

<原著論文>

[学生の精神衛生研究班]

大学生における SNS 利用時における 心理的ストレスの研究

— LINE, Twitter, Instagram の比較を通じて —

都 筑 学 宮 崎 伸 一
村 井 剛 早 川 みどり
永 井 暁 行 飯 村 周 平

Study on Psychological Stress During SNS Utilization:
Comparing LINE, Twitter and Instagram

Abstract

This study aimed to examine how university students experience psychological stress when they use SNS (Social Networking System). The participants were 516 undergraduate students in five different university. They were asked to complete a sheet of questionnaire which consisted of the following questions; (a) possession of account of LINE, Twitter and Instagram, (b) utilization frequency and time for LINE, Twitter and Instagram, (c) the degree of dissatisfaction while using LINE, Twitter and Instagram, (d) SRS-18 (psychological stress scale for LINE, Twitter and Instagram), (e) critical thinking disposition scale (Hirayama & Kusumi, 2004). The obtained findings showed that there were slightly differences among LINE, Twitter and Instagram concerning students' style of sending and receiving information for others, but the degree of dissatisfaction while using LINE, Twitter and Instagram raised psychological stress. Finally, psychological function of using SNS and further research tasks were discussed.

1. 問題と目的

今日、LINE, Twitter, Instagram などの SNS (Social Networking Service) は、大学生の対人関係において重要なものになっている。その利用実態は、次のような調査から明らかにされてきた。

溝上 (2009) の「大学生の生活の過ごし方」尺度に修正を加えて調査した都筑ら (2016) によれば、「対人交際」の因子には、「異性の友だちと直接会って交流する」「同性の友だちと直接会って交流する」「クラブ・サークル活動・部活動をする」「コンパや懇親会などに参加する」「友だちと LINE やメールをする」「SNS (Twitter, Facebook, mixi, ブログなど) を利用する」の 7 項目が含まれていた。また、各項目の活動者の割合は、「同性の友だちと直接会って交流する」(96.0%)、「異性の友だちと直接会って交流する」(77.8%)、「クラブ・サークル活動・部活動をする」(80.2%)、「コンパや懇親会などに参加する」(44.4%)、「友だちと LINE やメールをする」(97.6%)、「SNS (Twitter, Facebook, mixi, ブログなど) を利用する」(90.5%) であった。これらの結果から、大学生の対人交際には、直接的な対人関係である FTF (face-to-face) だけでなく、コンピュータを介した間接的な対人関係である CMC (Computer-Mediated Commutation) の側面が不可欠なものになっている。

都筑ら (2017) がおこなった調査によれば、大学生が最も頻繁に利用しているのは LINE であることがわかった。利用割合は 98.2% であり、ほぼ全員が LINE を利用していた。LINE の利用に関する満足度は、7 段階評定で 5.38 であり、非常に高かった。Twitter の利用は、LINE に続いており、83.2% だった。Twitter の利用に関する満足度も平均で 5.25 であり、LINE の満足度と同じ程度に高かった。他方で、LINE と Twitter の利用目的に関しては、差異が認められた。LINE は、友だちとの連絡手段として専ら使われていた。これは、総務省情報通信研究所 (2013) の調査結果と一致していた。Twitter に関しては、さまざまな情報の収集のために専ら利用されていることがわかった。

岡田・尾久土・中申 (2014) は、授業において LINE が効果的に使われている具体的な事例について検討し、学生が自ら設定した課題に取り組み、それが単位として認定される「自主演習」科目のプロジェクトマネジメントを運営している学生団体にインタビュー調査をおこない、彼らがミーティングや全体メールだけでなく、LINE を利用して情報共有していることを明らかにした。

このように、LINE や Twitter は、他者に情報を伝えたり、他者から情報を得たりするツ-

ルとして、有益である。植田(2013)によれば、携帯電話会社に関係なく無料で使えるLINEは、知人や友人同士のクローズドな関係による居心地のよいコミュニケーションとなっている。都筑ら(2017)によれば、大学生の就職情報などの収集にとって、Twitterは効果的な手段として利用されていると考えられる

