日本人の情報行動とその将来予測

——定量的な分析を中心にして——

常木 暎生*

〔抄 録〕 情報をめぐる行動が複雑化しつつある現在、全情報行動のなかに個別の行動を相対的に位置づけるアプローチは、今後登場するニューメディアを人間がどう使いこなしていくかという問題に対して有用である。本研究では、われわれの情報行動が現在どのような状態にあるのかを包括的、体系的な視点に立って、定量的に把握するために、時系列的なデータをできるだけ収集し、①諸外国の資料と比較することによって情報行動の日本人的特徴を明らかにし、②デルファイ法を用いて将来の情報行動を定量的に示した。また情報行動量の国際比較、将来予測などは、今後さらに精緻化する必要があると指摘した。

1. は じ め に

現代社会の特徴を表す言い方として、情報化社会という表現がよく使われている。D. Bell¹⁾, A. Toffler²⁾などが指摘しているように、現代は科学技術の発展を背景にして大規模かつ急速に変化しつつある時代であり、なかでも情報の果たす役割が飛躍的に大きくなりつつある社会である。

現在の我々の生活には、テレビ、新聞、ラジオ、電話などのさまざまなメディアが存在し、さらにコンピュータ、ワープロといったニューメディアも日常化しつつあり、そこから膨大かつ多様な情報がもたらされている。メディアや情報が日常生活を構成する重要な存在となっており、環境化しているのである。メディア環境とか情報環境³⁾という表現が生まれるゆえんである。このように社会の情報化は目覚ましく進展しており、人間と情報とのかかわりは、かつてないほど密接になってきている。

最近では、情報化のテンポが一段と加速されてきている。コンピュータ関連技術の急激な発展、すなわち情報処理と情報伝達の技術革新と技術融合の著しい進歩がその原動力であるが、社会経済的な環境の呼応、政策面での対応もその一翼を担っており、現在は高度情報社会の入口であるとの位置づけがなされるようになっている。

このように環境の情報化が進展するのに対応し、人間の情報やメディアをめぐる行動も、それほど急激ではないが変わりつつある。いくつかその代表的なものを挙げておきたい。

まず第一に、情報行動の多様化である。生活意識や価値観の多極化に伴い、新しいメディアが登場したり、新しい使い方がなされるようになり、さまざまな内容や目的の情報行動がとられるようになっている。

第二に、フェース・ツー・フェースでの会話という直接的な情報行動が減少し、メディアを介した情報行動がますます増えていることである。コ

* TSUNEKI Teruo 常磐大学 人間科学部

(〒310 茨城県水戸市見和1-430-1)

コミュニケーションの相手がコンピュータという情報行動が今後非常に増えてくると思われるが、稲村博⁴⁾が「機械親和性対人困難症」と名付けて警鐘を鳴らしているように、対人関係の空洞化に結びつく恐れもある。

第三に、主体的な情報行動が増えていることである。これは第一に挙げたことに関連しているが、マス・メディアなどによってもたらされる情報をそのまま受動的に受け取るだけでなく、メディアや情報を積極的に選び、自分にとって価値のあるものを取り入れるといった、主体性のある情報行動が増えている。

以上は個人生活での情報行動であるが、ビジネスの面ではOA機器の導入、さらにはそのネットワーク化によって、オフィスでの情報行動が大きく変化しようとしていることは言うまでもない。

ところで、このような情報やメディアをめぐる行動は既存のコミュニケーション理論の枠にはおさまりきれないものであり、中野収⁵⁾のように、情報行動論という新しい考え方でとらえようとする動きが出ている。情報行動という言葉は加藤秀俊⁶⁾、北村日出夫⁷⁾らが初めて使用したもので、まだ新しく、その概念規定も定まっていない。例えば、伊藤陽一⁸⁾はコミュニケーションの二つの要素である情報の移動と意味の共有のうち、情報の移動に焦点を当てたものとし、コミュニケーションの下位領域として情報行動をとらえている。逆に、中野収は情報行動をいわゆるコミュニケーション行動のほかに記号との相互作用を含めたものととらえており、より広い概念であるとの立場をとっている。

さて、今まで述べてきたような社会の変化、行動の変化を踏まえ、情報行動の研究は盛んになってきた。現状の分析だけでなく、将来の予測を行ったものも少なくない。ところが、それらのほとんどは個別メディアに関するものであったり、定性的なものである。情報行動を包括的、体系的に扱い、定量的な分析を行った研究はあまり多くないが、大別するとこの種のものはメディア接触パターン研究と生活時間研究に分けられる。

前者は個々のメディアに対する個人の意識、態度、接触時間量を調査し、多変量解析を行って、メディア利用のパターンを明らかにしようとするものである。例えば、朝日マスコミ調査研究会⁹⁾、電気通信総合研究所¹⁰⁾などの研究であり、アメリカや日本を中心にかなり行われている。

後者は人々がそれぞれの生活行動にどのくらいの時間を使用するかを調査分析するもので、特に情報行動の時間量に的が絞られているわけではないが、マス・メディアを中心にかんがりの情報行動が取り上げられている。

さきに述べたように情報をめぐる行動が複雑化しつつある現在においては、個別の行動を研究することの意義も決して少なくないが、全情報行動の中にそれを相対的に位置づけるアプローチは、これから登場してくるであろうニューメディアを、人間がどのように使いこなしていくかという問題に対して、有用と思われるのである。

本研究では、我々の情報行動が現在どのような状態にあるのかを包括的、体系的な視点に立って、定量的に把握しようとしている。限界はあるが、できるだけ時系列的なデータを収集し、まず諸外国の資料と比較することによって情報行動の日本的な特徴を浮かび上がらせ、次にデルファイ法を用いて将来の情報行動を定量的に明らかにしようとすることを目的に、研究が行われた。

なお、本研究ではフェース・ツー・フェースで、あるいはさまざまなメディアを使って情報をやりとりする行動を情報行動ととらえている。具体的に言うと、電話や直接対面しての会話、マス・メディア接触行動、教育、学習ないし勉強、書類作成、コンピュータやワープロの操作、さらにはスポーツ見物、観劇などを含む「情報にかかわる人間の行動」を意味している。

2. 情報行動の日本的特徴

世界各国の国民の情報行動と日本人の情報行動を、各情報行動に費やす一人当たりの時間という点で比較することにより、量的な側面から日本人

の情報行動の特徴を明らかにする。

2. 1 各国民の情報行動

個別の情報行動に費やす時間を包括して扱っていること、国際的な比較が可能であることの2点を満たす調査研究の多くは Time Use 研究の中に見られる。そこで比較的この種の研究が行われている国内の研究機関、さらにオランダ、ノルウェー、イギリス、アメリカ、カナダの研究者を訪問して、意見交換と資料収集を行った。必ずしも十分な資料が集められたというわけにはいかず、せっかく入手した資料が不完全なものという場合もあった。さらに国によっては調査方法が異なっているというケースもある。このため情報行動の国際比較にはいささか乱暴な点があり、限界や問題があることに留意する必要がある。

