

Instagram の使用方法が幸福度に及ぼす影響についての検討

藤 井 勇 仁

1 緒言

近年、インターネットはますます私たちの日常生活に普及・浸透している。総務省平成 30 年度版情報通信白書によると、2013 年以降、インターネット利用率は人口の 8 割を超えている⁽¹⁾。また、同白書によると、日本では携帯電話の普及率が急激に上昇し、同時にソーシャル・ネットワーキング・サービス（Social Networking Service 以下 SNS）の利用者も増加している⁽¹⁾。

総務省情報通信政策研究所は、代表的な SNS として、LINE・Twitter・Facebook・mixi・Mobage・GREE の 6 つのサービスを挙げており、2016 年時点で 10 代の 81.4%、20 代の 97.7% がこれら 6 つのサービスのうちいずれかを利用していることを示している⁽²⁾。また、SNS の最大の特徴は、誰とでも気軽に遠隔コミュニケーションを取りながら、写真や動画を特定の友達または不特定多数に共有することを可能にすることにある。

SNS にはこのように、場所に制限されず他者とつながることのできるという便利な特徴がある反面、Primack らは、SNS を利用することで社会的孤独を感じ、幸福度が著しく下がることを明らかにした⁽³⁾。SNS を利用することで幸福度が下がる主な原因としては、社会的孤独の要因以外に、他人と自分を比較すること（社会的比較）によって、嫉妬や喪失感・虚無感などの負の感情が生まれることにあると言われている⁽⁴⁾。また、Primack らは、SNS の利用増加が、うつ症状と密接な関係にあり、幸福度に負の心理現象を引き起こすということを述べている⁽³⁾。以上のことから、これまでの研究により、SNS が幸福度に負の影響を及ぼし、うつ病等の精神疾患を引き起こす可能性がある。

一方、近年特に若年層の利用率が急激に高まっている SNS は「Instagram」（インスタグラム）である。Instagram は 2016 年にその利用率は全年代で 20.5%、20 代では利用率が 45.2% と存在感を増しつつある SNS である⁽⁵⁾。Instagram の特徴は、情報提示が統合タイムライン（投稿やコメントの履歴を時系列に並べたもの）であること、画像・動画中心であること、プライバシーをオープンにするかクローズにするかが選択でき、友達や家族および不特定多数の他者との間に、弱いつながりを形成することができることにある。従来の SNS とは違い、携帯端末から画像・動画を中心にいつでも気軽に投稿でき、また、「LINE」と同様、友達同士チャットを介してコミュニケーションが取れるという利点がある。

英王立公衆衛生協会（RSPH）は 18 日、ソーシャルメディア（SNS）が若者の心の健康に与える影響について、報告書を発表した。その結果、YouTube、Instagram、Snapchat、Facebook、Twitter を比較した際、Instagram が心の健康に最も悪影響を与えることがわかつ

た⁽⁶⁾。具体的には、それぞれの SNS で経験する不安感やうつ症状、孤独感、いじめ、自分の外見への劣等感など 14 項目について質問した結果、Instagram が若者の心に与える不安感、いじめ、外見への劣等感など否定的な影響が、他の SNS より高かったという研究結果が出ている⁽⁶⁾。

上記の研究から、Instagram が利用者に対して負の心理的影響を与えるという事実が明らかにされた。しかし、どのような利用方法や心構え、目的意識が Instagram 利用者の幸福度に影響を与えているのか、具体的な研究はなされていない。また、総務省情報通信政策研究所(2017)によると、10 代及び 20 代のインターネット利用項目において、SNS（ソーシャルメディアを見る・書く）が最も長時間利用されていることが明らかになっている⁽⁷⁾。30 代から 60 代では、平日最も長時間利用されている項目は「メールを読む・書く」であることから、SNS の長時間利用は 10 代、20 代に特有であると考えられる⁽⁷⁾。そのため、10 代及び 20 代が高い割合でインターネットを利用しており、その用途としては SNS が最も高い割合であることから、10 代及び 20 代の SNS 利用や目的が彼らの心理的側面や幸福感にどのような影響を与えるのか明らかにすることは重要だと考えられる。

以上のことから、Instagram の利用方法や目的が若年層の幸福度にどのような心理的影響を与えているのかを検討し、近年増加傾向にある若者の精神疾患⁽⁸⁾に対する対策の一助にした。そこで本研究では、Instagram を利用している大学生に対してアンケート調査を行い、幸福度が低い者と比べて幸福度が高い者が具体的にどのような利用方法をしているのか、どのような目的を持って利用しているのかを明らかにしていく。そして、最終的に幸福度が高い利用者が行っている利用方法や目的意識などをまとめ、Instagram と適切に関わる具体的な行動指標を考察していきたい。

