

# 日韓若年層におけるソーシャルメディア利用様相の比較

## ーグループ・インタビューを通じて

A study comparing social media usage between Japanese and Korean youth based  
on group interviews

柳 文珠 LYOU, Moon Joo    天野 美穂子 AMANO, Mihoko    橋元 良明 HASHIMOTO, Yoshiaki

## 目次

### 0. 調査の概要

- 0.1 調査の目的 橋元良明
- 0.2 調査の方法 天野美穂子
- 0.3 LINE・KakaoTalk の概要 天野美穂子

### 1. メディアの利用 柳文珠・天野美穂子

- 1.1 各メディアでのネットの利用実態
  - (1) 各メディアでのネット利用時間
  - (2) スマートフォン利用で減った生活時間
- 1.2 連絡手段としてのメディア
- 1.3 まとめ

### 2. ソーシャルメディアの利用 柳文珠・天野美穂子

- 2.1 ソーシャルメディアの利用実態
  - (1) 利用しているソーシャルメディアの種類・時間
  - (2) ソーシャルメディアでやりとりする相手の人数
  - (3) ソーシャルメディアの利用シーン
- 2.2 ソーシャルメディア利用の目的と影響
  - (1) ソーシャルメディア利用の目的
  - (2) ソーシャルメディア利用による友人・親との関係の変化
- 2.3 ソーシャルメディア利用における個人情報公開の状況と意識
  - (1) 個人情報の公開の範囲
  - (2) 本名の公開・非公開によるふるまいの違い
- 2.4 まとめ

### 3. LINE・KakaoTalk の利用

柳文珠・天野美穂子

#### 3.1 LINE・KakaoTalk の利用実態

#### 3.2 LINE・KakaoTalk の利用と負担

##### (1) 利用時の負担感

##### (2) 利用中断の意向

#### 3.3 まとめ

### 4. 総括

柳文珠・天野美穂子

### 単純集計

---

柳文珠 東京大学大学院学際情報学府博士課程  
天野美穂子 東京大学大学院学際情報学府博士課程  
橋元良明 東京大学大学院情報学環

本稿は、東京大学大学院情報学環現代韓国センターが韓国の SK テレコムから委託を受け、橋元研究室が実施主体として行った委託調査研究の成果の一部である。

## 0. 調査の概要

### 0.1 調査の目的

ここ数年の若年層の情報行動の変化は著しい。筆者（橋元）は1995年以降、定期的に日本人の情報行動時間に関する調査を実施してきており、2012年からは毎年、総務省情報通信政策研究所との共同研究という形で訪問留置法による全国調査を実施してきた。

日記式調査による結果から、この1、2年で若年層においてはネット利用時間とテレビ視聴時間がほぼ並んだ（「ネット利用時間」として、学業や仕事のための利用を排除するために、PC経由の利用は自宅での利用に限定している）。また、ネット利用時間の6割が、メールやソーシャルメディア利用による「コミュニケーション系情報交換」に費やされている。

かつては若年層のコミュニケーションは、メールが中心であったが、ここ数年では、利用時間としてソーシャルメディアがメールを上回っている。とくに日本ではLINEの利用率が高く、我々の全国調査では大学・大学院生では利用率が90%を超えている。韓国では、SNSとしてKakaoTalkの利用が圧倒的シェアを誇っているようで、Onavo社の2013年調査によれば<sup>1</sup>、iPhoneユーザーにおけるKakaoTalkの利用率は韓国で95%（日本で9%）である。

若者たちはソーシャルメディアをどのように利用しているのか。何を目的として、どのような状況で利用しているのか。とくに日本におけるLINE、韓国におけるKakaoTalkの使い方にどのような差異があるのか。こうした疑問に答えようと、我々は日韓の若者を対象にグループ・インタビューを試みた。今回、インタビューの対象としたのは、韓国では大学生18名、日本では大学院生9名、大学生1名である。日本においてインタビュー対象者の多くが大学院生であるのは、筆者3人の所属組織に在籍する学生およびそのつてから対象者を募ったためである。そのため、インタビューした標本母集団の特性にいくぶん偏りがあることは否めないが、本研究が主目的とした「ソーシャルメディアの利用様相」ということでいえば、大学生も大学院生も大きな差はないものと考えている。

本報告の中心は、日韓におけるグループ・インタビューの結果であるが、予備データとしてインタビュー対象者に簡単なアンケート調査も実施した。報告には、そのアンケート調査の結果も挿入した。ただし、サンプル数が僅少であり、絶対的数値としてのデータの価値は薄い。インタビュー結果を補足するものとして参照していただければ幸いである。

なお、この研究は、韓国のSKテレコムが東京大学情報学環現代韓国センターに委託し、情報学環の橋元研究室が調査にあたったものである。インタビューは東京大学大学院学際情報学府（情報学環の教育組織）の博士課程に所属する柳文珠と天野美穂子が担当した（日

---

<sup>1</sup> <https://www.techinasia.com/asian-messaging-apps-not-taking-ver-the-world-yet/>

本でのインタビューは天野、韓国でのインタビューは柳文珠が責任者）。

## 0.2 調査の方法

日本、韓国の2か国においてグループ・インタビューを中心とした調査を実施した。具体的な調査の内容は以下の通りである。

### (1) 調査対象者

日本調査：選定条件は20代の大学生・大学院生で、機器を問わずLINEを現在利用している（もしくは過去に利用経験がある）男女。調査実施者を元にした機縁法によって計10名（男性5名・女性5名）リクルーティングした（対象者詳細は表0.2.1参照）。

表0.2.1 調査対象者一覧

ID	調査国	年齢	性別	大学生 /大学院生	利用しているソーシャルメディア
JAP1	日本	23	男性	大学院生	LINE、Twitter、Facebook
JAP2		23	男性	大学院生	LINE、Twitter、Facebook
JAP3		24	女性	大学院生	LINE、Twitter、Facebook、他
JAP4		26	女性	大学院生	LINE、Facebook、mixi、Instagram
JAP5		24	女性	大学院生	LINE、Twitter、Facebook
JAP6		22	男性	大学院生	LINE、Twitter、Facebook、mixi
JAP7		24	男性	大学院生	LINE、Facebook
JAP8		21	男性	大学生	LINE、Twitter
JAP9		24	女性	大学院生	LINE、Twitter、Facebook、mixi
JAP10		22	女性	大学院生	LINE、Twitter、Facebook
KOR1	韓国	23	女性	大学生	KakaoTalk、Facebook、BAND、BETWEEN
KOR2		22	女性	大学生	KakaoTalk、Facebook、Instagram、BAND、Vkontakte
KOR3		25	男性	大学生	KakaoTalk、Facebook
KOR4		25	男性	大学生	KakaoTalk、Facebook
KOR5		22	女性	大学生	KakaoTalk、Facebook、Instagram、他
KOR6		22	女性	大学生	KakaoTalk、Twitter、Facebook、Instagram、他
KOR7		25	男性	大学生	KakaoTalk、Instagram
KOR8		25	男性	大学生	KakaoTalk、Facebook
KOR9		23	女性	大学生	KakaoTalk、Facebook
KOR10		23	女性	大学生	KakaoTalk、Facebook、BAND
KOR11		23	男性	大学生	KakaoTalk、BAND、BETWEEN
KOR12		23	男性	大学生	KakaoTalk、Facebook、Instagram、BAND
KOR13		23	男性	大学生	KakaoTalk、Facebook、BAND
KOR14		22	女性	大学生	KakaoTalk、Facebook、Instagram、他
KOR15		22	女性	大学生	KakaoTalk、Facebook
KOR16		23	男性	大学生	KakaoTalk、Facebook、Instagram
KOR17		25	男性	大学生	KakaoTalk
KOR18		24	女性	大学生	KakaoTalk、Twitter、Facebook

韓国調査：選定条件は20代の大学生・大学院生で、機器を問わずKakaoTalkを現在利用している（もしくは過去に利用経験がある）男女。調査実施者を元にした機縁法によって計20名（男性10名・女性10名）リクルーティングした。なお、調査当日キャンセル者が2名いたため、最終的に18名（男性9名・女性9名）となった（対象者詳細は表0.2.1参照）。

## (2) 調査実施日

日本調査：2014年11月29日（土）、12月5日（金） 計2セッション

韓国調査：2014年12月20日（土）、12月21日（日） 計4セッション

## (3) 調査実施場所

日本調査：東京大学本郷キャンパス内

韓国調査：釜山市内レンタルルーム（Community R）

## (4) 調査方法

グループ・インタビューでは計4～5人（男女混合）を1グループとし、1グループあたり約2時間のインタビュー調査を実施した。また、当日は質問紙を用いた調査も行い、この質問紙の内容の一部をグループ・インタビューのガイドラインとした。

## (5) 主な質問項目

[質問紙]

- ・メディア利用状況
- ・各メディアでのインターネット利用時間
- ・相手による連絡手段(利用メディア)の使い分け
- ・ソーシャルメディア利用状況
- ・ソーシャルメディアの利用目的
- ・ソーシャルメディア利用による負担感
- ・ソーシャルメディア利用による友人・親との関係の変化
- ・ソーシャルメディアでの個人情報公開の状況
- ・LINE・KakaoTalkの利用サービス
- ・LINE・KakaoTalkの利用中断意向

[グループ・インタビュー]

- ・メディア利用状況の詳細

- ・相手による連絡手段(利用メディア)の使い分けの理由
- ・ソーシャルメディア利用状況の詳細
- ・ソーシャルメディア利用による負担感の詳細
- ・ソーシャルメディアでの個人情報の公開状況の詳細
- ・LINE・KakaoTalkの利用サービスの詳細
- ・LINE・KakaoTalkの利用中断意向の詳細

### 0.3 LINE・KakaoTalkの概要

LINE と KakaoTalk は、共に無料通話、無料メール等の機能を持つメッセージングアプリケーションソフトウェアである。LINE と KakaoTalk 以外にも、WhatsApp、WeChat、Viber、comm 等の類似機能を持つアプリが複数展開しているが、冒頭で触れた通り、日本においては LINE が、韓国においては KakaoTalk がそれぞれ圧倒的なシェアを誇っている。サービス開始時期は、日本・韓国共に KakaoTalk が先行している（表 0.3.1）。

表 0.3.1 LINE・KakaoTalk 概要

	LINE	KakaoTalk
運営会社	日本: LINE株式会社(旧 NHN Japan) 韓国: NAVER Corporation	日本: 株式会社カカオジャパン 韓国: Daum Kakao
サービス開始	日本: 2011年6月 韓国: 2011年6月	日本: 2010年3月 韓国: 2010年3月
利用者数	日本: 5,400万人 世界: 5億6千万人 (2014年10月時点)	韓国: 37,212千人 海外: 48,411千人 (2014年11月時点)
利用可能デバイス	・スマートフォン(iPhone、Android、Windows Phone、BlackBerry、Nokia Asha、Firefox) ・一般の携帯電話 ・PC(Windows、Mac)	・スマートフォン(iPhone、Android、Windows Phone、BlackBerry) ・PC(Windows、Mac)
主な機能・連携アプリ	1:1トーク、グループトーク、音声通話、ビデオ通話、ゲーム、スタンプ、公式アカウント、タイムライン、LINE Pay、LINE camera、LINE Maps for Indoor、LINE MALL、LINE Card、LINE Q、他	1:1トーク、グループトーク、音声通話、ビデオ通話、ゲーム、エモティコン(スタンプ)、Plusカカとも、プレゼントする、着せ替えテーマ、KakaoStory、Kakao Page、Kakao Music、Kakao Topic、他

※出所: LINE <http://linecorp.com/ja/>  
KakaoTalk <http://www.daumkakao.com/>

LINE と KakaoTalk の所有する機能に関しては、無料メール(「トーク」)上でテキストと画像(「スタンプ」等)の両方でメッセージ伝達ができる点や、ゲーム機能、ブランドやアーティストの情報・クーポンが入手できる機能(LINE:「公式アカウント」、Kakaotalk:「Plusカカとも」)がある点等類似要素も多いが、細かな仕様においては相違もある。たとえば、

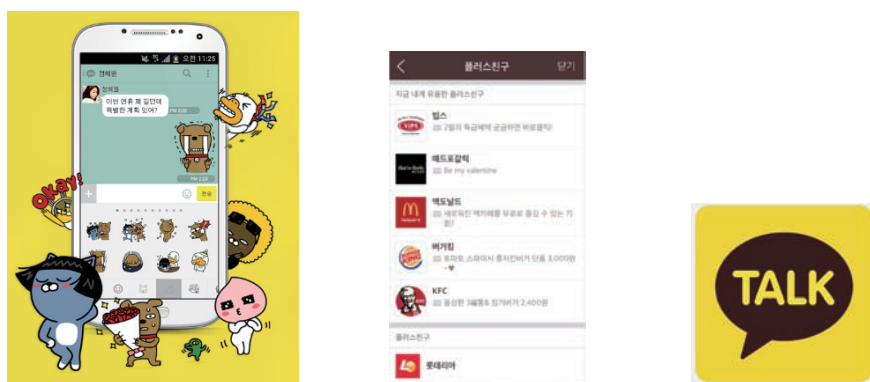
通話機能は、LINEは相手と1対1の通話のみ可能であるが、KakaoTalkは最大5人同時通話も可能である。また、「トーク」画面で利用できる画像の「スタンプ」(LINE)、「エモティコン」(KakaoTalk 韓国版。日本版名称は「スタンプ」)は、LINEは静止画像であるが、KakaoTalkは基本の静止画像に加え、動く画像や喋る画像もある。他に、同じく「トーク」画面内の「相手がメッセージ読んだことがわかる機能」については、LINEは「既読」マークが表示されるが、KakaoTalkはメッセージの未読人数が表示され、メッセージが相手に読まれるとこの数字が消える仕組みになっている等、双方の仕様に差異がみられる。

他のLINE・KakaoTalkの概要は表0.3.1、LINE・KakaoTalkの実際の画面等は図0.3.1、図0.3.2を参照されたい。



※左からトーク画面、公式アカウント画面、ロゴ  
※画像出所：<http://line.me/ja/>

図0.3.1 LINE画像



※左からトーク画面、Plusカカとも画面、ロゴ  
※画像出所：<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.KakaoTalk&hl=ko>

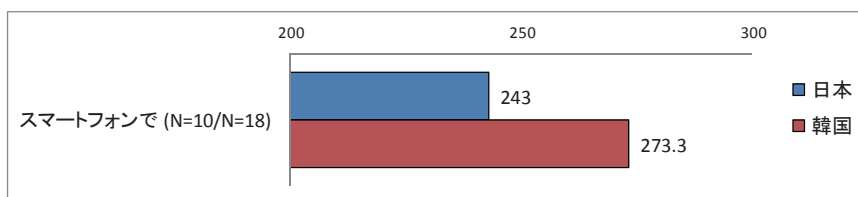
図0.3.2 KakaoTalk画像

## 1. メディアの利用

### 1.1 各メディアでのネットの利用実態

#### (1) 各メディアでのネット利用時間(問2)

ネットを利用する平日1日の平均時間（メールも含む）をパソコン、タブレット端末、スマートフォンのそれぞれの機器について尋ねた。図1.1.1はスマートフォンでの日韓の平均利用時間を示したものである。



※ ( ) 内の数値は日本の行為者(該当する人)のN数/韓国の行為者(該当する人)N数

図1.1.1 スマートフォンでのネット利用時間（行為者平均、単位：分）

日本では、インタビュー対象者10人全員がパソコン（タブレット端末を除く）、スマートフォンのそれぞれでネットを利用していた。利用時間（行為者平均）はパソコン（タブレット端末を除く）で322分、スマートフォンで243分であり、パソコン（タブレット端末を除く）の方がスマートフォンよりもネット利用の時間が79分長い結果となった。

韓国では、インタビュー対象者18人全員がスマートフォンを、17人がパソコンを利用していた。利用時間(行為者平均)はスマートフォンでのネット利用が最も長い273.3分、パソコンでの利用は80.6分であった。

日韓の結果を比較すると、パソコンでのネット利用時間は日本の方が韓国より圧倒的に長く、スマートフォンでのネット利用時間は韓国の方が日本に比べてやや長い。日本においてパソコンの利用時間の長さが際立っている点に関しては、利用時間に「勉強(研究)」での利用も含んでいるため、日本の調査対象者が研究に時間を費やす大学院生が多かったことが影響していると考えられる。

#### (2) スマートフォン利用で減った生活時間(問6)

スマートフォンを使い始めた後、それ以前より減った時間があるかについて質問（複数回答）した。結果は下記図1.1.2の通りである。

日本では、「テレビを見る時間」の該当率が70%（7人）と最も高く、「本を読む時間」が60%（6人）が続いた。韓国では、「睡眠時間」の該当率が77.8%（14人）と最も高く、「本を読む時間」、「勉強時間」、「テレビを見る時間」が減少したと答えた人の割合も5割を超



えていた。

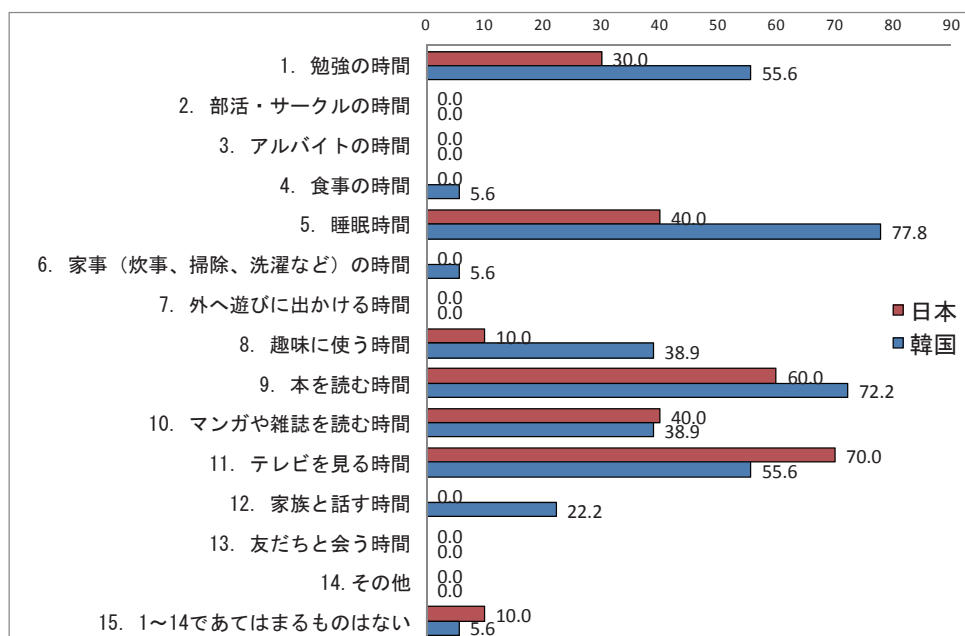


図 1.1.2 スマートフォンの利用で減った生活時間（複数回答、単位％）

## 1.2 連絡手段としてのメディア（問4）

ふだん、「家族」、「親しい友達」、「バイト先の人・ビジネスライクな付き合いの人」と最もよくとる連絡手段に関して質問した。結果は表 1.2.1 の通りである。

表 1.2.1 相手と最もよくとる連絡手段（単位：％）

		(1)携帯電話・スマホでの通話	(2)ソーシャルメディア（LINE等の無料通話アプリ）での通話	(3)ソーシャルメディア（LINE等）のメール機能	(4)SMS（ショートメッセージサービス）	(5)SMS以外のモバイルからのメール	(6)パソコンからのメール
a. 家族	日本	60.0	0.0	20.0	10.0	10.0	0.0
	韓国	77.8	0.0	16.7	5.6	0.0	0.0
b. 親しい友達	日本	0.0	10.0	90.0	0.0	0.0	0.0
	韓国	5.6	0.0	94.4	0.0	0.0	0.0
c. バイト先の人・ビジネスライクな付き合いの相手	日本	0.0	0.0	30.0	10.0	0.0	60.0
	韓国	27.8	0.0	22.2	44.4	0.0	5.6

a) 日本のグループ・インタビュー調査結果<sup>2</sup>

まず、「a. 家族」と最もよくとる連絡手段として「携帯電話・スマホでの通話」がインタビュー全対象者の60%（6人）、他に「ソーシャルメディア（LINE等）のメール機能」が20%（2人）、「SMS」と「SMS以外のモバイルからのメール」がそれぞれ10%（1人）であった。グループ・インタビューでは、家族との連絡手段が「携帯電話・スマホでの通話」である理由に関して、**家族が利用するメディア（ガラケー）や家族のリテラシーにあわせる形で「携帯電話・スマホでの通話」を選んでいる**インタビュー対象者が多くみられた。また、通話の最大の特徴である「声を聞くこと」に関しても、少ないながらもそれを理由にしている対象者がみられた。

