
2024 年度 岐阜協立大学

学内ゼミナール大会 参加論文

ゼミ名：山本 重人Ⅱ

テーマ：大学生の SNS 利用傾向による依存性と承認欲求との関係性について

代表者：横山 偉士

参加者：勢田 憲之介、國井 柊吾、廣瀬 貴教、横井 飛翔、西村 ケイン、高橋 悠二、集治療一

<目次> ※PowerPoint と一緒に閲覧してください

初めに.....	p3
SNS を利用する理由.....	p3
マズローの承認欲求.....	p4
SNS の利用率.....	p4
Instagram の利用目的.....	p5
TikTok の利用目的と特徴.....	p5
Facebook の利用目的と特徴.....	p6
X（旧 Twitter）の利用規約改定.....	p7
注目集まる Bluesky.....	p7
承認欲求が強過ぎて起こりうるトラブル.....	p7
アンケート結果.....	p8
考察・まとめ.....	p8
参考文献.....	p9

※PowerPoint と一緒に閲覧してください

<初めに>

まず、SNS は 2000 年代初頭から本格的に普及し始めた。そして、2022 年末の SNS 利用者数は 8,270 万人で、普及率は 82%であった。

近年では、バイトテロという言葉を目にすることが増えてきている印象がある。バイトテロとはアルバイトまたは従業員が職場で適切ではない行為をし、その様子をスマートフォンなどで撮影し、Twitter や YouTube などの SNS に投稿することである。

また、そういった問題が指摘されている一方で、「インスタ映え」が 2017 年の流行語大賞に選ばれるなど、ソーシャルメディアには、一定の魅力あるいは虜にさせる仕組みがあるように考えられる。

そこで、私たちは、大学生の SNS 利用傾向による依存性と承認欲求に着目することにした。それにより、大学生を対象として行なったアンケートをもとに承認欲求と SNS の利用傾向の関連性について調べることを目的としている。

<SNS を利用する理由>

ICT（情報通信技術）に関する調べから、

1. 「仕事や趣味などでの情報収集目的」（44%）
2. 「知人同士の近況報告」（37.1%）
3. 「『いいね』リアクションが欲しい」（13.1%）→やや少ない。

といった結果になっていた。他にも「仲間はずれにされたくない」といった理由が 5%あり、割合は少ないが、SNS を利用する理由として、SNS を利用しない場合の不安があることが分かった。

・ SNS を利用する上での承認欲求

承認欲求とは、「自己欲求」や「承認欲求」を求める欲求のことである。具体的な例としては、SNS に自身を投稿することで他者に認められたいといったものや「いいね」や「リプライ」が欲しいといったものがある。

こういった、承認欲求が強くなる理由としては、「自分が自分を認めていない」「認められた経験がない」「認められる快感に溺れている」などがあることが分かった。

具体例：「話を聞いてほしい」「褒めてほしい」「共感してほしい」「いいねがほしい」など

- ・承認欲求が強くなる過程と傾向

承認欲求が強くなる過程としては、まず、自身が自分のことを認めていない状況が続くと欲求不満状態に陥ってしまいます。そして、この欲求不満を解消するために他者からの承認を求めるようになり、それに伴って、承認欲求が強くなります。そのため、他者に認められる機会が多い人ほど承認欲求を必要とすることが少なく、他者に認められた経験が少ない人ほど、承認欲求が強まってしまう傾向にあるということが分かりました。

<マズローの承認欲求>

次に承認欲求についてマズローの欲求階層説を踏まえてさらに詳しく見ていきます。
このマズローの欲求階層説とは自己実現理論というものを元に作られており、マズローが「人間は自己実現に向かって絶えず成長する」と仮定し、人間の欲求を5段階の解像で理論化したものです。これはピラミッド上の階層を成しており、人間の欲求を「生理的欲求」「安全の欲求」「社会的欲求」「承認欲求」「自己実現の欲求」と5段階層に分けたものです。

