

文教大学情報学部
社会調査ゼミナール報告

並行的メディア利用習慣の構造

2008.1

情報学部 広報学科4年

高橋 賢司

目次

第1章 研究の概要

1. 1 研究の目的と背景 3

1. 2 研究の方法 4

(1) 進歩経緯

(2) 調査概要

1. 3 成果の概要 5

(1) 主な成果

(2) その他の効果 6

第2章 研究の成果

2. 1 回答者の概要 7

2. 2 並行的メディア利用習慣との関連性 8

2. 3 並行的メディア利用習慣と1日のメール数 12

2. 4 並行的メディア利用習慣とペット癒求度 14

2. 5 ペット癒求度とメディア利用 15

2. 6 ながら習慣とフリッピング習慣 17

2. 7 よく見るテレビ番組のジャンル 18

2. 8 情報に対する態度の因子分析 19

第3章 まとめと今後の課題 21

参考文献

単純集計結果 24

第1章 研究の概要

1. 1 研究の目的と背景

大学の授業を終え帰宅した私はまず手始めにテレビのリモコンに手をかける。ブラウン管の奥が騒がしくなったらパソコンのほうにも活力を与える。そして頻繁にチャンネルを変えその時々で面白そうな番組を探し、もし番組がなくてもテレビを消すことはなく、バックミュージックとしての役割を担ってもらう。

何かをしながら何かをするという行動や、メディアをつけっぱなしにするという並行的メディア利用習慣が様々な場面で見受けられる。テレビにおける習慣が代表的な例だが、他にもインターネット、メール、携帯音楽プレーヤーなどさまざま。

それにしても最近電車内での若者がひと際目立つ。皆一様にアクセサリーと言わんばかりのイヤホン、完璧に独自のバリアーを築いている。防御だけならまだしも最近はそれすら危うい状況だ。車内での彼らの通話はまるで「はい、私自宅から電話をかけております」のような口調である。公私分別ができないのか、はたまたそこまでして友人と繋がっていたいのか・・・そこで私は公私分別ができる人達を「パブリックグループ」公私分別ができない人達を「プライベートグループ」に分類し、友人と繋がっていたい→寂しがりや→ペットに何か関連があるのでは？という思考回路を巡らしてペットに癒されたい人達を「ペット依存グループ」、ペットに癒しを求めない人達を「非ペット依存グループ」に分類し、並行的メディア利用習慣という観点から調査をし、その要因を調べていこうと思う。

1. 2 研究の方法

(1) 進捗経緯

- ・ 4月～5月 文献による情報収集
- ・ 6月～7月 調査テーマ案についての討論
- ・ 8月 調査テーマの決定
- ・ 9月 ゼミ合宿において、調査票最終討論
- ・ 10月 調査票最終案完成
- ・ 11月 学内で調査実施、調査票の集計
- ・ 12月 研究報告書提出

(2) 調査の概要

【主な質問項目】

- ・ 並行的メディア利用習慣に関する設問
- ・ 1日のテレビ視聴時間
- ・ 1日のインターネット閲覧時間
- ・ 1日のメール送受信数
- ・ 音楽携帯プレーヤーの有無
- ・ 『プライベート重視』『パブリック重視』どちらに属するか
- ・ 友達関係に関する設問
- ・ ペットに癒しを求めるかどうか

【調査対象者】

- ・ 文教大学生

【発送数と回収数】

- ・ 発送数：150枚 回収数：105枚 有効回収数：104枚

広報論A 101枚 社会調査Ⅱ 3人 授業時間に協力を得て配布し、回収した。

【調査方法】

- ・ 授業中にて手渡しによるアンケート調査

1. 3 成果の概要

(1)主な成果

テレビ視聴、インターネット、携帯電話、音楽携帯プレーヤーによるメディア接触時間は全体的に増加している傾向にあると言える。その理由に並行的メディア利用習慣が挙げられる。テレビを視聴しながらインターネットをしたり(テレビ+インターネット)テレビを視聴しながら携帯電話を使用する(テレビ+携帯電話)などの行為が日夜至る所で行われ、並行的メディア利用の勢いは留まることを知らない。

図1-3-1 並行的メディア利用 n=104

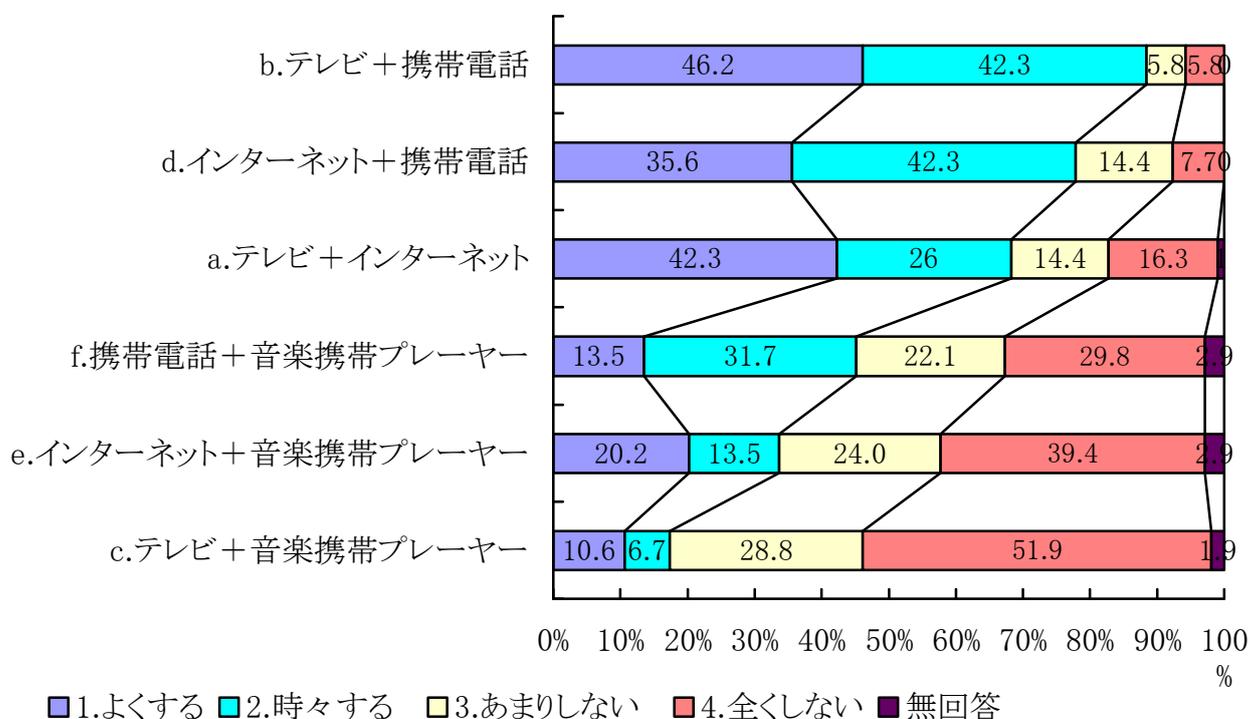


図1-3-1が示すように「a.テレビ+インターネット」「b.テレビ+携帯電話」「d.インターネット+携帯電話」では7割～8割が肯定的な意思を示している。並行的メディア利用が増加傾向にあることがわかる。

またそのような並行的メディア利用習慣を引き起こす要因は主に3つあり、情報欲求、友人依存、私的領域の拡大である。第2章にこの事柄を詳しく示す。

(2)その他の成果①

1日のメール送信数は並行的メディア利用習慣が身につけている人と身につけていない人ではあまり差が見られなかったが、1日のメール受信数では大きな差があり、並行的メディア利用習慣が身につけている人のほうがメール受信が少ない傾向にあることがわかった。

