

令和2年度(2020年度)  
社会調査実習報告書  
「大学生の生活と意識に関する調査」

東京成徳大学 応用心理学部

臨床心理学科 社会調査実習受講者

## 目次

1. 大学生のコロナウイルスによるストレスに関する調査・・・・・・・・・・ 1
2. 新型コロナウイルスが及ぼす大学生のストレスと気分転換—非日常への  
適応に向けて—・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 7
3. 大学生のアルバイトに関するストレスと対処行動・・・・・・・・・・ 16
4. オンライン講義のメリット・デメリットについて—オンライン講義のメ  
リット・デメリットが与える影響についての検討—・・・・・・ 21
5. 通販で物を買うときに信頼する情報について・・・・・・・・・・ 28
6. フェイクニュースの判断基準に関する調査・・・・・・・・・・ 32
7. ネットショッピング利用時の情報への信頼・・・・・・・・・・ 37
8. スマホゲームのやりこみ要素・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 40
9. 大学生の SNS 使用状況と SNS 依存・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 46
10. ネット恋愛についての調査・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 51
11. 恋愛における性役割観に関する調査・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 55
12. 出会いと好きになるきっかけ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 79
13. 大学生の恋愛傾向に関する調査・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 85
14. 推し感情と恋愛感情の違い・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 89
15. 「推し」への恋心・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 96
16. 大学生のダイエットに関する意識調査・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 99
17. ファッションに対する関心や印象・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 101
18. 同担から考える同担拒否の定義・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 104
19. 友人関係で気を遣うこと・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 109

# 大学生のコロナウイルスによるストレスに関する調査

18C157 菅原 百恵 18C173 田淵 夕貴 18C209 森早也佳

## 問題と目的

2019年12月、中国の武漢市で新型コロナウイルスによる肺炎の症例がはじめて報告された。以降世界中へと感染が拡大し、2021年1月までに全世界で累計1億人以上の感染が確認されている。日本では累計で36万人の感染者数となっている。このような状況に対し日本政府は、不要不急の外出自粛、全国の小中学校・高等学校の臨時休校の要請など対策方針を打ち出し、緊急事態宣言も発令された。

コロナウイルスによって、3密の回避やソーシャルディスタンスの確保、消毒、マスクの着用など今までとは全く違う生活を余儀なくされ、人々は多くのストレスに晒された。ストレスとはそもそも外部からの刺激などによって体の内部に生じる反応のことであり、その原因となる外的刺激（ストレッサー）も含めてストレスと呼ばれる。

日本精神神経学会（2020）は、新型コロナウイルスパンデミックのメンタルヘルスへの影響の特徴として、不安・恐怖・強迫的行動（感染にまつわる不安、経済・生活面での不安、将来に対する不安）、イライラ・落ち着かなさ、睡眠への影響、体調変化に対する過敏さ、健康不安、物質依存、健康観、価値観の変化、精神疾患の発症・増悪などが報告されてきているとしている。

これらのことから、コロナウイルスが人々のメンタルヘルスへ及ぼす影響について考える必要があるといえる。大学生においても、コロナ禍においてうつ病などの精神疾患を発症した人は少なくない。これまでの調査では大学生特有のコロナウイルスによるストレスについては検討されていない。大学生がコロナウイルスによってどのようなストレスを感じているのかを明らかにすることは、今後のメンタルヘルスケアにおいて重要であると考えられる。そこで本研究では、大学生特有のコロナウイルスによるストレスについて検討するため、アンケート調査を実施する。

## 方法

### 調査対象者

関東T大学に在籍している学生75名。そのうち51名（男性10名、女性39名、その他2名）から回答を得た。

### 調査時期

2020年10月29日から11月5日に実施した。

### 調査手続き

社会調査演習の授業内にMicrosoft Formsでの回答を依頼した。

### 調査内容

質問は、フェイスシート（年齢、性別、居住形態）と以下の質問から構成されていた。コロ

ナウウイルスによる大学生特有のストレスとされる項目を(1)アルバイトに関するストレス、(2)オンライン授業に関するストレス、(3)その他のストレスの3つのカテゴリーに分類し、各項目にどの程度ストレスを感じたかを尋ねた。「アルバイトに関するストレス」については、「アルバイトをしているか」を「はい」「いいえ」の2件法で尋ね、「はい」と回答した人だけに質問した。回答は、1「感じなかった」、2「あまり感じなかった」、3「少し感じた」、4「とても感じた」の4件法で求めた。

#### (1) アルバイトに関するストレス

「消毒作業が増えた」「営業時間が短縮された」など、6項目を用意した。

#### (2) オンライン授業に関するストレス

「課題が増える」「電波の問題がある」など、8項目を用意した。

#### (3) その他のストレス

「ライブなどの楽しみがなくなる」「友達に会えない」など、5項目を用意した。

また、「一番ストレスに感じたこと」と「その

理由」についても尋ねた。「一番ストレスに感じたこと」の回答選択肢は、「アルバイト」「オンライン授業」「家族関係」「ライブや趣味などの楽しみがなくなったこと」「友達に会えないこと」「その他」の6項目とした。「その理由」については自由記述での回答を求めた。

### 結果

各カテゴリーのストレスについて「少し感じた」と「とても感じた」に回答した人数の割合を算出した。(1)アルバイトに関するストレスを図1、(2)オンライン授業に関するストレスを図2、(3)その他のストレスを図3に示す。特徴として以下の点が指摘される。

#### (1) アルバイトに関するストレス

「飛沫防止シートで声が聞き取りづらい」「お客さんにマスクをつけない人がいる」「消毒作業が増えた」の3項目で「少し感じた」と「とても感じた」の合計が6割を超えていた。最も高かった項目は「飛沫防止シートで声が聞き取りづらい」で、「少し感じた」が20%、「とても感じた」が55%の合計75%であった。

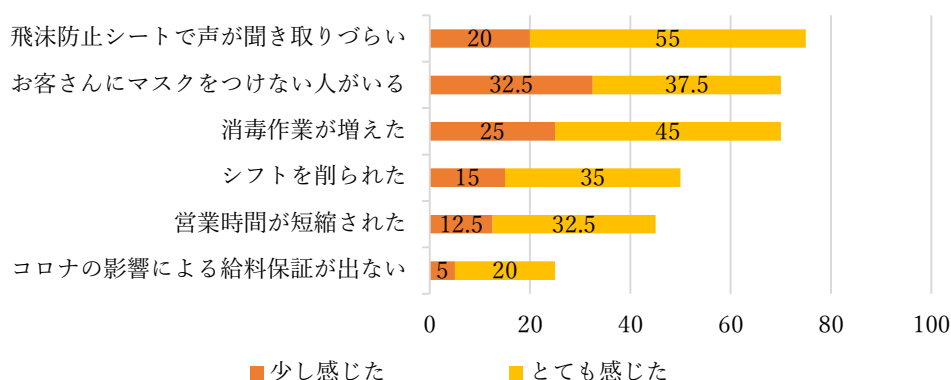


図1 アルバイトに関するストレス(%)

(2) オンライン授業に関するストレス  
「課題が提出できているか不安である」「電波の問題がある」「課題が増える」の3項目で「少し感じた」と「とても感じた」の合計が

8割を超えていた。最も高かった項目は「課題が提出できているか不安である」で、「少し感じた」が20%、「とても感じた」が68%の合計88%であった。

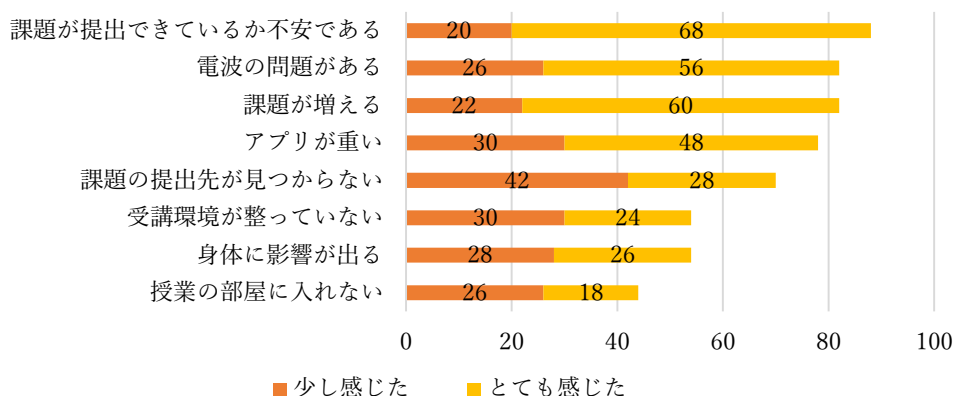


図2 オンライン授業に関するストレス (%)

(3) その他のストレス  
全5項目で「少し感じた」と「とても感じた」の合計が6割を超えており、全体的に高かった。「遊びに行けない」「友達に会えない」「マスク

をつけなければいけない」の3項目では8割を超えていた。最も高かった項目は「遊びに行けない」で、「少し感じた」が16%、「とても感じた」が76%の合計92%であった。

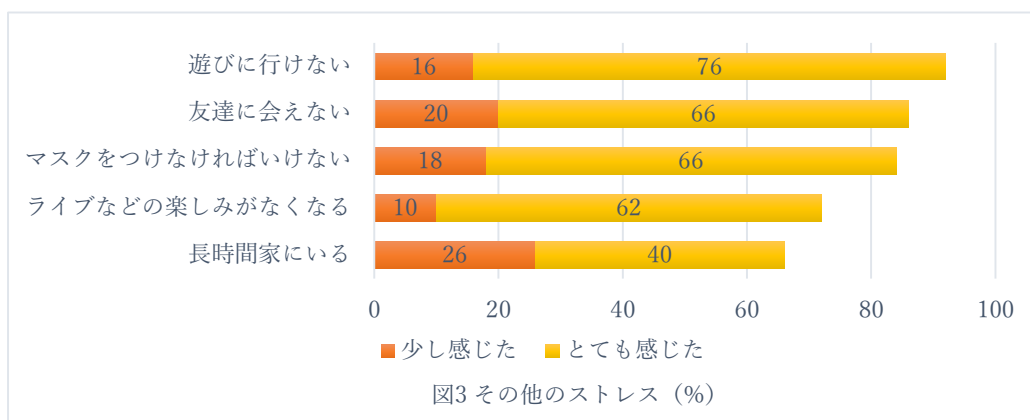


図3 その他のストレス (%)

「一番ストレスに感じたこと」については、図4に示した。最も多かったのは、「ライブや趣味などの楽しみがなくなったこと」で19人であった。次に「オンライン授業」「友達に会え

ないこと」が同数で10人であった。

「その理由」の回答で「ライブや趣味などの楽しみがなくなったこと」については、「ライブを楽しみに頑張っていたのになくなってし

まったから」「ストレス発散できるものだから」などが挙げられた。「オンライン授業」については「先生の都合でどんどん進み、生徒の意見が反映されないから」「通信環境が悪くて聞き

逃しが多いから」,「友達に会えないこと」については「一番の支えだから」「友達に会うことが楽しみだから」などがあった

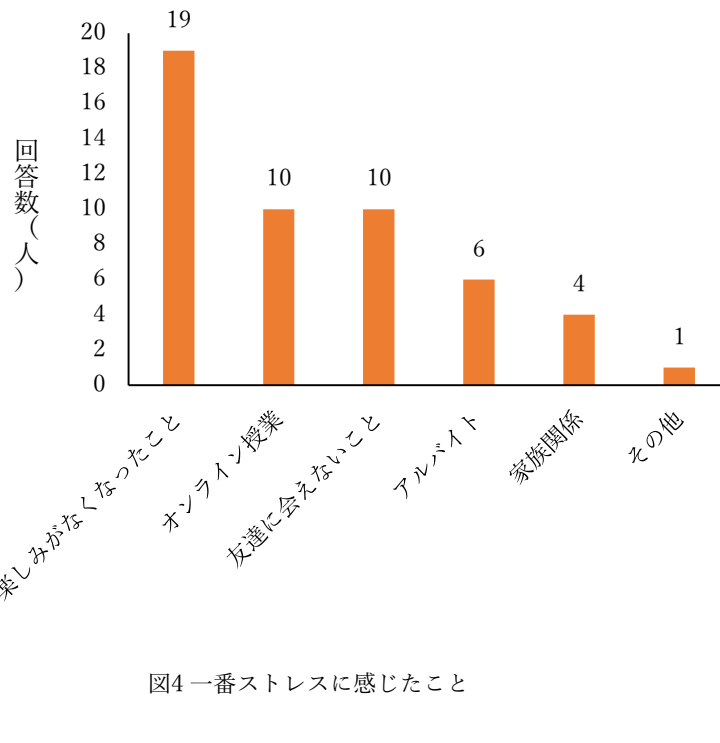


図4 一番ストレスに感じたこと

### 考察

本研究では大学生がコロナウイルスの影響によってどのようなストレスを感じているのかを明らかにするためにアンケート調査を行った。その結果、アルバイトやオンライン授業、外出できないことなどへのストレスを多くの人が感じていることが明らかになった。

#### (1) アルバイトに関するストレス

「飛沫防止シートで声が聞き取りづらい」「お客さんにマスクをつけない人がいる」「消毒作

業が増えた」などがアルバイト場面で感じるストレスとして上位であった。これらはコロナウイルスの感染対策として新たに生活の中に取り込まれたものであり、環境の変化によって生じたストレスであると考えられる。また、人と接する場面であることから感染への不安も同時に感じていることが推察される。

#### (2) オンライン授業に関するストレス

「課題が提出できているか不安である」「電波の問題がある」「課題が増える」などの項目

が高かった。このことから、オンライン授業によって増えた課題への不満や不安、通信環境の悪さなどを感じていることがわかる。早稲田大学（2020）の調査では、「課題が多い」「身体的な疲れをより感じる」「孤独感を感じる」「課題が提出できているか不安であった」などが改善点として挙げられており、本研究と同様のデメリットが報告されている。今後の状況がどうなるかはわからないが、オンライン授業はこれからも続いていくと考えられるため、今回得られた結果を元に、ストレス要因を減らせるよう工夫していくことが求められるだろう。

### （3）その他のストレス

「遊びに行けない」「友達に会えない」「マスクをつけなければいけない」などのストレスを強く感じていることが示された。遊びに行けず友達にも会えないことで、ストレス発散の場を失い、更にストレスをためてしまっていると考えられる。マスクをつけると息苦しいがつけなければいけないという状況にストレスを感じた人が多かったのではないだろうか。

「一番ストレスに感じたこと」で最も多かったのは、「ライブや趣味などの楽しみがなくなったこと」であった。「その理由」の回答でも得られたように、楽しみがなくなってしまうことによる喪失感やストレス発散ができなくなってしまうことが要因であると考えられる。また、橋元（2020）の研究でも、ストレスとして感じていることについては「自由に外出できないこと」「外食できないこと」「楽しみにして

いるイベントなどが中止になっていること」の回答比率が高かった。本研究の（1）アルバイトに関するストレス、（2）オンライン授業に関するストレス、（3）その他のストレスの3つのカテゴリで比べてみてもやはり、（3）その他のストレスが一番高く、同様の結果となった。

これらのことから、大学生はアルバイトやオンライン授業にも様々なストレスを感じているが、最も強く感じているのは、外出できず友達に会えないことや楽しみがなくなってしまうことであるということが明らかになった。人との繋がりはメンタルヘルスにとって重要なものであるが、直接会うことが制限されてしまっているため、メンタルヘルス不調に陥る人が増えていると考えられる。メンタルヘルス不調を防ぐために、電話やメール、SNSなどのツールを活用し、意識的に誰かとコミュニケーションをとることが有効だと考えられる。また、外出せずにできる趣味や楽しみを見つけられれば良いのではないだろうか。

加藤（2020）は、新興感染症が引き起こすメンタルヘルスの影響は、感染リスクおよび感染そのものが引き起こす心理的反応、環境の変化が引き起こす問題、情報が引き起こす問題の3つに分けて考えると理解しやすいとしている。本研究ではこの3つのうち、主に環境の変化が引き起こす問題に着目し、調査を行った。そのため、今後は感染リスクおよび感染そのものが引き起こす心理的反応、情報が引き起こす問題についても調査が必要だろう。

また、本研究ではコロナウイルスによるストレスを取り上げたため、ネガティブな影響についてだけしか調査できなかった。早稲田大学（2020）の調査ではオンライン授業の良い点として「自宅で学習できる」「自分のペースで学習できる」「通学時間を学習に有効活用できる」「復習が何度もできる」なども挙げられていた。メリットもありオンライン授業に対して好意的な意見を持つ人も一定数存在することが示唆される。このように、コロナウイルスの影響によって自分の時間が増え、良かったと感じている人もいるだろう。そのため、ポジティブな影響についても調査することでまた新たな知見が得られると考えられる。

<https://www.waseda.jp/top/news/70555> (2021年1月27日)

### 引用文献

橋元 良明 (2020). 新型コロナ禍中の人々の不安・ストレスと抑鬱・孤独感の変化 情報通信学会誌, *Vol.38 No.1*, 25-29

加藤 寛 (2020). COVID-19 パンデミックがもたらす心理的影響 一般社団法人日本トラウマティック・ストレス学会

<https://www.jstss.org/ptsd/covid-19/page01.html> (2021年1月27日)

日本精神神経学会 (2020). 新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) 流行下におけるメンタルヘルス対策指針 第1版, 5-7

早稲田大学 (2020). オンライン授業に関する調査結果



# 新型コロナウイルスが及ぼす大学生のストレスと気分転換 ～非日常への適応に向けて～

18C200 藤原 楓 18C167 高橋 佳史 18C185 名古屋佳夕那  
18C207 宮地 悠子 18C217 鍵田葵

## 問題と目的

2020年1月上旬から中国での感染の拡大が報じられ始めた新型コロナウイルスは、世界各国の経済に深刻な影響を与えている。また新型コロナウイルスの特徴として、他人と密集・密接をすることにより感染のリスクが高まるため、世界各国は対応策として住民・企業・学校等の活動の一時的な制限、ロックダウンを実施した。社会・経済は一時停止の状態となり、消費や企業の生産及び、投資が抑制され、経済へ深刻な影響をもたらした。日本においても4月7日、政府より緊急事態宣言が出され、人との接触機会を8割削減する目標が課されたことで、経済活動は大きく停滞した。宣言の解除後においても感染のリスクは残っており、経済の回復には時間を要すと見られる(桑波田, 2020)。

また、新型コロナウイルスによる教育現場への影響は甚大である。4月25日現在で、世界全体のおよそ90%にあたる15億人以上の子どもたちが学校に通えなくなったとの報道もある(瀬田・村上・後藤, 2020)。九州大学が行ったオンライン上での教師・他受講者とのコミュニケーション満足度の調査では、

教師とのコミュニケーションに「満足」「やや満足」と回答した人は45%、他受講生徒との満足度は28%であった(九州大学, 2020)。この結果から、本来授業の合間に行われる雑談を含むコミュニケーションがないことが満足度現象の原因であることが示唆された。

本研究では、大学生を調査対象者とし、ストレスと気分転換について調査を行った。新型コロナウイルスが流行期間を3月から6月と7月から11月に分類した。これにより、大学生がどのようなことにストレスを感じていたか、またどのように気分転換を行っていたかを、期間ごとに比較しながら明らかにすることを目的とした。また、気分転換について調査を行うことで次にこのような事態に陥った際に役立たせることができると考えた。

## 方法

調査対象者

社会調査実習を履修している受講者75名。そのうち47名(男性:10名 女性:35名 その他:1名)から回答を得た。調査対象者の平均年齢は21歳で、回収率65%であった。

## 調査手続き

2020年10月29日~11月5日に Forms で作成した質問フォームを用いてオンライン調査を実施した。社会調査実習の講義内で、作成した質問フォームの URL を講義の投稿欄に記載し、協力を依頼した。

調査は無記名で行い、途中で回答をやめても不利益を受けることはないものとした。また得られた結果は、統計的に処理するものとした。

## 調査内容

質問フォームは以下の2点とフェイスシート（年齢、性別、住居形態）から構成されている。

新型コロナウイルスの流行期間を大きく2つに分類した（以下、コロナと称す）。そしてコロナ拡散期<sup>※1</sup>（3月1日~6月30日）・コロナ蔓延期<sup>※2</sup>（7月1日~11月5日）についてのストレスと気分転換について尋ねた。それぞれの期間でストレスに感じうることを25項目の中から上位3つを回答してもらい、その中から最もストレスに感じたことには、理由について自由記述で回答を求めた。気分転換についても25項目の中から上位3つを回答してもらい、それらの中から最も気分転換になった理由について自由記述で回答を求めた。

※<sup>1</sup> コロナ拡散期は第1波と緊急事態宣言を含めた3月1日~6月30日と定義する。

※<sup>2</sup> コロナ蔓延期は第2波から調査用紙回収期限ま

での7月1日~11月5日と定義する。

## 結果

ストレスに感じうることを25項目の中から上位3つを回答してもらい、結果を昇順に並び替え、グラフに示した。なお、コロナ拡散期（3月1日~6月30日）を図1、コロナ蔓延期（7月1日~11月5日）を図2とした。表と質問フォームで得られた自由記述の回答をもとに、それぞれの期間の主な特徴として以下の結果が示された。

コロナ拡散期（3月1日~6月30日）に感じたストレス

マスクや手洗い、外出できないといった制限に対してストレスを感じる傾向がみられた。「人に直接会えない」が21票で最も高く、ストレスに感じている人が多いことが示された。

また自由記述では「友達に会えることが1番の支えとなっていたから」「直接コミュニケーションを取る機会が減ったことがストレスだった」「遊ぶ予定があったのにすべてなくなったから」といった回答が得られた。3番目に多く挙げられたのは14票の「外出しにくい」であった。自由記述では、緊急事態宣言の影響から「旅行もキャンセルせざるを得ない」「ライブなどのイベントが中止になった」という回答が多くみられた。

他には「外出したくてもマスクなどの感染対策が面倒」「親に制限をかけられる」といっ

た回答も得られた。また「自分も感染するかもしれない」は 12 票で「外出しにくい」に次いで多い結果となった。

他には「外出したくてもマスクなどの感染対策が面倒」「親に制限をかけられる」といっ

た回答も得られた。また「自分も感染するかもしれない」は 12 票で「外出しにくい」に次いで多い結果となった。

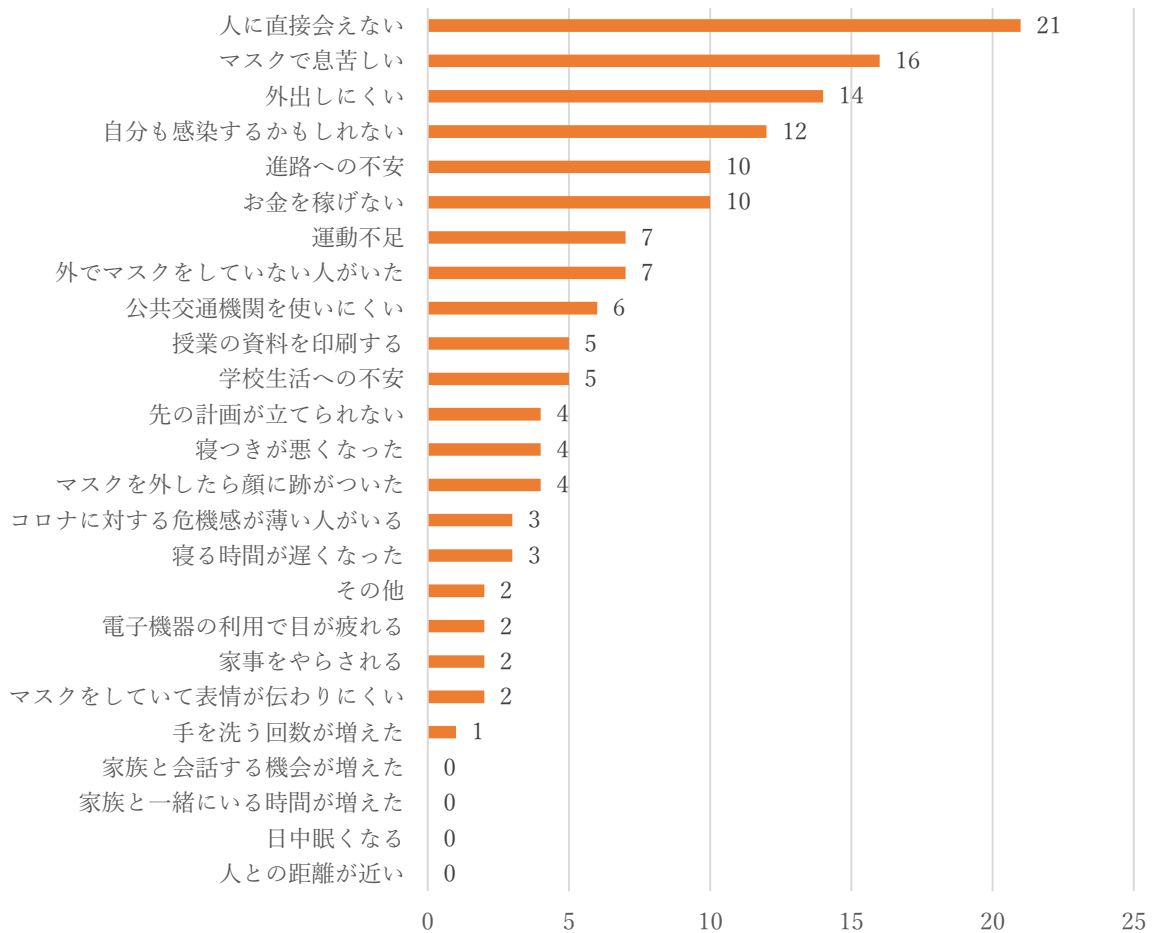


図1 コロナ拡散期（3月1日~6月30日）に感じたストレス(人)

コロナ蔓延期（7月1日~11月5日）に感じたストレス

全体的に票数のバラツキがあったことから、ストレスに感じうることに個人差がみられた。「進路の不安」が 20 票で最も多く、自由記述には「就活を始めようとした

途端にオンラインに変更されたり、中止になったので、どのように動けばいいかわからない」「コロナの影響で内定が取り消しになったという話を聞いて不安になった」といった回答が得られた。「マスクが息苦しい」は 14 票でコロナ拡散期と比較し、数値

に変化がないことから常にストレスに感じていたことも示された。「外出しにくい」は12でコロナ拡散期と比較し変化がみられなかった。自由記述では「外は人出も増えてきているため不安」「遠出しにくい」などのコロナ拡散期とは違った回答が得られた。「お金を稼げない」12票でコロナ拡散期と比較し、僅かに高かった。自由記述で

は「バイト先が潰れかけた」「趣味に使えるお金が減ってしまった」などが得られた。

また「感染するかもしれない」「人に直接会えない」がコロナ拡散期に比べ、3分の1まで減少していた。これは緊急事態宣言解除の影響が示唆される結果となった。

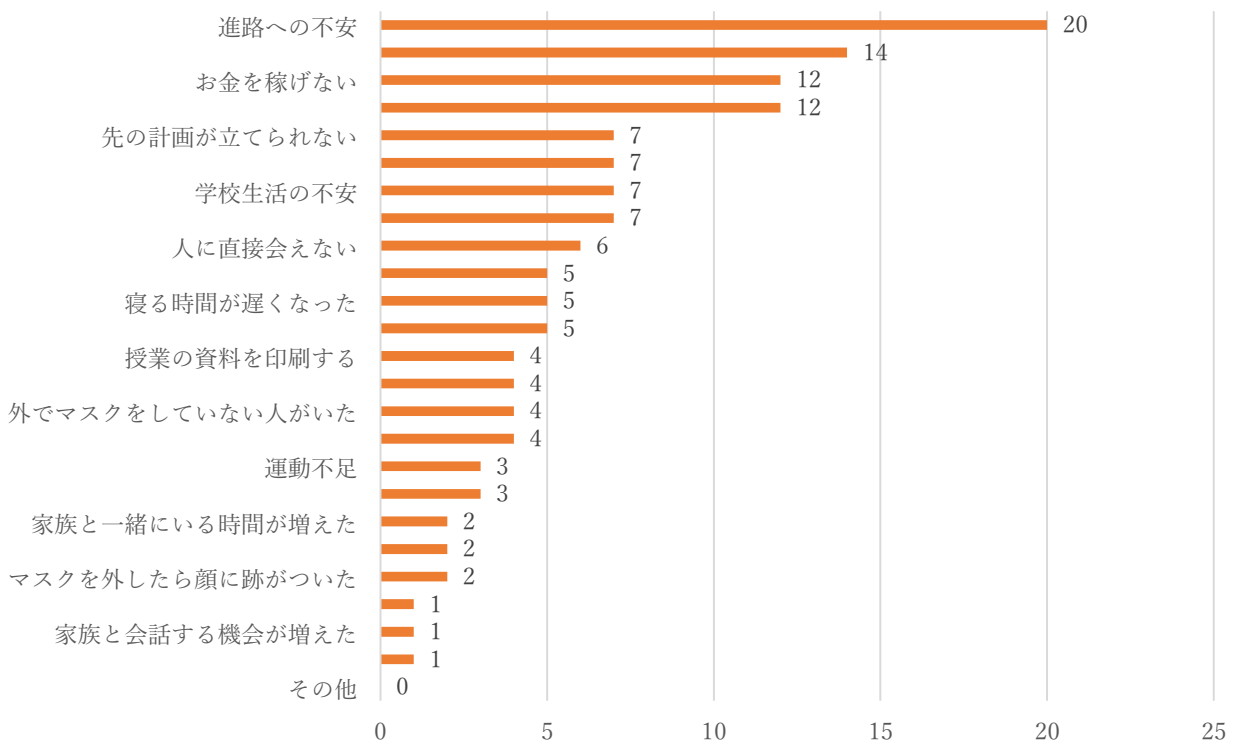


図2 コロナ蔓延期（7月1日～11月5日）に感じたストレス(人)

次に気分転換についても 25 項目の中から上位 3 つを回答してもらい、結果を昇順に並び替えグラフに示した。なおコロナ拡散期（3月1日～6月30日）を図3、コロナ蔓延期（7月1日～11月5日）を図4とする。表と質問フォームで得られた自由記述の回答をもと

に、それぞれの期間の主な特徴として次のことが示された。

コロナ拡散期（3月1日～6月30日）に行われた気分転換

全体的に、運動するよりも SNS などを利

用できる携帯電話を使用して、ストレス発散していたことが示された。「ネットショッピングをする」も 15 票で 2 番目に多い結果となった。自由記述では「服を買った」「好きなアイドルを応援するためにグッズを買った」が挙げられ、積極的にお金を使おうとする姿

勢がみられた。「メールやチャットで人とやりとりをする」が 14 票で 3 番目に多い結果が示された。自由記述では「孤独感が和らいで安心できた」という回答がみられた。また「人出の少ない時間帯に外出する」が 0 票であったことから、外出への抵抗感が示された。

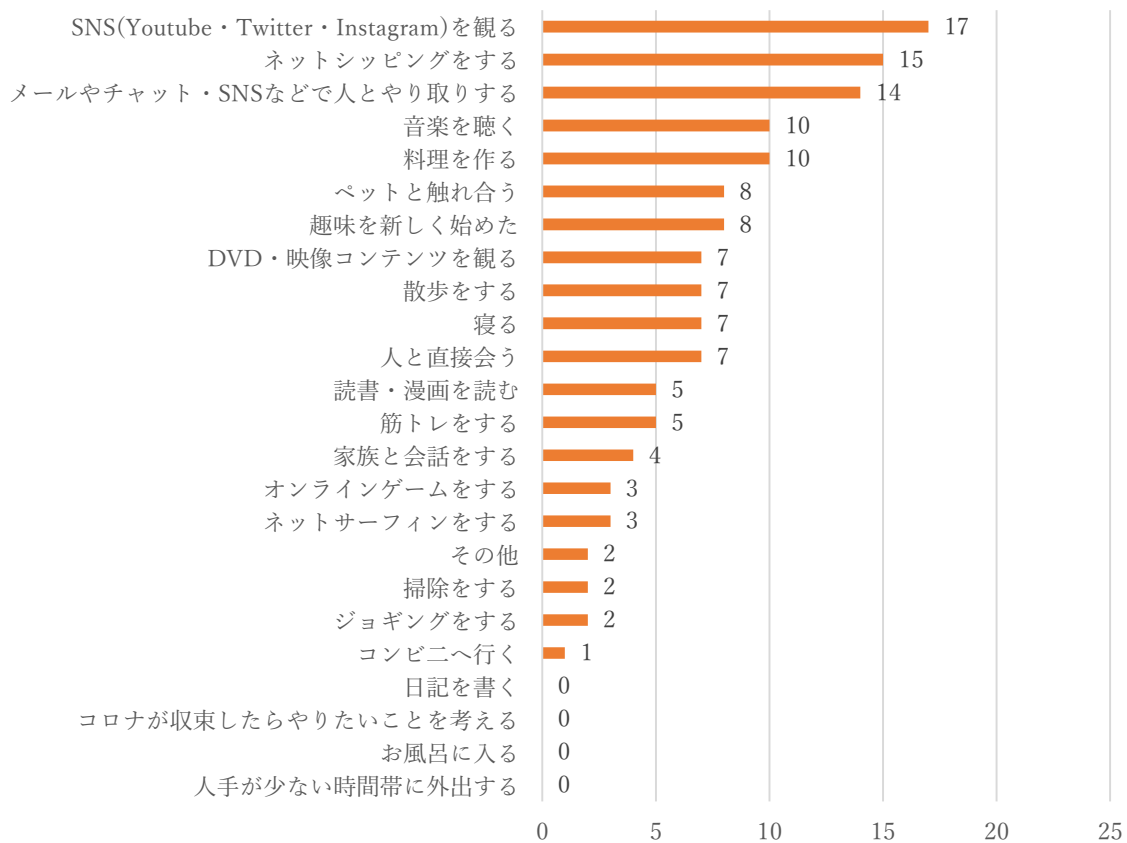


図3 コロナ拡散期（3月1日~6月30日）の気分転換（人）

コロナ蔓延期（7月1日~11月5日）に行われた気分転換

「人と直接会う」が 24 票で最も多い結果となった。コロナ拡散期と比較すると 3 倍以上の票を集めた。自由記述でも「コロナ拡散期で出来なかったから」「人と会うことは楽しく、生きている心地がした」「会えていなか

ったから尚更うれしい」といった回答が得られた。一方で「メールやチャットなどで人とやり取りをする」が 7 票でコロナ拡散期から 2 分の 1 に減少した。よってコミュニケーション形態が、間接的なコミュニケーションから直接的なコミュニケーションへと移行されたことが示唆された。「SNS を観る」はコ

コロナ拡散期で1番多い結果となったが、蔓延期でも2番目に多く、常に気分転換として利用されていたことが示唆された。

また「ネットショッピング」は拡散期と比較し、8票と約2分の1に減少した。

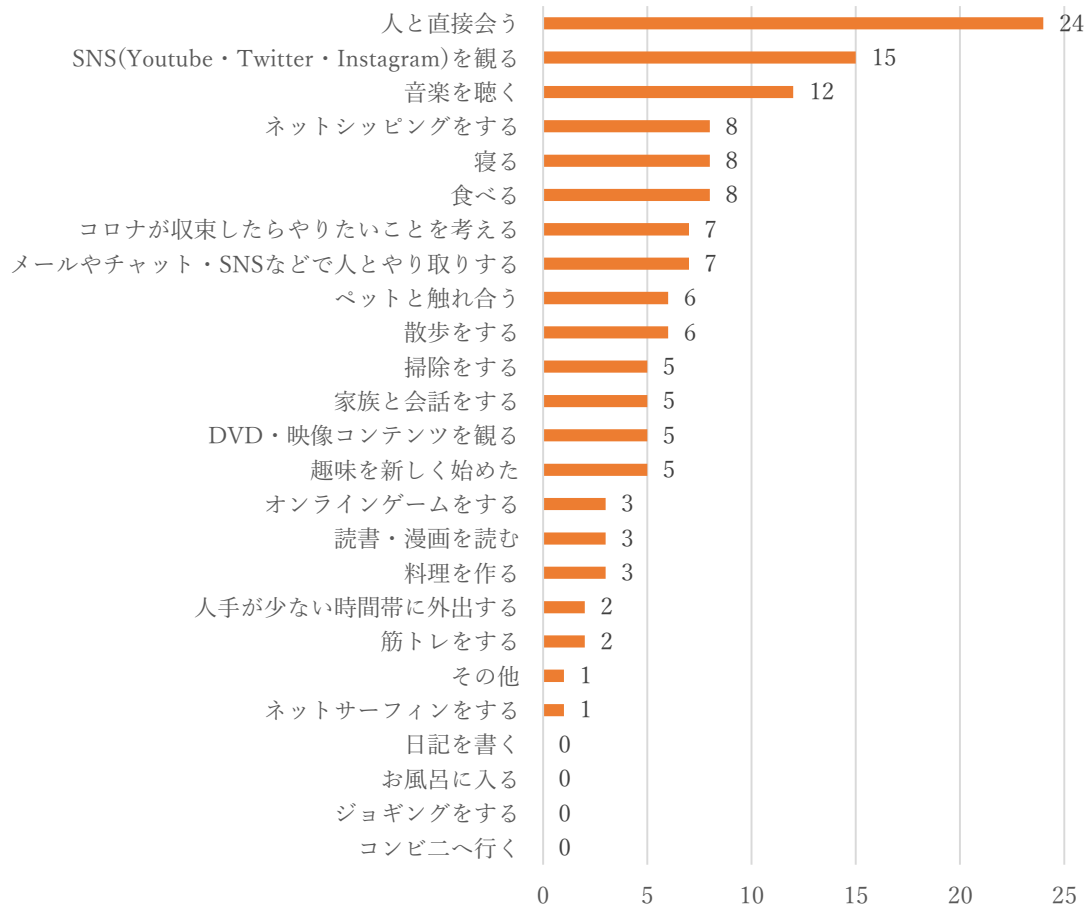


図4 コロナ蔓延期（7月1日～11月5日）の気分転換(人)

### 考察

本調査では、新型コロナウイルスの影響による大学生のストレスと気分転換について調査を行った。また流行期間を大きく2つに分類し、比較することを目的とした。コロナ拡散期のストレスは「人に会えない」「マスクが息苦しい」「外出しにくい」など感染予防対策によるストレスが高い結果と

なった。一方でコロナ蔓延期のストレスは4位以降に票のバラツキがみられたことから、ストレスに感じることは個人によって異なる結果が示された。またコロナ拡散期に行われていた気分転換は、体を動かして行うものではなく、携帯電話などの電子ツールを利用して行われるものに偏りがみられた。コロナ蔓延期の気分転換は「人に直

接会う」が最も多く、コロナ拡散期でストレスとなっていた「人に会えない」を満たそうとする動きがみられた。次項からそれぞれの期間ごとにストレス・気分転換の順で考察を行った。

コロナ拡散期のストレスで最も多いとされた「人に直接会えない」の自由記述で「コミュニケーションの機会が減ってしまった」という回答が得られた。これは九州大学が行ったオンライン上のコミュニケーションの満足度の調査からも納得できる結果となった。これは新型コロナウイルスの影響により、私たちの生活様式が変化したことで生じるストレスであった。また、日常の変化から生じるストレスとしてマスクも挙げられた。今回の質問フォームには、マスクに関するストレス項目を4つ入れた。その総数は29票となり、マスクに関連するストレスは「人と直接会えない」の21票を大幅に上回る結果であった。特に票数が集まった「マスクが息苦しい」での自由記述の中には「このご時世でマスクをしないのは特別な理由を除いてルール違反だと思う」という回答が得られた。また「自分も感染するかもしれない」が12票でストレスの中で4番目に高いことから、マスクをしない人をウイルスとみなし嫌悪感を抱いていることが示唆された。赤十字社はウイルスという見えない敵をマスクをしていない人などの特定の対象にすり替え嫌悪の対象とする。

その対象を偏見・差別することで、つかの間の安心感を得ようとしているとした（新型コロナウイルスの3つの顔を知ろう！～負のスパイラルを断ち切るために～、2020）。

コロナ拡散期気分転換として挙げられた「メールやチャットで人とやり取りをする」と「SNSを観る」の自由記述を比較すると、用途を使い分けて使用していることが示唆された。「メールやチャットでやり取りをする」では「友達と会話をすることで会えなくても繋がっているような気がした」「友達と話すことでリフレッシュできた」という回答が得られ、人と繋がるための手段として利用されており、孤独感を埋めるために利用していたことが推測された。一方で「SNSを観る」では「時間を潰せるから」という回答が複数得られた。このことから目的をもって使用されることは少なく、暇な時間を埋めるために利用していたと考えられた。また「人出の少ない時間帯に外出する」が0票であったことからコロナ拡散期のストレスのうち、3つの要因との関連が示唆された。外出への抵抗感が強いこと、外出の際に社会からの目が怖い、感染リスクへの不安の3つであった。よって、気分転換を自宅の中で行う人が多くいたと考えられた。

コロナ蔓延期のストレスとして「進路への不安」が最も高い結果となった。コロナ

によって生じた「進路への不安」として自由記述で「コロナの影響で内定が取り消しになった」「インターンシップがオンラインに変更された」といった採用枠の問題や2020年の新しい就活様式に戸惑う回答がみられた。文部科学省と厚生労働省では、令和3年3月大学等卒業予定者の就職内定状況を共同で調査した。調査の結果、令和2年12月1日時点で大学生の就職内定率は82.2%（前年同期比4.9ポイント低下）となった（令和2年度大学等卒業予定者の就職内定状況調査，2021）。このことから、新型コロナウイルス感染拡大による進路への不安の高まりとの関連が示唆された。「マスクが息苦しい」は14票でコロナ拡散期の数値と比較し、大きな変化がみられなかったことから調査対象となった約8か月間、常にストレスを感じていたと考えられる。またコロナ拡散期は夏だったことがストレス要因の1つであったことが示唆された。また「人に直接会う」「感染するかもしれない」の項目はコロナ拡散期と比較し、票数が3分の1に減少していた。「人に直接会う」は緊急事態宣言が解除されたことにより、外出してもいいという社会の風潮が影響していると考えられた。「感染するかもしれない」はコロナに関する正しい情報を見分ける力がついたことが、感染への不安を軽減させたと推測された。一方で「外出しにくい」が3番目に多かった。自由記述では「人出

が戻りつつあることが不安」という回答が得られた。このことから、社会的風潮は外出を認めるようになったものの、その影響で感染への不安を抱えている人も多いことが分かった。

コロナ蔓延期の気分転換は「人と直接会う」が最も多い結果となった。緊急事態宣言が解除されたことを受け、コロナ拡散期で最もストレスに感じたこととして挙げられた「人と直接会えない」を満たそうとする行動がみられた。自由記述でも「コロナ拡散期でできなかったから」などの回答が得られた。一方で「散歩をする」がコロナ拡散期と比較し票数が減少した。このことから目的なく外出することはなくなり、人と会う予定を立て目的をもって外出するようになったことが示唆された。

本研究の展望は3点ある。1点目は、ストレスについて尋ねる項目の中に「進路への不安」を入れた。調査対象者は大学3年生であったため、新型コロナウイルスに関係なく生じるストレスであると考えられる。質問項目の検討不足であったため、今後は項目を十分に検討するとともに誤解を招かない質問項目の作成が求められる。2点目は、気分転換を尋ねる項目の中に「食べる」を入れた。しかしコロナ拡散期のみしか尋ねることができておらず、質問フォーム作成時に見落としがあったと思われる。今後は、質問紙作成の際に見落としがないか確



認を怠らないことも重要となる。3点目は、分析への限界である。得られた回答を男女でのストレス・気分転換の違いや居住形態による違いも分析しようと試みた。しかし、男女比に偏りがあったことや、回答数が多く得られなかったことから断念した。今後は、男女別での調査や居住形態による違いについても調査をしていきたい。

業対応— (p1)

### 引用文献

厚生労働省 (2021) .令和 2 年度大学等卒業予定者の就職内定状況調査(12月1日現在)  
文部科学省 (mext.go.jp) (2021 月 1 月 26 日) 桑波田 浩之 (2020) .

