

情報通信学会 情報行動研究会・モバイルコミュニケーション研究会 共催研究会

SNSを中心とするメディア利用の現状と課題： 2010年からの継続調査を踏まえて - SNS利用者行動調査からの報告 -

2024/10/19

株式会社NTTドコモ

小島誠也

前身の調査：スマホ利用者行動調査

- スマホとの付き合い方は人それぞれ
 - ✓ スマホを有効活用して生活を豊かにしている人
 - ✓ スマホに振り回されている人

⇒スマホの**利用実態**や**意識**、**ライフスタイル**や**パーソナリティ**などを分析し、
スマホとうまく付き合うためのヒントを探る

表 分析例：スマホ利用時間・意識と自尊感情得点の相関（[Kojima et al., 2024.]より作成）

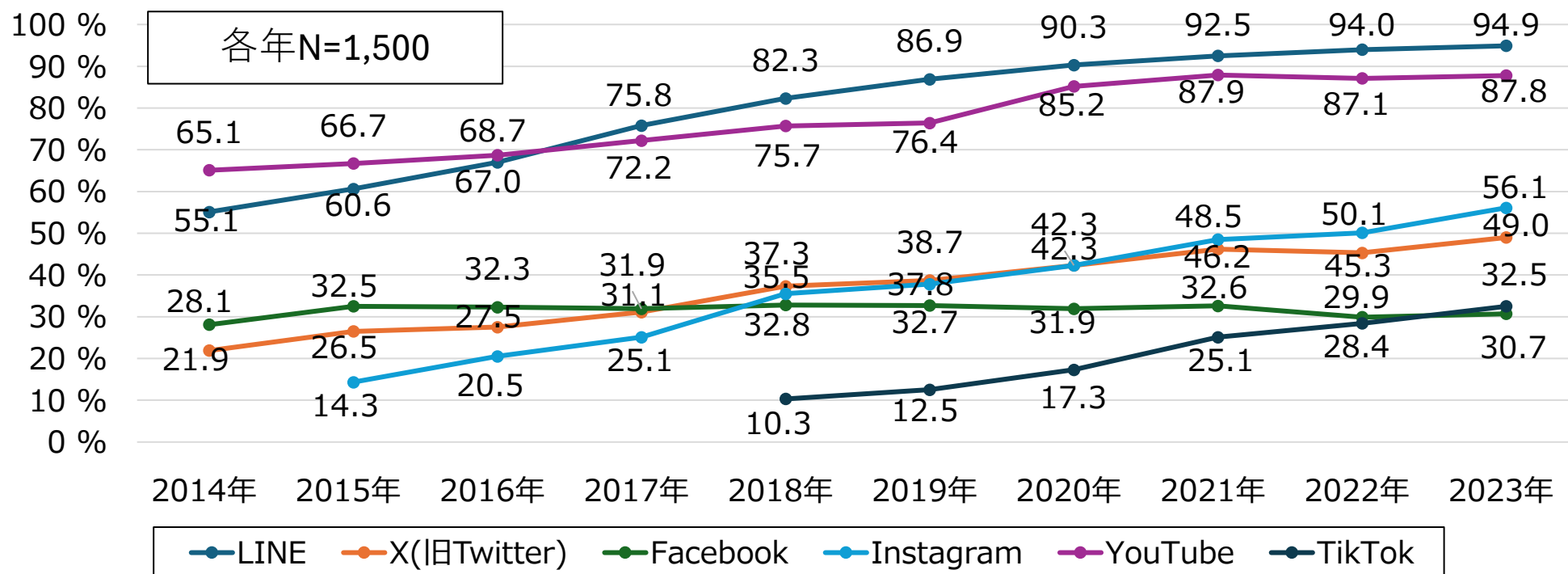
	若年層 15-29歳	中年層 30-59歳	シニア 60-79歳
スマホ利用時間 長時間利用	負 ***	負 ***	負 *
スマホ利用意識1 スマホは自分にとってなくてはならない	負 ***	負 *	なし
スマホ利用意識2 自身のスマホ利用時間を減らしたほうがよい	なし	負 **	負 ***
スマホ利用意識3 スマホを利用することは自分のためになる	負 *	なし	正 ***

今回の調査：SNS調査

- スマホ利用者行動調査では、調査内容が多岐にわたり、特徴を捉えにくい
⇒特定のテーマに絞り、その詳細を分析する
- SNSは近年利用率が高まっており(下図)、それに伴い、利用実態や意識も多様化している
⇒SNSの使われ方や意識を分析することで、**その利用実態を解明するとともに、**

SNSとのうまい付き合い方について考える

図 主なソーシャルメディア系サービス/アプリ等の利用率（全年代・年代別） [総務省,2023.]



関連文献

- 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査（総務省）
 - 情報通信メディアや機器、サービスの利用状況や利用目的の調査 = 定量調査
- メディア利用の生活時間調査（NHK放送文化研究所）
 - メディア利用を中心として、スマホ利用時の意識等も調査 = メディア分析が中心
- スマホ利用者行動の利用意識による分類（モバイル社会研究所） = スマホ全般の調査

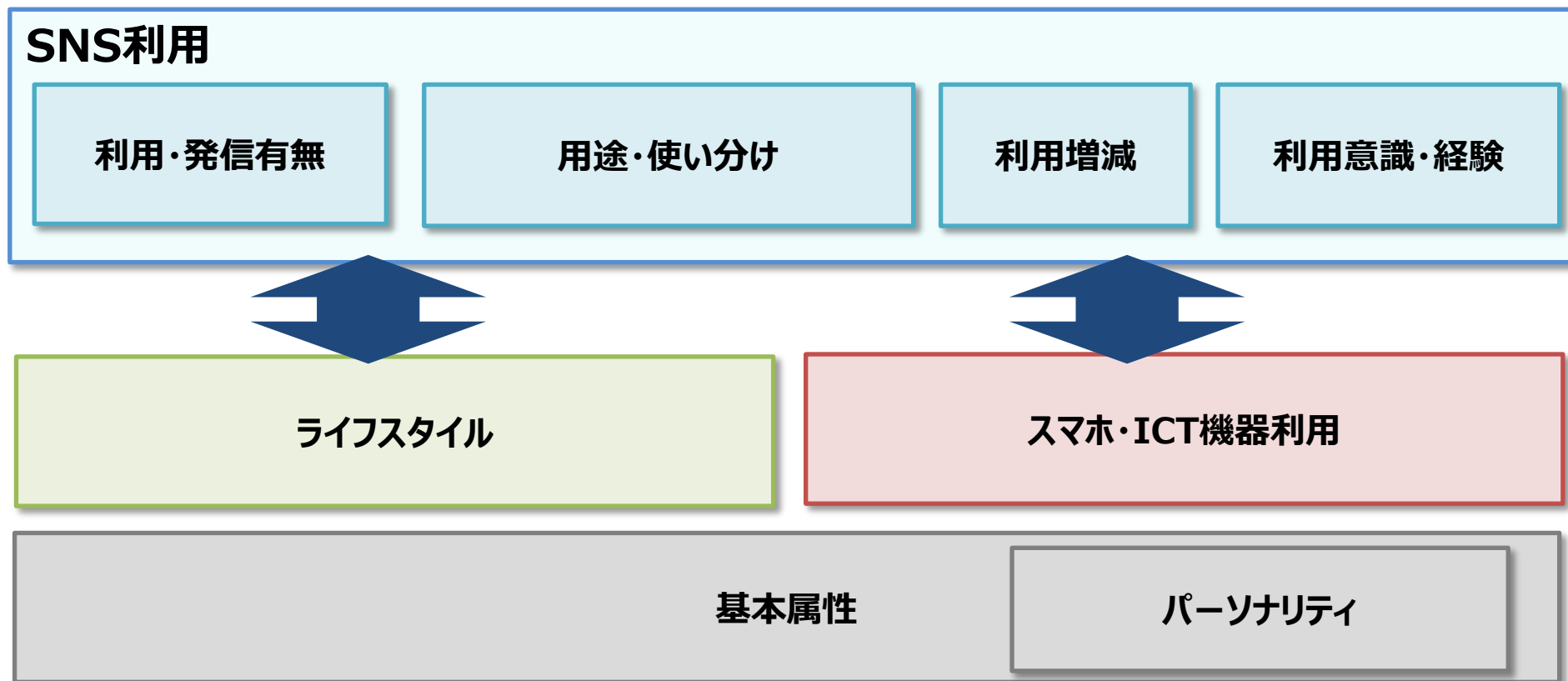
本調査の目的

- SNS利用における**利用意識・関与によりユーザーを分類**し、その特徴を明らかにする

表 関連研究より：スマホ利用意識・関与によるユーザー特徴の分類 [小島ら, 2023.]

