

文教大学情報学部 社会調査ゼミナール

大学生のネットコミュニティ利用の調査

2011年2月

情報学部 広報学科 3年

貞方 幸子

目次

第 1 章	調査研究の概要	
1.1	調査研究の目的と背景	...3
1.2	調査研究に関連する状況	
	(1) ネットコミュニティ	...3
	(2) SNS	...3
	(3) ブログ	...4
	(4) 調査に向けた仮説	...5
1.3	調査研究の方法	
	(1) 進捗経緯	...5
	(2) 調査の概要	...6
1.4	成果の概要	
	(1) 主な成果	...7
	(2) その他の成果	...8
第 2 章	調査研究の成果	
2.1	調査回答者の概要	...9
2.2	ネットコミュニティの利用状況	
	(1) ネットコミュニティの利用状況	...10
	(2) mixi の利用状況	...10
	(3) ブログの利用状況	...12
2.3	各ネットコミュニティの効用	
	(1) 各ネットコミュニティの効用確認	...13
	(2) 公開範囲選択の利用率	...13
	(3) 情報提供・情報収集	...14
	(4) ネットコミュニティでのコミュニケーション	...14
	(5) コミュニケーション以外の活用	...17
2.4	ネットコミュニティの効用・負の効用の平均値	
	(1) 効用の平均値	...18
	(2) 負の効用の平均値	...21
2.5	そのほかの調査結果	...21
第 3 章	まとめと今後の課題	
3.1	研究結果のまとめ・棲み分け化	...23
3.2	今後の課題	...24
	参考文献	...25

単純集計結果

第1章 研究調査の概要

1.1 調査研究の目的と背景

インターネットは急速的な発展を遂げ、現代人にとって欠かせないものになってきている。特に、メール・BBS(電子掲示板)・チャットなどのネット上でのコミュニケーションが多数誕生し、良くも悪くも人々に影響を与え、インターネットの柱のひとつと言える。

2000年代以降、コミュニケーションの中心になっているものに、ソーシャルネットワークサービス(Social Network Service 以下 SNS)とウェブログ(Weblog 以下 ブログ)の二種類がある。

これらは利用する人々にどのような効用をもたらすのか、効用はネットコミュニティによって異なるのかを調査する。今回はインターネット利用者が多い大学生による日本の最大手 SNS 『mixi』とブログを調査対象とし、各ネットコミュニティのそれぞれの利用者にとってのメリットを明らかにし、また利用者の棲み分けを明らかにする。

1.2 調査に関連する状況

(1) ネットコミュニティ

先述したとおり、一般の人々がネット上で交流を深めるようになったが、このようなネット上の交流の場を「ネットコミュニティ」と呼ぶ。ネットコミュニティの特徴として、「構成員相互の交流があること」「共通の目標・関心事等の絆が存在すること」があげられている(古川、1993)。

ネットコミュニティの効果として、個人レベルでは、情報収集・情報発信・コミュニケーション・自己実現等が期待されている。また、企業レベルでは、製品に対するクチコミなどの顧客と企業の関係形成、ゲーム配信を伴った広告サービス、また、企業内の知識共有のツールとして活用することも期待されている。

しかし、個人レベルでは誹謗中傷や人間関係の希薄化など、ネガティブな影響の懸念が見られる。また、企業レベルでは社内 SNS で利用者の頭打ちに直面するなど(向日・中村、2009)、表立たない失敗ケースがあると思われる。

(2) SNS

SNS とは、サイト内に設けられたパーソナルページを介して他者とのコミュニケーションを行う、会員制サービスである。社内 SNS や町おこしのための地域 SNS など、種類は多様である。

今回対象とすると『mixi』は、コミュニケーションを第一とした一般的な SNS である。登録者数は日

本の SNS で一番多い 2000 万人である。「友達の友達と友達になる」をキャッチコピーにしている。以前招待制だったこともあり、SNS の中でも現実性が高く、登録者にはモラルが求められる。

mixi の主な機能にマイミクシィ(以下マイミク)・日記・コミュニティ(以下 mixi コミュニティ)がある。

マイミクはコミュニケーションを取りあう人を「友達」として登録する機能であり、mixi でのコミュニケーションの軸になっている。特徴としては、他の参加者とマイミクになる際、その関係性から公開範囲を選ぶことが出来ることである。mixi 以外にも似たような機能は存在するが、他と比べると管理人が閲覧許可した人以外は絶対見ることが出来ない、公開範囲のグループを複数作ることができるなど、他よりも質の高いものになっている。

日記は、書くことによって自己発信の願望を叶え、マイミクに自身について更なる理解を求めることが出来る。しかし、環境や状況によっては書きにくくなる場合もある。

mixi コミュニティというのは、各芸能人・有名人や土地建物、趣味など各グループで集まっているものである。トピックス上では、非公式ながらも迅速な情報が書かれたり、クチコミなどの情報提供・情報収集が行われる。ここから面識が無い人とのコミュニケーションが生まれることが多い。プロフィールに所属コミュニティが表示されるため、バッジのような感覚で利用する人も多い。

なお、匿名性は、本名を公表する義務はないためあるといえはるが、公開範囲と書き込む内容を注意しなければ無いに等しい。

先行するネットコミュニティと比較した mixi の特徴として、「人への高い関与と信頼が基盤」「リアルな関係とバーチャルな関係が混在」「自分なりのつながりを多様に持つ」の 3 点が挙げられている(早稲田 IT 戦略研究所、2006)。

(3) ブログ

ブログとは、日常・ニュース・趣味などに関し、日記形式の記事で自分の文章を載せる、ウェブサイトの一種の形式である。これまでの個人ホームページの流れを汲みつつ、管理者(書き手)に HTML の知識が不要でも作成できるところ、メモのように気軽に書けるところ、BBS なしでも各記事にコメント欄があるのでブログを見る側もコメントが気軽に書けるところなど、技術的ハードルとメンタル的なハードルが両方取れたことから人気を得た(岡部、2006)。

「自己を開示することによって、自分自身を理解したり、読者に支えられたりする効用が見出せると考える」(山下、2004)と書くことによって自己発信・自己理解を閲覧者とのコミュニケーションを取ることが出来る。

また、mixi などの SNS は登録者同士の交流があって成り立つものだが、ブログはコミュニケーショ

ンは取れるものの一つ一つは独立した存在であり、コミュニケーションの取り方は人次第になっている。ものによっては、交流はメインにならず自身の備忘録になっているものもある。

また、「公開する範囲を設定できる」という mixi と同様のサービスを行っているブログ提供会社も最近では多く存在するが、それは管理人によるパスワード制でパスワードを知る人のみ見られる形だったり、提供会社の会員になれば管理人の許可がなくとも見ることも可能だったり、提供会社によってバラバラである。

(4)調査に向けた仮説

この調査は以下の方法を取った。

(1)仮説として、各ネットコミュニティにおいて、利用者が各種独自の効用(メリット)・負の効用(デメリット)と感じているであろう点を複数挙げる。

(2)調査後に、実際の効用・負の効用を明らかにし、効用によるの棲み分けを考察することとした。

以下、今回の調査の仮説とする。

《各ネットコミュニティの効用の仮説》

mixi	機能や設定を使いこなすことで多様なコミュニケーションを形成する 現実味のある環境のため、構えなく新たな人間関係を作る
mixi	コミュニティを情報提供・情報収集の場として活発に使う 自身について他人にもっと理解を求めることができる
ブログ	独立した存在で、コミュニケーション以外にも利用する 現実性が薄いので自分を客観視できる

《各ネットコミュニティの負の効用の仮説》

mixi	現実味があるために、他者に対しての気遣いが辛い(公開範囲設定の多用・内容の配慮等)
ブログ	新たな友人作りに不安が強い

1.3 調査研究の方法

(1)進捗経緯

4～5月 調査テーマ討論

6月 調査テーマ決定・調査テーマ具体化

7～10月 ゼミ討論・調査票作成

10月 最終討論

11月 調査票完成・学内での調査実施・回収・集計・単純集計結果報告

12月 報告書作成

(2) 調査の概要

a. 調査の意図

- ・mixi、ブログの利用率はどれほどなのか
- ・各ネットコミュニティの効用は何なのか
- ・利用者は各ネットコミュニティを使い分けているのか。使い分けているとしたら、どのような差が出るのか
- ・性格、対人志向とネットコミュニティは関連があるのか

b. 調査対象層

文教大学湘南キャンパス学生(1～4年生)

c. 調査方法

2つの授業時間内に配布・回収

d. 主な質問項目

- ・mixi、ブログの登録者数・mixi、ブログの接続頻度、利用傾向
- ・mixi、ブログでの他者とのコミュニケーションのとり方・性格調査、フェースシート

e. 配布(依頼)回収数

ジャーナリズム論 86

文章演習 25

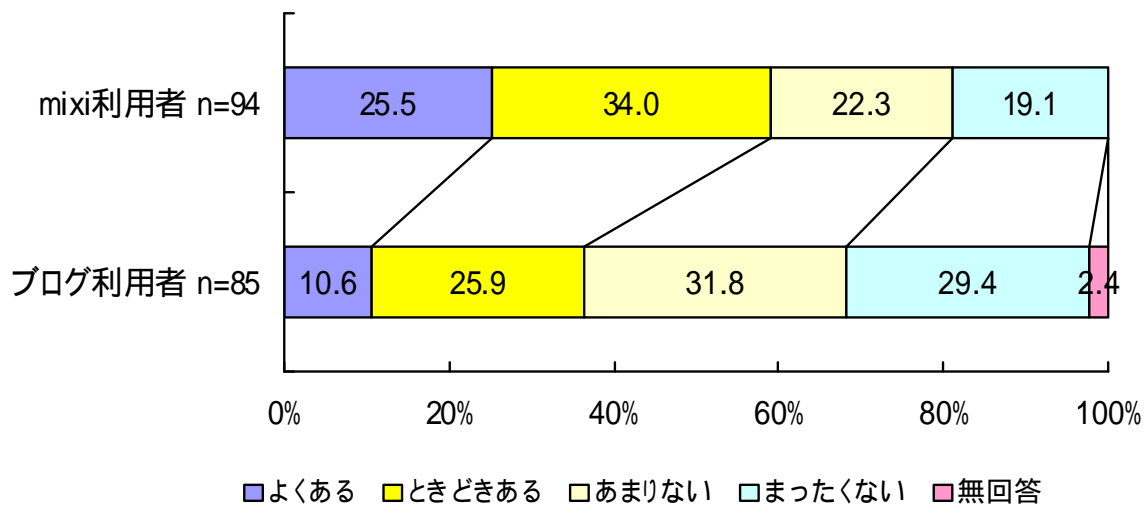
合計数 111 無効票 0

1.4 成果の概要

(1) 主な結果

mixi の効用の仮説「現実味のある環境のため、構えなく新たな人間関係を作る」に対する実際の結果を見て、ブログの結果と比較したいと思う。図 1-4-1 は mixi/ブログで新しい友人ができたことについての設問の結果である。