- ・両親がデバイスに不慣れなので、結局電話で連絡が来て、返す感じになる。…家族は LINE をダウンロードさせたが、全く使いこなさないのであきらめている。両親は今年 56～57 くらい。[JAP9]
- ・一番親しいのでメールよりは電話した方が早い。両親は打つのが好きではない。メールやLINE もしてはいるが、好きではない。[JAP5]
- ・理由は特になく相手にあわせている。電話で来たら電話で答える。声が聞きたいというのもそれなりにある。直接話ができるというのも結構大きい。両親はLINEはやってない。ガラケーのメールはするけど。[JAP8]
- ・家族はメールより声を聞きたいから。頻度は三日に一度。何かちょっとあると電話する。相手は母親。一人暮らし一年目なので。[JAP10]

家族との連絡手段として「携帯電話・スマホでの通話」以外を選択した4名に関しては、自分（相手）のペースで連絡できる点でメールを活用しているケースや、基本的に家族とあまりやりとりをしないことから直接言葉を交わさないメールを選んでいると思われるケースがあった。

- ・【ソーシャルメディアのメール機能選択】家族に事務的な連絡をしたいときに相手がチェックしたことが分かる（※既読）。チェックしてもらえたことだけわかればいい。返事来なくてもいい場合があるので。[JAP3]
- ・【SMS以外のモバイルからのメール選択】何度かキャリアを変えて、その都度アドレスを知らせるのがめんどくさいので途中からGmailを教えた。家族はメールは使い慣れてる感じが、

---

<sup>2</sup> グループ・インタビュー調査における対象者の発言は、日韓共に、筆者らによって簡潔な文章にまとめたものを記載している。また、発言内容の理解を助ける為、必要に応じて筆者らによって言葉を補足した。筆者らの補足は、（ ）内に※印を付して記している。

親も54歳なので。父はスマホだけど、母はガラケーでLINEは使っていない。両親ともに仕事をしているので電話にでれないこともあり、こっちもでれないことがあるのでお互い都合の良い時に返事ができるメール。 [JAP7]

- ・【ソーシャルメディアのメール機能選択】基本連絡を取らない。…昔はSMSだったが今は相手もLINEを使っているので先方の都合で。 [JAP1]
- ・【SMS選択】SMSなのは、みなガラケーなのでメールしてる。一人暮らし一年目だが、電話はしない。あまりやりとりはしてない。 [JAP6]

次に、「b. 親しい友達」と最もよくとる連絡手段に関しては、表1.2.1の通り、全調査対象者の90%（9人）が「ソーシャルメディア（LINE等）のメール機能」、10%（1人）が「ソーシャルメディア（LINE等の無料通話アプリ）での通話」を選択していた。

グループ・インタビューでの会話によると、まず、上記回答項目内の「ソーシャルメディア」は基本的に「LINE」であり、LINEが友だちとのやりとりにおけるメインツールになっている様子が伺える。また、中には「Twitterは前の大学の人、Facebookは今の大学、LINEはオフィシャル（就活などで会った人）」[JAP1]というように、相手によって使い分けているケースもみられた。

「ソーシャルメディア（LINE等）のメール機能」を選択した理由としては、前述の「a. 家族」と同様、相手の利用メディア（LINE）にあわせるという回答や、LINEの手軽さに言及した回答が数多く挙げられた。

- ・友だちは皆LINEを使ってるから。自分が使いたいわけではないけれども。これ使わないと連絡取れないので使っている。 [JAP7]
- ・最近の人は電話番号とか携帯メールアドレスは交換しないので…LINE（※ID）をその場で交換するくらいしかしない。電話番号は知らない。 [JAP4]
- ・親しい友だちは、LINE。LINEのIDを交換していない人はFacebookのメッセージ。理由は好きな時間に自分が返信できるから。 [JAP10]
- ・文字はあまり打ちたくないが短い用件なら電話するまでもない。なるべく簡単になるとLINEの方が簡単に送れる。その瞬間に相手の時間が空いてないと連絡できない。相手の時間を拘束する。LINEなら後からでも見られる。 [JAP2]
- ・割とだらだら続けてしまうタイプ。ソーシャルメディアが一番身近にあるメディア。時間を気にせず送れるし、すぐに気づいてくれるとか、気づけるとか。使うのはLINE。 [JAP5]

次に、「c. バイト先・ビジネスライクな付き合いの相手」と最もよくとる連絡手段に関しては、全調査対象者の60%（6人）が「パソコンからのメール」、他に「ソーシャルメデ

ィア（LINE等）のメール機能」30%(3人)、「SMS」10%(10人)という回答であった。この質問に対応するグループ・インタビューでは、“LINEはくだけてる”一方で、“パソコンからのメールは固い”というように、LINE等ソーシャルメディアのメール機能とパソコンメールに相反するイメージが前提としてあることが伺え、このイメージによって手段を選択している様子がみられた。また、相手からの指定による連絡手段の選択、自分の希望(都合)による連絡手段の選択など、さまざまな意見があった。

- ・【パソコンからのメール選択】ビジネスライクなときは「～様」から始めるのは必要だと思うし、年上の人もいるのでLINEを使っていない人もいる。LINEを使っている人もいるけど「最も」となるとパソコンメール。 [JAP3]
- ・【パソコンからのメール選択】(※バイト先に)いる人にもよるが、研究所の方はGmailで報告書などやりとり。もう一つはほとんどLINEで来るのでバイト先による。どちらかといえばパソコンの方が多い。(※パソコンメールが面倒という)意識はない。むしろ、研究所の先輩ともSNSで連絡をとることはできるが、そんなにフレンドリーにしていいいのかなと思ってしまうので、メールで「～様、いつもお世話になっております」と固い文を書く。 [JAP6]
- ・【SMS選択】LINEとかは、バイト先の人にはインストールしてない。年配者だし、ふさわしくないと思って。自分はLINEの方が楽だし使い勝手が良いが、ちゃんとした関係、雇用関係では使わない方が良いと思う。 電話や携帯メールでも連絡しようとは思わない。 [JAP9]
- ・【ソーシャルメディアのメール機能選択】あまりメールを使いたくないのでLINEで済ませる。普段からわりと誰にでもLINEを聞いてそちらに連絡してもらう。固くなりたくないので気まずい時はスタンプで。…メールはご挨拶が必要なので面倒なイメージ [JAP9]
- ・【ソーシャルメディアのメール機能選択】バイト先は、相手からLINEを指定されたので。共同研究みたいなときはパソコンのメールで。バイト先は雇い主が2歳上で26歳で年が近くてくだけた関係なので。LINEはやはりくだけたイメージ。 [JAP7]

b) 韓国のグループ・インタビュー調査結果

表1.2.1にある通り、「a. 家族」に対する連絡では、対象者全体の77.8%(14人)が携帯電話・スマートフォンでの通話を最もよく利用しており、ソーシャルメディアのメール機能を利用して連絡をとっている人は16.7%(3人)であった。グループ・インタビューでは、家族と通話で連絡する理由として、「電話の方が素早く用件を伝えることができるから」という意見や、「親がスマートフォンを使いこなせないから」という意見が主に挙げられた。具体的には、「両親はKakaoTalkもよくつかっているけど、自分が文字を打つのが面倒で、返信を待つのも嫌だからほとんどの場合には電話をかける」[KOR1]、「親から電話が来ることが多く、自分からはよく連絡しないほうなので、家族とは通話になる」[KOR3]、

「通話で用件のみ伝える。家族には用事がある時、連絡をすることが多いので」[KOR13]、  
「せっかちな性格ですぐ確認をとりたから電話をする。SMSだと時間がかかってしまうし、  
相手が確認しない場合もあるから好きではない」[KOR8]、「家族とは通話もKakaoTalk  
もするけど、重要な用事がある時は通話をする。KakaoTalkだと向こうが読まない場合もある  
から」[KOR10]、「家族みんなスマートフォンを利用しているが、両親は打つのが上手  
じゃないこともあって、簡単なものはKakaoTalkで、ほかは通話で話す」[KOR11]という  
意見が述べられた。

なお、通話以外の連絡手段を選択した対象者4人中3人は、ソーシャルメディアのトーク  
機能、具体的にはKakaoTalkで連絡を取り合っているという。中には、ソーシャルメディア  
の利用で家族とより親しくなったと感じるという人もいた。

- ・ KakaoTalkで連絡する。ずっとスマートフォンをみているから母から帰宅したか？ごはんは  
食べたか？などとメッセージが来たらすぐ確認できる。通話する時もあるけど、それは母が  
先にかけてくる場合。[KOR15]
- ・ 家族とはKakaoTalkのグループトークで話す。両親は仕事をしているので、電話をかけると  
嫌がるからKakaoTalkにメッセージを残しておくで後で返信がくる感じ。[KOR9]
- ・ 家族とはKakaoTalkを使う。電話をすると用だけ話して切るが、KakaoTalkは話が続くように  
なる。両親とは仲が良い方だけど、KakaoTalkをしているとなんだかより親密になるような気  
がする。電話よりも。[KOR12]

次に、「b. 親しい友達」に対する連絡では、通話を選択した一人を除いた対象者全員が  
ソーシャルメディアのトーク機能を使うと答えており、その割合は94.4% (17人)であった。  
通話と答えた人は、選択の理由について「ソーシャルメディアも利用するが、最もとなる  
と通話。SNSも使わないことはないが、やりとりに時間がかかるから不便であり好まない」  
[KOR8]と言っている。

グループ・インタビューでは、友達との連絡に利用している具体的なソーシャルメディ  
アの種別を尋ね、全員からKakaoTalkという回答が得られた。**韓国においてKakaoTalkが友  
達との連絡手段のスタンダードになっていることが伺える**。友達とKakaoTalkで連絡をと  
る理由と利用状況に関する質問については、使い勝手がよく手軽に利用できて、周りの人  
が使っているから便利であるとの意見が多かった。具体的には、下記のような発言がみら  
れた。

- ・ みんなKakaoTalkを使うからSMSとかで連絡すると何か変な感じ。ポピュラーなKakaoTalkを  
使うのが一番楽で返事もよく送られてきそうだから。[KOR3]

- ・ほかのことと並行できるし、無視したいときは無視できるから好む。通話だとそれができず、また掛け直さなければならない。 [KOR5]
- ・やはり手軽だから使うと思う。KakaoTalkは別のことをやりながらも利用できる。歩きながらもできるし、急用がある時は授業中や勤務中でも友達と連絡できるからいいと思う。[KOR7]
- ・KakaoTalkにはグループトーク機能があるから随時利用するようになる。数人が一緒に使うから、誰かとはメッセージを交換できるし、切れ目なくやりとりできる感じ。 [KOR10]
- ・友達とは親しいから話すことがどんどん増える。通話は話せる時間が限られているから、例えば、自分が30分後には授業があるとしたら30分後には切らないといけないけど、KakaoTalkだと時間を気にせずに、授業中なら後で確認したり、返事が遅くなったりしても理解してくれる。 [KOR12]
- ・KakaoTalkだと連絡も早くできるし、ほとんどの人が使っているから自然に自分も使うようになった。ほぼ一日中、意味のない写真送ったり、Facebookで面白い話題があったら共有して反応したり、くだらない冗談をかわしたり。 [KOR16]

「c. バイト先の人・ビジネスライクな付き合いの相手」との連絡では、SMSを利用している人の割合が44.4% (8人)と最も高かった。また、パソコンからのメールでの連絡について、調査結果では5.6% (1人)と低い結果となったものの、グループ・インタビューの会話では、SMSと併用する手段として 複数回言及されている。グループ・インタビューでは、ビジネス関係の相手との連絡について、プライベートな情報を公開したくないからソーシャルメディアの利用は避けるという回答があり、「(SMS選択) KakaoTalkだと自分のプロフィール写真とか状態メッセージとか露出されるから、ビジネスライクな関係の人にはプライベートな情報を見られたくない」 [KOR1]、「(SMS選択) 電話番号を登録すると自動的にKakaoTalkに連動されてすぐプロフィールが分かるから、そういう点が好きじゃない。よく知らない関係の人とはそうなりたくないからSMSを利用している」 [KOR15] という意見が述べられた。

また、相手の好みに合わせて使っていることもあれば、相手との心理的な距離によってSMSとソーシャルメディアを使い分ける場合もあった。

- ・【携帯電話・スマホでの通話選択】アルバイト先だと、先方が通話を好む場合が多いかな。目上の人やある程度の年齢の方はKakaoTalkを使わない場合もあるから、普通は通話をする。 [KOR14]
- ・【SMS選択】親しくない関係ではSMSになることが多い。その理由について真剣に考えたことはないけど、なんかSMSはビジネスライクなイメージで、KakaoTalkは親しい関係のイメージのような気がする。 [KOR2]

・【KakaoTalk選択】今はバイトをしていないけど、やっていた時は一緒に働く従業員とスケジュール調整目的でグループトークをやっていたし、マネージャーに相談することがある時もKakaoTalkを使っていた。なぜかSMSだと距離を置く感じで、KakaoTalkは親しい感じ。 [KOR16]

### 1.3 まとめ

1章では、日本と韓国のメディア利用に関する状況をみてきた。相手による連絡手段の選択に関する日韓のグループ・インタビューでは、日本・韓国それぞれの回答が得られているが、基本的には、相手と状況に合わせて使いわけているという点では共通する様子が見られた。

まず、相手が家族の場合、日本（60%・6人）と韓国（77.8%・14人）共に、最もよく使われている連絡手段は携帯・スマートフォンでの通話であった。その理由に関して、日本では、家族が所有している機器の種類と家族のリテラシーに合わせて選択しているとの意見が多く、韓国では、家族とは用件中心の連絡が多くて通話の方が早いとの意見、家族のスマートフォン利用能力を考慮しているとの意見が見られた。また、通話以外の手段を選択した場合に関しても、相手（自分）の仕事事情などの都合に合わせて連絡手段を選ぶとの意見が多く挙げられた。

次に、相手が友達の場合、日本（90%・9人）と韓国（94.4%・17人）共に、ソーシャルメディアのメール機能が最も高い回答比率となっており、日本ではLINEが、韓国ではKakaoTalkが使用されている代表的なソーシャルメディアであった。ソーシャルメディアのメール機能を使う理由としては、手軽さ、周りも使っているから便利、時間を気にせずに使うことができるからというような意見が挙げられた。

最後に、バイト先・ビジネスライクな付き合いの場合、日韓において連絡手段が異なっており、日本では、パソコンからのメール（60%）が最も利用率が高く、韓国では、SMS（44.4%）、通話（27.8%）の順に比率が高い結果となった。日本の場合、ソーシャルメディアのメール機能は、パソコンメールで必要な書き方とマナーに気を付けなくて良いということで、他の連絡手段に比べて気軽に楽なイメージであるという意見があったが、ビジネスの相手にはむしろ「～様」で始めたり、最後に「よろしくお願いします」のような丁寧な書き方をする方が相応しいという理由からパソコンメールを選択した意見が少なくなかった。一方、韓国の場合は、ビジネスライクな付き合いの相手には、プライベートな情報を公開しないようにソーシャルメディアの利用を避けているという意見があった。このように、バイト先・ビジネスライクな付き合いの場合にソーシャルメディアを利用しない点では日韓共通しているが、その背景にある理由は異なっていた。



## 2. ソーシャルメディアの利用

### 2.1 ソーシャルメディアの利用実態

#### (1) 利用しているソーシャルメディアの種類・時間(問10)

表2.1.1は、利用しているソーシャルメディアの種類と平日1日の平均利用時間について尋ねた結果を示したものである。

表2.1.1 利用中のソーシャルメディアの種類と平日一日の平均利用時間(行為者平均)

(単位：％、分)

		①見るだけ	②書き込みもする	①②該当者の 平日1日の 平均利用時間	③利用していない
(1) 日本：LINE 韓国：KakaoTalk	日本	0.0	100.0	159.5分(N=10)	0.0
	韓国	0.0	100.0	203.3分(N=18)	0.0
(2) Twitter	日本	20.0	60.0	30.6分(N=8)	20.0
	韓国	0.0	11.1	210分(N=2)	88.9
(3) Facebook	日本	20.0	70.0	58.3分(N=9)	10.0
	韓国	50.0	27.8	65.4分(N=14)	22.2
(4) 日本：mixi 韓国：Instagram	日本	20.0	0.0	0分(N=1) 無回答(N=1)	80.0
	韓国	27.8	11.1	56.4分(N=7)	61.1
(5) 日本：KakaoTalk 韓国：LINE	日本	0.0	0.0	0分(N=0)	100.0
	韓国	0.0	0.0	0分(N=0)	100.0
(6) (1)～(5)以外の ソーシャルメディア	日本	0.0	20.0	17.5分(N=2)	80.0
	韓国	22.2	16.7	108.6分(N=7)	61.1

※ ( ) 内の数字は行為者(該当する人)のN数

日本では、「LINE利用者」が調査対象者の選定条件であったこともあり、LINEに関しては対象者10人全員が利用(見る・書き込みもする)し、平均利用時間は他のソーシャルメディアよりも圧倒的に長い159.9分であった。二番目に利用者数の多かったFacebookは、見るだけが20%(2人)、見る・書き込みもするが70%(7人)で、平均利用時間(行為者平均)は58.3分であった。三番目にTwitterの利用者数が多く、見るだけが20%(2人)、見る・書き込みもするが60%(6人)で、平均利用時間(行為者平均)は30.6分であった。mixiに関しては、見るだけが20%(2人)、そのうち1名の利用時間は0分であったが(他の1名は無回答)、グループ・インタビュー中の会話によれば、利用しているというよりは一瞬画面を見流しているという回答であった。KakaoTalkに関しては、対象者10人全員に利用がみられなかった。

韓国では、調査対象者の条件が「KakaoTalk利用者」だったこともあり、全員がKakaoTalkを利用し、平均利用時間は203.3分であった。次に利用者数の多いソーシャルメディアはFacebook、その他((1)～(5)以外のソーシャルメディア)、InstagramとTwitterの順である。利用時間の長い順からみると、Twitter、KakaoTalk、その他の順番であった。その他



に関しては、グループ・インタビューの会話において、BAND（グループ向けのソーシャルメディア）やBetween（カップル向けのソーシャルメディア）の名前が挙げられていた。

日韓の結果をみると、Twitterの利用に関して、日本は「見る」と「書き込みもする」を合わせて80%（8人）の利用率であったのに対し、韓国の利用率は「書き込みもする」の11.1%（2人）というように、利用率に大きな差がみられた。また、Facebookの利用に関しては、日本は「書き込みもする」の比率が高く、韓国よりも積極的な使い方をしていることがわかる。韓国の場合、KakaoTalkとFacebookを除く他のソーシャルメディアの利用者が少なく、利用している場合でも「見る」だけの消極的な使い方が多いが、利用時間としては日本より長い傾向であった。

#### a) 日本のグループ・インタビュー調査結果

利用者0人であったKakaoTalkについてグループ・インタビューで確認したところ、KakaoTalkの存在を知らなかった人が全対象者10人中2人いることがわかった。また、現在利用はしていないが過去にIDをとった経験がある対象者が1人おり、「韓国人と付き合っていた時に入れた（※インストールした）けど、今は消した。良く使い方がわからないままで終わった。一度IDとっただけ。LINEがあるので。」[JAP4]と述べていた。他の7人は、KakaoTalkを知ってはいるが現在も過去も利用はしてなく、その理由として周囲に利用者がいないため使用する意味あいがないという意見が数多く挙げられた。たとえば、JAP7は、「LINEを使う理由が周りが使っているからというのと一緒に、KakaoTalkを使わないのはやはり周りが使わないから」[JAP7]と述べている。また、「LINEがあるので他を使う理由がない。」[JAP8]、「LINEがよほど何か転覆するようなことがない限り使わないと思う。」[JAP9]というように、**KakaoTalkと類似した機能を持つLINEの利用で事足りている様子も伺えた。**

