

非言語コミュニケーションとしてのスタンプ行動： 働く親のオンライン・コミュニティ利用実態から

尾石, 智美
九州大学大学院統合新領域学府

杉山, 高志
九州大学大学院人間環境学研究院

<https://doi.org/10.15017/7411114>

出版情報：ポリモルフィア. 11, pp.53-58, 2026-03-19. Office for the Promotion of Gender Equality, Kyushu University

バージョン：

権利関係：



研究ノート

非言語コミュニケーションとしてのスタンプ行動 —働く親のオンライン・コミュニティ利用実態から

尾石智美 九州大学大学院統合新領域学府
杉山高志 九州大学大学院人間環境学研究院

1. はじめに⁽¹⁾

近年、育児や仕事に多忙な共働き世代にとって、時間や空間にとらわれずに参加できるつながりの場として、オンライン・コミュニティ（以下、ONCと記す）の存在感が高まっている。ONCは、特定の関心を共有する人々が集う場として機能し（森田, 2005）、対面型のコミュニティには見られない、コミュニケーションの水平性や双方向性、地理的制約の解消といった特徴を有している（宮田, 2005）。さらに、ONCは不特定多数が出入りするSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）とは異なり、管理者の承認を経たメンバーに限定された会員制のコミュニティを形成することもできる。会員制にすることによって、参加者間に共通の価値観や信頼関係、帰属意識を生み出し、継続した参加や、心理的な安全性を保つことが可能になるといった報告もある（Hwang & Foote, 2021）。ONCでは、主にテキストを用いたやり取りによって、参加者同士のコミュニケーションが行われる。その中で使用されている「スタンプ（絵文字）」は、言語を伴わずに共感や関与を示す手段として機能しており、参加の心理的ハードルを下げる役割を担っている（Wohn

et al., 2016）。SNSの「いいね」などで用いられるスタンプは、主に内容評価を示すものとされているが、一方で、ONCで使用されるスタンプは、参加者間のやり取りをふまえて、共感・儀礼的関与・参加意識など複層的な意味を持つ行為として位置づけられている（Burke et al., 2010 ; Pavalanathan & Tetreault, 2016）。

スタンプには、投稿外に付けるリアクション型と、投稿内に挿入される絵文字型の2種類がある。リアクション型は、投稿を見た第三者が共感や同調、評価などを示すために用いるスタンプである。テキストを伴わずに感情や同意を伝える手段として定着しており、沈黙の補完や、参加者の関係性調整に寄与するとの報告もある（Walther & D'addario, 2001）。一方、絵文字型は、投稿者が自身の投稿テキストのニュアンスを補足するために用いる装飾的な表現として使用されている（荒川, 2007）。見た目が同じ絵柄や記号のスタンプであっても、リアクション型か絵文字型によって、その機能や使用者の意味づけは異なる。中でも、リアクション型は、多忙な現代人（例：働く親など）にとって、テキストを用いずにコミュニティに関与できる手段であり、参加継続を支える機能であることが示唆できる。例えば、育児・就労・家事といっ

た複数の役割を持つ働く親は、長文投稿や即時的
 応答が困難な状況に置かれやすく、リアクション
 型のスタンプの意義が顕在化しやすい集団である
 もの、こういった集団別の実証的検討は、現状
 十分とは言えない。こうした背景をふまえ、本稿
 では、働く親が多数を占めるONCにおいて、ス
 タンプの使用実態、使用動機、他者行動への同調
 傾向を調査し、非言語的コミュニケーションの1
 つであるリアクション型のスタンプがどのように
 機能しているのかを明らかにすることを試みた。

2. 調査方法の概要

本調査は、2025年1月11日～3月10日までの2ヶ
 月間、会員制ONCである ONC-A（仮名）⁽²⁾ にて
 行われた。Aは、共働きの親を対象としたコミュニ
 ティであり、参加者同士のメッセージ交換や交
 流の場を提供するものである。2019年に発足し、
 約300名が所属、男女比は男性1割、女性9割で
 ある。運営はテキスト・音声・ビデオ通話が可能
 なチャットツールDiscord⁽³⁾ にて運用されている。
 参加承認制であるため、不特定多数が出入り可
 能なSNSとは異なる。なお、ONC-Aでは、参加者
 はそれぞれ固有のアカウント名を用いて発言して
 おり、メッセージやスタンプ行動は匿名ではなく、
 誰が投稿・反応したかが他の参加者にも可視化さ
 れている。

