

【論文】

メールとLINEによる心理相談の印象研究

：一括送信形式と対話形式の比較を中心に

清水 緋夏子 (岩手県福祉総合相談センター)

織田 信男 (岩手大学人文社会科学部)

I. 問題と目的

情報通信技術 (ICT : information and communication technology) の発達は、しばしば第三次産業革命とさえ言われるほど、社会と生活に大きな影響力を及ぼしている (杉原・宮田,2018)。情報通信技術の発達とともにコミュニケーションの方法も変化し、人々が悩みを相談する方法も多様になってきた。電子メールでのコミュニケーションが盛んになると、これまでの対面や電話に加えて電子メールでの相談方式が加わった。とくに、若者の多くは SNS (Social Networking Service) と呼ばれるアプリケーションを通してコミュニケーションを取るようになってきた。その流れを汲み、近年では SNS アプリケーションを用いた相談方式も取り組みが開始されてきた。

さて、メール相談とは、電子メールを用いて行う心理相談の方法の一つである。メールでの相談におけるメリットには、時間の制約が少ないこと (渋谷,2006)、非対面で匿名でも行えること (Knatz & Dodier, 2003/2007) が挙げられ、クライアント (以下 Cl) にとってはコストの抑制、相談する敷居が低くなり相談しやすくなる点が考えられる。しかし、メール相談にはカウンセラー (以下 Co)、Cl の双方にとってデメリットとなる点が存在する。メール相談は基本的に書き言葉によって展開されるため、相手の文章を読むスキルや文字言語で表現するスキルを必要とする (徳田,2011)。また書き言葉による展開では非言語表現の表現が難しく (渋谷,2006・2017) かつ読み取りも難しい状況となるため、真意が伝わりにくくなると考えられる。Co にとっては、匿名性による中断の起こりやすさと中断の事情のつかみにくさ (徳田,2011)、「非同期性」による「時間のずれ」は危機介入の機会を失する可能性を含む (宮崎,2017) デメリットがある。

LINE 相談とは SNS アプリケーションの一種である LINE を使用して行われる心理相談である。2017 年 9 月に長野県と LINE (株) が連携協定を締結して同県の中高校生向けに LINE 相談専用アカウントを開設したことがきっかけで始まった新しい相談方式といえる。この LINE 相談事業に携わった杉原・宮田 (2018) によると、LINE 相談のメリットは特に若い世代には電話やメールよりもアクセスが容易で、そのアクセシビリティの高さからそれまでどこにも相談できなかった人にとっても相談しやすい点が考えられる。メリットとして相談の敷居の低さがある反面、デメリットとしては、動機づけの低い相談やひやかし等が増える可能性が指摘された。また、メール相談同様に非言語情報が得にくいことや一定以上の言語能力を要するといったデメリットが考えられる。

時代の変化と共に出現したメール相談と LINE 相談は、同じテキスト主体の媒体であり、

ては杉原・宮田（2018）の LINE 相談フローチャートを参考に作成した。具体的には、メール相談軽め条件の文章の構成は①導入が 3 つの文章、②共感・労いが 4 文、③相談内容の確認と④問題の明確化が 1 文、⑤情報提供・その他が 2 文、⑥締めが 6 文で構成した。メール相談重め条件の文章の構成は①導入が 3 文、②共感・労いが 5 文、③相談内容の確認と④問題の明確化が 6 文、⑤情報提供・その他が 7 文、⑥締めが 8 文で構成した。LINE 相談軽め条件の文章の構成は①主訴の確認が 1 文、②問題状況の共有が 1 文、③受容・共感が 2 文、⑤問題の明確化が 2 文、⑥解決像の共有が 3 文、⑦心理教育・情報提供が 5 文、⑨-2 支援リソースにつながりが 1 文より構成した。LINE 相談重め条件の文章の構成：①主訴の確認が 1 文、②問題状況の共有が 1 文、③受容・共感が 3 文、④肯定承認が 1 文、⑤問題の明確化が 1 文、⑥解決像の共有が 1 文、⑦心理教育・情報提供が 8 文、⑧リソースの活用が 10 文、⑨支援リソースにつながりが 1 文より構成した。

Ⅲ. 結果

1. 条件群の偏りと悩みの深刻度の操作チェック

(1)条件群の偏りについて

媒体（メール/LINE）と悩みの深刻度（重め/軽め）と性別で 3 重クロス集計を行い、それについて χ^2 乗検定を行った（表 1）。その残差分析の結果、これら 4 つの群間において有意な差は見られなかった。よって 4 群は人数・性別に関してほぼ偏りのないものとして扱うこととする。

