

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

小島 誠也¹, 近藤 勢津子¹, 肥田 雅之¹, 廣瀬 通孝²

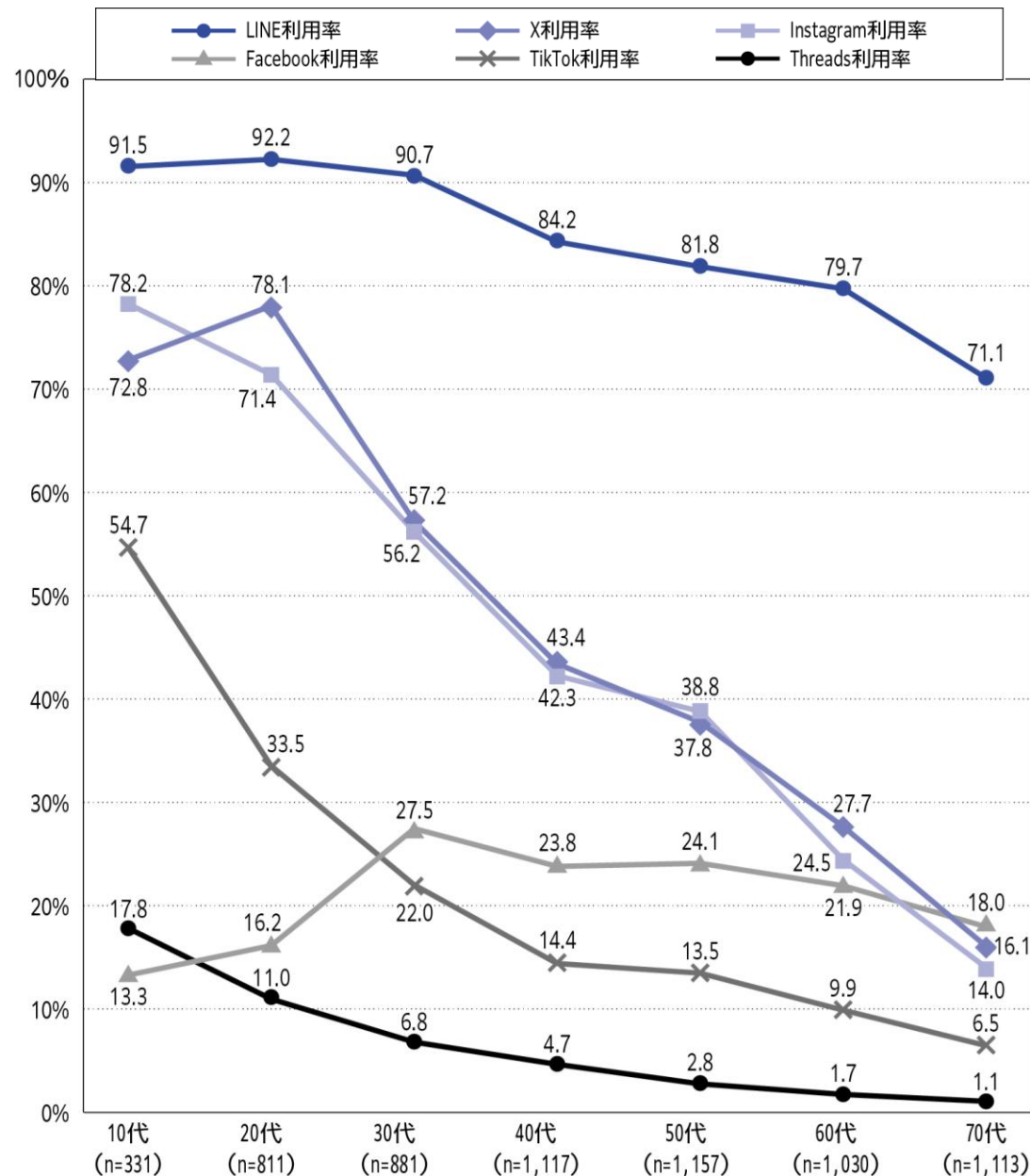
¹株式会社NTTドコモ モバイル社会研究所

²東京大学 名誉教授

- SNSは年齢を問わず生活基盤に

NTTドコモ・モバイル社会研究所
『モバイル社会白書2024年版』
ソーシャルメディアの利用率 [年代別]

<https://www.mobaken.jp/whitepaper/wp24.html>



出典：2024年一般向けモバイル動向調査

- SNSは自己表現や交流、情報流通など多様な利点がある一方で、誹謗中傷や心理的ストレス、時間浪費などの悪影響も指摘されている。
- SNS利用による心理的影響：青少年（Keles et al., 2020）
 - 過度な利用は、比較、いじめ、睡眠不足等により、抑うつ・不安を増加
 - 社会的支援や仲間意識の強化などのポジティブな点もあり
- SNS利用による心理的影響：全年代（Verduyn et al., 2017）
 - SNSの能動的利用はつながり感を向上し、幸福感が向上
 - SNSの受動的利用は他者比較により幸福感を低下

- SNSの利用動機や心理特性と利用行動等との関係も分析されつつある
- SNS利用動機（Nadkarni & Hofmann, 2012）
 - Facebookの利用は「所属欲求」や「自己表現欲求」に基づく
- Big Five 性格特性とSNS利用（Correa et al., 2010）
 - SNS利用と強く正の関係：外向性 ⇒ 交流の拡大
 - SNS利用と正の関係：神経症傾向 ⇒ 不安や孤独の補完、
開放性 ⇒ 新しい情報や経験の開拓
 - 関係が限定的：協調性、勤勉性
- 承認欲求とSNS利用（永井ら2025）
 - 承認欲求は、ネガティブ影響因子と関連（特に「比較による不安」「依存感」）
 - ポジティブ影響因子にも一定の関連を確認

