

大学生の新・消費行動

MINE **Pay**

～プライスレスな『経験』で自分還元～



大学生1,000人にきいた
「大学生の消費」に関する意識調査
結果報告書

2019年12月
大学生意識調査プロジェクト（FUTURE2019）
公益社団法人 東京広告協会

ごあいさつ

私たち「大学生意識調査プロジェクト(FUTURE2019)」は首都圏5つの大学(青山学院、駒澤、上智、専修、千葉商科)で構成され、広告やマーケティングを学ぶ学生が集まって今年4月に発足した有志団体です。

今回、私たちは調査テーマを、『大学生の消費』としました。キャッシュレス、サブスクリプションなどスマートフォンの普及とともに、大学生を取り巻く消費や買物などの環境が大きく変わりつつあります。そこで、時間とお金の観点で大学生ならではの消費行動の実態と意識を、多様な視点から明らかにしたいと考えました。

今年の7月に参加5大学の1～4年生の男女1,000人を対象にアンケート調査を実施し、4ヶ月にわたる集計・分析を経て、この調査報告書が完成いたしました。未熟な点が多々あるかとは思いますが、私たち自身で調査・分析した『大学生の消費』の意識が、少しでも皆様のお役に立つことを願っております。

また、この調査を通して、他のメンバーとの交流を深められたことや、実際にマーケティングリサーチを実践し学べたことは、私達にとって大変貴重でかけがえのない経験となりました。

このプロジェクトを進めていくにあたってご支援くださった各大学のゼミの先生方、公益社団法人 東京広告協会の高堀大介氏、ご多忙の中、アドバイザーとしてご指導してくださいました(株)博報堂の古賀晋氏、井上雄二氏、小池健人氏、(株)電通の野中祐輔氏、ならびに(株)H.M.マーケティングリサーチをはじめ、ご支援くださいました全ての皆様に心より御礼申し上げます。

2019年12月
大学生意識調査プロジェクト(FUTURE2019) 一同

この「大学生意識調査プロジェクト」は実践的にマーケティングリサーチを学びたいという大学生有志の要請に応じて協賛・指導してきたもので、今回で第25弾となります。例年に引き続き、調査企画の立案と調査設計、調査票の作成と実査、さらには集計から分析にいたるまで、一連の作業全ては、東京広告協会指導のもと大学生自らの手で行いました。

今回の調査では、『大学生の消費』に対する意識や実態に焦点を当てています。設問については、大学生ならではの発案がみられ、回答にも大学生の正直な意識が浮かび上がるなど、大変興味深い分析が得られたものと自負しております。この結果が皆様の日ごろの活動の一助となれば、誠に幸いです。

最後になりましたが、昨年に引き続いて一連の作業にご指導・ご協力頂いた、(株)博報堂の古賀晋氏、井上雄二氏、小池健人氏、(株)電通の野中祐輔氏、ならびに(株)H.M.マーケティングリサーチをはじめ、ご支援くださいました全ての皆様に心より御礼申し上げます。

2019年12月
公益社団法人 東京広告協会 広報委員会

もくじ

ごあいさつ	1
発刊に寄せて ～参加大学のゼミナール指導担当教授より～	3
調査設計	4
調査結果：概略編	5
寄稿 ～調査結果を読んで～（専修大学 経営学部教授 石崎徹）	17
定点観測	18
調査結果：詳細編 ～全設問の結果一覧～	19
活動報告 ～24人で歩んだ235日間の奇跡～	84
プロジェクトを終えて ～参加メンバーよりひとこと～	86
付)調査票	99

発刊に寄せて

～参加大学のゼミナール指導担当教授より～

大学生の消費行動は、新たな時代の兆候として、近未来の社会予想図としていつも興味深い。そんな大学生の消費行動を調査したFUTURE2019に見る若者像は複雑だ。自分の成長のためにお金も時間も使いたい。友人との付き合いも、自分のためになるかどうかを考える。これだけ聞くと成長意欲に満ちた「意識の高い」若者のように思えるが、お金の使い途は、友人との交遊や洋服、飲食が上位と意外に普通。自己成長に貪欲なはずなのに行動が伴っていないように見えてしまう。意識が高いというより、意識先行なのかもしれない。大学生が目指す「成長」とは何なのか、今回の調査結果を踏まえて考えてみたい。

キャッシュレス化やネット通販の常態化といった買物環境の変化によって、私たちの消費意識・行動も大きく変わっていくはずである。FUTUREに参加した学生たちには、今回の調査結果を自分自身の意識や行動に照らして今一度見直してもらいたい。そこから残りの学生生活で取り組むべき意義ある研究課題を見つけ出して欲しい。

最後に、今年も長期間に渡って熱心かつ親身にご指導くださった博報堂、電通のアドバイザーの皆様、ならびにご協賛・ご指導くださった東京広告協会の皆様から感謝申し上げます。

青山学院大学 経営学部 芳賀康浩

今年の大学生意識調査プロジェクト(FUTURE)のテーマは「消費に関する意識」である。3年前の調査結果では「お付き合い消費」が中心であったが、今年度は「自分ゴト消費」が中心で、自らの成長につながる消費に重点を置くようになっていくという総括は興味深かった。

私のゼミから、このFUTUREプロジェクトに学生を紹介するようになって、今年で11年目になる。本プロジェクトの指導には、大学教員は一切かかわっておらず、テーマ設定から調査実施まで、すべて学生主体で行われていると聞いている。成績評価などのインセンティブがないにもかかわらず、毎年、学生たちが積極的にプロジェクトに参画して努力を積んでいる様子を見てみると、ひとえに、本プロジェクトを主宰されている公益社団法人東京広告協会をはじめとして、ご支援をいただいている企業様のご指導力の賜物であると感じている。この場を借りて、公益社団法人東京広告協会、株式会社博報堂、株式会社電通、株式会社H.M.マーケティングリサーチの、本プロジェクトの担当者みなさまに、厚く御礼を申し上げる。

上智大学 経済学部 杉谷陽子

今回の調査目的では「デジタル時代」が強調されている。したがって、多様なデジタルコンテンツやサービスの話かと予想したが、それは違った。結論としては、現在の大学生は「自分ゴト消費」を意識して、早い段階から「将来」に備えているのだという。人づきあいまでもが「自分の成長のため」という。3年前の調査では「お付き合い消費」を重視していたのに、これほど意識は変わるのかと驚いた。

目的と結論の印象があまりに違うので、改めて考えてみると、気づいた。デジタル時代の「効率化」と、現在の大学生の「合理性」が合致するのかもしれない。ここでいう合理性とは、自分の得になることを選択的に、という意味である。3年前、他人の目ばかり気にする「お付き合い消費」に対しては、もっと個人の意思の強さが欲しいと感じたが、今回の「合理性」とは違う。個人の意思の強さは、決して個人の利得の追求のみで代替されない。そこには他者に対する尊敬の念がない。

データの解釈に飛躍を感じる部分があり、本当にそう結論づけるべきか疑問に思うところもある。ただ、メンバーの総意として、この結論に至ったのであれば、寂しさを感じる。なぜこの結論に至ったのか、作業プロセスを詳細に聞きたいと思った。

今年是最終的に7名のゼミ生がやり遂げた。失礼ながら、参加当初には最後まで続かないだろうと予想した学生もいたが、その認識は間違いだった。東京広告協会ならびに博報堂、電通の皆様熱心な指導のおかげである。心より感謝したい。

千葉商科大学 サービス創造学部 松本大吾

デジタルネイティブな現代の若者は、一般的にネットを使いこなしているイメージがあるだろう。しかし学生と話すと、リスク回避のためクレジット決済を嫌がる学生もいれば、メルカリでモノを売ったことのない学生も多いと感じる。本調査では、それを具体的に示しており、興味深かった。例えば、デジタルコンテンツの使い方では全体的に数値が低く、現金よりもデジタル決済を利用する人は16.7%しかいない。お金の稼ぎ方では、フリマで稼ぐ金額はゼロの人が95.1%と圧倒的である。

加えて、現代の学生が、友人とのリアルな付き合いやリアルな買い物を重視するという結果も面白い。コト消費が盛り上がっている市場環境から納得のいく一方で、SNSを中心とした表面上の付き合いが多い、という世の中のイメージとは異なる姿を表している。このように、世の中のイメージとのギャップを浮き彫りにした調査結果は、とても価値があるだろう。

ただ、結論に対する解釈はもっと知りたかった。リアルな体験を重視し、1年生のうちから将来の意識が高いという結論はとても興味深いだけに、なぜそういう結果が得られたのか、もっと突っ込んだ解釈が欲しい。

そして、大学教員として最も衝撃を受けたのは、勉強時間であった。大学の専攻や授業に関する勉強時間が週に1.08時間(!)とは…。とても良い質問であるため、ぜひ毎年質問してもらい、時系列での変化をみてみたい。最後に、今年も、長期間にわたり丁寧な指導をして頂きました博報堂、電通の皆さま、および東京広告協会の皆さまへ心よりお礼申し上げます。

駒澤大学 経営学部 中野香織

令和最初の年、今年のテーマは「大学生の新・消費行動 MINE Pay～ブライズレスな『経験』で自分還元～」である。大学生のキャッシュレス消費行動についての調査なのかと思って報告書を読んでみると、キャッシュレス決済の特徴をモチーフに分析した、大学生の消費行動分析であることが分かった。大学生の時間とお金の消費に対する実態と意識が詳細に分析され、とても興味深い。

大学生は、友人・知人との交際などのリアルな消費を重視し、さらに自分磨きのために時間とお金を消費し、また消費したいとのことだ。将来を見据えた意識の高い大学生が大変多いことが分かる。

今年も半年間にわたり学生諸君はよくがんばったし、多くのことを学んだと思う。そして、貴重な時間を削ってまでご指導をいただいたスタッフの皆様、ならびにご協力いただいた東京広告協会様に衷心よりお礼申し上げます。

専修大学 経営学部 石崎徹

調査設計

- 調査目的 : スマートフォンの普及とデジタルテクノロジーの発展を背景に、キャッシュレス、シェアリングサービスの浸透、デジタルコンテンツの爆発的増加により、消費の「効率化」「簡便化」が急速に進む。デジタルネイティブ世代の大学生にとって、これらは生活必需品ともいえるであろう。日常の消費行動が、「楽に」「簡単に」なものへ移行する中、大学生が価値ある消費として選択する消費とは一体何なのか。その背景にはどんな意識があるのか。デジタル時代を生きる大学生ならではの消費行動の意識と実態を探ることを本調査の目的とする。
- 調査期間 : 2019年7月8日～7月24日
- 調査方法 : アンケート自記入方法
- 調査対象者 : 首都圏の大学に在籍する1～4年の男女
- 調査対象大学 : 青山学院大学
駒澤大学
上智大学
専修大学
千葉商科大学
- 調査対象者数 : 1,132票
- 集計数 : 1,000票（割り付けは以下の通り）

		青学	駒澤	上智	専修	千葉	計
男性	1年生	25	25	25	25	25	125
	2年生	25	25	25	25	25	125
	3年生	25	25	25	25	25	125
	4年生	25	25	25	25	25	125
女性	1年生	25	25	25	25	25	125
	2年生	25	25	25	25	25	125
	3年生	25	25	25	25	25	125
	4年生	25	25	25	25	25	125
計		200	200	200	200	200	1,000

- 調査主体 : 大学生意識調査プロジェクト (FUTURE2019: Five Universities in Tokyo, Uni-REsearch)
- 指導 : 公益社団法人 東京広告協会
- 集計・分析協力 : 株式会社 H.M.マーケティングリサーチ

調查結果：概略編

第1章

時間は僅か、お金は数多

～稼ぐのに忙しく、時間が無い大学生～

本章では、現在の大学生の“消費実態”についてみていく。大学生は、時間やお金をどの程度持っており、どのように使っているのだろうか。

はじめに、平日1日の時間の使い方を聞いてみると、「アルバイト」と回答した人の平均時間が4.28時間と最も多く、続いて「大学の授業」と回答した人の平均時間が4.05時間という結果になり、大学の授業よりもアルバイトに時間をかけていることが分かる(図表1)。また、自由に使える時間を聞いてみると、平均時間は3.72時間となり、最も多いのは、「1～3時間」で全体の約4割という結果になった(図表2)。

これらのことから、現在の大学生はアルバイトに多くの時間を使い、自由に使える時間が少ないことが伺える。

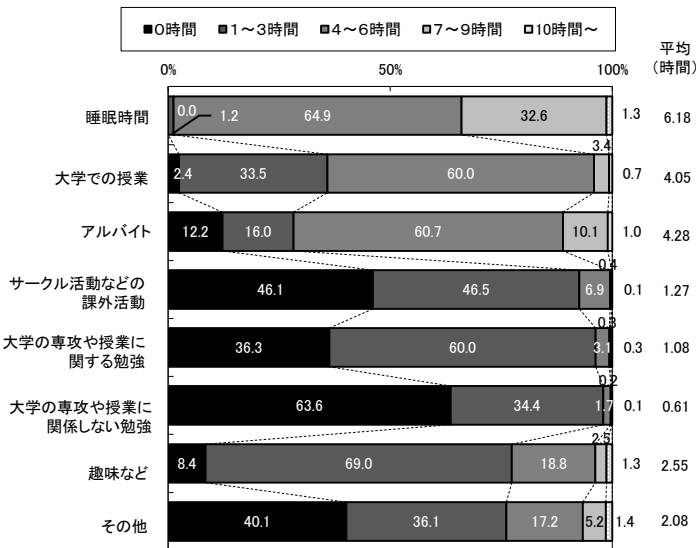
ではこのような大学生はといったどの程度、どのようにお金を稼いでいるのだろうか。

1か月当たりの収入を聞いてみると平均89,407円、そのうち自由に使えるお金の平均金額は61,550円ということが分かった(図表3)。

この収入源を聞いてみると、「アルバイトまたはインターン」と回答した人の平均金額が59,324円と最も多く(図表4)、自由に使える金額の約10割とほとんどに当たるという結果である。また、「家族からのお小遣い」の項目で0円と回答した人が全体の約6割という結果であった(図表4)。

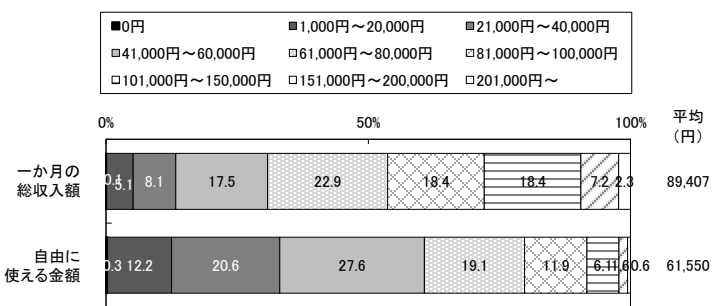
図表1 1日(平日)の時間の使い方

<全体:n=1000>



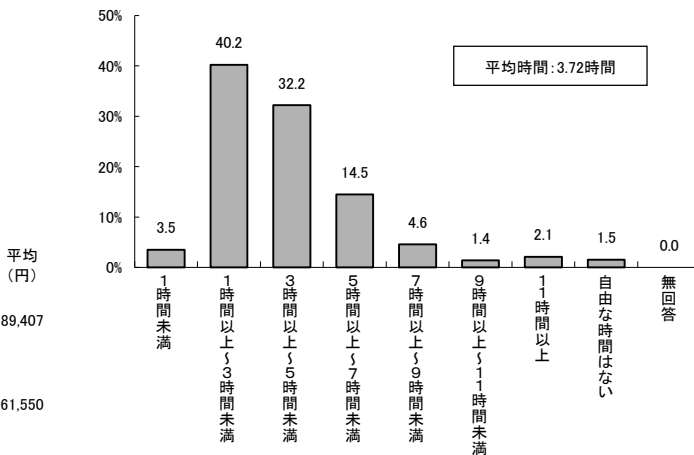
図表3 1か月間における総収入金額と自由に使える金額の分布

<全体:n=1000>



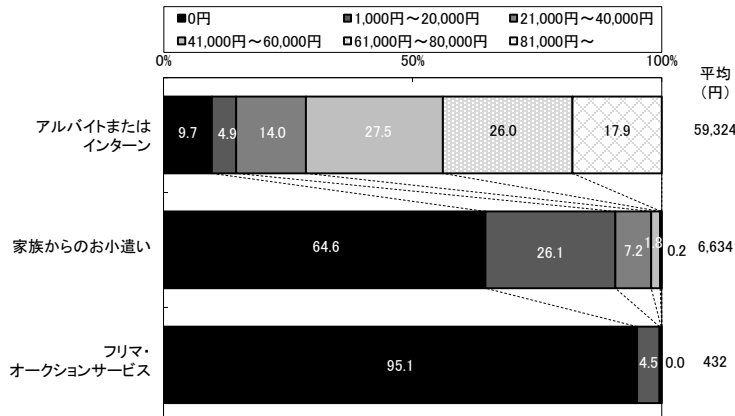
図表2 1日(平日)の自由に使える時間

<全体:n=1000>



図表4 お金の稼ぎ方別の金額分布

<全体:n=1000>



さらに、収入源に「フリマ・オークションサービス」と回答した人は、全体の1割にも満たず(図表4)、「メルカリなどでモノを売る前提で買い物をすることがある」と回答した人も全体の約1割に留まった(図表5)。

これらのことから、多くの大学生は家族からの経済的支援は受けず、自由に使えるお金の大半は自分で稼いでやりくりしていることがわかる。こういった経済状況の中、現在の大学生は自身の消費生活に対して、どのように感じているのだろうか。

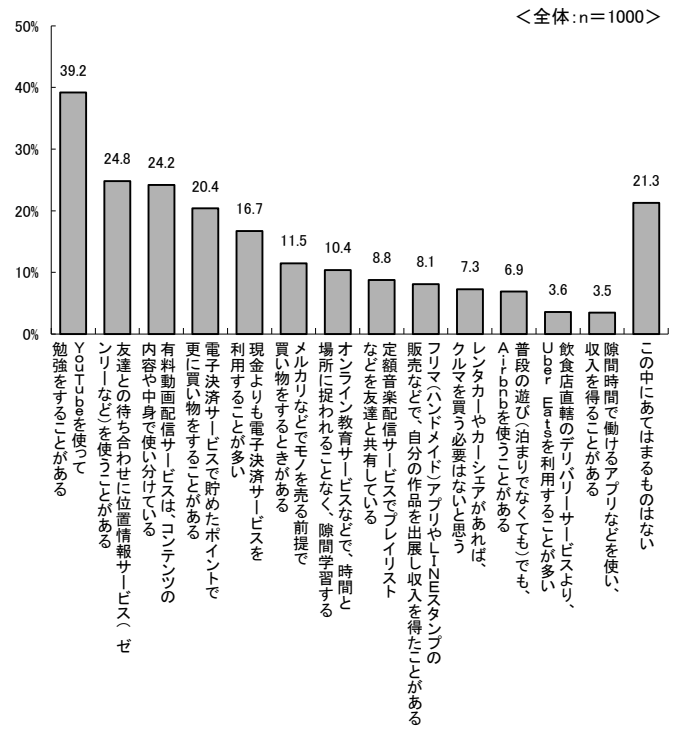
今後増やしたい時間・お金の使い方について、項目を揃えて聞いてみると、全ての項目において、「時間」の方が高いスコアとなった(図表6)。さらに時間の使い方でも重視する点を聞いてみると「頭を使わず、素の自分でいられること」と回答した人が全体の約9割でトップの結果となった(図表7)。

これらのことから、現在の大学生は“お金”よりも“時間”に対して不足感を感じており、特に、自分らしくいられる時間を希求するほどに切羽詰った状態であることがわかる。

以上のことから、世間的には「人生の夏休みである大学生」などと「時間は十分にあるが、お金は十分はない」と思われているものの、実際は正反対の状態にいらることが分かってきた。多くの時間をアルバイトに注ぎ生活費を稼ぐことによって、自由な時間が不足した結果、“お金”よりも“時間”に強く関心が向けられているということが見えてきた。

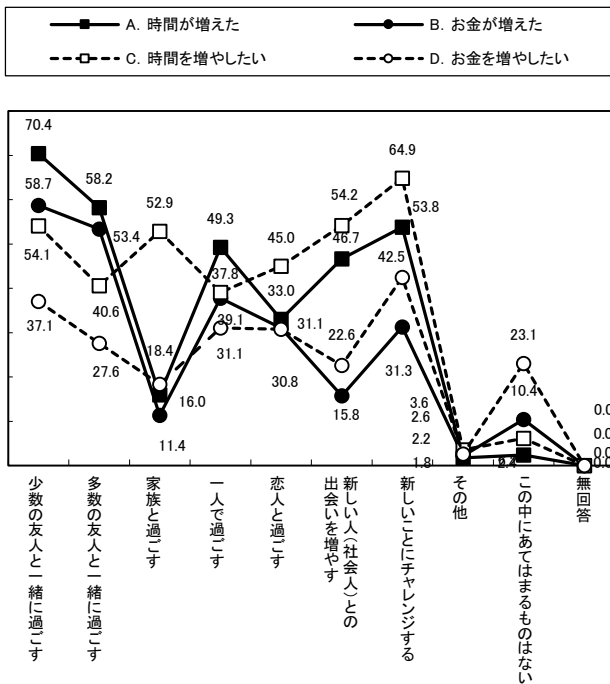
では、現在の大学生は、自分の時間が不足するほどに稼いだお金の、どのような消費をしているのだろうか。次の章では、具体的な消費の内容について見ていきたい。

図表5 サービスの使い方



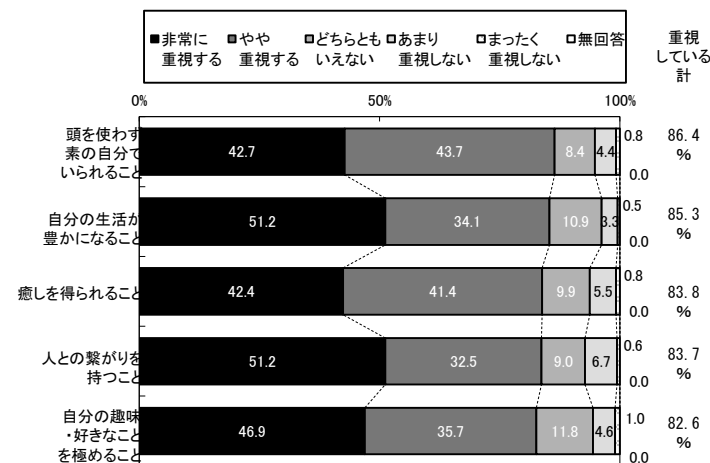
図表6 大学入学後増えた/今後増やしたい時間・お金の使い方

全体:n=1000



図表7 時間の使い方の重視度

全体:n=1000



第2章

デジタルネイティブ、リアルアクティブ。

～デジタルを駆使し、リアルの時間を生み出す大学生～

前章では、現在の大学生は意外にも自由に使えるお金は多い一方で時間が少ないという現状と、それゆえに彼らの関心が「お金よりも時間」であるという傾向が明らかになった。そこで本章では、具体的に彼らがどのようなモノ・コトに時間とお金を費やしているのを見ていく。

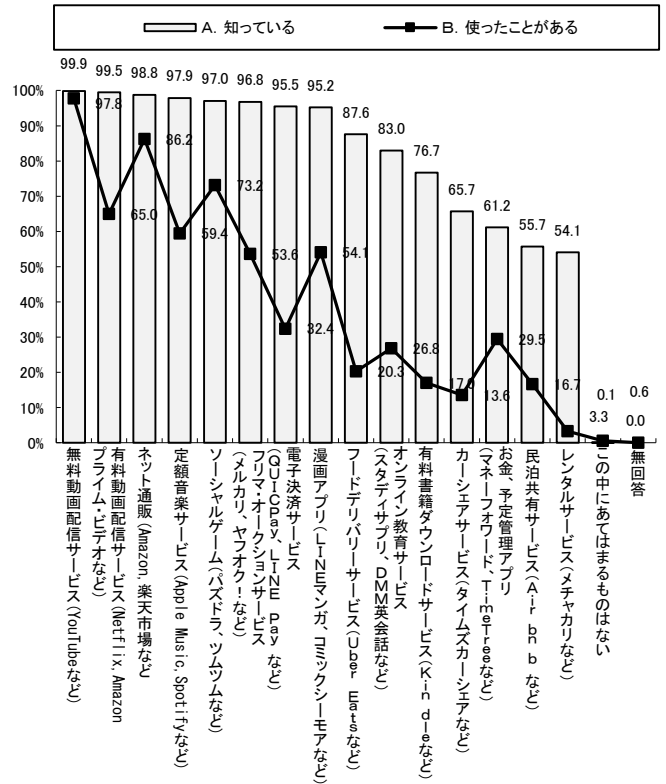
まず、あらゆるサービスのカテゴリにまたがってデジタルコンテンツを知っているかを聞くと、全てのコンテンツについて過半数以上が知っているという結果であった。その中で、最も利用経験が多いのは「無料動画配信サービス」で97.8%と、ほぼ全ての大学生が利用したことがあることが分かる(図表8)。これは、「有料動画配信サービス」の65.0%に比べ約30ptも上回った結果である(図表8)。次にデジタルコンテンツの利用理由を聞いてみると、「暇つぶしになる」「いつでもどこでも使える」「コンテンツや内容が良い」が上位となった(図表9)。さらに、デジタルコンテンツの使い方を聞いてみたところ、「YouTubeを使って勉強をすることがある」が約4割と最も高いスコアを獲得した(図表10)。これらのことから、現在の大学生はコンテンツのカテゴリを問わず、デジタルコンテンツになじみがあり、日々の生活の中でそれらをうまく活用していることが伺える。

では、このデジタルコンテンツでの消費こそが、彼らの消費の主だった消費なのであろうか。更に詳しく、大学生の消費について見ていきたい。

自由な“時間”の使い方について聞いてみると、「動画配信サービスで動画を見る」と回答した人が約7割と最も多く、次いで「音楽を聞く」「友人や知人と交際する」が上位となった(図表11)。次に、自由な“お金”の使い方について聞いてみると、「友人や知人と交際する」と回答した人が全体の約8割と最も多く、次いで「洋服を買う」「カフェや飲食店に行く」が、それぞれ約7割、約6割となった(図表12)。実際に、今後増やしたい自由に使えるお金の使い道を知ると、「洋服を買う」「友人や知人と交際する」「ライブ・スポーツ観戦、舞台などのイベントに行く」が、上位の結果となった(図表13)。これらのことから、現在の大学生は、時間もお金も、“リアル”なことへ使う気持ちが強いことが推察される。また、リアルの中でも友人との交際に多く消費する傾向にあるようだ。

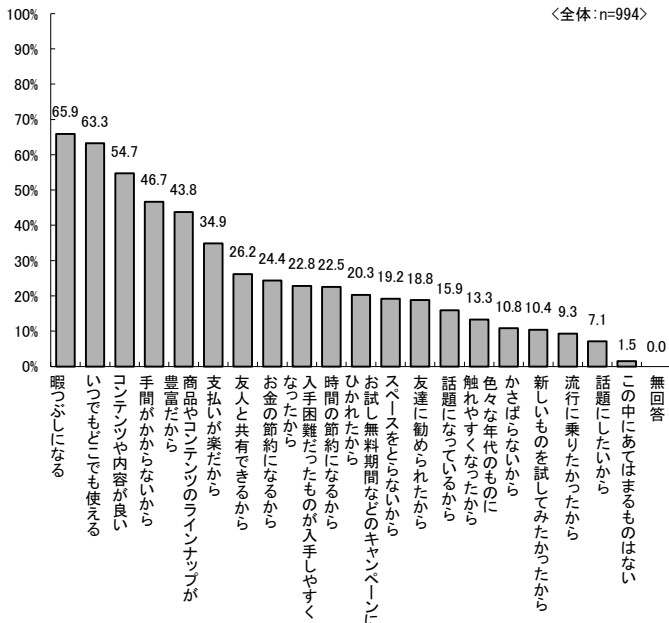
図表8 コンテンツ認知・利用経験

<全体:n=1000>



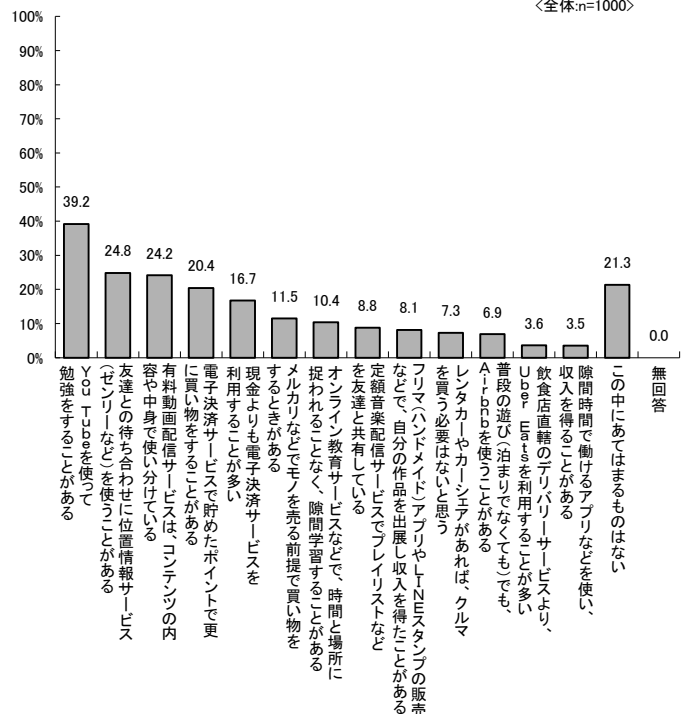
図表9 各種デジタルコンテンツやシェアリングサービスの利用理由

<全体:n=994>



図表10 デジタルコンテンツの使い方

<全体:n=1000>



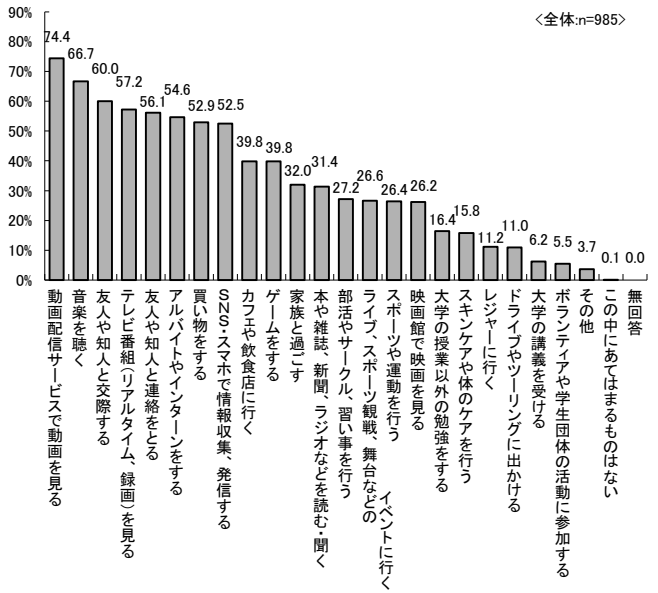
では、この“リアル”という消費傾向には、こういった意味合いが含まれているのだろうか。

まず、どんなもの・ことに時間を使いたいか自由回答形式で聞いてみると上位の解答は「スポーツをしたり、アーティストのライブやイベントに参加するなど、自分が好きなことに没頭する時間」が278人でトップ、次いで「人とのつながりを大切ににする時間」が267人、「資格や興味のある分野の勉強など自分のスキルアップや成長につながることに費やす時間」が204人であった。さらに、どんなもの・ことにお金を使いたいか自由回答形式で聞いてみると、上位の解答は「友人や家族/恋人、好きな人などとの交流や関係を構築すること」がトップで201人、次いで「服やアクセサリなど身に着けるものを買うこと」「音楽やスポーツ/食事など自分が楽しめる体験をすること」と続いた(図表14)。これらのことから、現代の大学生は、リアルタイムとしての現場性を重視した消費を志向していることがわかる。

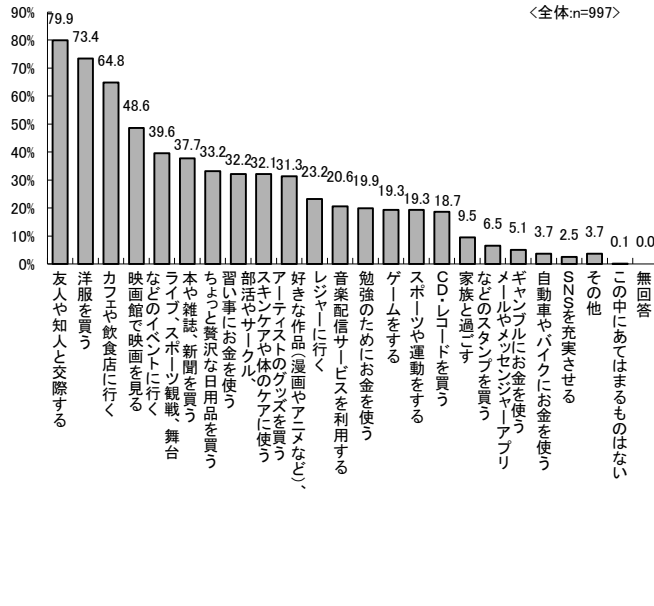
以上のことから現在の大学生は、意外にもデジタル上の消費は日々の生活をうまく切り抜けるための知恵として活用し、稼いだお金と、貴重な時間は、友人や知人と過ごすことを初めとするより現場的な“リアル”なものごとへ使っているということが明らかになってきた。

では、この消費傾向の背景には、彼らのどんな意識が隠れているのだろうか。次の章では、彼らの消費に見え隠れする意識について深く見ていく。

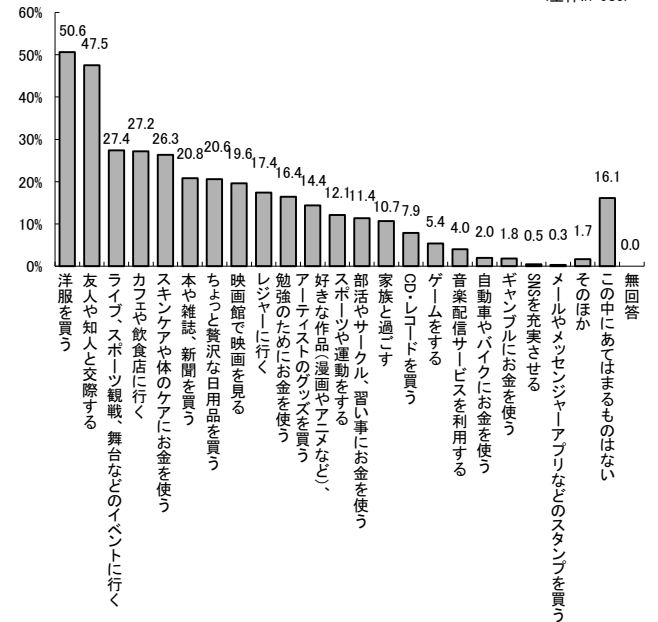
図表11 自由な時間の使い方



図表12 自由なお金の使い方



図表13 今後増やしたい自由に使えるお金の使い方



図表14 どんなもの・ことに時間/お金を使いたいか(自由回答)

順位	時間	人数
1位	スポーツをしたり、アーティストのライブやイベントに参加するなど自分な好きなことに没頭する時間	278人
2位	人とのつながりを大切ににする時間	267人
3位	資格や興味のある分野の勉強など自分のスキルアップや成長につながることに費やす時間	204人

順位	お金	人数
1位	友人や家族/恋人や好きな人などとの交流や関係を構築すること/向上すること	201人
2位	服やアクセサリなど身に着けるものを買うこと	198人
3位	音楽やスポーツ/食事など自分が楽しめる体験をすること	167人

第3章

友人ともオツキアイから、タカメアイ

～使いたいのは自分ゴト、友人すらも成長の糧に～

前章ではコンテンツ消費にとどまらず、学習にもデジタルコンテンツを活用するなどデジタルを駆使しながら、リアルを充実させている現在の大学生の消費実態がわかった。また、リアル消費の中では、自らの意志で「友人との交際」に多くを消費している傾向が明らかになった。本章では、なぜこのような消費実態が見られるのか、背景にある意識についてみていきたい。

まず、自由に使えるお金の使い方について聞いてみると、「友人や知人と交際する」が約8割と最も高く、次いで「洋服を買う」が約7割、「カフェや飲食店に行く」が約6割、「映画館で映画を見る」が約5割、「ライブ・スポーツ観戦・舞台などのイベントに行く」が約4割という結果となった。3年前に行った大学生意識調査結果(2016年時点)と比較すると、2016年の全体傾向は、自分よりも仲間と共に消費する使い方が上位にあがる一方で、今年度の結果は、より自分自身のための消費の傾向が強くていいる。また、「化粧品・美容関連」は、2016年は約2割だったのに対して、今年度は約3割と15pt以上の伸長が見られ、自分向け消費の高まりを示す特徴的スコアである(図表15)。また、消費に対する考え方について聞いてみると、「自分のためにお金を使う方だ」と回答した人が約9割となった。さらに、「モノを買う時は自分なりのこだわりを持って選ぶ方だ」と回答した人が約8割という結果となった(図表16)。

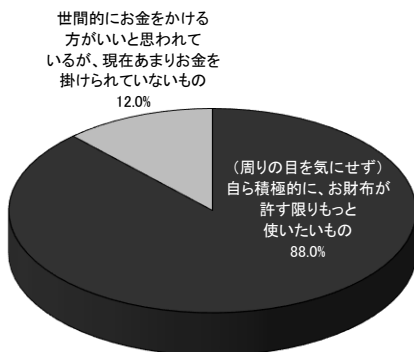
これらのことから、現在の大学生は消費選択の際に自分のライフスタイルやこだわり合うかどうかという「自分自身のため」という選択軸を非常に重視していることが明らかになった。

次に、今後増やしたいお金の使い方があると回答した人に対して、今後増やしたい自由に使えるお金の使い方に対する意識について聞いてみると、約9割が「(周りの目を気にせず)自ら積極的に、お財布が許す限りもっと使いたいもの」と回答した(図表17)。また、自由な時間があると回答した人に対して、今後その時間で増やしたいと思う時間の使い方を聞いてみると、「友人や知人と交際する」が約4割となった(図表18)。また、現在のお金の使い方について「友人や知人と交際する」と回答した人に対して、今後増やしたいお金の使い方を聞いてみると、約6割が「友人や知人と交際する」と回答した(図表19)。

これらのことから、今後自由に使えるお金に対して「自らの意志で使いたいものに積極的に使うもの」という意識が非常に強く、今後増やしたい時間・お金の具体的な使い方において「友人・知人との交際のため」という回答が高いことから、現在の大学生は、友人や知人との交際に対して積極的に時間・お金を費やしたいもの・好意的なものとして捉えていると考えられる。

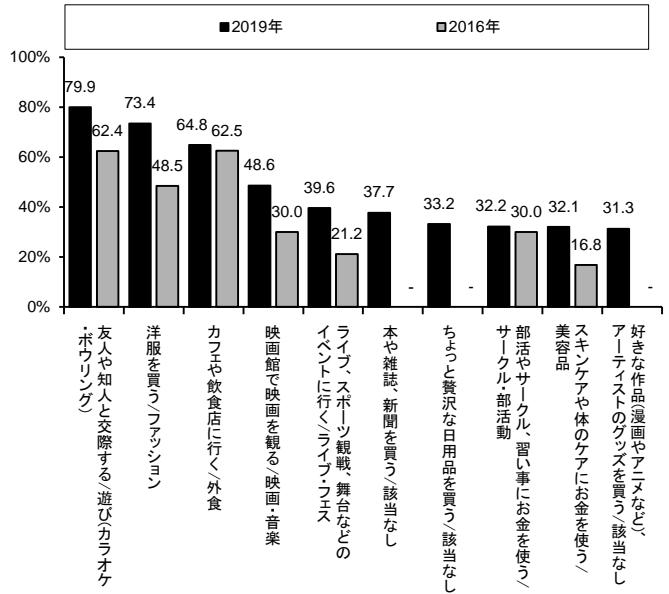
図表17 今後増やしたい自由に使えるお金の使い方への意識

<増やしたいお金の使い方ありベース:n=836>



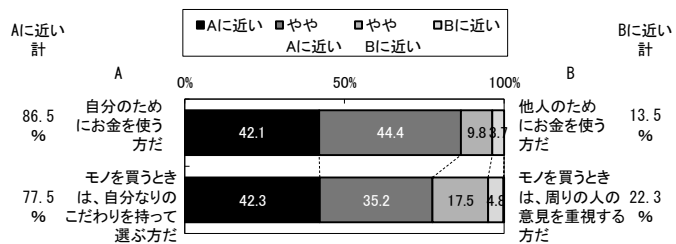
図表15 自由に使えるお金の使い方

<2019年 全体:n=997>
<2016年 全体:n=816>



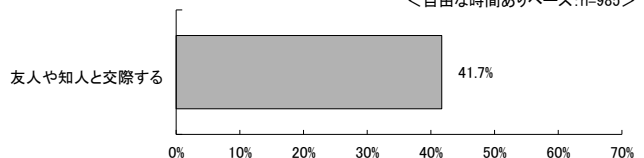
図表16 「消費」に対する考え方

<全体:n=1000>



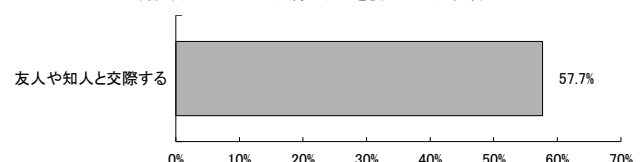
図表18 現在の自由な時間の中で「今後増やしたい時間の使い方」

<自由な時間ありベース:n=985>



図表19 現在のお金の使い方「友人や知人と交際する」×今後増やしたいお金の使い方

<現在友人や知人との交際にお金を使っていると回答した人ベース:n=796>



自分の判断軸を大切にしている大学生が、積極的に時間とお金を費やしたいと考える「友人や知人との交際」とは、大学生にとってどのようなものなのか深掘っていきたい。

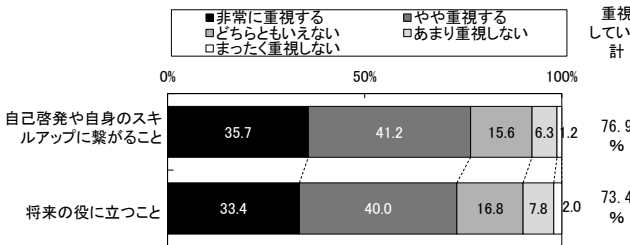
まず、自由回答形式でどのようなもの・ことに時間を使いたいかを聞いたところ、「人との繋がりを大切にしている時間」が267人、「資格や興味のある分野の勉強など自分のスキルアップや成長につながることに費やす時間」が204人と上位となった(図表20)。次に、自由回答形式でどのようなもの・ことにお金を使いたいか聞いたところ、「友人や家族/恋人や好きな人などとの交流や関係を構築すること/向上すること(食事や遊び等)」が201件、「今後のための自己形成や自己研鑽をすること(資格などの勉強/教養を身につける等)」が131人であった(図表21)。さらに、「自由に使えるお金の使い方」について聞いたところ、「友人や知人と交際する」と答えた人のうち、「時間の使い方の重視点」として「自分の生活が豊かになること」と答えた人が約9割、「自己啓発や自身のスキルアップに繋がること」と回答した人が約8割という結果となった(図表22)。これらのことから、現在の大学生にとっての友人・知人との交際は、単なる時間・お金を浪費するものではなく、自分自身の生活をより豊かにし、自己成長にもつながる大切な消費行動の一つとして捉えているからこそ、積極的に費やしたい消費として捉えていると思われる。

さらに、時間の使い方における重視点について聞いてみると、「自己啓発や自身のスキルアップに繋がること」という回答が約8割、「将来の役に立つこと」という回答が、約7割となった(図表23)。また、今後増やしたい時間とお金の使い方について聞いてみると、時間とお金の両項目で「新しいことにチャレンジする」が、それぞれ約6割、約4割と最も多くなった(図表24)。これらのことから、現在の大学生は、失敗を恐れずに新しいことにチャレンジしたいと考えており、自己成長意識が高いことがわかった。

以上のことから、現在の大学生は“自分自身の為になるかどうか”や“自分のライフスタイルやこだわりに合うかどうか”という、「自分自身の判断軸」による消費行動の選択を非常に重視していることがわかった。また、自分自身の為の消費と友人・知人との消費という、一見矛盾しているように見える2つの消費行動をどちらも大切にしている意識の背景には、友人と過ごす時間とは、単なる“オツキアイ消費”ではなく、新たな価値観を吸収し、自分の視野を広げ、自分磨きに繋がる消費だと捉えており、大学生の自己成長に貪欲な一面を見ることができているのではないだろうか。

図表23 時間の使い方における重視点

<全体:n=1000>



図表20 どんなもの・ことに時間を使いたい(自由回答)

<全体:n=1000>

順位	時間の消費意向	件数
1位	スポーツをしたり、アーティストのライブやイベントに参加するなど自分が好きなことに没頭する時間	278人
2位	人との繋がりを大切にしている時間	267人
3位	資格や興味のある分野の勉強など自分のスキルアップや成長につながることに費やす時間	204人
4位	家でテレビや動画を見たり、睡眠をとるなど、1人で自由にゆつくと過ごす時間	129人
5位	映画を見るなど、自由に自分の好きなことをして過ごす時間	91人

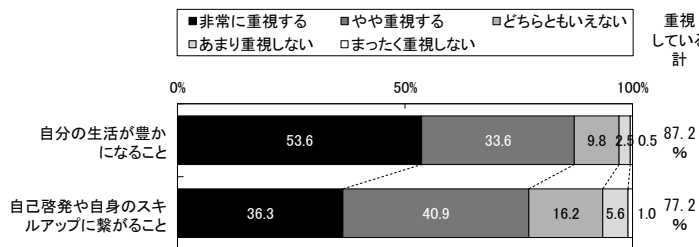
図表21 どんなもの・ことにお金を使いたい(自由回答)

<全体:n=1000>

順位	お金の消費意向	件数
1位	友人や家族/恋人や好きな人などとの交流や関係を構築すること/向上すること(食事や遊び等)	201人
2位	服やアクセサリーなど身につけるものを買うこと	198人
3位	音楽やスポーツ/食事などが楽しめる体験をすること	167人
4位	本/買い物などが欲しいものや興味を惹かれるものといったモノに使うこと	136人
5位	資格などの勉強/教養を身につけるなど今後のための自己形成や自己研鑽をすること	131人

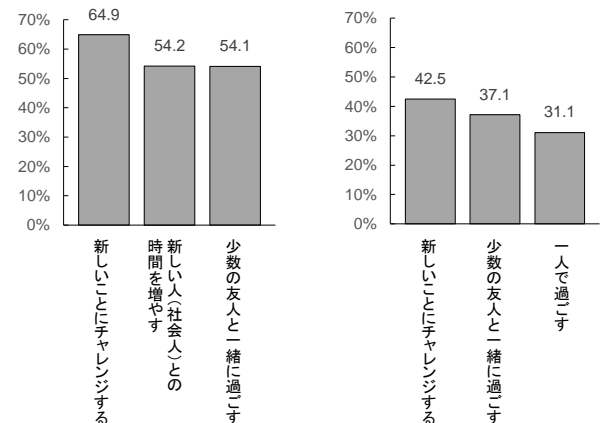
図表22 自由に使えるお金の使い方×時間の使い方の重視点

<友人や知人と交際すると回答した人ベース:n=796>



図表24 今後増やしたい時間・お金の使い方

<全体:n=1000>



第4章

『消費力を高めるための、新・三種の神器』

～選択、体験、追求でミライを切り拓こうとする大学生～

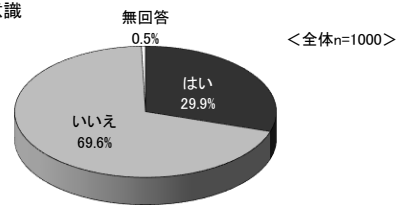
現在の大学生は、自分たちの消費を自分のライフスタイルやこだわりに合うかどうかという基準のもと、友人と過ごす時間においても新たな価値観を吸収し、視野を広げる自分磨きに繋がる消費と捉えていることがわかった。本章では、今まで見てきた消費の実態について、どのように感じているのかをみていきたい。

まず、自身のことを消費上手だと思うかを聞いてみると「消費上手ではない」と回答した人が全体の約7割となった(図表25)。次に、自由に使えている時間やお金の長さについての満足度を聞いてみると、時間/お金どちらに関しても満足しているのは、ほぼ半数であることがわかった(図表26)。加えて、時間/お金どちらに関しても満足度が高い大学生は、自分自身のことを消費上手だと答えていることもわかった(図表27)。これらのことから、現在の大学生は消費の仕方によって満足度は異なり、まだまだ改善の余地があると考えていることがわかる。

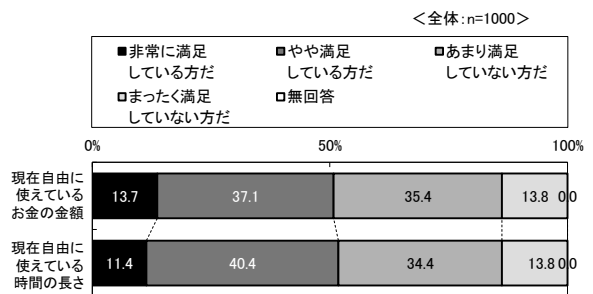
では、どのような消費が現在の大学生にとって良いモノだと感じるのだろうか。

時間とお金両者に対して満足している大学生と満足していない大学生の消費行動を比較してみると、満足度の高い大学生は「世間の評判や口コミなどは気にならない」「好きなもの・熱中しているものにはトコトンお金も時間も掛けたい」「一度購入すると、ずっと使い続ける」という回答が上位であった。一方で、満足度の低い大学生は「予定外の消費をする」「使えるお金は使い切る」が高い結果となった(図表28)。次に、消費上手と回答した人と消費上手ではないと回答した人の消費行動を比較してみると、「計画的に消費する」「その場のノリではなく自分でじっくり検討する」「使えるお金はできるだけ貯金する」「なるべくスケジュールは埋めておきたい」「一度購入すると、ずっと使い続ける」の順で消費上手と回答した人のスコアが消費上手ではないと回答した人のスコアを上回る結果となった(図表29)。これらのことから、計画的に取捨選択をしながら時間を有効活用し、周りに左右されることなく、自分の好きなモノ、熱中するモノに『十分な時間、お金、そして労力をかけて』消費できていることが、現在の大学生の消費満足度を高めていると言える。

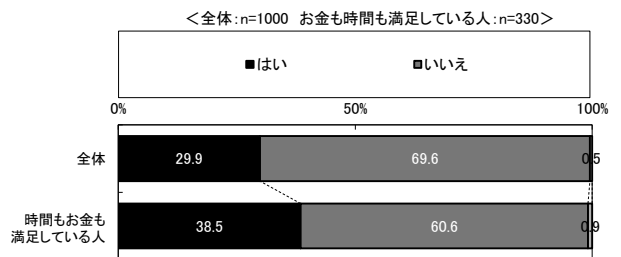
図表25 消費上手意識



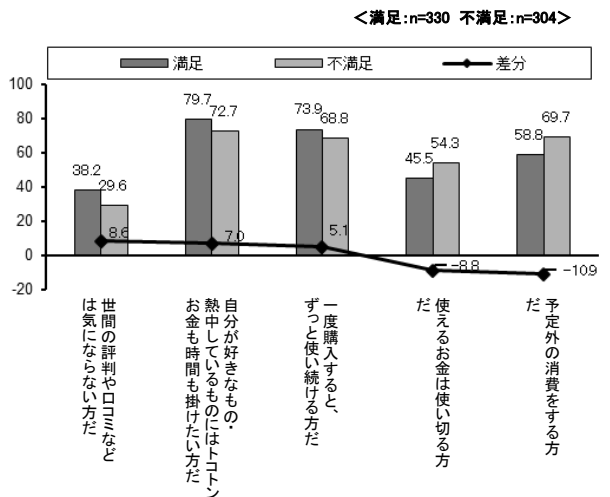
図表26 自由に使えているお金や時間の長さについての満足度



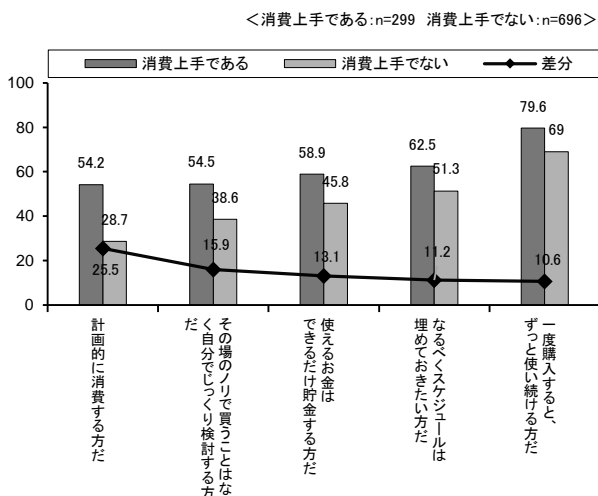
図表27 自由に使えているお金や時間の長さについての満足度×消費上手



図表28 消費行動×自由に使える時間/お金・満足度



図表29 消費行動×消費上手



では、周りに左右されず自分が好きなモノや熱中するモノに消費することを現在の大学生はどのように評価しているのだろうか。

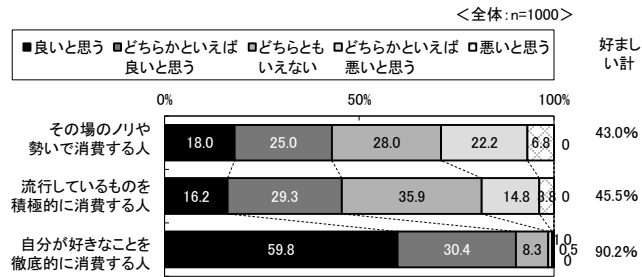
他人の消費に関する考え方について聞いてみると、「自分が好きなことを徹底的に消費する人」を良いと思うと回答した人が全体の約9割を占めた(図表30)。また、他人の時間の使い方に対する評価を聞いてみると、「周りの人があまりしていないようなことに時間を使う」「大人数でいる時よりも少人数の仲のいい友人といるときに多くの時間を過ごす」という意見に対して、「好ましい(計)」と回答した人がそれぞれ全体の約7割となった(図表31)。また、他人のお金の使い方に対する評価を聞いてみると、「周りの人があまりしていないようなことに金を使う」「大人数でいる時よりも少人数の仲のいい友人といるときに多くの金を使う」に対して「好ましい(計)」と回答した人が全体の約7割という結果となった(図表32)。これらことから現在の大学生は、自分が好きなこと熱中できることを求め、多数よりも少数の友人と新しい経験をしながら高め合っているような人を高く評価していることがわかる。

