

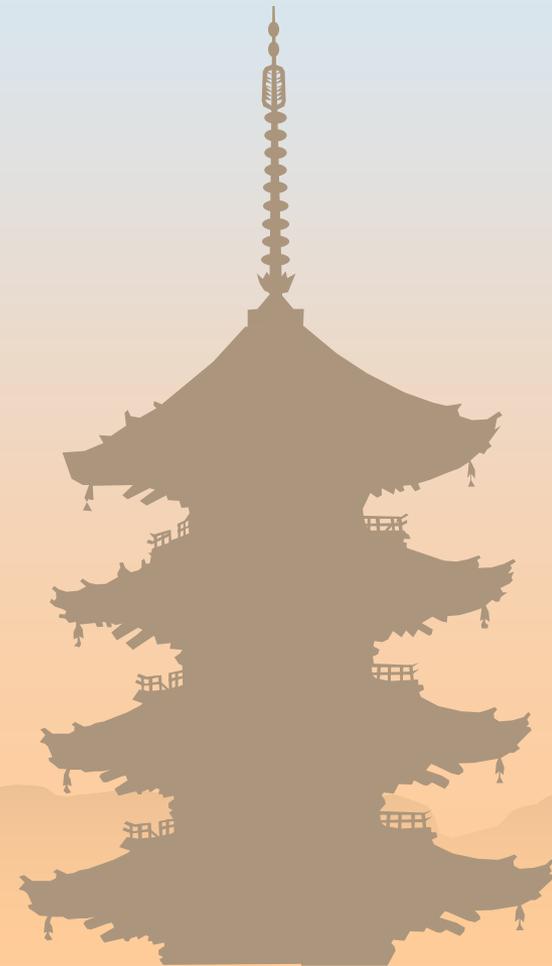
電子メールに対する意識調査

木島班発表

0309021 木島康太

0309029 白石 亮

0309052 山中祐太



はじめに

今回、日本語学基礎演習1において、電子メールにおける意識調査のアンケートを実施した。

このデータを基に、現代で電子メールがどのように用いられているのかを考察していきたい。



フェイス項目

今回の調査で集まったデータの総数は48人分。その中で得られた有効回答数は48であった。内訳は男性23名、女性25名である。

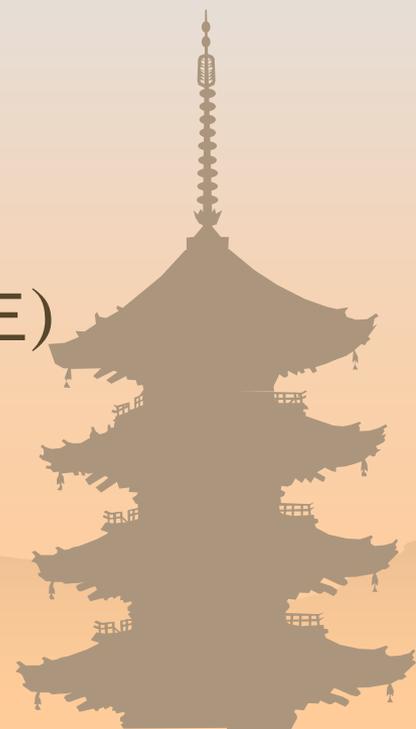
その中で、「子世代」「親世代」という二つの世代を設けることにする。

子世代:18歳～24歳

(文理学部に在籍する学生及び院生)

親世代:40代～50代

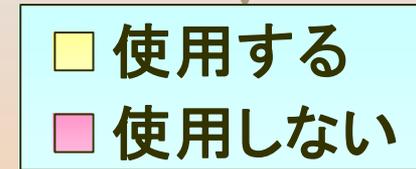
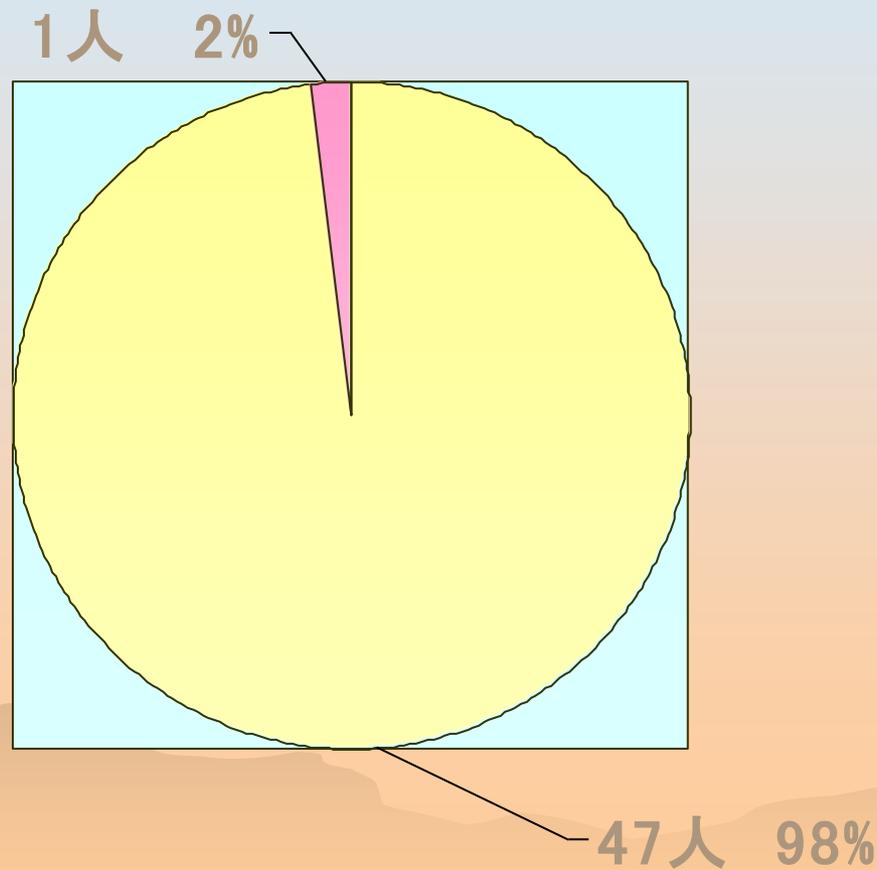
(子世代の親)