ONC-A の掲示板内にある「雑談部屋」に、調
 査依頼の提示と質問紙のリンクを貼り付ける形で
 行った。調査名は、『オンライン・コミュニティ
 における「スタンプ（いいね）」行動に関するア
 ンケート』として提示し、回答は匿名で収集した。
 質問紙はGoogle Formで作成し、基本属性および、

スタンプ利用に関する質問項目から構成した（表
 -1）。

表-1 質問項目

項目	内容
質問項目	・基本属性（年齢、性別、婚姻状況、子の有無など） ・ONC利用状況（参加歴、発言有無、参加形態など） ・スタンプ使用実態（動機、頻度、同調傾向など） ・ONCへの意識や参加目的
倫理配慮	九州大学大学院 統合新領域学府のインフォームド・コンセントチェックシートに準拠。冒頭に説明文を提示し、同意取得後に回答を依頼。

3. 調査結果

(1) 基本属性およびONC-Aの利用状況

表-2 基本属性および ONC-A の利用状況

(n = 105)

	項目	人数	人数 (%)
性別	男性	6	5.7%
	女性	99	94.3%
年代	30代	37	35.2%
	40代	63	60.0%
	50代	5	4.8%
婚姻状況	既婚	102	97.1%
	未婚（離婚含む）	3	2.9%
子どもの有無	子どもがいる	101	96.2%
	子どもがいない	4	3.8%
参加期間 (ONC-A)	5年以上	2	1.9%
	4年以上5年未満	68	64.8%
	3年以上4年未満	27	25.7%
	2年以上3年未満	8	7.6%

108名の回答者のうち、回答に不備（基本属性に関する質問項目における欠損値）があった3名除いた有効回答者105名（男性：6名、女性：99名）を分析対象とした（表-2）。分析対象者は、共働きの親を主な参加者とするONCの構成を反

映しており、子どもがいる女性の割合が高い点に特徴があった。時間的制約の大きい参加者のリアクション型のスタンプの使用実態を捉えるという本調査の目的と整合的な対象であった。

(2) スタンプを押す個数、内容

表-3 1つの投稿に対してスタンプを押す個数

個数	人数	人数 (%)
0つ	0人	0%
1つ	75人	71.4%
2つ	22人	21.0%
3つ	4人	3.8%
4つ	1人	1.0%
5つ以上	3人	2.9%
合計	105	100%

回答者の全員が投稿に対しては何らかのスタンプを押していることがわかった。ただし、スタンプの個数は異なっており、75人（71.4%）は1つの投稿に対して1つのスタンプで反応すると回答した一方で、残りの回答者は、複数のスタンプを用いており、スタンプを重ねることで関与の度合いや感情を表現している可能性が示唆された（表-3）。

また、スタンプを「読んだ」という合図として使用するかについて尋ねたところ、「はい」は102人（97.1%）であり、ほぼ全員がスタンプを既読のサインとしても使用していることがわかった。

さらに、スタンプを既読のサインとして使用している参加者に対し、どのような投稿内容にスタンプを押すことが多いかを複数選択で尋ねた（表-4）。その結果、感情を喚起する投稿や個人的な体験談の共有、情報提供を目的とした投稿など、参加者は多様な内容に対してスタンプを用いていることが示された。このことから、スタンプは単なる既読のサインにとどまらず、利用者それぞれの共感や関与を表明する非言語的リアクションとしても機能していることが示唆された。

表-4 スタンプを押すことが多い投稿内容

「はい」と回答した人のお答えください。どういった投稿内容に「スタンプ」を押すことが多いですか？（複数選択可）	回答数	全回答内の割合 (%)
自分の感情が動かされた内容	99	34.7%
個人的な体験談のシェア	85	29.8%
情報提供	71	24.9%
質問やアドバイスを求める投稿	21	7.4%
未回答	9	3.2%
合計	285	100.0%

(3) スタンプを押す際の他者からの影響や同調行動

表-5 他者のスタンプ行動から受ける影響

	はい	いいえ	わからない	合計
他の人が「スタンプ」を押しているから、自分も「押す」ということはありますか	75人 (71.4%)	26人 (24.8%)	4人 (3.8%)	105人 (100%)

