

2021年3月11日発行

# ネット社会における文通の現状

宮 田 穰

相模女子大学紀要 VOL.84 (2020年度)

# ネット社会における文通の現状

宮 田 穰

## Current status of correspondence in the Internet society

Minoru MIYATA

### Abstract

In this paper, as part of modern letter research, we focused on correspondence, which is the style that makes the most of letters, and analyzed the current situation based on two surveys. One is a questionnaire survey for members of "BUNTSUMURA (Penpal Village)", which is a membership-based correspondence service. The other is an interview survey with the president of "BUNTSUMURA".

Currently, the number of the members is increasing rapidly, but more than 90% of the members are women. In addition, about half of the members are in their 30s or younger. The point to note is that women in their twenties and younger are highly satisfied with their correspondence.

This suggests that even in a society where the use of the Internet is becoming more commonplace, letters are used on a daily basis while properly being used properly with the use of SNS, etc., and letters are highly evaluated as an opportunity to enjoy communication itself. Furthermore, by understanding the appeal of letters and using them habitually, it can be expected to improve lifestyles that tend to be biased toward Internet use. It turns out that letters are a timeless medium that never loses its value.

---

**Key words :** Letter, Analog, Communication, Correspondence, Internet Society

### 1. テーマ設定とその背景

2017年以降、現代における手紙研究を続けてきた。そして、2019年7月に拙著『ネット時代の手紙学』を刊行した。また、手紙の魅力の中でも「手書き」の効用について考察し、2019年度本学紀要に研究ノートを提出した。

そこで、今回はネット社会の現代において、手紙を最も活用しているスタイルである文通を採り上げ、アンケート調査およびキーパーソンへのインタビュー

ーを通して、現状と今後への課題を整理したい。

今回のテーマとして文通を採り上げた背景には、2つの理由がある。1つは、近年文通利用者が急増していることである。今回調査対象とした文通村でも、2009年にスタートし10年かけて会員数が1000名を超えたが、その後2年間で2000名に倍増している。インターネット利用が世代を超えて日常化している中で、その正反対のメディアとも思える文通が、なぜいま急増しているのか。2020年はコロナ禍により、自粛生活を強いられたことも影響していると思われる

るが、それだけではないだろう。いずれにしても、文通利用者の急増の背景にあるものを深く検討してみたいと考えたからである。

もう1つは、著者自身がコミュニケーション研究の一環として、3年前から文通村に参加し、文通体験を重ねてきたことにある。その中で、多くの素材とともに、いくつかの気づきが生まれた。そこで、そろそろ体験を研究成果として総括する時期に来ていると考えたからでもある。

今回の研究テーマは、今までの手紙研究の成果に加え、自らの体験も踏まえた実践研究にもなっている。ちょうど、経営学の研究で行われる参与観察のようなものだと認識している。

手紙研究を通して改めて思うことは、手紙をコミュニケーション・メディアとして捉えたとき、文面だけからではわかりえないことが、そのプロセスの中でわかることも少なくないことである。また、その点がこの研究のオリジナリティにもなっている。

## 2. 研究方法と仮説

まず、今回の研究方法について述べていく。

考察にあたり、2つの調査を行っている。1つは、先に触れた文通の会員組織である文通村での会員対象のアンケート調査である。そして、もう1つは、文通村の創業者であり、現在の社長へのインタビュー調査である。それぞれの詳細は後述する。

次に、今回の研究仮説は、以下のようになる。

①文通利用者の急増の背景には、SNSなどインターネットでのコミュニケーションへのもの足りなさが影響している。

②現代でも、手紙の魅力を広く伝えていくことで、文通など手紙利用者が増加していくと期待できる。

③手紙を習慣的に利用することは、現代の生活スタイルを改善していくことにつながる。

では、調査結果について、詳しく紹介していく。

## 3. 調査①文通村会員へのアンケート

文通村は、2009年にスタートした文通をビジネスとする民間企業である。この文通事業は会員制で、個人情報保護に配慮し行われている。具体的には、ペンネームと架空の住所をもとに、事務局に手紙をまとめて送り、事務局が仲介することで文通が成立している。架空の住所とは、都道府県名のニックネームに番地が割り振られたもので、たとえば東京は

「お江戸通り○△番地」、長崎は「かすていら通り○番地」、福井は「越前通り△△番地」といったように、その土地らしさを表現したユニークなものとなっている。番地は、会員となったタイミング順に割り振られている。基本的に、番地の数字が小さい方が会員期間が長い。

では次に、会員調査の主な結果から、その世界の様子を紹介してみたい。

まず調査概要である。本調査は、文通村の了解の下、2020年2月時点の文通村会員1716名全員を対象に実施した。2月末までに手紙とともに届いた回答の回収率は40.9%で、そのうち有効回答数696件を分析した。それぞれについて、項目ごとに結果を解説していく。

性別/年代	～20代	30代	40代	50代	60代	70代～	計	
	15.7%	32.8%	23.7%	17.8%	8.9%	1.1%		
女性	92.7%	104	221	153	118	46	3	645
男性	7.3%	5	7	12	6	16	5	51
計	109	228	165	124	62	8	696	

表1 回答者の属性

### ①属性

性別と年代は、表1のようになっている。女性が回答者の92.7%を占めており、文通村での文通は、ほぼ女性が担っていることがわかる。年代的には、30代が32.8%と最も多く、40代が23.7%となっている。また、30代以下を合計すると、48.5%と約半数を占める。

このことから、文通村での文通は、平成生まれの若い女性が多くを占めており、ネットでのコミュニケーションとうまく使い分けながら、手紙を活用している様子がイメージできる。