2 方法

①対象者

対象者は Instagram を利用している 10 代及び 20 代の男女 433 名とした。その内有効回答は、男性 57 名（13 ～ 24 歳）、及び女性 359 名（12 ～ 29 歳）、計 416 名（ 20.5 ± 8.5 歳）であった。（男性 13.9%・女性 86.1%）。

②調査方法

本研究では Google フォームのアンケート作成プラットフォームを使用し、アンケート調査を行った。回答者は送られてきた URL に自身の Google アカウントでログインし、回答を行った。調査期間は 2020 年 10 月 29 日から 2020 年 11 月 15 日の 18 日間であった。また、調査実施にあたり、協力者への謝礼等のインセンティブは与えなかった。

③アンケート内容（資料参照）

質問内容は以下の通りである。

- (1) Instagram の利用方法や目的に関する質問（11 項目）

(2) 依存度に関する質問 (8 項目)

(3) Instagram をこれまで利用してきたの主観的な幸福度に関する質問 (1 項目)

合計 20 項目であった。

④依存者の定義・設定理由

当研究の主目的に最も関連ある項目は、「(1) Instagram の利用方法や目的についての質問」及び「(3) Instagram をこれまで利用してきたの主観的な幸福度についての質問」の二つである。それら以外に、(2) の Instagram に対する依存度を測る質問をアンケート内容に設定した。設定した理由は、依存度と幸福度の関係等について新たな知見が得ることができると考えたからである。依存度についての質問は、「SNS 依存と SNS 利用実態とその影響⁹⁾」から「SNS 依存尺度」を引用し、依存度を評価するために使用した。今回はその先行研究に倣い、8 項目の内 5 項目以上該当する者を依存者と定義した。

⑤統計処理について

統計処理は、統計処理ソフト (IBM SPSS statics version22.0) を用いてカイ二乗検定により有意性の有無を明らかにした。有意水準は、5% 未満とした。

3 結果

①主観的幸福度の独立性

(3) Instagram をこれまで利用してきたの主観的な幸福度についての質問より、主観的幸福度を 1 (不幸になったと思う)、2 (どちらかという不幸になったと思う)、3 (どちらかという幸せになったと思う)、4 (幸せになったと思う) の 4 つの変数に分け、ノンパラメトリック検定によるカイ二乗検定を行った。その結果、有意が認められた ($p<0.001$)。図 1 は、「Instagram を利用してきた幸福度」に対する結果である。29.1% (121 名) が幸せになったと思う、66.4% (276 名) がどちらかという幸せになったと思うと回答した。また、4.1% (17 名) がどちらかという不幸になったと思う、0.5% (2 名) が不幸になったと思うと回答した。回答の結果、90% 以上が幸せになると回答した。

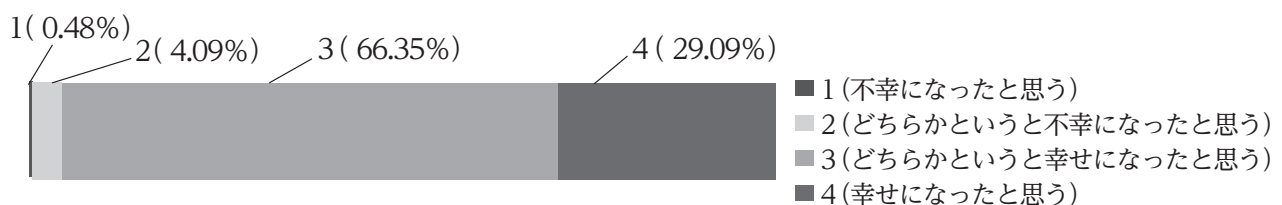


図 1 幸福度 1・2・3・4 割合 ($p<0.01$)

また、主観的幸福度 1 (不幸になったと思う) の度数を主観的幸福度の 2 (どちらかという不幸になったと思う) の度数に統合し、新しく 2 (不幸) の変数と定義した。同様に 2 (不幸)、3 (どちらかという幸せになったと思う)、4 (幸せになったと思う) の 3 つの変数に分け、

ノンパラメトリック検定によるカイ二乗検定を行った。その結果、有意差が認められた ($p<0.001$)。図2は変数を変更した後の「Instagram を利用してきての幸福度」に対する結果である。29.1% (121 名) が幸福になったと思う、66.4% (276 名) がどちらかという和幸福になったと思うと回答した。また、4.6% (19 名) が不幸と回答した。

