

これからの 「キズナ」の 話をしよう

大学生1,000人にきいた SNS

Social Networking Service

に関する意識調査

結果報告書

2010年12月

大学生意識調査プロジェクト（FUTURE2010）

主催： 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 (FUTURE2010)」は首都圏6つの大学 (駒澤、上智、成蹊、専修、東洋、早稲田) で構成され、広告やマーケティングを学ぶ学生が集まり、今年4月に発足した有志団体です。

今回、私たちは調査テーマを、大学生と『SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス)』としました。国内の『SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス)』登録者は6000万人をこえ、mixiやGREEといった『SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス)』は会員数を順調に伸ばしています。Twitterなどの新しいサービスも登場し、今まさに「ソーシャルメディア」は飛び鳥を落とす勢いです。そんな中、実際に大学生の意識や行動に何か変化は起きているのか、今の大学生にとっての『SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス)』をさまざまな角度から探りつつ、明らかにしていきたいと思いました。

今年の7月に参加6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ヵ月にわたる集計・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、私達自身で調査・分析した大学生の『SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス)』に対する意識が、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体験となりました。

このプロジェクトを進めていくにあたってご支援してくださった各大学のゼミの先生方、(社)東京広告協会の高堀大介氏、同じく(社)東京広告協会の齋藤亮太郎氏、ご多忙の中、アドバイザーとしてご指導くださいました(株)博報堂の石寺修三氏、吉田英一郎氏、鈴木康司氏、(株)博報堂ケトルの橋田和明氏、ならびに(株)東京サベイリサーチをはじめ、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。

2010年12月

大学生意識調査プロジェクト (FUTURE2010) 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16弾となります。例年に引き続き、調査企画の立案、調査設計、調査票の作成、実査、集計、分析にいたるまでの一連の作業すべては、広告協会指導のもと大学生自らの手で行いました。

今回の調査では大学生の『SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス)』に対する意識や実態に焦点を当てています。設問については、大学生ならではの発案がみられ、回答にも大学生の『SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス)』に対する正直な意識が浮かび上がり、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、吉田英一郎氏、鈴木康司氏、(株)博報堂ケトルの橋田和明氏、ならびに(株)東京サベイリサーチをはじめ、ご支援くださいました全ての皆様に厚く御礼申し上げます。

2010年12月

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官より~	3
調査設計	4
調査結果の概略	5
寄稿 ~調査結果を読んで~ (早稲田大学 商学部学術院教授 亀井 昭宏)	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 ~絆はSNS上だけじゃない! 全力で駆け抜けた8ヶ月~	100
プロジェクトを終えて ~参加メンバーよりひとこと~	102
付) 調査票	113

発刊に寄せて

～参加大学のゼミナール指導担当教官より～

今年のテーマがSNSに決まり、報告書を楽しみに待っていた。まず、自分たち時代のメディアとして、テレビと並び位置づけでSNSを捉えていることに驚いた。大学生にとってSNSはインターネットの一部ではなく、SNSそのものがメディアであったのだ。近年の若者は、テレビを見ない人が増加し、またテレビを見ている人でも携帯電話やパソコンでのインターネットをしながらの視聴など、メディア接触形態が大きく変化している。しかし、彼らにとってSNSがこれだけ大きな存在であるなら、変化は当然のことなのである。

SNSの使い方については、普段から学生を見ていて「何となく」感じていたことが数値で現われており、非常に興味深い結果であった。Twitterではなくmixiを主に使い、身近な友人とのコミュニケーションが中心という、「リアル」の延長」の表現はまさにそのなるだろうと納得した。

このように、今年ならではのテーマを設定し、面白い調査結果を導いた学生達に「本当にお疲れさま」と言いたい。

ただし、今回の結果をさらに魅力的なものにするために、要望も付け加えておく。今年話題になったTwitterを好まないのはなぜなのか、もっと分析をして欲しい。理由を見ると、「興味がなく、よくわからない」人が多い。それでは、Twitterを詳しく知れば、利用が増えるということなのだろうか。また、学年による違いも見てみたい。周囲にいる4年生を見てみると、Twitterの利用者も多い感じがする。SNSと言っても、大学生と社会人では使い方が全く異なるため、その部分をより深く掘り下げられると、さらに新しい発見ができるであろう。最後に、大変ご多忙のなか、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 専任講師 中野 香織

1970年代に欧米で始まったCMC(Computer-Mediated Communication; コンピュータを介したコミュニケーション)の研究では、インターネット上のコミュニケーションは、「非人間的」で「冷たい」ものであって、対面での会話のような感情的で親密なコミュニケーションは到底不可能であるとされた。1990年代後半になって、インターネットでも感情的な会話は可能であるという主張が主流となっていたが、それでもやはり、「インターネット上のコミュニケーションと日常での対面でのコミュニケーションとは、どう違うか」という研究テーマが関心を集めた。

それから約10年。結果報告書を読み、その問いが、インターネットがなかった時代の人間だけに通用するものであることを知った。幼い頃からネットになじんできた「デジタルネイティブ」世代にとっては、インターネットは日常生活の延長線上であって、ネットだから、リアルだから、という議論はもはや不可解にすら感じられるのかもしれない。時代の流れの速さに驚くとともに、「インターネット以前」世代のコミュニケーション研究者としては、古い常識にとらわれた議論に陥らないよう心がけなければと気を引き締めた。

SNSに比べてtwitterの大学生利用率が高い点については、ぜひ理由が知りたいと思った。私自身も今後の動向に着目したいと思う。

最後に、半年間、毎週集まって議論を尽くし、このような興味深い発見を与えてくれる調査をまとめ上げた学生たちの努力に敬意を表したい。同時に、このような貴重な機会を提供して下さっている(株)博報堂と(社)東京広告協会の関係者各位に、心より感謝を申し上げます。今後ともご指導の程よろしくお願い申し上げます。

上智大学経済学部助教 杉谷 陽子

今回はSNSがテーマでした。マーケティングの世界でも2010年はソーシャルメディア元年とも言われ、Twitterを初めとして各種のソーシャルメディアやテクノロジー解説本が溢れています。このテーマについて渦中にいる学生が、どのように利用しているかは、私にとって、とても興味深いものでした。調査結果では、ネットや携帯が当たり前の世代であるデジタルネイティブにとっては、SNSは生活インフラになっており、無くては生活出来ないという状況が具体的な利用実態とともに明らかになっています。

特に、まとめて出された「自分が感じたらうれしさを仲間からも賞賛されることで、そのうれしさは倍増し、一方で悲しさはその分縮小される。そんなとても都合のいいコミュニケーションを通じ、普段では得られない「安心感や充足感」を得ている」といえる。その互助的なコミュニケーションこそが大学生ならではの「広く深く」キズナづくりができるポイントなのかもしれない」という意見には考えさせられました。10年以上続き、今後もまだまだ継続すると思われるデフレ社会の中で、不安を和らげ、どこか拠り所にもなり、なおかつ自分が共感できる場所なのでしょう。ソーシャルメディアの重要性を再認識しました。最後に、アンケートに協力して下さった方々や、いつもながら毎年厳しくかつ暖かく指導して下さるスタッフの方々に心から感謝いたします。

成蹊大学経済学部教授 相原 修

今年の大学生意識調査プロジェクトのテーマは、「SNSと大学生」である。インターネットという「オープンな」環境の中で「クローズな」仕組みであるSNSは、インターネットの匿名性の弱点を補うものとして普及してきたように思う。知り合いの中だけでMy情報を共有しあう仕組みは、リアルでの友達関係の延長線上でとても有用なのだろう。

SNSの利点は、昔の交換日記のようなもの、あるいはサークルの溜まり場に置いてあった情報共有ノート(こういうノートは今でもあるのだろうか?)のようなものだと思う。気心知れた仲間であっても、Face to Faceだと照れくさくて言えないようなこと、ちょっとみんなで共有しておきたい情報、うちうちのお知らせ、自分の楽しかったこと、悲しかったことをみんなに知らせたいなどなど、昔は紙が手段だったのが、SNSというネット上の仕組みにうまく置き換わったように感じる。ただ完璧に異なる点は、やはり時空間が限定されていた紙媒体での情報共有と、時空間を超越したネット上での展開だ。海外に在住している友人とあたかもリアルタイムに情報共有できる点もSNSの特徴である。

一方で、SNSには一種の脅迫感もある。少しばかり情報をアップしただけで、体調が悪いのではないか、何か気に障ることがあったのではないかとかやけいな不安をかきたてる。そのことが逆にSNS依存症を引き起こすこともある。今回の調査では、私が日頃感じていた上述のような点もいくつか盛り込まれていてとても興味深い。次から次へ新しいSNSが誕生しているいま、大学生がSNSとどう付き合っているのかを明らかにした調査結果には大いなる価値があるだろう。今年も半年にわたる長丁場で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。参加学生諸君に敬意を払いたい。

そして、貴重な時間を削ってまでご指導をいただいた博報堂のスタッフの皆様、ならびにご協賛いただいた(社)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

毎年のことながら、「FUTURE」の原稿依頼が来ると、4月からの長いプロジェクトもゴールにさしかかったか、御苦労さま、と思う。と同時に、年末の慌しさも感じさせる。今年は特に、昨日、入力していたFDがバックアップを取ろうとした瞬間突如壊れ読み出し不能、ショックで余計に慌しさを感じていた。

そうはいっても読まなきゃならないから、「報告書」を読みだすと、これが面白い。大学生の、友人や機器との付き合い方(コミュニケーションの取り方)の様子がうまく描き出されている。テレビ・新聞等の「旧メディア」への身近さ感がすっかり薄くなっている様は想定範囲内ではあるものの、新聞は「信頼できる」役に立つメディアと答えているのは、もはや実感の伴わない全くの幻想であることを思わせる。なにしろ、多くの大学生は、日常的には新聞を読まない。10年後、新聞社は生存しているか? 新聞社の数は確実に減っているだろう。

ケータイとSNSの使い分けについての分析は面白い。一対一の気を使うケータイ・メールに対し、SNSは一対多のお気楽ツールだという。感情を大勢で共有し、共感しあうにはSNS。だから、フロー型のTwitterは大学生のコミュニケーションスタイルにそくわないのではないかと、分析する。なるほど、使い分けしているんだ、と納得。自分たちのことならでは分析で「イイネ!」ただ、大学生は、仲間うちと共感しあうのもいいが、違う世界や時代の人たちとのコミュニケーションも試みてほしい。気付かなかった価値観に出会うかもしれない。私のようなSNSワーカーは、ツールをそんなふうにも使ってほしいな、という思いもある。

最後になってしまったが、学生たちの活動を支援、指導してくださった(社)東京広告協会、並びに(株)博報堂の皆様はじめ関係者各位に、心から感謝と御礼を申し上げます。

東洋大学経営学部マーケティング学科教授 疋田 聡

インターネット時代の到来が叫ばれて久しいものの、世界的に見た場合に、大学生を中心とするわが国の若者によるその利用実態ははや遅れている、などの指摘も見られる今日、わが国大学生のインターネットの利用実態を明らかにする意欲的な実態調査が本プロジェクトにおいて取り組まれた意義はきわめて大きいものと評価しています。6大学の広告ゼミの有志の皆さんが、貴重な生活・勉強時間の相当部分を割いてこのプロジェクトに従事された意欲と努力に対して、重ねて心からの敬意を表したいと思います。

約10年前の大学の広告ゼミのメンバーによる本調査プロジェクトのスタートの当初から参加させて頂いて来た私のゼミも、再来年の3月に迫った私の停年退職によって新しいゼミメンバーの補充がなくなることにより、今年度での参加をもって最後になります。永年にわたって貴重な研究調査の機会と経験を私どもゼミ生に与えてくださった(社)東京広告協会並びに事務局関係者の皆さまに加えて、毎年変わることなく、超多忙なか勤務の傍ら実に熱心に指導下さった(株)博報堂の関係スタッフの皆さまに対して心からのお礼を申し上げます。本プロジェクトが多くのお関係者の皆さまに支えられて、今後も永く継続されていくことを心から祈念しております。

最後に、多くの関係者の皆さまへ重ねて心からのお礼を申し上げて、本報告書の発刊に際してのゼミ担当教員のご挨拶とさせていただきます。

早稲田大学商学学術院教授 亀井昭宏

調査設計

- 調査目的 : 国内登録者数が約6000万人を超え、日本人の約2人に1人が登録している計算となるSNS。人々とのつながりが可視化され、一種のコミュニケーションツールにもなっているこのSNSを現在の大学生はどう活用しているのか。さらには、SNSを通じたコミュニケーションにどのような考え方を持っているのだろうか。本調査はSNSに関する事実と意識を探ることを目的とする。
- 調査期間 : 2010年7月13日～7月26日
- 調査方法 : アンケート自記入法
- 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 : 駒澤大学
上智大学
成蹊大学
専修大学
東洋大学
早稲田大学
- 調査対象数 : 1,239票
- 集計数 : 816票（割り付けは以下の通り）

		駒澤	上智	成蹊	専修	東洋	早稲田	計
男性	1年生	17	17	17	17	17	17	102
	2年生	17	17	17	17	17	17	102
	3年生	17	17	17	17	17	17	102
	4年生	17	17	17	17	17	17	102
女性	1年生	17	17	17	17	17	17	102
	2年生	17	17	17	17	17	17	102
	3年生	17	17	17	17	17	17	102
	4年生	17	17	17	17	17	17	102
計		136	136	136	136	136	136	816

- 調査主体 : 大学生意識調査プロジェクト (FUTURE2010:Five Universities in Tokyo, Uni-REsearch)
- 協賛・企画協力 : 社団法人 東京広告協会
- 集計・分析協力 : 株式会社 東京サーベイリサーチ

調査結果の概略

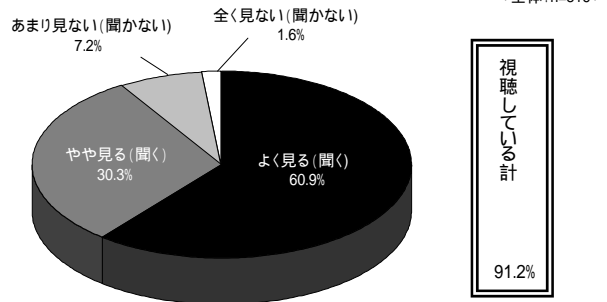
「マス」メディアというより、「マイ」メディア

～ インターネットは大学生の“生活インフラ” ～

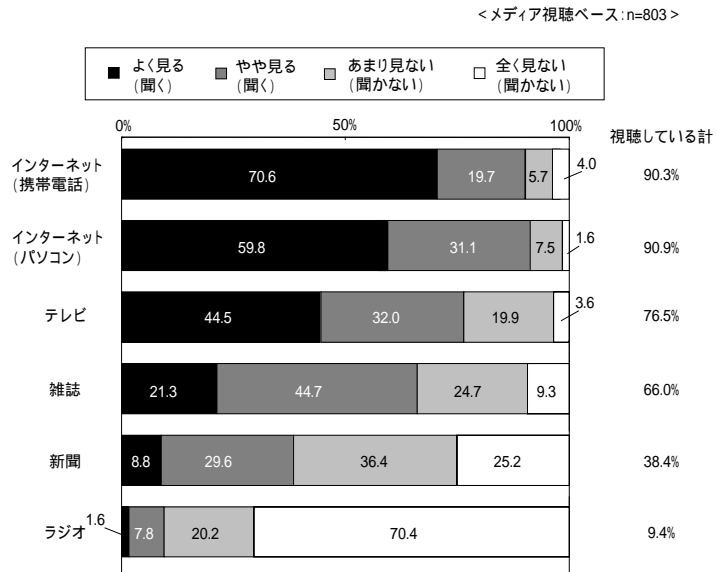
現在の大学生はデジタルネイティブと言われ、生まれたときからインターネットをはじめ、様々なメディアに囲まれて成長してきた。そのような環境で育ってきた大学生は、今メディアをどのように捉えているのだろうか。

まずはじめに、日常生活を送る上で、『メディア』をどのくらい意識して見て（聞いて）いるか聞いたところ、「視聴している（計）」と回答した人の割合が全体の約9割という結果となった（図表1）。次に、意識してメディアを見ている人に、各媒体をどのくらい見て（聞いて）いるか聞いたところ、「よく見る（聞く）」と回答した人の割合は、「インターネット（携帯電話）」が1位（約7割）、「インターネット（パソコン）」が2位（約6割）、「テレビ」が3位（約5割）、次いで「雑誌」（約2割）、「新聞」（約1割）、「ラジオ」（約2%）という結果となった（図表2）。さらに、もし利用できるメディアが1つだけしか選べないとしたらどれを選ぶか聞いたところ、「インターネット（パソコン）」が約4割、「インターネット（携帯電話）」が約3割となり、「テレビ」の約2割を上回る結果となった（図表3）。もはや、大学生の意識の中では従来のマスメディアよりもインターネットを重要視していることがわかる。そこで、各媒体のイメージを聞いたところ、「テレビ」は「話題のネタメディア」、「雑誌」は「趣味情報メディア」、「新聞」は「信頼できる大人メディア」、「ラジオ」は「印象が薄いメディア」という印象を大学生は持っている。これに対して「インターネット（携帯電話）」は「身近な感じがする」（約5割）、「今どきな感じがする」（約5割）という項目で全媒体中トップに、また「インターネット（パソコン）」は「役に立つ」（約6割）、「なくてはならない」（約4割）という項目で全媒体中トップとなった（図表4）。現在の大学生は、従来のマスメディアそれぞれに対して価値を感じつつも、多くのイメージで「インターネット」をそれ以上に評価し、なくてはならない生活インフラとして捉えていることがわかる。