表 1 媒体と悩みの深刻度と性別の残差分析結果とクロス表

		悩みの深刻度		合計	
		軽め	重め		
男性	メール	度数 (%)	35 (55.5)	28 (44.4)	63 (100)
		残差	1.2	-1.2	
	LINE	度数 (%)	28 (45.2)	34 (54.8)	62 (100)
		残差	-1.2	1.2	
合計	度数	63 (50.4)	62 (49.6)	125 (100)	
女性	メール	度数 (%)	36 (45.6)	43 (54.4)	79 (100)
		残差	-1.2	1.2	
	LINE	度数 (%)	46 (54.8)	38 (45.2)	84 (100)
		残差	1.2	-1.2	
合計	度数	82 (50.3)	81 (49.7)	163 (100)	
合計	メール	度数 (%)	71 (50.0)	71 (50.0)	142 (100)
		残差	-.1	.1	
	LINE	度数 (%)	74 (50.7)	72 (49.3)	146 (100)
		残差	.1	-.1	
合計	度数 (%)	145 (50.3)	143 (49.7)	288 (100)	

(2)悩み相談文の悩みの深刻度について

悩み相談文における悩みの深刻度について、 t 検定を行った結果、メールの軽め ($N=71, M=2.94$) と重めの平均点 ($N=71, M=3.66$) の間に有意差が見られ、軽めより重めの相談文の深刻度がより高く評価されていた ($t(140)=4.38, p<.001$)。LINE 相談文についても t 検定を行った結果、軽め ($N=74, M=2.91$) と重めの相談文 ($N=72, M=3.71$) の間に有意差が見られ、軽めよりも重めの相談文の深刻度がより高く評価されていた ($t(144)=4.64, p<.001$)。よって、相談文の深刻度の操作は成立していたと思われる。

2. 相談への期待について

(1) 因子分析

Coへ相談する際の期待(高橋,2013)について、284名を分析対象に相談への期待尺度24項目について因子分析(主因子法、プロマックス回転)を行った。その結果、初期の固有値の変化(7.13-3.43-1.32-1.00-0.98)と因子の解釈可能性から3因子構造が妥当と判断した。次に、複数の因子負荷量の絶対値が.35以上、あるいは因子負荷量が.35未満であった項目を除外し因子分析を行い、22項目3因子構造が得られた(表2)。

表2 相談への期待尺度(高橋,2013)の因子分析結果

	M	SD	I	II	III
《Ⅰ・発散期待》 $\alpha = .846$					
何となく落ち着かなくて	3.47	1.11	.80	.10	-.17
泣きたくて	4.13	0.86	.75	-.05	.01
そばにいて欲しくて	4.12	0.87	.74	.01	-.06
泣き言を聞いてほしくて	3.69	1.10	.62	-.01	.26
愚痴を言いたくて	3.82	1.11	.61	-.10	.08
イライラしてがまんできなくなって	3.96	1.02	.46	.00	.14
気分を紛らわしたくて	2.89	1.14	.39	-.08	.20
《Ⅱ・解決志向》 $\alpha = .850$					
役立つ情報を集めたくて	3.22	1.15	.18	.83	-.33
アドバイスを受けてたくて	3.99	0.95	-.12	.74	.04
とにかく解決したくて	3.18	1.19	.13	.71	-.03
解決手段を教えて欲しくて	3.98	0.93	-.14	.69	.12
意見を聞きたくて	3.21	1.07	-.32	.58	.19
何がいけないのかをはっきりさせたくて	2.44	1.10	-.03	.55	.10
立ち直るきっかけが欲しくて	3.17	1.22	.26	.45	.12
自分ではどうしようもなくて	3.04	1.13	.15	.41	.23
《Ⅲ・受容期待》 $\alpha = .852$					
すっきりしたくて	2.56	1.15	-.15	.10	.69
話を聞いてほしくて	3.49	1.05	.03	-.02	.67
心を軽くしたくて	4.08	0.94	.08	.10	.65
励まして欲しくて	3.58	1.05	.06	-.02	.61
自分の気持ちを受け止めて欲しくて	3.86	0.98	.17	.00	.58
なぐさめてほしくて	3.74	1.08	.30	-.12	.51
わかって欲しくて	3.54	1.11	.25	.05	.50
		因子間相関			
		I	—	.14	.60
		II		—	.45
		III			—

