

テキストベースのオンラインコミュニケーションにおける 文字使用の傾向

——メッセージングアプリ LINE における文字使用を例にして——

柴田 麻仲
(別府大学)

1. はじめに

テキストベースのオンラインコミュニケーションにおいて用いられる言葉は「打ちことば」と呼ばれており、従来の「書きことば」と「話しことば」、どちらの性質も併せ持っていることばとされている(文化審議会2018)。かつてその主流はメールや掲示板であったが、SNSやメッセージングへと移行している。

近年のスマートフォンの普及に伴い、様々なメッセージング・アプリサービスの利用者が増加しており、中でも「純国産SNS」と言われるLINEは日本における利用者が非常に多く、2011年のリリース以降その数は年々増加している。その利用者数は2021年時点で8,600万人にも上り、これは当時の日本の人口の約68%を占める。また「モバイル社会白書Web版2022」では、15歳から79歳(男女)の81.6%が月に1回以上LINEを利用するとの報告が上がっており、日本国内で利用される主要SNSのうち最も利用率の高いアプリであることが示されている。

LINEにおける「打ちことば」について、様々な研究がなされている。西川・中村(2015)や落合(2019)はLINE特有である話題の輻輳や会話の速度について言及しているが、それらを形成している文字表記においてはほとんど触れられていない。また、楠井(2016)や倉田(2018)はLINEスタンプが持つ機能について言及しているが、それぞれLINEスタンプの捉え方が抽象的であるため、言及されているLINEスタンプの機能は明確でないと指摘できる。

そこで本稿では、10代後半・20代前半・20代後半の男女を対象にLINEを用いた実験調査を行い、より自然に近い会話データを収集・分析し

た。その結果、絵文字を除く文字の使用傾向に大きな男女差や年代差、場面差は生じないが、絵文字・句読点・LINEスタンプの3つにおいては様々な差が生じることが明らかになり、携帯メールで使用されていた絵文字とは異なる(LINEにおける)絵文字の特徴や、句読点と絵文字との関係性、そしてLINEスタンプに求められるメッセージ性とヴィジュアル性について明らかにすることができた。

2. 先行研究

2.1. オンラインコミュニケーションにおける

打ちことば

テキストベースのオンラインコミュニケーションにおける言語は「打ちことば」(田中2014)と呼ばれている。それは従来の「話しことば」や「書きことば」の性質を併せ持ったものと考えられており、「書きことば」の要素を持ちながら、より「話しことば」に近い(加納ほか2017)とされている。佐藤(2012)は、携帯メールにおけることばについて、「『言文一致』ならぬ『言文一緒』ともいうべき文体が基本となっている」と主張し、また三宅(2019)も、「書き手の意識もまた『書いている』ではなく『話している』に近い」と主張している。これらの主張からも、「打ちことば」には「話しことば」と「書きことば」両方の性質が備わっていると言えよう。「打ちことば」の主流が、メールや掲示板からSNSやメッセージングへと移行した現在、そこにはリアルタイム性と対面性が増していると言えるだろう。また、スマートフォンの普及に伴い、LINE等のメッセージング・アプリサービスの利用者が増加している。日本においては主要SNSの中で

LINEの利用率が最も高く、スマートフォン利用者の大多数がLINEを用いてコミュニケーションを図っている（柴田2021）。

2.2. 顔文字の変遷と機能

LINE上の会話において用いられるのはテキストのみに限らず、従来のエモティコン（顔文字や記号、絵文字）やLINEスタンプ（後述）、画像等多用されている。顔文字はワールドワイドウェブ（以下、WEB）の誕生により拡散流通し、携帯電話やスマートフォンが普及する以前のパソコン通信や電子メールの時代から現在にかけて、長期にわたり使用され続けている。顔文字や絵文字が廃れることなく現在まで使用されているのはなぜかについて、安岡（2012）は、顔文字や絵文字が一行で表現することができ、段ズレという問題が発生せず横書きであればどこでも書ける（打てる）からであると指摘している。

また、パソコン通信においてしばしば起こるトラブル「激情化」について、川上ほか（1993）は、その（人間関係に誤解が生じやすい）原因として次の2点を挙げている。

- ①通信では自分の考えが直接的に表現されやすい（遠回しになりにくい）
- ②だが、文字だけで自分の言いたいことを誤解無く書くことは難しい。

①・②から、パソコン通信においては高次表意や推意を想定するための確かな手掛かりが不足しがちであることが指摘できる（高本1997）。そこで重要になってくるのがまさしく顔文字の機能なのである。顔文字を使用することで、プロソディー特徴やパラ言語的特徴が加わり、「正の体面 (positive face)」と「負の体面 (negative face)」の調整、すなわち自分及び相手の「対面 (face)」が守られ、相手を配慮し、対人関係の調整・維持を図りながら行われる理性的な対人行動を目指せるのである。

2.3. 絵文字の変遷と機能

顔文字と同様のヴィジュアル表現である絵文字が誕生したのは1999年である。当初の携帯電話

（メール）には顔文字や記号のみしかなく、絵文字は存在しなかった。その中、1999年にNTT Docomoのiモードサービスが開始されるとともに絵文字が登場すると、その数は次第に増えていき、同年には現在のau (KDDI) と Softbank (Vodafone) が同様のサービスを開始したのである（三宅2012）。

しかし、ここでいう絵文字とは、携帯メールやスマートフォン (LINE) で使用されるような、カラーで1文字がそのまま絵文字になっている、いわゆるケータイ絵文字のことを指す。ケータイ絵文字が誕生・普及する以前は、顔の表現を含まない複数の文字の組み合わせが絵文字として認識されていたが、このような絵文字は、「読みにくいからに他ならない」(安岡2012)ことから、当時日本語WEB上では顔文字ほど流布しなかった。

現在「ガラケー（ガラパゴス携帯）」（以下、ガラケー）と呼ばれている小型の携帯電話が一般に普及したのは1991年のことで、このガラケーにおいて（1999年より）使用されたのが、カラーで1文字がそのまま絵文字になっているケータイ絵文字（以下、絵文字）なのである。この絵文字は携帯電話（携帯メール）利用者（特に当時の若年層）にとって「使わないわけにはいかない」存在であったため（三宅2012）、意味は明確に伝達できなくとも、ニュアンスや雰囲気を作り出したり、感情をより分かりやすく伝えようとしたり、見栄えを良くするために装飾として使用するなど、その役割は多岐にわたっていたのである。

絵文字の役割について、「感情を豊かに表現する」（中村2000）や、「自分の気持ちを誤解を招かずに相手に伝えようとしたとき、感覚的に伝えることができる便利な文字（記号）」（佐竹2002）との主張が挙げられていることから、絵文字の主要な役割は、気持ちや感情を相手により正確に伝えるためのツールの一つであることが見受けられる。

それに対し三宅（2012）は、（ケータイ）絵文字の役割・機能について以下の7点を指摘している（次頁表1）。

表1：絵文字の役割・機能

絵文字の役割・機能	例文
① 事物そのものを表す	今日は🏠何時まで？
② 事物／事象の表現に前置き／後起き	友達と🍵お茶してきたよ ケーキ🍰がおいしかった
③ 身体動作	また後でね👉
④ プロソディー	それは残念だあ〜
⑤ 前接文に合わせた感情を示す	すごく心配…😟 ありがとう❤️
⑥ 前接文とは異なる感情を示す	よかったね😄
⑦ 装飾・雰囲気、リズムと り、句読点、トピック転換	そうなんだ🍀 そういえば💡明日空いて る？

三宅（2012）の調査によると、若者が交わした携帯メールのうち、⑤に値する絵文字が9.6%、⑥に値する絵文字が41.1%、⑦に値する絵文字が27.3%であった。この調査結果から、絵文字が「感情表現」の方法の一つとして使用されていることは間違いないと言えるだろう。

2007年に欧米でiPhoneが発売されたことをきっかけにスマートフォンが徐々に普及し、メールはケータイメールからインターネット接続のメールへと移行していった。しかし初期のiPhoneには絵文字が存在しなかった。というのも、絵文字は日本特有のものであり、欧米ではほとんど認知されていなかったからである。当時の欧米では複数の文字や記号を組み合わせた、モノクロのフェイスマークが使用されていた。

その中、2008年にiPhoneが日本へ上陸し、同年にはiPhoneが絵文字に対応する。日本発の絵文字は「Emoji」として世界中に広がったのである。それでは、従来の絵文字（以下、絵文字）と、iPhoneによって日本から世界へ広まったEmoji（以下、Emoji）には、共通点、または、相違点があるのだろうか。使用される媒体が異なるのは言うまでもないが、それぞれの色みや解像度、事物の再現度等、さまざまな観点から比較し、共通点・相違点を見出していく。

以下の図1は、Docomoの携帯電話の絵文字を

iPhoneに送信した場合の対応表の一部である。Docomoの絵文字を見ると、単色のものが多く、1つの絵文字につき2色以上は使われていないことがわかる。また解像度が低い（ドット数が少ない）ために、1つの絵文字から特定の事物を連想することが難しいものも多い。それに対しiPhoneのEmojiは、複数の色が使われており、またその色使いにもグラデーション等の工夫が見られる。また解像度が高く、細かな部分が忠実に再現されていることから、特定の事物の連想が容易なのである。

図1：絵文字とEmojiの対応表(1)



図2：絵文字とEmojiの対応表(2)

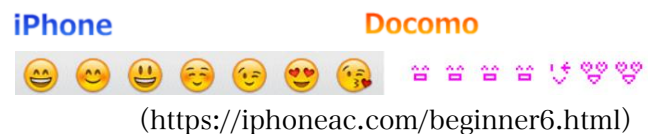


図2は、iPhoneのEmojiをDocomoの携帯電話に送信した場合の対応表の一部である。この図からは、iPhoneのEmojiが実際の人間の表情をかなり忠実に再現していることがわかる。例えば、「笑う」表情について、実際に笑うと言っても、大口を開けて笑ったり、微笑んだり、苦笑したり、また嬉しい・楽しいと思ったりと、その背景や感情・表情はさまざまである。それらをiPhoneのEmojiであれば自分の感情や表情により近いものを選択して送信することができるが、Docomoの絵文字ではそうはいかない。笑う絵文字が1種類しかないため、受信者は送信者がどのような感情でどのように笑っているのか、絵文字だけでは具体的に想像しにくいのである。送信者がその笑う絵文字に具体的な感情や背景を含め、誤解なくそれらを相手に伝えたいのであれば、テキストで補う必要があるだろう。

このように絵文字とEmojiには明らかな差があり、絵文字における問題点や不明点を改善し作られたのがEmojiであることがわかる。一方、絵文

字とEmojiにはいくつか共通点もある。1点目は、ほとんどの絵文字・Emojiが事物から一般的に連想される色を使用していることである。特に絵文字においては、使用される色が1色または2色であるため、実際の事物と同じ（またはより近い）色でなければ、事物の連想が難しくなってしまうであろう。2点目の共通点は、「郵便局→〒」のように、絵だけでは判断が難しい場所や施設は、絵の中に特定の記号や文字が含まれるということである。

以上の共通点・相違点を踏まえれば、絵文字は特定の事物を表すというよりは、その事物の雰囲気や気分など、おおまかなニュアンスを表す機能があり、Emojiは特定の事物を表し、具体的なニュアンスを表す機能があると言えるだろう。

2.4. 携帯メールの普及

インターネットを介するテキストベースのコミュニケーションの始まりは、パソコンにおける電子メール（以下、パソコンメール）であるが、1971年にアメリカでインターネットメール（以下、Eメール）が誕生してからは、（Eメールが）日本でも特に注目され、広く利用されるようになった。

Eメールの特徴として挙げられるのが、①表示形式と②利用場所の固定化である。

ここで重要になるのが②利用場所の固定化である。利用場所の固定化というのは、Eメールの主な送信場所が固定化されることを指す。田中（2001）では、パソコンの所持率と携帯電話の所持率にはさほど差はないが、その使用頻度は携帯電話よりもパソコンの方が低いことが明らかになっている。その要因として、Eメールの送信場所、すなわちパソコンの利用場所が家や学校、職場に固定化されていることが挙げられる。

そこで、パソコン（メール）に欠けていた「簡便性」を補い、さらなる可動性を持って誕生したのが携帯電話（携帯メール）である。スマートフォンが発売・普及する以前は、現在でいう「ガラケー」（＝ガラパゴス携帯；以下、携帯電話）が多くの人に利用されていた。総務省の「平成16年『通信利用動向調査』の結果」（[https://](https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/050510_1.pdf)

www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/050510_1.pdf）によると、平成16年の個人の携帯電話の利用率は全体で65.1%と、同年の個人のパソコン利用率（50.8%）よりも高く、中でも20～29歳・30～39歳では約9割とほとんどの人が携帯電話を利用しているということである。

