
原著論文

大学生のSNS活用にみるプラットフォーム及びアカウントの使い分けと社会関係資本の構築——LINE・X・Instagramを対象とした質的研究

The Use of Multiple Platforms and Accounts in University Students' Social Media Practices and the Formation of Social Capital: A Qualitative Study of LINE, X, and Instagram

キーワード：

SNS利用, 使い分け, 半構造化インタビュー, 大学生, 社会関係資本

keyword：

SNS Use, Usage Differentiation, Semi-structured Interview, University Students, Social Capital

名古屋大学人文学研究科 黄 雪 琴

Graduate School of Humanities, Nagoya University HUANG Xueqin

名古屋大学人文学研究科 金 相 美

Graduate School of Humanities, Nagoya University KIM Sangmi

名古屋大学教育発達科学研究科 高 行 健

Graduate School of Education and Human Development School of Education, Nagoya University

GAO Xingjian

原稿受付：2024年10月27日

掲載決定：2025年11月22日

要 約

本研究は、若者が主要なSNSプラットフォームであるLINE, X (旧Twitter), Instagramをどのように活用し、社会関係資本を形成しているのかを明らかにすることを目的とする。名古屋市内の大学生12名を対象に半構造化インタビューを実施し、得られた質的データを形態素解析や共起ネットワークなどのテキストマイニング手法と、グラウンデッド・セオリー・アプローチを組み合わせることで分析した。その結果、大学生は各SNSを目的や関係の深さに応じて使い分け、複数のプラットフォームを相補的に活用しながらネットワークの形成・維持を行っていることが明らかとなった。具体的には、LINEは家族や親しい友人との親密なやり取りに特化し、Xは情報の収集・発信を通じた広範なネットワークの構築に寄与していた。Instagramにおいては、メインアカウントを広範な人間関係の形成の場として用いる一方で、サブアカウントはよりプライベートな交流に活用されていた。特に、Instagramにおける複数アカウントの同時運用が社会関係資本の構築に資する可能性が示唆された。自己呈示の視点は先行研究でも多く取り上げられてきたが、本研究ではそれに加えてプライバシーへの配慮にも着目することで、SNS上における関係構築の実態をより多面的に明らかにした点に特徴がある。以上の知見は、質的かつ探索的研究として一般化には限界があるものの、若者によるSNSの活用実態を多角的に捉えた点に意義がある。今後は量的研究や比較研究の蓄積を通じて、SNS利用が人間関係に与える影響をより包括的に検討することが求められる。

Abstract

This study aims to examine how young people utilize major social networking platforms such as LINE, X (formerly Twitter), and Instagram to build social capital. Semi-structured interviews were conducted with 12 university students in Nagoya, and the qualitative data were analyzed using an integrated approach that combined the grounded theory approach with text mining methods such as morphological and co-occurrence network analyses. The findings reveal that students strategically differentiated their use of SNSs according to the purpose of communication and the closeness of relationships, complementarily using multiple platforms to form and sustain their social networks. Specifically, LINE was primarily used for intimate interactions with family members and close friends, X contributed to the development of broader networks through information collection and dissemination, and Instagram served both as a space for cultivating broader networks through main accounts and as a venue for more private interactions through sub-accounts. Notably, the simultaneous management of multiple Instagram accounts appeared to facilitate the formation of social capital. While previous studies on the use of multiple Instagram accounts have mainly focused on self-presentation, this study distinguishes itself by also addressing privacy management, thereby providing a more multifaceted understanding of relationship formation on SNSs. Although this qualitative and exploratory study has limitations in terms of generalizability, it provides meaningful insights into how young people use SNSs in their everyday lives. Future research should employ quantitative and comparative approaches to achieve a more comprehensive understanding of how SNS use influences interpersonal relationships.

1 はじめに

少子高齢化や無縁社会、孤独死などの社会問題に対処するため、日本政府は年間7.0兆円の予算案を提案し、持続可能な社会の実現に取り組んでいる（外務省、2023）。しかし、SDGs（持続可能な開発目標）の達成には政策だけでは限界があり、社会全体の協働が不可欠である（国立研究開発法人科学技術振興機構、2017）。こうした協働を支える基盤は人と人の信頼関係である。近年、その基盤が揺らぎ、とりわけ若者は互いに傷つけ合わないよう気を遣いすぎるあまり、対人関係が希薄化しているとされている（永井、2016）。こうした課題を乗り越えるために注目されるのが「社会関係資本（Social capital）」である（Putnam, 1995）。

社会関係資本という概念は、Bourdieu（1986）やColeman（1988）等によって、さまざまな分野で議論されてきた。Putnam（2000）は社会関係資本を「社会的ネットワークおよびそこから生じる互酬性と信頼性の規範」と定義し、社会や個人に利益をもたらす概念として注目を集めた。さらに、Putnam（2000）は「強い紐帯（Strong tie）」と「弱い紐帯（Weak tie）」の議論（Granovetter, 1973）を踏まえ、社会関係資本を二つに分類する。「結合型社会関係資本（Bonding social capital）」は、家族や親しい友人など、同質性の高い人々との強い紐帯を通じて、情緒的な支援や深い信頼関係が得られる点に特徴がある。一方で、「橋渡し型社会関係資本（Bridging social capital）」は、異質な社会集団をつなぐ弱い紐帯を通じて、新たな情報やリソースにアクセスできる点が特徴である（Putnam, 2000）。

SNS（Social Networking Services）の普及により、社会関係資本の構築はオンライン空間にも広がっている。こうした背景を受けて、Putnamの枠組みに基づいて開発されたWilliams（2006）のInternet Social Capital Scalesは、オンラインでの社会関係資本を測定する尺度として広く用い

られている。実際、この尺度を用いた研究では、SNS利用と社会関係資本との関連に関する知見が徐々に蓄積されつつある（Huang & Gao, 2025）。先行研究では、FacebookやInstagramの利用が、強い紐帯の維持・補強や弱い紐帯の形成に寄与することが示されている（Ellison et al., 2007; Liu et al., 2016; Shane-Simpson et al., 2018）。一方で、SNS利用と社会的つながりの間に有意な関連が見られないとする研究もあり（Krause et al., 2022）、どのようなSNS利用が社会関係資本の向上に寄与するのかについては、依然として課題が残されている。

