

大学生の人間関係の新・流儀

# キャラ・デンティティ

～ 新しい自分らしさのカタチ ～



大学生1,000人にきいた  
「人間関係とキャラクター」に関する意識調査  
結果報告書

2018年11月  
大学生意識調査プロジェクト (FUTURE2018)  
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(FUTURE2018)」は首都圏5つの大学(青山学院、駒澤、上智、専修、千葉商科)で構成され、広告やマーケティングを学ぶ学生が集まって今年4月に発足した有志団体です。

今回、私たちは調査テーマを、『人間関係とキャラクター』としました。スマートフォンの普及は、大学生を取り巻く環境と人間関係を大きく変えつつあります。そこで、SNSにおける複数のアカウントの使い分けや、大学・バイト・サークルなどでの“キャラ”の違いなど、大学生ならではの人づきあいの意識と実態を、多様な視点から明らかにしたいと考えました。

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

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

このプロジェクトを進めていくにあたってご支援して下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いただきました(株)博報堂の石寺修三氏、古賀晋氏、井上雄二氏、小池健人氏、(株)電通の野中祐輔氏、ならびに(株)H.M.マーケティングリサーチをはじめ、ご支援くださいました全ての皆様に心より御礼申し上げます。

2018年11月  
大学生意識調査プロジェクト(FUTURE2018) 一同

この「大学生意識調査プロジェクト」は実践的にマーケティングリサーチを学びたいという大学生有志の要請に応じて協賛・指導してきたもので、今回で第24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、『人間関係とキャラクター』に対する意識や実態に焦点を当てています。設問については、大学生ならではの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)博報堂の石寺修三氏、古賀晋氏、井上雄二氏、小池健人氏、(株)電通の野中祐輔氏、ならびに(株)H.M.マーケティングリサーチをはじめ、ご支援くださいました全ての皆様に心より御礼申し上げます。

2018年11月  
公益社団法人 東京広告協会 広報委員会

# もくじ

ごあいさつ	1
発刊に寄せて ～参加大学のゼミナール指導担当教授より～	3
調査設計	4
調査結果の概略	5
寄稿 ～調査結果を読んで～（駒澤大学 経営学部 教授 中野香織）	17
定点観測	18
調査結果の詳細 ～全設問の結果一覧～	19
活動報告 ～21人で歩んだ229日間の奇跡～	82
プロジェクトを終えて ～参加メンバーよりひとこと～	84
付)調査票	93

# 発刊に寄せて

## ～参加大学のゼミナール指導担当教授より～

大学生の友人関係に関する意識を調査したFUTURE2012では、メリットの有無を基準とする自分本位の友人関係が示唆されている。それから6年、今回の調査結果には、かくも大学生は変わるものかと驚かされた。今の大学生は所属するグループごとにキャラクター＝役割を使い分けるといふ。役割を明確化することで責任を明確化され、そのグループでの自分に対する期待を特定し、やるべきこととそうでないことを事前に明確化できる。そうすることで今から起る友人との対面に備えようとするのだろう。大学生にとって友人関係とは慎重に意識的に作り上げていくものであるようだ。本来私たちは多面的な存在である。ある時は真面目であり、ある時は怠惰であり、ある時は積極的であり、ある時は甘える。キャラの使い分けはこうした諸側面のうち、各グループに受け入れられやすい側面を選択し、固定する。こうした処世術は良好な友人関係づくりに貢献しているようであるが、一方で矛盾を含んだ多面的な本来の自己が抑制されているようにも思われる。「ありのままに(let it go)」というメッセージが刺さる訳が分かったような気がする。最後に、毎年熱心かつ親身にご指導くださった博報堂、電通のアドバイザーの皆様、ならびにご協賛・ご指導くださった東京広告協会の皆様に心からお礼申し上げます。

青山学院大学 経営学部 教授 芳賀康浩

「キャラ」という用語を用いて、新しい現象に注目したように見えながら、本報告書で書かれていることは若者のアイデンティティ形成をめぐる古典的テーマであると思った。自分が所属する集団で居場所を見つけたい、友人グループで認められた存在でありたいという動機は、若者に限らず、人間が持つ基本的欲求である。それを満たすために、我々は周囲の感情を読んで、多数派に同調したり、時には逸脱して自己の存在をアピールしたりする。本報告書では「キャラを使い分ける」と書かれているが、ひとつひとつのキャラは「使い分け」と呼べるほどには明確に確立しておらず、また、「本当の自分」と呼べる自己が存在するわけでもないと思う。それを模索しているのが「大学生」というように読めた。

SNSとの関連性は、詳細な分析が欲しかった。若者が周囲の評判に過敏であるという指摘自体は、上述の通り新しい発見ではないが、もし、SNSを活用している若者ほど周囲の評判に敏感であるとかSNS上だけで「本当の自分」を出せると感じているなどの発見があれば、より興味深かったと思う。最後に、毎年ご指導をいただいている(社)東京広告協会、(株)博報堂の皆様、この場を借りて御礼を申し上げたい。本年度も熱心なご指導を賜りましたこと、心より感謝申し上げます。

上智大学 経済学部 准教授 杉谷陽子

「キャラクター(キャラ)」とは「偽りの自分」ではなく、相手との関係性と自分の性格とが合わさって生まれた「本当の自分」らしい(まとめより)。報告書全体を通して私なりに解釈すれば、キャラとは個人の性格を反映しつつ、グループによって付け替える仮面のようなものを感じた。自分の性格の一面ではあるが、完全な「素の自分」とまでは言えない。もちろん大人だって振る舞いを変える。ただ大人との違いは、相手を慮って言い方を考える程度ではなく、自分の意見を変える、押し殺すといったより根本的な変化を指すのかもしれない。大学生になり急速に広がる世界に何とか対処しようとする姿がいじらしい。

データを見ていて、少し気になったのは「キャラを使い分けていない人」の存在である。データからは、彼らの方が人間関係に対する満足度が高いことが示唆される(第4章図表24・図表30より)。素の自分を見せる勇気も必要であり、それこそが確固たる自分を持つ大人への一歩にも思える。全体を通してキャラの使い分けを前提に議論が展開されている印象だが、もっと俯瞰的に議論を展開しても面白かったと思う。

今年是最終的に3名のゼミ生が本プロジェクトをやり遂げた。毎年、FUTUREに参加した学生の成長には目を見張るものがある。今年のメンバーには特にそれを感じた。ひとえに、真摯に学生に向き合い、指導にあたっていただいた東京広告協会ならびに博報堂、電通の皆様のおかげである。心より感謝したい。

千葉商科大学 サービス創造学部 准教授 松本大吾

今回は「キャラ・デンティティ」として、キャラクターの使い分けを取り上げている。学生らしく、今の時代の「空気」を捉えた良いテーマ設定だと思う。寄稿にも書いたが、FUTUREの素晴らしい点は調査結果の蓄積にあるだろう。毎年、学生らしい視点で、その時代に合ったテーマを設定し、調査を行っている。そのため、同じテーマや類似したテーマの場合もあり、時系列で比較できるデータとなっている。大変貴重な資産だと、改めて感じた。過去の調査報告書を見返すと、時系列比較の分析をしていた年もあった。特にSNSのように時代の変化が大きい内容や、友人関係の捉え方など、過去の比較に大きな意味のある内容もある。ぜひ、今後も定期的に同一項目や類似項目の調査を行い、時系列での分析・解釈をしてほしい。内容についての感想は寄稿に書いたとおりのため、ここでは割愛する。最後に、今年も、長期間にわたり丁寧な指導をして頂きました博報堂の皆さま、および東京広告協会の皆さまへ心よりお礼申し上げます。

駒澤大学 経営学部 教授 中野香織

今年的大学生意識調査プロジェクトのテーマは、『キャラ・デンティティ』である。これだけ見たらなんだか分からないというのが正直なところである。『「人間関係の広げ方と深め方」に関する意識調査』とあり、キャラクターとアイデンティティの造語であると予想できるこのテーマと、大学生の人間関係、交友関係がどう結びついているのかいよいよ分からなくなった。調査結果を見てみると、大学生はリアルを重視し、気配り、気遣い、空気読みを大事しているという。そして、キャラクターを使い分けて、人間関係を充実させている。「大変だな」というのが率直な感想だ。大学生はいわゆる社会人とは異なる一種独特の存在と見られがちだが、人間関係についてキャラを使い分けているという結果は、社会人の縮図のようなことをすすめているとも取れる。キャラの使い分けが裏表の「ある」人にならなければいいのだが。

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

専修大学 経営学部 教授 石崎徹

# 調査設計

- 調査目的 : 昨今、“キャラ”という言葉を目にするが増えてきた。その使われ方は“いじられキャラ”“真面目キャラ”というように、本来の意味である「性格」よりも、所属する集団の中での「役割」に近い。しかも、SNSの普及などで人間関係が複雑になるなか、若者を中心に複数の“キャラ”を使い分けたり、本来の自分とは違う“キャラ”を演じざるを得ない人もいるようだ。本調査は、そんな環境に身を置く大学生の人づきあいと、そこに欠かせない「キャラクター」に関する意識と実態を探ることを目的とする。
- 調査期間 : 2018年7月9日～7月30日
- 調査方法 : アンケート自記入方法
- 調査対象者 : 首都圏の大学に在籍する1～4年の男女
- 調査対象大学 : 青山学院大学  
駒澤大学  
上智大学  
専修大学  
千葉商科大学
- 調査対象者数 : 1,158票
- 集計数 : 1,000票（割り付けは以下の通り）

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

- 調査主体 : 大学生意識調査プロジェクト (FUTURE2018: Five Universities in Tokyo, Uni-REsearch)
- 指導 : 公益社団法人 東京広告協会
- 集計・分析協力 : 株式会社 H.M.マーケティングリサーチ

# 調査結果：概略編

## 第1章

## 人づきあいは、デジタル&lt;リアル

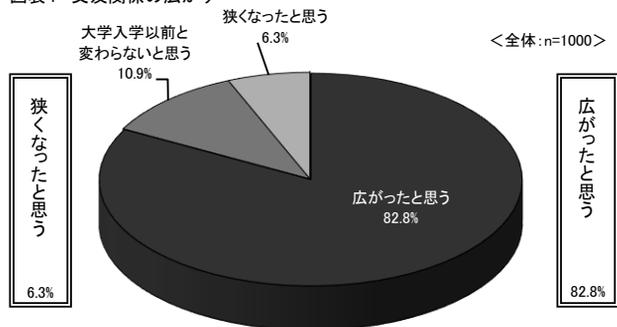
## ～SNS時代だからこそ、直接的なやりとりを重視する大学生～

本章では、現在の大学生の“人間関係”についてみていきたい。彼らは、自身の人間関係をどのように思っているのだろうか。

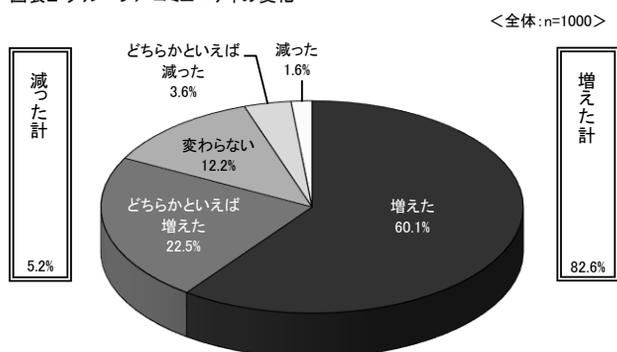
はじめに、大学入学後の交友関係について「幅」がどのように変化したか聞いてみると、「広がったと思う」と回答した人が全体の約8割という高い結果となった(図表1)。また、所属するグループ/コミュニティ数の変化について、「増えた(計)」と回答した人も約8割という高い結果となった(図表2)。さらに、普段のSNS利用状況について聞いてみると、「LINE」はほぼ全員、「Twitter」が約9割、「Instagram」が約8割となった(図表3)。これらのことから、現在の大学生は、大学入学後、SNS等を駆使することで簡単に人と繋がることのできる環境が拡大し、人間関係の輪が広がったと感じていると考えられる。

それでは現在の大学生は、広がった人間関係に対してどのように感じているのか聞いてみると、交友関係の「深さ」に対して「深まったと思う」と回答した人が約5割という結果となった(図表4)。また、自身のタイプについてあてはまるものを聞いたところ、「いつも友人や知人とつながっているという感覚が好きだ」が約8割、「人づきあいが得意なタイプだ」が約7割という結果となった(図表5)。これらのことから、現在の大学生は、人間関係を大切にしており、人づきあいも上手くできていると認識している人の方が多数派であることがわかった。

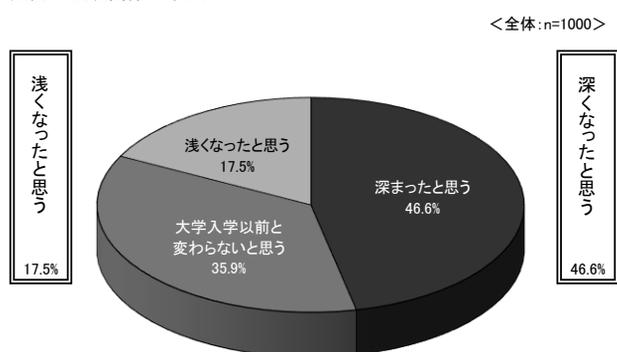
図表1 交友関係の広がり



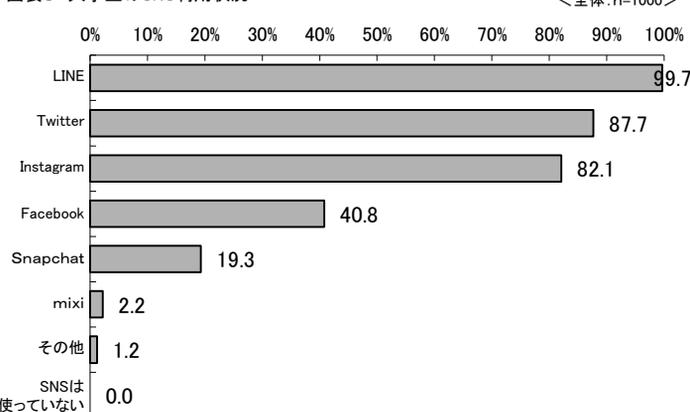
図表2 グループ/コミュニティの変化



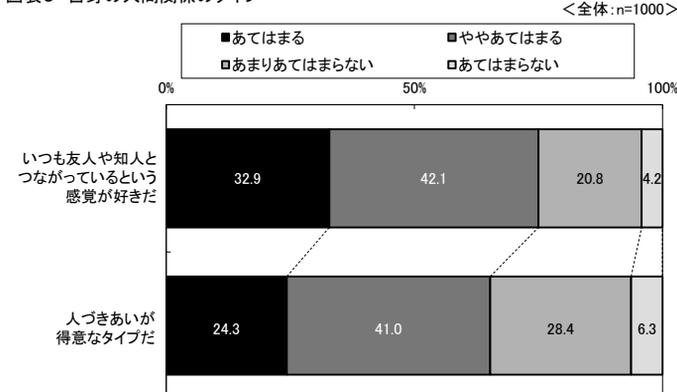
図表4 交友関係の深まり



図表3 大学生のSNS利用状況



図表5 自身の人間関係のタイプ



では、このように良好な人間関係を築いてきた大学生にとって身近な存在であるSNSは、対人関係にどのような影響を与えているのだろうか。

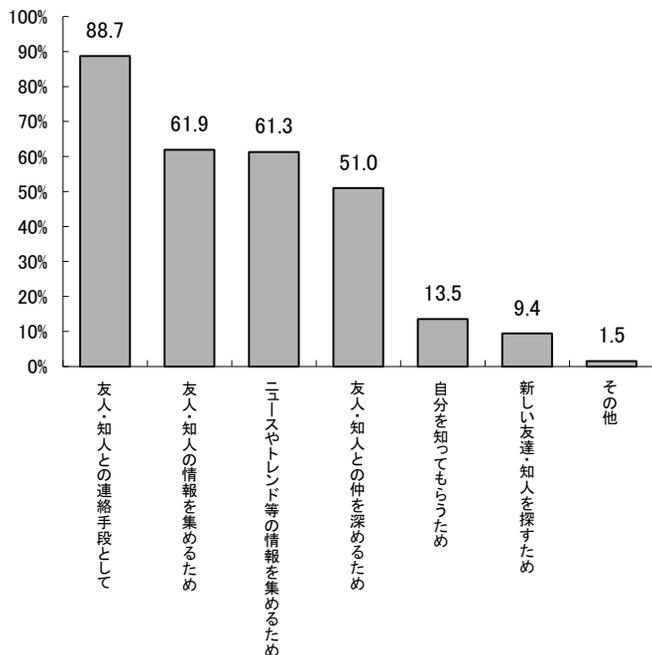
まず、SNSの利用目的について聞いてみると、「友人・知人との連絡手段として」と回答した人が最も多く、約9割という高い結果となった(図表6)。また、「LINE」を利用していると回答した人に対して、あなたが入っているLINEグループで実際に稼働しているグループはどれくらいあるか聞いてみると、平均約53グループ中、「やりとりが毎日ある」グループは、平均約2グループに留まった(図表7)。

さらに、これまでにLINEグループを退会したことがあるかを聞いてみると、「ある」と回答した人は約9割と高い結果となった(図表8)。加えて、今、所属しており「直接会う」グループ/コミュニティは何か聞いたところ、「大学の授業やご飯の時に一緒に過ごす友達」がほぼ全員と最も多く、次いで「同じ高校の友達」は約9割となった(図表9)。これらことから、現在の大学生はSNSを連絡手段としてしか活用しておらず、直接コミュニケーションが取れるリアルな人間関係に重きを置いていることがみえてきた。

以上のことから、現在の大学生は、大学入学と同時に多くの人と繋がるだけでなく、関係の深さも感じることができおり、良好な関係を築けていると実感している。また、大学生は常にインターネットがある環境の中で育ってきたため、SNSを頻繁に利用しているが、目的は連絡手段として捉えていることが多く、意外にもリアルでの人間関係を大事にしている側面がみえてきた。

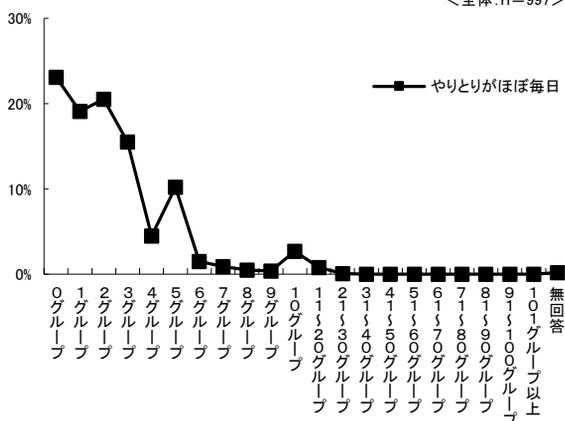
図表6 SNSの利用理由

<全体:n=1000>



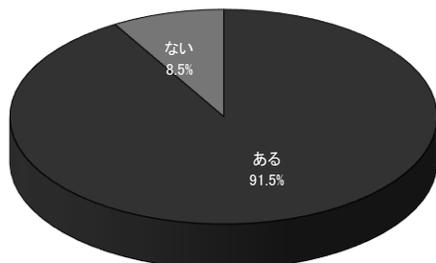
図表7 LINEのやりとりがほぼ毎日あるグループの数

<全体:n=997>



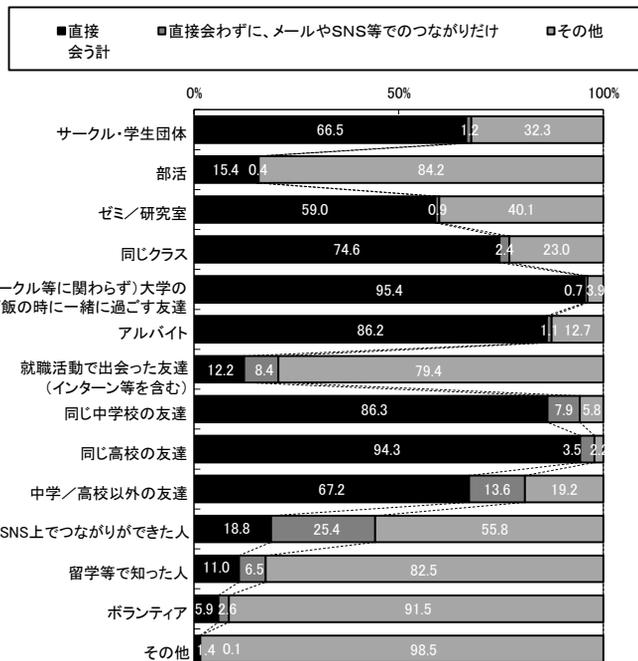
図表8 グループLINEの退会経験

<全体:n=1000>



図表9 グループ/コミュニティと直接会う割合

<全体:n=1000>



## 第2章

## 大事なのは、「気配り・気遣い・空気読み」

～リアル重視だからこそ、コミュニティから浮くことを恐れる大学生～

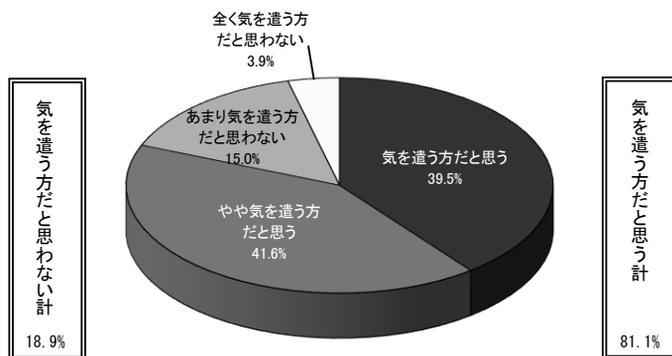
前章では、現在の大学生の人間関係の実態と考え方について触れてきた。そこではSNSから離れられないと思われがちな大学生の、リアルな人間関係に重きを置く別の一面が垣間みられた。本章ではそんな大学生の人間関係の築き方についてみていきたい。

まず、グループ／コミュニティでの自身の言動や立ち振る舞いについて聞いてみると、「気を遣う方だと思（計）」が約8割という結果となり（図表10）、また、自分自身の言動や立ち振る舞いを意識しているか聞いたところ、「意識している（計）」が約8割という結果となった（図表11）。

そこで、グループ／コミュニティの中で、円滑な人間関係を維持するために心掛けていることやオリジナルの処世術・対人術について具体的に聞いてみると、「グループの様子を伺い相手に合わせて話す量のバランスや内容を変える」が167人と最も多く、次いで「相手の目を見てしっかり話を聞く」165人、「気持ちを察したり、意見を否定しないことで相手に安心感を与える」157人という結果となった（図表12）。これらのことから、現在の大学生は周囲の言動にアンテナを張り、人間関係を円滑に保つために相手との関係や状況などに合わせたコミュニケーションを意識していると考えられる。

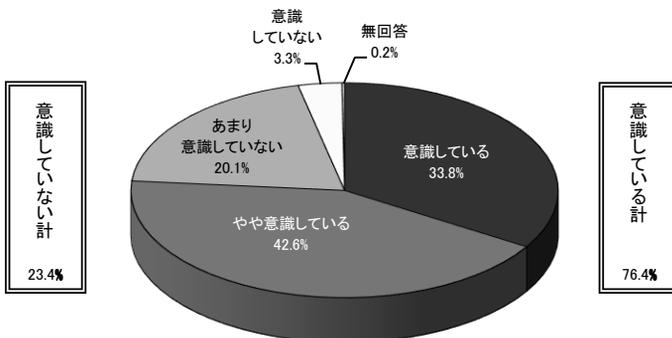
図表10 グループ／コミュニティにおける言動や立ち振る舞い

&lt;全体:n=1000&gt;



図表11 グループ／コミュニティにおける言動や立ち振る舞い

&lt;全体:n=1000&gt;



図表12 オリジナルの処世術

&lt;全体:n=1000&gt;

	オリジナルの処世術	人数
1位	グループの様子を伺い相手に合わせて話す量のバランスや内容を変える	167人
2位	相手の目を見てしっかり話を聞く	165人
3位	気持ちを察したり、意見を否定しないことで相手に安心感を与える	157人
4位	話しやすい雰囲気を作るために笑顔や冗談でみんなを和ませる	153人
5位	自分も相手も傷つからないように、発言に気をつけて出しゃばらない	45人

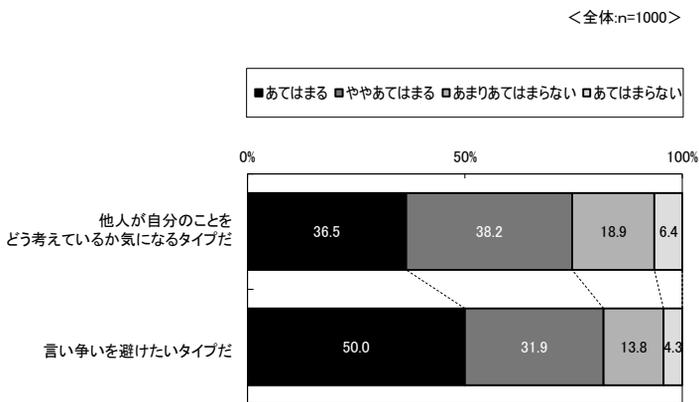
では、具体的に人間関係を円滑に保つコミュニケーションとはどのようなものだろうか。

まず、自身のタイプについてあてはまるものを聞いたところ、「言い争いを避けたいタイプだ」が全体の約8割、「他人が自分のことをどう考えているか気になるタイプだ」が約7割となった(図表13)。さらに、円滑な人間関係を維持するために必要なことについて聞いてみると「細かなことに気配りできる力」「相手の話を傾聴する力」「空気を読む力」「人を観察する力」がそれぞれ約6割となり、上位を占める結果となった(図表14)。これらのことから、現在の大学生は他人からの印象やイメージを重視しており、相手に対しての気遣いを心がけていることがわかった。

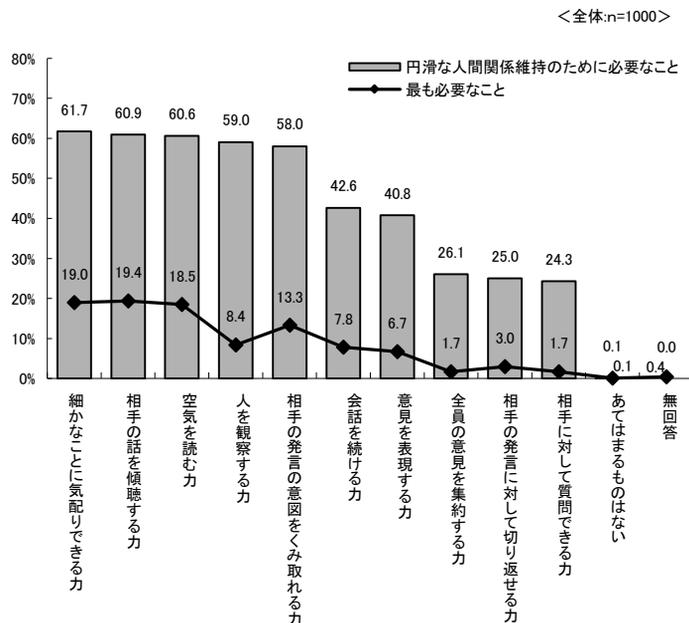
そこで、グループ/コミュニティの中でとったことがある行動を聞いたところ、「集団に合わせて感情を隠したことがある」が約6割と最も多く、次いで「話がまとまりかけてきた話し合いで、違うと思っても自分の意見は言わない事が多い」が約5割となった(図表15)。現在の大学生は、相手のために自分を抑えて場の空気を読むことを最優先にする面があるようだ。

以上のことから、現在の大学生はデジタル上ではなく、直接的な人間関係を大切にしていることがわかった。所属する集団から浮いたり周りとは衝突したりすることを恐れていることが要因のひとつのようだ。それゆえ、大学生は悪目立ちせず無難なポジションを築いていきたいと考える“事なかれ主義”だと思われるかもしれない。しかし、実際には周りに配慮した気遣いや気配りをする中で、場に溶け込もうと必死であるともいえるかもしれない。

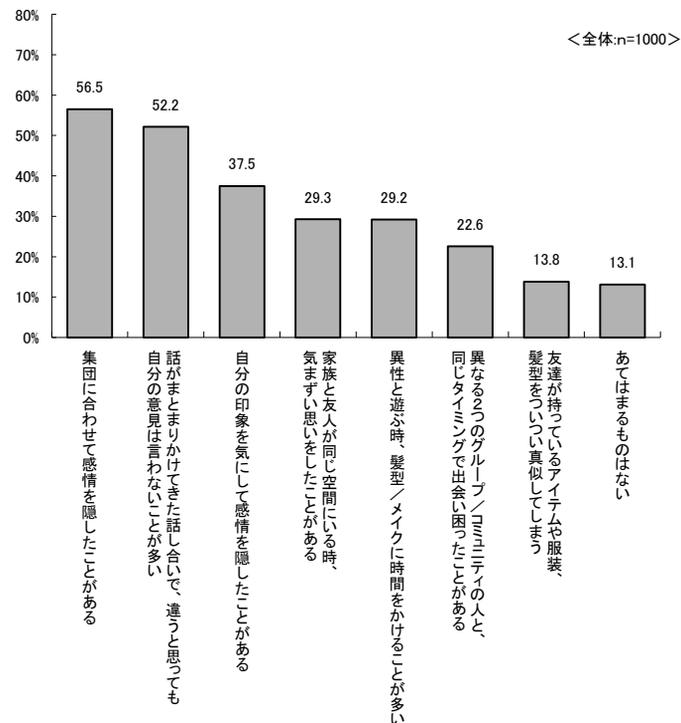
図表13 自身に当てはまる人間関係のタイプ



図表14 円滑な人間関係維持のために必要なこと



図表15 グループ/コミュニティの中でとったことがある行動



## 第3章

## 大学生の人づきあいは、“キャラ充”

## ～キャラクターを使い分けて、人間関係を充実させる大学生～

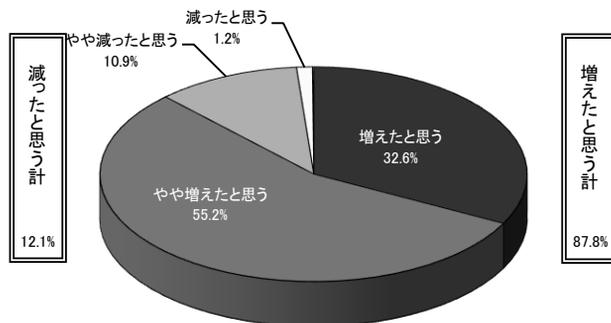
前章では、現在の大学生はリアルを大事にしているからこそ、周りに配慮した気遣いや気配りをする中で、上手く人づきあいをしているという意識が明らかになった。そこで本章では、大学生が人間関係を円滑に保つための具体的な方法について深掘りしていきたい。

まず、世の中で「キャラクター」を使い分ける人の増減について聞いてみると、「増えたと思う（計）」と回答した人は全体の約9割という高い結果となった（図表16）。また、自分自身はグループ／コミュニティによってキャラクターを使い分けているか聞いたところ、2人に1人が使い分けていると回答した（図表17）。これらのことから現在の大学生は周囲に「キャラクター」を使い分ける人が増えていると感じており、大学生自身も半数以上の人々が、集団に合わせて使い分けていると主張している。一方で、使い分けていないと主張している人も一定数いることがわかった。

それでは、現在の大学生は「キャラクター」の使い分けをどう感じているのだろうか。そこで、「使い分けている」と回答した人に対して、自身の「キャラクター」作りをどのように感じているか聞いてみると、「成功していると思う（計）」と回答した人は全体の約9割、「失敗していると思う（計）」と回答した人は全体の約1割に留まった（図表18）。また、「成功していると思う（計）」と回答した人に対して、そう思う理由を聞いたところ、「『キャラクター』を作ることによって人間関係がうまくいっていると思うから」と回答した人が140人と最も多かった（図表19）。これらのことから大学生は、「キャラクター」を作ることが人間関係をうまく構築する秘訣だと考えているようだ。

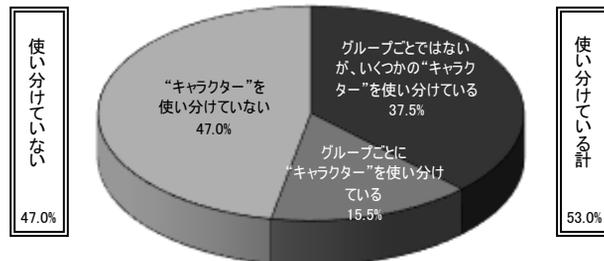
図表16 世の中での「キャラクター」を使い分ける人の増減

&lt;全体:n=1000&gt;



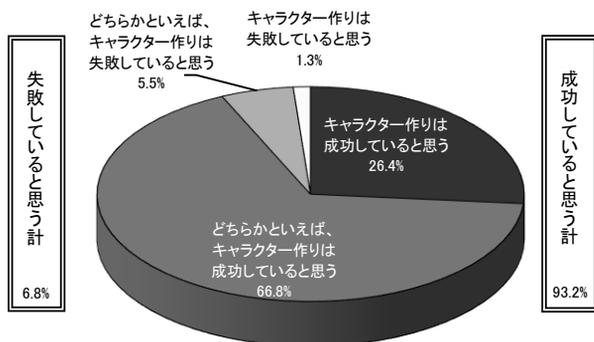
図表17 自分自身のグループ／コミュニティにおける「キャラクター」の使い分け

&lt;全体:n=1000&gt;



図表18 自身の「キャラクター」作りをどのように感じているか

&lt;「キャラクター」を使い分けている人ベース:n=530&gt;



図表19 「キャラクター」作りについて

「成功している（計）」と回答した人になぜそう思うかと聞いた理由

&lt;「キャラクター」作りについて成功していると思う（計）と回答した人ベース:n=515&gt;

	「成功していると思う（計）」と回答した人に聞いた、そう思う理由	人数
1位	キャラクターを作ることによって人間関係がうまくいっていると思うから	140人
2位	キャラクターを使い分けても、不自由や不満を感じないから	73人
3位	周りの環境に順応しているから	69人
4位	周りから不満を言われたり、指摘されることがないため	53人
5位	使い分けているキャラクター全てに自分らしさを感じるから	49人

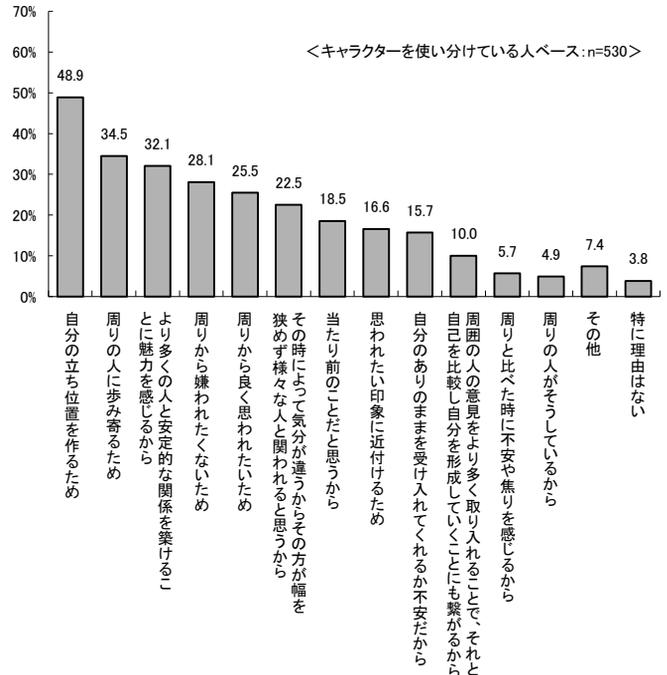
では、現在の大学生にとって「キャラクター」は自身の人間関係においてどのような影響をもたらしてくれるのだろうか。

「キャラクターを使い分けしている」と回答した人に対して理由を聞いてみると、「自分の立ち位置を作るため」と回答した人が約5割と最も多かった(図表20)。次に、使い分けしているのはどんなキャラか聞いたところ、「いじられキャラ」と回答した人が約6割と最も多く、次いで「真面目キャラ」が約5割、「ボケキャラ」が約4割となった(図表21)。これらのことから、現在の大学生は嫌われることが少ない無難な「キャラクター」を持つことで、集団に自分の居場所をつくらうとしていることが考えられる。

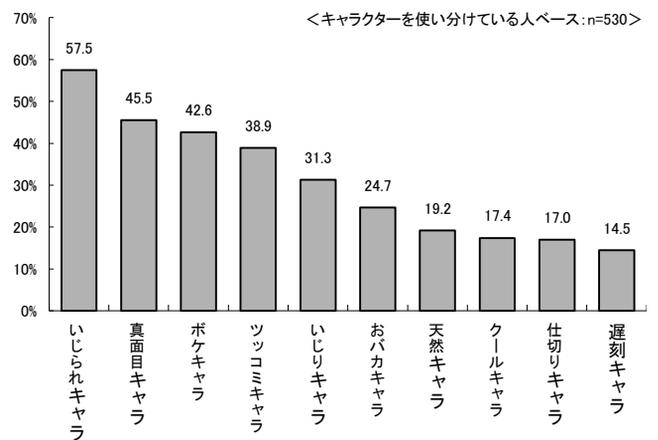
続いて、「キャラクター」を使い分けしている大学生と使い分けしていない大学生の違いはどこにあるのかをみていきたい。そこで、「キャラクター」を使い分けしていない人に、グループ/コミュニティによる行動の使い分けをするか聞いてみると、「話の内容」や「話し方」、「メール等の使い方」など平均2つほど、日常生活の中でグループ/コミュニティによっては異なる行動をとっていることがわかった(図表22)。さらに、自分自身の「言動や立ち振る舞い」に関して、意識の有無を聞いてみると、「意識している(計)」と回答した人は全体の約7割となった(図表23)。これらのことから、「キャラクター」を内心では使い分けしていないと思っている大学生も、集団において言動や立ち振る舞いを変えていることが多く、使い分けしている人と似た行動をとっていることがわかった。

以上のことから、今どきの大学生は言動や立ち振る舞い、通称「キャラクター」を使い分けしていることがわかった。さらに、このような行動は、内心では使い分けしていないと思っている大学生も実践しており、使い分けしている人と同じような行動をとっていることがわかった。現在の大学生は、広がったグループ/コミュニティの中で自分の居場所をつくることに一生懸命であり多様な「キャラクター」を使い分けることで、周りにうまく溶け込みながら人間関係を構築していく「キャラ充」な生活を送っているといえるかもしれない。

図表20 「キャラクター」を使い分ける目的



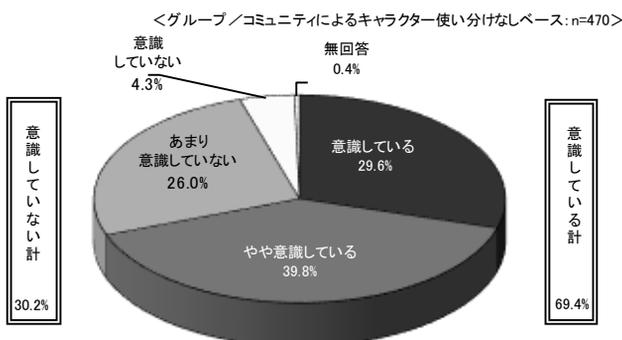
図表21 使い分けしている「キャラクター」の種類



図表22 グループ/コミュニティによる行動の使い分け方<反応個数>

サンプル数	0個	1個	2個	3個	4個	5個	6個	7個	8個	9個	平均反応個数 (無回答除く)	
全体(その他除く)	470	38	226	104	53	32	7	9	0	1	0	1.89

図表23 「キャラクター」を使い分けしていない人×言動や立ち振る舞いの意識の有無



# 第4章

## 「キャラ」は自分、「キャラ」じゃないのも自分 ～キャラクターで、相手に自分らしさを伝える大学生～

現在の大学生は、集団によって言動や立ち振る舞い、通称「キャラクター」を自覚の有無に関わらず使い分けていることがわかった。本章では、「キャラクター」を使い分けることに対してどう思っているのか、なぜ使い分けるのかについて探っていきたい。

まず、グループ/コミュニティの人間関係についてどの程度満足しているか聞いてみると、「キャラクター」を使い分けている人の平均点は約73点、使い分けていない人の平均点は約79点という結果となった(図表24)。また、人づきあいが得意なタイプか聞いたところ、「キャラクター」を使い分けている人は約7割、使い分けていない人は約6割という結果となった(図表25)。

これらのことから、現在の大学生は人間関係において重要な「キャラクター」を使い分けることで、人づきあいに自信を持ち、充実感を得られていると考えられる。

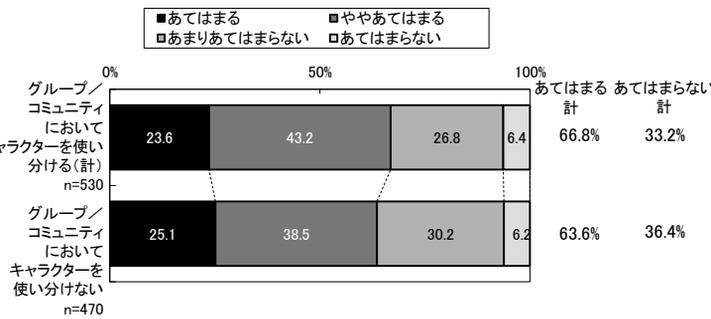
では、キャラクターを使い分けることは、現在の大学生に浸透しているのだろうか。キャラクターに関する考え方について聞いてみると「そう思う(計)」と回答した人で、「キャラクターを使い分けることは、昔からあったと思う」が約7割、「キャラクターを使い分けることは自然なことだと思う」が全体の約8割という結果となった(図表26)。

次に「キャラクター」は集団によって変わると思うか聞いたところ、「そう思う(計)」と回答した人は「キャラクター」を使い分けている人ではほぼ全員、使い分けない人では約8割という結果となった(図表27)。

これらのことから、現在の大学生はコミュニケーションをとる上で、「キャラクター」を使い分けることは以前からあるごく当たり前のことだと認識しているようだ。

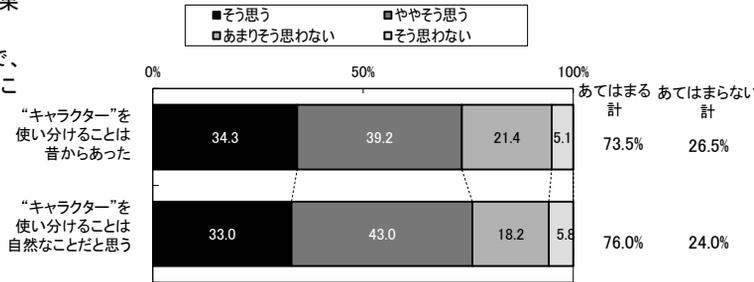
図表25 「キャラクター」の使い分けの有無×人づきあいが得意なタイプ

<全体:n=1000>



図表26 「キャラクター」に関する考え方

<全体:n=1000>



図表24 人間関係の満足度×「キャラクター」の使い分けの有無

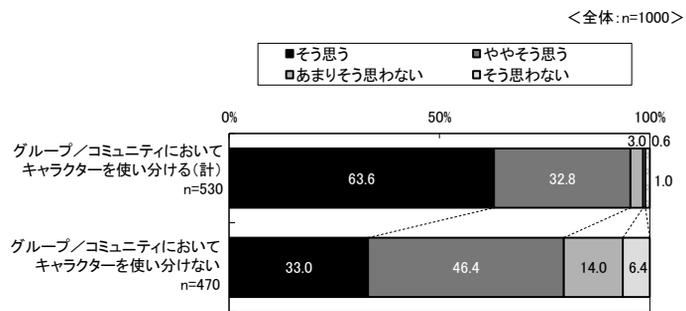
	サンプル数	0点	10点	20点	30点	40点	50点	60点	70点	80点	90点	100点	無回答	平均値(点)	
全体	1000	0.1	0.6	0.3	0.8	1.5	2.2	7.7	11.3	19.9	28.4	19.3	7.9	-	75.80
使い分けている人	530	-	0.7	0.6	1.2	1.3	2.5	11.8	12.8	21.9	26.5	14.4	6.1	-	72.87
使い分けていない人	470	0.2	0.4	-	0.4	1.5	1.3	5.1	9.6	17.7	28.1	25.3	10.4	-	79.10