図1-4-1 新たな友人作り



mixi の結果を見ると、「よくある」「ときどきある」が半数を超えている。しかし、mixi のような環境でも、仮説よりは新しい友人作りに積極的でないように思われる。

ブログの結果は、mixi の結果と比べ明らかに「あまりない」「まったくない」という否定的な答えが上回っていた。ブログでは、管理者と閲覧者がコミュニケーションを取ることはあっても、新しい友達を作ることには直結しないようである。

これに相反して、mixi 利用者とブログ利用者は、ネットコミュニティを利用することによって、以前からの友人・知人との仲が深まるのか調査したい。図 1-4-2 は mixi/ブログで以前からの友人・知人との仲の深まりについての設問の結果である。

図1-4-2 従来の友人との仲の深化

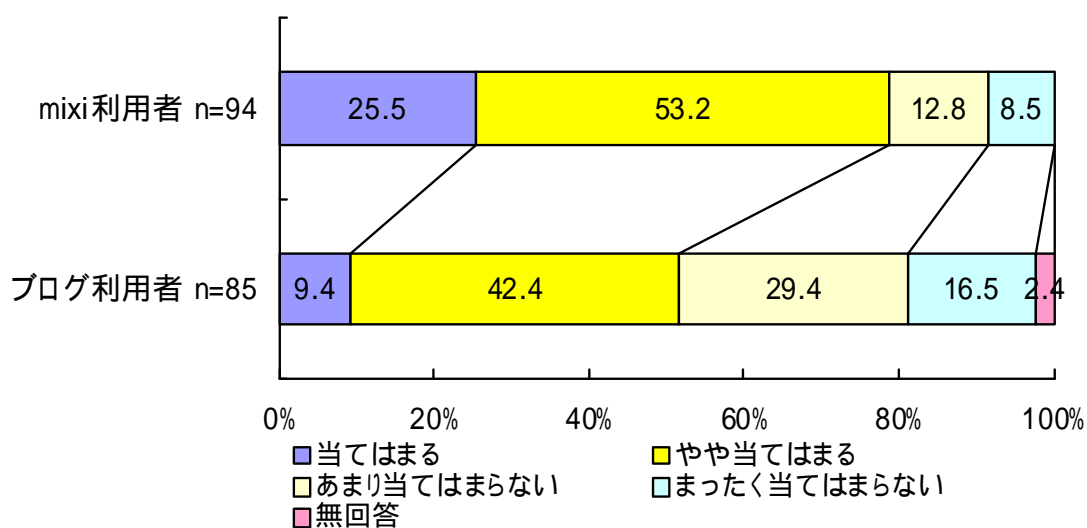


図 1-4-2 によると、mixi 利用者は以前から友人・知人との仲の深まりを実感する 2 組で約 79%になっている。オフラインの友人たちとの仲を深めることを重要視していると思われる。

ブログにおいては、mixi とは違い、以前からの友人・知人との仲の深まりに対して、実感する 2 組と否定派の 2 組でほぼ半々になっている。学生間からは、「自分のブログの所持や URL を人に教えない」という意見も聞かれたことから、ブログ所持者にはオフラインの友人には見せない前提で利用している場合もあることが、この結果に反映されたと思われる。

上記の結果から、これまでも友人・知人だったマイミクとの仲を深めることに比重を置くようである。そのため、mixi のメリットのひとつである「新しい友人作り」が積極的に行われていないと思われる。ブログ mixi に比べ、新しい友人を作ることと今までの友人との仲を深めることもどちらも積極的でないようである。

(2)その他の結果

ネットコミュニティへの 1 日の接続頻度を問う設問(問 2、問 11)で、mixi で最も多い値は、「1 日 3 回以上」約 67%であり、ブログでは、「1 日 1 回~2 回」約 40%だった。大学生のネットコミュニティの利用頻度の高さが伺える。また、1 日に何度もパソコンの前に立つ時間があることは考えにくいことと、mixi、各ブログ提供会社のモバイル版の利便性から、大学生は主に携帯電話から接続していると思われる。

第2章 調査研究の成果

2.1 調査回答者の概要

調査は、「ジャーナリズム論」「文章演習F」の講義に出席していた1年生～4年生の協力を得て行った。なお回答標本は無作為抽出で作成してはいないために、母集団から見て標本に偏りを生じる可能性がある。そこで回答者の分布を、表2-1-1と表2-1-2で確認しておく。

表2-1-1の学年別分布では、1年72.1%(80人)、2年0.9%(1人)、3年24.3%(27人)、4年2.7%(3人)となっている。母集団と比べると、1年の割合が高く、2年の割合が低い傾向になっている。また、表2-1-2の性別分布では、男子の割合が低く、女子の割合が高い傾向となっている。これらの偏りは、回答者全体の分布にはそれなりの影響を与える可能性があり、解釈時には注意が必要である。しかし、クロス集計やグループ平均などの層化を行った集計では、影響は限定されていると考える。

表2-1-1 回答者と母集団の比較

	1年	2年	3年	4年	計
回答者	72.1 (80)	0.9 (1)	24.3 (27)	2.7 (3)	100.0 (111)
情報学部学生	26.3 (549)	24.2 (506)	25.3 (490)	25.9 (541)	100.0 (2086)

表2-1-2 回答者と母集団の比較

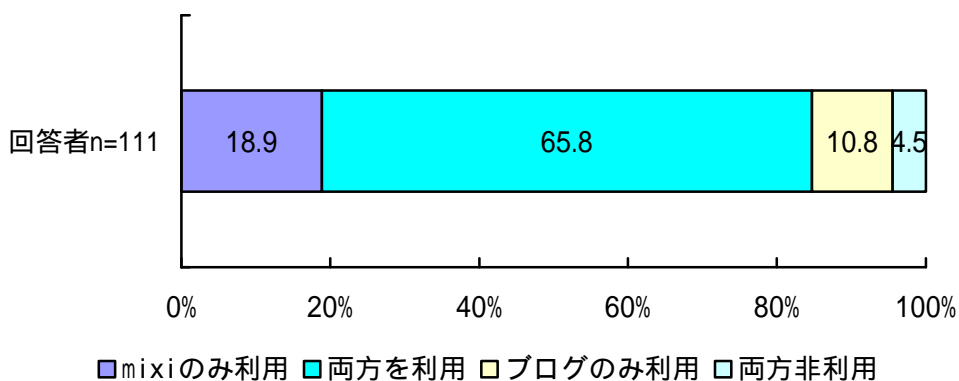
	男子	女子	計
回答者	34.2 (38)	65.8 (73)	100.0 (111)
情報学部学生	66.3 (1383)	33.7 (703)	100.0 (2086)

2.2 ネットコミュニティの利用状況

(1) ネットコミュニティの利用状況

まずは mixi 利用状況の有無とブログ利用状況の有無の設問の回答からを、mixi のみ利用、両方の利用、ブログのみ利用、両方非利用者の数を明らかにした。その結果を以下の図 1-4-1 に示す。111 人中、最も多い割合だったのは両方の利用約 66% だった。大学生のネットコミュニティの利用率の高さが伺える。また、1 日に何度もパソコンの前に立つ時間があることは考えにくいことと、mixi、各ブログ提供会社のモバイル版の利便性から、大学生は主に携帯電話から接続していると思われる。

図 2-2-1 大学生のネットコミュニティ利用状況



(2) mixi の利用状況

続いて、mixi 利用者の接続頻度と日記の更新頻度をグラフにしたところ、意外な結果となった。mixi の接続頻度を図 2-2-2、日記の更新頻度を図 2-2-3 に示す。

図 2-2-2 mixiの接続頻度

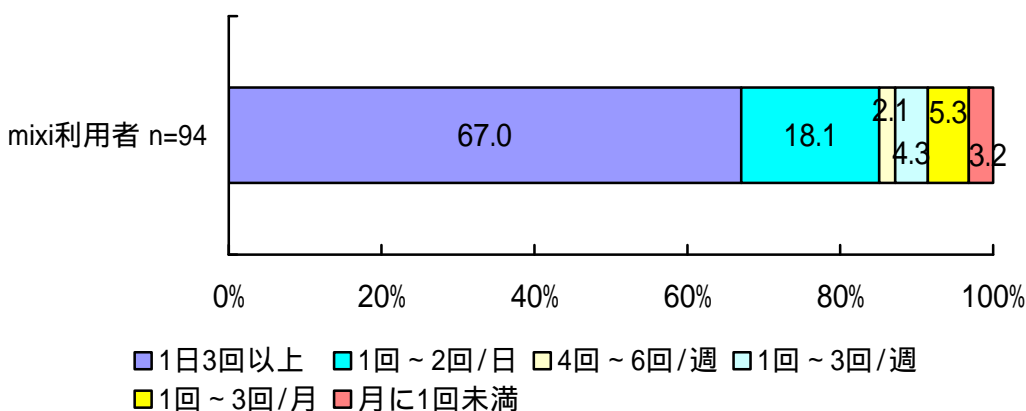
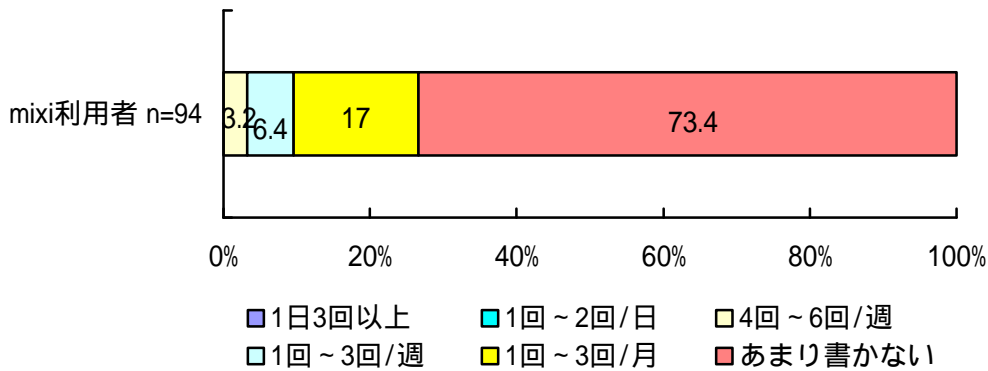