このような国際的な知見を踏まえ、日本の若年層に目を向けると、SNSは日常生活に深く浸透している。総務省（2024）によれば、全般的に若年層のLINE、Instagram、X（旧Twitter）などのSNS利用率が高く、大学生協（2024）の調査でも、大学生の9割以上が情報検索や交流にSNSを活用している。国内研究では、LINE利用が社会関係資本の蓄積に寄与する傾向が報告され（桂, 2018）、プラットフォームによる利用傾向の違いも示唆されている。たとえば、Instagram利用者は対人関係や社会的つながりを重視し、X利用者は趣味志向が強い（松田, 2022）。さらに特定プラットフォームの利用は主観的幸福感や社会関係資本の向上に結び付く可能性が指摘されている（Ye & Ho, 2024）。

近年、若年層の間では、複数プラットフォームの併用や複数アカウントの使い分けが日常的に行われている（添田・叶, 2021）。こうした使い分けにより、自己開示を調整したり交流相手を選別したりする一方で、それが社会関係資本に及ぼす影響については、十分に検討されていないのが現状である。日本において、どのようなSNS利用が社会関係資本の構築に結びつくのかを明らかにすることは、重要な課題といえる。

そこで本研究では、大学生を対象に、SNSをどのように活用し、いかにして社会関係資本を築い

ているのかを質的アプローチにより探索することを目的とする。本研究でいう社会関係資本は、Putnam (2000) による分類 (結合型・橋渡し型) に依拠し、とくに以下の側面に着目する。「結合型社会関係資本」は、親密で強固な信頼関係や感情的支えを伴うつながりとして捉え、「橋渡し型社会関係資本」は、異なるコミュニティとのゆるやかなつながりを通じて、多様な情報やリソースにアクセスする機会を生み出すつながりとして考える。これらの側面は、参加者の語りに基づき、彼らがどのようなつながりを感じ、どのように意味づけを行っているのかを読み解くことで明らかにされる。そこで、以下のリサーチクエスチョンを設定した。

RQ 1 : 大学生は、LINEやInstagram, XなどのSNSをどのように活用し、人間関係を構築しているのか。

RQ 2 : SNS上の行為や認知は、社会関係資本の形成や維持にどのような影響を及ぼしているのか。

次節では研究方法を示したうえで、分析結果および考察を通じて、SNS利用と社会関係資本の関係を明らかにしていく。

2 研究方法

本研究では、大学生を対象にSNS利用の実態と社会関係資本との関係を検討するため、半構造化インタビューを実施し、質的データを収集した。SNS利用における個別の経験や文脈を重視し、量的調査では捉えにくい利用動機や利用行為、さらに利用者がどのように関係性を意味づけ、どのような信頼やつながりを感じているのかといった社会関係資本の質的側面を明らかにすることを目的としている。特に、大学生のSNS利用に関する具体的な経験や認知プロセスを深く理解するため、質的研究が適した方法であると判断した。

2.1 研究対象者

本研究では、目的サンプリングを用い、名古屋市内の大学に在籍する18～22歳の大学生12名を対象とした。これは、名古屋が地方都市でありながら大都市圏の特徴も併せ持つことから、若者の実態を探索的に把握する意義があると判断したためである。また、本研究の研究者にとって、研究協力の依頼や対面でのインタビュー実施が比較的容易な環境であった点も考慮した。

質的研究においては、理論的飽和 (Theoretical saturation) に達しうるサンプル数が推奨される (Strauss & Corbin, 1998 ; Guest et al., 2006)。先行研究は、12名程度の参加者によるインタビューでも、理論的飽和に達し得ることを示している (Guest et al., 2006)。本研究では12名を対象に調査を実施し、結果として男性7名、女性5名となった。これは募集の都合や研究協力の同意状況によるもので、意図的に男女比較を設計したわけではない。本研究の主目的は性差の検討ではないが、今後の研究ではよりバランスの取れたサンプリングが望ましい。なお、参加者のデモグラフィック情報およびSNS利用状況の詳細は、表-1に示す。

2.2 データ収集

本研究では、2024年2月から4月にかけて、半構造化インタビューを用いてデータを収集した。具体的には、日常生活におけるSNSの利用状況と人間関係に焦点を当て、研究者と参加者による一対一の対面インタビューを実施した。各セッションは約30分を目安とし、以下のような質問項目と、参加者の回答に応じて追加した質問を組み合わせる形で進めた。

- ① 利用しているSNSの種類と主な使い方
- ② 各SNSを利用するメリットとデメリット
- ③ 各SNSでつながっている人の特徴
- ④ SNSの利用が人とのつながりに与える影響
- ⑤ メインアカウントやサブアカウントの有無と

表-1 参加者のデモグラフィックとSNS利用状況

参加者	年齢	性別	LINE (T)	Instagram (T)	X (T)	LINE (NS)	Instagram (NS)	X (NS)
1	21	男性	1-2 時間	0-1 時間	1-2 時間	301-350 人	400 人以上	1-50 人
2	19	女性	0-1 時間	0-1 時間	0-1 時間	301-350 人	351-400 人	201-250 人
3	19	男性	2-3 時間	0-1 時間	0-1 時間	251-300 人	400 人以上	400 人以上
4	21	女性	0-1 時間	0-1 時間	0-1 時間	101-150 人	201-250 人	1-50 人
5	22	男性	2-3 時間	1-2 時間	1-2 時間	201-250 人	1-50 人	101-150 人
6	19	女性	0-1 時間	2-3 時間	利用していない	101-150 人	1-50 人	NA
7	22	男性	2-3 時間	0-1 時間	1-2 時間	251-300 人	400 人以上	400 人以上
8	19	男性	1-2 時間	0-1 時間	0-1 時間	101-150 人	400 人以上	0
9	22	男性	0-1 時間	0-1 時間	0-1 時間	101-150 人	151-200 人	151-200 人
10	18	女性	1-2 時間	2-3 時間	利用していない	101-150 人	201-250 人	NA
11	18	女性	1-2 時間	2-3 時間	0-1 時間	51-100 人	251-300 人	1-50 人
12	19	男性	0-1 時間	0-1 時間	1-2 時間	51-100 人	51-100 人	0

LINE (NS) : LINEにおけるネットワークサイズ (友達数)。Instagram (NS) : Instagramにおけるネットワークサイズ (フォロワー数)。X (NS) : Xにおけるネットワークサイズ (フォロワー数)。

その活用方法 (初回インタビューで浮上したテーマを基本質問に追加)