(%)

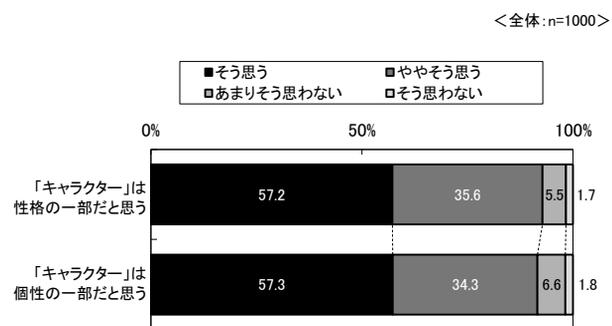
では、現在の大学生にとって「キャラクター」とは一体何なのだろうか。「キャラクター」は性格、個性の一部だと思うかそれぞれ聞いてみると、「そう思う（計）」と回答した人がどちらも約9割という結果となった（図表28）。そして、「キャラクター」を使い分けている人に対して、持っている「キャラクター」は自分らしいと思うか聞いてみると、「自分らしいキャラクターが多いと思う」と回答した人が約6割という結果となった（図表29）。また、使い分けていない人に対して、所属しているグループ/コミュニティの中で、自分らしくいられていると思うか聞いてみると、「自分らしくいられていると思う」と回答した人が約6割という結果となった（図表30）。これらのことから、現在の大学生は、「キャラクター」を自分の一部であると認識していると考えられる。

以上のことから、現在の大学生にとって集団ごとに「キャラクター」を使い分けることはごく自然なことであり、居心地の良い関係を構築し、自分をうまくアピールするために欠かせないものである。そのため、人間関係において表出する「キャラクター」は、“偽りの顔”や“裏の顔”のようなものではなく、自分を構成する要素だと感じているのかもしれない。

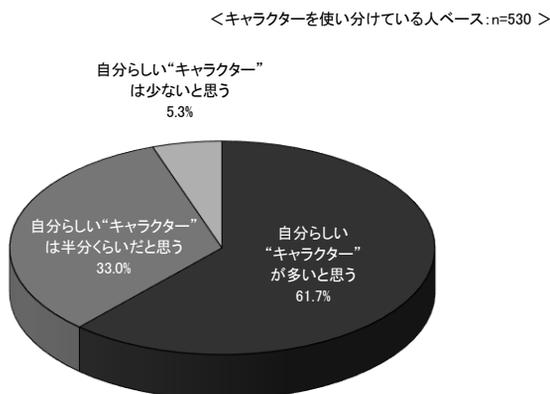
図表27 「キャラクター」は集団によって変わると思うか



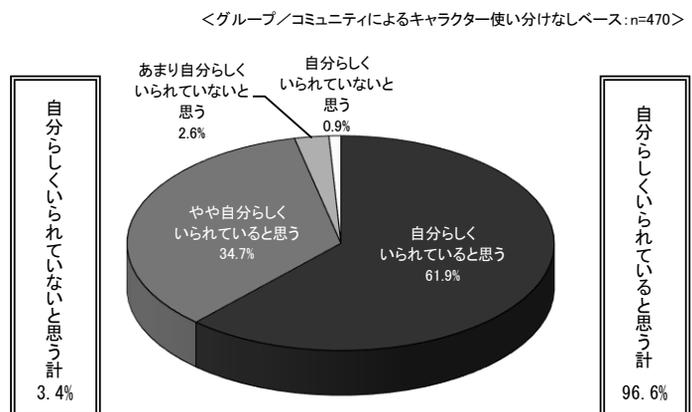
図表28 「キャラクター」に対する考え方



図表29 「キャラクター」は自分らしいか



図表30 自分らしくいられるか



## 第5章

## 見つめるキャラ 見据えるミライ

## ～狭く・深く・自分らしくを大切にしていきたい大学生～

前章では、現在の大学生にとって「キャラクター」の使い分けはごく自然な行動であり、使い分けることで居心地の良い関係を築くことができていることがわかった。本章では、大学生が今後どのように人間関係を築いていきたいと考えているのかをみていきたい。

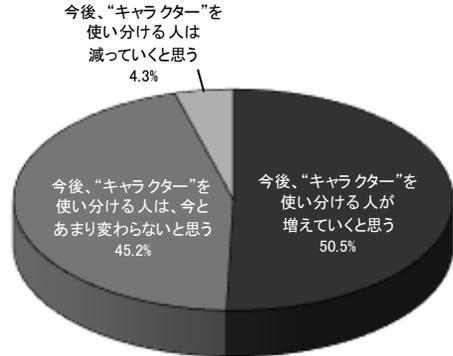
まず、今後の世間における「キャラクター」の使い分けの変化について聞いてみると、「今後増えていくと思う」と回答した人が全体の約5割と最も多く、「今後減っていくと思う」はほとんどいないという結果となった(図表31)。

次に、大学生自身の使い分けに関しての考え方をみていきたい。今後、自分自身の使い分けについて聞いてみると、「使い分けたい(計)」「使い分けたくない(計)」と回答した人はそれぞれ全体の約5割という結果となった(図表32)。さらに、今後どのように友人と付き合っていきたいと思うか聞いてみると、「狭く深く付き合いたい」と回答した人が全体の約6割と最も多い結果となった。(図表33)。

これらのことから、現在の大学生は、世の中に「キャラクター」は不可欠なものであり、今後周りで使い分ける人は増えると考えているようだが、大学生自身が今後「キャラクター」を使い分けるかどうかについては、意見が二分される結果となった。また、友人との付き合いについても、やみくもに広げるのではなく、深い付き合いを今後は求めていきたい欲求が強く、人間関係を築く難しさを表しているといえる。

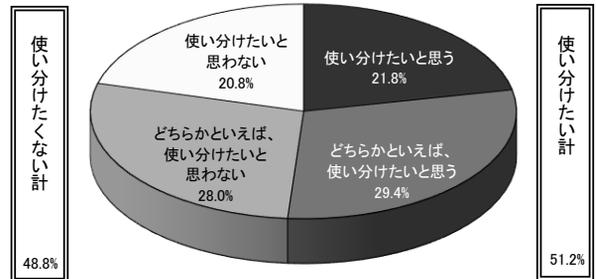
図表31 世の中での「キャラクター」の使い分けが、今後どのように変化するとと思う

&lt;全体:n=1000&gt;



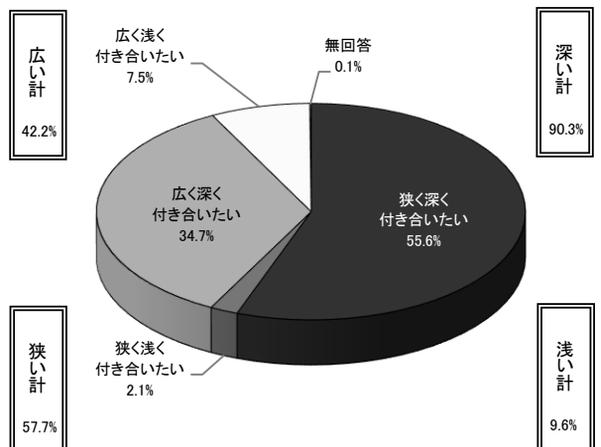
図表32 今後、「キャラクター」を使い分けたいか

&lt;全体:n=1000&gt;



図表33 今後どのように友人と付き合っていきたいか

&lt;全体:n=1000&gt;

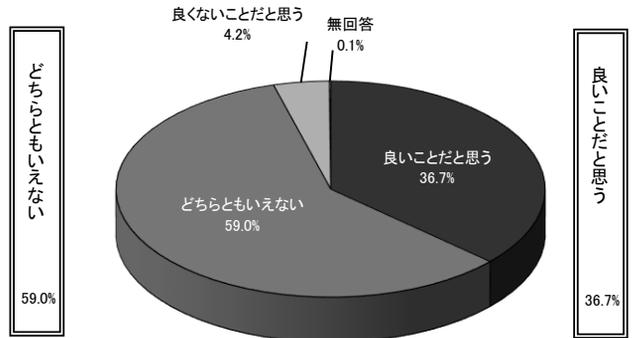


では、「意見が二分されるキャラクター」の使い分けについてもう少し考察を深めてみたい。グループ／コミュニティの中で、使い分けることをどのように思うか聞いてみると、「どちらともいえない」と回答した人が全体の約6割と最も多い結果となった(図表34)。また、「キャラクター」は人間関係を左右するものだと思うか聞いたところ、「そう思う(計)」と回答した人が全体の約9割という結果となった(図表35)。さらに、「キャラクター」は付き合いの長さで変わると思うか聞いてみると、「そう思う(計)」と回答した人が全体の約7割という結果となった(図表36)。これらのことから、大学生にとって「キャラクター」の使い分けは今後も他者と関わる上で、迷いつつも大切なものだと感じている。そのため、現在の大学生は迷いながらも、人づきあいをする過程で「キャラクター」を活用しながら、より自分らしさを出すことで、仲を深めてきたいと思っているのかもしれない。

以上のことから、現在の大学生は、世の中に「キャラクター」は不可欠なものであり、使い分ける人も増えていくと考えている。同時に、自分自身に関しては、社会に出ていく際、集団ごとに使い分けて接していくことにやや迷いを感じている面も垣間見られた。そのような様々な場面においても、キャラクターを活用しながら、徐々に自分らしさを出していくことで、心から理解しあえる人間関係を築いていくことを望んでいるのかもしれない。

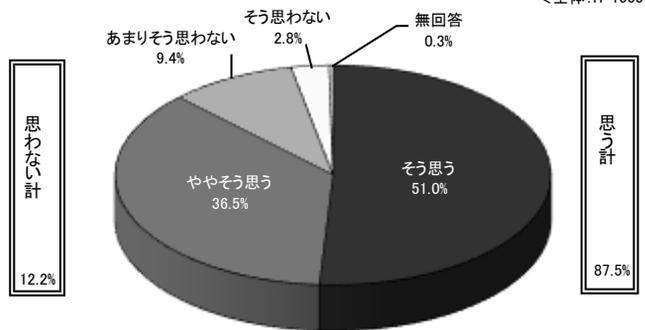
図表34 「キャラクター」の使い分けをどう思うか

<全体:n=1000>



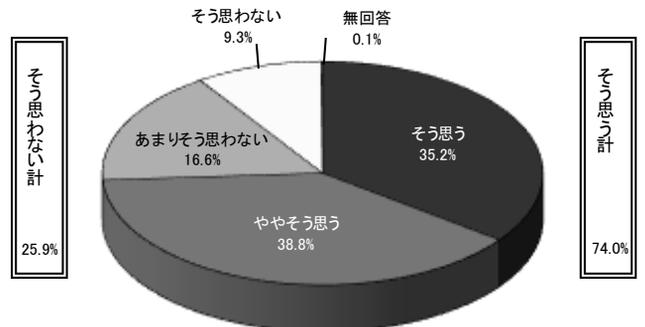
図表35 「キャラクター」は人間関係を左右するものだと思うか

<全体:n=1000>



図表36 「キャラクター」は付き合いの長さで変わると思うか

<全体:n=1000>



キャラクターを通して 大学生が求めるのは・・・

# キャラ・デンティティ

～ 新しい自分らしさのカタチ ～

ここまでみてきた大学生の人づきあいに関する意識や行動をまとめていきたい。

現在の大学生は、生まれた時からパソコンやインターネットのある環境で育ってきた“デジタル・ネイティブ世代”である。世の中は大学生に対して、“ネットの世界に依存しており、リアルでの人間関係が希薄になっている”という印象を持っているかもしれない。しかし、日常で不可欠な存在であるSNSは単なる連絡手段でしかなかった。人と簡単に“繋がれる”時代だからこそ、大学生はリアルな“繋がり”を求めているのだ。

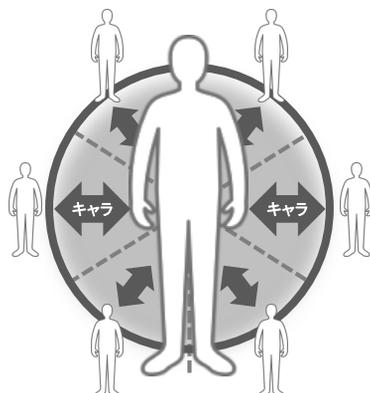
とはいえ、そんな大学生の人づきあいを探ってみると、所属する集団から浮いてしまうことを恐れて相手に気を遣い、集団に馴染んで自分の立ち位置を確保したいという姿もみえてきた。さらに、そのために言動や立ち振る舞いといった、いわゆる「キャラクター」を集団によって意識的に使い分けていることもわかった。

もちろん、そうした行為は全ての大学生にあてはまるものではない。しかし、それはあくまでも本人が自覚していないだけで、実は自分では「キャラクターを使い分けていない」と思っている人も、キャラクターを使い分ける人と似た行動を無意識にとっていたことがわかった。

そんな、人づきあいに「キャラクター」を意識することが欠かせない大学生ではあるが、現在の人間関係は良好であり、自分の色も出せているとも感じていた。では、大学生にとって「キャラクター」とは、いったい何なのだろう。どうやら、それは取り繕った“偽りの自分”ではなく、相手との関係性と自分の性格とが合わさって生まれた“本当の自分”といえそうだ。だから、集団に合わせて「キャラクター」を変えたとしても、大学生は“自分らしく”いられていると感じ、人間関係の満足度も高いのだ。

もちろん、相手によって態度や振る舞いを変えることは一般的には善しとはされない。とはいえ、人が本当に“素の自分・ありのままの自分”でいることは実は難しいことであり、それは相手への気遣いを欠く姿勢とも言えるだろう。自分というものが人との関わりの中に存在する以上、集団によって「キャラクター」を変えることは普通であり、ましてやマナー違反などではない。性格や価値観の異なる人々と出会い、今も拡がり続ける人間関係のなかで生まれた「キャラクター」のひとつひとつが、間違いなく自分の一部なのだ。

そんな大学生も、やがて社会に旅立つことになる。人間関係がもっと複雑になれば、現在のような「キャラクター」の使い分けに苦勞することもあるだろう。実際、その変化に対応できず、キャパオーバーに陥るのではないかと不安を感じ、限られた友人との関係性を深めたいと考える大学生も少なくないようだ。しかし、これからの日本は、多様な嗜好やバックグラウンドを持つ人々との共生が求められる社会になっていく。大学生に必要なのは、深いつきあいにこだわることなく、キャラクターを通じた関係構築力を活かしていくことではないだろうか。そして、それこそが、私たちが追い求めている自分らしさ、いわば“キャラ デンティティ”の確立につながるのだ。



# 寄稿 ～調査結果を読んで～

## 駒澤大学 経営学部教授 中野香織

学生と話していると「キャラ」という言葉を耳にする。ゼミの卒業論文でも「キャラ」をテーマにしようとした学生がおり、学生には関心が高いらしい。一方、私の同年代の知り合いと話していても、そのような話題は出てこない。そういう意味でも、今年のテーマ「キャラ・デンティティ」は時代に即した、また学生らしいテーマだと言えるだろう。

FUTUREの素晴らしい点は、毎年の調査結果の蓄積である。そこで、その貴重な資産を活用し、過去の調査結果と比較しつつ、感想を書きたい。

### 1. SNSの利用目的

・今回(2018年):「SNS利用目的」は「友人・知人との連絡手段として」が88.7%、「友人・知人の情報を集めるため」が61.9%であった。

・2010年:「身近な友達と連絡を取る・情報を共有するため」が75.3%、「普段会えない友達と連絡する・情報を共有するため」が71.2%、「身近な友達の状況をただチェックするため」が64.0%であった。

SNSの利用状況は、最も大きい変化の一つであろう。当然、メインで使うSNSは、2010年はmixi、2018年はLINEと異なっている。しかし、そのSNSを利用する目的は大きく変わってはいない。同一項目ではないものの、主要な目的は友人・知人との連絡手段であり、値は2010年75.3%→2018年88.7%と増加している。SNSは日常の連絡手段というインフラとして利用されていることがわかる。

### 2. 空気を読む

・今回(2018年):「グループ/コミュニティにおける言動や振る舞い」では、「気を遣う方だと思う」が81.1%(気を遣う方39.5%、やや気を遣う方41.6%)であった。

・2007年:「自分がまわりの空気を読めるタイプと思うか」では、「そう思う」が66.8%(とてもそう思う11.5%、ややそう思う55.3%)、「他人の目が気になる度」では、「気になる」が70.9%(とても気になる31.5%、どちらかといえば気になる39.4%)であった。

同じ項目ではないものの、周囲へ気遣いをする・空気を読めるといった自己評価は、高くなっている。

2007年66.8%→2017年72.7%→2018年81.1%と増加し、周囲の目を気にして、より気遣いをするようになった学生の姿が浮かび上がる。

### 3. キャラクターの使い分け

・今回(2018年):「自分自身のグループ/コミュニティにおける『キャラクター』の使い分け」は、使い分けしている」が53.0%(グループごとに使い分け15.5%、グループごとではないが使い分け37.5%)であった。

・2010年:「『SNS上の自分』と『普段の自分』のキャラ相違度」は、「違わない」が83.2%(違わない34.6%、あまりそう違わない48.6%)であった。

メインの内容であるキャラクターの使い分けについては、2010年にも同様の質問が見つかった。大変興味深いことに、2010年は「SNSと普段でキャラクターに違いがない」が8割以上だったのに対し、2018年ではキャラクターの使い分けをしている人が半数と、大幅に増加している。「キャラ」という認識が普及したため自覚するようになったのか、それとも本当に使い分けをする人が増えたのか、その解釈を知りたいと思う。

### 4. 感想

過去の調査結果との比較をふまえ、まず「空気を読む」ことについて感想を述べたい。2007年と比べ、友人への気遣いをより重視するようになってきているようだ。しかし、1つの疑問が浮かぶ。自分では空気を読んでいるつもりでも、本当に空気を読めているのだろうか？ 例えば授業中の態度を見ると、少なくとも教員の意図を汲んでいるようには思えない学生も少なからずいる。対象は友人限定であり、教員は対象外ではあるだろうが、周囲の存在ではある。その周囲の空気を読めずに、「空気を読める人」「気遣いのできる人」と言ってよいのだろうか。

そして、次の点は学生に伝えたい。空気を読んでいるだけで「主張」する必要はないのだろうか？ いや、あるだろう。社会人になっても、家庭を持っても、どのコミュニティであっても、空気を読んで周囲に合わせるだけでなく、主張や議論をすべきときは恐れず主張し、議論をしてほしい。そうでないと、簡単に周囲に流されてしまう。今年は渋谷でのハロウィーン騒動が問題になった。そういう場で、ノリが悪いと思われたくないからといって周囲の空気ばかり優先していると、騒動に加担することにもなってしまおうだろう。

次に、キャラの使い分けについては、学生らしい視点であり、非常に興味深い結果であった。ただし要望もある。なぜキャラの使い分けをするのだろうか。それをもっと深掘りしてほしい。単に周囲の人と上手くやりたいといった理由なのだろうか。例えば、あるゼミ生は自分の好きなジャンルのコミュニティ(趣味的なコミュニティ)において、気を遣わず発言したいため、キャラを使い分けしているという。定量調査の限界もあるが、面白いテーマ設定のため、「なぜ使い分けするのか」「どのように使い分けしているのか」といった点を、もっと知りたいと思った。今年も興味深いテーマと調査結果、本当にお疲れさまでした。

# 定点観測

## ～大学生の好きな広告・今年の日本の顔～

### KDDI/auの「三太郎」シリーズが4年連続好感度ナンバーワンに!

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

<全体:N=1000>

1位: KDDI/au/「三太郎」シリーズ	65人 (男性 24人 : 女性 41人)
2位: 大塚製薬/ポカリスエット	17人 (男性 10人 : 女性 7人)
3位: Amazon/アマゾンプライム	15人 (男性 7人 : 女性 8人)
4位: KDDI/au	9人 (男性 3人 : 女性 6人)
5位: HONDA/ホンダジェット	8人 (男性 3人 : 女性 5人)
6位: docomo/iPhone	7人 (男性 3人 : 女性 4人)
6位: コカ・コーラ/コカ・コーラ	7人 (男性 3人 : 女性 4人)
9位: mouse/ノートパソコン	6人 (男性 5人 : 女性 1人)
10位: Bytedance/Tik Tok	5人 (男性 2人 : 女性 3人)
10位: KDDI/au/「意識高すぎ! 高杉くん」シリーズ	5人 (男性 1人 : 女性 4人)

▼参考: '17年度結果 (全体:n=1008)

1 KDDI/au/「三太郎」シリーズ	116人
2 Amazon/アマゾンプライム	19人
3 大塚製薬/ポカリスエット「鬼ガチダンス」シリーズ	16人
4 住友生命保険相互会社/1UP	7人
4 NTTドコモ/25周年CM「いっか、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/じゅらん	5人
9 リクルート/ゼクシィ	5人
9 東京メトロ/「Find my Tokyo」シリーズ	5人
9 ソフトバンクモバイル/白戸家シリーズ	5人

▼参考: '16年度結果 (全体:n=816)

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

▼参考: '15年度結果 (全体:n=816)

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

## 最近1年間の日本の顔は、6年連続、安倍晋三首相に

今年の「日本の顔」は「安倍晋三」首相が136票を獲得し1位。  
次いで、「本田圭佑」が90票を獲得し2位、「羽生結弦」が87票で3位という結果に。

<全体:N=1000>

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

▼参考: 2017年の今年の顔 <全体:n=1008>

1位: 安倍晋三	190人 (男性109人 : 女性81人)
2位: 小池百合子	157人 (男性55人 : 女性102人)
3位: 小林麻央	44人 (男性9人 : 女性35人)
4位: 藤井聡太	38人 (男性24人 : 女性14人)
5位: 菅田将暉	35人 (男性12人 : 女性23人)
6位: プルゾンちえみ	25人 (男性6人 : 女性19人)
7位: ピコ太郎	23人 (男性15人 : 女性8人)
8位: 広瀬すず	19人 (男性9人 : 女性10人)
9位: マスコ・デラックス	15人 (男性6人 : 女性9人)
9位: 松居一代	15人 (男性9人 : 女性6人)
9位: 星野源	15人 (男性6人 : 女性9人)

12位: 石原さとみ	15人 (男性 2人 : 女性 13人)
12位: みゆき	12人 (男性 7人 : 女性 5人)

# 調査結果：詳細編

<b>I 属しているグループ／コミュニティについて</b>	
大学入学後の交友関係の幅の変化	22
大学入学後の交友関係の深さの変化	23
グループ／コミュニティと接点をもつ頻度	24
所属するグループ／コミュニティ数の変化	28
使っているSNS	29
SNS利用理由	30
LINEに登録している友だち／グループの数(友だち)	31
LINEに登録している友だち／グループの数(グループ)	32
やりとり頻度ごとのLINEグループ数	33
よくやりとりしているLINEグループの割合	35
グループLINE退会経験	36
グループLINEを退会した理由	37
グループLINEを退会していない理由	38
<b>II グループ／コミュニティとの関わり方について</b>	
グループ／コミュニティの中でとったことがある行動	40
グループ／コミュニティでの自身の言動の自己評価	41
円滑な人間関係維持のために必要なこと	42
人間関係維持のために心がけていること・処世術	43
グループ／コミュニティの人間関係の満足度	44
グループ／コミュニティでの自身の言動への意識	45
<b>III グループ／コミュニティでの立ち振る舞いについて</b>	
グループ／コミュニティによるキャラクター使い分け有無	48
キャラクターを使い分けしている理由	49
使い分けしているキャラクター	50
キャラクターの使い分け方	51
使い分けしているキャラクターの形成方法	52
キャラクターの自分らしさ	53
キャラクターの違いを指摘された経験	54
キャラクター作りの成否：評価	55
キャラクター作りの成否：評価理由	56
キャラクターを使い分けしていない理由	57
グループ／コミュニティによる行動の使い分け方	58
グループ／コミュニティ内で自分らしくいられているか	59
キャラクターを使い分けしている人への評価	60
キャラクターの使い分けへの評価	61
キャラクターに関する考え方	62
キャラクターを使い分ける人の増減：評価	65
キャラクターを使い分ける人の増減：評価理由	66
今後のキャラクター使い分け意向	67
世の中のキャラクター使い分け変化予想	68
<b>IV 大学生の実態と意識について</b>	
自身の人間関係のタイプ	69
今後の友人との付き合い方	73
サークル・部活の所属状況	74
<b>V 定点観測</b>	
大学生が選ぶ最近1年間の日本の顔	76
好きな広告	77
広告への普段の関心	78
広告に対する意見	80

# I

## 属しているグループ／コミュニティについて

※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

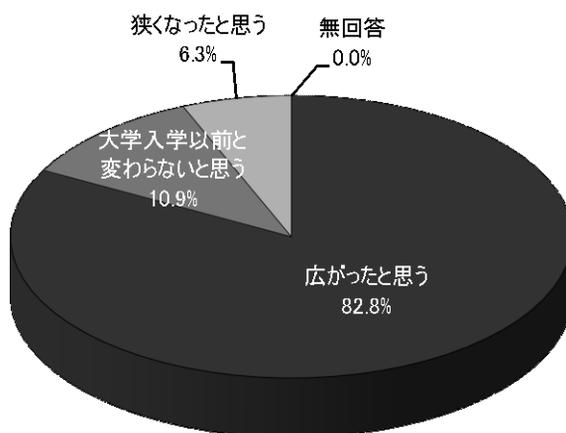
# 大学入学後の交友関係の幅の変化

- ◆ 「大学に入学してから、あなたの交友関係の『幅』はどのように変化しましたか」という質問に対して、「広がったと思う」と回答した人は全体の約83%、「大学入学以前と変わらないと思う」と回答した人は全体の約11%、「狭くなったと思う」と回答した人は全体の約6%となった。



問1 大学に入学してから、あなたの交友関係の「幅」はどのように変化しましたか。  
あてはまるものをひとつだけ選び、○印をつけてください。〈全ベース〉

<全体:N=1000>



		サンプル数	広がったと思う	大学入学以前と変わらないと思う	狭くなったと思う	無回答
全体		1000	82.8	10.9	6.3	-
性別	男性	500	81.2	11.4	7.4	-
	女性	500	84.4	10.4	5.2	-
学年	1年生	250	82.0	12.0	6.0	-
	2年生	250	78.4	13.6	8.0	-
	3年生	250	85.2	9.6	5.2	-
	4年生	250	85.6	8.4	6.0	-

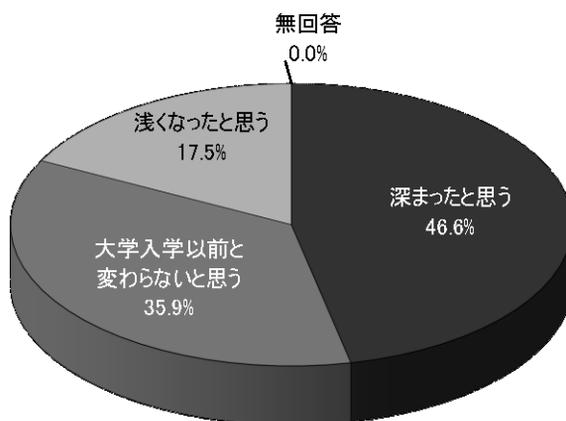
(%)

# 大学入学後の交友関係の深さの変化

- ◆ 「大学に入学してから、あなたの交友関係の『深さ』はどのように変化したと思いますか」という質問に対して、「深まったと思う」と回答した人は全体の約47%、「大学入学以前と変わらないと思う」と回答した人は全体の約36%、「浅くなったと思う」と回答した人は全体の約17%となった。

**問2** では、大学に入学してから、あなたの交友関係の「深さ」はどのように変化したと思いますか。あてはまるものをひとつだけ選び、○印をつけてください。〈全ベース〉

〈全体:N=1000〉



		サンプル数	深まったと思う	大学入学以前と変わらないと思う	浅くなったと思う	無回答
全体		1000	46.6	35.9	17.5	-
性別	男性	500	51.2	33.2	15.6	-
	女性	500	42.0	38.6	19.4	-
学年	1年生	250	▼ 35.2	○ 45.2	19.6	-
	2年生	250	44.0	36.4	19.6	-
	3年生	250	47.2	35.2	17.6	-
	4年生	250	○ 60.0	▼ 26.8	13.2	-

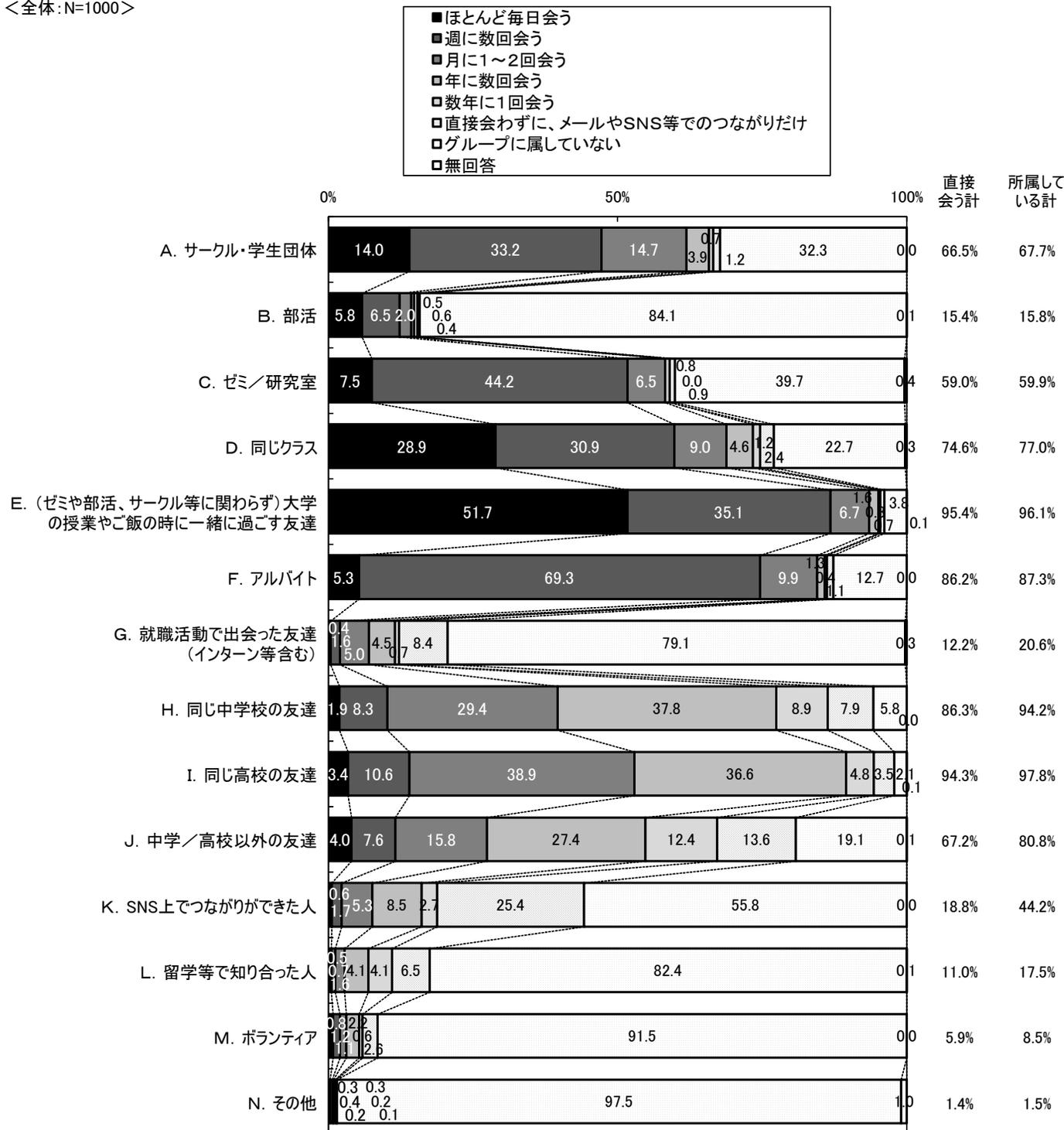
(%)

# グループ／コミュニティと接点をもつ頻度

- ◆ 「今、どのようなグループ／コミュニティに属して、どのくらいの頻度で接点をもっていますか」という質問に対して、「直接会う(計)」は、「(ゼミや部活、サークル等に関わらず)大学の授業やご飯の時に一緒に過ごす友達」と回答した人が約95%と最も多く、次いで「同じ高校の友達」が約94%、「同じ中学校の友達」「アルバイト」が約86%となった。
- ◆ また、「所属(計)」は、「同じ高校の友達」と回答した人が約98%と最も多く、次いで「(ゼミや部活、サークル等に関わらず)大学の授業やご飯の時に一緒に過ごす友達」が約96%、「同じ中学校の友達」が約94%となった。

**問3** あなたは、今、どのようなグループ／コミュニティに属して、どのくらいの頻度で接点をもっていますか？  
それぞれの集団について、あてはまるものをひとつずつお選びください。＜全ベース＞

＜全体：N=1000＞



# グループ／コミュニティと接点をもつ頻度(数表編)

問3

あなたは、今、どのようなグループ／コミュニティに属して、どのくらいの頻度で接点をもっていますか？  
それぞれの集団について、あてはまるものをひとつずつお選びください。＜全ベース＞

サンプル数	A. サークル・学生団体										B. 部活										
	ほとんど毎日会う	週に数回会う	月に1〜2回会う	年に数回会う	数年に1回会う	S N S等でのつながりだけ	直接会わずに、メールやグループに属していない	無回答	直接会う計	所属している計	ほとんど毎日会う	週に数回会う	月に1〜2回会う	年に数回会う	数年に1回会う	S N S等でのつながりだけ	直接会わずに、メールやグループに属していない	無回答	直接会う計	所属している計	
全体	1000	14.0	33.2	14.7	3.9	0.7	1.2	32.3	-	66.5	67.7	5.8	6.5	2.0	0.5	0.6	0.4	84.1	0.1	15.4	15.8
性別																					
男性	500	16.6	28.8	13.8	3.8	0.8	1.2	35.0	-	63.8	65.0	8.6	6.0	2.6	0.8	0.6	0.4	81.0	-	18.6	19.0
女性	500	11.4	37.6	15.6	4.0	0.6	1.2	29.6	-	69.2	70.4	3.0	7.0	1.4	0.2	0.6	0.4	87.2	0.2	12.2	12.6
学年																					
1年生	250	14.8	43.2	19.2	2.0	-	1.6	19.2	-	79.2	80.8	6.4	7.2	2.4	-	-	-	84.0	-	16.0	16.0
2年生	250	20.0	38.0	10.4	2.4	0.8	0.8	27.6	-	71.6	72.4	5.2	5.6	1.6	0.8	0.4	0.4	86.0	-	13.6	14.0
3年生	250	12.8	30.8	12.0	2.8	-	1.2	40.4	-	58.4	59.6	5.6	10.0	0.8	0.4	-	0.8	82.4	-	16.8	17.6
4年生	250	8.4	20.8	17.2	8.4	2.0	1.2	42.0	-	56.8	58.0	6.0	3.2	3.2	0.8	2.0	0.4	84.0	0.4	15.2	15.6

(%)

サンプル数	C. ゼミ／研究室										D. 同じクラス										
	ほとんど毎日会う	週に数回会う	月に1〜2回会う	年に数回会う	数年に1回会う	S N S等でのつながりだけ	直接会わずに、メールやグループに属していない	無回答	直接会う計	所属している計	ほとんど毎日会う	週に数回会う	月に1〜2回会う	年に数回会う	数年に1回会う	S N S等でのつながりだけ	直接会わずに、メールやグループに属していない	無回答	直接会う計	所属している計	
全体	1000	7.5	44.2	6.5	0.8	-	0.9	39.7	0.4	59.0	59.9	28.9	30.9	9.0	4.6	1.2	2.4	22.7	0.3	74.6	77.0
性別																					
男性	500	9.6	41.2	7.4	1.2	-	0.8	39.4	0.4	59.4	60.2	32.0	29.0	8.0	5.0	1.6	1.6	22.2	0.6	75.6	77.2
女性	500	5.4	47.2	5.6	0.4	-	1.0	40.0	0.4	58.6	59.6	25.8	32.8	10.0	4.2	0.8	3.2	23.2	-	73.6	76.8
学年																					
1年生	250	6.0	14.0	-	-	-	-	80.0	-	20.0	20.0	56.8	31.6	3.6	-	-	0.8	7.2	-	92.0	92.8
2年生	250	5.2	33.6	3.6	1.2	-	2.0	53.6	0.8	43.6	45.6	29.6	40.4	5.6	2.8	1.2	0.8	19.6	-	79.6	80.4
3年生	250	13.2	68.8	8.0	0.4	-	0.4	8.8	0.4	90.4	90.8	22.8	32.0	9.6	5.6	1.2	1.6	26.4	0.8	71.2	72.8
4年生	250	5.6	60.4	14.4	1.6	-	1.2	16.4	0.4	82.0	83.2	6.4	19.6	17.2	10.0	2.4	6.4	37.6	0.4	55.6	62.0

(%)

サンプル数	E. (ゼミや部活、サークル等に関わらず) 大学の授業やご飯の時に一緒に過ごす友達										F. アルバイト										
	ほとんど毎日会う	週に数回会う	月に1〜2回会う	年に数回会う	数年に1回会う	S N S等でのつながりだけ	直接会わずに、メールやグループに属していない	無回答	直接会う計	所属している計	ほとんど毎日会う	週に数回会う	月に1〜2回会う	年に数回会う	数年に1回会う	S N S等でのつながりだけ	直接会わずに、メールやグループに属していない	無回答	直接会う計	所属している計	
全体	1000	51.7	35.1	6.7	1.6	0.3	0.7	3.8	0.1	95.4	96.1	5.3	69.3	9.9	1.3	0.4	1.1	12.7	-	86.2	87.3
性別																					
男性	500	50.0	35.2	6.0	1.4	0.2	1.2	5.8	0.2	92.8	94.0	5.2	67.8	9.6	1.6	0.6	1.0	14.2	-	84.8	85.8
女性	500	53.4	35.0	7.4	1.8	0.4	0.2	1.8	-	98.0	98.2	5.4	70.8	10.2	1.0	0.2	1.2	11.2	-	87.6	88.8
学年																					
1年生	250	72.4	23.2	0.4	0.4	0.4	0.8	2.4	-	96.8	97.6	3.2	61.6	7.2	1.2	-	0.8	26.0	-	73.2	74.0
2年生	250	63.2	30.4	3.2	1.2	-	-	1.6	0.4	98.0	98.0	5.6	71.2	11.2	0.8	0.4	1.6	9.2	-	89.2	90.8
3年生	250	46.8	42.4	6.0	0.8	0.8	-	3.2	-	96.8	96.8	3.6	80.4	7.6	1.2	0.4	1.2	5.6	-	93.2	94.4
4年生	250	24.4	44.4	17.2	4.0	-	2.0	8.0	-	90.0	92.0	8.8	64.0	13.6	2.0	0.8	0.8	10.0	-	89.2	90.0

(%)

# グループ／コミュニティと接点をもつ頻度(数表編)

問3

あなたは、今、どのようなグループ／コミュニティに属して、どのくらいの頻度で接点をもっていますか？  
それぞれの集団について、あてはまるものをひとつずつお選びください。＜全ベース＞

サンプル数	G. 就職活動で出会った友達(インターン等含む)											H. 同じ中学校の友達									
	ほとんど毎日会う	週に数回会う	月に1〜2回会う	年に数回会う	数年に1回会う	SNS等でのつながりだけ	直接会わずに、メールやグループに属していない	無回答	直接会う計	所属している計	ほとんど毎日会う	週に数回会う	月に1〜2回会う	年に数回会う	数年に1回会う	SNS等でのつながりだけ	直接会わずに、メールやグループに属していない	無回答	直接会う計	所属している計	
全体	1000	0.4	1.6	5.0	4.5	0.7	8.4	79.1	0.3	12.2	20.6	1.9	8.3	29.4	37.8	8.9	7.9	5.8	-	86.3	94.2
性別																					
男性	500	0.2	2.4	5.2	4.6	1.0	7.0	79.0	0.6	13.4	20.4	2.4	11.2	29.2	▼31.8	10.8	7.2	7.4	-	85.4	92.6
女性	500	0.6	0.8	4.8	4.4	0.4	9.8	79.2	-	11.0	20.8	1.4	5.4	29.6	○43.8	7.0	8.6	4.2	-	87.2	95.8
学年																					
1年生	250	0.8	0.8	1.2	-	-	▼0.4	○96.8	-	▼2.8	▼3.2	3.2	8.8	○36.8	33.6	4.4	7.2	6.0	-	86.8	94.0
2年生	250	-	2.0	4.0	1.6	-	▼-	○92.4	-	7.6	▼7.6	2.0	7.6	32.0	▼32.4	8.4	8.4	9.2	-	82.4	90.8
3年生	250	-	2.4	5.2	3.6	0.8	5.2	82.8	-	12.0	17.2	1.2	9.6	▼23.2	○47.6	9.6	4.4	4.4	-	91.2	95.6
4年生	250	0.8	1.2	9.6	○12.8	2.0	○28.0	▼44.4	1.2	○26.4	○54.4	1.2	7.2	25.6	37.6	13.2	11.6	3.6	-	84.8	96.4

(%)

サンプル数	I. 同じ高校の友達											J. 中学／高校以外の友達									
	ほとんど毎日会う	週に数回会う	月に1〜2回会う	年に数回会う	数年に1回会う	SNS等でのつながりだけ	直接会わずに、メールやグループに属していない	無回答	直接会う計	所属している計	ほとんど毎日会う	週に数回会う	月に1〜2回会う	年に数回会う	数年に1回会う	SNS等でのつながりだけ	直接会わずに、メールやグループに属していない	無回答	直接会う計	所属している計	
全体	1000	3.4	10.6	38.9	36.6	4.8	3.5	2.1	0.1	94.3	97.8	4.0	7.6	15.8	27.4	12.4	13.6	19.1	0.1	67.2	80.8
性別																					
男性	500	4.8	13.4	39.6	▼29.6	5.8	4.0	2.8	-	93.2	97.2	6.4	9.4	16.8	25.2	12.0	10.6	19.4	0.2	69.8	80.4
女性	500	2.0	7.8	38.2	○43.6	3.8	3.0	1.4	0.2	95.4	98.4	1.6	5.8	14.8	29.6	12.8	16.6	18.8	-	64.6	81.2
学年																					
1年生	250	5.6	11.2	○53.2	▼20.0	1.6	6.0	2.4	-	91.6	97.6	6.0	7.6	16.8	▼20.0	8.8	14.4	○26.4	-	▼59.2	▼73.6
2年生	250	2.8	10.8	38.4	38.8	4.0	2.0	2.8	0.4	94.8	96.8	6.0	9.6	14.0	26.8	11.6	14.8	16.8	0.4	68.0	82.8
3年生	250	2.8	9.2	35.6	○44.4	6.4	1.2	0.4	-	98.4	99.6	2.0	7.6	17.2	30.8	○17.6	10.8	▼14.0	-	○75.2	○86.0
4年生	250	2.4	11.2	▼28.4	○43.2	7.2	4.8	2.8	-	92.4	97.2	2.0	5.6	15.2	32.0	11.6	14.4	19.2	-	66.4	80.8

