

JSET 07-1

日本教育工学会
研究報告集

RESEARCH REPORT
OF JSET CONFERENCES

授業実践とメディア活用

園田学園女子大学

2007年3月3日(土)

JSET 日本教育工学会

大学生のPCや携帯電話などのメディア利用行動に関する調査

Survey on the use of media by university students

-予備調査の実施と結果-

Result of preliminary survey

辻靖彦*1・葉田善章*1・西森年寿*2・稲葉利江子*3・清水康敬*1

Yasuhiko TSUJII*1, Yoshiaki HADA*1, Toshihisa NISHIMORI *2, Rieko INABA*3, Yasutaka SHIMIZU*1

メディア教育開発センター*1・東京大学 大学総合教育研究センター*2

情報通信研究機構 知識創成コミュニケーション研究センター*3

*1National Institute of Multimedia Education *2 Center for Research and Development of Higher Education, The University of Tokyo *3 Knowledge Creating Communication Research Center, National Institute of Information and Communication Technology

<あらまし>大学生のPCや携帯電話などのメディア利用行動に関する調査を行った。この調査は、大学生が日常的に、どのようにPCや携帯電話を用いているのか、誰とどのようなコミュニケーションを行っているのか等を問うもので、首都圏の大学生89名から回答を得た。その結果、学生がとるメディア行動として、①メディアごとのコミュニケーション活動、②情報の入手や活用状況、③学校が提供するサービスの利用状況を明らかにした。

<キーワード>大学生 メディア 携帯電話 実態調査 高等教育

1 調査の背景と目的

大学教育には様々な局面でのメディア活用が望まれている。大学審議会の答申(1998)によれば「コンピュータ・ネットワークを活用した授業に対する学生の質問等の受付や教材提供など学生の授業外における学習促進のためのパソコン等の活用」などへの積極的な取り組みが期待されている。

このような大学教育におけるメディア活用の取り組みは学生側の利用があってこそ意義のあるものとなる。そのために、学生と教育に関する情報をやりとりする際に、どのような通信手段(メディア)を用いることが適切で効果的であるのかを見極める必要がある。例えば、インターネットの利用といっても、Web、メール、携帯電話、PC等様々な手段がある。それぞれが学生にとって日常的にどのような意味を持つのかによって、その利用の度合いも変わってくると考えられる。

情報通信白書によれば、インターネットの世帯利用人口普及率は1997年度には9.7%であったが、2005年度には66.8%にまで増加している(総務省2006)。このことから分かるように、インターネットの利用が多くの大学生にとって日常的となってきた急激な変化の時代にあつて、大学生たちのメディア利用のスタイルとその多様性が見えにくい

状況がある。

このような背景のもとに、筆者らは大学生のPCや携帯電話などの利用実態を明らかにし、大学教育でのメディアの活用がいかにあるべきかを検討するための基礎データを得る必要がある。そこで、携帯電話やPCの利用のされ方の詳細を知ること、それらを通じた教育サービスのニーズや利用可能性を探ることが重要である。

そこで本研究では、首都圏の大学生の被験者を対象にアンケート調査を実施した。その結果、学生がとるメディア行動として、①メディアごとのコミュニケーション活動、②情報の入手や活用状況、③学校が提供するサービスの利用状況が得られた。これらの結果は、大学での情報教育の方針の検討に有用であり、学生の情報メディア利用の実態からこの後の大学教育がいかにあるべきかを考えるために参考になると考えられる。

本報告では、調査方法や項目の適切性などを検討することにある。今回の報告では、特に、一般的な調査に比べて特徴的な項目に着目し、調査の結果を述べ、今後の調査の方向性を検討する。

2 調査の概要

調査項目は、大学生への普段のメディア利用についてのインタビューをもとに作成した。項目は

123 項目あり、内容は 1) 学年や通学方法、普段の生活時間などを問う基本項目、2) 携帯電話の利用実態の詳細や、各種機能への関心を問うもの、3) PC の利用実態の詳細やeラーニングの経験を問うもの、4) PDA やゲーム機や音楽プレイヤーなどのモバイル機器などの利用実態の詳細を問うもの、5) パソコンや携帯電話を使ったインターネット利用の詳細を問うものから構成される。調査紙はメディア教育開発センターが提供している Web ベースのアンケートシステム REAS (<http://reas.nime.ac.jp/>) を用い、サーバにアクセスして Web ブラウザで回答する方法を採用した。

調査は2006年3月と10月の2つの時期に分けて行った。

調査対象の学生は公募して調査対象となったのは、首都圏の6大学(東京都4大学、千葉県1大学、神奈川1大学)に通学する89人(男性35人、女性54人)の学生であった。学年の分布は、1年9人、2年51人、3年22人、4年6人、修士1年1人であった。