新型コロナウイルスによる観光客の減少が青森県の経済へ与える影響 (p121-122)  
九州大学 (2020) .

九州大学のオンライン授業に関する学生アンケート (春学期) 結果について  
(p8 図 6, 7)

赤十字社 (2020) .新型コロナウイルスの3つの顔を知ろう! ~負のスパイラルを断ち切るために~ 新型コロナウイルスの3つの顔を知ろう! ~負のスパイラルを断ち切るために~ | トピックス | 国内災害救護 | 活動内容・実績を知る | 日本赤十字社 (jrc.or.jp) (2021 年 1 月 26 日)

瀬田 和久・村上 正行・後藤田 中 (2020) .  
レジリエントな学びを支える実践的取り組み—新型コロナウイルスへのオンライン授

## 大学生のアルバイトに関するストレスと対処行動

18C132 木村 愛理、18C133 TUONG VY NGUYEN

18C179 戸田 佳希、18C192 濱田 奎亮

### 問題と目的

大学生にとってアルバイトは学校の授業と同じように多くの時間を費やしていると言える。日本学生支援機構が行った平成 30 年度の調査では、86.1%の大学生がアルバイトに従事していると回答している。この割合は平成 24 年度から増加している。このことから、多くの学生にとってアルバイトが身近な存在であると言えるだろう。

また近年、労働者の過労死やストレス問題に対する意識が高まっている。例えば、常時 50 人以上の労働者を使用する事業場にはストレスチェック制度が実施義務とされている。

しかし、厚生労働省が公表した「過労死等の労災補償状況」における、「精神障害に関する事案の労災補償状況」の令和元年度の請求件数は 2,060 件であり、平成 27 年度から増加傾向にある。このように、未だ労働者のストレスに関する問題には多くの課題があると言えるだろう。さらに栗原(2017)の研究では、大学生の過度のアルバイトは心身の健康状態にマイナスの影響を及ぼすことを示している。

本研究では、大学生のアルバイトに関するストレスに注目し調査を行う。具体的にはアルバイト勤務中にどのようなストレスを感じ、それにどのように対処しているのかを調査、検討していく。

### 方法

#### 調査対象者

2020 年 10 月中旬に、20 代～30 代の成人 79 名のうち、55 名（男性 14 名、女性 39 名、その他 2 名）から回答を得た。

#### 調査手続き

オンライン授業やメールを通して質問票の URL を配布し回答求めた。回答期間は 10 月 15 日から 1 週間設けた。

#### 調査内容

質問紙は以下の項目と基本情報(性・年齢)から構成されていた。

- (1)アルバイト経験を問う(複数ある場合はストレスの多かった職場を選ぶ)質問、「飲食」「接客・販売」「アルバイトをしていない」など 7 項目。
- (2)1 週間のアルバイトの勤務日数に関する質問、週に 1 日～7 日の 7 項目。
- (3)アルバイトの勤務期間に関する質問、1 週間～1 年以上で期間ごとに区切った 5 項目。
- (4)アルバイトでのストレス経験に関する 28 項目。ストレスの有無と強さを問う質問である。内容として、「仕事内容のストレス(10 項目)」「人間関係のストレス(5 項目)」「接客関係のストレス(7 項目)」「その他ハラスメントや髪染め規定などのストレス(6 項目)」である。全 28 項目は「(経験が)ない」「弱い」「少し弱い」「少し

強い」「強い」の5件法で回答しストレスの強さを測定した。また、上記の項目以外にストレスを感じた出来事について自由記述で回答を求めた。

(5)仕事上のストレスに対する行動に関する質問。「上司に相談する」「我慢する」「友達など職場以外の人に相談する」など12項目。

### 結果

(1)アルバイト経験と職種：全55件の回答のうち、「接客・販売」が28件、「飲食」が24件と2つの職種で9割を占める結果となった。「アルバイトをしていない」と回答したのは2件であった。

(2)勤務日数：週3日と4日の回答が多く、合わせて44件であった。週6日以上は0件であった。

(3)勤務期間：大多数が半年以上勤務していると回答しており、「1年以上」が36件で最も多い結果となった。

(4)各項目のストレス経験においてストレスが「少し強い」「強い」と回答した割合を合計し、カテゴリごとにグラフに示した(図1-4)。

仕事内容のストレス(図1)では、「仕事量が多い」は合計で60.4%と過半数以上がストレスを感じていると回答した。それに続いて「昇給がない」と「仕事の環境に慣れない」が同率で39.6%であった。また、ストレスが「強い」と回答した割合をみると「仕事先が遠い」や「仕事が終わるまで帰れない」も

22.6%と高い割合で回答が得られた。

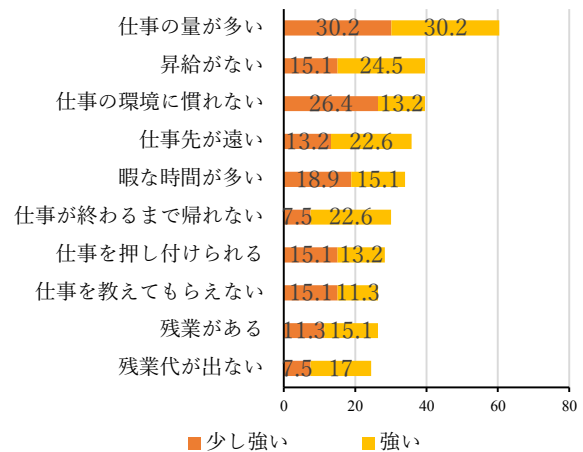


図1 仕事内容に関するストレス経験

人間関係のストレス(図2)では、合計の割合では「仕事をしない人が居る」が41.7%と最も高いが、「強い」と回答した割合では「上司が人によって態度を変える」が24.5%で最も高く、次いで「上司に怒られる」が20.8%であった。

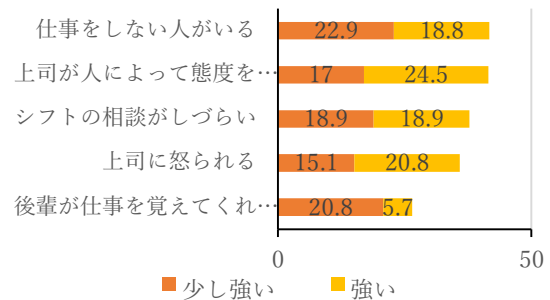


図2 人間関係に関するストレス経験

接客関係のストレス(図3)では、「客から強く当たられる」が53.0%と最も高く、それに続いて「仕事での電話対応」が38.5%、「注文が細かい」が34.0%であった。

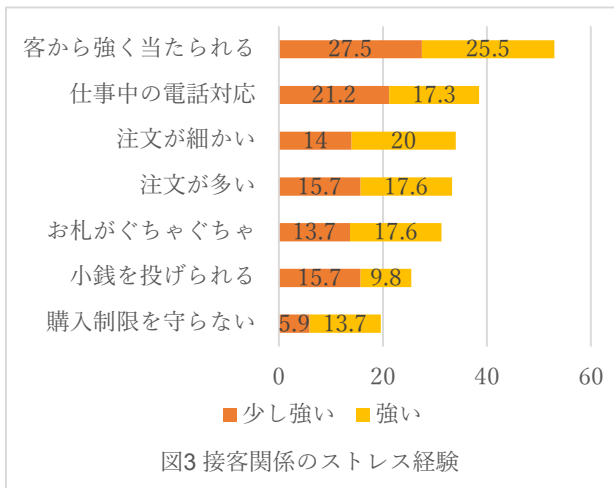


図3 接客関係のストレス経験

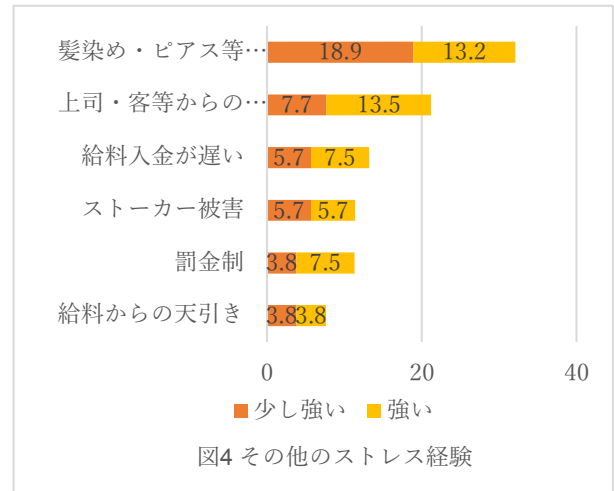


図4 その他のストレス経験

その他のストレス(図4)では、「髪染め・ピアス等の禁止」が32.1%と最も高い結果となった。また、図には記載していないが「上司・客からのハラスメント」は「(経験が)ない」と回答した割合が71.2%であり、28.8%の人はハラスメントを経験しストレスを感じているとの回答が得られた。

仕事上のストレスに対する行動(図5)では、「友達など職場以外の人に相談する」が27件と最も多く、「アルバイトとは関係ないところで発散する」が23件、「我慢する」が22件であった。また、「後輩を叱る」「公共の窓口などに相談する」は0件であった。

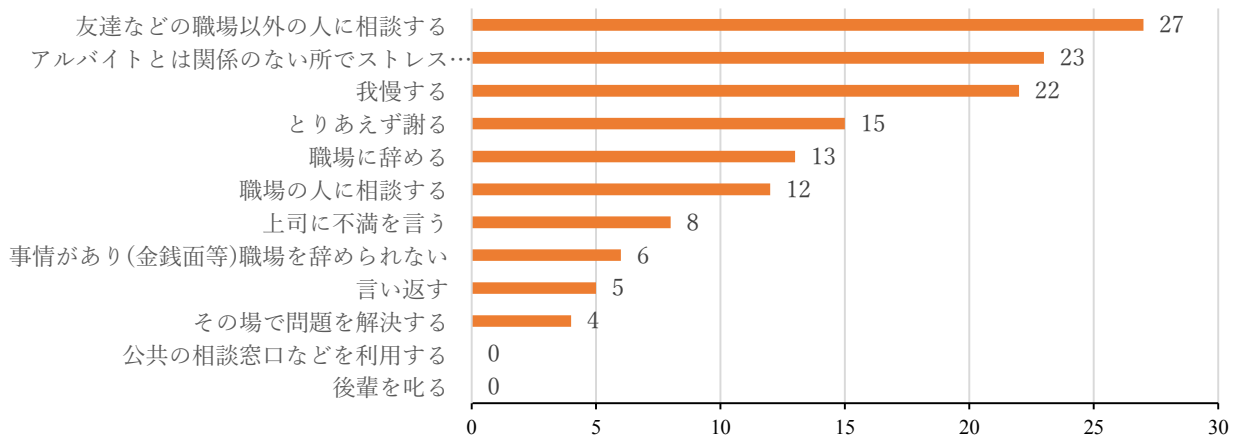


図5 アルバイトでのストレスに対する行動

自由記述欄では、「上司が仕事をしない」「出来損ないの上司に腹が立つ」「上司が先に帰る」など「上司」に関する記述が多くみられた。その他には同僚との人間関係の

ストレスや、仕事で使う用具についてのストレス、客の連れてきた乳幼児への対応などが挙げられた。

## 考察

本研究では、大学生のアルバイトに関するストレスとその対処行動について調査を行った。結果として、多くの大学生がアルバイトに従事しており、そこで様々な種類のストレスを感じていることがわかった。

仕事量の多さや、上司や客とのコミュニケーションにストレスを感じている割合が多いことがわかった。特に、仕事量の多さについては、アルバイトという立場でありながら、正社員と同じような責任が重い仕事を任せられている事例などが推察される。実際に板倉(2015)の論文では、『低賃金であるにもかかわらず、正規雇用労働者並みの義務やノルマを課されたり、学生生活に支障をきたすほどの重労働を強いられることが多い』と述べられている。このことから、多くの人にとって仕事量の多さが大きなストレスになっていることが考えられる。

人間関係のストレスでは、自由記述でも多くみられたように「上司」が関わる出来事に強いストレスを感じている割合が高かった。これは、大学生でアルバイトという立場におかれ、上司に不満を言うなどストレスの根本的な解決がしづらいことから、強いストレスを感じてしまうのではないかと考えられる。実際に、ストレスの対処行動で「上司に不満を言う」「言い返す」と回答した件数は少なかった。

本研究では飲食や接客業の回答が多く得

られたため、「客から強く当たられる」や「髪染め・ピアス等の禁止」のストレス経験の割合が高くなったと考えられる。特に飲食店は髪色やピアスなどの制約が厳しい店舗が多いため、ストレスも強く感じていると推察できる。

ストレスを感じている職場でも勤務期間は1年以上である人の割合も高く、ストレスによる早期退職などの事例は少ないと考えられる。その理由を結果から考えると、ストレスの対処法が上手く出来ている場合と、ストレスを我慢している、または経済的な理由により退職することが出来ないなどの要因が考えられる。板倉(2015)の論文では、学生がアルバイトを退職できない理由として、学生の経済的困窮を挙げている。

ストレスの対処行動については、職場で上司や客に不満を言うことや、後輩を叱るなどの割合は低く、アルバイト先でストレスの原因を直接解決することはしないと考えられる。その代わりに、友人に相談することやアルバイト以外の場所でストレスを発散するなど、間接的にストレスを対処していると考えられる。平成28年度の厚生労働省の調査では、仕事に関するストレスの相談相手に家族・友人に次いで上司・同僚が挙げられていた。しかし本研究では、大学生に焦点を当てて調査したため、基本的に年齢の離れている上司には相談しづらいのではないかと推察される。また、労働者の多くは仕事が生活の

中心になるため同僚との関わりが深くなりやすいが、大学生の場合はアルバイトよりも学校での活動が多く、大学の友人の方が親密になりやすいため、相談相手に友人を選ぶ傾向があると考えられる。

また、28.8%の人はハラスメントを経験してストレスを感じていると回答が得られたにも関わらず、ストレスの対処行動で公共の相談窓口を利用したという回答は1件も得られなかった。このことから、大学の学生相談室や労働に関する相談機関(労働基準監督署、総合労働相談コーナー等)の周知が望まれる。

最後に本研究の限界と展望を述べる。本研究では、主に接客業での勤務経験に関するストレスの回答が多く得られた。また、質問項目も接客業でのストレスに関するものが多くなってしまったため、今後さらに多種多様な業種のストレスに関する詳細な調査が求められるであろう。本研究から、大学生のアルバイトに関するストレスとその対処行動について理解を深め、勤務先ではよりよい労働環境を整えることや、大学や公共機関では充実した支援を行うことで、大学生の学生生活がより良くなるために活かせると考える。

#### 引用文献

板倉 昇平 (2015). なぜ学生はブラックバイトを辞められないのか 社会政策,6(3),68-74.

厚生労働省 (2019). 平成 30 年「労働安全衛生調査(実態調査)」の概況,15-17.

[https://www.mhlw.go.jp/toukei/list/dl/h30-46-50\\_gaikyo.pdf](https://www.mhlw.go.jp/toukei/list/dl/h30-46-50_gaikyo.pdf) (2021 年 1 月 27 日)

厚生労働省 (2020). 令和元年度「過労死等の労災補償状況」

[https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage\\_11975.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_11975.html) (2021 年 1 月 27 日)

栗原 久 (2017). 大学および短期大学の女子学生におけるアルバイト時間と心身の健康度との関連 東京福祉大学・大学院紀要,7(2),101-106

日本学生支援機構 (2020). 平成 30 年度 学生生活調査結果,11. Retrieved from [https://www.jasso.go.jp/about/statistics/gakusei\\_chosa/\\_\\_\\_icsFiles/afieldfile/2020/03/16/data18\\_all.pdf](https://www.jasso.go.jp/about/statistics/gakusei_chosa/___icsFiles/afieldfile/2020/03/16/data18_all.pdf) (2021 年 1 月 27 日)

# オンライン講義のメリット・デメリットについて

## ーオンライン講義のメリット・デメリットが与える影響についての検討ー

18C118 大西 悠斗 18C122 加藤 瑠璃子  
18C142 近藤 慧 18C153 清水 帆乃香

### 問題と目的

昨今、新型コロナウイルス(COVID-19)感染拡大防止対策のため、大学教育機関は対面講義からオンライン講義へと、講義形態を変容させて運営を行ってきた。オンライン講義をメインにする取り組みは初めてのことである。オンライン講義の現状を把握するため、各大学において調査が行われている。東洋大学が行った調査では、オンライン講義は対面講義よりも学生の人気が高いことが明らかになった(東洋大学現代社会総合研究所 ICT 教育研究プロジェクト, 2020)。また、茨城大学が行った調査では、オンライン講義は対面講義よりも理解度や満足度が高い結果を示した(茨城大学, 2020)。これらより、オンライン講義は学生に対して、ポジティブな影響を与えており、メリットがあるということが示唆された。

しかし一方で、通学機会を無くしたことでメンタルの不調を訴える学生が増えている(京都新聞, 2020)。また、孤独や不安を訴える声が多数寄せられた(NHK NEWS WEB, 2020)など、オンライン講義は学生に対して、ネガティブな影響を与えており、デメリットがあるということも示唆された。

以上のように、各大学機関が行った調査により、オンライン講義にはポジティブな影響を与えるメリット・ネガティブな影響を与えるデメリットの二側面があるということが明らかになった。しかし、オンライン講義のメリット・デメリットの二側面が学習面・生活面・身体面などに対して、具体的に与える影響を指摘する研究は本邦では見受けられなかった。メリット・デメリットが与える具体的な影響を明らかにすることで、各大学機関がオンライン講義の運営にあたり、役立てていくことが出来ると考え

る。更に、重要視すべき点や改善すべき点などについて指針になると考える。

そこで本研究では、オンライン講義のメリット・デメリットが学習面・生活面・身体面などに対して、具体的に与える影響を検討することを目的とする。

### 方法

#### 調査対象者

日本国内の142名(男性38名, 女性90名, その他2名, 不明2名)の大学生に調査を依頼し、130名の回答を得た。平均年齢は20.7歳であった。

#### 調査時期

2020年10月22日から2020年11月5日の15日間。

#### 調査方法

講義内及びSNS(LINE・Instagram・Twitter)でFormsのURLを配布し回答を求めた。

#### 調査内容

質問は、フェイスシート(1同意2学年3年齢4性別5居住形態)及び質問項目(計15問)から構成された。オンライン講義のメリット・デメリットが与える影響を明らかにするため、(1)オンライン講義の受講環境、(2)対面講義と比較したオンライン講義、(3)対面講義と比較した一週間における授業時間外の各自由時間の増減、(4)オンライン講義が身体面へ与える影響、の4つに分けて回答を求めた。各質問項目の内容は以下の通りであった。

#### (1)オンライン講義の受講環境

オンライン講義の受講環境を明らかにするため、使用している端末・通信環境・受講場所について、それぞれ回答を求めた。使用している端末については、複数選択式で回答を求めた。「パソコン」「スマ

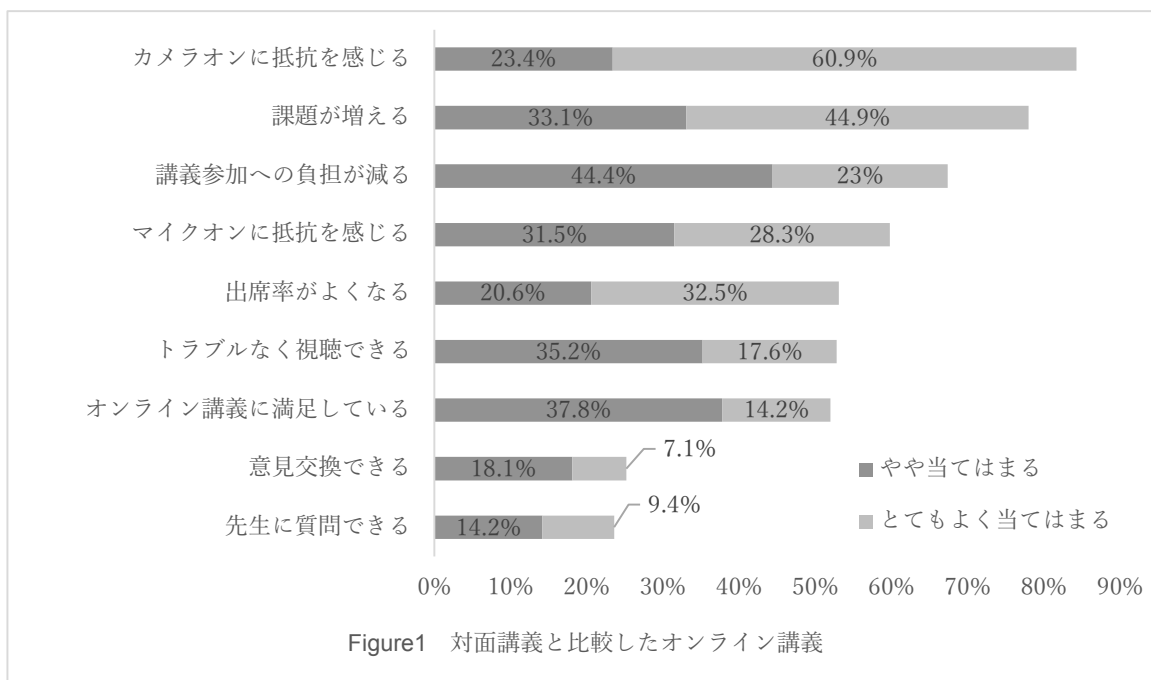
ートフォン」など、計4項目を用意した。通信環境については、単一回答式で回答を求め、「悪い～良い」の5件法を用いた。

受講場所については、単一回答式で回答を求めた。「自室」「リビング」など、計5項目を用意した。

また、対面講義と比較したオンライン講義の出席率や満足度の違いを明らかにするため、「0～20%から80～100%」の5件法を用いてそれぞれ回答を求めた。

## (2)対面講義と比較したオンライン講義

対面講義と比較したオンライン講義において生じる違いを明らかにするため、講義に関する項目を用意し、「全く当てはまらない～非常に当てはまる」の5件法を用いて回答を求めた。「トラブルなく視聴できる」「先生に質問できる」「講義参加への負担が減る」「意見交換ができる」など、計9項目を用意した。



また、対面講義と比較したオンライン講義の理解度や学習意欲についての違いを明らかにするため、「全く当てはまらない～非常に当てはまる」の5件法及び自由記述を用いてそれぞれ回答を求めた。

## (3)対面講義と比較した一週間における授業時間外の各自由時間の増減

一週間における各自由時間の変化を明らかにするため、一週間における授業時間外の各自由時間において増えたもの及び減ったものについて、複数選択式で回答を求めた。「趣味の時間」「アルバイト」など、計7項目を用意した。

また、生活リズムにどのような変化が生じたのかを明らかにするため、「崩れた～良くなった」の5件法及び自由記述を用いて回答を求めた。

## (4)オンライン講義が身体面へ与える影響

オンライン講義が身体面へ与える影響を明らかにするため、「全く当てはまらない～非常に当てはまる」の5件法を用いて回答を求めた。「イライラする」「ストレスを感じる」「集中力が低下する」など、計12項目を用意した。

### 結果

#### 1. 対面講義と比較したオンライン講義

対面講義と比較した上で、オンライン講義について感じることを尋ねた。「とてもよく当てはまる」・「やや当てはまる」に回答した割合の合計が多い順に示した(Figure1)。その結果、メリットは「講義参加への負担が減る(67.4%)」・「出席率がよくなる(53.1%)」などであり、デメリットは「カメラオンに抵抗



を感じる(84.3%)・「課題が増える(78%)」・「マイクオンに抵抗を感じる(59.8%)」などであった。

また、「トラブルなく視聴できる(52.8%)」・「オンライン講義に満足している(52%)」と半数の学生がオンライン講義に対して、肯定的に捉えていることが示された。しかし「意見交換できる(25.2%)」・「先生に質問できる(23.6%)」という結果から、否定的に捉えている学生もいるということが示された。

## 2. オンライン講義に対する総評

オンライン講義の出席率・満足度・理解度・学習意欲についての回答を図に示した(Figure2)。

初めに、出席率について「80~100%」に回答した人数は103名(80%)であり、非常に高い結果を示した。

次に満足度である。「60~80%」に回答した人数は53名(41%)「80~100%」に回答した人数は25名(19%)であった。

次に理解度である。「60~80%」に回答した人数は54名(42%)「80~100%」に回答した人数は23名(18%)であった。自由記述からメリット・デメリットは「講義展開」・「個人的側面」・「事後対応」の3つに分けられた。まず「講義展開」は、「映像資料のため、復習しやすい」・「ビデオは繰り返し聞ける」などのメリットがあった。一方で、「先生のペースに合わせないといけない」・「通信環境が悪く聞き逃す

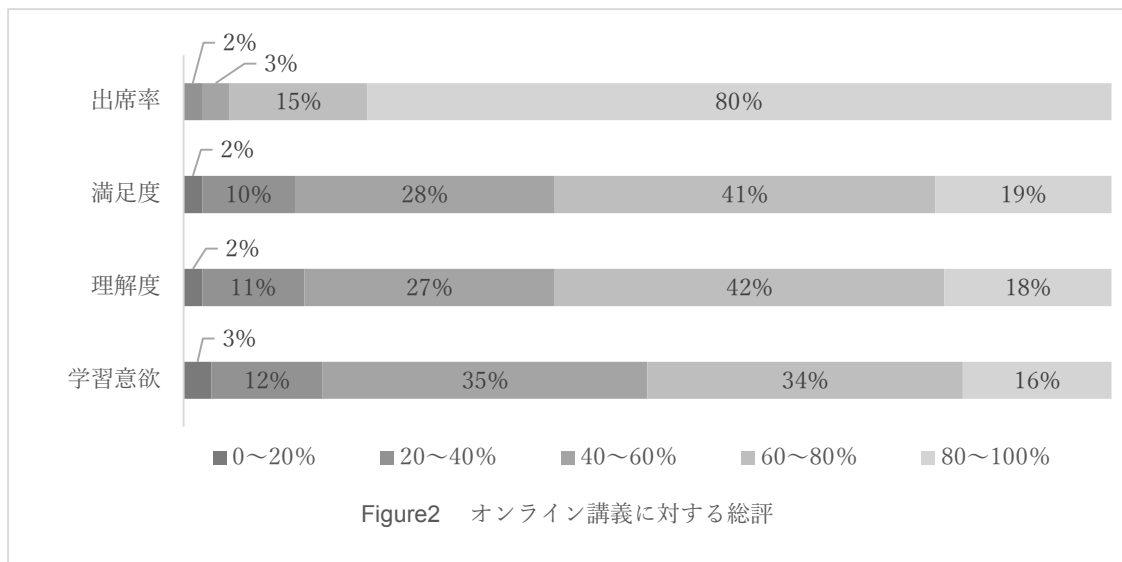
ことが多い」などのデメリットがあった。「個人的側面」は、「家なので落ち着いて受けられる」・「周りに誰もいないので集中できる」などのメリットがあった。一方で、「家に誘惑要因が多くあり集中できない」・「やる気がでない」などのデメリットがあった。

「事後対応」は、「出席票などで質問できる」といったメリットがあった。

一方で、「質問がしにくい」・「友達に不明点を聞けない」などのデメリットがあった。オンライン講義の理解度に関する「講義展開」・「個人的側面」・「事後対応」の3つはメリット・デメリットの二側面があることが示された。

次に学習意欲である。「60~80%」に回答した人数は43名(34%)「80~100%」に回答した人数は21名(16%)であった。自由記述からメリット・デメリットは「学習形態」・「望む気持ち」・「環境」の3つに分けられた。

まず「学習形態」は、「対面よりも出席しやすい」・「質問するのが恥ずかしくない」などのメリットがあった。一方で、「オンライン講義が苦手」・「疑問点をそのままにしてしまう」・「課題が増えて講義に時間をさけない」などのデメリットがあった。「望む気持ち」は、「オンラインでも一生懸命学びたい」・「通学準備がなく邪魔されないため集中できる」などのメリットがあった。



一方で、「やる気が起きない」・「しっかりやっていない」・「環境」は、「自分のペースで学習できる」といったメリットがあった。一方で、「自宅で受けているため誘惑が多く集中できない」・「環境が整っていない」などのデメリットがあった。先ほどの理解度と同様に、オンライン講義の学習意欲に関する「学習形態」・「望む気持ち」・「環境」の3つにおいても、メリット・デメリットの二側面があることが示された。

### 3. オンライン講義が及ぼす生活リズムの変化

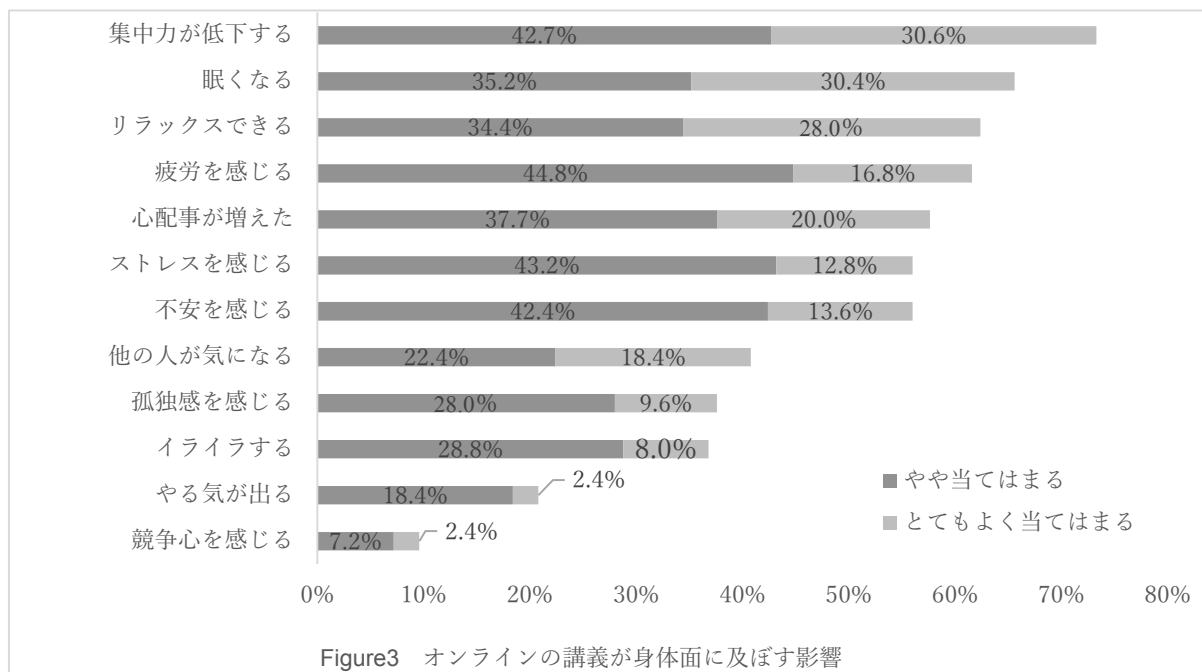
オンライン講義が及ぼす生活リズムの変化について回答を求めた所、「少し崩れた」に回答した人数は35名(29%)「崩れた」に回答した人数は52名(43%)であった。自由記述では、メリットは「対面より起床が遅くなり、ゆっくり寝られるようになった」「外出することがない為、疲労せず朝早く起きられるようになった」などの記述があった。デメリットに関する記述は非常に多く「習慣の変容」・「生活時間帯の変化」の2つに分けられた。「習慣の変容」は、「通学時間がないことから起床が遅くなった」・「1限でもオンラインで受けられることでギリギリに起きれば間に合うから」などの記述が多かった。また「生活時間帯の変化」では、「昼夜逆転した」・「課題に追

われ、その後趣味などをすると就寝時間が遅くなる」・「夜遅くまでバイトのシフトを入れる」などの記述が多かった。

以上より、多くの人がオンライン講義になったことにより、今までの対面講義中の「習慣」や「生活時間帯」に大きな変化が生じており、昼夜のリズム逆転に強い影響を及ぼしていることが明らかになった。

### 4. オンライン講義が身体面に及ぼす影響

オンライン講義が身体面に及ぼす影響について回答を求めた。「とてもよく当てはまる」・「やや当てはまる」に回答した割合の合計が多い順に示した(Figure3)。オンライン講義が身体面に及ぼす影響のうち、メリットは「リラックスできる(62.4%)」であった。デメリットは「集中力が低下する(73.3%)」・「眠くなる(65.6%)」・「疲労を感じる(61.6%)」・「心配事が増えた(57.7%)」・「ストレスを感じる(56%)」・「他の人が気になる(40.8%)」・「孤独感を感じる(37.6%)」・「イライラする(36.8%)」などであった。また、「やる気が出る(20.8%)」や「競争心を感じる(9.6%)」など、ポジティブな影響を与えることは低いことが示された。



以上より、オンライン講義は大学生の身体面に対して、ポジティブな影響を及ぼすことは少なく、非常に多くのネガティブな影響を与えていることが明らかになった。

### 考察

本研究では、オンライン講義のメリット・デメリットが学習面・生活面・身体面に対して、与える影響について検討した。その結果、学習面では出席率がよくなるといったメリットがあった。生活面では、生活リズムが崩れたと感じている人が多いこと、身体面では、集中力が低下するなどのデメリットがあった。

対面講義と比較したオンライン講義について、学生が最も負担に感じていたのは「カメラオンに抵抗を感じる」という項目であった。対面講義では、常に他の人と顔が見えた状態で受講しているにも関わらず、オンライン講義になるとオンライン上での顔出しに抵抗を感じるという学生が多かった。この違いには、オンライン講義でカメラオンにすることで、自分の姿が画面に反映されることが影響していると考えられる。普段であれば、自分の発言している姿や表情などを実際に目にするという機会はほとんどないことに対して、オンライン講義では客観的に自分の姿を見ることになるということが要因として影響を及ぼしていると考えられる。マイクオンにおいても抵抗を感じている人が多かったが、カメラオンよりは少ないという結果であったことから、カメラオンの方が抵抗を感じやすい傾向にあることが示された。

また、「課題が増える」という項目が次に多かった。講義形態がオンライン講義に変容してから、対面講義の時よりも予習や復習として課題が出される機会が増えた。また、対面であれば講義評価を定期テストで行う講義が多いことに対して、オンライン講義ではレポートでの評価が主流となった。テストであれば講義資料を見ながら回答することができるが、レポート作成になると講義資料を参照の上、自分なりに考え、工夫するということが必要になり、かな

り時間を要することになる。東洋大学現代社会総合研究所(2020)が行った調査においても、「課題等の負担増」を感じる、総学習時間(講義時間・予習時間・復習時間・課題作成時間等)が増えた講義が多い、などの項目において77%もの学生が回答している。

以上より、各大学において全体的にオンライン講義における課題量が増えており、課題量増加に伴い負担や抵抗を感じている学生が多くいると考える。

続いてオンライン講義の総評については、出席率が非常に高いことが示された。出席率が高くなった要因としては、「通学時間が無くなったこと」「自宅からも講義を受講できること」が主に影響を与えていると考える。東洋大学現代社会総合研究所(2020)が行った「オンライン講義が、従来の対面型講義と比較してよいと思う点」についての調査においても、通学時間がかからない(82%)や自宅で学習ができる(66%)などの高い結果が示されたことから、「通学時間が無くなったこと」「自宅からも講義を受講できるようになったこと」が学生の出席率が高くなった要因であると考えられる。

続いてオンライン講義が身体面に及ぼす影響について、学生に対してネガティブな影響を多く与えているという結果が示された。その中でも、最も感じているものは「集中力の低下」であった。集中力の低下の要因として、自宅という安心した環境が非常に大きな影響を与えていると考える。オンライン講義の学習意欲の自由記述に、「自宅で受講していると誘惑が多い」「サボっていてもバレない」という回答が多く見られた。同質問項目の「リラックスできる」に62.4%の学生が回答をしていることから安心して受講しているということが言える。また、東洋大学現代社会総合研究所(2020)が行った調査においても「自宅で行うことになるので集中力を維持することが問題」といった記述がある。

以上より、安心した学習環境が集中力の低下を引き起こす要因であると考えられる。

また、京都新聞(2020)において、通学機会をなくし、メンタルの不調を訴える学生が増えており、こ

の要因として不安や孤独感が影響を与えているということが示されている。本研究においても、「心配事が増えた」「ストレスを感じる」「不安を感じる」「他の人が気になる」「孤独感を感じる」など多くのネガティブな影響を与えていることが明らかになった。以上のようなメンタルの不調に繋がってしまう可能性が示唆されたため、早急に対応策を考えていく必要があると考える。

本研究では、学生はオンライン講義に対して、メリット・デメリットのどちらか一方を感じるのではなく、両側面を感じており、その中でオンライン講義に適応的な学生と不適応的な学生がいるということが明らかになった。また本研究から得られたオンライン講義におけるメリット・デメリットをもとに、大学機関はオンライン講義の運営を行っていくにあたり、現段階で優先的に改善が求められる点として2点あると考える。

1点目は、課題の量の調整である。本研究及び他大学機関が実施した調査においても、課題の量が増えているに対して抵抗を感じている学生が多くいたことが示唆された。本研究の生活リズムの変化に関する質問項目の自由記述においても、「課題が多くて課題を終わらせるのにかなり時間がかかり寝るのが遅くなる」といった記述もみられた。課題が多すぎると学生は課題ばかり意識するようになり、講義に対して自主的に学ぶ姿勢が失われてしまう可能性があると考えられる。以上を踏まえたうえで、学生に対して適切な課題の量について調査を行い、調整を行っていく必要があると考える。

2点目は「コミュニケーションの促進」である。学生は、オンライン講義において「先生に質問しにくい」「先生との会話が減った」などコミュニケーション不足であることが示唆された。また、オンライン講義の理解度や学習意欲における自由記述には「オンデマンド講義だと一方的に講義を展開されている感じがして、やる気がなくなる」といった記述があった。また、身体面に及ぼす影響についての質問項目でもあったように、他の人の様子や友人、教

員とのコミュニケーションの時間が減ったことから、不安・心配・孤独感などを感じており、メンタル不調に繋がる学生もいることが明らかになった。大学機関も初めて経験する出来事であり、日ごろから多忙な状況にあるが、極力生徒とコミュニケーションが生まれるように運営を行っていく必要があると考える。

具体的には、オンデマンド講義ではなくリアルタイム講義にすること、生徒とのコミュニケーションをとる場としてホームルームのような機会を設けること、講義内にグループワークを取り組むなどといったことで、コミュニケーションを促進させることが可能になり、不安や孤独感などのネガティブ感情を取り除くことに繋がると考える。

またオンライン講義を受講するうえで、学生側に求められることは、環境調整及び生活リズムの改善である。

環境調整については、「自室で受講しているため誘惑がある」といった記述が多く見られたため、あらかじめ誘惑になりやすい環境ではないように調整しておく必要がある。

また、生活リズムの改善については、生活リズムの変化の質問項目における自由記述において「バイトを普段よりも遅くに入れてしまう」「通学時間が無くなったので夜更かしできる」といった記述が見られた。オンライン講義だからといって生活リズムを乱してしまうのではなく、対面講義と同じような生活を保ち続ける姿勢が求められる。

最後に、本研究の限界と今後の展望について論じる。本研究では、オンライン講義のメリット・デメリットに着目し、各項目に与える影響を検討した。満足度・理解度・学習意欲の項目については、自由記述を用いたため、具体的な要因を明らかにすることができた。しかし、上記の項目以外は自由記述での回答を求めなかったため、「カメラオンに抵抗を感じる」などの項目については、学生が具体的に感じている要因を明らかにすることができなかった。今後は、各選択肢に自由記述を用いることや半構造化面接な

どを用いて、より具体的な要因を明らかにしていくことが求められる。

### 引用文献

茨城大学(2020). 遠隔授業に関する学生アンケートを実施 対面中心の昨年度と比較 Retrieved from <https://www.Ibaraki.ac.jp/news/2020/08/07010917.html> (2021年1月25日)

京都新聞(2020). 「キャンパスで勉強したかった」オンライン授業の日々, 大学生はメンタルの不調も Retrieved from <https://www.kyoto-np.co.jp/articles/-/392217> (2021年1月25日)

NHK NEWS WEB(2020). 遠隔授業に対する学生の反応 Retrieved from <https://www3.nhk.or.jp/shutoken-news/20201210/1000057304.html> (2021年1月25日)

東京工業大学教育革新センター(2020). 「COVID-19対応によるオンライン授業等の受講・学習・生活状況アンケート調査」の結果について Retrieved from [https://www.citl.titech.ac.jp/online\\_questionnaire/](https://www.citl.titech.ac.jp/online_questionnaire/) (2021年1月25日)

東洋大学現代社会総合研究所(2020). コロナ禍対応のオンライン講義に関する学生意識調査 Retrieved from <https://www.toyo.ac.jp/research/labo-center/gensha/research/52395/> (2021年1月25日)

読売新聞(2020). オンライン授業でみえた新たな教育の可能性 Retrieved from <https://yab.yomiuri.co.jp/adv/ibarakiuni/> (2021年1月25日)

