

メディア利用行動における日韓家庭訪問比較調査

Comparative Studies on Usage of Media in Japan and Korea via Home-visiting-method

大原 徳子*
Ohara, Noriko

久保隅 綾*
Kubosumi, Aya

要旨

日本におけるメディア利用行動の特徴を把握し、将来予見に役立てる目的で、部分的にインターネットの利用が先行している韓国を比較対象として、日韓メディア利用行動調査を実施した。今回の調査では家族と個人という2つの視点、さらに、メディア利用行動と空間の相関を調査課題とし、それらを総合的に調査する手法として家庭訪問調査を選択した。調査対象家庭は日本の10年後の世帯構成予測から典型的なパターンを抽出し、日本10家庭、韓国8家庭を訪問した。

その結果、ネットコミュニケーション活性度の違い、写真活用度の違い、若年層のITリテラシーの違い、家庭におけるパソコン設置状態の違いなどが観察できた。それらを自己開示度やプライバシー意識などの価値観、インフラ整備状況などの環境要因やIT教育制度等の政治経済要因といった視点で解読し、日本文化の特徴を整理した。これらより、日本メディア利用行動の今後を考えるためには、相手の状況を推し量るコミュニケーション様式や高いプライバシー意識を尊重することが重要であることがわかった¹⁾。

Abstract

In order to determine the characteristics of media usage in Japan and also to anticipate its future, we carried out comparative media usage surveys in Japan and Korea which is a little further along than we are using the Internet. As an inclusive survey method, we employed home visits in view of the following points: family, an individual, and mutual relationship of the characteristics of media usage and an assigned space.

We extracted typical patterns through the prediction of family composition after 10 years in Japan. As a result, we visited 10 Japanese homes and 8 Korean homes.

From these visits, differences in the degree of networked communication activities, in the younger age group's IT literacy, and the state of PC installation in the homes were observed. The differences were analyzed with the viewpoint of cultural factors, such as the degree of self-motivation and sense of privacy environmental factors such as a development infrastructure of web based, and political-economic factors such as emphasis on IT in the educational system.

Consequently, it was found that communication style which guesses a partner's situation, and a high sense of privacy will may affect the future of Japanese media usage.

* コニカミノルタテクノロジーセンター(株) イメージング文化研究所

1 はじめに

日本の将来のメディア利用行動を予測するため、その特徴を把握するべく、日韓家庭訪問調査を行った。技術は世界共通でも、その使いこなしにおいては地域の特性が反映される。インターネットアクセスに使われるインフラやパソコンなどの機器は同じでも、そこで繰り上げられるコミュニティの様子や、eコマースの実情は全く異なる部分がある。

例えば、近年日本でもブログやソーシャルネットワーキングサービス(SNS)が活発になっている。しかし、2005年の普及率は3%未満にとどまっていた²⁾。一方韓国では2004年時点でCyworld(サイワールド)というコミュニティサイトの参加者は1200万人を超え、国民の四人に一人、ネット利用者の三人に一人以上が参加している状況である³⁾。

こうした違いの原因を明らかにすることにより、日本のメディア利用行動の特徴を把握する。

2 調査概要

2.1 調査目的

本調査の目的は日本のメディア利用行動の方向性を予測するために、メディア利用行動に影響を与える価値観や環境因子を抽出することである。

メディア利用行動が、基底に横たわる社会文化の影響を受けることは論を待たない。たとえば、メディア・システムの整備がなければ、物理的にデジタルの選択は不可能であり、また、国民的メンタリティ(たとえば「新しもの好き」「大勢順応主義」「個人主義」「自己表出欲求」等)やコミュニケーション・スタイルとも深くかわる。一つの文化圏(たとえば「日本」)だけを調査しても、このような社会文化の影響は析出できないため、今回は「国際比較調査」を行った。国際比較調査の対象国としては、メディア利用の文化的差異を抽出するため、その他の要因、例えば経済要因、物理環境要因等が比較的近い国の中から部分的(インターネット利用等)にメディア利用が先行している韓国を選定した。

2.2 調査仮説

イギリスの社会学者アンソニー・ギデンズの『社会学』⁴⁾によれば、文化を構成する要素は物理的環境要因、文化的要因、政治・経済要因に分類できる。将来のメディアの受容、利用実態を明らかにする予備的作業として、現状において、メディアがどのように利用され、それを決定する要因は何かを上記視点から解釈することが重要である。そのため、情報のやりとりのITツール環境や、メディア利用の仕方、コミュニケーションのあり方、家族内のメディアシフトの様子、画像活用の仕方等等その背景にある要因を調査・観察、解釈した。