調查對象

| | 男性 | 女性 | 平均年齡 | 最大值 | 最小值 |
|-----|-----|-----|-------|-----|-----|
| 子世代 | 12人 | 12人 | 20.4歲 | 23歲 | 19歲 |
| 親世代 | 11人 | 13人 | 51.4歲 | 59歲 | 43歲 |

メール使用率



調査概要

今回の調査で、私たちが集めた主なデータは

- ・一日の平均メール送信数
- ・メール作成時の敬語の使用頻度
- ・メール作成時のタイトル入力頻度

の3点である。

これらの項目を、世代差、男女差を踏まえて考えていきたい。



個人の仮説

- ① 子世代のほうが親世代より送信件数が多い(木島)
- ② 女性のほうが男性より、送信件数が多い(木島)
- ③ 親世代の方が敬語を使用する頻度が高い(白石)
- ④ 目上の人に送るメールでは敬語を使用する頻度は高い(白石)
- ⑤ 親世代の方が子世代よりタイトルをつける割合が高い(山中)
- ⑥ 男女でタイトルをつける割合に差は無い(山中)



一日の平均メール送信数(木島)

Ⅱ－④ この一週間を平均して考えると、一日何件ぐらいのメールを送信していますか。

回答：数字での回答

- ① 子世代のほうが親世代より送信件数が多い
- ② 女性のほうが男性より、送信件数が多い



データの結果1

★全体の平均送信数(48人)

13.0通

♻️ 男性(23人)の平均 9.4通

女性(25人)の平均 16.2通

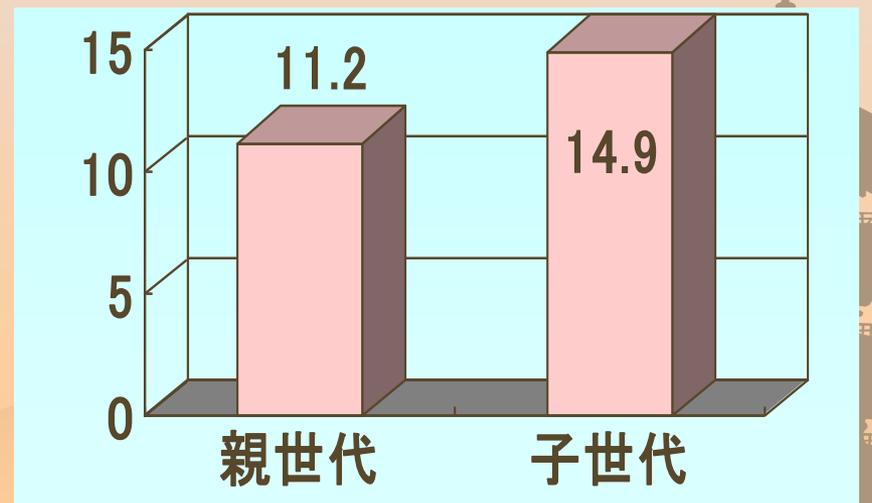
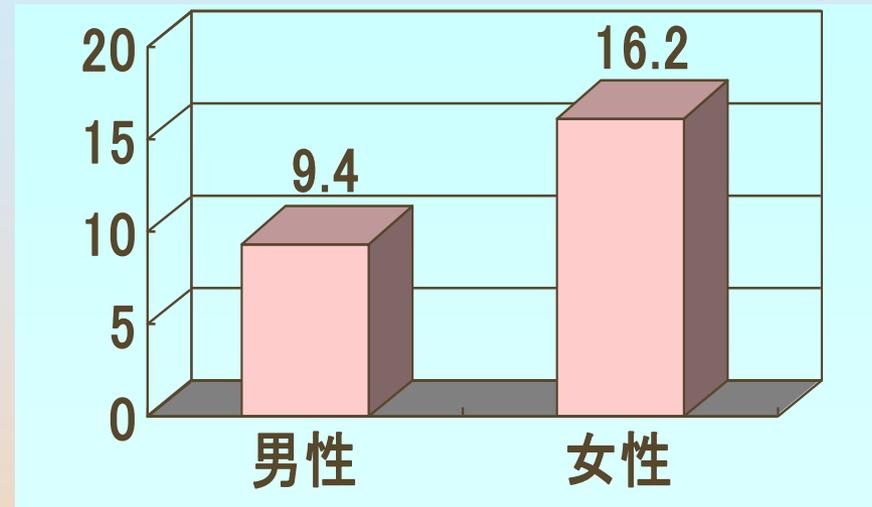
♻️ 親世代(24人)の平均