調査の手続きとしては、応募のあった学生を会場に集合させ、諸注意を行ったのち、用意したPCを用いて回答させた。標準的な回答時間は60分から80分程度であった。

以下では、主たる項目について調査の結果を述べる。また、特に各種のメディアの利用の程度などの基本的な項目については、学年や年齢、ネットワークやPCの利用時間などとの関係について分析を行って結果を説明する。

3 調査の結果

3.1 携帯の通話・着信・メール送受信

(1) 携帯メールの送信

携帯メールの1日の送信数の回答結果と他の回答結果との関連性について調べた。Spearmanの順位相関係数を求めたところ、年齢および学年が低い人ほど有意に携帯メールの送信数が多い結果が確認できた(年齢: $N=89, r=.317, p<.005$ 、学年: $N=89, r=.333, p<.005$)。1日の携帯メールの送信数の回答を学年別に積み上げたグラフを図1に記す。このグラフより、大学2年生は1~3通から20通以上の各項目に均一に分布しているのに対し、大学3年生や4年生は1~3通が最も多く、4通以上の項目には度数が少ないことが見て取れる。

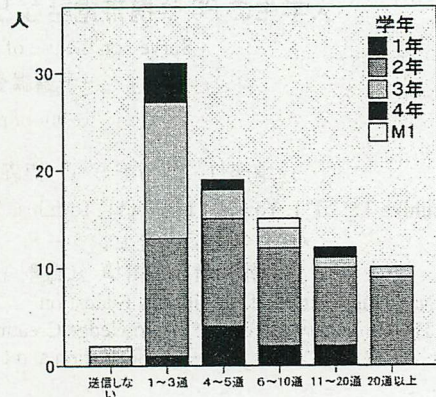


図1 1日に送信する携帯メールの数の分布

次に、携帯メールを用いて誰とどのようなやり取りをしているかについて調べた。親・兄弟・友達・恋人・先生に対する様々な内容のやりとりの頻度について、「1. まったくしない」から「4. よくする」の4段階で回答させた(表1)。

親に対しては「連絡や報告」が最も多く(平均=2.57)、兄弟については「催促やお願い」(平均=2.16)、友達や恋人に対しては「外出の約束」(友達: 平均=3.37、恋人: 平均=3.32)、先生に対しては「質問」(平均=1.57)という結果が得られた。

この結果より、携帯メールは先生以外の相手に対しては全般的に普及しており、よく利用されていると考えられる。さらに、これらの項目と学年との相関を調べたところ、友達への「世間話 (-.274**)」、「相談 (-.316**)」、「質問 (-.268*)」、「授業に関する約束 (-.240*)」、先生への「世間話 (-.237*)」、「お祝いや挨拶 (-.259*)」について負の相関が確認できた(*は5%水準、**は1%水準で有意を意味するものとする。以下同様)。これより、携帯メールを用いたこのような話題のやり取りについては学年が上の学生ほどしない傾向がある可能性が示唆された。

また、1日の携帯メール送信数とPCメールのチェック頻度との間でSpearmanの順位相関係数を求めたところ、弱い負の相関が確認できた($N=89, r=-.304, p<.01$)。PCメールを頻繁に確認している学生は携帯メールを比較的使用していない傾向がある可能性が示唆されていると考えられる。

(2) 携帯メールの受信

携帯メールの1日の受信数の回答結果と他の回答結果との関連性について調べた。年齢及び学年

と携帯メールの1日の受信数との間で Spearman の順位相関係数を求めたところ、年齢及び学年が低い人ほど携帯メールの受信数が多い有意傾向が確認できた(年齢: $N=89$, $r=.288$, $p<.01$ 、学年: $N=89$, $r=.296$, $p<.01$)。1日の携帯メールの受信数の回答を学年別に積み上げたグラフを図2に記す。この図より携帯メール送信数と同様に大学2年生は均一に分布しているのに対し、大学3年生及び4年生は1~3通と回答した学生が最も多く、4通以上は少ない傾向が見て取れる。

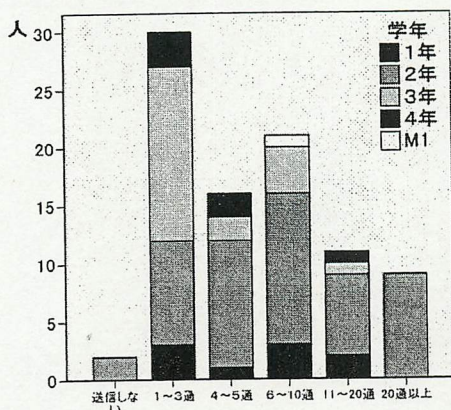


図2 1日に受信する携帯メールの数

また、携帯メール受信数と送信数との間で相関を求めたところ、高い相関が確認できた ($N=89$, $r=.756$, $p<.001$)。これより、携帯メールの受信の多い学生は比較的低学年で年齢も若く、携帯メールの送信も多く行っている可能性が示唆されたと考えられる。