この傾向は消費上手の基準とどのように関連しているのだろうか。

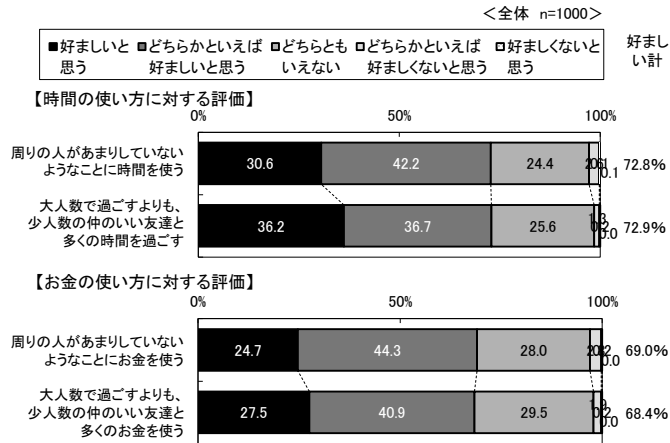
まず、消費上手でないと回答した人に対して、他人の時間の使い方に対する評価を聞いてみると、「周りの人があまりしていないようなことに時間を使う」「大人数で過ごすよりも、少人数の仲のいい友達と多くの時間を過ごす」「自分の成長やスキルアップのためにより多くの時間を使う」がそれぞれ約7割となり、消費上手であると回答した人のスコアも上回った(図表33)。同様にお金の使い方についての評価を聞いてみると、他人の時間の使い方に対する評価で見た、上記の3項目がそれぞれ約7割で上位となった(図表34)。これらことから、消費上手ではない人が憧れる他人の消費についても、量産型の消費ではなく、周りに左右されることなく自分自身を未来に向けて高めていくことが頭にあるようだ。ゆえにこの意識が消費上手となるための鍵になってくると考えられる。

以上のことから、現在の大学生は自分の消費を発展途上だと捉えている。さらに意識を深掘ってみると、現在の大学生の理想的な消費には、3つの傾向があるようだ。1つ目は計画的に取捨選択しながら行うこと。予定外の消費や無駄な消費を大学生はあまり好んでおらず、お金や時間を使うところを抑えるところを見極めるところからはじめる。次に時間、お金、労力といった十分なプロセスを経ること。デジタル化時代に様々な知識や情報を効率よく簡単に得られるようになった大学生にとって、求めている消費は肌で一度感じてみる「体験」というプロセスであり、自分が「進化」していく上で、欠かせないと考えている。最後に、最も大事なことは、流行や周りに流されずに自分が夢中になれることを極めること。どんなに社会的価値のある体験や周りが評価しているものでも「自分」に合っていないければ意味がないと感じており「自分らしく」なければ満足できない。言い方を変えると、現在の大学生の求めている消費は「自分らしさを深める」消費であり、自分の進化や深化を実感できることが彼らの満足度に繋がるようだ。それは、この複雑かつ多様な社会で生き抜くため、個を確立させ活躍するための術として身に付けているのかも知れない。

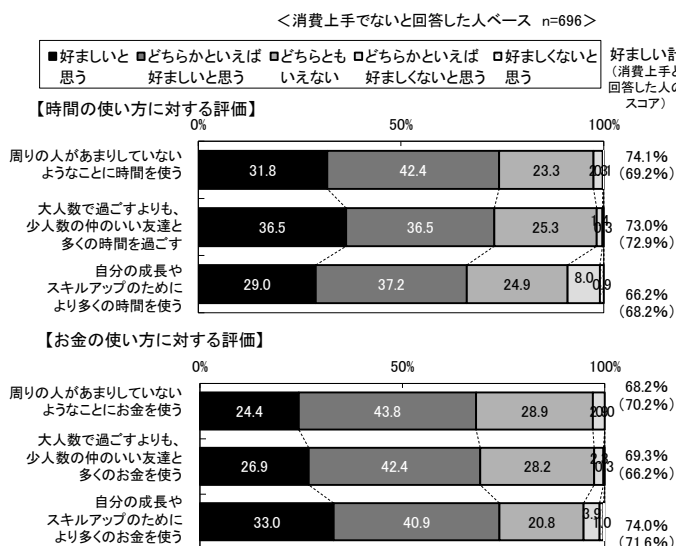
図表30 他人の消費に関する考え方



図表31/32 他人の時間/お金の使い方に対する評価



図表33/34 消費上手でないと回答した人からみた他人の時間/お金の使い方に対する評価



第5章

『社会人大学 ジブン磨き学部 卒業見込み』

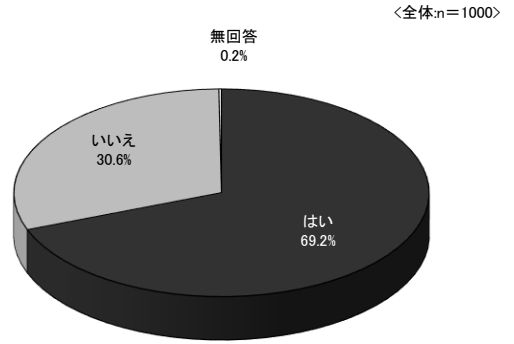
～社会を見据えた、総“早熟化大学生”～

前章では、ここまで見てきた現代の大学生の消費は、“自分らしさを深める”ために計画的に「取捨選択」し、周囲に流れず自己研鑽になるような「体験」をし、それにより時間をかけて「追求」することこそが、彼らの消費の満足度に繋がるということがわかった。そこで、彼らが今後どのように社会の中で消費していきたいと考えているかを見ていきたい。

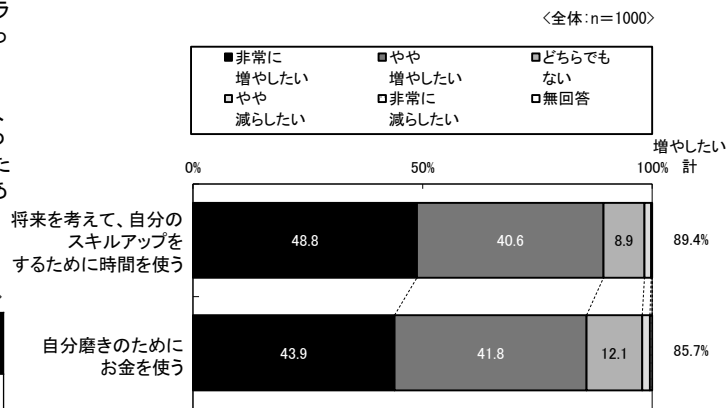
まず、今後お金や時間の消費の仕方が変わると思うかについて聞いたところ「はい」と回答した人が全体の約7割となり、社会に出ていくとより多くの消費をしてきたいという意向があった(図表35)。次に、今後の時間・お金の消費変化意向について聞いたところ「将来を考えて、自分のスキルアップをするために時間を使う」「自分磨きのためにお金を使う」と回答した人がどちらも全体の約9割という結果となった(図表36)。そして、自由回答方式で「どのようなものに時間をやりたいか」を聞いた結果を見てみると、「スポーツをしたり、アーティストのライブやイベントに参加するなど自分の好きなことに没頭する時間」と回答した人が278人と最も多く、次いで「人とのつながりを大切にしている時間」が267人、「資格や興味のある分野の勉強など自分のスキルアップや成長につながることに費やす時間」が204人と続く結果となった。(図表37)。同時にその理由も自由回答方式で聞いたところ、「自分の時間を充実させたいから」が391人と最も多く、「自分の教養や力になるものに時間を使いたいから」が152人、次いで「今しかない友人や家族／恋人との時間を大切にしたいから」が128人と続く結果となった。(図表38)続いて、今後の時間・お金の使い方の共感性について聞いたところ「今後は(も)様々な人とかかわるために時間やお金を使いたい」「今後は(も)交際費と自分が欲しいもの、どちらにもバランスよくお金や時間をかける」と回答した人がどちらも約9割という結果となった(図表39)。

これらのことから、現在の大学生は、お金も時間も使えるようになる社会人を見据え、その消費傾向は自己投資に使っていききたいと考えていることがわかる。それに加え、周囲との交友関係を構築するための時間やお金も考えた消費にも共感性が高く、“今後の社会を意識した”消費行動を惜しまないであろう。

図表35 今後の時間・お金の消費変化予想



図表36 今後の時間・お金の消費変化意向



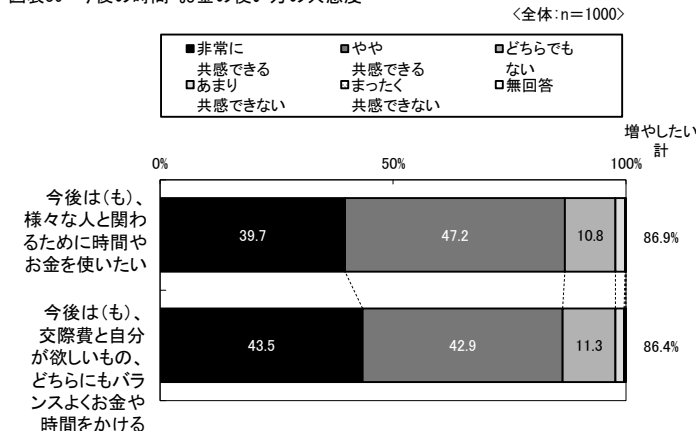
図表37 時間の消費意向

順位	消費意向	人数
1位	スポーツをしたり、アーティストのライブやイベントに参加するなど、自分が好きなことに没頭する時間	278人
2位	人とのつながりを大切にしている時間	267人
3位	資格や興味のある分野の勉強など自分のスキルアップや成長につながることに費やす時間	204人

図表38 時間の消費理由

順位	消費理由	人数
1位	自分の時間を充実させたいから	391人
2位	自分の教養や力になるものに時間を使いたいから	152人
3位	今しかない友人／恋人／家族との時間を大切にしたいから	128人

図表39 今後の時間・お金の使い方の共感性



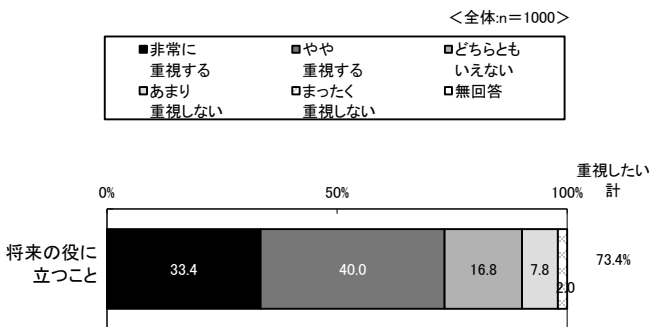
それでは、この消費傾向は、学年が上がればより社会に出るタイミングが近づくにつれて強まっていくのだろうか。

今後、増やしたい「使う時間」や「使うお金」を聞いたところ、「将来を考えて自分のスキルアップのために時間を使う」という項目に対し、1年生は約8割、2年生は約9割、3年生は約9割、4年生は約9割が増やしたいと回答した(図表40)。また、「使うお金」については、「自分磨きのためにお金を使う」という項目について、1年生は約8割、2年生は約9割、3年生は約9割、4年生は約9割が増やしたいという結果となった(図表41)。これらのことから、社会人に近づくにつれて(学年が上がると)この意識が高まるというわけではなく、大学生全体として自己投資への意識が高いようだ。

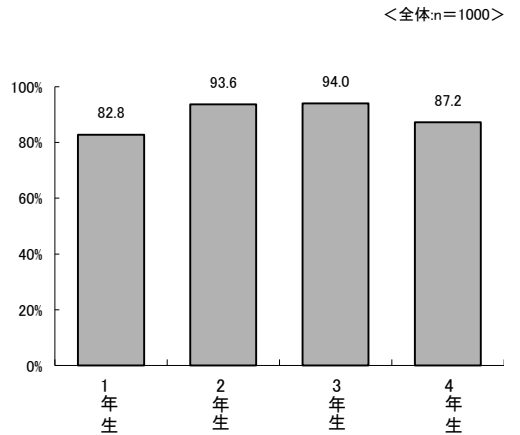
さらに、現在の時間の使い方の重視度を聞いたところ「将来の役に立つこと」を重視している(計)と回答したのは約7割(図表42)の結果であり、同様に現在のお金の使い方の重視度を聞いたところ「将来の役に立つこと」を重視している(計)と回答した人も約7割という結果となった(図表43)。つまり、「今後」という質問ではなくても、お金と時間の消費意識に関しては、現在の大学生は、大学生になった時点で将来を見据えているのだ。

以上のことから、現在の大学生は、今後更なるスキルアップや人脈づくりなど、より多くの自己投資に注力していこう。そして、消費意識に関して、あまり学年差が見られず、自分磨きのために「好きなこと」や「熱中しているもの」を徹底的に追求していき、時間やお金を費やすことがわかった。つまり現在の大学生は、大学生になった時点で、自分自身の未来に向けて、時間やお金をポジティブに消費しており、さながら社会人のような消費傾向が見て取れ、消費の面でも意識の面でも「早熟化」が進んでいるといえるだろう。

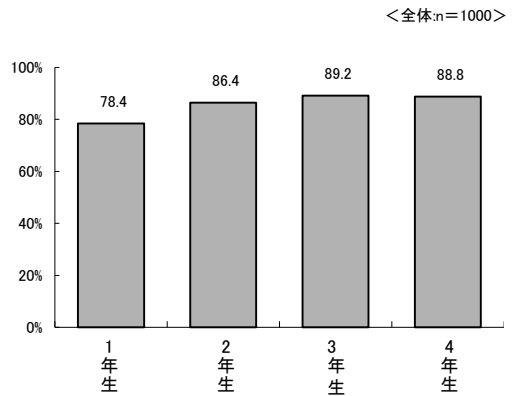
図表42 時間の使い方の重視度



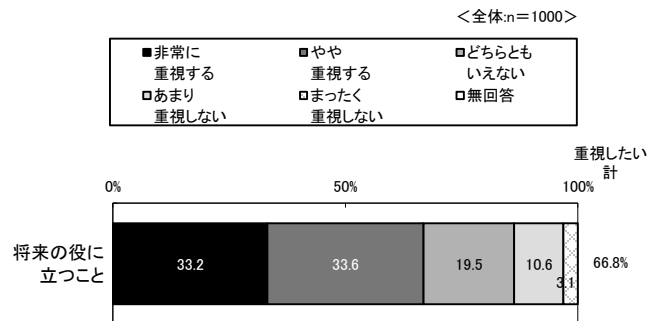
図表40 今後増やしたい時間の使い方:
「将来を考えて自分のスキルアップのために時間を使う」(学年別)



図表41 今後増やしたいお金の使い方:
「自分磨きのためにお金を使う」(学年別)



図表43 お金の使い方の重視度



まとめ

大学生の新・消費行動

MINE Pay

～プライスレスな『経験』で自分還元～

ここまで見てきた大学生の消費に関する意識をまとめていきたい。

世間一般では大学生活の4年間は“人生の夏休み”だと揶揄されるように、現在の大学生に対しても、“親からの援助を受けながら、勉強もほどほどに、有り余る時間の大半を遊ぶことに費やしなんとなく過ごしている”という印象を抱いている人も少なくないと思われる。しかし、意外にも自らの自由に使う金銭のほとんどは主にアルバイトで自ら稼ぎだした収入をやりくりし、自由に使える時間は、1日に平均約3.7時間と日々時間に追われながらも忙しく生きる現在の大学生の実態がみえてきた。

そんな大学生のお金と時間は、何に使っているのかを探してみると、デジタルのコンテンツサービスを上手に駆使し効率的な消費をする一方で、友人や知人と一緒に過ごすような“リアルな消費”を好み、そこに多くの時間とお金を使うという別の側面もあることがわかった。

そこで、大学生が限りある時間とお金を使う際、選択基準がどこにあるのかをみていくと、世間や他人の意見よりも、「自分自身のライフスタイルに合うか」「自分の成長に繋がるか」という自らの意志のもとで、消費の取捨選択していることがわかった。それは、友人や知人と過ごすことさえも自らの視野を広げ、価値観を磨くための“自分ゴト消費”と捉えており、“お付き合い消費”が中心であった3年前の調査では見られなかった実態である。消費を自分自身の成長に繋げようとする高い意識を持ったハングリーな大学生の姿が明らかになった。

現在の大学生は、生まれた時からインターネットに囲まれて育ったデジタルネイティブと呼ばれる世代。ネットリテラシーが高く、SNSなど台頭してきた新しいサービスやツールを使いこなしながら今の情報社会を生き抜いてきた。だからこそ、簡単に手に入る画面に映った情報や知識ではない、自分自身が実際に体験することで得られる経験値こそが自らの成長につながることを知っているようだ。そのため今の大学生は、多少時間やお金がかかろうとも、リアルな体験を深く追求することでしか得られない貴重な経験値を獲得することを求め、そのための時間とお金を作るための工夫をしている。そのような上手く時間やお金を作りながら、自らが求める体験ができることこそ彼らにとって消費上手と言えるのだ。それは、グローバル化など多様性が拡がり、個性や個人の能力が高く評価される社会で生き残っていくために、“自分だけの色”が必要と考える今の大学生の意識の表れではないだろうか。

そんな大学生の将来に対する意識をみると、新しい社会へ巣立つことを見据え始める上級生に限らず、1年生からすでに将来への意識が高いことがわかった。3年前の調査では“社会人を見据えたときに必要になる”とされていた自分ゴト消費が、今では大学入学当初の早い段階から意識される消費へと変わってきている。その背景には、学生起業家やインターンとして企業で働く学生が身近にいることが当たり前になりつつある今、“大学生”と“社会”の境界線が曖昧になっており、大学生の消費が“早熟化”していると言えるのではないだろうか。現在の大学生にとって、大学生活の4年間は“人生の夏休み”という言葉では到底片づけられない、将来大きく飛躍する為の重要な経験値を貯めていく助走期間なのだ。

寄稿 ～調査結果を読んで～

専修大学 経営学部教授 石崎 徹

令和最初の年、今年のテーマは「大学生の新・消費行動 MINE Pay～プライスレスな『経験』で自分還元～」である。ちょうど消費税が8%から10%に増税されるのにもない、キャッシュレス決済による消費者還元事業が始まり、大学生の間でも電子マネーによる支払やスマホのQR決済が盛んになりつつあるようだ。このテーマから、大学生のキャッシュレス消費行動についての調査なのかと思って報告書を読んでみると、キャッシュレス決済の特徴をモチーフに分析した、大学生の消費行動分析であることが分かった。タイトルと中身のアンバランスも大学生ならではのアイデアなのだろう。

さて結果報告書の中身を見てみよう。基本的には「時間」と「お金」の使い方の実態と使い方に対する意識を調査、分析している。第1章で、時間の使い方として、大学生なのだから大学での授業に平均4.05時間費やしているのは当たり前としても、アルバイトに平均4.28時間費やし、課外活動や趣味に割く時間が非常に短い。せっかくの大学生生活もアルバイトが中心となってしまっている。そのため第2章の分析にもあるように、大学生は多くの時間をアルバイトに注ぎ、自由な時間が不足したため、お金よりも時間に関心が向けられているとのことだ。そして、この時間とお金は「リアル」なことを使う気持ちが強いのだという。

実際、登下校はもちろん、授業間の移動のときでもイヤホンを入れて音楽を聴いたり、電車内ではゲームをしていたり、動画を見ていたり、歩きながらハンズフリーで通話していたりする大学生を多く目にする。一方で、ゼミの面接などで聞いてみると、休みの日は友人と遊びに行ったり、旅行に行ったり、映画を見に行くとか答える大学生が多い。デジタルで隙間時間を消費し、リアルでお金を消費するという実際の大学生像が、調査の結果でも詳細に出てきた形だ。

友人との交際も、自分自身の生活をより豊かにし、自己成長につながる大切な消費行動ととらえていると第3章で分析している。これは友人との交際が自分を高めることになるかどうかを直接質問しているわけではなく、友人・知人と交際すると回答した人をベースにクロス集計で分析しているのだから、果たしてそこまで解釈できるかどうか微妙なところだ。しかし、友人や知人と交際すると回答している大学生が796名いるところに着目したらどうだろう。回答者の8割が友人・知人との交際を重視していて、時間とお金を自分の生活や自身のスキルアップに使いたいと回答しているわけだ。リアルな人間関係を大切に、自分を高めようとしている人が8割もいるというのは、しっかりと自分を見つめている大学生像がうかがえて、正直ホッとしてしまう。

第4章では大学生の消費実態について取り上げている。消費上手意識では、約7割の大学生が消費上手ではないと回答している。几帳面かどうかという性格もあるだろうし、大学生だから消費上手ではない人が多いということではできないだろう。この章で面白いのは、大学生の消費に関する意識から大学生の理想的な消費について3つの傾向を導き出したことである。すなわち、(1)計画的に取捨選択しながら行うこと、(2)時間、お金、労力といった十分なプロセスを経ること、(3)流行や周りに流されずに自分が夢中になれることを極めること、である。可処分所得が増え、自分の時間が持てたときの理想像を内面に持っているということだ。これはしかし、一般人にも十分当てはまる項目だろう。それだけ時間とお金の消費というのは、多くの課題を有しているのかもしれない。

第5章は自分磨きへの意識動向と、将来の見据え方について分析している。この調査を一貫してきてても、時間とお金を自分のために消費する意識は非常に高い。第5章でもそれが証明されている。またその傾向が、学年を問わず高く出ている。これは競争社会の中でこれから生き抜いていかなければならないことに対する大学生の意識が非常に高まっていることを意味するのだろうか。あるいは、高校や大学におけるキャリア教育の拡充が背後にあるのだろうか。この調査では質問していないが、大学内で開講されている課外講座を受講する大学生も増加傾向にあるようだ。学費以外の費用を払って資格取得や自分磨きに消費する大学生像がこの調査からも読み取れる。

「時間」と「お金」の消費は、大学生だけではなく人間の永遠のテーマかもしれない。本屋さんの店頭には「時間の使い方」と「お金の使い方(増やし方)」のKnow-Howをうたった書籍が常に並んでいて高い人気を誇っている。すべての人間に平等に与えられたものは「時間」だともいわれる。ある意味、自分のために時間とお金を使うのは当たり前のことである。しかし、この調査からは、自分に還元させるために消費する大学生像が浮き彫りにされていて大変興味深い。

定点観測

～大学生の好きな広告・今年の日本の顔～

KDDI／auの「三太郎」シリーズが5年連続好感度ナンバーワンに！

大学生の好きな広告は、昨年と同様「KDDI／auの『三太郎』シリーズ」がナンバーワンとなった。
 そして、2位は昨年3位だった「Amazon／Amazon Prime」が順位を上げる結果となった。
 3位は、「大塚製薬／ポカリスエット」がランクイン。トップ3のラインナップ自体は3年連続同様の結果となった。

<全体:N=1000>

1位: KDDI/au/三太郎シリーズ	52人 (男性 18人 : 女性 34人)
2位: Amazon/Amazon Prime	15人 (男性 4人 : 女性 11人)
3位: 大塚製薬/ポカリスエット	13人 (男性 5人 : 女性 8人)
4位: Apple/iPhone	11人 (男性 8人 : 女性 3人)
5位: ソフトバンク/スマートフォン・携帯電話	10人 (男性 8人 : 女性 2人)
6位: 日清食品/カップヌードル	9人 (男性 5人 : 女性 4人)
7位: BOOKOFF/本だけじゃないブックオフ!	7人 (男性 6人 : 女性 1人)
7位: Zespri/アゲリシャスシリーズ	7人 (男性 3人 : 女性 4人)
7位: オリエンタルランド/東京ディズニーリゾート	7人 (男性 5人 : 女性 2人)
10位: suntory/pepsi	6人 (男性 6人 : 女性 0人)

▼参考: '18年度結果 (全体:n=1000)

1 KDDI/au/「三太郎」シリーズ	65人
2 大塚製薬/ポカリスエット	17人
3 Amazon/アマゾンプライム	15人
4 KDDI/au	9人
5 HONDA/ホンダジェット	8人
6 docomo/iPhone	7人
6 コカ・コーラ/コカ・コーラ	7人
9 mouse/ノートパソコン	6人
10 Bytedance/Tik Tok	5人
10 KDDI/au/「意識高すぎ! 高杉くん」シリーズ	5人

▼参考: '17年度結果 (全体:n=1008)

1 KDDI/au/「三太郎」シリーズ	116人
2 Amazon/アマゾンプライム	19人
3 大塚製薬/ポカリスエット「鬼ガチダンス」シリーズ	16人
4 住友生命保険相互会社/1UP	7人
4 NTTドコモ/25周年CM「いつか、あたりまえになることを。」	7人
4 ルミネ/キャッチコピー(毎月)	7人
7 カルピス株式会社/カルピス	6人
7 マウスコンピューター/「マウスダンス」篇	6人
9 NTTドコモ/dTV/「ふたりをつなぐ物語」篇	5人
9 リクルート/じゃらん	5人
9 リクルート/ゼクシィ	5人
9 東京メトロ/「Find my Tokyo」シリーズ	5人
9 ソフトバンクモバイル/白戸家シリーズ	5人

▼参考: '16年度結果 (全体:n=816)

1 KDDI/au/「三太郎」シリーズ	129人
2 AMAZON/アマゾンプライム	38人
3 資生堂/SEA BREEZE/「トライアングルシリーズ」	13人
4 オリエンタルランド/東京ディズニーリゾート	8人
5 ポカリスエット「エール」篇	7人
5 ルミネ/キャッチコピー(毎月)	7人
7 JR東海/「京都の紅葉」篇	5人
7 JR東日本/「JR ski ski」シリーズ	5人
7 NTTドコモ/ドコモカード/中条あやみ	5人
7 キリン/一番搾り/「しあわせ一番搾り 47都道府県の一搾り」篇	5人
7 サントリー/ザ・プレミアム・モルツ	5人

最近1年間の日本の顔は、7年連続、安倍晋三首相に

今年の「日本の顔」は「安倍晋三」首相が134票を獲得し1位。
 次いで、「久保建英」が65票を獲得し2位、「大坂なおみ」が64票で3位という結果に。

<全体:N=1000>

1位: 安倍晋三	134人 (男性 80人 : 女性 54人)
2位: 久保建英	65人 (男性 61人 : 女性 4人)
3位: 大坂なおみ	64人 (男性 28人 : 女性 36人)
4位: 大谷翔平	56人 (男性 44人 : 女性 12人)
5位: イチロー	38人 (男性 31人 : 女性 7人)
6位: 菅義偉	37人 (男性 16人 : 女性 21人)
7位: ジャニー喜多川	35人 (男性 9人 : 女性 26人)
8位: 前澤友作	28人 (男性 16人 : 女性 12人)
9位: 吉沢亮	27人 (男性 3人 : 女性 24人)
10位: 上皇明仁	24人 (男性 8人 : 女性 16人)
10位: 田中圭	24人 (男性 3人 : 女性 21人)

▼参考: 2018年の今年の顔 <全体:n=1000>

1位: 安倍晋三	136人 (男性 74人 : 女性 62人)
2位: 本田圭佑	90人 (男性 68人 : 女性 22人)
3位: 羽生結弦	87人 (男性 18人 : 女性 69人)
4位: 大谷翔平	71人 (男性 51人 : 女性 20人)
5位: 大迫勇也	38人 (男性 21人 : 女性 17人)
6位: 竹内涼真	30人 (男性 7人 : 女性 23人)
7位: 山口達也	18人 (男性 10人 : 女性 8人)
7位: 藤井聡太	18人 (男性 9人 : 女性 9人)
9位: ひよこりはん	16人 (男性 6人 : 女性 10人)
9位: 安室奈美恵	16人 (男性 4人 : 女性 12人)
9位: 乾貴士	16人 (男性 13人 : 女性 3人)

調查結果：詳細編

I 時間・お金の使い方について	
1日の時間の使い方	22
1日あたりの自由時間	24
自由な時間の使い方	25
今後増やしたい自由な時間の使い方	26
今後増やしたい自由な時間の使い方への認識	27
時間の使い方の重視度	28
1か月の収入額	32
自由に使えるお金の使い方	35
今後増やしたい自由に使えるお金の使い方	36
今後増やしたい自由に使えるお金の使い方への認識	37
お金の使い方への重視度	38
大学入学後増えた/今後増やしたい時間・お金の使い方	42
II 消費実態について	
コンテンツ認知・利用経験	45
コンテンツ利用理由	47
サービスの使い方	48
III 消費価値観について	
消費上手意識	50
消費に関する行動	51
自由に使えるお金・時間の満足度	55
時間・お金の消費意向・理由	56
他人の消費に関する評価	60
他人の時間の使い方の評価	61
他人のお金の使い方の評価	64
IV 今後の消費について	
今後の時間・お金の消費変化予想	68
今後の時間・お金の消費変化意向	69
今後の時間・お金の使い方への共感度	72
利用・購入したいサービス	74
今後欲しい新商品・新サービス	75
V 定点観測	
大学生が選ぶ最近1年間の日本の顔	77
好きな広告	78
広告への普段の関心	79
広告に対する意見	81

I

時間・お金の使い方について

※数表中の数値につけられた記号

○印=全体より5ポイント以上高い数値

▼印=全体より5ポイント以上低い数値

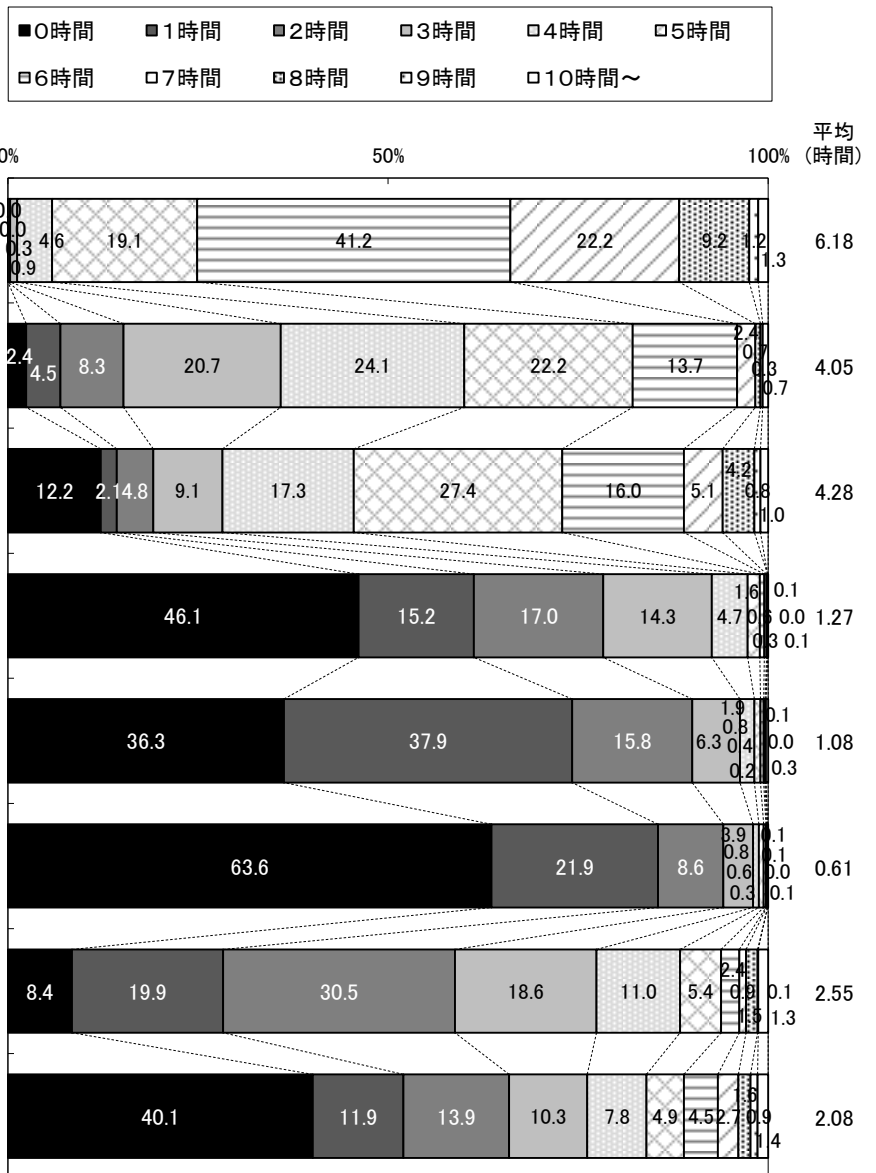
1日の時間の使い方

- ◆ 「あなたの普段(平日)の1日の時間の使い方を教えてください」という質問に対して、1時間単位で数値を記入してもらった結果、平均で使う時間が一番多い項目は「睡眠時間」が約6時間で、次いで「アルバイト」「大学での授業」がいずれも約4時間となった。
- ◆ 一方で、平均で使う時間が一番少ない項目は、「大学の専攻や授業に関する勉強」「大学の専攻や授業に関する勉強」「サークル活動などの課外活動」がいずれも約1時間となった。



あなたの普段(平日)の1日の時間の使い方を教えてください。
 以下の各項目について、それぞれ1日に何時間程度使っているのか、1時間単位でお答えください。
 ※1日で使うとしたら平均して何時間になるか、お答えください。〈全ベース〉

<全体: N=1000>



1日の時間の使い方(数表編)

問 1

あなたの普段(平日)の1日の時間の使い方を教えてください。
 以下の各項目について、それぞれ1日に何時間程度使っているのか、1時間単位でお答えください。
 ※1日で使うとしたら平均して何時間になるか、お答えください。<全ベース>

サンプル数	A. 睡眠時間											B. 大学での授業														
	0時間	1時間	2時間	3時間	4時間	5時間	6時間	7時間	8時間	9時間	10時間	平均(時間)	0時間	1時間	2時間	3時間	4時間	5時間	6時間	7時間	8時間	9時間	10時間	平均(時間)		
全体	1000	-	-	0.3	0.9	4.6	19.1	41.2	22.2	9.2	1.2	1.3	6.18	2.4	4.5	8.3	20.7	24.1	22.2	13.7	2.4	0.7	0.3	0.7	4.05	
性別	男性	500	-	-	0.6	1.4	3.4	15.8	42.0	23.0	10.6	1.6	1.6	6.28	2.4	4.0	9.0	22.6	25.2	22.0	11.6	2.2	0.6	-	0.4	3.94
	女性	500	-	-	-	0.4	5.8	22.4	40.4	21.4	7.8	0.8	1.0	6.09	2.4	5.0	7.6	18.8	23.0	22.4	15.8	2.6	0.8	0.6	1.0	4.16
学年	1年生	250	-	-	0.8	1.6	6.0	20.0	47.6	16.8	5.6	1.2	0.4	5.93	-	-	0.8	18.0	30.4	28.4	18.4	2.0	1.2	0.4	0.4	4.61
	2年生	250	-	-	-	0.4	4.4	21.2	40.0	20.0	11.6	0.8	1.6	6.22	-	-	0.4	13.6	30.8	31.6	19.2	3.2	0.4	-	0.8	4.72
	3年生	250	-	-	0.4	1.2	5.6	18.8	39.6	25.2	7.2	0.8	1.2	6.12	-	1.2	3.2	25.2	26.0	22.8	15.6	3.2	1.2	0.8	0.8	4.42
	4年生	250	-	-	-	0.4	2.4	16.4	37.6	26.8	12.4	2.0	2.0	6.46	0.9	16.8	28.8	26.0	9.2	6.0	1.6	1.2	-	-	0.8	2.45

(%)

サンプル数	C. アルバイト											D. サークル活動などの課外活動														
	0時間	1時間	2時間	3時間	4時間	5時間	6時間	7時間	8時間	9時間	10時間	平均(時間)	0時間	1時間	2時間	3時間	4時間	5時間	6時間	7時間	8時間	9時間	10時間	平均(時間)		
全体	1000	12.2	2.1	4.8	9.1	17.3	27.4	16.0	5.1	4.2	0.8	1.0	4.28	46.1	15.2	17.0	14.3	4.7	1.6	0.6	0.3	0.1	-	0.1	1.27	
性別	男性	500	14.8	2.6	6.0	10.0	17.6	23.8	15.2	4.8	3.4	1.0	0.8	4.03	42.6	14.6	18.2	15.0	5.8	2.2	1.0	0.4	-	-	0.2	1.42
	女性	500	9.6	1.6	3.6	8.2	17.0	31.0	16.8	5.4	5.0	0.6	1.2	4.53	49.6	15.8	15.8	13.6	3.6	1.0	0.2	0.2	0.2	-	-	1.12
学年	1年生	250	22.0	4.8	6.4	11.2	18.0	20.8	12.0	2.0	2.0	-	0.8	3.37	28.8	22.0	18.8	23.2	3.6	2.0	0.4	0.8	0.4	-	-	1.65
	2年生	250	8.4	1.2	4.8	10.4	21.2	32.4	14.4	4.8	2.0	0.4	-	4.28	40.0	20.0	20.4	12.8	4.8	1.6	0.4	-	-	-	-	1.29
	3年生	250	11.2	1.6	4.8	7.2	18.4	28.4	17.2	4.8	4.8	0.8	0.8	4.40	49.2	12.8	16.0	13.6	5.6	1.2	1.2	0.4	-	-	-	1.24
	4年生	250	7.2	0.8	3.2	7.6	11.6	28.0	20.4	8.8	8.0	2.0	2.4	5.07	66.4	6.0	12.8	7.6	4.8	1.6	0.4	-	-	-	0.4	0.90

(%)

サンプル数	E. 大学の専攻や授業に関する勉強											F. 大学の専攻や授業に関係しない勉強														
	0時間	1時間	2時間	3時間	4時間	5時間	6時間	7時間	8時間	9時間	10時間	平均(時間)	0時間	1時間	2時間	3時間	4時間	5時間	6時間	7時間	8時間	9時間	10時間	平均(時間)		
全体	1000	36.3	37.9	15.8	6.3	1.9	0.8	0.4	0.2	0.1	-	0.3	1.08	63.6	21.9	8.6	3.9	0.8	0.6	0.3	0.1	0.1	-	0.1	0.61	
性別	男性	500	37.8	39.8	14.2	4.8	1.8	0.8	-	0.4	0.2	-	0.2	1.00	56.8	25.0	10.6	4.2	1.0	1.2	0.6	0.2	0.2	-	0.2	0.77
	女性	500	34.8	36.0	17.4	7.8	2.0	0.8	0.8	-	-	-	0.4	1.15	70.4	18.8	6.6	3.6	0.6	-	-	-	-	-	-	0.45
学年	1年生	250	23.2	47.6	18.0	7.2	3.2	0.4	-	0.4	-	-	-	1.23	68.0	22.8	5.2	3.6	0.4	-	-	-	-	-	-	0.46
	2年生	250	36.4	42.4	14.0	5.6	1.2	0.4	-	-	-	-	-	0.94	65.6	22.4	7.2	3.6	0.4	0.8	-	-	-	-	-	0.53
	3年生	250	33.2	37.2	18.4	6.4	2.0	0.8	1.6	-	-	-	0.4	1.19	57.6	25.6	10.4	3.6	0.8	0.4	0.8	0.4	0.4	-	-	0.73
	4年生	250	52.4	24.4	12.8	6.0	1.2	1.6	-	0.4	0.4	-	0.8	0.95	63.2	16.8	11.6	4.8	1.6	1.2	0.4	-	-	-	0.4	0.73

(%)

サンプル数	G. 趣味など											H. その他														
	0時間	1時間	2時間	3時間	4時間	5時間	6時間	7時間	8時間	9時間	10時間	平均(時間)	0時間	1時間	2時間	3時間	4時間	5時間	6時間	7時間	8時間	9時間	10時間	平均(時間)		
全体	1000	8.4	19.9	30.5	18.6	11.0	5.4	2.4	0.9	1.5	0.1	1.3	2.55	40.1	11.9	13.9	10.3	7.8	4.9	4.5	2.7	1.6	0.9	1.4	2.08	
性別	男性	500	6.6	18.4	30.0	18.0	12.2	6.4	3.6	0.4	2.2	0.2	2.0	2.78	40.4	13.4	15.0	9.6	7.6	4.8	4.4	1.6	1.4	0.8	1.0	1.93
	女性	500	10.2	21.4	31.0	19.2	9.8	4.4	1.2	1.4	0.8	-	0.6	2.32	39.8	10.4	12.8	11.0	8.0	5.0	4.6	3.8	1.8	1.0	1.8	2.22
学年	1年生	250	7.2	23.6	26.4	21.6	12.4	4.4	1.6	0.8	1.6	-	0.4	2.45	39.2	14.8	11.6	9.6	7.6	3.6	7.2	2.8	2.0	0.8	0.8	2.09
	2年生	250	10.8	21.2	32.0	17.2	10.8	3.2	2.4	0.4	1.2	-	0.8	2.31	36.0	12.4	16.0	12.0	7.2	4.4	4.8	4.0	2.0	0.8	0.4	2.15
	3年生	250	8.4	24.0	28.8	18.0	9.2	5.6	1.6	1.2	0.8	-	2.4	2.51	40.4	10.8	13.2	12.8	8.8	6.0	2.0	2.0	1.6	0.4	2.0	2.06
	4年生	250	7.2	10.8	34.8	17.6	11.6	8.4	4.0	1.2	2.4	0.4	1.6	2.93	44.8	9.6	14.8	6.8	7.6	5.6	4.0	2.0	0.8	1.6	2.4	2.01

(%)

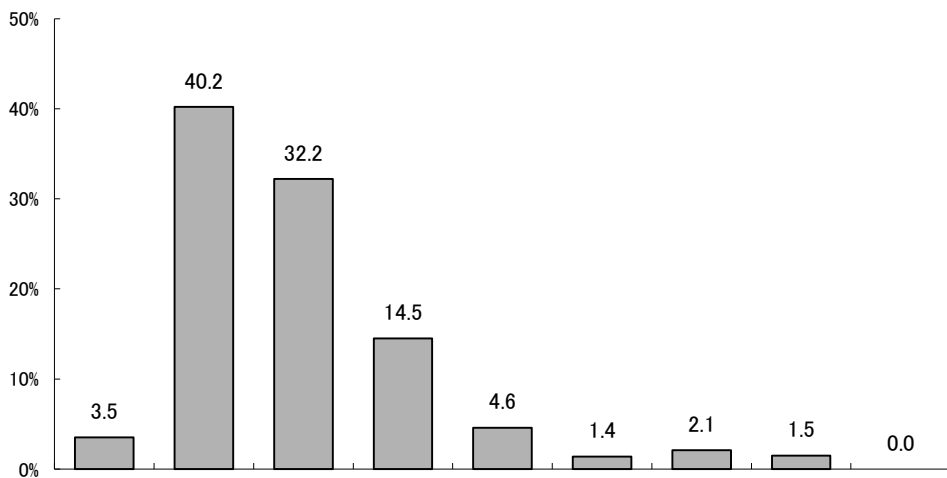
1日あたりの自由時間

◆ 「あなたは現在、普段(平日)平均して1日にどの程度、自由な時間があると感じますか」という質問に対して、「1時間以上～3時間未満」と回答した人が全体の約40%と最も多く、次いで「3時間以上～5時間未満」が約32%、「5時間以上～7時間未満」が約15%となった。

問2

では、あなたは現在、普段(平日)平均して1日にどの程度、自由な時間があると感じますか。
以下の選択肢の中から最も近いものを1つだけお選びください<全ベース>

<全体:N=1000>



サンプル数		1時間未満	1時間以上～3時間未満	3時間以上～5時間未満	5時間以上～7時間未満	7時間以上～9時間未満	9時間以上～11時間未満	11時間以上	自由な時間はない	無回答	平均(時間)	
全体	1000	3.5	40.2	32.2	14.5	4.6	1.4	2.1	1.5	-	3.72	
性別	男性	500	2.8	39.2	31.4	16.4	5.0	1.6	3.0	0.6	-	3.93
	女性	500	4.2	41.2	33.0	12.6	4.2	1.2	1.2	2.4	-	3.51
学年	1年生	250	2.4	41.6	35.2	11.6	2.8	1.2	1.6	3.6	-	3.47
	2年生	250	4.0	○ 46.4	31.2	12.0	4.4	0.8	0.4	0.8	-	3.39
	3年生	250	6.4	○ 46.4	28.4	10.8	3.2	1.2	2.0	1.6	-	3.34
	4年生	250	1.2	▼ 26.4	34.0	○ 23.6	8.0	2.4	4.4	-	-	4.67

(%)

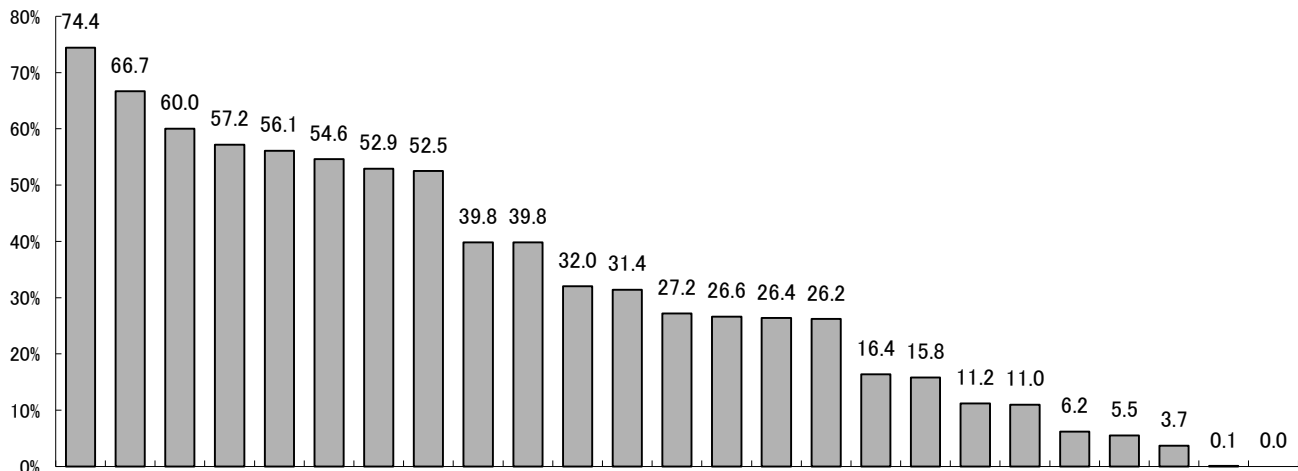
自由な時間の使い方

- ◆ 自由な時間がある人に対して、「あなたは、自由な時間で、どのようなことを行っていますか」という質問をしたところ、「動画配信サービスで動画を見る」と回答した人が全体の約74%と最も多く、次いで「音楽を聴く」が約67%、「友人や知人と交際する」が60%となった。
- ◆ また、50%以上の方が回答した項目は、上記の項目に加えて、「テレビ番組(リアルタイム、録画)を見る」が約57%、「友人や知人と連絡をとる」が約56%、「アルバイトやインターンをする」が約55%、「買い物をする」「SNS・スマホで情報収集、発信する」がいずれも約53%となった。

問3 あなたは、自由な時間で、どのようなことを行っていますか。
以下の中から、あてはまるものを全てお選びください。＜自由な時間ありベース＞

＜自由な時間ありベース：N=985＞

※全体のスコアで降順ソート



サンプル数	動画配信サービスで動画を見る	音楽を聴く	友人や知人と交際する	テレビ番組(リアルタイム、録画)を見る	友人や知人と連絡をとる	アルバイトやインターンをする	買い物をする	SNS・スマホで情報収集、発信する	カフェや飲食店に行く	ゲームをする	家族と過ごす	本や雑誌、新聞、ラジオなどを読む・聞く	部活やサークル、習い事を行う	ライブ、スポーツ観戦、舞台などのイベントに行く	スポーツや運動を行う	映画館で映画を見る	大学の授業以外の勉強をする	スキンケアや体のケアを行う	レジャーに行く	ドライブやツーリングに出かける	大学の講義を受ける	ボランティアや学生団体の活動に参加する	その他	この中にあてはまるものはない	無回答		
全体	985	74.4	66.7	60.0	57.2	56.1	54.6	52.9	52.5	39.8	39.8	32.0	31.4	27.2	26.6	26.4	26.2	16.4	15.8	11.2	11.0	6.2	5.5	3.7	0.1	-	
性別	男性	497	78.7	62.8	55.3	▼49.5	▼44.3	53.1	▼40.6	▼43.5	▼29.6	○54.7	▼23.5	33.6	29.0	24.5	○37.4	26.4	20.7	▼6.6	11.9	14.3	5.8	5.2	3.6	0.2	-
	女性	488	70.1	70.7	64.8	○65.0	○68.2	56.1	○65.4	○61.7	○50.2	▼24.6	○40.6	29.1	25.4	28.7	▼15.2	26.0	12.1	○25.2	10.5	7.6	6.6	5.7	3.7	-	-
学年	1年生	241	74.7	68.9	57.7	58.5	57.7	▼49.4	48.5	52.7	▼32.8	○44.8	34.4	▼26.1	○36.5	▼19.5	24.9	23.7	13.7	11.6	6.6	▼3.7	5.4	6.6	5.0	0.4	-
	2年生	248	70.2	69.8	56.5	○63.3	58.1	56.0	52.8	51.2	35.1	39.9	34.3	35.9	29.8	29.0	26.2	21.8	16.1	17.3	8.5	10.9	4.8	5.6	2.4	-	-
	3年生	246	75.6	▼61.4	61.0	56.5	54.5	55.3	52.4	51.2	40.2	▼33.7	29.3	▼26.4	▼21.1	25.2	21.5	25.2	17.1	16.3	14.2	13.0	5.7	6.5	3.3	-	-
	4年生	250	77.2	66.8	64.8	▼50.4	54.4	57.6	57.6	54.8	○50.8	40.8	30.0	○36.8	▼21.6	○32.4	○32.8	○34.0	18.8	18.0	15.2	○16.0	8.8	3.2	4.0	-	-

(%)

今後増やしたい自由な時間の使い方

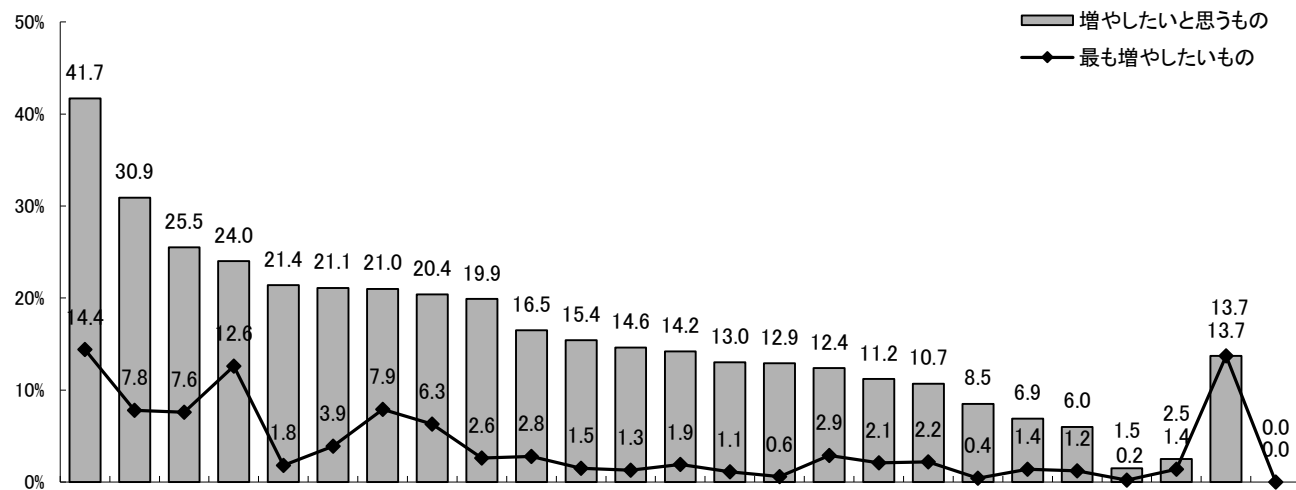
- ◆ 自由な時間がある人に対して、「自由時間の使い方の中で、今後、もっと時間を増やしたいと思うのはどの使い方ですか。特に増やしたいと思うものを5つまで選び、お答えください」という質問をしたところ、「友人や知人と交際する」と回答した人が全体の約42%と最も多く、次いで「アルバイトやインターンをする」が約31%、「スポーツや運動を行う」が約26%となった。
- ◆ また、「最も増やしたいものを1つだけお選びください」という質問をしたところ、「友人や知人と交際する」と回答した人が全体の約14%と最も多く、次いで「大学の授業以外の勉強をする」が約13%、「本や雑誌、新聞、ラジオなどを読む・聞く」が約8%となった。