• 研究ギャップ

- SNSの「好影響」または「悪影響」のいずれか一方に着目したものが多く、両義的な側面をとらえていない
- 「誰と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や、心理特性等を統合的に見た研究は少ない

• 目的

- 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、利用者の心理特性や利用構造との関連を明らかにする
- これにより、健全なSNS利用の促進やリスク低減策の検討に資する知見を見出す

• リサーチクエスト

- **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？ どのような条件のもとで同時に生じうるのか？**

■ 今回の調査

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	4,031
標本抽出方法	QUOTA SAMPLING、性別・年齢・都道府県で人口分布に比例して割付しSNS利用率を調査。結果からSNS利用者比率に比例して再割付を実施。
調査時期	2025年2月

■ 分析手順

- 好影響と悪影響に関する基礎集計
- SNS利用意識の因子分析
- 好影響・悪影響の各2項目を従属変数としたロジスティック回帰分析

- 全体的に高いのは「視野の拡大」「友人とのつながり維持」「趣味や教養が豊かになる」。
- 「知人とのつながり維持」「新しい人との接点」は女性若年層が特に高い。
- 男性25-39歳は「情報拡散の加速」が高い。

		友人・知人 との つながり維持	新しい人々 との 接点創出	悩みごとの 相談・ サポート	情報拡散の 加速	政治や社会 問題への 関心増	趣味や教養 が豊かに	多様な考えに 触れて、 視野の拡大	特に ない
男性	15-24歳 (n=316)	42	30	15	33	26	38	32	16
	25-39歳 (n=664)	29	34	18	40	30	37	39	18
	40-59歳 (n=950)	35	31	13	33	29	36	38	17
女性	15-24歳 (n=427)	50	43	22	31	20	39	48	13
	25-39歳 (n=696)	43	33	21	31	21	38	45	14
	40-59歳 (n=978)	37	28	19	29	25	43	52	15
全体 (n=4,031)		38	32	18	33	26	39	43	16

- 全体的に高いのは「偏った情報を目にする」「偽・誤情報が広がり真実がわからなくなる」。
- 女性・若年層で、各項目の選択率が相対的に高い傾向。「比較ストレス」「時間浪費」など。
- 各項目とも女性が高い。特に「他人との比較ストレス」「時間浪費」は男女差が大きい。

		人間関係が 希薄になる	他人との 比較ストレス	いじめや犯罪 などの助長	偏った情報を 目にする	考え方が 極端になる	時間を浪費 してしまう	偽・誤情報に より、真実が わからなくなる	特に ない
男性	15-24歳 (n=316)	20	27	33	50	38	36	38	19
	25-39歳 (n=664)	20	31	40	50	40	35	47	16
	40-59歳 (n=950)	23	23	36	55	39	30	47	15
女性	15-24歳 (n=427)	18	48	47	57	46	47	51	11
	25-39歳 (n=696)	19	42	40	53	37	44	48	12
	40-59歳 (n=978)	24	36	43	62	37	44	56	10
全体 (n=4,031)		21	34	40	55	39	39	49	13

- 設問：次の項目について、自身にもっとも当てはまるものを選択してください。

No.	質問文
1	思っていたより長い時間SNSを使用していることがある
2	特に目的もなくSNSを触っていることがある
3	SNSを見ていると、つい夢中になってしまう
4	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
5	対面で話すより、SNSでのやり取りの方が気が楽だ
6	SNSでは気軽に本音と言える
7	SNSのほうが自分らしくいられる
8	SNSを利用すると自分の情報が悪用されそうで心配だ
9	SNSは閉塞感がある
10	SNSでは自由な発言・発信がしにくい
11	SNSでは常に人に情報を見られている気がする
12	SNSには情報があふれていて、ついていくのに疲れる
13	SNSでは過激な発言が目に入り疲れる

- 回答：4件法（そう思わない、あまりそう思わない、ややそう思う、そう思う）

- 下記のSNS利用意識13項目について3因子を抽出（最尤法、プロマックス回転、KMO=0.849）

	因子		
	1. 自己表現	2. SNS疲れ	3. 夢中
SNSのほうが自分らしくいられる	.841	.009	-.061
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	.817	-.003	-.002
SNSでは気軽に本音と言える	.807	-.018	-.009
対面で話すより、SNSでのやり取りの方が気が楽だ	.718	.015	.081
SNSには情報があふれていて、ついていくのに疲れる	-.060	.761	.016
SNSでは過激な発言が目に入り疲れる	-.038	.711	.043
SNSでは常に人に情報を見られている気がする	-.028	.702	.012
SNSは閉塞感がある	.008	.613	-.069
SNSでは自由な発言・発信がしにくい	.038	.583	-.068
SNSを利用すると自分の情報が悪用されそうで心配だ	.147	.470	.067
思っていたより長い時間SNSを使用していることがある	-.050	-.002	.896
特に目的もなくSNSを触っていることがある	-.010	.001	.861
SNSを見ていると、つい夢中になってしまう	.066	-.026	.818
Cronbach's α	.87	.81	.89

- **目的変数（アウトカム）**

- SNS好影響（視野拡大、友人維持）
- SNS悪影響（比較ストレス、誤情報拡散）

- **説明変数群① 個人特性**（「性別」以外の項目はZ標準化して使用）

- 年齢・性別
- 賞賛獲得欲求・拒否回避欲求（小島ら(2002)の研究から各項目4設問を使用し測定）
- Big Five 性格特性（TIPI-J(小塩ら, 2012)を使用）
- 主観的幸福度（「どの程度幸福を感じているか」を10点満点で聴取）
- 情報欲求志向（飽戸弘(1987)を参考に3設問について4件法で聴取）
 - 設問例：「どんなことでも、できるだけ詳しく徹底的に知ろうとする」