	高関与	夢中	利活用	低関与、超低関与
性年代	15～39歳男女	25～39歳男女 40～59歳女性	40～59歳男性 60～79歳男女	40～59歳男性 60～79歳男女
タブレット・パソコンの所有	タブ：専用、共用 パソ：非所有	タブ：- パソ：共用、非所有	タブ：専用 パソ：専用	タブ：非所有 パソ：専用
スマホで最も行うこと	趣味・娯楽	情報検索 趣味・娯楽 暇つぶし	コミュニケーション 情報検索	コミュニケーション 暇つぶし
スマホ利用時間分類	役に立つ：6～10割 楽しい：6～10割	役に立つ：2～8割 楽しい：4～8割	役に立つ：8～10割 楽しい：2～4割	役に立つ：0～2割 楽しい：0～4割

- ・SNSの利用状況だけでなく、利用意識等の主観評価も聴取
- ・ICT利用状況やライフスタイル、基本属性とSNS利用実態との関係を調査



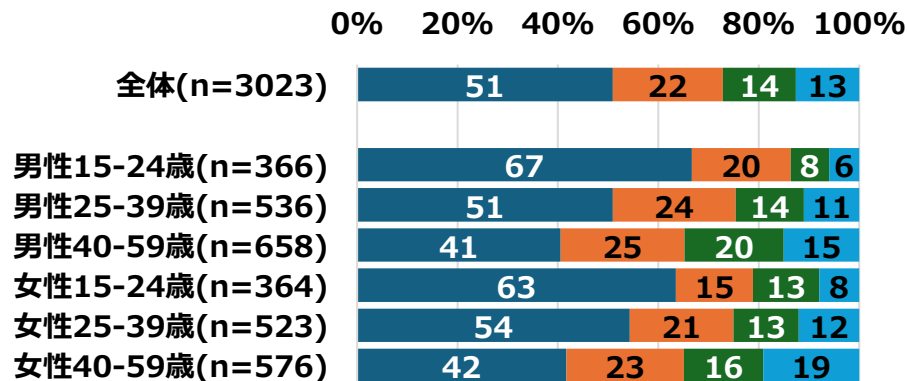
- ・全国のSNS利用率に応じて割付し、15-59歳の約4,000サンプルを取得

調査方法	Web調査法
調査対象	全国 15歳～59歳の男女
有効回答数	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日本の人口分布に比例して割付し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。 ※本調査におけるSNS利用率とは、X, Instagram, Facebook, TikTokのいずれかを利用している者の割合とする。
調査時期	2024年2月

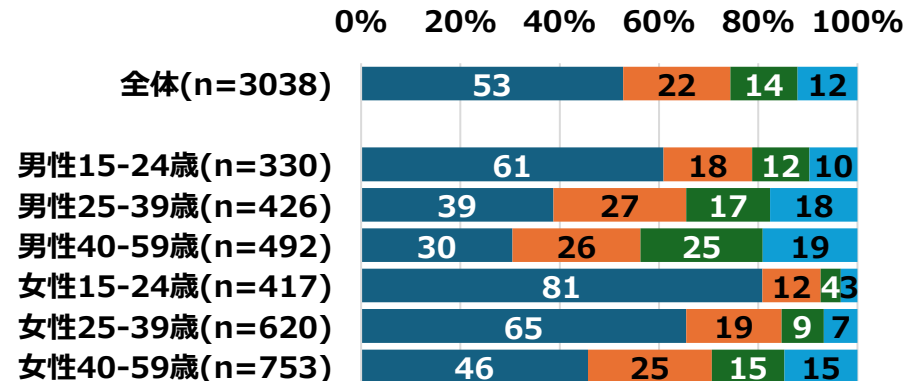
結果 1 利用頻度

- ・InstagramとTikTokは傾向が近い（若年層・女性が高頻度）
- ・Xは若年層が高頻度だが、性差は大きい

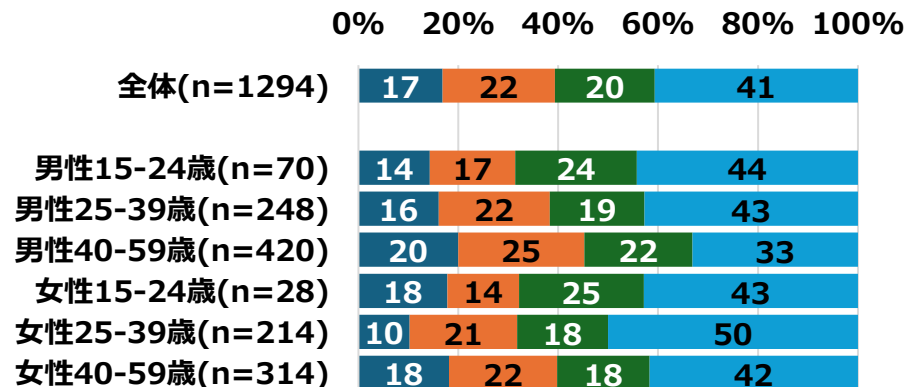
X(旧Twitter)



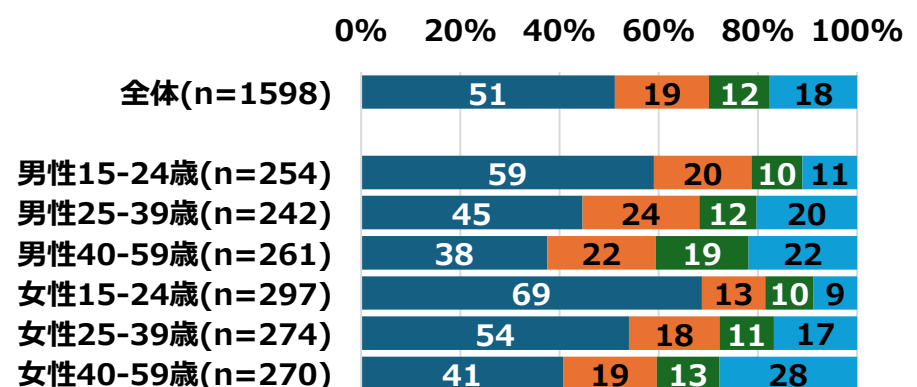
Instagram



Facebook



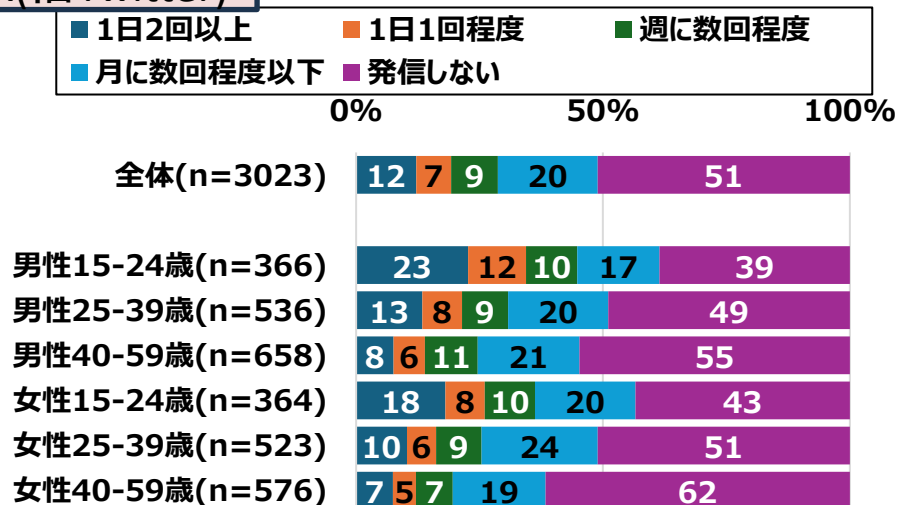
TikTok



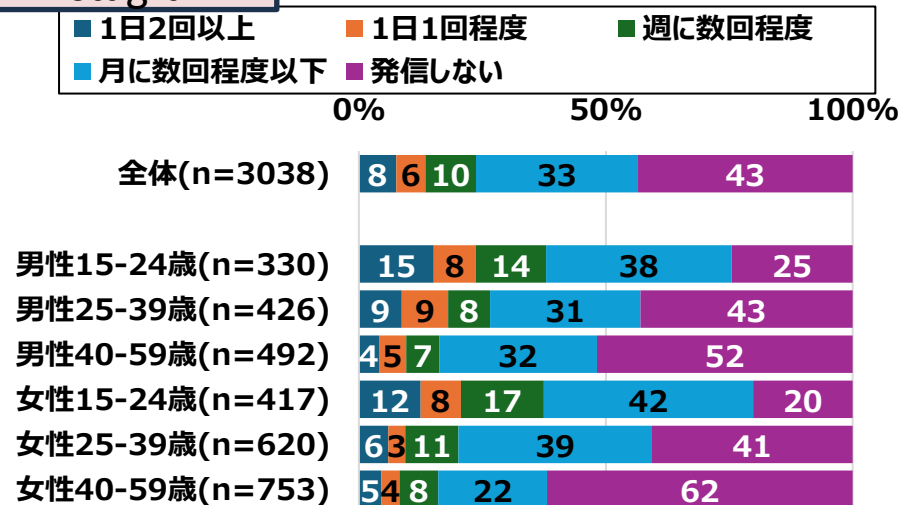
結果2 発信頻度

- 各SNS利用者の半数程度もしくはそれ以上の人が「発信しない」
- Xは1日1回以上の割合が他に比べ高く、InstagramやFacebookは発信者の多くが「月に数回以下」