問3付問1

前の質問で挙げられている自由時間の使い方の中で、今後、もっと時間を増やしたいと思うのはどの使い方ですか。特に増やしたいと思うものを5つまで選び、お答えください。
また、最も増やしたいものを1つだけお選びください。 <自由な時間ありベース>

<自由な時間ありベース：N=985>

※全体のスコアで降順ソート



サンプル数	友人や知人と交際する	アルバイトやインターンをする	スポーツや運動を行う	大学の授業以外の勉強をする	買い物をする	家族と過ごす	本や雑誌、新聞、ラジオなどを読む・聞く	ライブ、スポーツ観戦、舞台などのイベントに行く	動画配信サービスで動画を見る	映画館で映画を見る	音楽を聴く	テレビ番組（リアルタイム、録画）を見る	スキンケアや体のケアを行う	カフェや飲食店に行く	友人や知人と連絡をとる	レジャーに行く	ゲームをする	部活やサークル、習い事を行う	SNS・スマホで情報収集、発信する	ドライブやツーリングに出かける	ボランティアや学生団体の活動に参加する	大学の講義を受ける	その他	この中であてはまるものはない	無回答		
全体	985	41.7	30.9	25.5	24.0	21.4	21.1	21.0	20.4	19.9	16.5	15.4	14.6	14.2	13.0	12.9	12.4	11.2	10.7	8.5	6.9	6.0	1.5	2.5	13.7	-	
性別	男性	497	37.2	29.4	30.6	24.5	16.5	14.7	23.5	19.5	16.3	16.9	12.3	6.4	6.6	11.5	11.7	18.9	12.1	10.5	9.7	6.4	2.0	2.0	15.1	-	
	女性	488	46.3	32.4	20.3	23.4	26.4	27.7	18.4	21.3	18.2	16.8	13.9	17.0	22.1	19.5	14.3	13.1	3.3	9.2	6.6	4.1	5.5	1.0	3.1	12.3	-
学年	1年生	241	35.7	25.3	22.0	18.3	19.1	19.5	18.3	14.9	19.1	14.5	16.2	14.9	10.4	12.9	12.4	6.6	12.9	16.6	8.3	4.6	7.5	1.7	3.3	20.7	-
	2年生	248	37.9	34.3	28.2	26.6	23.8	20.2	23.0	20.6	15.7	14.1	15.7	13.7	17.3	12.1	13.3	10.1	9.7	9.3	8.1	6.5	6.5	2.0	2.0	12.5	-
	3年生	246	44.3	37.8	23.2	25.6	23.6	23.6	21.1	21.1	22.4	17.5	18.3	17.5	11.8	12.2	16.7	16.3	10.2	8.9	9.3	6.1	5.3	1.2	2.0	10.6	-
	4年生	250	48.8	26.0	28.4	25.2	19.2	21.2	21.6	24.8	22.4	20.0	11.6	12.4	17.2	14.8	9.2	16.4	12.0	8.0	8.4	10.4	4.8	1.2	2.8	11.2	-

(%)

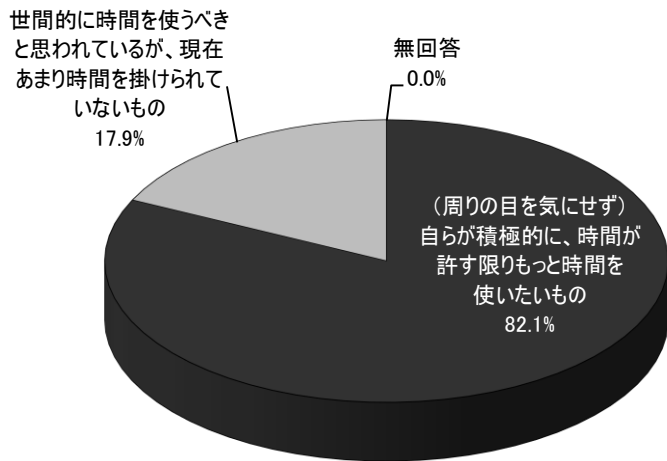
今後増やしたい自由な時間の使い方への認識

◆ 増やしたい時間の使い方を回答した人に対して、「増やしたいと思う」自由な時間の使い方は、どちらに近いでしょうか」という質問をしたところ、「(周りの目を気にせず)自らが積極的に、時間が許す限りもっと時間を使いたいもの」と回答した人が約82%、「世間的に時間を使うべきと思われるが、現在あまり時間を掛けられていないもの」と回答した人が約18%となった。

問3付問2

前の質問でお答えいただいた、「増やしたいと思う」自由な時間の使い方は、以下の項目のうち、どちらに近いでしょうか。あなたが選んだ使い方がより多くあてはまる方をお選びください。〈増やしたい時間の使いありベース〉

〈増やしたい時間の使いありベース：N=850〉



サンプル数		も限ら（周りの目も積極的時に、気を遣わず）自	もり思世の時間れ的をてに掛ける間らがを現う在べきいと	無回答	
全体		850	82.1	17.9	-
性別	男性	422	81.8	18.2	-
	女性	428	82.5	17.5	-
学年	1年生	191	79.1	20.9	-
	2年生	217	84.8	15.2	-
	3年生	220	80.5	19.5	-
	4年生	222	83.8	16.2	-

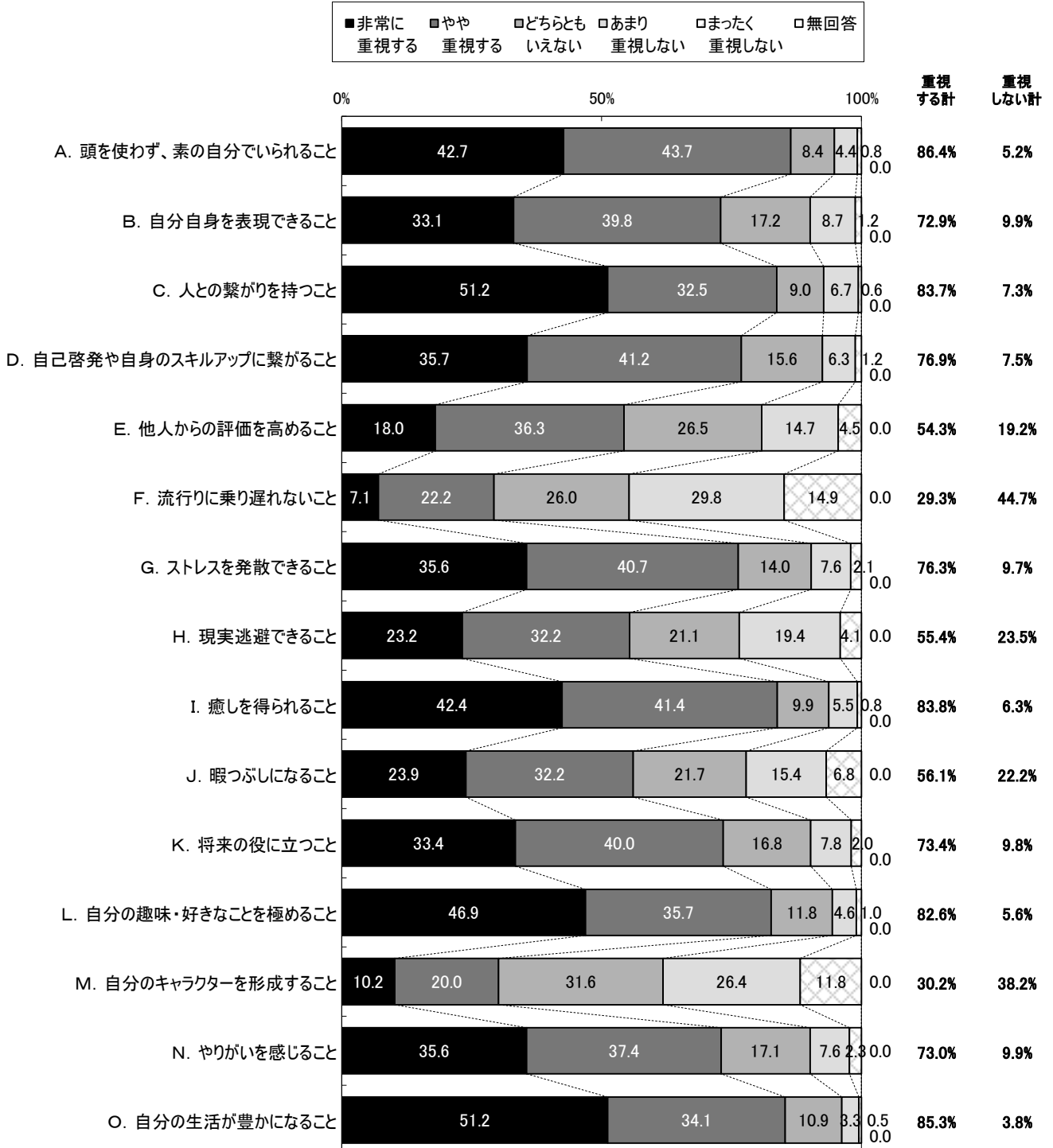
(%)

時間の使い方の重視度

- ◆ 各項目について、「時間の使い方について、どの程度重視していますか」という質問に対して、「重視する計」と回答した人は「頭を使わず、素の自分でいられること」が全体の約86%と最も多く、次いで「自分の生活が豊かになること」が約85%、「癒しを得られること」が約84%となった。
- ◆ 一方で、「流行りに乗り遅れないこと」が全体の約29%と最も少なく、次いで「自分のキャラクターを形成すること」が約30%、「他人からの評価を高めること」が約54%となった。

問4
では、以下に挙げる時間の使い方について、あなたはどの程度重視していますか。
それぞれあてはまるものを1つずつお選びください。〈全ベース〉

<全体：N=1000>



時間の使い方の重視度(数表編)



では、以下に挙げる時間の使い方について、あなたはどの程度重視していますか。
それぞれあてはまるものを1つずつお選びください。〈全ベース〉

	サンプル数	A. 頭を使わず、素の自分でいられること									B. 自分自身を表現できること								
		重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計	重視しない計	重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計	重視しない計
全体	1000	42.7	43.7	8.4	4.4	0.8	-	86.4	5.2	33.1	39.8	17.2	8.7	1.2	-	72.9	9.9		
性別	男性	500	38.6	45.6	8.6	6.0	1.2	-	84.2	7.2	35.2	39.8	16.4	6.8	1.8	-	75.0	8.6	
	女性	500	46.8	41.8	8.2	2.8	0.4	-	88.6	3.2	31.0	39.8	18.0	10.6	0.6	-	70.8	11.2	
学年	1年生	250	○50.0	▼36.0	9.2	4.0	0.8	-	86.0	4.8	38.0	37.6	16.4	7.2	0.8	-	75.6	8.0	
	2年生	250	41.6	43.6	11.2	3.2	0.4	-	85.2	3.6	36.0	37.2	16.4	8.8	1.6	-	73.2	10.4	
	3年生	250	43.6	44.0	6.0	5.2	1.2	-	87.6	6.4	32.0	40.0	21.6	5.6	0.8	-	72.0	6.4	
	4年生	250	▼35.6	○51.2	7.2	5.2	0.8	-	86.8	6.0	▼26.4	44.4	14.4	13.2	1.6	-	70.8	14.8	

(%)

	サンプル数	C. 人との繋がりを持つこと									D. 自己啓発や自身のスキルアップに繋がること								
		重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計	重視しない計	重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計	重視しない計
全体	1000	51.2	32.5	9.0	6.7	0.6	-	83.7	7.3	35.7	41.2	15.6	6.3	1.2	-	76.9	7.5		
性別	男性	500	50.4	30.2	11.2	7.0	1.2	-	80.6	8.2	36.0	41.2	15.0	6.6	1.2	-	77.2	7.8	
	女性	500	52.0	34.8	6.8	6.4	-	-	86.8	6.4	35.4	41.2	16.2	6.0	1.2	-	76.6	7.2	
学年	1年生	250	52.8	30.8	10.0	4.8	1.6	-	83.6	6.4	38.8	▼36.0	16.8	6.8	1.6	-	74.8	8.4	
	2年生	250	50.4	31.2	10.0	8.4	-	-	81.6	8.4	36.8	43.2	15.6	4.0	0.4	-	80.0	4.4	
	3年生	250	47.6	36.8	9.2	6.0	0.4	-	84.4	6.4	32.0	44.4	18.0	5.6	-	-	76.4	5.6	
	4年生	250	54.0	31.2	6.8	7.6	0.4	-	85.2	8.0	35.2	41.2	12.0	8.8	2.8	-	76.4	11.6	

(%)

	サンプル数	E. 他人からの評価を高めること									F. 流行りに乗り遅れないこと								
		重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計	重視しない計	重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計	重視しない計
全体	1000	18.0	36.3	26.5	14.7	4.5	-	54.3	19.2	7.1	22.2	26.0	29.8	14.9	-	29.3	44.7		
性別	男性	500	20.0	35.0	25.2	14.8	5.0	-	55.0	19.8	7.6	21.0	23.0	30.2	18.2	-	28.6	48.4	
	女性	500	16.0	37.6	27.8	14.6	4.0	-	53.6	18.6	6.6	23.4	29.0	29.4	11.6	-	30.0	41.0	
学年	1年生	250	20.0	34.8	○32.4	10.4	2.4	-	54.8	▼12.8	8.0	22.0	○32.8	▼24.4	12.8	-	30.0	▼37.2	
	2年生	250	16.0	40.0	26.8	12.4	4.8	-	56.0	17.2	6.0	26.8	27.6	27.6	12.0	-	32.8	▼39.6	
	3年生	250	19.6	37.2	22.0	17.2	4.0	-	56.8	21.2	8.0	22.0	22.8	31.6	15.6	-	30.0	47.2	
	4年生	250	16.4	33.2	24.8	18.8	6.8	-	49.6	○25.6	6.4	18.0	▼20.8	○35.6	19.2	-	24.4	○54.8	

(%)

時間の使い方の重視度(数表編)

問4

では、以下に挙げる時間の使い方について、あなたはどの程度重視していますか。
それぞれあてはまるものを1つずつお選びください。〈全ベース〉

	サンプル数	G. ストレスを発散できること								H. 現実逃避できること								
		重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計	重視しない計	重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計
全体	1000	35.6	40.7	14.0	7.6	2.1	-	76.3	9.7	23.2	32.2	21.1	19.4	4.1	-	55.4	23.5	
性別	男性	500	33.0	40.2	15.2	8.6	3.0	-	73.2	11.6	▼18.0	30.0	23.4	22.6	6.0	-	▼48.0	○28.6
	女性	500	38.2	41.2	12.8	6.6	1.2	-	79.4	7.8	○28.4	34.4	18.8	16.2	2.2	-	○62.8	▼18.4
学年	1年生	250	37.2	36.4	16.4	6.8	3.2	-	73.6	10.0	26.0	29.6	22.4	16.8	5.2	-	55.6	22.0
	2年生	250	34.0	44.0	14.0	6.8	1.2	-	78.0	8.0	22.4	36.4	22.0	16.8	2.4	-	58.8	19.2
	3年生	250	37.6	37.2	16.4	7.2	1.6	-	74.8	8.8	23.6	35.6	20.0	16.8	4.0	-	59.2	20.8
	4年生	250	33.6	45.2	9.2	9.6	2.4	-	78.8	12.0	20.8	▼27.2	20.0	○27.2	4.8	-	▼48.0	○32.0

(%)

	サンプル数	I. 癒しを得られること								J. 暇つぶしになること								
		重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計	重視しない計	重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計
全体	1000	42.4	41.4	9.9	5.5	0.8	-	83.8	6.3	23.9	32.2	21.7	15.4	6.8	-	56.1	22.2	
性別	男性	500	▼35.8	43.0	13.0	7.2	1.0	-	▼78.8	8.2	24.8	34.4	21.0	13.6	6.2	-	59.2	19.8
	女性	500	○49.0	39.8	6.8	3.8	0.6	-	○88.8	4.4	23.0	30.0	22.4	17.2	7.4	-	53.0	24.6
学年	1年生	250	44.4	38.4	9.6	6.4	1.2	-	82.8	7.6	26.0	33.2	23.6	12.8	4.4	-	59.2	▼17.2
	2年生	250	42.8	41.2	10.0	5.6	0.4	-	84.0	6.0	25.6	33.2	24.8	11.2	5.2	-	58.8	▼16.4
	3年生	250	43.6	37.2	13.2	4.8	1.2	-	80.8	6.0	20.0	31.2	21.6	18.8	8.4	-	51.2	○27.2
	4年生	250	38.8	○48.8	6.8	5.2	0.4	-	87.6	5.6	24.0	31.2	16.8	18.8	9.2	-	55.2	○28.0

(%)

	サンプル数	K. 将来の役に立つこと								L. 自分の趣味・好きなことを極めること								
		重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計	重視しない計	重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計
全体	1000	33.4	40.0	16.8	7.8	2.0	-	73.4	9.8	46.9	35.7	11.8	4.6	1.0	-	82.6	5.6	
性別	男性	500	37.4	35.6	17.2	7.0	2.8	-	73.0	9.8	45.0	37.0	12.6	4.2	1.2	-	82.0	5.4
	女性	500	29.4	44.4	16.4	8.6	1.2	-	73.8	9.8	48.8	34.4	11.0	5.0	0.8	-	83.2	5.8
学年	1年生	250	36.4	36.4	16.4	7.6	3.2	-	72.8	10.8	47.2	33.2	13.2	4.4	2.0	-	80.4	6.4
	2年生	250	35.6	40.4	18.0	5.2	0.8	-	76.0	6.0	45.6	39.6	10.0	4.4	0.4	-	85.2	4.8
	3年生	250	32.0	40.0	17.6	8.8	1.6	-	72.0	10.4	44.4	34.4	14.8	5.2	1.2	-	78.8	6.4
	4年生	250	29.6	43.2	15.2	9.6	2.4	-	72.8	12.0	50.4	35.6	9.2	4.4	0.4	-	86.0	4.8

(%)

時間の使い方の重視度(数表編)

問4

では、以下に挙げる時間の使い方について、あなたはどの程度重視していますか。
それぞれあてはまるものを1つずつお選びください。〈全ベース〉

		サンプル数	M. 自分のキャラクターを形成すること							N. やりがいを感じることに								
			重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計	しない計	重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答
全体		1000	10.2	20.0	31.6	26.4	11.8	-	30.2	38.2	35.6	37.4	17.1	7.6	2.3	-	73.0	9.9
性別	男性	500	11.6	22.4	30.4	23.4	12.2	-	34.0	35.6	35.6	37.2	17.0	7.2	3.0	-	72.8	10.2
	女性	500	8.8	17.6	32.8	29.4	11.4	-	26.4	40.8	35.6	37.6	17.2	8.0	1.6	-	73.2	9.6
学年	1年生	250	13.2	18.8	○38.8	▼19.6	9.6	-	32.0	▼29.2	34.8	34.0	19.6	9.6	2.0	-	68.8	11.6
	2年生	250	10.4	21.6	32.4	26.0	9.6	-	32.0	35.6	39.2	35.2	19.6	4.8	1.2	-	74.4	6.0
	3年生	250	8.8	20.4	30.8	26.8	13.2	-	29.2	40.0	34.8	37.6	18.4	6.4	2.8	-	72.4	9.2
	4年生	250	8.4	19.2	▼24.4	○33.2	14.8	-	27.6	○48.0	33.6	○42.8	▼10.8	9.6	3.2	-	76.4	12.8

(%)

		サンプル数	O. 自分の生活が豊かになること							
			重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計
全体		1000	51.2	34.1	10.9	3.3	0.5	-	85.3	3.8
性別	男性	500	46.8	33.4	14.0	5.2	0.6	-	▼80.2	5.8
	女性	500	55.6	34.8	7.8	1.4	0.4	-	○90.4	1.8
学年	1年生	250	50.0	36.0	10.0	3.2	0.8	-	86.0	4.0
	2年生	250	53.2	33.2	11.2	2.4	-	-	86.4	2.4
	3年生	250	50.8	33.2	12.0	3.6	0.4	-	84.0	4.0
	4年生	250	50.8	34.0	10.4	4.0	0.8	-	84.8	4.8

(%)

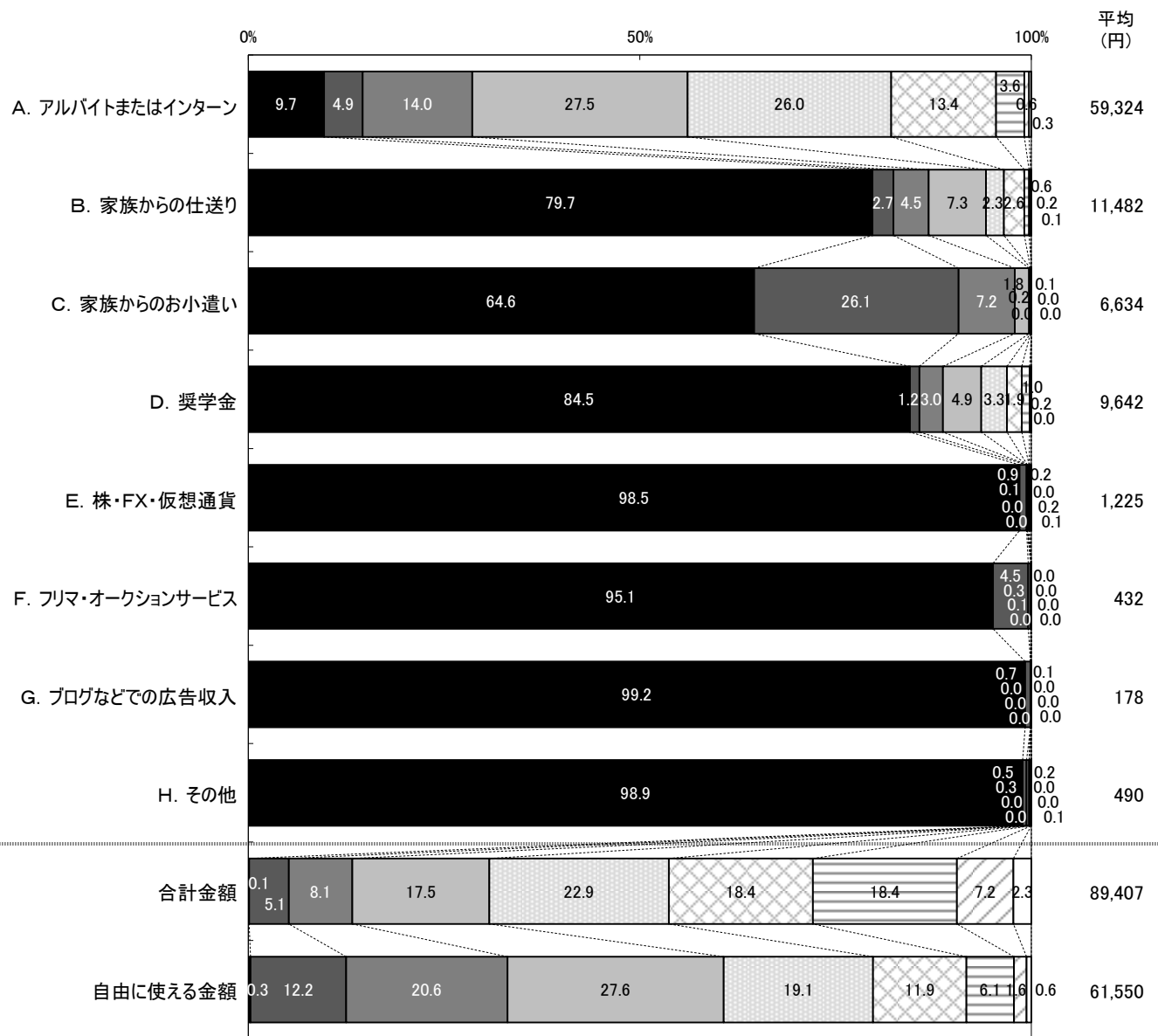
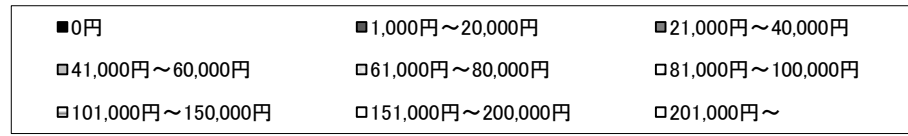
1か月の収入額

- ◆ 「あなたは、現在1ヶ月にどの程度の収入がありますか」という質問に対して、千円単位で数値を記入してもらった結果、平均で収入が一番多い項目は「アルバイトまたはインターン」が約59,000円で、次いで「家族からの仕送り」が約11,000円、「奨学金」が約10,000円となった。
- ◆ 一方で、平均で収入が一番少ない項目は「ブログなどでの広告収入(アフィリエイトなど)」「フリマ・オークションサービス」がいずれも約0円、「株・FX・仮想通貨」が約1,000円となった。
- ◆ また、「合計」の平均は約89,000円で、「その収入のうち、あなたが自由に使える金額はどの程度ありますか」という質問に対して、千円単位で数値を記入してもらった結果、平均は約62,000円となった。



あなたは、現在1ヶ月にどの程度の収入がありますか。収入源ごとに千円単位でお答えください。
 ※月によって収入に波のある方は、平均的な月の額をお答えください。
 また、その収入のうち、あなたが自由に使える金額はどの程度ありますか。千円単位でお答えください。
 ※月によって自由に使えるおに波のある方は、平均的な月の額をお答えください<全ベース>

<全体: N=1000>



1か月の収入額(数表編)

問5

あなたは、現在1ヶ月にどの程度の収入がありますか。収入源ごとに千円単位でお答えください。
 ※月によって収入に波のある方は、平均的な月の額をお答えください。
 また、その収入のうち、あなたが自由に使える金額はどの程度ありますか。千円単位でお答えください。
 ※月によって自由に使えるお金の波のある方は、平均的な月の額をお答えください<全ベース>

	サンプル数	A. アルバイトまたはインターン										B. 家族からの仕送り										
		0円	21,000円	42,000円	64,000円	86,000円	18,000円	15,000円	21,000円	20,000円	平均(円)	0円	21,000円	42,000円	64,000円	86,000円	18,000円	15,000円	21,000円	20,000円	平均(円)	
全体	1000	9.7	4.9	14.0	27.5	26.0	13.4	3.6	0.6	0.3	59,324	79.7	2.7	4.5	7.3	2.3	2.6	0.6	0.2	0.1	11,482	
性別	男性	500	12.0	3.8	15.8	24.8	23.4	14.6	4.4	0.6	0.6	59,572	79.0	3.4	5.0	8.8	1.0	2.0	0.6	-	0.2	10,834
	女性	500	7.4	6.0	12.2	30.2	28.6	12.2	2.8	0.6	-	59,076	80.4	2.0	4.0	5.8	3.6	3.2	0.6	0.4	-	12,130
学年	1年生	250	19.6	8.4	18.0	32.8	15.6	4.0	1.6	-	-	42,288	78.8	3.2	4.0	6.8	2.8	3.2	0.4	0.8	-	12,732
	2年生	250	6.8	3.2	10.8	34.4	30.8	11.2	2.8	-	-	59,928	79.6	1.2	4.0	8.8	3.2	2.0	0.8	-	0.4	12,632
	3年生	250	6.8	3.6	16.4	23.2	30.8	14.8	2.8	1.2	0.4	62,728	80.4	3.6	4.4	7.6	1.6	1.6	0.8	-	-	9,784
	4年生	250	5.6	4.4	10.8	19.6	26.8	23.6	7.2	1.2	0.8	72,352	80.0	2.8	5.6	6.0	1.6	3.6	0.4	-	-	10,780

(%)

	サンプル数	C. 家族からのお小遣い										D. 奨学金										
		0円	21,000円	42,000円	64,000円	86,000円	18,000円	15,000円	21,000円	20,000円	平均(円)	0円	21,000円	42,000円	64,000円	86,000円	18,000円	15,000円	21,000円	20,000円	平均(円)	
全体	1000	64.6	26.1	7.2	1.8	0.2	-	0.1	-	-	6,634	84.5	1.2	3.0	4.9	3.3	1.9	1.0	0.2	-	9,642	
性別	男性	500	68.2	24.2	6.0	1.4	-	-	0.2	-	-	5,864	84.0	1.4	4.2	4.2	3.4	2.0	0.6	0.2	-	9,328
	女性	500	61.0	28.0	8.4	2.2	0.4	-	-	-	-	7,404	85.0	1.0	1.8	5.6	3.2	1.8	1.4	0.2	-	9,956
学年	1年生	250	60.4	32.8	4.8	1.6	0.4	-	-	-	-	6,500	85.2	2.4	3.6	3.2	2.8	1.6	1.2	-	-	8,428
	2年生	250	62.0	26.4	8.0	3.2	-	-	0.4	-	-	8,052	84.4	0.8	2.8	7.2	2.4	1.6	0.4	0.4	-	9,340
	3年生	250	63.2	27.2	7.6	2.0	-	-	-	-	-	6,652	84.0	0.8	3.2	5.6	4.4	1.2	0.8	-	-	9,572
	4年生	250	72.8	18.0	8.4	0.4	0.4	-	-	-	-	5,332	84.4	0.8	2.4	3.6	3.6	3.2	1.6	0.4	-	-

(%)

	サンプル数	E. 株・FX・仮想通貨										F. プリマ・オークションサービス											
		0円	21,000円	42,000円	64,000円	86,000円	18,000円	15,000円	21,000円	20,000円	平均(円)	0円	21,000円	42,000円	64,000円	86,000円	18,000円	15,000円	21,000円	20,000円	平均(円)		
全体	1000	98.5	0.9	0.1	-	-	0.2	-	0.2	0.1	1,225	95.1	4.5	0.3	0.1	-	-	-	-	-	-	432	
性別	男性	500	97.4	1.4	0.2	-	-	0.4	-	0.4	0.2	2,406	95.0	4.6	0.4	-	-	-	-	-	-	-	470
	女性	500	99.6	0.4	-	-	-	-	-	-	44	95.2	4.4	0.2	0.2	-	-	-	-	-	-	394	
学年	1年生	250	99.6	-	-	-	-	-	-	0.4	2,000	96.4	3.2	-	0.4	-	-	-	-	-	-	336	
	2年生	250	97.6	2.0	0.4	-	-	-	-	-	300	97.2	2.8	-	-	-	-	-	-	-	-	136	
	3年生	250	98.4	0.4	-	-	-	0.4	-	0.8	-	2,080	94.4	4.8	0.8	-	-	-	-	-	-	600	
	4年生	250	98.4	1.2	-	-	-	0.4	-	-	520	92.4	7.2	0.4	-	-	-	-	-	-	-	656	

(%)

1カ月の収入額(数表編)

問5

あなたは、現在1ヶ月にどの程度の収入がありますか。収入源ごとに千円単位でお答えください。
 ※月によって収入に波のある方は、平均的な月の額をお答えください。
 また、その収入のうち、あなたが自由に使える金額はどの程度ありますか。千円単位でお答えください。
 ※月によって自由に使えるお金の波のある方は、平均的な月の額をお答えください<全ベース>

	サンプル数	G. ブログなどでの広告収入										H. その他										
		0円	21,000円	42,000円	64,000円	86,000円	18,000円	15,000円	21,000円	20,000円	20,000円	平均(円)	0円	21,000円	42,000円	64,000円	86,000円	18,000円	15,000円	21,000円	20,000円	20,000円
全体	1000	99.2	0.7	-	-	-	0.1	-	-	-	178	98.9	0.5	0.3	-	-	0.2	0.1	-	-	-	490
性別	男性	500	98.6	1.2	-	-	-	0.2	-	-	350	98.4	0.8	0.6	-	-	-	0.2	-	-	-	580
	女性	500	99.8	0.2	-	-	-	-	-	-	6	99.4	0.2	-	-	-	0.4	-	-	-	-	400
学年	1年生	250	99.6	0.4	-	-	-	-	-	-	20	99.2	0.4	-	-	-	0.4	-	-	-	-	420
	2年生	250	99.6	0.4	-	-	-	-	-	-	40	99.6	0.4	-	-	-	-	-	-	-	-	40
	3年生	250	98.8	0.8	-	-	-	0.4	-	-	520	98.8	-	0.8	-	-	-	0.4	-	-	-	840
	4年生	250	98.8	1.2	-	-	-	-	-	-	132	98.0	1.2	0.4	-	-	0.4	-	-	-	-	660

(%)

	サンプル数	合計金額										自由に使える金額										
		0円	21,000円	42,000円	64,000円	86,000円	18,000円	15,000円	21,000円	20,000円	20,000円	平均(円)	0円	21,000円	42,000円	64,000円	86,000円	18,000円	15,000円	21,000円	20,000円	20,000円
全体	1000	0.1	5.1	8.1	17.5	22.9	18.4	18.4	7.2	2.3	89,407	0.3	12.2	20.6	27.6	19.1	11.9	6.1	1.6	0.6	61,550	
性別	男性	500	0.2	6.0	10.0	16.8	20.2	19.8	18.2	6.2	2.6	89,404	0.6	14.2	19.4	28.4	17.8	12.2	5.0	1.4	1.0	61,192
	女性	500	-	4.2	6.2	18.2	25.6	17.0	18.6	8.2	2.0	89,410	-	10.2	21.8	26.8	20.4	11.6	7.2	1.8	0.2	61,908
学年	1年生	250	0.4	13.6	12.0	24.8	18.4	12.0	11.6	5.6	1.6	72,724	0.4	24.4	22.8	30.4	10.0	6.8	2.8	1.6	0.8	50,248
	2年生	250	-	2.0	4.8	18.4	29.6	20.4	16.4	5.2	3.2	90,468	0.4	9.2	20.4	29.6	22.0	11.2	6.0	1.2	-	59,776
	3年生	250	-	2.0	7.6	16.4	22.8	22.4	20.4	7.2	1.2	92,776	0.4	8.8	18.4	26.8	22.0	14.8	6.0	2.0	0.8	66,584
	4年生	250	-	2.8	8.0	10.4	20.8	18.8	25.2	10.8	3.2	101,660	-	6.4	20.8	23.6	22.4	14.8	9.6	1.6	0.8	69,592

(%)

自由に使えるお金の使い方

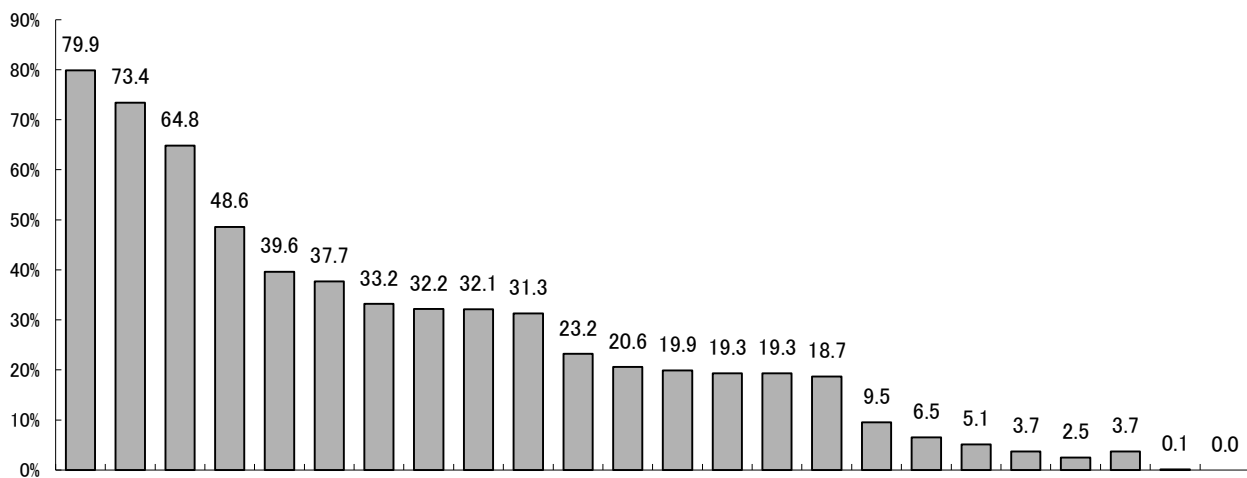
- ◆ 自由に使えるお金がある人に対して、「あなたは、自由に使えるお金を、どんなものに使っていますか」という質問をしたところ、「友人や知人と交際する」と回答した人が全体の約80%と最も多く、次いで「洋服を買う」が約73%、「カフェや飲食店に行く」が約65%となった。
- ◆ 一方で、「SNSを充実させる」と回答した人が全体の約3%と最も少なく、次いで「自動車やバイクにお金を使う」が約4%、「ギャンブルにお金を使う」が約5%となった。



あなたは、自由に使えるお金を、どんなものに使っていますか。
以下の中から、あてはまるものを全てお選びください。＜自由に使えるお金ありベース＞

＜自由に使えるお金ありベース：N=997＞

※全体のスコアで降順ソート



	サンプル数	友人や知人と交際する	洋服を買う	カフェや飲食店に行く	映画館で映画を見る	ライブ、スポーツ観戦、舞台などのイベントに行く	本や雑誌、新聞を買う	ちよつと贅沢な日用品を買う	部活やサークル、習い事にお金を使う	スキンケアや体のケアにお金を使う	好きな作品（漫画やアニメなど）、アーティストのグッズを買う	レジャーに行く	音楽配信サービスを利用する	勉強のためにお金を使う	ゲームをする	スポーツや運動をする	CD・レコードを買う	家族と過ごす	メールやメッセージアプリなどのスタンプを買う	ギャンブルにお金を使う	自動車やバイクにお金を使う	SNSを充実させる	その他	この中にあてはまるものはない	無回答	
全体	997	79.9	73.4	64.8	48.6	39.6	37.7	33.2	32.2	32.1	31.3	23.2	20.6	19.9	19.3	19.3	18.7	9.5	6.5	5.1	3.7	2.5	3.7	0.1	-	
性別	男性	497	▼74.4	▼61.6	▼54.1	47.3	36.2	40.6	▼24.3	33.4	▼11.5	29.0	21.1	25.2	23.1	○30.2	○30.4	16.1	6.8	5.6	9.9	6.0	2.6	4.0	0.2	-
	女性	500	○85.4	○85.2	○75.4	50.0	43.0	34.8	○42.0	31.0	○52.6	33.6	25.2	16.0	16.6	▼8.4	▼8.2	21.2	12.2	7.4	0.4	1.4	2.4	3.4	-	-
学年	1年生	249	76.7	71.5	61.0	51.4	36.9	36.1	▼27.3	○40.2	▼25.7	29.7	▼13.7	▼14.5	16.5	18.1	15.7	21.3	7.6	4.0	2.4	2.8	2.8	5.6	-	-
	2年生	249	78.7	76.3	64.7	45.4	○45.0	41.0	29.7	35.7	34.5	○42.2	19.7	21.7	16.1	19.7	18.9	20.5	6.8	8.0	5.2	4.0	2.4	5.2	0.4	-
	3年生	249	79.5	74.7	63.5	43.8	37.3	▼30.1	35.7	32.9	34.5	▼22.1	26.9	23.7	20.1	18.1	17.3	16.1	11.2	8.0	5.6	2.8	3.2	1.6	-	-
	4年生	250	84.8	71.2	○70.0	○54.0	39.2	○43.6	○40.0	▼20.0	33.6	31.2	○32.4	22.4	○26.8	21.2	○25.2	16.8	12.4	6.0	7.2	5.2	1.6	2.4	-	-

今後増やしたい自由に使えるお金の使い方

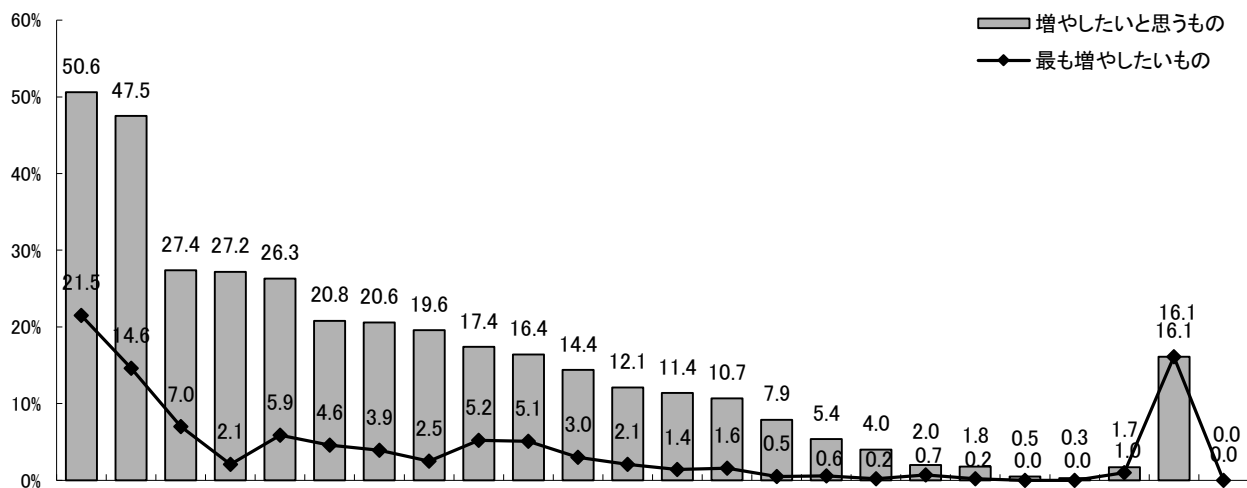
- ◆ 自由に使えるお金がある人に対して、「今後、もっとお金を増やしたいと思うのはどの使い方ですか。特に増やしたいと思うものを5つまで選び、お答えください」という質問をしたところ、「洋服を買う」と回答した人が全体の約51%と最も多く、次いで「友人や知人と交際する」が約48%、「ライブ、スポーツ観戦、舞台などのイベントに行く」が約27%となった。
- ◆ また、「最も増やしたいと思うものを1つだけお選びください」という質問をしたところ、「洋服を買う」と回答した人が全体の約22%と最も多く、次いで「友人や知人と交際する」が約15%、「ライブ、スポーツ観戦、舞台などのイベントに行く」が7%となった。

問6付問1

前の質問で挙げられているお金の使い方の中で、今後、もっとお金を増やしたいと思うのはどの使い方ですか。特に増やしたいと思うものを5つまで選び、お答えください。
また、最も増やしたいものを1つだけお選びください。〈自由に使えるお金ありベース〉

<自由に使えるお金ありベース：N=997>

※全体のスコアで降順ソート



サンプル数	洋服を買う	友人や知人と交際する	ライブ、スポーツ観戦、舞台などのイベントに行く	カフェや飲食店に行く	スキンケアや体のケアにお金を使う	本や雑誌、新聞を買う	ちよつと贅沢な日用品を買う	映画館で映画を見る	レジャーに行く	勉強のためにお金を使う	好きな作品（漫画やアニメなど）、アーティストのグッズを買う	スポーツや運動をする	部活やサークル、習い事にお金を使う	家族と過ごす	CD・レコードを買う	ゲームをする	音楽配信サービスを利用する	自動車やバイクにお金を使う	ギャンブルにお金を使う	SNSを充実させる	メールやメッセージアプリなどのスタンプを買う	その他	この中であてはまるものはない	無回答		
全体	997	50.6	47.5	27.4	27.2	26.3	20.8	20.6	19.6	17.4	16.4	14.4	12.1	11.4	10.7	7.9	5.4	4.0	2.0	1.8	0.5	0.3	1.7	16.1	-	
性別	男性	497	▼38.6	47.1	24.5	▼21.5	▼8.0	23.3	▼15.5	19.7	16.3	18.9	14.1	16.7	14.1	7.4	7.4	8.7	5.4	3.4	3.4	0.8	0.2	2.2	19.3	-
	女性	500	○62.4	48.0	30.2	○32.8	○44.4	18.2	○25.6	19.4	18.4	14.0	14.8	7.6	8.8	14.0	8.4	2.2	2.6	0.6	0.2	0.2	0.4	1.2	13.0	-
学年	1年生	249	48.6	46.2	23.7	29.7	▼20.5	19.3	▼14.9	20.1	▼10.4	▼10.8	12.4	9.2	14.1	6.8	8.4	4.4	2.4	2.0	0.4	0.8	0.4	1.6	○24.1	-
	2年生	249	49.0	▼41.8	24.9	24.5	26.1	19.7	20.1	17.3	13.3	13.3	○20.1	11.6	12.9	11.2	7.2	4.4	3.2	2.8	0.8	0.4	-	2.8	19.3	-
	3年生	249	51.0	47.4	32.1	26.9	29.7	18.9	○25.7	19.7	20.9	19.3	12.4	12.4	12.0	12.4	11.2	7.2	5.6	1.2	4.0	0.8	0.4	1.2	13.7	-
	4年生	250	53.6	○54.8	28.8	27.6	28.8	25.2	21.6	21.2	○24.8	○22.4	12.8	15.2	6.8	12.4	4.8	5.6	4.8	2.0	2.0	-	0.4	1.2	▼7.6	-

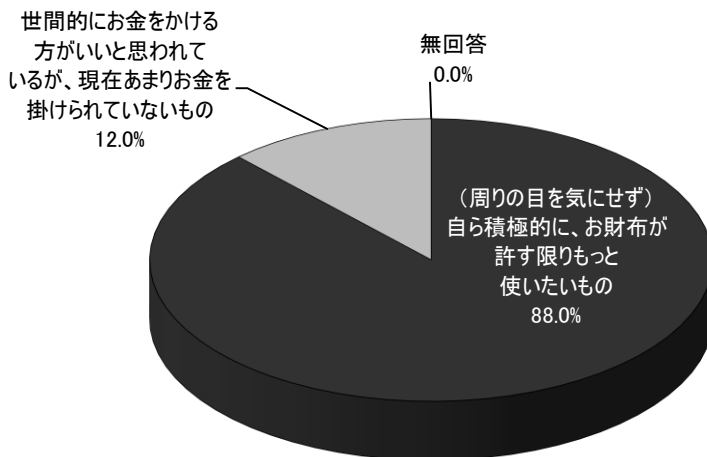
今後増やしたい自由に使えるお金の使い方への認識

- ◆ 増やしたいお金の使い方を回答した人に対して、「増やしたいと思う」お金の使い方は、どちらに近いでしょうか」と質問したところ、「(周りの目を気にせず)自ら積極的に、お財布が許す限りもっと使いたいもの」と回答した人が全体の88%、「世間にお金をかける方がいいと思われているが、現在あまりお金を掛けられていないもの」と回答した人が12%となった。

問6付問2

前の質問でお答えいただいた、「増やしたいと思う」お金の使い方は、以下の項目のうち、どちらに近いでしょうか。あなたが選んだ使い方がより多くあてはまるものをお選びください。<増やしたいお金の使い方ありベース>

<増やしたいお金の使い方ありベース：N=836>



	サンプル数	限ら(周りも極つ的に、使用いた財いものが許す自	いなあいまのりお金のてを掛けるれ、方て現	無回答	
全体	836	88.0	12.0	-	
性別	男性	401	86.5	13.5	-
	女性	435	89.4	10.6	-
学年	1年生	189	89.9	10.1	-
	2年生	201	90.0	10.0	-
	3年生	215	87.9	12.1	-
	4年生	231	84.8	15.2	-

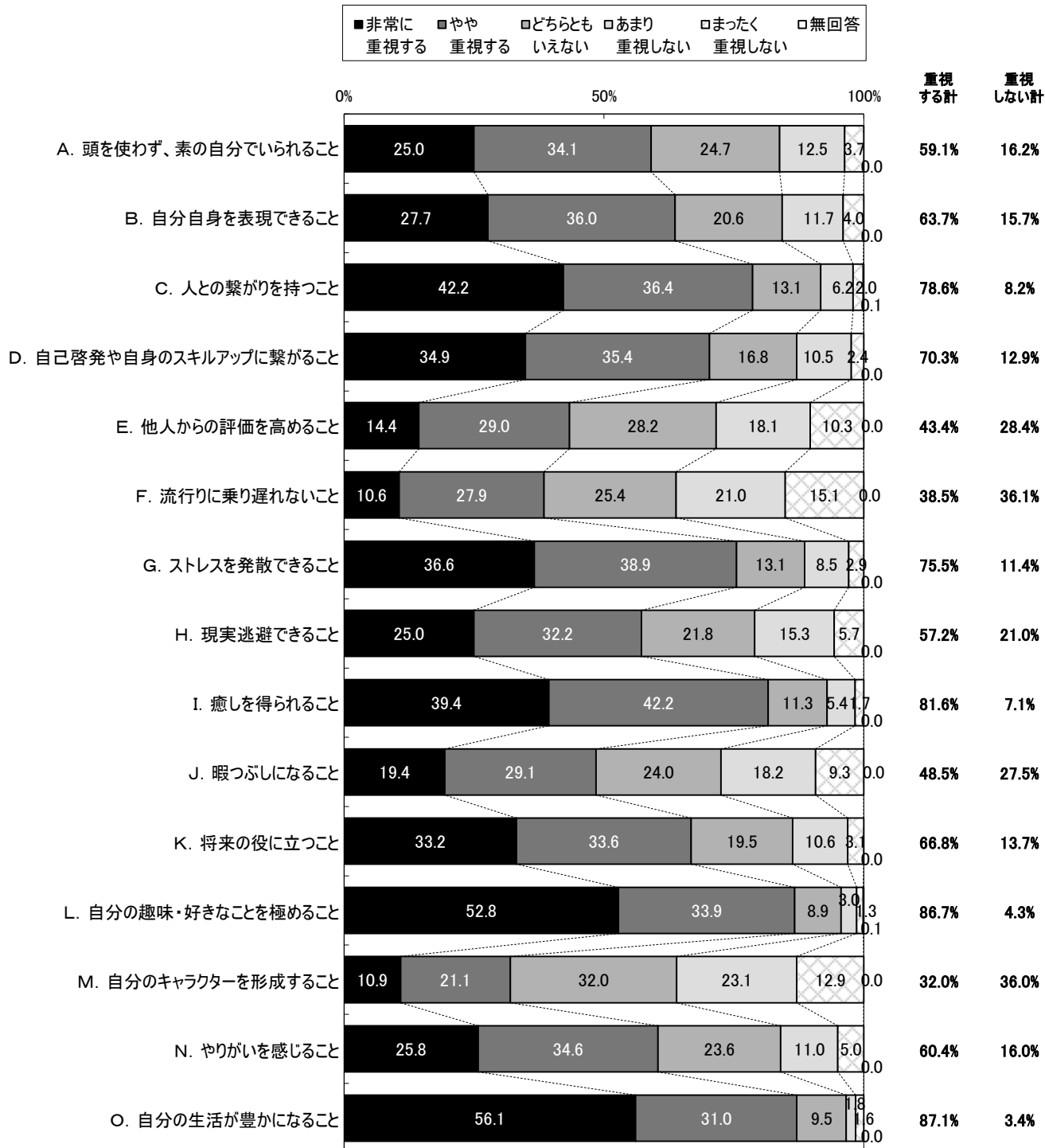
(%)

お金の使い方への重視度

- ◆ 各項目について、「お金の使い方について、あなたはどの程度重視していますか」という質問に対して、「重視する計」と回答した人は「自分の生活が豊かになること」「自分の趣味・好きなことを極めること」がいずれも全体の約87%と最も多く、次いで「癒しを得られること」が約82%となった。
- ◆ 一方で、「自分のキャラクターを形成すること」が全体の32%と最も少なく、次いで、「流行りに乗り遅れないこと」が約39%、「他人からの評価を高めること」が約43%となった。

問7
では、以下に挙げるお金の使い方について、あなたはどの程度重視していますか。
それぞれあてはまるものを1つずつお選びください。〈全ベース〉

<全体：N=1000>



お金の使い方への重視度(数表編)

問7

では、以下に挙げるお金の使い方について、あなたはどの程度重視していますか。
それぞれあてはまるものを1ずつお選びください。〈全ベース〉

	サンプル数	A. 頭を使わず、素の自分でいられること								B. 自分自身を表現できること								
		重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計	重視しない計	重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計
全体	1000	25.0	34.1	24.7	12.5	3.7	-	59.1	16.2	27.7	36.0	20.6	11.7	4.0	-	63.7	15.7	
性別	男性	500	24.4	34.4	24.8	12.2	4.2	-	58.8	16.4	25.2	34.2	23.6	11.6	5.4	-	59.4	17.0
	女性	500	25.6	33.8	24.6	12.8	3.2	-	59.4	16.0	30.2	37.8	17.6	11.8	2.6	-	68.0	14.4
学年	1年生	250	28.0	30.0	26.8	10.4	4.8	-	58.0	15.2	31.2	▼28.0	○25.6	11.6	3.6	-	59.2	15.2
	2年生	250	21.6	37.2	29.2	10.0	2.0	-	58.8	12.0	26.4	39.6	20.4	10.4	3.2	-	66.0	13.6
	3年生	250	26.8	34.4	24.8	11.2	2.8	-	61.2	14.0	27.6	37.6	22.8	8.4	3.6	-	65.2	12.0
	4年生	250	23.6	34.8	▼18.0	○18.4	5.2	-	58.4	○23.6	25.6	38.8	▼13.6	16.4	5.6	-	64.4	○22.0