さらに、携帯メールの受信数と自宅でのPC利用時間の間に負の相関が確認できた ($N=89$, $r=-.277$, $p<.01$)。同様に携帯メールの受信数と自宅でのネット利用時間の間にも負の相関が確認できた ($N=89$, $r=-.303$, $p<.01$)。さらに携帯メール受信数と1日のPCメールのチェック頻度との間にも負の相関が確認できた ($N=89$, $r=-.242$, $p<.05$)。これにより、PCやPCを用いて自宅でインターネットを長い時間利用し、かつPCメールを頻繁に確認している学生は携帯メールを比較的に受信していない傾向がある可能性が示唆された。

(3) 携帯電話の通話

1日の通話回数の回答結果を図3に示す。自分の性格を外向的か内向的かで判断させた項目との関連性を χ^2 検定及び残差分析を用いて調べたと

ころ、自分の性格を外向的と回答した学生の方が1日の通話の回数が有意に多い結果が確認できた ($\chi^2(4)=20.34$, $p<.001$)。また、通話回数と、家や学校以外の場所におけるPC利用時間及び家や学校以外の場所におけるネット利用時間との Spearman の順位相関を調べたところ、正の相関が確認できた (PC: $N=89$, $r=.351$, $p<.005$ 、ネット: $N=89$, $r=.400$, $p<.001$)。また、携帯メールの送受信数との間にも正の相関が確認できた (送信: $N=89$, $r=.405$, $p<.001$ 、受信: $N=89$, $r=.408$, $p<.001$)。

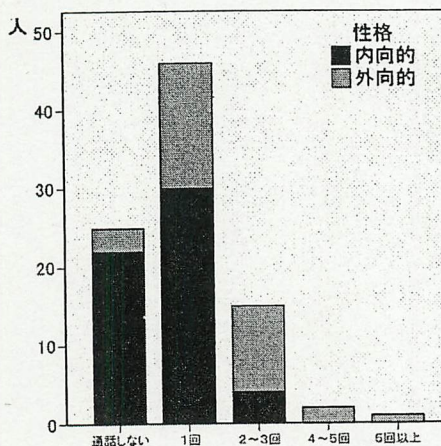


図3 1日に通話する回数 (携帯電話)

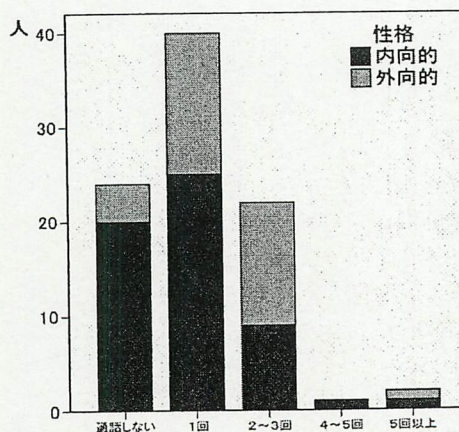


図4 1日に着信する回数 (携帯電話)

1日の着信回数の回答結果を図4に示す。性格との関連性について χ^2 検定を用いて調べたところ、自分の性格を外向的と回答した学生の方が1日の着信回数が有意に多い結果が確認できた ($\chi^2(4)=9.54$, $p<.05$)。また、着信回数と、家や学

校以外の場所における PC 利用時間及び家や学校以外の場所におけるネット利用時間との相関を調べたところ、正の相関が確認できた (PC : $N=89$, $r=.266$, $p<.05$, ネット : $N=89$, $r=.272$, $p<.05$)。また、携帯メールの送受信数との間にも正の相関が確認できた (送信 : $N=89$, $r=.349$, $p<.005$, 受信 : $N=89$, $r=.462$, $p<.001$)。通話回数と着信回数に正の相関が見られた ($N=89$, $r=.704$, $p<.001$)。