インタビューを開始する前に、研究の目的や内容、プライバシー保護について説明し、参加者から文書による同意を得た。インタビューは、プライバシーが確保された環境で実施し、録音データは匿名化して保存した。また、インタビューの前に、基本的なデモグラフィック情報 (性別と年齢) や各SNSの利用状況 (利用時間とつながっている人の数など) に関するアンケートに回答してもらった。

2.3 分析方法

本研究では、SNS利用と社会関係資本の関係を帰納的かつ探索的に理解し、参加者の発言内容から洞察を導き出すことを目的とした。社会関係資本は広範な概念であるが、本研究では特に、若者のSNS利用という文脈において、SNSの使用を通じて感じられる信頼感や安心感といった強いつながり、および新たな情報や視点を獲得の機会をもたらす弱いつながりに焦点を当てている。こうした側面は、フォロワー数や友人の数といった量的な

指標では捉えきれないため、インタビューにおける語りをもとに、参加者が認識する社会的つながりのあり方を分析対象とした。

具体的には、まずインタビューデータの全体的な傾向を俯瞰し、客観的な分析を行うために、テキストマイニングを活用した。その後、データから概念や枠組みを帰納的に構築する質的手法であるグラウンデッド・セオリー・アプローチを用い、詳細なコーディング分析を実施した (Glaser & Glaser, 1992; Charmaz, 2006)。この二つの手法を合わせることで、SNSが大学生の社会関係資本にどのような影響を及ぼすのかを探索的に考察した。また、テキストマイニングはR (v4.3.2) で実施した。形態素解析にはRMeCab (v1.0.11)、語頻度抽出と前処理にはdplyr (v1.1.4) およびstringr (v1.5.1) を使用した。共起ネットワーク構築にはwidyr (v0.3.3)、ネットワーク解析にはigraph (v1.5.1)、可視化にはggraph (v2.2.1) を用いた。なお、コーディング分析は質的分析ソフトウェアMAXQDAにより行った。具体的な分析プロセスは以下の通りである。

① 形態素解析による名詞の頻出語分析：イン

インタビュー逐語録を形態素解析し、データ全体で頻出する名詞を抽出した。話題抽出のために、文脈に左右されにくい名詞に限定した。処理は次の三段階で行った。名詞の基本形のみを抽出し、記号・一文字語・汎用語を除外し、出現頻度の高い上位50の名詞を選定した。

② 共起ネットワーク分析：上記の形態素解析結果を基に、共起ネットワーク分析を行った。文脈関連性をよりの確に把握するため、名詞のみならず形容詞や動詞も含めた主要語彙を対象に出現頻度上位50語を選定し、語同士の共起関係を可視化した。これにより、SNS利用に関する語彙間の結びつきや文脈上の特徴を把握し、SNSプラットフォームごとの特徴や社会関係資本に関連する語彙の関係性を明らかにした。

③ コーディングによる詳細分析：インタビューデータは、質的分析手法であるグラウンデッド・セオリー・アプローチを用いて詳細に分析した。具体的には、逐語録作成からオープンコーディング、アクシヤルコーディング、セレクトティブコーディングに至るプロセスを経て、SNS利用と社会関係資本の形成や維持に関するストーリーラインを構築した。コーディングは第一筆者が担当し、カテゴリー統合と解釈の妥当性については他の著者と討議を行った。分析過程および得られた結果の詳細については、結果の節において記述する。

3 結果

本章では、テキストマイニングによりインタビューデータ全体の特徴を俯瞰してから、グラウンデッド・セオリー・アプローチの結果を提示する。

3.1 テキストマイニングによる全体像

3.1.1 形態素解析による名詞の頻出語分析結果

インタビュー逐語録に形態素解析を実施し、名詞の頻出語を抽出した。上位50の名詞を出現頻

度の降順で示したものが表-2である。最頻出語は「友達」(185回)で、次いで「ライン」(167回)、「自分」(144回)、「インスタ」(119回)、「ツイッター」(90回)が続いた。これらの結果は、SNSが友人関係維持の主要手段であることを示唆する。学業・生活関連語も多かった(例:「大学」85回、「高校」63回、「部活」48回、「バイト」

表-2 上位50の名詞の頻度表

順位	単語	頻度	順位	単語	頻度
1	友達	185	26	時間	27
2	ライン	167	27	追加	27
3	自分	144	28	授業	26
4	インスタ	119	29	ゲーム	25
5	ツイッター	90	30	相手	25
6	大学	85	31	趣味	24
7	グループ	81	32	返信	24
8	連絡	76	33	顔	24
9	アカウント	68	34	dm	22
10	仲	68	35	学校	22
11	写真	68	36	雑談	21
12	高校	63	37	話	20
13	フォロー	60	38	鍵	20
14	情報	54	39	イメージ	19
15	交換	51	40	旅行	18
16	投稿	51	41	文章	17
17	メイン	50	42	内容	16
18	部活	48	43	反応	16
19	アカ	47	44	学部	16
20	サブ	47	45	炎上	16
21	ストーリー	39	46	発信	16
22	一緒	34	47	ネット	15
23	関係	29	48	バイト	15
24	コメント	28	49	会話	15
25	電話	28	50	学科	15

15回)。学生が授業や日常活動の共有にもSNSを活用していることが読み取れる。アカウント運用に関する語として「アカウント」(68回)、「メイン」(50回)、「サブ」(47回)、「アカ」(47回)が確認された。「メインアカ(メインアカウント)」と「サブアカ(サブアカウント)」と呼び分ける慣行が浸透していると考えられる。また、「インスタ」は正式名称「インスタグラム」よりも略称が一般的に使用されていた。

3.1.2 共起ネットワークに見るSNSと人間関係

本研究では、形態素解析結果を基に、名詞・形容詞・動詞を対象として出現頻度上位50語を選定し、語同士の共起関係を可視化するために共起ネットワーク分析を実施した。語の共起強度はDice係数により算出し、語のつながりに基づいてLouvain法でコミュニティを検出した。

Dice係数は、単なる共出現回数ではなく、それぞれの語がどの程度出現しているかを踏まえて、語と語の結びつきの“強さ”をバランスよく評価できる指標である。頻出語に過度に引っ張られず、語同士の関係を適切に評価できる点から、本研究においては共起強度の指標としてDice係数を採用した。ここでの「コミュニティ」とは、共に出現しやすい語同士が構成するグループを指し、SNS利用に関する語の使われ方や関連性を捉える手がかりとなる。図-1は、Dice係数に基づいて構築された共起ネットワークを可視化したものであり、検出された語のコミュニティを11色で示している。ノードの大きさは語の出現頻度(freq)を、エッジの太さは共起強度(Dice値)を表している。

