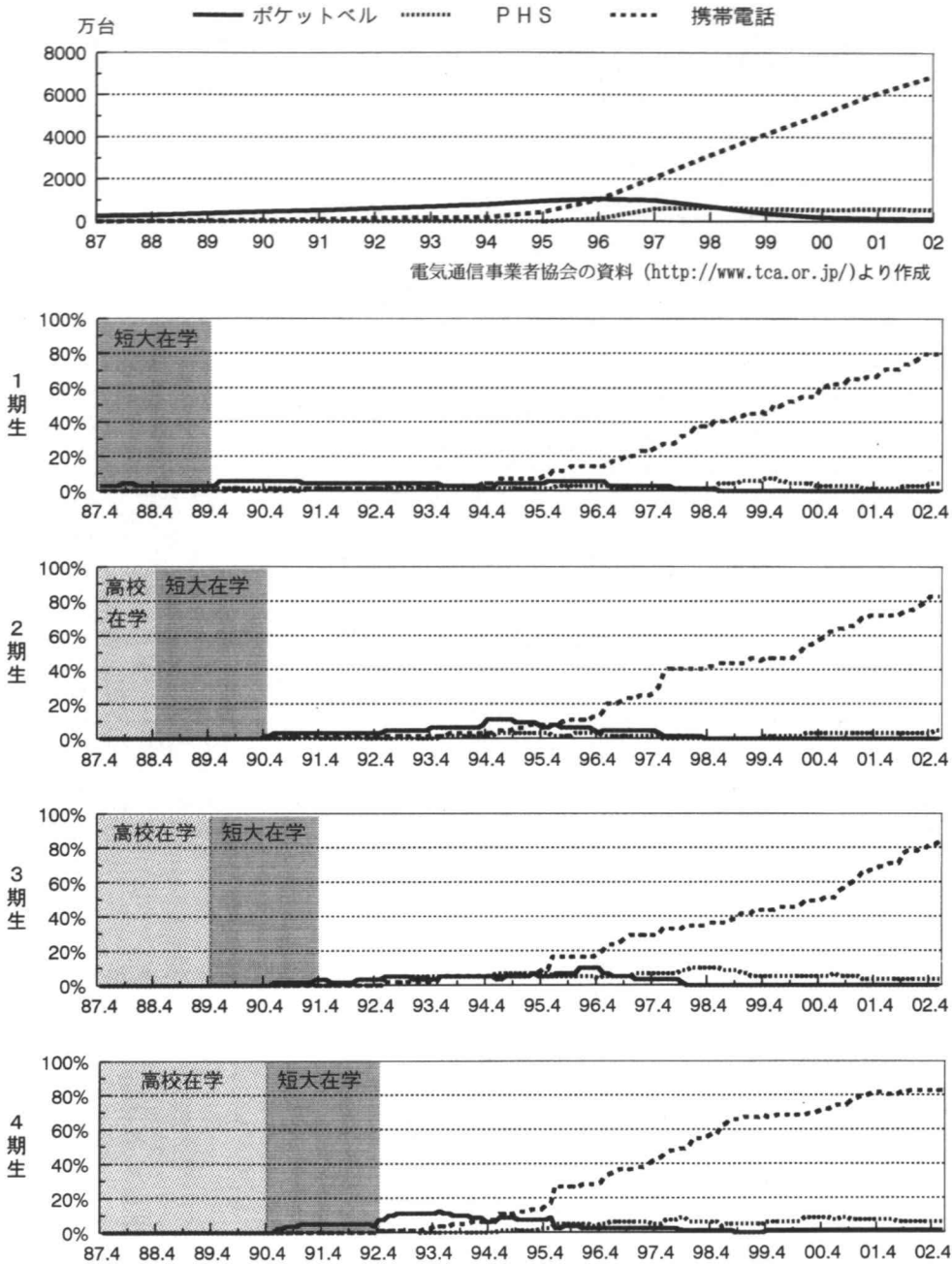


図2 期生別の移動体通信の所有率の推移 (その1)

図1で検討したように、ポケベルの利用経験率によって、調査対象者は3群に分かれたが、ここでもほぼ対応したグループごとの特徴がみられる。まず、1期生～4期生のグループでは、その学生生活が第1次ポケベルブーム(森田ら,1997)の1992年～1993年にかけておらず、学生時代のポケベル利用はほとんど見られない。このグループでは携帯電話の所有率の伸びが、全国の契約数の伸びと時期的にぴったり一致する。