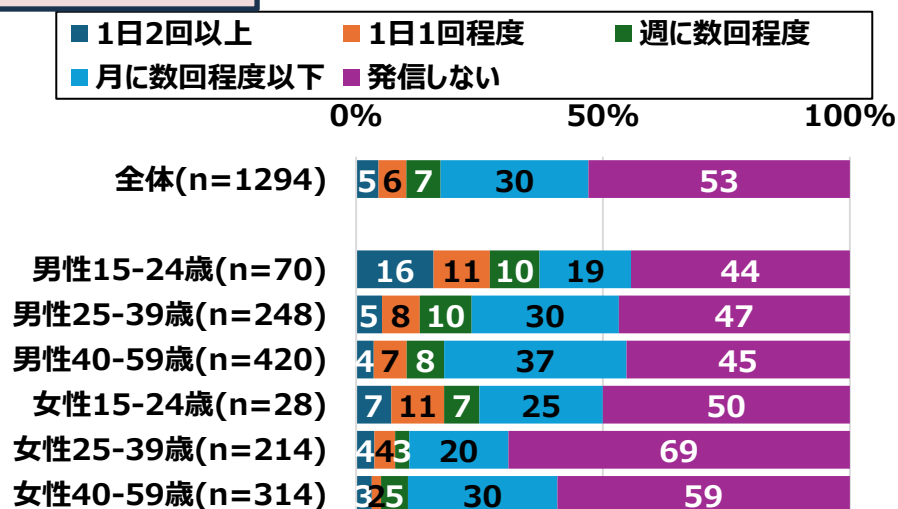
X(旧Twitter)



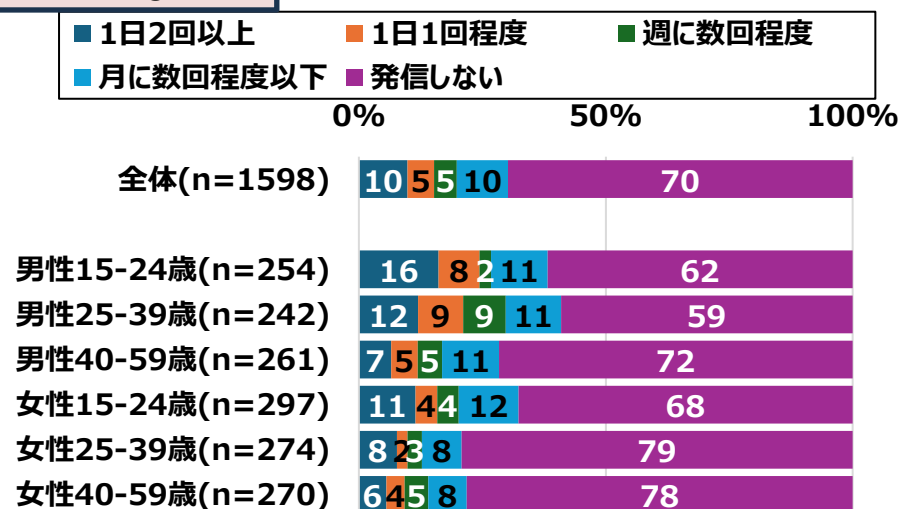
Instagram



Facebook



TikTok



- ・Xでは発信者の多くが「独り言・つぶやき」や「趣味」に関して発信
- ・男性： 若年層は「推し」、若中年層は「うれしいこと」の発信も多い
- ・女性： 若中年層は「推し」、中高年は「旅行やお出かけ」に関する発信が多い

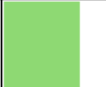
図 X(旧Twitter)で発信している内容 [%]

	独り言・つ ぶやき	うれしいこ と	家族や ペット	旅行やお 出かけ	趣味	テレビやラ イブ	推し	人生の節 目
全体(n=1480)	56	32	16	28	48	20	36	16
男性15-24歳(n=225)	60	34	14	25	54	21	37	20
男性25-39歳(n=274)	53	34	12	30	51	20	26	21
男性40-59歳(n=298)	50	20	12	29	50	15	15	8
女性15-24歳(n=206)	56	38	12	16	41	18	60	15
女性25-39歳(n=256)	68	42	21	33	47	24	50	19
女性40-59歳(n=221)	51	26	23	33	43	19	36	11

結果 4 発信内容 (Instagram)

- ・Instagramでは発信者の多くが「旅行やお出かけ」や「趣味」に関して発信
- ・男性： 若年層は「旅行やお出かけ」「趣味」が多い、高年層は「趣味」が多い
- ・女性： 若年層は「推し」、若中年層は「旅行やお出かけ」、中高年は「家族やペット」が多い

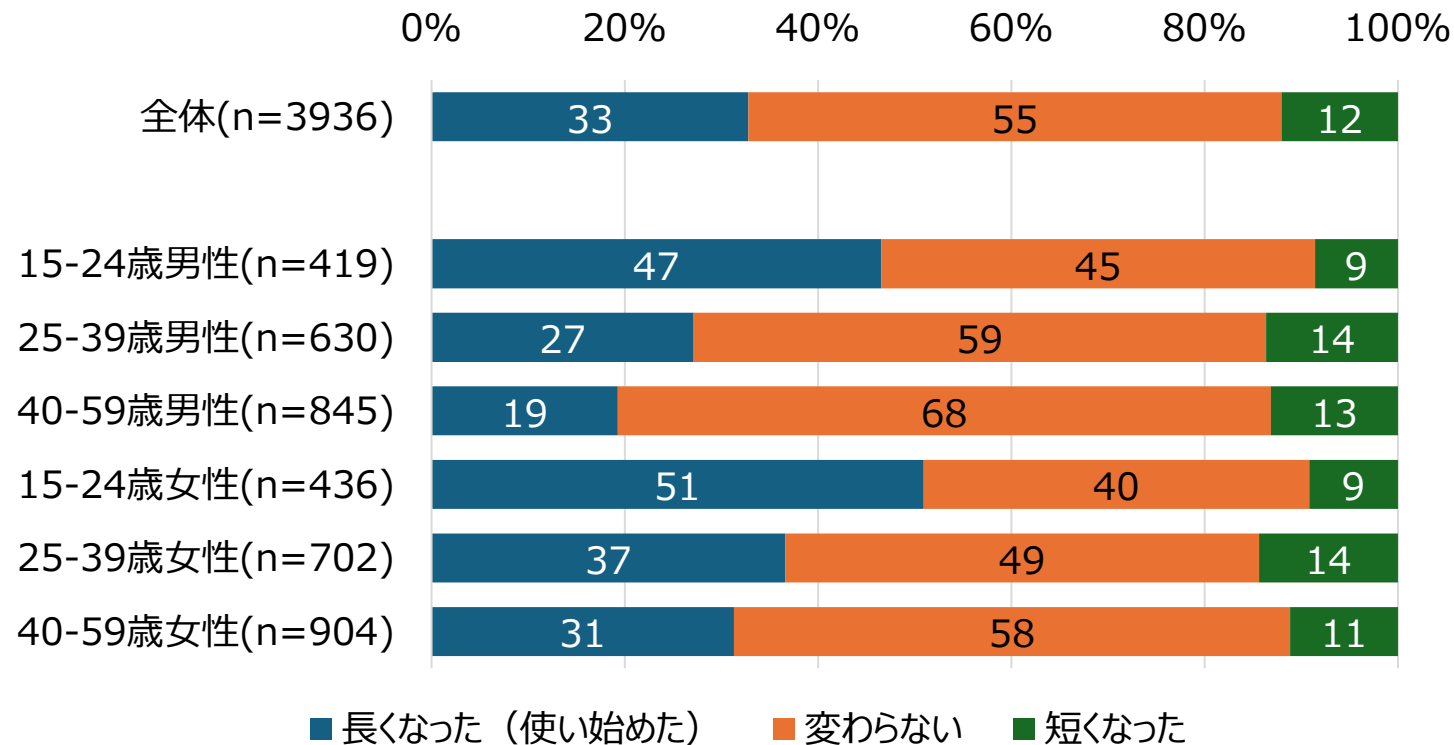
図 Instagramで発信している内容 [%]