(%)

サンプル数	K. SNS上でつながりできた人											L. 留学等で知り合った人									
	ほとんど毎日会う	週に数回会う	月に1〜2回会う	年に数回会う	数年に1回会う	SNS等でのつながりだけ	直接会わずに、メールやグループに属していない	無回答	直接会う計	所属している計	ほとんど毎日会う	週に数回会う	月に1〜2回会う	年に数回会う	数年に1回会う	SNS等でのつながりだけ	直接会わずに、メールやグループに属していない	無回答	直接会う計	所属している計	
全体	1000	0.6	1.7	5.3	8.5	2.7	25.4	55.8	-	18.8	44.2	0.5	0.7	1.6	4.1	4.1	6.5	82.4	0.1	11.0	17.5
性別																					
男性	500	0.8	2.4	5.2	7.2	2.4	21.6	60.4	-	18.0	39.6	0.6	0.6	0.8	3.8	3.2	6.0	84.8	0.2	9.0	15.0
女性	500	0.4	1.0	5.4	9.8	3.0	29.2	51.2	-	19.6	48.8	0.4	0.8	2.4	4.4	5.0	7.0	80.0	-	13.0	20.0
学年																					
1年生	250	1.6	2.8	6.0	10.8	2.0	23.2	53.6	-	23.2	46.4	1.2	0.4	0.4	2.0	3.2	6.0	86.8	-	7.2	13.2
2年生	250	0.4	1.2	5.2	8.0	2.0	22.4	○60.8	-	16.8	▼39.2	0.4	1.2	1.2	5.2	4.0	6.0	82.0	-	12.0	18.0
3年生	250	0.4	1.6	6.4	8.4	4.0	26.4	52.8	-	20.8	47.2	0.4	0.8	2.8	2.8	4.0	7.6	81.6	-	10.8	18.4
4年生	250	-	1.2	3.6	6.8	2.8	29.6	56.0	-	14.4	44.0	-	0.4	2.0	6.4	5.2	6.4	79.2	0.4	14.0	20.4

(%)

# グループ／コミュニティと接点をもつ頻度(数表編)

問3

あなたは、今、どのようなグループ／コミュニティに属して、どのくらいの頻度で接点をもっていますか？  
それぞれの集団について、あてはまるものをひとつずつお選びください。〈全ベース〉

サンプル数	M. ボランティア											N. その他										
	ほとんど毎日会う	週に数回会う	月に1〜2回会う	年に数回会う	数年に1回会う	SNS等でつながりだけ	直接会わずに、メールやグループに属していない	無回答	直接会う計	所属している計	ほとんど毎日会う	週に数回会う	月に1〜2回会う	年に数回会う	数年に1回会う	SNS等でつながりだけ	直接会わずに、メールやグループに属していない	無回答	直接会う計	所属している計		
全体	1000	0.8	1.2	1.1	2.2	0.6	2.6	91.5	-	5.9	8.5	0.3	0.4	0.2	0.3	0.2	0.1	97.5	1.0	1.4	1.5	
性別	男性	500	0.6	0.6	1.4	1.6	0.4	2.4	93.0	-	4.6	7.0	0.2	0.6	0.2	0.4	0.2	0.2	97.0	1.2	1.6	1.8
	女性	500	1.0	1.8	0.8	2.8	0.8	2.8	90.0	-	7.2	10.0	0.4	0.2	0.2	0.2	-	98.0	0.8	1.2	1.2	
学年	1年生	250	0.8	0.8	0.4	2.0	-	1.2	94.8	-	4.0	5.2	-	-	-	-	-	99.6	0.4	-	-	
	2年生	250	0.8	0.4	1.2	3.2	0.8	2.0	91.6	-	6.4	8.4	0.4	0.4	0.4	0.8	0.4	0.4	97.2	-	2.4	2.8
	3年生	250	1.2	2.4	1.6	0.4	0.8	3.6	90.0	-	6.4	10.0	0.4	-	-	-	-	99.2	0.4	0.4	0.4	
	4年生	250	0.4	1.2	1.2	3.2	0.8	3.6	89.6	-	6.8	10.4	0.4	1.2	0.4	0.4	0.4	-	94.0	3.2	2.8	2.8

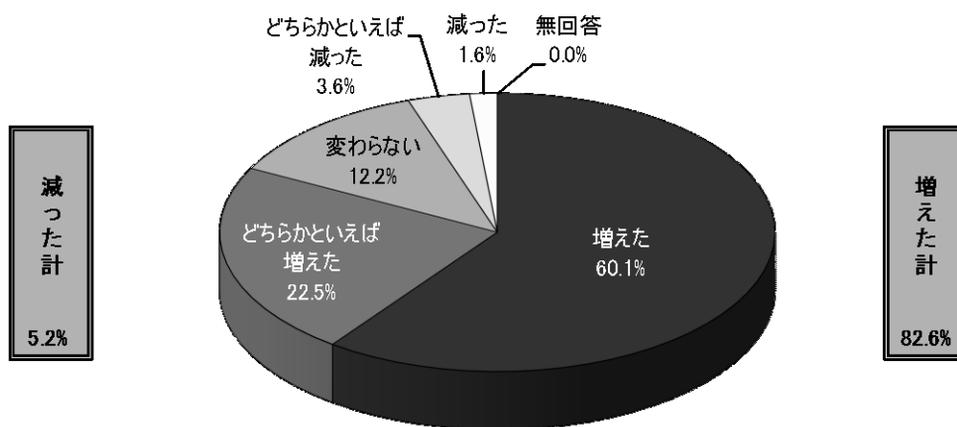
(%)

# 所属するグループ／コミュニティ数の変化

◆ 「大学に入学してから、あなたの所属するグループ／コミュニティの数はどのように変わりましたか」という質問に対して、「増えた(計)」と回答した人は全体の約83%、「変わらない」と回答した人は全体の約12%、「減った(計)」と回答した人は全体の約5%となった。

**問4** 大学に入学してから、あなたの所属するグループ／コミュニティの数はどのように変わりましたか。あてはまるものをひとつだけお選びください。〈全ベース〉

〈全体：N=1000〉



		サンプル数	増えた	どちらかといえば増えた	変わらない	どちらかといえば減った	減った	無回答	増えた計	減った計
全体		1000	60.1	22.5	12.2	3.6	1.6	-	82.6	5.2
性別	男性	500	59.2	23.0	12.4	3.8	1.6	-	82.2	5.4
	女性	500	61.0	22.0	12.0	3.4	1.6	-	83.0	5.0
学年	1年生	250	58.4	18.8	○18.8	3.2	0.8	-	▼77.2	4.0
	2年生	250	▼54.8	23.6	12.8	6.0	2.8	-	78.4	8.8
	3年生	250	64.4	23.6	10.0	1.6	0.4	-	○88.0	2.0
	4年生	250	62.8	24.0	▼7.2	3.6	2.4	-	86.8	6.0

(%)

# 使っているSNS

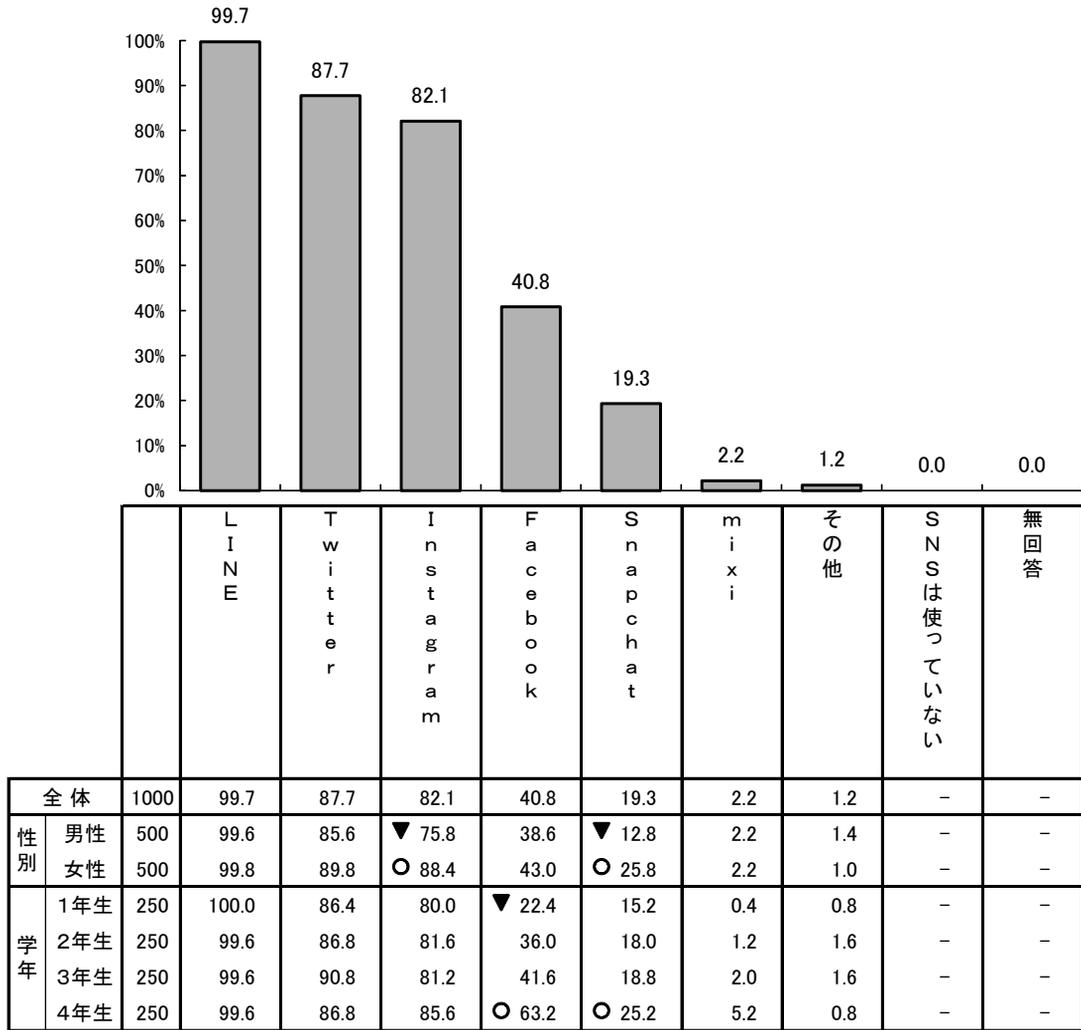
◆ 「SNSの中で、あなたが使っている／アカウントを持っているものをお答えください」という質問に対して、「LINE」と回答した人が約100%と最も多く、次いで「Twitter」が約88%、「Instagram」が約82%となった。



あなたは、普段SNSを使っていますか。  
下記の各種SNSの中で、あなたが使っている／アカウントを持っているものをすべてお選びください。〈全ベース〉

〈全体：N=1000〉

※全体のスコアで降順ソート



(%)

# SNS利用理由

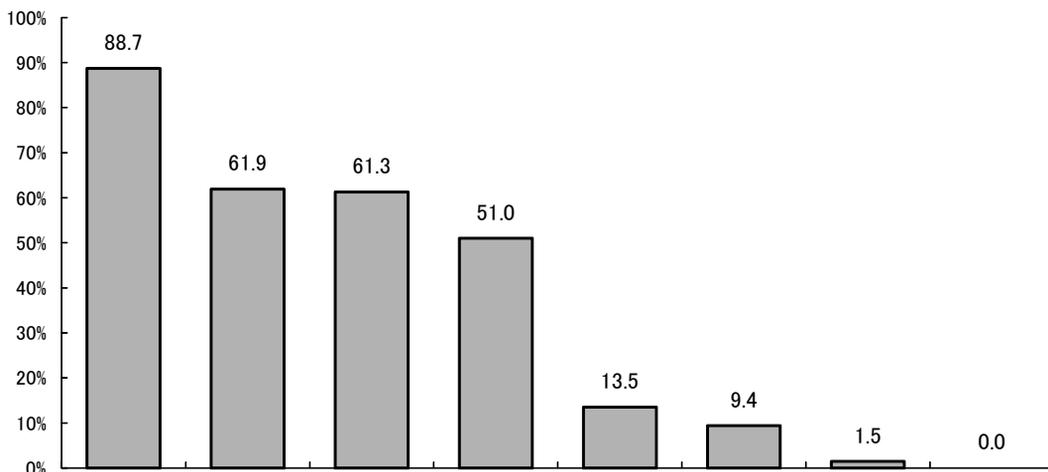
◆ 「あなたがSNSを利用する際の目的についてお伺いします」という質問に対して、「友人・知人との連絡手段として」と回答した人が約89%と最も多く、次いで「友人・知人の情報を集めるため」が約62%、「ニュースやトレンド等の情報を集めるため」が約61%となった。



あなたがSNSを利用する際の目的についてお伺いします。  
 主な利用目的として、あてはまるものをすべてお選びください。〈SNS利用者ベース〉

〈SNS利用者ベース：N=1000〉

※全体のスコアで降順ソート



	サンプル数	友人・知人との連絡手段として	友人・知人の情報を集めるため	ニュースやトレンド等の情報を集めるため	友人・知人との仲を深めるため	自分を知ってもらうため	新しい友達・知人を探すため	その他	無回答	
全体	1000	88.7	61.9	61.3	51.0	13.5	9.4	1.5	-	
性別	男性	500	88.8	59.4	▼ 55.8	48.0	14.4	9.2	1.8	-
	女性	500	88.6	64.4	○ 66.8	54.0	12.6	9.6	1.2	-
学年	1年生	250	○ 94.0	▼ 56.4	▼ 55.6	53.2	10.0	9.2	0.8	-
	2年生	250	87.2	61.2	56.4	48.0	14.4	8.4	2.8	-
	3年生	250	90.8	63.2	66.0	53.2	14.8	12.0	0.8	-
	4年生	250	▼ 82.8	66.8	○ 67.2	49.6	14.8	8.0	1.6	-

(%)

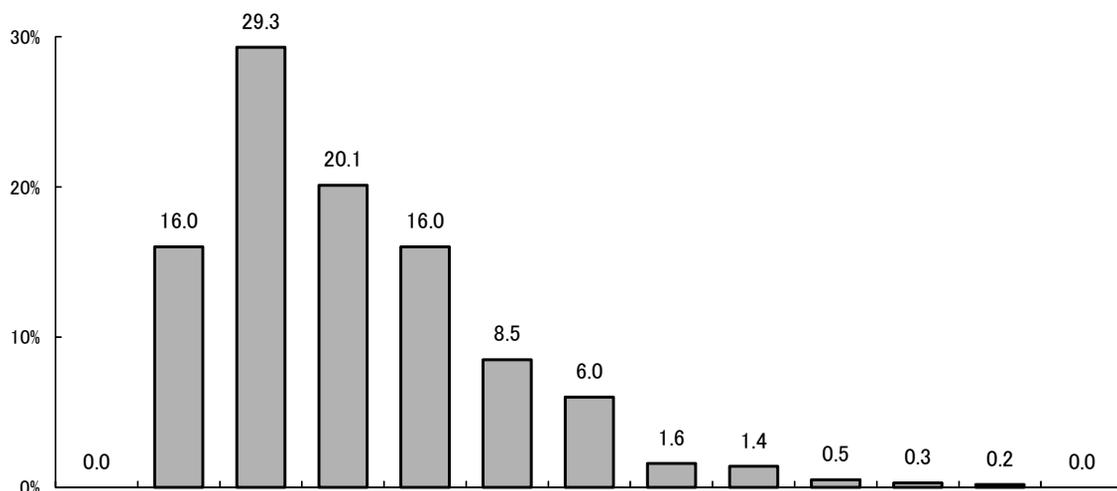
# LINEに登録している友だち／グループの数(友だち)

◆ 「あなたのLINEに登録している友だちの数と、入っているグループ数をお答えください」という質問に対して、自由回答で数値を記入してもらった結果、友だちの数は「101～200人」が約29%と最も多く、次いで「201～300人」が約20%、「1～100人」「301～400人」がいずれも16%となり、平均して約270人となった。



あなたのLINEに登録している友だちの数と、入っているグループ数をお答えください。  
※お手持ちの携帯電話やスマートフォンをご確認ください。<LINE利用者ベース>

<LINE利用者ベース：N=997>



	サンプル数	0人	1～100人	101～200人	201～300人	301～400人	401～500人	501～600人	601～700人	701～800人	801～900人	901～1000人	1001人以上	無回答	平均値(人)	
全体	997	-	16.0	29.3	20.1	16.0	8.5	6.0	1.6	1.4	0.5	0.3	0.2	-	270.27	
性別	男性	498	-	17.1	30.9	19.1	14.5	9.4	5.0	1.4	1.4	0.6	0.4	0.2	-	267.95
	女性	499	-	15.0	27.7	21.0	17.6	7.6	7.0	1.8	1.4	0.4	0.2	0.2	-	272.59
学年	1年生	250	○ 22.8	○ 42.0	21.2	▼ 9.2	▼ 2.8	1.2	0.4	0.4	-	-	-	-	-	194.14
	2年生	249	-	18.1	28.9	23.3	14.9	6.8	5.2	1.6	1.2	-	-	-	-	250.87
	3年生	249	-	11.6	▼ 24.1	22.9	19.3	10.8	6.4	1.6	1.6	0.4	0.4	0.8	-	296.33
	4年生	249	-	11.6	▼ 22.1	▼ 12.9	20.9	○ 13.7	○ 11.2	2.8	2.4	1.6	0.8	-	-	340.05

(%)

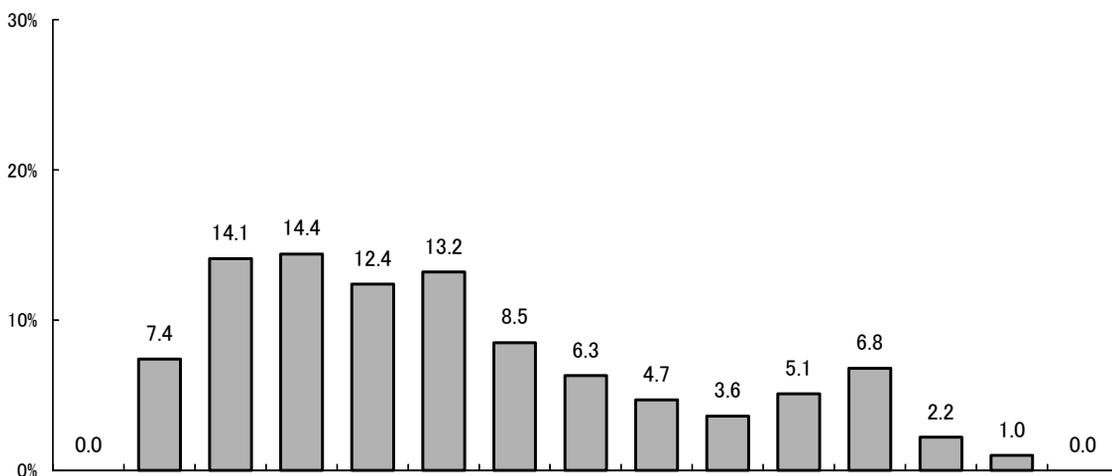
# LINEに登録している友だち／グループの数(グループ)

◆「あなたのLINEに登録している友だちの数と、入っているグループ数をお答えください」という質問に対して、自由回答で数値を記入してもらった結果、グループ数は「21～30グループ」「11～20グループ」がいずれも約14%と多く、次いで「41～50グループ」が約13%、「31～40グループ」が約12%となり、平均して約53グループとなった。



あなたのLINEに登録している友だちの数と、入っているグループ数をお答えください。  
※お手持ちの携帯電話やスマートフォンをご確認ください。<LINE利用者ベース>

<LINE利用者ベース：N=997>



サンプル数	0グループ	1グループ	2グループ	3グループ	4グループ	5グループ	6グループ	7グループ	8グループ	9グループ	10グループ	11グループ	12グループ	13グループ	14グループ	15グループ	16グループ	17グループ	18グループ	19グループ	20グループ以上	無回答	平均値(グループ)
全体	997	-	7.4	14.1	14.4	12.4	13.2	8.5	6.3	4.7	3.6	5.1	6.8	2.2	1.0	-	-	-	-	-	-	-	53.11
性別	男性	498	-	10.4	16.7	16.3	10.6	12.4	8.6	5.2	3.0	2.6	5.0	7.0	1.6	0.4	-	-	-	-	-	-	48.63
	女性	499	-	4.4	11.6	12.6	14.2	14.0	8.4	7.4	6.4	4.6	5.2	6.6	2.8	1.6	-	-	-	-	-	-	57.58
学年	1年生	250	-	10.0	24.0	16.4	14.8	14.0	8.0	4.8	4.4	1.2	0.8	1.6	-	-	-	-	-	-	-	-	36.37
	2年生	249	-	6.8	12.9	18.5	12.9	14.5	8.0	7.2	5.2	2.8	6.8	4.0	-	0.4	-	-	-	-	-	-	47.62
	3年生	249	-	4.4	10.0	12.0	14.1	14.1	10.0	7.2	4.8	5.6	4.4	9.6	2.4	1.2	-	-	-	-	-	-	59.14
	4年生	249	-	8.4	9.6	10.8	8.0	10.4	8.0	6.0	4.4	4.8	8.4	12.0	6.4	2.4	-	-	-	-	-	-	69.39

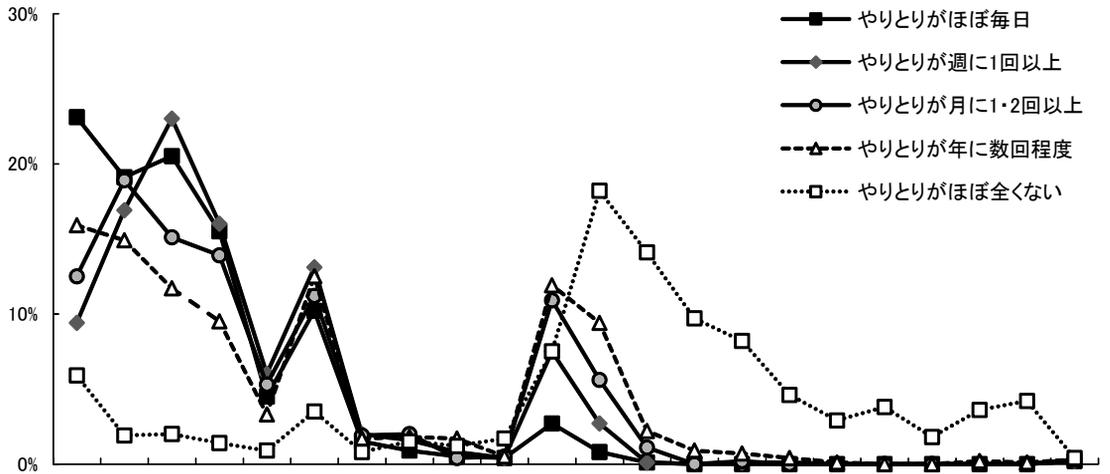
(%)

# やりとり頻度ごとのLINEグループ数

◆ 「あなたが入っているLINEグループの中で、実際に動いている（日常的にやりとりしている）グループはだいたいどれくらいありますか」という質問に対して、自由回答で数値を記入してもらった結果、「やりとりがほぼ毎日」という回答が平均して約2グループ、「やりとりが週に1回以上」が平均して約4グループ、「やりとりが月に1・2回以上」が平均して約4グループ、「やりとりが年に数回程度」が平均して約7グループ、「やりとりがほぼ全くない」が平均して約35グループとなった。

**問8** あなたが入っているLINEグループの中で、実際に動いている（日常的にやりとりしている）グループはだいたいどれくらいありますか。やりとりの頻度ごとにお答えください。〈LINE利用者ベース〉

〈LINE利用者ベース：N=997〉



やりとり頻度	サンプル数	0グループ	1グループ	2グループ	3グループ	4グループ	5グループ	6グループ	7グループ	8グループ	9グループ	10グループ	11~20グループ	21~30グループ	31~40グループ	41~50グループ	51~60グループ	61~70グループ	71~80グループ	81~90グループ	91~100グループ	101グループ以上	無回答	平均値（グループ）
やりとりがほぼ毎日	997	23.1	19.1	20.5	15.5	4.5	10.2	1.5	0.9	0.5	0.4	2.7	0.8	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	2.40
やりとりが週に1回以上	997	9.4	16.9	23.0	16.0	6.0	13.1	2.0	1.6	0.8	0.4	7.5	2.7	0.1	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	3.70
やりとりが月に1・2回以上	997	12.5	18.9	15.1	13.9	5.3	11.2	1.9	2.0	0.4	0.5	10.9	5.6	1.1	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	4.45
やりとりが年に数回程度	997	15.9	14.9	11.7	9.5	3.3	12.5	1.7	1.8	1.7	0.5	11.9	9.4	2.2	0.9	0.7	0.4	0.1	0.0	0.0	0.2	0.1	0.3	6.66
やりとりがほぼ全くない	997	5.9	1.9	2.0	1.4	0.9	3.5	0.8	1.5	1.2	1.7	7.5	18.2	14.1	9.7	8.2	4.6	2.9	3.8	1.8	3.6	4.2	0.4	35.40

(%)

# やりとり頻度ごとのLINEグループ数（数表編）

問8

あなたが入っているLINEグループの中で、実際に動いている（日常的にやりとりしている）グループはだいたいどれくらいありますか。やりとりの頻度ごとにお答えください。＜LINE利用者ベース＞

サンプル数	やりとりがほぼ毎日																				無回答	平均値（グループ）			
	0グループ	1グループ	2グループ	3グループ	4グループ	5グループ	6グループ	7グループ	8グループ	9グループ	10グループ	11グループ	12グループ	13グループ	14グループ	15グループ	16グループ	17グループ	18グループ	19グループ			20グループ以上		
全体	997	23.1	19.1	20.5	15.5	4.5	10.2	1.5	0.9	0.5	0.4	2.7	0.8	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	2.40	
性別	男性	498	20.3	19.1	22.5	15.3	4.8	11.2	1.4	1.0	0.4	0.2	2.8	0.4	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	0.4	2.46
	女性	499	25.9	19.0	18.4	15.8	4.2	9.2	1.6	0.8	0.6	0.6	2.6	1.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.34
学年	1年生	250	26.0	19.2	16.4	18.4	6.4	7.6	1.2	1.2	0.4	-	1.6	1.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.4	2.21
	2年生	249	20.1	18.1	26.1	14.1	4.0	11.2	0.8	0.8	0.8	0.8	1.6	0.8	0.4	-	-	-	-	-	-	-	-	0.4	2.47
	3年生	249	23.7	16.9	18.5	17.7	4.0	10.0	2.8	0.4	0.4	-	4.8	0.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.53
	4年生	249	22.5	22.1	20.9	12.0	3.6	12.0	1.2	1.2	0.4	0.8	2.8	0.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

やりとりが週に1回以上																									
全体	997	9.4	16.9	23.0	16.0	6.0	13.1	2.0	1.6	0.8	0.4	7.5	2.7	0.1	-	0.1	0.1	-	-	-	-	-	0.2	3.70	
性別	男性	498	10.2	17.3	24.1	13.7	6.8	11.8	2.0	1.6	0.8	0.2	7.6	3.4	-	-	-	-	-	-	-	-	0.4	3.63	
	女性	499	8.6	16.4	21.8	18.4	5.2	14.4	2.0	1.6	0.8	0.6	7.4	2.0	0.2	-	0.2	0.2	-	-	-	-	-	-	3.77
学年	1年生	250	10.8	18.8	28.4	14.0	6.8	10.8	2.4	0.8	0.8	0.4	4.0	1.6	-	-	-	-	-	-	-	-	0.4	2.96	
	2年生	249	9.6	18.1	20.5	14.9	6.0	16.1	1.2	0.4	0.4	-	8.8	2.8	0.4	-	0.4	-	-	-	-	-	-	0.4	3.91
	3年生	249	7.2	12.4	22.9	15.7	6.4	15.3	2.8	3.6	1.6	0.4	8.8	2.4	-	-	-	0.4	-	-	-	-	-	-	4.14
	4年生	249	10.0	18.1	20.1	19.7	4.8	10.4	1.6	1.6	0.4	0.8	8.4	4.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

やりとりが月に1・2回以上																									
全体	997	12.5	18.9	15.1	13.9	5.3	11.2	1.9	2.0	0.4	0.5	10.9	5.6	1.1	-	0.2	-	-	-	-	-	-	0.3	4.45	
性別	男性	498	12.0	21.5	14.5	12.4	6.2	11.2	1.2	2.0	0.4	-	11.6	5.2	1.0	-	-	-	-	-	-	-	-	0.6	4.27
	女性	499	13.0	16.2	15.8	15.4	4.4	11.2	2.6	2.0	0.4	1.0	10.2	6.0	1.2	-	0.4	-	-	-	-	-	-	-	4.63
学年	1年生	250	16.8	23.2	14.0	16.0	5.2	9.2	1.6	1.6	-	0.4	7.2	3.2	1.2	-	-	-	-	-	-	-	0.4	3.49	
	2年生	249	13.7	20.1	16.1	10.8	5.6	12.4	0.8	2.0	0.4	0.8	8.4	7.2	0.8	-	0.4	-	-	-	-	-	-	0.4	4.48
	3年生	249	10.8	13.3	17.7	17.3	6.4	11.2	2.0	2.8	-	0.4	12.4	4.8	0.4	-	-	-	-	-	-	-	-	0.4	4.38
	4年生	249	8.8	18.9	12.9	11.6	4.0	12.0	3.2	1.6	1.2	0.4	15.7	7.2	2.0	-	0.4	-	-	-	-	-	-	-	-

やりとりが年に数回程度																									
全体	997	15.9	14.9	11.7	9.5	3.3	12.5	1.7	1.8	1.7	0.5	11.9	9.4	2.2	0.9	0.7	0.4	0.1	-	-	0.2	0.1	0.3	6.66	
性別	男性	498	17.1	17.9	9.4	10.0	4.0	11.2	1.4	1.2	1.0	0.4	11.8	9.8	1.6	0.6	1.2	0.6	-	-	-	0.2	-	0.4	6.45
	女性	499	14.8	12.0	14.0	9.0	2.6	13.8	2.0	2.4	2.4	0.6	12.0	9.0	2.8	1.2	0.2	0.2	0.2	-	-	0.2	0.2	0.2	6.87
学年	1年生	250	23.2	18.4	10.4	11.2	4.4	9.2	2.0	0.8	2.0	-	8.8	5.2	2.4	0.8	0.4	0.4	-	-	-	-	-	0.4	4.81
	2年生	249	17.3	12.4	13.7	8.4	2.0	14.9	1.2	0.4	2.4	0.4	10.4	11.6	1.6	1.2	0.4	-	0.4	-	-	0.8	-	0.4	7.02
	3年生	249	12.4	12.4	14.1	9.2	4.4	14.5	1.6	2.4	1.6	0.8	12.9	8.8	2.4	0.4	0.8	0.8	-	-	-	-	-	0.4	6.55
	4年生	249	10.8	16.5	8.8	9.2	2.4	11.6	2.0	3.6	0.8	0.8	15.7	12.0	2.4	1.2	1.2	0.4	-	-	-	-	0.4	-	8.25

やりとりがほぼ全くない																									
全体	997	5.9	1.9	2.0	1.4	0.9	3.5	0.8	1.5	1.2	1.7	7.5	18.2	14.1	9.7	8.2	4.6	2.9	3.8	1.8	3.6	4.2	0.4	35.40	
性別	男性	498	7.4	2.0	3.0	2.4	1.4	4.6	0.4	1.8	2.0	1.6	8.0	18.1	13.5	9.6	5.8	3.8	2.6	2.6	1.6	3.8	3.2	0.6	30.82
	女性	499	4.4	1.8	1.0	0.4	0.4	2.4	1.2	1.2	0.4	1.8	7.0	18.2	14.8	9.8	10.6	5.4	3.2	5.0	2.0	3.4	5.2	0.2	39.95
学年	1年生	250	5.6	2.4	3.6	2.8	1.2	4.0	2.4	2.8	0.8	2.8	11.6	22.4	14.0	9.6	5.6	3.6	1.6	1.2	0.4	-	1.6	-	22.56
	2年生	249	7.6	0.4	1.6	1.6	1.2	5.2	-	1.6	2.8	0.8	6.0	20.5	17.3	8.0	7.2	4.4	4.0	3.2	2.0	2.4	1.2	0.8	30.53
	3年生	249	2.4	1.2	1.2	0.8	0.8	2.0	0.4	0.8	1.2	1.2	6.8	16.5	14.9	13.7	10.4	6.4	3.6	4.0	1.2	5.2	4.4	0.8	41.12
	4年生	249	8.0	3.6	1.6	0.4	0.4	2.8	0.4	0.8	-	2.0	5.6	13.3	10.4	7.6	9.6	4.0	2.4	6.8	3.6	6.8	9.6	-	47.44

(%)

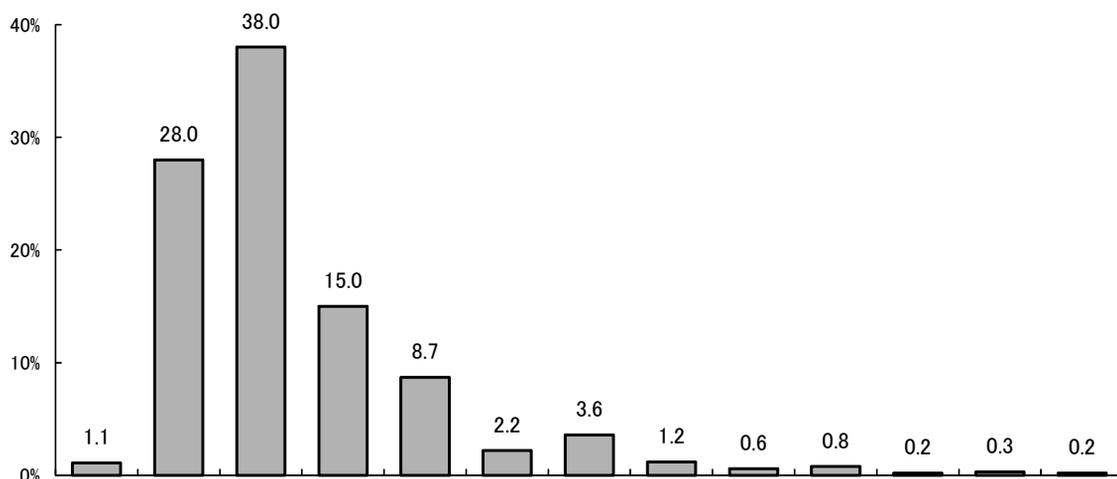
# よくやりとりしているLINEグループの割合

◆ 「あなたが実際によくやりとりしている、もしくは『やりとりしているな』と感じるLINEグループは、全グループの中のどれくらいですか」という質問に対して、自由回答で数値を記入してもらった結果、「10～19%」と回答した人が38%と最も多く、次いで「1～9%」が28%、「20～29%」が15%となり、平均値は約16%となった。



あなたが実際によくやりとりしている、もしくは「やりとりしているな」と感じるLINEグループは、全グループの中のどれくらいですか。おおよその割合をお答えください。※お手持ちの携帯電話やスマートフォンをご確認ください。<LINE利用者ベース>

<LINE利用者ベース：N=997>



	サンプル数	0%	1~9%	10~19%	20~29%	30~39%	40~49%	50~59%	60~69%	70~79%	80~89%	90~99%	無回答	平均値 (%)		
全体	997	1.1	28.0	38.0	15.0	8.7	2.2	3.6	1.2	0.6	0.8	0.2	0.3	0.2	16.07	
性別	男性	498	1.6	29.3	34.7	15.3	8.0	2.6	4.8	1.2	0.4	1.2	0.2	0.4	0.2	16.64
	女性	499	0.6	26.7	41.3	14.8	9.4	1.8	2.4	1.2	0.8	0.4	0.2	0.2	0.2	15.51
学年	1年生	250	1.6	25.6	33.6	18.0	11.6	4.0	2.0	1.2	1.2	0.4	-	0.8	-	17.28
	2年生	249	0.4	▼20.1	○46.2	13.7	8.8	1.6	4.0	2.4	0.4	2.0	-	-	0.4	17.29
	3年生	249	1.2	31.3	36.9	16.1	7.2	1.2	4.8	0.4	-	-	0.4	-	0.4	14.45
	4年生	249	1.2	○34.9	35.3	12.4	7.2	2.0	3.6	0.8	0.8	0.8	0.4	0.4	-	15.27

(%)

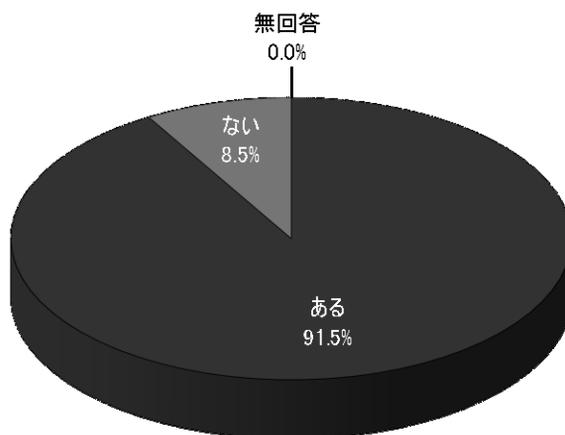
# グループLINE退会経験

- ◆ 「あなたはこれまでにグループLINEを退会したことがありますか」という質問に対して、「ある」と回答した人は全体の約92%、「ない」と回答した人は全体の約9%となった。



あなたはこれまでにグループLINEを退会したことがありますか。〈全ベース〉

〈全体：N=1000〉



		サンプル数	ある	ない	無回答
全体		1000	91.5	8.5	-
性別	男性	500	91.6	8.4	-
	女性	500	91.4	8.6	-
学年	1年生	250	93.6	6.4	-
	2年生	250	91.2	8.8	-
	3年生	250	91.6	8.4	-
	4年生	250	89.6	10.4	-

(%)

# グループLINEを退会した理由

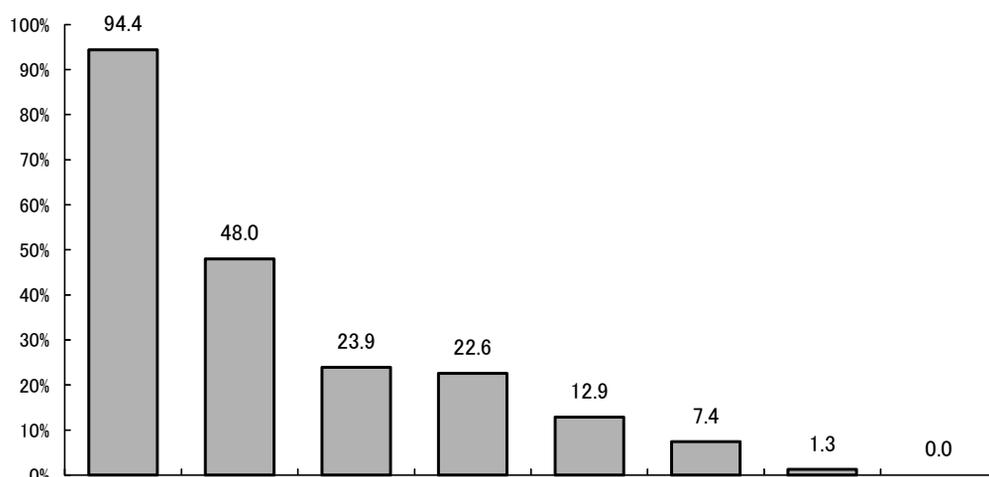
◆ これまでにグループLINEを退会したことが「ある」と回答した人に対して、「あなたがグループLINEを退会した理由はなぜですか」という質問をしたところ、「もう使わないと思ったから」と回答した人が約94%と最も多く、次いで「グループを整理したかったから」が48%、「先に退会した人がいたから」が約24%となった。

問10付問1

あなたがグループLINEを退会した理由はなぜですか。あてはまるものをすべてお選びください。  
 <グループLINE退会経験ありベース>

<グループLINE退会経験ありベース：N=915>

※全体のスコアで降順ソート



サンプル数		もう使わないと思ったから	グループを整理したかったから	先に退会した人がいたから	必要なグループだけで	必要な時にまたグループが	そのグループでの人間関係を	その他	無回答
全体	915	94.4	48.0	23.9	22.6	12.9	7.4	1.3	-
性別	男性	458	▼ 42.8	20.1	21.6	13.8	7.0	1.3	-
	女性	457	○ 53.2	27.8	23.6	12.0	7.9	1.3	-
学年	1年生	234	44.9	21.4	24.8	12.0	3.0	2.1	-
	2年生	228	94.3	47.8	25.4	23.2	13.6	8.8	0.9
	3年生	229	94.3	52.0	24.0	21.0	13.5	10.5	0.4
	4年生	224	92.9	47.3	25.0	21.4	12.5	7.6	1.8

(%)

# グループLINEを退会していない理由

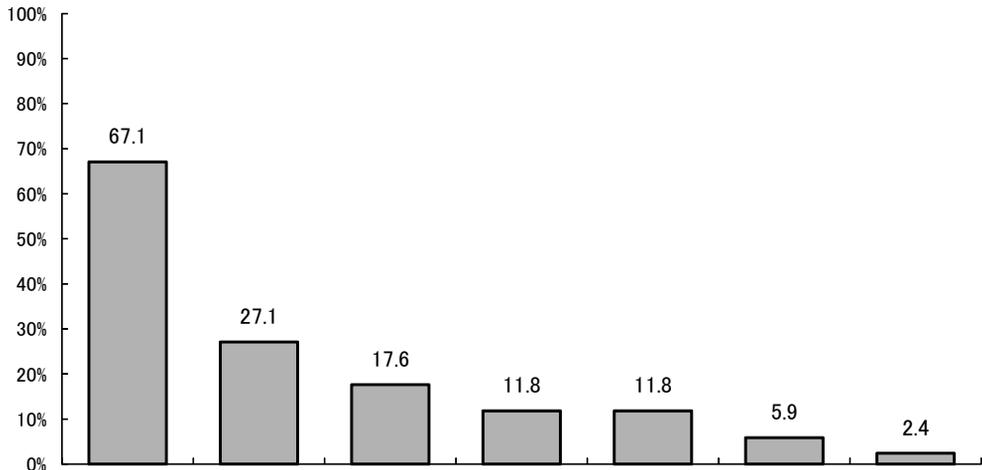
◆ これまでにグループLINEを退会したことが「ない」と回答した人に対して、「あなたがグループLINEを退会していない理由はなぜですか」という質問をしたところ、「あまり気にしないから」と回答した人が約67%と最も多く、次いで「整理するのが面倒くさいから」が約27%、「いつか使うかもしれないから」が約18%となった。

