

若年層における Twitter利用に関する研究

武庫川女子大学 生活環境学部 情報メディア学科

大谷 光一

背景

- ・スマートフォン発売に伴いインターネットの利用が大きく変化
- ・個人による情報発信が爆発的に増えた(情報検索の必要性の増大)
- ・アクティブユーザー数 4,500万人※LINE8,400万人に続く2位

目的

SNSは自ら情報を発信するだけでなく、自分の興味がある情報を効率よく収集する事ができる特徴を持っている。

SNS を積極的に活用している若年層を対象に、SNS の主要サービスの一つである Twitter について、どのように活用しているのかを調べることにより、**SNS は情報収集の手段として役割を果たしているかを明らかにすることを目的とする。**

方法

本研究の調査・分析方法は、武庫川女子大学の在学生 101 名を対象にアンケート用紙を配布し回答を得た。

アンケート実施は予備を含め3回実施（各設問に無回答など欠損あり）

アンケート結果においては統計解析を行っている。

また、考察を深めるため被検者数名へヒアリングも実施した。

SNS (ソーシャルネットワーキングサービス)

	Twitter	Instagram	LINE	Facebook
月間アクティブユーザー	4,500万	3,300万	8,400万	2,600万
日本サービス開始	2008年	2010年	2011年	2008年
概要	20・30代 中心	10・20代 中心	全世代	30代以降 中心

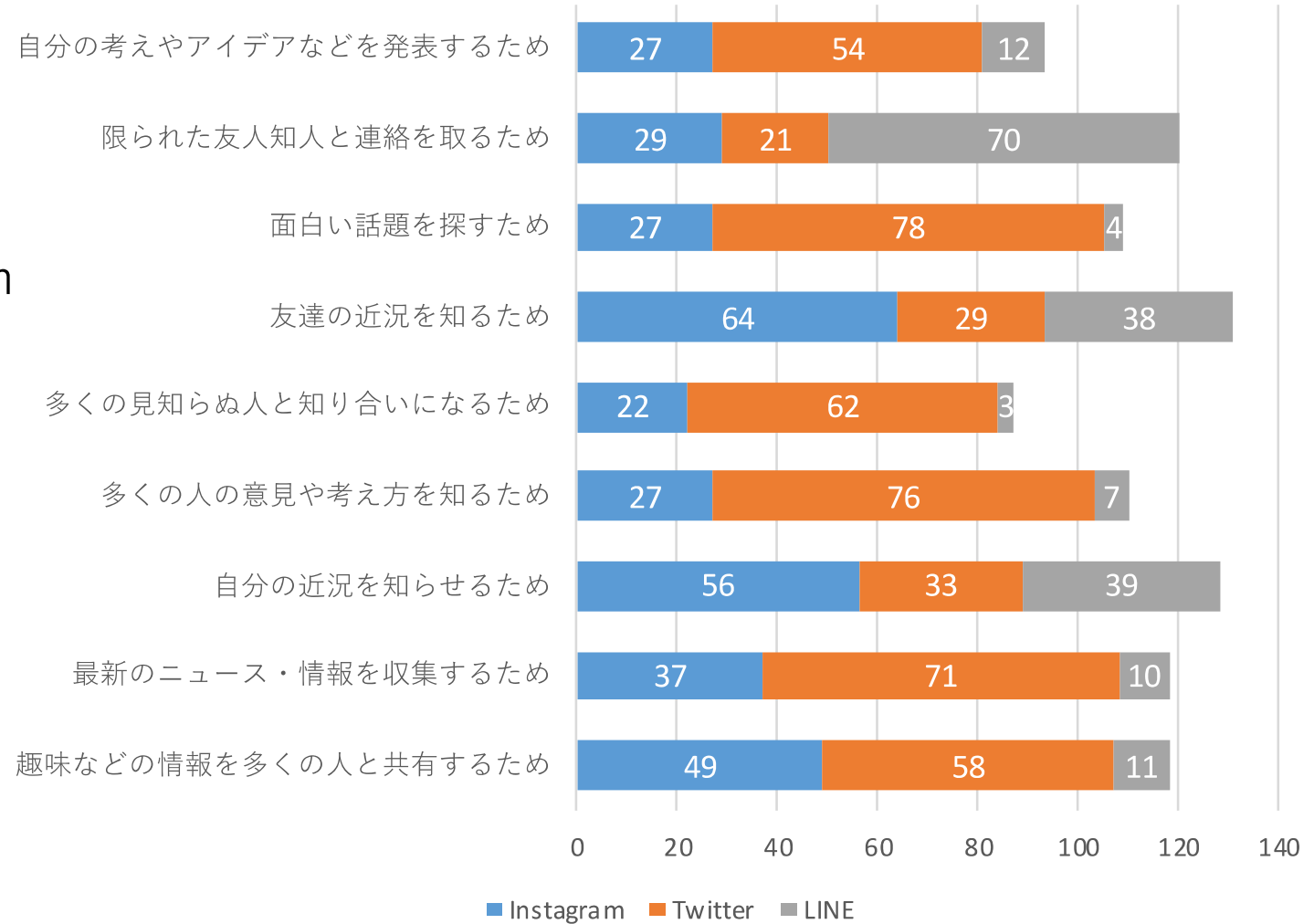
テキストや画像、動画など発信できる内容も多岐に渡り、情報を収集・共有するには欠かせないツールとなっている。



SNSの利用状況

- 友達の近況を把握するためのInstagram
- 友達との連絡手段のLINE
- 面白い情報を検索するためのTwitter
- 利用頻度が高いのは、LINE・Instagram・Twitterの順

