

文教大学 情報学部 社会調査 研究報告

# SNS の棲み分けと満足構造

情報学部広報学科

松井瑞季

2013年2月

## 目次

### 第1章 調査研究の概要

- 1.1 調査研究の目的と背景 . . . . . 2
- 1.2 調査に関する状況 . . . . . 2
- 1.3 調査研究の方法 . . . . . 4
- 1.4 成果の概要 . . . . . 6

### 第2章 調査研究の成果

- 2.1 調査回答者の概要 . . . . . 12
- 2.2 SNS 利用状況 . . . . . 13
- 2.3 SNS 利用とメール利用 . . . . . 16
- 2.4 シチュエーション別 SNS 利用の仕方 . . . . . 18
- 2.5 SNS 利用の男女差 . . . . . 20

### 第3章 まとめと今後の課題 . . . . . 23

### 参考文献 . . . . . 24

### 単純集計表 . . . . . 25

## 第1章 調査研究の概要

### 1.1 調査研究の目的と背景

近年、スマートフォンの利用者が増えている。それに伴い、様々な SNS の利用も拡大している。

主に日本で利用されている SNS は twitter、Facebook、mixi の3つである。twitter、Facebook は現在も利用者が増えているが、mixi は会員数は多いものの、実際にログインして、利用している人は減少傾向にある。

また、近年台頭してきたのが LINE だ。LINE はチャットのような形式をとっており、会員数も順調に伸びている。

SNS はこのように何種類もあるが、併用して利用している人が多い。各 SNS 特徴が異なり、利用者はそれによって SNS を使い分けているのだと考えられる。そこで、利用者の多い SNS、今回は twitter、Facebook、LINE に限定してこの3種の SNS を利用者はどのように使い分けているのか、その棲み分けと各 SNS どのような特徴が評価されているのか、その満足度を調査したいと思う。

### 1.2 調査に関する状況

#### (1) 各 SNS の特性

	twitter	Facebook	LINE
アカウント名	自由	実名	自由
ツール	情報収集	コミュニケーション	チャット
投稿の文字数制限	1 投稿 140 文字以内	なし	なし
写真の投稿	容量が軽いものは適す	適す	適す

各 SNS の主な特性を挙げた。

twitter は基本的に情報収集ツールとして利用する人が多い。140 文字という制限の中に情報を凝縮させるので、簡潔な文章が多い。また、つぶやきというように、特に誰に向けて発信している訳でもない独り言のような投稿が多い。誰かのかつぶやきに対して返信をした場合、返信相手だけでなくフォロワー全員がその返信を閲覧することができる。もちろんアカウントに鍵をかけるなど、公開範囲を制限することもできる。写真は複数枚投稿することが難しく、仲間との写真共有などにはあまり適さない。

Facebook はコミュニケーションツールとして利用する人が多い。アカウント名が実名登録なので、友達検索がしやすい。もちろん Facebook も公開範囲を制限することができる。また、グループを作成して、情報共有の場として利用する人も多い。写真はアルバムを作成することができるので、大量の写真を投稿することができる。なので、写真を共有したりすることも可能である。

LINE はチャットツールだ。SNS とはまた異なるかもしれない。現在、利用者をどんどん増やしている。LINE は複数人数での会話が可能だ。写真の投稿も容易であり、共有ができる。また、これまでの顔文字や絵文字とは異なるスタンプという機能も人気だ。

## ( 2 ) 利用目的

イギリスの調査企業 porter novelli は、“ SNS について女性は現実世界の関係を補強する手段として用いており、主に友人や家族との交流に利用している。これに対し、男性はステータスを共有する手段とする傾向が強く、自分の意見を公開する場として利用している。” と発表した。

これはイギリスの調査であるが、日本でも男女間での SNS の利用目的に差が見られるのだろうか。

## ( 3 ) 使用用途

アイオイクス株式会社が 2012 年 1 月～2 月に首都圏の大学に在籍する大学 1～2 年生の男女 100 名を対象に SNS の利用実態調査を行った。

これによると使用用途別に最も利用する SNS を調査した結果、次のような結果が出た。「今どこで何をしているのか」「気持ちや体調など」これは twitter の利用が圧倒的に多い。しかし、「携帯で撮った写真」や「好きなブランドや企業の投稿」では Facebook の利用も高くなっている。

また、「飲み会やイベントなどの連絡に SNS をつかう」では全体の半数以上がつかうと回答している。SNS が利用される以前では、これらの連絡はすべてメールで行われていたと思うが、SNS 利用が高い今、連絡手段も変化していることが分かる。

## ( 4 ) 繋がる相手による使い分け

SNS を繋がる相手によって使い分けをする人が増えている。

twitter はリアルな友達と、会ったことはないが趣味・好み合う人をフォローしている人が多い。趣味・好み合う人たちが発信する情報を得るためである。

Facebook は実名登録なので、繋がる人が友人や知人、家族などに制限される。よって他の SNS より安心感が高く、自分が写っている写真などを投稿する人が多い。

LINE はチャットが主な機能なので、リアルな友達との雑談や簡単な連絡に用いることが多い。

繋がる相手や、会話・投稿の内容によってユーザーは SNS を使い分けている。文教大学生はどのように SNS を使い分けているのか調査したい。

## ( 5 ) SNS の普及率

今回調査する 3 種の SNS はいずれも利用率が年々増加している。

この3種のSNSがユーザー数5000人に達するまでにどれくらいの日数がかかったのか比較している情報がある。

twitterは1,096日、Facebookが1,325日、LINEが399日である。この結果を見て分かるようにLINEがものすごい勢いでユーザー数を増やしている。チャット形式でやりとりがしやすく、投稿が用意なところが支持されている

### 1.3 調査研究の方法

#### (1) 進捗経緯

5月～7月：調査テーマ討論、文献による情報収集、仮設作成

8月：調査コンセプト、仮調査票作成

9月：調査コンセプト討論、調査票の検討、仮設の検討

10月：プリテスト実施、調査票最終版作成、調査実施

11月：単純集計結果報告、分析・集計結果報告

12月：分析・研究報告書作成

#### (2) 調査の概要

##### a. 調査の意図

- ・ SNSの利用の棲み分けはどの程度起こっているのか
- ・ SNSをどのような利用目的で使い分けているのか
- ・ SNSの特徴によって各満足度は異なるのか
- ・ SNS利用とメール利用の相関の有無

##### b. 調査対象者

- ・ 文教大学湘南キャンパス情報学部広報学科生（1～4年生）

##### c. 調査方法

- ・ 授業時間内に配布・回収

d . 主な質問項目

- ・利用している携帯電話  
(スマートフォン/ガラパゴス携帯/両方利用)
- ・利用している SNS ( twitter / Facebook / LINE )
- ・各 SNS 実名登録の有無
- ・各 SNS 満足度
- ・1番多いフォロー相手
- ・メール1日平均受信数/送信数
- ・各 SNS 1日平均閲覧回数
- ・各 SNS 1日平均閲覧回数
- ・各 SNS 1日平均投稿数
- ・各 SNS 利用月数
- ・用途別 SNS 利用状況
- ・性別
- ・学年
- ・学科

e . 発送数と回収数

- ・発送数 130
- ・回収数 126

## 1.4 成果の概要

### a. 【SNS の効用満足度比較】

SNS の特徴を先行調査で挙げ、SNS の効用を 10 個設定した。

主な項目は以下に示す。

- ・ 情報収集をするのに便利である
- ・ 情報の共有をするのに便利である
- ・ 写真の投稿・共有をするのに便利である
- ・ 複数人数での会話をするのに便利である
- ・ 投稿が簡単にできるのがいい
- ・ 友達とコミュニケーションをとれるのがいい
- ・ 芸能人の投稿を閲覧できるのがいい

これらの効用に対して、twitter、Facebook、LINE の各利用者に「1. そう思う」～「5. そう思わない」の 5 段階で回答を得た。これらの回答に対し、グループの平均で各 SNS の満足度を調べ、どういうところが利用者に受けているのかを分析した。