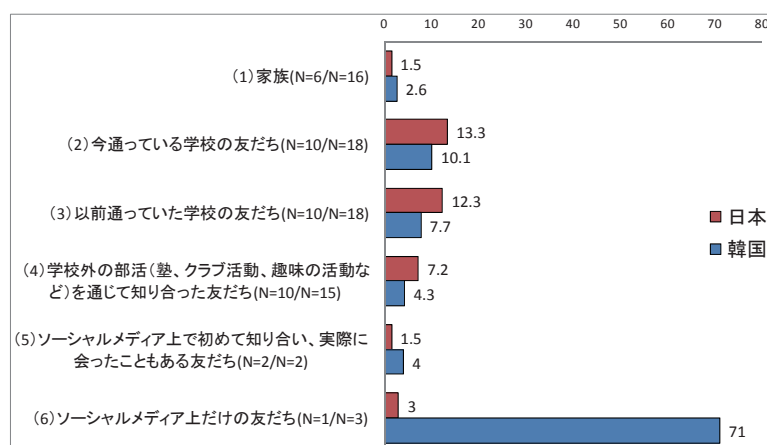
#### b) 韓国のグループ・インタビュー調査結果

韓国でLINEを使用している人は0人であったが、LINEの使用の有無とその理由に関するグループ・インタビューの会話においては、一部の対象者は「イベント目当てでインストールしたことがあるけど、はずれが出たのを確認して削除した」[KOR5]、「課題のための研究用で使ってみたことがある。無料のスタンプが多くて面白かったが、LINEは利用者が少なくて使わないようになった」[KOR17]、「インストールしたことはあるけど、周囲に利用している人があまりいなくて、すぐ削除した」[KOR6]のように、インストールの経験はあると述べていた。他の対象者も、LINEを利用しない理由として「使ったことないし、これから使う予定もない」[KOR1]、「好奇心はあるけど、利用者が少なくて使いたいと思わない」のように、利用者数が少ないことを共通して言及していた。さらに、これから使う予定に関する質問には、「周りの人が使うようになったらインストールする気は

あるけど、自分が先に積極的に使うことはないと思う」[KOR11]、「KakaoTalkがなくなる限り使わない」[KOR13]、「他のアプリより優れた機能があったら使うかも」[KOR12]との回答を挙げ、現在使っているKakaoTalkに満足している様子がみられた。

## (2) ソーシャルメディアでやりとりする相手の人数(問12)

ソーシャルメディアでよくやりとりする相手の人数について尋ねた。結果は、図2.1.2の通りである。



※ ( ) 内の数値は日本の行為者(該当する人)のN数/韓国の行為者(該当する人)N数

図2.1.2 ソーシャルメディアでやりとりする相手の人数(行為者平均、単位:人)

日本では、それぞれのやりとりの相手の平均人数(行為者平均)は、「(1)家族」が1.5人、「(2)今通っている学校の友達」が13.3人、「(3)以前通っていた学校の友達」が12.3人、「(4)学校外の活動を通じて知り合った友だち」が7.2人、「(5)ソーシャルメディア上で初めて知り合い、実際にあったこともある友だち」が1.5人、「(6)ソーシャルメディア上だけの友だち」が3人であった。日本においては、(2)～(4)のような日常生活上の友だちとのやりとりが韓国と比べて多く、(5)～(6)のようなソーシャルメディアで知り合った友だちとのやりとりは少ない傾向にあった。

韓国では、(6)ソーシャルメディア上だけの友達の平均人数(行為者平均)が71人と、日本に比べて圧倒的に多い人数となっているが、これは対象者の一人が「200人」と答えたことが要因となっている。この対象者は、グループ・インタビューで「対外活動」(大学生のボランティア活動、企業や団体のサポーターとしての活動、公募展に応募することなど)

を行っている」と述べており、そこでつながりのあった人の数が200人に上ると推測できる<sup>3</sup>。

### (3) ソーシャルメディアの利用シーン（問11）

どのような状況でソーシャルメディアを利用しているのかについて尋ね、日本・韓国それぞれの結果を示したものが図2.1.3である。

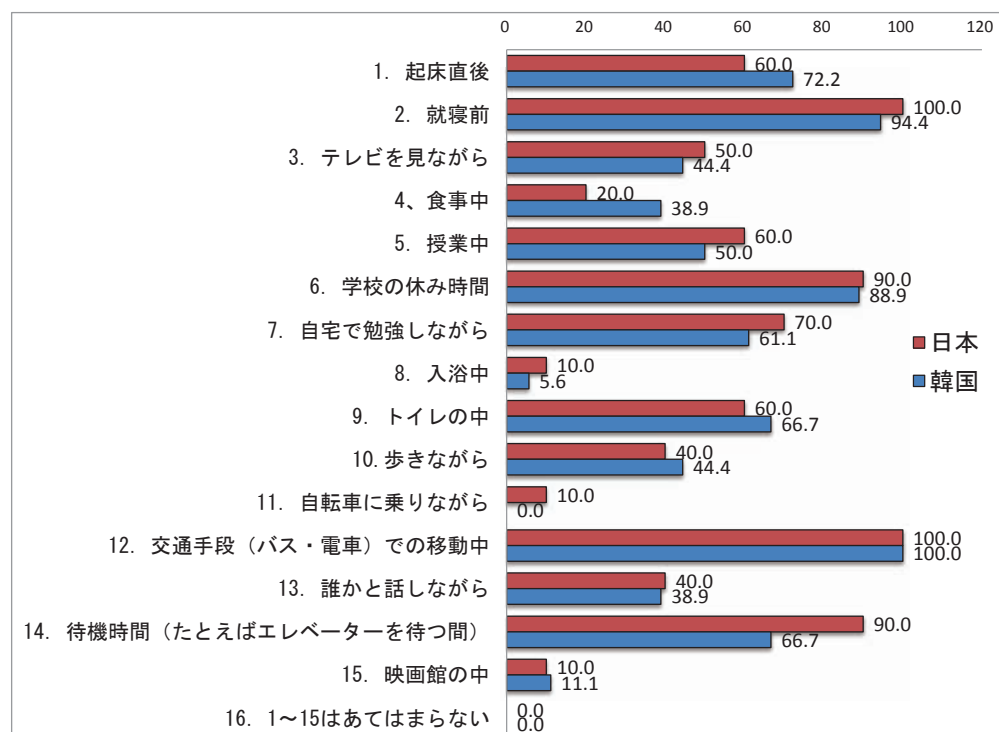


図 2.1.3 ソーシャルメディアの利用シーン（複数回答、単位：%）

日本では「就寝前」と「交通手段（バス・電車）での移動中」の2項目で対象者全員（10人）の利用がみられた。他に、「学校の休み時間」90%（9人）、「待機時間」90%（9人）、「自宅で勉強をしながら」70%（7人）、「起床直後」60%（6人）、「授業中」60%（6人）、「トイレの中」60%（6人）の順に利用率が高く、6割を超えていた。一方で、食事中20%（2人）、入浴中10%（1人）、自転車に乗りながら10%（1人）、映画館の中10%（1人）での利用率が低かったが、少なくとも入浴中以外のシーンでのスマートフォン等機器の利用はマナー違反であるため、妥当な結果だといえる。

韓国では、対象者全員（18人）が「交通手段での移動中」にソーシャルメディアを使って

<sup>3</sup> 韓国では、この「対外活動」は就職活動に役立つとされているようである。

おり、続いて、「就寝前」94.4%(17人)、「学校の休み時間」88.9%(16人)、「起床直後」72.2%(13人)も高い回答割合であった。これに対し、入浴中5.6%(1人)と映画館の中11.1%(2人)の回答の割合は低い結果となった。

以上のように、日本・韓国共に、交通手段(バス・電車)での移動中のソーシャルメディアの利用が日常化していることがわかる。

#### a) 日本のグループ・インタビュー調査結果

図2.1.3に対応するグループ・インタビューでは、主に「起床直後」、「就寝前」、「テレビを見ながら」、「トイレの中」でのソーシャルメディアの利用について詳細を尋ねた。

まず、「起床直後」にソーシャルメディアを利用している6人に関しては、利用機器がスマートフォン(5人)とPC(1人)に分かれており、利用するソーシャルメディアの種類はLINE、Facebook、Twitter等、対象者によって多様であった。また、スマートフォンでのソーシャルメディア利用者の場合は、何か目的があって利用するというよりは、とりあえず「見る」ことが習慣になっており、中にはソーシャルメディアを見ながら本格的に目を覚ますのが習慣だという対象者もみられた。

- ・通知が来てるのは全部チェックする。起きたら画面が通知になってるので、まずLINE、Facebook、Instagramの順。起きたら頭のそばにあって起きるとすぐに見えるので…携帯のアラームがなくても起きたらまず最初に画面を見る。何も考えず、時間を見るのと画面を見るのが一緒。[JAP4]
- ・使うのはLINE。何か連絡が来てるか見るくらい。たまに、布団の中でFacebookを確認とか。枕元にスマホがあって、アラーム使って時計見てLINE。やりとりが続くかにもよるが5分程度。毎日ではなく、きてれば。[JAP7]
- ・寝起きが悪い。二度寝が怖いので目を覚ますために(※ソーシャルメディアを)やってる。FacebookではなくTwitter。スマホを枕元に置いて、目覚まし、Twitterを見る、目覚める。休日ひどい時はツイッターの後ウェブサイトに移行するので90分くらいやってる。短い時は5分程度。気になるというより習慣。手が勝手に動いている。[JAP1]
- ・通知は来るが中身は見ない。Facebookだけみる。というのは、寝起きが悪いので返信は難しい。目を覚ますためにFacebookで面白い記事を探す感じ。枕元にあるのを寝ながら見ている、ブルーライトをあびて。…眠い頻度に拠るが長いと20分くらいそうする。[JAP5]

一方、起床直後にPCでソーシャルメディアを利用している対象者は「電気をつけるのと同じ感じでPCをつける。寝起きがいいので、返すのが面倒なメール、メッセージ、SNSは起きた後すぐにチェックして返すのが私のサイクル。それと一緒にタブをわきにたててSNS

をチェック、FacebookとLINEを同時にチェックする…家族が起きるまで1時間くらいチェックする」[JAP3]と述べており、スマートフォンでの利用者のようにとりあえず「見る」というよりは「チェックしたい欲が強い」[JAP3]という点で利用動機が異なっていた。

次に、就寝前の利用に関しては、利用機器がPC、タブレット端末、スマートフォン等様々であった。ソーシャルメディアの種類も対象者によって異なる。利用の仕方は、なんとなく暇つぶし的に見たり、必要に応じて書き込むというような、どちらかといえば消極的利用のケースが多かった。他に、自分から相手に仕掛ける積極的利用のケース、1日のおさらい感覚で見るケースもみられた。

- ・(※ソーシャルメディアを)そう使うわけではない。タブレットを持ってベッドに入るので、情報をいろいろ振り返る中でメッセージなどがあれば見る。寝る前にストレッチするのが好きで、伸ばしながらタブレットを見る。発信はせずにほとんど見るだけ。終わったら消して寝る。疲れてる時以外はほぼ毎日。[JAP6]
- ・夜にくだらない用事を思いついて開いて眠れない。夜は物欲が高まるので価格.comや海外のレビューサイトを見る。さすがに買わないが。その中でTwitterやFacebookを見る。[JAP1]
- ・Facebook、Instagram、自分のやってるブログのメッセージを返すなど。タイムライン、Facebookは見る、メッセージを返すとか。単純にルーティンなので欲求とかではない。開かなければそれはそれで平気だが、寝る前などやることのない時はそうする。特に誰かのことを追ったり、自分からトークを振ったりはしない、来たものを返すだけ。[JAP4]
- ・気になるとか眠れないとかではなく、寝る前にその日をおさらいする感覚で、時系列で眺めて「1日が終わった」感。Facebookだと脳が活性化する。あれやらなきゃとか研究しなきゃとかうらやましいとかいうことが増えて寝れなくなっちゃう。Twitterはたわいないのでその方が良い。[JAP9]
- ・LINEとFacebook、他にPCメール。自分から仕掛けるタイプ。LINEやってるのは社会人が多いので日中送れないので、聞いてほしいことがあるときは夜送る。「お疲れ～、聞いて聞いて！」と。ただしたいいは幼馴染。眠れなくなることもあるが、最近仲良くなった相手がいるので経過報告を兼ねて。相手が忙しい時などはしなくても大丈夫。[JAP5]

続いて、「テレビを見ながら」の利用に関しては、全対象者の50%(5人)が該当していた。利用の仕方は、テレビ番組の感想を誰かと共有するのが主目的ではなく、手持無沙汰、もしくは習慣的にスマートフォンを持っていてチェックするというケースが多くみられた。

- ・一人暮らしで番組表がないのでスマホをつける。それを見る過程でソーシャルメディアを見ちゃう。テレビ見ながらそちらも見てしまう。別にテレビの内容をつぶやいたりはない。

帰るのが11時とかだとドラマがやってないので、ニュースが多い。感想をシェアする感じはない。持ってるのが習慣化してる部分もあると思う。[JAP6]

- ・テレビ見るのはご飯を食べるとき。それ以外基本的に見ない。見るのもニュースで集中してみるわけでもない。連絡が来たらすぐに返す感じなので、テレビ見てもそうする。テレビ見ながらニュースアプリを見るときもある。すぐ返さなきゃという意識はないが、潜在的にはあるのかも。強迫観念はない。ドラマは見ないので内容をシェアしたりはない。[JAP7]
- ・特に決まった使い方はないが、テレビを見ながらなんとなく片手にスマホを持つし、PCを立ち上げることもある。ドラマなどの感想を友達に送ったりする。ドラマを見ること自体は多くないが。手持無沙汰ということもある。パルス祭り<sup>4</sup>に参加するみたいなことも。[JAP3]

「トイレの中」での利用に関しては、全対象者の60%(6人)が該当していたが、「スマホ持ってて返せるときは返すので。トイレなら昔の本の感覚でニュースを見たりするので、メッセージが来たら返す。」[JAP7]、「洋式トイレで休み時間感覚なので。LINEのチェックして返したり。返事に追われてるというよりは時間があって手持無沙汰なので。」[JAP3]というような、必要に迫られてトイレ内で利用するというよりも、流れでチェックしたり、暇つぶしで見るという利用の仕方をしていた。また、「週1回研究所に勤めているが、仕事でできないのでトイレに行くときに見る。確認のためにトイレに行くわけではないが。」[JAP6]という意見もあり、ソーシャルメディアをチェックすることが日常化している様子が伺える。

#### b) 韓国のグループ・インタビュー調査結果

まず、「起床直後72.2%(13人)」の使い方に関して、対象者によって利用するソーシャルメディアの種類と数に違いはあったものの、基本的にスマートフォンを利用して届いているメッセージの通知を確認し、更新された内容などから面白いものをチェックするという点は共通していた。具体的には、「起きたら自分にメッセージが来ているかどうか気になってまずKakaoTalkを開いて、Facebookの更新内容をざっくりとみる。目が覚めたらすぐみる。30分ほど。最初は気になって確認したけど今は習慣になった感じ」[KOR5]、「起きたらまずKakaoTalkみて返事返してTwitterみてInstagramみてFacebookもざっくりとみて。ベッドの中で30～40分ほどずっとみる」[KOR6]、「長くは使わないが、KakaoTalkとFacebookからの通知があったらチェックするくらい。KakaoTalkよりはFacebookのほうをみるけど、何かの内容を探すというより面白い動画があるかチェック。時間は10分ほど。

<sup>4</sup> 『天空の城ラピュタ』(宮崎駿監督)がテレビ放送される際、映画中でパズーとシータが滅びの呪文「パルス」を唱えるのと同じタイミングで、Twitterや2ch、ニコニコ動画に呪文の書き込みが行われるのが恒例となっている。

習慣的な利用」〔KOR12〕などの発言がみられた。対象者の大半は、起床直後のソーシャルメディア利用について、気になって確認したいというより、すでに習慣化した日常的な行動に近いとの意見を述べていたが、対象者1人は、確認したい欲求の方が大きく、ソーシャルメディアの利用を翌朝の楽しみにしていると答えている。

・授業が13時からある日が多く、通学に時間がかかるから9時には起きる。時間的には10時に起きて大丈夫だけど、Facebookをみてゆっくり支度するつもりで1時間早めに起きる。自分は夜11～12時に寝るけど、友達はその時間帯から投稿を始める感じだから、朝起きてそれみて、良い内容とかあったらKakaoTalkで共有して。Facebookは友達が投稿した写真とか面白い動画とかみる。Facebookに限ってはコンテンツを期待しながら寝る。翌日起きたら面白いのあるだろうなと思いながら。〔KOR15〕

次に、「就寝前94.4%（17人）」の使い方に関して、簡単に確認する程度で短く使うという人もいれば、自分が予定していた時間よりも長く使ってしまうという人もいた。また、利用している機器は全員スマートフォンであった。

・その日のおさらい感覚で全部みる。朝は起きてメッセージをみるだけで返事はしないから、寝る前に今日は一日何したっけという感じでKakaoTalkもみて返事してFacebookみてBANDも確認して。時間は30分ほど。〔KOR2〕

・KakaoTalkの新しいメッセージをチェックして、友達のプロフィールに目を通すくらい。5分ほど利用。〔KOR7〕

・今日はやらないと思っけていてもベッドに入ったらいつの間にかスマートフォンをいじっている。習慣になっていてやらないと一日が終わらない感じ。暗闇の中でスマートフォンの光る画面をみているとなんか気分も良くなる。寝る前には主にFacebookとKakaoTalkを20～30分ほど利用。〔KOR13〕

・寝る前にはFacebook、Instagramとかみる。日中の合間にもみたりするけど、寝る直前に面白いのが一番多くアップロードされるからそれをみて。見たものでも逃したのがあるかも知れないから再確認したりしていると寝る時間が遅くなってしまう。多くみる時はベッドに入って2～3時間もみる。〔KOR16〕

・ベッドに入って目が痛くなるまで使う。スマートフォンにインストールしたものは全部みるほう。まずKakaoTalkやってFacebookみてYouTube入って。特にYouTubeだとメイクに関する動画を検索してみたり、気になるプログラムがあったら探して1～2時間ほどみる。長くする時は4～5時間まで伸びる場合もある。静かで暗い部屋でスマートフォンで動画みているのが好きかも。〔KOR14〕



また、「テレビを見ながら44.4% (8人)」の使い方については、メッセージが来たらチェックする程度で使っているという回答が半数以上であり、「テレビ見ながらのKakaoTalkの利用が多い。テレビみながらメッセージがきたら習慣的に返事をする程度で、特にソーシャルメディアでテレビ内容について触れたりはしない」[KOR6]との意見が述べられた。他方では、「ドラマを見るときは、感想とか意見を送って友達の反応をみたりして、内容が面白くなるとFacebook開いてみて。それでまたテレビで面白い場面が出そうになったらまたテレビに視線を移して。友達とドラマの内容について話すと一層面白く感じる」[KOR14]のように、テレビ視聴とソーシャルメディア利用の並行を楽しむという声もあった。

なお、テレビをみながらソーシャルメディアを利用しないと答えた人は、「SNSは手持無沙汰な時の暇つぶしてやる感じで、テレビを見る時はテレビに集中する。アラームや通知が来ても急用じゃない限り返信もあまりしない」[KOR16]と述べている。

## 2.2 ソーシャルメディア利用の目的と影響

### (1) ソーシャルメディア利用の目的(問13)

ソーシャルメディアの利用目的に関して複数回答で質問した結果が図2.2.1である。

図に示した通り、「友だちや知り合いとコミュニケーションをとるため」は日本・韓国ともに該当率100%であり、ソーシャルメディアの利用は両国共通してコミュニケーションが主目的だといえる。日本では、「友だちの近況を知るため」100% (10人)、「学校・部活などの事務的な連絡のため」80% (8人)、「周囲の人も使っているため」80% (8人)、「学校の勉強・課題について話し合い、意見を共有するため」70% (7人)、「自分の近況や気持ちを知ってもらうため」70% (7人)の回答比率が高く、友だちや知り合いの中でも特に日常生活の中の身近な人たちとのコミュニケーションツールとしてソーシャルメディアが利用されていると考えられる。また、「世の中の出来事に関する他の人の意見を知るため」70% (7人)、「ひまつぶしのため」70% (7人)の回答比率も高く、ソーシャルメディアがコミュニケーション目的だけでなく、情報収集や暇つぶしのツールとしても価値が見出されている様子が伺える。