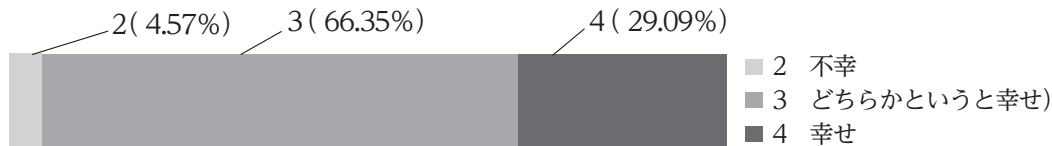


図1 幸福度 1・2・3・4 割合 ($p<0.01$)

これより、主観的幸福度 1 (不幸になったと思う) の度数を主観的幸福度の 2 (どちらかという和幸福になったと思う) に統合し、新たに 2 (不幸) の変数として扱う。これより下記の検定で用いられる「主観的幸福度」を 2 (不幸)・3 (どちらかという和幸福)・4 (幸福) で表すことにした。

②「主観的幸福度」と「依存度」の関連

「主観的幸福度」と「依存度」との関連をカイ二乗検定による独立性の検定で調査した。その結果、有意な関係は認められず ($p=0.418$)、「主観的幸福度」と「依存度」には関連性がないことが分かった。また、有効回答者 416 名中、依存者は 19 人であり、全体の 4.5% であった。

③「主観的幸福度」と「利用時の気分」の関連

「主観的幸福度」と「利用時の気分」との関連をカイ二乗検定による独立性の検定で調査した。その結果、有意な関係は認められず ($p=0.057$)、「主観的幸福度」と「利用時の気分」には関連性がないことが分かった。

④「主観的幸福度」と「利用後の気分」の関連

「主観的幸福度」と「利用後の気分」との関連をカイ二乗検定による独立性の検定で調査した。その結果、有意な関係は認められず ($p=0.086$)、「主観的幸福度」と「利用後の気分」には関連性がないことが分かった。

⑤「主観的幸福度」と「最も多く利用する時間帯」の関連

「主観的幸福度」と「最も多く利用する時間帯」との関連をカイ二乗検定による独立性の検定で調査した。その結果、有意な関係は認められず ($p=0.086$)、「主観的幸福度」と「最も多く利用する時間帯」には関連性がないことが分かった。

⑥「主観的幸福度」と「投稿と閲覧」の関連

「主観的幸福度」と「投稿と閲覧」(人の投稿を見る、投稿するどちらの利用が多いか) との関連をカイ二乗検定による独立性の検定で調査した。その結果、有意な関係は認められず

($p=0.934$), 「主観的幸福度」と「投稿と閲覧」には関連性がないことが分かった。

⑦「主観的幸福度」と「いいねの付与率」の関連

「主観的幸福度」と「いいねの付与率」(他者の投稿に対していいねをよくつけるか)との関連をカイ二乗検定による独立性の検定で調査した。その結果, 有意な関係が認められた(表1)($p < 0.01$)。図3は「主観的幸福度」それぞれの「いいねの付与率」を表したグラフである。図3は, 幸福度が高くなるにつれて, 他者に対していいねをよくつけていることを示している。

表1「幸福度」と「いいね付与率」クロス表

項目			幸福度			合計
			不幸	どちらかという和幸福	幸福	
いいね付与率	いいねを付けない	度数	4	30	8	42
		%	1.0	7.2	1.9	10.1
	どちらかというとい いねを付けない	度数	6	67	12	85
		%	1.4	16.1	2.9	20.4
	どちらかというとい いねを付ける	度数	3	64	24	91
		%	0.7	15.4	5.8	21.9
	いいねをよく付ける	度数	6	115	77	198
		%	1.4	27.6	18.5	47.6
合計		度数	19	276	121	416
P 値		p<0.01				