また、総務省の「平成15年『通信利用動向調査』の結果」（https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/040414_1.pdf）では、平成15年の携帯電話保有者が携帯インターネットでどのような内容を利用しているのかが明らかになっており、最も多いのが電子メールであることから、携帯電話保有者の大多数が電子メールにて様々な人と連絡を取り合っていることがわかる。

その使用場面として多く挙げられているのが、「歩きながら」や「電車やバスの中」であり（田中2001）、携帯電話の簡便性・可動性が最大限に引き出されているのである。これらの調査からわかるように、携帯電話の普及に伴い、テキストベースのオンラインコミュニケーションはパソコン通信（Eメール）から携帯メールへと移行していったのである。そして、様々な機能の進化から、携帯メールは携帯電話利用者間において日常的に利用されるとともに、非対面コミュニケーションのうちの一つとして重要な役割を担っていたと言えるだろう。

2.5. LINEの普及とその特徴

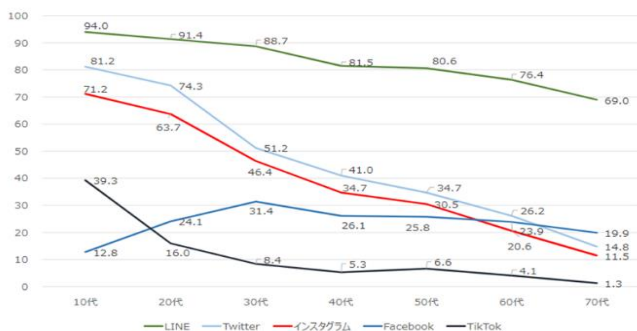
LINEは2011年にリリースされたメッセージングアプリで、韓国・日本の共同開発であることから、「純国産SNS」と言われている。リリース後その利用者は増加し続けており、特に日本において普及してきた。2021年時点では日本の人口の約68%がLINEを利用しており（LINE株式会社マーケティングソリューションカンパニー2021による）、また主要SNSの中で最も利用率が高く、15歳から79歳（男女）の81.6%が月に1回以上利用しているという（モバイル社会白書Web版2022による）。

図3（次頁）から、LINEはどのSNSよりも幅

広い年代で日常的に利用されていることがわかる。よって現代の日本人にとって、LINEは最も身近なメッセージングアプリと言える。

LINE上のコミュニケーションの特徴として西川・中村（2015）は、やり取りの速度や話題の数に関わらずスムーズな会話が行われることや、従来のメールでも用いられた絵文字や顔文字の使用、メッセージの短文化や省略等について指摘している。

図3：主要 SNS の年齢別利用率



（モバイル社会白書Web版2022による）

2.6. LINEにおける打ちことば

LINEを例に取り「打ちことば」についての研究がなされているのは、加納ほか（2017）、倉田（2018）も同様である。加納ほか（2017）は、「打ちことば」における句点や特殊文字等の役割を明らかにした。句読点については、読点よりも句点の出現率が低い結果となり、一方で補助記号やその他の特殊文字等の出現率は、句読点よりもはるかに高いという結果となったことから、LINE（打ちことば）においては、句読点が不可視化されつつあると主張している。その要因として、①句点の代わりにメッセージを細切れにして送信し、②読点の代わりに特殊文字等や補助的な記号を使用するという2点が挙げられている。

しかし、加納ほか（2017）は、通常の文字や多様な特殊文字・記号に触れながら分析を行いつつも、その「通常の文字」がどのようなものであるかについては言及していない。日本語の表記は、様々な文字体系を使い分けて行うが、加納ほか（2017）は何を以て「通常の文字」としているのか、定義がないために曖昧である。「通常の文字」の定義を示し、またそれにより「通常の文

字」に含まれると予想される漢字やひらがな、カタカナ等の文字使用の変化による句点や特殊文字等の役割を分析する必要がある。また、調査対象が大学生10名のみということから、調査範囲が狭いことも指摘できる。狭い範囲で調査を実施すると、グループ内部の（LINEにおける）独自のルールがあることを否定できない。そのため、年齢層や調査人数においてより広い範囲で調査を行う必要があると考える。

2.7. LINEスタンプ

倉田（2018）は、LINEでのコミュニケーションの研究において、会話における相づちの機能について分析している。倉田（2018）は、日本人の友人同士（女性）14組による1対1のLINEチャットの自然談話データを収集し、相づちの機能と「直後の相づち」／「非直後の相づち」の差異に見られる談話管理の方略等を明らかにしている。倉田（2018：6）によれば、相づちの機能は、①「聞いている」②「理解・了解」③「同意・共感」④「感情の表出」の4つであり、LINEの会話においては④「感情の表出」機能が最も多いという。

倉田（2018）はEmoji、顔文字、スタンプ（絵のみのもの）等、非言語的要素は分析対象外としているが、近年多種多様なEmojiやスタンプ等が増加していることから、それらすべてが「非言語的」であるとは言い難い。文字を含むスタンプは相づちの機能の認定対象とされているが、図4のように相づちの意を表すメッセージ（文字情報）が含まれているスタンプもあれば、オノマトペの文字を含むスタンプ（次頁図5）や、補助的記号のみを含むスタンプ（次頁図6）も存在する。スタンプは表文文字的な性質を持つものともいえ、言語的とも非言語的とも判別しがたいものは相づちの機能の認定対象となりえないのだろうか。

図4：相づちの意を示すメッセージ（文字情報）を含むスタンプ



（LINEクリエイターズスタンプ：

LINE STOREによる）

図5：オノマトペの文字を含むスタンプ



(LINEクリエイターズスタンプ：
LINE STOREによる)

図6：補助記号のみを含むスタンプ



(LINEクリエイターズスタンプ：
LINE STOREによる)

Emojiや顔文字もスタンプと同様、文字を一切含まないものもあれば、相づちの意や、絵・顔の状態を表す文字を含むもの、補助記号または特殊文字のみを含むものなど、その種類は多様になってきている。これらすべてを言語的か非言語的か区別するのは非常に困難であると思われるため、倉田（2018）の示す相づちの定義は曖昧であるとする。スタンプやEmoji、顔文字それぞれの一部が言語的であると捉えられ、相づちの機能の認定対象となるのならば、それら3つと相づちはどのように重なり合い、またその重なる部分の機能は①～④のうちどれに当てはまるのかを明確にするべきだろう。

3. 実験調査

3.1. 調査概要

本研究では、メッセージングアプリLINE（以下、LINE）における「打ちことば」の文字・LINEスタンプの使用傾向・特徴を収集データより明らかにし、LINE特有の文字使用を年代別に導き出そうとする。

また、会話をする場面によって男女で文字使用の傾向に差が生じるため（柴田2021）、本実験調査においては収集データを男女別で集計する。そのことにより日本語の文字が持つ表現性や可能性等を明らかにできると考える。

3.2. 実験調査対象者

実験調査は2022年6月から2022年10月の間に実施し、参加者は男性17名、女性29名の計46名

である。実験調査参加者の年齢は18歳から29歳の間であり、職業別では大学生32名、社会人14名となっている。対象の年代は10代後半、20代前半、20代後半の3つとし、中国学園大学、別府大学、および筆者の知人の協力のもと実施した。

先行研究から、LINEが幅広い世代で利用されており、特に10代・20代の利用率が90%以上と非常に高いことがわかっている。今やオンラインコミュニケーションにおいて大きな役割を担っていると見えるLINEだが、LINEが開発・リリースされる前、その役割を担っていたのは携帯メールであったと言えるだろう。携帯電話の進化が著しかった1999年～2008年においては携帯電話の普及率が高く、また携帯メールの利用率も高かった（総務省「平成15年『通信動向調査』の結果」による）。現在20代後半の年代に属するLINE利用者の中には、以前携帯メールを用いてオンラインコミュニケーションを図っていた人も多いであろう。逆に10代後半のLINE利用者の中には、携帯メールをほとんど利用したことが無いという人が多いのではないかと考える。そうだとすれば、現在LINE利用者の90%を超える10代・20代のうち、携帯メールをほとんど利用したことが無いであろう10代後半、中には携帯メールを利用していたことがある人がいるであろう20代前半、携帯メールをよく利用していたであろう20代後半3つの年代に焦点を当て調査をすれば、年代別のLINE上における文字使用の特徴がそれぞれ浮かび上がるのではないかと考える。

3.3. 調査目的

スマートフォン利用者の約7割が日常的に利用しているLINE（柴田2021）を例に取り、会話の実態を調査・研究し、パソコン通信や携帯メールでみられた従来の文字使用との違いを明らかにする。LINEでの文字使用について明らかにすることで、技術の発達により従来利用されてこなかった文字の可能性や、文字が持つ潜在的な表現性が明らかになることが期待される。なお、本研究での日本語の文字の分類は、以下の表2（次頁）に示す通りである。

表2：日本語の文字の分類

日本語の文字に含める	日本語の文字に含めない
漢字 ひらがな カタカナ 記号 ²⁾ 絵文字 ³⁾ 顔文字 句読点	数字 ¹⁾ (アラビア数字・ローマ数字) 記号 句読点 (連続したもの) ローマ字

また、本稿の調査目的は以下の2点とする。

1. 以下の4つの具体例の調査結果から、それぞれの場面における文字使用の傾向・特徴を年代別・男女別で明らかにし、日本語の文字の機能・表現性を明らかにする。

- a. 人を誘う場面
- b. 人に依頼をする場面
- c. 人にお礼を言う場面
- d. 人に急ぎの連絡をする場面

2. 文字を含むLINEスタンプの使用傾向の結果から、日本語の文字が持つ本来の機能や、LINEスタンプの登場によって生まれた(打ちことばにおける)現代の日本語の文字の欠点を明らかにし、その今後の可能性を明らかにする。

3.4. 調査方法

LINE特有の文字使用、そしてその男女差・年代差を明らかにするために、LINEの利用率が特に高い10～20代(モバイル社会白書Web版2022)の男女を対象に実験を行う。その対象を10代後半、20代前半、20代後半と年代7別に分け、男女は混合とし、LINEでの日常会話により近いデータを収集するために、実際にスマートフォン(LINE)を用いて調査を行う。

LINE(メッセージ)で連絡を取る相手として最も多いのが友人であることから(モバイル社会白書Web版2021による)、各年代の男女に「お互いの関係性は友人である」という条件を指定のもと、同年代の実験対象者同士でLINEにて会話をしてもらう。その際、実験対象者には上記の4つの場面(a～d)を提示し、ロールカードにて

それぞれに役割を与え、ロールプレイ形式で会話をしてもらう。本稿の実験調査では、各年代内で1対1のペアを組み、それぞれに役割A・役割B(以下A・B)を設定し、ロールプレイ形式で実験を行う。それぞれの役割を終始固定してしまうと、問いかける役割(A)の負担が大きくなり、問いかけ方が一貫されてしまう可能性があるため、各場面の実験前に相談の時間を設け、ペア間で話し合っただけで役割A・Bを設定してもらう。そうすることで、一方のみに負担がかかることを防ぎ、また各場面で普段問いかけをする傾向が高い方がA(問いかける役割)に設定されることで、より実際の会話に近いデータの収集が期待される。

なお、1対1のペアは、原則として既にLINEアカウントを追加し合っている実験対象者(友人)同士で組んでもらう。その理由としては、実験調査を行うだけのためにLINEアカウントを追加し会話をすると、「初めてLINEで会話する相手」ということが負担になってしまい、自然ではなく日常会話からは遠い会話(メッセージのやり取り)になってしまう可能性が否定できない。本研究ではより自然で実際の日常会話に近いデータを収集することを目的としているため、事前にLINEアカウントを追加し合っていて且つすでに複数回LINEにて会話をしていれば、実験調査を行うペアに関する負担・またそれによる会話への影響は生じないと言えるだろう。

本稿の実験調査で指定する4つの場面の詳しい場面設定は以下に示す通りである。

a. 人を誘う場面

→当日に友人を夕食に誘う場面(A:誘う/B:誘われる)