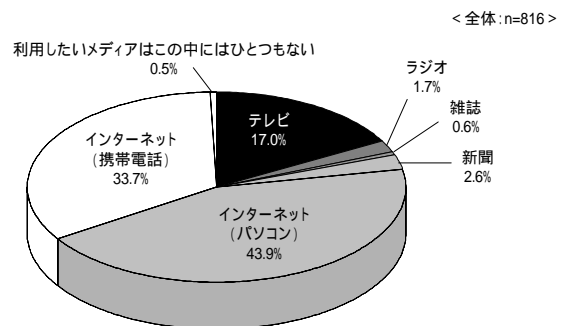
図表1 メディア視聴度



図表2 各メディア視聴度



図表3 メディアを1つだけ選ぶとしたら



図表4 各媒体のイメージ

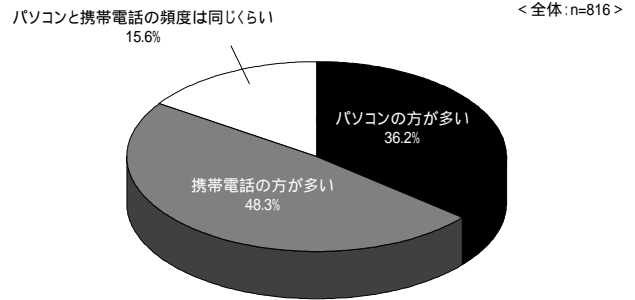
<メディア視聴ベース:n=803>

	1位	2位	3位
テレビ	身近な感じがする 48.9%	見聞きした内容を話題にすることが多い 48.2%	役に立つ 42.8%
雑誌	役に立つ 39.0%	親しみを感じる 35.9%	好感が持てる/ 今どきな感じがする 33.3%
新聞	役に立つ 60.5%	信頼ができる 53.3%	今後見聞きすることが増えていく 23.2%
ラジオ	ひとつもあてはまらない 59.2%	好感が持てる 14.8%	役に立つ 14.2%
インターネット（携帯電話）	役に立つ 54.2%	身近な感じがする 49.1%	今どきな感じがする 48.7%
インターネット（パソコン）	役に立つ 64.8%	今どきな感じがする 45.5%	なくてはならない 44.9%

上位3項目までをピックアップ
各イメージ項目について、全6媒体中トップのものに「」付け

では、大学生が重要視するインターネットについて詳しくみてみよう。まず、大学生に普段インターネットを利用する際、パソコンと携帯電話のどちらからアクセスすることが多いか聞いたところ、「携帯電話」と回答した人の割合は全体の約5割、「パソコン」と回答した人の割合は全体の約4割という結果となった(図表5)。次に、携帯電話とパソコンのそれぞれでどのようなインターネットサービスを利用しているか聞いたところ、「携帯電話」では、「ウェブサイトの閲覧」が全体の約7割、「SNSで他の人のページを読む」が全体の約6割、「他人のブログの閲覧/書き込み(SNS以外)」が全体の約5割が上位となり、「パソコン」では「ウェブサイトの閲覧」が全体の約9割、「動画投稿サービスの視聴」が全体の約8割という結果となった(図表6)。また、動画投稿サービスの利用目的について聞いてみると「見逃したTV番組等を見るため」と回答した人が全体の約5割、「動画サイトでしか見られない動画を見るため」と回答した人が全体の約4割という結果となった(図表7)。現在の大学生は趣味や気になる“モノ・コト”の情報を集めるのにはパソコンを、気になる“ヒット”がSNSやブログで更新した情報を知るには携帯電話を というように、使用目的に合わせてデバイスを使い分け、効率的にインターネットを利用しているようだ。

図表5 インターネット利用時のアクセスツール



こうした実態を持つ大学生に『わたしたちの世代のメディア』と聞いて思い浮かぶものを自由に回答してもらったところ、その順位は1位「インターネット(パソコン)」、2位「インターネット(携帯電話)」、3位「テレビ」、4位「SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)」となった(図表8)。大学生はインターネットを従来のマスメディアよりも上位に挙げ、さらにはインターネット上で提供されるサービスの一つであるSNSさえも「自分たちのメディア」として評価している。

図表6 インターネットで利用しているサービス

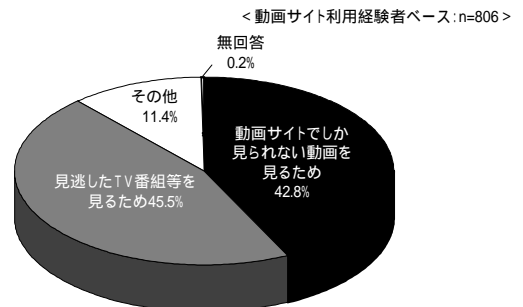
	1位	2位	3位
インターネット(携帯電話)	ウェブサイトの閲覧 73.5%	SNSで他の人のページを読む 62.7%	他人のブログの閲覧/書き込み<SNS以外> 49.9%
インターネット(パソコン)	ウェブサイトの閲覧 91.4%	動画投稿サービスの視聴 78.6%	オンラインショッピングの利用 49.4%

<メディア視聴ベース:n=803>

上位3項目までをピックアップ

つまり、インターネットと共に育った世代ともいえる大学生は、インターネットを自分たちを代表するメディアであると自負しているといえる。それは、もはや大学生にとって必要不可欠な“生活インフラ”になっているといえる。その中でも「大学生にとっての私たちのメディア」として上位にランクインしたSNSについて、もう少し深掘りしてみたい。

図表7 動画サイト利用目的



図表8 “わたしたちの世代のメディア”と聞いて思い浮かぶものは

“わたしたちの世代のメディア”		計(人数)
1位	インターネット(パソコン)	361人
2位	インターネット(携帯電話)	273人
3位	テレビ	224人
4位	SNS/ミニブログ(mixi/Twitter等)	209人

<全体:n=816>

上位4項目までをピックアップ

SNS = そこらへん・なかまうち・サービス

～ 大学生にとってSNSは“リアル”の延長 ～

前章では、大学生にとってのインターネットの存在の大きさはもちろん、SNSまでもが既存メディアと並ぶものとして捉えられていることがわかった。では、なぜSNSが大学生の中でそこまで重要視されているのだろうか。この章ではその利用実態からみていきたい。

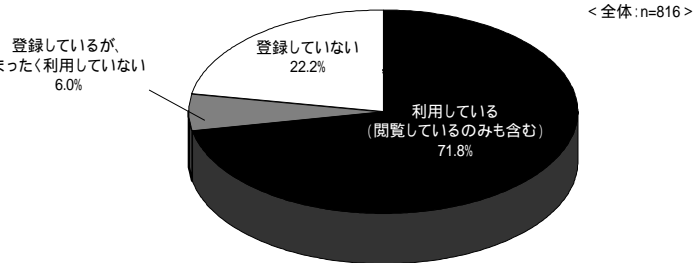
本調査でいうSNSとは、mixi（ミクシィ）やGREE（グリー）等の「コミュニティ型のWebサイト」のことを指し、Twitter（ツイッター）などは対象外とする。

まず、SNSを利用しているか聞いたところ、「利用している」と回答した人は全体の約7割にものぼった（図表9）。また、現在利用しているSNSサービスについて具体的に聞いてみると、「mixi」と回答した人が約10割と最も多い結果となった（図表10）。つまり、大学生のほとんどはSNSを利用しているが、GREEやモバゲーなどのゲーム要素の強いSNSではなく、コミュニケーション要素の強い“mixi”の利用が圧倒的に多いようだ。

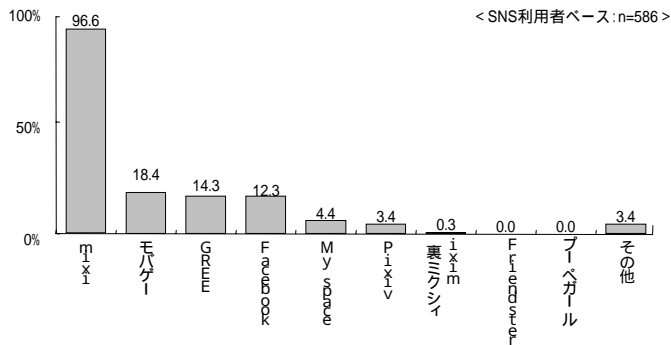
次に、SNS利用者に利用時のアクセスツールを聞いたところ、「携帯電話のほうが多い」と回答した人が約8割にものぼった（図表11）。また、SNSをどのくらいの頻度でチェックするか聞いたところ、平均すると1日に「約8回」もチェックしているという結果となった（図表12）。さらに、いつSNSを見ているのかを聞いてみると、「通学中（7割）」「寝る前（7割）」、次いで「誰かと待ち合わせをしているとき（5割）」「授業を受けているとき（4割）」「バイトの休憩中（3割）」が上位に挙がっているなど（図表13）、大学生は生活の中で暇さえあればSNSをチェックするのが当たり前になっていることがわかる。

ちなみに、こうした利用実態を持つ大学生がSNSのチェックや書き込みを頻繁に行うことに疲れを感じているか聞いたところ、「感じていない（計）」と回答した人は約9割にものぼった（図表14）。大学生にとってSNSは、もはや無意識に利用する生活習慣として定着しているといえそうだ。

図表9 SNS利用度

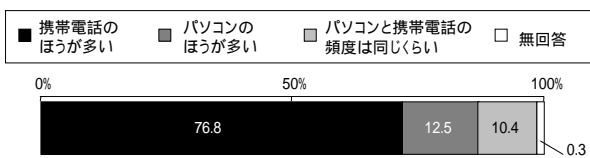


図表10 利用しているサービス



図表11 利用時アクセスツール

< SNS利用者ベース:n=586 >



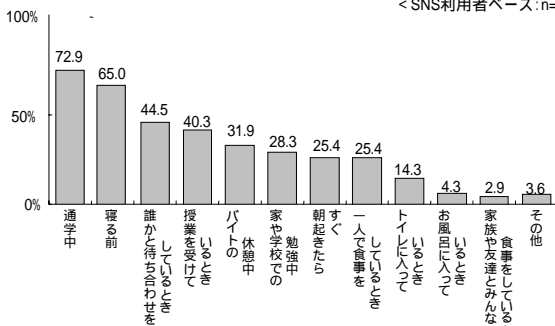
図表12 1日のSNSチェック頻度

< SNS利用者ベース:n=586 >

平均8.42(回/日)

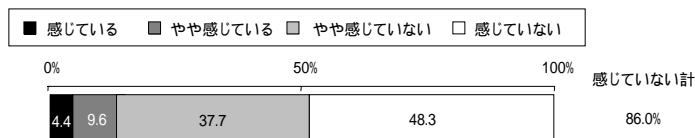
図表13 普段SNSサイトを見ている場面 < SNS利用者ベース >

< SNS利用者ベース:n=586 >



図表14 「SNS疲れ」意識

< SNS利用者ベース:n=586 >

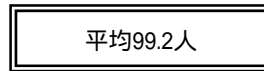


では、そんなSNSを通じて大学生は、誰とどんな交流をしているのだろうか。まず、SNS上の交流メンバーの人数を聞いたところ、平均で約100人という結果となった(図表15)。次に、SNS上の交流メンバーにはどんな人がいるか聞いたところ、「同じ大学の仲のいい人」「小中高など地元の人」と回答した人が約9割、次いで「同じサークル・部活の人」が約8割という結果となった(図表16)。また、SNSをどのような目的で利用しているか聞いたところ、「身近な友達と連絡をとる・情報を共有するため」と回答した人が約8割、次いで「普段会えない友達と連絡をとる・情報を共有するため」が約7割、「身近な友達の近況をただチェックするため」「普段会えない友達の近況をチェックするため」が約6割という結果となった(図表17)。大学生にとってのSNSは、普段なかなか連絡のとれない離れた友人との連絡手段以上に、大学内の仲の良い友人との情報共有手段としての役割の方が大きいようだ。実際、SNS上での会話を実際の会話でも出すことがあるかを聞くと、「ある(計)」と回答した人は約9割にのぼっており(図表18)、SNSを介したコミュニケーションの内容は狭く特殊なものではなく、あくまでも日常生活のそれと変わらないことがわかる。

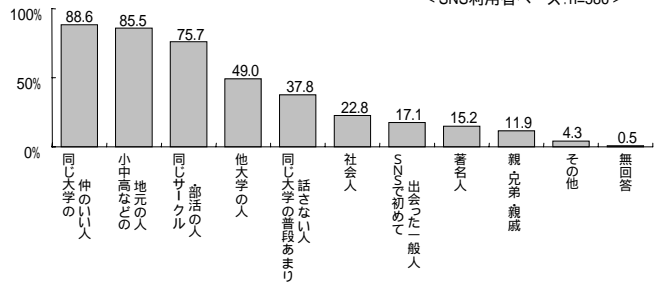
また、「SNS上の自分」と「普段の自分」において自分のキャラが違うかを聞いたところ、「変わらない(計)」と回答した人は約8割(図表19)、SNS上で自分を少しでも良く見せたいという願望についても、「ない(計)」と回答した人が約8割にのぼる結果となった(図表20)。ネット上では別人格で振る舞う人の存在が巷では語られることもあるようだが、こと大学生に関してはSNS上でキャラを変えたり、また自分を良く見せようともせず、素の自分を見せているようだ。この点からも、SNSが大学生にとって決して特別なものではないことがわかる。

このように、もはやSNSは大学生の生活から切っても切り離せない存在となっている。しかし、その利用方法は「見知らぬ人と出会い、交友関係を広げる」というよりは、「地元や大学内での身近な友人との交流を深める」ほうが主であり、世間一般でイメージされているような「Social(ソーシャル)」とはやや趣きが異なって限定されている。当然、そこで交わされるやりとりも、教室や飲み会の席での何気ない「会話」に近い。つまり、大学生にとってSNSは、あくまでもリアルな延長なのである。

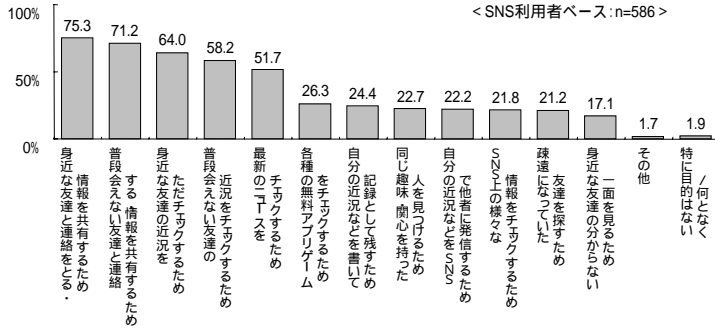
図表15 SNS交流メンバー数



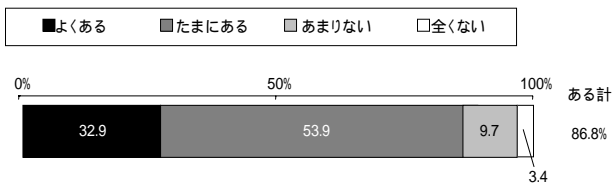
図表16 SNS交流メンバー内訳



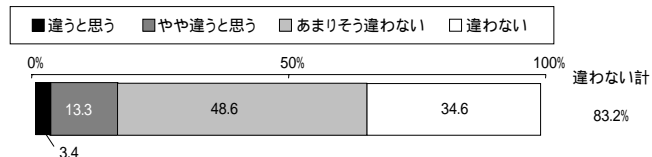
図表17 SNS利用目的



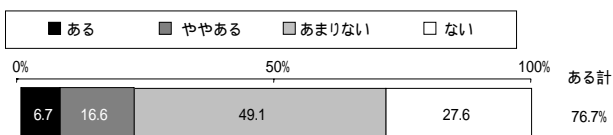
図表18 SNS上での話題を実際の会話でも出す頻度



図表19 「SNS上の自分」と「普段の自分」キャラ相違度



図表20 SNS上で自分をよく見せたい願望



携帯メールもいいけど、SNSも「イイネ！」

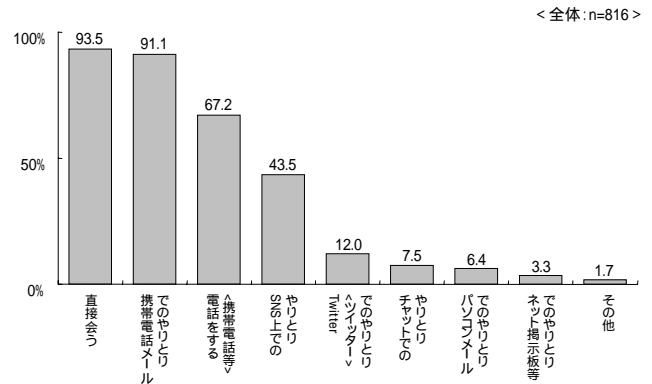
～ “一対一”よりも“一対多”の可能性 ～

前章では、大学生にとってSNSを利用することは生活習慣であり、日常生活の延長線上にあるものとして、身近な友人との情報共有に使用していることがわかった。では、SNSの登場は大学生のコミュニケーションをどう変えたのかを、他のコミュニケーション手段と比較しながらみていきたい。

まず、普段友人とどのような手段でコミュニケーションを取ることが多いか聞いたところ、「直接会う」と「携帯電話メールでのやり取り」が約9割で並び、これに次ぐものとして「電話をする<携帯電話等>(約7割)」「SNS上でのやり取り(約4割)」が挙がる結果になった(図表21)。

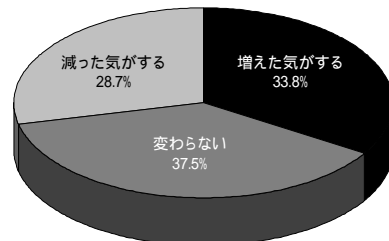
また、高校時代と比べて友人と直接会う頻度がどのように変化したのか聞いてみると、「変わらない」と回答した人は全体の約4割、「増えた気がする」と回答した人と「減った気がする」と回答した人はそれぞれ約3割という結果となった(図表22)。直接会う頻度が減少した人に「友人と直接会う」代替りのコミュニケーション手段を聞いたところ、「携帯電話メールでのやり取り」が約7割、「SNS上でのやり取り」が約4割で、SNSが「電話をする」を上回る結果となった(図表23)。携帯電話メールと並んで、SNSは直接会う頻度が減少した友人ともかろうじて繋ぐことを含め、大学生の人間関係を支える大事なコミュニケーションツールといえよう。

