

「「大学生の情報の利活用」に関する大学生意識調査」 結果報告書

2024年12月 大学生意識調査プロジェクト (FUTURE2024) 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(FUTURE2024)」 は首都圏 5 つの大学(青山学院、江戸川、駒澤、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、『大学生の情報の利活用に関する大学生の行動・意識』 としました。 このテーマを設定した背景として、幼いころから日常的にデジタル媒体に触れ、活用をしてきた自分たちが、どの 様に情報の取捨選択をしているのか。また、自分からの情報の伝え方についてもどの様な特徴があるのかを明らか にしたいと考えました。さらに、近年登場し、使い方や付き合い方で取りざたされている生成AIと大学生の向き合 い方、活用の仕方についても詳しく明らかにしていきたいと考えました。

今年の8月に全国の4年生大学に在学する $1\sim4$ 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 『大学生の情報の利活用に関する大学生の行動・意識』 の実態が、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、メンバーと議論を重ね切磋琢磨し、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りご支援して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)博報堂の小池健人氏、徳岡幹大氏、児島真菜氏、ならびに(株)マーケティングアンドアソシェイツをはじめ、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。

2024年12月

大学生意識調査プロジェクト(FUTURE2024) 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えて協賛・指導してきたもので、今回で第30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、『大学生の情報の利活用に関する大学生の行動・意識』 に焦点を当てています。設問については、大学生ならではといえる発案がみられ、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)博報堂の小池健人氏、徳岡幹大氏、児島真菜氏、ならびに(株)マーケティングアンドアソシェイツをはじめ、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。

2024年12月

公益社団法人 東京広告協会 広報委員会

もくじ

<u> </u>	2
発刊に寄せて ~参加大学のゼミナール指導担当教授より~	4
調査設計	6
調査結果の概略	7
寄稿 ~調査結果を読んで~(駒澤大学 経営学部 中野香織)	18
定点観測	19
調査結果の詳細〜全設問の結果一覧〜	20
付)調査票	85

発刊に寄せて

~参加大学のゼミナール指導担当教授より~

今回の調査では、大学生の情報の利活用というテーマの下、「情報収集」「情報発信」「生成AI利用」の実態を探っている。非常に知的好奇心を刺激する内容なので、あえて概要版のデータを報告書とは少し違う角度で解釈してみよう。

まず情報収集だが、興味のあるもの(趣味関連の情報だと思われる)については、リコメンドもしてくれるXやYouTubeで手軽に。これは何らかの目的のための情報収集というよりも、コンサマトリーな情報接触と言った方が適切かもしれない。

一方、特に興味のないもの(つまり何かのために調べなければならない、この意味で本来的な意味での情報収集)についてはネット検索で。その際重要なのは的確さ(あくまでも要点を捉えていることであり、正確さではない点がポイント)と簡潔で分かりやすいこと。

まとめると、入ってくる情報にはフィルターをかけて興味のあるものだけに絞り込む。調べる必要のある情報は極力自分で信頼性の判断や解釈という作業をしなくて良いものを探す。四六時中スクリーンから流れ出す膨大な情報にさらされている大学生が身につけた合理的な情報処理術と言えそうだ。

興味深いことに、自分で判断や解釈という難しい作業をしなければならない場合の対処法も本調査には示されている。それが生成AI利用である。その際、納得いく答えをAIが出すまで問いかけを繰り返す(「適切な回答になるように深掘りをさせる」)のはわずか6.1%で、90%以上が自分の意見をAIに依存している。

このような解釈から浮かび上がる大学生像は「情報ソムリエ」というより「思考の外注者」の方がしっくりくる。あえて報告書とは対極的な解釈をしてみたが、決して分析・解釈の誤りを指摘したいわけではない。伝えたかったのは、この調査で集めたデータの奥深さである。この報告で終わりにするのではなく、これを出発点にして今後のゼミの研究活動に活かしてほしい。

最後に、非常にご多用の中、長期間にわたって熱心かつ親身にご指導くださったアドバイザーの皆様、このような貴重な学びの場をご提供くださった東京広告協会の皆様に心から感謝申し上げます。

青山学院大学 経営学部 芳賀康浩

どのようなレポートもそうですが、たくさんの人にしかも能動的に読んでもらうためには「キャッチー」なタイトルはとても重要ですが、本年度の「大学生意識調査プロジェクト」における調査レポートを拝見して、まず第1章の「変化自在な情報収集」というタイトルが素晴らしいと思いました。

また、「メディアと人を使い分ける・・」というサブタイトルも「メディアはともかく、人を使い分けるとはどういうこと?」と一気に興味がわきました。

第1章問1における大学生が利用している情報源として、「YouTube」が「78.5%」と「1位」であった。一方で、同じ「動画メディア」でありマスメディアの代表選手である「テレビ」が「5位」で、しかも「48.4%」と半数にも満たないという調査結果が衝撃でした。

昨年のコロナ禍における利用メディアの比較調査では、大学生の約2割(19.1%)がテレビについて普段よりも利用が増えたと回答していましたが、コロナ後で外出が自由になったことがあるにせよ、マスコミュニケーション学科の一教員としても、一テレビ好きとしても残念な結果でした。

一方、第3章での「AI」の活用についての調査結果では、約6割(59%)もの大学生が使用したことがあると回答していました。ただ、ChatGPTなどがこれほど話題になったにもかかわらず4割以上もの大学生が使ったことないと回答したことも同時に驚きでした。問13での高校時代でのデジタル/ITの教育を受けた経験があると回答した学生も約6割(62.9%)とほぼ同水準であることに関係しているかもしれませんが、この結果については本プロジェクトの参加学生にも改めて聞きたいと思いました。

アドバイザーの皆様、東京広告協会の皆様、そして全ての関係者の皆様に改めて心から御礼申し上げます。

江戸川大学メディアコミュニケーション学部教授 井上一郎

発刊に寄せて

~参加大学のゼミナール指導担当教授より~

今年の調査は、大学生の情報の利用状況について、リアルな実態が 把握できる内容だった。特に、学生が利用する情報源、信頼できる情報(事実)、AIの利用状況が大変興味深い。学生の指導にも役立つ内 容であり、学生のリテラシー教育についても考えさせられた。

ぜひ多くの方に読んでもらいたい。具体的な感想は、寄稿に書いたため詳細は割愛する。

最後に、指導して下さった博報堂の皆さま、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。今年は駒澤の参加学生の2名が代表と副代表となり、いっそうの貴重な経験をさせて頂きました。本当にありがとうございました。

駒澤大学 経営学部 中野香織

今年のテーマは「大学生の情報の利活用に関する意識調査」である

今の大学生は2000年代前半生まれで、いわゆるデジタル・ネイティブ世代である。しかも、初めて持った携帯電話がスマートフォンだったという学生の方が多いかもしれない。さらにどこの大学でもBYOD(Bring Your Own Device)が加速し、授業中はノートPCやタブレットで配布資料を見ていたり、オンライン授業を受けていたりする。配布資料の受け渡しやレポートの提出はLMS(Learning Management System)経由となっていて、出席もスマホで取れる。もちろん生成AIの活用も進んでいる。完全に多様な情報接触を強いられているといってもいいだろう。

今回の調査では、こうした膨大な情報の中から自分にとって有益なものを選び取る選択力、ネット上でのコミュニケーション力、新しい技術への適応力、を兼ね備えていて、このような能力を持つ彼らを『情報ソムリエ』と名付けている。情報を取捨選択するのに長けているとのことだ。

調査レポートからは確かにそのような大学生像が浮かんでくる。一方で、何か重要な情報の取り方が欠けていると感じるのは私だけだろうか。

データによる客観的な分析は大変重要だ。科学の基本である。しかし、生身の人間でしか感じられないことも確かにある。大学生自身、さらには幅広い世代を見渡したときに感じることも大切にしてほしい。

今年も半年以上にわたり学生諸君はよくがんばったと思う。直接顔を合わせての議論では、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

なるほど、今の大学生はSNSや生成AIをうまく活用しているのだなと素直に感じる報告であった。Instagramを使ってお店を探すなど、SNSを情報検索ツールとして使用している実態があることをどこかで目にしたこともあったが、第1章での報告はそうした様子をデータに基づき具体的に示してくれた。生成AIの活用についても、授業の課題で使用する実態がデータで示されたことは興味深い(第3章、第4章)。

一方で、「日常生活で『AI』を用いたサービスを利用する頻度が高い場面」(図表23、問16)の1位「授業や課題でAIツールを活用している」18.1%、2位「レポート作成や研究にAIを利用している」16.9%という数字からは、思ったより多くの人が使っているわけではなさそうな印象であった。デジタルネイティブな大学生であっても生成AIの活用はこれからなのかなと感じる。

本報告では、現在の大学生が「情報ソムリエ」であると結論付けている。確かに多様な情報ツールを活用している姿からはそうとも言えそうだと感じた。ただ、SNSのレコメンド機能を駆使する様子や、生成AIが提示する情報を利用している様子をちょっと俯瞰すると、どちらかと言えばSNSや生成AIという情報ソムリエがいて、その情報ソムリエが提示する情報を取捨選択しているようにも思えた。上手く活用しているように見えて実は、目に見えないメカニズムによって限定された範囲での振る舞いの上手さなのかもしれない。

個人的には第2章は最も興味深く読ませてもらった。関係性によるテキストメッセージの違い、男女による明確な違いがある事実は単純に面白い。大学生ならでは人間関係における距離感とコミュニケーションの在り方が如実に表れていた。

最後になるが、今年も学生メンバーに貴重な学びの機会を提供いただいた東京広告協会の皆様、多大な時間を割いて指導いただいたアドバイザーの皆様には心から感謝したい。

千葉商科大学 サービス創造学部 松本大吾

調査設計

●調査目的: 現在の大学3年生をはじめ、多くの大学生が、幼いころより日常的にデジタル媒体に触れ、

活用してきた。デジタルネイティブな現在の大学生がどの様に情報と関わっているのか、 自分から発信するときにはどの様な事を意識しているのか。さらに、近年登場した生成Ai

とどの様に向き合い、活用しているのかを探ることを本調査の目的とする。

●調査期間: 2024年8月15日~8月22日

●調査方法: WEBアンケート方式

●調査対象者: 4年生大学生 男女

●集計数: 1,000 サンプル (割り付けは以下の通り) ※均等構成比になるようウェイトバック集計

★ウェイトバック前

X 7 = 1 1 · · / / / //		
		回収数
	1年生	97
男性	2年生	72
为性	3年生	105
	4年生	125
	1年生	167
女性	2年生	164
× I±	3年生	145
	4年生	125
計		1000

★ウェイトバック後

A)=11.)) &		
		回収数
	1年生	125
男性	2年生	125
为住	3年生	125
	4年生	125
	1年生	125
女性	2年生	125
メエ	3年生	125
	4年生	125
Ī	H	1000

●調査主体: 大学生意識調査プロジェクト (FUTURE2024: <u>F</u>ive <u>U</u>niversities in <u>T</u>okyo, <u>U</u>ni-<u>RE</u>search)

●指導: 公益社団法人 東京広告協会

●集計・分析協力 : 株式会社 マーケティングアンドアソシェイツ

第1章

「大学生による変幻自在な情報収集」 ~メディアと人を使い分ける新時代の選択センス~

情報化社会・デジタル時代と言われて久しいが、その 渦中で情報に敏感に反応し、新しい情報文化を作り出し て来たのが大学生を中心とする若者世代である。

まずは、情報に関する調査分析の入口として、大学生が どのように情報収集をしているのかについて見ていきた い。

大学生が利用している情報源(情報媒体)を聞いてみると、上位に挙がった情報源は「YouTube」(78.5%)、「Instagram」(69.1%)、「X」(68.2%)、「検索エンジン」(59.0%)、「テレビ」(48.4%)であった(図表 1)。デジタルの情報源が情報収集の中心であることがよく分かる一方で、半数近い大学生がテレビからも情報収集をしていることがうかがえる。

では、これらの情報媒体はどのように使い分けをしているのだろうか。

使い分けに入る前に、まずは、デジタル上での情報収集に対するスタンスを見てみたい。どのような情報を知りたいと感じているのかを見てみると、1位「自分の興味に沿った情報」(82.8%)、2位「簡潔でわかりやすい情報」(81.7%)、

3位「事実として的確な情報」(80.8%)という結果であった(図表2)。

このことから、大学生はデジタル上での情報収集には、 自分の興味関心に近い情報、つまり親近感のある情報を 求めていることが分かる。

では、これらの情報ニーズに対して、媒体の使い分けはどのようになっているのだろうか。

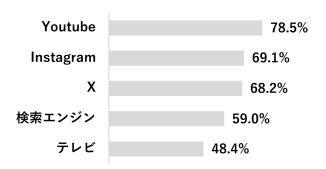
「自分の興味に沿った情報」を得るために使用する媒体を聞いたところ、1位「X|(45.5%)、2位

「YouTube」(44.2%)、3位「Instagram」(41.0%)とSNS 媒体が上位に並ぶ結果であった(図表3)。つまり、SNSは友人と繋がることだけでなく、個々人の興味領域に対する貴重な情報収集源として機能している様子がうかがえる。

一方で、テレビが上位に挙がってきた情報ニーズも存在する。「的確な情報を得るために使用する媒体」を聞いてみると、2位に「テレビ」(27.8%)がランクインした(図表4)。トップの媒体では無いこと、またスコア自体が30%弱という水準ではあるものの、確実性を求める場合には、テレビにも一定の貢献力があることがわかる。

ここまでを踏まえると、現在の大学生の情報収集は、 デジタルを主体としながらも、より興味関心に近い"親近 感のある情報"はSNSから、一方で事実性・確実性の高い 情報はテレビ等のメディアを経由することがわかった。

【図表1】問1 現在の大学生が利用している情報源(情報媒体)



【図表2】問3 インターネット上で情報収集をする際知りたい情報

インターネット上で情報を収集する際に どのような情報を知りたいか <上位> (TOP2BOX)		
1位	自分の興味に沿った情報	82.8%
2位	簡潔でわかりやすい情報	81.7%
3位	事実として的確な情報	80.8%

【図表3】問4

自分の興味に沿った情報を得るために使用する媒体

自分の興味に沿った情報を得るために使用する媒体
※いずれか媒体利用者ベース(n=950) <上位>1位X45.5%2位YouTube44.2%

Instagram

【図表4】問4

3位

事実として的確な情報を得るために使用する媒体

事実として的確な情報を得るために使用する媒体 ※いずれか媒体利用者ベース(n=950)<上位>		
1位	検索エンジン	34.0%
2位	テレビ	27.8%
3位	YouTube	15.4%

41.0%

ここからは、大学生の情報収集媒体の中心に君 臨するSNSについて、更に考察を深めてみたい。

2021年の本プロジェクトにて、大学生はSNSを 友人の情報収集に役立てている、という主張をした。この論に沿って考えれば、SNSはネットワー キングツールとして交友関係構築を核にした情報 収集媒体である、と捉えられる。

改めて、「自分の興味に沿った情報を得る際に使用する媒体」を見てみよう。前述の通り、使用媒体は上位から「X」「YouTube」「Instagram」となる。ここで着目したいのは、これらのSNSに共通する機能であるレコメンドシステムの存在だ。

実際、レコメンド機能に対する意識を見てみると、4人に1人の大学生が「情報収集が容易になったと感じる」と回答した(図表5)。

つまり、SNSは自分自身の嗜好を学習し、自身にとって最適化できる"育てる情報媒体"として大学生をサポートしていると捉えることができるのではないだろうか。

これらを踏まえると、現在の大学生はデジタルで情報収集をする際には、自分の興味とその関連情報をレコメンド機能を駆使して合理的・効率的に収集していることがわかる。

ここまでで、大学生の能動的な情報収集の方法 論については概況を掴むことが出来た。では、受 動的な情報収集、つまり"対人からの情報収集"につ いては、特筆すべき事はないだろうか。次項から、 それらについて調査結果を見ていきたい。

【図表3】問4(再掲)

自分の興味に沿った情報を得るために使用する媒体

自分の興味に沿った情報を得る際に使用する媒体 ※いずれか媒体利用者ベース(n=950)<上位>		
1位	Х	45.5%
2位	YouTube	44.2%
3位	Instagram	41.0%

【図表5】問7 デジタル情報におけるレコメンド機能に対する意識

レコメンド機能への意識<上位>		
1位	情報収集が容易になった と感じる	26.6%
2位	発見する新しい情報が 役立つと感じる	18.0%
3位	自分の興味が限定される と感じる	17.9%

関係性の深い人と"1:1"でのコミュニケーションをする際に意識していることを見てみると、1位「適度にユーモアを交える」(31.0%)、2位「相手の意見や感想を尊重する」(26.3%)、3位「自分の意見を押し付けないようにする」(25.6%)という結果になった(図表6)。

また、関係性の深い人と"グループや複数人"でのコミュニケーションする際に意識していることについても聞いてみると、1位「適度にユーモアを交える」(26.5%)、2位「相手の意見や感想を尊重する」(24.8%)、3位「自分の意見を押し付けないようにする」、「相手の反応をよく観察する」(22.7%)となり、上位に並ぶ項目には一定の共通性が見られた(図表7)。

つまり、対人を主体とした情報収集においては、周り の意見や反応に気を配りながら、自分の考えを共有し情 報のバイアスを最小化することを心がけているようだ。

この背景には、大学生に共通する"とある性質"が関係しそうである。現代の大学生の自己認識を見てみると、1位「聞き上手」(26.6%)、2位「人の意見に流されやすい」(25.9%)、3位「人にやさしく思いやりがある」(25.6%)が上位に挙がる。多様性を自然と認め合うことができる柔軟な情報収集体質を持っているのが、現代の大学生だ、と言えるだろう(図表8)。

その意味で、相手との上手な関係構築術を駆使しながら、多様な視点での考え方・価値観に触れながら、対人からの情報収集を行っていると捉えられる。

第1章では、大学生の情報収集について多様な角度から調査結果を見てきた。「メディア」を使って情報収集する際には、自分自身の興味領域に関する情報をSNSを中心に"効率的に"情報収集し、「対人」での情報収集では、相手の価値観を否定しない、ノンバイアスな情報収集態度で、情報を集めていることがわかった。

つまり、現在の大学生は、情報収集において自身に とって最適なシステムや態度を構築することで、自然と 自分が求める情報の品質を高めるという工夫をしている。 その意味で、大学生なりの"高度な情報精査"行動を有し ているといえるのではないだろうか。

【図表6】問8

関係性の深い人と1:1での

コミュニケーションをする際に意識していること

関係性の深い人とのコミュニケーション意識 (1:1)<上位>		
1位	適度にユーモアを交える	31.0%
2位	相手の意見や感想を 尊重する	26.3%
3位	自分の意見を 押し付けないようにする	25.6%

【図表7】問8 関係性の深い人とグループや複数人での コミュニケーションする際に意識していること

関係性の深い人とのコミュニケーション意識 (グループや複数人)<上位>		
1位	適度にユーモア交える	26.5%
2位	相手の意見や感想を 尊重する	24.8%
3位	自分の意見を 押し付けないようにする	22.7%
3位	相手の反応をよく観察する	22.7%

【図表 8 】問26 自身の性格について当てはまるもの

	自身の性格 <上位>	
1位	聞き上手	26.6%
2位	人の意見に流されやすい	25.9%
3位	人にやさしく思いやりがあ る	25.6%

第2章

デジタルで伝える心 ~大学生におけるチャット上の新常識~

前章では大学生の情報収集行動、つまり情報の"仕入れ方"について述べてきた。では、情報の"仕出し"、つまり情報発信には、大学生特有のポイントはないだろうか。本章では、情報発信の意識について調査結果を見ていきたい。

はじめに、関係性が浅い人との1:1でのテキストコミュニケーションで意識・注意しているポイントを聞いてみると、1位「言葉遣いに気を付ける」(33.5%)、2位「メッセージのタイミングや頻度を調整する」(29.4%)、3位「適切な距離感を保つ」(25.6%)という結果であった(図表9)。

また、同様の内容を関係性が深い人との1:1場合で聞いてみたところ、1位「適度にユーモアを交える」 (24.5%)、2位「自分の意見を押し付けないようにする」 (20.9%)、3位「相手の意見や感情を尊重する」 (18.8%) という結果になった(図表10)。

両者を比較してみると、関係の深さによってテキストコミュニケーションで意識するポイントを変えていることが推察できる。つまり、その文章が相手にどう捉えられるかということを意識していると考えられる。

このような意識は、具体的にどのようなテキスト表現 を関連しているのだろうか。

テキスト表現において、「よく使う」「たまに使う」と回答されたのは、1位「「!」や「?」」(79.8%)、2位「笑」(69.5%)、3位「おけ」(64.7%)、4位「絵文字」(60.5%)、5位「それな」や「あーね」(57.0%)という結果であった(図表11)。

これらを踏まえると、現在の大学生のテキストコミュニケーションには、相手との関係性に応じたマナーが存在し、伝えたい・伝えるべきメッセージ以外の表現要素を積極的に組み込むことで、伝わり方をチューニングしていることがわかる。

では、この背景にはどんな意識があるのだろうか。

図表12に、テキストコミュニケーションにおいて略語や語尾表現を使う意図についての自由回答の集計結果を示した。最も得票したのは「感情表現をしたいから」(15.4%)となり、次いで「タイピングの時間を短縮したい」(12.5%))、「フランクな会話にしたい」(11.6%)と続く。

これらを踏まえると、大学生の情報の伝え方には、相手との関係性に応じたマナーが存在し、単なる情報伝達にとどまらない感情伝達までを表現することが暗黙下のルールになっている可能性が考えられる。

【図表9】問9

関係性が浅い人と1:1でテキストコミュニケーションを 取る際に意識していること

普段関係性が浅い人とのテキスト コミュニケーション意識(1:1)<上位>		
1位	言葉遣いに気を付ける	33.5%
2位	メッセージのタイミングや 頻度を調整する	29.4%
3位	適切な距離感を保つ	25.6%

【図表10】問9

関係性が深い人と1:1でテキストコミュニケーションを 取る際に意識していること

普段関係性が深い人とのテキスト コミュニケーション意識(1:1)<上位>		
1位	適度にユーモアを交える	24.5%
2位	自分の意見を 押し付けないようにする	20.9%
3位	相手の意見や感想を尊重する	18.8%

【図表11】問10

普段のテキストコミュニケーションにおいて 「よく使う」「たまに使う」と回答された略語や言語表現

٠.	VILLE CONTENTS OF THE CONTENTS				
	テキスト上で使用している表現<上位>				
	1位	「!」や「?」	79.8%		
	2位	笑	69.6%		
	3位	「おけ」	64.7%		
	4位	絵文字	60.5%		
	5位	「それな」や「あーね」	57.0%		

【図表12】問11

テキストコミュニケーションにおいて 略語や記号を使用する意図 (件数)

	略語や語尾表現を使う意図 <上位> ※略語・記号を使う人ベース(n=981)		
1位	感情表現をしたいから	15.4%	
2位	タイピングの時間を 短縮したいから	12.5%	
3位	フランクな会話にしたいから	11.6%	

ここまでで、現在の大学生の情報の伝え方には情 報伝達だけではなく感情伝達の機能まで含まれてい ることがわかった。この視点を更に深めていきたい。

図表13で示した、略語や語尾表現を使う意図の結 果の男女別スコアを図表13に示した。いずれの項目 も女性の構成比が過半数を超えることがわかる。特 に、「無愛想な文にならないようにしたいから」で は81.2%もの回答が女性学生に由来するものであっ た。

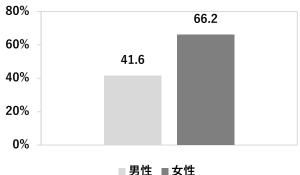
つまり、大学生の中でもとりわけ女子学生に、感 情伝達の意識が強いことが見て取れる。

実際、普段のテキストコミュニケーションにおい て、絵文字や顔文字等の表現の利用率も女性の方が 高い結果になっている(図表14・15)ことに加えて、 関係性が薄い人とのテキストコミュニケーションに おいても、「絵文字やスタンプなどに注意を払う」 のは女性の方が多い結果が出ている(図表16)。

これらの結果を踏まえると、大学生の中でもとり わけ女子学生の方が、テキスト上での感情表現が相 手に与える印象に強く影響することを意識し、相手 が不快に感じないよう、文面を工夫している傾向が あるのではないか。

以上のことから、現在大学生は、テキストコミュ ニケーション上で、相手との会話の空気感や距離感 を大事にしている。そのことが、相手に対応した表 現方法を選択し、コミュニケーションをとるという 暗黙の了解につながっていると推測する。特に女子 大学生は、男子大学生よりも感情表現に敏感であり、 より丁寧な情報伝達を心がけていることがわかった。

【図表15】問10 顔文字を「よく使う」「たまに使う」 と回答した人(男女別)

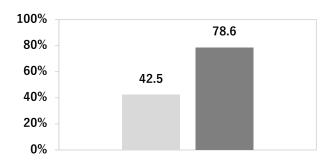


【図表13】問11 テキストコミュニケーションにおいて 略語や記号を使用する意図

※各自由回答集計数における男女比

略語や語尾表現を使う意図		
	女性	男性
感情表現をしたいから	66.2%	33.8%
タイピングの時間を短縮した いから	68.3%	31.7%
フランクな会話にしたいから	70.2%	29.8%
無愛想な文にならないように したいから	81.2%	18.8%
簡潔に伝えたいから	57.1%	42.9%

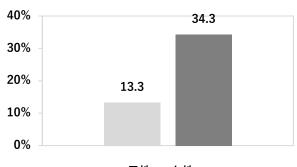
【図表14】問10 絵文字を「よく使う」「たまに使う」 と回答した人(男女別)



■男性 ■女性

【図表16】問9

関係性の浅い人と1:1でテキストコミュニケーション を取る際「絵文字やスタンプに注意を払う | と回答した人(男女別)



■男性 ■女性

第3章

理想の答えへ導くAIナビゲーター ~AI活用において言葉を操る大学生~

1章では"情報収集"、2章では テキストによる"情報発信"について述べてきた。では、情報収集、情報発信するにあたって起点になりうる、情報収集"源"について大学生特有の関わり方はないだろうか。

情報収集源と言えば、新聞、ブログ、WEBメディア、SNSなどを例に、次々とサービスが登場するのが特徴である。それらの新しいサービスの中でも、ここ数年大きな話題となっている"生成AI"との関わりについて、触れないわけにはいかない。

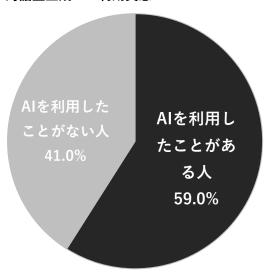
これまで、アーリーアダプターだけが恩恵を受けてきた生成AIであったが、ここ数年多くの企業、生活者が利用可能になり、AIの民主化が進んだと言える。これは、大学生も例外ではない。

実際、大学生は、どの程度生成AIを利用しているだろうか。大学生に対話型生成AIの利用実態を聞いたところ、59%もの大学生が対話型生成AIを使用したことがあると回答した。(図表17)。これは、大学入学とタイミングを同じくして対話型生成AIサービスのChatGPTがリリースされたこともあり、授業をはじめ、生活のあらゆるタイミングに使用するきっかけがあったと考えられる。

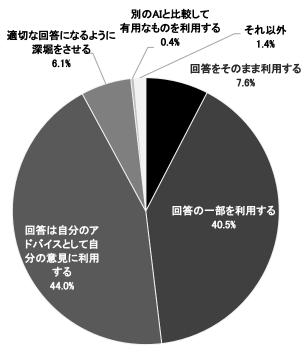
それでは、具体的にどのように生成AIを活用しているのかを見ていく。

大学生が生成AIを活用する中でも、一例として、「課題の解決に生成AIを利用した場合」の回答結果をどのように活用しているのかについて聞いたところ、1位「回答はアドバイスとして、自分の意見に利用する」(44.0%)、2位「回答の一部を利用する」(40.5%)という活用方法であった(図表18)。この結果から大学生は、生成AIが出す回答をそのまま受け入れるのではなく、自分の意見と照らし合わせる、また、自分が考えていた意見に使えるものは使うという形で活用していると言える。

これらの事実から現在の大学生は、新しく登場した 生成AIに対してハードルを感じるどころか、積極的に 利用いることが分かった。その際、単に回答結果をそ のまま利用するのではなく、自分の意見や知識と生成 AIの回答の両者の情報を照らし合わせ、使える、使え ないを取捨選択し利用していると言えるのではないか。 【図表17】問17 対話型生成AIの利用実態



【図表18】問23 対話型生成AIのアウトプット活用方法 「課題の解決」への利用



※対話型生成AI現利用者ベース (n=319)

ここまで、現在の大学生は、生成AIからの回答をそのまま使うのではなく、自分なりに吟味して利用していることが分かった。これは、大学生のどのようなデジタル意識に起因するのだろうか。

デジタル/ITに対する教育の実態を聴取したところ、高校でデジタル/ITについて学んだと回答した人が62.9%と最も多く、中学校で学んだと回答した人が52.8%と次に多い結果となった(図表19)。中学生の段階で、約半数がデジタル/ITに対する教育を受けており、高校生の段階になると、約3分の2もの学生が教育を受けていることが分かった。

さらに、デジタル/ITをはじめとするインターネットリテラシー教育を過去に学んだ経験のある人のうち73.9%が、実際にインターネットを利用する際にインターネットリテラシーを意識していると回答している(図表20)。

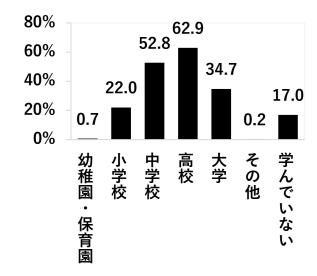
これらの事実より、現在の大学生は、中学生、高校生とデジタル/ITに対する教育を受け、それを単なる知識として知っただけでなく、日常生活で学んできたデジタルとの関わり方を意識しながら行動していることが分かる。

行動の一例として、情報収集をする際の多様な視点からの情報に感心があるかを聴取したところ、「知りたいと思う」が35.5%、「やや知りたいと思う」が39.3%と、知りたいと思う傾向にあると回答した大学生の合計は、7割を超えた(図表21)。

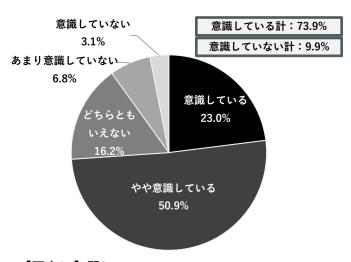
これは、1つの情報源をそのまま信頼するのではなく、 多角的に情報を得ようとしている、現在の大学生ならで はの行動特徴であると考えられる。このデジタル意識と 行動が、生成AIとの関わり方に関しても大きな影響を与 えていると考えられる。生成AIが提供する回答をそのま ま利用するのではなく、自分の意見と照らし合わせるだ けでなく、さらには他の情報とも比較したり、組み合わ せたりするなどと多角的に判断していると言えるのはな いか。

これは、今まで学んできたインターネットリテラシーに基づきながら、"生成AIに利用される"のではなく、生成AIをによって自分の意見に利用する場合もあれば、多角的に情報を知りたい場合もあり、もはや"生成AIを自分達の使いたいように操っている、ナビゲートしている"とも言えるではないか。

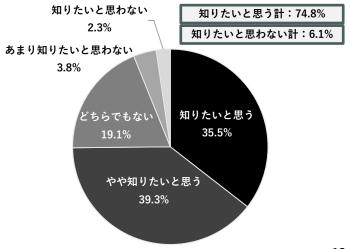
【図表19】問13 デジタル/ITに対する教育実態



【図表20】問14 インターネットリテラシー教育について



【図表21】問3 情報収集をする際に知りたい情報の種類 「多様な視点からの情報」



それでは、生成AIの利用によって、大学生のどのような能力向上に繋がっているのだろうか。

日常生活でAIを用いたサービスを利用する頻度が高い場面を聴取したところ、「授業や課題でAIツールを利用している」(18.1%)、「レポート作成や研究にAIを利用している」(16.9%)が多かった。この上位2つの選択肢の回答スコアは、その他の選択肢と5pt以上の差があった(図表22)。

また、生成AIの利用による自分の能力還元を聴取したところ、最も多かった能力は「情報処理能力」(30.5%)であり、次いで「分析力」(29.6%)、「読解力」(24.4%)という回答結果であった(図表23)。

この結果から、授業や課題で日々利用しながら、情報処理能力、分析力、読解力を高めていることが分かる。これは、生成AIと関わることによって、授業や課題に取り組む際に、生成AIが出した回答を見て、分析、読解など情報処理しながら、再度生成AIを利用するというサイクルを繰り返すことで、自分の納得いく答えに近づくためのレールを敷く構築する力が高まっているとも考えられるのではないか。

以上の結果から、現在の大学生は生成AIが提供する情報に対してどの部分を利用するべきか、次の回答でどのような情報を引き出すべきかを考える力が高まっていると考えられる。このような判断力の向上は、大学生が生成AIの回答を参考にしながら、自らが想定する答えへの道筋を作り上げていることを示していると推測できる。つまり、現在の大学生は生成AIを活用することで、自分が求める答えに辿り着くためのレールを敷く力を向上させているといえる。