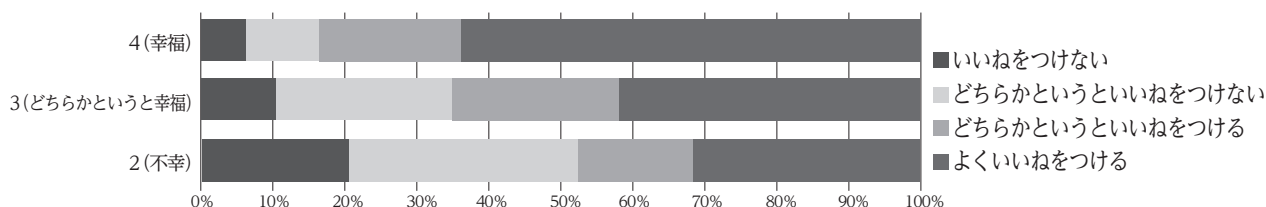


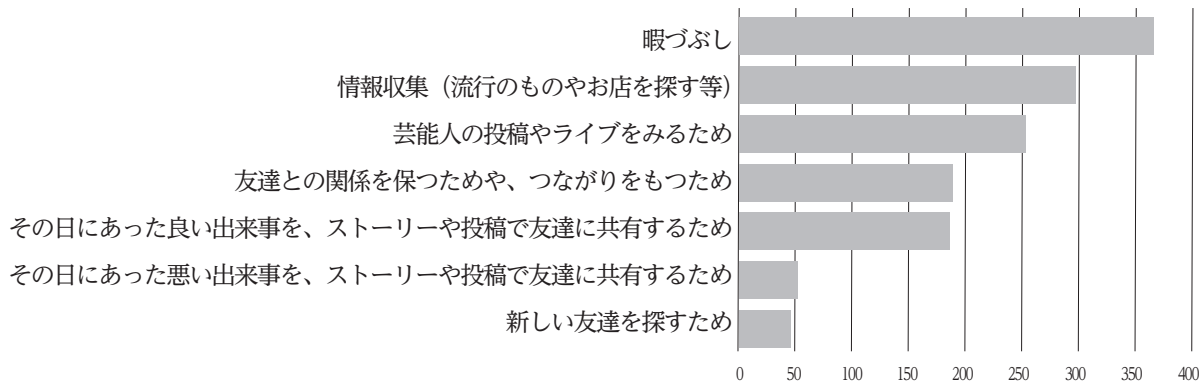
図3「主観的幸福度」に対する「いいねの付与率」の割合

⑧「主観的幸福度」と「投稿の積極性」の関連

「主観的幸福度」と「投稿の積極性」(他者と比べ投稿を積極的にするか)との関連をカイ二乗検定による独立性の検定で調査した。その結果, 有意な関係は認められず ($p=0.542$), 「主観的幸福度」と「投稿の積極性」には関連性がないことが分かった。

⑨「主観的幸福度」と「他者からの承認」の関連

「主観的幸福度」と「他者からの承認」(自分の投稿に対する他者からのいいねが気になるか)との関連をカイ二乗検定による独立性の検定で調査した。その結果有意な差は見られず ($p=0.561$), 「主観的幸福度」と「他者からの承認」には関連性がないことが分かった。



⑩「主観的幸福度」と「目的」について

「主観的幸福度」と7種類ある目的との関連をそれぞれカイ二乗検定による独立性の検定で調査した。その結果、情報収集をはじめとするすべての目的と「主観的幸福度」との間に有意な関係は認められず、「主観的幸福度」と「目的」との間に関連性がないことが分かった。図4は、7項目の目的をそれぞれ回答した人数と割合を表している。図4によると、「暇つぶし」の回答が一番多く（有効回答者の84.5%が回答）、二番目に多い回答は「情報収集」（有効回答者の69.1%が回答）であり、三番目に「芸能人の投稿やライブを見るため」（有効回答者の58.4%が回答）であった。「新しい友達を探すため」や「その日にあった悪い出来事を共有するため」などの項目は10%前後と回答者が少なかった。

4 考察

①主観的幸福度について

今回の調査では、「主観的幸福度が高い群」が有効回答者416名中、397名（95.4%）と全体の9割以上を占めた。同様に、非依存者も有効回答者416名中、397名（95.4%）と全体の9割以上を占めていた。以上の結果から、若年層はInstagramを幸せに利用している傾向が高いと推測できる。その理由・原因を考察していく。

安達らは、先行研究によると、Instagramのアカウント所有者においては情報収集など個人で完結できる行為が主観的幸福感に正の影響を及ぼすと指摘している⁽¹⁰⁾。本研究の図4において、目的は「暇つぶし」「情報収集」「芸能人の投稿やライブを見るため」等の友達に対するコミュニケーションを生まない個人で完結できる行為が上位を占めている。そのため、自分と他者（友達）とを比較する社会的比較が生まれなために、本研究の対象者において幸福度が高い利用者が多いと考えられる。

現在の若年層はライン等のSNSを中心に友人や家族、同僚とコミュニケーションを取り、画像や動画投稿中心のInstagramは友達同士のつながりを求めるというよりも、YouTubeのように、ある種のエンタメ性を求めていると考えられる。先行研究では、他者とのつながりを目的にInstagramを利用すると、幸福度は下がる傾向があったが、「暇つぶし」や「情報収集」等の自己で完結できる利用の仕方であれば、幸福度に正の影響を与えることが今回の調査結果で再確認された。