一方、男性は限られているが、50代以降が半数以上を占めている。以前から、何がしか手紙に親しんでいた層が多いのではないかと推察できる。

会員期間	～20代	30代	40代	50代	60代	70代～	計	構成比%
女性	104	221	153	118	46	3	645	92.7
6か月以下	46	52	31	12	3	1	145	20.8
～1年以下	26	65	35	25	5	1	157	22.6
～2年以下	22	55	44	25	11	0	157	22.6
～3年以下	7	27	16	24	10	1	85	12.2
～5年以下	1	19	17	17	12	0	66	9.5
6年以上	0	2	10	11	3	0	26	3.7
無回答	2	1	0	4	2	0	9	1.3
男性	5	7	12	6	16	5	51	7.3
6か月以下	4	2	2	0	1	1	10	1.4
～1年以下	0	2	3	2	2	2	11	1.6
～2年以下	1	1	2	1	1	0	6	0.9
～3年以下	0	2	2	2	8	0	14	2.0
～5年以下	0	0	1	1	2	2	6	0.9
6年以上	0	0	2	0	1	0	3	0.4
無回答	0	0	0	0	1	0	1	0.1
計	109	228	165	124	62	8	696	100.0

表2 会員期間の内訳

②会員期間

文通村は、誕生してすでに10年以上が過ぎている。その中で表2のように、会員期間は女性の場合、6ヶ月以下が20.8%、6ヶ月～1年以下が22.6%、1年～2年以下が22.6%となっており、合計すると66.0%つまり約3分の2が、2年以下の会員となっている。平成生まれの若い女性が多いことを考えると、この層の多くが比較的最近、文通に関心を持ち始めた様子が推察できる。また年代ごとに見ていくと、30代女性は6ヶ月～1年以下が最も多く、40代女性は1年～2年以下が最も多いように、50代女性、60代女性の順に会員期間が長くなっている。このことは、年代の高さと継続性の高さの相関を示している。

③手紙の通数

手紙の通数	～20代	30代	40代	50代	60代	70代～	計	構成比%
出した通数	109	228	165	124	62	8	696	100.0
0通	6	18	10	8	1	3	43	6.2
1～3通	25	39	27	21	8	1	123	17.7
4～6通	33	86	48	40	19	1	227	32.6
7～10通	18	48	34	18	15	3	134	19.3
11通～	27	37	45	37	19		168	24.1
無回答			1				1	0.1
受取った通数	109	228	165	124	62	8	696	100.0
0通	3	3	3		1		10	1.4
1～3通	26	50	35	24	9	4	148	21.3
4～6通	37	89	46	39	19	1	231	33.2
7～10通	18	45	44	26	17		150	21.6
11通～	25	41	37	35	15	3	156	22.4
無回答					1		1	0.1

表3 出した通数と受取った通数

出した通数	0通	1～3通	4～6通	7～10通	11通～	無回答	計
受取った通数							
0通	7	3					10
1～3通	19	86	35	6	2		148
4～6通	13	26	156	24	12		231
7～10通	2	5	28	86	28	1	150
11通～	2	3	7	18	126		156
無回答			1				1
計	43	123	227	134	168	1	696

表4 出した通数と受取った通数のクロス集計

毎月、文通相手にどの程度手紙を出しているか、また受取っているかは、表3の通りである。

出した通数から見ていくと、4～6通が最も多く32.6%を占めている。次に11通以上が24.1%と多い。つまり、二山できていることがわかる。月に5通程度出す会員の山と、その倍以上出す会員の山が存在している。

一方、受取った通数は、やはり4～6通が最も多い。他はそれぞれ2割程度となっており、一山にしかなっていない。出した通数と受取った通数との、多少のアンバランスが見てとれる。年代的には、とくに

差は見られない。

そこで、表4のように出した通数と受取った通数のクロス集計をしてみると、やはり4～6通が最も多くなっており、一般的なやり取りのイメージといえる。そして、ほぼ相関している様子も見られることから、二山で出された手紙は、一山に整えられ受取っていることがわかる。多く出したからといって、必ずしも多く受取っているとは限らない。

④継続相手

文通を継続的にやり取りしている相手の数を見ていくと、表5のように4～6人が32.5%となっている。年代が上がっていくにしたがって、人数が増えていく傾向が多少みられるが、世代で大きな違いはない。このことは、出した通数や受取った通数の状況とも符合している。

ちなみに、今まで送った相手の数は、30代以降で16人以上が最も多くなっている。このことは、多くの相手に出してはみるが、継続的にやり取りするのは5人程度に落ち着くことを示している。著者の場合も、まさにその通りになっている。どのような相手と、どのような手紙をやり取りするかは人それぞれである。でも、会員として最初は16人以上に手紙を出し、そのうち5人程度が継続的にやり取りする相手となるのが、ひとつのパターンといえる。

相手	～20代	30代	40代	50代	60代	70代～	計	構成比%
継続相手	109	228	165	124	62	8	696	100.0
0人	8	17	8	4	2	1	40	5.8
1～3人	14	26	14	12	5	1	72	10.4
4～6人	45	76	48	31	23	3	226	32.5
7～10人	27	62	48	32	18		187	26.9
11人～	15	47	46	45	14	3	170	24.4
無回答			1				1	—
送付相手累計	109	228	165	124	62	8	696	100.0
0人		2		1			3	0.4
1～5人	8	20	15	8	2	2	55	7.9
6～10人	39	62	28	24	18	2	173	24.9
11～15人	28	44	51	24	17		164	23.6
16人～	34	100	71	67	25	4	301	43.2