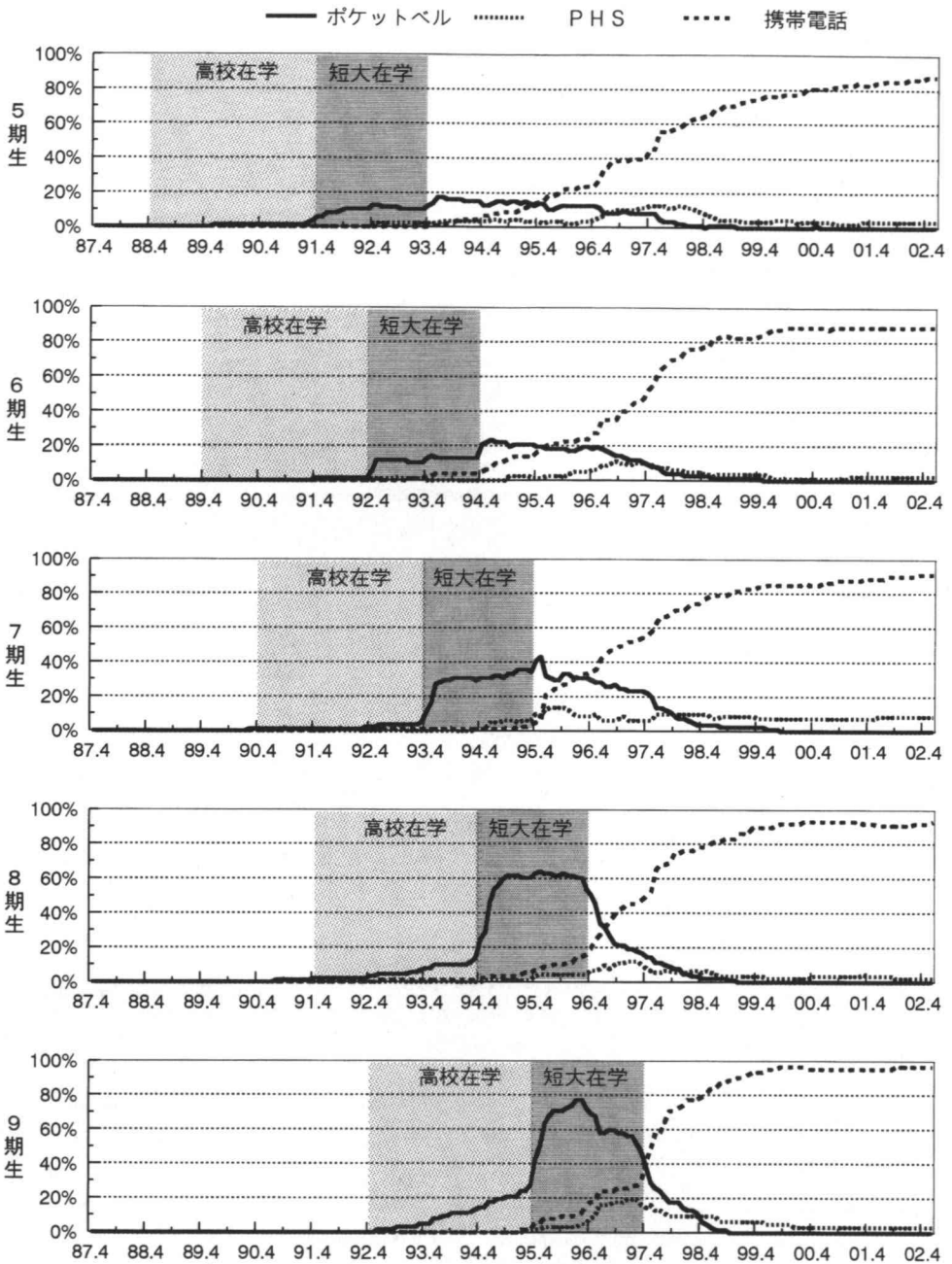


図3 期生別の移動体通信の所有率の推移 (その2)

ポケベル利用経験者が4割程度である5～6期生は、第1次ポケベルブームと短大在学期間が重なるが、ブームが女子高校生中心だったからか、短大時代の所有率の増加は鈍く、その所有率のピークは、むしろ短大卒業直後となっている。このピークの持ち越しは7期生にも見られる。ただし、5～6期生のポケベル所有率は7期生以降ほど高いわけではなく、2割程度である。