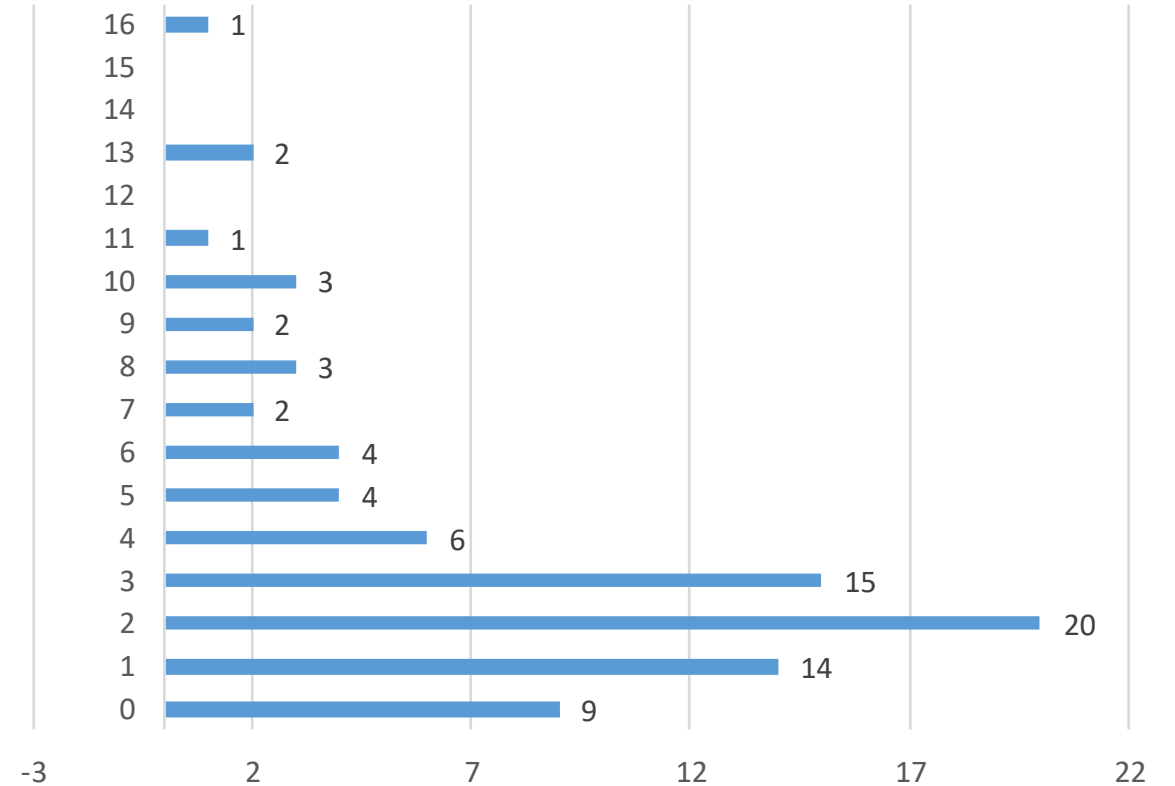
用途別SNS利用状況



平均所持数3.57 不所持は9名 (10.4%)

- Twitter利用率 **89.6%**
- アカウント2つが20名 (23.3%)
- 3つ所持・1つ所持が続く
- アカウント4以上が28名 (32.6%)
- 標準偏差3.33 中央値2.50

Twitterアカウント所持数 n=86



アカウントの内訳は

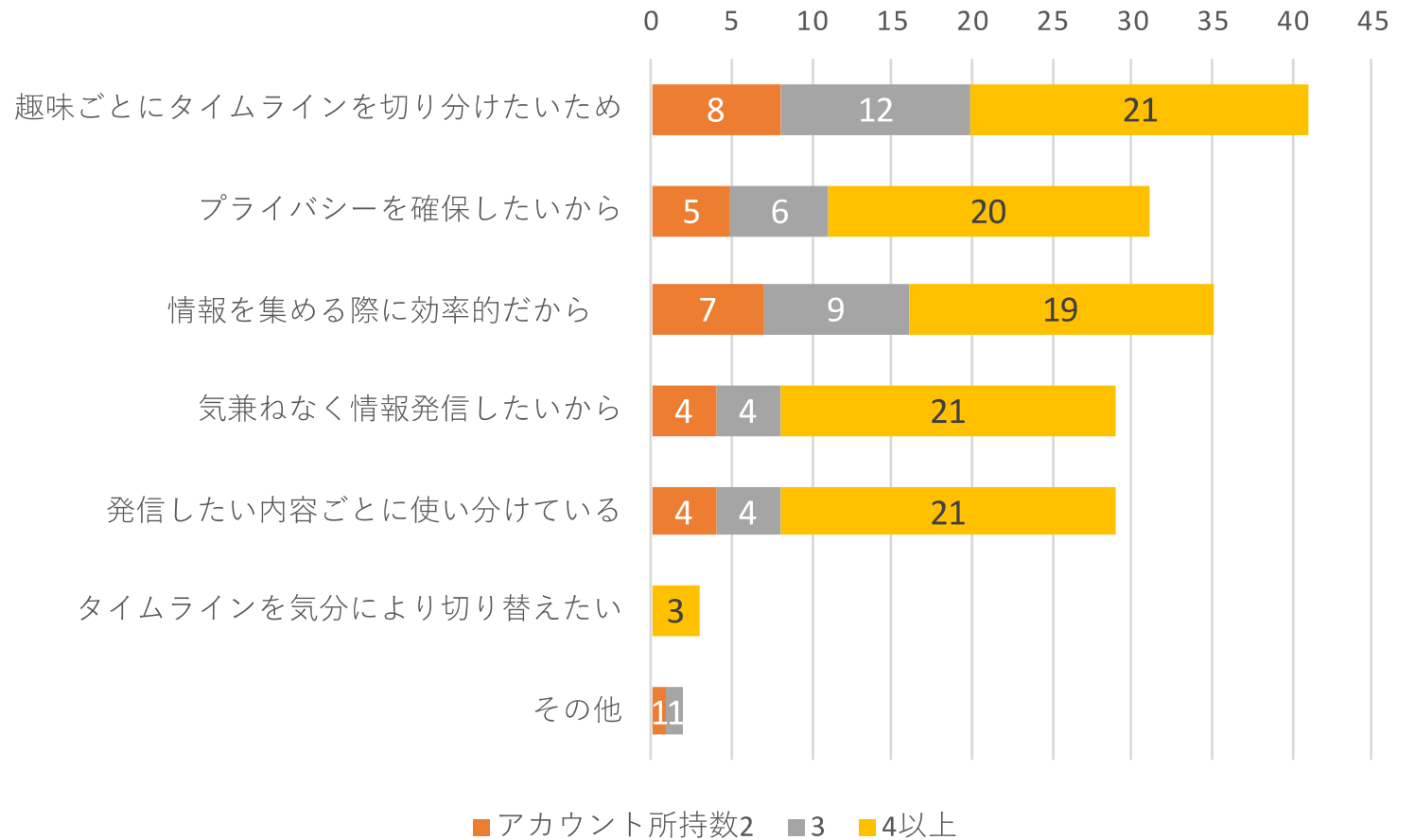
- 自分と趣味 (+ α) : 38件 (44.2%)
- 友達で分ける : 14件 (16.3%)
- ゼミやサークル・就活 : 5件 (5.8%)
- 取引含む : 5件 (5.8%)

内訳	件数
自分・趣味 + α	20
自分・趣味	18
自分のみ	14
自分・社会活動	5
取引含む	5
友達・趣味	2
自分・友達	2
趣味のみ	1
無回答	19

