



Tokyo Gakugei University Repository

東京学芸大学リポジトリ

<http://ir.u-gakugei.ac.jp/>

Title	マッチングサービス・アプリの大学生の利用実態と影響要因( fulltext )
Author(s)	原口,伶泉; 竹鼻,ゆかり
Citation	東京学芸大学紀要. 芸術・スポーツ科学系, 71: 151-162
Issue Date	2019-10-31
URL	<a href="http://hdl.handle.net/2309/152082">http://hdl.handle.net/2309/152082</a>
Publisher	東京学芸大学学術情報委員会
Rights	

## マッチングサービス・アプリの大学生の利用実態と影響要因

原 口 伶 泉<sup>\*1</sup>・竹 鼻 ゆかり<sup>\*2</sup>

養護教育分野

(2019年6月19日受理)

HARAGUCHI, R. and TAKEHANA, Y.: Current status and factors affecting matching service application use by university students. Bull. Tokyo Gakugei Univ. Division of Arts and Sports Sciences., 71: 151-162. (2019) ISSN 2434-9399

### Abstract

[Background] In recent years, the use of matching service applications and dating applications intended to meet lovers through exchanges on the internet has expanded to younger people such as university students. Prevention of their involvement in dangerous situations requires identification of the current status of use and factors affecting matching service use by university students.

[Purpose] This study was designed to identify the current status and factors affecting the use of matching service application by university student.

[Method] Using the Google Forms, a questionnaire was sent to 162 university students asking them to report the current status of matching service application usage, attitudes about applications such as awareness of dangers and experiences of dangerous behavior in smartphone usage, etc. The effective response rate was 100%.

[Result] The awareness of the application was 89%, with 28% interested, 19% willingness to use, and 15% experienced. The purpose of use was “love or love activity” by 65%. Of the application users, 42% actually met the people they met in the applications; and 50% of those who met had a sexual relationship.

Path analysis results show that the factors directly affecting [experience in use] were [willingness to use], [impression that a serious encounter can be made], and [self-efficacy of sexuality]. In addition, [interest] and [cognizance of risk] indirectly affected [experience in use] through [willingness to use].

[Conclusions] University students' tendency to rely on the internet to form interpersonal relationships has been assumed as a lover in the future. Furthermore, some difficulties with attitudes of university students and other young people in forming interpersonal relationships are clear.

Keywords: matching service applications, dating applications, university student

*Department of School Health Care and Health Education, Tokyo Gakugei University, 4-1-1 Nukuikita-machi, Koganei-shi, Tokyo 184-8501, Japan*

---

\*1 アレセイア湘南中学高等学校 (253-0031 茅ヶ崎市富士見町 5-2)

\*2 東京学芸大学 芸術・スポーツ科学系 養護教育講座 (184-8501 小金井市貫井北町 4-1-1)

**要旨:**

背景：近年、インターネット上の交流で恋人に出会うことを目的とするマッチングサービス・アプリの利用は、大学生などの若年層にも拡大している。今後、彼らが事件事故に巻き込まれないためには、利用実態や影響要因を明らかにする必要がある。

目的：本研究の目的は、大学生のマッチングサービス・アプリの利用実態と利用に影響する要因を明らかにすることである。

方法：大学生162名を対象に、マッチングサービス・アプリの利用実態やアプリの利用意欲、危険性の認知などアプリのイメージ、スマートフォン利用における危険行動の経験、等に関する質問紙調査をGoogleフォームにより行った。有効回答率は100%であった。

結果：アプリの認知度は89%であり、興味を持つ者は28%、利用意欲を持つ者は19%、利用した経験がある者は15%であった。利用目的は「恋愛・恋活」65%であった。利用経験者のうち、42%がアプリで知り合った人と実際に面会しており、面会経験者の50%は面会者とセックスフレンドの関係を築いていた。

パス解析の結果、【マッチングサービス・アプリの利用経験】に直接影響を及ぼす要因は【マッチングサービス・アプリの利用意欲】、【イメージ-出会いの真剣さ】、【性に対する自己効力感】であり、【マッチングサービス・アプリへの興味】のあること、【イメージ-危険性の認知】のないことは、【マッチングサービス・アプリの利用意欲】を介して間接的に【マッチングサービス・アプリの利用経験】に影響していた。

結論：大学生の対人関係作りをインターネット上の交流に依存する傾向が、今後、恋人探しにおいても想定され、大学生をはじめとする若者の対人関係作りの姿勢への課題が明らかになった。

**1. はじめに**

平成29年度の調査では、青少年のスマートフォン利用率は60.4%となっており、その内訳は、小学生29.9%、中学生58.1%、高校生95.9%であり、スマートフォンアプリは全世代が手軽に利用できるものとなった。また、若者が相手と正面から対峙してコミュニケーションを行うような対人関係をもつことを嫌う・恐れる・苦手とするようになってきているという報告<sup>2)</sup>があり、今後、恋人探しをインターネットに依存する傾向が大きくなると予想される。このことから、出会い系アプリの現状を把握し、危険予防のための方策や、今の若者の課題を検討し、新たな教育の視点を考察する必要がある。

出会い系アプリは、現在、世界的に流行しており、「出会い系アプリ」というキーワードのGoogle検索数は2016年頃から年々増加している<sup>3)</sup>。出会い系アプリとは、一般的にインターネット上の交流で恋人に出会うことを目的とするアプリである。出会い系アプリは、マッチングアプリの一種で、オンライン上でニーズのあるもの同士を結びつけるアプリの1つであり、スマートフォンアプリやインターネットで利用することができる。出会い系アプリは、恋活アプリ、婚活アプリ、デーティングアプリ、マッチングアプリ、マッチングサービス・アプリと多くの呼称があるが、本研究ではそれらを総称して、「マッチングサービス・アプリ」という呼称を使用する。

マッチングサービス・アプリは、スマートフォンから簡単に誰でも登録することができ、恋人を求める異性(同性)に効率的に出会うことができるというメリットがある。しかし、インターネット上には多くの危険があり、特に人付き合いが発生するSNS(Social Networking Service)ではトラブルが絶えない。マッチングサービス・アプリの危険性が認知されたのは、2018年2月に兵庫県三田市で起きた民泊女性不明事件である<sup>4)</sup>。これは、女性社員がマッチングサービス・アプリで知り合った外国人男性に殺害されてしまった事件である。このようにマッチングサービス・アプリにはメリットもデメリットもあるが、マッチングサービス・アプリに関する研究は、あまり行われていない。また、マッチングサービス・アプリの利用に至る影響要因や使用者の背景はあまり明らかになっていないことから、マッチングサービス・アプリに対する有効な危険対策が施されていないのが現状である。

