# つながり形成における SNS の役割の地域差

研究代表者 天 笠 邦 一 昭和女子大学 人間社会学部 現代教養学科 准教授

#### 1 研究目的

本研究は、現代の日本社会における日常生活の中で、遍く欠かせない道具となった、スマートフォンをはじめとするモバイルメディアと、そのキラーコンテンツとして確固たる地位を築いたソーシャルメディア利用の「地域差」について、個人が持つ「サポート・ネットワーク」との関係の中で理解を目指すものである。モバイル/ソーシャルメディアは、その普及から 10 年余りの間に急速に普及し、日本全国どの地域においても、日常生活をマネージメントする上で欠かせない道具となっている。特に若い世代において、スマートフォンの利用率は平成 28 年度の全国調査で 20 代は 92.4%, 30 代は 87.4%と非常に高い数字を示している。(総務省 2017)

しかし、同じ道具が普及したとしても、それがすべての地域で同じように使われているとは限らない。木暮(2015)は、地域毎のスマートフォンの普及に、地域における主要な産業形態や通勤手段などが関わっていることを指摘している。この事実は、モバイル/ソーシャルメディアの「利用目的」や「役割」が地域毎に異なるという仮説に、一定の合理性を持たせている。特に現実的な意味で個人の生活を支えるつながりである「サポート・ネットワーク」の形成と、モバイル・ソーシャルメディアがどのように関わっているかについては、注意深い吟味が必要だ。なぜなら、一般的に都市度が高いほど豊富だと考えられる、個人が社会的ネットワーク以外から獲得できる社会的資源により、サポート・ネットワークの役割は変化すると考えられ、必然的にそれをマネージメントするモバイル/ソーシャルメディアの利用形態にも影響が及ぶと考えられるからだ。

本研究では、この問題意識に基づき、特に日常生活において多くの社会的資源が必要になり、メディアの利用も盛んだと考えられる「子育て期」に着目する。そして、その「サポート・ネットワーク」の形態と、モバイル・ソーシャルメディアの利用との関係性の地域差について、性別や未既婚・子どもの有無の比較調査を通した分析を行う。

#### 2 先行研究の状況

本研究調査における先行研究については2つの流れがある。1つ目の流れが、フィッシャー(1982=2003)の流れを組む、都市におけるパーソナル・ネットワークとその社会的役割に関する研究。2つ目の流れが、子育てという社会的実践を前提にした、サポート・ネットワークとしての社会的ネットワークに関する研究である。

1 つ目の流れであるパーソナル・ネットワークの社会的役割に関する研究については、国内では野沢慎司が先駆的な取り組みを見せてきた。野沢が行った都市度の異なる 2 地域でのパーソナル・ネットワークの形質と機能の差異に関する研究(1995)は、本論の問題意識に通底するものである。この研究の流れを組み、都市度のグラデーションの中でパーソナル・ネットワークの形質をとらえたものに上述した原田謙らの議論がある。また、メディアの利用とパーソナル・ネットワークとの関連については、辻(2010)や岩田(2014)の議論が、特に若者に特化したものであるが、友人関係の「多層化/重層化」を指摘しており、興味深いものとなっている。また、当時とはメディアを取り巻く環境が変わってしまっているが、地域によるメディア利用とパーソナル・ネットワークの関係性を論じたものに宮田(2006)がある。

2 つ目の流れである子育てにおけるサポート・ネットワークに関する研究としては、支援元としてのネットワークに初めて注目した関井ら(1991)に始まり、働く母親たちのパーソナル・ネットワークに着目した 久保(2001)らの研究がある。近年では、これらの研究を総括した松田茂樹(2008)の分析が優れた業績となっている。

しかし、これらの論点を合わせた子育で期におけるサポート・ネットワークの形質とメディアの利用との 関係を論じた研究は少なく、研究代表者が先駆的に行ってきた研究テーマである。本研究は、この優位性を 活かし、調査・分析を行っていく。

#### 3 研究のフレームワーク

上述した研究目的と、先行研究の実施状況を踏まえ、第1段階として、テーマの個別具体的で詳細な理解を目指す質的調査のプロセスを実施し、第2段階として、その知見を活用し設定した仮説を証明する質的調査のプロセスを実施することとした。

第 1 段階目の質的調査のプロセスであるが、2018 年の 7 月~9 月を中心に、都市度の異なる地域に暮らす、生活者に対する準備的なフィールドワークとインタビュー調査を実施した。当初は、これらの質的調査は、主に質問紙調査でまとまったデータを収集するのが難しい過疎地域を中心に行う予定であった。実際の実施に当たっては、過疎地域を中心にすることは変わりがないが、比較することで、その理解を深めるために、都市部や郊外部においても調査を実施した。

このフィールド調査では、機縁法を中心として協力者を募り、その協力者が実際に生活や生計を営む自宅や職場を訪問し、その場を観察・記録した。更に、協力者にインタビューを行い、1)基本的な生活・仕事の様子。2)生活の中で関与する人々との関係・ネットワーク。3)メディアの利用(LINE や Twitter, Instagram, Facebook などの SNS を中心に)。4)協力者が日常生活で様々な行動の判断をする上で、基盤となっている社会に対する価値観や人生観。以上の4点を中心に明らかにしていった。インタビューの協力者となったのは、東京の都心部で1名、埼玉県を中心とした郊外部で2名、群馬県を中心とする内陸部の工業・農業地域で1名。新潟県の中越地方を中心とした過疎・伝統工芸地域で8名である。この第1段階の質的な調査においては、仮説を設定する上で、各地域の生活やネットワーク、メディアの利用に関するより厚みのある立体的な想像力を持てるようになるために、あえて世代・地域を絞り込まず調査を実施した。そして、調査対象から得られた知見を比較しつつ検討し、検証が必要な事項を、質問紙調査の設問に落とし込んでいった。

