

2017 年版 (新版 Ver1.0)

子ども支援者のための

# ネットリスク教育

## テキスト

## コンテンツ版



監 修

大谷 良光 (研究会代表・青森大学客員教授・元弘前大学教授)  
本間 史祥 (研究会副代表・パト隊顧問・青森市立古川中教諭)

編 集・執筆

弘大ネットパトロール隊  
子どものネットリスク教育研究会

## はじめに

2011年8月の弘前大学教員免許状更新講習会に向け『ネットリスク教育インストラクター講習(教員)テキスト試案』を発刊した。講習会で使用する共に関係者に配布したところ好意的な感想が多々寄せられたため、少しでもこのテキストが関係者のお役に立つならば引き続き刊行しようと2012年度の教員免許状更新講習会目指して検討を重ね、2013年まで4版を重ね、3000冊近く利用された。

2014年3月に私が弘前大学を退職したことにより、教員免許状更新講習会に係わる機会がなくなり、また、弘大ネットパト隊も活動場所がなくなったこともあり、活動が停滞した。しかし、パト隊は2015年5月に新体制により再建し、数々の小事業を達成させ、ついにパト隊先輩が築いた、テキストの編集作業に挑戦する機会に恵まれた。折しも、2017年度に青森大学のご配慮により、社会学部の船木昭夫教授等と「いじめ・自殺予防教育の基礎と子どものネットリスク教育」という選択科目を担当することが実現したため、直接的にはその講習の資料として作成することができた。

今回の「再建版テキスト2017版」は、メンバーの人数と活動場所の制約から「コンテンツ」を中心に編集するものとした。この分野こそ、ケータイ世代の皆さんがもっとも得意とする分野で、逆に教員やネットアドバイザー等「子どもの支援者」がもっとも苦手とする分野である。

また、本テキスト編集に着手できたのは、闘病中の大谷に代わり、初代パト隊隊長で研究会副代表の本間先生が、直接関わって支援することができたからである。弘前市で開かれる編集会議に、青森市から通われた。パト隊の皆さんと本間先生に感謝。

本書の原稿は、前回と同じく全てケータイ世代のパト隊学生が執筆した。書籍としての体裁が整っていないところも多々あり、各分野の専門家からみたら問題と思われる記述もあると思われるが、今後皆様方の批判や意見を聞きながら改善していくものであるということで、不十分なところはお許し願いたい。

さて、ネットリスク教育という考え方は、事典上では明確にされていない。下田博次が「高校生位になればモラルを説くよりリスクを教えた方が被害を防げる」と述べ、その考えを踏襲して大谷が、ITリスク概念を敷衍し概念化を試みた(2010.4)。ネットリスク教育は、保護者を対象にすれば、欧米で普及している「ペアレンタルコントロール」の思想に繋がり、教員や子どもを対象にすれば、文部科学省「情報教育」における「情報に参画する態度」の一部を別視点から再構成するものと考えられる。

ところで、第1章の「ネット・ケータイ問題の三側面とケータイ文化」は、大谷が9年前(2009.4)に本問題を捉えるために図式化したものである。子どもの側から問題を把握する視点として提起した。「今本校では、私の学級では、三側面の何の問題が中心で、どんな被害が生じているか」を把握し、それぞれの側面に対応した対策を立てることを明確にするために有効である。そのためには、問題を把握するための、学校・学年・学級での調査が欠かせない。これは、ネットリスク教育の教育内容を確定するための第一作業となると考えられる。

2017年7月20日

大谷良光

## 目次

|     |                          |    |
|-----|--------------------------|----|
| 第1章 | ネット・ケータイ問題の三側面           | 2  |
| 第2章 | SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス) | 4  |
| 第3章 | LINE                     | 7  |
| 第4章 | Twitter                  | 20 |
| 第5章 | Facebook                 | 31 |
| 第6章 | Instagram                | 35 |
| 第7章 | インターネットに接続できる器機          | 48 |
| 第8章 | スマホゲーム(ソシャゲ)             | 54 |

# 第1章 ネット・ケータイ問題の三側面

---

## 1-1.三側面とは

近年、インターネットはますます身近なものとなり、現代を生きる私たちにとって必要不可欠なものとなっている。そのようになった背景の一つにケータイの普及があげられる。ケータイが広く一般に利用されるようになったことにより、大人だけでなく、子どももネットを利用する機会が増えた。それと同時に、ネットの問題に直面する確率も高くなってしまったと言える。

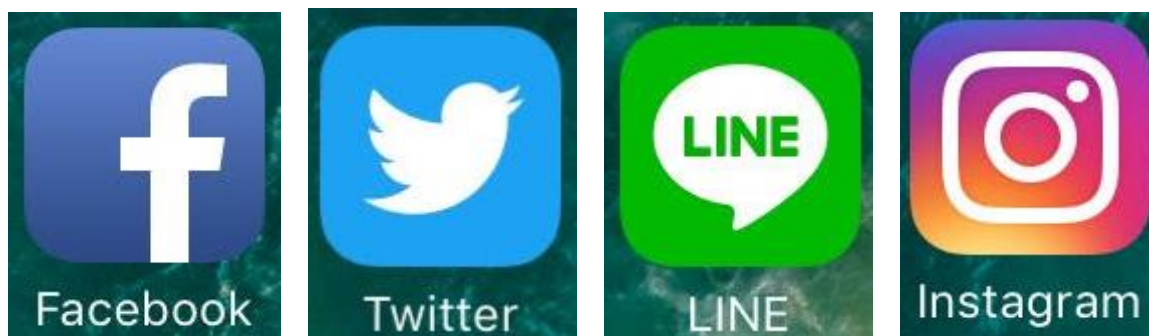
弘大ネットパトロール隊は、ネットに関する様々な問題が複雑に絡み合い、適切な対応・支援が行えていない現状を知り、問題点の整理を行った。その結果、一つは、「ネットいじめ系問題」、もう一つは「有害情報・情報発信系問題」、そして「ネット依存・健康被害系問題」である。三つを私たちは、「ネット・ケータイ問題の三側面」と定義し、呼んでいる。これら三側面は一つ一つ独立しているものではなく、互いに関わり合っているものである。

## 1-2.多様化するネットのコンテンツ

年々様々なコンテンツが増え、その多くが誰でも簡単に利用できるようになった。中でも、子どもたちがよく使うコンテンツは無料で簡単に利用できるものが多いため、「子どもたちのネットの遊び場」となっている。例えば、SNS、ゲーム、動画サイトなどが挙げられ、次では特に利用が多い SNS について紹介する。

### (1) SNS の説明

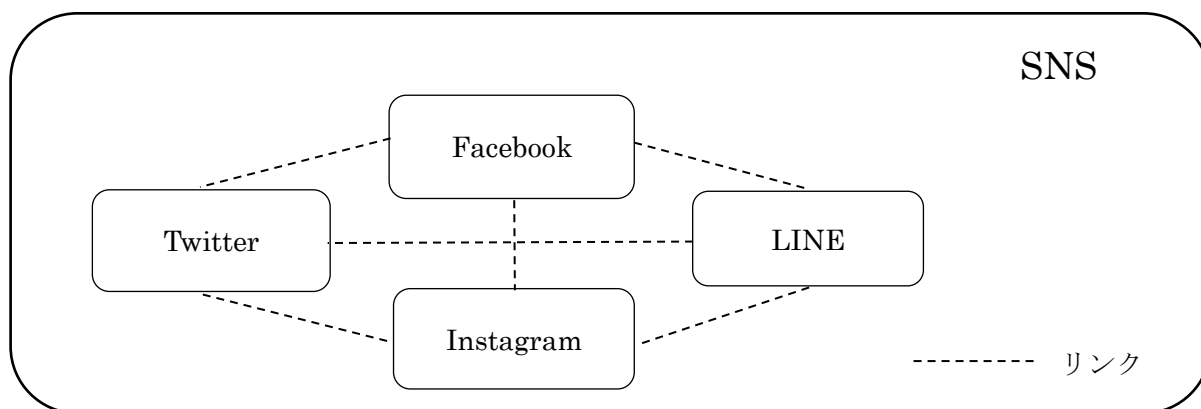
SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）とは、インターネット上で他者との交流の場を提供するサービスである。SNS にはプロフ、メッセージ送受信等の機能があり、その多くは無料で利用できる。加えて、コミュニティ機能や検索機能を利用することによって、共通の話題をもった人たちを見つけ、その人たちと交流することができる。ただし、SNS によっては交流できる年齢を制限しているものもある。また近年の特徴として、ゲーム機能が盛んに宣伝されており、世代を問わず広まっている。代表的なものに Facebook・Twitter・LINE 等があげられる。各 SNS の詳細については第2章を参照。



〈図 1-1.各 SNS のアイコン〉

## (2) リンクについて

(1)で紹介した各 SNS はリンクによってつながっている。リンクをクリックすることで、そこから各 SNS にアクセスでき、他のページに接続することができる。



〈図 1-2.リンクのイメージ〉



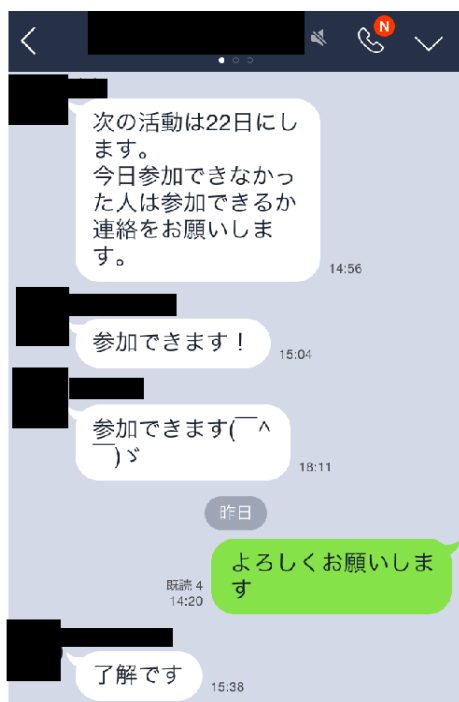
〈図 1-3.Twitter のリンクの画面〉

ページ上に表示されている各 SNS のリンクをクリックすることで、直接その SNS のページにアクセスすることができる。

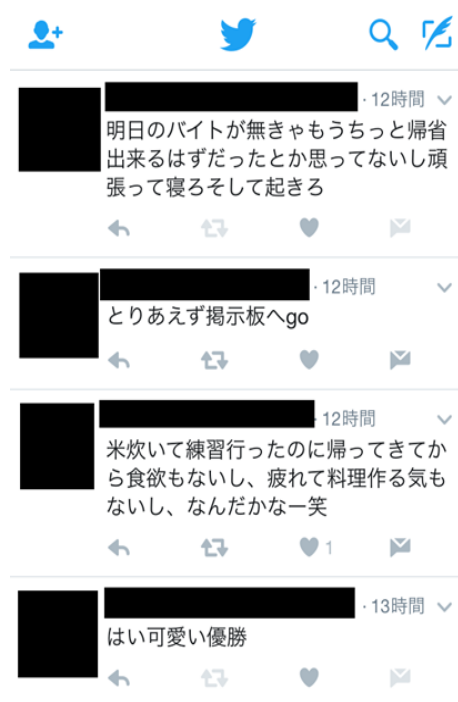
## 第2章 SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）

### 2-1. SNS とは

現在の私たちの生活の中では欠かすことのできないものの1つにインターネットがある。SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）とは、そのインターネット上で他者との交流の場を提供するサービスである。SNS にはプロフ・ブログ・メッセージ送受信などの機能があり、その多くが無料で利用できる。さらにコミュニティ機能や検索機能を利用することによって、共通の話題をもつ人たちを見つけ、その人たちと交流することができる。代表的なものに LINE（2-1）・Twitter（2-2）・Facebook・Instagram などが挙げられる。その他にもさまざまな SNS があるが、近年問題となっているのは SNS が関与して起きるあらゆるトラブルである。先に述べた4つの SNS についてそれらのトラブル事例とも関連させながら順を追って説明していく。



〈図 2-1. LINE のチャット機能〉



〈図 2-2. Twitter のツイート（投稿）機能〉

## 2-2. SNS の利用実態

### (1) SNS の年齢別利用実態

スマートフォンやタブレットなどのマーケティングリサーチ機関である MMD 研究所は 2015 年 11 月に 10 代から 50 代までの男女 1920 人に「2015 年度版:スマートフォン利用者実態調査」※〇-1 を実施し、同年 12 月 4 日にその結果を発表した。その発表の中で SNS やコミュニケーションアプリの利用率についても報告がされた。その結果が下の表 -1 である。N=1,920 は 1,920 人に調査したことを表している。

調査の結果、どの世代においても LINE の利用率は 85%を越える結果となった。10 代のそれぞれの利用率を見てみると、LINE は 9 割を超え、10 代のおよそ全員が LINE を利用している。Twitter はおよそ 8 割であり、他の世代よりも利用率は高い。Facebook についてはおよそ 3 割であり、他の世代ほど利用率は高くない。また、10 代の男女間では差が見られない。Instagram は他の世代と比較しても利用率にあまり差は見られないが、10 代の男女間では差があり、10 代女子の利用率が高いことが分かる。

#### ● SNS・コミュニケーションアプリ利用 (N=1,920) ※世代別

|              | Facebook | Twitter | Instagram | LINE  |
|--------------|----------|---------|-----------|-------|
| 全体 (N=1,920) | 45.2%    | 55.2%   | 21.8%     | 90.3% |
| 10代 (N=191)  | 26.2%    | 79.6%   | 26.2%     | 96.9% |
| 20代 (N=405)  | 47.7%    | 68.9%   | 26.2%     | 93.8% |
| 30代 (N=425)  | 47.5%    | 48.9%   | 24.2%     | 90.1% |
| 40代 (N=498)  | 44.0%    | 45.8%   | 17.3%     | 88.0% |
| 50代 (N=401)  | 50.9%    | 48.1%   | 18.5%     | 86.5% |
| 10代男性 (N=92) | 26.1%    | 76.1%   | 17.4%     | 94.6% |
| 10代女性 (N=99) | 26.3%    | 82.8%   | 34.3%     | 99.0% |

MMD研究所調べ

〈表 2-1. SNS・コミュニケーションアプリの利用率〉

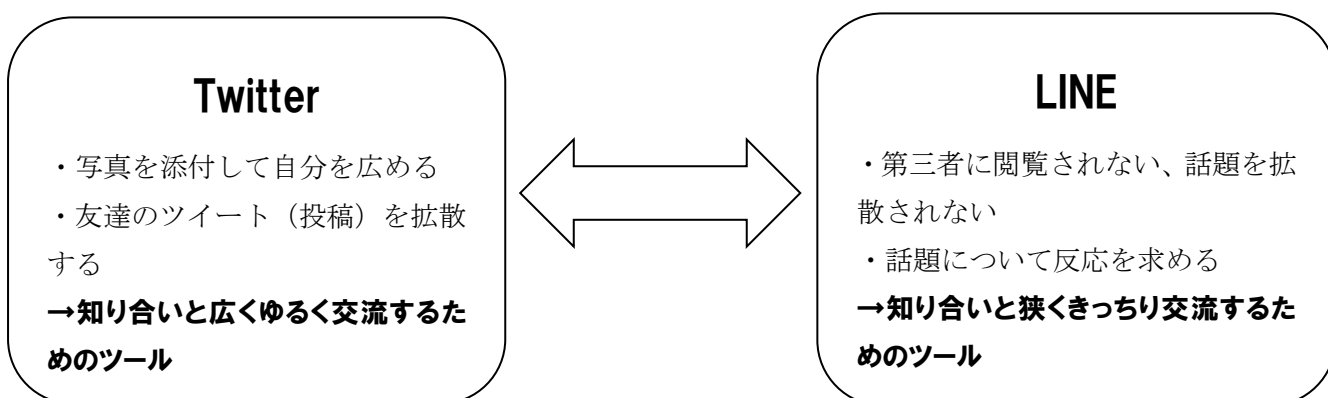
## （２）10代の利用率が高いLINEとTwitter

2-2（１）より、LINEとTwitterを10代の利用率が特に高い2大SNSと考える。利用率から見ると、10代男女の多くは1人でLINEとTwitterの両方を利用していることになる。では、なぜ10代男女はLINEとTwitterの両方を利用しているのだろうか。使い分けをする明確な理由があるのだろうか。