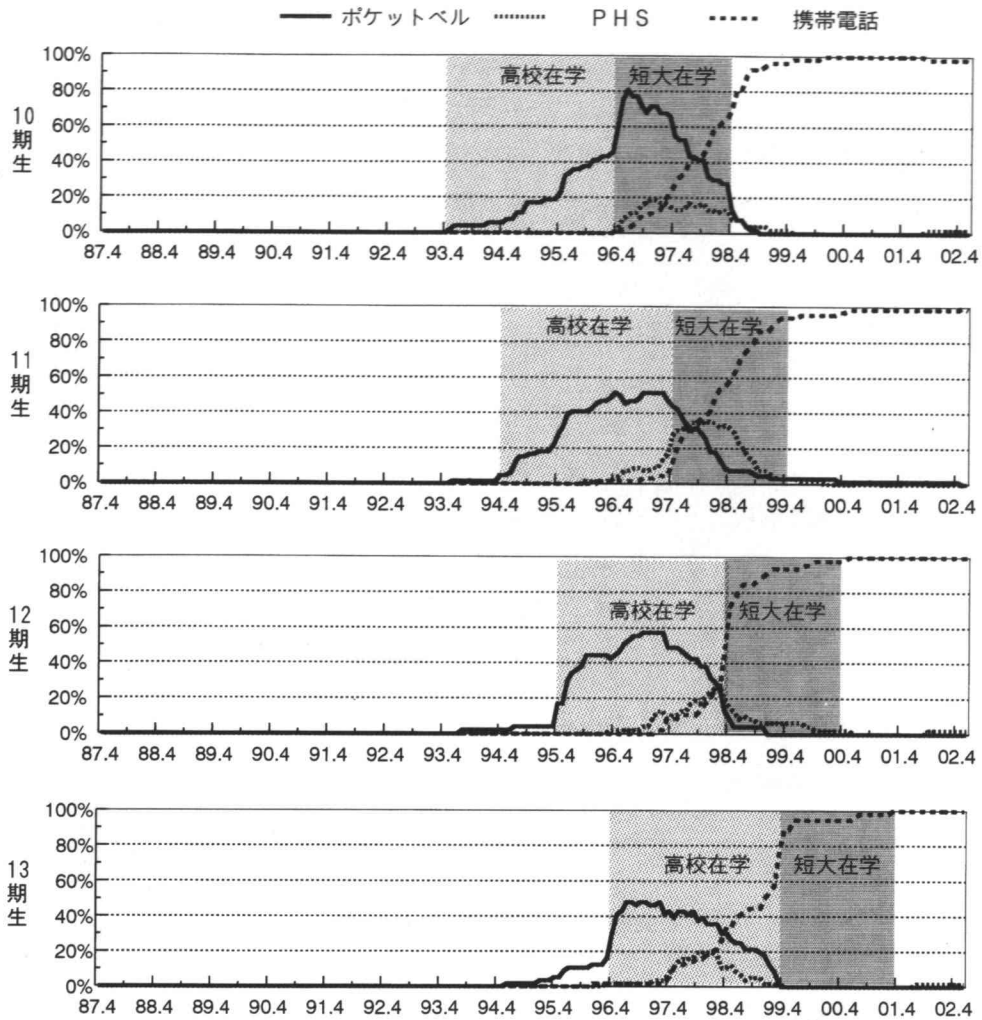


図4 期生別の移動体通信の所有率の推移（その3）

ポケベルの利用経験率が6割～9割と非常に高い7期生以降では、その所有率の推移によって、さらに2つのグループに区分できる。一つ目は、7期生～10期生であり、短大在学中に第2次ポケベルブームを経験し、4割から8割という所有率のピークを迎え、卒業後、ないしは短大在学中から、PHS・携帯電話へと移行していったグループである（7期生のポケベル所有率のピークは前述のように短大卒業直後までずれこんでいる）。二つ目のグループは11期生～13期生であり、高校時代に第2次ポケベルブームを経験し、所有率のピークを迎えたものの、高校在学中からPHS・携帯電話への移行が始まり、短大在学中に携帯電話の所有率がほぼ100%に達したグループである。

以上のように、対象者の移動体通信メディアの利用経験は、その在学時期によってかなり明確な特徴をもつ。とくにポケベルの利用時期に注目すると、対象者は次のような群（世代）に分けることができる。

- 1 期生～4 期生：「未経験」世代：ポケベル未経験
- 5 期生～6 期生：「卒業後」世代：短大卒業後にポケベルを経験
- 7 期生～10期生：「短大」世代：短大時代にポケベルを経験
- 11期生～13期生：「高校」世代：高校時代にポケベルを経験

以下の分析は、ポケベルの利用経験に基づく、これらの世代間の比較を中心にして行うこととする。

2. ポケベルの利用時期(世代)と携帯電話利用の現状

携帯電話またはPHS（以後、まとめて「携帯電話」と呼ぶ）の所有率は1. での検討のように、すべての期生で8割を越しており、持っていない方が珍しいほどの普及を示している。その利用の現状をポケベルの利用時期に基づく世代間で比較を行った。図5は、世代別に1日あたりの携帯電話利用を検討するために、通話およびメールについて受発信回数の平均値を求め図示したものである。それぞれ、世代を独立変数として一元配置の分散分析を行った。主効果が有意であった場合には引き続きHSD法による多重比較を行った。