図 2-2-3 mixiの日記の更新頻度



mixi に接続する頻度で最も多いのは「1日3回以上」が約67%と、半数以上になっているが、日記の更新頻度では「あまり書かない」が約73%と最も高い。日記は「月に1回~3回」約17%、「週に1回~3回」約6%、「週に4回~6回」と約3%と、更新頻度が上がるほど数値は減っている。「1日1回~2回」「1日3回以上」更新する人は0%であった。

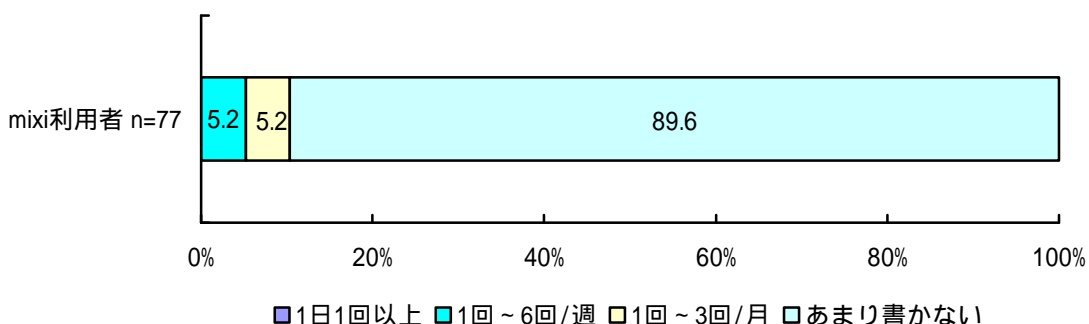
mixi で何か起きていないか気になり接続する頻度は高いようだが、自主的に何か更新すること事態は少ないことがわかった。

同じような自主的な更新頻度を問う設問を、mixi コミュニティについて用意した。mixi コミュニティの参加率を計ったところ、94人中コミュニティ参加者は約82%、非参加者は約18%であり、mixi コミュニティの参加率の高さが伺えた。しかし、mixi コミュニティのトピックスに書き込む頻度を確かめたところ、図2-2-4のようなグラフとなった。

この結果、「あまり書かない」が約90%となった。mixi コミュニティに参加しつつも、実際にはとくになにもしない人が9割を占め、日記の更新頻度も良くないことから、大学生のmixi利用者の大半はROM()であると思われる。

(ROM...Read Only Member. ロム。主に電子掲示板などインターネット上のコミュニティにおいて、自らは書き込みをせず、他者の書き込みを読むだけの人を指す)

図 2-2-4 mixiコミュニティのトピックスに書き込む頻度



(3) ブログの利用状況

閲覧のみを含めたブログの利用状況は、111人中約77%という高い利用率であった。しかし、ブログの所持率では85人中約58%と約半数であった。mixiと同じように、図2-2-5 ブログ利用者の接続頻度と図2-2-6 ブログ所持者の更新頻度を見比べることとする。

図 2-2-5 ブログの接続頻度

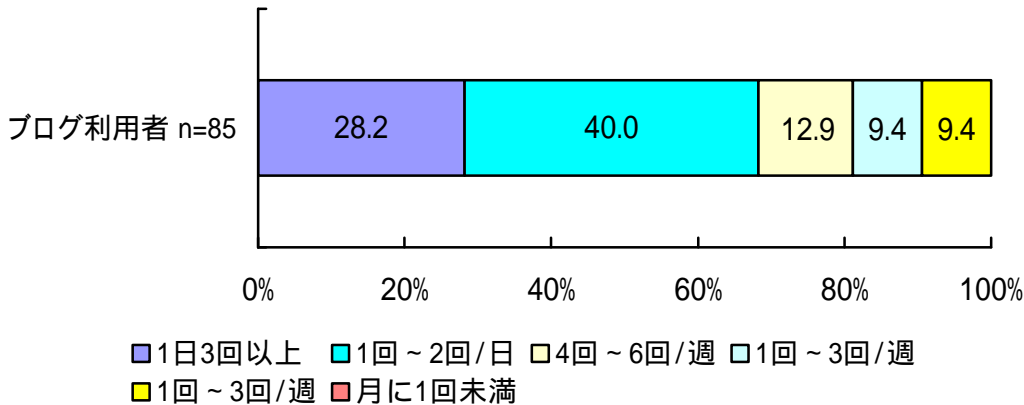
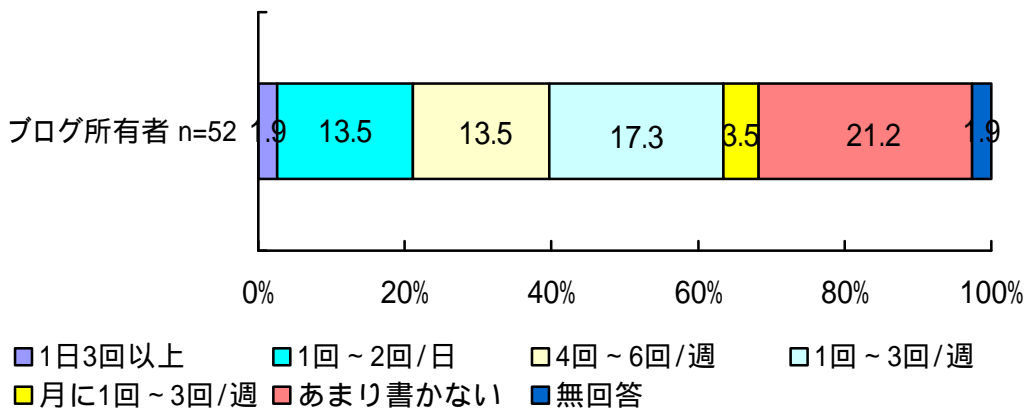


図 2-2-6 ブログの更新頻度



接続頻度は「1日3回以上」が約28%、「1日1回~2回」が約40%と、mixiほど極端ではないが接続頻度が高いことを伺える。一方、更新頻度は「あまり書かない」が最も多く約21%となったが、mixiよりはかなり分散した結果となった。mixiは自主的な更新が少なくとも、他者の書き込みがあれば成り立つコミュニティであるが、ブログは自主的な更新をしなければネットコミュニティとしては成り立ちにくいので、記事を書く頻度は低いものの分散したと思われる。

また、昨今のブログの環境では、「芸能人のブログにコメントを残したければ、その芸能人ブログを提供している会社で自分もブログを作らなければならない」と言った、所持者自身はさほどブログを必要とはしていないものの、ブログを作るケースがあるなどの複雑化を考慮しなかったために、更新頻度の低いブログが回答に含まれたと思われる。

2.3 各ネットコミュニティの効用

(1)各ネットコミュニティの効用確認

まずは仮説で立てた各ネットコミュニティの効用を振り返りたい。

mixi 機能や設定を使いこなすことで多様なコミュニケーションを形成する

現実味のある環境のため、構えなく新たな人間関係を作る

mixi コミュニティを情報提供・情報収集の場として活発に使う

自身について他人にもっと理解を求めることができる

ブログ 独立した存在で、コミュニケーション以外にも利用する

現実性が薄いので自分を客観視できる

この仮説に関連する設問から実際の傾向を確認する。その回答結果で mixi のみ利用者・ブログのみ利用者・両方利用者を比較し、各グループの傾向を見ることとした。

(2)公開範囲選択の利用率

まず第一に mixi の効用の仮説ひとつ「機能や設定を使いこなすことで多様なコミュニケーションを形成する」という点を、記事の公開範囲を設定する機能から考察する。図 2-3-1 は、mixi/ブログで、日記・記事など自分の書いた物を一部の閲覧者に見せないために公開範囲を設定した経験の有無の結果である。

