

第2節

母親のメディア行動

(2) ママ友との連絡手段

母親のメディア行動について、ママ友との連絡手段を分析した結果、携帯電話・スマートフォンをもっとも使用し、通話とメールを頻繁に行ってることがわかった。SNSを連絡手段として利用する場合にはコホート差があり、世代が若いほど利用率が高い。

第2節では、母親のメディア行動について、ママ友と連絡を取る6種の手段（固定電話、携帯電話・スマートフォン、パソコンのメール、携帯電話・スマートフォンのメール、インターネット上のコミュニティサイト、インスタントメッセンジャー（LINEなど））から述べる。

●ママ友連絡は携帯電話・スマートフォンが主流

図3-2-1は、ママ友と連絡を取るために使用する手段別に、頻度（よくある・ときどきある・あまりない・ぜんぜんない）を4段階評定尺度でたずねた結果を、20代以下・30代・40代以上の3世代別に表したものである。加えて、ママ友との6種の連絡手段を「通話」（固定電話・携帯電話・スマートフォン）、「メール」（パソコン・携帯電話・スマートフォン）、「SNS」（インターネット上のコミュニティサイト・インスタントメッセンジャー（LINEなど））の3項目に総括している。

表3-2-1は、図3-2-1をもとに連絡する頻度を「よくある」+「ときどきある」、「あまりない」+「ぜんぜんない」の2項目にまとめたものである。

「通話」では、「固定電話」より「携帯電話・スマートフォン」で連絡する母親が多い。「固定電話」を使うことが「よくある」+「ときどきある」母親の割合は、どの年代も低く（20代以下1.7%<30代6.4%<40代

以上9.4%）、とくに20代以下の95.7%はあまり使っていない。一方、「携帯電話・スマートフォン」を使うことが「よくある」+「ときどきある」母親の割合は、どの年代も高かった（20代以下76.2%<30代76.5%>40代以上70.2%）。なかでも「よくある」母親の割合は、20代以下49.6%・30代46.2%・40代以上39.9%を占めていた。

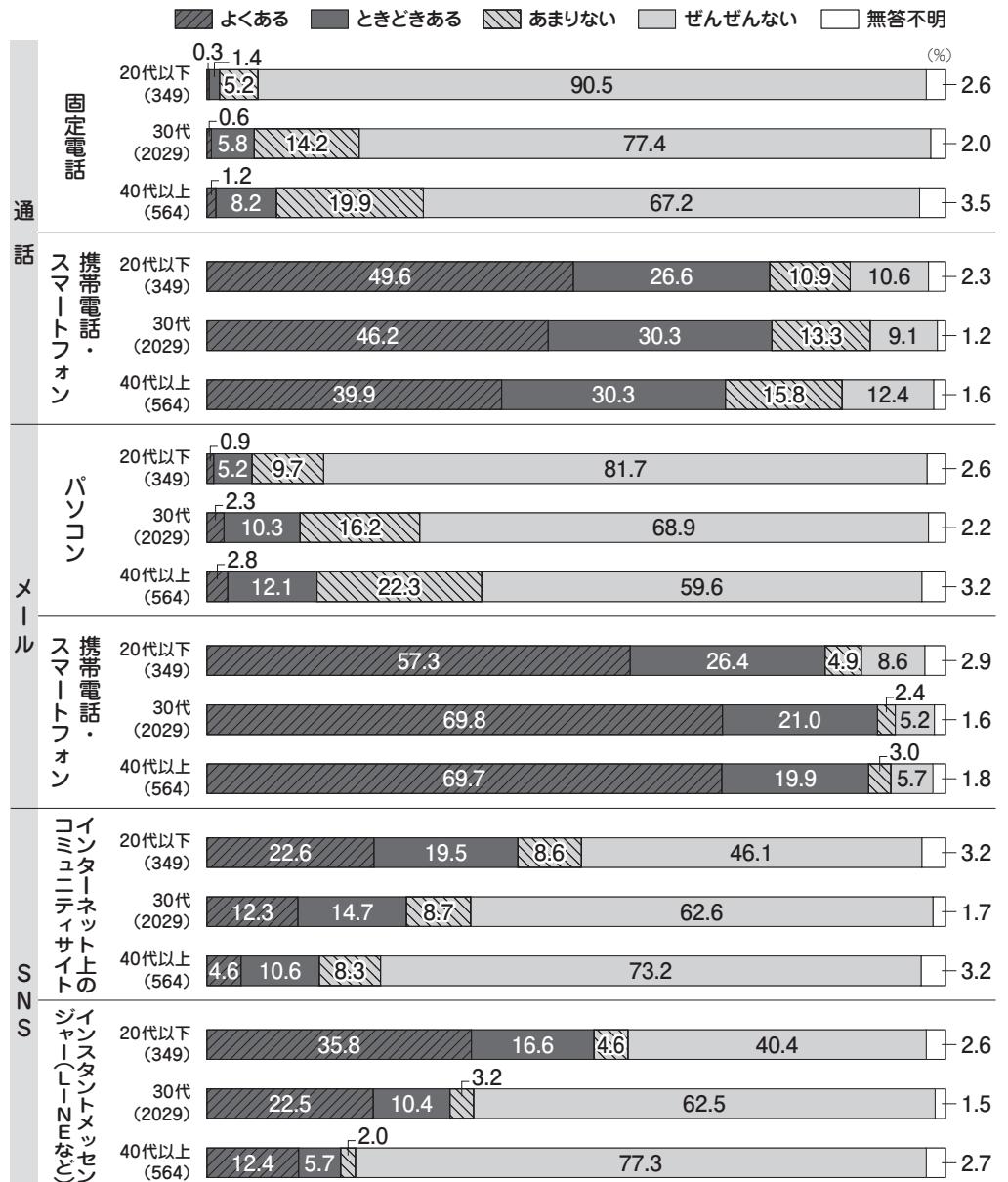
「メール」では、大多数の母親が「パソコン」より「携帯電話・スマートフォン」で連絡している。「パソコンのメール」を使うことが「よくある」+「ときどきある」母親の割合は、どの年代も低く（20代以下6.1%<30代12.6%<40代以上14.9%）、とくに20代以下は30代と40代以上の半数以下であった。ところが、「携帯電話・スマートフォンのメール」を使うことが「よくある」+「ときどきある」母親の割合は、どの年代も高かった（20代以下83.7%<30代90.8%>40代以上89.6%）。また、使うことが「よくある」母親は、20代以下57.3%・30代69.8%・40代以上69.7%と半数を超えていた。