これについて2016年7月9日に東洋経済ONLINEに投稿されたITライターの鈴木朋子さんの記事<sup>※</sup>〇2によると、中高生がLINEとTwitterの両方を利用するのは**明確な使い分けの理由が存在している**からである。

この記事によると、中高生がTwitterを利用する際、写真を添付してツイート（投稿）をすることが多いということである。またTwitter特有の拡散機能を利用して友達のあらゆるツイートを拡散する傾向がある。この背景には自分の出来事や友達の幸せ・魅力を周囲に知らせたいという心理が働いている。また、本来のTwitterは世界の人々をつなげるためのものであるが、中高生の間では同じ学校や出身校、友達の友達など現実の世界でつながりのある人でほぼ構成されており、**知り合いと広くゆるく交流するためのツール**として利用されている。

その一方でLINEは当然現実の世界でつながりのある人で構成されているが、Twitterのように見知らぬ第三者からの閲覧や話題の内容の拡散がないため、何らかの話題について特定の人や仲間とのみ会話をしたい場合に利用される。また、Twitterよりも出された話題に対して何らかの反応を求めることが多い。つまり、**知り合いと狭くきっちり交流するためのツール**として利用されている。



〈図2-3. 中高生のTwitterとLINEの使い分け〉

### 2-3. 参考URL

2-1「SNS・コミュニケーションアプリの利用率（MMD研究所）」

[https://mmdlabo.jp/investigation/detail\\_1511.html](https://mmdlabo.jp/investigation/detail_1511.html)

「中高生がLINEとTwitterを使い分けるワケ（鈴木朋子）」

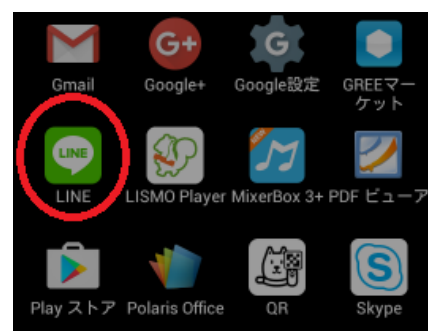
<http://toyokeizai.net/articles/-/126274>



## 第3章 LINE

### 3-1 LINE とは

LINE(ライン)とは、スマートフォンで、無料で通話ができメッセージを送ることができるアプリである（基本使用は無料だが、パケット料金は各提携会社に支払う必要があり、スタンプ等有料のものもある）。<sup>i</sup>



### 3-2 LINE の利用実態

LINE は 2011 年 6 月に登場しており、現在多くの世代に使用されている。MMD 研究所が 2015 年 12 月 14 日に発表した「2015 年度版：スマートフォン利用者実態調査」では、10 代～50 代全世代の LINE 利用率は 85%を超える結果となった（下図：SNS・コミュニケーションアプリ利用<sup>ii</sup>）。

#### ● SNS・コミュニケーションアプリ利用（N=1,920）※世代別

|             | Facebook | Twitter | Instagram | LINE  |
|-------------|----------|---------|-----------|-------|
| 全体（N=1,920） | 45.2%    | 55.2%   | 21.8%     | 90.3% |
| 10代（N=191）  | 26.2%    | 79.6%   | 26.2%     | 96.9% |
| 20代（N=405）  | 47.7%    | 68.9%   | 26.2%     | 93.8% |
| 30代（N=425）  | 47.5%    | 48.9%   | 24.2%     | 90.1% |
| 40代（N=498）  | 44.0%    | 45.8%   | 17.3%     | 88.0% |
| 50代（N=401）  | 50.9%    | 48.1%   | 18.5%     | 86.5% |
| 10代男性（N=92） | 26.1%    | 76.1%   | 17.4%     | 94.6% |
| 10代女性（N=99） | 26.3%    | 82.8%   | 34.3%     | 99.0% |

MMD研究所調べ

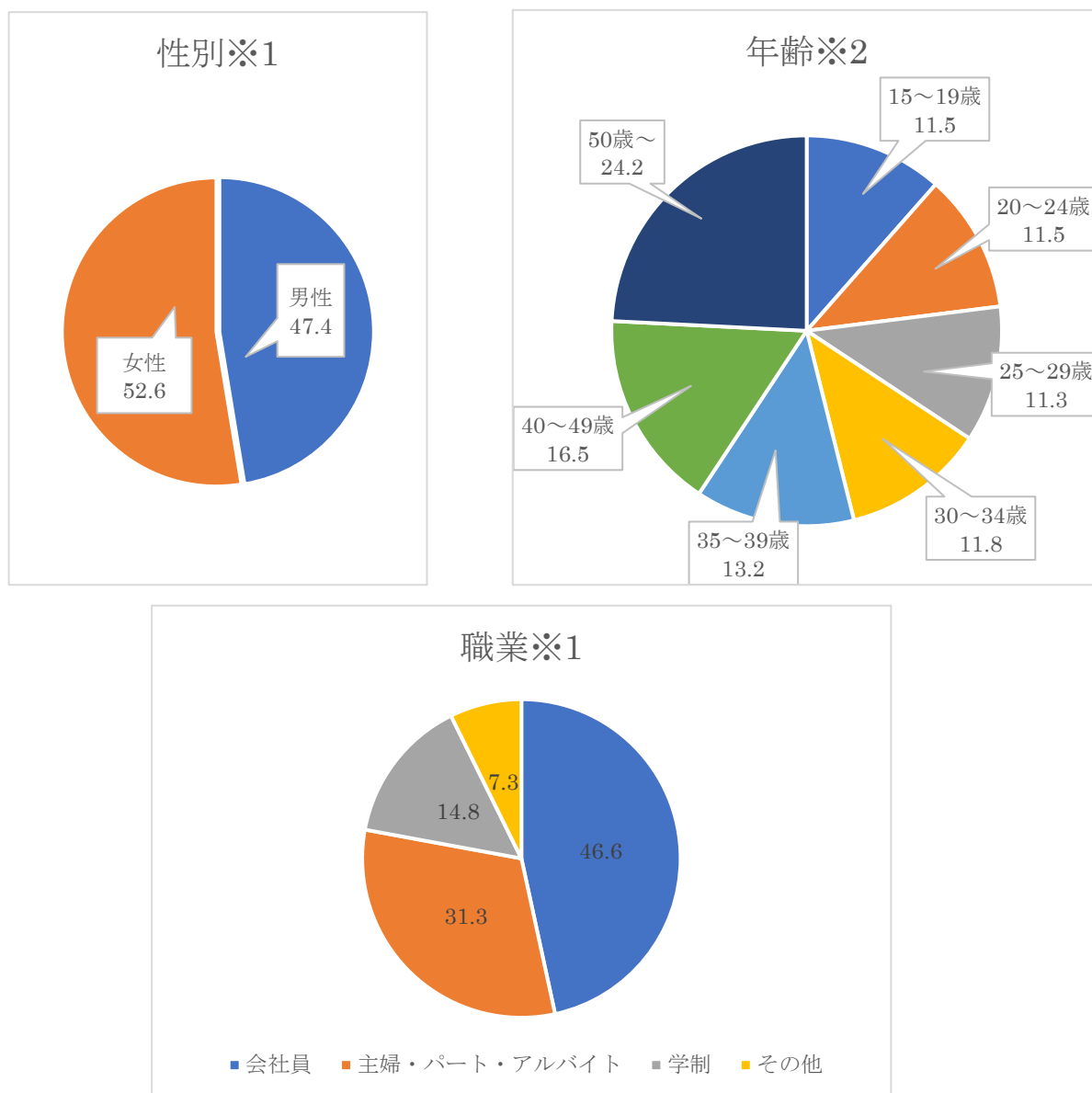
（図 3-1 SNS・コミュニケーションアプリ利用）

国内：月間アクティブユーザー数：6,600 万人以上（2017 年：LINE2017 年 4 月-2017 年 9 月媒体資料）

（※2016 年資料では国内ユーザー数が記されており、6,800 万人と紹介されていた）<sup>iii</sup>



次の資料は LINE ユーザー属性（性別・年齢・職種）である。



※1 出典元：マクロミル社・インターネット調査(2017年1月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象 サンプル数 2,060)

※2 出典元：ニールセン デジタル株式会社(2016年12月実施/ニールセンが行っているインターネット基礎調査（人口調査）を用いて、インターネット利用者の性年齢構成に準じた構成になるようにウェイトバックを実施 サンプル数 4,378)

この資料からもわかるように、幅広い世代がLINEを使用している。上記の年齢別ユーザー数において、14歳以下の資料がないが、14歳以下のLINE利用率も一定以上あるものと考えられる。

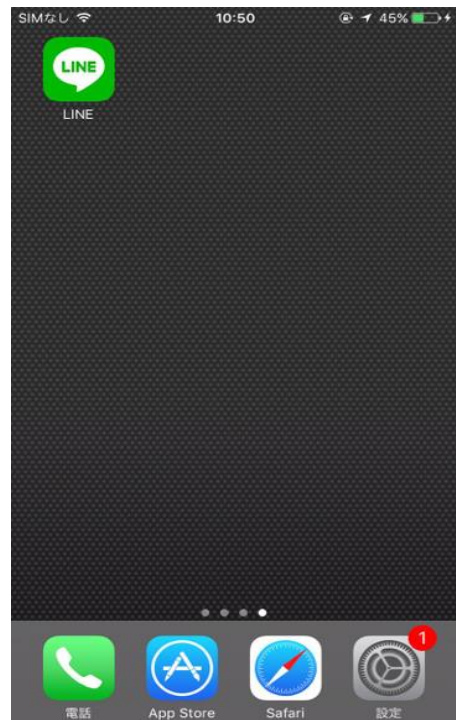
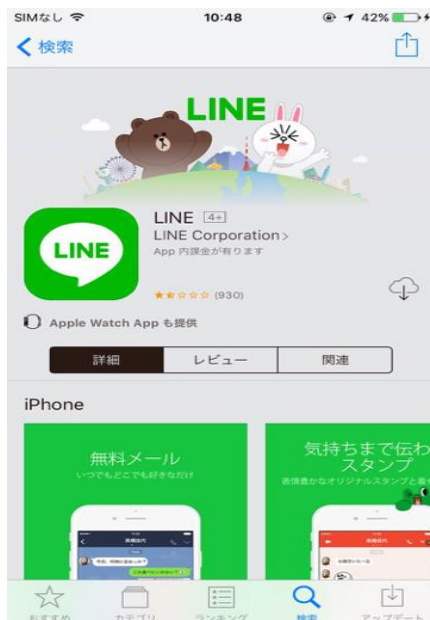
### 3-3 利用方法

#### LINE(ライン)の始め方・登録方法<sup>1)</sup>

まず iPhone なら「App Store」、Android なら「Google Play」から LINE のアプリをインストールする。

インストールが完了したら早速、起動する。

※画像は iPhone 版の画像。



LINE を起動したら、画面右下にある、【新規登録】をタップする。  
利用登録は「電話番号」と「Facebook」から選ぶことができる。  
今回は **Facebook** から新規登録する。



Facebook にログインし、LINE のアカウントを作成。

このとき、Facebook のアカウントが必要となるので注意が必要。

ログインが完了すると、Facebook の登録名がLINE で表示される。

変更したい場合はアカウント名とプロフィール画像を設定する。

※アカウント名とプロフィール画像は登録後にも変更可能。



次に自分のメールアドレスとパスワードを設定する。

LINE に再ログインするときや、PC 版、iPad 版の LINE と共有し使う時に必要となるので、設定したメールアドレスとパスワードは忘れないようにする。

Facebook 11:13 67%

メールアドレス登録 ?

メールアドレスを入力

パスワード (6~20文字)

もう一度入力してください

端末や電話番号を変更しても大丈夫。グループ、プロフィール情報など既存のアカウント情報を読み込むことができます。

登録する

設定が完了すると、登録したアドレス宛に「認証番号」が記載されたメールが送られてくるので、認証番号を入力し【メール認証】をタップ。

SIMなし 11:14 68%

< メール認証

認証番号

認証番号が届かない場合

1. メールアドレスをもう一度ご確認ください

2. メールボックスの迷惑メールフォルダを一度ご確認ください

3. それでも認証番号が届いていない場合は、以下のいずれかをお試しください

[認証番号再送信](#) [メール送信](#)

メール認証

|           |          |           |
|-----------|----------|-----------|
| 1         | 2<br>ABC | 3<br>DEF  |
| 4<br>GHI  | 5<br>JKL | 6<br>MNO  |
| 7<br>PQRS | 8<br>TUV | 9<br>WXYZ |
|           | 0        | <X>       |

### 3-4 簡単な機能の説明・用語解説

#### 【用語解説】

##### (1) スタンプ

上記の機能の解説「豊富なスタンプ」でも取り上げたように、「スタンプ」とは大きなイラストの画像であり、LINEのメッセージ上において利用することができる。通常の絵文字よりも大きいイラストであり、絵文字よりも相手への感情を伝えることができることもあり、LINE が広まる一因となった。

スタンプには無料版と有料版があり、有料版は 50～100 円程度の課金となっている。また、現在では LINE が、当初用意したものだけでなく、企業とコラボレーションしたスタンプも多く存在しており、企業キャラクターのブランド認知にも有効とされている。

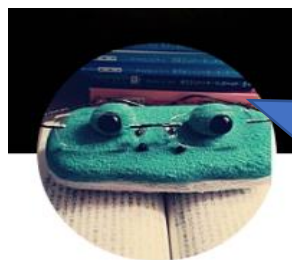


##### (2) トプ画 (アイコン) / カバー画像 (ホーム画面)

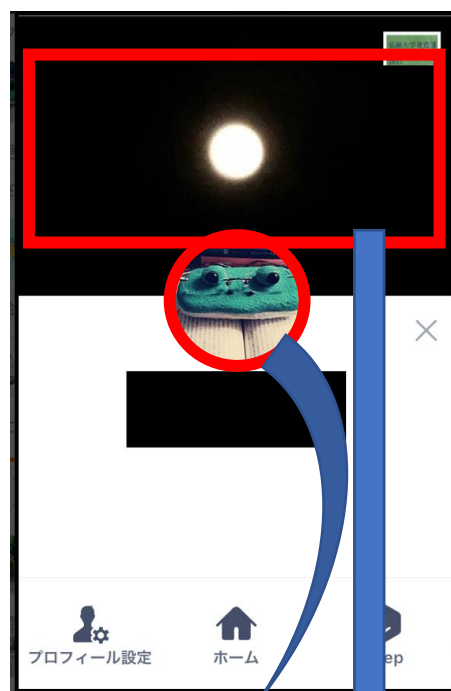
「トプ画」とは、「トップ画像」の略で、プロフィールページ等のトップ画像のことである。Facebook や Twitter、LINE といった様なユーザー同士のコミュニケーションが重要となるサービスにおいて、プロフィールページのトップ画像は多くのユーザーが重視するところとなる。そうしたトップ画像にを略して「トプ画」と若者の間で呼ばれるようになっている。主に中高生を中心として用いられており、このトプ画を目立つものにすることで他のユーザーから注目を浴びることができる。

「カバー画像」とは LINE におけるプロフィール全体を覆う画像のことである。LINE においてタイムラインのユーザー画面を開くと、トップのファーストビューを覆うような大きな画面が表示される。これが「カバー画像」と呼ばれている。

このカバー画像はユーザーが独自に設定することができ、自由な写真を掲載することが可能である。同様のカバー画像は Twitter や Facebook においても機能として存在しており、設定することができる。



「トプ画 (アイコン)」



「カバ画像 (ホーム画面)」

### (3)HPG(読み方:エイチピージー)

「HPG」とは「ホームペア画面」の略であり、主に LINE におけるホーム画面をほかのユーザーとペアにすることである。LINE 等では自らのホーム画面に画像を掲載することができる。そのような機能を用いてホーム画面を他の仲の良いユーザーとお揃いにするができる。それがホームペア画面である。ホームペア画面にすることによって二人の仲の良さを周囲にアピールすることができる。

### (4)PG なう(ペア画なう)

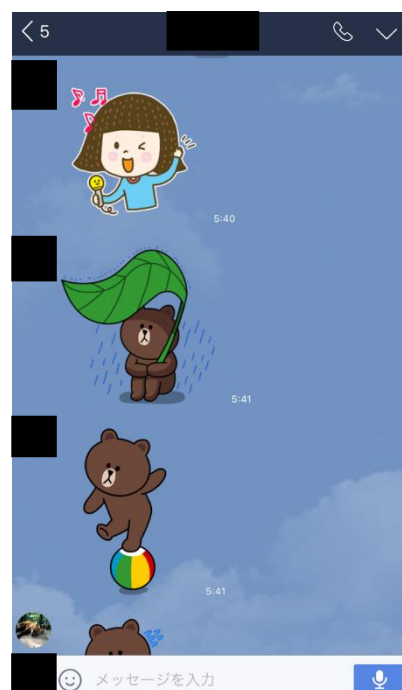
「PG なう」とは「ペア画なう」の略であり、二つのアカウントの画像を組み合わせることによって一つのイラストや写真となるような画像を付けることを示す言葉である。