共起ネットワーク分析の結果、「友達」「インスタ」「ライン」がネットワークの中心に位置し、多くの語をつなぐ重要な役割を果たしていた。まず「友達」(緑色クラスタ)は「高校」「大学」「部活」「ゲーム」などと共起しており、学校生活や部活動、オンラインゲームといった日常的な接点

を通じて、友人関係が築かれていることが示された。「ライン」(青色クラスタ)は「インスタ」「交換」「グループ」「仲良く」と共起しており、ラインを通じた親密なやりとりの様子が浮かび上がった。中でも「交換」は「ライン」と「インスタ」を結ぶ語となっており、異なるSNS間を橋渡しする役割を果たしている点が注目される。一方、「友達」と「インスタ」は直接つながっていなかったものの、「いい」を介して間接的につながっていた。「いい」は「コメント」や「投稿」とも共起しており、インスタグラム上ではリアクションや投稿を通じて、自己表現と対人関係の構築が行われていることが読み取れる。

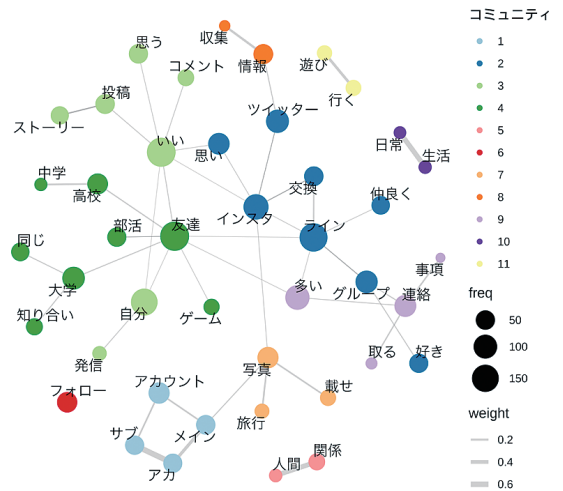


図-1 共起ネットワーク

また、「写真」(オレンジクラスタ)は「インスタ」と直接関連しており、「載せ」や「旅行」は「写真」につながっており、ライフログ的な投稿の特徴を示していた。「アカ」「メイン」「サブ」「アカウント」(水色クラスタ)は太線でつながり、「写真」とも共起していたことから、旅行写真などの投稿がメインアカウントとサブアカウントの使い分けと関係していることがうかがえる。さらに、「インスタ」は「ツイッター」ともつながっており、「ツイッター」は「情報」と直接に共起し、とり

わけ情報収集に関する文脈で言及される傾向がみられた。これはツイッターが主に情報収集の手段として活用されていることを示している。総じて、この共起ネットワークは、SNSが友人関係の形成や維持において多面的な役割を果たしていることを明らかにしている。

3.2 グラウンデッド・セオリー・アプローチによる分析結果

3.2.1 コードとカテゴリーの抽出

本研究では、半構造化インタビューから得られた質的データを、グラウンデッド・セオリー・アプローチの手法に基づき分析した。特に、Charmaz (2006) の構成的GTAの枠組を採用し、質的データに含まれる主観的な意味づけや文脈を重視しながら、SNS利用がどのように社会関係資本の形成と関連しているのかを探求した。また、分析にあたっては、信頼感や安心感を軸とする「結合型社会関係資本」、および新たな情報や視点を獲得の機会をもたらす「橋渡し型社会関係資本」という二つの視点に着目し、それぞれが質的データにどのように表れているかを分析した。分析は以下のプロセスを経て進められた。

① オープンコーディング：逐語録を意味のまとまりごとに分割し、SNS利用や社会関係資本に関連する発言に対し、ラベルを付与した。この段階では、「LINE (つながり感が強い)」「Instagram (気楽にメインアカウントを交換できる)」「X (大学関連の情報収集)」「新しい人間関係の構築に対する不安」「人とのつながりへの意欲」など、計177のコードが得られた。

② アクシャルコーディング：得られたコード間の関係性を検討し、より抽象度の高い概念やカテゴリーへと統合した。たとえば、「メインアカウントでの高品質な写真の投稿」「メインアカウントでの自慢できる達成の共有」「メインアカウントでの慎重な自己表現」といったコードは、「メインアカウントにおける自己ブランド管理」とい

うカテゴリーとして再構成された。この結果、最終的に19のカテゴリーが導き出された。

③ セレクティブコーディング：統合されたカテゴリー群を「SNS利用が大学生の社会関係資本の形成や維持にどのように関与するか」という中核テーマを軸に再構成し、全体像を示すストーリーラインを描き出した。ストーリーラインの構築にあたっては、解釈の一貫性を高めるため、共著者間で議論を重ねた。特に、各カテゴリーがどのようにテーマに結びつき、一貫した解釈として構成されるかを検討した。

以上の手順を通じて、本研究は、大学生のSNS利用の実態と、それが社会関係資本の形成や維持にどのように関与しているかを探索的に捉えることを試みた。

3.2.2 SNSの利用と社会関係資本に関するストーリーライン

セレクティブコーディングでは、「SNS利用が大学生の社会関係資本の形成や維持にどのように関わるか」という中核テーマを軸に、抽出されたカテゴリーを再構成し、その関係性を整理することで、SNS活用と社会関係資本の関係図を示す構造的枠組みを提示した (図-2 参照)。

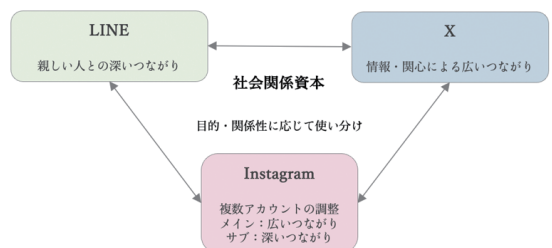


図-2 SNS活用と社会関係資本の関係図

本研究のストーリーラインは、主に以下の二つの大きなテーマと五つのサブテーマによって構成される。各テーマはPutnam (2000) の社会関係資本理論における「結合型」と「橋渡し型」の視点に照らして分析された。

