

TR-AC-0035

012

横断するデザイン
—モノと人との関係性—
第1部

下川 信祐 新上 和正

1999.10.27

ATR環境適応通信研究所

横断するデザイン
－モノと人との関係性－
第1部

下川 信祐 新上 和正
(株)ATR 環境適応通信研究所

第1部の構成と目次

1. 始めに	- 3
2. デザインモデル	- 4
2.1 横断的デザインモデル	- 4
2.2 幾つかの言葉の説明と定義	- 4
3. 全体の構成	- 4
4. アンケート調査	- 5
4.1 調査目的	- 5
4.2 調査体系の考え方	- 5
4.2.1 類似研究におけるアプローチの紹介	- 5
4.2.2 調査の方向性に関する考察	- 5
4.3 今年度調査結果に関する報告	- 7
4.3.1 調査目的	- 7
4.3.2 アンケート内容	- 7
4.3.2.1 調査対象の設定と抽出	- 7
4.3.2.2 調査項目	- 12
4.3.2.3 調査方法	- 19
4.3.2.4 アンケート回収状況	- 20
4.3.3 調査結果	- 20
4.3.3.1 アンケート実施校に関する情報	- 20
4.3.3.2 単純集計による集計結果	- 23
4.3.3.3 クロス集計による集計結果	- 61
4.3.4 考察	- 91
4.3.4.1 若年層の女性におけるインターネット利用の現状	- 91
4.3.4.2 若年層の女性におけるインターネット利用に対する阻害要因	- 93
4.3.4.3 若年層の女性における今後のインターネット普及の可能性	- 104
5. 既存調査との比較	- 120
6. 謝辞	- 124
参考文献	- 125

1. 始めに

デザインとは、人間が取り巻く周囲に対して“何らかの価値”を発見し、周囲に対して働き掛けを行なう知的な活動の1つです。自然界に存在するモノを単に眺めるだけでなく、それに何らかの工夫を加えること意味し、長い人類の歴史を通じて人間が行ってきた活動です。

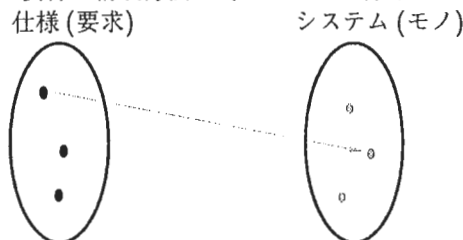
“デザイン”という語は、ラテン語の *designare* に由来する。designare とは sign (= 指示・表示する) を指し、次の二通りの意味を持っている。1つは、企画や計画を建てるという意味と、二つ目は工夫や趣向を凝らしたり、装飾的な工夫を施すと言った“意匠”の意味を持っている。デザインは日常生活の様々な領域で生じる。これは、デザイン¹という語に様々な接頭語が付いていることから容易に分かる。例えば、システムデザイン、政治や経済の領域での戦略デザイン、機械工学での機械デザイン、薬のデザイン、デバイスデザイン、物質デザイン等々。デザインという語を日本語の設計という言葉で置き換えれば、更に日常的に聞き慣れた語になる。

この解説は、企画や計画を建てるという1番目の意味のデザインについて考えます。更に、工学的な意味合いを強めてデザインという語を使うことにします。“工学的な意味合い”とは、上記の「何らかの価値」を発見し、取り巻く周囲に働き掛けて行く」という場合には、通常では行為の主体は、“自分”です。そして、働き掛けによって生じる結果も“自分(自分を含む社会)”に属することになります。これに対して、あるモノを計画し企画する人(= デザイナー)とそのモノの有難さを楽しむ(= 普通、利用者とかユーザーと呼ばれる)人が、一般的には違う場合を想定することになります。

従来のオーソドックスなデザインの枠組みでは次のように問題が形式化されます：

$$(1.1) \quad f: \Delta \ni d \mapsto s \in \Sigma.$$

d はデザイナーの仕様(要求)を表す組 Δ の1つ(一組)の要素です。また、 s はモノ(或いはシステムの全体を表す集合 Σ の1つの要素)です。(1.1)の意味は、仕様に合ったモノ(システム)を創る(制作する)手順 f を建てることです。このデザインモデルに基づいて、 f の成立要件と構成方法を明らかにして行くことが中心的テーマとなる。



デザインの目的は、

- [1] このようなデザインの過程の解明に限らず、それを越えて
- [2] 将来の市場をイメージし新たな人とモノとの関係を築く戦略を建てることです。

[1] と [2] では、事柄を捉える視点が異なり、それに依ってアプローチも違います。[1] は、過去起こったことや将来生じる可能性のあることを鳥瞰した、言わば、時間を超越した視線を採用することが可能です。分析的であったり、分類的なアプローチが可能です。しかし、[2] は将来を推測し、それに対する確かな行為をすることであり、行為と予想の科学です。

従来のデザインの枠組みでは、デザインされたモノが人間にとってのどのような意味を持つのか、将来どのような意味を持ち得るといった—モノと人間との関係性—への配慮が決定的に欠けています：

- (1) デザイナーとモノとの(制作)関係
- (2) デザインされたモノとユーザーとの(機能的)関係
- (3) ユーザーとデザイナーとの関係。

ここでは、デザインされたモノの(使用する人にとっての)意味を機能という言葉で表わすことにします。この意味で使われる機能とはモノと個々のユーザーと相互作用して生起します。他方、従来では性能と対比させて機能という言葉を使用する。この場合の機能は、用途を指し示す言葉として使われる。ある製品、例えば、ビデオレコーダーを例にとると、留守番録画や時計の時刻合わせや裏録画や…などの使われ方を機能と呼び、この様に使われ方が多い場合には、ビデオレコーダーは多機能であると言います。従って、私たちが使う機能の意味では、モノとユーザーの組み合わせが異なれば生起する意味が違ってきます。1つの例は、(当初サラリーマンを対象としていた)ポケットベルを、実際にはサラリーマンではなく女子高校生が使っていることです。この例は、サラリーマンと女子高校生ではポケットベルの意味が違ってくる。また、この例は、デザイナーの意図が、ユーザーに裏切られる例でもあります。

このレポートでは、主に(2)をアンケート調査を通じて見て行く。

¹ 今日のように、ある具体性を伴って用いられるデザインはアングロ・サクソン系の言葉である。インダストリアル・デザイン、テキスタイル・デザイン、ファニチャー・デザイン、アーバン・デザインなど、デザインという言葉に限定する形容詞をつければ、無数の領域を指し示すことができる。そして、それぞれの領域は、固有の材料、技術、機能による、固有のコード(規則、方法など)をもっている。それは他のジャンルのコードには還元できないものである。しかし、これら固有の領域は同時に、デザインという全体として社会的なコミュニケーションを構成する操作の部分集合にはかならない。もちろん個々の分野の意味が希薄化したわけではなく、デザインという言葉はつねにそれらの実体性を越えて横断するシステムを意味している。また、このような、ある限定を付与されたデザインという言葉が普及し、使用されるようになったのが比較的近年のことである。

2. デザインモデル

2.1 横断的デザインモデル

図 2.1 横断的理論的枠組み (デザインモデル)

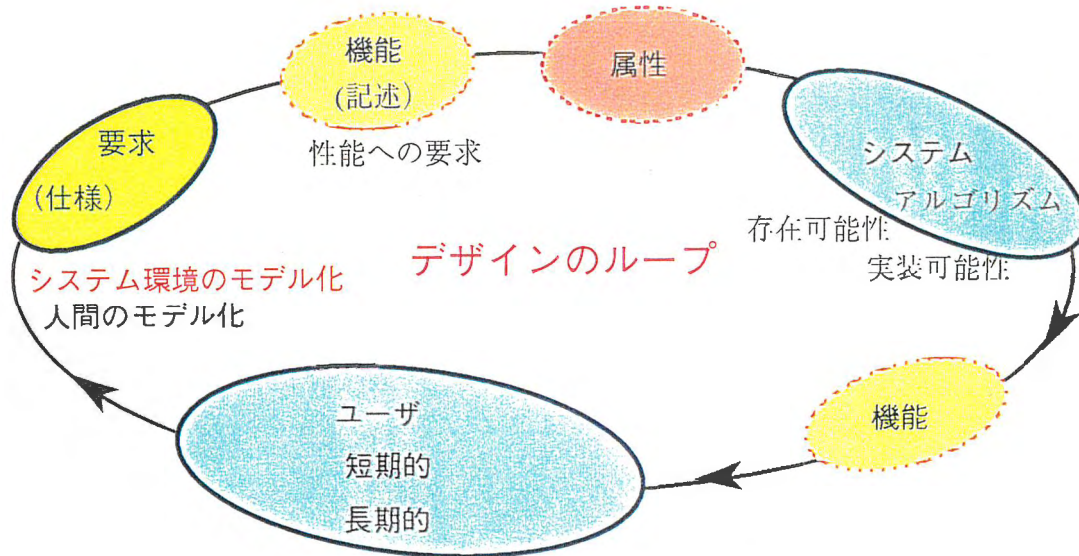


図 1.1 と異なる点は、ユーザーもデザインの 1 つの要素であることです。

2.2 幾つかの言葉の説明と定義

属性(attribute): モノの有する特徴と性質. モノがそれ無しには考えられないような性質. スコラ哲学以降, デカルト, スピノザらがこの意味で使用した. ここでは, 機能に関係した特徴と性質のみを指す. 従って, 機能と関係で意味を持つ特徴と性質.

環境: システム以外を環境. モノ, 言説, 身体. システムの対概念. システムの境界を定めれば, 従属的に環境が定まり, また, 環境が定めれば, システムの境界も定まる.(環境+システム)は確定しない.

機能: システムが人間に対する振る舞い. システムが人間に及ぼす影響であり作用であり働きである. 働きは, システムと人間の両者の共同作用によって現れる. 性能は人間に及ぼす影響の度合いであり, 機能の 1 つの側面. 機能の影響が, 人間の知覚や感覚で感知される場合と明瞭な尺度でその影響の度合いが測れる場合がある. 機能の生起の仕方に三通りある $[0, 1, m]$.

[0-レベル] 影響がシステムの言葉に還元される場合: 通信容量, スループットなど. 値が付けれる (evaluate できる).

[1-レベル] 人間の知覚や感覚で感知される場合: 心地良い, 使える, 使い良い, など. キーボード入力で覚える違和感など. 眠り薬の効き方. 効き方が気分左右される薬も含む. 心理学, 認知工学.

[m-レベル] 作用する人間が一人ではなく多数である場合: マーケティング. 値付けの矛盾. 数人の親密な人々から見知らぬ多数の人々 - 大衆 - がある.

システム: 通常, 機能とある構造を有する多数の要素からなる組織を謂う. 必ずしも, 物質から出来ている組織だけを意味しない. 金融システム, 経済システム, ... (金融工学, 経済工学, ...).

便利: 「... が便利だ」というときには, 既に他のモノで類似した機能が実行されている場合である. 便利とは, 必ずしも便利によって指し示すモノが不在でも, 一応の用事を済ませることが出来る. 便利さは, 色々なモノ (行為, システム, サービスなど) を結び付ける可能性を増大させる. この時, 便利さは "お手軽さ" の意味を持っている. ポケットベルは, サラリーマン対象であったが, 料金の安さに伴い女子高校生に流行った. ポケットベルの便利さは, 要件のみを伝える通信手段から, 生活の豊かにする機器となる: cf. 友達に朝起こして貰う. 必要さと便利との関係: 車は, 移動のための (電車やバスに比べて) 手軽な手段として使われる. それは日常化してくると, 意識 (社会) の在り方のそのような便利な手段を前提と変ってくる. そして, それ無しでは済まされない日常生活となる時, 便利な手段は必要な手段と変わる.

3. 全体の構成

全体は, 1 部と 2 部とから成る. 第 1 部は, アンケート調査の考え方や取り方と及び, その分析を行なう. 第 2 部は, アンケート調査をより詳細に分析を行なう. 更に関連する新聞の記事やユーザーの心的事柄などの分析も行なう.

4. アンケート調査

4.1 調査目的

本研究は、情報通信ネットワークの情報伝達の品質のみに着目した単純な評価ではなく、社会学・行動学・倫理学・経済学・政治学・人間工学などを含めたより広い観点から人間のコミュニケーション的行為を分析し、また通信環境を含めた通信網のシステム全体を検討することにより、ネットワークが社会生活にどのような影響を及ぼし、あるいはどのような影響を受けるのかに関する社会科学的な観点を加味した評価方法とその評価尺度の確立を目指すものである。

4.2 調査体系の考え方

4.2.1 類似研究におけるアプローチの紹介

本調査に類するテーマへのアプローチでは、「定量化」を目標にした、国民計量経済体系に添った研究が中心を成している。産業連関分析モデルの情報化分野への適合、計量経済モデルを活用した情報化経済の予測といったものがその代表である。情報化またはネットワーク化の進展がマクロ経済に及ぼす影響に関する研究のうち、産業連関分析と計量経済分析を行った研究には、例えば下記のようなものがある。(詳細は付属資料を参照)

- 産業連関分析によって情報化を把握しようとした事例「新しい情報通信技術と産業連関分析」鬼木甫 (大阪大学教授)

- 計量経済モデルによって情報化を把握しようとした事例「計量経済モデルによる中国の通信と経済発展に関する研究」泰北、水飽 揚一郎

情報化あるいはネットワーク化の進展を定量的に捉えようとする試みは増加傾向にあるようだが、マクロ経済分析手法として確立している産業連関分析モデルと計量経済モデルの両モデルによるものがほとんどである。またミクロ分析手法に関しては、通信料金の適性化分析を効用関数で評価するものがある。いずれにしても、情報化、ネットワーク化をどう定義し、それをモデルにどう組み込むかがポイントになる。情報化やネットワーク化と経済活動をどのようにリンクさせるかは、問題が非常に難しく、議論が集中するところであると思われる。

一方、社会的見地からは、フィールドワークによる社会の情報化に関する調査や、インターネットやパソコン通信の利用に関するアンケートによる意識調査も行われている。これらの調査は、ネットワークの利用目的や利用方法等の調査で、現時点ではネットワークの定量的評価といった観点のものはない。これは、調査主体がそのような定量的指標を必要としないことと、ネットワークの評価を定量的に行うことが困難であることなどの理由によるものであると考えられる。評価を定量的に把握するには、ネットワーク利用に対する価値観を取り扱う必要がある。通常の意識調査の定量的数値は、何%の人が活用し、何%の人が必要不可欠としているといった評価にならざるを得ず、価値観の把握や数量化は極めて困難であると言える。

産業連関モデル、計量経済モデルに関して産業連関モデルおよび計量経済モデルは、マクロ経済予測の分野においてはオーソライズされたものであり、モデルフレームもシンプルであることから、公的機関を中心に利用されてきている。しかしながら、ネットワーク化の影響分析に適用するには、以下のような課題が残る。

産業連関モデル

- もともと財貨を取り扱うものであり、情報通信の価値単位を財貨に置き換えるという大きな課題に直面する。
- モデルによる予測結果の検証方法がない
- 産業連関表という過去の経済構造をベースにモデルを構築しているため、将来の産業構造を別途作成する必要がある。RAS法という将来構造の予測ロジックもあるが、これも過去からのトレンド変化を予測するにとどまる。

計量経済モデル

- 上記の産業連関モデルと同様に、財貨を取り扱うことと、モデルの予測結果の検証方法がないことが問題となる。
- ただし、将来のネットワークの進展と経済活動中のある指標との相関関係が作れば、モデルとして有効となる可能性がある。

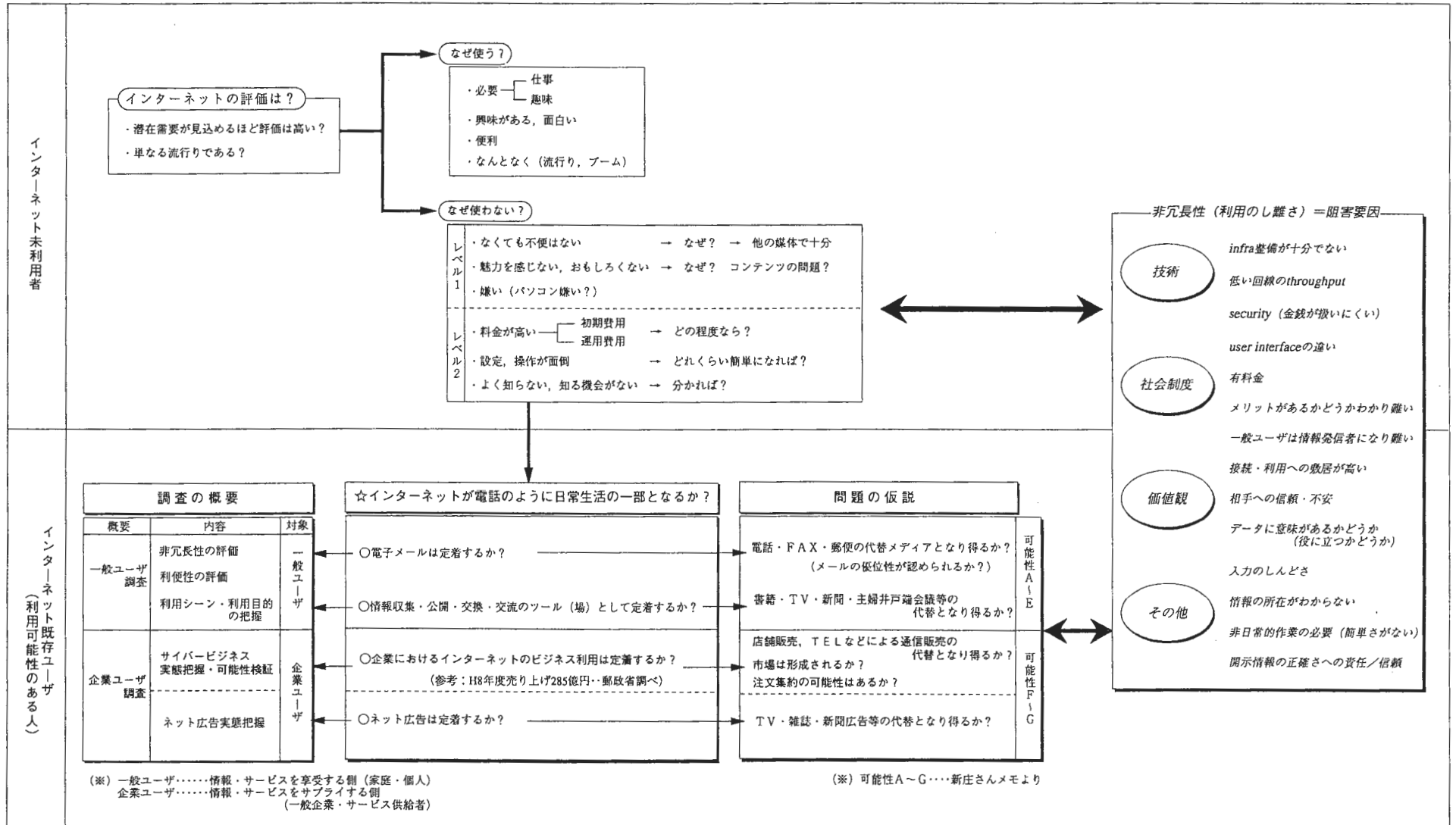
4.2.2 調査の方向性に関する考察

前節では、ネットワークや情報化に対する既存の調査研究を概観し、それぞれのアプローチ方法における特徴を述べた。これに対し、本調査研究の研究課題は、ネットワークの経済性をネットワークの供給者ではなく、利用者側から評価し、社会学、行動学、倫理学、政治学、人間工学などを含めた広い観点から人間のコミュニケーション行為を分析し、また通信環境を含む通信網のシステム全体を検討し、情報通信システムを評価する枠組みを提案することにある。これを行なうには、非常に広範なアプローチを採用する必要があるが、本研究の少なくとも一つの課題として取り組むべきことは、人間のコミュニケーション行為の分析だと考えられる。

このような観点から、本研究の一テーマとして、情報通信システムの発展を促す利用者側の誘因の把握を今年度の目標とし、次年度以降の研究に向けた基礎資料の収集を図ることとする。具体的には、情報通信システムの中でも近年発展が著しいインターネットを対象とし、利用者がインターネットを現在と将来において利用する具体的・個別的な理由の収集を行なう。

図 4.2.2.1 インターネット普及確認調査に関する体系図を示す。

図4.2.2.1. インターネット普及確認調査体系



- 検討項目
- いつの時点をもに評価するのか？
 - 「電話のように」の捉え方→100%普及か？

情報通信システムの発展を促す利用者側の誘因の調査には、情報やサービスを享受する側である（一般）利用者（家庭、個人）に関するものと、供給する側である企業ユーザ（一般企業、サービス供給者）に関するものが想定されるが、そのうちインターネットの普及状況、インターネット利用に対する阻害要因の把握、普及可能性の検証を目的とした調査を実施することにした。

調査対象、調査内容、調査方法等の具体的な内容については、次章で述べる。

4.3 今年度調査結果に関する報告

4.3.1 調査目的

最近の（家庭等への）インターネットの急速な普及は、IT技術の進歩による機器の低廉化、利用料金の低廉化、コンテンツの成熟、インターネットの認知度の普及等、様々なものが要因として考えられる。現在、わが国におけるインターネットの利用者数は約700万人と言われている（「インターネット普及率調査1997（日経マーケット・アクセス）」）。

様々な統計からその内訳をみると、いぜん男性における利用が大半を占めているが、その利用率の推移に着眼すると、女性利用者の比率は年々上昇傾向にあり、現在では約2割との統計がある（第6回CSJWWW利用者調査（97.7））。

また、女性、特に若年層の女性をターゲットとしたインターネットビジネスも見られるようになってきていることから、女性におけるインターネット利用の拡大が今後のインターネット社会の成長に繋がると考えられる。

今年度の調査では、このような状況を踏まえ、近年利用が飛躍的に伸びてきており、家庭からの日常的利用が主である女性に着目し、特に将来的な女性利用者と想定される若年層の女性を対象としたアンケートを行なった。若年層の女性におけるインターネット利用の現状の把握、インターネット利用の妨げとなっている要因の検証を行なった上で、今後のインターネット利用可能性を検討した。

（参考：総務庁により実施された青少年と情報化社会に関するアンケートによると、将来的に利用したいコミュニケーションツールとしてインターネットを挙げている15～17歳層女性は27%であり、12～29歳の他の層の女性の中では最も高い数値を示している。）

4.3.2 アンケート内容

今年度実施したアンケートの実施要領を以下に示す。

4.3.2.1 調査対象の設定と抽出

まず若年層の女性として、高校生女子を調査対象と設定した。これは高校生女子がポケベルやPHSなどのコミュニケーションツールの利用を促進させた層であるとともに、いわゆるトレンドに敏感な世代と見なすことができるからである。また「4.1. 調査目的」でも述べたように、高校生にあたる15～17歳層女性のインターネット利用意向は高く、今後の女性における主利用者層として想定することができる。

さらに同年齢層の男子のデータも収集するため、高校生男子及び高等専門学校生もその対象と設定した。

これを受けて、今年度調査の対象を高等学校、高等専門学校に通う学生とした。アンケート調査の対象となる高等学校、高等専門学校の決定は、以下の2通りの方法により行なった。

(1) インターネット上にホームページを開設している高等学校をリストアップし、それぞれの高等学校に対し電子メールにてアンケート調査への協力を依頼した。

(2) (株)ATR環境適応通信研究所とコネクションがある高等専門学校に対し、調査協力を依頼した。

対象とする地域は、今回の調査規模を考慮して関西地域を想定し、さらに(株)ATRからの調査協力依頼が可能と考えられる大阪府、京都府、奈良県の3府県に絞り込み、リストアップを行なった。表4.2.1.1. に、インターネット上にホームページを開設している高等学校をリストアップした結果を示した。また、電子メールにて送付した調査協力依頼状の文面を示した。

表4.3.2.1.1 インターネット上にホームページを開設している高等学校をリストアップした結果を示す。

上記の及びの方法によりアンケート調査への協力依頼を行なった結果、下記の3校から調査への協力可能との返答を得ることができた。²

- A: 女子高校（近畿）
- B: 女子高校（近畿）
- C: 高等専門学校（中部）
- D: 高等専門学校（近畿）
- E: 国立大学（東京）

以後、各学校をA校、B校、…、E校と呼ぶことにします。単に1,2,3,4,5と表記する場合もある。

第1章ではA,B,Cを対象として分析を行ないます。

²全部で5校からアンケートを調査を行なったが、第1部を纏めるため際には、A、B、Cの3校のみを使った

表 4.3.2.1.1 ホームページ開設高校リストアップ結果(1)

府県名	高校名	種別	所在地	TEL	FAX	
奈良県	高取高等学校	公立	635-01 奈良県高市郡高取町佐田455-2	074452-4552	074452-2722	
	奈良商業高等学校	公立	636-01 奈良市柏木町248	0742-33-0293	?	
	生駒高等学校	公立	630-02 奈良県生駒市一分町532-1	07437-7-8084	07437-6-5210	
	志貴高等学校	公立	636-01 奈良県磯城郡田原本町法貴寺1371	07443-3-5525	07443-2-7292	
	吉野高等学校	公立	奈良県吉野郡吉野町飯貝680	?	?	
	桜井女子高等学校	私立	?	?	?	
	郡山高等学校	公立	639-11 奈良県大和郡山市城内町1-26	07435-2-0001	07435-2-8344	
	畝傍高等学校	公立	634 奈良県橿原市八木町3丁目13-2	0744-22-5321	?	
大阪府	住吉高等学校	公立	545 大阪市阿倍野区北畠 2-4-1	06-651-0525	06-653-9163	
	四條畷学園高等学校	私立	574 大阪府大東市学園町6番45号	0720-76-1321	0720-76-4515	
	帝塚山学院高等学校	私立	558 大阪市住吉区帝塚山3丁目10番51号	06-672-1151	?	
	芥川高等学校	公立	569-11 大阪府高槻市浦堂1-12-1	0726-89-0109	0726-89-3528	
	阿武野高等学校	公立	569-11 大阪府高槻市氷室3丁目38-1	0726-93-4670	0726-93-2448	
	玉川高等学校	公立	578 大阪府東大阪市稲葉2丁目3番25号	0729-64-2521	0729-61-2047	
	平野高等学校	公立	547 大阪府大阪市平野区長吉川辺4丁目2番11号	0723-34-7400	0723-34-7439	
	精華高等学校	私立	588 大阪府堺市辻之1517	0722-34-3391	0722-34-3399	
	東大谷高等学校	私立	545 大阪府大阪市阿倍野区共立通2-8-4	06-661-0384	06-661-1943	
	今宮高等学校	公立	556 大阪市浪速区戎本町2-7-39	06-641-2612	06-645-7608	
	金剛高等学校	公立	584 富田林市藤沢台2丁目1番1号	0721-28-3811	0721-28-5450	
	堺東高等学校	公立	大阪府堺市晴美台1-1-2	0722-91-5510	0722-91-6097	
	河南高等学校	公立	富田林市	0721-23-2081	0721-23-2071	
	松原高等学校	公立	?	?	?	
	四條畷北高等学校	公立	大阪府四條畷市砂510番地	0720-79-7311	0720-76-8370	
	柴島高等学校	公立	530 大阪市東淀川区柴島1-7-106	06-323-8351	06-323-8237	
	北淀高等学校	公立	533 大阪市東淀川区豊里2-11-35	06-328-2331	?	
	泉北高等学校	公立	590-01 大阪府堺市若松台3-2-2	0722-97-1065	0722-93-2376	
	岸和田高等学校	公立	?	?	?	
	高津高等学校	公立	大阪市天王寺区餌差町10-47	06-761-0336	06-761-8153	
	千里高等学校	公立	565 大阪府吹田市高野台2-17-1	06-871-0050	06-871-2587	
	清水谷高等学校	公立	543 大阪市天王寺区清水谷町2-44	06-762-0185	06-762-6820	
	金蘭千里高等学校	私立	565 大阪府吹田市藤白台5-25-1	06-872-0263	06-872-7134	
	京都府	堀川高等学校	公立	604 京都市中京区堀川通蛸薬師下る	075-211-5351	075-211-8975
		嵯峨野高等学校	公立	616 京都市右京区常盤段ノ上町15	075-871-0723	075-871-0724
		京都橘女子高等学校	私立	612 京都市伏見区桃山町伊賀50	075-623-0066	075-623-0070
日吉ヶ丘高等学校		公立	605 京都市東山区今熊野悲田院山5-22	075-561-4142	075-551-9046	
紫野高等学校		公立	603 京都市北区紫野大徳寺町22	075-491-0221	075-492-0968	
塔南高等学校		公立	601 京都市南区吉祥院観音堂町41番地	075-681-0701	075-682-7107	
西京商業高等学校		公立	604 京都市中京区西ノ京東中合町1	075-841-0010	?	
銅駝美術工芸高等学校		公立	604-0902 京都市中京区土手町通竹屋町下る鉢田町542番地	075-211-4984	075-211-8994	
商業高等学校		公立	612 京都市伏見区向島西定請	075-621-4788	075-621-8997	
園部高等学校		公立	622 京都府船井郡園部町小桜町97	0771-62-0051	0771-62-0116	
南陽高等学校		公立	京都府相楽郡木津町兜台6丁目2番地	0774-72-8730	0774-72-8647	
鳥羽高等学校		公立	601 京都府京都市南区西九条大国町1	075-672-6788	?	
久美浜高等学校		公立	京都府熊野郡久美浜町橋爪65	0772-82-0069	0772-82-0690	
立命館高等学校		私立	612 京都市伏見区深草西出山町23	075-645-1051	075-645-1070	
京都学園高等学校		私立	616 京都市右京区花園寺ノ中町8番地	075-461-5105	075-461-5138	
京都共栄学園高等学校		私立	620 京都府福知山市篠尾62-5	0773-22-6241	0773-22-0968	

調査時点での資料

表 4.3.2.1.1 ホームページ開設高校リストアップ結果(2)

府県名	高校名	E-mail アドレス	ホームページ掲載URL	
奈良県	高取高等学校	webmaster@takatori-hs.takatori.nara.jp	www.takatori-hs.takatori.nara.jp/TakatoriHome.html	
	奈良商業高等学校	narasyo@mahoroba.or.jp	www.nara-edu.ac.jp/sakuraic/start.htm	
	生駒高等学校	araki@nara-edu.ac.jp,kinami@nara-edu.ac.jp	www.nara-edu.ac.jp/ikoma-hs/	
	志貴高等学校	shiki-hs@nara-edu.ac.jp	www.nara-edu.ac.jp/shiki-hs/	
	吉野高等学校	ysn-hs@mahoroba.or.jp	www.mahoroba.or.jp/ysn-hs/	
	桜井女子高等学校	ufuyuki@ma2.justnet.ne.jp	www2.justnet.ne.jp/ufuyuki/	
	郡山高等学校	koriyama@nara-edu.ac.jp	www.nara-edu.ac.jp/koriyama/homeJpn.htm	
	畝傍高等学校	unebi-hs@nara-edu.ac.jp	www.nara-edu.ac.jp/unebi-hs/	
大阪府	住吉高等学校	smymstr@osk.threewebnet.or.jp	www.threeweb.ad.jp/sumiyosi/index.html	
	四條畷学園高等学校	nawagaku@sannet.ne.jp	www.sannet.ne.jp/nawagaku/index.html	
	帝塚山学院高等学校	tezuka@ex-club.or.jp	www.ex-club.or.jp/tezukayama/index.html	
	芥川高等学校	akutahis@osk2.3web.ne.jp	www.osk.3web.ne.jp/akutahis/	
	阿武野高等学校	abunohi@osk.3web.ne.jp	www.threeweb.ad.jp/abunohi/	
	玉川高等学校	tamakou@osk.3web.ne.jp	www.threeweb.ad.jp/tamakou/	
	平野高等学校	hirano-1@ma4.justnet.ne.jp	www4.justnet.ne.jp/hirano-1/	
	精華高等学校	seikakou@osk3.threewebnet.or.jp	www2.osk.3web.ne.jp/seikakou/	
	東大谷高等学校	higashiohtani@int-acc.or.jp	www.int-acc.or.jp/higashiohtani/	
	今宮高等学校	imamiya1@jsn.justnet.or.jp	www4.justnet.ne.jp/imamiya1/	
	金剛高等学校	kongo@osk.threewebnet.or.jp	www.threeweb.ad.jp/kongo/index-j.html	
	堺東高等学校	sakaihig@mxs.meshnet.or.jp	www2b.meshnet.or.jp/sakaihig/	
	河南高等学校	yosshin@x.age.ne.jp	www.age.ne.jp/x/yosshin/	
	松原高等学校	matsukou@os.gulf.or.jp	www.gulf.or.jp/matsukou/	
	四條畷北高等学校	lv9j-ysur@asahi-net.or.jp	www.asahi-net.or.jp/LV9J-YSUR/jnsv.html	
	柴島高等学校	sougou@kuniko-hs.higashiyodogawa.osaka.jp	www.kuniko-hs.higashiyodogawa.osaka.jp/	
	北淀高等学校	m10191p@edu-c.pref.osaka.jp	www.edu-c.pref.osaka.jp/f10194m/home.htm	
	泉北高等学校	semhi@jsn.justnet.or.jp	www.justnet.or.jp/home/semhi/	
	岸和田高等学校	kishikou@osk2.3web.ne.jp	www2.osk.3web.ne.jp/kishikou/	
	高津高等学校	bananafish@can.bekkoame.or.jp	www.bekkoame.or.jp/bananafish/index.html	
	千里高等学校	senrihs@gin.or.jp	www.gin.or.jp/users/senrihs/default2.htm	
	清水谷高等学校	shimizu@gin.or.jp	www.gin.or.jp/users/shimizu/	
	金蘭千里高等学校	kinrans@mbox2.inet-osaka.or.jp	ss5.inet-osaka.or.jp/kinrans/	
	京都府	堀川高等学校	horikoh@mbox.kyoto-inet.or.jp	web.kyoto-inet.or.jp/org/horikoh/index.html
		嵯峨野高等学校	cosmoska@po.infosphere.or.jp	www.sphere.ad.jp/sagano/home.html
		京都橘女子高等学校	tatibana@mbox.kyoto-inet.or.jp	web.kyoto-inet.or.jp/org/tatibana/
		日吉ヶ丘高等学校	hiyoshi@edu.city.kyoto.jp	www.edu.city.kyoto.jp/hp/hiyoshi/
紫野高等学校		murasaki@mbox.kyoto-inet.or.jp	web.kyoto-inet.or.jp/org/murasaki/index-j.html	
塔南高等学校		tounan@mbox.kyoto-inet.or.jp	web.kyoto-inet.or.jp/org/tounan/	
西京商業高等学校		saikyo@mbox.kyoto-inet.or.jp	web.kyoto-inet.or.jp/org/saikyo/index.html	
銅駝美術工芸高等学校		douda@mbox.kyoto-inet.or.jp	web.kyoto-inet.or.jp/org/douda/	
商業高等学校		webmaster@kyoto-chs.fushimi.kyoto.jp	www.kyoto-chs.fushimi.kyoto.jp/	
園部高等学校		yamatsu@mbox.kyoto-inet.or.jp	web.kyoto-inet.or.jp/people/yamatsu/index.html	
南陽高等学校		nanyo@mahoroba.or.jp	www.mahoroba.or.jp/nanyo/index/index-j.html	
鳥羽高等学校		tobahs@ma4.justnet.ne.jp	www4.justnet.ne.jp/tobahs/	
久美浜高等学校		kumi-hs@mx.nkansai.or.jp	www2.nkansai.or.jp/sch/kumihamahs/	
立命館高等学校		fk-www-adm@fkc.ritsumei.ac.jp	www.ritsumei.ac.jp/fkc/index-j.html	
京都学園高等学校		gakuen@mbox.kyoto-inet.or.jp	web.kyoto-inet.or.jp/org/gakuen/	
京都共栄学園高等学校		QWA02527@niftyserve.or.jp	www.sphere.ad.jp/kyoei/	

表 4.3.2.1.1 ホームページ開設高校リストアップ結果 (3)

府県名	高校名	出典サイト
奈良県	高取高等学校	Yahoo, キッズ, 100校
	奈良商業高等学校	Yahoo
	生駒高等学校	キッズ
	志貴高等学校	Yahoo
	吉野高等学校	Yahoo
	桜井女子高等学校	Yahoo
	郡山高等学校	キッズ
大阪府	畝傍高等学校	Yahoo, キッズ
	住吉高等学校	Yahoo, こねっと, キッズ
	四條畷学園高等学校	Yahoo
	帝塚山学院高等学校	Yahoo
	芥川高等学校	Yahoo
	阿武野高等学校	Yahoo, キッズ
	玉川高等学校	Yahoo, キッズ
	平野高等学校	Yahoo, こねっと, キッズ
	精華高等学校	Yahoo
	東大谷高等学校	Yahoo
	今宮高等学校	Yahoo, こねっと
	金剛高等学校	Yahoo, キッズ
	堺東高等学校	Yahoo
	河南高等学校	Yahoo, キッズ
	松原高等学校	Yahoo, こねっと, キッズ
	四條畷北高等学校	Yahoo, キッズ
	柴島高等学校	100校, キッズ
	北淀高等学校	Yahoo
	泉北高等学校	Yahoo, こねっと
	岸和田高等学校	Yahoo
	高津高等学校	Yahoo
	千里高等学校	Yahoo
	清水谷高等学校	キッズ
金蘭千里高等学校	Yahoo	
京都府	堀川高等学校	Yahoo, キッズ
	嵯峨野高等学校	Yahoo, こねっと
	京都橘女子高等学校	Yahoo
	日吉ヶ丘高等学校	Yahoo, キッズ
	紫野高等学校	Yahoo, キッズ
	塔南高等学校	Yahoo, キッズ
	西京商業高等学校	Yahoo, キッズ
	銅駝美術工芸高等学校	Yahoo, キッズ
	商業高等学校	Yahoo, キッズ, 100校
	園部高等学校	Yahoo
	南陽高等学校	Yahoo, キッズ
	鳥羽高等学校	Yahoo
	久美浜高等学校	こねっと
	立命館高等学校	キッズ
	京都学園高等学校	Yahoo
	京都共栄学園高等学校	Yahoo, キッズ

注.) 「出典サイト」は、それぞれ以下を意味する。
 Yahoo・・・Yahoo!Japanに登録されている高校
 100校・・・100校プロジェクト参加校 (通産省と文部省の共同プロジェクトで、全国100校程度の小中高校にコンピュータを設置し、コンピュータやネットワーク技術を生かしながら教育の可能性を実証することを目的とした試み)
 こねっと・・・こねっと・プラン参加校 (NTTが中心となって推進する、学校でのインターネット利用促進のためのプロジェクト)
 キッズ・・・メディアキッズ参加校 (インターネットによる学校間交流プロジェクト)

調査時点での資料

[調査協力依頼状]

各位 殿

～インターネット利用状況調査へのご協力をお願い～

初冬の候、皆様におかれましては、ますますご健勝のこととお喜び申し上げます。

「エイ・ティ・アール環境適応通信研究所」は、電気通信分野における基礎的・独創的研究の一大拠点として内外に開かれた研究所を設立する構想のもとに、産・官・学の幅広いご支援を頂き、関西文化学術研究都市の中心施設のひとつとして設立されました。私たちは、利用者の多種多様な通信要求に応えるため、ネットワーク、端末などの多様化に伴う複雑で不確定な通信環境の変化に、自律的に適応する通信システムの基盤要素技術の研究を行なっています。

このたび、研究の一環といたしまして、通信ネットワークが社会、経済に及ぼすと思われる影響の評価研究を計画しております。具体的には、若年層の女性におけるインターネットの利用状況及び今後の利用・普及の可能性、利用度合の把握、検証を目的とした調査研究を計画しておりますが、そのためのアンケート調査に協力して頂ける高校を探しております。ご承知のように、近年、家庭へのインターネットの普及が急速に進み、日本におけるその利用者数は約700万人と言われております。このうち、家庭からの日常的利用が主である女性利用者の比率は年々上昇傾向にあり、現在では約2割との統計があります。そこで今年度、将来的な女性利用者と想定される若年層女性に着目し、女子高校生を対象としたアンケート調査を行なうことにより、通信ネットワーク、特にインターネットが若年層の女性にどのように受け止められ影響を与えているのか、今後どのように浸透し利用されていくのかといった点を把握した上で、インターネットに関するさらに発展させた調査研究の基礎資料として活用していくことができると考えております。

つきましては、私たちの目的をご理解頂きますとともに、本アンケート調査にご協力いただけるか否かの旨をご連絡いただきたくお願い申し上げます。アンケートの方法としましては、私どもの調査担当が直接高校にお伺いし、お集まり頂いた女子生徒の方々にその場で、こちらで準備した20分程度のアンケートにご回答頂くといった方法を想定しております。対象人数については、100名程度の生徒の方からご回答を頂ければと考えております(当然、生徒の方の氏名や住所といったプライベートに関わる事項について、ご記入いただく必要はございません。)

アンケートの設問項目としましては、パソコン、インターネット利用の現状及び今後の利用意向、パソコン、インターネット利用に対する阻害要因、電話・ポケットベル等の情報通信メディアの利用状況等を想定しております。なお、ご回答頂いた内容は、私たちのデータベースに入力し、私たちの研究目的以外に利用することは一切ございませんので申し添えます。アンケート調査にご協力頂いた際には、アンケート集計結果についてご報告させていただく方向で考えております。ご多忙の折、誠に恐縮ではございますが調査の主旨をご理解いただき、本アンケート調査にご協力いただけますよう重ねてお願い申し上げます。

平成9年12月17日

株式会社エイ・ティ・アール環境適応通信研究所
代表取締役社長
小宮山 牧兒

詳細に関しましては、下記担当者までお問い合わせ下さい。また、誠に勝手ではございますが、12月25日(木)までに、ご協力いただけるかどうかの旨を、下記の回答フォーマットにご記入頂いた上、ご返信くださいますようお願い申し上げます。

●回答用フォーマット

1. アンケートに協力可能(メール・電話での連絡が欲しい)
2. もう少し詳しい内容を知りたい(メール・電話での連絡が欲しい)
3. 今回は辞退したい

●お問い合わせ先

株式会社エイ・ティ・アール環境適応通信研究所
担当: 新上(しんじょう), 下川(しもがわ), 井桁(いげた)
(住所) 〒619-02 京都府相楽郡精華町光台2-2
(電話) 0774-95-1501(代表)
(FAX) 0774-95-1509
(E-mail) infor@acr.atr.co.jp
(URL) <http://www.acr.atr.co.jp>

4.3.2.2 調査項目

アンケート調査票の設計に際しては、今年度における調査の目的として想定している以下の3点の把握、検証が可能となるよう、大きくは3つ、計12の設問(付問を含むと24問)を設けた。なお、単純集計のみでなく、クロス集計による考察にも配慮し設問を設けた。

- 若年層の女性におけるインターネット利用の現状
- 若年層の女性におけるインターネット利用に対する阻害要因の考察
- 若年層の女性における今後のインターネット普及の可能性

各設問の内容および設定目的は、以下の通りである。

[I. パソコン利用に関して]

質問 1) パソコン利用経験 パソコン利用経験について問うもの。付問として、未経験の理由も合わせて確認した。

質問 2) パソコン利用意向 今後のパソコン利用意向について問うもの。付問として、使いたくない理由も合わせて確認した。

[II. インターネット利用に関して]

質問 3) インターネット利用経験 インターネット利用経験について問うもの。付問として、インターネット現在利用者に対しインターネット利用場所、利用開始時期、利用目的、インターネットに感じる魅力、過去利用者に対し非継続利用の理由、未利用経験者に対し未利用の理由も合わせて確認した。

質問 4) インターネット利用意向 今後のインターネット利用意向について問うもの。付問として、利用意向のある者に対し利用目的、利用意向のない者に対し使いたくない理由も合わせて確認した。

質問 5) インターネットのイメージ インターネットに対して持っているイメージや考え方について問うもの。

[III. 自分自身に関して]

質問 6) コミュニケーション・ツールの利用状況 プリクラ、PHS、携帯電話などのコミュニケーション・ツールの利用の現状、利用の継続・非継続理由を問うもの。これらのツール利用における若年層女性の価値観(面白さ、気軽さ、扱いやすさ、金銭面など)の導出を目的とする設問。

質問 7) コミュニケーションの際に重視する点 日常生活における友人とのコミュニケーション(共通の話題について話をするなど)の際に重視する点を問うもの。コミュニケーションに関連する価値観の導出を目的とする設問。

質問 8) 余暇(帰宅後、休日)の過ごし方 余暇(帰宅後、休日)の過ごし方について問うもの。若年層の女性における余暇のライフスタイルの導出を目的とする設問。

質問 9) 情報に対する接し方・考え方 日常生活において、情報に対してどのような接し方をしているかを問うもの。情報に対する価値観の導出を目的とする設問。

質問 10) 自由記述: PHS、携帯電話、一般加入電話、インターネットなどの利用について思うことについて問うもの。選択肢からの選択のみの設問では得ることのできない情報の収集を目的とする設問。

質問 11) 学年: 学年を問うもの。

質問 12) 性別: 性別を問うもの。

今年度の調査で用いたアンケート調査票を以下に示した。

高校生におけるパソコン・インターネットの利用状況・利用意向調査

はじめに

この調査は、近年普及の著しいパソコン、インターネットが、高校生の皆さんにどのように受け止められ影響を与えているか、また今後どの程度浸透し利用されていくのかを把握するものです。
調査の結果は統計的にとりまとめ、私たちの研究所におけるインターネットの普及に関する研究の基礎資料として活用させていただきます。

ご記入にあたって

1. 実線で囲った質問1)～質問12)については、全員がお答えください。
点線で囲った付問については、太字の注意書き(※の部分)にしたがってください。
2. お答えは、あらかじめ用意させていただいた回答の中から当てはまるものを選んで、番号に○をつけて下さい。「その他」を選択した場合は、その内容を()の中に具体的に記入して下さい。
3. 調査は無記名で行ない、お答えいただいた内容はすべて「○○という意見の人が△△%」という形でまとめ、あなた個人が特定されることは一切ありませんので、ありのままをお答え下さい。

株式会社 エイ・ティ・アール環境適応通信研究所

I. パソコン利用について

質問1) 今までにパソコンを使ったことがありますか。あてはまるもの1つを選んで、番号に○をつけてください。

- 1 現在、使っている
- 2 過去に使ったことがあるが、現在は使っていない
- 3 使ったことがない → 付問1-1)へ

※ 質問1)で「3 使ったことがない」と回答した人のみ、付問1-1)にお答えください

付問1-1) パソコンを使ったことがないのは、なぜですか。あてはまるもの全てを選んで、番号に○をつけてください。

- 1 パソコンがない
- 2 使う必要がない(なくてもいい)
- 3 使い方がわからない、難しそう
- 4 使うのが面倒そう
- 5 パソコンが嫌い
- 6 面白そうに思えない
- 7 オタクっぽくていやだ
- 8 のめり込みそうでこわい
- 9 お金がかかりそう
- 10 その他()

質問2) 今後(今後も)パソコンを使いたいと思いますか。あてはまるもの1つを選んで、番号に○をつけてください。

- 1 積極的に使っていきたい
- 2 機会があれば使いたい
- 3 使いたいとは思わない → 付問2-1)へ
- 4 使うかどうかわからない

※ 質問2)で「3 使いたいとは思わない」と回答した人のみ、付問2-1)にお答えください

付問2-1) パソコンを使いたいと思わないのは、なぜですか。あてはまるもの全てを選んで、番号に○をつけてください。

- 1 パソコンがない
- 2 使う必要がない(なくてもいい)
- 3 使い方がわからない、難しそう
- 4 使うのが面倒そう
- 5 パソコンが嫌い
- 6 面白そうに思えない
- 7 オタクっぽくていやだ
- 8 のめり込みそうでこわい
- 9 お金がかかりそう
- 10 その他()

II. インターネット利用について

質問3) 「インターネット」を使ったことがありますか。あてはまるもの1つを選んで、番号に○をつけてください。

- 1 現在、使っている → 付問3-1)～3-4)へ
- 2 過去に使ったことがあるが、現在は使っていない → 付問3-5)へ
- 3 使ったことがない → 付問3-6)へ

※ 質問3)で「1 現在使っている」と回答した人のみ、付問3-1)～3-4)にお答えください

付問3-1) インターネットをどこで使っていますか。あてはまるもの全てを選んで、番号に○をつけてください。

- 1 自分の部屋
- 2 自分の家(自分の部屋は除く)
- 3 友人の家
- 4 学校、塾、予備校
- 5 インターネット・カフェ(インターネットを使える喫茶店)
- 6 その他の場所()

(質問3の続き)

付問3-2) インターネットを使い始めてから、どれくらいですか。あてはまるもの1つを選んで、番号に○をつけてください。また、1週間での利用時間を、大体で結構ですから()の中に記入してください。

- 1 1カ月未満(1週間でほしい 時間ぐらい利用している)
- 2 1カ月～3カ月未満(1週間でほしい 時間ぐらい利用している)
- 3 3カ月～6カ月未満(1週間でほしい 時間ぐらい利用している)
- 4 6カ月～1年未満(1週間でほしい 時間ぐらい利用している)
- 5 1年以上(1週間でほしい 時間ぐらい利用している)

付問3-3) インターネットをどういった目的で使っていますか。あてはまるもの全てを選んで、番号に○をつけてください。また、具体的にはどのような使い方をしていますか。できれば()内にその内容を記入してください。
(例:「1」を選択。会う機会が減った中学のころの友達と、電子メールで連絡を取り合っている)

- 1 友人とのコミュニケーション(具体的には:)
- 2 多くの見知らぬ人とのコミュニケーション(具体的には:)
- 3 趣味に関する情報を入手する(具体的には:)
- 4 興味あることに関する情報を入手する(具体的には:)
- 5 ニュースなどの最新情報を入手する(具体的には:)
- 6 勉強に活用する(具体的には:)
- 7 自分のホームページを開いて、自分のことや興味あることについて情報を発信する(具体的には:)
- 8 インターネット・ショッピング(具体的には:)
- 9 その他()

付問3-4) インターネットにどのような魅力を感じていますか。あてはまるもの全てを選んで、番号に○をつけてください。

- 1 時間を気にせず、いつでも利用できる
- 2 幅広い分野の情報が手に入る
- 3 雑誌などでは手に入りにくい情報が手に入る
- 4 見知らぬ人とコミュニケーションが図れる
- 5 自分に関すること、興味あることについて情報を発信できる
- 6 交流の幅が広がる
- 7 その他()

※質問3)で「2 過去に使ったことがあるが、現在は使っていない」と回答した人のみ、付問3-5)にお答えください

付問3-5) インターネットを使わなくなったのはなぜですか。あてはまるもの全てを選んで、番号に○をつけてください。

- 1 インターネットを使うための機器がない(パソコンなど)
- 2 使う機会がない
- 3 必要としない(なくてもいい, 他のもので十分)
- 4 使い方がわからない, 難しい
- 5 使うのが面倒
- 6 面白くない
- 7 オタクっぽくていやだ
- 8 のめり込みそうでこわい
- 9 お金がかかる
- 10 通信に時間がかかる
- 11 その他()

※質問3)で「3 使ったことがない」と回答した人のみ、付問3-6)にお答えください

付問3-6) インターネットを使ったことがないのはなぜですか。あてはまるもの全てを選んで、番号に○をつけてください。

- 1 インターネットを使うための機器がない(パソコンなど)
- 2 使う機会がない
- 3 必要としない(なくてもいい, 他のもので十分)
- 4 使い方がわからない, 難しい
- 5 その他()

質問4) 今後(今後も)インターネットを使いたいと思いますか。あてはまるもの1つを選んで、番号に○をつけてください。

- 1 積極的に使っていきたい → 付問4-1)へ
- 2 機会があれば使いたい
- 3 使いたいとは思わない → 付問4-2)へ
- 4 使うかどうかわからない

※ 質問 4) で「1 積極的に使っていきたい」あるいは「2 機会があれば使いたい」と回答した人のみ、付問 4-1) にお答えください

付問 4-1) インターネットをどのような目的で使いたいと思いますか。あてはまるもの全てを選んで、番号に○をつけてください。また、具体的にはどのような使い方をしたいですか。できれば () 内にその内容を記入してください。