表5 継続している相手と送った相手の累計

⑤手紙の魅力

手紙の魅力に対する思いについて、次の10項目を5段階評価（とても思う、まあ思う、どちらともいえない、あまり思わない、ぜんぜん思わない）で尋ねている。

- (1) 手紙を書くことが楽しい。(2) 手紙は相手の気持ちや心が伝わる。(3) 手紙は本音が言える。(4) 手紙は深い話ができる。(5) 手紙を通して視野が広がる。(6) 手紙を通して人間関係が広がる。(7) 手紙は自分のペースでできる。(8) 手紙は手元に残る

のが良い。(9) 文通は生活の刺激になる。(10) 文通はずっと続けていきたい。

そこで、それぞれの項目に対し、「とても思う」「とても思う+まあ思う」の比率を並べ、比較してみたものが表6のようになっている。

「とても思う」が最も高かったのは、(1)「手紙を書くことが楽しい」78.6%、続いて(10)「文通はずっと続けていきたい」65.0%となっている。「とても思う+まあ思う」と少し回答の幅を広げてみると、(1)(10)以外で高かったのは、(2)「手紙は相手の気持ちや心が伝わる」93.7%、(9)「文通は生活の刺激になる」91.6%、(5)「手紙を通して視野が広がる」89.7%、(7)「手紙は自分のペースでできる」78.4%となっている。

	とても思う <sup>o</sup>	とても+まあ思う <sup>o</sup>
(1)手紙を書くことが楽しい。 <sup>o</sup>	78.6% <sup>o</sup>	97.9% <sup>o</sup>
(2)手紙は相手の気持ちや心が伝わる。 <sup>o</sup>	49.9% <sup>o</sup>	93.7% <sup>o</sup>
(3)手紙は本音が言える。 <sup>o</sup>	17.3% <sup>o</sup>	57.0% <sup>o</sup>
(4)手紙は深い話ができる。 <sup>o</sup>	15.6% <sup>o</sup>	51.5% <sup>o</sup>
(5)手紙を通して視野が広がる。 <sup>o</sup>	41.2% <sup>o</sup>	89.7% <sup>o</sup>
(6)手紙を通して人間関係が広がる。 <sup>o</sup>	30.5% <sup>o</sup>	73.5% <sup>o</sup>
(7)手紙は自分のペースでできる。 <sup>o</sup>	39.2% <sup>o</sup>	78.4% <sup>o</sup>
(8)手紙は手元に残るのが良い。 <sup>o</sup>	39.6% <sup>o</sup>	74.9% <sup>o</sup>
(9)文通は生活の刺激になる。 <sup>o</sup>	53.6% <sup>o</sup>	91.6% <sup>o</sup>
(10)文通はずっと続けていきたい。 <sup>o</sup>	65.0% <sup>o</sup>	92.0% <sup>o</sup>

表6 「手紙の魅力」の比較

残された項目の(8)「手紙は手元に残るのが良い」74.9%、(6)「手紙を通して人間関係が広がる」73.5%、(3)「手紙は本音が言える」57.0%、(4)「手紙は深い話ができる」51.5%については、人によって意見が分かるとみることができる。とくに、(3)「手紙は本音が言える」、(4)「手紙は深い話ができる」の2つは、年代による差も出ている。それは、文通に期待していることの違いだと考えられる。

以上、5つの視点から調査結果を見てきた。全体を通して、わかることは次の通りである。

文通村では、月2回のやり取りできるタイミングがあるが、特定の相手ははっきりしていない最初の頃は、10名以上の相手に手紙を出してみる。そして、やり取りを重ねるうちに5名程度の相手に落ち着き、継続的にやり取りしていく傾向が見られる。

手紙の魅力については、「書くことの楽しみ」「気持ちや心の交流」「生活の刺激になる」が強調されており、さらに「視野が広がる」「自分のペースでできる」「手元に残る」「人間関係が広がる」が意識されている。そして、「文通はずっと続けていきたい」といった継続性、習慣化しやすさが、明確に示されて

いる。

文通は、一定期間の試行錯誤の後、継続的にやり取りしたい相手が数名固定化していくと、日常生活の中に習慣化しやすい。また、手紙を書くことに楽しさが感じられるか、相手の手紙から気持ちや心が感じられるかが、文通相手との関係を深めていく上での重要な視点となっている。

大学生たちに手紙について話を向けてみると、「手紙を書くのが面倒だ」、「ネットで十分だ」といった答えがよく返ってくる。ただ、趣味や習い事でも同じように、実際にその魅力を実感する体験や自分なりのこだわりを持つことで、手紙への印象は大きく変わるだろう。たとえば、直筆の手紙をもらうだけでもイメージは変わる。

現在のメディア環境を見ていると、ネットでの新しいコミュニケーションのサービスが次々と出てくることで、彼らにとってネット以外のメディアは「食わず嫌い」になりつつあるように思える。このような現状を変えていくためには、まず外からはなかなか見えにくい文通の世界を、もっとわかりやすく紹介する必要があるのではないだろうか。たとえば、文通の中では、いろいろなエピソードが見られる。その状況について、少し見ていこう。

今回の調査では、自由記述で「文通から生まれたエピソード」も差しさわりのない範囲で、簡単に紹介されている。特徴的なものをいくつか挙げると、以下の4つのタイプが見られる。

#### (1) 辛い時の気遣いが身に沁みたまもの

入院や家族に不幸があったときなど、気遣いに溢れた手紙をもらい、心が癒され、気持ちが少し軽くなった、など。このパターンは、比較的多く見られる。気持ちや心をしっかりと伝えられる、手紙ならではの良さが活かされている。