【図表22】問16 日常生活で「AI」を用いたサービスを利用する 頻度が高い場面

日常生活で「AI」を用いたサービスを 利用する頻度が高い場面<上位>		
1位	授業や課題でAIツールを 活用している	18.1%
2位	レポート作成や研究に AIを利用している	16.9%
3位	学習アプリでAIを 活用している	11.8%

【図表23】問25 生成AIの利用による自分への能力還元

生成AIの利用で上がった能力<上位>			
1位	情報処理能力	30.5%	
2位	分析能力	29.6%	
3位	読解能力	24.4%	

第4章

AI活用による意思決定 ~アシスタントAIとの接し方・大学生の思考判断術~

前章では生成AIとの関わり方、そして関わりながら、自分の納得のいく答えまでのナビゲート力すらも向上させていることが分かった。本章では、生成AIをどのような"モノ"として認識しており、生成AIを活用した上で、最終的な課題解決や意思決定をどのように行なっているかを明らかにしていきたい。

まずは、生成AIサービスの中でどのサービスを特に使っているのかについて詳しく見ていく。生成AIのサービスについて、普段使うものは何かと聴取したところ、最も多かったのは「対話型生成AI」(31.9%)、次いで「生成AI基盤チャットボット」(5.5%)、「画像生成AI」(4.5%)であった。(図表24)。最も普段使っている生成AIとして回答が多かった対話型生成AIは、おおよそ3分の1の大学生が日常的に利用しており、2位以降は5%程度と、現在の大学生にとって、普段使う生成AIと言えば、対話型生成AIであること分かる。

また、対話型生成AIを「よく使う」、「たまに使う」と回答した大学生はどのような用途で利用しているだろうか。対話型生成AIをどのような用途で使うかを聴取したところ、1位が「勉強のサポート」(80.6%)、2位が「課題の解決」(74.6%)、3位が「文章の要約」(65.1%)であった(図表25)。これらの結果から、生成AIを相談相手として対話していることが分かる。

さらに、回答結果の利用方法を見てみると、「回答の一部を利用する」、「回答はアドバイスとして参考にして、自分の意見に利用する」の合計が、勉強のサポート、課題の解決などあらゆる利用シーンで過半数を超えた(図表26)。

以上の結果から、対話型生成AIは、大学生と対等なものではなく、自分の作業を補助、考えを補強するアシスタントとして活用していると言えるのではないか。そういうアシスタントがいることで、作業や考えに対する安心感や満足感を高めていると推測できる。

実際に、対話型生成AIをどのような存在として捉えているのかを聴取したところ、「課題解決の助け」(38.9%)、「賢いアシスタント」(36.5%)、「効率化ツール」(35.6%)であった(図表27)。

【図表24】問17 カテゴリー別AI利用実態/普段使うもの

	「生成AI」のサービスについて 「普段使うもの」の回答<上位>		
1位	対話型生成AI	31.9%	
2位	生成AI基盤 チャットボット	5.5%	
3位	画像生成Al	4.5%	

【図表25】問22 生成AIの使用シーン

対話型生成AI(ChatGPT)を どのような用途で使うか〈使う計〉<上位> ※対話型生成AI現利用者ベース(n=319)		
1位	勉強のサポート	80.6%
2位	課題の解決	74.6%
3位	文章の要約	65.1%

【図表26】問23 生成AIのアウトプットの活用方法

※「回答の一部を利用する」、「回答はアドバイスとして参考にして、自分の意見に利用する」の合計

}	生成AI活用法<上位> ※対話型生成AI各用途利用者ベース		
1位	勉強のサポート	85.1%	
2位	課題の解決	84.5%	
3位	クリエイティブな アイデア出し	81.5%	
4位	文章の要約	79.2%	
5位	検索	74.0%	

【図表27】問24 生成AIのパーソナリティ意識

「対話型生成AI」を例える際にあてはまる存在 <上位> ※対話型生成AI現利用者ベース(n=319)		
1位	課題解決の助け	38.9%
2位	賢いアシスタント	36.5%
3位	効率化ツール	35.6%

本章ではここまで、生成AIをあくまでアシスタントとして捉えていることを述べてきた。では、生成AIを活用した上で、最終的な課題解決や意思決定はどのように行なっているのだろうか。

生成AIをアシスタントとして接しているのは、生成AIの登場初期からであったのか。生成AIの登場からどのような使い方をしていたかに大学生ならではの特徴があるのでないかと考えた。

使い始めた初期と慣れてきたとき、最近の使い方について聴取したところ、いずれの時期も、「勉強・課題の補助」、「資料・レポート作成」、「暇つぶし」が上位であり、利用時期によって使い方に大きな差はないことが分かる(図表28・29・30)。使い始めた当初から「勉強・課題の補助」、「資料・レポート作成」 など、あくまで補助であることが分かる。また、使い始めのタイミングから、慣れてきた、最近まで、「勉強・課題の補助」、「資料・レポート作成」 という同様の使い方を継続していることから、もはや使い始め当初から"アシスタント"というポジションとして絶対的な信頼を置いていると推察される。

この信頼は、勉強や課題にだけで言えることなのだろうか。対話型生成AIを「相談」に使用するかと聴取したところ、「よく使う」、「たまに使う」と回答した人は29.9%、「あまり使わない」、「使わない」と回答した人は70.1%であった(図表31)。この結果より、相談というポジションにおいては信頼が薄いということが分かる。

これは、自分の中に意見がはっきりない状態、あくまで相談程度の時には生成AIを利用しない。一方で、自分の中に意見があり、それをよりよくしたい時には生成AIを利用する。あくまで、自分の意見を起点に、生成AIを使いながらも最終的な意思決定は"自分で行う"という考えの現れなのではないか。

以上より、現在の大学生は、自分の意見をより確実なものにするため、AIから得た知識を単なる情報としてではなくアドバイスとして捉え、自己の「知恵」として取り入れ活用している。これを自分の考えに基づく情報と組み合わせ、AIを状況に応じて最適な意思決定を行うための補強材料として役立てている。

【図表28】問19

AI利用ジャーニー(「生成AI」の使い方)

「生成AI」を使い始めた初期 <上位> ※生成AI利用経験者ベース(n=561)		
1位	勉強・課題の補助	36.3%
2位	資料・レポート作成	27.3%
3位	暇つぶし	20.5%

【図表29】問19

AI利用ジャーニー(「生成AI」の使い方)

	「生成AI」に慣れてきた時 <上位> ※生成AI利用経験者ベース(n=561)		
1位	勉強・課題の補助	33.8%	
2位	資料・レポート作成	24.7%	
3位	暇つぶし	18.8%	

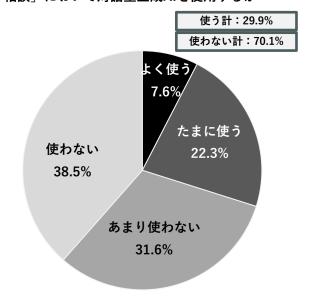
【図表30】問19

AI利用ジャーニー (「生成AI」の使い方)

>	「最近の使い方 <上位> ※生成AI現利用者ベース(n=451)		
1位	勉強・課題の補助	39.5%	
2位	資料・レポート作成	27.5%	
3位	暇つぶし	15.7%	

【図表31】問22 生成AIの使用シーン

「相談」において対話型生成AIを使用するか



- ・まとめ -

大学生の情報の利活用に関する意識調査 現在の大学生は、「情報ソムリエ」である

ここまで見てきた、大学生の情報の利活用に関する調査結果をまとめていきたい。

現在の大学生は、言わずもがなデジタル媒体に日常的に触れ、活用している。実際、大学生の情報収集源の多くはデジタル経由であることが調査結果からも確認できた。ただし、依然として、テレビも情報収集源としては上位に位置付き、デジタルを核にしながらもメディアを横断した情報収集の傾向がわかった。とりわけ、このメディアの横断は、求める情報の種類と連動する傾向があり、個人の嗜好性・志向性が反映されるデジタルメディア、情報の蓋然性の高さを求める際はテレビ、といった要領で使い分けされる。

更に、デジタル、とりわけSNSに関してみれば、レコメンドシステムも活用し、もはや自分に最適化した情報収集アプリケーションと化している可能性すら感じられた。このように、多様なメディア横断、そして個人化された状況によって、自己最適化された情報収集の仕組みを持っているのが現在の大学生であった。

情報の集め方だけでなく、伝え方についても大学生に特有と思われる様式が存在した。それは、情報だけを伝えるのではなく、情報と感情の両者を伝えることが暗黙の了解になっているということだ。即ち、要件だけを伝える"transfer"ではなく、相手の立場/感覚をも想定変数に加えた"communication"こそが、現在の大学生の情報伝達様式であると、考えられそうである。

3章からは、このような情報の入手・発信形式を基盤に持つ大学生の最新の情報媒体に対する態度、すなわち「生成AIとの向き合い方」について調査結果を見ていった。

まずは、そもそも生成AIが大学生の日常に入り込んでいるのか、ということを見てみれば、実に6割の大学生は既に利活用を始めているという結果であった。このスコアの多寡については議論の余地があるが、少なくとも世の中に出てから数年のサービスで、過半数以上の大学生が利用経験があることを踏まえれば、大学生が当たり前に付き合っているコンテンツであると捉えられそうである。

こういった生成AIの大学生の利活用については、是々非々の議論があるものの、今回の調査結果から見えたのは、大学生の生成AIの非常に明るい側面であった。それは、直接的に答えを求め、思考そのものをアウトソースする使い方とは程遠く、自分自身の思考の流れや想定仮説へのサポートのために活用しているという利用方法である。こういった使い方をすることで、思考力・言語力の低下を招くというよりも、生成AIという力強いパートナーを活用することで、自身の能力向上にもつなげている可能性を感じられる。

実際にどのようなシーン・目的で生成AIを活用しているのかについて聞いてみても、「勉強のサポート」として活用している大学生が多かった。そして、その活用に際しては、自分の中に答えがあることが利用開始の合図とも考えられる結果であった。やはり、こういった結果を踏まえると、生成AIを活用することで自分の思考を高度化したり、説得力を高めるための触媒として活用していると考えられそうである。

このような大学生の情報に対する態度を踏まえ、我々は大学生を"情報ソムリエ"と名付けた。それは、最適化された、つまり高度な"精査"能力を持ち、それを相手にCommunicationして気持ちよく伝え、相手の意図や目的に適切な対話を通じてたどり着き、自己仮説の検証を経た最適な解を出す、という一連のプロセスが、ソムリエのワイン提供のプロセスと酷似していると捉えたからだ。

"情報ソムリエ"の存在は、ワインソムリエが優れた目利き力で高品質なワインを選び抜くように、高品質な情報を見極め、収集する力をもたらし、関係性に応じた適切なCommunicationや、説得力のある情報提供を可能にする。

これにより、情報の質が向上し、結果として提供する製品やサービスの質も向上する。これは、自身や他者のニーズをより深く満たすことへと繋がる。 さらに、一度ニーズが満たされると、新たなニーズが生まれ、それに応じてまた情報を巧みに活用しながら、そのニーズを満たしていくというサイクルが形成さる。

このような好循環を生み出す上で、"情報ソムリエ"は重要なトリガーとなる存在となりうるのではないだろうか。

寄稿 ~調査結果を読んで~

駒澤大学 経営学部 中野香織

今年の「大学生の情報の利活用に関する調査」は、情報環境が日々大きく変化する社会において、価値の高いテーマ設定であろう。大学教員にとっても、学生のAI利用をどのように指導すればよいか悩むなかで、役立つ内容が多くあった。特に興味深い調査結果として、学生が利用する情報源、情報の信頼性(事実)、AI利用について、感じたことを述べたい。

まず、学生が利用する情報源のトップがYouTubeである点が、今の時代を象徴していると感じた。授業でオンデマンド動画を作成すると、「字幕をつけてほしい」という要望を学生からもらうことがある。情報収集時に知りたい情報として、「簡潔でわかりやすい情報」が3位であることからも、改めてそうした行動の背景が理解できる。学生がYouTubeに慣れ親しんでいるため、「字幕」をつけるといった、よりわかりやすい情報へのニーズが高いのだろう。個人的には、今後の授業のオンデマンド動画にて、よくできたYouTube並みのクオリティを求められると困る…とも感じた。(大学教員は、チームではなく教員一人で全ての授業準備を行うことが多い。)

情報源については、テレビが5位であることに衝撃を受けた。もちろん、デジタルメディアの方が利用されていることはわかっていたが、YouTube、Instagram、X、検索エンジンに次ぐポジションであり、48.4%と5割を切っていることに驚いた。私の授業では毎年、テレビやネットニュースの接触率を学生に聞いている。テレビを見ない学生もいるものの、家でつける学生も一定数いることはわかっていたので、本当に意外であった。テレビとの単なる接触率だけではなく、情報源としてのテレビの利用実態がわかり、面白い。

次に、情報の信頼性についてである。近年はファクトチェックの重要性が叫ばれているように、インターネット上には不確かな情報も多い。今回の調査結果では、「事実として的確な情報を得るために使用する媒体」の1位が検索エンジン(34.0%)、2位がテレビ(27.8%)、3位がYouTube(15.4%)であった。さすがにSNSがトップ 2 には入らないものの、テレビを選択している学生は3割弱と少ない。学生は、検索エンジンやYouTubeにおける玉石混交の情報から、どのように事実を見分けているのかが気になった。

さらに、レコメンド機能についての意識を調べた結果もある。レコメンド機能について、「情報収集が容易になった」「新しい情報が役立つ」といったポジティブな意見がトップ2であり、「自分の興味が限定される」というネガティブな意見が3位である。レコメンド機能にはユーザーにとって利便性も高いが、エコーチェンバーといった負の側面もあり、功罪合わせ持つ機能といえる。エコーチェンバーとは、自分と似た意見の情報ばかり受け取るようになってしまい、視野が狭くなることである。

では、多様な視点の情報について学生はどう思っているのだろう。調査結果では、多様な視点からの情報を「知りたい」が35.5%、「やや知りたい」が39.3%と、7割以上の学生が多様な情報を知りたいと感じてはいる。このように意識は高いものの、学生にとっては、実際にはレコメンド機能の利便性の方が勝っているといえる結果であろう。そのため、学生は、多様な情報を実際にどのように得ようとしているのか、そしてファクトチェックをどの程度しているのか、気になった。

続いて、大学生のAI利用実態についてである。冒頭にも書いたように、多くの大学教員は、学生のAI利用についてどう指導すればよいか、悩んでいる。論文の英訳やレポート課題など、活用の場が多い一方で、学生の成長のためには、AIの回答をそのままコピー&ペーストして使わせることはできない。

学生の利用状況は、6割の学生が生成AIの使用経験があるという結果であった。生成AIの回答の活用方法は、アドバイスとしての利用が44.0%、回答の一部利用が40.5%と、8割以上が、回答を(コピペではなく)上手く活用しているという。この結果に安心したのと同時に、「本当かな?」という疑問も少し感じた。調査では「社会的望ましさ」という、バイアスが生じることがあり、自分を少し良く見せたいと感じて回答することもあるためである。なお、生成AIの具体的な活用としては、勉強のサポート、課題解決、アイデア出し、文章の要約、検索であり、学生が広く活用している実態がわかり興味深い。学年を3年と4年生に限定すれば、就職活動への利用状況もわかるのかもしれない。

本調査は、学生の情報のリアルな利用状況を把握することができる、大変意義のある調査であった。今後の学生の指導にも役立つうえ、面白い調査項目については、授業で毎年調査してみたいと思わせられた。ただ、「情報ソムリエ」という結論については、そこまで言い切ってよいか、少し心配にはなった。普段の授業において、Cookieの仕組みをわかっていない学生や、レコメンド機能をフル活用する学生といったように、リテラシーが十分ではない学生の存在も感じているためだ。そのため、「リテラシーに一日の長」がある、とは言い過ぎかな、とも思う。でもだからこそ、今後の学生に対するリテラシー教育の重要性を改めて感じることもできた。ぜひ、多くの方に調査結果を読んでもらいたい。

定点観測

~大学生の好きな広告・今年の日本の顔~

「日清食品/カップヌードル」が1位にランクイン!

23年度調査から引き続き、「日清食品/カップヌードル」が1位にランクイン! 去年2位だった「KDDI/au/「三太郎」シリーズ」は引き続き 2位に。3位には昨年はランキング外であった「Apple」が選ばれました。

<全体: N=1000>

1位: 日清/カップヌードル	18人	(1.8%) (男性	5人 : 女性	13人)
2位: au/三太郎シリーズ	16人	(1.6%) (男性	6人 : 女性	10人)
3位:Apple	11人	(1.1%) (男性	6人 : 女性	5人)
4位: アサヒ/スーパードライ	9人	(0.9%) (男性	3人 : 女性	6人)
4位:楽天/楽天モバイル	9人	(0.9%) (男性	3人 : 女性	6人)
6位: KIRIN/晴れ風	7人	(0.7%) (男性	3人 : 女性	4人)
6位: USJ	7人	(0.7%) (男性	4人 : 女性	3人)
8位: サントリー/天然水	6人	(0.6%) (男性	3人 : 女性	3人)
8位: ソフトバンク/スマホ	6人	(0.6%) (男性	2人 : 女性	4人)
8位:ロート製薬/目薬	6人	(0.6%) (男性	1人 : 女性	5人)
8位: 伊藤園/お―いお茶	6人	(0.6%) (男性	4人 : 女性	2人)

▼参考: '23年度結果 (全 体:n=1000)

▼参考: '22年度結果 (全 体:n=1379)

▼参考: '21年度結果 (全 体:n=648)

▼参考: '19年度結果 (全体: n=1000)

▼ 9 行 20 十及 間 木 (王 阵	R.11-10007	▼ 多 方 . 22 十 及 相 木 (主 件 . 11	-10737	▼多行、21十段順本(主 件:11-0+0	/	▼多行、10十段相木(五 件.11-100	,0,
1 日清	33人	1 KDDI/au/「三太郎」シリーズ	43人	1 大塚製薬/ポカリスエット	28人	1 KDDI/au/三太郎シリーズ	52人
² au	22人	2 日清食品/カップヌードル	35人	2 日清食品/カップヌードル	22人	² Amazon/Amazon Prime	15人
3 アサヒ	21人	³ Apple/iPhone	27人	3 KDDI/au/「三太郎」シリーズ	19人	3 大塚製薬/ポカリスエット	13人
4 サントリー	17人	4 ニトリ/Nクール、Nウォーム	23人	4 大塚製薬/カロリーメイト	11人	4 Apple/iPhone	11人
5 Google	11人	5 大塚製薬/ポカリスエット	18人	5 コカコーラ/コカコーラ	9人	5 ソフトバンク/スマートフォン・携帯電話	10人
5 コカ・コーラ	11人	6 ゼスプリ	14人	6 KDDI/UQモバイル	9人	6 日清食品/カップヌードル	9人
7 キリン	10人	7 Amazon/Amazon Prime	12人	7 Amazon/Amazon Prime	8人	7 BOOKOFF/本だけじゃないブックオフ!	7人
8 Apple	9人	7 SUNTORY/ほろよい	12人	⁷ Zespri/キウイブラザーズ	8人	7 Zespri/アゲリシャスシリーズ	7人
9 ト ヨタ	人8	9 マクドナルド/ハンバーガー	11人	7 KDDI/「意識高すぎ!高杉くん」シリーズ	7人	7 オリエンタルランド/東京ディズニーリゾート	7人
9 大塚製薬	8人	9 アイフル	11人	10 アサヒ/カルピス	6人	10 suntory/pepsi	6人
				7 ハーゲンダッツジャパン/ハーゲンダッツ	6人		
				10 ロッテ/キシリトール/BTS	6人		

最近1年間の日本の顔は、50-50を達成した大谷翔平選手に!

今年の「日本の顔」は「大谷翔平」選手が333票を獲得し1位。 次いで、「岸田文雄」氏が160票を獲得し、昨年度に引き続き上位にラ ンクイン。昨年ランク外であった「安井かのん(やす子)」氏は14票という結果に。

<全体: N=1000>					
1位:大谷翔平	333人	(33.3%)	(男性	146人 : 女性	187人)
2位: 岸田文雄	160人	(16.0%)	(男性	78人 : 女性	82人)
3位: 安井かのん(やす子)	14人	(1.4%)	(男性	1人 : 女性	13人)
4位: フワちゃん	13人	(1.3%)	(男性	7人 : 女性	6人)
5位:石川祐希	11人	(1.1%)	(男性	1人 : 女性	10人)
6位:藤井聡太	10人	(1.0%)	(男性	6人 : 女性	4人)
7位: 岡慎之介	9人	(0.9%)	(男性	3人 : 女性	6人)
8位: 目黒連	8人	(0.8%)	(男性	0人 : 女性	8人)
9位:阿部一二三	7人	(0.7%)	(男性	3人 : 女性	4人)
10位: 開發光	6人	(0.6%)	(男性	2人 : 女性	4人)

▼参考:2023年の今年の顔

<全体:N=1000>

	T 10007					
1位:	大谷翔平	368人	(36.8%)	(男性	163人: 女性	205人)
2位:	岸田文雄	98人	(9.8%)	(男性	53人: 女性	45人)
3位:	安倍晋三	35人	(3.5%)	(男性	13人: 女性	22人)
4位:	三苫薫	14人	(1.4%)	(男性	12人: 女性	2人)
5位:	羽生結弦	12人	(1.2%)	(男性	1人:女性	11人)
6位:	目黒連(Snow Man)	7人	(0.7%)	(男性	1人:女性	6人)
7位:	あの	6人	(0.6%)	(男性	4人:女性	2人)
8位:	藤井聡太	5人	(0.5%)	(男性	5人:女性	0人)
9位:	木村拓哉	5人	(0.5%)	(男性	2人:女性	3人)
10位:	HIKAKIN	4人	(0.4%)	(男性	2人:女性	2人)

調査結果:詳細編

目次

Ι	普段の情報収集について	
	・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	23
	使用媒体の利用頻度	24
	収集情報の種類	25
	使用媒体の目的	28
	世の中の情報レコメンド機能に対するポジネガ	31
	情報レコメンドに対する意識の理由・対策エピソード	32
	世の中の情報レコメンドに対する意識	33
П	普段のコミュニケーションについて	
	普段のコミュニケーション意識	35
	テキストコミュニケーション意識	37
	略語の利用頻度	39
		43
	表現方法とそこに込めた意識・ニュアンス	44
ш	デジタル・ITに関する教育環境について	
	デジタル/ITに対する実態・教育経験	46
	インターネットリテラシー実践度	47
	インターネット利用開始時期	48
	10.7 1.71 13/13/24-37/3	
IV	「AI」(人工知能)について	
	AIに対する意識	50
	カテゴリー別AI利用実態	52
		57
	AI利用ジャーニー	58
	生成AIを使い始めたきっかけ	60
	AIに対する意識	61
	生成AIの使用シーン	62
	生成AIのアウトプットの活用方法	66
	生成AIのパーソナリティ意識	71
	生成AIの利用による自分への能力還元	73
	本人の性格	76
v	定点観測	
	大学生が選ぶ最近1年間の日本の顔	78
		79
	広告関心度	81
	ウ生に対する音目	02

普段の情報収集について

※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

※30ssを下回る軸には未反映

使用媒体の種類

- 普段利用している情報媒体のTop5は
 - 1位「YouTube」(78.5%)、 2位「Instagram」(69.1%)

 - 3位「X(旧Twitter)」(68.2%)、 4位「検索エンジン」(59.0%)、
 - 5位「テレビ」(48.4%)
 - である。

<全ベース>

1年生

2年生

3年生

4 年生

学

年

250

250

250

250

80.1

75.4

78.8

79.6

67.3

69.5

66.7

72.8

70.2

66.8

63.4

▼48.5

58.8

59.0

72.4 \(\)69.6

46.8

47.9

51.6

○49.9

44.7

42.8

47.2 ▼34.6

▼20.8 ▼10.5

30.8 \(\text{26.0} \)

18.4

21.4

24.8

27.5

12.6

14.4

13.6

15.6

9.8

15.1

11.4

12.4

4.6

9.7

7.1

10.8

6.3

6.6

7.0

10.4

3.4

7.2

4.0

10.4

4.0

4.9

4.4

8.8

2.4

3.4

3.1

6.0

0.5

0.8



あなたが利用している情報源(情報媒体)について、あてはまるものをすべてお選びください。

<全体:N=1,000> ※全体で降順ソート 80% **78.5** 69.1 68.2 59.0 60% 48.4 43.0 40% 26.0 19.1 20% 14.1 12.2 8.0 7.6 6.3 5.5 5.0 3.7 0.3 0% Χ Υ Т Т 雑 そ 特 ı 検 テ Ν ラ F П 広 В 新 ジ 旧 索 告 誌 の に i コ 聞 h 0 n レ е е а Т Ξ R ェ ビ k オ 他 な u s w r С T ン T ァ L t w S е е е ァ プ ジ i 0 b u а а а プ IJ b t ン k I d g 0 IJ r t s 0 е サ サ k а е イ プ m r ル 数 全 体 1000 78.5 69.1 68.2 59.0 48.4 43.0 26.0 19.1 14.1 12.2 8.0 7.6 6.3 5.5 3.7 0.3 5.0 男性 **77.1 ▼**55.5 64.7 47.3 ▼33.1 性 500 57.8 29.6 15.9 15.8 8.0 11.1 9.4 6.7 5.4 5.2 0.2 5.6 別 女性 500 79.8 082.7 49.4 ○52.9 71.7 60.1 22.4 22.3 12.3 16.4 5.0 5.7 5.9 2.3 0.4 4.3 5.7

3.1

5.5

6.8

4.4 (%)

収集情報の種類

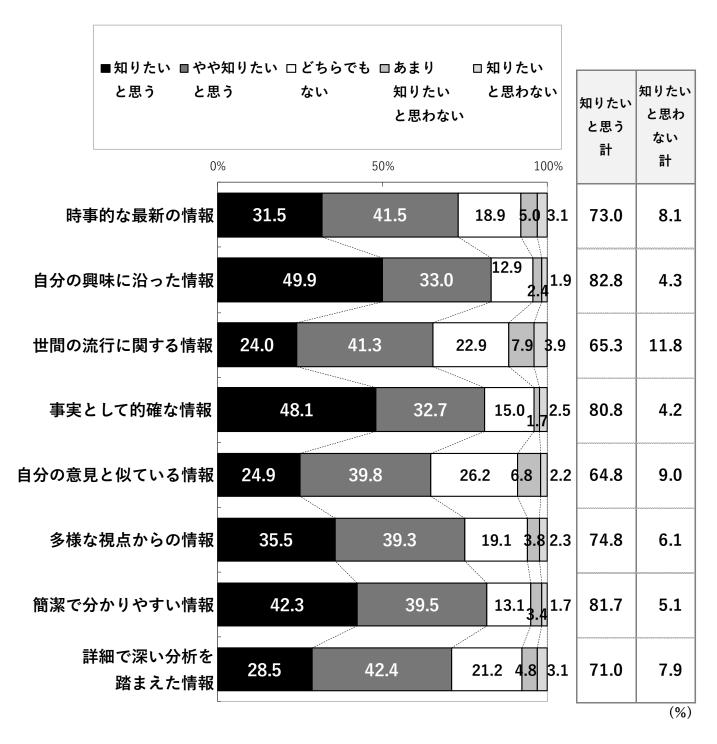
- ◆ 情報収集をする際にどのような情報が知りたいのかを聞いたところ、知りたい・やや知りたいと回答されたTop3は
 - 1位「自分の興味に沿った情報」(82.8%)、
 - 2位「簡潔でわかりやすい情報」 (81.7%)、
 - 3位「事実として的確な情報」(80.8%)である。

<全ベース>



あなたは情報収集をする際、どのような情報を知りたいと思いますか。 以下の内容それぞれについて、どの程度お気持ちにあてはまるかお知らせください。

<全体:N=1,000>



使用媒体の利用頻度

◆ 普段利用している情報媒体について、1日3時間以上利用していると回答した人の割合が多いTop3は 1位「BeReal」(72.6%)、 2位「広告」(62.0%)、

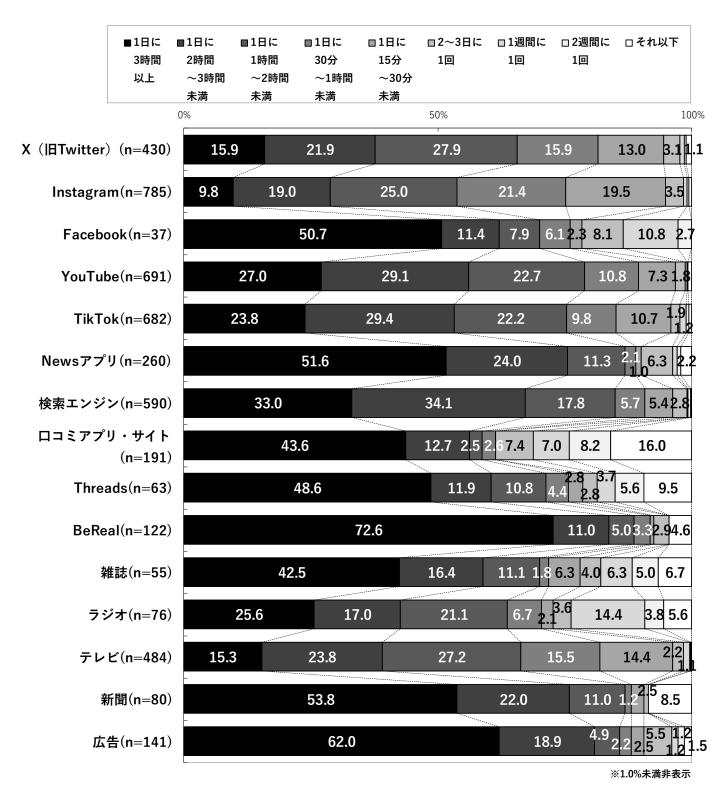
3位「新聞」(53.8%)

である。

<各媒体利用者ベース>



あなたが利用している情報源(情報媒体)について、それぞれの利用頻度をお知らせください。



<全ベース>



あなたは情報収集をする際、どのような情報を知りたいと思いますか。 以下の内容それぞれについて、どの程度お気持ちにあてはまるかお知らせください。

<全体:N=1,000>

				B	寺事的	な最新	の情報	₹		自分の興味に沿った情報									
		ľ	知	や	ど	あ	知	知	知	知	や	ど	あ	知	知	知			
			ŋ	や	ち	ま	ij	ij	ŋ	Ŋ	や	ち	ま	ŋ	ŋ	ŋ			
			た	知	6	ŋ	た	た	た	た	知	ら	ŋ	た	た	た			
			い	ŋ	で	知	い	い	い	い	ŋ	で	知	い	い	い			
			٤	た	ŧ	ŋ	٤	٤	٤	٤	た	ŧ	ŋ	٤	٤	٤			
			思	い	な	た	思	思	思	思	い	な	た	思	思	思			
		サ	う	٤	い	い	ゎ	う	わ	う	٤	い	い	ゎ	う	わ			
		ン		思		٤	な	計	な		思		٤	な	計	な			
		プ		う		思	い		い		う		思	い		い			
		ル				ゎ			計				ゎ			計			
		数				な							な						
		奴人				い							い						
_ :	全 体	1000	31.5	41.5	18.9	5.0	3.1	73.0	8.1	49.9	33.0	12.9	2.4	1.9	82.8	4.3			
性	男性	500	31.5	39.6	21.0	4.7	3.2	71.1	7.9	▼ 44.5	34.4	15.9	2.7	2.5	78.9	5.2			
別	女性	500	31.5	43.4	16.8	5.3	3.0	74.9	8.3	○55.2	31.6	9.8	2.1	1.3	86.8	3.4			
	1年生	250	31.2	40.4	17.3	6.7	4.5	71.6	11.1	54.3	▼27.2	13.3	2.4	2.7	81.5	5.2			
学	2 年生	250	35.1	39.5	19.3	2.9	3.2	74.6	6.1	49.4	34.7	11.0	2.5	2.4	84.1	4.9			
年	3 年生	250	29.0	39.6	○25.1	3.9	2.5	68.6	6.4	45.0	33.2	17.6	3.1	1.2	78.2	4.2			
	4 年生	250	30.8	46.4	14.0	6.4	2.4	77.2	8.8	50.8	36.8	9.6	1.6	1.2	87.6	2.8			