- 1 友人とのコミュニケーション (具体的には:)
- 2 多くの見知らぬ人とのコミュニケーション (具体的には:)
- 3 趣味に関する情報を入手する (具体的には:)
- 4 興味あることに関する情報を入手する (具体的には:)
- 5 ニュースなどの最新情報を入手する (具体的には:)
- 6 勉強に活用する (具体的には:)
- 7 自分のホームページを開いて、自分のことや興味あることについて情報を発信する (具体的には:)
- 8 インターネット・ショッピング (具体的には:)
- 9 その他 ()

※ 質問 4) で「3 使いたいと思わない」と回答した人のみ、付問 4-2) にお答えください

付問 4-2) インターネットを使いたいと思わないのはなぜですか。あてはまるもの全てを選んで、番号に○をつけてください。

- 1 必要と思わない (なくてもいい, 他のもので十分)
- 2 使い方がわからない, 難しい (難しそう)
- 3 使うのが面倒 (面倒そう)
- 4 面白くない (面白くなさそう)
- 5 オタクっぽくていやだ
- 6 のめり込みそうでこわい
- 7 お金がかかる
- 8 通信に時間がかかる
- 9 その他 ()

質問 5) インターネットに対するイメージや考え方について、そうであると感じるもの全てを選んで、番号に○をつけてください。

- 1 インターネットは面白い
- 2 インターネットはつまらない
- 3 インターネットは便利だ
- 4 インターネットは不便だ
- 5 インターネットを使うのは簡単だ
- 6 インターネットを使うのは難しい
- 7 インターネットは必要になるだろう
- 8 インターネットは必要とは思わない
- 9 その他 ()

III. あなた自身について

質問 6) 以下の①～⑦を今までに使ったことがありますか。①～⑦それぞれについて、1～3の番号からあてはまるもの1つを選んで、□の中に記入してください。

- 1 現在、使っている → 付問 6-1) へ
- 2 過去使ったことがあるが、現在は使っていない → 付問 6-2) へ
- 3 使ったことがない

- ① プリクラ (プリント倶楽部) □
- ② ポケベル (ポケットベル) □
- ③ PHS □
- ④ 携帯電話 □
- ⑤ たまごっち □
- ⑥ 放課後倶楽部 □
- ⑦ 電子メール □

※ 質問 6) の①～⑦の中で、「1 現在使っている」と回答したものについて、付問 6-1) にお答えください

付問 6-1) 使い始めてから継続して使っているのはなぜですか。1～9の番号からあてはまるもの全てを選んで□の中に記入してください。「9 その他」を選んだ場合は () の中にその内容を記入してください。

- 1 楽しい, 面白い
- 2 気軽な気持ちで利用できる
- 3 持ち運びができる
- 4 手軽に利用できる場所にある
- 5 操作が簡単
- 6 流行りだから (みんなが使っているから)
- 7 お金があまりかからない
- 8 交友関係が広がる
- 9 その他 →

- ① プリクラ (プリント倶楽部) □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ ()
- ② ポケベル (ポケットベル) □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ ()
- ③ PHS □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ ()
- ④ 携帯電話 □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ ()
- ⑤ たまごっち □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ ()
- ⑥ 放課後倶楽部 □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ ()
- ⑦ 電子メール □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ ()

(質問6の続き)

※ 質問6)の①～⑦の中で、「2 過去使ったことがあるが、現在は使っていない」と回答したものについて、付問6-2)にお答えください

付問6-2)使わなくなったのはなぜですか。1～5の番号からあてはまるもの全てを選んで、□の中に記入してください。「5 その他」を選んだ場合は()の中にその内容を記入してください。

- 1 あきた、面白くない
- 2 必要としない
- 3 使うのが面倒、難しい
- 4 お金がかかる
- 5 その他

- ① プリクラ (プリント倶楽部) …… ()
- ② ポケベル (ポケットベル) …… ()
- ③ PHS …… ()
- ④ 携帯電話 …… ()
- ⑤ たまごっち …… ()
- ⑥ 放課後倶楽部 …… ()
- ⑦ 電子メール …… ()

質問7) 日ごろの、友人とのコミュニケーション (共通の話題について話をするなど) を考えた場合、あなたが重視する点はどういう点ですか。あてはまるもの全てを選んで、番号に○をつけてください。

- 1 じっくりコミュニケーションが取れるかどうか
- 2 相手の顔を見ながらコミュニケーションが取れるかどうか
- 3 相手の顔を見ないでコミュニケーションが取れるかどうか
- 4 手軽かどうか
- 5 時間帯を気にしなくてよいかどうか
- 6 相手や自分のいる場所を考えなくていいかどうか
- 7 お金がかからないかどうか
- 8 その他 ()

質問8) 余暇 (帰宅後、休日) はどのように過ごすことが多いですか。1～14の番号からあてはまるもの3つを選んで、□の中に記入してください。「14 その他」を選んだ場合は()の中にその内容を記入してください。

- 1 テレビやビデオを見て過ごす
- 2 雑誌 (週刊誌, 月刊誌, マンガなど) を読む
- 3 雑誌以外の本 (小説, 文庫本など) を読む
- 4 電話をする
- 5 勉強する
- 6 ゲームをする
- 7 音楽を聴く
- 8 インターネット, パソコン通信をする
- 9 ショッピングに出かける
- 10 スポーツをする
- 11 カラオケに行く
- 12 塾や予備校に行く
- 13 特に目的もなく出かける
- 14 その他

- ① 帰宅後 …… ()
- ② 休日 …… ()

質問9) この中から、あなた自身についてあてはまるもの全てを選んで、番号に○をつけてください。

- 1 世の中の出来事や流行は、人より早く知りたい方である
- 2 世の中で話題になっていることは、人より詳しく知りたい方である
- 3 広くいろいろなことを知っていたい方である
- 4 世の中で流行っていることは、自分の生活に積極的に取り入れたい方である
- 5 何か一つでもいいから、人に負けないほどに詳しく知っている分野を持ちたい方である
- 6 関心のあることには、ある程度お金がかかっても構わない方である
- 7 関心のあることを詳しく知るためには、時間を惜しまない方である
- 8 どれもあてはまらない

質問10) PHSや携帯電話、ポケベル、家の電話、インターネットなどの利用について、どんなことでも結構ですから、あなたが思うことを記入してください。

記入例：インターネットも、携帯電話やPHSみたいに持ち運べて簡単に使えるなら、使うかもしれない。

質問11) あなたの学年を教えてください。

- 1 1年生
- 2 2年生
- 3 3年生

質問12) あなたの性別を教えてください。

- 1 男性
- 2 女性

～ご協力ありがとうございました～

4.3.2.3 調査方法

調査方法としては以下の4つの方法を検討した。

- [1] 街頭調査法
- [2] 郵送調査法
- [3] 集合調査法
- [4] 留置調査法

本年度調査では、[4]の留置調査法を採用した。以下に各調査方法の特徴と、[1]～[3]の調査方法を棄却し、[4]を採用した事由を示した。

[1] 街頭調査法……街頭にて調査員が適切と思われる調査対象を見つけ、その場で調査票への記入を依頼する調査方法。

(利点)

- 短期間での回答の収集が可能である。

(問題点)

- 一人回答当りの時間的制限が大きく、有効な回答を得にくい。● 実施地区、地点の決定が困難である。

(棄却理由) 本調査で想定する質問項目への回答には、最低でも15分程度の時間が必要であるが、引き留めておける時間はせいぜい1～2分が限界と思われる。また実施地点については、対象とする地点を管轄・管理している警察署あるいは団体などの許可を得る必要があるため、本調査方法は棄却した。

[2] 郵送調査法……調査対象に対して調査票を郵送して記入を依頼し、記入した調査票を再び郵送で送り返してもらう調査方法。

(利点)

- 調査票回収の人手が不要である。

(問題点)

- 調査対象の抽出の問題がある。
- 回収率の問題。十分な回収を見込むには大量の発送が必要となる。
- 実査経費の問題。相当数の郵送が必要となり、費用が高くなる。

(棄却理由) 対象者の郵送先住所の情報源についての問題がある。住民票の閲覧は、調査目的の公共性が高い、主催団体が役所である等の場合に限られ、民間団体による調査の場合ほぼ不可能に近いと思われる。したがって民間名簿販売業者から、数校のダイレクトメール名簿を購入し郵送することになる。また郵送調査の回収率は、公共性の高い内容で、役所名で実施した場合でも3割程度であり、今回の場合では1割程度が想定され、有効な回答数に達しない可能性が大きいことが予測されたため、本調査方法は棄却した。

[3] 集合調査法……調査対象に一堂に会してもらい、調査票を配ったうえ調査員が調査票の説明をしつつ対象に記入してもらう調査方法。

(利点)

- 調査票記入時の指示の徹底が可能である。
- 一度に多数の調査票を回収できるため、時間と経費の節約が可能である。

(問題点)

- 会場の確保や集合時間と場所の事前連絡といった準備作業に、多大な労力が必要となる。

(棄却理由) アンケート実施の時期が、高校側では多忙な時期(学年末試験、大学・高校受験準備など)であり、先生と生徒及び調査員が一堂に会してアンケートを行なえるようなまとまった時間がとれないことから、本調査方法は棄却した。

[4] 留置調査法……調査員が調査対象者に調査票を配付し、後日調査員が回収して回る調査方法。

(利点)

- 回答に時間を要するアンケートに有効である。

(問題点)

- 回答が必ずしも本人によるものであるかどうかの保証がない。

(採用理由) 本調査で作成した調査票への回答には15～20分程度を要すると思われるため、留置調査法の採用は適切であると判断した。

4.3.2.4 アンケート回収状況

表 4.3.2.4.1 に、アンケートの回収状況をまとめる。

表 4.3.2.4.1 アンケート回収状況

学校	配付数	回収数	有効解答数	白票
A:女子高校（近畿）	155	113	112	1
B:女子高校（近畿）	155	152	152	0
C:高等専門学校（中部）	155	113	112	1
D:高等専門学校（近畿）	118	118	118	0
E:国立大学（東京）	108	108	108	0

4.3.3 調査結果

4.3.3.1 アンケート実施校に関する情報

以下に、アンケートを実施した3校におけるアンケートの状況と、パソコン、インターネットに対する取組の現状や今後の方針についてヒアリングを行なった結果をまとめる。

(1) A校

1) アンケートに関して

回答者数……112名（2年生女子のみ）

2) A校に関する情報

現在のコンピュータ保有台数

- Windows95マシン：6台（うち2台は事務所、3台職員室、1台が生徒用）
- Windows3.1マシン：6台、DOS/Vマシン：7台
- 個人の持ち込み：約20台
- 上記のうち約20台がNetwareに接続次年度以降の計画
- コンピュータ教室に、Windows95マシン：51台
- 専用線（OCN）を引く予定。インターネット接続されているコンピュータ
- プロバイダーからは4つのアカウントをもらっている。

3) 担当教諭所見

- 中学の時にパソコンに触ったことがある生徒が多い様子。
- 端末開放時は、電子メールやYahooを使った検索を利用している生徒もいる。タレントのホームページを見ているようである。
- インターネットの普及に関しては、インターネットを使っている人から使っていない人への、「おもしろいよ」といったような情報の伝達が必要と思われる。

- 持ち運べるかどうかという点も重要だろう。たとえノートパソコンでも、2kg もするものをかばんに入れて持ち運ぶことはしない。受け入れられるのは、感覚的に700～800g までではないか。

(2) B 校

1) アンケートに関して

- 回答者数……152名(学年はランダム, 女子のみ)
- 回答者の属性……コンピュータの授業を選択している生徒, 選択していない生徒(152名の内訳はランダム)

2) B 校に関する情報

現在のコンピュータ保有台数

- 30～40台のパソコンがある。
- 計算機教室が2箇所あり, 一方の部屋でWord, Excelを使った授業を, 他の部屋でインターネットの授業を実施。次年度以降の計画
- 新年度から128kの専用線を導入予定。インターネット接続されているコンピュータ
- インターネット用の教室には, 30～40台のパソコンがあるが, ダイアルアップの回線は一つ。
- 従って授業ではグループごとで実施。それでも接続は困難。インターネットに関連した授業
- 放課後開放しており興味を持った生徒が集まってくる。

3) 担当教諭所見

- インターネットについては殆どの生徒が知らない(言葉だけ知っている)とのこと。
- パソコンの個人所有は1名程度。
- 放課後担当教諭は監視しない。この時, 殆どは芸能人ホームページへのアクセス, コンサート情報, 吉本興業に関する情報などへアクセスが多い。
- 電子メールについては印象なし。
- アンケートには思ったより時間がかかった。文面が難しい。生徒は苦勞して書いていた模様。

(3) C 校

1) アンケートに関して

- 回答者数……112名(男子86人, 女子23人, 不明3人)

2) C 校に関する情報

現在のコンピュータ保有台数

- 教官および事務部……パソコン約200台, ワークステーション約30台
- 学生用……パソコン約170台次年度以降の計画
- 現在のところ予定なしインターネット接続されているコンピュータ
- 上記のコンピュータすべてがネットワークに接続されていると考えて構わないインターネットに関連した授業
- 5学科とも低学年でインターネット関連の操作を授業で教え, e-mailも使えるはず。
- マルチメディア情報センター(いわゆる計算機センター)のパソコンは空いている限り何時でも利用可能。(おそらく)閉館時間のPM5:00まで利用可能。

3) 担当教官所見

- 昼休みなどはセンターはとても混雑している。
- 教官側も課題の提出や資料の提示にe-mailやWWWを用いることを義務づけていることが多いので, 非常に利用率は高いはず。

(4) C 校

1) アンケートに関して

- 回答者数118名

2) C 校に関する情報

- コンピュータ保有代数
学校所有分50台(演習用)
その他に, 卒業研究の学生が利用するコンピュータが結構な数(全学で100台程度?)あり。
- 次年度以降の計画
学校所有分(リプレイス: 10年度末)50台(演習用)
- インターネットに接続されているコンピュータ

上記 95 台

卒業研究などで利用するコンピュータは 50 台ほどあると思います。

- インターネットに関連した授業
授業によっては道具としてつかうものも若干あります。
- コンピュータの開放
両者とも放課後は自由に利用可能です。

3) 担等教官所見

コマンドの使い方などを WWW で公開しているとちゃんと調べながら課題をこなしていつているようです。

昼休みや放課後の利用も (夏は涼むついでに) あるみたいです。

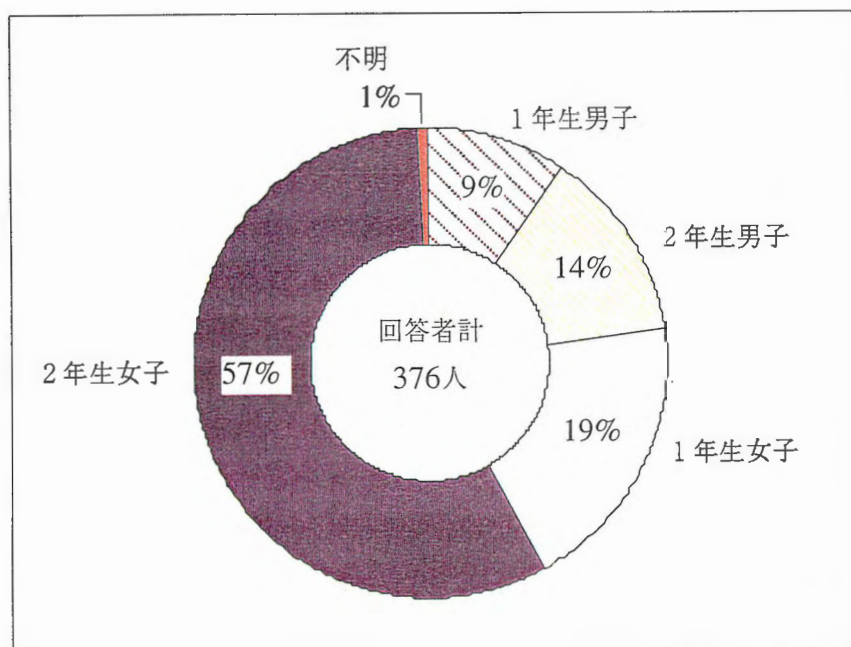
4.3.3.2 単純集計による集計結果

(1) 回答者の属性

回答者数の合計値は 376 人であり、構成は男子 86 人 (全体の 22.9%), 女子 287 人 (同 76.3%), 性別不明 3 人 (0.8%) である。

表 4.3.3.2.(1)-1 回答者の属性

男子			女子			不明	合計
1年生	2年生	計	1年生	2年生	計		
35人	51人	86人	72人	215人	287人	3人	376人
9.3%	13.6%	22.9%	19.1%	57.2%	76.3%	0.8%	100.0%



(補足) (1) 上記の 376 人は 3 校の回答者の合計である。376 人のうち、男子 86 人全員が高等専門学校生である。女子 287 人中 23 人が高等専門学校生であり、264 人が女子高校の生徒である。高等専門学校は、コンピュータ、インターネットの利用環境が一般の高校に比べ整っている。

(2) 質問 1： パソコン利用経験

1) 質問 1： パソコン利用経験

回答者計 376 人におけるパソコンの利用経験について見ると、「現在使っている」とした生徒は 222 人(全回答者の 59.0%)であり、次いで「過去使ったことがある」生徒が 133 人(35.4%)となっている。一方、「使ったことがない」生徒は 21 人(5.6%)となっている。

男女別に見ると、男子では 86 人中 80 人(93.0%)が「現在使っている」と回答しており、過去の利用経験も含めると、全員が利用経験があるとの回答となっている。一方女子では、「現在使っている」生徒は 140 人(48.8%)であり、「過去使ったことがある」とした 126 人(43.9%)とあわせると、287 人中 266 人(92.7%)がパソコンの利用経験があるとの回答であることがわかる。

表 4.3.3.2.(2)-1 パソコン利用経験

(人)					(%)				
	n	現在使っている	過去使ったことがある	使ったことがない		n	現在使っている	過去使ったことがある	使ったことがない
男子	86	80	6	0	男子	86	93.0	7.0	0.0
女子	287	140	126	21	女子	287	48.8	43.9	7.3
不明	3	2	1	0	不明	3	66.7	33.3	0.0
合計	376	222	133	21	合計	376	59.0	35.4	5.6

※) n：その質問に対する回答者数。回答比率算出の基数である。

－：回答者がいないことを示す。

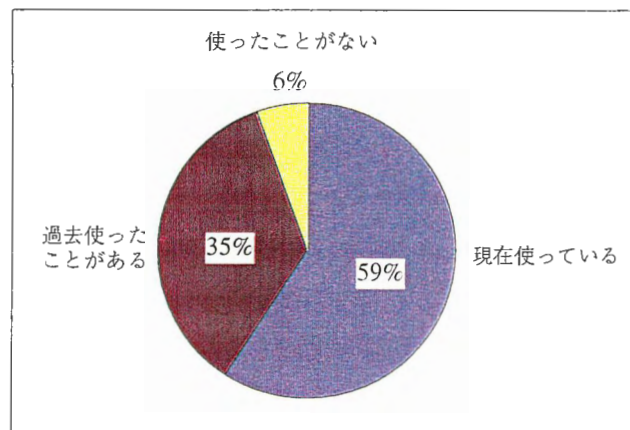
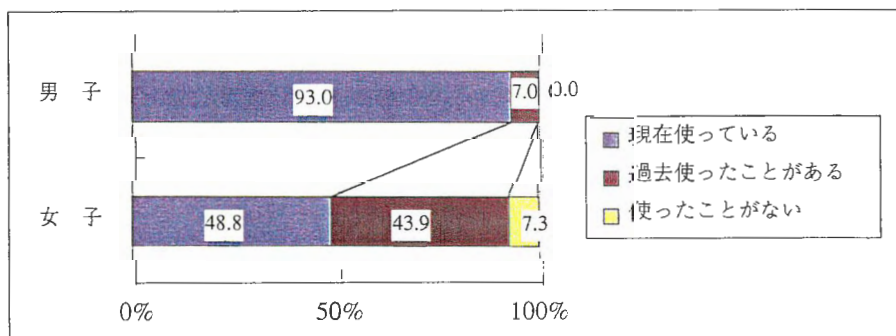


図 4.3.3.2.(2)-1 パソコン利用経験 (全体)

図 4.3.3.2.(2)-2 パソコン利用経験 (男女別)



2) 付問1：パソコンを使ったことがない理由

質問1)で「パソコンを使ったことがない」と回答した生徒21人に対して、使ったことがない理由を聞いたところ、「パソコンがない」と回答したが18人(85.7%)と最も多く、次いで「使い方がわからない」8人(38.1%)となっている。

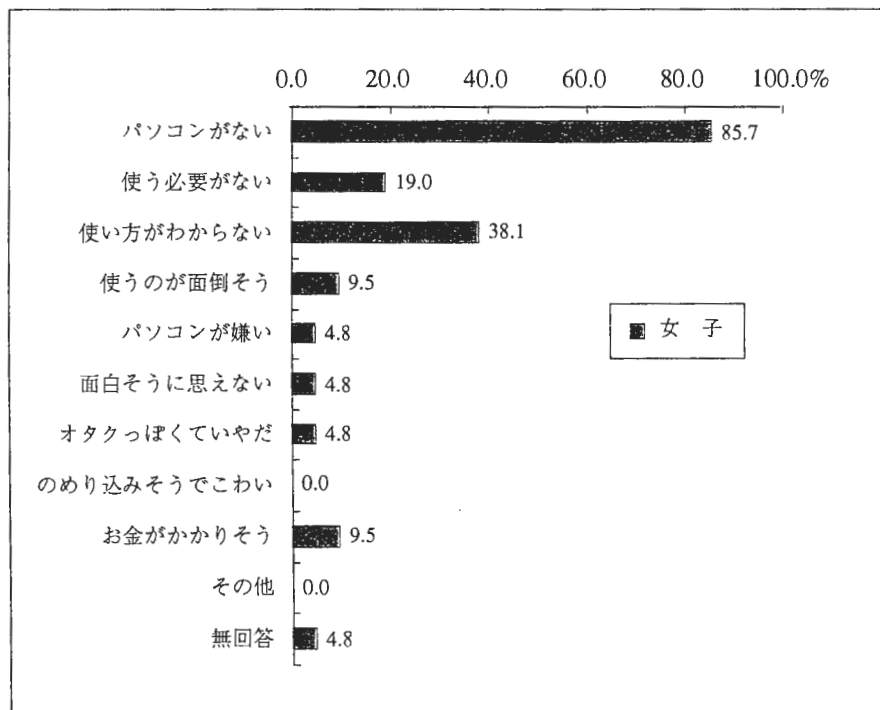
表4.3.3.2.(2) - 2. パソコンを使ったことがない理由

(人)

	n	パソコンがない	使う必要がない	使い方がわからない	使うのが面倒そう	パソコンが嫌い	面白そうに思えない	オタクっぽくていやだ	のめり込みそうでこわい	お金がかかりそう	その他	無回答
男子	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
女子	21	18	4	8	2	1	1	1	0	2	0	1
不明	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
合計	21	18	4	8	2	1	1	1	0	2	0	1

(%)

	n	パソコンがない	使う必要がない	使い方がわからない	使うのが面倒そう	パソコンが嫌い	面白そうに思えない	オタクっぽくていやだ	のめり込みそうでこわい	お金がかかりそう	その他	無回答
男子	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
女子	21	85.7	19.0	38.1	9.5	4.8	4.8	4.8	0.0	9.5	0.0	4.8
不明	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
合計	21	85.7	19.0	38.1	9.5	4.8	4.8	4.8	0.0	9.5	0.0	4.8



表図4.3.3.2.(2) - 3. パソコンを使ったことがない理由 (女子)

(3) 質問 2：パソコン利用意向

1) 質問 2：パソコン利用意向

回答者計 376 人におけるパソコンの利用意向について見ると、「機会があれば使いたい」と回答した生徒が 176 人 (46.8%) であり、次いで「積極的に使いたい」161 人 (42.8%) となっている。

男女別に見ると、男子では 86 人中 61 人 (70.9%)、女子では 287 人中 98 人 (34.1%) が「積極的に使いたい」と回答しており、「機会があれば使いたい」との回答をあわせると男子では 83 人 (96.5%)、女子では 251 人 (87.4%) の生徒において利用意向は高いものとみなせる。

表 3.3.3.2.(3)-1 パソコン利用意向

	(人)						(%)					
	n	積極的に使いたい	機会があれば使いたい	使いたいと思わない	使うかどうかかわからない	無回答	n	積極的に使いたい	機会があれば使いたい	使いたいと思わない	使うかどうかかわからない	無回答
男子	86	61	22	1	2	0	86	70.9	25.6	1.2	2.3	0.0
女子	287	98	153	14	18	4	287	34.1	53.3	4.9	6.3	1.4
不明	3	2	1	0	0	0	3	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0
合計	376	161	176	15	20	4	376	42.8	46.8	4.0	5.3	1.1

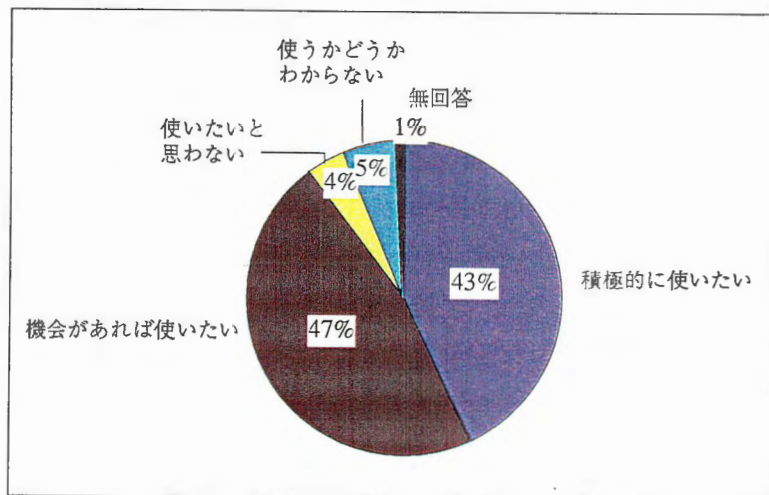
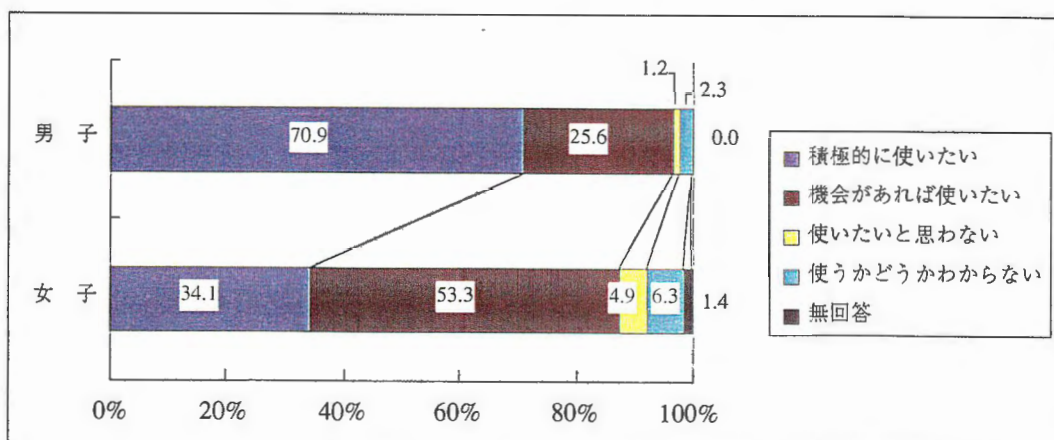


図 4.3.3.2.(3)-1 パソコン利用意向 (全体)

図 4.3.3.2.(3)-2 パソコン利用意向 (男女別)



2) 付問1：パソコンを使いたいと思わない理由

質問2で「パソコンを使いたいと思わない」と回答した生徒15人にその理由を聞いたところ、「パソコンが嫌い」との回答が最も多く6人(40.0%)となっている。また、「使う必要がない」、「使うのが面倒そう」とした回答が次いで多く、ともに4人(26.7%)となっている。なお、男子においては1人のみの回答である。

表 4.3.3.2.(3)-2 パソコンを使いたいと思わない理由

(人)

	n	パソコンがない	使う必要がない	使い方がわからない	使うのが面倒そう	パソコンが嫌い	面白そうに思えない	オタクっぽくていやだ	のめり込みそうでこわい	お金がかかりそう	その他	無回答
男子	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
女子	14	2	4	3	4	6	1	1	0	2	1	0
不明	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
合計	15	2	4	3	4	6	2	2	0	2	1	0

(%)

	n	パソコンがない	使う必要がない	使い方がわからない	使うのが面倒そう	パソコンが嫌い	面白そうに思えない	オタクっぽくていやだ	のめり込みそうでこわい	お金がかかりそう	その他	無回答
男子	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
女子	14	14.3	28.6	21.4	28.6	42.9	7.1	7.1	0.0	14.3	7.1	0.0
不明	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
合計	15	13.3	26.7	20.0	26.7	40.0	13.3	13.3	0.0	13.3	6.7	0.0

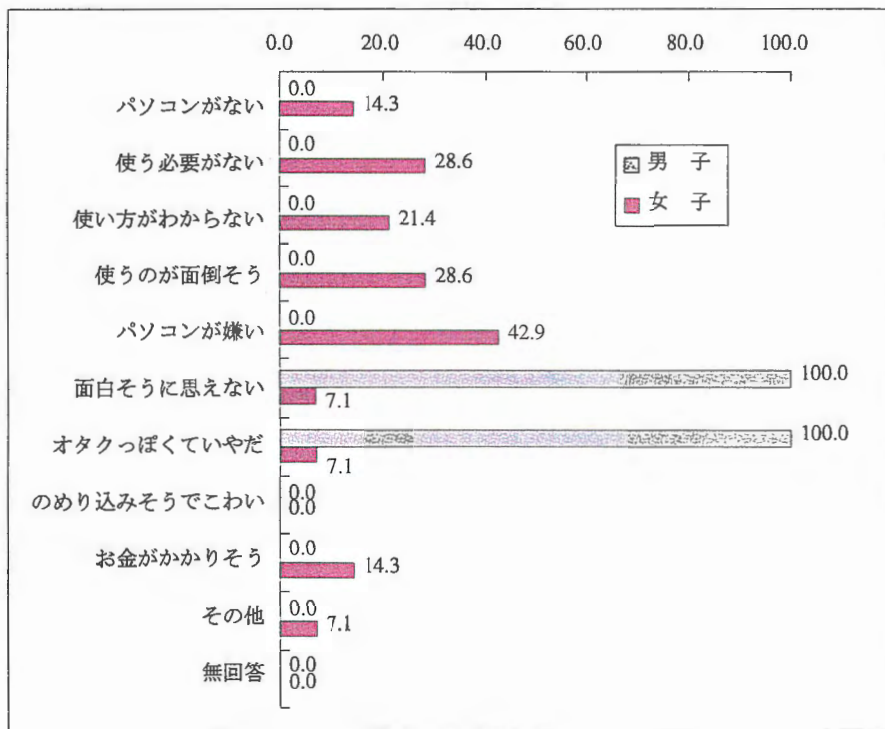


図 4.3.3.2.(3)-3 パソコンを使いたいと思わない理由 (男女別)

(4) 質問3：インターネット利用状況

1) 質問3：インターネット利用状況

回答者計 376 人におけるインターネットの利用状況について見ると、「現在使っている」と回答した生徒が 172 人 (45.7%) で最も大きい数値を示している。その内訳は、男子で 86 人中 76 人 (88.4%)、女子で 287 人中 93 人 (32.4%)、性別不明の生徒で 3 人 (100%) となっている。男女別に見ると、男子では 86 人中 76 人 (88.4%) が「現在使っている」と回答しており、過去の利用経験も含めると、1 人を除く全員が利用経験があるとの回答となっている。

一方女子では、「現在使っている」生徒は 93 人 (32.4%) であり、「過去使ったことがある」とした 94 人 (32.8%) とあわせると、287 人中 187 人 (65.2%) がインターネットの利用経験があるとの回答であることがわかる。

表 4.3.3.2.(4)-1 インターネットの利用状況

(人)						(%)					
	n	現在使っている	過去使ったことがある	使ったことがない	無回答		n	現在使っている	過去使ったことがある	使ったことがない	無回答
男子	86	76	9	1	0	男子	86	88.4	10.5	1.2	0.0
女子	287	93	94	99	1	女子	287	32.4	32.8	34.5	0.3
不明	3	3	0	0	0	不明	3	100.0	0.0	0.0	0.0
合計	376	172	103	100	1	合計	376	45.7	27.4	26.6	0.3

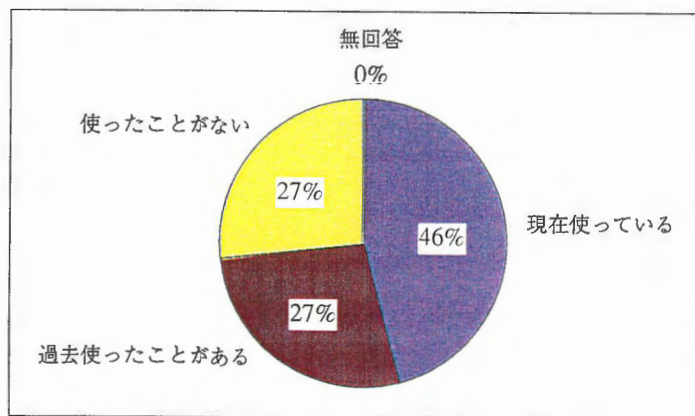
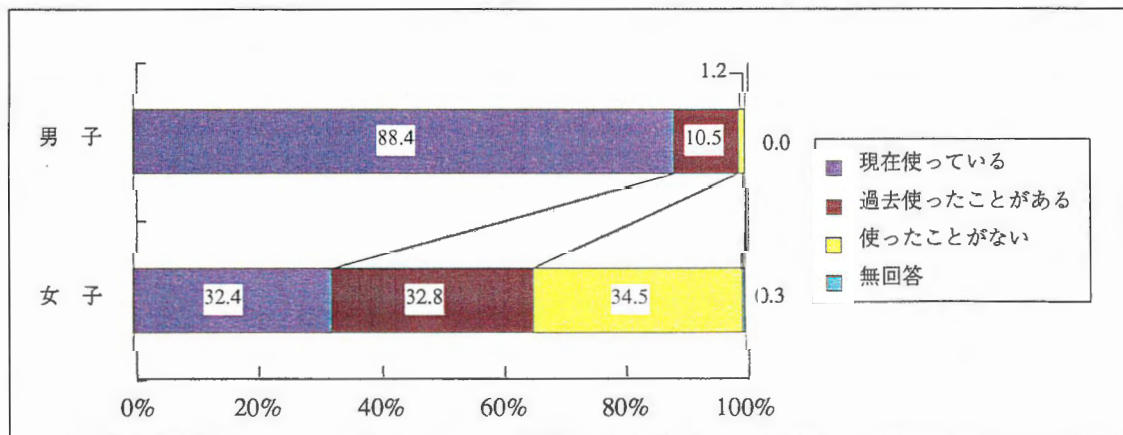


図 4.3.3.2.(4)-1 インターネット利用状況 (全体)

図 4.3.3.2.(4)-2 インターネット利用状況 (男女別)



2) 付問1：インターネット利用場所

質問3)でインターネットを「現在使っている」と回答した生徒172人に対し、インターネットを利用している場所を聞いたところ、「学校・塾・予備校」との回答が153人(89.0%)と最も多くなっている。

表 4.3.3.2.(4)-2 インターネット利用場所

(人)

	n	自分の部屋	自分の家(自分の部屋以外)	友人の家	学校・塾・予備校	インターネット・カフェ	その他	無回答
男子	76	4	3	0	75	0	0	0
女子	93	2	15	0	75	1	1	2
不明	3	0	0	0	3	0	0	0
合計	172	6	18	0	153	1	1	2

(%)

	n	自分の部屋	自分の家(自分の部屋以外)	友人の家	学校・塾・予備校	インターネット・カフェ	その他	無回答
男子	76	5.3	3.9	0.0	98.7	0.0	0.0	0.0
女子	93	2.2	16.1	0.0	80.6	1.1	1.1	2.2
不明	3	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
合計	172	3.5	10.5	0.0	89.0	0.6	0.6	1.2

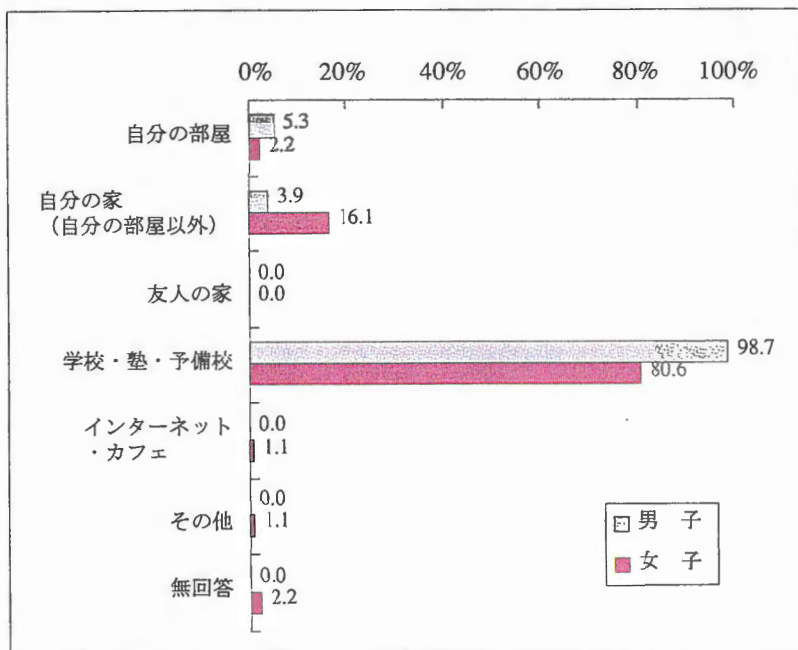


図 4.3.3.2.(4)-3 インターネット利用場所 (男女別)

3) 付問2：インターネット使い始めてからの期間

同様の172人に対し、インターネットを使い始めてからの期間を尋ねたところ「6カ月～1年未満」との回答が最も多く、72人(41.9%)となっている。男子、女子それぞれについても「6カ月～1年未満」との回答がともに最も多く、それぞれ27人(35.5%)、43人(46.2%)となっている。

表 4.3.3.2.(4)-3 インターネット利用開始からの期間

		(人)						(%)							
	n	1カ月未満	1カ月～3カ月未満	3カ月～6カ月未満	6カ月～1年未満	1年以上	無回答		n	1カ月未満	1カ月～3カ月未満	3カ月～6カ月未満	6カ月～1年未満	1年以上	無回答
男子	76	1	5	16	27	25	2	男子	76	1.3	6.6	21.1	35.5	32.9	2.6
女子	93	20	7	10	43	10	3	女子	93	21.5	7.5	10.8	46.2	10.8	3.2
不明	3	0	0	1	2	0	0	不明	3	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0
合計	172	21	12	27	72	35	5	合計	172	12.2	7.0	15.7	41.9	20.3	2.9

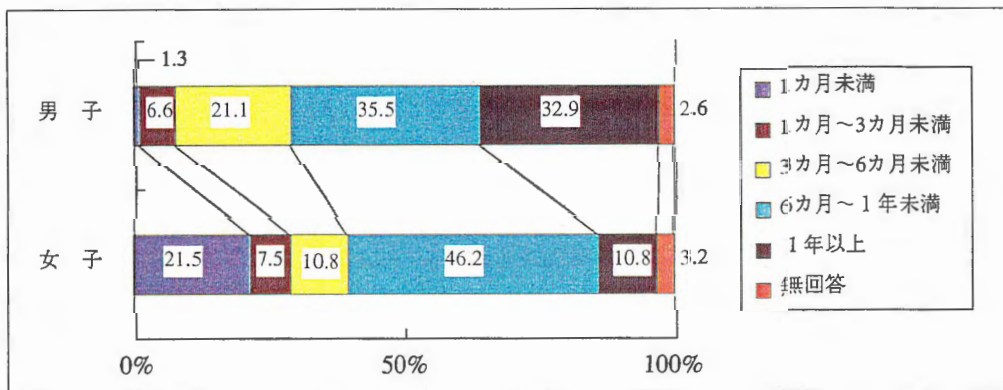


図 4.3.3.2.(4)-4 インターネットを使い始めてからの期間 (男女別)

4) 付問3：インターネット利用目的

さらに同様の172人に対しインターネットの利用目的を聞いたところ、「興味あることに関する情報の入手」、「趣味に関する情報の入手」の順で多く、それぞれ116人(67.4%)、100人(58.1%)という数値を示している。これらから、情報収集を目的としたインターネットの利用が多いことが見て取れる。男女別に見ると、男子では「趣味に関する情報の入手」「興味あることに関する情報の入手」の順、女子では「興味あることに関する情報の入手」「趣味に関する情報の入手」の順で回答が多くなっている。男女間でやや異なる傾向が見られるが、いずれにしても情報の収集を目的とした利用が多いことがわかる。

表 4.3.3.2.(4)-4 インターネットの利用目的

(人)

	n	友人とのコミュニケーション	見知らぬ人とのコミュニケーション	趣味に関する情報入手	興味あることに関する情報入手	ニュースなどの最新情報入手	勉強に活用	ホームページを開いて自分から情報発信	インターネット・ショッピング	その他	無回答
男子	76	14	14	59	46	12	4	2	4	6	0
女子	93	7	3	38	67	2	1	1	2	1	4
不明	3	1	1	3	3	2	0	0	0	0	0
合計	172	22	18	100	116	16	5	3	6	7	4

(%)

	n	友人とのコミュニケーション	見知らぬ人とのコミュニケーション	趣味に関する情報入手	興味あることに関する情報入手	ニュースなどの最新情報入手	勉強に活用	ホームページを開いて自分から情報発信	インターネット・ショッピング	その他	無回答
男子	76	18.4	18.4	77.6	60.5	15.8	5.3	2.6	5.3	7.9	0.0
女子	93	7.5	3.2	40.9	72.0	2.2	1.1	1.1	2.2	1.1	4.3
不明	3	33.3	33.3	100.0	100.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
合計	172	12.8	10.5	58.1	67.4	9.3	2.9	1.7	3.5	4.1	2.3

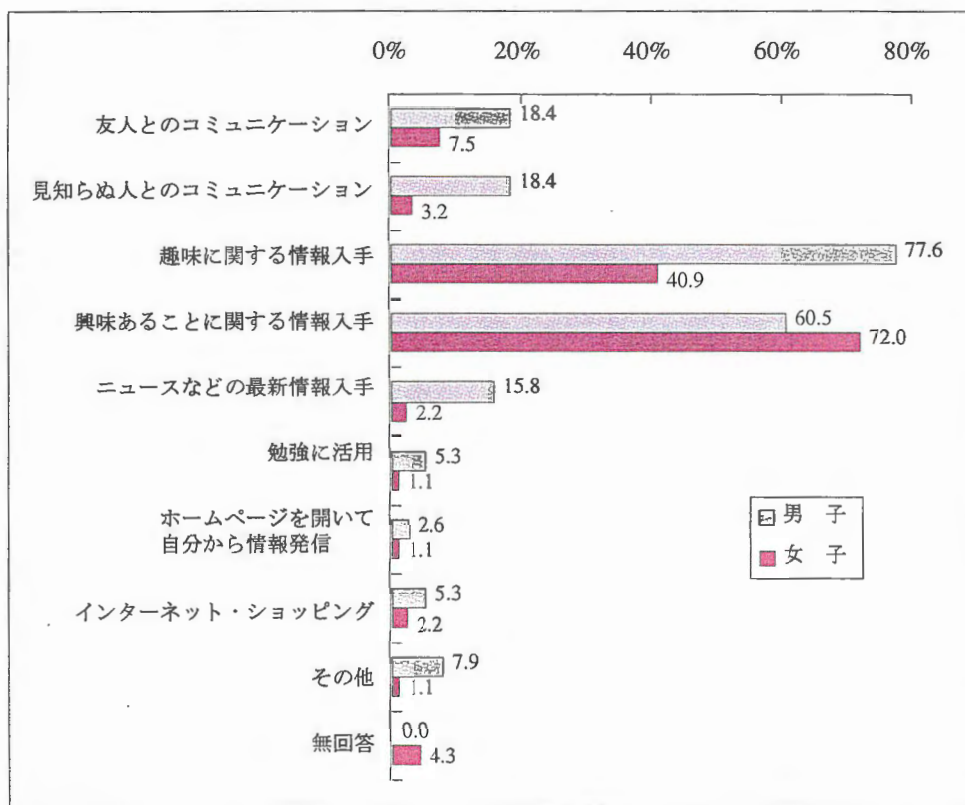


図 4.3.3.2.(4)-5 インターネット利用目的

5) 付問4：インターネットに感じる魅力

同様の172人に対し、インターネットにどのような魅力を感じるかを聞いたところ、「幅広い分野の情報が手に入る」、「雑誌などでは手に入りやすい情報が手に入る」の順で回答が多く、それぞれ105人(61.0%)、83人(48.3%)という数値を示している。男女別に見ると、男子、女子ともに「幅広い分野の情報が手に入る」、「雑誌などでは手に入りやすい情報が手に入る」の順で回答が多いことがわかる。これらから情報入手の方法・ツールという点でインターネットに魅力を感じていることがわかる。

表 4.3.3.2.(4)-5 インターネットに感じる魅力

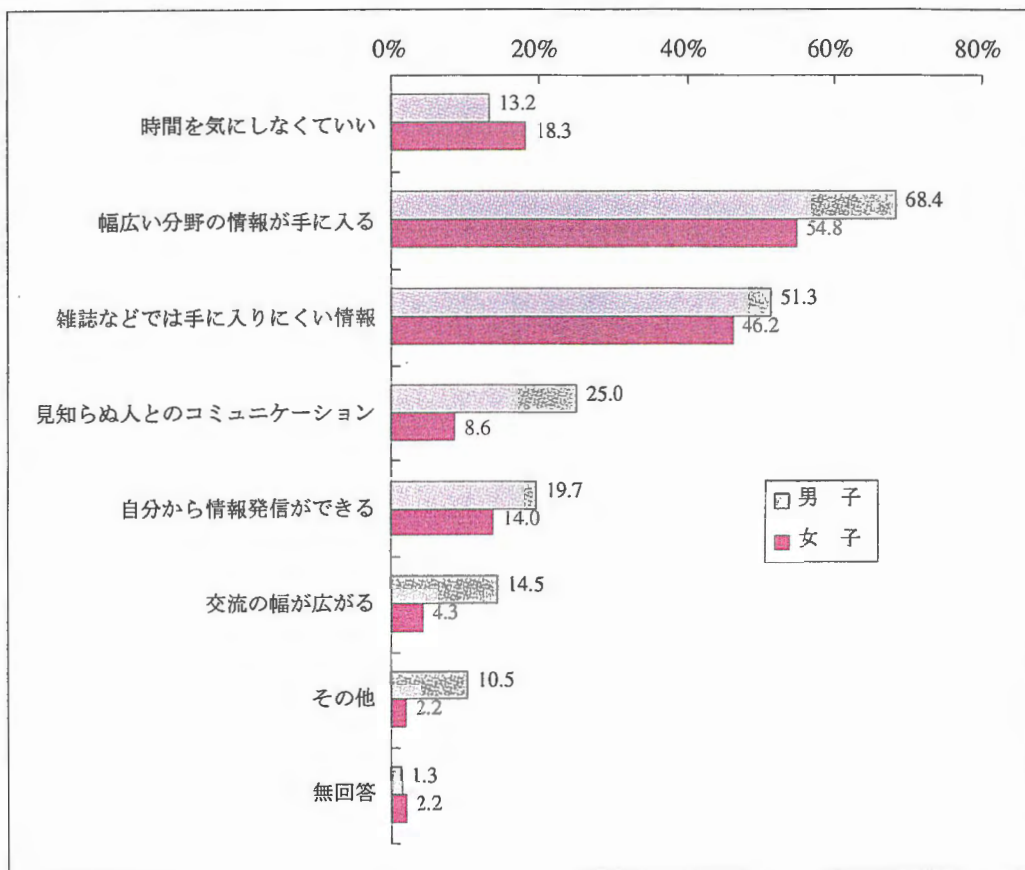
(人)

	n	時間を気にしなくていい	幅広い分野の情報が手に入る	雑誌などでは手に入りやすい情報が手に入る	見知らぬ人とのコミュニケーション	自分から情報発信ができる	交流の幅が広がる	その他	無回答
男子	76	10	52	39	19	15	11	8	1
女子	93	17	51	43	8	13	4	2	2
不明	3	1	2	1	1	2	1	0	0
合計	172	28	105	83	28	30	16	10	3

(%)

	n	時間を気にしなくていい	幅広い分野の情報が手に入る	雑誌などでは手に入りやすい情報が手に入る	見知らぬ人とのコミュニケーション	自分から情報発信ができる	交流の幅が広がる	その他	無回答
男子	76	13.2	68.4	51.3	25.0	19.7	14.5	10.5	1.3
女子	93	18.3	54.8	46.2	8.6	14.0	4.3	2.2	2.2
不明	3	33.3	66.7	33.3	33.3	66.7	33.3	0.0	0.0
合計	172	16.3	61.0	48.3	16.3	17.4	9.3	5.8	1.7

図 4.3.3.2.(4)-6 インターネットに感じる魅力



6) 付問5：インターネットを現在使っていない理由

質問3)で「インターネット過去に使ったことがあるが、現在使っていない」と回答した生徒103人に対しその理由を聞いたところ、「使う機会がない」との回答が59人(57.4%)と最も多くなっている。男女別に見ると、男子、女子ともに「使う機会がない」とした回答が最も多い。

表 4.3.3.2.(4)-6 インターネットを現在使っていない理由

	n	使うための機器がない	使う機会がない	必要としない	使い方がわからない	使うのが面倒	面白くない	オタクっぽくていや	のめり込みそうでこわい	お金がかかる	通信に時間がかかる	その他	無回答
男子	9	2	5	2	0	3	0	0	0	0	1	0	0
女子	94	36	54	9	21	5	4	1	0	12	7	6	3
不明	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
合計	103	38	59	11	21	8	4	1	0	12	8	6	3

(%)

	n	使うための機器がない	使う機会がない	必要としない	使い方がわからない	使うのが面倒	面白くない	オタクっぽくていやだ	のめり込みそうでこわい	お金がかかる	通信に時間がかかる	その他	無回答
男子	9	22.2	55.6	22.2	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0
女子	94	38.3	57.4	9.6	22.3	5.3	4.3	1.1	0.0	12.8	7.4	6.4	3.2
不明	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
合計	103	36.9	57.3	10.7	20.4	7.8	3.9	1.0	0.0	11.7	7.8	5.8	2.9

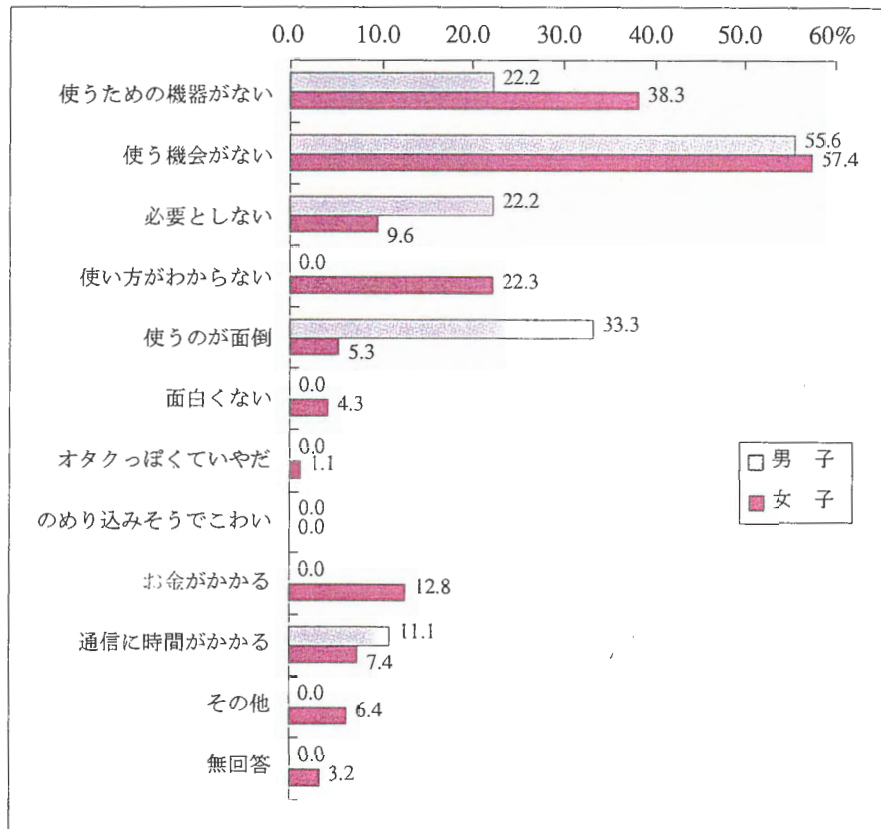


図 3.3.3.2.(4)-7 インターネットを現在使っていない理由

7) 付問6：インターネットを使ったことがない理由

質問3)で「使ったことがない」と回答した生徒100人に対し、インターネットを使ったことがない理由を聞いたところ、「使うための機器がない」との回答が60人(60.0%)と最も多くなっている。女子についてみると、「使うための機器がない」、「使う機会がない」の順で回答が多くなっている。なお、男子については1人のみの回答である。

