

# 学生のメディア接触調査

携帯電話のメディア化と情報リテラシー授業への影響

江戸川大学メディアコミュニケーション学部

マス・コミュニケーション学科 非常勤講師 谷川 正 継

## 1. はじめに

### 1.1 目的

情報リテラシー教育に携帯電話などのモバイル情報端末を組み込んでいくために、新しいメディアとしての携帯電話の影響を調査するのが本稿の目的である。従来のマスメディアの利用状況を比較しその傾向を探る。

### 1.2 背景

平成 15 年より高校での「情報」の授業が必須化された。その結果、平成 21 年現在大学において新入生のほとんどはワープロや表計算などの授業を情報リテラシーとして受けた経験がある。しかし必須なのは 1 年生の時だけで、他の学年ではパソコンに触れないという高校生も多く、しっかりとしたスキルが身に付いていると言い難い学生も多く見られる。

一方で多くの学生が低学年の頃から携帯電話や PHS (以下携帯電話) を利用しており、その利用については習熟しているように思われる。

江戸川大学では、1990 年の開学より新入生全員にノートパソコンを貸与し、授業や課題作成に活用するなど、パソコンの利用を想定した情報リテラシー教育に力を入れているが、近年では学内サービスの携帯電話対応も進んでいる。携帯電話の処理能力の向上や画面の巨大化もあり、多くの Web サービスが携帯電話だけでも利用可能である。携帯電話の高機能化と各種サービスのクラウドコンピューティング化は、携帯電話とパソコン

の間にあった明確な役割分担を曖昧にしつつある。

その一方で、携帯電話は常に利用者の手の届くところにあり、パソコンとは違った利用のされかたをしている。携帯電話は既に対一の通信のための機器ではなく、新しい一つのメディアとして捉えるべきだと考える。

今後パソコンだけではなく携帯電話もしくはそれに近いモバイル端末の利用を組み込んだ情報リテラシー教育を構想する際に、新しいメディアとしての携帯電話の影響を調べる必要があると思われる。

### 1.3 調査方法

メディアコミュニケーション学部情報文化学科の学生 24 人を対象にアンケート調査を行った。Google ドキュメントの「Form」を利用してアンケートを作成し、対象学生のメールアドレスに送付した。学生はメールに掲載された URL から Web 上のアンケートにアクセスし、回答する。その際、学内アカウントでのログインを必要にすることで、重複無く集計する事が出来た。ライブフォームを開く事でアンケートの集計結果はリアルタイムにグラフで見る事が出来る。

メディア接触到影響を与える可能性がある要素として、ライフスタイル、通信の頻度とその種類および携帯電話の料金プランを調べた。アンケートの内容は、付録として稿末に掲げる。

## 2. 結果と考察

主なニュースや話題の源および各通信手段の利用頻度について、全体の平均は表1と図1、図2にまとめた。

学生の主な話題源はWebサイトとテレビである。

表1 全体の平均

利用頻度の高いメディア (複数選択可)		通信手段 (1=全く使わない～ 5=よく使う)	
メディア	パーセント	通信手段	平均
Web サイト	83.3%	携帯電話	4.4
テレビ	75.0%	固定電話	1.9
新聞	16.7%	携帯メール	4.3
雑誌	29.2%	PCメール	2.0
広告	8.3%	Web ページ	3.7
口コミ	37.5%		