- **説明変数群② SNS利用特性**（「つながっている人の属性」以外の項目はZ標準化して使用）

- 利用頻度（X, Instagram, Facebook, TikTok）
- SNSでつながっている人の属性
- スマートフォン利用時間（6段階で聴取）
- SNS利用意識（3因子： 自己表現、SNS疲れ、夢中）

① 対人志向の高さが基本的な背景要因

協調性・拒否回避欲求が高い人は、他者との関係性を大切にする志向がある

② 幸福感

幸福感が高い人ほどSNS上でのつながりを好意的に捉えやすい
心理的余裕やポジティブ志向が背景にある可能性

	OR (95% CI)	P
性別(女性)	1.00 (0.86-1.18)	.956
年齢	0.99 (0.90-1.07)	.728
情報欲求志向	1.04 (0.96-1.12)	.380
Big Five：外向性	1.06 (0.98-1.15)	.147
Big Five：協調性	1.19 (1.10-1.29)	<.001
Big Five：勤勉性	0.96 (0.88-1.04)	.325
Big Five：神経症傾向	0.99 (0.91-1.08)	.854
Big Five：開放性	0.99 (0.91-1.07)	.787
承認欲求：賞賛獲得欲求	0.95 (0.87-1.03)	.207
承認欲求：拒否回避欲求	1.13 (1.03-1.23)	.007
主観的幸福度	1.12 (1.03-1.21)	.006
定数	0.20	<.001
Nagelkerke R ²	0.251	

② プラットフォーム特性の違い

Facebook → 実名・リアル友人重視 → つながり維持に強く関連

X・TikTok利用頻度は負の関連 → プラットフォーム特性

	OR (95% CI)	p
スマートフォン利用時間	1.00 (0.92-1.08)	.993
SNS利用頻度：X	0.89 (0.82-0.96)	.003
SNS利用頻度：Instagram	1.05 (0.97-1.14)	.250
SNS利用頻度：Facebook	1.08 (1.01-1.17)	.033
SNS利用頻度：TikTok	0.87 (0.81-0.94)	<.001
SNSのつながり-ふだんよく会う友人	2.98 (2.55-3.49)	<.001
SNSのつながり-あまり会わない友人	2.55 (2.20-2.96)	<.001
SNSのつながり-配偶者・パートナー	1.33 (1.09-1.61)	.004
SNSのつながり-親、きょうだい、子ども	1.07 (0.90-1.27)	.456
SNSのつながり-趣味の友人	1.46 (1.22-1.76)	<.001
SNSのつながり-仕事関係の人	1.01 (0.80-1.26)	.957
SNSのつながり-ネット上でのやり取りだけの人	1.06 (0.89-1.26)	.503
SNSのつながり-ネット上のやり取りから会った人	1.54 (1.16-2.05)	.003
SNS利用意識因子1：自己表現	1.07 (0.97-1.17)	.189
SNS利用意識因子2：SNS疲れ	0.99 (0.92-1.07)	.775
SNS利用意識因子3：夢中	1.16 (1.04-1.28)	.005

③ SNSの交友範囲が鍵となる関連

「誰とつながっているか」が最も大きい要因

オフラインとオンラインのつながりを幅広く持っている人ほど「つながり維持」を実感

⇒つながりの"質"と"幅"が双方重要

	OR (95% CI)	p
スマートフォン利用時間	1.00 (0.92-1.08)	.993
SNS利用頻度：X	0.89 (0.82-0.96)	.003
SNS利用頻度：Instagram	1.05 (0.97-1.14)	.250
SNS利用頻度：Facebook	1.08 (1.01-1.17)	.033
SNS利用頻度：TikTok	0.87 (0.81-0.94)	<.001
SNSのつながり-ふだんよく会う友人	2.98 (2.55-3.49)	<.001
SNSのつながり-あまり会わない友人	2.55 (2.20-2.96)	<.001
SNSのつながり-配偶者・パートナー	1.33 (1.09-1.61)	.004
SNSのつながり-親、きょうだい、子ども	1.07 (0.90-1.27)	.456
SNSのつながり-趣味の友人	1.46 (1.22-1.76)	<.001
SNSのつながり-仕事関係の人	1.01 (0.80-1.26)	.957
SNSのつながり-ネット上でのやり取りだけの人	1.06 (0.89-1.26)	.503
SNSのつながり-ネット上のやり取りから会った人	1.54 (1.16-2.05)	.003
SNS利用意識因子1：自己表現	1.07 (0.97-1.17)	.189
SNS利用意識因子2：SNS疲れ	0.99 (0.92-1.07)	.775
SNS利用意識因子3：夢中	1.16 (1.04-1.28)	.005