図1-4-1 SNS 3種の効用満足度比較

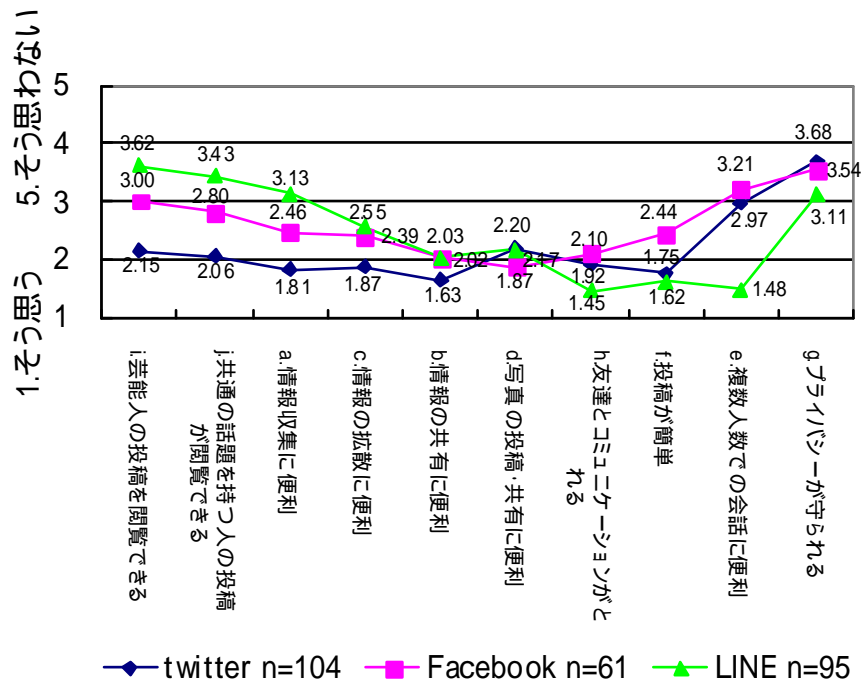


図 1 - 4 - 2 SNS 別満足度上位 3 項目

	1	2	3
twitter n=104	b. 情報の共有をするのに便利 (1.63)	f. 投稿が簡単にできる (1.75)	a. 情報収集をするのに便利 (1.81)
Facebook n=61	d. 写真の投稿・共有をするのに便利 (1.87)	b. 情報の共有をするのに便利 (2.03)	h. 友達とコミュニケーションが取れる (2.10)
LINE n=95	h. 友達とコミュニケーションがとれる (1.45)	e. 複数人数での会話をするのに便利 (1.48)	f. 投稿が簡単にできる (1.62)

SNS 3 種の満足度を比較し、各満足度に違いがあるのか、それによってどのように使い分けがされているのかを調査した。

twitter で 1 番満足度が高かったのは、「情報の共有をするのに便利」であり、twitter の特徴的機能である“リツイート”や“リプライ”のことを指すのだと考えられる。また以下、「投稿が簡単にできる」と「情報収集をするのに便利」が続いた。これらのことから twitter は、“手軽に情報収集・共有ができる SNS”という目的で多く利用されていることが言える。「twitter は情報収集ツールとして利用されている」という仮説を立てていたが、そうであるということが分かった。

Facebook で 1 番満足度が高かったのは、「写真の投稿・共有をするのに便利」であり、他の SNS と比較し、簡単に何枚も大量にアップロードできるアルバム機能が満足されているということが言える。続いて、「情報の共有をするのに便利」、「友達とコミュニケーションが取れる」であった。これらのことから Facebook は、“友達と情報や写真を共有ができる SNS”という目的で多く利用されていることが言える。

LINE で 1 番満足度が高かったのは、「友達とコミュニケーションがとれるのがいい」であり、次いで「複数人数での会話をするのに便利」「投稿が簡単」なので、LINE は身近な友達とのコミュニケーションツールとして多く利用され、満足されていることが分かった。他の SNS との違いは複数人数で会話をするのに便利だということだ。twitter や Facebook ではアカウントに鍵をかけていない以上、自分のフォロワー全員が自分と特定人物とのコメントのやり取りを閲覧することができる。LINE ならメールのようにメッセージを送った相手にしか内容を見ることができない。しかし、メールは複数人数でのやり取りには適していない。なので、複数人数での長く続く会話や連絡などは LINE が多く利用されているのである。これらのことから、LINE は“手軽に複数人数でのコミュニケーションが取れる SNS”という目的で多く利用されていることが言える。



b. 【SNS とメールの棲み分け】

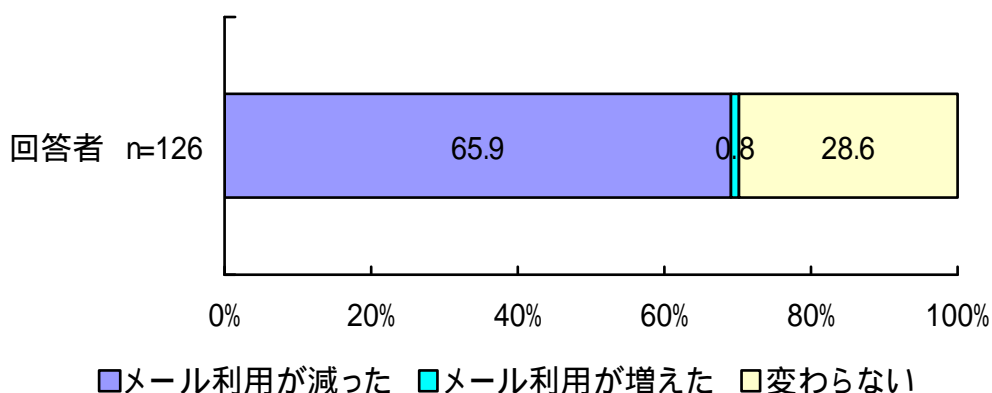
( 1 ) SNS 利用によるメール利用頻度の変化の有無

SNS を利用することによって、メールを使う頻度に変化があったかを調査した。

「メール利用が減った」は約 66%、「メール利用が増えた」は約 1%、「変わらない」は約 29%だった。

仮説で立てたとおり、SNS の利用が活発になったことによって、それまでコミュニケーションツールとして利用されていたメールは明らかに使用頻度が下がっているということが分かった。

図1-4-2 メール利用頻度の変化の有無



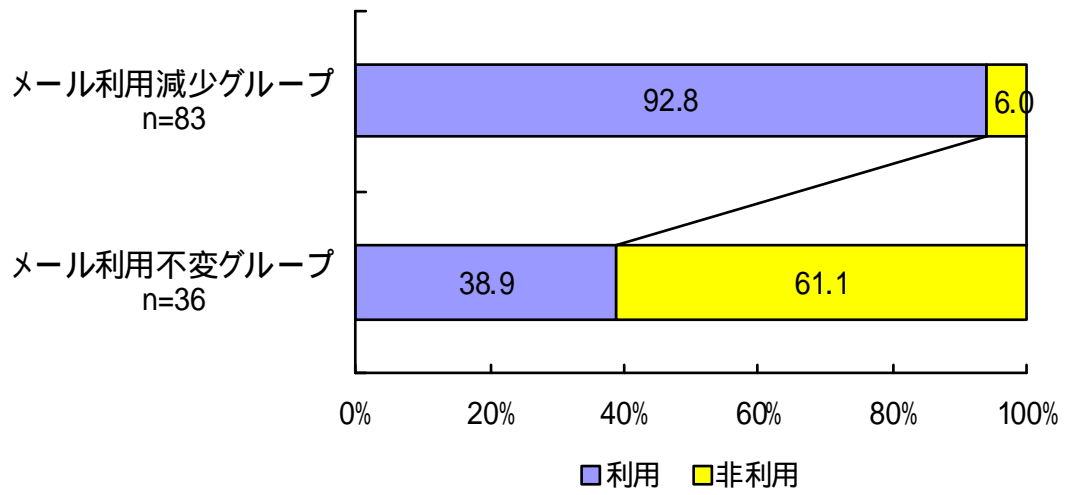
( 2 ) メール利用グループ別利用 SNS の組み合わせ

SNS の普及により、メールの利用が減少している。しかし、メールの利用頻度が変わらない人もいる。メールの利用が減少した人はそれまでメールで行っていたことを何かの SNS で代用しているのだと思う。そこで、チャット形式でメールの機能と最も類似している SNS の LINE に利用者は移行していったのではないかと思い、メール利用が減ったグループ（減少グループ）と、それまでと変わらないグループ（不変グループ）の 2 つに分け、それぞれ LINE の利用の有無について調査したところ、有意な結果が得られた。

メール利用減少グループは LINE を「利用」している人が約 93%である。「非利用」は僅か 6%であった。それに対し、メール利用不変グループは LINE を「利用」している人が約 39%である。「非利用」が約 61%であり、非利用の方が割合が高い。