第1因子の項目は、他者に何かを吐き出すことを期待する内容と考え発散期待因子と命名、第2因子の項目は問題の解決を図ろうとする内容と考え解決志向因子と命名、第3因子の項目は受け止めてもらうことを期待する内容だと考え受容期待因子と命名した。

(2) 相談への期待と媒体、性別の関連

『発散期待』、『解決志向』、『受容期待』の3つの期待因子×媒体(メール VS LINE)×性別で3元配置の分散分析(対応あり)を行った(図1参照)。その結果、2次の交互作用は見られなかったが、期待×性別の交互作用が有意であったので、単純主効果の検定と多重比較を行ったところ、男性において期待の単純主効果が有意であり、カウンセラーへの期待は『発散期待』($M=2.74$) < 『受容期待』($M=3.48$) < 『解決志向』($M=3.86$)の順に高かったことが示された($F(2,281)=95, p<.001$)。また、女性においても期待の単純主効果が有意であり、『発散期待』($M=3.07$) < 『解決志向』($M=3.919$) \approx 『受容期待』($M=3.921$)

という結果から、女性では『発散期待』に比べて『解決志向』『受容期待』が高い ($F(2,281)=128, p<.001$)。その他、『発散期待』において性別の単純主効果が有意であり、男性 ($M=2.74$) よりも女性 ($M=3.07$) の方が『発散期待』をより高く持っていた ($F(1,282)=11.52, p<.01$)。『解決志向』は男女とも高く持っていることが言える (男性: $M=3.86$ 、女性: $M=3.92$)。『受容期待』は性別の単純主効果が有意であり、男性 ($M=3.48$) よりも女性 ($M=3.92$) の方が期待を高く持っていることが示された ($F(1,282)=25.91, p<.001$)。

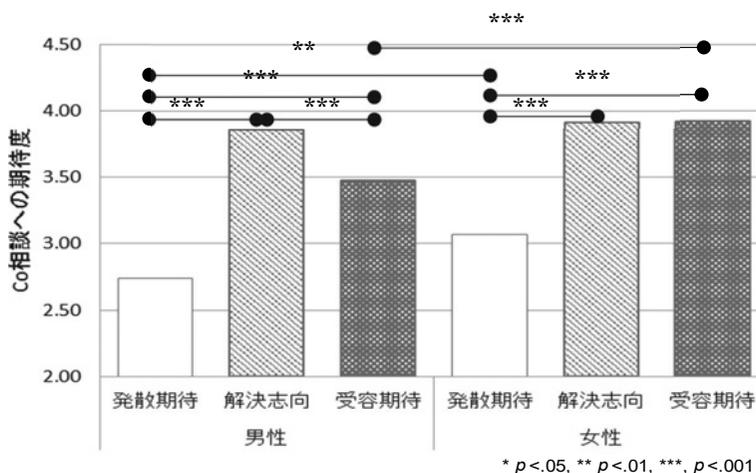


図1 性別によるCo相談への期待の違い

3. 悩み相談文に対するCoの対応への印象について

悩み相談文に対するCoの対応への印象について、各項目の度数と平均値を表3に示す。

表3 条件ごとのCo対応に関する印象の各項目の度数と平均

条件	Co対応好感度	Co対応役立ち度	Co対応負担度	Co対応満足度	Co対応被受容度	Co対応被共感度	Co対応相談しやすさ
メール相談 度数	70	70	70	70	70	70	70
悩み軽め 平均値	3.41	3.17	2.40	3.10	3.26	3.20	3.34
メール相談 度数	71	71	71	71	71	71	71
悩み重め 平均値	3.41	3.35	2.48	3.45	3.48	3.58	3.52
LINE相談 度数	74	74	74	74	74	74	74
悩み軽め 平均値	3.08	3.04	2.62	3.23	3.24	2.92	3.08
LINE相談 度数	72	71	71	71	71	71	71
悩み重め 平均値	3.60	3.27	2.30	3.62	3.54	3.54	3.58

Coの対応に対する好感度、役立ち度、負担度、満足度、被受容度、被共感度、相談しやすさについて、媒体(メール/LINE)×悩みの深刻度(軽め/重め)×性別の3元配置の分散分析(対応なし)を行った。その結果、どの項目についても2次の交互作用は有意ではなかった。1次の交互作用のうち、「Co好感度」において媒体×悩みの深刻度の交互作用が有意であり、単純主効果の結果、メール相談条件($M=3.41$)の方がLINE相談条件($M=3.08$)よりCo対応の好感度が高く評価されていた($F(1,283)=4.93, p<.05$)。また媒体のLINE相談条件において悩みの深刻度の単純主効果が有意であり、深刻度が重め条件($M=3.60$)で