(%)

	サンプル数	C. 人との繋がりを持つこと								D. 自己啓発や自身のスキルアップに繋がること								
		重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計	重視しない計	重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計
全体	1000	42.2	36.4	13.1	6.2	2.0	0.1	78.6	8.2	34.9	35.4	16.8	10.5	2.4	-	70.3	12.9	
性別	男性	500	39.2	37.8	14.0	6.8	2.2	-	77.0	9.0	34.8	36.0	16.6	9.4	3.2	-	70.8	12.6
	女性	500	45.2	35.0	12.2	5.6	1.8	0.2	80.2	7.4	35.0	34.8	17.0	11.6	1.6	-	69.8	13.2
学年	1年生	250	39.2	38.0	14.8	7.2	0.8	-	77.2	8.0	34.0	35.2	16.8	10.8	3.2	-	69.2	14.0
	2年生	250	41.6	33.2	18.0	6.0	1.2	-	74.8	7.2	34.8	36.4	17.2	10.8	0.8	-	71.2	11.6
	3年生	250	39.6	○42.4	10.4	5.2	2.4	-	82.0	7.6	35.2	34.4	17.2	11.2	2.0	-	69.6	13.2
	4年生	250	○48.4	32.0	9.2	6.4	3.6	0.4	80.4	10.0	35.6	35.6	16.0	9.2	3.6	-	71.2	12.8

(%)

	サンプル数	E. 他人からの評価を高めること								F. 流行りに乗り遅れないこと								
		重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計	重視しない計	重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計
全体	1000	14.4	29.0	28.2	18.1	10.3	-	43.4	28.4	10.6	27.9	25.4	21.0	15.1	-	38.5	36.1	
性別	男性	500	14.0	29.8	27.0	19.4	9.8	-	43.8	29.2	10.0	24.0	24.2	23.6	18.2	-	34.0	○41.8
	女性	500	14.8	28.2	29.4	16.8	10.8	-	43.0	27.6	11.2	31.8	26.6	18.4	12.0	-	43.0	▼30.4
学年	1年生	250	14.8	26.8	○35.2	14.8	8.4	-	41.6	▼23.2	12.4	26.0	28.4	17.2	16.0	-	38.4	33.2
	2年生	250	13.6	○34.0	29.2	15.2	8.0	-	47.6	▼23.2	10.4	32.8	28.8	▼15.2	12.8	-	43.2	▼28.0
	3年生	250	14.0	29.2	30.0	16.0	10.8	-	43.2	26.8	11.6	24.8	25.2	24.0	14.4	-	36.4	38.4
	4年生	250	15.2	26.0	▼18.4	○26.4	14.0	-	41.2	○40.4	8.0	28.0	▼19.2	○27.6	17.2	-	36.0	○44.8

(%)

お金の使い方への重視度(数表編)

問7

では、以下に挙げるお金の使い方について、あなたはどの程度重視していますか。
それぞれあてはまるものを1ずつお選びください。<全ベース>

	サンプル数	G. ストレスを発散できること								H. 現実逃避できること								
		重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計	重視しない計	重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計
全体	1000	36.6	38.9	13.1	8.5	2.9	-	75.5	11.4	25.0	32.2	21.8	15.3	5.7	-	57.2	21.0	
性別	男性	500	33.4	40.2	15.0	8.6	2.8	-	73.6	11.4	20.4	31.0	23.6	18.4	6.6	-	▼51.4	25.0
	女性	500	39.8	37.6	11.2	8.4	3.0	-	77.4	11.4	29.6	33.4	20.0	12.2	4.8	-	○63.0	17.0
学年	1年生	250	34.0	34.4	18.0	10.8	2.8	-	▼68.4	13.6	24.4	30.0	25.6	15.6	4.4	-	54.4	20.0
	2年生	250	34.0	40.4	15.2	8.0	2.4	-	74.4	10.4	21.6	○38.0	23.6	12.8	4.0	-	59.6	16.8
	3年生	250	38.4	42.0	10.0	6.4	3.2	-	80.4	9.6	29.6	32.0	19.2	13.6	5.6	-	61.6	19.2
	4年生	250	40.0	38.8	9.2	8.8	3.2	-	78.8	12.0	24.4	28.8	18.8	19.2	8.8	-	53.2	○28.0

(%)

	サンプル数	I. 癒しを得られること								J. 暇つぶしになること								
		重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計	重視しない計	重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計
全体	1000	39.4	42.2	11.3	5.4	1.7	-	81.6	7.1	19.4	29.1	24.0	18.2	9.3	-	48.5	27.5	
性別	男性	500	34.6	42.8	13.2	7.6	1.8	-	77.4	9.4	21.0	○34.2	22.8	15.2	6.8	-	○55.2	▼22.0
	女性	500	44.2	41.6	9.4	3.2	1.6	-	85.8	4.8	17.8	▼24.0	25.2	21.2	11.8	-	▼41.8	○33.0
学年	1年生	250	38.4	40.4	14.4	5.6	1.2	-	78.8	6.8	19.6	28.4	○30.0	15.2	6.8	-	48.0	▼22.0
	2年生	250	37.6	44.4	12.4	4.4	1.2	-	82.0	5.6	18.8	30.0	28.0	15.2	8.0	-	48.8	23.2
	3年生	250	43.2	41.6	6.8	6.0	2.4	-	84.8	8.4	20.4	26.8	20.0	22.8	10.0	-	47.2	○32.8
	4年生	250	38.4	42.4	11.6	5.6	2.0	-	80.8	7.6	18.8	31.2	▼18.0	19.6	12.4	-	50.0	32.0

(%)

	サンプル数	K. 将来の役に立つこと								L. 自分の趣味・好きなことを極めること								
		重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計	重視しない計	重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計
全体	1000	33.2	33.6	19.5	10.6	3.1	-	66.8	13.7	52.8	33.9	8.9	3.0	1.3	0.1	86.7	4.3	
性別	男性	500	35.4	30.6	20.2	9.6	4.2	-	66.0	13.8	48.8	35.4	10.6	3.2	1.8	0.2	84.2	5.0
	女性	500	31.0	36.6	18.8	11.6	2.0	-	67.6	13.6	56.8	32.4	7.2	2.8	0.8	-	89.2	3.6
学年	1年生	250	31.2	34.0	23.6	7.2	4.0	-	65.2	11.2	54.4	29.2	10.8	3.2	2.4	-	83.6	5.6
	2年生	250	37.2	30.4	18.0	12.0	2.4	-	67.6	14.4	52.0	38.0	7.6	2.0	0.4	-	90.0	2.4
	3年生	250	29.6	33.6	21.2	13.2	2.4	-	63.2	15.6	52.0	31.2	11.2	5.2	0.4	-	83.2	5.6
	4年生	250	34.8	36.4	15.2	10.0	3.6	-	71.2	13.6	52.8	37.2	6.0	1.6	2.0	0.4	90.0	3.6

(%)

お金の使い方への重視度(数表編)

問7

では、以下に挙げるお金の使い方について、あなたはどの程度重視していますか。
それぞれあてはまるものを1つずつお選びください。〈全ベース〉

	サンプル数	M. 自分のキャラクターを形成すること								N. やりがいを感じることに								
		重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計	しな重視しない計	重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計
全体	1000	10.9	21.1	32.0	23.1	12.9	-	32.0	36.0	25.8	34.6	23.6	11.0	5.0	-	60.4	16.0	
性別	男性	500	11.2	23.0	31.0	22.6	12.2	-	34.2	34.8	26.2	36.8	24.2	7.6	5.2	-	63.0	12.8
	女性	500	10.6	19.2	33.0	23.6	13.6	-	29.8	37.2	25.4	32.4	23.0	14.4	4.8	-	57.8	19.2
学年	1年生	250	12.0	17.2	○40.0	19.6	11.2	-	29.2	▼30.8	26.4	34.4	23.6	10.0	5.6	-	60.8	15.6
	2年生	250	11.2	18.0	○38.0	19.6	13.2	-	29.2	32.8	27.6	31.2	26.4	10.8	4.0	-	58.8	14.8
	3年生	250	10.4	○26.8	▼26.0	24.8	12.0	-	○37.2	36.8	23.6	37.2	25.6	10.4	3.2	-	60.8	13.6
	4年生	250	10.0	22.4	▼24.0	○28.4	15.2	-	32.4	○43.6	25.6	35.6	18.8	12.8	7.2	-	61.2	20.0

(%)

	サンプル数	O. 自分の生活が豊かになること								
		重視する	非常に重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	まったく重視しない	無回答	重視する計	しな重視しない計
全体	1000	56.1	31.0	9.5	1.8	1.6	-	87.1	3.4	
性別	男性	500	▼49.0	35.2	10.8	2.6	2.4	-	84.2	5.0
	女性	500	○63.2	26.8	8.2	1.0	0.8	-	90.0	1.8
学年	1年生	250	54.8	31.2	11.6	1.2	1.2	-	86.0	2.4
	2年生	250	58.0	30.4	9.2	0.8	1.6	-	88.4	2.4
	3年生	250	58.4	28.0	9.6	2.4	1.6	-	86.4	4.0
	4年生	250	53.2	34.4	7.6	2.8	2.0	-	87.6	4.8

(%)

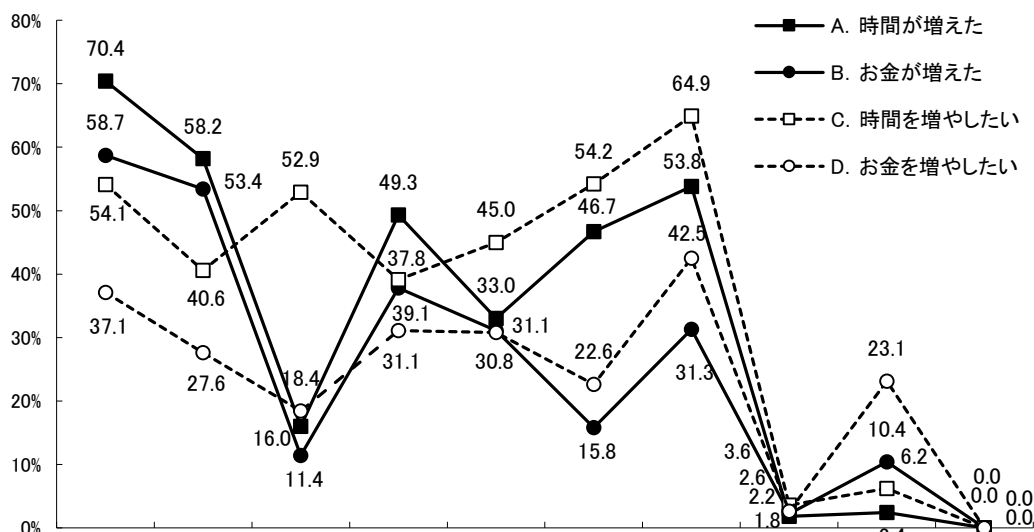
大学入学後増えた/今後増やしたい時間・お金の使い方

- ◆ 各項目について、「時間やお金の使い方について、あなたが入学してから、使う時間やお金が増えたものがありますか」という質問に対して、「時間が増えた」では「少数の友人と一緒に過ごす」と回答した人が全体の約70%と最も多く、次いで「多数の友人と一緒に過ごす」が約58%、「新しいことにチャレンジする」が約54%となった。
- ◆ 「お金が増えた」では「少数の友人と一緒に過ごす」と回答した人が全体の約59%と最も多く、次いで「多数の友人と一緒に過ごす」が約53%、「一人で過ごす」が約38%となった。
- ◆ また、各項目について、「今後増やしたい時間やお金の使い方はありますか」という質問に対して、「時間を増やしたい」では「新しいことにチャレンジする」と回答した人が全体の約65%と最も多く、次いで「新しい人(社会人)との出会いを増やす」「少数の友人と一緒に過ごす」がいずれも約54%、「家族と過ごす」が約53%となった。
- ◆ 「お金を増やしたい」では「新しいことにチャレンジする」と回答した人が全体の約43%と最も多く、次いで「少数の友人と一緒に過ごす」が約37%、「一人で過ごす」が約31%となった。

問8

以下に挙げる時間やお金の使い方について、あなたが大学に入学してから、使う時間やお金が増えたものがありますか。それぞれあてはまるものを全てお選びください。
また、今後増やしたい時間やお金の使い方はありますか。それぞれあてはまるものを全てお選びください。〈全ベース〉

<全体: N=1000>



サンプル数	少数の友人と一緒に過ごす	多数の友人と一緒に過ごす	家族と過ごす	一人で過ごす	恋人と過ごす	新しい人(社会人)との出会いを増やす	新しいことにチャレンジ	その他	この中ではあてはまるものは	無回答	
A. 時間が増えた	1000	70.4	58.2	16.0	49.3	33.0	46.7	53.8	1.8	2.4	-
B. お金が増えた	1000	58.7	53.4	11.4	37.8	31.1	15.8	31.3	2.2	10.4	-
C. 時間を増やしたい	1000	54.1	40.6	52.9	39.1	45.0	54.2	64.9	3.6	6.2	-
D. お金を増やしたい	1000	37.1	27.6	18.4	31.1	30.8	22.6	42.5	2.6	23.1	-

(%)

大学入学後増えた/今後増やしたい時間・お金の使い方(数表編)

問8

以下に挙げる時間やお金の使い方について、あなたが大学に入学してから、使う時間やお金が増えたものはありますか。それぞれあてはまるものを全てお選びください。
また、今後増やしたい時間やお金の使い方はありますか。それぞれあてはまるものを全てお選びください。 <全ベース>

サンプル数	A. 時間が増えた											B. お金が増えた										
	少数の友人と一緒に過ごす	多数の友人と一緒に過ごす	家族と過ごす	一人で過ごす	恋人と過ごす	増やす 新しい人(社会人)との出会いを	新しいことにチャレンジする	その他	この中であてはまるものはない	無回答	少数の友人と一緒に過ごす	多数の友人と一緒に過ごす	家族と過ごす	一人で過ごす	恋人と過ごす	増やす 新しい人(社会人)との出会いを	新しいことにチャレンジする	その他	この中であてはまるものはない	無回答		
全体	1000	70.4	58.2	16.0	49.3	33.0	46.7	53.8	1.8	2.4	-	58.7	53.4	11.4	37.8	31.1	15.8	31.3	2.2	10.4	-	
性別	男性	500	72.8	53.6	17.0	49.4	32.0	44.6	55.0	2.4	2.4	-	57.2	▼47.4	12.6	39.4	33.6	17.4	32.0	3.2	12.0	-
	女性	500	68.0	62.8	15.0	49.2	34.0	48.8	52.6	1.2	2.4	-	60.2	○59.4	10.2	36.2	28.6	14.2	30.6	1.2	8.8	-
学年	1年生	250	▼64.8	62.0	12.0	44.8	▼18.4	42.0	▼47.6	2.4	4.0	-	▼50.8	48.8	7.6	▼28.4	▼13.6	12.8	26.8	2.8	○18.4	-
	2年生	250	72.4	54.0	11.2	49.2	31.2	44.4	▼46.8	2.0	3.6	-	62.8	50.8	10.4	37.2	30.4	16.0	▼24.8	2.8	8.8	-
	3年生	250	71.2	58.0	18.0	▼42.8	36.0	50.0	56.0	0.8	1.2	-	56.0	54.4	15.2	37.6	34.0	16.8	30.8	2.0	6.8	-
	4年生	250	73.2	58.8	○22.8	○60.4	○46.4	50.4	○64.8	2.0	0.8	-	○65.2	○59.6	12.4	○48.0	○46.4	17.6	○42.8	1.2	7.6	-

(%)

サンプル数	C. 時間を増やしたい											D. お金を増やしたい										
	少数の友人と一緒に過ごす	多数の友人と一緒に過ごす	家族と過ごす	一人で過ごす	恋人と過ごす	増やす 新しい人(社会人)との出会いを	新しいことにチャレンジする	その他	この中であてはまるものはない	無回答	少数の友人と一緒に過ごす	多数の友人と一緒に過ごす	家族と過ごす	一人で過ごす	恋人と過ごす	増やす 新しい人(社会人)との出会いを	新しいことにチャレンジする	その他	この中であてはまるものはない	無回答		
全体	1000	54.1	40.6	52.9	39.1	45.0	54.2	64.9	3.6	6.2	-	37.1	27.6	18.4	31.1	30.8	22.6	42.5	2.6	23.1	-	
性別	男性	500	54.4	37.8	▼44.2	35.6	45.8	51.2	61.0	4.2	8.0	-	35.8	28.2	17.2	30.2	34.2	25.2	46.4	3.6	22.0	-
	女性	500	53.8	43.4	○61.6	42.6	44.2	57.2	68.8	3.0	4.4	-	38.4	27.0	19.6	32.0	27.4	20.0	38.6	1.6	24.2	-
学年	1年生	250	49.2	43.6	▼44.8	▼34.0	▼37.6	▼44.0	▼56.0	3.6	8.8	-	38.4	28.4	13.6	▼24.0	▼24.4	▼17.2	▼33.6	4.4	○30.4	-
	2年生	250	▼48.0	36.8	50.0	37.2	47.6	52.4	66.0	2.8	5.6	-	32.8	22.8	15.2	26.4	30.8	18.0	42.0	0.8	23.6	-
	3年生	250	○60.8	39.6	○58.0	44.0	49.2	○62.8	○72.0	3.6	5.6	-	35.6	29.6	20.0	36.0	32.4	○29.2	42.8	2.8	23.6	-
	4年生	250	58.4	42.4	○58.8	41.2	45.6	57.6	65.6	4.4	4.8	-	41.6	29.6	○24.8	○38.0	35.6	26.0	○51.6	2.4	▼14.8	-

(%)

II 消費実態について

- ※数表中の数値につけられた記号
- 印=全体より5ポイント以上高い数値
- ▼印=全体より5ポイント以上低い数値

コンテンツ認知・利用経験

- ◆ 取り巻くサービスや商品について、「以下に挙げるサービスについて、知っているものを全てお選びください」という質問をしたところ、「無料動画配信サービス」「有料動画配信サービス」と回答した人が全体の約100%と最も多く、次いで「ネット通販」と回答した人が約99%となった。
- ◆ また「選択した知っている各項目の中で、使ったことがあるものを全てお選びください」という質問に対して、「無料動画配信サービス」と回答した人が全体の約98%と最も多く、次いで「ネット通販」が約86%、「ソーシャルゲーム」が約73%となった。
- ◆ 「選択した使ったことがある各項目の中で、最近1ヶ月内に使ったことがあるものを全てお選びください」という質問に対して、「無料動画配信サービス」と回答した人が全体の92%と最も多く、次いで「ネット通販」が約60%、「有料動画配信サービス」が約53%となった。
- ◆ 「選択した最近1ヶ月内に使ったことがある各項目の中で、最もよく使ったものを1つだけお選びください」という質問に対して、「無料動画配信サービス」と回答した人が全体の約52%と最も多く、次いで「有料動画配信サービス」が約13%、「定額音楽配信サービス」が約12%となった。

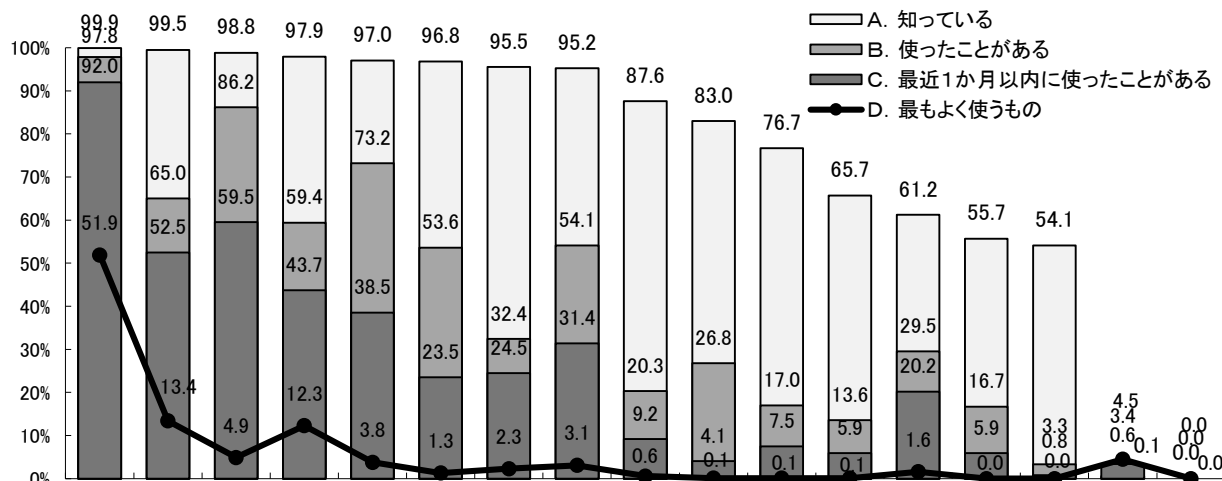
問9

以下に挙げるサービスについて、以下の質問にお答えください。

- あなたが知っているものを全てお選びください。
- あなたが使ったことがあるものを全てお選びください。
- あなたが最近1ヶ月以内に使ったことがあるものを全てお選びください。
- あなたが最近1ヶ月以内で最もよく使ったものを、「C. 最近1か月以内に使ったことがある」で選んだ中から、1つだけお選びください。 <全ベース>

※「A. 知っている」全体のスコアで降順ソート

<全体：N=1000>



サンプル数	A. 知っている																		
	無料動画配信サービス (YouTube など)	有料動画配信サービス (Netflix、Amazonプライム・ビデオなど)	ネット通販 (Amazon、楽天市場など)	定額音楽配信サービス (Apple Music、Spotify など)	ソーシャルゲーム (パズドラ、ツムツムなど)	フリマ・オークションサービス (メルカリ、ヤフオク! など)	電子決済サービス (QUICPay、LINE Pay など)	漫画アプリ (LINEマンガ、コミックシーモアなど)	フードデリバリーサービス (Uber Eats など)	オンライン教育サービス (スタディサプリ、DMM英会話など)	有料書籍ダウンロードサービス (Kindle など)	カーシェアサービス (タイムズカーシェアなど)	お金、予定管理アプリ (マネーフォワード、TimeTree など)	民泊共有サービス (Airbnb など)	レンタルサービス (メチャカリなど)	この中にあてはまるものはない	無回答		
全体	1000	99.9	99.5	98.8	97.9	97.0	96.8	95.5	95.2	87.6	83.0	76.7	65.7	61.2	55.7	54.1	0.1	-	
性別	男性	500	99.8	99.2	98.8	98.2	97.8	96.6	95.8	95.4	88.0	81.2	82.0	68.0	59.4	58.2	50.6	0.2	-
	女性	500	100.0	99.8	98.8	97.6	96.2	97.0	95.2	95.0	87.2	84.8	71.4	63.4	63.0	53.2	57.6	-	-
学年	1年生	250	99.6	98.0	97.6	96.4	98.0	95.2	94.8	94.0	79.2	86.8	68.0	48.4	54.0	43.6	46.0	0.4	-
	2年生	250	100.0	100.0	99.6	98.8	97.6	96.8	96.0	96.4	88.0	81.6	78.4	60.8	60.8	49.6	53.2	-	-
	3年生	250	100.0	100.0	98.8	99.2	97.2	98.4	96.0	96.0	91.6	79.6	78.4	73.6	62.8	62.0	57.6	-	-
	4年生	250	100.0	100.0	99.2	97.2	95.2	96.8	95.2	94.4	91.6	84.0	82.0	80.0	67.2	67.6	59.6	-	-

コンテンツ認知・利用経験(数表編)

問9

以下に挙げるサービスについて、以下の質問にお答えください。

- A. あなたが知っているものを全てお選びください。
- B. あなたが使ったことがあるものを全てお選びください。
- C. あなたが最近1ヶ月以内に使ったことがあるものを全てお選びください。
- D. あなたが最近1ヶ月以内で最もよく使ったものを、「C. 最近1か月以内に使ったことがある」で選んだ中から、1つだけお選びください。 <全ベース>

<全体:N=1000>

※「A. 知っている」全体のスコアで降順ソート

サンプル数	B. 使ったことがある																	無回答	
	無料動画配信サービス	有料動画配信サービス	ネット通販	定額音楽配信サービス	ソーシャルゲーム	フリマ・オークションサービス	電子決済サービス	漫画アプリ	フードデリバリーサービス	オンライン教育サービス	有料書籍ダウンロードサービス	カーシェアサービス	お金、予定管理アプリ	民泊共有サービス	レンタルサービス	この中にあてはまるものはない			
全体	1000	97.8	65.0	86.2	59.4	73.2	53.6	32.4	54.1	20.3	26.8	17.0	13.6	29.5	16.7	3.3	0.6	-	
性別	男性	500	97.4	67.2	83.0	59.4	78.0	51.6	○37.4	52.2	17.6	22.6	18.2	16.2	26.0	16.2	4.6	0.6	-
	女性	500	98.2	62.8	89.4	59.4	68.4	55.6	▼27.4	56.0	23.0	31.0	15.8	11.0	33.0	17.2	2.0	0.6	-
学年	1年生	250	97.6	▼50.0	▼80.4	▼51.2	74.4	50.0	▼25.6	50.8	▼11.2	31.6	▼11.6	▼3.2	26.8	▼3.2	2.0	1.2	-
	2年生	250	97.6	66.8	86.0	58.4	76.0	48.8	32.4	56.4	18.4	29.6	16.0	11.2	○36.4	12.0	2.0	0.8	-
	3年生	250	98.0	69.2	88.8	63.6	72.8	58.0	34.0	52.8	23.2	24.0	17.6	○18.8	27.2	21.2	4.8	-	-
	4年生	250	98.0	○74.0	89.6	○64.4	69.6	57.6	○37.6	56.4	○28.4	22.0	○22.8	○21.2	27.6	○30.4	4.4	0.4	-

(%)

サンプル数	C. 最近1か月以内に使ったことがある																	無回答	
	無料動画配信サービス	有料動画配信サービス	ネット通販	定額音楽配信サービス	ソーシャルゲーム	フリマ・オークションサービス	電子決済サービス	漫画アプリ	フードデリバリーサービス	オンライン教育サービス	有料書籍ダウンロードサービス	カーシェアサービス	お金、予定管理アプリ	民泊共有サービス	レンタルサービス	この中にあてはまるものはない			
全体	1000	92.0	52.5	59.5	43.7	38.5	23.5	24.5	31.4	9.2	4.1	7.5	5.9	20.2	5.9	0.8	3.4	-	
性別	男性	500	92.2	55.0	56.4	45.2	○48.6	23.6	○30.0	33.0	9.0	3.6	9.8	6.8	17.2	4.2	1.0	4.2	-
	女性	500	91.8	50.0	62.6	42.2	▼28.4	23.4	▼19.0	29.8	9.4	4.6	5.2	5.0	23.2	7.6	0.6	2.6	-
学年	1年生	250	91.2	▼38.8	▼52.0	▼36.8	38.4	21.6	▼18.0	▼24.8	4.8	4.0	3.6	▼0.8	20.8	2.0	0.8	5.2	-
	2年生	250	93.2	53.6	54.8	42.0	42.0	18.8	23.6	33.2	6.4	3.6	6.8	7.6	24.8	4.0	0.4	2.8	-
	3年生	250	91.6	54.8	64.0	○48.8	34.4	27.6	25.2	34.0	10.0	4.8	8.0	6.4	19.6	6.8	1.2	2.4	-
	4年生	250	92.0	○62.8	○67.2	47.2	39.2	26.0	○31.2	33.6	○15.6	4.0	11.6	8.8	15.6	10.8	0.8	3.2	-

(%)

サンプル数	D. 最もよく使うもの																	無回答	
	無料動画配信サービス	有料動画配信サービス	ネット通販	定額音楽配信サービス	ソーシャルゲーム	フリマ・オークションサービス	電子決済サービス	漫画アプリ	フードデリバリーサービス	オンライン教育サービス	有料書籍ダウンロードサービス	カーシェアサービス	お金、予定管理アプリ	民泊共有サービス	レンタルサービス	この中にあてはまるものはない			
全体	1000	51.9	13.4	4.9	12.3	3.8	1.3	2.3	3.1	0.6	0.1	0.1	0.1	1.6	-	-	4.5	-	
性別	男性	500	54.0	12.0	3.2	11.8	5.0	1.2	2.2	2.4	0.8	-	0.2	0.2	1.4	-	-	5.6	-
	女性	500	49.8	14.8	6.6	12.8	2.6	1.4	2.4	3.8	0.4	0.2	-	-	1.8	-	-	3.4	-
学年	1年生	250	56.8	▼8.0	3.2	10.0	6.0	2.0	2.0	2.4	-	-	0.4	-	1.6	-	-	7.6	-
	2年生	250	51.2	12.4	4.4	14.4	5.2	0.4	2.0	4.4	-	-	-	0.4	2.0	-	-	3.2	-
	3年生	250	▼46.8	14.4	7.6	16.8	1.6	1.2	1.6	3.6	1.2	0.4	-	-	2.0	-	-	2.8	-
	4年生	250	52.8	○18.8	4.4	8.0	2.4	1.6	3.6	2.0	1.2	-	-	-	0.8	-	-	4.4	-

(%)

コンテンツ利用理由

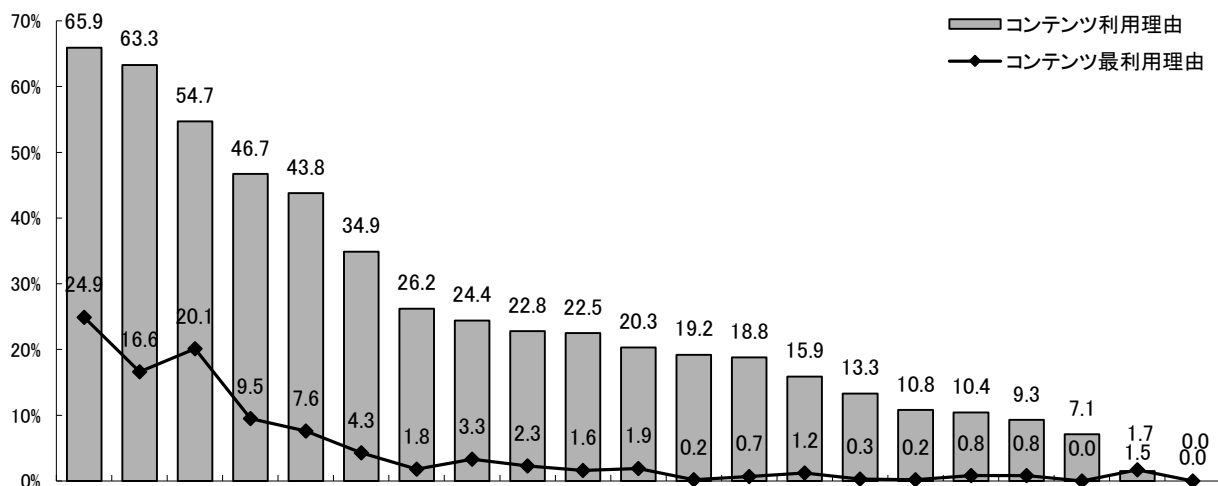
- ◆ 前の質問で各種デジタルサービスやシェアリングサービスを利用したことが「ある」と回答した人に対して、「あなたがお使いになった理由は何ですか」という質問をしたところ、「暇つぶしになるから」と回答した人が全体の約66%と最も多く、次いで「いつでもどこでも使えるから」が約63%、「コンテンツや内容が良いから」が約55%となった。
- ◆ また「選択した各項目の中で最もあてはまるもの」という質問に対して、「暇つぶしになるから」と回答した人が全体の約25%と最も多く、次いで「コンテンツや内容が良いから」が約20%、「いつでもどこでも使えるから」が約17%となった。

問10

前の設問で挙げた、各種デジタルサービスやシェアリングサービスをお使いになった理由は何ですか。
あてはまるものを全てお選びください。
また、最もあてはまるものを1つだけお選びください。〈いずれかのサービス利用経験ありベース〉

〈いずれかのサービス利用経験ありベース：N=994〉

※全体のスコアで降順ソート



サンプル数	暇つぶしになるから	いつでもどこでも使えるから	コンテンツや内容が良いから	手間がかからないから	商品やコンテンツのラインナップが豊富だから	支払いが楽だから	友人と共有できるから	お金の節約になるから	入手困難だったものが入手しやすくなったから	時間の節約になるから	お試し無料期間などのキャンペーンに惹かれたから	スペースを取らないから	友達に勧められたから	話題になっているから	色々な年代のものに触れやすくなったから	かさばらないから	新しいものを試してみたかったから	流行に乗りたかったから	話題にしたいから	この中であてはまるものはない	無回答		
全体	994	65.9	63.3	54.7	46.7	43.8	34.9	26.2	24.4	22.8	22.5	20.3	19.2	18.8	15.9	13.3	10.8	10.4	9.3	7.1	1.5	-	
性別	男性	497	65.4	62.4	54.9	48.3	42.9	37.2	28.8	28.0	22.3	21.3	17.9	19.3	17.7	17.1	16.1	11.1	12.3	10.9	10.9	1.8	-
	女性	497	66.4	64.2	54.5	45.1	44.7	32.6	23.5	20.9	23.3	22.7	19.1	19.9	14.7	10.5	10.5	8.5	7.6	3.4	1.2	-	
学年	1年生	247	68.8	▼54.3	50.2	▼37.2	▼33.2	30.8	23.1	▼18.2	▼17.8	21.1	15.4	▼11.7	17.0	14.6	8.9	7.3	7.7	8.1	7.3	1.6	-
	2年生	248	66.9	64.1	56.9	47.2	46.4	31.9	26.2	24.2	23.8	19.8	22.2	21.4	16.9	13.3	12.5	12.1	8.9	6.0	5.2	1.2	-
	3年生	250	64.4	67.6	56.8	50.4	○48.8	39.2	26.4	26.0	26.4	24.4	22.8	22.0	22.8	19.6	14.8	14.0	10.0	12.8	8.0	1.2	-
	4年生	249	63.5	67.1	55.0	○51.8	46.6	37.8	28.9	29.3	23.3	24.9	20.9	21.7	18.5	16.1	16.9	9.6	14.9	10.0	8.0	2.0	-

(%)

サービスの使い方

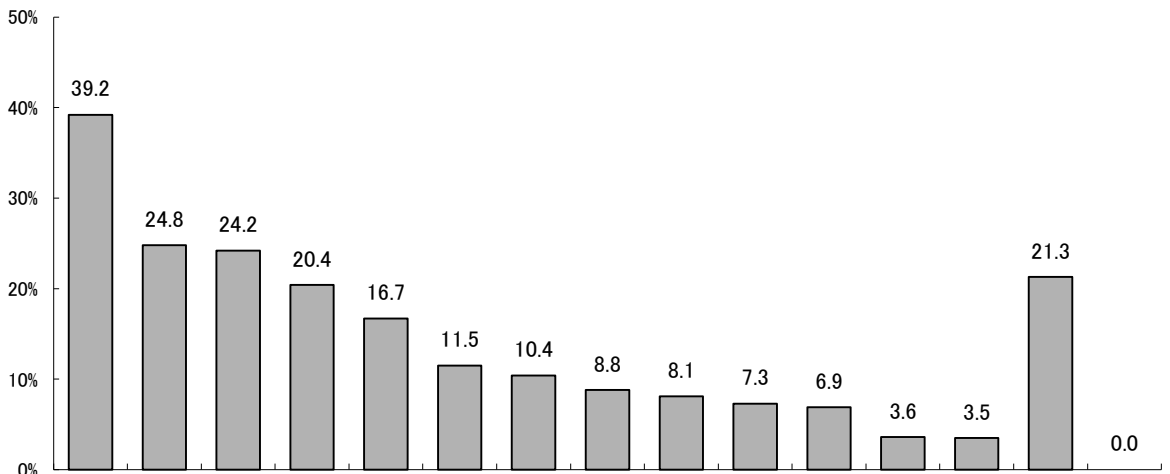
◆ 「あなたを取り巻くサービスに関する文章のうち、あなたにあてはまるものを全てお選びください」という質問に対して、「YouTubeを使って勉強をすることがある」と回答した人が全体の約39%と最も多く、次いで「友達との待ち合わせに位置情報サービス(ゼンリーなど)を使うことがある」が約25%、「有料動画配信サービスは、コンテンツの内容や中身で使い分けしている」が約24%となった。



問11 以下の、あなたを取り巻くサービスに関する文章のうち、あなたにあてはまるものを全てお選びください。〈全ベース〉

〈全体：N=1000〉

※全体のスコアで降順ソート



サンプル数	ある	YouTubeを使って勉強をすることがある	友達との待ち合わせに位置情報サービス(ゼンリーなど)を使うことがある	有料動画配信サービスは、コンテンツの内容や中身で使い分けしている	電子決済サービスで貯めたポイントで更に買い物をすることがある	現金よりも電子決済サービスを利用することが多い	メルカリなどでモノを売る前提で買い物をするときがある	オンライン教育サービスなどで、時間と場所に捉われないことなく、隙間学習することがある	友達と共有している	定額音楽配信サービスでプレイリストなどを作成し共有している	収入を得たことがある	フリマ(ハンドメイド)アプリやLINEスタンプの販売などで、自分の作品を出品し収入を得たことがある	レンタカーやカーシェアがあれば、クルマを買う必要はないと思う	Airbnbを使うことなくても、普通の遊び(泊まりでなくても)でも、Airbnbを利用することが多い	飲食店直轄のデリバリーサービスより、Uber Eatsを利用することが多い	隙間時間で働けるアプリなどを使い、収入を得ることがある	この中にあてはまるものはない	無回答
全体	1000	39.2	24.8	24.2	20.4	16.7	11.5	10.4	8.8	8.1	7.3	6.9	3.6	3.5	21.3	-	-	-
性別	男性	500	39.6	21.8	24.0	17.4	20.2	10.8	10.0	10.8	8.2	8.4	6.2	4.8	4.2	22.2	-	-
	女性	500	38.8	27.8	24.4	23.4	13.2	12.2	10.8	6.8	8.0	6.2	7.6	2.4	2.8	20.4	-	-
学年	1年生	250	44.0	23.2	▼14.4	16.4	12.0	11.2	9.2	6.0	8.0	2.4	2.4	0.8	3.2	24.8	-	-
	2年生	250	40.0	24.0	22.4	16.0	12.8	8.0	10.4	7.6	7.2	6.0	5.2	1.6	2.4	23.2	-	-
	3年生	250	35.6	26.8	28.0	24.0	18.8	14.4	10.4	13.2	10.0	10.4	8.0	4.4	3.2	17.6	-	-
	4年生	250	37.2	25.2	○32.0	25.2	○23.2	12.4	11.6	8.4	7.2	10.4	○12.0	7.6	5.2	19.6	-	-

(%)

Ⅲ 消費価値観について

- ※数表中の数値につけられた記号
- 印=全体より5ポイント以上高い数値
- ▼印=全体より5ポイント以上低い数値

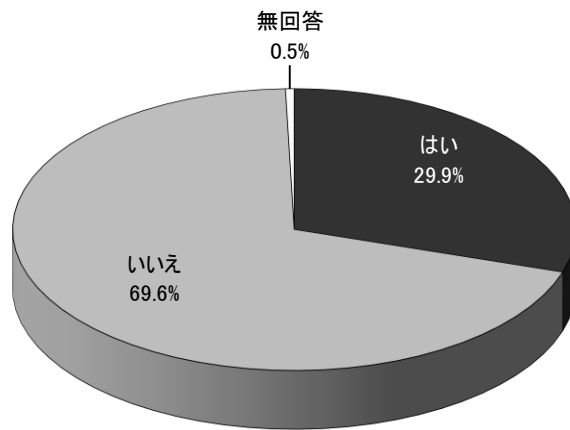
消費上手意識

- ◆ 「あなたは、ご自身のことを時間やお金を有効に使えている“消費上手”だと思いますか」という質問に対して、「はい」と回答した人が約30%、「いいえ」と回答した人が約70%となった。

問12

あなたは、ご自身のことを時間やお金を有効に使えている“消費上手”だと思いますか<全ベース>

<全体：N=1000>



		サンプル数	はい	いいえ	無回答
全体		1000	29.9	69.6	0.5
性別	男性	500	31.4	68.2	0.4
	女性	500	28.4	71.0	0.6
学年	1年生	250	▼ 23.2	○ 76.4	0.4
	2年生	250	30.4	69.2	0.4
	3年生	250	32.0	67.6	0.4
	4年生	250	34.0	65.2	0.8

(%)

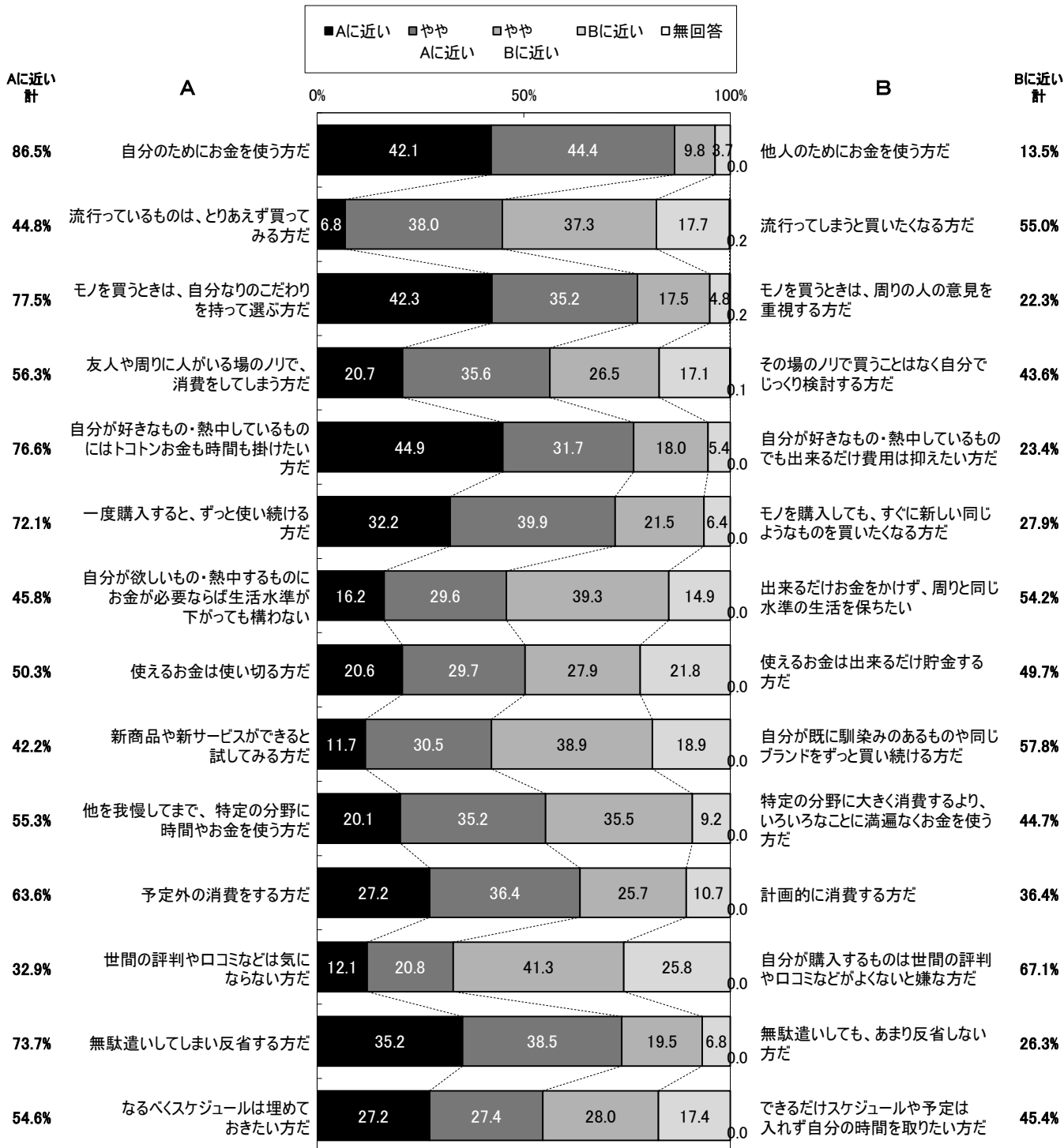
消費に関する行動

◆「以下の消費に関わる2つの文章のうち、あなたはどちらの考え方に近いですか」という質問に対して、「自分のためにお金を使う方だ」が全体の約87%と最も多く、次いで「モノを買うときは、自分なりのこだわりを持って選ぶ方だ」が約78%、「自分が好きなもの・熱中しているものにはトコトンお金も時間も掛けたい方だ」が約77%となった。

問13

以下の消費に関わる2つの文章のうち、あなたはどちらの考え方に近いですか。それぞれについて、あてはまるものを1つずつお選びください。〈全ベース〉

<全体：N=1000>



消費に関する行動(数表編)

問13

以下の消費に関わる2つの文章のうち、あなたはどちらの考え方に近いですか。
それぞれについて、あてはまるものを1つずつお選びください。<全ベース>

		サンプル数	A. 自分のお金を使う方 B. 他人のお金を使う方						A. 流行っているものは、とりあえず買ってみたい方 B. 流行ってしまうと買いたくなる方							
			Aに近い	AやBに近い	Bに近い	無回答	Aに近い計	Bに近い計	Aに近い	AやBに近い	Bに近い	無回答	Aに近い計	Bに近い計		
全体		1000	42.1	44.4	9.8	3.7	-	86.5	13.5	6.8	38.0	37.3	17.7	0.2	44.8	55.0
性別	男性	500	43.6	41.8	11.0	3.6	-	85.4	14.6	7.2	36.2	38.2	18.2	0.2	43.4	56.4
	女性	500	40.6	47.0	8.6	3.8	-	87.6	12.4	6.4	39.8	36.4	17.2	0.2	46.2	53.6
学年	1年生	250	○ 50.8	40.0	7.2	2.0	-	90.8	9.2	5.6	37.6	39.6	17.2	-	43.2	56.8
	2年生	250	42.4	45.2	9.6	2.8	-	87.6	12.4	6.4	○ 43.6	32.8	17.2	-	○ 50.0	▼ 50.0
	3年生	250	38.0	47.2	9.6	5.2	-	85.2	14.8	8.8	36.4	38.4	16.0	0.4	45.2	54.4
	4年生	250	37.2	45.2	12.8	4.8	-	82.4	17.6	6.4	34.4	38.4	20.4	0.4	40.8	58.8

(%)

		サンプル数	A. モノを買うときは、自分なりのこだわりを持って選ぶ方 B. モノを買うときは、周りの人の意見を重視する方						A. 友人や周りに人がいる場のノリで、消費をしてしまう方 B. その場のノリで買うことはなく自分でじっくり検討する方							
			Aに近い	AやBに近い	Bに近い	無回答	Aに近い計	Bに近い計	Aに近い	AやBに近い	Bに近い	無回答	Aに近い計	Bに近い計		
全体		1000	42.3	35.2	17.5	4.8	0.2	77.5	22.3	20.7	35.6	26.5	17.1	0.1	56.3	43.6
性別	男性	500	45.0	34.2	15.6	5.0	0.2	79.2	20.6	22.6	38.2	24.2	14.8	0.2	60.8	39.0
	女性	500	39.6	36.2	19.4	4.6	0.2	75.8	24.0	18.8	33.0	28.8	19.4	-	51.8	48.2
学年	1年生	250	40.4	33.2	18.4	8.0	-	73.6	26.4	17.2	38.0	28.4	16.0	0.4	55.2	44.4
	2年生	250	▼ 34.0	○ 40.8	22.0	3.2	-	74.8	25.2	20.4	40.4	24.0	15.2	-	60.8	39.2
	3年生	250	44.4	35.6	14.4	4.8	0.8	80.0	19.2	24.4	34.0	26.0	15.6	-	58.4	41.6
	4年生	250	○ 50.4	31.2	15.2	3.2	-	81.6	18.4	20.8	▼ 30.0	27.6	21.6	-	▼ 50.8	○ 49.2

(%)

		サンプル数	A. 自分が好きなもの・熱中しているものにはトコトンお金も時間も掛けたい方 B. 自分が好きなもの・熱中しているものでも出来るだけ費用は抑えたい方						A. 一度購入すると、ずっと使い続ける方 B. モノを購入しても、すぐに新しい同様なものを買いたくなる方							
			Aに近い	AやBに近い	Bに近い	無回答	Aに近い計	Bに近い計	Aに近い	AやBに近い	Bに近い	無回答	Aに近い計	Bに近い計		
全体		1000	44.9	31.7	18.0	5.4	-	76.6	23.4	32.2	39.9	21.5	6.4	-	72.1	27.9
性別	男性	500	47.6	32.0	16.4	4.0	-	79.6	20.4	33.6	41.4	19.6	5.4	-	75.0	25.0
	女性	500	42.2	31.4	19.6	6.8	-	73.6	26.4	30.8	38.4	23.4	7.4	-	69.2	30.8
学年	1年生	250	43.2	35.6	16.0	5.2	-	78.8	21.2	30.4	38.4	25.6	5.6	-	68.8	31.2
	2年生	250	42.4	30.4	22.0	5.2	-	72.8	27.2	29.6	○ 46.8	18.0	5.6	-	76.4	23.6
	3年生	250	45.2	29.2	20.0	5.6	-	74.4	25.6	36.8	▼ 29.2	25.6	8.4	-	▼ 66.0	○ 34.0
	4年生	250	48.8	31.6	14.0	5.6	-	80.4	19.6	32.0	○ 45.2	16.8	6.0	-	○ 77.2	▼ 22.8

(%)

消費に関する行動(数表編)

問13

以下の消費に関わる2つの文章のうち、あなたはどちらの考え方に近いですか。
それぞれについて、あてはまるものを1つつずつお選びください。<全ベース>

		サンプル数	A. 自分が欲しいもの・熱中するものにお金が必要ならば生活水準が下がっても構わない B. 出来るだけお金をかけず、周りと同じ水準の生活を保ちたい							A. 使えるお金は使い切る方だ B. 使えるお金は出来るだけ貯金する方だ						
			Aに近い	Aやにやに近い	Bやにやに近い	Bに近い	無回答	Aに近い計	Bに近い計	Aに近い	Aやにやに近い	Bやにやに近い	Bに近い	無回答	Aに近い計	Bに近い計
全体	1000	16.2	29.6	39.3	14.9	-	45.8	54.2	20.6	29.7	27.9	21.8	-	50.3	49.7	
性別	男性	500	20.0	31.2	37.6	11.2	-	○ 51.2	▼ 48.8	22.2	29.6	29.6	18.6	-	51.8	48.2
	女性	500	12.4	28.0	41.0	18.6	-	▼ 40.4	○ 59.6	19.0	29.8	26.2	25.0	-	48.8	51.2
学年	1年生	250	14.0	30.4	38.4	17.2	-	44.4	55.6	▼ 11.2	28.8	32.8	○ 27.2	-	▼ 40.0	○ 60.0
	2年生	250	16.0	27.2	43.2	13.6	-	43.2	56.8	18.4	27.2	32.0	22.4	-	45.6	54.4
	3年生	250	20.0	30.0	37.6	12.4	-	50.0	50.0	○ 28.0	31.2	▼ 20.8	20.0	-	○ 59.2	▼ 40.8
	4年生	250	14.8	30.8	38.0	16.4	-	45.6	54.4	24.8	31.6	26.0	17.6	-	○ 56.4	▼ 43.6

(%)

		サンプル数	A. 新商品や新サービスができると試してみる方だ B. 自分が既に馴染みのあるものや同じブランドをずっと買い続ける方だ							A. 他を我慢してまで、特定の分野に時間やお金を使う方だ B. 特定の分野に大きく消費するより、いろいろなことに満遍なくお金を使う方だ						
			Aに近い	Aやにやに近い	Bやにやに近い	Bに近い	無回答	Aに近い計	Bに近い計	Aに近い	Aやにやに近い	Bやにやに近い	Bに近い	無回答	Aに近い計	Bに近い計
全体	1000	11.7	30.5	38.9	18.9	-	42.2	57.8	20.1	35.2	35.5	9.2	-	55.3	44.7	
性別	男性	500	12.4	34.4	38.2	15.0	-	46.8	53.2	23.2	37.8	32.2	6.8	-	○ 61.0	▼ 39.0
	女性	500	11.0	26.6	39.6	22.8	-	37.6	62.4	17.0	32.6	38.8	11.6	-	▼ 49.6	○ 50.4
学年	1年生	250	10.4	28.0	○ 44.0	17.6	-	38.4	61.6	18.0	38.0	36.8	7.2	-	56.0	44.0
	2年生	250	9.2	34.4	38.0	18.4	-	43.6	56.4	19.6	35.2	36.8	8.4	-	54.8	45.2
	3年生	250	14.0	29.6	38.0	18.4	-	43.6	56.4	24.0	36.0	32.0	8.0	-	60.0	40.0
	4年生	250	13.2	30.0	35.6	21.2	-	43.2	56.8	18.8	31.6	36.4	13.2	-	50.4	49.6

(%)

