

研究ノート

カウンセリングの形態と利用者の 自己開示意向の関連性

濱田 陽花・重松 潤

富山大学人文科学研究第 83 号抜刷

2025 年 9 月

カウンセリングの形態と利用者の 自己開示意向の関連性^{1) 2)}

濱田 陽花・重松 潤

問題と目的

我々は生活を営み、他者と関係を構築していくために、さまざまな情報の伝達を行う必要がある。その中でも、自己の内に秘められている心情や事実を他者に伝える過程を「自己開示」という（森岡他, 2019）。安藤（1986）は、自己開示の機能として以下の三つを挙げている。一つ目は感情表出であり、自己の内面にある思考や感情を外に出すことで心理的負担を軽減する働きがある。二つ目は自己明確化であり、自己開示を通じて自身の意見や感情が整理され、自己理解が深まるとされている。三つ目は社会的妥当化であり、他者との比較やフィードバックを通して、自己の考えや行動の妥当性を検証する機会が得られる。これらの機能を通じて、自己開示は対人関係や自己概念の安定化に寄与するとされる。

心理療法の場面においても、クライアントの自己開示は治療的に重要な役割を果たすことが多くの研究で指摘されている。たとえば、Pennebaker & Beall（1986）は、トラウマ体験に関する自己開示が身体的・心理的健康の向上に寄与することを示した。また、丸山・今川（2001）は、自己開示にはカタルシスの効果や、他者からのフィードバックによるストレス軽減効果があることを報告している。さらに、Sloan et al.（2007）は、書面での自己開示においても情緒的側面を含む内容が精神的健康の増進に有効であることを示している。Truax & Carkhuff（1965）による研究では、良好な治療結果が得られたケースでは、クライアントがよりプライベートで内面的な自己開示を行っていたことが報告されている。これらの知見を踏まえ、Farber（2006）は、単に自己開示を促すのではなく、より深い内面性を伴う自己開示を引き出すことが、心理療法において特に重要であると述べている。

一方で、どのような要因が自己開示の深度や量に影響を及ぼすのかについては、未だ十分に明らかとはいえない。例えば、佐藤（2019）は性差に着目し、カウンセリングにおいては女性

1) 本論文は、令和6年度に第一著者が富山大学大学院人文社会芸術総合研究科に提出した修士論文のデータの一部を用いたものである。なお、本研究で用いたデータの一部は、日本認知・行動療法学会第50回記念大会にて発表された。

2) 本研究は、JSPS 科研費 22K13851 の助成を受けて実施された。

の方が自己開示を行いやすい傾向があることを示している。このように、クライアントの属性や、カウンセリングの実施形態といった環境的要因が、自己開示の内容や深度に影響を及ぼす可能性があるが、これらを統合的に検討した研究は限られているのが現状である。

自己開示に影響する環境的な要因として、本研究ではカウンセリングを行う際のコミュニケーションの形態に着目する。人が自己開示をするときには相手がいるのが前提である。しかし、コミュニケーションの方法は対面の限りではない。近年は科学技術の発展やコロナ禍による需要を経て様々なコミュニケーションツールが発達している。コミュニケーションの手段は、以下の4つに大別できる（Table 1）。「対面」は、人と人が同じ空間で直接会話をを行うものであり、非言語的な情報も含めた豊かな情報交換が可能である。「ビデオ通話」は、リアルタイムに映像と音声を通じて情報をやり取りする手段であり、対面に近い形でのコミュニケーションが可能である。一方、「音声通話」は視覚情報を伴わないが、リアルタイムでの音声によるやり取りが可能である。「チャット」は、各々が自由なタイミングでテキストメッセージを送受信する非同期型の手段である。

Table1
コミュニケーションの手段

(1) 対面	人と人が同じ空間で話す
(2) ビデオ通話	リアルタイムかつ映像による情報を取り入れながら通話する
(3) 音声通話	リアルタイムで音声によりコミュニケーションを取る（視覚情報がない）
(4) チャット	各々が好きなタイミングでメッセージする

これまでコミュニケーションツールの違いが自己開示に及ぼす影響が明らかにされている。石垣他（2022）は、一般的なコミュニケーションにおいて、自己開示の情報量が最も多いのは対面であり、次いでビデオ通話および音声通話がほぼ同程度であり、チャットでは最も少ないことを報告している。また、丹羽・丸野（2010）は、自己開示にはその質の深さにレベルがあることを示している。自己開示の質のレベルは、最も低い深度Ⅰとして「趣味・趣向」、深度Ⅱとして開示者の現在の性格特性に何らかの影響を及ぼしていると考えられる「容易には克服できない困難な経験」、深度Ⅲとして自分自身の「決定的ではない欠点や弱点」、深度Ⅳとして深い自己のレベルである「自分の性格や能力の否定的側面」が設定されている。