11.2通

子世代(24人)の平均

14.9通

※ 数値は小数点以下第2位四捨五入した

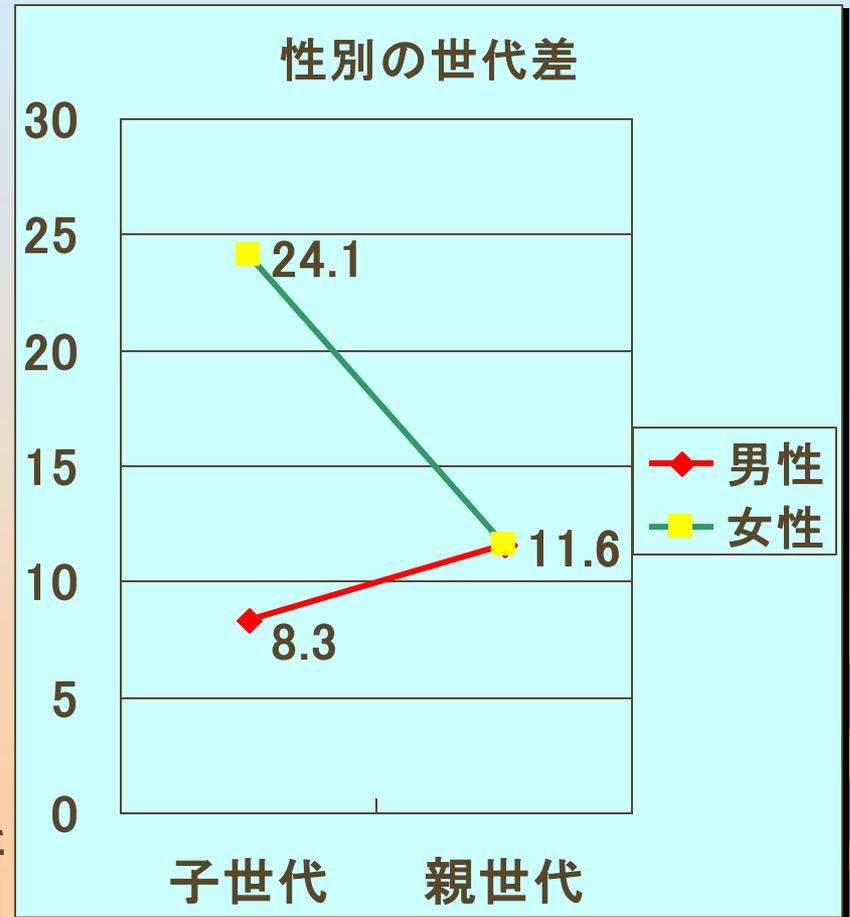


データの結果2

❁ 子世代の平均
男性(12人) 8.3通
女性(12人) 24.1通

❁ 親世代の平均
男性(11人) 11.6通
女性(13人) 11.6通

※ 数値は小数点以下第2位四捨五入した



結 果

仮説①、②はその通りの結果となった(データの結果1)。

しかし、子世代だけでみれば、女性の方が圧倒的に平均送信数が多かったのに比べ、親世代では男女差は全く見られなかった。

また、男性だけで比べてみると、親世代の平均送信数が子世代を上回るという結果も見られた(データの結果2)。

考 察

今回の調査で、電子メールが幅広い世代にとって、有効な連絡手段である事が分かった。調査開始前は、電子メールは子世代の言わば「遊び道具」のようなものなのではと予想し、電子メールの使用率は圧倒的に子世代の方が多いと考えていた。

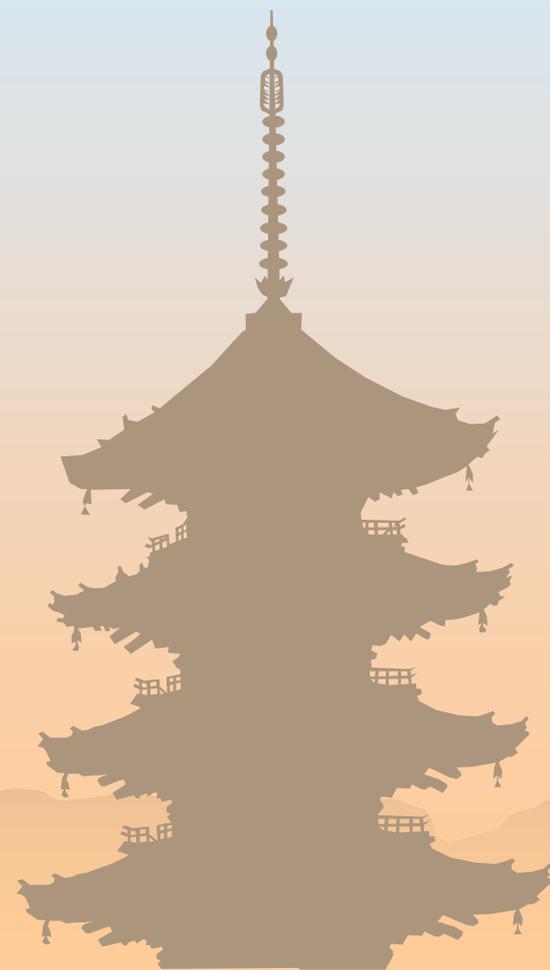
全体の結果を見ると、確かに子世代の方が使用率は高かった(データの結果1)。しかし、親世代・子世代に予想していたほどの差はなく、男性に限ってみれば、親世代の方が使用頻度は高いという結果も出た。

これは、社会での正式な連絡手段として電子メールが幅広く用いられているからなのではと考える。そのために、男性に限ってみると、働き盛りである親世代のメール使用頻度が高くなり、子世代と親世代の差が逆転したのではないか。

今回は年齢と性別しか回答を求めなかったが、現在の職業と関連させれば、もう少し面白い結果が出たかもしれない。また、今回の調査は電子メール全般が対象だったが、携帯メールのみに絞っていたら、違った結果が出たのではないかと思う。

メールにおける敬語の有無

0309029 白石 亮



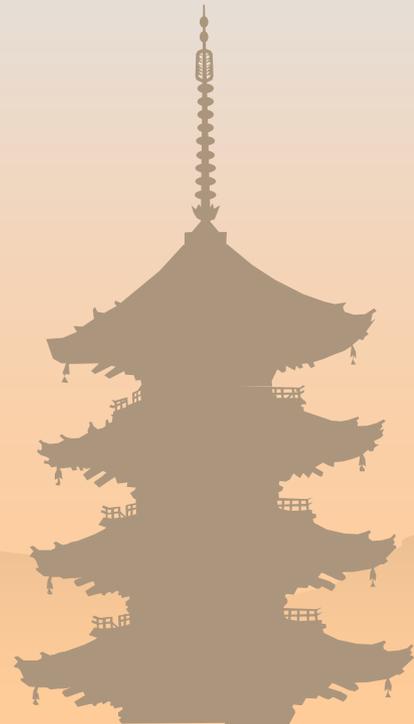
データの結果（敬語の有無）

| | 子世代 | 親世代 |
|---------|-------------|-------------|
| 親しくない異性 | 45%(11/24人) | 73%(17/23人) |
| 親しくない同性 | 29%(7/24) | 65%(15/23) |
| 目下の異性 | 26%(6/24) | 47%(11/23) |
| 目下の同性 | 20%(5/24) | 34%(8/23) |
| 目上の異性 | 100%(24/24) | 82%(19/23) |
| 目上の同性 | 100%(24/24) | 83%(20/23) |
| 親しい異性 | 4%(1/24) | 8%(2/23) |
| 親しい同性 | 0%(0/24) | 0%(0/23) |