- ・AはBに対し「(Bの)夜の予定の確認」、「夕食の誘い」、「時間や場所の設定」の3点の内容を含め夕食に誘う
- ・Bは「夜の予定は無し」、「夕食の誘いを受ける」、「時間や場所をAと相談して決定する」という条件で対応する
- ・誘い方や予定の尋ね方、時間や場所、ターン数は指定しない

b. 人に依頼をする場面

→学校や勤め先で行うプレゼンテーションにおいて、役割分担を決める場面（A：お願いをする／B：承諾する）

- ・AはBに対し「プレゼンテーションの内容の確認」、「役割分担の相談・依頼」の2点の内容を含め依頼をする
- ・Bは「依頼を承諾する」、「Aに対して他の役割を依頼する」という条件で対応する
- ・ペアワーク（課題）や役割分担の内容、依頼の仕方、ターン数は指定しない

c. 人にお礼を言う場面

→プレゼントをくれた友人にお礼のLINEを入れる場面（A：プレゼントを貰い、お礼を言う／B：プレゼントを送り、お礼を言われる）

- ・AはBに対し「プレゼントのお礼」の内容を含めメッセージを送る
- ・Bは「Aからのお礼を快く受け入れる」という条件で対応する
- ・プレゼントの内容、お礼の仕方（テキストやLINEスタンプなど）、ターン数は指定しない

d. 人に急ぎの連絡をする場面

→当日に友人と合流する時間を急遽変更する場面（A：時間の変更を提案する／B：承諾する）

- ・AはBに対し「時間の変更」、「変更の理由」の2点の内容を含め提案をする
- ・Bは「提案を承諾する」という条件で対応する
- ・厳密な時間は指定しないが、より緊急性を持たせるために合流予定であった時間の約1時間前に行うLINEの会話の設定とする
- ・変更理由の内容、提案の仕方、ターン数は指定しない

本稿の実験調査では、より自然な会話データの収集を目的とするため、実験対象者個人が所有し使用しているLINEアカウントをそのまま実験にて使用する。実験対象者には前述の目的と、収集データを本研究以外の目的では使用しない旨を伝え、個人が特定されない形での論文による公開の許可を実験協力承諾書にて得ている。

4. 調査結果と分析

以下では事例を示しつつ、3章で挙げた2点の調査課題について検討する。

また本実験調査の内訳は、10代後半に該当する参加者が男性6名、女性10名の計16名（8組）、20代前半に該当する参加者が男性7名、女性13名の計20名（10組）、20代後半に該当する参加者が男性10名、女性8名の計18名（9組）であり、そのうち有効回答数（組数）は、10代後半で7組、20代前半で9組、20代後半で8組であった。

4.1. 場面別文字使用の比較

3章で挙げた4つの具体例（場面）について、実験調査の結果を年代別・男女別に比較検討する。比較方法は3章の日本語の文字の分類に基づき、以下の2点で行う。

- (1)各場面で総文字のうち漢字、ひらがな、カタカナ、絵文字（Emoji）、顔文字、句読点、記号の各文字がどのような割合で使用されているのか、各年代の合計から平均値を出し、男女別で計数する。
- (2)各場面で全年代中2回以上（表記が異なることを条件とする）出現した単語を抜粋し、それらがどの文字で表記されているのか集計し、男女別で比較する。各場面において出現した絵文字（Emoji）を男女別・年代別に計数し、2章3節で言及した三宅（2012）の「絵文字の役割・機能」に基づいてその役割・機能ごとに分類する。

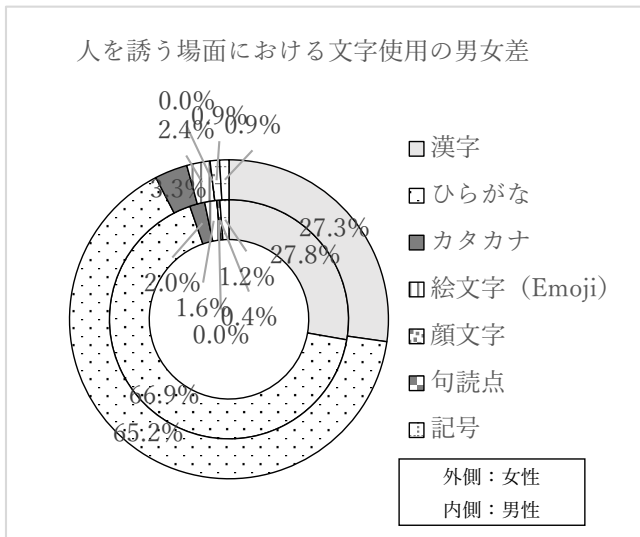
なお以下からは人を誘う場面を場面（a）、人に依頼をする場面を場面（b）、人にお礼を言う場面を場面（c）、人に急ぎの連絡をする場面を場面（d）とする。また(2)においての単語抜粋の際、それらが動詞・形容詞の場合には活用形を省き、表では終止形（辞書形）で表記することとする。対象となる単語が省略して表記されている場合（略語）は、省略によって文字使用が変化する可能性があることから、対象からは除外する。また、(2)の各表において男女差の数値（比率の差の絶対値）⁴⁾が0.3以上のものは男女差が生じた

みなす。なお、円グラフにおける数値はすべて平均値を四捨五入して%表記に変換したものである。また、絵文字 (Emoji) の役割・機能の表中「その他」は、使用目的・役割・機能が不明、または①～⑦のどれにも当てはまらなると筆者が判断した絵文字 (Emoji) を分類するために追加した項目である。

4.1.1. 人を誘う場面

(1)場面aにおける男女 (全年代) それぞれの文字使用の割合は図7に示す通りである。男女ともに漢字とひらがなが割合のほとんどを占め、顔文字の使用割合が0%で一致した。

図7：人を誘う場面における文字使用



(2)表3は、場面aの会話において2回以上表記の異なる形で出現した単語を年代別・男女別に集計したものである。

出現単語のほとんどの表記方法が漢字・ひらがなの2つで分かれており、「オッケー」のみ漢字・ひらがなに加えカタカナでの表記もみられた。この場面では、表記の異なる単語が9個と4つの場面の中では最も多く、全年代通して表記方法にばらつきがあることがわかる。

集計において表記方法に男女差が生じたのは全18表記のうち7表記であり、最も大きく差が開いたのは「ヒマ」の「暇」(男女差0.50)と「ひま」(男女差0.50)であった。この「ヒマ」のように1つの単語内で各表記方法に男女差が生じた単語はほかに2つあり、1つは「リョウカイ」、もう1つは「ナニカ」である。「ヒマ」・

表3：人を誘う場面の会話において2回以上表記の異なる形で出現した単語

表記	10代後半												20代前半												20代後半												総計											
	のべ使用数				男女差		比率		のべ使用数				男女差		比率		のべ使用数				男女差		比率		のべ使用数				男女差		比率																	
	男	女	計	男	女	男	女	男	女	計	男	女	男	女	男	女	男	女	計	男	女	男	女	男	女	計	男	女	男	女																		
タベル	2	6	8	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1	8	9	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4	17	21	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00																		
たべる	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00																		
行く	6	7	13	0.86	0.64	0.22	0.22	0.22	0.22	1	13	14	0.20	0.93	0.73	0.73	0.73	0.73	0.73	0.73	4	3	7	0.80	0.60	0.20	11	23	34	0.65	0.77	0.12																
いく	1	4	5	0.14	0.36	0.22	0.22	0.22	0.22	4	5	9	0.80	0.07	0.73	0.73	0.73	0.73	0.73	0.73	1	2	3	0.20	0.40	0.20	6	7	13	0.35	0.23	0.12																
暇	0	5	5	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1	2	3	0.50	1.00	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	1	2	3	0.33	0.67	0.33	2	9	11	0.40	0.90	0.50																
ひま	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1	0	1	0.50	0.00	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	2	1	3	0.67	0.33	0.33	3	1	4	0.60	0.10	0.50																
アホ	0	1	1	0.00	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33	0	4	4	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	3	1	4	0.75	0.25	0.25	6	9	15	0.60	0.75	0.15																
あく	0	2	2	0.00	0.67	0.67	0.67	0.67	0.67	2	0	2	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0	0	0	0.00	0.00	0.00	2	2	4	0.40	0.25	0.15																
ご飯 (飯) ゴハン	3	4	7	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2	5	7	1.00	0.83	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	1	0	1	1.00	0.00	1.00	6	9	15	1.00	0.82	0.18																
ごはん (めし)	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0	1	1	0.00	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0	1	1	0.00	1.00	1.00	0	2	2	0.00	0.18	0.18																
おっけー おっけい おけ	0	2	2	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2	4	6	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0	1	1	0.00	0.00	0.00	2	7	9	0.00	0.00	0.00																
オッケー	1	0	1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0	1	1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0	0	0.00	0.00	0.00	1	1	2	0.00	0.00	0.00																
了解	3	1	4	1.00	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0	1	1	0.00	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	1	0	1	1.00	0.00	1.00	4	2	6	0.80	0.50	0.30																
リョウカイ	0	1	1	0.00	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	1	1	2	1.00	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0	0	0	0.00	0.00	0.00	1	2	3	0.20	0.50	0.30																
何か	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0	3	3	0.00	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0	3	3	0.00	0.43	0.43																
なにか	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2	3	5	1.00	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	1	1	2	1.00	1.00	1.00	3	4	7	1.00	0.57	0.43																
良い	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0	2	2	0.00	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	1	0	1	0.14	0.00	0.14	1	2	3	0.10	0.08	0.02																
いい	2	12	14	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1	10	11	1.00	0.83	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	6	2	8	0.86	1.00	0.14	9	24	33	0.90	0.92	0.02																

「リョウカイ」・「ナニカ」の3つに絞って表記方法を見てみると、漢字の使用比率は男性より女性が高く、ひらがなの使用比率は女性より男性の方が高い。

集計において男女差が生じた7表記のうち、漢字が「暇」「了解」「何か」の3つであり、ひらがなが「ひま」「おっけー」「りょうかい」「なにか」の4つであった。前述の1つの単語内で各表記方法に男女差が生じた単語を除く「オッケー」は、カタカナ表記には大きな男女差が生じず、ひらがな表記においてのみ男女差が生じた。

男女差が生じた漢字表記3つ、また男女差が0.30以下の表記を含めた全18表記の男女それぞれの使用比率は、漢字表記においては女性の方が高く、ひらがな表記においては男性の方が高い。20代前半においては、全18表記中10表記で男女差が生じており、その数値も0.50以上と高い。男女で文字使用（表記）の比率が逆になっている単語もみられることから、他の年代に比べて男女で文字使用の傾向が異なることがわかる。

また絵文字（Emoji）の出現回数は表4に示す通りであり、最も少ない出現は0回の10代後半男性、最も多い出現は20代後半女性という結果となった。

表4：人を誘う場面での絵文字(Emoji)の出現回数

(回)	男性	女性
10代後半	0	4
20代前半	1	7
20代後半	12	20

絵文字（Emoji）の役割・機能については表5に示す通りで、全役割・機能中、全体で出現回数が多かった絵文字（Emoji）は③身体動作（計15回）・⑤前節文に合わせた感情を示す（計12回）であった。男女別で見てもその結果は全体の結果と同様であるが、女性においては⑥前接文とは異なる感情を示す絵文字（Emoji）も計5回と多かった。また、①事物そのものを表す・④プロソディーの2つの絵文字（Emoji）は全年代男女ともに使用されることはなかった。

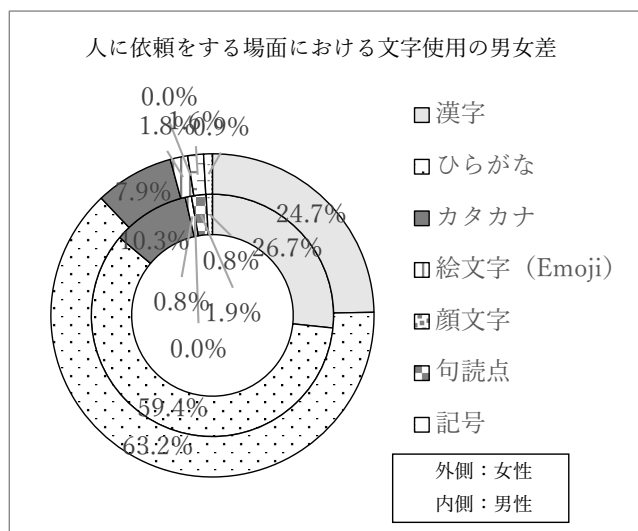
表5：人を誘う場面での絵文字(Emoji)の役割・機能

絵文字の役割・機能	10代後半		20代前半		20代後半		合計 男女
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	
① 事物そのものを表す							0
② 事物/事象の表現に前置き/後起き		1				3	4
③ 身体動作		1		4	5	5	15
④ プロソディー							0
⑤ 前接文に合わせた感情を示す		2		1	6	3	12
⑥ 前接文とは異なる感情を示す			1	2		3	6
⑦ 装飾・雰囲気、リズムとり、句読点、トピック転換					1	4	5
⑧ その他						2	2
合計	0	4	1	7	12	20	44

