

# マッチングアプリに対して親世代が持つ印象

○井川純一<sup>1</sup>・#桑原慶人<sup>2</sup>  
(<sup>1</sup>東北学院大学,<sup>2</sup>東北学院大学大学院)

## 研究の目的

大学生を対象とし、マッチングアプリの利用状況とイメージについて検討した井川・桑原(2025a)では、その利用が一般化している一方で、利用者に対するネガティブイメージが依然として存在することが示されている。本研究では、マッチングアプリを利用した出会いについて親世代が持つ印象の観点から検討する。その際に着目するのが、NIMBY(Not In My Back Yard: 全体としては賛成だが、身近な人には反対する傾向)である。アプリの利用は一般化していたとしても、親密な関係の場合にはアプリの利用に抵抗がある可能性が考えられる。

## 方法

**手続き** クラウドワークス上で、18歳—25歳までの子どもを持つ保護者をリクルートし、142名(男性66名、女性76名、49.27歳)を分析の対象とした。

**出会い系アプリの認知度** 代表的なアプリ7つに関する認知度を5件法で尋ねた。

**シナリオ実験** 対象条件(友人の子どもの元恋人 / 自身の子どもの元恋人)、手段条件(アプリ / 対面)を操作した4種類の短文シナリオを使用し、特性形容詞尺度(林, 1978)20項目(SD法7段階)を用いて、対象人物のAさんの印象を評定した。

## 結果

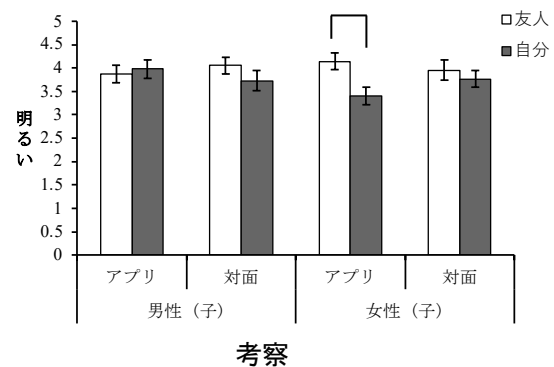
アプリの認知度については、2.03(1.28)-2.89(1.43)であり、大学生を対象とした井川・桑原(2025b)よりも低い水準であった。次に、シナリオ実験における印象評定尺度について探索的因子分析を行ったところ、「意欲的な、社交的な」などの得点が高くなる明るさ( $\alpha=.82$ ),「短気な、無責任な」などの得点が高くなる自己抑制欠如( $\alpha=.78$ ),「慎重な、感じのよい」などの得点が高くなる安心( $\alpha=.81$ )が抽出された。

尺度得点を従属変数とし、対象条件(友人の子ども / 自分の子ども)、手段条件(アプリ / 対面)及び子どもの性別の3要因分散分析を行った。

自己抑制欠如( $F(1, 134)=5.38, \eta^2=.04, p<.05$ )及び安心( $F(1, 134)=4.75, \eta^2=.03, p<.05$ )で手段条件の主効果が認められ、対面よりもアプリの方が

ネガティブな印象が持たれていることが明らかとなった。どの従属変数においても対象条件の主効果は認められなかった。明るさを従属変数とした分析において、10%水準であるものの3次の交互作用が認められたため( $F(1, 134)=3.24, \eta^2=.03, p<.10$ ), 下位検定を行ったところ、子どもが女性であった場合、対面の出会いにおいては友人と自分の場合で明るさ認知に差が認められてない一方で、アプリの場合には、友人条件のほうが明るさを高く認知していた(Figure1)。

Figure 1 対象と性別、手段の交互作用。



アプリの認知度は、大学生を比較した先行研究と比較して低く、アプリへの認知に関しては世代間で差があることが伺われる。シナリオ実験においては、大学生と同様にリアルでの出会いよりも、アプリのほうがネガティブな印象が持たれていた。また、アプリを使った出会いにおいて、友人の子どもの元恋人の明るさが高く評価された結果は、アプリの利用に対して親が感情的なバイアスをかけず、冷静に評価したためだと考えられる。自分の子どもに関連した場合には、保護者としてのアプリに対する抵抗感が影響して、印象が少し厳しくなる可能性が示唆された。

## 引用文献

- 井川 純一・桑原 慶人 (2025a). マッチングアプリに対して大学生が持つ印象—地域差と NIMBY の関連—日本応用心理学会第 91 回大会  
井川 純一・桑原 慶人 (2025b). 出会いの手段としてのマッチングアプリ—恋愛価値観とアプリの種類に着目して— 日本パーソナリティ心理学会第 34 回大会