(3)その他の成果②

ペット系集計も興味深い結果が得られた。並行的メディア利用習慣が身につけている人といない人ではやはりペット依存度は異なり、並行的メディア利用習慣が身につけている人のほうがペット依存度が高い傾向にある。

またペットに依存度が高い傾向にある人はメディアの中で特に音楽を好む傾向が見られた。

(4) 並行的メディア利用度数の計算

問16～18の回答番号の1、2、3、4をそれぞれ1点、2点、3点、4点とする。そして回答者個人の合計点を出す。

個人の合計点=(問16の合計点)+(問17の合計点)+(問18の合計点)

また全員の合計点を計算したところ1585点、これを人数分104で割ると15、2403・・・よって個人の合計得点が16点未満なら並行的メディア利用習慣多グループ、16点以上なら並行的メディア利用習慣少グループというように分類した。

[謝辞]

本研究においては、調査の実施に際して多くの学生諸氏から回答を頂いた。この調査協力に対しては心から御礼を申し上げる次第である。調査票を作成するまでの過程では、ゼミのメンバーをはじめとして、多くの方から示唆を頂いた。また研究の実施全般に対しては、指導教授の八ツ橋先生から様々な示唆を頂いた。これらの方々に対して、改めて謝意を表します。

第2章 研究の成果

2. 1 回答者の概要

文教大学湘南校舎にて、並行的メディア利用習慣についての調査を行った。回答者の結果を示す。なお回答標本は無作為抽出で作成してはいたないために、母集団から見て標本に偏りが生じる可能性がある。そこで回答者の分布を表 2-1-1 と表 2-1-2 で確認しておく。表 2-1-1 の学年別の分布では 2 年生が約 54% と半数を占め、次いで 3 年生が約 31%、4 年生が約 9%、1 年生が約 1% であった。また表 2-1-2 の性別の分布では、男子が約 58%、女子が約 37% であった。これらの偏りは、回答者全体の分布には、回答者全体の分布にはそれなりの影響を与える可能性があり、解釈時には注意が必要である。しかしクロス集計やグループの平均などの層化を行った集計では、影響は限定されると考えられる。

表 2-1-1 回答者と母集団の比較：学生別分布

	1 年	2 年	3 年	4 年	無回答	計
回答者	1.0 (1)	53.8 (56)	30.8 (32)	8.7 (9)	5.8 (6)	100.0 (104)
湘南キャンパス 学生	27.3 (934)	26.7 (912)	21.3 (727)	24.7 (843)		100.0 (3416)

(注)母集団は湘南キャンパス 2007.10 末時点である。

表 2-1-2 回答者と母集団の比較：性別分布

	男子	女子	無回答	計
回答者	57.7 (60)	36.5 (38)	5.8 (6)	100.0 (104)
湘南キャンパス 学生	52.5 (1792)	47.5 (1624)		100.0 (3416)

(注)母集団は湘南キャンパス 2007.10 末時点である。

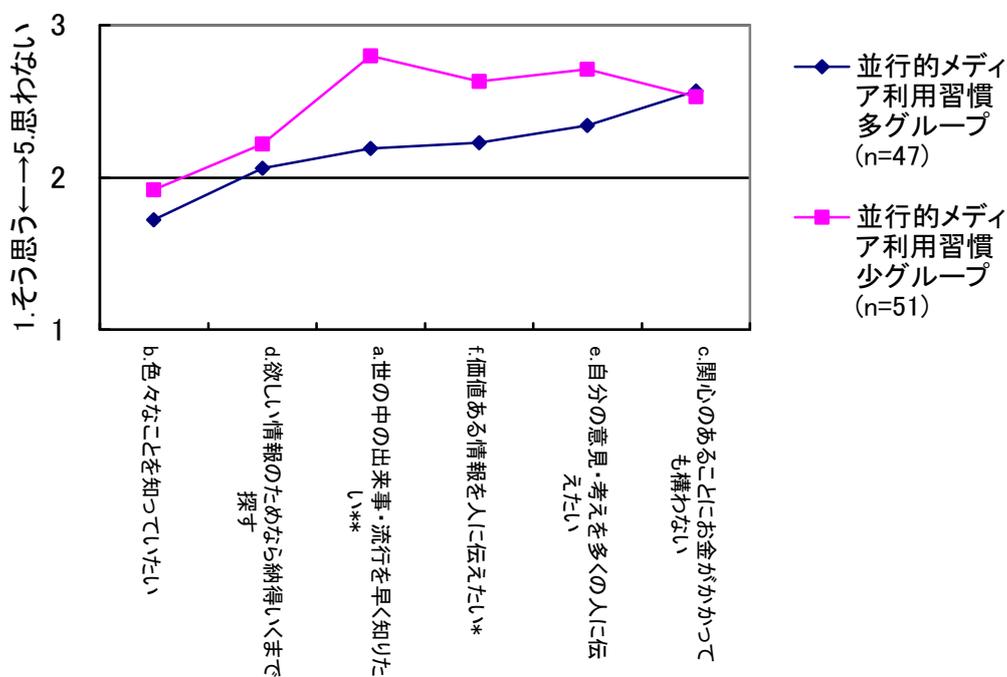
2. 2 並行的メディア利用習慣との関連性

(1) 並行的メディア利用習慣と情報欲求度

本調査では人々の情報欲求の度合いがメディア利用に影響するとの考えから、情報欲求についても調査を行っている。例えば「a.世の中の出来事・流行を早く知りたい」などの各設問にそれぞれ「1. そう思う」～「5. 思わない」で回答を得ている。回答してもらったものを各設問ごとに回答結果の平均値を出した結果を図2-2-1に示す。

並行的メディア利用習慣多グループと並行的メディア利用習慣少グループ間では大きな差が見られた。まず情報に対する態度である。両グループで最も顕著な差が見られたのは「a.世の中の出来事・流行を早く知りたい」であり並行的メディア利用習慣多グループではかなり肯定的である。これを見ると並行的メディア利用習慣を規定していると考えられることもできる。一方「c.関心のあることにお金がかかっても構わない」ではほぼ同じ値になっているので並行的メディア利用習慣を規定する可能性は小さいと感ぜられる。並行的メディア利用習慣多グループの方が全体的に肯定的意志を示し、情報欲求の強さが見られた。

図 2-2-1 情報欲求度の平均値



(2) 並行的メディア利用習慣と電車内通話

電車内で通話頻度を問う設問で「1. よくする」～「4. あまりしない」と回答した人はプライベート思考型(電車内で通話あり)に分類し、「5. 全くしない」と回答した人はパブリック思考型(電車内で通話なし)に分類し、並行的メディア利用習慣が多いグループ、並行的メディア利用習慣が少ないグループ間での差について調べた。その結果を図2-2-2に示す。

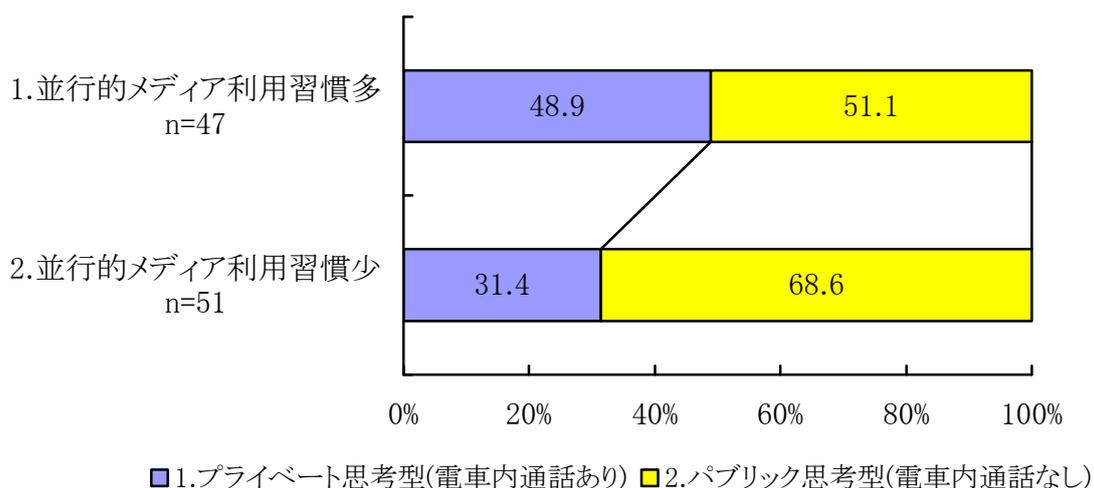
並行的メディア利用習慣多グループで「電車内で通話あり」と答えた人が49%、「電車内で通話なし」と答えた人が51%でありほぼ半分であった。