図2-3-1 公開範囲設定利用

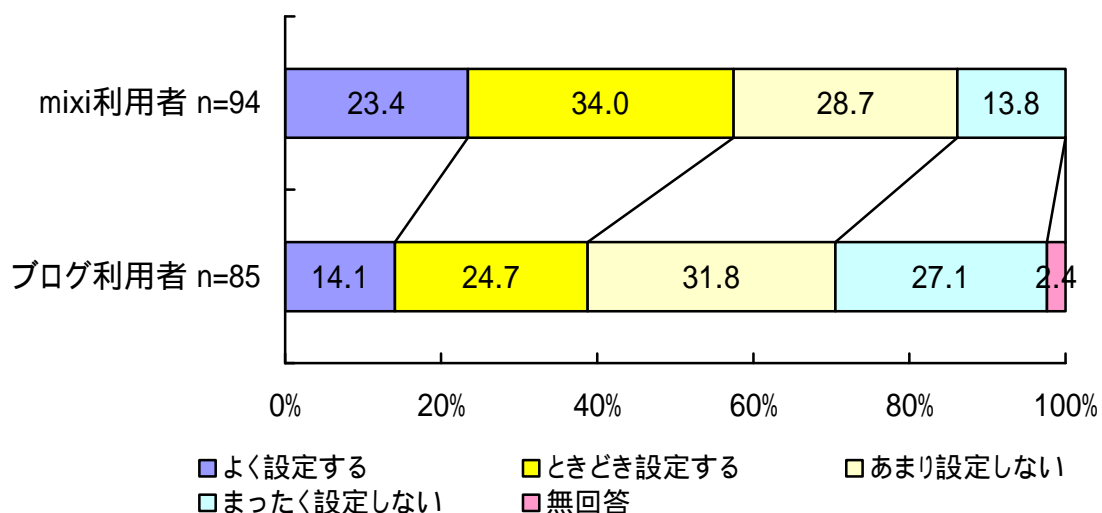


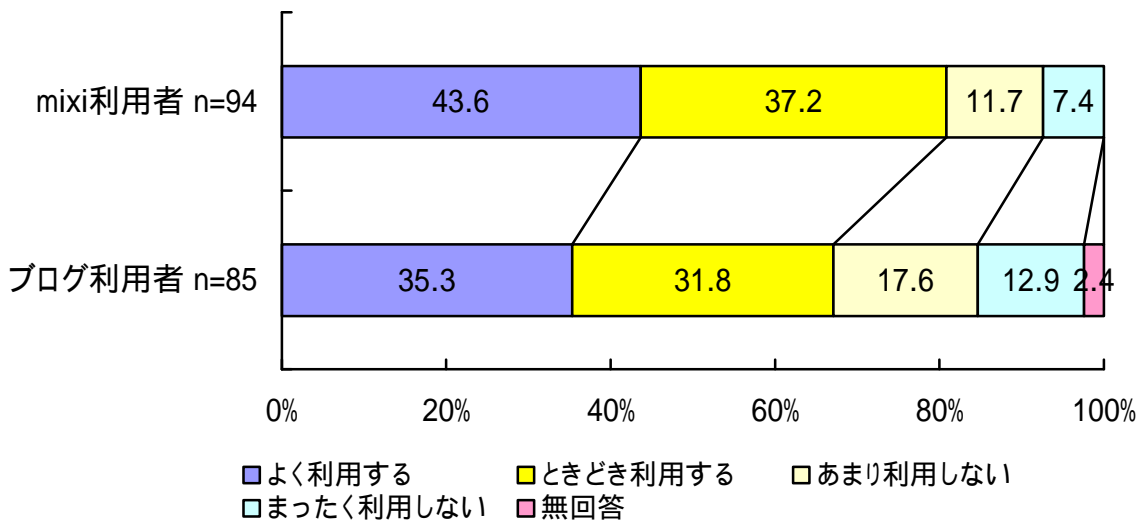
図 2-3-1 を見ると、「よくある」「ときどきある」のふたつで約 57%となった。mixi では、この機能を mixi 独特のものとしてアピールしているが、利用者の約 4 割はこの機能を利用したことはさほどないことがわかった。そもそもの日記の更新頻度の低さも関連していると思われる。

図 2-3-2 からはブログでは mixi 以上にこの機能の利用率は低いことがわかる。mixi が他者と繋がることが前提であるネットコミュニティであるのに対し、ブログはひとつひとつが独立した存在でとあることが、利用率の低さの原因だと思われる。

(3)情報提供・情報収集

続いて、mixi の効用の仮説「mixi コミュニティを情報提供・情報収集の場として活発に使う」について、mixi コミュニティの利用傾向を見る。ブログの「コミュニケーション以外にも利用する」もこの項目で参照したい。図 2-3-2 は、mixi コミュニティ/ブログで情報を得たことについて設問した結果である。

図2-3-2 情報提供・情報収集利用



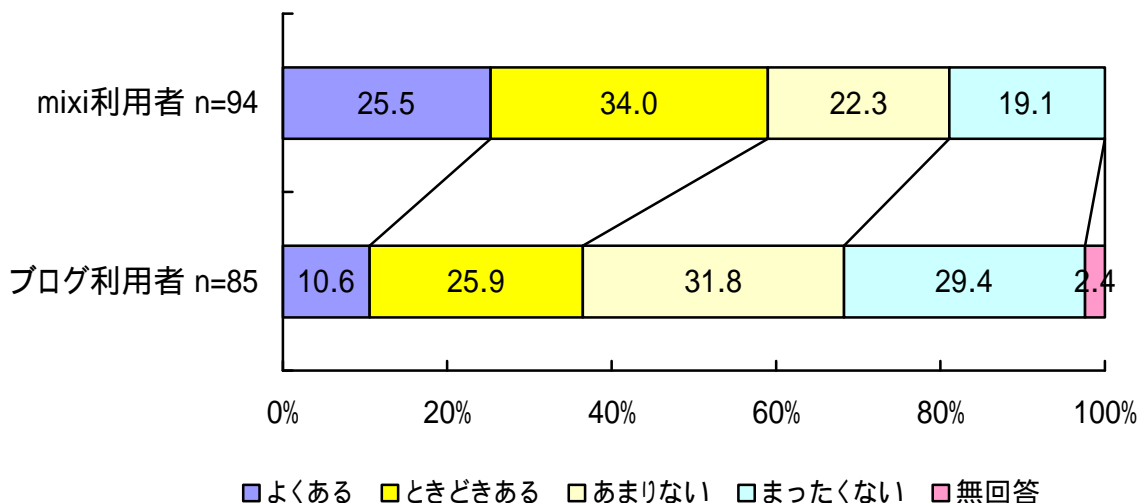
どちらも、仮説にそって、情報を得ている人が多いようである。ただ、2.2 でも挙げたように、mixi 利用者の約 8 割はコミュニティに参加しているものの実際は特に活動していないことから、今回は情報提供側に立った経験を問う設問を用意しなかったため断言は出来ないが、コミュニティに参加する学生の大半はコミュニティにて自分から情報や知識を教えることは少ないようである。

(4)ネットコミュニティでのコミュニケーション

mixi の効用の仮説「現実味のある環境のため、構えなく新たな人間関係を作る」に対する実際の結果

を見て、ブログの結果と比較したいと思う。図 2-3-3 は、mixi/ブログで新しい友人ができたことについての設問の結果である。

図2-3-3 新たな友人作り



mixi の結果を見ると、「よくある」「ときどきある」が半数を超えている。しかし、mixi のような環境でも、仮説よりは新しい友人作りに積極的でないように思われる。

ブログの結果は、mixi の結果と比べ明らかに「あまりない」「まったくない」という否定的な答えが上回っていた。ブログでは、管理者と閲覧者がコミュニケーションを取ることはあっても、新しい友達を作ることには直結しないようである。

ここで、以前からの友人・知人との仲の深まりについての設問の単純集計結果を参照したい。まず、図 2-3-4 は mixi/ブログで以前からの友人・知人との仲の深化についての設問の結果である。

図2-3-4 従来からの友人との仲の深化

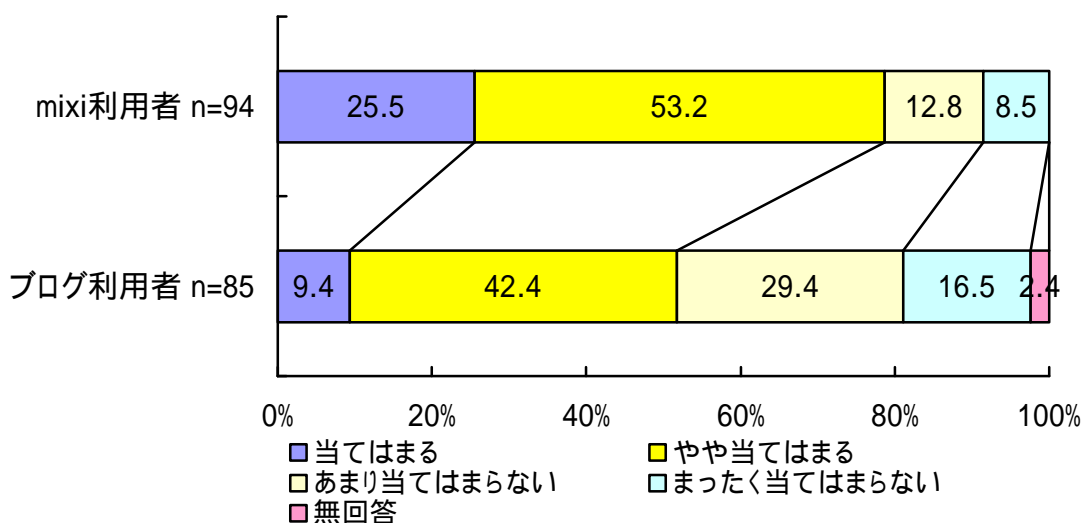
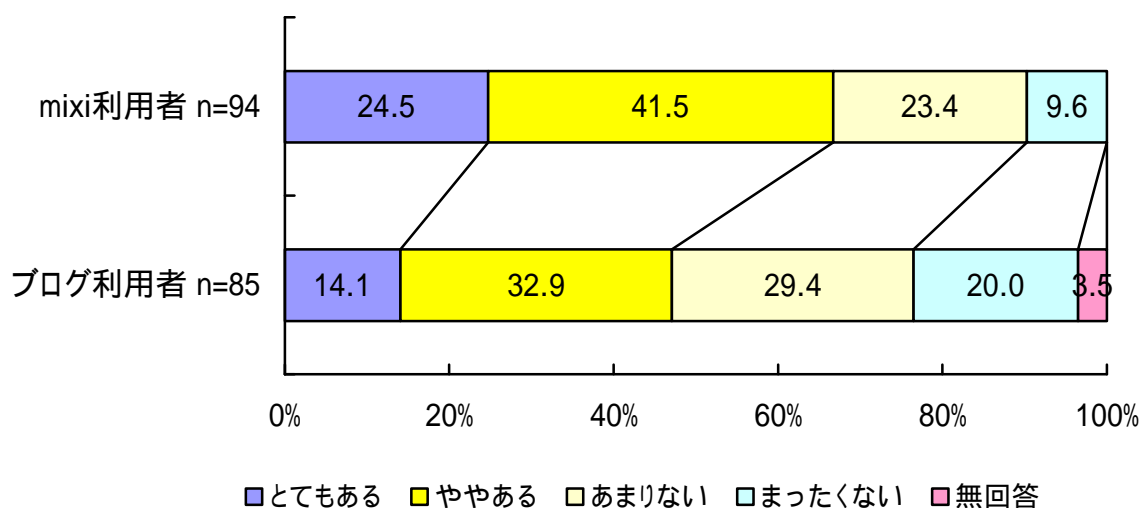


図 2-3-4 によると、mixi 利用者は以前から友人・知人との仲の深まりを実感する 2 組で約 79% になっている。先ほどの新しく友人の形成の結果の図 2-3-3 と比べて、mixi 利用者が新しく友人を作ることよりもオフラインの友人たちとの仲を深めることを重要視していることがよくわかる。

ブログにおいては、mixi とは違い、以前からの友人・知人との仲の深まりに対して、実感する 2 組と否定派の 2 組でほぼ半々になっている。学生間からは、「自分のブログの所持や URL を人に教えない」という意見も聞かれたことから、ブログ所持者にはオフラインの友人には見せない前提で利用している場合もあることが、この結果に反映されたと思われる。