これらの自己開示に関する研究を鑑みると、カウンセリングにおいても、コミュニケーションの形態の違いがクライアントの自己開示の質や量に影響を及ぼす可能性があると考えられる。しかし、実際に自己開示という行動が生じるかどうかは、クライアントのその時点での意向や態度に左右される側面も大きい。つまり、同じ話題でも「話そうと思えるかどうか」は、個人の内的な態度に依存するため、治療場面においても重要な変数となる。実際、自己開示の

意向や態度に関する研究として、たとえば Jourard (1971) は、自己開示は単なる行動ではなく、相手との関係性や状況によって変化する心理的準備状態を含んでいることを指摘している。また、Derlega et al. (1993) は、自己開示の動機や意図がその内容や深さに影響を及ぼすことを示している。

このように、カウンセリング場面において、クライアントがどのようなコミュニケーション形態であれば「話してもよい」「話したい」と思うかという意向に着目することは、実際に自己開示がなされるか否かを理解する上で重要な視点である。したがって、本研究では、カウンセリングの実施形態がクライアントの自己開示に対する意向にどのように影響するかを検討することとした。

目的

本研究では、カウンセリングにおけるコミュニケーションの形態と、カウンセリングを実施すると想定した際にクライアントがどの程度深い自己開示をしようと思うかという意向の関連について検討する。仮説として形態が対面＞ビデオ通話＝音声通話＞チャットの順で自己開示の深度が高まると考えた。また、本研究ではコミュニケーションのツールの異なりに着目することから、どの形態のカウンセリングであればどの程度カウンセリングを受けたいと思うか、というカウンセリングの形態と利用希望の関係についても調査する。

方法

(1) 調査対象者

インターネット調査会社アイブリッジの保有する 300 名および国立大学の大学生・大学院生 111 名の計 411 名を対象として横断調査を実施した。このうち、調査に十分な注意を割いていない回答者を検出するために設定した DQS 項目の 2 項目に誤答した者を除外し、280 名（うち男性 157 名： $M_{age} = 48.24$ 歳， $SD = 21.46$ ）を対象とした。

(2) 調査期間

2023 年 4～12 月に行った。

(3) 手続き

アイブリッジ株式会社の調査ツール「Freeasy」の登録モニタから、Web 上で調査票への回答を依頼して実施した。加えて、A 県の国立大学一校の講義終了後に調査協力書を配布し、記載されている URL から Google Form によるアンケートへの回答を募った。

(4) 指標

1. カウンセリングの形態ごとの自己開示の深さ

自己開示の程度を測る指標として、「自己開示の深さを測定する尺度」（丹羽・丸野，2010）

を参考にし、深度Ⅰ～Ⅳ（1点～4点）の4件法で回答を求めた。対象者には、公認心理師・臨床心理士について、仕事の概要の教示文を提示した。そのうえで、カウンセリングの形態ごと（対面方式、ビデオ通話方式、音声通話方式、チャット方式）に、「公認心理師・臨床心理士相手に自己開示深度Ⅰ～Ⅳのどの内容であれば話したいか」を尋ねた。深度Ⅰは「趣味・趣向」、深度Ⅱは「開示者の現在の性格特性に何らかの影響を及ぼしていると考えられる、容易には克服できない困難な経験」、深度Ⅲは「自分自身の決定的ではない欠点や弱点」、深度Ⅳは「深い自己のレベルである自分の性格や能力の否定的側面」とした。自己開示の深度は質的に扱われることもあるが、本研究では便宜的に「自己開示の深度」という連続変数として扱った。

2. 形態ごとの利用希望

公認心理師・臨床心理士について、仕事の概要の教示文を提示したうえで、「悩みを公認心理師・臨床心理士に相談する場合に、カウンセリングの形態ごと（対面方式、ビデオ通話方式、音声通話方式、チャット方式）に、どの程度相談をしたいと思うか」について、5件法（1. 全く利用したくない、2. あまり利用したくない、3. どちらともいえない、4. やや利用したい、5. とても利用したい）で回答を求めた。

（5）倫理的配慮

調査は匿名であり、自由意志で回答してもらうこと、データは研究以外の目的では使用しないこと、データの管理を徹底して行われることを明記し、同意を得た者に対して調査を行った。なお、本研究は、富山大学人文学部心理学研究倫理委員会の承認のもと行われた（承認番号：030）。