第二段階目の、量的な調査においては、第1段階目の質的調査における探索的な検証結果を活用し、現在は2019年3月に質問紙調査を実施した。具体的には、「基盤となる地域コミュニティの規模感」が、生活スタイルやメディアの利用に大きく関与していることが、興味深いポイントとして見えてきたため、この要素が具体的にメディア利用の頻度や、社会的ネットワークの形質などにどのように関与するのか、明らかにできるような質問紙の設計し、インターネット上の質問紙調査プラットフォームと協力者パネルを利用し、およそ3000サンプルに対して調査を実施した。調査の詳細については、下記に記述する。

### 4 実施調査の概要

#### 4-1 調査の概要

以下では、各地域ごとの SNS の利用と社会的紐帯の状況を調べるために実施した質問紙調査の概要について記述する。

#### (1)調査対象

まずは、調査対象について説明をしたい。本質問紙調査の調査対象となったのは、株式会社ジャストシステムが提供するオンライン質問紙調査のプラットフォーム「Fastask」に登録しているインターネットリサーチパネルである。この中で、1)年齢「25~39歳」、2)居住地「東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、茨城県、栃木県、群馬県、山梨県、長野県、新潟県(関東甲信越地方)」、以上2点の条件が合致するパネルに協力依頼メールを発送し、その中で協力の意思が確認できた協力者に対して、全 21 問の質問紙調査を実施した。その結果、3534 サンプルの回答を得た。更に回答内容を吟味し、本研究のコアとなる居住地の記載が不正確だったものなどを除いて、3014 サンプルの有効回答を得た。なお、年齢を 25~39 歳に制限したのは、就学年齢を終え、最も社会的にアクティブ (子育て世代を含む)な世代を調査対象としたかったからである。居住地に関しては、東京圏/関東地方を中心に調査を実施した、先行研究 (天笠 2018) の結果を考察に生かしたかった事、また、比較的人口密度が高くない地域のサンプルがインターネット調査では得られない傾向があることから、近接する県を加え (甲信越地方)、地域間のバランスをとることにした。

#### (2) 分析に用いる地域の枠組みについて

本研究は、SNS 利用者が居住する地域の特徴を、その SNS が作り出す社会的ネットワークと関連付けて 議論するものである。ゆえに、分析においては、地域の特徴を最も端的に表す指標が必要であるが、研究の 初期段階としては、この指標に先行研究を援用し「人口密度」を用いたい。人口密度は、行政上の市区町村の枠組みに縛られてしまい、協力者の生活圏の都市度を正確に表現するものではないが、合理的なコストの中で取得可能なデータの中では、最も居住地の特徴を効率よく表現する指標であると考え、これを分析の主軸に用いることとした。

より具体的には、各協力者の居住自治体の人口密度を用いて、協力者を以下の4つの地区に分けた。この分類においては、今回のサンプルがなるべく均等に4等分されること。そして、経験則的に生活スタイルが異なる地域が一緒の分類にならないことを心掛けた。分類の詳細は下表の通りである。

2 カ州に用いる地域に	<b>ドルユ</b> のア
地域分類	代表的都市
1) 低密度地区 …人口密度 2,000 人/k㎡未満	地方都市および中山村地区
2) 中密度地区 …人口密度 2,000 人/k㎡以上、7,000 人/k㎡未満	さいたま/千葉市とその近隣市 郊外都市(相模原/八王子/厚木市など)
3)高密度地区 …人口密度 7,000 人/赋以上、11,000 人/赋未满	横浜/川崎市とその近隣都市 東京 23 区外縁都市(戸田/立川/船橋市)
4) 超高密度地区 … 人口密度 11,000 人/以上	東京 23 区

表 1 分析に用いる地域枠組み

#### (3) 地域性以外の分析の枠組み

上述した人口密度を指標とする地域の分類枠組みの他に、本研究では「性別」と「婚姻の状況」を、中心的な分析の枠組みとして用いたい。今日の日本における社会生活のあり方を考える上では、性別による差は大きく、この点は無視できない。また、三浦・天笠(2019)によれば、特に女性のライフスタイルや社会的活動を考える上では、「婚姻の状況による差異」は大きく、この点も考慮せざるを得ない状況である。

以上の点を鑑み、本論文では「性別(2類型)」「婚姻(2類型)」を掛け合わせた4類型(未婚男性・既婚男性・未婚女性・既婚女性)ごとに「居住地域(4類型)」の違いによるライフタイルやメディア利用、社会的ネットワーク/状況の差異を見ていきたい。なお、この枠踏みにおける各分類のサンプル数は下図のようになっている。

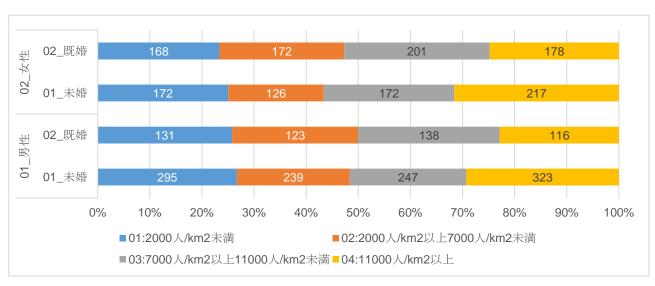


図 1 性別・未既婚別の各地域のサンプル数

人口密度 2000 人/k㎡未満の低密度地域のサンプル割合は、どの属性においてもほぼ同一である。一方で、11,000 人/k㎡以上の超高密度地区は、未婚者で割合が高く、その分中密度・高密度地区の割合が相対的に低くなっている。この数値は、都市に未婚者など流動的な人口が集中する日本の状況をよく表していると考えられる。