#### (2) 視野が広がるきっかけになったもの

本やDVDを積極的に紹介してくれ、実際に読んでみたり、視聴してみたりしたらハマった、など。相手への信頼感があればこそ、その紹介が素直に受け止められる。このパターンも多く見られる。

#### (3) 偶然の驚き

相手と誕生日が同じ。なかには、出産予定日が同じというものもあった。他には、同じ高校の卒業生だったことが後でわかった、など。何か1つでも偶然見つけた共通点があると、一気にお互いの距離が縮まる。ただ、このパターンは限られている。

#### (4) サプライズになったもの

四つ葉のクローバーがさりげなく同封してあった。

自分のために素敵なイラストを描いてくれた、マンガで表現してくれた、など。相手の配慮や特技が、受け手にとってサプライズになることは、たまにあるようだ。

以上のパターン以外にも、いろいろあるだろう。いずれにしても、エピソードとして心に残ることは、相手との信頼関係を一步深めることにつながる。また、エピソードが多いほど、関係は揺るぎないものになる。見方を変えれば、共有できるエピソードはその相手と長く文通を続けていく工夫に他ならない。このことは、継続するほど魅力が大きくなる文通らしさの1つといえる。

さらにいえば、手紙は形あるものとして手元に残る。当然、エピソードも保管さえしっかりしておけば、形ある思い出になる。もちろん、恋愛関係など証拠になるものは、あまり残しておきたくないという意見もある。ケースバイケースだと思う。

ただ、ネットではSNSのように写真などを短期的には残せても、何年にもわたって長い期間保管することは難しい。そう考えると、手紙のもつ保管性は、ネットにはない魅力の1つであることに改めて気づく。

会員調査の結果をいろいろ眺めてみると、不思議に感じることもある。それは、若い女性会員の評価の高さである。

手紙の魅力に対する評価について改めて見てみると、20代以下の女性会員の評価の高さが目立っているからだ。回答者のうち20代以下の会員は109人で、全体の15.7%を占めている。また女性比率は95.4%である。

そこで、「手紙の魅力」の10項目について「とても思う」と答えた比率を他と比較してみたい。

○	20代以下(a)○	30代○	全体平均(b)○	(a)-(b)○
(1)手紙を書くことが楽しい。○	84.4%○	80.7%○	78.6%○	5.8○
(2)手紙は相手の気持ちや心が伝わる。○	59.6%○	48.2%○	49.9%○	9.7○
(3)手紙は本音が言える。○	23.9%○	15.4%○	17.1%○	6.8○
(4)手紙は深い話ができる。○	24.8%○	13.2%○	15.2%○	9.6○
(5)手紙を通して視野が広がる。○	53.2%○	39.5%○	41.2%○	12.0○
(6)手紙を通して人間関係が広がる。○	42.2%○	30.3%○	30.3%○	11.9○
(7)手紙は自分のペースでできる。○	46.8%○	37.3%○	38.9%○	7.9○
(8)手紙は手元に残るのが良い。○	57.8%○	37.7%○	39.6%○	18.2○
(9)文通は生活の刺激になる。○	58.7%○	48.2%○	53.0%○	5.7○
(10)文通はずっと続けていきたい。○	63.3%○	62.7%○	65.0%○	△1.7○

表7 「手紙の魅力」で「とても思う」の割合比較

表7のように、比較対象として全体平均の他、最も占める比率が高い30代も並べてみた。

やはり、20代以下は(10)以外はすべて、全体平均より高い数値が出ている。とくに高さが際立って

いるのは、(8)(5)(6)である。手紙が手元にモノとして残ること。手紙を通して視野や人間関係が広がること。これらは、多くが日々ネットにどっぷりと浸かっている世代にもかかわらず、意外に思われるかもしれない。しかし、素直に受け止めれば、日々のネットでのコミュニケーションでは、画面上の情報は次々と流れ去っていき、また狭い人間関係の中で、決まりきった話題が繰り返されている様子がイメージできる。だから、手紙という今まであまり関わったことのないメディアの魅力を知ったとき、20代以下の年代は、驚きとともにネットにない魅力を強く感じているのだろう。

(2)(4)(7)についても、ネットではなかなか感じられない魅力だとみれば、「なるほど」と思える。(10)の「文通への継続意向」が少し低いのは、会員期間がまだ短いことによると考えられる。

「なぜ若い女性会員の評価が高いのか」という問いを立てるとすると、ネットに幼い頃から深く関わってきた世代だからこそ、手紙というメディア特性が大きく異なる存在に出会ったとき、新鮮さを感じるだけでなく、新しいコミュニケーション体験ができたからだと考えられる。このことは、「時代遅れ」になることのない、手紙の時代を超えた魅力を示しており、また世代を超えた幅広い利用の可能性を強く感じさせてくれる。

ちなみに、著者が日頃関わっている女子大生を見ても、コミュニケーションへの感性はかなり高いと感じている。たしかに、彼女たちはSNSの新しいサービスをどんどん取り込んでいく。ただ、面白くないものはすぐやめてしまう。ネットだから何でも良いというわけではない。面白いもの、友だちと一緒に楽しめるものへは、どんどんハマっていく。だから、文通の面白さを少しでも味わえれば、SNSとうまく使い分けながら、親しんでいける柔軟性が感じられる。要は、魅力的な体験が味わえるかどうかなのだ。

