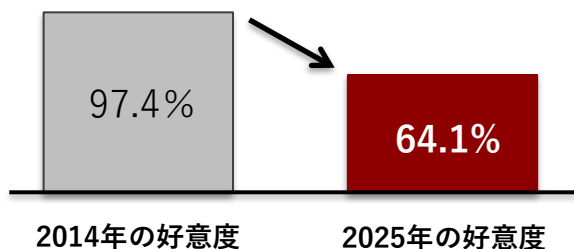


2025年12月17日
公益社団法人 東京広告協会

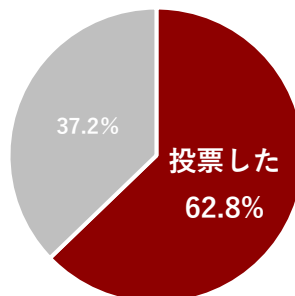
「大学生の社会参画」に関する大学生意識調査 結果発表！

2014年と比較して、日本への好意度は33.3ポイント低下 しかし、選挙には大学生の3人に2人以上が投票

○ 日本に対する好意度（単一回答）



○ 2025年7月（第27回参议院議員通常選挙）に投票したか（単一回答）



公益社団法人 東京広告協会では、このたび全国の4年制大学に在籍する大学生（男女）を対象とした『「大学生の社会参画」に関する大学生意識調査』の結果をまとめました。この調査は、東京広告協会が主催する「大学生意識調査プロジェクト FUTURE2025」が実施したもので、調査の企画・実施・分析など一連の作業をすべて大学生自らがを行っています。

本調査では、今の大学生は物心ついてから、大災害、パンデミックといった大事件をいくつも経験している。そのような大学生が社会をどのように捉えており、どのように生きているかを調査しました。

調査の結果、現在の大学生は、社会への単なる参加（Join）ではなく、社会と相互に影響を与え合いながら自己を形成し、情報力と合理性を武器に流動的な社会を生き抜く「Social INTERACTION世代」とであると結論づけられました。

「大学生の社会参画」に関する大学生意識調査 主なトピックス

① 日本への好意度低下と当事者意識の“ねじれ構造”の発見

- 現在の大学生が印象に残っている社会の出来事としては、1位が「コロナウイルスの世界的な蔓延」で72.5%、2位が「安倍晋三元首相の襲撃」で70.2%、3位が「東日本大震災」で67.7%、4位が「能登半島地震」で65.2%、5位が「ロシアがウクライナへの軍事侵攻を開始」で63.8%。

② “自己形成にまで影響”を与える社会との相互作用

- 「これまで正解とされていた生き方は、自分たちの世代には通用しないと思う」という質問に対し、「共感できる」「まあ共感できる」と回答した人が53.2%。
- 「アイデアで難局を乗り越えることが多い」という質問に対し、「共感できる、まあ共感できる」と回答した人は37.1%に達しており、「共感できない、あまり共感できない」の24.2%を12.9ポイント上回る結果。

③ 事実の真偽を見極める情報力による社会の生き方

- 知りたいと思う情報の種類を尋ねたところ、1位「事実としての確かな情報」64.0%、2位「簡潔で分かりやすい情報」62.8%、3位「自分の興味に沿った情報」62.2%。
- 使用媒体の利用率の合計は、1位「YouTube」88.7%、2位「検索エンジン（Yahoo!・Safari・Googleなど）」83.1%、3位「Instagram」81.1%。

④ 社会と相互作用して生きる大学生のリアル

- 現在の大学生が社会を生きるために必要だと思うものは、第1位が「お金」、第2位が「政治・法律・制度の変化」、第3位が「経済・経済支援」。

本リリースでご紹介したデータ／トピックスは、調査結果の一部です。詳細版のレポートでは、ほかにも、

- 大学生が捉える社会（日本に対する好意度、大学生と社会の距離など）
- 大学生の社会との関わり方（社会での生き方、世の中の流行への反応など）
- 大学生の社会を生き抜くための手段（社会の出来事への関心の理由、使用媒体頻度など）
- 大学生の社会参画を覗く（生きるために必要だと思うこと、大学生の実際の声など）
- 最近1年間の日本の顔（毎年の聴取項目）
- 広告への関心度（毎年の聴取項目）
- 好きな広告（毎年の聴取項目）…

など、興味深い調査結果と示唆を得ています。

興味をもたれた方は、ぜひ詳細版レポートをご参照いただければと存じます。

調査概要

【調査主体】

大学生意識調査プロジェクト（FUTURE 2025）

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

【協賛・企画協力】

公益社団法人 東京広告協会

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

【調査目的】

近年、新型コロナウイルスの流行など、「社会の常識」を根底から揺るがす出来事を経験した大学生にとって、「社会」との接点や関わり方が大きなテーマとなっています。

そこで本調査では、大学生が社会をどのように捉え、社会からの影響をどのように受け入れているのかを明らかにします。また、具体的にどのような形で社会参画を志向しているのか、その意識構造と行動志向を明らかにすることを目的とします。

【調査期間】

2025年8月8日～8月14日

【調査方法】

WEBアンケート法

【調査対象者】

全国の4年制大学に在籍する大学生（1～4年生） 男女

【サンプル数】

905サンプル

【この調査に関するお問い合わせ先】

本リリースは調査結果のごく一部です。詳細版レポートもPDFにてご用意しております。

また、グラフのデータもご提供可能です。お問い合わせは下記までお願いします。



公益社団法人 東京広告協会 担当：高堀

〒104-0061 東京都中央区銀座5-14-5光澤堂GINZAビル3階 Tel：03-3569-3566（代表）