表 4.3.3.2.(4)-7 インターネットを使ったことがない理由

(人)								(%)							
	n	使うための機器がない	使う機会がない	必要としない	使い方がわからない	その他	無回答		n	使うための機器がない	使う機会がない	必要としない	使い方がわからない	その他	無回答
男子	1	0	0	0	1	0	0	男子	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
女子	99	60	28	16	21	7	3	女子	99	60.6	28.3	16.2	21.2	7.1	3.0
不明	0	—	—	—	—	—	—	不明	0	—	—	—	—	—	—
合計	100	60	28	16	22	7	3	合計	100	60.0	28.0	16.0	22.0	7.0	3.0

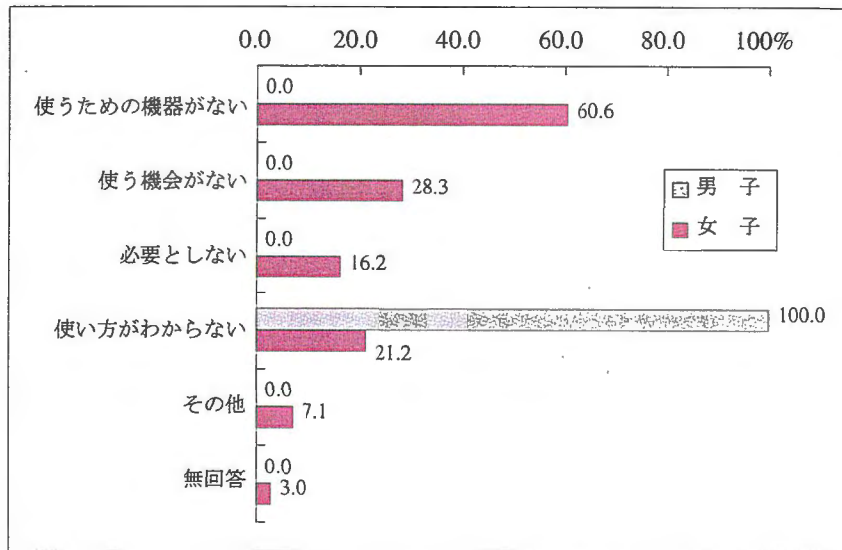


図 4.3.3.2.(4)-8 インターネットを使ったことがない理由

(5) 質問4：インターネット利用意向

1) 質問4：インターネット利用意向

回答者計 376 人におけるパソコンの利用意向について見ると、「機会があれば使いたい」と回答した生徒が 190 人 (50.5%) で最も大きい数値を示しており、次いで「積極的に使っていきたい」との回答が 137 人 (36.4%) となっている。男女別に見ると、男子では「積極的に使っていきたい」とした回答が最も多く 86 人中 53 人 (61.6%) であるのに対し、女子では「機会があれば使いたい」との回答が 287 人中 162 人 (56.4%) と最も多くなっている。

表 4.3.3.2.(5)-1 インターネット利用意向

	(人)						(%)					
	n	積極的に使いたい	機会があれば使いたい	使いたいと思わない	使うかどうか分からない	無回答	n	積極的に使いたい	機会があれば使いたい	使いたいと思わない	使うかどうか分からない	無回答
男子	86	53	28	1	1	3	86	61.6	32.6	1.2	1.2	3.5
女子	287	81	162	9	21	14	287	28.2	56.4	3.1	7.3	4.9
不明	3	3	0	0	0	0	3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
合計	376	137	190	10	22	17	376	36.4	50.5	2.7	5.9	4.5

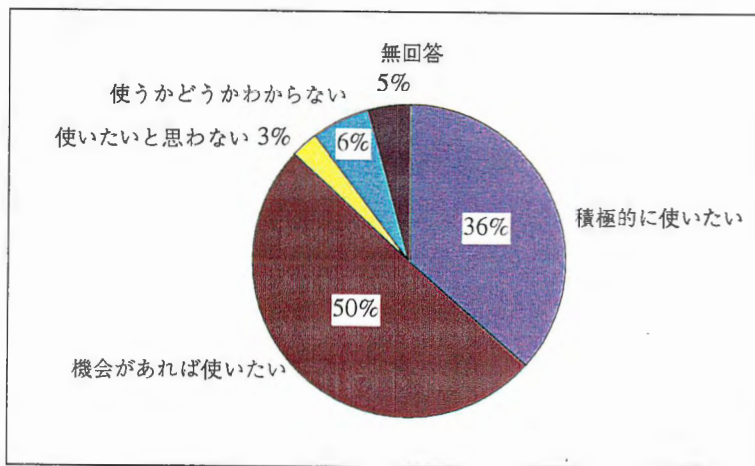
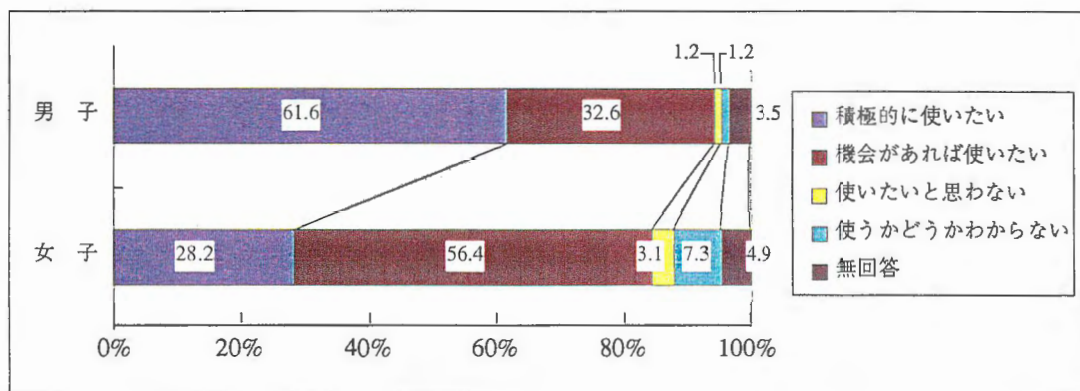


図 4.3.3.2.(5)-1 インターネット利用意向 (全体)

図 4.3.3.2.(5)-2 インターネット利用意向 (男女別)



2) 付問1：インターネット利用目的

質問4)で「積極的に使いたい」もしくは「機会があれば使いたい」と回答した生徒327人に対しインターネットをどのような目的で使いたいかを聞いたところ、「興味あることに関する情報の入手」との回答が219人(67.0%)と最も多く、次いで「趣味に関する情報の入手」との回答が185人(56.6%)となっている。

表 4.3.3.2.(5)-2 インターネット利用目的

(人)

	n	友人とのコミュニケーション	見知らぬ人とのコミュニケーション	趣味に関する情報入手	興味あることに関する情報入手	ニュースなどの最新情報入手	勉強に活用	ホームページを開いて自分から情報発信	インターネット・ショッピング	その他	無回答
男子	81	16	19	57	49	24	7	6	7	3	0
女子	243	40	61	125	167	24	15	13	31	1	8
不明	3	1	1	3	3	2	0	0	0	0	0
合計	327	57	81	185	219	50	22	19	38	4	8

(%)

	n	友人とのコミュニケーション	見知らぬ人とのコミュニケーション	趣味に関する情報入手	興味あることに関する情報入手	ニュースなどの最新情報入手	勉強に活用	ホームページを開いて自分から情報発信	インターネット・ショッピング	その他	無回答
男子	81	19.8	23.5	70.4	60.5	29.6	8.6	7.4	8.6	3.7	0.0
女子	243	16.5	25.1	51.4	68.7	9.9	6.2	5.3	12.8	0.4	3.3
不明	3	33.3	33.3	100.0	100.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
合計	327	17.4	24.8	56.6	67.0	15.3	6.7	5.8	11.6	1.2	2.4

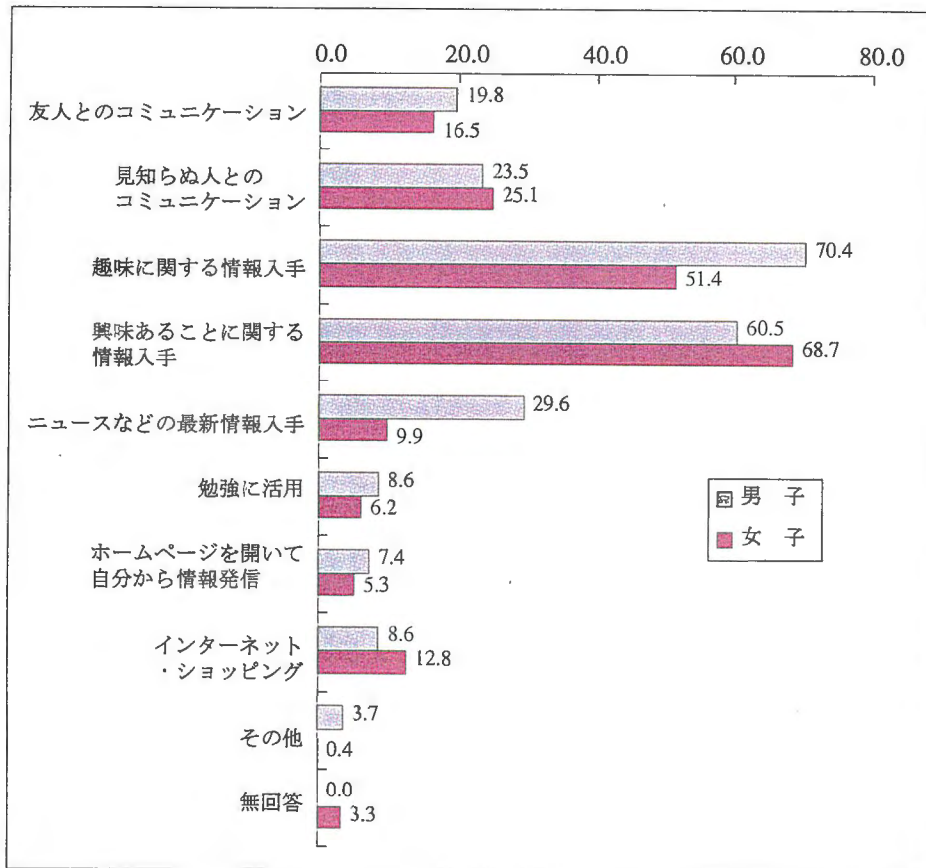


図 4.3.3.2.(5)-3 インターネット利用目的

3) 付問2：インターネットを使いたいと思わない理由

質問4)でインターネットを「使いたいと思わない」と回答した生徒10人に対しその理由を聞いたところ、7割にあたる7人が「必要と思わない」と回答している。なお、男子については1人のみの回答である。

表 4.3.3.2.(5)-3 使いたいと思わない理由

(人)

	n	必要と思わない	使い方がわからない	使うのが面倒	面白くない	オタクっぽくていやだ	のめり込みそうでこわい	お金がかかる	通信に時間がかかる	その他	無回答
男子	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0
女子	9	6	1	2	2	0	0	1	0	1	0
不明	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
合計	10	7	1	2	3	1	0	2	1	1	0

(%)

	n	必要と思わない	使い方がわからない	使うのが面倒	面白くない	オタクっぽくていやだ	のめり込みそうでこわい	お金がかかる	通信に時間がかかる	その他	無回答
男子	1	100.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0
女子	9	66.7	11.1	22.2	22.2	0.0	0.0	11.1	0.0	11.1	0.0
不明	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
合計	10	70.0	10.0	20.0	30.0	10.0	0.0	20.0	10.0	10.0	0.0

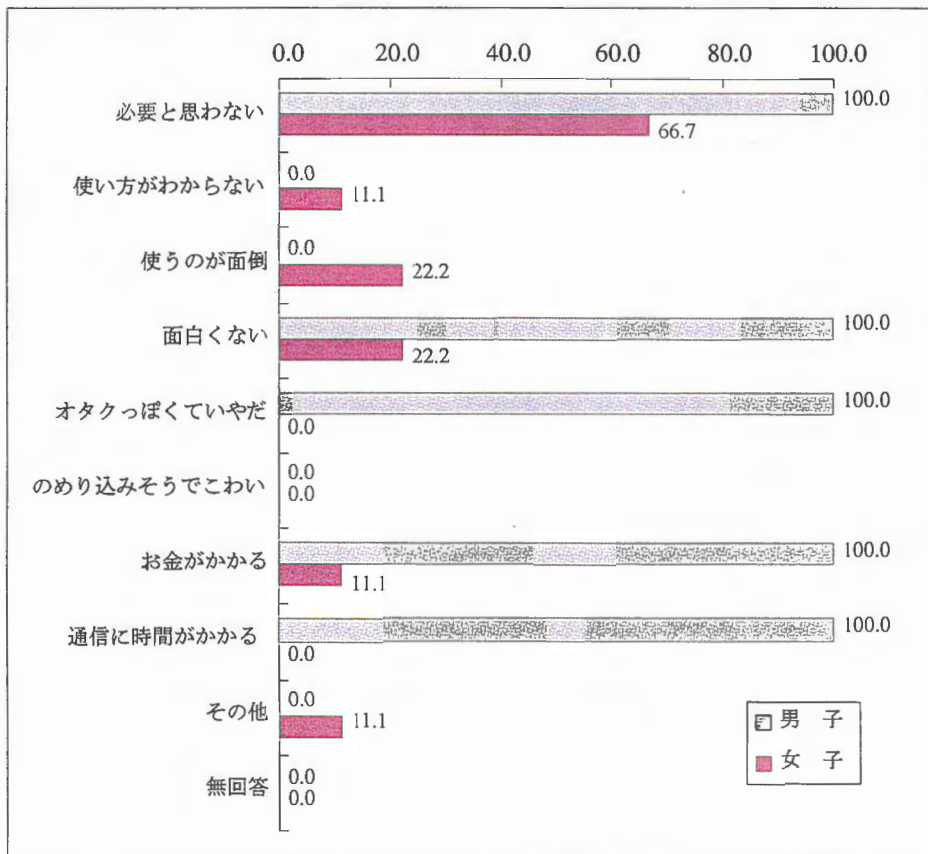


図 4.3.3.2.(5)-4 インターネットを使いたいと思わない理由

(6) 質問5：インターネットのイメージ

回答者計 376 人におけるインターネットのイメージについて見ると、「便利だ」、「面白い」との回答が同程度に多く、それぞれ 252 人 (67%), 247 人 (65.7%) という数値を示している。

男女別に見ると、全体での傾向と同様に、男女ともに「便利だ」、「面白い」との回答が多くなっている。

特徴的な点としては、「使うのは簡単」とした回答の比率が男子 45.3% に対し女子 9.1% であり、また「使うのは難しい」とした回答の比率が男子 16.3% に対し女子 38.0% となっている点が挙げられるが、これは男子の回答者が、インターネット利用環境が一般の高等学校に比べ比較的整った専門学校生徒のみであることに起因するものと考えられる。

表 4.3.3.2.(6)-1 インターネットのイメージ

(人)											
	n	面白い	つまらない	便利だ	不便だ	使うのは簡単	使うのは難しい	必要になるだろう	必要とは思わない	その他	無回答
男子	86	57	1	68	2	39	14	49	8	7	4
女子	287	187	8	182	5	26	109	131	11	14	18
不明	3	3	1	2	1	3	1	3	1	1	0
合計	376	247	10	252	8	68	124	183	20	22	22

(%)											
	n	面白い	つまらない	便利だ	不便だ	使うのは簡単	使うのは難しい	必要になるだろう	必要とは思わない	その他	無回答
男子	86	66.3	1.2	79.1	2.3	45.3	16.3	57.0	9.3	8.1	4.7
女子	287	65.2	2.8	63.4	1.7	9.1	38.0	45.6	3.8	4.9	6.3
不明	3	100.0	33.3	66.7	33.3	100.0	33.3	100.0	33.3	33.3	0.0
合計	376	65.7	2.7	67.0	2.1	18.1	33.0	48.7	5.3	5.9	5.9

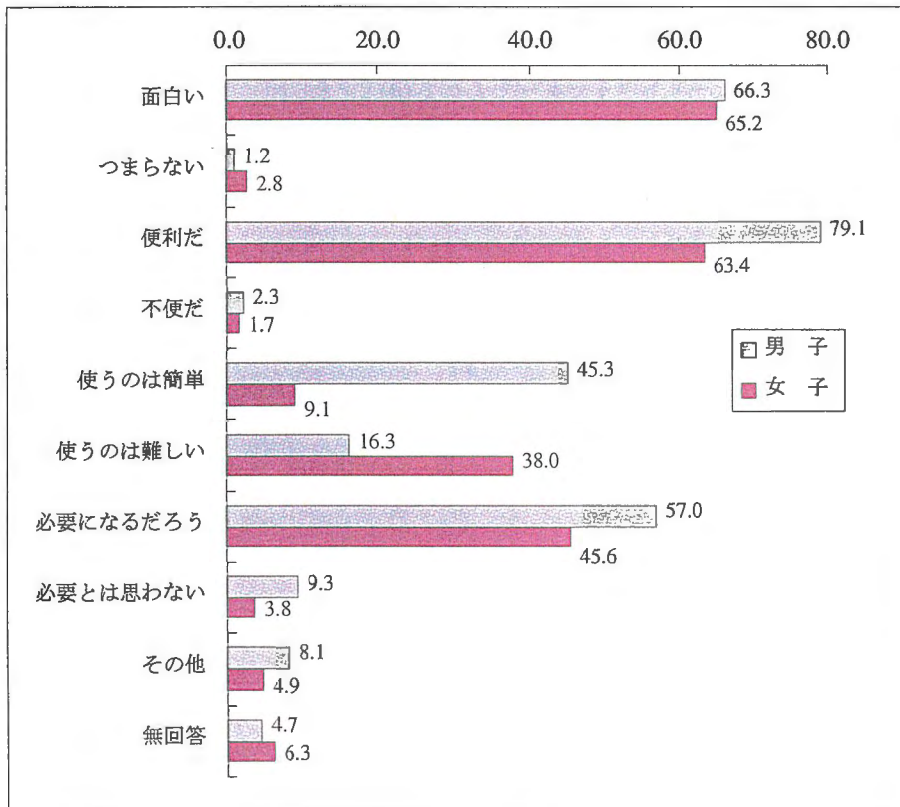


図 3.3.3.2.(6)-1 インターネットのイメージ

(7) 質問 6：コミュニケーション・ツールの利用状況

1) 質問 6：コミュニケーション・ツールの利用状況

回答者計 376 人におけるコミュニケーション・ツールの利用状況を見ると、以下に挙げている 7 つのツールの中ではプリクラの利用が最も多く 251 人 (66.8%) である。「現在使っている」との回答が最も多いツールはプリクラ、ポケベルの 2 つであり、「過去使ったことがある」との回答が多いツールはたまごっちのみとなっている。また、他の 4 つのツールについては、「使ったことがない」との回答が最も多く、いずれについても 6～8 割が使ったことがないとしている。

表 4.3.3.2.(7)-1 コミュニケーション・ツールの利用状況 (全体)

	(人)					(%)				
	n	現在使っている	過去使ったことがある	使ったことがない	無回答	n	現在使っている	過去使ったことがある	使ったことがない	無回答
プリクラ	376	251	70	40	15	376	66.8	18.6	10.6	4.0
ポケベル	376	173	46	128	29	376	46.0	12.2	34.0	7.7
P H S	376	49	41	248	38	376	13.0	10.9	66.0	10.1
携帯電話	376	40	34	260	42	376	10.6	9.0	69.1	11.2
たまごっち	376	15	194	131	36	376	4.0	51.6	34.8	9.6
放課後倶楽部	376	11	16	299	50	376	2.9	4.3	79.5	13.3
電子メール	376	65	47	221	43	376	17.3	12.5	58.8	11.4

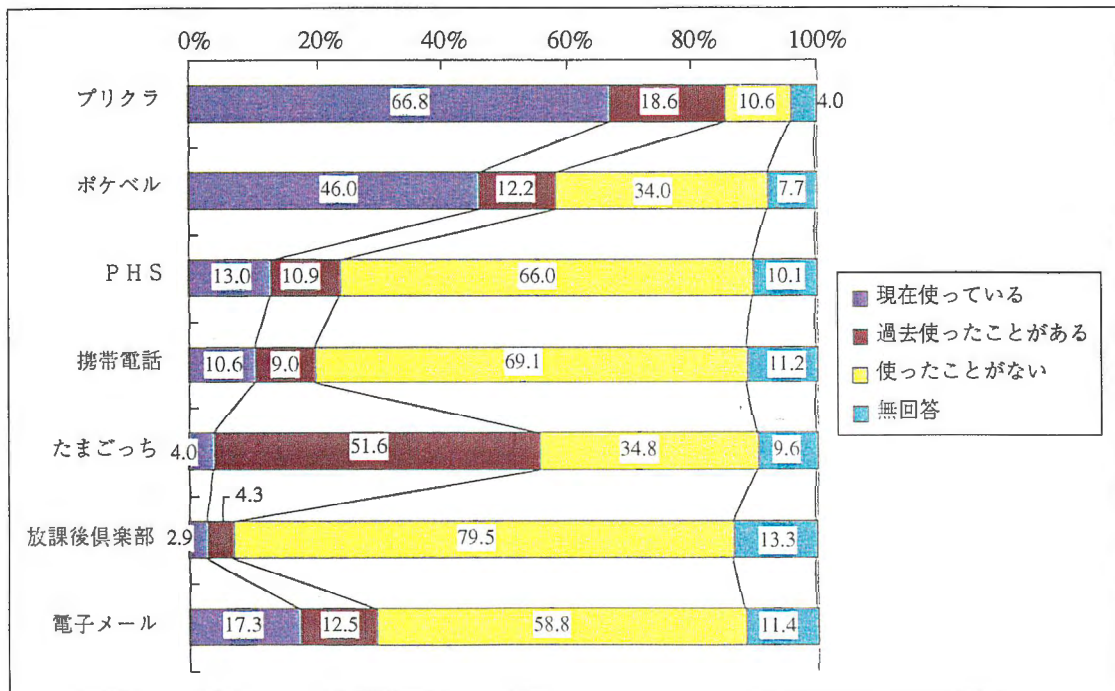


図 4.3.3.2.(7)-1 コミュニケーション・ツールの利用状況 (全体)

男子生徒 86 人におけるコミュニケーション・ツールの利用状況を見ると、電子メールの利用が最も多く 48 人 (55.8%) となっている。他の 7 つのツールについてはいずれも「使ったことがない」との回答が最も多く、特徴的な点となっていることが見て取れる。

表 4.3.3.2.(7)-2 コミュニケーション・ツールの利用状況 (男子)

	(人)					(%)				
	n	現在使っている	過去使ったことがある	使ったことがない	無回答	n	現在使っている	過去使ったことがある	使ったことがない	無回答
プリクラ	86	23	30	31	2	86	26.7	34.9	36.0	2.3
ポケベル	86	20	9	54	3	86	23.3	10.5	62.8	3.5
P H S	86	15	3	63	5	86	17.4	3.5	73.3	5.8
携帯電話	86	5	8	67	6	86	5.8	9.3	77.9	7.0
たまごっち	86	1	27	54	4	86	1.2	31.4	62.8	4.7
放課後倶楽部	86	1	2	77	6	86	1.2	2.3	89.5	7.0
電子メール	86	48	21	14	3	86	55.8	24.4	16.3	3.5

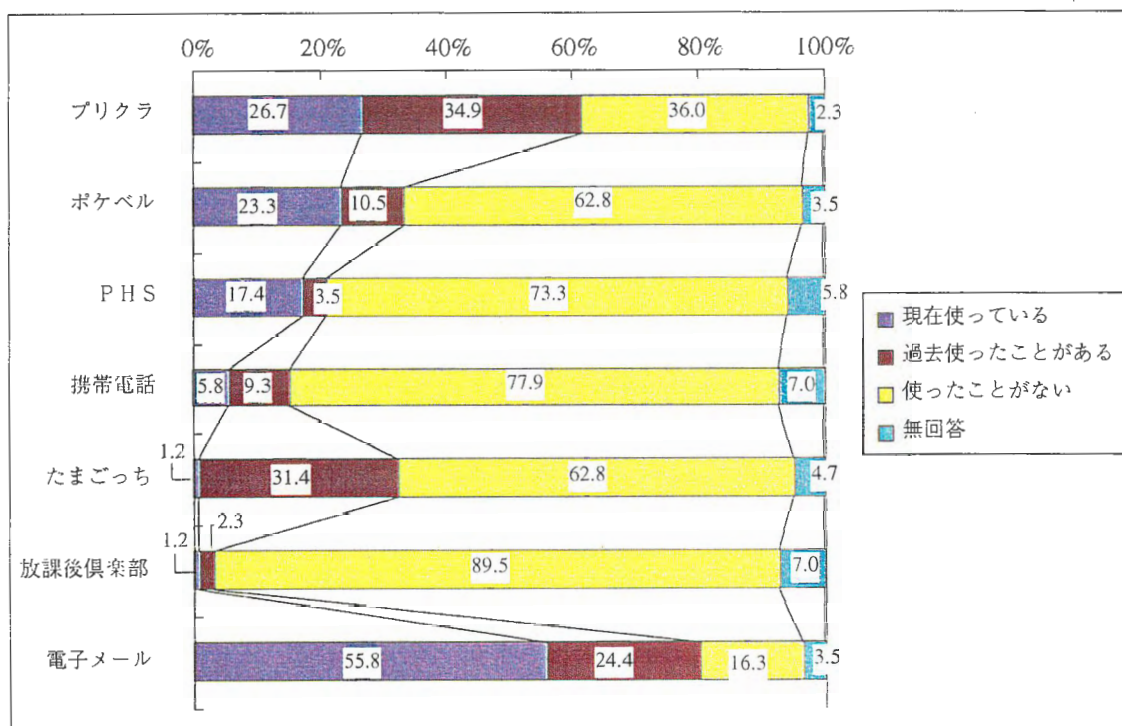


図 4.3.3.2.(7)-2 コミュニケーション・ツールの利用状況 (男子)

一方、女子生徒 287 人におけるコミュニケーション・ツールの利用状況を見ると、プリクラの利用が最も多く 228 人 (79.4%) となっている。「現在使っている」との回答が最も多いツールはプリクラ、ポケベルであり、PHS、携帯電話、放課後倶楽部、電子メールの 4 つのツールについてはいずれも「使ったことがない」との回答が最も多くなっている。

表 4.3.3.2.(7)-3 コミュニケーション・ツールの利用状況 (女子)

	(人)					(%)				
	n	現在使っている	過去使ったことがある	使ったことがない	無回答	n	現在使っている	過去使ったことがある	使ったことがない	無回答
プリクラ	287	228	39	8	12	287	79.4	13.6	2.8	4.2
ポケベル	287	152	37	73	25	287	53.0	12.9	25.4	8.7
PHS	287	34	38	183	32	287	11.8	13.2	63.8	11.1
携帯電話	287	35	26	191	35	287	12.2	9.1	66.6	12.2
たまごっち	287	14	166	76	31	287	4.9	57.8	26.5	10.8
放課後倶楽部	287	10	14	220	43	287	3.5	4.9	76.7	15.0
電子メール	287	15	25	207	40	287	5.2	8.7	72.1	13.9

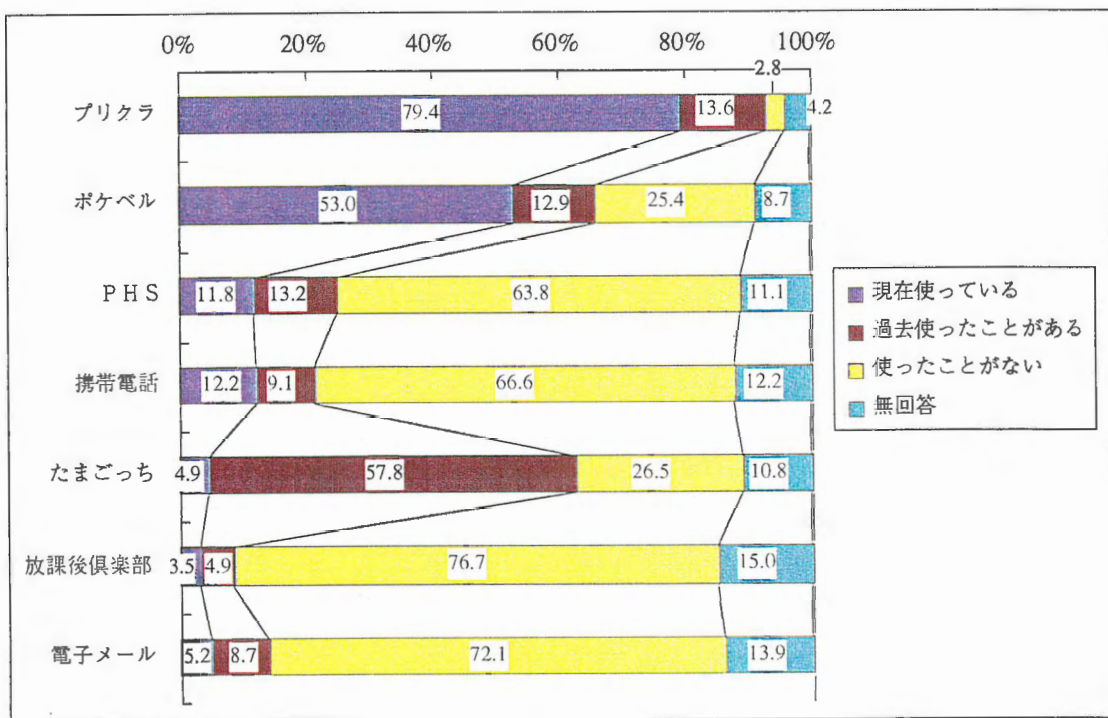


図 4.3.3.2.(7)-3 コミュニケーション・ツールの利用状況 (女子) 2

2) 付問1：使い始めてから継続して利用している理由

質問6)で、それぞれのコミュニケーション・ツールを「現在使っている」と回答した生徒に対し、使い始めてから継続して利用している理由を聞いたところ、男子ではポケベル、PHSの継続理由として、「持ち運びができる」「交友関係が広がる」「気軽な気持ちで利用できる」の順で回答がともに多く、特徴的な点となっている。なお、たまごっち、放課後倶楽部については1人のみの回答である。一方女子について見ると、ポケベル、PHS、携帯電話の継続理由として、「持ち運びができる」とした回答が最も多くとなっている点特徴的である。またプリクラ、たまごっち、電子メールの継続理由としては「楽しい・面白い」「気軽な気持ちで利用できる」との回答が多くなっている。

表 4.3.3.2.(7)-4 コミュニケーション・ツールの継続利用の理由(男子)

(人)

	n	楽しい・面白い	気軽な気持ちで利用できる	持ち運びができる	手軽に利用できる場所にある	操作が簡単	流行りだから	お金があまりかからない	交友関係が広がる	その他	無回答
プリクラ	23	15	12	6	8	6	9	4	7	2	3
ポケベル	20	3	8	11	2	6	4	2	10	3	2
PHS	15	4	5	13	2	4	2	0	7	2	1
携帯電話	5	0	0	1	1	0	0	0	2	2	2
たまごっち	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0
放課後倶楽部	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0
電子メール	48	19	24	1	7	21	1	9	19	6	4

(%)

	n	楽しい・面白い	気軽な気持ちで利用できる	持ち運びができる	手軽に利用できる場所にある	操作が簡単	流行りだから	お金があまりかからない	交友関係が広がる	その他	無回答
プリクラ	23	65.2	52.2	26.1	34.8	26.1	39.1	17.4	30.4	8.7	13.0
ポケベル	20	15.0	40.0	55.0	10.0	30.0	20.0	10.0	50.0	15.0	10.0
PHS	15	26.7	33.3	86.7	13.3	26.7	13.3	0.0	46.7	13.3	6.7
携帯電話	5	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	40.0	40.0	40.0
たまごっち	1	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
放課後倶楽部	1	100.0	100.0	0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0
電子メール	48	39.6	50.0	2.1	14.6	43.8	2.1	18.8	39.6	12.5	8.3

図 4.3.3.2.(7)-4 コミュニケーション・ツールの継続利用の理由 (男子)

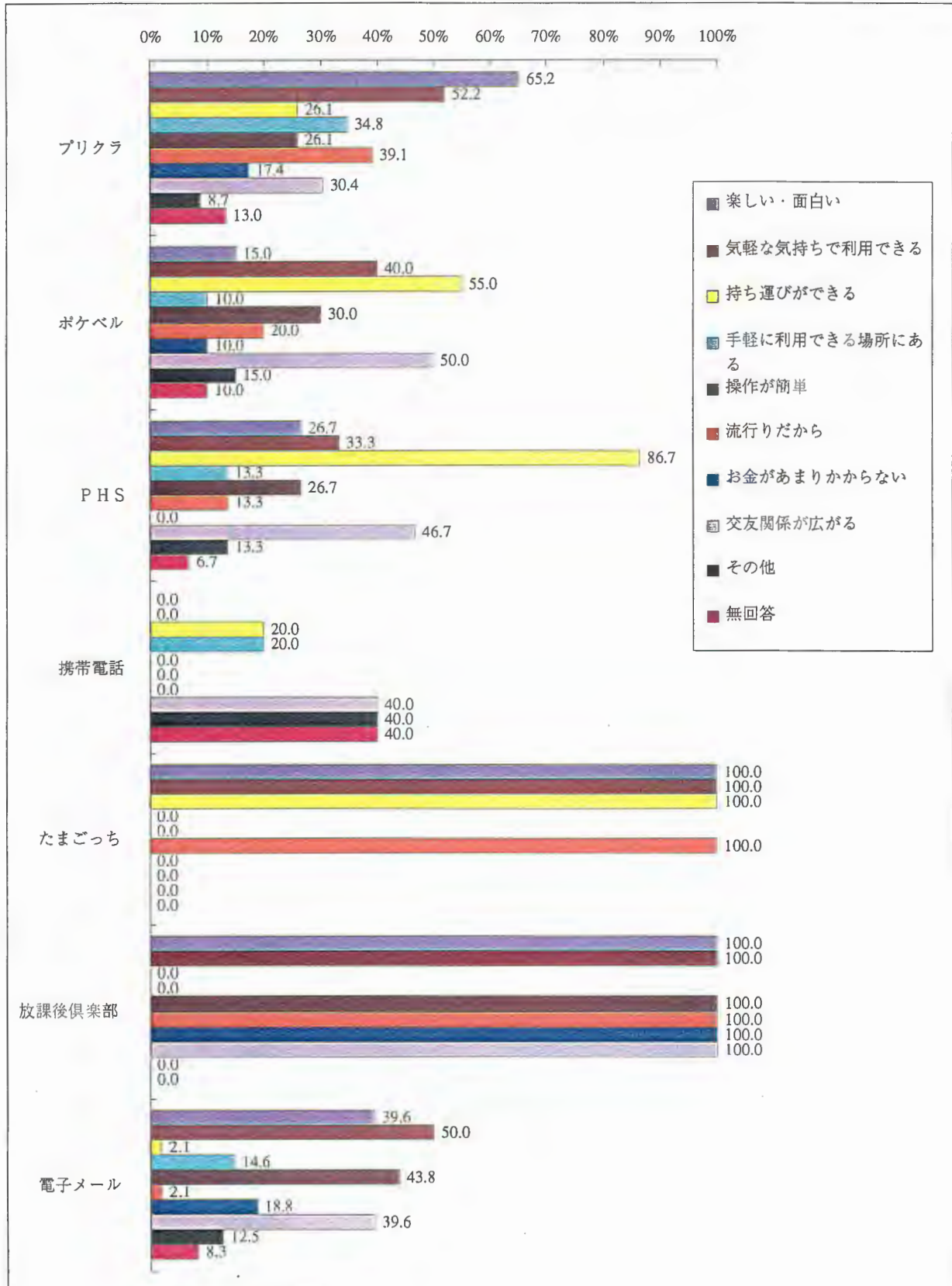


表 4.3.3.2.(7)-5 コミュニケーション・ツールの継続利用の理由(女子)

(人)

	n	楽しい・面白い	気軽な気持ちで利用できる	持ち運びができる	手軽に利用できる場所にある	操作が簡単	流行りだから	お金があまりかからない	交友関係が広がる	その他	無回答
プリクラ	228	169	135	28	119	93	77	36	91	8	39
ポケベル	152	52	72	104	12	56	28	15	79	10	25
PHS	34	10	10	24	5	11	3	2	12	5	6
携帯電話	35	5	13	22	5	8	5	1	6	2	11
たまごっち	14	7	8	6	4	5	5	3	0	0	4
放課後倶楽部	10	3	3	0	2	2	1	0	2	0	6
電子メール	15	7	7	0	3	5	0	3	2	1	3

(%)

	n	楽しい・面白い	気軽な気持ちで利用できる	持ち運びができる	手軽に利用できる場所にある	操作が簡単	流行りだから	お金があまりかからない	交友関係が広がる	その他	無回答
プリクラ	228	74.1	59.2	12.3	52.2	40.8	33.8	15.8	39.9	3.5	17.1
ポケベル	152	34.2	47.4	68.4	7.9	36.8	18.4	9.9	52.0	6.6	16.4
PHS	34	29.4	29.4	70.6	14.7	32.4	8.8	5.9	35.3	14.7	17.6
携帯電話	35	14.3	37.1	62.9	14.3	22.9	14.3	2.9	17.1	5.7	31.4
たまごっち	14	50.0	57.1	42.9	28.6	35.7	35.7	21.4	0.0	0.0	28.6
放課後倶楽部	10	30.0	30.0	0.0	20.0	20.0	10.0	0.0	20.0	0.0	60.0
電子メール	15	46.7	46.7	0.0	20.0	33.3	0.0	20.0	13.3	6.7	20.0

図 4.3.3.2.(7)-5 コミュニケーション・ツールの継続利用の理由(女子)

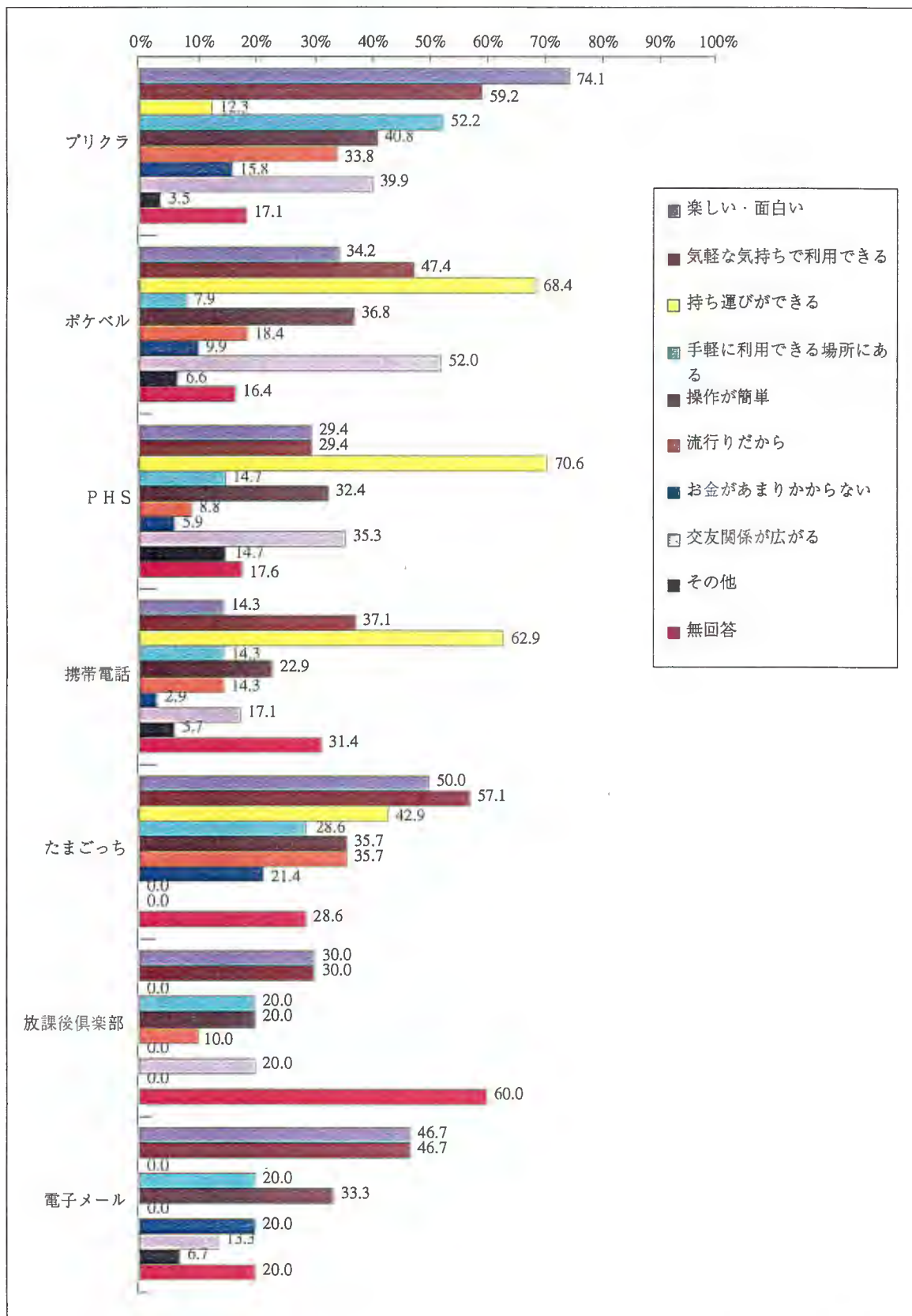


図 4.3.3.2.(7)-6 継続利用の理由 (プリクラ)

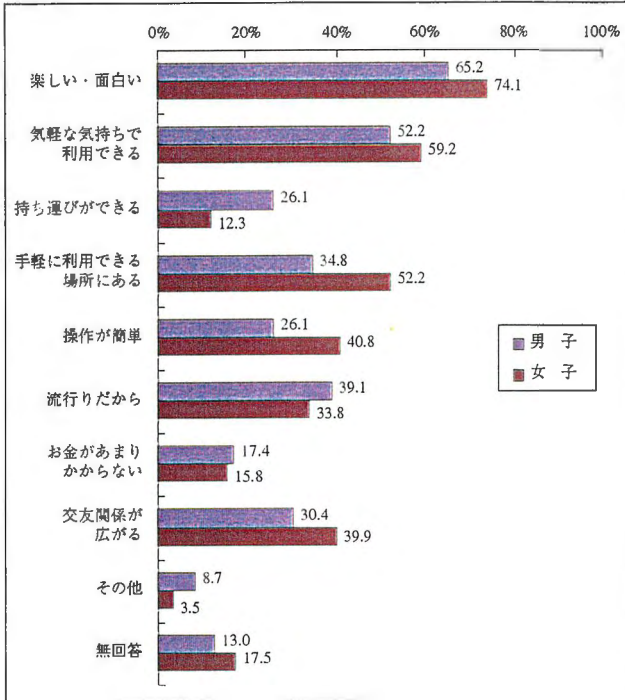


図 4.3.3.2.(7)-7 継続利用の理由 (ポケベル)

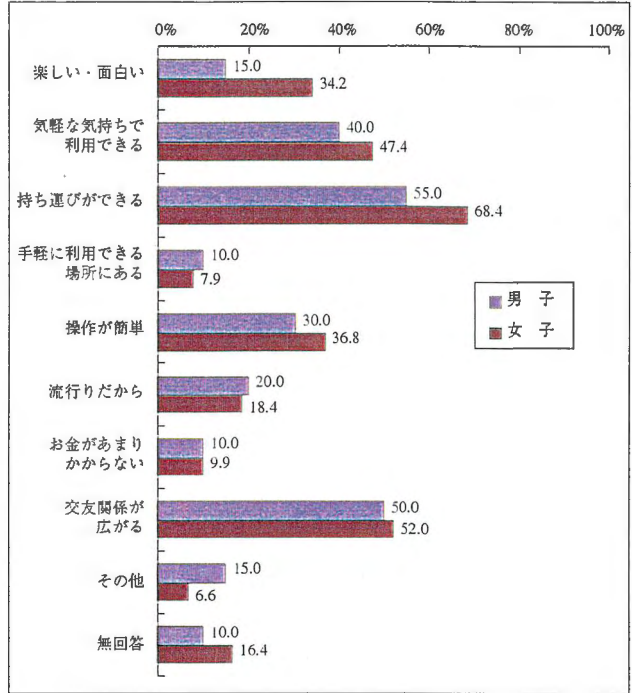


図 4.3.3.2.(7)-8 継続利用の理由 (PHS)

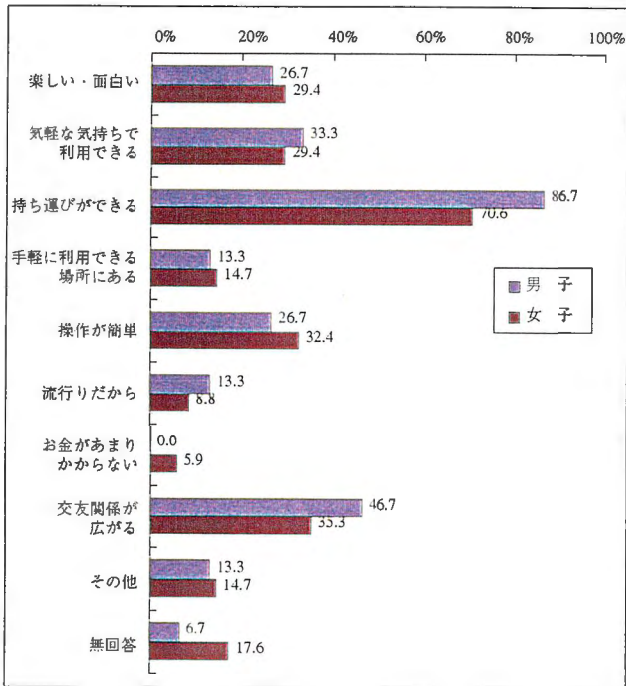


図 4.3.3.2.(7)-9 継続利用の理由 (携帯電話)

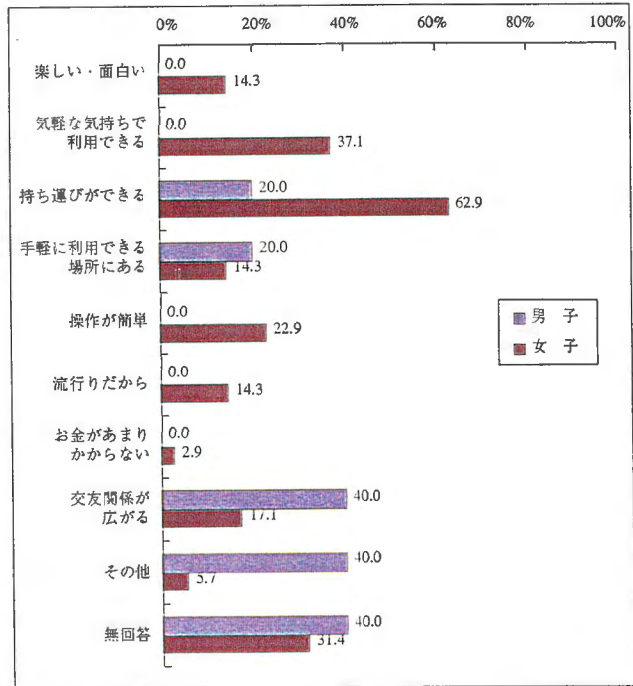


図 4.3.2.(7)-10. 継続利用の理由 (たまごっち)

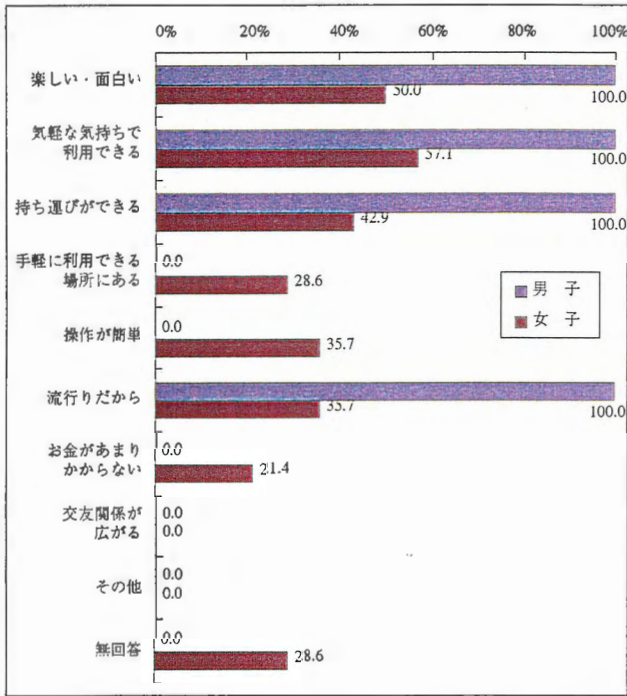


図 4.3.3.2.(7)-11 継続利用の理由 (放課後倶楽部)

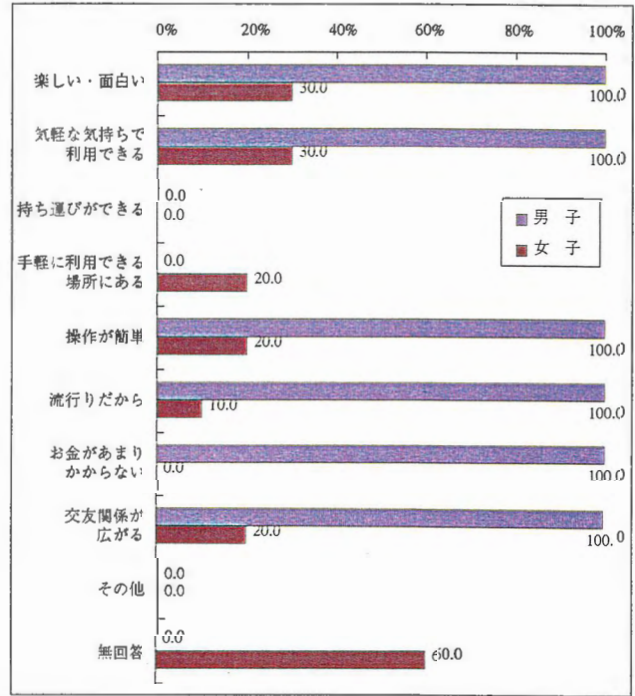
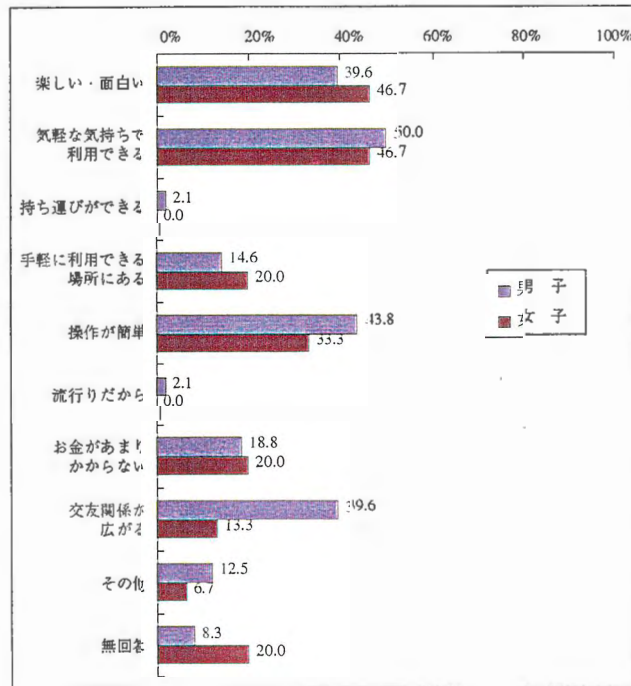