一方並行的メディア利用習慣少グループでは「電車内で通話あり」と答えた人が31%、「電車内で通話なし」と答えた人が69%であり38%の大きな差が見られた。

また並行的メディア利用習慣多グループと並行的メディア利用習慣少グループ間で「電車内で通話あり」において18%の差が見られた。

これは並行的メディア利用習慣が身につけている人ほど電車内で通話をしやすい傾向、即ちプライベート思考型であることを示している。

図2-2-2 並行的メディア利用習慣と電車内通話



(3) 並行的メディア利用習慣と友人関係

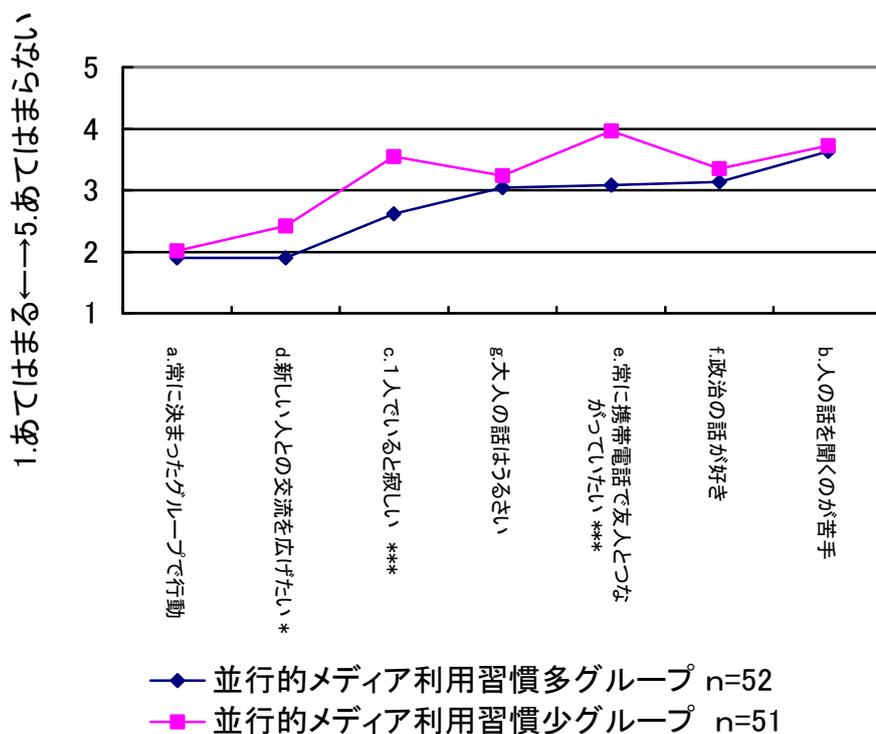
並行的メディア利用習慣が多いグループと並行的メディア利用習慣が少ないグループとで友人関係においてどのような違いが生じてくるかを調査した。問19の「a.いつも決まったグループで行動する」などの各設問にそれぞれ「1. あてはまる」～「5. あてはまらない」の回答してもらったものを各設問ごとに回答結果の平均値を出した結果を図2-2-3に示す。

全体的に並行的メディア利用習慣多グループは並行的メディア利用習慣少グループを下回っている。両グループで最も顕著な差が見られたのは「c.1人でいると寂しい」「e.常に携帯電話で友人とつながっていたい」であり1ランク近く差が見られた。

また「a.常に決まったグループで行動」「b.人の話を聞くのが苦手」ではほぼ同じ値になっておりこれらが並行的メディア利用習慣を規定する可能性は小さいと考えられる。

並行的メディア利用習慣多グループは並行的メディア利用習慣少グループに比べて人とのつながりを求めている、即ち友人依存の高まりの傾向があることがわかった。

図 並行的メディア利用習慣と友人関係



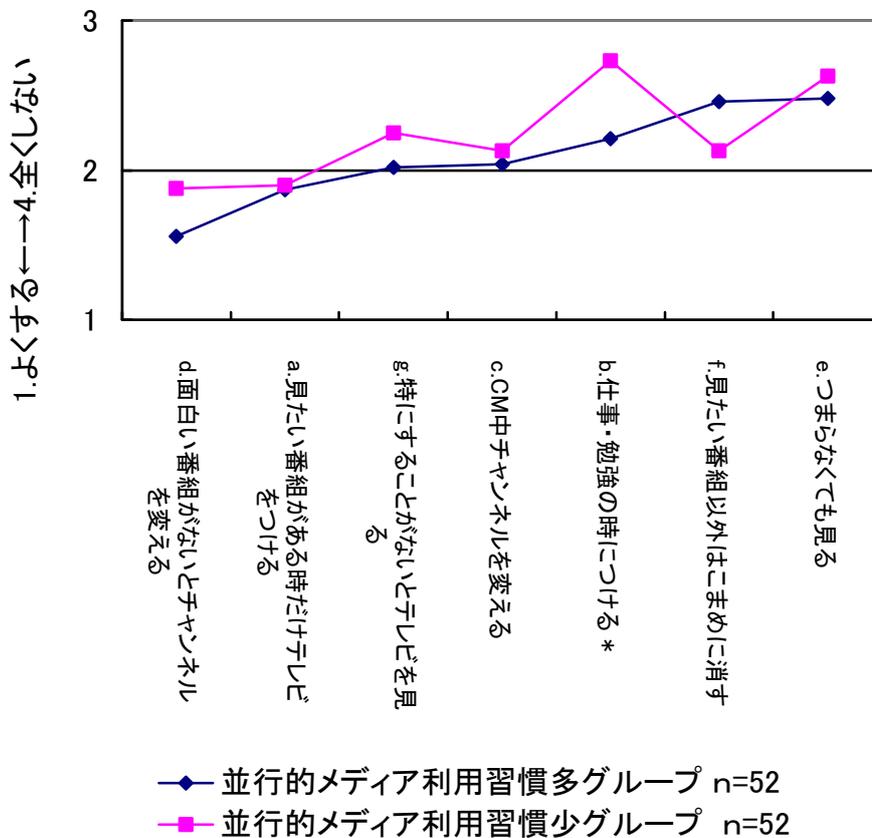
(4) 並行的メディア利用習慣とテレビ視聴

並行的メディア利用習慣が多いグループと並行的メディア利用習慣が少ないグループとでテレビ視聴においてどのような違いが生じてくるかを調査した。問2の「a.見たい番組があるときだけテレビをつける」などの各設問にそれぞれ「1. よくする」～「4. 全くしない」の回答してもらったものを各設問ごとに回答結果の平均値を出した結果を図2-2-4に示す。

全体的に並行的メディア利用習慣多グループは並行的メディア利用習慣少グループを下回っている。両グループで最も顕著な差が見られたのは「b.仕事・勉強の時につける」であり有意差が見られた。