#### (4)調査協力者の状況について

04:11000 人/km2 以上

以下では、先に述べた人口学的属性による4分類×居住地域による4分類ごとの調査協力者の状況についてまとめていきたい。

まずは、回答者の年齢についてである。これは大枠で見ると、それほど大きな差は見られない。しいて言うなら、未婚の男性がわずかに都市部によるほど若くなる傾向がみられるくらいで、それもそれほど大きな差ではない状況だ。このデータからは、図 1 にあった、未婚者が超高密度地区(都心部)の方が多い状況というのは、年齢による要因ではなく、就業状況や他の社会的活動の充実など、他の社会的な要因が関連していると考えられる。

衣 2 行力類の固合4の十均十副											
		男	性		女性						
	未婚			既婚			未婚			既婚	
N	Mean	SD	N	Mean	SD	N	Mean	SD	N	Mean	SD
295	32.19	4.41	131	33.64	3.94	172	32.17	4.44	168	32.82	4.11
239	32.23	4.49	123	34.72	3.74	126	31.40	4.00	172	33.23	4.11
247	31.62	4.10	138	33.86	3.89	172	31.75	4.41	201	33.63	3.87
	N 295 239	未婚 N Mean 295 32.19 239 32.23	界 未婚 N Mean SD 295 32.19 4.41 239 32.23 4.49	男性       未婚       N     Mean     SD     N       295     32.19     4.41     131       239     32.23     4.49     123	男性        未婚      既婚       N     Mean     SD     N     Mean       295     32.19     4.41     131     33.64       239     32.23     4.49     123     34.72	男性       果婚     既婚       N     Mean     SD     N     Mean     SD       295     32.19     4.41     131     33.64     3.94       239     32.23     4.49     123     34.72     3.74	男性        未婚      既婚       N     Mean     SD     N     Mean     SD     N       295     32.19     4.41     131     33.64     3.94     172       239     32.23     4.49     123     34.72     3.74     126	男性        未婚	男性     女       素婚     炭ケ       N     Mean     SD     N     Mean     SD     N     Mean     SD       295     32.19     4.41     131     33.64     3.94     172     32.17     4.44       239     32.23     4.49     123     34.72     3.74     126     31.40     4.00	男性     女性       素婚     既婚     未婚     女性       N     Mean     SD     N     Mean     SD     N     Mean     SD     N       295     32.19     4.41     131     33.64     3.94     172     32.17     4.44     168       239     32.23     4.49     123     34.72     3.74     126     31.40     4.00     172	男性     女性       素婚     安性       N     Mean     SD     N     Mean     SD     N     Mean     SD     N     Mean       295     32.19     4.41     131     33.64     3.94     172     32.17     4.44     168     32.82       239     32.23     4.49     123     34.72     3.74     126     31.40     4.00     172     33.23

323 31.37 4.15 116 34.37 3.39 217 31.84 4.27 178 33.51 3.88

表 2 各分類の回答者の平均年齢

また、各分類の子どもの有無の割合についてだが、これは相関・比例的な結果とならずに、人口密度が 2,000 人/km 7000 人/km 末満の中密度地区が最も子どもがいる割合が高くなっている。ここから推察されるのは、地域によって子育てのしやすさが異なるということであろう。超高密度の都心部は、男女ともに、最も低密度の地区よりも子どもがいる割合が低くなっている。ある程度、環境に余裕があり、社会的インフラも過疎地域ほど貧弱ではない、中密度地区は子育てがしやすい環境であるといえるだろう。そして、実は次に子育てがいる割合が高いのは、人口密度 2000 人/km 未満の低密度地区である。これが示すのは、子どもを持つ上では、社会的なインフラの整備よりも空間的な余裕が優先されるということである。

更に、興味深いのが未婚者の子どもがいる割合である。男性は全般的に 1,2%でかなり低いが、女性は、2000 人/k㎡未満の低密度地区で 12.2%となっており、他の地区の 3 倍程度の高い値を示している。低密度地区は、それだけ生活コストが低いことが予想されるが、そのような地区にシングルマザーが集まっているということである。こうした数字に、現在の子育てが抱える問題点が透けて見える。

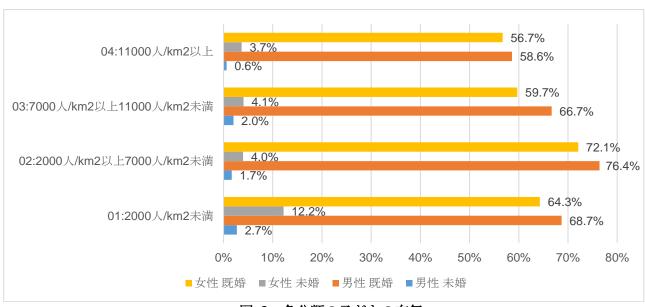


図 2 各分類の子どもの有無

協力者の状況を説明するデータの最後として、就業状況のデータを取り上げる。これをみると、性別、そ して婚姻の状況で全く傾向が異なることが見て取れる。

まず、既婚の女性であるが、基本的に都心の超高密度地区以外は、同様の傾向を示しており、5 割弱が専 業主婦、3割前後で正社員、2割弱がパート・アルバイトである。都心だけが正社員の割合が1割程度高く、 「女性活躍」は都心で先行する形で展開されていることが見えてくる。

次に、未婚の女性であるが、密度が高い地域ほど、正社員の比率が高い結果となっている。地方の最も低 密度な地区では、正社員は4割強しかいないが、密度が上がるごとに正社員比率が上がり、最終的に都心で は 65%程度の高い値となっている。都心の超高密度地区と続く高密度地区の正社員比率は、未婚男性とほぼ 並んでおり、都市部では、男女の雇用のフラット化が進んでいることがわかる。