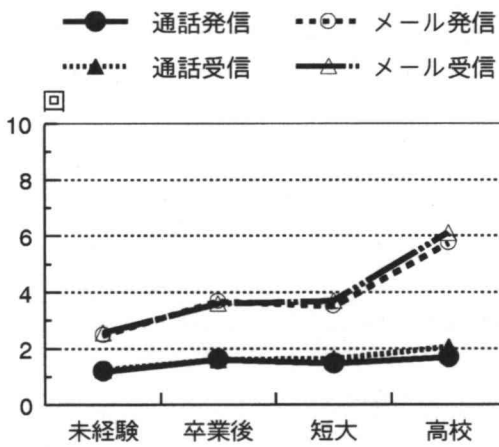


図5 世代別の携帯電話の通話・メール回数（1日あたり）

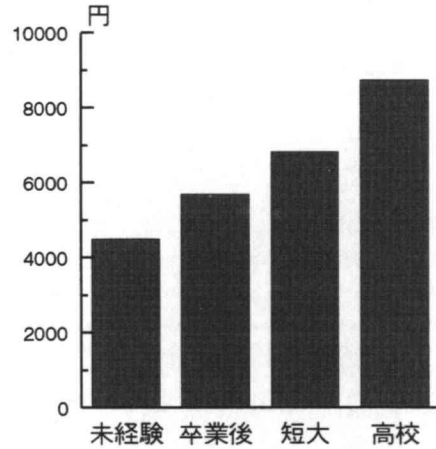


図6 世代別の携帯電話の利用料金（1か月）

図5から分かるように、いずれの世代においても明らかに通話による利用よりもメール利用の回数の方が多かった。世代間の比較では、ポケベルを高校時代に経験した「高校」世代のメール利用が受発信とももっとも多く、「未経験」世代の利用が少ないことが分かった（発信： $F(3,837)=16.54, p<.001$ ；受信： $F(3,832)=18.04, p<.001$ ）。通話でも同様の差は見られたが（発信： $F(3,837)=3.63, p<.05$ ；受信： $F(3,828)=5.32, p<.001$ ），メールほどの大きな差はなかった。

図6には、1か月あたりの携帯電話の利用料金の平均値を示した。世代が若くなるにつれて利用料金は高額となり、「高校」世代の利用料金は、「未経験」世代の約2倍の平均値を示している（ $F(3,830)=44.56, p<.001$ ）。

いずれの結果からも、若い世代ほど携帯電話利用が活発であることがわかった。

3. 最近半年間に交流のあった大学時代の友人の人数

最近半年間に交流のあった大学時代の友人の人数をメディアごとに尋ねた平均値を世代別に示したのが図7である。それぞれ、世代を独立変数として一元配置の分散分析を行った。主効果が有意であった場合には引き続きHSD法による多重比較を行った。

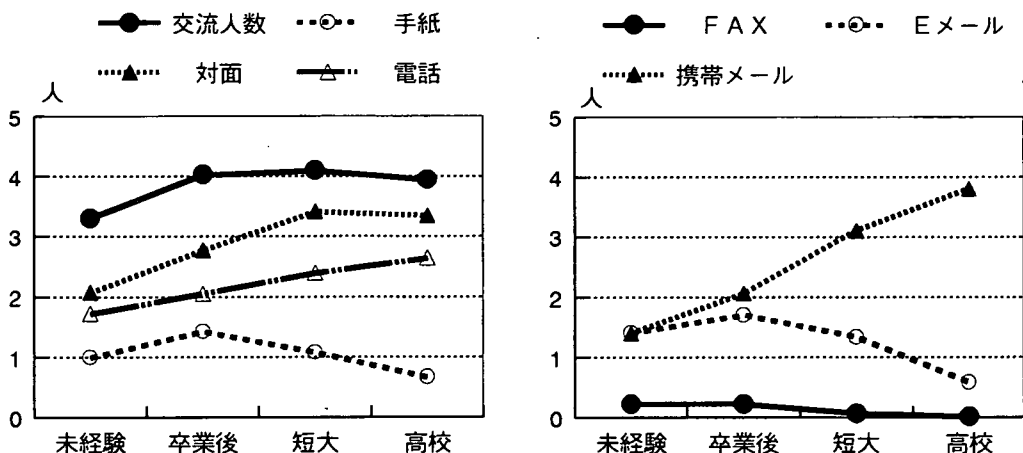


図7 メディアごとの世代別交流人数 (最近半年間)

図中交流人数とあるのは、最近半年間に交流のあった人物について10人までという制限のもとで、一人一人の交流状況を尋ねた設問への記入人数の平均値である(次項で分析を行う)。大学時代の友人との交流は、さまざまなメディア(単一とは限らない)を介して行われるが、この交流人数は、重複を除いて交流のあった実質の人数だと考えてよい。ポケベルを未経験の世代でやや少ないものの($F(3,893)=34.65, p<.001$)、一貫して4人程度の平均値を示しており、卒業後の時間経過にしたがって直線的に減少しているわけではないことがわかる。

メディアごとの交流人数を見てみると、対面($F(3,900)=14.30, p<.001$)、電話(固定・携帯の両方を含む $F(3,900)=8.61, p<.001$)、携帯メール($F(3,899)=41.30, p<.001$)については、若い世代ほど多くの人と交流が見られる。特に携帯メールではその傾向が強い。逆に手紙($F(3,899)=5.27, p<.01$)、Eメール($F(3,899)=10.47, p<.001$)では、もっとも若い世代である、「高校」世代で交流人数が少なくなっている。FAXでも「短大」「高校」世代で交流人数が少ない傾向が見られるが($F(3,897)=10.55, p<.001$)、そもそも利用頻度が少ない。

4. もっとも親しかった友人との最近半年間の交流

前項の交流状況は、各メディアを用いた交流の人数を尋ねたものであり、いわば、交流の広がりを検討したものといえよう。ここでは、学生時代にもっとも親しかった友人との交流を取り上げ、対象者にとってもっとも重要であった人物との交流の現状を検討する。

現状については、対面を含む6種類のメディアを使ったこの半年間での交流回数を尋ねた。対面以外の5種類のメディアは発信・受信を分けて尋ねたが、回数はほとんど同じであったの

