

SNSの好影響・悪影響を左右する要因の分析： 心理特性と利用構造に着目して

Factors Influencing Positive and Negative Effects of SNS Use: Focus on Psychological and Structural Aspects

○小島 誠也¹, 近藤 勢津子¹, 肥田 雅之¹, 廣瀬 通孝²
Seiya KOJIMA, Setsuko KONDO, Masayuki HIDA and Michitaka HIROSE

¹株式会社NTTドコモ モバイル社会研究所 Mobile Society Research Institute, NTT DOCOMO, INC.

²東京大学 名誉教授 Professor Emeritus, The University of Tokyo

Abstract This study examined psychological and behavioral factors related to both positive and negative effects of social networking service (SNS) use. Survey data from Japanese users (N = 4031) were analyzed using logistic regression. Positive effects, such as maintaining ties, were linked to agreeableness and openness, while negative effects, like comparison stress, related to neuroticism and SNS fatigue. Notably, the types of social connections on SNS—such as offline friends or online acquaintances—were strongly associated with both positive and negative outcomes, highlighting the importance of social context in understanding SNS experiences.

キーワード SNS, 心理的影響, デジタル・ウェルビーイング

1. はじめに

近年、ソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）は個人の日常生活において不可欠なメディアとなっている。X（旧Twitter）やInstagram, Facebook, TikTokなど、多様なプラットフォームが普及しており、情報収集、自己表現、娯楽、対人交流といった多様な目的で用いられている。また、その利用は若年層にとどまらず、中高年層にも広がっており、社会的孤立の緩和や情報格差の是正といった観点からも注目を集めている。

SNSの影響については、近年、多くの研究が蓄積されつつある。たとえば、SNS利用が抑うつや不安などの心理的リスクと関連する可能性（Keles et al., 2020; Verduyn et al., 2017）や、逆に幸福度の向上や社会的つながりの維持に貢献する可能性（Nadkarni & Hofmann, 2012）が報告されている。また、性格特性や利用動機との関連を調べる研究も活発に行われており、ビッグファイブ性格特性（Big Five）とSNS利用傾向との関係（Correa et al., 2010）、賞賛獲得欲求や拒否回避欲求とSNSの利用実態との関係（加藤, 2014; 永井ら, 2025）などが注目されている。

しかし、これらの研究の多くは、SNSの「好影響」または「悪影響」のいずれか一方に着目しており、その両者が併存する現実の複雑な利用実態を十分に捉えきれているとは言いがたい。実際には、SNSを通じて多様な情報に触れて視野が広がる一方で、過剰な情報接触や他者との比較によりストレスを感じるなど、恩恵と負担が共存する複雑な意識が存在している。また、SNS利用の心理的影響は、単に使用頻度やプラットフォームの種類といった量的側面だけでなく、「誰と、どのように、どの程度つながっているか」といった関係構造の質的側面、さらには個人の心理的特性と密接

に関連している可能性がある。

このような背景から、本研究では、SNS利用がもたらす好影響と悪影響の両面を同時に捉え、それらの感じ方がどのような心理的要因や利用スタイルと関係しているのかを統合的に分析することを試みる。

2. 目的

本研究の目的は、SNSの利用によって人々が主観的に感じている好影響と悪影響の両面について、それぞれに関連する要因を明らかにすることである。本研究で扱う好影響とは、たとえば「人間関係のつながりを維持できること」や「多様な考えに触れて視野が広がること」を指す。一方、悪影響には、「SNS上での他者との比較によってストレスを感じる」と「誤った情報の氾濫によって真実が見えなくなる」となどが含まれる。

これらの影響が生じる背景には、利用者自身の性格特性や承認欲求、主観的幸福感といった心理的要因に加え、SNSの利用プラットフォームや利用頻度、つながっている人の違いといった関係構造的要因が複雑に関係していると考えられる。そこで本研究では、これらの多様な要因の関係性を捉えることにより、SNSを利用することによって生じる影響の全体像を明らかにすることを目指す。

また、SNSの好影響と悪影響は必ずしも対立するものではなく、同じ利用者が同時に両者を意識している場合もある。そこで本研究では、以下の問いを立てる：

「SNSの好影響と悪影響は、利用者のどのような心理特性や利用構造と関係して意識されるようになるのか？ それらはどのような条件のもとで同時に生じうるのか？」

この問いに対する検討を通じて、SNSが個人の心理とどのように関わっているのかについて、より多面的で実態に即した理解を深めることを目指す。

3. 方法

本研究では、SNS 利用による主観的な影響とその背景要因を明らかにするため、全国の SNS 利用者を対象とした Web 調査を実施した。調査は 2025 年 2 月に実施され、性別、年代、地域などの属性が日本の SNS ユーザーの構成に近づくように設計された。有効回答数は 4031 名であった。

