

メールカウンセリングにおける 女子学生の抵抗感の検討

—来室相談と比較して—

An Investigation of Help-Seeking Preferences:
E-mail versus Face-to-Face Counseling among Female University Students.

池田ゆめみ¹⁾・宮崎圭子²⁾

Yumemi Ikeda, Keiko Miyazaki

要旨

本研究の目的は、メールカウンセリングと来室カウンセリングに対するそれぞれの被援助者側の抵抗感を調べ、その異同を明らかにすることであった。さらには、相談室の認知度、メール習慣における影響も論述した。被験者女子194名に対して、質問紙法で調査を行った。被験者はランダムに2群に分けられた。93名はeメールでの抵抗感、101名は来室での抵抗感に関する質問に回答した。その結果、被援助者側のメールカウンセリングに対する抵抗はそう強くないのではないかと、メールカウンセリングをもっと活用するべきではないかという示唆が得られた。

キーワード：メールカウンセリング、来室カウンセリング、援助要請行動、抵抗感、相談室認知、メール習慣

Abstract: The aim of this study was to investigate help-seeking preferences in e-mail counseling versus face-to-face counseling. The 194 female university students participated in this research. Participants were divided randomly into two groups. Each was given a questionnaire of 32 questions from which we were able to evaluate help-seeking preferences. One group was asked about e-mail counseling; the other answered questions about face-to-face counseling. Questions also probed knowledge of the counseling-room, and the familiarity of e-mail. This study suggested that student barriers to the e-mail counseling do not contribute to help-seeking preferences. It also showed that e-mail should be utilized in counseling.

Key words: barriers to e-mail counseling, help-seeking preferences, sexual preference, e-mail familiarity, e-mail usage, knowledge of the counseling-room.

1) 跡見学園女子大学大学院人文科学研究科臨床心理学専攻 (Department of Humanities Science, Graduate School of Atomi University)

2) 跡見学園女子大学 (Atomi University)

【はじめに】

Section A The Counseling Relationship

A.12. Technology Applications

A.12.a. Benefits and Limitations Counselors inform clients of the benefits and limitations of using information technology applications in the counseling process and in business/billing procedures. Such technologies include but are not limited to computer hardware and software, telephones, the World Wide Web, the Internet, on line assessment instruments and other communication devices.

これは、American Counseling Association (ACA) の倫理綱領の一部である (ACA, 2005)。すでに、ウェブやインターネットに代表されるテクノロジーに関する倫理コードが存在している。

上記のコードを見るまでもなく、多くのデータがメールカウンセリングの増加ぶりを証明している。例えば、ドイツの「いのちの電話」において、1995年に開始したウェブによる相談は、1年目は361件であったのが、2002年では1万件を超えた (Knatz & Dodier, 2003)。Sampsonら (1997) は、1996年4月に4000件のカウンセリングに関するウェブサイトが存在していたのが、同年8月には15%もの増加が見られたことを確認している。このような変化の中で、インターネットセラピーは、次の10年間の間に、2番目に速く増えるサービスであると予測されている (Pollock, 2006)。

現在、色々な呼称でメールカウンセリングは呼ばれている (例えば、ウェブカウンセリング、サイバーカウンセリング、Eカウンセリング、eメールカウンセリング、インターネットカウンセリング、オンラインカウンセリング、etc.)。NBCC (the National Board for Certified Counselors) は、1998年適切な呼称をウェブカウンセリングと定めて、ウェブカウンセリングのガイドラインを作成した (NBCC, 2005)。冒頭に挙げたACA (2005) も、ACA Code of Ethics に、テクノロジーを利用したカウンセリング実践における倫理上の項目を掲載している。

上記のような海外での動向を概観すると、日本でのメールカウンセリングがカウンセリングの中で一定の地位を築くのもそう遠くはないと想像される。1999年7月、沖田・小林はインターネットの検索エンジンの1つである「Yahoo! Japan」を用いて「カウンセリング」のキーワードで検索を行った。重複されたサイトを除き213件が検索された。同様の処置を2010年10月現在で検索してみたところ、93,200,000件 (重複サイト含む) のホームページがヒットした。膨大な数字である。