の方が軽め条件 ($M=3.08$) よりも Co 対応の好感度が高く評価されていた ($F(1,283)=12.01, p<.01$)。

「Co 対応満足度」については、媒体×性別の交互作用が有意であったので、単純主効果の結果、男性においてメール相談条件 ($M=3.19$) よりも LINE 相談条件 ($M=3.62$) の方が Co 対応への満足度が高く評価されていた ($F(1,282)=7.06, p<.01$)。また LINE 相談条件において性別の単純主効果が有意であり、男性 ($M=3.62$) の方が女性 ($M=3.27$) よりも Co 対応への満足度を高く評価していた ($F(1,282)=5.37, p<.05$)。

「Co 対応相談しやすさ」においても媒体×性別の交互作用が有意であったので、単純主効果検定の結果、女性において LINE 相談条件 ($M=3.11$) よりもメール相談条件 ($M=3.44$) の方が Co 対応への相談しやすさが高く評価されていた ($F(1,282)=4.60, p<.05$)。また LINE 相談条件においては男性 ($M=3.62$) の方が女性 ($M=3.11$) よりも Co 対応への相談しやすさを高く評価していた ($F(1,282)=9.40, p<.01$)。

4. 今後の相談希望度

(1)条件と性別によるメール相談/LINE 相談の希望度の違い

質問紙の相談事例について読んだ後の「読後相談希望度」について、媒体(メール/LINE) × 悩みの重さ(軽め/重め) × 性別で 3 元配置の分散分析(被験者間)を行った。その結果、2 次の交互作用は有意ではなかった。悩みの重さ×媒体の交互作用が有意だったので単純主効果の検定を行ったところ、LINE 相談条件において悩みの深刻度の単純主効果が有意であり、悩みの深刻度が重め条件 ($M=3.15$) が軽め条件 ($M=2.47$) よりも読後相談希望度が高い結果となった ($F(1,277)=14.09, p<.001$)。

(2)Co の対応への印象と相談希望度の関連

「また相談してみたい」要因について読後相談希望度を目的変数、Co の対応への印象項目を説明変数として重回帰分析(ステップワイズ法)を媒体ごとに行った(図 2 参照)。

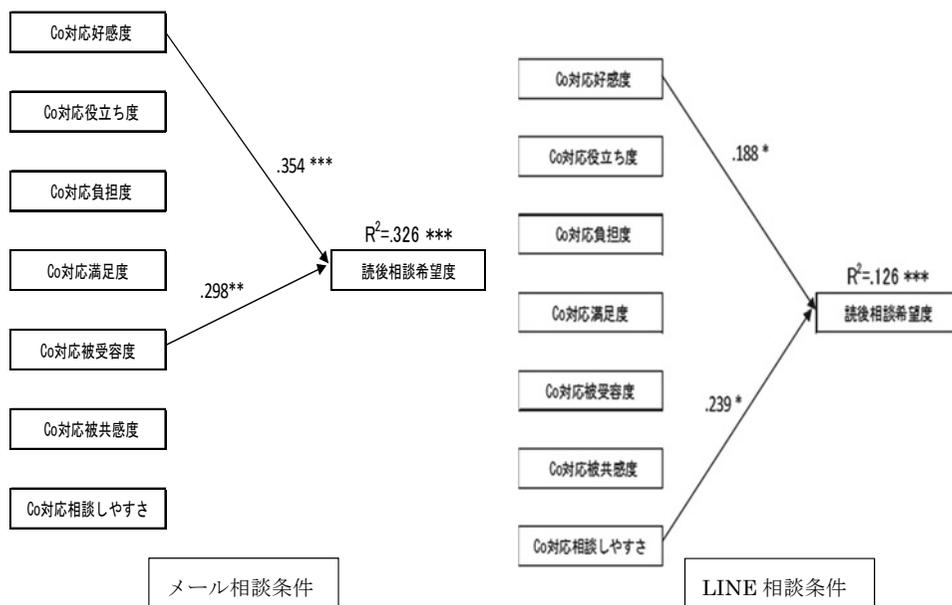


図 2 読後相談希望度と Co 対応への印象の関連

結果は、メール相談条件では、「Co 対応好感度」と「Co 対応被受容度」は相談希望度と正の関連が見られ、LINE 相談条件では、「Co 対応好感度」と「Co 対応相談しやすさ」と相談希望度に正の関連が見られた。