【テーマ1】SNS間の相互補完的な活用と社会関係資本

このテーマでは、複数のSNSの使い分けが、社会関係資本の構築にどのような役割を果たしているかに着目する。特に、プラットフォームごとの利用特性が、「信頼に基づく親密な関係（結合型）」と「いろいろな情報にアクセスできる広範な関係（橋渡し型）」という二つの側面にどう関係しているかが分析の焦点である。

【サブテーマ1-1】LINE, X, Instagramの使い分けと社会関係資本：本サブテーマでは、若者が各SNSの特性に応じて関係の「強さ」と「目的」を使い分けしている実態が示された。

LINEはプライベート空間として認識されており、家族や親しい友人とのやり取りにおいて重要な役割を果たしていた。また、グループチャットを活用した情報交換や雑談が盛んで、対面での関係を深める手段として活用されている。このような利用実態は、感情的な支えや信頼を伴う強い関係性の維持に資するものであり、結合型社会関係資本につながる実践として捉えることができる。

家族だったら、ほんとに雑談みたいな感じです。ひとり暮らしなので……向こうの実家側の様子とかを教えてもらったりして……

(参加者4)

大学で普段一緒に授業受けている子たちのグループは、そこはテストの情報とか共有するし、部活の大きいグループだと部活の諸連絡が流れてくるグループもあるし、バイト先のライングループとかだと……バイトに関する情報が流れてくる……

(参加者7)

一方で、Xは大学関連の新歓情報や趣味情報など、知人ではない広い範囲から情報を得る場として機能していた。Xを通じて新たな情報や、共通の興味を持つ人々との接点を築いていた。このように、他の集団へのアクセスができ、橋渡し型社

会関係資本の形成に寄与していると考えられる。

入学に必要な準備とか……部活とかサークルの情報だったり、あとは同じ学科の人と、ツイッター見つけて、そこからラインのグループに入れてもらって……

(参加者4)

知らない人でも自分にとって有益な情報をくれるっていうのが1番のメリットですかね……

(参加者9)

ジャニーズ好きなので、その公式のアカウント見たりとか……

(参加者11)

Instagramは、写真を介した自己表現や体験の共有に特化したプラットフォームとして活用されており、学校の行事や旅行などのことを投稿することで、人々との接点を保ちつつ関係を強化しようとする意図が見られた。このような「一对多」の共有行動は知り合いとのゆるやかなつながりを維持しつつ、親しい友人との関係も写真共有で確認し合うという、結合型と橋渡し型を併せ持つSNS利用のあり方として位置づけられる。また、表1からは、Instagramではフォロワー数が多い参加者が多く、広範なネットワーク形成に積極的に活用されていることが示唆された。一方、Xはフォロワー数にばらつきがあり、ネットワーク形成の点ではInstagramよりも活用度が低い傾向が見られた。

(Instagramに) パツて(写真を)載せたら……特定の人だけじゃなくて……フォローしている人全員には見えるんじゃないですか……みんなに見せたいってところだと、インスタはやっぱいいんじゃないかな……

(参加者1)

高校の行事，文化祭とか，球技大会とかでいっぱい写真撮るじゃないですか……（Instagramに写真あげるのを）楽しんでいます……

（参加者10）

〔サブテーマ1-2〕関係の境界線とつながるSNS：このテーマでは，人間関係の進展とともに利用するSNSが変化するプロセスに着目した。特に，出合いやゆるやかな接点の形成にInstagramが用いられ，その後，親密度が高まるとLINEへ移行するという段階的な関係構築の実態が示された。このように，初期接点を築く場としてのInstagramは橋渡し型社会関係資本の起点として，LINEは結合型社会関係資本を深める場として機能していると考えられる。

インスタで軽く知り合って……学校の中とかでたまたま喋る機会があって，仲良くなりたいなとか思ったらラインでもっと会話持ち出してみたいな感じかなと思います……

（参加者1）

たまに（Instagramの）DMで，「〇〇ちゃんの友達だよな」みたいで，「昨日一緒にご飯食べたよな，仲良くしてね」みたいなのとか，普通に話すこととかあって，そっから，たまにじゃあ遊ぼうよってなることもあるし，そっから，ライン交換しよってなることもあるので，すぐライン交換っていうよりかは，インスタがワンクッションになっているかもしれない……

（参加者2）

【テーマ2】Instagramのアカウント戦略と社会関係資本の形成

このテーマでは，Instagram内での複数アカウント運用に焦点を当てる。若者たちは，広範囲なつながりを保つメインアカウントと，親しい友人との交流に特化したサブアカウントを使い分けるこ

とで，関係の深さやプライバシー意識に応じた柔軟なネットワーク管理を行っていた。複数アカウントの活用は，結合型と橋渡し型社会関係資本をバランスよく構築することを可能にしていると考えられる。

〔サブテーマ2-1〕複数アカウントによるつながりの構築：このサブテーマでは，Instagramにおける複数アカウントの使い分けに注目する。参加者は，フォロワーが数百人にのぼるメインアカウントを通じて比較的広いつながりを維持する一方で，サブアカウントは少人数のフォロワーに限定し，ごく親しい関係のなかでのみ活用していた。このように，それぞれのアカウントが，異なるタイプの社会関係資本を築くための場として用いられていると考えられる。

僕，なんかインスタでも，2個アカウント作って……500人ぐらいいる方と……ほんとに50人ぐらいしかいない方があって……こっち（50人の方）はほんとに仲いい人しかフォローしてない……

（参加者1）

インスタ（のアカウント）は……2つあって，メインとサブっていうか，大学の知り合い全部があるアカウントと……仲いい子だけがアカウント……

（参加者3）

〔サブテーマ2-2〕自己呈示スタイルの選択と社会関係資本：このサブテーマでは，複数のアカウントにおける自己開示の内容やスタイルの違いが，社会関係資本の質とどのように関わるかに着目する。メインアカウントでは，当たり障りのない自己呈示がなされ，サブアカウントではカジュアルな自己呈示が行われている実態が明らかになった。こうした自己呈示の選択とコントロールは，Instagram上で築かれる人間関係の広がりや深さの両立を可能にしており，それぞれが橋渡し型社会関係資本と結合型社会関係資本に対応して

いると考えられる。

(サブアカウントでは) 別に他の人に気にしなくて……適当にアップロードするって感じですかね……面白い写真って日常生活での食べ物とかそういう写真とかです……友達がふざけている写真とかはあげたりしますが、そんな感じですかね……
(参加者8)