ユーザー名などに「PG なう」と記載されていることがあり、そのユーザーのアカウントのみでは何の画像が分からないが、他のあるユーザーと合わせると一つの写真となる。主に LINE や Twitter 等の、ユーザー同士がコミュニケーションをとるサービスにおいて仲が良いユーザーや恋人同士でこのようなペア画を行うことがある（下図がその例である<sup>vi)</sup>）。



### (5)スタレン/スタ爆

「スタレン」とは「スタンプ連打」の略である。メッセージを送り合うコミュニケーションサービスである LINE やカカオトーク等はスタンプと呼ばれる感情を表現する大きなイラストを投稿することができる。それらのスタンプを連続して投稿することによって、自らの感情を表現することを行うユーザーもあり、そのような行為のことを「スタレン」と呼ぶ（同じ意味合いの「スタ爆」とは、スタンプを連続して投稿することが爆撃をしているように見えることから、「スタンプ爆撃」と呼ばれ、これが省略されることで「スタ爆」となった）。右図がスタレン（スタ爆）である。ユーザーの中には、スタレンやスタ爆を不快に思うものもいる。



## (6)既読無視

「既読無視」とは LINE においてメッセージを読み、既読は付いているがそのまま返信しない様子を指す言葉である。「既読ぶっち」と書くこともある。

LINE ではメッセージを読むと「既読」という表示がされる。そのため、相手が自分のメッセージを読んだか否かが分かるようになっている。しかしそうした既読が表示されているにも関わらずその後に返信がなく会話を切られてしまうことを「既読無視」と呼ぶ。また、既読をしているにも関わらずスルーしていることから「既読スルー」や「KS」とも言われる。

既読無視を行う心境としては、もう返信をする必要がないと感じている場合や、返信することが面倒である場合、もしくは返信した気になっていたということ等が考えられる。

## (7)未読無視(未読スルー)

「未読無視(未読スルー)」とは、LINE において受け取ったメッセージを確認・返答せずに無視することである。LINE には、上記で述べたように「既読機能」があり、メッセージの送信相手がメッセージを確認したかどうか分かるようになっている。既読もせずに無視・スルーすることを「既読無視(既読するー)」という。

## (8)無言追加

「無言追加」とは、特に連絡をせずに無言で相手を友人リスト等に登録を行うことである。特に LINE において友だちリストに追加することを指す場合が多い。

友だちリストに加える場合等は、コンタクトをとる相手に対して許可を得てから追加することがある。しかし、中にはそうした相手との連絡のやりとりをせずに勝手に友だちリストを追加し、いつでもトークができるようにしている者もいる。

LINE の機能としては、こうした無言追加は禁止されているわけではないが、ユーザーの中には嫌うものもいるため、注意が必要である。

## (9)個チャグルチャ

「個チャ」とは「個人チャット」の略で、1対1でチャットを行うことである。LINE や Skype といったコミュニケーションサービスでは、チャットをグループで行うことも個人同士で行うこともできる。そのため、個人同士で行うことを強調するとき用いられるのが「個チャ」である。

モンスターハンター等のオンラインゲームにおいても二人のプレイヤーのみしか見ることができない個チャ機能を備えるものもあり、その秘密な印象から個チャを好むプレイヤーも多い。「こちゃ」と平仮名で記載することもある。個別チャットの略と主張する者もいる。



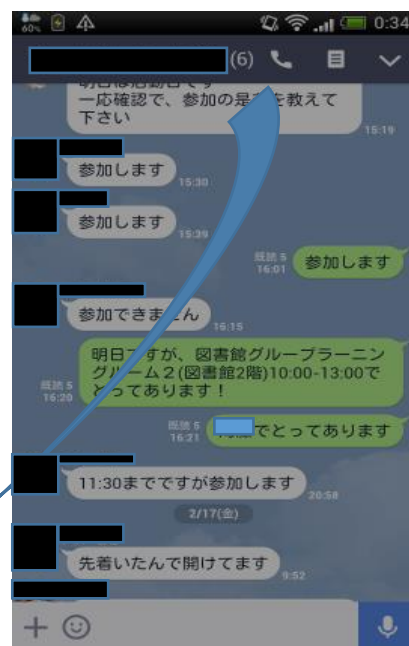
### 3-5 LINE の特徴

#### (1) 個人間やグループ間のメッセージのやり取りが可能

誰にも見られずに個人間でメッセージのやり取りが出来たり、特定の友達等同士でグループを作り、そのグループ内にいる人だけにメッセージを送ることが出来る（右図はグループ LINE と呼ばれるもので、複数の人数でメッセージのやり取りができる）。

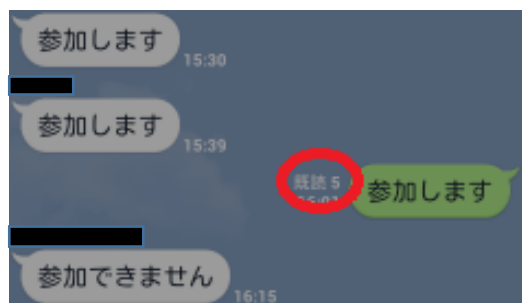
#### (2) 無料通話機能

LINE には無料通話機能があり、電話と同じように LINE の中で通話できる機能である（下図の丸で囲んだ部分を押すと、無料通話が出る）。



#### (3) 既読機能

既読機能とは、自分の送ったメッセージを相手がか読んでいるかどうかを確認するものである。相手が自分のメッセージを読んだ際には、メッセージの横に「既読」がつく。グループ LINE の場合は、何人メッセージを読んだかということが分かるように「既読」のあとに「5」等の数字が記され、5 人の人がメッセージを読んだということを示している（右図）。



「既読機能」と関連して、現在では「既読」を付けずにメッセージを読むことができるアプリがある。

右図の「ちらみ」というアプリは「既読」を付けずにメッセージやメールを読むことが出来るアプリの一例である。

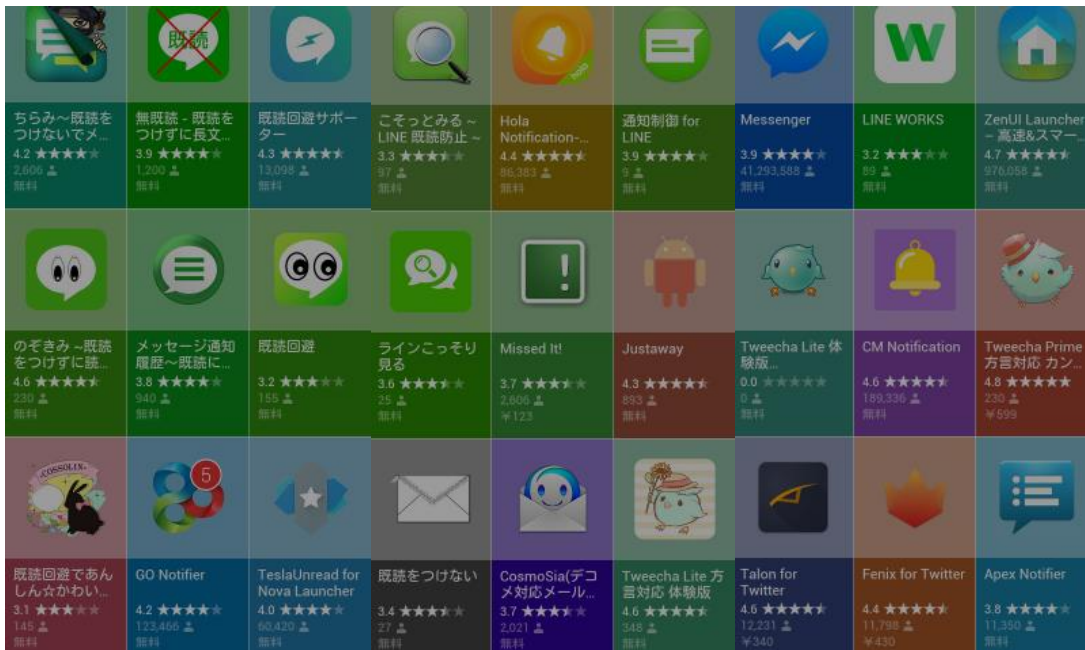
上記①LINE 疲れにも関係することだが、既読をつけてしまうと、相手が「無視されているのでは」と考えたり、相手に返信を催促されることもある。そこで「既読を付けずにメッセージを読みたい」と思うユーザーがいる。「ちらみ」はそのようなユーザーに使用されているアプリである。

他にも、機種によって異なる方法で「既読」を付けずに LINE の内容



を読むことが可能である。これが原因で、「なぜ読まないんだ」と些細な喧嘩等から、いじめに発展することもある。

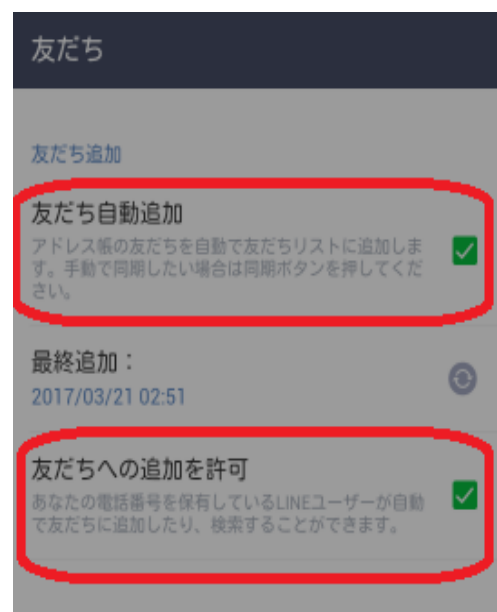
「ちらみ」のほかにも既読を付けずにメッセージの内容を見るアプリには以下のようなものがある。



#### (4) 友達自動登録機能

これは親しい人で LINE を使っている人を「友だち」リストに自動で追加してくれる機能である。各ユーザーが送信を許可した自分の電話番号と連絡先アプリのデータを LINE のサーバでまとめ、それを検索して該当するユーザーがいないかを照合するという仕組みである。

電話番号さえあれば LINE のアカウントを特定することが出来るため、それほど親しくない人にも電話番号を教えていた場合、その人が連絡先を登録して LINE を使い始めれば、その人の「友だち」リストには自分のアカウントが追加されてしまう。このように、思わぬところに自分のアカウントが広まってしまうことを避けたい場合は右図の【友だちへの追加を許可】をオフにすることで、自分の電話番号が検索できなくなり、自分の電話番号を連絡先に登録している相手が「友だち自動追加」機能を使っても、自分のアカウントは相手の「友だち」リストには自動追加されない。



### (5)豊富なスタンプ

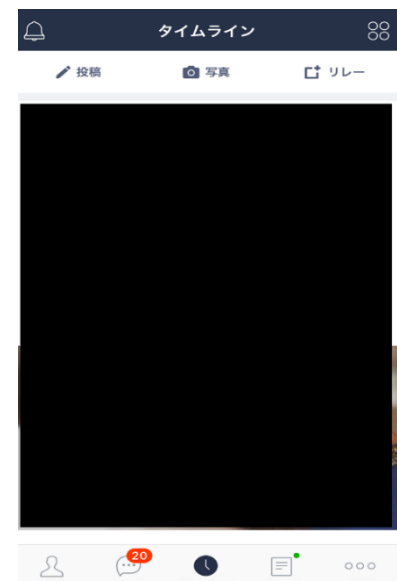
LINE には「スタンプ」という機能がある。その機能は、文字だけではなく、かわいい絵やイラストを LINE 内で表示できるというものである。お互いの感情や気持ち、ニュアンスを表現するために用いられる。



だ  
う  
め

### (6)タイムライン<sup>vii</sup>

「タイムライン」とは LINE における友人・知人の近況（アクティビティ）をチェックできる機能のことである。タイムラインを通じて友人・知人の投稿したテキストや写真を閲覧し、コメントを送ったり、スタンプを付けることができる。タイムラインは友人・知人として登録されたメンバーのみに公開され、任意で公開する相手・公開しない相手を設定することもできる。



### (7)LINE 疲れ

LINE の特徴の一つに、相手がメッセージを読んだかどうか分かるという点が挙げられる。従来の E メール等は相手がそのメッセージを読んでいるかどうか分からなかったため、大きな特徴の一つであると言える。しかし、その特徴によって生じる問題がある。それは、送信者側が、自分の送ったメッセージが既読無視されることで「相手は自分を無視しているのでは」と疑う余地が生じることがあるということである。そのため、人によっては未読無視（未読スルー）が不安や怒りといったストレスの要因になることもある。LINE の利用によってストレスが蓄積され、その結果 LINE の利用そのものを負担と感ずるようになって、遠ざかってしまうことを LINE におけるソーシャル疲れという意味で「LINE 疲れ」ということがある。

## (8)豊富なアプリ

LINE には豊富なアプリが存在する。アプリの例として、「LINE ゲーム」というものがある。検索するだけで、下図のように様々な LINE ゲームが出てくるのである。

|                                               |                                                      |                                               |                                                  |                                           |                                                 |                                                   |                                             |                                                 |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------------|
|                                               |                                                      |                                               |                                                  |                                           |                                                 |                                                   |                                             |                                                 |
| LINE ブラウンファーム<br>4.4 ★★★★★<br>891,787 点<br>無料 | LINE レンジャー<br>4.4 ★★★★★<br>1,869,498 点<br>無料         | LINE クッキーラン<br>4.3 ★★★★★<br>3,689,069 点<br>無料 | LINE : ディズニーツムツム<br>4.1 ★★★★★<br>997,003 点<br>無料 | LINE バブル<br>4.0 ★★★★★<br>296,211 点<br>無料  | Line Tiles<br>4.2 ★★★★★<br>2,019 点<br>無料        | LINE プレイ・アバターコミュニ<br>4.0 ★★★★★<br>696,372 点<br>無料 | LINE ポコパン<br>4.2 ★★★★★<br>1,143,644 点<br>無料 | ペットライン - Pet Line<br>3.8 ★★★★★<br>2,602 点<br>無料 |
|                                               |                                                      |                                               |                                                  |                                           |                                                 |                                                   |                                             |                                                 |
| ラインゲーム<br>5.0 ★★★★★<br>1 点<br>無料              | LINE DOZER コイン落としゲーム<br>3.7 ★★★★★<br>149,064 点<br>無料 | 星ラインゲーム<br>0.0 ★★★★★<br>0 点<br>無料             | Power Line<br>4.3 ★★★★★<br>55,748 点<br>無料        | LINE POP2<br>3.9 ★★★★★<br>173,897 点<br>無料 | TikTakTumble 三目並べパズル<br>4.7 ★★★★★<br>56 点<br>無料 | 農場ライン - Farm Line<br>4.1 ★★★★★<br>8,012 点<br>無料   | ダイヤモンドラインゲーム<br>3.4 ★★★★★<br>11 点<br>無料     | LINE パズル タンタン<br>3.8 ★★★★★<br>209,854 点<br>無料   |
|                                               |                                                      |                                               |                                                  |                                           |                                                 |                                                   |                                             |                                                 |
| Candy Line<br>3.6 ★★★★★<br>6,217 点<br>無料      | LINE 英雄乱舞<br>2.8 ★★★★★<br>1,099 点<br>無料              | LINE パズルボブル<br>3.9 ★★★★★<br>141,124 点<br>無料   | LINE POP<br>3.9 ★★★★★<br>287,429 点<br>無料         | LINE バブル2<br>4.2 ★★★★★<br>488,968 点<br>無料 | LINE ポコポコ<br>3.7 ★★★★★<br>328,048 点<br>無料       | かわいいライン 98カラマツ<br>5.0 ★★★★★<br>2 点<br>無料          | LINE ファイター<br>4.0 ★★★★★<br>18,312 点<br>無料   | LINE チャチャ<br>3.8 ★★★★★<br>4,620 点<br>無料         |