他方で、SNSには陰の側面もある。SNS疲れ(森・名取・小崎, 2014a,b)と呼ばれるような現象が、その一つである。高橋・伊藤(2016)は、TwitterとLINEの利用時には、他者からの反応を常に気にしながらの行動が多くを占めていることを明らかにしている。それらの行動は、以下のような4つである。第1は、SNS上での他者からの反応を常に気にして反応を返そうとする衝動による「敏感反応」(「早く返信しなければならない衝動に駆られる」「リプライが来たかどうか常に確認する」「Twitterの通知が多いとイライラする」)である。第2は、自己呈示したり他者から自分が期待する反応を引き出そうとしたりする「自己アピール」(「意味深なツイートをおこなう」「自分の日常が充実していることをアピールする」「忙しいということをアピールする」)である。第3は、SNS上での対人的な摩擦を回避したり、他者からの挑発を無視したりする「スルースキル」(「不快なツイートを見ても、何事もなかったかのように別の話題をツイートする」「不快なツイートを見たら見て見ぬふりをする」「批判や意見が分かれるようなツイートをしない」)である。第4は、SNS上での自分の行動が他者から不快に思われないように配慮する「表現法配慮」(「連続投稿を避ける」「長文にならないようにする」「いつもテンションが高いように心がけている」)である。それに対して、SNSが有している機能を積極的に利用しているのは、「一般的積極利用」(「写真や動画を添付してツイートをおこなう」「共通の趣味や話題についてツイートをおこなう」「他人の意見に共感を示す」)の一つだけだった。

都筑ら(2017)は、LINEを利用する時間が長くなればなるほど、Twitterの利用時間も長くなることを見出しており、このことから、SNSを長時間利用し続ける人が、一定程度存在することが示唆される。その中には、「SNS疲れ」の状況にある人もいることが推測される。

SNSには、さまざまな情報が流れるが、そうした情報を取捨選択し、活用していくには、批判的思考(平山・楠見, 2004)を持ちながら、情報に接していくことが必要となる。批判的思考とは、反省的思考の一種であり、自分自身の推論過程を意識的に吟味することである。そのような批判的思考が高いほど、情報に惑わされずに、客観的な視点に立って、情報をやりとりすることができるようになるといえる。

濱野・浦田(2016)は、SNSを利用してやりとりする相手が既存の友人であり、新しい対人関係を築くツールとして、SNSがあまり利用されないことを見出している。それに対して、都

筑ら (2017) は、LINE や Twitter の利用についての自由記述の分析から、大学生が新しい人間関係のもとで、SNS を利用する可能性があることを示唆している。

以上のことをふまえて、本研究においては、以下の2点について検討することを目的とする。第1は、大学生のSNSの利用実態を把握することである。そのために、LINE、Twitter、Instagram の利用方法について、知人との情報の送信・受信の有無、不特定多数の人との情報の送信・受信の有無、利用頻度 (1週あたり)、利用時間 (1日あたり)、利用時の不満度を検討した。第2に、SNS の利用実態 (利用頻度、不満度) と批判的思考態度、ストレスの関連を検討することである。その際に、図 2-1 に示す仮説的なモデルを設定し、LINE、Twitter、Instagram ごとに分析した。具体的には、SNS の利用頻度から批判的思考態度、批判的思考態度から不満度、不満度からストレスという関係を想定した。

[都筑 学]

2. 方 法

2-1 調査手続き・対象者

主に著者らが担当する講義を受講する学生に調査協力を依頼した。本研究では全部で5つの大学 (大学 A~E) から調査協力者を募った。その結果、大学生516人 (平均年齢19.88歳, $SD = 1.18$ 歳) の調査協力が得られた。性別の内訳は男性が249人、女性が266人、その他が1人であった。学年の内訳は1年生203人、2年生180人、3年生93人、4年生35人、5年生以上が5人であった。調査協力者はインターネットを介した、無記名のアンケートフォームへの入力が求められた。調査時期は2017年11月24日から12月8日までおこなわれた。調査に関するインフォームドコンセントはアンケートフォームの最初のページにておこなわれ、調査の同意が得られた場合には、引き続き質問への回答が求められた。

2-2 調査項目

本調査では3つのSNSに対して以下の項目への回答を求めた。

(1) アカウントの有無について

該当するSNSについて、アカウントの有無を「アカウントを持っていて、現在も使っている」、「アカウントを持っているが、現在は使っていない」、「アカウントを持っていない」の3択から選択を求めた。「アカウントを持っていて、現在も使っている」を選択した場合、以下の(2)~(4)の項目に対する回答ページに移り、「アカウントを持っているが、現在は使っていな