SNSは、スマートフォンの普及とともに増加し、2016年には20代の97.7%がいずれかのSNSを利用しており<sup>5)</sup>、スマートフォンやSNSが各個人と一体といえる媒体となっているといえる。しかしながら、大学生のSNS利用と対人信頼感の調査によれば、現実空間の社会的関係とネットワークで知り合った人との関係が分離する傾向がある層も一定数いる<sup>6)</sup>。このことから、大学生にとってSNSは、人との付き合いにおいて重要な役割を果たしているとともに、個人の特性によって様々な利用法があるとわかる。そのため、大学生の

マッチングサービス・アプリの利用においても、様々な利用方法が想定され、恋人探しの1つの方法となり得ることが予想される。

ところで、従来、青年期に入ると、異性への関心が高まり、恋人を欲しいと思うようになることが指摘されてきているが<sup>7)</sup>、近年、恋人を欲しいと思わない青年の存在が注目されており、大学生の約20%は恋人がいないが、恋人を欲しいと思っていないことが明らかにされている<sup>8)</sup>。その背景には、コミュニケーション能力の低さとの関連性や対人関係全般を避けていることがある<sup>8)</sup>。また、このような恋人を欲しいと思わない青年に対して、現代の若者はコミュニケーション能力が低いと、恋愛がしたくても恋人ができず、そのようななかで、恋愛の楽しさを認めてしまうと、恋愛ができない自分がみじめになるため、「恋愛は面倒くさい」というような言い訳を並べ、恋人を欲しいと思わないことで自己を正当化していると論じる者もいる<sup>9)</sup>。このことから、現代の大学生が恋人を探すときに、現実世界でコミュニティを開拓したり、直接コミュニケーションをとったりして関係を築くことをためらい、マッチングサービス・アプリを利用する方が効率的だと考えることが予想される。すると、マッチングサービス・アプリを安易に利用する者や、現実世界で出会った人とは親密なコミュニケーションを取ることができないといった課題を抱えた大学生が増加することが危惧される。

そこで、本研究では、大学生のマッチングサービス・アプリの認知や利用に関する実態を調査し、利用における影響要因を明らかにすることを目的とする。これらを検討することにより、現代の大学生のコミュニケーションやSNSの利用に関する課題を示すことができ、大学や大学以前の教育課程での社会スキルトレーニングや、インターネットやSNSの適切な利用を促す情報教育、正しい性情報に基づく性教育に反映することができる。

## 2. 方法

### 2. 1 対象と方法

2018年10月～2018年11月に、162名の大学生にアンケート調査を実施した。有効回答数は162件(100%)、分析回答数は162件(100%)であった。出会い系サイト規制法によって、出会い系アプリの利用は18歳以上に制限することが義務付けられていること<sup>10)</sup>を踏まえ、利用が可能になる時期である大学生を対象とした。アンケート調査は、Google フォームのWEBアンケー

トを利用した。

### 2. 2 調査内容

基本属性として尋ねたのは、性別、学年、年齢、居住地の4項目である。

マッチングサービス・アプリに関する調査項目は、MMD研究所「マッチングサービス・アプリの利用実態調査」を参考に作成した<sup>11)</sup>。まず、アプリの認知、アプリへの興味、アプリの利用意欲を4件法で問うた。続いて、アプリの利用目的、アプリの利用条件を、選択肢の中から複数選択を可能とした形で問うた。アプリのイメージは、全て4件法で尋ね、身近さ、重要性、危険性の3つの枠組みを作成し、それぞれ3項目の質問とした。続いて、アプリの利用経験を4件法で問うた。利用経験がある者には、利用アプリの種類、アプリの利用期間、アプリでの出会いで相手に求める事項、アプリを通じた面会経験を問い、面会経験がある者には、面会後の関係性を問うた。

性に対する自己効力感については、信頼性及び妥当性が検証されている川畑ら<sup>12)</sup>による性に関する自己効力感3項目を、大学生にとってより理解しやすいと思われる表現に修正して使用した。各項目とも4件法で回答を求め、解析に当たっては、得点が高くなるほど、自己効力感が高くなることを表すようにした。

スマートフォンの利用における危険行動の経験については、「インターネットトラブル事例集(平成28年度版)」(総務省 総合通信基盤局 消費者行政第一種 青少年担当)<sup>13)</sup>を参考に作成した。質問は、ネット依存、ネットいじめ、誘い出し・なりすまし、個人情報漏えい、ネット詐欺、チェーンメール、著作権・肖像権侵害、その他の不適切な使い方の8カテゴリー11項目で構成した。各項目とも4件法で回答を求め、解析に当たっては、得点が高くなるほど、スマートフォンの利用における危険行動の経験が多いことを表すようにした。

規範意識については、大学生の規範意識の調査<sup>14)</sup>を6項目で構成した。各項目とも4件法で回答を求めた。なお、分析にあたっては、得点が高くなるほど、規範意識が高いことを表すようにした。

### 2. 3 研究における倫理的配慮

対象者から得た情報は研究以外に使用しないこと、研究者以外が用いることはないこと、知り得た情報は口外しないこと、アンケートは途中辞退が可能であることを説明した。なお、本人からの無記名による回答返信によって、研究の同意と参加への意志が得られた

ものとみなした。

## 2. 4 分析の方法

基本属性、マッチングサービス・アプリに関する調査、性に対する自己効力感、スマートフォンの利用における危険行動の経験、規範意識の項目について、割合、もしくは平均値と標準偏差を求めた。

「マッチングサービス・アプリにイメージ」と「性に対する自己効力感」、「スマートフォンの利用における危険行動の経験」、「規範意識」について、因子のまとまりを検討し変数化するため、まず探索的因子分析（主因子法、プロマックス回転）を行い、各因子の信頼係数を求め、各項目の合計点による変数を作成した。各変数は属性による比較をt検定と一元配置の分散分析により行った。