『目上の異性』と『目上の同性』に送るメールにおいて、子世代は全員が敬語を使っているので、年上に対する礼儀はメールにおいても反映されている事が分かる。

考 察

『親しくない異性』、『親しくない同性』、『目下の異性』、『目下の同性』に対する敬語の使用頻度に顕著な差が見られるので、親世代と子世代では何かしらの意識の違いがあるようである。以下検証していく。

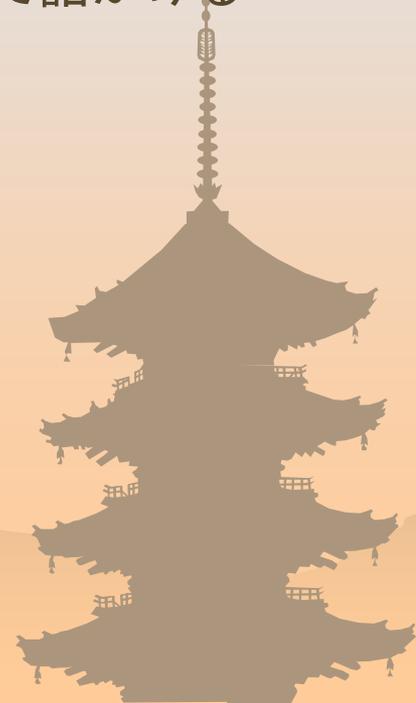
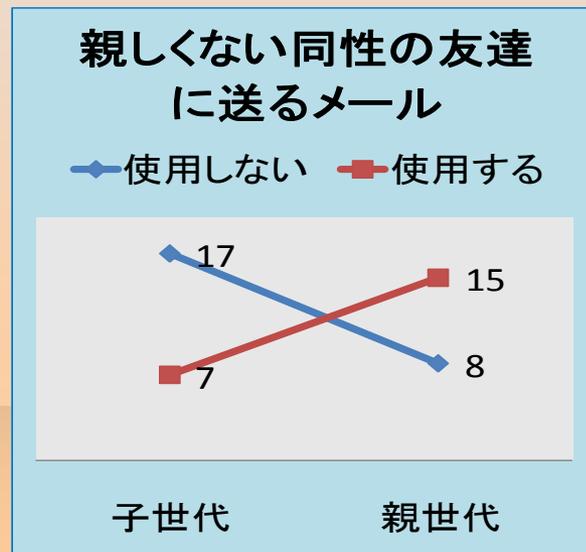


親しくない同性の友達に送る場合

親しくない同性の友達に送るメールに関しては親世代の方が子世代よりも**2倍以上**の人が敬語を使用することが分かる。

私達の場合、年齢が一緒であれば敬語を使わないで普通に会話をする事が多いと思われる。一方の親世代は年齢が一緒でも身分が出る場合がある。そのため敬語を使わなければならない機会が多いと考える。よってメールもその延長と考えて、子世代よりも敬語を使う人が多いのではないだろうか？

また親しくない人に対して、親世代の人が敬語を使わないで話かけるのは、相手に対して失礼な態度でもあると考える。

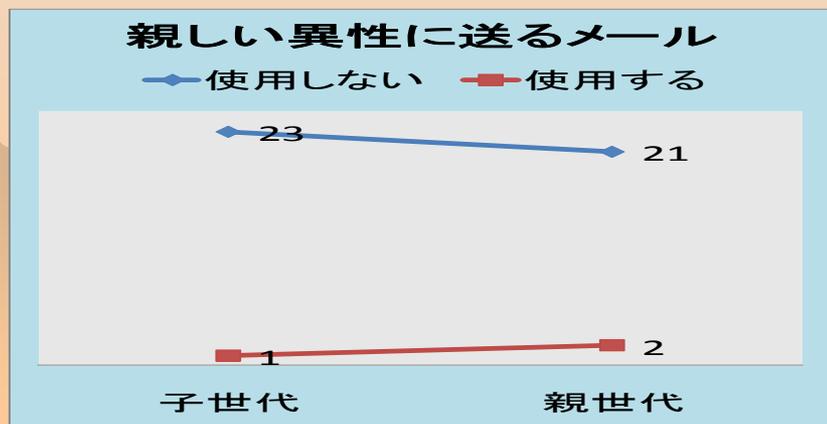


親しくない異性の友達に送る場合

- 親しくない異性の友達に送るメールに関しては、こちらも親世代の方が子世代よりも**約2倍**の人が使用する事が分かる。これについて親世代に関しては先程と同様の理由があると考える。

子世代では親しい異性の友達に送るメールでは**ほぼ全員が敬語を使わない**のに対し、親しくない異性の友達に送るメールでは**約半数(11/24人)**もの人が敬語を使う事が分かる。

親世代では性別を問わずに敬語を使うようであるが、子世代では“異性”に関して、**同性とは少し違った対応**になっているのかもしれない。私個人の見解だが、親しくない異性に対して敬語を使わないで会話をしようとすると、相手に馴れ馴れしいと捉えられてしまう危険があると考えからではないだろうか？

