

2024 年度版若者のインスタントメッセージング利用実態

WEB 質問紙調査およびインタビュー調査から

Survey of instant messenger use by young people in 2024: From a WEB questionnaire and interviews

桐谷佳恵

Yoshie Kiritani

千葉大学デザイン・リサーチ・インスティテュート

Abstract: The purpose of this study was to compare the results of the WEB questionnaire and interviews of instant messenger use in 2023 and 2024. The respondents of the questionnaire were 148 university students. The interviewees were six 3rd-year junior high school students, six 3rd-year high school students, and six 21-years-old college students. The results showed no apparent differences in the age at first use, the change of use from the Key Word : Instant messenger, Young people, Actual use

beginning, and using tools. In addition, it revealed that using different tools according to familiarity was attributable to self-disclosure. Unlike the results in 2023, Instagram was not the most favorite tool, but LINE was liked and essential for the interviewees. The 21-year-olds did not report the simplified communication this year. As is the case with 2023, they pay attention to IM communication to avoid misunderstanding.

1. はじめに

LINE に代表されるインスタントメッセージング（以下 IM）は、今日多くの人に利用されているが、世代間でメッセージのやり取りの仕方に差があるともいわれている。本研究の最終的な目的は、性格や行動特性と若者の IM 利用行動の関係を明らかにし、利用の経年変化を追うことにある。今回の目的は、23 年度に行った基礎調査[1,2]との比較であり、WEB 調査と対面のインタビュー調査を行った。なお本研究は、千葉大学大学院工学研究院等の生命倫理審査委員会にて承認を受けている(番号 R05-04)。

2. 調査 1

23 年度調査との相違を、WEB 質問紙調査で確認した。加えて、23 年度は質問しなかった「ツール使い分けの理由」も確認した。

2.1. 方法

対象者は、23 年度調査を行った授業科目と同じ科目に参加し、回答のあった大学生 148 名であった。性別、学年、専攻（学部）は質問していない。質問項目は、表 1 に示した 5 つである。Google Forms を使い、任意で回答を得た。

2.2. 結果

よく使うツールは、親しい人には圧倒的に LINE が多く、親しくない人とは LINE と Instagram となった。これは、23 年度調査と同様の結果だった。ツールを使い始めた年齢は、中央値が 13 歳、最頻値が 12 歳で、15 歳までの回答が全体の 89.9% となった。これも、23 年度調査と同様の結果だった。

ツールを使い始めた頃と現在を比較した使い方の変化については、変化なしは 58 名 (48.7%) で、昨年度の 62 名 (46.6%) と大差ない結果となった。変化ありは 61 名 (51.3%) であった。以下、具体的な変化内容である。

時間経過に伴う「慣れ」は、23 年度は最も該当数が多かったが、今年度は計 11 で変化ありの中での割合は 18.0% であった。小項目をコミュニケーションを活性化させる方向、脱コミュニケーションの方向、中立的の 3 つに分類し、23 年度の結果と比較した。その結果、年度で該当数に違いがあり ($\chi^2=6.072, p<.05$)、2023 年度の「脱コミュニケーション」の該当が有意に少なく ($p<.05$)、24 年度のそれが有意に多かった ($p<.05$)。

使用頻度や使用時間に関する回答は、同率の 1 位だった (27.9%)。今回は、「使用時間短縮」の報告はなかった。一方、「確認頻度上昇」と「使用時間増加」の小項目が加わった。コミュニケーション活性化を 23 年度の結果と比べると、傾向に大差

はなく、活性化不活性化どちらの方向にも回答が見られ、頻度の上ではコミュニケーション活性化の報告が多かった。

交友関係に言及した回答も、同率の 1 位であった (27.9%)。今回は、「対友人頻度上昇」と「参加グループ数上昇」の報告はなかった。一方、「対面減少」と「人生豊か」の小項目が加わった。コミュニケーション活性化を 23 年度の結果と比べると、該当数に統計的有意差はなく、総じて交友関係やコミュニケーションが活発になっていた。