また「a.見たい番組がある時だけテレビをつける」「c.CM中チャンネルを変える」「e.つまらなくても見る」ではほぼ同じ値になっておりこれらが非視聴習慣を規定する可能性は小さいと考えられる。

図2-2-4 並行的メディア利用習慣とテレビ視聴

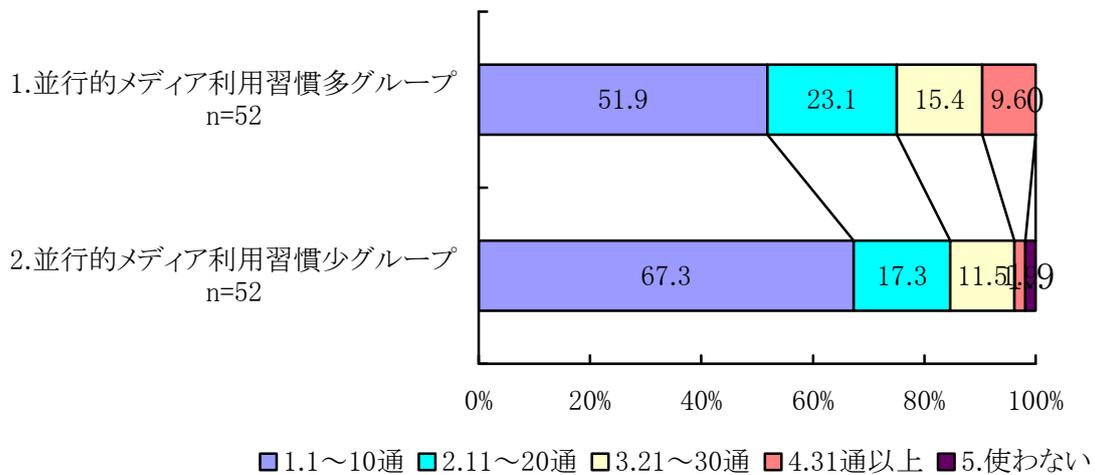


2. 3 並行的メディア利用習慣と1日のメール数

(1) 並行的メディア利用習慣が多いグループと並行的メディア利用習慣が少ないグループとでの1日メール送信数を調べた。その結果を図2-3-1に示す。

1日のメール送信数において並行的メディア利用習慣多グループは「1、1～10通」が最も多く52%、次いで「2、11～20通」が23%、「3、21～30通」が15%、「31通以上」が10%と続く。並行的メディア利用習慣少グループも「1、1～10通」が最も多く67%、次いで「2、11～20通」が17%、「3、21～30通」が12%、「31通以上」が2%と続き、メール送信数が増加するほど回答者の数が減少する傾向にあるようだ。やや全体的に並行的メディア利用習慣大グループのほうがメール送信が多いが、そこまで大きな差は見られなかった。

図2-3-1 並行的メディア利用習慣と1日メール送信数

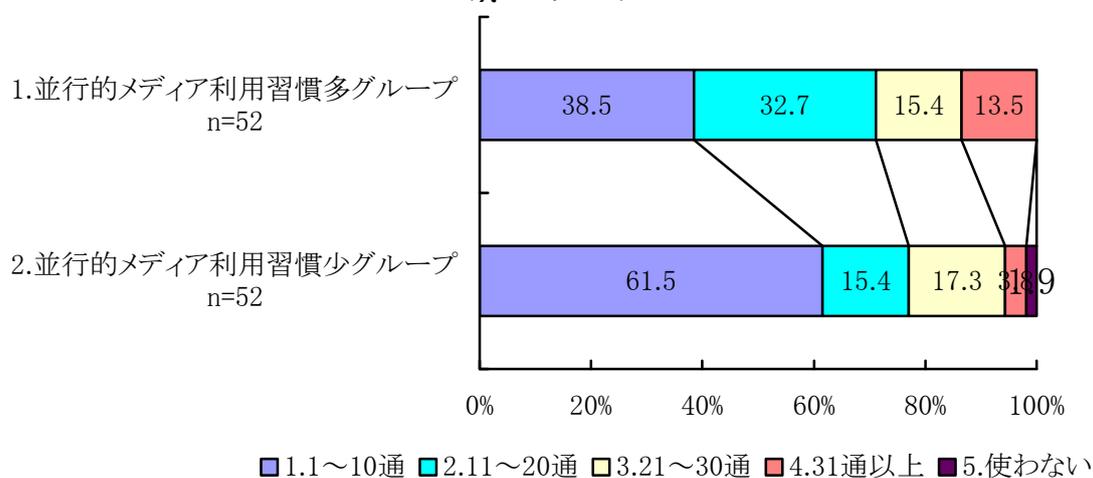


(2) 並行的メディア利用が多いグループと並行的メディア利用習慣が少ないグループとでの1日メール受信数について調べた。図2-3-2にこの結果を示す。

1日のメール受信数においては並行的メディア利用習慣多グループ、並行的メディア利用習慣少グループ間で有意差が見られた。並行的メディア利用習慣多グループで「1、1～10通」が最も多く39%、次いで「2、11～20通」が33%、「3、21～30通」が15%、「31通以上」が14%と続く。並行的メディア利用習慣少グループも「1、1～10通」が最も多く62%、次いで「2、11～20通」が15%、「3、21～30通」が17%、「31通以上」が4%と続く。

最も顕著な差が出たのは並行的メディア利用習慣多グループで11通以上と答えた人が61%に対し、並行的メディア利用習慣少グループは38%であった。23%の差が見られ並行的メディア利用習慣が身につけている人ほどメール受信数は多いと言える。

図2-3-2 並行的メディア利用習慣と1日メール受信数
(χ^2 乗：*)

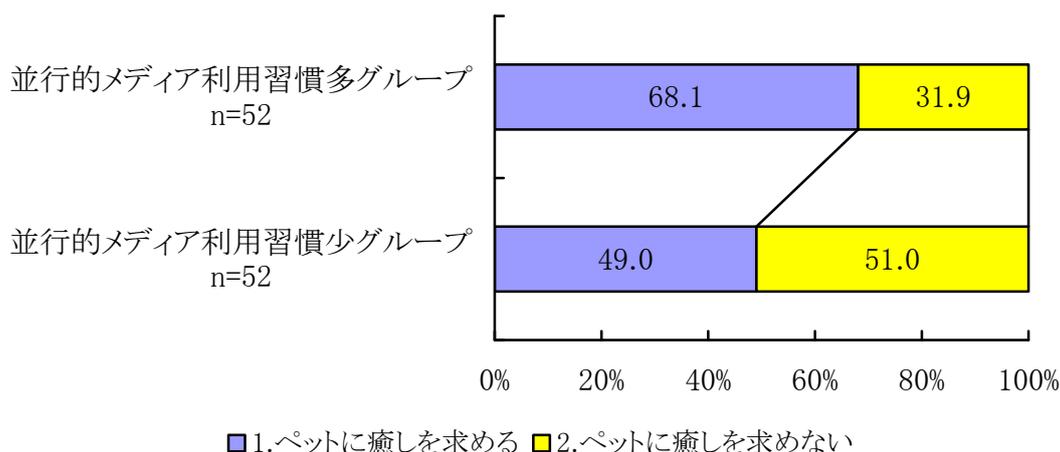


2. 4 並行的メディア利用習慣とペット依存

(1)ペットに癒しを求めるかという設問で「1. そう思う」「2. ややそう思う」と回答した人はペットに癒しを求める(ペット依存グループ)に分類し、「3. どちらとも言えない」～「5. 思わない」と回答した人はペットに癒しを求めない(非ペット依存グループ)に分類し、並行的メディア利用習慣が多いグループ、並行的メディア利用習慣が少ないグループ間での差について調べた。その結果を図2-4-1に示す。