さらに、「マッチングサービス・アプリの利用経験」への影響を調べるため、変数との相関係数を算出したのち、パス解析を行った。まず、「マッチングサービス・アプリの利用意欲」を従属変数とし、「マッチングサービス・アプリへの興味」、「マッチングサービス・アプリのイメージ」、「性に対する自己効力感」、「スマートフォンの利用における危険行動の経験」、「規範意識」を独立変数とする重回帰分析（強制投入法）を行った。さらに「マッチングサービス・アプリの利用経験」を従属変数とし、前述の独立変数に「マッチングサービス・アプリの利用意欲」を加え重回帰分析（強制投入法）を行った。

これらの分析には、統計ソフトSPSS Ver.24を使用した。有意水準は5%を採用した。

## 3. 結果

### 3. 1 回答者の基本属性 (表1)

対象者の基本属性を表1に示した。学年は大学4年生が約4割で、年齢は18～24歳で平均20.59±1.37歳であった。性別は、男性は約3割、女性は約7割と女

表1 基本属性 (n=162)

	分類	度数	割合
学年	大学1年生	39	24%
	大学2年生	25	15%
	大学3年生	35	22%
	大学4年生	60	37%
	それ以上	3	2%
年齢	18歳	10	6%
	19歳	35	22%
	20歳	22	14%
	21歳	49	30%
	22歳	38	23%
	23歳	6	4%
性別	24歳	2	1%
	男性	55	34%
	女性	107	66%

性が多く、居住地は関東地方が約9割であった。

### 3. 2 マッチングサービス・アプリの実態

#### 3. 2. 1 マッチングサービス・アプリの認知や行動 (表2)

マッチングサービス・アプリの認知や行動について、「恋人探しを応援する出会い系アプリを知っていますか。」という問いにおいては、「よく知っている」「まあ知っている」と答えたものを合わせると約9割であった。「現在、出会い系アプリに興味がありますか。」においては、「興味はある」「まあ興味がある」と答えたものを合わせると約3割であった。「現在、出会い系アプリを利用したいと思いますか。」は、「利用したい」「まあ利用したい」が約2割となり、「過去、現在において、出会い系アプリを利用していますか。」は約2割であった。

#### 3. 2. 2 マッチングサービス・アプリの利用の目的・条件 (表3)

利用目的では、「恋愛・恋活」は約7割、「暇つぶし」は約4割であった。

利用条件では、「本人確認がしっかりしている」は

表2 マッチングサービス・アプリの認知や行動 (n=162)

	とてもあてはまる		まああてはまる		あまりあてはまらない		あてはまらない		平均値 (4点満点)	標準偏差
	度数	割合	度数	割合	度数	割合	度数	割合		
恋人探しを応援する出会い系アプリを知っていますか。	108	67%	35	22%	12	7%	7	4%	3.51	0.81
現在、出会い系アプリに興味がありますか。	13	8%	32	20%	46	28%	71	44%	1.92	0.98
現在、出会い系アプリを利用したいと思いますか。	8	5%	22	14%	55	34%	77	48%	1.76	0.87
過去、現在において、出会い系アプリを利用していますか。	15	9%	9	6%	9	6%	129	80%	1.44	0.96



表3 マッチングサービス・アプリの利用目的・利用条件  
(複数回答) (n=162)

質問項目	回答選択肢	度数	割合
利用目的	恋愛・恋活	106	65%
	合コン相手探し	18	11%
	婚活	18	11%
	友達作り	41	25%
	趣味の合う仲間作り	33	20%
	暇つぶし	58	36%
重視する条件	どのようなサービスかを知る	22	14%
	本人確認がしっかりしている	118	73%
	相手のプロフィールが明確	98	60%
	相手の目的が明確	58	36%
	安価	36	22%
	条件等の検索機能	25	15%
	知名度・利用者数の多さ	56	35%
	友人等の紹介	9	6%
	友人等の経験談	29	18%
インターネット上の口コミ	30	19%	

約7割,「相手のプロフィールが明確」は約6割であった。

### 3. 2. 3 マッチングサービス・アプリのイメージ (表4)

「身近さ」というイメージにおいて,「簡単に登録できそう」は「そう思う」「まあそう思う」を合わせると約9割であった。「重要性」というイメージにおいては,「普段の生活では出会えない人と出会える」は合わせて約9割であった。「真剣な付き合いを求める人と出会える」については,「あまりそう思わない」「そう思わない」を合わせると,約9割であった。「危険性というイメージにおいては,「騙されそう」「個人情報もれそう」「犯罪にまき込まれそう」の各質問に対して,「そう思う」「まあそう思う」と回答したものを合わせると,全て8割をこえた。

### 3. 2. 4 マッチングサービス・アプリ利用経験者の実態 (表5)

アプリ利用経験者が最も使用していたのは「Tinder」で,利用経験者の5割以上が使用していた。次いで「Pairs」が約4割であった。相手を選ぶ際の重視点に

においては,「顔」を重視点の1つとしたものは約8割で最も多かった。次いで,「年齢」が約7割であった。アプリ使用期間は,1日~2週間未満の者が,約5割であった。また,3か月以上の者は,約2割であった。アプリを通じて知り合った人と実際に面会した経験がある者は,約4割であった。

### 3. 2. 5 マッチングサービス・アプリ利用経験者の実際に面会した人との付き合い (表6)

マッチングサービス・アプリを通じて,実際に会った人とのその後の関係では,面会経験がある人の内,約5割がセックスフレンドの関係を築いていた。

### 3. 3 「マッチングサービス・アプリのイメージ」ならびに「スマートフォントラブルの使用における危険行動の経験」ならびにその他変数の因子構造 (表7, 8, 9)

「マッチングサービス・アプリのイメージ」の9項目について探索的因子分析(主因子分析,プロマックス回転)を行い,解釈可能な3因子を得た(表7)。第1因子は3項目から成る「危険性の認知」,第2因子は3項目から成る「手軽さ」,第3因子は2項目から成る「出会いの真剣さ」と命名した。 $\alpha$ 係数はやや低いものの,解釈可能性から,マッチングサービス・アプリのイメージを評価する変数として分析に用いた。

「スマートフォントラブルの使用における危険行動の経験」11項目についても,探索的因子分析(主因子分析,プロマックス回転)を繰り返し,解釈可能な2因子を得た(表8)。第1因子は4項目からなる「安全性を脅かす行動」,第2因子は3項目からなる「不適切な情報発信」と命名した。 $\alpha$ 係数はやや低いものの,解釈可能性から,スマートフォントラブルの使用における危険行動の経験を評価する変数として分析に用いた。

また「性に対する自己効力感」は,探索的因子分析

表4 マッチングサービス・アプリのイメージ (n=162)