携帯メールと同様に、通話機能を用いて誰とどのようなやりとりをしているかについて調べた (表 1)。その結果、親に対しては「連絡や報告」が最も多く (平均=3.07)、兄弟については「催促やお願い」 (平均=2.10)、友達に対しては「外出の約束」 (平均=2.97)、恋人に対しては「世間話」 (平均=3.30)、先生に対しては「連絡や報告」 (平均=1.37) が最も高いという結果が得られた。この結果より、携帯電話による通話機能も先生以外の相手に対しては全般的に普及しており、よく利用されていると考えられる。次に学年との相関を求めたところ、兄弟への「催促やお願い (-.303**」、友達への「相談 (-.424**」、授業に関する約束 (-.229*)、先生への「お祝いや挨拶 (-.262*)」に関して、負の相関が確認できた。これより、学年が上の学生はこれらの話題に関するやり取りを通話では比較的していない傾向があることが示唆された。

3.2 PCメールのチェック頻度・送受信

(1) PCメールチェック

被験者が PC メールをチェックする頻度について調べた。本回答項目と他の項目との Spearman の順位相関を調べたところ、PCメールの利用経験 ($N=89$, $r=.340$, $p<.005$)、自宅の PC 利用時間 ($N=89$, $r=.352$, $p<.005$)、自宅のインターネット利用時間 ($N=89$, $r=.290$, $p<.01$)、PCメールの1日の送信数 ($N=89$, $r=.520$, $p<.001$)、PCメールの1日の受信数 ($N=89$, $r=.626$, $p<.001$)、PCメールアドレスの個数 ($N=89$, $r=.537$, $p<.001$)、年齢 ($N=89$, $r=.428$, $p<.001$)、学年 ($N=89$, $r=.454$, $p<.001$) との間にも正の相関が確認できた。PCメールをチェックする頻度について、学年別に積み上げたグラフを図5に示す。

また、本項目と1日の携帯電話によるメール送受信数との間に負の相関が確認できた (携帯メール送信 : $N=89$, $r=-.304$, $p<.005$, 携帯メール受信 :

$N=89$, $r=-.242$, $p<.05$)。本項目から、PCで頻繁にメールをチェックしている学生は、比較的 PCメールの利用経験が豊富で、学年が上であり、自宅の PC 利用時間が長く、携帯メールはあまり送受信しない傾向があることが示唆された。

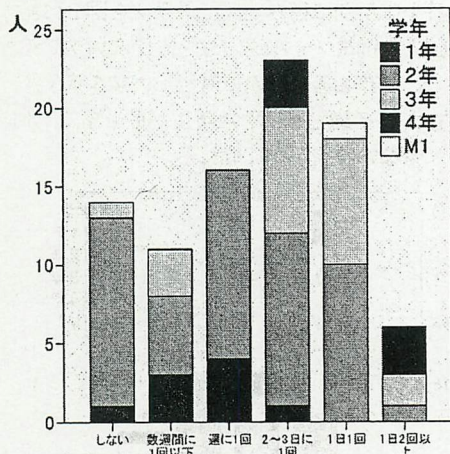


図5 PCメールをチェックする頻度

(2) PCメール送受信

被験者の学生が1日に送受信する PC メール数を図6に示す。本項目と他の回答結果との関連性を同様に Spearman の順位相関係数を用いて調べたところ、PCメールの送信数と受信数には正の相関が確認された ($N=89$, $r=.590$, $p<.001$)。さらに、送信・受信共に学生が所持している PC メールアドレスの個数と正の相関が確認できた (送信 : $N=89$, $r=.257$, $p<.05$, 受信 : $N=89$, $r=.444$, $p<.005$)。PCメールの受信数は年齢との間に弱い正の相関が確認された ($N=89$, $r=.231$, $p<.05$)。

続いて、携帯電話と同様に PCメールを用いて誰とどのようなやりとりをしているかについて調べた (表 1)。その結果、親に対しては「写真や画像を送る」が最も多く (平均=1.20)、兄弟についても「写真や画像を送る」 (平均=1.23)、友達に対しては「授業関係のファイルを送る」 (平均=1.61)、恋人に対しては「写真や画像を送る」 (平均=1.34)、先生に対しては「質問」 (平均=1.46) が最も高いという結果が得られた。この結果より、PCメール自体が全体的にはあまり使われていないことが分かる。続いて本項目と学年の間の相関を求めたところ、先生へ「ファイルを送る」場合について正の相関が確認できた (.261*)。

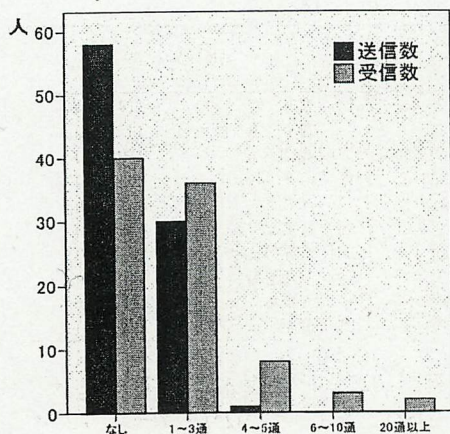


図6 1日にPCメールを送受信する数

3.3 メディア間の比較とメッセージ

前述のように、表1はPCメール、携帯メール、インスタントメッセージ（以下メッセージと表記）、通話機能を用いて学生がどのような内容のやりとりをしているかを調べた結果である。ここではメディア間の比較を行った。