並行的メディア利用習慣多グループは「1、ペットに癒しを求める」と答えた人が62%、「2、ペットに癒しを求めない」と答えた人が29%だった。並行的メディア利用習慣少グループは「1、ペットに癒しを求める」と答えた人が48%、「2、ペットに癒しを求めない」と答えた人が50%とほぼ半々であった。両グループ間で最も顕著な差が出たのは「2、ペットに癒しを求めない」であり、22%の差が出た。「1、ペットに癒しを求める」でも並行的メディア利用習慣多グループは並行的メディア利用習慣少グループと比べると14%上回っている。よって並行的メディア利用習慣多グループの方が並行的メディア利用習慣少グループよりペットに癒しを求める傾向のあることがわかった。

図2-4-1 並行的メディア利用習慣とペット依存
(χ^2 検定:*)



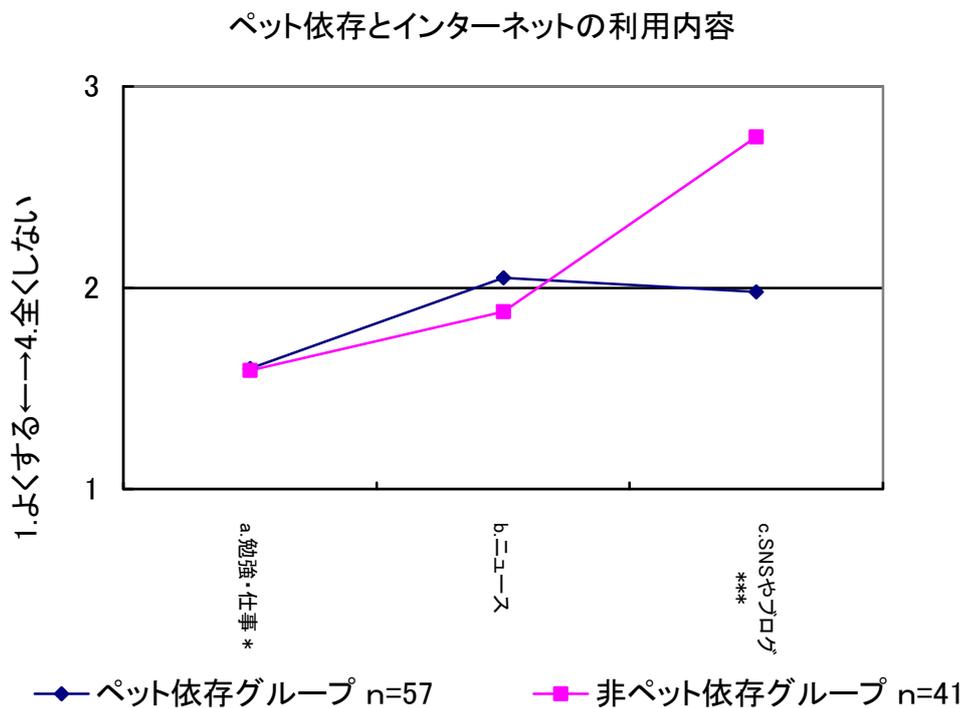
2. 5 ペット依存とメディア利用

(1) ペット依存グループと非ペット依存グループ間でのインターネットの利用内容について調べた。その結果を図2-5-1に示す。

「a.勉強・仕事」が両グループ共に一番肯定的な意思が見られた。また「a.勉強・仕事」「b.ニュース」ではあまり差がみられなかった。

両グループ間で最も顕著な差が出たのは「c.SNS やブログ」であった。1ランク近くの違いがあり有意差が見られた。これを見るとインターネットで「c.SNS やブログ」を活用する人ほどペットに依存する傾向があると言えるだろう。

図2-5-1

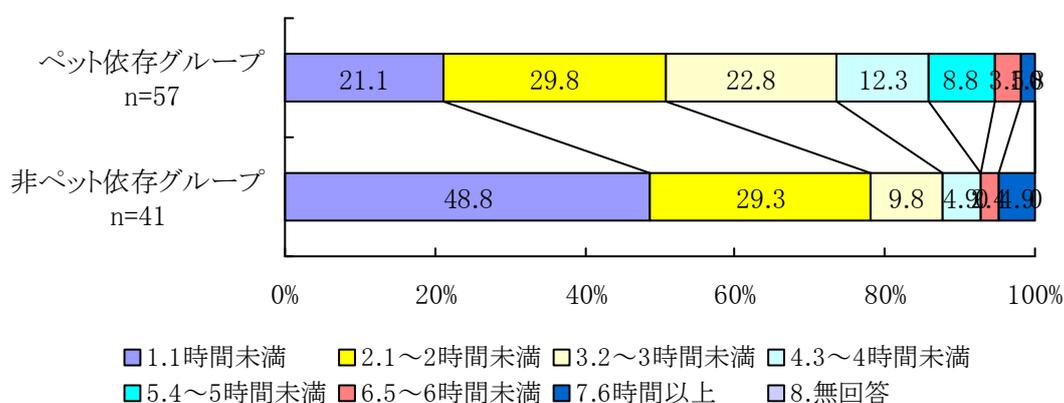


(2) ペット依存グループと非ペット依存グループ間での1日の音楽利用時間について調べた。その結果を図2-5-2に示す。

ペット依存グループは8割の人が1日に1時間以上音楽を視聴しているが、非ペット依存グループは5割の人が1時間未満である。

このことからペット依存グループのほうが1日の音楽利用時間が長い傾向がある。

図2-5-2 ペット依存と1日の音楽利用時間
(χ^2 乗:***)

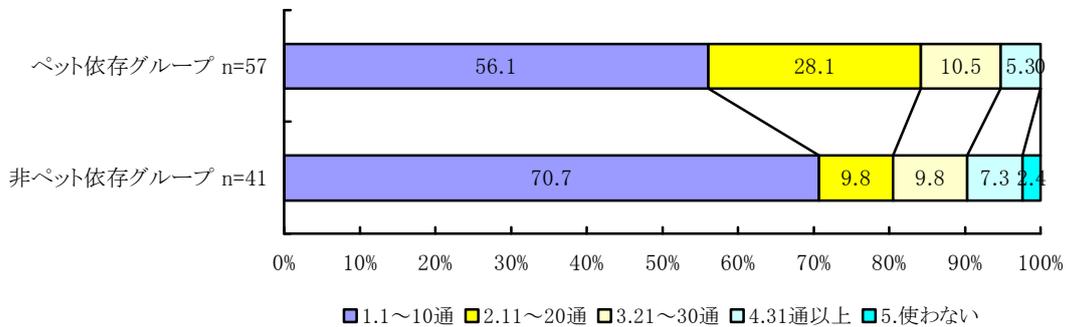


(3) ペット依存グループと非ペット依存グループ間での1日のメール送信数について調べた。その結果を図2-5-3に示す。

ペット依存グループは「1、1~10通」と答えた人が56%、非ペット依存グループは71%である。つまりペット依存グループは1日にメールを11通以上送信する人がおよそ半数いるが、非ペット依存グループは3割程度しかいない。

これによりペット依存グループは非ペット依存グループより1日のメール送信数が多い傾向がある。

図2-5-3 ペット依存と1日のメール送信数
(χ^2 乗:**)