たとえば、著者のゼミナールで最近、手紙をテーマにいろいろ学んでみた。その中で「手書きの魅力」について理解を深めたいと考え、活字と手書きのイメージを比較する、簡単な実験を行った。詳細は除くが、同じ内容が書かれた活字の文面と手書きの文面を比較したとき、手書きのインパクトの強さを感じるとともに、手書きのもつ力として「書き手のまとまったイメージが喚起される」ことに気づき、改めて手書きの奥深さを感じたようだ。

少し話が広がり過ぎたようだが、いずれにしても

デジタル・ネイティブと呼ばれている20代以下の世代の手紙への評価が高いことは、今後の文通の広がりに対する可能性を示唆しており、その世代のコミュニケーションに対する欲求の高さが示されていると考えている。

#### 4. 調査②文通村社長へのインタビュー

今回は、上述したアンケート調査に加え、文通村の産みの親である社長の保科氏に、不思議に思うことを大きく4つに分け、インタビュー調査を2020年9月18日（10:00～11:30、ZOOMにて）させていた。主な調査視点は、以下の4点である。

①最近、会員が急増しているのはなぜか。

②20代以下の若い世代の手紙への評価が高いのはなぜか。

③そもそも女性会員が、9割以上を占めているのはなぜか。

④文通村の大きな特徴であるペンネームや架空の住所でも、文通が続くのはなぜか。

なお、それぞれの視点は、いろいろ重なりやつながりがあるので、キーワードを示し、内容のまとまりごとに回答や解説を述べていく。

##### キーワード①発見「こんな場所があるなんて」

文通村は、誕生から10年間を経て、2018年に会員数は1000名を超えた。そして、2020年9月現在2000名と倍増している。ここ2年ほどの社会状況を振り返ってみると、2020年2月以降、新型コロナ禍の影響により、自粛生活が広がったことは周知のとおりである。ただ、それ以前の約1年半は、オリンピックに向けたムード作りが見られたことぐらいで、特別大きな社会変化は見当たらない。そのような中で、会員は急速に伸びている。コロナ禍だけが大きな要因ではないだろう。

社長によると、一般に文通村のことを知るには、いくつかのきっかけがある。1つは、たまにマスコミで文通村が採り上げられることで、その存在を知り関心を持つパターンである。採り上げられたマスコミは、新聞、テレビ、雑誌、ラジオといろいろだが、メディアによって伝わる世代はさまざまであり、計画的に紹介されるわけではない。あくまで、偶然の出会いである。

もう1つは、インターネット広告で知るパターンだ。「文通」やそれに近い言葉をキーワードとして、検索連動型の広告をここ数年出しているという。こ

ちらの方は、ネットを介して文通に関心のありそうな人の目に留まり、ふと気づくきっかけとなる。

さらに、他に考えられるとしたら、会員による口コミだろう。インスタグラムなどSNSで、よく文通が紹介されているようだ。それを見て、関心を持つ人もいるだろう。

いずれにしても、インターネット広告以外では、文通村としての働きかけはほとんどない。つまり、ネット上での気づきの中で、文通村に出会うことが多いことになる。

そして、そのような出会いを通して会員になった人の、次のような声が印象的だそうだ。

「こんな場所があるなんて」「ネットで文通村に気づくことができた。ありがとう」など。

さらに、文通村を調べてみて、「こんなにも文通したい人が多いのか」と、ちょっとした驚きがあるという。また、始めてみて気に入ると、友人に紹介したり、家族に紹介したりする場合もあるそうだ。

文通村の存在は、現時点ではネット上を中心とした露出に限られているため、その存在に出会ったとき、ちょっとした発見の喜びや驚きがある。おそらく、現在急増しているのは、口コミも含めてネット上で発見される機会が増えており、発見者にとっては文通村というアナログの世界が新鮮に映り、印象に残りやすくなっているからではないか。とくに、最近のコロナ禍で不安が募る状況の中でも、いつも通りやり取りされている文通の世界は、「小さな喜び」につながりやすくなっているのではないかと社長はいう。

このように見てくると、文通村はネットで周知されることが多いが、そこがネットとは異質なアナログの世界の入り口になっている。そして、実際に体験してみると、ネットでは感じられない新鮮さや、小さいけれど確かな喜びが感じられる。また、その驚きを誰かに伝えたり、勧めてみたりしたくなるという感じだろうか。そのようなネット上での口コミも含めた展開が、現在盛んに行われており、そのことが会員の急増につながっているといえそうである。

そして、必然的にネットを多く利用する比較的若い世代からの入会が、現在目立っているという。また、先述したように、とくに20代までの若い世代の手紙への評価が高くなっている。急増している若い世代が満足度も高いとなれば、退会する人は少なくなる。そのことも、会員数拡大に寄与していると考えられる。

キーワード②体験「一緒にゆったりとした時間が味わえる」

20代までの若い世代の手紙への評価が高く、文通への満足度が高いことにはすでに触れたが、それはなぜなのか。その理由を、一步踏み込んで探ってみよう。

社長は、今の若い世代を惹きつけているのは「体験型消費」だからではないかという。親しい仲間とキャンプを楽しむように、楽しい時間を過ごすことが文通を通してできているのではないか。誰かを思い浮かべながら、手間をかけて手作りで手紙を仕上げる時間や、そのような相手からの手紙を、落ち着いてゆっくりと味わいながら読む時間が、至福の時間になっているのではないか。一言でいえば、「一緒にゆったりとした時間が味わえる」ことが魅力になっている、と。