2.3 調査対象

今回の調査目的に適した調査対象家庭を選択するためには、世帯構成などの将来予測が必要である。

総務省資料によれば、1960年から2020年までの世帯構成内容および平均世帯人数の実数推移（2000年まで）と将来的推計は図のとおりである。

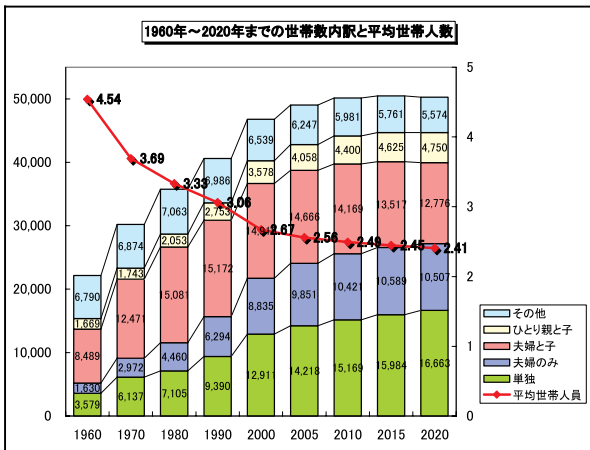


Fig.1 Composition of Households and average size of household (1960～2020) ※5

とくに10年後における予測を見越しながら、ライフステージ、所得に応じて、日本では下記のカテゴリーの家庭を抽出することにした。

<世帯構成>	<日本>	<韓国>
1. 独身女子大生	○	○
2. 独身男性会社員	○	○
3. 子供のいない共働き夫婦	○	○
4. 乳幼児のいる夫婦（専業主婦）	○	○
5. 小学生のいる共働き夫婦	○	—
6. 高校生のいる共働き夫婦	○	○
7. 社会人子息のいる夫婦	○	○
8. 定年退職後夫婦	○	○
9. 三世代家庭	○	○
10. 高齢単身者	○	—

韓国調査においても、日本との並行性を考慮し、ほぼ同条件の家庭を抽出したが、調査日程の制約上「小学生

のいる共働き夫婦」「高齢者単身世帯」は割愛した。なお、家庭の抽出は、日韓とも調査会社に委託した。

2.4 調査手法

メディア利用行動の現状把握及び将来予測のため、事前アンケートと家族全員に対する家庭訪問によるインタビュー調査を併用した。以下に調査概要を示す。

■事前アンケート調査

- ・内容
 - －メディア利用アンケート調査
 - －メディア利用(おもにテレビ、インターネット)及び生活時間に関する日記式調査
 - －メディアの空間的位置関係

・実施時期

- －訪問調査の約1週間前

・対象者

- －12歳以上の家族メンバー全員

■家庭訪問インタビュー調査

・実施時期

- －日本 2005年2月20日～3月6日
- －韓国 2005年6月24日～6月26日

・対象者

- －家族全員
- ・調査時間
 - －各家庭約2時間
- ・訪問人数
 - －3～4名(韓国の場合、通訳者も含め5～6名)

・記録方法

- －インタビュー：ビデオカメラ及びボイスレコーダー
- －メディアの空間配置：デジタルカメラ

事前アンケート及びインタビューでの主な調査項目は以下の通りである。

■プロフィール

- ・家族の構成(性別、年齢、間柄、職業)、住宅の形態、居住歴、その家庭の特徴

■メディア利用状況

- ・テレビの位置づけ
- ・活字媒体とくに新聞の位置づけ
- ・自宅でのインターネット利用
- －コミュニティサイト、SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)、ポータルサイト、オンラインショッピング等
- ・コミュニケーションツールの利用
- －Eメール、携帯電話でのメール、固定電話、携帯電話での通話
- ・撮影機器の利用
- －携帯電話のカメラ、デジタルカメラ、フィルムカメラ、ビデオカメラ

■その他

- ・家庭内での情報機器リテラシーのバランス(誰が率先して使い、他成員に教えるか)
- ・家庭内での情報機器の空間的配置
- ・自分および家族にとって大事なメディア

2. 5 調査分析

ボイスレコーダーの収録内容を起こして発言録を作成し、日本10家庭、韓国8家庭分の事前アンケート結果及び、発言録、写真を分析に用いた。

本調査実施にあたり、全体の調査設計、実施分析を東京大学大学院情報学環 橋元研究室の、橋元良明教授、金相美助手、吉田暁生氏及びコニカミノルタテクノロジーセンター株式会社イメージング文化研究所が共同で行った。また、韓国調査アレンジ及び実施については韓国建国大学校新聞放送学科Yong-Suk Hwang助教授にご協力いただいた。