ゲームに関してはゲームの章で詳しく説明することとする。

- i 参考：「ミライ FAN」 <https://digitalfan.jp/34736>（閲覧日：2017 年 3 月 1 日）
- ii 参考：「MMD 研究所」 [https://mmdlabo.jp/investigation/detail\\_1511.html](https://mmdlabo.jp/investigation/detail_1511.html)（閲覧日：2017 年 6 月 10 日）
- iii 参考：「公開資料 LINE アドセンター」<http://ad-center.LINE.me/mediaguide/>（閲覧日：2017 年 4 月 24 日）
- iv 参考：「LINE の登録方法」 <http://appllio.com/LINE-account-registration>（閲覧日：2017 年 5 月 13 日）
- v 参考：「LINE の一覧用語集」 <http://netyougo.com/tag/LINE>（閲覧日：2017 年 5 月 8 日）用語解説における説明（⑤未読無視⑥LINE 疲れ以外）はこの URL を参考に作成
- vi 参考：「プリ画像」  
<https://prcm.jp/list/%E3%83%9A%E3%82%A2%E7%94%BB%20%E3%83%9B%E3%83%BC%E3%83%A0>（閲覧日：2017 年 6 月 10 日）
- vii 参考：「IT 用語辞典バイナリ」 [http://www.sophia-it.com/word-category/インターネット/Web サービス/LINE](http://www.sophia-it.com/word-category/インターネット/Webサービス/LINE)（閲覧日：2017 年 5 月 13 日）

---

《メモ》



## 第4章 Twitter (ツイッター)

### 4-1. Twitter とは

Twitter (ツイッター) とは 140 字以内の短い文章を投稿 (ツイート) し、共有することができる情報サービスサイトである。図-1 のような鳥のマークのアイコンが目印である。無料であり、電話番号かメールアドレスがあれば、アカウントを取得して利用できるため、政治家やタレント、機関など、幅広いジャンルや年齢層の人々が利用している。また、ツイートは Web 上に公開されているので、その人が自分のツイートを非公開に設定していなければ、Twitter ユーザーでなくても、読むことができる。このため、情報の公開性・拡散性が高い点が特徴である。



〈図 4-1. Twitter のアイコン画像〉

### Twitterを使ってみよう

呼び名 (ニックネームも可)

電話番号またはメールアドレス

パスワード

☒ 最近閲覧したウェブサイトを基にカスタマイズします。  
[詳細はこちら。](#)

アカウント作成

〈図 4-2. Twitter のアカウント作成画面〉



〈図 4-3. 実際のツイート画面 (パソコン画面)〉

## 4-2. Twitter の利用実態

2 章の 2-2 からわかるように Twitter の利用率は 10 代でおよそ 8 割である。LINE・Twitter・Facebook・Instagram の 4 つの代表的な SNS の中でも Twitter は 10 代の利用率としては LINE に次いで高く、よく利用されている SNS であるということがわかる。

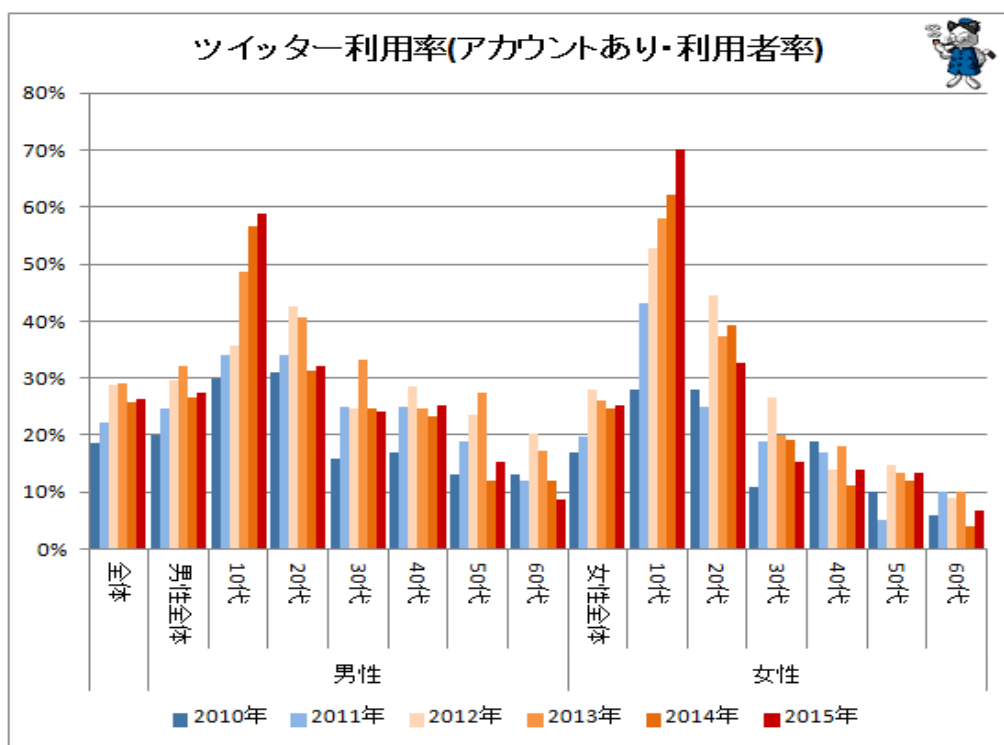
また、SNS のマーケティング情報を発信しているソーシャルメディアラボが 2016 年 11 月に発表した Twitter の利用実態（表 4-2）によると、20 代の利用率が最も高く、年齢層が高くなればなるほど減少しているため、やはり Twitter は若者の間でよく利用されている SNS であるということがわかる。



〈表 4-1. Twitter の年齢別ユーザー数と利用者割合〉

また、ライフメディアのリサーチバンクは 2015 年 4 月に 10 代から 60 代までの男女 1800 人に対して「ツイッターに関する利用実態調査」を実施し、同年 5 月 13 日にその結果が発表された。





〈表 4 -3. 2010 年から 2015 年までの男女別・年代別の Twitter 利用率〉

表 4 -3 から 20 代から 60 代の男女は概して 2013 年まで増加を続け、2014 年には下落しているが、10 代の利用率は年を追うごとに増加していることがわかる。これは、スマートフォンの普及率が近年上昇し、小中学生でもスマートフォンを所持するようになったことも Twitter の利用率の増加と関連していると考えられることもできる。

### 4-3. Twitter の利用方法

Twitter のアカウントを作成するには電話番号あるいはメールアドレスが必要である。図 4-4. の Twitter のアカウント作成画面で「呼び名（ニックネームでも可）」・「電話番号またはメールアドレス」・「パスワード」を設定する必要がある。その後、図 4-5. の画面となり、「ユーザー名」というもの設定する。これは Twitter 内でのいわゆる ID ナンバーのようなものである。他のユーザーと重複しないようにユーザー名を設定するまでアカウントを作成できない。スムーズにアカウントを作成できるように、設定したメールアドレスと類似したようなもので利用可能なユーザー名を提示してくれるため、それらから選択をして設定をすると便利である。

#### Twitterを使ってみよう



呼び名（ニックネームも可）

電話番号またはメールアドレス

パスワード

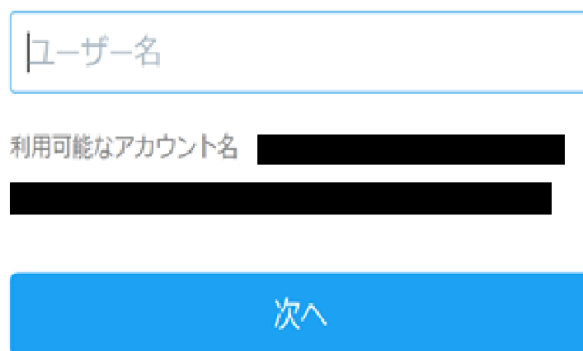
☒ 最近閲覧したウェブサイトを基にカスタマイズします。  
詳細はこちら。

アカウント作成

〈図 4-4. Twitter のアカウント作成画面 1〉

#### ユーザー名を選択してください

後ほど変更することも可能です。



ユーザー名

利用可能なアカウント名

次へ

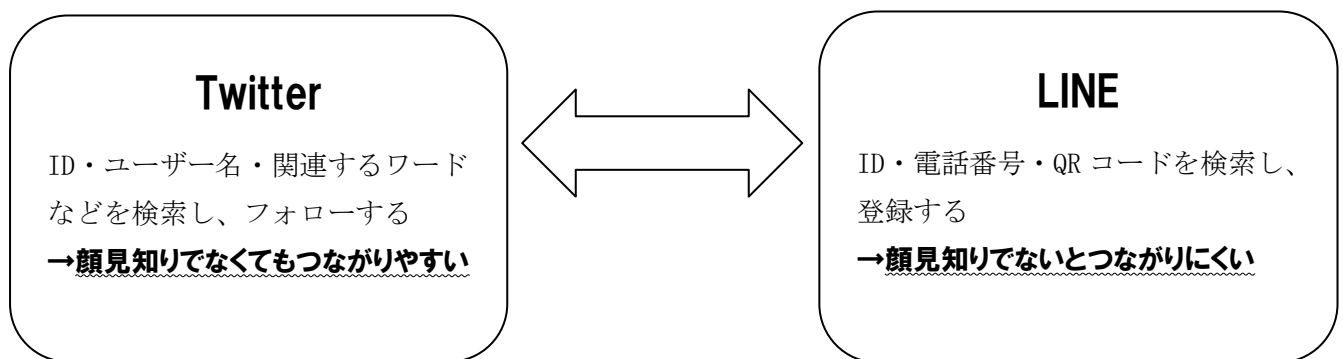
〈図 4-5. Twitter のアカウント作成画面 2〉

### 4-4. Twitter の簡単な機能の説明

#### (1) フォロー・フォロワー

フォローとは Twitter 上でつながっている人のことを指し、その人のツイートを閲覧することである。そのツイートは(2)で述べるタイムライン上に表示される。その人の ID やユーザー名を検索することでつながることができる。また、図 4-4 のような画面でキーワード検索のところに名前やアドレス、関連するワードを打つことで、いろいろな人を見つけられてつながることができるので、LINE よりも人とつながりやすいという特徴がある。

その一方でフォロワーとは他者が自分のことをフォローしている人のことを指し、自分のツイートを購読してもらえる。



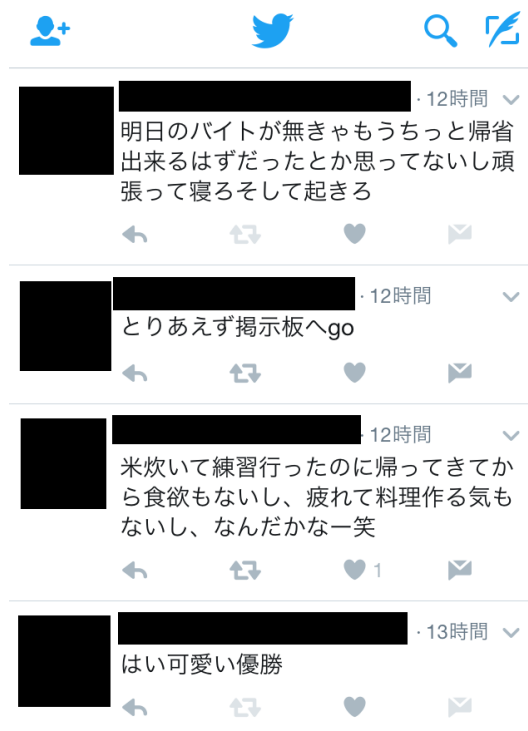
〈図 4 -7. Twitter と LINE の友だち・フォロー機能の違い〉

## (2) タイムライン機能・リプライ

Twitter にはタイムライン機能というものがある。これは(1)で述べたフォローのツイートがリアルタイムで時系列的に表示されるというものである。それぞれのツイートに対して返信（リプライ）をすることができ、他者とやりとりを交わすことができる。

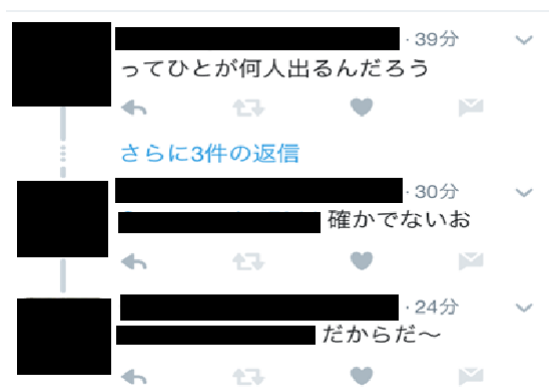
ツイートをした人とリプライをした人のアカウントが公開できるように設定していれば、互いのやりとりを第三者も閲覧することができる。

自分がフォローした人のツイートが時系列順に並んでいて、閲覧することができる



〈図 4-8. タイムライン画面〉

ツイートした人とリプライをした人の両方をフォローしていれば、その会話の内容をタイムライン上で閲覧することができる



〈図 4-9. リプライ画面〉

### (3) リツイート (RT) ・ いいね (ファボ)

他の人のツイートを読んで面白く感じたり、また別の人に伝えたいと思った時にその人がツイートを公開できるように設定していれば、そのツイートを自分のフォロワーに対して拡散することができる。これをリツイート (RT) といい、矢印のマークで表す。ツイートを非公開にしている場合は拡散することができないので、リツイートをすることができない。

また、他の人のツイートを読んで良いと感じたときにそのツイートをお気に入り登録することをいいねといい、♡マークで表す。「またいいね」をファボと呼ぶ人もいる。これは英単語の favorite から来ており、favo の部分をファボと読んだことによる。お気に入りをしたツイートは、自分のアカウントから一覧で時系列順にさかのぼり、読むことができる。



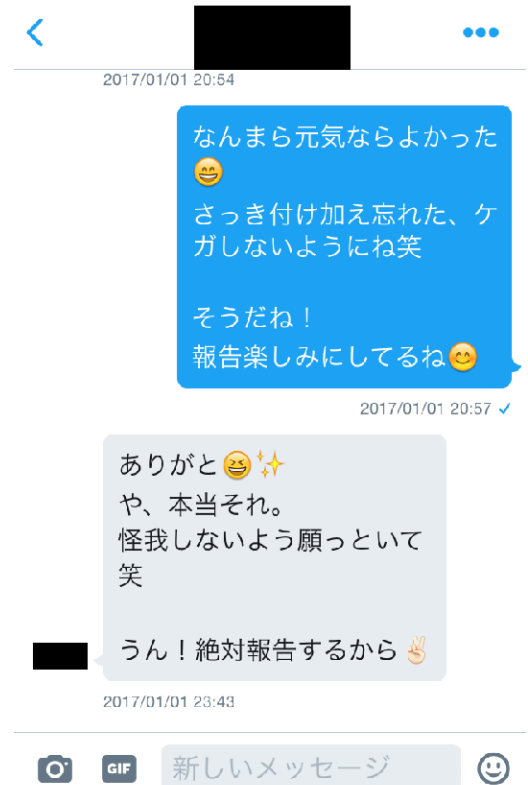
〈図 4 -10. Twitter のリツイートといいね〉

#### (4) ダイレクトメッセージ

LINEのように対象のユーザーに対して非公開でメッセージを送ることができる機能がTwitterにも存在する。この機能をダイレクトメッセージという。ただし、ダイレクトメッセージは誰に対しても送信できるわけではない。最初の設定で、送信先の相手が送信元のユーザーをフォローしている場合に限り、その相手にメッセージを送信することができる。送信する側は送信先の相手をフォローしている必要はない。

対象のユーザーに対して非公開でメッセージを送ることができる。

LINE のようなチャット形式である。



〈図 4-11. ダイレクトメッセージ〉

## (5) ブロック

Twitter 上で特定のユーザーに対して、一部の機能を制限することをブロックという。フォローをし合っている関係ならば、そのつながりを解除することであると考えると分かりやすい。具体的には、ブロックをすると互いのツイートを閲覧できなくなり、リツイートや「いいね」もできない。またダイレクトメッセージも互いに送り合うことはできない。また、相手からブロックをされている場合、その人のプロフィールを閲覧しようとする、図 4-12 のように「ブロックされているためツイートを表示できません」と画面に出るため、相手からブロックされていると知ることが出来てしまう。これが対人関係のトラブルを引き起こすことにつながってしまうこともある。