日常的にはネットでいろいろな人とつながっているかには見えながらも、簡単につながれる分だけ、その実感は薄い。ネットでのやり取りは当たり前すぎて、少しもの足りないと感じるときがある。そんなとき、丁寧にアナログでまとめられた手紙には、プレミアム感がある。それは、贈り物のようにも感じる。誰かのために、丁寧にまとめられ、届けられた贈り物なのである。もちろん、頻繁に贈り物をもらえば、当たり前になり飽きてくるだろう。でも、ネットでのやり取りが頻繁に行われている中で、たまに届く手紙には何かしらネットとは異質な、どっしりとした手応えを感じるのではないだろうか。

このような手紙の受け止め方は、デジタル・ネイティブと呼ばれる20代以下の世代に限られることではない。ネット社会に生きている現在人の多くは、世代を超えてスマホを気にしながら生きている。とりわけ昨今のコロナ禍では親しい人に会える機会に限られている分だけ、手紙から伝わってくる重みは、いつもの何割増しにもなっているに違いない。

そんな手紙だからこそ伝わる重みには、どのような思いがとくに影響しているのだろうか。社長によれば「みんな、つながりを持ちたい気持ちがある」からだという。だから、手紙という贈り物が届くと、気持ちは和らぐのである。たとえ、目の前に相手がいなくても、手紙の重みが十分相手の存在を伝えてくれる。ネットでどんなにやり取りを重ねても、なかなか届かない思いなのである。

20代以下の若い世代は、生まれたときすでにケータイがあり、パソコンも使えるようなデジタル生活の中にあっただ。そして、成長とともにそのような環

境がますます充実し、現在に至っている。だから、手紙を通して感じる心の背景には、ネットでのコミュニケーション体験が無意識のうちに組み込まれている。そのことは、他の世代以上にアナログの塊である手紙を新鮮に感じ、手紙体験の中にネットでは得られない手応えを敏感に感じ取ることにつながる。

さらにいえば、20歳前後の女性のもつコミュニケーションへの敏感さも、関係しているのではないかと考えている。日頃女子大生と接していて感じることは、次々と出てくるネットの新しいサービスへの好奇心が旺盛な一方で、古くても良さが感じられるものへは、躊躇なく認める柔軟さがある。たとえば、ゼミで絵手紙を体験したときも、全員がほぼ初体験ながらごく自然に取り組んでいた。それぞれの絵手紙の中に、ちょっとした表現のこだわりすら認められた。要は、日頃からそのような環境が、ごく身近に当たり前にあるかどうかではないだろうか。

もともと女性の場合、子どもの頃からメモを交換したり、ちょっとした俗語（スラング）を作ったりするのが得意である。手紙の場合は、現在のところ利用状況に男女差が明確に見て取れる。次に、その男女差について踏み込んでみたい。

キーワード③女性「コミュニケーション自体を楽しめる」

すでに紹介したように、文通村では会員の9割以上が女性で占められている。このような状況は、以前から見られるだけでなく、他の文通サービスでも多少の比率の違いはあっても、同様な傾向が見られる。

社長にその理由を尋ねてみたところ、「女性の方が、コミュニケーション自体を楽しむことができる」からではないかという。そして、この傾向は世代を超えて認められることでもある。

では、男性の場合は、なぜ文通に関心があまり向かないのだろうか。それは、わかりやすい目的がないとコミュニケーションしづらいのではないかと、社長は考えているようだ。たしかに、自分のことを振り返ってみても、何かを尋ねるためや意見を聴くために問い合わせることは多い。何となく雑談を楽しむことがないわけではないが、さほど多くはない。

また、著者が日々公園で犬と散歩していると、いろいろな犬連れに出会う。不思議なことに、男性の多くはもくもくと決められたコースをたどるように散歩している。それに対して、女性は犬連れ同士で集まりたがる傾向がある。それは、挨拶を交わす程

度ではなく、ごく自然に集まり、立ち話が始まる。遠くから散歩をしながら眺めていると、なかなか立ち話が終わりそうに見えない。散歩はどこに行ったのかと思いつつも、話し相手が増え、さらに立ち話が長くなっていく。別に悪いことではない。でも、いつものように犬と散歩をすることだけに囚われがちな男性と、知り合いに出会うとごく自然に話が弾む女性の集団が、とても対照的に見える。

別に女性だから、男性だからというわけではないが、たしかに女性の方がコミュニケーションそのものを楽しめる傾向を強く感じる。しかも手紙には、「いろいろなところを楽しめる要素が組み込まれている」と社長はいう。便箋であれ、使われている筆記具であれ、切手であれ、同封されたカードや葉であれ、それらに込められた相手からの思いやメッセージを読み取ることができる。そこには発見する楽しみもあれば、相手との絆の深さを再認識する喜びもある。

また、女性にとって手紙は、「日々何気なく感じていることや、ため込んでいる思いをごく自然に出せる場でもある」と社長は指摘している。女性同士、わかり合っている者同士が、お互いの生活観を分かち合うことで、お互いの生活を認め合い、気持ちも落ち着く。そのような手紙の良さが、多くの女性に支持されているように考えられる。

以上のようにみえてくると、手紙が女性主体のメディアであり続けることは、今後も変わらないだろう。一方、文通村の男性会員のように、手紙という形のあるコミュニケーションを楽しめるセンスが、多くの男性の中にも広がっていくようになれば、手紙の利用もまた男性の間で広がっていくのではないだろうか。

さらに、以前、日本絵手紙協会のスタッフに取材していたとき、絵手紙での文通会員もまた男性に限られている理由を尋ねたことがある。そのとき、「男性は見栄を張ったり、自慢しがたりしがちなところがあるからではないか」と、そのスタッフが自嘲気味に答えてくれた。見栄や自慢はコミュニケーションを止めてしまう。そのスタッフも男性の1人なのだが、相手を信頼し素直に心の中をさらけ出せることが手紙の良さであるとともに、それがハードルの高さにもなっていることが改めてわかる。とりわけ男性の場合は、手紙を通して素直に心を開くことに、少しずつ慣れていく必要があるのかもしれない。