図表21 友人とのコミュニケーション手段



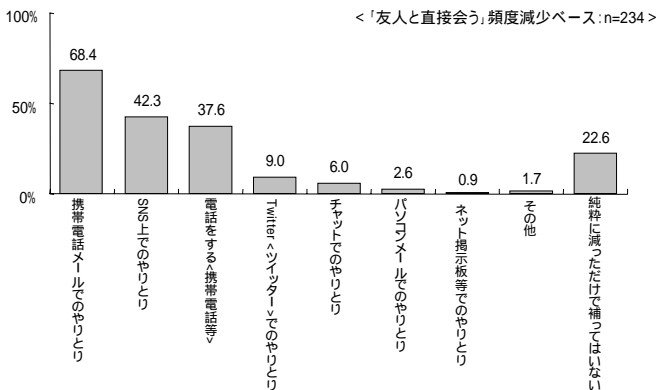
<全体:n=816>

図表22 友人と直接会う頻度の変化(高校時代との比較)



<全体:n=816>

図表23 「友人と直接会う」代替りのコミュニケーション手段



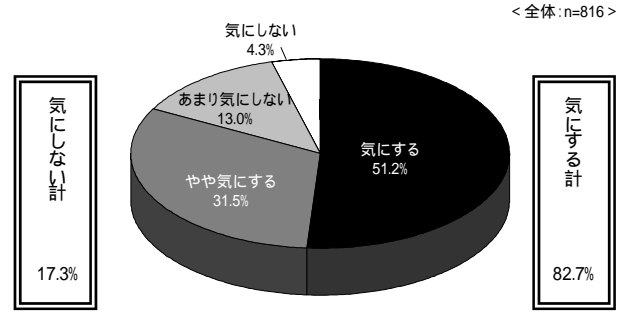
<「友人と直接会う」頻度減少ベース:n=234>

では、なぜSNSは携帯電話メールと並んで、大学生のコミュニケーションにここまで根づいているのだろうか。
 そこで、大学生に普段、携帯電話でメールを送る時、送信する相手や内容に間違いがないか気にしているか聞いたところ、「気にする(計)」と回答した人が全体の約8割にのぼった(図表24)。また、携帯電話でメールを送る時、自分の気持ちが相手に伝わって伝わらないか気にするか聞くと、「気にする(計)」と回答した人が全体の約9割(図表25)、相手の状況を気にして携帯電話でメールを送信する時間帯をずらすことがあるかを聞くと、「(意識して送信時刻をずらすことがある) (計)」と回答した人が約8割にのぼった(図表26)。これは携帯電話メールの内容が原因で人間関係が気まぎらなくなったことが「ある」と回答した人が約4割にものぼることからもわかるように(図表27)、やりとりが“一対一”である分、大学生が携帯電話メールを気遣いを必要とする繊細なものと捉えていることがわかる。

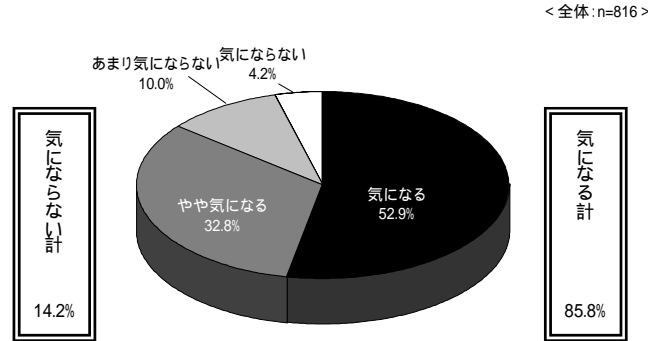
しかも、人間関係が気まぎらなくなった経験をSNSへの関与度でみると、費用頻度が高い層(H層)において「ある」と回答した人が約5割で全体を大きく上回っており(図表27)、大学生が携帯電話メールでの失敗経験を通じて、SNSを新たなコミュニケーションツールの選択肢のひとつとして考えはじめているのかもしれない。

密なコミュニケーションが取れるものの、何かと気を遣わなくてはならない“一対一”の携帯電話メールに対して、SNSはいわば“一対多”の関係で気楽にコミュニケーションがとれるツールとして存在感を増しているといえよう。

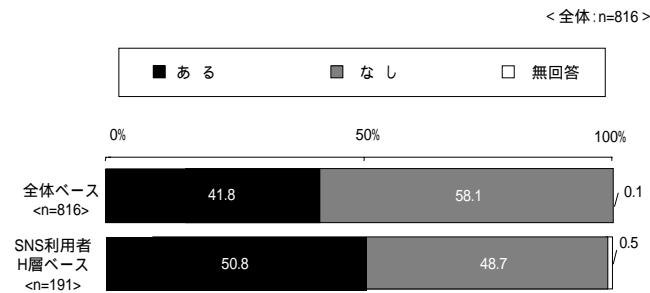
図表24 携帯電話メール送信時に送信相手や内容に間違いがないか気になるか



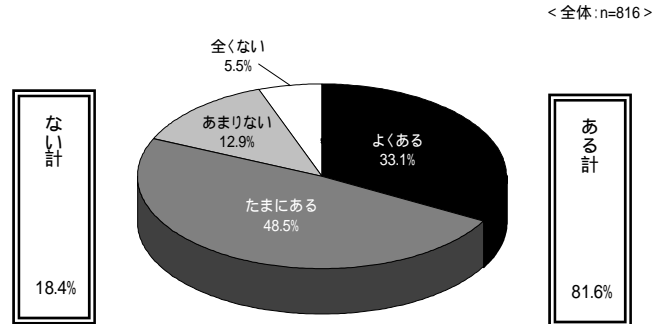
図表25 携帯電話メール送信時に気持ちが伝わって伝わらないか気になるか



図表27 携帯電話メールを原因とした人間関係の亀裂経験の有無



図表26 携帯電話でメールを送信する時間帯をずらすことがあるか



SNSがキズナをつくる

～ 感情をみんなで共有する大学生 ～

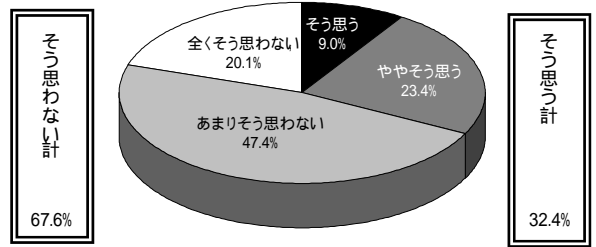
前章では、大学生が直接会うことや携帯電話メールなどの“一対一”のコミュニケーションから、SNSの持つ“一対多”の構図による気楽さにシフトしている可能性を示唆した。ここでは、SNS上での大学生のコミュニケーション実態をみていきたい。

まず、SNS上で自ら情報を発信するほうだと思えるか聞いたところ、「そう思わない」と回答した人が約7割、「そう思う」と回答した人が約3割であった(図表28)。次に、SNS上でどのようなことをしているのか聞いたところ、「他人の日記やつぶやきなどを読む」と回答した人が約8割と最も多く、次いで「他人の日記やつぶやきなどにコメントする」「つぶやく」と回答した人が約7割という結果になるなど(図表29)、大学生がSNSを発信の場というよりも、友人の発信内容をチェックする場として捉えていることがわかる。

では、逆に自分がSNSに書きこむときもやはり相手の反応を意識しているのだろうか。書き込む内容は、相手の反応を意識した内容にするかについて聞いたところ、「反応を意識した内容にする」と回答した人は約4割、「反応は気にせず書きたいこと書く」と回答した人が約2割という結果となった(図表30)。また、SNS上で自分が発信した情報に対する他人の反応を気にするか聞いたところ、「気にする(計)」と回答した人が約6割、「気にしない(計)」と回答した人が約4割となった(図表31)。これらのことから、現在の大学生は、SNS上で相互に情報をチェックしあいながら、情報を共有していることが分かる。

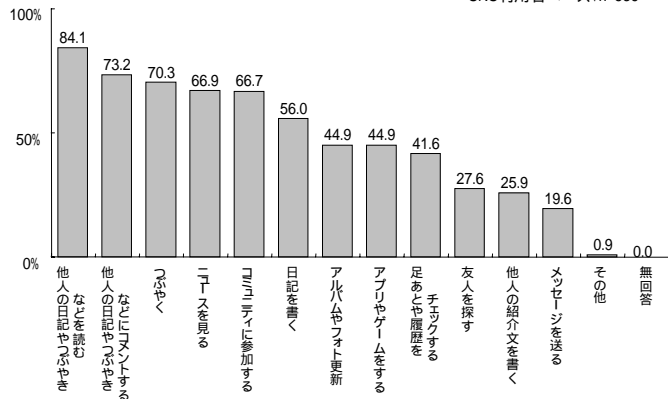
図表28 SNS上での情報発信度

< SNS利用者ベース:n=586 >



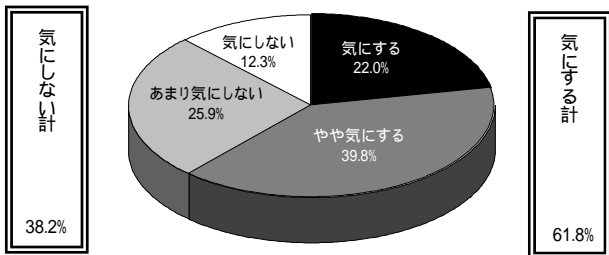
図表29 SNSの利用内容

< SNS利用者ベース:n=586 >



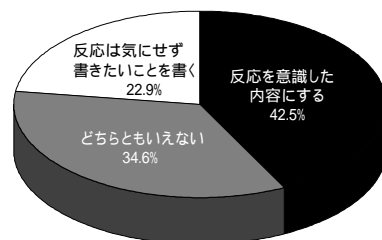
図表31 自分の発信した情報に対して反応を気にするか

< SNS利用者ベース:n=586 >



図表30 SNSに書き込む際の気持ち

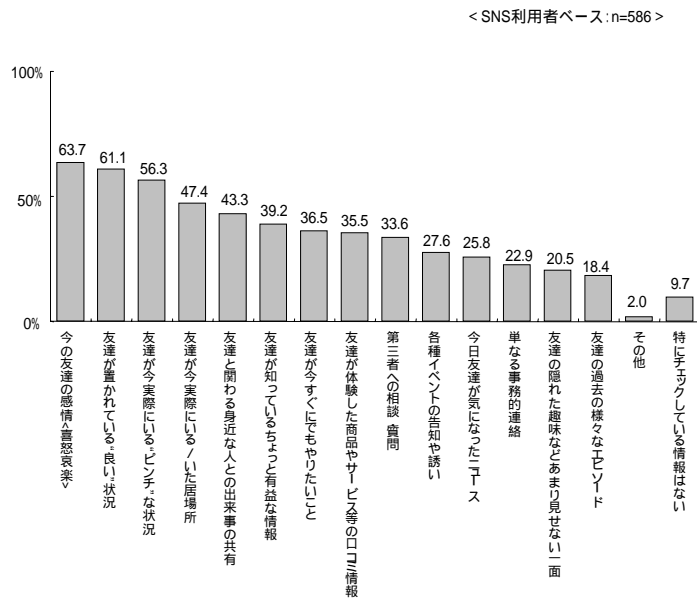
< SNS利用者ベース:n=586 >



大学生がSNS上でチェックしている友人の情報とは何か。この質問で「今の友人の感情<喜怒哀楽>」と回答した人が約6割、次いで「友人が置かれている良い状況」「友人が置かれているピンチな状況」と回答した人が約6割となった(図表32)。ちなみに、(SNSとは関係なく)大学生が絆を感じる瞬間を聞いてみたところ、1位「相談・悩みを親身になって聞いてくれたとき」、2位「ピンチのとき助けてくれたとき」、3位「一つのことを一緒に成し遂げたとき」となり(図表33)、両者が重なる部分が多いことがわかる。つまり、大学生はSNS上においても友人と感情を共有することで、お互いの絆を確かめ合おうとしているようだ。

では、そうしたSNS上のコミュニケーションを通して、実際に友人関係を深めることは出来ているのだろうか。そこで、SNSを利用したことによって、友人関係はどのように変化したか聞いたところ、「どちらかというようになった」と回答した人が約10割となった(図表34)。友人関係が良かった具体的な経験についても聞いたところ、1位「SNS上で起こったことが共通の話題になり、翌日学校で会ったときなどに会話が盛り上がったこと」、2位「SNSの中だけでなく、実際に会って話す・遊ぶなど、以前より親密になったこと」、3位「疎遠になっていた友人と連絡・再会・交流するきっかけになったこと」、4位「普段話さない人・あまり話さない人とも気軽に交流でき仲良くなれた事」という結果となった(図表35)。つまり、SNS上で普段会わない友人やあまり話さない友人から、自分が思ってもいない場面で反応が返ってくることによって、今まで見ていなかった友人の優しい一面に気づき、それがリアルな人間関係にも好影響を与えていることがあるようだ。

図表32 SNS上でのチェック情報



大学生のSNS上のコミュニケーションは、友人の発信する情報をお互いにチェックし合って成立している。しかし、それは相互監視的なものではなく、発信された内容を大勢で共有し共感し合うものだ。まさに「友という存在は喜びを倍にし、悲しみを半分にする」という言葉がSNS上で体現されているといえるかもしれない。

図表33 大学生が絆を感じる瞬間

< 全体: n=816 >

どのようとき絆を感じるか	計(人数)
1位 相談に対して親身になって受け止めてくれる時	111人
2位 ピンチや病気のときに助けてくれる(助け合う)時	96人
3位 一緒に頑張って一つの事を成し遂げた時	88人
4位 落ち込んだり辛い時に話を聞いてくれたり支えてくれた時	76人
5位 同じ時間を共有している時	40人

上位5項目までをピックアップ

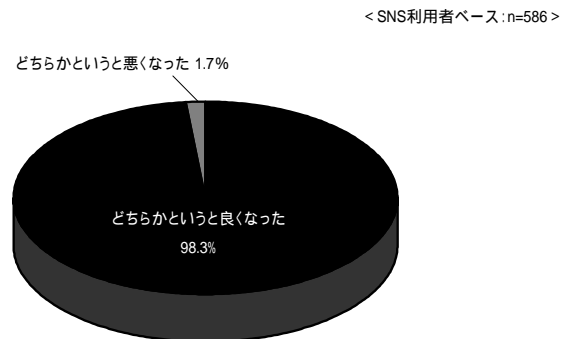
図表35 友人関係が良かった具体的な経験

< 'どちらかというようになった' 選択者ベース: n=576 >

友人関係がよかった経験	計(人数)
1位 SNS上での事が共通の話題になり、会った時に会話が盛り上がった事	149人
2位 SNS上だけでなく実際に会って話す・遊ぶなど以前より親密になった事	54人
3位 疎遠になった友達と連絡・再会・交流するきっかけになった事	46人
4位 普段話さない人・あまり話さない人とも気軽に交流でき仲良くなれた事	41人
5位 友達の意外な趣味や価値観など、相手をよりよく知れるようになった事	39人

上位5項目までをピックアップ

図表34 SNSによる友人関係の変化



SNSなう！大学生はTwitterをフォローしません！

～ フロー型のTwitterを好まない大学生 ～

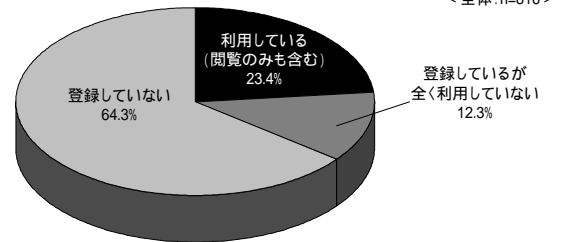
ここまで、大学生におけるSNSに関する意識や利用実態を様々な角度からみてきたが、インターネット上の新しいサービスが次々と登場する中、大学生はSNSと今後どのように付き合っていくのかを、TwitterとSNSの比較を交えながらみていきたい。

まず、Twitterの利用状況について聞いたところ、「利用している」と回答した人は全体の約2割、「登録しているが全く利用していない」と回答した人は全体の約1割であったのに対し、「登録していない」と回答した人は全体の約6割という結果となった(図表36)。Twitterを利用していない人に、Twitterを使わない理由を聞いたところ、1位が「興味がない/なくても困らないから」、2位が「常に更新しないといけない感じがする/面倒くさいから」となっており(図表37)、最近話題のTwitterも大学生の中ではそれほど広がっていないことがわかる。

次に、Twitter上でつぶやいている人に「フォローしているメンバー」を聞いたところ、「同じ大学の仲のいい人」と回答した人は約7割と最も多く、次いで「著名人」が約6割、「同じサークル・部活の人」が約4割、「小中高などの地元の人」が約4割という結果となった(図表38)。一部の大学生はTwitterでもSNSとほぼ同じメンバーで情報を共有しているようだ。

では、SNSとほとんど同じメンバーで利用されつつあるTwitterに大学生は移行していくのだろうか。そこで、Twitterを今後利用したいと思うか聞いたところ、「利用したい/し続けたい」と回答した人は全体の約4割であったのに対し、「利用したくない/し続けたくない」と回答した人は全体の約6割にぼった(図表39)。今のところTwitterは大学生にはあまり好まれていないようだが、これは大学生が好むSNSが情報をどんどん貯めていくストック型であるのに対し、Twitterは情報が大量に更新され続けるフロー型で、大学生のコミュニケーションスタイルにそぐわないからではないだろうか。

図表36 Twitterの利用状況



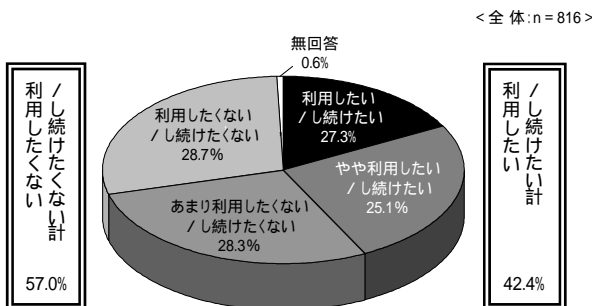
図表37 Twitter非利用理由

Twitterを利用していない理由		計(人数)
1位	興味がない/なくても困らないから	169人
2位	常に更新しないといけない感じがする/面倒くさいから	129人
3位	使い方がわからないから	80人
4位	mixiなどの他のツールで十分足りているから	72人
5位	twitterが何かわからないから	48人