分析では、SNS の利用によって生じていると認識される影響を「好影響」と「悪影響」に分類し、各 2 項目ずつ、計 4 項目を目的変数として設定した。具体的には、好影響には「友人・知人とのつながりが維持できる」「多様な考えを知り視野が広がる」、悪影響には「他人と比較して心理的なストレスを感じる」「偽・誤情報が広がり真実がわからなくなる」を用いた。これらの各項目について、複数選択形式で得られた回答をもとにロジスティック回帰分析を行った。

説明変数は、以下の 3 つの観点から収集された。

第一に、個人の心理的特性として、情報欲求志向度合いを先行研究をもとに 3 設問で測定した。加えて、ビッグファイブ性格特性（外向性、協調性、勤勉性、神経症傾向、開放性）を日本語版 Ten Item Personality Inventory (TIPI-J)（小塩ら, 2012）により測定した。また、対人動機としての承認欲求については、小島ら（2002）の尺度を参考に、「賞賛獲得欲求」と「拒否回避欲求」の 2 因子構成に基づき、それぞれ 4 項目から成る尺度で測定した。さらに、主観的幸福感についても単独の指標で測定した。

第二に、SNS 利用に関する行動特性として、1 日の平均スマートフォン利用時間、各プラットフォーム（X, Instagram, Facebook, TikTok）の利用頻度、そして SNS 上でつながっている相手の属性（家族、よく会う友人、あまり会わない友人、趣味の友人、ネット上のみの知人など）を調査した。これにより、SNS の利用スタイルやつながりの構造的な違いを把握した。

第三に、SNS に対する意識や姿勢を捉えるため、13 項目で構成される SNS 利用意識に関する質問項目を用いてデータを収集し、因子分析（最尤法・プロマックス回帰）を実施した(表 1)。その結果、以下の 3 因子が抽出された：

- ・自己表現（SNS を通じて自分を発信し、他者との交流を楽しむ志向）
- ・SNS 疲れ（SNS を利用することに対する心理的な負担や疲労感）
- ・夢中（SNS に夢中になりやすく、長時間利用してしまう傾向）

これらの因子スコアは、個人の SNS に対する姿勢や傾向を反映する指標として捉え、各ロジスティック回帰モデルに補助的な説明変数として投入した。なお、すべての説明変数は Z 変換を施し、効果量の比較が可能となるように調整したうえで分析を行った。

表 1 SNS 利用意識の 因子分析結果

設問	因子		
	自己表現	SNS 疲れ	夢中
SNS のほうが自分らしくいられる	.84	.01	-.06
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	.82	.00	.00
SNS では気軽に本音が言える	.81	-.02	-.01
対面で話すより、SNS でのやり取りの方が気が楽だ	.72	.02	.08
SNS には情報があふれていて、ついでいくのに疲れる	-.06	.76	.02
SNS では過激な発言が目に入り疲れる	-.04	.71	.04
SNS では常に人に情報を見られている気がする	-.03	.70	.01
SNS は閉塞感がある	.01	.61	-.07
SNS では自由な発言・発信がしにくい	.04	.58	-.07
SNS を利用すると自分の情報が悪用されそうで心配だ	.15	.47	.07
思っていたより長い時間 SNS を使用していることがある	-.05	.00	.90
特に目的もなく SNS を触っていることがある	-.01	.00	.86
SNS を見ていると、つい夢中になってしまう	.07	-.03	.82
Cronbach's α	.87	.81	.89

4. 結果

4 つの目的変数（SNS の好影響および悪影響）について、それぞれロジスティック回帰分析を実施した結果、心理的特性および利用構造のいくつかの要因が有意な影響を与えていることが明らかとなった。

(1) つながりの維持

「友人・知人とのつながりが維持できる」と感じる人は、協調性が高く、拒否回避欲求や主観的幸福感とも有意な正の関連を示した。プラットフォーム別では、X や TikTok の利用頻度とは負の関連がみられた一方で、Facebook の利用頻度は正の関連を示した。つながりの対象としては、ふだんよく会う友人、あまり会わない友人、趣味の友人、ネット上の知人とのつながりがいづれも有意に正の影響を及ぼしており、幅広い関係性の維持に SNS が寄与していることが示唆された。さらに、SNS 夢中傾向（SNS への過剰な没入傾向）もつながりの維持に対して正の効果を示した。