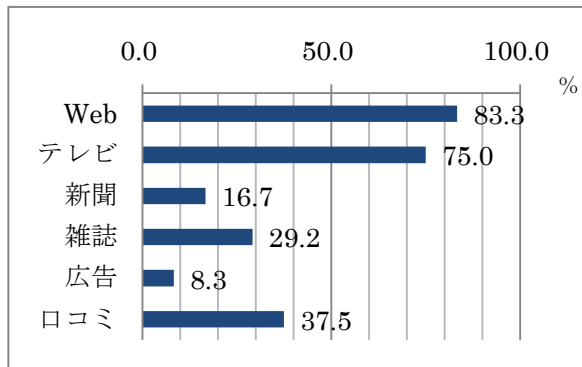


図1 利用頻度の高いメディア

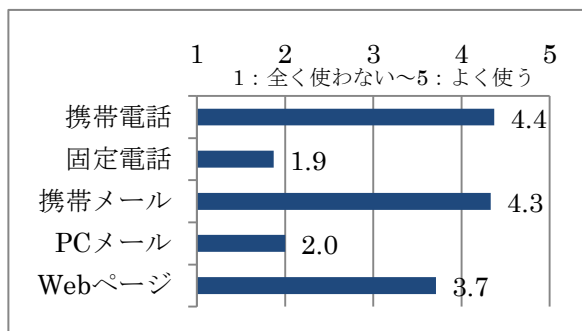


図2 通信手段の利用頻度

ることが分かる。新聞や広告を話題源にすることは少なく、雑誌や口コミは3割から4割弱の学生しか話題源として利用していない。

通信手段としては圧倒的に携帯電話および携帯メールの利用頻度が高い。mixiや掲示板といったWebページよりも高く、携帯電話の依存度の高さが分かる。

PCからのメールは、家にある固定電話と同程度に使われていない。連絡手段として、PCを立ち上げてメールを打つぐらいならば、手元の携帯電話から利用することを好むと想像される。江戸川大学では、大学配付のメールアドレスはWebメールであるGmailと統合しているためにWebページから利用が多いと思われる。PCメールの利用が少ないということは、PCでのWebの利用自体も少ないと考えられる。今回アンケートとして区別してはいないが、Webページ利用の多くは携帯電話からではないかと想像される。

### 2.2 通学時間

次に上記のデータを通学時間で二分し比較した。設問の選択肢は「10分以内」「30分以内」「1時間以内」「2時間以内」「その他」の5項目用意したが、これを30分以内の8人とそれ以上の16人に分けた。その結果を表2と表3にまとめた。

表2 通学時間による比較1

メディア	30分以内	それ以上
	パーセント	パーセント
Web サイト	100.0%	75.0%
テレビ	62.5%	81.3%
新聞	0.0%	25.0%
雑誌	62.5%	12.5%
広告	25.0%	0.0%
口コミ	12.5%	50.0%

表3 通学時間による比較2

	30分以内	それ以上
通信手段	平均	平均
携帯電話	4.5	4.3
固定電話	1.6	2
携帯メール	4.5	4.3
PCメール	2.4	1.8
Webページ	4.3	3.4

表2の話題源としてのメディアについて比べたところ、30分以上通学時間がかかる学生の方が、新聞とテレビ、そしてロコミをより多く利用している。またWebサイトとテレビの利用率について逆転がみられ、Webサイトよりもテレビを話題源としていることが分かった。これは、通学中はWebよりもワンセグ機能でテレビ視聴をしているのではないかと推測される。今回は区別していなかったが、次回以降は据え置き型のテレビと持ち歩くワンセグテレビの視聴は区別するべきである。

表3の通信手段の使用頻度においては、通学時間30分以内の学生は、固定電話をほとんど使わない代わりに、そうでない学生に比べて、他の通信の利用頻度はより高い傾向にある。

### 2.3 Web 利用頻度

次に通信手段としてのWebページの利用頻度の多少で比較を行った。利用頻度の項目は「1全く使わない～5よく使う」の5段階評価だが、5と4を選んだ15人を「Web利用多」とし、それ以外を選んだ9人を「Web利用少」として分け、表4と表5にまとめた。

最も特徴的なのは、新聞を主な話題源として利用している比率である。Webページの利用の多い学生は新聞を話題源として使う率は低いが、逆にWeb利用の少ない学生は利用率が高い。話題源としてはWebと新聞は排他的な傾向があると言え

る。

またWeb利用の少ない学生は、多い学生に比べて全般的に通信の利用頻度が低い。

表4 Webの利用頻度で比較1

	Web利用多	Web利用少
メディア	パーセント	パーセント
Webサイト	86.7%	77.8%
テレビ	73.3%	77.8%
新聞	6.7%	33.3%
雑誌	33.3%	22.2%
広告	13.3%	0.0%
ロコミ	26.7%	55.6%