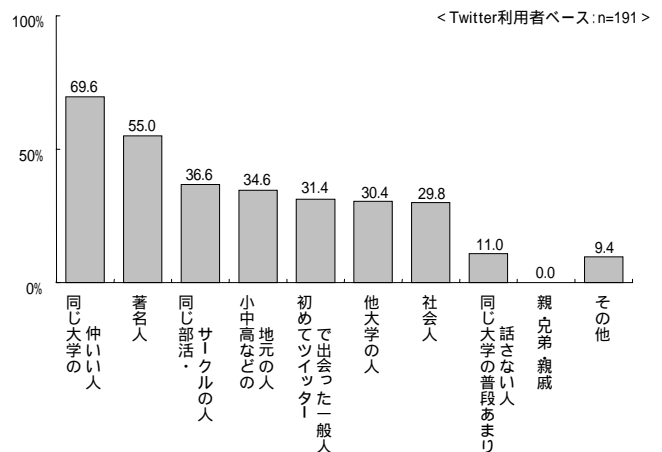
<Twitter非利用者ベース:n=646>

上位5項目までをピックアップ

図表39 Twitterを今後利用したいと思うか



図表38 Twitterでフォローしている人

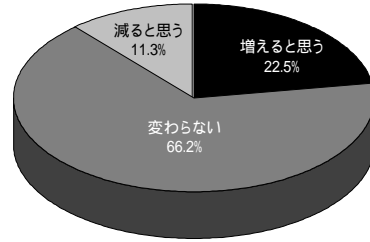


さて、大学生はSNSをこれからもずっと使い続けていくのだろうか。SNSを利用する頻度が今後どのように変化と思うか聞いたところ、「変わらない」と回答した人が約7割で、「増えると思う」「減ると思う」と回答した人はそれぞれ約2割/約1割であった(図表40)。また、30歳を過ぎてもSNSをやることに対して「恥ずかしいと思う(計)」と回答した人は約4割で、「恥ずかしいとは思わない(計)」と回答した人が約6割という結果となり(図表41)、「SNSは年齢関係なく楽しむものだから」という回答が最も多かった(図表42)。確かに、ここまでSNSが人間関係を繋ぎ留め、活性化させる役割を果たしている大学生にとっては、むしろ大人になってからこそがSNSの出番なのかもしれない。

最後に、大学生の人間関係観を問うものとして、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たところ、「狭く深く付き合いたい」が全体の約4割、「広く浅く」と「狭く浅く」が共に1割弱で、最も多かったのが「広く深く付き合いたい」の約5割という結果になった(図表43)。従来であれば両立しづらく欲張りと思われるがちなこの志向は、SNSをはじめとするインターネットサービスによって、友人関係を途絶えることも減らすこともないままに歩んでこれた若者ならではの傾向といえそうだ。

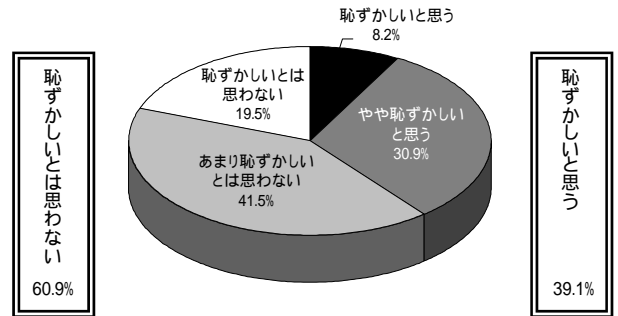
図表40 SNSの利用頻度は今後変化するか

< SNS利用者ベース:n=586 >



図表41 30歳を過ぎてもSNSをやることは恥ずかしいか

< SNS利用者ベース:n=586 >



図表42 なぜ恥ずかしく思わないか

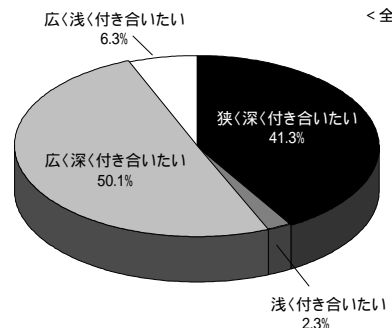
< SNSを30歳過ぎてもやっていることが恥ずかしいと思わないベース:n=357 >

順位	SNSを30歳過ぎてもやっていることが恥ずかしいと思わない理由	計(人数)
1位	SNSは若者だけでなく、年齢関係なく楽しむものだから	108人
2位	年齢問わずSNSをやることは個人の自由だから	59人
3位	人とつながるだけではなく情報源としても便利な機能だから	36人
4位	さらにSNSは浸透して30歳がやっても当たり前になる	31人
5位	何歳になっても友人とつながってられる1つの手段だから	23人

上位5項目までをピックアップ

図表43 友人と今後どのように付き合っていきたいか

< 全体:n=816 >



まとめ

大学生のSNSは キズナAR

(Augmented Relationship)

～ 現実のキズナを拡張・強化するコミュニケーション共振装置 ～

ここまで、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）における大学生の意識や実態をみてきたが、これらをまとめると以下のようにいえるだろう。

現在の大学生、つまり私たちは、生まれた時からインターネットやパソコンのある生活環境の中育ってきた世代“デジタルネイティブ”である。インターネットはあって当たり前であり、マス4媒体といわれるメディアよりも、自分たちにとって身近で役に立つ“生活インフラ”として捉えるようになってきている。そんなデジタルネイティブにとって、インターネットサービスの一つにもかかわらず“メディア”として浮上してきたのがSNSである。大学生にとっては、話題のTwitterをも抑え、今後もぜひ使っていきたいというほどのロイヤリティがあるものとなっている。

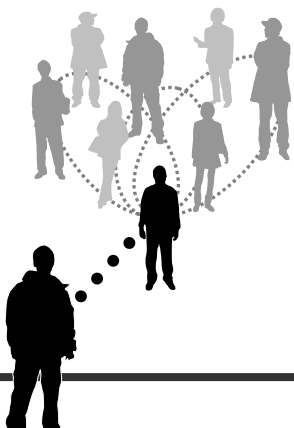
SNSが大学生にこれほどまで重要視されている理由は、実はSNSの基本理念にあるような「ネットを介して、知っている人とも、知らない人とも誰とでもコミュニケーションできる」ということではない。縁遠い人ではなく、あくまでも「実際に会う頻度の高い仲の良い友人とのコミュニケーション」に活用していることから、大学生にとってはソーシャルというよりもパーソナル・ネットワーキングという側面の方が強い。実際、バーチャルにお互いを知るというよりは、SNSを見ない＝翌日の話題についていけないほどに現実のコミュニケーションの延長線上として使っているのだ。また、“一対一”でやり取りをする携帯電話メールの“本気さ”に比べ、“一対多”でコミュニケーションできるSNSの“気楽さ”が評価されていることもわかった。携帯電話メールは一対一のガチンコさゆえ送る時間や内容など相手に気を遣うことが多く、人間関係に亀裂さえも入った経験を持つ大学生にとって、SNSは一対多で時間も気にせず気軽にコミュニケーションできる場として評価されている。そして、自分の仲間が見ているところで投稿 反応しあうことで“感情の共有”ができ、関係を深め、「キズナを創れる」とまで評価しているのだ。

結果としてSNSは、大学生が求める“広くて深い”という一見矛盾する付き合いを可能にしているともいえそうだが、本当にそうなのだろうか？ 一対一でコミュニケーションし本気でぶつかりあってこそ、キズナが生まれるのではないか？

私たちは、SNSで「キズナは拡張・強化できる」と考える。SNSはリアルにある関係性を、もっと強化し、もっと拡張してくれる装置なのだ。もちろん、一対一でのコミュニケーションは未だに重要ではある。しかし、SNSは一対一のコミュニケーションとは違う側面で我々のキズナ創りをサポートしてくれる。そのポイントは、一対多のコミュニケーションだからこそ起きる“共振”という作用だ。確かに一対一のコミュニケーションは関係が深くなるかもしれないが、そのコミュニケーションは当事者間だけにとどまってしまう。しかし、一対多のコミュニケーションが成立するSNSの場合、たとえ一人に向けた投げかけであったとしてもSNS内では投稿がコトバとして可視化され、自分たちの仲間がそれを目にし、さらに反応することで、一対多のコミュニケーションへと増幅していくのだ。例えば、「mixi」や「facebook」における賞賛を意味する「イイネ!」という機能もその象徴的な例であろう。誰かが誰かに反応したことを知り、その関係性や感情がより豊かになっていく…これが我々がSNSでキズナの広がりや深まりを実感する瞬間なのだ。

SNSによる一対多のコミュニケーションスタイルは、「喜びを何倍にも大きくし、その一方で悲しさを軽減してくれる」存在である友人との付き合いを広く深いものにし、リアルな関係で得られる以上の“安心感や充足感”を我々に与えてくれるのだ。

近年、ITを用いることで現実環境にあるものに情報などを付加提示するAR（Augmented Reality：拡張現実/強化現実）という技術が注目されている。それに倣えば、大学生にとってSNSは友人とのキズナを広く深く拡張・強化してくれるコミュニケーションの共振装置、すなわちキズナAR（Augmented Relationship）と呼べるのではないか。



寄稿 ~ 調査結果を読んで ~

早稲田大学 商学部 亀井昭宏

首都圏10大学の広告研究会のメンバーを中心にスタートした本調査プロジェクトが4年目を迎えたおよそ10年前に、彼らから実施辞退の申し出を受けて(社)東京広告協会の事務局から、その教育的・社会的意義の点からも実施主体を東京の主要大学の広告専攻のゼミのメンバーへ移行させてプロジェクトを継続させたいとのご趣旨で、ご相談を受けた。

早速に親しい友人の先生方にお声をかけ、7大学の広告ゼミのメンバーによって新たなスタートが切られることになった。以来、さまざまな事情により参加大学のゼミの異動はあったものの、同協会ならびに関係者の温かいご支援と熱心なご指導とにより本プロジェクトが今年度まで途切れることなく継続されてきたことに対して心からの敬意を表するとともに、感謝の気持ちでいっぱいである。

ところで、今年度の調査テーマは「SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)と大学生」というきわめて時宜を得たテーマであり、現代の大学生がそれらを実際にどう使いこなしているのかを知ることのできる実に興味深い結果が明らかされていて、感心した。

すでに9割以上の大学生によって利用されているインターネットの利用形態の主流がやはり携帯電話であったものの、パソコンもそれほど遜色なく、もはや彼らにとって「インターネットは生活インフラ」という結論に加えて、SNSでのやり取りも利用者は7割強、「まあまあ時間を割いている」も4割強見られたばかりか、SNSによって現に彼らが感情の共有(絆づくり)を図っているという現状が明らかにされていたのは興味深かった。

一方、SNSサービスの内でmixiの利用者が9割半強に達していた一方で、その他のサービスの利用がすべて2割弱に止まっていたことに加えて、彼ら大学生の多くが今後のSNSの利用強化にあまり期待していない様相が浮かび上がっていた(「今後の利用頻度は変化なし」が6割半強)と同時に、彼らがインターネットの新しいサービスの代表ともいえるTwitterをあまり利用していないこと、とくにフォロー型のTwitterに対してはあまり好感を抱いていないことが明らかにされていたことは実に興味深く、今後の大学生のコミュニケーション生活面の展開にとって示唆に富んだ調査結果であると言えよう。

しかし、結論的に言って、SNSが現代大学生の絆の強化・拡張に資するきわめて重要なコミュニケーション手段となっていることは、すでにSNSを利用している7割強の大学生の間での利用内容を見れば明らかである。もはや彼らの生活にとってSNSが切り離せない存在になっており、リアルな会話の延長になっているという指摘と同時に、SNSは「現実のキズナを拡張・強化するコミュニケーション共振装置」になっているばかりか、「デジタルネイティブ世代のスマートなコミュニケーション方法」とも言える、という本報告書の最終結論としての表現は、これからは永く名言として使われ続くことであろう。本調査プロジェクトに携わった皆さんのご努力とすばらしいセンスに対して心からの敬意を表するものである。

定点観測

～ 大学生の好きな広告・今年の日本の顔～

ソフトバンクモバイルの白戸家シリーズが3年連続、好感度ナンバーワンに!

大学生の好きな広告は、ソフトバンクモバイルの「白戸家シリーズ」が男女共に票を集め、3年連続のナンバーワンに。2位には「ロッチ/Fits」が2年連続でランクイン。また、上位には、「日産/NOTE」、「東京メトロ」、「NTTドコモ」、「西友」、「earth music & ecology」などが昨年ベスト10入りしたCMだけでなく、新たな顔ぶれもランクイン。

(全体:n=816)

1位: ソフトバンクモバイル/白戸家シリーズ	59人 (男性 25人 : 女性 34人)
2位: ロッチ/Fits/佐藤健・佐々木希	16人 (男性 6人 : 女性 10人)
2位: 日産/NOTE/低燃費少女ハイジ	16人 (男性 5人 : 女性 11人)
4位: 東京メトロ/新垣結衣・宮崎あおい	12人 (男性 9人 : 女性 3人)
5位: NTTドコモ/木村カエラ・渡辺謙	9人 (男性 4人 : 女性 5人)
5位: 西友	9人 (男性 4人 : 女性 5人)
5位: earth music & ecology/宮崎あおい	9人 (男性 5人 : 女性 4人)
8位: アップル/ipod・iphone・ipad	8人 (男性 6人 : 女性 2人)
8位: ニチレイ/アセロラ/アセロラ体操/仲里依紗	8人 (男性 3人 : 女性 5人)
10位: KDDI/au/嵐	7人 (男性 2人 : 女性 5人)
10位: カゴメ/野菜生活/AKB48	7人 (男性 4人 : 女性 3人)

参考: 09年度結果 (全体:n=816)

1ソフトバンクモバイル/白戸家シリーズ	56人
2 ロッチ/Fits/佐藤健・佐々木希	24人
3 サントリー/プロテインウォーター/中村獅童・松田翔太	23人
4 リカドール/Hot Pepper/スノーピーチ加工篇/木村カエラ	20人
5 KDDI/au, iida/嵐・仲間由紀恵等	9人
6 JTビバレッジ/Roots/坂口憲二・仲村トオル	7人
6 カルピス/カルピス、カルピスウォーター/長澤まさみ、川島海荷・中村蒼	7人
8 ファーストステップ/ユニクロ/「フタツツ」吹石一恵、リマースカウト・押切もえ、UT等	6人
9日本マクドナルド/クォーターパウンダー	5人
9 サントリー/BOSS/宇宙人ジョーンズ	5人
9 日産自動車/ノート/低燃費少女ハイジ/やまびこ篇	5人
9 NTTドコモ/Answer/アンサーハウス	5人

参考: 08年度結果 (全体:n=800)

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

参考: 07年度結果 (全体:n=800)

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

最近1年間の日本の顔は、本田圭佑選手に

今年の「日本の顔」は、サッカーワールドカップで活躍した「本田圭佑」選手が274票を獲得し初の1位。

次いで、前首相の「鳩山由紀夫」が119票を獲得し2位、3位には元サッカー日本代表監督「岡田武史」がランクイン。その他には、「小沢一郎」、「AKB48」、「菅直人」などがランクインを果たす結果となった。

(全体:n=816)

1位: 本田圭佑	274人 (男性 143人 : 女性 131人)
2位: 鳩山由紀夫	119人 (男性 66人 : 女性 53人)
3位: 岡田武史監督	38人 (男性 20人 : 女性 18人)
4位: 小沢一郎	31人 (男性 19人 : 女性 12人)
5位: AKB48	30人 (男性 17人 : 女性 13人)
6位: 菅直人	28人 (男性 13人 : 女性 15人)
7位: 石川遼	27人 (男性 9人 : 女性 18人)
8位: イチロー	20人 (男性 14人 : 女性 6人)
8位: 嵐	20人 (男性 4人 : 女性 16人)
10位: 蓮舫	19人 (男性 9人 : 女性 10人)

参考: 2009年の今年の顔
(全体:n=816)

1位: 麻生太郎	248人 (男性109人 : 女性139人)
2位: イチロー	192人 (男性137人 : 女性 55人)
3位: 東国原英夫	84人 (男性 33人 : 女性 51人)
4位: 石川遼	37人 (男性 15人 : 女性 22人)
5位: 水嶋ヒロ	15人 (男性 3人 : 女性 12人)
6位: 村上春樹	12人 (男性 5人 : 女性 7人)
7位: 草彅剛	11人 (男性 4人 : 女性 7人)
8位: オードリー	10人 (男性 6人 : 女性 4人)
9位: 上地雄輔	8人 (男性 2人 : 女性 6人)
9位: 島田紳助	8人 (男性 5人 : 女性 3人)
9位: 宮崎あおい	8人 (男性 1人 : 女性 7人)