この結果から、メール利用が減少している人たちは、メールから LINE へと移行していることが分かる。

図1-4-3 メール利用グループ別LINE利用有無 ( 2乗: p=0.000)



## 第2章 調査研究の成果

### 2.1 調査回答者の概要

調査は文教大学湘南校舎の情報学部の生徒に協力を得て行った。

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の学年別の分布では、1年2.4%(3人)、2年56.3%(71人)、3年33.3%(42人)、4年7.9%(10人)となっている。また表2-1-2の性別の分布では、男子51.6%(65人)、女子48.4%(61人)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の平均などの層化を行った集計では、影響は限定されると考えられる。

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	2.4 (3)	56.3 (71)	33.3 (42)	7.9 (10)	100.0 (126)
情報学部生	25.8 (515)	22.0 (440)	25.5 (509)	26.7 (534)	100.0 (1998)

(注)母集団は情報学部 2012.10 末時点である。

表2-1-2 回答者と母集団の比較

	男子	女子	計
回答者	51.6 (65)	48.4 (61)	100.0 (126)
情報学部生	66.1 (1321)	33.9 (677)	100.0 (1998)

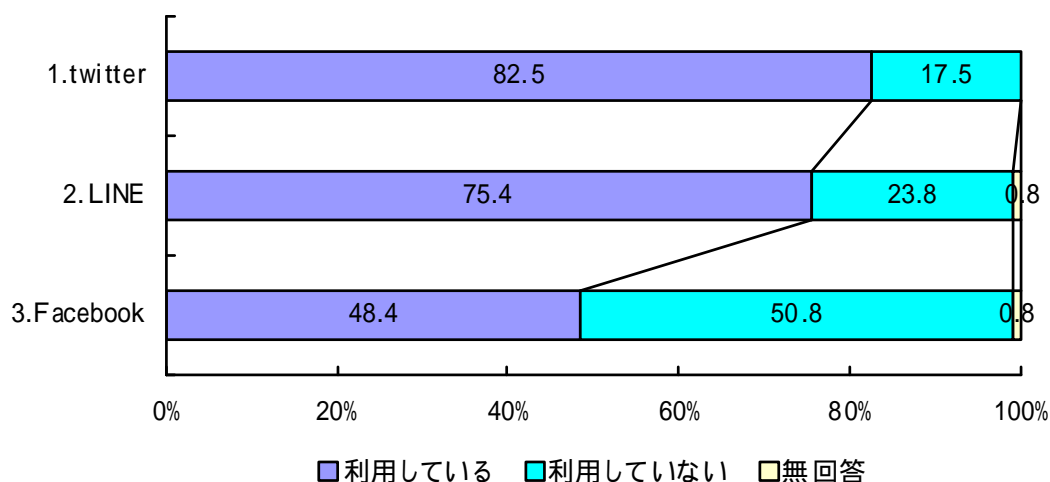
(注)母集団は情報学部 2012.10 末時点である。

## 2.2 SNS 利用状況

### (1) SNS 別利用の有無

SNS 3 種 ( twitter、Facebook、LINE ) の利用の有無について調査した。図 2-2-1 に示す。その結果、twitter ( 83% )、LINE ( 75% )、Facebook ( 48% ) の順に利用度が高かった。

図2-2-1 SNS利用の有無 n=126



### (2) SNS 別 1 日平均閲覧回数

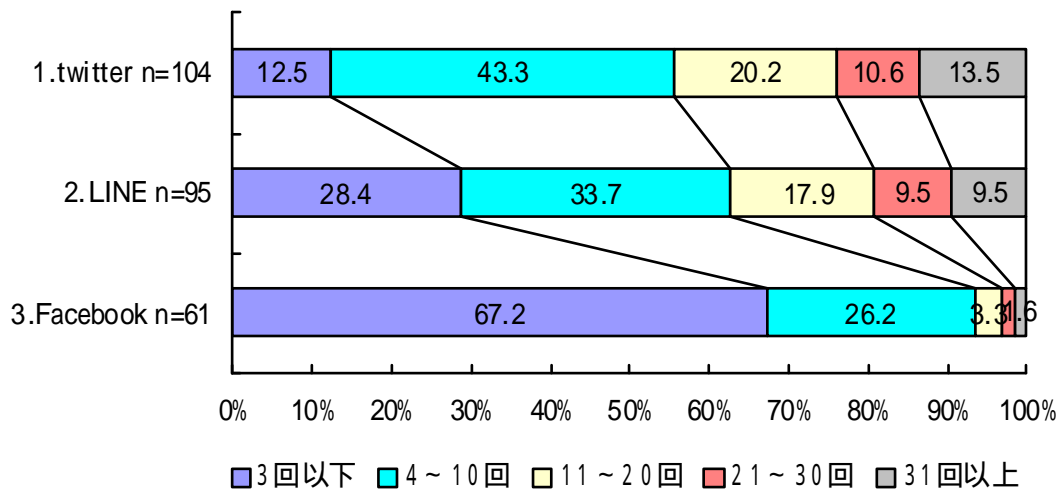
SNS 3 種別に 1 日平均閲覧回数を調査した。図 2-2-2 に示す。

twitter は「 4 ~ 1 0 回」が約半数の 43% と最も多く、次いで「 1 1 ~ 2 0 回」が約 20%、「 3 1 回以上」が約 14% である。Facebook は「 3 回以下」が全体の約 7 割の 67% と最も多く、次いで「 4 ~ 1 0 回」が約 26% である。LINE は「 4 ~ 1 0 回」が約 34% と最も多く、次いで「 3 回以下」が約 28% と続く。

各 SNS の 1 日平均閲覧回数の平均値は、twitter が 5.4 回、LINE が 3.6 回、Facebook が 0.6 回と平均値を比較しても Facebook が圧倒的に少ないことが明確である。

この結果から、twitter と LINE は比較的 1 日に何度も閲覧するが、Facebook は閲覧回数が圧倒的に少なく、メインの SNS としてはあまり多く利用されていないということが分かった。

図2-2-2 SNS別1日平均閲覧回数



(3) SNS別1日平均投稿回数

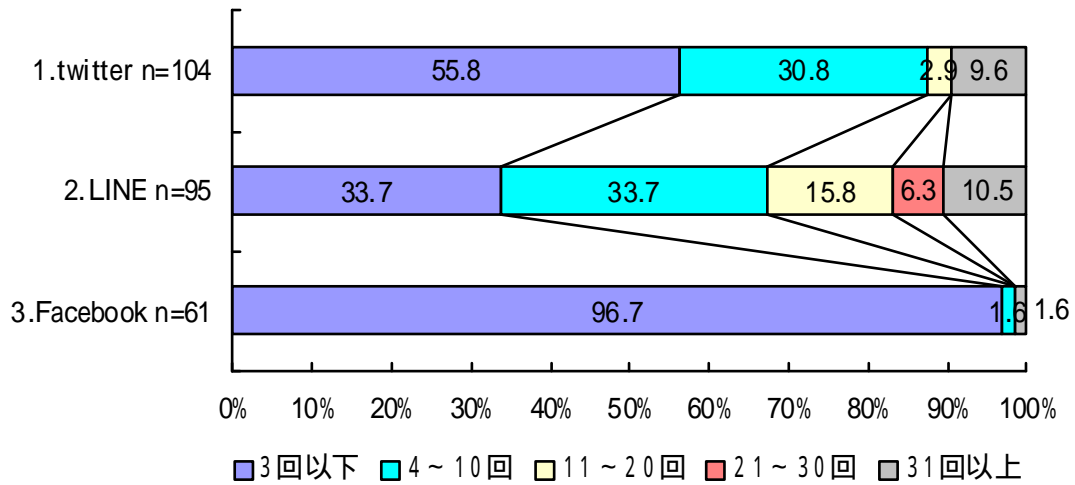
SNS 3種別に1日平均投稿時間を調査した。図2-2-3に示す。

twitterは「3回以下」が約56%と最も多く、次いで「4~10回」が約31%である。Facebookは「3回以下」が全体の約9割以上の97%と圧倒的に多い。LINEは「4~10回」が約34%と最も多く、次いで「3回以下」が約28%と続く。しかし、「31回以上」は11%と3つの中で最も多い。

1日平均投稿回数の平均値は、twitterが3.5回、LINEが3.9回、Facebookが0.6回である。

この結果から、twitterは利用者が多い割に1日の投稿回数は少なく、Facebookは閲覧のみの利用、LINEは利用している人の中でも活発に利用している人とそうでない人がいるということが分かった。