## 通販で物を買うときに信頼する情報について

18C177 鶴見 美羽、18C201 堀口 由衣、18C152 篠崎 舞雪

### 問題と目的

世界中で新型コロナウイルス感染症（COVID-19）が流行している。日本では4月には緊急事態宣言も発令され家から出られない状況も続いた。「月間ネット販売」で実施したネット販売実施企業の売上高調査によると、1位はアマゾンジャパンでその売り上げは1兆7443億円にもなり前年比14.1%増となった。これはネット通販の需要の高まりを示している。私たちは普段通販で商品を購入する際、多くの人々が実物を見ることなく通販サイトに載っている商品の写真だけをみて購入をするだろう。それゆえいざ届いてみたら写真とは全然違った、なんか違うなんて経験を見たり聞いたり、あるいは実際に体験したなんて人は多いのではないだろうか。実物を見てから購入ができれば失敗をするなんて経験も減るはずだが、このコロナ禍の中で実物を見に行くという事ができないことの方が多いだろう。では通販で失敗をしない方法というのはないのだろうか。そこで本研究では多くの人々が通販で物を買うときに信頼する情報を明らかにすることを目的とし調査を行った。

### 方法

2020年10月29日、関東のT大学の学生75名を対象に、20代～30代の54名(男性12名、女性40名、その他2名)から回答を得た。

調査は大学の講義中にFoamsにて作成した調査票を配布した。

質問項目は信頼する情報について10項目、失敗経験について3項目で構成されている。通販で物を買うときに信頼する情報について、「通販サイトで物を買う際何を参考にしていますか」と尋ねた。回答は、1.星の点数、2.レビュー、3.友人家族の口コミ、4.有名人の宣伝、5.ネット記事、6.SNSの広告・宣伝、7.参考にしないの7項目で回答を求めた。

### 結果

通販サイトで商品を買う際に参考にする情報としてレビューが一番高く、次に星の点数、友人・家族の口コミの順に多かった。その結果を示したものが以下の図である。  
(図1)

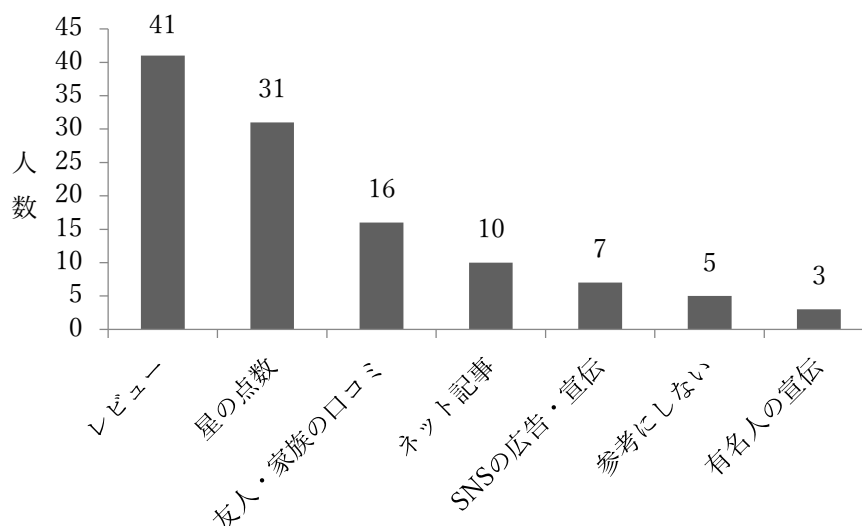


図 1, 通販サイトで商品を買う際参考にする情報

レビューを参考にすると回答した方に、どのくらいのレビューの件数で参考にするか、どのような内容のレビューなら参考にしたいと思うかの 2 項目の回答を求めた。その結果件数については 100 件以上という項目が 19 人、それ以下が 12 人、500 件以上が 6 人、1000 件以上が 4 人であった。内容については良い内容が 39 人、悪い内容が 26 人、写真付きが 25 人、長文が 10 人、短文が 3 人、その他が 1 人であった。

商品を購入して失敗した経験について回答を求めたところ 29 人が経験があると答えた。その商品は何だったか尋ねると一番高かったのは服という回答で 16 人であった。さらにその時に参考にした情報について尋ねると参考にしないという回答が一番高く 16 人でその次に高かったのはレビューで 6 人であった。

## 考察

本研究では、通販で商品を買うときに信頼する情報について明らかにすることを目的に調査を行った。その結果、レビューや星の点数をよく参考にし、失敗をする際には何の情報も参考にしていなかったという結果が得られた。

これらの結果から人々は実際に商品を買った消費者の声を信頼しているという事が考えられる。図 1 を見ても有名人の宣伝や SNS の広告・宣伝などを参考にしている人は少ない。この二つの項目の共通点として宣伝をしている人が身近な人ではないという点と、宣伝をするのに企業側のお金がかかっているという 2 点が挙げられる。身近な人ではないという点に関して、反対に位置するであろう友人・家族の口コミの結果を見てみると 16 人と 3 番目に高い数字と

なっている。そして友人・家族の口コミを参考にすると回答した方に何人の口コミを聞いて購入を検討するか聞いたところ1人以上という回答が一番高く13人であった。以上のことから、身近な人の情報は信頼されやすく、自分から遠い存在になればなるほど信頼されにくいのではないかと推測することができる。その理由として親近感や元からある信頼度などがあると考えられる。多くの人は友人や家族に有名人より親近感や信頼を持っているだろう。それゆえ有名人が宣伝しているものよりは友人家族の口コミを信頼する。ではSNSの広告・宣伝とレビューを比べてみるとどうだろうか。どちらも身近にいる人ではないし元から信頼を寄せているわけでもない。この二つの決定的な違いはお金がかかっているかいないかであると考えられる。“この広告や宣伝には企業からのお金が発生している”とわかると人は「お金もらっているから悪くても良いように書いてあるのではないか」というバイアスがかかるのではないだろうか。このバイアスが原因でSNSの広告・宣伝には親近感がわきにくく、信頼もしづらくなっているのではないだろうか。しかし有名人よりは親近感がわきやすい存在であるため有名人よりは信頼されやすいと推測する。これまでのことをまとめると友人家族、レビュー、SNS、有名人の順で信頼されやすいという事になるが、調査の結果はレビュー、

友人家族、SNS、有名人である。これはなぜなのだろうか。その原因として口コミやレビューはその商品を購入している前提であるということが挙げられる。友人家族のことはほかのどの項目の人たちより親近感があり信頼もしているが、友人家族は自分が買いたい商品を必ずしも買っているとは限らない。つまり友人家族からの口コミを聞く機会というものがそもそも少ないのではないだろうか。それゆえ普段商品を購入する際にはレビューの方が参考にしやすいという事である。最終的にまとめると信頼されやすい情報は友人家族、レビュー、SNS、有名人の順であるが、参考にしやすいのはレビュー、友人家族、SNS、有名人の順であるといえる。

次に失敗経験について、結果でも述べた通り失敗した商品で服が多いことから、服が一番失敗しやすいという事がわかる。その原因として服は初めて購入する機会が多いからではないかと考える。日用品などはリピート購入が多く失敗をしにくい、服はリピート購入が少なく初めて購入するという場合の方が多いであろう。ネットで見ただけだと実物と色が違ったり、サイズ感が違ったりなど失敗する要因も他の項目と比べると多いのではないだろうか。そして失敗経験がある人のほとんどが何の情報も参考にしていなかったと回答していることから、少しでも情報を参考にしたほ



うが通販において失敗する確率を下げる  
ことができるといえる。

最後に、本研究では購入する商品ごとに  
信頼される情報が違うのか、項目の間に有  
意に差があるのかなどを検討することがで  
きなかった。そして、普段通販で購入する  
商品を尋ねた質問でその他の項目の回答が  
20人もいた。しかしその他の内容について  
聞くことはしなかった。したがって今後は、  
その他の内容について展開し商品ごとに信  
頼される情報が違うのか検討することが望  
まれる。

#### 参考資料

「【2020年版】EC売り上げランキング1  
位はアマゾン。2位はヨドバシ、3位は  
ZOZO、4位はビックカメラ、5位はユニク  
ロ」,  
[https://www.google.co.jp/amp/s/netshop.  
impress.co.jp/node/8076%3famp](https://www.google.co.jp/amp/s/netshop.impress.co.jp/node/8076%3famp)、2021年  
1月26日アクセス。

## フェイクニュースの判断基準に関する調査

18C123 門脇 瞭也、18C145 坂本 直紀、18C164 高橋 勘太

### 問題と目的

近年、ネット利用者が右肩上がりに増えている。そして、SNS が普及したことにより誰でも簡単に情報を発信することができるようになった。そんな中問題となっているのが、フェイクニュースだ。虚偽の情報「フェイクニュース」の拡散だ。フェイクニュースとは、ケンブリッジ英語辞典では「インターネットや他のメディアを使って拡散する、ニュースの体裁をした作り話で、通常は政治的な意見に影響を及ぼすため、あるいは冗談として作られるもの」と定義されている。福長（2018）は「何らかの意図で作られ、拡散している虚偽情報の総称」と解釈している。SNS 以外にも言えることだが、情報の発信者は人間であり、意図しないにせよ虚偽の情報が流れてくることは大いにある。普通に使っている分には大きく問題は起こらないが、災害や名誉などが関わってくるときに無意識に拡散してしまうと最悪拡散した側が罪に問われることがある。そのような危険があるので、SNS の使用者はフェイクニュースへの対応を意識化していく必要があり、信頼できる情報媒体の確保はインターネットを使用していく中で安心できる要因となる。

以上のような今日のインターネット事情を踏まえて、信頼できる情報源とはいったいどんなものを指すのだろうか。その情報源の信頼度は多くの人が使用することで深まるのか。また、普段からフェイクニュースに騙されない対策等をしているか。SNS を使用していくにあたり、「いいね」や「RT」数は無視できない存在であり、やはり多い方が人の目につきやすい。そういった情報の信憑性はこれらの数値と比例しない。要するに、ここを信用する基準としておいてしまうと簡単に虚偽の情報に騙されてしまう。そういった騙されないような基準を持っているかを明らかにすることを目的に実施した。

### 方法

調査対象者

関東 T 大学に在籍している学生 75 名のうち、51 名（男性 11 名、女性 39 名、その他 1 名、平均年齢 21 歳）から回答を得た。

調査手続き

社会調査演習の授業内で Microsoft Forms を用いて質問票の回答 URL を配布し回答を求めた。

## 調査内容

- (1) 情報を得ている媒体に関する質問  
(複数回答可)
- (2) 情報の信頼性に関する「信用する情報源を持っているか」「インターネットの情報を信じるにあたっての基準はあるか」などの6項目。
- (3) SNSの情報に関する9項目

## 結果

情報源としての使用度はテレビ、Twitter、YouTube、Instagramの順に高かった。信用度となると、同様にテレビ、Twitter、YouTubeの順に数値が高かったが、軒並み数値が低くなった。信用度となると、ほとんどの情報媒体の数値が下がったが、新聞のみが、信用度が上がった。使用度が高い媒体は新聞を除き比例して、信用度も高い結果となった。

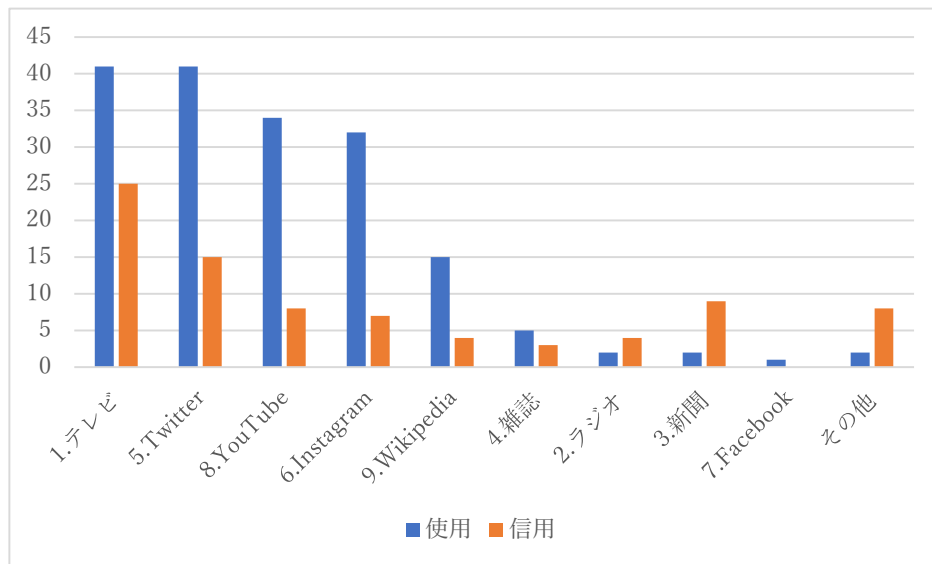


図1. ニュースの情報源としての使用と信頼

自分が信用できる特定の情報源があるか聞いたところ、40%が持っている、60%が持っていないと答えた。インターネットの情報を信じるにあたっての基準はあるかときいたところ、はいが24%、どちらでもない40%、いいえが36%という結

果になった。さらに、はいと答えた人にその理由を聞いてみたところ、「ソースが分かり、そのソースの内容が信用できるもの」、「Twitterなら呟いているアカウントまで見に行く」や「くちこみや口コミやレビューなど実際に発信者が体験して

いるか」等、ソースのソースまで確認するという人が複数見られた。日常であなたに馴染みの無い情報に触れたときの対応を聞いたところ、74%が調べると回答した。%が調べると回答した。「SNSに掲載された情報を信用しているか」では、66%がどちらでもないと答え、いいえが18%、はいが16%とどちらでもないが圧倒的に多かった。SNSに騙されたことがあるかと聞いたところ、いいえが60%と多く、はい32%、どちらでもないが8%と答えた。故意に人を騙そうとするニュースがあるかと聞いたところ、はいが98%とほとんどを占めた。情報が怪しいと気づいたら、正しい情報を求めて調べ直すかと聞いたところ、80%がはいと答え、いいえ18%、その他2%となった。SNSの「いいね」や「RT(拡散数)」の数値は信用する基準に含まれるか聞いたところ、24%がはい、54%がいいえ、22%がどちらでもないと答えた。他の人の意見を見て、情報が正しいか確認しているか聞いたところ、80%がはい、12%がいいえ、8%がどちらでもないと答えた。か聞いたところ、80%がはい、12%がいいえ、8%がどちらでもないと答えた。匿名のアカウントの情報は信用できますかという問いには、「はい」と答えた人は8%だったが、「いいえ」と答えた人が54%で過半数を占めた。「どちらでもない」と答えた人は38%であった。初見の情報を拡散する際、抵抗を感じるという人が60%

であるのに対して、感じないという人も28%いることが明らかとなった。誤った情報を拡散してしまったと気づいた時の対応としては、「消去する」が54%、「訂正する」が32%、「放置する」も10%いることが分かった。また、その他の回答として、「通報する」「訂正と消去どちらも行う」というものもあった。

## 考察

### 1. フェイクニュースへの意識について

インターネットに掲載されている情報を信用している人は思ったより少ないようだ。正確に言えばどちらでもないと答えた人が大半だったため、普段から信用性などを考えてインターネットを使っているわけではないのかもしれない。

特定の情報源はあるかという質問で、持っていないが6割という結果から大学生の過半数以上がネットの情報の信用性に対して意識していない。SNSの信用度の低さに関しては、経験則からというわけではないようだ。騙されたことはあるかという問いに対し、いいえが約60%と過半数以上が騙されたことはなかった。故意に人を騙そうとするニュースがあるかと思うに99%がはいと答えたことから、認知はしているようで、正しい情報を調べ直している人が8割を超えていることからうかがえる。しかしこれは、怪しいと気づいた時点でのことで、

自身で気づくに至るかは今回の質問紙ではわからなかった。また、馴染みの無い情報に触れたときは約75%の人が調べると答えた。その差はどこから来ているのか。インターネットの情報を信じる基準について聞いたところ、複数の情報源を持っていると回答した人が複数名いた。このことから、他の人も一つの情報源に依存するのではなく複数の情報を精査することで自分の納得する結果を無意識で構築しているのではないだろうか。

## 2. テレビや新聞と SNS の差について

平成 28 年の総務省のメディアの信頼度調査では、テレビがトップレベルで信頼度が高かったが、ソーシャルメディアや動画サイトがとても低い数値となっていた。総務省の結果ではソーシャルメディアや動画サイトの 20 代の信頼度は約 10%ほどで、こちらの結果と同様低い結果となっていた。しかし、新聞への信頼度のみが大きく違う結果を出した。総務省では 20 代でも信頼度はテレビと同等の数値を出していた。しかしこちらの結果では約 18%と三分の一の結果となった。

年々 SNS への信用度は増しているが、未だテレビの信用度には至らないようだ。しかし、今研究では新聞よりも Twitter に限り信用度は高かった。他の SNS 媒体も新聞より信用度は低かったもののあまり変わらない数値で使用度に至っては、新聞を超え

ていた。SNS の普及によるものというよりは新聞の使用率の低下からの結果からと推測する。最近では、新聞を読んでいる人が年々減っているが、新聞への信用度は完全には薄れていないようだ。そして、SNS は情報を得るためなら、使用している人は多く存在している。しかし、信用度となると未だテレビや新聞らのメディアには及ばないようだ。

## 3. フェイクニュースへの対応

匿名アカウントや初見の情報に対して過半数以上が忌避感があるなど、虚偽の情報に対して正しいアプローチを行っていることが示された。「いいね」や「RT」の数を信用しない（約 54%）や他人の意見を確認する（約 80%）など情報媒体の信用性に限らず個人でできるフェイクニュースへの対策がなされていた。

最後に今後の展望について、今回の研究ではソーシャルメディアごとの信頼度の調査に限界があった。本調査では、インターネット・SNS と大枠で質問をしてきたため、質問によっては媒体によるという答えもあった。それは、信用度を聞いたときにどちらでもないが一番多かったことから言える。

また、国内の情報と海外の情報での信用度の違いも調査に入れていくことが望ましい。同じ情報でも、「アメリカではやってる」等海外の情報を比較対象にする事柄が見受

けられる。国内間でも同じ情報でソースの違いから信用度は違った。なら国が違えば同様の結果がみられるのではないかと考える。

### 引用文献

総務省「IoT 時代における新たな ICT への各国ユーザーの意識の分析等に関する調査研究」（平成 28 年）

福長 秀彦(2018). 流言・デマ・フェイクニュースとマスメディアの打ち消し報道:「大阪府北部の地震」の事例などから 放送研究と調査 68(11), 84-103

保高 隆之(2019). 情報過多時代の人々のメディア選択「情報とメディア利用」世論調査の結果から 放送研究と調査, 68(12), 20-45

## 「ネットショッピング利用時の情報への信頼」

18C156 白井 美月、18C171 田中 香菜子、18C215 山田 瑞穂

### 問題と目的

近年新型コロナウイルスの影響から、外出への制限に伴いネットショッピングを利用する人が増加している。石原秀男（2020）の調査では2020年4月にネットショッピング利用世帯の割合の推移を2017年から見てみると、2019年9月までは前年同月に比べて5ポイント程度高い水準で推移していましたが、その後は前年同月とほぼ同じ割合となり、ネットショッピングの普及に頭打ち感が見られました。しかし、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う緊急事態宣言が発出された2020年4月以降は再び上昇し、5月には50.5%と調査を開始した2002年以降初めて5割を超えました。緊急事態宣言解除後の6月も50.8%と高水準を維持しており、一過性の事象ではないことが見て取れます。一方でネットは膨大な情報で溢れておりフェイクニュースのように正しくない情報も紛れている。そこで本調査ではネットショッピングの普及に伴い利用者がどのような情報を選択し商品を購入するのか調査し、商品購入時の情報についての信頼性を明らかにすることを目的とする。

### 方法

#### 調査対象

関東T大学の学生75名、60名（男性12名、女性45名、その他1名、無回答者2名：平均年齢21歳）から回答を得た。

#### 調査時期

2020年10月29日～11月5日、大学のオンライン講義中にFormsを提示して、集合調査を行った。

#### 調査内容

アンケートは以下の10項目の質問項目とフェイスシート（性・年齢）から構成されている。ネットショッピング（サイト）での購入歴について3項目2件法（はい、いいえ）。

例：「商品を購入したことがありますか。」

ネットショッピング（サイト）に対する信頼についてと商品単価による信頼性確認頻度の変化について4件法（信頼できる、どちらかという信頼できる、どちらかという信頼できない、全く信頼できない）（1,000円以上、5,000円以上、10,000円以上、50,000円以上）。

例：「ネットショッピング（サイト）は信頼できますか。」「いくら以上で評価を見る頻度が増えますか。当てはまるもの1つ選択してください。」

ネットショッピング（サイト）の利用頻度について1項目8件法（8段階の回答選択）（ほぼ毎日、1週間に2～3回、1週間に1回、1ヶ月に2～3回、1ヶ月に1回、2～3ヶ月に1回、半年に1回、1年に1回）。

例：「ネットショッピング（サイト）をどのくらいの頻度で利用し、購入していますか」

利用しているネットショッピング（サイト）についてと評価を見る場合に重視するものについて2項目複数選択（Amazon、楽天、ホットペッパー、メルカリ、ヤフオク、ぐるナビ、その他）（知り合いからの評価、有名人からの評価、口コミ・レビュー、SNSの評価、企業広告（TV・SNSのプロモーションを含む））。

例：「どのネットショッピング（サイト）を利用していますか。利用しているものを全て選択してください」「いくら以上で評価を見る頻度が増えますか。当てはまるもの1つ選択してください」。

情報の信頼について1項目並び替え（知り合い、有名人、口コミやレビュー、SNS、企業広告（TV・SNSのプロモーションを含む））

例：「あなたが情報において信頼できる順に並び替えてください」。

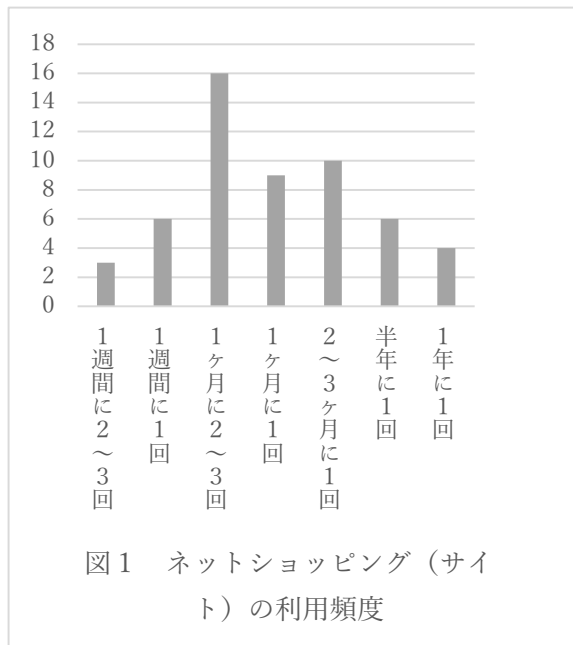
信頼できないと感じる情報の要因について1項目記

述例：「前の質問で最下位に選んだ理由はなんですか」。

### 結果

ネットショッピング（サイト）の利用頻度・購入状況・信頼度

ネットショッピング（サイト）による商品購入経験について 9 割の人が購入経験があると回答した。その中でも、購入経験があると答えた人の多くが Amazon を利用していた。(Amazon…48 名, 楽天…3 名, メルカリ…2 名, その他…1 名)



また、ネットショッピング（サイト）の利用頻度については図1に示す通りである。ネットショッピング（サイト）の信頼については約8割の人が信頼できると回答した。（「信頼できる」…9%、「どちらかと言えば信頼できる」…70%）また、「信頼できない」と回答した人は0%で、残り約2割の回答は「どちらかと言えば信頼できない」であった。

### 情報の重視と信頼度

96%の人がネットショッピング（サイト）を利用するとき評価を確認すると回答した。また、その際重視する項目について「口コミ・レビュー」、「SNSの評価」、「知り合いからの評価」の順で回答が多くみられた。（「口コミ・レビュー」…50名、「SNSの評価」…24名、「知り合いからの評価」…19名、「有名

人からの評価」…2名、「企業広告（TV・SNSのプロモーションを含む）」…2名、「その他」…1名）。

情報源の信頼度順については図2に示す通りである。最下位に選んだものについて記述式で回答してもらった。企業広告は「企業はいいように見せたいと思うから」「企業側の都合のいいように情報を取捨選択できるため」といった情報の不透明さへの指摘が見られた。

有名人は「お金を貰って広告しているし、そういった広告の仕方ですらうとしているものに期待できないから」「案件だけの可能性もあるから」といった企業との癒着に懐疑的な意見が多く見られた。SNSは「様々な情報があふれているから」「真偽が分からない」といった情報量の多さに対する意見が見られた。

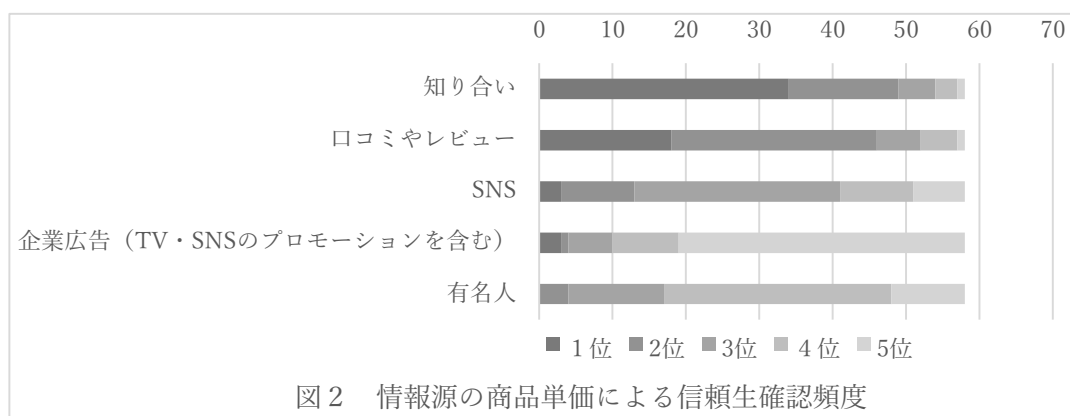
口コミやレビューは「書いたやつが特定できず匿名性があるから」と匿名性に対する指摘であった。知り合いは「知り合いの勧めで買ったことがないため」といった意見が見られた。（「企業広告（TV・SNSのプロモーションを含む）」…36名、「有名人」…10名、「SNS」…7名、「口コミ・レビュー」…1名、「知り合い」…1名）。

商品単価が高い場合、その値段に見合った商品状態なのかを確認するため、評価を見る頻度が増えると7割の人が回答した。一方で商品単価による影響を受けない人は3割いた。いくら以上で評価の確認頻度が上がるのかという質問において5,000円以上は62%、10,000円以上が21%、1,000円以上が17%で50,000円以上は誰も選ばなかったという結果になった。

### 考察

本研究では商品購入時の情報の信頼性を明らかにするためにネットショッピングの利用者がどのような情報を選択し商品を購入するのか調査した。その結果口コミ・レビューを重視する人が最も多かった。しかし情報の信頼度で考えた場合、知り合いが最も信頼性があり次点で口コミ・レビューだった。企業広告は67%以上の人が最下位に選択していた。（図2参照）





最下位に企業広告を選んだ人の多くが企業側で情報の取捨選択が出来てしまうために信頼に値しないという意見を述べていた。あくまで企業広告は商品の認知度を広めるためのものであり商品購入の直接的な結びつきにはなりにくいと考えられる。また商品購入の際重視する口コミ・レビューが情報の信頼度順では知り合いと入れ替わった結果になった要因として「知り合いの勧めで商品を買ったことのないため」のように実際に自分の買いたいものを全て知り合いが購入した経験があるとは限らないことが考えられる。よって情報の手に入りやすさから口コミ・レビューを重視する人が多いと推測される。しかし口コミ・レビューは匿名性という特徴から偽レビューと言われる仕事としてわざとレビューを書くものも紛れているために完全に信頼するまでには至らないとも考えられる。商品単価による評価を見る頻度の増加について、頻度が増えると答えた人の約6割が5,000円以上で評価を見ると回答した。しかし50,000円以上と回答した人はいなかった。これは「ネットショッピング1回あたりの平均購入金額について尋ねたところ、男女ともに「2,000～4,000円未満」が最多となり、「4,000円～6,000円未満」が続いた。「10,000円以上」は少数に留まり、10,000円に満たない比較的小さな金額の買い物が多いこと」（GMOリサーチ株式会社,2017）が50,000円以上の回答が誰もいなかった要因だと考えられる。本研究ではネットショッピングの利用者がどのような情報

を選択し商品を購入するのか調査し情報の収集は単一でなく複数を合わせた上での選択が望ましいと考えられる。しかし今回の調査では商品が嗜好品か生活必需品かの指定がなかったために、そもそもの商品単価に差があったと推測される。そのためある程度の商品の単価を揃えた上でより詳細な調査が求められるであろう。

#### 引用文献

- GMOリサーチ株式会社(2017). ネットショッピングに関する実態調査  
<https://www.gmo.jp/news/article/5567/> (2021年1月24日)
- 石原秀男(2020). 新型コロナウイルス感染症で変わるネットショッピング—家計消費状況の調査結果から—総務省統計局  
[www.stat.go.jp/info/today/162.html](http://www.stat.go.jp/info/today/162.html)(2021年1月24日)

# スマホゲームのやりこみ要素

## ～課金行動との関連性～

18C108 稲田 智也、18C134 工藤 海斗、18C102 阿部 颯真

### 問題と目的

総務省の調べで 2019 年時点のスマートフォンの普及率は 83.4%を超えている。スマートフォンが普及していくにつれてスマートフォン向けゲームアプリ（以下スマホゲーム）も普及してきた。スマホゲームは基本無料でプレイすることが可能であり、プレイが気軽に開始できることからプレイする人が増えていき、2012 年にサービスを開始した「パズル&ドラゴンズ」、2013 年にサービスを開始した「モンスターストライク」などのゲームから注目度が高まり、現在も市場規模が大きくなっている。

スマホゲームの市場規模が拡大しており、藤井（2017）の調査では、「据え置き型ゲームで毎日遊ぶ人は 11 人、携帯型ゲームで毎日遊ぶ人は 6 人、スマートフォンゲームで毎日遊ぶ人は 51 人となった。また、据え置き型ゲームで遊ばない人は 55 人、携帯型ゲームで遊ばない人は 70 人、スマートフォンゲームで遊ばない人は 15 人となった。明らかに家庭用ゲームよりスマートフォンゲームが遊ぶ頻度が高いことが分かる。」ということが明らかになっている。基本無料でプレイできるスマホゲームがなぜ売り上げがあるのかは、課金行動を行えるところにある。仮説としてゲーム内アイテムを買ったり、ゲーム内で vip 対応してもらえたり、vip 券などを課金行動を行うことによって購入するために課金行動を行って

いると考えられる。ゲーム内アイテムを購入するメリットはたくさんあるが、基本的にはゲーム内のランダム式アイテム提供システム（以下ガチャ）を利用するためと考えられる。このガチャによって様々なキャラクターやアイテムが手に入り、強力なキャラクターやアイテムを手にするによってさらにゲームを楽しむことができる。だが、強力なキャラクターやアイテムが必ず手に入るわけではない。ガチャを利用するためのアイテムはゲーム内でもある程度もらえるが、少量で上限もあるためガチャを利用できる回数に限界がある。だが、課金行動を行うことでガチャを上限なくたくさん利用することができるがメリットだと考える。

スマホゲームがゲーム業界の中心となっていることは明らかであるが、スマホゲームに熱中する理由についての検討が不十分であると考えた。スマホゲームに熱中する理由を明らかにするためにスマホゲームに課金している人（以下課金者）と課金していない人（以下無課金者）で結果を分け、スマホゲームに対して感じている魅力や楽しみの違いがあるのか明らかにし、課金者と無課金者の回答項目を比較することによって、課金者と無課金者のスマホゲームに対して魅力や楽しみに違いがあるのかを明らかにし、さらにどのようなゲームが課金行動を起こしやすいかを明らかにすることでスマホ

ゲームのニーズをつかみ、今後のスマホゲーム市場のさらなる発展に貢献できることが考えられる。

本研究ではスマホゲームにおける魅力や楽しみを課金者と無課金者で比較することによって、課金行動を行う程スマホゲームに熱中する理由を明らかにする大学生を対象にアンケート調査を実施する。

### 方法

調査対象者 平均 20 歳の大学生 75 名、66 名（男性 23 名、女性 42 名、その他 1 名）から回答を得た。

調査時期 2020 年 10 月 28 日（木曜日）に、大学生を対象にオンライン授業や SNS を通して質問票の URL を配布し回答を求めた。期間は 2 週間とした。

調査内容 質問紙は以下の 5 つの部分の回答と課金の有無の回答の後に回答が分岐し 3 つの部分の回答とフェイスシート（性、年齢、スマホゲーム経験の有無）から構成されていた。

(1) ゲームの名前 自由記述式にて回答を求めた。

(2) ゲームのプレイ期間 自由記述式にて回答を求めた。

(3) きっかけ（CM、アプリレビュー、声優などの 13 項目から複数自由選択回答）

(4) ゲームの魅力（気軽にプレイできる、登場キャラクター、ゲームシステムなどの項目から 11 項目から複数自由選択）

(5) ゲームのやりこみ要素（キャラクターの育成素材を集める、戦術が奥深い、ゲーム内ランキングの上位になりたいなどの 14 項目から複数自由選択回答）

(6) 課金の有無（はい、いいえの 2 件法）

(6-1) はいと答えた場合は課金をした理由（プレイ上限（スタミナ）回復のため、やりこむにつれて課金したい気持ちが大きくなった、課金しないとほかのプレイヤーとの差が出てしまうと思ったからなどの 10 項目から複数自由選択回答）

(6-2) いいえと答えた場合は課金せずゲームをプレイする理由（無課金でも楽しめている、スマホゲームに課金するのに抵抗がある、金銭的に余裕がないなどの 9 項目から複数自由選択回答）

(7) ゲームをこの 1 か月以内にプレイしましたか？（はい、いいえの 2 件法）

(8) ゲームを削除しましたか？（はい、いいえの 2 件法）

### 結果

スマホゲームをプレイしたことがあると回答した人が 56 人おり、課金者は 29 人、無課金者は 27 人だった。

ゲームの魅力 11 項目について尋ねた回答を課金者と無課金者にわけ、単純集計（各回答数の回答数）の結果を図 1 に示す。主な特長として以下の点が指摘される。

#### ゲームの魅力

(1) 回答項目数の合計が課金者 95 項目、無課金 66 項目と課金者の方が回答項目数が多かった。

(2) 課金者の回答項目数の登場キャラクター（20 票）、気軽にプレイできる（15 票）、シナリオやストーリー（13 票）の 3 項目が多く選ばれていた。ゲームシステム（12 票）、グラフィック（10 票）の項目が 10 票を超えていた。

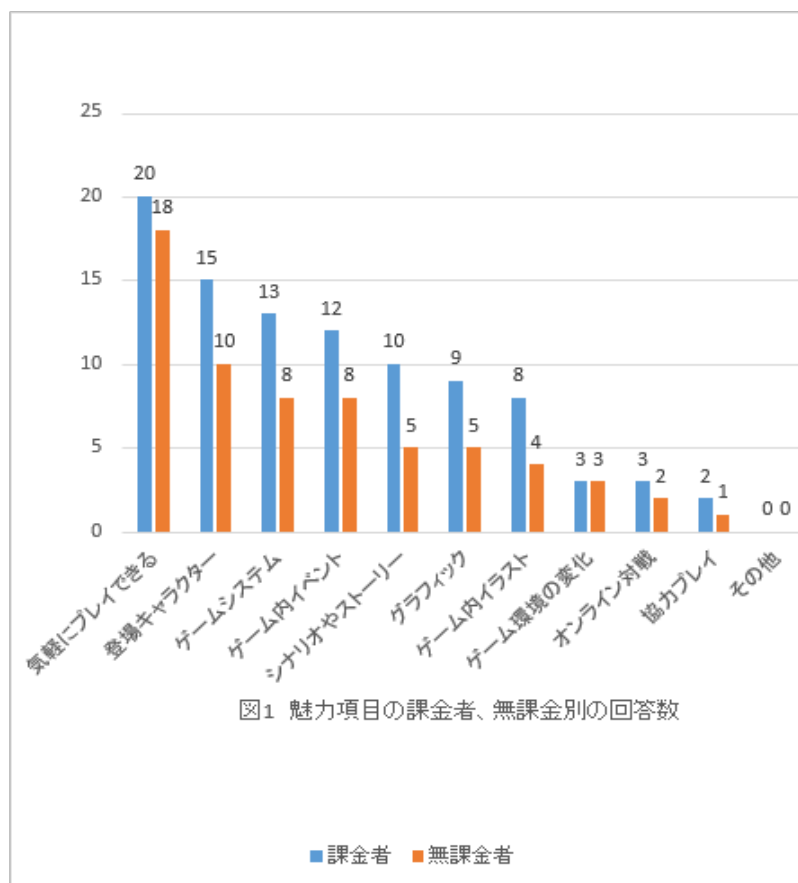


図1 魅力項目の課金者、無課金別の回答数

無課金者の回答項目数の気軽にプレイできる (18票)、ゲームシステム (10票)、登場キャラクター、オンライン対戦 (同一8票) の4項目が多く選ばれていた。

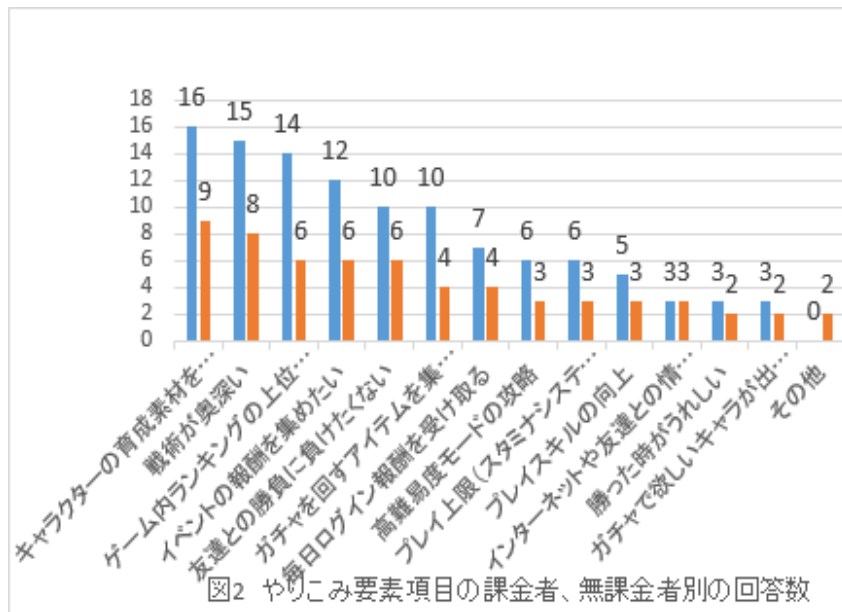
課金者の回答項目から登場キャラクター、イラスト、グラフィックのキャラクターに関する項目が無課金者よりも多く回答が集まった。

無課金者の回答項目から気軽にプレイできる、オンライン対戦のゲームの内容の項目が課金者よりも多くの回答が集まっており、ゲームシステムの項目も多く回答を集

めているが、課金者より回答数が低い。気軽にプレイできる、ゲームシステムの2項目は無課金者の中では多くの回答が集まっているが、課金者と無課金者の回答数に違いは見られない。

### ゲームのやりこみ要素

ゲームのやりこみ要素14項目について尋ねた回答を課金者と無課金者にわけ、単純集計 (各項目の回答数) の結果を図2に示す。主な特長として以下の点が指摘される。



- (1) 回答項目数の合計が課金者 110 項目、無課金者 61 項目と課金者の方が回答項目数が多かった。
- (2) 課金者の回答項目数のキャラクターの育成要素を集める (16 票)、高難易度モードの攻略 (15 票)、イベント報酬を集めたい (14 票) の 3 項目が多く選ばれていた。ガチャで欲しいキャラが出たとき (12 票)、ガチャを回すアイテムを集める (10 票)、毎日ログイン報酬を受け取る (10 票) と 10 票を超えていた。

無課金者の回答項目数の買ったときにうれしい (9 票)、ガチャで欲しいキャラが出たとき (8 票) キャラクターの育成素材を集める、ゲーム内ランキングの上位になりたい、プレイスキルの向上 (同一 6 票) の 5 項目が多く選ばれている。ほかに目立つような項目はなかった。

### 課金理由

スマホゲームに課金した理由 10 項目の回答数を図 3 に示す。主な特長として以下の点が指摘される。

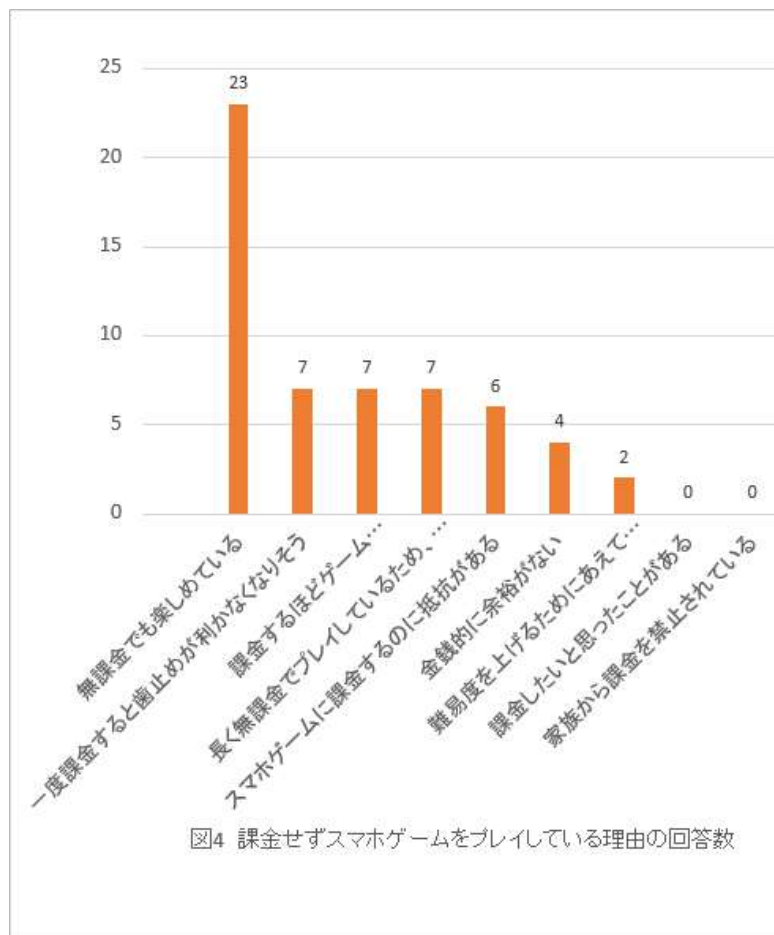
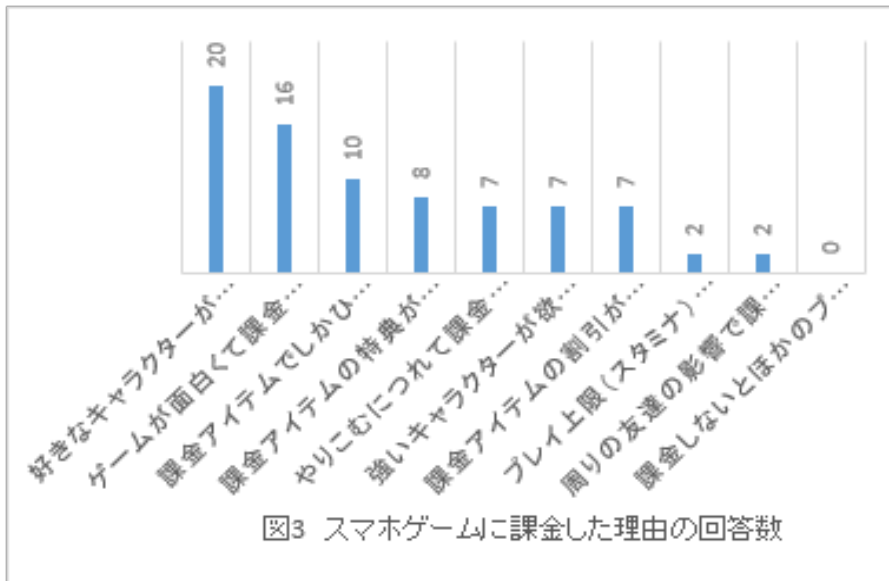
好きなキャラクターが欲しかった (20 票)、ゲームが面白くて課金した (16 票)、課金アイテムでしかひけないガチャがあった (10 票) の 3 項目が多く選ばれていた。