友人とのコミュニケーション について	20
友人との“絆”を感じる瞬間	21
友人とのコミュニケーション手段	22
「友人と直接会う」頻度変化(高校時代との比較) / 頻度減少を補うコミュニケーション手段	23
「友人と携帯電話で電話する」頻度変化(高校時代との比較) / 頻度減少を補うコミュニケーション手段	24
「友人と携帯電話でメールする」頻度変化(高校時代との比較) / 頻度減少を補うコミュニケーション手段	25
今後の友人の数 / 関係性	26
人と直接会う機会 増加意識	27
メディア 意識 / メディア 利用状況 について	28
「わたしたちの世代のメディア」自由想起	29
メディア視聴度	30
各メディア視聴度	31
各メディアイメージ	33
必須メディア選択	40
携帯電話メール送信時の誤送意識度	41
携帯電話メール送信時の意思伝達意識度	42
携帯電話メールを原因とした人間関係の亀裂経験有無	43
携帯電話メール送信時の送信時刻意識度	44
携帯電話がないことによる感情	45
お気に入りのWEBサイト	46
インターネット利用時アクセスツール	47
デバイス別の利用インターネットサービス	48
利用経験のある動画サイト	51
動画サイト利用目的	52
動画サイト利用開始後のテレビの視聴時間変化	53
SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)利用状況 について	54
SNS利用状況	55
SNS利用頻度変化(高校時代との比較)	56
SNS今後の利用頻度変化	57
SNS利用時アクセスツール	58
利用しているSNSサービス	59
SNS利用目的	60
SNS利用ツール	61
SNSのユニークな使い方 / 不満点	62
SNS利用頻度	63
SNS利用シーン	64
SNS上の交流メンバー人数 / SNS上の交流メンバー	65
SNS上での情報発信度 / SNS上で発信している情報	66
SNS上でチェックしている友人の情報	67
SNS利用後の友人関係変化	68
SNS利用後の友人の数 / 関係性	69
「SNS上の自分」と「普段の自分」キャラ相違度 / 「SNS上の自分」と「普段の自分」キャラ相違点	70
SNS上で自分を良く見せたいという願望有無 / 良く見せるための具体的な行動	71
SNS上での反応意識度 / SNS上でのKY意識度	72
SNS上で書き込んだことに対する反応	73
SNSに書き込む際の気持ち	74
「SNS上の自分」と「携帯電話のメールの自分」本音度	75
実際の会話 SNS上での話題有無	76
SNS上の来訪数意識度	77
SNS上の情報信頼度	78
「SNS中毒」意識度	79
「SNS疲れ」実感度	80
「SNS」と「携帯電話のメールアドレス」必須意識	81
30歳過ぎのSNS利用者 羞恥度	82
SNSは私にとって・・・	83
Twitter(ツイッター) 利用状況	84
Twitter利用状況	85
Twitter今後の利用意向	86
Twitterフォローしているメンバー	87
Twitterで発信している情報	88
スマートフォン 利用状況	89
スマートフォン利用状況	90
スマートフォン利用による大学生のコミュニケーション変化	91
将来の携帯電話予測	92
定点観測	93
広告関心度	94
広告に対する意見	96
大学生が選ぶ最近1年間の日本の顔	98
好きな広告	99



友人とのコミュニケーションについて

数表中の数値につけられた記号

印 = 全体より5ポイント以上高い数値

印 = 全体より5ポイント以上低い数値

グラフ上の数値は表記上合計が100にならないことがあります

友人との“絆”を感じる瞬間

- ◆ 友達と“絆(きずな)”を感じる瞬間はどんな時かについて「相談に対して親身になって受け止めてくれるとき」が111人と最も多く、次いで「ピンチや病気のときに助けてくれる(助け合う)時」が96人、「一緒に頑張って一つのことを成し遂げた時」が88人という結果となった。



あなたが友達と“絆(きずな)”を感じる瞬間はどんな時ですか。どんな時のどんなシチュエーションか具体的に教えてください。
<全ベース>

(全体:n=816)

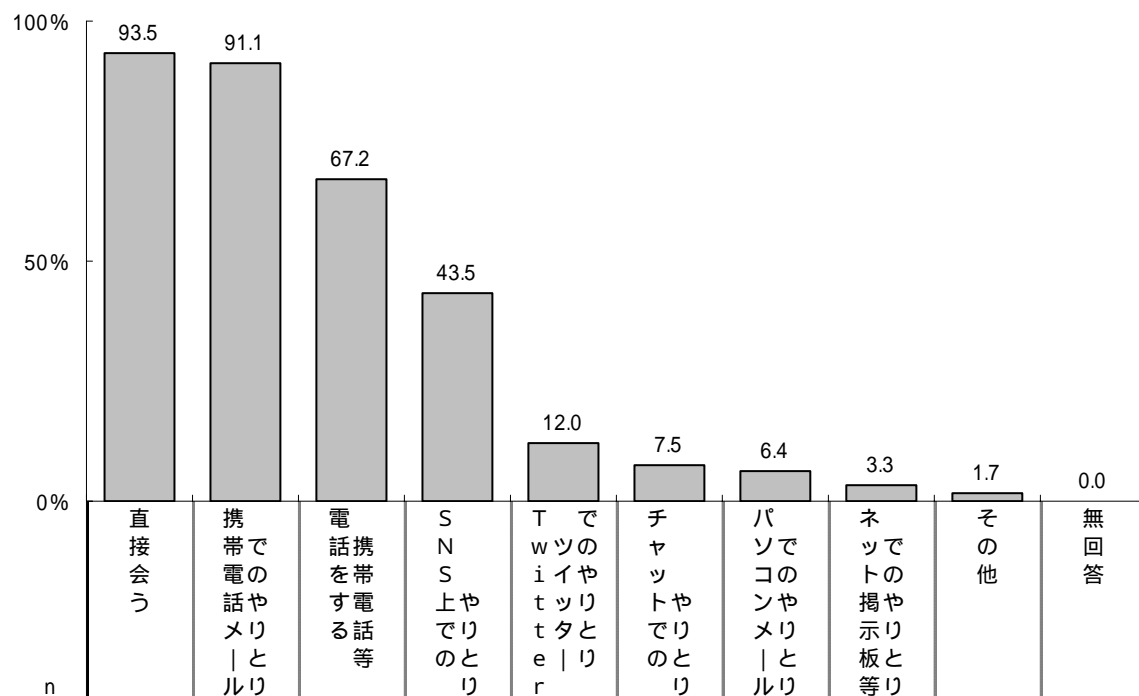
1位: 相談に対して親身になって受け止めてくれる時	111人 (男性 32人 : 女性 79人)
2位: ピンチや病気のときに助けてくれる(助け合う)時	96人 (男性 50人 : 女性 46人)
3位: 一緒に頑張って一つのことを成し遂げた時	88人 (男性 46人 : 女性 42人)
4位: 落ち込んだり辛いときに話を聞いてくれたり支えてくれた時	76人 (男性 14人 : 女性 62人)
5位: 同じ時間を共有している時	40人 (男性 22人 : 女性 18人)
6位: 楽しい時も悲しい時も共感し合えて分かち合えた時	39人 (男性 15人 : 女性 24人)
7位: 授業やテストの手助けをしてくれた時	37人 (男性 24人 : 女性 13人)
8位: 何も言わなくても雰囲気や顔で気持ちを分かってくれた時	35人 (男性 7人 : 女性 28人)
9位: 久しぶりに会っても以前と変わらず話したり盛り上がったたりできる時	32人 (男性 12人 : 女性 20人)
10位: 友達と気軽に話している時	30人 (男性 18人 : 女性 12人)
11位: 友達と飲んでいる時	29人 (男性 26人 : 女性 3人)
12位: 行動(考え)がカブった時	25人 (男性 9人 : 女性 16人)
13位: スポーツをしている時	24人 (男性 21人 : 女性 3人)
14位: 特定の集団で活動している時(サークル、ゼミ、バイトなど)	23人 (男性 15人 : 女性 8人)
15位: 何でも本音で言い合ったり、語り合ったりする時	21人 (男性 8人 : 女性 13人)
15位: 友達と共通の話題について話し、盛り上がった時	21人 (男性 13人 : 女性 8人)
17位: 一緒に特別な日を過ごした時	15人 (男性 7人 : 女性 8人)
18位: 一緒にいて気を遣わなくてもいい時	12人 (男性 4人 : 女性 8人)
18位: 自分よりも相手のことを考えた行動が出来る時	12人 (男性 5人 : 女性 7人)
20位: 電話やメールで連絡を取っている時	11人 (男性 6人 : 女性 5人)
20位: 一緒にご飯を食べに行った時	11人 (男性 9人 : 女性 2人)
20位: 友達と遊んでいる時	11人 (男性 10人 : 女性 1人)

友人とのコミュニケーション手段

- ◆ 普段、友人とコミュニケーションを取る手段として「直接会う」と回答した人の割合が全体の約94%と最も高く、次いで「携帯電話メールでのやりとり」が約91%、「電話をする<携帯電話等>」が約67%、「SNS上でのやりとり」が約44%という結果となった。
 - ◆ 性別で見ると、「SNS上でのやりとり」と回答した人の割合は、女性が約51%であるのに対し、男性は約36%と、約14ポイントの差がみられた。
 - ◆ 学年別にみると、「Twitter<ツイッター>でのやりとり」と回答した人の割合は、1年生の約3%、2年生の約9%、3年生の約17%、4年生の約20%と、学年が上がるにつれ、高くなるという結果となった。
- SNS利用頻度別で見ると、「Twitter<ツイッター>でのやりとり」と回答した人の割合は、H層に最も多く属している結果となった。

あなたは普段友達とどのような手段でコミュニケーションを取ることが多いですか。 <全ベース>

全体のスコアで降順ソート



		n	直接会う	携帯電話やメールでのやりとり	電話携帯電話等	SNS上でのやりとり	Twitterでのやりとり	チャットやでのやりとり	パソコンやメールでのやりとり	ネットの掲示板等	その他	無回答
全体		816	93.5	91.1	67.2	43.5	12.0	7.5	6.4	3.3	1.7	-
性別	男性	408	89.2	88.5	66.2	36.3	11.0	7.1	6.6	2.9	2.0	-
	女性	408	97.8	93.6	68.1	50.7	13.0	7.8	6.1	3.7	1.5	-
学年	1年生	204	93.1	89.7	72.5	42.6	2.5	9.3	7.8	3.4	0.5	-
	2年生	204	92.2	90.7	64.7	45.6	8.8	5.9	6.4	2.9	2.0	-
	3年生	204	94.6	91.2	64.7	46.1	16.7	6.9	4.9	3.4	3.4	-
	4年生	204	94.1	92.6	66.7	39.7	20.1	7.8	6.4	3.4	1.0	-
SNS利用状況	現在利用者	586	94.2	91.6	67.4	60.6	14.7	8.5	6.1	3.6	1.9	-
	現在非利用者	230	91.7	89.6	66.5	-	5.2	4.8	7.0	2.6	1.3	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	96.3	92.7	70.7	72.8	18.8	9.4	8.4	4.2	2.1	-
	M(1日に2~9回)	295	93.2	93.6	67.8	60.0	13.2	8.1	4.1	4.4	1.7	-
	L(1日に1回以下)	100	93.0	84.0	60.0	39.0	11.0	8.0	8.0	-	2.0	-

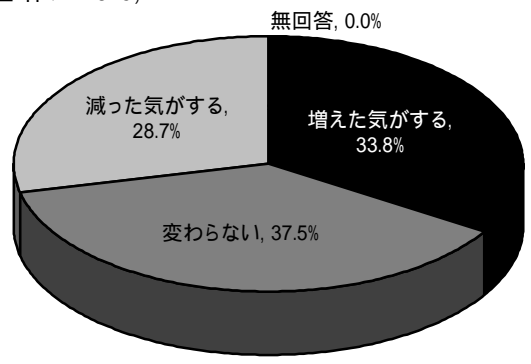
(%)

「友人と直接会う」頻度変化(高校時代との比較) / 頻度減少を補うコミュニケーション手段

- ◆ 高校時代と比べて友人と直接会う頻度について、「変わらない」と回答した人の割合は全体の約38%、「増えた気がする」は約34%、「減った気がする」は約29%という結果となった。
- ◆ 減った気がすると回答した人に対し、「友人と直接会う」代替のコミュニケーション手段は何か質問したところ、「携帯メールでのやりとり」と回答した人の割合が約68%と最も高く、次いで「SNS上でのやりとり」が約42%、「電話をする<携帯電話等>」が約38%という結果となった。
- ◆ 性別でみると、「SNS上でのやりとり」と回答した人の割合は、女性では約58%であるのに対し、男性では約24%と、約36ポイントの差がみられた。学年別にみると、「SNS上でのやりとり」と回答した人の割合は1年生の約49%、2年生の約46%、3年生の42%、4年生の約35%と、学年が上がるにつれ、低くなるという結果となった。
- ◆ SNS利用頻度別でみると、「携帯電話メールでのやりとり」と回答した人の割合は、H層に最も多く属している結果となった。

あなたが友達と直接会う頻度は、高校時代と比べてどう変化しましたか。 <全ベース>

(全体:n=816)

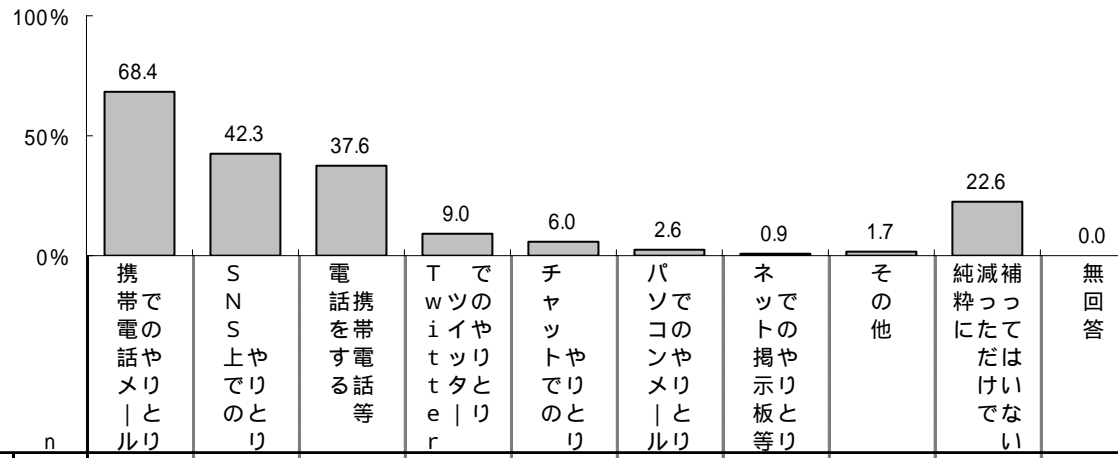


		サンプル数	増えた気がする	変わらない	減った気がする	無回答
全体		816	33.8	37.5	28.7	-
性別	男性	408	35.5	38.0	26.5	-
	女性	408	32.1	37.0	30.9	-
学年	1年生	204	27.0	51.0	22.1	-
	2年生	204	38.7	34.3	27.0	-
	3年生	204	31.9	34.3	33.8	-
	4年生	204	37.7	30.4	31.9	-
SNS利用状況	現在利用者	586	34.5	37.4	28.2	-
	現在非利用者	230	32.2	37.8	30.0	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	35.1	35.6	29.3	-
	M(1日に2~9回)	295	35.6	35.6	28.8	-
	L(1日に1回以下)	100	30.0	46.0	24.0	-

(%)

友達と会う機会が減った分、何でそれを補っていますか。 <「友人と直接会う」頻度減少ベース>

全体のスコアで降順ソート



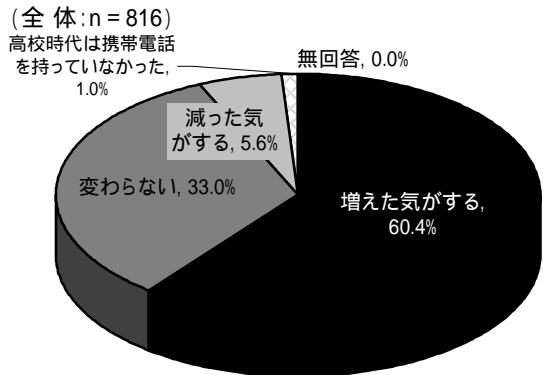
		n	携帯で電の話をメールと	SNS上でのやりとり	電話携帯する電話等	TweetsやTwitter	チャットやメール	パソコンのメール	ネットの掲示板等	その他	純減補っただけではない	無回答
全体		234	68.4	42.3	37.6	9.0	6.0	2.6	0.9	1.7	22.6	-
性別	男性	108	54.6	24.1	31.5	7.4	5.6	3.7	0.9	3.7	35.2	-
	女性	126	80.2	57.9	42.9	10.3	6.3	1.6	0.8	-	11.9	-
学年	1年生	45	71.1	48.9	44.4	-	8.9	2.2	-	2.2	13.3	-
	2年生	55	69.1	45.5	41.8	7.3	9.1	5.5	3.6	1.8	20.0	-
	3年生	69	62.3	42.0	30.4	7.2	1.4	1.4	-	1.4	27.5	-
	4年生	65	72.3	35.4	36.9	18.5	6.2	1.5	-	1.5	26.2	-
SNS利用状況	現在利用者	165	72.1	60.0	38.8	10.3	6.7	1.8	1.2	0.6	18.8	-
	現在非利用者	69	59.4	-	34.8	5.8	4.3	4.3	-	4.3	31.9	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	56	82.1	80.4	42.9	12.5	1.8	1.8	-	-	8.9	-
	M(1日に2~9回)	85	68.2	52.9	38.8	10.6	9.4	1.2	2.4	1.2	20.0	-
	L(1日に1回以下)	24	62.5	37.5	29.2	4.2	8.3	4.2	-	-	37.5	-

(%)