(2) 視野の拡大

「多様な考えに触れて視野が広がる」と感じている人は、性別は女性、年齢は高いほうが正の関連があり、協調性、開放性、拒否回避欲求、主観的幸福感のいずれもが有意に正の関連を示した。一方で、賞賛獲得欲求および自己表現志向は負の関連を示しており、他者からの評価や発信行動への意識が高いほど、視野の広がりを感じにくい傾向がみられた。スマートフォンの利用時間、X の利用頻度も正の影響を示した一方で、Facebook および TikTok の利用頻度は負の影響を示し

た。つながりの対象では、あまり会わない友人、親族、ネット上のみでのやり取りがある相手、またネットでのやり取りを通じて直接会うようになった人とのつながりが有意な正の関連を示した。さらに、SNS 夢中傾向は強い正の関係があり、SNS 疲れ傾向もわずかに正の影響を示した。

(3)比較によるストレス

「SNS で他人と比較してストレスを感じる」と回答した人は、女性、若年層、神経症傾向、拒否回避欲求がいずれも有意な正の関連を示した。また、勤勉性、賞賛獲得欲求、については有意な負の関連がみられた。

スマートフォン利用時間は正の関連があったほか、プラットフォーム別では、TikTok の利用頻度が負の影響を示した。つながりの対象では、ふだんよく会う友人、あまり会わない友人、趣味の友人、ネット上のやり取りのみの知人、およびネットを通じて会うようになった知人とのつながりが、いずれも比較ストレスの高まりと有意に関連していた。特に、ネット上のみの知人とのつながりは最も強い正の関連を持っていた (Exp(B) = 1.55)。全体として、SNS 上での幅広いつながりが比較ストレスのリスクを高める要因となっていた。また、SNS 疲れ傾向、SNS 夢中傾向は正の関連、自己表現志向は負の関連を示した。

