

〈視線耐性とデジタルコミュニケーションに関する調査〉

## 2人に1人が他者の視線が「怖い…」 全世代で「視線耐性」の低さが明らかに

若い年代ほど「視線耐性」が低く、平成世代の7割が視線にストレス  
背景には若年層におけるコミュニケーションのデジタルシフト  
視線耐性には「デジタル依存度」「対人経験度」「自信」が関係

株式会社マンダム(本社:大阪市、社長執行役員:西村元延)は、視線耐性とデジタルコミュニケーションに関する調査を実施しましたのでご報告します。

【調査概要】 インターネットリサーチ 調査時期:2018年8月実施 調査対象:15歳~59歳 男女 n=1,091

### 【サマリー】

#### ■ 「視線耐性」の低さ、若い年代ほど顕著に!

- ・ 全世代の半数以上が、他者からの視線に「ストレス」  
特に、若い年代ほどストレスを感じやすい傾向にあり、平成世代では約7割!
- ・ 他者の視線が「怖い」! 若い女性ほど多い結果に  
10代女性の約4割が「とてもある」、「たまにある」を含めると6割超
- ・ 平成世代の半数以上が、人の目を見て話すのが「苦手」! 全世代でも4割以上

#### ■ 平成世代において、コミュニケーションがデジタルシフト

- ・ 若い年代ほど、相手と仲良くなるのに「LINE」などのメッセージアプリを使用!
- ・ 「別れ話」もLINEで!? 10代女性の4人に1人、10代男性で5人に1人が  
恋人との別れ話はメッセージアプリで

「日本人は周りの目を気にする」。海外と比較したときにしばしば耳にするこの言説ですが、15~59歳の男女1,091人を対象に、相手からの視線に耐えられる力「視線耐性」に関する調査を実施した結果、2人に1人が「他者の視線が怖い」「ストレスを感じる」と回答しました。特に若い年代ほどその傾向は顕著で、平成世代と昭和世代で大きく差があることが明らかとなりました。一方、若者のコミュニケーションがデジタルシフトしていることも明らかとなり、若い年代における視線耐性の低下の背景には、このことが関係している可能性が示唆される結果となりました。

※本調査でいう「平成世代」とは、10~20代の回答者、「昭和世代」とは、30~50代の回答者をそれぞれ指します

#### この件に関するお問い合わせ先

株式会社マンダム  
広報部

- 大阪本社 奥田 / 酒井 / 佐藤
- 東京オフィス 下川 / 村上 / 萩原 / 片岡 / 奥 / 五嶋
- プレスメール press@mandom.co.jp

TEL.06-6767-5021 FAX.06-6767-5045

TEL.03-5766-2485 FAX.03-5766-2486

●マンダム web サイト

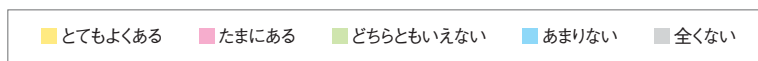
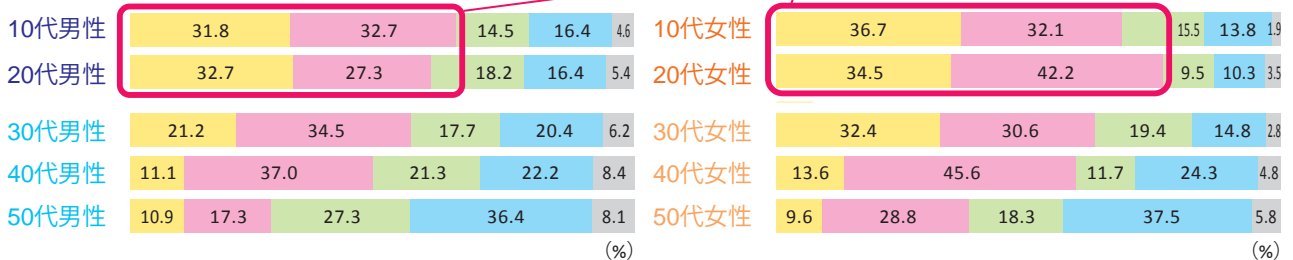
<https://www.mandom.co.jp/>



## ■ 「視線耐性」の低さ、若い年代ほど顕著に!

- ・ 全世代の半数以上が、他者からの視線に「ストレス」特に、若い年代ほどストレスを感じやすい傾向にあり、平成世代では約7割!

