

## 「情報通信メディア利用時間調査」の5年間データに見るテレビとネットの時間的侵蝕関係 ―若年層の分析を中心に

橋元 良明<sup>1</sup> (東京大学)

### 要 旨

本稿では、総務省情報通信政策研究所と東京大学橋元研究室が2012年から毎年、共同研究として実施している「情報通信メディア利用時間調査」の5年分のデータを分析した。

12年から16年にかけて、全年齢層でテレビ視聴時間と行為者率が低下した。一方、ネット利用時間は、利用機器・内容を問わない「汎ネット利用時間」がほぼ全年齢層で増加したが、その多くがモバイル機器によるネット利用によるもので、PCによるネット利用時間は若年層において低下傾向にある。60代においては、モバイルによるネット利用時間が他の年齢層よりも少ない。

ネットの利用率についてみれば、60代も2016年には87.5%であり、他の年齢層と大きな差はないが、サイト利用率は60.4%にとどまり、他の年齢層より著しく低く、スマートフォンの利用率も31.7%にとどまっている。つまり、60代のネット利用は、まだ従来型携帯電話によるメール利用が中心であり、各種情報サイトの利用は不活発であって、年齢層別のデジタルデバイドはいまだ解消されたとはいえない。

時刻別行為者率から10代のテレビ視聴を見た場合、2012年から16年にかけて、20時以降の行為者率が減少している。その代わりに21時以降のネット利用率がテレビを上回り、この5年間の10代のテレビ視聴率の減少は、20時以降のテレビからネットへの時間配分のシフトでほとんどが説明できる。

10代のネット利用のうち、65%がコミュニケーション関連であり、とくに21時以降の利用が活発化する。テレビは、コンテンツの価値として、ネット動画やサイト閲覧に凌駕されたというより、暇つぶし的手段としてコミュニケーション系ネット利用、とくにソーシャルメディアに時間的侵蝕を受けたと言える。

20代について分析した場合、未婚者の時刻別行為者率の推移は、10代のパターンとよく似ており、夜間もネットが中心であるのに対し、既婚者は、17時台から、テレビ視聴がネット利用を大きく上回り、21時以降もテレビとネットが拮抗した状態が続く。重回帰分析の結果においてもテレビ視聴には既婚の効果が大きく、また分位点回帰分析の結果では、ネットの長時間利用者において未婚の効果が大きくなる。結婚を契機に、比較的若年層であっても、夜間のネット利用は抑制され、テレビに回帰する傾向が見られる。

最後に、調査の報告書では触れていない地域差に関する分析結果について、北海道・東北地域におけるサイト利用率は低く、ネット利用時間においても地域間の相違が見られる

<sup>1</sup> 東京大学大学院情報学環教授

ことを指摘した。

**キーワード：若年層のテレビ離れ、ネット利用時間、結婚の影響、デジタルデバイド、地域間格差**

## 1. はじめに

総務省情報通信政策研究所と東京大学橋元研究室では2012年から毎年、共同研究として「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査<sup>2</sup>（以降、「情報通信メディア利用時間調査」と呼ぶ）」を実施している。この調査はメディア利用の時間量を計測する日記式調査と利用実態や意識を明らかにする質問票調査からなり、調査形式は、筆者等が1995年から5年毎に実施している「日本人の情報行動調査」<sup>3</sup>を範例としている。

日本で1993年から商用利用が開始されたインターネットは、2000年以降急速に普及し、「日本人の情報行動調査」によれば、利用機器、利用内容を問わない「汎ネット利用時間」は、10代で2010年の78.2分から15年に105.7分、20代で同110.4分から151.1分と急速に増加した。それと反比例するようにテレビ視聴時間は10代で112.9分から72.6分、20代で144.6分から111.3分と激減した。その5年間で、若年層のメディア利用量という側面では、ネットはテレビを凌駕したのである。その背景として、ネットサービスが社会的ニーズに対応したことやスマートフォンなどのネット接続機器の普及があり、また個別サービスとしては、2011年からサービスが開始されたLINE等のコミュニケーション系アプリの普及がある。

「日本人の情報行動調査」は5年ごとであるが、「情報通信メディア利用時間調査」は2012年以降、毎年実施されており、年ごとのメディア利用行動の変化を追跡することが可能である。2016年調査をもって満5年が経過したこともあり、本稿ではとくに10代に焦点をあて、時間量ないし時刻別行為遂行率という側面で、ネットがテレビを凌駕した背景を分析する。また、最後に、「情報通信メディア利用時間調査」報告書<sup>4</sup>や、その一部のデータを転載した『情報通信白書』では取り上げなかった地域差についても簡単に触れる。

---

<sup>2</sup> 全国13歳から69歳の男女が対象。ランダムロケーション・クォータサンプリング、訪問留置法による調査でN=1500。2016年調査は2016年11月26日-12月2日に実施。

<sup>3</sup> 全国13歳から69歳の男女が対象。層化二段無作為抽出、訪問留置法による調査で2015年調査の場合、標本数2500、有効回収数1363。たとえば2015年の調査結果については橋元良明編(2016)『日本人の情報行動2015』東京大学出版会、参照。

<sup>4</sup> 平成28年度(2016年度)の調査結果は以下のサイト参照。

[http://www.soumu.go.jp/menu\\_news/s-news/01iicp01\\_02000064.html](http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01iicp01_02000064.html) [2018年2月23日確認]

## 2. テレビ視聴時間<sup>5</sup>・行為者率およびネット利用時間の5年間の変化

2012年から2016年にかけての「情報通信メディア利用時間調査」によるテレビ視聴時間・行為者率、ネット利用時間の変化を示したのが表1である。テレビやネットの利用時間に関しては、属性別では年齢の効果が非常に大きいので(後述する表4、表5参照)、年齢層別の数値も表中に示した。