アカウントを切り分ける理由

- 趣味ごとに切り替えたい
- 情報を効率よく集めたい
- 発信に配慮する

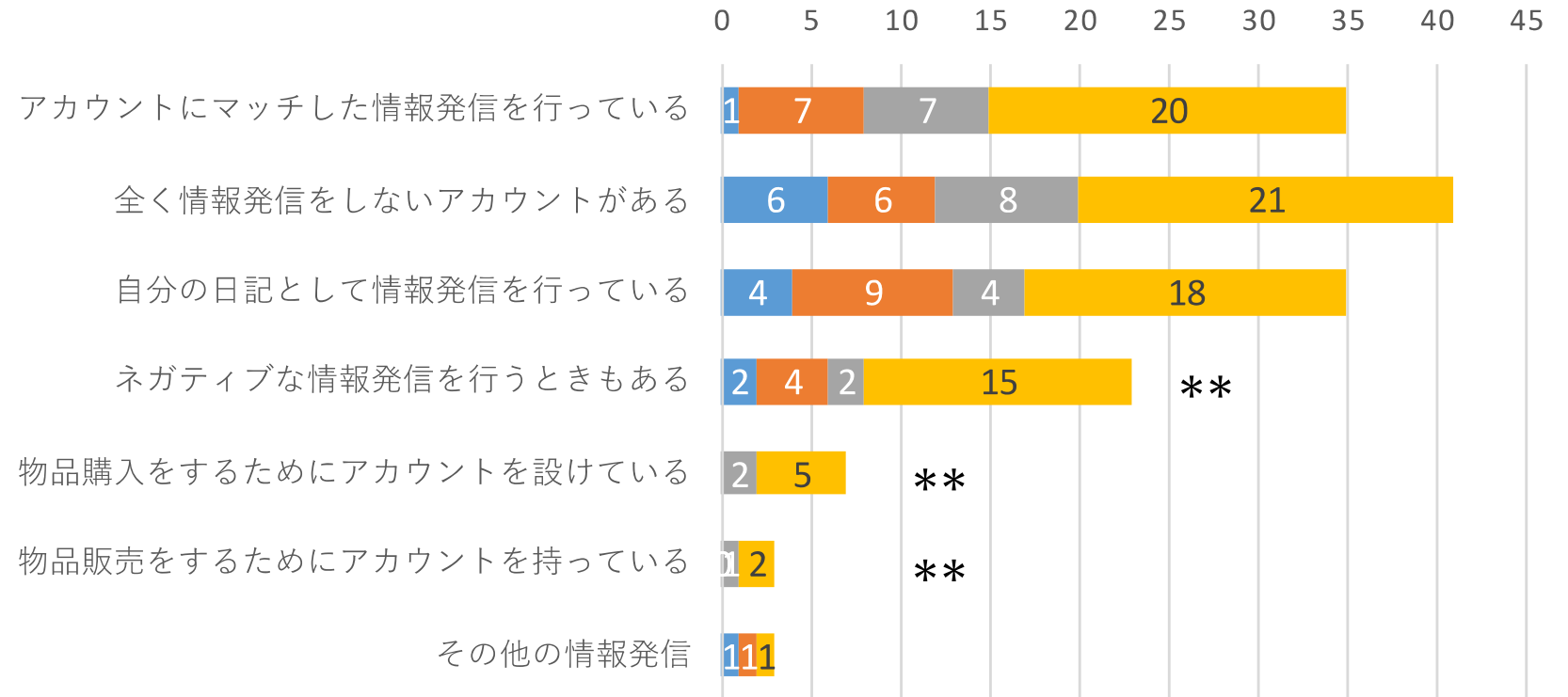
アカウントを切り分ける理由



Twitterでの発信

- 発信しないものもある
- アカウント沿った発信
- 日記のアカウントも
- ネガティブな発信を行う

Twitterの情報発信について（アカウント所持数別）



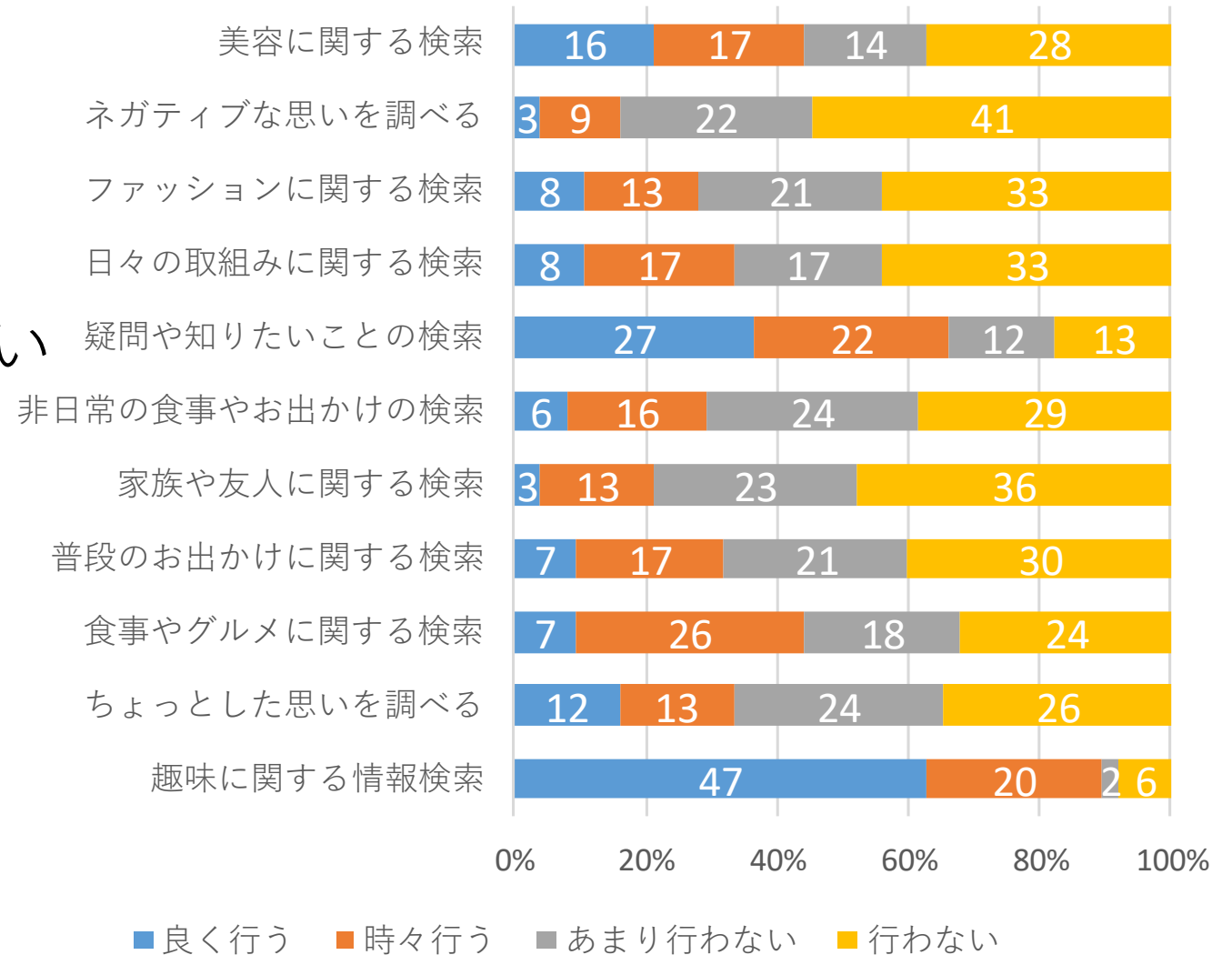
「**」はアカウント所持数ごとに有意差あり

