

SPECIAL EDITION I - 3

SNSはリレーションを 創り深めるか

孫 亜文



リクルートワークス研究所 研究員／アナリスト
2015年4月リクルートワークス研究所に参画。2016年3月一橋大学博士号
(経済学)取得。全国就業実態パネル調査の立ち上げから携わる。2019年
4月より現職。研究領域は労働経済学、応用計量経済学、行動経済学。

デジタル時代の人間関係の育て方

ICTの進化によって、人々のコミュニケーションスタイルは大きく変化した。インターネットやスマートフォンの発展と普及で、他者とのやりとりは、対面かつゆっくりから、オンラインかつスピーディへと変化しつつある。今後ますます進化を遂げていくデジタル時代において、個人はどのようにリレーションを創り深めていけばいいのか。SNSに着目し、SNSの活用と人間関係の創出・強化の関係性を考察する。

「実際に会う」から「ネットを通じて」に

ここまでみてきたように、不確実な環境下で個人がキャリアを切り開いていくためには、知り合いが多いことや濃い人間関係があることよりも、しなやかで豊かな質をともなう人間関係が大切となる(I-1)。また、人間関係は4つの小さな行動(「自分を振り返る」「自分を伝える」「ちょっとした手助けをする」「助言を求める」)によって、リレーションが育てられることも明らかになっており、誰もがその行動を起こす可能性を秘めている(I-2)。

ここでいう[リレーション]とは、単なる知り合いとは異なり、互恵的な質をともなう人とのつながりのことである。I-2で述べたように、①ありのままにできる、困ったときに頼ることができる安全基地としての性質[ベース性]、②ともに実現したい共通の目標がある、目的共有の仲間としての性質[クエスト性]のいずれかを有するつながりが[リレーション]である。とくに、ありのままの自分でいられて、ともに共通目標を追求する仲間とのつながり=[ベース&クエスト・リレーション]が、豊かな質をともなったりリレーションである。

これまでは実際に会い、ともに時間を過ごすことで、[ベース&クエスト・リレーション]のような深い人間関係をつくるのが一般的だった。しかし、デジタルライゼーションが進み、そして新型コロナウイルスの蔓延を機に、オンライン・コミュニケーションが普及した今、インターネットを通じた人間関係の育て方こそ、これからの世の中で求められていくものだと考えられる。

そこで、本稿では、インターネットの活用による互恵的な質をともなう人間関係(リレーション)のつくり方と深め方について考察する。以下では、とくに断りがない限り、次世代社会プロジェクトで行った「働く人のリレーション調査」の結果を用いている。また、本稿での分析は、因果関係を明確に示すものではなく、可能性を提示しているだけである点に留意してほしい。

海外ではSNSは「つながり」のツール

インターネットを介した人間関係といえば、最初に思い浮かぶのはTwitterやFacebookといったソーシャルネットワーキングサービス(SNS)である。日本では全世代の6割、20代~30代では7割強がSNSを活用していることがわかっている*1。また、SNSの活用には2つの特徴があることも先行研究から明らかになっている。

まず、欧米諸国と日本ではSNSの活用の仕方に違いがある。総務省「平成30年版情報通信白書」によると、アメリカ、イギリス、ドイツでは、SNSの利用者

*1 総務省(2019)「平成30年度通信利用動向調査の結果」
https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/190531_1.pdf

が日本よりも多いだけでなく、積極的に情報を発信するために活用する割合も高い*2。また、新たな人とのつながりを創ったり、既存のつながりを強化できたりすることにメリットを感じている人も多い。対して、日本ではもっぱら情報の収集や暇つぶしなど受け身の利用に使われている割合が高い。興味のある情報のみにアクセスすることは、興味・関心を狭めることにもなりかねず、つながりの希薄化を招く可能性が十分にある。

その一方で、日本を含む13カ国の国際調査(リクルートワークス研究所「求職トレンド調査2017」)では、いずれの国においてもSNS経由で仕事につく人の方がそうでない人に比べて、入社後の満足度が高いこともわかっている*3。SNSは、登録情報のみならず、他者とのやりとりから、職歴や志向、他者からの評価を読み取ることができるため、個人と企業のマッチングの精度を高める可能性がある。しかし、日本においては、周囲から「転職意向を持っている」と思われることを好まず、そのような情報をSNSで公開したがるらないこともあり、SNS経由での入職はまだまだ一般化していない。