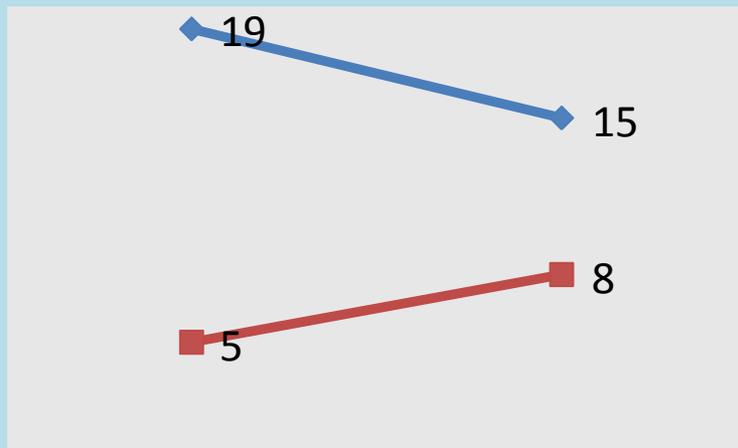


目下の同性・異性に送る場合

- 目下の同性・異性の友達に送るメールに関して、子世代では性別関係なく敬語を使わない人が多い事が分かる。
- 一方の親世代は目下であれ敬語を使う人が多い事が分かる。この理由も先程述べた見解と同様である。

目下の同性の人に送るメール

◆ 使用しない ■ 使用する

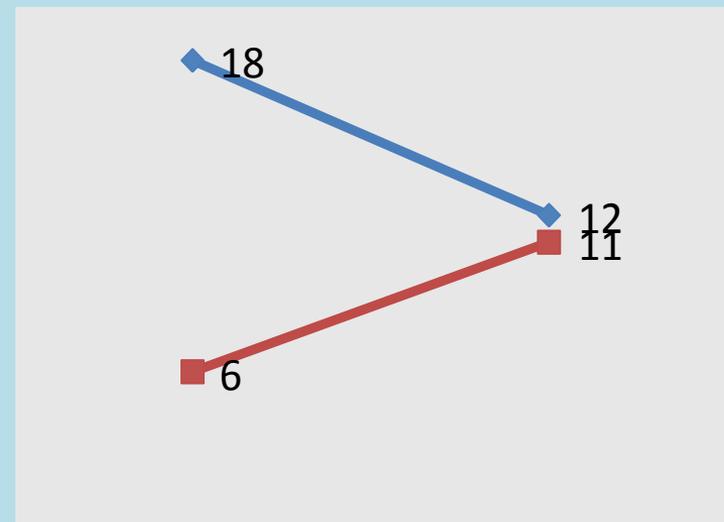


子世代

親世代

目下の異性に送るメール

◆ 使用しない ■ 使用する



子世代

親世代

仮説の検証結果

仮説③(親世代の方が敬語を使用する頻度が高い)について

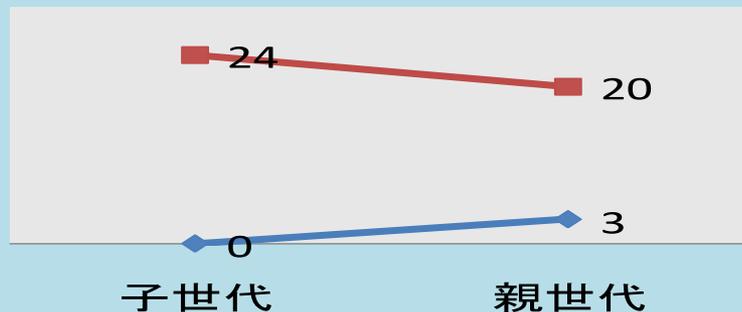
『目上の同性』と『目上の異性』に送るメール以外では全ての項目で、親世代のほうが子世代よりも敬語をつける割合が高い。よって仮説③は正しい。