図2-2-3 SNS別1日平均投稿回数



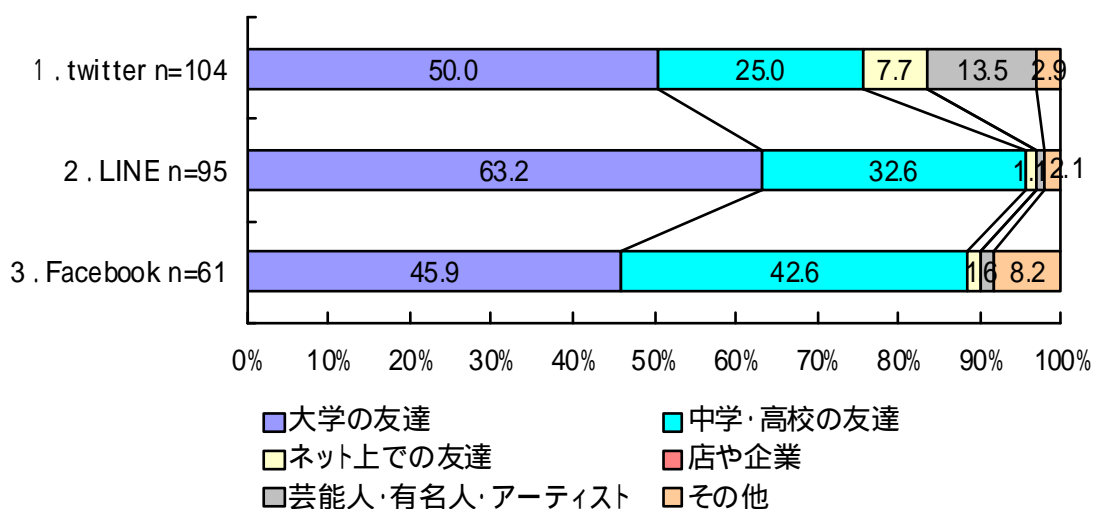
(4) 1番多いフォロー相手

SNS 3種別にフォローで1番多い分類を調査した。図2-2-4に示す。

twitter、Facebook、LINEともに「大学の友達」が最も多い。次いで、「中学・高校の友達」である。

この結果から、フォローの相手別にSNSを使い分けているということはほとんどないということが分かった。また、twitterは主な成果のところで、“手軽に情報収集・共有ができるSNS”というように定義したが、「店や企業」などを1番多くフォローしていると回答した人はいなかった。あくまで、友達発信の情報やリツイートなどで情報収集をしているのだと考えられる。

図2-2-4 1番多いフォロー相手



( 5 ) SNS の効用

SNS の特徴を先行調査で挙げ、SNS の効用を 10 個設定した。

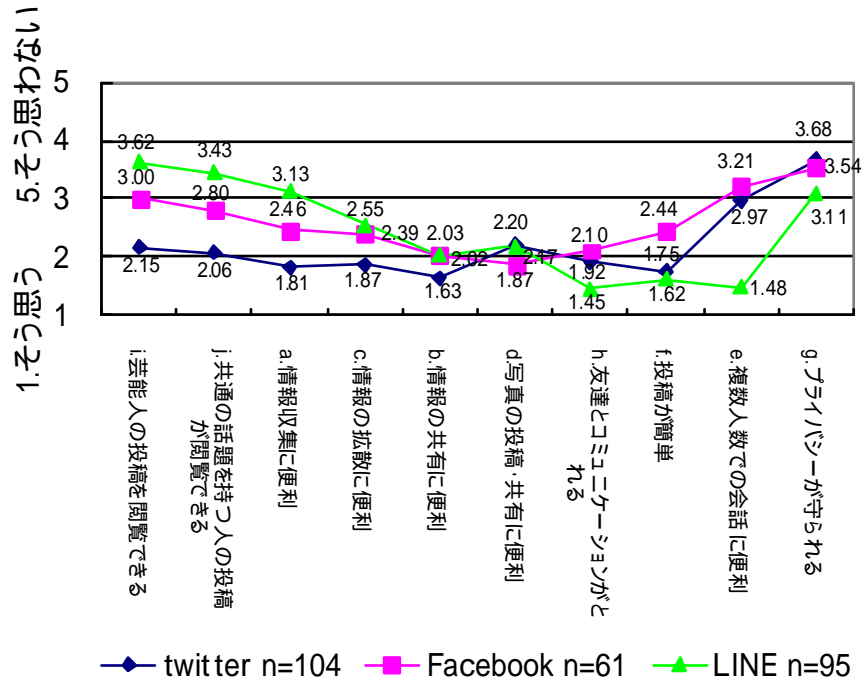
主な項目は以下に示す。

- ・ 情報収集をするのに便利である
- ・ 情報の共有をするのに便利である
- ・ 写真の投稿・共有をするのに便利である
- ・ 複数人数での会話をするのに便利である
- ・ 投稿が簡単にできるのがいい
- ・ 友達とコミュニケーションをとれるのがいい
- ・ 芸能人の投稿を閲覧できるのがいい

これらの効用に対して、twitter、Facebook、LINE の各利用者に「 1 . と思う」～「 5 . と思わない」の 5 段階で回答を得た。これらの回答に対し、グループの平均で各 SNS の満足度を調べ、どういうところが利用者に受けているのかを分析した。

結果は、各 SNS の特徴が顕著にあらわれた。twitter は情報の共有や収集をするのに便利という点で評価が高い。Facebook は写真や情報の投稿や共有という点が評価された。LINE は複数人数での会話が高く評価された。

図2-2-5 SNS 3種の効用満足度比較





## 2.3 SNS 利用とメール利用

多くの人が SNS を利用しているが、SNS を利用し始めたことによって、それまでコミュニケーションツールとして多く利用されていたメールの利用に何か変化はあったのか。

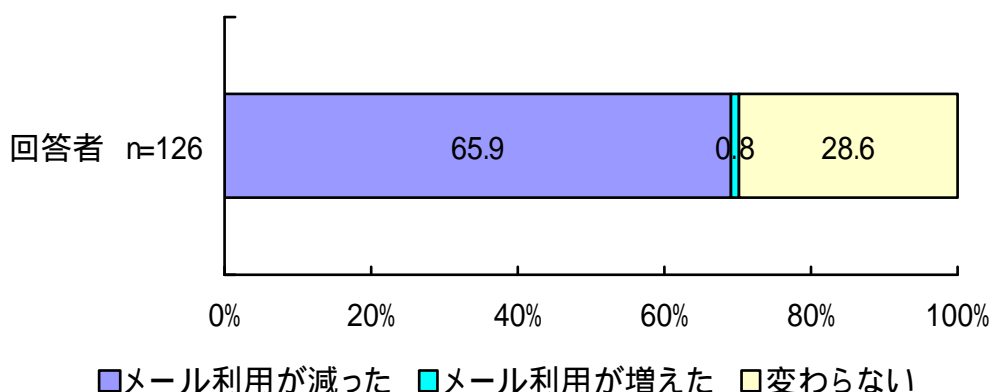
### (1) SNS 利用によるメール利用頻度の変化の有無

SNS を利用することによって、メールを使う頻度に変化があったかを調査した。

「メール利用が減った」は約 66%、「メール利用が増えた」は約 1%、「変わらない」は約 29%だった。

仮説で立てたとおり、SNS の利用が活発になったことによって、それまでコミュニケーションツールとして利用されていたメールは明らかに使用頻度が下がっているということが分かった。