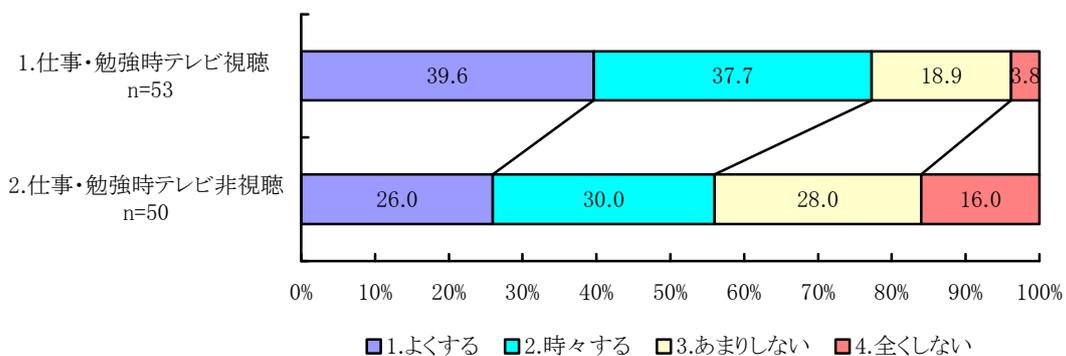


2. 6 ながら習慣とフリッピング習慣

(1)問2 bで「1. よくする」「2. 時々する」と回答した人は仕事・勉強時テレビ視聴グループに分類し、「3. あまりしない」「4. 全くしない」と回答した人は仕事・勉強時テレビ非視聴グループに分類し、チャンネル切替の差について調べた。その結果を図2-6-1に示す。

仕事・勉強時テレビ視聴グループは「1、よくする」と答えた人が40%で「2、時々する」と答えた人が38%、約80%の肯定的意思が見られたのに対し、仕事・勉強時テレビ非視聴グループは「1、よくする」と答えた人が26%で「2、時々する」と答えた人が30%、およそ半数ほどであった。このことから仕事・勉強時テレビ視聴グループ、即ちながら習慣が身につけている人ほどチャンネル切り替習慣(フリッピング習慣)が身につけている傾向があると言える。

図2-6-1 仕事・勉強時のテレビ視聴2区分とチャンネル切替習慣 (χ^2 乗:*)



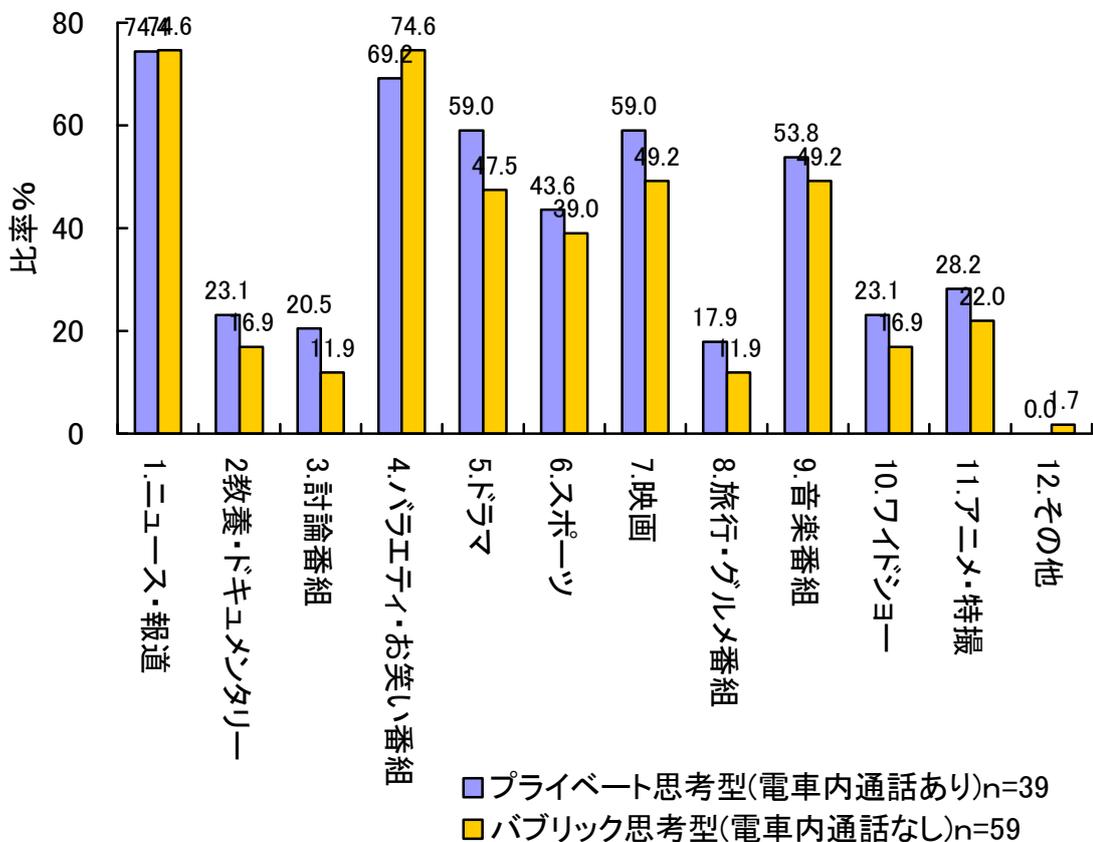
2. 7 よく見るテレビ番組のジャンル

(1)プライベートグループ、パブリックグループ間で普段よく見るテレビ番組のジャンルはどのような差が生じてくるのか調べた。その結果を図2-7-1に示す。

プライベートグループもパブリックグループも全体としては同じような傾向であるが、ややプライベートグループのほうが全体的に上回っていた。両グループ最も多かったのが「1、ニュース・報道」「4、バラエティ・お笑い番組」でほぼ7割前後であった。「5、ドラマ」「7、映画」「9、音楽番組」が5～6割前後で「6、スポーツ」が続く。

最も顕著な差が見られたのは「4、バラエティ・お笑い番組」である。その項目だけパブリックグループがプライベートグループを上回っている。自分は全く逆の仮説を立てていたので新たな発見ができた。

図2-7-1 よく見るテレビ番組のジャンル



2. 8 情報に対する態度の因子分析

(1)情報に対する態度についてどのような傾向が現れるのかを調査した。その結果を表2-8-1に示す。

調査では「a.世の中の出来事や流行は人よりも早く知りたい方である」、「b.広く色々なことを知っていたい方である」のような情報の欲求について「1. そう思う」から「5. 思わない」の5段階で、回答者の受け止め方を調査した。これら情報に関する6個の項目について因子分析を行った。3つの因子が抽出され、分散の80%以上がカバーされている。各因子の名称は第一因子：情報共有度、第二因子：情報認知度、第三因子：情報追求度である。

表2-8-1 情報態度の因子分析結果

因子(平方和、寄与率)	因子の内容
第1因子(1.65、27.5%) fac31：情報共有度	f.価値ある情報を多くの人に伝えたい e.自分の意見・考えを多くの人に伝えたい ◎自分の情報を他人と共有したいとする度合いを示す
第2因子(1.47、24.5%) fac32：情報認知度	a.世の中の出来事や流行を人より早く知りたい b.色々なことを知っていたい ◎出来事を人よりも広く知っておきたい度合いを示す。
第3因子(1.22、20.4%) fac33：情報追求度	c.詳しく知るためにお金を惜しまない d.欲しい情報のためには納得行くまで探す ◎お金や時間を惜しまず情報を追求する度合いを示す。