問10付問2

あなたがグループLINEを退会していない理由はなぜですか。あてはまるものをすべてお選びください。  
 <グループLINE退会経験なしベース>

<グループLINE退会経験なしベース：N=85>

※全体のスコアで降順ソート



サンプル数	あまり気にしないから	整理するのが面倒くさいから	いつか使うかもしれないから	自分が一番最初だから	通知をオフにしておけば	その他	無回答	
全体	85	67.1	27.1	17.6	11.8	11.8	5.9	2.4
性別	男性	▼ 61.9	26.2	▼ 11.9	11.9	9.5	4.8	4.8
	女性	○ 72.1	27.9	○ 23.3	11.6	14.0	7.0	-
学年	1年生	62.5	25.0	18.8	▼ 6.3	▼ 6.3	6.3	-
	2年生	▼ 59.1	31.8	▼ 9.1	○ 18.2	9.1	9.1	-
	3年生	66.7	23.8	○ 33.3	▼ -	▼ 4.8	9.5	○ 9.5
	4年生	○ 76.9	26.9	▼ 11.5	○ 19.2	○ 23.1	▼ -	-

(%)

## II

## グループ／コミュニティとの関わり方について

---

※数表中の数値につけられた記号

○印＝全体より5ポイント以上高い数値

▼印＝全体より5ポイント以上低い数値

# グループ／コミュニティの中でとったことがある行動

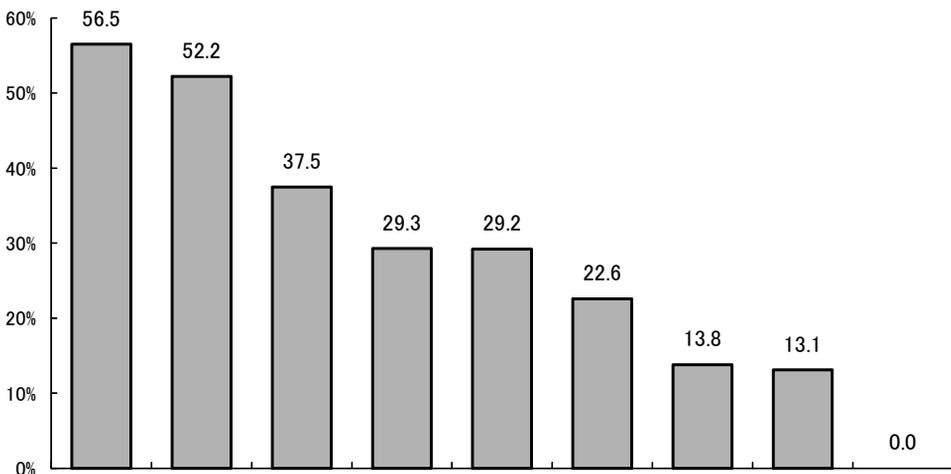
- ◆ 各項目について、「グループ／コミュニティの中で、あなた自身がとったことがある行動をいくつでもお選びください」という質問に対して、「集団に合わせて感情を隠したことがある」と回答した人が約57%と最も多く、次いで「話がまとまりかけてきた話し合いで、違うと思っても、自分の意見は言わないことが多い」が約52%、「自分の印象を気にして感情を隠したことがある」が約38%となった。
- ◆ 一方で、「友達が持っているアイテムや服装、髪形をついつい真似してしまう」と回答した人が約14%と最も少なく、次いで「異なる2つのグループ／コミュニティの人と、同じタイミングで出会い困ったことがある」が約23%、「異性と遊ぶ時、髪形／メイクに時間をかけることが多い」「家族と友人が同じ空間にいる時、気まずい思いをしたことがある」がいずれも約29%となった。



問11 以下の項目について、グループ／コミュニティの中で、あなたご自身がとったことがある行動をいくつでもお選びください。  
<全ベース>

<全体：N=1000>

※全体のスコアで降順ソート



サンプル数	感情を隠したことがある	話し合いで意見を言わないことが多い	印象を気にして感情を隠したことがある	家族と友人が同じ空間にいる時、気まずい思いをしたことがある	異性と遊ぶ時、髪形／メイクに時間をかけることが多い	異なる2つのグループ／コミュニティの人と、同じタイミングで出会い困ったことがある	友達が持っているアイテムや服装、髪形をついつい真似してしまう	あてはまるものはない	無回答	
全体 1000	56.5	52.2	37.5	29.3	29.2	22.6	13.8	13.1	-	
性別	男性 500	▼ 49.8	49.4	34.6	29.8	▼ 23.4	24.2	11.8	14.6	-
	女性 500	○ 63.2	55.0	40.4	28.8	○ 35.0	21.0	15.8	11.6	-
学年	1年生 250	58.0	50.4	37.6	33.2	▼ 20.4	25.2	13.6	16.0	-
	2年生 250	56.8	56.4	39.2	31.2	29.2	26.0	11.6	10.4	-
	3年生 250	56.4	54.0	42.4	32.0	○ 34.4	23.2	16.4	13.6	-
	4年生 250	54.8	48.0	▼ 30.8	▼ 20.8	32.8	▼ 16.0	13.6	12.4	-

(%)

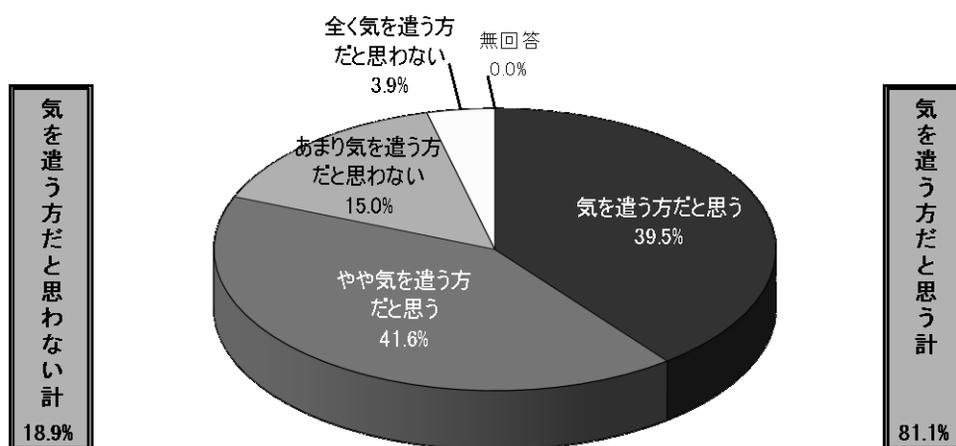
# グループ／コミュニティでの自身の言動の自己評価

◆ 「グループ／コミュニティでのあなたの言動・振る舞いを、ご自身ではどう思われていますか」という質問に対して、「気を遣う方だと思う(計)」と回答した人は全体の約81%、「気を遣う方だと思わない(計)」と回答した人は全体の約19%となった。

問12

グループ／コミュニティでのあなたの言動・振る舞いを、ご自身ではどう思われていますか。  
最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。〈全ベース〉

〈全体：N=1000〉



		サンプル数	気を遣う方だと思う	やや気を遣う方だと思う	あまり気を遣う方だと思わない	全く気を遣う方だと思わない	無回答	気を遣う方だと思う計	気を遣う方だと思わない計
全体		1000	39.5	41.6	15.0	3.9	-	81.1	18.9
性別	男性	500	40.8	38.2	15.4	5.6	-	79.0	21.0
	女性	500	38.2	45.0	14.6	2.2	-	83.2	16.8
学年	1年生	250	39.2	41.6	15.6	3.6	-	80.8	19.2
	2年生	250	44.4	▼ 36.4	15.2	4.0	-	80.8	19.2
	3年生	250	37.6	44.8	13.6	4.0	-	82.4	17.6
	4年生	250	36.8	43.6	15.6	4.0	-	80.4	19.6

(%)

# 円滑な人間関係維持のために必要なこと

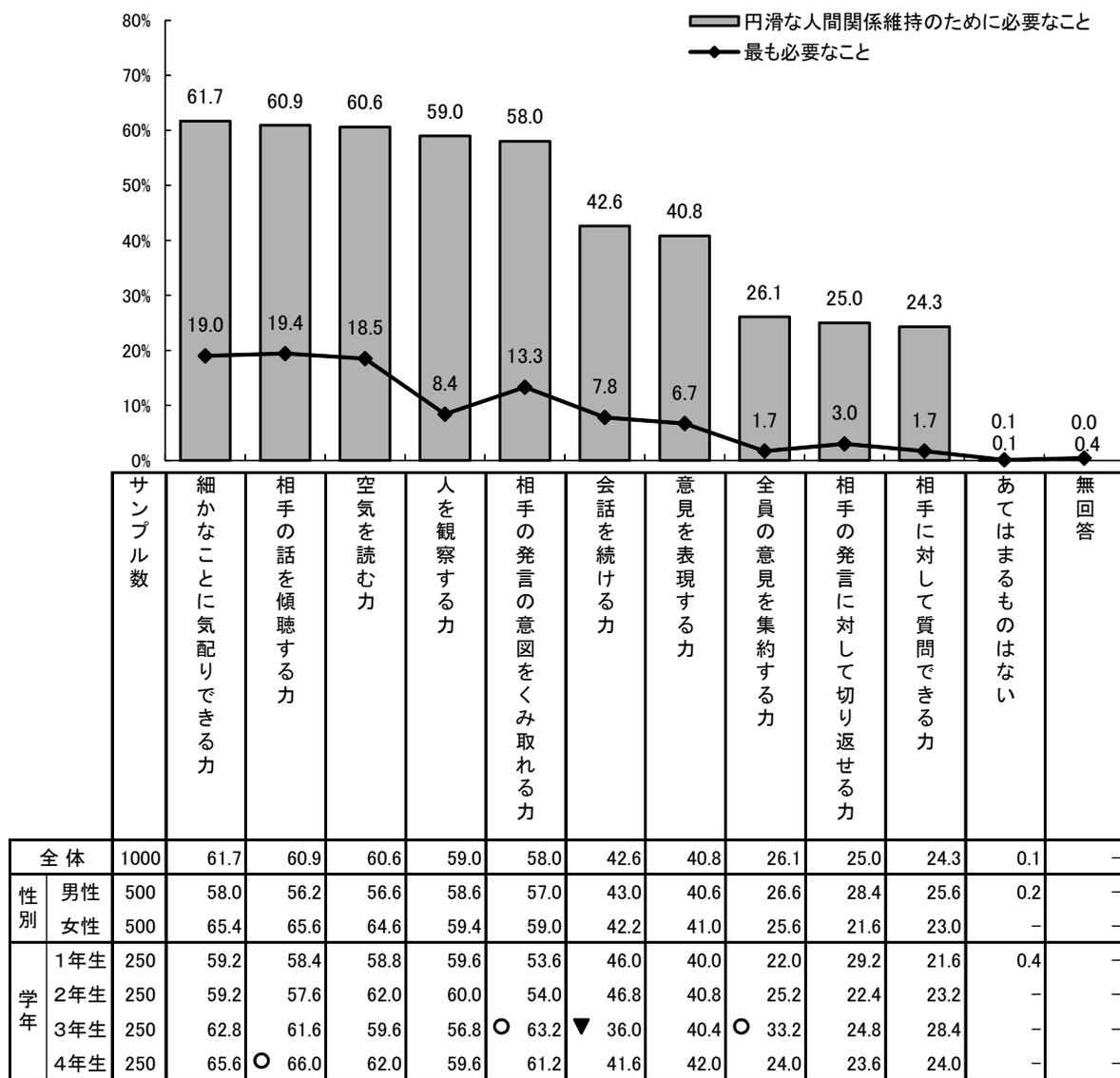
- ◆ 「グループ／コミュニティの中で、円滑な人間関係を維持するために必要なことは何だと思われますか」という質問に対して、「細かなことに気配りできる力」と回答した人が約62%と最も多く、次いで「相手の話を傾聴する力」「空気を読む力」がいずれも約61%、「人を観察する力」が59%となった。
- ◆ また、「選択した各項目の中で最も必要だと思うもの」という質問に対して、「相手の話を傾聴する力」「細かなことに気配りできる力」「空気を読む力」と回答した人がいずれも約19%と多く、次いで、「相手の発言の意図をくみ取れる力」が約13%、「人を観察する力」「会話を続ける力」がいずれも約8%となった。

問13

あなたは、グループ／コミュニティの中で、円滑な人間関係を維持するために必要なことは何だと思われますか。あてはまるものをすべてお選びください。また、その中で最も必要だと思うものを、ひとつだけお答えください。〈全ベース〉

<全体：N=1000>

※全体のスコアで降順ソート



(%)

# 人間関係維持のために心がけていること・処世術

- ◆ 円滑な人間関係を維持するために心掛けていたりオリジナルの処世術・対人術について具体的に聞いてみると、「グループの様子を伺い相手に合わせて話す量のバランスや内容を変える」が167人と最も多く、次いで「相手の目を見てしっかり話を聞く」165人、「気持ちを察したり、意見を否定しないことで相手に安心感を与える」157人という結果となった。

問14

あなたが、グループ／コミュニティの中で人間関係を維持するために心掛けていたり、オリジナルな処世術・対人術はありますか。下記の欄に具体的にお書きください。〈全ベース〉

## 【人間関係維持のために心がけていること・処世術】

〈全体：N=1000〉

1位：グループの様子を伺い相手に合わせて話す量のバランスや内容を変える	167人（男性 79人：女性 88人）
2位：相手の目を見てしっかり話を聞く	165人（男性 79人：女性 86人）
3位：気持ちを察したり、意見を否定しないことで相手に安心感を与える	157人（男性 76人：女性 81人）
4位：話しやすい雰囲気を作るために笑顔や冗談でみんなを和ませる	153人（男性 69人：女性 84人）
5位：自分も相手も傷つかないように、発言に気をつけて出しゃばらない	45人（男性 19人：女性 26人）
6位：相手との適度な距離感を保つ	37人（男性 18人：女性 19人）
7位：相槌を打つなど相手の言葉に反応する	35人（男性 18人：女性 17人）
8位：周りに左右されず自分に素直でいる	34人（男性 22人：女性 12人）
9位：思ったことをはっきり言うなどと自分の意見を主張する	32人（男性 14人：女性 18人）
10位：挨拶をする、言葉遣いに気をつけるなど礼儀を大切にす	27人（男性 10人：女性 17人）

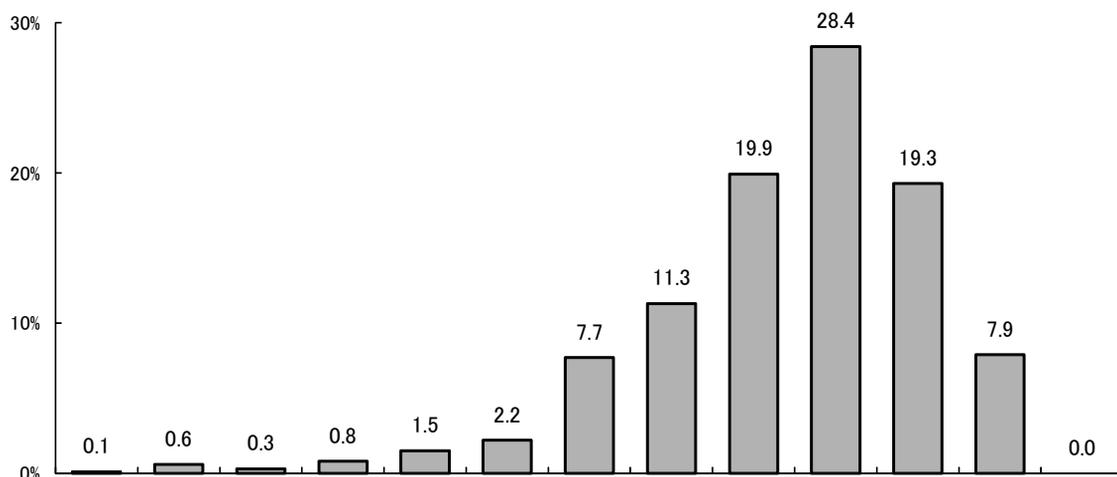
11位：すぐに返信するなどSNSの使い方に気を遣う	22人（男性 14人：女性 8人）
12位：なんとか会話を続けようとする	14人（男性 11人：女性 3人）
13位：おだてる	7人（男性 4人：女性 3人）
13位：平等に接する	7人（男性 2人：女性 5人）
15位：あえて第一印象を悪くしてみる	1人（男性 1人：女性 0人）
15位：愚痴を話す	1人（男性 0人：女性 1人）
15位：嫌われる勇気を持つようにする	1人（男性 1人：女性 0人）
15位：行き当たりばったりの精神で行動する	1人（男性 1人：女性 0人）
15位：時々、いいキャラになりきってみる	1人（男性 1人：女性 0人）
15位：身だしなみに気をつける	1人（男性 1人：女性 0人）
15位：人と違う角度から接する	1人（男性 1人：女性 0人）
15位：第一印象を大切にす	1人（男性 1人：女性 0人）

# グループ／コミュニティの人間関係の満足度

◆ 「グループ／コミュニティの人間関係について、どの程度満足していますか。最も満足している（不満が一切ない）状態を100点とした時に、今の人間関係は何点でしょうか」という質問に対して、自由回答で数値を記入してもらった結果、「80～89点」と回答した人が約28%と最も多く、次いで「70～79点」が約20%、「90～99点」が約19%となり、平均値は約76点となった。

**問15** あなたは、グループ／コミュニティの人間関係について、どの程度満足していますか。  
最も満足している（不満が一切ない）状態を100点とした時に、今の人間関係は何点でしょうか。  
1点刻みで、点数をつけてください。 <全ベース>

<全体：N=1000>



	サンプル数	0点	10点	20点	30点	40点	50点	60点	70点	80点	90点	100点	無回答	平均値 (点)		
全体	1000	0.1	0.6	0.3	0.8	1.5	2.2	7.7	11.3	19.9	28.4	19.3	7.9	-	75.80	
性別	男性	500	-	0.8	0.2	1.0	1.4	2.2	6.0	10.2	18.2	29.4	19.4	11.2	-	77.31
	女性	500	0.2	0.4	0.4	0.6	1.6	2.2	9.4	12.4	21.6	27.4	19.2	4.6	-	74.29
学年	1年生	250	-	0.8	-	-	2.0	2.4	8.4	12.8	21.2	23.6	21.2	7.6	-	75.88
	2年生	250	0.4	0.8	0.4	1.6	2.0	2.8	9.2	11.6	22.4	31.2	▼ 12.8	4.8	-	72.22
	3年生	250	-	-	0.4	0.4	1.2	2.0	7.6	14.0	20.8	29.2	19.6	4.8	-	75.35
	4年生	250	-	0.8	0.4	1.2	0.8	1.6	5.6	6.8	15.2	29.6	23.6	○ 14.4	-	79.74

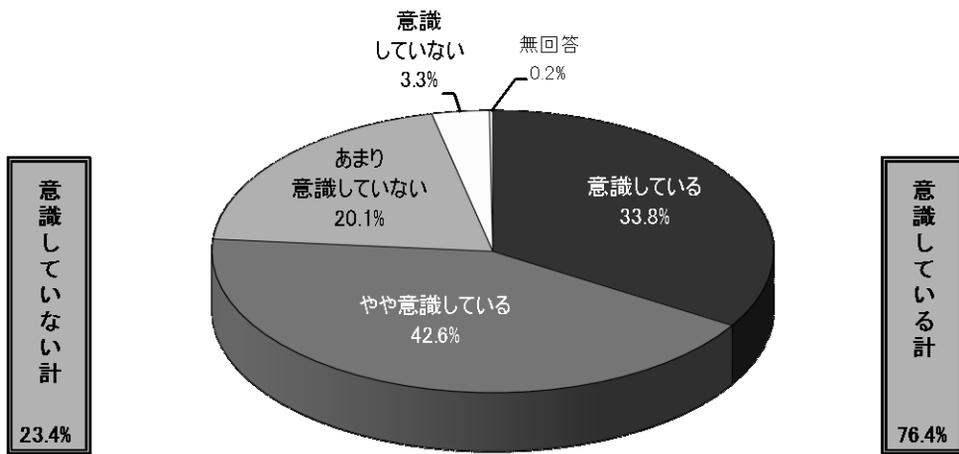
(%)

# グループ／コミュニティでの自身の言動への意識

◆ 「グループ／コミュニティの中での自分自身の『言動や立ち振る舞い』について、どの程度意識していますか」という質問に対して、「意識している(計)」と回答した人は全体の約77%、「意識していない(計)」と回答した人は全体の約23%となった。

**問16** あなたは、グループ／コミュニティの中での自分自身の“言動や立ち振る舞い”について、どの程度意識していますか。以下の中から、最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。＜全ベース＞

＜全体：N=1000＞



		サンプル数	意識している	やや意識している	あまり意識していない	意識していない	無回答	意識している計	意識していない計
全体		1000	33.8	42.6	20.1	3.3	0.2	76.4	23.4
性別	男性	500	33.8	39.0	21.2	5.6	0.4	72.8	26.8
	女性	500	33.8	46.2	19.0	1.0	-	80.0	20.0
学年	1年生	250	30.0	44.4	19.2	6.0	0.4	74.4	25.2
	2年生	250	33.6	42.4	22.4	1.2	0.4	76.0	23.6
	3年生	250	33.6	43.6	19.2	3.6	-	77.2	22.8
	4年生	250	38.0	40.0	19.6	2.4	-	78.0	22.0

(%)



### Ⅲ グループ/コミュニティでの立ち振る舞いについて

---

※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

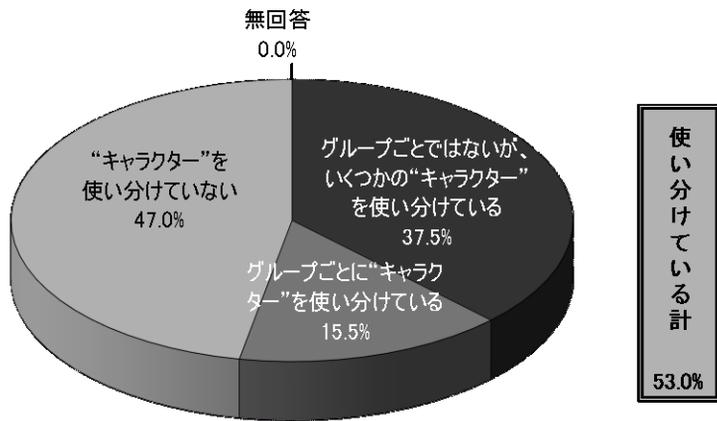
▼印=全体より5ポイント以上低い数値

# グループ／コミュニティによるキャラクター使い分け有無

◆ 「グループ／コミュニティによって、ご自身の『キャラクター』を使い分けていますか」という質問に対して、「『キャラクター』を使い分けていない」と回答した人が全体の47%と最も多く、「グループごとではないが、いくつかの『キャラクター』を使い分けている」が約38%、「グループごとに『キャラクター』を使い分けている」が約15%となった。

**問17** あなたは、グループ／コミュニティによって、ご自身の“キャラクター”を使い分けていますか。以下の中から、最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。〈全ベース〉

〈全体：N=1000〉



	サンプル数	グループごとではないが、“キャラクター”を使い分けている	グループごとに“キャラクター”を使い分けている	“キャラクター”を使い分けていない	無回答	使い分けている計
全体	1000	37.5	15.5	47.0	-	53.0
性別	男性	▼ 32.4	16.0	51.6	-	48.4
	女性	○ 42.6	15.0	42.4	-	57.6
学年	1年生	▼ 29.6	▼ 9.2	○ 61.2	-	▼ 38.8
	2年生	40.4	18.8	▼ 40.8	-	○ 59.2
	3年生	○ 45.2	18.8	▼ 36.0	-	○ 64.0
	4年生	34.8	15.2	50.0	-	50.0

(%)

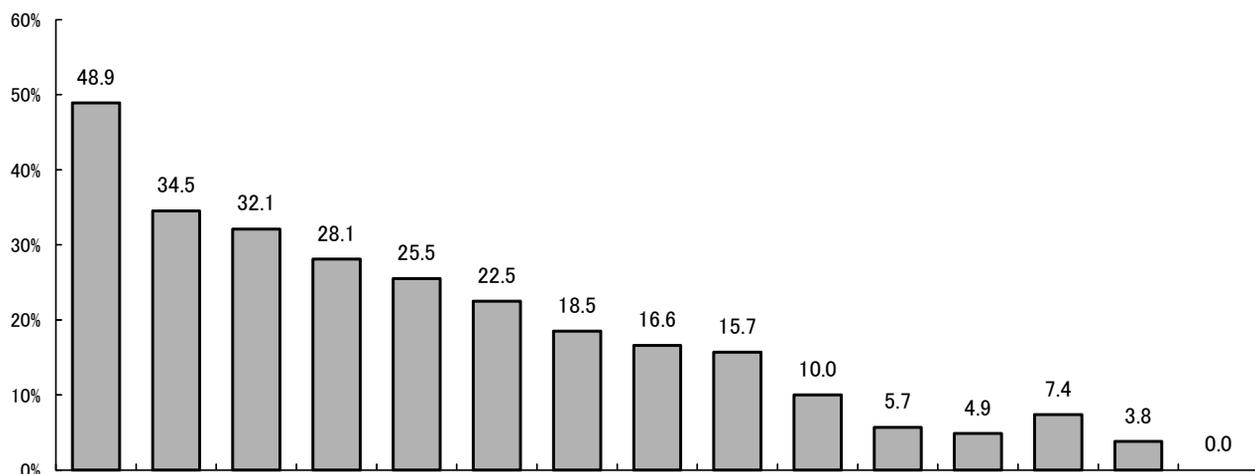
# キャラクターを使い分けている理由

◆ キャラクターを使い分けている人に対して、「あなたが、グループ／コミュニティによって『キャラクター』を使い分けているのはなぜですか」という質問をしたところ、「自分の立ち位置を作るため」と回答した人が約49%と最も多く、次いで「周りの人に歩み寄るため」が約35%、「より多くの人との安定的な関係を築けることに魅力を感じるから」が約32%となった。

問18 あなたが、グループ／コミュニティによって“キャラクター”を使い分けているのはなぜですか。その理由として、あてはまるものをすべてお選びください。＜キャラクターを使い分けている人ベース＞

＜キャラクターを使い分けている人ベース：N=530＞

※全体のスコアで降順ソート



サンプル数	理由	割合 (%)	理由	割合 (%)	理由	割合 (%)	理由	割合 (%)	理由	割合 (%)	理由	割合 (%)	理由	割合 (%)	理由	割合 (%)	理由	割合 (%)
全体	530	48.9	34.5	32.1	28.1	25.5	22.5	18.5	16.6	15.7	10.0	5.7	4.9	7.4	3.8	-	-	-
性別	男性	242	○ 59.1	35.5	31.8	29.3	29.8	24.8	17.8	19.8	14.0	13.2	5.0	6.2	5.4	2.9	-	-
	女性	288	▼ 40.3	33.7	32.3	27.1	21.9	20.5	19.1	13.9	17.0	7.3	6.3	3.8	9.0	4.5	-	-
学年	1年生	97	48.5	37.1	28.9	○ 37.1	26.8	22.7	18.6	16.5	○ 21.6	8.2	7.2	3.1	5.2	4.1	-	-
	2年生	148	○ 54.1	33.8	35.1	29.7	23.6	17.6	20.3	14.2	15.5	8.1	6.8	6.8	8.1	3.4	-	-
	3年生	160	○ 54.4	35.0	35.0	25.0	25.6	24.4	13.8	21.3	15.6	13.1	3.8	3.8	8.8	2.5	-	-
	4年生	125	▼ 36.0	32.8	27.2	23.2	26.4	25.6	22.4	13.6	11.2	9.6	5.6	5.6	6.4	5.6	-	-

(%)

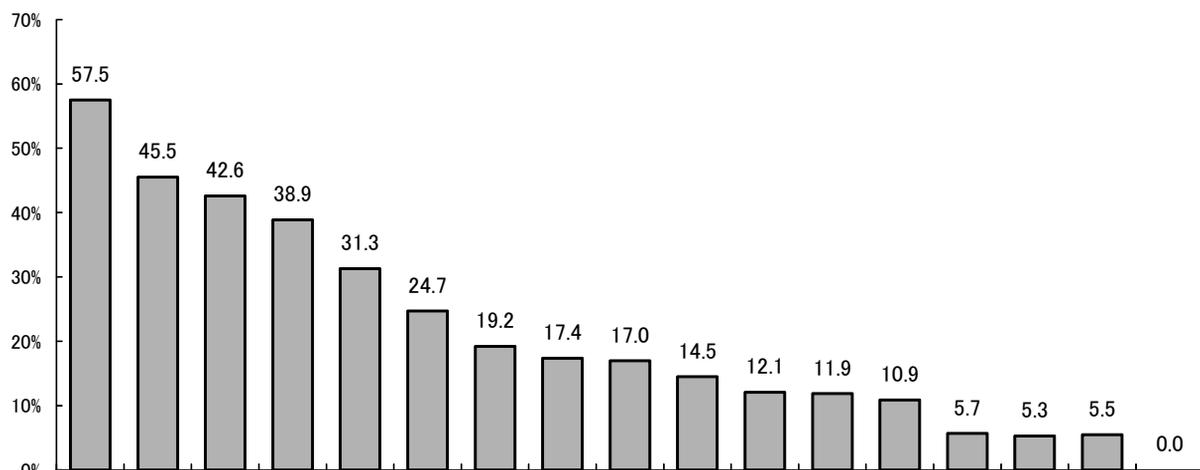
# 使い分けしているキャラクター

◆ キャラクターを使い分けしている人に対して、「あなたが使い分けしている『キャラクター』は、各項目のうちどれに近いですか」という質問をしたところ、「いじられキャラ」と回答した人が約58%と最も多く、次いで「真面目キャラ」が約46%、「ポケキャラ」が約43%となった。

**問19** 前の設問でお答えいただいた、あなたが使い分けしている“キャラクター”は、以下のうちどれに近いですか。近いと思うものをいくつでもお選びください。〈キャラクターを使い分けしている人ベース〉

〈キャラクターを使い分けしている人ベース：N=530〉

※全体のスコアで降順ソート



	サンプル数	いじられキャラ	真面目キャラ	ポケキャラ	ツツコミキャラ	いじりキャラ	おバカキャラ	天然キャラ	クールキャラ	仕切りキャラ	遅刻キャラ	不思議キャラ	ストイックキャラ	ウザキャラ	キレキャラ	チャラキャラ	その他	無回答	
全体	530	57.5	45.5	42.6	38.9	31.3	24.7	19.2	17.4	17.0	14.5	12.1	11.9	10.9	5.7	5.3	5.5	-	
性別	男性	242	63.2	45.5	52.1	40.9	30.6	18.2	17.4	19.8	19.4	14.0	13.6	13.6	13.2	7.4	6.2	4.1	-
	女性	288	52.8	45.5	34.7	37.2	31.9	30.2	20.8	15.3	14.9	14.9	10.8	10.4	9.0	4.2	4.5	6.6	-
学年	1年生	97	53.6	42.3	49.5	45.4	38.1	27.8	18.6	23.7	12.4	16.5	10.3	8.2	16.5	11.3	3.1	6.2	-
	2年生	148	62.2	49.3	39.9	39.9	28.4	24.3	18.9	14.2	16.9	20.3	11.5	10.1	10.1	6.1	4.7	2.7	-
	3年生	160	56.9	43.1	39.4	34.4	29.4	23.1	21.3	15.6	16.9	8.8	13.8	9.4	9.4	3.1	3.1	8.1	-
	4年生	125	56.0	46.4	44.8	38.4	32.0	24.8	17.6	18.4	20.8	13.6	12.0	20.0	9.6	4.0	10.4	4.8	-

(%)

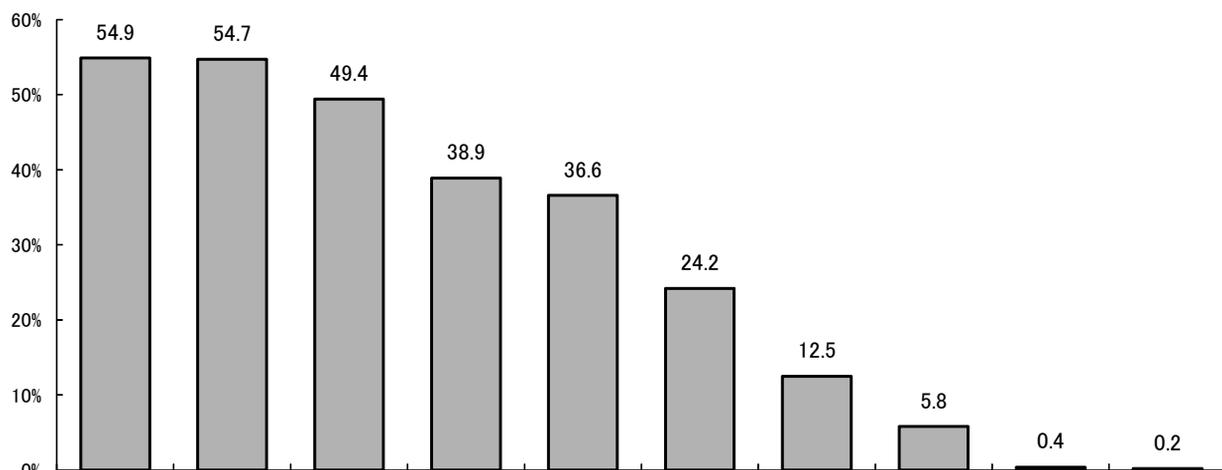
# キャラクターの使い分け方

◆ キャラクターを使い分けている人に対して、「グループ／コミュニティによってどのように『キャラクター』を使い分けていますか」という質問をしたところ、「グループ／コミュニティによって、絡み方を使い分ける」「グループ／コミュニティによって、話の内容を使い分ける」と回答した人がいずれも約55%で最も多く、次いで「グループ／コミュニティによって、話し方を使い分ける」が約49%となった。

問20 あなたは、グループ／コミュニティによってどのように“キャラクター”を使い分けていますか。  
以下の中から、あてはまるものをすべてお選びください。＜キャラクターを使い分けている人ベース＞

＜キャラクターを使い分けている人ベース：N=530＞

※全体のスコアで降順ソート



サンプル数	絡み方を使い分ける	話の内容を使い分ける	話し方を使い分ける	グループ／コミュニティによって、発言数を使い分ける	グループ／コミュニティによって、メールなどの書き方・絵文字を使い分ける	グループ／コミュニティによって、活動への参加頻度を使い分ける	グループ／コミュニティによって、服装を使い分ける	グループ／コミュニティによって、メイクを使い分ける	その他	無回答		
全体	530	54.9	54.7	49.4	38.9	36.6	24.2	12.5	5.8	0.4	0.2	
性別	男性	242	52.9	56.6	49.6	39.7	▼ 31.4	○ 29.8	11.2	2.1	0.4	0.4
	女性	288	56.6	53.1	49.3	38.2	41.0	19.4	13.5	9.0	0.3	-
学年	1年生	97	57.7	53.6	53.6	38.1	39.2	20.6	11.3	5.2	-	-
	2年生	148	56.1	51.4	54.1	39.2	35.1	25.7	▼ 7.4	5.4	-	-
	3年生	160	55.6	56.9	46.9	○ 45.6	33.1	23.8	11.9	6.3	1.3	0.6
	4年生	125	50.4	56.8	▼ 44.0	▼ 30.4	40.8	25.6	○ 20.0	6.4	-	-

(%)

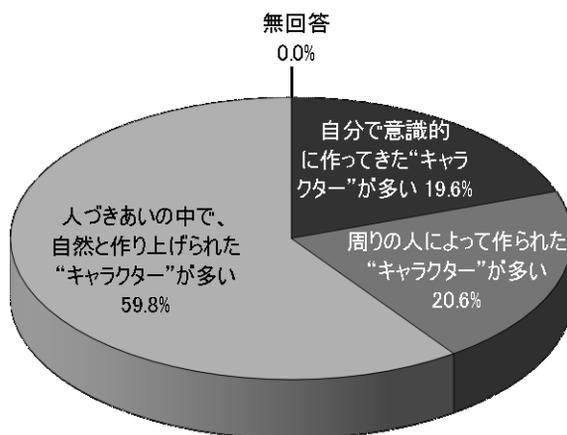
# 使い分けしているキャラクターの形成方法

- ◆ キャラクターを使い分けしている人に対して、「『キャラクター』はどのようにして出来上がったものが多いですか」という質問をしたところ、「自分で意識的に作ってきた『キャラクター』が多い」と回答した人は全体の約19%、「周りの人によって作られた『キャラクター』が多い」と回答した人は全体の約21%、「人づきあいの中で、自然と作り上げられた『キャラクター』が多い」と回答した人は全体の約60%となった。

問21

前の設問でお答えいただいた“キャラクター”は、どのようにして出来上がったものが多いですか。最も近いものをひとつだけお選びください。<キャラクターを使い分けしている人ベース>

<キャラクターを使い分けしている人ベース：N=530>



	サンプル数	自分で意識的に作ってきた“キャラクター”が多い (%)	周りの人によって作られた“キャラクター”が多い (%)	人づきあいの中で、自然と作り上げられた“キャラクター”が多い (%)	無回答 (%)	
全体	530	19.6	20.6	59.8	-	
性別	男性	242	22.3	22.7	55.0	-
	女性	288	17.4	18.8	63.9	-
学年	1年生	97	18.6	17.5	63.9	-
	2年生	148	20.3	20.9	58.8	-
	3年生	160	20.6	21.3	58.1	-
	4年生	125	18.4	21.6	60.0	-

(%)

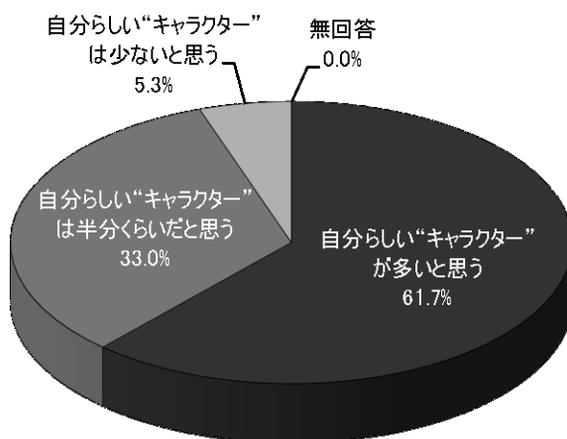
# キャラクターの自分らしさ

- ◆ キャラクターを使い分けている人に対して、「あなたが持っている『キャラクター』は自分らしいと思いますか」という質問をしたところ、「自分らしい『キャラクター』が多いと思う」と回答した人は全体の約62%、「自分らしい『キャラクター』は半分くらいだと思う」と回答した人は、全体の33%、「自分らしい『キャラクター』は少ないと思う」と回答した人は全体の約5%となった。



あなたが持っている“キャラクター”は、自分らしいと思いますか。最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。  
 <キャラクターを使い分けている人ベース>

<キャラクターを使い分けている人ベース：N=530>



サンプル数		自分らしい“キャラクター”が多いと思う	自分らしい“キャラクター”は半分くらいだと思う	自分らしい“キャラクター”は少ないと思う	無回答	
全体		530	61.7	33.0	5.3	-
性別	男性	242	64.0	29.8	6.2	-
	女性	288	59.7	35.8	4.5	-
学年	1年生	97	59.8	○ 38.1	2.1	-
	2年生	148	61.5	31.8	6.8	-
	3年生	160	59.4	35.0	5.6	-
	4年生	125	66.4	▼ 28.0	5.6	-

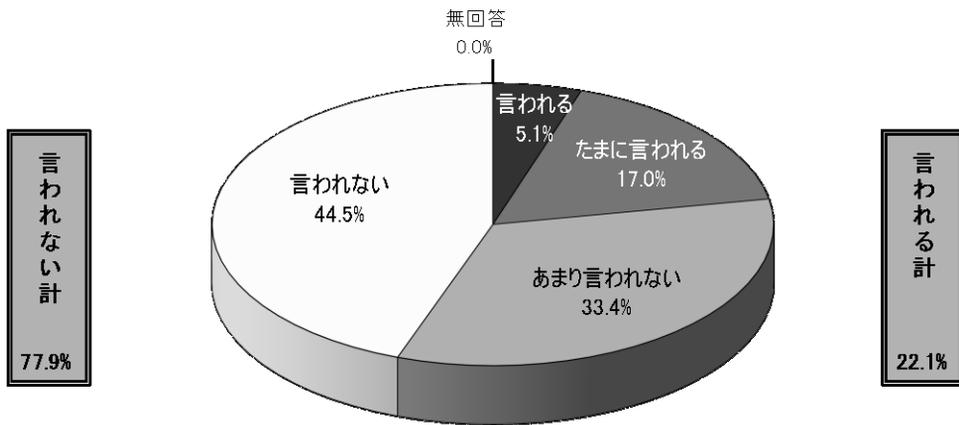
(%)

# キャラクターの違いを指摘された経験

- ◆ キャラクターを使い分けている人に対して、「グループ／コミュニティによって『キャラクター』が違うことを、周りの人から指摘されたことがありますか」という質問をしたところ、「言われる(計)」と回答した人は全体の約22%、「言われない(計)」と回答した人は全体の約78%となった。

**問23** あなたは、グループ／コミュニティによって“キャラクター”が違うことを、周りの人から指摘されたことがありますか。あてはまるものをひとつだけお選びください。<キャラクターを使い分けている人ベース>

<キャラクターを使い分けている人ベース：N=530>



		サンプル数	言われる	たまに言われる	あまり言われない	言われない	無回答	言われる計	言われない計
全体		530	5.1	17.0	33.4	44.5	-	22.1	77.9
性別	男性	242	6.6	○ 23.6	31.0	▼ 38.8	-	○ 30.2	▼ 69.8
	女性	288	3.8	▼ 11.5	35.4	49.3	-	▼ 15.3	○ 84.7
学年	1年生	97	5.2	15.5	▼ 26.8	○ 52.6	-	20.6	79.4
	2年生	148	8.8	16.2	29.1	45.9	-	25.0	75.0
	3年生	160	1.9	18.8	38.1	41.3	-	20.6	79.4
	4年生	125	4.8	16.8	37.6	40.8	-	21.6	78.4

(%)

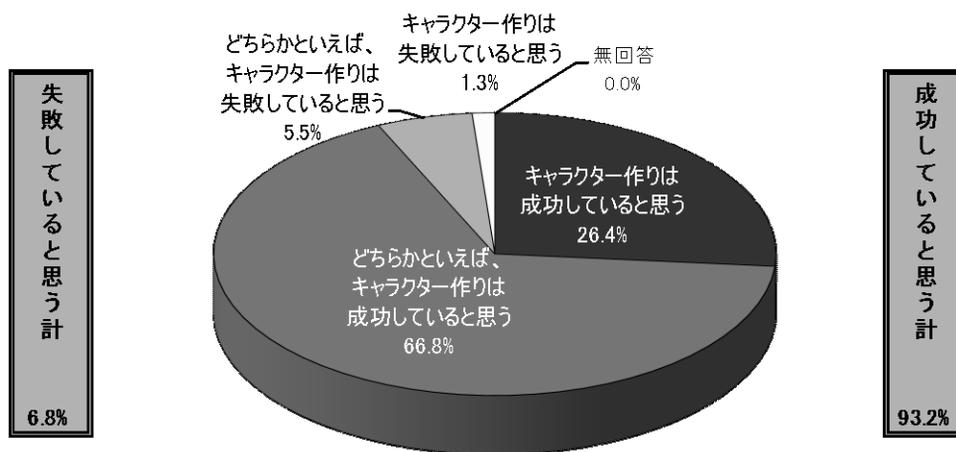
# キャラクター作りの成否：評価

◆ キャラクターを使い分けている人に対して、「ご自身の『キャラクター』作りについて、どのようにお感じになりますか」という質問をしたところ、「成功していると思う(計)」と回答した人は全体の約93%、「失敗していると思う(計)」と回答した人は全体の約7%となった。