キーワード④匿名「外見や肩書に囚われず、内面が素直に出せる」

文通村の大きな特徴であり、深い意味が込められている仕組みに匿名性がある。会員はペンネームしか知らない。住所もニックネームのような架空の場所である。ただ、そのニックネームから、かすかにその土地柄がうかがえるだけだ。

社長は、文通村を始めるときに、高齢者でも参加できるような安全な場にしたいと考えたという。一方、一時期「2ちゃんねる」が匿名の掲示板として話題になっていたが、匿名で誹謗中傷が飛び交うような荒れた場合は、大嫌いだっただろう。そして、最終的に匿名で新しいコミュニティを立ち上げようと決意した理由は、手紙への信頼だった。

つまり、手紙は1対1でのやり取りであり、相手に厳しい言葉を投げつけるよりも、相手の役に立ちたいという思いが勝るだろうと考えたのである。いわばコミュニケーションの性善説を信じたわけである。その結果、現在のような安心して手紙がやり取りできている場が実現できている。そして、2000人規模の会員から支持されている。

安全で安心できる場合は、匿名で手紙をやり取りすることの意味の1つでしかない。匿名で文通が続いていくことのもう1つの大きな意味は、「外見や肩書に囚われず、素直に内面が出せること」だと社長はいう。対面であれば、相手の外見について引きずられてしまうことがある。また、職業や肩書から先入観を持つことも少なくない。

しかし、匿名であり、手紙という内面が丁寧に表現できるメディアだからこそ、お互いの素直な思いの交流ができる。しかも、文通を重ねることで、少しずつ相手の情報が増えていくとともに、相手のイメージも膨らみ、徐々に信頼関係が築かれていく。そこに、喜びも感じられる。

著者自身も、長くやり取りしている2人の文通相手がいる。そのような関係が3年近くたつと、ペンネームそのものが相手であり、それが実名でないことに何ら違和感などない。ちょうど好きな作家が、実名なのかペンネームなのかは気にならないのと同じである。要は、毎回のやり取りの中身が重要なのであり、その積み重ねが信頼関係にそのままつながっていく。

考えてみれば、日頃安心して本音で話せる場や相手は、さほど多くない。身近な家族か、よほど心許せる親友ぐらいだ。でも、文通びとのように、多少距離を置いた相手であっても、ある程度の配慮をし

ながら本音で話せる相手がいることは貴重である。場合によっては、家族や親友にも話せないことでも、文通相手への手紙なら書けることも十分ありえる。それも、手紙という深い内容が表現できるメディアと、匿名で安心してやり取りできる仕組みのお蔭だといえる。

文通村で、手紙のやり取りを通して現実に行われていることは、外部から見れば不思議に見えることが多いかもしれない。しかし、その中の人となり、自分なりに思いを込めた手紙をやり取りしてみると、実に気持ちの良い仕組みになっていると実感できる。

## 5. 考察

まず、社長インタビューから、文通村という場を理解する4つのキーワード、すなわち発見、体験、女性、匿名を改めてトータルに眺めてみたとき、現在のネット社会に対する懸念がメッセージとして伝わってくる。なぜなら、文通村で大切にされていることは、ネット社会の現実の中では、なかなか得難いものがあるからだ。いくつか挙げてみたい。

1つは、手間暇をかける機会をあえて持つことだ。ネット社会では、「便利さ」という魔術的な言葉を吐くことで、できるだけ自分が関与しなくても満足が得られる仕組みが、素敵なものとなりがちである。よく、音声認識を使って、声で命令するだけで電化製品が稼働したり、ちょっとした疑問を検索して答えてくれたりするものがある。便利というより、無駄と考えることもできるが、このような行為には落とし穴がある。

それは、自分で簡単にできることをわざわざデジタルな仕組みに委ねることによって、自分ですることが苦手になり、苦痛になることだ。たとえば、直筆で書くことを無意識のうちに避けていると、次に書くことが下手になり、苦痛になる。そのうち漢字を忘れ、字が書けなくなってくる。手が疲れてしまい、長い文章が肉体的に書けなくなることもある。

今回の会員調査では、「手紙を書くことが楽しい」というポイントがとても高かった。もともと書く習慣があり、日常的に書き続けていれば楽しいことが、便利さに委ねることで苦痛になっていくのである。

つまり、直筆のようにアナログによるやり方には、一定程度自分の関与できる部分がしっかりと残されており、関与し続けることで習熟し、自分らしいやり方やコツが身につく。生活全般にわたって、行き過ぎたデジタル化は、自分の関与できる部分をどん

どん失わせ、自らの存在価値を狭めてしまう。どんなに便利だろうと、適度に自分が関与できるアナログ部分を、一定程度残しておくことを心がけたいものだ。

もう1つは、特に立派な目的がなくてもコミュニケーション自体を楽しめることだ。このことは、日常的な時間の過ごし方や時間に対する考え方につながる。一言でいえば、コミュニケーションを楽しむことに価値を認められれば、生活にゆとりが生まれる。

文通のように、週単位、月単位でコミュニケーションが進んでいく世界は、待つ楽しみと時間的な余裕がなければ成立しない。ちょっと面倒なことがあると、すぐに「時間がない」と答えてしまう人が、文通をやることは難しい。

