

電車内における情報メディア利用の推移—4年にわたる継続調査をもとに—

増田謙一(慶應義塾大学大学院) <masuda@slis.keio.ac.jp>

渡邊太郎(慶應義塾大学文学部 4年) <taro7@slis.keio.jp>

糸賀雅児(慶應義塾大学文学部) <itoga@slis.keio.ac.jp>

1 電車内情報メディア利用調査の意義

公共交通機関の車内では広範な年代の人びとが時間と空間を共有し、書籍や雑誌はもとより携帯可能な最新の電子メディアまで、各種の情報メディアの利用実態を観察することができる。もちろん、大型テレビのような携帯に不適なメディアの利用を電車内で見かけることはあり得ない。しかし回答を利用者に求める質問紙調査と違って、メディア利用のありのままを同時に多数観察できる調査場所であることは間違いない。したがって、一般市民のメディア利用の変化を捉える上で、電車内の乗客の利用行動を定点観察することには、大きな意義があると考えられる。

発表者らの一人はすでに 2 年前に同様の調査結果を発表している¹⁾(以下、前回発表とする)が、本発表はこれをさらに継続・発展させたものである。

2 本調査の方法

本調査と同趣旨の調査で、これまでに公表されたものは 79 年浅川調査²⁾, 84 年あいきょう調査³⁾, 92 年矢野調査⁴⁾, 97 年・04 年・07 年トーハン調査⁵⁾がある。これらの既往調査は、必ずしも同一の方法で実施されているわけではないが、男女や年齢層によるメディア利用の違いから分析・考察されている。これらを基に本調査は、次のような方法で 2004 年から 07 年の 4 年間毎年同じ時期に次のような方法で調査を行い、延べ 8 万 8 千人の乗客データを収集した。

1) 学部 3 年生 10~12 人が個別に乗車して車内の乗客を観察し、観察可能なすべての乗客のその時点のメディア利用や行動を記録する。

- 2) 乗客の行動(居眠り, 飲食, 何もしない, 等)の分類は, 過去の調査例をもとに独自にカテゴリ化したもの(表1参照)を用いる。
- 3) 調査路線は JR 山手線, JR 中央線, 東急東横線, 地下鉄丸ノ内線の 4 路線とする。
- 4) 調査時期(10~11 月)と時間帯(平日 10~12 時, 17~19 時)は全路線で統一する。
- 5) 乗客の年齢と性別は, 調査者の目視による主観的判断による。
- 6) 予備調査の結果から, 始発駅と終着駅の付近では調査をしない。また雨天で雨傘を持つ乗客が多い日も避ける。

表 1 04~07 年 電車内の乗客の行動

		04年	05年	06年	07年
電子メディア	携帯操作	11.1%	10.9%	11.1%	14.5%
	携帯音楽	4.8%	7.1%	8.1%	9.4%
	携帯通話	0.5%	0.2%	0.4%	0.2%
	携帯機器*	0.7%	0.5%	0.6%	1.2%
読書行動	書籍	9.2%	7.5%	9.0%	8.3%
	新聞	3.4%	1.9%	1.8%	1.7%
	スポーツ新聞	2.8%	2.1%	1.1%	1.1%
	雑誌	2.6%	2.2%	2.0%	1.5%
	—	1.5%	1.4%	1.5%	1.3%
	—	2.7%	2.5%	2.0%	2.5%
何もしていない		28.6%	29.0%	25.3%	24.9%
話		17.4%	13.2%	11.9%	12.7%
居眠り		12.0%	13.6%	15.8%	13.8%
車内			8.9%	10.3%	10.0%
—		1.7%	2.3%	1.4%	1.0%
の		3.5%	2.1%	2.6%	2.4%
行動数**	比率	102.5%	105.4%	105.1%	106.4%
	実数	21,739	20,597	23,301	22,788
実人数	比率	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	実数	21,209	19,543	22,174	21,414

* 携帯機器 — PC —

** 数の行動 している人 い 行動数の実数 実人数

3 調査

3.1 電車内のメディア利用

3.1.1 読書率 電子メディア率

既往調査ではそれぞれ調査方法や調査路線が異なっているため、データから比較や分析を行う際には慎重を期す必要がある。しかしながら大きな傾向として、この四半世紀に読書率が低下する傾向にあるのは間違いのないであろう。一方携帯電話を始めとする電子メディアは、車内で用いられるメディアとして次第にその割合を高めている。最新の 07 年調査においては、この傾向がより明らかになっている(表2)。

3.1.2 利用メディアの

車内におけるメディア利用傾向は紙媒体中心から大きく変化し、多様化の傾向にある。メディア別の利用率を見ていくと、従来最も利用されていた新聞の利用率は低下し、電子メディアの一つである携帯操作の利用率の伸びが著しい。また、携帯音楽の利用率も年を追う毎に次第に増している(表3)。

表2 読書率 電子メディア率 の %

	79年	84年	92年	04年	05年	06年	07年
読書率	31.0	32.0	21.8	22.2	17.5	17.5	16.5
電子メディア率				17.1	18.8	20.2	25.2
何もしていない				28.6	29.0	25.3	24.9
居眠り		16.7	12.0	13.6	15.8	13.8	
車内				8.9	10.3	10.0	