④ SNSへの没入度（夢中因子）

SNSに夢中な人は、SNSのつながり機能を積極的に活用・評価している可能性
SNS利用の中でも「好影響」と「利用の深さ」が関連する側面も示唆

	OR (95% CI)	p
スマートフォン利用時間	1.00 (0.92-1.08)	.993
SNS利用頻度：X	0.89 (0.82-0.96)	.003
SNS利用頻度：Instagram	1.05 (0.97-1.14)	.250
SNS利用頻度：Facebook	1.08 (1.01-1.17)	.033
SNS利用頻度：TikTok	0.87 (0.81-0.94)	<.001
SNSのつながり-ふだんよく会う友人	2.98 (2.55-3.49)	<.001
SNSのつながり-あまり会わない友人	2.55 (2.20-2.96)	<.001
SNSのつながり-配偶者・パートナー	1.33 (1.09-1.61)	.004
SNSのつながり-親、きょうだい、子ども	1.07 (0.90-1.27)	.456
SNSのつながり-趣味の友人	1.46 (1.22-1.76)	<.001
SNSのつながり-仕事関係の人	1.01 (0.80-1.26)	.957
SNSのつながり-ネット上でのやり取りだけの人	1.06 (0.89-1.26)	.503
SNSのつながり-ネット上のやり取りから会った人	1.54 (1.16-2.05)	.003
SNS利用意識因子1：自己表現	1.07 (0.97-1.17)	.189
SNS利用意識因子2：SNS疲れ	0.99 (0.92-1.07)	.775
SNS利用意識因子3：夢中	1.16 (1.04-1.28)	.005

■友人・知人とのつながり維持に関連が見られやすい人の特徴

- 対人関係志向が高い（協調性・拒否回避欲求）
- SNS上でリアル友人・趣味友・家族とも積極的に繋がる
- Facebook等リアルネットワーク型SNSをよく使う
- SNS利用にやや夢中になっている
- 幸福感が高い

① 心理的特徴

協調性・開放性・拒否回避欲求・幸福感は肯定的要因

→ 他者への関心や新しいものへの好奇心、安心安全志向、心理的余裕

神経症傾向はやや肯定的 → 新たな考えを得たい欲求や情報収集欲との関係

賞賛獲得欲求は否定的 → 他者評価を求める人は、視野拡大を目的としてはいない

	OR (95% CI)	p
性別(女性)	1.20 (1.03-1.39)	.018
年齢	1.20 (1.11-1.30)	<.001
情報欲求志向	0.96 (0.89-1.04)	.309
Big Five：外向性	1.00 (0.93-1.08)	.983
Big Five：協調性	1.26 (1.17-1.35)	<.001
Big Five：勤勉性	0.95 (0.88-1.03)	.186
Big Five：神経症傾向	1.09 (1.00-1.18)	.050
Big Five：開放性	1.12 (1.04-1.21)	.003
承認欲求：賞賛獲得欲求	0.72 (0.67-0.79)	<.001
承認欲求：拒否回避欲求	1.21 (1.11-1.31)	<.001
主観的幸福度	1.10 (1.02-1.18)	.012
定数	0.31	<.001
Nagelkerke R ²	0.185	

② SNS利用行動の特徴

Xの利用は正の関連 → 情報収集型SNSで、多様な意見に触れやすい性質あり

Facebook・TikTokは負の関連

→ Facebookはリア友中心で多様性が乏しい、TikTokはエンタメ中心

スマートフォン利用時間と正の関連 → SNS利用時間の長さが間接的に影響

	OR (95% CI)	p
スマートフォン利用時間	1.08 (1.01-1.17)	.034
SNS利用頻度：X	1.08 (1.00-1.17)	.038
SNS利用頻度：Instagram	0.93 (0.86-1.01)	.078
SNS利用頻度：Facebook	0.86 (0.80-0.93)	<.001
SNS利用頻度：TikTok	0.90 (0.84-0.97)	.004
SNSのつながり-ふだんよく会う友人	1.17 (1.00-1.37)	.047
SNSのつながり-あまり会わない友人	1.28 (1.10-1.48)	.001
SNSのつながり-配偶者・パートナー	0.86 (0.72-1.04)	.131
SNSのつながり-親、きょうだい、子ども	1.62 (1.37-1.92)	<.001
SNSのつながり-趣味の友人	1.12 (0.94-1.34)	.211
SNSのつながり-仕事関係の人	1.14 (0.92-1.41)	.247
SNSのつながり-ネット上でのやり取りだけの人	2.16 (1.84-2.53)	<.001
SNSのつながり-ネット上のやり取りから会った人	1.41 (1.07-1.85)	.013
SNS利用意識因子1：自己表現	0.82 (0.75-0.90)	<.001
SNS利用意識因子2：SNS疲れ	1.09 (1.01-1.17)	.021
SNS利用意識因子3：夢中	1.48 (1.34-1.63)	<.001

③ SNS上の交友範囲の特徴

ネット上の新たな交流が特に強く関係 → オンライン発の新規交流が視野拡大に関連
あまり会わない友人・家族・趣味友との交流も正の関係のほか、普段会う友人との
SNS交流も一定の関係

	OR (95% CI)	p
スマートフォン利用時間	1.08 (1.01-1.17)	.034
SNS利用頻度：X	1.08 (1.00-1.17)	.038
SNS利用頻度：Instagram	0.93 (0.86-1.01)	.078
SNS利用頻度：Facebook	0.86 (0.80-0.93)	<.001
SNS利用頻度：TikTok	0.90 (0.84-0.97)	.004
SNSのつながり-ふだんよく会う友人	1.17 (1.00-1.37)	.047
SNSのつながり-あまり会わない友人	1.28 (1.10-1.48)	.001
SNSのつながり-配偶者・パートナー	0.86 (0.72-1.04)	.131
SNSのつながり-親、きょうだい、子ども	1.62 (1.37-1.92)	<.001
SNSのつながり-趣味の友人	1.12 (0.94-1.34)	.211
SNSのつながり-仕事関係の人	1.14 (0.92-1.41)	.247
SNSのつながり-ネット上でのやり取りだけの人	2.16 (1.84-2.53)	<.001
SNSのつながり-ネット上のやり取りから会った人	1.41 (1.07-1.85)	.013
SNS利用意識因子1：自己表現	0.82 (0.75-0.90)	<.001
SNS利用意識因子2：SNS疲れ	1.09 (1.01-1.17)	.021
SNS利用意識因子3：夢中	1.48 (1.34-1.63)	<.001