い, 「アカウントを持っていない」を選択した場合は次のSNSに対するアカウントの有無の質問に移った。

(2) SNSの利用実態について

利用実態については, 以下の3項目を質問した。「各SNS」にはそれぞれ該当するSNSの名称に置き換えられた。第1に, 「あなたは“各SNS”をどのように利用していますか?」という質問に対し, 「“各SNS”で自分から知人に向けて何らかの情報(文字, 写真など)を発信する」, 「“各SNS”で自分から不特定多数に向けて何らかの情報(文字, 写真など)を発信する」, 「“各SNS”で知人の発信した情報(文字, 写真など)を閲覧する」, 「“各SNS”で不特定多数が発信した情報(文字, 写真など)を閲覧する」, 「その他(自由記述)」から多肢選択法によって求めた。第2に, 「あなたは“各SNS”をどのくらいの頻度で使いますか?」という質問に対し, 「ほぼ毎日」, 「週に4, 5日ほど」, 「週に2, 3日ほど」, 「週に1日」, 「それ以下の頻度」から当てはまるものを1つのみ選ぶように求めた。第3に, 「あなたは“各SNS”を利用する際, 平均して1日にどの程度の時間利用していますか?」という質問に対し, 「1時間未満」, 「1~2時間くらい」, 「2~3時間くらい」, 「3~4時間くらい」, 「4時間以上」から当てはまるものを1つのみ選ぶように求めた。

(3) SNS利用時の不満度

各SNS利用時に不満を感じたことがあるかを4件法によって回答を求めた^{#E1)}。

(4) SNS利用時の心理ストレス

各SNSの利用時における心理ストレスを測定するために, SRS-18(鈴木, 1997)を用いた。本研究では各SNS利用時における心理ストレスについて, 回答を求めたため, 教示を「以下にあげる項目は, LINE(Twitter, Instagram)を利用している時のあなたの感情や行動の状態にどのくらい当てはまりますか?」とした。SRS-18の下位尺度の内, 「抑うつ・不安」, 「怒り・いらだち」に含まれる13項目を使用した。鈴木(1997)に従い, 4件法によって回答を求めた。

(5) その他のSNSについて

この質問からは各SNSについての質問の後に, 調査協力者全員へ質問した。まず, 本研究で扱った3つのSNS以外に大学生が利用しているSNSについての情報を集めるために, 「LINE, Twitter, Instagram以外であなたが利用しているSNSがあれば, 教えてください」, 「アカウントを持っているが, 今は利用していないSNSがあれば, 教えてください」という質問項目に対し自由記述による回答を求めた。

(6) 批判的思考態度

次に, 批判的思考態度尺度(平山・楠見, 2004)への回答を求めた。批判的思考態度尺度は

「思考への自覚」, 「探求心」, 「客観性」, 「証拠の重視」からなり, 全部で33項目であった。平山・楠見 (2004) に従い, 5 件法で回答を求めた。

(7) デモグラフィック変数

最後に, 性別, 所属大学, 学年, 年齢の回答を求めた。

2-3 分析手続き

本研究の目的を検討するために, 次の手続きに沿って分析をおこなった。

- (1) 各変数の要約統計量として, 平均, 標準偏差, 最大値, 最小値, 信頼性係数, 相関係数を算出した。
- (2) SNSの利用実態を把握するために, 各SNSの利用方法(情報の送受信)と利用頻度, 利用時間, 不満度の関連を検討した。この分析には, 重回帰分析, 順序ロジスティック回帰分析, 2項ロジスティック回帰分析を用いた。
- (3) SNSの利用実態(利用頻度, 不満度)と批判的思考態度, ストレスの関連を検討するため, 図 2-1 に示すモデルをLINE, Twitter, Instagram ごとに分析した。具体的には, 利用頻度から批判的思考態度への予測には回帰分析を用い, また, 批判的思考態度から不満度への予測には回帰分析を用いた。不満度からストレスの予測には, ポアソン回帰分析をおこなった。

[永井暁行・飯村周平]