テレビについては全年齢層で2012年から2016年にかけて視聴時間が減少している。また行為者率(調査日において1度でもテレビを視聴した人の率)も全年齢層で低下している。

テレビ離れが囁かれている若年層について言えば、10代の視聴時間は102.7分から89.0分、20代は120.2分から112.5分とそれぞれ10分前後の減少である。

表1 テレビ視聴時間、テレビ行為者率、ネット利用時間の変化(’12/’16平日比較。行為者率の単位は%、その他は分)

		全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代	F値	有意水準
テレビ	2012	184.0	102.7	120.2	157.4	186.7	218.9	262.8	69.81	***
	2016	167.7	89.0	112.5	147.5	160.1	180.4	258.2	105.02	***
テレビ 行為者率	2012	87.3%	75.9%	78.7%	85.6%	89.2%	93.9%	93.3%	22.06	***
	2016	82.4%	69.3%	70.0%	79.6%	86.3%	86.9%	91.7%	37.99	***
汎ネット	2012	71.6	108.9	112.5	76.5	74.6	51.3	33.9	36.01	***
	2016	99.8	130.2	155.9	115.3	97.7	85.5	46.6	80.04	***
PCネット	2012	34.9	32.4	42.7	35.4	43.9	33.5	22.4	4.26	***
	2016	35.5	15.2	31.4	44.1	35.3	44.6	32.8	4.28	***
モバイルネット	2012	37.6	75.7	73.2	42.8	30.3	17.5	12.7	60.94	***
	2016	61.3	108.2	124.8	67.3	58.7	38.1	11.7	150.83	***

年齢層別の検定結果は一元分散分析の結果。数値下段の記号はTukeyの多重範囲検定結果で、同符号間では危険率5%未満で有意差がないことを示す。\*\*\*: p<.001

Nは調査日が単位になるため、全体では3000人日。対象日は平日。

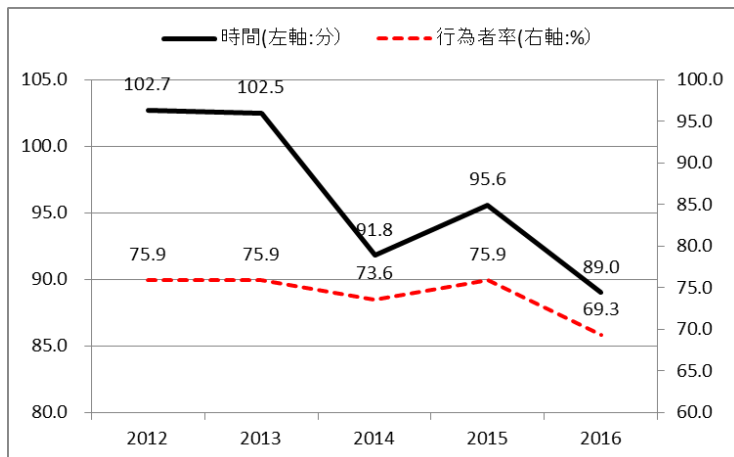
テレビのようなメディアの場合、視聴時間は統計的誤差の他、調査日当日の番組等の影響を受ける。たとえば大きなスポーツイベントの放送や人気ドラマの放映である。そのため単年の数字の比較だけでなく、数年間の変化を分析することが重要になる。

図1は10代について2012年から2016年までの各年のテレビ視聴時間、行為者率の推移を示したものである。

<sup>5</sup> 本稿の「テレビ視聴時間」とは日記式調査においてテレビ受像機でテレビを視聴した時間を指す。「情報通信メディア利用時間調査」の報告書ならびに『情報通信白書』への転載データ、総務省の関連サイトにおける「テレビ」は、テレビ受像機以外にパソコンやタブレット端末でチューナーを通してテレビ番組を視聴した時間も含む(ネット動画は含まない)。したがって、数値に若干の異同があるが差異は微々たるものであり、2016年データでの平均時間の相違は調査対象全体平均で0.3分、10代で0分であった。

この図を見れば 2015 年を除けば<sup>6</sup>2012 年から 2016 年にかけて、10 代のテレビ視聴時間と行為者率はほぼニアに減少していると言える。

図1 10代のテレビ視聴時間、行為者率の年次別推移(平日)



次に表1のネット利用に目を向けてみよう。表中の「汎ネット」とは機器・利用内容を問わず、インターネットを利用した時間、「PC ネット」はパソコンを通じたネット利用、「モバイルネット」とはスマートフォンないし携帯電話を通じたネット利用時間を指す。調査では調査対象者に同時並行行動も記録させているが、同じ時間セル(15分)内で並行的なネット利用行動があった場合、重複加算せず、その時間セルの最大値をとって計算している。したがって「汎ネット」は種々のネット利用行動の単純合計値ではない。

汎ネット利用時間は2012年から2016年にかけて全年齢層で増加しており、10代についてみれば108.9分から130.2分に伸びている。なお、10代ではネット利用のうちの83.1%が「モバイルネット利用」であり、若年層ではPCネット利用は減少傾向にある。

このネット利用時間の変化について、汎ネットで調査対象者全体平均では30分弱の増加であるが、60代は増加量が12.7分にとどまっている。さらに機器別に見れば、その他の年齢層とは異なりモバイルネットが微減しており2016年の平均時間で11.7分でしかない。