図 4.3.3.2.(7)-12 継続利用の理由 (電子メール)



3) 付問2：過去使ったことがあるツールを使わなくなった理由

質問6)で、それぞれのコミュニケーション・ツールを「過去使ったことがあるが、現在は使っていない」と回答した生徒に対しその理由を聞いたところ、男子ではいずれのツールについても「必要としない」との回答が多いという点が顕著である。また携帯電話、プリクラについては、「お金がかかる」との回答が多いのが特徴的な点となっている。たまごっちについては、27人中17人(63.0%)が「あきた・面白くない」と回答している。一方女子について見ると、プリクラ、PHS、携帯電話を使わなくなった理由として、「お金がかかる」とした回答が最も多くなっている。またプリクラ、ポケベル、たまごっち、放課後クラブについては「あきた・面白くない」との回答が多くなっている。また放課後クラブをのぞく6つのツールで、「必要としない」点を理由として挙げている生徒がいずれも4割程度となっている点が特徴的な点となっている。

表 4.3.3.2.(7)-6 使わなくなった理由(男子)

(人)

	n	あきた・面白くない	必要としない	使うのが面倒	お金がかかる	その他	無回答
プリクラ	30	7	18	2	10	3	2
ポケベル	9	1	7	0	1	1	1
PHS	3	0	2	0	1	2	0
携帯電話	8	0	4	1	5	1	1
たまごっち	27	17	14	3	0	2	4
放課後クラブ	2	0	1	0	0	1	0
電子メール	21	2	11	6	0	2	3

(%)

	n	あきた・面白くない	必要としない	使うのが面倒	お金がかかる	その他	無回答
プリクラ	30	23.3	60.0	6.7	33.3	10.0	6.7
ポケベル	9	11.1	77.8	0.0	11.1	11.1	11.1
PHS	3	0.0	66.7	0.0	33.3	66.7	0.0
携帯電話	8	0.0	50.0	12.5	62.5	12.5	12.5
たまごっち	27	63.0	51.9	11.1	0.0	7.4	14.8
放課後クラブ	2	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
電子メール	21	9.5	52.4	28.6	0.0	9.5	14.3

図 4.3.3.2.(7)-13 コミュニケーション・ツールを利用しなくなった理由 (男子)

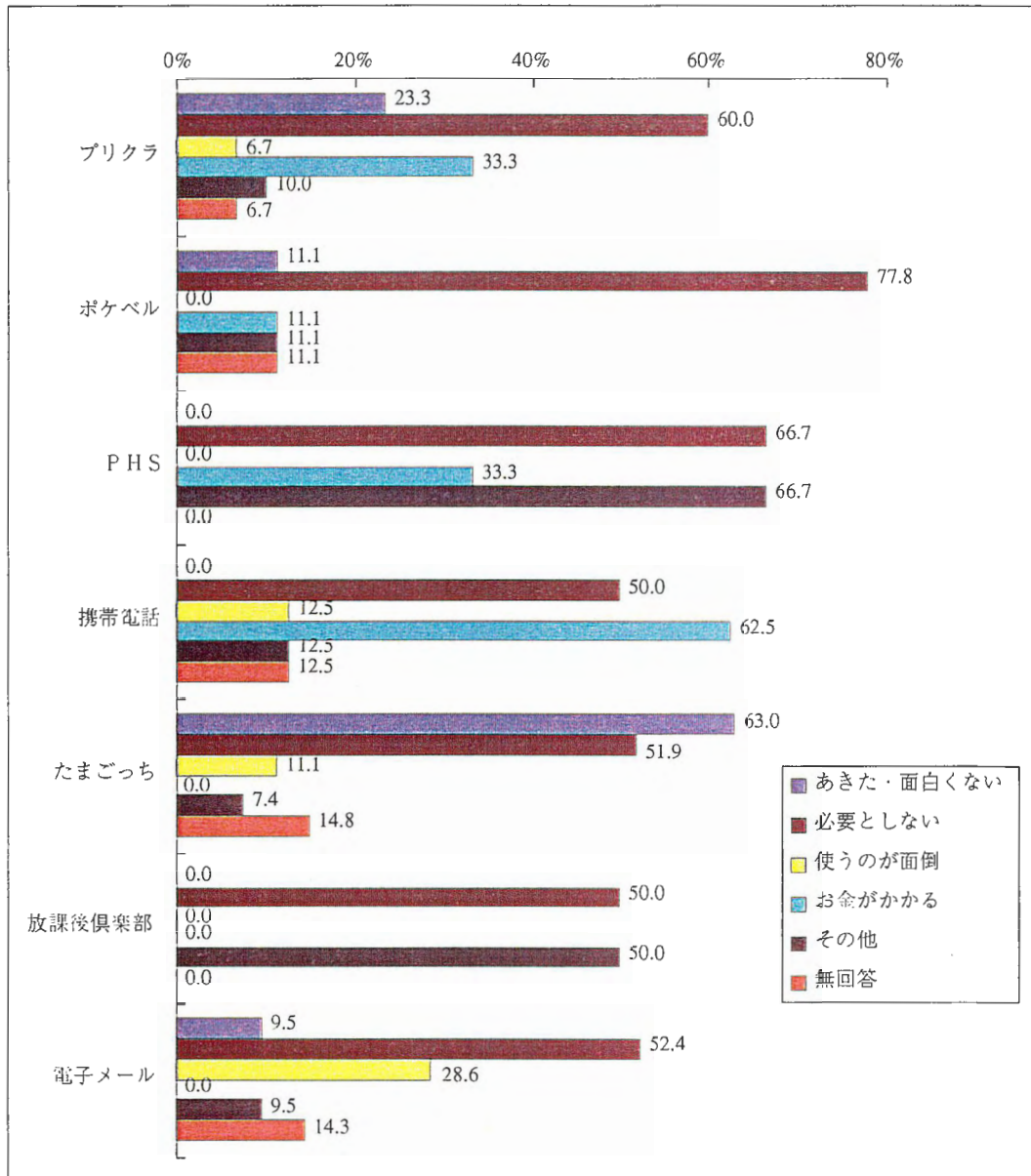


表 4.3.3.2.(7)-7 使わなくなった理由(女子)

(人)

	n	あきた・面白くない	必要としない	使うのが面倒	お金がかかる	その他	無回答
プリクラ	39	21	18	1	23	1	3
ポケベル	37	16	14	3	11	3	11
PHS	38	3	15	3	23	7	5
携帯電話	26	0	10	0	11	6	4
たまごっち	166	117	75	44	1	7	36
放課後倶楽部	14	6	3	1	1	1	4
電子メール	25	7	10	9	2	1	5

(%)

	n	あきた・面白くない	必要としない	使うのが面倒	お金がかかる	その他	無回答
プリクラ	39	53.8	46.2	2.6	59.0	2.6	7.7
ポケベル	37	43.2	37.8	8.1	29.7	8.1	29.7
PHS	38	7.9	39.5	7.9	60.5	18.4	13.2
携帯電話	26	0.0	38.5	0.0	42.3	23.1	15.4
たまごっち	166	70.5	45.2	26.5	0.6	4.2	21.7
放課後倶楽部	14	42.9	21.4	7.1	7.1	7.1	28.6
電子メール	25	28.0	40.0	36.0	8.0	4.0	20.0

図 4.3.3.2.(7)-14 コミュニケーション・ツールを利用しなくなった理由(女子)

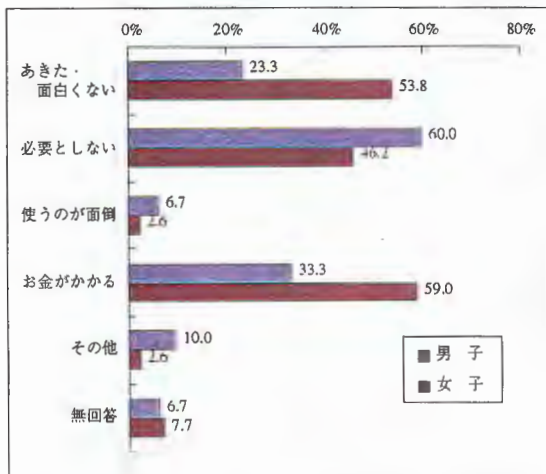
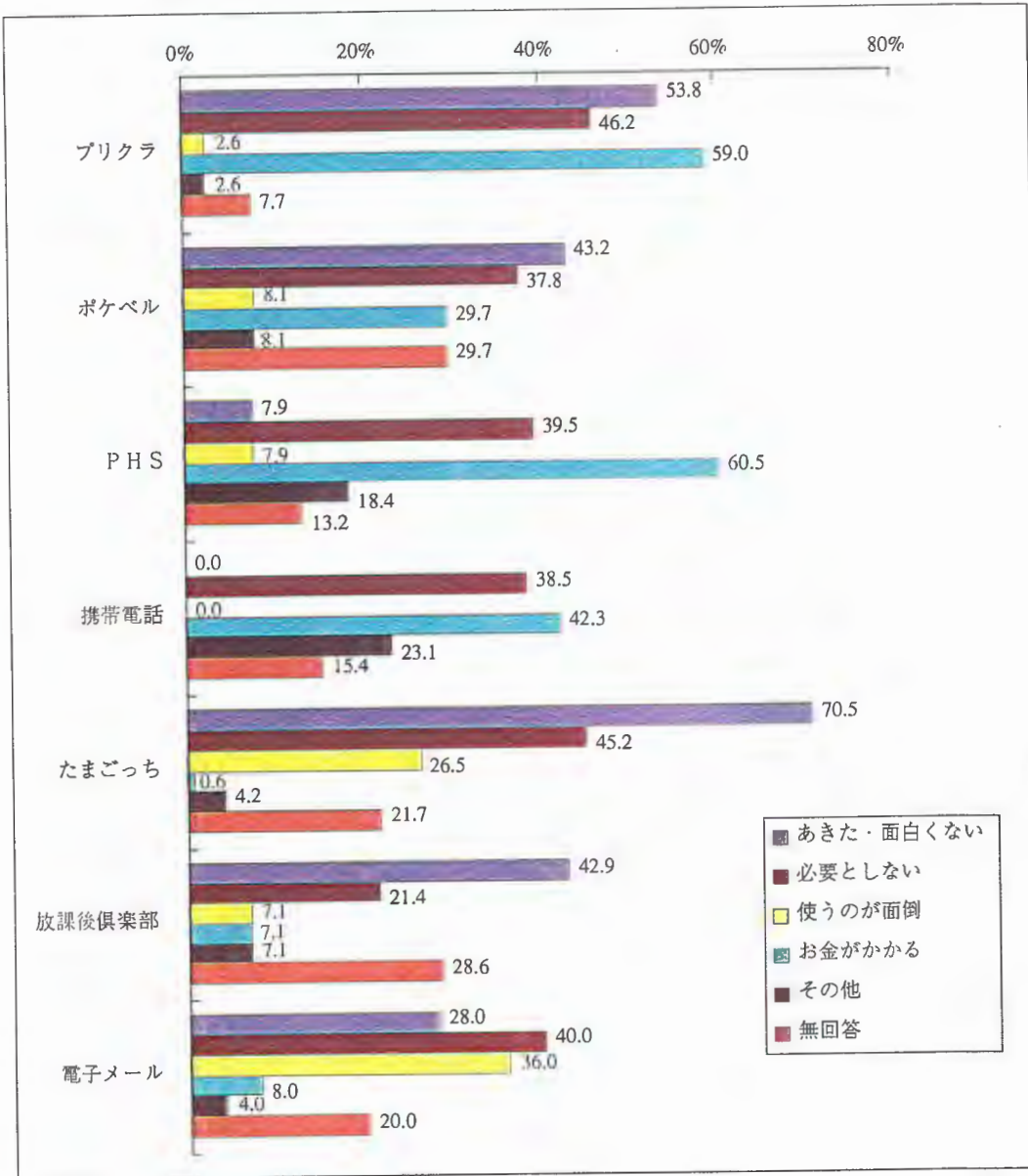


図 4.3.3.2.(7)-15 非継続理由(プリクラ)

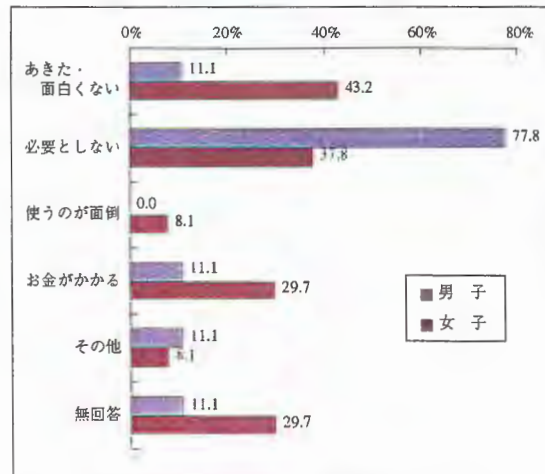


図 4.3.3.2.(7)-16 非継続理由理由(ポケベル)

図 4.3.3.2.(7)-17 非継続理由 (PHS)

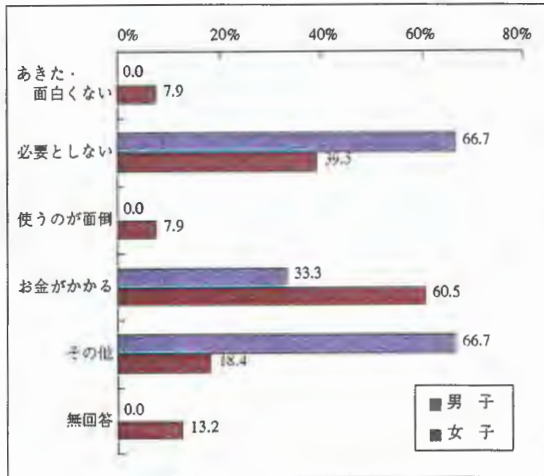


図 4.3.3.2.(7)-18 非継続理由 (携帯電話)

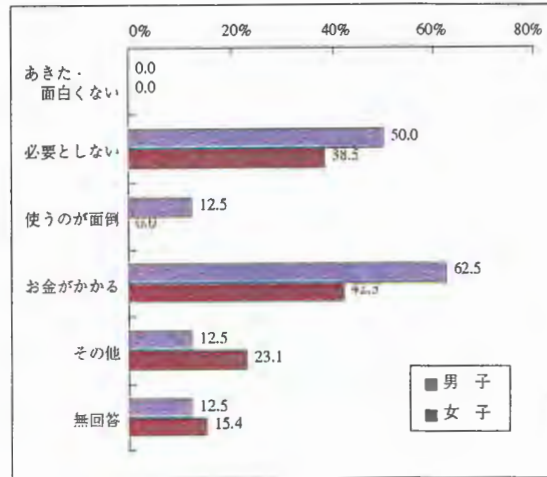


図 4.3.3. 2. (7)-19 非継続理由 (たまごっち)

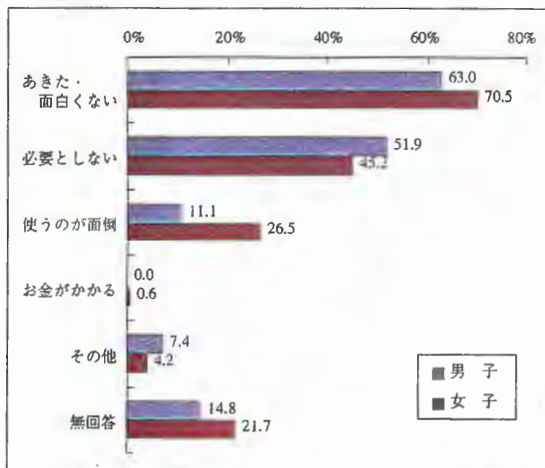


図 4.3.3.2.(7)-20 非継続理由 (放課後倶楽部)

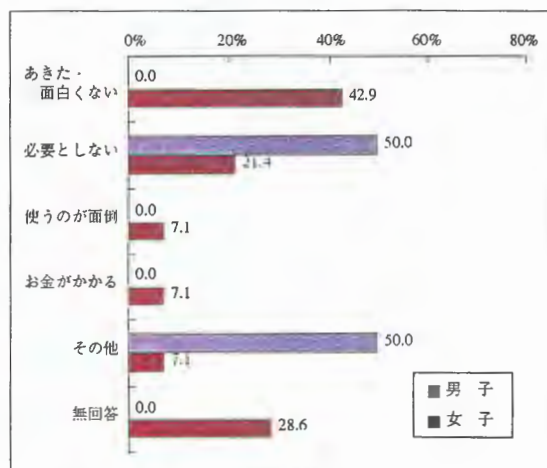
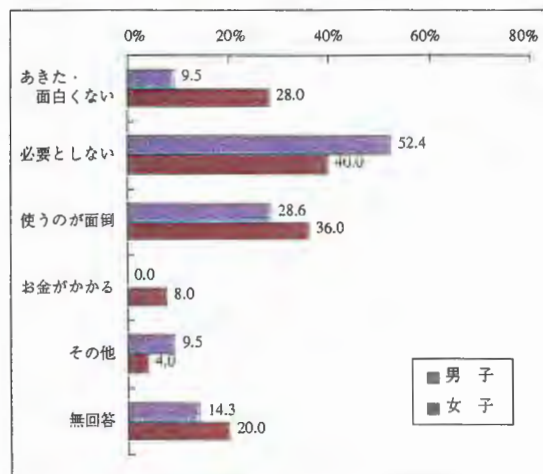


図 4.3.3.2.(7)-21 非継続理由 (電子メール)



(8) 質問7：コミュニケーションの際に重視する点

回答者計 376 人に対し、コミュニケーションの際に重視する点を聞いたところ、「じっくりコミュニケーションがとれるかどうか」とした回答がもっとも多く 189 人 (50.3%) となっており、次いで「相手の顔を見ながらコミュニケーションがとれるかどうか」 114 人 (30.3%) となっている。

男女別に見ると、男子、女子ともに「じっくりコミュニケーションがとれるかどうか」とした回答がもっとも多く、男子で 86 人中 46 人 (53.5%)、女子で 287 人中 142 人 (49.5%) と 5 割程度が挙げている。

表 4.3.3.2.(8)-1 コミュニケーションの際に重視する点 (男女別)

(人)

	n	じっくりコミュニケーション	相手の顔を見ながら	相手の顔を見ないで	手軽かどうか	時間帯を気にしないでもいいかどうか	場所を選ばないか	お金がかからないか	その他	無回答
男子	86	46	23	1	28	24	17	15	12	5
女子	287	142	90	15	53	76	56	51	28	30
不明	3	1	1	0	1	2	2	1	0	1
合計	376	189	114	16	82	102	75	67	40	36

(%)

	n	じっくりコミュニケーション	相手の顔を見ながら	相手の顔を見ないで	手軽かどうか	時間帯を気にしないでもいいかどうか	場所を選ばないか	お金がかからないか	その他	無回答
男子	86	53.5	26.7	1.2	32.6	27.9	19.8	17.4	14.0	5.8
女子	287	49.5	31.4	5.2	18.5	26.5	19.5	17.8	9.8	10.5
不明	3	33.3	33.3	0.0	33.3	66.7	66.7	33.3	0.0	33.3
合計	376	50.3	30.3	4.3	21.8	27.1	19.9	17.8	10.6	9.6

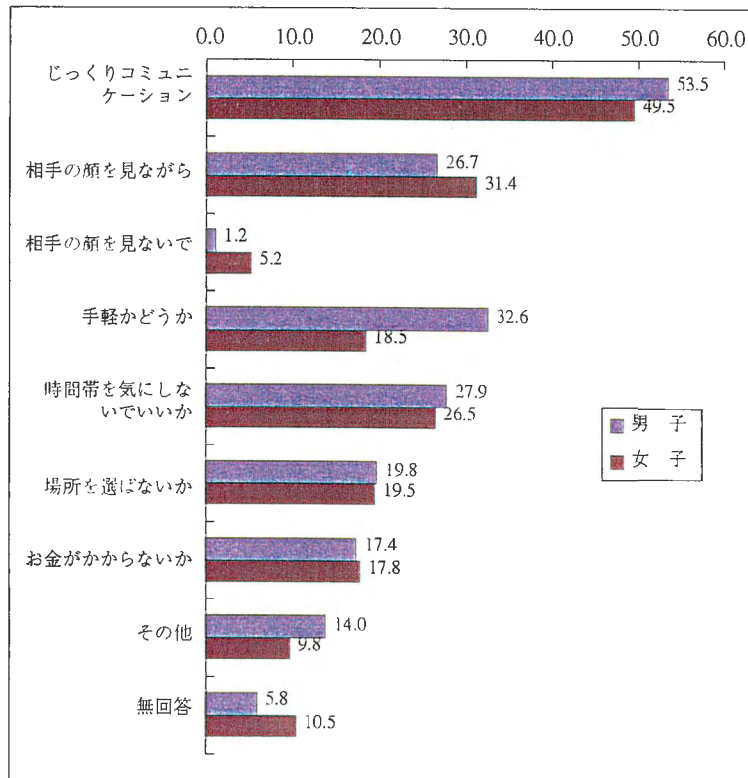


図 4.3.3.2.(8)-1 コミュニケーションの際に重視する点 (男女別)

(9) 質問 8：余暇(帰宅後, 休日)の過ごし方

1) 質問 8：帰宅後の過ごし方

回答者計 376 人に対し帰宅後の過ごし方について聞いたところ、「テレビやビデオを見る」とした回答がもっとも多く 209 人(55.6%)であり、次いで「音楽を聴く」188 人(50.0%), 「雑誌を読む」171 人(45.5%)の順で回答が多い。

男女別に見ると、男子では「音楽を聴く」45 人(52.3%), 「雑誌を読む」36 人(41.9%)の順で回答が多く、次いで「テレビやビデオを見る」との回答は 24 人(27.9%)である。一方女子では「テレビやビデオを見る」185 人(64.5%)の回答が最も多く、次いで「音楽を聴く」142 人(49.5%), 「雑誌を読む」134 人(46.7%)となっており、男女ともに同様の傾向がうかがえる。

表 4.3.3.2.(9)-1 余暇(帰宅後)の過ごし方(男女別)

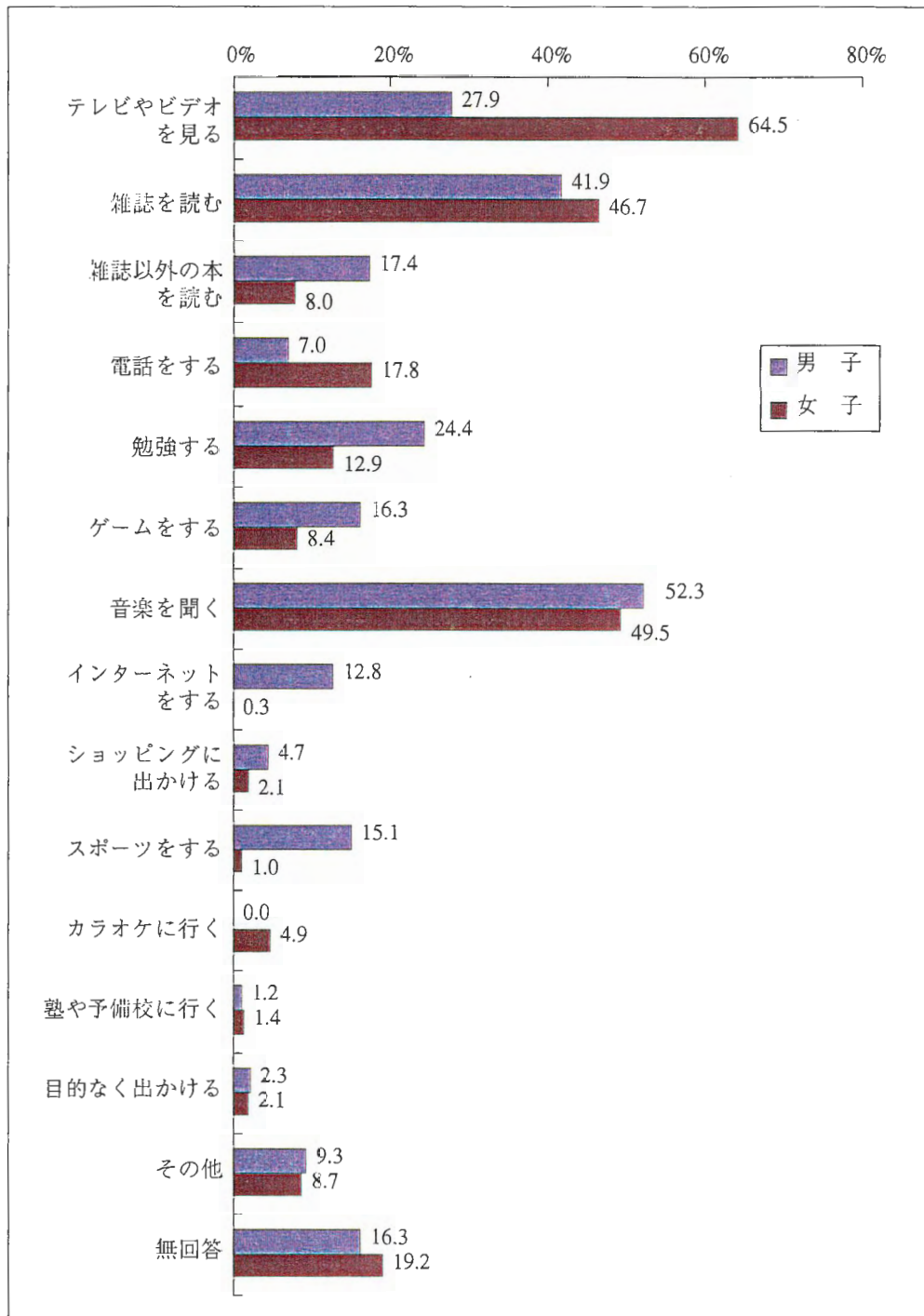
(人)

	n	テレビやビデオを見る	雑誌を読む	雑誌以外の本を読む	電話をする	勉強する	ゲームをする	音楽を聴く	インターネットをする	ショッピングに出かける	スポーツをする	カラオケに行く	塾や予備校に行く	目的なく出かける	その他	無回答
男子	86	24	36	15	6	21	14	45	11	4	13	0	1	2	8	14
女子	287	185	134	23	51	37	24	142	1	6	3	14	4	6	25	55
不明	3	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2
合計	376	209	171	38	57	58	38	188	12	10	16	14	5	8	34	71

(%)

	n	テレビやビデオを見る	雑誌を読む	雑誌以外の本を読む	電話をする	勉強する	ゲームをする	音楽を聴く	インターネットをする	ショッピングに出かける	スポーツをする	カラオケに行く	塾や予備校に行く	目的なく出かける	その他	無回答
男子	86	27.9	41.9	17.4	7.0	24.4	16.3	52.3	12.8	4.7	15.1	0.0	1.2	2.3	9.3	16.3
女子	287	64.5	46.7	8.0	17.8	12.9	8.4	49.5	0.3	2.1	1.0	4.9	1.4	2.1	8.7	19.2
不明	3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7
合計	376	55.6	45.5	10.1	15.2	15.4	10.1	50.0	3.2	2.7	4.3	3.7	1.3	2.1	9.0	18.9

図 4.3.3.2.(9)-1 余暇 (帰宅後) の過ごし方 (男女別)



2) 質問8：休日の過ごし方

回答者計 376 人に対し休日の過ごし方について聞いたところ、帰宅後と同様に「テレビやビデオを見る」とした回答がもっとも多く 178 人 (47.3%) となっているが、2 番目に多い回答としては、帰宅後の過ごし方とは異なり「ショッピングに出かける」とした回答が 164 人 (43.6%) となっている。

男女別に見ると、男子では「テレビやビデオを見る」35 人 (40.7%)、「ゲームをする」30 人 (34.9%)、「音楽を聴く」29 人 (33.7%) の順で回答が多くなっている。一方女子では、「ショッピングに出かける」「テレビやビデオを見る」とした回答が同程度に多くそれぞれ 144 人 (50.2%)、142 人 (49.5%)、次いで「カラオケに行く」77 人 (26.8%) となっている。

表 4.3.3.2.(9)-2 余暇 (休日) の過ごし方 (男女別)

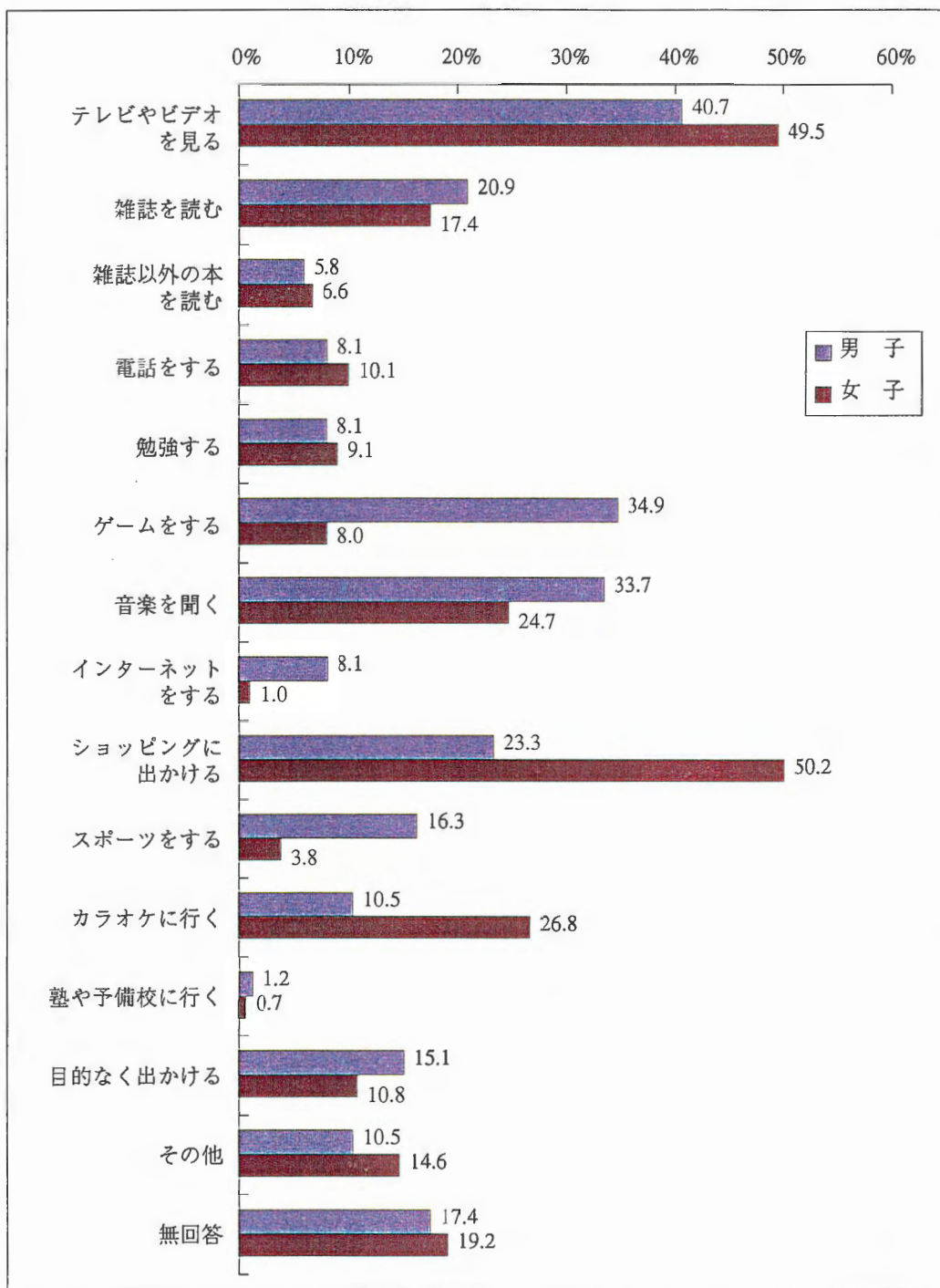
(人)

	n	テレビやビデオを見る	雑誌を読む	雑誌以外の本を読む	電話をする	勉強する	ゲームをする	音楽を聴く	インターネットをする	ショッピングに出かける	スポーツをする	カラオケに行く	塾や予備校に行く	目的なく出かける	その他	無回答
男子	86	35	18	5	7	7	30	29	7	20	14	9	1	13	9	15
女子	287	142	50	19	29	26	23	71	3	144	11	77	2	31	42	55
不明	3	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	2
合計	376	178	68	24	36	33	53	101	10	164	25	86	3	45	51	72

(%)

	n	テレビやビデオを見る	雑誌を読む	雑誌以外の本を読む	電話をする	勉強する	ゲームをする	音楽を聴く	インターネットをする	ショッピングに出かける	スポーツをする	カラオケに行く	塾や予備校に行く	目的なく出かける	その他	無回答
男子	86	40.7	20.9	5.8	8.1	8.1	34.9	33.7	8.1	23.3	16.3	10.5	1.2	15.1	10.5	17.4
女子	287	49.5	17.4	6.6	10.1	9.1	8.0	24.7	1.0	50.2	3.8	26.8	0.7	10.8	14.6	19.2
不明	3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	66.7
合計	376	47.3	18.1	6.4	9.6	8.8	14.1	26.9	2.7	43.6	6.6	22.9	0.8	12.0	13.6	19.1

図 4.3.3.2.(9)-2 余暇(休日)の過ごし方(男女別)



(10) 質問9：情報に対する考え方・接し方

回答者計 376 人に対し、情報に対する考え方・接し方を聞いたところ、「広く色々なことを知っていたい」とした回答が最も多く、225 人 (59.8%) となっており、次いで「人より詳しく知っている分野を持ちたい」180 人 (47.9%) となっている。

男女別に見ると、男子、女子ともに「広く色々なことを知っていたい」とした回答が最も多く、それぞれ 167 人 (58.2%)、58 人 (67.4%) となっている。

特徴的な点としては、「人より詳しく知りたい」、「広く色々なことを知っていたい」、「人より詳しく知っている分野を持ちたい」、「関心事にはお金がかかっても構わない」、「関心事を知るためには時間を惜しまない」の 5 項目で、男子の回答比率が女子の回答比率を上回っていることが挙げられ、男子の方が情報に対してより積極的な姿勢を示していることが見て取れる。

表 4.3.3.2.(10)-1 情報に対する考え方・接し方 (男女別)

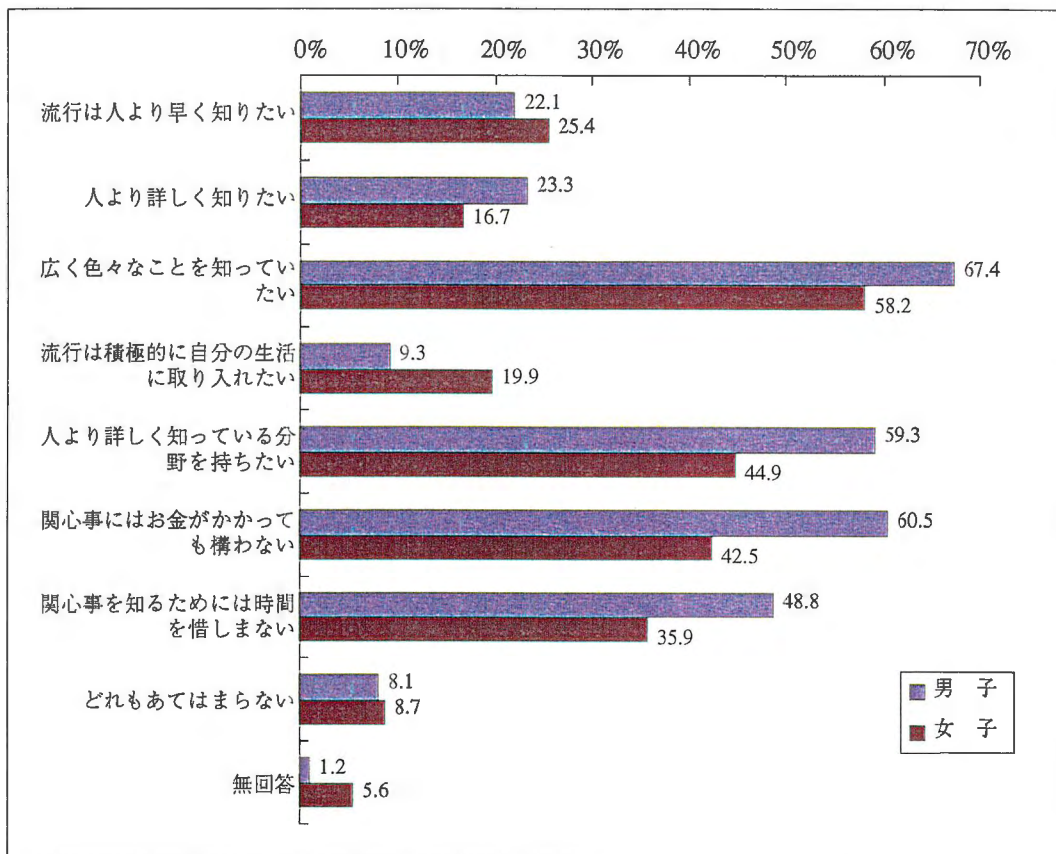
(人)

	n	流行は人より早く知りたい	人より詳しく知りたい	広く色々なことを知っていたい	流行は積極的に自分の生活に取り入れたい	人より詳しく知っている分野を持ちたい	関心事にはお金がかかっても構わない	関心事を知るためには時間を惜しまない	どれもあてはまらない	無回答
男子	86	19	20	58	8	51	52	42	7	1
女子	287	73	48	167	57	129	122	103	25	16
不明	3	1	0	0	0	0	0	0	0	2
合計	376	93	68	225	65	180	174	145	32	19

(%)

	n	流行は人より早く知りたい	人より詳しく知りたい	広く色々なことを知っていたい	流行は積極的に自分の生活に取り入れたい	人より詳しく知っている分野を持ちたい	関心事にはお金がかかっても構わない	関心事を知るためには時間を惜しまない	どれもあてはまらない	無回答
男子	86	22.1	23.3	67.4	9.3	59.3	60.5	48.8	8.1	1.2
女子	287	25.4	16.7	58.2	19.9	44.9	42.5	35.9	8.7	5.6
不明	3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7
合計	376	24.7	18.1	59.8	17.3	47.9	46.3	38.6	8.5	5.1

図 4.3.3.2.(10)-1 情報に対する考え方・接し方 (男女別)



4.3.3.3. クロス集計による集計結果

前節まででは、単純集計結果について概観した。ここで、今年度調査は以下の3点の把握・検証を目的としたものである。

- (1) 若年層の女性におけるインターネット利用の現状
- (2) 若年層の女性におけるインターネット利用に対する阻害要因
- (3) 若年層の女性における今後のインターネット普及の可能性

上記の3点のうち、(1)については「質問3)インターネットの利用状況」の集計結果から把握できる。そこで以下では、(2)及び(3)の把握・検証を目的としてクロス集計を行なった。クロス集計の方法としては、インターネット利用状況別にインターネットイメージ、コミュニケーションで重視する点等の集計を行なった。

(1) 質問3と質問5のクロス集計結果

インターネット利用状況別インターネットイメージの集計結果を以下に示す。男子について見ると、「便利だ」、「必要になるだろう」の2項目における現在利用者(インターネットを現在使っている生徒)と過去利用者(過去使ったことがあるが、現在は使っていない生徒)の回答率の差が大きく、約27ポイント現在利用者が上回っている点が特徴的な点となっている。

なお、男子未利用者(インターネット利用経験のない生徒)は1人のみである。

女子における特徴としては、インターネット利用経験のない99人のうち、「面白い」、「便利だ」との回答がともに5割を超えているが、現在利用者、過去利用者に比べると小さい数値となっている点が挙げられる。また現在利用者、過去利用者、未利用者の順で「使うのは難しい」の回答率が大きく、未利用者では99人中49人(49.5%)となっている点が特徴的である。

表 4.3.3.3.(1)-1 男女別インターネット利用状況別インターネットイメージ

(人)

	インターネット利用状況	n	面白い	つまらない	便利だ	不便だ	使うのは簡単	使うのは難しい	必要になるだろう	必要とは思わない	その他	無回答
男子	現利用者	76	52	1	63	2	36	13	46	8	7	2
	過去利用者	9	5	0	5	0	3	1	3	0	0	1
	未利用者	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
女子	現利用者	93	67	2	58	1	19	24	36	2	1	4
	過去利用者	94	63	5	65	3	5	36	48	3	7	2
	未利用者	99	57	1	59	1	2	49	47	6	6	11
不明	現利用者	3	3	1	2	1	3	1	3	1	1	0
	過去利用者	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	未利用者	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
計	現利用者	172	122	4	123	4	58	38	85	11	9	6
	過去利用者	103	68	5	70	3	8	37	51	3	7	3
	未利用者	100	57	1	59	1	2	49	47	6	6	12

(%)

		n	面白い	つまらない	便利だ	不便だ	使うのは簡単	使うのは難しい	必要になるだろう	必要とは思わない	その他	無回答
男子	現利用者	76	68.4	1.3	82.9	2.6	47.4	17.1	60.5	10.5	9.2	2.6
	過去利用者	9	55.6	0.0	55.6	0.0	33.3	11.1	33.3	0.0	0.0	11.1
	未利用者	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
女子	現利用者	93	72.0	2.2	62.4	1.1	20.4	25.8	38.7	2.2	1.1	4.3
	過去利用者	94	67.0	5.3	69.1	3.2	5.3	38.3	51.1	3.2	7.4	2.1
	未利用者	99	57.6	1.0	59.6	1.0	2.0	49.5	47.5	6.1	6.1	11.1
不明	現利用者	3	100.0	33.3	66.7	33.3	100.0	33.3	100.0	33.3	33.3	0.0
	過去利用者	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	未利用者	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
計	現利用者	172	70.9	2.3	71.5	2.3	33.7	22.1	49.4	6.4	5.2	3.5
	過去利用者	103	66.0	4.9	68.0	2.9	7.8	35.9	49.5	2.9	6.8	2.9
	未利用者	100	57.0	1.0	59.0	1.0	2.0	49.0	47.0	6.0	6.0	12.0

図 4.3.3.3.(1)-1 インターネット利用状況別インターネットイメージ(男子)

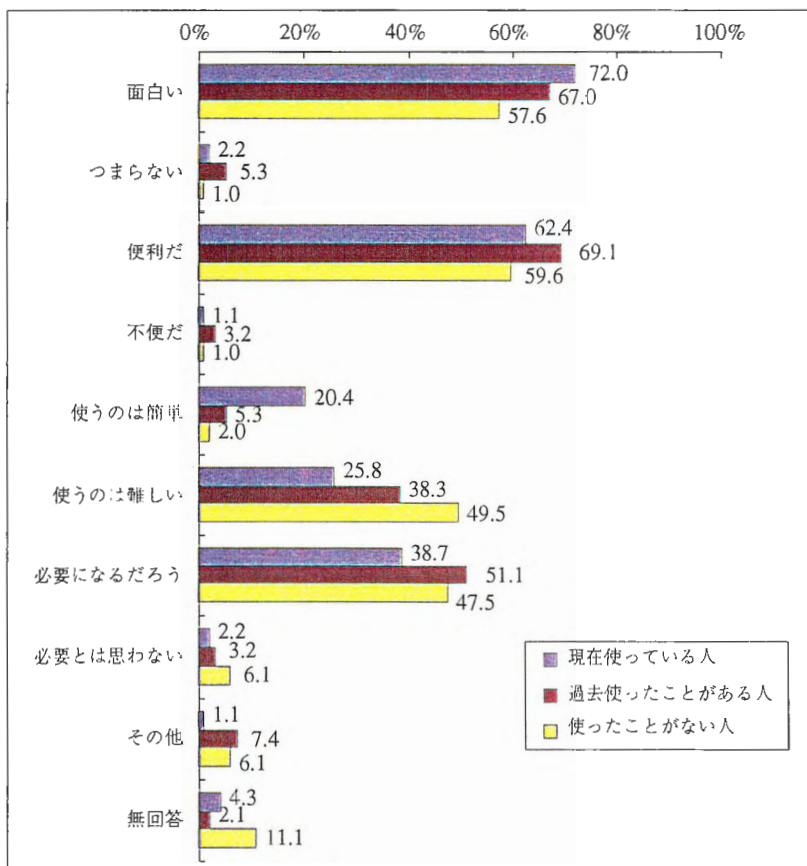
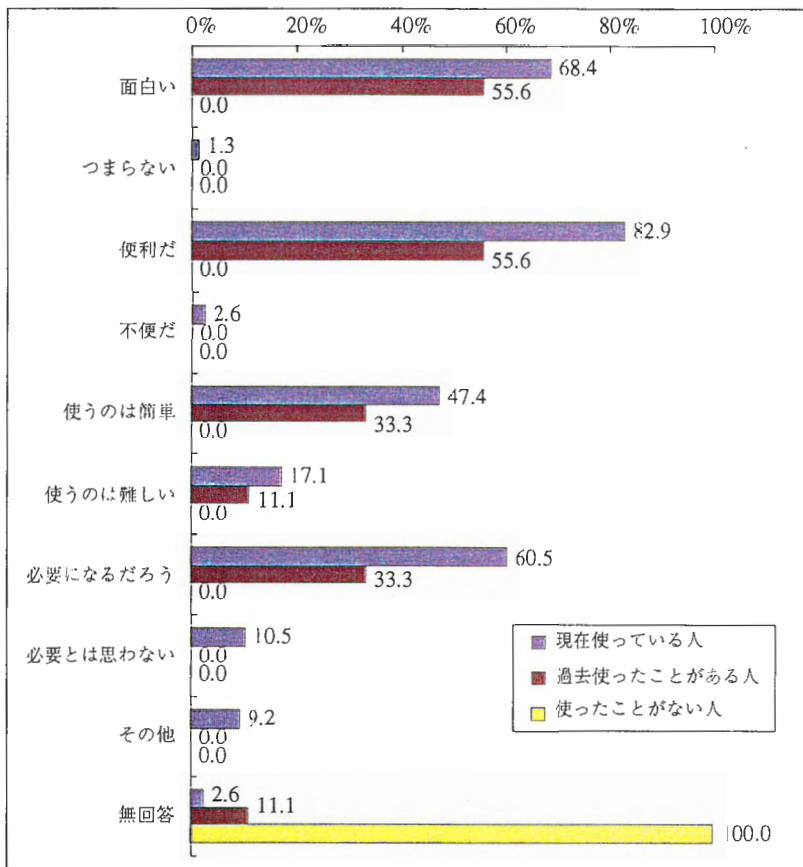


図 4.3.3.3.(1)-2 インターネット利用状況別インターネットイメージ(女子)

(2) 質問3と質問6のクロス集計結果

インターネット利用状況別に、コミュニケーションツールの継続利用の理由および使わなくなった理由を集計した結果を以下に示す。

(1) コミュニケーションツールの継続利用の理由

[男子]: 男子について見ると、各ツールの継続利用理由としてインターネット現在利用者、過去利用者、未利用者の三者間で顕著な特徴は見られない。

表 4.3.3.3.(2)-1 インターネット利用状況別コミュニケーションツール継続利用理由 (男子)

(人)

	インターネット利用状況	現在利用している コミュニケーションツール	n	楽しい・面白い	気軽な気持ちで利用できる	持ち運びができる	手軽に利用できる場所にある	操作が簡単	流行りだから	お金があまりかからない	交友関係が広がる	その他	無回答
男子	現利用者 76人	ブリクラ	21	14	11	5	8	6	9	4	7	2	3
		ポケベル	17	3	8	8	2	5	4	1	9	2	2
		PHS	14	4	4	12	2	3	2	0	7	2	1
		携帯電話	3	0	0	0	1	0	0	0	1	1	2
		たまごっち	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0
		放課後倶楽部	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0
		電子メール	48	19	24	1	7	21	1	9	19	6	4
	過去利用者 9人	ブリクラ	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
		ポケベル	3	0	0	3	0	1	0	1	1	1	0
		PHS	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0
		携帯電話	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
		たまごっち	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		放課後倶楽部	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	未利用者 1人	ブリクラ	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
		ポケベル	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		PHS	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		携帯電話	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
		たまごっち	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
放課後倶楽部		0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
		電子メール	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	

(%)

インターネット利用状況	現在利用している コミュニケーション ツール	n	楽しい・面白い	気軽な気持ちで 利用できる	持ち運びができる	手軽に利用できる 場所にある	操作が簡単	流行りだから	お金があまりかか らない	交友関係が広がる	その他	無回答		
男子	現利用者 76人	ブリクラ	21	66.7	52.4	23.8	38.1	28.6	42.9	19.0	33.3	9.5	14.3	
		ポケベル	17	17.6	47.1	47.1	11.8	29.4	23.5	5.9	52.9	11.8	11.8	
		P H S	14	28.6	28.6	85.7	14.3	21.4	14.3	0.0	50.0	14.3	7.1	
		携帯電話	3	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	66.7	
		たまごっち	1	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
		放課後倶楽部	1	100.0	100.0	0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	
		電子メール	48	39.6	50.0	2.1	14.6	43.8	2.1	18.8	39.6	12.5	8.3	
	過去利用者 9人	ブリクラ	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
		ポケベル	3	0.0	0.0	100.0	0.0	33.3	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	
		P H S	1	0.0	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
		携帯電話	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	
		たまごっち	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		放課後倶楽部	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		電子メール	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	未利用者 1人	ブリクラ	1	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
		ポケベル	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		P H S	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		携帯電話	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	
たまごっち		0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
放課後倶楽部		0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
電子メール		0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		

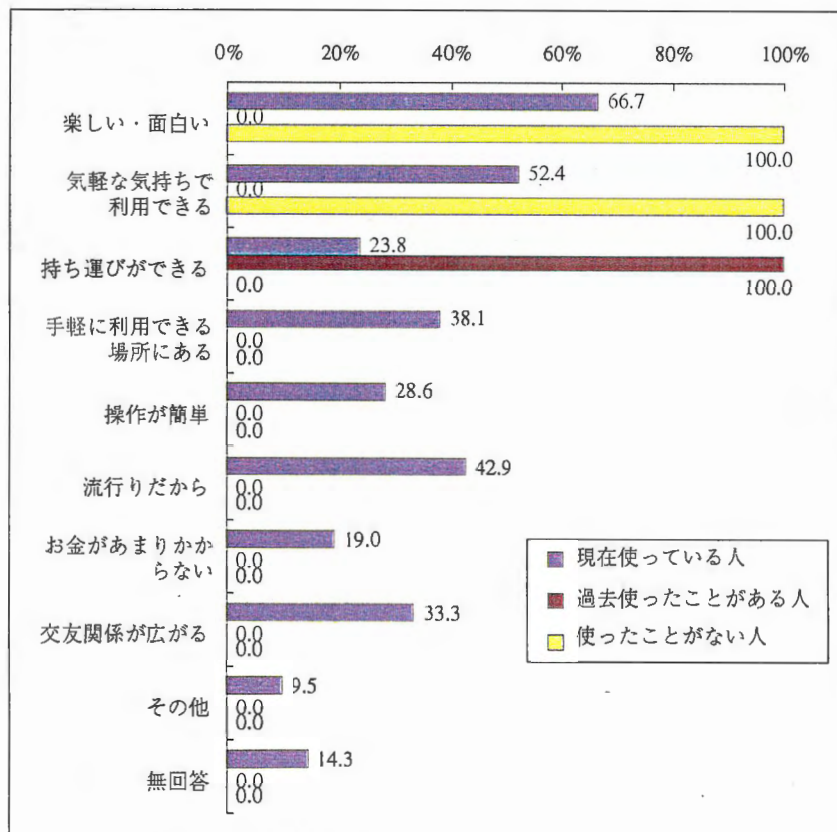


図 4.3.3.3.(2)-1 継続利用理由 (男子, プリクラ)

図 4.3.3.3.(2)-2 継続利用理由 (男子, ポケベル)