4.1.2. 人に依頼をする場面

(1)場面bにおける男女（全年代）それぞれの文字使用の割合は、図8に示す通りである。ここでも漢字・ひらがなが割合のほとんどを占めている。男女で数値が一致したのは、顔文字（男女ともに0%）であり、記号の数値はその差0.1%と、男女ほぼ同様であった。

図8：人に依頼をする場面における文字使用



(2)表6（次頁）は、人に依頼をする場面の会話において2回以上表記の異なる形で出現した単語を年代別・男女別に集計したものである。場面aと同様、出現単語のほとんどの表記方法が漢字・ひらがなの2つで分かれており、「オッケー」のみ漢字・ひらがなに加えカタカナでの表記もみられた。しかし、出現単語が6（12表記）と少ないことから、この場面においては全年代男女の文字使用（表記）にある程度一貫性があると言える。

集計において男女差が生じたのは、全12表記のうち7表記であり、最も大きく差が開いたのは「マカセル」の「任せる（男女差0.67）であった。それに対しひらがな表記は出現回数が少なかったこともあり男女差が0.17と低かった。また表中唯一のカタカナ表記「オッケー」は、統計において男女差が0.33と、約3分の1の割合で差が生じているが、20代前半においてのみ男女差が0.67と、3分の2以上差が生じる結果となった。しかし10代後半・20代後半においては表記がひらがなのみであることから、「オッケー」の

表6：人に依頼する場面の会話において
2回以上表記の異なる形で出現した単語

表記	10代後半				20代前半				20代後半				総計						
	のべ使用数		比率		のべ使用数		比率		のべ使用数		比率		のべ使用数		比率				
	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女			
	男女差	男女差	男女差	男女差	男女差	男女差	男女差	男女差	男女差	男女差	男女差	男女差	男女差	男女差	男女差	男女差			
良い	0	2	0.00	0.40	2	3	0.67	0.43	0.24	3	0	0.75	0	0.75	5	5	0.56	0.33	0.22
	2	3	1.00	0.60	1	4	0.33	0.57	0.24	1	3	0.25	1	0.75	4	10	0.44	0.67	0.22
ツクル	2	0	0.40	0.00	2	14	0.67	1.00	0.33	2	3	1	1	0	6	17	0.60	1.00	0.40
	3	0	0.60	0.00	1	0	0.33	0.00	0.33	0	0	0	0	0	4	0	0.40	0.00	0.40
オッケー	3	6	1.00	1.00	2	1	3	1.00	0.33	0.67	0	0	0	0	5	4	1.00	0.67	0.33
	0	0	0.00	0.00	0	2	0.00	0.67	0.67	0	0	0	0	0	2	2	0.00	0.33	0.33
マカセル	0	2	0.00	1.00	0	3	0.00	0.00	0.00	2	0	2	1	0	2	5	0.00	0.67	0.67
	0	0	0.00	0.00	1	1	2	1.00	0.25	0.75	0	0	0	0	1	2	0.33	0.17	0.17
ワカル	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0.00	1	0	1	1	0	1	0	0.50	0.00	0.50
	1	1	2	1.00	0	1	1.00	1.00	1.00	0	1	1	0	1	1	3	0.50	1.00	0.50
タノム	1	0	1.00	0.00	1	0	1.00	0.00	1.00	0	1	1	0	1	2	1	0.67	0.50	0.17
	0	1	0.00	1.00	0	0	0.00	0.00	0.00	1	0	1	1	0	1	2	0.33	0.50	0.17

表記方法に男女差が生じるのは20代前半のみの特徴であることがわかった。

男女差が生じた漢字表記の男女それぞれの使用比率の合計は、男性1.10、女性1.67と女性の方が高く、それに対しひらがな表記の合計は、男性1.90、女性1.67と男性の方が高い。これを男女差が0.30以下の表記を含めた全12表記における結果と比較すると、漢字表記においては全表記の結果も同様に女性の方が合計比率が高いことで一致するが、ひらがな表記においては男女の合計比率にほとんど差が生じない(ひらがな表記の使用比率合計：男性3.00/女性3.01)。そのため、漢字表記においてのみ男女差が生じると言える。

また、全出現単語6語のうち、4語の単語において文字表記の違いが表れていることから、この場面では特定の単語においてのみ男女差が生じるが、全体としては表記方法に一貫性があると言える。

絵文字 (Emoji) の出現回数については表7に示す通りであり、最も少ない出現は0回の20代前半の男性、最も多い出現は23回の20代後半女性という結果となった。場面aと同様に最も出現回数が多いのは20代後半女性であり、年代別で最も多いのも20代後半であった。男性の絵文字 (Emoji) の使用回数は非常に少なく、出現した絵文字 (Emoji) は10代後半男1回のみであった。

表7：人に依頼する場面での
絵文字(Emoji)の出現回数

(回)	男性	女性
10代後半	1	3
20代前半	0	5
20代後半	10	23

絵文字 (Emoji) の役割・機能については表8 (次頁) に示す通りで、全役割・機能中、全体で出現回数が多かった絵文字 (Emoji) は③身体動作であり、その数計20回と全体の約半数を占めている。続いて出現回数が多かったのは⑤前接文に合わせた感情を示す (計7回) であるが、その

内訳は男性1回・女性6回と明らかに女性の方が出現回数が多いため、これは女性のみにおける使用傾向と言えるだろう。また、ここでも①事物そのものを示す・④プロソディーの絵文字 (Emoji) の出現回数は男女ともに0回であった。

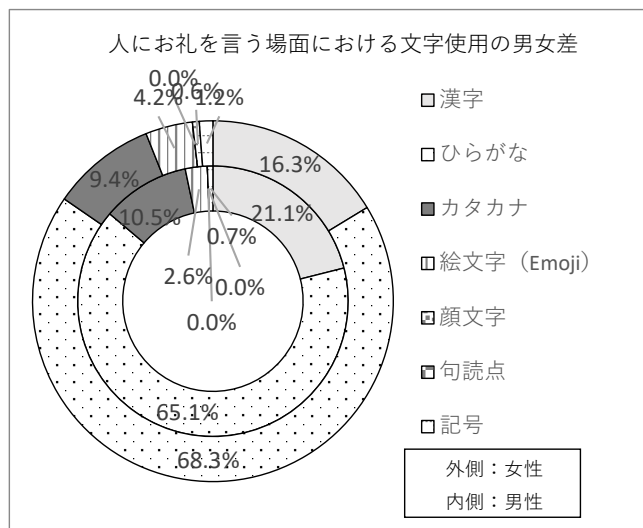
表8：人に依頼する場面での
絵文字(Emoji)の役割・機能

絵文字の役割・機能	10代後半		20代前半		20代後半		合計 男女
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	
① 事物そのものを表す							0
② 事物/事象の表現に前置き/後起き					2		2
③ 身体動作	1	2		4	4	9	20
④ プロソディー							0
⑤ 前接文に合わせた感情を示す					1	6	7
⑥ 前接文とは異なる感情を示す				1	2	3	6
⑦ 装飾・雰囲気、リズムとり、句読点、トピック転換						2	2
⑧ その他		1			1	3	5
合計	1	3	0	5	10	23	42

4.1.3. 結論

(1)場面cにおける男女（全年代）それぞれの文字使用の傾向は、図9に示す通りである。前述の2場面に比べ、男女共に漢字の使用割合は低下しており、対してカタカナの使用割合は上昇している。

図9：人にお礼を言う場面における文字使用



(2)表9は、人にお礼を言う場面の会話において2回以上表記の異なる形で出現した単語を年代別・男女別に集計したものである。前述の2場面と同様に出現単語のほとんどの表記方法が漢字・ひらがなの2つで分かれており、「ホント」のみ

表9：人にお礼を言う場面の会話において2回以上表記の異なる形で出現した単語

表記	総計											
	のべ使用数		比率		男女差		のべ使用数		比率		男女差	
ツカウ	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女
	使う	1	5	1.00	1.00	0.00	0.00	4	4	0.00	0.80	0.80
つかう	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0	1	0.00	0.20	0.20	0.09
ヨイ	1	3	1.00	0.60	0.40	0.60	0	3	0.75	0.00	0.75	0.60
	0	2	0.00	0.40	0.40	0.40	0	1	0.25	0.00	0.25	0.67
ホント	0	1	0.00	1.00	1.00	0.00	1	1	0.00	0.50	0.50	0.67
	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0	1	0.00	0.50	0.50	0.33
ワカル	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0.00	0.33
	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0	1	0.00	0.00	0.00	0.67
ツカウ	1	6	1.00	1.00	0.00	0.00	4	4	0.00	0.80	0.80	0.91
	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0	1	0.00	0.20	0.20	0.09
ヨイ	1	4	1.00	1.00	0.40	0.40	0	3	0.75	0.00	0.75	0.60
	0	2	0.00	0.40	0.40	0.40	0	1	0.25	0.00	0.25	0.20
ホント	0	1	0.00	1.00	1.00	0.00	1	1	0.00	0.50	0.50	0.67
	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0	1	0.00	0.50	0.50	0.33
ワカル	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0.00	0.33
	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0	1	0.00	0.00	0.00	0.67
ツカウ	1	5	1.00	1.00	0.00	0.00	4	4	0.00	0.80	0.80	0.91
	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0	1	0.00	0.20	0.20	0.09
ヨイ	1	3	1.00	0.60	0.40	0.60	0	3	0.75	0.00	0.75	0.60
	0	2	0.00	0.40	0.40	0.40	0	1	0.25	0.00	0.25	0.20
ホント	0	1	0.00	1.00	1.00	0.00	1	1	0.00	0.50	0.50	0.67
	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0	1	0.00	0.50	0.50	0.33
ワカル	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0.00	0.33
	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0	1	0.00	0.00	0.00	0.67
ツカウ	1	6	1.00	1.00	0.00	0.00	4	4	0.00	0.80	0.80	0.91
	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0	1	0.00	0.20	0.20	0.09
ヨイ	1	4	1.00	1.00	0.40	0.40	0	3	0.75	0.00	0.75	0.60
	0	2	0.00	0.40	0.40	0.40	0	1	0.25	0.00	0.25	0.20
ホント	0	1	0.00	1.00	1.00	0.00	1	1	0.00	0.50	0.50	0.67
	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0	1	0.00	0.50	0.50	0.33
ワカル	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0.00	0.33
	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0	1	0.00	0.00	0.00	0.67
ツカウ	1	5	1.00	1.00	0.00	0.00	4	4	0.00	0.80	0.80	0.91
	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0	1	0.00	0.20	0.20	0.09
ヨイ	1	3	1.00	0.60	0.40	0.60	0	3	0.75	0.00	0.75	0.60
	0	2	0.00	0.40	0.40	0.40	0	1	0.25	0.00	0.25	0.20
ホント	0	1	0.00	1.00	1.00	0.00	1	1	0.00	0.50	0.50	0.67
	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0	1	0.00	0.50	0.50	0.33
ワカル	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0.00	0.33
	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0	1	0.00	0.00	0.00	0.67

漢字・ひらがなに加えカタカナでの表記もみられた。しかし出現単語数が4個（8表記）と、4つの場面では最も少なく、各単語（表記）の使用回数も全体的に少ないことから、4つの場面の中では最も男女の文字使用に一貫性があると言えるだろう。

集計において男女差が生じたのは、全8表記のうち5表記であり、最も大きく差が開いたのは「ホント」の「ほんと」（男女差0.67）と、「ワカル」の「わかる」（男女差0.67）の2つであった。男女差が0.30以上であった表記5つのうち、大きく男女差が生じた前述の2つはどちらもひらがな表記であり、各単語の対の表記（漢字・カタカナ）の男女差を上回る結果となった。また男女差が生じた5表記のうち、漢字が「分かる」のみであり、ひらがなが「よい」、「ほんと」、「わかる」の3つ、そしてカタカナは「ホント」のみという結果から、場面cにおいては、全年代通してひらがなを中心に文字使用の男女差が生じることがわかった。しかし、年代別に見てみると、20代前半と20代後半において漢字表記に0.5以上の男女差が生じているため、全体としてひらがな中心ではあるが、20代前半・20代後半に限っては漢字表記にも男女差が生じることが明らかとなった。10代後半は、全8表記中3表記を除いては男女差が生じていないため、男女で文字使用の大きな差が見られない結果となったといえる。

表10：人にお礼を言う場面での
絵文字(Emoji)の出現回数

(回)	男性	女性
10代後半	0	18
20代前半	2	7
20代後半	8	23

また、絵文字（Emoji）の出現回数は表10に示す通りであり、最も少ない出現は10代後半男性、最も多い出現は23回の20代後半女性という結果となった。これは場面aと同様の結果であり、それぞれの出現回数も一致している。年代別では20代後半が最も多く、男女別では女性の方