<sup>6</sup> 2015年の調査期間(2015年11月14日から20日)のうち、17日(火)に「FIFAワールドカップ ロシアアジア2次予選・日本×カンボジア」、19日(木)には「世界野球プレミア12・日本×韓国」の放送があり、それぞれ関東地区の視聴率(ビデオリサーチ調べ)で16.8%、25.2%と、通常の同時間帯の番組よりかなり高い視聴率を記録している。10代に限定した視聴率のデータは入手していないが、これが15年の視聴時間データに影響した可能性はある(ただし、平日2日間の調査日は調査対象者によって調査期間内で分散させているので番組のストレータな影響はある程度回避されている)。

表2 年齢層別にみた各種ネット利用率、スマートフォン利用率の変化(単位:%)

		全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代	$\chi^2$ 値	
ネット利用率	2012	92.1	94.2	100.0	100.0	98.2	94.3	69.7	267.96	***
	2016	96.3	96.4	99.1	100.0	98.4	97.7	87.5	85.99	***
PCネット利用率	2012	67.7	75.5	81.3	73.0	72.7	66.0	45.3	98.83	***
	2016	61.1	55.7	68.7	64.0	66.5	63.5	48.2	23.56	***
モバイルネット利用率	2012	89.2	83.5	99.6	99.3	96.4	90.8	66.0	244.62	***
	2016	92.9	80.7	98.6	98.5	97.8	95.0	82.8	114.90	***
サイト利用率	2012	79.3	86.3	97.8	95.6	88.9	71.4	44.3	348.28	***
	2016	86.5	94.3	98.6	98.9	92.7	82.3	60.4	259.90	***
スマートフォン利用	2012	32.0	36.7	68.4	49.0	28.8	13.7	4.7	322.47	***
	2016	71.3	74.3	96.8	92.1	79.9	63.1	31.7	378.56	***

$\chi^2$ 検定は各種ネットの利用/非利用と年齢層とのクロス集計結果。\*\*\*:p<0.001

各セルで残差分析の結果危険率 5%水準(両側検定)で数値が太字のものは「有意に高い」、赤字は「有意に低い」ことを示す。Nは全体が1500。10代140、20代217、30代267、40代313、50代260、60代303。

ここで利用時間から転じて利用率の変化に目を向けたのが表2である。

表に示されるとおり、機器を問わない「ネット利用率」で言えば、60代も2016年では87.5%と、他の年齢層との差は縮小した(それでも年齢層による有意差は存続している)。また、モバイルネット利用率も82.8%であり、他の年齢層に迫りつつある(他に10代の利用率が低いのは調査対象に中学生も含むからである)。

60代で他の年齢層よりかなり低いのは「サイト利用率(機器によらずメール以外にサイトにアクセスする人の比率=60.4%)」と「スマートフォン利用率(31.7%)」である。すなわち、60代はネットを利用しているとは言え、従来型携帯電話での利用が多く、利用サービスもメールに偏っており、各種情報サイト(これにはソーシャルメディアも含む)の利用はまだまだ不活発であり、年齢層別のデジタルデバイドはいまだ解消されたとは言えない状態である。

### 3. 10代のテレビ視聴時間減少はどこで生じているのか

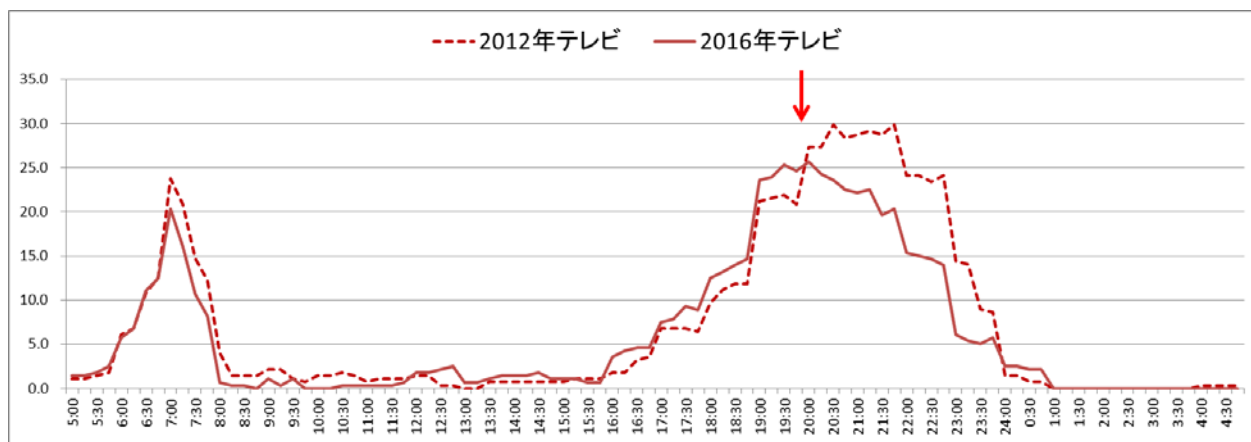
前節で60代を除く年齢層でテレビ視聴時間がこの5年間で減少していることを見てきた。この減少はこの5年間に限ったことではない。95年から5年毎に実施している「日本人の情報行動調査」によれば、減少幅は若年層においてとくに著しく、95年から2015年までに10代で111分(183.5分から72.6分)、20代で103分(213.8分から111.3分)減少している。

テレビ視聴時間が減少した背景には、人気番組の数や番組への満足度などのテレビ内在的な要因もあろうが、ネットの普及を中心とするメディア環境自体の変化の影響が大きい。

そこで10代について時刻別行為者率推移からテレビ視聴時間の減少の背景を探ってみよう。なお、橋元(2016)<sup>7</sup>では「日本人の情報行動調査」のデータを用いた同種の考察を示している。