### ■ 他者の視線にストレスを感じたことがありますか? (SA、n=1,091) 平成世代の約7割が「他者の視線にストレス」

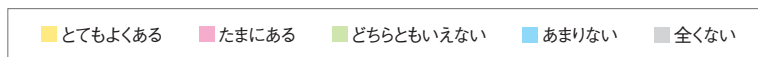
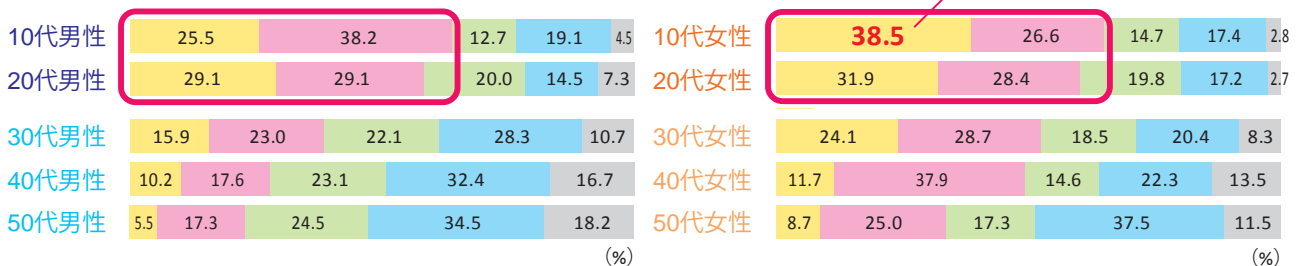


「他者の視線にストレスを感じたことがありますか?」という質問に対して、全世代の半数以上(56.5%)が「とてもある」「たまにある」と回答。世代別にみると平成世代が**67.6%**、昭和世代が**48.8%**と、平成世代の方がストレスを感じた経験が多いことがわかりました。

- ・ 他者の視線が「怖い」! 若い女性ほど多い結果に  
10代女性の約4割が「とてもある」、「たまにある」を含めると6割超

### ■ 他者の視線が怖いと感じたことがありますか?(SA、n=1,091)

10代女性の約4割が「とてもよくある」



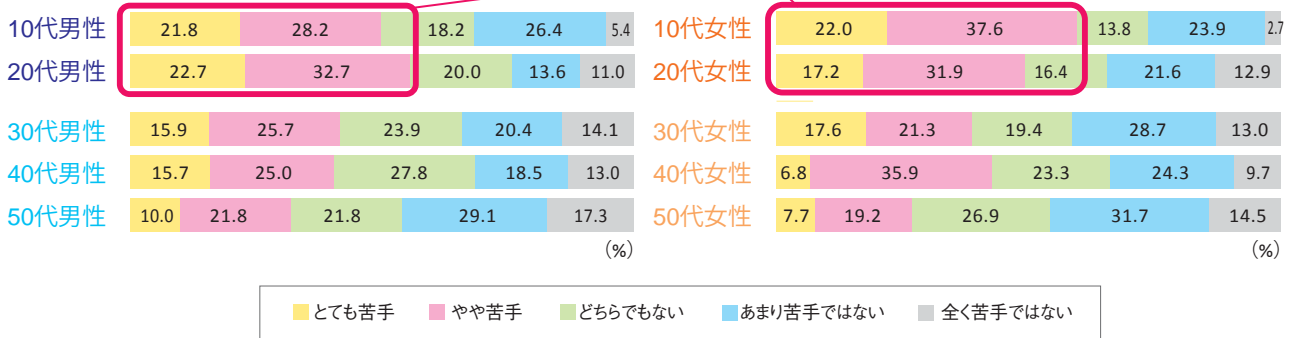
「他者の視線が怖いと感じたことがありますか?」という質問に対しても、全世代の約半数(47.4%)が「とてもある」「たまにある」と回答。こちらも平成世代が**61.8%**、昭和世代が**37.5%**と、平成世代の方が他者の視線を怖いと感じたことがある経験が特に多いことがわかりました。