				世間	目の流	行に関	する情	青報			事	実とし	て的研	雀な情	報	
			知	や	ど	あ	知	知	知	知	や	ど	あ	知	知	知
			ŋ	や	ち	ま	ij	ij	ŋ	ŋ	や	ち	ま	ŋ	ŋ	ŋ
			た	知	ら	ŋ	た	た	た	た	知	ら	ij	た	た	た
			い	ŋ	で	知	い	い	い	い	ij	で	知	い	い	い
			٤	た	ŧ	ŋ	٤	٤	٤	٤	た	ŧ	ij	٤	٤	٤
			思	い	な	た	思	思	思	思	い	な	た	思	思	思
		サ	う	٤	い	い	わ	う	わ	う	٤	い	い	わ	う	わ
		ン		思		٤	な	計	な		思		٤	な	計	な
		プ		う		思	い		い		う		思	い		い
		ル				ゎ			計				わ			計
		数				な							な			
		致义				い							い			
:	全体	1000	24.0	41.3	22.9	7.9	3.9	65.3	11.8	48.1	32.7	15.0	1.7	2.5	80.8	4.2
性	男性	500	22.7	41.2	24.2	8.1	3.8	63.9	11.9	44.6	33.1	17.7	1.3	3.3	77.7	4.6
別	女性	500	25.3	41.3	21.7	7.6	4.0	66.6	11.7	51.6	32.3	12.2	2.2	1.6	84.0	3.8
	1年生	250	25.4	▼35.4	25.9	7.4	5.9	60.9	13.3	48.0	33.0	14.5	1.4	3.0	81.0	4.5
学	2 年生	250	23.8	44.6	23.4	5.9	2.2	68.5	8.1	50.0	32.9	13.1	1.3	2.7	82.9	4.0
年	3 年生	250	21.5	39.4	○28.5	7.0	3.5	61.0	10.5	▼43.0	32.0	○20.2	2.7	2.1	▼75.0	4.8
	4 年生	250	25.2	45.6	▼ 14.0	11.2	4.0	○70.8	15.2	51.6	32.8	12.0	1.6	2.0	84.4	3.6

(%)

収集情報の種類(数表編②)

<全ベース>



あなたは情報収集をする際、どのような情報を知りたいと思いますか。 以下の内容それぞれについて、どの程度お気持ちにあてはまるかお知らせください。

<全体:N=1,000>

				自分	の意見	と似っ	ている	情報			多	様な視	点から	うの情	報	
			知	や	ど	あ	知	知	知	知	や	ど	あ	知	知	知
			ŋ	や	ち	ま	ŋ	ŋ	ŋ	ŋ	や	ち	ま	ŋ	ŋ	ŋ
			た	知	ら	ŋ	た	た	た	た	知	ら	ŋ	た	た	た
			い	ŋ	で	知	い	い	い	い	ŋ	で	知	い	い	い
			٤	た	ŧ	ŋ	٤	٤	٤	٤	た	ŧ	ŋ	٤	٤	٤
			思	い	な	た	思	思	思	思	い	な	た	思	思	思
		サ	う	٤	い	い	わ	う	ゎ	う	٤	い	い	ゎ	う	わ
		ン		思		٤	な	計	な		思		٤	な	計	な
		プ		う		思	い		い		う		思	い		い
		ル				ゎ			計				ゎ			計
		数				な							な			
		奴				い							い			
_ :	全体	1000	24.9	39.8	26.2	6.8	2.2	64.8	9.0	35.5	39.3	19.1	3.8	2.3	74.8	6.1
性	男性	500	21.6	39.7	29.0	7.2	2.4	61.3	9.6	33.5	38.7	21.7	3.7	2.3	72.3	6.1
別	女性	500	28.3	39.9	23.4	6.5	1.9	68.2	8.4	37.5	39.9	16.4	3.8	2.3	77.4	6.1
	1年生	250	29.6	▼31.6	28.6	7.7	2.5	61.2	10.2	33.9	39.5	18.3	5.0	3.3	73.4	8.3
学	2 年生	250	23.3	○45.0	22.9	5.8	3.0	68.3	8.8	35.5	42.5	18.2	1.8	2.0	78.0	3.8
年	3 年生	250	▼ 19.7	39.4	○31.4	7.4	2.0	▼59.2	9.4	32.2	36.6	○25.0	3.9	2.3	▼68.8	6.2
	4 年生	250	27.2	43.2	22.0	6.4	1.2	○70.4	7.6	40.4	38.8	14.8	4.4	1.6	79.2	6.0
		-														(%)

				簡清	ママグラ ママティア アイア アイア アイア アイア アイア アイア アイア アイア アイア ア	かりや	すい情	青報		Ī	羊細で	深い分	析を路	沓まえ	た情報	Į .
			知	や	ど	あ	知	知	知	知	や	ど	あ	知	知	知
			ŋ	や	ち	ま	ŋ	ŋ	ŋ	ŋ	や	ち	ま	ŋ	ŋ	ŋ
			た	知	ら	ŋ	た	た	た	た	知	ら	ŋ	た	た	た
			い	ŋ	で	知	い	い	い	い	ŋ	で	知	い	い	い
			٤	た	ŧ	ŋ	٤	٤	٤	٤	た	ŧ	ŋ	٤	٤	٤
			思	い	な	た	思	思	思	思	い	な	た	思	思	思
		サ	う	٤	い	い	わ	う	わ	う	٤	い	い	わ	う	わ
		ン		思		٤	な	計	な		思		٤	な	計	な
		プ		う		思	い		い		う		思	い		い
		ル				ゎ			計				ゎ			計
		数				な							な・			
		奴人				い							い			
- 1	全 体	1000	42.3	39.5	13.1	3.4	1.7	81.7	5.1	28.5	42.4	21.2	4.8	3.1	71.0	7.9
性	男性	500	▼36.0	42.5	15.4	4.1	2.0	78.5	6.1	28.5	42.9	21.1	3.7	3.9	71.4	7.6
別	女性	500	○48.6	36.4	10.9	2.7	1.5	85.0	4.1	28.6	42.0	21.3	5.9	2.3	70.6	8.2
	1年生	250	45.6	36.5	11.3	4.4	2.2	82.1	6.6	31.7	38.2	20.6	5.7	3.9	69.9	9.5
学	2 年生	250	41.0	41.4	12.2	3.3	2.1	82.4	5.4	27.4	43.5	21.4	3.7	4.0	70.9	7.7
年	3 年生	250	▼36.1	38.4	21.1	3.1	1.4	▼ 74.5	4.4	▼22.3	44.0	25.5	6.6	1.6	66.3	8.2
	4 年生	250	46.4	41.6	▼8.0	2.8	1.2	○88.0	4.0	32.8	44.0	17.2	3.2	2.8	○76.8	6.0

多

自

簡

情 詳

使用媒体別の目的

- 「自分の興味に沿った情報」を得る際に使う媒体は 1位X(旧Twitter)(45.5%)、 2位YouTube(44.2%)、 3位Instagram(41.0%) である。
- 「事実として的確な情報」得る際に使う媒体は 1位検索エンジン(34.0%)、 2位テレビ(27.8%)、 3位YouTube(15.4%) である。

問4

以下の情報収集をする際、あなたが利用する情報源(情報媒体)としてあてはまるものをすべてお選びください。

世

事

自

<いずれか媒体利用者ベース:N=950>

時

	1	- -			- 	_		
	事	分	間	実	分	様	潔	報 細
	的	の	の	٤	の	な	で	で
	な	興	流	L	意	視	分	深
	最	味	行	て	見	点	か	い
	新	に	に	的	ح	か	Ŋ	分
	の	沿	関	確	似	ら	や	析
	情	っ	す	な	て	の	す	を
	報	た	3	情	い	情	い	踏
	TIA	情	情	報	3	報	情	ま
		報	報	+K	情	TK	報	え
		ŦX	ŦX				羊以	
					報			た
X(旧Twitter)	38.1	45.5	41.8	13.0	40.7	38.1	30.0	20.4
Instagram	14.1	41.0	43.8	8.5	26.3	19.1	18.8	9.9
Facebook	0.7	0.9	1.1	0.6	1.0	0.6	0.8	0.4
YouTube	17.1	44.2	31.0	15.4	23.0	23.9	20.1	19.7
TikTok	11.7	25.4	27.6	5.5	15.6	14.1	14.2	6.9
Newsアプリ	18.4	8.3	8.6	14.5	5.9	11.6	13.7	13.5
検索エンジン	31.9	27.3	19.3	34.0	19.1	30.8	28.6	36.9
ロコミアプリ・サイト	2.3	6.4	4.0	2.8	3.5	5.4	4.7	3.5
Threads	1.1	1.3	1.4	0.5	1.1	0.9	0.8	0.8
BeReal	1.3	1.9	2.8	1.0	1.2	0.9	1.2	0.6
雑誌	1.0	1.8	2.0	1.3	0.7	1.4	1.3	1.4
ラジオ	2.1	1.9	1.7	2.2	1.0	1.5	1.3	1.3
テレビ	28.1	10.3	19.2	27.8	6.9	19.3	20.6	21.4
新聞	4.6	1.9	2.3	5.5	1.7	3.8	2.9	5.0
広告	2.0	2.1	1.9	1.7	1.1	1.7	2.4	1.4
その他	0.4	0.3	_	1.1	_	0.1	0.1	0.3
特になし	11.2	7.6	10.3	19.0	17.6	14.1	13.5	16.4

使用媒体の目的(数表編①)

<いずれか媒体利用者ベース>



以下の情報収集をする際、あなたが利用する情報源(情報媒体)としてあてはまるものをすべてお選びください。

									時	事的な	よ最新	fの情	報						
			Χ	ı	F	Υ	Т	N	検	П	Т	В	雑	ラ	テ	新	広	そ	特
			(n	а	0	i	е	索	コ	h	е	誌	ジ	レ	聞	告	の	に
			旧	s	С	u	k	w	ェ	Ξ	r	R		オ	ビ			他	な
			Т	t	е	Т	Т	s	ン	ア	е	е							L
			w	а	b	u	0	ア	ジ	プ	а	а							
			i	g	0	b	k	プ	ン	IJ	d	ı							
		Ħ	t	r	0	е		IJ			s								
		ン	t	а	k					サ									
		プ	е	m						1									
		ル	r							١									
		数)																
	全体	950	38.1	14.1	0.7	17.1	11.7	18.4	31.9	2.3	1.1	1.3	1.0	2.1	28.1	4.6	2.0	0.4	11.2
性	男性	472	36.0	11.9	1.3	21.6	9.5	22.4	32.2	2.2	2.0	2.0	1.4	2.3	28.6	6.1	2.6	0.5	11.7
別	女性	478	40.1	16.2	0.2	12.6	13.8	14.4	31.5	2.3	0.2	0.5	0.7	1.9	27.7	3.0	1.4	0.3	10.8
	1年生	242	35.2	12.9	-	16.5	○17.0	13.7	▼25.0	2.0	0.5	0.5	0.3	0.8	29.5	3.6	1.2	0.3	14.5
学	2 年生	236	41.1	13.6	1.1	17.5	11.0	20.8	35.2	1.0	0.7	1.4	2.1	2.8	30.0	5.6	2.4	-	8.0
年	3 年生	233	33.3	13.0	0.5	13.4	8.5	18.1	31.1	3.2	1.0	1.0	0.5	1.8	26.6	2.8	1.8	0.9	13.2
	4 年生	239	42.7	16.7	1.3	20.9	10.0	20.9	36.4	2.9	2.1	2.1	1.3	2.9	26.4	6.3	2.5	0.4	9.2

自分の興味に沿った情報 全 体 950 45.5 41.0 0.9 44.2 25.4 8.3 27.3 6.4 1.3 1.9 1.8 1.9 10.3 1.9 2.1 0.3 7.6 2.4 性 男性 472 41.9 ▼24.1 1.2 46.9 ▼16.4 11.0 29.9 5.3 2.1 1.4 2.0 2.3 10.9 3.3 0.2 9.3 別 5.9 0.7 24.7 9.7 0.9 女性 478 49.0 ○57.8 41.5 34.3 5.7 7.4 0.4 2.4 1.5 1.5 1.5 0.4 1年生 242 ▼40.3 40.8 0.8 44.7 29.8 6.0 ▼20.1 4.6 0.5 1.2 0.5 2.8 9.3 2.5 2.4 11.6 12.7 学 2 年生 42.6 44.6 2.8 2.5 236 48.0 0.6 24.5 8.3 28.1 5.8 1.6 2.9 1.7 4.6 2.4 3年生 233 43.8 ▼35.8 0.5 41.0 21.6 7.7 29.2 5.9 1.8 0.4 0.9 9.2 0.4 1.4 9.6 49.8 10.0 4 年生 239 44.8 1.7 46.4 25.5 11.3 31.8 9.2 2.1 2.9 3.3 2.1 2.1 2.1 1.3 4.6

世間の流行に関する情報 43.8 27.6 19.3 1.7 19.2 2.3 10.3 全 体 950 41.8 1.1 31.0 8.6 4.0 1.4 2.8 2.0 1.9 39.2 ▼27.6 33.5 ▼17.8 2.6 性 男性 472 1.3 11.8 23.4 3.3 2.1 1.7 1.4 2.8 22.0 4.2 13.0 別 \bigcirc 59.8 28.5 37.3 7.7 女性 478 44.4 1.0 5.3 15.2 4.8 0.7 3.8 2.6 0.5 16.6 0.5 1.1 0.6 7.2 15.8 0.5 13.9 242 39.6 39.0 28.8 ○35.3 3.0 0.3 1.8 0.6 17.2 0.8 1年生 学 2 年生 42.8 45.9 1.4 34.5 27.0 9.4 21.9 4.9 4.0 2.8 3.3 22.3 4.0 1.4 6.0 236 1.1 2.4 年 3年生 37.0 43.9 0.9 29.2 22.8 18.0 0.9 0.9 18.4 14.7 233 6.7 3.2 1.0 0.7 1.4 1.7 10.9 4 年生 239 ○47.7 46.4 31.4 25.1 21.3 5.0 3.3 4.6 3.8 2.5 19.2 2.1 4.2 6.7

(%)

(%)

(%)

									事実	とし	て的	確な情	 青報						
	全体	950	13.0	8.5	0.6	15.4	5.5	14.5	34.0	2.8	0.5	1.0	1.3	2.2	27.8	5.5	1.7	1.1	19.0
性	男性	472	12.7	7.9	0.9	19.9	5.6	17.2	31.8	2.0	0.9	1.0	2.1	3.1	26.2	7.5	2.4	1.3	18.1
別	女性	478	13.3	9.1	0.3	11.0	5.5	11.9	36.1	3.5	-	1.0	0.5	1.3	29.4	3.6	0.9	0.9	19.9
	1年生	242	13.3	10.3	0.3	15.5	6.7	12.3	▼ 25.8	1.8	0.5	1.7	0.8	0.5	25.8	3.8	0.8	1.2	23.8
学	2 年生	236	13.8	7.2	0.3	15.8	8.0	13.8	36.9	2.0	-	1.3	2.9	3.9	30.2	6.7	1.5	1.1	▼12.7
年	3 年生	233	13.2	8.4	0.5	15.6	3.8	14.5	31.5	2.3	0.5	-	1.0	2.3	26.9	4.2	2.3	0.5	○24.3
	4 年生	239	11.7	7.9	1.3	14.6	3.8	17.6	○41.8	5.0	0.8	0.8	0.4	2.1	28.5	7.5	2.1	1.7	15.1

(%)

使用媒体の目的(数表編2)

<いずれか媒体利用者ベース>



以下の情報収集をする際、あなたが利用する情報源(情報媒体)としてあてはまるものをすべてお選びください。

								É	自分の	意見	と似	ている	る情報	₹					
			Χ	I	F	Υ	Т	N	検	П	Т	В	雑	ラ	テ	新	広	そ	特
			$\overline{}$	n	а	0	i	е	索	コ	h	е	誌	ジ	レ	聞	告	の	に
			旧	s	С	u	k	w	エ	Ē	r	R		ォ	ビ			他	な
			Т	t	е	Т	Т	s	ン	ア	е	е							し
			w	а	b	u	0	ア	ジ	プ	а	а							
			i	g	0	b	k	プ	ン	IJ	d	ı							
		IJ	t	r	0	е		IJ		•	s								
		ン	t	а	k					サ									
		プ	е	m						1									
		ル	r							١									
		数	$\overline{}$																
	全体	950	40.7	26.3	1.0	23.0	15.6	5.9	19.1	3.5	1.1	1.2	0.7	1.0	6.9	1.7	1.1	-	17.6
性	男性	472	38.3	▼19.3	1.4	○28.0	▼10.2	8.5	23.3	3.6	1.4	0.6	0.9	1.4	7.9	2.5	1.7	-	18.1
別	女性	478	43.1	○33.1	0.5	18.0	○20.9	3.3	14.9	3.4	0.9	1.8	0.5	0.7	5.9	1.0	0.4	-	17.1
	1年生	242	36.3	24.5	0.3	23.4	18.2	7.7	16.8	1.8	-	1.2	0.6	-	7.7	1.5	1.1	-	20.9
学	2 年生	236	○46.3	27.6	1.8	24.5	16.6	5.9	22.9	3.8	0.6	1.6	1.8	2.1	6.2	2.9	1.5	-	▼10.3
年	3 年生	233	39.0	27.6	0.9	19.7	12.7	1.4	17.5	2.6	1.4	-	-	0.7	6.7	0.9	0.9	-	22.4
	4 年生	239	41.4	25.5	0.8	24.3	14.6	8.4	19.2	5.9	2.5	2.1	0.4	1.3	7.1	1.7	0.8	-	16.7

多様な視点からの情報 全 体 950 38.1 19.1 0.6 23.9 14.1 11.6 30.8 5.4 0.9 0.9 1.4 1.5 19.3 3.8 1.7 0.1 14.1 性 男性 472 34.1 15.2 0.7 27.9 10.5 15.4 32.0 4.6 1.4 1.1 1.8 1.7 21.3 5.5 2.5 14.4 別 0.5 29.7 0.9 0.9 女性 478 42.1 23.0 20.0 17.6 7.9 6.2 0.4 0.7 1.4 17.4 2.1 0.2 13.9 1年生 242 34.4 18.7 23.1 18.0 11.5 26.9 4.4 0.3 0.8 20.7 2.7 1.6 15.5 18.7 学 2 年生 0.6 34.1 0.3 2.9 6.0 236 39.9 21.5 23.6 13.9 12.9 5.1 0.6 2.0 1.1 9.6 3年生 233 36.0 16.1 1.0 21.2 11.8 ▼6.3 26.4 3.8 1.0 0.5 0.5 0.7 20.0 2.3 0.7 ○19.7 20.1 0.8 4 年生 239 42.3 27.6 12.6 15.5 ○36.0 8.4 2.1 2.1 2.1 2.5 18.0 4.2 3.3 0.4 11.7

簡潔で分かりやすい情報 18.8 0.8 20.1 14.2 13.7 1.3 20.6 全 体 950 30.0 28.6 4.7 0.8 1.2 1.3 2.9 2.4 0.1 13.5 性 1.1 ○25.4 男性 472 30.2 14.3 9.5 17.2 28.3 4.6 1.4 0.9 1.8 1.9 22.0 3.9 2.6 13.9 別 4.7 0.5 ▼15.0 0.7 0.7 2.2 0.2 女性 478 29.9 23.2 18.8 10.2 28.9 0.3 1.4 19.1 1.9 13.2 13.1 ▼22.6 21.0 2.0 15.4 242 29.6 16.1 19.9 15.1 3.5 0.3 1.5 0.3 0.8 1.7 1年生 学 2 年生 33.0 18.2 1.4 18.4 15.0 12.1 28.7 4.6 0.3 1.8 20.4 5.3 3.4 11.0 236 1.6 1.8 1.4 年 3年生 29.2 19.2 18.4 10.7 14.5 29.7 0.4 0.5 0.4 22.0 0.9 1.6 16.5 233 5.3 1.0 28.5 0.4 2.5 2.9 4 年生 239 21.8 23.8 15.9 15.1 33.5 5.4 1.7 1.3 2.1 18.8 3.3 0.4 11.3

(%)

(%)

(%)

			詳細で深い分析を踏まえた情報																
全 体		950	20.4	9.9	0.4	19.7	6.9	13.5	36.9	3.5	0.8	0.6	1.4	1.3	21.4	5.0	1.4	0.3	16.4
性	男性	472	21.5	8.3	0.5	○25.3	5.9	16.4	34.0	2.7	1.4	0.6	2.1	1.6	21.1	6.7	1.8	0.4	15.0
別	女性	478	19.3	11.4	0.4	▼14.1	7.8	10.6	39.7	4.3	0.2	0.5	0.8	1.0	21.7	3.3	1.0	0.2	17.8
	1年生	242	21.7	11.1	-	19.4	7.8	14.8	▼ 28.8	2.3	0.5	0.6	0.3	1.4	19.4	3.6	2.0	-	20.2
学	2 年生	236	22.6	9.2	0.3	21.4	7.2	13.5	40.8	3.0	0.3	0.3	2.8	1.0	23.5	7.0	1.1	0.7	₹8.8
年	3 年生	233	18.1	8.3	0.5	▼ 13.9	5.2	11.4	33.7	3.4	1.0	-	1.0	0.7	21.1	3.2	0.9	-	○22.3
	4 年生	239	19.2	10.9	0.8	23.8	7.1	14.2	○44.4	5.4	1.3	1.3	1.7	2.1	21.8	6.3	1.7	0.4	14.2

(%)

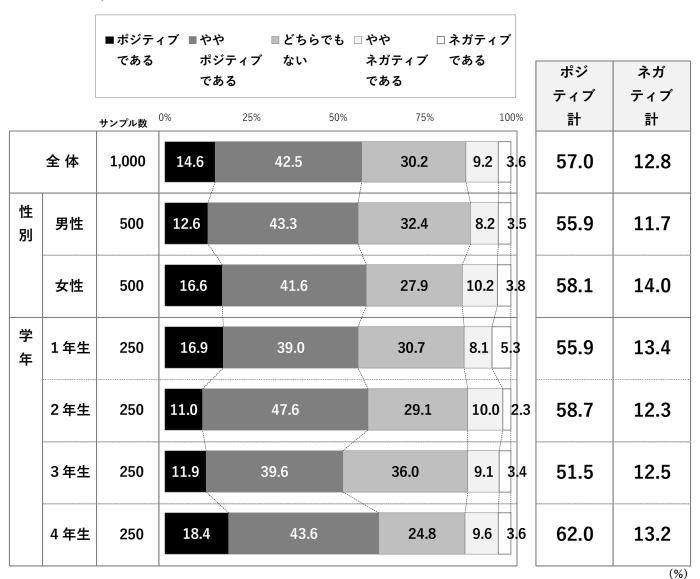
◆ レコメンド機能について、ポジティブ・ややポジティブであると回答した人は全体の57.0%である。

<全ベース>



デジタル情報媒体における情報の"レコメンド機能"について、あなたはどのように感じますか。

<全体:N=1,000>



情報レコメンドに対する意識の理由・対策エピソード

- ▶ 情報のレコメンド機能に対する意識のTop3は
 - 1位「興味にマッチする」(16.7%)、
 - 2位「便利と感じる」(13.0%)、
 - 3位「情報が偏る」(6.6%)

である。

<**全ベース**>



あなたは前の設問で、『情報レコメンド機能』について、 {Q5回答再掲} とお答えになりました。 そのようにお考えになった理由をお知らせください。

また、実際に『情報レコメンド機能』に対して講じている対策や工夫などがあれば、併せてお知らせください。

【情報レコメンドに対する意識の理由・対策エピソード】

<全体: N=1.000>

<全体	: N=1,000>						
1位:	興味にマッチする	167人	(16.7%)	(男性	57人	:女性	110人)
2位:	便利と感じる	130人	(13.0%)	(男性	48人	:女性	82人)
3位:	情報が偏る	66人	(6.6%)	(男性	31人	:女性	35人)
4位:	良いと感じる	23人	(2.3%)	(男性	14人	:女性	9人)
5位:	エコーチェンバーと感じる	22人	(2.2%)	(男性	5人	:女性	17人)
6位:	対策を講じる必要がある	19人	(1.9%)	(男性	5人	:女性	14人)
7位:	不信感を感じる	18人	(1.8%)	(男性	5人	:女性	13人)
8位:	参考になる	17人	(1.7%)	(男性	4人	:女性	13人)
9位:	監視されていると感じる	16人	(1.6%)	(男性	1人	:女性	15人)
9位:	無駄な情報が多い	16人	(1.6%)	(男性	6人	:女性	10人)
11位:	精度低いと感じる	14人	(1.4%)	(男性	4人	:女性	10人)
12位:	特に気にしていない	12人	(1.2%)	(男性	6人	:女性	6人)
13位:	使用していない	10人	(1.0%)	(男性	4人	:女性	6人)
14位:	個人情報が抜かれそうで怖い	9人	(0.9%)	(男性	5人	:女性	4人)
14位:	新たな興味に気づくきっかけとな る	9人	(0.9%)	(男性	3人	:女性	6人)
16位:	情報量が多いと感じる	8人	(0.8%)	(男性	3人	:女性	5人)
16位:	新たな視点	8人	(0.8%)	(男性	3人	:女性	5人)

世の中の情報レコメンドに対する意識

デジタルの情報媒体でレコメンド機能に対する意識のTop3は 1位「情報収集が容易になったと感じる」(26.6%)、 2位「発見する新しい情報が役立つと感じる」(18.0%)、 3位「自分の興味が限定されると感じる」(17.9%) である。

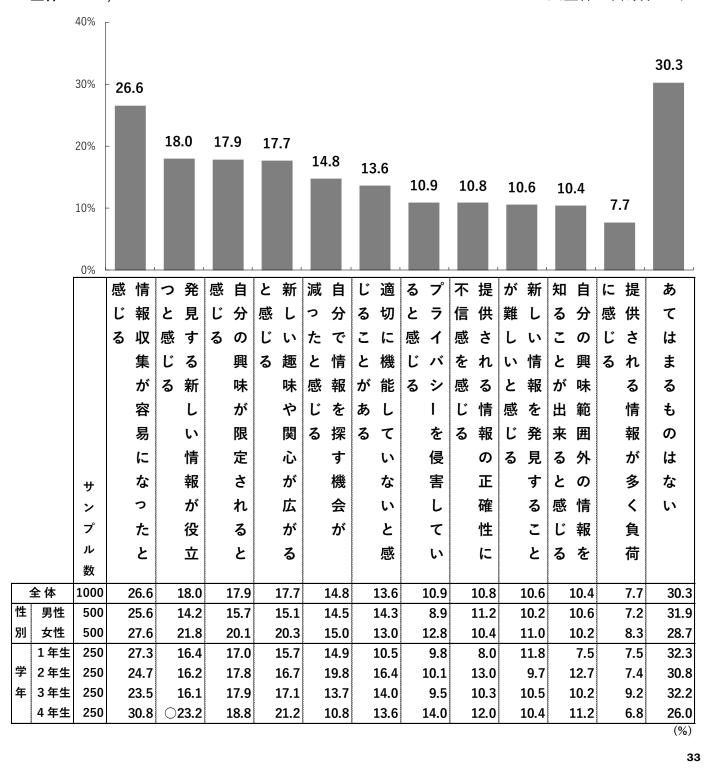
<全ベース>



デジタル情報媒体における情報の"レコメンド機能"に対する意識についてお聞きします。 以下の中から、あなたのお気持ちにあてはまるものをすべてお選びください。

<全体:N=1,000>

※全体で降順ソート



|| 普段のコミュニケーションについて

※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

※30ssを下回る軸には未反映

普段のコミュニケーション意識

- 関係性の浅い人と1:1でのコミュニケーションする際に意識していることのTop3は、
 - 1位「言葉づかいに気を付ける」 (37.4%)、
 - 2位「適切な距離感をと持つ」(36.6%)、
 - 3位「相手の反応をよく観察する」(29.1%)である。
- 関係性の深い人と1:1でのコミュニケーションする際に意識していることのTop3は、
 - 1位「適度にユーモアを交える」(31.0%)、
 - 2位「相手の意見や感想を尊重する」(26.3%)、
 - 3位「自分の意見を押し付けないようにする」 (25.6%)である。

<全ベース>



普段のあなたの"対人"(オフライン)でのコミュニケーションについてお聞きします。

相

相

相

相手との関係性の違いによって、どのような事に意識・注意していますか。それぞれあてはまるものをすべてお選びください。

適

自

適

<全体:N=1,000>

関係性の浅い人 (1:1)■関係性の深い人

(1:1)

-- - ■ 関係性の浅い人 (グループ/複数)

••••• 関係性の深い人

(グループ/複数)

0%



相

会

相

忙

		3 ;			_				_		~	8			1	
	葉	手	手	手	分	切	度	手	話	手	題	し	デ	す	て	
	遣	の	の	の	の	な	に	の	の	の	が	そ	1	ス	は	
	い	立	興	意	意	距	ュ	反	流	文	適	う	ラ	ピ	ま	
	に	場	味	見	見	離	ı	応	ħ	化	切	な	ン	ı	る	
	気	や	や	や	を	感	Ŧ	を	を	や	か	時	ゲ	۴	ŧ	
	を	気	関	感	押	を	ア	ょ	円	背	ど	や	I	や	の	
	付	持	心	想	し	保	を	<	滑	景	う	気	ジ	声	は	
	け	ち	に	を	付	っ	交	観	に	を	か	分	や	の	な	
	る	を	合	尊	け		え	察	保	尊	を	が	表	۲	い	
		考	ゎ	重	な		る	す	っ	重	判	悪	情	ı		
		慮	せ	す	い			る	ょ	す	断	そ	に	ン		
		す	て	る	ょ				う	る	す	う	注	を		
		る	話		う				に		る	な	意	調		
			題		に				努			時	を	整		
			を		す				め			に	払	す		
			選		る				る			配	う	る		
			ન્ડેઃ									慮				
												す				
												る				
関係性の浅い人	37.4	27.9	21.1	26.0	26.8	36.6	14.2	29.1	20.3	14.4	22.2	17.8	10.9	16.9	17.2	
(1:1)	*												***************************************			
関係性の深い人	17.2	25.4	22.2	26.3	25.6	19.4	31.0	23.2	16.9	12.2	16.5	21.3	11.4	16.6	18.0	
(1:1)																
関係性の浅い人	30.0	21.8	17.4	23.5	25.7	35.7	11.0	26.3	25.4	14.1	19.2	14.2	13.5	18.7	17.0	
(グループ/複数) 関係性の深い人																
	16.4	21.6	18.5	24.8	22.7	18.3	26.5	22.7	21.3	12.5	17.9	14.4	9.5	15.3	19.4	
(グループ/複数)	 ※ハ・	ッチング	グ定義	(各世	係性:	(と)		1 : 1	位■	: 2位	: 3	位			(%)	
	/•\- ' /	, ,	~_ 1 %	\ L IX	, ,,,, , ,	/				1-2					(, -)	

<全ベース>



普段のあなたの"対人"(オフライン)でのコミュニケーションについてお聞きします。 相手との関係性の違いによって、どのような事に意識・注意していますか。それぞれあてはまるものをすべてお選びください。