筆者も学生相談においてメールカウンセリングの実践をしてきた (2004, 2005)。学生相談にお

けるメールカウンセリングの活用状況を整理分析し、その結果を以下のように報告した(宮崎, 2005)。
 ①来室せずメールカウンセリングだけの件数は、少ない。つまり、来室しながら、メールカウンセリングも併用している学生が多い。
 ②カウンセリングに関する事務的件用(キャンセルの連絡、予約を取る等)での活用が多い。
 ③非来室学生(来室が1回もない学生)の相談内容は、全てが問題解決型であり、心情の訴えは3年間でゼロである。以上の3点を総括し、学生たちは、メールカウンセリングを来室の補足ツールとして利用しているようであると結論付けた。

林(1999)は、1998年10月～1999年1月、東京都多摩地区の4年制大学、多摩地区の公立教育相談所、産業カウンセラーと地域相談機関のカウンセラーを対象に、メディア利用の調査を実施し報告している(Table1)。10年以上前の調査とはいえ、日本の相談機関においては、メールカウンセリングはあまり利用されていないようである。

Table 1 相談機関におけるメディアの利用

	送付数	回収	電話相談		FAX		メール	
			実施	補助	実施	補助	実施	補助
学生相談所	50	40 (35*)	9	18	2	1	2	2
公立教育相談所	33	27	21	4	2	0	0	0
産業・地域相談機関	34	22	13	7	4	1	2	1

*: うち、学生相談所設置枚数

(林, 1999)より

国立情報学研究所論文情報ナビゲータ(CiNi)で「メールカウンセリング」を検索してみた。2010年10月現在において、37件の論文がヒットした。ちなみに「ウェブカウンセリング」では0件であった。林の調査結果でも読み取れるように、まだ日本においては、メールカウンセリングの研究も本格的に活用されているとは言い難いようである。

上村(2003)は、女子学生対象に、eメール、インターネット掲示板を使った性相談を実施し、その結果を報告している。性相談だけという条件、実施期間は2000年4月から2002年9月の1年半という短期間であるにもかかわらず、462人がアクセスし、カウンセリングを受けている。しかも、2002年10月～2003年2月の5ヶ月間では1026件の件数である。

関口ら(2008)は、「うつ」を対象とするメールカウンセリングの概要を報告している。2007年1月～12月末までに352件を受信し293件に返信した。対象者の4分1はうつ病で受療中、11件に自殺企図歴があり、73件に希死念慮に触れた記録があったと報告している。

さらに、公共メディアであるNHKが2002年10月～2005年3月に、「ひここもりサポートキャンペーン」を行った。倉本(2008)は、そのうち2004年4月～2005年3月までの本人からの767件の内容を分析し報告している。

これらの実践研究結果を見ても、日本においてもメールカウンセリングの社会的ニーズは非常に高いものと思われる。

社会的ニーズが高いにもかかわらず、活発な活用がなされていない背景に、臨床家達のメールカウンセリングに対するアレルギーがあるのではないだろうか？ 確かに、電子媒体のケアサービスの効果を論述している科学的な証拠は少しであることも (King&Moreggi, 1998)、また事実であり、多くの課題が横たわっている。だが、NBCC、ACAのようなアメリカの公的機関がメールカウンセリングを承認している流れの中で、臨床家側の心理的抵抗によって活用されていないのだとしたら、それもまた問題を孕む。日本の臨床家側のエクスキューズとして、クライアントがメールカウンセリングに抵抗感があるのではという考えもあるだろう。この考えに対する明確な根拠を示した研究は殆どなされていない。