		サンプル数	A. 予定外の消費をする方だ B. 計画的に消費する方だ							A. 世間の評判や口コミなどは気にならない方だ B. 自分が購入するものは世間の評判や口コミなどがよくないと嫌な方だ						
			Aに近い	Aやにやに近い	Bやにやに近い	Bに近い	無回答	Aに近い計	Bに近い計	Aに近い	Aやにやに近い	Bやにやに近い	Bに近い	無回答	Aに近い計	Bに近い計
全体	1000	27.2	36.4	25.7	10.7	-	63.6	36.4	12.1	20.8	41.3	25.8	-	32.9	67.1	
性別	男性	500	28.8	36.8	24.8	9.6	-	65.6	34.4	16.2	24.6	40.0	▼ 19.2	-	○ 40.8	▼ 59.2
	女性	500	25.6	36.0	26.6	11.8	-	61.6	38.4	8.0	17.0	42.6	○ 32.4	-	▼ 25.0	○ 75.0
学年	1年生	250	25.2	37.6	29.2	8.0	-	62.8	37.2	13.2	24.8	▼ 33.6	28.4	-	○ 38.0	▼ 62.0
	2年生	250	24.8	37.2	27.6	10.4	-	62.0	38.0	10.0	17.2	46.0	26.8	-	▼ 27.2	○ 72.8
	3年生	250	○ 33.2	33.2	23.6	10.0	-	66.4	33.6	13.2	20.4	43.2	23.2	-	33.6	66.4
	4年生	250	25.6	37.6	22.4	14.4	-	63.2	36.8	12.0	20.8	42.4	24.8	-	32.8	67.2

(%)

消費に関する行動(数表編)

問13

以下の消費に関わる2つの文章のうち、あなたはどちらの考え方に近いですか。
それぞれについて、あてはまるものを1つずつお選びください。<全ベース>

		サンプル数	A. 無駄遣いしてしまい反省する方だ B. 無駄遣いしても、あまり反省しない方だ						A. なるべくスケジュールは埋めておきたい方だ B. できるだけスケジュールや予定は入れず自分の時間を取りたい方だ							
			Aに近い	Aやにやに近い	Bやにやに近い	Bに近い	無回答	Aに近い計	Bに近い計	Aに近い	Aやにやに近い	Bやにやに近い	Bに近い	無回答	Aに近い計	Bに近い計
全体		1000	35.2	38.5	19.5	6.8	-	73.7	26.3	27.2	27.4	28.0	17.4	-	54.6	45.4
性別	男性	500	33.6	38.0	20.6	7.8	-	71.6	28.4	23.4	27.6	29.8	19.2	-	51.0	49.0
	女性	500	36.8	39.0	18.4	5.8	-	75.8	24.2	31.0	27.2	26.2	15.6	-	58.2	41.8
学年	1年生	250	36.0	42.4	16.4	5.2	-	78.4	21.6	▼21.6	32.0	27.2	19.2	-	53.6	46.4
	2年生	250	37.2	36.0	21.2	5.6	-	73.2	26.8	24.4	31.6	27.6	16.4	-	56.0	44.0
	3年生	250	37.2	36.8	17.2	8.8	-	74.0	26.0	○32.4	▼19.6	31.6	16.4	-	52.0	48.0
	4年生	250	30.4	38.8	23.2	7.6	-	69.2	30.8	30.4	26.4	25.6	17.6	-	56.8	43.2

(%)

自由に使えるお金・時間の満足度

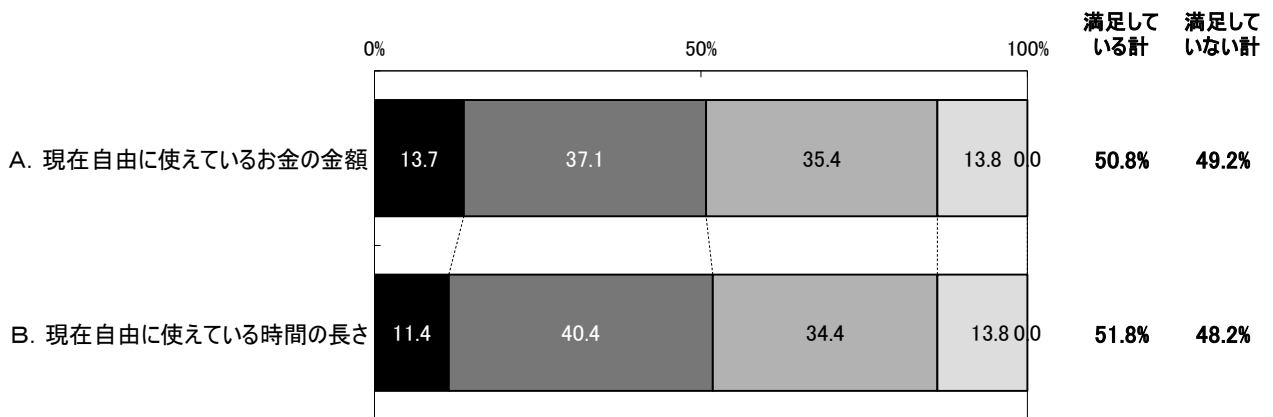
- ◆ 「あなたは、現在自由に使えているお金の金額について、どの程度満足していますか」という質問に対して、「満足している計」と回答した人は約51%、「満足していない計」と回答した人は約49%となった。
- ◆ 「あなたは、現在自由に使えている時間の長さについて、どの程度満足していますか」という質問に対して、「満足している計」と回答した人は約52%、「満足していない計」と回答した人は約48%となった。

問14

あなたは、現在自由に使えているお金の金額や時間の長さについて、それぞれどの程度満足していますか。それぞれについて、お気持ちに近いものを1つずつお選びください。〈全ベース〉

<全体：N=1000>

■非常に満足 ■やや満足 □あまり満足 □まったく満足 □無回答
 している方だ している方だ していない方だ していない方だ



サンプル数	A. 現在自由に使えているお金の金額							B. 現在自由に使えている時間の長さ								
	非常に満足している方だ	やや満足している方だ	あまり満足していない方だ	まったく満足していない方だ	無回答	満足している計	満足していない計	非常に満足している方だ	やや満足している方だ	あまり満足していない方だ	まったく満足していない方だ	無回答	満足している計	満足していない計		
全体	1000	13.7	37.1	35.4	13.8	-	50.8	49.2	11.4	40.4	34.4	13.8	-	51.8	48.2	
性別	男性	500	16.2	35.0	33.8	15.0	-	51.2	48.8	13.6	42.0	31.2	13.2	-	55.6	44.4
	女性	500	11.2	39.2	37.0	12.6	-	50.4	49.6	9.2	38.8	37.6	14.4	-	48.0	52.0
学年	1年生	250	13.6	36.8	38.0	11.6	-	50.4	49.6	10.4	▼35.2	39.2	15.2	-	▼45.6	○54.4
	2年生	250	16.4	37.2	33.6	12.8	-	53.6	46.4	8.8	40.8	38.8	11.6	-	49.6	50.4
	3年生	250	12.8	34.8	36.8	15.6	-	47.6	52.4	9.2	35.6	36.4	○18.8	-	▼44.8	○55.2
	4年生	250	12.0	39.6	33.2	15.2	-	51.6	48.4	○17.2	○50.0	▼23.2	9.6	-	○67.2	▼32.8

(%)

時間・お金の消費意向・理由

- ◆ どんなもの・ことに「時間」を使いたいかについて具体的に聞いてみると、「スポーツをしたり、好きで応援しているアーティストのライブやイベントに参加するなど、自分が好きなことで、楽しく、充実していると感じられるものに没頭する時間」が278人と最も多く、次いで「人との繋がりを大切にする時間」267人、「資格や興味のある分野の勉強など自分のスキルアップや成長につながり、将来のためになることに費やす時間」204人という結果となった。



これまでの設問を振り返り、改めてお伺いします。

1. あなたは、どんなもの・ことになら「時間」を使いたいと思いますか。

どんなことでも構いませんので、“何”に使いたいとその“理由”をそれぞれ具体的に教えてください。

2. あなたは、どんなもの・ことになら「お金」を使いたいと思いますか。

どんなことでも構いませんので、“何”に使いたいとその“理由”をそれぞれ具体的に教えてください。 <全ベース>

【何に「時間」を使いたいか(意向)】

<全体: N=1000>

1位:	スポーツをしたり、好きで応援しているアーティストのライブやイベントに参加するなど、自分が好きなことで、楽しく、充実していると感じられるものに没頭する時間	278人 (男性 152人 : 女性 126人)
2位:	人との繋がりを大切にする時間	267人 (男性 115人 : 女性 152人)
3位:	資格や興味のある分野の勉強など自分のスキルアップや成長につながり、将来のためになることに費やす時間	204人 (男性 112人 : 女性 92人)
4位:	家でテレビや動画を見たり、睡眠をとるなど、1人で自由にゆっくりと過ごす時間	129人 (男性 39人 : 女性 90人)
5位:	映画を観るなど、自由に自分の好きなことをして過ごす時間	91人 (男性 44人 : 女性 47人)
6位:	自分の価値を高めたり、自分の成長に繋がるなど、自分にとって将来的に有益であるものに費やす時間	62人 (男性 38人 : 女性 24人)
7位:	親しい友人や好きな人など、自分が一緒にいたいと思う人と過ごす時間	55人 (男性 23人 : 女性 32人)
8位:	旅行など遠くの出かける時間	48人 (男性 21人 : 女性 27人)
9位:	自分にとってプラスになるような楽しくも有意義な時間	46人 (男性 25人 : 女性 21人)
10位:	アルバイトをしてお金を稼ぐ時間	35人 (男性 11人 : 女性 24人)

11位:	家族と交流する時間	30人 (男性 7人 : 女性 23人)
12位:	本や漫画を読む時間	26人 (男性 20人 : 女性 6人)
13位:	美容や筋トレなど外見の自分の理想を追い求める時間	22人 (男性 9人 : 女性 13人)
14位:	今しかできない貴重な経験にチャレンジする時間	19人 (男性 12人 : 女性 7人)
15位:	自分自身の心を落ち着け、リラックスできる癒しとなる時間	18人 (男性 4人 : 女性 14人)
16位:	部活動やサークル、学校のプロジェクトなど、自分が頑張りたいと思える大学内での活動に費やす時間	13人 (男性 6人 : 女性 7人)
16位:	自分の人生を豊かにすることに費やす時間	13人 (男性 5人 : 女性 8人)
18位:	インターンシップに参加したり、就活に関する情報収集や対策をしたりする時間	10人 (男性 6人 : 女性 4人)
19位:	友人や家族など、誰かのために費やす時間	9人 (男性 4人 : 女性 5人)
20位:	たくさんの人と交流し、人脈を広げたり情報収集をしたりするための時間	8人 (男性 6人 : 女性 2人)

時間・お金の消費意向・理由

- ◆ どんなもの・ことに「時間」を使いたいかについて、そう回答した理由を具体的に聞いてみると、「自分の時間を充実させたいから」が391人と最も多く、次いで「自分の教養や力になるものに時間を使いたいから」152人、「今しかない友人/恋人/家族との時間を大切にしたいから」128人という結果となった。



これまでの設問を振り返り、改めてお伺いします。

- あなたは、どんなもの・ことになら「時間」を使いたいと思いますか。
どんなことでも構いませんので、“何”に使いたいとその“理由”をそれぞれ具体的に教えてください。
- あなたは、どんなもの・ことになら「お金」を使いたいと思いますか。
どんなことでも構いませんので、“何”に使いたいとその“理由”をそれぞれ具体的に教えてください。 <全ベース>

【何に「時間」を使いたいか(理由)】

<全体：N=1000>

1位：自分の時間を充実させたいから	391人（男性 208人：女性 183人）
2位：自分の教養や力になるものに時間を使いたいから	152人（男性 86人：女性 66人）
3位：今しかない友人/恋人/家族との時間を大切にしたいから	128人（男性 53人：女性 75人）
4位：自分がゆっくりできていると感じられる時間が欲しいから	112人（男性 34人：女性 78人）
5位：今しかできないことだから	75人（男性 36人：女性 39人）
6位：将来を見据えて時間を使いたいから	56人（男性 39人：女性 17人）
7位：人のかかわりから新しい刺激を得たいから	51人（男性 28人：女性 23人）
8位：無駄なものには時間をかけたくないから	30人（男性 12人：女性 18人）
9位：ストレス発散のために時間を使いたいから	29人（男性 8人：女性 21人）
10位：自分の付加価値を高めて、他者と差別化をはかりたいから	25人（男性 12人：女性 13人）

11位：お金が欲しいから	23人（男性 6人：女性 17人）
12位：好きなものの応援に時間を使いたいから	21人（男性 8人：女性 13人）
13位：1人の時間を大切にしたいから	16人（男性 7人：女性 9人）
14位：モチベーションになるから	15人（男性 8人：女性 7人）
15位：新たな経験を得たいから	13人（男性 9人：女性 4人）
15位：自分の好きなことをより極めたいから	13人（男性 8人：女性 5人）
17位：自分の夢や目標を実現させたいから	9人（男性 7人：女性 2人）
17位：生活水準を高めたいから	9人（男性 4人：女性 5人）
19位：他の人のために時間を使うのはもったいないと考えるから	4人（男性 4人：女性 0人）
19位：他にやるべきことが多いから	4人（男性 0人：女性 4人）
19位：人のために時間を使いたいから	4人（男性 4人：女性 0人）

時間・お金の消費意向・理由

- ◆ どんなもの・ことに「お金」を使いたいかについて具体的に聞いてみると、「友人や家族/恋人や好きな人などの交流や関係を構築すること/向上すること(食事や遊びなど)」が201人と最も多く、次いで「身に着けるものを買うこと(服やアクセサリーなど)」198人、「自分が楽しめる趣味をすること(音楽やスポーツ/食事や鑑賞など)」167人という結果となった。



これまでの設問を振り返り、改めてお伺いします。

- あなたは、どんなもの・ことになら「時間」を使いたいと思いますか。
どんなことでも構いませんので、“何”に使いたいとその“理由”をそれぞれ具体的に教えてください。
- あなたは、どんなもの・ことになら「お金」を使いたいと思いますか。
どんなことでも構いませんので、“何”に使いたいとその“理由”をそれぞれ具体的に教えてください。 <全ベース>

【何に「お金」を使いたいか(意向)】

<全体：N=1000>

1位:	友人や家族/恋人や好きな人などの交流や関係を構築すること/向上すること(食事や遊びなど)	201人 (男性 109人 : 女性 92人)
2位:	身に着けるものを買うこと(服やアクセサリーなど)	198人 (男性 68人 : 女性 130人)
3位:	自分が楽しめる趣味をすること(音楽やスポーツ/食事や鑑賞など)	167人 (男性 101人 : 女性 66人)
4位:	自分の欲しいものや興味を惹かれるもの/好きなものことといった自分のために使うこと(服や本/買い物など)	136人 (男性 64人 : 女性 72人)
5位:	自分の将来/目標のためなどに自分の価値を高めたり自己の確立をするといった自己研鑽すること(資格などの勉強/教養をつける等)	131人 (男性 75人 : 女性 56人)
6位:	ストレス発散や幸福感で自分が満たされること(おいしいものを飲食するためなど)	114人 (男性 46人 : 女性 68人)
7位:	旅行/観光すること(海外旅行も含む)	100人 (男性 47人 : 女性 53人)
8位:	外見磨きすること(コスメ/ネイルやヘアケアやスキンケアといった)	77人 (男性 2人 : 女性 75人)
9位:	好きなコンテンツや人に対する積極的投資をすること(グッズやライブ/CDなど)	73人 (男性 38人 : 女性 35人)
10位:	生活環境の水準の維持または向上すること(家具家電や生活雑貨等の購入など)	38人 (男性 15人 : 女性 23人)

10位:	遊びや買い物など楽しいことに使うこと	38人 (男性 23人 : 女性 15人)
12位:	価値に納得してお金を使うこと/後悔しないものを買うこと(こだわり消費)	36人 (男性 16人 : 女性 20人)
13位:	他人に喜んでもらえること(プレゼントやお土産など)	28人 (男性 10人 : 女性 18人)
14位:	使いたくないまたは貯金/お金を稼ぐこと(アルバイト/株やFX等の投資など)	21人 (男性 15人 : 女性 6人)
15位:	有限な時間を有効に使うこと	20人 (男性 14人 : 女性 6人)
15位:	記憶に残る思い出や良い経験になること(アウトドアやテーマパークに行くなど)	20人 (男性 9人 : 女性 11人)
17位:	自分に必要と感じる物事や必要経費に掛けること	19人 (男性 11人 : 女性 8人)

時間・お金の消費意向・理由

- ◆ どんなもの・ことに「お金」を使いたいかについて、そう回答した理由を具体的に聞いてみると、「趣味娯楽にお金を使いたいから」が230人と最も多く、次いで「自分の生活/人生を豊かにしたいから」106人、「物欲/食欲を満たしたいから」101人という結果となった。



これまでの設問を振り返り、改めてお伺いします。

1. あなたは、どんなもの・ことになら「時間」を使いたいと思いますか。

どんなことでも構いませんので、“何”に使いたいとその“理由”をそれぞれ具体的に教えてください。

2. あなたは、どんなもの・ことになら「お金」を使いたいと思いますか。

どんなことでも構いませんので、“何”に使いたいとその“理由”をそれぞれ具体的に教えてください。 <全ベース>

【何に「お金」を使いたいか(理由)】

<全体: N=1000>

1位: 趣味娯楽にお金を使いたいから	230人 (男性 115人 : 女性 115人)
2位: 自分の生活/人生を豊かにしたいから	106人 (男性 60人 : 女性 46人)
3位: 物欲/食欲を満たしたいから	101人 (男性 40人 : 女性 61人)
4位: 自分のために使いたいから	89人 (男性 51人 : 女性 38人)
5位: 幸福感/満足感を味わえるから	78人 (男性 36人 : 女性 42人)
6位: 友人/恋人との交流を大切にしたいから	73人 (男性 38人 : 女性 35人)
7位: 外見を磨きたいから	71人 (男性 20人 : 女性 51人)
8位: 自分の成長/スキルアップにつなげたいから	62人 (男性 35人 : 女性 27人)
9位: 学生のうちにしかできないから	48人 (男性 23人 : 女性 25人)
10位: 視野/見聞/人脈を広げたいから	43人 (男性 27人 : 女性 16人)

11位: 将来の自分に繋げたいから	41人 (男性 23人 : 女性 18人)
12位: 周囲の人を喜ばせたいから	35人 (男性 11人 : 女性 24人)
13位: とことん追求し、きわめたいと考えているから。	29人 (男性 16人 : 女性 13人)
14位: ストレス発散になるから	27人 (男性 10人 : 女性 17人)
15位: モチベーション/テンションをあげたいから	26人 (男性 11人 : 女性 15人)
16位: リラックス/リフレッシュしたいから	25人 (男性 11人 : 女性 14人)
17位: 人との繋がりを大事だと感じるから	24人 (男性 18人 : 女性 6人)
18位: より良いものを買いたいから	23人 (男性 12人 : 女性 11人)
19位: 思い出を作りたい/残したいから	14人 (男性 6人 : 女性 8人)
20位: 経験を増やしたいから	13人 (男性 5人 : 女性 8人)

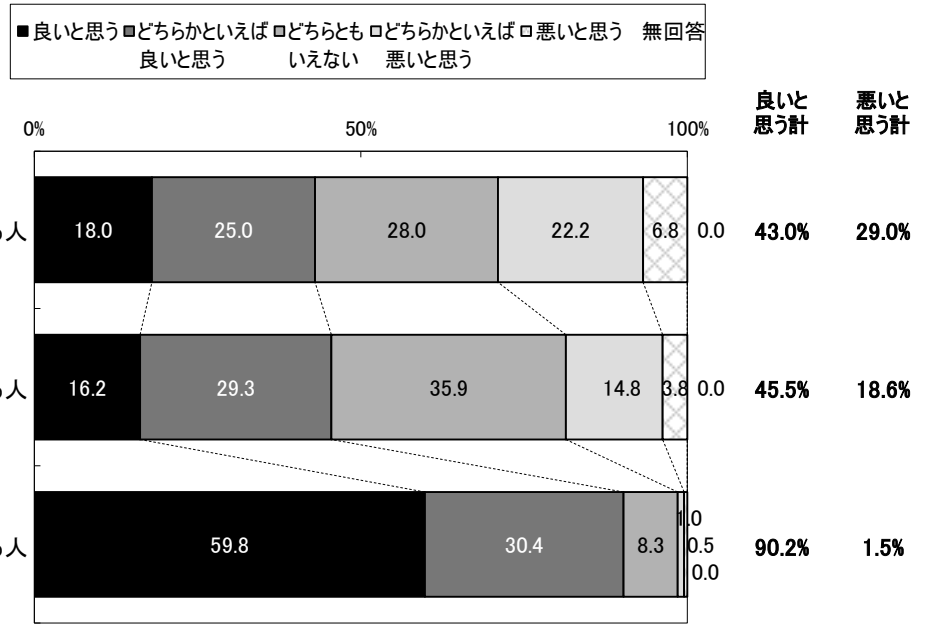
他人の消費に関する評価

- ◆ 「あなたは、以下の他人の消費に関わる文章について、どのように感じますか」という質問に対して、「良いと思う計」と回答した人は「自分が好きなことを徹底的に消費する人」が全体の約90%と最も多くなった。
- ◆ 一方で、「悪いと思う計」と回答した人は「その場のノリや勢いで消費する人」が全体の29%と最も多くなった。

問16

あなたは、以下の他人の消費に関わる文章について、どのように感じますか。
それぞれについて、お気持ちに近いものを1つずつお選びください。〈全ベース〉

<全体:N=1000>



サンプル数	A. その場のノリや勢いで消費する人							B. 流行しているものを積極的に消費する人							C. 自分が好きなことを徹底的に消費する人											
	良いと思う	良いと思う	どちらかといえば	どちらかといえば	悪いと思う	悪いと思う	無回答	良いと思う計	悪いと思う計	良いと思う	良いと思う	どちらかといえば	どちらかといえば	悪いと思う	悪いと思う	無回答	良いと思う計	悪いと思う計	良いと思う	良いと思う	どちらかといえば	どちらかといえば	悪いと思う	悪いと思う	無回答	良いと思う計
全体	1000	18.0	25.0	28.0	22.2	6.8	-	43.0	29.0	16.2	29.3	35.9	14.8	3.8	-	45.5	18.6	59.8	30.4	8.3	1.0	0.5	-	90.2	1.5	
性別	男性	500	22.4	27.0	27.2	17.2	6.2	49.4	23.4	16.8	29.0	35.2	15.4	3.6	-	45.8	19.0	61.6	28.6	7.8	1.6	0.4	-	90.2	2.0	
	女性	500	13.6	23.0	28.8	27.2	7.4	-	36.6	34.6	15.6	29.6	36.6	14.2	4.0	-	45.2	18.2	58.0	32.2	8.8	0.4	0.6	-	90.2	1.0
学年	1年生	250	14.8	20.0	36.0	21.2	8.0	-	34.8	29.2	15.6	24.0	42.8	14.4	3.2	-	39.6	17.6	56.4	30.8	11.2	0.8	0.8	-	87.2	1.6
	2年生	250	14.0	24.8	28.4	26.4	6.4	-	38.8	32.8	12.4	34.0	37.2	13.2	3.2	-	46.4	16.4	58.4	30.4	9.6	1.6	-	-	88.8	1.6
	3年生	250	18.8	29.2	24.0	21.2	6.8	-	48.0	28.0	17.2	28.0	35.6	15.6	3.6	-	45.2	19.2	66.4	26.4	6.0	0.4	0.8	-	92.8	1.2
	4年生	250	24.4	26.0	23.6	20.0	6.0	-	50.4	26.0	19.6	31.2	28.0	16.0	5.2	-	50.8	21.2	58.0	34.0	6.4	1.2	0.4	-	92.0	1.6

(%)

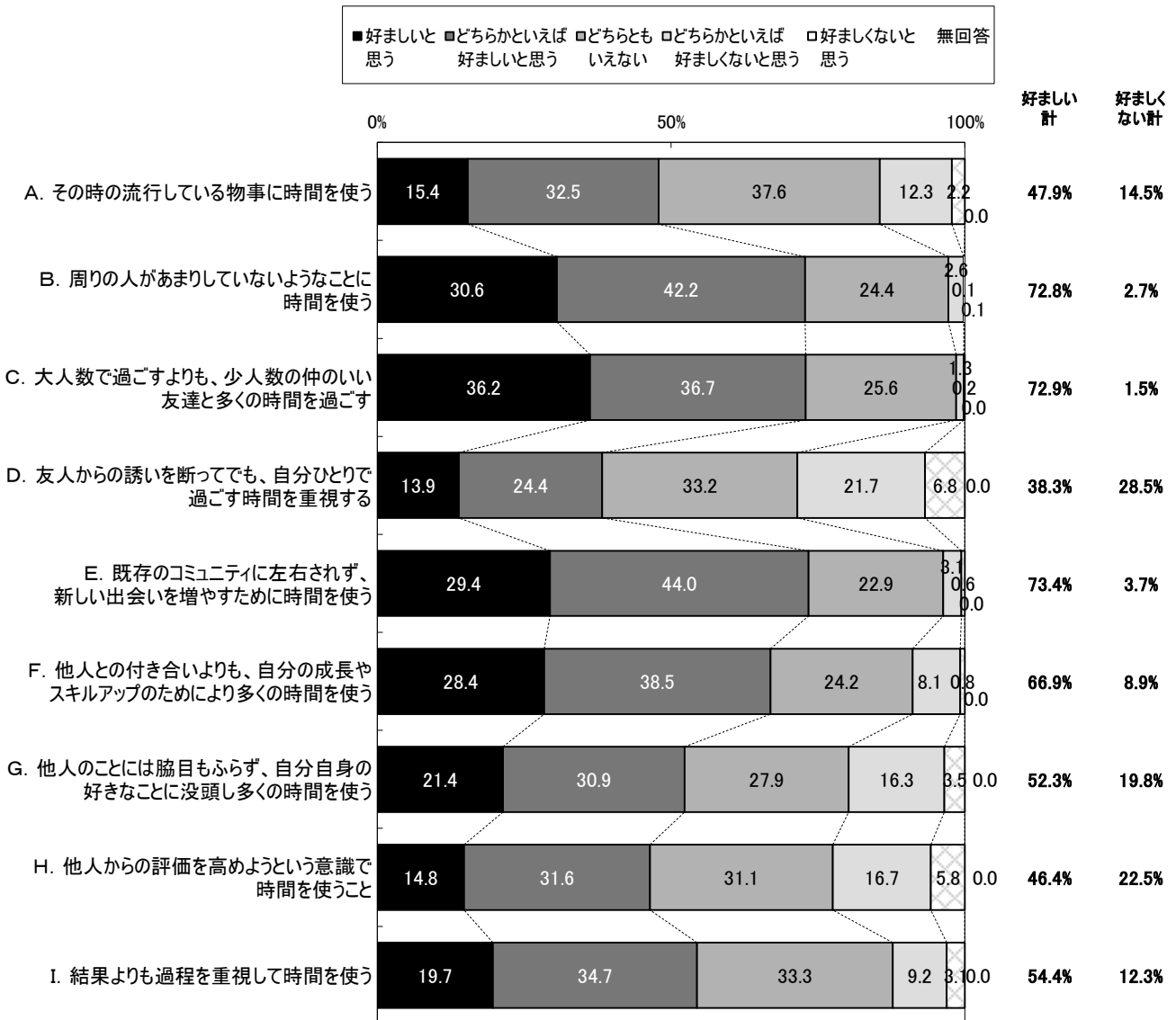
他人の時間の使い方の評価

◆ 「以下に挙げるような『時間』の使い方をしてる人に対して、あなたはどのように感じますか」という質問に対して、「好ましい計」と回答した人は「既存のコミュニティに左右されず、新しい出会いを増やすために時間を使う」「大人数で過ごすよりも、少人数の仲のいい友達と多くの時間を過ごす」「周りの人があまりしていないようなことに時間を使う」がいずれも全体の約73%と最も多くなった。

問17

以下に挙げるような「時間」の使い方をしてる人に対して、あなたはどのように感じますか。それぞれについて、お気持ちに近いものを1つずつお選びください。＜全ベース＞

<全体：N=1000>



他人の時間の使い方の評価(数表編)

問17

以下に挙げるような「時間」の使い方をしている人に対して、あなたはどのように感じますか。
それぞれについて、お気持ちに近いものを1つずつお選びください。〈全ベース〉

	サンプル数	A. その時の流行している物事に時間を使う							B. 周りの人があまりしていないようなことに時間を使う									
		好ましいと思う	どちらかといえば好ましいと思う	どちらともいえない	どちらかといえなくともいえない	好ましくないと思う	無回答	好ましい計	好ましくない計	好ましいと思う	どちらかといえば好ましいと思う	どちらともいえない	どちらかといえなくともいえない	好ましくないと思う	無回答	好ましい計	好ましくない計	
全体	1000	15.4	32.5	37.6	12.3	2.2	-	47.9	14.5	30.6	42.2	24.4	2.6	0.1	0.1	72.8	2.7	
性別	男性	500	17.0	31.0	37.4	12.4	2.2	-	48.0	14.6	27.6	42.0	26.8	3.4	0.2	-	69.6	3.6
	女性	500	13.8	34.0	37.8	12.2	2.2	-	47.8	14.4	33.6	42.4	22.0	1.8	-	0.2	76.0	1.8
学年	1年生	250	16.8	▼26.8	42.4	12.8	1.2	-	43.6	14.0	28.0	39.6	28.8	3.6	-	-	▼67.6	3.6
	2年生	250	▼10.0	○38.4	38.0	10.4	3.2	-	48.4	13.6	26.4	○47.2	24.0	2.4	-	-	73.6	2.4
	3年生	250	16.4	34.4	36.4	10.8	2.0	-	50.8	12.8	34.0	38.8	25.6	1.2	-	0.4	72.8	1.2
	4年生	250	18.4	30.4	33.6	15.2	2.4	-	48.8	17.6	34.0	43.2	▼19.2	3.2	0.4	-	77.2	3.6

(%)

	サンプル数	C. 大人数で過ごすよりも、少人数の仲のいい友達と多くの時間を過ごす							D. 友人からの誘いを断っても、自分ひとりで過ごす時間を重視する									
		好ましいと思う	どちらかといえば好ましいと思う	どちらともいえない	どちらかといえなくともいえない	好ましくないと思う	無回答	好ましい計	好ましくない計	好ましいと思う	どちらかといえば好ましいと思う	どちらともいえない	どちらかといえなくともいえない	好ましくないと思う	無回答	好ましい計	好ましくない計	
全体	1000	36.2	36.7	25.6	1.3	0.2	-	72.9	1.5	13.9	24.4	33.2	21.7	6.8	-	38.3	28.5	
性別	男性	500	33.8	37.6	26.6	1.6	0.4	-	71.4	2.0	12.6	25.8	33.2	20.8	7.6	-	38.4	28.4
	女性	500	38.6	35.8	24.6	1.0	-	-	74.4	1.0	15.2	23.0	33.2	22.6	6.0	-	38.2	28.6
学年	1年生	250	34.8	34.8	27.6	2.4	0.4	-	69.6	2.8	14.0	23.6	32.4	22.0	8.0	-	37.6	30.0
	2年生	250	37.6	37.2	24.0	0.8	0.4	-	74.8	1.2	12.0	22.4	○39.2	20.4	6.0	-	34.4	26.4
	3年生	250	40.0	34.8	24.0	1.2	-	-	74.8	1.2	16.0	23.6	30.4	23.2	6.8	-	39.6	30.0
	4年生	250	32.4	40.0	26.8	0.8	-	-	72.4	0.8	13.6	28.0	30.8	21.2	6.4	-	41.6	27.6

(%)

	サンプル数	E. 既存のコミュニティに左右されず、新しい出会いを増やすために時間を使う							F. 他人との付き合いよりも、自分の成長やスキルアップのためにより多くの時間を使う									
		好ましいと思う	どちらかといえば好ましいと思う	どちらともいえない	どちらかといえなくともいえない	好ましくないと思う	無回答	好ましい計	好ましくない計	好ましいと思う	どちらかといえば好ましいと思う	どちらともいえない	どちらかといえなくともいえない	好ましくないと思う	無回答	好ましい計	好ましくない計	
全体	1000	29.4	44.0	22.9	3.1	0.6	-	73.4	3.7	28.4	38.5	24.2	8.1	0.8	-	66.9	8.9	
性別	男性	500	27.6	44.4	24.6	2.6	0.8	-	72.0	3.4	26.6	39.2	27.2	6.4	0.6	-	65.8	7.0
	女性	500	31.2	43.6	21.2	3.6	0.4	-	74.8	4.0	30.2	37.8	21.2	9.8	1.0	-	68.0	10.8
学年	1年生	250	26.0	39.2	○30.0	4.4	0.4	-	▼65.2	4.8	▼23.2	▼32.8	○33.6	9.6	0.8	-	▼56.0	10.4
	2年生	250	29.6	46.8	22.4	0.8	0.4	-	76.4	1.2	25.2	42.0	27.2	5.2	0.4	-	67.2	5.6
	3年生	250	34.0	43.2	19.2	2.0	1.6	-	77.2	3.6	33.2	40.0	▼17.2	8.8	0.8	-	○73.2	9.6
	4年生	250	28.0	46.8	20.0	5.2	-	-	74.8	5.2	32.0	39.2	▼18.8	8.8	1.2	-	71.2	10.0

(%)

他人の時間の使い方の評価(数表編)

問17

以下に挙げるような「時間」の使い方をしている人に対して、あなたはどのように感じますか。
それぞれについて、お気持ちに近いものを1つずつお選びください。〈全ベース〉

サンプル数	G. 他人のことには脇目もふらず、自分自身の好きなことに没頭し多くの時間を使う								H. 他人からの評価を高めようという意識で時間を使うこと									
	好ましいと思う	どちらかといえば好ましいと思う	どちらともいえない	どちらかかといえぱ好ましくないと思う	好ましくないと思う	無回答	好ましい計	好ましくない計	好ましいと思う	どちらかかといえぱ好ましいと思う	どちらともいえない	どちらかかといえぱ好ましくないと思う	好ましくないと思う	無回答	好ましい計	好ましくない計		
全体	1000	21.4	30.9	27.9	16.3	3.5	-	52.3	19.8	14.8	31.6	31.1	16.7	5.8	-	46.4	22.5	
性別	男性	500	21.8	33.6	27.8	13.8	3.0	-	55.4	16.8	15.8	30.6	32.6	15.0	6.0	-	46.4	21.0
	女性	500	21.0	28.2	28.0	18.8	4.0	-	49.2	22.8	13.8	32.6	29.6	18.4	5.6	-	46.4	24.0
学年	1年生	250	19.2	▼25.6	○36.4	15.2	3.6	-	▼44.8	18.8	16.8	32.0	33.6	14.0	3.6	-	48.8	17.6
	2年生	250	17.6	○36.4	27.6	16.0	2.4	-	54.0	18.4	▼9.2	35.6	31.6	16.0	7.6	-	44.8	23.6
	3年生	250	25.6	26.4	25.6	18.8	3.6	-	52.0	22.4	15.6	29.2	30.8	15.6	8.8	-	44.8	24.4
	4年生	250	23.2	35.2	▼22.0	15.2	4.4	-	○58.4	19.6	17.6	29.6	28.4	21.2	3.2	-	47.2	24.4

(%)

サンプル数	I. 結果よりも過程を重視して時間を使う									
	好ましいと思う	どちらかかといえぱ好ましいと思う	どちらともいえない	どちらかかといえぱ好ましくないと思う	好ましくないと思う	無回答	好ましい計	好ましくない計		
全体	1000	19.7	34.7	33.3	9.2	3.1	-	54.4	12.3	
性別	男性	500	15.6	33.2	35.8	11.4	4.0	-	▼48.8	15.4
	女性	500	23.8	36.2	30.8	7.0	2.2	-	○60.0	9.2
学年	1年生	250	19.6	31.6	35.2	10.4	3.2	-	51.2	13.6
	2年生	250	16.0	36.4	38.0	6.0	3.6	-	52.4	9.6
	3年生	250	20.0	33.6	30.4	12.4	3.6	-	53.6	16.0
	4年生	250	23.2	37.2	29.6	8.0	2.0	-	○60.4	10.0

(%)

他人のお金の使い方の評価

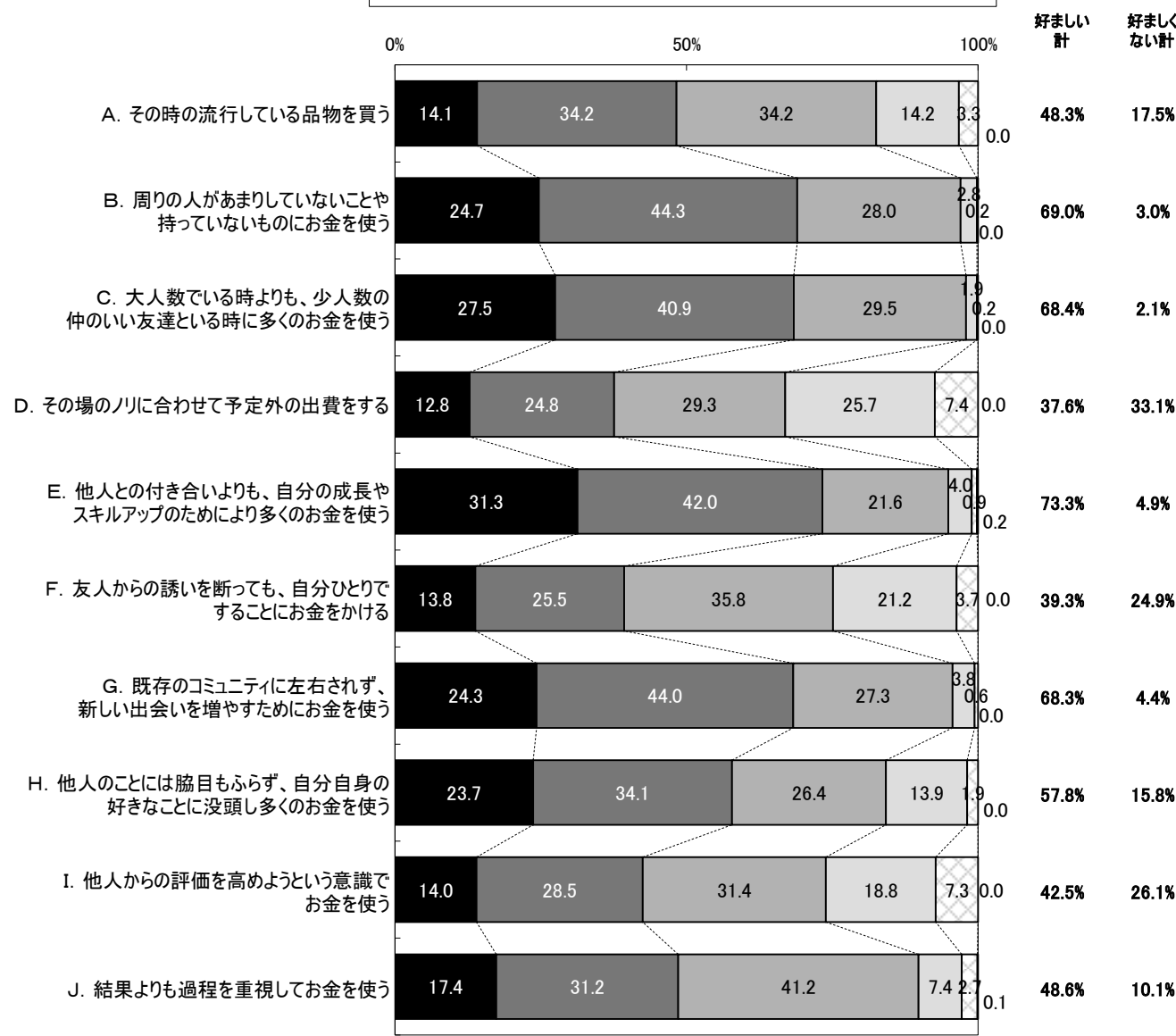
◆ 「以下に挙げるような『お金』の使い方をしてる人に対して、あなたはどのように感じますか」という質問に対して、「好ましい計」と回答した人は「他人との付き合いよりも、自分の成長やスキルアップのためにより多くのお金を使う」が全体の約73%と最も多く、次いで「周りの人があまりしていないことや持っていないものにお金を使う」が69%、「大人数でいる時よりも、少人数の仲のいい友達といる時に多くのお金を使う」が約68%となった。

問18

以下に挙げるような「お金」の使い方をしてる人に対して、あなたはどのように感じますか。それぞれについて、お気持ちに近いものを1つずつお選びください。〈全ベース〉

<全体: N=1000>

■好ましいと思う □どちらかといえば好ましいと思う □どちらかといえばいいない □どちらかといえば好ましくないと思う □好ましくないと思う □無回答



他人のお金の使い方の評価(数表編)

問18

以下に挙げるような「お金」の使い方をしている人に対して、あなたはどのように感じますか。
それぞれについて、お気持ちに近いものを1つずつお選びください。〈全ベース〉

サンプル数	A. その時の流行している品物を買う								B. 周りの人があまりしていないことや持っていないものにお金を使う							
	好ましいと思う	どちらかといえば好ましいと思う	どちらともいえない	どちらかかといえは好ましくないと思う	好ましくないと思う	無回答	好ましい計	好ましくない計	好ましいと思う	どちらかかといえは好ましいと思う	どちらともいえない	どちらかかといえは好ましくないと思う	好ましくないと思う	無回答	好ましい計	好ましくない計
全体 1000	14.1	34.2	34.2	14.2	3.3	-	48.3	17.5	24.7	44.3	28.0	2.8	0.2	-	69.0	3.0
性別 男性 500	15.0	33.2	34.0	14.4	3.4	-	48.2	17.8	23.6	43.2	30.2	3.0	-	-	66.8	3.0
性別 女性 500	13.2	35.2	34.4	14.0	3.2	-	48.4	17.2	25.8	45.4	25.8	2.6	0.4	-	71.2	3.0
学年 1年生 250	16.4	▼26.8	38.8	14.4	3.6	-	▼43.2	18.0	23.2	▼36.4	○36.8	3.6	-	-	▼59.6	3.6
学年 2年生 250	10.0	○39.6	36.8	10.0	3.6	-	49.6	13.6	21.2	46.8	28.8	2.8	0.4	-	68.0	3.2
学年 3年生 250	14.0	34.0	32.4	16.4	3.2	-	48.0	19.6	27.2	45.6	24.8	2.4	-	-	72.8	2.4
学年 4年生 250	16.0	36.4	▼28.8	16.0	2.8	-	52.4	18.8	27.2	48.4	▼21.6	2.4	0.4	-	○75.6	2.8

(%)

サンプル数	C. 大人数でいる時よりも、少人数の仲のいい友達という時に多くのお金を使う								D. その場のノリに合わせて予定外の出費をする							
	好ましいと思う	どちらかかといえは好ましいと思う	どちらともいえない	どちらかかといえは好ましくないと思う	好ましくないと思う	無回答	好ましい計	好ましくない計	好ましいと思う	どちらかかといえは好ましいと思う	どちらともいえない	どちらかかといえは好ましくないと思う	好ましくないと思う	無回答	好ましい計	好ましくない計
全体 1000	27.5	40.9	29.5	1.9	0.2	-	68.4	2.1	12.8	24.8	29.3	25.7	7.4	-	37.6	33.1
性別 男性 500	27.8	39.8	30.0	2.0	0.4	-	67.6	2.4	14.8	27.0	28.8	23.0	6.4	-	41.8	29.4
性別 女性 500	27.2	42.0	29.0	1.8	-	-	69.2	1.8	10.8	22.6	29.8	28.4	8.4	-	33.4	36.8
学年 1年生 250	26.8	38.8	30.8	2.8	0.8	-	65.6	3.6	13.6	▼19.6	33.6	22.8	10.4	-	33.2	33.2
学年 2年生 250	▼22.4	45.2	31.2	1.2	-	-	67.6	1.2	8.8	26.0	32.0	28.4	4.8	-	34.8	33.2
学年 3年生 250	31.6	▼35.6	30.4	2.4	-	-	67.2	2.4	11.6	26.0	27.6	28.4	6.4	-	37.6	34.8
学年 4年生 250	29.2	44.0	25.6	1.2	-	-	73.2	1.2	17.2	27.6	▼24.0	23.2	8.0	-	○44.8	31.2

(%)

サンプル数	E. 他人との付き合いよりも、自分の成長やスキルアップのためにより多くのお金を使う								F. 友人からの誘いを断っても、自分ひとりですることにお金をかける							
	好ましいと思う	どちらかかといえは好ましいと思う	どちらともいえない	どちらかかといえは好ましくないと思う	好ましくないと思う	無回答	好ましい計	好ましくない計	好ましいと思う	どちらかかといえは好ましいと思う	どちらともいえない	どちらかかといえは好ましくないと思う	好ましくないと思う	無回答	好ましい計	好ましくない計
全体 1000	31.3	42.0	21.6	4.0	0.9	0.2	73.3	4.9	13.8	25.5	35.8	21.2	3.7	-	39.3	24.9
性別 男性 500	31.2	40.4	23.0	4.2	1.0	0.2	71.6	5.2	13.2	25.4	34.8	22.6	4.0	-	38.6	26.6
性別 女性 500	31.4	43.6	20.2	3.8	0.8	0.2	75.0	4.6	14.4	25.6	36.8	19.8	3.4	-	40.0	23.2
学年 1年生 250	28.8	40.4	25.2	2.8	2.4	0.4	69.2	5.2	13.2	21.6	40.4	19.6	5.2	-	34.8	24.8
学年 2年生 250	27.6	45.6	22.4	4.0	0.4	-	73.2	4.4	10.0	30.4	○41.2	▼16.0	2.4	-	40.4	▼18.4
学年 3年生 250	○36.8	41.2	17.2	4.0	0.8	-	78.0	4.8	17.6	21.6	▼30.4	○26.4	4.0	-	39.2	○30.4
学年 4年生 250	32.0	40.8	21.6	5.2	-	0.4	72.8	5.2	14.4	28.4	31.2	22.8	3.2	-	42.8	26.0

(%)

他人のお金の使い方の評価(数表編)

問18

以下に挙げるような「お金」の使い方をしている人に対して、あなたはどのように感じますか。
それぞれについて、お気持ちに近いものを1つずつお選びください。〈全ベース〉

サンプル数	G. 既存のコミュニティに左右されず、新しい出会いを増やすためにお金を使う								H. 他人のことには脇目もふらず、自分自身の好きなことに没頭し多くのお金を使う									
	好ましいと思う	どちらかといえば好ましいと思う	どちらともいえない	どちらかかといえは	好ましくないと思う	好ましくないと思う	無回答	好ましい計	好ましくない計	好ましいと思う	どちらかかといえは	どちらともいえない	どちらかかといえは	好ましくないと思う	好ましくないと思う	無回答	好ましい計	好ましくない計
全体	1000	24.3	44.0	27.3	3.8	0.6	-	68.3	4.4	23.7	34.1	26.4	13.9	1.9	-	57.8	15.8	
性別	男性	500	23.0	43.8	29.8	2.6	0.8	-	66.8	3.4	24.4	33.4	26.6	13.2	2.4	-	57.8	15.6
	女性	500	25.6	44.2	24.8	5.0	0.4	-	69.8	5.4	23.0	34.8	26.2	14.6	1.4	-	57.8	16.0
学年	1年生	250	20.8	▼37.2	○36.4	4.4	1.2	-	▼58.0	5.6	21.2	▼28.8	○32.8	14.8	2.4	-	▼50.0	17.2
	2年生	250	20.0	48.4	28.8	2.8	-	-	68.4	2.8	19.6	35.6	30.0	12.4	2.4	-	55.2	14.8
	3年生	250	○29.6	45.6	▼19.2	4.8	0.8	-	○75.2	5.6	○29.6	32.4	▼21.2	16.0	0.8	-	62.0	16.8
	4年生	250	26.8	44.8	24.8	3.2	0.4	-	71.6	3.6	24.4	○39.6	21.6	12.4	2.0	-	○64.0	14.4

(%)

サンプル数	I. 他人からの評価を高めようという意識でお金を使う								J. 結果よりも過程を重視してお金を使う									
	好ましいと思う	どちらかかといえは	どちらともいえない	どちらかかといえは	好ましくないと思う	好ましくないと思う	無回答	好ましい計	好ましくない計	好ましいと思う	どちらかかといえは	どちらともいえない	どちらかかといえは	好ましくないと思う	好ましくないと思う	無回答	好ましい計	好ましくない計
全体	1000	14.0	28.5	31.4	18.8	7.3	-	42.5	26.1	17.4	31.2	41.2	7.4	2.7	0.1	48.6	10.1	
性別	男性	500	15.6	29.2	31.0	16.4	7.8	-	44.8	24.2	17.0	30.6	40.6	8.8	3.0	-	47.6	11.8
	女性	500	12.4	27.8	31.8	21.2	6.8	-	40.2	28.0	17.8	31.8	41.8	6.0	2.4	0.2	49.6	8.4
学年	1年生	250	15.6	24.8	35.6	19.2	4.8	-	40.4	24.0	17.6	28.8	44.4	6.0	3.2	-	46.4	9.2
	2年生	250	11.2	31.2	31.6	16.0	10.0	-	42.4	26.0	14.4	30.4	46.0	7.6	1.6	-	44.8	9.2
	3年生	250	14.0	27.6	30.0	19.6	8.8	-	41.6	28.4	18.0	30.4	38.0	10.0	3.6	-	48.4	13.6
	4年生	250	15.2	30.4	28.4	20.4	5.6	-	45.6	26.0	19.6	35.2	36.4	6.0	2.4	0.4	○54.8	8.4

(%)

IV 今後の消費について

- ※数表中の数値につけられた記号
- 印=全体より5ポイント以上高い数値
- ▼印=全体より5ポイント以上低い数値

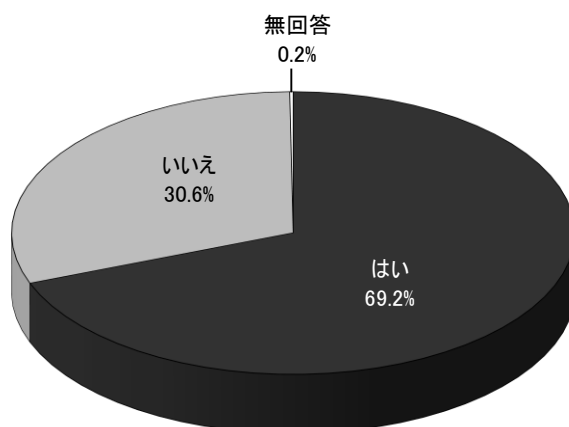
今後の時間・お金の消費変化予想

◆ 「あなたは、今後ご自身の時間やお金の消費の仕方が変わると思いますか」という質問に対して、「はい」と回答した人が約69%、「いいえ」と回答した人が約31%となった。

問19

あなたは、今後ご自身の時間やお金の消費の仕方が変わると思いますか。〈全ベース〉

〈全体：N=1000〉



		サンプル数	はい	いいえ	無回答
全体		1000	69.2	30.6	0.2
性別	男性	500	70.2	29.8	-
	女性	500	68.2	31.4	0.4
学年	1年生	250	65.6	34.4	-
	2年生	250	66.4	33.2	0.4
	3年生	250	66.8	33.2	-
	4年生	250	○ 78.0	▼ 21.6	0.4

(%)

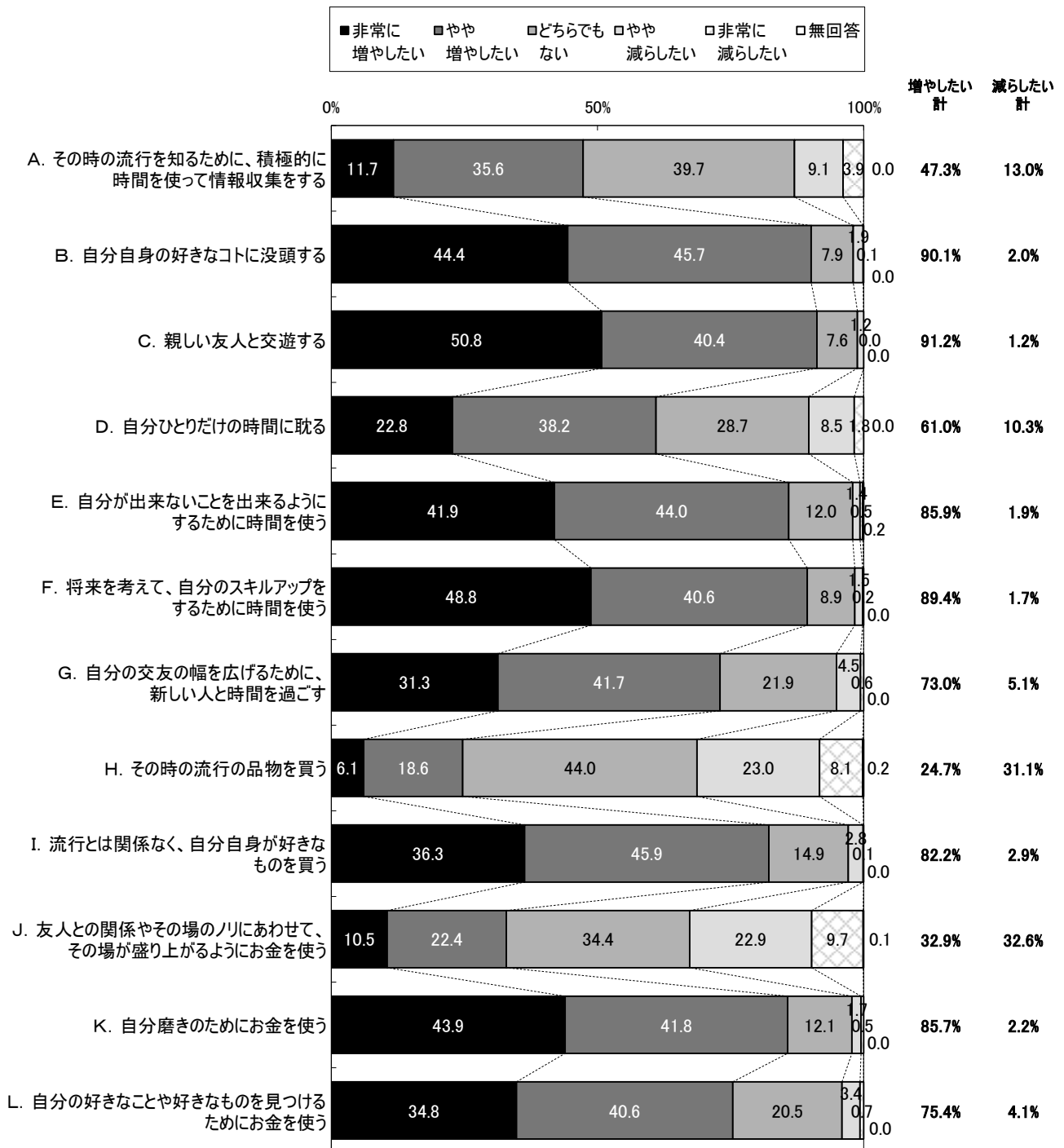
今後の時間・お金の消費変化意向

- ◆ 各項目について、「あなたは今後『使う時間』や『使うお金』をどの程度増やしたい/減らしたいと思いますか」という質問に対して、「増やしたい計」と回答した人は「親しい友人と交遊する」が全体の約91%と最も多く、次いで「自分自身の好きなコトに没頭する」が約90%、「将来を考えて、自分のスキルアップをするために時間を使う」が約89%となった。
- ◆ 一方で、「減らしたい計」と回答した人は「友人との関係やその場のノリに合わせて、その場が盛り上がるようにお金を使う」が全体の約33%と最も多く、次いで「その時の流行の品物を買う」が約31%、「その時の流行を知るために、積極的に時間を使って情報収集する」が13%となった。