肝心なことは、文通をやるかやらないかではなく、時間的、精神的に余裕のある生活を大切にできるかどうかである。このことは、日々のストレス状況にも影響してくるだろう。常にネットでのやり取りに急ぎ立てられるような時間の過ごし方しかできないと、落ち着いて考える余裕が持てない。また、コロナ禍で自粛生活が続いたとき、自ら時間をゆったりと楽しめる余裕がないと、とにかく時間を埋めようとストレスばかりが溜まってしまい、常に不安定な精神状況に置かれてしまう。文通は、当たり前の日常生活の中にどれだけ楽しみを見つけられるか、また時間的な余裕がどれだけ持っているかを測る試金石にもなる。

さらに挙げられることは、気兼ねなく、安心して本音で話せる機会を持つことである。このことは、なによりも自分の心を開放することにつながる。手紙を書くこと自体、自分と深く対話し、心を浄化していくことにもなる。

ネット社会では、目の前を飛び交っている雑多な情報量が膨大である。しかも、それらの情報が必要かどうかの判断もできないまま、情報に振り回されることが少なくない。そんなとき、誰かと心を開いて本音で話せる機会があると、気持ちが落ち着き、周りに対して冷静に判断しやすくなると考えられる。そして、不要な情報は断捨離し、本当に必要なことに時間を十分かける。そのような日々の過ごし方ができれば、人間関係も良好になっていく。

文通生活は、現代のネット社会に置かれることで、良いことも悪いことも鏡のようにさまざまなものを映し出す。まさに、文通村はネット社会にとって、さまざまな示唆を現代人に与えてくれるしかけだと

考えている。

文通村会員へのアンケート調査結果も含めて考えたとき、ネット社会での文通の現状は、若い世代の女性を中心に、日常的なコミュニケーションの中に手紙を組み入れ、手紙を書くことを楽しみながらネット利用と使い分ける。そのような生活の知恵が、習慣化できていることがわかる。

## 6. 結論

それでは、仮説に立ち返って、現時点での結論をまとめておきたい。

「仮説①文通利用者の急増の背景には、SNSなどインターネットでのコミュニケーションへのもの足りなさが影響している。」

デジタル・ネイティブと呼ばれている20代までの若い世代による文通への評価が高い点は、ネットでのコミュニケーションでは得られない価値を手紙に感じていることを如実に示している。ただ、SNSなどネットでのコミュニケーションへのもの足りなさかは明確ではない。それぞれ異なる質のコミュニケーションとして、若い世代が理解しているといえる。

「仮説②現代でも、手紙の魅力を広く伝えていくことで、文通など手紙利用者が増加していくと期待できる。」

まず、文通村をはじめ他の文通サービスが会員数を伸ばしていることを踏まえると、コロナ禍の現在が手紙の存在に気づきやすい時期になっていることがわかる。また、会員アンケートで示された手紙を書くこと自体の楽しさや、手紙から相手の心や気持ちが伝わること、そして手紙のやり取りを継続する意向の高さなどへの認知が高まることで、手紙利用者の増加が十分期待できる。

「仮説③手紙を習慣的に利用することは、現代の生活スタイルを改善していくことにつながる。」

既にアンケート結果から示されているように、文通の継続意向の高さ、つまり手紙のある生活へのニーズがわかる。さらに、若い世代で他の世代より評価が際立っている点として、手紙を通じた視野や人間関係の広がりや関係性を通して、ネットに偏りがちな生活スタイルを改善していきたいという意向が示唆されている。

また、社長インタビューでも若い世代の「体験型消費」への意識が高く、ゆったりとした時間を誰か

と過ごすことを求めている点が指摘されている。このような時間感覚からも、生活スタイルへの改善につながる可能性が感じられる。

さいごに、今後の手紙の活用に関する課題について、簡単に触れておきたい。

まず、1つ目は、現在文通に象徴されるように、手紙は世代を超えて女性に広く支持されている。しかし、男性には利用者が限られている。今後、手紙がいかに性差を超えた利用に広げられるか、そのためには何が必要なのかを明らかにすることが課題である。

2つ目は、現代のようなネット社会に相応しい文通の形を、いかに見出すかである。その意味で、匿名性をベースにした文通村の取り組みは参考になるといえる。

そして、3つ目は手紙が基礎的なコミュニケーション教育として、学校教育にいかに関与されるかである。現在、学習指導要領の中で手紙の学習は位置づけられている。しかし、現場ではインターネットのリテラシーに関わる教育が優先され、なかなか手紙への教育が十分に行われていない。今後、教育課程の中で早い段階から手紙を学ぶ機会が得られれば、10代の手紙に対する意識は向上し、現状とはかなり異なるだろう。

そのためには、学校教育の中で手紙を、時代を超えた文化の1つとして明確に捉えることが、何よりも重要だと考えている。

## 参考文献

(書籍)

宮田穰『ネット時代の手紙学』北樹出版、2019  
一田憲子(取材・構成)『手紙のある暮らし』マイナビ、2015

シヨーン・アッシャー編、北川玲訳『注目すべき125通の手紙』創元社、2014

ニック・バントック、小梨直訳『不思議な文通』河出書房新社、1992

(その他)

文通村「ふみびと」(会員誌)、2017年8月～  
青少年ペンフレンドクラブ事務局「レターパーク」(会員誌)、日本郵便、2020年5月～

「文通村」サイト <https://www.fumibito.com/>

「青少年ペンフレンドクラブ」サイト

<https://www.pfc.post.japanpost.jp/index.html>

「日本絵手紙協会」サイト

<http://www.etegami.or.jp/index.html>