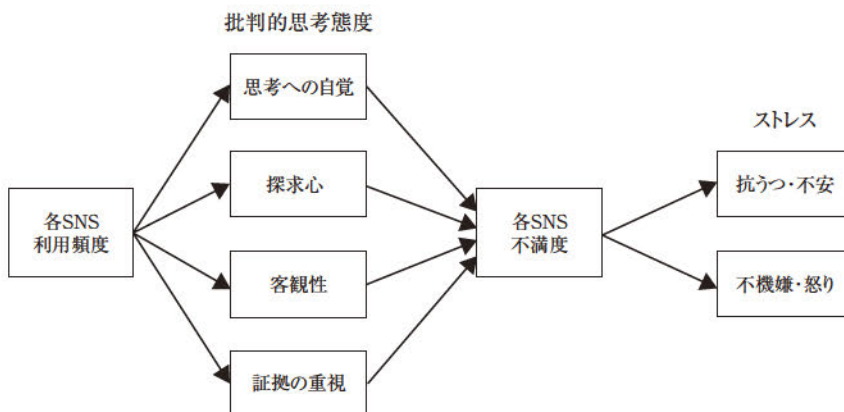


図 2-1 本研究の仮説モデル

3. 結果と考察

3-1 LINEの利用実態と関連要因の分析

LINEを現在利用している人は505人(98.8%)だった。「アカウントを持っていない」が2人(0.4%),「アカウントを持っているが現在使用していない」が4人(0.8%)だった。このように、ほぼ全員と言ってもよいぐらいの学生が、LINEのアカウントを使用していることがわかった。

利用の方法については、「自分から知人に情報を発信する」が489人(95.9%),「知人が発信した情報を閲覧する」が298人(58.4%)だった。「不特定多数に情報を発信する」は52人(10.2%),「不特定多数が発信した情報を閲覧する」は99人(19.4%)だった。このことは、知人への情報発信の際にLINEが利用されていることを示している。それに比べて、知人からの情報受信(閲覧)の割合は6割程度であった。他方で、LINEを利用した不特定多数に対する情報の発信は約1割、受信は約2割と、不特定多数の人に対してLINEを利用する人は少数であった。

次に、LINEの利用頻度について、以下の図3-1-1に示す。「ほぼ毎日使用する」は450人(87.2%),「週に4,5日ほど利用する」34人(6.6%),「週に2,3日ほど利用する」13人(2.5%),「週に1日利用する」7人(1.4%),「それ以下」の頻度の利用者6人(1.2%)であった。ほとんどの学生が、週4,5日以上頻度でLINEを日常的に利用している実態が明らかになった。

1日あたりの利用時間について、図3-1-2に示した。「4時間以上利用する」は23人(4.5%),「3~4時間くらい」31人(6.0%),「2~3時間くらい」64人(12.4%),「1~2時間くらい」155人(30.0%),「1時間未満」237人(46.0%)だった。このことは、大半の学生が2時間以内の利用時間であることを示している。

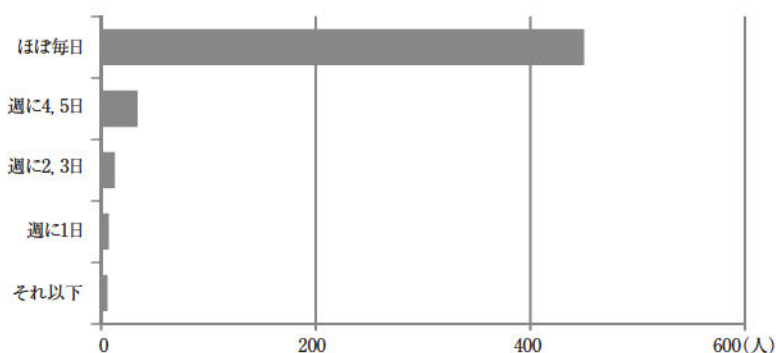


図3-1-1 LINEの利用頻度

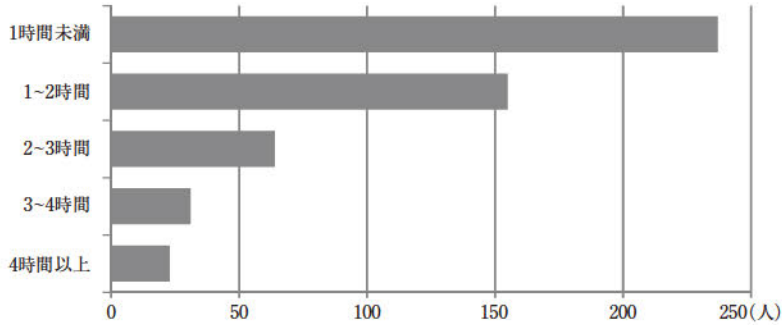


図 3-1-2 LINE の利用時間 (1日あたり)