5. 自由記述について

(1)返信文の効果的な側面について

Co の返信文の中でもどの部分が効果的または印象を良くするのかを探索するため、メールと LINE それぞれの返信文に対して「最も良いと思った部分」について自由記述での回答を求めた。その自由記述について、「特になし」「分からない」や質問意図にそぐわないものについては除いて集計した結果、メール相談条件における悩み軽め条件への返信文に対して 56 個、悩み重め条件への返信文に対して 63 個、LINE 相談条件における悩み軽め条件への返信文に対して 48 個、悩み重め条件への返信文に対して 81 個の記述が得られた。これらの記述を、筆者のほか 3 名の臨床心理を学ぶ大学院生に協力してもらい、条件ごとに類似した記述どうしをまとめて複数のカテゴリーに分類した結果が表 4 と表 5 である。

表 4 メール相談条件における自由記述の分類

条件	該当段落	カテゴリー(記述数)	記述例	
メール相談 悩み軽め条件	①導入	【相談への労い】(3)	・相談したことに感謝しているところ	
	②共感、労い	【辛さへの共感・労い】(13)	・「辛い中」相談してきてくださったのですね」の部分が相談したことに對する肯定があって良いかなと思いました。	
	③相談内容の確認	【悩みの反復・確認・反映】(9)	・悩みを繰り返し確認している所	
	④問題の明確化		・Aさんの悩みをもう一度カウンセラーが文章にして、悩みの主旨を明らかにしているところ	
	⑤情報提供、その他	【具体的な解決策の提示】(10)	・自分の過去と現在を比較する、というアドバイス	
	⑥締め	【励まし・応援・サポート表明】(6)	・本文の最後で応援していると言ってくれているところ。	
メール相談 悩み重め条件	全体について	【寄り添い・受容】(5)	・Aさんに寄り添った回答をしている部分	
		【書き方・構成・レイアウト】(9)	・まめに改行されていて読みやすい点。 ・語尾が優しい	
	特定 の文章	【その他】(1)	・メールだから文字の汚さとか関係なくだれでも読める。	
		③相談内容の確認	【悩みの反復・確認・反映】(14)	・ここで少し思い出して～ というところで、以前成功したことを振り返ることができると思ったのでよいと思った。
④問題の明確化		【例外の質問】(4)	・具体的な例と解決策らしきものを提示していること。	
メール相談 悩み重め条件	特定 の文章	⑤情報提供、その他	【CIの能力への評価・励まし】(8)	・メールを読んで、伝えることと考えることがしっかり出来ている人だと感じた、と相手の能力を評価している部分
		⑥締め	【成功への褒め】(10)	・1次試験合格を褒めているところ。
	全体について	【受容・共感・肯定】(10)	・相談者を肯定してくれる内容が各所にあったこと。	
		【書き方・構成】(3)	・送った文章を引用し、それに少し意見を加えて返信することによって、自分の意見がしっかりと届いているということや、その意見に同調してくれているという気持ちにさせてくれる点。	
		【その他】(4)	・2日以内の返信であったこと。安心感があると思うので、次の相談にもつながりやすいと考えた。	

メール相談に関して、Co の相談への期待としては解決策を求める『解決志向』の割合が高かったが、Co の返信文で最も良いと感じる部分については受容や共感、労いや励ましと

いった情緒的な支援に対する記述が多い結果であった。LINE 相談に関しては、悩み軽め条件では悩みの反復をしていることについて記述が最も多かった。悩み重め条件では相談者に対する受容的・肯定的な言葉がけへの記述の割合が多い結果であった。