以上より、本研究の目的として、メールと来室によるカウンセリングに対する利用者側の抵抗感を調査し、その異同を検討することにある。なお、本研究の対象者が女子大生であるため、女子大生のメールと来室による抵抗感の比較検討とした。さらに、相談室の認知度、相談経験、日常でのメール利用頻度、性格特性 (劣等感) による異同も検討する。

【方法】

調査対象：関東圏内 X 女子大学学部生 194 名

調査時期：2009 年 12 月

調査方法：講義中に一斉配布、一斉回収

調査内容：

1. フェースシート

①学年・学

部・学科

②学生相談室への認知：

本大学に相談室があることを

(知っている・知らない)

本大学の相談室が無料であることを

(知っている・知らない)

③相談経験の有無：

今までに、カウンセラーに相談したことが

(有る・無い)

④メール利用の頻度

(ほとんどしない～30回以上の7択)。

2. 包括的抵抗感尺度 (佐藤, 2007)

各項目を Table2 に掲載した。6 下位尺度、計 32 項目から構成される尺度である。第 1 下位尺度「主訴による抵抗感」、第 2 下位尺度「呼応性への不安」、第 3 下位尺度「相談すると被る不利益」、第 4 下位尺度「自己イメージ悪化への不安」、第 5 下位尺度「敗北イメージ」、第 6 下位尺度「相談室への長い心的距離」と命名されている。

ランダムに被験者が 2 群になるよう配布した。93 名の被験者に配布された質問紙は、「学生相

Table 2 包括的抵抗感尺度 (佐藤, 2007)

	項目内容
主訴による抵抗感	家庭の問題で悩んだとき、カウンセラーに相談するだろう 自分の心理状態が不安定になったとき、カウンセラーに相談するだろう 部活やサークルで悩んだとき、カウンセラーに相談するだろう 対人関係で悩んだとき、カウンセラーに相談するだろう 自分の将来の進路について決められないとき、カウンセラーに相談するだろう 自分の性格について知りたいとき、カウンセラーに相談するだろう 死にたくなかったとき、カウンセラーに相談するだろう もし家が経済的に困ったら、カウンセラーに相談するだろう 心理テスト (性格テスト、適性テストなど…) をして欲しいときに、カウンセラーに相談するだろう もし悪徳商法 (サギ商法) に引っかかったとき、対処方法 (クーリングオフなど) について相談したい
呼応性への不安	カウンセラーは私の抱えている問題を理解してくれるだろうか カウンセラーは私の抱えている問題に対処できるほど、有能だろうか カウンセラーは私の問題を深刻に受け止めてくれるだろうか カウンセラーは私に対して誠実だろうか カウンセリングの中で、私は一人の人間として扱ってもらえるだろうか
相談すると被る不利益	相談室は、お説教されるどころ 相談室は、相談すると不利益がありそうなどと思う 人間は孤独な存在だから、誰に相談しても無駄だと思う 相談室は、甘えている人が行くところだと思う カウンセラーは、専門家だが結局のところ、他人だから私の気持ちはわからないだろう 相談に行っても、一般的な話しをしてくれるだけだろう 相談室は、相談したことが外部にもれそうなど思う
自己イメージ悪化への不安	私が今まで考えてきたことや感じてきたことをすべて話したら、カウンセラーに悪い人間と思われてしまうのではないだろうか 私は自分の本当に見たくない部分を、知ってしまうことになるのだろうか カウンセラーと会うと考えただけで、私は多くの場面で、心配で神経質になったり、怖いと感じるようになるのではないか カウンセリング中に、私は自分の感情を抑えることができなくなるようなことがあるのだろうか
敗北イメージ	相談室は、絶望した人が行くところだと思う 相談室は、追いつめられている人が行くところだと思う 相談室は、精神的に弱い人が行くところだと思う
相談室への長い心的距離	自分の問題を他人に話すのが恥ずかしい 相談室はできれば行きたくないところだと思う 相談室は、近寄りがたいところだと思う

談室に来室するのではなく、eメールで相談することをイメージしてください。」と教示された質問紙を配布した。また101名には「学生相談室に直接来室して、相談することをイメージしてください。」と教示された質問紙が配布された。