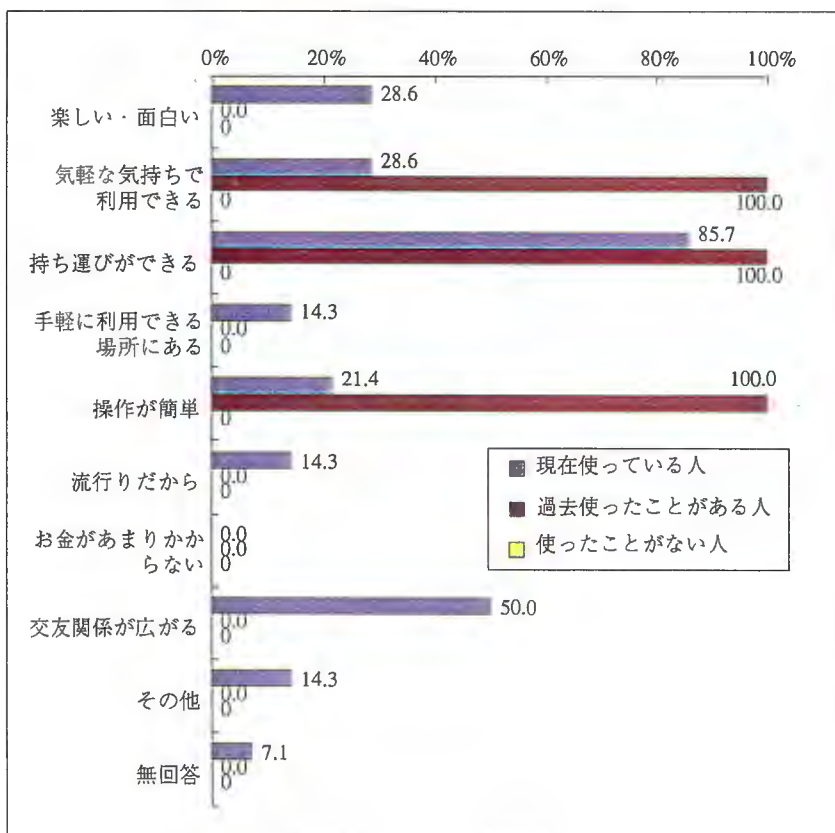
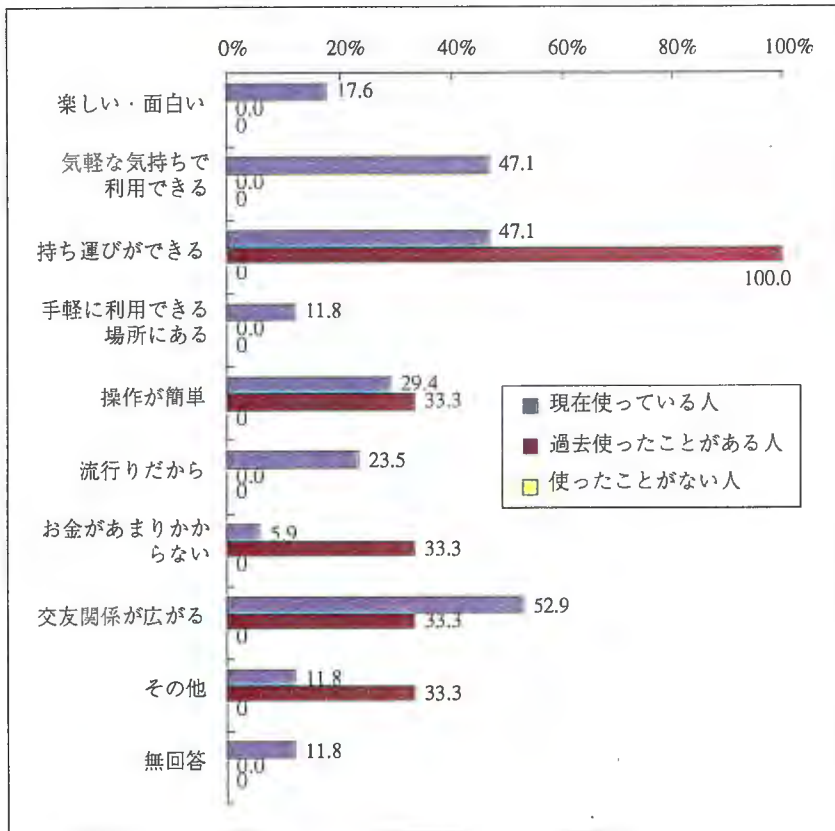


図 4.3.3.3.(2)-3 継続利用理由 (男子, PHS)

図 4.3.3.3.(2)-4 継続利用理由 (男子, 携帯電話)

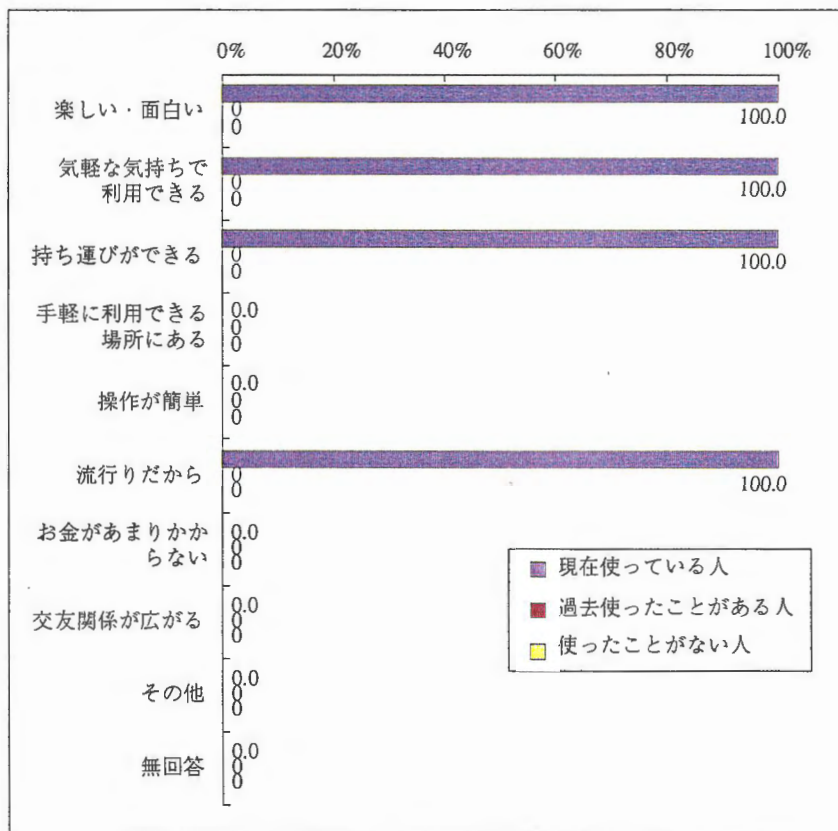
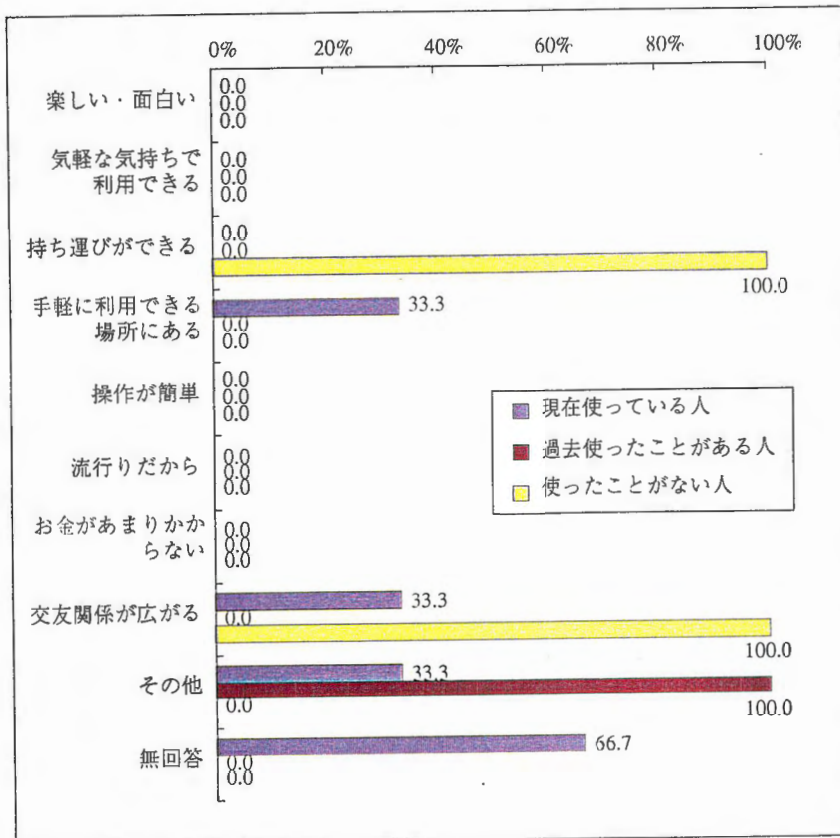


図 4.3.3.3.(2)-5 継続利用理由 (男子, たまごっち)

図 4.3.3.3.(2)-6 継続利用理由 (男子, 放課後倶楽部)

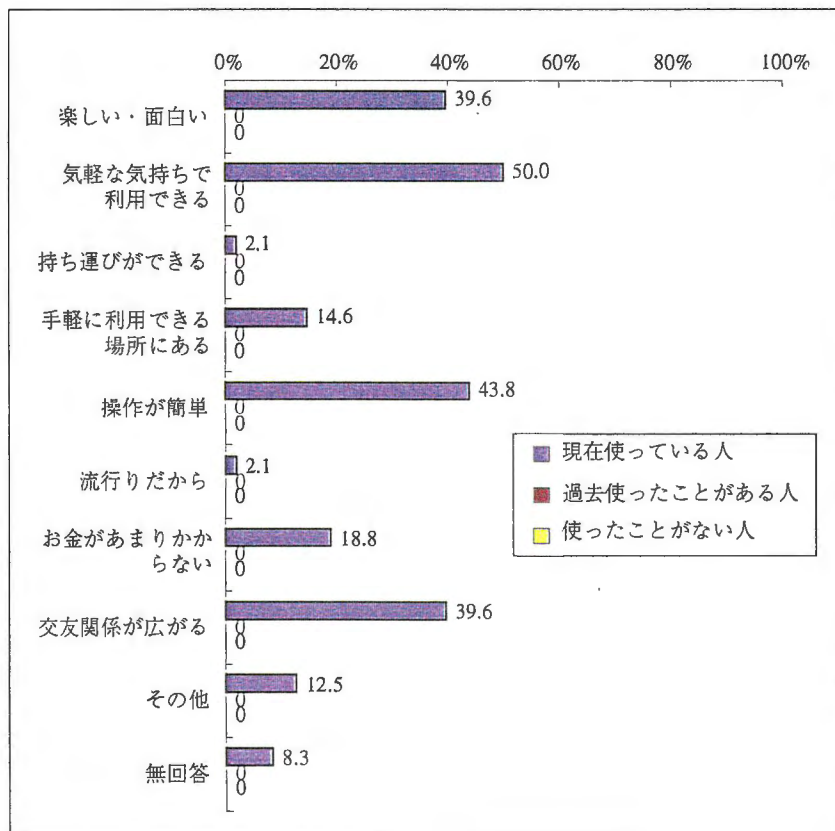
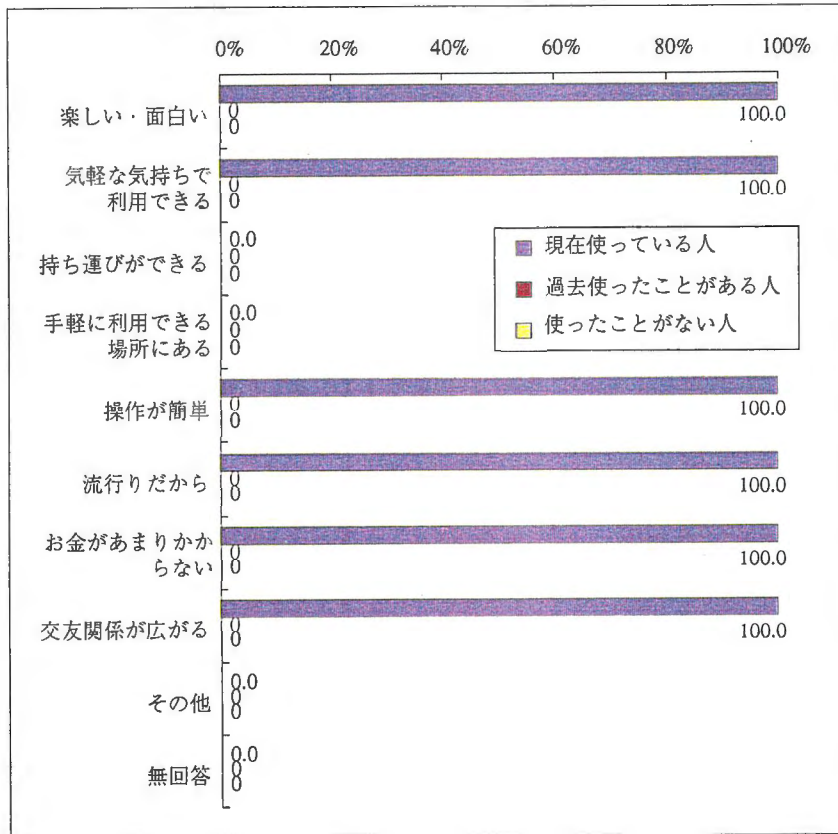


図 4.3.3.3.(2)-7 継続利用理由 (男子, 電子メール)

[女子]: 女子の集計結果を見ると、プリクラについてはインターネットの現利用者、過去利用者、未利用者の三者間でツール継続利用の理由に大きな違いは見られず、「楽しい・面白い」、「気軽な気持ちで利用できる」との回答が多くなっている。

ポケベル、PHS、携帯電話の3つのツールについては、現在利用者、過去利用者、未利用者のいずれにおいても「持ち運びができる」との回答が最も多く、特徴的な点となっている。

表 4.3.3.3.(2)-2 インターネット利用状況別コミュニケーションツール継続利用理由(女子)

(人)

	インターネット利用状況	現在利用しているコミュニケーションツール	n	楽しい・面白い	気軽な気持ちで利用できる	持ち運びができる	手軽に利用できる場所にある	操作が簡単	流行りだから	お金があまりかからない	交友関係が広がる	その他	無回答
ポケベル	50	16	21	32	2	17	7	3	21	4	10		
PHS	14	4	4	10	1	4	1	2	3	1	3		
携帯電話	15	2	7	9	2	3	2	1	3	0	4		
たまごっち	6	3	2	3	1	3	3	1	0	0	2		
放課後倶楽部	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1		
電子メール	14	6	6	0	2	5	0	3	2	1	3		
過去利用者 94人	プリクラ	81	64	53	14	46	35	29	9	47	6	10	
	ポケベル	55	23	29	39	4	23	9	8	32	4	8	
	PHS	11	5	4	9	4	6	1	0	8	3	0	
	携帯電話	10	2	5	7	2	5	1	0	1	2	4	
	たまごっち	6	3	5	2	2	1	1	1	0	0	2	
	放課後倶楽部	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	
未利用者 99人	プリクラ	72	50	41	5	35	28	24	10	20	1	16	
	ポケベル	47	13	22	33	6	16	12	4	26	2	7	
	PHS	9	1	2	5	0	1	1	0	1	1	3	
	携帯電話	10	2	2	7	1	0	2	0	3	0	3	
	たまごっち	2	2	2	2	1	1	1	1	0	0	0	
	放課後倶楽部	7	3	3	0	2	2	1	0	1	0	4	
電子メール	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

(%)

インターネット利 用状況	現在利用している コミュニケーション ツール	n	楽しい・面白い	気軽な気持ちで 利用できる	持ち運びができる	手軽に利用できる 場所にある	操作が簡単	流行りだから	お金があまりかか らない	交友関係が広がる	その他	無回答	
女子	現利用者 93人	プリクラ	75	73.3	54.7	12.0	50.7	40.0	32.0	22.7	32.0	1.3	17.3
		ポケベル	50	32.0	42.0	64.0	4.0	34.0	14.0	6.0	42.0	8.0	20.0
		P H S	14	28.6	28.6	71.4	7.1	28.6	7.1	14.3	21.4	7.1	21.4
		携帯電話	15	13.3	46.7	60.0	13.3	20.0	13.3	6.7	20.0	0.0	26.7
		たまごっち	6	50.0	33.3	50.0	16.7	50.0	50.0	16.7	0.0	0.0	33.3
		放課後倶楽部	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0
	過去利用者 94人	電子メール	14	42.9	42.9	0.0	14.3	35.7	0.0	21.4	14.3	7.1	21.4
		プリクラ	81	79.0	65.4	17.3	56.8	43.2	35.8	11.1	58.0	7.4	12.3
		ポケベル	55	41.8	52.7	70.9	7.3	41.8	16.4	14.5	58.2	7.3	14.5
		P H S	11	45.5	36.4	81.8	36.4	54.5	9.1	0.0	72.7	27.3	0.0
		携帯電話	10	20.0	50.0	70.0	20.0	50.0	10.0	0.0	10.0	20.0	40.0
		たまごっち	6	50.0	83.3	33.3	33.3	16.7	16.7	16.7	0.0	0.0	33.3
	未利用者 99人	放課後倶楽部	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
		電子メール	1	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		プリクラ	72	69.4	56.9	6.9	48.6	38.9	33.3	13.9	27.8	1.4	22.2
		ポケベル	47	27.7	46.8	70.2	12.8	34.0	25.5	8.5	55.3	4.3	14.9
		P H S	9	11.1	22.2	55.6	0.0	11.1	11.1	0.0	11.1	11.1	33.3
		携帯電話	10	20.0	20.0	70.0	10.0	0.0	20.0	0.0	30.0	0.0	30.0
	たまごっち	2	100.0	100.0	100.0	50.0	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	
	放課後倶楽部	7	42.9	42.9	0.0	28.6	28.6	14.3	0.0	14.3	0.0	57.1	
	電子メール	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

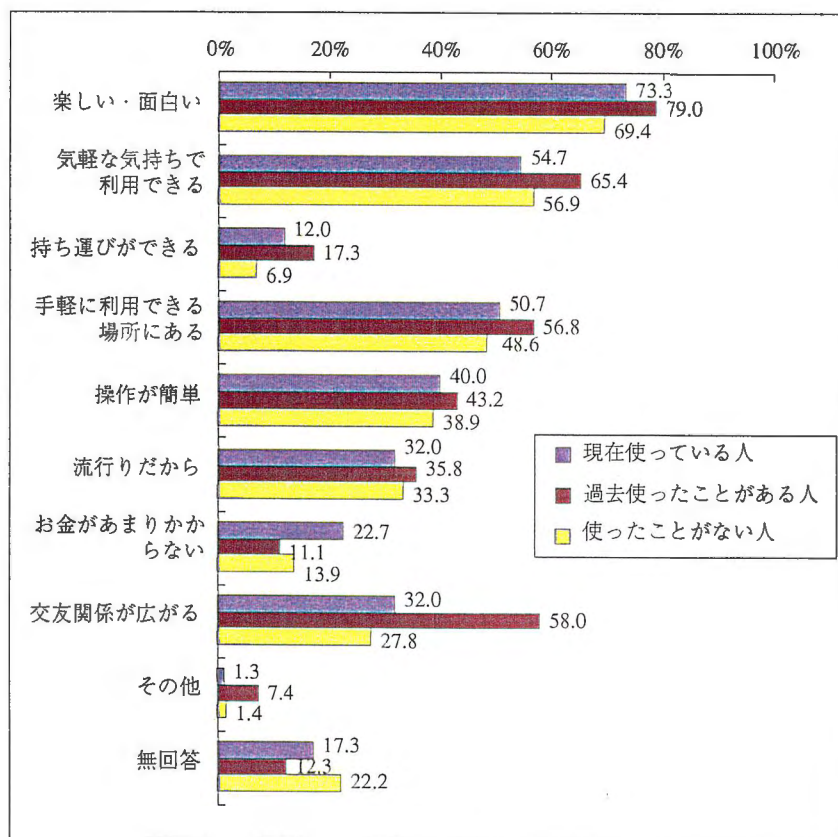


図 4.3.3.3.(2)-8 継続利用理由 (女子, プリクラ)

図 4.3.3.3.(2)-9 継続利用理由 (女子, ポケベル)

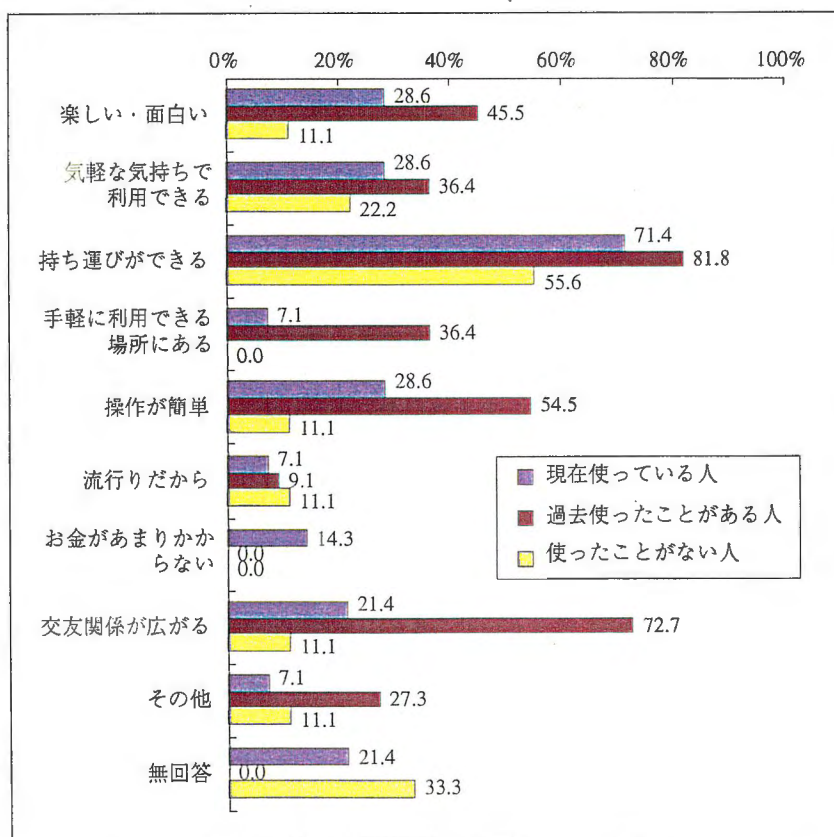
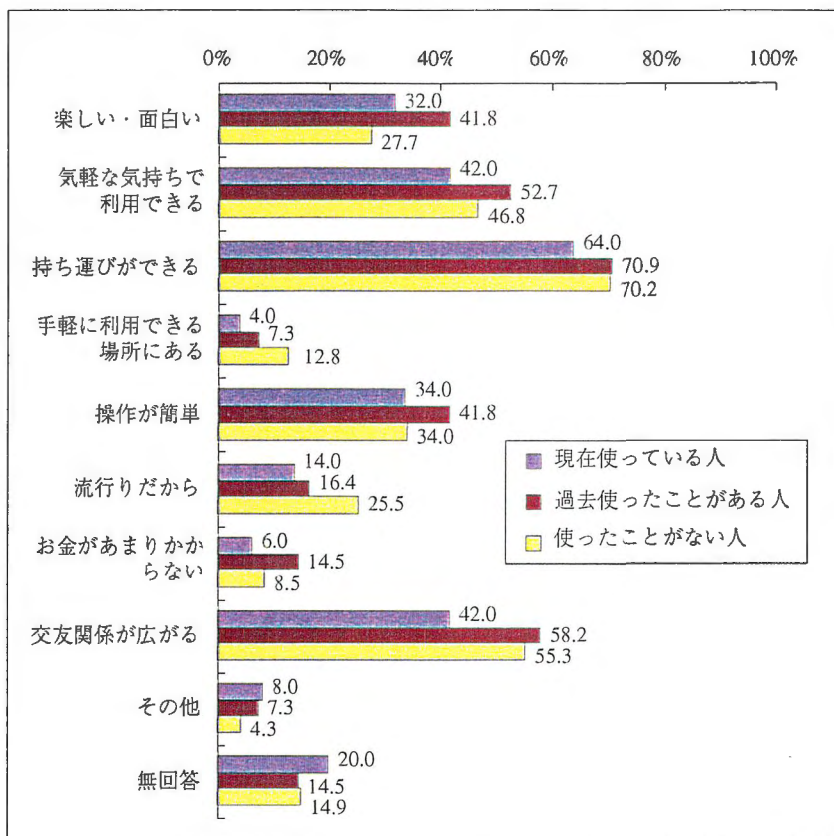


図 4.3.3.3.(2)-10 継続利用理由 (女子, PHS)

図 4.3.3.(2)-11 継続利用理由 (女子, 携帯電話)

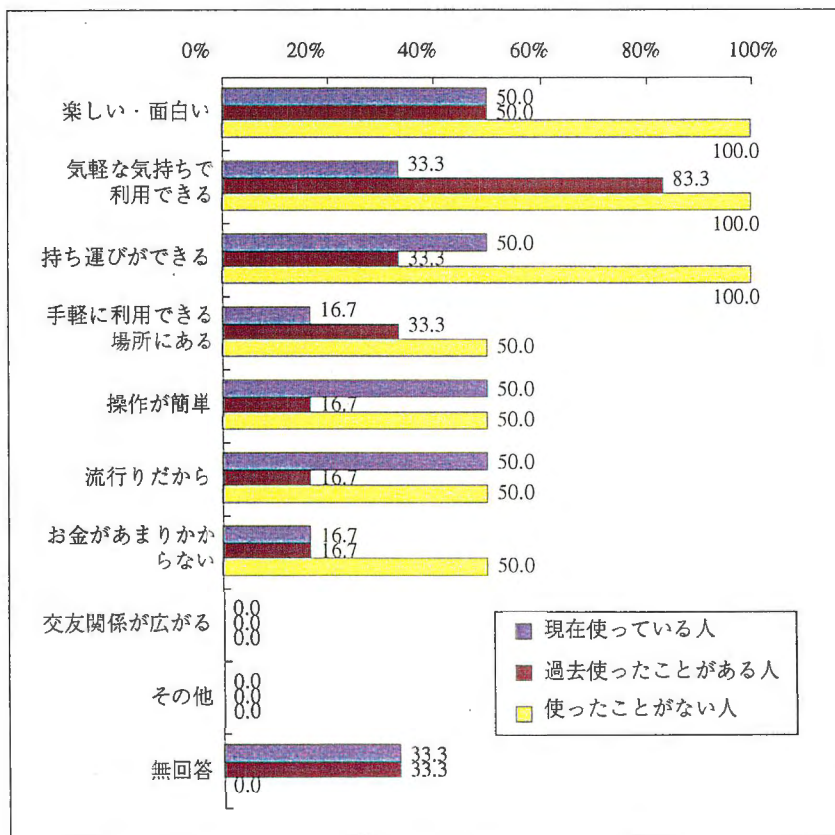
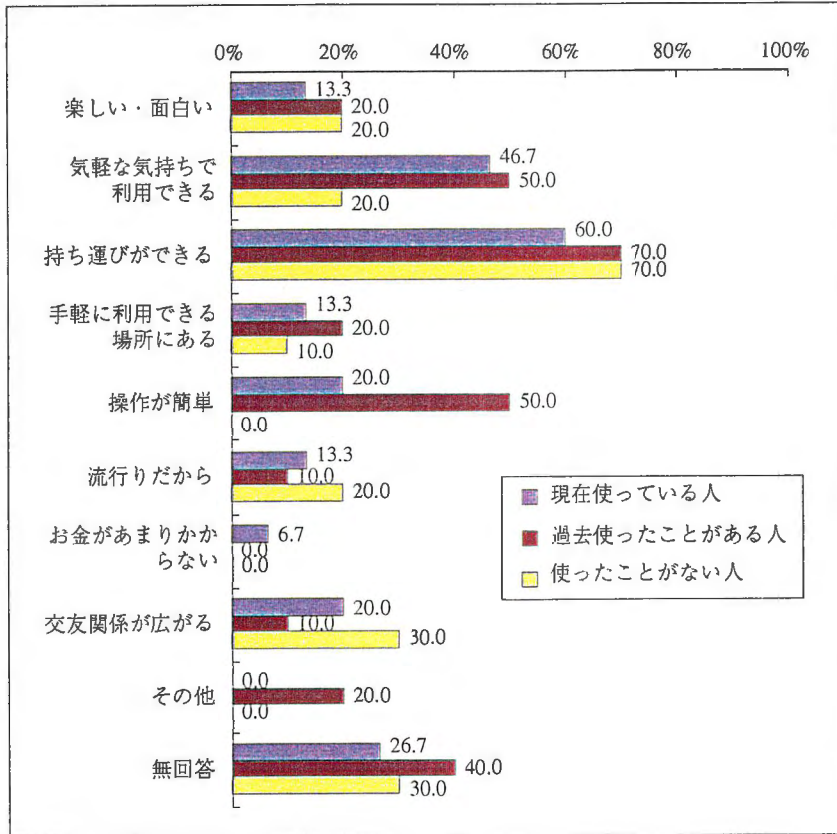


図 4.3.3.(2)-12 継続利用理由 (女子, たまごっち)

図 4.3.3.3.(2)-13 継続利用理由 (女子, 放課後クラブ)

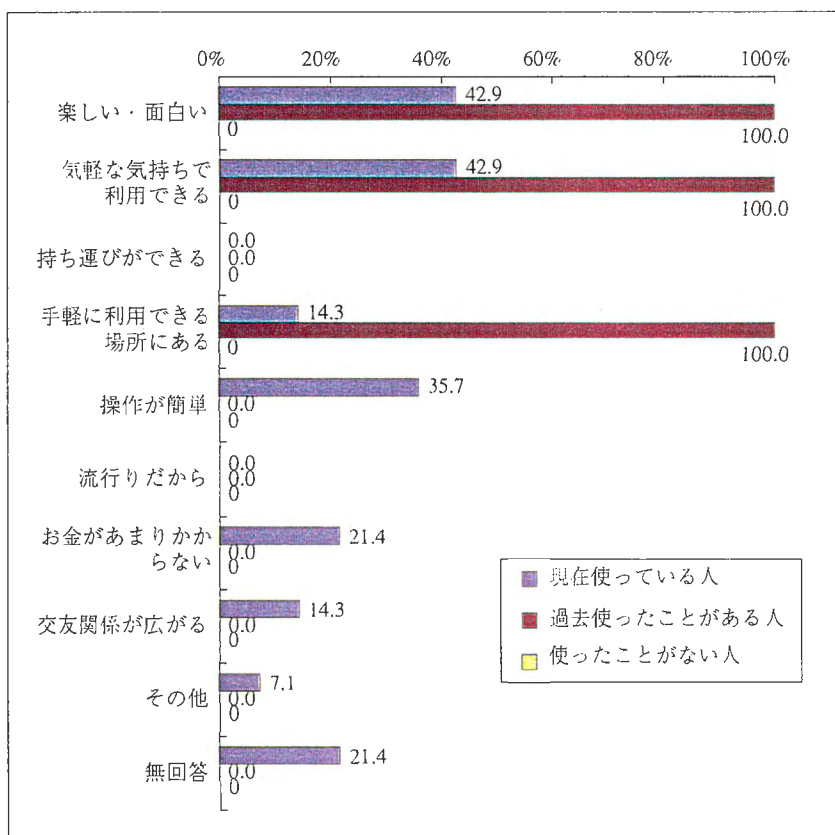
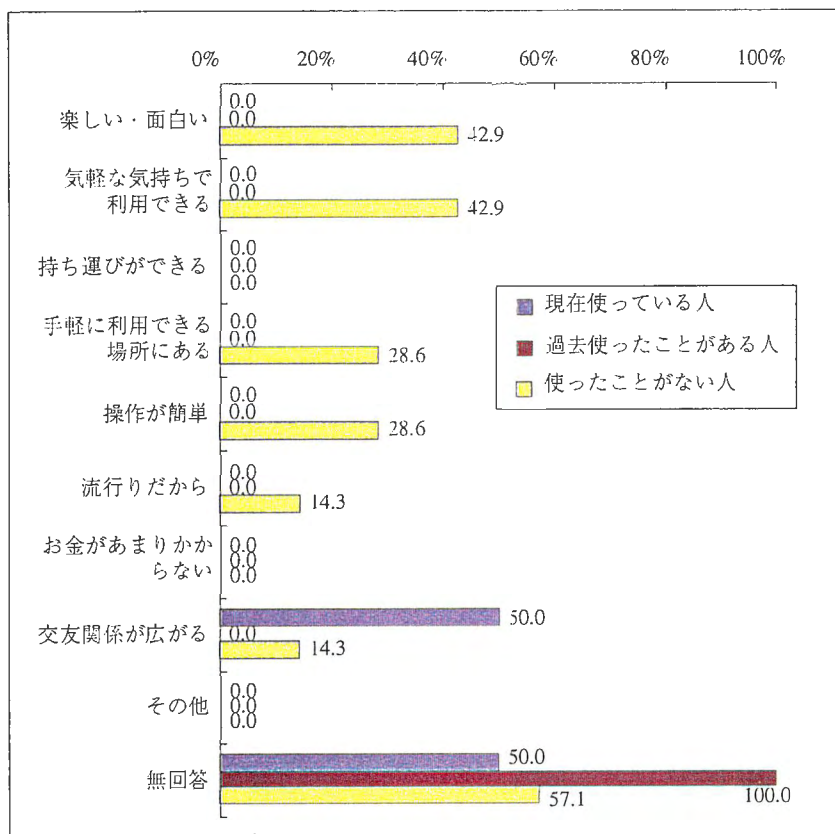


図 4.3.3.3.(2)-14 継続利用理由 (女子, 電子メール)

(2) コミュニケーションツールを使わなくなった理由

[男子]

男子について見ると、インターネット現在利用者、過去利用者、未利用者の三者間で、各ツールを使わなくなった理由について顕著な特徴は見られない。

表 4.3.3.3.(2)-3 インターネット利用状況別ツールを使わなくなった理由(男子)

(人)

	インターネット利用 状況	過去利用したことが あるコミュニケーション ツール	n	あきた・面白くない	必要としない	使うのが面倒	お金がかかる	その他	無回答
男 子	現利用者 76人	プリクラ	24	6	15	2	9	3	1
		ポケベル	7	1	5	0	0	1	1
		PHS	2	0	1	0	1	2	0
		携帯電話	6	0	2	0	5	1	1
		たまごっち	23	16	12	3	0	2	3
		放課後倶楽部	2	0	1	0	0	1	0
		電子メール	16	1	9	5	0	2	1
	過去利用者 9人	プリクラ	6	1	3	0	1	0	1
		ポケベル	1	0	1	0	0	0	0
		PHS	1	0	1	0	0	0	0
		携帯電話	2	0	2	1	0	0	0
		たまごっち	4	1	2	0	0	0	1
		放課後倶楽部	0	—	—	—	—	—	—
		電子メール	4	1	2	1	0	0	1
	未利用者 1人	プリクラ	0	—	—	—	—	—	—
		ポケベル	1	0	1	0	1	0	0
		PHS	0	—	—	—	—	—	—
		携帯電話	0	—	—	—	—	—	—
		たまごっち	0	—	—	—	—	—	—
放課後倶楽部		0	—	—	—	—	—	—	
電子メール		1	0	0	0	0	0	1	

(%)

インターネット利用状況	過去利用したことがあるコミュニケーションツール	n	あきた・面白くない	必要としない	使うのが面倒	お金がかかる	その他	無回答	
男子	現利用者 76人	プリクラ	24	25.0	62.5	8.3	37.5	12.5	4.2
		ポケベル	7	14.3	71.4	0.0	0.0	14.3	14.3
		PHS	2	0.0	50.0	0.0	50.0	100.0	0.0
		携帯電話	6	0.0	33.3	0.0	83.3	16.7	16.7
		たまごっち	23	69.6	52.2	13.0	0.0	8.7	13.0
		放課後倶楽部	2	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
		電子メール	16	6.3	56.3	31.3	0.0	12.5	6.3
	過去利用者 9人	プリクラ	6	16.7	50.0	0.0	16.7	0.0	16.7
		ポケベル	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		PHS	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		携帯電話	2	0.0	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0
		たまごっち	4	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0	25.0
		放課後倶楽部	0	—	—	—	—	—	—
	未利用者 1人	電子メール	4	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0	25.0
		プリクラ	0	—	—	—	—	—	—
		ポケベル	1	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0
		PHS	0	—	—	—	—	—	—
		携帯電話	0	—	—	—	—	—	—
たまごっち		0	—	—	—	—	—	—	
放課後倶楽部	0	—	—	—	—	—	—		
電子メール	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	

図 4.3.3.3.(2)-15 非継続理由 (男子, プリクラ)

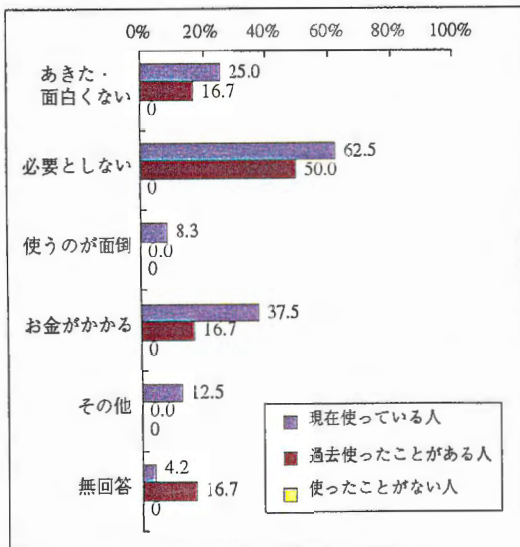


図 4.3.3.3.(2)-16 非継続理由 (男子, ポケベル)

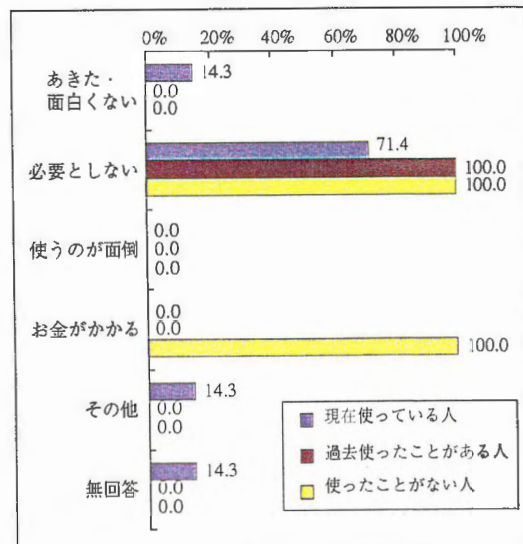


図 4.3.3.3.(2)-17 非継続理由 (男子, PHS)

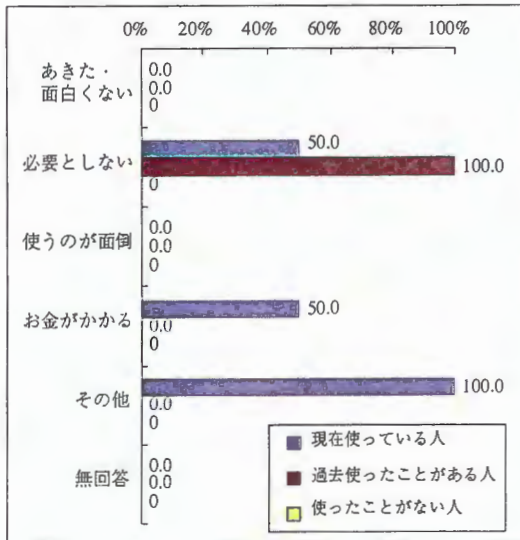


図 4.3.3.3.(2)-18 非継続理由 (男子, 携帯電話)

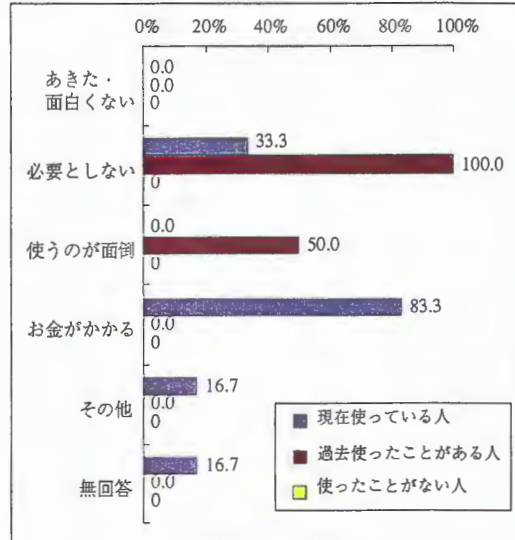


図 4.3.3.3.(2)-19 非継続理由 (男子, たまごっち)

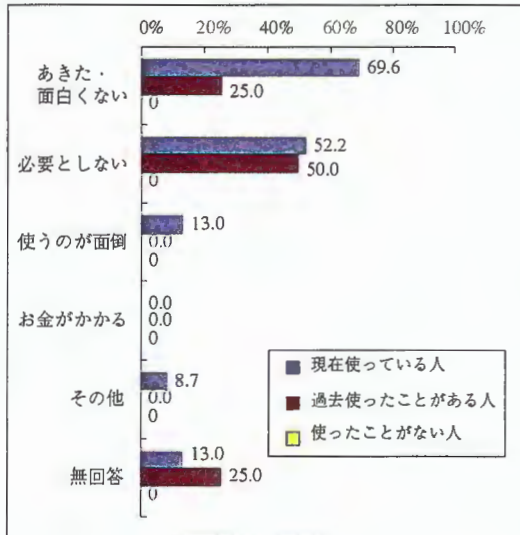


図 4.3.3.3.(2)-20 非継続理由 (男子, 放課後倶楽部)

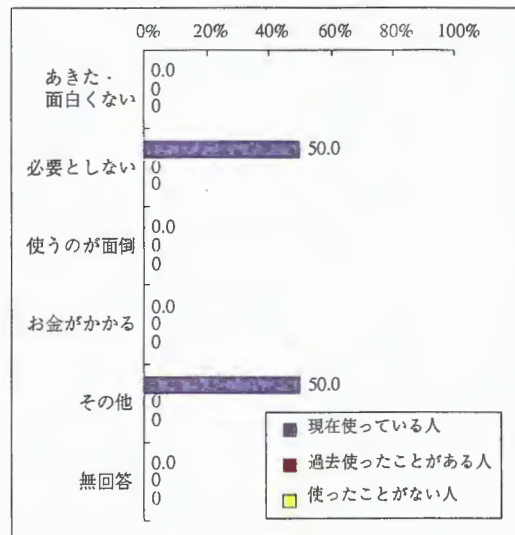
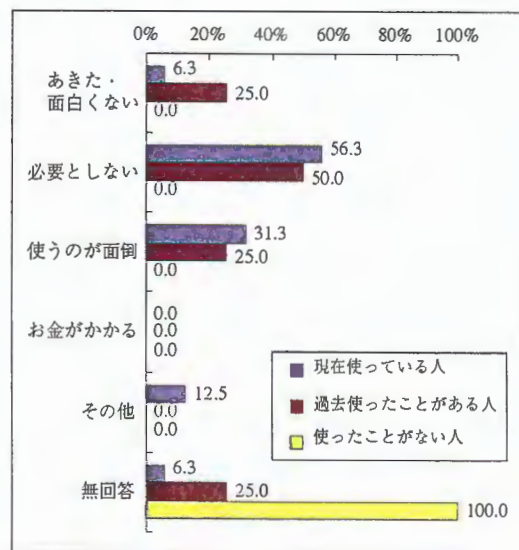


図 4.3.3.(2)-21. 非継続理由 (男子, 電子メール)



[女子]

女子の集計結果を各ツールごとに見ると、プリクラについては「お金がかかる」との回答におけるインターネット現在利用者、過去利用者、未利用者の三者間での回答率の差が顕著であり、それぞれ現在利用者 53.8%、過去利用者 22.2%、未利用者 82.4%となっている。

ポケベルについては、現在利用者で「必要としない」との回答が過去利用者、未利用者に比べ多くなっている点以外は顕著な特徴は見られない。

PHS については、「お金がかかる」との回答が現在利用者、過去利用者で 5 割程度であるのに対し、未利用者では 8 割を超えている点が特徴として挙げられる。携帯電話についても PHS と同様の傾向が見られ、「お金がかかる」との回答が現在利用者、過去利用者で 3 割程度であるのに対し、未利用者では 6 割を超えている。たまごっちについては三者で顕著な特徴は見られず、「あきた・面白くない」、「必要としない」、「使うのが面倒」との回答ではほぼ一致していると言える。

表 4.3.3.3.(2)-4 インターネット利用状況別ツールを使わなくなった理由(女子)

(人)

	インターネット利用状況	過去利用したことがあるコミュニケーションツール	n	あきた・面白くない	必要としない	使うのが面倒	お金がかかる	その他	無回答
女子	現利用者 93人	プリクラ	13	6	7	0	7	0	1
		ポケベル	14	6	8	2	4	1	4
		PHS	18	1	9	1	10	3	2
		携帯電話	7	0	4	0	2	1	1
		たまごっち	58	42	26	18	0	2	10
		放課後倶楽部	4	1	1	1	1	1	1
		電子メール	8	1	3	4	1	0	1
	過去利用者 94人	プリクラ	9	4	1	1	2	0	2
		ポケベル	13	6	3	1	4	1	3
		PHS	13	1	4	2	7	3	3
		携帯電話	8	0	2	0	2	4	1
		たまごっち	58	43	27	12	0	3	12
		放課後倶楽部	5	3	0	0	0	0	2
		電子メール	12	5	5	4	1	1	2
	未利用者 99人	プリクラ	17	11	10	0	14	1	0
		ポケベル	10	4	3	0	3	1	4
		PHS	7	1	2	0	6	1	0
		携帯電話	11	0	4	0	7	1	2
		たまごっち	50	32	22	14	1	2	14
		放課後倶楽部	5	2	2	0	0	0	1
		電子メール	5	1	2	1	0	0	2

(%)

	インターネット利用 状況	過去利用したことが あるコミュニケーション シヨントール	n	あきた・面白くない	必要としない	使うのが面倒	お金がかかる	その他	無回答
女子	現利用者 93人	プリクラ	13	46.2	53.8	0.0	53.8	0.0	7.7
		ポケベル	14	42.9	57.1	14.3	28.6	7.1	28.6
		PHS	18	5.6	50.0	5.6	55.6	16.7	11.1
		携帯電話	7	0.0	57.1	0.0	28.6	14.3	14.3
		たまごっち	58	72.4	44.8	31.0	0.0	3.4	17.2
		放課後倶楽部	4	25.0	25.0	25.0	25.0	25.0	25.0
		電子メール	8	12.5	37.5	50.0	12.5	0.0	12.5
	過去利用者 94人	プリクラ	9	44.4	11.1	11.1	22.2	0.0	22.2
		ポケベル	13	46.2	23.1	7.7	30.8	7.7	23.1
		PHS	13	7.7	30.8	15.4	53.8	23.1	23.1
		携帯電話	8	0.0	25.0	0.0	25.0	50.0	12.5
		たまごっち	58	74.1	46.6	20.7	0.0	5.2	20.7
		放課後倶楽部	5	60.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0
		電子メール	12	41.7	41.7	33.3	8.3	8.3	16.7
	未利用者 99人	プリクラ	17	64.7	58.8	0.0	82.4	5.9	0.0
		ポケベル	10	40.0	30.0	0.0	30.0	10.0	40.0
		PHS	7	14.3	28.6	0.0	85.7	14.3	0.0
		携帯電話	11	0.0	36.4	0.0	63.6	9.1	18.2
		たまごっち	50	64.0	44.0	28.0	2.0	4.0	28.0
		放課後倶楽部	5	40.0	40.0	0.0	0.0	0.0	20.0
		電子メール	5	20.0	40.0	20.0	0.0	0.0	40.0

図 4.3.3.3.(2)-22 非継続理由 (女子, プリクラ)

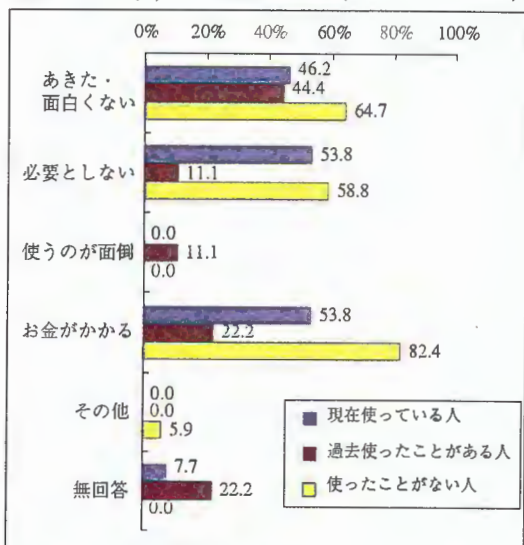


図 4.3.3.3.(2)-23 非継続理由 (女子, ポケベル)

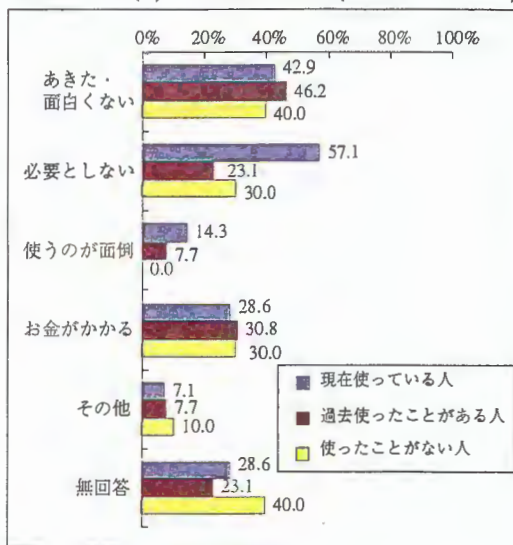


図 4.3.3.3.(2)-24 非継続理由 (女子, PHS)

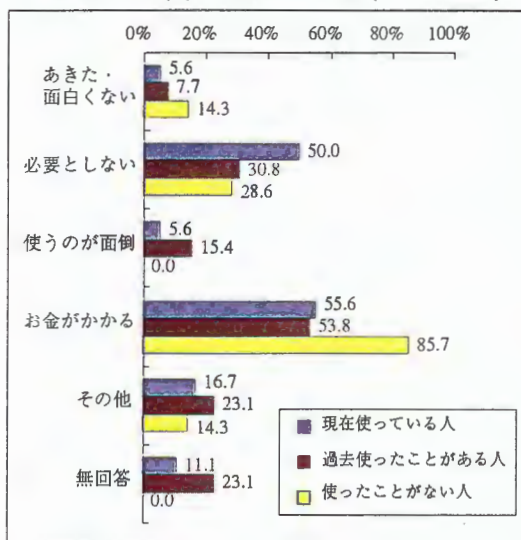


図 4.3.3.3.(2)-25 非継続理由 (女子, 携帯電話)

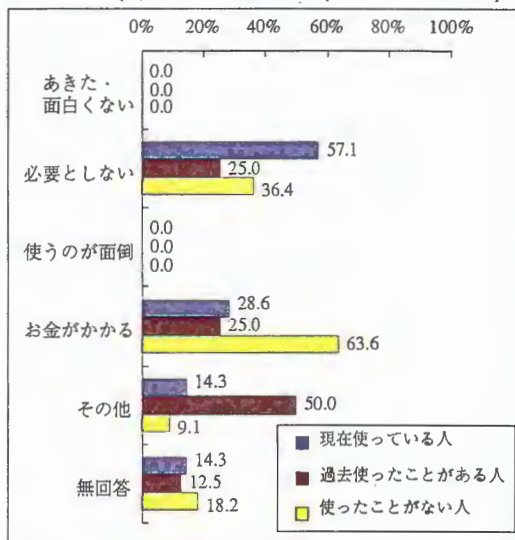


図 4.3.3.3.(2)-26 非継続理由 (女子, たまごっち)