	関係性の浅い人								(1:1	でのこ	コミュ	ニケ・	ーショ	ン)			
			言	考 相		重 相	な自	適	る適	す相	つ会	重 相	判話	悪忙	情ボ	ト話	あ
			葉	慮手	せ手	す手	い分	切	度	る手	よ話	す手	断 題	そし	にデ	l す	て
			遣	すの	ての	るの	よの	な	に	の	うの	るの	すが	うそ	注ィ	ンス	は
			い	る立	話 興	意	う意	距	ュ	反	に流	文	る適	なう	意 ラ	をピ	ま
			に	場	題味	見	に見	離	I	応	努れ	化	切	時な	をン	調Ⅰ	る
			気	や	をや	や	すを	感	モ	を	めを	や	か	に時	払ゲ	整ド	ŧ
		サ	を	気	選関	感	る押	を	ア	ょ	る円	背	ど	配や	うし	すや	の
		ン。	付	持	ぶ心	想	し	保	を	<	滑	景	う	慮 気	ジ	る声	は
		プ	け	ち	に	を	付	っ	交	観	に	を	か	す 分	や	の	な
		数	る	を	合	尊	け		え	察	保	尊	を	るが	表		い
	 全 体	1000	27.4	27.9	21.1	26.0	26.0	26.6	14.2	20.1	20.3	1/1/	22.2	17.0	10.0	16.9	17.2
性	男性	500	37.4 34.5	24.9	21.1 17.9	26.0 21.8	26.8 23.0	36.6 31.9		29.1 ▼21.0	16.1	14.4 15.8	20.5	17.8 14.2	10.9 8.4	13.4	17.2 18.2
別	女性	500	40.3	30.9	24.3	30.3	30.7	41.3		▼21.0 ○37.3	24.4	13.1	23.8	21.5	13.5	20.3	16.2
,,,	1年生	250	38.6	25.2	19.5	22.5	24.1	37.7	12.2	27.9	20.0	11.5	20.7	13.4	9.5	16.7	19.6
学	2 年生	250	41.5		23.6	30.0	30.8	36.8	16.2	30.6	19.1	17.6	20.7	22.2	11.4	18.9	15.3
年	3年生	250	▼30.7	24.5	20.8	26.8	24.5	32.7	12.7	27.6	22.4	13.4	23.2	18.1	12.5	15.5	21.0
	4 年生	250	38.8	28.8	20.4	24.8	28.0	39.2	15.6	30.4	19.6	15.2	24.0	17.6	10.4	16.4	12.8
	(%)																
関係性の深い人(1:1でのコミュニケーション)																	
	全 体	1000	17.2	25.4	22.2	26.3	25.6	19.4	31.0	23.2	16.9	12.2	16.5	21.3	11.4	16.6	18.0
性	男性	500	14.5	21.9	20.8	21.4	21.6	20.3	28.6	18.3	17.6	10.0	16.9	18.3	10.8	15.8	18.9
別	女性	500	20.0	28.9	23.6	31.1	29.6	18.5	33.5	28.1	16.3	14.4	16.0	24.4	12.0	17.4	17.0
ᄴ	1年生	250	13.6	22.0	22.3	25.1	23.9	14.9	30.7	20.5	15.3	8.3	12.9	17.9	9.6	15.0	21.5
学	2年生	250	21.6		23.1	29.9	27.3	21.6	32.2	23.8	17.2	15.0	18.6	25.9	14.9	19.3	15.9
年	3 年生 4 年生	250 250	16.5 17.2	25.4 22.0	25.1 18.4	27.6 22.4	25.6 25.6	22.3 18.8	29.2 32.0	21.4 27.2	19.3 16.0	13.1 12.4	17.2 17.2	21.5 20.0	9.3 11.6	14.0 18.0	20.8 13.6
	4+1	230	11.2	22.0	10.4	22.4	25.0	10.0	32.0	21.2	10.0	12.4	17.2	20.0	11.0	10.0	(%)
				誹	 個性	の浅し	.	グル-	- プや	複数	人での) ¬ >	¬ - +	ァーシ	ョン		(/0)
	 全 体	1000	30.0	21.8		23.5	25.7	35.7			25.4	14.1	19.2			18.7	17.0
性	<u> </u>	500	27.5		15.7	19.1					24.4	16.3	16.6			17.4	
別	女性	500	32.4	22.8	19.0	27.9	27.2	3	10.3	3	26.5	12.0	21.8		14.0	20.0	14.7
	1年生	250	26.7	-	16.5	19.7		▼30.0	10.0	_	-	11.1	17.7				
学	2 年生	250	32.5	21.9	18.8	25.9	○31.0	○41.0	12.4	24.4	25.6	17.8	19.2	17.6	17.6	18.2	17.3
年	. –	250	28.7	19.8	16.6	23.5	23.5	34.9	11.4	26.9	28.7	14.8	15.5	15.6	14.9	17.5	18.4
	4 年生	250	32.0	23.2	17.6	24.8	26.8	36.8	10.0	30.0	22.0	12.8	○24.4	13.2	11.6	19.6	12.8
						_ ,				I — Atab							(%)
					_						人での						
	全体	1000	16.4		18.5	24.8		18.3			-					X	8
性	男性	500	15.6	3	8	22.9	20.2	19.9	}	3	21.0	13.9	17.2		3	8	1
別	女性 1年生	500	17.3		18.4	26.7	25.1	16.7		26.8	21.6	11.1	18.7 ▼12.3	14.7	10.7	15.8	18.8
学	1	250 250	15.4 16.5	17.5 25.1	18.3 20.0	23.7 24.1	18.4 26.8	16.8 21.5	26.3 29.4	21.0 27.4	20.2 23.9	13.4	▼12.3 19.2	12.5 15.5	7.3 12.0	11.2 17.6	21.8 20.5
年	. –	250	16.7	3	16.4	26.3	23.1	21.3	26.7	}	20.6	13.4	16.6	15.5	8.6	15.3	8
_	4 年生	250	17.2		19.2	25.2	22.4	13.6	23.6	21.6	20.4		○23.6	14.0	10.0	Ř.	▼ 14.0
L	· · -			0				_0.5	_0.0						_0.5		(0/)

テキストコミュニケーション意識

40%

30%

10%

0%

- 関係性が浅い人と1:1でテキストコミュニケーションをする際に意識していることのTop3は、 1位「言葉遣いに気を付ける」(33.5%)、2位「メッセージのタイミングや頻度を調整する」(29.4%)、 3位「適切な距離感を保つ」(25.6%)である。
- 関係性が深い人と1:1でテキストコミュニケーションをする際に意識していることのTop3は、 1位「適度にユーモアを交える」(24.5%)、2位「自分の意見を押し付けないようにする」(20.9%)、 3位「相手の意見や感想を尊重する」(18.8%)である。

<全ベース>



普段のあなたの"テキスト"でのコミュニケーションについてお聞きします。 相手との関係性の違いによって、どの様な事に意識・注意していますか。それぞれあてはまるものをすべてお選びください。

<全体:N=1,000>

関係性の浅い人 (1:1)■関係性の深い人

(1:1)-- - ■ 関係性の浅い人 (グループ/複数)

•••○•• 関係性の深い人 (グループ/複数) 20%

() / () ()															
	言	相	相	相	自	適	適	相	会	相	話	忙	絵	У	あ
	葉	手	手	手	分	切	度	手	話	手	題	し	文	ッ	て
	遣	の	の	の	の	な	に	の	の	の	が	そ	字	セ	は
	い	立	興	意	意	距	ュ	反	流	文	適	う	や	ı	ま
	に	場	味	見	見	離	ı	応	ħ	化	切	な	ス	ジ	る
	気	や	や	や	を	感	Ŧ	を	を	や	か	時	タ	の	ŧ
	を	気	関	感	押	を	ア	ょ	円	背	ど	や	ン	タ	の
	付	持	心	想	し	保	を	<	滑	景	う	気	プ	1	は
	け	ち	に	を	付	っ	交	観	に	を	か	分	の	E	な
	る	を	合	尊	け		え	察	保	尊	を	が	使	ン	い
		考	ゎ	重	な		る	す	っ	重	判	悪	用	グ	
		慮	せ	す	い			る	ょ	す	断	そ	に	や	
		す	て	る	ょ				う	る	す	う	注	頻	
		る	話		う				に		る	な	意	度	
			題		に				努			時	を	を	
			を		す				め			に	払	調	
			選		る				る			配	う	整	
			-ડેઃ									慮		す	
												す		る	
												る			
関係性の浅い人	22 E	10.2	12.0	10.2	10.2	25.6	10.2	10.0	1/1 2	11 7	10 /	15 5	22.0	20.4	10.2
(1:1)	33.3	19.3	13.9	19.2	19.2	25.0	10.2	19.9	14.3	11.7	19.4	15.5	23.0	29.4	19.3
関係性の深い人	18 3	17 2	17 N	18.8	20.9	15.7	24 5	17 Δ	14 6	11 Д	135	175	15 0	17 7	21 3
(1:1)	10.0		11.0	20.0	_0.3	10.7	_ 1.0	±1.7	27.0	44. T	10.0		10.0	±	
関係性の浅い人	30.8	19.3	13.3	18.1	20.5	27.6	8.4	18.8	20.3	12.2	18.0	13.7	19.8	23.4	19.9
(グループ/複数)											-				
関係性の深い人	18.7	18.6	15.0	19.0	19.5	16.1	21.9	17.4	16.5	11.4	15.6	16.3	14.4	17.7	22.5
(グループ/複数)	*	. 	が中羊	(夕田	1/5/H- =	ごと)		. 1	/÷ =	· ၁/ 	: 3	<u></u>			(%)
	**/ \'	アナン:	ノ疋莪	(合民	ゴボ江	_ ()		■ · 1	17T	· 2]17	: 3	<u>17</u> 7			(70)

テキストコミュニケーション意識(数表編)

<全ベース>



普段のあなたの"テキスト"でのコミュニケーションについてお聞きします。 相手との関係性の違いによって、どの様な事に意識・注意していますか。それぞれあてはまるものをすべてお選びください。

		_																
							関係	生の氵	能い人	(1:1	での:	コミュ	ニケ	ーショ	ョン)			
			言	考	相	わ相	重 相	な自	適	る適	す 相	つ会	重 相	判話	悪忙	用絵	グメ	あ
			葉	慮	手	せ手	す 手	い分	切	度	る手	よ話	す手	断 題	そし	に文	やッ	て
			遣	す	の	ての	るの	よの	な	に	の	うの	るの	すが	うそ	注 字	頻セ	は
			い	る	立	話 興	意	う意	距	ュ	反	に流	文	る適	なう	意や	度Ⅰ	ま
			に		場	題味	見	に見	離	ı	応	努れ	化	切	時な	をス	をジ	る
			気		や	をや	や	すを	感	Ŧ	を	めを	や	か	に時	払タ	調の	ŧ
		サ	を		気	選関	感	る押	を	ア	ょ	る円	背	ど	配や	うン	整タ	の
		ン	付		持	ぶ心	想	し	保	を	<	滑	景	う	慮 気	プ	すイ	は
		プ	け		ち	に	を	付	っ	交	観	に	を	か	す分	の	るミ	な
		ル 数	る		を	合	尊	け		え	察	保	尊	を	るが	使	ン	い
	^ #	***	20.5	4.		10.0	10.0	10.0	05.0	10.0	10.0	110	44.7	10.4	45.5	00.0	00.4	100
	全体	1000	33.5		9.3	13.9	19.2	19.2	Į.		-	Į.	1	19.4	1	8	8	8
性	男性	500	28.6	1	7.9	11.6	17.0	18.6	24.6	11.8	17.8	15.5	11.7	16.1	12.8	▼ 13.3	24.5	22.1
別	女性	500	38.5	20	0.7	16.1	21.4	19.8	26.7	8.6	21.9	13.1	11.7	22.8	18.1	○34.3	34.3	16.5
	1年生	250	32.4	20	0.4	14.2	17.5	20.9	24.8	8.1	19.7	13.8	12.6	▼13.9	15.7	21.8	24.8	23.6
学	2 年生	250	35.9	2:	1.5	13.0	21.4	17.9	24.1	12.2	21.5	17.6	12.7	21.5	16.8	23.6	○35.9	17.9
年	3年生	250	28.6	17	7.8	14.7	19.6	18.4	28.5	10.5	17.8	15.0	9.5	22.3	15.0	22.4	28.0	22.0
	4 年生	250	37.2	17	7.6	13.6	18.4	19.6	25.2	10.0	20.4	10.8	12.0	20.0	14.4	27.2	28.8	▼ 13.6
	·																	(%)
							田田/元	4 6 2	21 . I	(1 1	-	_		• .	1.			

						関係性	生の深	い人	(1:1	でのこ	ミュ	ニケー	ーショ	ン)			
	全体	1000	18.3	17.2	17.0	18.8	20.9	15.7	24.5	17.4	14.6	11.4	13.5	17.5	15.0	17.7	21.3
性	男性	500	15.8	15.6	16.2	16.8	20.3	17.4	20.7	16.0	16.8	13.2	13.2	16.0	14.5	16.8	22.4
別	女性	500	20.8	18.8	17.8	20.7	21.5	13.9	28.3	18.8	12.3	9.5	13.8	18.9	15.6	18.6	20.1
	1年生	250	18.6	15.0	13.5	17.3	19.1	11.9	24.5	17.0	11.9	8.9	10.3	14.7	14.0	17.1	24.4
学	2 年生	250	18.9	21.0	20.1	16.8	21.4	19.0	22.7	20.4	16.4	14.9	17.6	20.9	19.4	19.0	17.7
年	3年生	250	17.4	16.1	17.2	20.2	21.2	20.7	23.6	17.9	15.1	10.0	13.5	17.1	13.6	17.5	25.4
	4 年生	250	18.4	16.8	17.2	20.8	22.0	11.2	27.2	14.4	14.8	11.6	12.8	17.2	13.2	17.2	17.6

(%)関係性の浅い人(グループや複数人でのコミュニケ-ニション) 1000 全 体 30.8 19.3 13.3 18.1 20.5 27.6 8.4 18.8 20.3 12.2 18.0 13.7 19.8 23.4 19.9 性 男性 500 27.2 19.9 13.9 18.3 19.2 27.2 8.5 16.4 19.1 12.1 16.6 **12.4 ▼14.1** 21.6 22.3 別 女性 500 34.4 18.7 12.8 17.9 21.7 28.1 8.2 21.2 21.5 12.3 19.3 14.9 \(\)25.6 25.3 17.6 1年生 250 27.9 20.4 16.7 17.8 12.6 **11.1** ▼**14.0** 16.8 12.9 16.0 24.7 9.6 16.2 20.1 ○25.1 学 2年生 250 33.3 23.0 29.2 5.8 18.9 22.5 16.2 23.5 18.2 14.5 17.5 20.2 11.1 20.7 24.1 3年生 250 年 27.2 18.5 13.2 19.3 18.8 30.2 9.6 19.4 18.8 11.4 18.1 11.0 22.2 26.9 22.5 4年生 250 34.8 12.8 19.6 22.4 26.4 8.4 20.0 22.0 13.6 16.8 16.4 19.2 23.2 ▼14.0 18.8

(%) 関係性の深い人(グル-<u>プや複数人でのコミュニケーション)</u> 1000 全 体 18.7 15.0 19.5 11.4 14.4 17.7 22.5 18.6 19.0 16.1 21.9 17.4 16.5 15.6 16.3 性 男性 500 18.7 16.3 13.7 18.7 20.0 16.3 19.7 16.9 17.4 12.7 17.2 16.3 12.9 15.6 23.7 別 500 女性 18.7 20.9 16.3 19.3 18.9 15.9 24.2 17.8 15.6 10.2 14.0 16.3 15.9 19.8 21.3 1年生 250 **▼**13.1 15.0 14.9 **▼**10.5 24.6 14.7 13.7 11.7 11.4 12.9 14.0 16.0 15.1 15.2 **27.7** 学 2 年生 250 ○25.3 ○25.0 15.3 22.1 16.8 20.7 22.0 17.4 11.3 18.7 15.9 16.6 19.1 19.4 23.6 年 3年生 250 16.1 17.4 13.2 19.9 18.3 20.2 22.9 17.3 17.7 12.2 16.7 17.8 13.5 18.5 24.1 4 年生 17.2 250 20.4 19.2 19.6 15.6 17.2 17.2 16.4 20.8 16.8 10.4 15.6 18.8 13.6 18.8 (%)

略語の利用頻度

- 普段のテキストコミュニケーションにおいて、よく使う・たまに使うと回答された略語や言語表現のTop5は、
 - 1位「!」や「?」(79.8%)、
 - 2位「笑」(69.6%)、 3位「おけ」(64.7%)

 - 4位「絵文字」(60.5%)
 - 5位「それな」や「あーね」(57.0%)
 - である。

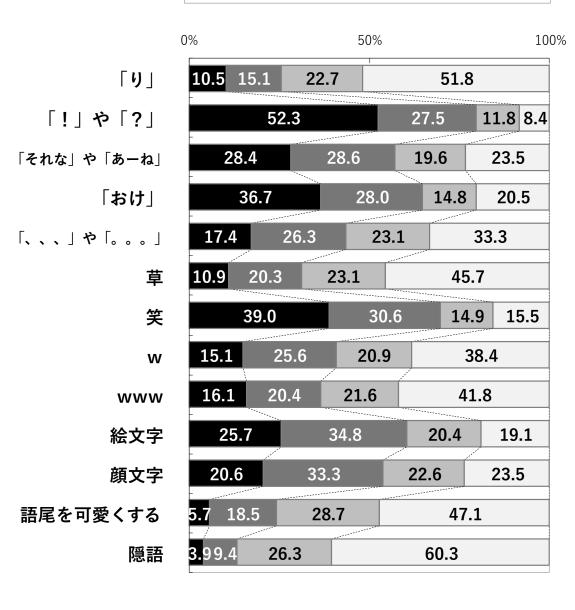
<全ベース>



あなたは普段のテキストコミュニケーションにおいて、以下の略語や言語表現を使用しますか。それぞれお答えください。

<全体:N=1,000>

■よく使う ■たまに
■あまり □全然 使う 使わない 使わない



使わない 計
74.5
20.2
43.0
35.3
56.4
68.8
30.4
59.3
63.5
39.5
46.1
75.8
86.7

<全ベース>



あなたは普段のテキストコミュニケーションにおいて、以下の略語や言語表現を使用しますか。それぞれお答えください。

<全体:N=1,000>

					ΓŊ)]					「!」 キ	۱?]خ		
		サ	ょ	た	使あ	使 全	使	使	ょ	た	使あ	使 全	使	使
		ン	<	ま	わま	わ然	う	わ	<	ま	わま	わ然	う	ゎ
		プ	使	に	なり	な	計	な	使	に	なり	な	計	な
		ル	う	使	い	い		い	う	使	い	い		い
		数		う				計		う				計
	全体	1000	10.5	15.1	22.7	51.8	25.5	74.5	52.3	27.5	11.8	8.4	79.8	20.2
性	男性	500	10.8	17.2	21.9	50.1	28.0	72.0	▼ 35.8	34.8	17.1	12.2	▼ 70.6	29.4
別	女性	500	10.1	12.9	23.5	53.5	23.0	77.0	○ 68.9	▼ 20.1	▼ 6.5	4.5	○ 89.0	▼ 11.0
	1年生	250	10.6	16.8	26.1	▼ 46.5	27.4	72.6	53.6	22.6	12.4	11.5	76.2	23.8
学	2 年生	250	12.9	12.0	21.1	54.0	24.9	75.1	50.7	30.5	13.5	5.4	81.1	18.9
年	3 年生	250	7.5	15.4	22.8	54.3	22.9	77.1	52.7	25.6	14.2	7.5	78.3	21.7
	4 年生	250	10.8	16.0	20.8	52.4	26.8	73.2	52.4	31.2	7.2	9.2	83.6	16.4
														(%)

				「それ	いな」や	> 「あ−	-ね」				「お	け」		
		サ	ょ	た	使あ	使 全	使	使	ょ	た	使あ	使 全	使	使
		ン	<	ま	わ ま	わ然	う	ゎ	<	ま	わ ま	わ然	う	わ
		プ	使	に	なり	な	計	な	使	に	なり	な	計	な
		ル	う	使	い	い		い	う	使	い	い		い
		数		う				計		う				計
	全体	1000	28.4	28.6	19.6	23.5	57.0	43.0	36.7	28.0	14.8	20.5	64.7	35.3
性	男性	500	▼ 21.3	27.6	23.7	27.5	¥ 48.8	51.2	33.8	28.1	15.7	22.3	62.0	38.0
別	女性	500	○ 35.5	29.6	15.4	19.5	○ 65.1	▼ 34.9	39.6	27.9	13.9	18.6	67.5	32.5
	1年生	250	33.1	27.3	20.0	19.7	60.3	39.7	37.0	28.7	18.5	15.8	65.7	34.3
学	2 年生	250	32.2	29.3	17.2	21.3	61.4	38.6	41.5	25.8	10.9	21.8	67.3	32.7
年	3 年生	250	27.1	25.1	22.6	25.2	52.2	47.8	35.5	26.5	16.3	21.8	61.9	38.1
	4 年生	250	▼ 21.2	32.8	18.4	27.6	54.0	46.0	32.8	31.2	13.6	22.4	64.0	36.0
			•		,				,				•	(%)

				Γ,,	、」 *	، ، ا خ	. ا				茑	į.		
		サ	ょ	た	使あ	使 全	使	使	ょ	た	使あ	使 全	使	使
		ン	<	ま	わま	わ然	う	ゎ	<	ま	わ ま	わ然	う	わ
		プ	使	に	なり	な	計	な	使	に	なり	な	計	な
		ル	う	使	い	い		い	う	使	い	い		い
		数		う				計		う				計
	全体	1000	17.4	26.3	23.1	33.3	43.6	56.4	10.9	20.3	23.1	45.7	31.2	68.8
性	男性	500	▼ 11.0	27.0	27.1	34.9	▼ 38.0	62.0	9.6	23.9	25.9	▼ 40.7	33.5	66.5
別	女性	500	23.7	25.5	19.1	31.8	49.2	▼ 50.8	12.2	16.7	20.3	50.7	29.0	71.0
	1年生	250	15.2	26.0	24.2	34.6	41.2	58.8	12.0	17.0	23.4	47.6	28.9	71.1
学	2 年生	250	18.8	25.2	23.9	32.2	43.9	56.1	13.3	18.5	21.3	46.9	31.8	68.2
年	3 年生	250	16.3	25.5	24.2	34.0	41.8	58.2	8.5	25.7	23.2	42.6	34.2	65.8
	4 年生	250	19.2	28.4	20.0	32.4	47.6	52.4	10.0	20.0	24.4	45.6	30.0	70.0
		•												(%)

(%

<全ベース>



あなたは普段のテキストコミュニケーションにおいて、以下の略語や言語表現を使用しますか。それぞれお答えください。

<全体:N=1,000>

						ŧ					V	v		
		サ	ょ	た	使あ	使 全	使	使	ょ	た	使あ	使 全	使	使
		ン	<	ま	わ ま	わ然	う	ゎ	<	ま	わ ま	わ然	う	わ
		プ	使	に	なり	な	計	な	使	に	なり	な	計	な
		ル	う	使	い	い		い	う	使	い	い		い
		数		う				計		う				計
	全体	1000	39.0	30.6	14.9	15.5	69.6	30.4	15.1	25.6	20.9	38.4	40.7	59.3
性	男性	500	▼ 28.0	32.2	17.5	22.3	▼ 60.2	○ 39.8	14.2	○ 31.0	19.8	35.0	45.2	54.8
別	女性	500	49.9	29.1	12.3	▼ 8.7	○ 79.0	▼ 21.0	16.1	▼ 20.2	22.0	41.7	36.3	63.7
	1年生	250	43.0	28.8	15.3	12.9	71.7	28.3	14.6	28.5	22.2	34.8	43.1	56.9
学	2 年生	250	40.8	27.1	14.1	18.0	67.9	32.1	18.3	24.4	18.3	39.0	42.7	57.3
年	3 年生	250	36.1	31.4	15.6	16.8	67.6	32.4	11.9	24.4	22.8	40.9	36.3	63.7
	4 年生	250	36.0	35.2	14.4	14.4	71.2	28.8	15.6	25.2	20.4	38.8	40.8	59.2
			•											(%)

絵文字 www サ ょ た 使あ 使 全 使 使 ょ た 使 あ 使 全 使 使 ン < ま う < わ然 う わ ま わ然 ゎ ま わ ま ゎ プ 使 に な ŋ な 計 な 使 に な ŋ な 計 な ル う 使 い い い う 使 い い い 数 う 計 う 計 全体 1000 20.4 21.6 41.8 20.4 19.1 39.5 16.1 36.5 63.5 25.7 34.8 60.5 男性 500 13.9 22.2 24.2 39.6 36.1 63.9 ▼ 11.5 31.0 🔾 27.9 **○ 29.6** ▼ 42.5 ○ 57.5 性 別 女性 500 18.4 18.5 19.1 44.1 36.9 63.1 **40.0** 38.5 ▼ 12.9 **▼** 8.5 ○ 78.6 **▼** 21.4 1年生 250 14.4 24.1 24.4 37.1 38.5 61.5 31.9 56.1 43.9 24.2 23.5 20.3 2 年生 学 250 19.5 18.6 18.1 43.9 38.0 62.0 22.7 35.1 19.4 22.8 57.8 42.2 年 3年生 42.4 32.1 250 14.7 18.4 24.5 33.1 66.9 26.9 23.9 17.1 59.0 41.0 4 年生 250 20.4 44.0 63.6 29.2 ○ 40.0 ▼ 14.8 16.0 ○ 69.2 ▼ 30.8 16.0 19.6 36.4 (%)

														(, 0)
					颜	文字				語	尾を可	愛くす	3	
		サ	よ	た	使あ	使 全	使	使	よ	た	使あ	使 全	使	使
		ン	<	ま	わま	わ然	う	ゎ	<	ま	わ ま	わ然	う	ゎ
		プ	使	に	に なり		計	な	使	に	なり	な	計	な
		ル	う	使	い	い		い	う	使	い	い		い
		数		う				計		う				計
	全体	1000	20.6	33.3	22.6	23.5	53.9	46.1	5.7	18.5	28.7	47.1	24.2	75.8
性	男性	500	▼ 11.0	30.6	26.1	32.4	¥ 41.6	58.4	3.6	14.1	26.5	55.8	▼ 17.7	82.3
別	女性	500	○ 30.2	36.0	19.1	▼ 14.7	66.2	▼ 33.8	7.8	22.9	31.0	▼ 38.3	○ 30.7	▼ 69.3
	1年生	250	17.3	33.5	24.4	24.8	50.8	49.2	4.1	18.8	30.2	46.9	22.8	77.2
学	2 年生	250	22.2	32.2	23.0	22.6	54.5	45.5	5.9	15.3	25.5	53.3	21.2	78.8
年	3 年生	250	19.6	32.7	24.2	23.5	52.3	47.7	7.2	20.7	27.2	44.9	27.9	72.1
	4 年生	250	23.2	34.8	18.8	23.2	58.0	42.0	5.6	19.2	32.0	43.2	24.8	75.2

41

<全ベース>



あなたは普段のテキストコミュニケーションにおいて、以下の略語や言語表現を使用しますか。それぞれお答えください。

<全体:N=1,000>

					隠	語		
		サ	ょ	た	使あ	使 全	使	使
		ン	<	ま	わま	わ然	う	ゎ
		プ	使	に	なり	な	計	な
		ル	う	使	い	い		い
		数		う				計
	全体	1000	3.9	9.4	26.3	60.3	13.3	86.7
性	男性	500	4.8	10.9	25.8	58.4	15.8	84.2
別	女性	500	3.1	7.8	26.9	62.3	10.9	89.1
	1年生	250	3.6	9.7	30.4	56.4	13.3	86.7
学	2 年生	250	5.2	9.0	▼ 19.8	○ 66.0	14.2	85.8
年	3 年生	250	3.4	8.8	26.8	60.9	12.2	87.8
	4 年生	250	3.6	10.0	28.4	58.0	13.6	86.4

略語の利用意図

- テキストコミュニケーションにおいて、略語や記号を使用する意図のTop3は、 . 1位「感情表現をしたいから」(15.4%)、 2位「タイピングの時間を短縮したいから」(12.5%)、
 - 3位「フランクな会話にしたいから」(11.6%)、 である。

<略語・記号使用者ベース>



あなたは普段のテキストコミュニケーションにおいて、「w」「り」「絵文字」などの 略語や語尾表現をどのように使いますか。

また、それらを使用する意図について教えてください。。

【略語の利用意図】

<略語・記号使用者:N=981>

1位:	感情表現をしたい	151人	(15.4%)	(男性	51人	:	女性	100人)
2位:	タイピングの時間を短縮したい	123人	(12.5%)	(男性	39人	:	女性	84人)
3位:	フランクな会話にしたい	114人	(11.6%)	(男性	34人	:	女性	80人)
4位:	無愛想な文にならないようにしたい	85人	(8.7%)	(男性	16人	:	女性	69人)
5位:	簡潔に伝えたい	42人	(4.3%)	(男性	18人	:	女性	24人)
6位:	相手に誤解されたくない	21人	(2.1%)	(男性	11人	:	女性	10人)
7位:	テンポよく会話をしたい	19人	(1.9%)	(男性	4人	:	女性	15人)
8位:	会話にユーモアを交えたい	9人	(0.9%)	(男性	6人	:	女性	3人)
9位:	リアルの会話と同じように話したい	7人	(0.7%)	(男性	5人	:	女性	2人)
9位:	流行に乗りたい	7人	(0.7%)	(男性	2人	:	女性	5人)
11位:	会話を終了させたい	5人	(0.5%)	(男性	2人	:	女性	3人)
12位:	文章を可愛くしたい	2人	(0.2%)	(男性	0人	:	女性	2人)
13位:	相手に信頼を与えたい	1人	(0.1%)	(男性	1人	:	女性	0人)

表現方法とそこに込めた意識・ニュアンス

- 表現方法とそこに込めた意識・ニュアンス「!」や「?」のTop3は、 1位「感情表現をするため」(37.3%)、2位「親しみやすさを出すため」(21.9%)、 3位「伝わりやすさ」(20.8%)で
- ◆ 表現方法とそこに込めたニュアンス「笑」のTop3は、 1位「感情表現をするため」(33.3%)、2位「親しみやすさを出すため」(24.0%)、3位「文章をラフにするため/堅い文

と思われないようにするため」(21.6%)である。

◆ 表現方法とそこに込めたニュアンス「絵文字」のTop3は、 1位「感情表現をするため」(37.6%)、2位「親しみやすさを出すため」(29.1%)、3位「ユーモアを加えるため」 (21.0%) で ある。

<略語・記号使用者ベース>

問12

あなたは普段、略語や記号を使う際に、どのようなことを考えて使い分けをしていますか。 以下の選択肢の中からあてはまるものをお選びください。

以下の選択肢の	十からす	りてはま	るもの	をわ選(かくたさ	٠٠٠,										
		伝	打	誤	感	そ	ュ	堅文		親	読	情	流	タ	相	あ
		わ	ち	解	情	の	I	い章		し	み	報	行	イ	手	て
		ŋ	や	を	を	場	Ŧ	文を	を	み	や	を	に	ピ	の	は
		や	す	与	表	の	ア	章 ラ	強	や	す	簡	合	ン	反	ま
		す	さ	え	現	雰	を	だ フ と に	調	す	さ	潔	わ	グ	応	る
		さ	/	な	す	囲	加	思す	す	さ	を	に	せ	の	を	ŧ
			手	い	る	気	え	わる	る	を	考	伝	る	時	引	の
			軽	ょ	た	に	る	れた	た	出	慮	え	た	間	き	は
			さ	う	め	合	た	なめ	め	す	し	る	め	を	出	な
				に		わ	め	い /		た	て	た		短	す	い
				す		せ		よ		め		め		縮	た	
				る		る		う						す	め	
	 ታ			た		た		に						る		
	ン			め		め		すっ						た		
	プ							る た						め		
	ル							め								
	数							<u> </u>								
「り」	482	12.7	29.1	2.7	3.4	4.9	5.4	8.9	2.8	9.6	8.7	16.7	4.6	19.8	4.8	20.0
「!」や「?」	916	20.8	10.1	15.2	37.3	9.4	11.6	18.0	17.4	21.9	8.6	9.4	2.8	4.4	7.6	10.4
「それな」や「あーね」	765	14.6	24.5	4.8	13.0	8.8	6.0	13.9	3.5	16.1	6.1	12.8	5.7	13.9	5.4	17.7
「おけ」	795	14.8	32.9	3.2	6.5	5.7	4.5	11.6	3.5	10.8	7.7	18.7	3.4	21.7	3.5	12.8
「、、、」や「。。。」	667	15.4	9.7	8.3	39.3	7.0	7.6	11.8	12.1	9.5	6.7	6.2	3.2	4.7	5.8	18.2
草	543	9.7	15.2	4.1	20.7	10.3	20.3	14.9	5.5	12.5	6.7	10.2	7.6	9.5	6.3	21.1
笑	845	13.5	14.0	11.0	33.3	11.7	15.4	21.6	4.9	24.0	6.7	5.7	5.6	6.2	5.9	14.0
w	616	12.0	19.1	8.5	28.6	9.7	15.1	15.8	5.8	16.0	7.8	6.3	7.1	10.8	5.8	17.9
www	582	12.2	12.9	4.8	35.5	9.7	16.0	16.2	8.6	16.4	6.2	8.0	4.2	8.0	4.9	19.2
絵文字	809	17.9	7.6	15.9	37.6	10.0	21.0	23.4	5.4	29.1	7.8	6.2	3.2	5.2	5.3	13.0
顔文字	765	16.3	7.7	13.7	36.4	9.8	19.9	19.2	6.0	27.6	7.1	6.6	4.3	4.1	5.4	15.2
語尾を可愛くする	529	7.0	4.6	7.5	16.5	10.4	24.4	14.4	4.5	29.1	4.5	4.0	4.2	5.6	6.6	24.9
隠語	397	8.5	6.9	7.3	4.9	13.1	11.3	7.7	2.1	7.3	4.8	10.1	7.1	7.3	6.1	39.2
	•	※ハッ	チング	定義(各略語	・記号	ごと)	• • •	■ : 1位	፤ 🔳 : 2	2位	:3位				(%)

Ⅲ デジタル・ITに関する教育環境について

※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

※30ssを下回る軸には未反映

デジタル/ITに対する実態・教育経験

- ◆ デジタルリテラシーについて学んだ経験のある時期Top3は、
 - 1位「高校」(62.9%)、
 - 2位「中学校」(52.8%)、
 - 3位「大学」(34.7%)
- である。
- ◆ デジタルリテラシーについて学んだ経験がある人は全体の83.0%である。