各メディアにおける回答結果を従属変数とした一元配置の分散分析を行った結果、特に教員以外の相手に対してはメディア間における有意な違いが確認できた。例として友達や恋人相手に関してはPCメールやメッセージはあまり使われておらず、携帯メールや通話で連絡を取ることが有意に多い事が確認された。教員への連絡においては、メディア間の差異はメッセージ以外確認できなかった。

また、メッセージを用いて誰とどのようなやりとりをしているかについては、親に対しては「質問」と「現在の様子をうかがう」が最も多く（4段階回答で平均=1.08）、兄弟については「連絡や報告」（平均=1.05）、友達に対しては「世間話」（平均=1.96）、恋人に対しては「写真や画像を送る」（平均=1.09）、先生に対しては「質問」（平均=1.08）が最も高いという結果が得られた。この結果より、メッセージは全体的にはあまり使われていないことが分かる。さらに、本項目と学年の間で相関を求めたところ、兄弟への「世間話（.248*）」、「質問（.248*）」、友達への「世間話（.290**）」、「相談（.252*）」、「外出の約束（.230*）」、「催促やお願い（.277**）」、「質問（.266*）」、「連絡や報告（.233*）」、「様子をうか

（.303**）」の各項目について正の相関が確認できた。これより、学年が上の学生は上記のやり取りでメッセージをより用いていると考えられる。

表1 対象とやりとりの内容のメディア比較

	親				分散分析結果
	PCメール	携帯メール	メッセ	通話	
(1)世間話	1.06	1.57	1.06	1.57	***
(2)相談	1.08	1.73	1.04	1.81	***
(3)外出の約束	1.02	1.91	1.02	2.07	***
(4)催促やお願い	1.09	2.39	1.04	2.52	***
(5)お祝いや挨拶	1.04	1.58	1.02	1.60	***
(6)質問	1.08	2.13	1.08	2.47	***
(7)連絡や報告	1.09	2.57	1.07	3.07	***
(8)現在の様子をうかがう	1.12	1.74	1.08	1.88	***
(9)写真や画像を送る	1.20		1.06		*
(10)ファイル(写真や画像以外)を送る	1.13		1.03		+

	兄弟				分散分析結果
	PCメール	携帯メール	メッセ	通話	
(1)世間話	1.06	1.59	1.04	1.49	***
(2)相談	1.05	1.54	1.02	1.44	***
(3)外出の約束	1.05	1.62	1.04	1.56	***
(4)催促やお願い	1.09	2.16	1.01	2.10	***
(5)お祝いや挨拶	1.06	1.62	1.01	1.54	***
(6)質問	1.10	1.94	1.04	1.89	***
(7)連絡や報告	1.11	2.07	1.05	2.00	***
(8)現在の様子をうかがう	1.05	1.60	1.04	1.59	***
(9)写真や画像を送る	1.23		1.05		*
(10)ファイル(写真や画像以外)を送る	1.11		1.02		-

	友達				分散分析結果
	PCメール	携帯メール	メッセ	通話	
(1)世間話	1.53	3.02	1.93	2.72	***
(2)相談	1.35	2.84	1.71	2.66	***
(3)外出の約束	1.20	3.37	1.56	2.97	***
(4)催促やお願い	1.26	2.80	1.53	2.40	***
(5)お祝いや挨拶	1.40	2.73	1.46	2.28	***
(6)質問	1.31	3.16	1.74	2.69	***
(7)連絡や報告	1.44	3.20	1.75	2.85	***
(8)現在の様子をうかがう	1.34	2.62	1.76	2.25	***
(9)告白	1.07	1.28	1.67	1.31	***
(10)写真や画像を送る	1.54				
(11)授業関係のファイルを送る	1.61				
(12)ファイル(写真や画像以外)を送る	1.40		1.63		-
(13)授業に関して一緒に勉強するなどの約束	1.16	2.67		2.33	***
(14)授業に関する催促やお願い	1.17	2.81		2.47	***

