

競争心が Instagram での情報発信に与える影響

登内美月^a, 松川将大^b, 柴田芳和^c

要約

本稿では、Instagram での情報発信に焦点をおき、「対他人の競争心が強い人ほど Instagram の発信頻度が高い」、「対自分の競争心が強い人ほど Instagram の発信頻度が低い」という2つの研究仮説を立てた。そこで、Google form でアンケートを作成し、SNS を通じて拡散して、98 件の有効回答が得られた。アンケート結果を集計し、回帰分析を行ったところ、Instagram のストーリーでの発信について、1つ目の研究仮説に整合的で有意な結果を得ることができた。対照的に2つ目の研究仮説では有意な結果は得られず、対他人と対自分の競争心とでは Instagram のストーリーでの発信頻度への影響が違うことが示唆された。

JEL 分類番号：D9

キーワード：世界観, 競争心, Instagram

a	登内美月	慶應義塾大学	経済学部	学部学生	m_tonouchi@keio.jp
b	松川将大	慶應義塾大学	経済学部	学部学生	mma081921@keio.jp
c	柴田芳和	慶應義塾大学	経済学部	学部学生	yoshi.shibata.1022@keio.jp

1. はじめに

近年、SNS を用いた情報共有が盛んになり、大学生間でも流行している。しかし、SNS を利用する人達の中でも、情報の発信頻度に関して大きな個人差が見られる。私たちはこの個人差について、「競争心」が関わっているのではないかと推察した。というのも、高坂ら(2008)が注目したように、現代社会においては青年は進学や就職といった社会からの競争にさらされており、それゆえ青年は SNS での情報発信の際にすら潜在的に競争を意識していると考えられるからだ。以上から、私たちは SNS と競争心の関係性を研究テーマの軸とし、中でも大学生の多くが利用する Instagram の投稿数に着目した。なお、私たちは競争心を古畑(2000)より「個人が、目標達成に関して、相手(他の個人ないしは集団)と競い合って相手に優越し、凌駕し、勝利を収めようとする欲求」と定義している。

さらに、私たちは競争心について、「対他人の競争心」と「対自分の競争心」の二種類に分けられると考えた。前者は、「他人に勝ちたい」という意味であり、後者は「自分に勝ちたい」という解釈だ。上記から、1つ目の研究仮説を、「対他人の競争心が強い人ほ

ど Instagram の発信頻度が高い」とした。これは「人より充実した生活を見せつけたい」という他人に対する競争心が SNS の投稿頻度に関係すると予想したからだ。また、2 つ目の研究仮説として、「対自分の競争心が強い人ほど Instagram の発信頻度が低い」を立てた。これは、「SNS の発信は自己満足でしかない。そんな暇があれば自己研鑽したい」という思考を持つ、自分への競争心が強い人は SNS の利用が少なくなると推察したからだ。上記二つの仮説を本研究で検証していく。また、本稿では、世界観の定義を「ひとつの人々の集団が生活を秩序付けるために用いている、現実の性質に関しての、認識、感情、判断に関する基礎的な仮定と枠組み」とした。(Hiebert 2008 の定義の大垣・田中 2018, p.210 の邦訳)

2. 研究方法

調査対象は大学生とし、期間は 8/11~8/31 の 3 週間を設け、98 件の有効回答を得た。

説明変数である競争心の世界観を測る質問では、「自分と他人を比べがち」等といった抽象的な質問を並べた。なぜなら、「スポーツでは負けたくない」等のように勝負の内容を明記すると、回答者の選好が関わってくると判断したからである。世界観を測る質問は計 11 問で、対他人の競争心を測る質問が 5 個、対自分の競争心を測る質問が 6 個となっている。

被説明変数である Instagram の質問は、2019 年度の投稿数に関する質問を行った。直近 1 年間の投稿数では、緊急事態宣言期間が含まれるからである。自粛期間中は大学生の SNS での発信頻度も減少していた為、研究に支障をきたすと判断し、2019 年度の投稿数に焦点を当てた。また、被説明変数である Instagram の調査対象期間が 2019 年度だったことに合わせて、説明変数である世界観を測る質問も 2019 年度の自分を思い出して回答するよう、回答者に要望した。

3. 結果

本論文では、被説明変数として、Instagram の発信の中でも特に興味深い結果が得られた「ストーリー機能」に注目した。表 1 に記述統計を示した。得られたデータから、1 週間当たりのストーリーの投稿頻度を被説明変数、対他人の競争心に関する質問 Q2、4、6、8、10 と対自分の競争心に関する質問 Q1、3、5、7、9、11 を説明変数とした単回帰分析を行い、その結果を表 2 に表す。さらに、Instagram の 1 日当たりの平均利用時間と、Instagram の 1 日当たりの平均利用時間を 1 日当たり自由に使える時間で除した値を、新たな説明変数として加えた重回帰分析を 2 種類行った。その結果は表 3 の通りである。