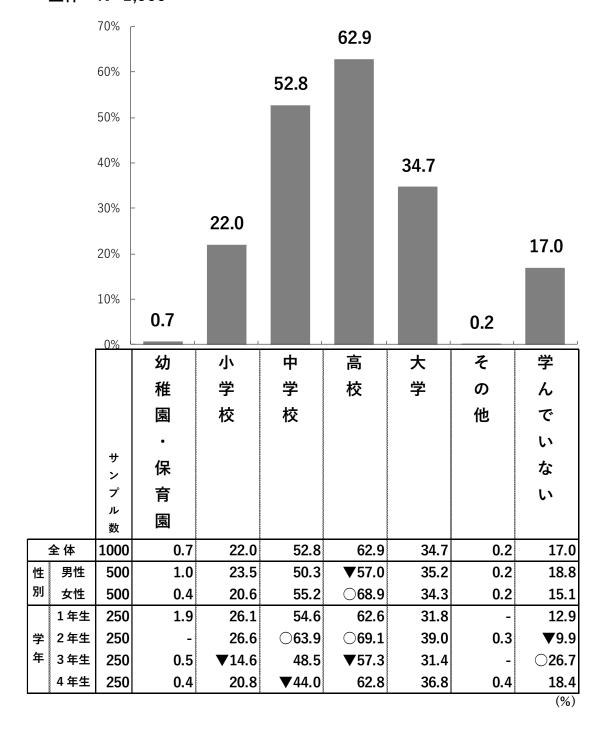
<**全ベース**>



あなたは学校の授業などで、『インターネットリテラシー』(インターネットの情報や事象を正しく理解し、適切に判断、運用できる能力)について学んだ経験がありますか。

経験がある人はどこで学んだのか、あてはまるものをすべてお選びください。

<全体:N=1,000>

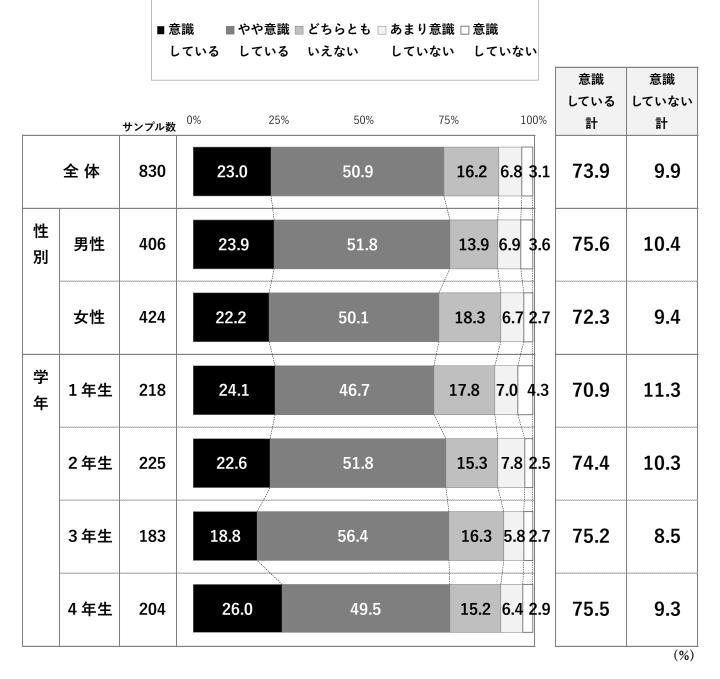


◆ 実際にインターネットを利用する際にインターネットリテラシーを意識している・やや意識していると回答したのは、全体の73.9%である。

<インターネットリテラシー教育経験ありベース>



今までに『インターネットリテラシー』について学んだ方にお聞きします。 あなたは普段インターネットを利用する中で、インターネットリテラシーを意識していますか。



インターネット利用開始時期

- ◆ インターネット利用開始時期は、 1位「中学校」(43.4%)、 2位「小学校」(21.8%)、
 - 3位「高校」 (20.3%) である。
- ◆ 中学校までにインターネットを利用し始めたと回答した人は全体の66.7%である。

<全ベース>



あなたが、インターネット(テキスト上で誰かとコミュニケーションが取れる状態)を利用し始めたのはいつですか。 最もあてはまるものをお選びください。

<全体:N=1,000>



25% 50% 75% 100% サンプル数 0%全 体 1,000 21.8 43.4 20.3 5.8 7.2 性 男性 500 18.2 42.9 20.2 8.0 8.3 別 25.4 43.9 女性 500 20.4 3.76.2 学 1年生 250 26.3 41.5 19.3 4.6 6.2 年 2 年生 23.3 45.0 20.5 5.23.9 250 3 年生 250 15.6 45.9 19.8 7.6 10.8 22.0 41.2 21.6 4 年生 250 6.0 8.0

※2.0%未満非表示

Ⅳ 「AI」(人工知能)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

※30ssを下回る軸には未反映

AIに対する意識

- ◆ 大学生の59.0%が日常生活で生成AIを利用している事があると回答した。
- ◆ 日常生活で生成AIを最も利用していると回答したTop2は 1位「授業や課題でAIツールを利用している」(18.9%)、 2位「レポート作成や研究にAIを利用している」(16.9%) であり、この上位2つの回答スコアは、その他の選択肢と5pt以上の差がある。

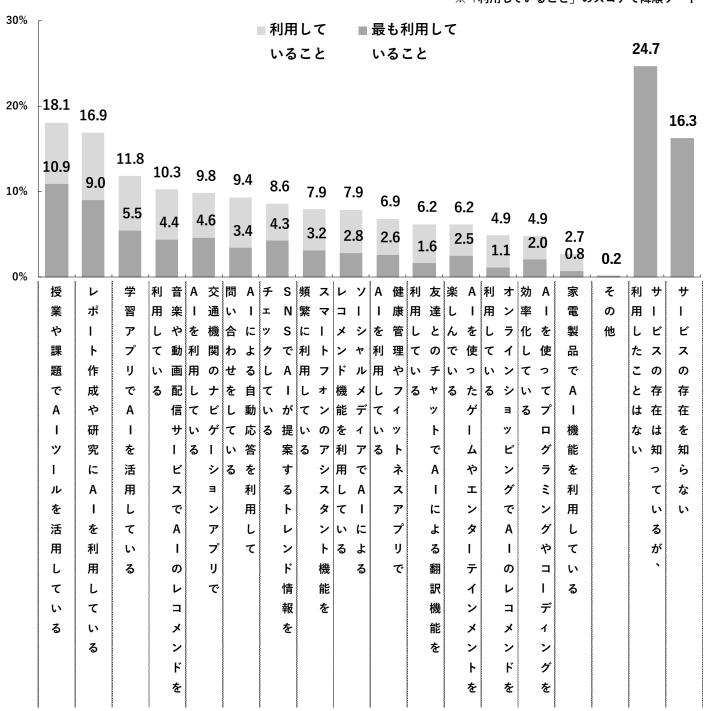
<全ベース>



あなたは、日常生活で「AI」(人工知能)を用いたサービスをどの程度利用していますか。 あてはまるものをすべてお選びください。

- 1) 利用していること
- 2) その中で最も利用していること

※「利用していること」のスコアで降順ソート



AIに対する意識(数表編)

<全ベース>



性別

あなたは、日常生活で「AI」(人工知能)を用いたサービスをどの程度利用していますか。 あてはまるものをすべてお選びください。

- 1) 利用していること
- 2) その中で最も利用していること

<全体:N=1,000>

※「利用していること」のスコアで降順ソート

								1.利	用し	てり	いる	3 Z	ع		ΛA)								
		授	レ	学	ド音	利 交	を A	チ S	にス	ド	ソ	用	健	利力	īト	Α	۴	オ	グ	Α	家	そ	こサ	サ
		業	ポ	習	を楽	用 通	しし	±Ν	利マ	・機	I	L	康	用道	を	- 1	を	ン	を	1	電	Ø	ا ځ	ı
		や	ı	ア	利や	し機	てに	ッS	用Ⅰ	能	シ	て	管	L &	: 楽	を	利	ラ	効	を	製	他	はビ	ビ
		課	١	プ	用動	て関	いよ	クで	しト	を	ヤ	い	理	ての	し	使	用	1	率	使	品		なス	ス
		題	作	IJ	し画	いの	るる	LΑ	てフ	利	ル	る	や	いぅ	- الم	っ	L	ン	化	っ	で		いの	の
		で	成	で	て配	るナ	自	てI	いォ	用	Х		フ	るも	て	た	て	シ	L	τ	Α		存	存
		Α	や	Α	い信	ビ	動	いが	るン	L	デ		1	ッ	い	・ゲ	い	3	τ	プ	ı		在	在
		I	研	I	るサ	ゲ	応	1		て	1		ッ	ŀ	・る	I	る	ツ	い	П	機		は	を
		ツ	究	を	I	I	答	案	8	-	ア		۲	7		۲		ピ	る	グ	能		知	知
		I	に	活	ピ	シ	を	す	シ	′ る	で		ネ	P	١	や		ン		ラ	を		っ	6
		ル	Α	用	ス	=	利	る	, z		Α		ス			エ	000000000000000000000000000000000000000	グ		Ξ	利		て	な
		を	ı	L	で		用	ŀ	Þ		ı		ア	1;		ン		で		ン	用		い	い
		活	を	て	Α	ア	L	レ	<u>></u>	1	に		プ	ا	8	タ		Α		グ	L		る	
		用	利	い	I	プ	て	ン	-		ょ		IJ	3		I		ı		や	て		が、	
	サ	L	用	る	ر م	IJ	問	1		1	る		で	番	1	テ		の		7	い			
	ン	て	L		レ	で	い	情	9		レ		Α .	訂	1	1		レ		l	る		利	
	プ	い	て		7	Α.	合	報	8	1	٦		1	榜	- 8	ン.		-		デ			用 ·	
	ル	る	い -		メ		わ	を	1	1	У		を	自		×		メ		1			し	
	数		る		ン	を	せ		繁		ン		利	を	-	ン		ン		ン			た	
全体	1,000	18.1	16.9	11.8	10.3	9.8	9.4	8.6	7.9	9	7.9	(6.9	6.	2	6.2	4	1.9		4.9	2.7	0.2	24.7	16.3
男性	500	20.0	17.5	13.4	9.4	6.4	9.3	7.3	7.8	3	6.0	(6.9	7.	3	6.1	4	1.4		7.0	3.7	-	24.3	13.8
女性	500	16.3	16.3	10.2	11.2	13.3	9.5	9.9	8.0	כו	9.9	(6.9	5.	2	6.2	,	5.4		2.7	1.7	0.3	25.2	18.7
1年生	250	24.1	12.6	12.6	9.3	10.8	6.3	8.0	6.0	5	6.6	-	4.5	6.	4	6.7		2.3		1.6	3.2	0.3	24.0	18.2
2 年生	250	20.3	21.8	15.1	12.6	8.9	10.4	9.0	10.0	כ	7.4	10	0.1	7.	5	3.1	4	1.8		3.7	2.0	-	24.4	15.0
3 年生	250	15.0	▼11.8	10.5	8.0	9.3	10.9	5.8	5.	5	6.9		6.1	4.	9	9.6		5.1		6.9	2.9	-	26.2	16.3
4 年生	250	13.2	21.6	9.2	11.2	10.4	10.0	11.6	9.6	5 1	10.8		6.8	6.	0	5.2		6.4		7.2	2.8	0.4	24.4	15.6
					8		1	1	1	N.		8	- 8		ı									1

							2.	その「	中で、	最も	利用	して	いる	こと	(SA)					
	全体	1,000	10.9	9.0	5.5	4.4	4.6	3.4	4.3	3.2	2.8	2.6	1.6	2.5	1.1	2.0	0.8	0.2	24.7	16.3
性	男性	500	12.5	8.9	6.6	4.2	3.4	3.4	3.5	3.3	2.0	3.2	2.3	2.9	1.1	3.4	1.2	-	24.3	13.8
另	女性	500	9.3	9.1	4.4	4.6	5.9	3.5	5.0	3.0	3.7	2.1	1.0	2.1	1.1	0.7	0.3	0.3	25.2	18.7
	1年生	250	12.8	6.7	6.0	5.5	5.4	1.4	3.9	3.0	0.9	3.0	2.4	3.0	1.1	1.3	1.0	0.3	24.0	18.2
学	2 年生	250	13.5	11.0	7.4	3.5	2.9	3.8	4.2	2.2	3.5	3.0	2.0	1.6	0.6	1.0	0.3	-	24.4	15.0
年	3 年生	250	12.1	6.0	4.6	5.0	4.5	5.3	2.2	2.9	3.4	1.8	0.5	4.1	1.6	2.2	1.3	-	26.2	16.3
	4 年生	250	▼5.2	12.4	4.0	3.6	5.6	3.2	6.8	4.4	3.6	2.8	1.6	1.2	1.2	3.6	0.4	0.4	24.4	15.6
																				(%)

カテゴリー別AI利用実態

「生成AI」のサービスの中で普段使うもののTop3は、 1位「対話型生成AI」(31.9%)、 2位「生成AI基盤チャットボット」(5.5%)、 3位「画像生成AI」(4.5%) である。

<全ベース>



以下の「生成AI」のサービスについて、それぞれあてはまるものをすべてお選びください。

経マ

動

画

X

コ Ξ デ 対

話

チ 生

ヤ

成

画

像

認 音

識声

そ

の

特

- 1) 知っているもの
- 2) これまでに使ったことがあるもの
- 3) 普段使うもの
- 4) 普段最もよく使うもの
- 5) 今後(も) 使ってみたいもの

<全体:N=1,000>

	•		_			. ,,,,	1251	H-30 /		
	テ	関ケ	生	ュィ	型	ツ A	生	А・	他	な
	1	連テ	成	ニァ	生	 	成	Ⅰ 音	の	い
	ン	のィ	Α	テ・	成	ボ 基	Α	楽	生	
	グ	A ン	I	1	Α	ッ盤	I	生	成	
	Α	I グ		Α	I	٢		成	Α	
	ı	•		I				/	I	
									サ	
									I	
									ビ	
									ス	
知っているもの	10.7	5.6	17.3	6.8	58.8	18.5	30.8	20.5	0.1	23.7
これまでに使った	2 5	2.0	2.0	2.7	/11 O	0.0	100	47	Λ 1	42.0
ことがあるもの	3.5	2.0	3.8	2.7	41.0	0.2	10.2	4.7	0.1	43.9
 普段使うもの	2.1	1.2	2.0	2.0	31.9	5.5	4.5	2.7	0 1	54.9
日秋区)	6. 4	4. 6	2.0	2.0	31.3	3.3	7.3	4.1	0.1	37.3
普段最もよく使うもの	0.8	0.9	1.2	1.7	31.2	4.7	2.8	1.8	_	54.9
	3.3	3.3				•••	0	0		
今後(も)使って	10.3	7.6	12.6	8.0	37.9	11.9	19.3	15.3	0.1	42.9
みたいもの										
※ /	ヽッチンク	で義(名	トコミュニ	ケーショ	ンごと)		:1位 ■	:2位	:3位	(%)

カテゴリー別AI利用実態/知っているもの

「生成AI」の中で知っているもののTop3は、 1位「対話型生成AI」(58.8%)、 2位「画像生成AI」(30.8%)、 3位「生成AI基盤チャットボット」(18.5%) である。

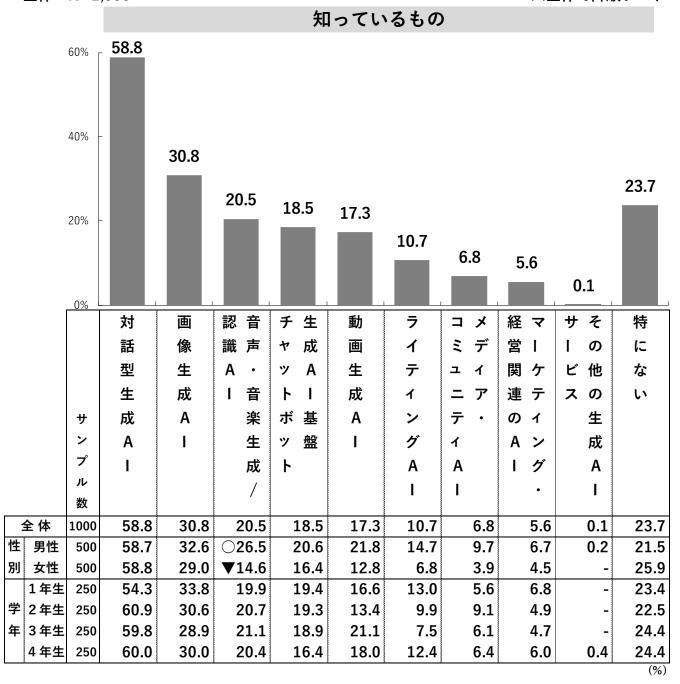
<全ベース>



以下の「生成AI」のサービスについて、それぞれあてはまるものをすべてお選びください。

- 1) 知っているもの
- 2) これまでに使ったことがあるもの
- 3) 普段使うもの
- 4) 普段最もよく使うもの
- 5) 今後(も) 使ってみたいもの

<全体:N=1,000>



カテゴリー別AI利用実態/これまで使ったことがあるもの

- ◆ 「生成AI」の中でこれまで使ったことがあるもののTop3は、
 - 1位「特にない」(43.9%)、
 - 2位「対話型生成AI」(41.0%)、
 - 3位「画像生成AI」(10.2%)

である。

<**全ベース**>



以下の「生成AI」のサービスについて、それぞれあてはまるものをすべてお選びください。

- 1) 知っているもの
- 2) これまでに使ったことがあるもの
- 3) 普段使うもの
- 4) 普段最もよく使うもの
- 5) 今後(も) 使ってみたいもの

<全体:N=1,000>

					2	れまで	使った	ことが	あるも	の		
		60%										
			41.0									43.9
		40% -										
		20% -		10.2	8.2	4.7	3.8	3.5	2.7	2.0		
		0%								2.0	0.1	
			対	画	チ生	認音	動	ラ	ニメ	経マ	サそ	特
			話	像	ヤ成	識声	画	1	テ デ	営Ⅰ	Ιの	に
			型	生	ツ A	Α・	生	テ	1 1	関ケ	ビ他	な
			生	成	ト I	Ⅰ 音	成	1	Aァ	連テ	スの	い
		ታ	成	Α	ボ 基	楽	Α	ン	Ι •	のィ	生	
		ン	Α	I	ツ 盤	生	I	グ	コ	Aν	成	
		プ	I		٢	成		Α	E	I グ	Α	
		ル 数				/		I	ュ	•	I	
	全体	1000	41.0	10.2	8.2	4.7	3.8	3.5	2.7	2.0	0.1	43.9
性		500	43.4	10.2	8.2	6.1	4.9	4.9	4.0	2.6	0.2	39.1
別		500	38.6	10.1	8.1	3.4	2.8	2.1	1.4	1.5	-	48.8
عدد	1年生	250	▼33.6	11.5	8.2	3.5	3.3	3.6	3.2	2.7	-	47.3
	2 年生	250	46.6	9.5	10.7	3.8	1.0	3.0	1.3	1.6	-	39.8
牛	3年生	250	40.1	9.7	5.4	4.8	5.8	2.3	2.2	0.5	0.4	45.3
	4 年生	250	43.6	10.0	8.4	6.8	5.2	5.2	4.0	3.2	0.4	(%)

カテゴリー別AI利用実態/普段使うもの・普段最もよく使うもの

- ◆ AIのうち普段使うもののTop3は、
 - 1位「特にない」(54.9%)、
 - 2位「対話型生成AI」(31.9%)、
 - 3位「生成AI基盤チャットボット」(5.5%)である。
- ◆ Alのうち普段最も使うもののTop3は、
 - 1位「特にない」(54.9%)、
 - 2位「対話型生成AI」(31.2%)、
 - 3位「生成AI基盤チャットボット」(4.7%)である。

<全ベース>



以下の「生成AI」のサービスについて、それぞれあてはまるものをすべてお選びください。

- 1) 知っているもの
- 2) これまでに使ったことがあるもの
- 3) 普段使うもの
- 4) 普段最もよく使うもの
- 5) 今後(も) 使ってみたいもの

<全体:N=1.000>

<	全体:	N=1	,000>								※全	全体で降川	貝ソート
			<u>3</u>	等段	使·	うもの	(MA)	一普	段最も	よく使	うもの	(SA)	
		60% r	_			= 普段使	 うもの	_	⊶ 普段昻	≣もよく	使うもの)	54.9
		0070								X 0 00 \	()		
		40%	- 31.9										
			9										
		20%										/	
				\ 5	.5	4.5	2.7	2.1	2.0	2.0	1.2	0.1	
		0%										0.1/	
			対	チ	生	画	認音	ラ	ニメ	動	経マ	サそ	特
			話	ヤ	成	像	識声	1	テ デ	画	営丨	1 の	に
			型	ッ	Α	生	Α .	テ	1 1	生	関ケ	ビ他	な
			生	ŀ	ı	成	l 音	1	Αァ	成	連ァ	スの	い
		サ	成	ボ	基	Α	楽	ン	1 .	Α	のイ	生	
		ン	A	ッ	盤	ı	生	グ	·	ı	Aν	成	
		プ	ı	, -	ш.	•	成	A	= =	•	トグ	A	
		ル	'	ľ				ı					
		数					/				•	I	
	全 体	1000	31.9		5.5	4.5	2.7	2.1	2.0	2.0	1.2	0.1	54.9
性		500	35.8		5.6	4.4	3.2	3.0	2.9	2.7	1.8	0.2	▼ 48.2
別	8	500	28.0		5.4	4.6	2.1	1.1	1.2	1.2	0.7	-	○61.6
学	1 年生 2 年生		▼25.8		6.5 6.2	6.0	1.3	2.6	2.7	1.1	2.1	-	55.8 50.3
	3年生		○39.0 31.9		4.0	2.9 3.2	1.6 2.9	1.7 1.2	1.3 1.8	- 3.5	0.3 0.5	_	50.2 57.1
-	4 年生		30.8		5.2	6.0	4.8	2.8	2.4	3.2	2.0	0.4	56.4
			30.0		0.2	0.0	4.0	2.0	2.4	0.2	2.0	0.4	30.4
	全体	1000	31.2		4.7		1.8	0.8	1.7	1.2	0.9	-	54.9
	男性	500	34.9	3	4.8	3.1	2.0	1.5	2.5	1.6	1.4	-	▼ 48.2
別	女性	500	27.4	•	4.5		1.6	0.2	1.0	0.9	0.5	-	○61.6
<u> 224</u> ,	1年生		. —		6.2	4.7	1.3	1.5	2.7	0.8	2.1	-	55.8
	2年生		•		5.2	2.3	0.9	0.7	1.3	-	0.3	-	50.2
牛	3 年生 4 年生		31.6 29.2		3.6	1.3	2.1	0.3	1.3	2.1	0.5	-	57.1 56.4
	4 年生	250	29.2	5000	3.6	2.8	2.8	0.8	1.6	2.0	0.8	-	56.4

カテゴリー別AI利用実態/今後(も)使ってみたいもの

今後(も)使ってみたいAIのTop3は、 1位「特にない」(42.9%)、 2位「対話型生成AI」(37.9%)、 3位「画像生成AI」(19.3%) である。

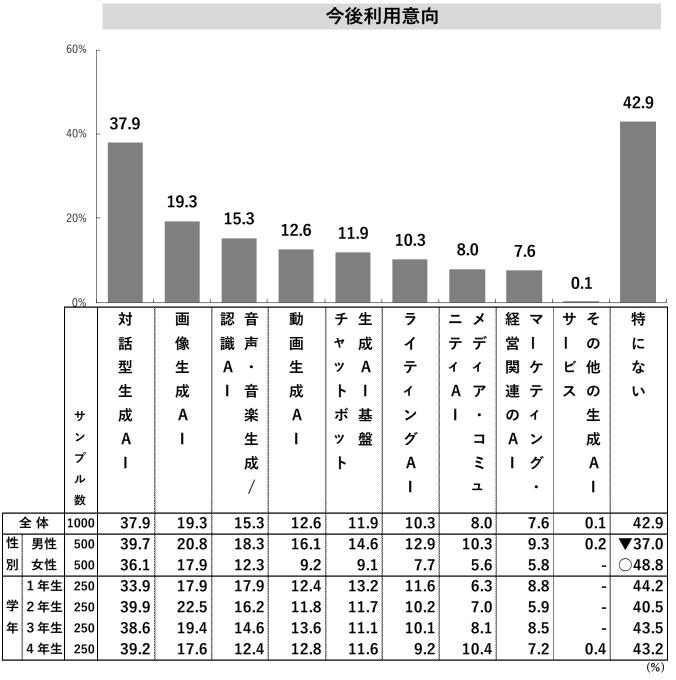
<全ベース>



以下の「生成AI」のサービスについて、それぞれあてはまるものをすべてお選びください。

- 1) 知っているもの
- 2) これまでに使ったことがあるもの
- 3) 普段使うもの
- 4) 普段最もよく使うもの
- 5) 今後(も) 使ってみたいもの

<全体:N=1,000>



AIの使い方

◆ 普段最も使う生成AIの使い道のTop3は、 1位「検索」(20.5%)、 2位「課題」(18.2%)、 3位「アイディアブレスト」(10.8%) である。

<**全ベース**>



あなたが、普段最もよく使うと回答した「生成AI」のサービス {Q17S4回答再掲} について、どのような使い方をしていますか。

あなたの利用方法について、具体的なエピソードを交えてご自由にお書きください。

【AIの使い方】

< 「生成AI」現利用者: N=434>

1位:	検索	89人	(20.5%)	(男性	50人	:女性	39人)
2位:	課題	79人	(18.2%)	(男性	32人	:女性	47人)
3位:	アイディアブレスト	47人	(10.8%)	(男性	17人	:女性	30人)
4位:	レポート	45人	(10.4%)	(男性	18人	:女性	27人)
5位:	文章生成	30人	(6.9%)	(男性	12人	:女性	18人)
6位:	文章添削	21人	(4.8%)	(男性	8人	:女性	13人)
7位:	娯楽	18人	(4.1%)	(男性	9人	:女性	9人)
8位:	相談相手	16人	(3.7%)	(男性	6人	:女性	10人)
9位:	要約	12人	(2.8%)	(男性	4人	:女性	8人)
10位:	画像生成	11人	(2.5%)	(男性	4人	:女性	7人)
11位:	プログラミング	10人	(2.3%)	(男性	7人	:女性	3人)

AI利用ジャーニー

- 「生成AI」の使い方について、生成AIを使い始めた初期のTop3は、
- 1位「勉強・課題の補助」(36.3%)、2位「資料・レポート作成」(27.3%)、3位「暇つぶし」(20.5%)である。
- 「生成AI」の使い方について、生成AIに慣れてきた時のTop3は、
- 1位「勉強・課題の補助」(33.8%)、2位「資料・レポート作成」(24.7%)、3位「暇つぶし」(18.8%)である。
- 「生成AI」の使い方について、最近の使い方のTop3は、 1位「勉強・課題の補助」(39.5%)、2位「資料・レポート作成」(27.5%)、3位「暇つぶし」(15.7%)である。

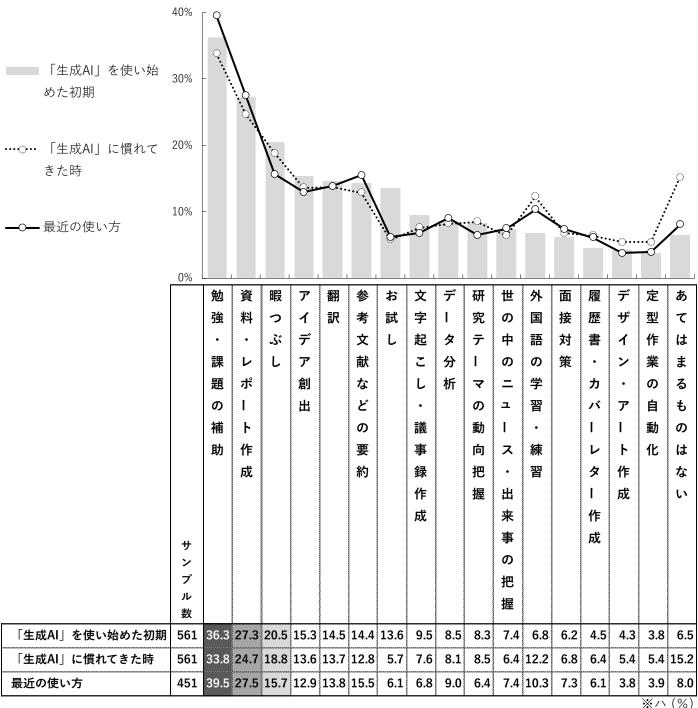
<生成AI利用経験者ベース>



あなたの「生成AI」の使い方について、以下の状況別にあてはまるものをすべてお知らせください。

- 1) 「生成AI」を使い始めた初期
- 2) 「生成AI」に慣れてきた時
- 3) 最近の使い方 ※「生成AI」現利用者ベース

※「使い始めた初期」で降順ソート



<生成AI利用経験者ベース>



あなたの「生成AI」の使い方について、以下の状況別にあてはまるものをすべてお知らせください。

- 1) 「生成AI」を使い始めた初期
- 2) 「生成AI」に慣れてきた時
- 3) 最近の使い方 ※「生成AI」現利用者ベース

									生成	AI] ?	を使い	始め	た初期	阴					
			定	文	デ	翻	世	資	勉	ア	参	外	研	暇	お	履	面	デ	あ
			型	字	ı	訳	の	料	強	1	考	国	究	っ	試	歴	接	ザ	て
			作	起	タ		中	•	•	デ	文	語	ァ	-ડેર	し	書	対	1	は
			業	Z	分		の	レ	課	ア	献	の	ı	し		•	策	ン	ま
			の	L	析		=	ポ	題	創	な	学	マ			カ			る
			自	•			ے ا	ı	の	出	ど	習	o			バ		ア	ŧ
			動	議			ı	ŀ	補		စ	•	動			ı		ı	o l
			化	事			ス	作	助		要	練	白			レ		ŀ	は
				録				成	-33		約	習	把			タ		· 作	な
				作			出	7-20			4.5	Н	握			ı		成	เง
				成			来						<i>7</i> / <u>+</u>			· 作		<i>~~</i>	
		IJ		<i>PX</i> .			事									成			
		ン					す									IJX.			
		プ																	
		ル					把												
		数					握												
	全体	561	3.8	9.5		14.5	7.4	27.3			3	6.8	8.3	20.5	13.6	4.5		4.3	6.5
性	男性	305	3.1	10.4	9.4	13.2	9.5	27.8	35.3	15.6	13.7	7.3	8.6	18.4	12.4	4.7	6.1	3.8	5.6
別	女性	256	4.6	8.4			5.0				1 1	6.1	8.0	23.0	15.1	4.2	6.3		7.7
	1年生	132	2.7	9.7			3		▼ 29.6	3	1 1	○13.5	8.3	20.3	13.3	5.1		3.3	8.5
学	2 年生	150	3.2	9.0	7.2	16.7	7.3		○43.1	○20.5	15.5	5.9	6.9	21.2	10.6	2.7	6.0	4.8	6.5
年	3年生	137	4.5	7.4		11.8			1		○19.5	3.9	10.5	20.2	12.5	1.7	5.1	4.7	6.4
	4年生	142	4.9	12.0	11.3	13.4	8.5	○32.4	37.3	15.5	13.4	4.2	7.7	20.4	18.3	8.5	8.5	4.2	4.9
																			(%)

									「生成	ţΑΙ	に慣	れてき	た時						
	全体	561	5.4	7.6	8.1	13.7	6.4	24.7	33.8	13.6	12.8	12.2	8.5	18.8	5.7	6.4	6.8	5.4	15.2
性	男性	305	5.3	8.2	10.4	13.9	6.4	24.9	34.8	15.9	12.8	14.1	9.4	19.1	7.4	8.2	8.2	6.0	▼ 9.3
別	女性	256	5.5	6.8	5.4	13.5	6.4	24.4	32.6	10.8	12.8	9.9	7.4	18.4	3.8	4.2	5.1	4.7	○22.2
	1年生	132	5.8	6.3	7.7	15.6	3.4	▼ 14.8	36.2	9.1	8.7	16.8	9.4	17.6	5.5	7.0	9.1	3.8	13.7
学	2 年生	150	4.3	5.6	7.7	16.7	6.5	27.2	35.3	18.5	16.8	○17.8	8.4	18.4	5.0	3.8	2.7	5.6	11.2
年	3年生	137	7.5	7.8	8.0	9.7	8.4	24.9	29.0	14.1	13.9	9.3	5.4	17.2	6.2	4.1	6.5	6.5	17.7
	4 年生	142	4.2	10.6	9.2	12.7	7.0	○31.0	34.5	12.0	11.3	▼ 4.9	10.6	21.8	6.3	10.6	9.2	5.6	18.3

(%)

										最近	の使い	ハ方							
	全体	451	3.9	6.8	9.0	13.8	7.4	27.5	39.5	12.9	15.5	10.3	6.4	15.7	6.1	6.1	7.3	3.8	8.0
性	男性	259	5.0	9.1	11.0	13.8	8.4	28.1	39.1	13.9	17.4	10.5	6.5	17.7	6.7	5.7	6.9	4.0	4.1
別	女性	192	2.5	3.7	6.3	13.9	6.1	26.7	40.1	11.6	12.9	10.0	6.3	12.8	5.4	6.5	7.9	3.4	○13.3
	1年生	110	3.7	2.5	5.5	13.8	5.0	▼ 18.0	36.5	17.3	12.9	15.0	6.2	13.3	4.9	5.5	5.0	2.7	9.6
学	2 年生	124	2.6	8.4	9.3	18.2	7.4	30.6	43.8	10.5	17.3	9.9	4.6	13.3	4.6	1.2	4.8	2.0	7.1
年	3年生	107	4.9	6.9	○14.0	14.5	9.9	○37.5	35.8	11.3	19.8	11.8	4.9	16.2	8.0	7.2	9.9	4.1	5.4
	4 年生	109	4.6	9.2	7.3	▼8.3	7.3	23.9	41.3	12.8	11.9	▼ 4.6	10.1	20.2	7.3	11.0	10.1	6.4	10.1