④ 因子分析由来の影響

自己表現は負の関連 → SNSへの親和性が高いだけでは、視野拡大を感じない

SNS疲れは正の関連 → SNS疲れを感じつつ、多様な情報には触れている

夢中は強く正の関連 → SNSに没入する人は、自然と幅広い情報にも触れやすい

	OR (95% CI)	p
スマートフォン利用時間	1.08 (1.01-1.17)	.034
SNS利用頻度：X	1.08 (1.00-1.17)	.038
SNS利用頻度：Instagram	0.93 (0.86-1.01)	.078
SNS利用頻度：Facebook	0.86 (0.80-0.93)	<.001
SNS利用頻度：TikTok	0.90 (0.84-0.97)	.004
SNSのつながり-ふだんよく会う友人	1.17 (1.00-1.37)	.047
SNSのつながり-あまり会わない友人	1.28 (1.10-1.48)	.001
SNSのつながり-配偶者・パートナー	0.86 (0.72-1.04)	.131
SNSのつながり-親、きょうだい、子ども	1.62 (1.37-1.92)	<.001
SNSのつながり-趣味の友人	1.12 (0.94-1.34)	.211
SNSのつながり-仕事関係の人	1.14 (0.92-1.41)	.247
SNSのつながり-ネット上でのやり取りだけの人	2.16 (1.84-2.53)	<.001
SNSのつながり-ネット上のやり取りから会った人	1.41 (1.07-1.85)	.013
SNS利用意識因子1：自己表現	0.82 (0.75-0.90)	<.001
SNS利用意識因子2：SNS疲れ	1.09 (1.01-1.17)	.021
SNS利用意識因子3：夢中	1.48 (1.34-1.63)	<.001

■ SNS利用と視野拡大との関連が見られやすい人の特徴

- 新しいことへの好奇心（開放性）・協調性・幸福感が高い
- SNS上の家族・友人・オンライン交流相手が多い
- 承認欲求の強さよりも、純粋な学習志向・関係志向が強い
- Xを多用、FacebookやTikTokは視野拡大とは負の関連
- SNSに没入し、莫大な情報に疲れながらも活発に活用している

① 年齢・性別の関係

女性・若年層が正の関連 → 「同年代・同性の投稿」の影響を強く受けている可能性

② 心理的特徴

神経症傾向・拒否回避欲求は強い関係 → 敏感さや対人不安がストレスを高める

勤勉性は保護的要因 → 自己管理ができる人は他人との比較をあまりしない可能性

賞賛獲得欲求はやや負の関連 → 他人比較より自分の投稿への関心が強い可能性

	OR (95% CI)	p
性別(女性)	1.46 (1.25-1.70)	<.001
年齢	0.86 (0.80-0.94)	<.001
情報欲求志向	1.06 (0.98-1.15)	.134
Big Five : 外向性	0.93 (0.86-1.00)	.060
Big Five : 協調性	1.04 (0.97-1.13)	.264
Big Five : 勤勉性	0.92 (0.84-0.99)	.033
Big Five : 神経症傾向	1.13 (1.03-1.23)	.007
Big Five : 開放性	1.08 (1.00-1.17)	.051
承認欲求 : 賞賛獲得欲求	0.90 (0.83-0.98)	.019
承認欲求 : 拒否回避欲求	1.13 (1.04-1.23)	.004
主観的幸福度	1.03 (0.95-1.11)	.503
定数	0.16	<.001
Nagelkerke R ²	0.163	

③ SNS利用行動の特徴

利用時間の長さと正の関連 → 多くの情報に接触し、心理的ストレスリスクが高まる

TikTok利用は負の関連 → TikTokは娯楽中心のため、比較が生じにくい可能性

X・Instagram・Facebook利用頻度は有意ではない

	OR (95% CI)	P
スマートフォン利用時間	1.11 (1.02-1.20)	.010
SNS利用頻度：X	0.95 (0.88-1.03)	.235
SNS利用頻度：Instagram	1.03 (0.95-1.11)	.527
SNS利用頻度：Facebook	0.97 (0.90-1.05)	.409
SNS利用頻度：TikTok	0.90 (0.83-0.97)	.005
SNSのつながり-ふだんよく会う友人	1.28 (1.09-1.50)	.003
SNSのつながり-あまり会わない友人	1.36 (1.17-1.59)	<.001
SNSのつながり-配偶者・パートナー	1.15 (0.95-1.40)	.150
SNSのつながり-親、きょうだい、子ども	1.07 (0.90-1.28)	.430
SNSのつながり-趣味の友人	1.22 (1.01-1.46)	.034
SNSのつながり-仕事関係の人	1.07 (0.86-1.34)	.538
SNSのつながり-ネット上でのやり取りだけの人	1.55 (1.31-1.82)	<.001
SNSのつながり-ネット上のやり取りから会った人	1.46 (1.12-1.92)	.006
SNS利用意識因子1：自己表現	0.76 (0.69-0.83)	<.001
SNS利用意識因子2：SNS疲れ	1.53 (1.41-1.65)	<.001
SNS利用意識因子3：夢中	1.19 (1.08-1.32)	<.001