続いて、面識のない人への不安感の集計結果を参照する。図 2-3-5 は mixi/ブログで、面識のない人と交流する際に不安を感じることについてのグラフである。

図2-3-5 面識のない人との交流への不安



このグラフから推測すると、mixi 利用者の約 66% は面識のない人とのコミュニケーションに不安を感じている。ブログ利用者は、不安を感じる利用者が約 47%、不安を感じない人は約 49% とほぼ半々であり、mixi よりは交流に対しオープンなものの、ネットコミュニティで他者とコミュニケーションを取っていると考えると、面識のない人との交流はまだ不安要素が多いようである。

以上 3 点をまとめる。

mixi では、面識のない人との交流に不安を感じる利用者が約 7 割で、これまでも友人・知人だったマイクとの仲を深めることに比重を置くようである。このため、mixi の効用のひとつである「新しい友人作り」が積極的に行われていないと思われる。

ブログでは、面識のない人とのコミュニケーションを取ることは意見が分かれるが、新しい友人を作ることと今までの友人との仲を深めることもどちらも目的にしないようである。ブログにはコミュニケーション以外の効用が強い支持を得ているようであり、次の仮説の検証で明らかにする。

(5)コミュニケーション以外の活用

mixi の効用の仮説「自身について他人にもっと理解を求めることができる」と、ブログの効用の仮説「独立した存在で、コミュニケーション以外にも利用する」「現実性が薄いので自分を客観視できる」について検証する。

図 2-3-6 は mixi の日記/ブログの記事で、自分の日常を客観視することについての設問の集計結果である。図 2-3-7 は mixi の日記とブログの記事でどのような内容の文章が書かれているかグラフに表したものである。

図2-3-6 日記・記事を自分を客観視するために利用

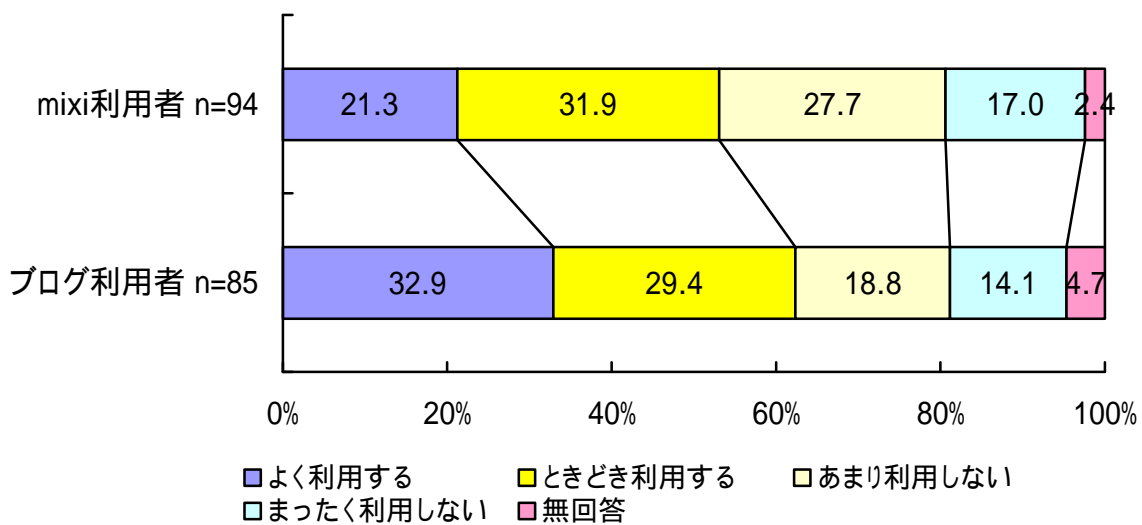
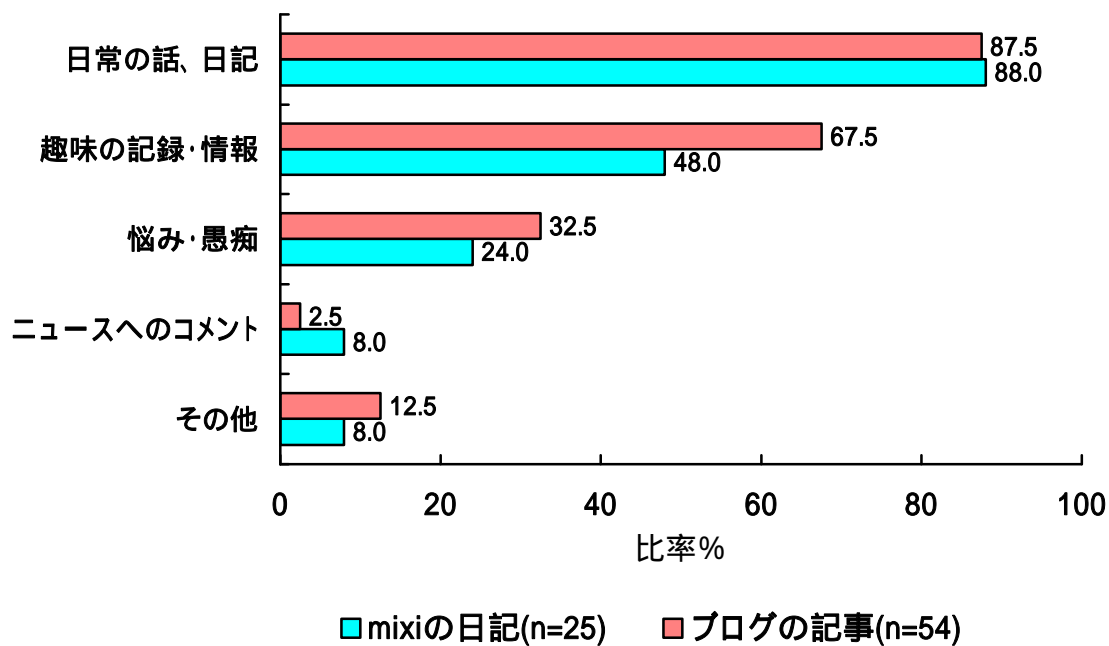


図2-3-7 mixiの日記とブログの記事の内容



ブログでは、客観的に振り返ることができると思うグループが約62%であり、記事の内容も「趣味の記録・情報を発表」が約67%、「悩み・愚痴」が32.5%と、mixiでの同じ選択肢を上回っている。これは先ほど挙げた、「ブログはコミュニケーション以外の効用が強い支持を得ている」「ブログの所持やURLを人に教えない」などから、mixi だったら書きにくいこともブログでは書きやすいのではないかと思われる。mixi の日記の内容で、「ニュースへのコメント」が8%と唯一ブログでの同じ選択肢を越えているが、これは mixi ニュースの、ニュースへのコメントを日記に書く機能を利用しているものと思われる。

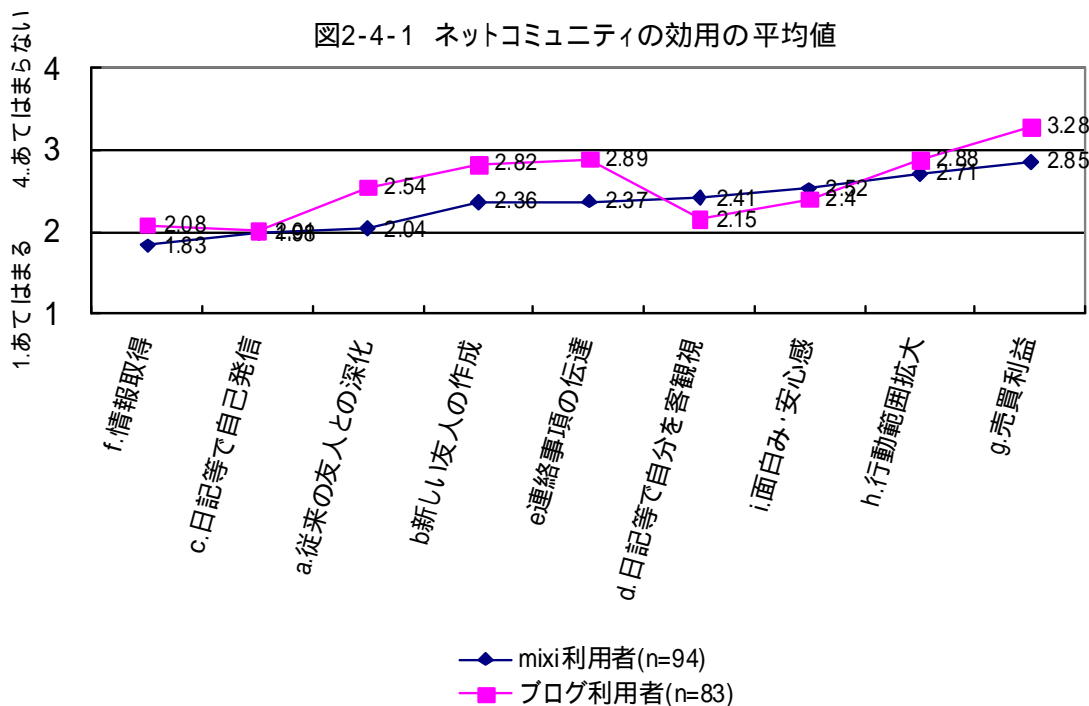
2.4 ネットコミュニティの効用・負の効用の平均値

ここまでは、各ネットコミュニティの効用と仮説したものを一つ一つ検証したが、最後は全体像を様々なグループ別に見ていき、各グループにどのような傾向があるか見ていきたい。

なお、このグラフは次のようにして作られている。例えば「従来の友人との仲が深まるか」という設問があるとき、この設問への当てはまり具合を「1.当てはまる」から「4.当てはまらない」まで4段階で聞いている。この回答の選択肢番号のグループ別の平均値を求め、グラフ化したものである。したがって平均値が小さいほうが、当てはまりの度合いが高く、大きいものは当てはまりの度合いが低いことになる。

(1) 効用の平均値

図2-4-1は、ネットコミュニティの効用の傾向を、mixi 利用者とブログ利用者で比較したものである。



この結果、コミュニケーションの面では、数値としては微妙なところだが mixi のほうが当てはまりが強い。しかし、日記・記事などによる自己発信の面ではさほど違いはなく、特に自分への客観視の点ではブログのほうが下回っている。mixi がコミュニケーションを、ブログが自己への関心を優先したものであることがわかる。