〈図 4-12. ブロックされている相手のプロフィール画面〉

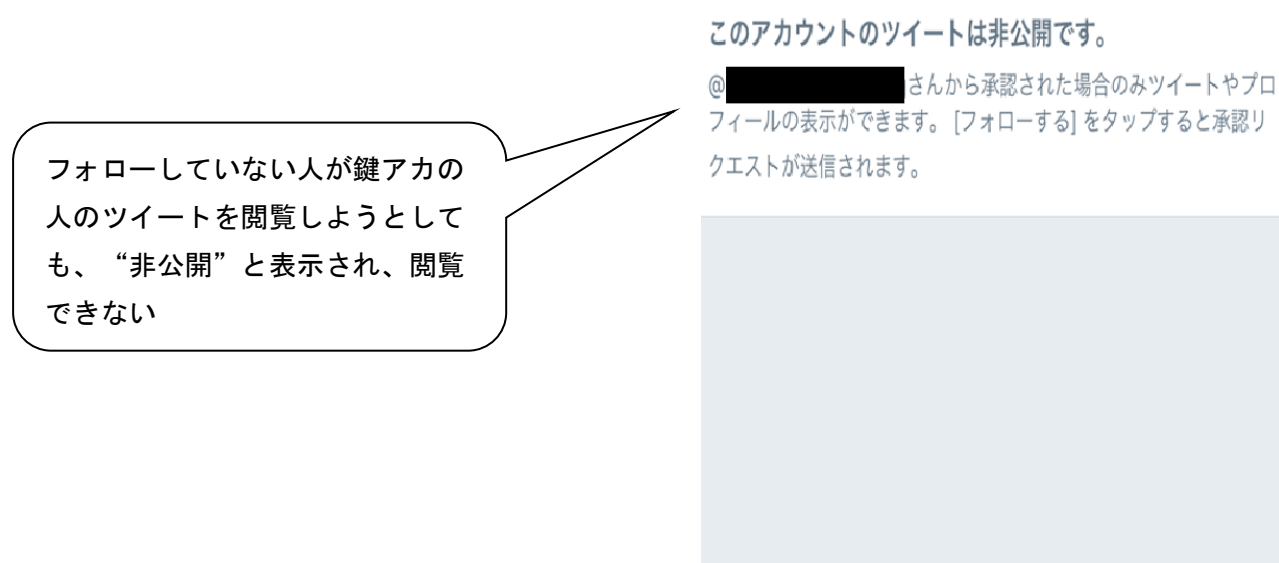
## (6) 鍵アカウント（鍵アカ）

鍵アカウント（鍵アカ）とは、フォロワーにのみ自分のツイートを公開でき、それ以外の人にはツイートを見られないようにする仕組みのことである。先に何度か述べた自分のツイートを特定の人以外には非公開にする機能がこれである。

図 4-13 のように、Twitter のそれぞれのユーザーのプロフィール画面を見た際にカギのマークがついていれば、その人は鍵アカであることがわかる。また、図 4-22 のようにフォローをしていない人が鍵アカの人のツイートを閲覧しようとしても“このアカウントのツイートは非公開です”と表示され、閲覧することができない。



〈図 4-13. 鍵アカウントの人のプロフィール画面〉



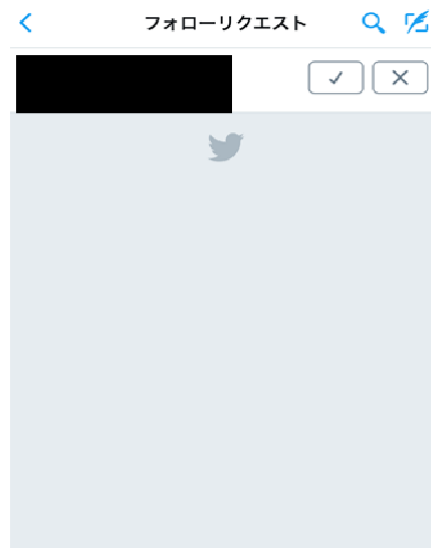
〈図 4-14. 鍵アカウントの人のプロフィール画面〉



また、鍵アカの人をフォローするには、フォローリクエストというものを送り、リクエストした相手の承認がないとフォローできない仕組みにもなっている。リクエストされた人は図 4-17. のプロフィール画面でリクエストがあることを確認できる。また、図 4-15. の画面で誰からのリクエストであるのかを確認でき、承認あるいは拒否の選択をすることができる。



〈図 4-15. フォローリクエスト〉



〈図 4-16. フォローリクエストした人を表示〉

これにより、鍵アカを利用することによって自分自身のセキュリティを大幅に保護することができる。そのため、見ず知らずの人とのトラブルが発生するのを防いだり、自分がフォローの承認をした人だけに自分のツイートを公開したりすることができる。

#### 4-5. Twitter の特徴

たくさんの SNS が存在する中で、Twitter が支持されるのには Twitter ならではの特徴があるからである。特徴として挙げられるものは次の表 4-4 のような点である。

- ・情報の速報性、拡散性が高い
- ・匿名のような形で自分の思ったことをつぶやくことができる
- ・有名人などの現在やニュース速報などをリアルタイムで知ることができる
- ・災害時にも知人と連絡を取りやすい
- ・友だち登録が不要で誰のツイートでも見ることができる

〈表 4-4. Twitter の主な特徴〉

##### (1) 情報の速報性、拡散性が高い

最も Twitter の特徴として挙げられるのがその情報の伝わる速さである。Twitter のタイムラインはリアルタイムで更新されるため、ツイートをすると誰もがすぐさま閲覧することができる。また、Twitter

のユーザーであればそのツイートをリツイートできるため、多くの人々の元に届きやすく、**情報が拡散されやすい**ということである。

#### (2) 匿名のような形で自分の思ったことをつぶやくことができる

Twitter は Facebook とは違って自分の本名でユーザー名を設定する必要がない。そのため、自分の好きな名前を使って利用することができる。つまり、**匿名のような形で自分の想ったこと自由につぶやくことができる**ので、つぶやきに対してのプライバシーや個人情報が守られやすい。

#### (3) 有名人などの現在やニュース速報などをリアルタイムで知ることができる

Twitter は多くの有名人も利用していて、毎日のようにツイートをしている。もちろんそのツイートを誰も見ることができるので、お気に入りの有名人が今どこで何をしているのかということも Twitter を通して知ることができる。また、Twitter では緊急のニュースや災害情報などもリアルタイムで発信されているため、**瞬時に情報を知ることができる**。

#### (4) 害時にも知人と連絡を取りやすい

災害時には通話やメールがつながりにくくなり、すぐに連絡が取れず安否確認ができないといったことがある。しかし、Twitter はインターネットの回線があれば利用できるため、「私は無事です」などといったつぶやきをし、それを知人が見ることによって互いに連絡を直接取り合わなくとも、すぐさまその人の無事を確認することができる。

これは(1)で述べた、Twitter の情報の伝わる速さが速いこととも関連している。

#### (5) 友だち登録が不要で誰のツイートでも見ることができる

何度か述べてきたように、Twitter はユーザー登録をしなくても他人のツイートを閲覧することができるため、Twitter をしたことがなく使い方がわからない人でも、自分の興味がある人の最新情報を瞬時に知ることができる。ただし、注意してほしいことはそのツイートに対して、リプライをしたりリツイートをしたり「いいね」をすることはできず、あくまでも閲覧することができることだけに限るということである。これらはユーザー登録をして、そのツイートを閲覧すれば見ることができる。

## 4-6. 参考 URL

「SNS・コミュニケーションアプリの利用率 (MMD 研究所)」

[https://mmdlabo.jp/investigation/detail\\_1511.html](https://mmdlabo.jp/investigation/detail_1511.html)

「Twitter 利用率 (リサーチバンク)」

<http://www.garbagenews.net/archives/2161056.html>

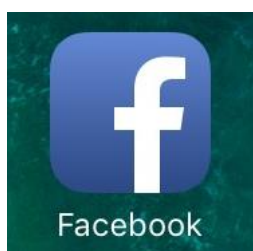
「Twitter の利用実態 (ソーシャルメディアラボ)」

<https://gaiax-socialmedialab.jp/post-30833/>

## 第5章 Facebook

### 5-1 Facebook とは

Facebook とは 2004 年 2 月にアメリカ合衆国でサービスを開始したソーシャルネットワーキングサービス（SNS）である。略称は FB。主に投稿を通して、複数のユーザー同士でコミュニケーションをとることができる。

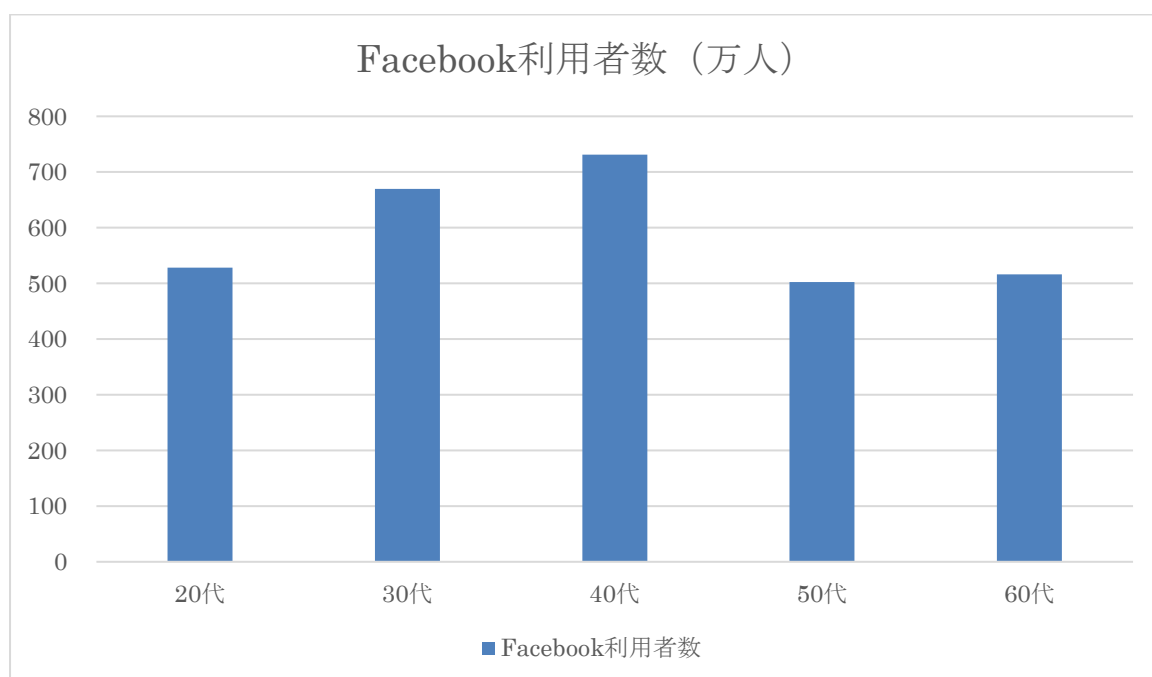


これがスマートフォンでの  
Facebook のアイコン。

### 5-2 Facebook の利用実態

ユーザー数は世界で 17 億 1000 万人（2016 年 6 月 30 日時点）であり、世界で最も利用されているコミュニケーションツールである。

以下は日本国内の年齢別 Facebook 利用者数のグラフである※<sup>1-4</sup>。



（図 5-1 Facebook 利用者数）

### 5-3 Facebook の利用方法

Facebook を利用するためにはアカウントを取得する必要がある。氏名、電話番号またはメールアドレス、パスワード、生年月日、性別を入力することでアカウントが作成できる。下の画像がパソコンでのログイン画面である。



下の画像は「ホーム画面」である。この画面では他のユーザーの投稿を時系列で確認したり、各機能を選択することでそのページへ移動することができる



## ○ー4 Facebook の機能・用語

### (1) 「投稿」

Facebook 上での投稿、または Facebook を使って提供される投稿を意味する。  
ホーム画面の“投稿を作成”を選択し、で投稿することができる。



### (2) イベント機能



Facebook の機能の一つであるイベントを使用することによって、Facebook 上でイベントの企画を行うことができる。

### (3) グループ機能

グループ機能により、自分と同じ職業や趣味嗜好の人と繋がることができる。下の画像はグループを検索する機能であり、カテゴリ別にグループを検索することができる。



#### (4) 企業用ページ

Facebook では個人のアカウントは一つしか所有できないが、別に企業用のアカウントを所有し、複数人で共有することができる。更に有料で広告を Facebook 上に出すこともできる。

### 5-5 Facebook の特徴

(1) Facebook の最大の特徴は、現実との関連性が高いことである。

→Facebook では実名登録が基本であり、その他の個人情報も入力するよう求められる。



- ・ 所有できる個人アカウントは一人につき一つまでで、裏アカウントを持つことはできない。
- ・ 他の SNS に比べ、年齢層が高い。

### 5-6 参考

- ・ <https://www.facebook.com>

[https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc\\_financials/2016/Facebook-Reports-Second-Quarter-2016-Results.pdf](https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc_financials/2016/Facebook-Reports-Second-Quarter-2016-Results.pdf)

- ・ <http://investor.fb.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=967167>
- ・ <http://www.uniad.co.jp/260204>

## 第6章 Instagram

### 6-1 Instagramとは

写真や動画の投稿に特化した SNS である。写真と簡単なコメントという手軽さから、芸能人やセレブなどのユーザーが使いはじめ、人気に火が付いた。スマホで撮影した写真や動画を洗練されたフィルターなどで加工して投稿できるのに加え、他のユーザーをフォローして投稿をタイムラインで閲覧できる。主な機能としては、おしゃれに写真を加工・保存できることや、Facebook・Twitterなどの他の SNS と連動して投稿ができることである。また、流行を写真によってチェックできるのも魅力の一つである。



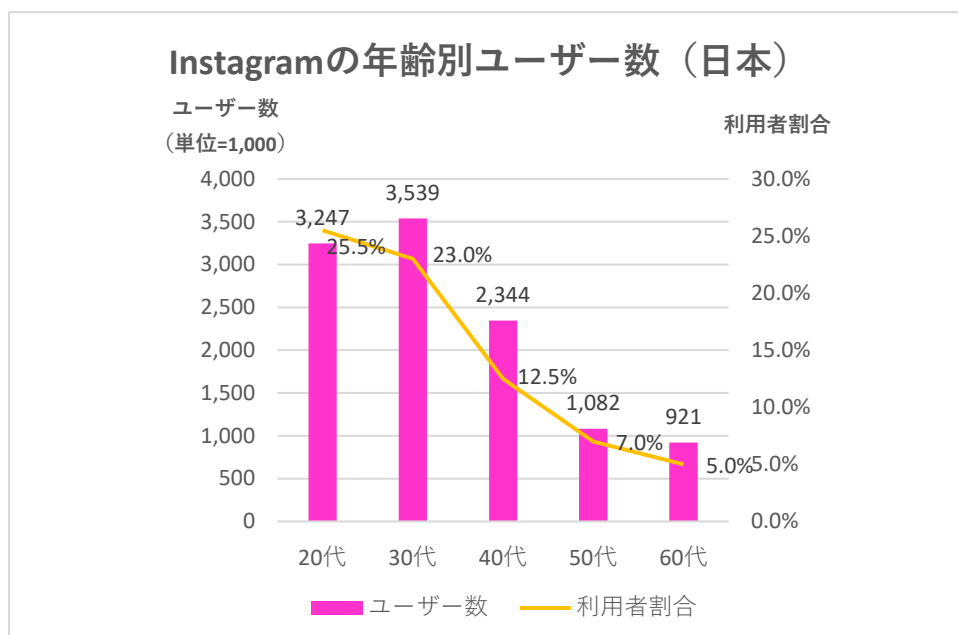
自分が撮った写真などを公開し、Twitter などのようにフォローし合うことで交流できる。

気に入った風景や自分のペット、おいしい店の料理の画像など、さまざまなものを投稿できる。



## 6-2 Instagramの利用実態

Instagram の国内のユーザー数は 1,600 万人（2016 年 12 月）であり、日本では 10 代や 20 代の女性を中心に流行している。



## 6-3 Instagramの利用方法

まずは、App Store または Google Play から「Instagram」アプリをダウンロードする。

アプリ「Instagram」をダウンロード



インスタグラムの  
アイコン

① インストールが済んだら、さっそくアプリを起動する。



Facebook アカウントですぐにログインすることもできるが、アカウントを持っていない、あるいは Facebook と連携させたくない場合は新規で登録できる。

次に電話番号またはメールアドレスで登録をタップし、新たにアカウントを作成する。

電話      メール

---

JP +81      電話番号

次へ

登録することで、利用規約およびプライバシーポリシーに同意するものとします

すでにアカウントをお持ちですか？ ログイン

②ここで、電話番号で登録するかメールアドレスで登録するか選ぶことができる。

認証コードを入力

送信された6桁のコードを入力してください:  
+81090 [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ]。コードを再送信。