韓国では、「学校・部活などの事務的な連絡のため」88.9% (16人)、「学校の勉強・課題について話し合い、意見を共有するため」77.8% (14人)、「グループトークができるから」77.8% (14人)、「暇つぶしのため」72.2% (13人)の該当率が高く、ソーシャルメディアをコミュニケーション目的と暇つぶし目的で使用している様子が伺える。その他の意見としては、広報目的(対外活動)のため、同じ趣味を持つ人々との交流のためという回答があった。



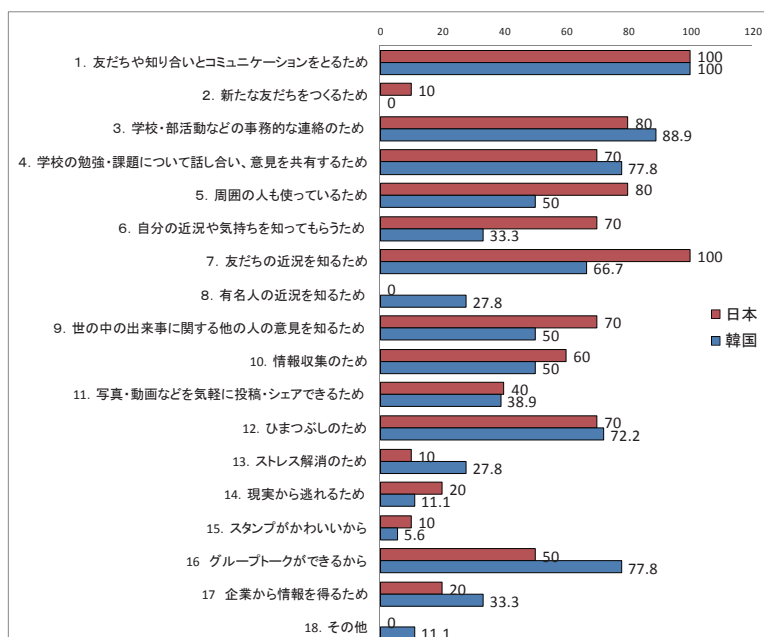


図2.2.1 ソーシャルメディアの利用目的(複数回答、単位：%)

#### a) 日本のグループ・インタビュー調査結果

図2.2.1はソーシャルメディア全体の利用目的を示したものであるが、対応する日本のグループ・インタビューでは、ソーシャルメディアの中でも「LINE」に特化した利用目的を確認した。LINEの一番の利用目的としては、全対象者10人中8人が「友だちや知り合いとコミュニケーションをとるため」を選択していた。理由として、「便利。高校の時はスカイプだったが、LINEの方が便利でそっちに行っちゃった。」[JAP6]、「LINEに代替するものはない。周りが使っているからが最大の理由。みながKakaoTalkに行くなら自分も行くが。」[JAP10]、「Facebookだと同じ高校の仲間でも薄いつながりを維持できる感覚がある。Facebookを使う大きな理由は、なければ切れてたような人との関係を維持するから。LINEは今動いている人とのつながりが多い。」[JAP7]というような様々な角度からの意見が述べられた。

また、対象者10人中2人は、利用目的として「周囲の人も使っているから」を選択していた。たとえばJAP1は「LINEは自分にとってオフィシャルな捨て垢(※捨てアカウント)みたいなもの。会った中で何らかの連絡を取らなくなっていく相手との連絡手段の位置づけ。Facebookよりも重くなく、捨てようと思えば捨てられる。意図してというより結果としてそういう使い分けになってる。…あまり幅を広げたくなかったけど結果相手に合わせて使う。」[JAP1]というような、消極的な理由で利用している。

## b) 韓国のグループ・インタビュー調査結果

韓国のグループ・インタビューでは、ソーシャルメディアの利用目的について、対象者が使っているソーシャルメディアの種類ごとに詳しく尋ね、質問紙の項目から最大の理由を一つずつ選んでもらった。

まず、KakaoTalkの場合、「友達や知り合いとコミュニケーションをとるため」に使うという回答が最も多く、具体的には「暇つぶしでコミュニケーションをする時の手段がKakaoTalk」[KOR13]、「一番楽で手軽」[KOR2]、「たくさんの人が使っているし、昔からずっと使い続けてきたから」[KOR7]、「グループトークに参加しないと疎外されるような気がしていやだから」[KOR9]という意見が述べられた。

次に、Facebookについては「暇つぶしのため」、「友達の近況を知るため」、「情報収集のため」、「世の中の出来事に関する他人の意見を知るため」などの項目が挙げられており、「Facebookでいろんな活動や経験をする他の人をみていると、自分は何をやっているんだろうと比較して嫌になったりしてやめようと思ったこともあるけど、役立つ情報、ページがいっぱいあるから使い続けている。社会的な問題や話題について自分一人で考えるよりは、Facebookでいろんな人の意見や考えに触れるほうが面白いと思う」[KOR12]、「特定のページにいいね！しておいて、グルメ関連のお店の情報とか、生活に役立つ情報とかを活用する」[KOR1]、「以前はFacebookに写真載せたり書き込んだりしたけど、最近は面白い動画の検索、友達の近況確認などに利用する」[KOR3]という。

また、BAND（グループ向けのソーシャルメディア）の場合、「学校での事務的な連絡のため」、「学校の勉強・課題について意見を共有するため」の利用が多数であり、「先生がいつまでに何を提出してなどのお知らせをしたり、アルバイトの情報があるから連絡してなどの連絡用に」[KOR1]、「学部用のBANDがあって、助手がBANDを通じて学業関連の情報をお知らせしている」[KOR11]のように学校や学科からのお知らせ用に使われることが多いようであった。

Instagramに関しては、「友達の近況を知るため」、「有名人の近況を知るため」、「写真・動画などを気軽に投稿できるから」の理由が挙げられ、具体的には「Instagramは写真投稿中心で、友達も遊び、旅行の写真とか食べ物の写真を載せる。自分は書き込みせずに友達の写真をみるだけ」[KOR16]、「Facebookと似た感じに使う。友達と有名人の近況確認」[KOR6]、「お店のキャンペーンを活用する。ネットに写真を投稿したらサービス品がもらえたりするので、その時よく使う。Facebookだといろんな友達がみるからちょっとあれだし、Instagramの方がより手軽に写真の投稿できるから。アプリのカメラ機能も良くてきれいに撮れて、ハッシュタグも面白い」[KOR14]などの意見が述べられた。

Twitter、Between、VKontakteについては、利用者が少数であり、利用目的もそれぞれであった。Twitterは、「バレーボールが好きで、競技日程とバレーボール関連の情報を確認

するため」〔KOR6〕、「同じ趣味を持って共感できる人々と付き合って情報を共有するため」〔KOR18〕に使っているという。また、Betweenは、1対1にしか利用できないカップル向けの閉鎖型ソーシャルメディアで、交際相手とコミュニケーションするために（KOR1、KOR 11）、VKontakte は、ロシアのソーシャルメディアで、ロシアで留学で知り合った現地の友達との連絡のために（KOR2）使うとの発言があった。

## (2) ソーシャルメディア利用による友人・親との関係の変化(問16)

ソーシャルメディアの利用によって、友人・親との関係に変化を感じるかについて複数回答で尋ねた（図2.2.2）。

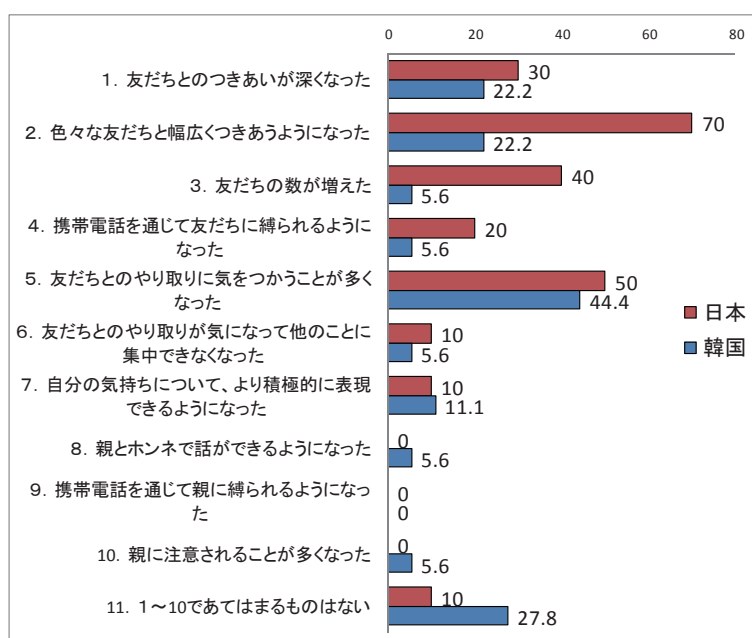


図2.2.2 ソーシャルメディアの利用による人間関係の変化(複数回答、単位：%)

日本では、「色々な友達と幅広くつきあうようになった」70%（7人）が最も回答比率が高く、また、「友だちの数が増えた」40%（4人）も韓国5.6%（1人）と比較すると比率が高い。また、「友だちとのやり取りに気を使うことが多くなった」50%（5人）も対象者の半数が認識しており、日本においてはソーシャルメディアの利用によって友人関係にプラス・マイナスの両側面での変化が生じていると考えられる。

韓国では、「友達とのやり取りに気を使うことが多くなった」44.4%（8人）の該当率が最も高い結果となった。(1)～(3)の項目においては、日本に比べて低い該当率をみせており、ソーシャルメディアの利用で友達との付き合いが拡大したというよりは、既存の関係

を維持していく中で、友達との連絡により気を使うようになっていいると考えられる。

## 2.3 ソーシャルメディア利用における個人情報公開の状況と意識

### (1) 個人情報の公開の範囲(問17)

利用しているソーシャルメディアで個人情報をどの程度公開しているかについて質問した。日本調査ではLINEとLINE以外のソーシャルメディア、韓国調査ではKakaoTalkとKakaoTalk以外のソーシャルメディアのそれぞれについて公開している個人情報の内容を尋ねている(表2.3.1)。

表2.3.1 ソーシャルメディアでの個人情報公開の状況(単位：%)

		LINE/kakaoTalkで公開	LINE/KakaoTalk以外のソーシャルメディアで公開	この情報は公開していない
(1) 自分の本名(フルネーム)	日本	50.0	80.0	0.0
	韓国	72.2	72.2	0.0
(2) 自宅の住所	日本	0.0	10.0	90.0
	韓国	0.0	0.0	100.0
(3) 自分の電話番号	日本	10.0	20.0	80.0
	韓国	50.0	38.9	38.9
(4) 自分のメールアドレス	日本	0.0	50.0	50.0
	韓国	11.1	38.9	55.6
(5) ソーシャルメディアのID	日本	30.0	20.0	50.0
	韓国	38.9	38.9	33.3
(6) 自分の通う学校名	日本	0.0	100.0	0.0
	韓国	5.6	77.8	16.7
(7) 自分の写真	日本	30.0	90.0	10.0
	韓国	61.6	66.7	11.1
(8) 友だちと一緒に写った写真	日本	0.0	90.0	10.0
	韓国	50.0	72.2	5.6

日本では、LINEで公開している個人情報は「自分の本名」50%(5人)、LINE以外のソーシャルメディアでは「自分の本名」80%(8人)の他、「自分の通う学校名」100%(10名)、「自分の写真」90%(9人)、「友だちと一緒に写った写真」90%(9人)に関しても公開している比率が高かった。これは、前述の通り、日本の調査対象者はLINE以外のソーシャルメディアとして実名登録制のFacebookの利用者が多く、就職活動や研究活動などオフィシャルな場面でのFacebookの利用が個人情報の公開の状況と関係していると考えられる。韓国では、KakaoTalkの場合、本名72.2%(13人)の回答比率が最も高く、続いて、自分の写真61.6%(11人)、電話番号50%(9人)の順であった。また、KakaoTalk以外のソーシャルメディアの場合には、自分の通う学校名77.8%(14人)を公開している対象者が最も多く、本名72.2%(13人)、友達と一緒に写った写真72.2%(13人)、自分の写真66.7%(12人)の公開率も高かった。KakaoTalkとその他のソーシャルメディアとの間に公開率に大きな差がみられたのは「自分の通う学校名」のみであったが、これはFacebookで基本情報として学校名を公開していることが関係していると考えられる。

日韓の結果を比較すると、「自分の電話番号」に関して、日本のLINEでの公開が10% (1人)、韓国のKakaoTalkでの公開が50% (9人)と韓国の方が公開することへの抵抗が低い傾向にあるが、これは韓国においてKakaoTalkで友だちを登録する際に、IDではなく相手と電話番号を交換することが一般的であることが影響していると考えられる。

a) 日本のグループ・インタビュー調査結果

グループ・インタビューでは、個人情報の公開に関して、個人情報漏えいの経験の有無と、漏えいの経験があった場合のその後の対応策について尋ねた。漏えいの経験があったのはインタビュー対象者10人中1人で、他の対象者は情報が漏えいして不快な思いをした経験はないようである。

・過失で洩れたケースでいうと、Facebookの共有設定を間違えて飲み会の恥ずかしい写真が洩れた。もう一つは大学のサークルでとった写真が2ちゃんねるでさらされた。オタクっぽい集団だったのでそれをバカにするスレッドに。ヘイト的なものではないが、対策としてはFacebookの共有設定はオフにしている。研究をしている以上公開はある程度しなければならないが、写真はブログなども含めて削除した。不特定多数にみられないように。[JAP1]

また、グループ・インタビューでは、LINEを利用する上で個人情報管理上気を付けている点についても確認した。インタビュー対象者10人中2人がLINEでの個人情報管理に配慮していた。

・本名じゃないハンドルネームにしてるし、名前もわざわざところどころ変える。飲み会とかで交換したけど「この人とは連絡とらないだろうな」みたいな人からの連絡を避けるため、アイコンを変えたりいろいろ変えて。場合によってID交換を断り切れない状況があるので、捨て垢(※捨てアカウント)と本アカの2本作ってる。LINEが自分の中でオフィシャルな位置づけではない。それにアカウントの乗っ取りがある。なりすまして違う人に勧誘や詐欺のメッセージを送ってるという被害を、身近で見聞きしてるので。[JAP9]

・フルネームは絶対入れない。Facebookは実名だが、LINEは捨て垢(※捨てアカウント)な感じ。[JAP5]

b) 韓国のグループ・インタビュー調査結果

韓国においても、ソーシャルメディアを利用する時、個人情報の管理をどのようにしているのかについて尋ねた。まず、個人情報の漏えいに関する経験について質問したところ、実際に個人情報を悪用されて警察に相談した対象者一人を除き、他の対象者はまだ個人情報

報の漏えいで不快な思いをした経験はないとの回答が得られた。

・自分の住民登録番号がネット上で漏れていて、どのような経路だったかは詳しく知らないけど、ある高校生に自分の個人情報を盗用されてゲームIDを作成されたことがある。あるサイトでアカウント登録をしようとしたら、すでに登録されているとの表示が出たから、あやしいと思ってそのサイトに電話して盗用アカウントのIPアドレスを教えてもらった後、警察に相談したことがある。その後から、たまにだけど、自分の個人情報で登録されているサイトの情報を提供してくれるサービスを利用している。 [KOR8]

次に、KakaoTalkでの個人情報管理に関しては、特に情報セキュリティに気を付けていることはないとの発言が圧倒的に多かったが、対象者によってはID検索を非公開にしておくなどの設定を行っている場合もあった。

・名前も本名を出して写真も載せるけど、友達追加に関しては気を付けている。例えば、知り合いから友達追加の申請が来ても、親しくない関係で連絡することがあまりない間柄なら友達に追加しない。IDも検索されないように設定している。 [KOR1]

## (2) 本名の公開・非公開によるふるまいの違い（問18）

「a. 自分の本名（フルネーム）を公開しているソーシャルメディア」と「b. 自分の本名（フルネーム）を公開していない（匿名の）ソーシャルメディア」に関して、利用の際に行動・ふるまいに相違があるかについて尋ねた（表2.3.2）。

日本では、質問項目の「ソーシャルメディア上の相手とのやりとりに慎重になる」に関して、自分の本名（フルネーム）を公開しているソーシャルメディアでは90%（9人）、本名を公開していない（匿名）ソーシャルメディアでは30%（3人）というように、該当率に大きな差がみられた。また、「ふだん（リアル）より明るい感じに振る舞う」、「ふだん（リアル）より有能に振る舞う」に関して、自分の本名（フルネーム）を公開しているソーシャルメディアの方が本名を公開していない場合よりも該当比率が高く、反対に、「ふだん（リアル）のままの自分で接する」に関しては、自分の本名（フルネーム）を公開しているソーシャルメディアの方が本名を公開していない場合よりも該当比率が低かった。つまり、本名を公開しているソーシャルメディアでは、自分を演じる傾向が少なからずみられた。

韓国では、本名を公開しているソーシャルメディアの場合、「ソーシャルメディア上での相手とのやりとりに慎重になる」88.9%（16人）と「普段（リアル）のままの自分で接する」72.2%（13人）の回答が多かった。また、本名を公開していないソーシャルメディアの

場合、「自分の意見を強く主張できる」55.6%(10人)の項目が最も高い該当率であった。さらに、「普段(リアル)より明るい感じに振舞う」、「普段(リアル)より有能に振舞う」の項目に関しては、本名公開と非公開の間で大きな差はみられず、ソーシャルメディア上において自分を演じるという意識は比較的少ないようである。

日本と韓国を比較すると、自分の本名を公開しているソーシャルメディアに関して、日本では、普段(リアル)より自分をよく見せる傾向、韓国では普段(リアル)のままの自分で接する傾向がみられた。

表2.3.2 本名の公開・非公開によるふるまいの違い(単位: %)

		自分の本名を公開しているソーシャルメディア	本名を公開していない(匿名)ソーシャルメディア	どちらにもあてはまらない
(1) 自分の意見を強く主張できる	日本	10.0	30.0	60.0
	韓国	27.8	55.6	27.8
(2) ソーシャルメディア上の相手とのやりとりに慎重になる	日本	90.0	30.0	10.0
	韓国	88.9	0.0	11.1
(3) 自分の意見や写真、動画を頻繁に投稿する	日本	10.0	40.0	50.0
	韓国	38.9	5.6	61.1
(4) ソーシャルメディア上の相手からの問いかけに速やかに返信する	日本	50.0	30.0	40.0
	韓国	44.4	16.7	44.4
(5) ふだん(リアル)より明るい感じに振る舞う	日本	40.0	20.0	50.0
	韓国	22.2	11.1	72.2
(6) ふだん(リアル)より有能に振る舞う	日本	40.0	0.0	60.0
	韓国	11.1	11.1	83.3
(7) ふだん(リアル)のままの自分で接する	日本	30.0	40.0	40.0
	韓国	72.2	16.7	22.2
(8) ソーシャルメディア上の人間関係にストレスを感じる	日本	30.0	0.0	70.0
	韓国	22.2	0.0	77.8

#### a) 日本のグループ・インタビュー調査結果

対応するグループ・インタビューでは、ソーシャルメディアでの本名公開・非公開の状況や、本名公開・非公開による利用の仕方の違いについて、さらに詳細に尋ねた。まず、ソーシャルメディアの利用の際、システム上匿名が可能な場合でも本名を公開していたのは対象者10人中2人、**本名公開のソーシャルメディアと非公開のソーシャルメディアを使い分けていたのは10人中8人**であった。ソーシャルメディアの種類ごとにみると、実名登録制のFacebookは対象者10人のうち利用者9人で全員本名公開、LINEは利用者10人中4人が本名公開・6人が非公開、Twitterは利用者8人中1人が本名公開・7人が非公開で利用していた。

利用の仕方、ふるまいの違いについては、本名公開の場合は自分の見せ方に気を使うという意見がある一方で、普段と変わらない自分なので心地良いという意見もあった。また、本名非公開の場合は、本音や、ふだんは言えないような発言もできるという意見が多く挙げられた。