課金せずスマホゲームをプレイする理由 9 項目の回答数を図 4 に示す。主な特長として以下の点が指摘される。

無課金でも楽しめている (23 票)、一度課金すると歯止めが利かなくなりそう、課金するほどゲームに時間をさいていない、長く無課金でプレイしているため、これからも無課金でやりたいと思う (同一 7 票) スマホゲームに課金するのに抵抗がある (6 票) の 5 項目が多く選ばれた。

課金したいと思ったことがある、家族から課金を禁止されているという項目の回答

数が0票であった。



## 考察

本研究ではスマホゲームに課金行動を行う程スマホゲームに熱中する理由を明確にするために大学生を対象に質問紙調査を行った。その結果気軽にプレイが可能であり、魅力を感じたキャラクターを育成し対戦やゲーム攻略を行っていくことが熱中する理由であることが明らかになった。

課金者と無課金者で比較したとき、課金者の方が回答項目数の合計が多かった。このことから無課金者より課金者の方がスマホゲームに多くの魅力や楽しみを感じていることが証明された。

スマホゲームも魅力について尋ねた結果、課金者も無課金者も気軽にプレイできることに魅力を感じていることがわかった。また課金者は登場キャラクターにも魅力を感じていることがわかった。このことから今までは持ち運び型ゲーム機を外出先に持ち出しゲームをプレイする必要があったが、スマートフォンの普及により、携帯電話としての機能と持ち運び型ゲーム機の機能も果たすことができるようになり、スマホゲームが基本無料でできるものが多いため気軽にプレイする人が増えたと考えられる。

続いて、スマホゲームのやりこみ要素について調べた結果、課金者はゲーム自体の攻略を好み、無課金は対戦要素を好むことが分かった。このことから対戦ゲームは自分の技術が大きく影響するため、課金要素は少ないと考えられる。

続いて、課金行動を行う理由について尋ねた結果、ガチャを回るために課金行動を行うことが最も多いことがわかった。このことからスマホゲームを進めていくにつれて好きなキャラクターができたり、さらに強くなるために強力なキャラクターが欲しくなっていくと考えられる。

続いて、課金せずゲームを行う理由について尋ねた結果、多くの人が課金せずともゲームを楽しめていることが分かった。このことから対戦ゲームを好む傾向がみられるため、無課金でゲームを楽しめていると考えられる。

本研究では課金者と無課金者の比較したが、プレイしているゲームが同じではないためデータにばらつきがあるということ視野に入れ、1つゲームに調査対象を絞ることでより詳細な調査結果が求められるであろう。

## 引用文献

藤田 秀哉 (2017) ゲーム業界の現状と今後の展開～スマートフォンゲームがゲーム業界の市場に与える影響～

[a1180477.pdf \(kochi-tech.ac.jp\)](https://www.kochi-tech.ac.jp/~a1180477.pdf) (2021 年 1 月 25 日)

総務省 (2019) 令和 2 年版 情報通信白書 | 情報通信機器の保有状況 (soumu.go.jp) <https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r02/html/nd252110.html> (2021 年 1 月 25 日)

## 大学生の SNS 使用状況と SNS 依存

18C140 小林 彩佳、18C187 南房 美香、18C210 守谷 茉純

### 問題と目的

スマートフォンは持ち運びなどによる利便性も高く、最近では小学生のスマホ普及率も増加し更なる問題の増加も懸念される。そのため、大学生はより普及率が高くなるので SNS 依存の傾向も増えるだろうと考えられる。さらに、SNS 依存による健康被害も予想される。

近年、SNS 依存によるトラブルが多発している。総務省・情報通信政策研究所の「青少年のインターネット利用と依存傾向に関する調査」(2013)の結果によると、ネットを利用するために犠牲にしている時間がある人は 57.2%と過半数。最も多いのは「睡眠時間」37.1%、次いで「勉強の時間」31.9%である。また、学齢別に見ると、高校生、大学生で、ネットを利用するために犠牲にしている時間がある人が多い。

こうしたネット依存の状況を踏まえ、この調査では、大学生を対象に以下の 2 点を明らかにすることを目的とする。

- ①大学生の SNS の依存傾向
- ②SNS の利用状況を把握することを取り上げ、大学生とインターネット依存との関連を検討する。

### 方法

#### 調査対象

東京成徳大学の社会調査演習履修者 75 名中 56 名の回答を得た。(女性 42 名、男性 13 名、その他 1 名、20 代から 30 代)

### 調査時期

2020 年 10 月下旬、授業内に URL を配布し、Microsoft Forms に回答を求めた。

### 調査内容

質問票は以下の 2 つの部分とフェイスシート(性・年齢)から構成されている。

#### (1) SNS 使用に関する項目

①使用している SNS(複数回答)、②最も使用している SNS(単一回答)、③SNS 使用時間の体感時間とスクリーンタイムそれぞれ(単一回答)、アカウントの所持数(単一回答)など 6 項目質問した。

#### (2) SNS 依存尺度

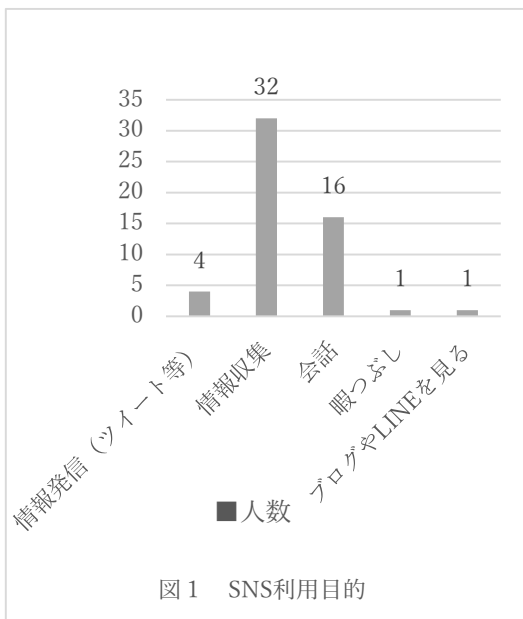
河井、天野、小笠原、橋元、小室、大野、堀川(2011)の依存尺度を引用し、SNS 依存尺度を作成して、「SNS を利用している間はいつもより生き生きしている」「SNS を辞めなくてはと思うが、続けてしまう」「SNS を利用していると気分が良くなる」「SNS に夢中になってしまい、睡眠時間が短くなる」「SNS を利用していて、思い通りにならない時イライラする」「SNS を利用していない時間は落ち着かない」「疲れるくらい SNS を利用することはない」「SNS が利用できなくても不安ではない」「SNS を始めると、最初に決めた時間よりも長く SNS を見てしまう」「SNS の利用を減らさなければいけないといつも考えている」の 10 項目を「よく当てはまる」「当てはまる」「どちらともいえない」「当てはまらない」「全く当てはまらない」の 5 件法で質問した。



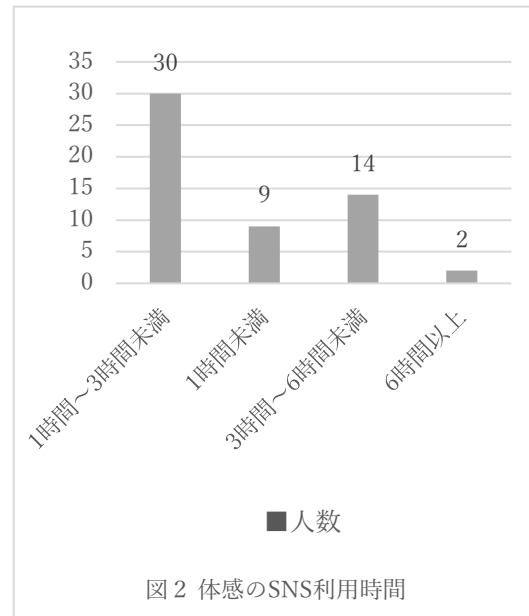
## 結果

現在最も使用している SNS は何ですかと質問したところ、「Twitter」28 人（50%）、「Instagram」10 人（18%）、「LINE」17 人（30%）、「Facebook」1 人（2%）であった。このことから、大学生は Twitter を最も利用している人が多いことが明らかになった。

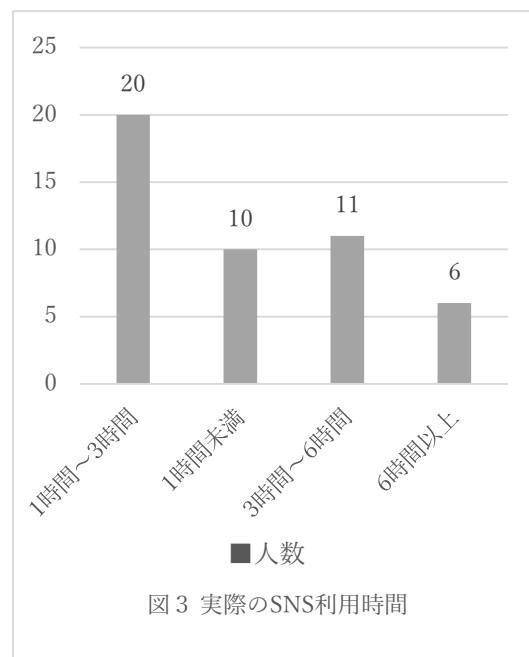
SNS の利用目的は何ですかと質問したところ、「情報発信（ツイート等）」4 人（7%）、「情報収集」32 人（59%）、「会話」16 人（30%）、「その他（暇つぶし、ブログや LINE を見る）」2 人（4%）であった。（図 1 参照）



「あなたは最も利用している SNS を 1 日にどの程度利用していますか？体感時間に当てはまる数字を選択してください。」という質問した結果、「1 時間～3 時間未満」30 人（55%）、「1 時間未満」9 人（16%）、「3 時間～6 時間未満」14 人（25%）、「6 時間以上」2 人（4%）であった。（図 2 参照）



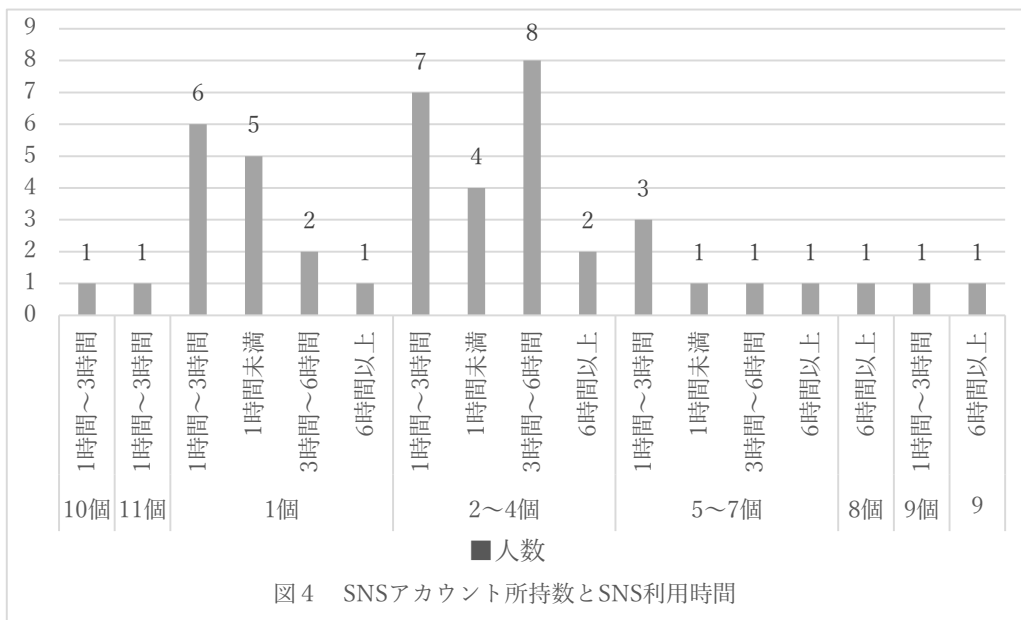
「iPhone を使用している方にお聞きします。あなたは最も使用している SNS を実際はどの程度利用していますか？スクリーンタイムを確認して当てはまる数字を確認してください。」という質問の結果、「1 時間～3 時間未満」20 人（43%）、「1 時間未満」10 人（21%）、「3 時間～6 時間」11 人（22%）、「6 時間以上」6 人（14%）であった。（図 3 参照）



SNS アカウント所持数と SNS 利用時間を比較するため、図4を作成した。

「あなたが最も利用している SNS についてお聞きします。アカウントは何個所持していますか？当てはまる数字を選択してください

い。」という質問では、「1 個」14 人、「2～4 個」21 人、「5～7 個」6 人、「その他（8～11 個）」5 人であった。（図4 参照）



「あなたのインターネット利用についてお聞きします。以下の項目について、当てはまるものを選択してください」という質問で SNS 依存尺度を使い SNS 依存度を調べた結果、①「SNS を利用している間はいつもより生き生きしている」で「よく当てはまる」10.9%、「当てはまる」29.1%、「どちらともいえない」32.7%、「当てはまらない」20%、「全く当てはまらない」7.3%、②「SNS を辞めなくてはと思うが、続けてしまう」で「よく当てはまる」7.3%、「当てはまる」14.5%、「どちらともいえない」16.4%、「当てはまらない」23.6%、「全く当てはまらない」38.2%、③「SNS を利用していると気分が良くなる」で「よく当てはまる」10.9%、「当てはまる」27.3%、「どちらともいえない」36.4%、「当てはまらない」18.2%、「全く当てはまらない」

7.3%、④「SNS に夢中になってしまい、睡眠時間が短くなる」では「よく当てはまる」

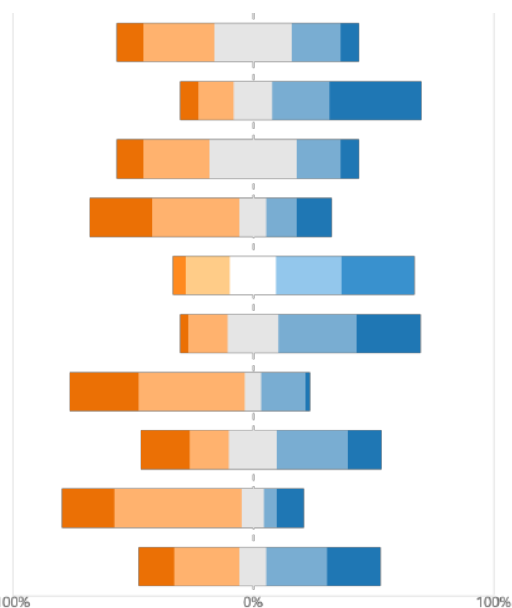


図5 SNS 依存尺度（上から質問①から 25.5%、「当てはまる」36.4%、「どちらともい

えない」10.9%、「当てはまらない」12.7%、「全く当てはまらない」14.5%、⑤「SNSを利用して、思い通りにならない時イライラする」では「よく当てはまる」5.4%、「当てはまる」17.9%、「どちらともいえない」19.6%、「当てはまらない」26.8%、「全く当てはまらない」30.4%、⑥「SNSを利用していない時間は落ち着かない」では「よく当てはまる」3.6%、「当てはまる」16.1%、「どちらともいえない」21.4%、「当てはまらない」32.1%、「全く当てはまらない」26.8%、⑦「疲れるくらい SNS を利用することはない」では「よく当てはまる」29.1%、「当てはまる」43.6%、「どちらともいえない」7.3%、「全く当てはまらない」1.8%、⑧「SNS が利用できなくても不安ではない」では「よく当てはまる」20%、「当てはまる」16.4%、「どちらともいえない」20%、「当てはまらない」29.1%、「全く当てはまらない」14.5%、⑨「SNS を始めると、最初に決めた時間よりも長く SNS を見てしまう」では「よく当てはまる」21.8%、「当てはまる」52.8%、「どちらともいえない」9.1%、「当てはまらない」5.5%、「全く当てはまらない」10.9%、⑩「SNS の利用を減らさなければいけないといつも考えている」では「よく当てはまる」14.5%、「当てはまる」27.3%、「どちらともいえない」10.9%、「当てはまらない」25.5%、「全く当てはまらない」21.8%、であった。

### 考察

本調査の目的は、大学生を対象に、SNS 依存傾向と大学生の SNS の利用状況を把握することを取り上げ、大学生とインターネット依存を明らかにすることを検討した。それぞれについて考察を行う。

SNS の利用時間を体感時間と iPhone のスクリーンタイムという機能を使い実際に利用

している時間と比較した結果、体感時間と比べて多少時間は増加しているが、あまり大差はなかった。なぜなら、大学生が今回の調査対象であるため自制ができ、体感時間と実際の時間に大差がないと考えられるからだ。

また、SNS の利用目的の中で「情報収集」が最も多かったことから、SNS でコミュニケーションを取ることよりも「情報収集」が主な目的だと明らかになった。近年スマートフォンの普及が高まり、SNS を利用する人が増えたため、誰でも簡単にインターネットで情報を得られることから考えられる。

SNS アカウント所持数で、2つ以上アカウントを所持していると回答した割合は、全体の割合の 70%となったことから大半の人が Twitter 等でアカウントを複数所持しており、目的によって使い分けているということが考えられる。また、SNS アカウント所持数と SNS 依存の関係は見られなかったことから、多く SNS アカウント所持しても使全てのアカウントを同じように利用していないと考えられる。

5 件法を使用し質問した SNS 依存尺度によって、大学生は SNS を始めると、最初に決めた時間よりも長く SNS を見てしまうことや睡眠時間が短くなることはあるが、SNS を見てイライラしたり、疲れるほど SNS を利用することがなかったり、SNS を見られない時に落ち着かなかつたりということは少ないことから感情などの自制は効くが、SNS を始めたら止めることが苦手だと考えられた。また、SNS を利用する時に普段より生き生きしていることや気分が良くなり、SNS の利用を辞めなくてはと考えることが少ない結果から、大学生は SNS に依存するほどではなく、適度に利用していることが考えられる。

最後に、本調査の展望を述べる。今回は SNS 依存について調査したが、iPhone のスクリー

ンタイム機能を使い、SNS 依存だけではなく、スマートフォン依存などについて調査が求められると考えた。そして、今後の調査によって、SNS 依存の実態と対策が更に明らかになると望まれる。

## 引用文献

河井大介、天野美穂子、小笠原盛浩、橋元良明、小室広佐子、大野志郎、堀川裕介 (2011) SNS 依存と SNS 利用実態とその影響  
[https://www.jstage.jst.go.jp/article/jasi/26/0/26\\_0\\_265/\\_pdf](https://www.jstage.jst.go.jp/article/jasi/26/0/26_0_265/_pdf) (2021 年 1 月 24 日)

総務省情報通信研究所 (2013) 青少年のインターネット利用と依存傾向に関する調査  
<https://www.soumu.go.jp/iicp/chousakenkyu/data/research/survey/telecom/2013/inter-net-addiction.pdf> (2021 年 1 月 25 日)

# ネット恋愛についての調査

18C137 倉持 結衣

18C158 杉本 光正

18C175 茅根 奈那

## 問題と目的

近年、インターネットは新しいコミュニケーションツールとして広く浸透してきている。内閣府による青少年のインターネット利用に関する実態調査によると、青少年のスマートフォン所持率は2010年の統計開始以降増加し続けており、2017年には小学生の22.9%、中学生の58.1%、高校生に至っては95.9%とほとんどの高校生がスマートフォンを所持しているという結果になった。また、何かしらの機器を用いたインターネットの使用率は、小学生で65.4%、中学生で85.2%、高校生で97.1%であった(川邊, 堀内, 上野, 2019)。このようにインターネットは多くの人々に利用されるようになり、大学生以上になると使用していない人のほうが珍しいほど我々の生活において欠かせないものとなっている。

そのような状況に伴って、インターネットを介して恋人を見つける「ネット恋愛」が近年増加している。インターネットを用いることによって忙しくても気軽に相手を探せたり、普段出会えないような相手に出会えたりするという特徴がある一方で、実際の顔が分からないことから怖いイメージを持つ人も少なくないだろう。そこで本研究では、現在の大学生がネット恋愛について持っているイメージを調査するとともに、実際にネット恋愛をしたことがある人が感じるメリットとデメリットについて調査していく。

## 方法

### 研究対象者

東京成徳大学応用心理学部臨床心理学科に在籍する学生75名を対象とし、58名(男性14名, 女性

43名, その他1名, 平均年齢20.8歳)の回答を得た。

### 調査手続き

2020年10月29日, 大学の講義中にMS Formsを用い調査を実施した。

### 調査内容

質問はフェイスシート(年齢, 性別)と以下の質問から構成されている。大きく分けて3つの項目に分けられる。

1つ目に, ネット恋愛をどのように感じているかを尋ねるため, 「ネット恋愛に興味がありますか」「ネット恋愛に抵抗がありますか」を尋ね, どちらも「はい」と「いいえ」の2件法で回答を求めた。

2つ目に, ネット恋愛のイメージを詳しく聞くため「ネット恋愛に対してどのようなイメージを持っていますか」と18項目で尋ねた。それぞれの項目に「あてはまる」「ややあてはまる」「ややあてはまらない」「あてはまらない」の4件法で回答を求めた。1~9の項目は「身体目的の人が多し」などのマイナス面の項目にし, 10~18の項目は「趣味が合う人と出会える」などのプラス面の項目に設定した。

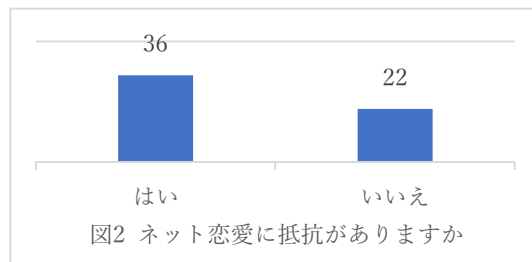
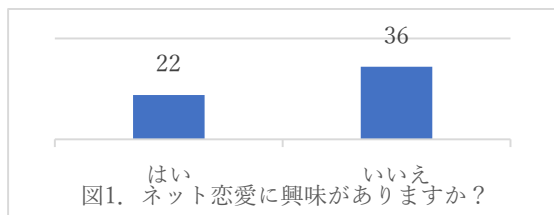
3つ目は, ネット恋愛を実際に体験したときの調査を行うため「ネット恋愛を実際に体験したことがありますか」と尋ね, 「はい」「いいえ」の2件法で回答を求めた。「はい」と回答した人には以下の質問に進んでもらい, 「いいえ」と回答した人にはそこでアンケートを終了してもらった。

まず, 「出会ったきっかけは何ですか」と出会った媒体を尋ね, 「SNS」「オンラインゲーム」「マッチングアプリ」「その他」の4件法で回答を求めた。次に, 知り合ってから信頼関係の築き方を知

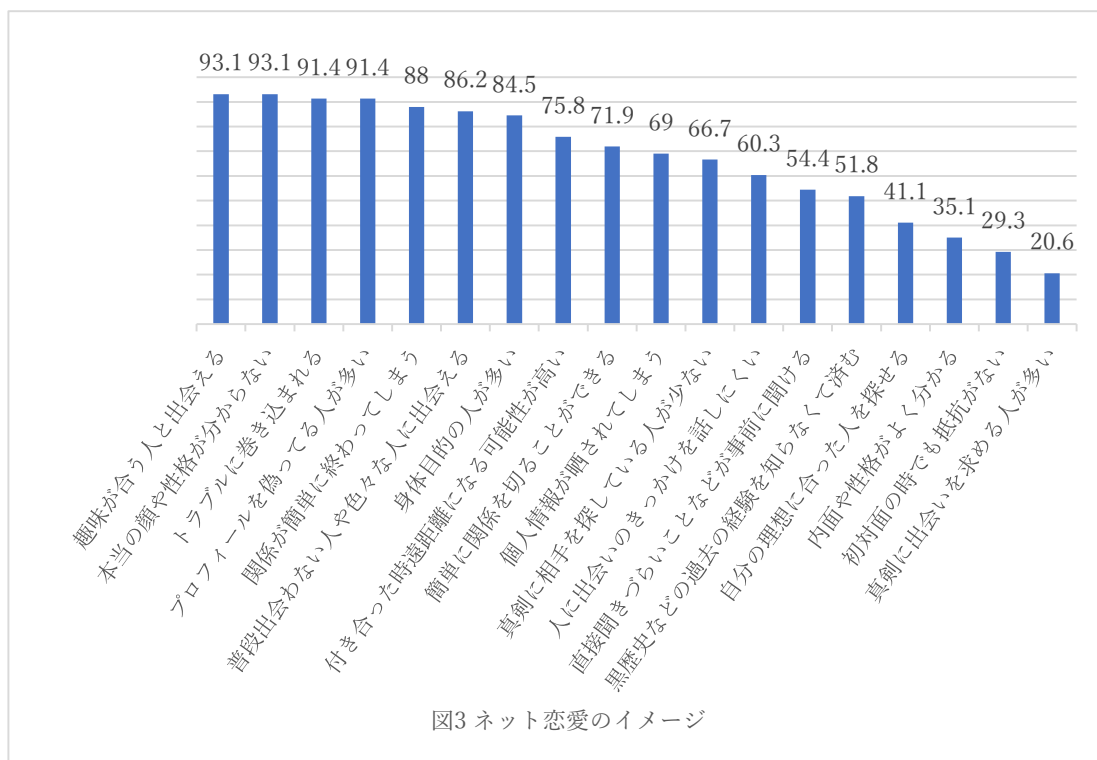
るため、「相手のことを信頼した瞬間はどのような時ですか」と尋ね、「電話」「メッセージを続けて」「テレビ電話や動画を見て」「その他」の4件法で回答を求めた。最後に、メリットとデメリットを知るため、「実際に体験してみて、メリットがあれば書いてください」「実際に体験してみて、デメリットがあれば書いてください」と尋ね、どちらも自由記述で回答を求めた。

### 結果

「ネット恋愛に興味がありますか」に対して、はいと答えた人が22人、「いいえ」と回答した人が36人だった。また、「ネット恋愛に抵抗がありますか」に関して「はい」と回答した人が36人、「いいえ」と回答した人が22人であった。

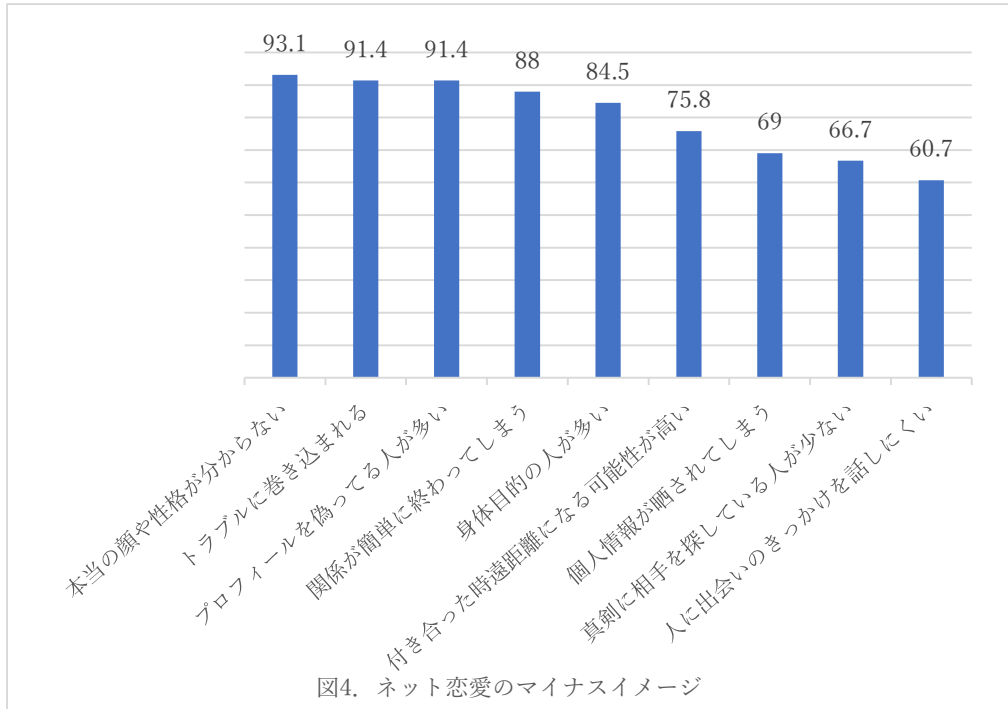


ネット恋愛についてのイメージでは、4件法で得られた結果の全体に占める「あてはまる」「ややあてはまる」に回答した人の結果を数値化した。(下図参照)一番多い項目が「趣味が合う人と出会える」と「本当の顔や性格が分からない」の93.1%、二番が「トラブルに巻き込まれる」、「プロフィールを偽っている人が多い」の91.4%、三番が「関係が簡単に終わってしまう」の88%だった(以下図3参照)。全体で見るとマイナスなイメージが多く持たれていることが分かる。



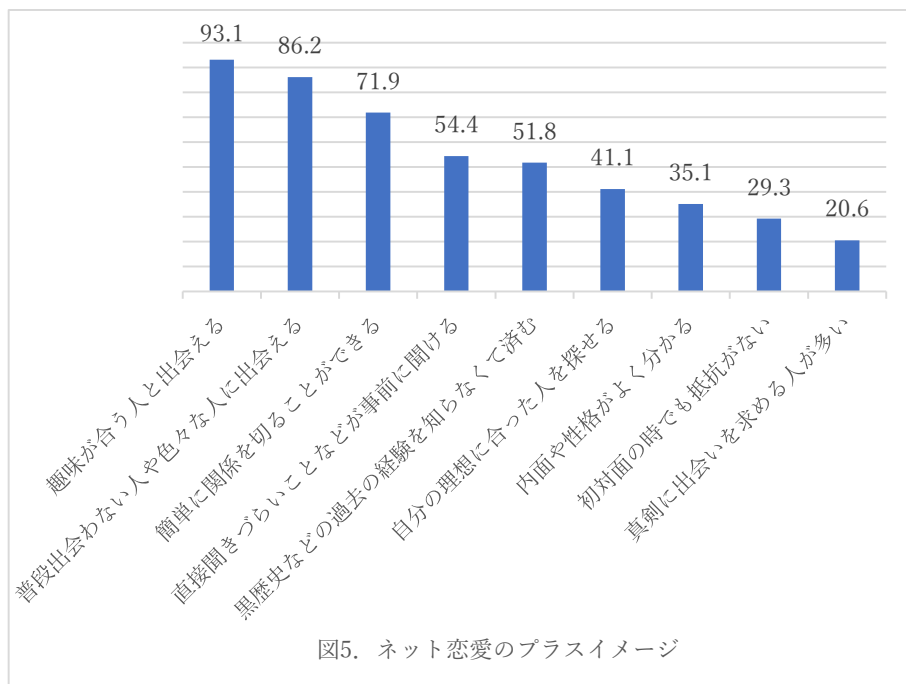
マイナスイメージとプラスイメージに分けて見ていくと、マイナスイメージでは、一番が「本当の顔や性格が分からない」の93.1%、二番が「トラブル

に巻き込まれる」と「プロフィールを偽っている人が多い」の91.4%、三番目が「関係が簡単に終わってしまう」の88%となった(図4参照)。



プラスイメージでは、一番が「趣味の合う人と出会える」の93.1%、二番が「普段出会わない人や色々な人に出会える」の86.2%、三番が「簡単に

関係を切ることができる」の71.9%という結果になった(図5参照)。



「ネット恋愛を実際にしたことがありますか」に対して「はい」と答えた人が11人、「いいえ」と回答した人が47人であった。

「出会ったきっかけは何ですか」に関しては、「SNS」が6人、「マッチングアプリ」が4人、「オンラインゲーム」が1人という結果になり、出会いの媒体はSNSが一番多かった。「相手のことを信頼した瞬間はどのような時ですか」に対しては「電話」が6人、「メッセージを続けて」が1人、「テレビ電話や動画を見て」が1人、「その他」の出会ったときが2人、性行為をしたときが1人という結果になった。

「実際に体験してみて、メリットがあれば書いてください」においては、「出会いの場が増える」が2人、「出会いがネットでなかったら話せなかったと思う」が1人、「疑似恋愛体験ができた。恋愛面においてゆとりができる」が1人という結果だった。反対に、「実際に体験してみて、デメリットがあれば書いてください」については、「実際に会ってから悪いところが見える」「実際に会ってみたら無職だった」などの会うまでその人の素性が分からないが3人、「相手が嘘をついていても気づきにくく、結果として傷つく」が1人、「メンヘラと出会って逃げられなくなった」が1人、「相手に相手ができると病む」が1人であった。

#### 考察

「ネット恋愛に興味がありますか」という質問と、「ネット恋愛に抵抗がありますか」という質問に対しての結果から、ネット恋愛に抵抗がある人はネット恋愛に対して興味を持たないといえる。つまり、ネット恋愛に抱く抵抗感をなくせばネット恋愛に興味を持つ人が増えるのではないだろうか。

また、ネット恋愛のイメージについては、結果の通りネット恋愛に対してプラスイメージを持つ人よりもマイナスイメージを持つ人が多かった。しかし、実際にネット恋愛をしたことがある人は11人と全体の5分の1に満たないほどだ。どうして実際にネ

ット恋愛をしたことがないのに抵抗感やマイナスイメージを持つ人が多いのか。それはインターネットを使った犯罪に巻き込まれるなどのニュースが増えたことで、近年家庭や学校では「ネットは危険だ」と教育するようになり、多くの人がインターネットを利用した際の弊害を強く感じるようになったからだと考えられる。確かに未成年で十分な教育も受けず、インターネットで出会った人や情報を無条件に信じることは危険だが、これからますますIT化が進む中で、インターネットを避け続けることは不可能だろう。インターネットと共存していくためには、危険性を教えると同時に正しい使い方や取捨選択の仕方を教えることが重要なのではないだろうか。そうすることでインターネットを安全に利用する人が増え、ネット恋愛のプラスイメージも増えると考えられる。

実際にネット恋愛をしてのメリット・デメリットについては、メリットはネット恋愛特有のものが多かったのに対して、デメリットはネット恋愛以外の恋愛とさほど変わらないといえる。「実際に会わないと素性が見えない」というのは、付き合ってから性格が変わる人や見えない部分が見えてくることもあるという点では変わらない。また、「メンヘラと出会って逃げられなくなった」や「相手に相手ができると病む」というのはネット恋愛以外でもいえることだろう。

今後は、「ネット恋愛は危ない」ということを教えるだけでなく、ネット恋愛をするときに必要な対策を考えるべきではないかと考える。

#### 引用文献

川邊憲太郎, 堀内史枝, 上野修一(2019)青少年におけるインターネット依存の現状に関連する心理・社会的問題



## 恋愛における性役割観に関する調査

18C105 磯部 友里、18C170 田島 桃香  
18C181 中澤 くるみ、18C110 猪巻 佳紀

### 問題と目的

2019年に厚生労働省が発表した人口動態統計月報年計(概数)の概況では、「平均初婚年齢は夫 31.2歳で前年の 31.1歳より上昇しており、妻は 29.6歳で前年の 29.4歳より上昇している。」と述べられている。また、内閣府による第1部少子化対策の現状(第1章3)では、「50歳時の未婚割合をみると、1970(昭和45)年は、男性 1.7%、女性 3.3%であった。その後、男性は一貫して上昇する一方、女性は 1990(平成2)年まで横ばいであったが、以降上昇を続け、前回調査(2010(平成22)年国勢調査)では男性 20.1%、女性 10.6%、2015(平成27)年は男性 23.4%、女性 14.1%と、それぞれ上昇している。」と述べられている。このことから、現代の日本は晩婚化や非婚化の傾向にあると言える。

晩婚化が進むことの問題として、血縁関係のある子どもを望む場合には、妊娠のしづらさや高齢出産が考えられる。高齢出産のリスクは、子どもの先天性異常や流産の確率の上昇、母体への負担の増大、育児と親の介護の時期が重なることなどが挙げられる。

非婚化が進むことの問題としては、リストラや病気で退職した際でも経済的自立が求められることや、一人暮らしの場合に看病や介護のような手助けを得づらなことなどが挙げられる。また、子どもがいる場合には世帯所得の低下による貧困が考えられ

る。平成28年の1世帯当たり平均所得金額は、児童のいる世帯が739万8千円(厚生労働省, 2019)であり、平成28年度の全国ひとり親世帯等調査では、ひとり親世帯の平均年間収入は母子世帯が243万、父子世帯が420万(厚生労働省, 2018)であった。そして、「近年、母子家庭の増加により、児童扶養手当の受給者数も増加している」(厚生労働省, 2015)と述べられていることから、ひとり親世帯は貧困に陥る可能性が高いと言える。

晩婚化や非婚化の原因として、西村(2016)が、晩婚化や未婚化の非経済要因として恋人探しの先送り行動に着目して分析を行った結果、一定の割合で恋人探しを先送りしている者がいることがわかったと述べていることや、中井(2000)が、性別役割分業観や女性の社会進出に対して抱く態度が自身のキャリアプランに影響すること、職業志向的なキャリアプランを持つ女性は結婚相手から仕事への理解や協力が得られることを重視することなどが明らかになったと述べていることから、結婚しないことを選ぶ人が増加している要因は、結婚観や恋愛観の変化であると推測でき、その背景には性役割観の変化があることが考えられる。

近年、社会の性別に対する意識は急速に変化し始めている。それは、「性別の縛りをなくしたりする形で制服に選択肢を設ける都道府県立高が少なくとも19都道府県の600校超に上る」(日本経済新聞, 2020)

というような制服の選択性導入やパンプスやハイヒールの強制をなくすために、厚生労働省に約 1 万 8800 人分の署名を届け、ハイヒールの強制を禁止するよう通達を出してほしいと訴えることのような活動をする #KuToo 運動（朝日新聞デジタル，2019）、メイク男子の増加（東洋経済，2019）、パートナーシップ条約の普及や 2017 年 12 月に「LGBT」が広辞苑に記載されたこと、2020 年 6 月 1 日に施行されたパワハラ防止法に SOGI ハラスメントが含まれていることなどからなどから、ジェンダーレス化や性別の多様化が進んでいると考えられる。

このような時代を生きる現代の若者が、どのような性役割観、結婚観、恋愛観を持っているのか、それは男女間や恋愛対象とする性別の違いによって差が生じるのかどうかを検討することで、晩婚化や非婚化の要因を知る手がかりとなることが期待できる。そこで本研究の目的は、若者の恋愛における性役割観を明らかにすることとした。

## 方法

### (1) 調査対象者

関東地域の大学生と専門学生である 18 歳から 35 歳の 95 名を対象とした。有効回答数は、92 名（男性 20 名、女性 72 名、平均年齢 21 歳）であり、有効回答率は 96.84%であった。

### (2) 調査実施の手続き

2020 年 10 月下旬から 11 月上旬に、オンライン授業やメールを通して、Microsoft Forms の URL を配布し、調査を実施した。

### (3) 調査内容

質問紙は以下の 5 つの部分とフェイスシート（同意の有無・性・年齢）から構成されていた。(1)恋愛や結婚に関する体験と意識について；「現在、または今までに結婚したことはありますか。」「あなたが恋愛感情を抱く相手は異性であることを条件としますか。」など、4 項目。(2)同性愛者に対する意識について；「同性カップルを見ると抵抗感を覚える。」「同性結婚の合法化に賛成だ。」など、4 項目。(3)結婚観や恋愛観について；「離婚は人生の汚点である。」「交際開始の記念日は覚えておくべきだ。」など、10 項目。(4)「30 歳から 34 歳までには結婚しないと焦りを感じる。」という項目で、「あてはまる」又は「少しあてはまる」を選択した回答者に、焦りを感じる理由を自由記述で回答するよう求めた。(5)性役割観について；「プロポーズは男性がすることが好ましい。」「結婚後、女性が働くことには抵抗がある。」「デートの際は男性がお金を支払うことが好ましい」など、15 項目。デートでの支払いに関する項目では、交際相手は同年齢であることを条件とした。

(4)で、30 歳から 34 歳とした動機は、2019 の平均初婚年齢は夫 31.2 歳と妻 29.6 歳（厚生労働省，2019）であるため、29 歳以上 31 歳未満である 30 歳からとし、WHO では 35 歳からの出産が高齢出産と定義されることから、上限を 35 歳未満としたことにより、焦りを感じる可能性のある年齢として 30 歳から 34 歳が妥当と考えた。

## 結果

### 1. 各項目の男女比較

男女ごとに、(1)恋愛や結婚に関する体験と意識について、(2)同性愛者に対する意識について、(3)結婚観や恋愛観について、(4)結婚への焦りの理由についての自由記述、(5)性役割観についての比較を行った。

### 1-1. 恋愛や結婚に関する体験と意識の男女差

1から3では自分の体験について質問し、「はい」か「いいえ」の2件法で回答を求め、4では「はい」、「いいえ」、「分からない」の3件法で回答を求めた。この結果を全体、

男性、女性に分類し、各質問項目の回答数の割合を求めたものを、Table1に示した。

本調査では、既婚歴のある人はいなかったが、男性は全員が他者へ恋愛感情を抱いたことがあり、交際経験があるのは70%であった。他者に恋愛感情を抱いたことのある女性は95.83%であり、交際経験があるのは81.94%であった。