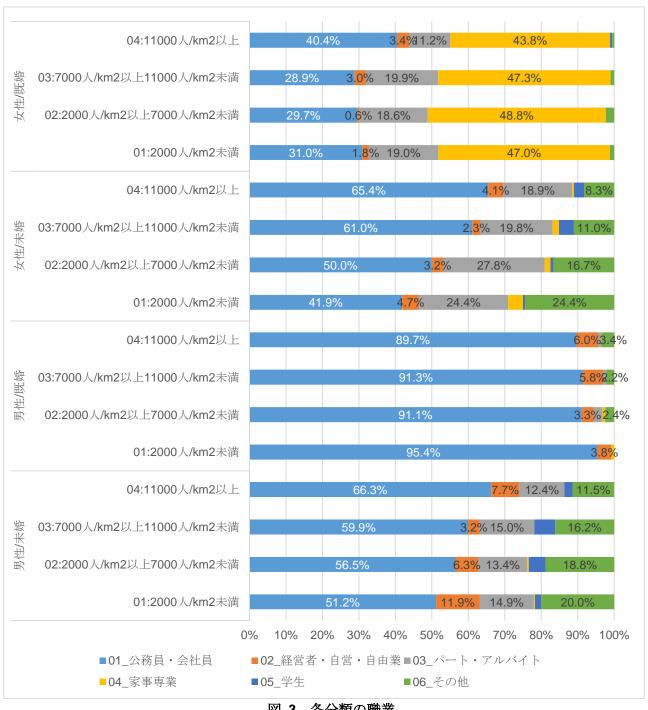


図 3 各分類の職業

一方、既婚の男性だが、既婚の男性はすべての地区に**9**割程度が正社員であり、ここに「結婚できるかできないかの壁」があるのは明白だろう。就業状況的に非常に均一化が進んでいる結果となっている。興味深い点として、むしろ地方の方が、正社員の比率が高い点である。生活コストが安い分、本来多様性を持ちうる土壌があるはずで、先ほどの「シングルマザー」のデータをみると、実際にそういう状況にあるが、男性においては、結婚するなら「一人前でないといけない」という社会的な規範が強いことが、この数字から透けて見える。

最後に、未婚の男性であるが、未婚の女性と同様に都市部に行けば行くほど、正社員比率が高くなる。ただ、女性と違うのは「経営者・自営・自由業」の割合だ。実は、正社員とこの「経営者・自営・自由業」の比率を足した数字は、都心以外の地域で 75%弱であり、ほぼ一致している。都心は、この 2 つの数字を足したものが 10%近く高く、より「安定した職業」についている割合が、高い地域であるといえる。

#### 4-2 調査結果

以下ではより踏み込んだ各地区のメディアの利用状況とコミュニティの状況について報告する。

## (1) 地区別のメディア利用状況

本調査では、パソコン・スマートフォンなどの各種ハードウェアや電子メール・LINE・Twitter・Instagram・Facebook などの各種ソーシャルメディアの利用について、「1: 現在所持・登録していない」「2: 所持・登録しているが利用してない」「3: たまに、気が向いたときに利用する」「4: 定期的に利用している」「5: 生活の中に必要なものでいつも利用している」「6: 必要不可欠なものでないと生活できない」以上 6 つの選択肢のうちどれが最も当てはまるのか質問をしている。この回答を、選択肢 1 または 2 の場合は、0 ポイント、3 では 1 ポイント、4 では 2 ポイント、5 では 3 ポイント、6 では 4 ポイントで点数化し、メディア利用得点を算出している。以下の表とグラフは、パソコン・スマートフォン・電子メール・Twitter・Instagram について、4 つの地域と、男女の未既婚別に平均値を算出し、地域による平均値の差について、分散分析の検定を実施したものである。\*\*が 1%水準、\*が 5%水準、†が 10%水準での統計的有意を示している。

男性 女性 未婚 既婚 未婚 既婚 水準 Ν Mean SD Ν Mean SD Ν Mean SD Mean SD 01:2000 人/km2 未満 2.84 1.31 131 2.08 1.35 1.82 1.48 168 1.42 1.31 295 172 02:2000 人/km2 以上 7000 人/km2 未満 2.87 2.39 1.43 239 1.26 123 1.30 126 1.98 172 1.67 1.36 03:7000 人/km2 以上 11000 人/km2 未満 247 2.81 1.32 138 2.24 1.30 172 1.91 1.46 201 1.75 1.31 04:11000 人/km2 以上 323 2.66 1.32 116 2.58 1.33 217 2.35 1.41 178 1.89 1.33

表 3 パソコンの利用状況

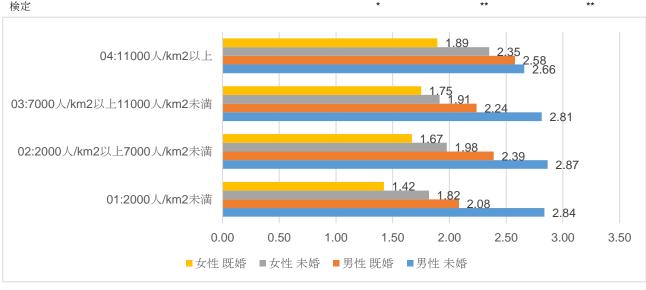


図 4 パソコンの利用状況

はじめに、パソコンの地域別の利用状況を見てみたい。パソコンは、最も利用率が高い未婚の男性を除いて、ほぼ都市度が高い地域の方が、利用率が高くなっており、この差は統計的にも有意である。仕事の利用が多いため、正社員比率が高い間部の方が、利用率が高くなっているとも考えられるが、ほぼ正社員比率が均等であるはずの既婚男性も、都市部の方が高くなる傾向がみられ、一方正社員比率に地方による違いがある未婚男性では、ほぼ均等な利用率になっていることから、「パソコンに向かい合える時間がある」というライフスタイルの方が、パソコンの利用には大きな影響を及ぼしていると考えられる。ちなみに、最も利用率が低いのは既婚の女性であり、地方の低密度地区において、その利用度は未婚男性の半分程度である。