2. 1. 1 Time Use 研究

Time Use (Time Budgets) 研究は、人々がそれぞれの生活行動に1日のうちのどのくらいの時間を使っているかについて調査研究するもので、日本では生活時間研究と呼ばれている。

この調査結果は国家の社会統計資料の一つとして位置づけられていることが少なくない。そのため調査主体の多くは政府関係機関であり、民間の場合はほとんどがマスコミ事業者である。この種の調査は調査サイズ、サンプリング、データ処理などの問題もあって、簡単に実施できるというものではない。主として先進国で調査されており、発展途上国にはあまり見られない。ただし先進国であっても調査が行われていない国は少なくない。この研究が盛んな国は北欧、東欧、北米の諸国と日本である。

しかしながら、研究の視点は必ずしも世界的に共通しているとは言えず、国によって主たる関心が労働時間、余暇時間、家事時間およびマスコミ接触時間というように異なっている。

Time Use 研究の大きな転機となったのは、1964年にユネスコの国際比較プロジェクトとしてこの問題が取り上げられたことである。このプロジェクトには12か国、15の研究機関が参加し、

ハンガリーの A. Szalai を中心に研究が進められた。それまで各国でバラバラの調査法によって Time Use が研究されていたため、相互の比較が方法論上難しかったのである。しかしながら、このプロジェクトでは統一した調査用紙と手続きがとられ、国際比較が可能となった。

この研究成果は A. Szalai¹¹⁾がまとめている。それ以後、この方法に準拠したやり方で多くの調査がなされるようになった。日本でもこの方法を用いて経済企画庁¹²⁾が1972年に松山市で調査を行った。ただし、日本の代表的な生活時間調査法である NHK の国民生活時間調査は別の方法で実施されている。

2. 1. 2 国際比較プロジェクトによる情報行動の国際比較

このプロジェクトの調査が実施されたのは現在より約20年前であるが、情報行動の経年的変化を見る上で大変貴重なものである。そこでこのプロジェクトの調査方法と結果を簡単に紹介してみたい。

調査方法は次のとおりである。調査地域は大都市の衛星都市でない人口3万～28万の都市で、調査対象者は18歳～65歳の住民約2,000人とする。サンプリングは二段階抽出法(第一段は世帯、第二段は世帯の中の個人)による。調査期間は夏休み、年末年始などの時期を避けた4～6週間である。調査対象者は記録用紙にある1日の0時から24時までの間にとった行動と、それに要した時間を記入し、あわせて平行して行った行動(ながら行動)、各行動をした場所、一緒にいた人も記録する。記入日の翌日に調査員が訪問し、回答をチェックするとともにデモグラフィック項目など補足的な質問を行う。

調査により得られたデータは対象者の属性、調査日の状況、対象者の1日の行動の3種である。対象者の行動は約100のカテゴリーに分類される。

この調査の結果から情報行動に関するものを抜き出し、国別に情報行動量(時間)を示したのが表1である。数値はそれぞれの情報行動に使用し

表1 国別にみた情報行動量 —国際比較プロジェクト関係—

(分/人・日)

		ベルギー	ブルガリア	チェコスロバキア	ハンガリー	ペルー	ポーランド	アメリカ	アメリカ	西ドイツ	西ドイツ	ソ連	ユーゴスラビア	ユーゴスラビア	東ドイツ	フランス
		'66	'65	'65	'65	'65	'65	'65	'66	'65	'66	'65	'65	'65	'66	'66
直接情報行動	家族と話す	15.1	9.4	14.2	15.0	26.9	14.7	18.0	20.2	18.3	17.0	12.2	28.4	15.1	12.1	17.1
	親戚・友人と話す															
	自宅学習をする	8.0	5.3	11.8	6.6	14.0	11.9	4.7	6.1	5.6	3.3	19.1	9.4	10.8	7.3	6.6
パーソナル・メディア	電話で話す															
	レコード・テープを聞く		0.0		0.3	0.6	0.3	1.0	0.9	1.2	0.5	0.4	0.3	0.5	0.4	0.7
	手紙を読む・書く	4.9	0.5	2.2	0.6	0.7	2.0	4.4	5.9	6.4	3.7	4.4	0.5	1.6	5.5	4.0
マス・メディア	ラジオを聞く	65	87	54	65	56	101	34	80	48	104	68	57	46	73	99
	テレビを見る	15	45	41	93	72	71	85	91	40	51	99	128	132	76	47
	新聞を読む	19	32	19	20	25	26	29	25	31	19	19	33	29	30	24
	雑誌を読む	1	1	1	6	19	5	22	7	7	11	3	9	6	5	1
	書籍を読む	25	8	19	10	6	26	8	19	32	3	9	6	4	21	9
家庭・職場以外	家族・親戚・友人と話す	32.1	10.3	18.2	19.9	21.7	26.3	59.6	57.1	42.0	40.0	9.5	65.1	29.2	24.8	28.6
	集会・会合に出る	2.3	5.0	5.0	1.2	1.5	3.7	6.1	4.3	2.1	1.6	7.3	3.6	2.4	10.2	1.7
	学校教育を受ける	5.9	4.1	1.8	1.8	21.6	3.0	2.6	2.8	5.5	1.5	8.7	2.6	6.9	0.2	4.6
	学校外教育を受ける	2.2	0.9	2.8	7.5	0.5	6.2	1.4	2.6	1.0	0.9	10.0	1.8	2.4	3.7	1.8
	スポーツ見物・鑑賞をする	11.4	24.1	8.8	8.3	10.4	7.2	5.4	9.2	7.3	7.2	21.2	10.0	8.5	3.4	6.2

(A. Szalai 「The Use of Time」より作成)

た1日当たりの時間を、一人当たりの平均値として、分単位で表したものである。ただ、「テレビを見る」、「ラジオを聞く」時間にはながら行動の時間も含まれている。この表の情報行動のカテゴリーは、後で述べる日本人の情報行動のそれになるべく近い形に再編成したものである。

各国民と日本人との比較は後で行うとして、この時点(1965年、1966年)での国際比較結果をまとめておきたい。

直接情報行動についてみると、「家族と話す」時間が長い国はペルー、ユーゴスラビア、アメリカ、フランス、西ドイツなどで、東欧諸国は概して短

い。「自宅学習をする」時間の長い国はソ連、ペルー、ポーランド、チェコスロバキア、ユーゴスラビアで、西側諸国は一般に短い。

パーソナル・メディア接触型情報行動では、「レコード・テープを聞く」時間はアメリカ、西ドイツ、フランスで長く、東側諸国では短い。「手紙を読む・書く」時間はブルガリア、ハンガリー、ペルー、ユーゴスラビアで短い。