②「主観的幸福度」と「いいね付与率」の関連性について

「主観的幸福度」と「いいねの付与率」（他者の投稿に対していいねをよくつけるか）との関連を、カイ二乗検定で検討した結果、有意な関係が認められた ($p<0.01$)。また、「主観的幸福度」と「いいねの付与率」の関連性について、幸福度が高くなるにつれて、他者に対していいねをよくつけている割合が高いことが明らかとなった（図3）。しかし、幸福度が高いために他者を承認するのか、それとも承認をすることが原因で幸福度が高いのかは定かではない。その点に着眼点を当て考察していく。

岡本は、「社会的比較」を「自分と他者を比較することによって生起するネガティブな感情」と定義している⁽⁴⁾。言い換えると、SNS上で友人が充実した日々を送っている投稿を目の当たりにすると、ゆがんだ意識やうらやむ気持ちがおこり、幸福度を下げるということである。岡本の定義した「社会的比較」により、自分に自信がある人は自分より優れた成功モデルと比較するが、自信がない人は、自分より劣った人と比較して自信を回復しようとする傾向が強いということが考察できる。この先行研究に基づき、自分自身に対して自信をもち、高い幸福を感じている者は、友人の投稿に対しても肯定的であり、承認をよくするという傾向が高いと考えられる。つまり、幸福度が高いために、いいねをつけて他者を承認するのではないかと考えられ、「主観的幸福度」が「他者への積極的な承認」に影響すると推測される。

また、いいねを他者に積極的に送っている利用者は、同時に他者からもいいねを多く受けている可能性が高い。正木による先行研究によると、SNS上で強い信頼関係で繋がっている訳ではない人間関係においては、何度も相手から承認をもらわなければならないと述べている⁽¹¹⁾。そのため、摩擦のない円満な関係をSNS上で維持するためには、自分も相手を承認し続けなければならない。つまり、「私はあなたを認めるから、その代わりあなたも私を認めてね」ということである。双方向の承認はお互いに絆を確かめ合い、承認欲求を満たす可能性があることから、他者に対していいねをよくつける利用者は幸福度が高いと考えられる。

③利用の違い・目的・依存度等の検定で有意性が認められなかった理由について

今回の研究では、「主観的幸福度」に対し、「時間帯」「目的」「依存度」など様々な変数とカイ二乗検定を行い、有意性を検証した。しかし、「主観的幸福度」と「いいねの付与率」の関係性以外に有意な性は認められなかった。「主観的幸福度」とそれぞれの変数の関係について、その結果において有意でなかった理由として、主に二つの要因が考えられる。

まず一つ目の理由として、前提となる仮説に問題があったと考えられる。緒言の先行研究により、Instagramが利用者に対して負の心理的影響を与えることが明らかにされている⁽³⁾。また、内閣府が公表した2019年度の「子ども・若者白書」によると⁽¹²⁾、「自分自身に満足している」という質問に対し、「そう思う」「どちらかといえばそう思う」と回答した日本の若者（13～29歳までの男女）は45.1%しかいなかった。つまり約半数の子どもが自分をどこか否定的に捉えているということだ。自己肯定感は幸福度に影響を及ぼす要因であることから⁽¹³⁾、若年層は主観的幸福度が低い傾向にあることが分かる。そのため、10代及び20代を対象にしてい

る本研究では、「主観的幸福度が低い群」は少なくとも 10～30% 程度だと仮定していた。しかし、実際は有効回答者 416 名中「主観的幸福度が低い群」は 19 人であり、全体の 4.5% であった。「主観的幸福度が低い群」の全体に占める割合が極めて低いため、有意な結果が出なかったと推測される。

二つ目の理由として、アンケート内容の (3)「Instagram をこれまで利用してきた主観的な幸福度についての質問」の設定に問題があったことが考えられる。前提として、主観的幸福度は環境や年収、自己肯定感などの様々な要因によって形作られるものである⁽¹⁴⁾。今回の研究では、幸福度の要因の一つ (Instagram のこれまでの利用) に絞って回答を求めたため、環境や自己肯定感などの要因を排除した。しかし、自分が利用している Instagram に対してネガティブな印象を持っている利用者は、すでに Instagram の利用をやめている可能性が高い。そのため、ネガティブな印象を持っているにもかかわらず利用を続けている利用者は少ないと考えられる。その結果「主観的幸福度が低い群」は 19 人であり、全体の 4.5% であったと推測できる。以上のことから、より具体的で妥当性のあるサンプルを集めるために、年収・人間関係・環境・自己肯定感などの項目から、総合的に幸福度を導くことが望ましかったと考えられる。