また、「とてもある」と回答した割合を世代別に見てみると、各世代で女性の方が多く男女差が顕著で、特に**10代女性では約4割**にも上り、**他者の視線が「怖い」という感情は、女性の方が抱きやすい**ことが明らかとなりました。

・平成世代の半数以上が、人の目を見て話すのが「苦手」! 全世代でも4割以上

■ 相手の目を見て話すことが苦手ですか? (SA、n=1,091)

平成世代の半数以上が「人の目を見て話すのが苦手」



「相手の目を見て話すことが苦手ですか?」という質問に対して、全体の43.8%が「とても苦手」「やや苦手」と回答しました。中でも平成世代は53.5%が「苦手」と回答しており、直接相手の目をみて話すことが「苦手」な世代であることがわかりました。

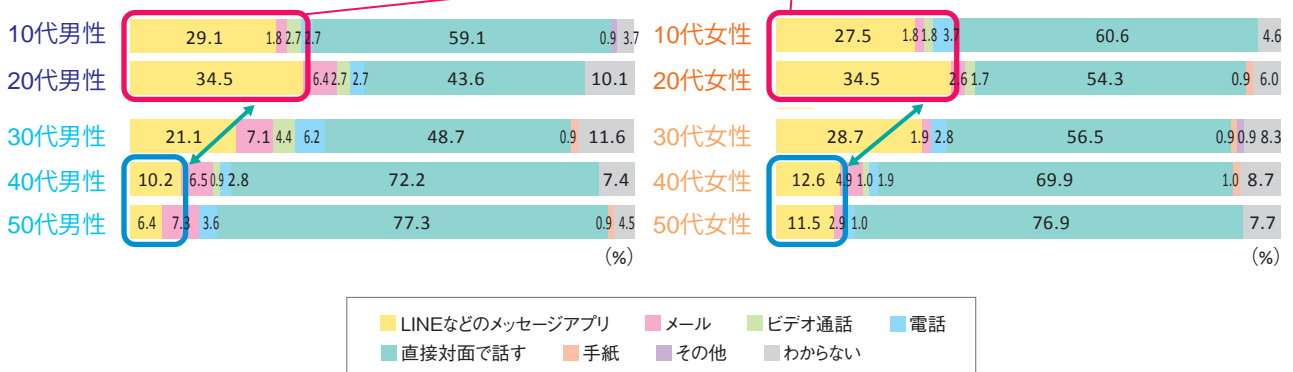
若い年代ほど、他者の視線に対して「ストレス」や「怖さ」を感じる頻度が高く、相手の目を見て話すことが苦手であり、これらの結果から、若い年代ほど視線耐性が低いということが明らかとなりました。

■ 平成世代において、コミュニケーションがデジタルシフト

・若い年代ほど、相手と仲良くなるのに「LINE」などのメッセージアプリを使用!

■ 友達と仲良くなるにはどんなコミュニケーションツールを使いますか? (SA、n=1,091)