■ アカウント所持1 ■ 2 ■ 3 ■ 4以上

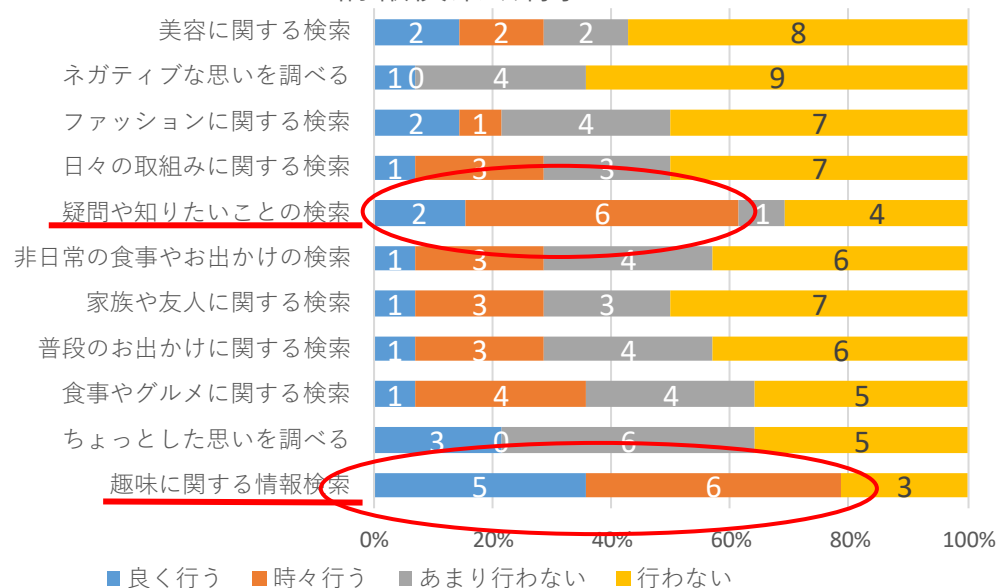
Twitterでの検索

- 趣味に関する情報検索が多い
- 疑問や知りたいことの検索も多い
- ネガティブな思いや非日常に関する検索は行わない

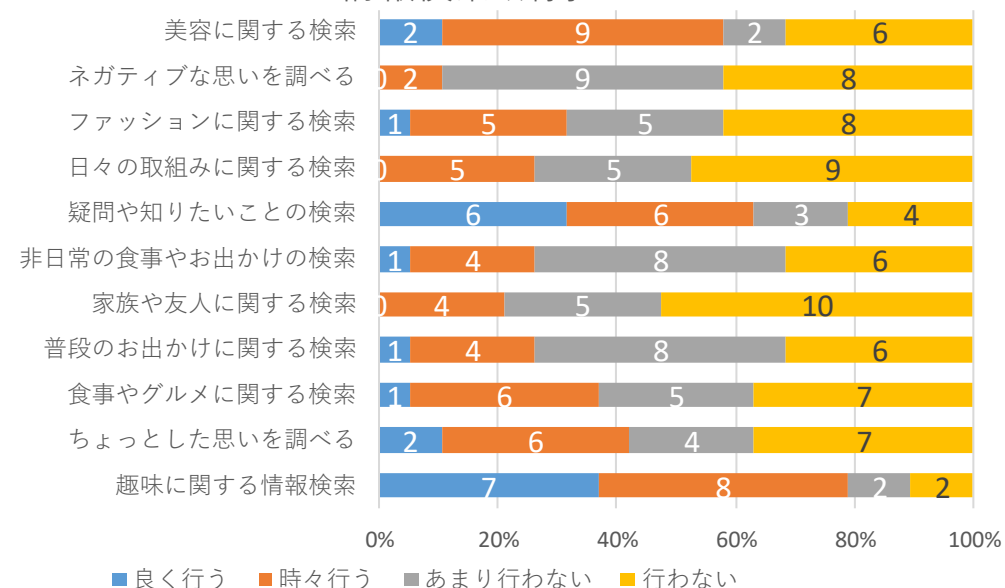
Twitterでの情報検索 n=75



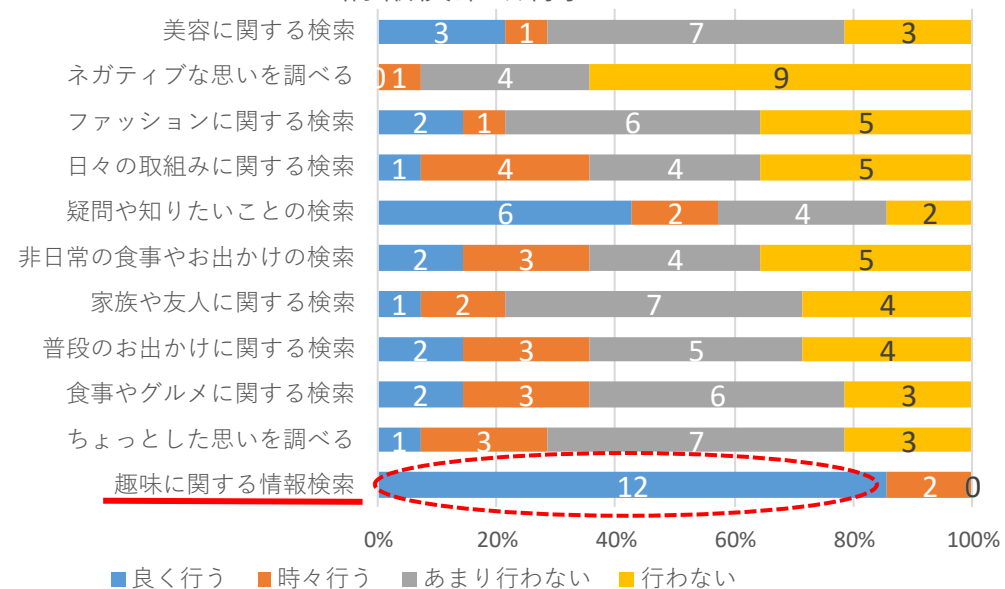
Twitterでの情報検索 所持1 n=14