表 2 好影響 2 項目と悪影響 2 項目を目的変数としたロジスティック回帰分析結果

	好影響1 つながり維持		好影響2 視野拡大		悪影響1 比較ストレス		悪影響2 偽・誤情報不安	
	Exp(B) (95% CI)	P	Exp(B) (95% CI)	P	Exp(B) (95% CI)	P	Exp(B) (95% CI)	P
性別(女性)	1.00 (0.86-1.18)	0.956	1.20 (1.03-1.39)	0.018	1.46 (1.25-1.70)	0.000	1.05 (0.91-1.22)	0.481
年齢	0.99 (0.90-1.07)	0.728	1.20 (1.11-1.30)	0.000	0.86 (0.80-0.94)	0.001	1.15 (1.07-1.25)	0.000
情報欲求志向	1.04 (0.96-1.12)	0.380	0.96 (0.89-1.04)	0.309	1.06 (0.98-1.15)	0.134	1.01 (0.93-1.08)	0.878
Big Five：外向性	1.06 (0.98-1.15)	0.147	1.00 (0.93-1.08)	0.983	0.93 (0.86-1.00)	0.060	0.90 (0.84-0.98)	0.010
Big Five：協調性	1.19 (1.10-1.29)	0.000	1.26 (1.17-1.35)	0.000	1.04 (0.97-1.13)	0.264	1.18 (1.10-1.28)	0.000
Big Five：勤勉性	0.96 (0.88-1.04)	0.325	0.95 (0.88-1.03)	0.186	0.92 (0.84-0.99)	0.033	0.89 (0.83-0.97)	0.005
Big Five：神経症傾向	0.99 (0.91-1.08)	0.854	1.09 (1.00-1.18)	0.050	1.13 (1.03-1.23)	0.007	1.15 (1.06-1.25)	0.001
Big Five：開放性	0.99 (0.91-1.07)	0.787	1.12 (1.04-1.21)	0.003	1.08 (1.00-1.17)	0.051	1.05 (0.97-1.13)	0.248
承認欲求：賞賛獲得欲求	0.95 (0.87-1.03)	0.207	0.72 (0.67-0.79)	0.000	0.90 (0.83-0.98)	0.019	0.72 (0.67-0.78)	0.000
承認欲求：拒否回避欲求	1.13 (1.03-1.23)	0.007	1.21 (1.11-1.31)	0.000	1.13 (1.04-1.23)	0.004	1.08 (1.00-1.18)	0.054
主観的幸福度	1.12 (1.03-1.21)	0.006	1.10 (1.02-1.18)	0.012	1.03 (0.95-1.11)	0.503	1.04 (0.97-1.12)	0.306
スマートフォン利用時間	1.00 (0.92-1.08)	0.993	1.08 (1.01-1.17)	0.034	1.11 (1.02-1.20)	0.010	1.08 (1.01-1.17)	0.035
SNS利用頻度：X	0.89 (0.82-0.96)	0.003	1.08 (1.00-1.17)	0.038	0.95 (0.88-1.03)	0.235	1.16 (1.08-1.25)	0.000
SNS利用頻度：Instagram	1.05 (0.97-1.14)	0.250	0.93 (0.86-1.01)	0.078	1.03 (0.95-1.11)	0.527	0.93 (0.86-1.01)	0.074
SNS利用頻度：Facebook	1.08 (1.01-1.17)	0.033	0.86 (0.80-0.93)	0.000	0.97 (0.90-1.05)	0.409	0.90 (0.84-0.97)	0.007
SNS利用頻度：TikTok	0.87 (0.81-0.94)	0.000	0.90 (0.84-0.97)	0.004	0.90 (0.83-0.97)	0.005	0.88 (0.82-0.95)	0.001
つながり-ふだんよく会う友人	2.98 (2.55-3.49)	0.000	1.17 (1.00-1.37)	0.047	1.28 (1.09-1.50)	0.003	1.08 (0.93-1.27)	0.315
つながり-あまり会わない友人	2.55 (2.20-2.96)	0.000	1.28 (1.10-1.48)	0.001	1.36 (1.17-1.59)	0.000	1.30 (1.12-1.51)	0.001
つながり-配偶者・パートナー	1.33 (1.09-1.61)	0.004	0.86 (0.72-1.04)	0.131	1.15 (0.95-1.40)	0.150	0.95 (0.79-1.14)	0.585
つながり-親、きょうだい、子ども	1.07 (0.90-1.27)	0.456	1.62 (1.37-1.92)	0.000	1.07 (0.90-1.28)	0.430	1.58 (1.33-1.87)	0.000
つながり-趣味の友人	1.46 (1.22-1.76)	0.000	1.12 (0.94-1.34)	0.211	1.22 (1.01-1.46)	0.034	1.19 (0.99-1.42)	0.058
つながり-仕事関係の人	1.01 (0.80-1.26)	0.957	1.14 (0.92-1.41)	0.247	1.07 (0.86-1.34)	0.538	1.34 (1.08-1.66)	0.007
つながり-ネット上でのやり取りだけの人	1.06 (0.89-1.26)	0.503	2.16 (1.84-2.53)	0.000	1.55 (1.31-1.82)	0.000	1.73 (1.48-2.03)	0.000
つながり-ネット上のやり取りから会った人	1.54 (1.16-2.05)	0.003	1.41 (1.07-1.85)	0.013	1.46 (1.12-1.92)	0.006	1.45 (1.11-1.91)	0.007
SNS利用意識因子1：自己表現	1.07 (0.97-1.17)	0.189	0.82 (0.75-0.90)	0.000	0.76 (0.69-0.83)	0.000	0.69 (0.63-0.75)	0.000
SNS利用意識因子2：SNS疲れ	0.99 (0.92-1.07)	0.775	1.09 (1.01-1.17)	0.021	1.53 (1.41-1.65)	0.000	1.41 (1.31-1.52)	0.000
SNS利用意識因子3：夢中	1.16 (1.04-1.28)	0.005	1.48 (1.34-1.63)	0.000	1.19 (1.08-1.32)	0.001	1.22 (1.10-1.34)	0.000
定数	0.20	0.000	0.31	0.000	0.16	0.000	0.52	0.000
Nagerkerke R square	0.251		0.185		0.163		0.194	

(4)偽・誤情報による不安

「SNS で誤った情報が広まり、真実が見えなくなると感じる」と回答した人は、年齢が高いほうが正の関連があるほか、協調性、神経症傾向がいずれも有意な正の関連を示した一方で、外向性、勤勉性、賞賛獲得欲求は負の関連がみられた。SNS 利用行動関連では、スマートフォンの利用時間、X の利用頻度がいずれも有意な正の関連を示し、Facebook および TikTok の利用頻度は負の関連を示した。つながりの対象では、あまり会わない友人、親族、仕事関係者、ネット上のやり取りのみの知人、およびネットを通じて直接会うようになった知人とのつながりが、有意な正の関連を示した。特に、ネット上のみの知人とのつながりは最も強い影響を持っており ($\text{Exp}(B) = 1.73$)、SNS 上での不確かな情報への接触機会が多いことが懸念の高まりに繋がっていることが示唆された。自己表現志向は負の関連を示したが、SNS 疲れ傾向、SNS 夢中傾向はいずれも有意な正の関連を示した。