で、ここでは発信のみの分析結果を報告する。メディアによってかなり交流回数が異なるので、まず、そのメディアを使った交流のあった比率のみを世代別に示したのが図8である。また、世代によって各メディアの利用率が異なるかどうかを χ^2 検定によって検討した結果を表3に示した。

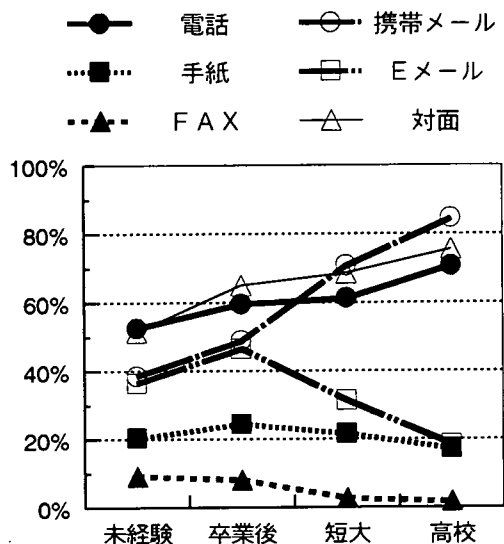


表3 各メディアの利用率の χ^2 検定結果

メディア	χ^2 値	d.f.	有意性
対面	30.98	3	***
電話	14.31	3	**
手紙	2.85	3	n.s.
FAX	18.00	3	***
携帯メール	116.05	3	***
Eメール	32.20	3	***

*** p<.001 ** p<.01

図8 もっとも親しい友人との交流における世代別メディア利用率(最近半年間)

対面、電話、携帯メールでは、若い世代ほど利用率が高いことがわかった。とくに携帯メールは世代間での差が大きい。Eメール、FAXでは、逆に上の世代ほど利用率が高く、若い世代では利用率が低くなる。ただし、FAXは利用率そのものがかなり低い。入力端末は異なるが同じメールである携帯メールとEメールは、「未経験」世代と「卒業後」世代では利用率が拮抗しているが、「短大」世代、「高校」世代では携帯メールの利用率が上昇している分Eメールの利用率が低くなっている。

次に、比較的利用率の高い対面、電話、携帯メール、Eメールについて、その利用回数の内訳を示したのが図9である。

いずれのメディアの場合も、利用回数の分散は大きく、10回を超える最頻カテゴリーに属する者がかなり見られる。とくに携帯メールでは、そのように頻繁に交流をしている者の比率が多い。また、全体としての利用率はそれほど高くないものの、Eメールを利用する者の中では交流回数の頻繁な者が多い。なお、交流回数の設問に対しては「数え切れないほどたくさん」のような回答がかなりあり、それらは最頻カテゴリーに属するものとして集計してある。

5. 交流のあった友人を単位としたメディア利用状況

本調査では、調査までの半年間の間に、何らかの交流のあった学生時代の友人について10人までという制限のもとで、一人一人の交流状況を尋ねた。この設問で回答のあった友人の数は約 3,401人(対象者一人あたり 3.7人)であった。ここでは、回答された友人のデータ一人