3 結果と考察

調査の結果得られた知見を、日韓の類似点、相違点という視点から、Table 1にまとめた。

Table 1 Differences and similarities of media usage between Japan and Korea

		日本	韓国
相違点	若者のITリテラシー	低	高
	パソコンのコミュニケーション利用	少	多
	ネットへの写真の公開	少 0/10家庭	多 7/8家庭
	携帯の利用	通話(少) メール(多)	通話(多) メール(多)
	パソコンの空間配置	リビング	寝室
類似点	世代差	デジタルな若者とアナログな高齢者	
	文化の逆伝播	子供から親へ情報が伝達される	
	主なコミュニケーション機器	携帯が中心	

まず相違点に着目すると、デジタル機器のコミュニケーション利用において差が見られ、特に、パソコンを用いた、インターネットのコミュニケーション利用の相違が大きいことがわかった。日本では若者のコミュニケーションツールといえば携帯電話であり、携帯電話でのメールであるが、韓国では、携帯電話の通話、メール、メッセージ、インターネット上のコミュニティと、複数のメディアで密につながっており、パソコンが若者の間で共通のコミュニケーションツールとして機能している様子が観察された。

ネットへの写真の公開については、日本のプライバシー意識からは考えられないほど、韓国では非常にオープンに頻繁に行われていた。

パソコンの空間的配置も、日韓で異なり、日本では全

てのメディアがリビングに集中し、韓国ではそれぞれの部屋に分散する傾向が見られた。

類似点としては、日韓共に、高齢者は長年のメディア利用の習慣はそう簡単に変えられず、新しいメディアの浸透は若者から起こる様子が明らかとなった。その結果、子供から、親へ、文化の逆伝播が見られ、メディアシフトの決定権が実質子供にあるケースも少なくなかった。

上記より、特に差異が大きかった点について、価値観等の文化的要因や物理環境要因、政治経済要因といった視点で以下に考察する。

3. 1 文化的要因

～コミュニティサイト利用状況とコミュニケーション侵襲度

韓国ではコミュニティサイトの利用が活発であり、ネット上のコミュニケーションも日本に比べ積極的であることがわかった。韓国では総人口約4,700万人に対して、その約4分の1を超える1,200万人以上もの会員数を確保しているコミュニティサイトが存在する。韓国語で「仲」を意味する「サイ」という言葉と「Cyber」をかけた「Cyworld」というサイトである³⁾。ネット利用者の三人に一人が利用しており、今回訪問した韓国の全家庭で利用されていた。

例えば2歳児がいる家庭では、「(子供の写真を)何百枚も載せてある。載せると友達、会社の同僚、親戚、後輩が見ている。」とのことで、周囲からのリアクションも頻繁にあるという。妻は「育児の話はサイワールドでトピックを話してその後電話で話したり」している。大学生の場合も「(仲間が)コメントをつけて写真をアップロード」し、それに対してコメントする形で実生活での人間関係を反映したコミュニケーションが行われていた。独身社会人男性は、ネット上のコミュニティサイトで、友人との交流を深めているだけでなく、仕事関係の人脈作りをしており、「普通の社会では得られないつながり」は彼にとって非常に重要とのことであった。

一方日本では悪用のリスクや個人情報保護の観点から写真のアップやネット上での自己開示に対して非常に用心深くなっている。友人やその友人までなど、公開範囲を制限できるソーシャルネットワーキングサービスの登場で、以前より信頼が担保できるようになり、やっとネット上のコミュニケーションも普及し始めた。

こうした差異の原因としては、文化的要因の影響が大きいと考えられる。例えば、韓国では相手の都合に合わせられるメールよりも、自分の都合に合わせて即時返答が得られる通話のほうが重用されていた。公共の場である電車の中でも、携帯電話での通話は当たり前で、マナー違反とはとられない。こうした自分の都合を優先するコミュニケーションを「侵襲的なコミュニケーション」という。

一方日本では、連絡を受ける人が都合に合わせて見たり返答したりできるメールを好んだり、公共の場では通話がマナー違反と認識されるなど、全体の和を重んじ、個人的な都合は二の次という価値観が定着しており、いかにITツールが進歩しようとも、公共の場での使い方には社会的抑制がかかる。こうした相手の状況を押し量る非侵襲的コミュニケーションが根付いた社会においてはネット上でも非侵襲的なコミュニケーション様式が求められるようである。