表5 Webの利用頻度で比較2

	Web利用多	Web利用少
通信手段	平均	平均
携帯電話	4.5	4.1
固定電話	2.0	1.7
携帯メール	4.5	4.0
PCメール	2.3	1.4
Webページ	4.8	1.9

### 2.4 コミュニケーション頻度

メールや電話などでその場にはいない友人とコミュニケーションを取る頻度で比較する。自分から発信する回数で分類した。選択肢は「1日50回以上」「1日20回以上50回未満」「1日5回以上20回未満」「1日5回未満」「1週間で数回」「その他」を用意した。「1日5回未満」より少ない13人をコミュニケーション少ないグループ(以下コミュ少)、1日5回以上コミュニケーションがある11人をコミュニケーション多いグループ(コミュ多)として分類し、表6と表7にまとめた。

表6 コミュニケーション量で比較1

	コミュ多	コミュ少
メディア	パーセント	パーセント
Web サイト	81.8%	84.6%
テレビ	63.6%	84.6%
新聞	9.1%	23.1%
雑誌	18.2%	38.5%
広告	0.0%	15.4%
口コミ	36.4%	38.5%

表7 コミュニケーション量で比較2

	コミュ多	コミュ少
通信手段	平均	平均
携帯電話	4.5	4.3
固定電話	1.9	1.9
携帯メール	4.3	4.4
PC メール	2.4	1.7
Web ページ	4.5	3.1

メールや電話など、その場にはいない友人へのコミュニケーションが多い学生は、メディアの利用率が全般的に下がる傾向がある。コミュニケーションを多く取っている間柄だと、あえてメディアから話題を探す必要がないのか、それともコミュニケーションに時間が取られてしまってメディアから話題を入手する時間がないのか、現時点では判断が出来ない。

通信手段の利用頻度に関してはあまり大きな差はないが、コミュニケーション頻度の高い学生の方が、PC メールと Web ページの利用頻度が若干高いと言える。

## 2.5 携帯の料金プラン

学生の携帯電話の料金プランの選択状況は表 8 にまとめた。料金プランは複数のオプションをつけることができたり、各社によって定義が異なっ

ていたりするが、利用の仕方に大きな差が出ると思われる、「パケット定額」「通話定額」「基本料金が安いプラン」の3つのどれを選びまたは組み合わせているかを調査した。

「パケット定額」とは、そのほとんどが 4000 円～5000 円でパケット代の上限を設定したもので、一定以上ネットやメールを利用するユーザにとっては得をするプランである。

「通話定額」は特定の条件を満たした相手であれば（同じ電話会社・家族・友人指定など）、追加の電話代がかからずに通話出来るプランである。

「基本料金が安いプラン」は、ネットやメール、通話をしない限り基本料金が安いので月々の維持費は安く押さえられるが、通話料金やパケット代金は高めに設定されているので、積極的に利用しようとする逆利用料が高くなるプランである。

表8 料金プラン

料金プラン（複数選択有）	パーセント
パケット定額	87.5%
通話定額	12.5%
基本料が安いプラン	12.5%
分からない	4.2%

多くの学生がパケット定額のプランを選択している。10 年近く江戸川大学の Web サイトを管理している著者の経験上も、数年前はポータルサイトやスクールバスの時刻表など便利なサービスを携帯電話向けサイトに載せているとパケット代がかさむという意見も聞かれたが、最近はそのような意見が聞かなくなっていた。調査対象が ICT と語学を中心に学ぶ情報文化学科の学生であり、若干高目の数値が出る可能性を考慮しても、全体としてのパケット定額プランの選択率はかなり高いのではないかとと思われる。

また今回の調査では、自宅（もしくは自室）のネット回線保有率は 100%であり、携帯電話で利用しない学生も自宅から PC でネットを利用する

ことは可能である。パケット量を減らすための過度な容量制限をするよりは使いやすさを優先した画面構成をした方が良いと思われる。

一方通話定額を導入している学生は少ない。平成 17 年の時点で、韓国や台湾などでの携帯電話の利用状況と比較して、日本でのメールへの偏向は指摘されている<sup>10)</sup>が、これは料金プランによる影響も大きいと思われる。当時、通話定額プランはないがパケット定額は始まっていた。その頃からメールでやり取りをした方が安上がりだという状況が長く続いていたため、日本でのメール中心のコミュニケーション傾向が固定されたと考えられる。