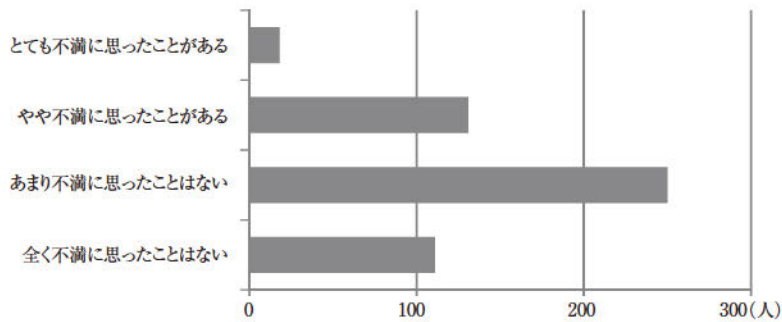


図 3-1-3 LINE を利用していて不満に思ったことがあるか

LINE を利用していて不満に思ったことがあるかという問いについては、図 3-1-3 に結果をまとめた。「とても不満に思ったことがある」18人 (3.5%)、「やや不満に思ったことがある」131人 (25.4%)、「あまり不満に思ったことはない」250人 (48.5%)、「全く不満に思ったことはない」111人 (21.5%) となった。7 割以上の学生がストレスなく利用している状況がうかがえるが、半面 3 割近くの者が利用時にストレスを感じながら利用していたことも明らかとなった。

次に、LINE の利用実態 (利用法、利用頻度、利用時間) と不満度との相互の関係について検討した。

3-1-1 LINE の不満度に対する利用方法と利用頻度の影響

従属変数を不満度とし、独立変数を利用方法、利用頻度、利用時間とした重回帰分析をおこなった。その結果、モデル全体の適合度は Pillai's trace = .03, $R^2 = .03$, $F(6, 503) = 2.70$, $p = .014$ を示した。利用法受信 A (知→自)^{註2)} に関して、知人からの情報を受信する人の方が、受信しない人に比べて、不満度の平均値が有意に高かった ($\beta = .14$, $p < .01$)。また、利用頻度が高い人ほど不満度が低い傾向が確認された ($\beta = -.10$, $p < .05$)。

表 3-1-1 LINE 利用時の不満度に対する利用方法, 利用頻度, 利用時間の重回帰分析の結果

独立変数	β
利用法発信 A (自→知)	.09
利用法受信 A (知→自)	.14**
利用法発信 B (自→他)	.01
利用法受信 B (他→自)	.05
利用頻度	-.10*
利用時間	.04
R^2	.03**

注) ** $p < .01$, * $p < .05$

3-1-2 LINE の利用方法・時間・不満度と利用頻度の関連性

従属変数を利用頻度とし, 独立一般化線形モデル(順序ロジスティック回帰分析)を用いて分析を実施した。LINE の利用頻度については, アンケート項目で, 「週に 1 日」と「それ以下の頻度」を利用頻度カットオフ 1/2, 「週に 2, 3 日ほど」を利用頻度カットオフ 2/3, 「週に 4, 5 日ほど」を利用頻度カットオフ 3/4, 「ほぼ毎日」を利用頻度カットオフ 4/5 とした。その結果, 利用法発信 A (自→知) ($B=2.16$, $p < .001$) と利用法受信 B (他→自) ($B=1.66$, $p < .01$) で有意差が認められた。知人に対して情報を発信する人の方が発信しない人比べて LINE の利用頻度が高く, 不特定多数の人からの情報を受信する人の方が受信しない人