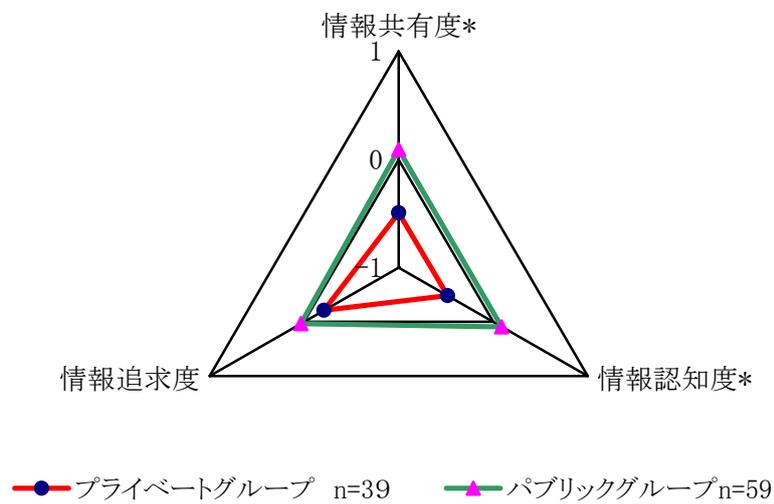
平方和と寄与率はバリマックス回転後の値である。寄与率の合計は72.4%である。

(2)次にこれらの因子が、プライベート・パブリックグループにどのような影響を及ぼすかを調べるために、因子スコアの平均値を調べた。このデータが標準化された場合、平均値は0となり、強い傾向は負、弱い傾向は正となる。このため以下では数値が低いほど因子の傾向が強いことを示している。

プライベート・パブリックグループの情報欲求因子得点を図2-8-2に示す。第1因子に $p = 0.038$ 、第2因子に 0.043 の有意差がある。第3因子には有意差はない。

第1因子ではプライベートグループの平均値は-0.49、パブリックグループの平均値は0.09である。また、第2因子ではプライベートグループの平均値は-0.48、パブリックグループは0.09であり、第3因子ではプライベートグループの平均値は-0.21、パブリックグループの平均値は0.04であった。全体的にプライベートグループの方が情報に対する欲求は強い傾向が見られたが第3因子においては第1因子、第2因子ほど差は見られなかった。

図2-8-2 プライベート・パブリックグループ別の情報態度因子得点



第3章 まとめと今後の課題

並行的メディア利用習慣の要因は情報欲求、友人依存の高まり、私的領域の拡大にあると言える。

情報欲求の設問では並行的メディア利用習慣多グループのほうが欲求が強く、友人関係の設問でも並行的メディア利用習慣多グループのほうが「1人では寂しい、誰かと接したい」欲求が強い傾向が見られた。電車内通話の設問においても並行的メディア利用習慣多グループのほうが通話経験者が多く、全体的に欲求の強さが伺えたのはほぼ並行的メディア利用習慣多グループのほうであった。

こう見ると欲求度が強い人ほど並行的メディア利用習慣が身につけている傾向があると言えるかもしれない。

意外な結果だったのが「ペットに癒しを求める人はメディアの中で特に音楽を好む」傾向が見られたことである。私は並行的メディア利用習慣が身につけていたことから、テレビやインターネットが特に多いのではと予想していたのだが、全く逆の結果になり見事に覆された。しかし逆に興味深い発見となった。

《反省点》

- ・回答者が少なかった点
- ・選択肢の番号の数字の配列を間違えた点
- ・もっとさまざまな視点から見て興味深い仮説を検証したかった点

参考文献

- ・江利川滋, 山田一成, 川端美樹, 沼崎誠「テレビ親近感とテレビ視聴行動の関連性について」
- ・植田康孝「携帯電話の普及におけるテレビ視聴に関する視座」
- ・中野伸宏「地下鉄のなかでテレビ視聴?」
- ・上村修一「テレビ視聴回数と視聴継続時間--テレビ基本視聴行動の分析」
- ・尾関光司「「携帯電話におけるテレビ視聴」を考える (特集 ケータイから見るメディアの未来)」
- ・中野佐知「インターネット利用とテレビ視聴の今後--携帯電話による若者のコミュニケーション革命--「IT時代の生活時間調査」

- ・麻倉怜司「やっぱり楽しいオーディオ生活」
- ・橋本良明「映像メディアの展開と社会心理」
- ・田辺建治郎「消費欲求と変容(2)ながら行動は時代のバックミラー」
- ・テレビの視聴スタイル：<http://www.myvoice.co.jp/biz/surveys/7604/index.html>
- ・音楽情報とインターネット利用：
<http://www.bunkyo.ac.jp/~mediare/2002/sem1/inet-ent/2-1.html>
- ・ネット音楽配信サービス利用実態調査：
http://www.ipse-m.com/report_csmr/report_c6/report_c6_sum.htm
- ・八ッ橋武明「テレビ放送メディアの移行と選択要因の研究」
- ・正高信男「ケータイを持ったサル」
- ・ニューメディア研究会「情報と地域生活に関するアンケート」
- ・柳亜紀「変化するテレビを取り巻く環境」
- ・田崎篤郎、吉井博明、八ッ橋武明「メディア・エコロジーの現状」

メディア利用に関する調査

卒業研究のための調査です。無記名ですので率直にお答えください。

情報学部 広報学科 八ツ橋ゼミ 高橋賢司

【調査対象層】文教大学生 【配布・回収数】配布数 150 枚 回収数 105 枚 有効回収数 104 枚

【テレビについてお聞きします】

問1 あなたは1日にどの程度テレビを視聴しますか。(1つに○) n=104

1. 1時間未満	15.4	2. 1～2時間未満	22.1	3. 2～3時間未満	21.2	4. 3～4時間未満	12.5
5. 4～5時間未満	4.8	6. 5～6時間未満	8.7	7. 6時間以上	12.5	無回答	2.9

問2 あなたのテレビ視聴についてお聞きします。a～gの各項目ごとに回答欄の中から1つだけ番号を○で選んで下さい。 n=104

	よくする	時々する	あまりしない	全くしない	無回答
a.見たい番組があるときだけテレビをつける	42.3	34.6	15.4	7.7	0.0
b.仕事や勉強のときに、なんとなくつけておく	26.0	25.0	24.0	24.0	1.0
c.CMの間は別のチャンネルに切り換える	33.7	33.7	23.1	9.6	0.0
d.面白い番組が無くてチャンネルをいろいろと回す	52.9	27.9	13.5	5.8	0.0
e.つまらないと思ってもつい見てしまう	15.4	34.6	28.8	21.2	0.0
f.見たい番組がない時はテレビをこまめに消す	32.7	19.2	33.7	14.4	0.0
g.特にすることがないとテレビを見る	30.8	35.6	21.2	11.5	1.0

問3 あなたが普段よく見るテレビ番組のジャンルは何ですか。(当てはまるものすべてに○) n=104

1. ニュース・報道	74.0	2. 教養・ドキュメンタリー	20.2	3. 討論番組	14.4	4. バラエティ・お笑い番組	72.1
5. ドラマ	51.9	6. スポーツ	40.4	7. 映画	53.8	8. 旅行・グルメ番組	14.4
9. 音楽番組	48.1	10. ワイドショー	18.3	11. アニメ・特撮	25.0	12. その他	1.0

【インターネット（自宅）についてお聞きします】

問4 あなたは1日にどの程度パソコンをつけていますか。(1つに○) n=104

1. 1時間未満	29.8	2. 1～2時間未満	16.3	3. 2～3時間未満	18.3
4. 3～4時間未満	16.3	5. 4～5時間未満	6.7	6. 5時間以上	12.5

問5 あなたはインターネットをどのように利用しますか。a～cの各項目ごとに回答欄の中から1つだけ番号を○で選んで下さい。 n=104

	よくする	時々する	あまりしない	全くしない	無回答
a.勉強や仕事で利用する	46.2	47.1	3.8	2.9	0.0
b.ニュースを見る	38.5	32.7	21.2	5.8	1.9
c.SNS(mixi など)やブログを見る	25.0	35.6	26.0	12.5	1.0

【携帯電話についてお聞きします】

問6 あなたの1日のメール送信数ほどの程度ですか。(1つに○) n=104

1. 1～10通	59.6	2. 11通～20通	20.2	3. 21通～30通	13.5	4. 31通以上	5.8	5. 使わない	1.0
----------	------	------------	------	------------	------	----------	-----	---------	-----