	恋人				分散分析結果
	PCメール	携帯メール	メッセ	通話	
(1)世間話	1.30	3.20	1.05	3.30	***
(2)相談	1.09	2.64	1.05	2.68	***
(3)外出の約束	1.07	3.32	1.05	3.20	***
(4)催促やお願い	1.09	2.75	1.05	2.52	***
(5)お祝いや挨拶	1.09	2.80	1.07	2.82	***
(6)質問	1.09	2.73	1.09	2.73	***
(7)連絡や報告	1.05	3.05	1.07	3.05	***
(8)現在の様子をうかがう	1.14	2.73	1.07	2.75	***
(9)写真や画像を送る	1.34		1.09		-
(10)ファイル(写真や画像以外)を送る	1.18		1.02		-

	先生				分散分析結果
	PCメール	携帯メール	メッセ	通話	
(1)世間話	1.06	1.15	1.03	1.13	-
(2)相談	1.25	1.37	1.04	1.33	**
(3)外出の約束	1.07	1.13	1.04	1.09	-
(4)催促やお願い	1.13	1.25	1.03	1.15	*
(5)お祝いや挨拶	1.12	1.13	1.06	1.13	-
(6)質問	1.46	1.51	1.08	1.33	***
(7)連絡や報告	1.42	1.51	1.04	1.37	***
(8)現在の様子をうかがう	1.04	1.17	1.04	1.15	+
(9)写真や画像を送る	1.18		1.06		+
(10)ファイル(写真や画像以外)を送る	1.44		1.03		***

***は0.1%、**は1%、*は5%、+は10%で有意を意味する

表2 閲覧しているWeb サイトの内容(上位10サイト)

携帯 Web			PC Web		
無料		有料			
1. 電車の乗り換え	3.24 (1.07)	1. 着メロ、着うた	2.00 (1.12)	1. 趣味一般	3.24 (1.03)
2. 気象情報	2.61 (1.15)	2. 画像ファイル	1.49 (0.89)	2. 電車の乗り換え	3.12 (0.98)
3. 着メロ、着うた	2.48 (1.10)	3. サイトのゲーム	1.49 (0.89)	3. 地図	2.99 (0.98)
4. 画像ファイル	2.40 (1.15)	4. 電車の乗り換え	1.43 (0.89)	4. 時事ニュース	2.91 (1.13)
5. 交通重行状況	2.16 (1.15)	5. 気象情報	1.38 (0.89)	5. 映画	2.85 (1.00)
6. 友達の日記	2.15 (1.30)	6. 趣味一般	1.37 (0.80)	6. 辞書&辞典	2.79 (1.12)
7. 地図	2.11 (1.09)	7. スポーツニュース	1.33 (0.80)	7. 友達の日記	2.73 (1.28)
8. 趣味一般	2.09 (1.15)	8. 動画ファイル	1.33 (0.72)	8. 気象情報	2.70 (1.14)
9. 動画ファイル	2.03 (1.10)	9. 芸能人アーティスト	1.29 (0.80)	9. 芸能人・アーティスト	2.69 (1.16)
10. サイトのゲーム	2.01 (1.04)	10. 時事ニュース	1.26 (0.70)	10. 芸能ニュース	2.67 (1.17)

3.4 学校メールの使用法・ML・メルマガ

学校のアドレスの使用法についての回答させたところ、学校のアドレスをプライベートに使用している学生はいずれも少なく、最も多い回答が「学校の教員との連絡用」であった。

また、参加しているメーリングリスト (ML) の数について聞いたところ、最も参加率が高かったのが友達同士の ML であり、89 人中 21 人 (23.6%) の学生が 1 つ以上、友達同士の ML に参加しているとの回答が得られた。さらに、メールマガジンの数について聞いたところ、自分の趣味に関するメールマガジンが最も多く、31 人 (34.8%) の大学生が 1 つ以上趣味に関するメールマガジンを購読しているという結果になった。しかし、全体的にはそれほど普及していないのが実情である。

3.5 各種の Web 閲覧

有料および無料の携帯サイトと PC の Web 閲覧で学生がどのようなサイトを利用しているかについて「1. まったくしない」から「4. よくする」の4段階で回答してもらい、得られた平均の上位10位までを表2に示す。電車の乗り換えや気象状況のような生活に関わるものの利用が多く、有料よりも無料コンテンツの閲覧が多いことが伺える。

それぞれの閲覧回数と学年の関係について相関を調べところ、次のような項目で弱い相関があった。

【PC】

気象 (.270*)・地図 (.274**)・映画 (-.258*)・フリーソフト (.216*)・レストラン予約 (.233*)

【携帯無料】

芸能 (-.248*)・映画 (-.370**)・レシビ (-.213*)

美容 (-.227*)・芸能人 (-.231*) 趣味一般 (-.245*)・着メロ (-.242*)・ゲーム (-.225*)・動画ファイル (-.260*)・占い (-.272*)・学習 (-.225)

【携帯有料】

就職 (-.213)・ゲーム(-.287**)・動画 (-.222)