	独り言・つぶやき	うれしいこと	家族やペット	旅行やお出かけ	趣味	テレビやライブ	推し	人生の節目
全体(n=1717)	 23	 22	 25	 53	 44	 8	 25	 22
男性15-24歳(n=249)	 30	 24	 17	 50	 50	 13	 23	 23
男性25-39歳(n=243)	 26	 19	 16	 43	 42	 14	 15	 25
男性40-59歳(n=237)	 20	 13	 17	 40	 47	 6	 12	 10
女性15-24歳(n=333)	 29	 30	 23	 63	 40	 5	 46	 22
女性25-39歳(n=368)	 22	 28	 37	 64	 42	 8	 25	 34
女性40-59歳(n=287)	 14	 15	 33	 47	 44	 7	 20	 12

結果 5 ここ1,2年でのSNSの利用時間の変化

- ・全体の半数以上は「変わらない」、約3割が「長くなった」
- ・女性・若年層ほど「長くなった」割合が高い
- ・各世代で「短くなった」は1割程度存在

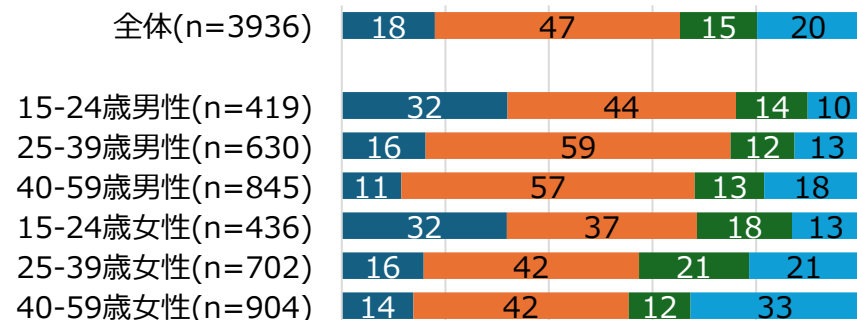
図 ここ1,2年でのSNSの利用時間の変化



結果6 ここ1,2年でのSNSの利用時間の変化（各SNS）

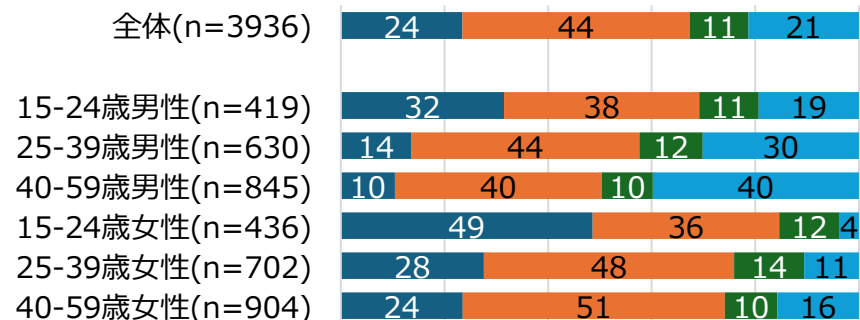
- ・XとInstagramは「変わらない」が多く、TikTokは「長くなった」の割合が他に比べて高い
- ・25歳以上：Xは「長くなった」と「短くなった」が拮抗、InstagramとTikTokは「長くなった」の方が多い

X(旧Twitter)



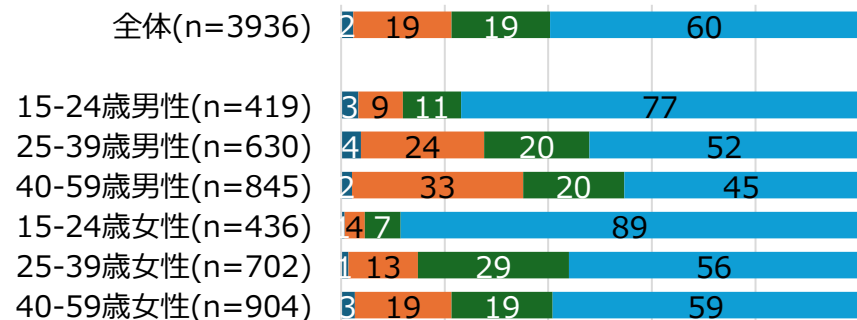
■ 長くなった（使い始めた） ■ 変わらない
■ 短くなった（使わなくなった） ■ もともと使っていない

Instagram



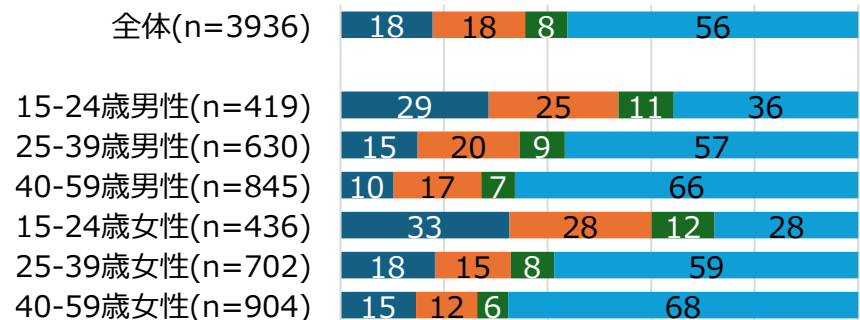
■ 長くなった（使い始めた） ■ 変わらない
■ 短くなった（使わなくなった） ■ もともと使っていない