- ・【Facebook:本名公開、LINE・Twitter:本名非公開】Facebookにはプラスのことしか書かない。普段つながっている人に素を見せるとなんだこいつとか思われるかと思って。愚痴を言いたいときは本人に言うか、自分でためるか、匿名のところでいうか…相手が不快になるのでSNSであまり言わないようにしている。実名にしないのは探されないようにしているから。実名じゃないから楽ということはない。どちらにしろ投稿する時は気を使っている。[JAP9]
- ・【Facebook:本名公開、LINE・Twitter:本名非公開】Facebookはオフィシャル。つながりは1000とかあり会社の上司や年代離れた人もいるのでおかしがられることはしたくない。ツイッターはあまりつぶやかないし、誰かに知ってもらう必要もないので面白い情報を共有するとか。…Facebookの方が心地いい。普段の自分と変わらない自分で公開しているので。[JAP3]
- ・【Facebook:本名公開、LINE・Twitter:本名非公開】LINE、Twitterはかなり本音に近いやりとりをするが、Facebookは周りの目を意識したやりとりや発信をしているので。自分がこういう人間だと思われるのは嫌だ。愚痴を言ってるわけではないが、変なことをつぶやいていることもあるので。Facebookは就活用とか、つきあい上の人向け。Twitterもフォローされても知ってほしくない人にはフォローし返さなかったりする。お互いフォローしあってるのは本音で話ができる。そういう相手はだいたい本名なども知ってる。教えなくても探ればわかると思う。後々バレてもいいやという人とフォローしあってる。本名を公開してない方が圧倒的に本音を言える。[JAP9]
- ・【Facebook:本名公開、LINE・Twitter:本名非公開】ツイッターはひたすら面白いことを言うだけの場。いきなり面白いことを思いついたときに隣の人にいけないじゃないですか。そういうときにツイッターをつかう。10分の3くらいは反応がある。[JAP1]
- ・【Facebook・LINE:本名公開】Facebookみたいに本名ベースのが出てくると隠してもしょうがないと思う。むしろ自分の利用目的からは(※自分・本名を)見つけてもらった方が良く思う。LINEはセキュリティは怖いが、限界があるなら名前は出してもよいと思う。それよりは肝心の情報を渡さない方が重要だと思う。[JAP7]
- ・【LINE:本名公開、Twitter:本名非公開】基本的に匿名。LINEは最初あだ名だったが本名にかえた。あだ名でも良かったが、「誰かわからないだろ」と思って。LINEならトークする程度のことで、知らない人のコミュニティに入っていないので。匿名云々もあまり考えたことはない。基本的に匿名の方がいいかなとは思うが、それは気恥ずかしいので。[JAP8]

#### b) 韓国のグループ・インタビュー調査結果

対応するグループ・インタビューでは、本名の公開・非公開を分けて利用しているのか、また分けているとしたら利用において違いがあるかについて質問した。

対象者の多くは、ソーシャルメディアで本名を公開していると答えており、非公開の場合は書き込みはせず見るだけにする場合や、英語IDが必要な時などの限られた状況のみで



あった。

まず、ソーシャルメディアで本名を出して利用する理由に関しては、「特に匿名を使う必要性を感じない」[KOR4]、「本名を出す理由があるというよりは、どうせ写真とか書き込みの内容で自分であることが分かるから実名を使うだけ」[KOR15]、「現実世界での知り合い同士で使うから実名でも匿名でも大きな違いはないと思う」[KOR16]、「本名を英語表記にして利用している。理由は人に探されやすくするために。実名じゃないと探している人がこの人で合っているかどうか曖昧な時があるけど、実名だとすぐ分かるから」[KOR10]などの意見が挙げられており、本名での利用を自然に思う様子が見られた。

次に、ふるまいの違いに関しては、本名を公開しているから書き込みの内容に気を付けているという意見や、本名非公開のほうが楽であるという意見が挙げられた。

- ・【すべて本名公開、Instagramは名前関連で英語ID】もし非実名で利用するとしたら、自分の主張をより強くできそうな気はする。ネットでニュースを読んでコメント欄に書き込みをした時、悪口を書いてもこの人は私のことを知らないだろうと思って言葉使いとか表現が荒くなった経験がある。[KOR16]
- ・【すべて本名公開】人に見られる空間で自分の名前を出して書き込みしているから、もちろん悪口とかは書かないし、投稿に慎重になって書きたい内容があっても我慢して書かない時もある。嬉しいこととか我慢したいことがある時に投稿するほう。悲しいことについてはあまり発信しない。[KOR15]
- ・【すべて本名公開】別に隠さなければならないことをやっているわけじゃないし、誰かを非難する内容、悪口は書かないから、匿名を使う必要もない。なるべくネガティブな話とか愚痴とかは書かないようにしている。[KOR2]
- ・【すべて本名公開、Twitterは本名非公開】Twitterでは非実名だけど、私だってことが分かっているから特に実名と匿名を使い分けている感覚はない。つながっている人はみんな現実でも知り合いだから匿名であっても関係ないけど、匿名の方が実名の時よりは少し気が楽になる感じ。[KOR18]

## 2.4 まとめ

第2章では、日韓のソーシャルメディアの利用に関する4つの内容について取り上げた。

まず、一つ目の、ソーシャルメディアの利用シーンに関するグループ・インタビューでは、概して日韓の間に大きな相違点は見られず、日常生活の中でソーシャルメディアの利用がすでに習慣化していることも共通していた。

まず、「起床直後」の利用に関して、日本ではパソコン利用者1人を除いて全員がスマートフォンでソーシャルメディアを利用しており、対象者によって使っているソーシャルメ

ディアの利用時間、種類、数、順番に違いはあるものの、朝起きたらまずスマートフォンを手にしてソーシャルメディアに届いている通知とメッセージを確認、面白い記事のチェックなどをするという使い方は同じ傾向であった。韓国でも日本と同様な使い方をしており、また、全対象者がスマートフォンでソーシャルメディアを利用していた。日韓のこのような起床直後のソーシャルメディアの利用の特徴は、特に目的を持って行われる行動であるというより、すでに習慣化した行動に近いという点で共通している。「就寝前」の利用の仕方に関しては、日韓共に、寝る前にベッドに入って習慣的にソーシャルメディアを見るとの回答が多く、メッセージの確認と返信をしたり、1日のおさらいで目を通したりするとの発言が挙げられた。「テレビを見ながら」の利用に関して、日韓共に、テレビの内容に集中していない状態で習慣的にスマートフォンを手持しているという使い方が多く見られた。また、ソーシャルメディアでテレビ番組の内容と感想を友達と共有してさらに楽しむという積極的な使い方もあった。「トイレの中」の利用に関して、日本では、何か目的があるからの利用ではなく、日常的な習慣として来たメッセージをチェックする、もしくは手持無沙汰で使用するという使い方であった。

二つ目の、ソーシャルメディアの利用目的に関するグループ・インタビューでは、**日本・韓国共に主に「コミュニケーションをとるため」にソーシャルメディアを利用している**ことが明らかになった。日本ではLINEの利用理由として、周りの人がつかっているからの意見が数多く挙げられており、韓国でもKakaoTalkに関して、日本と同様な回答であった。なお、韓国ではFacebookとBANDの利用も目立つが、Facebookの場合は「自分の近況を知らせるため」の利用ではなく、暇つぶし、情報収集、友達の近況確認のために使うという点が特徴的であった。BANDの場合は、学校での事務的な連絡とお知らせに活用されることが多く、利用者は主にメッセージを受信する受け身の使い方をしていた。

三つ目の、LINE（韓国はKakaoTalk）を利用する上での個人情報管理に関するグループ・インタビューでは、**日韓共に特に気を付けていないとの回答が多かった**。また、個人情報の漏えいの経験についても、経験者は各国で1人ずつであった。大きな被害の経験がないためか、対象者の多くは個人情報の管理に注意を払っていないようである。

四つ目の、ソーシャルメディアでの本名公開・非公開の状況と利用の仕方の相違に関するグループ・インタビューでは、日韓において相違点と共通点がそれぞれ見られた。まず、本名公開・非公開の状況に関して、日本の場合、**LINEは対象者の半数が本名非公開、Facebookはほぼ全員が本名公開、Twitterは全員が本名非公開での利用で、ソーシャルメディアの利用目的と状況に合わせて本名公開と非公開を使い分けている様子**が見られた。本名公開のソーシャルメディアは、オフィシャルな利用が多く、自分をよく見せるようにふるまいに気をを使う様子が多くみられた。また、本名非公開のソーシャルメディアは、愚痴やふだん言えないような内容（面白いこと等）を遠慮なく発言する場として活用してい

るという意見が複数挙がった。一方、韓国では、KakaoTalkをはじめ、他のソーシャルメディアでも基本的に本名公開での利用が圧倒的に多く、本名を非公開にする必要はないと述べ、本名公開での利用を自然に思う様子であった。韓国では、ソーシャルメディア利用で本名を公開している理由について、「別に隠すことがないから」、「悪口は書かないから」などの意見を述べており、本名非公開での利用についてネガティブなイメージを持っていると推測できる。

### 3. LINE・KakaoTalkの利用

#### 3.1 LINE・KakaoTalkの利用実態（問20）

LINE（日本調査）とKakaoTalk（韓国調査）それぞれが提供するサービス・連携アプリに関して、利用頻度の高い順に1位～3位まで順位をつけてもらった結果が表3.1.1（日本調査）と表3.1.2（韓国調査）である。

表3.1.1 利用頻度の高いLINEの機能・連携アプリ（日本調査）

	1：1 トーク	グループ トーク	音声通話	ビデオ通話	タイム ライン	ゲーム	LINE camera	LINE Card	LINE Q	その他
1位	60.0%	40.0%	0	0	0	0	0	0	0	0
2位	40.0%	50.0%	10%	0	0	0	0	0	0	0
3位	0	10%	50%	10%	0	10%	0	0	0	20%

表3.1.2 利用頻度の高いKakaoTalkの機能・連携アプリ（韓国調査）

		グループ トーク	音声通話	ビデオ通話	Kakao Story	ゲーム	Kakao Music	Kakao Topic	kakao Page	その他
1位	55.6%	44.4%	0	0	0	0	0	0	0	0
2位	38.9%	44.4%	0	0	0.0%	16.7%	0	0	0	0
3位	5.6%	11.1%	38.9%	0	16.7%	27.8%	0	0	0	0

日本では、LINEの機能として、1：1トークとグループトークの利用率が圧倒的に高く、次いで音声通話の利用率が高かった。前述の通り、LINEの利用目的はコミュニケーション目的が主であったが、まさにコミュニケーションに関連する機能の利用率が高く、ゲームやその他の多彩なアプリケーションの利用率は低い（もしくは利用がない）結果となっている。

韓国でも日本と同じく、KakaoTalkで主に使う機能として、1：1トークとグループトークの利用が圧倒的に高い割合を占める結果となった。日本と比較すると韓国対象者のゲーム利用（8人）が目立つが、インタビューの内容では、実際にゲーム機能を使っている対象者は5人であり、残りの3人は以前利用した経験があるものの現在は利用していないというケースであった。

#### a) 日本のグループ・インタビュー調査結果

対応するグループ・インタビューでは、LINEでよく利用する機能に関しての一日のやりとり数、利用頻度等、使い方の詳細を尋ねた。まず、一番利用比率の高かった1:1トークに関しては、やりとりする相手の数は2～10人、やりとりの件数は1日数件から100件強まで、

人によって数に差がみられた。中には、一日に書き込む件数を自分の中のルールとして決めているケースもあった。1:1トークの使い方に関しては、簡単な事務連絡で使用する場合や、特定の相手と24時間切れ目なく使用するなど、多様であった。

・送る回数ではかなり多いが…ざっくり100はくだらない。相手数では5~6人くらい。親とか彼氏とかが数が多くて、あとは今日会う人に事務的なやりとりやスタンプとかで。

[JAP3]

・1人に対しては24時間切れ目なく4時とかまで。内容は「明日行きたくない」みたいなつぶやき系。幼馴染で一緒に育ったので365日ずっとそんな感じ。[JAP5]

・トークは1日何件というのを気にしたことないくらい。パソコンの横においてメッセージがあれば返事する。マルチタスクでそれぞれ独立してないので、頻度や時間は把握できない。つながってると言えば24時間と言える。[JAP6]

・自分からの発信は、一人に対して書き込む回数1日4~5回。1回送ったら今日の分は終わりみたいな感じにしている。ずっとやっていると1時間とか過ぎるのが嫌で一人につき1日1返事と決めている。やりすぎると疲れそうなので。仲いい人は割と返事送るけど…緊急性ないと思ったら疲れるし時間も過ぎるので返事はまた時間おいてとか、来ているのはわかっているけど未読のまま置いたりとか。[JAP10]

次に、二番目に利用割合の高かったグループトークに関して、登録しているグループ数は多い人で39グループ、また、登録数を本人が把握できていないケースもみられた。アクティブなグループ数は3~10グループであった。グループの内容は、学校やサークル、バイト先、地元仲間等の比較的稼働の多いものから、飲み会などその場のノリで一時的に形成され、一度も使用されていないグループまで多様であった。グループトークの使い方に関しては、必ずしも自分が積極的に書き込むわけではなく、メンバーのやりとりを「読む」だけのケースもあった。

・グループ数は、常時使っているのという4~5グループ。登録自体は、分からない。古いものはどんどん消えてくので。全体は把握したことがない。企画とか飲み会のたびにグループができる。グループの名前が夏の遊びにいた時の海に行こうとか。昔の遊び仲間でも時々ついてることはあるが、使ってないグループが多い。使っていなくても、また必要が出てきたらまた新しく作ればよいので、消えていくことに関してもグループに連絡していなくても後ろめたくはない。普段動いているグループトークはほぼサークルと、学府の人たち、地元の友達もみなばらばらだが、唯一LINEは頻繁に使う。これがあるからこそいまだに付き合いが続いている。[JAP9]

- ・ グループは登録しただけのは分からないくらいあるが、動いているのは5～6グループ。動いているのは研究室内のサブグループごとのやつが3つ。研究室M1グループ、サークルのグループ。あと地元のグループ。動いてないのはその場でできたグループ。ご飯食べにとか、旅行行ったりとかの連絡をして、終わったら誰も使わない。[JAP2]
- ・ グループは20～30登録あって、動いてるのは10ちょっとくらい。直近でイベントがあるとたくさん同時に動いたりする。一度作ったが動いてないものもある。動いているのはサークル関係が何個か、という程度。サークルは60人いるので、誰かしらつぶやいてる。放っておいても大丈夫。[JAP8]

#### b) 韓国のグループ・インタビュー調査結果

対応するグループ・インタビューでは、KakaoTalkでよく利用する機能の一日中の利用率、発信するメッセージ数、登録しているグループ数などについて尋ねた。

まず、1:1トークの場合、やりとりする相手の数、発信するメッセージ数は、対象者によってそれぞれであり、相手の数は2～3人から7～8名人、メッセージ数は30～40件から400件の間であった。また、1:1トークの使い方に関しては、用があって個人的に連絡をとる時、グループトークで話しづらいことを伝える時など、必要に応じて利用する場合と、ほぼ一日中切れ目なく日常の些細な会話を交わし合う場合があるようであった。

- ・ 【1:1トーク相手数は3～4人、発信メッセージ数は約300～400件】1:1トークでは日常的なことを話す。起きたよ、顔を洗って出かける支度したよ～今学校に向かっている～のような。1:1トークだとメッセージを発信する人がいないとつまらなくなるから、一度始めた友達とはずっと続けるようになって、誰がということもなく、まず先に目覚めた人がメッセージ送ったりする場合が多い。[KOR14]
- ・ 【1:1トーク相手数は3～4人、発信メッセージ数は約20件】1:1トークは用がある時、質問がある時に利用する。自分からの発信は少ない方で、向こうから何かの用で連絡がきたら返事を返すくらい。グループトークをメインで使っている。[KOR15]
- ・ 【1:1トーク相手数は6人、発信メッセージ数は約300件】自分から発信する方で、友達によく話かけている。300件ほど送るかな。ほとんど短文で何やっている？とかつまらないとかの内容が多い。暇つぶしの感覚で使う。[KOR10]

次にグループトークの使い方に関しては、対象者によってグループ登録数はそれぞれであり、やりとりが活発に行われるグループもあれば、一時的に形成されてそのグループの目的が達成されると機能しなくなるグループもあった。一時的なグループの場合、学校の課題やプロジェクトのためにできた場合が多かった。

- ・今確認してみたら登録自体は全部で14グループ。その中でよく使うのは4グループで、高校の時の友達グループが2つ、大学の友達1つ、勉強会用が1つ。機能しないのが10個で、今学期の課題のもの、中高時代の友達で連絡をあまりしないのと、たまに会う時にだけ使うもの。[KOR17]
- ・登録しているのはかなりある。使わないものはリストからどんどん下がっていくから、約15グループくらいかな。でも使うのは7~8個で、中身は高校の友達、同じ課題チームで親しくなった人たち、大学同期。活性化されていないのは、完了したグループ課題関連、以前のバイト先の人、あと、家族グループもつくってはいるけど。ほとんど利用しない。[KOR16]
- ・設定しているグループ数は7で、全部動いている。アルバイト関連、家族、友達にわけている感じ。意味のないメッセージが多い。どうでもいいようくだらない話。課題用に作られたグループもあるけど、課題が終わったらリストから残さずにそのグループから出る。[KOR9]

さらに、ゲームの使い方に関して、現在もゲームをやっていると答えた対象者は5人であった。具体的な利用状況について、「朝起きて、夜寝る前、地下鉄で移動する時にする。理由は特になく暇つぶしで」[KOR5]、「KakaoTalkをやっていると友達からゲーム招待状が送られてくるけど、面白いと言われたらやってみる方。ランキングで表示されるから勝ちたい気持ちになって頑張ってゲームをやる時もある」[KOR14]、「バスで暇つぶしでやる」[KOR18]、「ゲームが好きで、新しいものは全部試している」[KOR11]という意見が挙げられており、対象者によって積極的な利用と暇つぶしとしての利用の仕方の両方があるようであった。

なお、よく利用する3つの機能について、一日の中の比率を聞いたところ、ほぼ全員が1:1トークとグループトークを合わせて8割以上であると答え、多様な付帯サービスが提供されているとはいえ、最も頻繁に利用されているのは、コミュニケーションツールとしての基本的な機能であることが明らかになった。

### 3.2 LINE・KakaoTalkの利用と負担

#### (1) 利用時の負担感（問19）

LINE（日本）・KakaoTalk（韓国）利用時の負担感と、LINE・KakaoTalk以外のソーシャルメディア利用時の負担感について尋ねた。図3.2.1は、そのうちLINE（日本）とKakaoTalk（韓国）利用時の悩み・負担感についてまとめたものである。

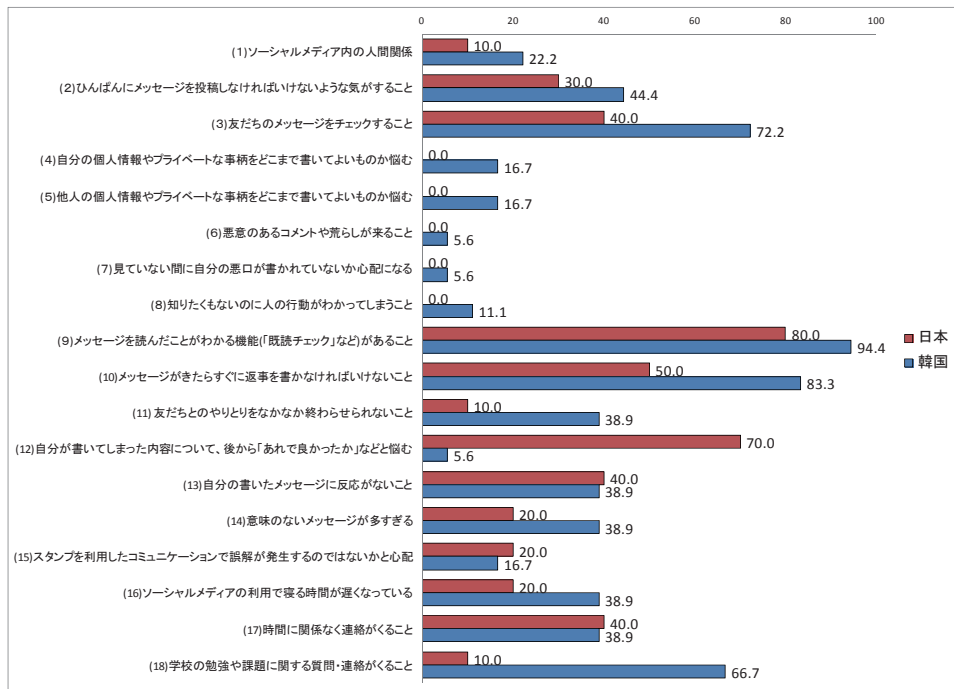


図3.2.1 LINE(日本)・KakaoTalk(韓国)利用における負担感(複数回答、単位：%)