④「主観的幸福度」と「依存度」の関連性について

英王立公衆衛生協会 (RSPH) の先行研究によると、YouTube, Instagram, Snapchat, Facebook, Twitter を比較した際、Instagram が幸福度に最も悪影響を与えることが明らかである。また、SNS を含むインターネット依存は、ネガティブな要因がポジティブな要因に比べて関係が深いことも明らかである⁽¹⁵⁾。以上のことから、依存状態で Instagram を利用すればするほど、幸福度は下がると推測できる。しかし、「主観的幸福度」と「依存性」の関連性をカイ二乗検定で調査した結果、有意な関係は認められなかった。

その理由として、「依存度」より有意に主観的幸福度に影響を与える別の要因の存在が考えられる。例えば「現在仲の良い友達とのつながり」や「ネット上での居場所感」である。内閣府 (2017)「平成 29 年度版子供・若者白書」によると、「自分の部屋・家庭・学校・職場・地域・インターネット」の中で、自分の居場所と思う項目をたずねた質問に対する回答では、インターネット空間が 62.1% と高い数値を出している⁽¹⁶⁾。また、英王立公衆衛生協会 (RSPH) の先行研究において⁽³⁾、その他の SNS 利用者に比べて Instagram 利用者が最も幸福度に負の影響を受けた原因は、若者の利用者が多い Instagram が、身近な友達などと繋がる主な SNS になっているからだと考えられる。言い換えると、現在仲の良い友達が利用していて、かつ自分の居場所を感じる SNS が最も幸福度に影響を及ぼすということになる。そう考えると、Instagram が登場する以前は、Twitter や Facebook が一番利用者に負の影響を与えていた可能性が考えられる。以上のことより、「依存度」よりも有意に「主観的幸福度」に対して影響を与える要因の存在は十分可能性があると推測できる。

今回の調査では「主観的幸福度」と「依存性」には関連は見られなかった。しかし、現在の Instagram は若者の利用者が多く、身近な友達が利用している可能性が高いため、「現在仲の

良い友達とのつながり」や「ネット上での居場所感」等の別の要因から、「主観的幸福度」に影響を与えている可能性が高い。以上のことから、「依存性」よりも「主観的幸福度」に強い影響を与える要因・因子の存在が示唆された。

⑤まとめと今後の課題

本研究の結果に基づくまとめとして、「主観的幸福度」と「いいねの付与率」（他者の投稿に対していいねをよくつけるか）との関連を、カイ二乗検定で検討した結果、有意な関係が認められた ($p<0.01$)。また、「主観的幸福度」が高いほど、他者の投稿に対していいねをつけていることが明らかになった。しかし、「主観的幸福度」と「いいねの付与率」の関係性以外の「目的」や「依存度」、その他の利用方法の違いとでは、「主観的幸福度」との間に有意な関係は認められなかった。「主観的幸福度」と「いいねの付与率」以外の変数に関連が見られなかった理由として、仮説に誤りがあり、「主観的幸福度が低い群」の全体に占める割合が極端に少なかったことや、「主観的幸福度」を測る質問の設定に問題があったことが挙げられる。また、「主観的幸福度」と「依存度」に関連が見られなかった結果から、「依存度」と比べて「主観的幸福度」により強力な影響を与える因子の存在が考えられた。以上のまとめから今後の課題は主に三つ考えられる。

一つ目は、今後、SNS の幸福度に関連したより具体的で妥当性のある研究をするために、年収・人間関係・環境・自己肯定感などの項目から、総合的に幸福度を導く必要があると考えられる。本研究の幸福度を尋ねる質問では、着眼点が一つに絞られ他の要因を排除できる利点があるものの、その日の気分などや短期的満足度に左右され、総合的な幸福度を測定することが難しい側面がある。また、今回のアンケート調査の回答者は、男女差に偏りが見られたため、男女差を均等にすることも、研究の精度をあげるために重要だと考えられる。

二つ目は、「依存度」よりも強く「主観的幸福度」に影響を与えている要因を見つけ出すことである。今回の調査では、「主観的幸福度」と「依存度」に有意な関係が認められなかった。そのため、Instagram 利用者の幸福度は、どのような要因に一番影響を受けるのかを明らかにすることは、ストレスをためずに Instagram を利用するための手立てを見つける重要項目になりうると考えられる。

最後に、幸福度が低い状態でも他者にいいねを送って承認することで幸福度は上がるかどうかを明らかにすることである。本研究では、対象者の幸福度が元々高いという理由から、他者と自分を比較せずに積極的に他人の投稿を承認する姿勢が、他者からも承認されることで、より利用者の幸福度を上げると考察した。しかし、この仮説は幸福度が高いという前提であり、幸福度が低い利用者は SNS 以外の要因（環境や人間関係、年収等）で幸福度を上げてはじめて、他者を承認することが前提となる。しかし、仮に幸福度が低い状態であっても、他者の投稿に対していいねを送り、いいねを送り返されたことで承認欲求を満たし幸福になれば、幸福度を上げる SNS 利用の仕方が確立され、若者の精神疾患を減らす方法の一つになる可能性がある。