Facebook



■ 長くなった（使い始めた） ■ 変わらない
■ 短くなった（使わなくなった） ■ もともと使っていない

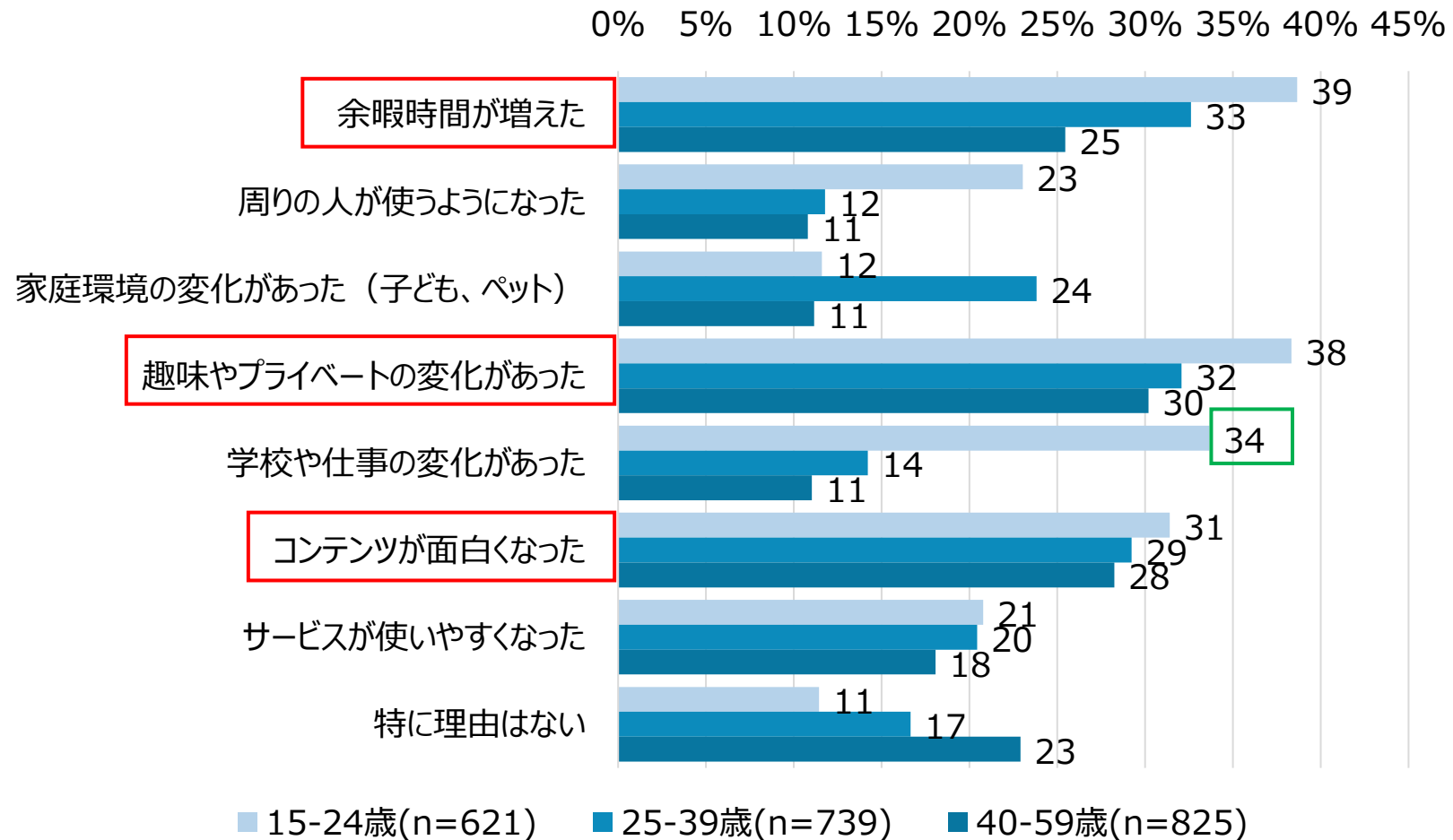
TikTok



■ 長くなった（使い始めた） ■ 変わらない
■ 短くなった（使わなくなった） ■ もともと使っていない

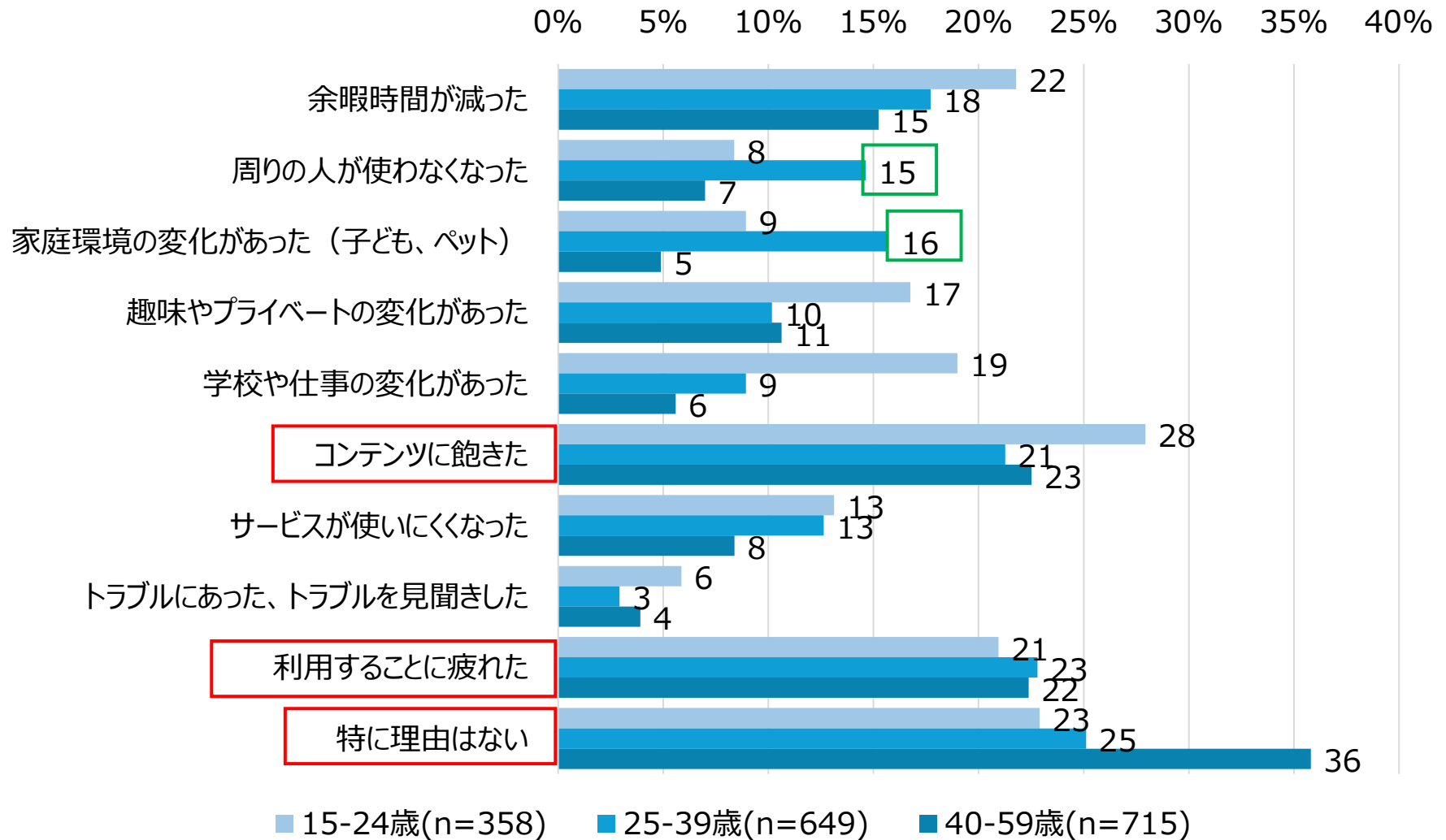
結果 7 SNSの利用時間の増加理由

- 全体的に高いのは「趣味やプライベートの変化」、「余暇時間が増えた」
- 15-24歳では「学校や仕事の変化」、「コンテンツが面白くなった」も上位
- 「特に理由はない」は高年層ほど割合が高い



結果 8 SNSの利用時間の減少理由

- 全体的に高いのは「特に理由はない」、「コンテンツに飽きた」、「利用することに疲れた」
- 25-39歳では「家庭環境の変化」、「周りの人が使わなくなった」が他に比べて高い



- 先行研究 [岡本,2017. 正木,2019. 小島ら,2022.] を参考に、SNSの利用に対する
必需性の実感や不安、SNS志向に関する項目を9設問、4件法で聴取
⇒因子分析にて特徴を整理

表 SNS利用意識に関する設問

SNSが使えなくなると困る
SNSは自分にとってなくてはならない
SNSを使うと、日常生活を快適に過ごせる
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
SNSで書き込みや発信をするとトラブルにならないか不安に思う
SNSを利用すると自分の情報が悪用されそうで心配だ
対面で話すより、SNSでのやり取りの方が気持ちを伝えやすい
対面で話すより、SNSでのやり取りの方が楽しい
SNS上のほうが自分らしくいられる

- ・SNSが使えなくなると困る： 男女とも15-24歳で「そう思う」「まあそう思う」が8割強
- ・SNSで投稿すると不安： 女性のほうがそう思う割合が高く、年代差はあまり見られない
- ・SNSのほうが気持ちを伝えやすい： 「そう思う」「まあそう思う」が全体の約4割

図1 「SNSが使えなくなると困る」

0% 50% 100%

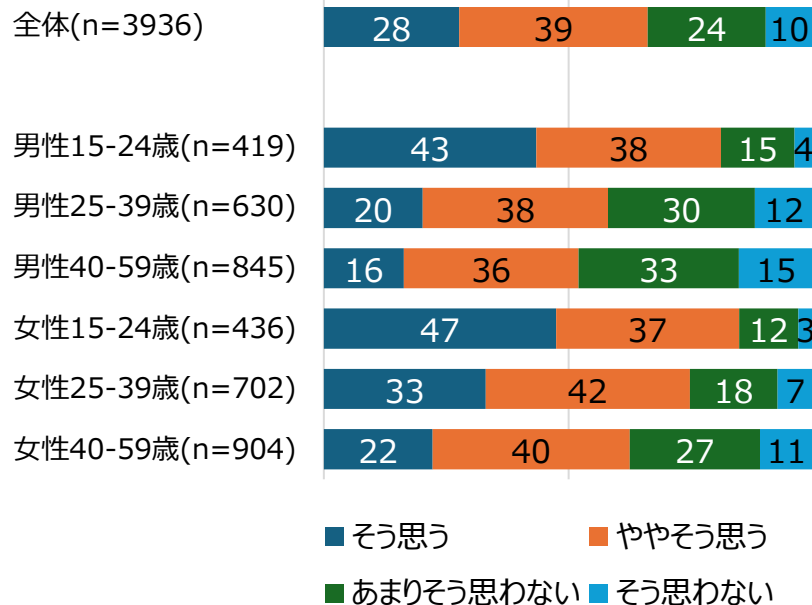


図2 「SNSで投稿するとどこまで広がるのかわからず不安に思う」

0% 50% 100%

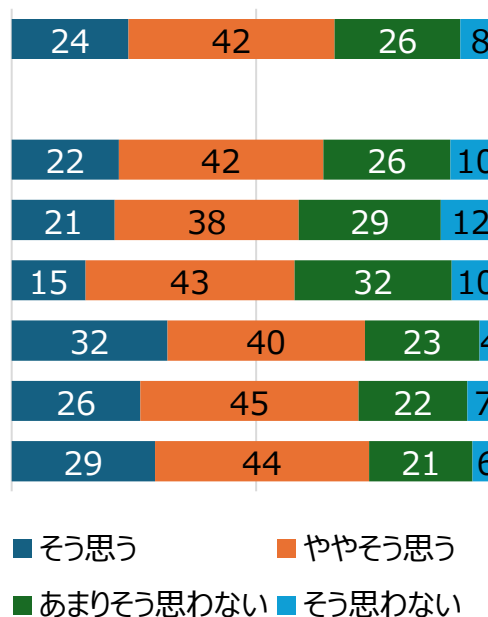
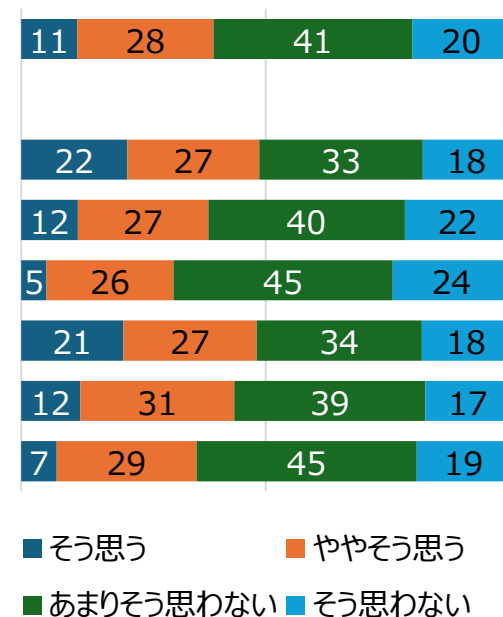