		とても思う		まあ思う		あまり思わない		思わない	
		度数	割合	度数	割合	度数	割合	度数	割合
身近さ	気軽に交流できる。	49	30%	73	45%	29	18%	11	7%
	簡単に登録できそう。	83	51%	58	36%	16	10%	5	3%
	登録している人が多い。	22	14%	60	37%	69	43%	11	7%
重要性	普段の生活では出会えない人と出会える。	86	53%	57	35%	14	9%	5	3%
	自分好みの人(年齢,見た目,職業,年収など)と出会える。	8	5%	38	23%	83	51%	33	20%
	真剣な付き合いを求める人と出会える。	1	1%	13	8%	71	44%	77	48%
危険性	騙されそう。	104	64%	49	30%	7	4%	2	1%
	個人情報もれそう。	99	61%	44	27%	19	12%	0	0%
	犯罪に巻き込まれそう。	71	44%	59	36%	23	14%	9	6%

表5 マッチングサービス・アプリ利用経験者の実態 (n=33)

質問項目	回答選択肢	度数	割合
利用アプリの種類 (複数回答)	Pairs	12	36%
	タッブル誕生	8	24%
	Omiai	4	12%
	DMM恋活	0	0%
	youbride	0	0%
	ゼクシィ恋結び	1	3%
	マッチ・ドットコム	0	0%
	Tinder	18	55%
	フェスター	0	0%
	クロスミー	4	12%
	pcmax	1	3%
	with	3	9%
	忘れた	1	3%
	相手を選ぶ際の重視点 (複数回答可)	顔	26
年齢		22	67%
価値観		8	24%
趣味		11	33%
自己紹介文		14	42%
身長・体重		5	15%
職業		10	30%
服装		3	9%
年収		4	12%
学歴		4	12%
利用期間	1日～1週間未満	8	24%
	1週間以上～2週間未満	8	24%
	2週間以上～1か月未満	4	12%
	1か月以上～3か月未満	5	15%
	3か月以上～半年未満	3	9%
	半年以上～1年未満	2	6%
	1年以上～2年未満	1	3%
2年以上	2	6%	
面会人数	0人	19	58%
	1人	6	18%
	2人	5	15%
	3～5人	1	3%
	6人以上	2	6%

表6 アプリ利用経験者の実際に会った人との付き合い  
(複数回答) (n=14)

回答選択肢	割合	度数
恋人	1	7%
セックスフレンド	7	50%
合コン仲間	0	0%
友人	3	21%
SNS上で友人	4	29%
交流がない	7	50%

を行った結果、1因子にまとまった(表9)。同様に、「規範意識」は、探索的因子分析を行った結果、因子の解釈ができなかったため、6項目の合計得点(24点満点)を変数として用いた。平均点±標準偏差は16.60±5.62、 $\alpha$ 係数は0.63であった。

### 3.4 変数の属性比較

「マッチングサービス・アプリへの興味」、「マッチングサービス・アプリの利用意欲」、「マッチングサービス・アプリの利用経験」、「マッチングサービス・アプリのイメージ-手軽さ・出会いの真剣さ・危険性の認知」、「性に対する自己効力感」、「スマートフォンの利用における危険行動の経験-安全性を脅かす行動・不適切な情報発信」、「規範意識」の各変数の属性による比較を行った。性別は独立したt検定、学年は一元配置分散分析を用いて解析した

性別で比較した結果、「規範意識」の平均点と標準偏差は、女性17.35±2.97点、男性15.13±3.62点であり、女性のほうが、有意に(p<0.001)得点が高かった。また、学年では、「マッチングサービス・アプリの利用意欲」の平均点と標準偏差は、大学1年生2.08±1.04点、大学2年生1.40±0.71点であり、大学1年

表7 マッチングサービス・アプリのイメージの因子分析(主因子法 プロマックス回転) (n=162)

	因子		
	危険性の認知	手軽さ	出会いの真剣さ
騙されそう。	0.87	0.00	-0.32
個人情報がもれそう。	0.63	-0.13	-0.24
犯罪に巻き込まれそう。	0.57	0.04	-0.38
気軽に交流できる。	-0.13	0.67	0.20
普段の生活では出会えない人と出会える。	-0.02	0.49	0.04
簡単に登録できそう。	0.12	0.41	-0.04
登録している人が多い。	-0.10	0.32	0.24
自分好みの人(年齢, 見た目, 職業, 年収など)と出会える。	-0.23	0.26	0.62
真剣な付き合いを求める人と出会える。	-0.24	-0.05	0.49
因子間相関			
危険性の認知	-	-	-
手軽さ	-0.05	-	-
出会いの真剣さ	-0.42	0.19	-
$\alpha$ 係数	0.70	0.52	0.44
満点	12.00	12.00	8.00
平均	10.25	9.72	3.75
標準偏差	1.74	1.17	1.77

表8 スマートフォンの利用における危険行動の因子分析  
(主因子法 プロマックス回転) (n=162)

	因子	
	安全性を脅かす行動	不適切な情報発信
音楽や動画を違法にアップロード及びダウンロードしたことがありますか。	0.61	-0.04
スマートフォンを使いすぎたために、健康状態に影響(例:睡眠不足)を及ぼしたことがありますか。	0.51	-0.03
チェーンメールや無料通話アプリ等のボタンを、回したことがありますか。	0.47	0.04
メールやメッセージの添付ファイルを、安全かどうか確認せずに開いたことがありますか。	0.43	0.08
無料通話アプリ等で悪口を言い、仲間外れをしたことがある。	-0.04	0.65
ID・パスワードを他人に教えたことがありますか。	-0.01	0.43
SNS等で公開範囲に制限をつけずに、個人情報やプロフィールを公開したことがありますか。	0.12	0.32
因子間相関		
安全性を脅かす行動	-	-
不適切な情報発信	0.45	-
$\alpha$ 係数	0.59	0.34
満点	16.00	12.00
平均	9.12	5.18
標準偏差	3.10	2.06

表9 性に対する自己効力感の因子分析  
(主因子法 プロマックス回転) (n=162)

	因子
あなたは、無理やりキスを迫られたり、体に触れられそうになったりしたとしても断ることができると思いますか。	0.92
あなたは、エイズやその他の性感染症を避けることができますと思いますか。	0.60
あなたは、自分が望まない妊娠を避けることができますと思いますか。	0.40
$\alpha$ 係数	0.63
満点	12.00
平均	9.09
標準偏差	1.93