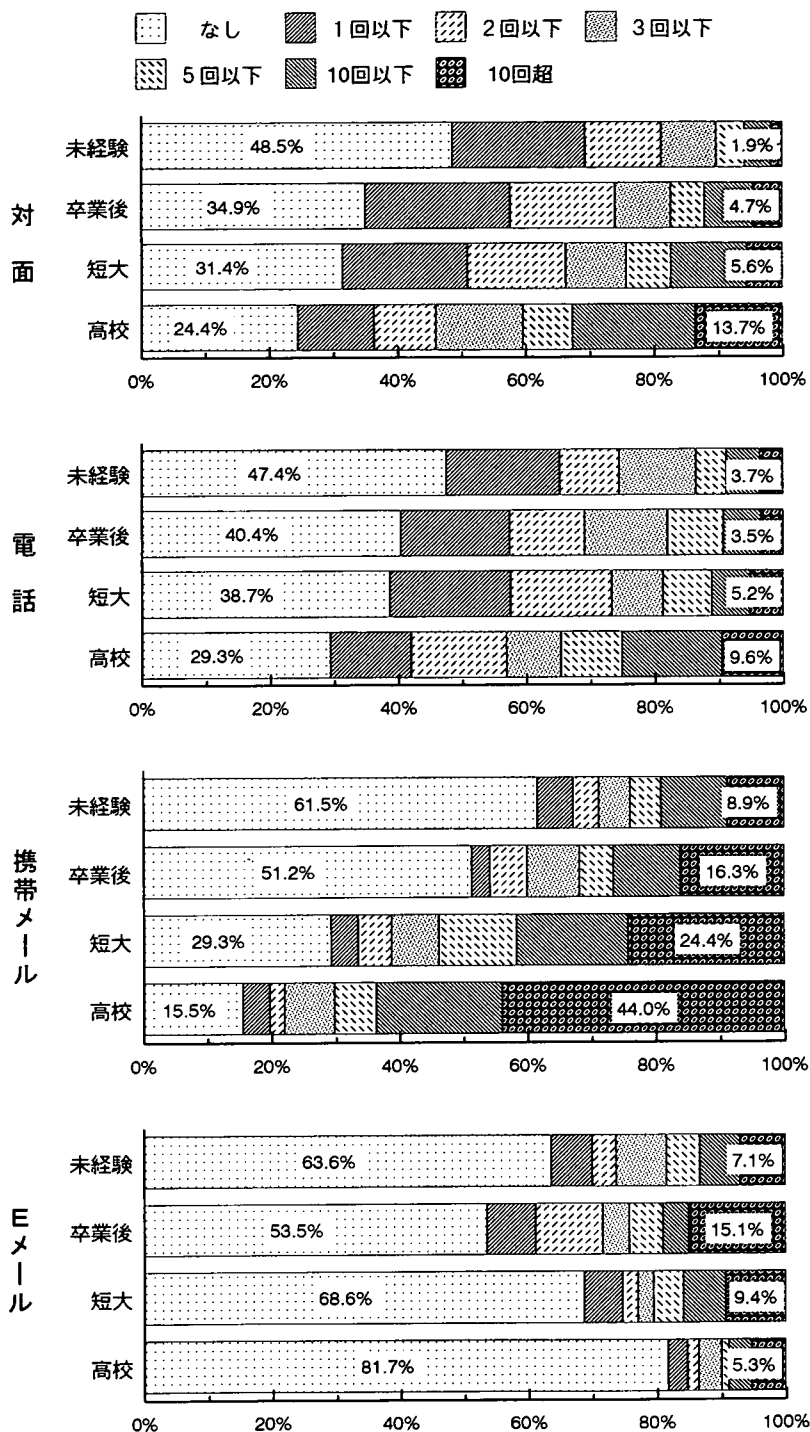


図9 もっとも親しい友人との交流における世代別メディア利用回数（最近半年間）

分を単位として分析することとする。これらのデータは、今回の調査の対象となった母集団の中で起こった2者間の交流を示すものとなる。ただし、同一のペアの交流をお互いが取り上

げ、結果として重複して取り上げられている可能性があるが、それは考慮しないこととする。

ここでは、前項までの分析で取り上げてきたポケベルの利用時期（世代）に加えて、交流のあった友人との物理的距離を要因として取り上げ、各メディアの利用に対する効果を検討した。各メディアの利用状況は、対面については、頻度による3件法、それ以外の6種類のメディアについては利用の有無を尋ねたので、上記の2要因の効果を同時に検討するには、厳密には対数線型モデル等を利用すべきである。しかし、これらの方法では結果が煩瑣になるため、 χ^2 検定を使って要因を1次元ずつ落とすとして分析を行った。具体的には、片方の要因のカテゴリごとに分析対象を限定し、もう片方の要因の効果を検討するという方法を採用した。その結果を示したのが表4である。この方法でも、実際の現象解析力はほとんど変わらないと言われている（田中,1996）。

表4 世代と友人との物理的距離がメディア利用に及ぼす効果の分析結果（ χ^2 値）

分析要因		ポケベルの利用時期(世代)の効果			友人との物理的距離の効果			
		友人との距離			ポケベル利用時期			
分析対象としたデータ		30分以内	1時間以内	1時間以上	未経験	卒業後	短大時代	高校時代
メ デ イ ア	対面	21.29**	35.08***	84.37***	96.67***	48.86***	134.90***	42.38***
	電話	74.80***	102.79***	168.00***	26.93***	5.93	0.49	4.51
	携帯電話	45.49***	69.50***	180.72***	29.84***	17.26***	39.08***	13.15***
	携帯メール	43.73***	165.54***	333.40***	7.74*	7.00*	22.95***	0.89
	手紙	2.04	30.45***	45.68***	18.56***	4.43	5.06	9.40**
	FAX	12.62**	43.68***	36.52***	4.99	5.33	0.60	2.63
	Eメール	8.38*	77.22***	152.85***	2.99	2.21	2.48	7.97*

*** p<.001 ** p<.01 * p<.05

上記の2要因のカテゴリ別の各メディアの利用状況を図10に示した。これらの結果にしたがって、各メディアの利用状況を検討していく。

まず、対面では、「よく会う」「たまに会う」「ほとんど会わない」の3件法で設問した。図10では、「よく会う」および「よく会う+たまに会う」の比率を示してある。 χ^2 検定の結果から分かるように、対面の状況にはポケベルの利用時期（世代）と友人との距離が相乗効果をもっており、若い世代ほど、そして友人との距離が近いほど、頻繁にあっていくことが分かる。逆に言うと、卒業後時間がたつほど、そして友人との距離が遠いほど、会う機会が少なくなるということである。

対面以外のメディアの中で、若い世代ほど利用比率が多い傾向を見せたのは、携帯電話による通話とメールである。どの世代でも、通話、メールとも友人との距離が遠くなるほど利用率が低下する傾向が見られるが、「高校」世代のみは、携帯メールを友人との距離に関わりなく利用している。