そして、恋愛感情を抱く相手に異性を条件としない人は15.22%、分からないと回答した人は14.13%であり、男性よりも女性の割合の方が高かった。

Table1. 恋愛や結婚に関する体験と意識(%)

(1)恋愛や結婚に関する体験と意識について	はい (%)	いいえ (%)	分からない (%)
1.他者へ恋愛感情を抱いたことがある。(全)	96.74	3.26	
1.他者へ恋愛感情を抱いたことがある。(男)	100.00	0.00	
1.他者へ恋愛感情を抱いたことがある。(女)	95.83	4.17	
2.現在、または今までに交際経験がある。(全)	79.35	20.65	
2.現在、または今までに交際経験がある。(男)	70.00	30.00	
2.現在、または今までに交際経験がある。(女)	81.94	18.06	
3.現在、または今までに結婚したことがある。(全)	0.00	100.00	
3.現在、または今までに結婚したことがある。(男)	0.00	100.00	
3.現在、または今までに結婚したことがある。(女)	0.00	100.00	
4.恋愛感情を抱く相手は異性であることを条件とする。(全)	70.65	15.22	14.13
4.恋愛感情を抱く相手は異性であることを条件とする。(男)	80.00	10.00	10.00
4.恋愛感情を抱く相手は異性であることを条件とする。(女)	68.06	16.67	15.28

### 1-2. 同性愛者に対する意識の男女差

同性愛者に対する意識について、「あてはまる」、「少しあてはまる」、「あまりあてはまらない」、「全くあてはまらない」の4件法で回答を求めた。この結果を全体、男性、女性に分類し、各質問項目の回答数の割合を求めたものを、Table2に示した。

同性カップルに抵抗感を覚える人は

9.75%、同性愛者と交友関係を持つのを避けたい人は1.09%、同性婚の合法化に反対な人は4.35%であり、3項目とも1割未満であった。そして、同性同士の里親にネガティブな感情を抱く人は17.39%と2割未満であった。また、「同性婚の合法化に賛成だ」という質問に対して、「全くあてはまらない」を選択した人はいなかった。

同性カップルに抵抗感を覚える男性は20%いたが、同性愛者と交友関係を持つのを避けたい人と同性結婚の合法化に反対の人はおらず、女性は同性カップルを見ると抵抗感を覚える人、同性愛者と交友関係を持つことを避けたい人、同性結婚の合法化に反対な人が1割にも満たないが一定数存

在した。そして、同性同士の里親にネガティブな感情を抱く割合は男性が15%、女性が18.06%と、どちらも2割にも満たず、大差は見られなかった。また、同性愛者に対する意識について、肯定的な回答が全体、男性、女性の全てで8割以上であった

Table2. 性別に関する意識について(%)

	あ て は ま る ( % )	少 し あ て は ま る ( % )	あ ま り あ て は ま ら な い ( % )	全 く あ て は ま ら な い ( % )
(2)同性愛者に対する意識について				
1.同性カップルを見ると抵抗感を覚える。(全)	3.23	6.52	22.83	66.66
1.同性カップルを見ると抵抗感を覚える。(男)	15.00	5.00	35.00	45.00
1.同性カップルを見ると抵抗感を覚える。(女)	0.00	7.00	19.00	74.00
2.同性愛者と交友関係を持つのを避けたい。(全)	1.09	0.00	18.48	80.43
2.同性愛者と交友関係を持つのを避けたい。(男)	0.00	0.00	30.00	70.00
2.同性愛者と交友関係を持つのを避けたい。(女)	1.39	0.00	15.28	83.33
3.同性結婚の合法化に賛成だ。(全)	78.26	17.39	4.35	0.00
3.同性結婚の合法化に賛成だ。(男)	80.00	20.00	0.00	0.00
3.同性結婚の合法化に賛成だ。(女)	77.78	16.67	5.56	0.00
4.同性同士の里親にネガティブな感情を抱く。(全)	2.17	15.22	28.26	54.35
4.同性同士の里親にネガティブな感情を抱く。(男)	5.00	10.00	40.00	45.00
4.同性同士の里親にネガティブな感情を抱く。(女)	1.39	16.67	25.00	56.94

### 1-3. 結婚観や恋愛観の男女差

結婚観や恋愛観について、「とても思う」、「少し思う」、「あまり思わない」、「全く思わない」の4件法で回答を求めた。この結

果を全体、男性、女性に分類し、各質問項目の回答数の割合を求めたものを、Figure1に示した。

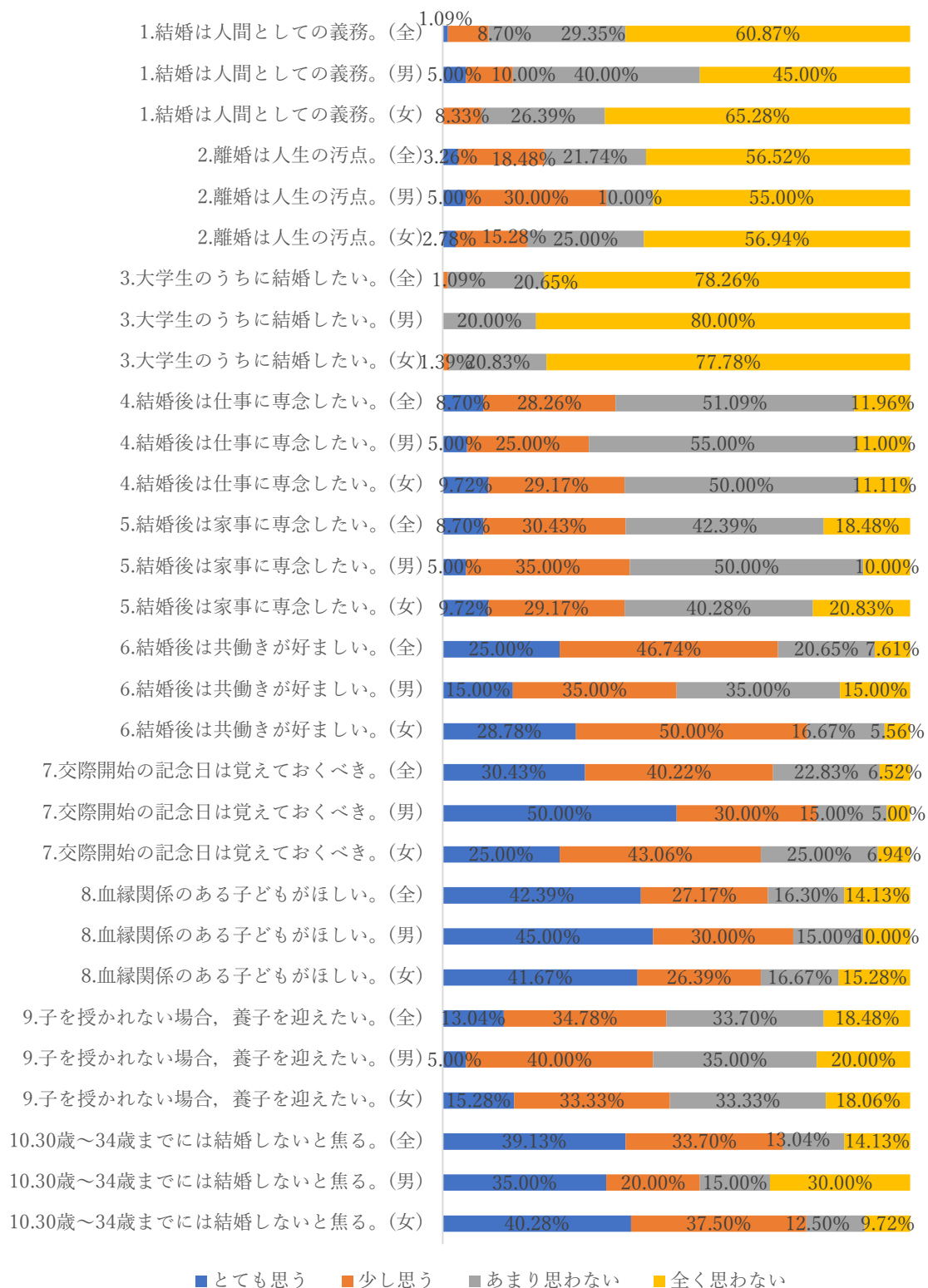


Figure1. 結婚観や恋愛観について(%)

男性の方が結婚に義務感を抱き、離婚を汚点だと考えていた。また、女性の方が結婚後に仕事へ専念したい男性に比べ 8.89%多く、共働きが好ましいと考える人は 28.78%多かった。共働きを好ましいと考える女性は 78.78%と非常に多く、男性は 50%と半数であった。また、男性は「あまり思わない」が最も多く、女性は「少し思う」が最も多かった。そして、家事に専念した人の割合は男性の方が若干高かったが、それほど大差は見られなかった。このことから、仕事をしたいと考える女性が男性よりも多いことが分かった。

交際開始の記念日を覚えておくべきだと考えている男性は 80%で、女性は 68.06%と、男性の方が割合は高く、男性は「とても思う」が最も多く、女性は「少し思う」が最も多かった。

男性の方が血縁関係のある子どもがほしいと考えており、子どもを授けられない場合に養子を迎えたいと考えている割合は若干女性の方が高かった。このことから、男性が子供に対して血縁関係を重視していることが明らかになった。

大学生のうちに結婚したいと考えている男性はおらず、女性は 1%であり、34歳までに結婚しないと焦る男性は 55%、女性は 77.78%であることから、長くても 23歳から 34歳の 11年間のうちに結婚することを理想としている男性が 5割以上、女性が 7割以上であることが分かった。

#### 1-4. 自由記述での男女差

「30歳から 34歳までには結婚しないと焦りを感じる」という項目で、「とても思う」、「少し思う」を選択した回答者に、焦りを感じる理由について回答を求めた。その回答を、KJ法により、子ども関連、結婚関連、世間体、周囲との関係、その他に分類し、全体、男性、女性の回答数の割合を求めた。その結果、男女とも「子ども関連」の割合が最も高く、男女で差が見られたのは、「周囲との関係」であった。

男女ごとの回答数の割合を Table3, KJ法で分類した男性の回答を Table4, 女性の回答を Table5 に示した。

Table3. 性別ごとの 30歳から 34歳までには結婚しないと焦りを感じる理由

分類	全員		男性		女性	
	人数	%	人数	%	人数	%
子ども関連	27	40.91	5	45.45	22	40.00
結婚関連	15	22.73	3	27.27	12	21.81
世間体	5	7.58	1	9.09	4	7.27
周囲との関係	15	22.73	1	9.09	14	25.45
その他	4	6.06	1	9.09	3	5.45
合計	66	100.00	11	100.00	55	100.00

Table4. 男性の自由記述

分類	30歳から34歳までには結婚しないと焦りを感じる男性の理由。
子ども関連	<ul style="list-style-type: none"> <li>・この年齢を過ぎると子どもを授かる時にリスクになってくるため。</li> <li>・もし子供を欲しくなってもきつい面があると思うから。</li> <li>・あんまり遅くに結婚しても子供を授かることが難しくなる方があると聞いたから。</li> <li>・子育てに体力が必要で、この年齢になると体力的に大変</li> <li>・子供が欲しいので、早めに結婚したいから</li> </ul>
結婚願望	<ul style="list-style-type: none"> <li>・結婚からほど遠くなってしまうから</li> <li>・今よりは、人生が残りわずかになってくるので結婚できないかもしれないと思うから。</li> <li>・魅力がなくなり、結婚相手が見つからないと感じるから</li> </ul>
世間体	<ul style="list-style-type: none"> <li>・世間の目を気にするため</li> </ul>
周囲との関係	<ul style="list-style-type: none"> <li>・周りが結婚しだす頃だと思うから。</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・孤独死しそう</li> </ul>

Table5. 女性の自由記述

分類	30歳から34歳までには結婚しないと焦りを感じる女性の理由。
子ども関連	<ul style="list-style-type: none"> <li>・子どもを産むなら若い方がいいから。</li> <li>・子供を産むとなると育てる体力やまた兄弟を産むことを考えると20代で結婚できたほうが良いから</li> <li>・子どもが欲しいので、高齢出産はリスクがあるから。</li> <li>・結婚後に子供をもうけたいが、体力的に、妊娠・出産・育児に耐えられるか心配だから。</li> <li>・それ以降の年齢となると子供を育てるのは難しくなりそうだから。</li> <li>・子育てしにくくなるし出会いも減るから</li> <li>・親に孫を見せたいから。</li> <li>・30歳までに子供が欲しいから。</li> <li>・子供を授かった場合高齢出産になるかもしれないリスクがあるから</li> <li>・出産願望があるから</li> <li>・子どもが欲しいため高齢結婚は避けたいため</li> <li>・妊娠や出産の問題があるから</li> <li>・子供が生まれた時、親が若くないと可哀想</li> <li>・子供が欲しいと思った時に、歳をとっていると出産が大変だと思うから</li> <li>・周りは関係なく自分が結婚したいと思うから。また子供も欲しいため高齢になるときつと感じる</li> <li>・将来的に子供が欲しいと思っている為、30～34歳までに結婚出来ないとだんだんと子供を授かりづらくなってしまうから。</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・子育てををするとなると金銭面，体力面で心配</li> <li>・歳をとると子供を授けられない可能性が出てくるから。</li> <li>・妊娠するのが遅いと高齢出産になるから</li> <li>・子どもが欲しいので，出産のリスクを考えると，20代のうちに考えたい</li> <li>・高齢出産になる可能性が高くなるから</li> <li>・女性は若さが大事だし，出産するなら早い事に越したことはないから</li> </ul>
結婚願望	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自分が結婚したいので，出来ないのかと不安になるから。</li> <li>・理想が20代だから</li> <li>・40代で出会いを見つけるのは厳しいかなと思う。</li> <li>・子供の頃から結婚願望があるから</li> <li>・「本当に私は結婚できない人なんじゃないか」と不安になるから。</li> <li>・それ以降に結婚しようとしても難しい気がする。</li> <li>・歳をとるにつれて結婚できなくなる気がする</li> <li>・結婚願望が少しあるから</li> <li>・1人で老後過ごすのが不安。30代前半を過ぎると結婚できなくなりそうだから</li> <li>・結婚詐欺のターゲットになりやすい年齢に独身で居るのが怖いから</li> <li>・20代のうちに結婚式したいと思っているから。</li> <li>・そのくらいには結婚していると思っていたから</li> </ul>
世間体	<ul style="list-style-type: none"> <li>・世間の目が気になるから</li> <li>・世間体</li> <li>・世間一般がそうであるから，結婚願望があると焦りを覚えてしまう</li> <li>・世間的に急かされる歳だからです。</li> </ul>
周囲との関係	<ul style="list-style-type: none"> <li>・周りが結婚してる可能性が高い</li> <li>・周囲の目が気になる。何か問題があるとレッテルを張られてしまうような気がする。</li> <li>・その年には周りの人が結婚してそうだから。</li> <li>・周りと比べてしまうから</li> <li>・周りの友達が結婚しているから</li> <li>・周りに遅れを取るであろうから</li> <li>・周りの人がどんどん結婚してしまいそう。子どもを授かりたいと思ったときに健康面が気になる。</li> <li>・既に同年齢で結婚してる子がいるし，これからももちろん友人が結婚してくことは多くなると思います。その中で，自分がいくら結婚願望が無かったとしても焦りは多少なりとも感じると思うから。</li> <li>・早く結婚をしなければいけないと教えられてきたから。</li> <li>・周りが結婚してそう</li> <li>・周りも結婚し終えるから</li> <li>・周りの結婚報告や出産報告に普通から逸脱してると感じてしまうから。</li> <li>・平均がその年齢だから。</li> </ul>



	・平均に見て結婚している人が多いと思うから。
その他	・あまりもの感があるから ・なんとなく ・血縁者，配偶者がいない場合で自分の収入が低い場合，家のローン等や様々な審査が通りにくいと考えるため。

#### 1-5. 性役割観の男女差

性役割観の男女差について、「あてはまる」、「少しあてはまる」、「あまりあてはまらない」、「全くあてはまらない」の4件法で回答を求めた。この結果を全体，男性，女性に分類し，各質問項目の回答数の割合を求めたものを，Figure2に示した。なお，「結婚後，男性が働くことには抵抗がある。」では男性が1名未回答であり，回答者数が19名で，「結婚後，女性が家事に専念することには抵抗がある。」では女性が1名未回答であり，回答者数が71名であった。

男女ともに「あてはまる」、「少しあてはまる」と回答した人が10%未満の質問項目は，「女性がスカート履くことは好ましくない」、「結婚後，男性が働くことには抵抗がある」，「結婚後，女性が家事に専念することには抵抗がある」であった。

男性が化粧をすることが好ましいと考える男性は5%で，女性は19.44%であり，反対に女性が化粧をすることが好ましいと考える男性は55%で，女性は69.44%であったため，男女とも半数以上は女性が化粧をすることを「好ましい」と考えていることが分かった。

男性がスカート履くことは好ましくないと考える男性は40%，女性は30.56%であった。このことから，男性は60%，女性は69.44%が，男性がスカート履くことを「好ましくない」とは，考えていないことが分かった。また，女性がスカート履くことは好ましくないと考える男性は5%，女性は4%であり，若干男性の方が優位ではあるが，ほとんど差が見られなかった。このことから，男性は95%，女性は96%が，女性がスカート履くことを「好ましくない」とは考えていないことが分かった。

デートの際は男性がお金を支払うことが好ましいと考える男性は35%，女性は22.83%であった。デートの際は女性がお金を支払うことが好ましいと考える男性は5%，女性は11.11%であった。男性がお金を払ったほうが良いと考えている男性の割合は男性の方が高かった。デートの際は女性がお金を支払うことが好ましいと考えている割合は女性の方が高かったが，男性は5%と1割未満，女性は11.11%と1割程度であった。

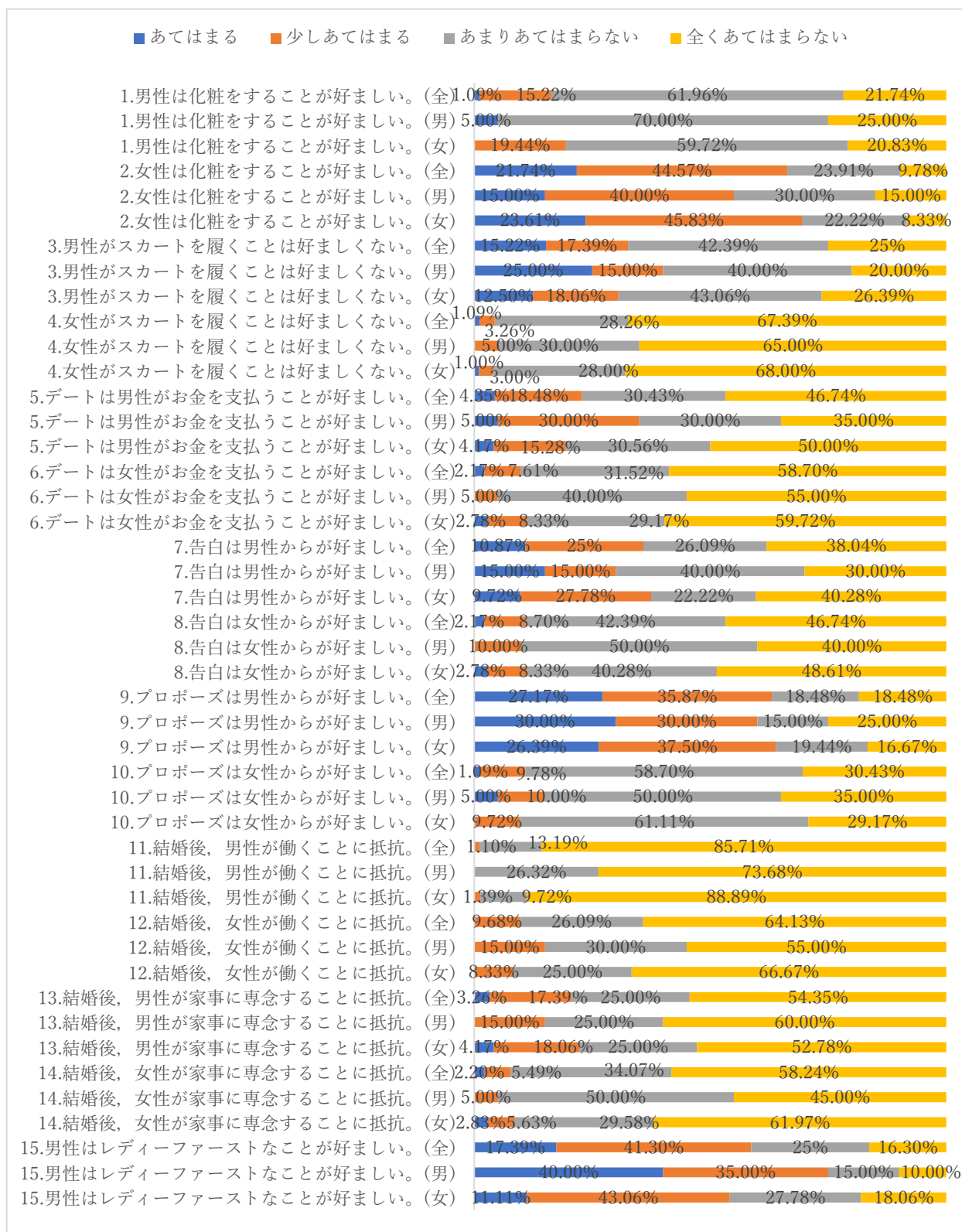


Figure2. 性役割観について(%)

告白は男性からすることが好ましいと考える男性は30%、女性は37.5%と、男性の割合の方が22%高く、男性は「あまりあてはまらない」が最も多く、女性は「全くあてはまらない」が最も多かった。告白は女性からすることが好ましいと考える男性は10%、女性は11.11%であり、若干女性の方が優位ではあるがどちらも1割程度であり、ほとんど差は見られなかった。また、男性は「あまりあてはまらない」が最も多く、女性は「全くあてはまらない」が最も多かった。

プロポーズは男性がすることが好ましいと考える男性は60%、女性は63.89%であり、若干女性の方が優位ではあるがほとんど差は見られず、6割程度が男性役割と捉えていることが分かった。しかし、男性は4つの選択肢の中で「全くあてはまらない」を選択した割合が最も高かった。プロポーズは女性からすることが好ましいと考える男性は15%、女性は10.87%であった。

結婚後に男性が働くことへ抵抗のある男性はおらず、女性は1.39%であり、若干女性の方が優位ではあるがほとんど差は見られなかった。このことからほぼ全員が、男性が働くことに抵抗がないと考えられる。反対に結婚後、女性が働くことには抵抗がある男性は15%、女性は8%であった。このことから、結婚後に働くことは男性役割であると考えの人が1割程度存在し、男性の方が婚後に女性が働くことを好まない割合が高いことが分かった。

結婚後、男性が働くことには抵抗のある男性はおらず、女性は1.39%であり、若干女性の方が優位ではあるがほとんど差は見られなかった。このことからほぼ全員が、男性が働くことに抵抗がないと考えられる。反対に結婚後、女性が働くことには抵抗が

ある男性は15%、女性は8.33%であった。このことから、結婚後に働くことは男性役割であると考えの人が1割程度存在し、男性の方が婚後に女性が働くことを好まない割合が高いことが分かった。そして、結婚後、男性の家事専念に抵抗がある男性は15%、女性は22.23%であり、女性の家事専念に抵抗がある男性は5%、女性は8.46%であった。

男性はレディーファーストであることが好ましいと考える男性は75%、女性は54.17%であり、男性の方が男性はレディーファーストであることが好ましいと考えていた。また、男性の40%が「とても思う」と回答していることに対し、女性は「とても思う」と回答している人は11.11%であった。このことから、男性が考えているよりも女性はレディーファーストをそれほど強く求めているわけではないことが考えられる。

(1)恋愛や結婚に関する体験と意識については、Table6, (2)同性愛者に対する意識についてはTable7, (3)結婚観や恋愛観についてはFigure3, (4)結婚への焦りの理由についての自由記述はTable8, (5)性役割観については、Figure4に示した。

以下からは、「はい」と回答した群は異性愛者、「いいえ」と回答した群は非異性愛者、「分からない」と回答した群は「クエスチョニング者」とする。Figure3とFigure4では、異性愛者はHeterosexualの「H」、非異性愛者はNon-heterosexualの「N」、クエスチョニング者はQuestioningの「Q」とした。

2-1. 性的指向の違いによる恋愛や結婚に

関する体験と意識の差異

1と2では自分の体験について質問し、「はい」か「いいえ」の2件法で回答を求めた。なお、「現在、または今までに結婚したことがある。」という項目は全員が「いいえ」と回答したため削除した。また、比較対象である「恋愛感情を抱く相手

は異性であることを条件とする。」も削除した。この結果を異性愛者、非異性愛者、クエスチョニング者に分類し、各質問項目の回答数の割合を求めたものを、Table6に示した。

Table6. 異性愛者の恋愛や結婚に関する体験と意識(%)

(1)恋愛や結婚に関する体験と意識について	はい (%)	いいえ (%)
1.現在、または今までに他者へ恋愛感情を抱いたことがある。(H)	98.46	1.53
1.現在、または今までに他者へ恋愛感情を抱いたことがある。(N)	100.00	0.00
1.現在、または今までに他者へ恋愛感情を抱いたことがある。(Q)	84.61	15.38
2.現在、または今までに交際経験がある。(H)	83.07	16.92
2.現在、または今までに交際経験がある。(N)	71.42	28.57
2.現在、または今までに交際経験がある。(Q)	69.23	30.76

異性愛者は、今まで恋愛感情を抱いたことがないが、恋愛感情を抱くのは異性を条件とする人が1.53%いた。非異性愛者は全員、今までに他者へ恋愛感情を抱いたことがあった。クエスチョニング者は、3群で最も、他者へ恋愛感情を抱いたことがない人と交際経験がない人が多かった。

2-2.性的指向の違いによる同性愛者に対する意識の差異

同性愛者に対する意識について、「あてはまる」、「少しあてはまる」、「あまりあてはまらない」、「全くあてはまらない」の4件法で回答を求めた。この結果を、異性愛者、非異性愛者、クエスチョニング者に分類し、各質問項目の回答数の割合を求めたものを、Table7に示した。

同性カップルを見ると抵抗感を覚える非

異性愛者はおらず、異性愛者は10.76%、クエスチョニング者は7.69%であった。

同性愛者と交友関係を持つのを避けたい非異性愛者とクエスチョニング者はおらず、異性愛者は1.53%であった。

同性結婚の合法化を反対している非異性愛者はおらず、異性愛者は3.07%、クエスチョニング者は15.38%であった。

同性同士の里親にネガティブな感情を抱くクエスチョニング者はおらず、異性愛者は21.53%、非異性愛者は7.14%であった。

同性愛者に関連する項目に対して、否定的な回答が最も多かったのは異性愛者であったが、異性愛者は、1では89.22%、2では98.45%、3では86.92%、4では78.45%が、同性愛者に対して肯定的であった。

Table7. 同性愛者に対する意識(%)

(2)同性愛者に対する意識について (単位：%)	あ て は ま る	ま る	少 し あ て は	は ま ら な い	あ ま り あ て	な い	あ て は ま ら
1.同性カップルを見ると抵抗感を覚える。(H)	3.07	7.69	24.61	64.61			
1.同性カップルを見ると抵抗感を覚える。(N)	0.00	0.00	7.14	92.85			
1.同性カップルを見ると抵抗感を覚える。(Q)	7.69	0.00	23.07	69.23			
2.同性愛者と交友関係を持つのを避けたい。(H)	1.53	0.00	23.07	75.38			
2.同性愛者と交友関係を持つのを避けたい。(N)	0.00	0.00	7.14	92.85			
2.同性愛者と交友関係を持つのを避けたい。(Q)	0.00	0.00	7.69	92.30			
3.同性結婚の合法化に賛成だ。(H)	76.92	20.0	3.07	0.00			
3.同性結婚の合法化に賛成だ。(N)	92.85	7.14	0.00	0.00			
3.同性結婚の合法化に賛成だ。(Q)	69.23	15.38	15.38	0.00			
4.同性同士の里親にネガティブな感情を抱く。(H)	3.07	18.46	21.53	56.92			
4.同性同士の里親にネガティブな感情を抱く。(N)	0.00	7.14	50.0	42.85			
4.同性同士の里親にネガティブな感情を抱く。(Q)	0.00	0.00	30.76	69.23			

また、非異性愛者の全員が同性カップルへの抵抗感がなく、同性愛者との交友関係を避けたいとは考えておらず、同性婚合法化に賛成であったことから、最も同性愛者に肯定的であることが明らかになった。

### 2-3. 性的指向の違いによる結婚観や恋愛観の差異

結婚観や恋愛観について、「とても思う」、「少し思う」、「あまり思わない」、「全く思わない」の4件法で回答を求めた。この結果を、異性愛者、非異性愛者、クエスチョニング者に分類し、各質問項目の回答数の割合を求めたものを、Figure3に示した。

結婚をすることは人間の義務と考えている非異性愛者はおらず、クエスチョニング者が15.38%、異性愛者が10.76%であった。

また、離婚は人生の汚点だと考えているのは、異性愛者とクエスチョニング者が23.07%で、非異性愛者は14.28%いた。大学生のうちに結婚したい異性愛者とクエスチョニング者はおらず、非異性愛者が7.14%であった。

結婚後も仕事に専念したい人は、非異性愛者が57.13%、クエスチョニング者が46.14%、異性愛者が29.22%であり、異性愛者だけが結婚後に仕事へ専念したい人が3割未満であった。また、結婚後は家事に専念したい人は、クエスチョニング者が53.84%、異性愛者が39.99%、非異性愛者が21.42%と、非異性愛者だけ結婚後に家事へ専念したい人が3割未満であった。

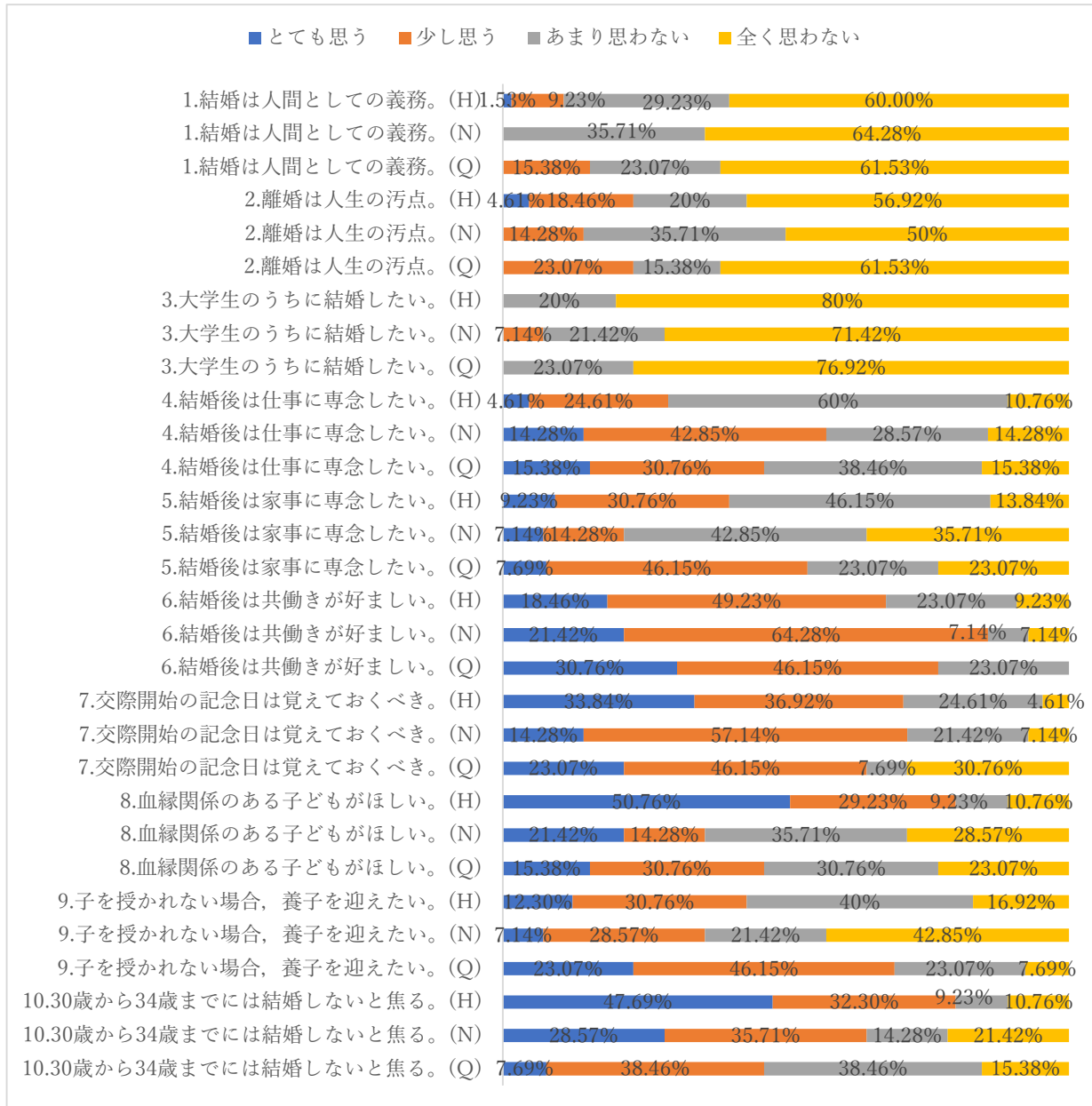


Figure3. 異性愛者(H), 非異性愛者(N), クエスチョニング者(Q)の結婚観や恋愛観(%)

そして、結婚後は共働きが好ましいと考えている人は、結婚後に仕事へ専念したいと考えている人と同様に非異性愛者 85.7%、クエスチョニング者 76.91%、異性愛者 67.69%の順で多かったが、共働きについては、3群とも6割以上であり、非異性愛者の割合が最も高かった。仕事に専念したい人と共働きを好む人の割合は非異性愛者が最も高く、家事に専念したい人の割合が

21.42%と3群で最も低いことから、非異性愛者は働きたいと考えている割合が最も高いことが分かった。

交際開始の記念日は覚えておくべきと考えている人は、非異性愛者が71.42%、異性愛者が70.76%、クエスチョニング者が69.22%であり、3群とも大差はなかった。

血縁関係のある子どもがほしいと考えている人は、異性愛者が79.99%と高く、クエ

スチョニング者が 46.14%，非異性愛者が 35.7%であった。また、子どもを授けられない場合に養子を迎えたいと考えている人は、クエスチョニング者が 69.22%，異性愛者が 43.06%，非異性愛者が 35.71%であり、血縁関係のある子どもを望む人の割合と比較しても、非異性愛者は他の 2 群よりも子どもがほしいと考えている人は少ないことが分かった。そして、30 歳から 34 歳までには結婚しないと焦りを感じる人は、異性愛者が 79.99%，非異性愛者が 64.28%，クエスチョニング者が 46.15%であり、異性愛者は血縁関係のある子どもを望む人と同様の割合であった。

#### 2-4. 性的指向の違いによる自由記述の差異

男女差と同様に、「30 歳から 34 歳までには結婚しないと焦りを感じる」という項目で、「とても思う」、「少し思う」を選択した回答者に、焦りを感じる理由について回答を求めた。その回答を、KJ 法により、子ども関連、結婚関連、世間体、周囲との関係、その他に分類し、異性愛者、非異性愛者、クエスチョニング者ごとの回答数の割合を求めた。結果は Table8 に示した。

異性愛者とクエスチョニング者は、「子ども関連」の割合が最も高く、非異性愛者は「結婚関連」の割合が最も高かった。

Table8. 性的指向ごとの 30 歳から 34 歳までには結婚しないと焦りを感じる理由

分類	異性愛者		非異性愛者		クエスチョニング者	
	人数	%	人数	%	人数	%
子ども関連	16	31.37	2	22.22	3	50.00
結婚関連	13	25.49	4	44.44	2	33.33
世間体	4	7.84	0	0	1	16.66
周囲との関係	16	31.37	1	11.11	0	0.00
その他	2	3.92	2	22.22	0	0.00
合計	51	100.00	9	100.00	6	100.00

#### 2-5. 性的指向の違いによる性役割観の差異

性役割観について、「あてはまる」、「少しあてはまる」、「あまりあてはまらない」、「全くあてはまらない」の 4 件法で回答を求めた。この結果を、異性愛者、非異性愛者、クエスチョニング者に分類し、各質問項目の回答数の割合を求めたものを、Figure4 に示した。なお、「結婚後、男性が働くことには抵抗がある。」と「結婚後、女性が家事に専念することには抵抗がある。」では異性愛者

が 1 名未回答であったため、回答したのは 64 名であった。

男性が化粧をすることを好ましいと考えている割合は、異性愛者とクエスチョニング者が 15.38%，非異性愛者が 14.28% と、3 群とも大差は見られず、女性が化粧をすることを好ましいと考えているクエスチョニング者はおらず、異性愛者が 72.3%，非異性愛者が 42.84%であった。クエスチョニング者は男女どちらの化粧も「好ましい」と考えていなかった。

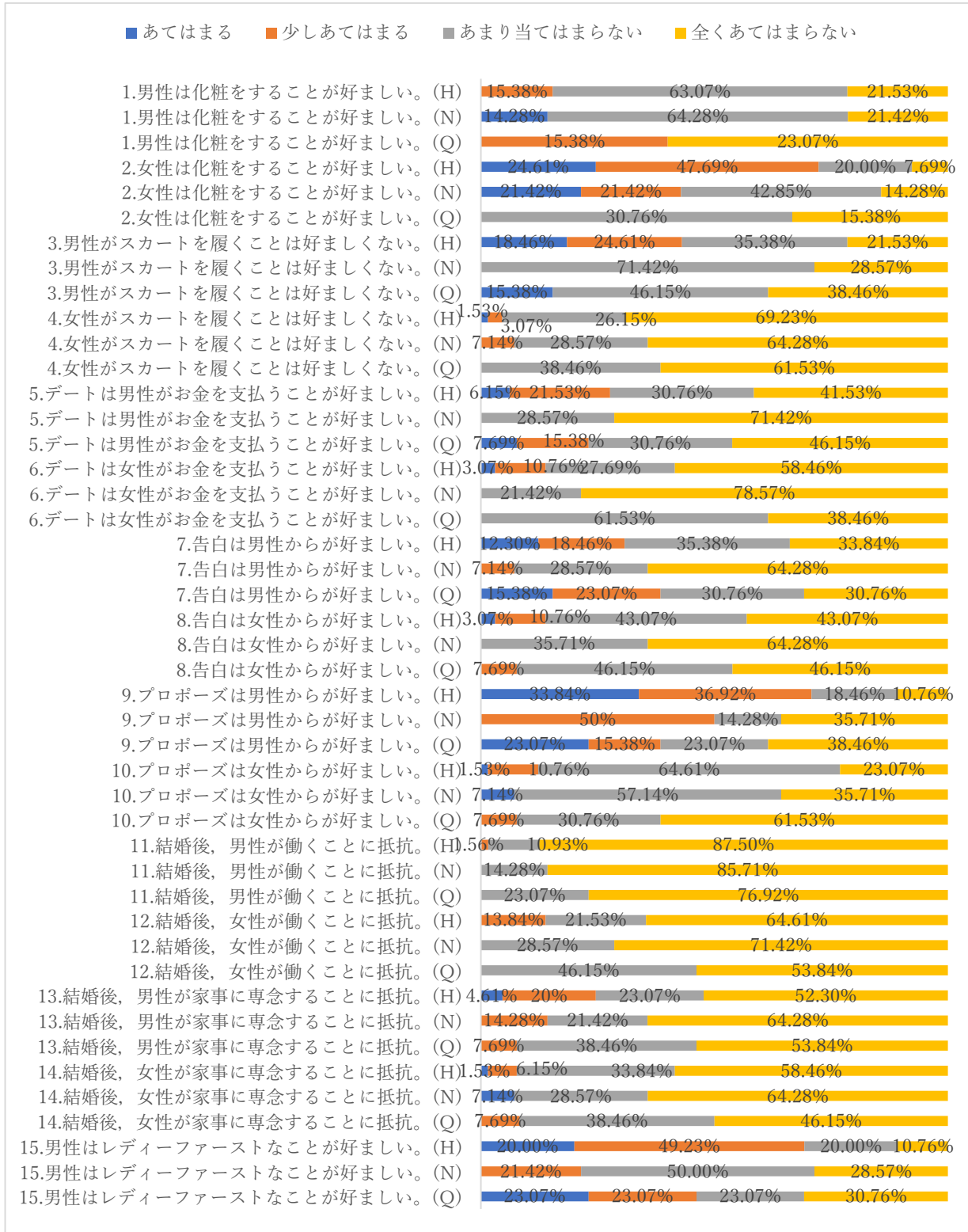


Figure4. 異性愛者(H), 非異性愛者(N), クエスチョニング者(Q)の性役割観(%)



男性がスカートを履くことは好ましくないと考えている非異性愛者はおらず、異性愛者が 43.07%，クエスチョニング者が 15.38%であり、女性がスカートを履くことは好ましくないと考えているクエスチョニング者はおらず、非異性愛者が 7.14%，異性愛者は 4.6%であった。

デートの際は男性がお金を支払うことが好ましいと考えている非異性愛者はおらず、異性愛者が 27.68%，クエスチョニング者が 23.07%であり、デートの際は女性がお金を支払うことが好ましいと考えている非異性愛者とクエスチョニング者はおらず、異性愛者が 13.83%であったことから非異性愛者はデートでの支払いを、男性役割とも女性役割とも考えていないことが分かった。

告白は男性からすることが好ましいと考えている割合は、クエスチョニング者が 38.45%，異性愛者が 38.76%，非異性愛者が 7.14%であり、告白は女性からすることが好ましいと考えている非異性愛者はおらず、異性愛者が 13.83%，クエスチョニング者が 7.69%であった。

プロポーズは男性がすることが好ましいと考えている割合は、異性愛者が 70.76%，非異性愛者が 50%，クエスチョニング者が 38.45%であり、プロポーズは女性からすることが好ましいと考えている割合は、異性愛者が 12.29%で、クエスチョニング者が 7.69%と非異性愛者が 7.14%と同程度であった。

男性からの告白を好ましいと考える人よりも、男性からのプロポーズが好ましいと考える人のほうが多く、プロポーズは男性からすることが好ましいと考える人は、男性よりも女性、非異性愛者やクエスチョニ