図2-3-1 メール利用頻度の変化の有無



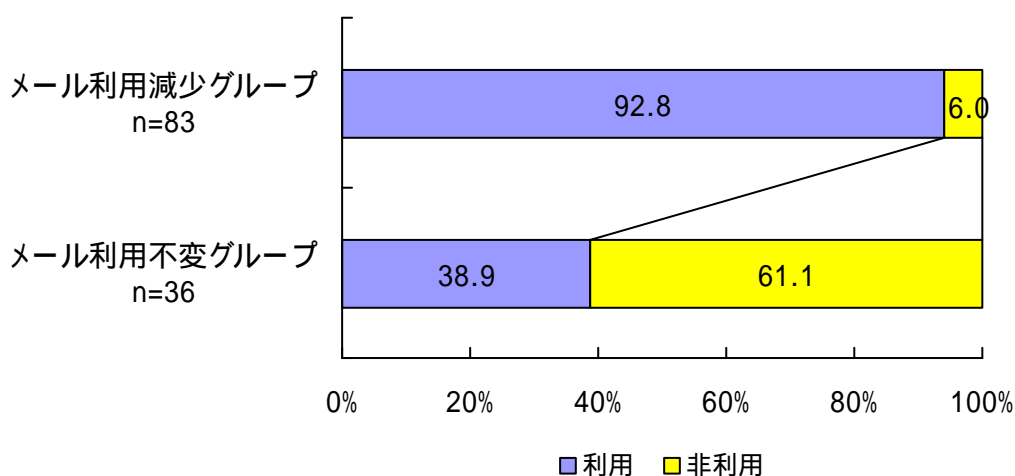
### (2) メール利用グループ別利用 SNS の組み合わせ

SNS の普及により、メールの利用が減少している。しかし、メールの利用頻度が変わらない人もいる。メールの利用が減少した人はそれまでメールで行っていたことを何かの SNS で代用しているのだと思う。そこで、チャット形式でメールの機能と最も類似している SNS の LINE に利用者は移行していったのではないかと思い、メール利用が減ったグループ（減少グループ）と、それまでと変わらないグループ（不変グループ）の 2 つに分け、それぞれ LINE の利用の有無について調査したところ、有意な結果が得られた。

メール利用減少グループは LINE を「利用」している人が約 93%である。「非利用」は僅か 6%であった。それに対し、メール利用不変グループは LINE を「利用」している人が約 39%である。「非利用」が約 61%であり、非利用の方が割合が高い。

この結果から、メール利用が減少している人たちは、メールから LINE へと移行していることが分かる。

図2-3-2 メール利用グループ別LINE利用有無 ( 2乗: p=0.000)



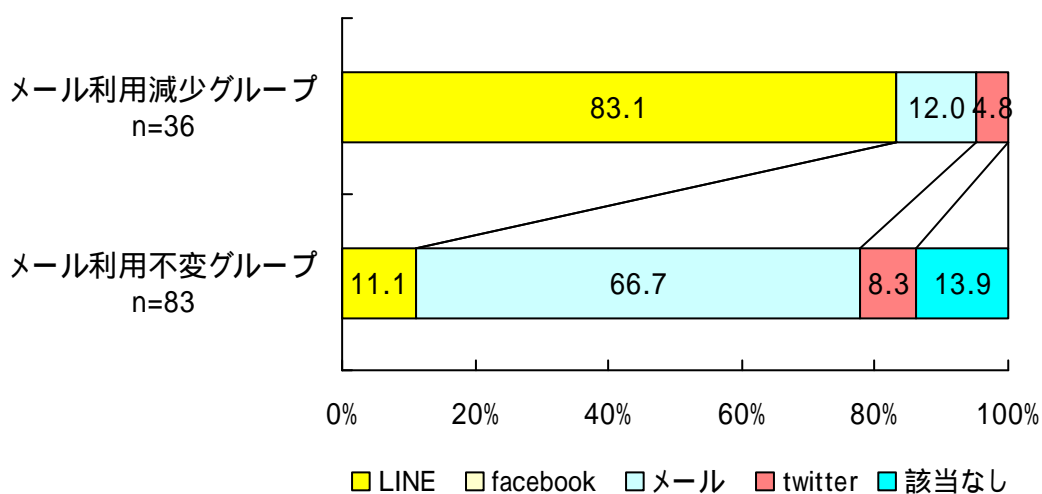
( 3 ) SNS のメール利用への影響

メールを最も使うであろうシチュエーションの「友達への連絡・会話」で、メール利用減少グループと不変グループは何を利用しているのかを調べたところ、有意な結果が見られた。

メール利用減少グループで最も多かったのは、「LINE」で約 83%、続いて「メール」が約 12%だった。メール利用不変グループは「メール」が約 67%、「LINE」が約 11%だった。

メール利用減少グループは連絡手段として、明らかにメールから LINE へ移行していることが分かる。対して、メール利用不変グループは未だメールの利用度が高く、LINE などの SNS は利用度が低いことが分かる。

図2-3-3 メール利用グループ別友達への連絡・会話



## 2.4 シチュエーション別 SNS の利用の仕方

シチュエーション別に SNS の利用の仕方に差があるのかを調査した。SNS を利用するだろうシチュエーションを 5 つ設定し、その各シチュエーション別に、twitter、Facebook、LINE、メール、該当なしの 5 つから最も利用するものに回答してもらった。

### 【情報収集（趣味などの）】

情報収集（趣味などの）では、「twitter」が約 56%、「Facebook」が約 6%、「LINE」が約 2%、「メール」が約 2%、「該当なし」が約 31%だった。

主な成果で twitter は情報収集ができる SNS と述べたが、他の SNS と比較しても、情報収集という場面では twitter が最も多く利用されているのだということが分かった。

### 【ネット上の友達への連絡・会話】

ネット上の友達への連絡・会話では、「twitter」が約 32%、「Facebook」が約 5%、「LINE」が約 13%、「メール」が約 9%、「該当なし」が約 39%だった。

「該当なし」を除くと、twitter が最も多かった。友達への連絡・会話では LINE が最も多かったが、ネット上の友達となると twitter が最も多い。twitter がきっかけで友達になったとも考えられる。

### 【写真の送信】

写真を送るでは、「twitter」が約 8%、「Facebook」が約 8%、「LINE」が約 44%、「メール」が約 26%、「該当なし」が約 11%だった。「LINE」か「メール」に分かれたが、写真という個人が写っている場合もあるので、比較的プライバシーが守られる LINE とメールが多かったのだろう。

### 【複数人数での連絡・会話】

複数人数での連絡・会話では、「twitter」が約 6%、「Facebook」が約 1%、「LINE」が約 68%、「メール」が約 9%、「該当なし」が約 13%だった。

ここでも「LINE」が最も多く、複数人数での連絡・会話に LINE は適しているということが分かる。

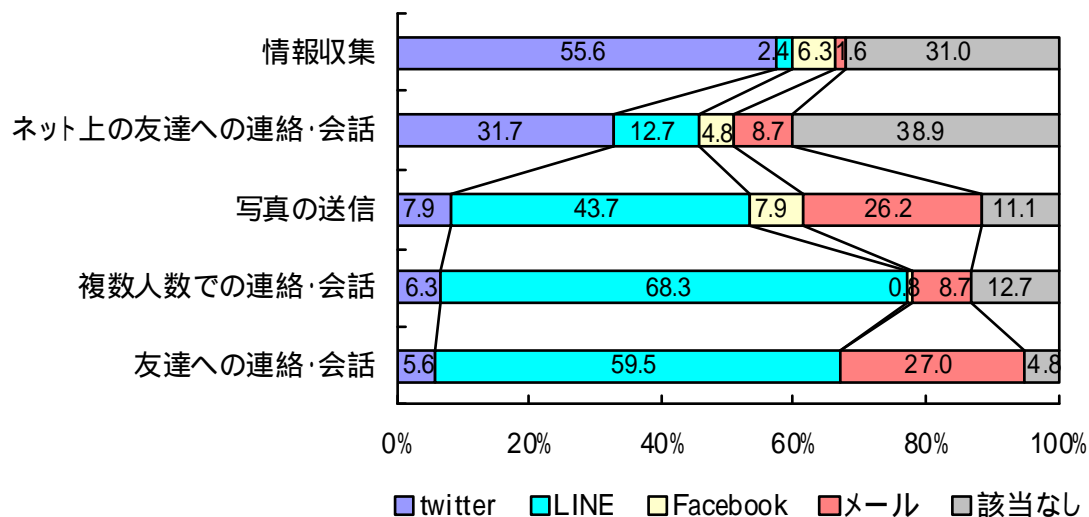
### 【友達への連絡・会話】

友達への連絡・会話では、「twitter」が約 6%、「Facebook」が 0%、「LINE」が約 60%、「メール」が約 27%、「該当なし」が約 5%だった。

ここでは、LINE が全体の約 6 割と最も多かった。

5つを比較してみると、twitter と LINE のどちらかが多く利用されている。相手に関わらず“会話”という領域では圧倒的にLINE が利用されていることが分かる。これまでは会話という、メールが利用されていたが SNS の普及に伴い、自然とメールから LINE に移行していることがここでも分かる。