認証コード

次へ

|           |          |           |
|-----------|----------|-----------|
| 1         | 2<br>ABC | 3<br>DEF  |
| 4<br>GHI  | 5<br>JKL | 6<br>MNO  |
| 7<br>PQRS | 8<br>TUV | 9<br>WXYZ |
|           | 0        | ⌫         |

③次の画面で電話番号かメールアドレスのどちらかを入力し、「次へ」をタップ。入力した電話番号もしくはメールアドレス宛てに、6桁の認証コードが記載されたSMSまたはメールが届く。認証コードを正しく入力し、「次へ」を押します。



写真

氏名

パスワード

次へ

すでにアカウントをお持ちですか? ログイン

④次に、プロフィールを登録する。  
アイコン用の写真の設定、氏名、パスワードを入力する。※「氏名」を入力する用に使われているが、ニックネームやハンドルネームでも可。  
ここで登録した名前が公開される。

⑤「+写真」をタップすると、写真を撮って設定するか、アルバムから選択するか、別の SNS (Facebook、Twitter) で使っているアイコン写真を流用するかのメニューが表示される。



写真

氏名

パスワード

プロフィール写真を変更

Facebookからインポート

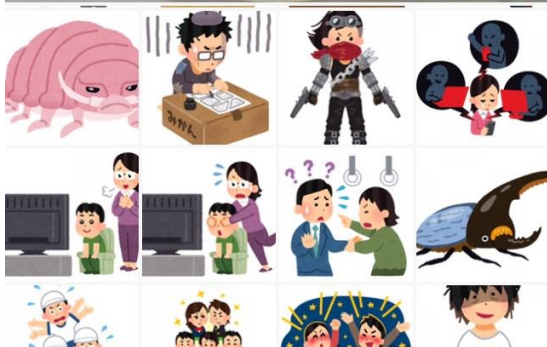
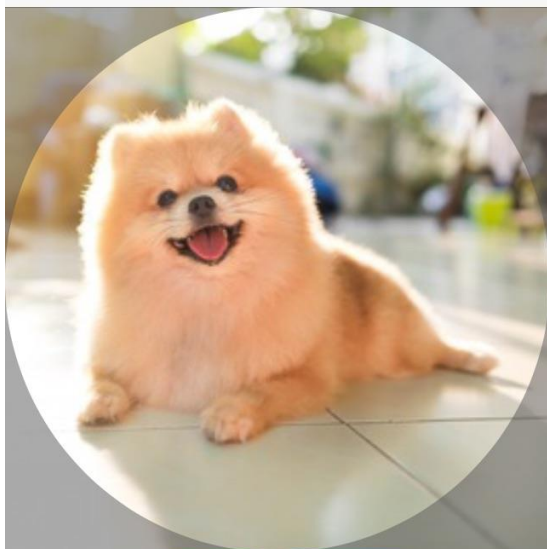
Twitterからインポート

写真を撮る

ライブラリから選択

キャンセル

キャンセル カメラロール ∨ 完了



⑥ここでは、端末のライブラリから選択にして写真を設定してみる。プロフィール写真は円形で表示されるので、選択画面の円を参考に位置の調整やトリミングをする。また、画面上部の（アルバム名）「∨」をタップすれば、参照するアルバムを変更できる。

⑦写真の設定後、氏名とパスワードを設定する。

ここでも氏名は必ず入力しなければならないというものではなく、また本名・フルネームである必要もない。基本的にあまり使われない。後から変更も可能。入力後、「次へ」をタップするとユーザーネームの作成に移ります。

**ユーザーネームを作成**

ユーザーネームを入力するか、おすすめのユーザーネームを使用してください。また、ユーザーネームはいつでも変更することができます。

rio\_appllio

次へ

登録することで、利用規約およびプライバシーポリシーに同意するものとします

すでにアカウントをお持ちですか？ ログイン

⑧ユーザーネームは、インスタグラム上での名前、兼識別番号のようなものである。

写真を投稿した際に投稿者名として表示されるほか、ウェブ上で当該ユーザーのページを閲覧する時の URL には

「<https://www.instagram.com/ユーザーネーム/>」という形で使われる。

そのため、かなや漢字はもちろんハイフンやスペースといった一部の記号も使えず、他者と同じユーザーネームも使用できない。ただし、ユーザーネームは後から変更することが可能である。

⑨入力欄の右端に「×」が表示されている場合、そのユーザーネームはすでに使われている。×がチェックマークに変われば使用可能になるので、「次へ」をタップして進む。

なお、利用規約およびプライバシーポリシーに同意することになるため、目を通しておいたほうがよい。

**ユーザーネームを作成**

ユーザーネームを入力するか、おすすめのユーザーネームを使用してください。また、ユーザーネームはいつでも変更することができます。

appllio\_rio

次へ

登録することで、利用規約およびプライバシーポリシーに同意するものとします

すでにアカウントをお持ちですか？ ログイン



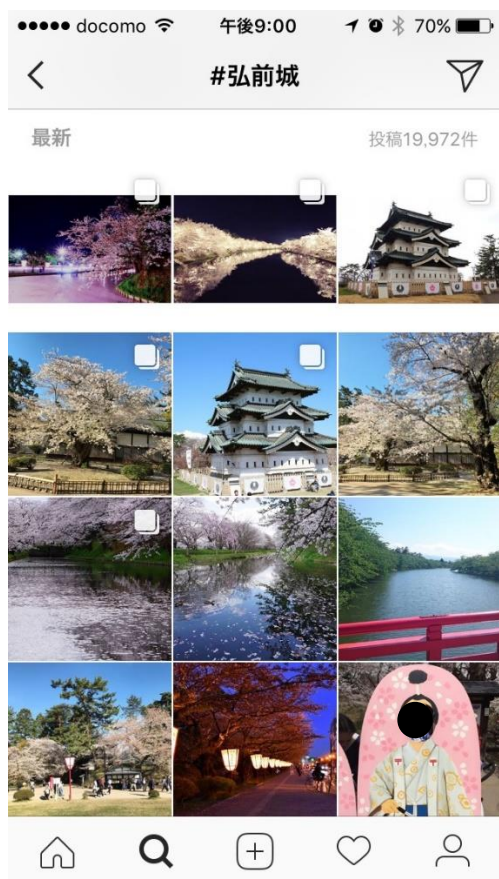
- ⑩フォローする友達を見つけやすくするために、Facebook アカウントやスマホの電話帳と連携するか尋ねられる。
- ・連携したい場合は「Facebook アカウントとリンク」「電話帳の連絡先を検索」をタップする。また、Facebook などから独立させて使いたい場合には、ひとまず画面下部のスキップをタップして進む。
  - ・この設定も後から変更できるため、迷っているならスキップしておくほうが無難である。
  - ・このあと、有名人などのフォローのすすめが表示されるが、画面右上の「完了」をタップすれば、設定が終わり、Instagramを利用できるようになる。



## 6-4 Instagramの簡単な機能の説明

### (1) 眺めて楽しむ

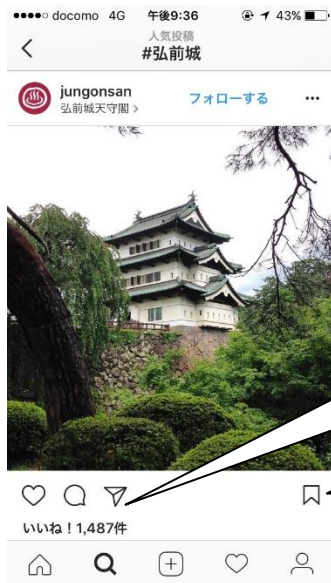
Instagramにはたくさんの写真や動画が投稿されているため、自分の好きな有名人や、気になるテーマを検索して、嗜好に合った作品を見つけることができる。また、訪れてみたい場所をハッシュタグで検索すれば、その情報を得ることができる。投稿された飲食店の口コミで店を探す若い女性も多くなっている。



左のように、弘前城と検索すると“弘前城”とハッシュタグがつけられた写真を見つけることができる。

### (2) 他の SNS のように交流して楽しむ

主に、気に入った投稿を見つけたら「いいね！」を付けることで、その投稿者に知らせることができる機能やコメントを付けることができる機能がある。また、他のユーザーをフォローできる機能もあるため、タイムラインを見ることができる。Instagramでは他のSNSと違って仲の良い実際の友達と写真を共有して交流することが多い。



♡で「いいね！」ができ、💬でコメントを送ることができる。紙飛行機のアイコンでフォローしている友人に気に入った投稿を共有できる。

このリボンのようなアイコンでは、投稿を保存でき、その保存内容は他人には公開されない。しかし、写真自体を自分の画像として保存するには他のアプリが必要。

### (3) 投稿して楽しむ

自分が撮影した写真や動画を投稿して、たくさんの人に見てもらえるように、撮った写真は編集・加工でき見栄えをよくすることができる。また、ハッシュタグを1つの投稿に複数付けることで多くの人の目に触れ「いいね！」されやすくなる。



写真を加工して投稿できる。フィルターや編集を使って写真を加工できる。フィルターとは画像の色調や明度を変えることでコントラストを調節できる機能である。編集では画像の傾きを変えたり、中心部だけピントを合わせ強調したりできる。

#+キーワードでハッシュタグを付けることができる。ハッシュタグとは写真を検索しやすくするために付けられるキーワードのことである。また、Twitterとは違いコメントには制限文字数がない。

#### (4) コメントを他のユーザーとやり取りする

写真にコメントが付いたら、返信して交流できる。返信機能を使えば、返信したことが相手に通知される。また、投稿されたコメントが不適切であった場合などは、相手の許可を取らずにコメントを削除できる。

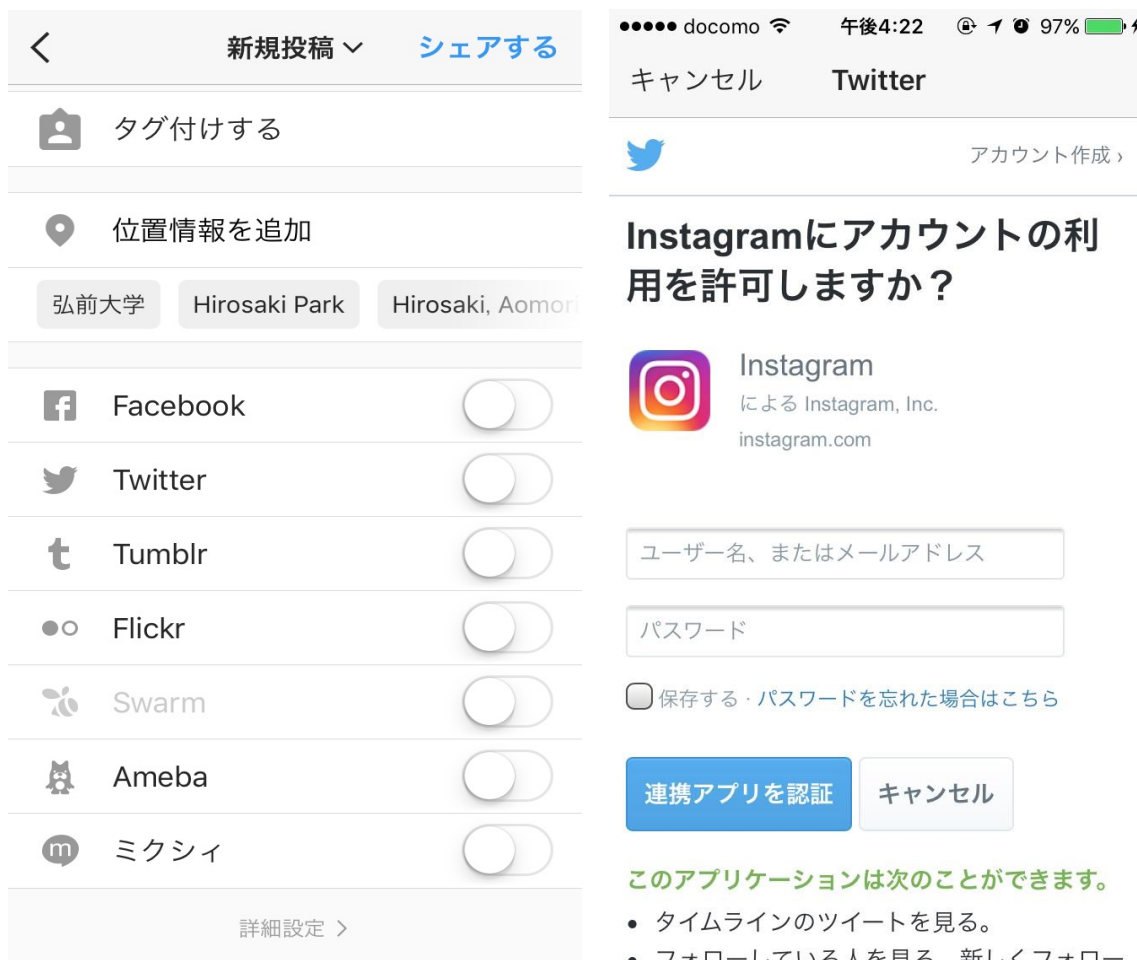
#### (5) Twitterと同様に特定のユーザーをブロックすることができる。

ブロックするとフォローが外れ、相手は写真が見られなくなる。アカウントを非公開にすることもでき、許可したユーザーのみが投稿を閲覧できるようにできる。

## 6-5 Instagram と他の SNS との相違点

### (1) 他の SNS との連携

Instagram には Facebook や Twitter と連携できる機能がある。Facebook と連携すると Instagram から Facebook のタイムラインに投稿できるようになり、Twitter と連携すると Instagram から Twitter に投稿できるようになる。写真は URL の形で貼られ、アクセスすると Instagram のウェブページが開くようになっている。また、逆に Facebook や Twitter から Instagram と連携して投稿はできないため、Instagram 独自のものである。



写真を投稿する時にまず左の画面が出てくる。Facebook、Twitter などのところをタップすると、右の画面に変わり Instagram 以外の SNS のアカウントとパスワードを入力すると写真を Instagram の投稿と同時に他の SNS でも共有できるようになる。

### (2) 画像添付によるメッセージ投稿

Facebook や Twitter がメッセージのみでも投稿できるのに対して、Instagram では必ず画像や動画を添付しなければ投稿できない。そのため、Instagram は写真の共有に特化した SNS であるといえる。

## 6-6 参考

大学垢急増中

<https://japan.cnet.com/article/35097396/> (閲覧日 2017.5.13)

ソーシャルメディアラボ

<http://gaiax-socialmedialab.jp/post-30833/> (閲覧日 2017.5.13)

東スポ Web 2017.1.14

<http://www.tokyo-sports.co.jp/nonsec/social/639899/> (閲覧日 2017.5.13)

Instagramの使い方 超入門——登録からフォロー、投稿、タグ付け、いいね、ストーリーまで

<http://appllio.com/how-to-use-instagram> (閲覧日 2017.5.13)