内容に関するカテゴリーは昨年度最も該当が少なかったが、今回は同率 1 位であった (27.9%)。23 年度の小項目に加え、新たに「業務連絡に使用」が加わった。コミュニケーション活性化を 23 年度の結果と比べると、該当数差は統計的に有意とならず、23 年度と同様に両極端な報告があった。

IM ツールの具体的な使い方に関するカテゴリーは、変化ありの中の 18.0% となった。今回は、「絵文字増加」「絵文字減少」「句読点不使用」「未読スルー」の報告はなかったが、「返信加速」と「作文熟考」が新たな小項目として加わった。

以上より、IM 使用に限った時間経過に伴うツール使用変化については、23 年度同様二極化の傾向がみとれた。ただし、頻度からすると、脱コミュニケーションよりはコミュニケーションが活性化する方向であることは、23 年度と同様であった。言葉の使用量に関しては、23 年度と同様、減少報告はあったが増加報告はなかった。

相手との親しきでツールを使い分けている理由は、3 つに分けて内容を確認した。まず、多数派 (52 件) の「親しい人には LINE を使う」理由、つづいて少数派 (5 件) の「親しい人には Instagram を使う」理由、最後がそれら以外 (4 件) の理由である。

親しい人には LINE を使う理由は、「自己開示 (46 件)」と「利便性 (4 件)」に大きく分類できた。つまり、Instagram は相手をフォローせずともやり取りが可能だが、LINE はアカウントを知らなければ連絡ができず、さらに通話機能もあり、より親密な人との連絡手段である、という認識が多かった。

親しい人には Instagram を使う理由も、やはり自己開示と機能差が示された。つまり、LINE よりも Instagram で密に連絡を取り合い、自己開示している人が少数だがいることがわかった。なお、親しい人に LINE や Instagram を使っていない人の使い分け理由は、「親しい人には自己開示をしている X を使う」「LINE は誰でもやっているのだから」というものだった。

表1 質問項目と形式

	質問内容	回答選択肢
1	家族以外の親しい人とやり取りするのに、LINEなどのサービスを使いますか？あなたが最も使うサービスを、教えてください。（単一選択回答）。	LINE, Instagram, X, Discord, 使わない, その他（自由記述）
2	そのサービスは、何歳頃から使っていますか？	11歳より以前, 12歳, 13歳, 14歳, 15歳, 16歳, 17歳, 18歳以降
3	そのサービスを使い始めた頃と今では、使い方は変わりましたか？変わった場合、どう変わりましたか？	（自由記述）
4	それほど親しくない人とやり取りする場合は、どのようなサービスを使っていますか？最も使っているサービスを、教えてください。	LINE, Instagram, X, Discord, 使わない, その他（自由記述）
5	親しい人とそうでもない人で、使うサービスを変えている方にお伺いします。変えている理由を教えてください。	（自由記述）

3. 調査2

対面のインタビュー調査で、23年度調査と結果を比較した。

3.1. 方法

調査会社を通じて募集した、中学3年生6名(男女3名ずつ)、高校3年生6名(男女3名ずつ)、21歳大学生(男女3名ずつ)が参加した。参加者が未成年の場合は、保護者の同意も得た。

質問項目は、1) 基本的なIMツールの使い方、2) 具体的なやり取り、3) 文字や絵文字、スタンプ、4) トラブルや決め事、に大別された。ほぼ23年度調査と同じだが、新たに理由を聞くなどした質問もあった。形式は、個人面談の半構造化インタビューで、発言の筆記記録と録音を行った。画面の確認は、本人の許可が取れた場合に実際のやり取りの様子を見せてもらった。

3.2. 結果

(1) 23年度とは異なった点 スマートフォン使用開始時期は、中3は中学入学時が多かったが、23年度はそれに加えて小5以前に持ったケースが多かった。よく使うツールは、高3はInstagramがLINEと同程度が多かったが、昨年度は差があった。よく使うツールで、21歳にBeRealが新たに登場した。Instagramの所有アカウント数は年齢に比例して多くなったが、23年度では高3の所有数が多い傾向だった。

