

日本社会情報学会 (JASI)
第133回定例研究会

併催: 電子情報通信学会
通信行動工学研究会

デジタルネイティブを対象とした 定性・定量融合法アプローチの展開

2012年3月10日

東京大学大学院総合文化研究科 木村忠正
株式会社KDDI総研 藤原正弘

Mixed Methods

- 定性・定量相補融合法
- 教育学、社会心理学、健康科学、評価研究などにおいて、定性的研究か定量的研究かという二者択一、対立関係にみるのではなく、両者を相互補完・融合させる方法論として発展してきたリサーチパラダイム
 - Tashakkori, A. & Teddlie, C. eds. (2002)
"Handbook of mixed methods in social and behavioral research." Sage が大きなインパクト
 - Journal of Mixed Methods Researchが2007年より刊行

© Tadamasa Kimura

2

Hybrid methodology

- アメリカでは、相当数の企業人類学者 (corporate anthropologist) が活動。
 - 企業活動における質的研究では、予算、時間、多くのステークホルダーとの利害調整などを考慮に入れながら、調査研究を進める必要。
 - そこで、より効果的な方法論の開発、情報技術を活用した量的手法と質的手法の組み合わせにも積極的。
 - 1980年代から人類学者、社会学者による質的研究で知られるXerox PARCでは、mixed methodsアプローチに類した方法を近年"hybrid methodology"と呼び、実践している。
- <http://blogs.parc.com/blog/2010/08/ethnography-in-industry-methods-for-distributed-large-data-sets-part-two/>

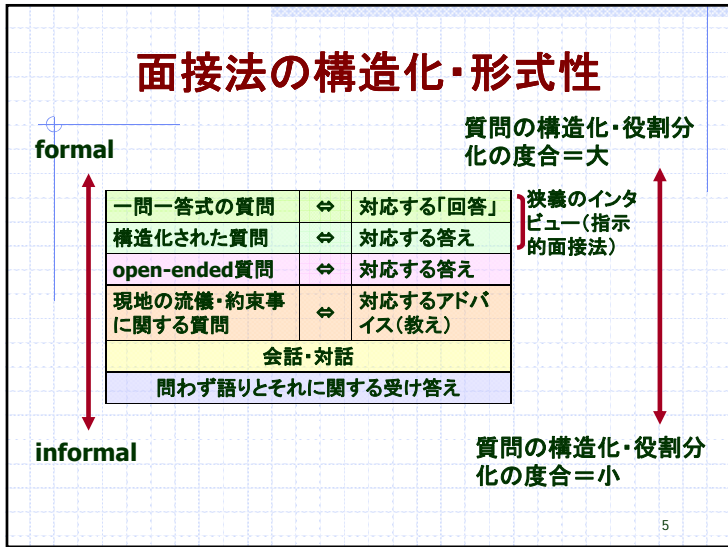
(c) Tadamasa KIMURA

3

質的⇔量的

- 質的⇔量的という区分は、プロトタイプ的であり、相対的・連続的概念
- データ自体、収集方法・記録方法、分析手法・提示手法の組み合わせにより多様
- データ
 - 数値、音声、映像、言語、聴覚、視覚、テキスト、ハイパーメディア...
- データ収集方法・記録方法
 - 観察、実験、テスト、参与観察、質問紙、インタビュー、聞き取り、ドキュメント収集、ログ収集、サンプリング、シミュレーション、モデリング、テープ、ビデオ、ノート...
- データ分析手法・提示手法
 - 統計分析、シミュレーション、モデリング、テキストマイニング、記述、グラフ、図、表、議論、語り、演繹、帰納、仮説・検証...

4



フィールドワーク(広義)

フィールドワーク一般 = 野外調査	人間・社会科学系	関与型フィールドワーク(狭義のフィールドワーク)	参与観察(民族誌的フィールドワーク)
			現場密着型の聞き取り
			現場での第一次資料収集
	自然科学系	非関与型フィールドワーク	非参加的現場観察
			1回限りの聞き取り
			質問票サーベイ
			インタビューサーベイ
			現地での資料収集
屋内での作業(デスクワーク、書齋・図書館での文献研究、実験室実験、統計資料分析、各種資料の二次分析)			

6

- ### 定性・定量相補融合法の規定
- 調査研究(リサーチデザイン)を次の3段階からなると規定
 - 概念化段階(Conceptualization stage): 調査目的、中核的問い、関連概念、命題を構成する段階
 - 経験的遂行段階(Experiential stage): 実際に、一定の方法論にもとづき調査を遂行し、データ収集、分析を行う段階
 - 推論段階(Inferential stage): データを解釈し、理論、説明、推論などを生成する段階
 - 少なくとも経験的遂行段階において、定性的アプローチと定量的アプローチを相補的あるいは融合的に用いるリサーチデザイン
- (c) Tadamasa KIMURA 7

- ### 相補・融合法の類型
- 並行デザイン(Parallel design, Concurrent design): 定量的、定性的アプローチを並行的に行う。
 - 継起デザイン(Sequential designs): どちらかを先行させ、それを受けてもう一方を行う。
 - 埋込デザイン(Embedded designs): 基本的に定量的(定性的)な調査において定性的(定量的)アプローチを組み込む。
- (c) Tadamasa KIMURA 8

相補・融合法の類型

- **変換デザイン (Conversion designs)**: 経験的遂行段階において、量的データの定性化 (quantitization)、質的データの定量化 (qualitization) を行う。
- **多層デザイン (Multilevel mixed designs)**: 生徒、教室、学校、地域のようにいくつかの層で、異なる手法を用いて組み合わせる。

(c) Tadamasa KIMURA

9

理論的背景

	定性的アプローチ (構築主義)	定量的アプローチ (実証主義)	定性・定量相補融合法 (プラグマティックアプローチ)
理論とデータとの関係	帰納的 (induction)	演繹的 (deduction)	仮説生成的 (abduction)
リサーチプロセスへの関係	主観性 (subjectivity)	客観性 (objectivity)	間主観性 (intersubjectivity)
データからの推論	文脈 (context)	一般性 (generality)	転用可能性 (transferability)

Morgan, David (2007) 'Paradigms Lost and Pragmatism Regained: Methodological Implications of Combining Qualitative and Quantitative Methods.' *Journal of Mixed Methods Research*. 1, pp.48-76.