3. 2 政治経済要因

～若年層のコミュニティサイト利用とIT教育

韓国では「BudyBudy」という10代向けのコミュニティサイトが存在するほど若年層のインターネット利用が活発である。小学生によれば「BudyBudyは同時にチャットができる」のが好まれる理由のようである。若年層はインターネットをビジネスに用いないため、遊びを目的とした新たなコミュニケーションが生み出されている。例えば今回訪問した家庭でも、普通の女子高生がフォトショップ（Adobe社製画像処理ソフト）を使って画像を加工していたり、小学生が自分のサイトを持っていたりするものが当たり前であるというように、非常にITリテラシーが高い。

また、インターネットではコミュニティに加入してミニ漫画を見たりもしており、インターネットは子供たちにとって重要なメディアとなっている。高校生でも小学生でも日に1～2時間はパソコンを利用していた。

日本でも小学生が自分で英会話の学校を見つけてきたり、ゲームの攻略法を調べたりしており、一度使えるようになれば母親に教えるほど詳しくなるような様子が観察された。しかし、SNS最大手のmixiでは18歳未満の使用が禁止されていたり、ゲームをする、調べる、以外のコミュニケーション利用は韓国に比べて活発ではない。

こうした差異の背景には韓国の情報教育熱の高さが読み取れる。韓国では1996年にマスコミが中心となり、ハード、ソフトメーカーが協力して情報化導入教育、パソコンの設置を無償で行った。2000年に教育部は「初・中等情報通信技術教育必修化計画」を発表、2001年度から小学校全学年を対象に週に1時間のパソコン教育の義務化を行っている⁶⁾。さらに、政府主導で新聞活用教育がなされており「少年韓国日報」という新聞が発行されている。内容は学校や生活に関するものになるが、小学生のクラスの約半分が月2500W～3000W（100W＝¥12.5換算で約¥320～¥375）で個人購読している。今回訪問した三世代家庭の兄弟もそれぞれ購読しており、ネット以外の情報に触れることにも慣れてきているようだ。情報化社会において韓国が成長していくために、政府が情報教育に力を入れている様子が窺える。

一方日本の訪問家庭においては小学生が専用の新聞を

読んでいるなどの様子は観察されなかった。日本はIT教育が義務化されていないなど、若年層のインターネット利用の土壌が韓国に比べ未成熟であるが、だからこそ、日本の若者のITリテラシーやインターネット利用は今後改善の余地が残されていると捉えることもできる。

3. 3 物理環境要因

～家庭でのパソコンの空間配置とインフラ整備

韓国の家庭と日本の家庭におけるメディアの空間配置を比較した。Fig. 2は日本の家庭、Fig. 3は韓国の家庭のメディア配置を示しているが、ここでは調査した家庭のうち、特にプライバシー保護ニーズの高い思春期の子供（高校生）がいる家庭の事例を掲載している。