以上の三つの点を、これからの研究の課題としたい。

⑥ Instagram とより良く付き合うための方法

本研究の結果をもとに先行研究を交えながら、Instagram と適切に関わる具体的な行動指標を考察する。はじめに、本研究の結果から明らかになった通り、幸福度を高めるためには積極的に他者の投稿に対していいねを送り、承認することが挙げられる。しかし、もともと幸福度が高いことが前提であり、他者の投稿を見て自分と比較し、劣等感や不快感がないことが条件となる。

また、先行研究より、自分と他人とを比べる「社会的比較」が SNS を利用する上で幸福度を下げる原因として挙げられるため、劣等感や不快感を覚える投稿は閲覧しないことが望ましいと考えられる。次に、岡本は、SNS の利用動機が「欲求解消型」（その日にあった悪い出来事を共有する、投稿して寂しさを紛らわす等）、「友人関係維持型」（友人とのつながりを維持するために SNS を利用する）は SNS ストレスが高く、「暇つぶし型」（投稿などは積極的にせず、時間が空いた時に SNS を開き他人の投稿を閲覧する）「消極的利用型」（情報収集等の限られた目的で利用する）は SNS ストレスが低いことを示している⁽¹⁷⁾。これらの利用動機に基づいた SNS 利用者は、閲覧が利用の中心であることに加え、SNS を他者とコミュニケーションを取る場所として捉えていないために、自己と他者の比較が重要な意味を持たないと考えられる。この先行研究から、日頃のストレスを解消するためや友人との関係を維持するために SNS を利用するのではなく、情報収集や暇つぶし等の消極的利用などの限られた利用が求められる。さらに、インターネット利用時間と依存度には正の相関があることから⁽¹⁸⁾、利用時間もできる限り短くした方がより幸福度が上がる可能性があるだろう。

本研究では、「主観的幸福度」と「依存度」に関連性は見られなかったが、これらの具体的な関わり方を参考にしつつ、SNS と適切な距離感で関わるのが幸せに Instagram と付き合うためには重要だと考えられる。

資料

（アンケート内容）

（1）Instagram の利用方法や目的についての質問

①性別を選択してください。（男・女）

②あなたの年齢を記入してください。

③あなたはどんな気分のときに Instagram を利用（投稿・閲覧含む）しますか？

（イライラしているとき・悲しいとき・楽しいとき・嬉しいとき・特になし・暇なとき・その他）

④ Instagram を利用（投稿・閲覧含む）した後にどんな気分になりますか？

（イライラする・悲しくなる・楽しくなる・嬉しくなる・特になし・その他）

⑤最も利用する時間が多いのはいつですか？

（0 時～4 時・4 時～8 時・8 時～12 時・12 時～16 時・16 時～20 時・20 時～24 時）

⑥人の投稿を見る、投稿するどちらの利用が多いですか？

（人の投稿（ストーリー含む）を見る・投稿（ストーリー含む）をする・どちらとも言えない）

⑦あなたは人の投稿に対して「いいね」をよくつける方だと思いますか？

(そう思う・どちらかと言えばそう思う・どちらかと言えばそう思わない・思わない)

⑧あなたは他者と比較して、投稿やストーリーなどを積極的に投稿していると思いますか？

(そう思う・どちらかというと思う・どちらかというと思わない・思わない)

⑨あなたは自分のアカウントに鍵をつけていますか？

(つけている・つけていない)

⑩あなたは自分の投稿に対しての「いいね」の数が気になりますか？

(気になる・どちらかという気になる・どちらかという気にならない・気にならない)

⑪あなたは Instagram をどのような目的で利用していますか？(複数回答可)

(情報収集・暇つぶし・友達との関係を保つため・新しい友達を探すため・芸能人の投稿を見るため・良い出来事があったときに他者と共有するため・悪い出来事があったときに他者と共有するため)

(2) 依存度についての質問 (8 項目中 5 項目該当する者を依存者とする)