が圧倒的にその数は多い。

絵文字（Emoji）の役割・機能については表11に示す通りで、全役割・機能中、全体で出現回数が多かった絵文字（Emoji）は⑤前接文に合わせた感情を示す（計19回）・⑦装飾・雰囲気、リズムとり、句読点、トピック転換（計17回）であった。しかし、どちらの出現回数も圧倒的に女性の方が多いため、これは女性のみにおける絵文字（Emoji）の使用傾向だと言える。男性は全役割・機能中で④身体動作（計4回）が最も多い結果となった。また、ここでは、①事物そのものを表す・②事物／事象の表現に前置き／後起き・④プロソディーの3つの絵文字（Emoji）の出現回数が男女ともに0回であった。

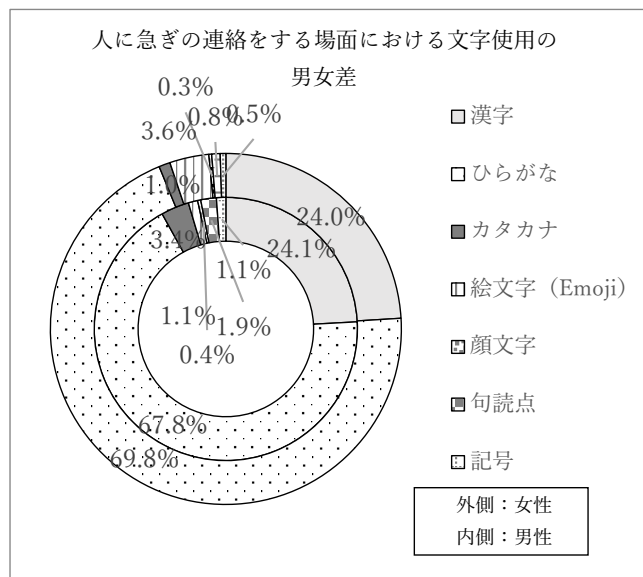
表11：人にお礼を言う場面での
絵文字(Emoji)の役割・機能

	10代後半		20代前半		20代後半		合計
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男女
絵文字の役割・機能							
① 事物そのものを表す							0
② 事物／事象の表現に前置き／後起き							0
③ 身体動作		2			4	2	8
④ プロソディー							0
⑤ 前接文に合わせた感情を示す		10		3	2	4	19
⑥ 前接文とは異なる感情を示す		1	1	4	1	5	12
⑦ 装飾・雰囲気、リズムとり、句読点、トピック転換		5	1			11	17
⑧ その他					1	1	2
合計	0	18	2	7	8	23	58

4.1.4. 人に急ぎの連絡をする場面

(1)場面dにおける男女（全年代）それぞれの文字使用の割合は、図10（次頁）に示す通りである。前述の3場面同様、漢字・ひらがなが割合のほとんどを占めており、うち漢字の使用割合の数値は男女でほぼ一致している。また、カタカナと絵文字（Emoji）の使用割合は、男性がカタカナを3.4%、絵文字(Emoji)を1.1%使用しているのに対し、女性はカタカナ1.0%、絵文字（Emoji）3.6%と、それぞれが男女で逆となっている。これまで使用割合が低かった句読点は、人に依頼する場面における女性とその数値が一致しており、1.9%であった。前述の3場面においては0%であった顔文字はというと、この場面においてのみごくわずかではあるが男女ともに使用されていた。

図10: 人に急ぎの連絡をする場面における文字使用



(2)表12は人に急ぎの連絡をする場面の会話において2回以上表記の異なる形で出現した単語を年代別・男女別に集計したものである。前述の3場面と同様に出現単語のほとんどの表記が漢字・ひらがなの22つで分かれており、「ホント」・「オッケー」の2つのみ漢字・ひらがなに加えカタカナでの表記もみられた。ここでは出現単語の数が7 (15表記) と場面aに次いで多く、表記方法が全年代の男女においてばらつきがあると思われる。

集計において男女差が生じたのは、全15表記のうち55表記であり、最も大きく差が開いたのは「キヲツケル」の「気を付ける (気をつける)」(男女差0.67)と「きをつける」(男女差0.67)の2つであった。男女差が0.30以上であった5表記のうち、漢字が2、ひらがなが3とひらがなの方が多いが、男女差が0.30に近い漢字表記が複数あることから、統計からは文字使用の男女差が漢字かひらがなのどちらかに偏るということは断言できない。

集計において男女差0.30以上の表記は5表記と、全表記の3分の1であるが、年代別で見ると20代後半においては男女差0.30以上の表記が9と全表記の3分の2ほどあり、そのすべての数値が0.50以上であることから、20代後半の男女には文字使用(表記)にばらつきがあることがわかる。また男女差が0.30以下の表記を含めた全18表記における使用比率の合計は漢字が男性

表12: 人に急ぎの連絡をする場面の会話において2回以上表記の異なる形で出現した単語

表記	10代後半						20代前半						20代後半						総計								
	使用回数			男女差			使用回数			男女差			使用回数			男女差			使用回数			男女差					
	男	女	計	男	女	計	男	女	計	男	女	計	男	女	計	男	女	計	男	女	計	男	女	計			
キヲツケル (気をつける)	0	1	1	0.00	1.00	1.00	0	0	0	0.00	0.00	1	1	2	0.50	1.00	1.00	0.50	1.00	1.00	0	1	1	0.00	0.50	0.50	
きをつける	0	0	0	0.00	0.00	0.00	1	0	1	1.00	0.00	1	0	1	0.50	0.00	0.50	0	0	0.00	0	0	0	0	0	0.00	0.00
ホント	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0	0	0	0.00	0.00	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0	0	0.00	0	0	0	0	0	0.00	0.00
ホント	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0	0	0	0.00	0.00	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0	0	0.00	0	0	0	0	0	0.00	0.00
ツク	2	1	3	1.00	0.50	0.50	0	4	4	0.00	0.80	0.80	0	1	1	0.00	1.00	1.00	0	0	0.00	0	0	0	0	0.00	0.00
つく	0	1	1	0.00	0.50	0.50	0	1	1	0.00	0.20	0.20	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0	0	0.00	0	0	0	0	0.00	0.00
選ばれる	1	2	3	1.00	1.00	1.00	0	1	2	1.00	1.00	1.00	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0	0	0.00	0	0	0	0	0.00	0.00
おくれる	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0	0	0.00	0	0	0	0	0.00	0.00
おっけー	1	3	4	1.00	1.00	1.00	0	1	1	0.00	0.50	0.50	0	0	0	0.00	0.50	0.50	0	0	0.00	0	0	0	0	0.00	0.50
オッケー	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0	1	1	0.00	0.50	0.50	0	1	1	0.00	0.33	0.33	0	0	0.00	0	0	0	0	0.00	0.00
今	1	2	3	1.00	1.00	1.00	0	3	3	0.00	1.00	1.00	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0	0	0.00	0	0	0	0	0.00	0.00
いま	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0	0	0.00	0	0	0	0	0.00	0.00
起きる	0	1	1	0.00	1.00	1.00	0	4	4	0.00	1.00	1.00	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0	0	0.00	0	0	0	0	0.00	0.00
おきる	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0	0	0.00	0	0	0	0	0.00	0.00

4.17、女性4.61、ひらがなは男性1.50、女性1.23と、ひらがなに比べ漢字の方が使用される比率が高いことがわかった。

この場面においては、全体として男女差が生じる単語 (表記) は少ないが、20代前半の男女のみ表記方法に差が生じる結果となった。

絵文字 (Emoji) の出現回数は表13 (次頁) に示す通りであり、最も少ない出現は1回の20代前半男性、最も多い出現は20回の20代後半女性という結果となった。ここまで全場面において20代後半の女性が最も絵文字 (Emoji) を使用しており、逆に最も絵文字 (Emoji) を使用しなかったのは10代後半の男性であることが明らかとなった。

絵文字 (Emoji) の役割・機能については表14に示す通りで、全役割・機能中、全体で出現回数

が多かった絵文字 (Emoji) は③身体動作 (計19回) ・⑤前接文に合わせた感情を示す (計17回) の2つである。しかし、⑤前接文に合わせた感情を示す絵文字 (Emoji) は、男性においては出現回数が1回のみであるため、これは女性のみにおける絵文字 (Emoji) の使用傾向であると言えるだろう。また、人に場面c同様、①事物そのものを表す・②事物/事象の表現に前置き/後置き・④プロソディーの3種類の絵文字 (Emoji) の出現回数が男女ともに0回であった。

表13：人に急ぎの連絡をする場面での絵文字(Emoji)の出現回数

(回)	男性	女性
10代後半	2	10
20代前半	1	12
20代後半	4	20

表14：人に急ぎの連絡をする場面での絵文字(Emoji)の役割・機能

絵文字の役割・機能	10代後半		20代前半		20代後半		合計 男女
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	
① 事物そのものを表す							0
② 事物/事象の表現に前置き/後置き							0
③ 身体動作	1	6	1	6	2	3	19
④ プロソディー							0
⑤ 前接文に合わせた感情を示す		4		4	1	8	17
⑥ 前接文とは異なる感情を示す				3	1	7	11
⑦ 装飾・雰囲気、リズムとり、句読点、トピック転換	1						1
⑧ その他				1		2	3
合計	2	10	1	14	4	20	51

4.1.5. 場面別文字使用のまとめ

ここまで4つの各場面における文字使用の男女差・年代差を見てきたが、全体を通して言えることは、絵文字 (Emoji) 以外の文字における男女差や年代差はさほど大きくないということである。

場面aにおいては出現単語数が9 (表記数18) と4つの場面の中では最も多く、表記方法の多様性が見られるが、全18表記のうち7表記でしか男女差が生じず、図7からもわかるように各文字の使用割合の数値に大きな差は生じていないため、男女差や年代差というよりは個人差が生じていると言える。

場面bにおいては出現単語数が6 (12表記) のうち4 (7表記) で男女差が生じているが、そのほとんどが男女差0.5以下であり、またそもそもの出現単語数が少ないため、一部の単語においてのみ男女差は見られるが、全体としては表記が統一されていると言える。

場面cにおいては、図9から漢字の使用割合に少々の男女差が見られるが、出現単語数が4と4つの場面の中では最も少ないことから、場面全体で全年代男女ともに表記が統一されていると言える。

場面dにおいては、出現単語数7であり15表記と数は多いが、そのうち5表記でしか男女差が生じていないため、この場面においても個人差により表記方法にばらつきが生じていると言える。

また、句読点については、今回の調査では句点と読点を合わせて (「句読点」) として) カウントしたが、収集した会話データには句点が1つも出現しなかったため、以下からの結果・分析は読点のみを対象にする。読点の出現については表15に示す通りで、1人当たりの平均使用回数が1.0を超えたのは表中塗りつぶし部分の4項目のみであることから、男女差や年代差はほとんどなく、全年代の男女において読点はほとんど使用されないことがわかる。しかし、人に依頼をする場面に1人当たりの平均使用回数が1.0を超える項目が3と集中していることから、この場面に限り読点はよく使用され、特に20代後半男性はその傾向が強いと言える。会話例1、2 (次頁) は、今回の調査で得られた会話である。会話例1は人に場面bの会話で、ここではメッセージの送受信ともに読点を文中に使用しており、メッセージの細切れや記号・絵文字 (Emoji) での代替は見られない。しかし、会話例2 (場面a) では、長い文章

表15：各場面での読点の出現数

	年代	男性		女性	
		男性 (平均)	女性 (平均)	男性 (平均)	女性 (平均)
人を誘う場面	10代後半	3	4	0.6	0.4
	20代前半	0	2	0	0.2
	20代後半	3	2	0.3	0.3
人に依頼をする場面	10代後半	4	10	0.8	1.1
	20代前半	0	14	0	1.1
	20代後半	16	4	1.8	0.6
人にお礼を言う場面	10代後半	0	0	0	0
	20代前半	1	1	0.2	0.1
	20代後半	0	4	0	0.6
人に急ぎの連絡をする場面	10代後半	2	4	0.4	0.4
	20代前半	2	3	0.4	0.2
	20代後半	10	3	1.1	0.4

会話例 1



会話例 2



であっても読点は使用されておらず、その代わりに絵文字 (Emoji) が多用されており、その絵文字 (Emoji) は主に文末に付加することから、句読点の代替として使用されていることがわかる。2章6節でも言及した通り、句読点の代替としてメッセージの細切れや特殊文字、補助的な記号が使用されることで句読点が不可視化されつつあるが、今回の調査から絵文字 (Emoji) も句読点の代替として使用されていることが明らかとなったことから、絵文字 (Emoji) は句読点の役割も果たすと言えよう。