参考文献

ゴーズ、(2016,5)『500円でわかるInstagram』、学研プラス

## 第7章 インターネットに接続できる機器

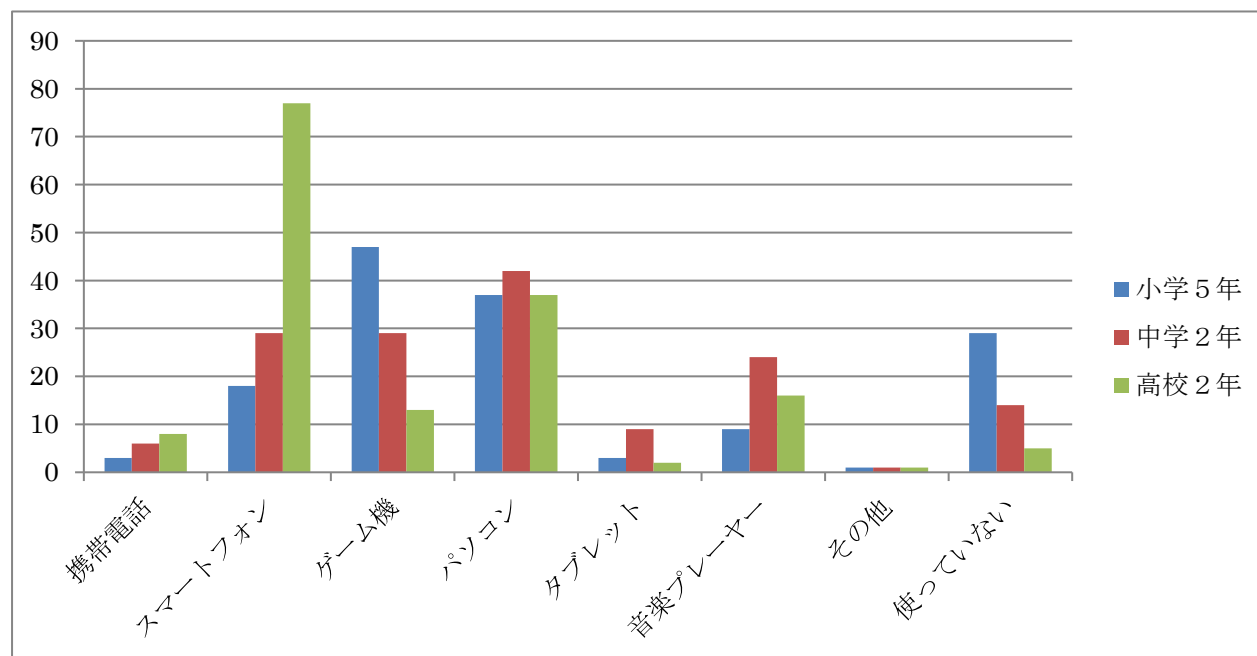
これまでの章では様々なコンテンツについて説明した。SNSを利用する場合、そのほとんどがインターネットに接続しなければならない。一昔前まではインターネットを使う際にはパソコンが必須であり、一部の利用者以外は身近なものではなかったが、ここ近年で飛躍的に技術進歩があり、いつでも、どこでも、だれでも利用できる環境が整い、私たちの生活に深く浸透していった。今では欠かすことのできないものである。本章では最新のインターネットの接続できる機器を紹介し、子どもの利用実態について説明する。

### 7-1 インターネットとは？

パソコンなどの様々な機器を互いに接続しあった、世界的な規模のネットワークのことを指す。個人や企業、公的機関など様々な主体が利用する、国の枠を超える人類共通の重要な情報インフラとして広く普及している。その起源は1960年代の終わりにアメリカの大学や研究所などを通信回線で相互に結んだネットワークで、学術機関を結ぶ情報ネットワークとして発展した。総務省によると平成25年度に利用者が1億人を超え、人口普及率は82.8%となっている。

### 7-2 インターネットに接続機器の利用実態

弘前大学ネットパトロール隊では2014年2月に青森県内の小学校5年生、中学校2年生、高校2年生に「学校外でどのような端末を使ってネット接続しているか」と調査を行ったところ、以下のような回答がえられた。



(図 7-1 学校外でのインターネット接続端末)

表から携帯電話＋スマホの利用率は小学5年生で20%、中学2年生で35%であるが、すべての端末を合計すると小学5年生で約6割、中学2年生で約8割、高校2年生で96%の子たちがどれか



の端末を使ってインターネットに接続できる環境にあることがわかる。すなわちネット端末の多様化・個性化が進んでおり、携帯電話・スマホへの対策だけでは十分とはいえなくなっている。特にゲーム機に関しては保護者は「ゲーム機はゲームをするため」と認識しているため、保護者の認識と子どもの利用実態に大きな差が生じ、問題の深刻化を招いている。

### 7-3 インターネットに接続できる機器とは？

#### (1) 携帯電話・スマートフォン

スマートフォンの低価格化、子どもをターゲットにしたコンテンツの開発、デザイン性の向上など様々な要因により、スマートフォンの所持率も低年齢化が進んでいる。代表的なものとして Apple 社が販売している「iOS 系」Google 社が出している「Android 系」がある。また、契約する携帯電話会社によって通信料金やサービスにも違いが出てくる。近年、3 大キャリア（docomo、au、softbank）以外にも新規参入する企業が次々と現れ、サービス料金の低価格競争が一段と激しさを増している。

##### ①「iOS 系」

「iphone」シリーズがもっとも有名であり、スマートフォン市場でダントツのシェアを誇っている。また、アップル社が単独で開発・製造・管理しているため、充実したサポート体制があり、説明書を読まずに使えるという高い操作性が人気の要因



(図 7-1 iphone)

##### ②「Android 系」

アップル社が単独で管理している「iOS」と違い、無償でその仕組みが提供されている。そのため、様々なメーカーが参入しやすく、豊富な機種がそろっていることが人気の要因。



(図 7-2 Android 系スマートフォン)

#### (2) ゲーム機

##### ①NINTENDO（任天堂）

操作が簡単なゲームが多く、小学生～高齢者までの幅広い層をターゲットにしている。みんなで楽しめるパーティ系のソフトも充実している

### <DS（ディーエス）シリーズ>

デパートや家電量販店にある「DS ステーション」につなぐことで限定的ではあるがインターネットにつなぐことができる。ボタン操作だけでなく画面を直接触って操作できる。



(図 7-3、DS)

### <3DS（スリーディーエス）シリーズ>

家庭の Wi-Fi に接続しインターネットを使用できる。パスワードを3か所まで保存でき自動でインターネットに接続することができる。ソフトの多くがマルチプレイに対応している。上画面は任意で3D映像にすることができる。



(図 7-4、3DS)

### <Wii（ウィー）、WiiU（ウィーユー）>

上記の2つと違い、Wii と WiiU はテレビにつないで遊ぶことが前提である。ただし、WiiU はテレビにつないで遊ぶこともできるが、本体だけで遊ぶこともできる。しかし、DSシリーズとは違い、家の中で遊ぶことを前提としているため、持ち運びには不向きな大きさである。どちらも Wi-Fi（無線 LAN）を通してインターネットに接続できる。一部のソフトではマルチプレイも行える。コントローラーを振ったり、一部のゲームに専用のアクセサリ（付属パーツ）があることが特徴的。



(図 7-3、Wii)



(図 4、WiiU)



### <SWITCH（スイッチ）>

テレビにもつなげて遊ぶこともでき、持ち運びやすい薄型のデザイン。任天堂が提供している最新のゲーム機である。いつでもゲームができるようになっている。左右のコントローラー（ボタンがついているところ）は取り外しができる。



(図 7-5 SWITCH)

### ② SONY（ソニー）

ハードの機能が強く、画面のきれいさや処理能力の高さが特徴である。10代後半から20代をターゲットにしている。18禁(暴力、グロテスク表現、性的な内容による)のソフトも多数存在する。

### <PS（プレイステーション）3（スリー）・4（フォー）>

SONY が提供しているゲーム機の中で、人気が高く、販売台数も多い。特に2006年に発売されたPS3はインターネットに接続しながらゲームができる「オンラインゲーム」の橋掛けにもなった。従来であれば本体とソフトを買って、ゲームを楽しむことが常識であったが、インターネットに接続して、ソフトを購入するという新しい遊び方も生まれた。



(図 7-6 PS3)

＜PSP（ピーエスピー・プレイステーションポータブル）シリーズ、PSvita（ピーエスヴィータ＞インターネットを通じて、動画や音楽を購入することもでき、ゲーム以外での使用目的も生まれた。また、購入した動画や音楽はオフライン（インターネットをつながない状態）で再生することもできる、発売当時は携帯ゲーム機として類を見ない高性能だった。



＜図 7-7 PSP＞

### （3）携帯音楽プレーヤー

携帯音楽プレーヤーのウォークマンに代表されるように従来であれば、外出先でも音楽を聴くことが目的があったが、現在では音質の向上とともにインターネット接続、ゲームなど多機能になっている。機種によってはスマートフォンと同程度の機能がある。

#### ① ipod touch（アイポッド タッチ）

音楽、動画、Podcast、ゲーム、アプリケーションなど、さまざまな楽しみ方ができる PDA（携帯情報端末）タイプのオーディオプレーヤー。公衆無線 LAN サービスを活用すれば、インターネットに接続してほとんど iPhone と同じように使える。



＜図 7-8 ipod touch＞

## ② ソニー 「ウォークマン Z シリーズ」

Andorid OS を搭載するオーディオプレーヤー。液晶画面が iPod touch よりも一回り大きい 4.3 インチなので、動画などをより迫力のある映像で楽しめる。



(図 7-9 ウォークマン Z シリーズ)

### 7-4 参考

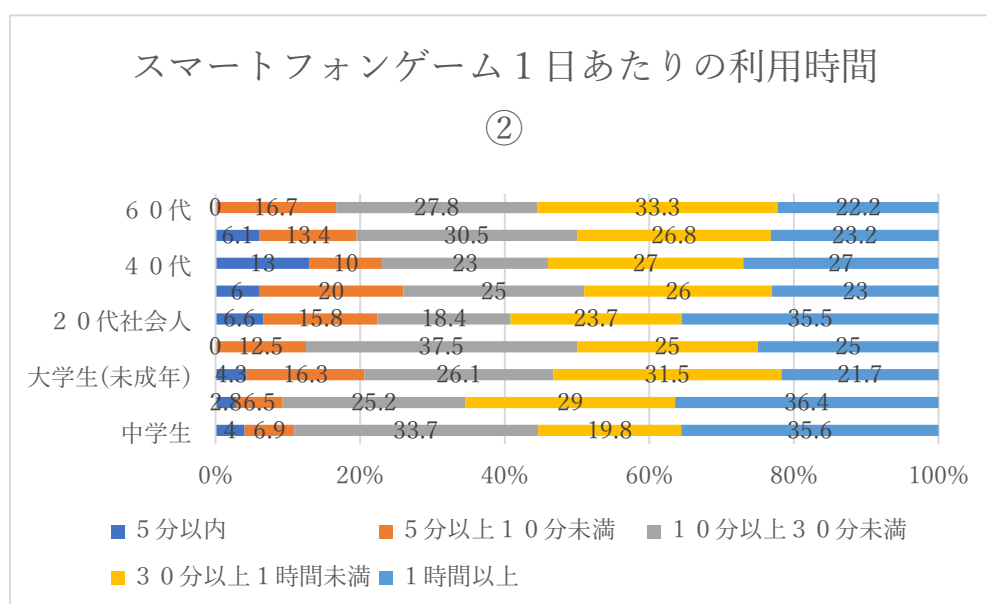
- ・ IT 用語辞典「インターネット」 <http://e-words.jp>
- ・ 総務省「平成 27 年度 情報通信白書」  
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h27/html/nc372110.html>
- ・ <http://スマホの使い方.com/page-001%5B03%5D.html>
- ・ 機能で選ぶオーディオプレーヤー <https://allabout.co.jp/gm/gc/1042/>

## 第8章 スマホゲーム(ソシャゲ)

手軽に、簡単に利用できるゲームから昔懐かしいゲーム、または重厚なストーリー・操作で行うゲームなど様々なスマホゲームが利用されている。その市場は年々拡大し、現在では1兆円規模に迫る。スマホゲームが日本のゲームビジネスを引っ張っていると言っても過言ではない。本章ではスマホゲームの子どもたちの実態について触れていく。

### 8-1 スマホゲームで1日どれぐらいの時間遊んでいるのか

スマホゲームで2016年3月24日に株式会社三菱総合研究所に発表された「スマホゲームに関するアンケート結果」によると、スマホゲームを持っている人でスマホゲームを行う人はほぼ毎日という頻度の人が7割、また、1日に遊ぶ時間は30分以上1時間未満、1時間以上という人の割合で6割を占めている。



〈図8-1. スマートフォンゲーム1日あたりの利用時間 2016年3月24日三菱総合研究所(株)発表〉

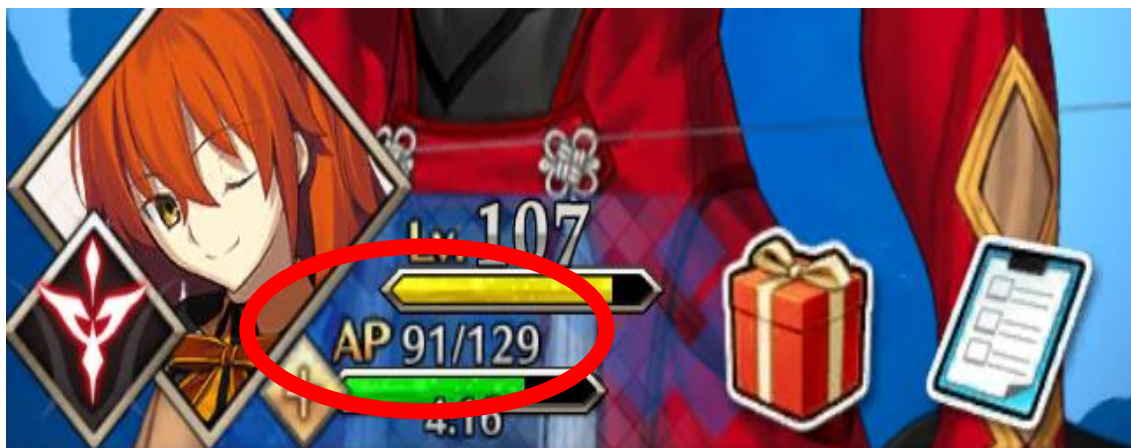
### 8-2 周囲に気付かれにくい“依存性”

従来のテレビゲーム等であると、それに依存している人は2時間、3時間、あるいはそれ以上とテレビに張り付いたままになっているというように、その依存・熱中している具合が家族・友人などの周囲の目に見える場合が多くあった。

しかし、スマホゲームのように気軽に持ち歩いて遊べるゲームであり、なおかつ、1回にプレイする時間が少ないものは、通学の合間であったり、授業間の休み時間であったりとちょっとした短時間のプレイ時間が積算されて長時間になるため、周囲の目で発見しにくい特徴を持っている。

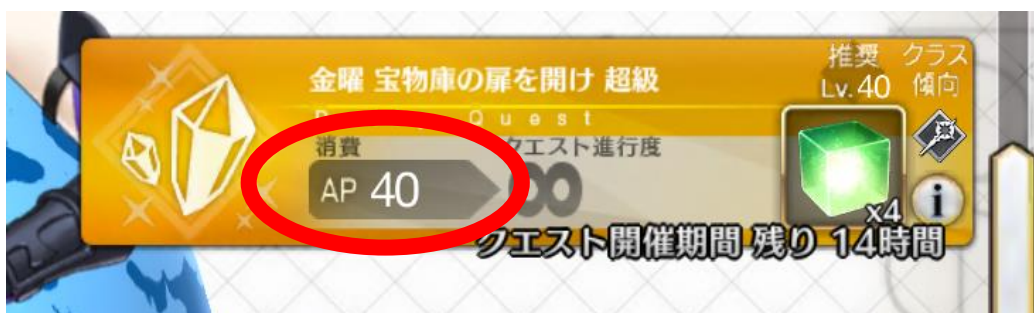
### 8-3 スタミナ制

スマホゲームの多くではスタミナ制という仕組みが導入されている。これは1回ゲームを遊ぶ毎に通称「スタミナ」と呼ばれるものを消費する。これが無くなるとゲームが遊べなくなり、回復するには数時間の放置が必要となる。



↑上のゲージがなくなると、しばらく遊べなくなる

(図 8-2 スマートフォンゲーム Fate/Grand Order の実際のゲーム画面より引用)



↑上の「40」という数字は1回遊ぶのに必要なスタミナのこと。

図2では残り「91」あったため、このクエストをあと2回遊ぶことができる。

(図 8-3 スマートフォンゲーム Fate/Grand Order の実際のゲーム画面より引用)

例1) 上図を元に1回のプレイ(約10分)で20消費し、5分で1回復とする場合・・・スタミナを使い切るのに60分、全回復するのに10時間必要。

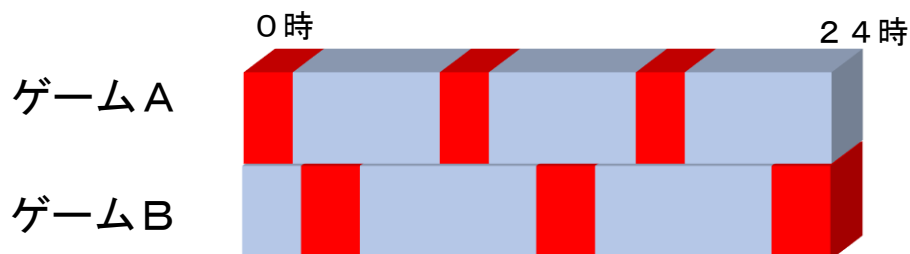


単純計算して、1日2時間以上遊ぶことが可能。

しかし、上図のスタミナのゲージが満タンになるとそれ以上回復することは無い。つまり、「スタミナが満タンになったままゲームを放置することはもったいない」という心理が働く場合がある。この仕組みによって、次にゲームができる時間を逆算し、その時間に合わせた生活リズム、ゲームを行う時間を主軸にした生活の形成がなされる懸念がされている。