表 5 LINE 相談条件における自由記述の分類

条件	該当段落	カテゴリー(記述数)	記述例
LINE相談 悩み軽め条件	③受容・共感	【辛さへの共感・労い】(5)	・「それは辛かったですね」という言葉。分かってくれていると思える。
	⑤問題の明確化	【悩みの反復、要約、確認】(19)	・相談者の悩みに対していくつかの質問を投げかけ、相手が今の状態を口に出せるようにしているところ
	⑥解決像の共有	【具体的な解決策の提示】(6)	・アドバイスがはっきりしている
	⑦心理教育・情報提供	【具体的な解決策の提示】(6)	・アドバイスがはっきりしている
	⑧リソースの活用	【例外の質問】(2)	・例外をきいてくれることで対処できる道が自分で気づきやすくなったこと
	特定の文章	【励まし・応援・サポート表明】(6)	・応援しています！のところ ・最後のこちらこそ～の文は相手に安心感を与えている感じがした。
	全体について	【書き方・レイアウト】(5) 【間をあかない返信】(3) 【その他】(2)	・あいずちとして「なるほど」と返信している点 ・対話の間隔が1～2分だった点 ・Aさんがあまり会話をしていない時にも、話を広げようとしているところ
LINE相談 悩み重め条件	③受容・共感	【辛さへの共感・受容】(8)	・「辛かったですね」と言ってくれたところ。
	④肯定・承認	【相談者への肯定・寄り添い】(12)	・相手をもとめたり、肯定してから返事をしているところ。
	⑦心理教育・情報提供	【具体的な解決策の提示】(7)	・「緊張しないように」ではなく、「少し緊張しても大丈夫」と緊張を受入れるようアドバイスをしたこと。
	⑧リソースの活用	【例外(成功体験)の提示】(3)	・Aさん自身に成功した体験を思い出させることで自分に自信をつけようとしているところ。
	特定の文章	【成功への褒め】(4) 【CIの能力への評価】(4)	・一次試験を通過したという成功を褒めている部分 ・話を聞いた上で総括的に相手「乗り切る力がある」と慰めている点。
	全体について	【反復・確認】(4)	・クライアントの主張を繰り返していること
		【褒め・励まし】(6)	・良いところがあったら誉めていたこと
		【サポート表明】(2)	・最後に他の悩みも引きだそうとしているところ。
		【書き方】(1) 【間をあかない返信】(3) 【その他】(6)	・話し言葉に近い、柔らかい言葉が使用されていたこと ・1時間くらいの短い時間であったこと。 ・質問してもいいですかと聞いた点

(2)返信文の低印象につながる側面について

返信文を読んだ後の回答者の相談希望の評価が低い理由の抜粋が表 6 と表 7 である。

表 6-1 低評価回答者における Co の返信文に対する理由抜粋 (メール相談軽め条件)

メール相談 軽め条件	<ul style="list-style-type: none"> ・「この度はご相談いただきありがとうございます」と言われると企業のような印象を受け、拒否されている感じを受ける。アドバイスがありすぎたりすぎる。 ・最初の方の語尾に「ですね」が多くてしつように確認されているように感じて親身な対応と思えなかった。
	<ul style="list-style-type: none"> ・アドバイスをして、それに対する返信も来ていないのに「この度はご相談いただきありがとうございます」などと完結させてしまっているの、打ち切られているような印象をうけました。 ・「ですね」が多くて気になった。Aさんの返信を待たずして「また困った時は」と言っているため。
	<ul style="list-style-type: none"> ・淡白すぎて遠回しな拒絶に感じる。「受容と共感」のテクニック使ってる感がビンビンでうさんくさい。これが面と向かってのものなら、非言語情報が追加されればまた印象変わりそう。
	<ul style="list-style-type: none"> ・今回はメールだけということもあるが相談に対する返信が紋切型であると感じたため。
	<ul style="list-style-type: none"> ・「それでは。」という言葉で締められると、次にメールを送りにくいと感じたから。 ・1回きりで終わり感が出ていて、もしかしたら何回かやりとりしたいのではと思ったから。
	<ul style="list-style-type: none"> ・カウンセリングの形式通り(例外を見つける、受容するとか)で、あたたかみ、親密感があまりないと思うから。

表 6-2 低評価回答者における Co の返信文に対する理由抜粋（メール相談重め条件）

<p>メール相談 重め条件</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・相談者と同じ語いを使っていて、考えて発言しているのか？という気持ちになってしまった ・言ったことをそのまま返されるだけだと、本当は聞く気が無いのでは？と裏を読みたくなる。 Aさんのメールの文をそのまま引用し雑な同意をされているようで不快だった。 ・一方的な印象があり、あまり安心できない。 ・カウンセラーのメールで話しが終わってしまった印象があり、まだ聞きたい事や疑問があっても切り出しにくいと感じました。
-----------------------	--

表 7 低評価回答者における Co の返信文に対する理由抜粋（LINE 相談）

<p>LINE相談 軽め条件</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・文面だと人の感情は伝わりにくいし、その考え方であっているのか（☆部分のようにおむ返しをされる時）をいちいち聞かれるのがイライラしてしまうと思った。 ・Aさんは勉強に関する悩みなので解決策を出してほしいと思っていたかもしれませんが、私はただ話を聞いて受けとめるという対応が欲しいので、淡々と質問されるのは嫌だからです。 ・カウンセラーは親身になって対応してくれていると思うのですが、「可能でしょうか？」など、所々淡々と返事をされているような印象を受け、もう一度相談しようと思わない場合もあるかと思ったから。 ・なんとなくマニュアル通りな回答しか得られない気がするから。
<p>LINE相談 重め条件</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・LINEでは一方通行な発言を繰り返すだけであるような印象を受けたため。