また、「全くそう思わない」～「非常にそう思う」の4件法で回答を求めた。

なお、「主訴による抵抗感」の各項目は逆転項目となるので、逆転項目処理を行ってから分析を進めた。

3. YGの下位尺度(劣等感)10項目

被験者は大学生である。青年期の心理として、劣等感は1つの大きなキーワードとして論じられることが常である。よって、YG性格検査の項目のうち、劣等感に該当する10項目を使用した(Table3)。逆転項目はその処理をしたのち、分析した。2.と同様、4件法で回答を求めた。

Table 3 YG 劣等感項目

失敗しやしないかいつも心配である。
なかなか決心がつかず機会を失うことが多い。
人から邪魔にされはしないかと心配である。
人前で顔が赤くなるので困ることが多い。
劣等感(人におとる感じ)になやまされる。
人と違うことは恥ずかしくてできない。
すぐ、うろたえるたちである。
困難におつかると気がくじける。
何かにつけて自信がない。
あまり迷わず決心がつく。

なお、包括的抵抗感尺度およびその6下位尺度、劣等感尺度は、各下位項目の得点の総和を項目数で除したものをそれぞれの得点とした。

【結果と考察】

1. メールと来室の異同

6下位尺度を従属変数として、 t 検定を行った(Table4)。有意差は検出されなかった。

さらに、「主訴による抵抗感」の10項目についても同様に t 検定を行った(Table5)。「自分の性格について知りたいとき、カウンセラーに相談するだろう」という項目のみ、来室よりメールカウンセリングの方が5%水準で有意に低かった。

有意差が検出されなかったことに対して拡大解釈は厳に慎まなければならないが、女子学生はメールカウンセリングに対して、来室と比較してさほど抵抗はないのではないだろうか？また、

Table 4 相談形式(メール・来室)による抵抗感の違い

	メールカウンセリング		来室			
	M	SD	M	SD	t 値	p
包括的抵抗感	2.14	0.30	2.15	0.29	-0.40	n.s.
主訴による抵抗感	2.92	0.61	2.84	0.52	-0.99	n.s.
呼応性への不安	2.87	0.59	2.92	0.62	0.53	n.s.
相談すると被る不利益	1.55	0.43	1.57	0.45	0.29	n.s.
自己イメージ悪化への不安	2.10	0.53	2.04	0.48	-0.82	n.s.
敗北イメージ	1.97	0.73	1.83	0.62	-1.44	n.s.
相談室への長い心的距離	2.46	0.62	2.47	0.66	0.10	n.s.

Table 5 主訴による抵抗感の違い

	メールカウンセリング		p	来室		t 値
	M	SD		M	SD	
家庭の問題で悩んだとき、カウンセラーに相談するだろう	1.96	0.81	n.s.	2.08	0.84	-1.04
自分の心理状態が不安定になったとき、カウンセラーに相談するだろう	2.26	0.86	n.s.	2.37	0.85	-0.91
部活やサークルで悩んだとき、カウンセラーに相談するだろう	1.88	0.76	n.s.	1.79	0.77	0.83
対人関係で悩んだとき、カウンセラーに相談するだろう	2.20	0.82	n.s.	2.24	0.94	-0.28
自分の将来の進路について決められないとき、カウンセラーに相談するだろう	1.80	0.80	n.s.	1.93	0.86	-1.12
自分の性格について知りたいとき、カウンセラーに相談するだろう	1.95	1.95	<	2.22	0.91	2.13
死にたくなったとき、カウンセラーに相談するだろう	2.58	1.00	n.s.	2.72	0.91	-1.01
もし家が経済的に困ったら、カウンセラーに相談するだろう	1.80	0.80	n.s.	1.89	0.83	-0.80
心理テスト(性格テスト、適性テストなど…)をして欲しいときに、カウンセラーに相談するだろう	2.18	1.01	n.s.	2.28	0.99	-0.68
もし悪徳商法(サギ商法)に引っかかったとき、対処方法(クーリングオフなど)について相談したい	2.15	1.00	n.s.	2.04	0.92	0.80