表 3-1-2 LINE 利用頻度を従属変数にした, 順序ロジスティック回帰分析

	B	95% 下限	95% 上限	p
利用頻度 カットオフ 1/2	-0.29	-1.98	1.40	.738
利用頻度 カットオフ 2/3	0.57	-1.06	2.20	.494
利用頻度 カットオフ 3/4	1.37	-0.26	3.00	.100
利用頻度 カットオフ 4/5	2.41	0.86	3.97	.002
利用法発信 A (自→知)	2.16	1.03	3.29	.000
利用法受信 A (知→自)	0.42	-0.21	1.05	.193
利用法発信 B (自→他)	-0.47	-1.94	0.99	.526
利用法受信 B (他→自)	1.66	0.42	2.90	.009
利用時間	1.97	1.26	2.67	.000
不満度	-0.35	-0.74	0.04	.079
近似決定係数	.634***			

注) *** $p < .001$

に比べて、LINEの利用頻度が多かった。また、利用時間が長い人 ($B=1.97, p < .001$) は、利用頻度が多かった。

3-1-3 LINEの利用頻度、時間、不満度と利用方法の関連性

従属変数を各利用方法とした一般化線形モデル（2項ロジスティック回帰分析）を用いて分析した結果、LINEの利用法発信A（自→知）に関して、知人に対して情報発信する人は、発信しない人と比べて、利用頻度が2.41倍高かった。利用法受信A（知→自）に関して、知人からの情報を受信する人は、受信しない人と比べて、利用時間が0.83倍であり、また不満度が1.43倍高かった。利用法受信B（他→自）に関して、不特定多数からの情報を受信する人は、受信しない人と比べて、利用時間が1.23倍長かった。

表 3-1-3 LINE 利用方法を従属変数とした、2 項ロジスティック回帰分析

	Odds Ratio			
	利用法 発信 A (自→知)	利用法 受信 A (知→自)	利用法 発信 B (自→他)	利用法 受信 B (他→自)
利用頻度	2.41**	1.13	1.35	1.74
利用時間	1.12	.83*	1.25	1.23*
不満度	1.58	1.43**	.90	1.15
近似決定係数	.131***	.033**	.038	.066**

注) *** $p < .001$, ** $p < .01$

以上、今日の学生が必ずといっていいほど利用するLINEについてまとめると、次のようなことが明らかになった。知人から自分へ受信する利用方法が主な場合、不満度が高い傾向が認められた。知人から自分へ情報を受信する人は、しない人よりも不満度が高い結果となっていた。

利用頻度が多い人ほど、不満度が低い結果となった。このことは、都筑ら（2017）の報告や岡田ら（2014）によって既に言及されている通り、大学入学までは雑談ツールであったものが、ゼミや授業等で連絡、指示、報告などの処理にも利用が及ぶことで、これまで以上の利用頻度となり、結果的に不満度を低くするきっかけとなっている可能性がある。

利用頻度については、自分から知人への情報発信、不特定多数が発信した情報の閲覧、および利用時間の長さが、それぞれ利用頻度を高める傾向があり、情報発信意欲や情報収集意欲の高さが影響していると考えられる。

〔村井 剛〕

3-2 Twitterの利用実態と関連要因の分析

Twitterを現在利用している人は405人(78.5%)だった。「アカウントを持っていない」が73人(14.2%),「アカウントを持っているが現在使用していない」が38人(7.4%)だった。約8割の学生がTwitterのアカウントを使用していることがわかった。

利用の方法については、「自分から知人に情報を発信する」が289人(71.4%),「知人が発信した情報を閲覧する」が173人(42.7%)だった。「不特定多数に情報を発信する」は172人(43.2%),「不特定多数が発信した情報を閲覧する」は205人(50.6%)だった。このことから, Twitterは自分と知人との情報を発信・受信に使われている一方, 不特定多数の人への情報の発信, 受信にも利用されていることがわかった。

次に, Twitterの利用頻度について以下の図3-2-1に示す。「ほぼ毎日使用する」は324人(62.8%),「週に4, 5日ほど利用する」40人(7.8%),「週に2, 3日ほど利用する」29人(5.6%),「週に1日利用する」5人(1.0%),「それ以下」の頻度の利用者7人(1.4%)であった。週4, 5日以上頻度でTwitterを利用している学生が7割を超えていることが明らかになった。

1日あたりの利用時間については, 図3-2-2に示した。「4時間以上利用する」は25人(6.2%),「3~4時間くらい」26人(5.4%),「2~3時間くらい」70人(17.3%),「1~2時間くらい」