- ・マズローの承認欲求は2種類ある

次にマズローの承認欲求についてです。これは大きく分けて二つの種類に分けることが可能です。一つが「低いレベル」のものです。これは、他者から注目されたい、認められたい、褒められたいといった感情や地位や名声、権威、他者からの賞賛といった欲求が該当します。二つ目が「高いレベル」のもです。これは、自分への自信を持つことや自立意識、自己尊重感など自身を高く評価したいといった欲求が該当します。人によっては低いレベルの承認欲求が充足されるだけで満足する場合があります。しかし、高いレベルの承認欲求を持ってしまうと他者がどれだけ自分を評価していたとしても自分で自分を評価できないと欲求は充足されません。このことから多くの人は低いレベルの承認欲求を欲していると考えられます。

<SNS の利用率>

次に SNS の利用率についてです。全年代の利用率では LINE が 94.9%と最も多く、その次に Youtube、Instagram、X（旧 Twitter）、TikTok、Facebook という順に利用率が多いことが分かりました。これを踏まえた上で、次にインターネットに投稿できるアプリの X(旧 Twitter)、Instagram、TikTok、Facebook について詳しくみていきます。

ただ、今回は LINE、YouTube に関しては省きます。理由としては LINE は、投稿をするツールというよりもインターネットで他者とのやりとりや身内とのやり取りが多いためです。YouTube に関しても同様に投稿することよりも動画を視聴することの割合が多いためです。

<Instagram の利用目的>

次に主な SNS の利用目的について説明していきます。まずはインスタグラムの利用目的についてです。インスタグラムは、主に芸能人やインフルエンサーの投稿や、家族など知り合いの投稿についての閲覧など、自らが投稿をするというよりは、他人の投稿を閲覧することが目的となっていました。それにより情報収集をすることも目的のひとつとなっていました。

・Instagram の現状

次にインスタグラムの現状について、話します。まず利用のデータとして、認知率、利用率、投稿率の 3 つがあります。それぞれ全年代の平均を見ていくと、まず認知率は 82.8% と高く、高齢者でも 6 割以上あるなど、若年層を中心に全世代でよく認知されていることが分かります。次に利用率を見てみると、全体の平均が 34.3% と、認知率から一気に下がっています。内訳を見ると 10 代と 20 代の女性が 8 割以上なのに対し、男性の 10 代 20 代は 50% 程度しか利用していないという、男女差がありました。さらに年代が上がるにつれ利用率は減少していき、全体の平均を大きく下げる原因となっていました。投稿率を見てみると、全体で 1 割程度しかないという結果でした。ここでも 10 代 20 代の女性が 50% 程度あるのに対し、10 代 20 代の男性はその半分ほどと、男女差がありました。また 40 代以上はほとんど投稿をしていません。以上のことからインスタグラムは全世代でよく認知されているものの、利用や投稿となると若年層が多く、その中でも特に女性の方が多いことが分かります。

<TikTok の利用目的と特徴>

次に TikTok の現状について見ていきます。まず TikTok の利用目的として 1 つ目が「人気になりたいから」や「面白い動画が見られる」という理由があります。2 つ目がフォロワーの増加です。、このような目的が生まれており、承認欲求に関連していると言えます。

次に特徴として 1 つ目は拡散力の高さです。実際に Twitter やインスタグラムでは人気がなくとも、TikTok でバズりフォロワーが増えたという事例もあるそうです。2 つ目が参入のしやすさです。動画作成や編集技術において、特別な技術がなくてもクオリティの高い動画を出せることから投稿するためのハードルが低く、誰でも挑戦しやすくなっています。3 つ目が一般人でも人気になれる可能性があることです。2 つ目の特徴にあった、誰でも簡単にハイクオリティの動画を作れることや、流行に乗ることで、誰もが有名人になれるチャンスがあります。