仮説④(目上の人に送るメールでは敬語を使用する頻度は高い)について

『目上の人』に送るメールでは、敬語をつける人がどちらの世代においても、8割を超えている。よって仮説④は正しい。

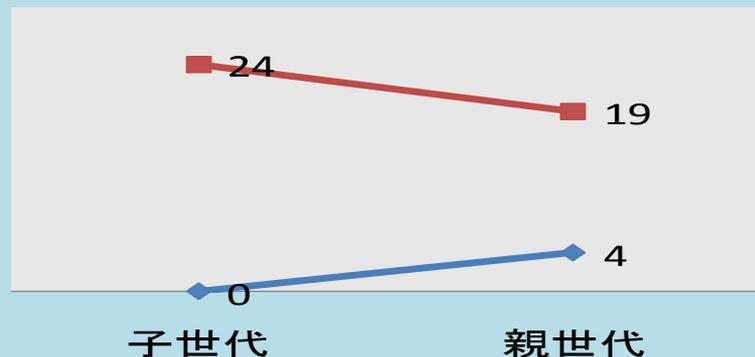
目上の同性の人に送るメール

◆ 使用しない ■ 使用する



目上の異性に送るメール

◆ 使用しない ■ 使用する



タイトルの有無

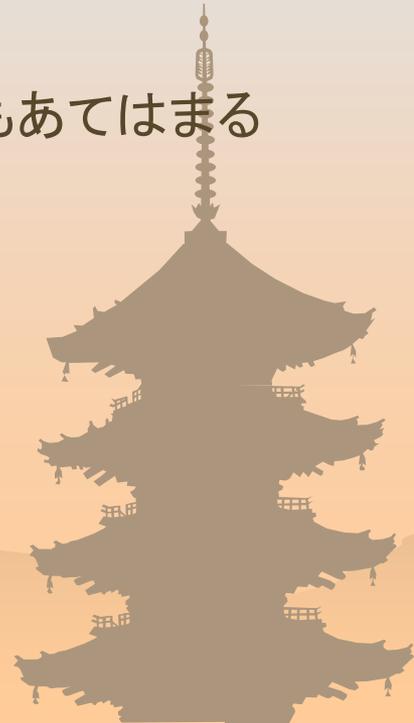
担当 0309052 山中 祐太

質問項目

Ⅱ-⑥ あなたがメールを作成する際、以下の(1)～(9)の相手に対して、タイトルをつけますか？

回答

「1:つける」「2:場合によってつける」「3:つけない」の中から最もあてはまるものを1つ選択。



タイトルの有無に関する仮説

- ⑤ 親世代の方が子世代よりタイトルをつける割合が高い
- ⑥ 男女でタイトルをつける割合に差は無い

上記の仮説の検証の為に

- ・世代別のタイトルをつける頻度
- ・性差でのタイトルをつける頻度

をそれぞれアンケートを元にスコアを出した、スコアの算出方法は

- ①つける=2点、②場合によってつける=1点、③つけない=0点

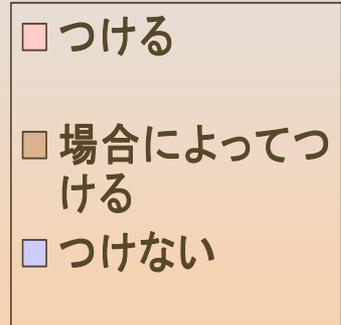
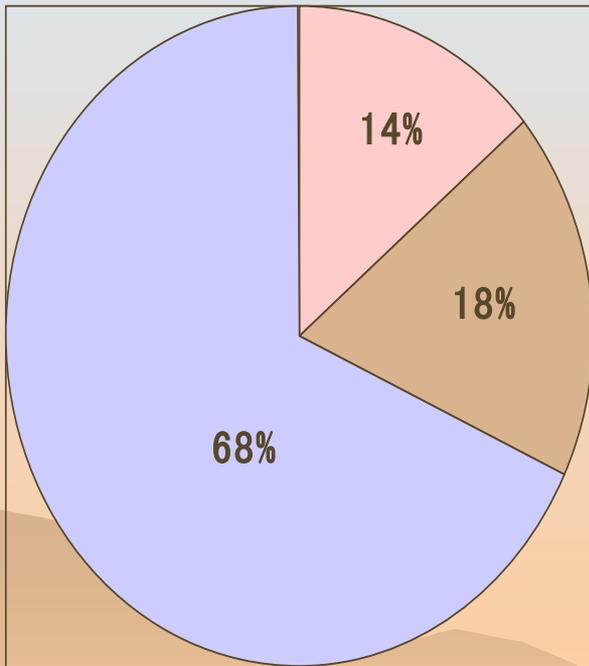
とそれぞれ定めた。

また、性差を出す際に使用した数値は「子世代」の男女の物とした、世代を
考えない性差を出したかった事、さらに子世代の男女が同数のサンプル
があったためこのような形を採った。

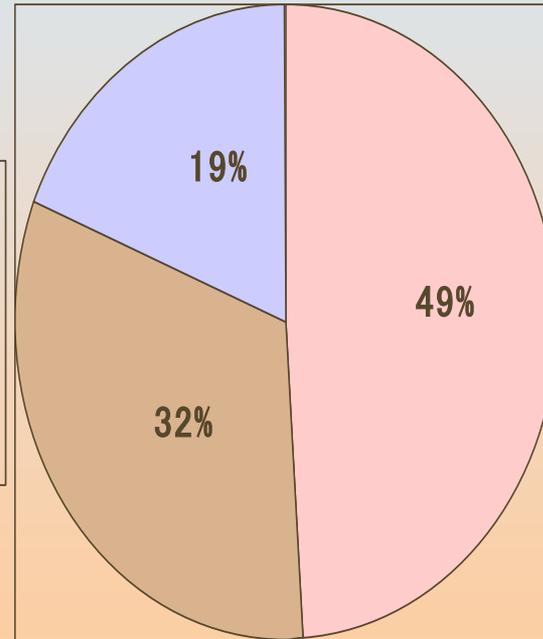


データの結果2（世代別スコア）

子世代



親世代



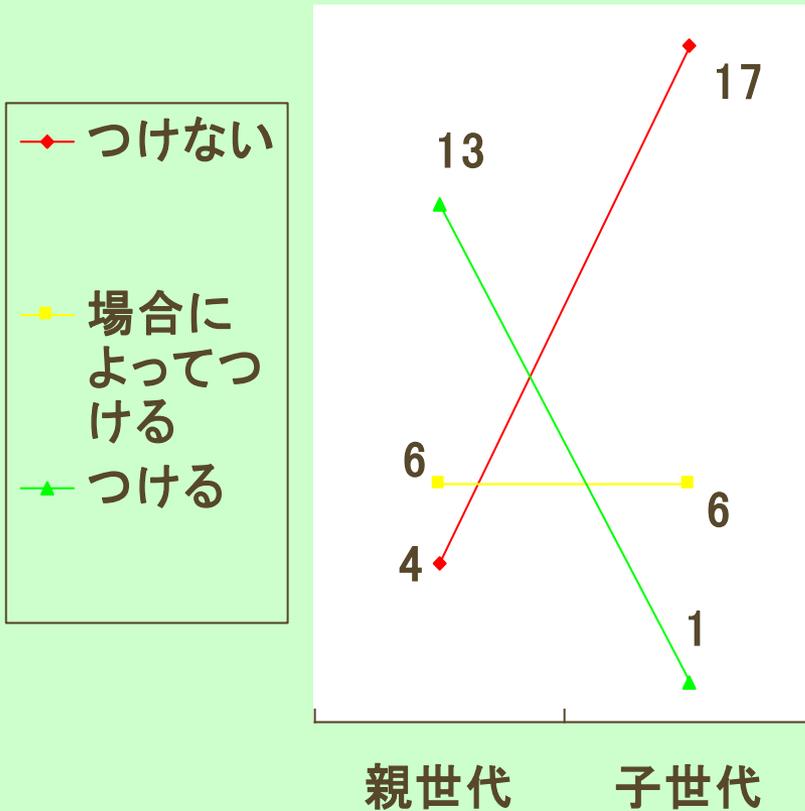
データの結果1(タイトルの有無)