問24

あなたはご自身の“キャラクター”作りについて、どのようにお感じになりますか。最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。  
 <キャラクターを使い分けている人ベース>

<キャラクターを使い分けている人ベース：N=530>



サンプル数		キャラクター作りは成功していると思う	どちらかといえば、キャラクター作りは成功していると思う	どちらかといえば、キャラクター作りは失敗していると思う	キャラクター作りは失敗していると思う	無回答	成功していると思う計	失敗していると思う計
全体	530	26.4	66.8	5.5	1.3	-	93.2	6.8
性別	男性	○ 33.5	▼ 59.5	5.8	1.2	-	93.0	7.0
	女性	▼ 20.5	○ 72.9	5.2	1.4	-	93.4	6.6
学年	1年生	○ 32.0	▼ 59.8	6.2	2.1	-	91.8	8.2
	2年生	▼ 20.9	70.3	7.4	1.4	-	91.2	8.8
	3年生	23.1	70.0	6.9	-	-	93.1	6.9
	4年生	○ 32.8	64.0	0.8	2.4	-	96.8	3.2

(%)

## キャラクター作りの成否：評価理由

- ◆ 「キャラクター作りに成功していると思う(計)」と回答した人に対して、そう思う理由を聞いたところ、「『キャラクター』を作ること人間関係がうまくいっていると思うから」と回答した人が140人と最も多く、次いで「『キャラクター』を使い分けると、不自由や不満を感じないから」73人、「周りの環境に順応しているから」69人という結果となった。

問24付問

前の質問でそのようにお答えになったのは、どのような理由からですか。  
どのようなことでも構いませんので、下記の欄に具体的にお書きください。〈キャラクターを使い分けしている人ベース〉

### 【キャラクター作りの成否：評価理由(成功)】

〈成功していると思う人ベース：N=494〉

1位：キャラを作ること人間関係がうまくいっていると思うから	140人（男性 76人：女性 64人）
2位：キャラを使い分けると、不自由や不満を感じないから	73人（男性 29人：女性 44人）
3位：周りの環境に順応しているから	69人（男性 23人：女性 46人）
4位：周りから不満を言われたり、指摘されることがないため	53人（男性 24人：女性 29人）
5位：使い分けしているキャラクター全てに自分らしさを感じるから	49人（男性 19人：女性 30人）
6位：どのキャラクターでいても楽しいから	28人（男性 13人：女性 15人）
7位：周りからの評価が良いから	18人（男性 8人：女性 10人）
8位：無意識にキャラクターが形成されているから	9人（男性 3人：女性 6人）
9位：なんとなくそう感じるから	8人（男性 5人：女性 3人）
10位：キャラクターを使い分けることに疲れているから	2人（男性 1人：女性 1人）
10位：キャラを作ること人間関係がうまくいっていると思わないから	2人（男性 2人：女性 0人）

### 【キャラクター作りの成否：評価理由(失敗)】

〈失敗していると思う人ベース：N=36〉

1位：自分らしくいられないから	9人（男性 5人：女性 4人）
2位：自分のキャラクターに満足していないから	8人（男性 4人：女性 4人）
3位：キャラクターを使い分けることに疲れているから	7人（男性 3人：女性 4人）
4位：キャラクターを作ること人間関係がうまくいっているとは思わないから	6人（男性 2人：女性 4人）

# キャラクターを使い分けていない理由

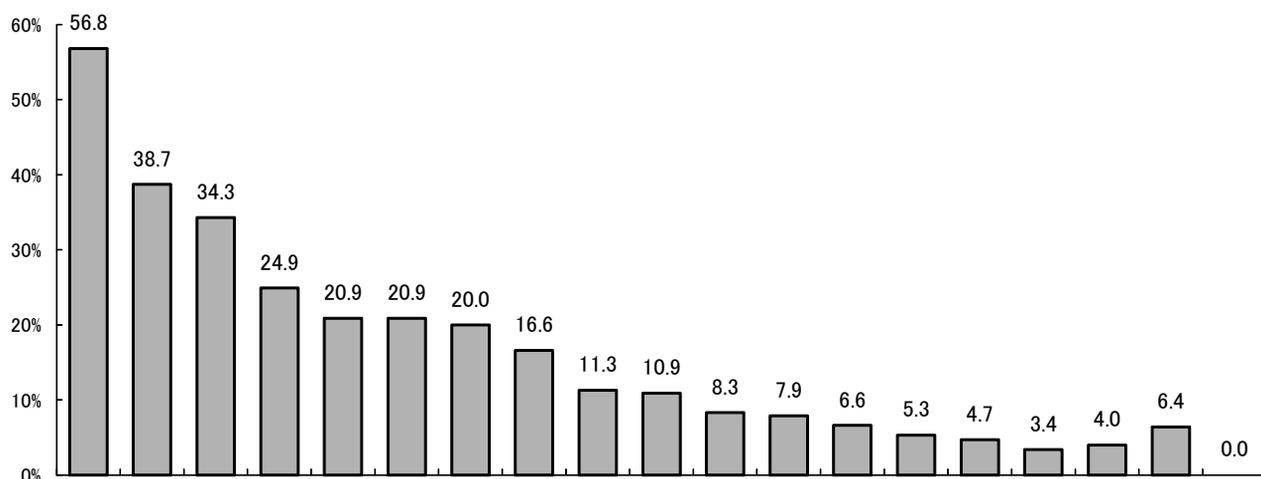
◆ キャラクターを使い分けていない人に対して、「あなたが、グループ／コミュニティの中で『キャラクター』を使い分けていないのはなぜですか」という質問をしたところ、「使い分けるのが面倒くさいから」と回答した人が約57%と最も多く、次いで「自分を偽りたくないから」が約39%、「自分は常に素の自分で生活してると思うから」が約34%となった。



あなたが、グループ／コミュニティの中で”キャラクター”を使い分けていないのはなぜですか。その理由として、あてはまるものをすべてお選びください。<キャラクターを使い分けていない人ベース>

<キャラクターを使い分けていない人ベース：N=470>

※全体のスコアで降順ソート



サンプル数	使い分けるのが面倒くさいから	自分を偽りたくないから	自分は常に素の自分で生活してると思うから	自分の個性を大事にしたいから	このままの自分を皆に認めてほしいから	一貫した自分を持っていたいから	人間関係を円滑にするため	無理をして一緒にいることに繋がると思うから	周りに合わせすぎると自分を見失ってしまいそうだから	周りの人に媚びている感じがするから	人づきあいが苦手だから	自分が自分を認められていれば十分だから	どの相手とも対等に話しているとは言えないから	思われない印象に近づけるため	周りから嫌われたくないため	周りから良く思われたいため	その他	特に理由はない	無回答		
全体	470	56.8	38.7	34.3	24.9	20.9	20.9	20.0	16.6	11.3	10.9	8.3	7.9	6.6	5.3	4.7	3.4	4.0	6.4	-	
性別	男性	258	▼51.6	38.4	31.0	25.6	▼15.9	21.7	21.7	13.6	10.5	7.8	10.9	8.1	7.0	6.6	4.3	3.1	5.0	9.3	-
	女性	212	○63.2	39.2	38.2	24.1	○26.9	19.8	17.9	20.3	12.3	14.6	5.2	7.5	6.1	3.8	5.2	3.8	2.8	2.8	-
学年	1年生	153	54.2	▼33.3	▼28.8	▼19.0	20.9	21.6	22.2	15.7	8.5	13.1	6.5	7.8	6.5	3.3	3.9	2.0	4.6	7.2	-
	2年生	102	54.9	41.2	29.4	25.5	▼12.7	18.6	18.6	14.7	13.7	10.8	6.9	▼2.9	5.9	9.8	○9.8	6.9	2.0	○11.8	-
	3年生	90	61.1	▼32.2	32.2	▼18.9	23.3	▼14.4	20.0	○23.3	11.1	▼4.4	10.0	4.4	3.3	4.4	1.1	-	7.8	5.6	-
	4年生	125	58.4	○48.0	○46.4	○36.0	25.6	○26.4	18.4	14.4	12.8	12.8	10.4	○14.4	9.6	4.8	4.0	4.8	2.4	1.6	-

# グループ／コミュニティによる行動の使い分け方

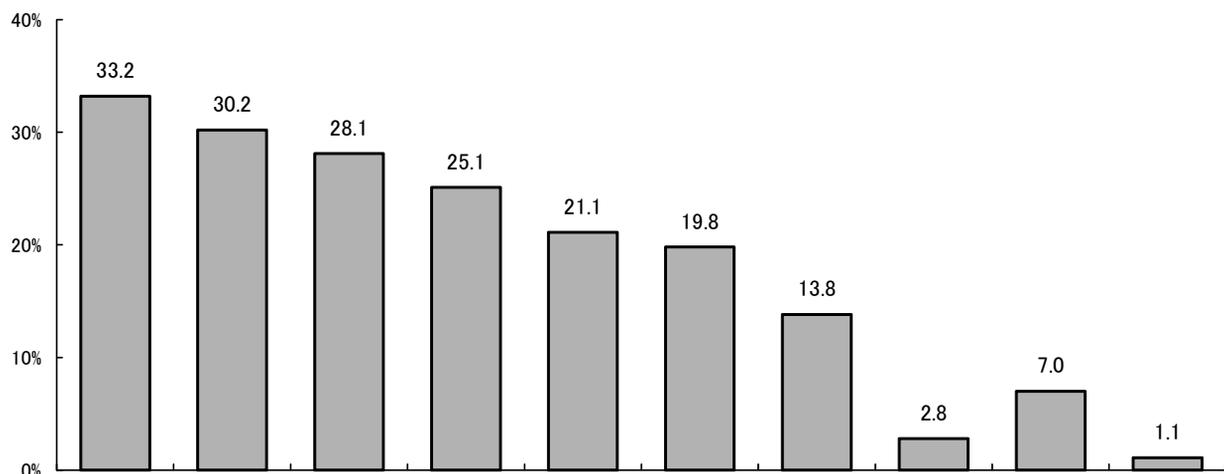
◆ キャラクターを使い分けていない人に対して、「日常生活の中で、グループ／コミュニティによって以下のような行動をとることはありますか」という質問をしたところ、「グループ／コミュニティによって、話の内容を使い分ける」と回答した人が約33%と最も多く、次いで「グループ／コミュニティによって、メールなどの書き方・絵文字を使い分ける」が約30%、「グループ／コミュニティによって、絡み方を使い分ける」が約28%となった。

問26

あなたは、日常生活の中で、グループ／コミュニティによって以下のような行動をとることはありますか。以下の中から、あてはまるものをすべてお選びください。＜キャラクターを使い分けていない人ベース＞

＜キャラクターを使い分けていない人ベース：N=470＞

※全体のスコアで降順ソート



サンプル数	グループ／コミュニティによって、話の内容を使い分ける	グループ／コミュニティによって、メールなどの書き方・絵文字を使い分ける	グループ／コミュニティによって、絡み方を使い分ける	グループ／コミュニティによって、話し方を使い分ける	グループ／コミュニティによって、活動への参加頻度を使い分ける	グループ／コミュニティによって、発言数を使い分ける	グループ／コミュニティによって、服装を使い分ける	グループ／コミュニティによって、グループ／コミュニティを使い分ける	その他	無回答		
全体	470	33.2	30.2	28.1	25.1	21.1	19.8	13.8	2.8	7.0	1.1	
性別	男性	258	36.0	▼ 21.7	28.7	22.5	21.3	17.1	9.3	0.4	10.5	1.2
	女性	212	29.7	○ 40.6	27.4	28.3	20.8	23.1	○ 19.3	5.7	2.8	0.9
学年	1年生	153	28.8	30.1	30.1	○ 30.1	19.0	20.9	13.1	0.7	5.9	2.0
	2年生	102	○ 38.2	32.4	24.5	26.5	23.5	20.6	12.7	2.9	6.9	1.0
	3年生	90	32.2	▼ 23.3	31.1	30.0	22.2	23.3	▼ 7.8	2.2	8.9	-
	4年生	125	35.2	33.6	26.4	▼ 14.4	20.8	15.2	○ 20.0	5.6	7.2	0.8

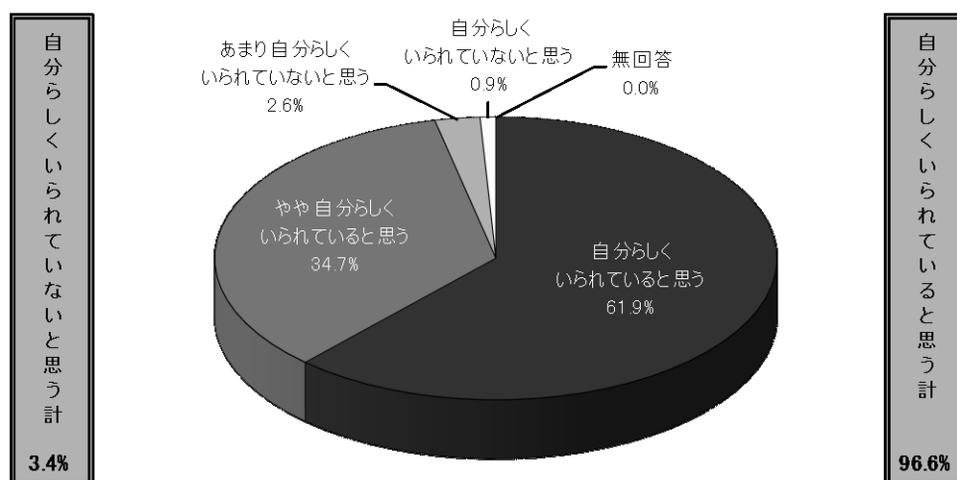
(%)

# グループ／コミュニティ内で自分らしくいられているか

◆ キャラクターを使い分けしていない人に対して、「グループ／コミュニティの中で、自分らしくいられていると思いますか」という質問をしたところ「自分らしくいられていると思う(計)」と回答した人は全体の約97%、「自分らしくいられていないと思う(計)」と回答した人は全体の約3%となった。

**問27** あなたは、グループ／コミュニティの中で、自分らしくいられていると思いますか。  
 最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。〈キャラクターを使い分けしていない人ベース〉

〈キャラクターを使い分けしていない人ベース：N=470〉



	サンプル数	自分らしくいられていると思う	やや自分らしくいられていると思う	あまり自分らしくいられていないと思う	自分らしくいられていないと思う	無回答	自分らしくいられていると思う計	自分らしくいられていないと思う計
全体	470	61.9	34.7	2.6	0.9	-	96.6	3.4
性別	男性	○ 67.1	▼ 29.5	2.7	0.8	-	96.5	3.5
	女性	▼ 55.7	○ 41.0	2.4	0.9	-	96.7	3.3
学年	1年生	▼ 54.2	○ 43.8	0.7	1.3	-	98.0	2.0
	2年生	▼ 55.9	○ 41.2	2.9	-	-	97.1	2.9
	3年生	61.1	34.4	4.4	-	-	95.6	4.4
	4年生	○ 76.8	▼ 18.4	3.2	1.6	-	95.2	4.8

(%)

# キャラクターを使い分けている人への評価

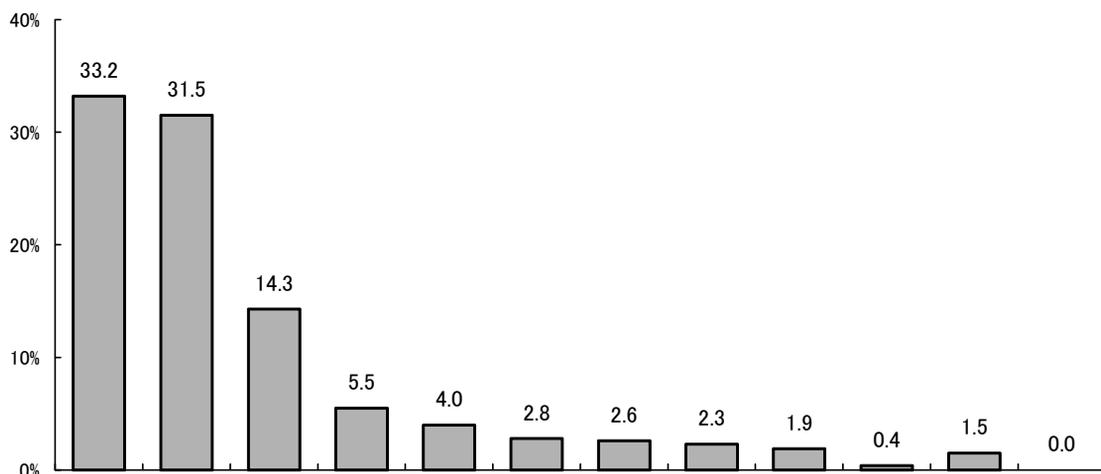
◆ キャラクターを使い分けていない人に対して、「グループ／コミュニティの中で、『キャラクター』を使い分けている人をどのように思いますか」という質問をしたところ、「大変だと思う」と回答した人が約33%と最も多く、次いで「あまり気にとめない」が約32%、「要領がいいと思う」が約14%となった。

問28

あなたは、グループ／コミュニティの中で、“キャラクター”を使い分けている人をどのように思いますか。最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。＜キャラクターを使い分けていない人ベース＞

＜キャラクターを使い分けていない人ベース：N=470＞

※全体のスコアで降順ソート



サンプル数	大変だと思う	あまり気にとめない	要領がいいと思う	計算高いと思う	うらやましいと思う	信用できないと思う	可哀想だと思う	楽しそうだと思う	格好悪いと思う	格好いいと思う	その他	無回答		
全体	470	33.2	31.5	14.3	5.5	4.0	2.8	2.6	2.3	1.9	0.4	1.5	-	
性別	男性	258	32.2	34.5	11.2	5.4	3.1	2.3	3.5	2.7	3.1	0.8	1.2	-
	女性	212	34.4	27.8	17.9	5.7	5.2	3.3	1.4	1.9	0.5	-	1.9	-
学年	1年生	153	34.0	31.4	15.0	3.3	3.9	3.9	2.0	1.3	3.3	-	2.0	-
	2年生	102	36.3	35.3	9.8	6.9	2.9	2.0	2.9	2.0	-	1.0	1.0	-
	3年生	90	33.3	30.0	14.4	5.6	5.6	2.2	3.3	2.2	-	1.1	2.2	-
	4年生	125	29.6	29.6	16.8	7.2	4.0	2.4	2.4	4.0	3.2	-	0.8	-

(%)

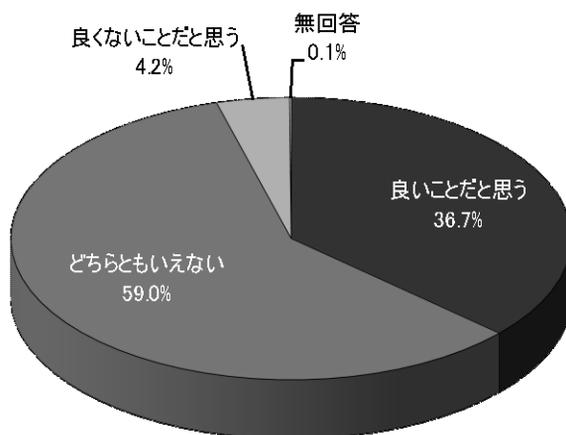
# キャラクターの使い分けへの評価

- ◆ キャラクターを使い分けていない人に対して、「そもそもグループ／コミュニティの中で、ご自身の『キャラクター』を使い分けることをどのように思いますか」という質問をしたところ、「良いことだと思う」と回答した人は全体の約37%、「どちらともいえない」と回答した人は全体の59%、「良くないことだと思う」と回答した人は全体の約4%となった。



あなたは、そもそもグループ／コミュニティの中で、ご自身の“キャラクター”を使い分けることをどのように思いますか。最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。〈全ベース〉

〈全体：N=1000〉



		サンプル数	良いことだと思う	どちらともいえない	良くないことだと思う	無回答
全体		1000	36.7	59.0	4.2	0.1
性別	男性	500	39.4	56.2	4.2	0.2
	女性	500	34.0	61.8	4.2	-
学年	1年生	250	▼ 26.4	○ 68.8	4.8	-
	2年生	250	36.0	58.8	5.2	-
	3年生	250	○ 44.8	▼ 52.8	2.4	-
	4年生	250	39.6	55.6	4.4	0.4

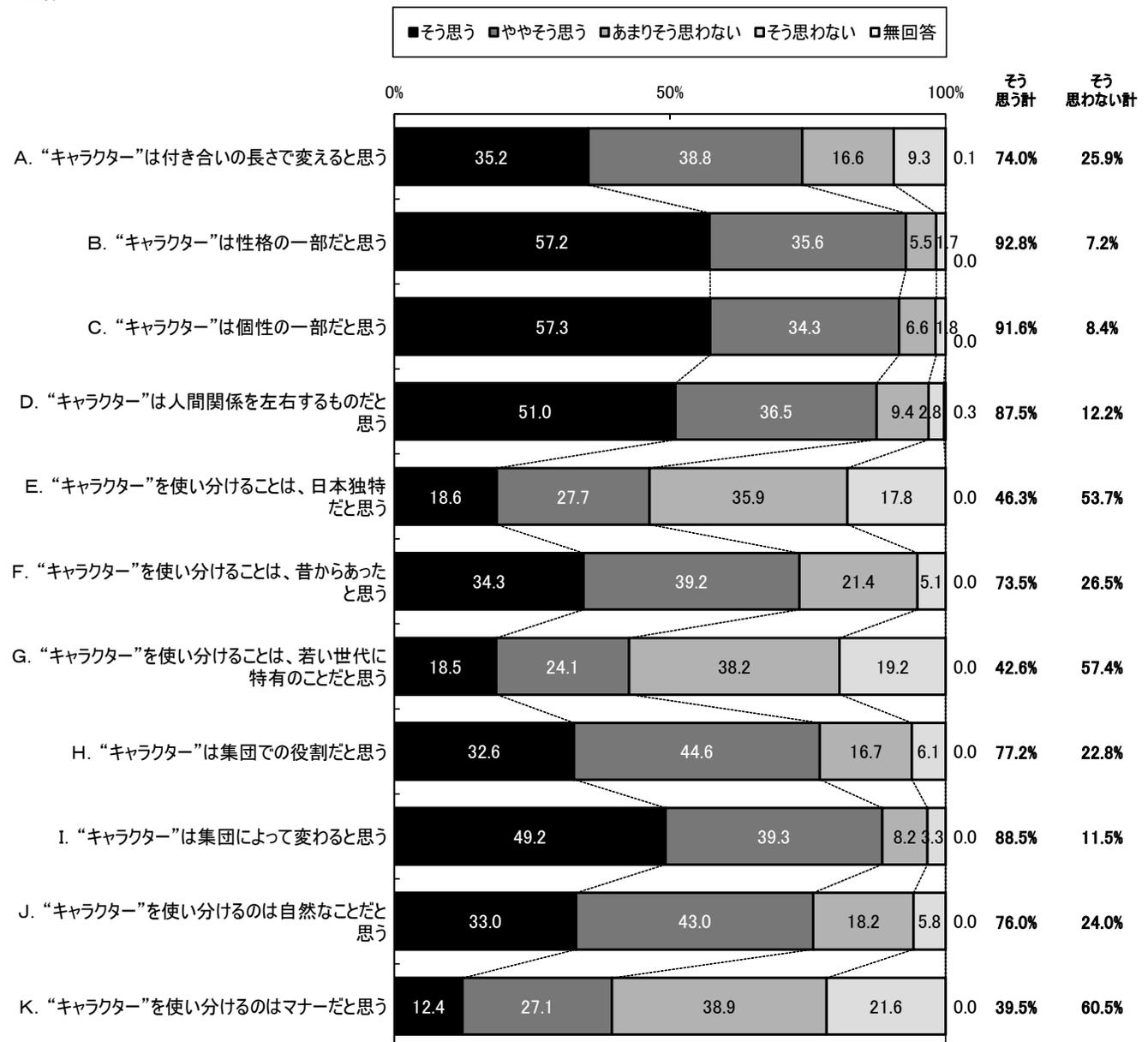
(%)

# キャラクターに関する考え方

◆ キャラクターを使い分けていない人に対して、「『キャラクター』に関する考え方について、あなたのお気持ちに近いものをそれぞれひとつずつお選びください」という質問をしたところ、「そう思う(計)」と回答した人は、「『キャラクター』は性格の一部だと思う」が約93%と最も多く、次いで「『キャラクター』は個性の一部だと思う」が約92%、「『キャラクター』は集団によって変わると思う」が約89%となった。

問30 以下に挙げる“キャラクター”に関する考え方について、あなたのお気持ちに近いものをそれぞれひとつずつお選びください。  
<全ベース>

<全体:N=1000>



# キャラクターに関する考え方(数表編)

問30

以下に挙げる“キャラクター”に関する考え方について、あなたのお気持ちに近いものをそれぞれひとつずつお選びください。  
 <全ベース>

	サンプル数	A. “キャラクター”は付き合いの長さで変えると思う							B. “キャラクター”は性格の一部だと思う							
		そう思う	ややそう思う	そうあまり思わない	そう思わない	無回答	そう思う計	そう思わない計	そう思う	ややそう思う	そうあまり思わない	そう思わない	無回答	そう思う計	そう思わない計	
全体	1000	35.2	38.8	16.6	9.3	0.1	74.0	25.9	57.2	35.6	5.5	1.7	-	92.8	7.2	
性別	男性	500	35.6	37.8	15.4	11.2	-	73.4	26.6	57.4	34.6	5.6	2.4	-	92.0	8.0
	女性	500	34.8	39.8	17.8	7.4	0.2	74.6	25.2	57.0	36.6	5.4	1.0	-	93.6	6.4
学年	1年生	250	35.6	42.8	13.6	8.0	-	78.4	21.6	56.8	35.6	6.0	1.6	-	92.4	7.6
	2年生	250	○40.4	39.2	12.0	8.4	-	○79.6	▼20.4	55.2	37.2	6.0	1.6	-	92.4	7.6
	3年生	250	37.6	34.0	19.6	8.8	-	71.6	28.4	58.0	36.4	4.4	1.2	-	94.4	5.6
	4年生	250	▼27.2	39.2	21.2	12.0	0.4	▼66.4	○33.2	58.8	33.2	5.6	2.4	-	92.0	8.0

(%)

	サンプル数	C. “キャラクター”は個性の一部だと思う							D. “キャラクター”は人間関係を左右するものだと思う							
		そう思う	ややそう思う	そうあまり思わない	そう思わない	無回答	そう思う計	そう思わない計	そう思う	ややそう思う	そうあまり思わない	そう思わない	無回答	そう思う計	そう思わない計	
全体	1000	57.3	34.3	6.6	1.8	-	91.6	8.4	51.0	36.5	9.4	2.8	0.3	87.5	12.2	
性別	男性	500	58.0	32.0	7.6	2.4	-	90.0	10.0	52.6	31.6	11.2	4.2	0.4	84.2	15.4
	女性	500	56.6	36.6	5.6	1.2	-	93.2	6.8	49.4	41.4	7.6	1.4	0.2	90.8	9.0
学年	1年生	250	58.4	33.6	6.4	1.6	-	92.0	8.0	○56.8	32.4	9.2	1.6	-	89.2	10.8
	2年生	250	55.2	35.6	7.2	2.0	-	90.8	9.2	54.8	▼30.4	10.4	3.6	0.8	85.2	14.0
	3年生	250	55.2	38.8	5.2	0.8	-	94.0	6.0	▼46.0	○44.8	7.2	2.0	-	90.8	9.2
	4年生	250	60.4	▼29.2	7.6	2.8	-	89.6	10.4	46.4	38.4	10.8	4.0	0.4	84.8	14.8

(%)

	サンプル数	E. “キャラクター”を使い分けることは、日本独特だと思う							F. “キャラクター”を使い分けることは、昔からあったと思う							
		そう思う	ややそう思う	そうあまり思わない	そう思わない	無回答	そう思う計	そう思わない計	そう思う	ややそう思う	そうあまり思わない	そう思わない	無回答	そう思う計	そう思わない計	
全体	1000	18.6	27.7	35.9	17.8	-	46.3	53.7	34.3	39.2	21.4	5.1	-	73.5	26.5	
性別	男性	500	19.6	25.2	33.4	21.8	-	44.8	55.2	○39.4	▼34.0	20.0	6.6	-	73.4	26.6
	女性	500	17.6	30.2	38.4	13.8	-	47.8	52.2	▼29.2	○44.4	22.8	3.6	-	73.6	26.4
学年	1年生	250	20.4	31.2	36.4	▼12.0	-	○51.6	▼48.4	37.2	36.0	20.0	6.8	-	73.2	26.8
	2年生	250	17.6	28.8	35.2	18.4	-	46.4	53.6	34.0	39.2	24.0	2.8	-	73.2	26.8
	3年生	250	15.6	26.0	○42.8	15.6	-	41.6	58.4	▼28.4	○44.4	22.4	4.8	-	72.8	27.2
	4年生	250	20.8	24.8	▼29.2	○25.2	-	45.6	54.4	37.6	37.2	19.2	6.0	-	74.8	25.2

(%)

# キャラクターに関する考え方(数表編)

問30

以下に挙げる“キャラクター”に関する考え方について、あなたのお気持ちに近いものをそれぞれひとつずつお選びください。  
 <全ベース>

	サンプル数	G. “キャラクター”を使い分けることは、若い世代に特有のことだと思う							H. “キャラクター”は集団での役割だと思う							
		そう思う	ややそう思う	そうあまり思わない	そう思わない	無回答	そう思う計	そう思わない計	そう思う	ややそう思う	そうあまり思わない	そう思わない	無回答	そう思う計	そう思わない計	
全体	1000	18.5	24.1	38.2	19.2	-	42.6	57.4	32.6	44.6	16.7	6.1	-	77.2	22.8	
性別	男性	500	18.8	22.6	37.6	21.0	-	41.4	58.6	32.0	42.8	17.4	7.8	-	74.8	25.2
	女性	500	18.2	25.6	38.8	17.4	-	43.8	56.2	33.2	46.4	16.0	4.4	-	79.6	20.4
学年	1年生	250	17.2	28.4	38.4	16.0	-	45.6	54.4	29.2	47.2	15.2	8.4	-	76.4	23.6
	2年生	250	19.6	26.0	34.8	19.6	-	45.6	54.4	35.6	41.6	19.2	3.6	-	77.2	22.8
	3年生	250	19.2	19.2	○ 45.2	16.4	-	38.4	61.6	32.8	46.4	16.0	4.8	-	79.2	20.8
	4年生	250	18.0	22.8	34.4	○ 24.8	-	40.8	59.2	32.8	43.2	16.4	7.6	-	76.0	24.0

(%)

	サンプル数	I. “キャラクター”は集団によって変わると思う							J. “キャラクター”を使い分けるのは自然なことだと思う							
		そう思う	ややそう思う	そうあまり思わない	そう思わない	無回答	そう思う計	そう思わない計	そう思う	ややそう思う	そうあまり思わない	そう思わない	無回答	そう思う計	そう思わない計	
全体	1000	49.2	39.3	8.2	3.3	-	88.5	11.5	33.0	43.0	18.2	5.8	-	76.0	24.0	
性別	男性	500	48.6	38.4	8.0	5.0	-	87.0	13.0	31.4	41.2	19.6	7.8	-	72.6	27.4
	女性	500	49.8	40.2	8.4	1.6	-	90.0	10.0	34.6	44.8	16.8	3.8	-	79.4	20.6
学年	1年生	250	47.2	40.8	8.8	3.2	-	88.0	12.0	29.2	41.2	22.4	7.2	-	▼ 70.4	○ 29.6
	2年生	250	52.0	38.0	7.2	2.8	-	90.0	10.0	35.6	42.8	16.8	4.8	-	78.4	21.6
	3年生	250	50.8	41.6	6.4	1.2	-	92.4	7.6	32.4	47.6	16.8	3.2	-	80.0	20.0
	4年生	250	46.8	36.8	10.4	6.0	-	83.6	16.4	34.8	40.4	16.8	8.0	-	75.2	24.8

(%)

	サンプル数	K. “キャラクター”を使い分けるのはマナーだと思う							
		そう思う	ややそう思う	そうあまり思わない	そう思わない	無回答	そう思う計	そう思わない計	
全体	1000	12.4	27.1	38.9	21.6	-	39.5	60.5	
性別	男性	500	13.0	24.6	37.8	24.6	-	37.6	62.4
	女性	500	11.8	29.6	40.0	18.6	-	41.4	58.6
学年	1年生	250	10.4	31.6	35.2	22.8	-	42.0	58.0
	2年生	250	14.8	28.0	35.6	21.6	-	42.8	57.2
	3年生	250	10.0	23.6	○ 44.8	21.6	-	▼ 33.6	○ 66.4
	4年生	250	14.4	25.2	40.0	20.4	-	39.6	60.4

(%)

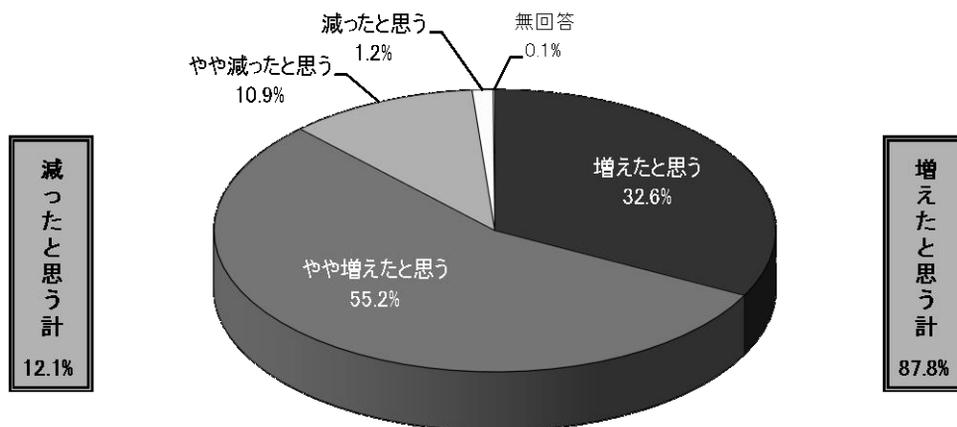
# キャラクターを使い分ける人の増減: 評価

- ◆ 「世の中で『キャラクター』を使い分ける人が増えたと思いますか」という質問に対して、「増えたと思う(計)」と回答した人は全体の約88%、「減ったと思う(計)」と回答した人は全体の約12%となった。



あなたは、世の中で“キャラクター”を使い分ける人が増えたと思いますか。  
最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。〈全ベース〉

〈全体: N=1000〉



		サンプル数	増えたと思う	やや増えたと思う	やや減ったと思う	減ったと思う	無回答	増えたと思う計	減ったと思う計
全体		1000	32.6	55.2	10.9	1.2	0.1	87.8	12.1
性別	男性	500	34.6	54.8	9.6	1.0	-	89.4	10.6
	女性	500	30.6	55.6	12.2	1.4	0.2	86.2	13.6
学年	1年生	250	36.0	53.6	9.6	0.8	-	89.6	10.4
	2年生	250	34.4	57.2	7.2	0.8	0.4	91.6	8.0
	3年生	250	30.0	58.8	10.8	0.4	-	88.8	11.2
	4年生	250	30.0	51.2	○ 16.0	2.8	-	▼ 81.2	○ 18.8

(%)

# キャラクターを使い分ける人の増減：評価理由

- ◆ 「世の中の『キャラクター』を使い分ける人の増減」という質問に対して、増えたと思う理由を聞いたところ、「『キャラクター』という言葉をよく耳にしたり、使い分けている人をよく見かけたりするから」と回答した人が248人と最も多く、次いで「SNSの普及により、人との繋がりが方が多様化したから」154人、「所属するコミュニティが増え、複雑になった人間関係を円滑に進めるため」140人という結果となった。
- ◆ 同様に、減ったと思う理由を聞いたところ、「『キャラクター』を使い分ける人をあまり見かけないから」と回答した人が25人と最も多く、次いで「ありのままで、素の自分らしく過ごしている人が増えたから」24人、「個性が重視されるようになり、主張しやすい環境になったから」16人という結果となった。

問31付問

前の質問でそのようにお答えになったのは、どのような理由からですか。  
 どのようなことでも構いませんので、下記の欄に具体的にお書きください。＜全ベース＞

## 【キャラクターを使い分ける人の増減：評価理由（増えたと思う理由）】

＜増えたと思う人ベース：N=878＞

1位：	キャラクターという言葉をよく耳にしたり、使い分けている人をよく見かけたりするから	248人（男性 132人：女性 116人）
2位：	SNSの普及により、人との繋がりが多様化したから	154人（男性 79人：女性 75人）
3位：	所属するコミュニティが増え、複雑になった人間関係を円滑に進めるため	140人（男性 69人：女性 71人）
4位：	嫌われたくないという意識が強く、周りの目を気にして、空気を読む人が増えたから	70人（男性 32人：女性 38人）
5位：	なんとなくそう感じるから	39人（男性 23人：女性 16人）
6位：	個性を主張しやすい環境にあるから	30人（男性 12人：女性 18人）
7位：	好かれたいという意識が強く、気を遣う人が増えたから	21人（男性 9人：女性 12人）
8位：	順応しやすい社会だから	12人（男性 7人：女性 5人）
9位：	昔とは、キャラが変わったなと感じた人がいたから	11人（男性 8人：女性 3人）
10位：	自分自身がしているから	5人（男性 4人：女性 1人）

## 【キャラクターを使い分ける人の増減：評価理由（減ったと思う理由）】

＜減ったと思う人ベース：N=121＞

1位：	キャラクターを使い分ける人をあまり見かけないから	25人（男性 12人：女性 13人）
2位：	ありのままで、素の自分らしく過ごしている人が増えたから	24人（男性 12人：女性 12人）
3位：	個性が重視されるようになり、主張しやすい環境になったから	16人（男性 3人：女性 13人）
4位：	周りのことが見え、空気を読めない人が増えたから	10人（男性 4人：女性 6人）
5位：	キャラクターを使い分ける必要を感じないから	8人（男性 2人：女性 6人）
6位：	SNSが普及したから	4人（男性 3人：女性 1人）
7位：	なんとなくそう感じるから	3人（男性 1人：女性 2人）
8位：	コミュニティに属したくないため	1人（男性 0人：女性 1人）
8位：	個人よりも社会の持つ力が強くなっているから	1人（男性 1人：女性 0人）
8位：	人口が減っているから	1人（男性 1人：女性 0人）
8位：	相手のことをよく知るようになったから	1人（男性 0人：女性 1人）

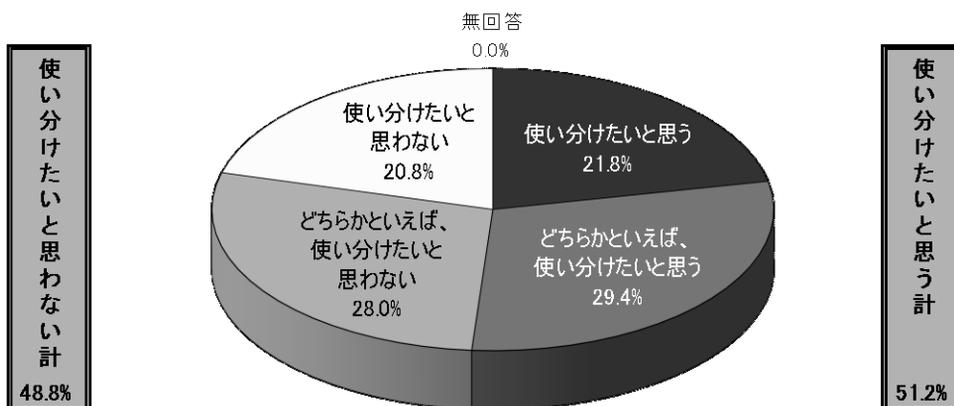
# 今後のキャラクター使い分け意向

◆ 「あなた自身は、今後、自分自身の『キャラクター』を使い分けようと思いますか」という質問に対して、「使い分けたいと思う(計)」と回答した人が全体の約51%、「使い分けたいと思わない(計)」が約49%となった。

問32

あなたご自身は、今後、自分自身の“キャラクター”を使い分けようと思いますか。  
最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。〈全ベース〉

<全体:N=1000>



サンプル数		使い分けたいと思う	どちらかといえば、使い分けたいと思う	どちらかといえば、使い分けたいと思わない	使い分けたいと思わない	無回答	使い分けたいと思う計	使い分けたいと思わない計
全体	1000	21.8	29.4	28.0	20.8	-	51.2	48.8
性別	男性	22.4	26.4	26.2	25.0	-	48.8	51.2
	女性	21.2	32.4	29.8	16.6	-	53.6	46.4
学年	1年生	▼ 16.0	26.4	32.0	25.6	-	▼ 42.4	○ 57.6
	2年生	21.6	30.4	29.2	18.8	-	52.0	48.0
	3年生	25.6	○ 35.6	25.2	▼ 13.6	-	○ 61.2	▼ 38.8
	4年生	24.0	25.2	25.6	25.2	-	49.2	50.8

(%)

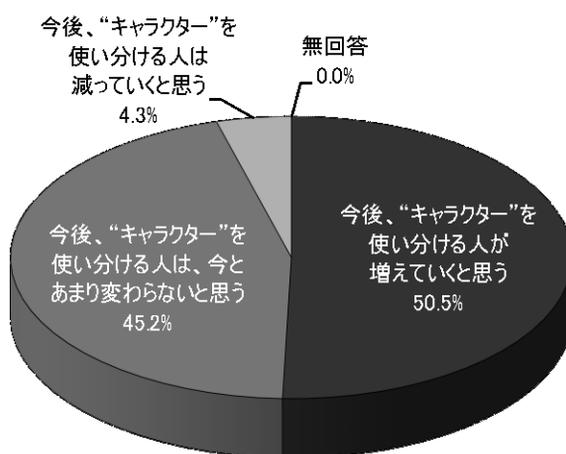
# 世の中のキャラクター使い分け変化予想

◆ 「世の中での『キャラクター』の使い分けが、今後どのように変化すると思いますか」という質問に対して、「今後、『キャラクター』を使い分ける人が増えていくと思う」と回答した人が全体の約51%で最も多く、次いで「今とあまり変わらないと思う」が約45%、「減っていくと思う」が約4%となった。

問33

あなたは、世の中での“キャラクター”の使い分けが、今後どのように変化すると思いますか。  
最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。〈全ベース〉