(c) Tadamasa KIMURA

10

定性・定量相補融合法の理論的位相

- 実証主義／定量的アプローチ v.s. 構築主義／定性的アプローチの二項対立的排他的状況に対するオルターナティブ
- 二つのアプローチが相反すると主張する特性を、連続的なものとみなす。
- 帰納と演繹双方の往復による仮説生成が、理論とデータを関係づける方法
- 主観か客観かではなく、一定の集団が間主観的に形成する世界が研究対象として存在
- 事象は文脈固有でその事象でしか意味がないという主張、普遍妥当性を推論により導出するという主張はともに極端であり、研究者が明らかにしようとしているのは、別な事象にも具体的に転用しうる知見

(c) Tadamasa KIMURA

11

Digital Natives 論

- Prensky, M. (2001). **Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon, 9(5).**
<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>
- 'Y Generation' 'Net Generation' 'Millennials' などともいわれる (1980年生以降、とくに1980年代半ば以降)
- Prenskyの議論が面白いのは、
 - 高等教育論として、学生 = Digital Natives V.S. 教育者 = Digital Immigrants という対比的議論
 - ゲーム文化の積極的評価

12

Digital Natives 論

- 「デジタル母語話者 (digital native speaker)」
v.s. 「デジタル移民アクセント (digital immigrant accent)」
 - 素早い情報摂取
 - 高速情報処理
 - マルチタスク、情報への非線形アクセス
 - 講義 (一方向的教授) への耐性が低い
 - 受動的学習よりも能動的学習
 - 情報へのアクセスと社会的交流のために、コミュニケーション技術に過度に依存する傾向

13

「生まれつきデジタル」 (Born Digital) 世代

- ハーバード法科大学院 Berkman Center for Internet & Society とスイス・ザンクトガレン大学 (Univ. of St. Gallen) Research Center for Information Law による "Digital Natives project" (2006年～)
- 「生まれつきデジタル (Born Digital)」世代を分析
- identity, safety, privacy, creativity, opportunities, information overload, information quality, piracy, education

14

ネオ・デジタルネイティブ

- 日本におけるデジタルネイティブ論
- 橋元良明他著 2010 『ネオ・デジタルネイティブの誕生—日本独自の進化を遂げるネット世代』ダイヤモンド社
 - 「76世代」: 1976年前後生まれ (Hatenaの近藤氏、mixiの笠原氏、greeの田中氏、2ちゃんねるの創業者ひろゆき氏など) のIT起業家たちの世代
 - 76世代が基本的にPCネット中心であり、携帯を補完的に利用している。メールをPCで書き、移動中は携帯で確認する。PCで作業したり、ネットしながら、テレビをつけている。PCネットを、世界につながるツールと捉える。

15

86世代・96世代

- 「86世代」(2010年現在20代半ばから大学生にかけての世代)
 - PCを立ち上げるのが面倒だと感じ、ネットもメールも携帯が基本。携帯は友だちとつながるために不可欠のメディアであり、携帯しながら、テレビを見て、それをネタに友だちと絡んで楽しむ
- 「96世代」(2010年現在中学生から以降)
 - 動画コンテンツを携帯 (スマートフォン)、ゲーム機、i-podなどでどこでもアクセス、持ち歩き、感覚優先、映像処理に長け、クラウド環境での集合＝衆合知を活用する子どもたちが現れ始めている
 - 日本の先進的なモバイルブロードバンド環境で生成する96世代を「ネオ・デジタルネイティブ」と呼ぶことを提案

16

デジタルネイティブ論批判

- Bennett, Sue, Karl Maton, and Lisa Kervin (2008) The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology*. 39(5), pp.775-786.
- デジタルネイティブ論の骨格
 - デジタルネイティブ世代(1980年生まれ以降)の若者たちはICTに関して、高度で洗練された知識とスキルを有している。
 - テクノロジーに囲まれ、経験して育った結果、デジタルネイティブたちは、それ以前の世代とは異なった、その世代特有の学習選好ないし学習スタイルを持っている。
- これら2つの主張は、理論的にも、実証的にも、十分に論証されていない

17

世代論としての脆弱性

- ICTに関する知識、スキルに関して、いわゆる「デジタルネイティブ」世代は一律ではなく、多様であり、個人間の差異が大きい=>世代論は、デジタルネイティブ世代内多様性、差異、それと結びつく社会的問題を視界から隠してしまう危険性
- 複数タスク同時並行処理、高度な視覚処理、ビジュアル表現、双方向性の選好といった知識、情報への接し方、学習スタイルの根底的变化についても、それがデジタルネイティブ世代に特有の現象であるかは論拠に乏しい