マス・メディア接触型情報行動については次のようなことが言えよう。「ラジオを聞く」時間が長いのはポーランド、フランスであるが、多くの国で1時間を超えている。ただ、どの国でもラジオ

聴取時間のほとんどは、ながら行動である。「テレビを見る」時間が長い国はユーゴスラビア、ソ連、ハンガリー、アメリカ、東ドイツであり、西欧諸国はいずれも1時間以下である。ユーゴスラビアでは2時間を超えるほどよく見られている。「新聞を読む」時間は各国ともあまり差が見られない。「雑誌を読む」時間の長いのはアメリカ、ペルーで、逆に短いのはベルギー、ブルガリア、チェコスロバキア、フランスである。「書籍を読む」時間が長い国はベルギー、チェコスロバキア、ポーランド、アメリカ、西ドイツ、東ドイツである。

職場での情報行動は細分化されておらず、労働というカテゴリーだけで扱われているため、そこでの細かなデータは得られない。

家庭・職場以外の場での情報行動については、「家族・親戚・友人と話す」時間が長いのはアメリカ、西欧諸国で、東側諸国は短い。逆に「集会・会合に出る」時間は東側諸国で長く、西欧諸国では短い。「学校教育を受ける」時間はペルーが長く、東ドイツが短い。「学校外教育を受ける」時間はソ連、ハンガリーで長い。「スポーツ見物・鑑賞をする」時間が長い国はブルガリア、ソ連である。

一応、以上のようなことがこの表1から読み取れよう。しかしながら、西ドイツの二つの調査に見られるように、同じ国でも調査地域によって結果にかなりの差があることが示されており、国民を代表しているとは言えないなどの問題点がある。

2. 1. 3 国際比較プロジェクト以後の資料による情報行動の国際比較

国際比較プロジェクトを契機に、Time Use 研究は活発になってきた。各国の研究者の交流も深まり、国際的な研究組織も作られている。ただ、今のところ A. Szalai の国際比較プロジェクトに匹敵するような調査研究は行われていない。

国内・海外の研究者を訪問して得られた資料^{13)~27)}から、表1と同じ情報行動カテゴリーにデータを再編成したのが表2である。数値はやはりそれぞれの情報行動に使用した1日あたりの時間を、一人当たりの平均値として分単位で表したものである。

種々の制約から資料の収集が不十分であり、これ以外にも情報行動時間に関する調査があるものと思われる。また、せっかく入手した資料であっても、こちらが期待している情報行動が欠けている場合も大変多い。さらにそれぞれの調査方法が必ずしも同じではない。したがって相互の比較をすることには、相当問題があるのは否めない。厳密に考えれば比較できないとした方が正しいと思われるが、数値の開きが大きいところだけを述べておきたい。

結果に入る前にそれぞれの調査の方法に触れておく。

チェコスロバキアの調査は1976年5・6月に実施され、サンプルは15歳以上の世帯主503人とその家族1,100人で、調査地域はプラハである。国際プロジェクトと同じ方法で行われた。

1973年のアメリカの調査は、全国の1,000世帯の男女が対象者で、1週間における16個の生活行動時間が郵送法で記入された。1982年のアメリカの調査は全国からランダムに選ばれた1,000人以上を対象に、11の余暇行動について電話インタビューでなされたものである。

1981年の西ドイツの調査はテレビ視聴行動に関したものであるが、詳細は不明である。

フランスの調査は1979年4・5月に行われたもので、調査の方法は国際比較プロジェクトとほぼ同じで有効サンプル数は1,520である。

オランダの二つの調査は同じ形式で10月の最後の週と11月の最初の週に行われた。1週間の行動を15分さきで毎日、日記方式で記録する。行動のカテゴリーは約200である。全国の世帯からランダムにサンプリングし、有効サンプル数は1975年が約1,300、1980年が約2,700である。

カナダの二つの調査は同じサンプルを使ったパネル調査である。1971・1972年の有効サンプル数は2,141で、1981年は712である。調査方法は国際比較プロジェクトと同じである。

ノルウェーの調査は1971・1972年に国際比較プロジェクトとだいたい同じ方式でなされた。有効サンプル数は3,040で全国からサンプリングされ

表2 国別にみた情報行動量 一比較的新しいデータ

(分/人・日)

		チェコスロバキア	アメリカ	アメリカ	西ドイツ	フランス	オランダ	オランダ	カナダ	カナダ	ノルウェー	ノルウェー	フィンランド	韓国	日本
		'76	'73	'82	'81	'79	'75	'80	'71	'81	'71 '72	'80	'79	'81	'80
直接情報行動	家族と話す	29					24		22	24			12		25
	親戚・友人と話す	21	46				72				111		15		14
	自宅学習をする	9							15	10			16		24
パーソナル・メディア	電話で話す												4		4
	レコード・テープを聞く	2						5				33	3		9
	手紙を読む・書く														1
マス・メディア	ラジオを聞く	3				132		9	4	5	114	111	8	45	37
	テレビを見る	64	129	168	115	120	76	85	93	119	78	134	78	125	196
	新聞を読む	8	44	40	31	20	19	13	18	36	40	15	10	17	
	雑誌を読む	18					16	15	11	8	12	25	8	19	13
	書籍を読む							14	14	5	15	18	13		
家庭・職場以外	家族・親戚・友人と話す								60	55			30		17
	集会・会合に出る	3													11
	学校教育を受ける												50		48
	学校外教育を受ける	3											2		15
	スポーツ見物・鑑賞をする	3	34				4		11	7	5		5		9

*これらの調査ではながら行動の時間は含まれない

た。2～3日の全行動を15分刻みで記録している。

1980年のノルウェーの調査はマス・メディアに関するもので1月と2月に実施され、有効サンプル数は1,604である。

1979年9、10月に行われたフィンランドのものは全国調査で、有効サンプル数は6,057であり、16歳から64歳の者が対象となった。2日間の行動を10分刻みで記録する点以外は、国際比較プロジェクトと同じ方法をとっている。

韓国の調査は1981年9月から3か月間、全国116地域の10歳以上の国民を対象に行われた。有効サンプル数は3,365で、調査方法は日本の

NHKのものとほぼ同じである。日本の調査は1980年にNHKが行った生活時間調査結果をベースにして筆者が算出したものである。

表2からは次のことが言えよう。まず、直接情報行動では、「親戚・友人と話す」時間はオランダ、ノルウェーで大変長い。パーソナル・メディア接触型情報行動の「レコード、テープを聞く」時間はノルウェーが非常に長い。

マス・メディア接触型情報行動については、各国でかなりの違いが見られる。「ラジオを聞く」時間は韓国と日本で短い。「テレビを見る」時間が長い国は日本、アメリカで、短い国はチェコスロバ