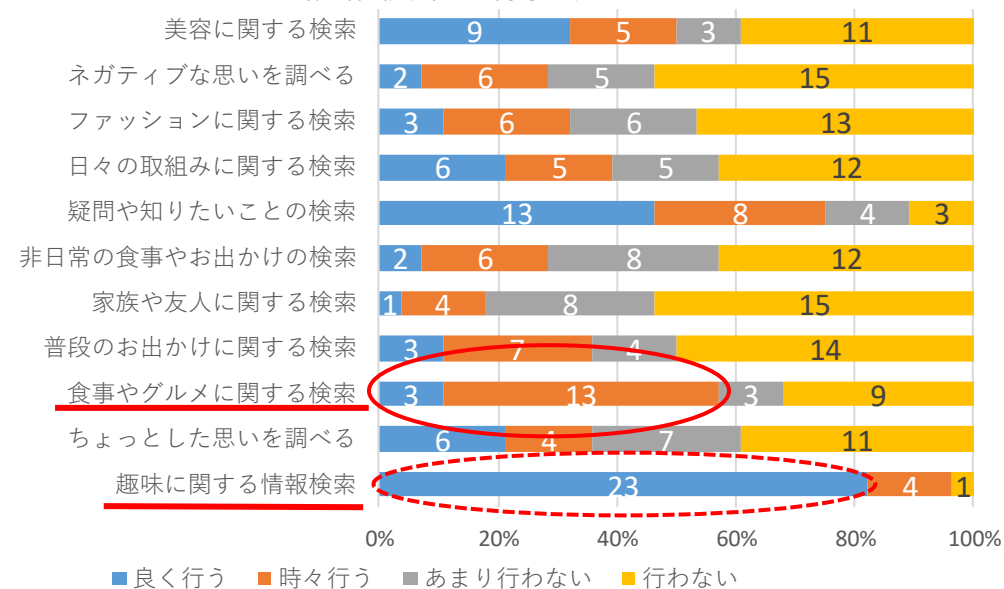
Twitterでの情報検索 所持2 n=19



Twitterでの情報検索 所持3 n=14



Twitterでの情報検索 所持4以上 n=28



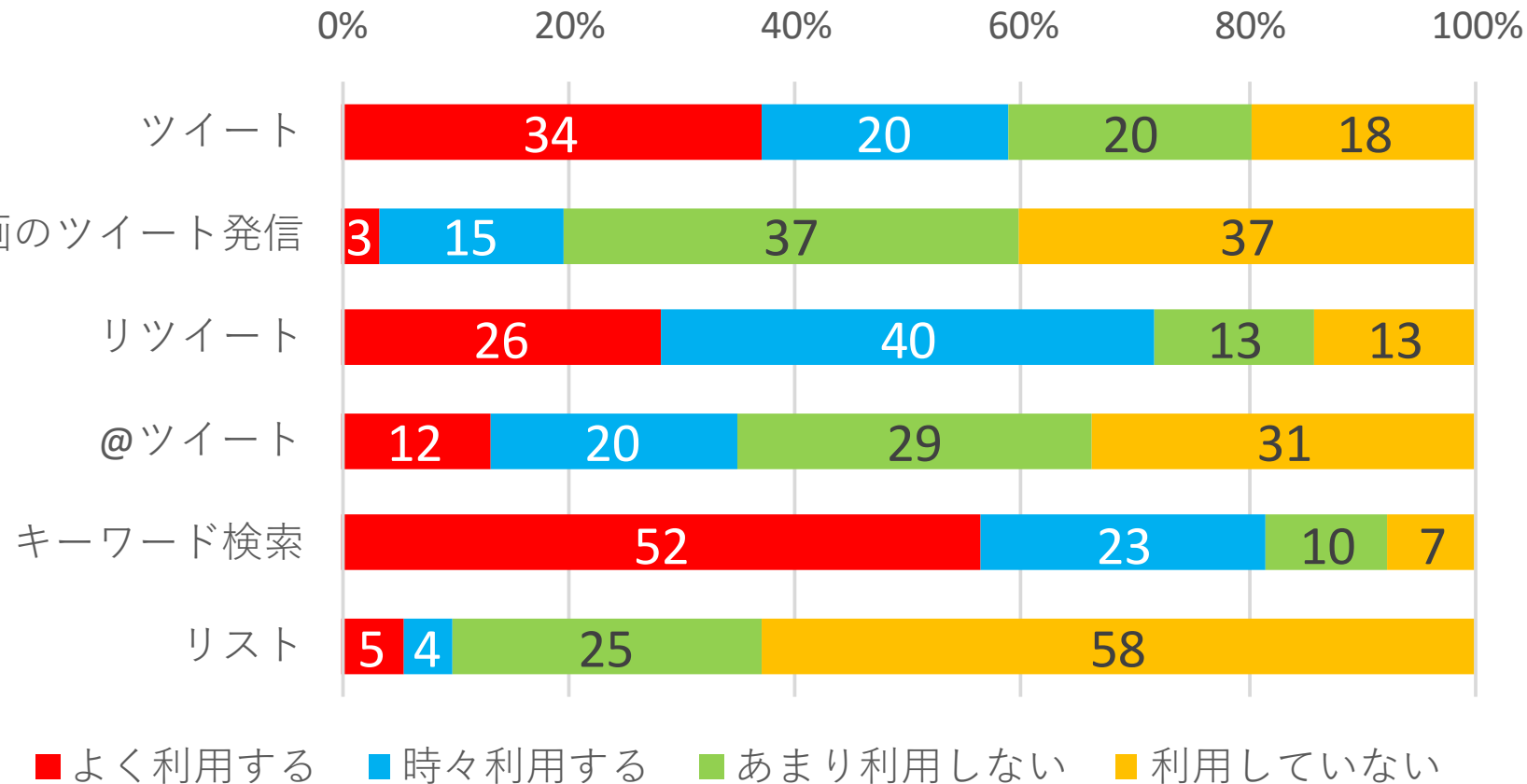
Twitterで利用する機能

- 最も利用される機能は「キーワード検索」

例) 「阪神電車 遅延」 🔍

- 次いでリツイートの順

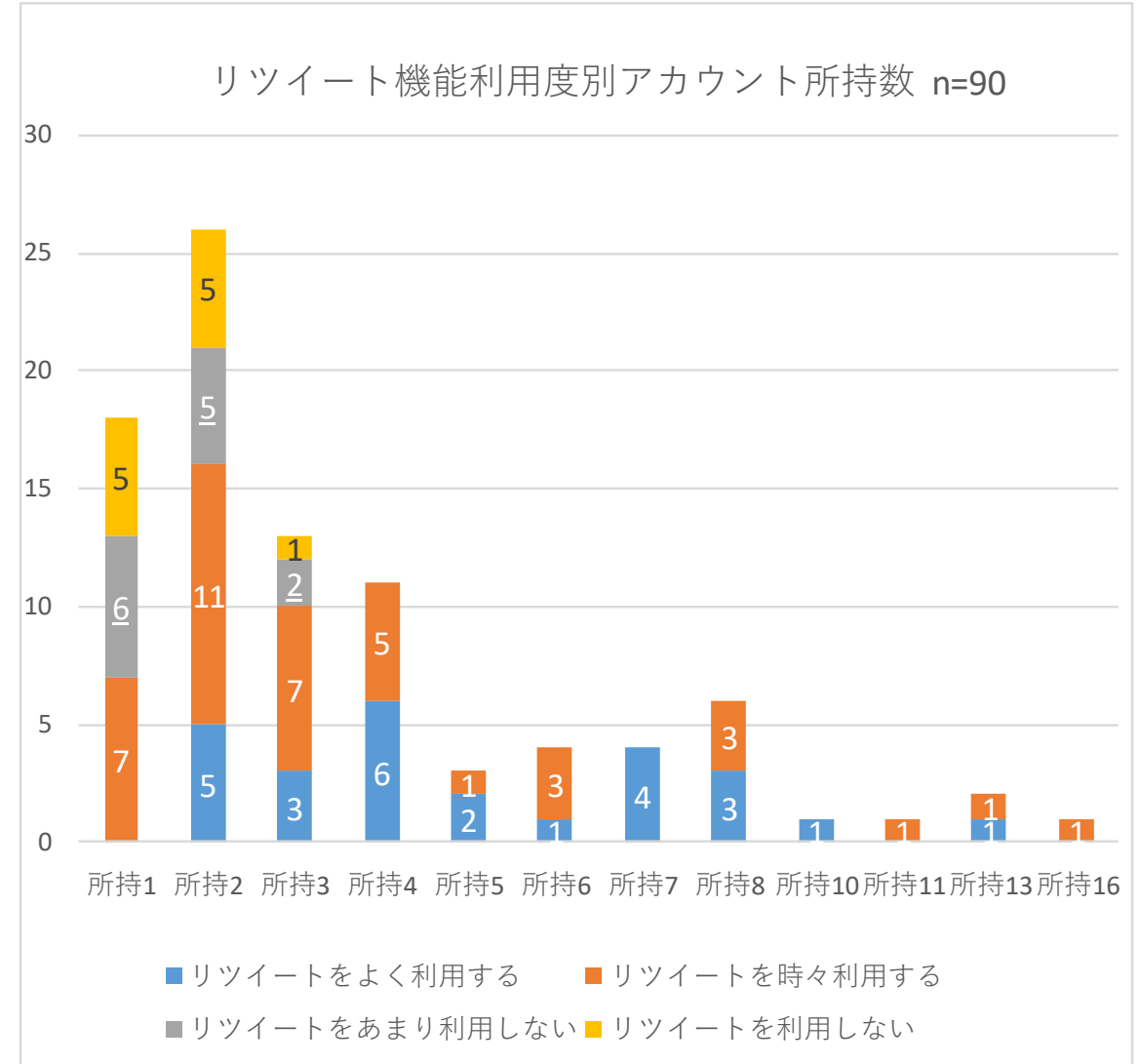