18

デジタルネイティブが多数派に

	エジプト	リビア	チュニジア	アルジェリア	モロッコ	アフリカ地域	世界全体	日本
0-14 (%)	31.5	30.4	23.5	27.0	28.0	40.3	26.8	13.4
15-29 (%)	28.8	28.5	28.6	30.8	28.8	28.3	25.7	15.9
30-44 (%)	18.6	23.1	22.7	22.6	20.5	16.6	21.1	21.2
45-59 (%)	13.0	11.5	15.4	12.7	14.4	9.3	15.5	19.1
60以上(%)	8.0	6.5	10.0	6.8	8.2	5.5	11.0	30.5
平均年齢(歳)	24.4	25.9	28.9	26.2	26.3	19.7	29.2	44.7

(c) Tadamasa KIMURA

19

発表者たちの研究プロジェクト

- 高齢化が進む日本においても、この世代はすでに人口の3割を占め、単純な若者論ではなく、すでに、その内部に多様性を含み、今後の社会の中核を担う世代として捉えることが必要な段階に達している。
- デジタルネイティブを移民と比較する(これは移民の調査者がネイティブ世代を対象とすることで必然的に行われている)よりもむしろ、デジタルネイティブ「内」での多様性に留意しながら、周囲の社会的環境、個々の社会心理的傾向、技術の普及過程がいかに相互に関連し、「生まれつきデジタル」世代が多様に形成されているかを探索する。
- つまり、多様性を包含しながら、世代を特徴付け、形成する枠組みを探索し、情報ネットワーク社会の現状に対する理解を深め、今後の方向性への示唆を得ることを目標とする

20

2010年度調査概要 ～日程、協力者数～

＜調査実施日程＞

- 2010年12月2日～2011年1月28日（内、長野県飯田市2010年12月29日・30日、長野市2011年1月8日～11日、塩尻市2011年1月22日実施）

＜調査協力者数＞

- 表にまとめたように、東京圏41人（東京都20人、神奈川県16人、千葉県3人、埼玉県2人）、長野県15人。中高生20人、大学生21人、社会人（20代）15人。

		中学	高校	大学	社会人	
東京	女性	1	8	12	4	25
	男性	1	6	4	5	16
	男女計	2	14	16	9	41
長野	女性		3	1	5	9
	男性		1	4	1	6
	男女計	0	4	5	6	15
東京・長野計	女性	1	11	13	9	34
	男性	1	7	8	6	22
	男女計	2	18	21	15	56

21

2010年度調査概要 ～年代、リクルート法～

＜協力者の年代＞

- 30歳未満（2010年時点で1981年生まれ以降）から中学生を対象とすることで、86世代から96世代に焦点をあてることに。
- 高校生、大学生、20代社会人をほぼ均等にすることとし、中高生20名、大学生21名、20代社会人15名の協力者
- 生年で見ると、1981年～1997年生まれ。

＜協力者のリクルート＞

- 一般の質的調査と同様、機縁法

22

(参考)2011年度調査日程・協力者

＜調査実施日程＞

- 2011年12月17日～2012年2月4日

＜協力者＞

- 1981年生～1994年生、男女20名。男性9名、女性11名
- 2010年度調査協力者は、男性3名、女性4名、計7人。また、大学4年女性1人は2008年度調査協力者。
- 大学3年女性1人は、スマホではなくipadとガラケー利用者

(c) Tadamasa KIMURA

23

協力者のタスクと当日の聞き取り(1)

ウェブアンケートの回答

- 並行デザインの定量調査と連携

基本情報用紙の回答

- 世帯情報と家庭におけるICT機器の置き場所

ICT利用履歴質問票の回答

- 携帯電話、PC、ネットの学校利用、家庭利用の履歴と、ネットサービスの利用状況

24

協力者のタスクと当日の聞き取り(2)

SNSフレンドについて、携帯系端末利用で登場した人物を整理し、それぞれの人物との社会的ネットワーク関係を確認する

フレンド	知り合っ てから 何年くら い? (数 字を記 入して 下さい)	性別 (1=男 性、2= 女性)	オンラ インで 知り合 った場 合に○	(オンラ インで 知り合 った場 合に○ アルで 知った 場合に ○)	携帯電 話で知 ってる 場合に ○	携帯ア ドレス 知って る場合 に○	PCメ アド知 ってる 場合に ○	この人の ブログ は? A. ない B. 知らない C. ある	この人の ブログ がある 場合の アクセス 頻度 1=週1度 以上 2=週に2、 3度 3=月1回 程度 4=ほとんど ない 5=全く ない	会って話 す頻度 1=週に4、 5回以 上 2=週1、 2回 3=月1、 2回 4=たま に 5=ほとん どない	心理的 距離 1=一番 近い 2=普通 3=普通 4=普通 5=一番 遠い	地理的 距離(そ の人の 自宅まで 、公共交 通機関と 徒歩でど のくら いの時 間がかか るか、 A=30分 程度以 内、 B=1時 間程度 以内、 C=2時 間程度 以内、 D=2時 間を超 える、 F=わか らない	
1													25
2													
3													
4													
5													
6													
7													
8													
9													
10													

協力者のタスクと当日の聞き取り(3)