キア、オランダ、フィンランドである。どの国でも総情報行動量に占めるテレビ視聴時間の割合は非常に大きい。「新聞を読む」時間が長いのはノルウェーで、短いのはチェコスロバキアである。「雑誌を読む」時間が長いのもノルウェーである。「書籍を読む」時間には各国であまり大きな差は見られない。

乱暴を承知で国際比較を行えば上記のようになろう。ただし、調査時期（年度、季節、天候、期間）、調査対象者（母集団、サンプリング方法、サンプル数）、調査方法（実施方法、回答形式）、行動分類、ながら行動の扱いなどが各調査によって異なっており、しかもその違いがどの程度結果に差をもたらすのかが不明であるため、調査条件の違いに十分留意する必要がある。

2.2 日本人の情報行動

この研究における情報行動のとらえ方を述べ、日本人の情報行動の量（時間）を時系列で把握したい。

2.2.1 情報行動のとらえ方

情報行動の量を国際比較したり、定量的な将来予測をするためには、既存の資料が利用できる形、すなわちメディア接触レベルでそれをとらえることが必要となる。また、メディアは生活空間とは無関係ではなく、かなり密接に結びついており、空間を指定すればそこでメディアを特定できるほどである。須藤春雄²⁸⁾が「情報行動とは、媒体からの情報とそれを受け止める生活空間、そして情報に意味付けをする受け手の行為の3要素の総体として現れた結果である」と述べているように、情報行動と生活空間の関係は重要なのである。

そこで、生活空間を三つに分けてそれぞれの情報行動をとらえようとした。「家庭」（自分の家のなかばかりでなく、仕事以外で他人の家を訪問するのも含む。家庭と職場が一致している場合には、仕事をしている時は職場、その他は家庭とする）、「職場」（収入を得ている場のことで、自分の会社にいる時だけでなく、セールスに行ったり、他の会社を訪問したり、アルバイトをする場も含む）、「家庭・職場以外」（通勤・通学途上、学校、旅行、買物や行政や医療の場、集会所など）の三つである。

「家庭・職場以外」（通勤・通学途上、学校、旅行、買物や行政や医療の場、集会所など）の三つである。

表3に情報行動の分類を示す。これは生活空間ごとに、メディアを切り口にして情報行動を細分したものである。まず、生活行動を情報行動と非情報行動に大別する。情報行動はメディアの有無により直接情報行動とメディア接触型情報行動に分けられる。メディア接触型情報行動はパーソナル・メディアによるものと、マス・メディアによるものに分けられ、それぞれが電気通信系（テープレコーダのような電気機器も含む）と非電気通信系に細分される。

2.2.2 日本人の情報行動

この研究の目的に沿った資料はあまり多くないが、幸いにしてNHKの国民生活時間調査²⁹⁾が活用できる。この調査は昭和35年から5年おきに実施され、日本人の生活時間の変化を定期的にとらえている。昭和48年にも実施されたので現在まで通算7回、ほぼ同じ方法により行われている。国際比較プロジェクトの方法とは少々異なったやり方であるが、10歳以上の国民を対象にした有効サンプル数約28,000人（平日）という大規模なものである。行動の分類は32である。この調査は世界的に見て、その規模、継続性などの点で最も優れたTime Use研究と言っても過言ではない。ただ、職場の行動は「仕事」としてまとめられ、細分化はなされていない。

このNHKの資料をベースにしてその他のデータを参考にし、国民一人当たり、1日平均の情報行動量をこの研究の情報行動の枠組みに合わせて推定した。計量化に使用したその他の資料は、「仕事と情報」³⁰⁾、「FOSに関する調査報告書」³¹⁾、「生活情報行動に関する調査」³²⁾、「発信側・着信側の加入者属性からみた通話構造の基礎分析」³³⁾、「電気通信」³⁴⁾、「ステレオに関する調査報告書」³⁵⁾、「ヤングとTV音響機器に関する調査報告書」³⁶⁾、「労働力調査年報」³⁷⁾、「国勢調査報告」³⁸⁾、「家計消費の動向」³⁹⁾である。

それぞれの情報行動量の算出方法について詳し

表3 行動分類表

行動空間			家 庭		職 場		家庭・職場以外			
行動分類	生活情報	情報行動	直接情報行動		・家族と話す ・親戚・友人と話す ・自宅学習をする		・顧客や訪問者と面談する ・会議・打ち合わせをする ・決裁をする ・雑談をする		・家族・親戚・同僚・友人等と話す ・法律・PTA・集会・会合等に出る ・学校教育を受ける ・学校外教育を受ける ・スポーツ見物・鑑賞をする	
			間接情報行動	通電 信系	・電話で話す ・レコード・テープを聞く		・電話で話す		・電話で話す ・レコード・テープを聞く	
				非電 気通 信系	・手紙を読む・書く		・手紙や文書を 読む ・ “ 検索する ・ “ 整理・保管する ・ “ 作成・編集する ・ “ 複写する ・ “ 配布・発送する			
			間接情報行動	通電 信系	・ラジオを聞く ・テレビを見る				・ラジオを聞く ・テレビを見る	
				通非 信系	・新聞を読む ・雑誌・書籍を読む		・新聞を読む ・雑誌・書籍を読む		・新聞を読む ・雑誌・書籍を読む	
			非情報行動		・食事をする ・身のまわりの用事をする ・スポーツをする、遊ぶ （子供） ・勝負事・行楽散策をする ・家事をする（炊事その他） ・ “ （買物、育児） ・睡眠をとる		・食事をする ・作業をする（非情報行動） ・睡眠をとる		・食事をする ・スポーツをする、遊ぶ ・勝負事・行楽散策をする ・家事をする（買物、育児） ・睡眠をとる	

く述べるスペースがないので、例として一つだけ挙げておきたい。

職場で「顧客や訪問者と面談する」時間は、平均労働時間(国民生活時間調査)×ホワイトカラー比率(労働力調査年報)×“面談する”行為者時間比率(仕事と情報)で求める。本来ならばこの研究の情報行動分類に沿った全国調査を行いたいが、種々の制約からこのような推定値を求める方法を採用した。

さて、表4は各情報行動量を推定したものである。職場での各情報行動量は大変少なく感じられようが、国民一人当たりで表したためである。情報行動量が最も多いのは家庭で「テレビを見る」

時間で、3時間を超えており、全情報行動量に占める割合は37.6%(1980年)にも及んでいる。ただし、1985年に実施されたNHKの国民生活時間調査では、1980年よりテレビ視聴時間が減少していることが示されている。

2.3 日本人の情報行動の特徴

表1、表2、表4から各国の国民と日本人の情報行動時間を比較し、日本的な特徴を明らかにしたい。ただし、時間量の少ない情報行動についての比較はやや無理があるので、多い情報行動のみに注目する。