結果

記述統計量を Table2 に示す。

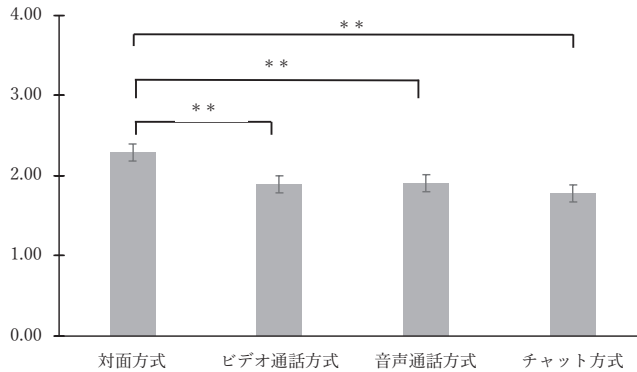
Table2
記述統計量

	自己の開示の深度		利用希望	
	平均値	標準誤差	平均値	標準誤差
対面方式	2.29	1.728	3.10	1.382
ビデオ通話方式	1.89	1.757	2.40	1.172
音声通話方式	1.91	1.751	2.46	1.223
チャット方式	1.78	1.742	2.49	1.331

カウンセリングの形態によって自己開示の深度の意図が異なるか検討するために、自己開示深度を従属変数、カウンセリングの形態を参加者内要因とする一要因分散分析を行った。その結果、有意な主効果が示された ($F(3,837) = 14.93, p = .00, \text{partial}\eta^2 = .05$)。Holm 法を用いた多重比較の結果、対面方式がビデオ方式、音声通話方式、チャット方式よりも有意に高かった。

(順に $d = 0.23$; $d = 0.22$; $d = 0.29$) (Figure 1)。ビデオ通話方式と音声通話方式、ビデオ通話方式とチャット方式、音声通話方式とチャット方式の間に有意差は示されなかった (順に $d = -0.01$; $d = 0.06$; $d = 0.07$)。

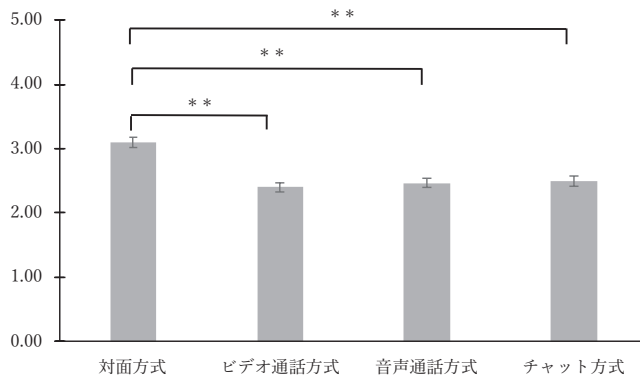
Figure1 形態別にどのくらい自己開示をしたいと思うか



注) エラーバーは標準誤差を示す。

カウンセリングの形態毎によってカウンセリングの利用希望が異なるか検討するために、カウンセリングの利用希望を従属変数、カウンセリングの形態を参加者内要因とする一要因分散分析を行った。その結果、有意な主効果が示された ($F(3,837) = 40.36, p = .00, \text{partial}\eta^2 = .13$)。Holm 法を用いた多重比較の結果、対面方式がビデオ方式、音声通話方式、チャット方式よりも有意に高かった (順に $d = 0.55$; $d = 0.49$; $d = 0.45$) (Figure 2)。ビデオ通話方式と音声通話方式、ビデオ通話方式とチャット方式、音声通話方式とチャット方式の間に有意差は示されなかった (順に $d = -0.05$; $d = -0.07$; $d = -0.02$)。

Figure2 形態別にどのくらい利用を希望するか



注) エラーバーは標準誤差を示す。

** $p < .00$

考察

本研究では、カウンセリングにおけるコミュニケーションの形態と、カウンセリングを実施すると想定した際にクライアントがどの程度深い自己開示をしようと思うかという意向との関連について検討することを目的とした。また参考として、カウンセリングの形態と利用希望との関連についても検討した。

その結果、仮説は一部支持された。対面方式は他の3方式と比べて、自己開示の深度が有意に高く、対面でのコミュニケーションがクライアントの開示意向を高めやすい可能性が示唆された。一方で、ビデオ通話方式と音声通話方式、またチャット方式の間には有意差が認められず、仮説で想定していたチャット方式の自己開示の低さは確認されなかった。この結果は、対面以外の形式では自己開示の深度に大きな差が生じにくいことを示している可能性がある。

分析の結果、カウンセリングの形態ごとの自己開示意向および利用希望の両方において「対面」が最も得点が高かった。近年、オンラインでのコミュニケーションツールが急速に普及しているが、対面でのコミュニケーションは、非言語的手がかりや相手の反応など、豊富な情報を得られる点で信頼感が得やすいとされる (Derlega et al., 1993)。こうした特徴が、クライアントの自己開示意向やカウンセリングの利用希望に影響を与えている可能性がある。