LINEの方がInstagramよりもなくなったら困る程度が高く、特に高3と21歳で顕著だった。23年度は、Instagramの方がなくなったら困る点数が高かったのも、逆の結果となった。さらに、LINEの方がInstagramより、中3と21歳で好きの点数が高く、高3はInstagramの方が高いがわずかな差であった。23年度では、Instagramの点数の方が明らかに高かった。

「今はない新ツールを使いたい」とした者が、いずれの年代でも多かった。23年度では、明確に多いという結果ではなかった。

21歳のやり取りをする時間が、23年度より長かった。ただし、これは質問の仕方が23年度とは異なっていたので、比較は難しいかもしれない。友人内特有のノリについては、21歳が全員あるとし、年代が上がると増える傾向だった。しかし23年度では年代が下がると増える傾向で、今年度は逆の傾向となった。

絵文字は、中3は使わない人が多く、21歳で使う人の方が多く、23年度と逆だった。絵文字やスタンプ使用で感じる違いは、21歳で同世代が多かったが、23年度では上の世代に感じていた。

誤解については、いずれの年代でも「誤解した」より「誤解された」が多かった。23年度では、中3は明確にそうだったが、他の年代でこれは顕著ではなかった。「面倒だと思うとき」については、中3と21歳は全員があると回答したが、23年度では「特になし」の回答が多い傾向にあった。また、23年度と比べて、「この手のツールがあって良かったと思う瞬間」にあげられた項目数が多かった。

(2) 新たに明らかになったこと 使用される中3高3のLINEアカウント名にはかなが多く、21歳では漢字が多かった。Instagramでは、中3以外はローマ字が多かった。

なくなって困る度合いや好きかの評価から、LINEは連絡手段として生活に欠かせないものであることがわかった。Instagramは、情報収集や交友関係において高く評価されていた。なお、やり取りに関わらず利用するSNSは、Xがどの年齢でも1位で、BeRealが2位だった。

1日にやり取りする時間は、高3で1時間以上が多数だった。年齢を問わず、総じて長めの傾向だった。中3と高3は、平日は夕方以降で休日は日中からやり取りする人が多数派だが、21歳は平日と休日の差がなかった。

文字を打つ量は、一文が長くなる場合は3行くらいに分けて送る者が、年齢を問わず存在した。絵文字やスタンプの使用で感じる他者との差については、高3から多くのコメントが得られ、同世代にも上の世代にも違いを感じている場合があった。また、コミュニケーションの取り方自体については、高3と21歳が、自分のやり方が同世代の他の人とは異なっているかもしれないと思っている人が多かった。

4. まとめ

若者のIM利用について、WEB調査とインタビューを行い、23年度に行った調査と結果を比較した。

その結果、WEB調査からは、使用開始年齢、使い始めた頃からの使用変化、親しさ度合いと使うツールについては、23年度の調査結果と同様となった。今回はツール使い分けの理由も聞いたところ、多数派であるLINEを親しい人に使う人々の最大の理由は自己開示との関連で、利便性の声も多少あった。少数派である、InstagramやXを親しい人に使う人の使い分け理由も、自己開示理由が主と判断できた。

インタビュー調査からは、23年度調査と同様、LINEは親しい人とのツール、Instagramは交友の最初きっかけであり、広く浅く繋がるツールであること、やり取りには気を遣っていることが、いずれの年代でも確認された。その一方、21歳大学生でのコミュニケーションの簡略化は明確にはならず、LINEよりInstagramの好感度が高いわけではなく、LINEの重要性や必要性が浮き彫りになった。

引用文献

[1] 桐谷佳恵:若年層インスタントメッセージ使用についての基礎調査(1) - 大学1, 2年生へのWEB質問紙調査, デザイン学研究, 71, 2, 1-6, 2024.

[2] 桐谷佳恵:若年層インスタントメッセージ使用についての基礎調査(2) - 15, 18, 21歳に対するインタビュー調査, デザイン学研究, 71, 2, 7-16, 2024