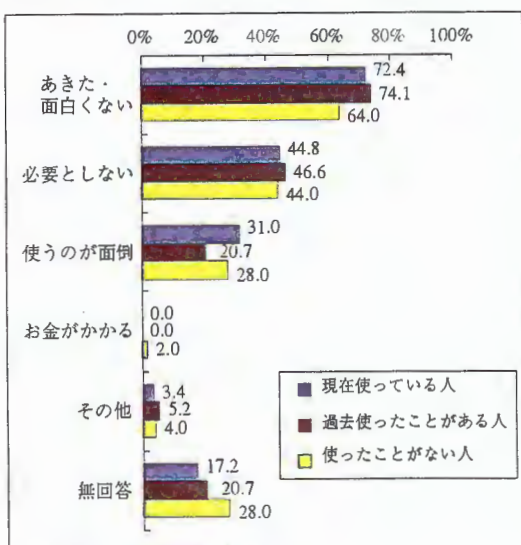


図 4.3.3.3.(2)-27 非継続理由 (女子, 放課後倶楽部)

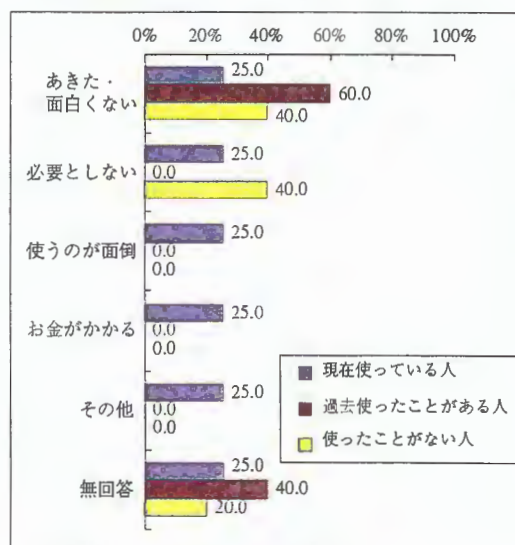
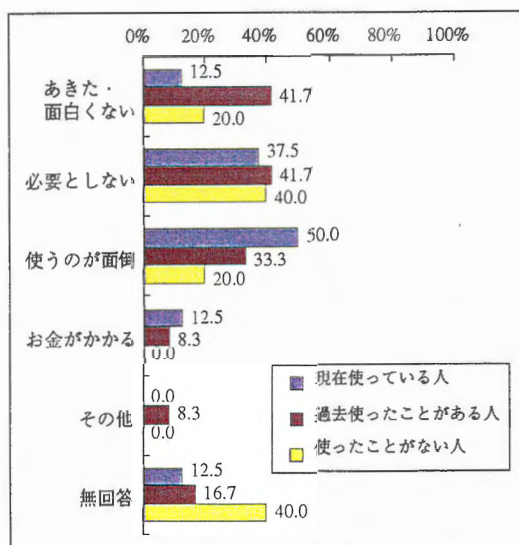


図 4.3.3.3.(2)-28 非継続理由 (女子, 電子メール)



(3) 質問3と質問7のクロス集計結果

インターネット利用状況別にコミュニケーション時の重視点を集計した結果を以下に示す。

男子について見ると、「じっくりコミュニケーションがとれるかどうか」との回答における現在利用者と過去利用者の回答率の差が最も大きく、約22ポイント現在利用者が上回っている点の特徴的な点となっている。また「相手の顔を見ながら」、「時間帯を気にしないでもいいか」の2項目においても、現在利用者が過去利用者の回答率を約17～19ポイント上回っている。

女子についてはいずれの質問においても現在利用者の回答率が過去利用者、未利用者の回答率を上回っている点の特徴的であるが、他に特に顕著な特徴は見られない。

表 4.3.3.3.(3)-1 男女別インターネット利用状況別コミュニケーションの際の重視点

	インターネット利用状況	n	(人)								
			じっくりコミュニケーションがとれるかどうか	相手の顔を見ながら	相手の顔を見ないで	手軽かどうか	時間帯を気にしないでもいいかどうか	場所を選ばないか	お金がかからないか	その他	無回答
男子	現利用者	76	42	22	1	26	23	16	14	10	4
	過去利用者	9	3	1	0	2	1	1	1	2	1
	未利用者	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
女子	現利用者	93	49	35	6	20	31	24	20	10	1
	過去利用者	94	49	32	3	14	18	16	14	8	9
	未利用者	99	44	23	6	19	27	16	17	10	19
不明	現利用者	3	1	1	0	1	1	1	1	0	1
	過去利用者	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	未利用者	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—
計	現利用者	172	92	58	7	47	55	41	35	20	6
	過去利用者	103	52	33	3	16	19	17	15	10	10
	未利用者	100	45	23	6	19	27	16	17	10	19

(%)

		n	じっくりコミュニケーションがとれるかどうか	相手の顔を見ながら	相手の顔を見ないで	手軽かどうか	時間帯を気にしないでいいかどうか	場所を選ばないか	お金がかからないか	その他	無回答
男子	現利用者	76	55.3	28.9	1.3	34.2	30.3	21.1	18.4	13.2	5.3
	過去利用者	9	33.3	11.1	0.0	22.2	11.1	11.1	11.1	22.2	11.1
	未利用者	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
女子	現利用者	93	52.7	37.6	6.5	21.5	33.3	25.8	21.5	10.8	1.1
	過去利用者	94	52.1	34.0	3.2	14.9	19.1	17.0	14.9	8.5	9.6
	未利用者	99	44.4	23.2	6.1	19.2	27.3	16.2	17.2	10.1	19.2
不明	現利用者	3	33.3	33.3	0.0	33.3	33.3	33.3	33.3	0.0	33.3
	過去利用者	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	未利用者	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—
計	現利用者	172	53.5	33.7	4.1	27.3	32.0	23.8	20.3	11.6	3.5
	過去利用者	103	50.5	32.0	2.9	15.5	18.4	16.5	14.6	9.7	9.7
	未利用者	100	45.0	23.0	6.0	19.0	27.0	16.0	17.0	10.0	19.0

図 4.3.3.3.(3)-1 インターネット利用状況別コミュニケーションの際の重視点 (男子)

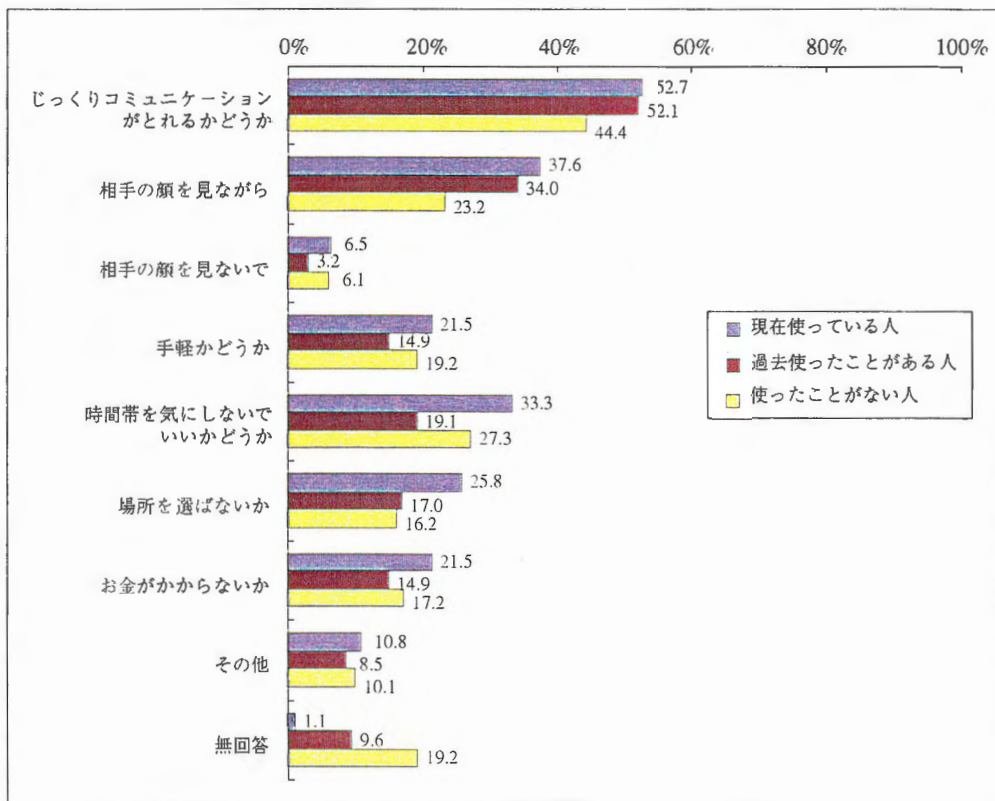
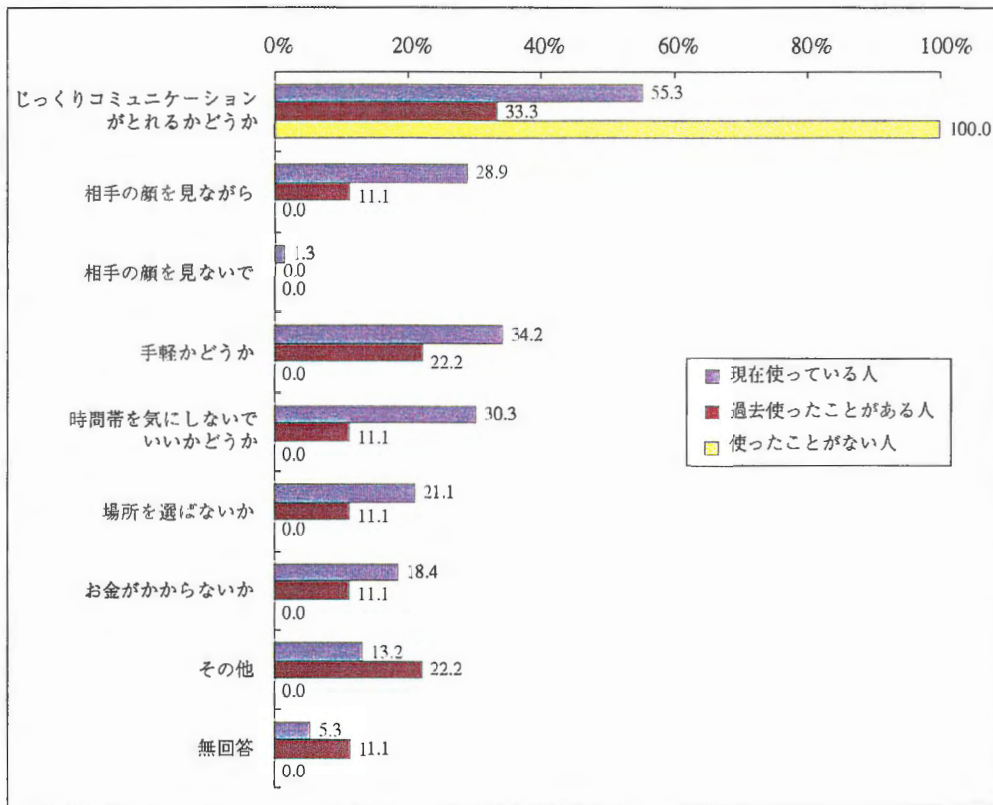


図 4.3.3.3.(3)-2 インターネット利用状況別コミュニケーションの際の重視点 (女子)

(4) 質問3と質問8のクロス集計結果

インターネット利用状況別に余暇(帰宅後, 休日)の過ごし方を集計した結果を以下に示す。

(1) 帰宅後:

男子について見ると、「音楽を聴く」との回答における現在利用者と過去利用者の回答率の差が最も大きく、約28ポイント過去利用者が現在利用者を上回っている点が特徴的な点となっている。また「勉強をする」、「雑誌以外の本を読む」の2項目においても、過去利用者が現在利用者の回答率を大きく上回っている。

女子については、いずれの質問においても現在利用者、過去利用者、未利用者間で回答率に大きな差は見られない。

表 4.3.3.3.(4)-1 男女別インターネット利用状況別余暇(帰宅後)の過ごし方

(人)

	インターネット利用状況	n	テレビやビデオを見る	雑誌を読む	雑誌以外の本を読む	電話をする	勉強する	ゲームをする	音楽を聴く	インターネットをする	ショッピングに出かける	スポーツをする	カラオケに行く	塾や予備校に行く	目的なく出かける	その他	無回答
男子	現利用者	76	21	32	12	4	17	13	38	11	3	12	0	1	2	8	13
	過去利用者	9	2	4	3	1	4	1	7	0	1	1	0	0	0	0	1
	未利用者	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
女子	現利用者	93	63	48	11	15	11	13	48	1	3	3	3	2	1	14	9
	過去利用者	94	56	46	4	20	6	4	44	0	1	0	5	1	3	6	20
	未利用者	99	66	40	8	16	20	7	50	0	2	0	6	1	2	5	21
不明	現利用者	3	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2
	過去利用者	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	未利用者	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
計	現利用者	172	84	81	23	19	28	26	87	12	6	15	3	3	3	23	24
	過去利用者	103	58	50	7	21	10	5	51	0	2	1	5	1	3	6	21
	未利用者	100	67	40	8	17	20	7	50	0	2	0	6	1	2	5	21

(%)

	インターネット利用状況	n	テレビやビデオを見る	雑誌を読む	雑誌以外の本を読む	電話をする	勉強する	ゲームをする	音楽を聴く	インターネットをする	ショッピングに出かける	スポーツをする	カラオケに行く	塾や予備校に行く	目的なく出かける	その他	無回答
男子	現利用者	76	27.6	42.1	15.8	5.3	22.4	17.1	50.0	14.5	3.9	15.8	0.0	1.3	2.6	10.5	17.1
	過去利用者	9	22.2	44.4	33.3	11.1	44.4	11.1	77.8	0.0	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1
	未利用者	1	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
女子	現利用者	93	67.7	51.6	11.8	16.1	11.8	14.0	51.6	1.1	3.2	3.2	3.2	2.2	1.1	15.1	9.7
	過去利用者	94	59.6	48.9	4.3	21.3	6.4	4.3	46.8	0.0	1.1	0.0	5.3	1.1	3.2	6.4	21.3
	未利用者	99	66.7	40.4	8.1	16.2	20.2	7.1	50.5	0.0	2.0	0.0	6.1	1.0	2.0	5.1	21.2
不明	現利用者	3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7
	過去利用者	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	未利用者	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
計	現利用者	172	48.8	47.1	13.4	11.0	16.3	15.1	50.6	7.0	3.5	8.7	1.7	1.7	1.7	13.4	14.0
	過去利用者	103	56.3	48.5	6.8	20.4	9.7	4.9	49.5	0.0	1.9	1.0	4.9	1.0	2.9	5.8	20.4
	未利用者	100	67.0	40.0	8.0	17.0	20.0	7.0	50.0	0.0	2.0	0.0	6.0	1.0	2.0	5.0	21.0

図 4.3.3.3.(4)-1 インターネット利用状況別余暇(帰宅後)の過ごし方(男子)

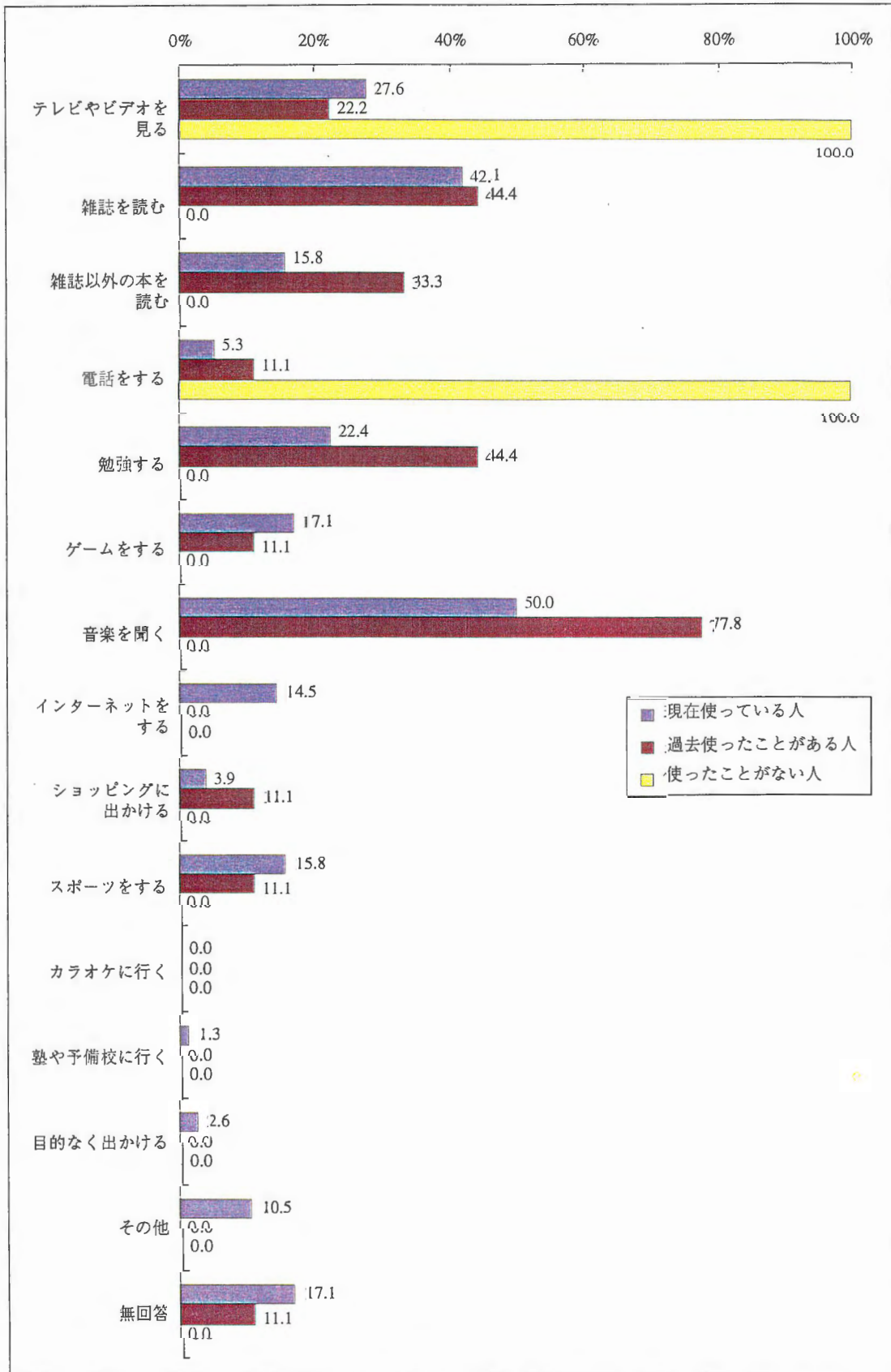
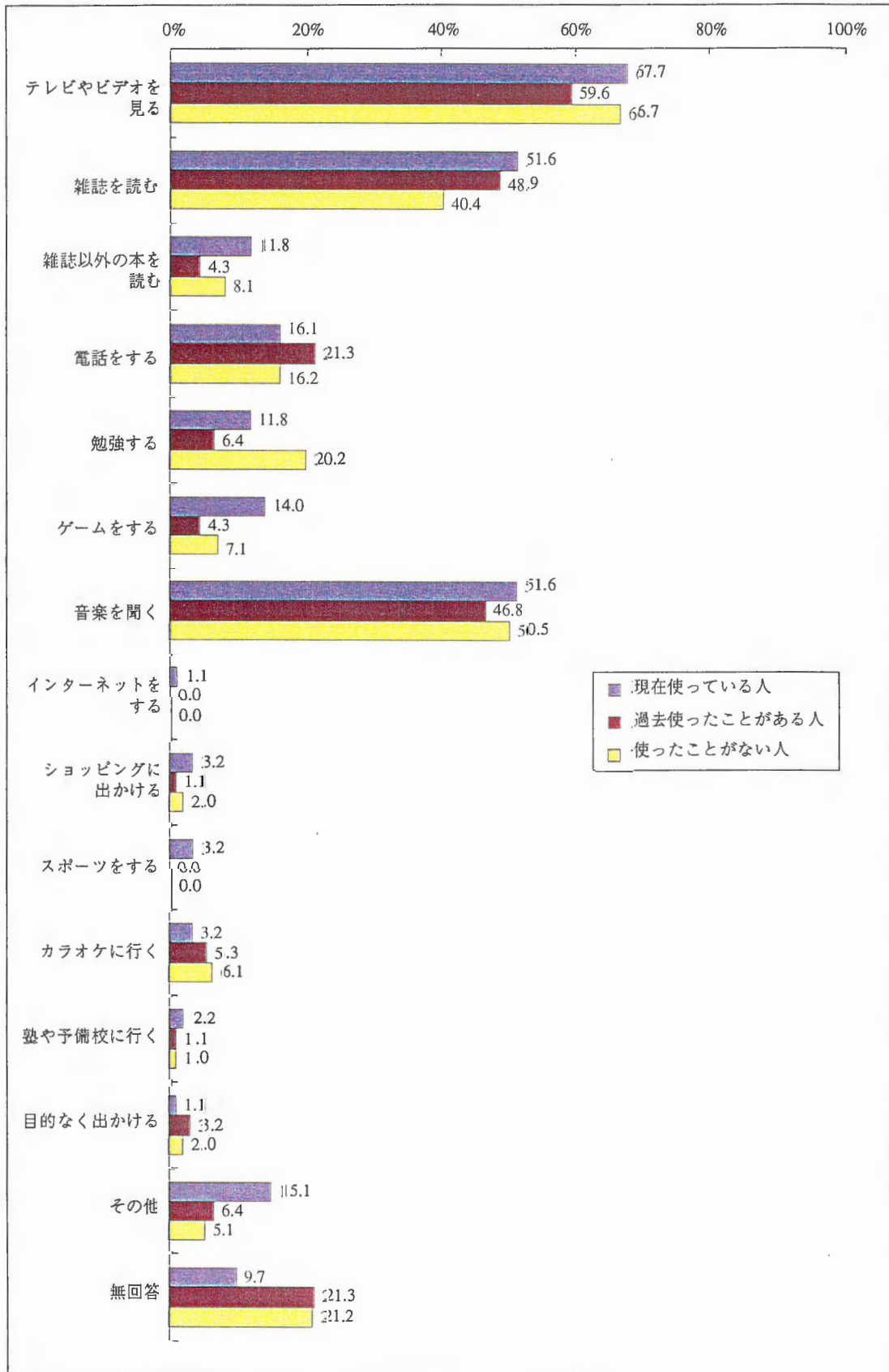


図 3.3.3.3.(4)-2 インターネット利用状況別余暇(帰宅後)の過ごし方(女子)



(2) 休日

男子について見ると、「カラオケに行く」、「テレビやビデオを見る」の回答における現在利用者と過去利用者の回答率の差が大きく、それぞれ約25ポイント、約17ポイント過去利用者が現在利用者を上回っている。また「ゲームをする」とした回答では、現在利用者が過去利用者の回答率を約15ポイント上回っている点が特徴的である。

女子については、現在利用者、過去利用者、未利用者のいずれにおいても「テレビやビデオを見る」、「ショッピングに出かける」との回答率が大きく50%前後の数値となっており、休日の過ごし方の傾向が見て取れるが、現在利用者、過去利用者、未利用者の3者間で回答率に大きな差異はない結果となっている。

表 4.3.3.3.(4)-4 男女別インターネット利用状況別余暇(休日)の過ごし方

		(人)															
インターネット利用状況		n	テレビやビデオを見る	雑誌を読む	雑誌以外の本を読む	電話をする	勉強する	ゲームをする	音楽を聞く	インターネットをする	ショッピングに出かける	スポーツをする	カラオケに行く	塾や予備校に行く	目的なく出かける	その他	無回答
男子	現利用者	76	29	15	5	6	7	28	25	7	18	14	6	1	11	9	13
	過去利用者	9	5	3	0	1	0	2	4	0	1	0	3	0	2	0	2
	未利用者	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
女子	現利用者	93	47	21	10	5	5	11	26	3	51	1	28	1	12	19	9
	過去利用者	94	44	14	1	12	7	8	18	0	46	5	29	0	9	11	24
	未利用者	99	51	15	8	12	14	4	27	0	47	5	20	1	10	12	21
不明	現利用者	3	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	2
	過去利用者	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	未利用者	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
計	現利用者	172	77	36	15	11	12	39	52	10	69	15	34	2	24	28	24
	過去利用者	103	49	17	1	13	7	10	22	0	47	5	32	0	11	11	26
	未利用者	100	52	15	8	12	14	4	27	0	48	5	20	1	10	12	21

		(%)															
インターネット利用状況		n	テレビやビデオを見る	雑誌を読む	雑誌以外の本を読む	電話をする	勉強する	ゲームをする	音楽を聞く	インターネットをする	ショッピングに出かける	スポーツをする	カラオケに行く	塾や予備校に行く	目的なく出かける	その他	無回答
男子	現利用者	76	38.2	19.7	6.6	7.9	9.2	36.8	32.9	9.2	23.7	18.4	7.9	1.3	14.5	11.8	17.1
	過去利用者	9	55.6	33.3	0.0	11.1	0.0	22.2	44.4	0.0	11.1	0.0	33.3	0.0	22.2	0.0	22.2
	未利用者	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
女子	現利用者	93	50.5	22.6	10.8	5.4	5.4	11.8	28.0	3.2	54.8	1.1	30.1	1.1	12.9	20.4	9.7
	過去利用者	94	46.8	14.9	1.1	12.8	7.4	8.5	19.1	0.0	48.9	5.3	30.9	0.0	9.6	11.7	25.5
	未利用者	99	51.5	15.2	8.1	12.1	14.1	4.0	27.3	0.0	47.5	5.1	20.2	1.0	10.1	12.1	21.2
不明	現利用者	3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	66.7
	過去利用者	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	未利用者	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
計	現利用者	172	44.8	20.9	8.7	6.4	7.0	22.7	30.2	5.8	40.1	8.7	19.8	1.2	14.0	16.3	14.0
	過去利用者	103	47.6	16.5	1.0	12.6	6.8	9.7	21.4	0.0	45.6	4.9	31.1	0.0	10.7	10.7	25.2
	未利用者	100	52.0	15.0	8.0	12.0	14.0	4.0	27.0	0.0	48.0	5.0	20.0	1.0	10.0	12.0	21.0

図 4.3.3.3.(4)-3 インターネット利用状況別余暇(休日)の過ごし方(男子)

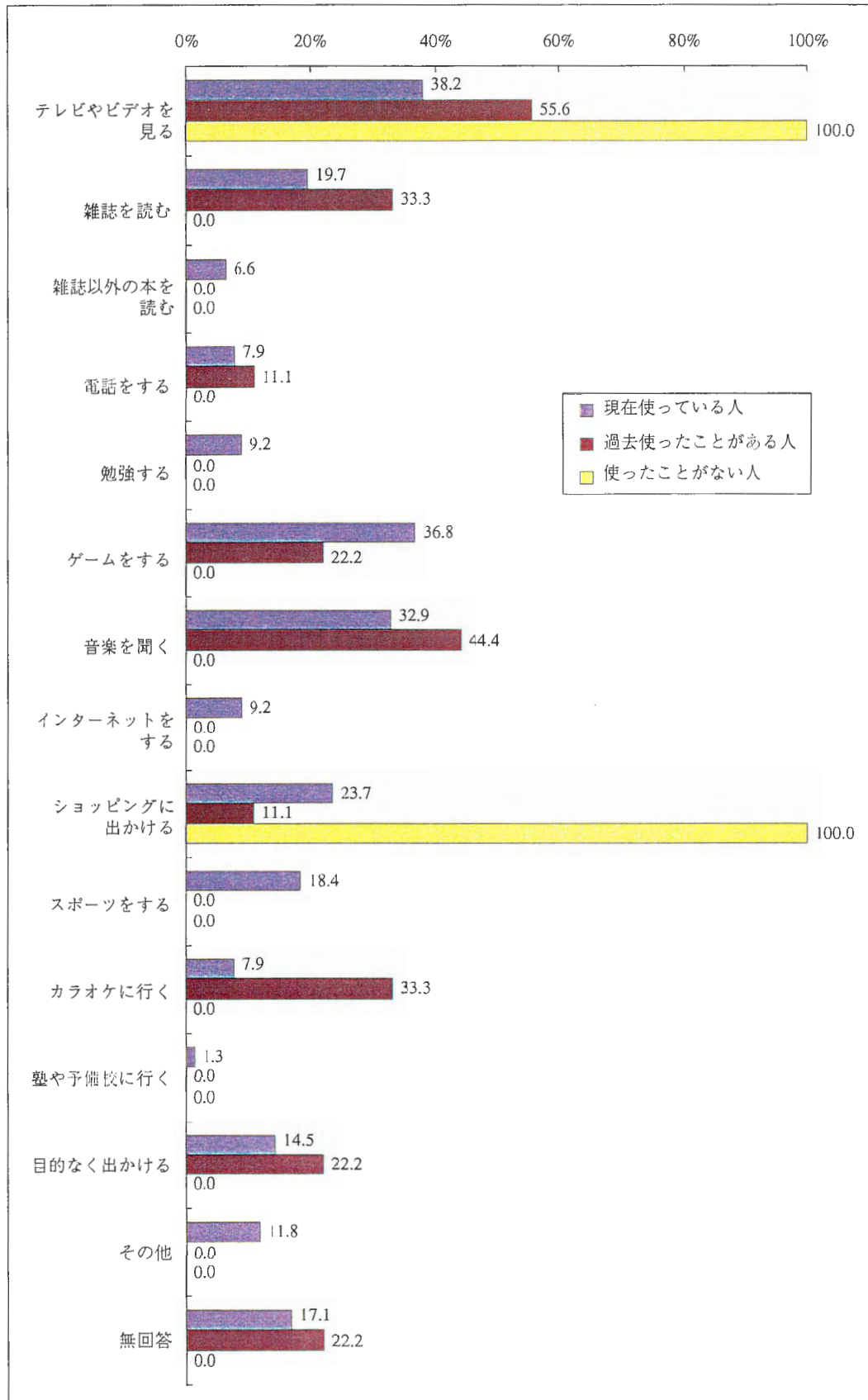
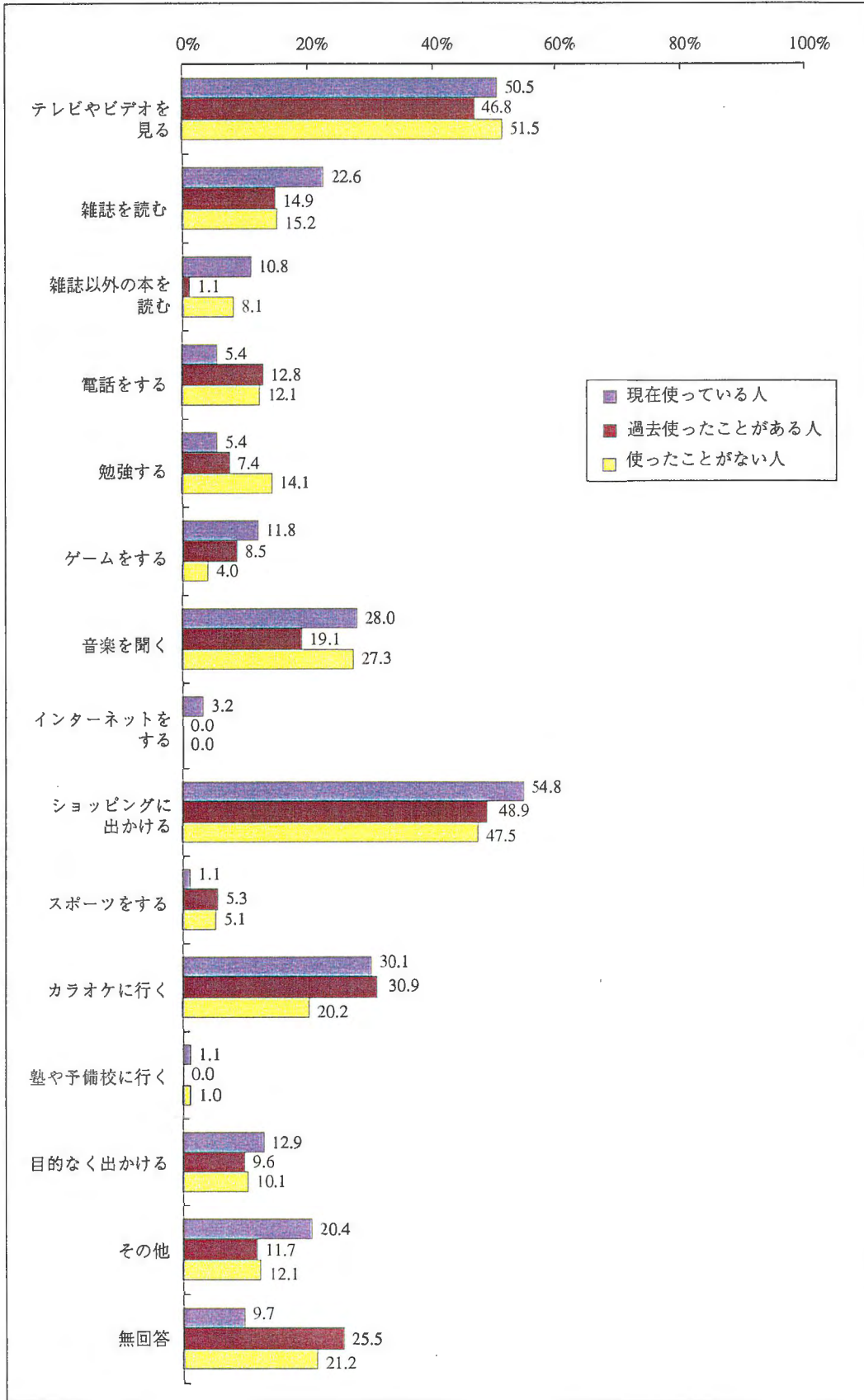


図 3.3.3.3.(4)-4 インターネット利用状況別余暇(休日)の過ごし方(女子)



(5) 質問3と質問9のクロス集計結果

インターネット利用状況別に情報への考え方・接し方を集計した結果を以下に示す。

男子について見ると、「流行は人より早く知りたい」「世の中の話題は人より詳しく知りたい」「人より詳しく知っている分野を持ちたい」「流行は積極的に自分の生活に取り入れたい」「関心事を知るためにはお金がかかっても構わない」の5項目の回答において、現在利用者が過去利用者の回答率を上回っており、現在利用者の情報に対する積極的な姿勢がうかがえる。

女子については、「どれもあてはまらない」を除いた7つの項目全てにおいて、現在利用者の回答率が過去利用者、未利用者の回答率を上回っている点が特徴的であり、男子と同様に現在利用者の情報に対する積極的な姿勢がうかがえる。また、「流行は早く知りたい」、「関心事にはお金がいくらかかっても構わない」の項目では、未利用者の回答率が現在利用者、過去利用者の回答率に比べ10ポイント以上下回っている。

表 4.3.3.3.(5)-1 男女別インターネット利用状況別情報への考え方・接し方

(人)

	インターネット利用状況	n	流行は人より早く知りたい	人より詳しく知りたい	広く色々なことを知っていたい	流行は積極的に自分の生活に取り入れたい	人より詳しく知っている分野を持ちたい	関心事にはお金がかかっても構わない	関心事を知るためには時間を惜しまない	どれもあてはまらない	無回答
男子	現利用者	76	18	19	50	7	46	45	39	6	1
	過去利用者	9	1	1	7	0	4	7	3	1	0
	未利用者	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0
女子	現利用者	93	31	19	57	23	45	45	37	9	0
	過去利用者	94	27	14	57	21	38	44	31	6	5
	未利用者	99	15	15	53	13	46	33	35	10	10
不明	現利用者	3	1	0	0	0	0	0	0	0	2
	過去利用者	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	未利用者	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—
計	現利用者	172	50	38	107	30	91	90	76	15	3
	過去利用者	103	28	15	64	21	42	51	34	7	5
	未利用者	100	15	15	54	14	47	33	35	10	10

(%)

	インターネット利用状況	n	流行は人より早く知りたい	人より詳しく知りたい	広く色々なことを知っていたい	流行は積極的に自分の生活に取り入れたい	人より詳しく知っている分野を持ちたい	関心事にはお金がかかっても構わない	関心事を知るためには時間を惜しまない	どれもあてはまらない	無回答
男子	現利用者	76	23.7	25.0	65.8	9.2	60.5	59.2	51.3	7.9	1.3
	過去利用者	9	11.1	11.1	77.8	0.0	44.4	77.8	33.3	11.1	0.0
	未利用者	1	0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
女子	現利用者	93	33.3	20.4	61.3	24.7	48.4	48.4	39.8	9.7	0.0
	過去利用者	94	28.7	14.9	60.6	22.3	40.4	46.8	33.0	6.4	5.3
	未利用者	99	15.2	15.2	53.5	13.1	46.5	33.3	35.4	10.1	10.1
不明	現利用者	3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7
	過去利用者	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	未利用者	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—
計	現利用者	172	29.1	22.1	62.2	17.4	52.9	52.3	44.2	8.7	1.7
	過去利用者	103	27.2	14.6	62.1	20.4	40.8	49.5	33.0	6.8	4.9
	未利用者	100	15.0	15.0	54.0	14.0	47.0	33.0	35.0	10.0	10.0

図 4.3.3.3.(5)-1 インターネット利用状況別情報に対する考え方・接し方(男子)

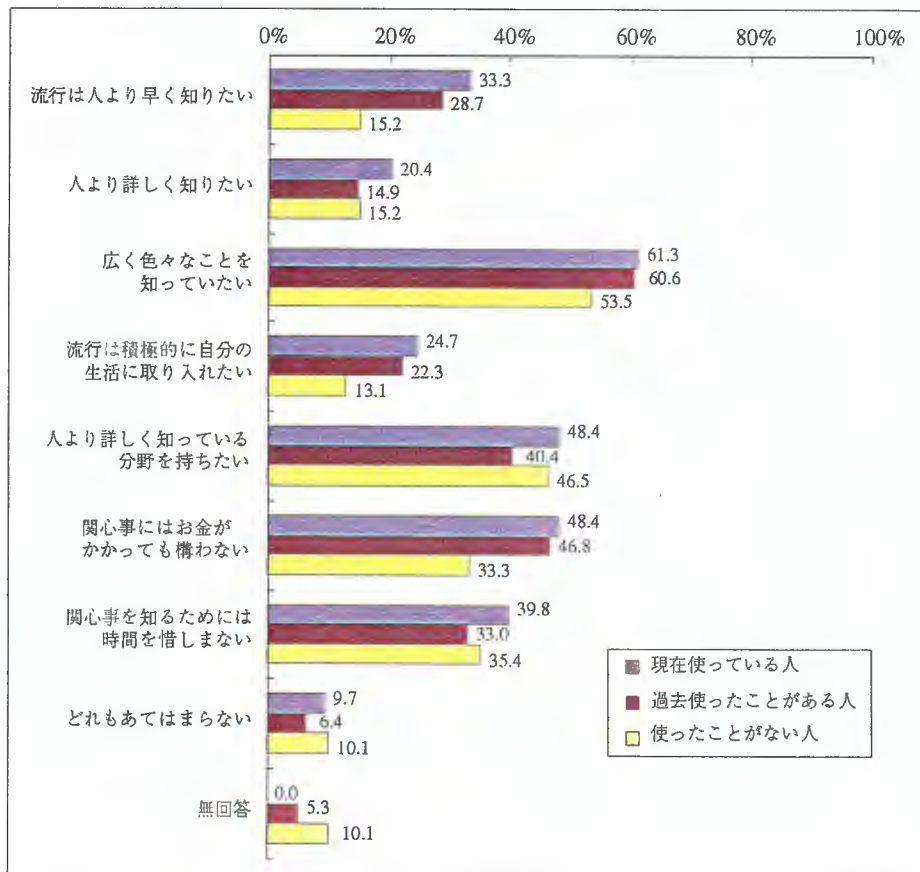
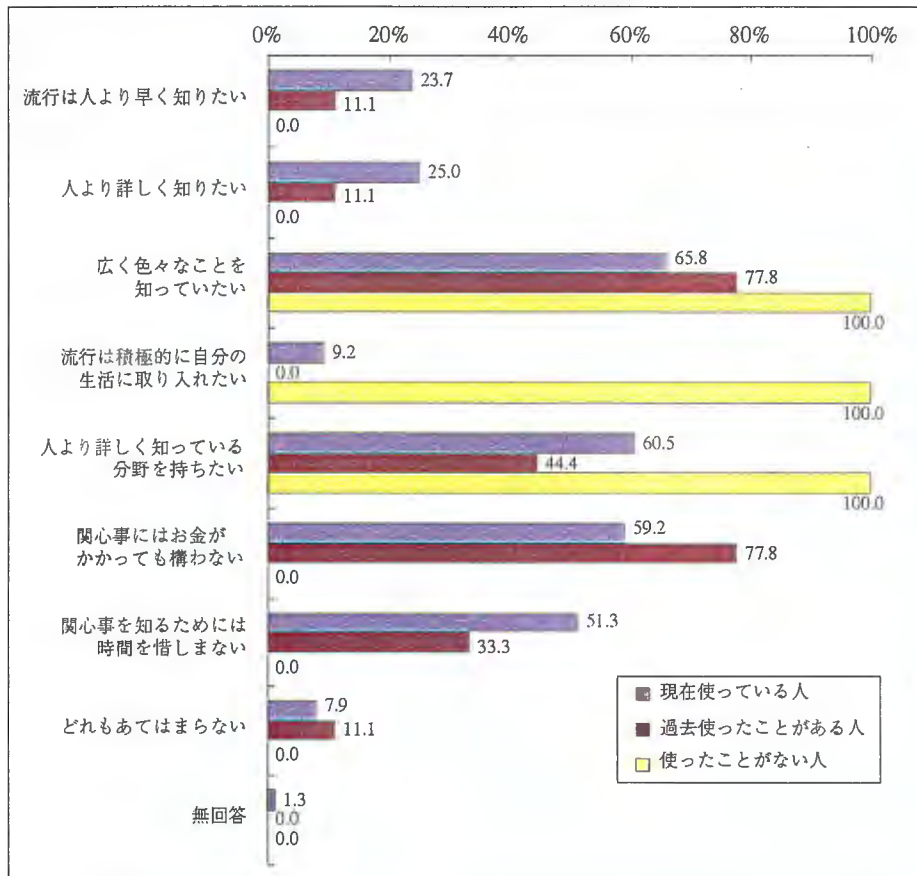


図 4.3.3.3.(5)-2 インターネット利用状況別情報に対する考え方・接し方(女子)

4.3.4 考察

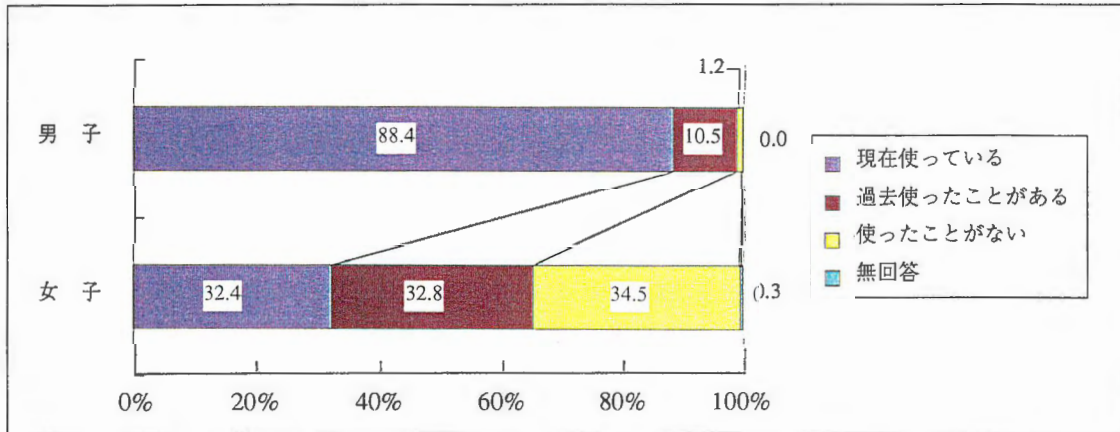
前節までにまとめた単純集計結果(質問1～質問9)、クロス集計結果(質問3と質問5～質問9)をもとに、以下の3点の把握・検証を目的とした分析を試みた。

- (1) 若年層の女性におけるインターネット利用の現状
- (2) 若年層の女性におけるインターネット利用に対する阻害要因
- (3) 若年層の女性における今後のインターネット普及の可能性

4.3.4.1 若年層の女性におけるインターネット利用の現状

- (1) 分析方法質問: インターネットの利用状況の集計結果より把握した。
- (2) 分析結果以下に、インターネットの利用状況に関する集計結果を再掲した。

図 4.3.4.1.(2)-1 インターネット利用状況(再掲)



現在インターネットを利用している女子生徒は、女子の回答者計 287 人の 32.4 % にあたる 93 人である。さらに過去インターネットの利用経験のある 94 人を合わせると、インターネット利用経験のある女子生徒は 187 人で女子全体の 65.2 % となり、これは一般的な女性利用者の数値と比較すると高い比率であると言える。

この要因としては、以下の点が考えられる。

- アンケート調査の対象とした高等学校及び高等専門学校の特徴
- インターネット上でホームページを開いている高校を対象としている
- すなわち一般の高校と比べると、今回アンケートを行なった高校はインターネット先進校であると考えることができ、そこに通学する生徒も一般の高校生に比べインターネットに触れる機会を有しているものと思われる。
- 高等専門学校におけるインターネット利用環境は一般の高等学校に比べ整備が進んでいるということを考慮すると、そこに通う女子生徒 23 人は特殊な属性であると考えられる。

参考

(社) 全国少年補導員協会が主体となって実施された、東京都の普通科高校生男女 1,347 人を対象とした「コンピュータ・ネットワークを利用する少年に関する調査(平成9年7月実施)」結果によると、パソコン通信を含めたインターネットの利用経験のある女子は 589 人の内の 19.5% という結果が示されている。

【調査の概要】

- 調査地域 …… 東京都
- 調査対象 …… 高校生男女(普通科在学学生)
- 協力校数 …… 10 校
- 協力生徒数 …… 1,347 人(構成は下表を参照)
- 抽出方法 …… 東京都内の高校一覧より無作為に選んだ高校に調査を依頼する
- 調査方法 …… 集合調査法(学校側が選定したクラスに対して調査員が調査票を持参, 記入後, その場で回収する)

男子				女子				合計
1年生	2年生	3年生	計	1年生	2年生	3年生	計	
241人	251人	266人	758人	207人	171人	211人	589人	1347人
17.9%	18.6%	19.7%	56.3%	15.4%	12.7%	15.7%	43.7%	100.0%

4.3.4.2. 若年層の女性におけるインターネット利用に対する阻害要因

(1) 分析方法 1) 直接問う設問による分析

以下の質問に対する回答結果から分析を行なった。

- (1) 付問 3-5) インターネットを現在使っていない理由
- (2) 付問 3-6) インターネットを使ったことがない理由
- (3) 付問 4-2) インターネットを使いたいと思わない理由

2) クロス集計結果による分析

以下のクロス集計の結果から分析を行なった。

- (1) 質問 3) と質問 5) インターネット過去利用者及び未利用者がインターネットに対し持っているイメージ

3) インターネットの特徴と高校生女子の傾向の比較による分析

女子 287 人の回答結果から、高校生女子の嗜好や行動様式、考え方の特徴・傾向を探し出し、インターネットが有していると思われる性質・特徴との対比から阻害要因の導出を試みた。

高校生女子における特徴・傾向導出の試行対象となる設問は以下のものとした。

- (1) 付問 6-1) コミュニケーションツール継続利用の理由
- (2) 付問 6-2) コミュニケーションツールを使わなくなった理由
- (3) 質問 8) 余暇(帰宅後・休日)の過ごし方 (2) 分析結果

(2) 分析結果

1) 直接問う設問による分析

- (1) 付問 3-5) インターネットを現在使っていない理由

以下に、インターネットを現在使っていない理由に関する集計結果を再掲した。

表 4.3.4.2.(2)-1 インターネットを現在使っていない理由 (再掲)

	n	使 う た め の 機 器 が な い	使 う 機 会 が な い	必 要 と し な い	使 い 方 が わ か ら な い	使 う の が 面 倒	面 白 く な い	オ タ ク っ ほ く て い や だ	の め り 込 み そ う で こ わ い	お 金 が か か る	通 信 に 時 間 が か か る	そ の 他	無 回 答
男 子	9	2	5	2	0	3	0	0	0	0	1	0	0
女 子	94	36	54	9	21	5	4	1	0	12	7	6	3
不 明	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
合 計	103	38	59	11	21	8	4	1	0	12	8	6	3

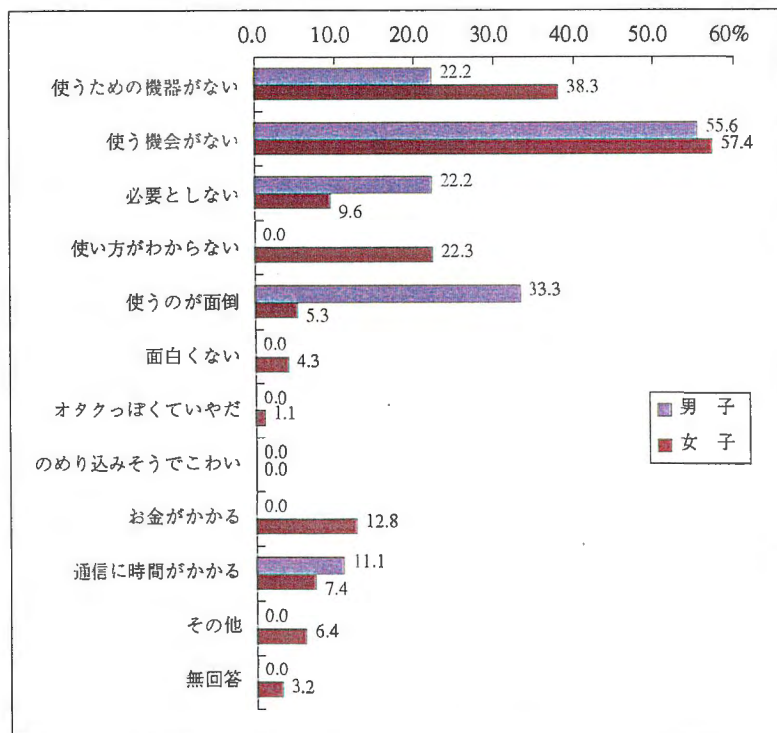


図 4.3.4.2.(2)-1 インターネットを現在使っていない理由 (再掲)

質問3)でインターネットを「過去使ったことがあるが、現在は使っていない」と回答した女子生徒94人に対しその理由を聞いた結果、「使う機会がない」59人(57.4%)、「使うための機器(パソコンなど)がない」36人(38.3%)との回答が多くなっているのに対し、「面白くない」「必要としない」などの過去の利用経験に基づいた上での否定的回答は数値が低くなっていることがわかる。

また「その他」6人(6.4%)における具体的意見としては以下の内容が挙げられており、インターネットに対する否定的な意見は特に見られない。(記述内容をそのまま掲載)

- 学校の設備のもので、家ではインターネットはしていない。
- 学校でやっただけ。
- お店とか会場で使うから。家はインターネットに入っていない。
- やりたいけど学校であんまやらしてくれへん。
- 友達と一緒にしてたから。
- 時間がないから。

以上のようなデータから、インターネット利用経験のある過去利用者については、「利用環境の未整備」、「利用機会の不足」が最大の阻害要因になっているものと推察できる。

また「その他」の少数意見として「時間がない」といった時間的な要因が挙げられているが、現在のわが国の一般家庭におけるインターネット利用環境を考えた場合の「遅い通信速度」という問題に帰着すると考えることもでき、利用への阻害要因としての可能性も無視できない。

(2) 付問3-6) インターネットを使ったことがない理由

以下に、インターネットを使ったことがない理由に関する集計結果を再掲した。

表4.4.2.(2)-2. インターネットを使ったことがない理由(再掲)

	n	使うための機器がない	使う機会がない	必要としない	使い方がわからない	その他	無回答
男子	1	0	0	0	1	0	0
女子	99	60	28	16	21	7	3
不明	0	—	—	—	—	—	—
合計	100	60	28	16	22	7	3