表4 日本人の情報行動

(分/人・日)

行動空間	情 報 行 動		1965	1970	1975	1980	
家 庭	直接情報行動		家族と話す		21.8	27.0	24.8
			親戚・友人と話す	12.3	13.6	14.0	14.2
			自宅学習をする	23.9	18.6	22.5	24.1
	メディア 接 触 型 情報行動	パーソナル・ メディア	電話で話す	0.4	1.6	3.0	3.0
			レコード・テープを聞く	2.4	3.5	5.3	6.7
			手紙を読む・書く	1.0	1.2	1.5	1.4
		マス・ メディア	ラジオを聞く	20.1	17.9	22.4	24.3
			テレビをみる	172.9	183.0	201.9	196.0
			新聞を読む	15.8	14.4	15.9	16.7
			雑誌・書籍を読む	8.8	9.2	10.4	12.7
家 庭・ 職 場 以 外	直接情報行動		家族・親戚・同僚・友人等と話す	18.6	19.7	19.5	16.7
			法事・PTA・集会・会合等に出る	5.7	7.1	8.2	11.4
			学校教育を受ける		48.4	46.9	48.1
			学校外教育を受ける		11.9	13.7	14.9
			スポーツ見物・鑑賞をする		6.0	6.1	9.1
	メディア 接 触 型 情報行動	パーソナル・ メディア	電話で話す	0.1	0.5	0.9	1.1
			レコード・テープを聞く	0.7	1.1	1.7	2.4
		マス・ メディア	ラジオを聞く	6.2	9.3	12.0	13.0
			テレビを見る	7.4	8.1	8.1	9.6
			新聞を読む	1.9	1.6	1.7	1.8
			雑誌・書籍を読む	1.8	1.8	1.9	2.4
	職 場	直接情報行動		顧客や訪問者と面談する	11.1	11.8	11.0
会議・打ち合わせをする				8.0	8.5	7.7	8.9
決裁をする				6.0	6.4	5.9	6.7
雑談をする				9.4	9.2	8.0	7.9
メディア 接 触 型 情報行動		パーソナル・ メディア	電話で話す	1.5	2.4	3.0	3.0
			手紙や文書を読む	2.3	2.4	2.3	2.5
			〃 検索する	2.4	2.6	2.4	2.7
			〃 整理・保管する	2.4	2.5	2.3	2.6
			〃 作成・編集する	8.3	8.8	8.2	9.2
			〃 複写する	6.5	6.9	6.4	7.2
			〃 配布・発送する	0.8	0.9	0.8	0.9
		マス・ メディア	新聞を読む	2.2	1.9	2.0	2.1
			雑誌・書籍を読む	0.9	0.9	0.9	1.1

① テレビ視聴時間が長い

日本はテレビ視聴時間が世界で最も長い国の一つである。他国の一日当たりのテレビ視聴時間がせいぜい2時間程度なのに対して、日本とアメリカは約3時間となっている。テレビをめぐる環境も日本、アメリカと他国ではかなり違っている。この2国では、チャンネル数が多い、放送時間が長い、民間放送が活発、娯楽番組が多いなどの特徴があり、国家の統制も弱い。他国ではテレビ事業に対する国の規制が強い。このような事情がテレビ視聴時間の違いにかなり影響していると思われる。日本人やアメリカ人のテレビ視聴時間が長いのは事実として受け取っていいが、両国民だけがテレビ好きであるとは断定できない。

② ラジオ聴取時間が少ない

テレビの場合とは逆に、日本人のラジオ聴取時間は他国民に比べて少ない方である。テレビの時に日本とともに多かったアメリカは、決して少なくない。日本人のラジオ聴取時間が少ないのは、ラジオと競合するメディア、例えばカセット・レコーダ、が広く普及していること、番組内容に多様さが少ないこと、若者を対象にしていることなどがその原因と思われる。

③ 教育にあてる時間が長い

自宅学習をする時間、学校教育を受ける時間、学校外教育を受ける時間のいずれも、日本は世界各国のなかで最も長い国の一つである。子供の塾通い、教育ママといった現象が日常化しており、勉強時間が長いという日本の教育の現状が世界的にみてもその通りであると、数値の上でも証明されている。社会人になっても自己研鑽の必要性が叫ばれ、お花や料理といった花嫁修業が盛んであるなどの現象が学校外教育を受ける時間の多さとなってあらわれている。

世界的に見れば、日本は有数の教育国であることが時間量の多さという形で証明されている。しかしながら、ある意味で教育的なところも含んでいる読書については、その時間が決して多くないのが興味深い。正確に言うならば、“習う”ことが好きな国民ということなのであろうか。

3. 情報行動の将来予測

情報・通信に関する技術が目覚ましい発展を見せ、ニューメディアが登場するようになり、メディアや情報をめぐる環境は今後かなり変化すると予想される。それに対応して人間の情報行動もまた変わるものと思われる。ここでは、西暦1990・2000年における情報行動の量的な側面について、社会経済的な環境変化の影響とニューメディアの影響を踏まえ、デルファイ法などを使い、将来予測を試みた成果を述べてみたい。

3.1 将来予測の方法

未来予測には、①探索的アプローチ(過去から現在に至るトレンドを何らかの形で将来に延長するもので、外挿法やシミュレーションなどがある)、②規範的アプローチ(将来に何らかの目標を設定し、それを可能にする条件を探るもので、システムズ・アナリシス、オペレーション・リサーチなどが用いられる)、③直観的アプローチ(専門家の直観的思考、判断によるもの)という基本的な方法がある。

デルファイ法は③を代表するもので、Land研究所のGordonとHelmerによって開発され、①や②の弱点である歴史の非連続性の無視や人間のイメージの軽視を克服し、専門家の直観を重視する方法である。この方法は同一の質問項目を同じ対象者に繰り返し実施し、そのつど回答の平均値や分布などをフィードバックして、専門家の合意(予測値の収れん)を得るものである。

この研究におけるデルファイ調査の対象者は、情報行動に関連があると思われる学会の会員からランダム・サンプリングにより抽出した。第1回調査は1,632票の配布に対して1,034票の回収であった。第2回調査では、1,034票の配布で918票の回収であった。第3回調査は第2回調査回答者から350名をランダムに抽出して行い、252票の回答を得た。

調査の内容は、10歳以上の国民一人当たりの各情報行動量を1990年、2000年時点で予測するこ

とである。この際、各情報行動量に強く影響を及ぼす社会経済的な要因をいくつか挙げ、その時系列データを提示して、それらの要因を考慮して予測を行うように求めた。

なお、これらの要因はいろいろな未来予測研究において扱われている社会経済的な指標のなかから、国民一人当たりの情報行動量という点に関し

て影響を及ぼしそうな要因を、専門家のディスカッションによって選び出したものである。これらは、高教育化、余暇活動の増大、都市化、モータリゼーション、高齢化、女性の社会進出、核家族化、知的専門家の増大、GNP、インフレーション、コンピュータリゼーションである。