図2-4-1 シチュエーション別利用SNS



## 2.5 SNS利用の男女差

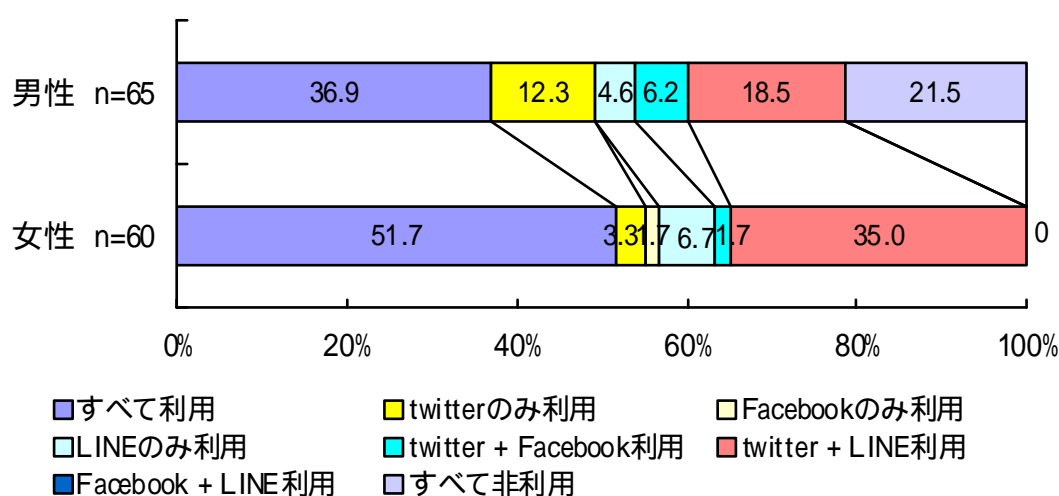
### (1) 利用SNSの組み合わせ

性別で利用しているSNSに違いはあるのかを調査したところ、有意な結果が見られた。

男性は3種「すべて利用」が約37%と最も多かったが、次に多かったのが「すべて非利用」の約22%である。女性も「すべて利用」が約52%と全体の半数の割合で最も多く、次に「twitter+LINE利用」が約35%だった。

男性が「すべて非利用」が約22%いるのに対し、女性は0%である。全体的に見ても、女性の方が、積極的にSNSを利用していることが分かる。

図2-5-1 利用SNSの組み合わせ



### (2) twitter利用月数

前述の結果で女性の方が積極的にSNSを利用していることが分かった。そこで男女ともに最も多く利用されているSNSのtwitterで、利用月数に差があるのかを調査したところ、有意な結果が見られた。

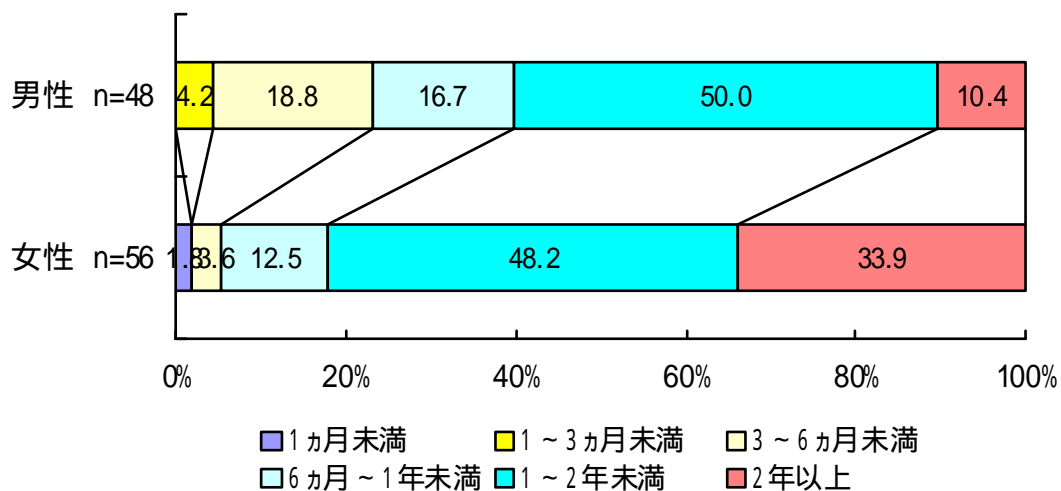
男性は、「1～2年未満」が約50%と最も多く、次に「3～6ヵ月未満」が約19%、「6ヵ月～1年未満」が約17%である。女性は「1～2年未満」が約48%と最も多く、次に「2年以上」が約34%、「6ヵ月～1年未満」が約13%である。

「2年以上」では、女性が男性の約3倍以上いる。女性の方が男性より比較的早い段階でtwitterの利用を開始していたことが分かる。やはり女性の方が積極的にSNSを利用していると言える。

利用月数の平均値は男性が4.8ヶ月なのに対し、女性は15.3ヶ月である。

なお、twitterの1日平均閲覧時間や投稿回数では男女での差は見られなかった。利用を開始してからは男女の差がなく利用をしているが、新しいSNS自体に目をつけるのは比較的女性の方が早いようだ。

図2-5-2 twitter利用月数



(3) シチュエーション別 SNS 利用の男女差

性別で SNS の利用の仕方に差はあらわれるのだろうか。性別でシチュエーション別に調査したところ、有意な結果がいくつかあった。

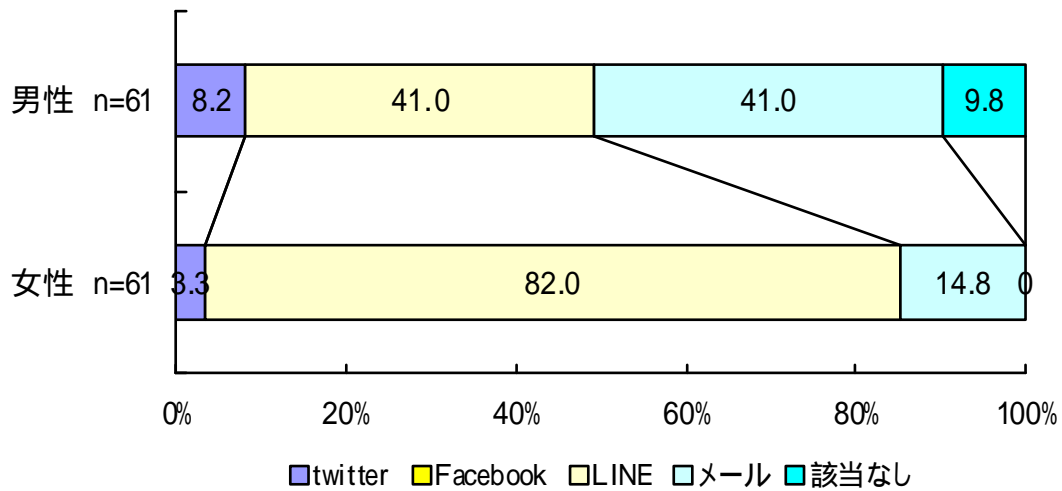
【友達への連絡・会話】

友達への連絡・会話では、男性が「twitter」が約 8%、「Facebook」が 0%、「LINE」が約 41%、「メール」が約 41%である。女性は「twitter」が約 3%、「Facebook」が 0%、「LINE」が約 82%、「メール」が約 15%である

「Facebook」がともに 0%であるが、他の SNS に差が見られた。「LINE」の利用が女性は男性の約 2 倍である。女性は LINE を活発に利用しているということが分かった。対して男性は LINE も利用しているが、メール利用も約半数いる。

友達とコミュニケーションをとる手段は性別で差があると言える。

図2-5-3 友達への連絡・会話



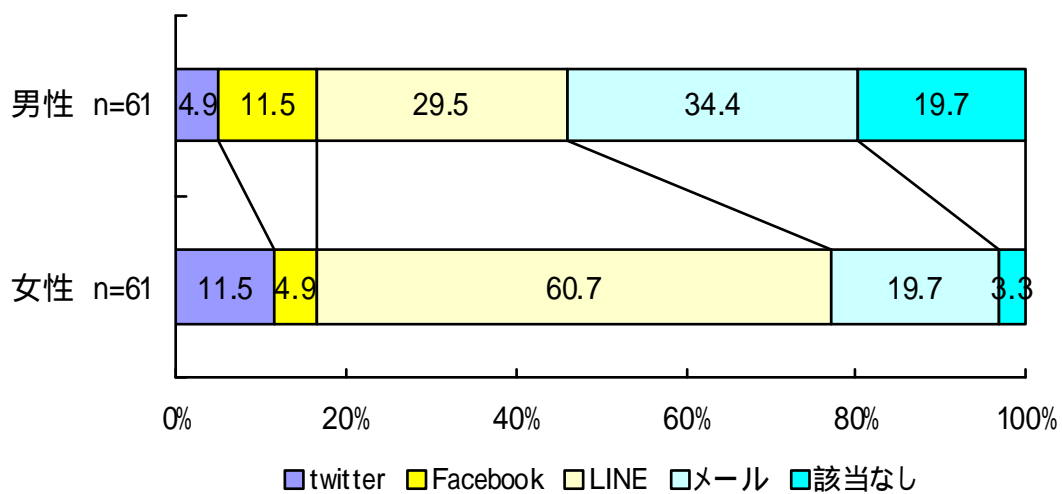
【写真の送信】

写真を送るでは、男性が「twitter」が約5%、「Facebook」が約12%、「LINE」が約30%、「メール」が約34%である。女性は「twitter」が約12%、「Facebook」が約5%、「LINE」が約61%、「メール」が約20%である。