主訴が「自分の性格について知りたいとき、カウンセラーに相談するだろう」でのメールの方が来室より抵抗が低いという結果は、上記の考えをさらに支持するものと考えられる。さらに、この主訴は、女子大生において、来室(対面)の方が、抵抗が高いというのは興味深い結果である。「自分の性格」というのは女子大生において対人関係より、家庭内問題よりも、打ち明けにくい問題なのだろうか? 男子学生においても同様の結果となるのだろうか? これらに関しては、今後の課題である。

2. 相談室認知度の影響

1) 学生相談室の存在認知の影響

6下位尺度を従属変数に、メールと来室、および知っているか知らないかの認知を独立変数に2要因分散分析(2×2)を行った(Table6)。

Table 6 相談室認知とメール・来室抵抗感との関連

	相談室の認知					
	知っている			知らない		
主訴による抵抗感	<i>M</i>	<i>SD</i>		<i>M</i>	<i>SD</i>	
メールカウンセリング	2.89	0.58	†	3.13	0.77	
来室相談	2.81	0.53	†	3.01	0.42	
交互作用 <i>F</i> 値	0.04					
相談室への長い心的距離	<i>M</i>	<i>SD</i>		<i>M</i>	<i>SD</i>	
メールカウンセリング	2.48	0.59		2.31	0.83	
来室相談	2.39	0.66		2.82	0.52	
交互作用 <i>F</i> 値	5.67*					

(*: $p < .05$, <: $p < .05$, <<: $p < .01$, †: $p < .10$)

「主訴による抵抗感」では認知において10%水準ではあるが、メール、来室共に、相談室を「知らない」学生の方が、抵抗感が高かった。「(相談室を)知っているかどうか」が重要なのである。先述したように、有意差がなかった事項を拡大解釈することは慎まねばならないが、「1.」と同様の結果になったことは、示唆に富んだものと考ええる。

「相談室への長い心的距離」では5%水準で交互作用が検出された。そこで、単純主効果の検討を行った結果、5%水準で「知らない」学生は来室の方がメール相談よりも、強い「相談室への長い心的距離」を感じていることが明らかとなった($F(1,28) = 4.37$)。ここでも、先に論述したように、メールカウンセリングよりも来室の方が、抵抗感が強いようである。

2) 相談室が無料であることの認知の影響

1) と同様の2要因分散分析を行った。全てに有意差は検出されなかった。

3. 相談経験による影響

相談経験があるかどうかの影響を調べるため6下位尺度毎に、2要因分散分析(メール・来室×相談歴有無)を行った(Table7)。包括的抵抗感(5%水準)、相談室への長い心的距離(1%水準)において、相談経験有無による主効果が認められた。メールカウンセリング、来室共に、相

談経験のある方が、抵抗感が小さかった。

Table 7 相談経験の影響

	相談経験				
	相談経験有り			相談経験なし	
包括的抵抗感	<i>M</i>	<i>SD</i>		<i>M</i>	<i>SD</i>
メールカウンセリング	2.33 (28人)	0.20	<	2.43 (64人)	0.27
来室相談	2.29 (18人)	0.35	<	2.39 (81人)	0.23
交互作用 <i>F</i> 値	0.00				
相談室への長い心的距離	<i>M</i>	<i>SD</i>		<i>M</i>	<i>SD</i>
メールカウンセリング	2.21 (28人)	0.55	<<	2.56 (64人)	0.63
来室相談	2.28 (18人)	0.73	<<	2.51 (81人)	0.64
交互作用 <i>F</i> 値	0.30				

(*: $p < .05$, <: $p < .05$, <<: $p < .01$)