「1,つける」または「2,場合によってつける」を選択した人の数

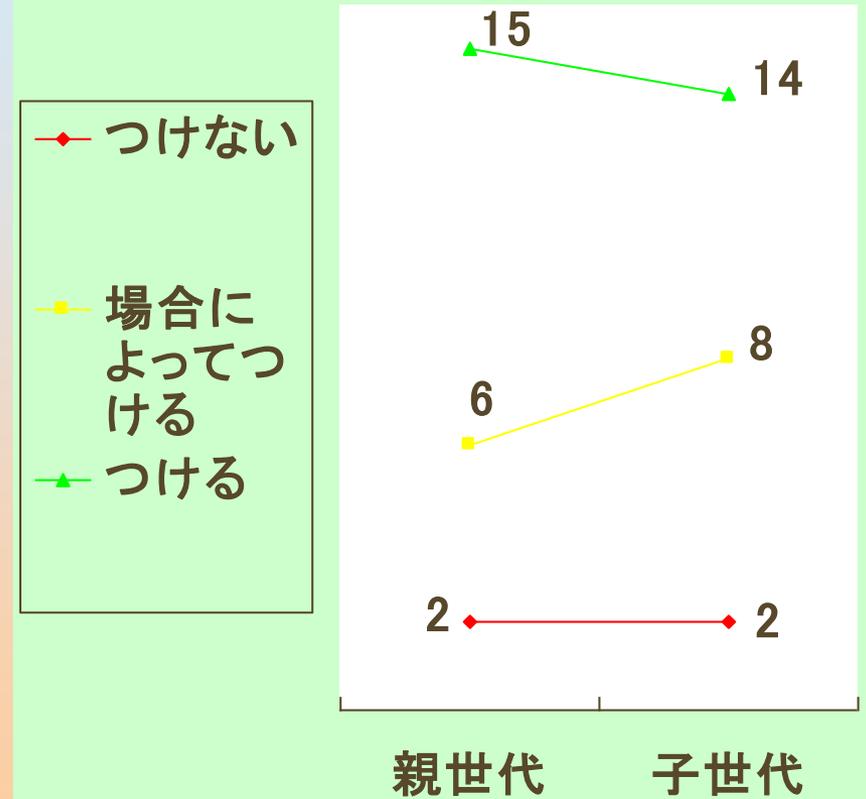
| | ■親世代 | ■子世代 |
|----------|------|------|
| ■親しい同性 | 17 | 5 |
| ■親しくない同性 | 19 | 5 |
| ■目上の同性 | 18 | 10 |
| ■目下の同性 | 18 | 5 |
| ■親しい異性 | 19 | 5 |
| ■親しくない異性 | 18 | 5 |
| ■目上の異性 | 19 | 11 |
| ■目下の異性 | 19 | 7 |
| ■一斉送信 | 21 | 22 |

データの結果4 (タイトルの有無)

目下の異性へのメール



一斉送信するメール



データの結果まとめ

仮説の⑤について

当初の仮説の通り親世代の方が子世代よりタイトルをつける割合が高いことがグラフによってはっきりと分かった。

しかし、一斉送信のメールに限っては仮説の通りの結果が得られなかった。



考察

仮説が正しかったのが分かったが、その理由まで考えていなかった。

「目上、目下の人に対するメール」のグラフが他のグラフに比べても顕著に子世代と親世代の差が見られたことから、「社会人」という枠組みに入る、または入っていた人は普段から送るメールでもしっかりとした形式を持たせる為に「タイトル」をつける傾向にあると考察した。

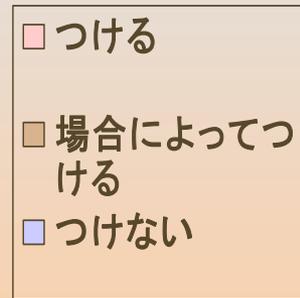
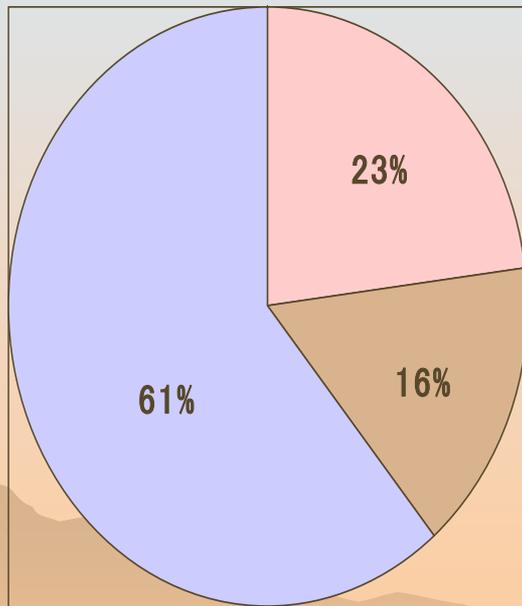
その為、子世代でも「一斉送信」という日常生活と比較して、ある程度社会的なメールにはタイトルをつける傾向にあると判断した。

このデータから、メールにタイトルをつけるという行為は子世代と親世代において、大きく意識の違いがあることが分かった。

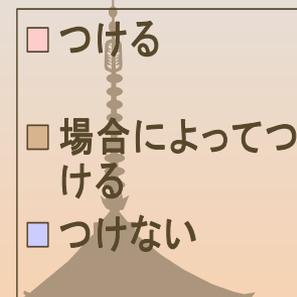
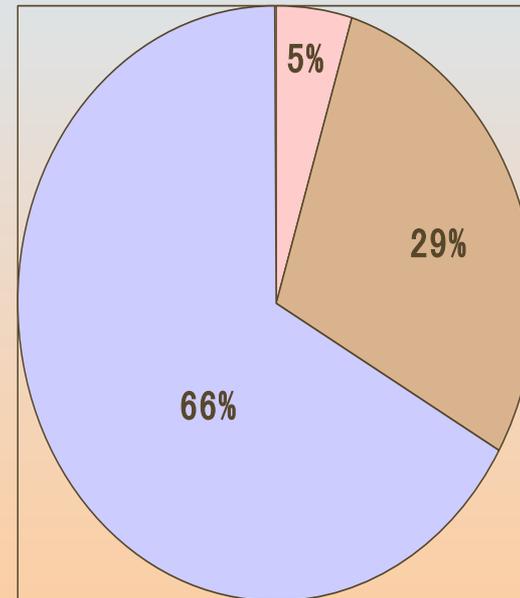