ング者よりも異性愛者の割合が高かった。更に、「(3)結婚観や恋愛観について」で「あてはまる」または「少しあてはまる」と回答した人が最も多かった「30歳から34歳までには結婚しないと焦りを感じますか」という項目でも、「女性」と「異性愛者」の割合が最も高かった。

結婚後に男性が働くことには抵抗がある非異性愛者とクエスチョニング者はおらず、異性愛者が 1.56%であり、結婚後に女性が働くことには抵抗があるのも非異性愛者とクエスチョニング者はおらず、異性愛者が 13.84%であった。

結婚後、男性が家事に専念することには抵抗がある割合は、異性愛者が 24.61%，非異性愛者が 14.28，クエスチョニング者が 7.69%であり、結婚後、女性が家事に専念することには抵抗がある割合は、クエスチョニング者が 7.69%，異性愛者が 7.68%，非異性愛者が 7.14%であり、3群とも大差がなかった。

男性はレディーファーストであることが好ましいと考えている割合は、異性愛者が 69.23%，クエスチョニング者が 46.14%，非異性愛者が 21.42%であった。

## 考察

本調査の目的は、現代の若者が持つ性役割観、恋愛観、結婚観を明らかにし、それらは男女間や恋愛対象とする性別の違いによって差が生じるのかどうかの検討であった。

まず、若者の恋愛経験や恋愛観、結婚観について以下に述べる。恋愛感情を抱いたことのある人が 96.74%，交際経験のある人が 79.35%，30歳から34歳までに結婚しないと焦る人は 72.83%であることや、「(3)結

婚観や恋愛観について」で「あてはまる」と「少しあてはまる」の回答数の合計が最も多い質問項目が「30歳から34歳までに結婚しないと焦る」であったことから、恋愛や結婚に消極的である様子は見られなかった。更に、交際経験も結婚への焦りを感じる割合も、男性より女性の方が高いことから、女性の方が恋愛や結婚に対して能動的であることが考えられる。

その他に、恋愛感情を抱く相手に「異性」を条件としない人は15.22%、分からないと回答した人は14.13%であったことから、15.22%は同性愛者、両性愛者<sup>ii</sup>、全性愛者<sup>iii</sup>、14.13%は無性愛者<sup>iv</sup>やクエスチョニングのような性的少数者<sup>v</sup>であることが考えられる。本調査は、授業内で実施したため倫理的配慮を優先し、シスジェンダー<sup>vi</sup>、Xジェンダー<sup>vii</sup>、トランスジェンダー<sup>viii</sup>などの性自認<sup>ix</sup>の割合は調査しなかった。そのため、調査対象者内の性的少数者は29.35%以上であることが推測できる。

株式会社電通が全国の20歳から59歳の6万名を対象とした「LGBT調査2018」によると性的少数者の割合は8.9%であり、産経ニュースやYahooニュースなどのネットニュースでは左利きや日本人のAB型と同程度の割合で性的少数者は存在すると紹介されてきたが、29.35%とは血液型の中で日本人では二番目に多いとされているO型の32%に近い割合である。先行研究よりも性的少数者が多かった要因として、調査対象者が18歳から35歳であったことが考えられる。年々、性別の多様性が重要視されたり、ジェンダーレス化が進んでいたり、インターネットが普及したりしている時代を生きてきた若者は、自分が異性愛者ではないことに気づいた際、すぐにネットで調べたり、誰かに相談する手段が見つかりやす

かったりすることから、昭和の時代を生きてきた40代以上の人に比べて、性別に関する伝統的な考え方に縛られない価値観が形成されやすいことが推測できる。

そして、今村(2016)の若者の恋愛離れの実態を明らかにするための調査で、未婚者の交際状況に関するアンケートから異性交際を望まない若者が男女共に約25%いることが分かったことから、現代の若者は異性ではなく同性との交際を望む者や他者に恋愛感情を抱かない無性愛者が20%から30%程度、存在する可能性が考えられる。

異性愛者と異性愛者以外の恋愛経験の違いについて、非異性愛者とクエスチョニング者は異性愛者に比べ、交際経験のない割合が高かったが、非異性愛者は全員が他者に恋愛感情を抱いたことがあった。これは、非異性愛者が自分を「異性愛者ではない」と認識するきっかけが同性を好きになることだからであることが推測できる。

また、クエスチョニング者は、恋愛感情を抱いたことがある割合も交際経験のある割合も他の2群に比べて低かった。これは、恋愛感情を抱いたことがないため、自分は異性愛者なのか、同性愛者なのか、無性愛者なのかなど、自分の性的指向が何か分からないと考えている人や、恋愛感情を抱いたことがないが交際経験のあるという回答も見られたことから、交際はしたが違和感を抱いたことで自分の性的指向が分からなくなっているということが考えられる。

次に、若者の性役割観について以下に述べる。まず恋愛に関係のない「化粧をすること」や「スカートを履くこと」、「レディーファーストであること」については伝統的な性役割観が現在でも存在することが明

らかになったが、恋愛や結婚における性役割観については、プロポーズ以外は伝統的な性役割観を持っている人の方が少ないことが分かり、結婚後に家事へ専念したいと考える割合が女性より男性の方が若干高く、仕事へ専念することや共働きを望む女性が男性よりも多いことから、結婚後の労働願望においては伝統的な性役割が男女で反転していることが明らかになった。これらのことから、若者が望んでいる結婚後の性役割分業は、伝統的な性役割観とは異なることが推測できる。この調査結果は、令和2年版の男女共同参画白書の、「夫は外で働き、妻は家庭を守るべきである」という考え方に関する意識調査で、2019年は「反対」と「どちらかといえば反対」の男性の合計は55.6%、女性は63.4%であったことや、2019年の共働き世帯は12,145万世帯、男性雇用者と無業の妻からなる世帯は582万世帯であったことから、妥当であると考えられる。

また、男性の割合が女性よりも高かった質問項目では、「プロポーズは女性からすることが好ましい」、「結婚後は家事に専念したい」、「女性がスカート履くことは好ましくない」以外の、「血縁関係のある子どもがほしい」、「男性がスカート履くことは好ましくない」、「デートは男性がお金を支払うことが好ましい」、「告白は男性からすることが好ましい」、「結婚後、女性が働くことには抵抗がある」、「男性はレディーファーストであることが好ましい」などの伝統的な性役割観が見られたが、レディーファースト以外はいずれも男女ともに少数派なため、多くの若者は伝統的な性役割観とは異なる価値観を抱えていることが推測できる。そして、男性は女性が求めているよりもデートでの支払いや記念日を覚えて

おくこと、レディーファーストが好ましいという意識が強いことが明らかになったことから、女性に対して伝統的な男性役割を担うことに気を遣っていることが考えられるため、女性との関係にストレスを抱えやすい可能性が推測できる。

上記のように、告白やデートでの支払いを男性自身が男性役割と捉えている傾向は若干見られるが、どちらかの性別が行ったほうが良いと考えている人が半数以下なため、告白や支払いに性別は関係なくなりつつあると考えられる。また、女性が家事へ専念することに抵抗がある人は男女ともに1割未満であり、男性が家事に専念することに抵抗がある人は2割程度であったことから、結婚後に働くことは男性役割、家事への専念は女性役割とする考えは現在も存在はするものの、労働と家事にも性別は関係なくなりつつあると考えられる。

異性愛者と異性愛者以外の性役割観の違いについて、「(5)性役割観について」で「あてはまる」と「少しあてはまる」の回答数の合計が最も多い質問項目が、「女性が化粧をすることが好ましい」で、割合は66.31%であったが、クエスチョニング者は女性が化粧をすることが好ましいという回答はなく、男性が化粧をすることが好ましいという回答は15.38%存在した。また、非異性愛者は男性がスカート履くことは好ましくないという回答はなかったが、女性はスカート履くことは好ましくないという回答は7.14%存在した。そして、非異性愛者とクエスチョニング者は、結婚後に男性が働くことには抵抗があるという回答も、女性が働くことには抵抗があるという回答もなかった。

一方で、異性愛者は「女性が化粧をすることが好ましい」、「男性がスカート履く

ことは好ましくない」、「デートは男性がお金を支払うことが好ましい」、「プロポーズは男性からすることが好ましい」、「女性が働くことには抵抗がある」、「男性はレディーファーストが好ましい」のような伝統的性役割観を、他の2群よりも持っていることが明らかになった。

これらのことから、非異性愛者とクエスチョニング者は伝統的な性役割観とは違う価値観を持っていることが考えられる。これは、非異性愛者やクエスチョニング者の性的指向が多数派ではないことで、異性愛者よりも性別について考える機会が多いため、「男性らしさ」や「女性らしさ」のような性別に囚われない考え方が形成されやすいことが考えられる。

続いて、若者の同性愛者に対する意識について以下に述べる。同性愛者に関連する各質問項目で、調査対象者の80%以上から肯定的な回答が得られ、「同性婚の合法化に賛成だ」という質問に対して、「全くあてはまらない」を選択した人がいなかったことから、現代の若者は同性愛者への偏見を持たない人や嫌悪感を抱かない人が多いことが推測できるため、将来的には同性愛者が異性愛者と同程度に生きやすい社会の構築が期待できる。

しかし、調査対象者のうち臨床心理学科の割合が79.35%であったことから、他の学科に比べて性的少数者についての知識があったり、マイノリティに寛容であったりする人が多かった可能性も考えられる。

そして、否定的な回答が最も多かったのは、男女では同性カップルを見ると抵抗感を覚える男性の20%、性的指向では同性同士の里親にネガティブな感情を抱く異性愛者の21.53%であり、性役割観と同様の結果であったことから、同性愛者に対して肯定

的な人は、伝統的な性役割観を持ちづらいことが考えられる。

最後に、結婚観について以下に述べる。まず、大学在学中に結婚することを望む人は1.09%であった。そして、文部科学省の令和元年度学校基本調査によると、大学全体（学部・大学院・専攻科・別科の学生等を含む。）の在学者数は昨年度に引き続き増加しており、大学全体291万9千人であることから、日本は少子化ではあるが大学進学者数は増加していることが分かる。これらのことから、98.91%の回答者は大学在学中での結婚を求めているため、高等教育への進学者の増加に伴い、大学を卒業する22歳までは結婚を望まない人の割合も増加し、初婚年齢が上昇することが考えられる。

次に、30歳から34歳までに結婚しないと焦りを感じる理由で挙げられた回答により、高齢出産の危惧や周囲の影響により結婚を考えている人がほとんどであり、結婚自体を周囲の影響に関係なく自分の意志で望んでいる人は少数派で、子どもの欲しさや、周囲に合わせていたい、遅れたくないという気持ちによって結婚に対して焦りを感じていることが明らかになった。

その他に、「子ども関連」が最も多く、男性、女性、異性愛者、クエスチョニング者も「子ども関連」が最も多かったが、非異性愛者だけが結婚願望による焦りが最も多かった。これは、非異性愛者が同性に恋愛感情を抱いた場合に、同性同士では子どもを産むことができないことや、結婚を義務と考えている人がいなかったこと、日本の法律により同性同士では結婚ができないことから、社会圧力による義務感や子どもを産むことが目的ではなく、結婚自体がしたいという願望が強いことが考えられる。

その他に、30歳から34歳までには結婚しないと焦りを感じる理由として、女性は男性よりも、高齢出産や自分が若くなくなることによる魅力の低下、周囲との関係を気にしていた。女性が高齢出産を危惧する理由として、出産は年齢が高まるにつれて母子ともに命の危険も高まるからであることが考えられるため、女性が高齢出産を心配することは妥当であると言える。

自分の魅力の低下については、女性が化粧をすることが男女ともから好ましいとされていることから、容姿の美しさが女性役割とされていることや、周囲やメディアの影響により若いことを魅力的だと捉えていたりすることが要因であると推測できる。これは、高井・岡野（2016）が大学生および20代以上の成人に「男性らしさ」「女性らしさ」「異性に求めること」を調査した結果、「女性らしさ」について男性全員による回答頻度の高い内容に「かわいい」「愛嬌」「色気」「美しい」「清楚」、男性のみが挙げた2以上の頻度の内容としては「清潔」「才色兼備」「スタイルが良い」などが挙げられ、男性が女性に求めるものの上位に外見的なものがあがっていたことや、女性が考える「女らしさ」では「かわいい」「愛嬌」「清楚」「美しい」「色気」「おしゃれ」などが挙げられたことから、女性は男性からも女性からも美しくあることを求められていることが推測できる。

また、女性は男性よりも離婚を汚点であると考えている割合が高かったため、結婚をしていることや結婚生活が順調であること自体がステータスであると考えていること、周囲とライフイベントのタイミングが遅れることや、ずれることを嫌がる特性がある可能性が考えられる。

## 結論

現代の若者は、プロポーズとレディーファースト以外は伝統的な性役割観を持っている人の方が少ないことや、「男性」と「異性愛者」は、女性や異性愛者以外の性的指向を持つ者よりも伝統的な性役割観を持っていることが明らかになったが、いずれも少数派なことから現代の若者の多くは性役割観に囚われない考え方や願望があり、伝統的な性役割観とは異なる価値観を抱いていることが考えられる。

また、結婚後に働くことを男性役割、家事への専念を女性役割とする考え方を持つ人は存在するものの少数派であり、結婚後の労働願望では女性よりも男性の方が家事に専念することを望む割合が高く、男性よりも女性の方が仕事に専念することを望む割合が高いことから、伝統的性役割とは男女が反転していることが明らかになったため、仕事と家事に性別は関係なくなりつつあることが推測できる。

そして、女性の方が恋愛や結婚に関しては能動的であることや、若者の性的少数者の割合は幅広い年齢層を対象に実施された調査よりも高いこと、男女とも大学在学中の結婚は望んでいないが、34歳までには結婚していないと焦りを感じ、焦る理由は高齢出産の危惧や周囲の影響によるものであることが明らかになった。以上のことから晩婚化や非婚化の理由としては、98.91%の調査対象者が大学在学中での結婚を求めているため、高等教育への進学者が増加することに伴う初婚年齢の上昇、若者の同性愛者に対する嫌悪感や抵抗感を抱く人の少なさから、性的少数者が同性との交際をしやすくなったこと、女性よりも男性の方が伝統的な性役割観を持つ傾向にあり、男性よりも女性の方が結婚後に働き

たいと考えている割合が高いことから、結婚後の性役割分業に関する考え方の不一致により、結婚に至らないことなどが考えられる。

### 限界と展望

本調査の限界点は、調査を授業内で実施したため倫理的配慮を優先し、シスジェンダー、Xジェンダー、トランスジェンダーなどの性自認を調査することができなかつたため、シスジェンダーと性的少数者を明確に分類、比較ができなかつたことである。異性愛者と異性愛者以外では、性役割観、恋愛観、結婚観に異なる考え方が見られたことから、シスジェンダーとトランスジェンダーでも価値観が異なる可能性が考えられるため、今後の調査では、性自認や性的指向ごとに性役割観、恋愛観、結婚観を比較する必要がある。

その他に、「同性カップルを見ると抵抗感を覚える。」という項目だけでは、抵抗感を覚える理由が、同性カップルだからなのか、異性同士や同性同士は関係なくカップルに抵抗感を覚えるのかが分からないため、今後の調査では比較対象として異性のカップルについても同様の質問をする必要がある。また、「男性（女性）が化粧をすることが好ましい。」や「男性（女性）がスカートを履くことが好ましくない。」では、回答の真意が不明確であるため、今後の調査では「男性（女性）が化粧をすることは義務である。」や「男性（女性）がスカートを履くことに抵抗感を抱く。」のような聞き方で質問項目を作成すべきである。

### 引用文献

excite.ニュース (2018).日本人、血液型の割合は？ Retrieved from

[https://www.excite.co.jp/news/article/B\\_chive\\_neta-Japanesebloodtype-rate/](https://www.excite.co.jp/news/article/B_chive_neta-Japanesebloodtype-rate/) (2021年1月28日)

dentsu (2019). 電通ダイバーシティ・ラボ「LGBT調査2018」を実施 Retrieved from [https://www.dentsu.co.jp/news/release/2019/0110-](https://www.dentsu.co.jp/news/release/2019/0110-009728.html?__hstc=103293855.1bfba90f8c21928b43469958f0dc6816.1611482022165.1611482022165.1611482022165.1&__hssc=103293855.3.1611482022166&__hsfp=3863474527)

[009728.html?\\_\\_hstc=103293855.1bfba90f8c21928b43469958f0dc6816.1611482022165.1611482022165.1611482022165.1&\\_\\_hssc=103293855.3.1611482022166&\\_\\_hsfp=3863474527](https://www.dentsu.co.jp/news/release/2019/0110-009728.html?__hstc=103293855.1bfba90f8c21928b43469958f0dc6816.1611482022165.1611482022165.1611482022165.1&__hssc=103293855.3.1611482022166&__hsfp=3863474527) (2021年1月26日)

原田 陽平 (2019).若い日本男子が化粧する「メイク男子現象」の謎 メイクは「自分をよく見せる」最高のツール？ 東洋経済オンライン Retrieved from <https://toyokeizai.net/articles/-/270080> (2021年1月26日)

平尾孝 (2017).左利きやAB型とほぼ同じ割合…LGBTにビジネスチャンス ドンキは渋谷に専用トイレ 産経ニュース Retrieved from <https://www.sankei.com/politics/news/170530/plt1705300001-n1.html> (2021年1月26日)

今村 柚月・長 幾朗 (2016).現代の若者の恋愛スタイルの問題点に関する研究-若者の恋愛離れの課題への新たな恋愛スタイルの提案- Retrieved from [https://www.tyohaku.ac.jp/thesis/2015\\_summary/1W120064\\_s.pdf](https://www.tyohaku.ac.jp/thesis/2015_summary/1W120064_s.pdf) (2021年1月28日)

Job Rainbow (2020). アセクシュアル（エイセクシュアル）とは？【恋愛はしない？】 Retrieved from <https://jobrainbow.jp/magazine/asexual> (2021年1月28日)

Job Rainbow (2020).LGBTQ+のQとは？【実はよく知らないクエスチョニング・ク

- 【イア】 Retrieved from  
<https://jobrainbow.jp/magazine/queerandquestioning> (2021年1月28日)  
 Job Rainbow (2020). パンセクシュアルとは？【バイセクシュアル・ポリセクシュアルとどう違う？】 Retrieved from  
<https://jobrainbow.jp/magazine/polysexual1> (2021年1月28日)  
 Job Rainbow (2020). ポリセクシュアルとは【バイセクシュアル・パンセクシュアルと何が違う？】 Retrieved from  
<https://jobrainbow.jp/magazine/polysexual1> (2021年1月28日)  
 Job Rainbow (2020). シスジェンダーとは？【セクシュアル“マジョリティ”？】 Retrieved from  
<https://jobrainbow.jp/magazine/cisgender> (2021年1月28日)  
 Job Rainbow (2020). トランスジェンダーとは？【「広義」「狭義」ってなに？性同一性障害との違いとは】 Retrieved from  
<https://jobrainbow.jp/magazine/transgid> (2021年1月28日)  
 厚生労働省 (2015). ひとり親家庭等の現状について Retrieved from  
<https://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-11900000-Koyoukintoujidoukateikyoku/0000083324.pdf> (2021年1月26日)  
 厚生労働省 (2016). 平成28年度 人口動態統計特殊報告「婚姻に関する統計」の概況 Retrieved from  
<https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/jinkou/tokusyuu/konin16/index.html> (2021年1月26日)  
 厚生労働省 (2017). 平成29年 国民生活基礎調査の概況 Retrieved from  
<https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/k-tyosa/k-tyosa17/dl/03.pdf> (2021年1月26日)  
 松岡 宗嗣 (2020). 今日から企業の「SOGIハラ」対策が義務に。「パワハラ防止法」施行 Yahoo!JAPAN ニュース Retrieved from  
<https://news.yahoo.co.jp/byline/matsuoka-soshi/20200601-00181222/> (2021年1月26日)  
 文部科学省 (2019). 令和元年度学校基本調査について Retrieved from  
[https://www.mext.go.jp/component/b\\_menu/other/\\_icsFiles/afieldfile/2019/08/08/1419592\\_1.pdf](https://www.mext.go.jp/component/b_menu/other/_icsFiles/afieldfile/2019/08/08/1419592_1.pdf) (2021年1月26日)  
 内閣府 (2020). 令和元年度少子化の状況及び少子化への対処施策の概況 (令和2年版少子化社会対策白書) Retrieved from  
<https://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/whitepaper/measures/w-2020/r02pdfgaiyoh/pdf/02gaiyoh.pdf> (2021年1月26日)  
 内閣府男女共同参画局 (2018). 令和2年版男女共同参画書(概要) Retrieved from  
[https://www.gender.go.jp/about\\_danjo/whitepaper/r02/gaiyou/pdf/r02\\_gaiyou.pdf](https://www.gender.go.jp/about_danjo/whitepaper/r02/gaiyou/pdf/r02_gaiyou.pdf) (2021年1月26日)  
 中井 美樹 (2000). 若者の性役割観の構造とライフコース観および結婚観.36.117-124  
 二階堂 友紀 (2018). 新広辞苑、「LGBT」の説明に誤り岩波、修正を検討朝日新聞デジタル Retrieved from  
<https://www.asahi.com/articles/ASL1H5HZFL1HUTFK00P.html> (2021年1月28日)  
 日本経済新聞 (2020). 女子もスラックス可 制服選べる公立高、600校超に Retrieved from  
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQO>

DG0530I0V01C20A2000000 (2021年1月26日)

高井 範子・岡野 孝治(2009).ジェンダー意識に関する検討.11.61-73.

植松 佳香 (2019).ハイヒール強制やめて「#KuToo運動」世界が共感 朝日新聞デジタル Retrieved from <https://www.asahi.com/articles/ASM663D>

3LM66UHBI00G.html (2021年1月26日)

山口 一臣 (2019).電通が発表! 日本のLGBTの割合は「左利き」とほぼ同じ Yahoo! JAPANニュース Retrieved from <https://news.yahoo.co.jp/byline/yamaguchi-ikazuomi/20190111-00110844/> (2021年1月26日)

<sup>i</sup> 自身の性自認や性的指向が定まっていない、もしくは意図的に定めていないセクシュアリティを指す。(Job Rainbow, 2020)

<sup>ii</sup> 男性も女性も好きになるセクシュアリティ。(Job Rainbow, 2020)

<sup>iii</sup> 誰かを好きになるにあたり相手の性を条件としないセクシュアリティ。(Job Rainbow, 2020)

<sup>iv</sup> 他者に対して性的欲求や恋愛感情を抱かないセクシュアリティのこと。(Job Rainbow, 2020)

<sup>v</sup> 同性愛者や両性愛者, トランスジェンダー, クエストジョニング, 無性愛者などの異性愛者とシスジェンダー以外の性的指向や性自認の人を指

す。

<sup>vi</sup> 生まれたときに割り当てられた性別と自分で認識している性(性自認)が一致している状態や人のこと。(Job Rainbow, 2020)

<sup>vii</sup> 身体的性別に関係なく性自認が男性にも女性にもあてはまらないセクシュアリティを指す。(Job Rainbow, 2020)

<sup>viii</sup> 生まれた時の性は男性で、自身のことを女性と認識している方のような性自認と身体的性が一致していない方。(Job Rainbow, 2020)

<sup>ix</sup> 生まれてきた時の性別ではなく、自分自身が認識している自分の性別。心の性別。



## 出会いと好きになるきっかけ

18C111 今井 彩乃、18C178 徳 あかり

18C220 若井 南帆夏

### 問題と目的

人は日々、いろいろな人と出会う。出会いというものは現実上であったり、インターネット上であったりとさまざまであり、その出会いから学ぶことがあったり、幸福を得られたりと、生きていく中で重要なものであるといえる。また人と出会うことは、人間の本能であり、自己実現のための要素でもあるため、人と常に関わり合う社会生活の中で重要である(沼野, 2014)。そんな出会いの中で関係を築いて、親しくなり恋愛に発展する場合もあれば、親しくはなっても恋愛には至らない場合もある。ではどんな出会いをし、どのようなきっかけを経て人は恋愛に至るのか。恋愛関係のごく初期のプロセスに関する研究は少ない(栗林, 2002)。そこで本研究では、恋愛に至るまでの出会いと好きになるきっかけについて検討するため、大学生を対象にアンケート調査を実施する。

### 方法

**調査対象** 関東T大学に在籍している学生、調査者の友人の合わせて90名。70名(男性19名、女性50名、その他1名、平均年齢21歳)から回答を得た。

**調査時期** 2020年10月29日～11月11日まで実施した。大学の講義内でFormsによる質問紙のURLを配布し調査を行った。また調査者が通う大学以外の大学生には、LINEなどのSNSで質問紙のURLを添付し、調査を行った。

**調査内容** 質問紙は「年齢」「性別」と以下の3つの部分からの10項目で構成されている。

#### (1) これまでの恋愛経験について

これまでの恋愛経験について「好きになって付き合った」「好きになったが付き合わなかった」「好きになったことがない」の3項目で尋ね、単一選択で回答を求めた。

これまでの恋愛経験の回答で「好きになったが付き合わなかった」と回答した人に「フラれた」「その人に付き合っている人がいた」「その他」の計13項目で理由を尋ね、単一選択と「その他」の場合は自由記述で回答を求めた。

「好きになったことがない」と回答した人には「その人を好きかわからない」「好きという感情がわからない」「その他」の計4項目で尋ね、単一選択と「その他」場合は自由記述で回答を求めた。

「好きになって付き合った」と回答した人に「好きになった人と過ごした時間」の回答を求めた。「毎日」「週1～2日」「その他」など計5項目で尋ね、単一選択と「その他」の場合は自由記述で回答を求めた。

#### (2) 最近の恋愛経験について

「最近恋愛したのはいつか」「出会いのきっかけ」「好きになった理由」の項目を用意し、回答を求めた。

「最近恋愛をしたのはいつか」では「小学生」「中学生」「高校生」などの4項目で尋ね、単一選択で回答を求めた。

「出会いのきっかけ」では「学校」「アルバイト」「その他」など計16項目で尋ね、単一選択と「その他」の場合は自由記述で回答を求めた。

「好きになった理由」では「話が合う」「経済的安定」「その他」など計15項目で尋ね、複数選択で3つまで回答を求めた。「その他」の場合は自由記述で回答を求めた。

#### (3) 恋愛をするうえで重視することについて

「内面的魅力で重視する項目」「身体的魅力で重視する項目」「内面的魅力と身体的魅力のどちらを重視するか」の項目を用意し、回答を求めた。

「内面的魅力で重視する項目」では「優しい」「頭が良い」「誠実」など計17項目で尋ね、「身体的魅力

で重視する項目」では、「顔」「髪型」「体格」など計13項目で尋ねた中で、それぞれの魅力で重視する項目を1～3位に順位付けするかたちで回答を求めた。

「内面的魅力と身体的魅力のどちらを重視するか」では、「内面的魅力」「身体的魅力」のどちらを重視するかを尋ね、単一選択で回答を求めた。

## 結果

### (1) これまでの恋愛経験について

「好きになって付き合った」が45回答で最も多く「好きになったが付き合わなかった」が17回答で次に多かった。

好きになったが付き合わなかった理由では「今の関係が壊れることが怖かった」が6回答で最も多く「その人に付き合っている人がいた」「見ているだけで十分だった」が3回答で次に多かった。

好きになったことがない理由では「好きという感

情がわからない」が6回答で最も多く「その人を好きかわからない」が2回答で次に多かった。

好きになった人と過ごした時間の結果を図3に示す。好きになった人と過ごした時間では「週1～2日」が18回答と最も多く「週3～4日」が11回答で次に多かった。

### (2) 最近の恋愛経験

出会いのきっかけの結果を図1に示す。

「アルバイトの仲間」が10回答で最も多く「同級生(高校)」「同級生(大学)」が9回答で次に多かった。

また、好きになった理由の結果を図2に示す。「話が合う」が29回答で最も多く「外見」が19回答で次に多かった。

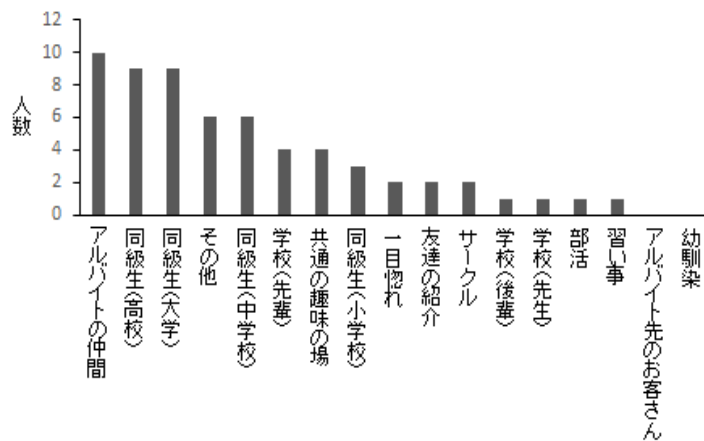


図1. 出会いのきっかけ

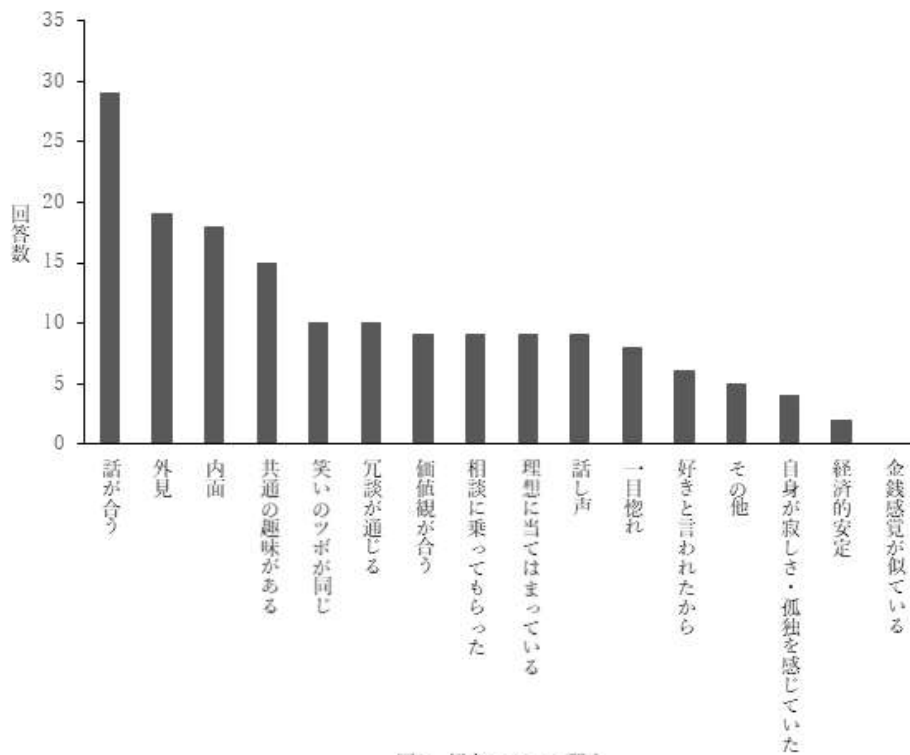


図2. 好きになった理由

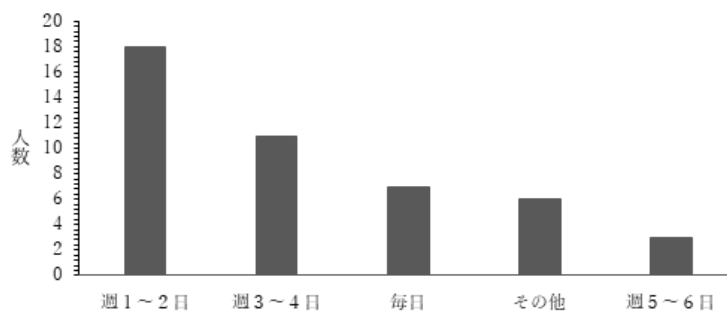


図3. 好きな人と過ごす時間

### (3)恋愛をするうえで重視すること

まず「内面的魅力」で重視することを尋ねた結果を図4に示す。「優しい」「常識がある」がどちらも24回答で最も多く「笑いのツボが同じ」が15回答で次に多かった。

次に「身体的魅力」で重視することを尋ねた結果

を図5に示す。「顔」が25回答で最も多く「身だしなみ」が19回答で次に多かった。

また「内面的魅力」と「身体的魅力」のどちらを重視するかという質問では、「内面的魅力」が57回答、「身体的魅力」が13回答で「内面的魅力」の方を重視する回答が多かった。

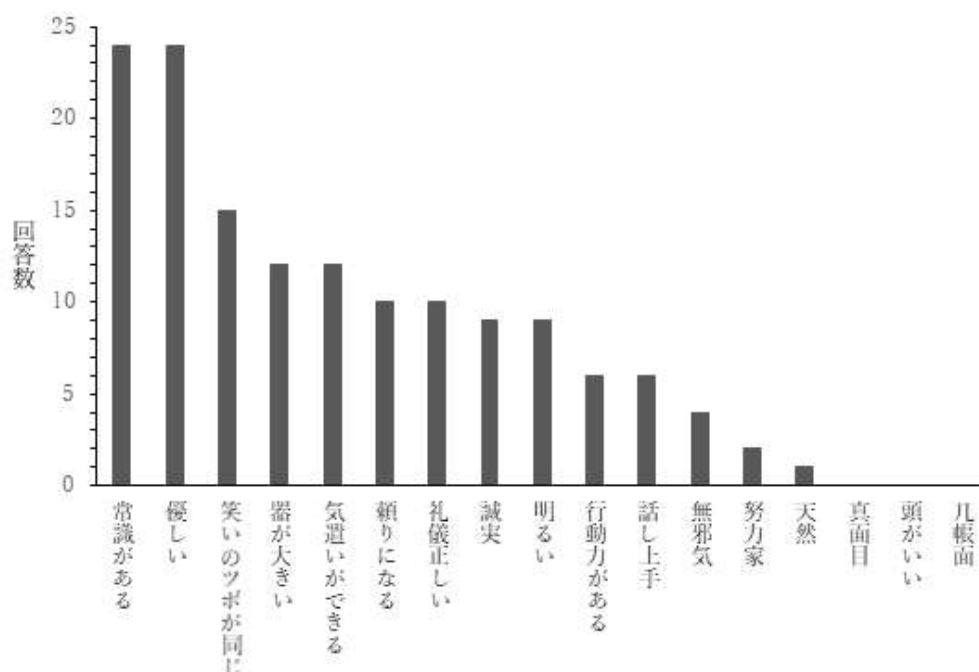


図4. 内面的魅力の分類

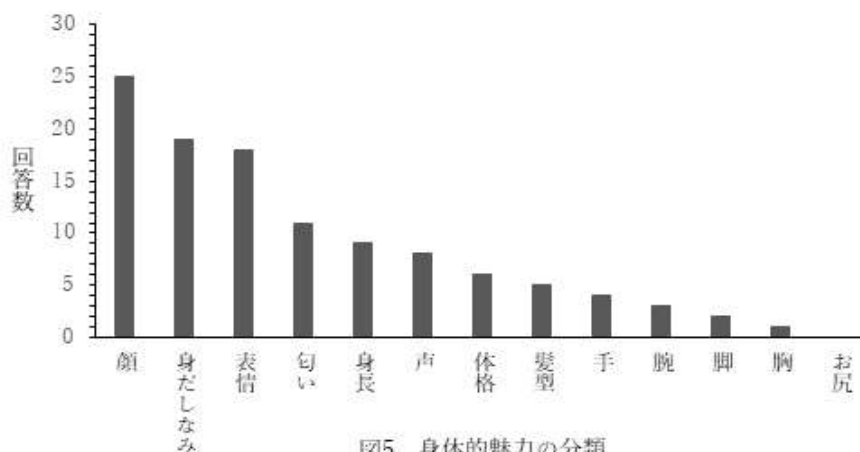


図5. 身体的魅力の分類

### 考察

本研究では、恋愛における出会いと好きになるきっかけについて検討するため、大学生を対象にアンケート調査を実施した。その結果、出会いとして1番多いのは「アルバイトの仲間」で2番目に多いのは「同級生(高校)」「同級生(大学)」であることがわかった。この結果において、どちらにも共通していることは、意図的でなくても共に過ごす時間が長

くなることである。アルバイトではシフトがかぶった場合、1回でもそれなりの時間を共に過ごすことが考えられる。また、高校・大学の同級生では、クラスが一緒であったり、選択している授業が一緒であった場合、自然と共に過ごす時間が長くなるため、親密になる可能性が高くなることが考えられる。桑原(2014)による女子高生の恋愛経験についての論文によると、6割以上の「女のコ」は「彼氏と知り合

うきっかけ」, もしくは「つきあうきっかけ」を, 同じ学校, もしくは以前同じ学校 (おそらく中学校や小学校) と回答している. このことから, 共に時間を過ごすことの影響があるということがわかる.

また, 田川・吉田 (2006) による日常的コミュニケーションが恋愛関係に及ぼす影響についての調査では, 「日常的な報告」「独特な言葉遣い」「相手の対応の認知」という日常的コミュニケーションの重要性が示されたこと. これらの効果が恋愛関係に限らず, 片思いや異性の友人関係においても, 効果をもつことが確認されている. そして, マイナビ (2020) の調査により, 大学生の約 4 人に 3 人がアルバイトに就業しており, 大学生になるとアルバイトの時間が増えるということが明らかになっている. よって, 大学生になるとアルバイトの時間が増え, アルバイト仲間と接する時間が長くなること. またアルバイト仲間という関係は, 共に時間を過ごすだけでなく, 共に仕事をする必要があるため, 自然とコミュニケーションが増えるということから, 「同級生 (高校)」「同級生 (大学)」よりも, 「アルバイト仲間」の回答数が多くなったことが考えられる.

さらに, 好きになった人と過ごした時間についての質問で, 最も回答が多かったのは「週 1~2 日」であり, その次が「週 3~4 日」, その次が「毎日」であった. このことから, 共に時間を過ごすという要因だけでは, 好きになる可能性は低いということが考えられる. 以上のこのことから, 相手を恋愛において好きになるような出会いをするのは, 共に過ごす時間が長く, コミュニケーションがとりやすいような場面であることが考えられる.

続いて, 好きになった理由の結果では, 「話が合う」が 29 回答で最も多く「外見」が 19 回答で次に多かった. さらに, 今井・森田 (1996) の大学生の恋愛対象の理想像における調査でも, 理想像は男女ともに「優しい」が最も多い回答であった.

そして, 恋愛するうえで内面的魅力と身体的魅力のどちらを重視するかという質問では, 「内面的魅力」が 57 回答, 「身体的魅力」が 13 回答で「内面的魅

力」の方を重視する回答が多かった. このことから, 内面的魅力を相手と関わる中で, 一緒にいて楽しい時間や, 快適な時間を過ごせるようなものから感じ取り, 自然と好きになる判断材料としていることが多いということが考えられる. また, 好きになった理由で最も回答数が多かった, 話が合うというものは, それなりに会話を重ねており, コミュニケーションが出会ったばかりの頃と比較すると, 増えている状態といえる. そしてコミュニケーションが増えているということは, 一緒にいる時間が長くなっていることや, 楽しい時間を共有していることが考えられる. そんな時間を過ごす中で, 相手の内面的魅力を感じたり, 気づいたりすることで, 好きになるということが考えられる.

しかし, 2 番目に多くなった回答は「外見」であった. その理由として考えられるのは, 短期的な出会いのうちに好きになったということである. 出会ってから長期的な流れの中で好きになる場合では, 時間を共有し, コミュニケーションをとることがきっかけとなりやすいが, 出会って短期的な場合では外見という, 外からでも見える魅力がきっかけになりやすいことが考えられる. また外面的魅力が高い人ほど, その出会いが運命だと感じられ, 内面的魅力が高く, 好意的に感じられる (向居, 2015). そのため, 外見が自分の好みであった場合, 最初から好感度が高かったり, 少しのコミュニケーションでも好意を持つ効果が大きかったりすることから, 最初のきっかけが外見だったとしても, 最終的には内面まで好きになるということが考えられる. そのため「内面的魅力」と「身体的魅力」のどちらを重視するかという質問では「内面的魅力」の回答が多い中でも, きっかけとしては身体的魅力である外見も, 回答数が多くなったということが考えられる.

以上のことから, 相手を恋愛において好きになるような出会いをしやすいのは, 共に過ごす時間が長く, コミュニケーションがとりやすいような場面であると考えられる. そしてそのコミュニケーションをとったり, 共に時間を過ごしていく中で, 相手の

内面的魅力に気づき、好きになるということが考えられる。また、それはきっかけが外見であったとしても、外面的魅力の効果により、最終的には内面的魅力も高く感じるということが言えるため、内面的魅力は好きになるきっかけにおいて重要であると考えられる。

最後に本研究の限界と展望を述べる。本研究では調査対象が男性 19 名、女性 50 名、その他 1 名と女性の割合が多かった。そのため、回答の偏りが生じた可能性がある。したがって今後は、性別の偏りをなくしていく研究が望ましいと考える。また重要であると結論付けた内面的魅力の詳細において、内面的魅力の中でも特に相手に魅力的に映る項目はあるのか、そしてあった場合それらに共通点はあるのかという疑問がうまれた。そのため内面的魅力についての項目をさらに増やし、共通する因子を見つけたうえで行うような調査が必要であると考えられる。

#### 引用文献

今井 靖親・森田 健宏 (1996). 大学生の恋愛観・結婚観 教育実践研究指導センター 研究紀要, 5, 15-22.

栗林 克匡 (2002). 恋愛における告白の状況と個人差(シャイネス・社会的スキル)に関する研究 北星学園大学社会福祉学部北星論集, 39, 11-19.

桑原 桃音 (2016). ステレオタイプ化される女子中学生の恋愛経験・性愛経験ー1988 年～1977 年『SEVENTEEN』「女の告白書」分析ー 流通科学大学論集, 28, 107-124.

マイナビ. (2020). 大学生のアルバイト実態調査 (2020 年), マイナビ, [スライド 1 \(dugf25wejf35p.cloudfront.net\)](https://dugf25wejf35p.cloudfront.net). 2020 年 1 月 26 日.

向居 暁 (2015). 外見的魅力と偶然性が「運命の出会い」に及ぼす影響 日本認知心理学会発表論文集, 0, 143-143.