相談希望の低い理由として、自由記述の数はメール相談の悩み軽め条件で 58 個、悩み重め条件で 60 個、LINE 相談の悩み軽め条件で 59 個、悩み重め条件で 61 個の記述が得られた。相談希望の低い理由として、メール相談に関しては「打ち切られている感じ」によってまた相談してみようと思わなくなるという記述が見られた。また、返し方について「テンプレート」の印象を受けた記述があった。LINE 相談に関しても悩みの反復の部分で「淡白で機械的な」印象を受けた記述が見られた。

IV. 考察

1. 相談への期待について

分散分析の結果から、男性は Co へ相談する際には解決志向が最も強いことが示唆された。また女性は解決志向が強いと同時に、受容期待が高いことが示唆された。メールと LINE という媒体による期待の差は有意ではなかった。この点について、まず質問紙の構成の問題が考えられる。媒体を指定せず、相談事例を呈示する前に相談への期待に回答してもらうという教示であったため媒体による差が示されなかったと思われる。今後は、質問の順序を媒体の特徴を確認した後で、相談への期待を配置する工夫が必要であろう。

2. 媒体と悩みの深刻度による Co の対応の印象の違いについて

「Co 対応好感度」について、分散分析の結果、悩みの深刻度が軽め条件においてメール相談条件のほうが LINE 相談条件よりも好感度が高く評価された。参考として読後相談希望度の「1）全くそう思わない」「2）あまりそう思わない」の選択への選択理由の自由記述を見てみると、繰り返しの応答が淡々と機械的・マニュアル的に思える記述があった。これら意見も踏まえ、対話形式である LINE 相談では対話形式であることによって、より「他者と会話している」感覚が強まり、より感情の受容、共感という点が好感度において期待されるが、淡々と機械的な応答に思われると好感度が低くなる傾向があると思われる。

3. 媒体と性別による Co の対応の印象の違いについて

分散分析の結果、男性においてメール相談よりも LINE 相談に対し「相談満足度」が高く評価されていた。また、LINE 相談条件において男性は女性よりも「相談満足度」、「相談しやすさ」を高く評価した結果となった。この結果について、解決志向の高い男性にとって応答間隔が短い LINE 相談のほうが相談しやすく、対話形式であることにより終了がより明確となり相談した感じが増すことで満足度も上がったのではないかと考えられる。また、女性においては LINE 相談条件よりもメール相談条件のほうが相談しやすさが高く評価されていたが、これについては LINE 相談での Co の口調が関係したのではないかと考えられる。今回の相談事例では Co の口調は口語体よりもやや堅い印象を与えやすい敬語口調であったため、対話形式の LINE において女性は感情的に違和感を持ったのかもしれない。

4. 媒体と悩みの深刻度による相談希望度の違いについて

LINE 相談の悩み重め条件では悩み軽め条件よりも共感や受容を示す発言が多かったため、話を聞いてもらえたという印象を持たれ、相談希望度がより高く評価されたと思われる。

5. Co の対応への印象と相談希望度の関連について

相談希望度に対して Co の対応のどのような印象が要因となるか重回帰分析した結果、メール相談では好感度と被受容度が相談希望度を高める要因と考えられ、LINE 相談では好感度と相談しやすさが相談希望度を高める結果となった。メール相談は一括送信形式という特徴上、LINE に比べると文章量が多く、文章の書き直しがされる可能性が考えられる。このことから、アドバイスだけを返信されるよりも自分が書いた文章を受入れてもらえたと感じられることが必要なのではないかと考えられる。LINE 相談は利便性の高さから相談を利用することが考えられるため、相談しやすくと感じられることが今後も LINE 相談の利用率の高さへとつながると考えられる。

6. 返信文の効果的側面について

メール相談、LINE 相談のカテゴリーで、共通と思われるカテゴリーをまとめてカテゴリーラベルを付けた。その結果、『辛さへの共感』、『悩みの反復・確認』、『具体的な解決策の提示』、『褒め・励まし』、『まとめりの改行』の 5 つの要素になった。このことから、一括送信形式か対話形式かの形式の違いによらずこれらの要素が返信に含まれていることが、返信文の効果を高めることにつながるのではないかと考える。