メインアカは、おしゃれなカフェとか……旅行、ディズニー行ったとかそういうなんか特別なやつで、ちょっとなんか映えている……サブアカは……ほんとに地元の友達、なんかラーメン行ったとか、なんかそういうなんかラフな感じ……
(参加者11)

[サブテーマ2-3] プライバシー管理と信頼構築：このサブテーマでは、プライバシー意識が複数アカウントの活用スタイルにどのように表れ、それが社会関係資本にいかに関与するかに注目する。参加者はプライバシーへの配慮から、メインアカウントとサブアカウントを使い分けており、このようなプライバシー管理の戦略は、信頼を基盤とした社会関係資本の構築と深く関係していると考えられる。また、対人関係の構築に慎重な姿勢を示す傾向も確認された。

(メインアカウント) 500人ぐらいいるから……全員知ってる人やけど、まあ、そんなに仲良くない人もいるから……そんなに個人が識別できるような写真は載せないようにしている……
(参加者1)

顔あんまりあげない……だって(メインアカウントで)知らない人もつながってるから……でもまあ、たまにあげるけど、自分の顔あげるのが多いのがサブアカ、小っちゃいアカウントの方が自分の顔は上げやすい……(メインアカウントで)

知らない人に見られる可能性もあるから……不特定多数の人とつながっているから……

(参加者2)

大して仲良くない人とつながりたくなく……フォローリクエストを拒否するのは申し訳ないから、そもそも来ないようにしようと思って顔を出さないようにしています……

(参加者6)

次に、これらの結果と先行研究との関係およびその意義を考察する。

4 考察

本研究では、若者がSNSを通じてどのように社会関係資本を構築しているのかを、質的手法により検討した。Maracek等(2001)が指摘するように、人々自身の語りに耳を傾け、そこから理論的洞察を導くことは、質的研究において重要である。本研究もこの立場に立ち、得られた二つの主要テーマについて、先行研究の比較を通じて考察を深めるとともに、研究者としての視点を加えて解釈を試みる。

4.1 社会関係資本の形成におけるSNS間の相補的な活用

本研究の第一のテーマは、若者がLINE, X, Instagramといった複数のSNSを、目的や関係の深さに応じて使い分けながら、社会関係資本を構築していることを明らかにすることであった。この枠組みをより具体的に捉えるため、以下の二つの視点から考察を行う。

4.1.1 LINE, X, Instagramの使い分けと社会関係資本

まず明らかになったのは、若者が各SNSの特性を踏まえ、関係のタイプや交流の目的に応じてSNSを使い分けているという点である。LINEは親しい

人との連絡手段、Xは匿名性を活かした情報収集と弱いつながりの場、Instagramは発信と交流が共存するハイブリッドな空間として位置づけられていた。このような使い分けは、結混合型・橋渡し型の両方の社会関係資本の構築を支える実践といえるだろう。こうした傾向は、XとInstagramの利用目的の違いを示した松田（2022）や、SNSの組み合わせと社会関係資本の関連を量的に示した研究（Ye & Ho, 2024）と呼応している。本研究は、これらの知見を具体的なSNSの利用実態を通じて補強した点に意義がある。「SNSの組み合わせと役割分担」という視点は、インターネット時代における社会関係資本の理解に欠かせない視座であることが示唆された。

4.1.2 関係の境界線とつながるSNS

次に注目されたのは、関係の深さの変化に伴って、つながるSNSが移行・追加されていくという現象である。たとえば、Instagram上での軽いやり取りが対面での交流のきっかけとなり、その後LINEへとつながることで関係が深まっていく様子が確認された。このような「つながるSNSの変化」は、単なるSNSの選好ではなく、関係の進展に応じたつながり方の再構成として捉えることができる。この点について、Facebookを対象とした研究（Pennington & Hall, 2020）は、「Facebook上の行動は関係の深さを反映するものであり、それ自体が関係性を変化させるものではない」と主張している。また、同研究は単一のプラットフォームに焦点を当てており、今後は複数のSNSを対象とした研究によって、この視点をさらに深化させる必要があることも指摘している。本研究は、まさにこの点を補完するものであり、関係の深さの変化に応じた「つながるSNS」の移行や追加といった実践を通じて、SNSの選択が関係性の質的变化といかに結びついているかを明らかにした。特に、関係の深まりに応じて、つながるSNSが追加・移行されることが、社会関係資本の構築プロ

セスに組み込まれていることが示唆された。こうしたSNSを通じたつながりは、状況や関係性の変化に応じて柔軟に再編される動的なプロセスとして捉えることができる。

本テーマは、社会関係資本の形成におけるSNS間の相補的な活用の実態を明らかにした点に意義がある。こうした知見は、先行研究が示した今後のSNS研究の方向性とも呼応しており、SNS上の行動の相互作用や関係性の動的な変化過程を捉える視点の重要性を裏づけている（Taylor et al., 2022）。本研究は、SNSの使い分けやプラットフォーム間の移行といった実践を通じて、その具体的な一端を示した。

4.2 Instagramのアカウント戦略と社会関係資本の形成

本研究の第二のテーマでは、Instagramにおける複数アカウントの戦略的運用と、それが社会関係資本の形成にどのように関わっているかを明らかにした。このテーマについては、以下の三つの視点から考察を行う。

4.2.1 複数アカウントによるつながりの構築

本研究では、Instagramにおいてメインアカウントとサブアカウントを使い分ける実践が確認された。メインアカウントは比較的広範な人間関係を対象とし、広いつながりとの接点を維持する場として機能していた。一方、サブアカウントはフォロワーを限定し、信頼できる親しい人とのやり取りに特化していた。これにより、関係の広がりや深さの両立を可能にしており、橋渡し型と結混合型の両方の社会関係資本を場面ごとに構築していたと考えられる。このような複数アカウントの使い分けに関しては、海外の研究において、Rinsta (Real Instagram) とFinsta (Fake Instagram) という用語を用いてその実態が論じられている（Duffy & Chan, 2018; Darr & Doss, 2022）。Rinstaは、比較的広範な知人との接点を維持する“公的な”