Twitterの機能利用状況 n=92



アカウント別にみるリツイート利用状況

消極的な回答者は所持数3まで

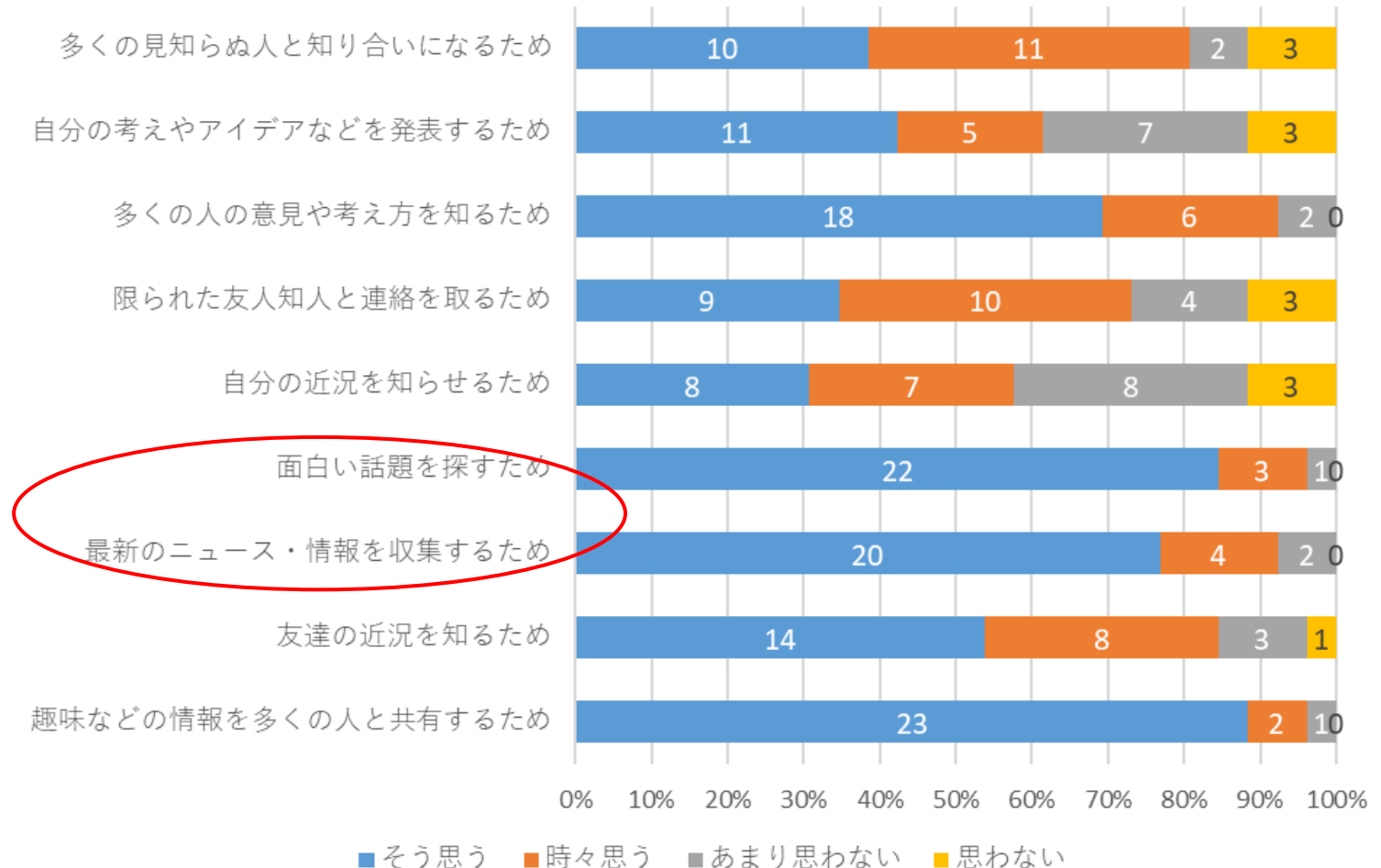
所持数4以上はリツイートを肯定的



リツイートをよく使う群の利用用途

- Twitterを積極的に評価している
- 面白い話題を探すや情報収集に活用
- 多くの人と共有する思いを持っている

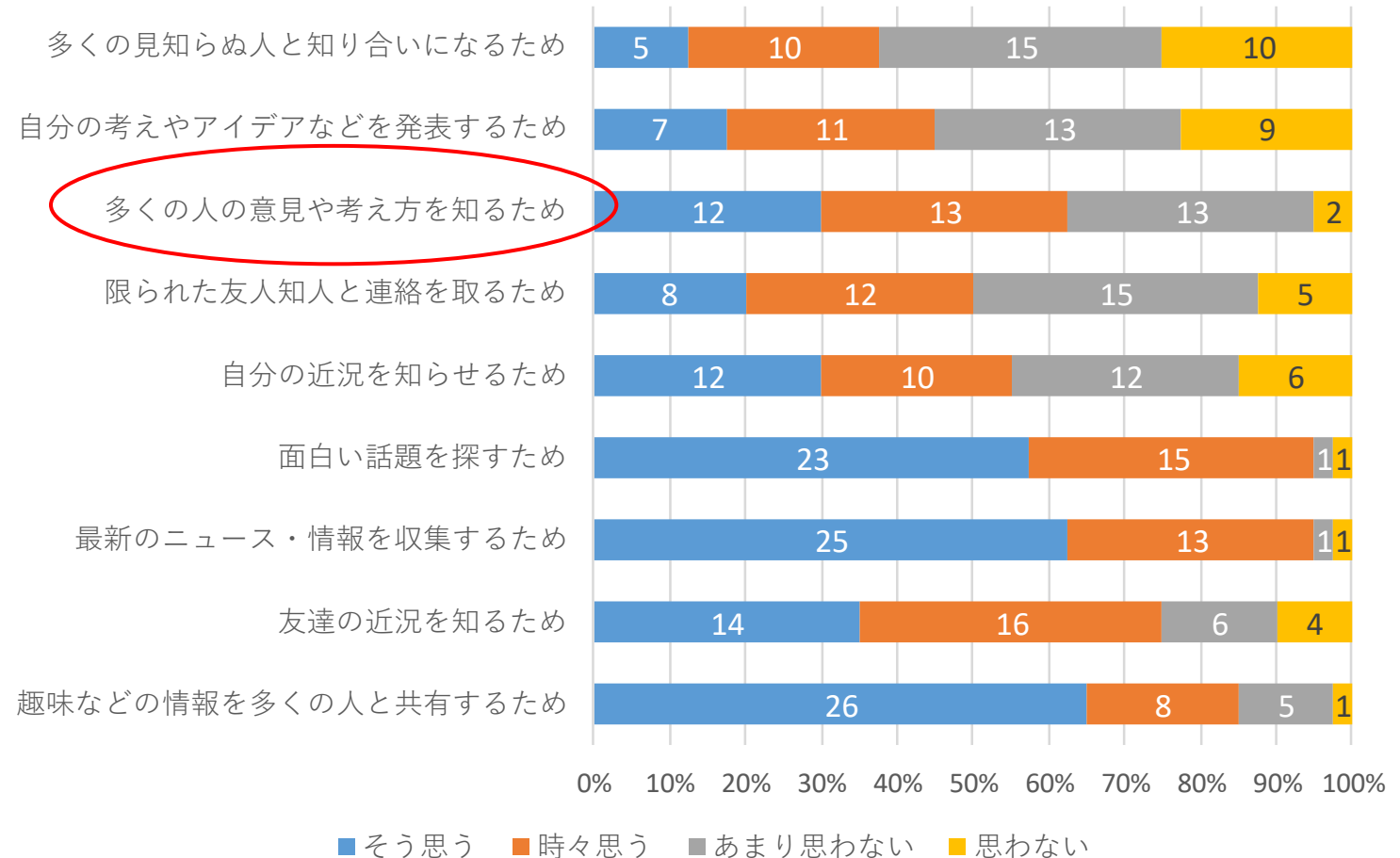
リツイートをよく使う群 n=26



リツイートを時々使う群の利用用途