次にスマートフォンの利用についてである全般的に利用度が高いが、最も利用度が高いのはすべての地区で未婚女性であり、均等に高い結果となっている。また、最も利用率が低いのは、パソコンの利用率が最も高かった未婚男性であり、スマートフォンの代わりにパソコンを利用していることの想像がつく。ちなみに、既婚者には男女とも面白い傾向がみられる。それは、都市度が高いほど利用度が高いというシンプルな傾向ではなく、中密度の郊外都市エリアの方が利用度が高いのだ。続いて、高密度・超高密度エリア、最も低いのが地方の低密度エリアとなっている。

	表 4	スマ	·- ト ː	フォン	/の利/	甲状沥	L					
			男	性					女	性		
		未婚			既婚			未婚			既婚	
水準	Ν	Mean	SD	Ν	Mean	SD	Ν	Mean	SD	Ν	Mean	SD
01:2000 人/km2 未満	295	2.62	1.45	131	3.03	1.14	172	3.09	1.22	168	3.29	0.98
02:2000 人/km2 以上 7000 人/km2 未満	239	2.70	1.48	123	3.35	0.86	126	3.39	1.10	172	3.51	0.70
03:7000 人/km2 以上 11000 人/km2 未満	247	2.89	1.33	138	3.20	1.03	172	3.18	1.16	201	3.32	0.97
04:11000 人/km2 以上	323	2.90	1.30	116	3.22	1.01	217	3.16	1.28	178	3.37	0.85
検定		*			†						†	
										3 16	.37	
04:11000人/km2以上									0.00	3.16 3.22	<u> </u>	
									2.90	'		
										2	2.2	

03:7000人/km2以上11000人/km2未満
02:2000人/km2以上7000人/km2未満
01:2000人/km2未満
0.00 0.50 1.00 1.50 2.00 2.50 3.00 3.50 4.00

■女性 既婚 ■女性 未婚 ■男性 既婚 ■男性 未婚

図 5 スマートフォンの利用状況

パソコンやスマートフォンなどのハードウェアに続き、以下ではアプリケーション・ソフトウェアの利用度を確認していきたい。まずは、最も古典的なコミュニケーションのためのアプリケーションである電子メールである。以下でも触れる LINE がインフラレベルで普及している現状においては、電子メールを利用するシチュエーションは仕事やフィーチャーフォンを利用している人との連絡など、限られる。しかしながら、あえて電子メールを利用する関係は、本当に連絡が必要な関係とも考えられるため、その利用状況も分析の対象としたい。

具体的なデータをみると、高い利用度を示す未婚の男性にはあまり地区別の差異が見られない。これはおそらく、パソコンの利用と結びついたものである。地区ごとの利用度が有意な差を示すのは、未婚女性と既婚男性である。未婚女性はほぼ都市度が高いほど利用度が高くなるという、典型的な傾向をしめすが、既婚男性は先ほどスマートフォンで観られた、高密度地区と同等程度中程度の地区が高くなる現象がみられる。

表 5 電子メールの利用状況

			为	性			女性						
		未婚			既婚			未婚			既婚		
水準	Ν	Mean	SD	Ν	Mean	SD	Ν	Mean	SD	N	Mean	SD	
01:2000 人/km2 未満	295	2.41	1.33	131	2.11	1.37	172	1.95	1.36	168	1.78	1.33	
02:2000 人/km2 以上 7000 人/km2 未満	239	2.41	1.29	123	2.53	1.20	126	2.32	1.35	172	1.98	1.39	
03:7000 人/km2 以上 11000 人/km2 未満	247	2.47	1.28	138	2.19	1.29	172	2.35	1.30	201	1.92	1.36	
04:11000 人/km2 以上	323	2.50	1.30	116	2.59	1.26	217	2.38	1.30	178	2.07	1.38	

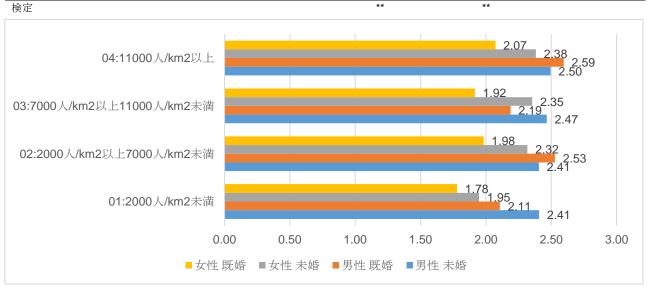
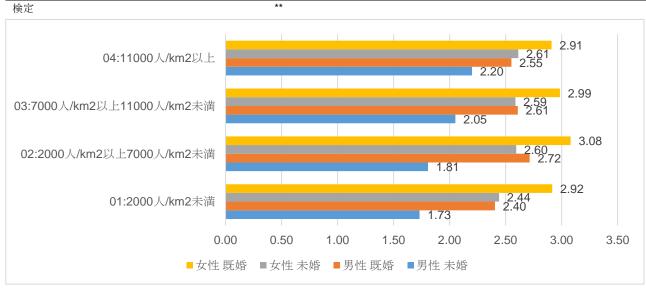