データの結果2 (タイトルの有無)

男性



女性



データの結果1(タイトルの有無)

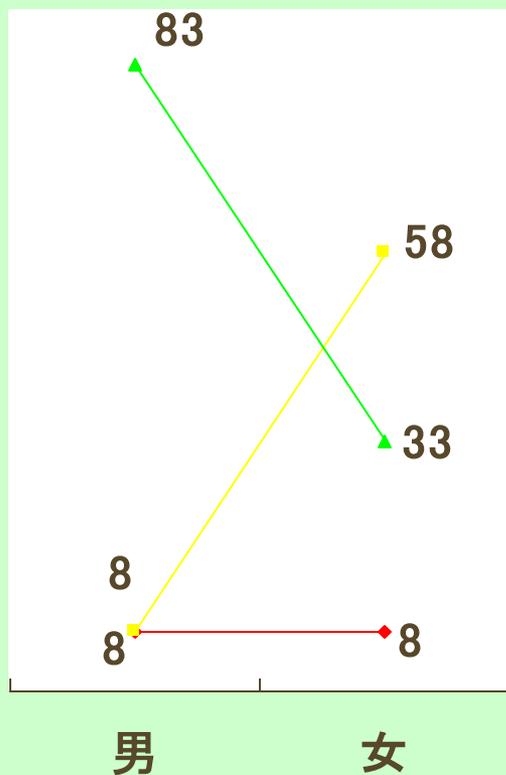
「1,つける」または「2,場合によってつける」を選択した人の数

| | ■男性 | ■女性 |
|----------|-----|-----|
| ■親しい同性 | 1 | 3 |
| ■親しくない同性 | 2 | 4 |
| ■目上の同性 | 7 | 5 |
| ■目下の同性 | 4 | 2 |
| ■親しい異性 | 3 | 2 |
| ■親しくない異性 | 2 | 3 |
| ■目上の異性 | 7 | 4 |
| ■目下の異性 | 5 | 2 |
| ■一斉送信 | 11 | 11 |

データの結果6 (タイトルの有無)

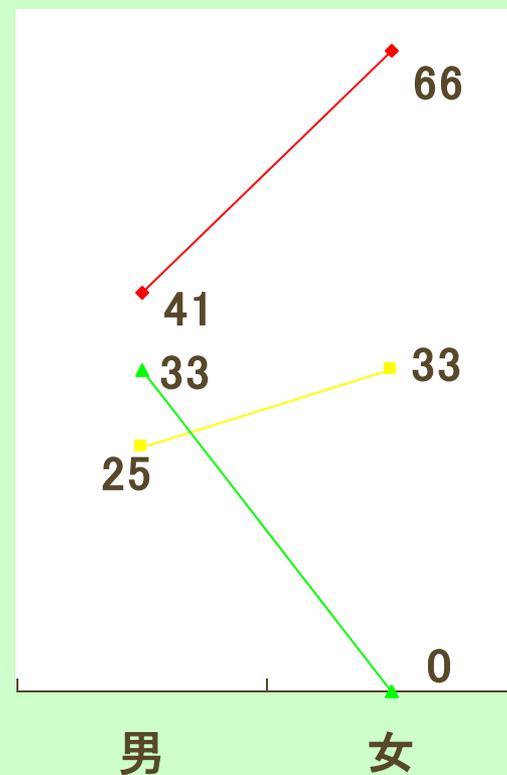
一斉送信のメール

- ◆ つけない
- 場合によってつける
- ▲ つける



目上の異性へのメール

- ◆ つけない
- 場合によってつける
- ▲ つける



データの結果

仮説⑥について

概ね仮説の通り、男女においてタイトルをつける頻度に大きな差は出なかった。

しかし、「目下の異性」と「一斉送信」の項目に差異がみられた為、完全に仮説通りとは言えない結果が得られた。



考察

データの結果を見て男女間において「目下の異性」と「一斉送信」のメールは差があると分かった。

そのことから、「男性」のほうが「女性」よりあまり親しくない人＝目上、目下、多数の人に対してより、かしこまった形式を取るような傾向にあると考察した。

今回の調査では、すこしサンプル数が少ない事もあり少し不明瞭な結果が出てしまった。

もっと多くの子世代の男女からサンプルが集まればもう少しはっきりとしたデータが得られたと思う。

まとめ

今回の調査で電子メールは幅広い層で使用されている連絡手段であるということが分かった。

データ結果の一番の特徴としては、電子メールの使用率が子世代のほうが親世代より多いのに対し、男性だけに限ってみると、その差が逆転するという点である。これは電子メールが働き盛りの男親にとって「ビジネスユース」として有効活用されているからなのではないか。

また、タイトル入力率は10代～20代では全体的に低かったが、例外として「一斉送信するメール」の場合にタイトル使用率が飛躍的に上がった。これは、普段使用する時とは異なった状況(私的ではなく、公的)での連絡の場合にタイトルをつける傾向にあると感じた。

そこで、親世代の男性を見てみると、相手構わず全体的に、タイトルの入力率が高いことが分かる。もし、上で述べたように「タイトルを入力したメール＝公的な連絡のメール」と言えるならば、このことから、電子メールはビジネスユースとして広く用いられていると言える。しかし、これは信憑性に乏しく断定は出来ない。

その他にも、やはり親世代の男性の敬語使用率も高く、これは公的な連絡手段としてメールを用いることが多いためだと考える。

以上のことから、現代で電子メールは、1つの「公的な連絡手段」として広く認知されているのではないかと感じた。