沼野 剛志 (2014). Q&A システムを基盤とした安全・安心な出会い支援システムに関する研究 北陸先端科学技術大学院大学修士論文 (未公開)

多川 則子・吉田 俊和 (2006). 日常的コミュニケーションが恋愛関係に及ぼす影響 社会心理学研究, 22, 126-1

## 大学生の恋愛傾向に関する調査

18C151 椎貝 奈未

18C202 前川 泳美水

18C213 八幡 千尋

### 問題と目的

恋愛はしばしば「人間にとって永遠のテーマ」であるとされることがある。どの時代の小説家や作家、詩人など恋愛を絡ませている作品を残している者は非常に多い。最近では「恋愛リアリティーショー」といった分野のテレビ番組も数多く制作され、高い人気を誇っている。あらゆる人々が集まる場所では毎日のように飽きることなく恋愛の話が繰り返され、「内面」と「外見」どちらを重視するのかといった論議もよく行われている。流行曲の多くは恋愛を歌い、これまで恋愛を題材にした曲は数知れない。それほど人は恋愛に関して関心があるのだということになる。橋本（2006）は、生き物の種の保存本能などということを抜きに考えても恋愛を人間の人生と切り離して考えるのは不可能であると指摘している。

私たちは、何がきっかけで恋愛感情を抱くようになり、何を重視するのかということに焦点を当て調査を行った。

### 方法

#### 調査対象者

都内の大学に通っている大学生 108 名（男性 30 名，女性 77 名，その他 1 名）。

### 調査時期

2020 年 10 月 29 日から 2020 年 11 月 5 日の間に、社会調査演習のオンライン授業やメールを通して、Microsoft Forms を用いた質問票の URL を配布して回答を求めた。

### 調査内容

質問は、フェイスシート（年齢、性別）と以下の質問から構成されている。

恋愛感情を持ったことのある人からの回答を集めるために「あなたは今まで(淡い恋心も含む)恋愛感情で人を好きになったことはありますか。」と尋ねた。これを Q.1 とする。回答は「ある」「少しある」「あまりない」「ない」の 4 件法で求めた。「あまりない」「ない」と回答した人にはその時点で回答を終了させた。「ある」「少しある」と回答した人には後の質問への回答を求めた。

まずは【直近の恋愛経験】について調査した。

どういった環境で好きな人と出会うのか聞くために「どこで出会いましたか。」と尋ねた。これを Q.2 とする。回答は「部活やサークル」「学校」「バイト先」「インターネット」「幼馴染」「習い事」「知人の紹介」「その他(自由記述)」の 8 件法で求めた。

また、Q.2で「インターネット」と回答した人にはどの媒体を用いたのか調べるために「インターネットと回答した人のみ回答してください。次のうちどこで出会いましたか。」と尋ねた。これをQ.3とする。回答は「Twitter」「Instagram」「Facebook」「ゲーム」「出会い系」「その他（自由記述）」の6件法で求めた。

恋愛対象者として認識した要因を調査するために「何がきっかけで好きになりましたか。」と尋ねた。これをQ.4とする。回答は「外見」「内面」「声」「価値観が合う」「話が合う」「雰囲気」「一緒にいて楽しい」「相談に乗ってくれた」「自分の理想に該当する」「相手に告白された」「その他（自由記述）」の複数選択式で求めた。

次に【大学生の恋愛趣向】について調査した。

恋愛対象者として好きになる際に何を重要視するか調査するために「あなたは相手の何を見て好きになりますか。」と尋ねた。これをQ.5とする。回答は「外見」「内面」「声」「雰囲気」「その他（自由記述）」の複数選択式で求めた。

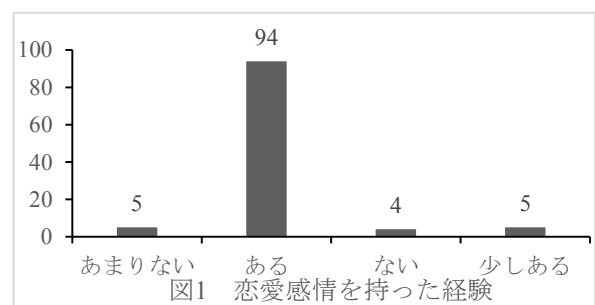
Q.5で「外見」と回答した人を対象に、より詳細な外見趣向を調査するために「『外見』を選択した人は回答してください。特にどこを見て好きになりますか。」と尋ねた。これをQ.6とする。回答は「顔」「髪型」「髪色」「首元」「手（手首）」「腕」「胸」「脚」「スタイル

が良い」「身長が高い」「身長が低い」「太り型である」「痩せ型である」「肩幅がある」「筋肉質である」「匂い」「服装」「その他（自由記述）」の複数選択式で求めた。

Q.5で「内面」と回答した人を対象に、より詳細な内面趣向を調査するために「『内面』を選択した人は回答してください。特にどこを見て好きになりますか。」と尋ねた。これをQ.7とする。回答は「面白い」「優しい」「明るい」「価値観が合う」「話が合う」「気遣いができる」「頼りになる」「聞き上手」「話し上手」「礼儀正しい」「誠実」「真面目」「努力家」「几帳面」「行動力がある」「清潔感がある」「一緒にいて落ち着く」「一緒にいて楽しい」「その他（自由記述）」の複数選択式で求めた。

## 結果

恋愛感情を持った経験の有無について回答した人数をグラフに示した（図1）。



大学生の91.7%が恋愛感情で人を好きになったことがある（少しあるも含む）と回答した。

ここからの結果はこの「ある」「少しある」と回答した99人のものである。



### 【直近の恋愛経験】

恋愛対象者と出会った環境については、まずいつ出会ったのか尋ねる質問に対して一番多かった回答は「大学入学後」で62, 6%で、次に多かったのは「高校時代」で22, 2%だった。次に、どこで出会ったかを尋ねる質問に対して、一番回答数が多かったのは「学校」で40, 4%、次が「部活やサークル」で30, 3%、「バイト先」「インターネット」が9, 1%という結果だった。

「大学入学後」と答えた人の中では、「部活やサークル」と回答した人が40, 3%で最も多く、次いで「学校」が24, 2%という結果が得られた。また、「バイト先」と回答した人は全員「大学入学後」を選択していた。

更に、出会うのに使用したインターネット媒体については「Twitter」「出会い系」の二つであり、50%ずつであった。

恋愛対象者として認識した要因について、回答が複数選択可であった「何がきっかけで好きになりましたか」という質問に対し、一番票を集めた項目は「一緒にいて楽しい」で57, 6%であった(図2)。次に多かったのは「内面」「話が合う」でどちらも41, 4%だった。また、内面と比較されることが多い「外見」は31, 3%であった。さらに「相手に告白された」と19, 2%の人が回答したがこの内89, 5%の人が実際にその相手と交際に発展していた。

また、恋愛対象者として認識し始めた期間について最も多かった回答は「1~2年」で19, 2%で次いで「1~2ヶ月」18, 2%、「半年~1年」15, 2%だった。

### 【大学生の恋愛趣向】

恋愛対象者として好きになる際に重要視する点(複数回答)について最も多かったのは「内面」で74, 7%、次いで「雰囲気」59, 6%、「外見」50, 5%であった。

外見のどこを重要視しているかについて(複数回答可)(図3)は「顔」が50, 5%で最も多く、続いて「服装」20, 2%、「髪型」19, 2%だった。

内面のどこを重要視しているかについて(複数回答可)の回答(図4)は、「優しい」が52, 5%で最も多く、「一緒にいて楽しい」48, 5%、「一緒にいて落ち着く」45, 5%、「価値観が合う」「話が合う」43, 4%の順に続いた。

### 考察

本調査の目的は、何がきっかけで恋愛感情を抱くようになり、相手の内面や外見など何処を重視するのかということであった。まず、出会いのきっかけは学校や部活・サークルといった「学校関係」に集中していることが分かった。これは同じ学校に通っている人の方が時間の使い方が似ているため、単純接触効果が優位に働くからではないかと考察する。また、一緒にいる時間が増えると相

手のことを知る機会も多くなっていくことにより、そこから好意を持ち恋愛感情が生まれやすくなるのではないだろうか。大学入学後と回答されたものだけ見ると、「部活・サークル」の割合が高くなることから、大学のサークルとなると人数が多いかつ他学年、他学科、他校の人との交流も増えるため、自分が好意を抱く人を見つけやすいのかもしれない。過去の好きになったきっかけでは上位3つは「内面的」なものであり、少なからず同じ時間を共有していたことがわかる。また、「相手に告白されたから」と回答した人の89.5%の人が実際にその相手と交際に発展していたことから返報性の原理が働いた可能性が考えられる。

次に、何を重視するのかという点についてだが、「内面」複が圧倒的に多かった。今回は数回答可だった為、ほとんどの人が重視する部分であるということが分かった。「外見」では「顔」を重視する人が圧倒的に多く、「顔」と「何か」という回答が多かった。このことから顔は常に露出している部分であり、第一印象に大きく影響を及ぼすため好意が持てるかどうかの判断材料にしやすいのではないかと考察することができる。次に「内面」では、外見と比べて項目の偏りは小さかった。

このことから「内面」といっても細かくみていくと重要視される部分は個人差が大きく、許容もしやすいのではないかと考えた。

最後に今回の調査の限界と展望を述べる。今回の調査の結果は男女比が大きく関係していると考察する。金政・谷口・石盛(2001)は、全体的に一貫して女性は男性よりも「やさしさ・思いやり」、「人柄の良さ(やさしさ以外)」といった内面的な望ましさを好意的な理由として挙げる。と指摘しており、今回の調査は女性比が71.3%であったため、結果もこれと同じことがいえるのではないだろうか。したがって今後は男女比が偏りすぎない調査と、直近だけでなくこれまでの恋愛歴なども合わせて調査することでより詳しい結果が得られるのではないかと考える。

#### 引用文献

橋本耕平(2006). 大学生の恋愛観と影響する諸要因 文教大学情報学部 社会調査ゼミナール研究報告.

金政祐司・谷口淳一・石盛真徳(2001). 恋愛のイメージと好意理由に及ぼす異性関係と性別の影響 対人社会心理学研究, 第1号, 147-158.

## 推し感情と恋愛感情の違い

18C114 内野 未夢、18C162 鈴木 萌奈

18C206 宮國 美波

### 問題と目的

日本には、アニメオタクや漫画オタクなどを含む「二次元オタク」や、アイドルオタクやジャニーズオタクなどを含む「三次元オタク」、他にも鉄道オタクなど、多くのオタクが存在している。特に二次元オタクの人数は多く、矢野経済研究所の2018年の調査によると、アニメオタクは約598万人、漫画オタクは約640万人存在すると言われている(ITmediaNEWS, 2019)。なお、二次元オタクには各々好きなキャラクターがいることが多く、その好きなキャラクターを「推し」と呼び、愛している。

しかし推しを愛するあまり、推しに対する愛情(以下「推し感情」という。)と恋愛感情の違いがわからなくなり、悩んでいる人がいる。YAHOO!JAPAN 知恵袋で「推し恋愛 違い」と検索したところ、「推しと恋愛の違いってなんですか?」といった質問が52件以上出てきた(2021年1月25日現在)。また、「彼氏が推し感情と恋愛感情の違いをわかってくれませんか。なんて説明すれば伝わりますか?」という質問もあった。

推し感情と恋愛感情の違いを見つけるこ

とによって、違いがわからずに悩んでいる人の悩みの解決への手助けができるだろう。また、推しがいない人に対して違いを説明しやすくなることで、オタク文化への理解の促進に貢献できるだろう。

そこで本研究では、大学生を対象に、推し感情と恋愛感情の違いを明らかにすることを目的とする。なお、本研究における推し感情は二次元のキャラクターに対するものとし、三次元の人物に対する推し感情は省くものとする。

### 方法

調査対象者

2020年10月29日~11月4日に、関東T大学の成人の学生75名(男性21名、女性54名)を対象とした。その内、有効回答数は59名(男性12名、女性47名)であり、データに欠損のあった1名を除いた58名(男性12名、女性46名)のデータを集計に用いた。なお、有効回答率は98.3%であった。

調査手続き

Microsoft Forms を用いて質問票を作成し、大学の講義中に調査への協力依頼と回答ページの配布を行った。

## 調査内容

回答者の性別・年齢・恋愛経験の有無、推しの有無・性別（同性・異性・わからない）・年の差（同い年・年上・年下）を尋ねる部分と、以下の4つの部分から構成されていた。なお、推しがいると回答した者にはすべての質問への回答を求め、推しがいないと回答した者には回答者の性別・恋愛経験の有無・推しの有無のみ回答を求めた。

### (1) 求めるもの

「経済力」「常識」など7つの選択肢から、相手に求めるものについて「1位」「2位」「3位」の全3項目を、それぞれ択一選択式で回答を求めた。

### (2) 身体接触

「腕を組む」「手をつなぐ」など6個の選択肢から、どんな身体接触がしたいか複数選択式で回答を求めた。

(3) ネガティブなイメージのある特徴を好きになれるか

「好みの外見ではない」「好みの声ではない」など12個の選択肢から、好きになれる特徴について複数選択式で回答を求めた。

(4) 好意的な相手とのかかわり・その相手に関係する人とのかかわり

恋愛感情を抱く相手や推しをXさんと仮定し、全6項目の質問に「はい」「どちらかといえばはい」「どちらかといえばいいえ」「いいえ」の4件法で回答を求めた。なお、6項目の内4項目では、「自分の存在を知ら

れない」「Xさんに幸せにしてもらいたい」など相手とのかかわりについて尋ね、他の2項目では「Xさんに自分以外の好きな人がいたら嫌な気持ちになる」など相手に関係する人とのかかわりについて尋ねた。

(1)～(4)の全11項目は、恋愛感情を抱いている相手の場合と推しの場合とで同じ質問を行い、回答を求めた。

## 結果

恋愛経験があるか調査した結果、「はい（ある）」と回答した人は55名、「いいえ（ない）」と回答した人は3名であった。また、推しがいるか質問した結果、「はい（いる）」と回答した人は40名、「いいえ（いない）」と回答した人は18名であった。

推しの性別については、「同性」と回答した人が7名、「異性」と回答した人が32名、「わからない」と回答した人が1名であった。また、年の差について「同い年」と回答した人は4名、「あなたより（推しの方が）年上」と回答した人は22名、「あなたより（推しの方が）年下」と回答した人は14名であった。

### 求めるもの

恋人に求めるものを調査した結果、1位が「性格」で55.0%、2位が「常識」で40.0%、3位が「常識」「生活力」で22.5%であった。また、推しに求めるものを調査した結果、1位が「外見」で45.0%。2位も「外見」で

35.0%だが、外見の次に高かったのは「性格」であった。(図1)  
 で 27.5%であった。3位は「声」で 35.0%

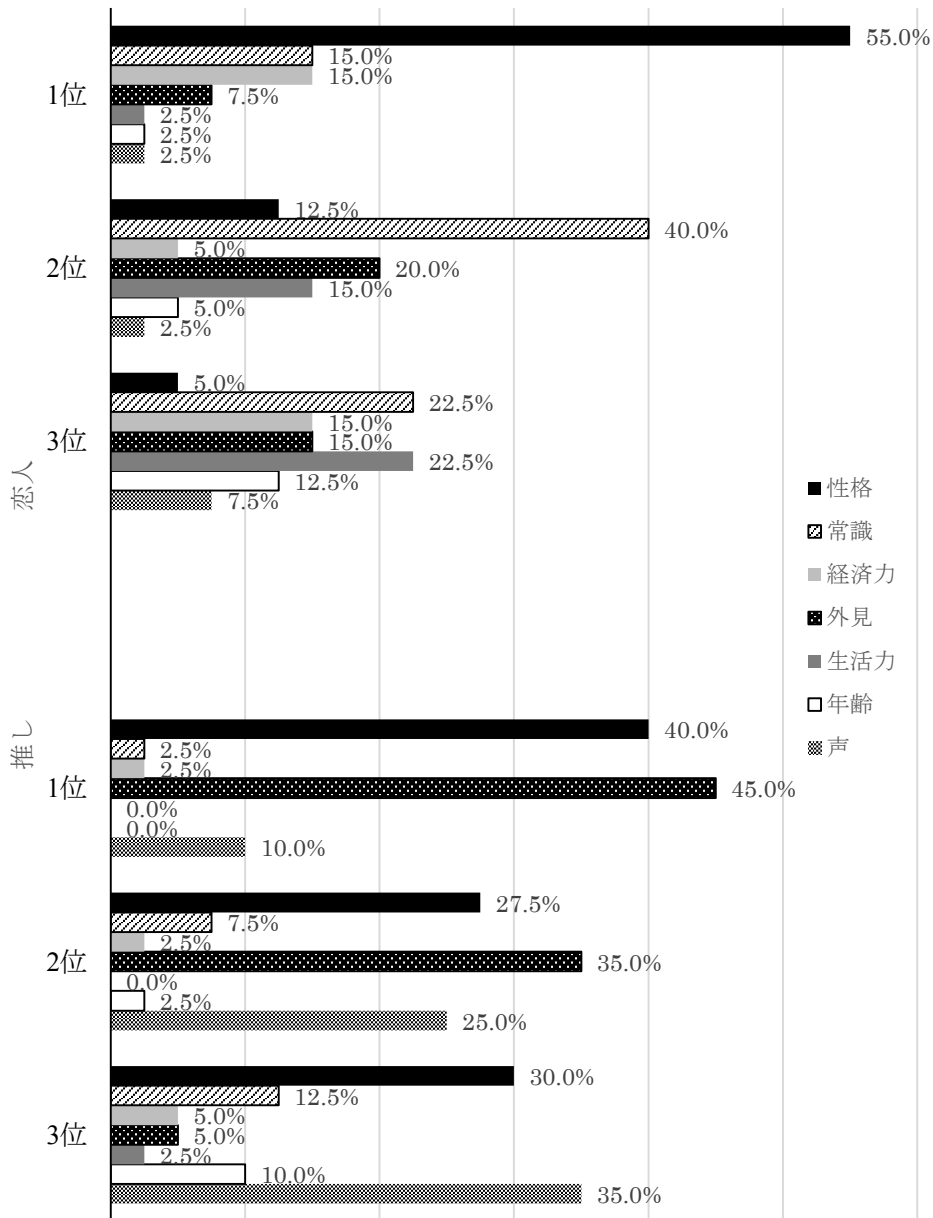


図1 恋人や推しに求めるもの

なお、1位から3位までの回答をすべてまとめたものを図2に示した。恋人に求めるものとして選ばれることが多かったのは、1位が「常識」で25.8%、2位が「性格」で24.1%、3位が「外見」で14.1%であった。

また、推しに求めるものとして選ばれることが多かったのは、1位が「性格」で32.5%、2位が「外見」で28.3%、3位が「声」で23.3%であった。

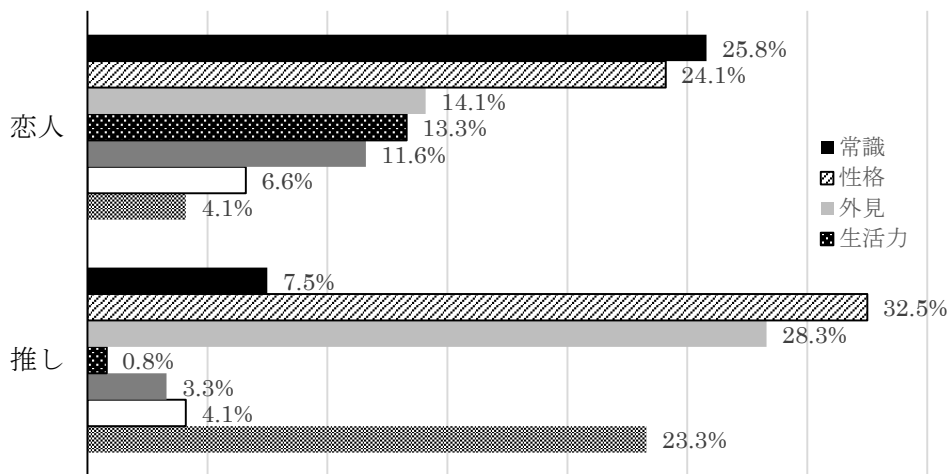


図2 「恋人や推しに求めるもの」1位～3位の回答の集計

### 身体接触

恋愛感情を抱く相手としたい身体接触は、「ハグ」が最も高く 92.5%、「手をつなぐ」が 85.0%、「腕を組む」が 77.5%、「キス」が 72.5%、「性行為」が 57.5%、「すべてしたくない」が 2.5%であった。

推しとしたい身体接触についても、「ハグ」が最も高く 55.0%、「手をつなぐ」が 52.5%、「腕を組む」が 40.0%、「すべてしたくない」が 35.0%、「キス」が 32.5%、「性行為」が 30.0%、であった。

### ネガティブなイメージのある特徴を好きになれるか

ネガティブなイメージのある特徴を持った現実の人物やキャラクターを好きになれるか尋ね、好きになれると回答したものを、図3に示した。12項目中9項目で恋愛より

も推しの方が回答が多く、推しよりも恋愛の方が回答の多かったものは3項目のみであった。

好意的な相手とのかかわり・その相手に関係する人とのかかわり

恋愛感情を抱く相手や、その相手に関係する人とのかかわりについて調べた。「はい」と「どちらかといえばはい」を合わせると、「Xさんと恋人になりたい」は 100.0%、「自分の存在を知りたい」は 95.0%など、すべての項目において 70.0%を超えていた。

また、推しや推しに関係する人とのかかわりについても調べた。「はい」と「どちらかといえばはい」を合わせると、「私がXさんを幸せにしたい」は 67.5%、「自分の存在を知りたい」は 50.0%など、すべての項目において恋愛感情の場合よりも下回る結果となった。

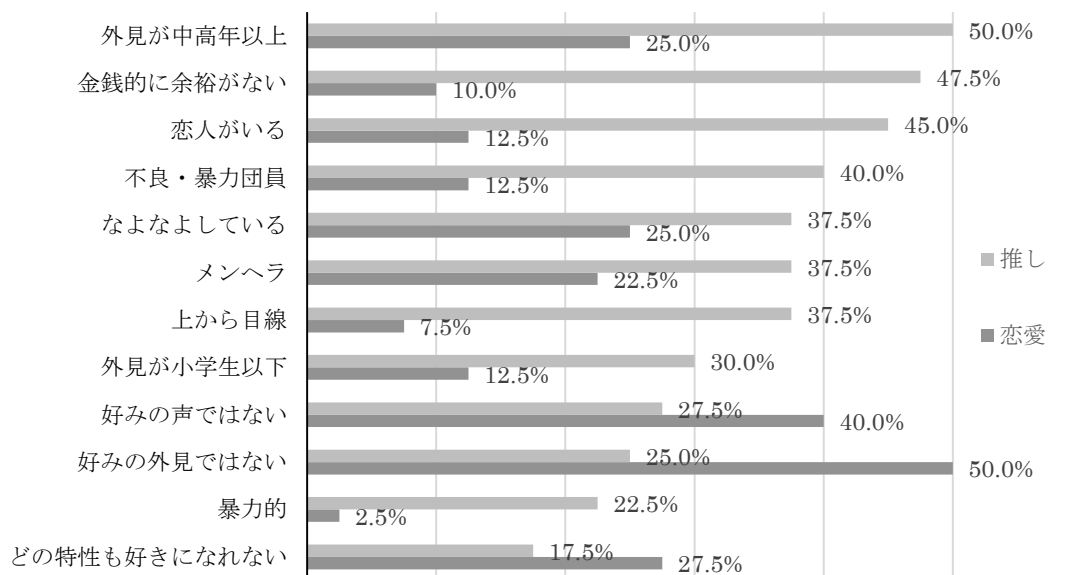


図3 好きになれる特徴

なお、これらを含めたかかわりについての結果を図4に示した。

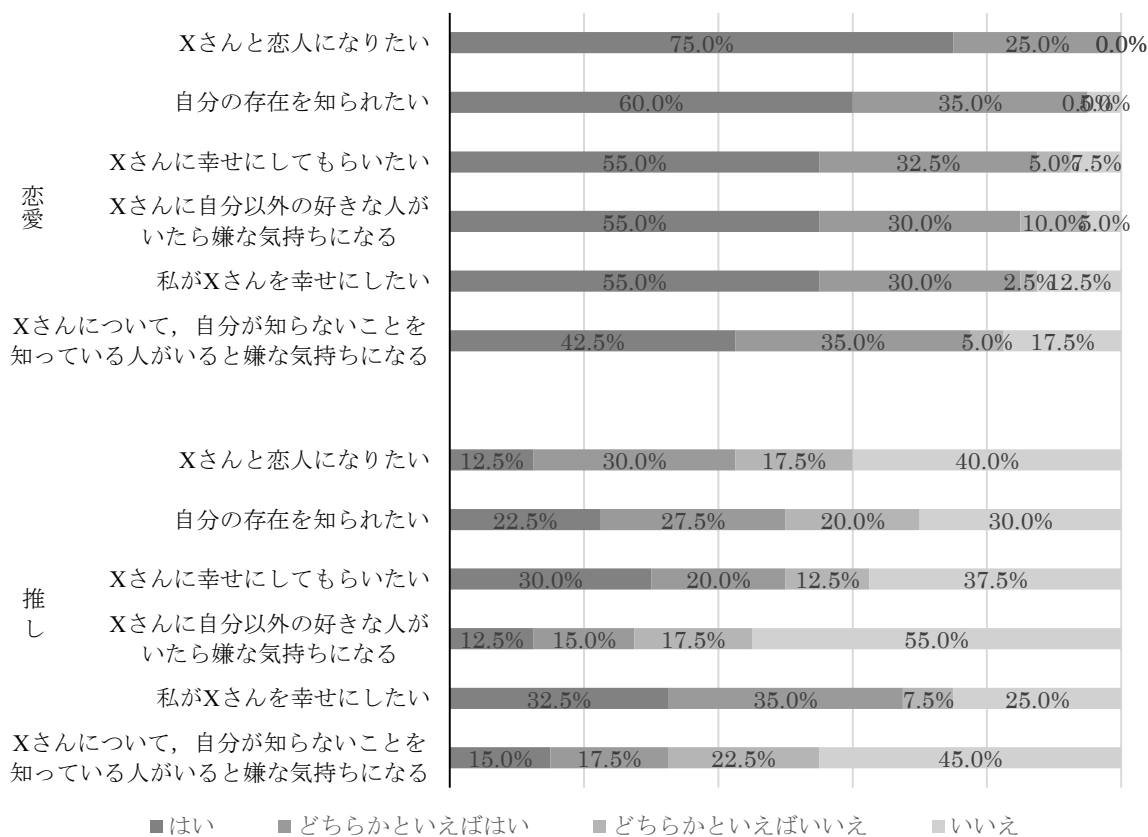


図4 好意的な相手とのかかわり・その相手に関する人とかかわり

## 考察

本研究では、推し感情と恋愛感情の違いを検討するため、アンケート調査を実施した。

身体接触について尋ねた結果、推しとキスや性行為など性的な接触をしたいと答えた人は約3割であった。松原・サトウ(2013)は、「萌え」には情動・対象・対象への評価の3側面があると述べ、また斎藤(※1)は、「推し」は対象に焦点をあてたものと述べている。ここから、推し感情とは萌えを構成する3側面の内の「情動」に焦点をあてたものであると考えられる。また、萌えは「恋愛感情、性的興奮の言い換えではない」(松原・サトウ, 2013) ことが明らかになっていることから、推し感情には恋愛感情や性的興奮が含まれておらず、そのため推しとの性的な接触は望まないと考えられる。

続いて、好意的な相手に関係する人とのかわりについて尋ねた。その結果、恋愛では約8割の人が、好きな人に自分以外の好きな人がいること、好きな人について自分が知らないことを知っている人がいることに対し、嫌悪を感じることを示された。伊福・徳田(2008)や金政(2002)の研究から、恋愛感情には独占欲が関係していることがわかる。そのため、この2項目においても相手を独占したい気持ちから、第三者に対し多くの人が嫌悪を感じたと考えられる。しかし推しの場合では約7割の人が、

推しに自分以外の好きな人がいても、推しについて自分が知らないことを知っている人がいても、嫌ではないと回答した。これは、先程も述べた通り推し感情には恋愛感情が含まれないため、独占欲が生じなかったと考えられる。また斎藤(※2)は、「推し活動は多くの場合集団で行われ」、「推しは『布教』などの積極的な交流を推進」し、「推しという共通項を通じてのファン同士の相互交流」が生じると述べていることから、推しの場合では推しを布教(共有)し第三者を含めた集団で推すため、第三者に対し嫌悪を感じないと考えられる。

最後に本研究の限界と展望を述べる。まず本研究では、夢女子という二次元のキャラクターに対し恋愛感情を抱く人々を考慮せずに、二次元のキャラクターに対する好意はすべて推し感情と定義した。今後は夢女子の存在を考慮し、夢女子群(恋愛感情あり群)と夢女子でない群(恋愛感情なしの推し感情のみ群)に分けて調査を行うことで、より恋愛感情と推し感情の違いを明確にできるだろう。また、本研究によって推し感情には恋愛感情が含まれないことが判明したが、一方でかわりについての質問では「私が推しを幸せにしたい」と回答した人は約7割もいた。今後は、この回答をした理由について調査が必要だろう。



## 引用文献

伊福 麻希・徳田 智代 (2008). 青年に対する恋愛依存傾向尺度の再構成と信頼性・妥当性の検討 久留米大学心理学研究, 7, 61-68.

ITmedia (2019). 一番お金を使っているのは“何オタク”? 矢野経済研究所が調査 ITmediaNEWS、<https://www.itmedia.co.jp/news/articles/1901/30/news132.html> (2021年1月25日)

金政 祐司 (2002). 恋愛イメージ尺度の作成とその検証 — 親密な異性関係, 成人の愛着スタイルとの関連から — 対人社会心理学研究, 2, 93-101.

松原 実香・サトウ タツヤ (2013). 対象, 評価, 情動の観点から検討する「萌え」立命館人間科学研究, 26, 21-34.

斎藤 清二 (※1). 「あ! 萌え」の構造 (10) — 「萌え」から「推し」へ — <https://www.humanservices.jp/wp/wp-content/uploads/magazine/vol38/27.pdf> (2021年1月27日)

斎藤 清二 (※2). 「あ! 萌え」の構造 (11) — 「関係性萌え」としての「推し」 — <https://www.humanservices.jp/wp/wp-content/uploads/magazine/vol40/29.pdf> (2021年1月28日)

YAHOO!JAPAN 知恵袋 (2019). 彼氏が推

し感情と恋愛感情の違いをわかってくれません。なんて説明すれば伝わりますか?、[https://detail.chiebukuro.yahoo.co.jp/qa/question\\_detail/q11212024806?\\_\\_yosp=5o6o44GX44CA5oGL5oSb44CA6YGV44GE44CA5b285rCP](https://detail.chiebukuro.yahoo.co.jp/qa/question_detail/q11212024806?__yosp=5o6o44GX44CA5oGL5oSb44CA6YGV44GE44CA5b285rCP) (2021年1月25日)

YAHOO!JAPAN 知恵袋 (2020). 推しと恋愛の違いって何ですか?、[https://detail.chiebukuro.yahoo.co.jp/qa/question\\_detail/q10223436100?\\_\\_yosp=5o6o44GX44CA5oGL5oSb44CA6YGV44GE](https://detail.chiebukuro.yahoo.co.jp/qa/question_detail/q10223436100?__yosp=5o6o44GX44CA5oGL5oSb44CA6YGV44GE) (2021年1月25日)

# 「推し」への恋心

18C124 莉込 優衣、18C120 小川 歩  
18C161 鈴木 ひなた、18C191 長谷川 未宇

## 問題と目的

アイドルブーム以降一般的になった「推し」という言葉。アイドルなどの著名人に向ける感情のあり方を表現する言葉として広まった概念であるが、なにごと定義があいまいなもの。これを実際の人間関係に持ち込んでしまったり、愛情表現と混同してしまうと、少し痛い目を見ることも。推しという言葉はファンという言葉にも言い換えられ、ファン心理とは、「直接的なコミュニケーションを持たず、主にマスメディアを介して知り得るタレント・アーティストに魅力を感じる」と定義されている。

(小城, 2005) ある論文では、「進化心理研究者の興味に先行して、恋愛研究については、社会心理学においても甘浦頻りに研究されてきた主要分野の一つである」と記されている。(中西, 2003) その中でも「ファン心理の研究は、「ユーミン現象」(中村, 1994) や「小田和正ファンの心理」(上野・渡辺, 1994)、「タカラヅカファン」(上瀬, 1994)、「大相撲ブーム」(上瀬・亀山, 1994) プロ野球ファンを対象としてファン同士の帰属意識について検討したもの(広沢・井上・岩井, 2006) などがあ

る。」(今井・砂田・大木, 2010) 誰もが持つ心理であるということで今回の調査では、若者たちの「推し」に対する感情が好意感情からくるものか、恋愛感情であるのか明らかにすることを目的とする。これらを検討するため大学生を対象にアンケート調査を実施する。

## 方法

### 調査対象

東京成徳大学の臨床心理学科の学生 75 名。そのうち 53 名 (男性 11 名、女性 42 名) から回答を得た。

## 調査期間

2020 年 11 月上旬 大学の講義中に質問ファイルをネットワークに添付して集合調査を行った。

## 調査内容

質問は以下の内容から構成されている。

- 推しとの出会いはいつか
- 推しの年齢はいくつであるか
- あなたの推しは何次元であるか
- 恋心を抱いて好きになったか
- 好きになって恋心を抱いたか
- 今現在、恋人はいるか
- 推しが理想の人であるか
- 一か月の収入のうち何割推しに使っているか

回答は「はい」「いいえ」の 2 件法と最後の質問には「2 割」「5 割」「8 割」「それ以上」の 4 件法である

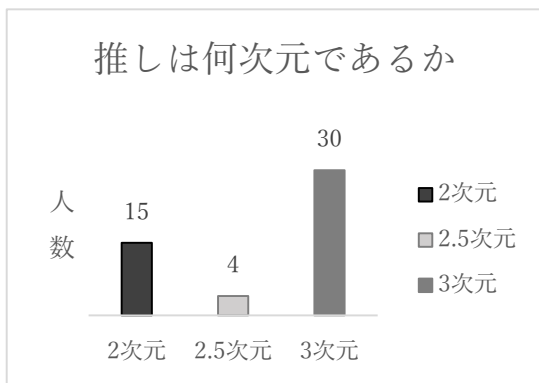
## 結果

推しとの出会いについて、約 79% (39 人) が推しと出会って 2 年以上の期間をえていて、21% (10 人) が推しと出会って 1 年未満の期間をえているとの回答であった。

推しの年齢について年下 14 人、同い年 4 人、年上 30 人とのかいとうであり、自分より年上の推しがいることが一番多いとわかる。

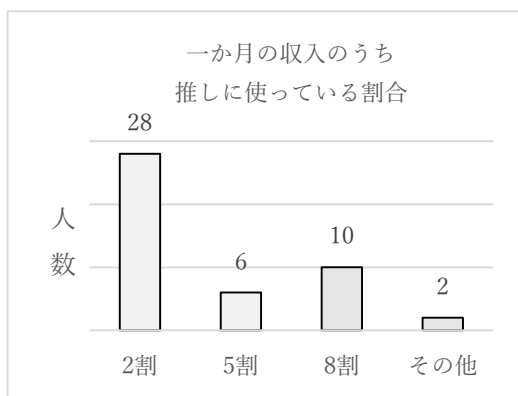
恋心を抱いて好きになったか、好きになってから恋心を抱いたかについて 5 分 5 分の回答となった。

推しの人何次元であるかについていかの図に示した。図から3次元が多いことがわかる。



今現在、彼氏や好きな人がいるかについてと、推しが理想の人かどうかについてどちらも5分5分の結果になった。

一か月の収入のうち何割推しに使っているかについて以下の図に示した。60%が収入の2割使っており、一番多い結果となった。



### 考察

推しとの出会いについて79%の人が2年以上推していることから推しと出会って1年未満という人もこれから推しが変わらずに長期間推し続けると考えられる。

これをより明らかにするには、改善点として推しの人を長期間変わっていないかを調べる必要がある。

今現在恋人がいるかについて半数の人がいるとの回答から、推しとは別に恋愛感情を抱く人が身近にいることから推しと恋人は、それぞれ感情が異なっ

ているのではないかと考える。半数の人が推しへの恋心とは別に恋愛しており、推しが身近な人ではないからこそ応援したいという気持ちなどで推し続けているのではないだろうか。

3次元の推しが多いことについてマスメディアなどをおして目にすることが多いからではないかと考える。

推しに使う収入について、考えて使っていることがわかるため恋心とお金の使い方は関係ないと明らかになったといえる。

今回の目的である推しへの恋心が好意なのか恋愛であるのかについて推しも好きも好意感情であることに変わりなく、好意として推している人もいれば、恋愛感情を抱いて推している人、どちらもおおくることとなった。推しに対してそれぞれ分不相応感、距離感、親しくなれない線引きがあるため、はっきりとした結果を出すにはより調査しなければならないであろう。

改善点としては、人に対する恋心は人それぞれ線引きが異なると考えられるためより細かな調査と時間が必要だと考える。

### 引用文

- ・広沢 俊宗・井上 義和・岩井 洋 (2006) プロ野球ファンに関する研究 (V) —ファン心理、応援行動、および集団所属意識の構造—関西国際大学地域研究書
- ・今井 有里紗・砂田 純子・大木 桃代 (2010) ファン心理と心理的健康に関する検討
- ・上瀬 由美子 (1994) タカラヅカファン 松井豊 (編) ファンとブームの社会心理学 サイエンス社
- ・上瀬 由美子・亀山 尚子 (1994) 大相撲ブーム 松井豊 (編) ファンとブームの社会心理学 サイエンス社
- ・小城 英子 (2005) ファン心理の構造 (2) ファン対象職業によるファン心理・ファンの行動の

比較 関西大学大学院人間科学

- ・中村 紀子 (1994) ユーミン現象 松井豊  
(編) ファンとブームの社会心理学 サイエンス社
- ・中西 大輔 (2003) 好意感情と恋愛感情の  
混同：進化心理学的アプローチによる実験研究 広  
島修大論集.人文編
- ・今井 有里紗・砂田 純子・大木 桃代  
(2010) ファン心理と心理的健康に関する検討  
文教大学生生活科学研究
- ・上野 行良・渡辺 麻子 (1994) 小田和正フ  
ァンの心理 松井豊 (編) ファンとブームの社会心  
理学 サイエンス社

## 大学生のダイエットに関する意識調査

18C115 榎本 奈々、18C119 大和田 雛子  
18C168 田草川 咲、18C214 山崎 春香

### 問題と目的

我々は、様々なメディアを通して毎日のようにダイエットに関する話題を目にしている。ダイエットとは、食事の量を制限したり、エクササイズや運動をしたりして減量することを指す(由田, 2019)。これまでのように雑誌やテレビからだけでなく、最近では SNS の広告で取り上げられていることも多い。SNS によってはその広告を一定時間スキップできないように設定されているものもあるため、我々が意識せずともダイエットに関する情報は自然と入ってくるのだ。

一方で、若者の強すぎるダイエット思考や痩せ願望を指摘している声もある。特に、若い女性の「やせ」は多くの健康問題のリスクを高め、さらに若い女性や妊婦の低栄養問題「次世代の子ども」の生活習慣病のリスクを高めると危惧されている(林, 2019)。

そこで本調査では、大学生がダイエットに対してどのような意識を抱いているのか調べることを目的とする。また、痩せ願望から実際どのようなダイエット行動に繋がっているのか、その関係性についても検討する。

### 方法

#### 調査対象者

東京成徳大学に在籍している学生 75 名(男性 21 名、女性 54 名))

#### 調査時期

2020 年 10 月 29 日から 11 月 5 日の間に、Microsoft Forms を用いてインターネット上で回答してもらった。

#### 調査内容

質問紙は以下の問いとフェイスシート(性別、年齢)から構成されている。

(1) ダイエット経験や気にしていること、目的につ

いて、「痩せたいと思ったことがある」「体重の数字よりも見た目を気にする」「周囲の評価のためではなく自分のために痩せる」など計 7 項目について尋ねた。回答は、「当てはまらない」「やや当てはまらない」「やや当てはまる」「当てはまる」の 4 件法である。

(2) 実際に行ったことのあるダイエット方法について、複数選択式で尋ねた。「食事制限」「有酸素運動」など計 6 項目回答を用意した。

(3) ダイエット開始のきっかけとして最も当てはまるものを単一選択式で尋ねた。「体重の増加」「見た目の変化」など計 6 項目回答を用意した。

(4) ダイエット終了のきっかけとして最も当てはまるものを単一選択式で尋ねた。「目標達成」「あきらめ」など計 5 項目回答を用意した。

なお、(2) (3) (4) については回答項目に「その他」を用意し、選んだ人には自由記述式で回答してもらった。

### 結果

(1) 7 項目中特に大きな差があった質問が「痩せたいと思ったことがある」「ダイエットをしたことがある」で、8 割以上の人々が「当てはまる」「やや当てはまる」と回答した。また、「体重よりも見た目を気にする」「周囲の評価のためではなく自分のために痩せる」という質問でも 7 割以上の回答があった。対して、「当てはまらない」と回答した人が最も多かった質問が「健康よりも痩せることを重視している」で 3 割の人が回答した。

(2) 最も多かった回答が「筋トレ」、次いで「食事制限」であった。また、「その他」では「断食」という回答があった。

(3) 最も多かった回答が「見た目の変化」、次いで「体重の増加」であった。それ以外の項目ではあまり飛び抜けた回答は見られなかったが、「その他」で

は「好きな服が着られなくなった」という回答があった。この質問の結果については図1に示す。

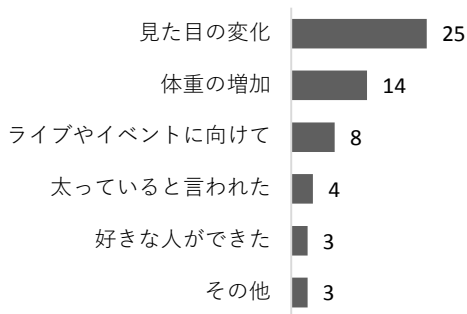


図1 ダイエット開始のきっかけ回答結果

(4) 最も多かった回答が「あきらめ」、次いで「目標達成」であった。こちらも(3)同様それ以外の項目ではあまり飛び抜けた回答は見られなかった。しかし、「その他」は項目を用意した(2)(3)(4)の中では最も回答数が多く、「好きな人と付き合えた」「ご飯が美味すぎる」などの回答があった。

### 考察

本調査では、大学生がダイエットに対してどのような意識を抱いているのか、そして痩せ願望と実際に行ったダイエット行動の関係性について検討するため質問紙調査を実施した。その結果、ほとんどの人が痩せたいと思ったことがあり、実際ダイエット経験がある人も多いと示された。

冒頭で若者の強すぎる痩せ願望について触れたが、思いの強さは人それぞれあれど、やはり多くの学生が「痩せたい」という感情を抱いたことがあるとわかった。この感情は自分の体型へのコンプレックス

から生まれるものと考えられる。そのため、そのコンプレックスを解消しようとダイエット行動に移す人が多いのだろう。この流れから、痩せ願望とダイエット行動には繋がりと推測される。