表10 重回帰分析による「マッチングサービス・アプリの利用意欲」の要因分析 (n=162)

	B	標準誤差	$\beta$	t値	p値
マッチングサービス・アプリへの興味 (1項目4点満点)	0.64	0.05	0.72	12.98	<0.001
マッチングサービス・アプリのイメージ					
手軽さ (3項目12点満点)	-0.01	0.02	-0.02	-0.39	0.70
出会いの真剣さ (2項目8点満点)	0.01	0.04	0.01	0.25	0.80
危険性の認知 (3項目12点満点)	-0.08	0.03	-0.17	-3.04	0.003
性に対する自己効力感 (3項目12点満点)	-0.03	0.03	-0.05	-1.00	0.32
スマートフォンの利用における危険行動の経験					
安全性を脅かす行動 (4項目16点満点)	-0.01	0.02	-0.04	-0.66	0.51
不適切な情報発信 (3項目12点満点)	-0.01	0.02	-0.01	-0.25	0.80
規範意識 (6項目24点満点)	-0.02	0.01	-0.08	-1.46	0.15

重回帰分析によるモデルの有意性は、 $F_{(8,153)} = 33.24, p < 0.001, \text{調整済み } R^2 = 0.62$ であった。

生のほうが有意に ( $p=0.04$ ) 得点が高かった。

### 3.5 変数間の相関関係

「マッチングサービス・アプリの利用意欲」と有意な正の相関があったのは、「マッチングサービス・アプリの利用経験」、「マッチングサービス・アプリへの興味」、「マッチングサービス・アプリのイメージ-出会いの真剣さ」、「スマートフォンの利用における危険行動-安全性を脅かす行動」、「スマートフォンの利用における危険行動-不適切な情報発信」であった。また、有意の負の相関があったのは、「マッチングサービス・アプリのイメージ-危険性の認知」、「規範意識」であった。

また、「マッチングサービス・アプリの利用経験」と有意な正の相関があったのは、「マッチングサービス・アプリの利用意欲」の他、「マッチングサービス・アプリへの興味」、「マッチングサービス・アプリのイメージ-出会いの真剣さ」、「スマートフォンの利用における危険行動-安全性を脅かす行動」であった。有意な負の相関があったのは、「マッチングサービス・アプリのイメージ-危険性の認知」のみであった。

### 3.6 パス解析 (表10, 11) (図1)

各変数が、マッチングサービス・アプリの利用意欲やマッチングサービス・アプリの利用経験に影響しているのか検証するために、パス解析を行った。まず、「マッチングサービス・アプリの利用意欲」を従属変数、「マッチングサービス・アプリへの興味」、「マッチングサービス・アプリのイメージとして「手軽さ」「出会いの真剣さ」「危険性の認知」、「性に対する自己効力感」、スマートフォンの利用における危険行動の経験として「安全性を脅かす行動」「不適切な情報発信」、「規範意識」の8変数を独立変数とする重回帰分析(強制投入法)を行った(表10)。さらに、「マッチング



表11 重回帰分析による「マッチングサービス・アプリの利用経験」の要因分析 (n=162)

	B	標準誤差	$\beta$	t値	p値
マッチングサービス・アプリへの興味 (1項目4点満点)	0.08	0.10	0.08	0.78	0.44
マッチングサービス・アプリの利用意欲 (1項目4点満点)	0.43	0.12	0.39	3.65	<0.001
マッチングサービス・アプリのイメージ					
手軽さ (3項目12点満点)	0.00	0.04	0.00	0.04	0.97
出会いの真剣さ (2項目8点満点)	0.16	0.06	0.19	2.65	0.01
危険性の認知 (3項目12点満点)	-0.03	0.04	-0.06	-0.83	0.41
性に対する自己効力感 (3項目12点満点)	0.09	0.05	0.14	1.99	0.05
スマートフォンの利用における危険行動の経験					
安全性を脅かす行動 (4項目16点満点)	0.02	0.02	0.06	0.86	0.39
不適切な情報発信 (3項目12点満点)	0.00	0.03	0.00	-0.05	0.96
規範意識 (6項目24点満点)	-0.02	0.02	-0.08	-1.08	0.28

重回帰分析によるモデルの有意性は、 $F_{(9,152)} = 9.23$ ,  $p < 0.001$  調整済み $R^2 = 0.32$ であった。

サービス・アプリの利用意欲」を独立変数に加え、「マッチングサービス・アプリの利用経験」を従属変数とする重回帰分析(強制投入法)を行った(表11)。

「マッチングサービス・アプリの利用意欲」への有意な変数は、「マッチングサービス・アプリへの興味」( $\beta = 0.72$ ,  $p < 0.001$ )が最も大きく、次いで「危険性の認知」( $\beta = -0.17$ ,  $p = 0.003$ )であった。つまり、マッチングサービス・アプリへの興味がある人ほど、またマッチングサービス・アプリのイメージで危険性を認知していない人ほど、マッチングサービス・アプリの利用意欲があった。このモデルの調整済み決定係数は $R^2 = 0.62$  ( $p < 0.001$ )であり、分散の62%がこれら8変数で説明されることが示された。

「マッチングサービス・アプリの利用経験」への直接効果で有意な変数は、「マッチングサービス・アプ

リの利用意欲」( $\beta = 0.39$ ,  $p < 0.001$ )が最も大きく、次いで「マッチングサービス・アプリのイメージ-出会いの真剣さ」( $\beta = 0.19$ ,  $p = 0.01$ )、「性に対する自己効力感」( $\beta = 0.14$ ,  $p = 0.05$ )であった。また「マッチングサービス・アプリへの興味」は、正の影響を、「マッチングサービス・アプリのイメージ-危険性の認知」は負の影響を、利用意欲を介して、間接的に与えていた。このモデルの調整済み決定係数は $R^2 = 0.32$  ( $p < 0.001$ )であり、分散の32%がこれら9変数で説明されることが示された。

このことから、マッチングサービス・アプリの利用意欲がある人ほど、マッチングサービス・アプリのイメージで出会いの真剣さを持っている人ほど、性に対する自己効力感を持っている人ほど、マッチングサービス・アプリの利用経験があった。そして、マッチン