<sup>7</sup>橋元良明(2016) 「この20年間でのテレビ視聴 vs. ネット利用」 橋元良明編『日本人の情報行動2015』東京大学出版会、pp.183-196。

図2 10代における時刻別テレビ視聴行為者率推移の2012年/2016年比較(平日)

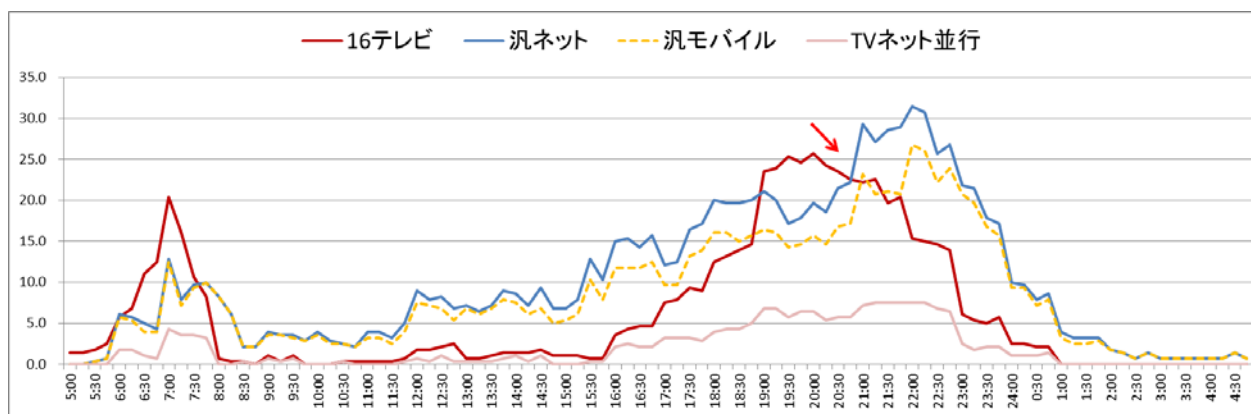


Nは2012年280人日、2016年278人日

図2は10代における15分ごとの時刻別テレビ行為者率の推移<sup>8</sup>を2012年と2016年で比較したものである(点線が2012年、実線が2016年)。

12年と16年は朝から夕刻までほぼ重なる動きを示しているが、20時以降、2012年ではさらに行為者率が高まり、やがて20時30分と21時45分のピーク(29.9%)に移っていく。一方、2016年では20時の25.7%がピークでそれ以降、行為者率は漸次低下していく。つまり、10代の2012年から2016年にかけてのテレビ視聴時間の減少は、主に20時以降の夜の視聴行為の減少の結果だと言える。

図3 10代の2016年の時刻別テレビ視聴行為者率、ネット行為者率の推移(平日)



では10代は20時以降、テレビから離れた分、何に時間を振り向けているのだろうか。

<sup>8</sup> 本稿ではテレビ受像機によるテレビ視聴時間の「15分ごと」のテレビ行為者率の数値を示した。「情報通信メディア利用時間調査」報告書では媒体を問わないテレビ番組視聴の「1時間ごと」の行為者率を掲載している。したがって、数値に若干の異同がある。本稿における時刻別行為者率推移はすべて15分ごと。

図3は2016年について、テレビ視聴行為にネット行為者率の推移を重ねたものである。図中、橙色の破線はモバイルネットの行為者率を示し、汎ネット行為者率の内数である。また、桃色実線は同時間帯(15分単位)でテレビとネット利用を同時に行っている人の比率を示している。

まず汎ネット行為者率の推移を見た場合、10代では1日の大半でテレビ視聴の行為者率を上回っている。テレビがネットの行為者率を上回っているのは朝の7時45分までと夜の19時から21時までであり、15分間の時間帯セル数で1日の18.8%にすぎない。図から10代ではネット利用のうち、ほとんどがモバイルを通じた利用であることが見て取れる。テレビは基本的に自宅で見えるものであり、ネット、とくにモバイルネットは場所を問わず、また移動時間中にもアクセスできるので、この結果はある意味で当然であるが、問題はテレビ視聴の行為者率が減少する20時以降のネット利用の動きである。

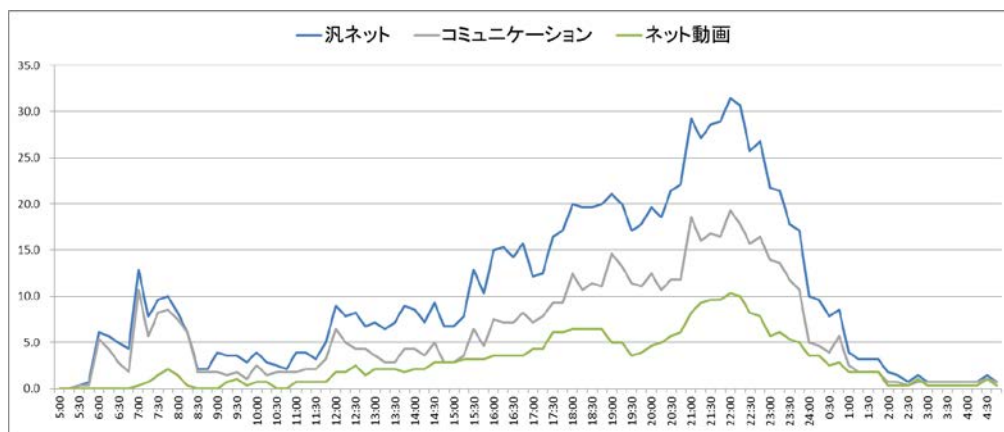
図3に示されるとおり、2016年データにおいて、19時から優位であったテレビの行為者率を、21時を境にネットが上回り、ピークの22時まで上昇を続けている。