また、見た目を気にする人が多いと示されたこともコンプレックスと関係しているだろう。見た目の変化というのは自分だけでなく、他人からもわかりやすいものだ。見られている”目”が多い分、体型に意識が向いてしまう。本調査では自分のために痩せるという意見が多く挙げられたが、それとは別にダイエット行動の結果を周囲に認知されたいという心情があると考えられる。

本調査の改善点は回答者の多くが女性であったことだ。そのため、男性女性でダイエットの意識に差があるか否かは検討できなかった。従って、今後は男性の意見も多く集めることで、ダイエットに対して幅広い視点で考えていく必要があるだろう。

### 参考文献

- 林 芙美 (2019). 若い女性の「痩せ」や無理なダイエットが引き起こす栄養問題, eヘルスネット, <https://www.e-healthnet.mhlw.go.jp/information/food/e-02-006.html> 厚生労働省
- 由田 克士 (2019). ダイエット, eヘルスネット, <https://www.e-healthnet.mhlw.go.jp/information/dictionary/metabolic/ym-090.html> 厚生労働省

## ファッションに対する関心や印象

18C130 菊地 翔太、18C149 佐藤 萌夏  
18C190 長谷川 真由、18C193 張替 萌花

### 問題と目的

今現代、トレンドの一つとしてファッションは欠かせない物である。ファッションとは、流行そのものの服飾のことを表し、特に服装の事を指し他にも装飾品(帽子やアクセサリ)やヘアスタイルや化粧などの美容に関する事も含まれている。また、90年代からアメリカからタトゥー文化が広まり日本でもファッションとしてタトゥーを入れる人も多くいる。ファッションは、人それぞれ個性を持つものでありまた、服装をコーディネートする際にアクセサリをつける人が多くいる。近年では、耳だけではなく顔や身体、舌などにピアスをつけている人もいたり、海外では世界中で有名な芸能人の人もタトゥーを入れていたりする。

しかし、一方で服装に対して全く関心がない人やピアスやタトゥーに対して良い印象を持っていない人もいる。東京イセアクリニックは9月25日、「タトゥー・入れ墨への認識・イメージに関するアンケート調査」の結果を発表した。国内在住で20~40代の男女350人から回答を得「タトゥーが入っている人」を見かけたときの印象を聞くと、最も多かったのは「怖い(反社会的なイメージ)」(44.0%)。以降「若気の至り、恥ずかしい」(29.4%)、「生活に支障が出てしまう(足かせ)」(26.9%)、「不快、不愉快」(26.3%)とネガティブなイメージが上位を占めた。一方「格好いい」は3.4%に留まった。

また、しらべえ編集部が、全国20~60代の男女1,363名を対象にピアスを開けているか調査したところ、ピアスを開けている」と回答したのは全体の19.3%。男性の割合は6.5%で女性の割合は32.1%と3人に1人が開けていることがわかった。

タトゥーやピアスはファッションの一つや個性という意見もあるがまだ多くの人が否定的な意見を持っている。このような結果を踏まえこの調査では東京成徳大学の学生を対象に以下の3点を明らかにする事を目的とする。

- ①ファッションを決める際にSNSを参考にしているか。
- ②ピアスに対して偏見、抵抗はあるか。
- ③タトゥーに対してマイナスなイメージがあるか。

### 方法

#### 調査対象

関東T大学3年生75名。そのうち54名(男性12名、女性41名、その他1名、平均年齢20.69歳)から回答を得た。

#### 調査時期

2020年10月下旬、オンライン授業中に質問紙のURLを配布し回答を求めた。

#### 調査内容

質問紙は以下の三つの部分とフェイスシート(性・年齢・職業)から構成されている。

- (1) ファッションに関する質問  
「ファッションを決める上でSNSを参考にしているか」、「服は値段が安いものを買うようにしているか」など6項目
- (2) ピアスに関する質問  
「ピアスに対して偏見、抵抗はあるか」、「ピアスに一度でも関心を持ったことがあるか」など6項目
- (3) タトゥーに関する質問  
「タトゥーに対してマイナスなイメージがあるか」、「有名人などのタトゥーをみて自分も付けたと思ったことはあるか」など6項目

全 24 項目の回答の仕方は 5 作法であるが、各質問によって選択肢が変わる。

## 結果

### 単純集計

図 1、70%弱がとても思うやそう思うに投票していた。

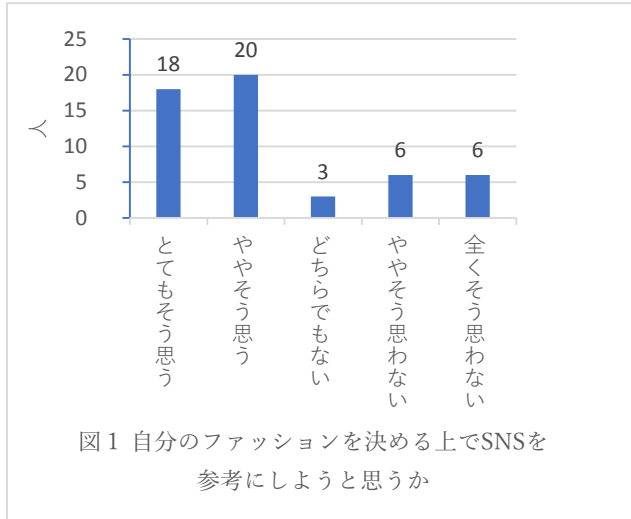


図 2、半数以上が全くないほとんどないが占めていた。それに対して 20% くらいの人がとてもあるや、ややあるに投票していた。

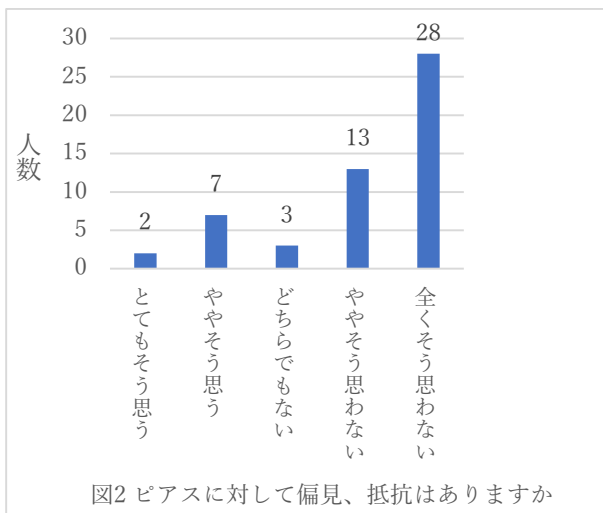
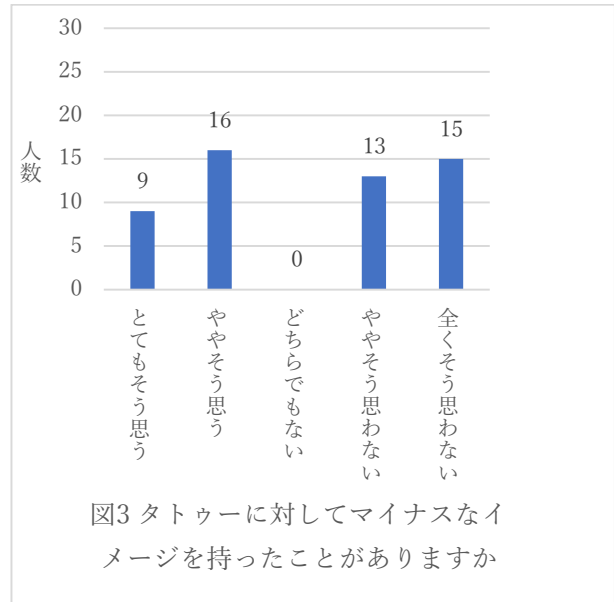


図 3、どちらでもないという意見が一つもなく結果が半々に別れている。どちらかと言えば批判的である。

とても思う、ややそう思うの回答率が半数を超えており多くの人が SNS を参考にしていることが結果として示された。ファッション雑誌を買ってファッション参考にするよりも、SNSの方がより情報量も多く見やすいため SNS を参考にしている人が半数を超えたと考える。



全くそう思わない、ややそう思わないの回答率が高く、ピアスは種類も豊富で気軽に買えるアクセサリでワンポイントなアクセサリなため偏見や抵抗があるの意見が少ないと考える。

どちらでもないという回答が一つもなくマイナスなイメージを持つ人と持たない人が半数ずつに分かれたことからタトゥーは気軽に入れる事ができないことや、一度入れると撮ることが困難なためタトゥーはピアスほど普及してないことがわかった。

### 考察

本研究ではファッションを決める際に SNS を参考にしているか、ピアスに対して偏見、抵抗はあるか、タトゥーに対してマイナスなイメージを持った事があるか検討するため質問紙調査をした。その結果、自分のファッションを決める際に SNS を参考にしていることと、ピアスに対して偏見や抵抗はないことが示された。また、タトゥーに対してはマイナスなイメージを持つ人がやや多くいる事が示され



た。現代では雑誌を読んでファッションを参考にするより Instagram や Twitter などが情報量も多く気軽に検索しやすいから SNS で参考にしている人が多くいると想定する。次にピアスのついて調査したところしらべえ編集部によると女性の3人に1人がピアスをつけていることからピアスに抵抗や偏見はほとんどないと考える。次にタトゥーについて調査したところ芸能人などもタトゥーを入れている人がいるので現代ではタトゥーに対してマイナスなイメージや偏見はマイナスなイメージや減って入るものの、一度入れると手術をしないと取る事ができなかつたり、温泉施設やプールを利用できなくなつてしまつたりと、気軽に入れる事ができないからと想定する。

本研究では大学生が値段によってファッションを

決めたり、流行でファッションを決めるなどの結果も示された。今後、回答項目をより細かくし調査することでより詳細な結果が得られるであろう。

### 引用文献

タトゥーを入れて「後悔」が9割 男性の半数は「タトゥーを入れた人は絶対に恋愛対象外」と回答  
<https://news.livedoor.com/article/detail/13665392/>

ピアスを開けているのはどんな人？ 職業別の割合も「男女でまったく異なる傾向」が判明  
[https://www.excite.co.jp/news/article/Sirabee\\_20161899437/](https://www.excite.co.jp/news/article/Sirabee_20161899437/)

## 同担から考える同担拒否の定義

18C112 岩村 初音、18C116 大江 未来

18C126 川口 麻衣、18C182 中澤 陽香

### 問題と目的

近年テレビだけではなく、YouTube、ニコニコ動画、ツイキャス、SHOWROOM、OPENREC.tv などインターネットの配信コンテンツからアイドルや配信者をよく目にするが多くなった。向居・竹谷・川原・川口（2016）は、「多メディア化が加速する現代社会において、ファンを取り巻く環境は変化している。」と述べている。現代社会においてファン文化は日々進化している中、新たにバーチャルなコミュニケーションなどが組み合わさり、新たな言葉として進化を遂げている。

ファンとは、向居・竹谷・川原・川口（2016）によると、「スポーツ・演劇・映画・音楽などで、ある特定の人物（グループ：チームを含む）に対して魅力を感じている人」と定義している。また、植田（2019）は「アイドルとアーティストの違いは、アイドルは楽曲が好きであるというよりも、アイドル自身に興味があるという『推す』行為にある。」と述べており、ファンを表す単語として、推し、〇〇のオタクと呼び、また、それぞれのファンのことをいろいろな呼び方で呼んでいる。ジャニーズのある男の子を好む〇〇担当。BTS、SEVENTEEN、TWICEなどのK-pop グループを好む〇〇ペン。ここに書かれないところでも種類・ジャンル問わずオタク文化は盛んに存在している。オタクという単語が有名になった事件などがあり、オタクと言えばマイナスイメージが多かった。しかし、最近では日本のオタク文化だけ

ではなく、海外などでも取り上げられ、メジャーなイメージではないかもしれないが、マイナーなイメージでもなく世界にわたって使われる言葉となってきた。

オタクとしての推し方にも多様な種類がある。小城（2004）は、「ファン心理は『作品の評価』『擬似恋愛感情』『外見的魅力』『同一視・類似性』『流行への同調』『ファン・コミュニケーション』『尊敬・憧れ』『流行への反発・独占』の8側面に分類されること、また、ファン心理の主軸となっているのは『作品の評価』『尊敬・憧れ』であることが明らかになった。」また、「ファン行動は『情報収集』『熱狂行動』『作品の収集・鑑賞』『模倣行動』『宣伝行動』の5つに分類され、そのうち『情報収集』と『作品の収集・鑑賞』が主要なファン行動である。」と述べている。こうしたファン心理・行動がある中、自分が応援しているメンバーと同じ対象を応援していることを意味する「同担」という分野に焦点を当てた。自分が応援しているメンバーと同じ対象を応援している人を一緒になって応援する「同担歓迎」。その逆になる一緒になって応援したくない「同担拒否」と呼ばれる2種類の推し方がある。その中でも、「同担拒否」については拒否とつくからかあまりいいイメージを持たれていない。こうした同担歓迎、同担拒否という単語が新しく聞くようになったが、オタクにとってプラスな研究は多いが、マイナスイメージの研究は多くはない。

そこで本研究では、どのようにして同担拒否になったのか。また、同担拒否の定義について検討するためアンケート調査を実施する。

## 方法

### 調査対象

東京成徳大学の社会調査実習を受講する生徒と調査者の友人の合計104名(男性20名,女性81名,その他3名,平均年齢約23歳)を対象とした。

### 調査期間

2020年10月下旬~11月下旬にかけての約1ヶ月,東京成徳大学の社会調査実習の授業内,または調査者の友人にSNSで呼びかけ,Microsoftのformsの質問に回答をしてもらった。

### 調査内容

質問はフェイスシート(年齢,性別)の方に以下の項目で構成されていた。

- ①自分の推しについて(推しのカテゴリー,推しの性別など)
- ②自分の推し方について(同担歓迎 or 同担拒否 or わからない,どんな人に同担拒否をするかなど)
- ③推しにまつわるそれぞれの場面に遭遇した場合,回答者はどう思うか5件法(良い,どちらかという和良好的,どちらでもない,どちらかという悪い,悪い)

## 結果

### 単純集計

・「あなたはどのタイプでしょうか。」という項目では,同担歓迎61%,同担拒否27%,わからないが12%であった。

・「同担拒否のきっかけになった出来事で当てはまるものを全て選んでください。」という項目では,まず自己防衛14名と多く,次に恋愛感情,価値観が合わ

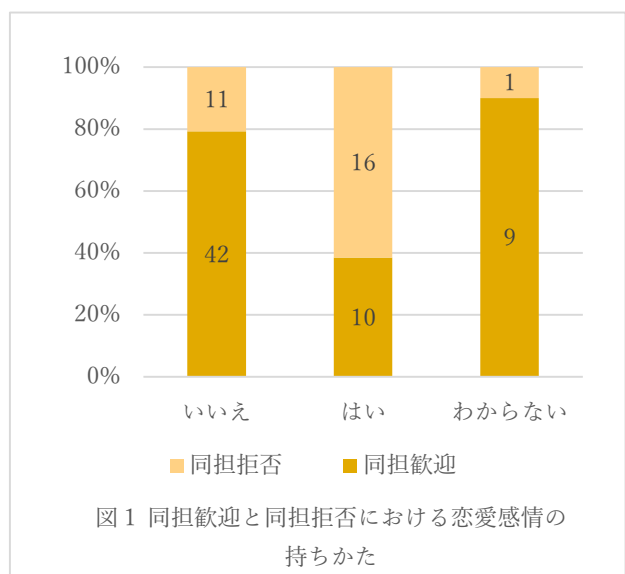
ない,マウントを取られたが同率11名と回答が多くみられた。

・「同担拒否に対するイメージで次の中から当てはまるものを全て選んでください。」という項目では,独占欲がある69名,恋愛感情を抱いている56名,マウントをとってくる55名,自己防衛53名の順で回答が多く見られた。

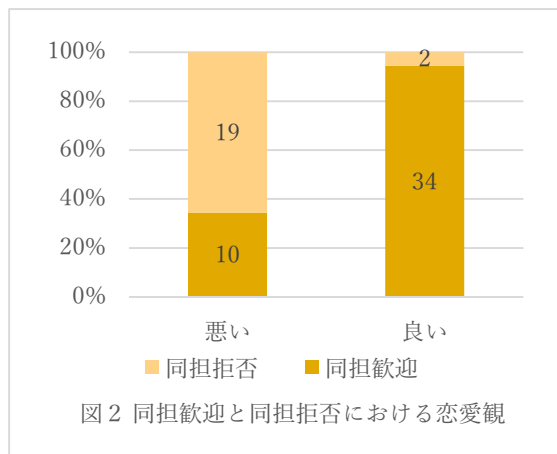
・「同担と問題になったことがありますか。」に,あると答えたのは27名,ないと答えたのが74名だった。また,あると答えた人の中で「あると答えた方にお聞きします。その理由は何ですか。当てはまるものを全てを選択してください。」という項目では,マウントを取られた18名,嫌がらせをされた15名,悪口を言われた13名となった。

### ピボットテーブル集計

・「あなたはどのタイプでしょうか。」と「推しに恋愛感情を抱いていますか。」を比べた。同担歓迎で恋愛感情ありは16%,同担歓迎で恋愛感情なしが69%。同担拒否で恋愛感情ありは57%,同担拒否で恋愛感情なしが39%であった。

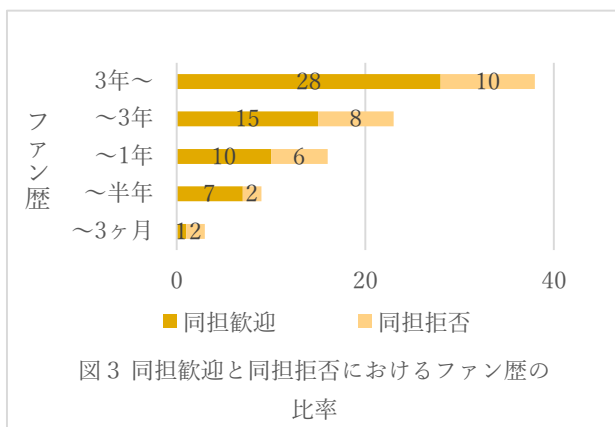


・「あなたはどのタイプですか。」と「推しに恋人がいたらどう思いますか。」の質問を比べた。推しに恋人がいたら悪いと回答した合計 29 名のうち同担歓迎が 10 名(34%),同担拒否が 19 名(66%)という結果が見られた。また,推しに恋人がいたら良いと回答した合計 36 名のうち同担歓迎が 34 名(94%),同担拒否が 2 名(6%)という結果が見られた。

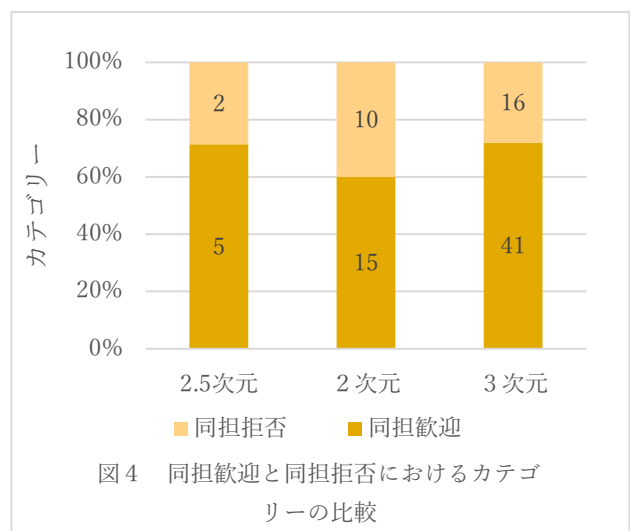


・「あなたはどのタイプでしょうか。」と「ファン歴を教えてください。」という項目を比べてみた。

まず,同担歓迎は「～半年」7名,「～3ヶ月」1名,「～1年」10名,「～3年」15名,「3年～」28名で,同担拒否は「～半年」2名,「～3ヶ月」2名,「～1年」6名,「～3年」8名,「3年～」10名であった。



・「あなたはどのタイプですか。」と「推しのカテゴリーを教えてください。」の質問を比べると,2.5次元と回答した7名のうち同担歓迎が5名(71%),同担拒否が2名(19%),2次元と回答した25名のうち同担歓迎が15名(60%),同担拒否が10名(40%),3次元と回答した57名のうち同担歓迎が41名(72%),同担拒否が16名(18%)という結果が見られた。



### 考察

本研究では,どのようにして同担拒否になったのか。また,同担拒否の定義について検討することを目的とした。そのため forms で調査を行った結果,まず,「あなたはどのタイプでしょうか。」という項目では,同担歓迎 61%,同担拒否 27%,わからないが 12%であった。さらに,「同担拒否に対するイメージで次の中から当てはまるものを全て選んでください。」という項目では,独占欲がある 69名,恋愛感情を抱いている 56名,マウントをとってくる 55名,自己防衛 53名の順で回答が多く見られた。同担拒否の割合は同担歓迎と比べると少ない。しかし,独占欲,恋愛感情,マウントとイメージでプラス思考は少ない傾向にあるといえる。

「同担と問題になったことがありますか。」に、あると答えたのは 27 名、ないと答えたのが 74 名だった。また、あると答えた人の中で「あると答えた方にお聞きします。その理由は何ですか。当てはまるもの全てを選択してください。」という項目では、マウントを取られた 18 名、嫌がらせをされた 15 名、悪口を言われた 13 名となった。同担拒否になったきっかけにあった通り、自己防衛をする理由に当てはまる結果となった。イメージや問題になったマウントをとっているに回答があるということは、これはイメージだけではなく同担歓迎の人、同担拒否の人両方に実際に目撃した光景があるということではないかと考える。さらに中林・水口 (2020) は、「他者との意見比較や意見交換は自己の妥当性を改めて感じ、自尊感情を維持するための行為であり、比較対象は似た立場にある人を選択していると考えられる。」と述べている。自己防衛やマウントは、他者との比較を行った際に出る反応だと考えられる。

恋愛感情について尺度を作り、「あなたはどのタイプでしょうか。」と「推しに恋愛感情を抱いていますか。」を比べた。同担歓迎で恋愛感情ありは 16%、同担歓迎で恋愛感情なしが 69%。同担拒否で恋愛感情ありは 57%、同担拒否で恋愛感情なしが 39%であった。また、「あなたはどのタイプですか。」と「推しに恋人がいたらどう思いますか。」の質問を比べた際には、推しに恋人がいたら悪いと回答した合計 29 名のうち同担歓迎が 10 名(34%)、同担拒否が 19 名(66%)という結果が見られた。また、推しに恋人がいたら良いと回答した合計 36 名のうち同担歓迎が 34 名(94%)、同担拒否が 2 名(6%)という結果が見られた。この結果から同担拒否ほど恋愛感情を抱いていて、

小城 (2006) の「ファン心理の軸をなす『作品の評価』『尊敬・憧れ』は主に同性同士の組み合わせ、『俳優』や『アイドル』に特徴的な『擬似恋愛感情』『外見的魅力』は異性同士の組み合わせが中心であるといえる。」と述べているように、「擬似恋愛感情」に当てはまるものがある。これは、ファン心理において同担に拒否反応を抱くのは、仮に付き合っている人がいて横取りをされたくないように、ファンも恋愛対象としてみても見ていなくても同じような感情になると考えられる。

次に、「あなたはどのタイプですか。」と「推しのカテゴリーを教えてください。」の質問を比べると、2.5次元と回答した 7 名のうち同担歓迎が 5 名 (71%)、同担拒否が 2 名 (19%)、2次元と回答した 25 名のうち同担歓迎が 15 名 (60%)、同担拒否が 10 名 (40%)、3次元と回答した 57 名のうち同担歓迎が 41 名 (72%)、同担拒否が 16 名 (18%) という結果が見られた。3次元の推しが多いことが分かった。同担拒否の割合で一番高い 2次元は、現実世界にいないからこそ理想の推し像に近い推しを推しているからなのではないかと考える。また植田 (2019) は、「アイドルとアーティストの違いは、アイドルは楽曲が好きであるというよりも、アイドル自身に興味があるという「推す」行為にある。」また、「『推しメン』(特に気に入っているメンバー、応援しているメンバー)や『推し箱』(グループ全体を推す)に会いに行くことを目的とするため、人気アーティストに比べ衰え難い特徴を有する。」と述べている。3次元は直接会いに行けることが3次元を推している一つになるのではないだろうか。また2次元では理想像について考え推すと仮定すると、他者との会

話で解釈の不一致やそれによる独占欲,売っているグッズ等でのマウントがあると考えられる。さらに3次元では,会いに行けるとなると,ライブでのファンサービスや握手会など会えることによる独占欲,同担と問題になることによる自己防衛から同担拒否となると考えられる。

「あなたはどのタイプでしょうか。」と「ファン歴を教えてください。」という項目を比べてみた。まず,同担歓迎は「～半年」7名,「～3ヶ月」1名,「～1年」10名,「～3年」15名,「3年～」28名で,同担拒否は「～半年」2名,「～3ヶ月」2名,「～1年」6名,「～3年」8名,「3年～」10名であった。この結果は,ファン歴はそこまで関係がないことが分かった。

以上のことからどのように同担拒否なったのかは,同担とのトラブルや,自信の独占欲,同担という他者のマウントによる自己防衛ということが分かった。

このことから導き出される同担拒否の定義は,「自分自身が推している推しに対して抱く感情を他者が害さなく,同担という同じ立場でいることである条件のもと自己防衛的に発生するもの。」だと結論づけた。

今回同担拒否の定義を考える上で,同担歓迎と比較を行った。しかし,思いのほか同担拒否の割合が少なく,十分と言える結果が得られなかった。また,小城(2004)のようにファンの分類を次元で分けてしまったがために男女比など,比べるまでにいかなかった。さらに,毎月の使用額や感情面,主なエピソード

を調査したが,カテゴリーを次元化してしまったことで,幅広くなり結果を考察にまでつなげることが難しくなってしまった。カテゴリーを細分化することで今後の研究に大きく展望が期待できるだろう。

#### 引用文献

植田 康孝(2019). アイドル・エンタテインメント概説(3)～アイドルを「推す」「担」行為に見る「ファンダム」～ 江戸川大学紀要,29,133-153.

小城 英子(2004). ファン心理の構造(1)ファン心理とファン行動の分類 関西大学大学院人間科学: 社会学・心理学研究,61, 191-205.

小城 英子(2004). ファン心理の構造(3)性別によるファン心理・ファン行動の比較と,ファン層の分類 関西大学大学院人間科学: 社会学・心理学研究,64, 177-195.

中林 春海・水口 崇(2020). ファン心理やその活動と大学生の心理的健康の関係ー現代社会におけるファナティックの様態と意義ー 信州心理臨床紀要第, No.19,33-55.

向居 暁・竹谷 真詞・川原 明美・川口 あかね(2016). ファン態度とファン行動の関連性 高松大学・高松短期大学研究紀要, 64・65,233-257.

## 友人関係で気を遣うこと

18C113 上野 夏穂、18C172 田中 柚衣

18C143 齋藤 あいな、18C163 高嶋 なな

18C194 伴野 夏美

### 問題と目的

近年、コミュニケーションは SNS でのやりとりがほとんどである。SNS でコミュニケーションをとることで、人間関係を構築している。その中で“SNS 疲れ”“ソーシャル疲れ”の急増が問題視され、その原因としてストレスが挙げられている。小谷田（2018）では SNS の友人関係からくる疲労感や気遣いからくる指摘していることから、ストレス又はその疲労感からくる気遣いは関連していると仮定する。また、佐藤・矢島（2015）では社会ネットワークが大きければ大きいほど対人ストレスの数値は高いと指摘していることから沢山のアカウントを持ち分けている人ほど普段の SNS で気を使っているのではないかと仮定する。以上から、本研究では現代の若者は友人とコミュニケーションを取る上で SNS 全体に気を遣っているのではないかと検討する。

### 方法

#### 調査対象者

2020年10月29日～11月5日の7日間で20代～30代の大学生（男性31名、女性63名、その他1名）計96名を対象とした。平均年齢21歳。

### 調査手続き

大学の講義中と LINE を使用し Microsoft Forms にて作成した調査票の URL を配布してオンライン調査を行った。

### 調査内容

質問紙はフェイスシートと以下の5つの部分で構成されている。フェイスシートでは同意を得た上で、性別、年齢を聞いた。

#### (1)LINEでの気遣い

「自分のアイコンを変えるのに他者からの目線を気にする」「相手によって文章や絵文字を使い分けている。(笑、w、絵文字)」など、5項目。1<4で気を使う尺度を表す。

#### (2)Twitterでの気遣い

「自分のツイートが人を不愉快にさせていないか気になって投稿できない」「リツイートを頻繁にしていない」など、5項目。1<4で気を使う尺度を表す。また、2つ目の質問項目は逆転項目である。

#### (3)インスタグラムでの気遣い

「相手のストーリーにコメントやスタンプなどのリアクションをする」「遊んだ相手によって、写真を載せる人と載せない人がいる」など、5項目。1<4で気を使う尺度を表す。全15項目は「あてはまる」「ややあてはま

る」「ややあてはまらない」「あてはまらない」の4件法で回答を求めた。

#### (4) Twitterのアカウント個数との関連

「Twitterのアカウントを、いくつ持っていますか。5つ以上の方はその他に個数を記入して下さい」1項目。

#### (5) インスタグラムのアカウント個数との関連

「Instagramのアカウントを、いくつ持っていますか。5つ以上の方はその他に個数を記入して下さい」1項目。

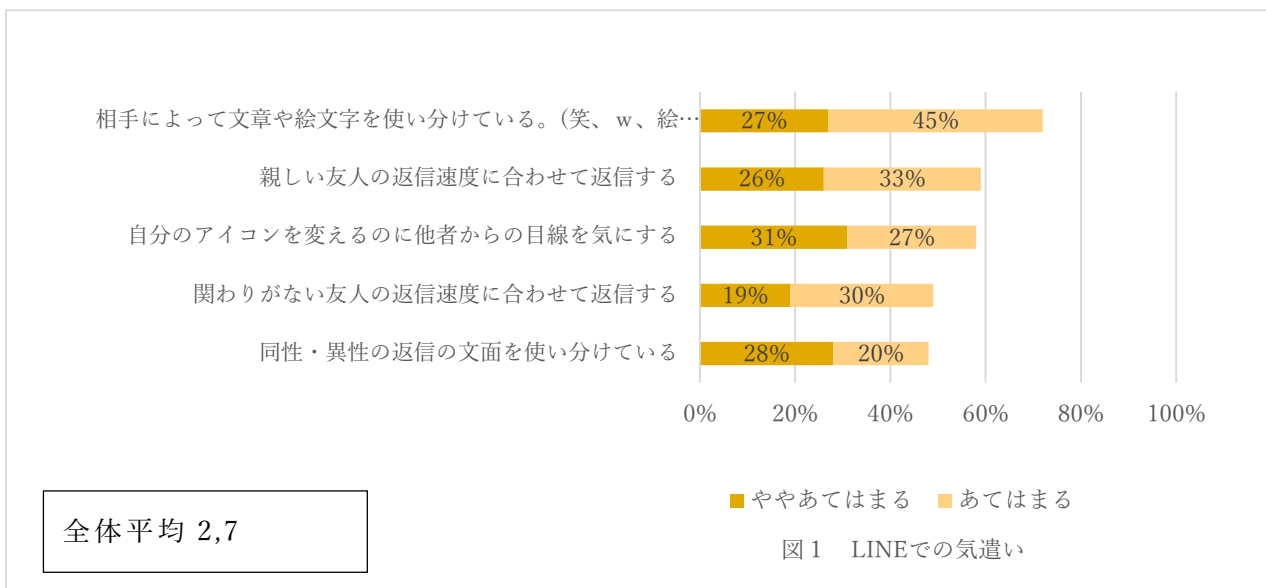
全2項目は「1つ」「2つ」「3つ」「4つ」「5つ」「その他(記入)」の選択式で回答を求めた。

## 結果

### LINEでの気遣い

大学生のLINEで気遣う尺度5項目を単純集計(「あてはまる」と「ややあてはまる」)の結果を図1に示す。「自分のアイコンを変えるのに他者からの目線を気にする」「相手によって文章や絵文字を使い分けている。(笑、w、絵文字)」「親しい友人の返信速度に合わせて返信する」は、5割を超えている。

「関わりがない友人の返信速度に合わせて返信する」「同性・異性の返信の文面を使い分けている」5割を切っている。最も高いのが「相手によって文章や絵文字を使い分けている。(笑、w、絵文字)」のややあてはまる27%あてはまる45%であった。また、4件法を元に全体平均が2.7であった為、LINEでは気を遣う数値は高いと分かった。

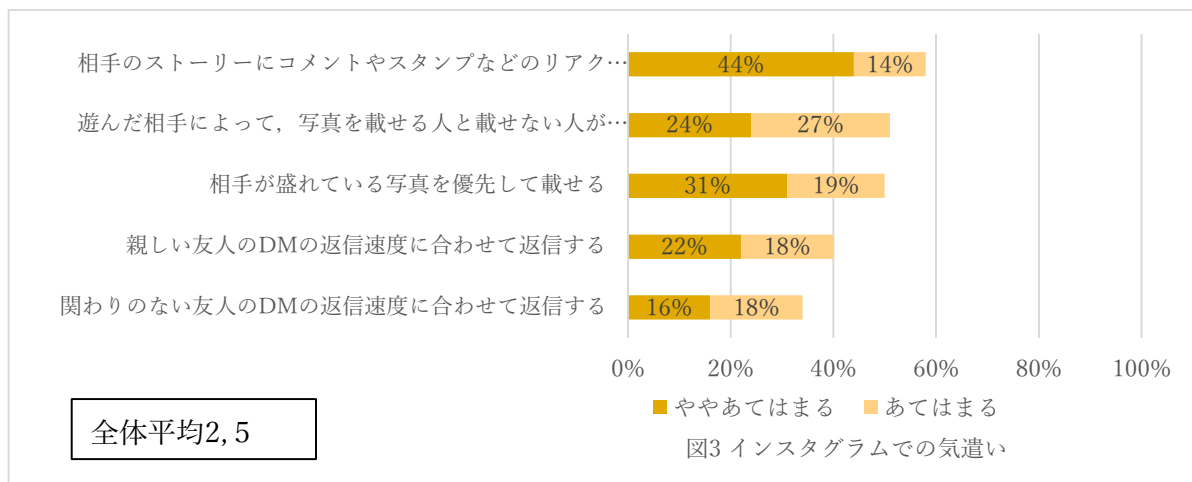
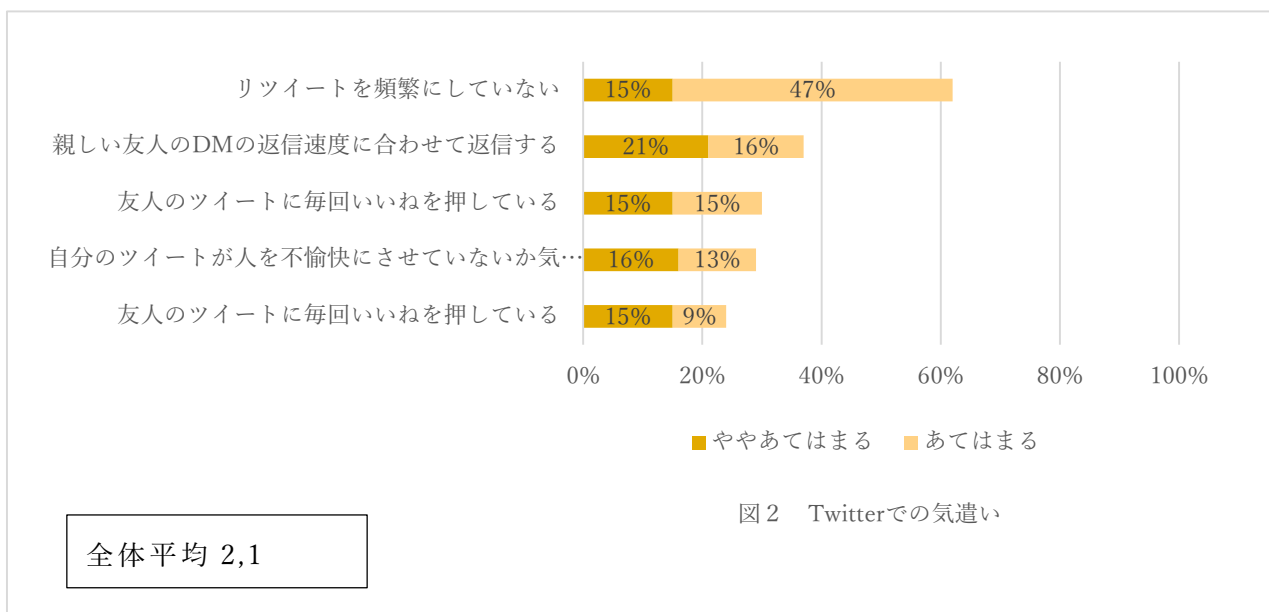




## Twitterでの気遣い

Twitterでの気遣う尺度5項目を単純集計（「あてはまる」と「ややあてはまる」）の結果を図2に示す。「リツイートを頻繁にしていない」が5割を超えている。「自分のツイートが人を不愉快にさせていないか気になって投稿できない」「友人のツイートに毎回

いいねを押している」「親しい友人のDMの返信速度に合わせて返信する」「友人のツイートに毎回いいねを押している」は4割を満たしていない。また、4件法を元に全体平均は2.1であった為、気を遣う数値はやや平均と分かった。

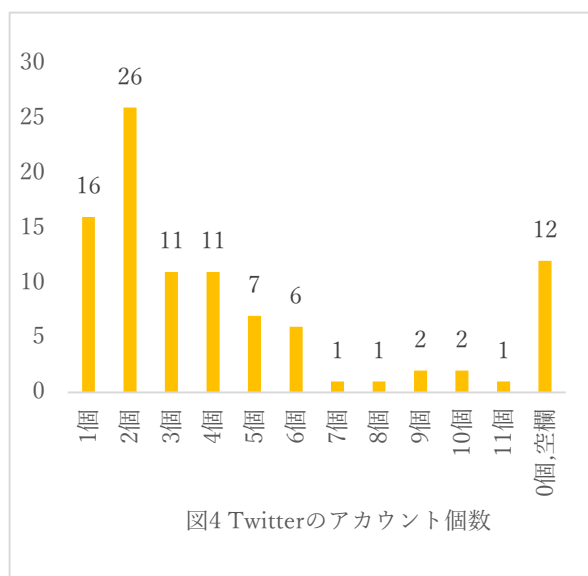


## インスタグラムで気遣う

インスタグラムでの気遣う尺度 5 項目を単純集計(「あてはまる」と「やや当てはまる」)の結果を図 3 に示す。「相手のストーリーにコメントやスタンプなどのリアクションをする」「遊んだ相手によって、写真を載せる人と載せない人がいる」「相手が盛れている写真を優先して載せる」は 5 割を超えている。「親しい友人の DM の返信速度に合わせて返信する」「関わりのない友人の DM の返信速度に合わせて返信する」4 割切っている。また、4 件法を元に全体平均 2.5 であったが平均より高いと分かった。

## Twitter のアカウント個数

一番多い個数は 11 個で 1 名であった。図 4 参照。1 名による各 5 項目 4 件法の平均結果は LINE(1 名の平均 3,8)、インスタグラム(1 名の平均 3,4)であり、全体平均(LINE2,7)(インスタグラム 2,5) が超えていた。

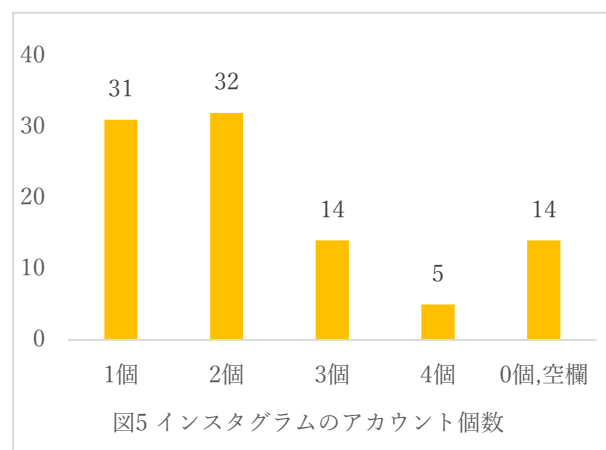


しかし Twitter (1 名の平均 1,4) は全体平均 (2,1) に達していなかった。そのため、アカウント個数が少ない LINE とインスタグラムでは気を遣っているが、アカウントの個数が多い Twitter では気を遣っていない事が分かった為、仮説とは異なっていた。

## インスタグラムのアカウント個数

一番多い個数は 4 個で 5 名であった。図 5 参照。5 名による各 5 項目 4 件法の平均結果は LINE(5 名の平均 2,7) と Twitter(5 名の平均 2,0) の数値は全体平均 (LINE2,7)(Twitter2,1) とあまり変化はなく、またアカウント数が多いインスタグラム(5 名の平均 2,5)も気を使う数値は全体平均(インスタグラム 2,5) と変わらなかった。

よって、個数の多さと気を使う数値は関係していないことが分かった。



## 考察

本研究では、現代の若者は友人とコミュニケーションを取る上で SNS 全体に気を遣っているのではないかを検討するため、質問紙調査を実施した。その結果、3つの SNS 全て気遣いがあるわけではなく、その中の LINE が他の SNS に比べて気を使っている頻度が高いことが示された。しかし、Twitter・インスタグラムの質問項目の中で相手と間接的に関わる内容は数値が高いため、2つの SNS が全く気を使わないとは言い切れない。そのことから、3つの SNS の気遣いの数値が高い項目を見ると共通点は相手との間接的なコミュニケーションの関わりがあることが分かる。また、投稿のリアクションをしたり、返信の文面への配慮を中心に高いとされる。したがって、気遣いはコミュニケーションをとる上での相手に対しての気遣いであることが考えられる。そして、その相手が親しければ親しいほどに気を使ってしまうということが推測される。また、Twitter のアカウントの個数が多い人やインスタグラムのアカウント個数が多い人はその SNS では気を使っていないことが分かった。そのため、個数を多く増やすことで気を使う場を分散させることができるのではないかと考える。しかし本研究では、男女の気遣いの比較が不十分な点であった。したがって、SNS での気遣いは異性であるとまた違う変化になるのか考える必要がある。

## 引用文献

- 小谷田汐里 大学における気遣いが友人関係疲労感および友人関係満足度に及ぼす影響 和光大学現代人間学部紀要第 11 号
- 佐藤広英・矢島玲 大学生の SNS における対人ストレス 日本教育心理学会総会発表論文集第 57 回総会発表論文集 475, 2015