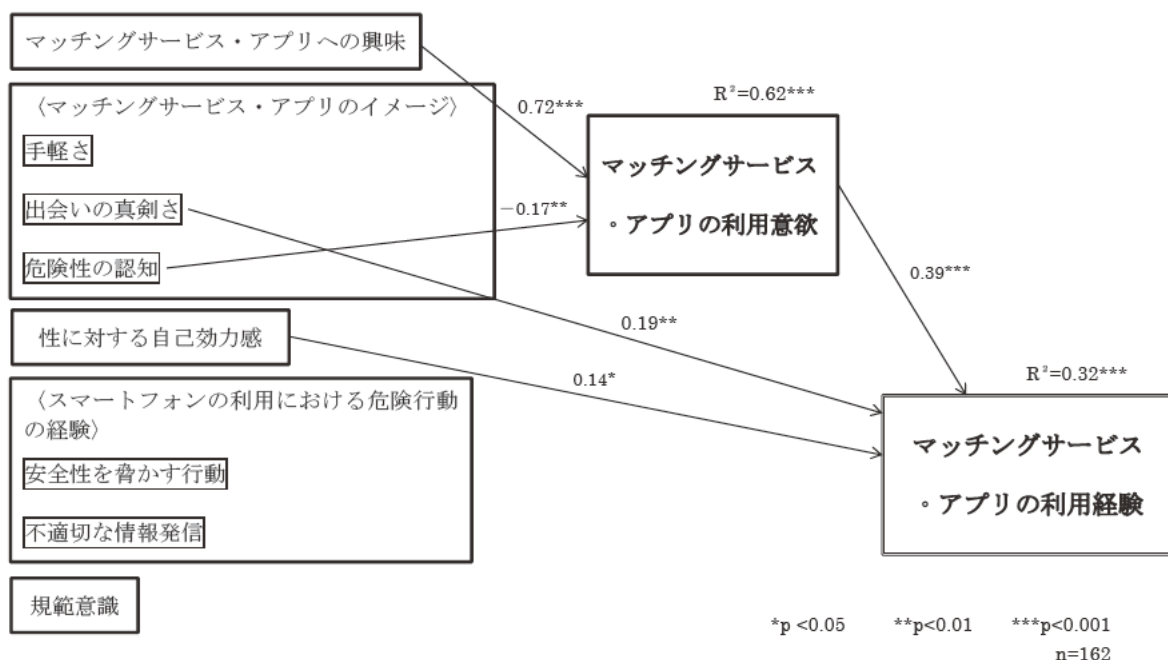


図1 マッチングサービス・アプリの利用意欲や利用経験に影響を及ぼす要因

グサービス・アプリへの興味のあるほどとマッチングサービス・アプリのイメージ-危険性の認知のないほどとは「マッチングサービス・アプリの利用意欲」を介して「マッチングサービス・アプリの利用経験」に影響していた。

#### 4. 考察

本研究では、大学生のマッチングサービス・アプリの利用や認知の実態ならびにアプリ利用の影響要因を明らかにした。

従来、マッチングサービス・アプリの全世代対象の実態調査や利用経験者限定の調査報告<sup>11) 15) 16)</sup>はあるものの、大学生の利用の現状と影響要因は検討の余地がある。本研究は、大学生のマッチングサービス・アプリの認知や利用の実態とその影響要因を明らかにした点で意義がある。

以下に、大学生のマッチングサービス・アプリの認知や利用の実態とマッチングサービス・アプリの利用経験の影響要因の背景に焦点を当てて結果を考察する。

##### 4. 1 大学生のマッチングサービス・アプリの現状

表2に示した通り、89%の大学生がマッチングサービス・アプリを知っており、また表3の通り65%が利用目的として恋愛・恋活を挙げており、マッチングサービス・アプリが、大学生にとって、恋愛や出会いのツールとして身近なものになっていることが示された。しかし、多くの大学生がアプリに対して騙されそう等の危険なイメージを持っており、利用意欲や利用経験があるものはそれぞれ20%以下にとどまった。さらに表3に示した利用条件では、73%が本人確認を重要視するなど、利用においては安全性が必要だと考えている。この背景には、マッチングサービス・アプリを含めたSNSを介して知り合った人と実際に面会したことで起きた事件や、今までの教育課程で携帯電話やインターネットの危険性を学んできた成果といえる。今の大学生は、情報モラルに関する内容の充実を図った情報教育を平成20・21年版学習指導要領のもとで教育を受けてきており<sup>17) 18)</sup>、その効果の表れだと捉えることもできる。しかし、反社会的行為や規則・規範に反した行為の告白をネット上で行うなど安易な情報発信によって、大学退学になるようなケースも後を絶たない<sup>19)</sup>。この背景には、予防教育を行う者が想像していなかったようなSNSの使い方をされたこと、大学生の話題性に傾倒し、情報モラルに関する冷静な判断ができなくなっている現状が推測され、今後、進化す

る情報社会の実態に即した情報モラル教育の実施が必要である。

また表4から、88%の大学生がマッチングサービス・アプリを普段出会えない人と出会えるツールとして捉えていることが示された。それに対して、真剣な付き合いを求める人と出会えると考えている者は、10%以下にとどまった。このことから、マッチングサービス・アプリを、余暇やライフイベントのツールとしてイメージをしているといえる。マッチングサービス・アプリには、顔写真や年齢、職業、年収、仕事、出身地、身長、体重などの情報がそろっており、自分の目的にあった人と出会いたいときに出会えると考えることができる。しかし、大学生が現実世界では自らコミュニティを開拓したり、知らない人とコミュニケーションを取ったりすることができず、マッチングサービス・アプリを含むSNSに対人関係の構築を依存する傾向が読み取れる。現在、マッチングサービス・アプリの市場規模は年々拡大しており<sup>16)</sup>、今後、利用者の益々の増加が予想される。マッチングサービス・アプリを含む新たなSNSが誕生した際に、素早く教育課程に反映させるスピード感が、教育現場には求められている。

アプリの利用経験者に注目すると、表5に示した通り、42%がアプリを介して知り合った人と面会しており、さらに、面会経験者の50%が、恋人ではないセックスフレンドの関係になっていた。さらに面会経験者の大半は目的に「恋愛・恋活」を挙げており、利用経験者よりもその割合は高かった。このことから、アプリの利用から面会に至るには、恋愛という明確な目的意識の差があるといえる。しかし、ネット上で知り合った人と実際に面会することは多くの危険をはらんでいる。SNSを介して知り合った人との実際の面会から事件に巻き込まれ、被害にあった児童数が年々増加しており<sup>20)</sup>、インターネット上のみの交流の危険性を正確に認識するような啓発が必要である。