読書率 読書行動 実人数 *100
電子メディア率 電子メディア行動 実人数 *100

表3 電車内 利用メディア %

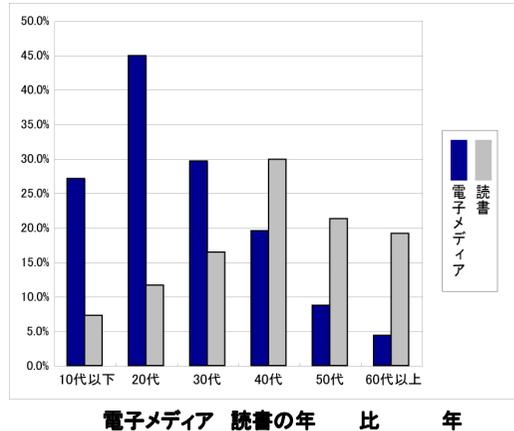
	79年	84年	92年	04年	05年	06年	07年
1	新聞 13.4	新聞 13.2	新聞 10.4	携帯操作 11.1	携帯操作 10.9	携帯操作 11.1	携帯操作 14.5
2	書籍 10.3	書籍 9.5	書籍 7.6	書籍 9.2	車内 8.9	車内 10.3	車内 10.0
3	雑誌 5.9	雑誌 7.4	雑誌 4.0	新聞 6.2	書籍 7.5	書籍 9.0	携帯音楽 9.4
4	1.4	2.8	2.6	携帯音楽 4.8	携帯音楽 7.1	携帯音楽 8.1	書籍 8.3
5		1.4	1.5	雑誌 2.6	新聞 3.9	新聞 2.9	新聞 2.8
6				1.5	2.5	2.0	2.5

*新聞 スポーツ新聞

3.2 乗客のメディア利用

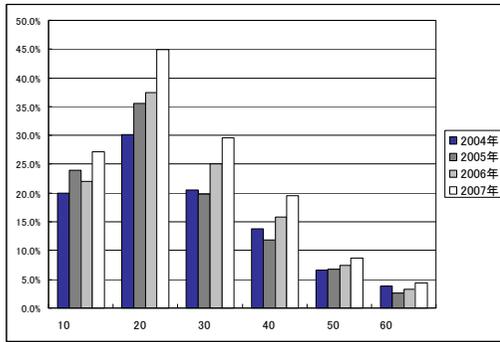
3.2.1 年の比

電子メディア率と読書率に関する年代間の利用傾向を07年調査で見ると、電子メディア利用率は20代を頂点として年代が上がるにつれ低下しているのに対し、読書率は40代を頂点とする山型となっている(図1)。最新の07年調査でも若い世代ほど電子メディアの利用が多く、中高年になるほど読書をするという傾向が明らかになった。



3.2.2 年の比

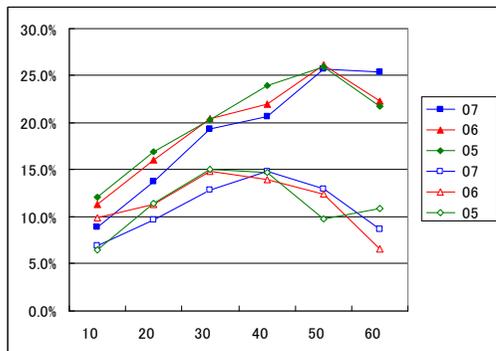
しかし、電子メディアの利用が比較的少ない年代に関しても、変化が生じている。図2から分かるように、どの年代においても年を追うごとに電子メディアの利用率は総じて上昇している。電子メディアの普及が程度の差こそあれ、全ての年代に及んでいることを示している。



2 年 電子メディア利用率の

3.2.3 の比

読書率に関しては、調査期間を通じて男女それぞれで特徴的なパターンが見られた。総じて男性の方が読書率は高いものの、30代付近を境に女性の方が低下に転じ、年代が上がるにつれ男女間の読書率の差が広がっている(図3)。これには電車内という特殊な環境が多分に関係しているものと考えられるだろう。すなわち、女性、とりわけ年配の女性は同年代の男性に比べて、出かける際に書籍や新聞などを持ち歩く習慣がないためと推定される。