これを図2と見比べると、2012年から2016年にかけて、テレビ視聴行為者率が減った分、ネット利用行為に振り替えられていることがわかる。12年から16年にかけての10代におけるテレビ視聴の減少は、結局、20時以降のテレビからネットへの時間分配でほとんどが説明がつく。

#### 4. 10代はネットで何をしているのか

時刻別に見た場合、10代はネットでどのようなことをしているのか。

図4 10代の汎ネット利用、コミュニケーション系ネット利用<sup>9</sup>、動画系ネット利用の時刻別行為者率推移(2016年平日)



<sup>9</sup> 「コミュニケーション系」とは機器を問わず「メールを読む・書く」「ソーシャルメディアを見る・書く」のいずれかの行為者率。「ネット動画」とは機器を問わず「ユーチューブ・ニコニコ動画等の動画投稿・共有サイトを見る」の行為者率。オンディマンド型動画配信サービスの視聴は含まない。10代ではオンディマンド型の動画はあまり視聴されておらず1日平均で1.2分にすぎない。

図4は時刻別に10代の汎ネット、コミュニケーション系(メールまたはソーシャルメディア)、ネット動画(動画投稿・共有サイト視聴)の各行為者率の推移を見たものである。

図に示される通り、ネット利用のうちかなりの割合がコミュニケーション系の利用であり、実際、1日のうち81%の時間帯で、コミュニケーション系の行為者率は汎ネット行為者率の半分以上を超えている。16時30分から24時までは連続して汎ネット利用の50%を上回っており、とくに19時台はネット利用の69.5%がコミュニケーション系である。

ちなみに、コミュニケーション系ネット利用のピークは21時から22時30分にかけてであり行為者率は19%弱、この時間帯、テレビとネットの同時並行行動率(図3参照)も7%を超える。

表3は1日の時間量として10代と20代のネット利用の内訳を示したものである<sup>10</sup>。

表3 10代と20代のネット利用の時間量的内訳(2016年平日)

	10代		20代	
	分	%	分	%
全メール利用	20.2	15.5	25.7	16.5
全ソーシャルメディア利用	58.9	45.3	60.8	39.0
全ネット通話利用	5.7	4.4	16.2	10.4
(コミュニケーション関連単純加算)	84.8	65.2	102.7	65.9
全ブログ・ウェブサイト利用	12.1	9.3	36.0	23.1
全ネット動画サイト視聴	39.3	30.2	30.9	19.8
全オンラインゲーム利用	31.0	23.8	25.4	16.3
汎ネット利用(並行行動の重複調整済)	130.2	100.0	155.9	100.0

表が示すとおり、ネット通話も含めたコミュニケーション関連は10代20代ともネット利用合計の65%強を占めており、現在、ネット利用においていかにコミュニケーション関連の時間量的占有率が高いかが見て取れる。

改めて図3と図4を見比べれば、10代のテレビ視聴の低下の大きな要因は、コミュニケーション系、とりわけソーシャルメディアに時間を奪われた結果と言って過言ではない。「テレビ」対「ネット動画ないし情報サイト閲覧」ではなく、実態はテレビ対ソーシャルメディアなのである。

基本的に自宅でのメディア利用のほとんどは「暇つぶし」である。暇つぶしのために何をするかという場合、かつてはその対象はテレビであった。私見にすぎないが、何かの情報を積極的に求めてテレビを見るというよりは、テレビを見ていればヒマがつぶれたのである。今はその暇つぶし的手段として、友人等とのソーシャルメディアでのやりとりがテレビより楽しいということではないか。コンテンツの価値として、テレビはネット動画やサイト閲覧に負けたのではなく、より気楽な暇つぶしのツールとしてソーシャルメディアに場所を譲りつつあるということかもしれない。

<sup>10</sup> 「汎ネット」は並行行動の重複調整した数値であり、縦の行を単純合計した数値ではない。この表での「全ネット動画サイト視聴」はオンデマンド型動画視聴も含む。



## 5. メディア利用行動の分水嶺としての結婚

メディア利用行動には性別、年齢、学歴と言った属性要因が大きく影響する。その他、とくにテレビ視聴やネット利用などの自宅での行為者率が高いメディアは結婚の有無がメディア接触行動に大きく関与する可能性がある。

表4 テレビ視聴時間を目的変数とする重回帰分析(全年齢層対象。2016年平日)

	回帰係数	標準化回帰係数	t値	Pr>  t	VIF
Intercept	107.21	0	9.63	<.0001	0
性別(男性ダミー)	-52.08	-0.16	-9.49	<.0001	1.01
年齢	2.95	0.30	15.36	<.0001	1.29
学歴	-18.37	-0.11	-6.39	<.0001	1.02
既婚ダミー	14.42	0.04	2.24	0.0254	1.30
F:124.70 p<.0001			R <sup>2</sup> (調整済R <sup>2</sup> ):0.1435(0.1424)		

表5 汎ネット利用時間を目的変数とする重回帰分析(全年齢層対象。2016年平日)

	回帰係数	標準化回帰係数	t値	Pr>  t	VIF
Intercept	127.09	0	12.46	<.0001	0
性別(男性ダミー)	20.58	0.07	4.09	<.0001	1.01
年齢	-2.17	-0.24	-12.32	<.0001	1.29
学歴	20.50	0.14	7.78	<.0001	1.02
既婚ダミー	-0.15	0.00	-0.03	0.9799	1.30
F:69.69 <.0001			R <sup>2</sup> (調整済R <sup>2</sup> ):0.0856(0.0844)		