3.6 携帯サイトの閲覧と登録許容額

携帯サイトの閲覧回数について、パケット定額制の利用との関係を図7に示す。定額制に登録している学生は閲覧回数が有意に多いことが分かった ($\chi^2(4)=16.049, p<.05$)。閲覧回数と学年、年齢の関係について Spearman の順位相関を調べたが特に関係がなかった。

携帯電話のサイトは利用が数百円の有料のもので多いため、金額による登録の制約があるのではないかと想定される。そこで、有料の携帯サイトの登録許容額について聞いたところ、図8のように料金を必要とする200円~1000円未満を合計して全体の72%を占めるという結果が得られた。ほとんどは登録に対して好意的であるといえるが、使いたくないという人も18%おり、有料サイトは値段を気にしながら使っていることが伺える。

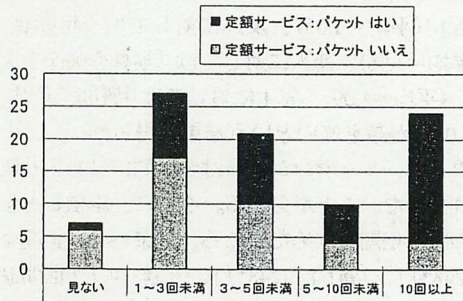


図7 1週間に携帯サイト閲覧する回数

表3 携帯電話の利用上の制約の要因

通話		メール	Web 閲覧		コンテンツ ダウンロード
回数	時間	回数	文字数	回数	回数
1.料金 3.00 (1.06)	1.場所 3.45 (0.79)	1.伝えにくい 2.77 (0.85)	1.面倒 2.49 (1.15)	1.料金 2.93 (1.23)	1.有料サービスの多さ 3.27 (0.97)
2.親しくない 2.59 (1.12)	2.料金 2.84 (1.09)	2.面倒 2.34 (1.04)	2.相手の都合 1.86 (0.84)	2.有料サービスの多さ 2.92 (0.99)	2.料金 2.94 (1.18)
3.電池 2.56 (1.10)	3.電池 2.66 (1.07)	3.深夜早朝 2.07 (0.96)	3.文字制限 1.80 (0.93)	3.表示不可 2.80 (1.03)	3.目的のものが無い 2.84 (0.87)
4.深夜早朝 2.40 (1.09)	4.相手の都合 2.27 (0.94)	4.相手の都合 1.98 (0.85)	4.読む時間 1.49 (0.68)	4.通信速度の遅さ 2.63 (0.95)	4.メモリ容量不足 2.47 (1.06)
5.久しぶり 2.30 (1.00)	5.長電話が嫌 2.26 (1.07)	5.料金 1.61 (0.87)	5.料金 1.44 (0.83)	5.目的のものが無い 2.62 (0.96)	5.通信速度の遅さ 2.26 (0.90)
6.相手の都合 2.00 (0.94)		6.絵文字が使えない 1.51 (0.66)		6.使いにくい 2.44 (0.97)	
				7.読みにくい 2.34 (0.89)	

学習のための携帯サイトへの閲覧での許容額については、図9のように67%が無料なら使いたいという意見が得られた。しかしながら、100円から1000円未満の料金を必要とするサイトであっても、合わせて25%の学生が登録することを許容する結果が得られており、有料サイトであってもコンテンツの内容と値段次第で教育コンテンツを提供することができると考えられる。ただし、今回は教育コンテンツの内容を提示せずに質問していることに注意が必要である。

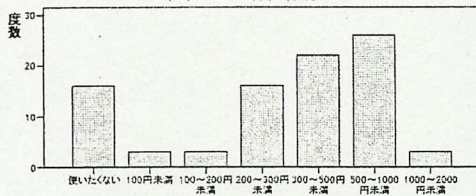


図8 携帯サイトの登録許容額

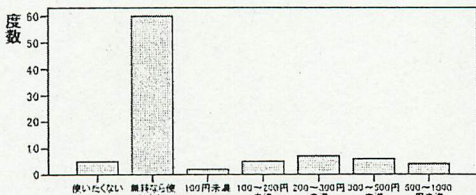


図9 教育・学習携帯サイトの登録許容額

3.7 携帯電話利用の制約

学生は携帯電話をよく使っている印象があるが、電車の中など使いにくい環境や料金などの利用を控える要因があると考えられる。最近はいつ

でも、どこでも学習を支援できるユビキタス学習が注目されているが、学生がどのような場所や状況で端末の利用を控えているのかを探り、学生が学習に利用するタイミングを知ることが重要であると考えられる。そこで、携帯電話の通話やメール、サイトへのアクセス、コンテンツのダウンロードの分類にわけて利用を控える各種の理由について、(1)全く当てはまらないから(4)よく当てはまるの4段階で回答を得た。