ここでも、女性の方がLINEを活発に利用していることが分かる。対して、メールは男性の方が多い。

女性は全体的にLINEを活発に利用し、男性はLINEも利用しているが半数ほどはメールを利用していると言える。

図2-5-4 写真の送信



### 第3章 まとめと今後の課題

今回、SNS の利用の棲み分けと満足度について調査してみて、想像していたよりもはっきりと棲み分けがされているということが分かった。

twitter は基本的に情報収集ツールであると考えたが、多くの利用者が情報収集に活用していた。満足度でも情報収集をするのに便利、情報の拡散・共有をするのに便利という面で高く評価されていた。

Facebook は、世界で最も会員数の多い SNS であるが、日本ではまだあまり利用者が多くないということが分かった。利用者も閲覧や投稿の回数が他の SNS と比較しても圧倒的に少ない。また、Facebook は主に写真の共有をするのに多く利用されているのみで、Facebook 上でコミュニティを作成してコミュニケーションを取るということは無かった。シチュエーションを分けて行った調査でも友達との会話・連絡などでは利用率は 0 に近く、仮説で立てていたコミュニケーションツールというのは実証されなかった。

LINE は思っていたよりも活発に利用されているということが分かった。会員数の伸びが著しく、友達との雑談や連絡、写真の送信など幅広く利用されている。複数人数での会話をするのに便利という面では、他の SNS の追随を許さないほど圧倒的に支持されており、新しい SNS の形が作られたと思う。

仮説では他に、芸能人や著名人、アーティストなどの普段コミュニケーションを取ることとは不可能な人物の投稿を閲覧できるという面で、特に twitter や Facebook は支持されているだろうと考えたが、SNS でのコミュニケーション相手やフォロワーは基本的に大学や中学・高校の友達など、実際に会ってコミュニケーションをとることの出来る人だということも分かった。

また、SNS の利用者は特にメールの利用が減少してきていた。その代用となるのが LINE でメールより気軽にチャット形式での会話が可能だからである。

自分自身、今回調査した SNS は全て利用しているが、あまり意識することもせずに自然と使い分けをしていたように思う。自分の場合、利用目的だけでなく、コミュニケーションを取る相手別に利用する SNS を使い分けてもいるが、調査では相手別に SNS を使い分けるとい結果はなかなか見受けられなかった。しかし、利用目的別では顕著な結果が出ており、SNS の棲み分けが実証されたことはよい結果だったと思う。

今回 SNS のことを調べてみて、ここ数年で急速に SNS はわたしたちにとって欠かせないツールとなりつつあるのだということが分かった。メールと比較しても、友達への連絡や雑談などそれまでメールが担ってきた部分を今は SNS が担っている部分が多い。メールでの効用 1 つ 1 つをクローズアップし、更に便利に使いやすく進化させたのが SNS だという見方もすることができた。この数年でここまで進化した SNS。更なる進化が予想される。この先、SNS がどのように進化・発展し、人々がどのように使い分けていくのか非常に興味深い。この経験を活かし、SNS をさらに活用していきたいと思う。



## 参考文献

- ・「次世代 SNS 戦争のゆくえ」小川浩 ソフトバンククリエイティブ 2011
- ・「危ないミクシィ」 夏原武 洋泉社 2007
- ・「LINE のソーシャルネットワーク化の先にあるもの」  
<http://www.littleshotaro.com/archives/1777>
- ・「Facebook のリストとグループ、Google+のサークル、Twitter のリストといった情報共有の違いに見る本質的な相違点」  
<http://fujiirobi.wordpress.com/2011/08/02/facebook>
- ・「Twitter、Facebook、Foursquare、Instagram.....個性的な SNS を使い分けるコツ」  
<http://trendy.nikkeibp.co.jp/article/column/20110622/1036494/>
- ・「大学1・2年生に100人に聞いた SNS の利用実態調査」  
[http://infographic.jp/gallery/sns\\_survey/](http://infographic.jp/gallery/sns_survey/)

## SNSに関する調査 単純集計表

情報学部広報学科 3年「社会調査」松井瑞季

「社会調査」の授業のための調査です。無記名ですので、率直にお答え下さい。

問1．現在利用している携帯電話はどれですか（1つに） n=126

1．スマートフォン 72.2	2．スマートフォンとガラケー 7.9	3．ガラケーのみ 19.8	問3へ
----------------	--------------------	---------------	-----

問2．スマートフォンにしてから SNS の利用が増えましたか（1つに） n=102

1．増えた 58.8	2．変わらない 31.4	3．減った 3.9	4．SNS を利用していない 5.9
------------	--------------	-----------	--------------------

問3．現在利用している最も新しい携帯端末の利用月数はどのくらいですか（1つに） n=126

1．1ヵ月未満 4.8	2．1ヵ月～3ヵ月未満 11.9	3．3ヵ月～6ヵ月未満 15.9	
4．6ヵ月～1年未満 23.0	5．1年～2年未満 33.3	6．2年以上 7.9	
無回答			3.2

### 【twitter について】

問4．twitter を利用していますか（1つに） n=126

1．はい 82.5	2．いいえ 17.5	問1へ
-----------	------------	-----

問5．twitter のアカウント名は実名で登録していますか（1つに） n=104

1．はい 21.2	2．いいえ 78.8
-----------	------------

問6．twitter を利用し始めてどのくらい経ちますか（1つに） n=104

1．1ヵ月未満 1.0	2．1ヵ月～3ヵ月未満 1.9	3．3ヵ月～6ヵ月未満 10.6	
4．6ヵ月～1年未満 14.4	5．1年～2年未満 49.0	6．2年以上 23.1	

問7．Twitter の利用の受け止め方について下記の A～G の項目ごとにお答えください（それぞれ1つに） n=104

	1. そう思う	2. ややそう思う	3. どちらとも言えぬ	4. ややそうは思わない	5. そう思わない
A. 情報収集をするのに便利である	46.2	36.5	10.6	3.8	2.9
B. 情報の共有をするのに便利	51.0	39.4	7.7	0	1.9
C. 情報の拡散をするのに便利	40.4	40.4	13.5	3.8	1.9
D. 写真の投稿・共有をするのに便利	27.9	35.6	26.0	9.6	1.0
E. 複数人数での会話をするのに便利	17.3	19.2	23.1	29.8	10.6
F. 投稿が簡単にできるのがいい	44.2	40.4	12.5	1.9	1.0
G. プライバシーが守られるのがいい	7.7	6.7	23.1	34.6	27.9
H. 友達とコミュニケーションがとれるのがいい	36.5	45.2	12.5	1.0	4.8
I. 芸能人の投稿を閲覧できるのがいい	33.7	33.7	21.2	6.7	4.8
J. 共通の話題を持つ人の投稿が閲覧できるのがいい	36.5	34.6	19.2	5.8	3.8

問8．twitter の1日平均閲覧回数はどのくらいですか（1つに） n=104

1．3回以下 12.5	2．4～10回 43.3	3．11～20回 20.2
4．21～30回 10.6	5．31回以上 13.5	

問9 . twitter の1日平均投稿回数はどのくらいですか(1つに ) n=104

1 . 3回以下	55.8	2 . 4 ~ 10回	30.8	3 . 11 ~ 20回	2.9
4 . 21 ~ 30回	0.0	5 . 31回以上	9.6	無回答	1.0

問10 . twitter のフォローで1番多い分類はどれですか(1つに ) n=104

1 . 大学の友達	50.0	2 . 中学・高校の友達	25.0	3 . ネット上での友達	7.7	
4 . 店や企業	0.0	5 . 芸能人・著名人・アーティスト	13.5	6 . その他	2.9	
					無回答	1.0