日本では、LINE利用時の負担に関して最も回答比率が高かった項目は「メッセージを読んだことがわかる機能(「既読チェック」など)があること」80%(8人)、次いで「自分が書いてしまった内容について、後から「あれで良かったか」などと悩む」70%(7人)であった。後者に関して日本での回答比率が高かったのは、日本調査の対象者が韓国の対象者と比べて、ソーシャルメディアを見るだけでなく書き込みもする対象者が多かったことも影響していると思われる。

韓国では、KakaoTalkを利用する際、「メッセージを読んだことがわかる機能(既読チェック)など」があること」の該当率が94.4%(17人)で最も高く、続いて「メッセージが来たらすぐに返事を書かなければいけないこと」83.3%(15人)と「友達のメッセージをチェックすること」72.2%(13人)の順であった。また、「学校の勉強や課題に関する質問・連絡がくることが多い」66.7%(12人)も、日本の回答結果10%(1人)と比較すると圧倒的に該当率が高かった。

#### a) 日本のグループ・インタビュー調査結果

図3.2.1に対応するグループ・インタビューでは、既読チェック機能に関する負担の詳細とその対応策を尋ねた。まず、「既読チェック」に関しては3つのパターンの言及があった。一つ目は、自分が発信したメッセージを相手を読んだ(既読がついた)にも関わらず



返信がないパターンである。「自分が返されないのは気にならないが、返さなきゃいけないのに返せない時は気に病む。」[JAP9]というように、このパターンに関しては特に負担に感じないという声が多かった。二つ目として、自分が発信したメッセージを相手を読んだ（既読がついた）ことで、またやりとりが発生することが負担になるパターンがあり、これは1名のみ言及していた。

- ・ すごい仲良い人同士なら既読は気にしないが、親しくない相手だと、あまりやりとりしたくないので、すぐに既読が付くと自分もすぐに返さなければいけないと思って嫌。あんまりやりとりしたくないので。 [JAP5]

三つ目として、相手からメッセージを受信した（既読がついた）もののなかなか返信できないことが精神的負担になるというパターンがあり、日本調査においてはこの負担のパターンが大半を占めていた。対応策に関しては、実践しているケース、対応策を知っているけどそこまでするほどではないと考えているケース、諦めて何も対策を講じていないケースなど対象者によってそれぞれであった。また、「既読チェック」が負担・悩みにまでは至っていないが、既読がつかないよう配慮しているという声もあった。

- ・ 自分が返す時に(※既読が)気になる。向こうからの方は気にしないが、向こうが気に病んでないかなとは思う。すぐできないのは時間の問題、忙しいのもあるが、読んだらすぐ返さなきゃいけない感じがあるので、既読つける前にタイトルから用件を推測して既読つけるかどうかをあえて待つことがある。 [JAP8]
- ・ 学部生くらいの時は相手の既読を気にしてたかもしれない。今は気にしていないが、相手が気にしていないか、という点は気になる。LINEは、オフラインにしてから開くと既読が付かない裏技もあるので、そういうのを使う。 [JAP9]
- ・ パソコンで開くと、…メッセージの更新は反映されるけど、いじらない限り既読などはつかないので、そういうのを使うことがある。 [JAP7]
- ・ トークを1か月開かなかったことがある。最初はFacebookからLINEでやりとりして、しばらく開かなかったのでFacebookで忙しいオーラを出して。行きたい予定ならいいが、LINEは直接会うものしか使わないので、行きたくないものへの誘いについて既読がつくのは嫌なので開かない。 [JAP4]
- ・ 読んだことが分かったとコメントを返さないといけなく、空気とか、タイミングがあると思うのでそれを逃すと「やってしまった感」がある。心理的負担。対策は、あきらめている。インターネットのコミュニティで誕生日おめでとうコメントがあつて6時間後に見たが、もう返せない。 [JAP1]

## b) 韓国のグループ・インタビュー調査結果

対応するグループ・インタビューでは、既読チェック機能とその対応策に関する意見を尋ねており、既読チェック機能は、発信者の立場としても受信者の立場としても気になるようであった。なお、KakaoTalkの既読に関する機能は本稿「0.3 LINE・KakaoTalkの概要」にも記した通り、1:1トークの場合は受信者がメッセージを確認しないと「1」の表示が、確認したら数字が消えてメッセージを読んだ時間が表示される。また、グループトークでは、「全体メンバー数-1」が表示され、複数の受信者が確認するにつれ、その数字が減っていく仕組みになっている。

まず、メッセージを送る立場では、メッセージが相手に読まれたにも関わらず、相手から返事が来ないと気になるとの意見が多く挙げられており、KakaoTalkのやりとりに関するきめ細やかな機能がむしろソーシャルメディア利用におけるストレスを生み出している様子が伺えた。

- ・SMSを利用していた時は、返されたら返すみたいな感じだったけど、今は既読チェック機能があるから、「1」がなくなっているのに返事がないと、なんか問題意識が生じてしまう。例えば、この人との関係に問題ができたのではないか、私のことが嫌いなのかのように。余計な雑念が多くなったような気がする。[KOR16]
- ・バイトしてた時、スケジュール調整関連でメッセージを送ったら、閲覧したのに何も返されなくて、むしろ読んだのかどうか知らない方が気は楽だと思う。返事が遅くなっても理解できるだろうし。[KOR18]
- ・個人的には既読チェック機能が良いと思う。気にならないし、相手が読んだかすぐ確認とれるから。メッセージが来たらすぐ返すが、向こうからの返事は気にしない。ただ、返事するタイミングを逃した時は、相手に悪い気分になることがある。[KOR17]
- ・普段は気にならないけど、誰かを紹介してもらって一回会った時とかは、その後の連絡が重要で、自分が送ったメッセージが未読のままになっていると、時間がなくてまだ読んでいないのか、わざと読まずにおくのか、状況が分からないから気になる。[KOR3]

次に、メッセージを受ける場合には、やりとりしたくない相手からのメッセージや読みたくないメッセージを確認したことで返事を返さなければいけないことに負担を感じるとの意見や、メッセージを受けて返事ができない状況で相手の反応が気になるとの意見が多く述べられた。また、受信する側としては比較的に利用できる対策は多いようであったが、積極的に対策を試すというよりは、状況によって活用する程度のものである。

- ・既読が分かるから、あまり交流したくない人のメッセージに対しても返事を返さなければい

けない。 [KOR15]

- ・トークから出ないままにしておく場合が多いけど、そうすると受信されたメッセージに既読が自動的に付いて、自分はまだ確認していないのに相手からなぜ返事がないと言われることがある。今気付いたと話しても信じてくれない時もあるって、無用に誤解を招くようなところがある。 [KOR14]
- ・話が長くなりそうな時は読んでも返さずにおく場合があるけど、相手が気にしているのではないかと自分も気になることがある。 [KOR12]
- ・自分がメッセージを発信した時、相手が読まなかったり、読んで返さなかったりするのには気にならないが、読まないつもりでいたメッセージを間違えて読んでしまってやむを得ず返事を返す時ストレスとプレッシャーを感じる。対策は特にないけど、オフラインモードを使ったり、読みたくないメッセージは未読のまままで削除したり。 [KOR11]
- ・KakaoTalkの通知内容をテキストファイルに変換してまとめてくれるアプリを試したことがあるけど、今は使わない。ある程度あきらめているし、別にそこまでしなくていいかなと。 [KOR16]
- ・パソコンでKakaoTalkを開いて、他のプログラムやウィンドウにフォーカスを移しておくと、更新内容は見れて「1」は付いたままの状態になるから、パソコンで使う時はよく活用する。 [KOR10]
- ・対策はしていない。読みたくないメッセージは未読のままにしておく。 [KOR9]

韓国の場合、既読チェックに関する負担は学校の課題に関するやりとりの際に感じるという意見もあった。また、これに派生して、KakaoTalkで課題関連のメッセージが頻繁にくることに負担・疲れを感じるという意見が複数挙がったことも特徴的であった。

- ・課題にKakaoTalkが利用されることで情報交流は早くなったが、メンバーに意見を求める時とかは、メッセージは読まれているのに、その分の返事がない場合があって問題だと思う。また、課題に関する質問とかもかなり来るから面倒くさいし疲れる。自分の勉強時間をとられるようで。 [KOR8]
- ・課題関連の連絡に関してはこまめに確認している。他のメンバーに迷惑になるから。 [KOR6]
- ・学校に行かない日なのに、前の授業に来なかった友達からKakaoTalkで連絡がきていろいろ質問するのがちょっといや。休みたいのに改めて本を調べなければいけないから。聞かれたから教えるのは教えるけど、たまに疲れる。 [KOR2]
- ・課題関連のグループトークだと、しばらくの間でも100件とかたまっていくから、いちいち読まないといけないから疲れる時がある。しかも100件の中には課題と関係ない話とかくだらない話も結構あるし。 [KOR1]

## (2) 利用中断の意向（問21）

LINE（日本調査）・KakaoTalk（韓国調査）を利用して、中断を考えたことがあるかについて尋ねた結果が図3.2.2である。

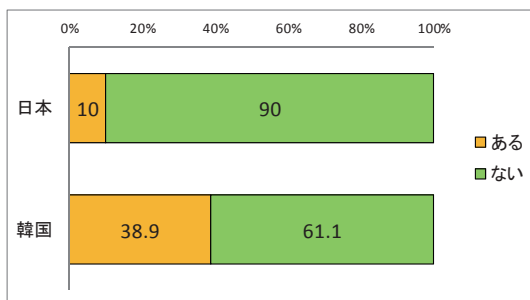


図3.2.2 LINE（日本）・KakaoTalk（韓国）の利用中断意向（単位：％）

日本ではLINEの利用中断を考えたことがあるのは全対象者の10％（1人）、残り90％（9人）は利用中断を考えた経験がなかった。韓国ではKakaoTalkの利用中断を考えたことがあるとの回答が38.9％（7人）、ないとの回答は61.1％（11人）であった。

### a) 日本のグループ・インタビュー調査結果

図3.2.2に対応するインタビューでは、LINEの利用中断を考えた理由、考えない理由についてそれぞれ詳細を尋ねた。まず、LINEの利用中断を考えた人は1人いたが、利用中断による不便さを考慮し、結局はやめなかったようである。

- ・ 付き合ってた彼氏に音信不通にされて、もうやめてやろうと思った。結局辞めなかった。他の人と連絡とりづらいのので。 LINEからはじまったグループとか。ゼミの連絡などでLINEを使うので。また別途メールで連絡しなければならないので。相手だけ削除した。 [JAP5]

また、LINEの利用中断を考えたことがない理由に関して、最も多かったのが「周りが使っているから」で、他の理由としては「やめる理由がない」という意見があった。

- ・ 周りが使っていて必要だから。 LINEに代わるようなツールはないので、なくなると困る。 [JAP3]
- ・ LINEしか知らない人がいるので関係維持のために。 そういう人はさほど困る相手ではないので、なければいいでもいい。 [JAP4]
- ・ やめる理由がないのが一番。 過去にスカイプを使っていたが、ユーザーがおらず周りがスマホが出た時にLINEに流れたのでそちらの方が良いと思った。 [JAP2]

- ・自分にとっては明示的に利用中断するツールではない。周りに人がいなくなって結果的に中断はあると思うが、意図的にやめようということはない。別に辞める理由はない。ただやめても困ることはない。 [JAP1]

#### b) 韓国のグループ・インタビュー調査結果

KakaoTalkの利用中断の意向に関するグループ・インタビューでは、利用中断を考えたことがあるか、また実際に中断した経験があるかについて尋ねた。

利用中断を考えたことがないと答えた対象者からは、「特にやめる理由がない」[KOR7、8]、「代替できる手段がないから」[KOR4]、「普段利用していて不便なところもないし、少ないデータ使用量で使えて通信料の負担も少ないから、やめようとは思わない」[KOR3]、「日常の一部になっているし、使ってて短所より長所から得られる便利さのほうが大きいから」[KOR13]、「試験期間に入るとKakaoTalkをやめる友達がいて、自分の利用中断がもたらすであろう相手への不便をよく理解しているから利用中断を考えたことはない」[KOR14]のような意見が挙げられた。

それに対し、利用中断を考慮したことがある対象者たちは、それぞれの理由でKakaoTalkの利用中断を考えており、実際の中断につながった場合もあったが、自分が不便で利用を再開せざるを得なかったという。具体的には、以下のような発言が述べられた。

- ・ロシアに留学した時、韓国の友達と連絡しないほうが学業に集中できると思って、一時期、アプリを削除したことがあるが、しばらく経って戻った。不便だったから。自分が誰かに聞きたいことができなくなって我慢できなくなって。 [KOR2]
- ・利用中断を考えた一番の理由はデータの容量の問題。あと、何かをやっている集中できない自分に気づいて。やめてみようかなと思ったけど、そうすると一人だけ孤立されるような気がして、実際の利用中断にはならなかった。 [KOR12]
- ・人間関係を維持するために、とにかく返事をかえさなければならぬことが面倒に思えて、既読チェック機能があるから、相手の機嫌を損なわないように気を使うことに疲れて。KakaoTalkをやめてSMSで連絡をとったり、他のソーシャルメディアを使ってみようかなと考えたことがある。実際にアプリも削除したが、不便で友達との連絡のために10分も経たないうちに戻った。 [KOR16]

### 3.3 まとめ

第3章では、LINE（日本）とKakaoTalk（韓国）の利用に関する3つの内容について取り上げた。

一つ目として、LINE（韓国はKakaoTalk）でよく利用する機能とやりとり数、利用頻度な

どに関するグループ・インタビューでは、日韓共に、1:1トークとグループトークを中心とした使い方をしている様子が伺えた。

1:1トークに関して、やりとりの件数は対象者によって違いがあり、多い人で400件（韓国）までのぼる場合もあった。なお、1:1トークの利用の仕方は両国同様で、必要に応じて簡単な連絡をするケースと一日中切れ目なく会話をつなげていくケースがあるようであった。

グループトークに関しては、登録しているグループ数は対象者によってそれぞれであり、日本は多い人で39グループ、韓国は15グループくらいで、その中から実際に機能しているグループは約10グループ程度であった。グループの構成員は、家族、学校の友達、サークルや勉強会の相手、バイト先の人、地元仲間など多様であり、機能しなくなったグループの場合は、学校の課題のために、あるいはイベント的な目的で一時的に形成されたケースが多く見られた。グループトークの使い方としては、多数の人がトークに参加している中で、メンバーのやりとりを読むだけの場合（日本）や、意味のないメッセージが多い場合（韓国）などが挙げられた。

さらに、韓国のKakaoTalkの機能の利用で目立ったゲームに関しては、暇つぶしでの利用、好きで頻繁に利用、また知り合い同士でゲームのランキング競争を一つの遊びとして楽しむというような使い方が挙げられた。

二つ目の、LINE（韓国はKakaoTalk）の既読チェック機能に関する負担とその対応に関しては、基本的には日韓で共通している部分が多くみられたが、その詳細な様相においては差異もみられた。まず、既読チェック機能への負担に関して、自分が送ったメッセージを相手を読んで（既読が付いて）返事がないケースでは、韓国において負担に感じている声が多く、日本では気にならないという意見が多かった。日本においても、「以前であれば気にしていた」という意見も複数あり、これは日本の対象者が大学院生が多く、大学生よりは様々な経験を経ていることも関係していると思われる。また、**相手からもらったメッセージを確認して（既読が付いて）すぐ返信できないケースでは、相手が気にしていないかが気になる**との意見が日韓両国においてみられた。さらに、韓国の場合、親しくない関係の相手について返事を送りたいくないという負担が見られた。対応策に関しては、日韓共に、積極的に対応策を講じて徹底するというよりは、状況に合わせて既読が付かないように工夫をしたり、ある程度あきらめて利用している様子もみられた。

また、**韓国の場合、インタビュー対象者の全員が大学生であることが関係していると思われるが、KakaoTalkの利用において学校関連やレポート関連の負担が生じていることが特徴的であった。**グループトークでレポートに関する打合せをすることが一般化していく中で、議論に参加しないフリーライダーの問題を指摘する声や、授業に関する質問が頻繁にくることに疲れを感じるという意見もあった。

三つ目として、LINE（韓国はKakaoTalk）の利用中断の意向を尋ねるグループ・インタビューでは、LINE（韓国はKakaoTalk）の利用に満足しているため、特にや利用中断を考えていない対象者が大半を占めた。その理由としては、日本の場合は周りの人が使っているから、やめる理由がないから、やめると不便だからなどの意見が挙げられた。また、韓国の場合は、データの使用量、集中力の低下、やりとりへの負担などが理由として挙げられた。韓国の場合、利用中断を考えたことがある対象者が日本より多く、一部の対象者は実際の利用中断を経験していると答えたが、いずれの人でも不便で利用を再開している。総じてLINE（KakaoTalk）の利用による負担や疲れがあるとはいえ、利用中断を考慮するには至っていないようである。



#### 4. 総括

本稿では、若年層のソーシャルメディアの利用状況や利用目的について、特にLINE（日本）とKakaoTalk（韓国）の利用に関する日韓の様相の把握を目的に、グループ・インタビューと質問紙調査（予備調査）を行った。メディア、ソーシャルメディア、LINE・KakaoTalkそれぞれに関する利用状況等を詳細に探った中で、本章では特にグループ・インタビュー結果から得られた特徴的な点を中心にまとめた。

まず、様々な相手との連絡手段（メディア）について、友達との連絡に関しては日韓共にソーシャルメディアのメール機能の利用が最も多く、日本においてはLINE、韓国においてはKakaoTalkが代表的なコミュニケーションツールであった。また、バイト先・ビジネスライクな相手との連絡手段には、日韓共にソーシャルメディアのメール機能を利用しないという点で共通していた一方で、その理由には差異がみられた。日本では目上の相手に対する丁寧な対応・マナーへの考慮の声が最も多く、韓国では、これに加え、親しくない相手に対する個人情報提供への懸念の声が複数あがった。これは日本ではみられなかった、韓国での特徴的な意見であった。家族とのやりとりに関しては、ソーシャルメディアの利用の比率が比較的低く、携帯電話・スマホでの通話の利用が日韓共に最も多かったが、その背景には、家族（主に両親）のスマホやソーシャルメディアに関する利用能力の低さがその一要因となっていた。このように、友だち等の同世代間では積極的に活用されるソーシャルメディアも、多世代や、人間関係に距離がある相手に対してはその利用にブレーキがかかる様子が確認できた。

次に、ソーシャルメディア全般の利用に関しては、日韓共に友達や知り合いとのコミュニケーションにおける活用を主目的としており、他に、暇つぶしで使われる傾向も共通していた。コミュニケーション目的の利用では、実生活（リアル）の友人との関係を充実させる利用の仕方という点では日韓共通していたが、日本ではソーシャルメディアの利用によって友だちの数が増え、幅広く付き合うようになるなど友人関係の広がりがみられた。一方で、韓国では、よりクローズドな利用がなされ、友人関係における新たなネットワークの拡大は比較的小なかった。

利用しているソーシャルメディアの種類は、日本では、LINE以外にFacebook、Twitterの利用が目立ち、韓国ではKakaoTalk以外にFacebookの利用者が多かった。両国共通して利用の多かったFacebookの使い方に関しては、日本では研究や就職活動等のオフィシャルな場面での活用が多かったのに対し、韓国では面白い動画や記事などを探して楽しむ空間として利用するケースが多くみられた。ただし、このような使い方の違いは、大学院生（日本）と学部生（韓国）というグループ・インタビュー対象者の属性の違いが関係している可能性は十分に考えられるだろう。

また、ソーシャルメディア利用の際の本名公開・非公開に対する認識の違いに関して、日本では、公開・非公開を選択可能なオプションの一つとして認識し、必要に応じて使い分けているケースがみられた。例えば、オフィシャルに活用している本名公開のソーシャルメディアでは自分の見せ方に気をつかい、自分を明るく（もしくは有能に）演じる傾向がみられたのに対し、本名非公開のソーシャルメディアでは、本音や面白いネタの公開の場として利用していた。一方の韓国では、本名公開での利用が中心となっており、一部の非公開での利用に関しては、「見るだけ」の使い方をしている場合が多かった。こうした利用の仕方は、匿名であることが悪意のある書き込み、攻撃的な言葉遣いなどの正しくない行為と一緒に語られることが多い韓国文化を反映しているとも考えられる。韓国では、自分の本名を出すことは堂々としているポジティブなイメージ、本名を出さないことは何か隠したいことのあるネガティブなイメージにつながっている。