続いて、図 2-4-2 は、mixi の効用の傾向を、mixi のみ利用者と両方利用者で比較したものである。

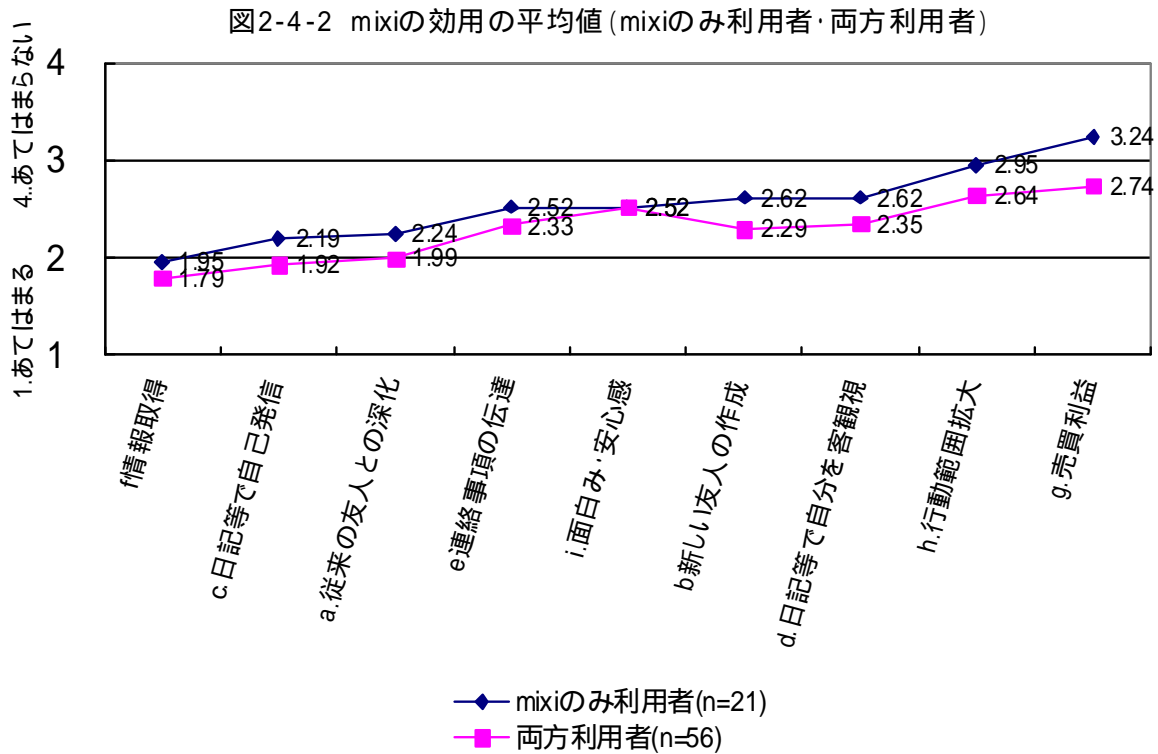
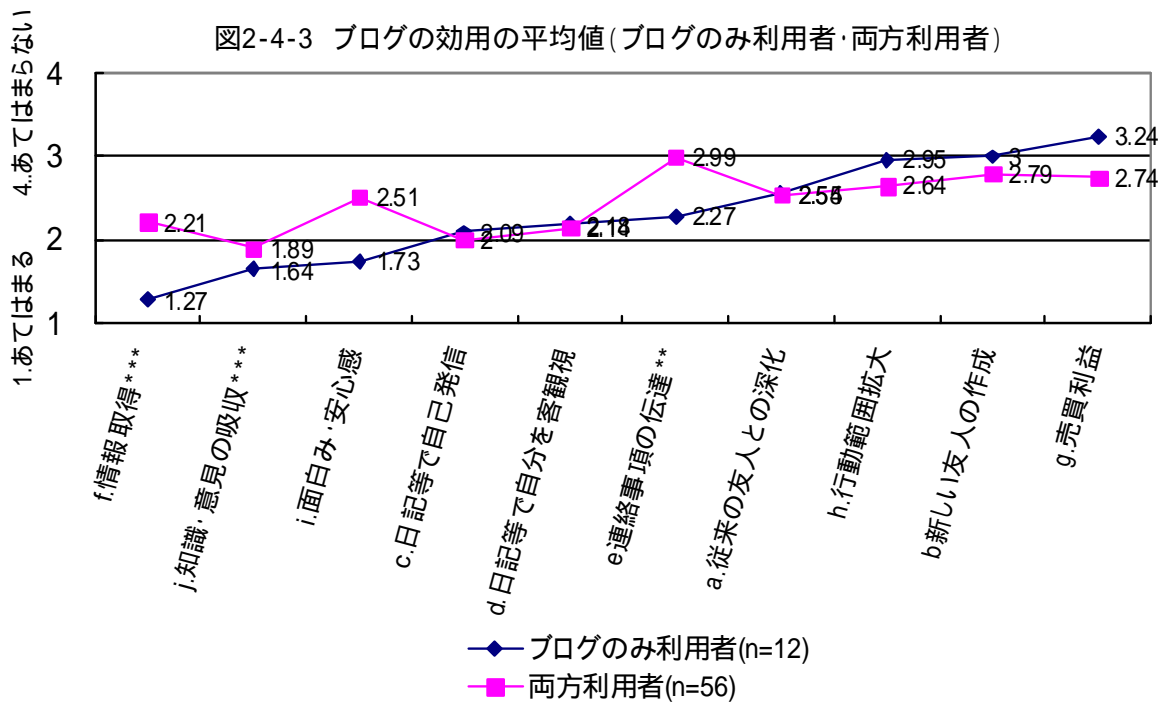


図 2-4-2 を見ると、いくつか項目で両方利用者が mixi のみ利用者よりも強く当てはまっている。mixi 利用者のブログ利用者の更新頻度の違いから、両方利用者はブログでの経験も含めて、mixi のみ利用者よりもネットコミュニティへの関心が高く、効用を実感する割合も高いのではないかとと思われる。

次に、図 2-4-3 は、ブログの効用の傾向を、ブログ利用者と両方利用者で比較したものである。図 2-4-3 では、先ほどの結果と違い、多くの項目で両方利用者よりもブログのみ利用者が強く当てはまっている。ブログのみ利用者のほうが、両方利用者と比べ、ブログ一本であることでよりブログに関心が高く、その分効用を実感することが多いのではないかと推測する。

以上 3 つの平均から、効用の当てはまりの傾向を順にすると、「ブログのみ利用者 > 両方利用者 > mixi 利用者」となる。



また、最後にブログ所持者と閲覧のみの利用者の比較も行った。

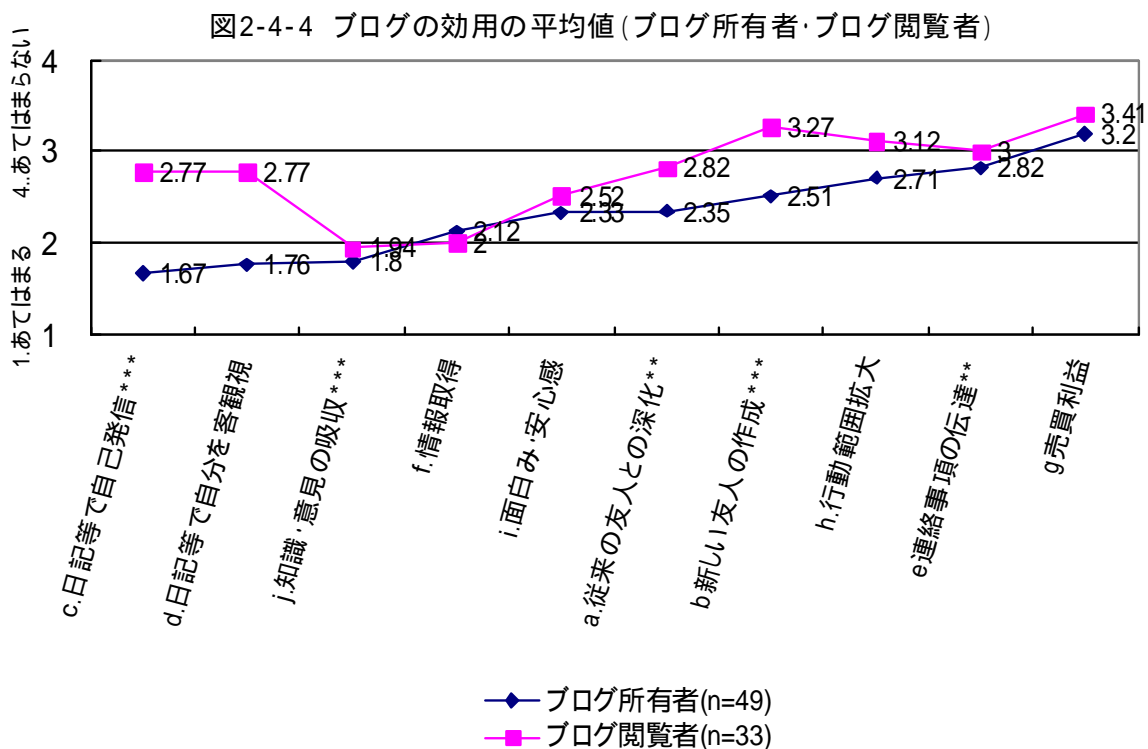


図2-4-3はブログ閲覧者と所持者による効用なので、自分の意見・思いの発信や自分を客観視する点では当たり前ではあるがブログ所持者が強くあてはまっている。しかしブログで情報取得、ブログに接続することに面白み・安心感を感じるこの2項目は、ブログ閲覧者のほうが強く当てはまっており、

見るだけであることの手軽さや、所持していない分ブログへの憧れが所持者より強いのではないかとと思われる。

また、全体的には、情報を得ることが最も強く当てはまり、利益を得ることが最も当てはまらなかった。

(2) 負の効用の平均値

まず、負の効用の仮説について振り返りたい。

mixi	現実味があるために、他者に対しての気遣いが辛い(公開範囲設定の多用・内容の配慮等)
ブログ	新たな友人作りに不安が強い

負の効用は、数値としては全体的に同じような結果だったため、図は省略する。

結果としては、どのグループにおいても新たな友人作りに対する不安が最も当てはまっており、公開範囲の設定等は各効用の検証でも示したとおりさほど使用されていないことからあまり当てはまらなかった。