表4と表5に、テレビ視聴時間と汎ネット利用時間を目的変数、性別、年齢、学歴、既婚/未婚(離婚・死別を含む)を説明変数とした重回帰分析結果を示した。

表4に示されるとおり、テレビ視聴時間には、取り上げた説明変数の中では年齢が最も大きく関係し(年齢が高いほどよく見る)、性別(女性がよく見る)、学歴(低学歴の方がよく見る)なども有意に関連する。既婚/未婚についてもテレビ視聴時間との関連は有意であり、既婚者のテレビ視聴時間が長い。

汎ネット利用時間についても同様の分析を行った結果、表5にみられるように、性別、年齢、学歴についてはネット利用時間と有意な関連を示し、テレビ視聴とは逆の関係が見られた。すなわち、年齢が若いほど、学歴が高いほど、女性より男性ほど、利用時間が長かった。既婚/未婚は汎ネット時間と有意な関連を示さなかった。

次にテレビ視聴時間、汎インターネット利用時間について、分析に用いた説明変数の効果が、テレビやネット利用の相対的時間量に応じてどのように変化するかを分位点回帰分析によって見てみる。

分位点回帰分析は目的変数の任意の分位点にしたがって回帰分析を行う手法であり、平均値に依存しないことから外れ値の影響を受けにくくなることや、目的変数の値の大小に伴う説明変数の効果の変化を分析できる、等のメリットがあるとされる。

表6 分位点回帰分析(数値は回帰係数。平日)

テレビ視聴時間	ターゲットとなるパーセンタイル点				汎インターネット	ターゲットとなるパーセンタイル点			
	25%	50%	75%	90%		説明変数	25%	50%	75%
説明変数	2.24	65.77	158.81	253.31	説明変数	37.55	129.65	190.55	277.00
Intercept	2.24	65.77	158.81	253.31	Intercept	37.55	129.65	190.55	277.00
性別(男性ダミー)	-26.92	-53.08	-73.30	-93.60	性別(男性ダミー)	-2.34	0.23	33.45	73.00
年齢	2.24	3.17	3.71	4.55	年齢	-0.74	-2.09	-3.09	-4.00
学歴	-7.85	-15.29	-21.19	-28.43	学歴	4.36	7.33	21.00	40.00
既婚ダミー	-1.68	10.10	9.74	34.72	既婚ダミー	0.21	-2.21	-5.00	-10.00

表6に示されるとおり、テレビ視聴時間はいずれの説明変数も分位点が上位になるにつれ効果を増すが、とくに既婚の効果は分位点が90%になると急速に大きくなる。すなわちテレビ視聴時間がかなり大きい層は、既婚であることの影響を強く受ける。

インターネット利用時間(汎インターネット)は、利用量が少ない層は女性であることの影響が大きいが、分位点が上位になると男女の効果の方向性が逆転し、利用量がかなり大きい層は男性であることの影響を強く受ける。このことは、行為時間が比較的短めのソーシャルメディアの利用が女性において活発で、一方、行為時間が長めのネット動画視聴やオンラインゲームの利用者に男性が多いことを反映している<sup>11</sup>。

年齢、学歴については利用量が大きくなるにつれ、それぞれの影響力が強くなる(年齢が若いほど、学歴が高いほど利用量が大きい)。既婚/未婚について、全体的な重回帰分析ではネット利用量と有意な関連を持たなかったが、分位点回帰分析の結果では、利用時間が増すにつれ、未婚であることの影響が増大する。

前節では10代について、夜間20時以降、テレビ視聴がネット利用に置き換えられることを確認し、このことがテレビ視聴時間減少の一つの背景であると述べた。この傾向は将来的にも続くのだろうか。また、テレビ視聴は2016年において、30代以上になれば長時間になっているが、将来的に今の10代が歳を重ねると、ある程度テレビ回帰するのだろうか、あるいは1つのコーホートとしてテレビの短時間視聴という傾向をひきずるのだろうか。

このことについて過去のデータと対比させてもあまり意味がない。既に見てきたようにテレビ視聴時間は他のメディア環境、とくにネット利用との関係で大きく変わり、その様相は時代によって大きく変化し続けているからである。しかし、表4からの、テレビ視聴時間が既婚/未婚の状態によって影響を受けるという調査的事実、表6からの、ネットの長時間利用者が既婚/未婚条件の影響を比較的強く受けるという結果を鑑みれば、「結婚」という変化がテレビ視聴行動に大きな影響を及ぼすという予測が成り立つ。

<sup>11</sup> 「ソーシャルメディア」平均時間は男性21.3分、女性28.7分、同行為者率男性23.8%、女性37.3%。「ネット動画」平均時間は男性17.2分、女性11.4分、同行為者率男性19.2%、女性12.9%。「オンラインゲーム」平均時間は男性18.5分、女性11.1分、同行為者率男性19.2%、女性12.9%。

これまでの分析で明らかなように、テレビ視聴は年齢の影響を強く受ける。また、既婚率も年齢によって大きく変化する。そこで年齢層を限定して、既婚者と未婚者の時刻別テレビ視聴行為者率とネット行為者率を比較してみることにする。10代は調査対象者において既婚率0%であったため、ここではその10代に近く、ネット利用時間が最も長い20代を例にとる(ちなみにこの調査データにおける20代の既婚率は25.8%)。

図5は20代の未婚者のテレビ視聴および汎ネット利用の行為者率時刻別推移を、図6は既婚者のそれぞれを示したものである。

図5 20代の未婚者のテレビ視聴および汎ネット利用の行為者率の時刻別推移(2016年平日)