図3 「対面で話すより、SNSでのやり取りの方が気持ちを伝えやすい」

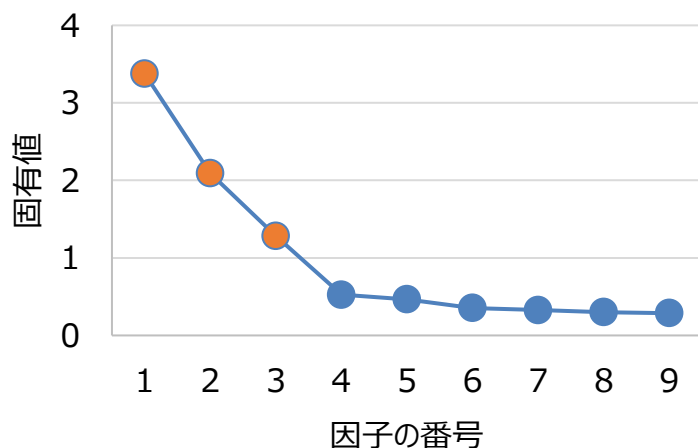
0% 50% 100%



- ・9設問から因子分析により3因子を析出（最尤法、プロマックス回転、固有値1以上の因子を抽出）

	因子1 必需	因子2 不安	因子3 SNS志向
Q38S1 SNSが使いなくなると困る	.84	.00	-.03
Q38S3 SNSは自分にとってなくてはならない	.83	-.02	.05
Q38S2 SNSを使うと、日常生活を快適に過ごせる	.78	.02	.01
Q39S6 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
Q39S7 SNSで書き込みや発信をするとトラブルにならないか不安に思う	.01	.75	.01
Q39S5 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
Q38S8 対面で話すより、SNSでのやり取りの方が気持ちを伝えやすい	-.03	.00	.85
Q38S7 対面で話すより、SNSでのやり取りの方が楽しい	-.02	.00	.84
Q39S3 SNS上のほうが自分らしくいられる	.11	.02	.58
信頼性係数（Cronbach's α ）	.86	.82	.81

因子負荷量と信頼性係数



スクリーンプット

因子	1	2	3
1	1.00	0.15	0.49
2		1.000	0.13
3			1.00

因子相関行列

因子	合計	分散%	累積 %
1	3.02	33.6	33.6
2	1.72	19.1	52.6
3	0.94	10.5	63.1

抽出後の負荷量平方和

- ・各因子とも、SNSの利用時間が「長くなった」場合に得点が高い
- ・必需因子は利用時間の増減との関係が強い
- ・SNS志向：15-24歳において、利用時間が「短くなった」人のSNS志向度が低い

表 ここ1,2年でのSNS利用時間の増減と各因子得点（各行で全体平均より大きいほど青、小さいほど赤）

必需	長くなった	変わらない	短くなった	全体
15-24歳(n=855)	0.69	0.31	0.13	0.48
25-39歳(n=1332)	0.32	-0.13	-0.34	-0.02
40-59歳(n=1749)	0.19	-0.31	-0.64	-0.22
全体(n=3936)	0.40	-0.15	-0.40	0.00

不安	長くなった	変わらない	短くなった	全体
15-24歳(n=855)	0.16	0.06	-0.15	0.09
25-39歳(n=1332)	0.10	-0.10	-0.08	-0.03
40-59歳(n=1749)	0.17	-0.08	-0.11	-0.02
全体(n=3936)	0.14	-0.06	-0.11	0.00

SNS志向	長くなった	変わらない	短くなった	全体
15-24歳(n=855)	0.44	0.24	-0.08	0.31
25-39歳(n=1332)	0.23	-0.05	-0.15	0.03
40-59歳(n=1749)	-0.03	-0.20	-0.32	-0.17
全体(n=3936)	0.21	-0.08	-0.21	0.00

- ・各因子とも、トラブル経験があるほうが得点が高い
- ・SNS志向因子：どの年代においてもトラブル経験の有無との関係が強い
- ・必需因子：40-59歳は経験有無の差が大きく、15-24歳は差がほとんどない

表 SNS利用によるトラブル経験有無と各因子得点（各年代で平均より大きいほど青、小さいほど赤）

因子 1：必需	経験あり	経験なし	全体
15-24歳(n=855)	0.51	0.47	0.48
25-39歳(n=1332)	0.14	-0.06	-0.02
40-59歳(n=1749)	0.05	-0.27	-0.22
全体(n=3936)	0.22	-0.06	0.00

因子 2：不安	経験あり	経験なし	全体
15-24歳(n=855)	0.14	0.07	0.09
25-39歳(n=1332)	0.13	-0.07	-0.03
40-59歳(n=1749)	0.01	-0.03	-0.02
全体(n=3936)	0.09	-0.02	0.00

因子 3：SNS志向	経験あり	経験なし	全体
15-24歳(n=855)	0.64	0.18	0.31
25-39歳(n=1332)	0.37	-0.07	0.03
40-59歳(n=1749)	0.20	-0.24	-0.17
全体(n=3936)	0.40	-0.10	0.00

- ・各因子とも、トラブル経験があるほうが得点が高い
- ・SNS志向因子：どの年代においてもトラブル経験の有無との関係が強い
- ・必需因子：40-59歳は経験有無の差が大きく、15-24歳は差がほとんどない

この差は何か？
⇒次頁

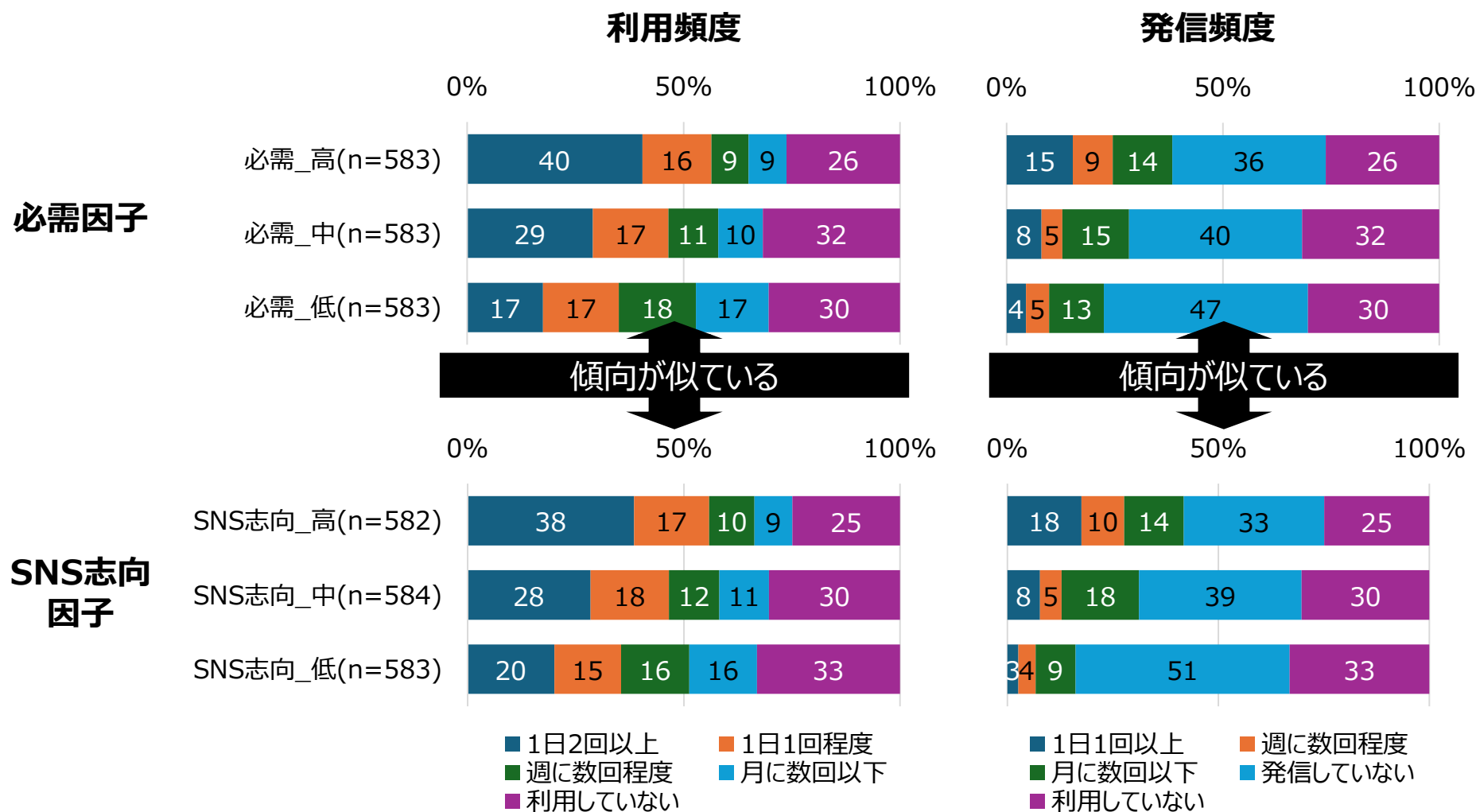
表 SNS利用によるトラブル経験有無と各因子得点（各年代で平均より大きいほど青、小さいほど赤）