「友人と携帯電話で電話する」頻度変化(高校時代との比較) / 頻度減少を補うコミュニケーション手段

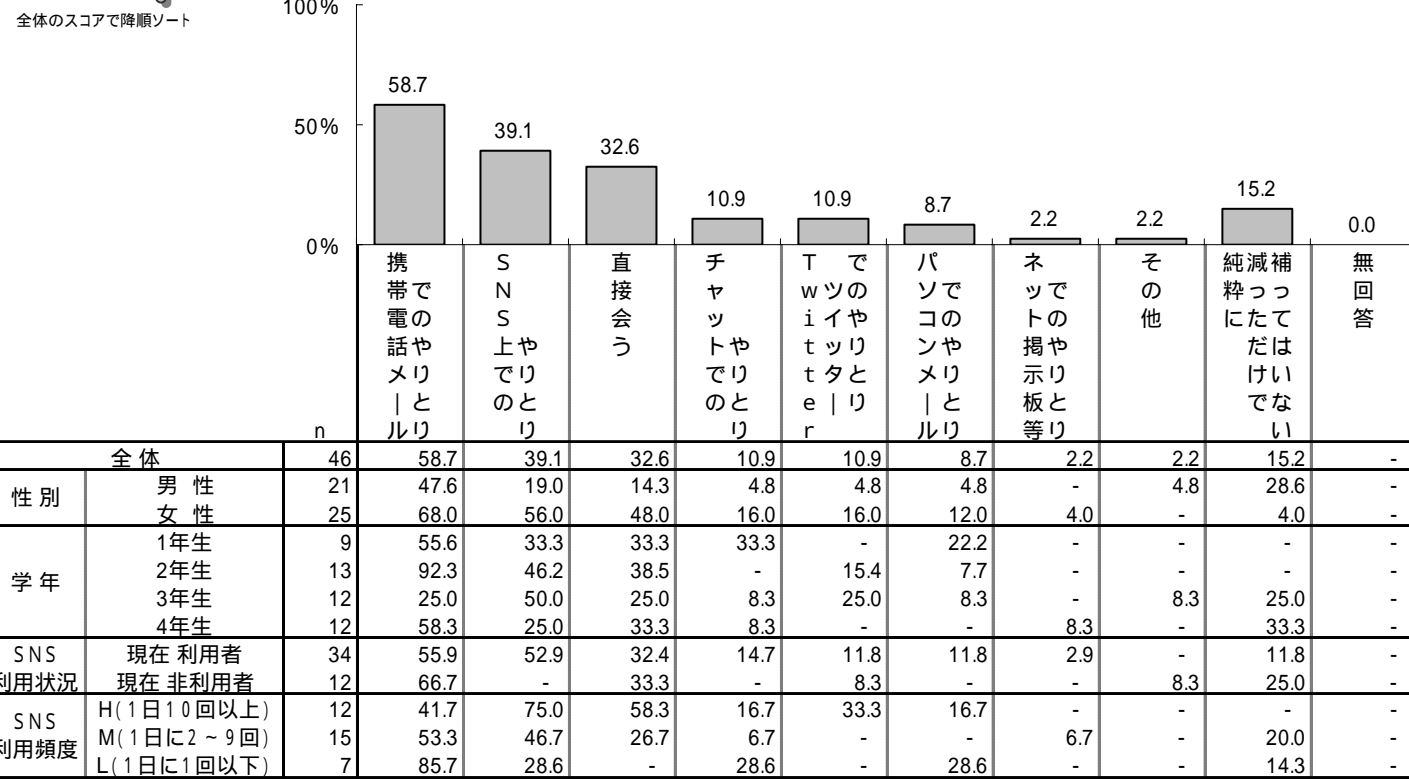
- ◆ 高校時代と比べて友人と携帯電話で電話をする頻度について、「増えた気がする」と回答した人の割合は全体の約60%、「変わらない」は33%、「減った気がする」は約6%、「高校時代は携帯電話を持っていなかった」は1%という結果となった。
- ◆ 減った気がすると回答した人に対し、「友人と携帯電話で電話をする」代替のコミュニケーション手段は何か質問したところ、「携帯電話メールでのやりとり」と回答した人の割合が約59%と最も高く、次いで「SNS上でのやりとり」が約39%、「直接会う」が約33%という結果となった。

図4 あなたが友達と携帯電話で電話する頻度は、高校時代と比べてどう変化しましたか。 <全ベース>



		サンプル数	増えた気がする	変わらない	減った気がする	高校時代をなは持った	無回答
全体		816	60.4	33.0	5.6	1.0	-
性別	男性	408	55.6	37.5	5.1	1.7	-
	女性	408	65.2	28.4	6.1	0.2	-
学年	1年生	204	54.4	39.7	4.4	1.5	-
	2年生	204	61.8	31.4	6.4	0.5	-
	3年生	204	61.8	32.4	5.9	-	-
	4年生	204	63.7	28.4	5.9	2.0	-
SNS利用状況	現在 利用者	586	62.1	31.9	5.8	0.2	-
	現在 非利用者	230	56.1	35.7	5.2	3.0	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	61.3	32.5	6.3	-	-
	M(1日に2~9回)	295	65.4	29.5	5.1	-	-
	L(1日に1回以下)	100	54.0	38.0	7.0	1.0	-

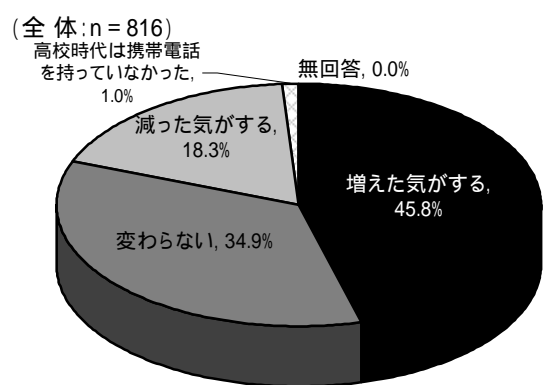
図4-2 友達と携帯電話で電話する機会が減った分、何でそれを補っていますか。 <「友人と携帯電話で電話する」頻度減少ベース>



「友人と携帯電話でメールする」頻度変化(高校時代との比較) / 頻度減少を補うコミュニケーション手段

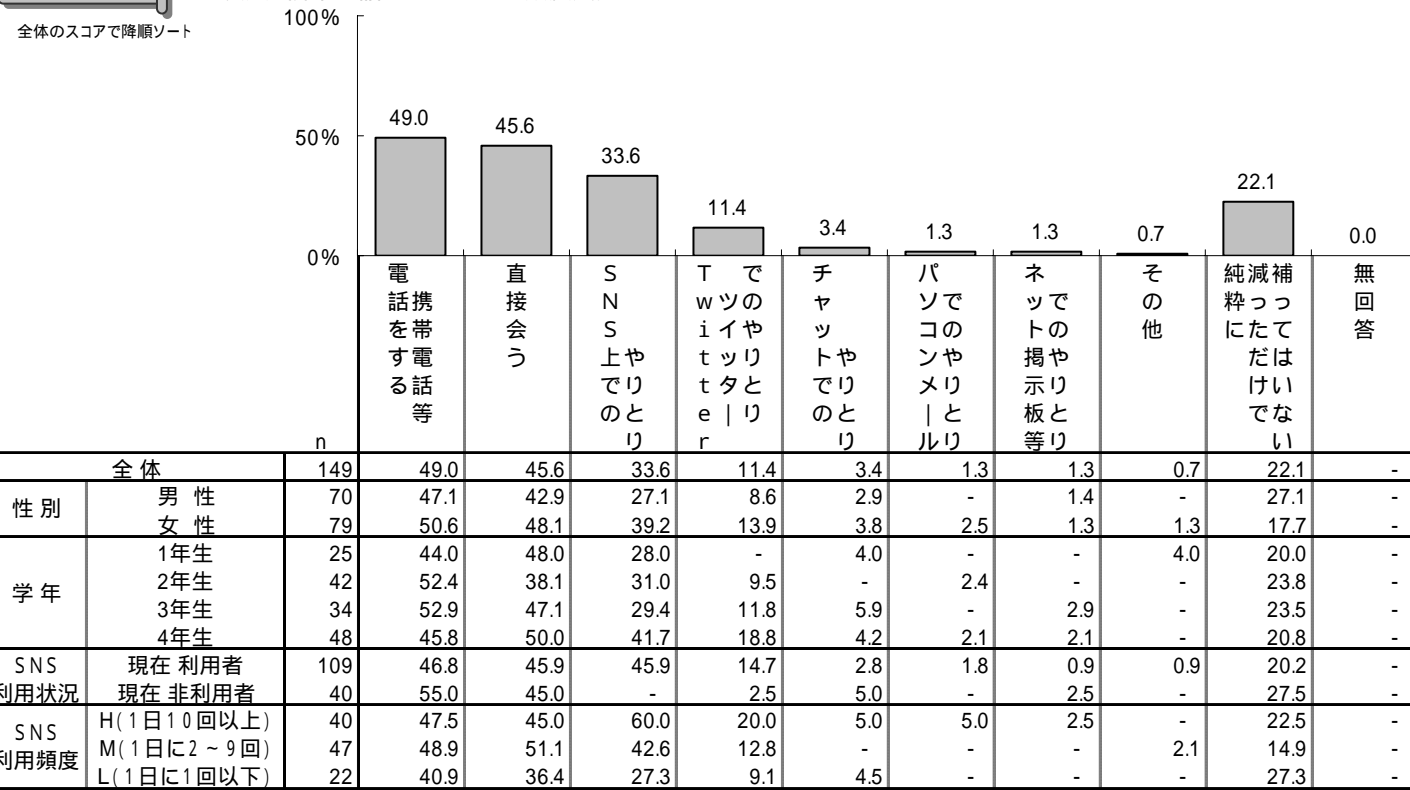
- ◆ 高校時代と比べて友人と携帯電話でメールをする頻度について、「増えた気がする」と回答した人の割合は全体の約46%、「変わらない」は約35%、「減った気がする」は約18%、「高校時代は携帯電話を持っていなかった」は1%という結果となった。
- ◆ 学年別にみると、「減った気がする」と回答した人の割合は、1年生が約12%、2年生が約21%、3年生が約17%、4年生が約24%と、4年生が全学年中最も高い結果となった。
- ◆ 減った気がすると回答した人に対し、「友人と携帯電話でメールをする」代わりのコミュニケーション手段は何か質問したところ、「電話をする<携帯電話等>と回答した人の割合が49%と最も高く、次いで「直接会う」が約46%、「SNS上でのやりとり」が約34%という結果となった。
- ◆ 学年別にみると、「SNS上でのやりとり」と回答した人の割合は、1年生の28%、2年生の31%、3年生の約29%、4年生の約42%と、4年生が全学年中最も高い結果となった。

あなたが友達へ携帯電話でメールを送る頻度は、高校時代と比べてどう変化しましたが、<全ベース>



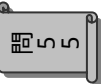
		サンプル数	増えた気がする	変わらない	減った気がする	高校電 話代を なは持 か携っ てた	無 回 答
全体		816	45.8	34.9	18.3	1.0	-
性別	男性	408	45.1	36.0	17.2	1.7	-
	女性	408	46.6	33.8	19.4	0.2	-
学年	1年生	204	50.5	35.8	12.3	1.5	-
	2年生	204	40.7	38.2	20.6	0.5	-
	3年生	204	48.0	35.3	16.7	-	-
	4年生	204	44.1	30.4	23.5	2.0	-
SNS 利用状況	現在 利用者	586	47.6	33.6	18.6	0.2	-
	現在 非利用者	230	41.3	38.3	17.4	3.0	-
SNS 利用頻度	H(1日10回以上)	191	47.1	31.9	20.9	-	-
	M(1日に2~9回)	295	50.2	33.9	15.9	-	-
	L(1日に1回以下)	100	41.0	36.0	22.0	1.0	-

友達へ携帯電話メールを送る機会が減った分、何でそれを補っていますか。
<「友人と携帯電話でメールする」頻度減少ベース>



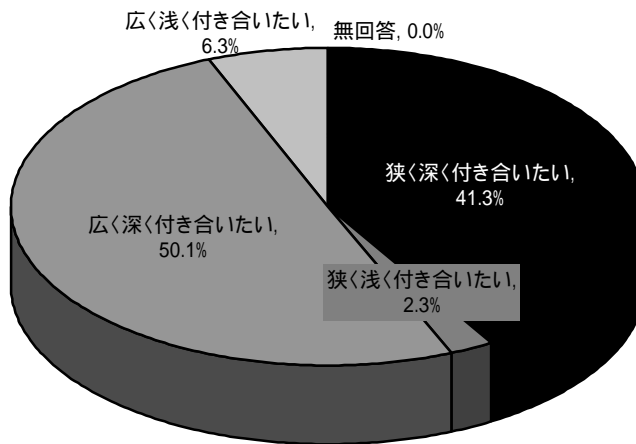
今後の友人の数 / 関係性

- ◆ 今後の友人の数/関係性について、「広く深く付き合いたい」と回答した人が全体の約50%と最も多く、次いで「狭く深く付き合いたい」が全体の約41%、「広く浅く付き合いたい」が全体の約6%、「狭く浅く付き合いたい」が全体の約2%と最も少なかった。
- ◆ SNS利用状況別にみると、「広く深く付き合いたい」と回答した人の割合は、「現在利用者」は約54%であることにに対し、「現在非利用者」は約41%と、約12ポイントの差がみられた。



あなたは今後どのように友人と付き合いしていきたいと思いませんか。 <全ベース>

(全体:n=816)



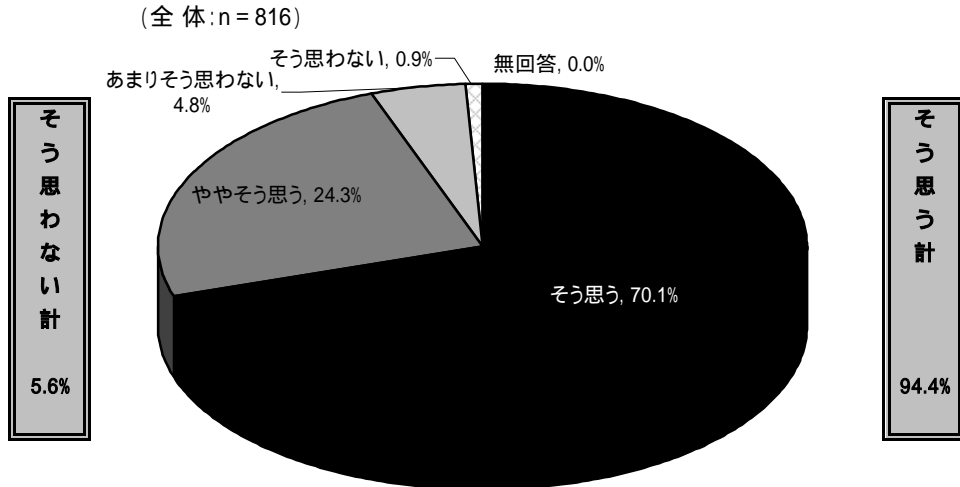
		サンプル数	狭く付き合いたい (深き)	狭く付き合いたい (浅き)	広く付き合いたい (深き)	広く付き合いたい (浅き)	無回答
全体		816	41.3	2.3	50.1	6.3	-
性別	男性	408	39.7	3.4	50.5	6.4	-
	女性	408	42.9	1.2	49.8	6.1	-
学年	1年生	204	42.6	2.9	52.0	2.5	-
	2年生	204	41.7	2.0	48.5	7.8	-
	3年生	204	45.1	2.0	46.1	6.9	-
	4年生	204	35.8	2.5	53.9	7.8	-
SNS利用状況	現在利用者	586	39.8	1.4	53.6	5.3	-
	現在非利用者	230	45.2	4.8	41.3	8.7	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	31.9	1.0	60.7	6.3	-
	M(1日に2~9回)	295	45.4	1.0	48.1	5.4	-
	L(1日に1回以下)	100	38.0	3.0	56.0	3.0	-

(%)

人と直接会う機会 増加意識

- ◆ 人と直接会う機会が今後増加するかについて、「そう思う(計)」と回答した人が全体の約94%、「そう思わない(計)」と回答した人が全体の約6%という結果となった。
- ◆ 人と会う機会を増やしたい理由について、「感情が伝わりやすく本音や信頼感が得られる」が250件、「様々な人との出会いで、人間的に成長できるから」が131件、「人と話したり、会うことが楽しくて好きだから」が113件という結果となった。
- ◆ 増やしたいと思わない理由については、「今のままで満足しているから」が17件、「面倒だから」が8件、「限られた友達がいればいいから」が5件という結果となった。

あなたは今後、人と直接接する機会を増やしたいと思いますか。 <全ベース>



	サンプル数	そう思う計		ややそう思う		そう思わない計		あまりそう思わない	そう思わない	無回答	加重平均値
		そう思う	ややそう思う	そう思う	ややそう思う	そう思わない	あまりそう思わない				
全体	816	94.4	70.1	24.3	5.6	4.8	0.9	-	-	3.64	
性別	男性	408	94.1	72.8	21.3	5.9	4.7	1.2	-	-	3.66
	女性	408	94.6	67.4	27.2	5.4	4.9	0.5	-	-	3.62
学年	1年生	204	94.6	72.5	22.1	5.4	3.9	1.5	-	-	3.66
	2年生	204	95.1	69.6	25.5	4.9	4.4	0.5	-	-	3.64
	3年生	204	94.6	64.7	29.9	5.4	4.9	0.5	-	-	3.59
	4年生	204	93.1	73.5	19.6	6.9	5.9	1.0	-	-	3.66
SNS利用状況	現在利用者	586	94.5	68.9	25.6	5.5	4.8	0.7	-	-	3.63
	現在非利用者	230	93.9	73.0	20.9	6.1	4.8	1.3	-	-	3.66
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	95.8	73.3	22.5	4.2	3.7	0.5	-	-	3.69
	M(1日に2~9回)	295	93.9	66.1	27.8	6.1	5.4	0.7	-	-	3.59
	L(1日に1回以下)	100	94.0	69.0	25.0	6.0	5.0	1.0	-	-	3.62


(%)

上記の問でそのようにお答えになったのは、なぜですか。理由を具体的に教えてください。 <全ベース>

【そう思うベース:(n=770)】

【そう思わないベース:(n=46)】

1位: 感情が伝わりやすく本音や信頼感が得られる	250人 (男性 112人: 女性 138人)	1位: 今のままで満足しているから	17人 (男性 8人: 女性 9人)
2位: 様々な人との出会いで、人間的に成長できるから	131人 (男性 65人: 女性 66人)	2位: 面倒だから	8人 (男性 4人: 女性 4人)
3位: 人と話したり、会うことが楽しくて好きだから	113人 (男性 69人: 女性 44人)	3位: 限られた友達がいればいいから	5人 (男性 3人: 女性 2人)
4位: 現実では友達が多い方が楽しいから	103人 (男性 55人: 女性 48人)	4位: プライベートを大切にしたいから	3人 (男性 3人: 女性 0人)
5位: 今より人間関係が良くなり人脈が広いと将来役に立つと思う	55人 (男性 24人: 女性 31人)	4位: 一人が好きだから	3人 (男性 2人: 女性 1人)
6位: なんとなく	24人 (男性 15人: 女性 9人)	6位: 人に興味がない	2人 (男性 2人: 女性 0人)
7位: コミュニケーションが上手できるようになりたいから	11人 (男性 5人: 女性 6人)		
8位: 社会では必要だから	9人 (男性 7人: 女性 2人)		
8位: 楽だから	9人 (男性 4人: 女性 5人)		
8位: メディアだけでは物足りないから	9人 (男性 7人: 女性 2人)		



メディア意識 / メディア利用状況について

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

グラフ上の数値は表記上合計が100にならないことがあります

「わたしたちの世代のメディア」自由想起

- ◆ “わたしたちの世代のメディア”と聞いて思い浮かぶものは「インターネット」が361人と最も多く、次いで「携帯電話」が273人、「テレビ」が224人という結果となった。