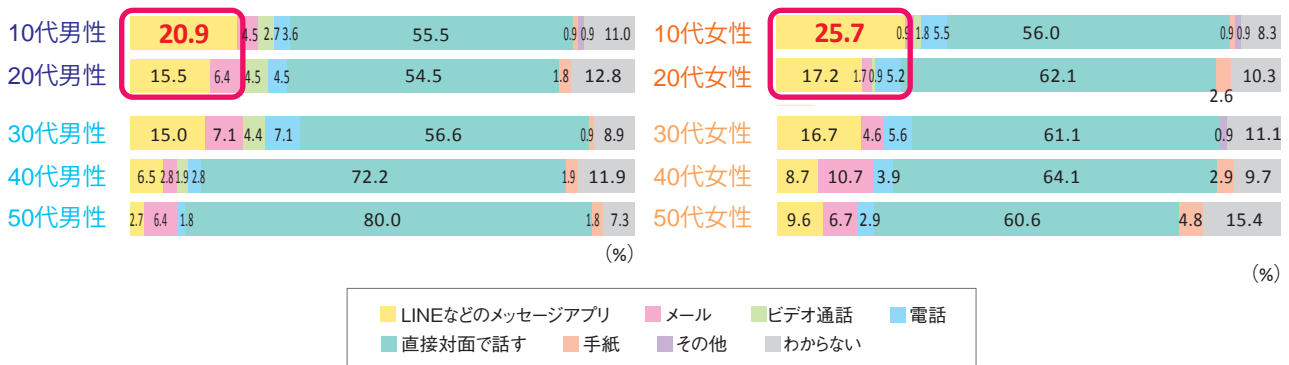
平成世代の約3割が「メッセージアプリを使用」



「友達と仲良くなるにはどんなコミュニケーションツールを使うか?」という質問に対しては、全世代で「直接対面で話す」が最も多い結果となりました。それに次いで、「LINEなどのメッセージアプリ」といったデジタルツールによるコミュニケーションが多く、その割合は平成世代で31.5%と、40～50代の10.1%と比較すると、約3倍となっています。デジタルネイティブな平成世代ほど、友人とデジタルコミュニケーションを通じて仲良くなるということが判明しました。

・「別れ話」もLINEで!? 10代女性の4人に1人、10代男性で5人に1人が  
恋人との別れ話はメッセージアプリで

■ 恋人と別れるならどんなコミュニケーションを使いますか? (MA,n=1,091)



「恋人と別れるならどんなコミュニケーションを使うか?」という質問に対して、平成世代の19.8%がLINEなどのメッセージアプリを使うと回答し、特に、**10代女性で約4人に1人、10代男性で約5人に1人**という結果となりました。これは他の世代と比較しても高い割合で、10代を含む平成世代は、言いにくいことを相手に伝えるときにメッセージアプリを使用する傾向にあるのか、**恋人と別れるときでさえ、「LINE」などを使用**している実態が明らかとなりました。

若い年代ほど、人と仲良くなるにも、恋人と別れるにも、「LINE」などのメッセージアプリを使用する割合が高く、デジタルコミュニケーションが浸透していることがわかる結果となりました。子どもの頃からスマートフォンやインターネットなどに触れてきたデジタルネイティブな平成世代ほど、コミュニケーションがデジタルシフトしている傾向が明らかとなりました。

早稲田大学 国際教養学部教授 森川 友義氏 コメント

ネット・SNSの利用の当たり前化で、若者はデジタル世界に新たな自分像を作っています。その自分像は盛りすぎ写真やインスタ映え、多数のSNSアカウント所有で形づくる自分の理想形です。承認欲求を満たすため、ネット・SNS利用は増加し、「デジタルの自分が本当の自分」となってしまうケースもあります。そんな中で、**リアル世界で外見・内面に自信を持ってないことにより、特に若者で顕著に生じてきているのが、「視線耐性」の低下**です。そういった背景で、視線耐性が高いか低いかを決定する要因は、以下の3点になります。

- ・ デジタル依存度(=デジタルメディア接触時間)
- ・ 対人経験度(=人と話す経験値)
- ・ 自信(=持って生まれた自信と成功経験の積み重ねによる自信)

たとえば、デジタル依存度が低く、対人経験が豊富、リアルでの自分に自信を持っている方は視線耐性が高い傾向にあります。他方、デジタル依存しており、人ともあまり接せず、リアルでの自分に自信が持てない方は、視線耐性が低い傾向にあると言えるでしょう。

その「視線耐性」の低下に対しては、**リアルとデジタルとのギャップを埋めることが大切**。そのために意識すべきは「インスタ映え」ならぬ「リアル映え」です。**リアルの自分に磨きをかけることで、デジタル上での理想像に自分を近づける**。そのことが、**外見、内面的な本人の自信につながり、対人関係も円滑にする**でしょう。



早稲田大学 国際教養学部教授  
森川 友義(もりかわ とものり)氏

外資系銀行、総合商社、国連専門機関、外務省国連代表部、米国アイダホ州立ルイスクラーク大学助教、オレゴン大学客員准教授、早稲田大学国際教育センター准教授等を経て、2004年より早稲田大学国際教養学部教授。「生物学」「経済学」「心理学」の視点から総合的に研究する「恋愛学」という独自の学問を確立。恋愛は「見た目、声、においといった五感的魅力が重要である」と説いている。恋愛学講座は受講生があふれるほどの人気講座。