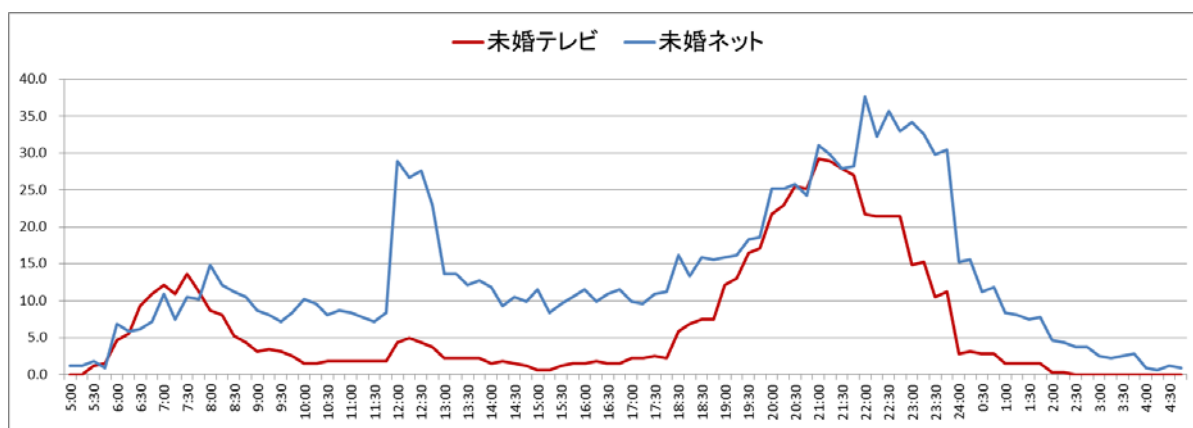


図6 20代の既婚者のテレビ視聴および汎ネット利用の行為者率の時刻別推移(2016年平日)

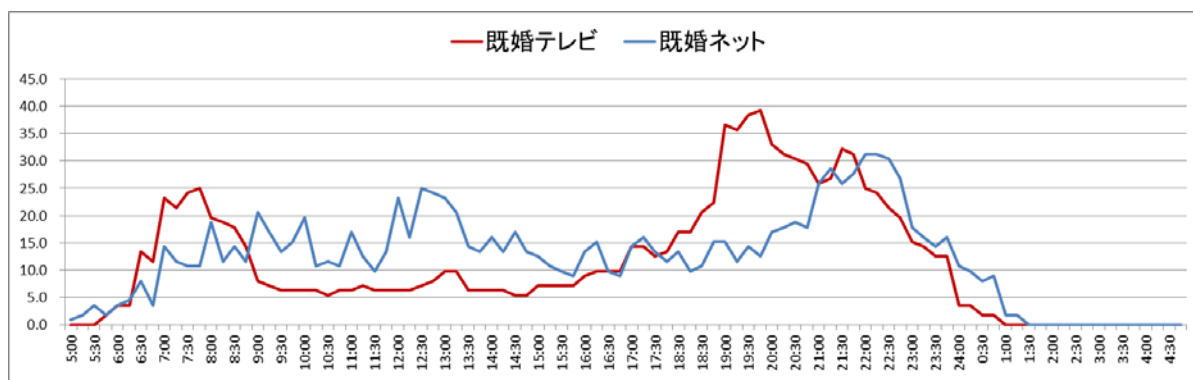


図5に示されるとおり、20代未婚者は1日うちほとんどの時間帯でネット行為者率がテレビ視聴行為者率を上回る。在宅率が高くなる夜間においても、22時以降はネット利用行為者率がテレビ視聴行為者を比較的大きく上回り、テレビとネットの関係は10代に近いもの(図3参照)になっている。

一方、図6に示されるとおり、20代既婚者においては、17時45分から21時15分までテレビ行為者率がネット行為者率を上回り、その後もテレビとネットは拮抗した形で推移する。

このことが示すのは、20代の既婚者においては、とくに夜間、10代や20代未婚者のようにテレビ離れという現象が起こりにくいということであり、結婚という事態をきっかけに一定程度はテレビ視聴量が確保されるであろうということである。そのことは表4に示されるように、全年齢層において、既婚であるという条件とテレビ視聴時間が正の相関を持つことにつながる。

前述したように、私見では自宅でのメディア利用の主な目的は暇つぶしである。未婚者においてその目的の達成手段はテレビからネット、とくにソーシャルメディアに一部移行したが、配偶者がいる状況ではその目の前でソーシャルメディアやネット動画視聴に傾注することには一定の躊躇を感じるだろう。配偶者とのコミュニケーションはソーシャルメディアの果たす機能を一部代替するであろうし、たとえ会話がないうちでも一緒に同じテレビ画面を前にすることが気楽な時間つぶしになるのではないか。

なお、筆者は「日本人の情報行動調査」の2010年および2015年のデータからも、本稿の2-5節とほぼ同様の結果を導いている(脚注7の橋元(2016)参照)。両者の分析対象年や分析標本が異なるにもかかわらず、同じ結論が導かれたことにより、結果の頑健性と考察の正当性が示されたと考えている。

## 6. 地域別に見たネット利用

表7 地域別にみた2012年と2016年のネット利用率、サイト利用率(単位:%)

	ネット利用率		サイト利用率	
	2012	2016	2012	2016
北海道・東北	89.3	<b>92.9</b>	76.2	<b>78.6</b>
関東	93.7	<b>97.8</b>	<b>82.9</b>	88.5
北陸・東山	91.7	95.0	76.7	82.5
東海	89.7	97.4	75.6	87.8
近畿	92.9	95.8	81.7	86.7
中国・四国	95.1	95.8	81.3	88.2
九州・沖縄	88.7	95.8	<b>72.0</b>	88.1
$\chi^2$ 値	9.41	10.22	13.42	13.33
有意水準	ns	ns	*	*