〈全体：N=1000〉



	サンプル数	今後、『キャラクター』を使い分ける人が増えていくと思う (%)	今後、『キャラクター』を使い分ける人は、今とあまり変わらないと思う (%)	今後、『キャラクター』を使い分ける人は減っていくと思う (%)	無回答 (%)	
全体	1000	50.5	45.2	4.3	-	
性別	男性	500	52.2	43.4	4.4	-
	女性	500	48.8	47.0	4.2	-
学年	1年生	250	53.2	45.2	1.6	-
	2年生	250	52.0	44.4	3.6	-
	3年生	250	49.6	47.6	2.8	-
	4年生	250	47.2	43.6	9.2	-

(%)

## IV

# 大学生の実態と意識について

---

※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

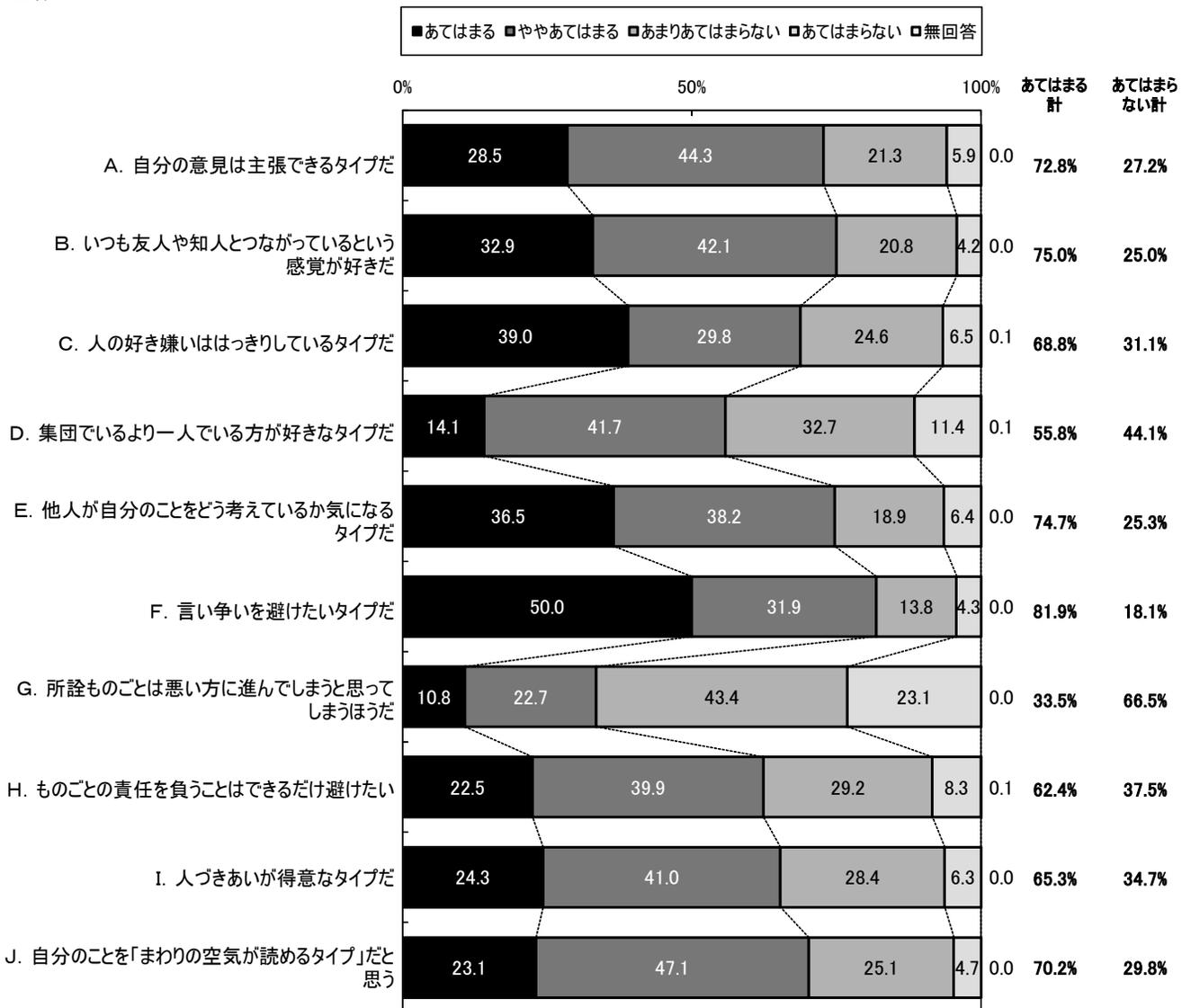
▼印=全体より5ポイント以上低い数値

# 自身の人間関係のタイプ

◆ 各項目について、「あなたはどの程度あてはまりますか。それぞれひとつずつお選びください」という質問に対して、「あてはまる(計)」と回答した人は、「言い争いを避けたいタイプだ」が約82%と最も多く、次いで「いつも友人や知人とつながっているという感覚が好きだ」が75%、「他人が自分のことをどう考えているか気になるタイプだ」が約75%となった。

問34 下記の項目について、あなたはどの程度あてはまりますか。それぞれひとつずつお選びください。〈全ベース〉

〈全体：N=1000〉



# 自身の人間関係のタイプ(数表編)

問34

下記の項目について、あなたはどの程度あてはまりますか。それぞれひとつずつお選びください。〈全ベース〉

	サンプル数	A. 自分の意見は主張できるタイプだ							B. いつも友人や知人とつながっているという感覚が好きだ							
		あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	無回答	あてはまる計	あてはまらない計	あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	無回答	あてはまる計	あてはまらない計	
全体	1000	28.5	44.3	21.3	5.9	-	72.8	27.2	32.9	42.1	20.8	4.2	-	75.0	25.0	
性別	男性	500	32.8	43.2	19.2	4.8	-	76.0	24.0	37.0	39.8	18.4	4.8	-	76.8	23.2
	女性	500	24.2	45.4	23.4	7.0	-	69.6	30.4	28.8	44.4	23.2	3.6	-	73.2	26.8
学年	1年生	250	▼22.8	47.2	24.8	5.2	-	70.0	30.0	32.4	46.0	17.6	4.0	-	78.4	21.6
	2年生	250	27.6	42.4	20.4	9.6	-	70.0	30.0	34.8	38.4	23.2	3.6	-	73.2	26.8
	3年生	250	26.0	46.0	22.8	5.2	-	72.0	28.0	28.8	42.4	24.8	4.0	-	71.2	28.8
	4年生	250	○37.6	41.6	17.2	3.6	-	○79.2	▼20.8	35.6	41.6	17.6	5.2	-	77.2	22.8

(%)

	サンプル数	C. 人の好き嫌いははっきりしているタイプだ							D. 集団でいるより一人の方が好きなタイプだ							
		あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	無回答	あてはまる計	あてはまらない計	あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	無回答	あてはまる計	あてはまらない計	
全体	1000	39.0	29.8	24.6	6.5	0.1	68.8	31.1	14.1	41.7	32.7	11.4	0.1	55.8	44.1	
性別	男性	500	40.8	29.0	23.0	7.0	0.2	69.8	30.0	15.2	40.4	31.4	12.8	0.2	55.6	44.2
	女性	500	37.2	30.6	26.2	6.0	-	67.8	32.2	13.0	43.0	34.0	10.0	-	56.0	44.0
学年	1年生	250	40.4	31.2	20.8	7.6	-	71.6	28.4	12.4	38.8	36.8	12.0	-	51.2	48.8
	2年生	250	40.0	26.4	○29.6	3.6	0.4	66.4	33.2	16.0	44.4	▼27.6	12.0	-	60.4	39.6
	3年生	250	36.8	31.2	25.6	6.4	-	68.0	32.0	12.0	○50.4	32.4	▼4.8	0.4	○62.4	▼37.2
	4年生	250	38.8	30.4	22.4	8.4	-	69.2	30.8	16.0	▼33.2	34.0	○16.8	-	▼49.2	○50.8

(%)

	サンプル数	E. 他人が自分のことをどう考えているか気になるタイプだ							F. 言い争いを避けたいタイプだ							
		あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	無回答	あてはまる計	あてはまらない計	あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	無回答	あてはまる計	あてはまらない計	
全体	1000	36.5	38.2	18.9	6.4	-	74.7	25.3	50.0	31.9	13.8	4.3	-	81.9	18.1	
性別	男性	500	34.8	38.6	18.2	8.4	-	73.4	26.6	▼44.2	33.0	16.2	6.6	-	77.2	22.8
	女性	500	38.2	37.8	19.6	4.4	-	76.0	24.0	○55.8	30.8	11.4	2.0	-	86.6	13.4
学年	1年生	250	38.0	40.4	15.2	6.4	-	78.4	21.6	53.2	28.4	14.0	4.4	-	81.6	18.4
	2年生	250	41.2	35.6	20.0	3.2	-	76.8	23.2	54.4	29.2	12.4	4.0	-	83.6	16.4
	3年生	250	36.4	37.2	20.4	6.0	-	73.6	26.4	47.6	35.2	12.8	4.4	-	82.8	17.2
	4年生	250	▼30.4	39.6	20.0	10.0	-	70.0	30.0	▼44.8	34.8	16.0	4.4	-	79.6	20.4

(%)

# 自身の人間関係のタイプ(数表編)

問34

下記の項目について、あなたはどの程度あてはまりますか。それぞれひとつずつお選びください。〈全ベース〉

	サンプル数	G. 所詮ものごとは悪い方に進んでしまうと思うほうだ							H. ものごとの責任を負うことはできるだけ避けたい							
		あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	無回答	あてはまる計	あてはまらない計	あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	無回答	あてはまる計	あてはまらない計	
全体	1000	10.8	22.7	43.4	23.1	-	33.5	66.5	22.5	39.9	29.2	8.3	0.1	62.4	37.5	
性別	男性	500	11.0	24.6	39.4	25.0	-	35.6	64.4	23.8	▼ 33.0	31.2	11.8	0.2	▼ 56.8	○ 43.0
	女性	500	10.6	20.8	47.4	21.2	-	31.4	68.6	21.2	○ 46.8	27.2	4.8	-	○ 68.0	▼ 32.0
学年	1年生	250	12.4	22.0	48.0	▼ 17.6	-	34.4	65.6	25.2	44.4	24.8	5.6	-	○ 69.6	▼ 30.4
	2年生	250	12.8	24.4	46.4	▼ 16.4	-	37.2	62.8	23.6	44.0	26.0	6.4	-	○ 67.6	▼ 32.4
	3年生	250	8.8	24.8	45.2	21.2	-	33.6	66.4	23.2	36.0	32.8	8.0	-	59.2	40.8
	4年生	250	9.2	19.6	▼ 34.0	○ 37.2	-	28.8	71.2	18.0	35.2	33.2	13.2	0.4	▼ 53.2	○ 46.4

(%)

	サンプル数	I. 人づきあいが得意なタイプだ							J. 自分ごとを「まわりの空気が読めるタイプ」だと思う							
		あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	無回答	あてはまる計	あてはまらない計	あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	無回答	あてはまる計	あてはまらない計	
全体	1000	24.3	41.0	28.4	6.3	-	65.3	34.7	23.1	47.1	25.1	4.7	-	70.2	29.8	
性別	男性	500	28.4	38.6	27.2	5.8	-	67.0	33.0	○ 28.4	▼ 42.0	25.4	4.2	-	70.4	29.6
	女性	500	20.2	43.4	29.6	6.8	-	63.6	36.4	▼ 17.8	○ 52.2	24.8	5.2	-	70.0	30.0
学年	1年生	250	▼ 18.4	43.2	31.6	6.8	-	61.6	38.4	19.2	45.2	○ 31.2	4.4	-	▼ 64.4	○ 35.6
	2年生	250	22.4	37.2	32.0	8.4	-	▼ 59.6	○ 40.4	18.8	48.4	27.6	5.2	-	67.2	32.8
	3年生	250	20.8	44.0	29.6	5.6	-	64.8	35.2	21.6	48.8	25.2	4.4	-	70.4	29.6
	4年生	250	○ 35.6	39.6	▼ 20.4	4.4	-	○ 75.2	▼ 24.8	○ 32.8	46.0	▼ 16.4	4.8	-	○ 78.8	▼ 21.2

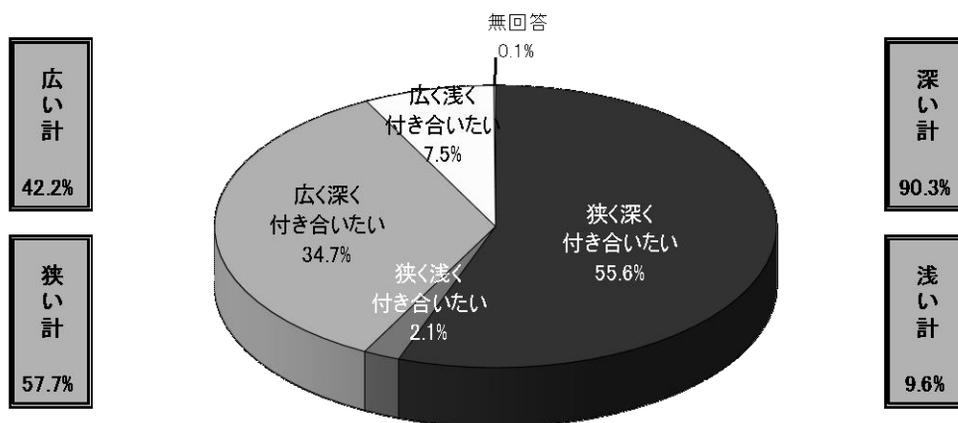
(%)

# 今後の友人との付き合い方

◆ 「今後どのように友人と付き合いしていきたいか」という質問に対して、「狭く深く付き合いたい」と回答した人は全体の約56%、「狭く浅く付き合いきたい」と回答した人は全体の約2%、「広く深く付き合いきたい」と回答した人は全体の約35%、「広く浅く付き合いきたい」と回答した人は全体の約7%となった。

問35 あなたは今後(今ある友人関係も含めて)どのように友人と付き合いしていきたいか。最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。<全ベース>

<全体:N=1000>



	サンプル数	狭く深く 付き合い たい (付き合う友達の数は少なくても、関係性は深い)	狭く浅く 付き合い たい (付き合う友達の数は少ないし、関係性も浅くあまり干渉しない)	広く深く 付き合い たい (付き合う友達の数が多く、かつ関係性も深い)	広く浅く 付き合い たい (付き合う友達の数は多いが、関係性は浅くあまり干渉しない)	無回答	深い計	広い計	浅い計	狭い計
全体	1000	55.6	2.1	34.7	7.5	0.1	90.3	42.2	9.6	57.7
性別	男性	53.0	2.8	36.6	7.6	-	89.6	44.2	10.4	55.8
	女性	500	58.2	1.4	32.8	7.4	0.2	91.0	40.2	59.6
学年	1年生	250	54.8	2.0	34.4	8.4	0.4	89.2	42.8	56.8
	2年生	250	56.0	1.2	35.6	7.2	-	91.6	42.8	57.2
	3年生	250	59.6	2.4	30.8	7.2	-	90.4	38.0	62.0
	4年生	250	52.0	2.8	38.0	7.2	-	90.0	45.2	54.8

(%)

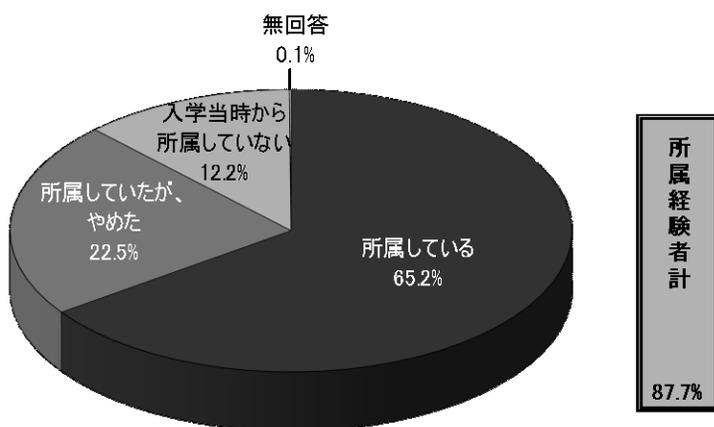
# サークル・部活の所属状況

◆ 「あなたは現在サークルや部活に所属していますか」という質問に対して、「所属している(計)」と回答した人は全体の約65%、「所属していたが、やめた」と回答した人は全体の約23%、「入学当時から所属していない」と回答した人は全体の約12%となった。

問43

あなたは現在サークルや部活に所属していますか。〈全ベース〉

〈全体:N=1000〉



サンプル数		所属している	所属していたが、やめた	入学当時から所属していない	無回答	所属経験者計
全体	1000	65.2	22.5	12.2	0.1	87.7
性別	男性	64.4	22.8	12.6	0.2	87.2
	女性	66.0	22.2	11.8	-	88.2
学年	1年生	○ 88.4	▼ 4.4	▼ 7.2	-	○ 92.8
	2年生	○ 73.6	▼ 16.0	10.4	-	89.6
	3年生	▼ 59.2	26.4	14.4	-	85.6
	4年生	▼ 39.6	○ 43.2	16.8	0.4	82.8

(%)

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

# 大学生が選ぶ最近1年間の日本の顔

◆ 今年の「日本の顔」は「安倍晋三」首相が136票を獲得し、4年連続1位となった。次いで、「本田圭佑」が90票を獲得し2位、「羽生結弦」が87票で3位という結果となった。その後には、メジャーデビューをし新人王に選出された二刀流のプロ野球選手「大谷翔平」等が続いた。

問36

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

<全体:N=1000>

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

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

参考:「日本の顔」(’17年度調査)

<全体:N=1008>

1位: 安倍晋三	190人 (男性 109人 : 女性 81人)
2位: 小池百合子	157人 (男性 55人 : 女性 102人)
3位: 小林麻央	44人 (男性 9人 : 女性 35人)
4位: 藤井聡太	38人 (男性 24人 : 女性 14人)
5位: 菅田将暉	35人 (男性 12人 : 女性 23人)
6位: ブルゾンちえみ	25人 (男性 6人 : 女性 19人)
7位: ピコ太郎	23人 (男性 15人 : 女性 8人)
8位: 広瀬すず	19人 (男性 9人 : 女性 10人)
9位: マツコ・デラックス	15人 (男性 6人 : 女性 9人)
9位: 松居一代	15人 (男性 9人 : 女性 6人)
9位: 星野源	15人 (男性 6人 : 女性 9人)

12位: 錦織圭	14人 (男性 11人 : 女性 3人)
13位: 石原さとみ	12人 (男性 1人 : 女性 11人)
14位: 市川海老蔵	11人 (男性 6人 : 女性 5人)
15位: 大谷翔平	8人 (男性 5人 : 女性 3人)
15位: 本田圭佑	8人 (男性 8人 : 女性 0人)
17位: イチロー	7人 (男性 7人 : 女性 0人)
17位: 羽生結弦	7人 (男性 1人 : 女性 6人)
17位: 今上天皇 明仁	7人 (男性 3人 : 女性 4人)
17位: 新垣結衣	7人 (男性 7人 : 女性 0人)
17位: 加藤一二三	7人 (男性 2人 : 女性 5人)
17位: みやぞん	7人 (男性 3人 : 女性 4人)

# 好きな広告

◆ 大学生の好きな広告は、「KDDI/au/『三太郎』シリーズ」が65票を獲得し、1位となった。次いで「大塚製薬/ポカリスエット」が17票を獲得し2位、「Amazon/アマゾンプライム」が15票を獲得して3位となった。



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

<全体:N=1000>

1位: KDDI/au/「三太郎」シリーズ	65人 (男性 24人 : 女性 41人)
2位: 大塚製薬/ポカリスエット	17人 (男性 10人 : 女性 7人)
3位: Amazon/アマゾンプライム	15人 (男性 7人 : 女性 8人)
4位: KDDI/au	9人 (男性 3人 : 女性 6人)
5位: HONDA/ホンダジェット	8人 (男性 3人 : 女性 5人)
6位: docomo/iPhone	7人 (男性 3人 : 女性 4人)
6位: コカ・コーラ/コカ・コーラ	7人 (男性 3人 : 女性 4人)
9位: mouse/ノートパソコン	6人 (男性 5人 : 女性 1人)
10位: Bytedance/Tik Tok	5人 (男性 2人 : 女性 3人)
10位: KDDI/au/「意識高すぎ! 高杉くん」シリーズ	5人 (男性 1人 : 女性 4人)

参考: 「好きな広告」 (過去12回調査)

▼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)	▼参考: '14年度結果 (全体:n=800)
1 KDDI/au/「三太郎」シリーズ 116人	1 KDDI/au/「三太郎」シリーズ 129人	1 KDDI/au/「英雄」シリーズ 63人	1 ソフトバンクモバイル/「白戸家」シリーズ 23人
2 Amazon/アマゾンプライム 19人	2 AMAZON/アマゾンプライム 38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	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 大塚製薬/ポカリスエット「鬼ガチダンス」シリーズ 16人	3 資生堂/SEA BREEZE/「トライアングル」シリーズ 13人	3 SEA BREEZE/広瀬すず・中川大志 10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 住友生命保険相互会社/1UP 7人	4 オリエンタルランド/東京ディズニーリゾート 8人	4 ソフトバンクモバイル/「白戸家」シリーズ 9人	4 カルピス/カルピスウォーター/能年玲奈 13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	5 ポカリスエット「エール」篇 7人	5 JR東日本/「JR ski ski」シリーズ 8人	5 TOYOTA/「TOYOTOWN」シリーズ 10人
4 ルミネ/キャッチコピー(毎月) 7人	5 ルミネ/キャッチコピー(毎月) 7人	5 ルミネ/小松菜葉 8人	6 サントリー/ふんわり鏡月/石原さとみ 8人
7 カルピス株式会社/カルピス 6人	7 JR東海/「京都の紅葉」篇 5人	7 RIZAP/「つぎつぎとイキキョク」篇 7人	7 コカ・コーラ 7人
7 マウスコンピューター/「マウスダンス」篇 6人	8 JR東日本/「JR ski ski」シリーズ 5人	8 サントリー/GREEN DA-KA-RA /しずくちゃん 6人	7 日清食品/カップヌードル/「壁ドン」篇 7人
9 NTTドコモ/dTV/「ふたりをつなぐ物語」篇 5人	9 NTTドコモ/ドコモカード/中条あやみ 5人	9 大塚製薬/MATCH/広瀬アリス・広瀬すず 5人	9 ルミネ/橋本愛 6人
9 リクルート/「じゃらん」 5人	9 キリン/一番搾り「しあわせ一番町 47都道府県の一搾り」篇 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 家庭教師のトライ/「ハイジ&クララ」シリーズ 6人
9 リクルート/ゼクシィ 5人	9 サントリー/ザ・プレミアム・モルツ 5人	9 ジョージア/「マニフェスト」篇/山田孝之 5人	
9 東京メトロ/「Find my Tokyo」シリーズ 5人			
9 ソフトバンクモバイル/白戸家シリーズ 5人			
▼参考: '13年度結果 (全体:n=800)	▼参考: '12年度結果 (全体:n=800)	▼参考: '11年度結果 (全体:n=800)	▼参考: '10年度結果 (全体:n=816)
1 サントリー/GREEN DA-KA-RAグリーンダカラちゃん 27人	1 ソフトバンクモバイル/白戸家シリーズ 36人	1 ソフトバンクモバイル/白戸家シリーズ 45人	1 ソフトバンクモバイル/白戸家シリーズ 59人
2 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/GREEN DA-KA-RAグリーンダカラちゃん 20人	2 ACジャパン/あいさつの魔法編 24人	2 ロッテ/Fit's/佐藤健・佐々木希 16人
3 日清/カップヌードル/SURVIVE!シリーズ 12人	2 トヨタ自動車/ドラえもんシリーズ 20人	3 エステー/消臭力 20人	2 日産/NOTE/低燃費少女ハイジ 16人
3 カルピス/カルピスウォーター/能年玲奈 12人	4 アップル/iPhone/iPad 8人	4 日本コカ・コーラ/コカコーラ 16人	4 東京メトロ/新垣結衣・宮崎あおい 12人
5 JR東日本/JR SKI SKI JR SKI SKI GM GARA 篇 10人	5 ソフトバンクモバイル/SMAPシリーズ 7人	5 NTTドコモ/スマートフォン 12人	5 NTTドコモ/木村カエラ・渡辺謙 9人
5 KDDI/au/Real篇 10人	6 ルミネ 10人	6 日本コカ・コーラ/ジョージア 9人	5 西友 9人
5 ルミネ/橋本愛 10人	7 ホンダ/「負けるもんか」篇 5人	7 日本コカ・コーラ/AQUARIUS 7人	5 earth music&ecology/宮崎あおい 9人
8 コーセー/雪肌精/新垣結衣 6人	7 スズキ/ラパン海へ篇 5人	7 サントリー/上を向いて歩こう編 7人	8 アップル/ipod・iPhone・iPad 8人
9 Apple/iPhone/Photos Every Day篇 5人	7 東京ディズニーリゾート/夢がかなう場所/「Here Dreams Come True」 5人	9 グリコ/アイスの実 6人	8 ニチレイ/アセロラ/アセロラ体操/仲里依紗 8人
9 トヨタ/「Re BORN」シリーズ 5人	10 JR東海/「そうだ、京都行こう」 4人	9 ソフトバンクモバイル/SMAP 6人	10 KDDI/au/嵐 7人
9 大塚製薬/カロリーメイト/浪漫飛行篇 5人			10 カゴメ/野菜生活/AKB48 7人
9 大和ハウス/ベトナムにも篇 5人			
▼参考: '09年度結果 (全体:n=816)	▼参考: '08年度結果 (全体:n=800)	▼参考: '07年度結果 (全体:n=800)	▼参考: '06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 56人	1 ソフトバンクモバイル/白戸家シリーズ 114人	1 NTTドコモ/DoCoMo2.0 56人	1 ライフ/LIFECARD/オダギリジョー 35人
2 ロッテ/Fit's/佐藤健・佐々木希 24人	2 アップル/iPod/iPad 13人	2 インテル/インテル Core 2 Duo プロセッサ 17人	2 資生堂/TSUBAKI 20人
3 サントリー/プロテインウォーター/中村獅童・松田翔太 23人	3 資生堂/TSUBAKI 9人	3 資生堂/TSUBAKI 12人	3 リクルート/Hot Pepper/SMAP 16人
4 リクルート/Hot Pepper/「予想外シリーズ」ホワイトプランなど 20人	4 ナイキジャパン/NikeFootballなど 7人	4 ソフトバンク/「予想外シリーズ」ホワイトプランなど 11人	4 資生堂/マキアージュ/鏡原友里・伊東美咲 12人
5 KDDI/au、iida、仲間由紀恵等 9人	5 日本コカ・コーラ/コカ・コーラ 6人	4 日本たばこ産業(JT)/喫煙マナー広告 11人	4 大塚製薬/ポカリスエット/綾瀬はるか 12人
6 JT/パレヅジ/Roots/坂口憲二・仲村トオル 7人	5 日本たばこ産業(JT)/Roots/坂口憲二 6人	4 明治安田生命/保険「時をこえて」シリーズ 11人	4 東京ガス/ガス・パッチョ! 12人
6 カルピス/カルピス・カルピスウォーター/長澤まさみ、川島海荷、中村蒼 7人	7 AC公共広告機構/環境問題など 5人	7 ライフ/LIFECARD/オダギリジョー 10人	7 キリンビール/「滋養グリーンラベル」 11人
8 ファーストシティ/「ニコニコ」(ブラット)「吹石一馬、四ノ瀬カズミ、山崎、UT等」 6人	7 KDDI/au/auの庭で。 5人	7 崎崎グリコ/「ポッキー」新垣結衣 10人	7 朝日新聞社/「ジャーナリスト宣言」 11人
9 日本マクドナルド/ウォーターパウダー 5人	7 NTTドコモ/Answer 5人	9 AC公共広告機構 9人	9 サントリー/DAKARA/「よからぬブルース」シリーズ 10人
9 サントリー/BOSS/宇宙人ジョーンズ 5人	7 NTTドコモ/DoCoMo2.0 5人	9 東京ガス/ガス・パッチョ!/妻夫木聡 9人	10 サントリー/伊右衛門/本木雅弘・宮沢りえ 8人
9 日産自動車/「ノート」低燃費少女ハイジやまびこ篇 5人	7 ソフトバンクモバイル/ブランド広告/「アッド・ピット、キャメロン・ディアス」 5人		
9 NTTドコモ/Answer/アンサーハウス 5人			

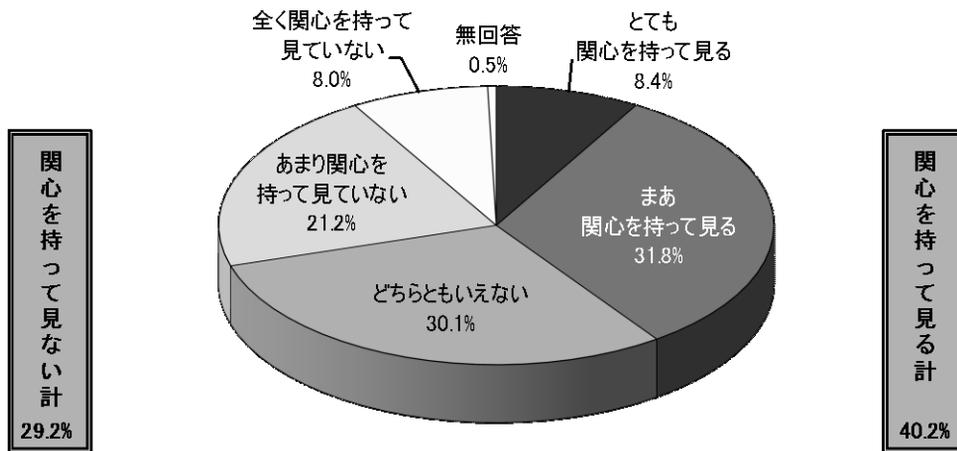
# 広告への普段の関心

◆ 「普段、関心を持って広告を見る方ですか」という質問に対して、「関心を持って見る(計)」と回答した人は全体の約40%、「どちらともいえない」と回答した人は全体の約30%、「関心を持って見ない(計)」と回答した人は全体の約29%となった。

問38

あなたは、普段、関心を持って広告を見る方ですか。〈全ベース〉

〈全体：N=1000〉



	サンプル数	とても関心を持って見る	まあ関心を持って見る	どちらともいえない	あまり関心を持って見ない	全く関心を持って見ない	無回答	関心を持って見る計	関心を持って見ない計	
全体	1000	8.4	31.8	30.1	21.2	8.0	0.5	40.2	29.2	
性別	男性	500	9.4	28.4	31.0	19.8	10.6	0.8	37.8	30.4
	女性	500	7.4	35.2	29.2	22.6	5.4	0.2	42.6	28.0
学年	1年生	250	4.4	30.8	○ 37.6	19.6	7.6	-	▼ 35.2	27.2
	2年生	250	5.2	30.8	30.0	22.0	11.2	0.8	36.0	33.2
	3年生	250	8.4	32.8	27.2	24.4	7.2	-	41.2	31.6
	4年生	250	○ 15.6	32.8	25.6	18.8	6.0	1.2	○ 48.4	24.8

(%)

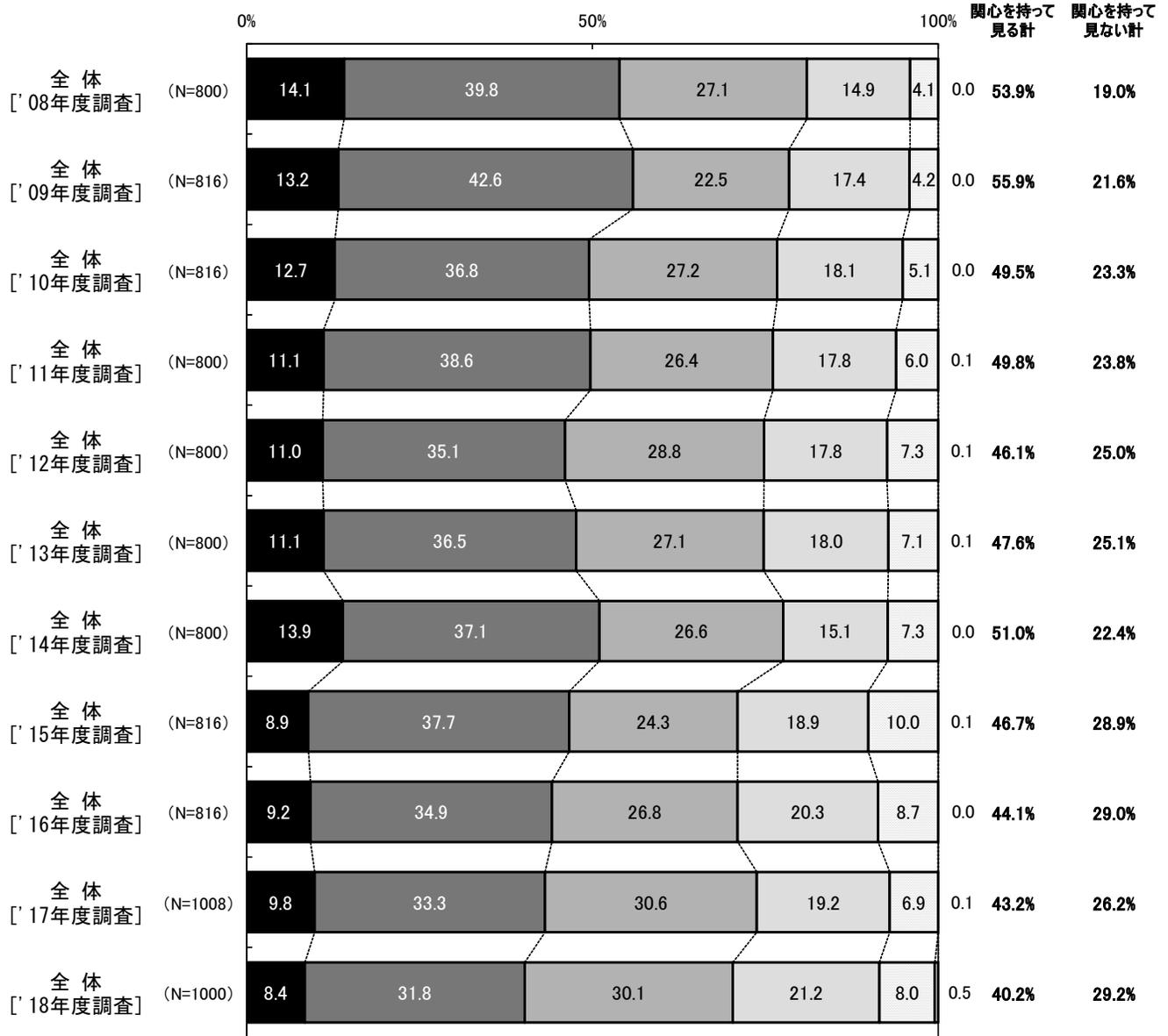
# 広告関心度(時系列比較～過去10回調査での動き)

◆ 広告に関する関心度について、過去の調査と比較すると、「関心を持って見る(計)」と回答した人は全体の約40%と、過去10年間の調査の中で最も低かった。

問38

あなたは、普段、関心を持って広告を見る方ですか。〈全ベース〉

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



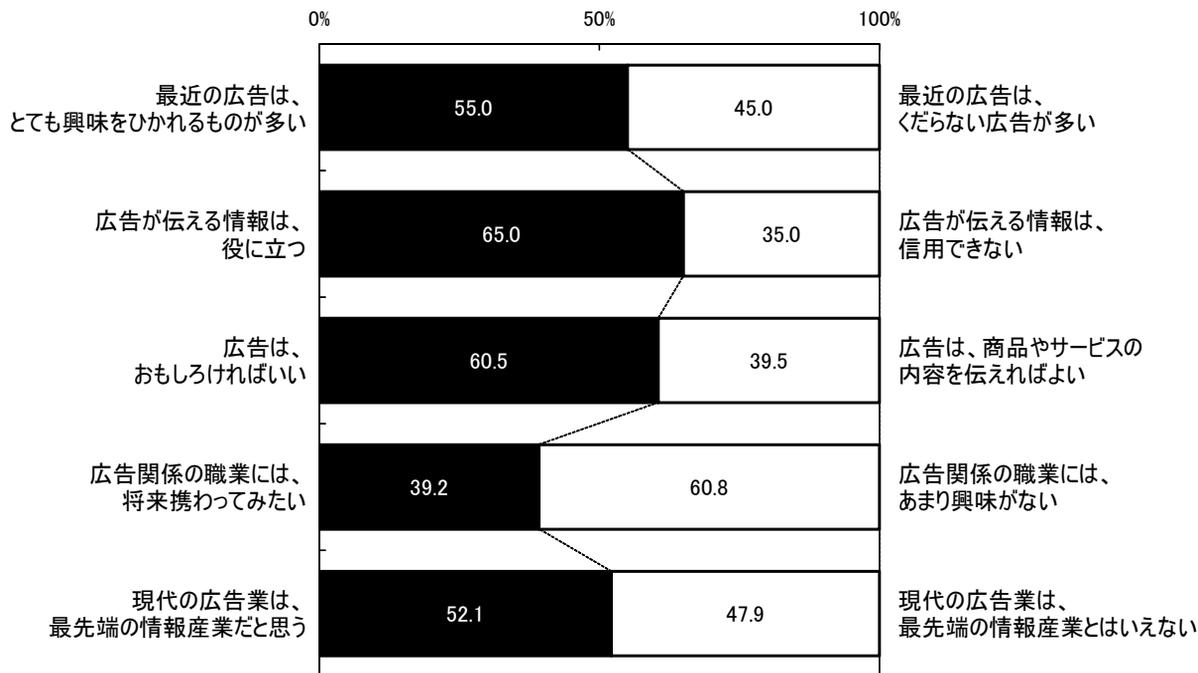
# 広告に対する意見

- ◆ 広告に対する意見について、「最近の広告は、とても興味を引かれるものが多い」と回答した人は全体の55%、「最近の広告は、くだらない広告が多い」と回答した人は全体の45%となった。
- ◆ 広告に対する意見について、「広告が伝える情報は、役に立つ」と回答した人は全体の65%、「広告が伝える情報は、信用できない」と回答した人は全体の35%となった。
- ◆ 広告に対する意見について、「広告は、おもしろければいい」と回答した人は全体の約61%、「広告は、商品やサービスの内容を伝えればよい」と回答した人は全体の約39%となった。
- ◆ 広告に対する意見について、「広告関係の職業には、将来携わってみたい」と回答した人は全体の約39%、「広告関係の職業には、あまり興味がない」と回答した人は全体の約61%となった。
- ◆ 広告に対する意見について、「現代の広告業(広告代理店など)は、最先端の情報産業だと思う」と回答した人は全体の約52%、「現代の広告業(広告代理店など)は、最先端の情報産業とはいえない」と回答した人は全体の約48%となった。

問39

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

<全体:N=1000>



サンプル数	最近の広告は…			広告が伝える情報は…			広告は…			広告関係の職業には…			現代の広告業は…				
	とても興味をひかれるものが多い	くだらない広告が多い	無回答	役に立つ	信用できない	無回答	おもしろければいい	商品やサービスの内容を伝えればよい	無回答	将来携わってみたい	あまり興味がない	無回答	最先端の情報産業だと思う	最先端の情報産業ではない	無回答		
全体	1000	55.0	45.0	-	65.0	35.0	-	60.5	39.5	-	39.2	60.8	-	52.1	47.9	-	
性別	男性	500	▼ 50.0	○ 50.0	-	63.8	36.2	-	61.2	38.8	-	34.6	65.4	-	51.8	48.2	-
	女性	500	○ 60.0	▼ 40.0	-	66.2	33.8	-	59.8	40.2	-	43.8	56.2	-	52.4	47.6	-
学年	1年生	250	53.2	46.8	-	64.0	36.0	-	▼ 54.8	○ 45.2	-	37.2	62.8	-	50.4	49.6	-
	2年生	250	52.4	47.6	-	62.8	37.2	-	56.8	43.2	-	36.4	63.6	-	54.4	45.6	-
	3年生	250	56.8	43.2	-	62.8	37.2	-	62.4	37.6	-	43.2	56.8	-	49.6	50.4	-
	4年生	250	57.6	42.4	-	○ 70.4	▼ 29.6	-	○ 68.0	▼ 32.0	-	40.0	60.0	-	54.0	46.0	-

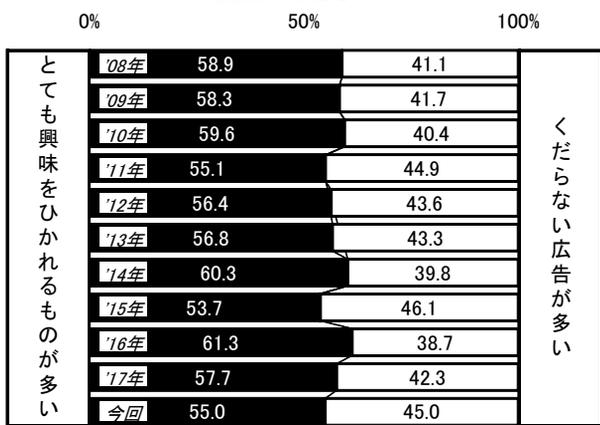
# 広告に対する意見(時系列比較～過去10回調査での動き)

◆ 「最近の広告は、くだらない広告が多い」と回答した人は45%と、2017年度の調査と比較して約3ポイント増加した。

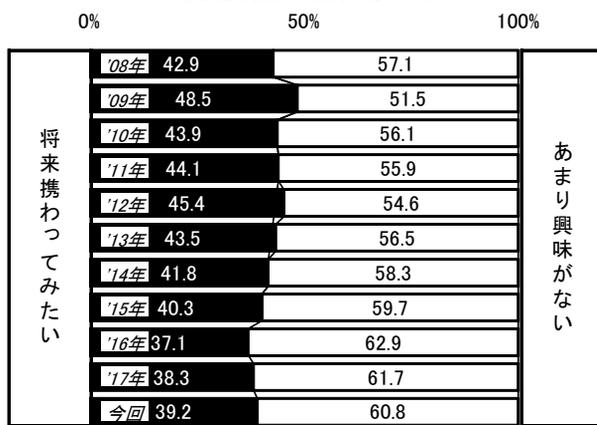
問39

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

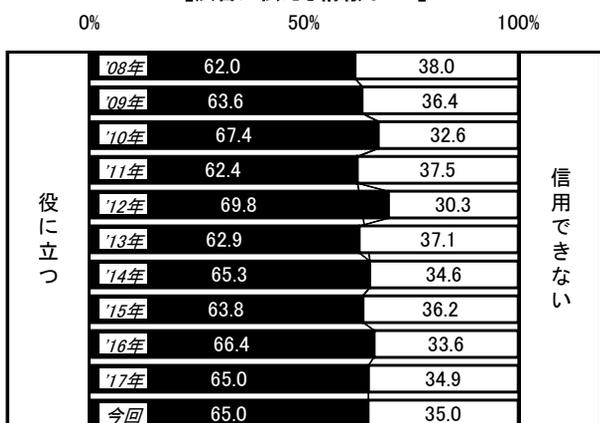
【最近の広告は・・・】



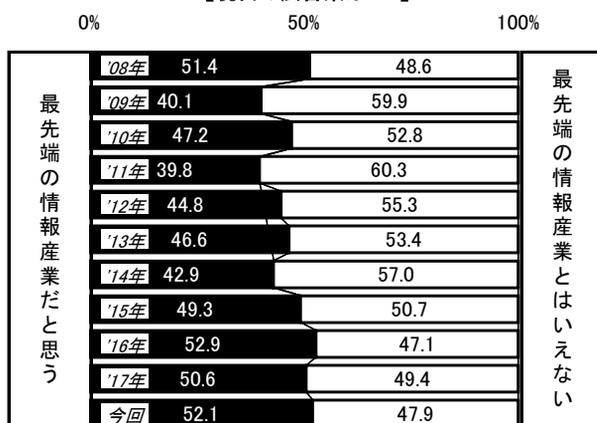
【広告関連の職業には・・・】



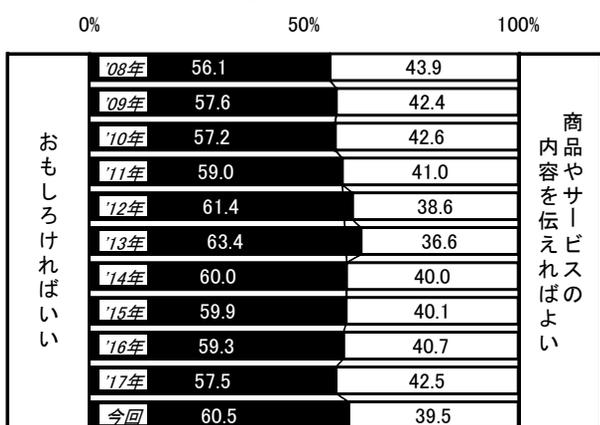
【広告が伝える情報は・・・】



【現代の広告業は・・・】



【広告は・・・】



'08年度調査	: (N=800)
'09年度調査	: (N=816)
'10年度調査	: (N=816)
'11年度調査	: (N=800)
'12年度調査	: (N=800)
'13年度調査	: (N=800)
'14年度調査	: (N=800)
'15年度調査	: (N=816)
'16年度調査	: (N=816)
'17年度調査	: (N=1008)
今回('18年度調査)	: (N=1000)