リツイートを時々利用する群 n=40

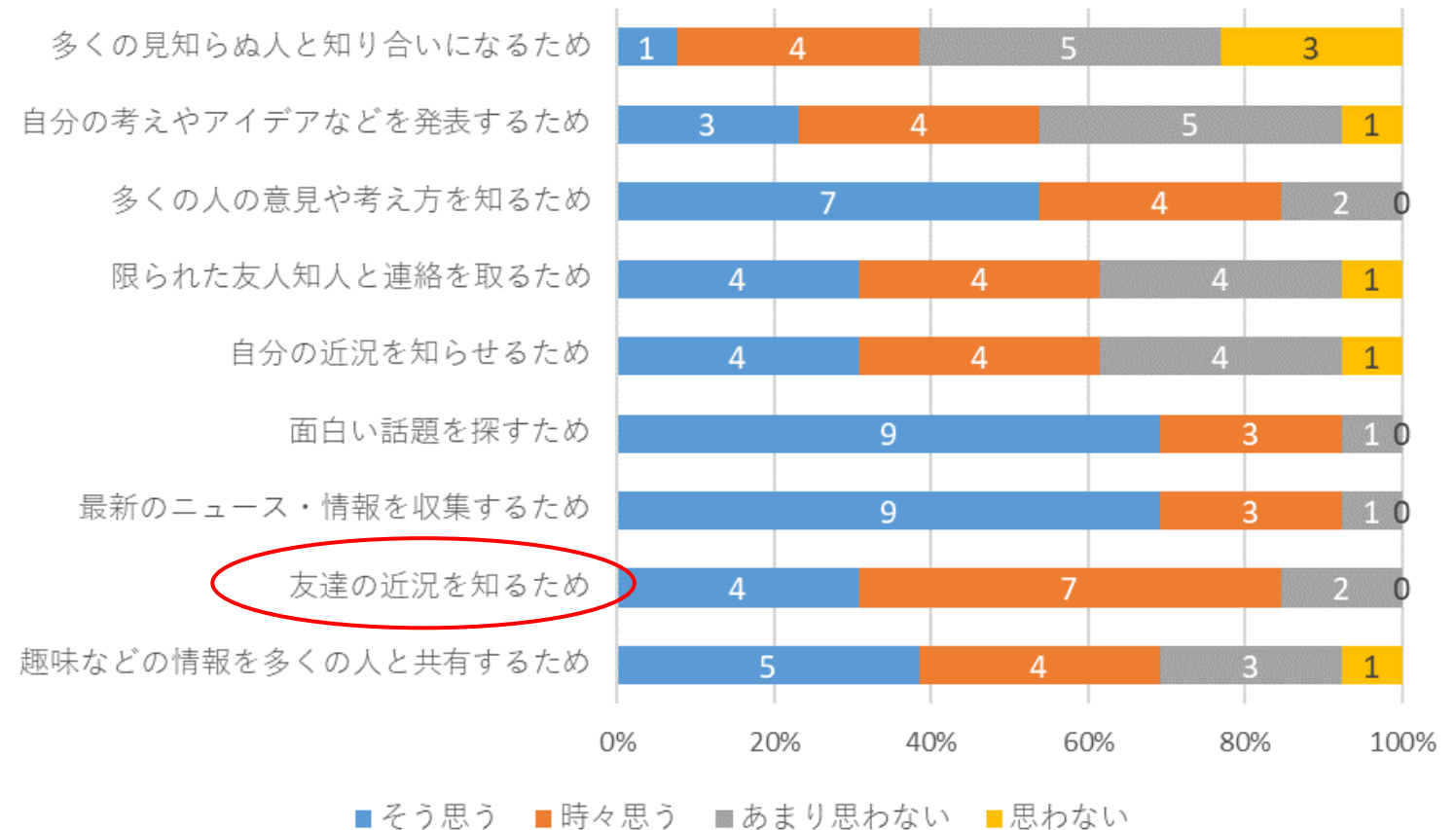
- 多くの人の意見や考え方を
知るためにはTwitterを利用割合は低い
- 時々使う群では依然多くの人と共有したい
思いを持っている



リツイートをあまり利用しない群の利用用途

リツイートをあまり使わない群 n=13

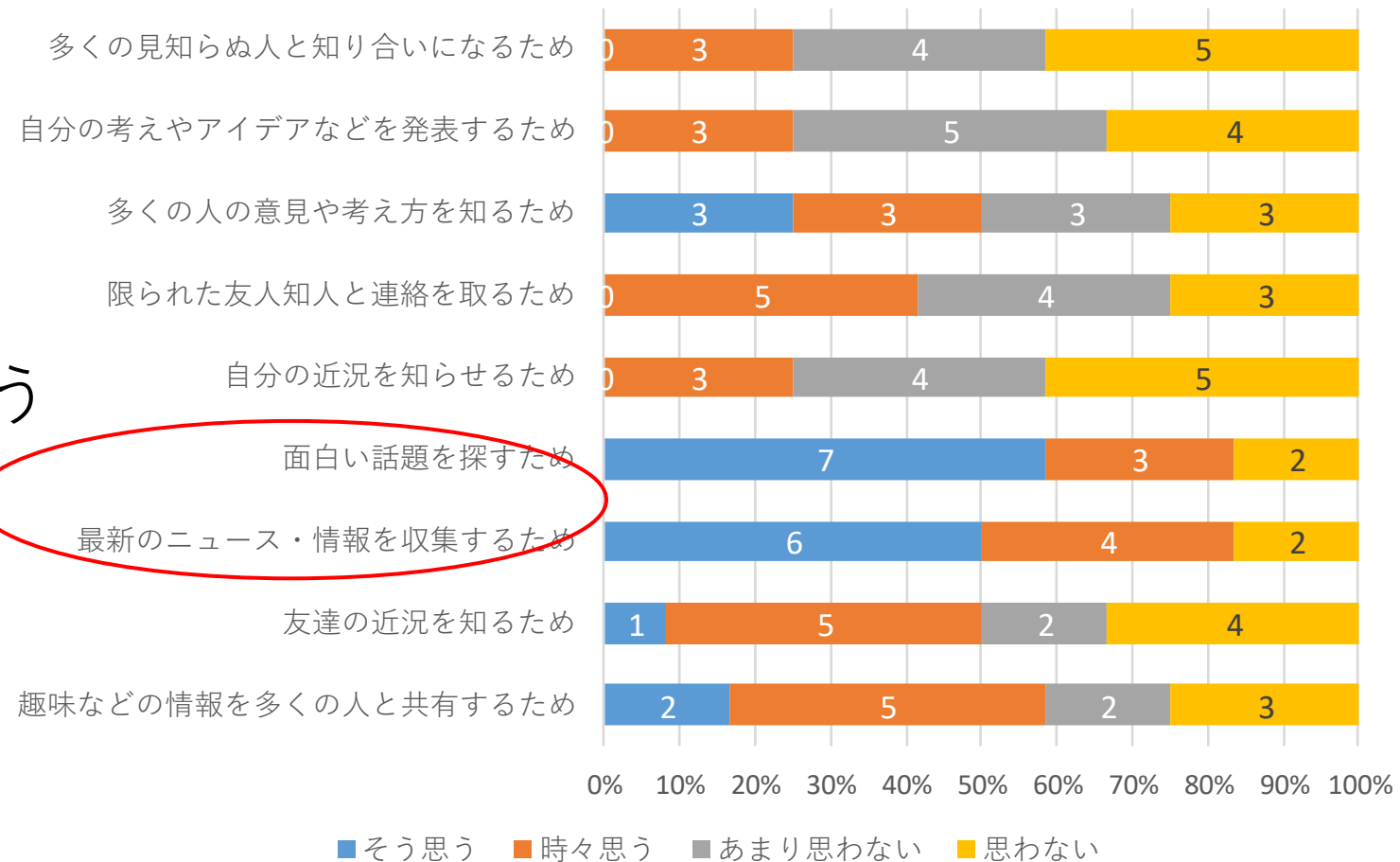
- 評価は若干減少
- 面白い話題や
情報収集に活用
- 友達の近況を知る
用途としても活用