行動記録ファイルの記入

時刻	12月 27日 (月曜日)	午後11時	深夜12時	午前1時	午前2時
1					
2					
3	睡眠中				
4	生活行動				
5	家族の誰かと一緒にいる(行動して いる(外出+家+車+電車))				
6	友人・知人と一緒にいる				
7	自宅(生きているところ)にいる				電話中
8	通学・学校				
9	あなたの 居場所				
10	移動中				
11	その他				
12	携帯電話				mp3、ニュース、電卓
13	情報サイトへのアクセス				
14	パソコン				パソコンを起動している
15	インターネット				ネットを利用している(閲覧、検索、 書き込みなど)(携帯電話での利用は除 く)
16	新聞・本・雑誌を読む				
17	ラジオを聴く				
18	音楽を聴く(CD、iPod、携帯など)				
19	自分から部室のテレビが テレビ番組を(電線的に)みる(カー ナビ、携帯フォンなどを含む)				
20	ビデオやDVDをテレビ・パソコンで ゲームをテレビ・パソコンで				

協力者のタスクと当日の聞き取り(4)

スマホの音声、メール利用、ツイッター、LINE利用について、行動記録を行った3日間の利用記録をとる

日にち	音声発信		音声受信		メール送信		メール受信	
	時間	通信相手	時間	通信相手	時間	通信相手	時間	通信相手

日にち	発信時刻	リツイート 公式・非 公式	リプライ @	#(ハッ シュタグ)	発信のきっかけにな ったツイート		絡んでくれたツイート	
					ツイート時刻	発信者	ツイート時刻	発信者
1月1日	15:23		ゆっけ	komasai	14:49	ゆっけ	15:25	まあ

定量調査との比較

- 15歳から29歳のみを抽出(638名)
 - 長野県在住者を抽出(11名)
 - 東京圏として、東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県在住者を抽出(183名)
 - インフォーマントの構成である「中高生」16名(男9、女7)、「大学生」16名(男4、女12)、「社会人」(男5、女4)と同じ構成になるようランダム抽出
- 長野県については、インフォーマント15名、モニター11名(16歳~29歳、男4人、女7人、学生(高校、大学含む)6人、主婦2人、公務員、会社員(事務系)、その他、各1人)
- 東京圏については、インフォーマント、モニターとも41名(年代、男女構成同じ)で比較

比較項目

- メディア接触時間(テレビ、ラジオ、新聞、PCネット、モバイルネット)
- オンラインを介した社会的ネットワーク拡大
- SNSフレンド数、twitterフォロー数、フォロワー数
- ネットサービス利用(BBS閲覧、書込、メッセ・チャット、ネットゲーム、SNS閲覧、ブログ閲覧)
- 社会心理的尺度

29

メディア接触時間

- 長野モニターは、テレビ3時間、PCネット3時間半と、「76世代」に近い行動様式
- 東京インフォーマントと東京モニター
 - PCネットとモバイルネットの利用時間合計はともに210分程度。生活時間のうち3時間半程度をネットに。
 - インフォーマントはモバイル優位(86世代的)に対して、モニターはPC優位(76世代的)
- モバイルネットに関しては、インフォーマント、モニターとも、東京が長野よりも長い。とくに、インフォーマントの場合、東京が平均ほぼ2時間に対して、長野はわずか36分と3倍以上

30

社会心理的尺度 東京は類似・長野は正反対

- 東京インフォーマントは概して東京モニターを同様の傾向
- ただし、競争と自分の努力が報われる可能性にポジティブであり、孤独感が低いことも考慮に入れると、かなり自律性が高い
- 長野インフォーマントは、外向的であり、人とのつながりに肯定的。
- 対照的に、長野モニターはかなり内向きで社会的スキルが低い。ネット中毒度、孤立志向も強い。

31

デジタルネイティブ形成要因

- 「デジタルネイティブ形成要因」: デジタルネイティブ世代の情報行動様式とネットワークへの態度に大きな影響を与える要因
- i-mode、ブロードバンド、動画共有サイトといった技術、サービスだけではなく、パケット定額制といった経済的インセンティブ、小中での「総合的な学習の時間」導入といった法制度、利用者年齢を18歳以上から16歳以上に変更するといった規則など
- そうした変化に関して、中学以前、中学校、高校、大学、社会人というライフサイクルのどの年代で出会うか(あるいは出会わないか)によって、行動様式、意識が大きく左右される

32

日本におけるデジタルネイティブの 継起的变化

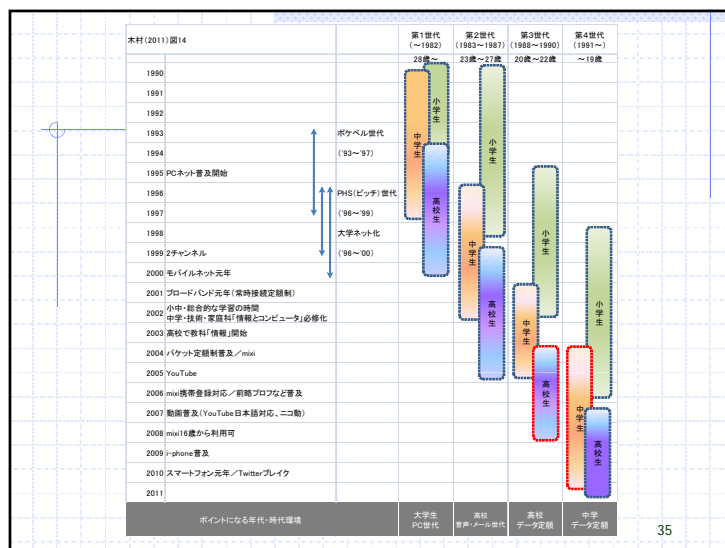
- 第1世代 < ~1982年生 >
- 第2世代 < 1983~87年生 >
- 第3世代 < 1988~90年生 >
- 第4世代 < 1991年生以降 >