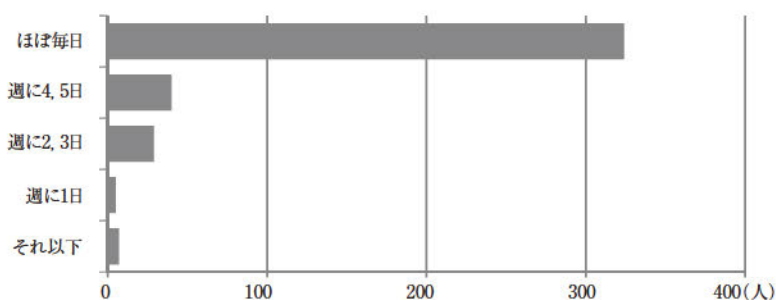


図3-2-1 Twitterの利用頻度

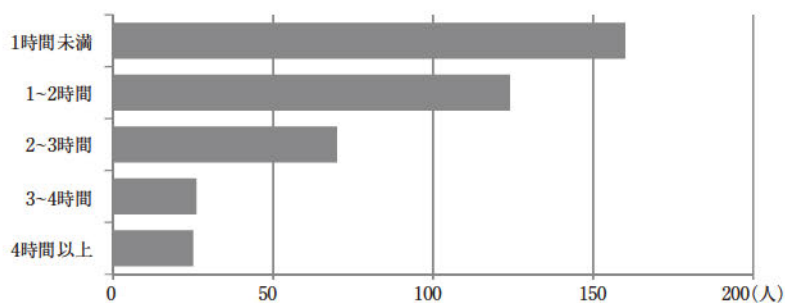


図3-2-2 Twitterの利用時間(1日あたり)

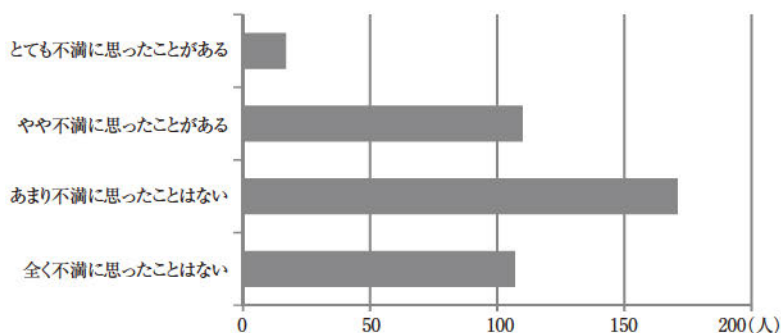


図 3-2-3 Twitter を利用していて不満に思ったことがあるか

124人 (30.6%)、「1 時間未満」160人 (39.1%) だった。2 時間以内で Twitter を利用している学生が、利用者の約 7 割いることがわかった。

Twitter を利用していて不満に思ったことがあるかという問いについては、図 3-2-3 に結果を示してある。「とても不満に思ったことがある」17人 (4.2%)、「やや不満に思ったことがある」110人 (27.2%)、「あまり不満に思ったことはない」171人 (42.2%)、「全く不満に思ったことはない」107人 (26.4%) だった。約 7 割の学生が不満を感じることなく Twitter を利用している一方、約 3 割の学生が不満を感じながら利用していることもわかった。

次に、Twitter の各利用実態 (利用法、利用頻度、利用時間)、不満度の相互の関係について検討した。

3-2-1 Twitter の不満度に対する利用方法と利用頻度の影響

従属変数を不満度とした一般線形モデル (重回帰分析) の解析結果を表 3-2-1 に示した。モデル全体の適合度は Pillai's trace = .10, $R^2 = .10$, $F(6, 309) = 7.62$, $p < .001$ を示した。利用法受信 A (知→自) に関して、知人からの情報を受信する人の方が受信しない人と比べて、不満度が有意に高かった ($B = .17$, $p < .01$)。利用法発信 B (自→他) に関して、不特定多数に人からの情報を受信する人の方が、受信しない人に比べて、不満度の平均値が有意に高かった ($B = .18$, $p < .01$)。また、利用時間が長い人ほど不満度が高い傾向が確認された ($B = .24$, $p < .01$)。