①もともと予定していた時間より長時間 Instagram を利用してしまう。

② Instagram を利用していない時も、Instagram のことを考えてしまう。

③ Instagram を利用していないと、落ち着かなくなったり、憂鬱になったり、落ち込んだり、いらいらしたりする。

④ Instagram の利用時間を減らそうとしても失敗してしまう。

⑤ますます長時間 Instagram を利用しないと満足できなくなっている。

⑥ Instagram が原因で家族や友人との関係が悪化している。

⑦ Instagram を利用している時間や熱中している度合いについて、ごまかしたり嘘をついたことがある。

⑧落ちこんだり、不安やストレスを感じたとき、逃避や気晴らしに Instagram を利用している。

(3) Instagram をこれまで利用してきた主観的な幸福度についての質問

① Instagram をこれまで利用してきた結果、あなたはどれくらい幸せになったと思いますか？

(幸せになったと思う・どちらかと言えば幸せになったと思う・どちらかと言えば不幸になったと思う・不幸になったと思う)

引用文献

- (1) 総務省平成 30 年版情報通信白書 「第二節インターネットの利用状況」(2020.11.17) <https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r01/html/nd232120.html>
- (2) 総務省情報通信政策研究所平成 30 年度情報通信 「メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書〈概要〉」 第 5 章 5-1 主なソーシャルメディア系サービス / アプリ等の利用率① (2020.11.17) https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01icp01_02000082.html
- (3) Brian A. Primack, Ariel Shensa, Jaime E. Sidani Erin O. Whaite, Liu yi Lin, Daniel Rosen, Jason B. Colditz, Ana Radovic, Elizabeth Miller. More social connection online tied to increasing feelings of isolation. University of Pittsburgh School of Health Sciences. 2017;53 :1-8
- (4) 岡本卓也—SNS ストレス尺度の作成と SNS 利用動機の違いによる SNS ストレス— (2017) 信州大学人文科学論集 第 4 巻 pp113-131

- (5) 総務省情報通信政策研究所平成 28 年情報通信「メディアの利用時間と情報行動に関する調査〈概要〉」第 5 章 5-1 ソーシャルメディア等の利用率①（全年代）（2020.11.18）https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01iicp01_02000064.html
- (6) RSPH Social media and young people's mental health and wellbeing 2017（2020.11.18）<https://www.rsph.org.uk/our-work/campaigns/status-of-mind.html>
- (7) 総務省情報通信政策研究所「特集2 インターネットの利用項目別の利用時間（経年年代別：10～20代）」（2017）（2020.11.18）https://www.soumu.go.jp/iicp/research/results/media_usage-time.html
- (8) 日本学校保健会 第四回「精神保健・精神疾患を学ぶ」（2020.11.19）<https://www.gakkohoken.jp/special/archives/219>
- (9) 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—SNS 依存と SNS 利用実態とその影響—（2011）日本社会情報学会全国大会研究発表論文集 第 26 巻 pp265-270
- (10) 安達悠子・武藤千晶—大学生の Instagram の利用と主観的幸福度の関連—（2018）東海学院大学紀要 第 12 巻 pp117-122
- (11) 正木大貴—SNS は人間関係を変えたのか？—（2019）現代社会研究科論集 京都女子大学大学院現代社会研究科紀要 第 13 号 pp123-136
- (12) 内閣府令和元年版子ども・若者白書（概要版）「特集 1 日本の若者意識の現状～国際比較から見えてくるもの～」（2020.11.22）<https://www8.cao.go.jp/youth/whitepaper/r01gaiyou/index.html>
- (13) 小塩真司—青年の自己愛傾向と自尊感情、友人関係の在り方との関連—（1998）教育心理学研究 第 43 巻 第 3 号 pp280～290
- (14) 松島みどり・立福家徳・伊角彩・山内直人—現在の幸福度と将来への希望～幸福度指標の政策的活用～—（2016）日本経済研究 第 73 巻 pp31～56
- (15) 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—SNS 依存と SNS 利用実態とその影響—（2011）日本社会情報学会全国大会研究発表論文集 pp265-270
- (16) 内閣府平成 29 年度版子供・若者白書（全体版）「特集若者にとっての人とのつながり」（2020.11.23）https://www8.cao.go.jp/youth/whitepaper/h29honpen/pdf_index.html
- (17) 岡本卓也—SNS ストレス尺度の作成と SNS 利用動機の違いによる SNS ストレス—（2017）信州大学人文科学論集 第 4 巻 pp113-131
- (18) 小野淳・古賀敦美—携帯電話の利用とインターネット依存傾向や友人関係との関連—（2016）千里金蘭大学紀要 第 13 巻 pp1-5

謝 辞

論文の作成に当たり、まずは論文作成初期からご指導いただいた河野寛准教授に感謝申し上げます。更に、お忙しい中アンケート調査にご協力いただいたたくさんの方々にも感謝の意を示します。また、卒業研究健康の皆様にも日々の議論を通じて知識やアドバイスをいただくなど、支えていただきました。これまで関わってくださったすべての方々、協力してくださった多くの方々に感謝を述べ終わりとさせていただきます。