

## 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いることがわかった。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ージ（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ージ（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。

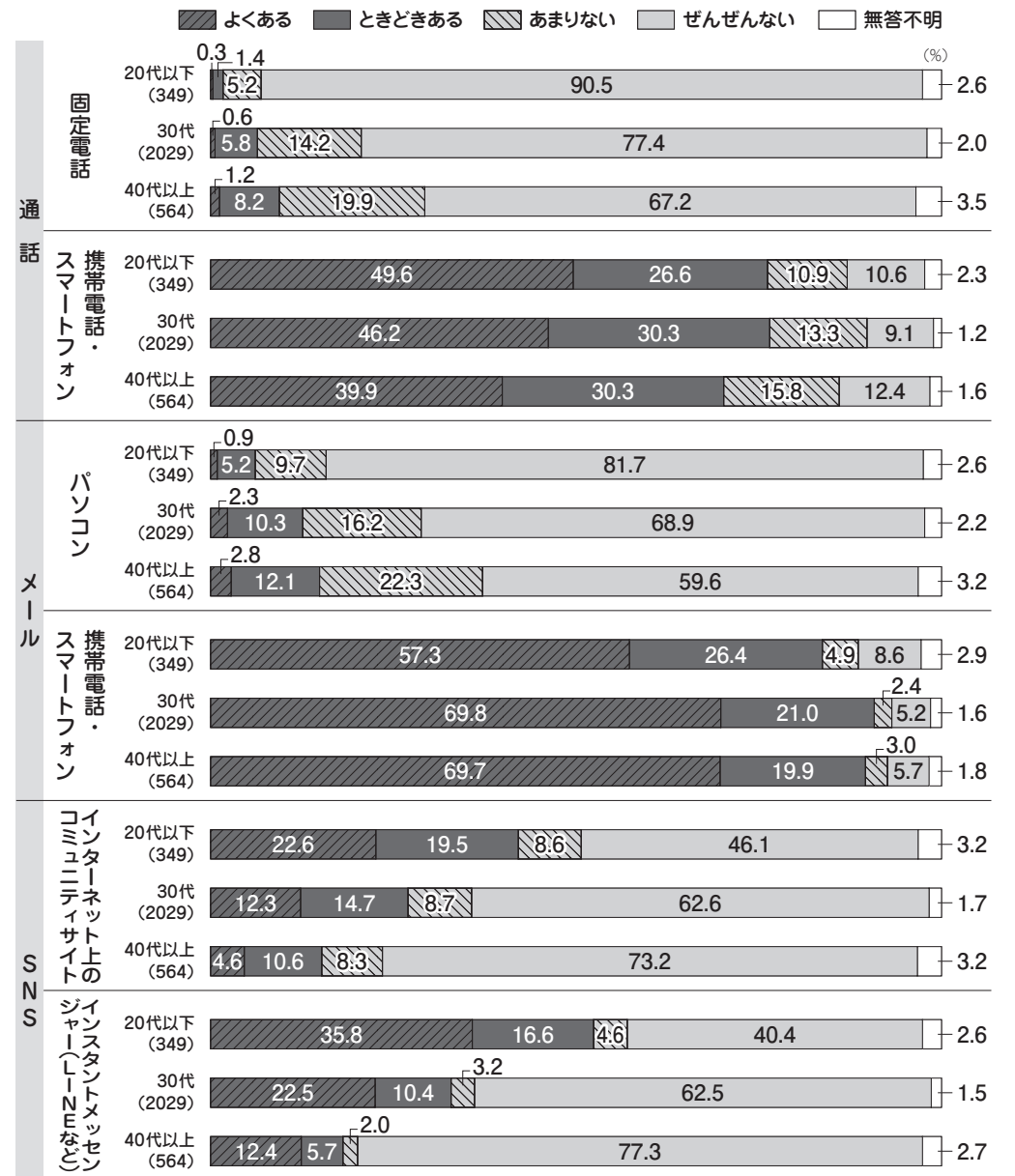
「メール」では、大多数の母親が「パソコン」より「携帯電話・スマートフォン」で連絡している。「パソコンのメール」を使うことが「よくある」+「ときどきある」母親の割合は、どの年代も低く（20代以下6.1%<30代12.6%<40代以上14.9%）、とくに20代以下は30代と40代以上の半数以下であった。ところが、「携帯電話・スマートフォンのメール」を使うことが「よくある」+「ときどきある」母親の割合は、どの年代も高かった（20代以下83.7%<30代90.8%>40代以上89.6%）。また、使うことが「よくある」母親は、20代以下57.3%・30代69.8%・40代以上69.7%と半数を超えていた。

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ージ

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ージ (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ージ (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」「メッセージング・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)」>「メッセージング・チャット」の順になっている。大体的ではあるが、本調査では「メール」>「インスタントメッセージ (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 代	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
通 話	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
メ ー ル	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
S N S	インスタント メッセージ (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。