表-6 自己のスタンプ行動への影響

質問項目	よくある	たまにある	どちらでもない	あまりない	まったくない
投稿に対して、他者がすでに押した「スタンプ」に便乗して押すことはありますか？	80人 (76.2%)	25人 (23.8%)	0	0	0
「スタンプ」を押しにくいと感じる時がありますか？	3人 (2.9%)	32人 (30.5%)	6人 (5.7%)	38人 (36.2%)	26人 (24.8%)

表-7 スタンプを押しにくいと感じる理由

「まったくない」と回答した人以外がお答えください。スタンプを押しにくいと感じる理由は何ですか？（複数選択可）	回答数	全回答内の割合（%）
投稿者との関係が薄い	26	27.7%
投稿内容に共感や賛同ができない	25	26.6%
他の人がスタンプを押していない	19	20.2%
投稿内容（体験談、情報など）に興味が無い	16	17.0%
自分がスタンプを押していることを周りに知られたくない	8	8.5%
合計	94	100.0%

投稿にスタンプを押す際に、他者が押しているスタンプを見て自分も押すかどうかの選択をするのか尋ねたところ、75人（71.4%）が他者のスタンプに追随して押すと回答した。スタンプ行動には、個人の反応としての側面に加えて、他者の反応を参照しながら行われる同調的な側面があることがわかった。一方で、他者の行動に左右されないとする層も一定数存在していた（表-5）。

投稿にスタンプを押す際に、他者が押したスタンプ⁽⁴⁾に便乗して同じスタンプを押すことがあるかを尋ねた。参加者の全員が、他者のスタンプ行動に追随する経験があると回答していた。このことから、スタンプ行動は他者の行動を参照しながら行われる同調的な実践としてコミュニティ内

で共有されていることが示された。

また、スタンプを押しにくいと感じることがあるかというスタンプ行動に対する心理的抵抗の感じ方への質問については、個人差がみられた。抵抗を感じる参加者が存在する一方で、抵抗をほとんど感じない参加者も多かった（表-6）。追加で「まったくない」と答えた者以外に、スタンプを押しにくいと感じる理由についても、複数回答形式で回答を求めた（表-7）。

その結果、スタンプの押しにくさの理由は、主に三点に整理できた。第一に、投稿者との関係性に起因する理由であり、投稿者との関係が形成されていない場合、スタンプによる反応をためらう傾向がみられた。第二に、投稿内容そのものに関わる理由であり、内容に共感や賛同ができない、あるいは関心を持っていない場合には、スタンプが用いられにくいことが示された。第三に、他者の反応や可視性を意識した理由であり、他の参加者がスタンプを押していない状況や、自身のスタンプが周囲に見られることへの抵抗感が、スタンプ行動を抑制する要因として挙げられていた。これらの結果から、スタンプ行動は低コストな参加手段として用いられている一方で、投稿者との関係性、投稿内容への評価、他者の行動や視線といった社会的文脈を踏まえて選択される行為であることが示唆された。

以上より、スタンプ行動は、投稿内容への共感、他者の反応への同調、投稿者との関係性の調整といった、社会的かつ選択的なリアクション行動であることが示唆された。

4. おわりに

本稿では、育児と仕事を両立する共働き女性が多数を占める ONC-A において、リアクション型のスタンプが、どのように機能しているのかを明らかにすることを目的として、スタンプの使用実態、使用動機、他者行動への同調傾向を分析した。その結果、スタンプは単なる既読のサインにとどまらず、共感や関与を表明する社会的文脈を伴う複層的なコミュニケーション手段として活用されていた。とりわけ他者の行動に呼応するかたちで

スタンプが用いられる場面では、投稿者との関係性や周りとの同調を意識しながらスタンプを選択する姿勢が確認され、スタンプが関係性を調整する行為の一端を担っていることが示唆された。

こうしたコミュニケーションのあり方は、当該 ONC の制度設計とも深く関係していると考えられる。ONC-A は会員制・招待制という仕組みを備えており、参加者が一定期間にわたり継続的に滞在することを前提とした環境が形成されていた。実際、調査対象者の多く、約 6 割が 4 年以上の長期にわたり ONC-A に所属を続けており、そのような持続的な関係性のもとでは、非言語的なリアクションであるスタンプ行動が、つながりを維持し、場に関与し続けるための手段として機能していた可能性がある。対人関係は、必ずしも可視化された発言や対話によって成立するものではなく、こうしたスタンプを介するような非言語的な関与の積み重ねによっても支えられていることが示された。