表5 情報行動量の予測値

行動空間	区分	年 度	1970 年	1980 年	1990 年	2000 年	
		現状情報行動	既存資料による 推 計 値 (分/人・日)		デルファイ 調査による 予 測 値 (分/人・日)	デルファイ 調査による 予 測 値 (分/人・日)	
家庭	家庭	家族と話す	21.79	24.77	25.87	25.85	
		親戚・友人と話す	13.58	14.21	16.31	16.30	
		自宅学習をする	18.62	24.14	31.40	29.46	
		直接情報行動	53.99	63.12	73.58	71.61	
		パーソナル・メディア接触型情報行動	電話で話す	1.57	3.06	3.38	3.33
			レコード・テープを聞く	3.51	6.74	8.22	9.12
			手紙を読む・書く	1.19	1.41	1.37	1.25
			パーソナル・メディア接触型情報行動	6.27	11.21	12.97	13.70
			ラジオを聞く	17.85	24.29	26.36	26.59
			テレビを見る	183.00	196.00	202.10	198.03
			新聞を読む	14.35	16.67	19.15	20.42
			雑誌・書籍を読む	9.18	12.66	15.27	16.61
		マス・メディア接触型情報行動	224.38	249.62	263.08	261.65	
		メディア接触型情報行動	230.65	260.83	276.05	275.35	
		情報行動計	284.64	323.95	349.63	346.96	
家庭・職場以外	家庭・職場以外	家族・親戚・同僚・友人等と話す	19.73	16.69	16.60	16.09	
		法事・PTA・集会・会合等に出る	7.11	11.35	13.50	14.84	
		学校教育を受ける	48.43	48.14	52.70	47.64	
		学校外教育を受ける	11.86	14.85	16.80	17.56	
		スポーツ見物・鑑賞をする	6.00	9.14	10.33	10.90	
		直接情報行動	93.13	100.20	109.93	107.03	
		パーソナル・メディア接触型情報行動	電話で話す	0.50	1.07	1.29	1.32
			レコード・テープを聞く	1.11	2.36	3.13	3.62
			パーソナル・メディア接触型情報行動	1.61	3.43	4.42	4.94
			ラジオを聞く	9.29	13.00	10.56	11.54
			テレビを見る	8.14	9.57	9.32	9.90
			新聞を読む	1.58	1.78	1.93	2.18
			雑誌・書籍を読む	1.82	2.37	2.84	3.17
			マス・メディア接触型情報行動	20.83	26.72	24.65	26.79
		メディア接触型情報行動	22.44	30.15	29.07	31.73	
情報行動計	115.57	130.35	139.00	138.76			

(表 5 つづき)

職	場	顧客や訪問者と面談する	11.78	12.29	17.73	20.42
		会議・打ち合わせをする	8.51	8.87	12.86	14.87
		決裁をする	6.38	6.65	9.53	10.93
		雑談をする	9.23	7.90	6.19	6.78
		直接情報行動	35.90	35.71	46.31	53.00
		電話で話す	2.42	3.02	3.08	3.63
		手紙や文書を読む	2.42	2.53	3.62	4.14
		" 検索する	2.58	2.69	3.86	4.39
		" 整理・保管する	2.50	2.61	3.71	4.20
		" 作成・編集する	8.84	9.22	13.28	15.15
職	場	" 複写する	6.87	7.16	10.32	11.75
		" 配布・発送する	0.89	0.93	1.32	1.50
		パーソナル・メディア接触型情報行動	26.59	28.16	39.19	44.76
		新聞を読む	1.93	2.12	2.35	2.72
		雑誌・書籍を読む	0.86	1.12	1.33	1.48
		マス・メディア接触型情報行動	2.79	3.24	3.68	4.20
		メディア接触型情報行動	29.31	31.40	42.87	48.96
		情報行動計	65.21	67.11	89.18	101.96
行	動	「家庭」での情報行動	284.64	323.95	349.63	346.96
		「家庭・職場以外」での情報行動	115.57	130.35	139.00	138.76
		「職場」での情報行動	65.21	67.11	89.18	101.96
		情報行動量	465.42	521.41	577.81	587.68
		非情報行動量	1086.92	1061.36	1006.72	1003.45
		生活時間	1552.34	1582.77	1584.53	1591.13

3.2 情報行動量の予測結果

3 回に及ぶデルファイ調査の結果、最終的に得られた予測値を行動空間ごとの各情報行動別に一覧表にし、1970 年と 1980 年のデータと併せて示したものが表 5 である。

情報行動量の推移を全体的に眺めると、「家庭」、「家庭・職場以外」の合計情報行動量は 1990 年までかなりの伸びを示しているが、その後はあまり変化していないことが示されている。「職場」の合計情報行動量は 1980 年から 2000 年にかけて急速な増加をみせている(図 1)。全情報行動量は 1970 年から 1990 年にかけて、10 年前より 1 割以上増加しているが、2000 年ではその伸びがゆるやかになっている。

それぞれの情報行動量も、大まかに言って 1990 年まではかなりの増加を示すが、2000 年になると 1990 年とあまり大きな変化はなく、微増にとどま

っている。ただし、職場での各情報行動量は 2000 年になっても、それまでと同じくらいの増加を示している。

直接情報行動とメディア接触型情報行動のシェアはほとんど変わっておらず、将来にわたって大きな変化はないとみられる(図 2)。そうしたなかで、パーソナル・メディア接触型情報行動の時間は若干増加する傾向を示し、逆にマス・メディア接触型情報行動の時間はやや減少していくが、2000 年には安定する。

3.3 ニューメディアが情報行動に及ぼす影響

将来の情報行動に、現在登場しつつあるニューメディアが、何らかの影響を及ぼすことは明らかである。ところがニューメディアが将来的にどれだけ社会に受け入れられていくかを推定することは非常に難しい。ましてそれがどのように情報行

図1 情報行動量の変化

図2 情報行動全体に占めるメディア接触型情報行動の割合の変化

動量を変化させるかを推定することは、無謀に近いことかもしれない。しかしながら情報行動の将来予測をする場合、この問題は避けて通れない。そこで、情報行動およびメディアの社会科学的側面に関する専門家28名で研究グループを組織し、ニューメディアが情報行動に与える影響の推定を行った。

この研究グループが取り上げたニューメディア

は、テレビ電話、双方向CATV、テレビ会議、ファクシミリ、自動車電話、会議電話、VTR・VD、テレビ音声多重放送、ビデオ・テックス、電子郵便、データ・テレフォン、パソコン、オフィス・コンピュータ、ワープロ、静止画情報交換システム、エレクトロニック・メッセージ・システム、テレテックス、ビデオ・レスポンス・システム、テレテキスト、放送ファクシミリの20種である。