そのため、「人気になりたい」といった利用目的が生まれていると考えられます。そして、承認欲求を満たすのに優れているものであると言えます。

・TikTok の現状

次に現状です。まず認知率でから見ていきます。全年代の平均認知度は約 7 割となっています。10 代女性は約 90%なのに対し、70 代女性では約 45%と 2 倍の差が生まれています。また男性に比べ女性や若年層ほど認知率は高くなっています。次に利用率です。全世代平均わずか 8%とかなり低いと分かります。10 代女性が飛び抜けて高いのに対し、他の世代はグラフの伸びが全然なく、利用されていないことが分かります。また一番高い 10 代女性でも、約 50%とそれほど高くない数字となっています。

次に投稿率です。10 代と 20 代のデータで見ると約 20%ほどしか投稿しておらず若年層の間でも、積極的に投稿されていないことが分かります。このことから世代が上がるにつれ投稿はほとんどされていないと推測できます。また男性よりも女性の方が高かったです。この認知率、利用率、投稿率の 3 つ観点から TikTok の現状として、利用や投稿が他の SNS よりされておらず、普及率が低めであると言えます。

<Facebook の利用目的と特徴>

次に facebook のについてです。まず特徴からみてききます。特徴の一つ目は実名かつ基本顔写真での登録が必要になるということです。これにより友人や仕事上などの面識のある人との繋がりが多いです。次に利用者年代として、30 代から 40 代のビジネス層の利用が多いということです。これは他の SNS と比べて大きく違う点であると言えます。3 つ目が信頼性の高さです。ビジネス層が利用していることや、実名登録や職務歴が載っているという点から、真面目な内容の発信が多いです。

次に利用目的です。一つ目は 30 代、40 代の利用が多いことや実名、顔写真登録により、ビジネスシーンでの活用がされていることです。2 つ目は、特徴の一つ目からも言えるように友達や知り合いと繋がることです。3 つ目は有益な情報の閲覧です。このことから、facebook は知らないフォロワーをたくさん増やし、浅い関係を築くよりも、深い関係を築くことに特化していると言えます。それにより有名になるチャンスは少なく、SNS による承認欲求も満たしづらいといえます。

・Facebook の現状

次に facebook の現状です。利用率として、まず全世代の平均は 30%程度です。そして先ほども説明したように 30 代や 40 代の利用が特に多く、50 代や 60 代の利用も他の SNS に比べて高くなっています。逆に 10 代や 20 代の若年層はあまり利用していません。またどの年代も 50%を下回っており、活発に利用されている SNS ではないと言えます。

<X（旧 Twitter）の利用規約改定>

2024 年 11 月 15 日に X（旧 Twitter）の利用規約改訂が行われることが発表された。これは、X で活動している多くの絵師や YouTuber、Vtuber といった人たちにとっては重大な発表であった。利用規約改定によって、ユーザーが投稿するあらゆるコンテンツ（テキスト・画像・動画など）を、X 社の AI モデルや機械学習システムのトレーニングに使用されることが明確に規定された。このことに、多くのユーザーが、自分の投稿内容が AI 学習に使用されることに対する不安を表明している。特に、個人情報や機密性の高い情報が含まれる可能性のある投稿についての懸念が高まっている。また、ユーザーの中には、自分が生成したコンテンツの所有権や使用権に関して疑問を呈する声も上がっており、AI による学習が、クリエイターの権利を侵害する可能性について議論が起こっていた。

X に投稿したコンテンツが AI 学習に利用されることを知り自分が投稿した絵を削除し始めた絵師も出てきたほど大きな騒ぎとなった。（今後 X を利用して、自身のことについて投稿する際には、AI の学習に利用されるかもしれないということを十分理解しながら投稿しなければならない）→プライバシーの侵害につながる可能性もあるため、投稿した絵を削除し始める絵師も出てきて大きな騒ぎとなる中、次の活動拠点の場として目をつけられたアプリが『Bluesky』である。