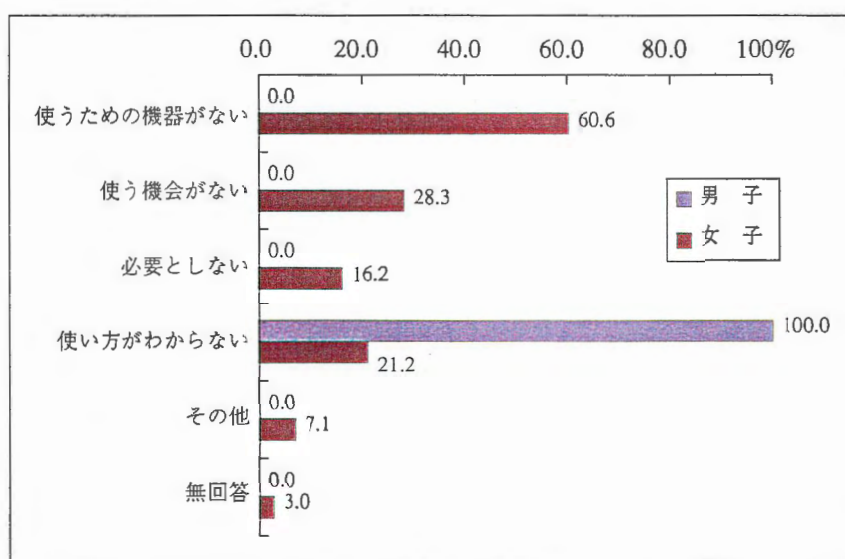


図4.4.2.(2)-2. インターネットを使ったことがない理由(再掲)

質問3)でインターネットを「使ったことがない」と回答した女子生徒99人に対しその理由を聞いた結果、「使うための機器がない」60人(60.6%)、「使う機会がない」28人(28.3%)の順で回答が多いことがわかる。また「その他」7人(7.1%)における具体的意見としては以下のものが記述されている。(記述内容をそのまま掲載。1人は具体的内容の記述なし)

- 接続していないから
- 接続していない
- パソコンはあるがインターネットできない
- あるけど弟が使っているから使わせてくれない
- お金がかかる
- まだ完璧じゃないから

以上のようなデータから、インターネット利用経験のない未利用者については、過去利用者と同様に「利用環境の未整備」、「利用機会の不足」が最大の阻害要因になっているものと推察できる。また「その他」の少数意見として「お金がかかる」といった金銭的な要因が挙がっているが、学校といった無料で利用できるスペースでなく自宅での利用を想定した場合には大きなネックになると考えられ、利用への阻害要因としての可能性も無視できない。

(3) 付問4-2) インターネットを使いたいと思わない理由

以下に、インターネットを使いたいと思わない理由に関する集計結果を再掲した。

表 4.3.4.2.(2)-3 インターネットを使いたいと思わない理由(再掲) (人)

	n	必要と思わない	使い方がわからない	使うのが面倒	面白くない	オタクっぽくていやだ	のめり込みそうでこわい	お金がかかる	通信に時間がかかる	その他	無回答
男子	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0
女子	9	6	1	2	2	0	0	1	0	1	0
不明	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
合計	10	7	1	2	3	1	0	2	1	1	0

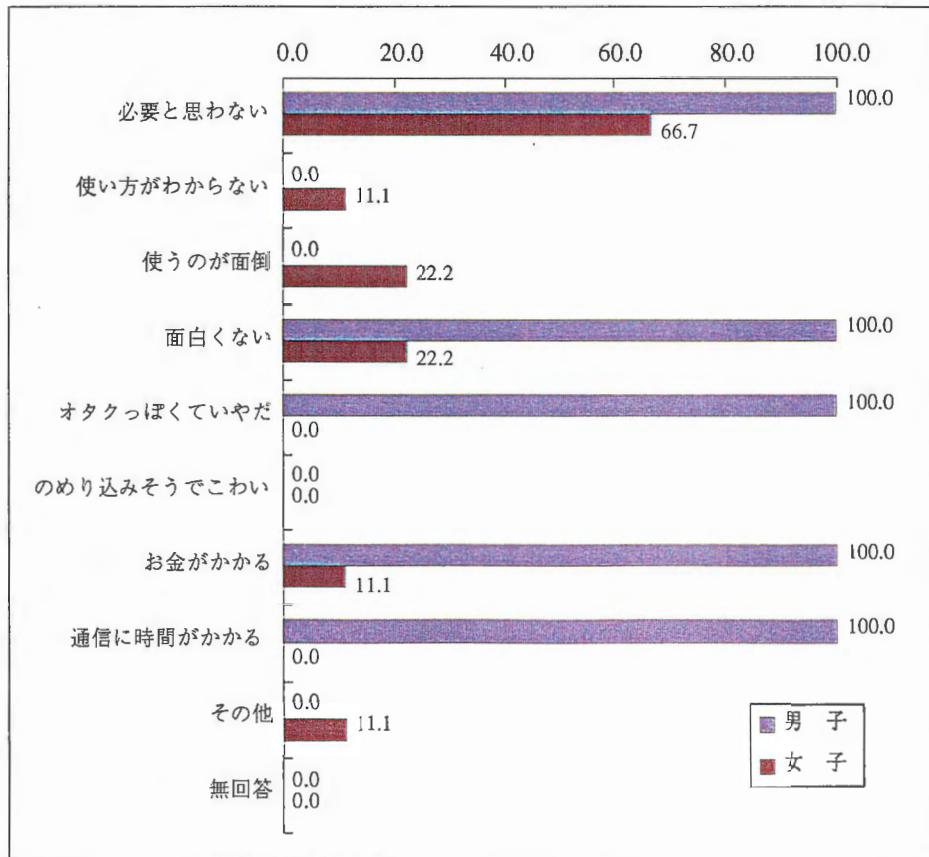


図 4.3.4.2.(2)-3 インターネットを使いたいと思わない理由(再掲)

質問4)でインターネットを「使いたいと思わない」と回答した女子生徒9人に対しその理由を聞いた結果、「必要と思わない」6人(66.7%)、「使うのが面倒」2人(22.2%)、「面白くない」2人(22.2%)との回答が多い。また「その他」1人(11.1%)における具体的意見としては以下のものが挙げられている。(記述内容をそのまま掲載)

- 情報紙ってゆーか専門誌買った方がいっぱいあるって

インターネットの利用意向のない者では、インターネットに必要性を感じない、すなわちインターネットというメディア自体あるいはインターネット上で提供されるサービス、コンテンツに魅力を感じないという解釈ができ、その「魅力不足」という点が最大の阻害要因となっていることが考えられる。また「その他」として挙げられている意見については、「コンテンツの魅力不足」との捉え方ができるものと思われる。

上記までの(1)～(3)では、過去利用者におけるインターネットを使っていない理由、未利用者における使ったことがない理由、今後利用意向のない者における使いたいと思わない理由についてその集計値と具体的な意見を概観し、インターネット利用への妨げとなっていると思われる要因を挙げたが、過去利用者及び未利用者との利用意向のない者の間で、その要因の傾向が異なっていることがわかる。これは、過去利用者及び未利用者が「インターネット利用意向がある」からと考えられる。

以下に、インターネット利用状況別のインターネット利用意向の集計結果を示した。これによると、過去利用者、未利用者のいずれにおいてもインターネット利用の意向は高く、8割前後の生徒が「積極的に使いたい」あるいは「機会があれば使いたい」との回答となっている。

表 4.3.4.2.(2)-4 インターネット利用状況別のインターネット利用意向(女子)

		(人)					
性別	インターネット利用状況	n	積極的に使いたい	機会があれば使いたい	使いたいと思わない	使うかどうかかわからない	無回答
女子	現利用者	93	35	47	1	5	5
	過去利用者	94	21	63	2	4	4
	未利用者	99	25	52	6	12	4

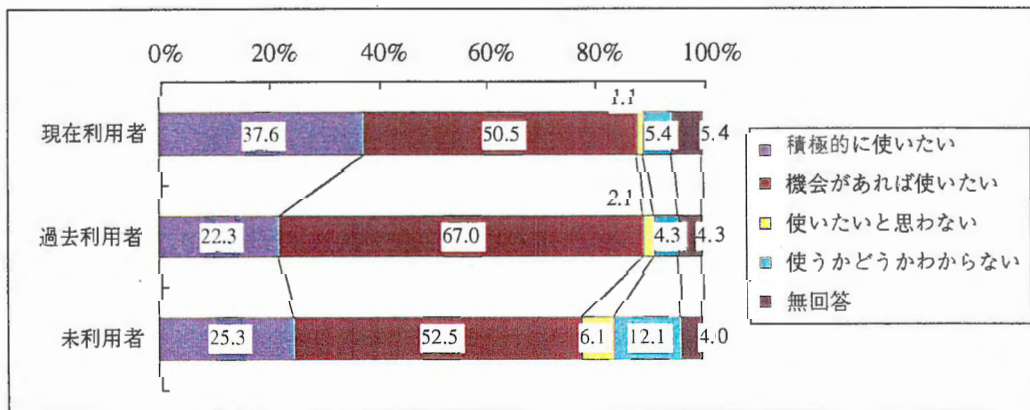


図 4.3.4.2.(2)-4 インターネット利用状況別のインターネット利用意向(女子)

上記まで述べてきたインターネット利用の阻害要因として考えられる点を、以下に列挙する。

■考えられる阻害要因

- 利用環境の未整備
- 利用機会の不足
- 時間的制約
- インターネットサービス、コンテンツあるいはインターネット自体の魅力不足
- 金銭的要因

2) クロス集計結果による分析

(1) 質問3)と質問5)

以下に、インターネット過去利用者及び未利用者が、インターネットに対し持っているイメージについて集計した結果を再掲した。

表 4.3.4.2.(2)-5 インターネット利用状況別のインターネットイメージ (女子, 再掲)

		インターネット利用状況	n	面白い	つまらない	便利だ	不便だ	使うのは簡単	使うのは難しい	必要になるだろう	必要とは思わない	その他	無回答
女子	現利用者	93	67	2	58	1	19	24	36	2	1	4	
	過去利用者	94	63	5	65	3	5	36	48	3	7	2	
	未利用者	99	57	1	59	1	2	49	47	6	6	11	

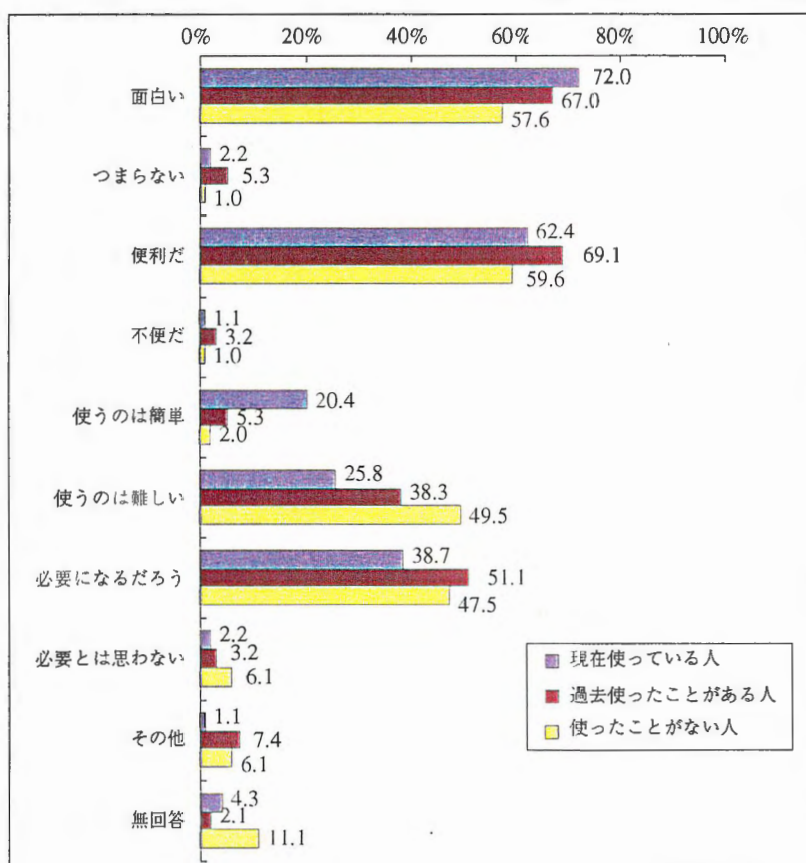


図 4.3.4.2.(2)-5 インターネット利用状況別インターネットイメージ (女子, 再掲)

過去利用者におけるインターネットイメージは、「面白い」、「便利だ」、「必要になるだろう」との回答が多くなっているが、94人中36人(38.3%)が「使うのは難しい」というイメージを持っている。「つまらない」「不便だ」「必要とは思わない」との回答も3～5人程の生徒から挙がっている。

また未利用者では過去利用者と同様に「面白い」、「便利だ」とした回答が多いが、「使うのは難しい」とした回答も多く99人中49人で約5割が「難しい」とのイメージを持っている。また「その他」の回答における具体的意見としては、過去利用者、未利用者でそれぞれ以下のものが挙げられている。(記述内容をそのまま掲載)

■その他意見(過去利用者)

- インターネットでいろいろなトラブルが起きるからいや、自分の家では使いたくない。
- 何とも思わない。
- 便利だけど、割り込みとかされるとなんとなく怖い。
- 好きな人がやればいい、好き心など。
- みんなで使うから出てくるのがおそい。
- べつに。
- わからん。

■その他意見(未利用者)

- わからない。
- 電話代がかなりらしい(?)。
- インターネットはお金がかかる。
- 変なホームページが増えて危険。取り締まりを強化するべきだ。
- 危険。
- 危ない気がする。

以上のような結果から概ね次のようなことが推察できる。

●過去利用者及び未利用者のいずれにおいても「使うのは難しい」との意見が顕著である。インターネットを「使う」ということを考えた場合、一般的なインターネット利用には不可欠である「パソコンの操作の難しさ」が最大の阻害要因であると考えられるが、ホームページの閲覧・検索のためのウェブ・ブラウザの使用方法やホームページ間のハイパーリンクの仕組みというものも、「使うのは難しい」というイメージを抱く要因の一つとなっている可能性も考えられる。

●その他意見の中からインターネットに対する負のイメージを拾い上げると、「セキュリティ面での不安」に対する意見がいくつか見られる。また「遅い通信速度」「金銭的要因」などが挙げられており、これらの少数意見もインターネット利用の阻害要因として挙げられよう。

上記まで述べてきたインターネット利用の阻害要因として考えられる点を、以下に列挙する。

■考えられる阻害要因

- パソコン操作の難しさ
- セキュリティ面での不安
- 遅い通信速度
- 金銭的要因

3) インターネットの特徴と高校生女子の傾向の比較による分析

(1) 付問 6-1) コミュニケーションツール継続利用の理由

以下に、女子 287 人におけるコミュニケーションツール継続利用の理由について集計した結果を再掲した。これによると、プリクラ、放課後倶楽部、電子メールでは「楽しい・面白い」、ポケベル、PHS、携帯電話では「持ち運びができる」、たまごっち、放課後倶楽部、電子メールでは「気軽な気持ちで利用できる」との回答が最も多くなっている。

これらから、コミュニケーションツール利用に関しては、以下のような性質を有するものが好まれると推察できる。

- 楽しい、面白いなどの娯楽性に富むもの
- 気軽な気持ちで利用できるような簡便なもの
- 持ち運びが可能といった携帯性に富むもの

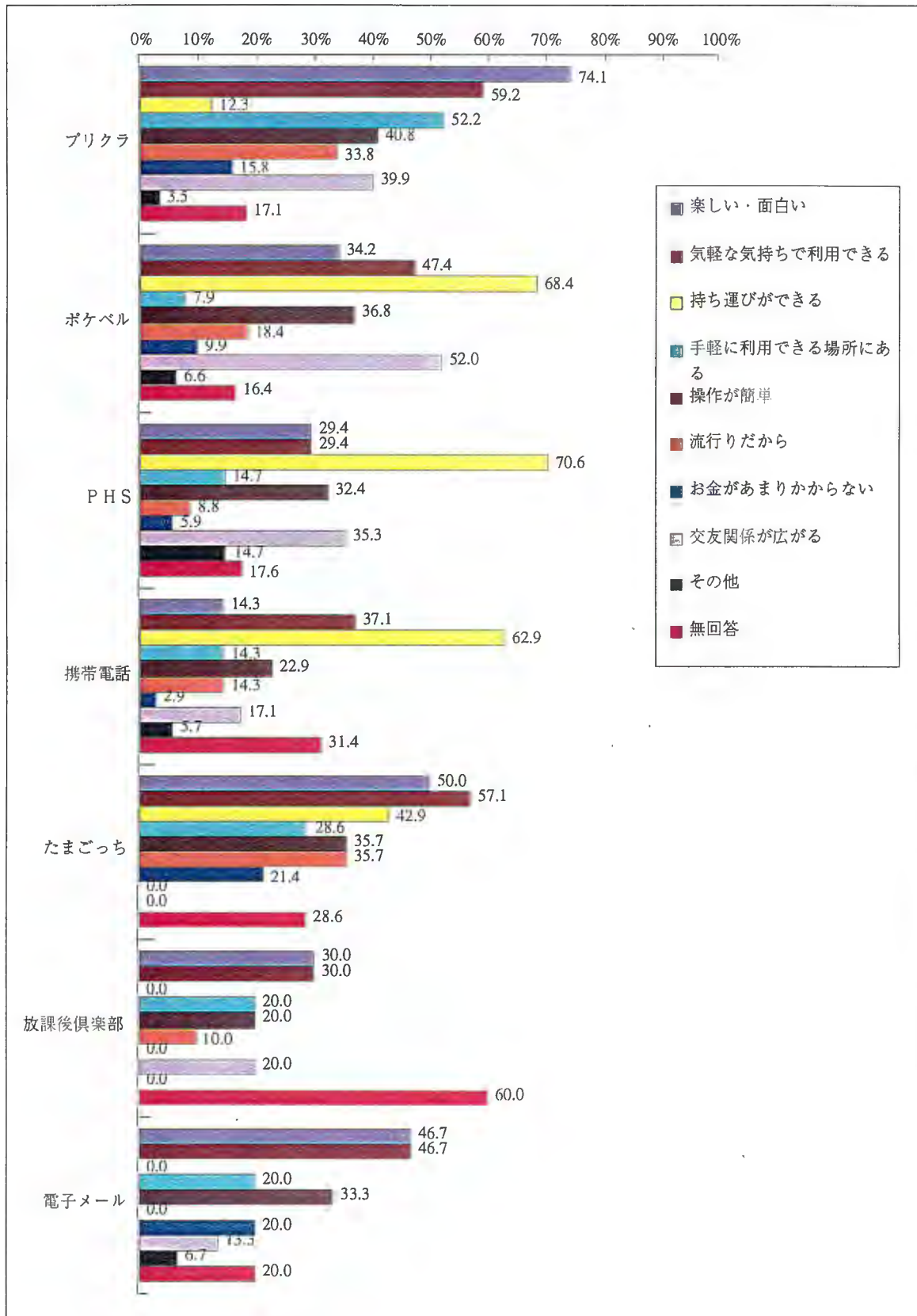
逆にこのような性質を持たない、娯楽性・簡便さ・携帯性に乏しいツールは、若年層の女性の嗜好に合致しない可能性が高いと思われる。これらとインターネットが持つ性質を照らし合わせると、簡便性・携帯性に乏しいといった点がインターネット利用の阻害要因として挙げられる。

表 4.3.4.2.(2)-6 コミュニケーション・ツールの継続利用の理由 (女子, 再掲)

(人)

	n	楽しい・面白い	気軽な気持ちで利用できる	持ち運びができる	手軽に利用できる場所にある	操作が簡単	流行りだから	お金があまりからない	交友関係が広がる	その他	無回答
プリクラ	228	169	135	28	119	93	77	36	91	8	39
ポケベル	152	52	72	104	12	56	28	15	79	10	25
PHS	34	10	10	24	5	11	3	2	12	5	6
携帯電話	35	5	13	22	5	8	5	1	6	2	11
たまごっち	14	7	8	6	4	5	5	3	0	0	4
放課後倶楽部	10	3	3	0	2	2	1	0	2	0	6
電子メール	15	7	7	0	3	5	0	3	2	1	3

図 4.3.4.2.(2)-6 コミュニケーション・ツールの継続利用の理由 (女子, 再掲)



(2) 付問 6-2) コミュニケーションツールを使わなくなった理由

以下に、女子 287 人におけるコミュニケーションツールを使わなくなった理由について集計した結果を再掲した。

これによると、プリクラ、PHS、携帯電話では「お金がかかる」、ポケベル、たまごっち、放課後倶楽部では「あきた・面白くない」、電子メールでは「必要としない」との回答が最も多くなっている。

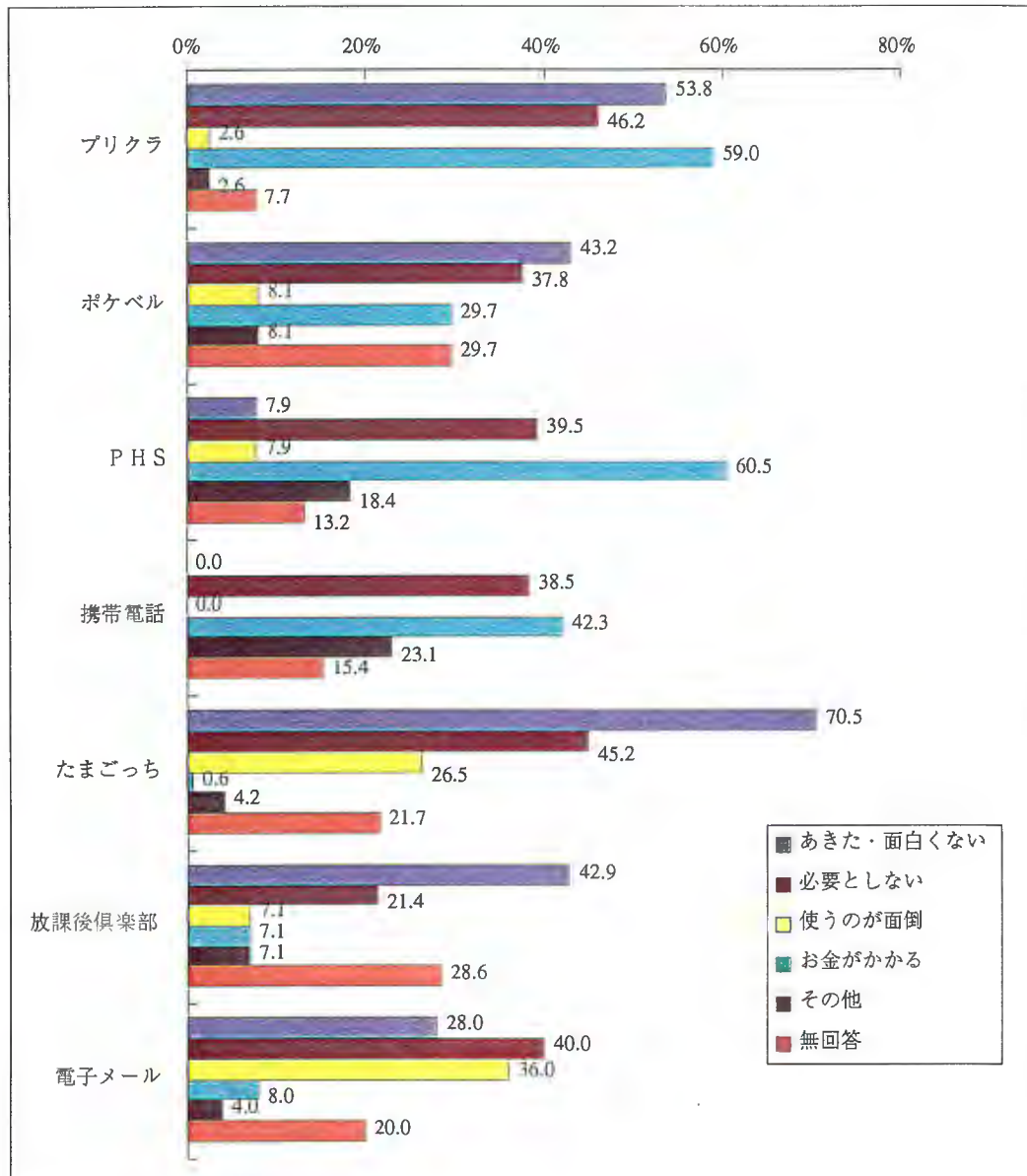
すなわち、「金銭面」「娯楽性」「必要性」といった要因がコミュニケーションツールの継続・非継続利用に影響を与えており、これらとインターネットが持つ性質を照らし合わせると、「金銭面」「必要性」における問題点が若年層女性におけるインターネット利用の壁となる可能性は高いと考えられる。

表 4.3.4.2.(2)-7 コミュニケーションツールを使わなくなった理由 (女子, 再掲)

(人)

	n	あきた・面白くない	必要としない	使うのが面倒	お金がかかる	その他	無回答
プリクラ	39	21	18	1	23	1	3
ポケベル	37	16	14	3	11	3	11
PHS	38	3	15	3	23	7	5
携帯電話	26	0	10	0	11	6	4
たまごっち	166	117	75	44	1	7	36
放課後倶楽部	14	6	3	1	1	1	4
電子メール	25	7	10	9	2	1	5

図 4.3.4.2.(2)-7 コミュニケーション・ツールを利用しなくなった理由 (女子, 再掲)



(3) 質問 8) 余暇 (帰宅後・休日) の過ごし方

以下に、女子 287 人における余暇 (帰宅後・休日) の過ごし方の集計結果を再掲した。帰宅後については、「テレビやビデオを見る」「音楽を聴く」「雑誌を読む」との回答が多く、また休日では「ショッピングに出かける」「テレビやビデオを見る」「カラオケに行く」といった回答が多くなっており、すなわち若年層女性におけるライフスタイルとして、帰宅後は概ね「受動的なエンターテインメントを楽しむ時間」、休日は「外出する時間」と捉えることができるものと思われる。

これらのスタイルと、インターネットが有する「能動的アクションが必要」「携帯性に乏しく屋外での利用には不向き」といった性質との合致は現時点では困難と思われる。

表 4.3.4.2.(2)-8 余暇 (帰宅後・休日) の過ごし方 (女子)

	n	テレビやビデオを見る	雑誌を読む	雑誌以外の本を読む	電話をする	勉強する	ゲームをする	音楽を聴く	インターネットをする	ショッピングに出かける	スポーツをする	カラオケに行く	塾や予備校に行く	目的なく出かける	その他	無回答
帰宅後	287	185	134	23	51	37	24	142	1	6	3	14	4	6	25	55
休日	287	142	50	19	29	26	23	71	3	144	11	77	2	31	42	55

(人)

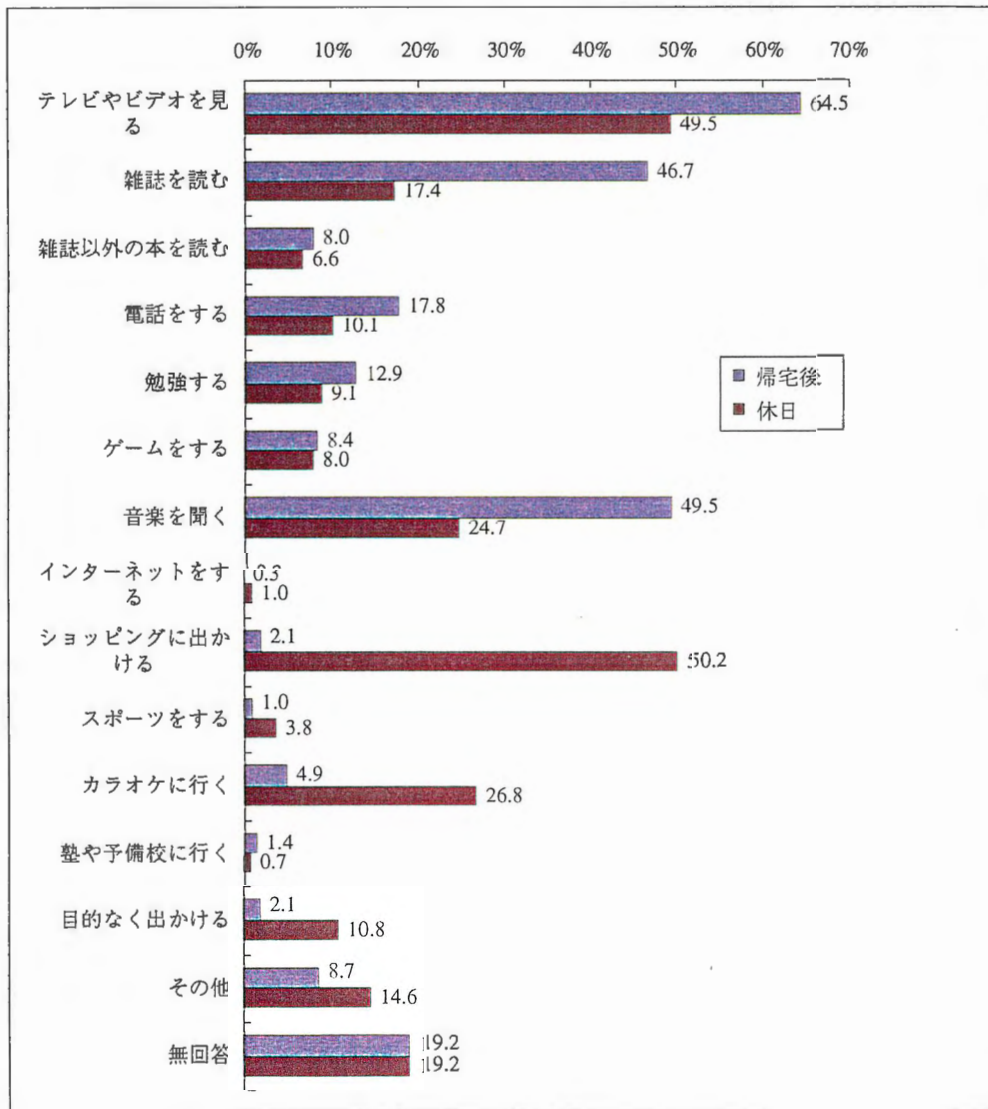


図 4.3.4.2.(2)-8 余暇 (帰宅後・休日) の過ごし方 (女子)

4.3.4.3 若年層の女性における今後のインターネット普及の可能性

(1) 分析方法

インターネット利用経験のある現在利用者及び過去利用者の傾向・特徴と、未利用者の傾向・特徴との比較を行うことによって、未利用者におけるインターネット継続・非継続利用の可能性の導出を試みた。

具体的には、以下のクロス集計の結果から分析を試みた。

- 1) 質問3)と質問5) ……現在利用者と過去利用者の、インターネットイメージの傾向の違いの導出
- 2) 質問3)と質問6) ……現在利用者と過去利用者の、コミュニケーションツール継続利用の理由、使わなくなった理由の傾向の違いの導出
- 3) 質問3)と質問7) ……現在利用者と過去利用者の、コミュニケーションにおいて重視する点の傾向の違いの導出
- 4) 質問3)と質問8) ……現在利用者と過去利用者の、余暇(帰宅後、休日)の過ごし方の傾向の違いの導出
- 5) 質問3)と質問9) ……現在利用者と過去利用者の、情報に対する考え方の傾向の違いの導出



未利用者の傾向と比較を行い、現在利用者と過去利用者のいずれの傾向に近いかに着目する。

(2) 分析結果

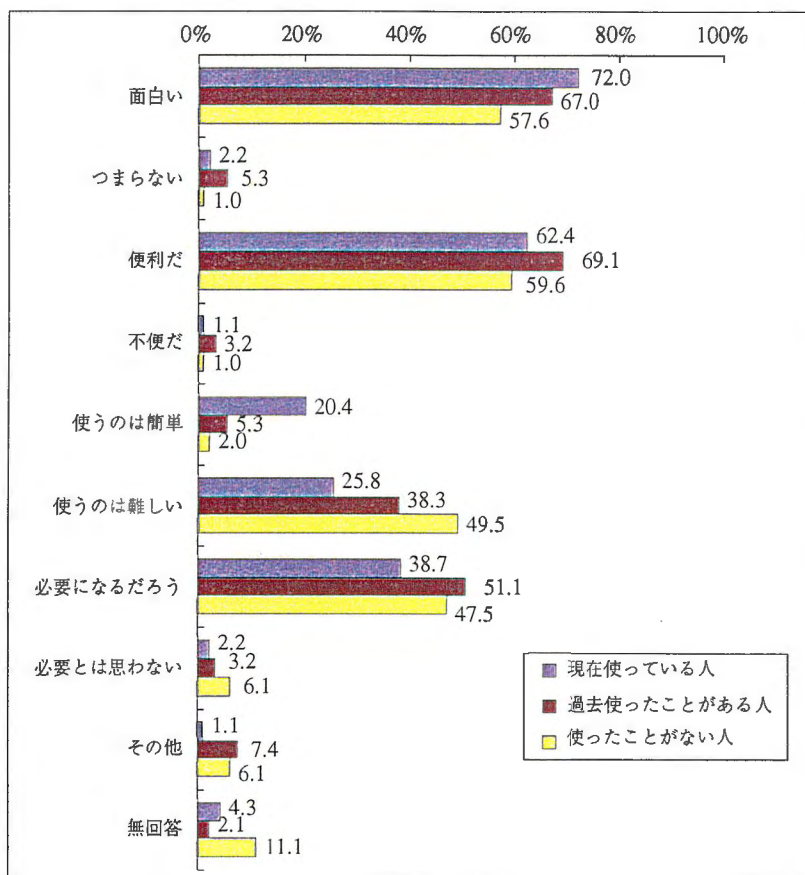
1) 質問3)と質問5)

以下に、インターネット現在利用者、集計した結果を再掲した。

表 4.3.4.3.(2)-1 インターネット利用状況別のインターネットイメージ(女子、再掲)

		(人)										
	インターネット利用状況	n	面白い	つまらない	便利だ	不便だ	使うのは簡単	使うのは難しい	必要になるだろう	必要とは思わない	その他	無回答
女	現利用者	93	67	2	58	1	19	24	36	2	1	4
	過去利用者	94	63	5	65	3	5	36	48	3	7	2
子	未利用者	99	57	1	59	1	2	49	47	6	6	11

図 4.3.4.3.(2)-1 インターネット利用状況別のインターネットイメージ (女子, 再掲)



現在利用者におけるインターネットイメージは、「面白い」、「便利だ」、「必要になるだろう」の順で回答が多くなっている。

一方過去利用者においては、前項でも述べたように「面白い」、「便利だ」、「必要になるだろう」との回答が多く、現在利用者におけるインターネットイメージとの傾向の差異は見だしにくい結果となっている。また未利用者について見ると、現在利用者および過去利用者と同様のイメージでの回答が上位を占めているが、「使うのが難しい」とのイメージも半数近くの生徒が持っている。

現在利用者、過去利用者、未利用者におけるインターネットイメージを概観した。その結果、現在利用者、過去利用者での傾向・特徴に顕著な差異は見出すことは困難であり、両者のインターネットイメージの傾向・特徴と未利用者における傾向・特徴との比較も困難との結果となった。これは、前項におけるインターネット利用状況別インターネット利用意向の集計結果からもわかるように三者におけるその利用意向は高く、いずれの立場においてもインターネットに対して否定的なイメージを持つ生徒が少ないため、類似した傾向が表れているものと考えられる。

2) 質問3)と質問6)

(1) コミュニケーションツールの継続利用の理由

以下に、インターネット現在利用者、過去利用者、未利用者のコミュニケーションツールの継続利用の理由について集計した結果を再掲した。これによると、プリクラ、ポケベル、PHS、携帯電話の4つのツールでは、現在利用者、過去利用者、未利用者それぞれでツール継続理由はほぼ同様の回答となっており、顕著な傾向は見られない。またたまごっち、放課後倶楽部、電子メールでは利用者数が少なく、傾向・特徴は読み取りにくい結果となっている。

表 4.3.4.3.(2)-2 インターネット利用状況別コミュニケーションツール継続利用理由(女子)

	インターネット利用状況	現在利用しているコミュニケーションツール	n	楽しい・面白い	気軽な気持ちで利用できる	持ち運びができる	手軽に利用できる場所にある	操作が簡単	流行りだから	お金があまりかからない	交友関係が広がる	その他	無回答	(人)
女子	現利用者 93人	プリクラ	75	55	41	9	38	30	24	17	24	1	13	
		ポケベル	50	16	21	32	2	17	7	3	21	4	10	
		PHS	14	4	4	10	1	4	1	2	3	1	3	
		携帯電話	15	2	7	9	2	3	2	1	3	0	4	
		たまごっち	6	3	2	3	1	3	3	1	0	0	2	
		放課後倶楽部	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	
		電子メール	14	6	6	0	2	5	0	3	2	1	3	
	過去利用者 94人	プリクラ	81	64	53	14	46	35	29	9	47	6	10	
		ポケベル	55	23	29	39	4	23	9	8	32	4	8	
		PHS	11	5	4	9	4	6	1	0	8	3	0	
		携帯電話	10	2	5	7	2	5	1	0	1	2	4	
		たまごっち	6	3	5	2	2	1	1	1	0	0	2	
		放課後倶楽部	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	
		電子メール	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	
	未利用者 99人	プリクラ	72	50	41	5	35	28	24	10	20	1	16	
		ポケベル	47	13	22	33	6	16	12	4	26	2	7	
		PHS	9	1	2	5	0	1	1	0	1	1	3	
		携帯電話	10	2	2	7	1	0	2	0	3	0	3	
たまごっち		2	2	2	2	1	1	1	1	0	0	0		
放課後倶楽部		7	3	3	0	2	2	1	0	1	0	4		
電子メール		0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—		

図 4.3.4.3.(2)-2 継続利用理由 (女子, プリクラ)

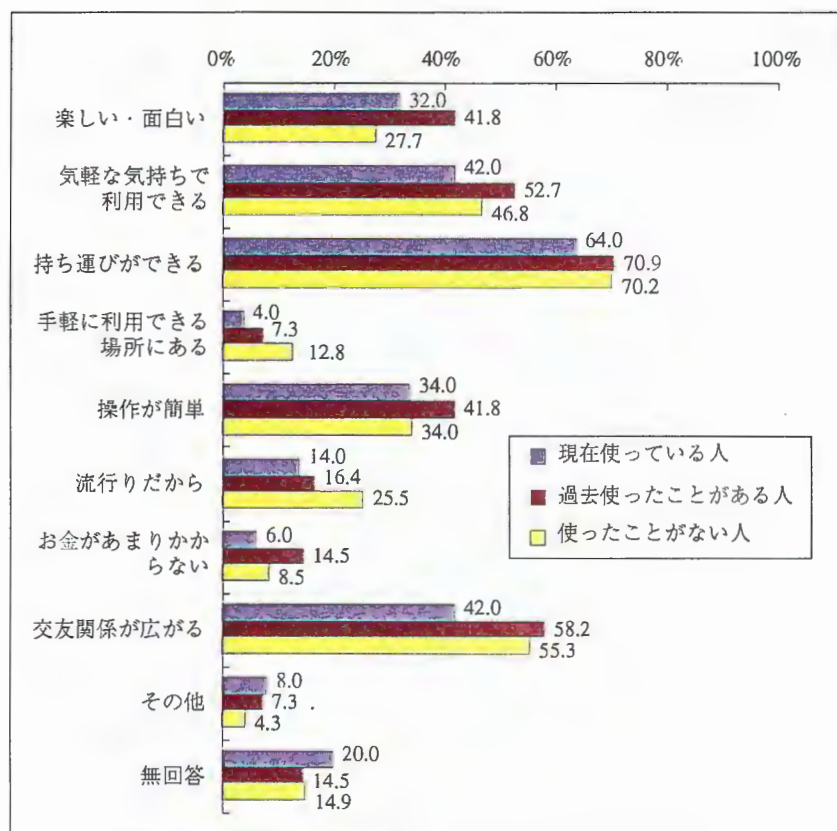
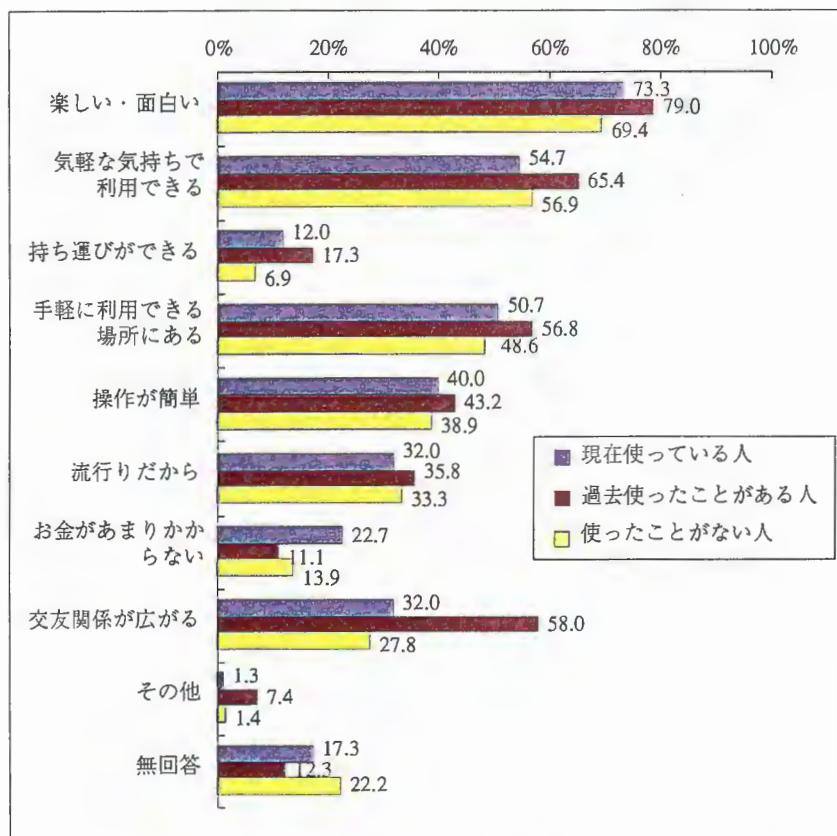


図 4.3.4.3.(2)-3 継続利用理由 (女子, ポケベル)

図 4.3.4.3.(2)-4 継続利用理由 (女子, PHS)

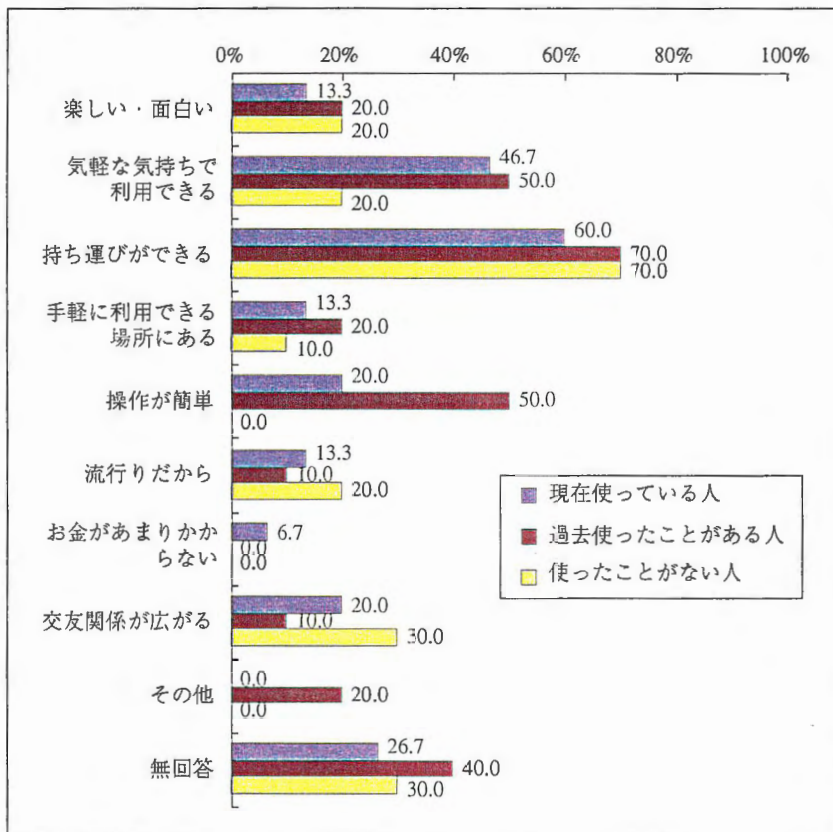
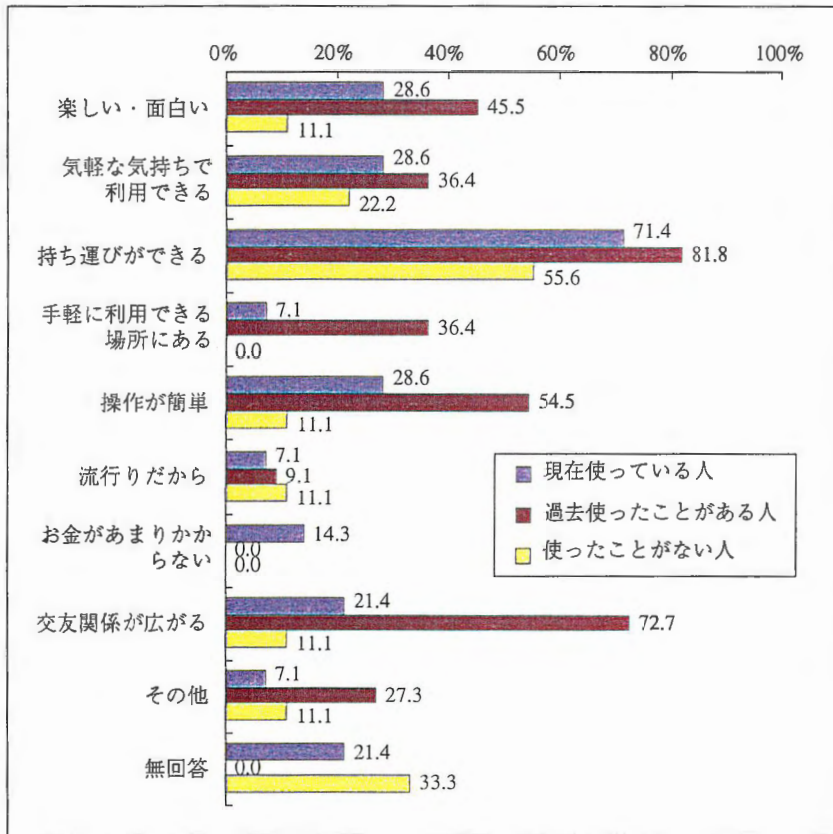


図 4.3.4.3.(2)-5 継続利用理由 (女子, 携帯電話)

図 4.3.4.3.(2)-6 継続利用理由 (女子, たまごっち)

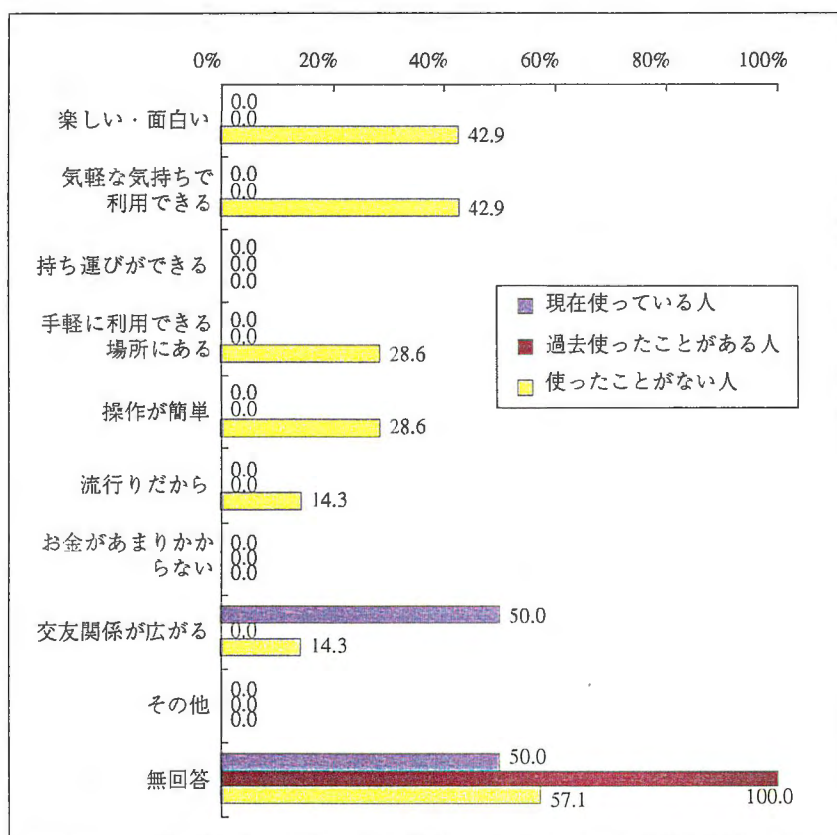
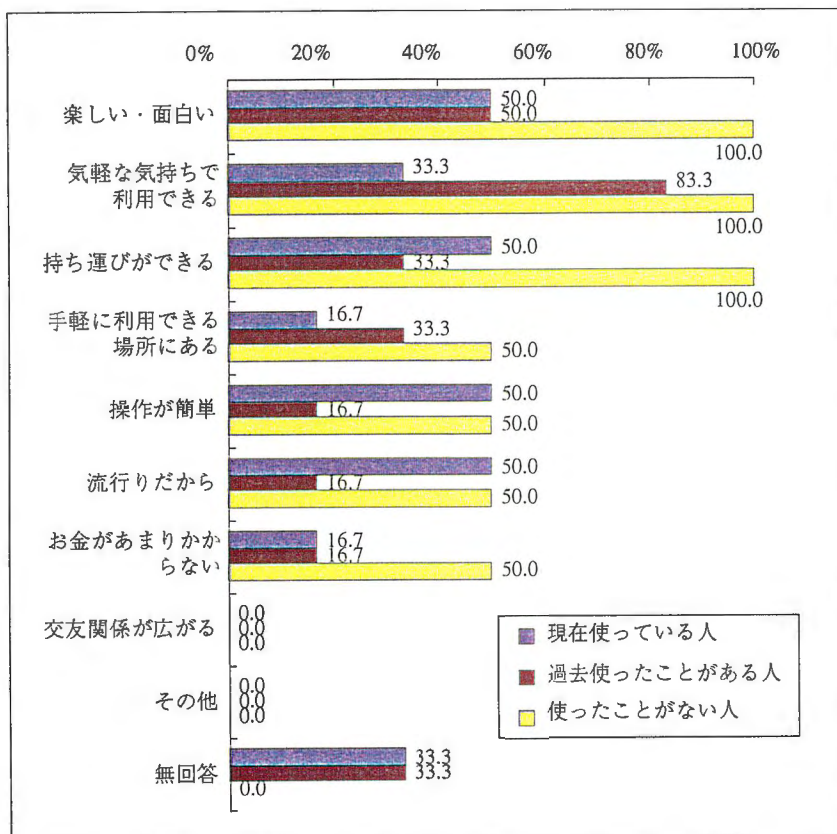
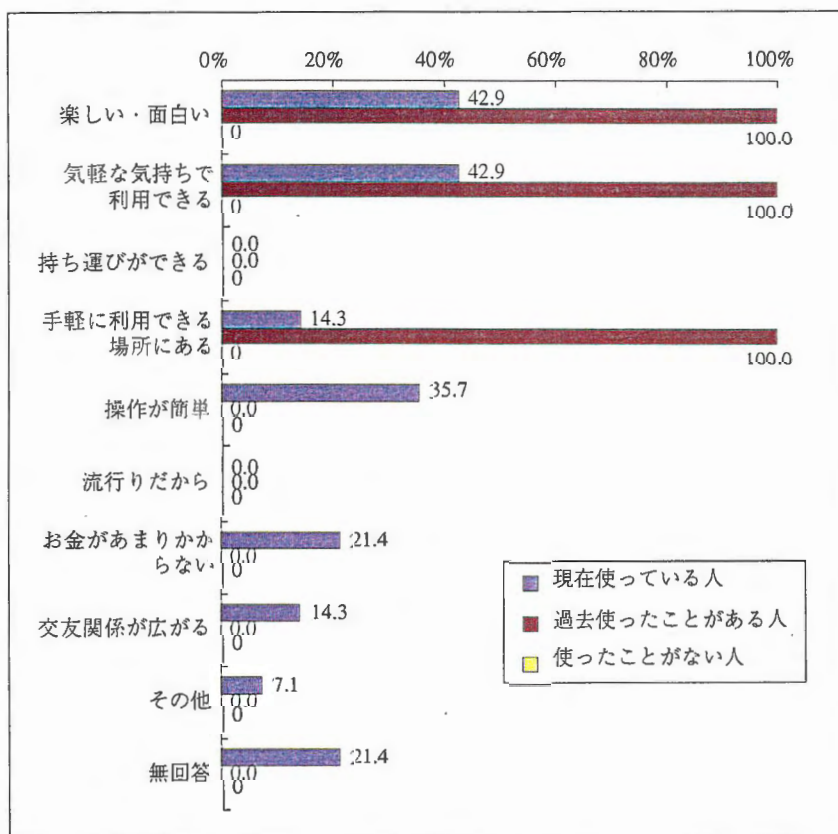