以上を鑑みると、日本ではSNSを活用して人間関係の質を高めていく余地が大いにあるといえるだろう。

*2 総務省(2018)「平成30年版情報通信白書」第1部第4章第2節 <https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/pdf/n4200000.pdf>

*3 リクルートワークス研究所「労働政策で考える『働く』のこれから『日本だけ異なる、入職経路としての「SNS」』」
<https://www.works-i.com/column/policy/detail033.html>

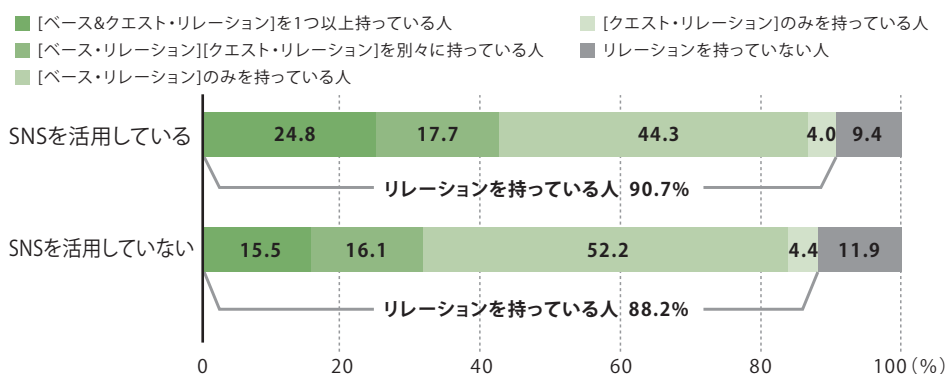
日本におけるSNS活用とリレーションの関係

そうはいうものの、日本でもすでにSNSの活用は、他者とのやりとりの柱になっている。個人のSNSの活用有無別にリレーションの保有状況を見ると、活用している人の方がリレーションを持っている割合はわずかに高いものの(活用している人では90.7%、活用していない人では88.2%)、SNSの活用有無そのものにおけるリレーション保有割合に大きな違いは見受けられない(図表①)。

しかし、リレーションの持ち方をみてみると、明らかな違いが確認できる。SNSを活用していない人では、活用している人よりも[ベース・リレーション]のみを持っている割合が高いのに対し、SNSを活用している人では、活用して

いない人よりも、より豊かなつながりである[ベース&クエスト・リレーション]を持つ割合が高い。もともと[ベース&クエスト・リレーション]を持っている人の方が、SNSとの親和性が高い可能性もあれば、SNSを活用す

図表① SNS活用有無別のリレーションの保有状況



注:ふだんの生活や仕事で交流のある「人や仲間・集団」がいる(ある)人に限定している。

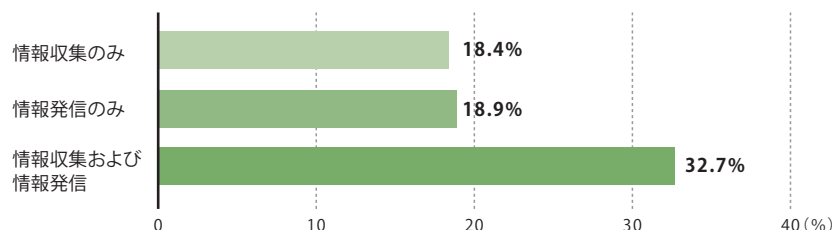
ることでリレーションの持ち方が変わった可能性もあるだろう。たとえば、[ベース性]のつながりが[クエスト性]も兼ね備えたつながりへと強化されたり、[ベース性]と[クエスト性]を兼ね備えた新たなつながりを得ることができたりしたのかもしれない。