5. 考察

本研究では、SNS 利用によって利用者が主観的に感じる好影響および悪影響が、それぞれどのような心理的特性や利用構造と関連しているのかを明らかにした。その結果、性格傾向や対人動機、SNS への関与姿勢、利用プラットフォームの違い、つながりの対象といった多様な要因が、好影響と悪影響のいずれにも有意に関係していることが示された。

まず、好影響については、協調性や拒否回避欲求、主観的幸福感といった心理的特性が共通して関連していた。これらは SNS 上で良質な社会的経験や視野の広がりを感じる際の心理的基盤として機能しており、積極的かつ柔軟な対人姿勢がポジティブな SNS 体験を促進していると考えられる。また、Facebook のような既存関係の補完的プラットフォームがつながりの維持に寄与していたほか、普段会う友人やあまり会わない友人、ネット上やり取りから会うようになった知人といった幅広い関係性の存在も、つながりの維持や視野の拡大に寄与していた。さらに、SNS 夢中傾向との正の関連からは、SNS への高い関与が恩恵をもたらす側面も示された。

一方で、悪影響については、神経症傾向や SNS 疲れ傾向といった心理的不安が、比較ストレスや誤情報不安の共通するリスク要因となっていた。また、SNS 夢中傾向も悪影響と正の関連を示しており、SNS への強い没入がポジティブ・ネガティブ両面の影響を高めることが確認された。これは、SNS 体験が利用者の心理的脆弱性や関与の深さと相互に作用することを示唆している。

特に注目されるのは、ネット上の知人とのつながりが比較ストレスと誤情報不安のいずれにおいても強い正の影響を示した点である。この結果は、オンライン上でのつながりが、情動的・感情的な負荷を生みやすい構造を持つことを示しており、SNS の利便性と同時に、心理的リスクの側面にも注意が必要であることを浮き彫りにしている。

プラットフォーム別の影響を見ても、X の利用は視野の拡大と誤情報不安の双方に正の関連を示し、情報の多様性と信頼性への懸念が共存している様子がうかがえた。一方で、TikTok の利用頻度は、好影響・悪影響のいずれにおいても負の関連を示した。特に、比較ストレスとの負の関連については、TikTok の利用が高頻度であっても、他者との社会的比較よりも娯楽的な視聴体験を中心とした利用スタイルによって、心理的負荷が生じにくい可能性が考えられる。このように、SNS の利用スタイルの違いにより、SNS がもたらす心理的影響のパターンも異なる可能性が示唆された。

総じて、SNS の影響は単なる使用頻度や時間だけではなく、「誰が、どのように、誰と使うか」という利用者の心理的特性や関係構造との相互作用によって大きく左右されることが明らかとなった。好影響と悪影響が同時に生じうることを踏まえれば、SNS 利用に対する単純な善悪の評価や画一的な対策は不十分である。今後は、個々の利用文脈に応じた多層的な支援やリテラシー教育が一層重要となるだろう。

参考文献

- 1) Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017) Do Social Network Sites Enhance or Undermine Subjective Well-Being? A Critical Review, *Social Issues and Policy Review*, Vol.11, No.1, pp.274-302.
- 2) Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2019) A systematic review: the influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents, *International Journal of Adolescence and Youth*, Vol.25, No.1, pp.79-93.
- 3) Nadkarni, A., & Hofmann, S. G. (2012) Why do people use Facebook?, *Personality and Individual Differences*, Vol.52, No.3, pp.243-249.
- 4) Correa, T., Hinsley, A. W., & De Zúñiga, H. G. (2010) Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use, *Computers in Human Behavior*, Vol.26, No.2, pp.247-253.
- 5) 加藤千枝 (2014) 賞賛獲得欲求と拒否回避欲求からみた青少年の SNS 利用, 『北陸学院大学・北陸学院大学短期大学部研究紀要』 Vol.7, pp.315-323.
- 6) 永井里奈, 来会芳子, 菅原美希, 八木風騎, 山口麻衣子, 秋光恵子 (2025) 賞賛獲得欲求と拒否回避欲求がInstagramの利用に及ぼす影響について, 『発達心理臨床研究』 Vol.31, pp.181-191.
- 7) 小塩真司, 阿部晋吾, カトローニ 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』 Vol.21, pp.40-52.
- 8) 小島弥生, 太田恵子, 菅原健介 (2002) 賞賛獲得欲求・拒否回避欲求尺度作成の試み, 『性格心理学研究』 Vol.11, No.2, pp.86-98.