 問へ

“わたしたちの世代のメディア”と聞いて思い浮かぶものは何ですか。思い浮かんだものをご自由にお書きください。＜全ベース＞

(全体:n=816)

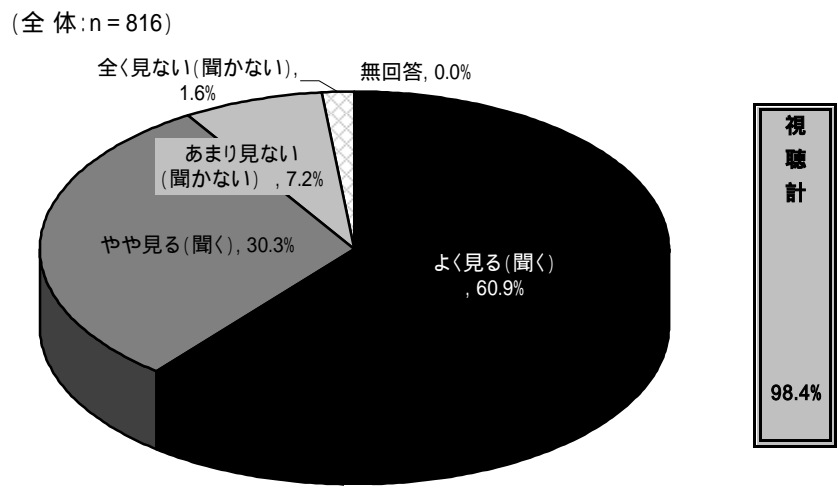
1位: インターネット	361人 (男性 173人 : 女性 188人)
2位: 携帯電話	273人 (男性 123人 : 女性 150人)
3位: テレビ	224人 (男性 119人 : 女性 105人)
4位: SNS/ミニブログ(mixi/Twitter等)	209人 (男性 104人 : 女性 105人)
5位: パソコン	102人 (男性 56人 : 女性 46人)
6位: スマートフォン	51人 (男性 26人 : 女性 25人)
7位: 新聞	39人 (男性 25人 : 女性 14人)
8位: 雑誌	32人 (男性 14人 : 女性 18人)
9位: 動画サイト(YouTube/ニコニコ動画等)	20人 (男性 10人 : 女性 10人)
10位: ラジオ	16人 (男性 9人 : 女性 7人)

11位: ネットニュース	14人 (男性 5人 : 女性 9人)
12位: iPad	13人 (男性 5人 : 女性 8人)
13位: ブログ	11人 (男性 3人 : 女性 8人)
13位: メール	11人 (男性 4人 : 女性 7人)
15位: マスメディア	8人 (男性 3人 : 女性 5人)
15位: iPod	8人 (男性 4人 : 女性 4人)
17位: スカイプ	7人 (男性 5人 : 女性 2人)
17位: ニュース	7人 (男性 6人 : 女性 1人)
19位: 広告	5人 (男性 3人 : 女性 2人)
20位: ネットワーク	4人 (男性 3人 : 女性 1人)

メディア視聴度

- ◆ 日常生活を送る上で、メディアを見て(聞いて)いる意識があるかという質問について、「見る(聞く)(計)」と回答した人の割合は全体の約98%、「見ない(聞かない)(計)」と回答した人の割合は全体の約2%という結果となった。
- ◆ 細かくわけてみると、「よく見る(聞く)」が約61%、「やや見る(聞く)」が約30%、「あまり見ない(聞かない)」が約7%、「全く見ない(聞かない)」が約2%という結果となった。
SNS利用頻度別でみると、「役に立つ」と回答した人の割合は、H層の約62%、M層の約50%、L層の49%と、利用頻度が多くなるにつれ、高くなる結果となった。

あなたは日常生活を送る上で、『メディア』()をどのくらい見て(聞いて)いる意識がありますか。
『メディア』とは、「テレビ、ラジオ、雑誌、新聞、インターネット(パソコン)、インターネット(携帯電話)」などのことです。
<全ベース>



	サンプル数	視聴計	視聴度			全く見聞かない	無回答	加重平均値	
			よく見る聞く	やや見る聞く	あまり聞見かない				
全体	816	98.4	60.9	30.3	7.2	1.6	-	3.50	
性別	男性	408	96.8	56.6	32.1	8.1	3.2	-	3.42
	女性	408	100.0	65.2	28.4	6.4	-	-	3.59
学年	1年生	204	97.5	57.8	31.9	7.8	2.5	-	3.45
	2年生	204	97.1	55.9	33.8	7.4	2.9	-	3.43
	3年生	204	99.5	65.2	26.0	8.3	0.5	-	3.56
	4年生	204	99.5	64.7	29.4	5.4	0.5	-	3.58
SNS利用状況	現在利用者	586	99.0	62.3	29.5	7.2	1.0	-	3.53
	現在非利用者	230	97.0	57.4	32.2	7.4	3.0	-	3.44
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	99.5	67.5	28.8	3.1	0.5	-	3.63
	M(1日に2~9回)	295	99.0	62.4	29.5	7.1	1.0	-	3.53
	L(1日に1回以下)	100	98.0	52.0	31.0	15.0	2.0	-	3.33

(%)

各メディア視聴度

よく見る(聞く)、やや見る(聞く)、あまり見ない(聞かない)と回答した人に対し、各メディアをどのくらい見て(聞いて)いるか質問したところ、「インターネット<パソコン>」という項目において視聴している人の割合が全体の約98%と最も高く、次いで「テレビ」、「インターネット<携帯電話>」が約96%という結果となった。

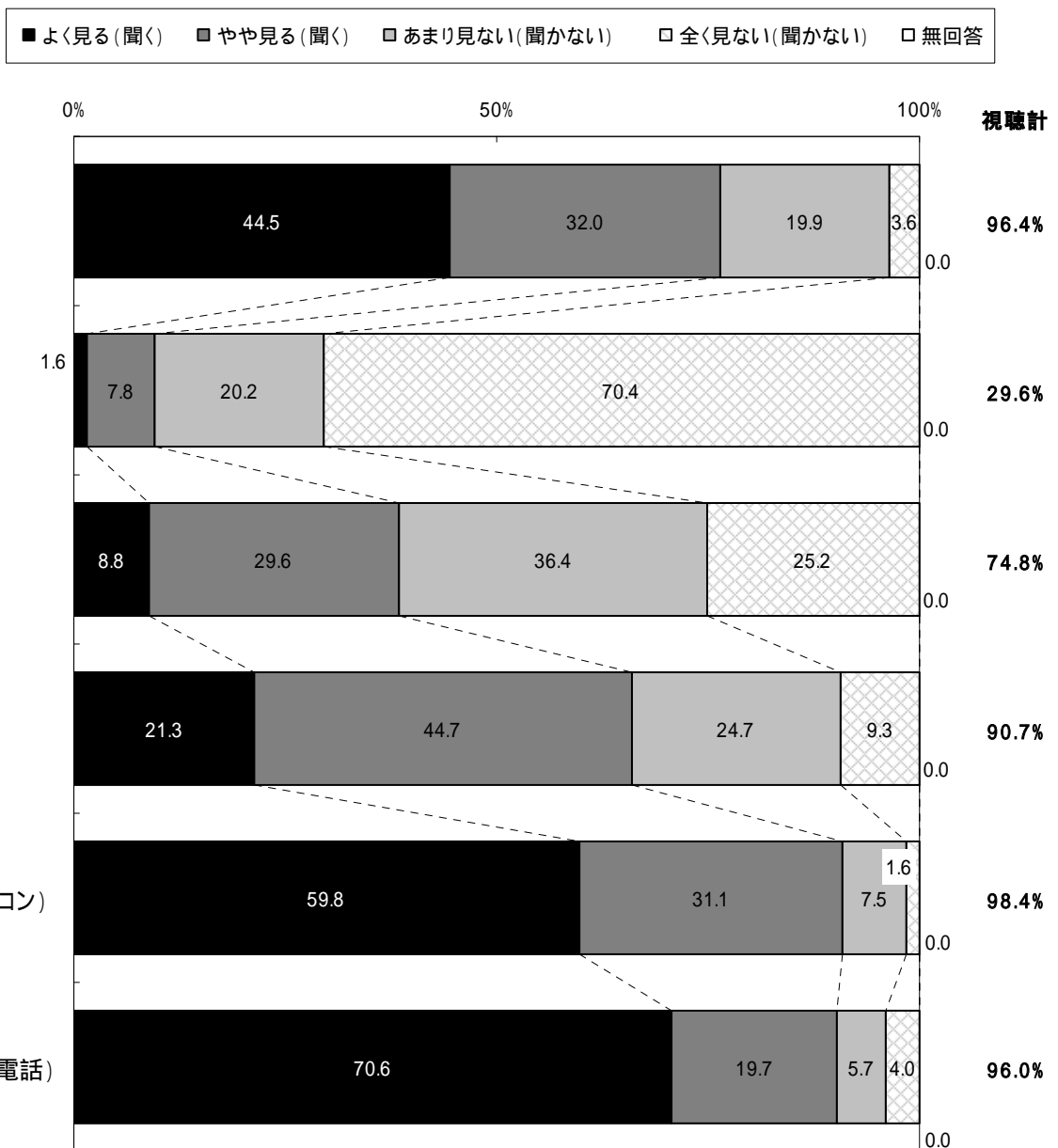
よく見る(聞く)と回答した人は、「インターネット 携帯電話」が約71%、「インターネット パソコン」が約60%、「テレビ」が約45%という結果となった。性別でみると、「インターネット 携帯電話」をよく見る(聞く)と回答した人の割合は、女性では約77%であるのに対し、男性では約65%と、約12ポイントの差がみられたが、テレビをよく見る(聞く)、「インターネット パソコン」をよく見る(聞く)と回答した人と回答した人では、男女で大きな差はみられなかった。

学年別にみると、「テレビ」をよく見る(聞く)と回答した人の割合は、1年生の約48%、2年生の約39%、3年生の約41%、4年生の約50%と、4年生が全学年中最も高い結果となった。「インターネット パソコン」をよく見る(聞く)と回答した人の割合は、1年生が約54%、2年生が約57%、3年生が約61%、4年生が約68%と、学年が上がるにつれ、高くなる結果となったが、「インターネット 携帯電話」をよく見る(聞く)と回答した人の割合は、学年で大きな差はみられなかった。

「新聞」を視聴計の割合は、1年生が約70%、2年生が約62%、3年生が約79%、4年生が約88%と、4年生が全学年中最も高い結果となった。

SNS利用頻度別でみると、「インターネット(携帯電話)」をよく見る(聞く)と回答した人の割合は、H層の約89%、M層の75%、L層の約55%と、利用頻度が少なくなるにつれ、低くなる結果となったが、やや見る(聞く)と回答した人の割合は、H層の10%、M層の約19%、L層の約29%と、利用頻度が少なくなるにつれ、高くなる結果となった。

あなたは現在、以下に挙げられた具体的なメディアをどのくらい見て(聞いて)いますか。<メディア視聴ありベース>



各メディア視聴度(数表)

		サンプル数	テレビ						ラジオ							
			視聴計	よく見る 聞く	やや見る 聞く	あまり聞 見かない いい	全 く見聞 かない いい	無 回答	加 重平 均値	視聴計	よく見る 聞く	やや見る 聞く	あ まり聞 見かない いい	全 く見聞 かない いい	無 回答	加 重平 均値
全体		803	96.4	44.5	32.0	19.9	3.6	-	3.17	29.6	1.6	7.8	20.2	70.4	-	1.41
性別	男性	395	95.7	42.0	31.9	21.8	4.3	-	3.12	31.6	2.8	8.4	20.5	68.4	-	1.46
	女性	408	97.1	46.8	32.1	18.1	2.9	-	3.23	27.7	0.5	7.4	19.9	72.3	-	1.36
学年	1年生	199	95.0	47.7	29.6	17.6	5.0	-	3.20	26.1	1.5	6.0	18.6	73.9	-	1.35
	2年生	198	96.5	38.9	30.8	26.8	3.5	-	3.05	28.3	1.5	7.6	19.2	71.7	-	1.39
	3年生	203	96.1	41.4	34.5	20.2	3.9	-	3.13	25.6	1.0	5.9	18.7	74.4	-	1.33
	4年生	203	98.0	49.8	33.0	15.3	2.0	-	3.31	38.4	2.5	11.8	24.1	61.6	-	1.55
SNS 利用状況	現在 利用者	580	96.7	40.3	33.1	23.3	3.3	-	3.11	28.6	1.2	6.9	20.5	71.4	-	1.38
	現在 非利用者	223	95.5	55.2	29.1	11.2	4.5	-	3.35	32.3	2.7	10.3	19.3	67.7	-	1.48
SNS 利用頻度	H(1日10回以上)	190	96.3	40.0	33.7	22.6	3.7	-	3.10	27.9	1.1	4.2	22.6	72.1	-	1.34
	M(1日に2~9回)	292	96.9	41.1	33.6	22.3	3.1	-	3.13	27.4	1.7	8.2	17.5	72.6	-	1.39
	L(1日に1回以下)	98	96.9	38.8	30.6	27.6	3.1	-	3.05	33.7	-	8.2	25.5	66.3	-	1.42

(%) (%)

		サンプル数	新聞						雑誌							
			視聴計	よく見る 聞く	やや見る 聞く	あ まり聞 見かない いい	全 く見聞 かない いい	無 回答	加 重平 均値	視聴計	よく見る 聞く	やや見る 聞く	あ まり聞 見かない いい	全 く見聞 かない いい	無 回答	加 重平 均値
全体		803	74.8	8.8	29.6	36.4	25.2	-	2.22	90.7	21.3	44.7	24.7	9.3	-	2.78
性別	男性	395	75.4	10.9	29.1	35.4	24.6	-	2.26	88.1	17.5	41.8	28.9	11.9	-	2.65
	女性	408	74.3	6.9	30.1	37.3	25.7	-	2.18	93.1	25.0	47.5	20.6	6.9	-	2.91
学年	1年生	199	69.8	6.5	20.6	42.7	30.2	-	2.04	90.5	21.1	45.2	24.1	9.5	-	2.78
	2年生	198	62.1	5.6	22.7	33.8	37.9	-	1.96	87.9	20.2	43.9	23.7	12.1	-	2.72
	3年生	203	79.3	7.9	30.5	40.9	20.7	-	2.26	92.1	23.6	42.9	25.6	7.9	-	2.82
	4年生	203	87.7	15.3	44.3	28.1	12.3	-	2.63	92.1	20.2	46.8	25.1	7.9	-	2.79
SNS 利用状況	現在 利用者	580	73.4	8.4	29.0	36.0	26.6	-	2.19	92.4	21.4	45.7	25.3	7.6	-	2.81
	現在 非利用者	223	78.5	9.9	31.4	37.2	21.5	-	2.30	86.1	21.1	42.2	22.9	13.9	-	2.70
SNS 利用頻度	H(1日10回以上)	190	71.1	5.8	28.9	36.3	28.9	-	2.12	96.3	21.6	47.9	26.8	3.7	-	2.87
	M(1日に2~9回)	292	75.0	10.3	28.1	36.6	25.0	-	2.24	90.4	21.9	44.2	24.3	9.6	-	2.78
	L(1日に1回以下)	98	73.5	8.2	31.6	33.7	26.5	-	2.21	90.8	19.4	45.9	25.5	9.2	-	2.76

(%) (%)