表3に得られた平均の高いものから示す。全般的に料金を気にしている印象があるが、メールに関しては比較的数値が低く、制約を感じていない傾向が見られる。

3.8 ネットでの商品の購入・オークション

ネットを使った買い物の経験は68.5%、オークションの利用経験は42.7%という結果が得られた。購入したことのある商品について、上位5種を表4に示す。買い物・オークションともに、書籍・雑誌、CDやビデオなど、手に取って見なくても欲しいものが明確に定まるものが上位となっていることがわかる。

表4 ネットで購入した物品の種類

ネットによる買い物	オークションによる買い物
1.書籍・雑誌 (47.19%)	1.書籍・雑誌 (10.11%)
2.CD・ビデオ・DVD (35.96%)	2.CD・ビデオ・DVD (7.87%)
3.チケット (31.46%)	2.衣料・アクセサリ・ファッション (7.87%)
4.ゲームソフト (19.10%)	4.チケット (4.49%)
5.衣料品・アクセサリ・ファッション (14.61%)	4.ゲームソフト (4.49%)

(上位5種)

3.9 SNS (Social Networking Service)の利用

mixiに代表されるSNSの利用について、「1. まったくしない」から「4. よくする」の4段階で聞いたところ表5のような結果が得られた。他人の日記や情報の閲覧やコミュニティへの参加、日記を付けるなど情報の受信・送信の行為を中心に行っていることがわかる。

表5 SNSの利用内容

利用内容	平均(標準偏差)
1 他人の日記や情報の閲覧	2.61 (1.43)
2 日記をつける	2.19 (1.28)
3 コミュニティに参加	2.24 (1.34)
4 コミュニティに投稿	1.67 (1.02)
5 コミュニティを作った	1.17 (0.53)

3.10 大学のWeb

大学が用意しているWebサイトの利用について調査した結果中、上位10位までを表6に示す。講義に関するものが多く利用されていることがわかる。また、新着ニュースの利用も多い。

大学のWeb閲覧と学年の相関をみたところ、証明書 (-.291**), 留学 (-.213*), コンテストの参加募集 (-.296**), 研究室 (.279*), 所属学生情報 (.250*), 先生プロフィール (.338**) で弱い相関が見いだされた。

表6 学校のWeb上の情報の利用

学校Webの内容	平均(標準偏差)
1.休講情報	2.99 (1.09)
2.図書館	2.65 (1.01)
3.履修登録	2.64 (0.94)
4.講義要項(シラバス)	2.43 (1.09)
5.新着ニュース	2.32 (1.08)
6.課題提出システム	2.15 (1.12)
7.課題や小テスト情報	2.14 (1.15)
8.行事	2.13 (0.96)
9.講義資料	2.12 (1.13)
10.電子掲示板	1.92 (1.10)

3.11 eラーニング

「eラーニングという言葉を知っていましたか」という問いには、「知らない」が47人であったが、知っているも「意味が分かる」とまでしたものは8名のみであった。また、eラーニング(対面で先生の講義を聞くのではなく、インターネット

やパソコンの教材だけで受講する授業やコース)として定義)の受講経験がある学生は、学内のもので8名、学外のもので3名であった。その内容は、コンピュータや語学関係などであった。

4 まとめ

本研究では、首都圏の大学生89名の被験者を対象にアンケート調査を実施し、学生がとるメディア行動として、①メディアごとのコミュニケーション活動、②情報の入手や活用状況、③学校が提供するサービスの利用状況を明らかにした。

調査の結果、論理的に整合性のない結果となる項目もあった。例えば、オークションの利用方法の詳細について、情報閲覧は32.6%、入札は18%、商品購入は19.1%、出品は4.5%との結果が得られた。入札よりも商品購入の経験が多いことや、最低限利用する必要のある情報閲覧が利用経験よりも低いのは、被験者が十分に質問の意味を理解していなかったのではないかと推測される。特にネット関係の用語については、誤解を招かないよう注意が必要である。

また調査では、学生の所属する学部学科について「人社教系」、「理工農系」、「医歯薬保系」、「その他」の項目を設けて質問したが、「その他」を選んだ学生が多数いた。そのため、所属学部による学生のメディア利用傾向の違いなどは今後の課題である。

謝辞

本調査を遂行するにあたり、ご協力頂いた鶴見大学長塚隆教授、岡田靖教授、並びに被験者の方々に感謝する。

参考文献

総務省(2006)情報通信白書平成18年度版
大学審議会(1998)「21世紀の大学像と今後の改革方策について」(答申)