図 6 電子メールの利用状況

表 6 LINE の利用状況

			男	性			女性						
		未婚			既婚			未婚			既婚		
水準	Ν	Mean	SD										
01:2000 人/km2 未満	295	1.73	1.52	131	2.40	1.24	172	2.44	1.40	168	2.92	1.09	
02:2000 人/km2 以上 7000 人/km2 未満	239	1.81	1.48	123	2.72	1.16	126	2.60	1.37	172	3.08	1.07	
03:7000 人/km2 以上 11000 人/km2 未満	247	2.05	1.45	138	2.61	1.17	172	2.59	1.36	201	2.99	1.12	
04:11000 人/km2 以上	323	2.20	1.41	116	2.55	1.24	217	2.61	1.38	178	2.91	1.11	



本研究では、Twitter, Instagram, Facebook などのソーシャルメディアのデータも取得しているが、今回は 紙面の制約により、最も普及率が高く、私たちの生活の一部ともいえるメッセージングアプリケーションの LINE を本報告書では、メディアの利用状況として最後に取り上げることにする。

LINE で地域ごとの差が有意であるのは、最も利用度が低い未婚男性である。未婚男性は、都市度が高いほど利用率が高くなっている。これらのデータからは、LINE は対面的な社交が深くかかわっているメディアであると考えられる。(物理的な制約の大きい地方の低密度地区は、それだけ対面的な接触が少ないと考えられる。)一方、既婚女性の利用度がすべての地区で最も高く、続いて、僅差で既婚男性、未婚女性の順で利用度が高い。これらの属性では地域差があまり見られず、統計的に有意な結果となっていない。しかし、有意でこそないが、特に既婚の男女では、はやり中密度地区が最も利用度が高くなる電子メールと同じ傾向がみられる。

#### (2) メディア使って維持している紐帯(LINE を例に)

ここまでは、属性と地域ごとのメディアの利用状況についてみてきたが、以下では、そのメディアを使って具体的に誰と連絡を取り合っているのかを分析の対象としたい。なお、以下の分析では「 $\bigcirc\bigcirc$ (メディア)を使って、 $\times\times$ (社会的な属性)と頻繁に連絡を取り合うか」という設間を用いており、「あてはまらない」は 1 点、「あまりあてはまらない」は 2 点、「ややあてはまる」は 3 点、「あてはまる」は 4 点でカウントし、得点化している。質問紙自体は、多様な SNS について聞いているが、紙面の都合上、最もポピュラーな SNSである LINE を対象に分析を行いたい。

まずは、「LINE で親族に連絡をする」かどうかという分析項目についてである。これについては、最も利用率が低い未婚の男性も最も利用率が高い既婚の女性も、中程度の未婚の女性も地域による差はあまり見られない。この結果からは、LINE は地域によらず親族のような身近な存在と連絡を取り合うために利用されているツールであるといえる。こうした親族との連絡において、唯一地域による有意な差異がみられるのが、既婚の男性である。既婚の男性は「中密度の郊外都市」で、利用度が有意に高く、メディアの利用で観られた傾向がそのまま反映されている。つまり、中規模都市における既婚男性の積極的なメディア利用は、親族との関係の構築・維持につながっているのである。

表 7 LINE で親族に連絡をする

			男	性			女性						
		未婚			既婚			未婚			既婚		
水準	N	Mean	SD										
01:2000 人/km2 未満	193	2.45	1.12	117	2.81	0.97	145	2.84	1.12	161	3.18	1.02	
02:2000 人/km2 以上 7000 人/km2 未満	167	2.51	1.11	113	3.17	0.94	111	2.88	1.11	165	3.32	0.95	
03:7000 人/km2 以上 11000 人/km2 未満	189	2.48	1.14	127	2.91	1.05	147	2.87	1.09	189	3.28	0.88	
04:11000 人/km2 以上	264	2.50	1.15	104	2.98	0.97	187	2.97	1.09	168	3.15	0.99	

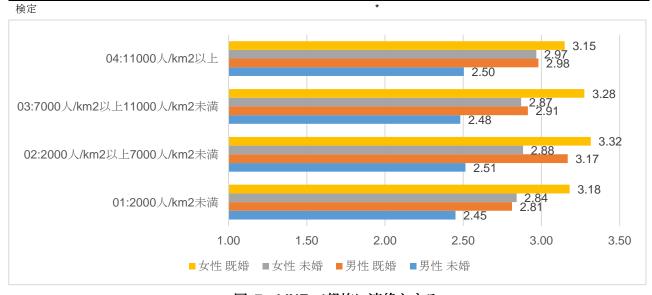


図 7 LINE で親族に連絡をする

表 8 LINE で学生時代の友人に連絡をする

			男	性			女性						
		未婚			既婚			未婚			既婚		
水準	Ν	Mean	SD										
01:2000 人/km2 未満	193	2.24	1.05	117	2.58	0.98	145	2.57	1.08	161	2.91	0.98	
02:2000 人/km2 以上 7000 人/km2 未満	167	2.42	1.07	113	2.96	0.99	111	2.75	1.12	165	2.88	0.99	
03:7000 人/km2 以上 11000 人/km2 未満	189	2.49	1.07	127	2.74	0.98	147	2.85	1.02	189	2.95	0.95	
04:11000 人/km2 以上	264	2.45	1.15	104	2.84	1.04	187	2.84	1.06	168	2.96	1.02	