全体として主に絵文字 (Emoji) が使用されることで句読点が不可視化されることは明らかになったが、では人に場面bにのみ読点の使用が多いのはなぜか。その背景には読点と絵文字 (Emoji)、それぞれの出現回数が影響し合っ

ていると言える。

表16は、1人当たりの絵文字 (Emoji) ・読点の平均使用回数をそれぞれ場面ごとに算出した表である。この表から分かるように、場面bのみ1人当たりの平均使用回数の数値は読点が絵文字 (Emoji) を上回っており、そのほか3つの場面は読点を絵文字 (Emoji) が上回っている。このことから、場面b以外では、会話中に出現する絵文字 (Emoji) は主として持つ機能・役割に加えて句読点の役割を担っているものが多く、逆に場

表16：各場面での絵文字(Emoji)と読点の平均使用回数

	絵文字(Emoji)	読点
人を誘う場面	1	0.4
人に依頼をする場面	0.9	1.2
人にお礼を言う場面	1.3	0.2
人に急ぎの連絡をする場面	1.3	0.6

面bで出現する絵文字（Emoji）には句読点としての役割を担うものが少ないと言える。

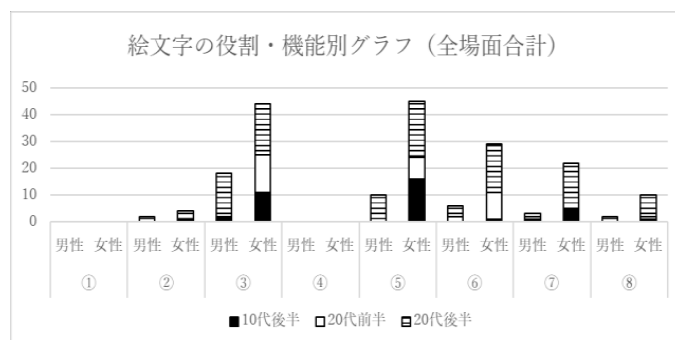
場面bにおいてのみ読点の出現が多い要因として考えられるのが、他の場面では見られないメッセージに込められる感情や態度の表出である。依頼をし合うという場面では、会話をする相手が友人であっても、依頼をする人は「お願いをする立場である」という意識から態度がへりくだると思われる。絵文字（Emoji）を読点の代替として使用すると、視覚的な華やかさや親密度の深さなどを表現できるが、それがかえって逆効果になってしまうこともあるだろう。この場面においては、お願いをする相手に「真剣さ」を伝えるために、あえて絵文字（Emoji）を使用していないものと思われる。しかし、今回の調査では、どのような心境でメッセージを打ったのかなどの個人への聞き取り調査は行っていないため、この要因は推測の域に過ぎない。

このように、絵文字（Emoji）を除く文字においては一部で文字使用に男女差が見られるものの、全体としては大きな男女差や年代差は見られず、全年代・男女において文字使用の傾向・表記方法は類似・統一されているのである。

しかし、絵文字（Emoji）においてのみ男女差・年代差は大きく、また場面差も見られた。どの場面においても男女差は大きく、絵文字（Emoji）の出現回数は全4場面において女性が男性を倍以上上回る結果となっており、年代別では平均して20代後半が最も絵文字（Emoji）を多く使用し、10代後半が最も絵文字（Emoji）を使用しない傾向にあることが明らかとなった。その中でも特に20代後半女性は圧倒的に絵文字（Emoji）の出現回数が多く、1場面平均21.5回であった。それに対し出現回数が最も少ない10代後半男性は一場面平均0.75回と、1回にも満たない。

また、絵文字の役割・機能については、図11に示す通りであり、全体を通して③身体動作の絵文字（Emoji）が最も多く使用されており、その出現回数は合計62回であった。⑤前接文に合わせた感情を示す絵文字（Emoji）の出現回数も合計55回と多く、絵文字（Emoji）の総延べ出現回

図11：全場面での絵文字(Emoji)の役割・機能



数（195回）の半数以上（117回）をこの2つの役割・機能が占める結果となった。場面別では、人を誘う場面・人に依頼をする場面・人に急ぎの連絡をする場面3つにおいては③身体動作の絵文字（Emoji）が最も多く使用されていたが、場面cにおいてのみ⑤前接文に合わせた感情を示す絵文字（Emoji）が最も多く使用された。絵文字（Emoji）の役割・機能における場面差はこの3場面对1場面において生じており、前述の3場面で多く使用された絵文字(役割・機能)は、共通して③身体動作・⑤前接文に合わせた感情を示す・⑥前接文とは異なる感情を示す（降順）であったが、場面cでは⑤前接文に合わせた感情を示す・⑦装飾・雰囲気、リズムとり、句読点、トピック転換・⑥前接文とは異なる感情を示す（降順）と、3場面とは全く異なる結果となった。

このように絵文字（Emoji）には様々な役割・機能があり、場面によって異なる働きを見せるが、必ずしも1つの絵文字（Emoji）に対して1つの役割・機能が備わっているわけではない。会話例3（次頁）は今回の調査で得られた場面a、会話例4（次頁）は場面cにおける会話の一部である。会話例3の「ありがとうございます」の後に付加している絵文字（Emoji）は、手をついて頭を下げていることから4章1節1項の表5では③身体動作に分類したが、「ありがとう」という言葉に合わせた身体動作ともとれるため、⑤前接文に合わせた感情を示す機能も持っているのではないかと考える。また会話例4の「お誕生日プレゼントありがとう～」の後に付加している絵文字（Emoji）は、両手でハート形を作っていることから、4章1節3項の表14では③身体動作に分類したが、この絵文字は「両手」を表しており、

会話例3



会話例4



且つハートマークの意味も持っているため、ハートマークに焦点を当てれば⑤前接文に合わせた感情を示す・⑦装飾・雰囲気、リズムとり、句読点、トピック転換の役割や機能も併せ持っていると言えるだろう。しかしいずれにしてもこの2つの絵文字 (Emoji) は体の動きや両手の動きなど、身体動作的機能が基になっていると言えるため、最

も働いている役割・機能は③身体動作と言えるだろう。

以上で見てきたように、絵文字 (Emoji) の使用傾向は男女・年代・場面によって大きく異なることが明らかとなった。また男性においては絵文字 (Emoji) の出現回数が少ないことから、感情やニュアンス、雰囲気などを忠実に表現しようという意識は低く、要件や思っていることなど、必要最低限のことを (絵文字 (Emoji) を除く) 文字を中心にして伝えようとする傾向があると言える。それに対して女性は、絵文字 (Emoji) を有効活用して文章に様々な要素を補填し、より忠実に感情やニュアンス、雰囲気などを表現しようとする傾向にあると言える。松村 (2001) は日本語の会話 (話しことば) における男女差について、「日本社会独特のタテ社会という特徴のために、男女共に場面による立場をわきまえながら親交作り・地位向上を図るが、おおむね女性は人との繋がりに焦点を置き、男性は社会的地位に焦点を置く」としており、安田ほか (1999) は大学生への意識調査から、話し言葉においての女性らしさには柔らかい・優しい・丁寧・親しみを与えるなどの印象があり、それに対し男性らしさには乱雑・そっけない・ぶっきらぼうなどの印象があることを指摘した。これらのことが絵文字 (Emoji) の男女それぞれの使用傾向におおむね当てはまることから、LINEには話し言葉の要素があると言える。

年代差においては、20代後半の出現回数が最も多いことから、ガラケー時代から絵文字 (Emoji) に慣れ親しんだ人々が、スマートフォンに持ち替えてもなお、絵文字 (Emoji) を日常的に使用する傾向にあることが言える。今やスマートフォンに内蔵されている絵文字 (Emoji) のみならず、様々なキャラクターや柄の絵文字 (Emoji) が登場していることから、かつてガラケー利用者が流行 (絵文字 (Emoji)) に敏感であったように現代の10代後半や20代前半にとっても重要で注目すべきエモティコンかと思われたが、実際はそうではなかったようである。

4.2. LINEスタンプの使用傾向

3章で挙げた4つの具体例（場面）について、実験調査の結果を年代別・男女別に比較検討する。比較方法は、各場面におけるLINEスタンプの出現回数を計数し、そのうち文字（3章表2参照）を含むLINEスタンプの役割・機能について分析する。なお、カッコ内の比率は、LINEスタンプののべ出現回数における文字を含むLINEスタンプの出現比率のことを指しており、その数値は四捨五入して繰り上げされ、小数点第2位までで示されている。また、LINEスタンプの出現数はのべ数である。

4.2.1. 人を誘う場面におけるLINEスタンプ

場面aにおけるLINEスタンプの出現回数は表17に示す通りで、のべ出現回数は10回と4つの場面の中では最も少ない。そのうちのべ出現回数が多いのは3回の10代後半女性、最も少ないのは0回の10代後半男性であった。のべ出現回数は、男女別では女性の方が、年代別では20代前半が最も多い。

表17：人を誘う場面における
LINEスタンプの出現回数

(回)	男性	女性
10代後半	0	3
20代前半	2	2
20代後半	1	2

表18：人を誘う場面における
文字情報を含むLINEスタンプの出現回数

(回)	男性	女性
10代後半	0	3
20代前半	1	1
20代後半	0	2

また、のべ出現回数10回のうち文字を含むLINEスタンプののべ出現回数は7回（比率0.70）であった（表18）。女性のLINEスタンプののべ出現回数7回のうち、文字を含むLINEスタンプは計6回（比率0.86）と、出現したスタ

ンプの8割以上が文字を含んでいることが明らかとなり、それに対し男性はLINEスタンプののべ出現回数が3回とそもそも少なく、文字を含むLINEスタンプののべ出現回数1回（比率0.33）と、女性に比べて圧倒的に少ない結果となった。年代別のLINEスタンプののべ出現回数は、10代後半が計3回、20代前半が計4回、20代後半が計3回で、そのうち文字を含むLINEスタンプののべ出現回数は、10代後半が計3回（比率1.00）、20代前半が計2回（比率0.50）、20代後半が計2回（比率0.67）であった。20代前半のみ比率は低いが、それでもすべての年代において比率が0.50以上であることから、使用されるLINEスタンプのうちの半数以上が文字を含んでいるため、文字を含むLINEスタンプの使用傾向は高いと言えるだろう。

4.2.2. 人に依頼をする場面におけるLINEスタンプ

場面bにおけるLINEスタンプの出現回数は表19に示す通りで、のべ出現回数は12回、最も多いのは4回の10代後半女性、最も少ないのは1回の10代後半男性と20代後半男性であった。

表19：人に依頼をする場面における
LINEスタンプの出現回数

(回)	男性	女性
10代後半	1	4
20代前半	2	2
20代後半	2	1

表20：人に依頼をする場面における
文字情報を含むLINEスタンプの出現回数

(回)	男性	女性
10代後半	1	3
20代前半	0	2
20代後半	2	1

また、のべ出現回数12回のうち文字を含むLINEスタンプののべ出現回数は計9回（比率0.75）であった（表20）。ここでも人を誘う場面同様、のべ出現回数は男性より女性の方が多

く、年代別では、10代後半が最も多い結果となった。男性においてはのべ出現回数5回のうち文字を含むLINEスタンプが3回（比率0.60）、女性はのべ出現回数7回のうち文字を含むLINEスタンプが6回（比率0.86）と、男性よりも女性の方が文字を含むLINEスタンプを使用する傾向にあると言える。また年代別のLINEスタンプののべ出現回数は、10代後半が計5回、20代前半が計4回、20代後半が計3回で、そのうち文字を含むLINEスタンプののべ出現回数は、10代後半が計4回（比率0.80）、20代前半が計2回（比率0.50）、20代後半が計3回（比率1.00）であった。ここでも20代前半のみほかの年代に比べて比率は低いですが、それでも0.50以上と半数を超えているため、比率が0.80の10代後半、比率が1.00の20代後半を含め、人に依頼をする場面においても使用されるほとんどのLINEスタンプが文字を含んでいることがわかる。

4.2.3. 人にお礼を言う場面におけるLINEスタンプ

場面cにおけるLINEスタンプの出現回数は表21に示す通りで、のべ出現回数は26回、最も多いのは8回の10代後半女性と20代前半女性、最も少ないのは0回の20代後半男性であった。これは4つの場面の中で最も多い出現回数であるが、男性ののべ出現回数は前述の2つの場面とさほど差はないため、女性のみ数が上昇していることがわかる。