33

世代の特徴の整理

	ケータイ	ネット	他者との つながり	その他
第1世代 (~1982年 生)	ポケベル・ピッチ 世代	大学ネット化 PCネット第1世 代	「考え方」指向	
第2世代 (83~87年)	ケータイメール	小学校からPC 当初はDialUp	mixi第1世代 オフライン基盤	PCで動画
第3世代 (88~90年)	ケータイプロフ (高校パケホ)	中高PC授業 (自宅BB)	mixiメイン オフから「オン 友」へ拡がり	mixi疲れ Twitterへ
第4世代 (91年~)	プロフ・リアル・ブログ・SNSを使い 分け (中学パケホ、小学生自宅BB)		オンとオフの区 別はあいまい	濃密な集団圧力 を経て、自律性 獲得

34



35

第1世代~ポケベルからピッチ

- 移動体通信に関しては、いわゆる「ポケベル世代」から「ピッチ世代」
- 「移動体文字文化」第1世代(ベル暗号世代)
- 一部はアムラー、コギャルとして、積極的に移動体通信機器を利用するが、中高生期には、i-mode、パケホ以前の世代であり、コンテンツを積極的に使いこなすわけではなく(使いこなすコンテンツがない)、文字通信とそこでの創意工夫、ポケベル、ポケベルにตอบสนองするための公衆電話、ピッチのキー入力におけるフィンガーリテラシーの高さや、ストラップやデコレーションによる自己表現に留まる

36

携帯利用は大学・社会人から

- 一般的な学生の場合、ピッチを高校あるいは大学で利用し、2000年くらいから徐々に携帯電話に移行
- 携帯電話を大学、社会人で初めて利用し始めたケースも多い
- モバイルネット、パケット定額制は社会人になってから
- 学生時代は通話とメールが主。むしろ、学生時代は、通話もかなり利用されていた

37

PCネット第1世代

- PC、PCネットについては、学生時代からネットに触れて育った世代という意味において、日本における「ネットジェネレーション」第1世代
- 1990年代後半に進展した大学ネット化こそ、この世代の形成に大きな役割
- 90年代後半、PC、PCネット普及は緩慢であり、家庭利用の足取りが遅い中で、大学がネット利用のきっかけを提供し、就職活動での必要性が利用を促進するインセンティブ
- 大学生の時は、ブログ、SNS以前であり、利用コンテンツは、ポータルサイト、BBS、個人HP、ML、MMなど、現在から見れば、かなり限定
- メールは、携帯がパケホ以前であり、パケット代を気にしながら利用するケースも多いため、PCメール利用がデフォルト³⁸

第1世代にとってのネット

- TAM2は、小学校、高校でPCに接する経験があり、大学でBBS利用もしていた。しかし、インターネットがなくても不便とは感じず、テレビを録画し視聴することに余暇の大部分を充てる生活
- NAF3は、高校卒業までPC、PCネットに触れる機会がなかったが、大学でレポート作成などをすることから、徐々に慣れていき、インドに行ったのをきっかけに情報発信に目覚めた
- 大学からネット環境に接し、自らの考え、思いを表現し、他者とつながる指向性という意味では、第1世代の一つの発展様式を表していると感じる。その他者とのつながりは、「考え方」を指向しており、つながりやテンション、のり、ではない。

39

第4世代～小中からPC、モバイル常時高速接続～

- 中学からはパケホで携帯を利用(1台目の利用開始は小学校5、6年が多い)。そこで、中学時代から、パケット料金などの制約を気にせず、ケータイホームページ、プロフ、ゲーム、コミュニティを利用
- かなりの数の中高生(とくに女子学生)は、自分のポータルサイトを持ち、そこに、プロフ、リアル、ブログ、SNSへのリンクを貼り、それぞれのメディアを使い分けている(あるいは、時期により利用するメディアを選択する)
- PCネットも小学校で利用開始するケースが大半で、初めからブロードバンド常時接続環境

40

中学での濃密な人間関係による集団 圧力

- 中学生から携帯、PCとも高速かつ定額接続の環境に接することは、第4世代に特有の課題を生み出している。それは、中学の濃密な人間空間で、ネットワークを意識しなければならない状況
- 中学校における濃密な人間関係への気遣いは、第4世代で顕著
- 第3世代まではパケホがまだ一般的ではなく、携帯を高校で持ち始める場合も半数程度はあった(高校ではほぼ全員だが、中学では半数程度)ため、ケータイメールを介した集団圧力はまだいじめという形をとるまでに至らなかったかもしれないが、第4世代では、中学でも持つのが多数派となり、パケット代の懸念がないため、集団圧力は広範かつ高まりやすい

41

第4世代の心理(1)

NHF2

メール返信の心理

- 本当によく知っている子だと、すぐ返さなくても大丈夫だと思う。
- それほど深く知っていない子の場合、返さないと相手が不安かな(相手が嫌われてるんじゃないかなと思ったりする)と思って、なるべく早くメールする。
- 自分でも、半日以内に返さないと、嫌われそう、あまり、いい印象を持ってくれなそう気がする。半日の内には、絶対、携帯(ケータイ)をみているはずなのに。
- PCで調べなきゃ返せないような用件だと、時間がかかると思うが、自分の感情で返せるものは、絶対携帯(ケータイ)をみているはずなのに、半日以上返事がないと、何か嫌に思ったのかな、送ったメールの文章が悪かったのかなど、気になる。
- 「5分ルール」は極端だと思う。「半日ルール」くらいかな。

42

第4世代の心理(2)