次に、LINE（日本）とKakaoTalk（韓国）の利用の目的は、日韓共にコミュニケーションでの利用が主目的であり、「便利で手軽」、「周りの人が使っている」ことがその主な理由であった。主に利用する機能も日韓共通しており、1:1トークとグループトーク機能という、まさにコミュニケーション目的を助ける機能の活用が目立った。一方で、使い方の詳細に関しては、日韓で相違点もみられた。たとえば、個人情報公開に関しては、韓国の方が日本よりも自分の本名、電話番号、写真などの個人情報の公開の比率が高かった。これは、韓国においては電話番号の交換によってKakaoTalk上でもつながるという流れが一般的であり、KakaoTalkが実生活での友達とのクローズドなコミュニケーションツールとして利用されている状況が考えられる。また、日本においては、一部の対象者ではあるが、LINEに複数のアカウントを持っていたり、LINE以外のソーシャルメディアもコミュニケーションツールとして併用していることから、LINEに捨てアカウントを作って相手と状況に応じて使い分けるケースもあった。韓国においては、KakaoTalkで複数のアカウントを使用することや、「捨てアカウント」という概念は一般的ではない。前述の通り、日本においてもLINEは身近な友達や知り合いとのコミュニケーションツールとして主に活用されているが、韓国と比較するとよりオープンな使い方がなされていると推測できる。

こうしたLINE（日本）とKakaoTalk（韓国）の利用に関しては、日韓共に負担も感じており、特に「既読チェック機能」に関する負担の割合が日韓共に高かった。日本においては、特に相手から受け取った（既読のついた）メッセージにすぐに返信できないことへの精神的負担を感じる割合が高かった。韓国においては、こうした負担に加え、相手に送ったメッセージが相手に読まれた（既読がついた）にもかかわらず返信が来ないことへの負担・疲れの声が挙げられた。また、学校のレポート関連でKakaoTalk上で起こるトラブルなどによる負担も韓国のみにもみられた特徴的な点であった。ただし、このような負担感がみられたとはいえ、グループ・インタビューの内容から判断する限りでは、これらはLINE（日本）と

KakaoTalk（韓国）の利用中断につながるような重大な問題ではなく、日韓共に、利用から得られる利益と満足の方が大きいと認識しているようである。

以上、グループ・インタビュー調査の結果を中心に、日本と韓国の若年層（大学生・大学院生）におけるソーシャルメディア、特にLINE（日本）とKakaoTalk（韓国）の利用の現実をみてきた。今回のインタビューを中心とした調査では、対象者の人数が限定されているため、ここでみられた利用の様相は一般化できるとは言い難いが、日本と韓国の若者における利用状況の一端を、その背景にある心理や文化等と共に垣間見ることができたと思われる。今後も、現代社会において存在感を強めるソーシャルメディアの利用に関して、他の年層も視野に入れながら、より広い理解に努めたいと考える。

## SNSの利用に関するアンケート調査（単純集計）

※特に断りのない限り、上段に日本調査データ、下段に韓国調査データを記載する。

※特に断りのない限り、調査対象者全員（日本調査N=10、韓国調査N=18）に基づくパーセンテージと人数(括弧内数字)を併記する。

問1. あなたはふだん、家で次の(1)～(6)の機器を使っていますか。また、それらでネットを利用していますか。(1)～(6)のそれぞれについて、

- 1.「機器を使っており、ネットも利用している」
- 2.「機器を使っているが、ネットは利用していない」（※）
- 3.「この機器はない」

のいずれかひとつに○をつけてください。（○はひとつずつ）

また、「1」に○をつけたものについては何歳から利用し始めたかも記入してください。

※「2」は、ネットにつながらない状態で音楽を聴いたり、動画を見たり、ゲームをしたりする場合を指します。

	ネットも利用している	ネットを利用し始めた年齢	ネットは利用していないが、	この機器はない
(1) パソコン(タブレット端末は除く)	100.0(10) → 100.0(18) →	12.1歳(N=10) 9.8歳(N=18)	0.0(0) 0.0(0)	0.0(0) 0.0(0)
(2) タブレット端末 (iPad、Xperia Tablet、Nexus 7など)	20.0(2) → 16.7(3) →	21.0歳(N=2) 23.0歳(N=3)	0.0(0) 0.0(0)	80.0(8) 83.3(15)
(3) スマートフォン	100.0(10) → 100.0(18) →	19.3歳(N=10) 20.2歳(N=18)	0.0(0) 0.0(0)	0.0(0) 0.0(0)
(4) ガラケー (スマートフォン以前の型の携帯電話。PHSを含む。))	20.0(2) → 5.6(1) →	12.5歳(N=2) 15.0歳(N=1)	0.0(0) 0.0(0)	80.0(8) 94.4(17)
(5) 携帯音楽プレイヤー (iPodなど)	0.0(0) → 5.6(1) →	— 13.0歳(N=1)	60.0(6) 27.8(5)	40.0(4) 66.7(12)
(6) ゲーム機 (ニンテンドー3DS、PSP、Wiiなど)	20.0(2) → 5.6(1) →	16.5歳(N=2) 15.0歳(N=1)	30.0(3) 11.1(2)	50.0(5) 83.3(15)

問2. あなたがネットを利用する平日1日の平均時間を、(1)～(6)のそれぞれについてお答えください。利用していない場合は「0」を記入してください。

※ネットの利用にはメールも含まれます。

	平日1日の平均利用時間 全体平均	平日1日の平均利用時間 行為者平均
(1) パソコン(タブレット端末を除く)で	( 322.0) 分くらい(N=10) ( 76.1) 分くらい(N=18)	( 322.0) 分くらい(N=10) ( 80.6) 分くらい(N=17)
(2) タブレット端末(iPad、Xperia Tablet、Nexus 7など)で	( 9.0) 分くらい(N=10) ( 11.7) 分くらい(N=18)	( 45.0) 分くらい(N=2) ( 70.0) 分くらい(N=3)
(3) スマートフォンで	( 243.0) 分くらい(N=10) ( 273.3) 分くらい(N=18)	( 243.0) 分くらい(N=10) ( 273.3) 分くらい(N=18)
(4) ガラケー(スマートフォン以前の型の携帯電話。PHSを含む)で	( 0.0) 分くらい(N=10) ( 1.7) 分くらい(N=18)	( 0.0) 分くらい(N=0) ( 30.0) 分くらい(N=1)
(5) 携帯音楽プレイヤー(iPodなど)	( 21.0) 分くらい(N=10) ( 0.0) 分くらい(N=18)	( 105.0) 分くらい(N=2) ( 0.0) 分くらい(N=0)
(6) ゲーム機(ニンテンドー3DS、PSP、Wiiなど)	( 3.0) 分くらい(N=10) ( 1.7) 分くらい(N=18)	( 30.0) 分くらい(N=1) ( 30.0) 分くらい(N=1)

問3. あなたがネットで、次の(1)～(7)を利用する平日1日の平均時間はどのくらいですか。

a. パソコンやタブレット端末で利用する時間

b. スマートフォンやガラケー(スマートフォン以前の型の携帯電話)で利用する時間

それぞれをお答えください。利用していないものについては「0」を記入してください。

※ネットにつないでいない時間は含めないでください。

※(2)～(4)の「ソーシャルメディア」とは、LINE、Twitter、Facebook、mixiなどを指します。

	a 平日1日の利用時間 パソコンやタブレット端末で		b 平日1日の利用時間 スマートフォンやガラケーで	
	全体平均	利用者平均	全体平均	利用者平均
(1) 動画投稿サイトを見る (YouTube、ニコニコ動画など)	( 80.0)分(N=10) ( 24.2)分(N=18)	(88.9)分(N=9) ( 48.3)分(N=9)	( 11.0)分(N=10) ( 74.7)分(N=18)	( 27.5)分(N=4) ( 96.1)分(N=14)
(2) ソーシャルメディアを見る	( 58.0)分(N=10) ( 13.6)分(N=18)	( 58.0)分(N=10) ( 49.0)分(N=5)	( 59.0)分(N=10) ( 42.2)分(N=18)	( 65.6)分(N=9) (170.7)分(N=15)
(3) ソーシャルメディアに書き込む	( 23.5)分(N=10) ( 6.7)分(N=18)	( 39.2)分(N=6) (120.0)分(N=1)	( 32.0)分(N=10) ( 25.4)分(N=18)	( 35.6)分(N=9) ( 65.4)分(N=7)

(4) ソーシャルメディアで無料通話をする	( 2.0)分(N=10) ( 0.0)分(N=18)	( 10.0)分(N=2) ( 0.0)分(N=0)	( 10.5)分(N=10) ( 2.8)分(N=18)	( 17.5)分(N=6) ( 12.5)分(N=4)
(5) ゲームをする	( 0.0)分(N=10) ( 31.7)分(N=18)	( 0.0)分(N=0) ( 81.4)分(N=7)	( 8.5)分(N=10) ( 32.8)分(N=18)	( 21.3)分(N=4) ( 65.6)分(N=9)
(6) ニュースサイトを見る	( 27.5)分(N=10) ( 12.8)分(N=18)	( 39.3)分(N=7) ( 46.0)分(N=5)	( 31.5)分(N=10) ( 54.4)分(N=18)	( 39.4)分(N=8) ( 61.3)分(N=16)
(7) ブログを見る	( 11.0)分(N=10) ( 8.9)分(N=18)	( 18.3)分(N=6) ( 26.7)分(N=6)	(150.0)分(N=10) ( 20.6)分(N=18)	( 21.4)分(N=7) ( 37.1)分(N=10)

問4. あなたがふだん、次のa～cの相手と最もよくとる連絡手段を、(1)～(6)の中からいずれか1つ選んで○をつけてください。(○は1つずつ)

	(1) 携帯電話・スマホでの通話	(2) ソーシャルメディア(LINE等の無料通話アプリでの通話	(3) ソーシャルメディア(LINE等の)のメール機能	(4) SMS (ショートメッセージサービス)	(5) SMS 以外のモバイルからのメール	(6) パソコンからのメール
a. 家族	60.0(6) 77.8(14)	0.0(0) 0.0(0)	20.0(2) 16.7(3)	10.0(1) 5.6(1)	10.0(1) 0.0(0)	0.0(0) 0.0(0)
b. 親しい友達	0.0(0) 5.6(1)	10.0(1) 0.0(0)	90.0(9) 94.4(17)	0.0(0) 0.0(0)	0.0(0) 0.0(0)	0.0(0) 0.0(0)
c. バイト先の人・ビジネスライクな付き合いの相手	0.0(0) 27.8(5)	0.0(0) 0.0(0)	30.0(3) 22.2(4)	10.0(1) 44.4(8)	0.0(0) 0.0(0)	60.0(6) 5.6(1)

問5. あなたはスマートフォンを利用していますか。(○は1つ)

	日本	韓国		日本	韓国
(1) <u>利用している</u>	100.0(10)	100.0(18)	(2) <u>利用していない</u>	0.0(0)	0.0(0)
↓ 【問6以降も回答してください】			→ 【5ページ問8へお進みください】		

問6. あなたがスマートフォンを使い始めた後、それ以前より減った時間はありますか。次の中からあてはまるものをいくつでもお選びください。(○はいくつでも)

あてはまるものがなければ、「15(1～14であてはまるものはない)」に○をつけてください。

	日本	韓国		日本	韓国
1. 勉強の時間	30.0(3)	55.6(10)	9. 本を読む時間	60.0(6)	72.2(13)
2. 部活・サークルの時間	0.0(0)	0.0(0)	10. マンガや雑誌を読む時間		

3. アルバイトの時間	0.0(0)	0.0(0)		40.0(4)	38.9(7)
4. 食事の時間	0.0(0)	5.6(1)	11. テレビを見る時間	70.0(7)	55.6(10)
5. 睡眠時間	40.0(4)	77.8(14)	12. 家族と話す時間	0.0(0)	22.2(4)
6. 家事（炊事、掃除、洗濯 など）の時間	0.0(0)	5.6(1)	13. 友だちと会う時間	0.0(0)	0.0(0)
7. 外へ遊びに出かける時間	0.0(0)	0.0(0)	14. その他（具体的に）	0.0(0)	0.0(0)
8. 趣味に使う時間	10.0(1)	38.9(7)	15. 1～14であてはまるもの はない	10.0(1)	5.6(1)

問7. 最近あなたがネットを利用する時間は、スマートフォンを持ち始めたときと比べて増えていますか。それとも減っていますか。（○は1つ）

※ネットの利用はメールも含みます。またここではパソコン・スマートフォン・ガラケー（従来型携帯電話）などの別を問わず、ネットをする時間全体でお考えください。

日本 韓国		日本 韓国		日本 韓国	
1. 増えている	90.0(9) 94.4(17)	2. 変わらない	10.0(1) 5.6(1)	3. 減っている	0.0(0) 0.0(0)

問8. あなたが現在ネットを利用する中で、次のようなことはどの程度ありますか。（1）～（20）のそれぞれについて、1つずつ選びください。（○は1つずつ）

	ま た く な い	め た に な い	あ る と き ど き	よ く あ る	い つ も あ る
（1）気がつくと、思っていたより長い時間ネットをしていることがある	0.0(0) 5.6(1)	0.0(0) 0.0(0)	20.0(2) 44.4(8)	30.0(3) 44.4(8)	50.0(5) 5.6(1)
（2）ネットを長く利用していたために、家庭での役割や家事(炊事、掃除、洗濯など)をおろそかにすることがある	10.0(1) 11.1(2)	50.0(5) 55.6(10)	20.0(2) 27.8(5)	20.0(2) 0.0(0)	0.0(0) 5.6(1)
（3）家族や友だちと過ごすよりも、ネットを利用したいと思うことがある	30.0(3) 50.0(9)	30.0(3) 33.3(6)	30.0(3) 16.7(3)	10.0(1) 0.0(0)	0.0(0) 0.0(0)
（4）ネットで新しく知り合いを作ることがある	20.0(2) 38.9(7)	30.0(3) 16.7(3)	40.0(4) 33.3(6)	10.0(1) 11.1(2)	0.0(0) 0.0(0)
（5）周りの人から、ネットを利用する時間や回数について文句を言われたことがある	50.0(5) 50.0(9)	20.0(2) 22.2(4)	20.0(2) 22.2(4)	0.0(0) 5.6(1)	10.0(1) 0.0(0)
（6）ネットをしている時間が長くて、学校の成績や学業に支障をきたすことがある	20.0(2) 22.2(4)	60.0(6) 44.4(8)	20.0(2) 27.8(5)	0.0(0) 5.6(1)	0.0(0) 0.0(0)

無  
回  
答



(7) ネットが原因で、勉強の 能率に悪影響が出ることが ある	0.0(0) 11.1(2)	10.0(1) 16.7(3)	60.0(6) 55.6(10)	10.0(1) 11.1(2)	20.0(2) 5.6(1)
(8) 他にやらなければならない ことがあっても、まず先 にソーシャルメディア (LINE, Facebookなど) や メールをチェックするこ とがある	20.0(2) 22.2(4)	0.0(0) 16.7(3)	20.0(2) 22.2(4)	30.0(3) 33.3(6)	30.0(3) 5.6(1)
(9) 人にネットで何をしてい るのか聞かれたとき、いい わけをしたり、隠そうとし たりすることがある	30.0(3) 50.0(9)	20.0(2) 38.9(7)	40.0(4) 5.6(1)	10.0(1) 5.6(1)	0.0(0) 0.0(0)
(10) 日々の生活の問題から気 をそらすために、ネットで 時間を過ごすことがある	10.0(1) 50.0(9)	20.0(2) 16.7(3)	30.0(3) 33.3(6)	30.0(3) 0.0(0)	10(1) 0.0(0)
(11) 気がつけば、また次のネ ット利用を楽しみにして いることがある	10.0(1) 38.9(7)	20.0(2) 27.8(5)	40.0(4) 33.3(6)	30.0(3) 0.0(0)	0.0(0) 0.0(0)
(12) ネットのない生活は、退 屈で、むなしく、わびしい だろうと不安に思うこと がある	20.0(2) 5.6(1)	10.0(1) 22.2(4)	40.0(4) 50.0(9)	10.0(1) 22.2(4)	20.0(2) 0.0(0)
(13) ネットをしている最中に 誰かに邪魔をされると、い らいしたり、怒ったり、 言い返したりすることが ある	50.0(5) 16.7(3)	30.0(3) 66.7(12)	20.0(2) 16.7(3)	0.0(0) 0.0(0)	0.0(0) 0.0(0)
(14) 夜遅くまでネットをする ことが原因で、睡眠時間が 短くなっている	10.0(1) 5.6(1)	20.0(2) 16.7(3)	0.0(0) 50.0(9)	50.0(5) 16.7(3)	20.0(2) 11.1(2)
(15) ネットをしていないとき でも、ネットのことを考え てぼんやりしたり、ネット をしているところを空想 したりすることがある	70.0(7) 66.7(12)	10.0(1) 27.8(5)	10.0(1) 5.6(1)	0.0(0) 0.0(0)	0.0(0) 0.0(0)
(16) ネットをしているとき 「あと数分だけ」と自分で 言い訳していることがある	40.0(4) 5.6(1)	10.0(1) 16.7(3)	10.0(1) 38.9(7)	20.0(2) 33.3(6)	20.0(2) 5.6(1)
(17) ネットをする時間や回数 を減らそうとしても、でき ないことがある	10.0(1) 16.7(3)	20.0(2) 33.3(6)	60.0(6) 27.8(5)	0.0(0) 16.7(3)	10.0(1) 5.6(1)
(18) ネットをしている時間や 回数を、人に隠そうとする ことがある	50.0(5) 61.1(11)	20.0(2) 38.9(7)	30.0(3) 0.0(0)	0.0(0) 0.0(0)	0.0(0) 0.0(0)

10.0(1)

(19) 誰かと外出するより、ネットを利用することを選ぶことがある	50.0(5) 72.2(13)	40.0(4) 16.7(3)	0.0(0) 5.6(1)	10.0(1) 5.6(1)	0.0(0) 0.0(0)
(20) ネットをしている時は何ともないが、ネットをしていない時はイライラしたり、憂うつな気持ちになったりする	90.0(9) 55.6(10)	10.0(1) 27.8(5)	0.0(0) 11.1(2)	0.0(0) 5.6(1)	0.0(0) 0.0(0)

問9. あなたはネットの利用で、以下のような経験をしたり、あてはまると感じたりしたことがありますか。それぞれについて「はい」か「いいえ」でお答えください。（○は1つつ）

	はい	いいえ
(1) ネット利用が原因で、何度か学校をずる休みしたことがある	10.0(1) 5.6(1)	90.0(9) 94.4(17)
(2) ネット利用が原因で、長期にわたる不登校や休学を経験したことがある	0.0(0) 0.0(0)	100.0(10) 100.0(18)
(3) ネット利用が原因で、健康を損ね病院にかかったことがある	0.0(0) 0.0(0)	100.0(10) 100.0(18)
(4) ネット利用が原因で、試験に失敗した	10.0(1) 11.1(2)	90.0(9) 88.9(16)
(5) ネット利用が原因で、友だちを失った	0.0(0) 5.6(1)	100.0(10) 94.4(17)
(6) 起きている間中、ずっとスマートフォンでネットを利用している	20.0(2) 38.9(7)	80.0(8) 61.1(11)
(7) ひまさえあれば、スマートフォンでネットを利用している	80.0(8) 100.0(18)	20.0(2) 0.0(0)
(8) 自分はネット依存だと思う	50.0(5) 27.8(5)	50.0(5) 72.2(13)

問10. あなたは使用する機器を問わず、(1)～(6)のようなソーシャルメディアを利用していますか。それぞれについて、「見るだけ」「書込みもする」「利用していない」のいずれかひとつに○をつけてください。（○はひとつずつ）

また、「見るだけ」「書込みもする」のいずれかに○をつけたものについては、平日1日の平均利用時間も記入してください。

	見るだけ	書込みもする	平日1日の平均利用時間	利用していない
(1) 日本：LINE（ライン） 韓国：KakaoTalk （カカオトーク）	0.0(0) 0.0(0)	100.0(10) 100.0(18)	→約(159.5)分(N=10) 約(203.3)分(N=18)	0.0(0) 0.0(0)
(2) Twitter（ツイッター）	20.0(2) 0.0(0)	60.0(6) 11.1(2)	→約(30.6)分(N=8) 約(210.0)分(N=2)	20.0(2) 88.9(16)