媒体の送信形式の違いによって印象が異なっただと思われる点があった。悩み軽め条件ではメール相談よりも LINE 相談において悩みの反復が挙げられる割合が高くなった。LINE は対話形式であることから、悩みを繰り返し聞くことで相談者が発言できる効果や悩みを掘り下げてもらっている印象が強くなるのではないかと考えられる。また、悩み重め条件において、メール相談では悩みの反復への記述の割合が多いのに対し、LINE 相談では辛さへの共感や寄り添いの部分への記述の割合が多くなっていた。メールでは悩みの深刻度が重くなるほど文章が多くなる傾向が考えられるが、返信が来るまでは 1 日以上の間が考えられる。そのためメール相談では、Co の返信の間隔があいて、返信の分量の多さから相談者の悩みを深く読み、理解してもらえたという印象につながるのではないかと考えられる。一方、LINE 相談はその即時性という特徴から、思い悩みを整理して考える前にまず誰かに聞いてもらいたい、受け止めてもらいたいという感覚が強くなるのではないかと考えられる。そのため、LINE 相談においてはメール相談よりも受容・共感の言葉がけが重要となり、頻繁に

表現することが望まれるであろう。

7. 返信文の低印象につながる側面について

メール相談については自由記述から、同じ語尾を用いてしまうと機械的・テンプレートといった印象を与えてしまう可能性が考えられ、そのまま相談者の文章を使用するより Co 自身の言葉で悩みをまとめていくことが効果的だと考えられる。しかし LINE 相談についても、機械的に思えたといった感想が得られた。敬語は人と人との距離を遠ざけるという機能があり、丁寧すぎる丁寧語も敬語と同じように相手との距離を広くしてしまう（新行内,2006）ので、媒体によらず、Co の返信文は丁寧すぎないことが必要であろう。具体的には、新行内(2006)と杉原・宮田（2018）が指摘するように、応答の際には相手の文体や口調に合わせていく「ジョイニング」が効果的であると考えられる。

V. 今後の課題

本研究ではメール相談と LINE 相談の印象の比較について質問紙で検討したのみであった。したがって、本研究で得られた印象に関する結果は、悩みの当事者としてではなく、悩みを持つ CI と Co との対応を読んだ第三者の視点からの結果である。今後は、現実に近いけるために、パソコンやスマートフォン等のツールを用意し、メールまたは LINE を用いて、研究協力者自身が CI として実際の相談または模擬相談を行って比較検討を行うことが今後の課題としてあげられる。

<引用・参考文献>

- Knatz, Birgit and Dodier, Bernard 2003 *Hilfe aus dem Netz Theorie und Praxis der Beratung per E-mail*, J.G.Cotta'sche Buchhandlung Nachfolger GmbH, Stuttgart
(ビルギット・クナッツ／ベルナルド・ドディエ著、斎藤友紀雄監修解説、寺嶋公子訳（2007）『インターネット・カウンセリング Eメール相談の理論と実践』ほんの森出版社)
- 宮崎圭子、2017「メールカウンセリングとはなにか」中村洸太編『メールカウンセリングの技法と実践—オンラインカウンセリングの現場から—』川島書店、19-44.
- 小山田愛奈、2018『コミュニケーションメディアを用いたカウンセリングに関する印象研究』岩手大学大学院人文社会科学部研究科修士論文（未刊行）
- 渋谷英雄、2006「メールカウンセリングとは何か」武藤清栄・渋谷英雄編『メールカウンセリング その理論・技法の習得と実際』川島書店、
- 渋谷英雄、2017「メールカウンセリングの理論と学習」中村洸太編『メールカウンセリングの技法と実践—オンラインカウンセリングの現場から—』川島書店、49-73.
- 新行内勝善、2006「メールカウンセリングの効果的な方法」武藤清栄・渋谷英雄編『メールカウンセリング その理論・技法の習得と実際』川島書店、91-114.
- 杉原保史・宮田智基、2018『SNS カウンセリング入門 LINE によるいじめ・自殺予防相談の実際』北大路書房
- 徳田完二、2011「メールカウンセリングに関する試論—「いま・ここで」型アプローチから宿題型アプローチへ—」『立命館人間科学研究』24、73-82.
- 梅澤志乃・宮崎圭子・松本桂樹、2017「メールカウンセリングにおける効果的方略（1）—標準化されたメールカウンセリングの実践報告—」『日本心理臨床学会第36回大会発表論文集』606.