表 3-2-1 Twitter 利用時の不満度に対する利用方法, 利用頻度, 利用時間の重回帰分析の結果

独立変数	β
利用法発信 A (自→知)	.10
利用法受信 A (知→自)	.17**
利用法発信 B (自→他)	.18**
利用法受信 B (他→自)	.02
利用頻度	-.03
利用時間	.24**
R^2	.10**

注) ** $p < .01$, * $p < .05$

3-2-2 Twitter の利用方法・時間・不満度と利用頻度の関連性

従属変数を利用頻度とした一般化線形モデル(順序ロジスティック回帰分析)の分析をおこなった。Twitter の利用頻度については、アンケート項目で、「週に1日」と「それ以下の頻度」を利用頻度カットオフ1/2, 「週に2, 3日ほど」を利用頻度カットオフ2/3, 「週に4, 5日ほど」を利用頻度カットオフ3/4, 「ほぼ毎日」を利用頻度カットオフ4/5とした。表3-2-2に示したように、利用時間が長い人ほど、利用頻度が高かった ($B=1.90, p < .001$)。

表 3-2-2 Twitter 利用頻度を従属変数にした, 順序ロジスティック回帰分析

	B	95%下限	95%上限	p
利用頻度 カットオフ1/2	-1.02	-2.38	0.34	.143
利用頻度 カットオフ2/3	-0.44	-1.70	0.81	.489
利用頻度 カットオフ3/4	0.99	-0.21	2.18	.105
利用頻度 カットオフ4/5	1.96	0.78	3.14	.001
利用法発信 A (自→知)	0.62	0.00	1.25	.051
利用法受信 A (知→自)	0.35	-0.39	1.10	.354
利用法発信 B (自→他)	0.61	-0.14	1.37	.109
利用法受信 B (他→自)	-0.02	-0.75	0.71	.949
利用時間	1.90	1.25	2.55	.000
不満度	-0.20	-0.55	0.15	.254
近似決定係数	.620***			

注) *** $p < .001$

3-2-3 Twitterの利用頻度、時間、不満度と利用方法の関連性

従属変数を各利用方法とした一般化線形モデル（2項ロジスティック回帰分析）をおこなった。その結果を表 3-2-3に示した。利用時間について、以下のことがわかった。利用法発信 A（自→知）では、知人に対して情報発信する人が発信しない人よりも、利用時間が1.37倍長かった。利用法受信 A（知→自）では、知人からの情報を受信する人の方がしない人よりも、利用時間は0.58倍だった。利用法発信 B（自→他）では、不特定多数に情報を発信する人の方が発信しない人よりも、利用時間が1.67倍だった。利用法受信 B（他→自）では、不特定多数の人からの情報を受信する人は受信しない人よりも、利用時間が1.56倍長かった。

以上のことから、次のようなことが明らかになった。Twitter の利用時間が長いほど不満度が高く、利用方法としては、「知人の情報の受信」、および「自分から不特定多数への情報発信」に不満度が高かった。

都筑ら（2017）は、Twitter やその他の SNS の満足度には、利用時間の長さが影響していることを報告したが、今回の解析では逆の結果が得られた。また、都筑ら（2017）は、Twitter が「友達の近況を見る」時に使われることが多く、この時を Twitter を利用して楽しいと感じる一群がいることが推察される、と述べているが、「知人の情報の受信」に不満度が高いことから、この点については支持されなかった。都筑ら（2017）は、「自分に有益な情報を知る」時も Twitter を利用して楽しいと感じる、と報告しているが、これは、今回の利用方法の解析での、「不特定多数からの情報の受信」に相当するものであるが、これについての満足している程度は高いとはいえず、むしろ「自分から不特定多数への情報の発信」に不満度が高かったことに関しては、今後の検討が必要であろう。

[宮崎伸一]

表 3-2-3 Twitter 利用方法を従属変数とした、2 項ロジスティック回帰分析

	Odds Ratio			
	利用法 発信 A（自→知）	利用法 受信 A（知→自）	利用法 発信 B（自→他）	利用法 受信 B（他→自）
利用頻度	1.27	.96	1.36	.97
利用時間	1.37**	.58**	1.67**	1.56**
不満度	1.24	1.11	1.29	1.03
近似決定係数	.08**	.11**	.16**	.08**

注) ** $p < .01$