NHF2

Greeは2回止めている

1回目

- 最初に、オンライン友だちがたくさんきた(10人くらい)が、あんまり、よくないなあ(オンラインだと、相手が自分を偽っているかもしれないし、高校の友だち同士で、承認していたことも多かったが、そこでわざわざ友だちにならなくても、実際に素で話せる。オンライン友だちがいなくてもいいんじゃないか)と思って。

2回目

- greeからのメルマガが携帯サブディスプレイに出るのが嫌(メルマガが解除法もわからず)
- モバゲー、greeは、女子では、そういうオンライン友だちを作るサイトを利用するのは、何か疎んじられる。メルマガがくると、サブディスプレイに表示されてしまって、それが、友だちに見られると、ゲームでグリーやっているのに、あたかも「腐女子系」じゃないかと誤解されそうだ。

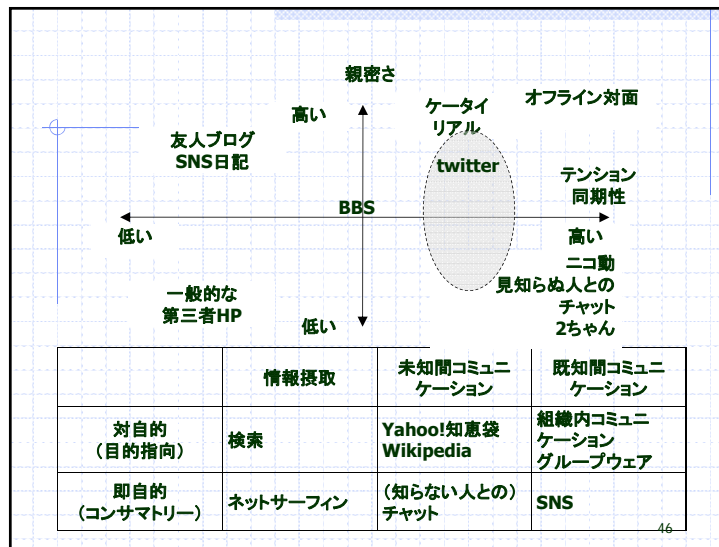
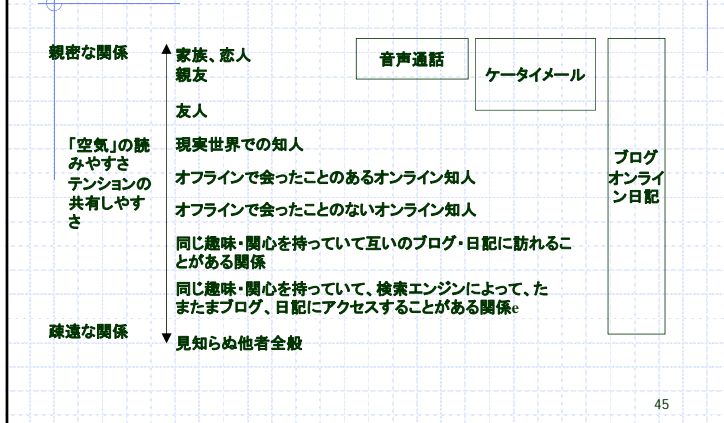
43

オンライン関係の自律性

- ネットワークを介した人間関係についても、第4世代は、第3世代以上にオンラインが自律性を獲得
- 第1世代、第2世代は、オフラインの人間関係が基盤としてあり、それをオンラインに拡張する、さらには、オンラインで出会った関係も、オフラインの人間関係に組み込まれるようになる指向性(オフライン関係が自律的でなく、オフラインに従属的)。だからこそ、オンラインだけ、という、オフラインとは切り離された人間関係もまた可能
- オンライン関係には情緒的つながりや強い感情は存在しない
- 第4世代では、オンライン関係自体が、オフラインでの関係と同様の親しさ、つながり、感情が存在する場合が見られる

44

コミュニケーション生態系



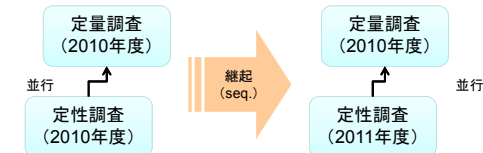
ご静聴ありがとうございました！

2012年3月 JASI定例研究会

デジタルネイティブを対象とした 定性・定量融合法アプローチの展開 — 定量調査編 —

2012年3月
株式会社KDDI総研 藤原 正弘
東京大学大学院 総合文化研究科 木村 忠正

ハイブリッド調査



● 定量調査の実施のポイント

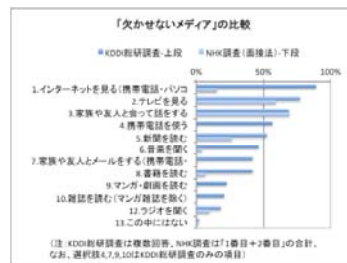
- 一般性 (転用可能性)
 - 定性調査の協力者 (特に機縁法で集めた) の偏りを把握する
 - 定性調査の仮説を検証する。
- 継起 (Sequential)
 - 定性調査の過程で気になった点を定量調査に反映させ、そういった事象の確認、一般的な広がりについて理解を深める。
- 考慮点
 - 定量調査=webアンケート調査の場合、アンケートモニターは全てにおいて一般的な分布をしているわけではない。

2012/3/10 JASI定例研究会 KDDI総研 藤原正弘・東京大学大学院 木村忠正

ネットモニターの特性

- ウェブアンケートのモニターは、少なくとも、**パソコンからのインターネットヘビーユーザー**の集団であり、インターネット上の利用状況については高めに出る傾向がある。
- 一例として、「あなたにとって欠かせないメディア」を、配布回収法で調査したNHKの「日本人とテレビ2010」と比較する。