<注目集まる Bluesky>

ブルースカイとは、X（旧 Twitter）の共同創業者であるジャック・ドーシー氏が立ち上げた分散型 SNS であり、分散型 SNS とは、複数のサーバーを使用することでデータが分散され、中央サーバーの障害によってサービスが停止する可能性が低い、新しい SNS の形態である。1 度に投稿できる最大の文字数は 300 字であり、画像も 4 枚まで添付できるというように、ブルースカイの機能は旧 Twitter と似ているところがある。ブルースカイは X（旧 Twitter）と外見や機能がほぼ同じであり、ほとんど同じ感覚・操作性で使えるという利点があり、また、X（旧 Twitter）と違い広告がなくすっきりとしていて、ポストが見やすいという利用者にとって使いやすい環境が整っているアプリとなっている。

・新規ユーザーが始めやすくなった Bluesky

Bluesky は最初は誰もが簡単に始められる SNS ではなかった。ブルースカイを利用するには、ブルースカイの招待コードを所有する人物からの招待が必要だったが、2024 年 2 月 6 日に招待制が撤廃されたことにより、誰もがアカウントを作れるようになった。ブルースカイは招待制が撤廃されてから 24 時間で 68 万人が新規アカウを作成している。

<承認欲求が強過ぎて起こりうるトラブル>

- ・回転ずしチェーンなどでの迷惑行為など

SNS に投稿する「**バイトテロ**」も相次いだ。これらは、身近な友人に「面白いと思われたい」感情が背景にあると指摘されている。承認欲求は誰にでもある欲求だが、SNS の普及や、家庭内環境などにより、強くなりこのようなトラブルも引き起こす可能性もある。

- ・依存を断ち切るために（方法）

・承認欲求によるトラブルを引き起こさないためにも SNS の依存を断ち切ることが必要不可欠である。そのための方法を 2 つ紹介

1. SNS アプリを削除する

スマホ内から物理的に消すことで SNS から離れる
特に簡単な方法なのでオススメ

2. iPhone のスクリーンタイムを利用

iPhone の使用時間制限の設定画面

設定>スクリーンタイム>App 使用時間の制限（1 日あたりの利用時間の設定可能）

<アンケート結果>

お使いの端末でアンケート結果が閲覧できます。



<考察・まとめ>

協立大学では SNS には依存はしておらず、正しくネットを活用して生活を豊かにしている生徒が半数以上いる結果となった。

SNS を使用する中で承認欲求が生まれてくる生徒もいることもアンケートから読み取れた。

<参考文献>

- ◆ <https://resemom.jp/article/2024/05/14/77155.html#:~:text=東京工科大学は2024,とは僅差だった%E3%80%82>
- ◆ <https://classy-online.jp/lifestyle/281224/>
- ◆ <https://studyu.jp/feature/theme/approval/>
- ◆ <https://blog.leapt.co.jp/what-is-maslows-five-levels-of-needs-what-marketers-need-to-know#:~:text=承認欲求とは他,られたいと思う欲求%E3%80%82>
- ◆ <https://grove.tokyo/media/g0221/>
- ◆ <https://www.moba-ken.jp/project/service/#:~:text=%E3%83%BBTikTok%E5%88%A9%E7%94%A8%E7%8E%87%E3%81%AF%E5%85%A8%E4%BD%93,%E5%85%A8%E4%BD%93%E3%81%A7%E5%89%B2%E8%B6%85%E3%81%88%E3%80%82>
- ◆ <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000139.000077217.html>
- ◆ https://www.hottolink.co.jp/column/20240214_114872/
- ◆ <https://gms-consulting.co.jp/blog/facebook/0125/>
- ◆ <https://www.psychologytopics.info/psychologist/abraham-harold-maslow/2/>
- ◆ <https://www.moba-ken.jp/project/service/20220215.html#:~:text=投稿率（自分自身で投稿）も全体では13.8,率が高かったです%E3%80%82>
- ◆ <https://www.value-domain.com/media/bluesky-about/>
- ◆ <https://mag.executive.itmedia.co.jp/executive/articles/2411/19/news105.html#:~:text=日本でも盛り上がるコミュニティ,として公開されている%E3%80%82>
- ◆ https://unique1.co.jp/column/sns_operation/12234/