# 活動報告

## ～21人で歩んだ229日間の奇跡～

### 4月

4月16日、東京広告協会での初めてのキックオフミーティングが開かれた。5大学合同で集められた学生達は、あたりを見渡し緊張する人、期待で目を輝かせる人など様々。ただ「辛い、厳しい」と先輩から噂に聞いていた私達は、FUTUREに対し若干の不安を感じていた。そこから活動をスタートした私たちは、互いに自己紹介をし、少しずつ打ち解けながら、調査したいテーマを話し合うために議論を交わしていった。初めは、自分の大学以外との壁が結構あったね(笑)

### 5月

大学別でテーマを議論していた私達は、それぞれ全く異なる案を持ってきた。毎週開かれていた定例会では、互いに認めることができず議論が進まないことが多々あったが、皆が次第に歩み寄る姿勢を意識してから、バラバラだった私達は同じ方向性を目指し議論をすることができるようになっていった。この時から大学混合のチームで活動することも増え次第に21人全員が一つのチームであるという自覚も生まれていった。

### 6月

21人全員が1つのチームで議論を進め、今年の調査テーマは「人間関係の広げ方と深め方」に決まった。テーマが決まり、仮説をもとに調査票を作り始めたが、最初は何も分からず悪戦苦闘。大学生の意識を探るため、どのような表現で質問するか、質問の流れや表現が適切なのか、アドバイザーの方からのご指導のもと私たちは試行錯誤を重ねていった。

### 7月

そしてやっと調査票が完成した。(株)H.M.マーケティングリサーチの方からインストラクションを受け、調査の仕方を学び、調査票回収に望んだ。2週間で、各大学最低でも200部集めなくてはならない。その間、定例会は開かれないので大学ごとにお互いの状況を報告しあっていた。そして約1,000部以上の調査票を回収することができた。しかし、回収はできてはいるが、無効票になってしまうものもあり、調査を取る難しさを実感した。その後行われた中打ち上げでは、FUTURE2018メンバー全員がそれぞれの思いを伝え、より一致団結して前期を締めくくった。

### 8月

短い夏が終わり、いよいよ後半戦が始まった。夏の間集計して頂いたデータをファインディングスし、自由回答(OA)にアフターコードを付けていった。慣れない作業に悪戦苦闘したが、1つ1つの回答と向き合い、大学生の生の声を取りこぼさないように努めた。(この時点では、これらの作業がどう役に立つのか理解しきれず、後になって有り難みがわかった。)

### 9月3日ロジックチャート研修

噂には聞いていたが初めてこの日に「ロジックチャート」というものを学び、合宿のチームで作業を進めていった。頭の中ではロジックチャートのルールは理解していたが、今まで深くまで考えたことのない論理的な思考法にみな頭を悩ませながらも、なんとかロジックチャートを完成させた。内容はとてもいい出来とはいえなかったが、合宿に向けて確かな手ごたえを感じていた。

### 9月14～15日

二泊三日の軽井沢合宿。朝から晩までロジックチャートに向き合ったチームメイトは、まさしく「運命共同体」であった。アドバイザーの方々からのコメントを受けて何度も練り直し、時にはゼロベースに戻して考え直した。タイムスケジュールから論理的思考、プレゼンのポイントに至るまで、インプットとアウトプットを繰り返した合宿となった。この合宿のおかげでFUTURE18の絆が深まり、「FUTURE2017を超える」という目標に向かって走り出した。

### 合宿後～11月

合宿が終わってからは、それぞれのチームで考えたロジックチャートを一本化していく作業に移った。合宿での反省を生かし、議論の進め方や役割分担を見直していく時期でもあった。毎週の課題は重かったが、そのおかげで集まりに参加出来なかった人の意見も反映できる体制を作れたように思う。言葉の定義が曖昧なままで議論が煮詰まる日もあったが、相手を否定せず良いところを取り入れていく姿勢を持ち、みんなが納得出来るロジックチャート作りを進めていった。

### 完成を目前にして

FUTURE2018が始まってから、229日。振り返ってみると、メンバー全員が最高のものを作るために、今でも意見が割れて、ぶつかり合うこともあるが、互いに尊重し合い限られた時間で懸命に取り組んでいる。完成を目前にした今、毎週月曜日の定例会に加え、学生ミーティングの時間が日に日に重要となってきている。そんな残りわずかとなった時間を1分1秒無駄にせず、メンバー全員が完全燃焼できる最後を迎えたい。

OSLS



# プロジェクトを終えて

## ～参加メンバーよりひとこと～



砂金 里佳 (いさごりか) 駒澤大学

「FUTURE」を知ったのは2年前のゼミ説明会の時です。当時のゼミのFUTUREに対する熱い思いを聞き、私もこのゼミに入ってFUTUREに参加したい！と思った事を今でも覚えています。ゼミに入ってからFUTUREという存在を忘れるほど忙しい毎日を過ごしていました。3年生になって今年プロジェクトについて改めて聞いた時、UTURと広告論文の掛け持ちを出来るか正直不安でした。先輩からも「忙しい大変」と聞いていたので、自分にこんな膨大なマルチタスクが出来るのかと、決断するのに何日も悩みました。キックオフミーティングの時、話を聞きやりたい気持ちが一気に高まりました。大変さなんて二の次だと思いました。中野先生から「りかちゃん、FUTURE向いていると思うよ！ やりなよ～」と後押しもあり、参加することを決意しました。初の定例会の時に各自の目標を発表したことを覚えています。私の目標は論理的思考力を鍛えることでした。直観と感覚だけで生きてきた私にとって、論理的に物事を考えることは非常に苦痛でまさにアナザーワールドでした。毎週月曜日の定例会は、私にとって知識の宝庫でした。アドバイザーの方々の言葉もメンバー、一人ひとりの言葉も全てが貴重で有意義な時間でした。二泊三日の合宿では、一つの部屋に12時間以上も籠って同じメンバーと考え議論する。このような経験は、これより先にも後にもないと思います。議論の中で自分が活躍できるか非常に不安でしたが、自分の役割を見つけ、自分らしくこの二日間の合宿を全うすることができました。学生のうちに、このような経験が出来たことを心から感謝しております。このような機会を与えてくださった、高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様や、アドバイザーの石寺さん、古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん。私たちにとって心強く、非常に大きな存在でした。そしてFUTUREに参加することを後押しして下さった中野先生、親身になって私たちに常に寄り添ってくださったOB・OGの方々、ありがとうございました。直感と感覚だけで行動してきた私が、論理的に物事を捉えられるようになりました。この8か月間で大きく成長することが出来ました。2018年は私にとってかけがえない、そして忘れることの出来ない素晴らしい一年になりました。一つの大きな目標に向かって20人の仲間と共に熱く多くの時間を過ごしたこと、一生の思い出です。



阪本 みさと (おかもと みさと) 上智大学

「とりあえず雰囲気だけ見てみよう。」私は、そんな軽い気持ちでキックオフミーティングに参加しました。当時は、まだ皆とも仲良くなれていなくて、辛くなったらいつでも辞めるつもりで何となく通っていました。実査では、「何でこんな大変な思いをしないといけないんだ」と、弱音を吐きながら、必死に配っていたことを思い出します。それでも、皆と協力して1000票回収し終えた時には、今までにない達成感を味わいました。FUTUREを始めてから4か月が過ぎて後期に入る頃、私はサークル活動との両立に悩み、合宿を終えたら辞めようと思っていました。同期や先輩に相談し、「一緒にプレス発表の日を迎えたい」と言ってもらってもなお、迷いは消えませんでした。そんな中で挑んだ二泊三日の合宿。行く前は不安でいっぱいでしたが、終わってみるとあっという間で、みんなとロジックチャートに向き合う時間を楽しんでいる私がいきました。合宿を機に、「自分なりに貢献したい」と思える様になったのです。10月に入ってから定例会や集まりに参加出来ない時も、嫌な顔一つせずメンバーとして受け入れてくれて、とても嬉しかったです。話し合いでは意見がぶつかり合って進まない時もあったけれど、皆で良い報告書を作りたいという一つの目標を持って過ごした時間は、とても充実したものでした。皆がいなければ、私はこの文章を書けていなかったと思います。色々な場面で支えてもらって、皆には感謝の気持ちでいっぱいです。個性豊かで、笑いの絶えないFUTURE2018が大好きです！そして、このような貴重な機会を与えて下さった、高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、H.M.マーケティングリサーチの皆様、たくさん相談に乗ってくださったOB・OGの方々、アドバイザーの石寺さん、古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん、心から感謝いたします。FUTURE2018のメンバーとして過ごしてきた8か月間は、一生忘れられない宝物となりました。ここで得た知識や考え方、そして最高の仲間を大切にしていきたいと思います。本当にありがとうございました。



小澤 怜実 (おざわ さとみ) 駒澤大学

4月から始まったFUTUREの活動がもう少しで終わってしまうことに驚きを隠せません。この8ヶ月間はとても長いようであっという間の時間でした。私は「とりあえず行ってみよう」という軽い気持ちで初回のミーティングに参加したのですが、アドバイザーの方々やOB・OGの方々の話を聞いているうちにFUTUREの魅力に惹き込まれ、帰る頃には「参加しなかったら後悔する」とまで思っていました。

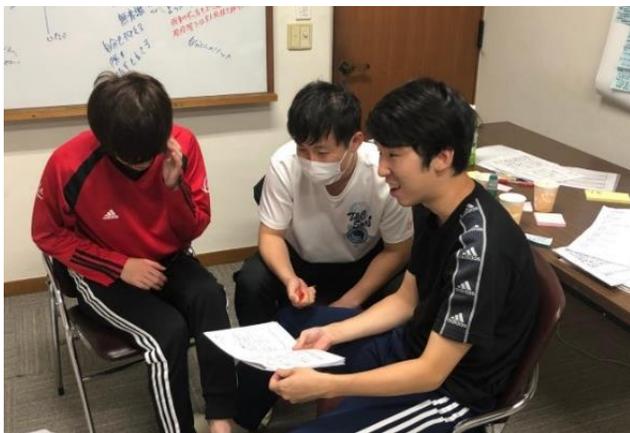
改めてこの8ヶ月を振り返ってみると、FUTUREの活動は本当に充実していて、あの時の判断は間違っていないかと思うことが出来ます。FUTUREを通して、テーマの決め方やロジックチャートの作り方、話し合いの仕方やタイムマネジメントの大切さなど、他では教えてもらえないことを沢山学ばせて頂きました。貴重な経験をさせて頂いたことに、感謝の気持ちでいっぱいです。また、一緒に頑張ってきた20人のみんなありがとう。個性豊かなみんなと最後のプレス発表までたどり着いたことがとても嬉しいです。最初の約2ヶ月は全く接点がなく、本当に仲良くなれるのかと思っていましたが、様々な話し合いをしていく中でだんだんと呼び捨てに出来る人が増えていき、合宿が終わる頃には、バラバラだった私たちが完全に1つになった感覚がありました。今では毎週会うことが当たり前になっているので、FUTUREが終わったら絶対に寂しくなると思います(笑) 素敵な友達が沢山できた点においても、この活動に参加して良かったです。FUTUREの活動の中で1番大変だと感じたことは、自分の意見を相手に伝えること、相手の意見を理解することです。夏の合宿中、丸2日ひたすらロジックチャートを考えていた時、言葉のニュアンスが1つ違うだけで全く違う意見のようにになってしまうことが何度もありました。最終的に見ている方向は同じなのに、違う意見のように聞こえてしまうから不思議です。その度にどうしてそう思ったのか、お互いの意見のどこが違う、どこが同じなのかをじっくり考えました。あんなにも1つのことに真剣に向き合うことは初めてで、疲れる反面、とても充実感がありました。同じチームだった4人は1人1人の考え方が見事に違っていたので、1日目はうまく進まずにもどかしい思いをしました。最終的にはお互いを尊重しながらロジックチャートを組むことができ、楽しかったです。同じチームだったえりな、まさひろ、けいた、しょうたろう、ありがとう。あの2日で4人から学ぶことが多く成長することができました。頭の中の整理が速くなり、以前よりも論理的に物事を捉えることができるようになりました。FUTUREの活動を通して、大変多くのことを学ばせて頂きました。その全てが私の財産になっています。FUTURE2018の一員として活動することができて本当に良かったです。最後になりましたが、貴重な機会を与えてくださった東京広告協会の皆様、調査に協力していただいたH.M.マーケティングリサーチの皆様、いつも陰ながら支えてくださったOB・OGの皆様、お忙しい中私たちと真剣に向き合い、時には厳しい言葉をかけながらも導いてくださったアドバイザーの石寺さん、古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん。皆様には、感謝してもしきれません。本当にありがとうございました。

最初の定例会のときに、人前で話すことが苦手と言いましたが、今ではそんな苦手意識が嘘のようになくなりました。ここまで自分が成長を実感できるようになったのもFUTURE2018の20人のメンバーが支えてくれて、一緒に頑張ってきたおかげです。また、このようなとても貴重な経験の場を与えてくださった高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、学生が作った紙媒体のアンケート1000枚以上の調査に協力していただいたH.M.マーケティングリサーチの皆様、毎週の定例会や様々な作業、合宿を陰ながら支えてくださったOB・OGの皆様、忙しい中にも関わらず、月曜日だけでなく土日祝日も私たちに的確なアドバイスをしてくださった石寺さん、古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん、これだけの多くの人の支えがあったからこそ自分の成長を感じることができています。本当にありがとうございました。今後もFUTUREで多くの学生が活躍し、自身の成長を実感できるプロジェクトになれるよう願っております。



香取 真佳 (かとり まなか) 専修大学

FUTURE2018に参加すると決めてから早半年が経ちました。今こうして振り返ってみると、長いようで本当に短い時間だったと感じています。最後までやり切れるか不安を抱えながら参加を決めた5月。大学ごとの壁を感じながら調査意義に悩んだ6月。何とか1000票のアンケートを集めきった7月。初めてロジックチャートに触れた8月。実際に自分たちで分析を繰り返した9月。報告書作りに励んだ10月。着々とプレス発表への準備が進んでいる今日この頃。あと少してこのプロジェクトが終わろうとしていると思うと、自分たちの調査成果を早く世の中に発信したい反面、まだまだ皆と話し合ったり意見交換したりしたいような複雑な気持ちになります。さて、私はこのプロジェクトを通して意識したことが2点あります。主に議論を深める上で気を付けていたことです。1点目は全体を見て考えること。分析合宿以降、一人一人のテーマについての考えが深まったことにより、意見の食い違いが生じるようになりました。調査票作成の段階では意見が出ない事が問題だったので成長を感じた反面、全体がまとまらない瞬間が多々ありました。そんな時自分には何が出来るのか、正直悩みました。最終的に辿り着いたのは、全体をよく見て考えること。私には皆が納得できるような一言を考えることが出来ないの、皆が何を思い、どんな考えでその結論に至ったのか理解することに努めました。2点目は他人と違う観点から考えること。議論が行き詰った時にこの点を特に意識しました。止まってしまった議論が皆が黙ってしまうと、思考まで止まってしまう気がして、とにかく思いついた言葉を並べました。その言葉が解決の糸口になるように、何となくではありますが違った視点から考えられないか試行しつつ発言するようになりました。このプロジェクトに参加して、自分の集団における立ち位置や自分自身について深く考えさせられました。テーマも要因の一つではありますが、このプロジェクトに何か貢献したいと思えたから考えることが出来たのだと思っています。ここまで深く考えられたのも、この21人のメンバーだったからこそだと強く感じています。始めは大学ごとに意見や考え方の偏りが多く、意見交換がうまくいかないこともありました。今では誰がどこの大学かなど意識せずに1対1で意見を言い合うことが出来るようになりました。自分自身の考えも広がり深まったことで、成長に繋がったと感じています。このような貴重な機会を設けてくださった、高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、東京サベイレサーチの方々、OB・OGならびにアドバイザーの石寺さん、古賀さん、野中さん、井上さん、小池さん本当にありがとうございました。



加藤 大地 (かとう だいち) 千葉商科大学

去年の先輩からFUTUREの話を知り、面白そうだしやってみようという軽い気持ちで始めたことがきっかけでした。最初は他の4大学が名前の知っている大学で、学力も全然違ったため、他の大学のみんなは自分に何を望んでいるのだろうか、突拍子もないアイデアではないのか、とずっと迷走してしまっていました。さらに、わかってはいたが家も遠く、定例会後に軽く話し合うだけで終電になってしまい、「なんでこんな辛いことをしているのだろうか」と思い何回もやめようと思っていました。そんな不安を持ちながらも、プロジェクトの日数は進み、大学ごとの作業も終わり、いよいよ5大学合同での作業へと変わっていききました。自分の不安通り、他大学のみんなは自分よりも考える内容、スピード、まとめ方、どれをとってもレベルが高く全くとっていきませんでした。自分の意見も全然言えずに大学ごとの作業も終わってしまいました。本当に、「このままだと意味がないからやめよう。」そう思っていた時に合宿が始まりました。合宿で変わる人はいるということを聞いて、ここで何か変わらなければならぬという気持ちで臨みました。そして取り組んだロジックチャート。口に出さなければ始まらないという思いで、一生懸命に取り組んだ。その結果、今までは比べ物にならないくらい積極的に発言するようになり、定例会やそれ以外の集まりにも、積極的に参加するようになりました。そして今は様々な役割を任せてもらえるようにまで成長しました。



河津 勇佑 (かわづ ゆうすけ) 青山学院大学

自分はこれまでは友達と一緒に授業を受けて、遊んで、バイトすることをただ繰り返す大学生活を過ごしていました。3年目を迎える大学生活の中で何か1つのことに対して本気で取り組みたいと思い、忙しいと言われているゼミに入って、このFUTUREという大きなプロジェクトに参加させて頂きました。4月16日、東京広告社で初めてのキックオフミーティングから早くも約7ヶ月が経ち、この「プロジェクトを終えて」という感想を書くにあたり、活動が終わりに近づいていることを実感しています。この約8ヶ月のプロジェクトを通して、参加する前の自分と今の自分を比べると、少し成長できたと思います。自分は元々人前で話すことや、グループディスカッションで意見を言うことが苦手でした。しかし、このプロジェクトに参加している限り、人前で話すことは避けられません。FUTUREの定例会や、学生ミーティング、合宿など人前で発言する機会が多くあったので、以前よりも積極的に意見を言うようになったと思います。また、相手と意見が食い違ったとき、ただ相手の意見を否定するのではなく、相手とどこが同じでどこが違っているかということを考え、相手に伝えることの大切さを、特に合宿で学びました。他にも、このFUTURE2018に参加して学んだことがたくさんあります。この8か月間で学んだことを今後活かしていきたいです。

最後になりましたが、このような貴重な機会を与えてくださった高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、調査にご協力いただきましたH.M.マーケティングリサーチの皆様、調査にご回答いただきました大学生の皆様、そして毎週の定例会に参加し、親身になってアドバイスをしてくださった恵大さんをはじめとするOB・OGの皆様、アドバイザーの石寺さん、古賀さん、小池さん、井上さん、野中さんに心から感謝しています。そして、約8ヶ月間一緒に頑張ったFUTURE2018メンバーのみんな本当にありがとう。FUTUREが今年で20周年を迎えたということで、そんな節目の年に関わることができ大変光栄に思います。今後も大学生という視点を活かした素晴らしい調査が行われることを期待しております。



小林 健太 (こばやし けんた) 千葉商科大学

いつの間にかFUTURE2018も終盤に差し掛かっています。本当にあっという間で、辛くも楽しい8ヶ月間でした。私は、大学生活の中で、何か1つでもいいから胸を張ってやり遂げたいと言えるような活動をしたいと思っていました。そんな中で、FUTURE2016「シン・コスパ」を大学の記事で見かけ、「こんなにすごい活動をしている団体があるならやらない訳にはいかない」という思いで今のゼミに所属し、FUTUREにも参加しました。

実際にFUTUREが始まると、かなりの人見知りであり、人前で話すことが苦手な私は「FUTUREを最後までやり通せるか、まあ他の活動も忙しいから辞めることになってしまわないか」という言い訳で、いつでも辞退できるように準備をしていました。しかし、そう思っていたのも初めの頃だけでした。進捗報告や発言しにくい場面では、私のキャラを察し、率先して手を差し伸べてくれるメンバーがいたからです。このような恵まれた環境の中で、徐々に積極的な議論ができるようになり、関係が深まってきていることを実感しています。一方で、もっと早くから自分の意思を伝えることができているならば、今より深い関係を築くことができているかもしれない、と思うと少し後悔も感じます。ただ、FUTURE2018の活動を終えたら、関係も終わってしまうような浅いつながりではないとも思っています。これから改めて、このメンバーでより深い関係を築いていきたいなと私は思います。この活動を通じて得られたことはたくさんありますが、やはり、個性が強すぎるFUTURE2018のメンバーと出会えたことが何よりもの財産です。そして、そんなメンバーだからこそ、アドバイザーの方々をはじめ、OB・OGの方々を悩ませることが多々あり過ぎたと感じています。こんな私たちを最後まで支えていただき、本当にありがとうございました。

最後になりましたが、このような活動の機会を与えて下さり支援していただいた、高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、H.M.マーケティングリサーチの皆様、松本先生、OB・OGの方々、アドバイザーの石寺さん、古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん、心から感謝申し上げます。本当にありがとうございました。



佐藤 歩 (さとう あゆむ) 駒澤大学

今回このプロジェクトを通じて自分が最も成長できたと思える点は「建設的な議論ができるようになった」ということだと思います。今となっては大学が違うという壁など感じなくなりましたが、FUTUREというプロジェクトが始まった当初はそれがもっと顕著に出ていた気がします。テーマ設定の段階ではあまり仲良くなることができなかつたために、調査の意義や何を指すべきなのかということが統一できず、周囲にも、またその状況を打開できない自分にも不満が募っていました。当時の私は自分と異なる意見を受け入れることができず、価値観の異なる他大学の意見を認めることができなかつたように感じます。夏休みが過ぎ、時間が経つにつれて徐々にみんなと仲良くなり、考えた自分の意見をスムーズに言うことができるようになりました。また、相手の意見を受け入れることができるようになったことで、建設的な議論ができるようになり、自分の成長に繋がったと思います。ゼミで論文を執筆していたために、普段の集まりに参加できなかったことも多く、入院していて合宿にも参加することができませんでした。そんな中でも情報を共有し、説明してくれた仲間がいたからこそ、乗り越えることができたと思います。プレス発表まであと少しですが、メイン主張のパディとして、代表である隅くんを最後まで支えたいと思います。

最後になりましたが、このような貴重な機会を設けてくださった高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、調査にご協力いただいたH.M.マーケティングリサーチの皆様、今回のプロジェクトに参加する機会を与えてくださった中野先生、毎週定例会に足を運んでくださったOB・OGの皆様、お忙しい中、熱心にご指導くださったアドバイザーの石寺さん、古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん。調査に協力してくださったすべての皆様に感謝申し上げます。皆様の協力があったからこそ、最後まで「FUTURE2018」をやり遂げることができたと思います。ありがとうございました。



鈴木 真弘 (すずき まさひろ) 青山学院大学

8ヶ月という長い期間が立ち、もうすぐこのプロジェクトも終わろうとしています。始まるときは、8ヶ月なんて長いと思っていましたが、こんなにもあっという間で、密度の濃いものになるとは予想もしていませんでした。私がこのプロジェクトに参加したきっかけは、去年の先輩方のお話を聞き、人間として大きく成長できるだろうという単純な理由です。しかし、現在の自分は、もちろん人間として大きな成長を感じますが、なによりこのメンバーでこのようなプロジェクトを達成できたことに大きな喜びを感じています。青山学院大学の代表者になり、必然的に他大の学生と関わることになった4月。ほかの代表者のメンバーが強烈すぎて、最初は仲良くなれるか不安でした(笑)ですが、酒癖を除けば、他の代表者は本当にいい奴らで、この人たちがいたから自分はFUTUREをここまで本気でできたし、いろんなことを言い合えたと思います。代表者だけではなく、他のみんなもめっちゃめっちゃ個性的で、いい奴らばかりで、いじられキャラの僕は皆にいじられて幸せでした(笑)一人一人の思い出を語りたところですが、字数に限りがあるので、割愛いたします。楽しかった一方で、大変な部分もたくさんありました。特に大変だったのは、二泊三日のロジックチャート合宿です。意見をまとめようとしても、全くまとまらず、方向性が揃えることができませんでした。しかし、あの時方向性をそろえることができなかったからこそ、私はさらに意見をまとめることを意識することができました。これ以外にもFUTUREを通じて、貴重な経験をすることができ、人間として大きく成長することができました。

最後になりましたが、このような貴重な機会を与えてくださった高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、調査にご協力いただきましたH.M.マーケティングリサーチの皆様、調査にご回答いただきました約1000人の大学生の皆様、そして様々な相談に乗って頂いたOB・OGの皆様、そして意見で私達の視点を一変させてくれた石寺さん、学生の意見を汲み取りながら、社会人としての厳しさも教えてくれた古賀さん、井上さん、学生に親身に寄り添い、いつも助け舟を出してくれた小池さん、自分の経験をもとに、他のアドバイザーの方々とは違う視点で話してくれた野中さん。多くの方のおかげで、今の自分がいます。関わってくださった全ての方々に心より感謝申し上げます。なにより8ヶ月間ずっと一緒にあった皆に一番の感謝を伝えたいと思います。本当にありがとう。これからはFUTUREで得たかけがえのない経験を存分に発揮して、立派な社会人として社会に貢献していきたいと思っています。メンバーのみんな、また大人になって会いましょう。



## タナディ・ジュリアナ 駒澤大学

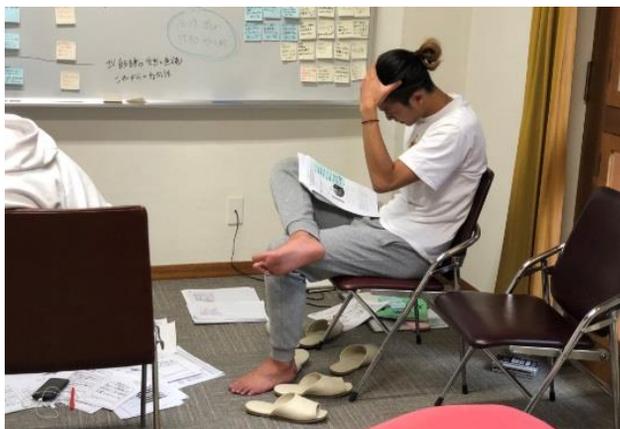
4月から始まったFUTURE2018がそろそろ幕を降ろす時期を迎えようとしています。約8ヶ月間この活動に参加して、振り返ってみると、色々なことがありました。もともと調査に興味があり、FUTURE2018に参加しましたが、これまで他大とのグループプロジェクトに参加したことがなかった私は、最初の頃はとても不安でした。その上、たった一人の留学生である私が周りの日本人学生と上手く溶けこめるのかも不安でした。最初はみんなの間には大学という壁があったけれど、次第にその壁が消えてなくなり、FUTUREの仲間としてこの活動を進めることができました。FUTUREに参加して、仲間が増えただけでなく、貴重な体験ができたと感じています。博報堂と電通という大手広告代理店のアドバイザーの方に直接指導をいただく活動は、このFUTUREの他にはありません。FUTUREに参加し、学んだことが数え切れないほどたくさんありますが、自分の中で一番学んだことは調査の仕方だと思います。仮説のたて方をはじめ、調査票の作成、そしてロジックチャートを通して、調査から得られた結果の分析の仕方などを勉強させていただきました。毎週月曜日に博報堂の本社にて定例会に出席し、それ以外の時間でもFUTUREの活動に取り組み、日々忙しいけれど、FUTUREの仲間と一緒に取り組んでいるからこそ、どれだけ辛くても、忙しくてもFUTURE2018に楽しく活動できたと私は感じています。FUTURE2018で得られた貴重な経験を一生の宝物となり、一生忘れません。あと残り1ヶ月しかありませんが、悔いのないFUTURE生活を頑張っていきたいと思っています。



千葉 優大 (ちば ゆうだい) 専修大学

今年は「人間関係とキャラクター」をテーマにしましたが、それは私自身、そのものを表現したものだったのではないでしょう。4月のキックオフミーティングで出会ったのは大学ごとの壁があり、お互いがお互いに気を遣う状況でした。しかし、多くの議論を重ねることで本当の意味でお互いを理解し、時にぶつかりながらも関係性を深めていくことができたのは、なによりも変えられない財産だったと思っています。私自身もメンバー同士で議論を重ねることで、仲を深めつつ、今まで見てこなかった解釈を導き出したことには大きな喜びを感じました。また、メンバーから貰った多くの言葉は、励みにもなりましたし、自分を鼓舞する原動力にもなりました。毎週月曜日の定例会、軽井沢での合宿、大学で集まり議論を重ねた日々。今ではすべてが愛おしく、有意義な時間であったと感じます。アドバイザーさんからいただいた言葉のひとつひとつも、大変勉強になり、知識として身に着けることができました。FUTUREの調査は大学生の男女1000人を対象にアンケートを行い、私たちはそれを分析するというものですが、今年は私たち21人自身がFUTUREを通して得た経験を体現した結果になったのではないのでしょうか。FUTUREという集団の中に、ひとりひとりの個性があり、多彩なキャラクターがある。いじられるキャラがいて、突っ込むキャラもいて、仕切るキャラもいる。そんな多彩なキャラクターを持つ21人のメンバーが、「キャラクター」を徹底的に分析したので、この報告書はどんな優秀な論文よりもリアリティーがあり、唯一無二の素晴らしい出来になったと信じています。

最後になりましたが、このような貴重な機会を設けて下さった、高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、アンケートの収集・分析をくださったH.M.マーケティングリサーチの皆様、OB・OGの先輩方、アドバイザーの石寺さん、古賀さん、井上さん、小池さん、野中さんに心から感謝いたします。そして、なによりもFUTURE2018のメンバーのみんな。たくさん支えていただき、助かりました。皆と過ごした濃厚な時間はかけがえのないものであり、辛いことも楽しいことも一緒に共有できたことが大きな喜びです。今ならすべてが納得できます。FUTUREを通して皆と出会えてよかった！本当にありがとう。この21人で作り上げた結果報告書が、後世のFUTUREの大学生にも受け継がれることを願います。平成最後の秋に寄せて。



戸城 智也 (としろ ともや) 専修大学

とてもポップな感じのプロジェクトというのが自分が初めて“FUTURE”という名前を聞いた時のイメージでした。思い返せば懐かしく、持ち合わせていたイメージとは裏腹に右も左も分からない状態から始まり、意識調査プロジェクト? 1000人規模を紙媒体でアンケート? 回答を分析? 考察して記者会見? 等といった多くの疑問を持ちながらもどこかワクワクしている自分がいたのを、今でも鮮明に覚えています。最終的な感想から申しますと、とても刺激的な8ヶ月間であったという事です。個性溢れる素晴らしいメンバーと、自分達にはもったいないくらい贅沢なアドバイザーの方々や優秀すぎるOB・OGの方々、いつもそと優しい眼差しで見守ってくれている広告協会の方、ゴールを目前にして愛おしくてしかたがありません。スタートした当初を思い返すと今と比べてダメダメだったかと思えます。まもとにミーティングすらも出来ずに、だらだらと時間を浪費してしまうことは日常茶飯事であり、自分達らしさも活かせておらず、ただただ凄く真面目な代であるという印象を持っていました。しかしそこで何も出来ない自分達ではなく、間違ったことや分からないことへ対してのレスポンスの速さや学習能力などは高いと感じていました。その甲斐もあってか、当初と比べ、チームとしてタイムマネジメントやタスクの分担をはじめとする総合的なチームワークスキルや、各個人の個性的な面や特徴が、より表れては伸びて、伸びては色濃くなっていくという様な感じでかなりの成長していると最近つくづく感じています。2泊3日のロジックチャート合宿ではメンバー同士の距離がぐっと縮まるだけでなく、みんなの個性や特徴をより知ることができた事でそこからのFUTUREへ向けての加速ができたのではないかと思います。8ヶ月間FUTURE2018のメンバーとして活動をしてきて、自分に今まで無かった「言葉にするというスキル」を身に付ける事が出来たと思います。考えたことや思いついた事、分析した事等を、言葉にして伝えたり自分の意見として共有する事の、難しさと面白さを学ぶ事ができたと思います。活動の中で調子の良い悪いはあると思いますが、悪い時にこそどの様な行動をしてその局面をどう打開していくか、もがいて絞りだしていくのが大切であるという様な、一見すると当たり前な事ですが、実際にその局面に立つと、そう簡単な事ではなく体現する事の難しさであったり苦しさを学ぶ事で、苦しい時にこそその人の本領が出るというのは少し大袈裟かもしれませんが、そんな時こそ沢山悩んで、沢山失敗して、沢山ぶつかり合って進んでいく事が、とても大切であると再認識するとともにどの様なことにも言えるのだと実感しました。まだ終わりを迎えたわけではありませんが、これからのクライマックスへ向けてより一層の勢いで臨んでいきたいと思っています。



中野 将太郎 (なかの しょうたろう) 専修大学

今年のテーマは“キャラクター”ということで、去年の“マナー”などに比べて社会がどう捉えるかなどのイメージがしづらかったです。それ故に、仮説を立てるのが難しく調査書を作るどころから苦戦をしました。何度も「キャラクターってなんなんだろう」と考え直すことが多く、自分の中でもまともな事を議論することに不毛な時間と思うこともありました。大学生は普段から「あいつはいじられキャラ」「あいつは真面目キャラだよ」などと自分たちが耳にしたり口にする言葉をこんなにも理解できてないのかと痛感することも多かったです。OB・OGの方達やアドバイザーの方達からは「今年のテーマは難しい」と最初の方から言われ続け、言われれば言われるほど驚かしたいという気持ちも増しました。今年のメンバーは皆“キャラ”が濃くてミーティングをする際には、意見の食い違いや言い合いになったりすることが多かったのですが、私はFUTURE2018の“キャラ”というテーマをこのメンバーでやれてよかったなと思っています。みんながみんな違うキャラクターだからこそ、お互いに尊重していて、自分の意見に自信を持ち真剣に話すことで、相手も本気で考えた意見を言ってくれるということ。そしてそれは悪い方向にはいかずにより良いものに近づいていきました。また“キャラ”について話している最中で個人の“キャラ”がでてきて、話し合いが進んだり進まなかったりでしたが、充実感や満足感を実感しました。「目標を目指す」というよりは、「目標を探す」というのが割とメインになっていたFUTURE2018でしたが、“キャラ”が濃いみんなのおかげで、飽きっぽい自分が続けたんだと思っています。FUTURE2018のメンバーのみんなから教えてもらったことは、諦めずに何かをやり遂げようとする事で、思いもよらない収穫を得ることでした。みんなとの「絆」がそれにあたります。最後になりましたがこのプロジェクトを進めていくにあたってご支援してくださいました高堀さんをはじめとする東京広告協会、H.M.マーケティングリサーチ、各大学のゼミナールの先生方、学生目線でアドバイスをしてくださったOB・OGの皆様、ご多忙の中アドバイザーとしてご指導してくださいました博報堂の石寺さん、古賀さん、井上さん、小池さん、電通の野中さん、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。



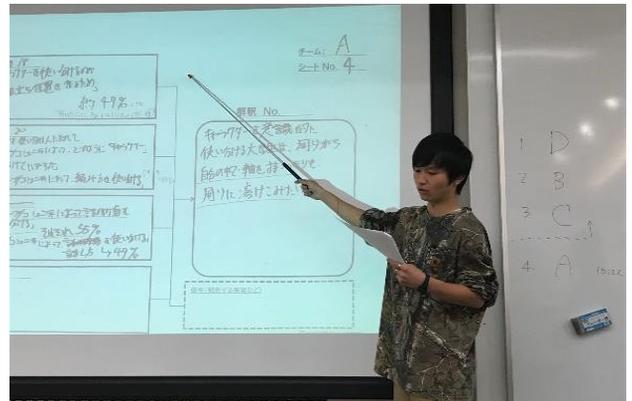
中村 恒陽 (なかむら こうよう) 駒澤大学

「とても充実しているけど、本当にツライよ。」これは、FUTUREを経験したOB・OGの方から言われたひとことです。企業の方が、アドバイザーとして付き、5大学が合同で行うプロジェクトという、夢のあるものだ当初は思っていました。先輩からのひとは私を悩ませました。期待と不安の入り交じる中、キックオフミーティングの日を迎えました。この日、「FUTUREに参加して、他大学の人と交流したい!そして成長したい!」と感じて参加を決めました。中野ゼミでは、3年生になると2つのプロジェクトに取り組むことがマストでした。そのため、FUTUREに参加しようとする3つを掛け持ちすることになり、全てに全力で取り組めるか不安でした。その旨を中野先生に相談すると、プロジェクトが選択式になり、FUTUREに全力投球できる環境を得られました。今思うと、中野先生に感謝の気持ちでいっぱいです。振り返ってみると、約8ヶ月のFUTURE生活は、長いようでとても短く感じました。え?どこにでもあるテンプレって思った?この文章を読んでくれた方に言いたいです。「FUTURE生活、本当にあつという間!!」間違いありません。ただ、この期間はとても濃くかけがえのないものとなりました。調査票が完成するまでの上期。正直毎週辛かったです。現実味のある無難な案を持ち寄る駒澤は、なんか浮いた印象。定例会前夜まで頭を抱え、ひたすら悩み、ストレスだった時期もありました。各大学の連絡者(智也、勇、真弘、将太郎)とは打ち解けてきた気がしているのに、大学間の壁はまだ厚かったです。そして、運命の軽井沢合宿。これが21人をつなぐきっかけとなったと思います。この3日間、私は発熱でチームの力に全然なれませんでした。大地、勇佑、真佳、優珠には本当に助けられました。代表に智也が決まった下期。正直、彼は自分に厳しくて周りに甘いので、全力でサポートしようと思えました。21人それぞれの個性が強いため、

まとめるのは困難だったと思いますが、毎日毎日みんなのことを考え抜き、ロジックチャートが一番愛していた智也が代表だったからこそ、ここまで走り抜けることができたのだと思います。そして、彼にプレゼンターを押してもらったおかげで、責任感のある役をやらせてもらうことができました。プレス発表まで、全力でやり切ろうと思います。ここまで書いていると、私のFUTUREへの想いが募り、書きたいことがたくさん出てきます。世間ではリア充という言葉がありますが、私は「FUTURE充」だったと胸を張って言うことができます。正直、最初はゼミのプロジェクトが中心で生活するだろうと思っていましたが、FUTUREへのモチベーションが急上昇し、集まりの日が被ったときはどちらを優先するか迷うほどでした。ここまでFUTUREというプロジェクトに打ち込めたのは、間違いなく20人がいたからです。毎週締め切りの課題があり、OB・OGの方々に言われたとおりのツライ日々でしたが、アドバイザーの方々に褒められた週は本当に嬉しく達成感を味わったことは今でも覚えています。少しでもみんなの力になれば良いなと過ごしてきた自分にとって、多少なりとも貢献できていたら幸いです。

最後になりましたが、このような機会を設けてくださり常にご支援いただいた高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、調査結果をデータとして見やすくくださったH.M.マーケティングリサーチの皆様、FUTUREに参加する機会を与えてくださった中野先生、毎週の定例会にわざわざ足を運び、私たちのサポートをしてくださったOB・OGの皆様、毎週お忙しい中、時間を割いて丁寧かつ真剣に指導してくださったアドバイザーの石寺さん、古賀さん、井上さん、小池さん、野中さんに感謝の気持ちでいっぱいです。多くの人に支えられているからこそ、FUTUREという素晴らしい経験ができたのだと改めて感じました。本当にありがとうございます。FUTURE2018に参加できたことは、私の中でかけがえのない宝物となりました。5大学21人で約8ヶ月間、過ごすことができ楽しかったです！！代表の智也、副代表の英里奈を中心に、みんな本当にありがとう！

最後になってしまいましたが、このような大変貴重な機会を与えて下さった高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、集計にご協力くださったH.M.マーケティングリサーチの皆様、FUTUREのことを気にかけてください、見守っていただきました芳賀先生、定例会にも参加して下さり相談のつてくださった恵大さんをはじめとするOB・OGの方々、そしてなにより、大変お忙しい中でも親身にご指導していただき、真摯に私たち21人と向き合ってくくださったアドバイザーの石寺さん、古賀さん、井上さん、小池さん、野中さんに、心から深く感謝申し上げます。



丸野 圭太 (まるの けいた) 上智大学

長いようで一瞬だった、8か月間が終わりを告げようとしています。私は、仲の良い先輩が昨年度のFUTUREプロジェクトに参加していて、その先輩にプロジェクトへの参加を勧められていました。そのため、ゼミナールを決定するときもFUTUREに参加できるゼミナールを選びました。そんな中、どのようなプロジェクトなのかと期待を胸に参加した。4月のキックオフMTGでしたが、初めてお逢いする諸先輩方や、アドバイザーの方々から、「かなり大変です。でもやりがいがあります」というお話を頂きました。参加することを心に決めていた私でしたが、実は決意が少し揺らいでいました。皆が口を揃えて大変というプロジェクトに、私がついていけるのかと考えたからです。しかし、大学時代に何か1つ真剣に自らの選んだ大学、学部でないとできないことをやってみたいと感じ、最終的に参加することを決めました。始めは、大学の違う学生たちとうまくやっていけるのか。そして、プレス発表に値するものを私達で作ることはできるのだろうか、と不安を感じていました。しかし実際はそんな不安を感じる暇もなく、日々、時間に追われていたという印象があります。そんな厳しさを感じる日々の中でも、やりきることができたのは、間違い無く優しい仲間がいたおかげだと感じています。私用で定例会や学生MTGに出られないことがあっても、いつでも笑顔で声をかけてくれ内容を丁寧に共有してくれました。そんな優しい仲間と共に、21人全員で今回の報告書を作り上げることができました。最後に、ご多忙の中、アドバイザーとしてご指導してくださりました、石寺さん、古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん、OB・OGの皆さん、そして苦しい時に、常に助けてくれた皆、本当にありがとうございました。今後も、このFUTUREという素晴らしいプロジェクトが多くの方が参加する活気あるプロジェクトとして続いていくことを願っています。