全体的に、母親の7割以上が通話、8割以上がメールを携帯電話・スマートフォンで行っており、母親の連絡手段として携帯電話・スマートフォンが主流になっていることがわかる。

●ママ友連絡、SNSにコホート差

「SNS」では、「インターネット上のコミュニティサイト」「インスタントメッセンジャー

図3-2-1 ママ友との連絡手段



注) ()内はサンプル数。

(LINEなど)とともに年代差がみられる。「インターネット上のコミュニティサイト」を使うことが「よくある」+「ときどきある」母親は、20代以下42.1%>30代27.0%>40代以上15.2%であり、「インスタントメッセンジャー(LINEなど)」を使うことが「よくある」+「ときどきある」母親は、20代以下52.4%>30代32.9%>40代以上18.1%である。「SNS」では、いずれも20代以下の母親の半数近くが連絡手段に使っており、とりわけ「インターネット上のコミュニティサイト」では22.6%、「インスタントメッセンジャー(LINEなど)」35.8%と「よくある」頻度が高い。

20代以下>30代>40代以上と、若年層になるほどソーシャルメディアの利用率が高い傾向である。

●母親は通話系コミュニケーションよりもテキスト系コミュニケーションで連絡

本調査結果と「平成24年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」(総務省 情報通信政策研究所、2013)を比較する。

総務省調査では、通話系コミュニケーション(「携帯通話」「固定通話」「ネット通話」とテキスト系コミュニケーション(「ソーシャルメディア」「メッセンジャー・チャット」「メール・SMS」)の利用時間と行為者を分

析している。

まず、総務省調査では、通話系コミュニケーションは「携帯通話」>「インターネット通話(Skype/LINEなど)」>「固定通話」の順で利用時間が長かった。これは、本調査の母親の連絡手段が「携帯電話・スマートフォン」>「固定電話」という結果と合致する。無料サービスが多い「インターネット通話」について、本調査ではたずねていないが、今後は母親の連絡手段の選択肢として増加が見込まれる。

次に、総務省調査でのテキスト系コミュニケーションの利用時間については、「メール・SMS」>「ソーシャルメディア(Twitter/mixi/Facebook)」>「メッセンジャー・チャット」の順になっている。大様的ではあるが、本調査では「メール」>「インスタントメッセンジャー(LINEなど)」に該当すると思われる。

全体的な傾向として、総務省調査では、通話系コミュニケーションよりもテキスト系コミュニケーション、とくに「メール・SMS」の行為者率が高かった。本調査の母親も8割以上がメールで連絡しており、テキスト系コミュニケーションが通話系コミュニケーションより手段としてとられる傾向にある。これは、76世代である30代以降が、直接対話よりテキストベースのコミュニケーションのほうが自然に感じる傾向と関連していると思われる。

表3-2-1 ママ友との連絡手段の頻度

	手段	年 齢	よくある+ときどきある	あまりない+ぜんぜんない	無答不明	(%)
通 話	固定電話	20代以下(349)	1.7	95.7	2.6	
		30代(2029)	6.4	91.6	2.0	
		40代以上(564)	9.4	87.1	3.5	
	携帯電話・スマートフォン	20代以下(349)	76.2	21.5	2.3	
		30代(2029)	76.5	22.4	1.2	
		40代以上(564)	70.2	28.2	1.6	
メ ール	パソコン	20代以下(349)	6.1	91.4	2.6	
		30代(2029)	12.6	85.1	2.2	
		40代以上(564)	14.9	81.9	3.2	
	携帯電話・スマートフォン	20代以下(349)	83.7	13.5	2.9	
		30代(2029)	90.8	7.6	1.6	
		40代以上(564)	89.6	8.7	1.8	
S N S	インターネット上の コミュニティサイト	20代以下(349)	42.1	54.7	3.2	
		30代(2029)	27.0	71.3	1.7	
		40代以上(564)	15.2	81.5	3.2	
	インスタント メッセンジャー (LINEなど)	20代以下(349)	52.4	45.0	2.6	
		30代(2029)	32.9	65.7	1.5	
		40代以上(564)	18.1	79.3	2.7	

注) ()内はサンプル数。