表1 記述統計

	平均	標準偏差	最小値	最大値		平均	標準偏差	最小値	最大値
性別 (男=1, 女=2)	1.577464789	0.493962758	1	2	Q9. 対自分の競争心⑤	4.394366	1.358115	1	6
自由時間 (分)	206.1971831	95.78976683	30	600	Q11. 対自分の競争心⑥	4.380282	1.367286	1	6
Instagramの利用時間	38.34507042	22.36045799	7.5	82.5	Q2. 対他人の競争心①	3.901408	1.51197	1	6
ストーリーの投稿頻度	1.642253521	1.87185695	0	9	Q4. 対他人の競争心②	4.140845	1.456368	1	6
Q1. 対自分の競争心①	3.605633803	1.37869987	1	6	Q6. 対他人の競争心③	4.352113	1.566359	1	6
Q3. 対自分の競争心②	4.436619718	1.517340096	1	6	Q8. 対他人の競争心④	3.873239	1.310086	1	6
Q5. 対自分の競争心③	3.436619718	1.624915117	1	6	Q10. 対他人の競争心⑤	3.943662	1.471679	1	6
Q7. 対自分の競争心④	4.084507042	1.470330794	1	6					

表2 単回帰分析の結果

被説明変数	説明変数	係数	p値
ストーリーの投稿頻度	Q2. 対他人①	0.366557**	0.012175
	Q4. 対他人②	0.358436**	0.018519
	Q6. 対他人③	0.066268	0.646011
	Q8. 対他人④	0.354346**	0.037042
	Q10. 対他人⑤	0.468016***	0.001594
	Q1. 対自分①	0.039146	0.811348
	Q3. 対自分②	-0.01841	0.90168
	Q5. 対自分③	0.019151	0.890553
	Q7. 対自分④	-0.07983	0.603405
	Q9. 対自分⑤	0.12536	0.450635
	Q11. 対自分⑥	0.222697	0.175296

表3 重回帰分析の結果

被説明変数	説明変数1	説明変数2	係数	p値
ストーリーの投稿頻度	利用時間	Q2. 対他人①	0.310125**	0.033504
		Q4. 対他人②	0.325031**	0.02896
		Q6. 対他人③	0.05542	0.692255
		Q8. 対他人④	0.31503*	0.058106
		Q10. 対他人⑤	0.42474***	0.003687
		Q1. 対自分①	0.106409	0.509429
		Q3. 対自分②	-0.05711	0.694502
		Q5. 対自分③	0.036943	0.784598
		Q7. 対自分④	-0.07028	0.637394
		Q9. 対自分⑤	0.116543	0.46977
		Q11. 対自分⑥	0.162484	0.316916
ストーリーの投稿頻度	利用時間/自由時間	Q2. 対他人①	0.336066**	0.025509
		Q4. 対他人②	0.323351**	0.041714
		Q6. 対他人③	0.040403	0.780018
		Q8. 対他人④	0.337868**	0.046199
		Q10. 対他人⑤	0.149239***	0.004092
		Q1. 対自分①	0.015571	0.924276
		Q3. 対自分②	-0.02182	0.882818
		Q5. 対自分③	0.000712	0.995909
		Q7. 対自分④	-0.09725	0.525086
		Q9. 対自分⑤	0.086544	0.60648
		Q11. 対自分⑥	0.190475	0.250368

注) ***有意水準 1%、 **有意水準 5%、 *有意水準 10%で有意であることを表す

表 2、3 より、対他人の競争心①②④⑤とストーリーの投稿頻度は強い相関があることがわかった。このように、「対他人の競争心が強い人ほど、Instagram のストーリーを投稿する」という仮説に整合的な結果が得られた。その一方で、対自分の競争心については有意な結果は得られなかった。

4. 考察

他人への競争心と Instagram のストーリーの投稿数の関係性について、仮説と整合的かつ有位性の高い結果を得られたことから、「対他人の競争心が強い人ほど Instagram のストーリーに多くの投稿をする」といえる。これは、他人への競争心が強い人ほど、自分の身の回りの出来事を周囲の人に見せたい、自慢したい、といったある種の自己顕示欲が強くなるからだと考えられる。実際、先行研究においても「他者へのアピールや賞賛を求める心性と競争心の間の正の関係性」は示されており(高坂・佐藤, 2008)、競争心と自己顕示欲とストーリー投稿の 3 つのつながりが推測できる。

対照的に、対自分の競争心については単回帰分析と重回帰分析のいずれでも、有意な結果は得られなかった。対自分の競争心について有意性が出なかった理由としては、「そもそも対自分の競争心は Instagram のストーリーの投稿に影響を及ぼさない」、もしくは「対自分の競争心は Instagram のストーリーの投稿に仮説通りの影響を及ぼすが、非常に弱い影響しか及ぼさない」という 2 つの可能性が考えられる。有意な結果が得られていないため、対自分の競争心が仮説とは逆の効果を持っている可能性もあるが、同じサンプル数の同じデータで対他人の競争心は有意な結果が得られていることを考えると、この場合でも効果は対他人の競争心に比べて小さいと言える。いずれにせよ、「競争心のなかでも、対他人の競争心と対自分の競争心とでは、Instagram のストーリーの投稿という経済行動に与える影響は異なる」と考えられる。