アカウントとして、Finstaは、限られた親しい友人との私的なやり取りのために活用されるとされている。また、日本の大学生を対象とした市村・柴田(2024)の研究でも、複数アカウントの利用が、「接触頻度の高い身近な関係」と「接触頻度の低い広範な関係」といった関係性の性質に応じて使い分けられていることが示されている。本研究でも、同様の使い分けが参加者の語りから確認された。本研究は、こうした知見を踏まえ、アカウントの使い分けは、関係性の広がりや深まりに応じて、対人ネットワークを柔軟に構築するための手段であると考えられる。具体的には、メインアカウントは広く浅いつながりの維持に、サブアカウントは親しい相手との気軽で信頼に基づくやり取りに用いられていた。Putnam(2000)の社会関係資本の視点から見ると、メインアカウントは橋渡し型資本、サブアカウントは結合型資本の形成と関連している可能性がうかがえる。このように、アカウントを使い分けるという実践は、関係性の性質に応じて社会関係資本を構築することと結びついている可能性がある。

4.2.2 自己呈示スタイルの選択と社会関係資本

次に、Instagramにおけるメインアカウントとサブアカウントでの自己呈示スタイルの違いが、社会関係資本の構築とどのように関係しているのかを検討する。メインアカウントでは「おしゃれなカフェ」や「旅行」などの「映える投稿」が多く、広範なフォロワーを意識した印象管理的な自己呈示が行われていた。一方、サブアカウントでは「ふざけた写真」や「日常のくだけた出来事」など、親しい友人との気軽なやり取りが中心であり、よりリラックスした空間として活用されていた。こうした使い分けは、先行研究とも一致する。先行研究は、Finstaのような非公開アカウントが、他者の評価を気にせずリアルな自己を共有できる“セーフスペース”として機能していると指摘している(Darr & Doss, 2022)。また、Rinstaでは理

想的な自己の呈示が重視される一方で、Finstaでは「面白さ」や「気軽さ」を重視した自己呈示が行われる傾向があることが報告されている(Kang & Wei, 2019)。こうした自己呈示の傾向は、それぞれのアカウントが異なる社会関係資本を築く役割を担っている可能性を示唆するものである。メインアカウントでは、「見栄え」のよい情報を共有することで広範な知人とのゆるやかな接点を保ち、情報交換や機会の獲得といった橋渡し型資本の形成に寄与していると考えられる。一方、サブアカウントは、率直でくだけたやり取りを通じて信頼や親密さを育む場として機能し、結合型社会関係資本の構築に関わっていると解釈できる。このように、自己呈示を調整することによって、社会的ネットワークの「広さ」と「深さ」を選択的に形成する行為は、社会関係資本の質的構造と深く関係していると考えられる。

4.2.3 プライバシー管理と信頼構築

最後に、プライバシーが、信頼関係の構築や社会関係資本の形成とどのように関係しているのかを検討する。とくに、メインアカウントとサブアカウントの使い分けに表れるプライバシーへの配慮が、自己開示の範囲の調整や信頼の構築にどのように関わっているのかに注目する。こうした関係構築のスタイルは、松田(2000)が指摘した「選択的」な対人関係の傾向とも重なる。松田は、携帯電話やメールといった複数のメディアを通じて、相手との距離感を調整しながら関係を築く若者の姿を描いている。現在のInstagramで見られるアカウントの使い分けも、こうした選択的な関係構築の一形態として理解することができる。

このようなプライバシーへの配慮によるアカウントの使い分けは、対人信頼感の高さと深く関係している可能性がある。Acquisti等(2015)は、プライバシー管理を単なるリスク回避ではなく、「対人関係の構築に向けた調整的な行為」として捉えている。本研究においても、若者は信頼でき

相手のみにプライベートな情報を開示することで、安心して交流できる空間を構築していたことが明らかとなった。また、日本の若者は他者からの評価に対する感受性が高い傾向があるとされており (Yamaguchi et al., 1995), そのような背景のもと、開示範囲を慎重に調整しながら、信頼に基づく関係性を選択しようとする様子が確認された。このように、プライバシーを意識したアカウントの使い分けは、防御的応答を超えて、安心できる関係性を築くための積極的な手段として機能している。

総じて、本研究は、Instagramが単なる情報共有のツールにとどまらず、文脈に応じて情報アクセス、親密さ、信頼といった社会関係資本の構成要素を柔軟かつ戦略的に形成するための空間として機能していることを明らかにした。このような実践の分析は、若者のSNS利用の実態を理解するうえで、理論的にも実践的にも有意義な知見を提供する。

4.3 まとめと本研究の限界

本研究は、日本の大学生が主要なSNSをどのように活用し、社会関係資本を形成しているかを探索的に分析した。半構造化インタビューを通じて得られた質的データをテキストマイニングとグラウンデッド・セオリー・アプローチを用いて分析した結果、大学生は異なるSNSを目的別に使い分け、複数のプラットフォームを組み合わせることで社会関係を維持や構築していることが明らかとなった。また、Instagramの複数アカウント運用はプライバシー管理や対人関係の調整に寄与しており、単なる自己呈示の場ではなく、プライバシー意識に対応する手段として機能していることが示唆された。

しかしながら、本研究にはいくつかの限界がある。第一に、サンプルが名古屋市の大学生12名に限定されており、結果を全国の大学生や他の年齢層に一般化することは難しい。第二に、探索的

な質的研究であるため、得られる知見の一般化や因果関係の強い主張には慎重である必要がある。第三に、テキストマイニングを用いた分析では、インタビュー内容の文脈的解釈に注意を要し、単語の出現頻度や共起関係のみでは解釈しきれない側面がある。今後は、より多様な属性の参加者を含めた量的研究や比較研究を行うことで、SNS利用と社会関係資本の関連性をさらに検証や拡張する必要がある。また、SNSの進化がユーザーの人間関係に与える影響を引き続き探求し、社会的なインパクトを考察することが求められる。

注

- (1) 本論文の要旨の一部はInternational Association for Media and Communication Research (IAMCR) 2024学会にて発表した。
- (2) 本論文の要旨は第65回日本社会心理学会にて発表した。
- (3) Twitter (ツイッター) は、2023年7月24日に「X」へ名称変更されたが、インタビュー対象者の多くは旧称である「ツイッター」を使用していた。そのため、引用においては原文のまま「ツイッター」と表記した。
- (4) 本研究では名詞の基本形のみを抽出しているため、一部の複合語や活用語が名詞形として処理されている場合がある。