**【Facebook について】**

問11 . Facebook を利用していますか(1つに ) n=126

1 . はい	48.4	2 . いいえ	50.8	問18へ
--------	------	---------	------	------

問12 . Facebook に実名で登録していますか(1つに ) n=61

1 . はい	100.0	2 . いいえ	0.0
--------	-------	---------	-----

問13 . Facebook を利用し始めてどのくらい経ちますか(1つに ) n=61

1 . 1ヵ月未満	9.8	2 . 1ヵ月 ~ 3ヵ月未満	4.9	3 . 3ヵ月 ~ 6ヵ月未満	26.2
4 . 6ヵ月 ~ 1年未満	31.1	5 . 1年 ~ 2年未満	21.3	6 . 2年以上	6.6

問14 . Facebook の利用の受け止め方について下記のA~Gの項目ごとにお答えください(それぞれ1つに ) n=61

	1 . そう思う	2 . ややそう思う	3 . どちらともいえない	4 . ややそうは思わない	5 . そう思わない
A. 情報収集をするのに便利である	26.2	32.8	16.4	18.0	6.6
B. 情報の共有をするのに便利	32.8	47.5	9.8	3.3	6.6
C. 情報の拡散をするのに便利	19.7	42.6	23.0	8.2	6.6
D. 写真の投稿・共有をするのに便利	36.1	49.2	9.8	1.6	3.3
E. 複数人数での会話をするのに便利	11.5	23.0	19.7	24.6	21.3
F. 投稿が簡単にできるのがいい	23.0	32.8	26.2	13.1	4.9
G. プライバシーが守られるのがいい	4.9	18.0	26.2	19.7	31.1
H. 友達とコミュニケーションがとれるのがいい	24.6	50.8	18.0	3.3	3.3
I. 芸能人の投稿を閲覧できるのがいい	14.8	23.0	29.5	13.1	19.7
J. 共通の話題を持つ人の投稿が閲覧できるのがいい	14.8	24.6	36.1	14.8	9.8

問15 . Facebook の1日平均閲覧回数はどのくらいですか(1つに ) n=61

1 . 3回以下	67.2	2 . 4 ~ 10回	26.2	3 . 11 ~ 20回	3.3
4 . 21 ~ 30回	1.6	5 . 31回以上	1.6		

問16 . Facebook の1日平均投稿回数はどのくらいですか(1つに ) n=61

1 . 3回以下	96.7	2 . 4 ~ 10回	1.6	3 . 11 ~ 20回	0.0
4 . 21 ~ 30回	0.0	5 . 31回以上	1.6		

問17 . Facebook のフォローで1番多い分類はどれですか(1つに ) n=61

1 . 大学の友達	45.9	2 . 中学・高校の友達	42.6	3 . ネット上での友達	1.6
4 . 店や企業	0.0	5 . 芸能人・著名人・アーティスト	1.6	6 . その他	8.2

**【LINEについて】**

問18．LINE を利用していますか（1つに ） n=126

1．はい 75.4	2．いいえ 23.8	問26へ
-----------	------------	------

問19．LINE に実名で登録していますか（1つに ） n=95

1．はい 75.8	2．いいえ 24.2
-----------	------------

問20．LINE を利用し始めてどのくらい経ちますか（1つに ） n=95

1．1ヵ月未満 3.2	2．1ヵ月～3ヵ月未満 12.6	3．3ヵ月～6ヵ月未満 23.2
4．6ヵ月～1年未満 38.9	5．1年～2年未満 22.1	6．2年以上 0.0

問21．LINE の利用の受け止め方について下記のA～Gの項目ごとにお答えください（それぞれ1つに ） n=95

	1．そう思う	2．ややそう思う	3．どちらともいえない	4．ややそう思わない	5．そう思わない
A. 情報収集をするのに便利である	20.0	13.7	22.1	22.1	22.1
B. 情報の共有をするのに便利	46.3	24.2	16.8	6.3	6.3
C. 情報の拡散をするのに便利	31.6	20.0	23.2	12.6	12.6
D. 写真の投稿・共有をするのに便利	38.9	24.2	24.2	6.3	6.3
E. 複数人数での会話をするのに便利	72.6	13.7	9.5	1.1	3.2
F. 投稿が簡単にできるのがいい	63.2	18.9	13.7	1.1	3.2
G. プライバシーが守られるのがいい	14.7	12.6	37.9	16.8	17.9
H. 友達とコミュニケーションがとれるのがいい	66.3	26.3	4.2	2.1	1.1
I. 芸能人の投稿を閲覧できるのがいい	12.6	6.3	27.4	13.7	40.0
J. 共通の話題を持つ人の投稿が閲覧できるのがいい	17.9	7.4	25.3	12.6	36.8

問22．LINE のタイムライン機能を利用していますか（1つに ） n=95

1．はい 17.9	2．いいえ 82.1
-----------	------------

問23．LINE の1日平均閲覧回数ほどのくらいですか（1つに ） n=95

1．3回以下 28.4	2．4～10回 33.7	3．11～20回 17.9
4．21～30回 9.5	5．31回以上 9.5	無回答 1.1

問24．LINE の1日平均投稿回数ほどのくらいですか（1つに ） n=95

1．3回以下 33.7	2．4～10回 33.7	3．11～20回 15.8
4．21～30回 6.3	5．31回以上 10.5	

問25．LINE の会話相手で1番多い分類はどれですか（1つに ） n=95

1．大学の友達 63.2	2．中学・高校の友達 32.6	3．ネット上での友達 1.1
4．店や企業 0.0	5．芸能人・著名人・アーティスト 1.1	6．その他 2.1

**【その他】**

問26. 以下のシチュエーションの場合、最も多く利用するものはなんですか（それぞれ1つに ）  
 利用していないSNSがある方は利用しているものでお答えください。 n=126

	1.twitter	2.Facebook	3.LINE	4.メール	5.該当なし	無回答
A. 情報収集（趣味などの）	55.6	6.3	2.4	1.6	31.0	3.2
B. 友達への連絡・会話	5.6	0	59.5	27.0	4.8	3.2
C. ネット上の友達への連絡・会話	31.7	4.8	12.7	8.7	38.9	3.2
D. 複数人数での連絡・会話	6.3	0.8	68.3	8.7	12.7	3.2
E. 写真を送る	7.9	7.9	43.7	26.2	11.1	3.2

問27. 次の会話内容のとき、最も利用するものはなんですか（それぞれ1つに ） n=126

	1.twitter	2.Facebook	3.LINE	4.メール	5.該当なし	無回答
A. 雑談	25.4	0	50.0	7.1	14.3	3.2
B. 連絡	7.1	0	50.0	36.5	3.2	3.2
C. 悩みなどの相談	2.4	0.8	27.8	29.4	35.7	4.0

問28. SNS（twitter、Facebook、LINEに限る）を利用することでメールを使う頻度に変化はありましたか（1つに ） n=126

1. メール利用が減った	65.9	2. メール利用が増えた	0.8	3. 変わらない	28.6	4. 無回答	4.8
--------------	------	--------------	-----	----------	------	--------	-----

問29. メールの日平均送信数はどのくらいですか（1つに ） n=126

1. 3回以下	53.2	2. 4～10回	38.1	3. 11～20回	2.4
4. 21～30回	0.0	5. 31回以上	1.6	無回答	4.8

問30. メールの日平均受信数（メルマガ・迷惑メールは除く）はどのくらいですか（1つに ） n=126

1. 3回以下	45.2	2. 4～10回	41.3	3. 11～20回	7.1
4. 21～30回	0.0	5. 31回以上	1.6	無回答	4.8

問31. メールでは誰と主にやりとりをしますか（1つに ） n=126

1. 家族	31.7	2. 友人（SNSを利用している）	37.3	3. 友人（SNSを利用していない）	15.1		
4. 恋人	6.3	5. メルマガ	1.6	6. その他	4.0	無回答	4.0

F1. 性別（1つに ） n=126

1. 男	51.6	2. 女	48.4
------	------	------	------

F2. 学年（1つに ） n=126

1. 1年生	2.4	2. 2年生	56.3	3. 3年生	33.3	4. 4年生	7.9
--------	-----	--------	------	--------	------	--------	-----

F3. 学科（1つに ） n=126

1. 広報	66.7	2. 経営情報	6.3	3. 情報システム	27.0	4. 国際理解	0
5. 国際観光	0	6. 健康栄養	0				

調査は以上です。ご協力ありがとうございました。