4. メール習慣の影響

メール習慣の影響を調べるため、1日にメールをほとんどしない群、10回以上群の2群を抽出し、6下位尺度、および主訴による抵抗感の10項目を従属変数に、2要因分散分析を行った(Table 8)。「自分の性格について知りたいとき、カウンセラーに相談するだろう」の項目にのみ、5%水準で交互作用が有意であった。それ以外では、有意差は検出されなかった。そのため、「自

Table 8 メール習慣高低群による違い

	メールを1日に…				
	ほとんどしない			10回以上	
	<i>M</i>	<i>SD</i>		<i>M</i>	<i>SD</i>
メール相談	2.00	0.894		1.606	0.747
N	6			33	
来室相談	1.75	0.707	<	2.474	0.762
N	8			38	
交互作用: $F(1,81) = 6.200$ *					
従属変数: 「自分の性格について知りたいとき、カウンセラーに相談するだろう」(逆転項目)					

(* と <: $p < .05$, <<: $p < .01$)

分の性格について知りたいとき、カウンセラーに相談するだろう」の項目にのみ単純主効果の検定を行った。

その結果、「1日にほとんどメールをしない群」では、有意差は検出されなかった。「1日に10回以上メールをする群」において、0.1%水準で来室の方がメールカウンセリングより抵抗感が高かった ($F(1,81) = 22.99, p < .001$)。ここでも、メールカウンセリングの方が、抵抗が少ない結果が導き出された。

5. 劣等感による影響

劣等感尺度の上位25% (2.90以上) を劣等感高群、下位25% (2.30以下) を劣等感低群とした。2群、メールカウンセリングと来室に対して、2要因分散分析を行った (Table9)。

Table 9 劣等感とメール・来室抵抗感との関連

	劣等感				
	劣等感高群			劣等感低群	
相談すると被る不利益	<i>M</i>	<i>SD</i>		<i>M</i>	<i>SD</i>
メール相談	1.73	0.46	>>	1.54	0.39
来室相談	1.77	0.41	>>	1.49	0.47
交互作用 <i>F</i> 値	0.32				
自己イメージ悪化への不安	<i>M</i>	<i>SD</i>		<i>M</i>	<i>SD</i>
メール相談	2.31	0.5	>>>	1.91	0.49
来室相談	2.17	0.4	>>>	1.78	0.44
交互作用 <i>F</i> 値	0.01				
敗北イメージ	<i>M</i>	<i>SD</i>		<i>M</i>	<i>SD</i>
メール相談	2.19	0.83	>	1.89	0.59
来室相談	1.88	0.69	>	1.67	0.51
交互作用 <i>F</i> 値	0.13				
相談室への長い心的距離	<i>M</i>	<i>SD</i>		<i>M</i>	<i>SD</i>
メール相談	2.65	0.69	>>	2.27	0.6
来室相談	2.6	0.39	>>	2.22	0.69
交互作用 <i>F</i> 値	0				

(< : $p < .05$, << : $p < .01$)

すべてにおいて交互作用は検出されなかった。「相談すると被る不利益」、「自己イメージ悪化への不安」、「敗北イメージ」、「相談室への長い心的距離」において、劣等感高群の方が低群より、各

抵抗感が高いことが明らかとなった。やはり、劣等感の高低は、メール相談、来室に関係なく、カウンセリングそのものへのアクセスが困難なようである。また、「敗北イメージ」においては、劣等感高群、劣等感低群ともに、来室相談よりもメール相談の方が高かった。これは、「劣等感」高低に関わらず、メール相談に関して敗北イメージを持つということを意味している。「敗北イメージ」の質問項目は、「相談室は、絶望した人が行くところだと思う。」「相談室は、追いつめられている人が行くところだと思う。」「相談室は、精神的に弱い人が行くところだと思う。」の3つである。メール相談は、「書きことば」のコミュニケーションである。「書きことば」は「話ことば」よりも作業の認知水準がより高くなるものである。「書く」という作業を通して、「敗北感」が強く認知され抵抗感が強くなるのだろうか？