- 「テレビを見る」「家族や友人とあって話す」は**同程度**の割合を示している
- 「インターネットを見る」などは**圧倒的に**ウェブアンケートが**高い値**を示している。



2012/3/10 JASI定例研究会 KDDI総研 藤原正弘・東京大学大学院 木村忠正

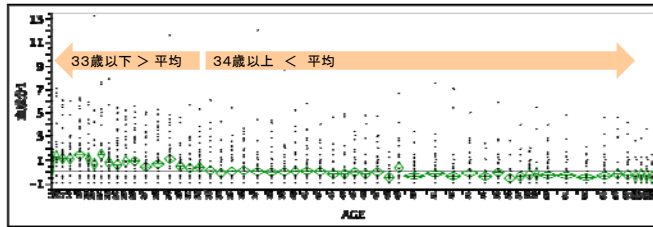
継起(前回の調査を受け、カイゼン)

- 2010年度定性調査では、普段、パソコンからインターネットにアクセスしないデジタルネイティブ世代が少なくないことが分かった。
- Webアンケート調査では、パソコンヘビーは利用者は多く含まれるが、普段携帯電話でネットも使う人はモニターに含まれる割合が低いはず。(これでは、デジタルネイティブ世代の一般性が検証できないのでは?)
- 2011年度定量調査では、
 - スマートフォンメイン
 - スマートフォンとパソコンと半々くらい利用
 - パソコンメイン
 - 非スマートフォン利用者の4つの区分にスクリーニングして定量調査を行う。これにより、webアンケートモニターの偏りを軽減する。
- また、webアンケートモニターは、若年層の男性の層が薄い、そのため、各年齢ごとの割り付けを細かく設定(実際の集計に応じた臨機応変な対応ができる調査会社)

2012/3/10 JASI定例研究会 KDDI総研 藤原正弘・東京大学大学院 木村忠正

仮説検証

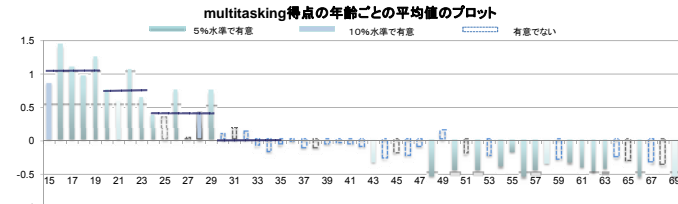
- 2010年度定性調査では、デジタルネイティブ世代は一概ではなく、その中に4つの区分が含まれているとの仮説を得た。
- 一方定量調査では、高齢層にくらべて若年層に多い「テレビのながら視聴」を対象に、定例調査で示される4つの年齢層が異なる「ながら視聴」を示すかどうか検証した。
- 詳細は、2010年7月の情報通信学会の発表を参照（次ページに結果のみ）



2012/3/10 JASI定例研究会 KDDI総研 藤原正弘・東京大学大学院 木村忠正

仮説検証：重回帰分析による検証

- 社会経済的屬性(性別、年齢、居住地、仕事、収入)等も考慮して重回帰分析を行い、ながら視聴の得点を縦軸、年齢を横軸にグラフ化した。
- 35歳以下の部分を見ると、15～19歳、20～23歳、24～29歳、30～35歳は得点の水準は異なる。
- つまり、デジタルネイティブ世代のなかでも「ながら行動」が一律でないことが示されている。



このグラフの横バーは、35歳以下について、multitasking得点と年齢グループの分散分析をとり、決定係数およびF値を最大にするように、年齢グループのグルーピングを調整したもの。

2012/3/10 JASI定例研究会 KDDI総研 藤原正弘・東京大学大学院 木村忠正

転用可能性：よく行く/行かなくなった場所

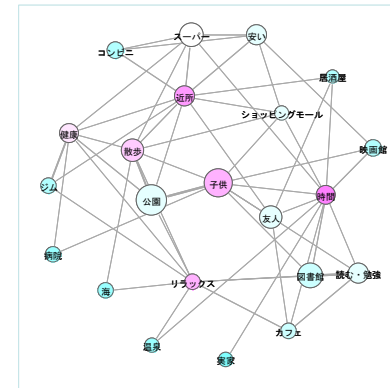
	よく行くようになった場所		あまり行かなくなった場所	
1	公園	218	デパート	139
2	図書館	139	居酒屋	97
3	スーパー	117	公園	93
4	友人	51	パチンコ	87
5	コンビニ	50	映画館	83
6	映画館	46	レストラン	81
7	ジム	43	友人	69
8	病院	42	スーパー	56
9	ショッピングモール	39	本屋	53
10	海	37	図書館	49
11	カフェ	35	海	48
12	温泉	33	ゲームセンター	43
13	居酒屋	25	カフェ	41
14	実家	25	コンビニ	34

2012/3/10 JASI定例研究会 KDDI総研 藤原正弘・東京大学大学院 木村忠正

転用可能性：FA分析(KH Coder)

● 共起ネットワークグラフ

- 「公園」に行く理由は、「子どもと散歩」「健康のために近くの公園に」など
- 「カフェ」は「リラックス」だけでなく、本を読んだり勉強するためにも利用されている
- 「時間」(ある/できた)や「子供」はお出かけの共通する動機としてポイントが高い