効用と同様に、mixi では負の効用も mixi のみの利用者よりも両方利用者のほうが強く当てはまり、さらにブログ利用者がそれよりも強かった。

全体的に、mixi のみ利用者は利用しているものの特に効用も負の効用も気にしてはいない。両方利用者などになると知識もあるうえ興味も増すので効用は mixi のみ利用者に比べ増加するが、ブログのみ利用者は mixi より自主的な更新が必要な分もともとやる気がある人しかやらないことと、両方利用者が二つ同時にやる労力をブログ一つに絞れるため、効用・負の効用を実感していると思われる。

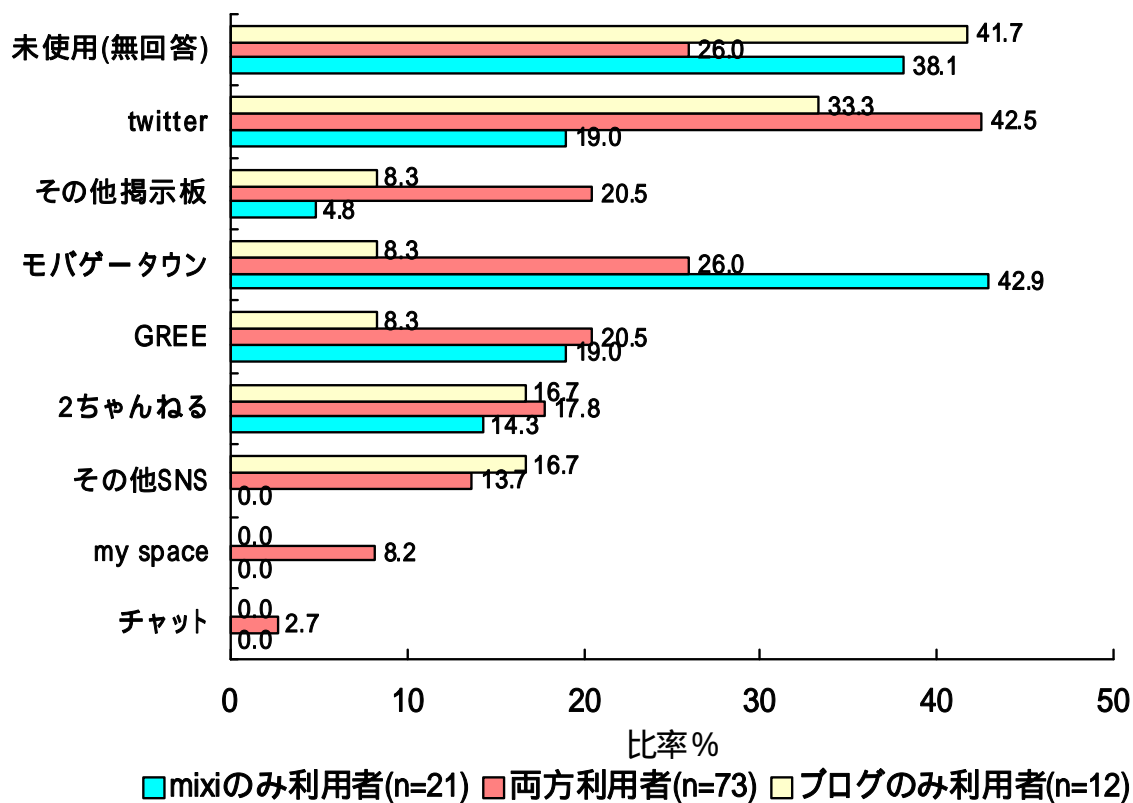
また、どのネットコミュニティを利用する人でもネット上で面識のない人と交流するのはまだまだ一般的ではないようである。

2.5 そのほかの調査結果

mixi・ブログ以外のネットコミュニティの利用を調査したところ、図 2-5-1 のような結果になった。この結果から、「モバゲータウン」と「その他 SNS」を除き、どの他ネットコミュニティでも両方利用者が最も多く利用していることがわかった。このことから、mixi のみ利用者においては、インターネットそのものに対して関心が低く、mixi でも受身な姿勢になっていると思われる。また、ブログのみ利用者においては、ブログの更新頻度や効用の実感度合いから、ブロガー本への集中具合を示すものと思われる。

なお、唯一 mixi 利用者が他グループを上回ったモバゲータウンであるが、これは携帯電話対応のゲームを配信することを中心にした SNS であるため、コミュニケーション要素は薄いと思われる。

図2-5-1 グループ別他ネットコミュニティ利用頻度



第3章 まとめと今後の課題

3.1 研究結果のまとめ・棲み分け化

今回の研究結果をまとめると、以下のようなものである。

- ・mixi のみ利用者は両方利用者とブログのみ利用者に比べ更新頻度が低い。(ブログのみ利用者 > 両方利用者 > mixi のみ利用者)
- ・mixi のみ利用者は両方利用者とブログのみ利用者に比べ効用の実感度が低い。(ブログのみ利用者 > 両方利用者 > mixi のみ利用者)
- ・mixi 利用者は、新しい友人作りよりも、従来の友人との仲の深化に関心がある。
- ・ブログ利用者は、新しい友人作り・従来の友人との仲の深化よりも、自己に関係することに関心がある。
- ・どのグループであっても、面識のない人とのコミュニケーションには不安感が高い。

このまとめから、各グループの特徴と棲み分けを考察すると、以下ようになった。

mixi のみ利用者 mixi 自体に関心はあまり高くなく、受身的。どちらかというコミュニケーション重視。

両方利用者 最もコミュニケーションに関心が強い。
自己発信の面では他二つのちょうど中間で、mixi のみ利用者よりは発信するがブログのみ利用者よりは受信的である。

ブログのみ利用者 自己に関する関心は高く、発信的。コミュニケーションに関心は低い。

この結果、ネットコミュニティの特徴に最も当てはまるのが両方利用者であった。mixi のみ利用者は「登録しているだけ」という傾向が見え、ブログのみ利用者はコミュニケーションへの関心は低い反面自己への関心の高いものとなった。本来、ブログも立派なネットコミュニティのひとつであり、他者とコミュニケーションを取るものとして作られているが、SNS よりは他者との繋がっている要素(他者の更新に左右される等)が薄かったことなどから、自己発信へ重きを置くようになったと推測する。もしくは、最初から SNS の他者とのコミュニケーションに不安を感じたからこそ、ブログを使っているのかもしれない。

また、他ネットコミュニティの利用頻度の調査で、mixi のみ利用者においては、他二つのグループに比べ、単純にインターネットそのものへの知識・関心がない可能性も見えてきたと思われる。

3.2 今後の課題

普段、ネットコミュニティの内情については、運営会社側のアピールポイントや、自分の使い心地や自分の目で見た感じでしか様子を伺うことができないが、今回この調査を行うことによって、運営会社の思惑とは違う利用者のメリットや行動などが明らかになり、とても面白い結果となったと思う。

特に今回は大学生を調査対象にしたのが、独特な結果を生んだものと思われる。先日、「日本人の大学生の6割がツイッターを利用したくないと回答」(東京広告研究会、2010)というニュース記事を読んだ。そのなかで、日本の大学生の多くが利用している SNS が mixi であり、多くの学生が mixi 上でも普段会っている友人としかコミュニケーションを取らないことがわかった。このニュースと今回の調査結果は関連があると思われる。ただ、SNS 上でも狭いコミュニケーションをする理由を尋ねる設問を用意しなかったため、もしかしたらもっといろいろな活動したいが生活の時間のバランスなどの原因などもあるかもしれない。再度調査する際には気を付けたい。

反面、ブログはある程度仮設にあった結果と思われる。コミュニケーションを取る確率はネットコミュニティの分野に入るものなのに低く、どちらかという自分ネット上に書き出すことでの客観性を養うことと、趣味などの情報を得ること/提供することが目的であった。しかし、昨今のブログの環境の「芸能人のブログにコメントを残したければ、その芸能人ブログを提供している会社で自分もブログを作らなければならない」と言った、ブログを作るケースがあるなどの複雑化を無視してしまったため、今後はこの様な面にも着目したい。

また、個人的にはグループ別に日常での性格・行動にも違いがあると予測していたが、残念ながら思ったような結果は出なかった。しかし、ネット利用者の内向的な面を指摘する研究は以前にも存在することから、設問の仕方をより考慮したいと思う。

参考文献

論文

小寺敦之(2009)「若者のコミュニケーション空間の展開」情報通信学会誌 Vol.27 No.2(2009)p.55 - 66

(同)「若者の SMS 『mixi』 利用調査 パソコンとモバイルの媒体比較を中心に 」シンポジウム「モバイル'09」2009/3/17-18

伊藤裕子(2006)「コミュニケーションにおけるブログの位置づけ」2006年ハツ橋ゼミナール

ハツ橋武明(2001)「インターネットの利用に伴うメディア移行メカニズムの研究」情報研究(文教大学情報学部紀要)第26号(2001.12)pp.181 - 200

向日恒喜(2009)「ネット・コミュニティの効果の規定要因」中京経営研究第19巻第1号 p.13 - 29

書籍

石黒健吾(2005)「ミクシィの歩き方」扶桑社

岡部敬史(2006)「ブログ進化論」講談社

古川良治(1993)「電子ネットワーキングの社会心理」誠心書房

根来龍之監修・早稲田大学 IT 戦略研究所編(2006)「mixi と第二世代ネット革命」東洋経済新報社

インターネット

mixi 存症とは(はてなキーワード)

<http://d.hatena.ne.jp/keyword/mixi%E4%BE%9D%E5%AD%98%E7%97%87>

東京広告研究会(「大学生意識調査プロジェクト」SNSに関する意識調査)

<http://www.tokyo-ad.or.jp/>

大学生から見る mixi とブログ

2010.11

情報学部広報学科 八ッ橋ゼミ 貞方幸子

ゼミでの研究のための調査です。無記名ですので率直にお答えください。

問1 あなたは mixi に登録していますか。(1つだけに) n=111

1. 登録している 84.7	2. 登録していない 問10へ 15.3
----------------	----------------------

問2 どれほどの頻度で mixi に接続していますか。(1つだけに) n=94

1. 1日3回以上 67.0	2. 1日1回~2回 18.1	3. 週に4回~6回 2.1
4. 週に1回~3回 4.3	5. 月に1回~3回 5.3	6. 月に1回未満 3.2