表21：人にお礼を言う場面における
LINEスタンプの出現回数

(回)	男性	女性
10代後半	4	8
20代前半	3	8
20代後半	0	3

また、のべ出現回数26回のうち文字を含むLINEスタンプののべ出現回数は計15回（比率0.58）であり（表22）、場面全体における比率は4つの場面の中で最も低い比率であった。特に20代前半女性においては、のべ出現回数8回のうち文字を含むLINEスタンプののべ出現回数が

3回でその比率は0.38と最も低く、文字を含まないLINEスタンプの方が使用割合が高かった。また男女別では、男性ののべ出現回数7回、うち文字を含むLINEスタンプは4回（比率0.57）、女性ののべ出現回数19回、うち文字を含むLINEスタンプは4回（比率0.58）と、男女差はほとんど生じず、男女ともに出現したLINEスタンプの約6割が文字を含んでいることが明らかとなった。続いて、年代別のLINEスタンプののべ出現回数は、10代後半が計12回、20代前半女性が計11回、20代後半が計3回で、そのうち文字を含むLINEスタンプののべ出現回数は、10代後半が計8回（比率0.67）、20代前半が計5回（比率0.45）、20代後半が2回（比率0.67）であった。10代後半・20代後半の比率が0.50以上ではあるが、前述の2つの場面に比べるとその数値は低く、また20代前半は比率が0.50を下回っていることから、4つの場面のうち人にお礼を言う場面においては全年代の文字を含むLINEスタンプの使用傾向が低いと言える。

表22：人にお礼を言う場面における
文字情報を含むLINEスタンプの出現回数

(回)	男性	女性
10代後半	2	6
20代前半	2	3
20代後半	20	2

4.2.4. 人に急ぎの連絡をする場面における LINEスタンプ

場面dにおけるLINEスタンプの出現回数は表23に示す通りで、のべ出現回数は20回、最も多いのは5回の20代前半女性、最も少ないのは2回の10代後半男性と20代後半男性であった。

表22：人に急ぎの連絡をする場面における
文字情報を含むLINEスタンプの出現回数

(回)	男性	女性
10代後半	2	4
20代前半	3	5
20代後半	2	4

そのうち文字を含むLINEスタンプののべ出現回数は13回（比率0.65）と比率は人にお礼を言う場面とさほど差が開かなかった（表24）。男女別では男性ののべ出現回数7回、うち文字を含むLINEスタンプは3回（比率0.43）、女性ののべ出現回数13回、うち文字を含むLINEスタンプは10回（比率0.77）と、女性の方が文字を含むLINEスタンプを使用する割合が高いことが明らかとなった。続いて年代別のLINEスタンプののべ出現回数は、10代後半が計6回、20代前半が計8回、20代後半が計6回で、そのうち文字を含むLINEスタンプののべ出現回数は、10代後半が計5回（比率0.83）、20代前半が計6回（比率0.75）、20代後半が計2回（比率0.33）であった。前述の3場面においては共通して20代前半の比率が最も低かったが、ここでは20代後半の比率が最も低い結果となった。10代後半・20代前半が使用したLINEスタンプの約8割は文字を含むものであり、それに対し20代後半が使用した文字を含むLINEスタンプは約3割で、この年代においてのみ文字を含まないLINEスタンプが多く使用される結果となった。

表24：人に急ぎの連絡をする場面における文字情報を含むLINEスタンプの出現回数

(回)	男性	女性
10代後半	1	4
20代前半	2	4
20代後半	0	2

4.2.5. LINEスタンプの使用傾向のまとめ

4つの場面におけるLINEスタンプの使用傾向の結果から、以下のことが明らかになった。

まず、場面別のLINEスタンプの使用傾向は、LINEスタンプののべ出現回数が最も多いのは場面cであり、対して最も少ないのは場面aであった。場面によってその出現回数にばらつきはあるが、文字を含むLINEスタンプの出現比率は最も低いところで0.58（場面c）、最も高いところで0.75（場面b）と、どの場面を半数を上回っており、その比率にも大きな差が生じていないことか

ら、文字を含むLINEスタンプの使用傾向には場面差はないと言える。

また、全体（全場面合計）における男女それぞれのLINEスタンプの出現回数は表25に示す通りであり、男性のLINEスタンプののべ出現回数は計22回、女性ののべ出現回数は計47回と、そこには倍以上の差が生じ、絵文字（Emoji）同様、男性よりも女性の方が使用する回数が多いことが明らかとなった。また文字を含むLINEスタンプの出現比率は男性が0.50、女性が0.70と女性の方が高いが、男女ともに0.50以上と半数以上であることから、文字を含むLINEスタンプの出現率はどちらも高いと言えるだろう。

表25：男女別のLINEスタンプの出現回数

(男性)	10代後半	20代前半	20代後半	合計	比率
のべ出現回数	7	10	5	22	0.50
文字を含むLINEスタンプ	4	5	2	11	
(女性)	10代後半	20代前半	20代後半	合計	比率
のべ出現回数	19	18	10	47	0.70
文字を含むLINEスタンプ	16	10	7	33	

表26：年代別のLINEスタンプの出現回数

(10代後半)	男	女	合計	比率
のべ出現回数	7	19	26	0.77
文字を含むLINEスタンプ	4	16	20	
(20代前半)	男	女	合計	比率
のべ出現回数	10	18	28	0.54
文字を含むLINEスタンプ	5	10	15	
(20代後半)	男	女	合計	比率
のべ出現回数	5	10	15	0.60
文字を含むLINEスタンプ	2	7	9	

表26はLINEスタンプの出現回数を年代別に表したものである。3つの年代の中でLINEスタンプののべ出現回数が最も多いのは20代前半（計28回）で、対して最も少ないのは20代後半（計15回）であった。絵文字（Emoji）においてはその出現回数が最も多かった20代後半だが、LINEスタンプにおいては最も少ないという正反対の結果となった。しかし表26からもわかる通り、のべ出現回数に年代差は生じているが、文字を含むLINEスタンプの出現比率には大きな年代差が生じず、どの年代も0.50以上と出現したLINEスタンプのうち半数以上が文字を含んでいることが明らかとなった。このことから、どの年代においても文字を含むLINEスタンプの出現率は高いと言える。

ここまでの文字を含むLINEスタンプ（出現比率）においてのみ大きな男女差や年代差は生じないという結果から、文字を含まないLINEスタンプにおいては場面差や男女差、年代差が生じることが指摘できるが、そこにはどのような背景があるのか。以下ではLINEスタンプが出現するタイミングを会話の最初、会話の途中、会話の最後の3つに分け、場面別、男女別、年代別に比較分析し、その背景を明らかにする。

図12：場面別のLINEスタンプ出現のタイミング

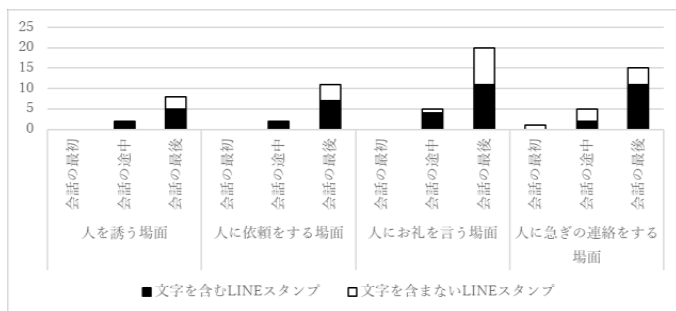
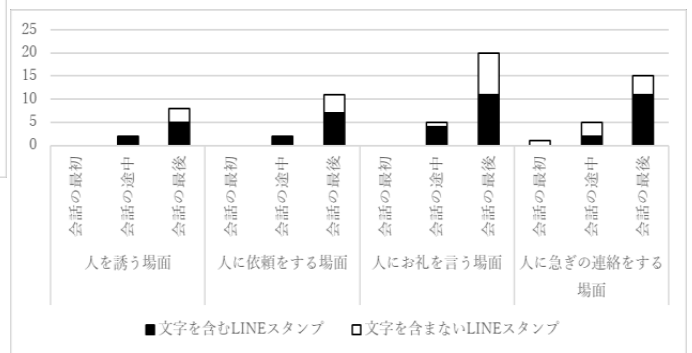


図12は、各場面において出現したLINEスタンプを出現のタイミング別に分類したものである。どの場面においても文字を含むLINEスタンプ・文字を含まないLINEスタンプともに会話の最後に出現することがほとんどであり、文字を含まないLINEスタンプにおいては場面dを除くと、会話の最初や途中に出現することはほとんどなかった。文字を含むLINEスタンプは、全場面共通して会話の最初に出現することはなく、会話の最後に出現する回数が多いものの、会話の途中にも出現することが各場面で見られた。連絡をする場面（d）においてのみ文字を含まないLINEスタンプの出現するタイミングにばらつきがあり、会話の最初・途中・最後全てにLINEスタンプの出現が見られたが、会話の最初にLINEスタンプの出現が見られたのは全場面中この場面の1回のみ（文字を含まないLINEスタンプ）であることから、このLINEスタンプの使われ方はイレギュラーなものであると捉えることができるため、場面による特徴であるとは断定できない。そのため、文字を含むLINEスタンプは全場面において会話の最後に最も多く出現し、会話の途中にも少数ながら出現、そして会話の最初には出現することがないという特徴が挙げられる。それに対し、文字を含まないLINEスタンプは、一部特殊な使われ方が見られるものの、全体を通しては会話の最後にしかほとんど出現しないため、場面差はほとんどないと言えるだろう。

図13は、全場面において出現したLINEスタンプを男女別・出現したタイミング別に表したものである。男女ともに会話の最初にLINEスタンプを使用する傾向はほとんどなく、また文字を含まないLINEスタンプにおいては、会話の途中で出現する回数は女性よりも男性の方が多く、会話の最後で出現する回数は男性よりも女性の方が多い。

図13：全場面のLINEスタンプ出現のタイミング

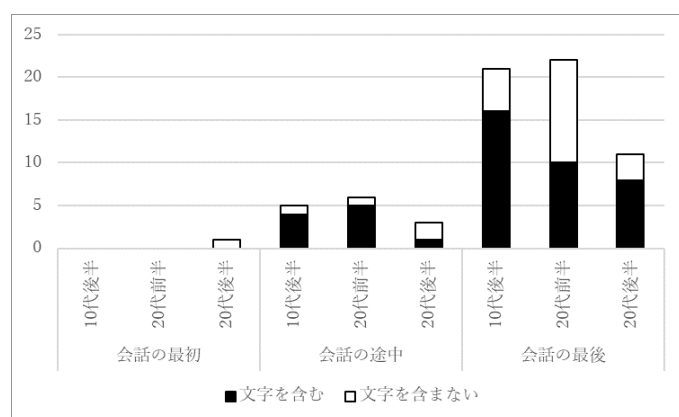


このグラフから、男性は文字を含まないLINEスタンプを会話の最初で使用することはなく、会話の途中や最後に使用する傾向があると言え、また女性は文字を含まないLINEスタンプを会話の最初や途中に使用することはほとんどなく、会話の最後に使用することが多いと言える。このことから、男性は会話の最後のみならず会話の途中においても（文字を含まないLINEスタンプで）ヴィジュアル表現に意識が向いており、逆に女性は会話の最後においてのみヴィジュアル表現の意識が強いことが指摘できる。

最後に、図14（次頁）は全場面において出現したLINEスタンプを年代別・出現のタイミング別に表したグラフである。ここでも、文字を含まないLINEスタンプにおける会話の最初での出現に年代差はほとんどなく、会話の途中の出現についてもほぼ同様である。差が生じたのは会話の最後の出現であり、20代前半における文字を含まないLINEスタンプの出現回数は文字を含むLINEスタンプを上回る結果となった。10代後半・20

代後半は、文字を含むLINEスタンプの方が出現回数は多く、特に10代後半においては文字を含むLINEスタンプの3倍以上とその差は大きい。年代別では、会話の最後で文字を含むLINEスタンプを最も使用するのは10代後半、文字を含まないLINEスタンプを最も使用するのは20代前半であるという結果から、10代後半は会話の最後に使用するLINEスタンプにはヴィジュアル表現のみならず、そこにメッセージ性を含ませているということが、逆に20代前半は会話の最後に使用するLINEスタンプに対しヴィジュアル性を重視していることが指摘できる。