因子 1：必需	経験あり	経験なし	全体
15-24歳(n=855)	0.51	0.47	0.48
25-39歳(n=1332)	0.14	-0.06	-0.02
40-59歳(n=1749)	0.05	-0.27	-0.22
全体(n=3936)	0.22	-0.06	0.00

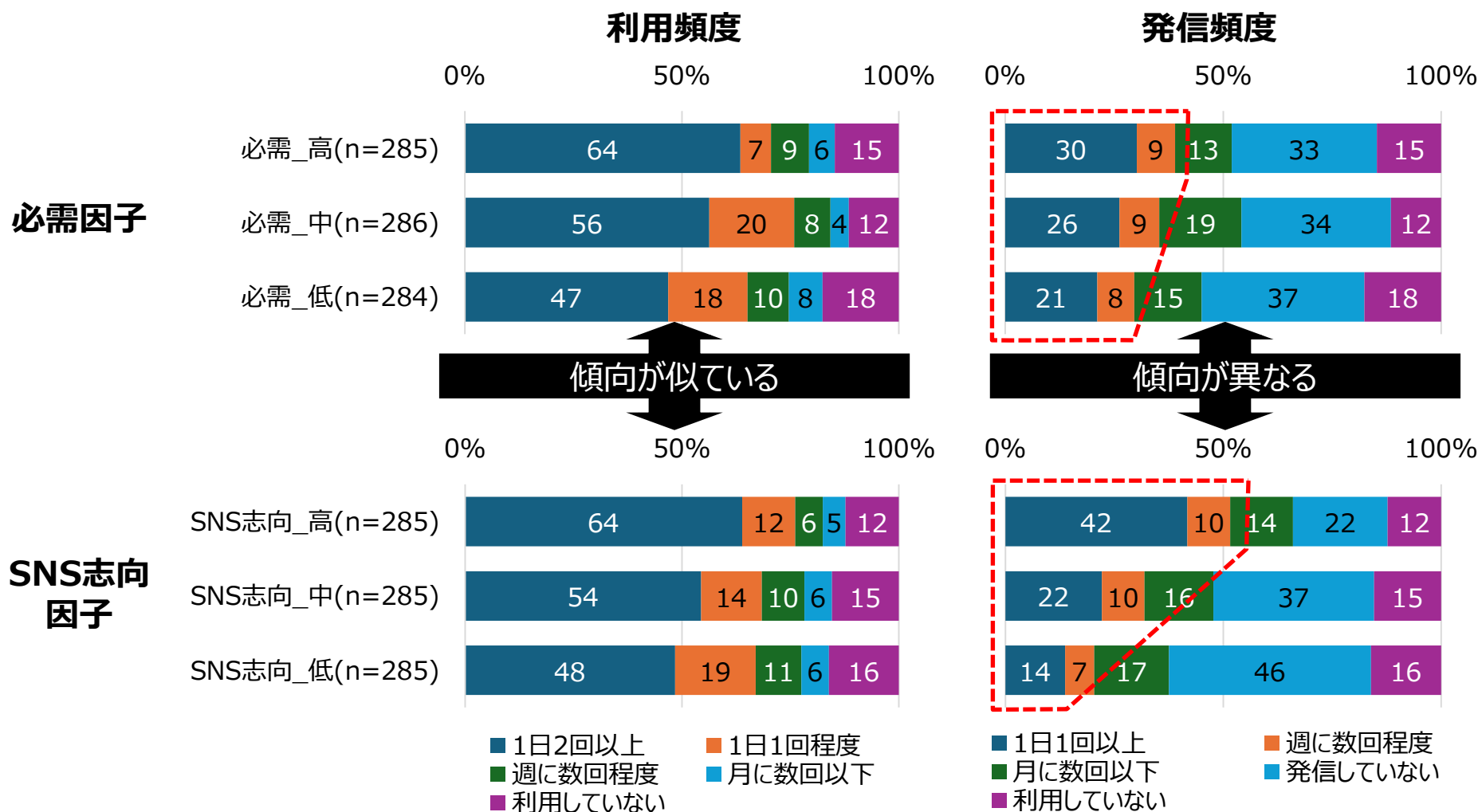
因子 2：不安	経験あり	経験なし	全体
15-24歳(n=855)	0.14	0.07	0.09
25-39歳(n=1332)	0.13	-0.07	-0.03
40-59歳(n=1749)	0.01	-0.03	-0.02
全体(n=3936)	0.09	-0.02	0.00

因子 3：SNS志向	経験あり	経験なし	全体
15-24歳(n=855)	0.64	0.18	0.31
25-39歳(n=1332)	0.37	-0.07	0.03
40-59歳(n=1749)	0.20	-0.24	-0.17
全体(n=3936)	0.40	-0.10	0.00

- ・利用頻度、発信頻度ともに、必需因子とSNS志向因子の高低で同傾向
⇒必需因子、SNS志向因子ともに発信頻度に影響＝トラブル経験の有無と関係あり



- ・利用頻度： 必需因子得点の高低とSNS志向因子得点の高低で傾向に差はない
- ・発信頻度： **SNS志向が大きく影響しており、高得点ほど高頻度の割合が高い**
 - ⇒ 必需の差： 発信頻度に大きな差が生まれないため、トラブル有無に影響しない
 - SNS志向の差： 発信頻度が高いことがトラブル有無にも影響



■ 性格(big5)の測定に使用した尺度

- 日本語版 Ten Item Personality Inventory (TIPI-J) (小塩真司・阿部晋吾・カトロニ ピノ, 2012)
- Big Fiveパーソナリティの5つの特性 (外向性、協調性、神経症傾向、勤勉性、開放性) を測定

■ 設問

1. 私は自分自身のことを活発、外向的だと思う。
2. 私は自分自身のことを他人に不満をもち、もめごとを起こしやすいと思う。
3. 私は自分自身のことをしっかりしていて、自分に厳しいと思う。
4. 私は自分自身のことを心配性で、うろたえやすいと思う。
5. 私は自分自身のことを新しいことが好きで、変わった考えをもつと思う。
6. 私は自分自身のことをひかえめで、おとなしいと思う。
7. 私は自分自身のことを人に気をつかう、やさしい人間だと思う。
8. 私は自分自身のことをだらしく、うっかりしていると思う。
9. 私は自分自身のことを冷静で、気分が安定していると思う。
10. 私は自分自身のことを発想力に欠けた、平凡な人間だと思う。

■ 選択肢

- 「強くそう思う」=7点、「まあまあそう思う」=6点、「少しそう思う」=5点、「どちらでもない」=4点、「少し違うと思う」=3点、「おおよそ違うと思う」=2点、「全く違うと思う」=1点で点数化。

■ 利用方法 (採点方法)

- 外向性 : $(\text{項目1} + (8 - \text{項目6}))$
- 協調性 : $((8 - \text{項目2}) + \text{項目7})$
- 勤勉性 : $(\text{項目3} + (8 - \text{項目8}))$
- 神経症傾向 : $(\text{項目4} + (8 - \text{項目9}))$
- 開放性 : $(\text{項目5} + (8 - \text{項目10}))$