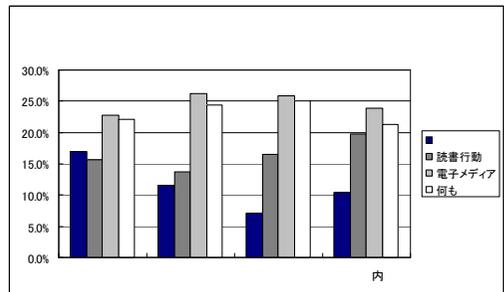
3 年 読書率の

3.3 メディア利用の車

3.3.1 メディア利用

05年より新たな分類項目として「車内広告」を設けている。最新の07年調査時には山手線のみならず、東横線・丸ノ内線においても車

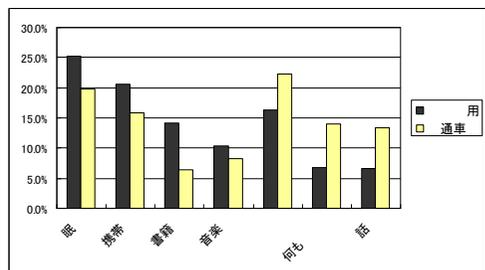
内モニターが設置されているが、山手線の車内広告の利用率は、他路線に比べて、東側(浜松町～大塚)西側(田町～池袋)共に高く、特に東側のほうが西側よりも高いという結果となった(図4)。その理由として、山手線のモニター広告のコンテンツが他路線に比べ充実していること、そして東側の乗客には中高年の有職者が多く、西側の乗客は年齢層が低く、学生も多いことがそれぞれ挙げられる。



4 ー メディアの利用率 07年

3.3.2 用車 メディア利用

06年より、継続路線とは別に新たな調査対象として、「東急東横線女性専用車両」を加えている。この車両のメディア利用率を見ると、普通車両に乗っている女性に比べ、携帯操作・書籍・携帯音楽といったメディアの利用率が高い。また、女性専用車両の女性の方が、会話が少なく、睡眠の割合が高くなっている。これらの傾向は、女性専用車両に乗る場合、一人で乗車することが多いためと考えられる(図5)。



5 用車 電車 の利用率 07年

4 車内メディア利用の

4.1 79年調査の

電子メディア率の上昇と読書率の低下、という傾向だけを見れば「読書離れ」の傾向があるように見えるかもしれない。しかし書籍が読まれる割合は79年調査時から常に7%~10%を維持している(表3)ことを考えると、たとえ電子メディア利用率の上昇が著しいとしても、車内の読書行為にはさほど影響を与えていないと見ることもできる。また、79年調査時には“本を読む年代は、若いほうにピークがあって、それが少しずつ下がっていく。それに対して、新聞を読む年代は、中年にピークがあって、両側に下がる”²⁾とされていたが、最新の07年調査では書籍や新聞双方の利用を含めた紙メディアの読者の中心は40代となっている。若い世代でも書籍の利用率は比較的高いが、若い世代がもっともよく利用するのは携帯電話であり、よく利用されるメディアの移り変わりが伺える。このような車内のメディア利用傾向は、社会全体のそれを多少なりとも反映していると考えられる。

特に電子メディアの利用率は04から05にかけて読書率を上回り、最新の07年調査でも電子メディア利用率の伸びは著しい。電子メディアは20代で最もよく利用されているが、他の年齢層でも総じて上昇していることがその要因であろう。その一方で、無行動(何もしていない)の割合は低下する傾向にある。他の項目の利用率がさほど上昇していないことを考えると、何も行動していなかった人たちが、電子メディアを利用するようになったと推定される。

4.2 新聞の利用

読書率低下の原因として、新聞の利用率の低下が挙げられる。既往調査では、新聞・スポーツ新聞が車内での高い利用率を示していたが、その後次第に利用されるメディアの中心は携帯電話に、読書行動の中心は書籍へと変化し、新聞の利用は明らかに減少している。

また79年調査時はスポーツ新聞の利用が30代にもっとも多く、その世代が現在にそのまま移行していると読み取れた。この傾向は04年以降も続いており、若い世代に新しい新聞読者が生まれていないとすると、今後さらに新聞の利用は減少していくことになるだろう。

4.3 情報メディアとしての車内

前回発表時に情報メディアとして大きな可能性を持っていると述べた「車内広告」については、05年から06年にかけて一定程度の利用率の増加が見られた。その要因としてはモニター画面の普及とコンテンツの充実といったことが挙げられるだろう。前回発表で、特に広報・広告メディアとしての潜在的可能性を指摘したが、その可能性を顕在化させるためには、今後、乗客の年齢層や利用駅に合わせてコンテンツ開発をすることも考えられる。

本調査のデータ収集に協力してくれた慶應義塾大学文学部糸賀研究会 2004年度~07年度の3年生45名に感謝いたします。

用

- 1 稲葉直也, 糸賀雅児. 電車内における情報メディア利用の実態. 三田図書館・情報学会研究大会発表論文集 2006年度, 2006, p. 29-32.
- 2) 浅川千賀子. 電車のなかでの読書をしらべる. 言語生活. 1980, no.337, p. 80-88.
- 3) あいきょうゆみこ. すこしかわった女性の読書傾向: 車中の読書, 四年まえとの比較. 言語生活. 1984, no. 386, p. 90-93.
- 4) 矢田直之. 車内における乗客の読書率. 神奈川工科大学研究報告 A 人文社会科学編. 1993, no. 17, p. 119-137.
- 5) 通勤電車の読書事情 '97. しゅっぱんフォーラム. 1997, no. 155, p. 1-14. 通勤電車の読書事情 2004. しゅっぱんフォーラム. 2004, no. 240, p. 1-15. 通勤電車の読書事情 2007. しゅっぱんフォーラム. 2007, no. 276, p. 1-10.