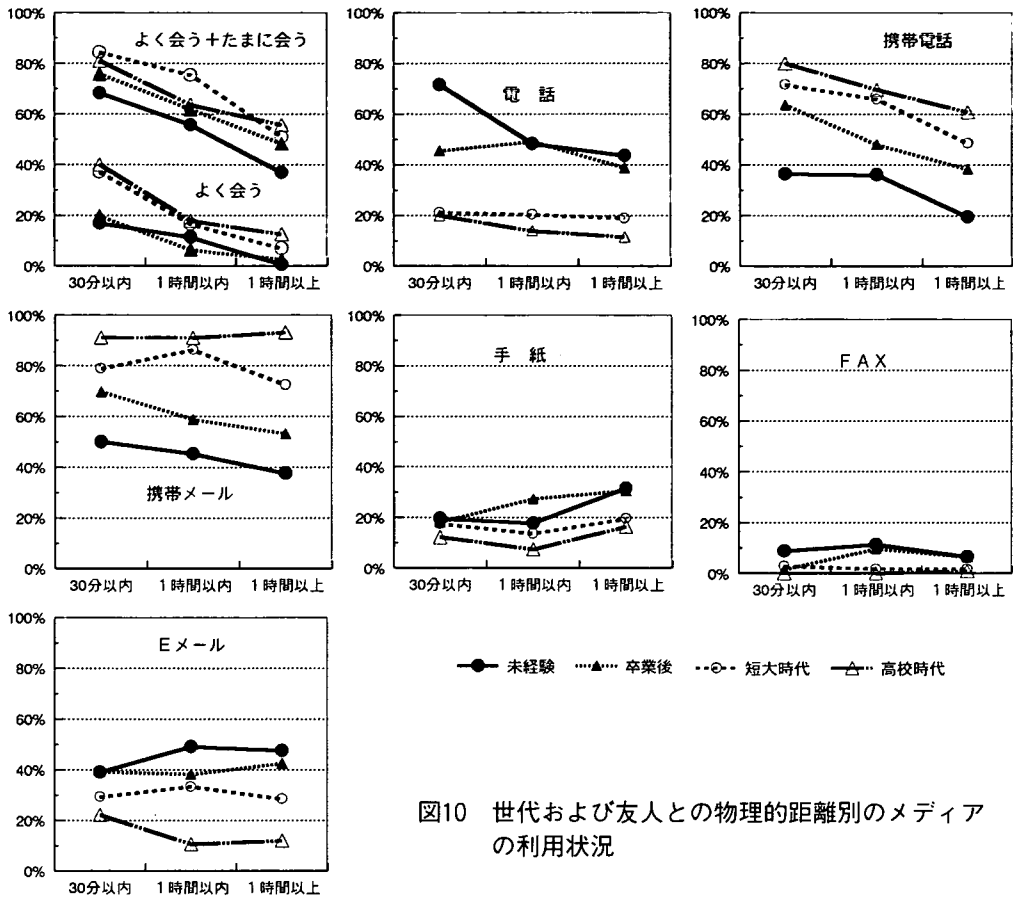


図10 世代および友人との物理的距離別のメディアの利用状況

携帯電話による通話とメールとは逆に、上の世代ほど利用率が多いのは、通常の電話による通話とEメールである。通常の電話による通話は、若い世代では距離による違いが見られないが、「未経験」世代では30分以内の距離にいる友人との利用率が多い。Eメールでは逆に、利用率の高い上の世代では距離による違いがみられないが、「高校」世代では30分以内の距離にいる友人との利用率が多い。

残りの手紙とFAXについては、全体的な利用頻度が少ないが、いずれも上の世代ほど利用率が高い傾向が見られる。手紙では、他のメディアと異なって、1時間以上の遠い距離にいる友人との間で利用率が高くなる傾向が見られる。FAXには、距離による利用率の違いは見られない。

考 察

本稿では、学生から社会人へという環境移行に注目し、学生時代の友人関係が各種のメディアを利用して、どのように維持されているのかを検討してきた。その結果、高校・短大の学生時代にポケベル全盛期を経験したかどうかによって、学生時代の友人との交流における各種の

メディアの利用状況が大きく異なることがわかった。

ポケベルは、個人と個人を直接つなぐという真の意味でのパーソナルメディアの元祖として位置づけられており(宮田ら,1997), それを利用して行われた友人間での頻繁なメッセージのやりとりが現在における携帯メールの隆盛につながっていると言われている。

放っておけば切れてしまう関係を容易につなぐことのできる特性を生かして、学生時代の友人との交流に携帯メールを利用する傾向は、若い世代、とくに高校・短大時代にポケベル利用を経験した者に多く見られる。しかしその利用は、ポケベルを卒業後に経験した世代および未経験の世代にも広がっている。ただし、これら上の世代では図8に見られるように、学生時代もっとも親しかった友人との交流では携帯メールとEメールの利用が拮抗しており、友人単位での分析(図10参照)では、携帯メールは物理的距離が短いほど利用が多いが、Eメールは距離に関わりなく用いられる傾向がある。すべての世代で携帯電話の所有率が8割以上であることを考えあわせると、若い世代では学生時代の友人との交流の手段を携帯メールに集中させているが、上の世代では、距離の近い、したがって対面することも多い友人とは、簡単なメッセージの交換を携帯メールで行うことも多いが、少しまとまった思いを伝えたい時にはEメールを使う、というように同じメールでも使い分けがなされていると思われる。