- 直交関係に近い「必需因子」と「不安因子」を用い4クラスに分類し、性格との関係进行分析
- 必需因子の影響が大きい： 協調性、勤勉性
 - 必需得点が高いほど協調性が高く、勤勉性が低い ⇒ 必需傾向 = 依存傾向の懸念
- 不安因子の影響が大きい： 外向性、神経症傾向、開放性
 - 不安得点が高いほど外向性・開放性が低く、神経症傾向が高い
⇒ 不安得点が高い = リア充的である可能性

表 必需因子×不安因子とbig5各項目の得点（全体平均より大きいほど青、小さいほど赤）

	外向性	協調性	勤勉性	神経症傾向	開放性
必要×不安なし(n=864)	7.45	9.41	7.27	8.43	7.74
必要×不安(n=1310)	6.93	9.30	7.13	9.02	7.33
不要×不安なし(n=610)	7.58	9.00	7.64	7.98	7.69
不要×不安(n=1152)	7.04	9.19	7.47	8.71	7.27
全体(n=3936)	7.18	9.25	7.34	8.64	7.46
影響が大きい因子 →	不安	必需	必需	不安	不安

利用意識と性格の関係（SNS志向とbig5）

- SNS志向の因子得点で3群に分類し、性格との関係を確認
- SNS志向因子の得点が高い：
 - 外向性、協調性、勤勉性： 得点が低い
⇒ 非リア充的？
 - 神経症傾向、開放性： 得点が高い
⇒ SNSでのコミュニケーションに積極的

年代別にみると、若年層は当てはまらない（次頁）

表 SNS志向の得点別にみたbig5各項目の得点（全体平均より大きいほど青、小さいほど赤）

	外向性	協調性	勤勉性	神経症傾向	開放性
SNS志向_高(n=1312)	7.05	9.01	7.30	8.73	7.60
SNS志向_中(n=1311)	7.12	9.27	7.25	8.67	7.43
SNS志向_低(n=1313)	7.36	9.46	7.47	8.52	7.34
全体(n=3936)	7.18	9.25	7.34	8.64	7.46

表 SNS志向の得点別にみたbig5各項目得点（各項目で各年代の全体平均より大きいほど青、小さいほど赤）

15-24歳	外向性	協調性	勤勉性	神経症傾向	開放性
SNS志向_高(n=285)	7.08	8.89	7.10	8.77	7.82
SNS志向_中(n=285)	7.09	9.10	6.92	8.98	7.59
SNS志向_低(n=285)	7.23	9.49	6.85	8.98	7.75
全体(n=855)	7.13	9.16	6.95	8.91	7.72

25-39歳	外向性	協調性	勤勉性	神経症傾向	開放性
SNS志向_高(n=445)	6.95	8.89	7.26	8.91	7.44
SNS志向_中(n=435)	7.12	9.19	7.14	8.86	7.12
SNS志向_低(n=452)	7.26	9.45	7.32	8.75	7.17
全体(n=1332)	7.11	9.18	7.24	8.84	7.24

40-59歳	外向性	協調性	勤勉性	神経症傾向	開放性
SNS志向_高(n=582)	7.14	9.21	7.41	8.55	7.62
SNS志向_中(n=584)	7.10	9.32	7.52	8.35	7.51
SNS志向_低(n=583)	7.51	9.49	7.87	8.16	7.36
全体(n=1749)	7.25	9.34	7.60	8.35	7.50

・「外向性」は若年のほうが差が縮小

⇒若年ではSNSによるコミュニケーションが普及しており、SNS志向による外向性への影響は減少

表 SNS志向の得点別にみたbig5各項目得点（各項目で各年代の全体平均より大きいほど青、小さいほど赤）

15-24歳	外向性	協調性	勤勉性	神経症傾向	開放性
SNS志向_高(n=285)	7.08	8.89	7.10	8.77	7.82
SNS志向_中(n=285)	7.09	9.10	6.92	8.98	7.59
SNS志向_低(n=285)	7.23	9.49	6.85	8.98	7.75
全体(n=855)	7.13	9.16	6.95	8.91	7.72
25-39歳	外向性	協調性	勤勉性	神経症傾向	開放性
SNS志向_高(n=445)	6.95	8.89	7.26	8.91	7.44
SNS志向_中(n=435)	7.12	9.19	7.14	8.86	7.12
SNS志向_低(n=452)	7.26	9.45	7.32	8.75	7.17
全体(n=1332)	7.11	9.18	7.24	8.84	7.24
40-59歳	外向性	協調性	勤勉性	神経症傾向	開放性
SNS志向_高(n=582)	7.14	9.21	7.41	8.55	7.62
SNS志向_中(n=584)	7.10	9.32	7.52	8.35	7.51
SNS志向_低(n=583)	7.51	9.49	7.87	8.16	7.36
全体(n=1749)	7.25	9.34	7.60	8.35	7.50

利用意識と性格の関係（SNS志向とbig5、年齢別）

- ・「勤勉性」「神経症傾向」は年齢が上がると傾向が逆転するが、特に中年で差が大きい
- ・勤勉性： SNS志向の中年はSNSへの依存傾向の懸念
- ・神経症傾向： 中年では神経症傾向なほうがSNSでのやり取りを好む
（文章を考えてから発信できる、匿名でいられる）

表 SNS志向の得点別にみたbig5各項目得点（各項目で各年代の全体平均より大きいほど青、小さいほど赤）

15-24歳	外向性	協調性	勤勉性	神経症傾向	開放性
SNS志向_高(n=285)	7.08	8.89	7.10	8.77	7.82
SNS志向_中(n=285)	7.09	9.10	6.92	8.98	7.59
SNS志向_低(n=285)	7.23	9.49	6.85	8.98	7.75
全体(n=855)	7.13	9.16	6.95	8.91	7.72
25-39歳	外向性	協調性	勤勉性	神経症傾向	開放性
SNS志向_高(n=445)	6.95	8.89	7.26	8.91	7.44
SNS志向_中(n=435)	7.12	9.19	7.14	8.86	7.12
SNS志向_低(n=452)	7.26	9.45	7.32	8.75	7.17
全体(n=1332)	7.11	9.18	7.24	8.84	7.24
40-59歳	外向性	協調性	勤勉性	神経症傾向	開放性
SNS志向_高(n=582)	7.14	9.21	7.41	8.55	7.62
SNS志向_中(n=584)	7.10	9.32	7.52	8.35	7.51
SNS志向_低(n=583)	7.51	9.49	7.87	8.16	7.36
全体(n=1749)	7.25	9.34	7.60	8.35	7.50

- SNS利用意識から3因子（必需、不安、SNS志向）を析出
- 各因子と直近1,2年のSNS利用時間の変化は正の相関
 - 特に必需因子と強い相関
- トラブル経験の有無はSNS志向と強い相関があり、必需との相関は若年層では弱い
 - 若年層において、必需因子は発信頻度との相関が弱い
 - SNS志向は年齢によらず発信頻度との相関が強い = トラブルの懸念増
- 性格（big5）との関係
 - 必需因子は勤勉性と負の相関 ⇒ 必需傾向 = 依存傾向 の懸念
 - 不安因子は外向性と負の相関 ⇒ 不安ではない = リア充 の可能性
 - SNS志向は15-24歳において外向性等への影響が小さく、40-59歳では外向性や勤勉性、神経症傾向などに影響が大きい

今後の展望

若年層において、SNS利用実態と関係が強い項目（ライフスタイル、意識）を検討し、ユーザーを類型化して特徴を明らかにする。

- Kojima, S., Kira, F. & Kondo, S. (2024). The Relationship between Self-Esteem and Attitude of Smartphone Users in Japan [Poster Presentation]. The Society for Personality and Social Psychology 2024 Annual Convention, San Diego, CA.
- 総務省情報通信政策研究所(2024).「令和5年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」. 総務省. https://www.soumu.go.jp/main_content/000952988.pdf
- NHK放送文化研究所. (2022). メディア利用の生活時間調査. NHK放送文化研究所. <https://www.nhk.or.jp/bunken/yoron-jikan/media/>
- 吉藤昌代・渡辺洋子(2020).「若年層のスマートフォンによるメディア利用行動と利用意識」『放送研究と調査』, 70, 1, 26-45.
- 平田明裕・伊藤文・舟越雅(2022).「スマートフォンやテレビからみるメディア利用行動の今」『放送研究と調査』, 72, 7, 88-111.
- 小島誠也・飽戸弘(2023).「スマートフォン利用者の関与別の特徴—モバイル利用のライフスタイル研究—」『日本社会心理学会第64回大会発表論文集』, 7.
- 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.
- 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.
- 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.
- 小塩真司・阿部晋吾・カトロニピノ(2012).「日本語版 Ten Item Personality Inventory (TIPI-J) 作成の試み」『パーソナリティ研究』, 21, 40-52.