図14：年代別のLINEスタンプ出現のタイミング



以上のことから、LINEスタンプと絵文字 (Emoji) の共通点は、男性よりも女性の方が使用回数が多いことが挙げられ、相違点は、絵文字 (Emoji) の使用傾向には場面差が生じるが、LINEスタンプの使用傾向においてはそれが生じないことが挙げられる。また年代別の絵文字 (Emoji) の出現回数の多さは降順で20代後半・10代後半・20代前半で、LINEスタンプの出現回数の多さは降順で20代前半・10代後半・20代後半であることから、ヴィジュアル表現の特徴として10代後半は絵文字 (Emoji) とLINEスタンプの2つを、20代前半は主にLINEスタンプを、20代後半は主に絵文字 (Emoji) を使用していると言え、多少の場面差は生じるものの、総じて年代によって絵文字 (Emoji) やLINEスタンプの使い分けがされていることが明らかとなった。また文字を含むLINEスタンプには男女差や年代差が生じないが、文字を含まないLINEスタンプにはそれらの差が生じる背景として、

LINEの会話で使用するLINEスタンプに対して、メッセージ性よりもヴィジュアル性を重視するタイミングが男女・各年代で違うことが挙げられる。会話の最初でLINEスタンプを使用することがほとんどないのは全年代の男女に共通しているが、会話の途中では女性よりも男性が、会話の最後では最も20代前半が、文字を含まないLINEスタンプを積極的に使用する傾向が強く見られ、それぞれのタイミングにおいてメッセージ性よりもヴィジュアル性が重視されていると言えるだろう。

5. まとめと考察

以上の結果・分析から、友人とのLINE会話における文字・LINEスタンプの使用傾向・特徴は以7点が挙げられる。

- ①絵文字 (Emoji) を除く文字の使用傾向には大きな場面差や男女差、年代差は生じず、場面や性別、年代を問わず文字使用 (表記) はおおむね統一される。これは、LINEが打ちことばでありながらも、全年代の男女が書きことばの認識をしているからである。
- ②絵文字 (Emoji) の使用傾向には場面差・男女差・年代差が生じ、場面別では人にお礼を言う場面が、男女別では女性が、年代別では20代後半が最も多く絵文字 (Emoji) を使用する傾向にある。これは、テキストのみの文章では表現しきれないニュアンスや感情を表すことができる絵文字 (Emoji) がガラケー時代から若者に重宝され、その中でも特に人との繋がりに重きを置き、「親しみ」ある会話をする女性が絵文字 (Emoji) を多く使用するからである。
- ③会話に出現する絵文字 (Emoji) が主として持つ機能・役割は「身体動作を表す」・「前接文に合わせた感情を示す」の2つが最も多い。これは、円滑なコミュニケーションを図る上では重要であるが、テキストベースのオンラインコミュニケーション上では欠落してしまう身体動作や表情をより忠実に、豊かに表現し、自分の言いたい (伝えたい) ことを誤解なく相手に伝えようとする意識が働くからである。

④人に依頼をする場面では句読点の役割を担う絵文字 (Emoji) の出現が少ない。これは、相手に依頼をする立場の人が意識する「謙虚さ」や「真剣さ」から、絵文字 (Emoji) による視覚的な華やかさや親しみは重要視されず、文中では句読点 (特に読点) が使用され絵文字 (Emoji) による代替は少ないからであると推測される。

⑤場面や性別、年代に関係なく、LINEスタンプの出現回数が多いほど文字を含むLINEスタンプの出現回数は多い。これは、LINEスタンプの種類が多種多様になってきており、LINEスタンプがエモティコン且つテキストの役割を担っているため、LINE利用者がLINEスタンプを言語的であると認識しているからだと推測できる。

⑥会話で使用するLINEスタンプに対して、メッセージ性よりもヴィジュアル性を重視するタイミングが性別・年代で異なる。これは、LINEスタンプに求める機能が性別・年代で異なり、メッセージ性の強い (文字を含むLINEスタンプ) ものとヴィジュアル性の強い (文字を含まないLINEスタンプ) ものの性質がそれぞれ異なるからである。

⑦会話中のヴィジュアル表現として、10代後半は絵文字 (Emoji) とLINEスタンプの2つを、20代前半は主にLINEスタンプを、20代後半は主に絵文字 (Emoji) を使用する。これは、ヴィジュアル表現のツールとしてガラケー時代から現在まで使用され続けている絵文字 (Emoji) と、LINEの誕生とともに普及しその種類が年々多様になっていくLINEスタンプ、それぞれ馴染みのある年代が異なるからである。

また、今回の結果・分析から、2章で言及した絵文字とEmojiの相違点、LINEにおける句読点の出現、そしてLINEスタンプが持つ機能の3つそれぞれに新たな特徴が明らかとなった。

まず、絵文字とEmojiの相違点は、2章3節で挙げた2点に加え、ケータイメールで使用される絵文字とLINEで使用されるEmojiとではそれぞ

れの主となる役割・機能が異なるということである。絵文字が主として担う役割・機能は「前接文とは異なる感情を示す」・「装飾・雰囲気、リズムとり、句読点、トピック転換」・「前接文に合わせた感情を示す」(降順)の3つであったが(三宅2012)、Emojiは「身体動作」・「前接文に合わせた感情を示す」・「前接文とは異なる感情を示す」(降順)の3つという結果であった。ケータイメールでは前接文と絵文字の関連性が薄いのに対し、LINEでは前接文とEmojiの関連性は高い。絵文字で欠落していた具体性がEmojiで改善され、より具体的で忠実なものになったため、Emojiはメッセージを誤解無くより具体的に相手に送信するという要素が強まったのであろう。

また、既に見たようにLINEにおける句読点の特徴について、加納ほか(2017)では「句点の代わりにメッセージを細切れにし、読点の代わりに特殊文字や補助的な記号等を使用する」ことが挙げられているが、これは今回の調査では見られなかった特徴であった。新たに推測できる特徴としては、絵文字 (Emoji) が読点の役割を担うこともあるが、文の最後に付加することが多いことから、絵文字 (Emoji) は読点よりも句点としての役割の方が大きいのではないかということである。しかし今回の分析では、絵文字 (Emoji) を役割・機能別に分類する際、三宅(2012)に倣い主となる役割・機能を1つのみに分類し、ダブルカウントを行わなかったため、句読点の役割を担う絵文字 (Emoji) が実際にどのくらい出現していたかは明らかにならなかった。そのため、この句読点における新たな特徴は推測の域を出ない。

また、LINEスタンプが持つ特徴について、倉田(2018)では4つの相づちの機能のうち「感情の表出」が最も多いとされていたが、本稿の実験調査では、会話の最後にLINEスタンプが(単独で)最も多く出現することが明らかになったため、LINEスタンプには会話を終了させる機能があると推測できる。また倉田(2018)は、LINEスタンプが持つ機能「理解・了解」を相づちに含んでいるが、今回の調査では「理解・了解」の意

味を示すLINEスタンプは会話の最後に多く出現していたため、「理解・了解」の機能は会話の終了に深く関係しており、その会話の最後で出現するLINEスタンプにはヴィジュアル表現の要素も含みながら、会話を終了させる合図のような要素も含んでいると考えられる。LINEスタンプは、出現するタイミングによって求められる機能や役割が異なるのではないだろうか。

6. 今後の課題

本稿の実験調査から、友人とのLINE会話における文字使用の特徴や、絵文字 (Emoji) やLINEスタンプが持つヴィジュアル表現以外の役割・機能が明らかとなった。

しかし、2章で述べた文の短文化・省略による文字使用の変化への影響については、今回収集した会話データでは文の短文化・省略の実例がほとんど見られなかったことから、明らかにすることができなかった。また絵文字 (Emoji) が持つ機能について、今回の分析では絵文字 (Emoji) を各役割・機能に分類する際にダブルカウントを行わなかったため、絵文字 (Emoji) が2つ以上の役割・機能を持つ場合の特徴を明らかにすることができなかった。これらは今後の課題として挙げられる。

注

- 1) 漢数字は日本語の文字に含むこととする。
- 2) 個人の氏名やメッセージ中で本来漢字・ひらがな・カタカナで示すことのできる文字をあえて記号で示していると読み取れる場合・または単語の中に記号が含まれる場合には、それらの記号は何らかの文字の代替として捉えることができ、またそれらの記号が欠落してしまうとそれを含む単語が1つの単語として成立しなくなってしまうため、それらの記号は日本語の文字に含むこととする。また、単独で使用された記号は日本語の文字に含まず、顔文字として使用された記号のみ日本語の文字に含むこととする。
- 3) 三宅 (2012) の「絵文字の役割・機能」の分類では、1つの文字に対して役割・機能が

2つ以上ある可能性については言及しておらず、それぞれの絵文字を1つの役割・機能に分類しているため、それに倣い本研究においても1つの絵文字 (Emoji) に2つ以上の役割・機能が存在していても、主となる役割・機能1つのみに分類し、ダブルカウントは行わない

4) 比率の算出方法 (例)

下表の場合は以下の計算式を用いる。

表記		10代後半					男女差
		のべ使用数			比率		
		男	女	計	男	女	
タベル	食べる	2 A	6 C	8	1.00E	1.00G	0.00
	たべる	0 B	0 D	0	0.00F	0.00H	

男性の比率： $E=A/(A+B)$, $F=B/(A+B)$

女性の比率： $G=C/(C+D)$, $H=D/(C+D)$

男女差： $|E-G|=|F-H|$

付記

本論文は、2023年に別府大学大学院文学研究科日本語・日本文学専攻に提出した修士論文 (指導教員：内山和也) を再編集したものである。

参考文献

- 落合哉人 (2019) 「LINEテキストチャットにおける分析単位の規定と接続表現の使用傾向」, 『筑波日本語研究』 23, pp.83-112.
- 加納なおみ・佐々木泰子・楊虹・船戸はるな (2017) 「『打ち言葉』における句点の役割：日本人大学生のLINEメッセージを巡る一考察」, 『お茶の水女子大学科学研究』 13, pp.27-40.
- 川上善郎・川浦康至・池田謙一・古川良治 (1993) 『電子ネットワークの社会心理：コンピュータ・コミュニケーションへのパスポート』 誠信書房.
- 楠井愛美 (2016) 「LINE におけるコミュニケーション：家族グループトークのテキスト分析から」 『語文』 158, pp292-309, 日本大学国文学会.
- 倉田芳弥 (2018) 「LINEチャットの会話における相づちの働き：『機能』及び談話管理を巡

- る方略的観点から」,『言語文化と日本語教』53, pp.1-10.
- 佐竹秀雄 (2002) 「変容す『書く暮らし』」,『日本語学』21(15), pp.6-15, 明治書院.
- 佐藤健二 (2012) 『ケータイ化する日本語: モバイル時代の“感じる”“伝える”“考える”』大修館書店.
- 柴田麻伸 (2021) 「若者のLINEにおける文字使用の傾向」中国学園大学卒業論文 (未公刊) .
- 高本条治 (1997) 「Eメール: 新しい書き言葉のスタイル」,『日本語学』16(7), pp19-27, 明治書院.
- 田中ゆかり (2001) 「大学生の携帯メール・コミュニケーション」,『日本語学』20(10), pp32-43, 明治書院.
- (2014) 「ヴァーチャル方言の3用法: 『打ちことば』を例として」, 石黒圭・橋本行洋『話し言葉と書き言葉の接点』, pp37-55, ひつじ書房.
- 中村功 (2000) 「携帯電話を利用した若者の言語行動と仲間意識」,『日本語学』19(12), pp34-43, 明治書院.
- 西川勇佑・中村雅子 (2015) 「LINEコミュニケーションの特性の分析」,『東京都市大学横浜キャンパス情報メディアジャーナル』16, pp49-59.
- 文化審議会 (2018) 「分かり合うための言語コミュニケーション (報告)」文化庁.
- 松村瑞子 (2001) 「日本語の会話に見られる男女差」,『比較社会文化: 九州大学大学院比較社会文化学府紀要』, pp69-75, 九州大学大学院比較社会文化学府.
- 三宅和子 (2012) 「ケータイの絵文: ヴィジュアル志向と対人配慮」,『日本語学』31(2), pp14-24, 明治書院.
- (2019) 「LINEにおける『依頼』の談話的特徴を記述・分析する(1): メディア特性とモバイル・ライフの反映を探る」,『文学論藻』93, pp31-49, 東洋大学文学部日本文学文化学系.
- 安岡孝一 (2012) 「WEBの記号・絵文字・顔文字」,『日本語学』31(2), pp6-13, 明治書院.
- LINE株式会社マーケティングソリューションカンパニー (2021) 「LINE Business Guide (Summary) 2021年1~6月期版」.
- モバイル社会研究所 (2022) 「モバイル社会白書Web版2021」.
- (2023) 「モバイル社会白書Web版2022」.
- 安田芳子・小川小百合・品川なぎさ (1999) 「現代日本語における男女差の現れと日本語教育: 意識・実態調査の分析」,『小出記念日本語教育研究会論文集』7, pp73-90.

(2024年3月22日受付)