

## 大学生の【交友関係に関する調査】結果発表！

# コロナ禍大学生はSNSを友人フィルタリングに使い、 “すっぴん”でいられる友人環境を構築

大学生に最もよく使うSNSを聞くとLINEがトップという結果であったが、“初対面の人と交換するSNS”に絞ると、Instagramがトップとなった。これは、Instagramの「友人の情報をコミュニケーション無しに見ることが出来る」という点が評価されたことによる。こういった大学生のSNS活用方法から、デジタルから始まる友達づくりの一面が垣間見ることができた。また、友人に対して「楽」な関係性を求める一方で、尊敬や素の状態でいられることを重視しており、現代のコロナ禍大学生の最先端の友人づくりから関係性の深め方までを解き明かすことができた。

公益社団法人 東京広告協会では、このたび、首都圏の大学生を対象とした「大学生の【交友関係に関する調査】」の結果をまとめました。この調査は、東京広告協会が主催する「大学生意識調査プロジェクト FUTURE2021」が実施したもので、調査の企画・実施・分析など一連の作業をすべて大学生自らが行っていきます。

調査結果では、コロナ禍大学生の交友関係を探ると、SNSを自身の友人づくりのきっかけにしつつ友人選定のためのフィルタリングツールとして活用しているということが明らかになりました。このプロセスを経て作られた友人に対しては素の状態(≒“すっぴん”の関係性)でいられる関係性を求めるということが明らかになりました。この素の状態同士の関係性を求めるという傾向は、コロナ禍以降の特徴として顕著に調査結果に現れておりコロナ禍大学生の友人観の礎となり始めている様子です。更に、ノリやフィーリングだけの友人に対しては、もはや友人ですらないという意見も調査結果には見られ、現代の大学生の友人認定のハードルが強まり、いわば友人という概念は親友以上の関係性を示す概念へと格上げされていることが明らかになりました。

### 【主なピックアップ】

#### ① 再頻利用SNSはLINE。ただし初対面で交換するSNSのトップはInstagram。

- ✓ 毎日利用しているSNSのTOP3は、  
1位:LINE(94.8%) 2位:Instagram(86.7%) 3位:YouTube(77.0%)。
- ✓ 大学生が初対面の人と最初に交換するSNSのTOP3は、  
1位:Instagram(65.6%) 2位:LINE(30.9%) 3位:電話番号(1.9%)

#### ② Instagramを友人選定のフィルタリングツールとして活用するコロナ禍大学生。

- ✓ Instagramを交換する理由のTOP3は、  
1位:使用頻度が高いから(45.5%) 2位:相手の情報を知りたいから(42.7%)  
3位:初めから会話をしなくても良いから(42.2%)

#### ③ コロナ禍大学生の友人とは、親友以上の関係性のみを示す。

- ✓ コロナ禍の大学生の友人関係の幅は、  
狭まった/どちらかという狭まった(48.8%)、広がった/どちらかという広がった(17.5%)
- ✓ コロナ禍前には友人として認識していたが、コロナ禍では友人として認識しなくなった関係性の上位は、  
大学で授業のときのみ一緒にいる人(コロナ前後でのスコア差 -11.9 pt)  
大学で目があったら挨拶する人(コロナ前後でのスコア差 -10.3 pt)

本レポートでは、さらに

- **大学生による友達オーディション** ～SNSから友達候補者を吟味する時代に～
  - **ヨッ“友”はヨッ“人”へ** ～関係性の薄い友人へドライな感情を抱く大学生～
  - **仲良くなるための「三密」**～時間の密度・感情の密度・体験の密度～
  - **「すっぴん」が私たちの「べっぴん」**～心を許す関係性を友人に求める大学生～
  - **“スキペク”な友人関係へ!** ～お互いのスキをリスペクトし合うこれからの大学生～
- といった視点による詳細な示唆を得ています。

今回ご紹介したデータ/トピックスは、調査結果の一部です。ご興味をもたれた方は、是非本レポートをご参照いただければと存じます。

## 調査概要

### 【調査主体】

大学生意識調査プロジェクト(FUTURE 2021)

- このプロジェクトは首都圏の大学でマーケティングを学んでいる大学生によって結成され、1995年より続いているものです。  
(※FUTUREとは、Four Universities in Tokyo, Uni-REsearchの略です)
- 本調査の企画・実施・分析など一連の作業は、すべて大学生自らが行いました。

### 【協賛・企画協力】

公益社団法人 東京広告協会

東京広告協会は上記プロジェクトからの要請を受け、調査実施にあたっての費用協賛や企画・技術指導などを全面的に支援しています。

### 【調査目的】

新型コロナウイルスの感染拡大により日常は急変する中、大学生の日常も大きな変化を余儀なくされた。緊急事態宣言の発令や、仕事や授業のオンライン化、思うように対面できない中で起きた大学生の友人関係の変化とは何か。その背景にはどんな意識があるか。コロナ禍を生きる大学生ならではの友人関係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】

2021年8月3日～9月2日

### 【調査方法】

WEBアンケート法

### 【調査対象者】

首都圏の大学に在籍する大学生1～4年の男女

### 【調査対象大学】

青山学院大学  
駒澤大学  
専修大学  
千葉商科大学

### 【サンプル数】

集計数 648票

### 【この調査に関するお問い合わせ先】

本速報は結果のごく一部です。詳細なレポートもPDFをご用意しております。  
グラフのデータもご提供可能です。お問い合わせは下記までお願いします。

公益社団法人 東京広告協会 担当:高堀

〒104-0061 東京都中央区銀座7-4-17 電通銀座ビル7階 Tel:03-3569-3566(代表)