$\chi^2$ 検定は各種ネットの利用/非利用と地域とのクロス集計結果。\*: $p<.05$

各セルで残差分析の結果危険率5%水準(両側検定)で数値が太字のものは「有意に高い」、赤字は「有意に低い」ことを示す。

最後に本稿の流れからはややそれるが、「情報通信メディア利用時間調査」報告書では記述していない地域別<sup>12</sup>のネット利用の相違について概観しておく。






















<sup>12</sup> 調査は地域別として、北海道、東北(青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島)、関東(茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川)、北陸(新潟、富山、石川、福井)、東山(山梨、長野、岐阜)、東海(静岡、愛知、三重)、近畿(滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山)、中国(鳥取、島根、岡山、広島、山

表7は地域別に2012年と2016年のネット利用率とサイト利用率を比較したものである。ここでサイト利用率を取り上げるのは、年齢層別に見ても2016年で相違が見られたからである。

ネット利用率は2012年の時点で地域間の有意な差は見られない。2016年は各地域とも利用率が微増しているが、やはり地域間に大きな差はない。ただし、残差分析の結果では、北海道・東北地域が他の地域に比べ有意に低くなっている（もとの11地域区分別比較では「東北」の91.3%が最も低い）。

サイト利用率に関しては、2012年に地域差が見られ、九州・沖縄地域が有意に低い。その後、2016年にかけて、どの地区も利用率が増加したが、北海道・東北地域の伸び率が低く、地域間で見ても同地区だけ有意に低い（もとの11地域区分別では「東北」の75.9%が最も低い）。

表8 地域別にみた各種ネット利用時間(2016年平日。単位:分)

	汎ネット	PCネット	モバイルネット
北海道・東北	 78.5 bc	 23.9 b	 51.2 ab
関東	 114.0 a	 49.1 a	 64.1 a
北陸・東山	 66.9 c	 22.8 b	 40.2 b
東海	 99.2 ab	 26.8 ab	 66.6 a
近畿	 107.0 ab	 35.2 ab	 69.5 a
中国・四国	 96.8 abc	 28.6 ab	 62.1 ab
九州・沖縄	 95.2 abc	 30.1 ab	 61.2 ab
F値	5.30	4.83	3.03
有意水準	***	***	**

地域別の検定結果は一元分散分析の結果。数値右欄の記号はTukeyの多重範囲検定結果で、同符号間では危険率5%未満で有意差がないことを示す。\*\* : p<.01、\*\*\* : p<.001

表8は地域別に汎ネット、PC ネット、モバイルネットの利用時間量を見たものである。いずれも地域間に有意な差があり、すべてにおいて北陸・東山地域と北海道・東北地域の時間量が少ない。

ネット利用率は属性的には性別や年齢、学歴の影響を受けるので、2016年結果に関し、それらを統制変数として説明変数に投入した上で、サイト利用率に対する「北海道・東北地域であること」の影響を見るためにロジスティック回帰分析を行なった結果が表9である。

表9に示されるとおり、年齢等を統制しても北海道・東北の効果は有意である。この地域において、SNSや動画、諸々の情報検索も含むサイト利用の程度は遅れている。

口)、四国(徳島、香川、愛媛、高知)、北九州(福岡、佐賀、長崎、大分)、南九州(熊本、宮崎、鹿児島、沖縄)の11地域に分けて標本抽出された。本稿ではサンプルの偏りの調整のため、北海道・東北(168)、関東(504)、北陸・東山(120)、東海(156)、近畿(240)、中国・四国(144)、九州・沖縄(168)の7地域に再編して計算した。括弧内の数値は2016年調査におけるN数。

表9 サイト利用の有無を目的変数としたロジスティック回帰分析(2016年)

	回帰係数	標準化回帰係数	Waldの $\chi^2$ 値	Pr > ChiSq
Intercept	5.07		97.24	<.0001
性別(男性ダミー)	0.14	0.04	0.63	0.428
年齢	-0.09	-0.80	147.79	<.0001
学歴	0.55	0.29	27.07	<.0001
北海道東北ダミー	-0.73	-0.13	9.52	0.002

表10 汎ネット利用時間を目的変数とした重回帰分析 (2016年平日)

	回帰係数	標準化回帰係数	t 値	Pr >  t	VIF
Intercept	134.56	0	13.04	<.0001	0
性別(男性ダミー)	20.83	0.07	4.16	<.0001	1.01
年齢	-2.16	-0.24	-13.97	<.0001	1.00
学歴	19.53	0.13	7.43	<.0001	1.02
北海道東北ダミー	-21.98	-0.05	-2.76	0.006	1.02
北陸東山ダミー	-34.60	-0.07	-3.76	<.0001	1.01
	F:60.04 <.0001		R <sup>2</sup> (調整済R <sup>2</sup> ):0.0916(0.0901)		

また、汎ネット利用時間を目的変数として、性別、年齢、学歴を統制変数として北海道・東北地域か否か、北陸東山か否かを説明変数に入れ重回帰分析を試みた結果が表10である。

表に示されるとおり、やはり北海道・東北および北陸・東山の地域性は汎ネット利用時間に対して有意に負の効果を持っている。

2節(表1, 表2)や本節で示したように、日本において、ネットに関するデジタルデバイドは、年齢差、地域差という側面ではいまだ十分には解消されていない。