謝辞

本研究は、名古屋大学人文学研究科研究倫理審査委員会の承認を得て実施されたものである (承認番号: NUHM-23-033)。本研究は、JST次世代研究者挑戦的研究プログラム (JPMJSP2125) および名古屋大学TMI卓越大学院プログラムの支援を受けた。本調査の実施にあたり、快くご協力いただいた参加者の皆様に、厚く御礼申し上げる。また、テキストマイニング手法に関して有益なご助言を賜った、名古屋大学人文学研究科の鄭穹穹

先生に深く感謝申し上げます。最後に、本稿に対して建設的かつ唆に富むコメントをお寄せくださった編集委員会および査読者の先生方に、心より御礼申し上げます。

参考文献

- Acquisti, A., Brandimarte, L., & Loewenstein, G. (2015). Privacy and Human Behavior in the Age of Information. *Science*, 347 (6221), pp.509-514.
- Bourdieu, P. (1986). 'Forms of Capital' in J.C. Richards. *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Greenwood Press, New York.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide through Qualitative Analysis*. Sage, London.
- Coleman, J.C. (1988). 'Social Capital in the Creation of Human Capital, *American Journal of Sociology* 94, S95-S120.
- Darr, C.R., & Doss, E.F. (2022). The Fake One is the Real One: Finstas, Authenticity, and Context Collapse in Teen Friend Groups. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 27(4), zmac009.
- Duffy, B.E., & Chan, N.K. (2019). "You Never Really Know Who's Looking": Imagined Surveillance across Social Media Platforms. *New Media & Society*, 21 (1), 119-138.
- Ellison, N.B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook "Friends": Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), pp.1143-1168.
- 外務省 (2023) 「SDGsアクションプラン2023～SDGs達成に向け、未来を切り拓く～」, <https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/pdf/SDGs_Action_Plan_2023.pdf> Accessed 2024, April 26.
- Glaser, B.G. (1992). *Basics of Grounded Theory Analysis*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
- Granovetter, M.S. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78 (6), pp.1360-1380.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How Many Interviews Are Enough? An Experiment with Data Saturation and Variability. *Field Methods*, 18(1), pp.59-82.
- Huang, X., & Gao, X. (2025). A Systematic Review of Social Capital Measures Among University Students: A COSMIN-based Evaluation. *Current Psychology*, 44, pp.5187-5215.
- 市村美帆・柴田和子 (2024) 「女子大学生のInstagramの複数アカウントの利用に関する探索的検討」, 『和洋女子大学紀要』, (65), pp.41-52.
- Kang, J., & Wei, L. (2020). Let Me Be at My Funniest: Instagram Users' Motivations for Using Finsta (aka, Fake Instagram). *The Social Science Journal*, 57(1), pp.58-71.
- 国立研究開発法人科学技術振興機構 (2017) 「SDGs 持続可能な開発目標：未来を変えるための17の目標」, <https://www.jst.go.jp/pr/intro/sdgs/doc/SDGs_book_JP_2017.pdf> Accessed 2025, February 21.
- 桂瑠以 (2018) 「LINEの使用が社会関係資本及びレジリエンスに及ぼす影響の検討」, 『情報メディア研究』 16(1), pp.32-40.
- Krause, H.-V., große Detert, F., Baumann, A., & Krasnova, H. (2022). Active Social Media Use and Its Impact on Well-Being—An Experimental Study on the Effects of Posting Pictures on Instagram. *Journal of Computer-Mediated Communication*, pp.1-12.

- Liu, D., Ainsworth, S.E., & Baumeister, R.F. (2016). A Meta-Analysis of Social Networking Online and Social Capital. *Review of General Psychology*, 20(4), pp.369-391.
- Marecek, J. (2001). Working between Two Worlds: Qualitative Methods and Psychology. In D.L. Tolman & M. Brydon-Miller (Eds.), *From Subjects to Subjectivities: A handbook of Interpretive and Participatory Methods* (pp.29-44). New York University Press.
- 松田美佐 (2000) 「若者の友人関係と携帯電話利用—関係希薄化論から選択的關係論へ」, 『社会情報学研究』 (4), pp.111-122.
- 松田美佐 (2022) 「若者のコミュニケーション・メディア利用 2020—Twitter愛好者と Instagram愛好者—」, 『紀要社会学・社会情報学』 32, pp.143-157.
- 永井暁行 (2016) 「大学生の友人関係における援助要請およびソーシャル・サポートと学校適応の関連」, 『教育心理学研究』 64(2), pp.199-211.
- Pennington, N., & Hall, J.A. (2020). Does Facebook-Enabled Communication Influence Weak-tie Relationships Over Time? A Longitudinal Investigation into Mediated Relationship Maintenance. *Communication Monographs*, 88(1), pp.48-70.
- Putnam, R.D. (1995). Bowling Alone: America's Declining Social Capital. *Journal of Democracy*, 6, pp.65-78.
- Putnam, R.D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster.
- Shane-Simpson, C., Manago, A., Gaggi, N., & Gillespie-Lynch, K. (2018). Why Do College Students Prefer Facebook, Twitter, or Instagram? Site Affordances, Tensions Between Privacy and Self-Expression, and Implications for Social Capital. *Computers in Human Behavior*, 86, pp.276-288.
- 添田拓海・叶少瑜 (2021). 「大学生のTwitter使用と友人関係満足度の関係—複数アカウントの使用に着目して—」, 『電子情報通信学会技術研究報告 (Web)』 120(336), pp.33-38.
- 総務省情報通信政策研究所 (2024). 令和5年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書〈概要〉, 〈https://www.soumu.go.jp/main_content/000952987.pdf〉 Accessed 2025, February 20.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory* (2nd ed.). Sage Publications, Inc.
- Taylor, S.H., Zhao, P., & Bazarova, N.N. (2022). Social Media and Close Relationships: A Puzzle of Connection and Disconnection. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101292.
- Williams, D. (2006). On and Off the Net: Scales for Social Capital in An Online Era. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), pp.593-628.
- Yamaguchi, S., Kuhlman, D. M., & Sugimori, S. (1995). Personality Correlates of Allocentric Tendencies in Individualist and Collectivist Cultures. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 26(6), pp.658-672.
- Ye, S., Ho, K.K.W. (2024). Would You Be Healthier If You Had More Social Capital? Focusing on University Students' Social Media Use in Japan. *BMC Psychology* 12, 776.
- 全国大学生生活協同組合連合会 (2024) 「第59回大学生生活実態調査概要報告」, 〈<https://www.univcoop.or.jp/press/life/report.html>〉 Accessed 2024, April 26.