問7 あなたの1日のメール受信数ほどの程度ですか。(1つに○) n=104

1. 1～10通	50.0	2. 11通～20通	24.0	3. 21通～30通	16.3	4. 31通以上	8.7	5. 使わない	1.0
----------	------	------------	------	------------	------	----------	-----	---------	-----

【音楽についてお聞きします】

問8 あなたは1日にどの程度音楽を聴きますか。(1つに○) n=104

1. 1時間未満	31.7	2. 1～2時間未満	27.9	3. 2～3時間未満	18.3	4. 3～4時間未満	8.7
5. 4～5時間未満	4.8	6. 5～6時間未満	2.9	7. 6時間以上	4.8	無回答	1.0

問9 あなたは音楽携帯プレーヤーを持っていますか。(1つに○) n=104

1. はい ⇒ 問10へ	80.8	2. いいえ ⇒ 問16へ	19.2
--------------	------	---------------	------

問10 あなたはどの音楽携帯プレーヤーを持っていますか。(当てはまるものすべてに○) n=84

1. ipod	44.0	2. mp3 (ipod 以外のデジタル音楽携帯プレーヤー)	39.3	3. 携帯電話	26.2
4. MD・CDウォークマン	35.7	5. その他	1.2		

問11 あなたは1日にどの程度音楽携帯プレーヤーを聴きますか。(1つに○) n=84

1. 1時間未満	39.3	2. 1～2時間未満	23.8	3. 2～3時間未満	23.8	4. 3～4時間未満	2.4
5. 4～5時間未満	1.2	6. 5～6時間未満	7.1	7. 6時間以上	2.4		

問12 あなたは音楽携帯プレーヤーを以下のような時どの程度試聴しますか。a～bの各項目ごとに回答欄の中から1つだけ番号を○で選んで下さい。 n=84

	よく聴く	時々聴く	あまり聴かない	全く聴かない	無回答
a. 電車内	69.0	16.7	7.1	7.1	0.0
b. 歩行中	47.6	22.6	15.3	13.1	1.2

問13 あなたの持っている音楽携帯プレーヤーはシャッフル機能がついていますか。(1つに○) n=84

1. はい	89.3	2. いいえ ⇒ 問16へ	10.7
-------	------	---------------	------

問14 あなたはシャッフル機能を使用することがありますか。(1つに○) n=76

1. よくある	28.9	2. たまにある	40.8	3. どちらとも言えない	0.0
4. あまりない	14.5	5. 全くない ⇒ 問16へ	14.5	無回答	1.3

問15 あなたがシャッフル機能を利用する理由についてお聞きします。a～bの各項目ごとに回答欄の中から1つだけ番号を○で選んで下さい。 n=65

	よくある	たまにある	あまりない	全くない	無回答
a.次は何の曲がくるかという期待感が持てるから	27.7	33.8	29.2	6.2	3.1
b.新たな発見があるかもしれないから	9.2	20.0	50.8	16.9	3.1

【ながら視聴についてお聞きします】

問16 あなたはテレビを見ながら以下のことをどの程度しますか。a～cの各項目ごとに回答欄の中から1つだけ番号を○で選んで下さい。 n=104

	よくする	時々する	あまりしない	全くしない	無回答
a.インターネット	42.3	26.0	14.4	16.3	1.0
b.携帯電話(通話、メールなど)	46.2	42.3	5.8	5.8	0.0
c.音楽携帯プレーヤー	10.6	6.7	28.8	51.9	1.9

問17 あなたはインターネットをしながら以下のことをどの程度しますか。a～bの各項目ごとに回答欄の中から1つだけ番号を○で選んで下さい。 n=104

	よくする	時々する	あまりしない	全くしない	無回答
a.携帯電話(通話、メールなど)	35.6	42.3	14.4	7.7	0.0
b.音楽携帯プレーヤー	20.2	13.5	24.0	39.4	2.9

問18 あなたは携帯電話(通話、メールなど)を使いながら音楽携帯プレーヤーを聴きますか。(1つに○)
n=104

1. よく聴く	13.5	2. たまに聴く	31.7	4. あまり聴かない	22.1	5. 全く聴かない	29.8	無回答	2.9
---------	------	----------	------	------------	------	-----------	------	-----	-----

【その他】

問19 以下の項目についてa～gの各項目ごとに回答欄の中から1つだけ番号を○で選んで下さい。
n=104

	あてはまる	ややあてはまる	どちらとも言えない	ややあてはまらない	あてはまらない	無回答
a.いつも決まったグループで行動する	35.6	40.4	16.3	1.9	3.8	1.9
b.人の話を聞くのが苦手だ	3.8	8.7	24.0	41.3	21.2	1.0
c.1人でいると寂しい	7.7	27.9	25.0	26.0	12.5	1.0
d.新しい人との交流を広げたい	28.8	38.5	20.2	7.7	2.9	1.9
e.常に携帯電話で友人とつながっていたい	5.8	14.4	26.9	26.9	25.0	1.0
f.政治の話が好きだ	6.7	21.2	28.8	26.0	16.3	1.0
g.大人の話はうるさいと感じる	6.7	11.5	48.1	26.9	5.8	1.0

問20 情報に対する態度についてあなたご自身にはどの程度あてはまりますか。a～fの各項目ごとに回答欄の中から1つだけ番号を○で選んで下さい。 n=104

	そう思う	ややそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	思わない	無回答
a.世の中の出来事や流行は人よりも早く知りたい方である	14.4	37.5	23.1	18.3	1.0	5.8
b.広く色々なことを知っていたい方である	36.5	43.3	9.6	3.8	1.0	5.8
c.関心のあることを詳しく知るためにはある程度お金がかってもかまわない方である	17.3	28.8	27.9	19.2	1.0	5.8
d. 欲しい情報があるときは、納得が行くまで探す方である	25.0	40.4	19.2	9.6	0.0	5.8
e.自分の意見や考えを多くの人に伝えたい方である	12.5	37.5	28.8	12.5	2.9	5.8
f.価値ある情報を手に入れたら、それを多くの人に伝えたい方である	14.4	39.4	28.8	7.7	3.8	5.8

問21 あなたは電車内で以下のことをどの程度しますか。a～bの各項目ごとに回答欄の中から1つだけ番号を○で選んで下さい。 n=104

	よくする	たまにする	どちらとも言えない	あまりしない	全くしない	無回答
a.電車内ではマナーモードにする	82.7	4.8	1.0	1.0	4.8	5.8
b.電車内で通話をする	1.0	9.6	3.8	23.1	56.7	5.8

問22 あなたはペットに癒されたいと思いますか。(1つに○) n=104

1. そう思う	27.9	2. ややそう思う	26.9	3. どちらとも言えない	20.2
4. ややそう思わない	2.9	5. 思わない	16.3	無回答	5.8

【最後にあなた自身についてお聞きします】

F1 あなたの性別は。 n=104

1. 男	57.7	2. 女	36.5	無回答	5.8
------	------	------	------	-----	-----

F2 あなたの所属している学科は何ですか。 n=104

1. 広報学科	47.1	2. 経営情報学科	24.0	3. 情報システム学科	19.2
4. 国際関係学科	1.0	5. 国際コミュニケーション	2.9	6. 短大	0.0
				無回答	5.8

F3 あなたの学年は。 n=104

1. 1年	1.0	2. 2年	53.8	3. 3年	30.8	4. 4年	8.7	5. その他	0.0	無回答	5.8
-------	-----	-------	------	-------	------	-------	-----	--------	-----	-----	-----

調査は以上です。ご協力ありがとうございました。