④ 交友範囲の特徴

あらゆる交友範囲がストレス要因化 → よく会う友人、あまり会わない友人、趣味友、ネット上の交流など、つながりが多いほど比較の機会も増加

ネット限定の交流が強い → SNS限定の相手は「SNSでの演出」が過度な可能性

	OR (95% CI)	P
スマートフォン利用時間	1.11 (1.02-1.20)	.010
SNS利用頻度：X	0.95 (0.88-1.03)	.235
SNS利用頻度：Instagram	1.03 (0.95-1.11)	.527
SNS利用頻度：Facebook	0.97 (0.90-1.05)	.409
SNS利用頻度：TikTok	0.90 (0.83-0.97)	.005
SNSのつながり-ふだんよく会う友人	1.28 (1.09-1.50)	.003
SNSのつながり-あまり会わない友人	1.36 (1.17-1.59)	<.001
SNSのつながり-配偶者・パートナー	1.15 (0.95-1.40)	.150
SNSのつながり-親、きょうだい、子ども	1.07 (0.90-1.28)	.430
SNSのつながり-趣味の友人	1.22 (1.01-1.46)	.034
SNSのつながり-仕事関係の人	1.07 (0.86-1.34)	.538
SNSのつながり-ネット上でのやり取りだけの人	1.55 (1.31-1.82)	<.001
SNSのつながり-ネット上のやり取りから会った人	1.46 (1.12-1.92)	.006
SNS利用意識因子1：自己表現	0.76 (0.69-0.83)	<.001
SNS利用意識因子2：SNS疲れ	1.53 (1.41-1.65)	<.001
SNS利用意識因子3：夢中	1.19 (1.08-1.32)	<.001

⑤ SNS傾向因子の特徴

自己表現は負の関連 → SNS慣れによってストレスを感じにくい可能性

SNS疲れは強い正の関連 → 比較ストレスによるSNS疲れ

夢中は正の関連 → SNSへの没入は、比較ストレスにつながる

	OR (95% CI)	P
スマートフォン利用時間	1.11 (1.02-1.20)	.010
SNS利用頻度：X	0.95 (0.88-1.03)	.235
SNS利用頻度：Instagram	1.03 (0.95-1.11)	.527
SNS利用頻度：Facebook	0.97 (0.90-1.05)	.409
SNS利用頻度：TikTok	0.90 (0.83-0.97)	.005
SNSのつながり-ふだんよく会う友人	1.28 (1.09-1.50)	.003
SNSのつながり-あまり会わない友人	1.36 (1.17-1.59)	<.001
SNSのつながり-配偶者・パートナー	1.15 (0.95-1.40)	.150
SNSのつながり-親、きょうだい、子ども	1.07 (0.90-1.28)	.430
SNSのつながり-趣味の友人	1.22 (1.01-1.46)	.034
SNSのつながり-仕事関係の人	1.07 (0.86-1.34)	.538
SNSのつながり-ネット上でのやり取りだけの人	1.55 (1.31-1.82)	<.001
SNSのつながり-ネット上のやり取りから会った人	1.46 (1.12-1.92)	.006
SNS利用意識因子1：自己表現	0.76 (0.69-0.83)	<.001
SNS利用意識因子2：SNS疲れ	1.53 (1.41-1.65)	<.001
SNS利用意識因子3：夢中	1.19 (1.08-1.32)	<.001

■ SNS利用と他人との比較ストレスに関連が見られやすい人の特徴

- 神経症傾向・拒否回避欲求が高い
- SNS疲労感が高い
- SNSに夢中で滞在時間が長い
- 女性・若年層に多い
- SNS上で多様な人と広くつながっているほど、他人と比較する機会が増える

① 年齢の影響

年齢は正の関連 → 誤情報への情報リテラシー懸念や経験の違いも影響

② 心理的特徴

神経症傾向・協調性は正の関連 → 心配性で協調的だと、偽情報への不安を感じる

勤勉性は負の関連 → 楽観的・まじめな人は過剰に不安を感じにくい

賞賛獲得欲求は負の関連 → 他者承認に集中する人は偽・誤情報への関心が低い

	OR (95% CI)	p
性別(女性)	1.05 (0.91-1.22)	.481
年齢	1.15 (1.07-1.25)	<.001
情報欲求志向	1.01 (0.93-1.08)	.878
Big Five : 外向性	0.90 (0.84-0.98)	.010
Big Five : 協調性	1.18 (1.10-1.28)	<.001
Big Five : 勤勉性	0.89 (0.83-0.97)	.005
Big Five : 神経症傾向	1.15 (1.06-1.25)	<.001
Big Five : 開放性	1.05 (0.97-1.13)	.248
承認欲求 : 賞賛獲得欲求	0.72 (0.67-0.78)	<.001
承認欲求 : 拒否回避欲求	1.08 (1.00-1.18)	.054
主観的幸福度	1.04 (0.97-1.12)	.306
定数	0.52	<.001
Nagelkerke R ²	0.194	

③ SNS利用行動の特徴

X利用頻度は正の関連 → 誤情報が流通しやすいプラットフォーム特性

Facebook・TikTokは負の関連 → Facebookは実名制・信頼性重視、TikTokは娯楽中心で誤情報不安を感じにくい

	OR (95% CI)	p
スマートフォン利用時間	1.08 (1.01-1.17)	.035
SNS利用頻度 : X	1.16 (1.08-1.25)	<.001
SNS利用頻度 : Instagram	0.93 (0.86-1.01)	.074
SNS利用頻度 : Facebook	0.90 (0.84-0.97)	.007
SNS利用頻度 : TikTok	0.88 (0.82-0.95)	<.001
SNSのつながり-ふだんよく会う友人	1.08 (0.93-1.27)	.315
SNSのつながり-あまり会わない友人	1.30 (1.12-1.51)	<.001
SNSのつながり-配偶者・パートナー	0.95 (0.79-1.14)	.585
SNSのつながり-親、きょうだい、子ども	1.58 (1.33-1.87)	<.001
SNSのつながり-趣味の友人	1.19 (0.99-1.42)	.058
SNSのつながり-仕事関係の人	1.34 (1.08-1.66)	.007
SNSのつながり-ネット上でのやり取りだけの人	1.73 (1.48-2.03)	<.001
SNSのつながり-ネット上のやり取りから会った人	1.45 (1.11-1.91)	.007
SNS利用意識因子1 : 自己表現	0.69 (0.63-0.75)	<.001
SNS利用意識因子2 : SNS疲れ	1.41 (1.31-1.52)	<.001
SNS利用意識因子3 : 夢中	1.22 (1.10-1.34)	<.001