また、このようなスタミナ制のゲームを行っている本数が1本だけであるとまだ隙間の時間に軽く暇つぶしができるといったものである。

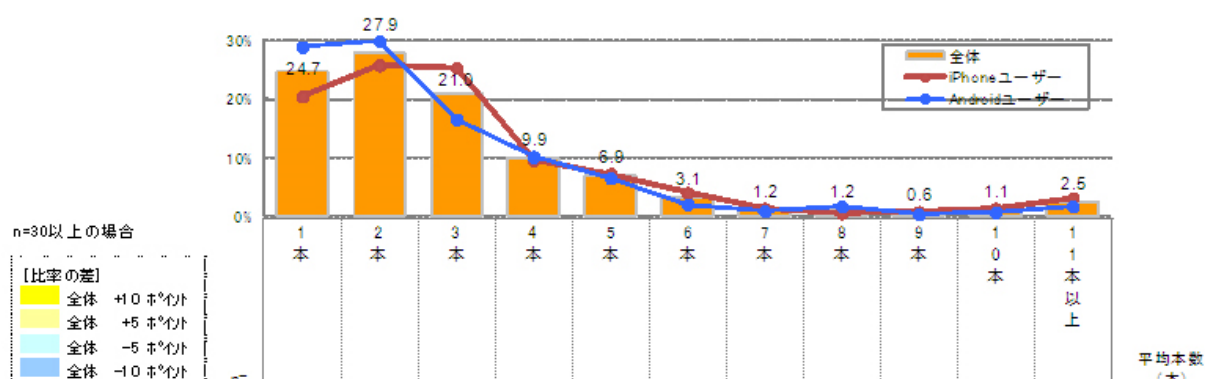
※赤＝ゲームをする時間、青＝それ以外の時間と表す。



〈図 8-4 スマホゲームを複数本行っている場合の例〉

ところが、図 8-4 のように並行して遊んでいるゲームがあることで、ゲーム A のスタミナを回復する間に、ゲーム B をやる。というような構図が生まれ、1 日にゲームに費やす時間がどんどん膨れ上がっていくという現状が見られ、いつの間にか1日のほとんどの時間をスマホゲームに奪われている危険性も十分に考えられる。

## 【設問 2】 並行して遊んでいるソーシャルゲームの本数



※ここではスマホを媒体としたソーシャルゲームについて指しているので、ここでのソーシャルゲームはスマホゲームとほぼ同義とみなしてよい。

〈図 8-5 並行して遊んでいるソーシャルゲームの本数※2013 年 12 月株式会社 CyberZ 調べ〉

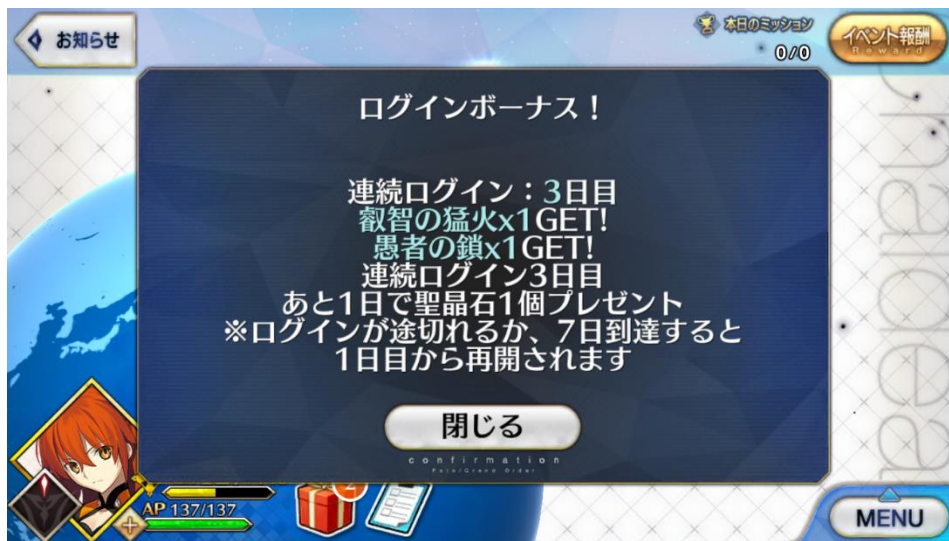
上記の利用実態調査によると多少データが古いものの、15～69 歳の男女で並行して遊んでいるスマホゲームの本数は平均 3 本というデータも発表されている。このことから、既に図 8-4 で紹介したような事例に当てはまる人が多くいるということが十分に推測できる。



## 8-4 より熱中させるための運営側の工夫

### (1)ログインボーナス

これは毎日、ゲームを起動(ログイン)することによってそのゲーム内で利用できるアイテムが無料で配布されることである。このことによって「このゲーム飽きたけどとりあえずログインだけは毎日しておくか」といったようにユーザーが飽きたとしても、そのゲームをアンインストールするなどといったように、完全に離れることを阻止される。やめようと思っても結局ログインボーナスにつられて開いてしまう、というパターンが発生する原因となる。



〈図 8-6 実際のログインボーナス画面. スマートフォンゲーム Fate/Grand Order のゲーム画面より引用〉

### (2)期間限定・時間限定イベント

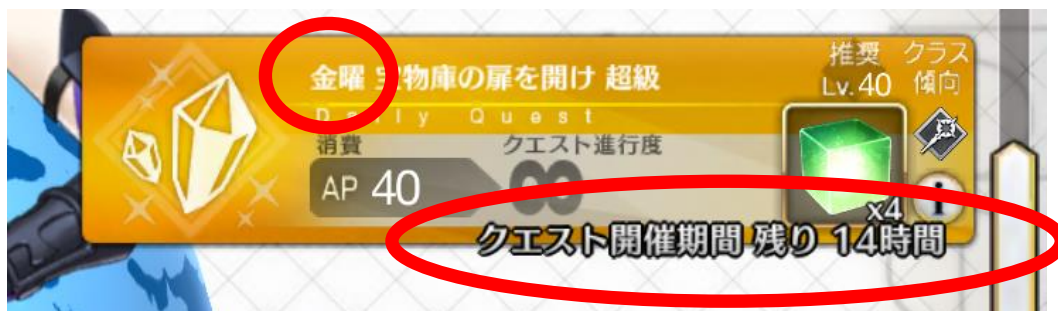
8-3 でもゲーム中心の生活となる危険性について述べたが、それをさらに悪化させるものとして期間限定・時間限定イベントといったものが存在する。



〈図 8-7. 実際の期間限定イベントの画面. スマートフォンゲーム Fate/Grand Order のゲーム画面より引用〉



図 8-7 の右下にも記載されているように、ゲームの中でもこのような期間限定のイベントが3か月に1度程度のペースで行われており遊べばゲーム内のキャラクターやアイテムが無料で手に入る、みんな持っているのに自分だけ持っていないのは嫌だといった心理や、この機会を逃すと二度と手に入らないかもしれない…という心理などからイベント期間中はもちろんイベントの開始1週間くらい前から告知がされるとイベントに向けて遊ぶ時間を増やす事態が見受けられる。



〈図 8-8. 実際の時間限定イベントの画面. スマートフォンゲーム Fate/Grand Order のゲーム画面より引用〉

また、時間限定イベントも先述した期間限定と同様でその限定の期間が2週間とかではないもっと幅の狭い、1時間限定といった形式で行われるものである。このような時間限定のイベントは、深夜に開催されたりすることも多くあり、学生の睡眠不足や生活リズムの乱れの原因ともなりかねない。

## 8-5 現実の世界と関連させたスマホゲーム

### (1) 拡張現実(AR)ゲーム

現実世界で人が感知する情報に、「何か別の情報」を加えて表現するのが「AR(拡張現実)」。AR(Augmented Reality: 拡張現実)とは、「拡張」という言葉が指す通り、現実世界で人が感知できる情報に、「何か別の情報」を加え現実を「拡張」表現する技術やその手法のこと。



〈図 8-9. AR(拡張現実)の仕組み〉

これまではそれほど馴染みがなく、ARを利用したゲームというのも身近なものでなかったが2016年7月22日に国内でリリースされ、一時期大ヒットしたポケモン go によってARを利用したゲームが一般的となりつつある。ポケモン go の急速なヒットと同時にスマホによるARゲームの問題点や懸念も多く浮上した。

## (2)「ながらスマホ」の促進

ポケモン go のように現実の位置情報とゲームがリンクし、いろんな場所を歩き回ってプレイするゲームは歩きスマホをより発生させてしまう原因に繋がるとの懸念がある。

他にもこのようなゲームを行いながらの「ながら運転」が起り得ることも危険視されている。実際に日本でも運転をしながらポケモン go を行っている姿も見られ、それが原因と見られる事故が昨年（2016年）にトラックを運転していた会社員が、スマートフォン向けゲーム「ポケモン GO」の表示に気を取られ、横断歩道を渡っていた小学生を跳ね死亡させた。といった事例も起こっている状態である。

## (3)私有地等への侵入

これは日本より先にリリースがなされたアメリカでの事例であるが、ポケモンを入手したいと考えるユーザーが、スマホを手に私有地や各種施設に入り込んでしまう問題が起きている。

ゲーム内における有益なスポットが私有地に存在するケースがあるため、そのようなトラブルが発生している。それらを公道からアクセスできない場所に配置することは本来はあり得ないのだが、GPSデータの誤差や登録時のミスなどにより私有地に登録されてしまうことがある。

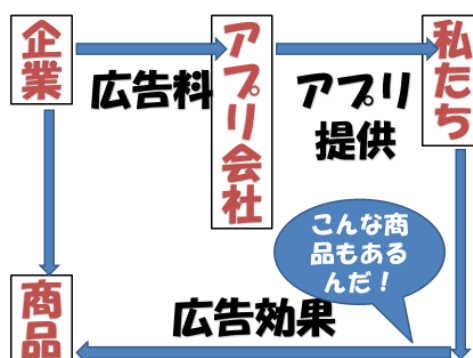
また、ポケモン GO ユーザーを狙った犯罪も登場も考えられる。アイテムを使って特定の場所にポケモンを多く集め、それを目当てにやってきたユーザーをターゲットにするという具合だ。スマホや金品の強奪、性犯罪や誘拐などの危険性が指摘されている。

## 8-6 スマホゲームはなぜ無料？

ゲームに限らずスマートフォンで使えるアプリはそのほとんどが無料で利用することができる。しかし、アプリを作っている企業やプログラマたちもボランティアで作っているのではない。無料のスマホゲームでも収益を上げる方法は大きく3つある。1つ目は「広告料」、アプリを開いているとそのアプリとは全く関係ない広告が現れることがある。その広告主から利益を得る方法である。



〈図 8-10. 音楽アプリに現れる財布の広告〉



〈図 8-11. 広告効果のイメージ〉

2つ目は「キャラクター使用料」、アプリに登場するキャラクターが有名になればアニメ化、グッズ化をすることでグッズを作る企業からキャラクター使用料を受け取ることができる。



〈図 8-12. LINE のキャラクターグッズ〉

3つ目は「課金」である。この方法が一番収益が高い。課金とは現実のお金をゲーム内の通貨に変えることで、ゲームを有利に進められるようになるシステムである。無料だからと気軽に始めることができるが、ゲーム会社は課金してもらうことを前提とした設定で制作している。

### 8-7 課金システム

課金は現実のお金をゲーム内の通貨に変えることをさすが、その通貨の名称はゲームによって様々である。このゲーム内の通貨は「石(いし)」と呼ばれている。その石を消費して「ガチャ」と呼ばれるくじ引きに挑戦し「当たり」がでると強いキャラクターやアイテムと交換できる。石は無料で手に入れることもできるがその量のごくわずかである。それに対しガチャの中身は定期的に入れ替わり、新しいキャラクターが登場したり、期間限定で今しか手に入らないアイテムがあったりと課金なしで欲しいものを手に入れることは難しい。



〈図 8-13. 実際のゲーム画面 Fate/Grand Order : 期間限定イベントの告知画面〉

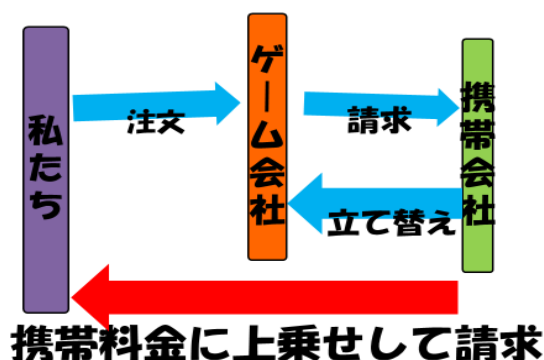
さらに重要なのは「交換レート」である。石はまとめて買いすると最大で半額近く安くなる。つまり月々1000円課金するより、まとめて1万円分使った方が買える石は多くなるので、子ども側はまとめて買いをするが、保護者側がその仕組みを理解していないと「ひと月でゲームに1万円もつぎ込むなんて…」と親子間トラブルになることも考えられる。



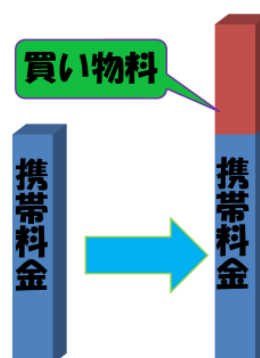
〈図 8-14. 実際のゲーム画面 Fate/Grand Order：課金の画面〉

## 8-8 課金の決済方法

主にプリペイドカードとクレジットカードが主流であった。プリペイドカードはコンビニなどで事前に支払いを済ませると、ナンバーが発行されそのナンバーを入力することで前払いした分の買い物が行える。過去に発売されていたものは金額が固定されてあったが、最近は自分で金額を設定できるものも多い。クレジットカード決済はあらかじめクレジット情報を保存しておき、決済する方法である。さらに現在は新しい課金方法として「キャリア決済」がある。キャリア決済とは、携帯会社が買い物料金を立て替えてくれるサービスである。決済に必要なものは「自分の」電話番号とメールアドレスである。プリペイドやクレジットと違い、子どもでも簡単に利用できてしまうことが大きな問題点である。



〈図 8-15. キャリア決済のイメージ図 1〉



〈図 8-16. キャリア決済のイメージ図 2〉

#### 参考 URL

「スマホゲームに関するアンケート結果」株式会社三菱総合研究所

<http://www.caa.go.jp/adjustments/pdf/160324shiryol-1.pdf>

最終閲覧日 2017 年 6 月 9 日

すぐ分かる「ポケモン GO」 何がすごい？ 問題は？

<http://style.nikkei.com/article/DGXMZ004976290Z10C16A7000000>

最終閲覧日 2017 年 6 月 9 日

「過失」ではなく「故意」ではないか？

[http://healthpress.jp/i/2017/03/post-2855\\_entry\\_2.html](http://healthpress.jp/i/2017/03/post-2855_entry_2.html)

最終閲覧日 2017 年 6 月 9 日

スマートフォンにおけるソーシャルゲーム利用実態調査(第二弾)を実施。課金経験有ユーザー過半数、一人当たり平均月間課金額「2,700 円」

[https://cyber-z.co.jp/news/research/2013/0225\\_434.html](https://cyber-z.co.jp/news/research/2013/0225_434.html)

最終閲覧日 2017 年 6 月 9 日

モバイル AR アプリ開発“超”入門 (1) : いまさら聞けない AR (拡張現実) の基礎知識 (1/3)

<http://www.atmarkit.co.jp/ait/articles/1109/26/news136.html>

最終閲覧日 2017 年 6 月 9 日

VR (バーチャルリアリティ) と AR (拡張現実) の違い

[https://www.panoplaza.com/basic/vr-basicknowledge/about\\_vr/vr\\_and\\_ar/](https://www.panoplaza.com/basic/vr-basicknowledge/about_vr/vr_and_ar/)

最終閲覧日 2017 年 6 月 9 日

2017 年版(新版テキスト)Ver1.0  
子ども支援者のためのネットリスク教育テキスト

**コンテンツ版**

2017 年 7 月 20 日 初版  
監修 大谷良光、本間史祥  
弘大ネットパト隊編集・執筆者  
川尻・高木・青山・海藤・戸沢・松本