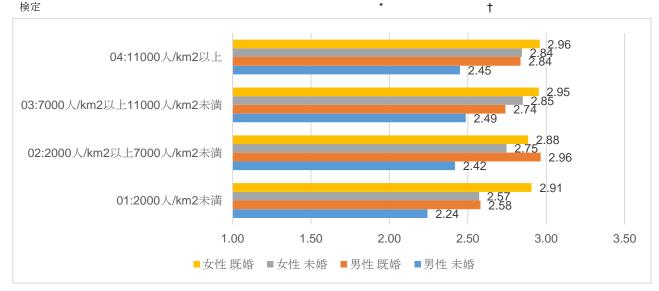


図 8 LINE で学生時代の友人に連絡をとる

次に、「学生時代の友人」との連絡に LINE を用いているかである。平均的に最も利用度が低いのが未婚男性であり、利用度が高いのは既婚女性でこの傾向は親族と同様である。ただし、この 2 つの属性では地域による有意な差は見られない。一方、未婚の女性と既婚の男性は利用度が中程度であるが、未婚女性には都市度が上がるほど、利用度が高くなる有意な傾向がみられる。また、既婚男性には、先ほどから指摘している中密度の郊外都市で利用度が最も高くなる傾向がみられる。この点は推測だが、未婚の女性のコミュニケーターは都心に集まり、男性のコミュニケーターは早くに結婚し、生活のしやすい郊外都市に集まるという現象が起こっているのではないだろうか。

次に、LINE を利用して趣味の友人に連絡を取っているかであるが、これはこれまでの傾向と異なり、全体的にみると既婚の男性が最も高い水準となっており、低密度の地区を除いて、ほぼ同じ水準となっている。男性は結婚しても趣味には熱心なのだ。一方で、既婚女性は非常に面白い傾向を示している。つまり、既婚男性では、メディアを介したネットワーキングが盛んになりやすい中密度の地方都市において、群を抜いて趣味の友人とのやり取りが低くなっているのだ。趣味や親族との関係を、メディアを使って深める夫とは対照的に、妻は趣味の活動に自制的であり、その点において最も夫婦間のコミュニケーション格差が広がりやすい地域であるといえる。一方で、地方の低密度地区においては、僅差ではあるが、既婚女性の LINE を使った趣味の友人との交流度が最も高くなっている。地方には、既婚女性が趣味を楽しむ余裕があるのだ。

表 9 LINE で趣味の友人に連絡をする

			男	性			女性						
		未婚			既婚			未婚			既婚		
水準	N	Mean	SD										
01:2000 人/km2 未満	193	2.26	1.06	117	2.25	1.10	145	2.31	1.18	161	2.37	1.15	
02:2000 人/km2 以上 7000 人/km2 未満	167	2.44	1.16	113	2.64	1.11	111	2.29	1.12	165	2.13	1.13	
03:7000 人/km2 以上 11000 人/km2 未満	189	2.35	1.10	127	2.58	1.11	147	2.50	1.18	189	2.41	1.13	
_04:11000 人/km2 以上	264	2.34	1.17	104	2.71	1.15	187	2.55	1.17	168	2.46	1.24	

検定 \*\* \*\*

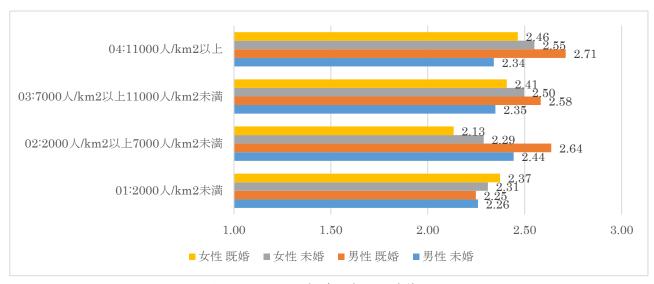


図 9 LINEで趣味の友人に連絡をする

LINE を用いたネットワークの構築の考察の最後として、「(ママ友を含む) 家族関係の友人」と「近所の知人」、すなわち近隣との LINE を通した関係性の構築について分析してみたい。これをみると、今まで以上に未既婚の別が大きく、圧倒的に既婚者の方が、数値が高くなっている。更に興味深いのが、「家族関係の知人」では既婚の「女性」の方が LINE を使った接触度が高いが、「近所の知人」は既婚の「男性」の方が接触度が高くなっており、子どもの保育や教育は女性・母親、地域活動は男性という差異が見えてくる。なお、特に既婚の男性において、これまで度々指摘してきた、中密度の地方都市で、最もネットワーキング活動が盛んになる現象が「家族関係の友人」「近所の知人」ともに観察されている。

表 10 LINE で家族関係の友人に連絡をする

			男	性			女性						
		未婚			既婚			未婚			既婚		
水準	Ν	Mean	SD										
01:2000 人/km2 未満	193	1.76	0.99	117	1.83	0.96	145	1.61	0.93	161	2.37	1.15	
02:2000 人/km2 以上 7000 人/km2 未満	167	1.69	0.99	113	2.29	1.15	111	1.72	1.00	165	2.57	1.15	
03:7000 人/km2 以上 11000 人/km2 未満	189	1.78	1.03	127	2.06	1.03	147	1.76	1.11	189	2.38	1.17	
04:11000 人/km2 以上	264	1.72	0.99	104	2.09	1.12	187	1.68	1.06	168	2.54	1.21	