リツイートを利用しない群の利用用途

リツイートを利用しない群 n=11

- 面白い話題や情報収集に活用している
- 自分の考えを公表や多くの人と共有するという思いはない

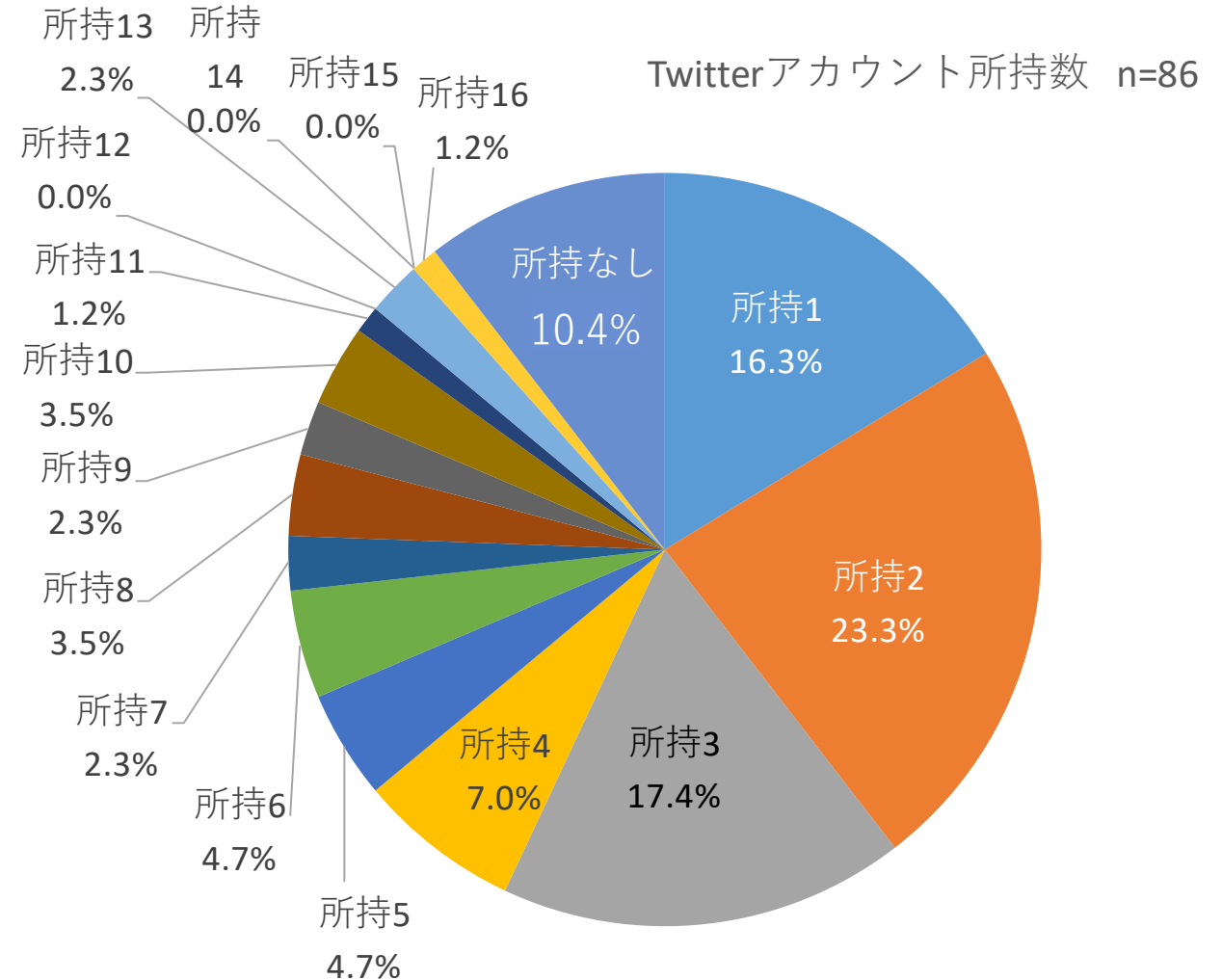


結果

Twitterの利用率は**89.6%**

アカウント数も複数持つ被検者が多く平均**3.57**所有していた。

「自分＋趣味」
「自分＋友達ごと」など
アカウントを分けている



結果

趣味や友達、サークルなど対象ごとにアカウントを分けている

閲覧専用やネガティブな投稿を行うアカウントも存在する

検索する機能の中では、趣味に関する検索が最も頻度が高い

結果

利用している機能は「キーワード検索」「リツイート機能」の順

リツイート機能をよく使う群は情報検索に積極的

結論

情報を効率よく集めるため、特に趣味に関する情報を集めることにTwitterを利用していることがわかった

友人関係や趣味ごとにアカウントを切り替えて、ネガティブな発言も行いながら、Twitterを利用している

若年層の間でも、Twitterの利用用途や目的に差異がある

主要参考文献

- 石井健一 (2011) 「「強いつながり」と「弱いつながり」のSNS」情報通信学会誌
- 白石秀壽ら (2012) 「Twitterにおけるコミュニケーションの探索的分析」三田商学研究
- 中田美喜子 (2015) 「SNSによる大学生のコミュニケーションについて」広島女学院大学国際教養学部紀要
- 鳥海不二夫 (2015) 「Twitter上のビッグデータ収集と分析」組織科学 特定非営利活動法人組織学会
- 高橋直樹ら (2017) 「Twitterにおける感情分析を用いた炎上の検出と分析」信学技報 電子情報通信学会
- 天笠邦一 (2018) 「ソーシャルメディアの選択的利用に関する一考察」学苑 昭和女子大学近代文化研究所
など

お願い

年代や性別が異なるサンプルを集めたいと考えております。

5分ほどかかりますが、Google フォームを利用したアンケートにご協力をお願い申し上げます。

ご静聴ありがとうございました