図 4.3.4.3.(2)-7 継続利用理由 (女子, 放課後倶楽部)

図 4.3.4.3.(2)-8 継続利用理由 (女子, 電子メール)



(2) コミュニケーションツールを使わなくなった理由

以下に、インターネット現在利用者、過去利用者、未利用者のコミュニケーションツールを使わなくなった理由について集計した結果を再掲した。

対象としている7つのコミュニケーションツール全てについて概観すると、現在利用者、過去利用者、未利用者において、概ね以下のような傾向が見られた。

●現在利用者……「必要としない」を挙げているツールが多い。(プリクラ、ポケベル、携帯電話の3つで、最も高い回答率となっている。PHS、電子メールでは2番目)

●過去利用者……「あきた・面白くない」を挙げているツールが多い。(プリクラ、ポケベル、たまごっち、放課後倶楽部、電子メールの3つで、最も高い回答率となっている)

●未利用者……「お金がかかる」を挙げているツールが多い。(プリクラ、PHS、携帯電話の3つで、最も高い回答率となっている)

現在利用者については、必要であるかないかといった点がこれらのツール利用の継続性に最も影響を与えている指標であると考えられる。

一方過去利用者では、自分の嗜好に合致するかしないかといった点が最大の指標となっていると考えられる。また未利用者においては、金銭面が判断の指標となっていると考えられる。

現在利用者、過去利用者、未利用者におけるツール非継続利用の理由について外観した限りでは、それぞれにおける特徴に共通した要素は見い出せず、現在利用者、過去利用者に対する未利用者の傾向・特徴との比較も困難との結果となった。

表 4.3.4.3.(2)-3 インターネット利用状況別ツールを使わなくなった理由 (女子, 再掲)

(人)

	インターネット利用 状況	過去利用したことが あるコミュニケーション ツール	n	あきた・面白くない	必要としない	使うのが面倒	お金がかかる	その他	無回答
女子	現利用者 93人	ブリクラ	13	6	7	0	7	0	1
		ポケベル	14	6	8	2	4	1	4
		PHS	18	1	9	1	10	3	2
		携帯電話	7	0	4	0	2	1	1
		たまごっち	58	42	26	18	0	2	10
		放課後倶楽部	4	1	1	1	1	1	1
		電子メール	8	1	3	4	1	0	1
	過去利用者 94人	ブリクラ	9	4	1	1	2	0	2
		ポケベル	13	6	3	1	4	1	3
		PHS	13	1	4	2	7	3	3
		携帯電話	8	0	2	0	2	4	1
		たまごっち	58	43	27	12	0	3	12
		放課後倶楽部	5	3	0	0	0	0	2
		電子メール	12	5	5	4	1	1	2
	未利用者 99人	ブリクラ	17	11	10	0	14	1	0
		ポケベル	10	4	3	0	3	1	4
		PHS	7	1	2	0	6	1	0
		携帯電話	11	0	4	0	7	1	2
		たまごっち	50	32	22	14	1	2	14
		放課後倶楽部	5	2	2	0	0	0	1
		電子メール	5	1	2	1	0	0	2

図 4.3.4.3.(2)-9 非継続理由 (女子, プリクラ)

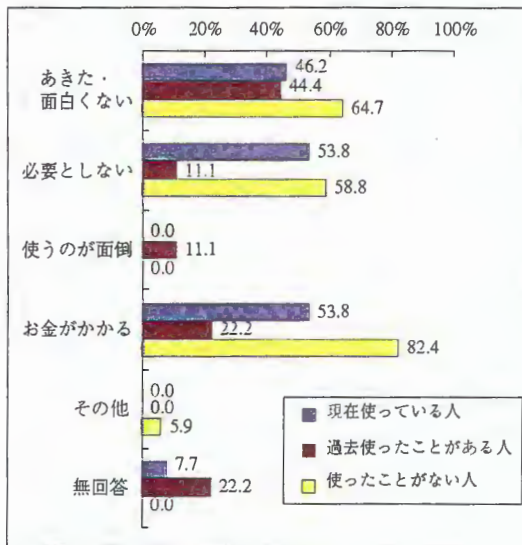


図 4.3.4.3.(2)-10 非継続理由 (女子, ポケベル)

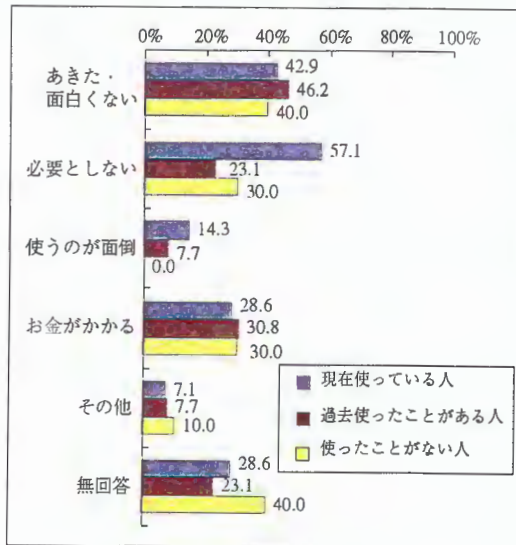


図 4.3.4.3.(2)-11 非継続理由 (女子, PHS)

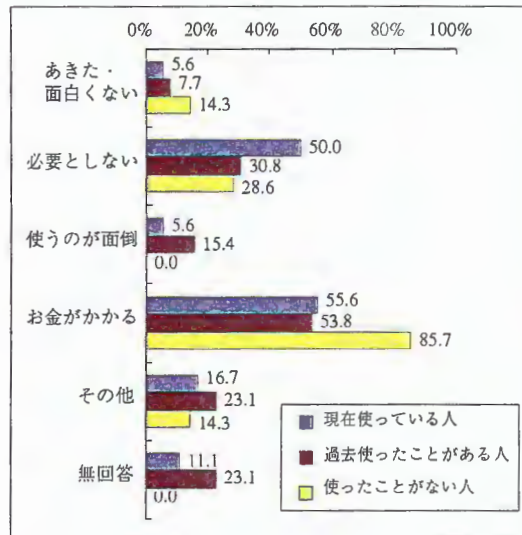


図 4.3.4.3.(2)-12 非継続理由 (女子, 携帯電話)

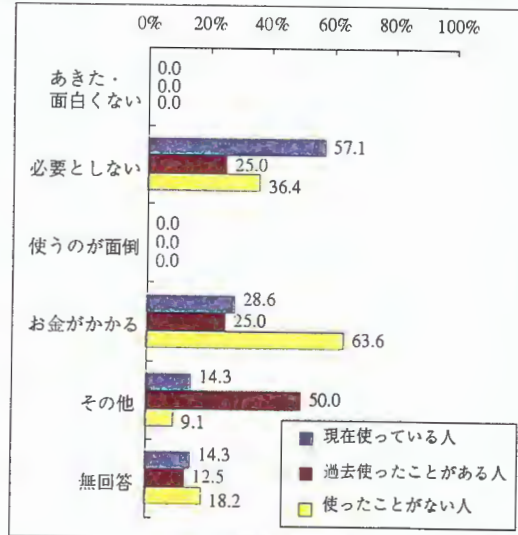


図 4.3.4.3.(2)-13 非継続理由 (女子, たまごっち)

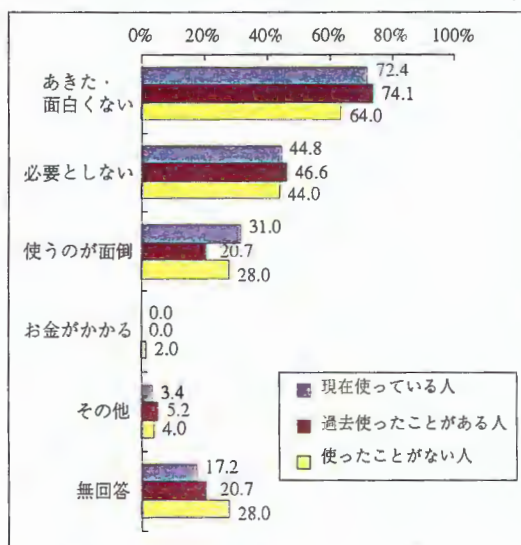


図 4.3.4.3.(2)-14 非継続理由 (女子, 放課後倶楽部)

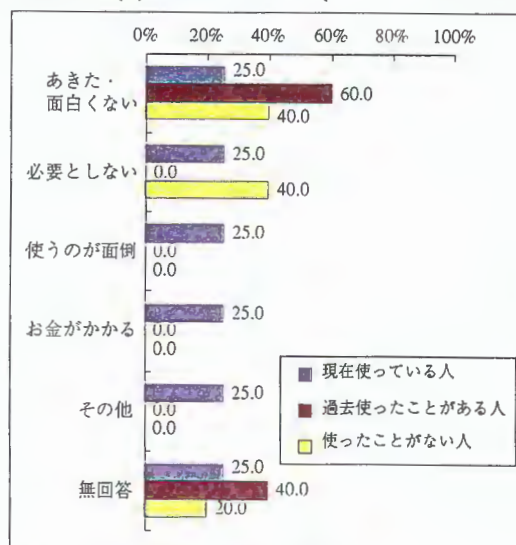
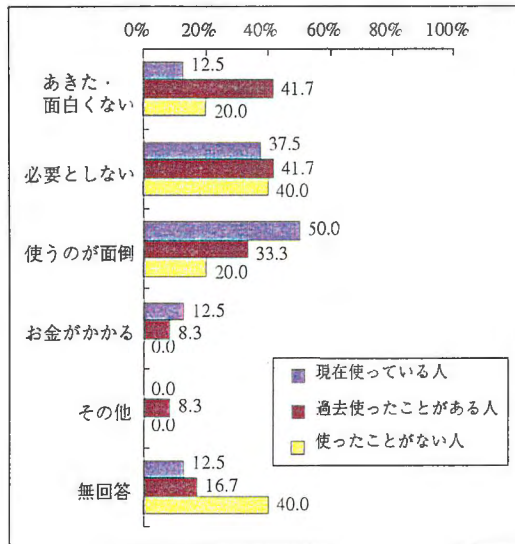


図 4.3.4.3.(2)-15 非継続理由 (女子, 電子メール)



3) 質問3)と質問7)

以下に、インターネット現在利用者、過去利用者、未利用者におけるコミュニケーション時の重視点について集計した結果を再掲した。

表 4.3.4.3.(2)-4 インターネット利用状況別のコミュニケーション時の重視点(女子)

		(人)									
インターネット利用状況	n	じっくりコミュニケーションがとれるかどうか	相手の顔を見ながら	相手の顔を見ないで	手軽かどうか	時間帯を気にしないでいいかどうか	場所を選ばないか	お金がかからないか	その他	無回答	
女子	現利用者	93	49	35	6	20	31	24	20	10	1
	過去利用者	94	49	32	3	14	18	16	14	8	9
	未利用者	99	44	23	6	19	27	16	17	10	19

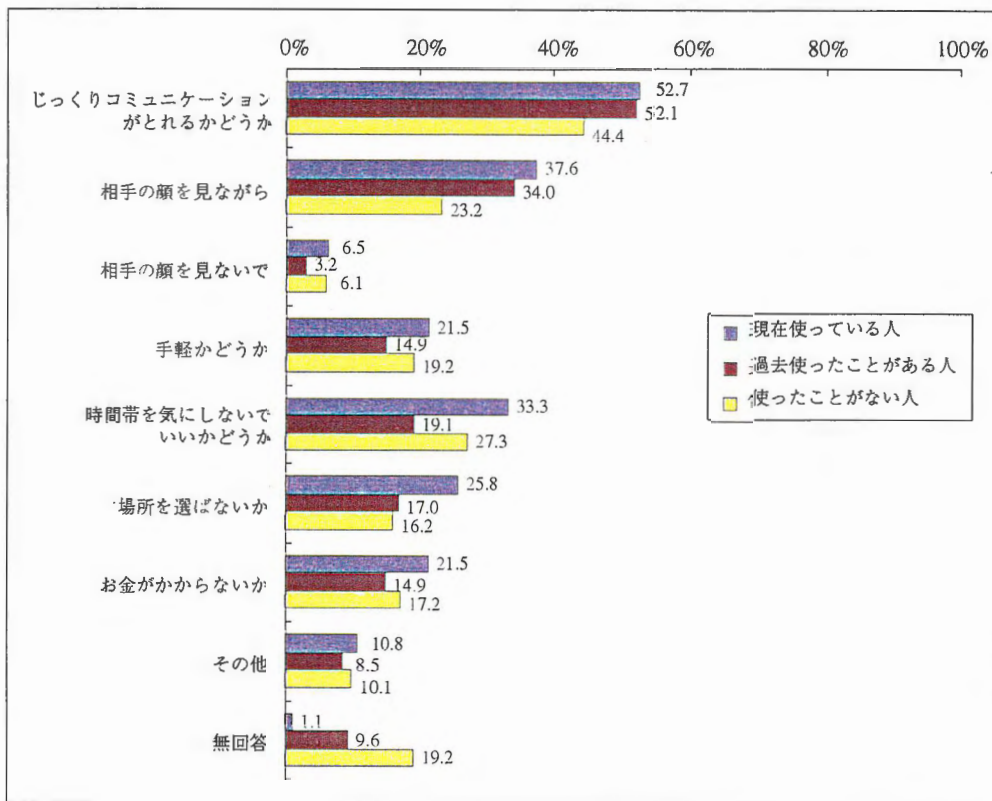


図 4.3.4.3.(2)-16 インターネット利用状況別コミュニケーションの際の重視点(女子, 再掲)

現在利用者におけるコミュニケーションの際に重視する点は、「じっくりコミュニケーションがとれるかどうか」、「相手の顔を見ながら」、「時間帯を気にしないでいいかどうか」の順で回答が多くなっている。

一方過去利用者について見ると、現在利用者と同様の回答での回答率が高く、両者におけるコミュニケーション時の重視点の傾向との差異は見だしにくい。

また未利用者について見ても、現在利用者および過去利用者と同様の回答が上位を占めており、三者間での傾向・特徴に顕著な差異は見出すことは困難な結果となっている。

4) 質問3)と質問8)

(1) 帰宅後

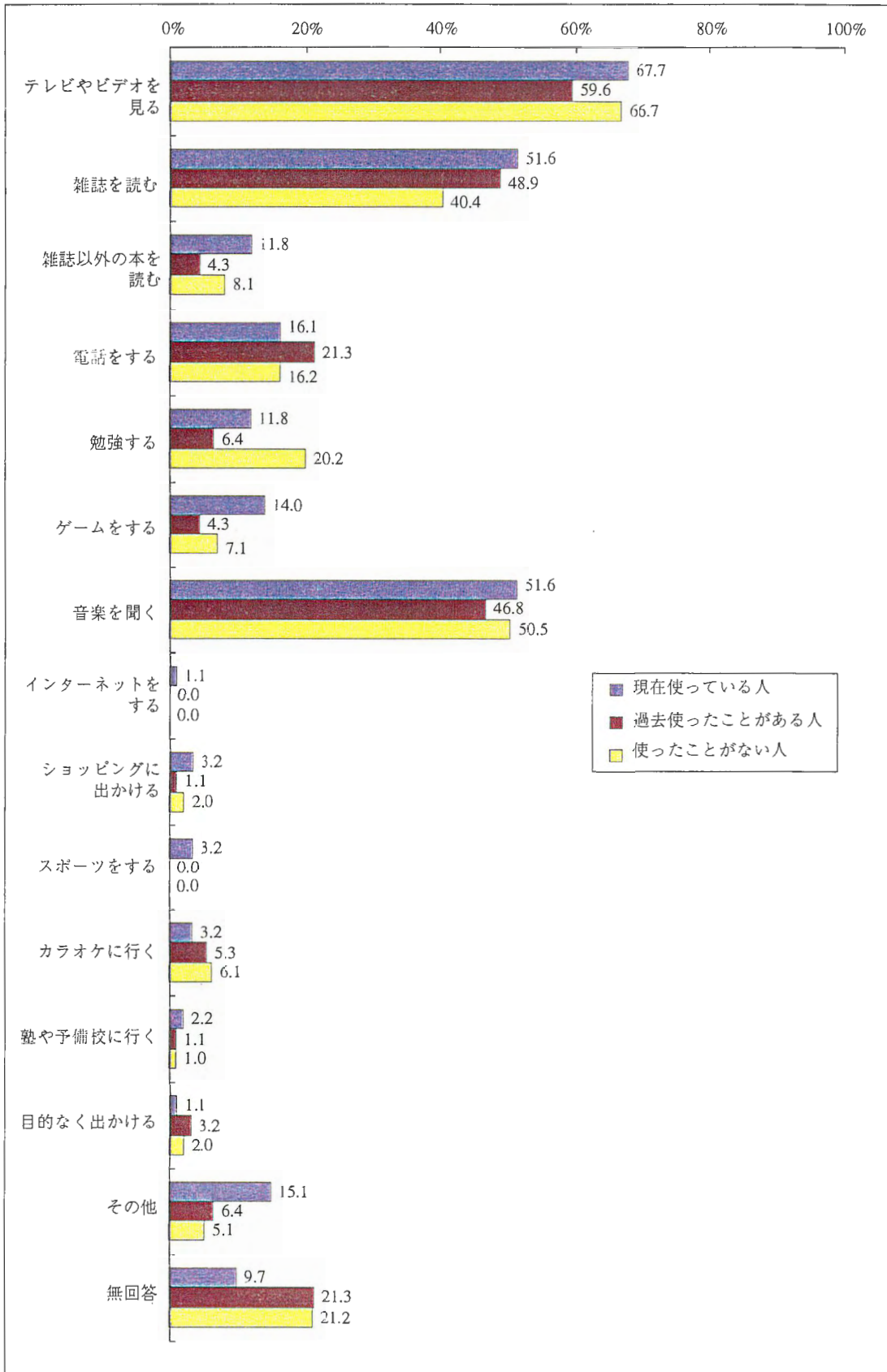
以下に、インターネット現在利用者、過去利用者、未利用者における帰宅後の過ごし方について集計した結果を再掲した。

現在利用者の帰宅後の過ごし方について見ると、「テレビやビデオを見る」「雑誌を読む」「音楽を聴く」といった受動的エンターテイメントによる過ごし方が他の選択肢に比べて多くなっていることがわかる。この傾向は過去利用者においても同様であり、両者の比較からは顕著な傾向の相違は見られない。一方未利用者においても、現在利用者、過去利用者と同様の回答での回答率が高くなっており、現在利用者、過去利用者の帰宅後の過ごし方の傾向・特徴と未利用者における傾向・特徴との比較も困難な結果となっている。

表 4.3.4.3.(2)-5 インターネット利用状況別余暇(帰宅後)の過ごし方(女子, 再掲)

		(人)															
	インターネット利用状況	n	テレビやビデオを見る	雑誌を読む	雑誌以外の本を読む	電話をする	勉強する	ゲームをする	音楽を聴く	インターネットをする	ショッピングに出かける	スポーツをする	カラオケに行く	塾や予備校に行く	目的なく出かける	その他	無回答
女	現利用者	93	63	48	11	15	11	13	48	1	3	3	3	2	1	14	9
	過去利用者	94	56	46	4	20	6	4	44	0	1	0	5	1	3	6	20
子	未利用者	99	66	40	8	16	20	7	50	0	2	0	6	1	2	5	21

図 4.3.4.3.(2)-17 インターネット利用状況別余暇(帰宅後)の過ごし方(女子, 再掲)



(2) 休日

以下に、インターネット現在利用者、過去利用者、未利用者における休日の過ごし方について集計した結果を再掲した。

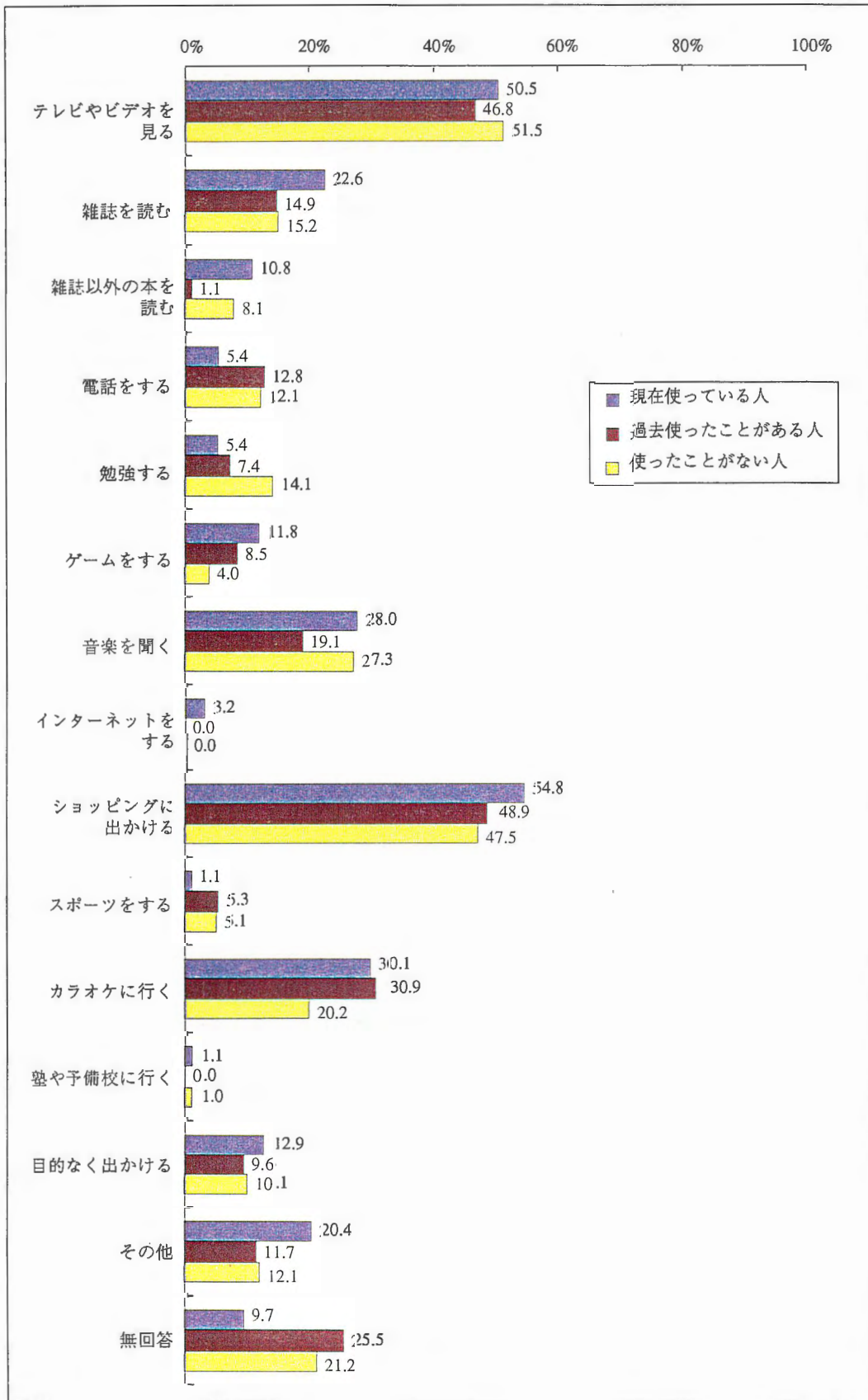
現在利用者の休日の過ごし方について見ると、「ショッピングに出かける」「テレビやビデオを見る」との回答が5割を超えており、また「カラオケに行く」「音楽を聞く」との回答が3割前後といった数値を示していることがわかる。これらから屋内において受動的エンターテインメントを楽しむ時間、外出する時間それぞれに特に偏りは見られない。この傾向は過去利用者においても同様であり、両者の比較からは顕著な傾向の相違は見いだせない結果となっている。

また未利用者について見た場合も、現在利用者、過去利用者と同様の回答での回答率が高くなっていることがわかり、現在利用者、過去利用者の休日の過ごし方の傾向・特徴と未利用者における傾向・特徴との比較も困難な結果となっている。

表 4.3.4.3.(2)-6 インターネット利用状況別余暇(休日)の過ごし方(女子, 再掲)

		(人)															
	インターネット利用状況	n	テレビやビデオを見る	雑誌を読む	雑誌以外の本を読む	電話をする	勉強する	ゲームをする	音楽を聞く	インターネットをする	ショッピングに出かける	スポーツをする	カラオケに行く	塾や予備校に行く	目的なく出かける	その他	無回答
女	現利用者	93	47	21	10	5	5	11	26	3	51	1	28	1	12	19	9
	過去利用者	94	44	14	1	12	7	8	18	0	46	5	29	0	9	11	24
子	未利用者	99	51	15	8	12	14	4	27	0	47	5	20	1	10	12	21

図 3.3.4.3.(2)-18 インターネット利用状況別余暇(休日)の過ごし方(女子, 再掲)



5) 質問3)と質問9)

以下に、インターネット現在利用者、過去利用者、未利用者における情報への考え方・接し方について集計した結果を再掲した。現在利用者における「情報への考え方・接し方」の回答としては、「広く色々なことを知っていたい」、「人より詳しく知っている分野を持ちたい」、「関心事にはお金がかかっても構わない」の順で回答が多くなっている。一方過去利用者においても同様の回答での回答率が高く、現在利用者における情報への考え方・接し方の傾向との差異は見いだしにくい。また未利用者については、現在利用者および過去利用者と同様の回答が上位を占めており、現在利用者、過去利用者の傾向・特徴と未利用者における傾向・特徴との比較も困難な結果となった。

表 3.3.4.3.(2)-7 インターネット利用状況別の情報への考え方・接し方(女子)

		(人)									
インターネット利用状況	n	流行は人より早く知りたい	人より詳しく知りたい	広く色々なことを知っていたい	流行は積極的に自分の生活に取り入れたい	人より詳しく知っている分野を持ちたい	関心事にはお金がかかっても構わない	関心事を知るためには時間を惜しまない	どれもあてはまらない	無回答	
女子	現利用者	93	31	19	57	23	45	45	37	9	0
	過去利用者	94	27	14	57	21	38	44	31	6	5
	未利用者	99	15	15	53	13	46	33	35	10	10

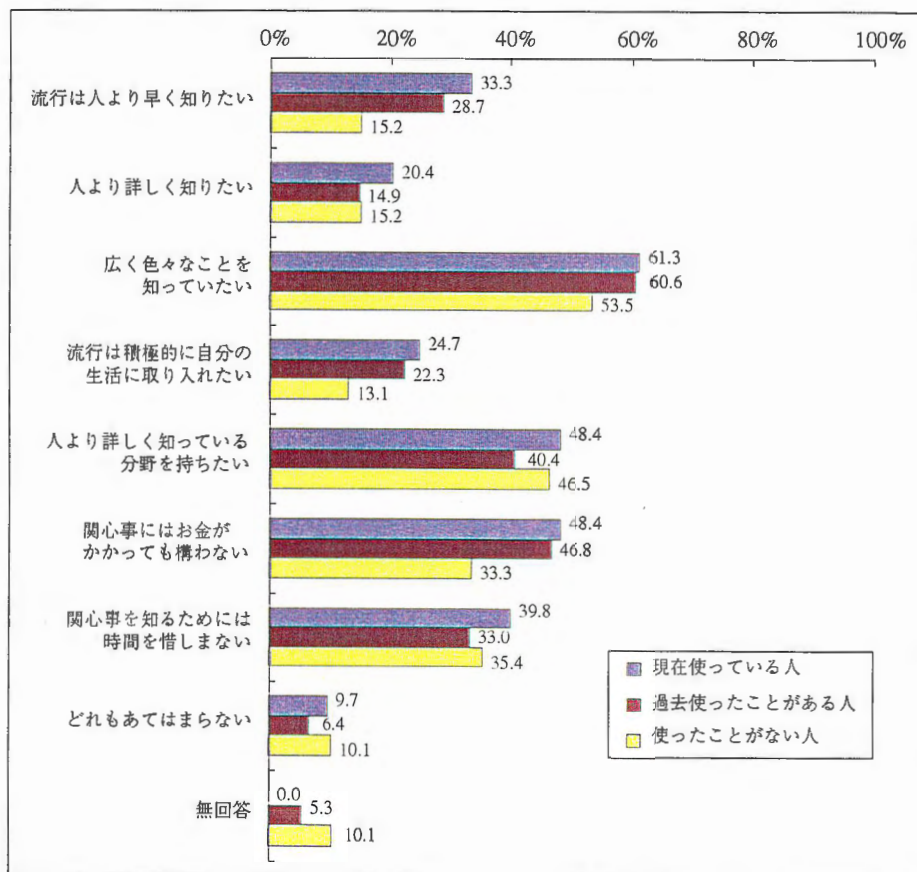


図 4.3.4.3.(2)-19. インターネット利用状況別の情報への考え方・接し方(女子, 再掲)

5. 既存調査との比較

アンケート調査を行なって得た結果と既存のアンケート調査結果とを比較する。

1) 【コンピュータ・ネットワークを利用する少年に関する調査】

社団法人 全国少年補導員協会

標本：東京都の普通科高校生男女 1347人 (平成9年7月)

この調査のデータ

我々のデータ

コンピュータネットワークを利用したことがある	19.0 %	Inet を	(5校)
		現在使っている	53.7 %
		使ったことがある	26.5 %
利用したことがない	80.8 %	使ったことがない	19.4 %
今後コンピュータネットワークを利用したい	63.0 %	今後 Inet を	(5校)
		積極的に使いたい	47.5 %
		機会があれば使いたい	41.7 %
利用したいと思わない	8.9 %	使いたいとは思わない	3.6 %
わからない	28.1 %	わからない	4.4 %
コンピュータネットワークの利用目的		Inet 利用意向の利用目的	(4校)
趣味に関する情報収集	76.8 %	趣味に関する情報収集	27.4 %
好奇心を満足させる	33.0 %	興味ある事の情報収集	31.0 %
コミュニケーション	20.2 %	友人とのコミュニケーション	9.2 %
		不特定多数との	
		コミュニケーション	11.0 %
学習に活用	17.4 %	勉強に活用	3.8 %
その他	2.2 %	ニュース等の最新情報	6.5 %
		情報発信	3.8 %
		インターネットショッピング	5.6 %
		その他	1.0 %
コンピュータネットワークの長所		Inet の魅力	(4校)
情報量が豊富	71.5 %	幅広い分野の情報収集	36.2 %
最新の情報を入手	66.5 %	雑誌等では入手困難な情報入手	27.4 %
他の方法では入手困難な		時間を気にしなくていい	9.2 %
情報入手	31.6 %	見知らぬ人とコミュニケーション	8.6 %
相手と顔を合わせずに		情報発信ができる	9.7 %
コミュニケーション	13.7 %	交流の幅が広がる	5.0 %
操作が簡単	7.8 %		
コンピュータネットワークの利用場所		Inet 利用場所	(5校)
自宅(自分の部屋)	16.8 %	自宅(自室)	22.6 %
自宅(家族の部屋)	21.5 %	自宅(自室以外)	6.0 %
自宅(家族共有の部屋)	21.1 %		
友人の家	14.8 %	友人の家	5.2 %
学校	5.1 %	学校	64.8 %
インターネットカフェ	5.5 %		
コンピュータネットワークを利用した感想		Inet に対するイメージ	(5校)
おもしろい	53.5 %	面白い	21.4 %
つまらない	4.3 %	つまらない	1.0 %
操作が簡単	9.0 %	使うのは簡単	10.4 %
操作が面倒	20.7 %	難しい	10.2 %
便利だ	30.1 %	便利だ	27.8 %
不便だ	3.1 %	不便だ	1.2 %
アクセス時間が長くてイライラ		必要になる	20.5 %
	35.2 %	必要とは思わない	1.9 %
世界が広がった	23.8 %		

2) 【新しいメディアの利用動向に関する調査研究報告書】

郵政省郵政研究所

標本：インターネット利用者 1939 人

男 82.4%，女 17.7%

24 才未満 16.9%，25～29 才 28.7%，30～34 才 26.2%

実施時期：1997 年 1 月

インターネット使用期間		(4 校)
1 カ月未満	7.7 %	14.3 %
1～3 カ月	11.9 %	6.9 %
3～6 カ月	17.0 %	15.6 %
6 カ月-1 年未満	28.1 %	39.0 %
1 年以上	35.3 %	22.5 %

WWW を通じて入手する情報		Inet 利用意向の利用目的	(4 校)
趣味	70.7 %	趣味に関する情報収集	27.4 %
コンピュータ関連	42.7 %	興味ある事の情報収集	31.0 %
旅行、イベント等	23.5 %	友人とのコミュニケーション	9.2 %
ビジネス関連	21.3 %	不特定多数との	
ニュース	16.3 %	コミュニケーション	11.0 %
アダルト情報	14.8 %	勉強に活用	3.8 %
学術関連情報	10.6 %	ニュース等の最新情報	6.5 %
		情報発信	3.8 %
		インターネットショッピング	5.6 %
		その他	1.0 %

標本：大学生 828 人(男 437 人，女 379 人)

実施時期：1997 年 1-2 月

携帯電話と PHS 利用状況		(5 校)	
携帯電話だけを持っている		携帯電話を現在使っている	
96 名	11.8 %	83 名	14.0 %
PHS だけを持っている		PHS を現在使っている	
96 名	11.8 %	91 名	15.4 %
両方持っている	2 名	0.2 %	
両方持っていない	623 名	76.3 %	

3) 【情報通信利用者動向の調査】 野村総合研究所

標本：全国 15~59 歳男女 1406 人 (男子 10 代 68 名, 女子 10 代 77 名)

実施時期：1998 年 3 月上旬

* 今回は 3 回目, 1 回目は 1997 年 3 月 3067 名

2 回目 1997 年 9 月 1409 名

携帯電話・PHS 使用率 (10 代)

(お宅には、携帯電話〈含む PHS〉は ありますか)	携帯電話を現在使っている	83 名	14.0 %
♂ 19.6 % → 32.3 % → 38.2 %	PHS を現在使っている	91 名	15.4 %
♀ 10.7 % → 37.7 % → 35.1 %			

ポケベル使用率 (全体)

(お宅にはポケットベルはありますか) 家において自分が使っている	ポケベルを 現在使っている	37.0 %
11.4 % → 8.7 % → 6.8 % (10 代：♂ 14.7 % ♀ 36.4 %)		
家にあるが自分は使わない		
13.9 % → 13.6 % → 13.7 %		
以前はあったが今はない	過去使ったことがある	14.4 %
13.8 % → 17.8 % → 17.5 %		
もともとない	使ったことがない	42.9 %
60.4 % → 59.4 % → 61.3 %		

用途 (全体, 家・職場学校別)

(あなたはネットワークに接続してどのよ うなことをなさっていますか)	インターネット利用目的 友人とのコミュニケーション	8.1 %
WWW での情報入手 (プライベート) 家：67.8 % 職場・学校：22.9 %	不特定多数とのコミュニケー	6.2 %
電子メールのやりとり (プ) 49.5 %, 22.3 %	趣味の情報収集	32.3 %
WWW での情報入手 (仕事・勉強) 28.6 %, 40.4 %	興味あることの情報収集	35.3 %
	ニュース等最新情報	5.8 %
	勉強	4.2 %
電子メールのやりとり (仕事・勉強) 24.8 %, 62.8 %	HP 作成で情報発信	2.1 %
楽しむために WWW を見る 22.9 %, 12.8 %	インターネット・ショッピング	2.5 %
チケットやホテルの予約 (プ) 6.7 %, 3.7 %		
HP 作成で情報発信 6.7%(家のみ)		
物を購入 (プ) 5.7 %, 1.6 %		
社内や学内のシステム利用 3.8 %, 36.7 %		
物を購入 (仕事・勉強) 2.9 %, 3.2 %		
チケットやホテル予約 (仕事) 1.9 %, 2.1 %		

4) 『インターネット白書'98』
日本インターネット協会

標本 いずれも 1998年2~3月

- 1: 全国主要都市と近郊の一般家庭 26727件
 2-1: 16歳以上のインターネット利用者 1567件
 2-2: インプレスHP来訪者 1000件
 3: インターネットを利用していないパソコンユーザー 543件

インターネットの利用目的 (標本 2-1&2-2)		インターネット利用目的	
電子メール	82.3 %, 94.6 %	友人とのコミュニケーション	8.1 %
趣味・エンターテインメント	63.9 %, ?	不特定多数とのコミュニケー	6.2 %
製品・サービス情報の収集	63.5 %, ?	趣味の情報収集	32.3 %
ソフトのダウンロード	56.3 %, 92.3 %	興味あることの情報収集	35.3 %
電子メールによる情報配信サービス	35.2 %, 71.5 %	ニュース等最新情報	5.8 %
		勉強	4.2 %
		HP作成で情報発信	2.1 %
		インターネット・ショッピング	2.5 %

インターネットの利用意向 (標本 3)		今後 Inet を (5校)	
ぜひ利用したい	27.9 %	積極的に使いたい	47.5 %
まあ利用したい	51.2 %	機会があれば使いたい	41.7 %
あまり利用したくない	13.7 %	使いたいとは思わない	3.6 %
全く利用したくない	1.4 %		
わからない	5.8 %	わからない	4.4 %

6. 謝辞

アンケート調査の実施と整理に協力して頂いた 白谷 浩二 (東洋情報システム), 林 泰子 (マンパワー) の両氏に, また, 調査結果への興味とアンケート調査の学校への働き掛けにご協力を頂いた 小宮山 社長に深く感謝します.

同僚の 井桁, 倉持, 大田原 諸氏には分析の協力に感謝します. 分析結果への興味と支援に 佐々田 友平 教授 (湘南工科大学) と山田 順一氏 (NTTA) に感謝致します.

最後になりましたが, アンケートにご協力を頂いた学校の多数の生徒 (学生) 及び先生方に感謝致します.

参考文献

(各文献と本文の内容との対応を一々行ないません)

(インターネットなどの動向とアンケート調査結果)

- 1) 日々の新聞・雑誌(日経マルチメディアなど).
- 2) 日経BP社, "日経マルチメディア 1996.7"(1996).
- 3) 日経BP社, "日経マルチメディア 1997.7" (1997).
- 4) 日経BP社, "日経マルチメディア 1997.1" (1997).
- 5) 日経BP社, "日経マルチメディア 1998.1" (1998).
- 6) 日経BP社, "日経マルチメディア 1998.8"(1998).
- 7) 日経BP社, "日経マルチメディア 1999.2" (1999).
- 8) 日経BP社, "日経ネットビジネス 1999.8" (1999).
- 9) 郵政省編, "通信白書 平成10年版", 大蔵省印刷局 (1998).
- 10) 郵政省郵政研究所, "新しいメディアの利用動向に関する調査研究報告書", (1997).
- 11) 財団法人日本情報処理開発協会, "情報化白書 1998", コンピューター・エージ社 (1998).
- 12) 日本インターネット協会, "インターネット白書'98", インプレス (1998).
- 13) 日経マーケット・アクセス, "インターネット普及率調査 1997" (<http://www.nikkeibp.co.jp/>).
- 14) サイバースペース・ジャパン (CSJ), "第6回 WWW 利用者調査" (<http://www.csj.co.jp/www6>).
- 15) Yahoo!JAPAN, "第4回ウェブ・ユーザー・アンケート調査" (<http://www.yahoo.co.jp/docs/result/result4/index.html>).
- 16) エレクトロニック・コマース・ネットワーク (ECN), インターネット・ユーザー調査, "第12回インターネット利用に関する調査結果".
- 17) サイバースペース・ジャパン, "第7回 CSJWWW 利用者調査", (<http://www.csj.co.jp/www7>)(1998).
- 18) 橋本良明他, "女性のインターネット利用実態", "東京大学社会情報研究所調査研究紀要"11号, 東京大学社会情報研究所, (1998).
- 19) GVU's 9th WWW User Surveys (http://www.cc.gatech.edu/gvu/user_surveys/survey-1998-04/).
- 20) 野村総合研究所, "情報通信利用者動向の調査", (<http://www.nri.co.jp/nri/news/980525.html>) (1998).
- 21) 中村功, "生活状況と通信メディアの利用"; 中村功他, "情報生活とメディア", 北樹出版 (1997).
- 22) サイバースペース・ジャパン (CSJ), "第8回 WWW 利用者調査", (<http://www.csj.co.jp/www8>) (1998).
- 23) 日本インターネット協会, "インターネット白書'98", インプレス (1998).
- 24) 橋元良明他, "大学生の,"マルチメディア"に関する意識と利用実態", 東京大学社会情報研究所調査研究紀要 6号, 東京大学社会情報研究所 (1995).
- 25) 橋元良明他, "大学生の通信行動実態", 東京大学社会情報研究所調査研究紀要 9号, 東京大学社会情報研究所 (1997).
- 26) 神戸市企画調整局, "情報化・マルチメディアに関するアンケート調査結果"(1994).
- 27) 社団法人日本経営協会, "インターネットの個人利用に関する実態調査報告書"(1996).
- 28) 橋元良明他, "東京都民情報行動の変化と実態", 東京大学社会情報研究所調査研究紀要 4号, 東京大学社会情報研究所 (1994).
- 29) 橋元良明他, "1991年東京都民情報行動の変化と実態", 東京大学社会情報研究所調査研究紀要 2号, 東京大学社会情報研究所 (1992).
- 30) (財)全国少年補導員協会, "コンピューターネットワークを利用する少年に関する調査", (1997).

(女子高校生及び女性に関する文献)

- 1) 伊藤淳子, "女子高生のクチコミのつくりかた", 情報メディア, 26-6(1996).
- 2) 山根一眞, "ギャルの構造", 世界文化社 (1991).
- 3) 高山勉, "キャンパス用語集 1994年(第4版)"(1994).
- 4) 高山勉, "キャンパス用語集 1995年(第5版)"(1995).
- 5) 高山勉, "キャンパス用語集 1996年(第6版)"(1996).
- 6) 高山勉, "キャンパス用語集 1997年(第7版)"(1997).
- 7) 読売テレビ, "Y's EYES 97 高校生の本"(1997).
- 8) 阿部潔, "インターネットのなかの,"若者"コミュニケーション", 大阪府生活文化部青少年課, "青少年問題研究"(1997).
- 9) 村松泰子他, "情報化の進展と女性の生活", "帝京社会学第7号"(1994).
- 10) あごら新宿, "女の生き方とその評価 - 総理府世論調査の物語るもの -", あごら MINI 編集部 (1998).
- 11) Big★Mind & ビッグマインドクラブ編, "女子高生名鑑", 読売新聞社 (1998).
- 12) 米川明彦, "若者語を科学する", 明治書院 (1998).

(モノの消費の流行)

- 1) 船井幸雄, "消費・商品トレンド 全予測", 実業之日本社 (1998).
- 2) 西川りょうじん監修・トレンド研究会, "女性トレンド 1999 全予測", 実業之日本社 (1998).
- 3) 西村晃他, "女性トレンド 1998 全予測", 実業之日本社 (1998).

- 4) 井上憲一, "彼女がサイフを開くとき", ベストブック (1998).
- 5) 榮久庵憲司, "モノと日本人", 東京書籍 (1994).
- 6) 柏木 博, "20 世紀をつくった日用品", 晶文社 (1998).

(消費の動向)

- 1) 野村総合研究所社会・産業研究本部, "変わりゆく日本人", 野村総合研究所情報リソース部 (1998).
- 2) 経済企画庁調査局編, "家計消費の動向 平成 10 年版", 大蔵省印刷局 (1998).
- 3) 経済企画庁調査局編, "家計消費の動向 平成 11 年版", 大蔵省印刷局 (1999).
- 4) 総理府青少年対策本部編, "情報化社会と青少年", 大蔵省印刷局 (1997).
- 5) 余暇開発センター, "余暇需要及び産業動向に関する基礎調査研究", 余暇開発センター (1998).
- 6) 東京都生活文化局女性青少年部青少年課, "平成 9 年度青少年健全育成基本調査「青少年の生活と意識及び青少年関連の各種統計資料等に関する調査」報告書”(1998).
- 7) 総務庁統計局, "平成 8 年社会生活基本調査報告 第 6 巻 国民の生活時間・余暇活動(解説編)", 日本統計協会 (1998).
- 8) 総務庁統計局, "平成 6 年全国消費実態調査報告 第 2 巻 品目編 その 1 全国", 日本統計協会 (1996).
- 9) 総務庁統計局, "平成 6 年全国消費実態調査報告 第 2 巻 品目編 その 2 地域", 日本統計協会 (1996).
- 10) 総務庁統計局, "平成 6 年全国消費実態調査報告 第 1 巻 家計収支編", (1996).
- 11) 総務庁統計局, "平成 6 年全国消費実態調査報告 第 3 巻 主要耐久消費財, 貯蓄・負債編", (1996).
- 12) 総務庁統計局, "平成 6 年全国消費実態調査報告 第 5 巻 特定世帯編", 日本統計協会 (1997).
- 13) 総務庁統計局, "平成 6 年全国消費実態調査報告 第 6 巻 資料編 その 1 家計", 日本統計協会 (1998).
- 14) 総務庁統計局, "平成 6 年全国消費実態調査報告 第 6 巻 資料編 その 2 家計", 日本統計協会 (1997).
- 15) 商品科学研究所編, "生活財生態学", リプロポート (1980).
- 16) 商品科学研究所編, "生活財生態学 II", 商品科学研究所 (1983).

(マーケティング)

- 1) 中村実生雄, "業界別マーケティングデータ集 2 情報通信業界", (株)ホロン (1998).
- 2) 中村実生雄, "業界別マーケティングデータ集 3 コンピュータ業界", (株)ホロン (1998).
- 3) インターネット・マーケティング研究会, "インターネット広告 '98", ソフトバンク (1998).
- 4) 坂元慶行, "カテゴリカルデータのモデル分析", 共立出版 (1985).
- 5) 柳澤安慶, 松本洋志, "インターネット・バリューチェーンマーケティング" SCC (1998).

(自由記述の言語分析の参考)

- 1) 池上嘉彦, "するとなるの言語学" 大修館書店 (1981).
- 2) 米川明彦, "若者ことば辞典", 東京堂出版 (1997).
- 3) 山根一眞, "変体少女文字の研究", 講談社 (1986).
- 4) 日本大辞典刊行会編, "日本国語大辞典", 小学館 (1976).
- 5) 森田良行, "基礎日本語 1-3", 角川書店 (1977).
- 6) 森岡健二, "語彙史", 明治書院 (1982).
- 7) 諸橋徹次, "大漢和辞典 巻 1-12", 大修館書店 (1994).
- 8) 東洋学術研究所, "大漢和辞典 語彙索引", 大修館書店 (1990).

(情報通信システムの分析)

- 1) 鬼木甫, "新しい情報通信技術と産業連関分析".
- 2) 泰 北, 水鉤 揚四郎, "計量経済モデルによる中国の通信と経済発展に関する研究".
- 3) 石野福彌, "ATR 委託研究報告: 経済と情報通信の相互作用について"(1998).
- 4) 富田典英・藤本憲一・岡田朋之・松田美佐・高広伯彦, "ポケベル・ケータイ主義!", ジャストシステム (1997).
- 5) Sara Kiesler "CULTURE OF THE INTERNET", Lawrence Erlbaum Associates, Inc. (1997).
- 6) O'Reilly & Associates. "The Internet & Society", Harvard University Press (1997).
- 7) 通商産業省, "通商白書 平成 10 年版", 大蔵省印刷局 (1998).
- 8) 財団法人機械振興協会経済研究所, "デジタル・コミュニケーションへの模索", 機械振興協会経済研究所 (1998).
- 9) 財団法人機械振興協会経済研究所, "デジタル社会の到来と課題", 機械振興協会経済研究所 (1996).
- 10) 岡山県高度情報化研究会, "岡山県が目指すべき高度情報化の基本的方向" (1996).
- 11) 岡山県企画部, "岡山県高度情報化基本計画".
- 12) 東京大学社会情報研究所編, "情報行動と地域情報システム", 東京大学出版会 (1996).
- 13) 東京大学社会情報研究所編, "日本人の情報行動", 東京大学出版会 (1997).
- 14) 電通総研メディア研究チーム編著, "情報メディア大予言", 電通 (1996).
- 15) 報堂生活総合研究所編, "「五感」の時代: 視・聴・嗅・味・触の消費社会学", プレジデント社 (1994).
- 16) 一ツ橋文芸教育振興会, "ポケベル等通信媒体調査", 日本青少年研究所 (1997).

(消費者(心理)の動向)

- 1) 杉本徹雄編, "消費者理解のための心理学", 福村出版 (1997).
- 2) 馬場房子, "消費者心理学", 白桃書房 (1977).
- 3) 小嶋外弘, "価格の心理学", ダイアモンド社 (1986).
- 4) 小嶋外弘, 梅沢伸嘉, 佐藤隆三, "商品開発のための消費者研究", 日科技連 (1972).
- 5) 片平秀貴, "新しい消費者分析ム LOGMAP の理論と応用", 東京大学出版会 (1991).
- 6) 井原哲夫, "フロー化社会のライフスタイル—経済学から人間観察", 中央経済社 (1994).
- 7) 飽戸弘編, "消費行動の社会心理学", 福村出版 (1994).
- 8) 武田 徹, "流行人類学クロニクル", 日経 BP 社 (1999).

(流行のに関して)

- 1) M. ウェーバー著; 浜島朗, 徳永恂訳, "社会学論集", 青木書店 (1971).
- 2) G. ジンメル著; 円子修平, 大久保健治訳, "文化の哲学", 白水社 (1976).
- 3) G. ジンメル著; 居安正訳, "社会分化論", 青木書店 (1970).
- 4) "Georg Simmel on Individuality and Social Forms. Selected Writings" edited by Donald N. Levine, The University of Chicago Press (1971).
- 5) 川本 勝, "流行の社会心理学", 勁草書房 (1981).
- 6) 柳沢 花芽, "メディア普及の流行的側面に関する考察", 東京大学社会情報研究所 紀要 No. 52, 67(1996).

(その他)

- 1) 日本能率協会総合研究所, "ビジネス調査資料総覧 1997-1998", 日本能率協会総合研究所 (1997).
- 2) 見田宗介他, "時間と空間の社会学", 岩波書店 (1996).
- 3) 上野千鶴子他, "ジェンダーの社会学", 岩波書店 (1995).
- 4) 吉見俊哉他, "デザイン・モード・ファッション", 岩波書店 (1996).
- 5) 厚東洋輔他, "現代社会学の理論と方法", 岩波書店 (1997).
- 6) フェスティンガー著; 末永俊郎監訳, "認知的不協和の理論: 社会心理学序説", 誠信書房 (1965).
- 7) ジャン・ボードリヤール著 今村仁司, 塚原史 訳, "消費社会の神話と構造", 紀ノ国屋書店 (1995).
- 8) 山岸俊男, "信頼の構造", 東京大学出版会 (1998).
- 9) マーガレット=ミード著; 田中寿美子, 加藤秀俊訳, "男性と女性: 移りゆく世界における両性の研究", 東京創元社 (1961).
- 10) エドウィン・アードナー [ほか] 著; 山崎カヲル監訳, "男が文化で, 女が自然か?", 晶文社 (1987).
- 11) 佐藤 尚規, "インターネットで簡単にできるアンケート調査のテクニック", 毎日コミュニケーションズ (1998).
- 12) 飽戸弘, "社会調査ハンドブック", 日本経済新聞社 (1987).
- 13) 安田三朗・原純輔, "社会調査ハンドブック [第3版]", 有斐閣双書 (1982).