また、ONC-A においてのスタンプの使用が高い水準であった点も注目される。Discord 社の業界調査では、日本の 18 ～ 34 歳において「いつも／よく絵文字を使う」と回答したのは約 46% にとどまる (Discord, 2022)。しかし、ONC-A では 9 割以上の参加者がスタンプを日常的に使用する結果となった。この差異は、多忙な日常を送る共働きの親たちにとって、テキストを用いた投稿によるコミュニティへの関与は時間的な制約のため難しい場合がある一方で、スタンプという簡便な手段を通じてであっても、コミュニティへの関与を維持したいという意向が反映された結果であると示唆される。このことから、時間的制約が大きい参加者が集う ONC において、スタンプは心

理的・時間的な参加ハードルを下げる重要なインフラとして機能していることが考えられる。

以上のように、本調査は、ONCにおける非言語的リアクション行動であるスタンプが、発言に代わる重要なコミュニケーション手段の1つとなりうることを示した。ただし、本調査は特定の属性をもつ参加者が多数を占める会員制ONCという特定の文脈に焦点を当てた調査であり、その知見の一般化には、他の属性や異なる設計のONCを対象としたさらなる検証が求められる。

注

1. 本稿の英文タイトルは「Stamp Reactions as Nonverbal Communication : Insights from Working Mothers' Use of Online Communities」である。
2. 本調査における会員制ONCの定義は、参加承認制、管理者がいる、参加者同士がお互いをメンバーと認識しているとした。参加者が観客や聴衆であるもの(SNSやYouTube等)や、1対1のやりとり(LINE等)は含まない。筆者は、ONC-Aの管理者の1人として2019年の発足時から関与し運営に携わってきた。この継続的な関与により、ONC-Aの管理者たちと信頼関係を構築し、データ収集や詳細な調査が可能となった。
3. Discordは、2015年にリリースされた無料の音声・ビデオ・テキストチャットプラットフォームであり、サーバー（コミュニティ）単位で複数のチャンネルを運用できる特徴をもつ。ユーザーは招待制のサーバーに参加し、公開・非公開のテキストチャンネルや音声チャンネルで、リアルタイムまたは非同期的にやり取りを行うことができる。また、スタンプや絵文字、ボット機能など、多様なインタラクション支援ツールが備えられており、オンライン・コミュニティの形成と維持に適した設計となっている。
4. ONC-Aが使用しているDiscordというプラットフォームでは、他者が押したスタンプに追加入力する形で同一スタンプが重ねられ、その数が可視化される仕組みとなっている。

引用文献

- 荒川歩, 2007, 「顔文字研究の現状と展望—非言語コミュニケーション研究の視点から—」『心理学評論』50, pp.361–370.
- 宮田加久子, 2005, 『きずなをつなぐメディア』NTT出版.
- 森田正隆, 2005, 「ネット・コミュニティ」『マーケティングジャーナル』25 (2), pp.104–112.
- Burke, M., Marlow, C., & Lento, T., 2010, “Social network activity and social well-being.” *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, pp.1909–1912. <https://doi.org/10.1145/1753326.1753613>
- Discord, 2022, 「The Emoji Effect」調査レポートを発表—日本のZ世代は他国と比べて絵文字使用率が高い傾向に—『PR TIMES』. <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000004.000107564.html> (2025年9月23日アクセス)
- Hwang, S., & Foote, J. D., 2021, “Why do people participate in small online communities?” *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5 (CSCW2), pp.1–25. <http://dx.doi.org/10.1145/3479606>
- Pavalanathan, U., & Eisenstein, J., 2015, “Emoticons vs. emojis on Twitter: A causal inference approach.” *arXiv preprint*, arXiv:1510.08480. <http://dx.doi.org/10.48550/arXiv.1510.08480>
- Walther, J. B., & D'Addario, K. P., 2001, “The impacts of emoticons on message interpretation in computer-mediated communication.” *Social Science Computer Review*, 19 (3), pp.324–347. <http://dx.doi.org/10.1177/089443930101900307>
- Wohn, D. Y., Freeman, G., & McLaughlin, C., 2016, “Explaining viewers' emotional, instrumental, and financial support provision for live streamers.” *Proceedings of the 2016 CHI Conference Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*, pp.2773–2779. <https://doi.org/10.1145/2851581.2892419>