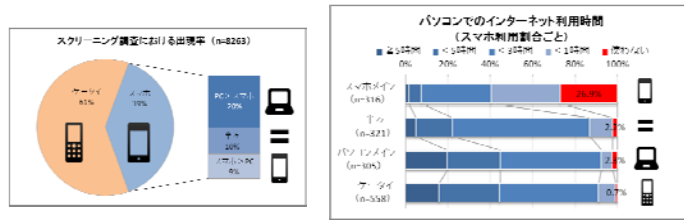


【共起ネットワークとは】
事象Aと事象Bが同時に起こる確率 (X,Y) / (X+Y)を Spearman相関と呼び、これが大きな値を持つ組み合わせをグラフにしたもの。
右図では「よく行くようになった場所」とその理由といふ2つの変数の同時発生を事象とし、一つの節巻の中に同時に発生する事象 (category) の数が多いほどその組み合わせを強く示している。
円の大きさは、節巻の発生頻度を表し、線の太さは発生頻度を表している。また、長方形は共通するものか、リンクの両端をわけており、これは節巻の中心性が高い(行為の共通点)ことを示している。

2012/3/10 JASI定例研究会 KDDI総研 藤原正弘・東京大学大学院 木村忠正

(おまけ)2011年度調査はスマホに注目

- 15歳~29歳のスマホ率は約4割
- その4割のうちの1/4はスマホメインユーザー
- スマホメインユーザーの27%はパソコンを使わなくなっている。(アンケートもスマホで回答しているらしい)
- 全体としては、インターネット利用の多くはパソコンからの利用。



2012/3/10 JASI定例研究会 KDDI総研 藤原正弘・東京大学大学院 木村忠正

テンションの共有 <すぐに伝えたい>

- 別のwebアンケート調査
 - (2011年3月実施、10~60代男女3,171名、性別年代ほぼ均等、東日本9県を除く全国)
- 問い: あなたは次にあげる事例を
 - 誰に知らせたいですか。最も伝えたい相手をお選びください。(SA)
 - 最も伝えたい相手に連絡する手段(SA)
 - 最も相手に伝えたいタイミング(SA)
- 上記の問いについて、DN世代のみ抽出(1,267名)
- さらに、すぐに伝えたい=タイミング1時間以内、を条件に次ページの結果を得た。
- 結論:
 - 重要なことはまず「家族」、軽い話題の場合は「学校の友人」にすぐに伝えたい人が多い。
 - 大きな社会的事件や街中で見かけた面白いことは「不特定多数」に伝えたい人が少なからずいる。
 - 家族に伝えたい場合は「会う」
 - 学校の友人に伝えたい場合は、「会う」「メール」「SNS」
 - 同じ趣味・関心を持っている人に伝えたい場合は、「メール」「Twitter」
 - 不特定多数の人に伝えたい場合は、「Twitter」

2012/3/10 JASI定例研究会 KDDI総研 藤原正弘・東京大学大学院 木村忠正

テンションの共有 <すぐに伝えたい>

映画を見て感動した	会う	電話	メール	SNS	ブログ	Twitter	その他	回答数
家族・親戚	37	6	5	1	1	0	0	50
学校の友人・知人	21	4	18	15	2	8	0	68
職場の友人・知人	5	1	2	0	0	0	0	8
学校・職場以外の友人・知人	5	0	4	1	0	1	1	12
同じ趣味・関心を持つ人	9	1	14	7	2	12	0	45
同じ地域に住む人	1	2	0	0	0	0	0	3
不特定多数	2	0	1	2	1	12	1	19
その他	2	1	0	0	0	1	0	4

大きな社会事件が起きた	会う	電話	メール	SNS	ブログ	Twitter	その他	回答数
家族・親戚	148	55	23	4	4	3	0	237
学校の友人・知人	19	4	16	6	0	2	0	43
職場の友人・知人	13	1	3	1	0	0	0	18
学校・職場以外の友人・知人	5	2	4	1	0	1	1	14
同じ趣味・関心を持つ人	4	2	5	4	2	2	0	19
同じ地域に住む人	0	1	2	0	0	0	0	3
不特定多数	5	6	1	15	4	2	4	49
その他	0	1	0	0	0	0	0	1

スポーツ観戦をして自分が応援しているチームが勝利した	会う	電話	メール	SNS	ブログ	Twitter	その他	回答数
家族・親戚	42	4	7	2	1	0	0	56
学校の友人・知人	15	8	26	7	1	6	1	64
職場の友人・知人	5	0	1	0	0	0	0	6
学校・職場以外の友人・知人	3	0	8	0	1	1	0	13
同じ趣味・関心を持つ人	14	2	20	6	4	12	0	58
同じ地域に住む人	2	1	0	1	0	0	0	4
不特定多数	1	1	4	7	5	15	1	34
その他	1	0	0	0	0	0	0	1

街中でおもしろい光景を見かけた	会う	電話	メール	SNS	ブログ	Twitter	その他	回答数
家族・親戚	50	8	15	2	1	0	0	76
学校の友人・知人	26	7	33	12	2	8	0	88
職場の友人・知人	4	0	3	0	0	0	1	8
学校・職場以外の友人・知人	4	2	8	5	0	1	0	20
同じ趣味・関心を持つ人	4	0	9	3	0	5	1	22
同じ地域に住む人	1	0	1	1	0	1	0	4
不特定多数	4	1	11	6	2	22	2	38
その他	0	0	1	0	0	0	0	1

2012/3/10 JASI定例研究会 KDDI総研 藤原正弘・東京大学大学院 木村忠正

ご清聴ありがとうございました。

2012/3/10 JASI定例研究会 KDDI総研 藤原正弘・東京大学大学院 木村忠正