### 3. まとめ

通学時間の差によって生じている行動の違いの原因は、今回の調査では判別できない。しかし話題源としての Web サイトとテレビの比率が逆転するなど、他の項目で比較した時に比べ、特殊な数値が出ていることを考えると、より詳しい調査が必要である。携帯電話に搭載されている機能を分類し、それらをどのように使っているのか調べる必要があると思われる。

情報源として Web サイトを多用している学生は新聞の利用率が少なく、これらは排他的な利用

状況にあることが分かった。情報源として Web サイトを多く利用している学生にもっと新聞を読めというのは、メディア接触時間が有限である以上難しいことではないかと思われる。それよりは、新聞を読むことで期待された教育効果や情報収集の技術を、Web サイトの利用にどの様に適合させるか工夫するのが効率的と思われる。

コミュニケーションを多くとっている学生は、Web ページや PC メール利用率が高かった。全学生にノートパソコンを配付しパソコンのスキルを定着させたい江戸川大学としては、まずは学生間のコミュニケーションを活発化させることがその一歩になると思われる。

### 謝辞

この論文を書くにあたって、高田正之氏、橋本空氏、木村文香氏、高橋恵美氏に多くの助言をいただきました。ここでお礼を申し上げます

### <参考文献>

- (1) 林香織：「日韓台の携帯、インターネット利用比較調査の結果」

## 参考資料

※各通信手段の利用頻度の 1~5 の順は、より分かりやすく表現するため本文中では逆転して表示している。

### メディア利用調査

学生のコミュニケーション方法についての調査です。

このフォームを送信すると、ユーザー名(masata@nlogawa-u.ac.jp)が記録されます。masataでない場合は自己記入してください。  
\*必須

生活スタイルは以下のどれですか？\*

自宅  
 独り暮らし  
 寮  
 その他:

主な通学方法は？\*

徒歩  
 自転車等之二輪  
 電車  
 タクシー  
 その他:

通学時間は何分以内ですか？\*

※途中や目的地までの場合は大学まで、乗車の場合は到着口駅までの時間。

10分以内  
 30分以内  
 45分以内  
 1時間以内  
 その他:

自宅のネットワーク環境\*

下記のいずれかの項目は「自宅」と読み替えてください。

デイタルアップ  
 ADSL  
 光ファイバー  
 ケーブルモデム  
 イーモトイル、WILLCOMなどのモバイル通信  
 購入していない  
 その他:

その他にない友達とのコミュニケーションや連絡の頻度(平均)はどのくらいですか？\*

※1日から複数回まで回答可能です。

1日1回以上  
 1日2回以上5回未満  
 1日5回以上10回未満  
 1日10回未満  
 1週間1回  
 その他:

携帯電話-PHS\*

他のケータイとの比較で選んでください。

1 2 3 4 5

よく使う      よく使わない

---

固定電話\*

1 2 3 4 5

よく使う      よく使わない

---

メール(携帯-PHS)\*

1 2 3 4 5

よく使う      よく使わない

---

メール(PC)\*

1 2 3 4 5

よく使う      よく使わない

---

Web(スマホ表示版など)\*

1 2 3 4 5

よく使う      よく使わない

---

その他

1 2 3 4 5

よく使う      よく使わない

---

その他

「その他」を選択した人はその理由を記入してください。

---

携帯電話-PHSの料金プランについて\*

住所別で可算。

パケット定額プラン(1ヶ月定額など)  
 通話定額プラン(ワイコム定額プランやたどもなど)  
 とにかく基本料が安いプラン  
 携帯電話-PHSを持っていない  
 その他:

---

主なニュースや情報の源は何ですか？\*

住所別で可算。同じ利用頻度が多ければ複数回答可。

テレビ  
 雑誌  
 新聞(紙)  
 Webサイト  
 広告(電車内広告やポスターなど)  
 口コミ  
 その他:

Powered by Googleドキュメント  
[Report Abuse](#) - [利用規約](#) - [ご意見](#)