問3 1回でどのくらいの時間接続していますか。(1つだけに) n=94

1. 5分未満 28.7	2. 5分~15分未満 54.3	3. 15分~30分未満 8.5
4. 30分~1時間未満 4.3	5. 1時間~2時間未満 2.1	6. 2時間以上 2.1

問4 mixi の日記はどれほどの頻度で書きますか。(1つだけに) n=94

1. 1日3回以上 0.0	2. 1日1回~2回 0.0	3. 週に4回~6回未満 3.2
4. 週に1回~3回 6.4	5. 月に1回~3回 17.0	6. あまり書かない 問5へ 73.4

付問1 日記はどんな内容が多いですか。(あてはまるだけ) n=25

1. 日常の話、日記 88.0	2. 趣味の記録・情報を発表 48.0	3. ニュースへのコメント 8.0
4. 悩み・愚痴 24.0	5. その他 8.0	

問5 コミュニティには参加していますか。(1つだけに) n=94

1. 参加している 81.9	2. 参加していない 問6へ 18.1
----------------	---------------------

付問1 コミュニティのトピックスにはどの程度書き込みますか。(1つだけに) n=77

1. 1日1回以上 0.0	2. 週に1回~6回 5.2	3. 月に1回~3回 5.2	4. あまり書かない 89.6
---------------	----------------	----------------	-----------------

付問2 自分でコミュニティを立ち上げたことはありますか。(1つだけに) n=77

1. ある 15.6	2. ない 84.4
------------	------------

問6 面識のない人と mixi で交流していますか。(あてはまるだけ) n=94

1. コミュニティのトピックスに参加する 18.1	2. メッセ、メールを交わす 25.5
3. マイミクにする 23.4	4. 特に交流はない 58.5

問7 面識のない人と mixi を契機に会ったことはありますか。(あてはまるだけ) n=94

1. オフ会に参加する 9.6	2. チケットの売買・コンサートライブの同行などで会う 19.1
3. 行楽地に1対1で出かける 4.3	4. 特に交流はない 73.4

問 8 今まで mixi を利用してきた上で、あなたの利用感について、下記の点にお答えください。

(それぞれ1つに)

n=94

	あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない
A. 以前から友人・知人だったマイミクと仲が深まる	25.5	53.2	12.8	8.5
B. mixi で新しい友人が出来る	24.5	34.0	22.3	19.1
C. 日記、ボイスで自分の意見・思いを伝えることができる	35.1	40.4	16.0	8.5
D. 日記、ボイスで自分の日常を客観的に振り返ることが出来る	21.3	31.9	27.7	17.0
E. メールを使わなくても、mixi で連絡事項を簡単に伝えることができる	23.4	31.9	28.7	16.0
F. コミュニティで情報を得ることができる	43.6	37.2	11.7	7.4
G. コミュニティでチケットの売買など利益を得ることができる	17.0	14.9	34.0	34.0
H. mixi を利用することによって行動範囲が広がる	9.6	27.7	43.6	18.1
I. mixi に接続することそのものに面白み・安心感が感じられる	18.1	31.9	29.8	20.2

問 9 mixi を利用していて、以下の経験はありますか。(それぞれ1つに)

n=94

	よくある	ときどきある	あまりない	まったくない	無回答
A. 面識のない人と交流することを不安に感じる	24.5	41.5	23.4	9.6	1.1
B. 以前から友人・知人だったマイミクに気を使う	9.6	44.7	30.9	12.8	2.1
C. 日記・ボイス・コメントが一部の閲覧者によっては読んでもほしくない内容になるために、書くのを躊躇する	23.4	37.2	25.5	12.8	1.1
D. 日記・ボイス・コメントが一部の閲覧者によっては読んでもほしくない内容になるために、公開範囲を設定する	23.4	34.0	28.7	13.8	0.0
E. コメント欄で「炎上」などのトラブルになる(炎上：口論、誹謗中傷などを指す)	3.2	4.3	14.9	76.6	1.1

問 10 閲覧しているブログがありますか。(1つだけに)

n=111

1. ある 76.6	2. ない 23.4
------------	------------

問 11 どれほどの頻度でブログに接続していますか。(1つだけに)

n=85

1. 1日3回以上 28.2	2. 1日1回~2回 40.0	3. 週に4回~6回 12.9
4. 週に1回~3回 9.4	5. 月に1回~3回 9.4	6. 月に1回未満 0.0

問 12 1回でどのくらいの時間接続していますか。(1つだけに)

n=85

1. 5分未満 24.7	2. 5分~15分未満 45.9	3. 15分~30分未満 16.5
4. 30分~1時間未満 4.7	5. 1時間~2時間未満 3.5	6. 2時間以上 3.5

問 13 自分のブログを持っていますか。(1つだけに)

n=85

1. はい 57.6	2. いいえ 40.0
------------	-------------

問 14 ブログの記事はどれほどの頻度で書きますか。(1つだけに)

n=52

1. 1日3回以上 1.9	2. 1日1回~2回 13.5	3. 週に4回~6回未満 13.5
4. 週に1回~3回 17.3	5. 月に1回~3回 3.5	6. あまり書かない 21.2
		無回答 1.9

付問1 あなたのブログはどんな記事が多いですか(あてはまるだけ)

n=40

1. 日常の話、日記 87.5	2. 趣味の記録・情報を発表 67.5	3. ニュースへのコメント 2.5
4. 悩み・愚痴 32.5	5. その他 12.5	

問15 今までブログを利用してきた上で、あなたの利用感について、下記の点にお答えください。

(それぞれ1つに)

n=85

	あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	無回答
A. 以前からの友人・知人との仲が深まる	9.4	42.4	29.4	16.5	2.4
B. ブログで新しい友人が出来る	10.6	25.9	31.8	29.4	2.4
C. 自分の意見・思いを発信することが出来る	36.5	36.5	11.8	12.9	2.4
D. 自分の日常を客観的に振り返ることが出来る	32.9	29.4	18.8	14.1	4.7
E. メールを使わなくても、ブログで連絡事項を簡単に伝えることができる	11.8	17.6	37.6	30.6	2.4
F. ブログで情報を得ることができる	35.3	31.8	17.6	12.9	2.4
G. ブログでチケットの売買など利益を得ることができる	4.7	12.9	29.4	49.4	3.5
H. ブログの記事・コメントを書くことによって行動範囲が広がる	5.9	25.9	40.0	25.9	2.4
I. ブログに接続することそのものに面白み・安心感が感じられる	17.6	34.1	32.9	11.8	3.5
J. ブログを閲覧することで、新しい知識や様々な意見を知ることが出来る	32.9	50.6	9.4	4.7	2.4

問16 ブログを利用して、以下の経験はありますか。(それぞれ1つに)

n=85

	よくある	ときどきある	あまりない	まったくない	無回答
A. 面識のない人と交流することを不安に感じる	14.1	32.9	29.4	20.0	3.5
B. 以前からの友人・知人に気を使う	9.4	21.2	43.5	22.4	3.5
C. 記事・コメントが一部の閲覧者によっては読んでほしくない内容になるために、書くのを躊躇する	15.3	27.1	28.2	25.9	3.5
D. 記事・コメントが一部の閲覧者によっては読んでほしくない内容になるために、公開範囲を設定する	14.1	24.7	31.8	27.1	2.4
E. コメント欄で「炎上」などのトラブルになる(炎上:口論、誹謗中傷などを指す)	4.7	7.1	17.6	67.1	3.5

問17 面識のない人とブログで交流していますか。(あてはまるだけ)

n=85

1. ブログのコメント欄、相手の掲示板に書き込む 25.9	2. メッセ、メールを交わす 5.9
3. 相互リンクを貼るなどネット上の友人として認識する 4.7	4. 特に交流はない 69.4 無回答 2.4

問18 面識のない人とブログを契機に会ったことはありますか。(あてはまるだけ)

n=85

1. オフ会に参加する 9.4	2. チケットの売買・コンサートライブの同行などで会う 4.7
3. 行楽地に1対1で出かける 4.7	4. 特に交流はない 83.5 無回答 2.4

問19 ご自身が当てはまるタイプだと思うものを選んでください。(あてはまるだけ) n=111

1. 活動的 36.0	2. 消極的 46.8	3. 切り替えが早い 36.9
4. 引きずる 41.4	5. 革新的 10.8	6. 保守的 38.7
7. その他 6.3		

問20 あなたはインターネットを利用し始めてから何年ほどですか。(1つだけに) n=111

1. 3年未満 2.7	2. 3年~4年未満 5.4	3. 4~5年未満 18.0	4. 5年以上 73.0	無回答 0.9
-------------	----------------	----------------	--------------	---------

問21 悩みの相談が出来る人は学校に何人いますか(1つだけに) n=111

1. 1人 5.4	2. 2~4人 68.5	3. 5~9人 12.6	4. 10人以上 0.0	5. いない 12.6	無回答 0.9
-----------	--------------	--------------	--------------	-------------	---------

問22 mixi、ブログ以外に利用しているネットコミュニティがありますか(あてはまるだけ) n=111

1. GREE 18.9	2. モバゲータウン 28.8	3. my space 5.4	4. その他 SNS 10.8	5. twitter 36.0
6. 2ちゃんねる 16.2	7. その他掲示板 15.3	8. チャット 1.8	無回答 30.6	

最後にあなた自身のことについてお聞きします。

F1 性別 n=111

1. 男性 34.3	2. 女性 65.8
------------	------------

F2 学年 n=111

1. 1年 72.1	2. 2年 0.9	3. 3年 24.3	4. 4年 2.7
------------	-----------	------------	-----------

F3 学科 n=111

1. 広報学科 100	2. 経営情報学科	3. 情報システム学科
4. 国際関係学科	5. 国際コミュニケーション学科	6. 健康栄養学科

F4 世帯状況 n=111

1. 一人暮らし 51.4	2. 家族と同居(実家) 44.1	3. その他 4.5
---------------	-------------------	------------

F5 兄弟の人数 n=111

1. 1人 40.5	2. 2人 36.0	3. 3人以上 15.3	4. いない 8.1
------------	------------	--------------	------------

調査は以上で終了です。ご協力ありがとうございました。