

背景

モバイル社会研究所ではこれまでスマホの利用意識やスマホへの関与によるユーザー分類とその特徴の分析を行ってきた。

スマホ利用において、SNSは多くの人に利用されるサービスとなっている。SNSの利用目的、利用状況は人によって様々であり、SNS利用に対する意識も、ユーザーの属性によって異なることが予想される。

研究目的

・これまで行ってきたスマホの利用意識、関与の研究*1を応用し、利用意識に関する「必需」、「SNS志向」といった因子が、SNS利用においても析出するか確認する。また、SNSの利用におけるストレスに関する先行研究*2,3を参考に、「不安」因子についても析出を確認する。

・得られた因子からユーザーを分類した際に、**どのようなグループに分類されるか**を確認する。

結果および考察

- 因子分析結果：「必需」「SNS志向」「不安」の3因子を析出した。
- クラスタ分析結果：
 - サンプル数が大きく偏ることなく5つのクラスタに分類された。
 - 全体の2/3が必需傾向のクラスタ、1/3がそうではないクラスタに所属した。
 - 必需傾向のクラスタのうち、1/3は不安傾向でもあった。
- 必需傾向が高い：女性、若年層、スマホ長時間傾向、XやInstagramの利用頻度が高い。
- 楽観クラスタ**：スマホに加え、テレビの長時間視聴傾向も見られ、メディア利用に積極的である。ゲームなどスマホを娯楽的な活用していると予想される。
- 不安利用クラスタ**：各種サービスの利用率が高くスマホ利用時間も長いことから、スマホを多方面に活用していると考えられる。
- SNS志向クラスタ**：Xでの発信頻度が高く、匿名でのSNS利用・発信等により、SNS上でのやりとりに価値を感じている可能性がある。

調査概要

調査方法	Web調査法
調査対象	全国 15歳～59歳の男女
回答数	3,936
標本抽出方法	QUOTA SAMPLING、性別・年齢（5歳刻み）・都道府県のセグメントで割付しSNS利用率※を調査。調査結果からSNS利用者比率に比例して再割付を実施。 ※本調査では日本で利用率が高いX、Instagram、Facebook、TikTokを対象とし、SNS利用率を聴取。
調査時期	2024年2月

結果1 因子分析

9設問から最尤法、プロマックス回転により3因子を析出。

	因子1 必需	因子2 不安	因子3 SNS志向
SNSが使えなくなると困る	.84	.00	-.03
SNSは自分にとってなくてはならない	.83	-.02	.05
SNSを使うと、日常生活を快適に過ごせる	.78	.02	.01
SNSで投稿するとどこまで広がるのかわからず不安に思う	.04	.87	-.05
SNSで発信をするとトラブルにならないか不安に思う	.01	.75	.01
SNSを利用すると自分の情報が悪用されそうで心配だ	-.05	.71	.05
対面より、SNSでのやり取りの方が気持ちを伝えやすい	-.03	.00	.85
対面より、SNSでのやり取りの方が楽しい	-.02	.00	.84
SNS上のほうが自分らしくいられる	.11	.02	.58
信頼性係数（α）	.86	.82	.81

参考文献

*1 小島誠也・飽戸弘(2022).「スマホ利用者のライフスタイル研究 I ―スマホ利用者の利用意識による分類とその特性―」『日本社会心理学会第63回大会発表論文集』, 55.

*2 岡本卓也(2017).「SNSストレス尺度の作成とSNS利用動機の違いによるSNSストレス」『信州大学人文科学論集』, 4, 113-131.

*3 正木大貴(2019).「SNSは人間関係を変えたのか？」『現代社会研究科論集：京都女子大学大学院現代社会研究科紀要』, 013, 123-136.

結果2 クラスタ分析

抽出した3因子からk-means法を用い5クラスタに分類した。

因子	クラスタ1 楽観	クラスタ2 不安利用	クラスタ3 SNS志向	クラスタ4 不安不要	クラスタ5 無関心
必需	0.35	0.43	0.82	-1.00	-1.00
不安	-0.86	0.57	0.47	0.50	-1.23
SNS志向	0.23	-0.24	1.25	-0.63	-0.81
ケース数	779 (20%)	983 (25%)	811 (21%)	812 (21%)	551 (14%)

結果3 クラスタ詳細

①性年代別の各クラスタの構成比[%]

	クラスタ1 楽観	クラスタ2 不安利用	クラスタ3 SNS志向	クラスタ4 不安不要	クラスタ5 無関心
全体(n=3936)	21	25	20	21	14
男性(1894)	19	20	22	21	19
女性(2042)	22	30	18	21	9
10代 (n=415)	34	33	22	8	3
20代 (n=877)	27	26	22	13	12
30代 (n=895)	19	25	21	21	15
40代 (n=974)	17	25	18	23	17
50代 (n=775)	13	19	17	33	18

②スマホ・テレビの長時間利用者※の割合[%] ※1日4h以上

		全体	クラスタ1 楽観	クラスタ2 不安利用	クラスタ3 SNS志向	クラスタ4 不安不要	クラスタ5 無関心
スマホ 長時間	10-29歳	62	68	67	63	44	47
	30-59歳	31	44	35	33	21	26
テレビ 長時間	10-29歳	11	14	10	8	9	10
	30-59歳	17	21	16	15	18	13

③各種サービスの利用率[%]

ゲーム	10-29歳	60	61	64	59	48	62
	30-59歳	44	52	45	45	40	40
電子 決済	10-29歳	76	71	81	79	73	74
	30-59歳	72	71	75	74	71	67
健康 関連	10-29歳	30	31	33	25	29	24
	30-59歳	32	35	36	31	31	24

④SNSの利用、発信が高頻度※の割合 ※利用:1日複数回利用、発信:1日1回以上発信

高 利用 頻度	X	51	62	57	58	29	39
	Instagram	53	63	60	58	35	36
	Facebook	17	26	15	16	12	14
	TikTok	51	62	52	49	36	45
高 発信 頻度	X	19	38	14	22	7	11
	Instagram	13	27	10	13	6	7
	Facebook	10	21	8	10	5	6
	TikTok	15	30	9	12	7	7