リレーションの創出と強化につながる SNS活用方法とは

では、どのようにSNSを活用すれば、リレーションの創出や強化につながるのだろうか。SNSの活用方法を、「情報収集のみ」「情報発信のみ」「情報収集および情報発信」の3種類に分けて、[ベース&クエスト・リレーション]の保有割合をみてみる。ここでの情報収集とは、友人の投稿の閲覧やニュースやイベントなどの情報収集のみに利用している場合をさし、情報発信とは、生活や仕事における意見やニュースを発信している場合をさす。

結果をみてみると、[ベース&クエスト・リレーション]の保有割合が最も高いのは、SNSを「情報収集および情報発信」の両方で活用している場合の32.7%である。「情報収集のみ」(18.4%)と「情報発信のみ」(18.9%)と比べると10%pt以上も高いことがわかる(図表②)。SNSを受け身な情報収集だけでなく、他者との交流につながる情報発信でも利用する人の方が、片方のみで利用している人よりも、深い人間関係を築く機会が増え、つながりの創出や強化に結びつきやすいのかもしれない。

図表② SNS活用方法別の [ベース&クエスト・リレーション] の保有割合



注: くだんの生活や仕事で交流のある「人や仲間・集団」がいる(ある)人に限定している。

SNSを活用すればキャリアの可能性も広がる

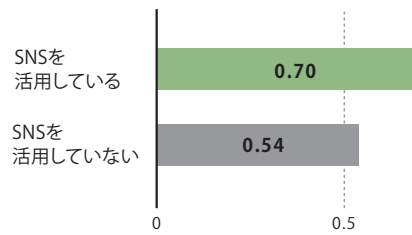
SNSの活用は、つながりの創出や強化だけでなく、今後の人生やキャリアへの見通しの広がりにも結びつく可能性を十分に秘めている。今後の人生やキャリアに関する5つの設問をもとにつくられたキャリアの見通しスコア*4を、SNSの活用有無別にみると、SNSを活用している人(0.70)の方が、活用してい

*4「これからのキャリアや人生について、自分なりの見通しを持っている」「これからのキャリアや人生について、前向きに取り組んでいける」「自分は10年後、生き生きと働いていると思う」「これからのキャリアや人生で困難なことがおきても、乗り越えられると思う」「今後のキャリアの見通しが開けている」「非常にそう思う」から「全くそう思わない」までの5件法で回答した結果を、主成分分析に基づいて合成したスコアである。

ない人(0.54)よりもスコアが高い(図表③)。

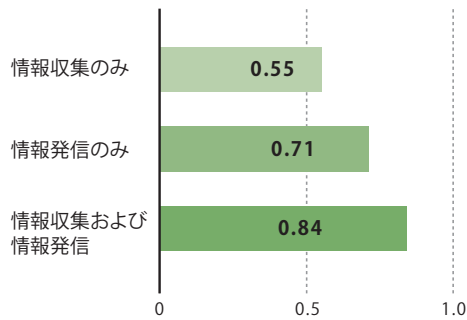
SNSの活用方法別では、「情報収集および情報発信」が0.84と最も高い(図表④)。また、「情報収集のみ」の場合は0.55であり、「SNSを活用していない」場合の0.54と大きく変わらないこともわかる。情報収集のみのSNS活用は、興味や関心が広がらず、今後の人生やキャリアを考えるうえで有効な情報やつながりが限られたものととどまる可能性がある。SNSを情報収集だけでなく情報発信の手段として活用することで、多様で良質なつながりを創れる機会も増えるかもしれない。豊かなつながりを持てるようになるなら、それによって将来への展望も抱けるようになることもありえるだろう。

図表③ SNS 活用有無別のキャリアの見通しスコア



注：ふだんの生活や仕事で交流のある「人や仲間・集団」がいる(ある)人に限定している。

図表④ SNS 活用方法別のキャリアの見通しスコア



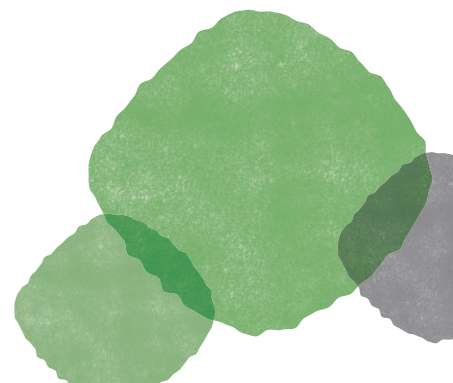
注：ふだんの生活や仕事で交流のある「人や仲間・集団」がいる(ある)人に限定している。