本研究では、この分析結果のみが、メールカウンセリングの方において抵抗感が高いという結果となっている。先述してきたように、主訴「自分の性格について知りたいとき、カウンセラーに相談するだろう」においても、相談室の認知度においても、メール習慣の分析においても、メールカウンセリングの方が、抵抗が低いという結果であった。にもかかわらず、劣等感という要因を加味した分析結果だけが、逆の結果となったことになる。もしくは、我々は敗北＝敗者＝恥ずかしい事、情けない事と捉えている解釈が間違っているのかもしれない。むしろ、誰もが絶望したり追いつめられたり、精神的に弱ったりしながら、生きていくわけである。そのようなときの最後の砦が相談室というポジティブな捉え方を学生達はしているのかもしれない。この検証は、項目文を「相談室は、絶望した人が行くところだと思うので、抵抗がある」等に変えて調べてみる必要がある。これも今後の課題である。

【まとめ】

本研究の目的は、女子学生達のメールと来室による抵抗感を調査し、その異同を検討することにあつた。少なからぬ専門家達の懸念を他所に、女子学生達のメールカウンセリングに対する抵抗はそう強くないという結果となった。欧米での動向からみても、カウンセリングにおけるメールの役割は今後も一層高くなると思われる。その長所、短所をしっかりと認識しながら、クライアントの援助のためにメールカウンセリングが有効に活用されることを望む次第である。

【謝辞】

本研究の調査にご協力下さいました被験者の皆様に、この場を借りまして、感謝の辞を述べさせていただきます。

引用文献

- American Counseling Association(2005). ACA Code of Ethics. <http://www.counseling.org/>
- 林 潔 (1999). 電子メールによるカウンセリングおよび援助 (helping) 活動について (2). 白梅学園短期大学 情報教育研究, 2, 23-30.
- King,S.A.& Moreggi,D.(1998).Internet therapy and self-help groups -the pros and cons-. In Gackenbach, J.(Eds.) Psychology and the Internet: Intrapersonal, interpersonal, and transpersonal implications. San Diego, CA, US: Academic Press. 77-109.
- Knatz, B. & Dodier, B.(2003). Hilfe aus dem Nets -Theorie und Praxis der Beratung per E-Mail (斎藤友紀 雄 監修 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際― ほんの森出版)
- 倉本英彦 (2008). NHK ひきこもりネット相談の実際 精神科治療学 23(5), 543-547.
- 宮崎圭子 (2004). 電子メールによる卒業生のキャリア相談—学生相談室が関わった2事例を通しての考察— 日本産業カウンセリング学会第9回大会発表論文集 152-155.
- 宮崎圭子 2005 学生相談室における電子メール相談利用形態 日本学生相談学会第23回大会発表論文集 74.
- NBCC(2005). Code of Ethics. <http://www.nbcc.org/AssetManagerFiles/ethics/nbcc-codeofethics.pdf>
- 沖田洋子・小林正幸 (1999). 電子通信メディアを媒介とするカウンセリング活動に関する展望 カウンセリング研究 32(3) 320-330.
- Pollock,S.L.(2006).Internet counseling and its feasibility for marriage and family counseling. The Family Journal. 14. 65-70.
- Sampson,J.P., Kolodinsky, R.W., & Greeno, B.P.(1997).Counseling and the information highway: Future possibilities and potential problems. Journal of Counseling & Development. 75(3), 203-212.
- 佐藤英明 (2007). 専門援助職に対する被援助志向性における抵抗感 跡見学園女子大学大学院 修士論文
- 関口隆一・井手友紀子・菊池礼子・照屋智子・中江亮太・斉藤正美・杉山 一 (2008). 精神保健福祉センターにおける電子メール相談 精神科治療学 23(5), 531-537.
- 上村茂仁 (2003). 電子メール、インターネット掲示板を使った女子学生への性相談の可能性について 日本女性心身医学雑誌 8(3), 305-310.