④ 交友範囲の特徴

広い交友範囲が正の関連 → 特に「あまり会わない友人」「家族」「仕事関係」「ネット上の交流」が強い要因

ネット限定交流が特に強力 → オンラインの関係では情報への信頼感が低い可能性

	OR (95% CI)	p
スマートフォン利用時間	1.08 (1.01-1.17)	.035
SNS利用頻度：X	1.16 (1.08-1.25)	<.001
SNS利用頻度：Instagram	0.93 (0.86-1.01)	.074
SNS利用頻度：Facebook	0.90 (0.84-0.97)	.007
SNS利用頻度：TikTok	0.88 (0.82-0.95)	<.001
SNSのつながり-ふだんよく会う友人	1.08 (0.93-1.27)	.315
SNSのつながり-あまり会わない友人	1.30 (1.12-1.51)	<.001
SNSのつながり-配偶者・パートナー	0.95 (0.79-1.14)	.585
SNSのつながり-親、きょうだい、子ども	1.58 (1.33-1.87)	<.001
SNSのつながり-趣味の友人	1.19 (0.99-1.42)	.058
SNSのつながり-仕事関係の人	1.34 (1.08-1.66)	.007
SNSのつながり-ネット上でのやり取りだけの人	1.73 (1.48-2.03)	<.001
SNSのつながり-ネット上のやり取りから会った人	1.45 (1.11-1.91)	.007
SNS利用意識因子1：自己表現	0.69 (0.63-0.75)	<.001
SNS利用意識因子2：SNS疲れ	1.41 (1.31-1.52)	<.001
SNS利用意識因子3：夢中	1.22 (1.10-1.34)	<.001

⑤ SNS傾向因子の影響

自己表現は強い負の関連 → SNSが好きで使い慣れており、情報の見極めが可能

SNS疲れは強い正の関連 → SNS疲れ感が誤情報ストレスと強く連動

夢中は有意に正の関連 → SNS没入が誤情報を懸念することとも関連する

	OR (95% CI)	p
スマートフォン利用時間	1.08 (1.01-1.17)	.035
SNS利用頻度：X	1.16 (1.08-1.25)	<.001
SNS利用頻度：Instagram	0.93 (0.86-1.01)	.074
SNS利用頻度：Facebook	0.90 (0.84-0.97)	.007
SNS利用頻度：TikTok	0.88 (0.82-0.95)	<.001
SNSのつながり-ふだんよく会う友人	1.08 (0.93-1.27)	.315
SNSのつながり-あまり会わない友人	1.30 (1.12-1.51)	<.001
SNSのつながり-配偶者・パートナー	0.95 (0.79-1.14)	.585
SNSのつながり-親、きょうだい、子ども	1.58 (1.33-1.87)	<.001
SNSのつながり-趣味の友人	1.19 (0.99-1.42)	.058
SNSのつながり-仕事関係の人	1.34 (1.08-1.66)	.007
SNSのつながり-ネット上でのやり取りだけの人	1.73 (1.48-2.03)	<.001
SNSのつながり-ネット上のやり取りから会った人	1.45 (1.11-1.91)	.007
SNS利用意識因子1：自己表現	0.69 (0.63-0.75)	<.001
SNS利用意識因子2：SNS疲れ	1.41 (1.31-1.52)	<.001
SNS利用意識因子3：夢中	1.22 (1.10-1.34)	<.001

■ SNS利用により偽・誤情報のリスク意識と関連が見られやすい人の特徴

- 神経症傾向・協調性が高く、慎重で他者を意識しやすい
- SNS疲労感が強く、SNSに夢中になりがちな人
- スマートフォン利用時間が長く、情報接触量が多い
- X利用頻度が高く、ネット交流範囲が広い（特にネット限定交流が強く関連）
- SNSそのものに慣れ親しんだ人（SNS志向が高い人）は感じにくい

- 性年代： 比較ストレスは若年女性で高く、誤情報不安は中高年ほど意識
- 性格等： 外向性と勤勉性は悪影響と負の関係、ほか性格特性は好/悪影響の両面と正の関係
賞賛獲得欲求は好/悪影響の両面と負の関係、拒否回避欲求は両面と正の関係
幸福度は好影響と正の関係

属性	1 つながり維持	2 視野拡大	3 比較ストレス	4 誤情報不安
性別（女性）	0	▲	▲▲	0
年齢	0	▲▲（高年齢ほど）	▼（若年ほど）	▲（高年齢ほど）
情報欲求志向	0	0	0	0
外向性	0	0	0	▼
協調性	▲	▲▲	0	▲
勤勉性	0	0	▼	▼
神経症傾向	0	▲	▲	▲
開放性	0	▲	0	0
賞賛獲得欲求	0	▼▼	▼	▼▼
拒否回避欲求	▲	▲▲	▲	0
幸福度	▲	▲	0	0