5. おわりに

今回の調査では、対他人の競争心が Instagram のストーリーの投稿に及ぼす影響について、仮説と整合的かつ有意性の高い結果を得た。一方で、対自分の競争心が Instagram のストーリーの投稿に及ぼす影響については有意性の高い結果は得られず、「対他人の競争心と対自分の競争心とでは経済行動に及ぼす影響が異なる」ということが明らかになった。今後は、ストーリー以外の回帰分析結果にも焦点を当て、結果の背景について考察を深めていきたい。

付録(質問票)

<全員共通の質問>

●あなたの性別を教えてください

男性 / 女性 / 回答しない

●あなたの学年を教えてください

1年生 / 2年生 / 3年生 / 4年生 / その他

●2019年度では、1日当たり自由に使える時間は平均どれくらいでしたか？

0分以上1時間未満 / 1時間以上2時間未満 / 2時間以上3時間未満

3時間以上4時間未満 / 4時間以上5時間未満 / 5時間以上6時間未満 / その他:

●ビジネス目的以外のInstagramのアカウントを持っていますか？

ビジネス目的以外のInstagramのアカウントを持っている/

ビジネス目的のInstagramのアカウントのみを持っている/

Instagramのアカウントは持っていない

●2019年度に、Instagramのメインアカウントで投稿をしましたか？

投稿している/1回も投稿していない

<2019年度に、Instagramのメインアカウントで投稿した人への質問>

●2019年度では、1週間にInstagramを平均何日開きましたか？

●2019年度では、Instagramを1日当たり平均何分使いましたか？

15分未満 / 15～30分 / 30分～45分 / 45～60分 / 1時間～1時間15分/

1時間15分～1時間30分 / その他:

●2019年度では、1週間にInstagramのストーリーを平均何回投稿しましたか？

●Instagramのストーリーを投稿する主な目的は何ですか？

ストーリーを投稿したことがない / 出来事を共有したい / 自分の感情を共有したい/

出来事を記録しておくため / とくに目的はない / その他:

●2019年度では、Instagramの投稿(アーカイブ投稿込み / ストーリーを除く)を何回しましたか？

●Instagramで投稿をする主な目的は何ですか？

投稿したことがない / 出来事を共有したい / 自分の感情を共有したい/

出来事を記録しておくため / とくに目的はない/その他:

●2019年度では、Instagramのアーカイブ投稿を何回しましたか？

●アーカイブ投稿をする主な目的はなんですか？(任意)

<2019年度に、Instagramのメインアカウントで投稿していない人への質問>

●差し支えなければInstagramで投稿をしていない理由を教えてください。(複数選択可)

投稿するものがないから / 見ているだけで満足だから /

人の投稿を見るのは楽しいが、自分が投稿することには興味がないから /
投稿している時間がないから / その他:

<Instagram のアカウントを持っていない人への質問>

●差し支えなければ Instagram のアカウントをお持ちでない理由を教えてください。(複数
選択可)

Instagram に興味がないから / 使う時間がないから /
アカウントを作るのがめんどくさいから / Instagram の必要性を感じない/その他:

<世界観>

質問：1年前のあなたはどんな人でしたか？

(ここからは 2019 年 4 月から 2020 年 3 月のあなたの感覚や価値観についてお聞きしま
す。最初に直感的に思いついた回答をそのままお答えください。)

選択肢

全くそう思わない———とてもそう思う

1 2 3 4 5 6

- Q1 誘惑に打ち勝ち、自分を高めてきた
- Q2 競争に勝った時が一番うれしい
- Q3 最大の敵は自分である
- Q4 絶対に周りの人よりいい結果を出したい
- Q5 もし世界に私一人だとしても自己研鑽する
- Q6 自分と他人を比べがち
- Q7 過去の自分と今の自分を比べがち
- Q8 勝負の結果は絶対に譲れない
- Q9 自分にとって、頑張る力の源泉は自己成長だ
- Q10 何事においても周りの人には負けたくない
- Q11 人生とは自分との闘いである

引用文献

Hiebert, P.G. (2008). Transforming Worldviews: An Anthropological Understanding of
How People Change, *Baker Academic*

古畑和孝 (2000). 『競争心』, 詫磨武俊, 鈴木乙史, 清水弘司, 松井豊 編集, 性格と対人関
係, ブレーン出版, pp136-150

大垣昌夫・田中沙織 (2018). 『行動経済学』, 有斐閣, p210

高坂康雅・佐藤有耕 (2008). 青年期における劣等感と競争心との関連 *Tsukuba
Psychological Research*, **38**, 41-48