生成AIを使い始めたきっかけ

 ◆ 大学生が「生成AI」を使い始めたきっかけのTop3は 1位「周囲の人に教えてもらった」(31.6%)、 2位「課題に活用するため」(16.6%)、 3位「メディアで知った」(16.1%) である。

<生成AI利用経験者ベース>



あなたが「生成AI」を使い始めたきっかけは何ですか。 「誰に教えてもらった」「○○に活用したくて」などできるだけ具体的に教えてください。

【生成AIを使い始めたきっかけ】

< 「生成AI」利用経験者: N=548>

1位: 周囲の人に教えてもらった	173人	(31.6%)	(男性	74人	:女性	99人)
2位: 課題に活用するため	91人	(16.6%)	(男性	39人	:女性	52人)
3位: メディアで知った	人88	(16.1%)	(男性	51人	: 女性	37人)
4位: 学校で知った	49人	(8.9%)	(男性	40人	:女性	9人)
5位: 何気なく始めた	29人	(5.3%)	(男性	14人	: 女性	15人)
5位: 流行りに乗った	29人	(5.3%)	(男性	14人	:女性	15人)
7位: 作業の効率を良くするため	21人	(3.8%)	(男性	14人	:女性	7人)
8位: 就職活動に活用するため	20人	(3.6%)	(男性	9人	:女性	11人)

AIに対する意識

◆ 対話型生成AIの最近の利用頻度Top3は 1位1週間に1回(18.9%)、 2位2~3日に1回(17.9%)、 3位1ヶ月に1回(17.4%) である。

<対話型生成AI現利用者ベース>



あなたの最近の対話型生成AI (ChatGPTなど) の利用頻度を教えてください。

<対話型生成AI 現利用者:N=319>



25% 75% 100% 0% 50% サンプル数 全 体 7.6 7.0 18.9 14.6 15.9 17.9 17.4 319 性別 21.3 男性 179 12.3 8.7 19.8 16.5 11.3 9.6 4.8 140 24.0 女性 15.6 15.7 12.2 25.3 1.6 学年 6.3 21.7 12.9 13.6 1年生 65 10.6 13.8 21.0 2 年生 98 13.4 16.5 15.0 2.6 17.7 18.9 15.9 3 年生 80 4.5 7.5 21.4 21.4 13.5 15.7 16.1 2.6 9.1 4 年生 77 18.2 20.8 11.7 18.2 16.9

※1.0%未満非表示

生成AIの使用シーン

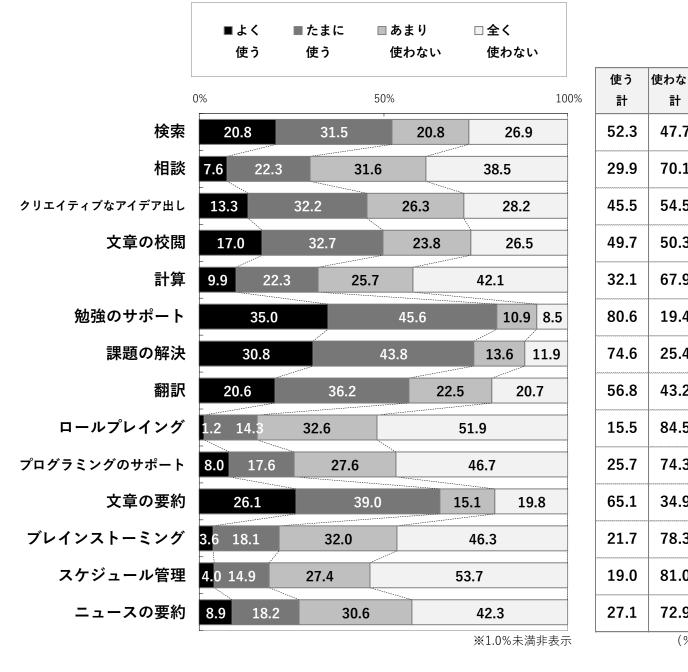
生成AIの使用シーンについて、よく使う・たまに使うと回答されたTop3は 1位「勉強のサポート」(25.7%)、 2位「課題の解決」(23.8%)、 3位「文章の要約」(20.8%) である。

<対話型生成AI現利用者ベース>



あなたは、対話型生成AI(ChatGPTなど)をどの様な用途で使いますか。 以下の項目ごとに最もあてはまるものをお選びください。

<対話型生成AI 現利用者:N=319>



使わない
計
47.7
70.1
54.5
50.3
67.9
19.4
25.4
43.2
84.5
74.3
34.9
78.3
81.0
72.9

<対話型生成AI現利用者ベース>



あなたは、対話型生成AI(ChatGPTなど)をどの様な用途で使いますか。 以下の項目ごとに最もあてはまるものをお選びください。

<対話型生成AI 現利用者:N=319>

					———— 検	 索					相	 談		
			よ	た	使あ	使 全	使	使	ょ	た	使 あ	使 全	使	使
		サー	<	ま	わま	わく	う	ゎ	<	ま	わ ま	わく	う	ゎ
		ン プ	使	に	なり	な	計	な	使	に	なり	な	計	な
		ル	う	使	い	い		い	う	使	い	い		い
		数		う				計		う				計
		女义												
	全体	319	20.8	31.5	20.8	26.9	52.3	47.7	7.6	22.3	31.6	38.5	29.9	70.1
性	男性	179	22.2	30.3	23.4	24.1	52.5	47.5	8.7	21.7	32.2	37.4	30.4	69.6
別	女性	140	18.9	33.1	17.5	30.5	52.0	48.0	6.2	23.0	30.8	40.0	29.2	70.8
	1年生	65	21.9	32.2	20.1	25.9	54.1	45.9	4.3	23.6	▼ 22.7	49.4	27.9	72.1
学	2 年生	98	24.0	26.7	19.7	29.5	50.8	49.2	11.2	18.1	34.5	36.2	29.3	70.7
年	3 年生	80	15.8	34.7	26.5	23.0	50.5	49.5	5.6	25.4	31.9	37.1	31.0	69.0
	4 年生	77	20.8	33.8	16.9	28.6	54.5	45.5	7.8	23.4	35.1	33.8	31.2	68.8
														(%)

			ク	リエイ	ティブ	なアイ	デア出	L			文章0	D校閲		
		++	ょ	た	使あ	使 全	使	使	ょ	た	使あ	使 全	使	使
		ッン	<	ま	わま	わく	う	ゎ	<	ま	わ ま	わく	う	わ
		プ	使	に	なり	な	計	な	使	に	なり	な	計	な
		ル	う	使	い	い		い	う	使	い	い		い
		数		う				計		う				計
,	全体	319	13.3	32.2	26.3	28.2	45.5	54.5	17.0	32.7	23.8	26.5	49.7	50.3
性	男性	179	16.5	34.9	24.7	23.9	O 51.4	▼ 48.6	17.3	33.9	23.4	25.4	51.2	48.8
別	女性	140	9.1	28.8	28.5	33.6	▼ 37.9	○ 62.1	16.6	31.2	24.3	27.9	47.8	52.2
	1年生	65	13.8	30.4	25.0	30.8	44.1	55.9	22.1	▼ 27.0	22.4	28.5	49.1	50.9
学	2 年生	98	17.1	31.9	▼ 21.3	29.7	49.0	51.0	T 10.6	36.1	27.0	26.4	46.7	53.3
年	3 年生	80	14.8	35.1	28.9	▼ 21.2	49.8	50.2	19.5	33.6	22.7	24.2	53.1	46.9
	4 年生	77	▼ 6.5	31.2	31.2	31.2	▼ 37.7	○ 62.3	18.2	32.5	22.1	27.3	50.6	49.4
				-		-	-	-			-			(%)

														(/0)
					計	<u>算</u>				免	処強のも	ナポート	•	
		#	ょ	た	使 あ	使 全	使	使	ょ	た	使 あ	使 全	使	使
		ソン	<	ま	わ ま	わく	う	ゎ	<	ま	わ ま	わく	う	ゎ
		プ	使	に	なり	な	計	な	使	に	なり	な	計	な
		ル	う	使	い	い		い	う	使	い	い		い
		数		う				計		う				計
	全体	319	9.9	22.3	25.7	42.1	32.1	67.9	35.0	45.6	10.9	8.5	80.6	19.4
性	男性	179	9.8	25.1	27.7	37.4	34.9	65.1	35.1	46.3	15.0	3.6	81.5	18.5
別	女性	140	9.9	18.6	23.3	48.3	28.5	71.5	34.8	44.6	▼ 5.7	O 14.9	79.4	20.6
	1年生	65	8.3	V 16.1	23.9	51.7	T 24.4	75.6	46.8	▼ 30.5	10.0	12.7	77.3	22.7
学	2 年生	98	11.0	24.6	27.4	▼ 37.0	35.6	64.4	31.9	45.9	13.0	9.2	77.7	22.3
年	3 年生	80	9.2	23.3	25.0	42.5	32.5	67.5	34.2	○ 52.5	9.6	3.7	○ 86.7	▼ 13.3
	4 年生	77	10.4	23.4	26.0	40.3	33.8	66.2	▼ 29.9	50.6	10.4	9.1	80.5	19.5
														(%)

<対話型生成AI現利用者ベース>



あなたは、対話型生成AI(ChatGPTなど)をどの様な用途で使いますか。 以下の項目ごとに最もあてはまるものをお選びください。

<対話型生成AI 現利用者:N=319>

					課題の)解決					翻	訳		
		ш	ょ	た	使あ	使 全	使	使	よ	た	使あ	使 全	使	使
		サン	<	ま	わ ま	わく	う	わ	<	ま	わ ま	わく	う	ゎ
		プ	使	に	なり	な	計	な	使	に	なり	な	計	な
		ル	う	使	い	い		い	う	使	い	い		い
		数		う				計		う				計
:	全体	319	30.8	43.8	13.6	11.9	74.6	25.4	20.6	36.2	22.5	20.7	56.8	43.2
性	男性	179	34.0	44.1	13.2	8.7	78.2	21.8	20.6	40.7	21.9	16.8	61.3	38.7
別	女性	140	26.5	43.4	14.1	15.9	70.0	30.0	20.7	▼ 30.3	23.2	25.8	▼ 51.0	49.0
	1年生	65	40.2	▼ 36.8	10.6	12.4	77.0	23.0	31.0	▼ 29.9	19.6	19.6	60.9	39.1
学	2 年生	98	30.7	44.9	9.2	15.1	75.6	24.4	20.8	44.5	17.9	16.7	65.4	▼ 34.6
年	3 年生	80	▼ 25.3	45.3	20.6	8.8	70.6	29.4	▼ 14.3	40.9	25.7	19.1	55.2	44.8
	4 年生	77	28.6	46.8	14.3	10.4	75.3	24.7	18.2	▼ 26.0	27.3	28.6	▼ 44.2	55.8
						•	,	•						(%)

					ールプ	レイン	グ			プログ	ラミン	グのサ	ポート	
		++	ょ	た	使あ	使 全	使	使	ょ	た	使あ	使 全	使	使
		ッン	<	ま	わま	わく	う	ゎ	<	ま	わ ま	わく	う	ゎ
		プ	使	に	なり	な	計	な	使	に	なり	な	計	な
		ル	う	使	い	い		い	う	使	い	い		い
		数		う				計		う				計
	全体	319	1.2	14.3	32.6	51.9	15.5	84.5	8.0	17.6	27.6	46.7	25.7	74.3
性	男性	179	2.2	17.0	37.9	¥ 43.0	19.2	80.8	10.1	23.4	27.4	▼ 39.1	33.5	▼ 66.5
別	女性	140	-	10.9	▼ 25.9	○ 63.2	10.9	89.1	5.4	V 10.2	27.9	○ 56.5	▼ 15.6	0 84.4
	1年生	65	-	12.6	37.8	49.6	12.6	87.4	7.5	14.6	34.2	43.8	22.1	77.9
学	2 年生	98	1.8	18.1	34.1	¥ 46.0	19.9	80.1	9.5	12.8	26.2	51.6	22.3	77.7
年	3 年生	80	1.5	▼ 7.3	0 41.7	49.5	▼ 8.8	O 91.2	4.5	26.7	25.7	43.1	31.2	▼ 68.8
	4 年生	77	1.3	18.2	▼ 16.9	○ 63.6	19.5	80.5	10.4	16.9	26.0	46.8	27.3	72.7
									,	,				(%)

														(/0)
					文章0	要約				ブレ	インス	トーミ	ング	
		+	ょ	た	使あ	使 全	使	使	ょ	た	使あ	使 全	使	使
		ソン	<	ま	わま	わく	う	ゎ	<	ま	わ ま	わく	う	ゎ
		プ	使	に	なり	な	計	な	使	に	なり	な	計	な
		ル	う	使	い	い		い	う	使	い	い		い
		数		う				計		う				計
	全体	319	26.1	39.0	15.1	19.8	65.1	34.9	3.6	18.1	32.0	46.3	21.7	78.3
性	男性	179	27.6	38.3	17.5	16.7	65.9	34.1	4.4	22.5	34.3	▼ 38.8	26.9	▼ 73.1
別	女性	140	24.2	39.9	12.0	23.9	64.2	35.8	2.6	T 12.4	29.0	56.0	▼ 15.0	○ 85.0
	1年生	65	33.0	36.5	▼ 9.5	21.0	69.5	30.5	-	14.9	0 40.8	44.3	▼ 14.9	0 85.1
学	2 年生	98	22.8	36.2	19.7	21.3	▼ 59.0	0 41.0	4.3	18.9	34.9	41.9	23.3	76.7
年	3 年生	80	24.6	38.3	18.4	18.7	62.9	37.1	4.1	23.3	34.7	▼ 38.0	27.4	▼ 72.6
	4 年生	77	26.0	45.5	10.4	18.2	71.4	▼ 28.6	5.2	14.3	▼ 18.2	○ 62.3	19.5	5
別学	女性 1年生 2年生 3年生	140 65 98 80	24.2 33.0 22.8 24.6	39.9 36.5 36.2 38.3	12.0 ▼ 9.5 19.7 18.4	23.9 21.0 21.3 18.7	64.2 69.5 ▼ 59.0 62.9	35.8 30.5 41.0 37.1	2.6 - 4.3 4.1	▼ 12.4 14.9 18.9 ○ 23.3	29.0	○ 56.0 44.3 41.9 ▼ 38.0	▼ 15.0 ▼ 14.9 23.3 ○ 27.4	○ 85. ○ 85. 76. ▼ 72.

64

<対話型生成AI現利用者ベース>



あなたは、対話型生成AI(ChatGPTなど)をどの様な用途で使いますか。 以下の項目ごとに最もあてはまるものをお選びください。

<対話型生成AI 現利用者:N=319>

				ス	ケジュ	ール管	理			=	ニュース	スの要約	5	
			ょ	た	使あ	使 全	使	使	ょ	た	使あ	使 全	使	使
		サ	<	ま	わま	わく	う	ゎ	<	ま	わ ま	わく	う	ゎ
		ン	使	に	なり	な	計	な	使	に	なり	な	計	な
		プ	う	使	い	い		い	う	使	い	い		い
		ル		う				計		う				計
		数						н.						۳.
	全 体	319	4.0	14.9	27.4	53.7	19.0	81.0	8.9	18.2	30.6	42.3	27.1	72.9
性	男性	179	4.7	15.1	30.1	50.2	19.8	80.2	10.6	19.9	35.9	▼ 33.6	30.5	69.5
別	女性	140	3.2	14.7	24.0	58.1	17.9	82.1	6.8	16.0	▼ 23.8	53.4	22.8	77.2
	1年生	65	1.2	▼ 8.3	25.4	65.2	▼ 9.5	90.5	6.3	18.9	▼ 25.2	O 49.6	25.2	74.8
学	2 年生	98	6.1	15.1	35.3	▼ 43.4	21.3	78.7	10.5	17.7	34.1	37.8	28.2	71.8
年	3 年生	80	1.5	20.6	29.5	¥ 48.4	22.1	77.9	10.3	19.5	37.6	▼ 32.6	29.8	70.2
	4 年生	77	6.5	14.3	▼ 16.9	62.3	20.8	79.2	7.8	16.9	▼ 23.4	O 51.9	24.7	75.3

◆ 生成AIのあらゆる利用シーンにおいて回答の一部を利用する・回答はアドバイスとし参考にして、 「自分の意見意見に利用する」と回答した人は過半数を超えている。

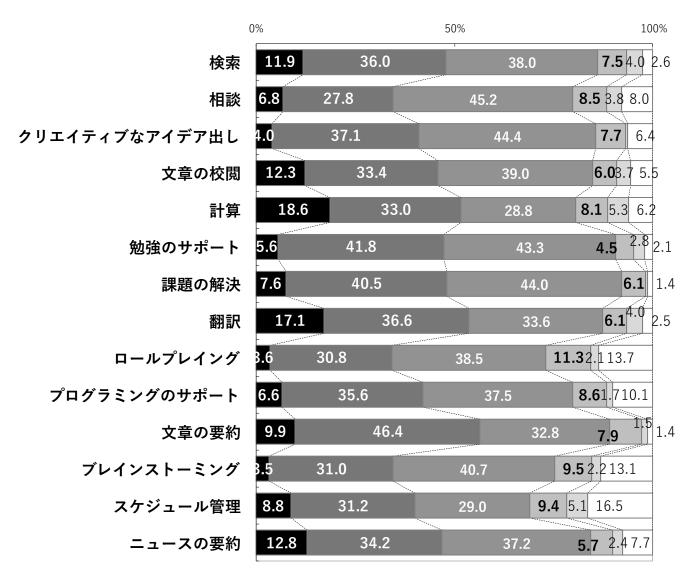
<対話型生成AI 各用途利用者ベース>



あなたは、以下の用途で対話型生成AI(ChatGPTなど)を利用した場合、その回答結果をどのように利用しますか。

<対話型生成AI 各用途利用者>

□別のAIと比較して □上記以外 ■回答を ■回答の ■回答はアドバイス ■適切な回答 一部を になるように そのまま として、 有用なものを 利用する 利用する 自分の意見に 深堀をさせる 利用する 利用する



<対話型生成AI 各用途利用者ベース>



あなたは、以下の用途で対話型生成AI(ChatGPTなど)を利用した場合、その回答結果をどのように利用しますか。

<対話型生成AI 各用途利用者>

					検	索						相	談		
			回	回	自回	堀適	も別	上		回	回	自回	堀適	も別	上
			答	答	分 答	を切	のの	記		答	答	分 答	を切	のの	記
			を	の	のは	さな	を A	以		を	の	のは	さな	を A	以
			そ	_	意ア	せ回	利 I	外		そ	_	意ア	せ回	利 I	外
			の	部	見ド	る 答	用と			の	部	見ド	る答	用と	
			ま	を	にバ	に	す比			ま	を	にバ	に	す 比	
			ま	利	利イ	な	る較			ま	利	利イ	な	る 較	
		サ	利	用	用ス	る	し		サ	利	用	用ス	る	し	
		ン	用	す	すと	ょ	て		ン	用	す	すと	ょ	て	
		プ	す	る	るし	う	有		プ	す	る	るし	う	有	
		ル	る		て	に	用		ル	る		て	に	用	
		数			`	深	な		数			`	深	な	
:	全体	233	11.9	36.0	38.0	7.5	4.0	2.6	196	6.8	27.8	45.2	8.5	3.8	8.0
性	男性	136	10.8	0 41.4	33.9	8.2	3.0	2.8	112	6.7	28.8	47.0	7.0	2.6	7.9
別	女性	97	13.6	▼ 28.5	43.8	6.4	5.4	2.3	84	7.0	26.5	42.8	10.5	5.3	8.0
	1年生	48	15.9	38.3	▼ 25.3	7.8	5.8	6.9	33	8.5	34.1	▼ 35.7	6.9	2.3	12.5
学	2 年生	69	14.2	0 41.4	▼ 31.0	8.7	2.5	2.2	62	9.6	26.2	48.2	8.0	2.8	5.2
年	3 年生	61	7.2	▼ 26.4	0 49.2	12.5	2.8	1.9	50	5.1	24.1	49.7	4.7	5.8	10.5
	4 年生	55	10.9	38.2	45.5	-	5.5	-	51	3.9	29.4	43.1	13.7	3.9	5.9

++-	33	10.5	00.2	<u></u> → →0.0	1	<u> </u>	<u> </u>	JI	5.5	23.7	10.1	O 10.1	5.	
														(%)
		Ź	フリエイ	ティブ	なアイ	デア出	L				文章0	D校閲		
		回	回	自回	堀 適	も別	上		回	回	自回	堀適	も別	上
		答	答	分 答	を切	၈ ၈	記		答	答	分答	を切	၈ ၈	記
		を	の	のは	さな	を A	以		を	の	のは	さな	を A	以
		そ	_	意ア	せ回	利 I	外		そ	_	意ア	せ 回	利 I	外
		の	部	見ド	る答	用と			の	部	見ド	る答	用と	
		ま	を	にバ	に	す比			ま	を	にバ	に	す比	
		ま	利	利イ	な	る較			ま	利	利イ	な	る較	
	サ	利	用	用ス	る	L		サ	利	用	用ス	る	し	
	ン	用	す	すと	ょ	て		ン	用	す	すと	ょ	て	
	プ	す	る	るし	う	有		プ	す	る	るし	う	有	
	ル	る		て	に	用		ル	る		て	に	用	
	数			`	深	な		数			`	深	な	
全体	229	4.0	37.1	44.4	7.7	0.3	6.4	235	12.3	33.4	39.0	6.0	3.	7 5.5
男性	136	5.0	42.0	▼ 39.1	7.4		- 6.6	134	12.1	34.3	37.7	7.2	3.	2 5.5
女性	93	2.7	▼ 29.9	52.1	8.2	0.8	6.2	101	12.6	32.2	40.8	4.4	4.	3 5.6
1年生	45	4.6	38.1	▼ 37.4	7.9		- 0 12.0	46	20.9	34.1	▼ 26.2	4.4	2.	8 🔾 11.6
2 年生	69	6.2	40.4	▼ 37.7	8.7	1.3	L 5.9	72	▼ 7.0	0 40.1	39.0	2.4	3.	5 8.0
3 年生	63	-	▼ 29.0	O 57.4	9.8		- 3.8	61	8.8	▼ 22.9	52.0	8.8	6.	2 1.4
4 年生	53	5.7	41.5	43.4	3.8		- 5.7	56	16.1	35.7	35.7	8.9	1.	8 1.8
	全 男女年年年生生	サンプル数 全体 229 男性 136 女性 93 1年生 45 2年生 69 3年生 63	回答をそのまま利用 プレック カー	クリエイ 回答をのそののままり、利用するの数 を体 229 4.0 37.1 男性 136 5.0 42.0 女性 93 2.7 ▼ 29.9 1年生 45 4.6 38.1 2年生 69 6.2 40.4 3 5.0 ▼ 29.0	クリエイティブ 回答 合 合 の は 音 の 会 の は 意 ア の 部 見 ド は 利 利 イ 用 ス す と る し て 数 セクリカ ママラ マック	クリエイティブなアイー回答 合	クリエイティブなアイデア出 回 回 自 回 堀 適 も 別 の の を の の は さ な を A 利 し の の は さ な を A 利 月 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日 日	クリエイティブなアイデア出し 回答	クリエイティブなアイデア出し 回 日 回 日 回 堀 適 も 別 上 窓 ののはさなを A 以 ののの記した。 ののはさなを A 以 外 ののの問題を ののの問題を では、 では、 ないののの問題を では、 では、 ないののの問題を では、 では、 ないののの問題を では、 では、 ないののの問題を では、 ないののの問題を では、 ないののの問題を では、 ないののののののののののののののののでは、 ないのののののののののののののののののののののののののののののののののののの	クリエイティブなアイデア出し 回回自回堀適も別上 密答ののはさなをA以ののの記をののはさなをA以りををののがはさなをA以りををののがはさなをA以りををののがはななをA以りををのいる。またにがにはず比はまり、利けなるを対します。まり、利力がある。はなるをはないでは、まり、利力がある。はないでは、はないではないでは、はないでは、はないでは、はないでは、はないでは、はないでは、はないでは、はないでは、はないでは、はないでは、はないでは、はないでは、はないでは、はないでは、はないでは、はないではないでは、はないではないでは、はないでは、はないでは、はないでは、はないでは、はないでは、はないでは、はないではないでは、はないでは、はないでは、はないでは、はないでは、はないでは、はな	クリエイティブなアイデア出し 回 回 自 回 堀 適 も 別 上 回 答 答 ののの記答 を ののはさななる 用 と ののの記念を ののはさななる 用 と ま 利 川 外 で で のののまた。 ま 利 利 イ なる較 ま 利 カイ なる較 ま 利 用 ス る し サ 利 用 カ ナ カ カ カ カ カ カ カ カ カ カ カ カ カ カ カ カ カ	クリエイティブなアイデア出し 回 回 自 回 堀 適 も 別 上 答 答 分 答 を 切 の の 記 答 の の は さ な を A 以 を の の は そ 一 意 ア せ 回 利 I 外 そ 一 意 ア の 部 見 ド る 答 用 と ま を に バ は す 比 ま を に バ ま 利 利 イ な る 較 ま 利 用 用 ス ひ 用 す す と よ て ン 用 す す と プ す る る し う 有 プ す る る し で 数 数	クリエイティブなアイデア出し 文章の校閲 回回日日回日日回日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日日	クリエイティブなアイデア出し □ □ 自 □ 堀 適 も 別 上

生成AIのアウトプットの活用方法(数表篇②)

<対話型生成AI 各用途利用者ベース>



あなたは、以下の用途で対話型生成AI (ChatGPTなど) を利用した場合、その回答結果をどのように利用しますか。

<対話型生成AI 各用途利用者>

					計	·算					免	独強のも	ナポート	•	
			回	回	自回	堀適	も別	上		П	回	自回	堀適	も別	上
			答	答	分 答	を切	၈ ၈	記		答	答	分 答	を切	၈ ၈	記
			を	の	のは	さな	を A	以		を	の	のは	さな	をA	以
			そ	_	意 ア	せ回	利 I	外		そ	_	意 ア	せ 回	利I	外
			の	部	見ド	る答	用と			の	部	見ド	る答	用と	
			ま	を	にバ	に	す 比			ま	を	にバ	に	す 比	
			ま	利	利イ	な	る較			ま	利	利イ	な	る較	
		サ	利	用	用ス	る	し		サ	利	用	用ス	る	し	
		ン	用	す	すと	ょ	て		ン	用	す	すと	ょ	て	
		プ	す	る	るし	う	有		プ	す	る	るし	う	有	
		ル	る		て	に	用		ル	る		て	に	用	
		数			`	深	な		数			`	深	な	
- 3	全体	185	18.6	33.0	28.8	8.1	5.3	6.2	292	5.6	41.8	43.3	4.5	2.8	2.1
性	男性	112	17.6	33.8	30.2	9.5	8.0	▼ 0.9	173	5.7	42.2	40.6	6.6	2.8	2.2
別	女性	72	20.3	31.9	26.6			5	119	5.4	41.0	47.2	1.4		2.1
	1年生	31	▼ 8.9	42.3		8	1	8	56	9.5	▼ 31.9	48.1	2.3	3.6	4.6
学	2 年生	61	22.8	30.9	26.0	8	1	8	89	5.4			3.9		0.9
年	3 年生	46	▼ 12.2			8	2.6	1	77	2.7		-	6.9	1.1	3.8
	4 年生	46	26.1	37.0	28.3	▼ 2.2	_	6.5	70	5.7	50.0	38.6	4.3	1.4	-

	4 4 2	40	○ 20.1	51.0	20.5	▼ ∠.∠	• 1	0.5	10	3.1	0.0	30.0	7.3	1.7	0
															(%)
					課題の	の解決						翻	訳		
			回	回	自回	堀適	も別	上		回	回	自回	堀適	も別	上
			答	答	分答	を切	のの	記		答	答	分答	を切	၈ ၈	記
			を	の	のは	さな	を A	以		を	の	のは	さな	を A	以
			そ	_	意ア	せ回	利 I	外		そ	_	意 ア	せ 回	利 I	外
			စ	部	見ド	る 答	用と			の	部	見ド	る答	用と	
			ま	を	にバ	に	す比			ま	を	にバ	に	す 比	
			ま	利	利イ	な	る較			ま	利	利イ	な	る 較	
		サ	利	用	用ス	る	L		サ	利	用	用ス	る	L	
		ン	用	す	すと	ょ	て		ン	用	す	すと	ょ	て	
		プ	す	る	るし	う	有		プ	す	る	るし	う	有	
		ル	る		て	に	用		ル	る		て	に	用	
		数			`	深	な		数			`	深	な	
	全体	281	7.6	40.5	44.0	6.1	0.4	1 1.4	253	17.1	36.6	33.6	6.1	4.0	2.5
性	男性	164	7.9	42.7	40.2	7.7	0.	7 0.8	149	15.0	38.1	36.0	5.8	5.1	-
別	女性	117	7.0	37.5	O 49.2	4.1		- 2.2		20.1	34.5	30.2	8	2.4	
	1年生	57	12.1	42.6	▼ 38.1	3.6		- 3.6	52	28.6	33.2	▼ 24.6	3.9	3.9	5.8
学	2 年生	83	4.9	_		8	3	-	81	19.1	32.9	R	8.3	3.1	1.9
年	3 年生	73		▼ 33.1		8.9	\$	5 1.2	65		36.5	8	8	5.5	1
	4 年生	69	11.6	▼ 34.8	47.8	4.3		- 1.4	55	▼ 9.1	45.5	34.5	5.5	3.6	1.8

<対話型生成AI 各用途利用者ベース>



あなたは、以下の用途で対話型生成AI (ChatGPTなど) を利用した場合、その回答結果をどのように利用しますか。

<対話型生成AI 各用途利用者>

					ールプ	レイン	グ				プログ	ラミン	グのサ	ポート	
			回	回	自回	堀適	も別	上		回	回	自回	堀適	も別	上
			答	答	分答	を切	၈ ၈	記		答	答	分 答	を切	のの	記
			を	の	のは	さな	を A	以		を	の	のは	さな	を A	以
			そ	_	意 ア	せ回	利 I	外		そ	_	意 ア	せ回	利 I	外
			の	部	見ド	る答	用と			の	部	見ド	る答	用と	
			ま	を	にバ	に	す比			ま	を	にバ	に	す 比	
			ま	利	利イ	な	る 較			ま	利	利イ	な	る 較	
		サ	利	用	用ス	る	し		サ	利	用	用ス	る	し	
		ン	用	す	すと	ょ	て		ン	用	す	すと	ょ	て	
		プ	す	る	るし	う	有		プ	す	る	るし	う	有	
		ル	る		て	に	用		ル	る		て	に	用	
		数			`	深	な		数			`	深	な	
	全体	154	3.6	30.8	38.5	11.3	2.1	13.7	170	6.6	35.6	37.5	8.6	1.7	10.1
性	男性	102	5.4	29.8	39.2	11.3	2.4	11.9	109	6.3	41.8	35.4	7.0	1.1	8.3
別	女性	51	-	32.9	37.2	11.3	1.5	17.1	61	7.0	▼ 24.5	41.1	11.3	2.8	13.2
	1年生	33	-	31.3	35.2	6.9	4.0	22.7	36	2.1	32.2	▼ 30.1	13.3	-	22.4
学	2 年生	53	6.6	▼ 25.2	39.8	13.2	1.4	13.8	47	6.9	37.5	41.8	5.3	-	8.5
年	3 年生	40	-	27.1	41.5	15.3	3.0	13.1	45	2.6	33.4	44.0	7.1	6.4	6.4
	4 年生	28	7.1	46.4	35.7	7.1	-	3.6	41	14.6	39.0	31.7	9.8	-	4.9

	+ + ±	20		70.7	55.	•	7.1			5.0	41	17.	33.0		JI. 1		J.U			7.3
	_																			(%)
					文章	の要	約						ブレ	イン	ノス	トー	Ξ;	ンク	y i	
			回	回	自回	堀	適	ŧ	別	上		回	回	自	□	堀	適	ŧ	別	上
			答	答	分 答	を	切	Ø	の	記		答	答	分	答	を・	切	の	の	記
			を	の	のは	さ	な	を	Α	以		を	の	の	は	さ:	な	を	Α	以
			そ	_	意で	せ	回	利	ı	外		そ	_	意	ア	せ!	回	利	ı	外
			စ	部	見ド	る	答	用	٤			ø	部	見	ド	る :	答	用	٤	
			ま	を	にバ		に	す	比			ま	を	に	バ		に	す	比	
			ま	利	利イ		な	る	較			ま	利	利	1		な	る	較	
		サ	利	用	用ス		る		し		サ	利	用	用	ス		る		L	
		ン	用	す	すと		ょ		て		ン	用	す	す	٤		ょ		τ	
		プ	す	る	るし		う		有		プ	す	る	る	L		う		有	
		ル	る		て		に		用		ル	る			τ		に		用	
		数			`		深		な		数				•		深		な	
	全体	256	9.9	46.4	32.	8	7.9		1.5	1.4	171	3.5	31.0		40.7	9	9.5		2.2	13.1
性	男性	149	9.2	45.2	30.	5 1	1.4		2.0	1.7	110	5.4	35.4		38.8		9.7		1.2	9.5
別	女性	106	11.0	48.1	36.	0	3.0		0.8	0.9	62	-	▼ 23.2		44.1	8	9.1		4.1	O 19.5
	1年生	51	17.8	▼ 35.7	34.	9	6.5		-	5.1	36	-	26.2	•	33.6		7.7		5.7	26.8
学	2 年生	77	5.5	54.7	▼ 27.	5 1	0.0		2.3	-	57	3.1	35.6		36.6	\bigcirc 14	4.9		1.3	8.4
年	3 年生	65		▼ 37.6		Į.	8.2		3.2	-	50	2.4		0	48.3	10	0.0		-	14.2
	4 年生	63	12.7	○ 54.0	▼ 25.	4	6.3		-	1.6	29	10.3	37.9		44.8		-		3.4	▼ 3.4