問20

以下に挙げる時間やお金の使い方について、あなたは今後「使う時間」や「使うお金」をどの程度増やしたい/減らしたいと思いますか。それぞれについて、あてはまるものを1つずつお選びください。＜全ベース＞

<全体：N=1000>



今後の時間・お金の消費変化意向(数表編)

問20

以下に挙げる時間やお金の使い方について、あなたは今後「使う時間」や「使うお金」をどの程度増やしたい/減らしたいと思いますか。それぞれについて、あてはまるものを1つずつお選びください。〈全ベース〉

サンプル数	A. その時の流行を知るために、積極的に時間を使って情報収集をする								B. 自分自身の好きなコトに没頭する							
	非常に増やしたい	やや増やしたい	どちらでもない	やや減らしたい	非常に減らしたい	無回答	増やしたい計	減らしたい計	非常に増やしたい	やや増やしたい	どちらでもない	やや減らしたい	非常に減らしたい	無回答	増やしたい計	減らしたい計
全体 1000	11.7	35.6	39.7	9.1	3.9	-	47.3	13.0	44.4	45.7	7.9	1.9	0.1	-	90.1	2.0
性別 男性 500	15.2	36.8	36.8	7.2	4.0	-	52.0	11.2	45.0	44.2	8.6	2.2	-	-	89.2	2.2
性別 女性 500	8.2	34.4	42.6	11.0	3.8	-	42.6	14.8	43.8	47.2	7.2	1.6	0.2	-	91.0	1.8
学年 1年生 250	10.8	34.4	○44.8	5.2	4.8	-	45.2	10.0	42.4	46.0	10.4	0.8	0.4	-	88.4	1.2
学年 2年生 250	6.8	33.2	○45.2	11.6	3.2	-	▼40.0	14.8	41.6	48.8	8.4	1.2	-	-	90.4	1.2
学年 3年生 250	13.2	36.8	36.4	8.4	5.2	-	50.0	13.6	48.0	43.2	6.4	2.4	-	-	91.2	2.4
学年 4年生 250	16.0	38.0	▼32.4	11.2	2.4	-	○54.0	13.6	45.6	44.8	6.4	3.2	-	-	90.4	3.2

(%)

サンプル数	C. 親しい友人と交遊する								D. 自分ひとりだけの時間に耽る							
	非常に増やしたい	やや増やしたい	どちらでもない	やや減らしたい	非常に減らしたい	無回答	増やしたい計	減らしたい計	非常に増やしたい	やや増やしたい	どちらでもない	やや減らしたい	非常に減らしたい	無回答	増やしたい計	減らしたい計
全体 1000	50.8	40.4	7.6	1.2	-	-	91.2	1.2	22.8	38.2	28.7	8.5	1.8	-	61.0	10.3
性別 男性 500	48.2	42.0	9.0	0.8	-	-	90.2	0.8	19.8	37.0	31.4	10.2	1.6	-	56.8	11.8
性別 女性 500	53.4	38.8	6.2	1.6	-	-	92.2	1.6	25.8	39.4	26.0	6.8	2.0	-	65.2	8.8
学年 1年生 250	51.6	38.8	8.4	1.2	-	-	90.4	1.2	21.2	36.4	32.8	8.4	1.2	-	57.6	9.6
学年 2年生 250	48.0	43.6	7.2	1.2	-	-	91.6	1.2	25.6	38.0	28.8	6.4	1.2	-	63.6	7.6
学年 3年生 250	53.6	36.4	9.6	0.4	-	-	90.0	0.4	24.4	39.2	27.2	7.6	1.6	-	63.6	9.2
学年 4年生 250	50.0	42.8	5.2	2.0	-	-	92.8	2.0	20.0	39.2	26.0	11.6	3.2	-	59.2	14.8

(%)

サンプル数	E. 自分が出来ないことを出来るようにするために時間を使う								F. 将来を考えて、自分のスキルアップをするために時間を使う							
	非常に増やしたい	やや増やしたい	どちらでもない	やや減らしたい	非常に減らしたい	無回答	増やしたい計	減らしたい計	非常に増やしたい	やや増やしたい	どちらでもない	やや減らしたい	非常に減らしたい	無回答	増やしたい計	減らしたい計
全体 1000	41.9	44.0	12.0	1.4	0.5	0.2	85.9	1.9	48.8	40.6	8.9	1.5	0.2	-	89.4	1.7
性別 男性 500	40.6	43.6	13.6	1.4	0.6	0.2	84.2	2.0	45.0	42.6	10.4	1.8	0.2	-	87.6	2.0
性別 女性 500	43.2	44.4	10.4	1.4	0.4	0.2	87.6	1.8	52.6	38.6	7.4	1.2	0.2	-	91.2	1.4
学年 1年生 250	▼33.6	46.0	16.4	2.0	1.2	0.8	▼79.6	3.2	▼40.8	42.0	○14.8	2.0	0.4	-	▼82.8	2.4
学年 2年生 250	41.2	48.0	10.4	0.4	-	-	89.2	0.4	47.6	○46.0	5.2	1.2	-	-	93.6	1.2
学年 3年生 250	○47.2	41.6	9.6	1.6	-	-	88.8	1.6	○58.0	36.0	4.8	1.2	-	-	94.0	1.2
学年 4年生 250	45.6	40.4	11.6	1.6	0.8	-	86.0	2.4	48.8	38.4	10.8	1.6	0.4	-	87.2	2.0

(%)

今後の時間・お金の消費変化意向(数表編)

問20

以下に挙げる時間やお金の使い方について、あなたは今後「使う時間」や「使うお金」をどの程度増やしたい/減らしたいと思いますか。それぞれについて、あてはまるものを1つずつお選びください。〈全ベース〉

サンプル数	G. 自分の交友の幅を広げるために、新しい人と時間を過ごす								H. その時の流行の品物を買う							
	非常に増やしたい	やや増やしたい	どちらでもない	やや減らしたい	非常に減らしたい	無回答	増やしたい計	減らしたい計	非常に増やしたい	やや増やしたい	どちらでもない	やや減らしたい	非常に減らしたい	無回答	増やしたい計	減らしたい計
全体 1000	31.3	41.7	21.9	4.5	0.6	-	73.0	5.1	6.1	18.6	44.0	23.0	8.1	0.2	24.7	31.1
性別 男性 500	30.4	42.2	22.8	4.2	0.4	-	72.6	4.6	6.6	19.6	43.0	23.0	7.6	0.2	26.2	30.6
性別 女性 500	32.2	41.2	21.0	4.8	0.8	-	73.4	5.6	5.6	17.6	45.0	23.0	8.6	0.2	23.2	31.6
学年 1年生 250	28.4	42.8	21.6	6.4	0.8	-	71.2	7.2	6.0	20.8	46.0	20.0	7.2	-	26.8	27.2
学年 2年生 250	26.4	44.4	24.8	4.4	-	-	70.8	4.4	5.2	20.0	48.4	20.4	6.0	-	25.2	26.4
学年 3年生 250	34.8	▼36.4	24.8	3.2	0.8	-	71.2	4.0	7.2	17.2	44.0	22.4	8.8	0.4	24.4	31.2
学年 4年生 250	35.6	43.2	▼16.4	4.0	0.8	-	○78.8	4.8	6.0	16.4	▼37.6	○29.2	10.4	0.4	22.4	○39.6

(%)

サンプル数	I. 流行とは関係なく、自分自身が好きなものを買う								J. 友人との関係やその場のノリにあわせて、その場が盛り上がるようにお金を使う							
	非常に増やしたい	やや増やしたい	どちらでもない	やや減らしたい	非常に減らしたい	無回答	増やしたい計	減らしたい計	非常に増やしたい	やや増やしたい	どちらでもない	やや減らしたい	非常に減らしたい	無回答	増やしたい計	減らしたい計
全体 1000	36.3	45.9	14.9	2.8	0.1	-	82.2	2.9	10.5	22.4	34.4	22.9	9.7	0.1	32.9	32.6
性別 男性 500	37.6	43.6	15.4	3.2	0.2	-	81.2	3.4	12.8	27.0	32.6	18.8	8.6	0.2	○39.8	▼27.4
性別 女性 500	35.0	48.2	14.4	2.4	-	-	83.2	2.4	8.2	17.8	36.2	27.0	10.8	-	▼26.0	○37.8
学年 1年生 250	36.8	45.2	15.6	2.0	0.4	-	82.0	2.4	8.0	25.6	38.4	19.6	8.0	0.4	33.6	▼27.6
学年 2年生 250	▼29.6	48.8	17.6	4.0	-	-	78.4	4.0	8.8	22.0	36.8	23.2	9.2	-	30.8	32.4
学年 3年生 250	○44.0	▼40.0	12.8	3.2	-	-	84.0	3.2	11.6	▼17.2	36.4	23.6	11.2	-	28.8	34.8
学年 4年生 250	34.8	49.6	13.6	2.0	-	-	84.4	2.0	13.6	24.8	▼26.0	25.2	10.4	-	○38.4	35.6

(%)

サンプル数	K. 自分磨きのためにお金を使う								L. 自分の好きなことや好きなものを見つけるためにお金を使う							
	非常に増やしたい	やや増やしたい	どちらでもない	やや減らしたい	非常に減らしたい	無回答	増やしたい計	減らしたい計	非常に増やしたい	やや増やしたい	どちらでもない	やや減らしたい	非常に減らしたい	無回答	増やしたい計	減らしたい計
全体 1000	43.9	41.8	12.1	1.7	0.5	-	85.7	2.2	34.8	40.6	20.5	3.4	0.7	-	75.4	4.1
性別 男性 500	▼34.0	45.4	○17.2	2.6	0.8	-	▼79.4	3.4	32.4	41.6	21.4	4.0	0.6	-	74.0	4.6
性別 女性 500	○53.8	38.2	▼7.0	0.8	0.2	-	○92.0	1.0	37.2	39.6	19.6	2.8	0.8	-	76.8	3.6
学年 1年生 250	▼37.2	41.2	○17.6	2.0	2.0	-	▼78.4	4.0	30.8	38.0	○27.2	3.6	0.4	-	▼68.8	4.0
学年 2年生 250	40.8	45.6	12.8	0.8	-	-	86.4	0.8	32.8	41.2	22.4	2.8	0.8	-	74.0	3.6
学年 3年生 250	○52.8	▼36.4	8.8	2.0	-	-	89.2	2.0	○42.4	39.2	▼14.8	3.6	-	-	○81.6	3.6
学年 4年生 250	44.8	44.0	9.2	2.0	-	-	88.8	2.0	33.2	44.0	17.6	3.6	1.6	-	77.2	5.2

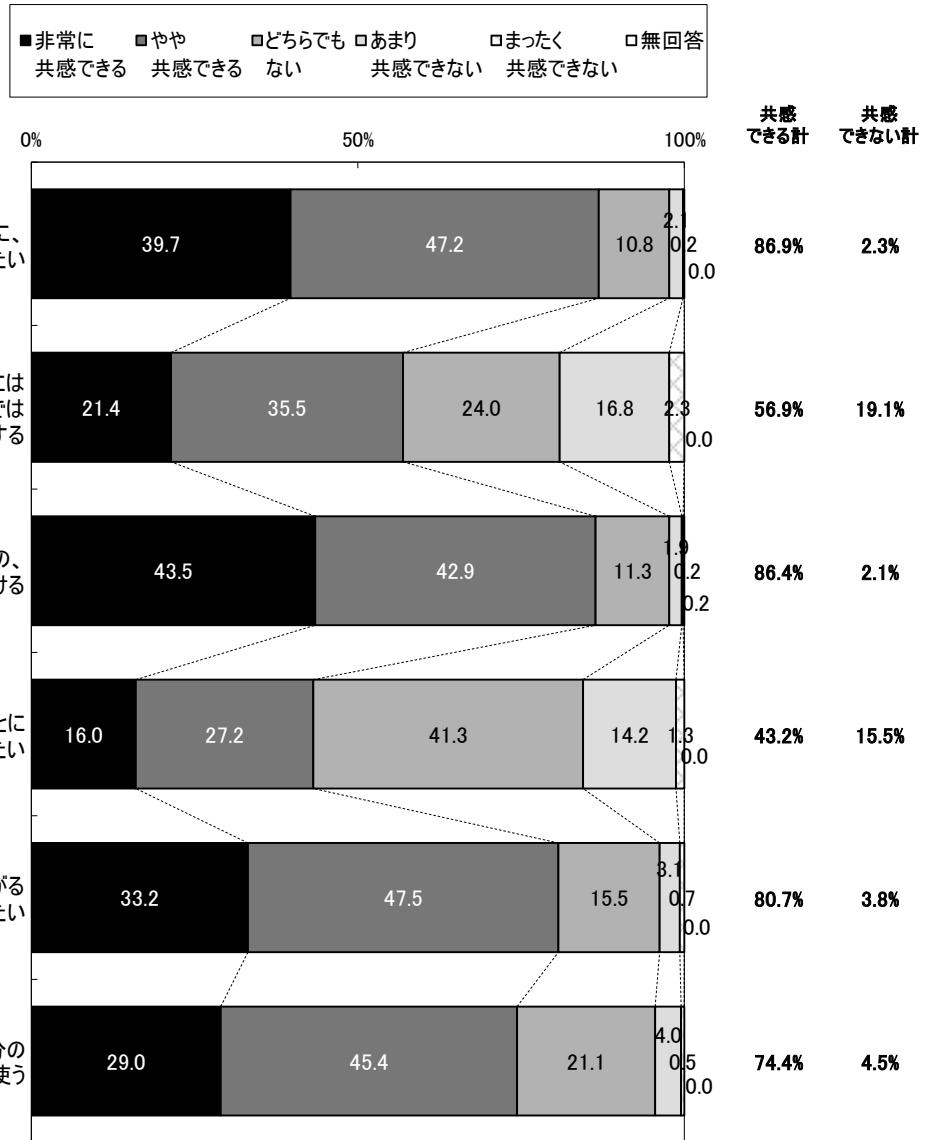
(%)

今後の時間・お金の使い方への共感度

◆ 各項目について、「あなたはどの程度共感できますか」という質問に対して、「共感できる計」と回答した人は「今後は(も)、様々な人と関わるために、時間やお金を使いたい」が全体の約87%と最も多く、次いで「今後は(も)、交際費と自分が欲しいもの、どちらにもバランスよくお金や時間をかける」が約86%、「今後は(も)、キャリアアップに繋がるようなことにより多くお金や時間を使いたい」が約81%となった。

問21 では、以下の項目について、あなたはどの程度共感できますか。それぞれについて、あてはまるものを1つずつお選びください。〈全ベース〉

<全体:N=1000>



今後の時間・お金の使い方への共感度(数表編)

問21

では、以下の項目について、あなたはどの程度共感できますか。
それぞれについて、あてはまるものを1つずつお選びください。〈全ベース〉

サンプル数	A. 今後は(も)、様々な人と関わるために、時間やお金を使いたい								B. 今後は(も)、友人との交際費には糸目をつけなが、個人の消費ではできる限り節約する									
	非常に共感できる	やや共感できる	どちらでもない	あまり共感できない	共感できない	まったく共感できない	無回答	共感できる計	共感できない計	非常に共感できる	やや共感できる	どちらでもない	あまり共感できない	共感できない	まったく共感できない	無回答	共感できる計	共感できない計
全体	1000	39.7	47.2	10.8	2.1	0.2	-	86.9	2.3	21.4	35.5	24.0	16.8	2.3	-	56.9	19.1	
性別	男性	500	38.4	49.0	10.6	1.6	0.4	-	87.4	2.0	19.4	37.8	23.8	16.4	2.6	-	57.2	19.0
	女性	500	41.0	45.4	11.0	2.6	-	-	86.4	2.6	23.4	33.2	24.2	17.2	2.0	-	56.6	19.2
学年	1年生	250	38.4	44.4	14.0	2.8	0.4	-	82.8	3.2	22.0	36.0	25.2	14.8	2.0	-	58.0	16.8
	2年生	250	▼33.6	50.0	15.2	1.2	-	-	83.6	1.2	22.0	37.6	21.2	17.6	1.6	-	59.6	19.2
	3年生	250	41.6	48.0	9.2	0.8	0.4	-	89.6	1.2	22.8	30.8	26.4	18.0	2.0	-	53.6	20.0
	4年生	250	○45.2	46.4	▼4.8	3.6	-	-	91.6	3.6	18.8	37.6	23.2	16.8	3.6	-	56.4	20.4

(%)

サンプル数	C. 今後は(も)、交際費と自分が欲しいもの、どちらにもバランスよくお金や時間をかける								D. 今後は(も)、周りとは違うことにお金・時間をかけていきたい									
	非常に共感できる	やや共感できる	どちらでもない	あまり共感できない	共感できない	まったく共感できない	無回答	共感できる計	共感できない計	非常に共感できる	やや共感できる	どちらでもない	あまり共感できない	共感できない	まったく共感できない	無回答	共感できる計	共感できない計
全体	1000	43.5	42.9	11.3	1.9	0.2	0.2	86.4	2.1	16.0	27.2	41.3	14.2	1.3	-	43.2	15.5	
性別	男性	500	39.6	43.4	13.8	2.6	0.4	0.2	83.0	3.0	16.6	○32.6	37.2	12.4	1.2	-	○49.2	13.6
	女性	500	47.4	42.4	8.8	1.2	-	0.2	89.8	1.2	15.4	▼21.8	45.4	16.0	1.4	-	▼37.2	17.4
学年	1年生	250	42.8	39.2	16.0	1.6	-	0.4	82.0	1.6	17.2	24.4	45.2	10.8	2.4	-	41.6	13.2
	2年生	250	40.0	46.0	12.0	1.6	-	0.4	86.0	1.6	▼10.8	31.6	41.6	15.6	0.4	-	42.4	16.0
	3年生	250	46.4	40.8	9.6	2.4	0.8	-	87.2	3.2	○21.6	28.4	41.2	▼8.4	0.4	-	○50.0	▼8.8
	4年生	250	44.8	45.6	7.6	2.0	-	-	90.4	2.0	14.4	24.4	37.2	○22.0	2.0	-	38.8	○24.0

(%)

サンプル数	E. 今後は(も)、キャリアアップにつながるようなことにより多くお金や時間を使いたい								F. 今後は(も)、周囲の評価よりも自分の感性・こだわりに基づいてお金や時間を使う										
	非常に共感できる	やや共感できる	どちらでもない	あまり共感できない	共感できない	まったく共感できない	無回答	共感できる計	共感できない計	非常に共感できる	やや共感できる	どちらでもない	あまり共感できない	共感できない	まったく共感できない	無回答	共感できる計	共感できない計	
全体	1000	33.2	47.5	15.5	3.1	0.7	-	80.7	3.8	29.0	45.4	21.1	4.0	0.5	-	74.4	4.5		
性別	男性	500	35.0	47.2	14.6	2.4	0.8	-	82.2	3.2	28.8	45.6	21.8	3.4	0.4	-	74.4	3.8	
	女性	500	31.4	47.8	16.4	3.8	0.6	-	79.2	4.4	29.2	45.2	20.4	4.6	0.6	-	74.4	5.2	
学年	1年生	250	31.2	▼41.6	○21.2	4.4	1.6	-	▼72.8	6.0	28.4	40.8	26.0	3.6	1.2	-	▼69.2	4.8	
	2年生	250	30.8	○55.2	11.6	2.4	-	-	○86.0	2.4	▼22.4	○50.8	22.4	4.0	0.4	-	-	73.2	4.4
	3年生	250	○40.4	45.6	12.0	1.6	0.4	-	○86.0	2.0	○37.6	▼40.0	18.0	4.4	-	-	-	77.6	4.4
	4年生	250	30.4	47.6	17.2	4.0	0.8	-	78.0	4.8	27.6	50.0	18.0	4.0	0.4	-	-	77.6	4.4

(%)

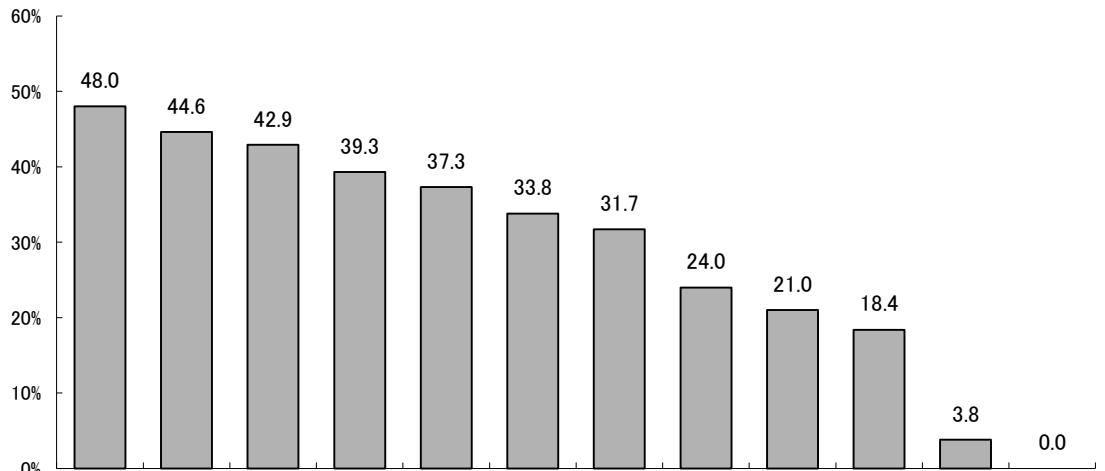
利用・購入したいサービス

- ◆ 「以下のような商品やサービスがあったとした場合、あなたは利用・購入してみたいと思いますか」という質問に対して、「JRや私鉄を毎月定額で乗り放題『トレインサブスクリプション』』と回答した人が全体の48%と最も多く、次いで「完全に自動運転で、自身で運転をしなくてよい自動車」が約45%、「会社員でありながら、自分の好きなことを副業にできる『副業許容企業制度』」が約43%となった。
- ◆ 一方で、「VRで出来る世界旅行」と回答した人が全体の約18%と最も少なく、次いで「今後のキャリアのことをスマホで学べる『ビジネススタディアプリ』」が21%、「自宅ですべてが完結できる大学の授業」が24%となった。

問22 以下のような商品やサービスがあったとした場合、あなたは利用・購入してみたいと思いますか。
利用・購入してみたいと思うものを全てお選びください。<全ベース>

<全体：N=1000>

※全体のスコアで降順ソート



サンプル数	「JRや私鉄を毎月定額で乗り放題『トレインサブスクリプション』」	「完全に自動運転で、自身で運転をしなくてよい自動車」	「会社員でありながら、自分の好きなことを副業にできる『副業許容企業制度』」	「大学と就職が一体となった、給料がもらえる」	「毎日の洋服コーディネートやメイク、ヘアスタイルをリコメンドしてくれる『トータルスタイリストアプリ』」	「月額10,000円で着放題のファッションブランド」	「健康状態を常に計測し、時々々の状態に合わせて最適な運動・食事をリコメンドしてくれる『健康診断トイレ』」	「自宅で全てが完結できる大学の授業」	「今後のキャリアのことをスマホで学べる『ビジネススタディアプリ』」	「VRで出来る世界旅行」	「この中にあてはまるものはない」	無回答		
全体	1000	48.0	44.6	42.9	39.3	37.3	33.8	31.7	24.0	21.0	18.4	3.8	-	
性別	男性	500	▼ 42.0	48.8	43.2	40.2	▼ 24.4	31.6	30.8	26.0	22.0	20.8	4.0	-
	女性	500	○ 54.0	40.4	42.6	38.4	○ 50.2	36.0	32.6	22.0	20.0	16.0	3.6	-
学年	1年生	250	48.0	45.2	39.6	41.2	○ 43.2	38.4	27.6	25.6	21.6	21.2	5.2	-
	2年生	250	50.0	42.8	42.8	40.8	41.6	35.6	32.8	25.6	23.6	16.0	3.2	-
	3年生	250	46.0	45.6	40.4	43.2	▼ 30.0	33.6	31.6	26.0	22.4	18.4	4.0	-
	4年生	250	48.0	44.8	○ 48.8	▼ 32.0	34.4	▼ 27.6	34.8	▼ 18.8	16.4	18.0	2.8	-

(%)

今後欲しい新商品・新サービス

- ◆ 今後希望する新しい商品・サービスについて具体的に聞いてみると、「待ち時間などの移動時間が短縮できる新しい移動手段・交通機関」が71人と最も多く、次いで「AIが自分の趣向や特徴・要望に合わせて提案してくれるサービス、またそれを利用した配達サービスなど（行先・楽器・ライフスタイル・旅行プラン・トータルスタイリスト・就職先など）」70人、「定額で身の周りのこといくらでも利用・購入できるサービス（食べもの・外見に関するもの・交通機関・日用品・コンテンツ・施設）」64人という結果となった。

問23

今後新しい商品やサービスなどが出るとしたら、あなたはどんな商品やサービスが出て欲しいでしょうか。
ご自由にお答えください。〈全ベース〉

【希望する新しい商品・サービス】

〈全体：N=1000〉

1位： 待ち時間などの移動時間が短縮できる新しい移動手段・交通機関	71人（男性 41人：女性 30人）
2位： AIが自分の趣向や特徴・要望に合わせて提案してくれるサービス、またそれを利用した配達サービスなど（行先・楽器・ライフスタイル・旅行プラン・トータルスタイリスト・就職先など）	70人（男性 27人：女性 43人）
3位： 定額で身の周りのこといくらでも利用・購入できるサービス（食べもの・外見に関するもの・交通機関・日用品・コンテンツ・施設）	64人（男性 38人：女性 26人）
4位： 既存サービスの機能向上（現在ある規則や制限を緩和する・価格を下げる・現在ある情報の詳細など）	62人（男性 33人：女性 29人）
5位： 日常生活における生活水準向上へのものやサービス	57人（男性 28人：女性 29人）
6位： AIが仕事や作業など、自分に代わることをやってくれるサービス（会話、家事や身だしなみ、自分代行やクローンまたは変身）	54人（男性 25人：女性 29人）
7位： 手続きや手間などの煩わしいことを簡易化・減少させるモノやサービス（再配達や書類請求・消耗品の買い替えやレンタルサービスの返却・支払い方法やポイントカードの統一など）	44人（男性 27人：女性 17人）
8位： ダイエットや運動・健康状態などをサポートや管理する医療品・食品・商品・サービス	31人（男性 12人：女性 19人）
9位： VRの世界に入り、情報、知識や体験を得られ、リアルタイムでイベントに参加できるサービス	29人（男性 21人：女性 8人）
10位： 混雑や待ち時間などを回避したり有意義にするためのサービスやアプリ（電車や施設、配達時間）	28人（男性 10人：女性 18人）

11位： 生活におけるトラブルやミスを防ぐまたは教えてくれるサービス	22人（男性 11人：女性 11人）
11位： 電子機器のテレビ機能、録画機能の追加や制作機能耐久機能の向上など瞬時に会話に反映してくれる機能の向上	22人（男性 11人：女性 11人）
13位： オンライン配信やアプリで大学の講義や勉強をサポートしてくれるサービス	20人（男性 6人：女性 14人）
14位： より良い社会を作るためのサービス（環境問題・道徳教育・雇用問題など）	18人（男性 15人：女性 3人）
15位： 今までよりも視覚から情報を得られる装置	17人（男性 12人：女性 5人）
15位： 趣味娯楽・必需品といったもののレンタル・シェアリングサービス	17人（男性 8人：女性 9人）
17位： 様々なコンテンツについて確証の高い情報提供や解説を行うサービス	16人（男性 10人：女性 6人）
18位： 人に限らずものや情報などより簡単に確実にマッチングできるサービス	14人（男性 9人：女性 5人）
19位： 事故やトラブルが起きない、または自動で対応してくれる交通手段・機械・設備	10人（男性 8人：女性 2人）
20位： アルバイト以外でお金が貰えるサービス（ゴミ拾いでお金をもらえる、隙間時間に他の人のアルバイトを代わりに行うなど）	8人（男性 3人：女性 5人）

VI 定点観測

※数表中の数値につけられた記号
○印=全体より5ポイント以上高い数値
▼印=全体より5ポイント以上低い数値

大学生が選ぶ最近1年間の日本の顔

- ◆ 今年の「日本の顔」は「安倍晋三」首相が134票を獲得し、昨年同様1位となった。
- ◆ 次の、「久保建英」が65票を獲得し2位、「大坂なおみ」が64票で3位という結果となった。その後には、「大谷翔平」「イチロー」等が続いた。

問24

あなたが、「最近1年間の日本」を代表する著名人をひとりだけ選ぶとすると、誰が思い浮かびますか。
あなたが思い浮かべる「この1年間の日本の顔」を、具体的な個人名でお知らせください。 <全ベース>

<全体:N=1000>

1位: 安倍晋三	134人 (男性 80人 : 女性 54人)
2位: 久保建英	65人 (男性 61人 : 女性 4人)
3位: 大坂なおみ	64人 (男性 28人 : 女性 36人)
4位: 大谷翔平	56人 (男性 44人 : 女性 12人)
5位: イチロー	38人 (男性 31人 : 女性 7人)
6位: 菅義偉	37人 (男性 16人 : 女性 21人)
7位: ジャニー喜多川	35人 (男性 9人 : 女性 26人)
8位: 前澤友作	28人 (男性 16人 : 女性 12人)
9位: 吉沢亮	27人 (男性 3人 : 女性 24人)
10位: 上皇明仁	24人 (男性 8人 : 女性 16人)
10位: 田中圭	24人 (男性 3人 : 女性 21人)

12位: 八村塁	22人 (男性 17人 : 女性 5人)
13位: 横浜流星	17人 (男性 3人 : 女性 14人)
13位: 菅田将暉	17人 (男性 4人 : 女性 13人)
15位: 徳仁	14人 (男性 3人 : 女性 11人)
16位: 石原さとみ	13人 (男性 4人 : 女性 9人)
17位: 山里亮太	12人 (男性 4人 : 女性 8人)
17位: 米津玄師	12人 (男性 7人 : 女性 5人)
17位: 本田圭佑	12人 (男性 7人 : 女性 5人)
20位: 安室奈美恵	11人 (男性 2人 : 女性 9人)

参考:「日本の顔」('18年度調査)

<全体:N=1000>

1位: 安倍晋三	136人 (男性 74人 : 女性 62人)
2位: 本田圭佑	90人 (男性 68人 : 女性 22人)
3位: 羽生結弦	87人 (男性 18人 : 女性 69人)
4位: 大谷翔平	71人 (男性 51人 : 女性 20人)
5位: 大迫勇也	38人 (男性 21人 : 女性 17人)
6位: 竹内涼真	30人 (男性 7人 : 女性 23人)
7位: 山口達也	18人 (男性 10人 : 女性 8人)
7位: 藤井聡太	18人 (男性 9人 : 女性 9人)
9位: ひよっこりはん	16人 (男性 6人 : 女性 10人)
9位: 安室奈美恵	16人 (男性 4人 : 女性 12人)
9位: 乾貴士	16人 (男性 13人 : 女性 3人)

12位: 石原さとみ	15人 (男性 2人 : 女性 13人)
13位: みやぞん	13人 (男性 7人 : 女性 6人)
13位: 西野朗	13人 (男性 7人 : 女性 6人)
15位: 渡辺直美	12人 (男性 0人 : 女性 12人)
16位: 白石麻衣	11人 (男性 6人 : 女性 5人)
17位: ブルゾンちえみ	10人 (男性 1人 : 女性 9人)
17位: 広瀬すず	10人 (男性 6人 : 女性 4人)
19位: 菅田将暉	9人 (男性 3人 : 女性 6人)
20位: 長谷部誠	8人 (男性 6人 : 女性 2人)
20位: 平野紫耀	8人 (男性 0人 : 女性 8人)

好きな広告

◆ 大学生の好きな広告は、「KDDI/au/三太郎シリーズ」が52票を獲得し、1位となった。次いで「Amazon/Amazon Prime」が15票を獲得し2位、「大塚製薬/ポカリスエット」が13票を獲得して3位となった。

問25 最近1年間の広告の中で、あなたが好きな広告、嫌いな広告をそれぞれひとつずつ挙げてください。〈全ベース〉

〈全体：N=1000〉

1位：KDDI/au/三太郎シリーズ	52人（男性 18人：女性 34人）
2位：Amazon/Amazon Prime	15人（男性 4人：女性 11人）
3位：大塚製薬/ポカリスエット	13人（男性 5人：女性 8人）
4位：Apple/iPhone	11人（男性 8人：女性 3人）
5位：ソフトバンク/スマートフォン・携帯電話	10人（男性 8人：女性 2人）
6位：日清食品/カップヌードル	9人（男性 5人：女性 4人）
7位：BOOKOFF/本だけじゃないブックオフ！	7人（男性 6人：女性 1人）
7位：Zespri/アグリシャスシリーズ	7人（男性 3人：女性 4人）
7位：オリエンタルランド/東京ディズニーリゾート	7人（男性 5人：女性 2人）
10位：suntory/pepsi	6人（男性 6人：女性 0人）

参考：「好きな広告」（過去12回調査）

▼参考：'18年度結果（全体：n=1000）

1 KDDI/au/「三太郎」シリーズ	65人
2 大塚製薬/ポカリスエット	17人
3 Amazon/アマゾンプライム	15人
4 KDDI/au	9人
5 HONDA/ホンダジェット	8人
6 docomo/iPhone	7人
6 コカ・コーラ/コカ・コーラ	7人
9 mouse/ノートパソコン	6人
10 Bytedance/Tik Tok	5人
10 KDDI/au/「意識高すぎ！高杉くん」シリーズ	5人

▼参考：'17年度結果（全体：n=1008）

1 KDDI/au/「三太郎」シリーズ	116人
2 Amazon/アマゾンプライム	19人
3 大塚製薬/ポカリスエット「鬼ガチダンス」シリーズ	16人
4 住友生命保険相互会社/1UP	7人
4 NTTドコモ/25周年CM「いつか、あたりまえになることを。」	7人
4 ルミネ/キャッチコピー（毎月）	7人
7 カルピス株式会社/カルピス	6人
7 マウスコンピューター/「マウスダンス」篇	6人
9 NTTドコモ/dTV/「ふたりをつなぐ物語」篇	5人
9 リクルート/「じゃらん」	5人
9 リクルート/「ゼクシイ」	5人
9 東京メトロ/「Find my Tokyo」シリーズ	5人
9 ソフトバンクモバイル/白戸家シリーズ	5人

▼参考：'16年度結果（全体：n=816）

1 KDDI/au/「三太郎」シリーズ	129人
2 AMAZON/アマゾンプライム	38人
3 資生堂/SEA BREEZE/「トライアングルシリーズ」	13人
4 オリエンタルランド/東京ディズニーリゾート	8人
5 ポカリスエット「エール」篇	7人
5 ルミネ/キャッチコピー（毎月）	7人
7 JR東海/「京都の紅葉」篇	5人
7 JR東日本/「JR ski ski」シリーズ	5人
7 NTTドコモ/ドコモカード/中条あやみ	5人
7 キリン/一番搾り/「しあわせ一番搾り 47都道府県の一搾り」篇	5人
7 サントリー/「ザ・プレミアム・モルツ」	5人

▼参考：'15年度結果（全体：n=816）

1 KDDI/au/「英雄」シリーズ	63人
2 サントリー/ペプシネックス ゼロ/「桃太郎」シリーズ	17人
3 SEA BREEZE/広瀬すず・中川大志	10人
4 ソフトバンクモバイル/「白戸家」シリーズ	9人
5 JR東日本/「JR ski ski」シリーズ	8人
5 ルミネ/小松奈菜	8人
7 RIZAP/「つぎはヒイキキヒキ」篇	7人
8 サントリー/GREEN DA・KA・RA /しずくちゃん	6人
9 大塚食品/MATCH/広瀬アリス・広瀬すず	5人
9 カルピス/カルピスウォーター/広瀬すず・長澤まさみ	5人
9 ジョージア/「マニフェスト」篇/山田孝之	5人

▼参考：'14年度結果（全体：n=800）

1 ソフトバンクモバイル/「白戸家」シリーズ	23人
2 サントリー/ペプシ・ネックス・ゼロ/「桃太郎」シリーズ	20人
3 サントリー/GREEN DA・KA・RA/「グリーンダカラちゃん」シリーズ	18人
4 カルピス/カルピスウォーター/能年玲奈	13人
5 TOYOTA/「TOYOTOWN」シリーズ	10人
6 サントリー/「ふんわり鏡月/石原さとみ	8人
7 コカ・コーラ	7人
7 日清食品/カップヌードル/「壁ドン」篇	7人
9 ルミネ/橋本愛	6人
9 家庭教師のトライ/「ハイジとクララ」シリーズ	6人

▼参考：'13年度結果（全体：n=800）

1 サントリー/GREEN DA・KA・RAグリーンダカラちゃん	27人
2 ソフトバンクモバイル/白戸家シリーズ	23人
3 日清/カップヌードル/SURVIVE!シリーズ	12人
3 カルピス/カルピスウォーター/能年玲奈	12人
5 JR東日本/JR SKI SKI/JR SKI SKI CM GARA篇	10人
5 KDDI/au/Real篇	10人
5 ルミネ/橋本愛	10人
8 コーセー/雪肌精/新垣結衣	6人
9 Apple/iPhone/Photos Every Day篇	5人
9 トヨタ/「Re BORN」シリーズ	5人
9 大塚製薬/カロリーメイト/浪漫飛行篇	5人
9 大和ハウス/ベトナムにも篇	5人

▼参考：'12年度結果（全体：n=800）

1 ソフトバンクモバイル/白戸家シリーズ	36人
2 サントリー/GREEN DA・KA・RAグリーンダカラちゃん	20人
2 トヨタ自動車/ドラえもんシリーズ	20人
4 アップル/iPhone・iPad	8人
5 ソフトバンクモバイル/SMAPシリーズ	7人
6 ルミネ	6人
7 ホンダ/「負けるもんか」篇	5人
7 スズキ/「ラン海へ」篇	5人
7 東京ディズニーリゾート/「夢かなう場所/Where Dreams Come True」	5人
10 JR東海/「そだ、京都行こ」	4人

▼参考：'11年度結果（全体：n=800）

1 ソフトバンクモバイル/白戸家シリーズ	45人
2 ACジャパン/あいさつの魔法編	24人
3 エスシー/清臭力	20人
4 日本コカ・コーラ/コカ・コーラ	16人
5 NTTドコモ/スマートフォン	12人
6 日本コカ・コーラ/ジョージア	9人
7 日本コカ・コーラ/AQUARIUS	7人
7 サントリー/「上を向いて歩こう」編	7人
9 グリコ/アイスの実	6人
9 ソフトバンクモバイル/SMAP	6人

▼参考：'10年度結果（全体：n=816）

1 ソフトバンクモバイル/白戸家シリーズ	59人
2 ロッテ/Fit's/佐藤健・佐々木希	16人
2 日産/NOTE/低燃費少女ハイジ	16人
4 東京メトロ/新垣結衣・宮崎あおい	12人
5 NTTドコモ/木村カエラ・渡辺謙	9人
5 西友	9人
5 earth music&ecology/宮崎あおい	9人
8 アップル/ipod・iphone・ipad	8人
8 ニチレイ/アセララ/アセララ体操/仲里依紗	8人
10 KDDI/au/嵐	7人
10 カゴメ/野菜生活/AKB48	7人

▼参考：'09年度結果（全体：n=816）

1 ソフトバンクモバイル/白戸家シリーズ	56人
2 ロッテ/Fit's/佐藤健・佐々木希	24人
3 サントリー/プロテインウォーター/中村獅童、松田翔太	23人
4 リクルート/Hot Pepper/スヌーピーとカエラ篇/木村カエラ	20人
5 KDDI/au、iida/嵐、仲間由紀恵等	9人
6 JT/「パレツジ/Roots/坂口憲二、仲村トオル」	7人
6 カルピス/カルピス、カルピスウォーター/長澤まさみ、川島海荷、中村蒼	7人
8 フォー・ストライク/ユニクロ/「フラット/夜着」篇、「マースカート」篇等	6人
9 日本マクドナルド/「ウォーターパウンダー」	5人
9 サントリー/BOSS/宇宙人ジョーンズ	5人
9 日産自動車/「ノール」/「低燃費少女ハイジやまびこ」篇	5人
9 NTTドコモ/Answer/アンサーハウス	5人

▼参考：'08年度結果（全体：n=800）

1 ソフトバンクモバイル/白戸家シリーズ	114人
2 アップル/「iPod・Mac」	13人
3 資生堂/TSUBAKI	9人
4 ナイキジャパン/NikeFootballなど	7人
5 日本コカ・コーラ/コカ・コーラ	6人
5 日本たばこ産業(JT)/Roots/坂口憲二	6人
7 AC公共広告機構/「環境問題など」	5人
7 KDDI/au/auの庭で。	5人
7 NTTドコモ/Answer	5人
7 NTTドコモ/DoCoMo2.0	5人
7 ソフトバンクモバイル/ブランド広告/「ブラッド・ピット、キム・クロン・ディアス」	5人

▼参考：'07年度結果（全体：n=800）

1 NTTドコモ/DoCoMo2.0	56人
2 インテル/インテル Core 2 Duo プロセッサ	17人
3 資生堂/TSUBAKI	12人
4 ソフトバンク/「予想外」シリーズ/ホワイトプランなど	11人
4 日本たばこ産業(JT)/喫煙マナー広告	11人
4 明治安田生命/保険/「時をこえて」シリーズ	11人
7 ライフ/LIFECARD/オダギリジョー	10人
7 江崎グリコ/「ポッキー」新垣結衣	10人
9 AC公共広告機構	9人
9 東京ガス/「ガス・パッチョ」/妻夫木聡	9人

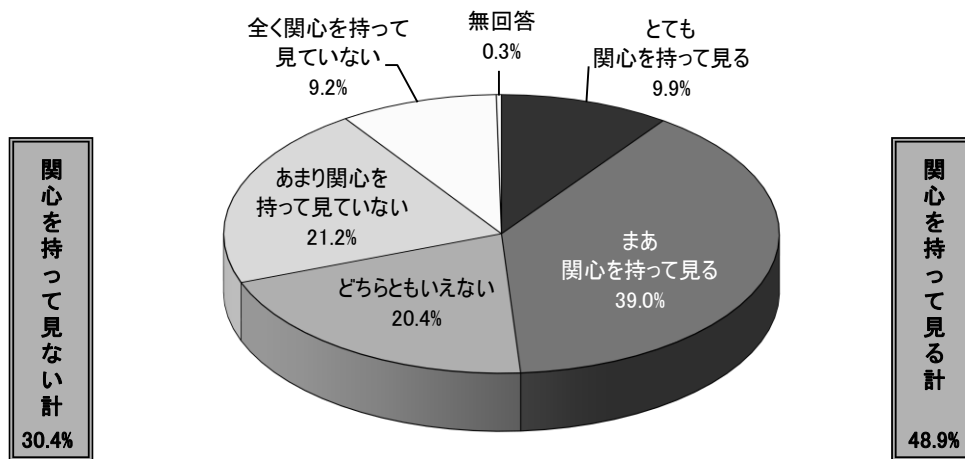
広告への普段の関心

◆ 「普段、関心を持って広告を見る方ですか」という質問に対して、「関心を持って見る計」と回答した人は全体の約49%、「どちらともいえない」と回答した人は約20%、「関心を持って見ない計」と回答した人は約30%となった。

問26

あなたは、普段、関心を持って広告を見る方ですか。〈全ベース〉

〈全体：N=1000〉



	サンプル数	とても関心を持って見る	まあ関心を持って見る	どちらともいえない	あまり関心を持って見ない	全く関心を持って見ない	無回答	関心を持って見る計	関心を持って見ない計	
全体	1000	9.9	39.0	20.4	21.2	9.2	0.3	48.9	30.4	
性別	男性	500	9.0	37.0	19.0	23.0	11.8	0.2	46.0	34.8
	女性	500	10.8	41.0	21.8	19.4	6.6	0.4	51.8	26.0
学年	1年生	250	9.6	▼ 34.0	22.8	19.6	13.6	0.4	▼ 43.6	33.2
	2年生	250	8.4	40.0	23.2	20.0	7.6	0.8	48.4	27.6
	3年生	250	8.8	40.0	19.6	23.2	8.4	-	48.8	31.6
	4年生	250	12.8	42.0	16.0	22.0	7.2	-	○ 54.8	29.2

(%)

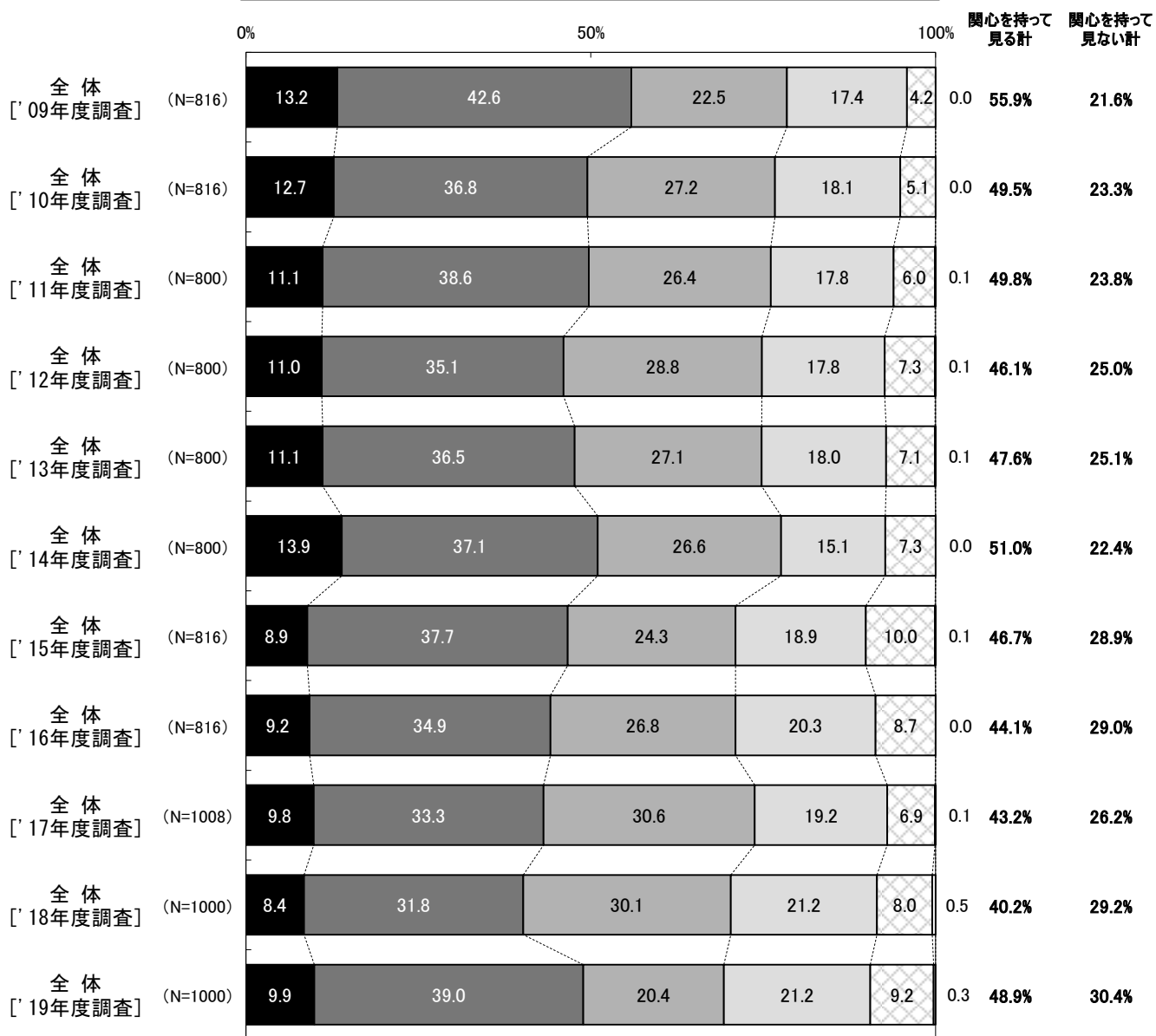
広告関心度(時系列比較～過去10回調査での動き)

◆ 広告に関する関心度について、過去の調査と比較すると、「関心を持って見る計」と回答した人は全体の約49%と、昨年から約9ポイント増加した。

問26

あなたは、普段、関心を持って広告を見る方ですか。〈全ベース〉

■とても関心を持って見る ■まあ関心を持って見る □どちらともいえない □あまり関心を持って見ていない □全く関心を持って見ていない □無回答

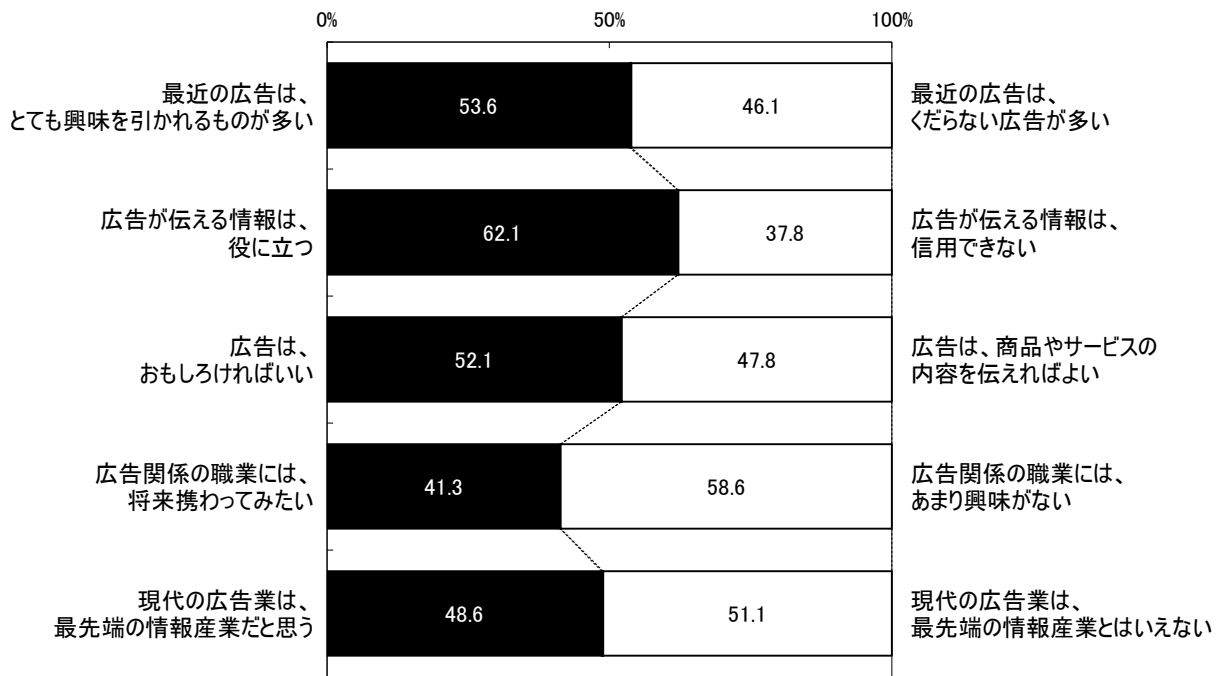


広告に対する意見

- ◆ 広告に対する意見について、「最近の広告は、とても興味を引かれるものが多い」と回答した人は約54%、「最近の広告は、くだらない広告が多い」と回答した人は約46%となった。
- ◆ 広告に対する意見について、「広告が伝える情報は、役に立つ」と回答した人は全体の約62%、「広告が伝える情報は、信用できない」と回答した人は全体の約38%となった。
- ◆ 広告に対する意見について、「広告は、おもしろければいい」と回答した人は約52%、「広告は、商品やサービスの内容を伝えればよい」と回答した人は約48%となった。
- ◆ 広告に対する意見について、「広告関係の職業には、将来携わってみたい」と回答した人は約41%、「広告関係の職業には、あまり興味がない」と回答した人は約59%となった。
- ◆ 広告に関する意見について、「現代の広告業(広告代理店など)は、最先端の情報産業だと思う」と回答した人は約49%、「現代の広告業(広告代理店など)は、最先端の情報産業とはいえない」と回答した人は約51%となった。