濱田 加奈子 (はまだ かなこ) 青山学院大学

緊張感と期待感が入り混じって臨んだ4月のキックオフミーティングから、早くも約8ヶ月が経ち、FUTURE2018はまもなくプレス発表を迎えようとしています。私は、半年以上も取り組むプロジェクトに参加する機会がこれまでに一度もなかったため、FUTUREがはじまるまでは全うできるのかと怖気付いていました。将来を目前にしてみると、その時の流れのはやさに驚きを隠せません。私がFUTUREに参加しようと決意したのは、とにかく挑戦しないと後悔すると思ったからです。その時に掲げた目標は、主に二つあります。まず一つ目に、小さなことでも相手に自分の意見を伝えることです。ゼミに入るまでの私は、話し合いの際にも聞き手にまわることが多く、これを行うことが苦手でした。このことを念頭において活動して行く中で、自分が何気なしに発言したことを、周りのみんなが汲み取ってくれた時に、大人数の中で自分の意見を採用してもらえることの嬉しさというものを身に染みて感じ、やりがいとともに参加している実感を得ることができました。二つ目に掲げた目標は、論理的に物事を考え、頭の中で考えを整理してから発言する癖をつけるということです。これに関しては、夏合宿でロジックチャートを徹底的に行なって、物事のつながりや順序を意識することができるようになりました。夏合宿では、うまくロジックを組み立てられず、自分に対し反省ばかりで落ち込むこともありましたが・・・(笑)それでも、FUTUREはメンバーありきの活動で、いつも彼らが支えてくれました。ゼミが選くまでである青学を気遣ってメンバーが渋谷まで毎回きてくれたり、参加できなかった時には連絡をくれて逐一共有してくれたり、一緒にがんばってきたみんなには本当に感謝ばかりです。また、21人で活動を進めて行く中で、掲げた目標とは違った達成感を得ることもできました。それは、かけがえのないFUTURE2018の仲間と出会い、様々な考えや価値観をすり合わせながら最終的に全員で同じ方向を向けたということです。今までで最も忙しく、悩みぬき、時にははづかり、歩み寄り、笑いあった非常に密度の濃い8ヶ月間でした。このような機会を手に入れたこと、そしてこのようなプロジェクトに参加できたことを誇りに思います。



宮内 優花 (みやうち ゆうか) 青山学院大学

FUTUREが始まって約8か月が経とうとしています。FUTUREに取り組み始めてから私の人生の中で一番過酷で、しかし充実していました。私はゼミで一番忙しい係に所属しています。従って、当初はFUTUREに参加する予定はありませんでした。しかしキックオフミーティングを終え、迷った末に、自分の限界にチャレンジしてみたいと参加を決意しました。

自分で決めたことですが、普段の授業、ゼミ、係活動、3つのアルバイト、そしてFUTURE。これらをこなしながらの生活は、寝る時間もままならないくらいとても過酷で、何度も辞めたいと思いました。しかしこの考えを変えたのは夏合宿です。二泊三日ロジックチャートを考え続けると聞き、正直最初は行きたくありませんでした。しかし実際は、調査結果を組み合わせで解釈や主張を考えるのが楽しく、寝るのがもったいないと思うほどでした。この日を境に、もっとも自分達の主張を良い物にしていきたいと力を入れて活動しました。ゼミが忙しく、ミーティングに参加できない事のもどかしさ、意見の衝突など大変なこともありましたが、今ではその一つ一つがFUTURE2018を作り上げたのだなと感じています。沢山の方々にご協力いただき、自分はここまで走り続けられました。FUTUREをやり抜いたことに誇りを持ってこれからも頑張りたいと思います。

最後になりますが、一学生達にこのような機会を与えてくださった高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、調査にご協力いただいたH.Mマーケティングリサーチの皆様、的確なアドバイスをくださったOB・OGの皆様、毎週熱心にご指導くださった、アドバイザーの石寺さん、古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん、心より感謝申し上げます。皆の意見を組み入れようと話を聞いてくれたり、細かな部分にまで気を遣いながら皆を引っ張ってくれた代表の隅くん、副代表のエリナの2人をはじめ、くだらない話で笑いあったり、励ましあったりや苦難を共に乗り越えたFUTURE2018メンバーの21人、本当にありがとう。



吉澤 勇 (よしざわ いさむ) 千葉商科大学

毎週月曜日の定例会。学生ミーティング。夜中の電話。夏の軽井沢合宿。こんなに充実していたFUTUREが、今終わろうとしている事に驚きを隠せません。とても寂しいと感じる自分を俯瞰してみると、気づかぬうちに、FUTUREが自分の生活の一部になっていたんだな、ということをしみじみと実感します。初めは本当に軽い気持ちで足を踏み入れました。他大学と交流したいとか、何か一生涯懸命取り組みたいとかもなく、ましてや論理的思考をつけようなんて全く考えていませんでした。強いて言えば就活に使えるかも、とその程度の理由でした。そんな気持ちで臨んだFUTUREは、課題に毎週追われ、みんなに圧倒される毎日でした。みんな自分の意見を持っていて、分かりやすく説明してくるし、会話の流れるスピードが早いし、それをすぐまとめるし、図にもしてくるし、議事録は見やすいし。これ以上挙げるとキリがありません。最初の頃は、そんななただに居ることしかできませんでした。でも、そんな日々を過ごしていると「自分も負けてられない。」という思いが強くなりました。今思い返してみても、FUTURE2018は本当に優秀な人たちばかりだと思います。みんな尊敬しています。だから、私はこの人たちに自信を持って勝てると言える所を作る。ということをして1つの目標にしていました。実は、それが私の一番のモチベーションになっていたような気がします。FUTUREでの作業は慣れない事ばかりで大変でしたが、様々な困難に立ち向かい、必死にくらいついてきました。そんな私が、最後までFUTUREを続けることが出来たのは、今のメンバー20人がいてくれたからだと思います。たくさん議論し、幾度となく本気でぶつかり合い、酒を飲み、カラオケでオールし、油そばを食い。始めの頃は、他大学の壁をなかなか壊せず気軽に話すことが難しかったけど、今では本当に仲良くなることができました。みんなが大好きです。終わっても定期的に遊ぼうね。一生ものの仲間が出来たことは自分にはとても大きいです。最高の仲間と、対等に語り合った8か月間。素晴らしい日々でした。クセの強い21人をまとめてくれた智也と英里奈は本当に凄いよ。感謝しています。ありがとう。改めて振り返ってみるとFUTUREでは、本当に多くの事を経験し、学び、得てきました。グループワークでの立ち振る舞いや調査票の作り方。ロジックチャートやPCの効率的な使い方など。その中でも学ぶことが多かったのは、アドバイザーの方々のお言葉だったと思います。いつも核心を突いたご意見ばかりで、多方面からの指摘が多くありました。恐らくアドバイザーの方々には脳みそが複数個あると思います。柔軟な思考を持ち、自分も同じくらい広い視野も持てるように頑張りたいと思います。

最後になりましたが、このような機会を与えてくださった高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、調査にご協力いただきました。H.Mマーケティングリサーチの皆様、このような貴重な機会を与えてくださった松本先生、とても親身になって私たちの声を拾い上げていただいたOB・OGの皆様、そして、我々の意見に対して、丁寧かつ確にご指導をくださったアドバイザーの石寺さん、古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん。本調査にご協力いただいた全ての皆様に心から感謝いたします。本当にありがとうございます。多くの方々を支えられてFUTURE2018は無事終わることができました。今後、ここでの経験を必ず活かし、日々精進してまいります。FUTUREは未熟な自分を1から叩き直すとても良い環境でした。皆様、本当にお世話になりました。



和久井 優珠 (わくい ゆず) 上智大学

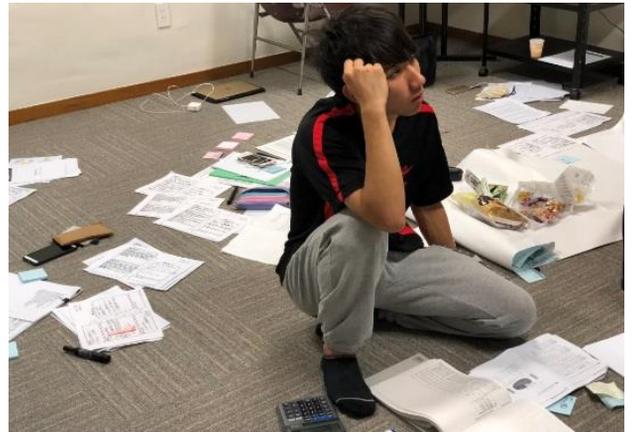
8ヶ月という長い間集中して取り組んだプロジェクトがもうすぐ終わろうとしていることがいまだに信じられずにいます。この8ヶ月は私の21年間の人生においても特に濃密な8ヶ月間でした。もともとFUTUREに参加したのは、「博報堂・電通の第一線で働いていらっしゃる社員さんにお会いできる機会なんて滅多にないはずだから、はじめだけでも行ってみよう。きつくなったら辞めれば良いだけだ。」と言う本当に軽い気持ちでした。まさか最後のプレス発表まで自分が残っているとは全く考えていませんでした。と言うのも、私はサークル活動が忙しく、FUTUREとの両立は無理だと先輩に言われていたのです。実際に夏合宿が終わったら、私は本当に辞めようとしていました。サークルやバイトで話し合いに参加できる日数が少ないために、自分の意見を反映することが全くなり、無力感を感じた日々。特定の人にタスクが集中してしまっていたことへの無悪感。中途半端になるくらいなら手を引いた方が良いと思い、辞めようと思って同期に相談してみたところ、思わぬ答えが返ってきました。「ゆずにはゆずにしか出せない意見とか考えがあるから、FUTUREに必要なんだ。」話し合いにもほとんど参加していない私を許して熱心に引き止めてくれた同期が多く、私は驚きました。この人たちの期待を裏切ってはいけない。この想いが、秋以降の私のモチベーションを上げてくれました。FUTUREに参加して得られたことは数え切れないほどあります。その中でも特に変わったと思うのが、自分の意見を躊躇わずに言えるようになったことです。私は、本調査で明らかになった今時の大学生の典型と言える状態で、周りや衝突するのを恐れて、これまで自分の意見を押し殺して過ごしてきました。しかし、FUTUREでは自分の意見を言わないことは許されません。相手の意見に耳を傾けた上で自分の意見を述べることで、より良いものを作れると知れたこと。これを知ったことで、私の人生は大きく変わりました。FUTUREに参加したからこそ、私は論理的に自己主張できるようになり、また、相手の意見も否定から入らずに良い点を見つけることができるようになり、一人の大人として成長できたと思います。

最後になりましたが、このような貴重な機会を与えてくださった高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、調査にご協力いただきましたH.Mマーケティングリサーチの皆様、FUTUREに参加する機会を与えてくださった杉谷先生、調査にご回答いただきました1000人の大学生の皆様、そして毎週の定例会に参加し、親身になってアドバイスをしてくださった恵大さんをはじめとするOB・OGの皆様、的確なアドバイスを私たちに導いてくださった石寺さん、学生の意見を一番に汲み取って協力してくださった古賀さん、私たちを楽しませながらもたくさんの方の力を添えくださった井上さん、困った時にいつも助け舟を出してくださった小池さん、学生と同じ目線で一番近くで見守ってくださった野中さん。多くの方々に支えられてこのプロジェクトを終えることができました。関わってくださった全ての方のご協力なしではここまで来ることができなかったに違いありません。心より感謝申し上げます。今年で20周年を迎えるFUTURE。そんな節目の年に関わることができて、光栄に思います。21年目以降もより素晴らしい調査が行われ、たくさんの方が成長する機会となることを期待しております。



の方たちと対面し、話を聞いた時不安が吹き飛び「面白そう、参加したい。」と胸が高まりました。その記憶は今でも鮮明に残っております。それくらいトップの広告業界で働く人に初めて会った衝撃が強かったのでしょう。しかし、そんな私も今では広告業界のことよりもFUTURE2018の21人のことで頭がいっぱいになっております。なんせ、この時には想像もなかった副代表という立場になってこれを書いていますから(笑)私は、自分達の思いを自由に議論できるFUTUREの環境が好きで、テーマを決めや調査表作成の際も、みんなの意見をまとめるよりも、積極的に意見を言える立場でありたいと思ってました。また練習が厳しいダンスとの両立が心配で副代表になりたい意思はありませんでした。しかし、二泊三日の軽井沢合宿をきっかけに、副代表を考える意識を持つこととなります。それは、帰りの新幹線で後の代表隅との会話がきっかけです。合宿で学んだロジックチャートについて、チームでの失敗経験を話しているうちに非常に疲れていたにも関わらず、一睡もせずに目的地に着いており、予想以上にFUTUREにのめり込んでいた自分に気が付きました。なので、副代表を頼まれた時もダンスとの両立、チームを回す不安もあったけれど、少しでも貢献したいという思いが勝り引き受ける覚悟ができました。ただ実際副代表になると、何が正解かわからない、代表の隅との連携が上手くとれず議論が回らないことが多々ありました。加えてダンスも非常に忙しい時期で、体力的にも精神的にも辛いことが増えて行く一方でした。ただ、引張る立場になった以上、皆の前で「疲れた、辛い」という態度や言葉を出すことは絶対にしないという決意だけはありました。それをメンバーに話せば、「この副代表大丈夫か。」と不安に思わせるのではないかと、自分の中の糸がぷつりと切れるのではないかと思ひ、誰にも弱音を吐きませんでした。ただ、やはり限界はあるものです。これは来年代表や副代表になった人に同じ失敗をして欲しくないからこそ書きます。辛いと思ったら、誰かに頼って大丈夫です。自分の殻に閉じこもるほど、視野は狭くなりますし、考え方は偏る一方です。自分から助けを求めていくことができるのも一つの才能です。この時に助けてくれた方達には頭が上がりません。おかげで「一人じゃない」と心に余裕ができましたし、もっとチームのために自分ができることに気がつかされ前向きな姿勢を取り戻せました。そして、どれだけ21人に支えられてきたのかと気がつきました。そこから、当たり前のごとはなく常に感謝の気持ちを持って接すること、またどこか人と距離を取ってしまうことが多かったので、もっと一人一人のことをよく知ろう、話を聞こうと自分からコンタクトを取るようになります。今チームに求められていることが自然とわかるようになりました。ここまでくるのに悩み遠回りもしましたが、ずっと面倒事を避け、人と深く関わることをしなかった私の人間性を180度変えてくれたFUTUREに出会えた自分は幸せ者です。

最後になりましたが、このような貴重な機会を与えてくださった東京広告協会の皆様、調査にご協力いただいたH.M.マーケティングリサーチの皆様、いつも陰ながら支えてくれたOB・OGの皆様、私たちの成長をいつも見守り、時に厳しい言葉をかけながらも導いてくださったアドバイザーの石寺さん、古賀さん、井上さん、小池さん、野中さん。多くの方のご協力があったからこそFUTUREに参加できたことと実感しております。今後もこのFUTUREで多くの学生が活躍し世間を驚かせる調査が行われることを願っています。

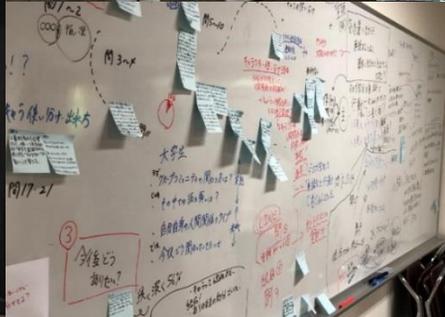
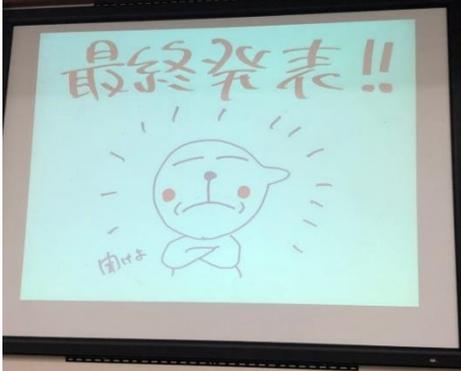


【代表】  
隅 智也 (すみ ともや) 上智大学

FUTUREが始まり約8ヶ月。このプロジェクトがプレス発表という形で終わりを迎えようとしています。もう終わってしまうのかと、寂しい気もします。4月の時、緊張しながらもキックオフミーティングに参加したことが懐かしいです。このプロジェクトの間、特に代表になってから、片時もFUTUREのことが頭から離れることはありませんでした。うまくみんなをマネジメントをすることができず、自分の情けなさを感じ、本当に自分は代表に立つべき存在なのかと自問自答し、辛い思いもしました。また、今まで自覚していなかった自分の悪いところを認識し、それを直していくことの難しさも体験しました。落ち込んでいる時に、仲間の1人が私に「それでも隅についていこう。」と言ってくれました。(本人覚えてるかな?)その言葉で、私は、「その期待に応えよう、落ち込んでいる暇なんかない。自分は、チームの為に何ができるのかを最優先して行動していこう。」と思えることができました。「どういう代表になりたいか」というのは、この文章を書く時期になってやっとわかってきた気がします。私が目指す代表像は、「泥臭くても、がむしゃらに誰よりも動き続け、チームの為にできることは全てをする代表。」です。この文章を書き終えてからも、まだまだみんなのために自分ができることはたくさんあります。1分1秒無駄にせず、全力でやり遂げたいと思います。仲間と時には徹夜をしてまで議論をしたり、どんなFUTUREでありたいかを語り合いながら、同じ目標に向かって走り抜けた経験は、きっと自分の人生の中でかけがいのないものになるでしょう。全国どこを探してもFUTURE2018をやり遂げたのは、間違えなく私たち21人だけです。4月からのFUTURE生活、そして一人ひとりの顔を思い浮かべています。副代表を引き受けてくれた英里奈。いつも隣でサポートしてくれてありがとう。そして、メンバーのみんな。一緒に走り抜けることができよかった。メンバーのみんなに支えられてばかりだったと思ひません。みんなながいたから、挫けずにいることができました。感謝をしても仕切れません。本当に1人ひとりのことが大好きになりました。FUTUREが終わっても、まだまだみんなと話したいです。もっと仲良くなりたいです。だからこれからもよろしくね。そして大学生活の中で、このようなプロジェクトに参加でき、仲間に出会え、その中で代表をすることができて、本当に幸せに思います。

最後になりますが、このような貴重な機会を与えてくださった高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、調査にご協力いただきましたH.M.マーケティングリサーチの皆様、FUTUREに参加する機会を与えてくださった杉谷先生、調査にご回答いただいた皆様、そして、毎週の定例会、合宿にまで参加していただき、知識や経験を出し惜しみなく教えてくださった恵大さん、鈴奈さんをはじめとするOB・OGの皆様、学生の意見を理解し、常に的確なフィードバックをくださった石寺さん、学生の意見を反映してくれようとし、鼓舞し続けてくださった古賀さん、細かい質問に対しても丁寧に対応してくださった井上さん、学生達に寄り添い、何かに悩んだ時にはすぐに支えてくださった小池さん、FUTUREのOBとして一番学生に近い視点でアドバイスをくださった野中さん。多くの方々のご協力のもとで、私達は活動できていたのだと実感しています。心から感謝申し上げます。

今年度は、FUTURE20周年という節目であり、今後も多くの学生がこの活動に参加し、仲間と共に全力で走り抜けた時間が、かけがえのないものとなっていくでしょう。彼らは、一体どんなFUTUREを作り上げていくのでしょうか。これからはOBとしてFUTUREを支えていきたいと思ひます。彼らにとって、今後もFUTUREが素晴らしいものになることを願っています。



付)調査票

# 「グループへの関わり方」に関する意識調査

●たいへんお忙しいこととは思いますが、調査へのご協力をよろしくお願い致します●

私たちは「大学生意識調査プロジェクト（FUTURE2018）」という団体で、青山学院大学、駒澤大学、上智大学、専修大学、千葉商科大学の学生で構成されています。今年度、このプロジェクトは公益社団法人東京広告協会の協賛及び指導を得て、今日の大学生が「グループへの関わり方」に対してどのような意識を抱いているのかを調査・研究することになりました。

なお、このアンケートは、今後の研究活動の資料とすることを目的としており、お答えいただいた内容は統計的に処理されますので、ご迷惑をおかけすることは絶対にございませぬ。少々お時間をいただきますが、ぜひご協力お願い申し上げます。

## 【ご記入にあたってのお願い】

- ◎ご回答は、ご自身でご記入くださるようお願い致します。
- ◎ご記入は、黒または青のボールペンか万年筆でお願い致します。
- ◎ご回答は、記入もれのないよう問1から順番にご記入ください。
- ◎ご回答の仕方・ご記入の方法は、下記の注意や具体例を参照してください。
  - (1) あらかじめ回答項目が用意されている質問では、適する項目の番号に○印をおつけください。  
(○印の数は、質問文の最後の【○印はひとつだけ】や【○印はいくつでも】などの指示を守っておつけください)
  - (2) 回答欄しか用意されていない質問では、回答欄の中にご回答を具体的に記入してください。
  - (3) 質問文の最後に【○印はそれぞれひとつずつ】という注意がある場合の具体的な回答例は次のようになります。

この部分が回答欄です。  
適する回答の番号に○印をつけてください。  
つけ間違えた場合は、×印ではっきりと消して  
つけ直してください。

	1. そう 思う	2. ま あ そう 思う	3. ど ち い ら え と な い	4. あ ま 思 り わ そ な う い	5. そ う 思 わ な い
A. いつも一緒に行動している友達がいる人 →	1	2	3	4	5
B. 旅行やイベントなどに頻繁に行っている人 →	×	2	3	4	5

- (4) あらかじめ回答項目が用意されている質問で、あなたの回答と一致するものが無い場合や、それら以外にご回答がある場合には「その他」の項目に用意されている回答欄へ具体的に記入してください。
- ◎ご記入にあたっては、あまり深く考えず気軽にお答えください。
- ◎ご記入が終わりましたら、ご面倒でも記入もれがないかどうかもう一度ご確認ください。
- ◎ご不明な点は、下記の調査担当者までご連絡ください。

調査実施団体：大学生意識調査プロジェクト（FUTURE2018）

指導：公益社団法人 東京広告協会

担当者氏名

tel

青 駒 上 専 千

No

**まず、最初にあなたが属しているグループ/コミュニティについて伺います。**

問1. 大学に入学してから、あなたの交友関係の「幅」はどのように変化したと思いますか。  
 あてはまるものをひとつだけ選び、○印をつけてください。

【○印はひとつだけ】

1. 広がったと思う	2. 大学入学以前と変わらないと思う	3. 狭くなったと思う
------------	--------------------	-------------

問2. では、大学に入学してから、あなたの交友関係の「深さ」はどのように変化したと思いますか。  
 あてはまるものをひとつだけ選び、○印をつけてください。

【○印はひとつだけ】

1. 深まったと思う	2. 大学入学以前と変わらないと思う	3. 浅くなったと思う
------------	--------------------	-------------

問3. あなたは、今、どのようなグループ/コミュニティに属して、どのくらいの頻度で接点をもっていますか？  
 それぞれの集団について、あてはまるものをひとつずつお選びください。

【○印はそれぞれひとつずつ】

	→	1. ほとん ど毎日 会う	2. 週に 数回 会う	3. 月に 1〜2 回 会う	4. 年 に 数回 会う	5. 数 年 に 1回 会う	6. メ 直 接 会 わ わ ず に 、 で の つ な が り だ け 等	7. 属 グ ル ー プ に い ない
A. サークル・学生団体	→	1	2	3	4	5	6	7
B. 部活	→	1	2	3	4	5	6	7
C. ゼミ/研究室	→	1	2	3	4	5	6	7
D. 同じクラス	→	1	2	3	4	5	6	7
E. (ゼミや部活、サークル等に関わらず) 大学の授業やご飯の時に一緒に過ごす友達	→	1	2	3	4	5	6	7
F. アルバイト	→	1	2	3	4	5	6	7
G. 就職活動で出会った友達(インターン等含む)	→	1	2	3	4	5	6	7
H. 同じ中学校の友達	→	1	2	3	4	5	6	7
I. 同じ高校の友達	→	1	2	3	4	5	6	7
J. 中学/高校以外の友達	→	1	2	3	4	5	6	7
K. SNS上でつながりができた人	→	1	2	3	4	5	6	7
L. 留学等で知り合った人	→	1	2	3	4	5	6	7
M. ボランティア	→	1	2	3	4	5	6	7
N. その他 ( )	→	1	2	3	4	5	6	7

問4. 大学に入学してから、あなたの所属するグループ／コミュニティの数はどのように変わりましたか。  
あてはまるものをひとつだけお選びください。【○印はひとつだけ】

- |                |          |                |
|----------------|----------|----------------|
| 1. 増えた         | 3. 変わらない | 4. どちらかといえば減った |
| 2. どちらかといえば増えた |          | 5. 減った         |

問5. あなたは、普段SNSを使っていますか。  
下記の各種SNSの中で、あなたが使っている／アカウントを持っているものをすべてお選びください。  
【○印はいくつでも】

- |              |                      |
|--------------|----------------------|
| 1. LINE      | 5. Twitter           |
| 2. Facebook  | 6. Snapchat          |
| 3. Instagram | 7. その他 ( )           |
| 4. mixi      | X. SNSは使っていない → 問10へ |

ここからは、問5で1～7を選んだ方にお伺いします。

問6. あなたがSNSを利用する際の目的についてお伺いします。  
主な利用目的として、あてはまるものをすべてお選びください。  
【○印はいくつでも】

- |                        |                  |
|------------------------|------------------|
| 1. 友人・知人との連絡手段として      | 5. 新しい友達・知人を探すため |
| 2. 友人・知人との仲を深めるため      | 6. 自分を知ってもらうため   |
| 3. 友人・知人の情報を集めるため      | 7. その他 ( )       |
| 4. ニュースやトレンド等の情報を集めるため |                  |

問5で、「1. LINE」を選んだ方にお伺いします。

問7. あなたのLINEに登録している友だちの数と、入っているグループ数をお答えください。

※お手持ちの携帯電話やスマートフォンをご確認ください。

【回答欄に右詰で、数字で記入】

<u>友だちの総数</u>	<u>グループ数</u>
だいたい <input style="width: 100px; height: 30px; border: 1px solid black; border-style: dashed;" type="text"/> 人	だいたい <input style="width: 100px; height: 30px; border: 1px solid black; border-style: dashed;" type="text"/> グループ

問8. あなたが入っているLINEグループの中で、

実際に動いている(日常的にやりとりしている)グループはだいたいどれくらいありますか。

やりとりの頻度ごとにお答えください。

【回答欄に右詰で、数字で記入】

1. やりとりがほぼ毎日	だいたい	<input style="width: 100%; height: 30px; border: 1px solid black; border-style: dashed;" type="text"/>	グループ
2. やりとりが週に1回以上	だいたい	<input style="width: 100%; height: 30px; border: 1px solid black; border-style: dashed;" type="text"/>	グループ
3. やりとりが月に1・2回以上	だいたい	<input style="width: 100%; height: 30px; border: 1px solid black; border-style: dashed;" type="text"/>	グループ
4. やりとりが年に数回程度	だいたい	<input style="width: 100%; height: 30px; border: 1px solid black; border-style: dashed;" type="text"/>	グループ
5. やりとりがほぼ全くない	だいたい	<input style="width: 100%; height: 30px; border: 1px solid black; border-style: dashed;" type="text"/>	グループ

問9. あなたが実際によくやりとりしている、もしくは「やりとりしているな」と感じるLINEグループは、

全グループの中のどれくらいですか。おおよその割合をお答えください。

※お手持ちの携帯電話やスマートフォンをご確認ください。

【回答欄に右詰で、数字で記入】

全体の約  %程度



**次に、あなたのグループ/コミュニティとの関わり方について伺います。**

問11. 以下の項目について、グループ/コミュニティの中で、  
あなたご自身がとったことがある行動をいくつでもお選びください。  
【○印はいくつでも】

1. 話がまとまりかけてきた話し合いで、違うと思っても、自分の意見は言わないことが多い
2. 家族と友人が同じ空間にいる時、気まずい思いをしたことがある
3. 異性と遊ぶ時、髪型/メイクに時間をかけることが多い
4. 友達が持っているアイテムや服装、髪形をついつい真似してしまう
5. 集団に合わせて感情を隠したことがある
6. 異なる2つのグループ/コミュニティの人と、同じタイミングで出会い困ったことがある
7. 自分の印象を気にして感情を隠したことがある
- X. あてはまるものはない

問12. グループ/コミュニティでのあなたの言動・振る舞いを、ご自身ではどう思われていますか。  
最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。  
【○印はひとつだけ】

- |                |                    |
|----------------|--------------------|
| 1. 気を遣う方だと思う   | 3. あまり気を遣う方だと思わない  |
| 2. やや気を遣う方だと思う | 4. 全く気を遣う方だと全く思わない |

問13. あなたは、グループ／コミュニティの中で、円滑な人間関係を維持するために必要なことは何だと思われますか。  
 あてはまるものをすべてお選びください。【○印はいくつでも】  
 また、その中で最も必要だと思うものを、ひとつだけお答えください。【回答欄に、数字で記入】

- |                    |                  |
|--------------------|------------------|
| 1. 人を観察する力         | 7. 細かなことに気配りできる力 |
| 2. 意見を表現する力        | 8. 相手の話を傾聴する力    |
| 3. 会話を続ける力         | 9. 全員の意見を集約する力   |
| 4. 相手の発言に対して切り返せる力 | 10. 空気を読む力       |
| 5. 相手の発言の意図をくみ取れる力 | X. あてはまるものはない    |
| 6. 相手に対して質問できる力    |                  |

最も必要だと思うもの

問14. あなたが、グループ／コミュニティの中で人間関係を維持するために心掛けていることや、オリジナルな処世術・対人術はありますか。下記の欄に具体的にお書きください。  
 【回答は具体的に】

問15. あなたは、グループ／コミュニティの人間関係について、どの程度満足していますか。  
 最も満足している(不満が一切ない)状態を100点とした時に、今の人間関係は何点でしょうか。  
 1点刻みで、点数をつけてください。  
 【回答欄に右詰で、数字で記入】

--	--	--

点

問16. あなたは、グループ／コミュニティの中での自分自身の“言動や立ち振る舞い”について、どの程度意識していますか。  
 以下の中から、最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。  
 【○印はひとつだけ】

- |             |               |
|-------------|---------------|
| 1. 意識している   | 3. あまり意識していない |
| 2. やや意識している | 4. 意識していない    |



引き続き、問17で1～2「“キャラクター”を使い分けしている」を選んだ方にお伺いします。

問19. 前の設問でお答えいただいた、あなたが使い分けしている“キャラクター”は、以下のうちどれに近いですか。近いと思うものをいくつでもお選びください。

【○印はいくつでも】

1. ポケキャラ	9. クールキャラ
2. ツッコミキャラ	10. 不思議キャラ
3. いじられキャラ	11. ウザキャラ
4. いじりキャラ	12. キレキャラ
5. 天然キャラ	13. 仕切りキャラ
6. おバカキャラ	14. 遅刻キャラ
7. 真面目キャラ	15. チャラキャラ
8. スイックキャラ	16. その他 ( )

問20. あなたは、グループ／コミュニティによってどのように“キャラクター”を使い分けていますか。

以下の中から、あてはまるものをすべてお選びください。

【○印はいくつでも】

1. グループ／コミュニティによって、服装を使い分ける
2. グループ／コミュニティによって、メイクを使い分ける
3. グループ／コミュニティによって、話し方を使い分ける
4. グループ／コミュニティによって、メールなどの書き方・絵文字を使い分ける
5. グループ／コミュニティによって、話の内容を使い分ける
6. グループ／コミュニティによって、活動への参加頻度を使い分ける
7. グループ／コミュニティによって、発言数を使い分ける
8. グループ／コミュニティによって、絡み方を使い分ける
9. その他 ( )

問21. 前の設問でお答えいただいた“キャラクター”は、どのようにして出来上がったものが多いですか。

最も近いものをひとつだけお選びください。

【○印はひとつだけ】

1. 自分で意識的に作ってきた“キャラクター”が多い
2. 周りの人によって作られた“キャラクター”が多い
3. 人づきあいの中で、自然と作り上げられた“キャラクター”が多い

引き続き、問17で1～2「“キャラクター”を使い分けている」を選んだ方にお伺いします。

問22. あなたが持っている“キャラクター”は、自分らしいと思いますか。

最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。

【○印はひとつだけ】

1. 自分らしい“キャラクター”が多いと思う	2. 自分らしい“キャラクター”は半分くらいだと思う	3. 自分らしい“キャラクター”は少ないと思う
------------------------	----------------------------	-------------------------

問23. あなたは、グループ／コミュニティによって“キャラクター”が違うことを、周りの人から指摘されたことがありますか。

あてはまるものをひとつだけお選びください。

【○印はひとつだけ】

1. 言われる	3. あまり言われない
2. たまに言われる	4. 言われない

問24. あなたはご自身の“キャラクター”作りについて、どのようにお感じになりますか。

最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。

【○印はひとつだけ】

1. キャラクター作りは成功していると思う
2. どちらかといえば、キャラクター作りは成功していると思う
3. どちらかといえば、キャラクター作りは失敗していると思う
4. キャラクター作りは失敗していると思う

問24付問1. 前の質問でそのようにお答えになったのは、どのような理由からですか。

どのようなことでも構いませんので、下記の欄に具体的にお書きください。

【回答は具体的に】

……………➔ 問29へお進みください。



引き続き、問17で3「“キャラクター”を使い分けていない」を選んだ方にお伺いします。

問26. あなたは、日常生活の中で、グループ/コミュニティによって以下のような行動をとることはありますか。

以下の中から、あてはまるものをすべてお選びください。

【○印はいくつでも】

1. グループ/コミュニティによって、服装を使い分ける
2. グループ/コミュニティによって、メイクを使い分ける
3. グループ/コミュニティによって、話し方を使い分ける
4. グループ/コミュニティによって、メールなどの書き方・絵文字を使い分ける
5. グループ/コミュニティによって、話の内容を使い分ける
6. グループ/コミュニティによって、活動への参加頻度を使い分ける
7. グループ/コミュニティによって、発言数を使い分ける
8. グループ/コミュニティによって、絡み方を使い分ける
9. その他 ( )

問27. あなたは、グループ/コミュニティの中で、自分らしくいられていると思いますか。

最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。

【○印はひとつだけ】

- |                     |                       |
|---------------------|-----------------------|
| 1. 自分らしくいられていると思う   | 3. あまり自分らしくいられていないと思う |
| 2. やや自分らしくいられていると思う | 4. 自分らしくいられていないと思う    |

問28. あなたは、グループ/コミュニティの中で、“キャラクター”を使い分けている人をどのように思いますか。

最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。

【○印はひとつだけ】

- |              |               |
|--------------|---------------|
| 1. うらやましいと思う | 7. 楽しそうだと思う   |
| 2. 大変だと思う    | 8. 計算高いと思う    |
| 3. 可哀想だと思う   | 9. 信用できないと思う  |
| 4. 格好悪いと思う   | 10. あまり気にとめない |
| 5. 格好いいと思う   | 11 その他 ( )    |
| 6. 要領がいいと思う  |               |

ここからは、すべての方にお伺いします。

問29. あなたは、そもそもグループ／コミュニティの中で、ご自身の“キャラクター”を使い分けることをどのように思いますか。  
最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。

【○印はひとつだけ】

1. 良いことだと思う	2. どちらともいえない	3. 良くないことだと思う
-------------	--------------	---------------

問30. 以下に挙げる“キャラクター”に関する考え方について、  
あなたのお気持ちに近いものをそれぞれひとつずつお選びください。

【○印はそれぞれひとつずつ】

1. そう 思う	2. やや そう 思う	3. あまり そう 思わ ない	4. そう 思わ ない
----------------	----------------------	-----------------------------	----------------------

A. “キャラクター”は付き合いの長さで変えると思う	→	1	2	3	4
B. “キャラクター”は性格の一部だと思う	→	1	2	3	4
C. “キャラクター”は個性の一部だと思う	→	1	2	3	4
D. “キャラクター”は人間関係を左右するものだと思う	→	1	2	3	4
E. “キャラクター”を使い分けることは、日本独特だと思う	→	1	2	3	4
F. “キャラクター”を使い分けることは、昔からあったと思う	→	1	2	3	4
F. “キャラクター”を使い分けることは、若い世代に特有のことだと思う	→	1	2	3	4
G. “キャラクター”は集団での役割だと思う	→	1	2	3	4
H. “キャラクター”は集団によって変わると思う	→	1	2	3	4
I. “キャラクター”を使い分けるのは自然なことだと思う	→	1	2	3	4
J. “キャラクター”を使い分けるのはマナーだと思う	→	1	2	3	4

問31. あなたは、世の中で“キャラクター”を使い分ける人が増えたと思いますか。

最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。

【○印はひとつだけ】

1. 増えたと思う	3. やや減ったと思う
2. やや増えたと思う	4. 減ったと思う

問31付問1. 前の質問でそのようなお答えになったのは、どのような理由からですか。  
どのようなことでも構いませんので、下記の欄に具体的にお書きください。

【回答は具体的に】

--

問32. あなたご自身は、今後、自分自身の“キャラクター”を使い分けようと思いますか。

最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。

【○印はひとつだけ】

- |                       |                         |
|-----------------------|-------------------------|
| 1. 使い分けたいと思う          | 3. どちらかといえば、使い分けたいと思わない |
| 2. どちらかといえば、使い分けたいと思う | 4. 使い分けたいと思わない          |

問33. あなたは、世の中での“キャラクター”の使い分けが、今後どのように変化すると思いますか。

最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。

【○印はひとつだけ】

- |                                      |
|--------------------------------------|
| 1. 今後、“キャラクター”を使い分ける人が増えていくと思う       |
| 2. 今後、“キャラクター”を使い分ける人は、今とあまり変わらないと思う |
| 3. 今後、“キャラクター”を使い分ける人は減っていくと思う       |

## 最後に、あなたご自身のことについて伺います。

問34. 下記の項目について、あなたはどの程度あてはまりますか。

それぞれひとつずつお選びください。

【○印はそれぞれひとつずつ】

		1. あてはまる	2. ややあてはまる	3. あまりあてはまらない	4. あてはまらない
A. 自分の意見は主張できるタイプだ	→	1	2	3	4
B. いつも友人や知人とつながっているという感覚が好きだ	→	1	2	3	4
C. 人の好き嫌いははっきりしているタイプだ	→	1	2	3	4
D. 集団でいるより一人でいる方が好きなタイプだ	→	1	2	3	4
E. 他人が自分のことをどう考えているか気になるタイプだ	→	1	2	3	4
F. 言い争いを避けたいタイプだ	→	1	2	3	4
G. 所詮ものごとは悪い方に進んでしまうと思うほうだ	→	1	2	3	4
H. ものごとの責任を負うことはできるだけ避けたい	→	1	2	3	4
I. 人づきあいが得意なタイプだ	→	1	2	3	4
J. 自分のことを「まわりの空気が読めるタイプ」だと思う	→	1	2	3	4

問35. あなたは今後(今ある友人関係も含めて)どのように友人と付き合っていきたいと思いますか。

最もお気持ちに近いものをひとつだけお選びください。

【○印はひとつだけ】

1. 狭く深く付き合いたい(付き合う友達の数はいくつでも、関係性は深い)
2. 狭く浅く付き合いたい(付き合う友達の数はいくつでも、関係性も浅くあまり干渉しない)
3. 広く深く付き合いたい(付き合う友達の数が多い、かつ関係性も深い)
4. 広く浅く付き合いたい(付き合う友達の数が多いが、関係性は浅くあまり干渉しない)

このページの質問は、最近1年を振り返ってお答えください。

**最近1年を代表する人物について伺います。**

問36. あなたが、「最近1年間の日本」を代表する著名人をひとりだけ選ぶとすると、誰が思い浮かびますか。  
あなたが思い浮かべる「この1年間の日本の顔」を、具体的な個人名でお知らせください。

【回答は具体的な個人名でひとりだけ】

この1年間の日本の顔は…

--

**あなたと広告の関わりについて伺います。**

問37. 最近1年間の広告の中で、あなたが好きな広告、嫌いな広告をそれぞれひとつずつ挙げてください。

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

**好きな広告**

1. 会社名	
2. 商品名	
3. 広告内容 (タレント・コピーなど)	

X. 特になし

**嫌いな広告**

1. 会社名	
2. 商品名	
3. 広告内容 (タレント・コピーなど)	

X. 特になし

問38. あなたは、普段、関心を持って広告を見る方ですか。

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

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

問39. 以下に広告について様々な意見が挙げられています。

それぞれについて、あなたのお気持ちに近い方をひとつずつお選びください。

【○印はそれぞれひとつずつ】

A. 最近の広告は…

- |                    |               |
|--------------------|---------------|
| 1. とても興味を引かれるものが多い | 2. くだらない広告が多い |
|--------------------|---------------|

B. 広告が伝える情報は…

- |        |           |
|--------|-----------|
| 1.役に立つ | 2. 信用できない |
|--------|-----------|

C. 広告は…

- |              |                      |
|--------------|----------------------|
| 1. おもしろければいい | 2. 商品やサービスの内容を伝えればよい |
|--------------|----------------------|

D. 広告関係の職業には…

- |              |             |
|--------------|-------------|
| 1. 将来携わってみたい | 2. あまり興味がない |
|--------------|-------------|

E. 現代の広告業  
(広告代理店など)は…

- |                 |                   |
|-----------------|-------------------|
| 1. 最先端の情報産業だと思う | 2. 最先端の情報産業とはいえない |
|-----------------|-------------------|

---

---

**引き続き、あなたご自身のことについて伺います。**

---

---

問40. あなたの性別を教えてください。【○印はひとつだけ】

- |       |       |
|-------|-------|
| 1. 男性 | 2. 女性 |
|-------|-------|

問41. あなたの大学名を教えてください。  
【○印はひとつだけ】

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

問42. あなたの学年を教えてください。【回答は具体的な数字で】

	年
--	---

問43. あなたは現在サークルや部活に所属していますか。【○印はひとつだけ】

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

以上でアンケートは終了です。ご協力ありがとうございました。



FUTURE 2018  
(since April 2018)

大学生1,000人にきいた

## 『大学生の人間関係とキャラクター』に関する意識調査

2018年11月発行

編集 大学生意識調査プロジェクト(FUTURE2018)

発行 公益社団法人 東京広告協会  
東京都中央区銀座7-4-17(電通銀座ビル7階)  
電話 03-3569-3566(代表)