<対話型生成AI 各用途利用者ベース>



あなたは、以下の用途で対話型生成AI (ChatGPTなど) を利用した場合、その回答結果をどのように利用しますか。

<対話型生成AI 各用途利用者>

				ス	ケジュ	ール管	理		ニュースの要約								
		•	回	回	自 回	堀適	も別	上		回	回	自回	堀適	も別	上		
			答	答	分 答	を切	のの	記		答	答	分答	を切	၈ ၈	記		
			を	の	のは	さな	を A	以		を	の	のは	さな	を A	以		
			そ	_	意 ア	せ 回	利 I	外		そ	_	意 ア	せ回	利 I	外		
			の	部	見ド	る 答	用と	20000000		の	部	見ド	る答	用と			
			ま	を	にバ	に	す 比			ま	を	にバ	に	す 比			
			ま	利	利イ	な	る較			ま	利	利イ	な	る 較			
		サ	利	用	用ス	る	L		サ	利	用	用ス	る	L			
		ン	用	す	すと	ょ	て		ン	用	す	すと	ょ	て			
		プ	す	る	るし	う	有		プ	す	る	るし	う	有			
		ル	る		て	に	用		ル	る		て	に	用			
		数			`	深	な		数			`	深	な			
	全体	148	8.8			9.4		5	184	12.8			5.7	2.4	7.7		
性	男性	89	7.2	33.7		11.7	7.7	8	119	14.4	37.2	1		3.1	6.3		
別	女性	59	11.4	27.3	29.8	5.9	1.3	_	65	10.0		_	5.2	1.1	10.2		
	1年生	22	6.7	33.8		9.1			33	10.8	35.2		-	6.3	18.1		
学	2 年生	55	13.6	1 3	31.3	12.6	6.3	8		O 19.7	34.5	36.7	5.4	-	3.8		
年	3 年生	41	5.0	1 8	32.3	7.1		8		▼ 7.6			6.0	4.4	9.2		
	4 年生	29	6.9	44.8	27.6	6.9	3.4	10.3	37	10.8	43.2	32.4	10.8	-	2.7		

生成AIのパーソナリティ意識

・対話型生成AIを例える際にあてはまる存在のTop3は 1位「課題解決の助け」(38.9%)、 2位「賢いアシスタント」(36.5%)、 3位「効率化ツール」(35.6%) である。

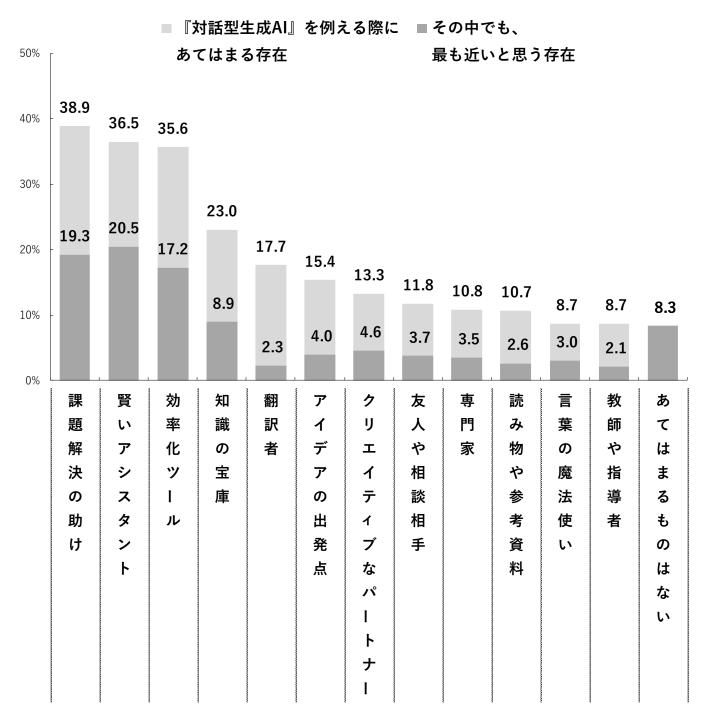
<対話型生成AI 現利用者ベース>



あなたは、対話型生成AI(ChatGPTなど)をどのような存在だと考えて利用していますか。 例えるならどんな存在か、お気持ちにあてはまるものをお選びください。

<対話型生成AI 現利用者:N=319>

※「あてはまる存在」のスコアで降順ソート



<対話型生成AI 現利用者ベース>



あなたは、対話型生成AI(ChatGPTなど)をどのような存在だと考えて利用していますか。 例えるならどんな存在か、お気持ちにあてはまるものをお選びください。

<全体:N=319>

※「あてはまる存在」のスコアで降順ソート

					1.『対	話型生	成AI』	を例え	こる際に	こあて	はまる	存在((MA)		
			課	賢	効	知	翻	ア	ク	友	専	読	言	教	あ
			題	い	率	識	訳	1	IJ	人	門	み	葉	師	て
			解	ア	化	の	者	デ	エ	や	家	物	の	や	は
			決	シ	ツ	宝		ア	1	相		や	魔	指	ま
			の	ス	ı	庫		の	テ	談		参	法	導	る
			助	タ	ル			出	1	相		考	使	者	ŧ
			け	ン				発	ブ	手		資	い		の
				١				点	な			料			は
									パ						な
									ı						い
		Ħ							٢						
		ンプ							ナ						
		プル							ı						
		数													
	全体	319	38.9	36.5	35.6	23.0	17.7	15.4	13.3	11.8	10.8	10.7	8.7	8.7	8.3
性	男性	179	38.0	31.5	37.6	26.7	16.5	16.2	11.4	12.6	11.6	11.2	9.4	8.3	8.1
別	女性	140	40.0	○42.9	33.1	18.3	19.1	14.3	15.8	10.7	9.8	10.0	7.8	9.2	8.6
	1年生	65	38.5	36.8	▼ 27.3	25.2	○25.5	▼ 9.5	11.8	11.8	15.8	6.3	5.5	10.9	10.6
学	2 年生	98	35.6	38.3	34.1	26.8	18.3	17.5	14.1	12.8	6.7	8.5	8.5	▼ 2.6	5.1
年	3 年生	80	38.1	▼30.4	39.8	18.8	15.0	17.3	8.8	11.8	8.5	14.8	6.2	7.7	13.3
	4 年生	77	044.2	40.3	40.3	20.8	13.0	15.6	18.2	10.4	14.3	13.0	○14.3	○15.6	5.2
				,					•						(%)

						2.2	その中	でも、	最も近	いと思	う存在	E (SA	()		
全体		319	19.3	20.5	17.2	8.9	2.3	4.0	4.6	3.7	3.5	2.6	3.0	2.1	8.3
性	男性	179	19.5	16.3	16.6	12.1	1.9	7.1	3.1	4.0	2.9	3.3	4.0	1.2	8.1
別	女性	140	19.0	○25.8	18.1	4.9	2.7	-	6.6	3.4	4.3	1.8	1.7	3.2	8.6
	1年生	65	21.7	21.9	15.6	10.3	4.3	-	1.2	5.5	5.5	1.2	1.2	1.2	10.6
学	2 年生	98	16.1	25.0	13.8	○14.8	2.3	1.8	8.2	4.3	2.6	4.3	0.8	0.8	5.1
年	3 年生	80	20.8	16.1	○23.1	▼3.0	1.5	7.5	1.1	5.1	1.5	3.0	2.6	1.5	13.3
	4 年生	77	19.5	18.2	16.9	6.5	1.3	6.5	6.5	-	5.2	1.3	7.8	5.2	5.2

生成AIの利用による自分への能力還元

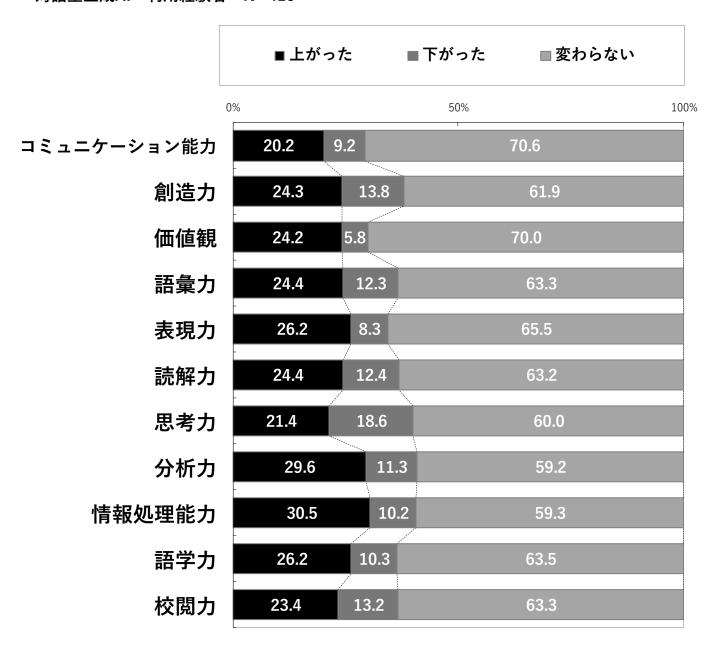
◆ 生成AIの利用により自分の能力が「上がった」と回答したTop3は 1位「情報処理能力」(30.5%)、 2位「分析力」(29.6%)、 3位「読解力」(24.4%) である。

<対話型生成AI 利用経験者ベース>



あなたは、対話型生成AI(ChatGPTなど)を利用することで『自分の既存能力』に変化があったと感じますか。 それぞれの内容について、あてはまるものを一つずつお選びください。

<対話型生成AI 利用経験者:N=410>



生成AIの利用による自分への能力還元(数表篇①)

<対話型生成AI 利用経験者ベース>



あなたは、対話型生成AI(ChatGPTなど)を利用することで『自分の既存能力』に変化があったと感じますか。それぞれの内容について、あてはまるものを一つずつお選びください。

<対話型生成AI 利用経験者:N=410>

			コミュ	ニケーショ	ン能力			
			上	下	変	上	下	変
		サ	が	が	わ	が	が	ゎ
		ン	っ	7	b	っ	っ	b
		プル	た	た	な	た	た	な
		数			い			い
	全体	410	20.2	9.2	70.6	24.3	13.8	61.9
性	男性	217	22.5	9.7	67.8	23.5	15.2	61.3
別	女性	193	17.6	8.7	73.7	25.2	12.1	62.6
	1年生	84	21.4	9.0	69.6	19.9	13.6	66.5
学	2 年生	116	22.8	7.7	69.5	23.5	17.0	59.5
年	3 年生	100	15.2	11.1	73.7	22.5	13.1	64.3
	4 年生	109	21.1	9.2	69.7	○ 30.3	11.0	58.7
						,		(%)

				価値観			語彙力			
			上	下	変	4	下	変		
		Ħ	が	が	わ	が	が	ゎ		
		ン	っ	っ	ら	っ	っ	ら		
		プル	た	た	な	た	た	な		
		数			い			い		
	全体	410	24.2	5.8	70.0	24.4	12.3	63.3		
性	男性	217	26.3	7.7	66.0	24.5	10.3	65.2		
別	女性	193	21.9	3.6	74.5	24.3	14.5	61.2		
	1年生	84	20.5	7.3	72.2	22.5	15.0	62.4		
学	2 年生	116	24.9	4.5	70.6	25.6	11.0	63.4		
年	3 年生	100	23.9	5.3	70.8	20.4	12.8	66.8		
	4 年生	109	26.6	6.4	67.0	28.4	11.0	60.6		
		•	,					(%)		

				表現力		読解力		
			上	下	変	上	下	変
		Ħ	が	が	ゎ	が	が	わ
		ン	っ	っ	b	っ	っ	Ġ
		プル	た	た	な	た	た	な
		数			い			い
	全体	410	26.2	8.3	65.5	24.4	12.4	63.2
性	男性	217	26.0	7.5	66.5	28.4	10.5	61.1
別	女性	193	26.5	9.2	64.4	20.0	14.5	65.5
	1年生	84	26.5	9.0	64.5	23.6	10.2	66.2
学	2 年生	116	28.5	8.6	63.0	27.0	16.0	▼ 57.0
年	3 年生	100	24.0	9.3	66.7	20.8	9.6	○ 69.6
	4 年生	109	25.7	6.4	67.9	25.7	12.8	61.5

(%)

生成AIの利用による自分への能力還元(数表篇②)

<対話型生成AI 利用経験者ベース>



あなたは、対話型生成AI(ChatGPTなど)を利用することで『自分の既存能力』に変化があったと感じますか。それぞれの内容について、あてはまるものを一つずつお選びください。

<対話型生成AI 利用経験者:N=410>

				思考力			分析力	
			上	下	変	上	下	変
		サ	が	が	わ	が	が	わ
		ン。	っ	っ	b	っ	っ	Ġ
		プル	た	た	な	た	た	な
		数			い			い
	全体	410	21.4	18.6	60.0	29.6	11.3	59.2
性	男性	217	20.0	19.4	60.6	32.0	11.6	56.4
別	女性	193	23.0	17.7	59.3	26.9	10.9	62.2
	1年生	84	18.1	20.5	61.4	26.9	11.5	61.6
学	2 年生	116	24.4	16.8	58.9	30.3	14.4	55.3
年	3 年生	100	20.1	18.4	61.4	25.2	10.8	64.0
	4 年生	109	22.0	19.3	58.7	○ 34.9	8.3	56.9
						,		(%)

			1	青報処理能力	I	語学力			
			上	下	変	上	下	変	
		Ħ	が	が	わ	が	が	ゎ	
		ン。	7	っ	ら	っ	っ	ь	
		プル	た	た	な	た	た	な	
		数			い			い	
	全体	410	30.5	10.2	59.3	26.2	10.3	63.5	
性	男性	217	33.7	9.6	56.7	27.2	11.5	61.3	
別	女性	193	26.9	10.8	62.3	25.1	8.9	66.0	
	1年生	84	29.1	9.3	61.6	28.0	▼ 5.1	66.9	
学	2 年生	116	○ 36.3	12.0	▼ 51.7	25.4	11.6	63.1	
年	3 年生	100	▼ 20.1	7.9	72.0	23.1	13.5	63.5	
	4 年生	109	34.9	11.0	▼ 54.1	28.4	10.1	61.5	
			,					(%)	

				校閲力					
			上	下	変				
	y		が	が	わ				
	<u>></u>		っ	2	b				
		プル	た	た	な				
		数			い				
:	全体	410	23.4	13.2	63.3				
性	男性	217	22.1	14.1	63.9				
別	女性	193	25.0	12.3	62.7				
	1年生	84	22.9	8.4	68.7				
学	2 年生	116	27.3	16.1	▼ 56.5				
年	3 年生	100	▼ 14.9	16.4	○ 68.8				
	4 年生	109	27.5	11.0	61.5				

(%)

◆ 自身の性格として当てはまるものTop3は 1位「聞き上手」(26.6%)、 2位「人の意見に流されやすい」(25.9%)、 3位「人にやさしく思いやりがある」(25,6%) である。



以下の内容について、あなた自身の性格としてあてはまるものを全てお選びください。

<全体:N=1,000>

※全体スコアで降順ソート

		性	別		学	年	
	全体	男性	女性	1年生	2年生	3年生	4 年生
サンプル数	1,000	500	500	250	250	250	250
聞き上手	26.6	22.8	30.4	26.4	24.7	○ 32.2	23.2
人の意見に流されやすい	25.9	20.9	30.9	27.7	28.4	21.1	26.4
人にやさしく思いやりがある	25.6	21.4	29.9	23.0	27.8	23.7	28.0
現実的	23.2	22.3	24.1	23.7	24.4	▼ 18.1	26.8
楽観的	21.6	20.9	22.3	22.8	27.0	19.4	17.2
きまじめ	19.8	16.3	23.2	14.8	21.5	17.1	○ 25.6
謙虚	19.6	20.9	18.3	19.4	21.9	16.1	21.2
誠実で責任感が強い	18.4	15.6	21.2	15.4	17.0	20.5	20.8
自分に厳しい	16.2	13.7	18.7	15.1	17.7	18.4	13.6
神経質で几帳面	16.1	14.0	18.1	16.3	17.5	14.5	16.0
意志が強い	13.4	12.3	14.5	10.8	14.5	12.7	15.6
理論的にものごとを考える	13.3	14.9	11.7	11.8	12.1	12.0	17.2
新しいもの好き	12.4	9.5	15.3	12.7	13.7	11.7	11.6
人付き合いがうまい	12.1	10.5	13.8	10.2	11.8	14.0	12.4
前向き	11.2	9.1	13.4	10.3	8.9	11.0	14.8
独立心/自律心が強い	11.2	10.4	11.9	8.9	15.9	8.6	11.2
率直	11.1	10.9	11.2	12.5	9.3	9.3	13.2
陽気で明るい	10.1	7.5	12.7	11.4	9.5	10.5	8.8
自己主張が強い	9.8	7.9	11.6	9.4	11.3	10.0	8.4
ユーモアのセンスがある	9.4	9.1	9.6	9.6	9.7	10.2	8.0
自信がある	8.5	8.8	8.2	6.7	9.4	8.7	9.2
他人に厳しい	8.3	8.0	8.7	6.7	9.0	7.7	10.0
話し上手	7.7	7.3	8.2	6.3	8.8	9.0	6.8
あてはまるものはない	13.5	16.0	11.0	12.9	10.7	16.8	13.6
							(%)

V 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

※30ssを下回る軸には未反映

大学生が選ぶ最近1年間の日本の顔

大学生がイメージした「最近1年間の日本」を代表する著名人のTop3は 1位「大谷翔平」(33.3%)、 2位「岸田文雄」(16.0%)、 3位「安井かのん(やす子)」(1.4%)

である。(敬称略)

<全ベース>



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。

<全体: N=1000>

1位:	大谷翔平	333人	(33.3%)	(男性	146人 : 女性	187人)
2位:	岸田文雄	160人	(16.0%)	(男性	78人 : 女性	82人)
3位:	安井かのん(やす子)	14人	(1.4%)	(男性	1人 : 女性	13人)
4位:	フワちゃん	13人	(1.3%)	(男性	7人 : 女性	6人)
5位:	石川祐希	11人	(1.1%)	(男性	1人 : 女性	10人)
6位:	藤井聡太	10人	(1.0%)	(男性	6人 : 女性	4人)
7位:	岡慎之介	9人	(0.9%)	(男性	3人 : 女性	6人)
8位:	目黒連	8人	(0.8%)	(男性	0人 : 女性	8人)
9位:	阿部一二三	7人	(0.7%)	(男性	3人 : 女性	4人)
10位:	開發光	6人	(0.6%)	(男性	2人 : 女性	4人)

11位: 渋沢栄一	5人	(0.5%)	(男性	1人 : 女性	4人)
11位:安倍晋三	5人	(0.5%)	(男性	2人 : 女性	3人)
11位:水原一平	5人	(0.5%)	(男性	4人 : 女性	1人)
11位: 小池百合子	5人	(0.5%)	(男性	1人 : 女性	4人)
15位: 大森元貴	4人	(0.4%)	(男性	1人 : 女性	3人)
15位:橋本環奈	4人	(0.4%)	(男性	0人 : 女性	4人)
15位: 山田涼介	4人	(0.4%)	(男性	0人 : 女性	4人)
15位: 角田夏実	4人	(0.4%)	(男性	2人 : 女性	2人)
15位: 高橋藍	4人	(0.4%)	(男性	1人 : 女性	3人)

参考:「日本の顔」('23年度調査)

<全体:N=1000>

1位:大谷翔平	368人	(36.8%)	(男性	163人 : 女性	205人)
2位:岸田文雄	98人	(9.8%)	(男性	53人 : 女性	45人)
3位:安倍晋三	35人	(3.5%)	(男性	13人 : 女性	22人)
4位:三苫薫	14人	(1.4%)	(男性	12人 : 女性	2人)
5位:羽生結弦	12人	(1.2%)	(男性	1人:女性	11人)
6位: 目黒連(Snow Man)	7人	(0.7%)	(男性	1人:女性	6人)
7位: あの	6人	(0.6%)	(男性	4人:女性	2人)
8位:藤井聡太	5人	(0.5%)	(男性	5人 : 女性	0人)
8位:木村拓哉	5人	(0.5%)	(男性	2人 : 女性	3人)
10位: HIKAKIN	4人	(0.4%)	(男性	2人 : 女性	2人)

10位: フワちゃん	4人	(0.4%) (男性	1人:女性	3人)
10位: 芦田愛菜	4人	(0.4%) (男性	1人:女性	3人)
10位:永瀬廉(King&Prince)	4人	(0.4%) (男性	0人:女性	4人)
10位:菅義偉	4人	(0.4%) (男性	3人: 女性	1人)
10位:平野紫耀	4人	(0.4%) (男性	1人:女性	3人)
10位: 齋藤飛鳥	4人	(0.4%) (男性	2人:女性	2人)
17位:Ado	3人	(0.3%) (男性	0人:女性	3人)
17位: なかやまきんに君	3人	(0.3%) (男性	1人:女性	2人)
17位: やまと(コムドット)	3人	(0.3%) (男性	2人:女性	1人)

好きな広告・嫌いな広告

◆ 大学生が「好きな広告」のTop3は、 1位が日清食品の「カップヌードル」(1.8%)、 2位がKDDI au の「三太郎シリーズ」(1.6%)、 3位が「Apple」(1.1%) である。

<全ベース>



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。 ※回答は具体的にお答えください。

【好きな広告】

<全体: N=1000>

1位: 日清/カップヌードル	18人	(1.8%)(男性	5人 : 女性	13人)
2位: au/三太郎シリーズ	16人	(1.6%)(男性	6人 : 女性	10人)
3位:Apple	11人	(1.1%) (男性	6人 : 女性	5人)
4位: アサヒ/スーパードライ	9人	(0.9%) (男性	3人 : 女性	6人)
4位:楽天/楽天モバイル	9人	(0.9%) (男性	3人 : 女性	6人)
6位:KIRIN/晴れ風	7人	(0.7%) (男性	3人 : 女性	4人)
6位:USJ	7人	(0.7%)(男性	4人 : 女性	3人)
8位: サントリー/天然水	6人	(0.6%) (男性	3人 : 女性	3人)
8位: ソフトバンク/スマホ	6人	(0.6%)(男性	2人 : 女性	4人)
8位:ロート製薬/目薬	6人	(0.6%) (男性	1人 : 女性	5人)
8位:伊藤園/お一いお茶	6人	(0.6%) (男性	4人 : 女性	2人)

【嫌いな広告】

<全体: N=1000>

1位:楽天/楽天モバイル	31人(3	3.1%)(男性	18人 : 女性	13人)
2位: Google/Google pixcel	27人(2	2.7%)(男性	13人 : 女性	14人)
3位: temu	10人(1	I.0%)(男性	8人 : 女性	2人)
3位: その他	10人(1	1.0%)(男性	2人 : 女性	8人)
5位: アイフル	9人(0).9%)(男性	4人 : 女性	5人)
6位: 日清/カップヌードル	8人(0	0.8%)(男性	0人 : 女性	8人)
7位: FirstFun/ラストウォー	7人(0	0.7%)(男性	7人 : 女性	0人)
7位: メンズクリア	7人(0	0.7%)(男性	6人 : 女性	1人)
7位: ライザップ/チョコザップ	7人(0	0.7%)(男性	3人 : 女性	4人)
10位: ストラッシュ	6人 ((0.6%)(男性	0人 : 女性	6人)
10位: バンクオブイノベーション/メメントモリ	6人(().6%)(男性	1人 : 女性	5人)

<全ベース>



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。 ※回答は具体的にお答えください。

参考:「好きな広告」(過去12回調査)

	(全 体:n=1000)
--	--------------

参考:'22年度結果 (全 体:n=1379) ▼参考:'21年度結果 (全 体:n=648)

▼ 参考: 23 年 及 箱 未	(主 1本:n-1000)	▼ 参	3/9)
1 日清	33人	1 KDDI/au/「三太郎」シリーズ	43
² au	22人	2 日清食品/カップヌードル	35
3 アサヒ	21人	³ Apple/iPhone	27)
4 サントリー	17人	4 ニトリ/Nクール、Nウォーム	23)
5 Google	11人	5 大塚製薬/ポカリスエット	18
5 コカ・コーラ	11人	6 ゼスプリ	14)
7 キリン	10人	⁷ Amazon/Amazon Prime	12
8 Apple	9人	7 SUNTORY/ほろよい	12)
9 トヨタ	人8	9 マクドナルド/ハンバーガー	117
9 大塚製薬	人8	9 アイフル	117

_	▼ 多 行 . L 1 干 及 間 木 (工 PF . 11 0 10 /	
	1 大塚製薬/ポカリスエット	28人
•	2 日清食品/カップヌードル	22人
	3 KDDI/au/「三太郎」シリーズ	19人
•	4 大塚製薬/カロリーメイト	11人
,	5 コカコーラ/コカコーラ	9人
•	6 KDDI/UQモバイル	9人
	7 Amazon/Amazon Prime	8人
•	⁷ Zespri/キウイブラザーズ	8人
	7 KDDI/「意識高すぎ!高杉くん」シリーズ	7人
•	10 アサヒ/カルピス	6人
	7 ハーゲンダッツジャパン/ハーゲンダッツ	6人
	10 ロッテ/キシリトール/BTS	6人

▼参考: 19年度結果 (全 体:n=1000))
1 KDDI/au/三太郎シリーズ	52人
² Amazon/Amazon Prime	15人
3 大塚製薬/ポカリスエット	13人
4 Apple/iPhone	11人
5 ソフトバンク/スマートフォン・携帯電話	10人
6 日清食品/カップヌードル	人9
7 BOOKOFF/本だけじゃないブックオフ!	7人
7 Zespri/アゲリシャスシリーズ	7人
7 オリエンタルランド/東京ディズニーリゾート	7人
10 suntory/pepsi	6人

▼参考: 18年度結果 (全 体:n=1000)

▼参考:'17年度結果 (全体:n=1008)

▼参考:	16年度結果	(全	体:n=816)
				•

▼参考: 15年度結果 (全 体:n=816)

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

「KDDI/au/「三太郎」シリース	116人
² Amazon/アマゾンプライム	19人
3 大塚製薬/ポカリスウェット「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

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
8 JR東日本/「JR ski ski」シリーズ	5人
9 NTTドコモ/ドコモDカード/中条あやみ	5人
9 キリン/一番搾り/「しあわせ一番町 47都道府県の一番搾り」篇	5人
9 サントリー/ザ・プレミアム・モルツ	5人

↑ 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	人9
5 JR東日本/「JR ski ski」シリーズ	人8
5 ルミネ/小松奈菜	人8
7 RIZAP/「つぎつぎと!イキイキと!」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)

▼ 多	
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

▼参老・	13年度結果	(全体:n=800)

▼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 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/ラパン海へ篇 5人 7 東京ディズニーリゾート/夢がかなう場所/Where Dreams Come True 5人 10 JR東海/そうだ、京都行こう 4人

▼参考: '11年度結果 (全 体:n=800)

▼参与、日午及相未(主 体:11-000	/
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 エステー/消臭力	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

広告関心度

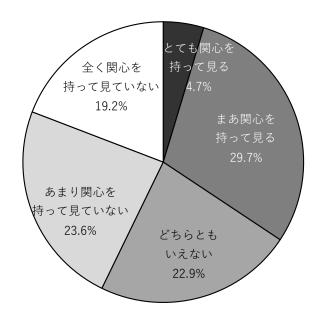
- ◆ 広告に関する関心度について、過去の調査と比較すると、「関心を持って見る計」と回答した人は全体の34.3%と、 昨年よりも0.8pt増加。
- ◆ 他方、「関心を持って見ない計」は42.8%と昨年から6.1pt増加。
- ◆ 「どちらともいえない」は22.9%と昨年から13.8pt減少。

<全ベース>



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。

<全体:N=1,000>



関心を持って見る計: 34.3%

関心を持って見ない計: 42.8%

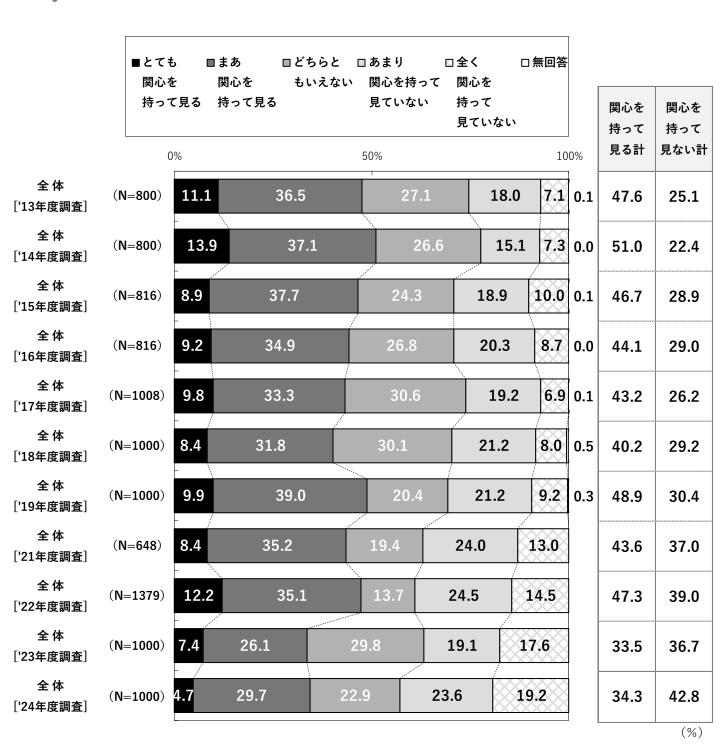
			持 と	持ま	いど	い持あ	い 持 全	見関	見関
			って	っあ	えち	っま	っく	る心	な心
		лт	ても	て関	なら	てり	て関	計 を	いを
		サ	見関	見心	いと	見関	見心	持	計持
		プ	る心	るを	も	て心	てを	っ	っ
			を			いを	い	て	て
		ル				な	な		
		数							
	全体	1,000	4.7	29.7	22.9	23.6	19.2	34.3	42.8
性	男性	500	5.4	31.1	24.7	21.5	17.3	36.5	38.8
別	女性	500	4.0	28.2	21.1	25.7	21.0	32.2	46.8
	1年生	250	4.5	27.2	21.4	28.0	19.1	31.6	47.0
学	2 年生	250	5.6	31.6	23.9	20.5	18.3	37.2	38.8
年	3年生	250	3.8	25.5	27.4	21.6	21.7	▼ 29.3	43.3
	4 年生	250	4.8	34.4	18.8	24.4	17.6	39.2	42.0

(%)

<全ベース>



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。



広告に対する意見

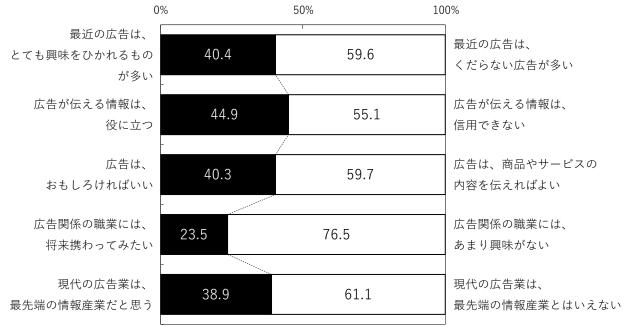
- ◆ 広告に対する意見について、「最近の広告は、とても興味を引かれるものが多い」と回答した人は40.4%、 「最近の広告はくだらない広告が多い」と回答した人は59.6%である。
- ◆ 広告に対する意見について、「広告が伝える情報は、役に立つ」と回答した人は44.9%、 「広告が伝える情報は、信用できない」と回答した人は55.1%である。
- ◆ 広告に対する意見について、「広告は、おもしろければいい」と回答した人は40.3%、 「広告は、商品やサービスの内容を伝えればいい」と回答した人は59.7%である。
- ◆ 広告に対する意見について、「広告関係の職業には、将来携わってみたい」と回答した人は23.5%、 「広告関係の職業には、あまり興味がない」と回答した人は76.5%である。
- ◆ 広告に対する意見について、「現在の広告業(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38.9%、 「現在の広告業(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61.1%である。