凡例： ▲▲ = $OR \geq 1.2$ 、▲ = $1.2 > OR > 1.0$ 、▼ = $0.8 < OR < 1.0$ 、▼▼ = $OR \leq 0.8$ 、0 = その他
(多変量ロジスティック回帰の関連であり因果ではないことに注意)

- スマートフォン利用時間： 長い人は全般的に悪影響意識も意識
- プラットフォーム： Xは「多様性の高い情報取得」と「誤情報流入」の双方を反映
Facebookは「リアル友人重視」＝つながり維持に有効、視野拡大とは負の関係
TikTokは娯楽・短尺消費中心で、影響意識とは負の関係
- 因子別： 自己表現因子は好/悪影のどちらとも負の関係
SNS疲れ・夢中は好/悪影響のどちらとも正の関係

SNS利用状況、 SNS利用意識	1 つながり維持	2 視野拡大	3 比較ストレス	4 誤情報不安
スマートフォン 利用時間	0	▲	▲	▲
X	▼	▲	0	▲
Instagram	0	0	0	0
Facebook	▲	▼	0	▼
TikTok	▼	▼	▼	▼
因子1 自己表現	0	▼	▼▼	▼▼
因子2 SNS疲れ	0	▲	▲▲	▲▲
因子3 夢中	▲	▲▲	▲	▲▲

凡例： ▲▲ = $OR \geq 1.2$ 、▲ = $1.2 > OR > 1.0$ 、▼ = $0.8 < OR < 1.0$ 、▼▼ = $OR \leq 0.8$ 、0 = その他
(多変量ロジスティック回帰の関連であり因果ではないことに注意)

- 対人ネットワークの広がりには好影響/悪影響の両意識を生む
- 「ネット→対面交流」および「あまり会わない友人」がすべての側面と正の関係
- 「ネットのみの交流」は、比較ストレスとも誤情報不安とも正の関係が強い：心理的リスク

つながりとの関係	1 つながり維持	2 視野拡大	3 比較ストレス	4 誤情報不安
よく会う友人	▲▲	▲	▲▲	0
あまり会わない友人	▲▲	▲▲	▲▲	▲▲
配偶者、パートナー	▲▲	0	0	0
親、きょうだい、子ども	0	▲▲	0	▲▲
趣味の友人	▲▲	0	▲▲	0
仕事関係の人	0	0	0	▲▲
ネットのみの交流	0	▲▲	▲▲	▲▲
ネット→対面交流	▲▲	▲▲	▲▲	▲▲

凡例： ▲▲ = $OR \geq 1.2$ 、▲ = $1.2 > OR > 1.0$ 、▼ = $0.8 < OR < 1.0$ 、▼▼ = $OR \leq 0.8$ 、0 = その他
 (多変量ロジスティック回帰の関連であり因果ではないことに注意)

- 対人ネットワークの広がりには好影響/悪影響の両意識を生む
- 「ネット→対面交流」および「あまり会わない友人」がすべての側面と正の関係
- 「ネットのみの交流」は、比較ストレスとも誤情報不安とも正の関係が強い：心理的リスク

つながりとの関係	1 つながり維持	2 視野拡大	3 比較ストレス	4 誤情報不安
よく会う友人	▲▲	▲	▲	0
あまり会わない友人	▲▲	▲	▲	▲
配偶者、パートナー	▲	0	0	0
親、きょうだい、子ども	0	▲▲	0	▲▲
趣味の友人	▲	0	▲	0
仕事関係の人	0	0	0	▲
ネットのみの交流	0	▲▲	▲▲	▲▲
ネット→対面交流	▲▲	▲	▲	▲

凡例： ▲▲ = $OR \geq 1.5$ 、▲ = $1.5 > OR > 1.0$ 、▼ = $0.5 < OR < 1.0$ 、▼▼ = $OR \leq 0.5$ 、0 = その他
 (多変量ロジスティック回帰の関連であり因果ではないことに注意)

• 心理特性との関連

- 神経症傾向が高い人は悪影響（比較ストレス、不安）を感じやすい。
- 協調性や開放性が高い人は好影響（情報獲得、交流充実）を得やすい。
- 拒否回避欲求が高いと正の影響に対する意識が高まる。

• プラットフォーム特性と利用意識

- Xは「視野拡大」の好影響と「誤情報不安」の悪影響の両面で強く関連しており、両義的な特徴が顕著。
- TikTokは娯楽的な視聴がメインで好影響/悪影響ともに意識されにくい可能性。
- SNS疲れや夢中度が高い人は好影響・悪影響の双方を同時に強く意識する傾向がある。

• つながりとの関係

- 実生活で会う友人や家族とのつながりは安心感・社会的支援の好影響と関連。
- ネット上のみのつながりは、多様な情報接触を可能にする一方、比較ストレスや誤情報不安を高めやすい。

• 利用の量より質

- 「どれだけ使うか」よりも「誰が・誰と・どのように使うか」が、SNSの影響を理解するうえで本質的に重要。

- 健全なSNS利用促進には、利用時間の一律制限ではなく、利用関係や心理特性に応じた介入が必要
- 弱いつながりを通じた情報獲得の利点を活かしつつ、比較ストレスや誤情報不安に対する教育やサポートを整えることが望ましい
- 心理的に脆弱な層（神経症傾向の高い人やSNS疲れを抱えやすい人）に対しては、デジタル・ウェルビーイング施策が効果的
- 今後は、SNS利用者の特性やプラットフォームごとの特性に着目し、利用の好影響を最大化&悪影響を最小化するための具体的な介入策や教育が求められる

- 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. (2020) 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.
- 9) 飽戸弘 (1987) 社会調査ハンドブック, 303p.