問27 以下に広告について様々な意見が挙げられています。それぞれについて、あなたのお気持ちに近い方をひとつずつお選びください。
<全ベース>

<全体：N=1000>



サンプル数	最近の広告は…			広告が伝える情報は…			広告は…			広告関係の職業には…			現代の広告業は…				
	とても興味を引かれるものが多い	くだらない広告が多い	無回答	役に立つ	信用できない	無回答	おもしろければいい	商品やサービスを伝えればよい	無回答	将来携わってみたい	あまり興味がない	無回答	最先端の情報産業だと思う	最先端の情報産業ではない	無回答		
全体	1000	53.6	46.1	0.3	62.1	37.8	0.1	52.1	47.8	0.1	41.3	58.6	0.1	48.6	51.1	0.3	
性別	男性	500	▼ 46.0	○ 54.0	-	▼ 56.4	○ 43.6	-	55.8	44.2	-	37.8	62.2	-	45.0	54.6	0.4
	女性	500	○ 61.2	▼ 38.2	0.6	○ 67.8	▼ 32.0	0.2	48.4	51.4	0.2	44.8	55.0	0.2	52.2	47.6	0.2
学年	1年生	250	▼ 48.4	○ 51.6	-	57.6	42.4	-	52.8	47.2	-	37.6	62.4	-	48.0	51.6	0.4
	2年生	250	49.6	50.0	0.4	60.8	38.8	0.4	47.2	52.4	0.4	39.2	60.4	0.4	47.6	52.0	0.4
	3年生	250	57.2	42.8	-	64.0	36.0	-	51.2	48.8	-	○ 49.6	▼ 50.4	-	49.6	50.0	0.4
	4年生	250	○ 59.2	▼ 40.0	0.8	66.0	34.0	-	○ 57.2	▼ 42.8	-	38.8	61.2	-	49.2	50.8	-

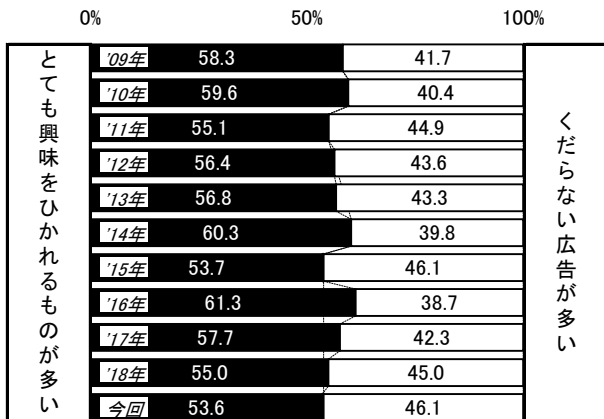
(%)

広告に対する意見(時系列比較～過去10回調査での動き)

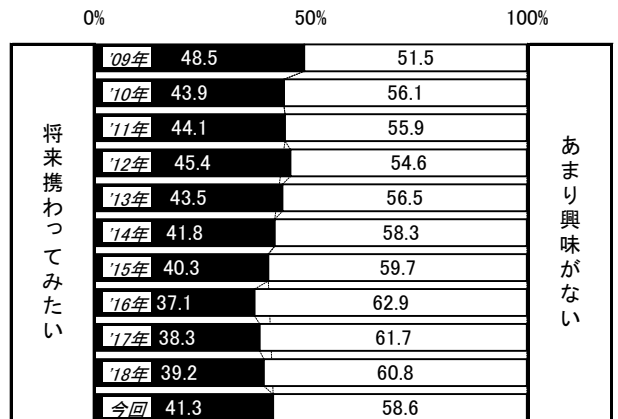
◆ 「広告は、商品やサービスの内容を伝えればよい」と回答した人が48%と、昨年度の調査と比較して約8ポイント増加した。

問27 以下に広告について様々な意見が挙げられています。それぞれについて、あなたのお気持ちに近い方をひとつずつお選びください。
<全ベース>

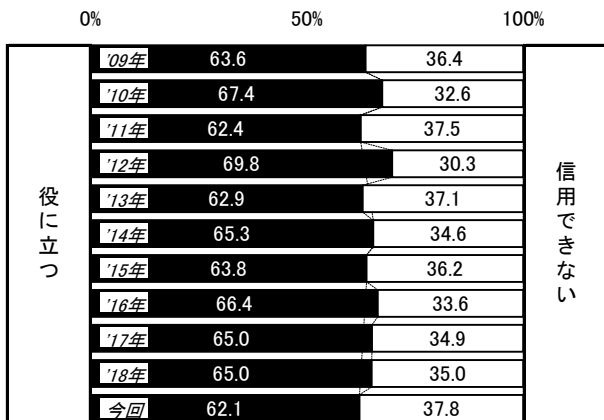
【最近の広告は・・・】



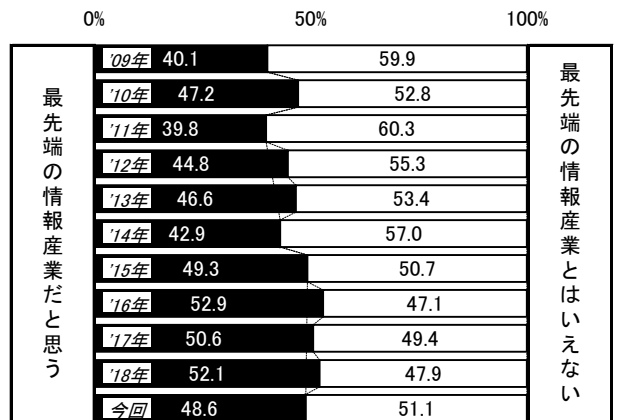
【広告関連の職業には・・・】



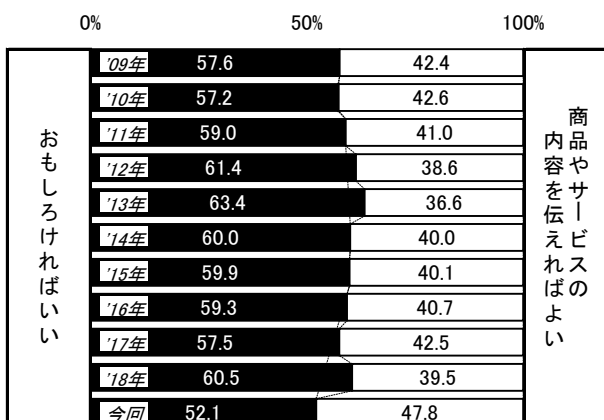
【広告が伝える情報は・・・】



【現代の広告業は・・・】



【広告は・・・】



'09年度調査	:	(N=816)
'10年度調査	:	(N=816)
'11年度調査	:	(N=800)
'12年度調査	:	(N=800)
'13年度調査	:	(N=800)
'14年度調査	:	(N=800)
'15年度調査	:	(N=816)
'16年度調査	:	(N=816)
'17年度調査	:	(N=1008)
'18年度調査	:	(N=1000)
今回('19年度調査)	:	(N=1000)

活動報告

～仲間と共に考え抜いた8カ月間の軌跡～

4月

4月15日、東京広告協会ではじめてのキックオフミーティングが開かれた。みんなそれぞれの思いを胸に挑んだFUTURE。毎週月曜日の定例会がスタートし、まだ慣れていない空間には緊張感が漂っていた。5大学の間には壁があり、最初は大学ごとのグループで調査したいテーマを発表し合っていた。大学ごとに調査したいことがバラバラで、テーマがまとまるには程遠い議論の内容。それから大学関係なくグループ分けされて、これから私たちの調査したいテーマが決まるのかという不安を抱えながら始まるFUTUREなのであった。

5月

大学別に議論を行い、それぞれが全く異なる案を持ってきた。上智の提案した「家族」を中心に置いた調査にみんな一度興味を持ち、それに引っ張られたりもしたが、毎週の定例会で「私たちが興味のある分野」について抽象度を上げて整理していったことで、やっと私達全員でのテーマ策定を行うことができた。24人という大人数での活動や議論の難しさに向き合っていく時期となった。

6月

24人全員が1つのチームで議論を進め、今年の調査テーマは「大学生の消費意識」に決定した。仮説を基に調査票を作り始めたが、最初は何もわからず悪戦苦闘。特に今年は「時間」「お金」の消費にまたがる「新サービス」の質問があることもその一因となった。バイアスや順序を意識し、質問の聞き方などについて、アドバイザーの方からのご指導の下、新たな方法を探りながら試行錯誤を重ねていった。

7月

そしてやっと調査票が完成した。(株)H.M.マーケティングリサーチの方からインストラクションを受け、調査の仕方を学び、調査票の回収に望んだ。紙の調査なので直接のやり取りで協力してもらうことや、総勢22ページに及ぶ質問量の多さもあり、調査票の回収は難航を強いられた。しかし各大学の進捗状況を報告しあったり、お互いの大学を歩き来て手伝いあうなど、みんなで助け合って調査票の回収に精一杯尽力した。その後行われた中打ち上げでは、FUTUREメンバーみんなで労をねぎらいながら互いの思いや後期の抱負を伝え前期を締めくくった。

8月25日 ロジックチャート研修

FUTUREの要でもあるロジックチャートと、この日に初めてご対面。初めてのロジックチャートに頭を悩ませながら、論理的思考を高めていった。1人で考えると行き詰まることも、メンバーと一緒に乗り越えられることを改めて実感した。出来上がったロジックチャートはよく出来たものとは言い難かったが、1つの形として仕上がったことに達成感を感じた。グループの仲も深まり、合宿に向けての意欲がさらに高まった。

9月11～13日 分析合宿

ロジックチャート研修を経て、本格的に向き合う二泊三日の軽井沢合宿はそれぞれ個人の意識を変えたのではないだろうか。朝から晩までチームごとにタイムスケジュールを作り、ロジックチャートに向き合い、納得するまで話し合い、1つの案を作り上げプレゼンを行った。そのようなプログラムを通して、自主性や自分の適性を見極めながらお互い良い刺激を与えられた。FUTURE19の全員で、より一層妥協せずに、納得することができるロジックチャートを作り上げようと意識が変わった瞬間だと感じた。

合宿後～11月

合宿を終えた私たちは、それぞれのロジックチャートを一本化していく作業が始まった。2章で伝えた“デジタルよりリアル”のように私たちは“深夜電話よりエアビ合宿”で直接話し合うことを大切にしたい。重いクロス表を持ち歩く毎日。台風の日も、ハロウィンの日も集まった。代表/副代表やみんなの役割も決まり、ここからは全員が自分の役割に責任を持ち、プレス発表に向けてさらなる完成度の高いロジックチャートを作り進めていけた。

完成を目前にして

常に先行きが不安な状態が続き、自分達の手で完成することが出来ないんじゃないかと考えることもあったが、なんとか自分達の納得行くものが完成出来そうで一安心。と同時に最終プレゼンに向けての緊張感やプレッシャーと少しの寂しさが押し寄せてきた。あと残り1ヶ月、全力で駆け抜けたい、と思う。みんなですべて最高の最後を迎える為に。



FUTURE2019



プロジェクトを終えて

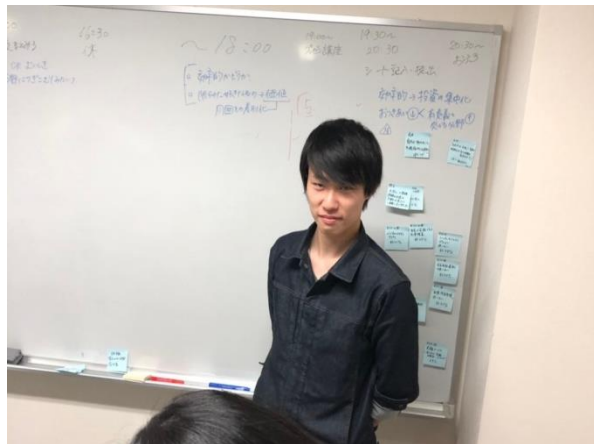
～参加メンバーよりひとこと～



有賀 友香(ありが ゆか) 駒澤大学

FUTUREの活動も残すところあと1か月ほどとなり、忙しくも充実した毎日を送っております。長かったはずの8ヶ月にわたる活動も、今となってはあっという間だったように感じます。正直なところ、3年生になった当初は、ゼミ内の別のプロジェクトに興味を惹かれており、FUTUREに参加するつもりはあまりありませんでした。しかし、キックオフミーティングから暫く参加をしているうちに楽しさに気づき、いつの間にかこの活動に夢中になっていました。また、活動していく中でメンバーとの仲も深まったことにより、今まで大学内でしかなかった交流の幅が広がり、同時に新たな考え方や捉え方を知ることもできたため、日に日にメンバー皆でのディスカッションも一層楽しくなってきました。そして今では大学に関係なく、メンバーで一丸となって活動に取り組んでいると思います。FUTUREはモチベーションの高いメンバーだけで構成されているため、非常に活発に、本気で活動することができているので、今後の人生のためになる力をつけることができているのではないのでしょうか。さらに、これまでは、ゼミ活動でアカデミックな経験ばかりを積んでいたのに、実務的な方法でアドバイザーさん方とディスカッションをすることで、非常に新鮮な気持ちで活動することができ、物事への視野が広まりました。その結果、今まではやってはいけない、できないと思っていたことが、別の活路によって可能になり、選択の幅が広がったと感じています。この活動を通して得た経験や能力は、決して無駄にはならず、今後の人生においても活用していくことができると確信しております。プレスリリースまでの残り僅かな活動時間を後悔しないように、PC係として皆を支え、2019のメンバー全員で最後まで走り抜けたと思います。

最後になりましたが、このような貴重な活動の場を設けて下さった高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、調査に協力して下さった(株)H.M.マーケティングリサーチの皆様、この活動に参加させて下さった中野先生、親身になって話を聞いて下さったOB・OGの皆様、一番お世話になりましたアドバイザーの古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん、そして調査に協力して下さった皆様に心から感謝申し上げます。



飯村 大輔(いいむら だいすけ) 千葉商科大学

私はFUTUREをやっているか悩んでいました。大変だと先輩方にも聞いていたし、他大学の人と一緒にやっているとかなと思いきや疲れそうっていうのが本音でした。それでも参加してみた数回は大学間の壁がなんとなくあって、なんか息苦しいとも感じました。しかし月曜日のFUTUREに向けて話し合いや電話会議もよくしました。中盤には、朝まで電話して意見がまとまらない時だってあり本当に大変でした。ですが、次第と自分たちの知りたい事の方向性が決まってくると皆で作り上げていっているや段々実感しました。この辺からアイデアを出して皆で形にしていく事がFUTUREの面白い所なのかと思いました。

そして、軽井沢での3日間での合宿があり長いと思っていたのに、体感はずっと短い時間でした。ロジックチャートをしていくと何度も事実と解釈は繋がってなくて飛躍していないかと繰り返し、やっとサブ主張を捻りだしても主張にはいけないかもとなって、また他のところから考えよう！と何度も考えていくと時間は足りませんでした。3日間考えて時間が足りないというのは初めての気持ちになりました。そしてこの合宿でさらに皆のことを知りFUTURE2019の皆が近づいたかなと感じました。その後何回か自分たちで合宿したり、自分たちは毎日少しずつよりも一気とその日ならその日！という考えなのだと思います。進め発表に向けて地盤を固めていきました。

振り返ると、このFUTUREという時間では、自分を成長させる時間でした。1つ目の勉強としては、FUTURE24人で行って行くというチームでの活動から5人程度でのグループ活動で、意見のまとめ方が自然と身に付きました。そして、調査票からロジックチャートでは回答者にどう答えてもらい、それを読みとるという作業を言葉にすると簡単に見えるけど、本当に十人十色で意見が違って大変でした。作業のやり方が身についた形となります。2つ目の自分自身の変化としては、考え方から変わった所があるのかなと思います。今までよりも人の話を聞き何が言いたいのだろうとより聞く事に集中しました。それに自分が発言して共有するべきと感じたら話す。しかし自分は発言の主体ではなくそこは違うのでは？と疑問を持ち考えて進むタイプだったので最初はあまり発言もしていませんでした。しかしFUTUREをしていくうちに本当にそうだろうか？という疑問を持ったまま皆が進んでいく中でこの時、サイレント・マジョリティという言葉思い出しました。疑問を思っている声を上げなければそれは賛成だ…そう思うようになってから自分の意見を伝える大切さを知りました。FUTUREという機会でも同世代の色々な皆だからこそ改めて思い出さることができたと思っています。最後に、こんな私で伝わりづらい発言が多く皆を困惑させたところがあるでしょう。その中でこの約8か月間ありがとうございました！そして、アドバイザーさん達やOG・OBの皆様、ありがとうございました。



板橋 晴希(いたばし はるき) 千葉商科大学

自分は3年生になるまで、友達と一緒に授業を受けて、バイトして、時には友達と遊んで授業に行かないといったことをただ繰り返す大学生生活を過ごしていました。3年目を迎える大学生活で、遊ぶのではなく、何か1つの勉強に全力で取り組んでみたいと思い、自分は忙しいと言われているゼミに新しく入り、ゼミ1回目の授業の時に、先輩からFUTUREというプロジェクトを知りました。最初、先輩からどんな活動をしているか聞いた時は、忙しくてプライベートにお金、時間を使える機会は減るよと言われ、最初は参加しようか迷いました。でも、FUTUREという大きなプロジェクトは人生で一度しかできないことで、やりがいもあるし貴重な経験になるよと先輩から聞き、チャレンジしてみようと思い、参加する決断をしました。4月15日、東京広告社で初めてのキックオフミーティングから8ヶ月が経ち、参加する前の自分と今の自分を比べると、凄く成長できたと思っています。参加する前の自分は、グループディスカッションや人前で意見を言うことは苦手でした。しかし、このプロジェクトに参加している限り、グループディスカッションや人前で話したりすることは絶対に避けられませんでした。ですが、定例会や学生ミーティング、合宿という機会があったからこそ、自分の苦手を回数が積み重なるとつれて、少しずつ克服できたし、今では自分から積極的に意見を言えたり、議論ができるようになりました。特に合宿が始まってからロジックチャートを完成させるまでの期間は自分にとって大きな成長を与えてくれた期間だと思います。これらの活動を振り返ると、いろいろとみんなでやってきた活動が今では懐かしく感じます。課題提出前日の日は、深夜電話をしたり、みんなで夜中集まって作業をしたり、いろんな大学で作業をしたり、中身が詰まった生活を8ヶ月やってきたんだと思います。

最後になりましたが、このような機会を与えてくださった高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、学生が作ったアンケート1000枚以上の調査にご協力いただきました、(株)H.M.マーケティングリサーチの皆様、毎週の定例会やさまざまな作業、合宿を陰ながら支えてくださったOB・OGの皆様、そして、我々の意見に対して、丁寧かつ的確にご指導をくださったアドバイザーの古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん、多くの方々のご協力があったからこそ今の自分がいるんだと思います。心から感謝を申し上げます。そして、FUTURE19の仲間。始めの頃は、他大学の壁をなかなか壊せず、気軽に話すことが難しかったけど、今では本当に仲良くなることができました。みんなとこれからも定期的に遊びたいし、FUTUREで仲間が出来たことは自分にとって、とても大きいし、いろいろな経験ができました。FUTURE19のみんなと一緒にできて本当に良かった。ありがとう。



大室 竜哉(おおむろ りゅうき) 専修大学

就職活動が近くなってきて、あと1年しか遊べないと思ってる矢先にFUTUREという活動があることを知りました。FUTUREという活動は、すごく大変で辛いプロジェクトであると先輩から聞いていたため、参加しないほうが身のためだと感じ、キックオフミーティングの日もバイトがあると嘘をついて休もうと考えてしまったぐらいです。しかし、いざ始めてみるとこれまで感じたことの無い楽しさを感じて、どんどん自分がこの活動にのめり込んで行ってしまいました。この活動の魅力は、大学の枠を越えて色々な価値観を持った人との関わり、大学では学べないこと、自分の意見をしっかりと持ち伝えることの大切さ、みんなで1つのものを作っていき難しさ、挙げるとキリがないですが、FUTUREを通して僕が学んだことは数え切れません。食わず嫌いで、人と関わるのが苦手な性格の僕を変えてくれた活動であると思っています。自分の知識や経験など色々な財産をくれるだけではなく、性格までも変えてくれたFUTUREはまさに運命の出会いだったのではないかと今は思います。そんな活動がもうすぐ終わってしまうという現実には本当なのかなと疑問に思うほど、この1年はFUTUREが僕の中心でした。難しかったことや、辛かったこと今振り返れば色々出てきます。ですがこの約8ヶ月かけてやってきたこと、やり続けてきたことは僕の自信となり誇りとなりました。そしてこの活動は、0から1にするところから始めて、19のメンバーとアドバイザーの方と何回も議論して100にして、それを冊子という形に落とし込んで、プレゼンで終えるというのが、僕がやってきて思ったFUTUREという活動です。0から1を生み出すことの難しさや、100までもっていくまでの苦労を大学生のうちに出来る貴重な経験でした。そして、その苦楽を共にした19メンバーやFUTUREとして活動していた時間が、僕の人生においてとても大事な宝物であり、思い出の1ページになりました。

最後になりましたがこのプロジェクトを進めていくにあたってご支援くださった高堀さんをはじめとする東京広告協会、(株)H.M.マーケティングリサーチの皆様、各大学のゼミナールの先生方、毎週の定例会に足を運んでくださり、アドバイスをしてくださったOB・OGの皆様、ご多忙な中アドバイザーとしてご指導、支えてくださった博報堂の古賀さん、井上さん、小池さん、電通の野中さんに心から感謝申し上げます。



岡沢 瑞輝(おかざわ みずき) 上智大学

4月のキックオフミーティングから早くも8ヶ月が経ち、FUTURE2019も終わりを迎えようとしています。この8ヶ月間は長いようで短い、とても充実した期間だと感じています。

もともと私がFUTUREに参加しようと思ったきっかけは、「仲の良い先輩がやっていたから」という軽い気持ちからでした。そのため、実際に4月のキックオフミーティングに参加して、初めてお会いするOB・OGの方やアドバイザーの方々から「とても充実しているけど、かなり大変だよ」という話を聞いて少し不安もありました。しかし、大学時代に何か1つの大きなプロジェクトをやってみたい、打ち込んでみたいと感じ、最終的に参加することに決めました。前半は、正直に言うと全く自分意見を発信することができませんでした。夜中の電話会議やミーティングに参加することもできず、特定の人にまかせっきりにしてしまい自分の中で無力感や罪悪感でいっぱいの日々でした。FUTUREに参加したこと自体を後悔したこともあり、前期で辞めようと思ったことも何度もありました。しかしそんな苦しさを感じる中でも、こうして最後まで続けることができたのは間違いなく優しい仲間のおかげだと感じています。軽井沢合宿で上智大学は日程の都合上、どうしても途中で帰らなければならないとなった時、私用に定例会や学生のみミーティングに参加できない時も、周りの仲間は嫌な顔一つせずに丁寧に情報を共有してくれました。そんな仲間がいたからこそ、私は最後までやり切ることができ、チームとしても今回の報告書を完成させることができたのだと思います。

最後になりますが、このような貴重な機会を与えてくださった高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、調査にご協力いただきました(株)H.M.マーケティングリサーチの皆様、調査にご回答いただきました約1000人の大学生の皆様、ご多忙の中、アドバイザーとしてご指導してくださいました古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん、毎週の定例会に参加し親身にアドバイスをくださったOB・OGの皆様、そして苦しいときにも常に寄り添ってくれた同期の皆、本当にありがとうございます。22年目を降もFUTUREという素晴らしい大学生意識調査プロジェクトがおこなわれ、多くの学生が成長する機会になることを願っております。



岡野 日香(おかの はるか) 青山学院大学

キックオフミーティングから約8ヶ月、「本気で勉強に取り組める仲間に出会いたい」という気持ちをきっかけに参加したこのFUTUREというプロジェクトでしたが、ここまで振り返ってみると長いようであつという間だった気がしています。

テーマ策定の時期は日常の何気ないことから仮説を立ててテーマを決めようと様々なことをメンバーと話し合いました。その時には大々的に調査して一体どのような結果になるのだろうかと正直全くイメージがつかず、でもひたすら話し合っって考えることを繰り返して不安の気持ちでいっぱいでした。調査票のする段階では大学関係なく全員の総意を出すことの難しさを初めて感じました。活動の内容自体の楽しさに気づけたのは夏合宿でした。班のメンバーでロジックチャートを作りながら話していると「あれ、この話前にどっかでしたよな」とテーマ策定で仮説を立てる時に話し合ったことがいくつも事実から見えてきて、ようやく自分たちがやってきた点と点が結ばれた気がしてとても嬉しかったのを覚えています。みんなやアドバイザーさんの話についていくのが精一杯な自分も多かったのですが、これを境にもっとFUTUREにのめり込みたい！と感じることができた気がしています。このように振り返ってみると、自分の中で日々のゼミ活動や生活との両立に悩まされることが多かったこのプロジェクトが、プレス発表という形でおわりを迎えようとしていることが「もう終わってしまうのか」と寂しい気もしています。それはやはり、一緒に「本気」で取り組めるFUTURE2019の仲間が私の中で今では大きな存在となっているからだと思っています。FUTURE2019メンバーの23人、本当にありがとう。この8ヶ月間は私にとって今後にも生きてくる非常に密度が濃く、たくさんの学びがあった時間だと感じています。

最後になりますが、私たち学生にこのような機会を恵んで下さった高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、調査にご協力頂きました(株)H.M.マーケティングリサーチの皆様、私たちと同じように定例会に参加して私たちに合ったアドバイスを的確にくださった、OB・OGの皆様、毎週毎週熱心にご指導くださった、アドバイザーの古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん、本調査にご協力頂いた全ての皆様に心より感謝申し上げます。



片岡 理奈(かたおか りな) 上智大学

大学生活3年目がスタートした4月、私は大学入学後、一生懸命取り組んだことが1つもない現状に焦りを覚え、何か必死になれるものはないかと探していました。その時、偶然、FUTUREのキックオフミーティングがあることを知り、「とりあえず行ってみよう」というとても軽い気持ちで参加したことを覚えています。「なんでも中途半端にしてきた私のことだから、きっと嫌になったらやめるだろう」というスタンスでFUTUREに参加することを決めたので、まさか自分が最終のプレス発表まで残っていられるとは思っていませんでした。あまりFUTUREにコミットできず、毎週月曜日の定例会に行けない日が続いたとき、みんなが何について話し合っているのかが全くわからなくなりました。わからないので、意見も言えず、「私はここにいる意味があるのかな?」と自分の存在価値が感じられなくなり、本気でやめようと考えてしまいました。そんな時、FUTUREの中で精一杯になっているのにも関わらず、辞めようかどうかで悩んでいる自分を見かけでは心配してくれたメンバーがいました。彼らのおかげで、今まで取り組んできた時間を無駄にしないためにも、そして嫌になったらやめしてしまう自分の根性を叩き直すためにも、残りの期間必死にFUTUREにすがりつこうと決心することができました。今では、途中で逃げ出さなくて本当に良かったと心の底から思います。最後までFUTUREに参加できたことで、自分自身の成長を感じられることができました。そのうちの1つが、自分の存在価値は自分でつくるものであるという学びを得たことです。黙っているだけなら、何もしないのなら、そこにいる意味はない。これを身をもって体験した私は、思ったことがあれば発言する、自分には何ができるかを探り取り組む、そしてその場所で自分の能力を最大限に発揮する大切さを知りました。この経験を得たことは、何でも中途半端にしてしまう自分のダメな部分を改善するための大きな一歩となり、自分の内面的な成長に繋がったと思います。

最後になりましたが、このような貴重な機会を与えてくださった東京広告協会の皆様、調査にご協力していただいた(株)H.M.マーケティングリサーチの皆様、困った時には一緒に考え、アドバイスをくださったOB・OGの皆様、お忙しい中私たちの議論と一生懸命に向き合ってくださりの確かなアドバイス、フォローをくださったアドバイザーの古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん。本当に多くの方から多くのお力添えをいただき、このプロジェクトを終えることができました。関わってくださった全ての方に、心より感謝申し上げます。FUTUREというとても貴重な経験があったからこそ今の自分がいる、と将来胸を張って言えるようにFUTUREでの8ヶ月間の学びを自分の今後に生かしていきたいと思えます。今後もこのFUTUREで多くの学生が仲間とともに学び、成長できることを願っています。



神長 恒輝(かみなが こうき) 千葉商科大学

FUTUREに参加しようと思ったきっかけは、ほんとに些細なものでした。ゼミの時間に先輩から話を聞き様々な大学と協力して同じものを作り上げること、加えて電通・博報堂の方たちから意見を直接聞いて、アドバイスもらえるなんて普通に生活していたら一生ないことだとしても貴重な体験ができる活動なんだなと思い、なんとなく面白そうだなと感じたこと。また、今の自分の力は他と比べてどのくらい通用するのか試してみたいという思いから参加を決めました。ただ、実際に活動が始まってみると自分の考えはこんなに甘かったのかということを感じ、ただ周りからの意見を聞いて理解しようとするだけではできず、議論にもついていくのが精いっぱい内容を引きちんと理解して自分の意見をまとめて伝えるということが全然できておらず、現状の自分の実力不足を実感しました。このまま続けていっても足を引っ張り続けることになってしまうと思っていた中で迎えることとなった軽井沢での合宿。ここではこれまでと違い大学関係なくグループに分かれて議論をして内容をまとめていく必要があり、今まで守られていた大学というくくりがなくなって、より自分自身を出していかなければならなかった中で、このままではだめだという思いが強くなり、ここで何か成果を残して自分自身がFUTURE2019に参加したメンバーの一員だったと胸を張って言えるようになるという目標が生まれました。そこをきっかけにわからないことが多いならわからないなりに聞こうとし、素直な自分の考えを伝えようという努力をし、積極的に議論に参加するように心がけました。加えて、他の人の意見を通して新しく生まれる考えがあって一人一人が自分の意見を伝えることにより素晴らしいものが生まれるということを何度も体験し、意見を伝えることの大切さを改めて認識することができました。また、それで改めて思ったのは他のメンバー達のすごさでした。自分がうまく言語化できずに説明できていなかったことをうまく言語化してまとめてくれたり、自分では疑問に思っていなかったところも他の人の指摘によって新たな疑問が生まれてきたりして発想がすごい柔軟で憶れるばかりでした。そのうえでアドバイザーの方々に意見を持っていくとより精査され、かつ進化した内容が返ってくるため頭の中が化け物じみてるなというも思いました。そんなFUTURE2019に参加し素晴らしいメンバーと共に活動ができたことは誇りに思うし、参加を決意した選択は自分の中で間違いではなかったと心の底からいえることができます。ありがとうございました。



川嶋 寛斗(かわしま かんと) 千葉商科大学

軽い気持ちで挑んだFUTURE2019。気が付けばプレスリリースの本番まで残り一か月を切っています。4月の初めの頃を振り返ってみると、毎週月曜日の定例会は慣れない空間に緊張感他漂うものでまだ5大学の間には、壁がありみんなの名前も性格も知らない状況で自己紹介をしていたのが懐かしく感じます。最初の頃、周りの4大学は名の知れた大学で、今まで部活しかしてこなかった自分がみんなについていけるのかと不安ばかりでした。他大学のみんなの意見は自分のいつもの生活では聞けないような面白い意見ばかりで、いつも感心していました。そんなことを思っているうちに夏の合宿が始まり、3日間も部屋に閉じこもりロジックチャートを作っていました。はじめはロジックチャートがどういふものかも分からなく大変な作業でした。自分たちの言いたいことを事実から解釈、サブ主張、主張と組み立てるのが難しく、何回も同じところを話す繰り返して時間に追われつつも何とか班のメンバーと議論を重ねるうちに、今まで導きだせなかった解釈も見つけることができました。根拠があいまいではあったものの主張まで形になった時は大きな喜びを感じました。そして合宿が終わり、それぞれの班の主張をFUTURE2019として一本にまとめる作業が始まりました。ここの作業が個人的に一番大変でした。それぞれの全く違った意見があり、それを毎週月曜日の定例会までに一つにしてくるという短い間での作業が厳しく、そのためみんな直接顔をあわせて作業ができるようにエアビーで家を借りて朝まで大学生の消費について語りつくしました。確かに時間がない作業で焦っていましたが、いつの間にか2019のメンバーとも距離が縮まり大学間関係なく、仲が深まっていました。それと同時に最初の頃に思っていた、自分自身が周りの人たちについていけるかという不安もなくなって、そんなことを考えている暇もなく、やるしかないと使命感に追われており、今振り返ると、とても充実していて自分の身になることが多かったと感じます。不安しかなかったのが嘘のように、FUTURE2019のみんなが大好きになり、このメンバー全員で最後の発表まで悔いのないように全力でやり遂げたいと思う気持ちで溢れていました。FUTUREのみんなには感謝の言葉しかありません。大変貴重な体験になったと感じます。

最後になりましたが、このような貴重な機会を与えてくださった東京広告協会の皆様、調査にご協力していただいた(株)H.M.マーケティングリサーチの皆様、OB・OGの皆様、的確なアドバイスくださったアドバイザーの古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん。たくさんの人たちの協力があるのFUTURE2019だと思います。次回からのFUTUREも世間を驚かすような調査が行われることを願っています。



橘川 友美(きつかわ ゆみ) 駒澤大学

私は、ゼミに入るにあたってFUTUREに参加したい、と考えていました。しかし、思った以上にゼミ活動が忙しかったという事と、3年次以上になるとFUTUREを含め、3つプロジェクトを同時並行で行わなければならないため迷っていました。参加していた先輩に相談をしたところ、「忙しいけれど成長できるよ！キックオフミーティングに参加して考えてみて」と目を輝かせながら話していたので、迷いながらも参加してみることにしました。実際に話を聞いてみると先輩がおっしゃっていた事が分かり、自分の直観で「何かが変わりそうだから、やっぱり参加したい！迷っているならやってみよう」と思い、参加を決めました。

改めて8か月を振り返って思ったことはとても充実していたと実感しています。最初の2か月は、大学ごとで固まっていたのでこの先どうなっていくのだろうかと思っていました。集まって議論していくうちにお互いの考えを共有することができ、自分にとって良い刺激をもらうことができました。合宿では、朝から晩までロジックチャートに向き合い議論していくことが、とても新鮮でワクワクしながらグループワークをしている自分に驚きました。解釈のニュアンスによって事実と同じに聞こえることや飛躍している場合があり、班員と迷いながら時間を忘れるぐらい熱く議論することができとても楽しかったです。プレス発表までの期間は、主張を作り上げるのが難しく立ち止まったりしましたが、また、FUTUREの活動を通して将来の視野が広がったと思います。普段のゼミ活動では、学術的な学びを行っていても実践的な学びはあまり機会が無かったので、とても新鮮でした。このような学びは、様々な場面で活用することができると思うので、今後もこの経験を活かしていきたいです。

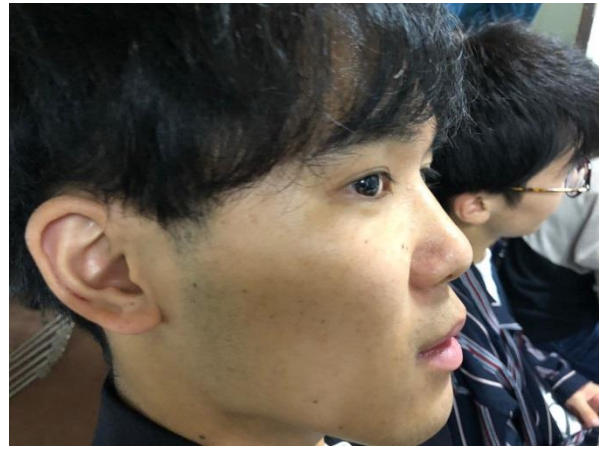
最後になりましたが、このような貴重な活動の場を設けて下さった高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、調査に協力して下さった(株)H.M.マーケティングリサーチの皆様、この活動に参加させて下さった中野先生、親身になって話を聞いて下さったOB・OGの皆様、そして一番お世話になりましたアドバイザーの古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん、そして調査に協力して下さった皆様から感謝申し上げます。



日下 瑞樹(くさか みずき) 専修大学

今までのことを振り返り、FUTUREも終盤に差し掛かってきて自分が最後まで続けていることに驚きました。先輩に連れられて「キックオフミーティング」に参加して、次の週からの毎週月曜日の定例会に参加してというのを繰り返して気づいたら終わりを迎えようとしていました。始まった時は、8ヶ月がとてもし長いように感じていましたが、ここまでくるとあつという間だったと感ずきます。そう思うのは、このプロジェクトがとてもし密度が濃く、やりがいがあったものだったからだと思います。自分がFUTUREに参加した理由は、大学にいるうちに何かやっておきたいという軽い気持ちでした。そんな軽い気持ちで始めた自分でもここまで続けることが出来たのは、みんなと一緒にFUTUREをやっていくことが楽しかったからだと思います。最初のころは大学間の壁があり、お互いに気を遣って大学同士でいることが多かったですが、話し合いを重ねていくごとにだんだんと壁がなくなっていきました、自然と会話することが出来て仲良くなっていくことを実感できました。また、自分は自分の意見を上手に伝えることが苦手でしたが、しっかり自分の言いたいことを理解しようとしてくれたりして、少しずつ改善していくことが出来たと思っています。反対に自分も相手の言いたいことをしっかり理解しようと努めました。そうすることで、最初はついていくことが出来なかった議論にもついていくことが出来ました。なので、このプロジェクトを通じて理解力をあげることが出来たと思います。合宿では3日間籠って同じことについて考えるというのが、初めての経験でとても不安でした。ロジックチャートを作っていくなかで、物事の繋がりを意識して解釈を出すことに苦戦して、いいアイデアが出せなかったり、言いたいことが上手く纏まらなかつたりして苦労しました。しかし大変なだけではありませんでした。みんなと色々な話ができることで距離を縮めることが出来て非常に楽しい合宿となりました。なので、このプロジェクトでの8ヶ月間はとても充実したものとなりました。楽しいことばかりではなく、課題に追われて辛いこともたくさんありました。しかし、それを乗り越えることが出来たからこそ、この充実感を得られるのだと思います。始めた時はこんなに大変で充実したものになるとは思っていませんでした。なので、終わりが近づいて終わってしまう寂しさもあります。しかし、まだ発表が残っているので最後まで気を抜かずやり遂げたいと思います。

最後になりましたが、このような貴重な機会を設けて下さった、高塚さんをはじめとする東京広告協会の皆様、アンケート収集・分析をしてくださった(株)H.M.マーケティングリサーチの皆様、毎週定例会に足を運んでくださったOB・OGの先輩方、お忙しい中、熱心にご指導くださいましたアドバイザーの古賀さん、井上さん、小池さん、野中さんに心から感謝致します。そして、FUTURE2019のみんなと最後まで一緒にやってくることができて心から良かったと思います。ここでの経験を必ず活かし、これから頑張っていきたいと思います。本当にありがとうございました。



黒崎 裕基(くろさき ゆうき) 千葉商科大学

私がこのプロジェクトに入ったきっかけは、昨年このプロジェクトに入っていた先輩から、お前は絶対やれと言われたのがきっかけでした。正直、自分からやりたいとは思っていませんでした。なぜなら、本当につらいと先輩が言っていたのを聞いていたのと、周りには自分よりも頭が良い人たちがばかりで、自分が付いていけるのか心配で仕方なかったからです。大学のレベルが違いすぎて、人間関係も上手くやっけていけるのか不安でした。しかし、このプロジェクトに参加している人たちは尊敬できる人ばかりで、私個人の心配や不安などまるで意味がありませんでした。全員優しすぎるというのが今の印象です。夏の軽井沢合宿で、あれだけ喧嘩する勢いでやるって言うていたにも関わらず、誰も喧嘩していた人はいなかったと思います。寧ろ、4月に始まってから一回も誰かと誰かが仲が悪いという状況は無かったのではないのでしょうか。

こんなに優しく大丈夫？と逆に心配になりました。前述したように、このプロジェクトは尊敬できる人ばかりです。全員がやることを複数抱えているにも関わらず、有志であるこのプロジェクトにも十分時間をかけて取り組んでいるところや、一日に10時間以上やっているのに効率全然落ちずにつつと集中しているところ、PCが得意だったり、面白い切り口で意見を言えたりするところなど、みんなの良いところが溢れ出てきます。みんなの良いところがいっぱい出てきて意外と自分って人のことを見ているなと思います。このような環境で過ごせたことが私は本当に幸せです。しかし、このすごい人たちの中で、私は自分の武器を見つけ使えていたかといわれると疑問に思います。みんなに追いつきたいと無我夢中に毎日を過ごしていたら、気が付けばこのプロジェクトも終盤にさしかかり、自分は何か得ることができているのか正直わかりません。成長できているのかもわかりません。しかし、このプロジェクトは自分にとって本当に価値があり、今後の人生で忘れることのできない貴重な時間です。他にやるべきことはたくさんあるのに、そっちを犠牲にしてまで有志のこの活動に取り組むみたいと思っていました。周りの人には多くの迷惑をかけて申し訳ない気持ちもありますが、私の周りにいてくれてる全ての人に感謝したいです。4月から12月まで、苦しくて辛いけど、本当に濃密で有意義で価値のある経験をさせていただき、ありがとうございました。



後藤 真梨子(ごとう まりこ) 青山学院大学

すっかり日の落ちるのも早くなり、この長いプロジェクトも終わろうとしています。FUTURE2019が始動した4月には、こんなにも密度の濃い8か月が待っているとは思いませんでした。「FUTURE」というプロジェクトは、思い返せば大学2年生の頃、ゼミを選ぶ際に初めて知ったものでした。優花さんが熱くFUTUREの魅力話を話してくださり、でも「本当に辛い」という噂も聞き、心を決めて4月、キックオフミーティングに臨み、連絡者となりました。私がこの8か月で一番大きな成長があったと感じるのが、何度も議論を重ねたことによる、メンバー24人の距離感と、アウトプットの上質化です。初期のテーマ策定の頃は、同じ青学のメンバー3人の議論でも難しく、「癖がある」と評されたのを覚えています。それでも当時は全力で悔しく、定例会後のサイゼリヤで話し合いました。私達19のメンバーは、他の代とは違う距離感があったのかもしれないと思います。連絡者が主催でぜひ飲み会を開くべき、と何度も言われましたが、その度に不発でした。18の先輩方に比べて集まる日程が少なく、24人でも、定例会後のサイゼリヤ、連日の電話会議や、自主的な合宿も何度も行いました。不思議なことに、飲み会よりもそちらの方が参加率がすごく高かったように思われます。こういった中で、24人という大人数での議論の難しさも常に感じていました。私個人も、前半は連絡者として仕切れないと、と焦って空回り、何度も定例会の前日夜、という締め切りをオーバーしました。白熱して議論が寄り道したり、仮説が全く覆されたり、連日の会議はそれは大変でした。しかし、軽井沢での合宿を経てロジックチャートという方法を得て、2か月、難しいながらも理論的に調査結果から私達の解釈や主張を導き出せました。プレスリリースに値するものになるよう、どんどん磨かれてきれいになっていく私達の主張とその論理に、毎度「私達の言いたかったことって、これだ」と感動と納得をしていました。最後には、古賀さんをはじめアドバイザーの方々にも「よくがんばったね」と認めていただけ、安堵とともに感謝の念が堪えません。こうして培ってきたメンバー間の信頼やたくさん重ねた議論の上に今、24人の「総意」として私達の主張を出せることをとても嬉しく思います。私個人としても、大きな成長のある8か月となったと感じています。大学に入学してから、単位が個人になり、自分がすでにできる範囲でしか、物事に挑戦することもなくなっていました。その殻を破ることができたのは、FUTUREに参加したからで、得意も不得意も関係なく、全員で取り組む難しい議論と課題提出があったからです。なによりも、最後まで私なり24人のために尽くした、というささやかな自覚と達成感があります。それと、Officeで大量のデータを扱うスキルが上がりました。本当にFUTURE2019に参加して、この調査結果を作り上げることができてよかったです。

最後になりますが、このような機会を与えてくださった、東京広告協会の皆様、調査にご協力いただきました(株)H.M.マーケティングリサーチの皆様、毎週の定例会やその他の時間も含め8か月間ずっと、私達24人に向き合い、導いてくださったアドバイザーの古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん、その他、本調査にご協力いただきました全ての皆様に心から感謝いたします。本当にありがとうございます。多くの方々に支えられて、FUTURE2019として成果を発表するに至ることができました。来年度は、ぜひOGとして後輩を支える立場でFUTUREに関わりたいです。今後も多くの学生が成長できる、そして世の中に新しい大学生の意識を明らかにしていく、FUTUREの発展を願っております。



小西 美優(こにし みすぐ) 上智大学

私は当初、FUTUREへの参加を全く考えておらず、1回目の定例会での意気込みを一言ずついう際も「続けるかまだわかりませんが」と枕詞をつけてしまうほどに気持ちが固まってはいませんでした。しかし、今振り返るとここまで頭を使い考え抜いたのは人生で初めての経験で、参加して本当に良かったと思います。時間だけが過ぎてなかなか思うように良いアイデアが出なかったり、納得のいく仮説を立てられなかったり、何度も提出期限に遅れてしまったり、初めは全体がバラバラで意識の低さが露呈していたと思います。しかし、夏休みの合宿や何度も開催した自主合宿などを経て、会うたびに全員で1つのことに向かって頑張っていこうという気持ちが強まっているのを感じることができました。

私はサークル活動も忙しく、一度参加ができない時があるとその後思うように発言することができず貢献できない日々が続いたり、論理的に考えるのが苦手でもみんなのレベルに追いつけずただただ意見を聞くだけになってしまった時があったり、振り返れば反省点もとても多いです。しかし、自分の都合で参加できない時があっても次に参加した時には暖かく迎え入れてくれた仲間にとっても感謝しています。

最後になりましたが、このような貴重な機会を与えてくださった東京広告協会の皆様、調査にご協力いただきました(株)H.M.マーケティングリサーチの皆様、FUTUREに参加する機会を与えてくださった杉谷先生、いつも定例会に来てくださり、支えてくださったOB、OGの皆様、私たちの意見を尊重しつつも的確に指導してくださったアドバイザーの古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん、この調査にご協力いただいた全ての皆様に心より感謝申し上げます。本当にありがとうございました。特にアドバイザーの方々の頭の回転の速さ、指摘の鋭さに何度かはとさせられたか分かりません。私も多角的に物を見て考えることのできる大人になりたいと思いました。

たくさん回り道をしてきましたが、ここまでみんなと駆け抜けてこられて、何とかなって本当に良かったです。癖の強いメンバーを癖強めに引っ張っていつてくれたきすけ、下で支えてくれたしっかり者のくるみちゃん、FUTURE2019のメンバーのみんな、本当にありがとうございました。メンバー一人一人から私にない部分をたくさん学ばせてもらい、成長できた8ヶ月間でした。



佐伯 憲大(さえき けいと) 駒澤大学

1年生でゼミを選ぶときに、外部の学生や企業の方と関わる機会がある、と聞いて期待していたFUTURE。4月のキックオフミーティングもついにいよいよ感じて、今この活動報告を書いているのも不思議なくらい、時間があっという間に過ぎていきます。

思い返せば、FUTUREが忙しくなり始めた5月からは、同時期にゼミの別プロジェクトも始まって3つ掛け持ちながらバイトにも行くような、本当に安定しない生活でした。活動中も、FUTUREでの考え方とゼミでの考え方の違いになかなか慣れることができず、「今、自分は何をしたいんだろう、何がやりたいんだろう。」と本当に苦悩したことを覚えています。しかし、(人生初の缶詰作業でもある)軽井沢合宿のころには、悩みの先は「今、自分たちは何がしたい、どんなものを作ろうか。」へと変わり、さらに19のメンバーとより仲良くなったことで、苦しみながらもしっかりとやってきてよかったなと感じています。毎週月曜には定例会へ行っ、いただいたフィードバックをもとに深夜電話で作業、土曜にみんなで集まって作業するも結局終わらず日曜深夜に苦しんで朝方に提出。めげずに定例会へ。改めて文に起こすと、自分でもなにやってんだこいつ、と思う生活でした(結構本気で思う)。けれどそんな生活も残りわずかとなってしまっ、少し寂しさを覚えつつ、僕たちの努力が形になりつつあることが嬉しくもあり。こんな思いは、この24人のメンバーと活動できたからこそできたのかな、と感じます。ありがとう。

最後になってしまいましたが、このFUTUREという活動の機会を与えてくださった、高堀さんをはじめとする広告協会の皆様。1部あたり22ページにわたる僕たちの調査票を1000部以上も集計・データ化してくださった(株)H.M.マーケティングリサーチの皆様。毎週の定例会やそれ以外の時間も相談に乗ってくださったOBOGの皆様。お忙しい中僕たちの意図をくみ取り、真剣に向き合ってくださったアドバイザーの古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん。FUTUREへ送り出してくださった中野先生。多くのことを学ばせていただき、経験させていただき、支えていただき、本当にありがとうございました。来年は、自分もOBとして支える側に立って、少しでも恩返しができると思います。今後も、このFUTUREが学生の輝ける場であることを願って。



塩田 柚香子(しおだ ゆかこ) 駒澤大学

人生で一番と言っても過言ではない程多忙だった8ヶ月間が終わろうとしている今、“やっと終わる”というよりも“もう終わってしまうんだ”という気持ちを感じています。

FUTUREが始動した4月、私は、昨年参加した先輩方からの強い勧めや、プロジェクト内容の魅力さから「頑張ってみよう！」と決心しこのプロジェクトに参加しました。しかし、大学のゼミでも2つのプロジェクトを掛け持ちし、加えてFUTUREもやるというのは先輩から聞いて想像していた大変さのレベルを遥かに超えていました。大学にいる時間で授業がない時間は全て大学のゼミ活動に費やし、夜はFUTUREで深夜電話という生活は、まさに“自由に使える時間が少なく(むしろほとんどなく)”、とても苦しかったのは今でも忘れません。こんな過酷なFUTURE生活をずっと続けてこれたのは、紛れもなく大好きな仲間の存在があったからです。特に後期は直接会い、みんなで作る一つのロジックチャートを作るための議論をすることが増えたため、より一層仲が深まったと感じています。前期よりも課題に追われた生活ではあったものの、みんなと過ごす時間はとても楽しいものでした。また、このFUTURE2019には意見を言っても否定せず、しっかり受け入れてくれる環境がありました。私は後期、“やるからには自分から積極的に参加する”ことを目標にしていたのですが、このような環境のおかげで、自分の意見を発信しながら自分なりに積極的に取り組むことができました。前期はやめようか悩みに悩んだFUTUREでしたが、本当に参加してよかったと感じています。たくさんの方を学ぶことができたのはもちろんですが、こんなにも一緒にいて楽しいと思える仲間に出会えたことはFUTUREに参加しなければありえなかったことです。そして、みんなには本当に感謝しています。みんながいたから辛い日々も乗り越えられ、貴重な経験を通して成長することができました。

あと残り一ヶ月、最後まで全力で大切な仲間と共に悔いのないFUTURE生活を過ごしたいと思います。(もちろんFUTUREが終わってからも会いたい、時間がなくてできなかった飲み会もたくさんしたいです(^)☆)

最後になりましたが、このような貴重な活動の場を設けて下さった高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、調査に協力して下さった(株)H.M.マーケティングリサーチの皆様、この活動に参加させて下さった中野先生、親身になって話を聞いて下さったOB・OGの皆様、そして一番お世話になりましたアドバイザーの古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん、そして調査に協力して下さった皆様にご心から感謝いたします。このFUTUREでの二度とない貴重な経験を今後の人生に活かしていきます。



千石 佳奈(せんごく かな) 上智大学

ちょうど去年の今頃のこと。広告、電通、博報堂、定例会、プレスリリース、フラック立ち寄ったゼミの説明会でこんな華々しい言葉たちを聞いて胸を躍らせ、まだゼミに受かってもない時からFUTUREに参加すると一丁前に決めた私へ。正直、想像していたことより何倍も厳しくて辛いことが待っていますが、それ以上に得られるものが山ほどあって、こんなにも自分を成長させられるプロジェクトに出会えた私は本当に幸せ者です、なんて格好いいことが最後言うように、今日も徹夜に徹夜を重ね作業を続けている次第です。今回が一番大変な週だ、と何度思ったことでしょうか。あまりの不甲斐なさに、定例会中にこっそり泣いていたこともありましたが(気づかない振りをしてくれた方々に感謝を)。