<全ベース>

Q30

以下に挙げた広告に関する事柄について、AとBどちらかあなたのお気持ちに近い方をそれぞれお選びください。

<全体:N=1000>



			最近の加	広 告 は…	広告が伝え	る情報は…	広 告	は…	広告関係の	職業には…	現在の広	告業は…
			引と	<	役	信	面	内商	将	あ	最	最
			かて	多だ	に	用	白	容 品	来	ま	だ先	と先
			れも	いら	立	で	け	をや	携	Ŋ	と端	は 端
			る興	な	っ	き	れ	伝 サ	ゎ	興	思の	いの
			も 味	い		な	ば	えー	っ	味	う 情	え情
		Ħ	のを	広		い	い	れビ	て	が	報	な報
		プ	が	告			い	ばス	み	な	産	い 産
		ル	多	が				いの	た	い	業	業
		数	い					い	い			
	全体	1000	40.4	59.6	44.9	55.1	40.3	59.7	23.5	76.5	38.9	61.1
性	男性	500	38.9	61.1	42.0	58.0	41.3	58.7	24.5	75.5	38.9	61.1
別	女性	500	41.9	58.1	47.8	52.2	39.3	60.7	22.5	77.5	38.8	61.2
	1年生	250	36.6	63.4	41.5	58.5	42.9	57.1	22.5	77.5	36.6	63.4
学	2 年生	250	43.9	56.1	44.3	55.7	36.7	63.3	25.4	74.6	40.8	59.2
年	3 年生	250	39.9	60.1	45.4	54.6	40.1	59.9	24.5	75.5	38.0	62.0
	4 年生	250	41.2	58.8	48.4	51.6	41.6	58.4	21.6	78.4	40.0	60.0
												(%)

100%

広告に対する意見(時系列比較~過去10回調査での動き)

<全ベース>

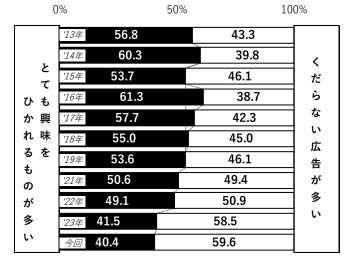


以下に挙げた広告に関する事柄について、AとBどちらかあなたのお気持ちに近い方をそれぞれお選びください。

0%

【最近の広告は・・・】

【広告関連の職業には・・・】 50%



	070	3070	10070
	'13年 43.5	56.5	
	'14年 41.8	58.3	
将	'15年 40.3	59.7	あ
来携	'16年 37.1	62.9	
ゎ	'17年 38.3	61.7	9
2	'18年 39.2	60.8	興 味
て	'19年 41.3	58.6	が
み た	'21年 40.8	59.2	な
い	'22年 42.9	57.1	\r
	'23年 27.9	72.1	
	今回 23.5	76.5	

【広告が伝える情報は・・・】

【現代の広告業は・・・】

C	9%	50%	100%
	'13年 62.9	37.1	
	'14年 65.3	34.6	
	'15年 63.8	36.2	
役	'16年 66.4	33.6	信
	'17年 65.0	34.9	用
に 立	'18年 65.0	35.0	でき
10	'19年 53.6	46.1	な
	'21年 56.8	43.2	い
	'22年 57.2	42.8	
	'23年 45.5	54.5	
	今回 44.9	55.1	

0%		50%	100%
最	'13年 46.6	53.4	
先	'14年 42.9	57.0	
端	'15年 49.3	50.7	最先
Ø	'16年 52.9	47.1	端
情	'17年 50.6	49.4	
報 産	^{'18年} 52.1	47.9	と情
業	'19年 48.6	51.1	は報
だ	'21年 42.1	57.9	
٤	'22年 47.7	52.3	x
思う	'23年 38.0	62.0	い
	今回 38.9	61.1	

【広告は・・・】

0%		50%		100)%
′13年	63.4		36.6		

商
品
や
サ
i ا ت
、ス
こ の
,

'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): (N=1008) '17年度調査 '18年度調査 : (N=1000) '19年度調査 : (N=1000) (N=648)'21年度調査 '22年度調査 (N=1379)23年度調査 (N=1000)今回('24年度調査) : (N=1000)

付)調査票

普段の情報収集について

設問タイトル : 使用媒体種類

回答者条件 : 全員

選択肢間ランダマイズ : ランダム表示 (16 ,17 以外)

Q1

MA 必 ラ ここからは、あなたの普段の情報収集についてお聞きします。

あなたが利用している情報源(情報媒体)について、あてはまるものをすべてお選びください。

- 1. X (旧Twitter)
- 2. Instagram
- 3. Facebook
- 4. YouTube
- 5. TikTok
- 6. Newsアプリ(Yahoo!ニュース・SmartNews・LINE NEWSなど)
- 7. 検索エンジン (Yahoo!・Safari・Googleなど)
- 8. 口コミアプリ・サイト(食ベログ・LIPS・ホットペッパーなど)
- Threads
- 10. BeReal
- 11. 雑誌
- 12. ラジオ
- 13. テレビ
- 14. 新聞(アナログ・デジタル問わない)
- 15. 広告
- 16. その他
- 📝 17. 特になし

>8

設問タイトル : 使用媒体頻度

回答者条件 : Q1で『1.X(旧Twitter)』~『15.広告』 いずれかを選択した方のみ

選択肢間ランダマイズ : 項目側: 昇順/降順

表示形式 : ラジオボタン

Q2



あなたが利用している情報源(情報媒体)について、それぞれの利用頻度をお知らせください。

- 1. X(旧Twitter)
- 2. Instagram
- 3. Facebook
- 4. YouTube
- 5. TikTok
- 6. Newsアプリ(Yahoo!ニュース・SmartNews・LINE NEWSなど)
- 7. 検索エンジン (Yahoo! · Safari · Googleなど)
- 8. 口コミアプリ・サイト(食ベログ・LIPS・ホットペッパーなど)
- 9. Threads
- 10. BeReal
- 11. 雑誌
- 12. ラジオ
- 13. テレビ
- 14. 新聞(アナログ・デジタル問わない)
- 15. 広告

- 1.1日に15分~30分未満
- 2.1日に30分~1時間未満
- 3.1日に1時間~2時間未満
- 4.1日に2時間~3時間未満
- 5.1日に3時間以上
- 6.2~3日に1回
- 7.1週間に1回
- 8.2週間に1回
- 9. それ以下

設問タイトル : 収集情報種類

回答者条件 : 全員

選択肢間ランダマイズ : 項目側: ランダム表示

表示形式 : ラジオボタン

Q3

MTS

必 ラ

あなたは情報収集をする際、どのような情報を知りたいと思いますか。 以下の内容それぞれについて、どの程度お気持ちにあてはまるかお知らせください。

- 1. 時事的な最新の情報
- 2. 自分の興味に沿った情報
- 3. 世間の流行に関する情報
- 4. 事実として的確な情報
- 5. 自分の意見と似ている情報
- 6. 多様な視点からの情報
- 7. 簡潔で分かりやすい情報
- 8. 詳細で深い分析を踏まえた情報

- 1. 知りたいと思う
- 2. やや知りたいと思う
- 3. どちらでもない
- 4. あまり知りたいと思わない
- 5. 知りたいと思わない

>8

設問タイトル : 使用媒体別目的

回答者条件 : Q1で『1.X (旧Twitter) 』~『16.その他』 いずれかを選択した方のみ

選択肢間ランダマイズ : 選択肢側: 昇順/降順 (16,17以外)

項目側: 昇順/降順

表示形式 : ラジオボタン

Q4

MTM

以下の情報収集をする際、あなたが利用する情報源(情報媒体)としてあてはまるものをすべて お選びください。

- 1. 時事的な最新の情報
- 2. 自分の興味に沿った情報
- 3. 世間の流行に関する情報
- 4. 事実として的確な情報
- 5. 自分の意見と似ている情報
- 6. 多様な視点からの情報
- 7. 簡潔で分かりやすい情報
- 8. 詳細で深い分析を踏まえた情報

- 1. X (旧Twitter)
- 2. Instagram
- 3. Facebook
- 4. YouTube
- 5. TikTok
- 6. Newsアプリ(Yahoo!ニュース・SmartNews・LINE NEWSなど)
- 7. 検索エンジン (Yahoo! · Safari · Googleなど)
- 8. 口コミアプリ・サイト(食ベログ・LIPS・ホットペッパーなど)
- 9. Threads
- 10. BeReal
- 11. 雑誌
- 12. ラジオ
- 13. テレビ
- 14. 新聞(アナログ・デジタル問わない)
- 15. 広告
- 16. その他



🌃 17. 特になし

設問タイトル: 世の中の情報レコメンド機能に対するポジネガ

回答者条件 : 全員

表示形式 : ラジオボタン

Q5



デジタル情報媒体における情報の"レコメンド機能"について、あなたはどのように感じますか。 最もお気持ちに近いものをお知らせください。

※情報のレコメンド機能とは:デジタルの情報媒体において、検索履歴などのデータ活用により、検索者が興味のありそうな情報が出やすくなっていること。

- 1. ポジティブである
- 2. ややポジティブである
- 3. どちらでもない
- 4. ややネガティブである
- 5. ネガティブである

>8

設問タイトル: 情報レコメンドに対する意識の理由・対策エピソード

回答者条件 : 全員

Q6



あなたは前の設問で、『情報レコメンド機能』について、 [回答: Q5]とお答えになりました。 そのようにお考えになった理由をお知らせください。

また、実際に『情報レコメンド機能』に対して講じている対策や工夫などがあれば、併せてお知らせください。

設問タイトル : 世の中の情報レコメンドに対する意識

回答者条件 : 全員

選択肢間ランダマイズ : ランダム表示 (12以外)

Q7



デジタル情報媒体における情報の"レコメンド機能"に対する意識についてお聞きします。 以下の中から、あなたのお気持ちにあてはまるものをすべてお選びください。

※情報のレコメンド機能とは:デジタルの情報媒体において、検索履歴などのデータ活用により、検索者が興味のありそうな情報が出やすくなっていること。

- 1. レコメンド機能によって発見する新しい情報が役立つと感じる
- 2. レコメンド機能によって自分の興味が限定されると感じる
- 3. レコメンド機能によって情報収集が容易になったと感じる
- 4. レコメンド機能によって新しい情報を発見することが難しいと感じる
- 5. レコメンド機能がプライバシーを侵害していると感じる
- 6. レコメンド機能によって新しい趣味や関心が広がると感じる
- 7. レコメンド機能に頼りすぎて、自分で情報を探す機会が減ったと感じる
- 8. レコメンド機能が適切に機能していないと感じることがある
- 9. レコメンド機能によって自分の興味範囲外の情報を知ることが出来ると感じる
- 10. レコメンド機能によって提供される情報が多く負荷に感じる
- 11. レコメンド機能によって提供される情報の正確性に不信感を感じる
- 📝 12. あてはまるものはない

|| 普段のコミュニケーションについて

設問タイトル: 普段のコミュニケーション意識

回答者条件 : 全員

選択肢間ランダマイズ : 選択肢側: ランダム表示 (15 以外)

表示形式 : ラジオボタン

Q8

MTM

必ラ

ここからは、あなたの普段のコミュニケーションについてお聞きします。

普段のあなたの"対人"(オフライン)でのコミュニケーションについてお聞きします。

相手との関係性の違いによって、どのような事に意識・注意していますか。それぞれあてはまる ものをすべてお選びください。

- 1. 関係性の浅い人(1:1でのコミュニケーション)
- 2. 関係性の深い人(1:1でのコミュニケーション)
- 3. 関係性の浅い人(グループや複数人でのコミュニケーション)
- 4. 関係性の深い人 (グループや複数人でのコミュニケーション)

- 1. 言葉遣いに気を付ける
- 2. 相手の立場や気持ちを考慮する
- 3. 相手の興味や関心に合わせて話題を選ぶ
- 4. 相手の意見や感想を尊重する
- 5. 自分の意見を押し付けないようにする
- 6. 適切な距離感を保つ
- 7. 適度にユーモアを交える
- 8. 相手の反応をよく観察する
- 9. 会話の流れを円滑に保つように努める
- 10. 相手の文化や背景を尊重する
- 11. 話題が適切かどうかを判断する
- 12. 忙しそうな時や気分が悪そうな時に配慮する
- 13. ボディランゲージや表情に注意を払う
- 14. 話すスピードや声のトーンを調整する
- 📝 15. あてはまるものはない

設問タイトル : テキストコミュニケーション意識

回答者条件 : 全員

選択肢間ランダマイズ : 選択肢側: ランダム表示 (15以外)

表示形式 : ラジオボタン

Q9

MTM

必ラ

普段のあなたの"テキスト"でのコミュニケーションについてお聞きします。

相手との関係性の違いによって、どの様な事に意識・注意していますか。それぞれあてはまるも のをすべてお選びください。

- 1. 関係性の浅い人(1:1でのコミュニケーション)
- 2. 関係性の深い人(1:1でのコミュニケーション)
- 3. 関係性の浅い人(グループや複数人でのコミュニケーション)
- 4. 関係性の深い人 (グループや複数人でのコミュニケーション)

- 1. 言葉遣いに気を付ける
- 2. 相手の立場や気持ちを考慮する
- 3. 相手の興味や関心に合わせて話題を選ぶ
- 4. 相手の意見や感想を尊重する
- 5. 自分の意見を押し付けないようにする
- 6. 適切な距離感を保つ
- 7. 適度にユーモアを交える
- 8. 相手の反応をよく観察する
- 9. 会話の流れを円滑に保つように努める
- 10. 相手の文化や背景を尊重する
- 11. 話題が適切かどうかを判断する
- 12. 忙しそうな時や気分が悪そうな時に配慮する
- 13. 絵文字やスタンプの使用に注意を払う
- 14. メッセージのタイミングや頻度を調整する
- 📝 15. あてはまるものはない

>8

: 略語の利用頻度 設問タイトル

回答者条件 : 全員

選択肢間ランダマイズ : 項目側: ランダム表示

: ラジオボタン

Q10

MTS

あなたは普段のテキストコミュニケーションにおいて、以下の略語や言語表現を使用しますか。 それぞれお答えください。

- 1. 「り」
- 2. 「!」や「?」
- 3. 「それな」や「あーね」
- 4. 「おけ」
- 5. 「、、、」や「。。。」
- 6. 草
- 7. 笑
- 9. www (※「w」を連続で記載すること)
- 10. 絵文字
- 11. 顔文字
- 12. 語尾を可愛くする
- 13. 隠語(※トイレのことを4番と表現するなど)

- 1. よく使う
- 2. たまに使う
- 3. あまり使わない
- 4. 全然使わない

設問タイト

: 略語の利用率とその意図

ル

回答者条件 : Q10で「1.「り」」で『1.よく使う』~ 『3.あまり使わない』 いずれかを選択した

または

Q10で「2.「!」や「?」」で『1.よく使う』~『3.あまり使わない』 いずれかを選択した

または

Q10で「3.「それな」や「あーね」」で『1.よく使う』~『3.あまり使わない』 いずれかを選択した

または

Q10で「**4.「おけ」**」で『**1.よく使う**』~『**3.あまり使わない**』 いずれかを選択した

または

Q10で「5.「、、、」や「。。。」」で『1.よく使う』~ 『3.あまり使わない』 いずれかを選択した

または

Q10で「6.草」で『1.よく使う』~ 『3.あまり使わない』 いずれかを選択した

または

Q10で「**7.**笑」で『**1.よく使う**』~『**3.あまり使わない**』 いずれかを選択した

または

Q10で「8.w」で『1.よく使う』~ 『3.あまり使わない』 いずれかを選択した

または

Q10で「9.www(%「w」を連続で記載すること)」で『1.よく使う』 \sim 『3.あまり使わない』 い

ずれかを選択した

または

Q10で「10.絵文字」で『1.よく使う』~『<math>3.あまり使わない』 いずれかを選択した

または

Q10で「11.顔文字」で『1.よく使う』~『<math>3.あまり使わない』 いずれかを選択した

または

Q10で「12.語尾を可愛くする」で『1.よく使う』~『3.あまり使わない』 いずれかを選択した

または

Q10で「13.隠語(%トイレのことを4番と表現するなど)」で『1.よく使う』 \sim 『3.あまり使わな

い』いずれかを選択した方のみ

Q11



あなたは普段のテキストコミュニケーションにおいて、「w」「り」「絵文字」などの略語や語 尾表現をどのように使いますか。

また、それらを使用する意図について教えてください。

>

設問タイトル : 表現方法とそこに込めた意識・ニュアンス

回答者条件 : Q10で「1.「り」」で『1.よく使う』~『3.あまり使わない』 いずれかを選択したまたは

010

Q10で「2.「!」や「?」」で『1.よく使う』~『3.あまり使わない』 いずれかを選択した

または

Q10で「3.「それな」や「あーね」」で『1.よく使う』 \sim 『3.あまり使わない』 いずれかを選

択した または

Q10で「4.「おけ」」で『1.よく使う』~『3.あまり使わない』 いずれかを選択した

または

Q10で「**5.「、、、」や「。。。」**」で『**1.よく使う**』~『**3.あまり使わない**』 いずれかを選

択した または

Q10で「**6.草**」で『**1.よく使う**』~ 『**3.あまり使わない**』 いずれかを選択した

または

Q10で「**7.笑**」で『**1.よく使う**』~『**3.あまり使わない**』 いずれかを選択した

または

Q10で「8.w」で『1.よく使う』~ 『3.あまり使わない』 いずれかを選択した

または

Q10で「9.www (%「w」を連続で記載すること)」で『1.よく使う』 \sim 『3.あまり使わな

い』いずれかを選択した

または

Q10で「10.絵文字」で『1.よく使う』~ 『3.あまり使わない』 いずれかを選択した

または

Q10で「11.顔文字」で『1.よく使う』~ 『3.あまり使わない』 いずれかを選択した

または

Q10で「12.語尾を可愛くする」で『1.よく使う』 \sim 『3.あまり使わない』 いずれかを選択し

た または

Q10で「13.隠語(**トイレのことを4番と表現するなど)」で『1.よく使う』 \sim 『3.あまり使わ

ない』 いずれかを選択した方のみ

選択肢間ランダマ : 選択肢側: ランダム表示 (15以外)

 イズ
 項目側: 昇順/降順

 表示形式
 : ラジオボタン

Q12 MTM

MTM 必 ラ あなたは普段、略語や記号を使う際に、どのようなことを考えて使い分けをしていますか。 以下の選択肢の中からあてはまるものをお選びください。

- 1. [b]
- 2. 「!」や「?」
- 3. 「それな」や「あーね」
- 4. 「おけ」
- 5. 「、、、」や「。。。」
- 6. 草
- 7. 笑
- 8. w
- 9. www (※「w」を連続で記載すること)
- 10. 絵文字
- 11. 顔文字
- 12. 語尾を可愛くする
- 13. 隠語(※トイレのことを4番と表現するなど)

- 1. 伝わりやすさ
- 2. 打ちやすさ/手軽さ
- 3. 誤解を与えないようにするため
- 4. 感情を表現するため
- 5. その場(コミュニティ)の雰囲気に合わせるため
- 6. ユーモアを加えるため
- 7. 文章をラフにするため/堅い文章だと思われないようにするため
- 8. 文脈を強調するため
- 9. 親しみやすさを出すため
- 10. 読みやすさを考慮して
- 11. 情報を簡潔に伝えるため
- 12. 流行に合わせるため
- 13. タイピングの時間を短縮するため
- 14. 相手の反応を引き出すため
- ፮ 15. あてはまるものはない

Ⅲ デジタル・ITに関する教育環境について

設問タイトル: デジタル/ITに対する実態・教育経験

回答者条件 : 全員

Q13

MA

ここからは、デジタル・ITに関する教育環境についてお聞きします。

あなたは学校の授業などで、『インターネットリテラシー』(インターネットの情報や事象を正 しく理解し、適切に判断、運用できる能力)について学んだ経験がありますか。

経験がある人はどこで学んだのか、あてはまるものをすべてお選びください。

- 1. 幼稚園・保育園
- 2. 小学校
- 3. 中学校
- 4. 高校
- 5. 大学
- 6. その他

📝 7. 学んでいない

.. >8

設問タイトル: インターネットリテラシー実践度

回答者条件 : Q13で『1.幼稚園・保育園』~『6.その他』 いずれかを選択した方のみ

表示形式 : ラジオボタン

Q14

SA Ø 今までに『インターネットリテラシー』について学んだ方にお聞きします。

あなたは普段インターネットを利用する中で、インターネットリテラシーを意識していますか。

- 1. 意識している
- 2. やや意識している
- 3. どちらともいえない
- 4. あまり意識していない
- 5. 意識していない

設問タイトル: インターネット利用開始時期

回答者条件 : 全員

表示形式 : ラジオボタン

Q15



あなたが、インターネット(テキスト上で誰かとコミュニケーションが取れる状態)を利用し始めたのはいつですか。

最もあてはまるものをお選びください。

- 1. 幼稚園・保育園よりも前
- 2. 幼稚園·保育園
- 3. 小学校
- 4. 中学校
- 5. 高校
- 6. 大学
- 7. まだ利用していない

Ⅳ 「AI」(人工知能)について

設問タイトル : AIに対する意識

回答者条件 : 全員

選択肢間ランダマイズ : 選択肢側: ランダム表示 (16,17,18 以外)

Q16

MTX

続いて、「AI」(人工知能)についてお聞きします。

あなたは、日常生活で「AI」(人工知能)を用いたサービスをどの程度利用していますか。 あてはまるものをすべてお選びください。

1. 利用していること(いくつでも)

MA

2. その中で、最も利用していること(一つだけ)

- 1. 授業や課題でAIツールを活用している
- 2. レポート作成や研究にAIを利用している
- 3. スマートフォンのアシスタント機能を頻繁に利用している
- 4. 家電製品でAI機能を利用している
- 5. ソーシャルメディアでAIによるレコメンド機能を利用している
- 6. オンラインショッピングでAIのレコメンドを利用している
- 7. 健康管理やフィットネスアプリでAIを利用している
- 8. 交通機関のナビゲーションアプリでAIを利用している
- 9. 音楽や動画配信サービスでAIのレコメンドを利用している
- 10. 友達とのチャットでAIによる翻訳機能を利用している
- 11. 学習アプリでAIを活用している
- 12. AIを使ってプログラミングやコーディングを効率化している
- 13. AIを使ったゲームやエンターテインメントを楽しんでいる
- 14. SNSでAIが提案するトレンド情報をチェックしている
- 15. AIによる自動応答を利用して問い合わせをしている
- 16. その他(具体的に記述してください)
- 🛂 17. サービスの存在は知っているが、利用したことはない
- 18. サービスの存在を知らない

設問タイトル	: カテゴリー別AI利用実態
回答者条件	: 全員
選択肢間ランダ	マイズ : 選択肢側: ランダム表示(9 ,10 以外)
Q17	以下の「生成AI」のサービスについて、それぞれあてはまるものをすべてお選びください。
	1. 知っているもの (いくつでも) MA 2. これまでに使ったことがあるもの (いくつでも) MA 3. 普段使うもの (いくつでも) MA 4. 普段最もよく使うもの (一つだけ) SA 5. 今後 (も) 使ってみたいもの (いくつでも) MA
	1. ライティングAI(Notionなど) 2. マーケティング・経営関連のAI(sikiapiなど) 3. 動画生成AI(Runway、Dream Machineなど) 4. メディア・コミュニティAI(PROMPTYなど) 5. 対話型生成AI(ChatGPT、Bardなど) 6. 生成AI基盤チャットボット(Chatbase、AIチャットくんなど) 7. 画像生成AI(Canva、DALL-E 2など) 8. 音声・音楽生成/認識AI(VOICEVOXなど) 9. その他の生成AIサービス
ル 回答者条件 :	→* カテゴリー別AI利用エピソード Q17で「3.普段使うもの(いくつでも)」で『1.ライティングAI(Notionなど)』〜『9.その他の生 成AIサービス』 いずれかを選択した方のみ
Q18 BF	あなたが、普段最もよく使うと回答した「生成AI」のサービス [回答:Q17.s4]について、 どのような使い方をしていますか。 あなたの利用方法について、具体的なエピソードを交えてご自由にお書きください。
	>8

設問タイトル : AI利用ジャーニー

回答者条件 : Q17で「2.これまでに使ったことがあるもの(いくつでも)」で『1.ライティングAI(Notionな

ど) 』~ 『9.その他の生成AIサービス』 いずれかを選択した方のみ

選択肢間ランダ

マイズ

選択肢側: ランダム表示(17以外)

表示形式 : ラジオボタン

Q19

MTM

あなたの「生成AI」の使い方について、以下の状況別にあてはまるものをすべてお知らせくださ

- 1. 「生成AI」を使い始めた初期
- 2. 「生成AI」に慣れてきた時
- 3. 最近の使い方

- 1. 定型作業の自動化
- 2. 文字起こし・議事録作成
- 3. データ分析
- 4. 翻訳
- 5. 世の中のニュース・出来事の把握
- 6. 資料・レポート作成
- 7. 勉強・課題の補助
- 8. アイデア創出
- 9. 参考文献などの要約
- 10. 外国語の学習・練習
- 11. 研究テーマの動向把握
- 12. 暇つぶし
- 13. お試し (チュートリアル体験)
- 14. 履歴書・カバーレター作成
- 15. 面接対策
- 16. デザイン・アート作成
- 📝 17. あてはまるものはない

設問タイト

生成AIを使い始めたきっかけ

ᆘ

回答者条件 : Q17で「2.これまでに使ったことがあるもの(いくつでも)」で『1.ライティングAI(Notionな ど) 』~ 『9.その他の生成AIサービス』 いずれかを選択した方のみ

Q20



あなたが「生成AI」を使い始めたきっかけは何ですか。

「誰に教えてもらった」「〇〇に活用したくて」などできるだけ具体的に教えてください。

設問タイト

AIに対する意識

ル

回答者条件 : Q17で「3.普段使うもの(いくつでも)」で『5.対話型生成AI(ChatGPT、Bardなど)』 いずれ

かを選択した方のみ

: ラジオボタン 表示形式

Q21

必

あなたの最近の対話型生成AI (ChatGPTなど) の利用頻度を教えてください。

- 1.1日5回以上
- 2.1日2~4回
- 3.1日1回
- 4.2~3日に1回
- 5.1週間に1回
- 6.2週間に1回
- 7.1か月に1回
- 8. それ未満

>8

設問タイトル

: 生成AIの使用シーン

回答者条件

: Q17で「3.普段使うもの(いくつでも)」で『5.対話型生成AI(ChatGPT、Bardなど)』

いずれかを選択した方のみ

選択肢間ランダマ

項目側: ランダム表示

イズ

表示形式

: ラジオボタン

Q22

あなたは、対話型生成AI (ChatGPTなど) をどのような用途で使いますか。 以下の項目ごとに最もあてはまるものをお選びください。

- 1. 検索
- 2. 相談
- 3. クリエイティブなアイデア出し(クリエイター)
- 4. 文章の校閲
- 5. 計算
- 6. 勉強のサポート
- 7. 課題の解決
- 8. 翻訳
- 9. ロールプレイング
- 10. プログラミングのサポート
- 11. 文章の要約
- 12. ブレインストーミング
- 13. スケジュール管理
- 14. ニュースの要約

- 1. よく使う
- 2. たまに使う
- 3. あまり使わない
- 4. 全く使わない

生成AIのアウトプット活用方法

設問タイトル : 生成AIのアウトプットの活用方法

回答者条件 : 全員

選択肢間ランダマイズ : 項目側: 昇順/降順

表示形式 : ラジオボタン

Q23

MTS

あなたは、以下の用途で対話型生成AI (ChatGPTなど) を利用した場合、その回答結果をどのように利用しますか。

- 1. 検索
- 2. 相談
- 3. クリエイティブなアイデア出し(クリエイター)
- 4. 文章の校閲
- 5. 計算
- 6. 勉強のサポート
- 7. 課題の解決
- 8. 翻訳
- 9. ロールプレイング
- 10. プログラミングのサポート
- 11. 文章の要約
- 12. ブレインストーミング
- 13. スケジュール管理
- 14. ニュースの要約

- 1. 回答をそのまま利用する
- 2. 回答の一部を利用する
- 3. 回答はアドバイスとして参考にし、自分の意見に利用する
- 4. 適切な回答になるように深堀をさせる
- 5. 別のAIと比較して有用なものを利用する
- 6. 上記以外

設問タイトル : 生成AIのパーソナリティ意識

回答者条件 : Q17で「3.普段使うもの(いくつでも)」で『5.対話型生成AI(ChatGPT、Bardなど)』

いずれかを選択した方のみ

選択肢間ランダマ イズ

· 選択肢側: ランダム表示 (13 以外)

Q24

MTX

必ラ

あなたは、対話型生成AI(ChatGPTなど)をどのような存在だと考えて利用していますか。 例えるならどんな存在か、お気持ちにあてはまるものをお選びください。

1. 『対話型生成AI』を例える際にあてはまる存在(いくつでも)

SA

2. その中でも、最も近いと思う存在(一つだけ)

- 1. 賢いアシスタント
- 2. 友人や相談相手
- 3. 専門家
- 4. クリエイティブなパートナー
- 5. 教師や指導者
- 6. アイデアの出発点
- 7. 課題解決の助け
- 8. 翻訳者
- 9. 知識の宝庫
- 10. 効率化ツール
- 11. 読み物や参考資料
- 12. 言葉の魔法使い
- 🔀 13. あてはまるものはない

設問タイトル : 生成AIの利用による自分への能力還元

回答者条件 : Q17で「2.これまでに使ったことがあるもの(いくつでも)」で『5.対話型生成AI

(ChatGPT、Bardなど) 』 いずれかを選択した方のみ

イズ

選択肢間ランダマ : 項目側: ランダム表示

表示形式 : ラジオボタン

Q25



あなたは、対話型生成AI(ChatGPTなど)を利用することで『自分の既存能力』に変化があっ たと感じますか。

それぞれの内容について、あてはまるものを一つずつお選びください。

- 1. コミュニケーション能力
- 2. 創造力
- 3. 価値観
- 4. 語彙力
- 5. 表現力
- 6. 読解力
- 7. 思考力
- 8. 分析力
- 9. 情報処理能力
- 10. 語学力
- 11. 校閲力

- 1. 上がった
- 2. 下がった
- 3. 変わらない

設問タイトル : 本人の性格

回答者条件 : 全員

選択肢間ランダマイズ : ランダム表示 (24 以外)

Q26

MA

以下の内容について、あなた自身の性格としてあてはまるものを全てお選びください。

- 1. 話し上手
- 2. 聞き上手
- 3. 人付き合いがうまい
- 4. ユーモアのセンスがある
- 5. 人にやさしく思いやりがある
- 6. 人の意見に流されやすい
- 7. 他人に厳しい
- 8. 自分に厳しい
- 9. 現実的
- 10. 楽観的
- 11. 理論的にものごとを考える
- 12. 前向き
- 13. 謙虚
- 14. 独立心/自律心が強い
- 15. きまじめ
- 16. 率直
- 17. 自信がある
- 18. 自己主張が強い
- 19. 意志が強い
- 20. 陽気で明るい
- 21. 神経質で几帳面
- 22. 誠実で責任感が強い
- 23. 新しいもの好き
- 📝 24. あてはまるものはない



「最近1年間の日本」を代表する著名人/好きな広告・嫌いな広告

	: 「最近1年間の日本」を代表する著名人 : 全員	
Q24 SF	ここからは最近1年間を振り返ってお答えください。 最近1年間を代表する人物について伺います。 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お答えください。	
	1.	
	> > > > > > > > > > > > > > > > > > >	
設問タイトル :	: 好きな広告/嫌いな広告	
回答者条件 :	: 全員	
Q25 SF	ここからは、あなたと広告の関わりについて伺います。 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。 ※回答は具体的にお答えください。	
	【好きな広告】	
	1.	
	2.	
	3.	
	【嫌いな広告】	
	£XXX V **O-IZA ← I	
	4	
	4.	

広告関心/広告関連価値観

設問タイトル : 広告関心 回答者条件 : 全員

表示形式 : ラジオボタン

Q26



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。

- 1. とても関心を持って見る
- 2. まあ関心を持って見る
- 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
- 5. 全く関心を持って見ていない

>8

設問タイトル: 広告関連価値観

回答者条件 : 全員

Q27



以下に挙げた広告に関する事柄について、AとBどちらかあなたのお気持ちに近い方をそれぞれお選びください。

左側:A

- 1. 【A】 最近の広告はとても興味を引かれるものが多い
- 2. 【A】 広告が伝える情報は役に立つ
- 3. 【A】 広告は面白ければいい
- 4. 【A】 広告関係の職業には将来携わってみたい
- 5. 【A】 現在の広告業 (広告代理店など) は最先端の情報産業だと思う

右側:B

- 1. 【B】 最近の広告はくだらない広告が多い
- 2. 【B】 広告が伝える情報は信用できない
- 3. 【B】 広告は商品やサービスの内容を伝えればいい
- 4. 【B】 広告関係の職業にはあまり興味がない
- 5. 【B】 現在の広告業(広告代理店など)は最先端の情報産業とはいえない

- 1. Aの方
- 2. Bの方