一方で、対面以外の形式についても、自己開示意向が極端に低いというわけではなく、特にビデオ通話・音声通話・チャット間には有意差が認められなかったことから、これらの形式でも一定の意向が示されていると考えられる。本研究では、あくまで自己開示の「意向」を扱っており、実際のカウンセリング場面では、関係性の構築やテーマによって、オンライン形式でも自然と深い開示が生じる可能性がある。さらに、必ずしも深い自己開示だけがカウンセリングの有効性に直結するわけではなく、たとえば深度Ⅱに該当する「困難な経験」についての相談でも、十分に有意義なカウンセリングが行われることもある。なお、本研究で「対面」の平均値も深度Ⅱ～Ⅲ程度であったことから、カウンセリングを受ける意図があっても、誰もが初回から自己の核心的な問題について開示しようとするとは限らない点にも留意が必要である。

さらに、日本では他国と比較してパーソナルデータの提供に慎重な傾向があることが報告されており (総務省, 2023)、遠隔形式のカウンセリングでは、情報の取り扱いに対する不安が自己開示意向に影響を及ぼしている可能性もある。特にメールやビデオ通話などで、クライアント側が情報を発信する際には、セキュリティやプライバシーに関する懸念が心理的ハードルとなることが考えられる。その一方で、スマートフォンの保有率は90.1%、インターネット利用率は84.9% (総務省, 2023) と非常に高く、端末の普及状況を鑑みれば、世代や利用経験を考慮しながらも、今後インターネットを利用したカウンセリングの活用可能性が広がる余地は大きい。遠隔カウンセリングを導入する際には、時間や場所の柔軟さといった利点を明確に伝えることや、個人情報保護に関する対応策を明示するなどの工夫が、利用促進につながる可能

性がある。

最後に、本研究の課題について述べる。本研究はオンライン調査によって実施されており、スマートフォンやPC等のデジタル機器に慣れた層が主な対象者となっている。今後、カウンセリングにおける遠隔形式への抵抗感をより広く検討するには、情報機器に不慣れな層も含めた多様な参加者を対象とする必要がある。また、臨床場面での自己開示に影響を与える個人要因として、佐藤（2019）が指摘するように性差が考慮されるべきであり、加えて、セラピストがアドバイスをを行う場面では、悩みの深刻度が低い方が自己開示が促進されやすいことも報告されている（佐藤, 2019）。今後は、セラピスト側の関わり方やクライアント側の属性など、相互作用を含めた多面的な検討が求められる。

引用文献

- 安藤 清志 (1986). 対人関係における自己開示の機能. 東京女子大学紀要 論集, 36, 167-199.
- Derlega, V. J., Metts, S., Petronio, S., & Margulis, S. T. (1993). *Self-disclosure*. Sage Publications.
- Farber, B. A. (2006). *Self-disclosure in psychotherapy*. New York: Guilford Press.
- 石垣 亜由美・張 澤・白石 奈津栄・堀内 孝 (2022). コミュニケーションメディアと自己開示の深さが自己開示量に与える影響. 岡山心理学会第 70 回大会発表論文集, 53-54.
- Jourard, S. M. (1971). *Self-disclosure: An experimental analysis of the transparent self*. Wiley-Interscience.
- 丸山 利弥・今川 民雄 (2001). 対人関係の悩みについての自己開示がストレス低減に及ぼす影響. 対人社会心理学研究, 1, 107-118.
- 森岡 実緒・石崎 淳一・池田 浩之 (2019). 家族関係と自己呈示や自己の非開示の特徴に関する研究. 日本認知・行動療法学会第 45 回大会発表抄録集, 405-406. https://doi.org/10.24468/jabctc.45.0_405
- 丹羽 空・丸野 俊一 (2010). 自己開示の深さを測定する尺度の開発. パーソナリティ研究, 18, 196-209. <https://doi.org/10.2132/personality.18.196>
- Pennebaker, J. W., & Beall, S. K. (1986). Confronting a traumatic event: Toward an understanding of inhibition and disease. *Journal of Abnormal Psychology*, 95, 274-281. <https://doi.org/10.1037/0021-843X.95.3.274>
- 佐藤 修哉 (2019). カウンセリング場面を想定した場合におけるクライアントの自己開示－性別と神経症傾向に着目して. 長野大学紀要, 41, 35-43.
- Sloan, D. M., Marx, B. P., Epstein, E. M., & Lexington, J. M. (2007). Does altering the instructional set affect written disclosure outcome? *Behavior Therapy*, 38, 155-168. <https://doi.org/10.1016/j.beth.2006.06.005>
- 総務省 (2023). 令和 5 年版情報通信白書. Retrieved 2023/12/07, from <https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r05/pdf/00zentai.pdf>
- Truax, C. B., & Carkhuff, R. R. (1965). Client and therapist transparency in the psychotherapeutic encounter. *Journal of Counseling Psychology*, 12, 3-9. <https://doi.org/10.1037/h0021928>