以上のことから、大学生のマッチングサービス・アプリ実態に対する課題としては、急速な流行によって対策が追いついていないこと、現段階の利用者は恋愛を目的として利用するため、面会に至る割合が高く危険をはらんでいることが示された。しかしながら、マッチングサービス・アプリに限定した対策を行っても、また新たなSNSが誕生した際に対応が後手に回ってしまう可能性がある。そのため、マッチングサービス・アプリの具体的な危険性の検討も必要だが、最新のSNSにも対応し得るような社会の取り組みの必要が示唆された。

#### 4. 2 マッチングサービス・アプリの利用経験と影響要因

マッチングサービス・アプリの利用経験に影響する要因の重回帰分析からは、アプリに対して興味を持ち、アプリの危険性を認知していないと利用意欲が高まり、利用経験へつながった。さらに、アプリでの出会いを真剣に捉え、性の自己効力感をもっていることも要因となっていた。

消費者の購買行動において、インターネットを活用し消費者が認知してから購買に至るプロセスを示すAISASがある<sup>21)</sup>。AISASとは、注意 (Attention) →興味 (Interest) →検索 (Search) →行動 (Action) →共有 (Share) の順に意思決定が行われていると考えるものである。アプリのダウンロードを購買として捉えると、アプリへの興味が意欲につながり、利用経験に至るプロセスにあてはめることができる。そして、広告や口コミによりマッチングサービス・アプリに関する情報に触れる機会は増え (Attention)、流行に敏感な大学生がアプリに興味を抱くことにつながる (Interest)。しかし、その後の検索 (Search) で正確な情報が収集できるほど、マッチングサービス・アプリの研究は進んでいない。今後、市場の拡大からマッチングサービス・アプリが主要なSNSの1つに台頭することが予想される。アプリの危険性を認知していないほど利用経験につながった結果を踏まえても、マッチングサービス・アプリの正確な情報や危険性について社会に周知を図る必要がある。

マッチングサービス・アプリは、他の方法で恋人を探すより、真剣な出会いが可能で、効率的に出会えることがメリットであり、出会いを期待する大学生の利用増加へとつながることが予想される。つまり、大学生が恋人を探す真剣な出会いを求めるときには、実生活で出会うより、マッチングサービス・アプリを利用することが当たり前になっていることがわかる。このことから、大学生の恋愛に向かう姿勢の課題が明らかになる。現実社会で恋人を探したり、新たなコミュニティを開拓して新たな出会いを求めたりすることに、不安や面倒くささ、諦め、飽きを感じた若者<sup>22)</sup>が、マッチングサービス・アプリでの恋人探しに向かうと予測される。大学生という時期は、高校までの学校制度から大きく変わり、社会に出る前段階である。そこでは多くの場合、クラス制度がなくなり、自ら新しいコミュニティに入っていかななくてはならない。そこでうまれるギャップに適応できず、インターネット上のコミュニティやSNSに依存する大学生が増えるであろう<sup>6)</sup>。また、SNSがあることが当たり前になり、そこ

での交流を前提としなければ現実世界の間人関係を構築できない傾向もある<sup>4)</sup>。つまり、対人コミュニケーションに自信がない若者増加が予測されるが、コミュニケーションに対する自信の低さはアイデンティティの低さとの関連が明らかにされている<sup>23)</sup>ことから、アイデンティティに自信を持っていない若者が、アプリに依存しやすいと推察される。若者が自らの考えや信念を発揮し、アイデンティティを獲得できるような、多様性を認め合える社会作りが必要である。

性の自己効力感が、アプリの利用経験に影響した背景には、危険回避の自信があり、面会に至ったとしても、自分の身を守ることができると考えていると予想される。つまり正しい知識に基づいた性の自己効力感を養う必要性が示された。メディアの情報と性行動の関連についての調査<sup>24)</sup>では、青少年が性交渉をするとき、最大の情報源となるものは男子の場合、「性的メディア」を性交情報の拠り所としている学生が約6割と、圧倒的に多かった。また、女子の場合、「友人」が約6割、次いで「性的メディア」が約3割であった。対して「家庭」「学校の性教育」を情報源として挙げた者はいなかった<sup>24)</sup>。このことから、青少年の性の自己効力感は、不確かなものが根拠となっており、その情報を信じ込んでしまうほど、自己効力感が高くなることが考えられる。正しい性情報を得て、間違っただの自己効力感の獲得を助長しないためには、性教育とメディア教育の複合的な教育実践が必要である。

以上を踏まえると、大学生が消費活動、対人関係作り、性情報の獲得をインターネット上の情報や交流に依存する傾向が推察され、この傾向は、恋人作りにもつながると予想される。今後、大学生のインターネットへの依存度、恋人作りへの姿勢と、それらのマッチングサービス・アプリの利用との関連性を調査する必要がある。

#### 5. 本研究の限界

本研究は、GoogleフォームのWEBアンケートの特性上、アンケート専用のURLからしかアンケートにアクセスすることができず、アンケートの拡散が限定的であった。そのため、対象者の性別や居住地には偏りがある。また、大学内でのアンケート拡散が主たるものであったことから、教育系国立大学の学生の回答者が多かったことも予想される。教育系国立大学の特性上、教員を目指す者が多いこと、教育実習時には情報管理について指導を受けていること<sup>25)</sup>から、SNSの使用には慎重な大学生がアンケートに協力したという



バイアスが考えられる。さらに、今回の対象者は、大学生に限定されていることから、大学に通っていない同世代と比べ、生活環境や生育環境が異なるため、インターネット上の他者との交流や恋人づくりに対するとらえ方にも差があることが予想されるため、マッチングサービス・アプリの利用意欲や経験が増えるかもしれない。若者のマッチングサービス・アプリの利用の実態や影響要因を一般化するためには、全国各地方の大学生への調査や、大学生以外の同世代の若者も対象に含める調査を行う必要がある。

## 6. 結論

本研究では、大学生のマッチングサービス・アプリの利用実態と利用意欲や利用経験の影響要因を検討した。その結果、マッチングサービス・アプリは大学生に広く認知されており、簡単に登録ができ、普段の生活では出会えない人と出会えるツールとして捉えていることがわかった。その反面、危険なものとしてのイメージも強く、利用条件には本人確認を重視する傾向が見られた。利用経験者は約2割にとどまり、そのうち約4割がアプリで知り合った人と実際に面会していた。影響要因では、興味を持つほど利用意欲、利用経験が高くなることが示された。また、アプリでの出会いを真剣に捉え、危険性を認知していないほど利用経験が高くなることが明らかになった。そして、性の自己効力感が高くなると利用につながることを示された。