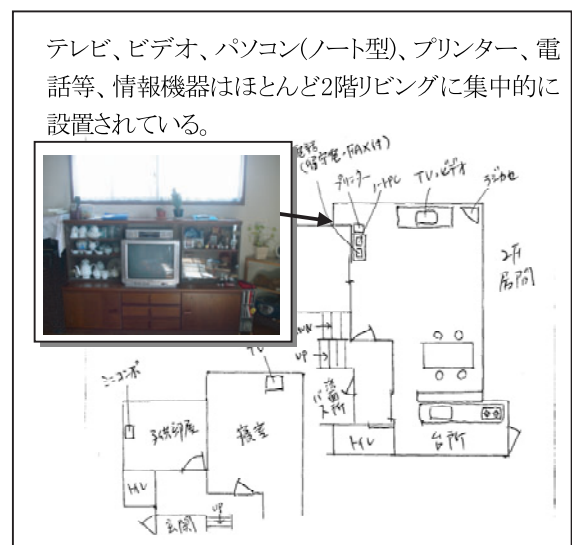


Fig.2 Layout of media in a Japanese home with a high school student

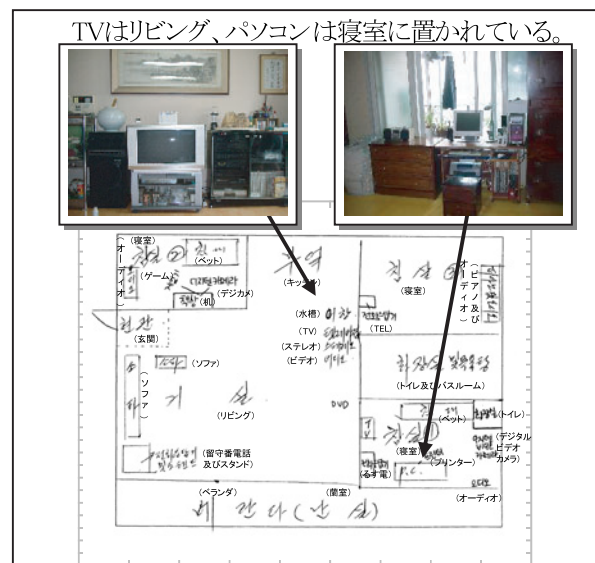


Fig.3 Layout of media in Korean home with a high school student

日本の家庭はテレビ、ビデオ、パソコン（ノート型）、プリンター、電話等、情報機器はほとんどリビングに集中していた。回線がリビングにしかないなどの物理的制約が一因と考えられるが、この空間配置から考えて、パソコンは暗黙のうちに家族全員のメディアと認識されているようである。

しかし、パソコンではパーソナルな内容を取り扱うことも多く、家族に見られたくないという心理的要因も働き、リビングでは使いにくい側面がある。

一方韓国の家庭では、テレビはリビングにあるが、パソコンは寝室などの別室に置かれている。子供の場合親から利用時間を制限されることもあるようだが、少なくともプライバシーは守られる配置になっている。韓国ではテレビは皆で共有するメディア、パソコンはパーソナルなメディアと認識されているようである。

こうした差異理由の一つとしてインフラ整備体制の違いが考えられる。韓国の建設交通省は、2001年5月以降新築されるマンション団地には、ブロードバンド情報通信網の設置を義務化させている⁷⁾。韓国は国民が一極集中しており、集合住宅が多いという事情もインフラの普及に寄与している⁸⁾。さらに、サムソンなどの財閥が住宅、デジタル家電などを一貫して提供していることもインフラ整備を推し進める原動力となっている。

4 まとめ

今回日韓メディア利用行動の比較調査において観察された事象を、文化的要因、物理的環境要因、政治・経済的要因により、背景を解説、分類すると、日本の特徴は以下のように記述できる。

(1)文化的要因

- ・相手の状況を押し量る非侵襲的コミュニケーションを好み、新しいメディアの利用においてもその習性を維持する傾向がある。
- ・プライバシー意識が高く、新しいメディアに対して、個人情報悪用されないなど、信頼の担保を求める傾向がある。

(2)政治経済的要因

- ・IT及び情報活用の教育体制が未整備である。今後義務化されれば、若年層及び仕事以外の利用がさらに活性化する可能性がある。

(3)物理的環境的要因

- ・インフラ整備が民間に任されており、家庭内インフラ導入状況がメディアの空間配置を決定し、メディア利用の妨げになっている場合もある。こうした環境要因は今後、技術の進歩等により改善される余地がある。

以上より、政治経済的要因、物理環境的要因は、技術や制度の改善で解決する可能性が見出せる。しかし、文化的

要因だけはこうした方法では解決できず、新たなメディアが浸透する際、その使われ方を予測するには、その土地で長年培われてきた人の価値観や風土の要因が特に重要である。

5 謝辞

本研究を遂行するにあたり、ご指導ご協力いただいた、東京大学大学院情報学環 橋元良明教授はじめ研究室の皆様、韓国建国大学校新聞放送学科Yong-Suk Hwang助教教授、並びに関係各位に厚く御礼申し上げます。

●参考文献

- 1) コニカミノルタテクノロジーセンター株式会社・東京大学大学院情報学環橋元研究室共同研究プロジェクト日韓家庭訪問調査報告書“東京とソウルの家庭に見る情報生活の風景－メディアライフの今と将来－”，2005
- 2) インプレスR&D “インターネット白書2006”，2006
- 3) MYCOM PC WEB 総合/ニュース【レポート】「サイワールド、日本上陸－韓国コミュニティ事情を紐解く」(1)韓国を席巻中の「サイワールド」日本上，2005，(<http://pcweb.mycom.co.jp/articles/2005/01/21/cyworld/>)
- 4) アンソニー・ギデンズ，『社会学 第4版』，而立書房，2003
- 5) 総務省「国勢調査」および「将来人口推計2003」
- 6) 富山商船高等専門学校国際流通学科助教 緒方 薫，“韓国における情報化と情報教育事情－政策と経緯を中心に－”(<http://www.nichibun-g.co.jp/joho/it-edu/009/i092225.htm>)
- 7) All about Japan, 竹井 弘樹，“「韓国ネットビジネス事情」韓国サイバーマンション～ブロードバンドは当たり前!!”，2001 (<http://allabout.co.jp/career/netkorea/closeup/CU20010719A/>)
- 8) 木村忠正，“ネットワーク・リアリティ” 岩波書店，2004