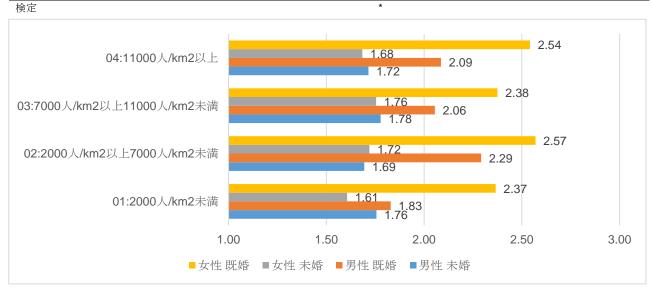


図 10 LINE で家族関係の友人に連絡をする

表 11 LINE で近所の知人に連絡をする

			男	性			女性						
		未婚			既婚			未婚			既婚		
水準	Ν	Mean	SD										
01:2000 人/km2 未満	193	1.83	1.03	117	1.78	1.03	145	1.63	1.00	161	1.97	1.15	
02:2000 人/km2 以上 7000 人/km2 未満	167	1.74	1.09	113	2.35	1.20	111	1.65	0.96	165	1.93	1.08	
03:7000 人/km2 以上 11000 人/km2 未満	189	1.73	0.99	127	2.03	1.10	147	1.57	0.99	189	2.01	1.13	
04:11000 人/km2 以上	264	1.79	1.05	104	2.13	1.22	187	1.61	1.04	168	2.05	1.18	

検定 2.05 04:11000人/km2以上 2.01 03:7000人/km2以上11000人/km2未満 2.03 1.73 1.65 02:2000人/km2以上7000人/km2未満 2 35 1.97 01:2000人/km2未満 1.78 1.83 1.00 1.50 2.00 2.50 ■女性 既婚 ■女性 未婚 ■男性 既婚 ■男性 未婚

図 11 LINE で近所の知人に連絡をする

#### 5 考察とまとめ

この得られたデータを分析すると、興味深い傾向が見えてきた。まず 1 点目が、居住地域に関係なく、全般的に未婚者よりも既婚者の方がコミュニケーションメディアの利用は盛んで、それがサポートネットワークの充実につながっていると考えられることである。現状における家族生活は、メディアを活用したサポート・ネットワークの構築抜きには語れないのだ。

また、興味深い傾向の 2 点目として語れるのが、一般的にモバイルメディアや SNS の利用は都会が中心となっているイメージがあるが、LINE などのインフラ級に普及をしたメディアでは、中程度(人口密度 2000 人/k㎡以上から 7000 人/k㎡未満の地方中核都市)の都市度のエリアの方が、利用が盛んであり、特にそれが既婚の男性のネットワークにおいて活用され、豊かなネットワークづくりにつながっている点である。

これらの中程度の都市度エリアでは、都心部に比べて、社会的資源も分散しており、さらに男性は日中仕事を行っていることから、物理的なサポートネットワークへのアクセスが難しい状況にあると考えられる。 こうした困難な状況を、様々なメディアを活用することで、克服しているのではないかと考えられる。

また、当初、議論の中心として想定していた子育で期・既婚の女性であるが、メールやパソコンなど、旧来的な一部のメディアを除いて、全般的に最もメディアの利用が盛んな属性であることは間違いなく、都市部でも地方部でも関係なく、活発に各種メディアを利用し、サポートネットワークを築き、日常生活に必要な要素を補完していると考えられる。今後、この子育で期の女性に対する分析をさらに進め、各地域の内部においてどのようなメディアの利用を行っている女性が、より子育での負担を軽減することが出来るネットワークを形成しているのかについて、吟味しその結果をまとめ、学会での報告や論文の執筆を行いたいと考えている。更にその際にメディアの利用と、その対象が持つ価値観との関連についても検証を行いたい。

#### 【参考文献】

- 天笠邦一, 2010「子育て期のサポートネットワーク形成における通信メディアの役割」社会情報学研究 vol14(1) 1-16.
- 天笠邦一, 2016「子育て空間におけるつながりとメディア利用」, 富田英典編『ポストモバイル社会』108-124, 世界思想社
- 天笠邦一, 2018「子育てにおけるサポート・ネットワークとソーシャルメディア利用の地域的差異に関する一考察」 学苑 vol.928 23-34.
- 岩田孝, 2014, 「ケータイは友人関係を変えたのか」松田美佐・土橋臣吾・辻泉編『ケータイの 2000 年代――成熟するモバイル社会』東京大学出版社
- 久保桂子, 2001「働く母親の個人ネットワークからの子育て支援」日本家政学会誌 Vol.52(2) 135-145.
- 木暮祐一, 2015「都道府県別スマートフォン利用率格差の要因」(http://blog.postco.jp/archives/11419, 2019/6/30 取得)
- 総務省, 2017 「平成 28 年 通信利用動向調査の結果」 (http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/170608\_1.pdf, 2019/6/30 取得)
- 関井 智子他、1991「働く女性の性別役割分業観と育児援助ネットワーク」家族社会学研究 Vol.3、72-84.
- 辻泉、2010「地方の若者·都市の若者」松山大学論説集 vol.22(1) 443-465.
- 野沢 慎司, 1995「パーソナル・ネットワークのなかの夫婦関係――家族・コミュニティ問題の都市間比較分析」, 松本康 編, 『増殖するネットワーク』, 勁草書房.
- 原田謙, 杉澤 秀博, 2014,「都市度とパーソナル・ネットワーク――親族・隣人・友人関係のマルチレベル分析」 社会学評論 vol.65(1) 80-96.
- フィッシャー, C.S., 2003 「友人の間でくらす」未来社(原著の出版は 1982).
- 松田茂樹, 2008『何が育児を支えているか――中庸なネットワークの強さ』勁草書房.
- 宮田 加久子他、2006)「モバイル化する日本人」、松田 美佐他『ケータイのある風景』、北大路書房、
- 三浦展, 天笠邦一 2019(刊行予定) 『露出する女子、覗き見る女子――SNS に現れる新階層』 ちくま新書

## 〈発表資料〉

題名	掲載誌・学会名等	発表年月
2019年12月頃に英語論文を発表予定		