このことから、マッチングサービス・アプリの今後のさらなる流行が予想され、正確な情報収集や危険性の認知が必要であることが示唆された。また、大学生の対人関係作りをインターネット上の交流に依存する傾向が、今後、恋人探しにおいても想定され、大学生をはじめとする若者の対人関係作りの姿勢への課題が示された。

## 7. 文献

- 1) 内閣府:平成29年度青少年のインターネット利用環境実態調査 調査結果(概要) Available at : [https://www8.cao.go.jp/youth/youth-harm/chousa/h29/net-jittai/pdf/kekka\\_gaiyo.pdf](https://www8.cao.go.jp/youth/youth-harm/chousa/h29/net-jittai/pdf/kekka_gaiyo.pdf) Accessed January 5, 2019
- 2) 文部科学省:コミュニケーション能力に関する指摘・調査等 Available at : [http://www.mext.go.jp/b\\_menu/shingi/chousa/shotou/075/shiryo/\\_icsFiles/afieldfile/2010/06/22/1294462\\_03.pdf](http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/shotou/075/shiryo/_icsFiles/afieldfile/2010/06/22/1294462_03.pdf) Accessed January 5, 2019

- 3) Google Trends “出会い系アプリ” Available at : <https://trends.google.co.jp/trends/explore?q=%E5%87%BA%E4%BC%9A%E3%81%84%E7%B3%BB%E3%82%A2%E3%83%97%E3%83%AA&geo=JP> Accessed November 17, 2018
- 4) 産経WEST 2018.2.28 12:12掲載 Available at : <https://www.sankei.com/west/news/180228/wst1802280047-n1.html> Accessed January 5, 2019
- 5) 総務省:情報通信白書平成29年版 Available at : <http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/html/nc111130.html> Accessed January 8, 2019
- 6) 木村忠正:大学生初期利用者に見るSNS(Social Networking Service)と対人信頼感-日本社会情報学会学会誌, 17(2):23-31, 2005
- 7) 落合良行, 伊藤裕子, 齊藤誠一:ベーシック現代心理学4 青年の心理学改訂版 40 有斐閣 東京, 2002
- 8) 高坂康雄:青年期・成人期前期に恋人を欲しいと思わない者のコミュニケーションに対する自信と同性友人関係-青年心理学研究29, 107-121, 2018
- 9) 森川友義:論壇スペシャル 恋愛しない若者たち 読売新聞 2015年8月10日朝刊9
- 10) 警察庁:あぶない! 出会い系サイト Available at : <https://www.npa.go.jp/bureau/safetylife/syonen/deai/index.html> Accessed December 20, 2018
- 11) MMD研究所:マッチングサービス・アプリの利用実態調査 Available at : [https://mmdlabo.jp/investigation/detail\\_1522.html](https://mmdlabo.jp/investigation/detail_1522.html) Accessed September 5, 2018
- 12) 川畑徹朗, 石川哲也, 勝野眞吾ほか:中高生の性行動の実態とその関連要因-セルフエスティームを含む心理社会的変数に焦点を当てて-一学校保健研究49:335-347, 2007
- 13) 総務省総合通信基盤局消費者行政第一種青少年担当:インターネットトラブル事例集(平成28年度版) Available at : [http://www.soumu.go.jp/main\\_content/000505918.pdf](http://www.soumu.go.jp/main_content/000505918.pdf) Accessed January 5, 2019
- 14) 李為:大学生の規範意識に関する調査-経営学部一年生の事例を通して-一京都マネジメント・レビュー 32, 261-275, 2018
- 15) マクロミル:恋活・婚活マッチングアプリの利用経験者1,000人調査 Available at : <https://honote.macromill.com/report/20180515/> Accessed January 9, 2019
- 16) 株式会社マッチングエージェント:オンライン恋活・婚活マッチングサービスの国内市場調査 Available at : <https://www.cyberagent.co.jp/news/detail/id=13691> Accessed January 5, 2019
- 17) 文部科学省:「教育の情報化に関する手引」について Available at : [http://www.mext.go.jp/a\\_menu/shotou/zyouhou/1259413.htm](http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/zyouhou/1259413.htm) Accessed January 13, 2019

- 18) 文部科学省：新学習指導要領のポイント（情報教育・ICT活用教育関係） Available at : [http://www.mext.go.jp/component/a\\_menu/education/micro\\_detail/\\_icsFiles/afieldfile/2018/07/20/1407394\\_2\\_1.pdf](http://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/micro_detail/_icsFiles/afieldfile/2018/07/20/1407394_2_1.pdf) Accessed January 5, 2019
- 19) 山口真一：ネット炎上の研究「炎上の分類・事例と炎上参加者属性」 Available at : [http://www.glocom.ac.jp/wp-content/uploads/2016/04/20160510\\_Yamaguchi.pdf](http://www.glocom.ac.jp/wp-content/uploads/2016/04/20160510_Yamaguchi.pdf) Accessed January 13, 2019
- 20) 警察庁少年課情報技術犯罪対策課：平成29年におけるSNS等に起因する被害児童の現状と対策について Available at : [https://www.npa.go.jp/safetylife/syonen/H29\\_sns\\_shiryō.pdf](https://www.npa.go.jp/safetylife/syonen/H29_sns_shiryō.pdf) Accessed January 5, 2019
- 21) 矢島貴直：“Dual AISAS”で考える、もっと売するための戦略。 Available at : <https://dentsu-ho.com/articles/3100> Accessed January 13, 2019
- 22) 辻大介：若者におけるコミュニケーション様式変化—若者語のポストモダニティー—東京大学社会情報研究所紀要 (51), 42-61, 1996
- 23) 畑野快：青年期後期におけるコミュニケーションに対する自信とアイデンティティとの関連性—教育心理学研究 (58), 404-413, 2010
- 24) 渡辺真由子：メディアの性情報と性情報リテラシー—性教育にメディア・リテラシーを—, 現代性教育研究ジャーナル (25), 1-6, 2013
- 25) 東京学芸大学 教育実践研究支援センター 教育実習指導部門 東京学芸大学学務部学務課：教育実習の手引き 平成29年度版 73