ニューメディアが将来どのくらい使用されるかということに関しては、さまざまな要因を考慮しなければならない。社会経済的環境、既存メディア・他のニューメディアとの代替・相乗関係、利用コスト、技術革新の程度（使いやすさ、価格）、法律・制度の整備状況、アプリケーションなどについて、何らかの推定ないし設定を行う必要がある。

研究グループのメンバーに対して、デルファイ法的な調査と討論を繰り返し実施し、できる限りの推定を行い、これらをもとにしてニューメディアの普及率を求めた。この結果が表6であるが、

大変に無理をした予測であるため、単なる目安と考えた方がよい。現に、ワープロに関しては現時点での普及の伸びからすると、予測を大きく上回ることが確実と思われる。

次に、ニューメディアと情報行動との関係を推定した。つまり、ある情報行動を行う場合に用いられるニューメディアは何であるか、どのくらい使用されるかについて、研究グループで検討したのである。

先に求めた情報行動量の予測値、ニューメディア普及率にこれらの変数を加え、モデル式を用いた結果が表7である。この表の数値はデルファイ

表6 ニュー・メディアの普及率推定

ニュー・メディア 行動空間 年度	家 庭		家庭・職場以外		職 場	
	1990	2000	1990	2000	1990	2000
テレビ電話	0.1	2.1			1.1	2.3
双方向CATV	0.3	1.6				
テレビ会議					1.2	2.5
ファクシミリ	10.1	28.1			52.5	76.5
自動車電話(自動車あたり)			1.7	15.4		
会議電話					2.5	7.8
UTR・UD	40.6	59.1				
テレビ音声多重放送(家庭用)	28.1	67.5				
ビデオ・テックス	1.8	9.1			9.1	21.0
電子郵便(回/年)	2.4回	2.8回			30.0回	18.1回
データ・テレフォン(家庭用)	7.1	20.1				
パソコン(家庭用)	7.8	22.5				
オフィス・コンピュータ					35.0	61.3
ワープロ(職場用)					22.8	45.0
静止画情報交換システム	0.8	2.0				
エレクトロニック・メッセージ・システム					5.8	11.2
ビデオ・レスポンス・システム	1.1	6.6				
テレテックス					9.4	18.4
テレテキスト	3.0	14.7				
放送ファクシミリ	4.6	12.6				

表7 情報行動に与えるニュー・メディアの影響

行動空間	区分	年 度		行動空間	区分	年 度			
		ニューメディアによって担われる行動量				ニューメディアによって担われる行動量			
		1990年	2000年			1990年	2000年		
		既存資料による推 計 値 (分/人・日)				既存資料による推 計 値 (分/人・日)			
		現状情報行動				現状情報行動			
家庭	職場	家族と話す	1.0	1.3	職場	顧客や訪問者と面談する	4.9	5.4	
		親戚・友人と話す	0.0	0.0		会議・打ち合わせをする	3.7	2.0	
		自宅学習をする	3.4	7.7		決裁をする	2.1	2.9	
	直 接 情 報 行 動		4.2	9.0		雑談をする	0.0	0.0	
	家庭	電話で話す	0.2	0.1		直 接 情 報 行 動		10.7	10.3
		レコード・テープを聞く	0.4	0.0	職場	電話で話す	1.8	0.8	
		手紙を読む・書く	0.3	0.1		手紙や文書を読む	0.9	0.3	
		パーソナル・メディア接触型情報行動		0.8		0.2	” 検索する	1.4	0.3
		ラジオを聞く	0.4	2.4		” 整理・保管する	0.6	0.3	
		テレビを見る	12.6	20.2		” 作成・編集する	1.7	1.2	
		新聞を読む	0.9	3.0		” 複写する	1.7	1.0	
		雑誌・書籍を読む	0.5	1.3		” 配布・配送する	0.2	0.3	
	マス・メディア接触型情報行動		14.4	26.9		パーソナル・メディア接触型情報行動		8.1	4.1
メディア接触型情報行動		15.2	27.1	新聞を読む		0.3	0.6		
情 報 行 動 計		19.4	36.1	雑誌・書籍を読む		0.2	0.3		
家庭・職場以外	職場	家族・親戚・同僚・友人等と話す			マス・メディア接触型情報行動		0.5	0.9	
		法事・PTA・集会・会合等に出る		0.0	メディア接触型情報行動		8.7	4.9	
		学校教育を受ける	2.6	7.2	情 報 行 動 計		19.4	15.3	
		学校外教育を受ける	1.5	1.9					
		スポーツ見物、鑑賞をする	0.0	0.0					
	直 接 情 報 行 動		4.1	9.1					
	家庭・職場以外	電話で話す	0.0	0.0					
		レコード・テープを聞く	0.3	0.3					
		パーソナル・メディア接触型情報行動		0.3	0.3				
		ラジオを聞く	0.0	0.0					
		テレビを見る	0.6	0.7					
		新聞を読む	0.6	0.8					
		雑誌・書籍を読む	0.2	0.2					
マス・メディア接触型情報行動		1.4	1.9						
メディア接触型情報行動		1.6	2.0						
情 報 行 動 計		5.7	11.2						

法による予測値のうち、ニューメディアによって担われる時間量である。ニューメディアの使用によって、各情報行動量は減少したり増加したりするが、減少分（代替される量）から増加（相乗効果の量）を差し引いたものである。

また、表8、表9に家庭と職場におけるニューメディア接触時間量をニューメディアごとに合計したものを示す。この数値は減少量と増加量とを共に絶対値でたしたことになる。

これらの結果から、ニューメディアが情報行動量に及ぼす影響をまとめると、次のようになろう。

法による予測値のうち、ニューメディアによって担われる時間量である。ニューメディアの使用によって、各情報行動量は減少したり増加したりするが、減少分（代替される量）から増加（相乗効果の量）を差し引いたものである。

また、表8、表9に家庭と職場におけるニューメディア接触時間量をニューメディアごとに合計したものを示す。この数値は減少量と増加量とを共に絶対値でたしたことになる。

これらの結果から、ニューメディアが情報行動量に及ぼす影響をまとめると、次のようになろう。ニューメディアを使った情報行動量は非常に多くなると予測されるが、その多くは既存のメディアによる情報行動を代替するものである。トータル

表 8 家庭におけるニュー・メディアの接触時間量

(10 歳以上の世帯構成員 1 人当たり)