「4つの小さな行動」の手段としてのSNS

SNSを通して情報発信することは、リレーションの創出や強化だけでなく、その先にある今後の人生やキャリアへの見通しをも明るくする可能性をみえた。では、どのようにSNSで情報発信をすればよいのだろうか。

一口にSNSでの情報発信というと、ハードルが高いと思われがちだが、決してそうではない。リレーションを持つための「4つの小さな行動」(「自分を振り返る」「自分を伝える」「ちょっとした手助けをする」「助言を求める」)について、SNSの活用方法をみると、行動をとっている人の方が、とっていない人よりも、SNSを情報収集および情報発信の両方で活用している人が多いことがわかる(図表⑤)。

小さな行動を起こすために、いきなり友人や知人に自分の考えや興味のあることを話したり、見知らぬ人に助けや助言を求めたりすることは、多くの人にとってハードルが高いだろう。特定の誰かに向けてなにか行動を起こす場合、誰でも大きな勇気と決意がいる。しかし、相手を意識しなくてもよいのであれば、そのハードルは多少低くなるのではないか。SNSは、不特定多数の相手への発信が容易であることにくわえ、匿名性も高い。使い方を誤ると大きな犠牲を払うリスクはあるものの、ルールを守って使えば、リレーションを持つための小さな行動を実行に移すための有効な手段になりえる。



図表⑤ 小さな行動の実施有無別の、SNSを情報収集および情報発信で活用している割合

		その行動をとっている	その行動をとっていない
自分を振り返る	これまで自分がやってきたことについて考える	31.4%	19.2%
	この先、どんなふうに働いていきたいか考える	31.4%	20.0%
	間違っているかもしれないけれども、意見を述べてみる	32.4%	22.0%
自分を伝える	学んだことについて発信する（人と話したり、SNSで紹介するなど）	40.7%	21.0%
	興味があることについて発信する（人と話したり、SNSで紹介するなど）	44.0%	17.9%
	これから自分はどうしていきたいか書き出したり、人に話してみる	33.5%	22.9%
ちょっとした手助けをする	人をよく見て、困っていることがないか気にかける	31.0%	22.6%
	助けを求められなくても、手伝いを申し出る	31.0%	23.1%
	いつも何か自分が役立てることはないかと気にする	32.8%	21.3%
助言を求める	困難に直面したときは、周りの人に助言を求める	29.3%	23.4%
	親しい人などに、自分の悩みや不安を相談する	31.2%	21.8%
	知識や経験がある人に、意見やアドバイスをもらう	31.5%	18.3%

注：ふだんの生活や仕事で交流のある「人や仲間・集団」がいる（ある）人に限定している。

リレーションを持つための第一歩はSNSから

SNSで発信する内容も、必ずしも読み手にとって意味や価値あるものである必要はない。たとえば、自分を振り返って考えたことややりたいこと、興味のあることや学んだことをTwitterでツイートする。困っている人のツイートに自分のアドバイスをリプライしたり、逆に自分が悩んでいることをツイートして助けを求めたり、それだけでも情報の発信となる。

どこにどのようなリレーションにつながる入り口が転がっているかわからない。新たなリレーションを築いたり、今あるリレーションを深めたり、もしなにか行動を起こそうとしているならば、4つの小さな行動の手段として、SNSを活用してみてはどうだろうか。予想外のつながりが持てたり、これまでのつながりが深まったりする可能性は大いにある。

もちろんSNSを用いることはメリットばかりではなく、個人情報流出や炎上などのリスクも抱えることになる。しかし、デジタル社会が日々進化している中で、つながりを増やし、それをリレーションへと変えていくためには、SNSは一つの手段として非常に有効だ。

人との関係の基礎をつくるような小さな行動の積み重ねが、リレーションを持つための鍵であるならば、SNSでの情報発信もまたリレーションの扉を開いてくれる鍵の一つではないだろうか。