(3) Facebook (フェイスブック)	20.0(2) 50.0(9)	70.0(7) 27.8(5)	→約( 58.3)分(N=9) 約( 65.4)分(N=14)	10.0(1) 22.2(4)
(4) 日本: mixi(ミクシィ)  韓国: Instagram (インスタグラム)	20.0(2)  27.8(5)	0.0(0)  11.1(2)	→約( 0.0)分(N=1) 無回答(N=1) 約( 56.4)分(N=7)	80.0(8)  61.1(11)
(5) 日本: KakaoTalk (カカオトーク) 韓国: LINE(ライン)	0.0(0)  0.0(0)	0.0(0)  0.0(0)	→約( 0)分(N=0)  約( 0)分(N=0)	100.0(10)  100.0(18)
(6) (1)~(5)以外のソーシャルメディア	0.0(0) 22.2(4)	20.0(2) 16.7(3)	→約( 17.5 )分(N=2) 約( 108.6)分(N=7)	80.0(8) 61.1(11)

問11. あなたは、次のような時にソーシャルメディアを使うことがありますか。あてはまるものにいくつでも○をつけてください。(○はいくつでも)  
1~15にあてはまらなければ「16(1~15はあてはまらない)」に○をつけてください。

日本	韓国	日本	韓国	日本	韓国
1. 起床直後 60.0(6)	72.2(13)	6. 学校の休み時間 90.0(9)	88.9(16)	12. 交通手段(バス・電車)での移動中 100.0(10)	100.0(18)
2. 就寝前 100.0(10)	94.4(17)	7. 自宅で勉強しながら 70.0(7)	61.1(11)	13. 誰かと話しながら 40.0(4)	38.9(7)
3. テレビを見ながら 50.0(5)	44.4(8)	8. 入浴中 10.0(1)	5.6(1)	14. 待機時間(たとえばエレベーターを待つ間) 90.0(9)	66.7(12)
4. 食事中 20.0(2)	38.9(7)	9. トイレの中 60.0(6)	66.7(12)	15. 映画館の中 10.0(1)	11.1(2)
5. 授業中 60.0(6)	50.0(9)	10. 歩きながら 40.0(4)	44.4(8)	16. 1~15はあてはまらない 0.0(0)	0.0(0)
		11. 自転車に乗りながら 10.0(1)	0.0(0)		

問12. あなたがソーシャルメディアでよくやりとりする相手の人数はどのくらいですか。  
(1)~(6)のそれぞれについてお答えください。いない場合は「0」を記入してください。

	人数	
	全体平均	行為者平均
(1) 家族	( 0.9)人 (N=10) ( 2.3)人 (N=18)	( 1.5)人 (N=6) ( 2.6)人 (N=16)
(2) 今通っている学校の友だち	( 13.3)人 (N=10) ( 10.1)人 (N=18)	( 13.3)人 (N=10) ( 10.1)人 (N=18)
(3) 以前通っていた学校の友だち(今は別々の学校)	( 12.3)人 (N=10) ( 7.7)人 (N=18)	( 12.3)人 (N=10) ( 7.7)人 (N=18)

(4) 学校外の活動（塾、クラブ活動、趣味の活動など）を通じて知り合った友だち	( 7.2)人 (N=10) ( 3.6)人 (N=18)	( 7.2)人 (N=10) ( 4.3)人 (N=15)
(5) ソーシャルメディア上で初めて知り合い、実際に会ったこともある友だち	( 0.3)人 (N=10) ( 0.4)人 (N=18)	( 1.5)人 (N=2) ( 4.0)人 (N=2)
(6) ソーシャルメディア上だけの友だち	( 0.3)人 (N=10) ( 11.8)人 (N=18)	( 3.0)人 (N=1) ( 71.0)人 (N=3)

問13. あなたがソーシャルメディアを利用する理由・目的は何ですか。次の中からあてはまるものにいくつでも○を付けてください。（○はいくつでも）  
選んだ番号のうち、最大の理由・目的を1つだけ右の欄に記入してください。

【1～14の該当する番号に○を付けてから右の枠に番号を1つ記入】

日本	韓国	
100.0(10)	100.0(18)	1. 友だちや知り合いとコミュニケーションをとるため
10.0(1)	0.0(0)	2. 新たな友だちをつくるため
80.0(8)	88.9(16)	3. 学校・部活動などの事務的な連絡のため
70.0(7)	77.8(14)	4. 学校の勉強・課題について話し合い、意見を共有するため
80.0(8)	50.0(9)	5. 周囲の人も使っているため
70.0(7)	33.3(6)	6. 自分の近況や気持ちを知ってもらうため
100.0(10)	66.7(12)	7. 友だちの近況を知るため
0.0(0)	27.8(5)	8. 有名人の近況を知るため
70.0(7)	50.0(9)	9. 世の中の出来事に関する他の人の意見を知るため
60.0(6)	50.0(9)	10. 情報収集のため
40.0(4)	38.9(7)	11. 写真・動画などを気軽に投稿・シェアできるため
70.0(7)	72.2(13)	12. ひまつぶしのため
10.0(1)	27.8(5)	13. ストレス解消のため
20.0(2)	11.1(2)	14. 現実から逃れるため
10.0(1)	5.6(1)	15. スタンプがかわいいから
50.0(5)	77.8(14)	16. グループトークができるから
20.0(2)	33.3(6)	17. 企業から情報を得るため
0.0(0)	11.1(2)	18. その他

ソーシャルメディア  
を利用する最大の理由・  
目的の番号を1つ記入

日本 韓国

1番 70.0(7) 72.2(13)

5番 10.0(1) 0.0(0)

9番 — 5.6(1)

10番 20.0(2) —

12番 — 11.1(2)

16番 — 5.6(1)

18番 — 5.6(1)

問14. あなたは、ソーシャルメディアで友だちとのやり取りがつづいている時、どのようにして終わらせますか。次の中からあてはまるものにいくつでも○を付けてください。（○はいくつでも）

	日本	韓国
1. 自分がやめようと思った時点で「やめる」と伝える	50.0(5)	38.9(7)
2. わざと返事をせず、一方的に終わらせる	90.0(9)	61.1(11)

3. 勉強・食事・風呂・睡眠などを口実にする	70.0(7)	50.0(9)
4. 「親に注意された」「親に呼ばれた」など、親を口実にする	0.0(0)	0.0(0)
5. 「そろそろ出かける時間だから」など、他の予定があることを口実にする	40.0(4)	16.7(3)
6. 何気ない言葉や絵文字・スタンプなどを使って、それとなくやめたいことをにおわせる	40.0(4)	66.7(12)
7. 「そろそろ眠たくない？」などと気づかうことで、相手から言い出すようにしむける	0.0(0)	16.7(3)
8. 相手が「やめよう」と言い出すまで、自分からは何も言い出せない	20.0(2)	0.0(0)
9. その他（具体的に	）	0.0(0) 22.2(4)

問15. あなたは、ソーシャルメディアを使っていて以下のようなことを経験したことはありますか。経験したことがあるものにいくつでも○をつけてください。（○はいくつでも）  
1～9にあてはまるものがなければ「10(1～9であてはまるものはない)」に○をつけてください。

	日本	韓国
1. あなたに対して直接悪口を書かれた	0.0(0)	0.0(0)
2. 知らないところであなたの悪口を書かれた	20.0(2)	0.0(0)
3. あなたが書いたメッセージに対して、嫌な書き込みをされた	10.0(1)	5.6(1)
4. 知らない人から「会いたい」などのメッセージが来た	50.0(5)	16.7(3)
5. 相手が、自分の年齢や性別をいつわって、書き込みをしてきた	0.0(0)	0.0(0)
6. 自分の個人情報や写真などを無断で流された	10.0(1)	5.6(1)
7. 自分の名前やIDを、なりすましで使われた	0.0(0)	0.0(0)
8. やりとりをしている相手とけんかになった	30.0(3)	5.6(1)
9. いじめにあったり、無視（シカト）されたりした	0.0(0)	0.0(0)
10. 1～9であてはまるものはない	30.0(3)	66.7(12)

問16. あなたはソーシャルメディアを使うようになってから、友だちや親との関係に変化を感じますか。それぞれについて、あてはまるものにいくつでも○をつけてください。（○はいくつでも）  
1～10にあてはまるものがなければ「11(1～10であてはまるものはない)」に○をつけてください。

	日本	
<b>韓国</b>		
1. 友だちとのつきあいが深くなった	30.0(3)	22.2(4)
2. 色々な友だちと幅広くつきあうようになった	70.0(7)	22.2(4)
3. 友だちの数が増えた	40.0(4)	5.6(1)
4. 携帯電話を通じて友だちに縛られるようになった	20.0(2)	5.6(1)
5. 友だちとのやり取りに気をつかうことが多くなった	50.0(5)	44.4(8)
6. 友だちとのやり取りが気になって他のことに集中できなくなった	10.0(1)	5.6(1)
7. 自分の気持ちについて、より積極的に表現できるようになった	10.0(1)	11.1(2)
8. 親とホンネで話ができるようになった	0.0(0)	5.6(1)
9. 携帯電話を通じて親に縛られるようになった	0.0(0)	0.0(0)

10. 親に注意されることが多くなった	0.0(0)	5.6(1)
11. 1～10であてはまるものはない	10.0(1)	27.8(5)

問17. あなたは、次の(1)～(8)の情報について、「a. LINE(日本)／KakaoTalk(韓国)」もしくは「b. LINE(日本)／KakaoTalk(韓国)以外のソーシャルメディア」を利用する際に公開していますか。あてはまるものにいくつでも○をつけてください。(○はいくつでも)

	a. LINE／ KakaoTalk で公開	b. LINE／ KakaoTalk 以外のソー シャルメデ ィアで公開	c. この情報 は公開して いない
(1) 自分の本名（フルネーム）	50.0(5) 72.2(13)	80.0(8) 72.2(13)	0.0(0) 0.0(0)
(2) 自宅の住所	0.0(0) 0.0(0)	10.0(1) 0.0(0)	90.0(9) 100.0(18)
(3) 自分の電話番号	10.0(1) 50.0(9)	20.0(2) 38.9(7)	80.0(8) 38.9(7)
(4) 自分のメールアドレス	0.0(0) 11.1(2)	50.0(5) 38.9(7)	50.0(5) 55.6(10)
(5) ソーシャルメディアのID	30.0(3) 38.9(7)	20.0(2) 38.9(7)	50.0(5) 33.3(6)
(6) 自分の通う学校名	0.0(0) 5.6(1)	100.0(10) 77.8(14)	0.0(0) 16.7(3)
(7) 自分の写真	30.0(3) 61.6(11)	90.0(9) 66.7(12)	10.0(1) 11.1(2)
(8) 友だちと一緒に写った写真	0.0(0) 50.0(9)	90.0(9) 72.2(13)	10.0(1) 5.6(1)

問18. あなたは、「a. 自分の本名（フルネーム）を公開しているソーシャルメディア」と「b. 自分の本名（フルネーム）を公開していない（匿名の）ソーシャルメディア」について、以下の(1)～(8)があてはまりますか。あてはまるものに○をつけてください。

	a. 自分の本名 を公開して いるソーシ ャルメディ ィア	b. 本名を公 開してい ない(匿名) ソーシャル メディア	c. どちら にもあて はまらない
(1) 自分の意見を強く主張できる	10.0(1) 27.8(5)	30.0(3) 55.6(10)	60.0(6) 27.8(5)
(2) ソーシャルメディア上の相手とのやりとり に慎重になる	90.0(9) 88.9(16)	30.0(3) 0.0(0)	10.0(1) 11.1(2)
(3) 自分の意見や写真、動画を頻繁に投稿 する	10.0(1) 38.9(7)	40.0(4) 5.6(1)	50.0(5) 61.1(11)

(4) ソーシャルメディア上の相手からの問いかけに速やかに返信する	50.0(5) 44.4(8)	30.0(3) 16.7(3)	40.0(4) 44.4(8)
(5) ふだん(リアル)より明るい感じに振る舞う	40.0(4) 22.2(4)	20.0(2) 11.1(2)	50.0(5) 72.2(13)
(6) ふだん(リアル)より有能に振る舞う	40.0(4) 11.1(2)	0.0(0) 11.1(2)	60.0(6) 83.3(15)
(7) ふだん(リアル)のままの自分で接する	30.0(3) 72.2(13)	40.0(4) 16.7(3)	40.0(4) 22.2(4)
(8) ソーシャルメディア上の人間関係にストレスを感じる	30.0(3) 22.2(4)	0.0(0) 0.0(0)	70.0(7) 77.8(14)

問19. あなたは「a. LINE(日本)／KakaoTalk (韓国)」もしくは「b. LINE(日本)／KakaoTalk (韓国) 以外のソーシャルメディア」を利用する際に、悩んだり負担に感じたりすることはありますか。あてはまるものに○をつけてください。

	a. LINE／ KakaoTalk	b. LINE／ KakaoTalk 以外のソー シャルメデ ィア	c.あては まらない
(1)ソーシャルメディア内の人間関係	10.0(1) 22.2(4)	10.0(1) 16.7(3)	90.0(9) 61.1(11)
(2)ひんぱんにメッセージを投稿しなければいけないような気がする	30.0(3) 44.4(8)	10.0(1) 5.6(1)	60.0(6) 50.0(9)
(3)友だちのメッセージをチェックすること	40.0(4) 72.2(13)	30.0(3) 0.0(0)	40.0(4) 22.2(4)
(4)自分の個人情報やプライベートな事柄をどこまで書いてよいものか悩む	0.0(0) 16.7(3)	60.0(6) 44.4(8)	40.0(4) 38.9(7)
(5)他人の個人情報やプライベートな事柄をどこまで書いてよいものか悩む	0.0(0) 16.7(3)	70.0(7) 38.9(7)	30.0(3) 44.4(8)
(6)悪意のあるコメントや荒らしが来ること	0.0(0) 5.6(1)	0.0(0) 5.6(1)	100.0(10) 88.9(16)
(7)見ていない間に自分の悪口が書かれていないか心配になる	0.0(0) 5.6(1)	20.0(2) 11.1(2)	80.0(8) 83.3(15)
(8)知りたくもないのに人の行動がわかってしまうこと	0.0(0) 11.1(2)	50.0(5) 66.7(12)	50.0(5) 27.8(5)
(9)メッセージを読んだことがわかる機能(「既読チェック」など)があること	80.0(8) 94.4(17)	30.0(3) 0.0(0)	10.0(1) 5.6(1)
(10)メッセージがきたらすぐに返事を書かなければいけないこと	50.0(5) 83.3(15)	20.0(2) 0.0(0)	50.0(5) 16.7(3)
(11) 友だちとのやりとりをなかなか終わらせられないこと	10.0(1) 38.9(7)	0.0(0) 0.0(0)	90.0(9) 61.1(11)



(12)自分が書いてしまった内容について、後から「あれで良かったか」などと悩む	70.0(7) 5.6(1)	70.0(7) 44.4(8)	10.0(1) 55.6(10)
(13)自分の書いたメッセージに反応がないこと	40.0(4) 38.9(7)	60.0(6) 22.2(4)	20.0(2) 44.4(8)
(14)意味のないメッセージが多すぎる	20.0(2) 38.9(7)	20.0(2) 22.2(4)	80.0(8) 38.9(7)
(15)スタンプを利用したコミュニケーションで誤解が発生するのではないかと心配	20.0(2) 16.7(3)	0.0(0) 5.6(1)	80.0(8) 77.8(14)
(16)ソーシャルメディアの利用で寝る時間が遅くなっている	20.0(2) 38.9(7)	60.0(6) 50.0(9)	40.0(4) 22.2(4)
(17)時間に関係なく連絡がくること	40.0(4) 38.9(7)	10.0(1) 11.1(2)	60.0(6) 50.0(9)
(18)学校の勉強や課題に関する質問・連絡がくること	10.0(1) 66.7(12)	10.0(1) 5.6(1)	80.0(8) 27.8(5)

問20. LINE(日本)／KakaoTalk(韓国)が提供する次のサービスや連携アプリの中で、利用頻度の高い順番に3つ選び、順位(1位～3位)を記入してください。

	順位(1位～3位まで記入)
(1) トーク(1対1)	( )位
(2) グループトーク	( )位
(3) 音声通話	( )位
(4) ビデオ通話	( )位
(5) タイムライン／Kakao Story	( )位
(6) ゲーム	( )位
(7) LINE camera／Kakao Music	( )位
(8) LINE Card／Kakao Topic	( )位
(9) LINE Q／Kakao Page	( )位
(10) その他( )	( )位

【LINE(日本)】

	1:1 トーク	グルー プトーク	音声 通話	ビデオ 通話	タイム ライン	ゲーム	LINE camera	LINE Card	LINE Q	その他
1 位	60.0(6)	40.0(4)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)
2 位	40.0(4)	50.0(5)	10.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)
3 位	0.0(0)	10.0(1)	50.0(5)	10.0(1)	0.0(0)	10.0(1)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	20.0(2)

【KakaoTalk(韓国)】

	1:1 トーク	グルー プトーク	音声 通話	ビデ オ通 話	Kakao Story	ゲーム	Kakao Music	Kakao Topic	Kakao Page	その 他
1 位	55.6(10)	44.4(8)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)
2 位	38.9(7)	44.4(8)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	16.7(3)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)
3 位	5.6(1)	11.1(2)	38.9(7)	0.0(0)	16.7(3)	27.8(5)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)

問21. LINE(日本)／KakaoTalk(韓国)を利用して利用中断を考えたことがありますか。

	日本	韓国		日本	韓国
1. 考えたことがある	10.0(1)	38.9(7)	2. 考えたことがない	90.0(9)	61.1(11)

問 22. 次のうち、個人に関する情報なので、ネット上で公開したり、知らない人に教えたりしないほうが良いものはどれですか。(○はいくつでも)

	日本	韓国		日本	韓国
1.自分の本名(フルネーム)	30.0(3)	33.3(6)	2.自分の電話番号	100.0(10)	83.3(15)
3.自分のメールアドレス	40.0(4)	50.0(9)	4.自分のニックネーム	0.0(0)	0.0(0)
5.自分の通う学校名	0.0(0)	50.0(9)	6.自分がよく使うコンビニの店名	40.0(4)	38.9(7)

問23. ふだん、次の(1)～(11)の時間はどのくらいありますか。平日1日の平均時間をそれぞれお答えください。※それぞれ行っていない場合は「0」を記入してください。

	平日1日の平均時間			平日1日の平均時間	
	全体平均	行為者平均		全体平均	行為者平均
(1) 学校の時間	(207.0)分(N=10) (314.7)分(N=18)	(207.0)分(N=10) (333.2)分(N=17)	(7)マンガや雑誌を読む時間	(6)分(N=10) (1.4)分(N=18)	(30.0)分(N=2) (12.5)分(N=2)
(2) 通学の時間	(66.0)分(N=10) (68.9)分(N=18)	(66.0)分(N=10) (77.5)分(N=16)	(8)テレビを見る時間	(31.5)分(N=10) (56.1)分(N=18)	(45.0)分(N=7) (72.1)分(N=14)
(3) サークル活動の時間	(3.5)分(N=10) (16.7)分(N=18)	(17.5)分(N=2) (150.0)分(N=2)	(9)睡眠時間	(412.0)分(N=10) (404.4)分(N=18)	(412.0)(N=10) (404.4)(N=18)

(4)勉強 する時 間(学校 の授業 を除く)	(139.0)分(N=10) ( 80.0)分(N=18)	(139.0)分(N=10) ( 84.7)分(N=17)	(10)友だ ちと顔 を合 わせて話 す時間	( 92.0)分(N=10) (110.0)分(N=18)	( 92)分(N=10) (110.0)分(N=18)
(5)本を読 む時間	( 91.0)分(N=10) ( 7.2)分(N=18)	( 91.0)分(N=10) ( 26.0)分(N=5)	(11) 家族 と顔を合 わせて話 す時間	( 27.0)分(N=10) ( 42.2)分(N=18)	( 90)分 (N=3) ( 54.3)分(N=14)
(6)新聞を 読む時間	( 10.5)分(N=10) ( 6.1)分(N=18)	( 26.3)分(N=4) ( 18.3)分(N=6)			

問24. あなたには自分専用の部屋がありますか。(○は1つ)

	日本	韓国		日本	韓国
1. ある	100.0(10)	77.8(14)	2. ない	0.0(0)	22.2(4)