ニュー・メディア	1990 年(分/人・日)	2000 年(分/人・日)
ビデオ・パッケージ	20.0	25.8
映像情報検索システム	2.1 (15 分/回)	9.1 (46 分/回)
静止画情報交換システム	1.3 (13 分/回)	2.1 (12 分/回)
静止画情報検索システム	3.2 (7 分/回)	12.6 (13 分/回)
パーソナル・コンピュータ	13.5	29.4
テレビ電話	0.0	0.1
ファクシミリ	0.1	0.3
テレビ音声多重放送	26.3	31.6
テレテキスト	5.6 (5 分/回)	16.4 (8 分/回)
放送ファクシミリ	0.9 (1 分/回)	2.3 (2 分/回)
ニュー・メディア 計	73.0	129.7

表 9 10 人以上の職場（民間事業所非農林水産業）に
おけるニュー・メディアの接触時間量

ニュー・メディア	1990 年(分/従業員・日)	2000 年(分/従業員・日)
テレビ電話	0.6	1.3
エレクトロニック・ メッセージ・システム	7.1	11.2
ファクシミリ	10.7	12.2
会議用 TV システム	1.2	2.4
会議電話	1.1	3.3
オフィス・コンピュータ	29.6	43.3
日本語ワードプロセッサ	18.3	29.5
移動体電話	0.2	2.2
電子郵便	2.4	1.2
静止画情報検索システム	1.3	2.6
映像情報検索システム	0.1	0.5
ニュー・メディア	72.6	109.7

の情報行動量（既存メディアとニューメディアの両方による）は、1990年から2000年にかけてそれほど大きく増えているわけではない。ただし、前に述べたようにかなり無理をした予測値であるので、参考までの数値と理解していただきたい。

4. お わ り に

本稿は、筆者らが参加した電気通信総合研究所の情報行動に関する一連の研究^{40)~42)}をとりまとめたものである。スペースの関係で詳しく書けなかった部分、特にニューメディアの影響の項は、

それらを参照する労をとっていただければ幸いである。

情報行動量の国際比較にせよ、将来予測にせよ、不十分なデータに基づいた結果であり、今後さらに精緻化する必要がある。特にニューメディアの影響については方法論的にも検討すべきと思われる。

しかしながら、定量的予測の目的は将来イメージを具体的な数値を使って明確にすることであり、必ずしも正確性が重視されるわけではない。その意味ではある程度の成果をおさめたものと考えている。

参 照 文 献

- 1) Bell, D. (内田忠夫ら訳). 脱工業社会の到来.ダイヤモンド社. 1978
- 2) Toffler, A. (徳山二郎監修, 鈴木健二ら訳). 第3の波. 日本放送出版協会. 1980
- 3) 後藤和彦. 6 情報環境の特質. 講座現代の社会とコミュニケーション 2 情報社会. 東京大学出版会. 1974
- 4) 稲村 博. 機械親和性対人困難症. 誠信書房. 1986
- 5) 中野 収. 現代人の情報行動. 日本放送出版協会. 1980
- 6) 加藤秀俊. 情報行動. 中央公論社. 1972
- 7) 北村日出夫. 情報行動論. 誠文堂新光社. 1970
- 8) 伊藤陽一. 情報化社会論の新展開. 慶応大学法学研究. 56巻8号. 1983
- 9) 朝日マスコミ調査研究会. マス・コミュニケーションの受け手とライフスタイル. 朝日新聞社出版広告部. 1977
- 10) 電気通信総合研究所. 個人生活と電気通信. 電気通信総合研究所. 1974
- 11) Szalai, A.. The Use of Time. Mouton. 1972
- 12) 経済企画庁国民生活局国民生活調査課. 生活時間の構造分析. 経済企画庁. 1975
- 13) Central Statistical Office of Finland. The Use of Time in Finland. Unpublished paper. 1979
- 14) Knulst, W. Timebudget and Media-Usage in the Netherlands. Unpublished paper. 1982
- 15) Darschin W. & Frank, B. Tendenzen in Zuschauerverhalten Media Perspektiven. 1982
- 16) Stone, P. J. Media dominate leisure time of Americans Broadcasting. 1983/3/10. 1983
- 17) Social and Cultural Planning Office. Social and Cultural Report. Social and Cultural Planning Office. 1979
- 18) 中西尚道. 諸外国での生活時間調査. 文研月報. 昭57. 7. 1983
- 19) ソウル大学新聞研究所. 国民生活時間調査. ソウル大学新聞研究所. 1982
- 20) Muguier, D. Budgets Temps et Contacts Media. Centre d' Etude des Supports de Publicité. 1979
- 21) Høst, S. Publikums Kontakt med Massemediene, Unpublished paper. 1982
- 22) Arndt, J., Grønmo, S. & Hawes, D. K., Allocation of Time to Leisure Activities, Journal of Cross - Psychology. Vol 11 No 4. p. 498-511. 1980

- 23) Høst, S. Norske Lytter-Og Seervaner, Statistisk Sentralbyrå. 1979
- 24) Harvey, A. S. & Elliott, O. H. Changing Time Use Patterns in Canada : Cross-Sectional versus Panel Analysis, the Xth World Congress of Sociology. 1982
- 25) Harvey, A. S. Cross National Time Budget Analysis : a Workbook. Unpublished paper. 1977
- 26) Robinson, J. P. How Americans Use Time. Praeger Publishers. 1977
- 27) Vítěčková, J. Research Survey on Time Budgets of Prague Inhabitants. Unpublished paper. 1980
- 28) 須藤春夫, 受け手から見た新しいメディア像, 広告, 1980年5・6月号, 1980
- 29) 日本放送協会放送世論調査所, 国民生活時間調査, 日本放送出版協会, 1981
- 30) 日本経済新聞社, 仕事と情報, 日本経済新聞社, 1975
- 31) 日本電子工業振興協会, フューチャー・オフィス・システムに関する調査報告書, 日本電子工業振興協会, 1980
- 32) 日本経済研究センター, 生活情報行動に関する調査研究, 日本経済研究センター, 1975
- 33) 日本電信電話公社, 発信側・着信側の加入者属性からみた通話構造の基礎分析, 1979
- 34) 日本電信電話公社, 電気通信, 日本電信電話公社, 1980
- 35) 日本電子機械工業会, ステレオに関する調査報告書, 日本電子機械工業会, 1976
- 36) 日本電子機械工業会, ヤングとTV音響機器に関する調査報告書, 日本電子機械工業会, 1978
- 37) 総理府統計局, 労働力調査年報1980版, 日本統計協会, 1981
- 38) 総理府統計局, 国勢調査報告1980版, 日本統計協会, 1981
- 39) 経済企画庁, 家計消費の動向, 経済企画庁, 1981
- 40) 電気通信総合研究所, 情報・通信ニーズの行動科学的分析と長期予測, 電気通信総合研究所, 1981
- 41) 電気通信総合研究所, 情報・通信ニーズの行動科学的分析と長期予測, 電気通信総合研究所, 1982
- 42) 電気通信総合研究所, 情報行動の長期予測に関する研究, 電気通信総合研究所, 1983