学園祭実行委員会と直前期が被り、幹事を務めていた立場上、定例会にすら参加できなかった時期は、FUTUREにおける自分の存在意義を毎日のように考えていました。しかし学実との両立を頑張ると宣言した手前、決して弱音を吐いてはいけないと自分を律することに必死でした。その必死さ故、周りが自分のことを気にかけてくれたことさえもむしろ煩わしいと感じてしまうまでに最低最悪でした。そんな時でも側にいてくれたのは、頼もしい同期たち、OBOGの方でした。一人で突っ走りながら私にここまで付き合ってくれたこと、また一生もののアドバイスの数々をもって私を救ってくださったことはずっと忘れません。「自分から助けを求めることも才能」、心から尊敬する先輩からお借りしたこの言葉を、もしかしたら来年のFUTUREに参加しているかもしれないどこかの不器用な後輩へ贈ります。この言葉に出会えていなかったら、きっと私はこの文章を書いている今日までたどり着けていなかったでしょう。見飽きるほど顔を合わせロジックチャートの付箋を書き続けた日々、急な相談であっても何時間も電話に付き合ってくれた夜、こんなことを懐かしんでいる内に、気づけばFUTURE19解散まで残り1ヶ月を切っていました。とても光栄なことにも、プレスリリースの全体統括というご褒美すぎる仕事までもらいました。まだまだ手探りで、一体いつ完璧に通せるのか不安が残っている段階ではありますが、文字通り私たちの血と涙の結晶である調査票をやっと世に公表できる喜びの方が遥かに大きいです。最後まで気を抜かず、みんなで、全力で、走り抜けようと思います。直接伝えるのは恥ずかしいですが、なんやかんや頼りになる、我らが代表さすけ、そのあたたかさで全てを包み込んでくれる副代表くすみ、この最強ペアの元で19として集えたことも、本当に幸運であったと感じています。いつも私たちに道を示してくれてありがとう。

最後になりましたが、このような特別な機会を与えてくださった東京広告協会の皆様、調査にご協力してくださった(株)H.Mマーケティングリサーチの皆様、どんな時でも私たちを見捨てないでくださったアドバイザーの古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん。忙しい合間を縫って相談に乗ってくださったOBOGの方々。その他、きちんとお礼が伝えられた方々、また私が気づかない所でも支えてくださった方々へ。全ての方々の助けがあってこそ、この8ヶ月を無事終えられようとしています。この溢れんばかりの感謝の気持ちはプレスリリース当日に、また願わくばOGとして来年の後輩たちを少しでも支えることで示させていただこうと思います。これからもこのFUTUREという場が、学生たちにとって新たな自分を発見する場所でありますように心から願っています。



高橋 亮(たかはし りょう) 駒澤大学

4月から始まったFUTUREも終わりの時期が近づいてきました。これまで8ヶ月もの月日が経過していることに驚きを隠せません。参加した当初は、プロジェクト3つ持ちになってしまうことや他大学の人がどうまくやっっていけるかなど不安が尽きませんでした。今となっては心からFUTUREに参加してよかったと思えます。当初、私はプロジェクトの序盤ではそんなに忙しくならないうらと考えていましたが、始まってみると毎週にわたって課題があり、自分の考えの甘さを痛感しました。時に昼間は大学でゼミを行い、夜からFUTUREの作業をするということが連日続くこともありましたが、それでも提出の締め切りに間に合わないこともあり、なぜこんなに辛い思いをしてまでやっているのだらうと感じることがありました。しかし、その気持ちも2泊3日の軽井沢合宿で一転しました。軽井沢合宿の1日目は班員の意見もバラバラで疑問が湧いても聞くことができずうまく進みませんでした。合宿が進むにつれて、遠慮もなくなり班員みんなが意見を言い議論することができるようになりました。少し前までは、合宿での活動に不安を抱いていましたが、本音を言い合いみんなで一つのものを作っているうちにロジックチャートが楽しくなり、なんて2泊3日しかないのかと思うほど充実した時間を過ごしていました。合宿が終わる頃には、班員だけでなく、他のメンバーとも打ち解けることができました。合宿が終わってからは、前より段々忙しく、大変になっていきましたが、合宿前のように思い悩むこともなく、みんなで作業をするために集まるのが楽しみと思うほどまでになりました。私は、FUTUREの活動を通じて普通に大学生をしていたら絶対に経験できないことを多く学ばせていただき、大きく成長することができたと感じています。

最後になりましたが、このような貴重な活動の場を設けてくださった高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、調査にご協力いただきました(株)H.Mマーケティングリサーチの皆様、今回のプロジェクトに参加する機会を与えてくださった中野先生、毎週定例会に足を運んでくださり親身になって話を聞いてくださったOB・OGの皆様、お忙しい中、熱心にご指導くださったアドバイザーの古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん、そして調査に協力して下さったすべての皆様に心から感謝申し上げます。本当にありがとうございました。



平野 里貴(ひらの りき) 専修大学

FUTUREが始まってから早いものでもう半年以上が経ちました。今はあと少しで終わるという達成感と、もうこの仲間たちと一緒に活動することはできないのかという寂しさ両方があります。最初このプロジェクトの話聞いたときは、自分にできるのだろうか、やりがいを感じられるのだろうかとか疑問に思っていました。しかし、大学生活で一度は何か大変なことも自分でやってみようというFUTUREに参加することを決めました。自分が抱え込んでいた問題として、私は通っていた高校が大学の付属校で大学でもその高校の友達とばかりつるんでいて、新しい挑戦や出会いというのを避けていた部分がありました。狭いコミュニティの中で5年も生きてきたわけなので、知り合いでもない他大学の人たちと一緒に議論を交わす一つのものを作り上げていくというのが自分にとっては新鮮であり、非常に刺激的な毎日でした。周りのみんなはレベルが高く、優秀な人たちは自分にできないこと、苦戦していることを普通にやってくるみんなの姿をみて、自分の経験不足と今までどれだけ楽ばかりをしてきたのかということを感じました。そんな状況を少しでも打破するために自分の恐らくは長所である積極的に発言する部分を活かし、なるべく多く発言して少しでもみんなの力になれるように自分なりではありますが精一杯やりました。

FUTUREを通して、発見できたこととして日本語というのは、本当に小さなニュアンスや表現の違いだけで伝わり方が大きく変わってしまうということ、意見を言うなかで大切なのは相手に納得してもらうことよりもまず自分の考えをしっかりとわかりやすく伝えることが大事ということです。適切な言葉を選んだり、どうしたら理解してもらえるかを考えたりして伝えられれば意外にも納得してもらえるというのがFUTUREを通して自分自身、すごく発見できたことだと思っています。FUTUREは未熟であり、楽なことばかりを選ぼうとしてしまう自分を大きく変えてくれた環境でした。本当にこのプロジェクトに出会えて良かったなと今は心から思えます。

最後になりましたがこのプロジェクトを進めていくにあたってご支援して下さった東京広告協会、(株)H.M.マーケティングリサーチ、たくさんアドバイスをしてくださったOB・OGの方々、私たちのアドバイザーとしてご指導してくださいました博報堂の古賀さん、井上さん、小池さん、電通の野中さん、皆様に心より御礼申し上げます。そして不器用で頼りなかった自分を受け入れてくれたメンバーのみんなにも感謝したいです。本当にありがとうございました。



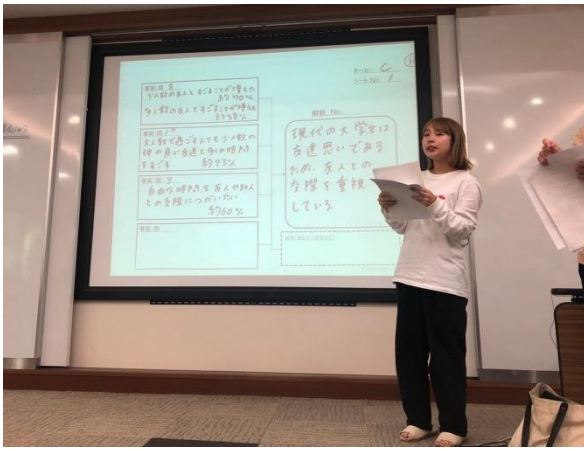
森 遥佳(もり はるか) 駒澤大学

「面白そう、参加したい！」私がゼミの説明会でFUTUREを知ったときに最初に思ったことです。専門学校から大学に編入した私は、新しい環境で新しいことにチャレンジしたいと思っていました。そんな時に出会ったFUTUREは私にとって魅力的でした。中野ゼミでは3年生になると2つのタスクを掛け持ちします。FUTUREに参加すると3つを掛け持ちし、かつ編入生の私は履修すべき単位数の関係で授業が多く忙しくなるのは覚悟していたので、両立できるか不安でした。

改めてこの8か月を振り返ってみると、FUTUREに参加すると決心しきった4月の自分を褒めてあげたいくらいです。論理的思考力はもちろんですが、グループワークでの立ち振る舞い方、ロジックチャートの作り方、タイムマネジメントの重要性、他では経験できないようなことをたくさん学ばせていただきました。この活動の中で1番大変だったのは自分の考えを言葉にして伝えることです。2泊3日の軽井沢合宿ではB班で1日中ロジックチャートにとらめっこしながら、ああでもないこうでもない議論を重ねました。自分の考えを言葉で表現しきれなかったためメンバーにも上手く伝わらず、悔しくなりました。自分で自分を振り返ることを何度もしました。あれほどにも1つのことに向き合ったのは初めてで疲れる反面、充実感がありました。

そして今、8か月にも渡ったプロジェクトが終わりを迎えようとしています。自分たちの考えが調査票や冊子、徐々に形となって出来上がっていくのを見ると、達成感と共にプロジェクトが終わってしまう寂しさを感じています。皆と顔を合わせるのがもう当たり前になっていて、19のメンバーと会うことが少なくなると考えるともう既に寂しいです。毎日のように終電で帰るのも深夜に電話会議するのも、一見辛くて大変そうに見えるけれど、今しかできないことに向き合っている感覚が本当に楽しくて毎日充実していました。それも隣にこの23人がいたからだと思います。個性の塊でしかないみんなをまとめてくれた、きすけとくるちゃんには感謝しかありません。2人が代表・副代表で本当に良かった。そしてFUTURE2019の一員として活動できて本当に良かったです。FUTUREの活動を通じて、大変多くのことを学ばせていただきました。ちょっと照れくさいけど、仲間の大切さも。そのすべてが私の財産で、思い出になっています。

最後になりましたがこのような貴重な機会を与えてくださった高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、調査にご協力いただきました(株)H.M.マーケティングリサーチの皆様、FUTUREに参加する機会を与えてくださった中野先生、調査にご回答いただいた皆様、毎回の定例会、合宿にまで参加いただきいつも支えてくださったOB・OGの皆様、私たちの成長を見守り、時に厳しくも丁寧かつ真剣に指導してくださいましたアドバイザーの古賀さん、井上さん、小池さん、野中さんに感謝の気持ちでいっぱいです。多くの人に支えられているからこそ、FUTUREという素晴らしい経験ができたこと改めて実感しています。たくさん笑いと困難を越えて、この24人でFUTUREができて本当に良かったです。ありがとう！！



若山 咲希(わかやま さき) 千葉商科大学

4月のゼミの時間にOBの方が、FUTUREとはなにをする団体なのかを説明しに来てくれました。「辛いけど、最後にはやってよかったって絶対に思えるから1回参加してみなよ」と背中を押され、参加することになりました。私は、他大学の人にいじめられないか不安で、仲良くなれなかったら辞めようと考えていました。FUTUREの活動内容に対してどうこうではなく人間関係で不安がっていたので、今思うと自分はFUTUREに対して甘い考えだったなとも思います。

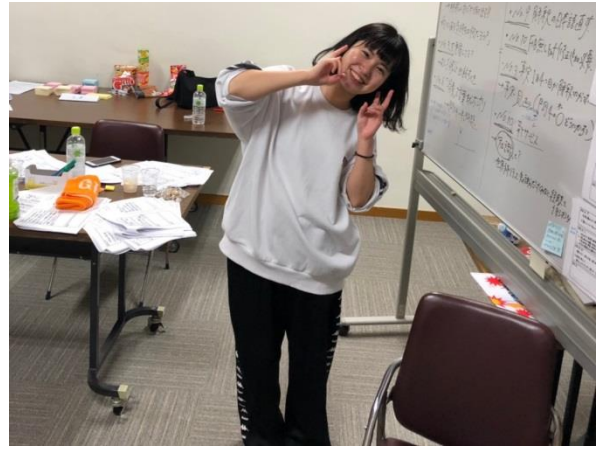
序盤では、電話に参加しているのに発言しなかったり人任せにしてしまうなどたくさん迷惑をかけてしまいました。みんなの優しさに甘えすぎた自分の行動が、特定の人ばかりにたくさん重荷を背負わせてしまっていました。ごめんなさい。きすけが定例会に遅刻してしまったあの日、今まで自分は何をしてきたんだろうと、たくさんたくさん自分自身FUTUREと向き合いました。

それでも、みんなと話し合う日々は新鮮で、新しい発見ばかりで、忙しい毎日に充実を感じています。最初は大学ごと、それから全体での班分け、合宿で新しいグループ、たくさんみんなと関わるようになってから、みんなの良い所がたくさん知れて、みんなという時間が私にとって居心地の良い空間になりました。

千葉商メンバーへ
最初は各大学ごとのテーマ決めて、流行、時間、夢、オリンピック、自己満足、LGBT、ファッション、たくさんテーマを出してみんなと話し合ったのが楽しくて、4月からゼミに入ったばかりの自分の意見を取り入れてくれたのがすごいうれしくて、大学ごとの活動から全体での活動になるとき、少し寂しかったです。ゼミ合宿中や学校で寝ずにフューチャー作業したこと、広告論文との両立頑張ろうねってみんなで話したことも、辛いこともみんながいたから乗り越えられました。

ありがとう！
発表まであと少し。より一層FUTUREに時間を割きたい皆さんの知識や経験を吸収していきたいです。私たちFUTURE2019は、5大学も集まっているのに1人も悪い人なんてなくて、全員それぞれの個性があって、面白くて、優しくて、私はこの代のみんなとFUTUREが出来てよかったなと思いました。そして、アドバイザーの皆様、アドバイザーさんが教えてくれたのはロジックチャートや調査票の作り方の知識などだけではなく、人の意見を否定しないことや同じ方向から物事を見ることなど、知識よりもっと大切なことを私たちに教えてくださいました。ここで得た知識や考え方はこれからも忘れずに頑張っていきたいです。

FUTUREの活動がおわっても、みんなとずっといたいです。これからもよろしくお願いします！



渡辺 美希(わたなべ みき) 千葉商科大学

正直最初はFUTUREに参加しようと思っていませんでした。しかし去年FUTUREに参加していた先輩からたくさん勧められて軽い気持ちでとりあえず参加してみようと思ったのがきっかけでした。大学生になって、1番忙しい日々を送っていると感じたものがこのFUTUREでした。毎日のようにみんなで考え、夜中の電話会議など、正直睡眠時間を削ってまで作業したことが初めてでした。このFUTUREの中でも私にとって一番大変だったと思うことはロジックチャートを作ることでした。ロジックチャートをやっていて日本語が難しいと感じることがたくさんありました。言い方によっては同じような意味でも、捉え方が全く違うことになってしまうことがありますごく苦戦しました。みんなで議論の際になかなか理解出来ず、ついていくことにいっぱいいっぱいだったこともありましたが、わからない場合私が理解できるまで説明してくれなるとかついていくことができました。毎週行われる定例会では毎回貴重な意見をくださるアドバイザーの方からたくさんのことを学びました。アドバイザーの方だけでなく学生からも多くのことを学ばせていただきました。FUTUREを始めた頃は他大学の人と話せるかな、仲良くできるかなとすごく不安な気持ちがありました。しかし、初めて大学別の班になった時みんな明るく接しやすいくことから不安などなくなりました。1番は合宿で2泊3日ずっとFUTUREメンバーといった事により前よりもっと仲良くなれたと思います。普通の大学生活を送っているだけでは他大学の人と仲良くなるきっかけもなかったはずなのに、このプロジェクトに入りみんなを知り、徐々に毎週の定例会などの集まりで仲間と感じられるようになりました。長い時間を一緒にしていたため、このFUTUREが終わってしまったらみんなになかなか会えなくなってしまうので寂しくなるんだろうなと感じています。最初は8ヶ月間の長い日々が始まるなと思っていましたが、今となってはあっという間に過ぎていったと感じられました。この8ヶ月間でたくさんのことを学ばせていただく機会が非常に多くあり、いい経験が出来たのではないかなと思っています。こうして最後までFUTURE2019メンバーとしてやり遂げられたことが、将来とても貴重な財産になると思います。そして、2019メンバーがこのメンバーで本当に良かったです。残り約1ヶ月という短い時間ですが最後に悔いの残らないよう精一杯頑張っていきたいです。改めてこのような貴重な場を与えてくださり本当にありがとうございました。



【副代表】小林 胡桃(こばやし くるみ) 青山学院大学

ここに記したい想いは様々ですが、活動する中で多くの葛藤はメンバーが代弁してくれたので(笑)、私はなによりも伝えたい溢れる感謝を記します。FUTUREというプロジェクトは、数えきれない程の暖かい支えの上で成り立っているものだと私は誰よりも痛感しました。まずは所属する大学のゼミの同期たち。彼らには、ただでさえハードなゼミ活動を共にする中で常に助けてもらいました。クマを作ってだらしないゼミに顔を出す私を毎回笑わせてくれて、タスクを分担し、私の負担を軽減してくれました。「お互い様」なんていいながら、全然お互いじゃない程支えてもらいました。本当にありがとう。ゼミの担当教授である芳賀先生から時折かけて頂く「本当にお疲れ様」の温かい一言も、大きな支えとなっていました。改めて、ありがとうございます。アルバイト先にも、沢山迷惑をかけました。特に終盤の追い込み時期には、ほとんどシフトに入ることの出来ない状態にも関わらず「頑張れ！こちらは気にするな」という言葉をかけて頂いたことは忘れられません。私は、大学進学を期に念願だった上京をしたにも関わらず、胸を張って誇れる活動をするのがそれまで出来ていなかったため、最終的にFUTUREへの参加を決意しました。憧れの広告業界を率先するアドバイザーの方々の近くに身を置き、とにかく自分を変えたかったです。しかし活動が始まると、身を置くなんて受け身では何も起こらない状況にやっと気づかれ、「私が動く」という自分の成長すべき方向をやっと把握することが出来ました。この方向に思い切って進むのに、躊躇が無かったと言えば嘘になります。そんな私の背中を力強く後押ししてくれたのは、電話越しで毎回応援してくれる母と、いつもそばにいてくれた大切な人たちです。皆が私の選択を理解し、応援し、支えてくれました。こんな私がFUTUREという活動にのめり込み、これまでになく経験を何度も乗り越えることができ、最終的には副代表として活動するようになったのも、支えてくれた大切な人たちがいたからです。私にとって、活動する8ヶ月の中でも、副代表となって直ぐの時期は、特に重い時間でした。ロジックチャートも大詰めとなり、FUTUREの活動としての勝負時。しかし同時に、それまで支えてくれた大切な人たちも、私以上に大変な状況でした。19のメンバーでロジックチャートと向き合い合宿をしていた最中、私の地元は台風19号の影響を大きく受けていたり、猛烈な台風が過ぎ、突然の出来事に戸惑いも大きい状況の中、それでも彼らは、自分の状況は二の次にして私を応援してくれたのです。私には勿体ないほどの支えが、いつどんな時でもあったことに改めて気づかされ、8ヶ月の中で唯一、涙が止まらなくなりました。私は、本当に周りの人に恵まれています。それまで私は、FUTUREの活動でいっぱいいな日々慣れてしまい、「今は私が一番大変だ」なんてことを心の奥では思っていたのでしょう。「プレスリリースが終わったら」「12月になって落ち着いたら」と、感謝を伝えるのを後回しにしていました。明日やろうは馬鹿野郎とは、この事です。未熟でどうしようもない私でした。それでも気持ちを一新し、感謝を常に伝えながら誠意を持って活動を続けようとなることが出来ました。この気持ちで、19のメンバーと走り抜けることが出来たのが何よりも幸せです。改めて、お母さん、いつもそばで支えてくれた人、本当にありがとう。

最後になりましたが、このような特別な機会を与えてくださった東京広告協会の皆様、調査にご協力くださった(株)H.M.マーケティングリサーチの皆様、私の人生を変えてくださった、アドバイザーの古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん。忙しい合間を縫って相談に乗ってくださったOB・OGの方々。そして本調査にご協力頂いた全ての皆様に心より感謝申し上げます。本当にありがとうございました。そしてなにより19のメンバー。みんなと一緒に一喜一憂し、助け合い、駆け抜けたこの8ヶ月間は、私にとって何にも代えがたい大切な時間です。この時間さえあれば、私はこれ先どんな事も乗り越えていきます。みんながなによりも、私の人生を変えてくれました。きすけ、みんな、本当に本当にありがとう。みんなのことが大好きです。



【代表】高橋 貴祐(たかはし きすけ) 上智大学

もうすぐ、約8ヶ月取り組んできた私たちのFUTUREが終わろうとしています。あっという間でした。私がこのプロジェクトに参加しようと思ったのは、三年生になり就職を意識し始めた時に“大学生生活で本気で頑張ったこと”と言われて何一つ頑張ったと自信をもって人に話せることがなかった為、何か一つでもそういった話題が欲しかった、しかも興味のある広告業界の第一線で活躍している社員さんとお会いできる貴重すぎる機会だという事でとりあえずやってみようかな、という恐らく他のメンバーよりも打算的で志のない理由でした。しかしざ始めてみると、毎週出される課題とそれに伴うほぼ手探り状態での議論、話題作り程度では割に合わない大変な日々で、むしろ就職活動が疎かになる始末です(笑)。そんな志低めの僕でしたが、代表をやることになりました。僕らFUTURE2019のメンバーは良く言うとみんなの意見を尊重し、それぞれが横一線に立って歩みを進めていこうとするチームでした。悪く言うとチームとしての意思決定がびびるくらい遅い！そのせいで課題提出の締め切りを何度も破ってアドバイザーの方々にご迷惑をおかけしました。そこにイライラにも近いもどかしい思いがあったので、チームの意思決定をできる代表になると思い立候補しました。

代表になってから、実は私の中で代表としてのコンセプトがありました。代表であり、常にみんなと同じ目線で意見をぶつけ合うプレイヤーであるという事です。私はチームのことを常に考え、自分の情熱をぶつけることで人の感情を動かすリーダーにはなれない、冷静に俯瞰して、厳しくチームを管理するマネージャーになるのはつまらない、だったらエースで四番が主将、一番番を取れるFWがキャプテン、一番FUTUREが上手い奴が代表、そんな代表になってやろうと思いついて、誰よりも長い時間ロジックや文脈について考え、誰よりもメンバーの意図を汲み、誰よりも筋の通った意見を言おうと頑張りました。自分が一番このFUTUREの事を知っているという自信をもって言えます。ですがそんな幼稚な代表像を掲げたばかりに、組織を動かすといった面では副代表のくるみをはじめとする他のメンバーに支えてもらうことが多く、迷惑もかけていたと思います。本当にごめん。必死に議論してはアドバイザーに一蹴され、次こそは納得させてみせると意気込んでは一蹴され(笑)。ここまで本当に体力的にも精神的にも大変なことがたくさんありました。ですが辛い、辞めたいと思ったことは一度もありませんでした。それはこのFUTUREというプロジェクトに参加しなければ会うことも、こんなに仲良くなることもなかったかもしれない個性豊かなメンバーと毎日のように集まって、本気で、時にふざけながら、一つの目標に向かって走ることが常に楽しかったからです。今回このプロジェクトに参加して、リサーチの知識や論理的思考についてはもちろん、チームで動くことの難しさや楽しさ、本気で考え抜くことの大変さややりがい、たくさんの貴重な経験や学びがあり、自分が成長できたと感じています。生涯で絶対に忘れることのない濃密な時間でした。今後とも私たちに多くのものを与えてくれたFUTUREが名前の通り未来へと永く続いていき、更に素晴らしいものになっていくことを願っています。

最後に、こんなに素敵な機会を設けてくださった東京広告協会の皆様、調査にご協力いただいた(株)H.M.マーケティングリサーチの皆様、お忙しい中で毎週の定例会や合宿で親身なアドバイスを下さったアドバイザーの方々、いつも相談に乗って下さったOB・OGの方々本当にありがとうございました。そして約8ヶ月を一緒に走り抜けたようにして23人のメンバー、マジでありがとう、ホントに楽しかった。これからも飲みに行こうね。



付)調査票

問1. あなたの普段(平日)の1日の時間の使い方を教えてください。

以下の各項目について、それぞれ1日に何時間程度使っているのか、1時間単位でお答えください。【回答欄に、数字で記入】

※1日で使うとしたら平均して何時間になるか、お答えください。

1. 睡眠時間	約	<input type="text"/>	時間
2. 大学での授業	約	<input type="text"/>	時間
3. アルバイト	約	<input type="text"/>	時間
4. サークル活動などの課外活動	約	<input type="text"/>	時間
5. 大学の専攻や授業に関する勉強	約	<input type="text"/>	時間
6. 大学の専攻や授業に関係しない勉強	約	<input type="text"/>	時間
7. 趣味など	約	<input type="text"/>	時間
8. その他	約	<input type="text"/>	時間

問2. では、あなたは現在、普段(平日)平均して1日にどの程度、自由な時間があると感じますか。

以下の選択肢の中から最も近いものを1つだけお選びください。【○印はひとつだけ】

1. 1時間未満	
2. 1時間以上～3時間未満	
3. 3時間以上～5時間未満	
4. 5時間以上～7時間未満	
5. 7時間以上～9時間未満	
6. 9時間以上～11時間未満	
7. 11時間以上	
X. 自由な時間はない	→ 問4へ

前の質問で、普段(平日)自由な時間があると答えの方に伺います。

問3. あなたは、自由な時間で、どのようなことを行っていますか。

以下の中から、あてはまるものを全てお選びください。【○印はいくつでも】

1. テレビ番組(リアルタイム、録画)を見る	13. ドライブやツーリングに出かける
2. 動画配信サービスで動画を見る	14. スキンケアや体のケアを行う
3. 映画館で映画を見る	15. 大学の講義を受ける
4. 本や雑誌、新聞、ラジオなどを読む・聞く	16. 大学の授業以外の勉強をする
5. 友人や知人と交際する	17. 部活やサークル、習い事を行う
6. 友人や知人と連絡をとる	18. スポーツや運動を行う
7. カフェや飲食店に行く	19. 買い物をする
8. 家族と過ごす	20. アルバイトやインターンをする
9. ライブ、スポーツ観戦、舞台などのイベントに行く	21. ボランティアや学生団体の活動に参加する
10. 音楽を聴く	22. SNS・スマホで情報収集、発信する
11. ゲームをする	23. その他()
12. レジャーに行く	X. この中にあてはまるものはない

問3付問1. 前の質問で挙げられている自由時間の使い方の中で、今後、もっと時間を増やしたいと思うのはどの使い方ですか。

特に増やしたいと思うものを5つまで選び、お答えください。【回答欄に、数字で記入】

また、最も増やしたいものを1つだけお選びください。【回答欄に、数字で記入】

特にない場合は回答枠外の「X.特になし」に○印をお付けください。

増やしたい使い方①	<input type="text"/>	}	→	最も増やしたいもの	<input type="text"/>
増やしたい使い方②	<input type="text"/>				
増やしたい使い方③	<input type="text"/>				
増やしたい使い方④	<input type="text"/>				
増やしたい使い方⑤	<input type="text"/>				

↓
問3付問2へ

X. 特になし → 問4へ

前の質問で、時間を増やしたい使い方①～⑤にお答えの方にお伺いします。

問3付問2. 前の質問でお答えいただいた、“増やしたいと思う”自由な時間の使い方は、以下の項目のうち、どちらに近いでしょうか。あなたが選んだ使い方がより多くあてはまる方をお選びください。
【○印はひとつだけ】

1. (周りの目を気にせず)自らが積極的に、時間が許す限りもっと時間を使いたいもの
2. 世間的に時間を使うべきと思われるが、現在あまり時間を掛けられていないもの

ここからは、全ての方に伺います。

問4. では、以下に挙げる時間の使い方について、あなたはどの程度重視していますか。
それぞれあてはまるものを1つずつお選びください。【○印はそれぞれひとつずつ】

	1 非常に重視する	2 やや重視する	3 どちらともいえない	4 あまり重視しない	5 まったく重視しない
A. 頭を使わず、素の自分でいられること →	1	2	3	4	5
B. 自分自身を表現できること →	1	2	3	4	5
C. 人との繋がりを持つこと →	1	2	3	4	5
D. 自己啓発や自身のスキルアップに繋がること →	1	2	3	4	5
E. 他人からの評価を高めること →	1	2	3	4	5
F. 流行りに乗り遅れないこと →	1	2	3	4	5
G. ストレスを発散できること →	1	2	3	4	5
H. 現実逃避できること →	1	2	3	4	5
I. 癒しを得られること →	1	2	3	4	5
J. 暇つぶしになること →	1	2	3	4	5
K. 将来の役に立つこと →	1	2	3	4	5
L. 自分の趣味・好きなことを極めること →	1	2	3	4	5
M. 自分のキャラクターを形成すること →	1	2	3	4	5
N. やりがいを感じることに →	1	2	3	4	5
O. 自分の生活が豊かになること →	1	2	3	4	5

次に、あなたの日ごろの「お金の使い方」について、伺います。

問5. あなたは、現在1ヶ月にどの程度の収入がありますか。収入源ごとに千円単位でお答えください。【回答欄に数字で記入】
 ※月によって収入に波のある方は、平均的な月の額をお答えください。

また、その収入のうち、あなたが自由に使える金額はどの程度ありますか。千円単位でお答えください。【回答欄に数字で記入】
 自由に使えるお金がない場合は、枠外の「X.自由に使えるお金はない」に○印をお付けください。
 ※月によって自由に使えるお金に波のある方は、平均的な月の額をお答えください。

「記入例」

アルバイトまたはインターン 15,000円

収入源	収入額
A. アルバイトまたはインターン	円
B. 家族からの仕送り	円
C. 家族からのお小遣い	円
D. 奨学金	円
E. 株・FX・仮想通貨	円
F. フリマ・オークションサービス	円
G. ブログなどでの広告収入(アフィリエイトなど)	円
H. その他()	円
合計	円

上記の収入のうち自由に使える金額 円

X. 自由に使えるお金はない → 問7へ

前の質問で、自由に使えるお金があると答えの方に伺います。

問6. あなたは、自由に使えるお金を、どんなものに使っていますか。

以下の中から、あてはまるものを全てお選びください。【○印はいくつでも】

1. 映画館で映画を見る	13. 勉強のためにお金を使う
2. 本や雑誌、新聞を買う	14. 部活やサークル、習い事にお金を使う
3. 友人や知人と交際する	15. スポーツや運動をする
4. カフェや飲食店に行く	16. ちょっと贅沢な日用品を買う
5. 家族と過ごす	17. 洋服を買う
6. ライブ、スポーツ観戦、舞台などのイベントに行く	18. ギャンブルにお金を使う
7. 音楽配信サービスを利用する	19. 好きな作品(漫画やアニメなど)、アーティストのグッズを買う
8. CD・レコードを買う	20. メールやメッセージアプリなどのスタンプを買う
9. ゲームをする	21. SNSを充実させる
10. レジャーに行く	22. その他()
11. 自動車やバイクにお金を使う	X. この中にあてはまるものはない
12. スキンケアや体のケアにお金を使う	

問6付問1. 前の質問で挙げられているお金の使い方の中で、今後、もっとお金を増やしたいと思うのはどの使い方ですか。

特に増やしたいと思うものを5つまで選び、お答えください。【回答欄に、数字で記入】

また、最も増やしたいものを1つだけお選びください。【回答欄に、数字で記入】

特にない場合は回答枠外の「X.特になし」に○印をお付けください。

増やしたい使い方①	<input type="text"/>	}	➔	最も増やしたいもの	<input type="text"/>
増やしたい使い方②	<input type="text"/>				
増やしたい使い方③	<input type="text"/>				
増やしたい使い方④	<input type="text"/>				
増やしたい使い方⑤	<input type="text"/>				
				X. 特になし	➔ 問7へ

問6付問2へ

前の質問で、増やしたい使い方①～⑤にお答えの方に伺います。

問6付問2. 前の質問でお答えいただいた、“増やしたいと思う”お金の使い方は、以下の項目のうち、どちらに近いでしょうか。
あなたが選んだ使い方がより多くあてはまるものをお選びください。

【○印はひとつだけ】

1. (周りの目を気にせず)自ら積極的に、お財布が許す限りもっと使いたいもの
2. 世間的にお金をかける方がいいと思われているが、現在あまりお金を掛けられていないもの

ここからは、全ての方に伺います。

問7. では、以下に挙げるお金の使い方について、あなたはどの程度重視していますか。

それぞれあてはまるものを1つずつお選びください。

【○印はそれぞれひとつずつ】

	1 非常に重視する	2 やや重視する	3 どちらともいえない	4 あまり重視しない	5 まったく重視しない
A. 頭を使わず、素の自分でいられること →	1	2	3	4	5
B. 自分自身を表現できること →	1	2	3	4	5
C. 人との繋がりを持つこと →	1	2	3	4	5
D. 自己啓発や自身のスキルアップに繋がること →	1	2	3	4	5
E. 他人からの評価を高めること →	1	2	3	4	5
F. 流行りに乗り遅れないこと →	1	2	3	4	5
G. ストレスを発散できること →	1	2	3	4	5
H. 現実逃避できること →	1	2	3	4	5
I. 癒しを得られること →	1	2	3	4	5
J. 暇つぶしになること →	1	2	3	4	5
K. 将来の役に立つこと →	1	2	3	4	5
L. 自分の趣味・好きなことを極めること →	1	2	3	4	5
M. 自分のキャラクターを形成すること →	1	2	3	4	5
N. やりがいを感じることに →	1	2	3	4	5
O. 自分の生活が豊かになること →	1	2	3	4	5

あなたの普段の「過ごし方」について伺います。

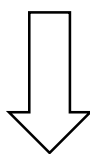
問8. 以下に挙げる時間やお金の使い方について、あなたが大学に入学してから、使う時間やお金が増えたものはありますか。

それぞれあてはまるものを全てお選びください。【○印はいくつでも】

また、今後増やしたい時間やお金の使い方はありますか。

それぞれあてはまるものを全てお選びください。【○印はいくつでも】

※縦方向にお答えください。



	大学に入学してから 増えた使い方		今後増やしたい 使い方	
	A 時間 が増 えた	B お 金 が 増 え た	C 時 間 を 増 や し た い	D お 金 を 増 や し た い
	↓	↓	↓	↓
1. 少数の友人と一緒に過ごす	1	1	1	1
2. 多数の友人と一緒に過ごす	2	2	2	2
3. 家族と過ごす	3	3	3	3
4. 一人で過ごす	4	4	4	4
5. 恋人と過ごす	5	5	5	5
6. 新しい人(社会人)との出会いを増やす	6	6	6	6
7. 新しいことにチャレンジする	7	7	7	7
8. その他()	8	8	8	8
X. この中にあてはまるものはない	X	X	X	X

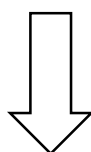
ここからは、あなたを取り巻くサービスや商品について、伺います。

問9. 以下に挙げるサービスについて、以下の質問にお答えください。

- A. あなたが知っているものを全てお選びください。【○印はいくつでも】
- B. あなたが使ったことがあるものを全てお選びください。【○印はいくつでも】
- C. あなたが最近1ヶ月以内に使ったことがあるものを全てお選びください。【○印はいくつでも】
- D. あなたが最近1ヶ月以内で最もよく使ったものを、「C.最近1か月以内に使ったことがある」で選んだ中から、1つだけお選びください。

【回答欄に、数字で記入】

※縦方向にお答えください。



	A 知 っ て い る	B 使 っ た こ と が あ る	C 使 っ た 1 こ か 月 以 内 に
	↓	↓	↓
1. 有料動画配信サービス(Netflix、Amazonプライム・ビデオなど)	1	1	1
2. 無料動画配信サービス(YouTubeなど)	2	2	2
3. 定額音楽配信サービス(Apple Music、Spotifyなど)	3	3	3
4. 有料書籍ダウンロードサービス(Kindleなど)	4	4	4
5. 漫画アプリ(LINEマンガ、コミックシーモアなど)	5	5	5
6. ネット通販(Amazon、楽天市場など)	6	6	6
7. フードデリバリーサービス(Uber Eatsなど)	7	7	7
8. ソーシャルゲーム(パズドラ、ツムツムなど)	8	8	8
9. 電子決済サービス(QUICPay、LINE Payなど)	9	9	9
10. フリマ・オークションサービス(メルカリ、ヤフオク! など)	10	10	10
11. 民泊共有サービス(Airbnbなど)	11	11	11
12. レンタルサービス(メチャカリなど)	12	12	12
13. お金、予定管理アプリ(マネーフォワード、TimeTreeなど)	13	13	13
14. オンライン教育サービス(スタディサプリ、DMM英会話など)	14	14	14
15. カーシェアサービス(タイムズカーシェアなど)	15	15	15
X. この中にあてはまるものはない	X	X	X

問11へ

D. 最もよく使うもの

前の質問で、1～15のいずれかのサービスを使ったことがあるとお答えの方に伺います。

問10. 前の設問で挙げた、各種デジタルサービスやシェアリングサービスをお使いになった理由は何ですか。

あてはまるものを全てお選びください。【○印はいくつでも】

また、最もあてはまるものを1つだけお選びください。【回答欄に、数字で記入】

- | | |
|--------------------------|-----------------------------|
| 1. お金の節約になるから | 11. いつでもどこでも使えるから |
| 2. 支払いが楽だから | 12. スペースを取らないから |
| 3. 手間がかからないから | 13. 暇つぶしになるから |
| 4. 流行に乗りたかったから | 14. 話題になっているから |
| 5. 入手困難だったものが入手しやすくなったから | 15. 友人と共有できるから |
| 6. 商品やコンテンツのラインナップが豊富だから | 16. かさばらないから |
| 7. 色々な年代のものに触れやすくなったから | 17. お試し無料期間などのキャンペーンに惹かれたから |
| 8. 時間の節約になるから | 18. 友達に勧められたから |
| 9. 話題にしたいから | 19. 新しいものを試してみたかったから |
| 10. コンテンツや内容が良いから | X. この中であてはまるものはない |

最もあてはまるもの

ここからは、全ての方に伺います。

問11. 以下の、あなたを取り巻くサービスに関する文章のうち、あなたにあてはまるものを全てお選びください。

【○印はいつでも】

1. 飲食店直轄のデリバリーサービスより、Uber Eatsを利用することが多い
2. オンライン教育サービスなどで、時間と場所に捉われることなく、隙間学習することがある
3. フリマ(ハンドメイド)アプリやLINEスタンプの販売などで、自分の作品を出展し収入を得たことがある
4. 友達との待ち合わせに位置情報サービス(ゼンリーなど)を使うことがある
5. YouTubeを使って勉強をすることがある
6. 定額音楽配信サービスでプレイリストなどを友達と共有している
7. 現金よりも電子決済サービスを利用することが多い
8. 電子決済サービスで貯めたポイントで更に買い物をすることがある
9. レンタカーやカーシェアがあれば、クルマを買う必要はないと思う
10. 普段の遊び(泊まりでなくても)でも、Airbnbを使うことがある
11. 有料動画配信サービスは、コンテンツの内容や中身で使い分けしている
12. メルカリなどでモノを売る前提で買い物をするときがある
13. 隙間時間で働けるアプリなどを使い、収入を得ることがある
- X. この中にあてはまるものはない

ここからは、あなたの消費意識について、伺います。
日常生活をよく思い出してお答えください。

問12. あなたは、ご自身のことを時間やお金を有効に使えている“消費上手”だと思いますか。

【○印はひとつだけ】

1. はい	2. いいえ
-------	--------

問13. 以下の消費に関わる2つの文章のうち、あなたはどちらの考え方に近いですか。

それぞれについて、あてはまるものを1つずつお選びください。【○印はそれぞれひとつずつ】

		1	2	3	4		
		A に 近 い	A や に 近 い	B や に 近 い	B に 近 い		
1	A. 自分のためにお金を使う方だ →	1	2	3	4	←	B. 他人のためにお金を使う方だ
2	A. 流行っているものは、とりえず買ってみる方だ →	1	2	3	4	←	B. 流行ってしまうと買いたくなる方だ
3	A. モノを買うときは、自分なりのこだわりを持って選ぶ方だ →	1	2	3	4	←	B. モノを買うときは、周りの人の意見を重視する方だ
4	A. 友人や周りに人がいる場のノリで、消費をしてしまう方だ →	1	2	3	4	←	B. その場のノリで買うことはなく自分でじっくり検討する方だ
5	A. 自分が好きなもの・熱中しているものにはトコトンお金も時間も掛けたい方だ →	1	2	3	4	←	B. 自分が好きなもの・熱中しているものでも出来るだけ費用は抑えたい方だ
6	A. 一度購入すると、ずっと使い続ける方だ →	1	2	3	4	←	B. モノを購入しても、すぐに新しい同じようなものを買いたくなる方だ
7	A. 自分が欲しいもの・熱中するものにお金が必要ならば生活水準が下がっても構わない →	1	2	3	4	←	B. 出来るだけお金をかけず、周りと同じ水準の生活を保ちたい
8	A. 使えるお金は使い切る方だ →	1	2	3	4	←	B. 使えるお金は出来るだけ貯金する方だ
9	A. 新商品や新サービスができると試してみる方だ →	1	2	3	4	←	B. 自分が既に馴染みのあるものや同じブランドをずっと買い続ける方だ
10	A. 他を我慢してまで、特定の分野に時間やお金を使う方だ →	1	2	3	4	←	B. 特定の分野に大きく消費するより、いろいろなことに満遍なくお金を使う方だ
11	A. 予定外の消費をする方だ →	1	2	3	4	←	B. 計画的に消費する方だ
12	A. 世間の評判や口コミなどは気にならない方だ →	1	2	3	4	←	B. 自分が購入するものは世間の評判や口コミなどがよくないと嫌な方だ
13	A. 無駄遣いしてしまい反省する方だ →	1	2	3	4	←	B. 無駄遣いしても、あまり反省しない方だ
14	A. なるべくスケジュールは埋めておきたい方だ →	1	2	3	4	←	B. できるだけスケジュールや予定は入れず自分の時間を取りたい方だ

問14. あなたは、現在自由に使えているお金の金額や時間の長さについて、それぞれどの程度満足していますか。
それぞれについて、お気持ちに近いものを1つずつお選びください。

【○印はそれぞれひとつずつ】

		1 し 非 常 に 満 足 だ	2 し や て い 満 足 方 だ	3 あ ま り 満 足 な い 方 だ	4 ま つ て い た く 満 足 な い 方 だ
A. 現在自由に使えているお金の金額	→	1	2	3	4
B. 現在自由に使えている時間の長さ	→	1	2	3	4

問15. これまでの設問を振り返り、改めてお伺いします。

1. あなたは、どんなもの・ことになら「時間」を使いたいと思いますか。

どんなことでも構いませんので、“何”に使いたいとその“理由”をそれぞれ具体的に教えてください。

【回答は具体的に】

2. あなたは、どんなもの・ことになら「お金」を使いたいと思いますか。

どんなことでも構いませんので、“何”に使いたいとその“理由”をそれぞれ具体的に教えてください。

【回答は具体的に】

何に「時間」を使いたいか

その理由

何に「お金」を使いたいか

その理由

ここからは、「他人の消費」に対するあなたの価値観について、伺います。

問16. あなたは、以下の他人の消費に関わる文章について、どのように感じますか。

それぞれについて、お気持ちに近いものを1つずつお選びください。

【○印はそれぞれひとつずつ】

		1 良い と思う	2 どちら かとい え ば	3 ど ちら とも い え ない	4 ど ちら かとい え ば	5 悪い と思う
A. その場のノリや勢いで消費する人	→	1	2	3	4	5
B. 流行しているものを積極的に消費する人	→	1	2	3	4	5
C. 自分が好きなことを徹底的に消費する人	→	1	2	3	4	5

問17. 以下に挙げるような「時間」の使い方をしている人に対して、あなたはどのように感じますか。

それぞれについて、お気持ちに近いものを1つずつお選びください。

【○印はそれぞれひとつずつ】

		1 好 ま し い と 思 う	2 ど ち ら か と い え ば	3 ど ち ら とも い え ない	4 ど ち ら か と い え ば	5 好 ま し く な い と 思 う
A. その時の流行している物事に時間を使う	→	1	2	3	4	5
B. 周りの人があまりしていないようなことに時間を使う	→	1	2	3	4	5
C. 大人数で過ごすよりも、少人数の仲のいい友達と多くの時間を過ごす	→	1	2	3	4	5
D. 友人からの誘いを断ってでも、自分ひとりで過ごす時間を重視する	→	1	2	3	4	5
E. 既存のコミュニティに左右されず、新しい出会いを増やすために時間を使う	→	1	2	3	4	5
F. 他人との付き合いよりも、自分の成長やスキルアップのためにより多くの時間を使う	→	1	2	3	4	5
G. 他人のことは脇目もふらず、自分自身の好きなことに没頭し多くの時間を使う	→	1	2	3	4	5
H. 他人からの評価を高めようという意識で時間を使うこと	→	1	2	3	4	5
I. 結果よりも過程を重視して時間を使う	→	1	2	3	4	5

問18. 以下に挙げるような「お金」の使い方をしている人に対して、あなたはどのように感じますか。

それぞれについて、お気持ちに近いものを1つずつお選びください。

【○印はそれぞれひとつずつ】

	1 好ましいと思う	2 どちらかといえば	3 どちらともいえない	4 どちらかといえば	5 好ましくないと思う
A. その時の流行している品物を買う →	1	2	3	4	5
B. 周りの人があまりしていないことや持っていないものにお金を使う →	1	2	3	4	5
C. 大人数でいる時よりも、少人数の仲のいい友達といる時に多くのお金を使う →	1	2	3	4	5
D. その場のノリに合わせて予定外の出費をする →	1	2	3	4	5
E. 他人との付き合いよりも、自分の成長やスキルアップのためにより多くのお金を使う →	1	2	3	4	5
F. 友人からの誘いを断っても、自分ひとりですることにお金をかける →	1	2	3	4	5
G. 既存のコミュニティに左右されず、新しい出会いを増やすためにお金を使う →	1	2	3	4	5
H. 他人のことには脇目もふらず、自分自身の好きなことに没頭し多くのお金を使う →	1	2	3	4	5
I. 他人からの評価を高めようという意識でお金を使う →	1	2	3	4	5
J. 結果よりも過程を重視してお金を使う →	1	2	3	4	5

次に、あなたのこれからの「消費」について、伺います。

問19. あなたは、今後ご自身の時間やお金の消費の仕方が変わるとお思いますか。

【○印はひとつだけ】

1. はい	2. いいえ
-------	--------

問20. 以下に挙げる時間やお金の使い方について、

あなたは今後「使う時間」や「使うお金」をどの程度増やしたい/減らしたいとお思いますか。

それぞれについて、あてはまるものを1つずつお選びください。

【○印はそれぞれひとつずつ】

	1 非常に 増や したい	2 やや 増 や し たい	3 ど ち ら だ も な い	4 や や 減 ら し たい	5 非 常 に 減 ら し たい
A. その時の流行を知るために、積極的に時間を使って情報収集をする →	1	2	3	4	5
B. 自分自身の好きなコトに没頭する →	1	2	3	4	5
C. 親しい友人と交遊する →	1	2	3	4	5
D. 自分ひとりだけの時間に耽る →	1	2	3	4	5
E. 自分が出来ないことを出来るようにするために時間を使う →	1	2	3	4	5
F. 将来を考えて、自分のスキルアップをするために時間を使う →	1	2	3	4	5
G. 自分の交友の幅を広げるために、新しい人と時間を過ごす →	1	2	3	4	5
H. その時の流行の品物を買う →	1	2	3	4	5
I. 流行とは関係なく、自分自身が好きなものを買う →	1	2	3	4	5
J. 友人との関係やその場のノリにあわせて、その場が盛り上がるようにお金を使う →	1	2	3	4	5
K. 自分磨きのためにお金を使う →	1	2	3	4	5
L. 自分の好きなことや好きなものを見つけるためにお金を使う →	1	2	3	4	5

問21. では、以下の項目について、あなたはどの程度共感できますか。

それぞれについて、あてはまるものを1つずつお選びください。

【○印はそれぞれひとつずつ】

	1 非 常 に 共 感 で き る	2 共 や 感 で き る	3 ど ち ら ら で も な い	4 共 感 で き な い	5 共 感 で た く な い
A. 今後は(も)、様々な人と関わるために、時間やお金を使いたい →	1	2	3	4	5
B. 今後は(も)、友人との交際費には糸目をつけないが、個人の消費ではできる限り節約する →	1	2	3	4	5
C. 今後は(も)、交際費と自分が欲しいもの、どちらにもバランスよくお金や時間をかける →	1	2	3	4	5
D. 今後は(も)、周りと違うことにお金・時間をかけていきたい →	1	2	3	4	5
E. 今後は(も)、キャリアアップにつながるようなことにより多くお金や時間を使いたい →	1	2	3	4	5
F. 今後は(も)、周囲の評価よりも自分の感性・こだわりに基づいてお金や時間を使う →	1	2	3	4	5

問22. 以下のような商品やサービスがあったとした場合、あなたは利用・購入してみたいと思いますか。

利用・購入してみたいと思うものを全てお選びください。【○印はいくつでも】

1. 完全に自動運転で、自身で運転をしなくてよい自動車	7. JRや私鉄を毎月定額で乗り放題「トレインサブスクリプション」
2. 自宅で全てが完結できる大学の授業	8. 会社員でありながら、自分の好きなことを副業にできる「副業許容企業制度」
3. VRで出来る世界旅行	9. 健康状態を常に計測し、時々状態に合わせた最適な運動・食事をリコメンドしてくれる「健康診断トイレ」
4. 大学と就職が一体となった、給料がもらえる大学	10. 毎日の洋服コーディネートやメイク、ヘアスタイルをリコメンドしてくれる「トータルスタイリストアプリ」
5. 月額10,000円で着放題のファッションブランド	X. この中にあてはまるものはない
6. 今後のキャリアのことをスマホで学べる「ビジネススタディアプリ」	

問23. 最後に、今後新しい商品やサービスなどが出るとしたら、あなたはどんな商品やサービスが出て欲しいでしょうか。

ご自由にお答えください。【回答は具体的に】

このページの質問は、最近1年間で振り返ってお答えください。

最近1年間で代表する人物について伺います。

問24. あなたが、「最近1年間の日本」を代表する著名人をひとりだけ選ぶとすると、誰が思い浮かびますか。
あなたが思い浮かべる「この1年間の日本の顔」を、具体的な個人名でお知らせください。

【回答は具体的な個人名でひとりだけ】

この1年間の日本の顔は…

--

あなたと広告の関わりについて伺います。

問25. 最近1年間の広告の中で、あなたが好きな広告、嫌いな広告をそれぞれひとつずつ挙げてください。

特にない場合は回答枠外の「X. 特になし」に○印をおつけください。【回答は具体的に】

好きな広告

1. 会社名	
2. 商品名	
3. 広告内容 (タレント・ コピーなど)	

X. 特になし

嫌いな広告

1. 会社名	
2. 商品名	
3. 広告内容 (タレント・ コピーなど)	

X. 特になし

問26. あなたは、普段、関心を持って広告を見る方ですか。

次の中からあなたのお気持ちに最も近いものをひとつだけお選びください。【○印はひとつだけ】

1. とても関心を持って見る	3. どちらともいえない	4. あまり関心を持って見ていない
2. まあ関心を持って見る		5. 全く関心を持って見ていない

問27. 以下に広告について様々な意見が挙げられています。

それぞれについて、あなたのお気持ちに近い方をひとつずつお選びください。

【○印はそれぞれひとつずつ】

A. 最近の広告は…

1. とても興味を引かれるものが多い

2. くだらない広告が多い

B. 広告が伝える情報は…

1. 役に立つ

2. 信用できない

C. 広告は…

1. おもしろければいい

2. 商品やサービスの内容を伝えればよい

D. 広告関係の職業には…

1. 将来携わってみたい

2. あまり興味がない

E. 現代の広告業
(広告代理店など)は…

1. 最先端の情報産業だと思う

2. 最先端の情報産業とはいえない

あなたご自身のことについて伺います。

問28. あなたの性別を教えてください。【○印はひとつだけ】

1. 男性 2. 女性

問29. あなたの大学名を教えてください。
【○印はひとつだけ】

1. 青山学院大学 4. 専修大学
2. 駒澤大学 5. 千葉商科大学
3. 上智大学

問30. あなたの学年を教えてください。【回答は具体的な数字で】

年

問31. あなたは現在サークルや部活に所属していますか。【○印はひとつだけ】

1. 所属している 2. 所属しているが、やめた 3. 入学当時から所属していない

問32. あなたは現在、誰と暮らしていますか。【○印はひとつだけ】

1. 一人暮らし(寮含む)
2. 実家暮らし(親と同居している)
3. ルームシェア(友人・知人と一緒に住んでいる)
4. その他(親族と同居など)

以上でアンケートは終了です。ご協力ありがとうございました。



FUTURE 2019 (since April 2019)

大学生1,000人にきいた

『大学生の消費』に関する意識調査

2019年12月発行

編集 大学生意識調査プロジェクト(FUTURE2019)

発行 公益社団法人 東京広告協会

東京都中央区銀座7-4-17(電通銀座ビル7階)
電話 03-3569-3566(代表)