通常の電話、FAX、手紙というオールド・メディアは、電話を除いて利用頻度は少ないものの、上の世代において利用率が高い。短大卒業後の時間経過にしたがって、交流人数が直線的に減っていくという通常予測される現象は、図7で見える限り必ずしも起こってはいない。これらを考え合わせると、若い世代が、携帯電話による通話とメールに交流手段を集中させている一方で、上の世代が古いメディアに加えて、新しいメディアをうまく組み合わせて利用している効果が現れていると考えてよいだろう。

最後に、本稿で注目したポケベルの利用時期に基づいた世代分けについて述べておきたい。世代という用語を利用しているように、分析結果で検討したような世代間の差は、ポケベルの利用経験あるいは利用時期のみの効果によるものではない。表2で期生別にいくつかの属性について内訳を示したが、分析で利用した世代別に集計し直すと表5のようになる。

表5 調査対象者の世代別属性の内訳

世代	有職率	既婚率	有子率
未経験(1~4期生)	44.6%	78.3%	63.8%
卒業後(5~6期生)	54.3%	70.1%	47.6%
短大(7~10期生)	75.5%	33.6%	20.6%
高校(11~13期生)	87.0%	5.9%	4.5%

ここからわかるように、現在30歳前後である「未経験」世代と「卒業後」世代では7割以上が結婚し、子育て期にある者も多い。それに対し、大学卒業後日の浅い「高校」世代では、まだほとんどの者が働いており、結婚している者は少ない。「短大」世代はこの両者の中間であ

る。このような家族の形成という新たな環境への移行は大学時代の友人との交流にも当然大きな影響を与えると思われる。したがって、今回行った世代間比較の分析結果には、ポケベルの利用経験・時期、卒業後の経過時間、ライフコース上での現在の位置等の効果が混在しており、これらの効果を分離して議論できていないことを断っておかねばならない。

本稿では、今回の調査の第一報として、おもに、対象者が学生時代を送った時期に注目して、現在における学生時代の友人との交流関係の現状を概括的に報告した。今後の分析としては、維持されている学生時代の友人関係に期待する役割といった質的な側面、あるいは、友人関係の維持に対する社会的スキルの効果などに注目していく予定である。

文 献

- 電気通信事業者協会 2002 携帯電話 /IP 接続サービス(携帯)/PHS/ 無線呼出し契約数
<http://www.tca.or.jp/>
- ガンパート 石丸正(訳) 1990 メディアの時代 新潮社 (Gumpert,G. 1987 Talking Tombstones and Other Tales of the Media Age. Oxford University Press)
- 橋元良明・是永論・石井健一・辻大介・中村功・森康俊 2000 携帯電話を中心とする通信メディア利用に関する調査研究 東京大学社会情報研究所調査研究紀要,14,83-192.
- 菊池章夫 1998 また／思いやりを科学する 川島書店
- 松田美佐 2001 パーソナルフォン, モバイルフォン, プライベートフォン 川浦康至・松田美佐(編) 携帯電話と社会生活 至文堂 現代のエスプリ, 405,126-138.
- 三上俊治・是永論・中村功・見城武秀・森康俊・柳沢花芽・森康子・関谷直也 2001 携帯電話・PHSの利用実態 2000 東京大学社会情報研究所調査研究紀要, 15,145-235.
- 南博文・山口修司 1992 大学生活への移行 山本多喜司・ワップナー, S. (編著) 人生移行の発達心理学 北大路書房 179-203.
- 南博文・山口修司・山本多喜司 1987 大学卒業に伴う人間-環境システムの再体制化に関する微視発達の研究(5) -卒業前後の対人ネットワークの変容 中国四国心理学会論文集, 20,42. 澤田ら(1992)で引用.
- 宮田英典・藤本憲一・岡田朋之・松田美佐・孝弘伯彦 1997 ポケベル・ケータイ主義 ジャストシステム
- 森田正隆・山崎明音・秋山彩・田口順子 1997 ポケベル-つぶやきとささやきのネットワーク- (未公刊) http://www.mamorita.com/cases/pb/report/000/pb_index.html
- 澤田英三・岡田猛・光富隆・山口修司・井上弥 1992 大学から職場への移行 山本多喜司・ワップナー, S. (編著) 人生移行の発達心理学 北大路書房 205-222.
- 下斗米淳 1999 対人関係の親密化過程における役割行動期待の変化に関する研究 専修人文論集, 64,1-32.
- 田中敏 1996 実践心理データ解析 新曜社
- 田中ゆかり 2001 大学生の携帯メール・コミュニケーション 日本語学, 20 (9),32-43.
- 和田実 2001 性, 物理的距離が新旧の同性友人関係に及ぼす影響 心理学研究,72 (3),186-194.