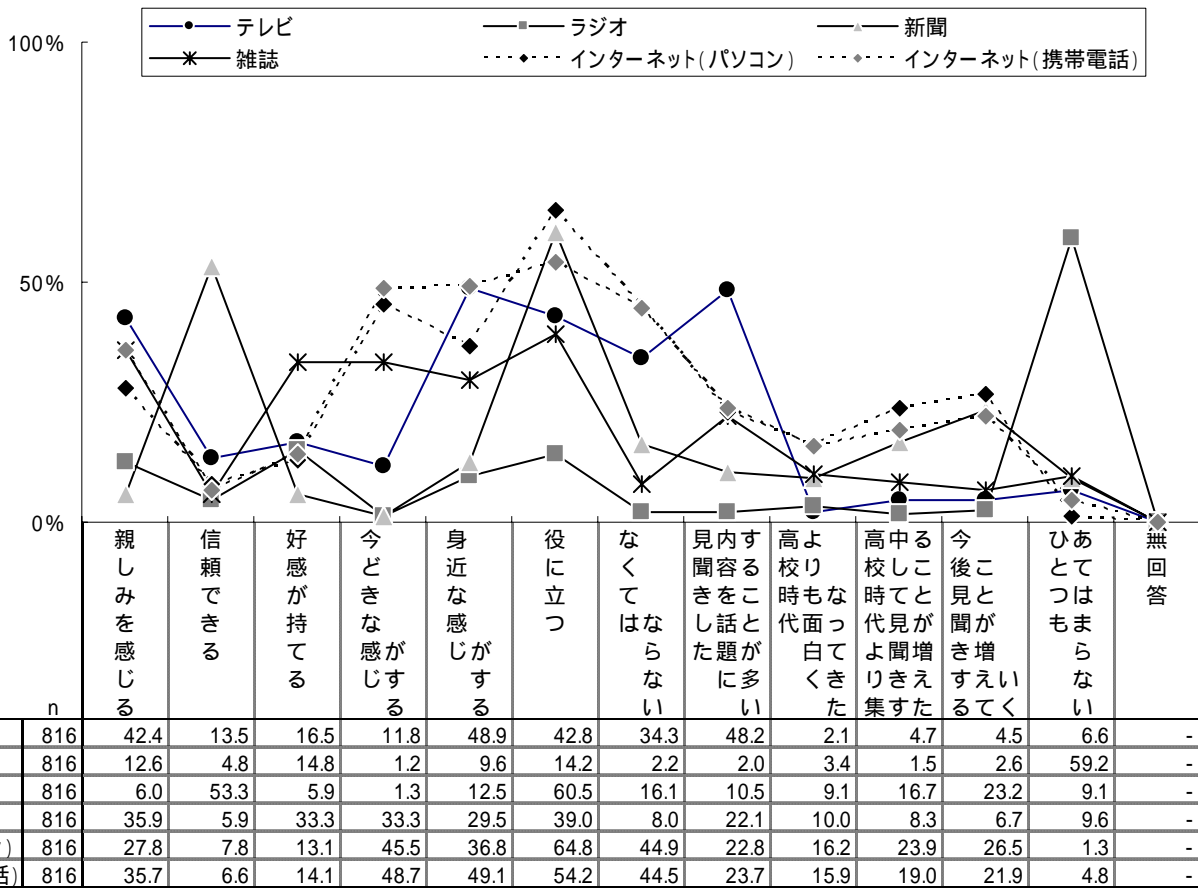
		サンプル数	インターネット(パソコン)						インターネット(携帯電話)							
			視聴計	よく見る 聞く	やや見る 聞く	あ まり聞 見かない いい	全 く見聞 かない いい	無 回答	加 重平 均値	視聴計	よく見る 聞く	やや見る 聞く	あ まり聞 見かない いい	全 く見聞 かない いい	無 回答	加 重平 均値
全体		803	98.4	59.8	31.1	7.5	1.6	-	3.49	96.0	70.6	19.7	5.7	4.0	-	3.57
性別	男性	395	97.7	59.5	30.4	7.8	2.3	-	3.47	94.7	64.6	22.3	7.8	5.3	-	3.46
	女性	408	99.0	60.0	31.9	7.1	1.0	-	3.51	97.3	76.5	17.2	3.7	2.7	-	3.67
学年	1年生	199	96.0	54.3	34.2	7.5	4.0	-	3.39	94.5	72.9	16.6	5.0	5.5	-	3.57
	2年生	198	98.0	56.6	35.4	6.1	2.0	-	3.46	96.0	67.7	20.2	8.1	4.0	-	3.52
	3年生	203	99.5	60.6	29.6	9.4	0.5	-	3.50	96.1	68.5	23.2	4.4	3.9	-	3.56
	4年生	203	100.0	67.5	25.6	6.9	-	-	3.61	97.5	73.4	18.7	5.4	2.5	-	3.63
SNS 利用状況	現在 利用者	580	98.4	59.7	32.4	6.4	1.6	-	3.50	97.8	76.2	17.8	3.8	2.2	-	3.68
	現在 非利用者	223	98.2	60.1	27.8	10.3	1.8	-	3.46	91.5	56.1	24.7	10.8	8.5	-	3.28
SNS 利用頻度	H(1日10回以上)	190	100.0	59.5	35.3	5.3	-	-	3.54	99.5	88.9	10.0	0.5	0.5	-	3.87
	M(1日に2~9回)	292	97.9	59.9	31.5	6.5	2.1	-	3.49	97.9	75.0	19.2	3.8	2.1	-	3.67
	L(1日に1回以下)	98	96.9	59.2	29.6	8.2	3.1	-	3.45	93.9	55.1	28.6	10.2	6.1	-	3.33

(%) (%)

各メディアイメージ < 全体スコア比較 >

◆ 各項目ごとにみると、「親しみを感じる」がテレビの約42%、「信頼できる」が新聞の約53%、「好感が持てる」が雑誌の約33%、「今どきな感じがする」がインターネット(携帯電話)の約49%、「身近な感じがする」がインターネット(携帯電話)の約49%、「役に立つ」がインターネット(パソコン)の約61%、「なくてはならない」がインターネット(パソコン)の約45%、「見聞きした内容を話題にすることが多い」がテレビの約48%、「高校時代よりも面白くなってきた」がインターネット(パソコン)の約16%、「高校時代より集中して見聞きすることが増えた」がインターネット(パソコン)の約24%、「今後見聞きすることが増えていく」がインターネット(パソコン)の約27%という結果となった。

以下に挙げられた具体的なメディアは、それぞれあなたにとってどのような存在ですか。 < 全ベース >



(%)

各メディアイメージ < A . テレビ >

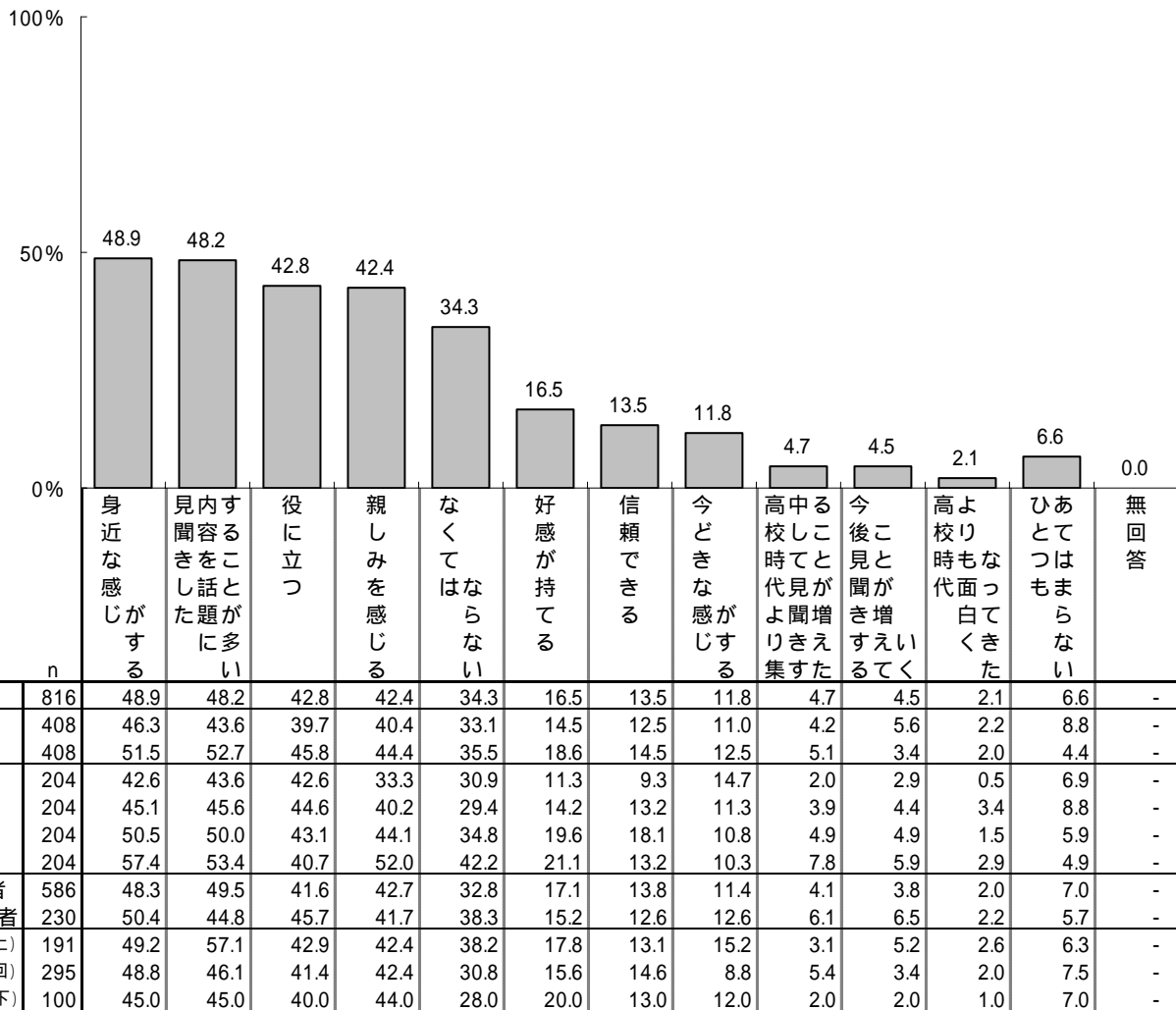
テレビはどのような存在かという質問について、「身近な感じがする」と回答した人の割合が約49%と最も高く、次いで、「見聞きした内容を話題にすることが多い」が約48%、「役に立つ」が約43%、「親しみを感じる」が約42%という結果となった。

学年別にみると、「身近な感じがする」と回答した人の割合は、1年生の約43%、2年生の約45%、3年生の約51%、4年生の約57%と、学年が上がるにつれ、高くなる結果となった。「見聞きした内容を話題にすることが多い」も、1年生の約44%、2年生の約46%、3年生の50%、4年生の約53%と、学年が上がるにつれ、高くなる結果となった。さらに、「親しみを感じる」と回答した人の割合も、1年生の約33%、2年生の約40%、3年生の約44%、4年生の52%と、学年が上がるにつれ、高くなる結果となった。

SNS利用頻度別でみると、「見聞きした内容を話題にすることが多い」と回答した人の割合は、H層の約57%、M層の約46%、L層の45%と、利用頻度が少なくなるにつれ、低くなる結果となった。

以下に挙げられた具体的なメディアは、それぞれあなたにとってどのような存在ですか。 < 全ベース >

全体のスコアで降順ソート



(%)

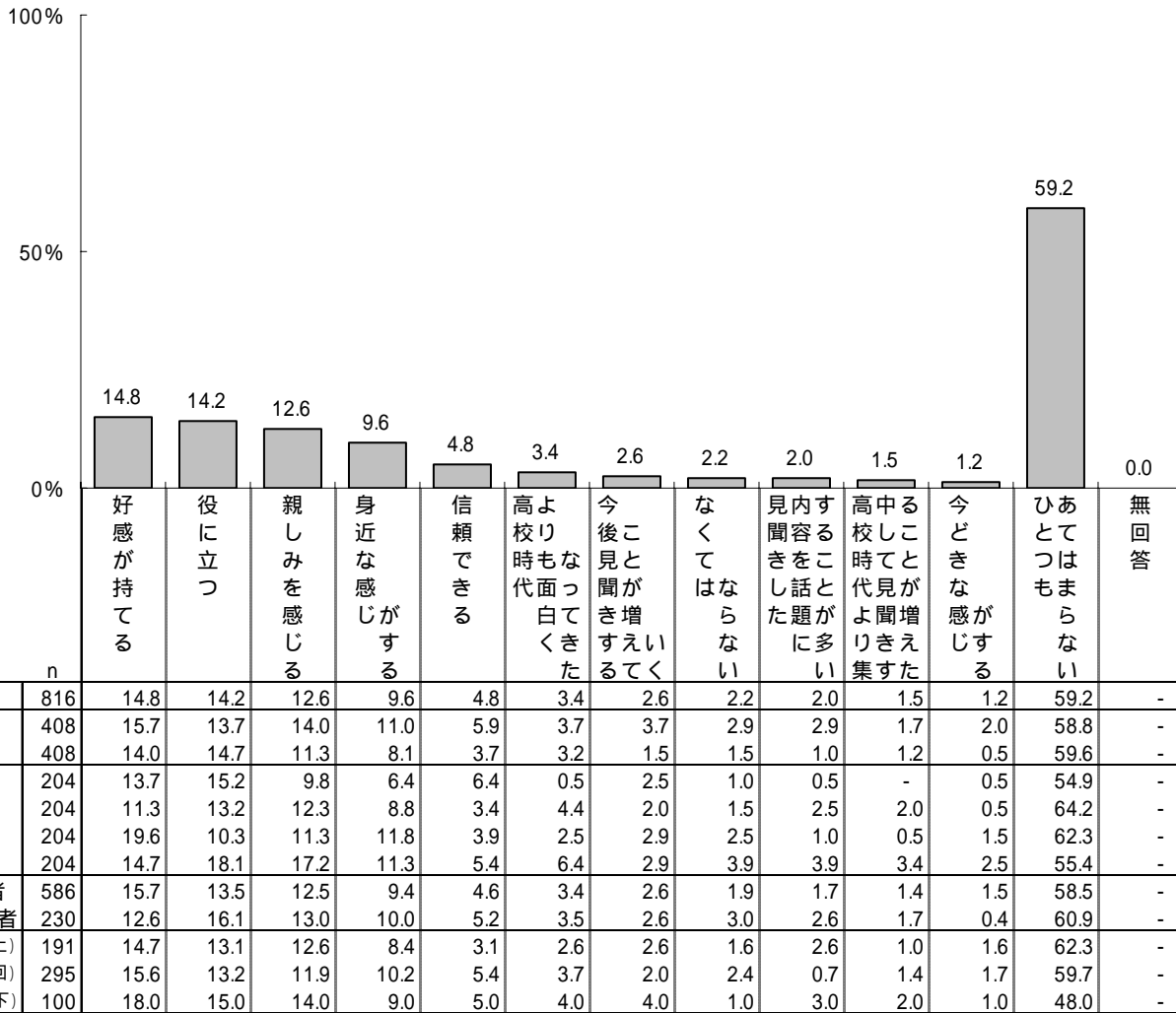
各メディアイメージ < B . ラジオ >

ラジオはどのような存在かという質問について、「ひとつもあてはまらない」と回答した人の割合は約59%で最も多い結果となった。

学年別にみると、「ひとつもあてはまらない」と回答した人の割合は、1年生の55%、2年生の約64%、3年生の約62%、4年生の約55%と、2年生が全学年中最も高い結果となった。

以下に挙げられた具体的なメディアは、それぞれあなたにとってどのような存在ですか。 < 全ベース >

全体のスコアで降順ソート



(%)

各メディアイメージ < C . 新聞 >

新聞はどのような存在かという質問について、「役に立つ」と回答した人の割合が約61%と最も高く、次いで、「信頼できる」が約53%、「今後見聞きすることが増えていく」が約23%という結果となった。

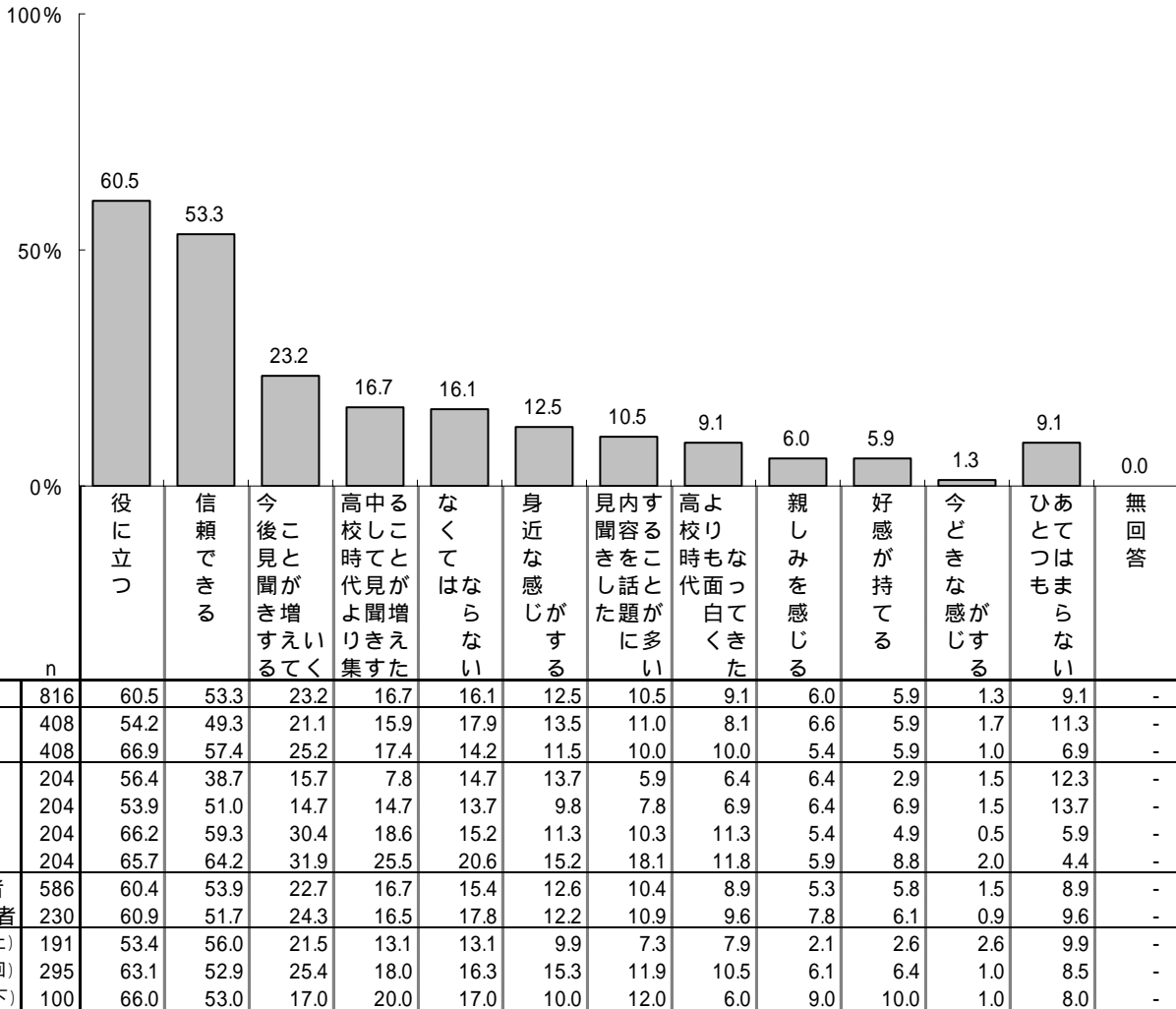
性別でみると、「役に立つ」と回答した人の割合は、男性では約54%であるのに対して、女性では約67%と、約13ポイントの差がみられた。

学年別にみると、「役に立つ」と回答した人の割合は、1年生の約56%、2年生の約54%、3年生の約66%、4年生の約66%と、1・2年生に対して、3・4年生の方が、高くなる結果となった。「信頼できる」と回答した人は、1年生約39%、2年生51%、3年生約59%、4年生約64%と、学年が上がるにつれ、高くなる結果となった。「今後見聞きすることが増えていく」でも、1年生の約16%、2年生の約15%、3年生の約30%、4年生の約32%と、1・2年生に対して、3・4年生の方が、高くなる結果となった。

SNS利用頻度別でみると、「役に立つ」と回答した人の割合は、H層の約53%、M層の約63%、L層66%と、利用頻度が少なくなるにつれ、高くなる結果となった。

以下に挙げられた具体的なメディアは、それぞれあなたにとってどのような存在ですか。 < 全ベース >

全体のスコアで降順ソート



(%)

各メディアイメージ < D . 雑誌 >

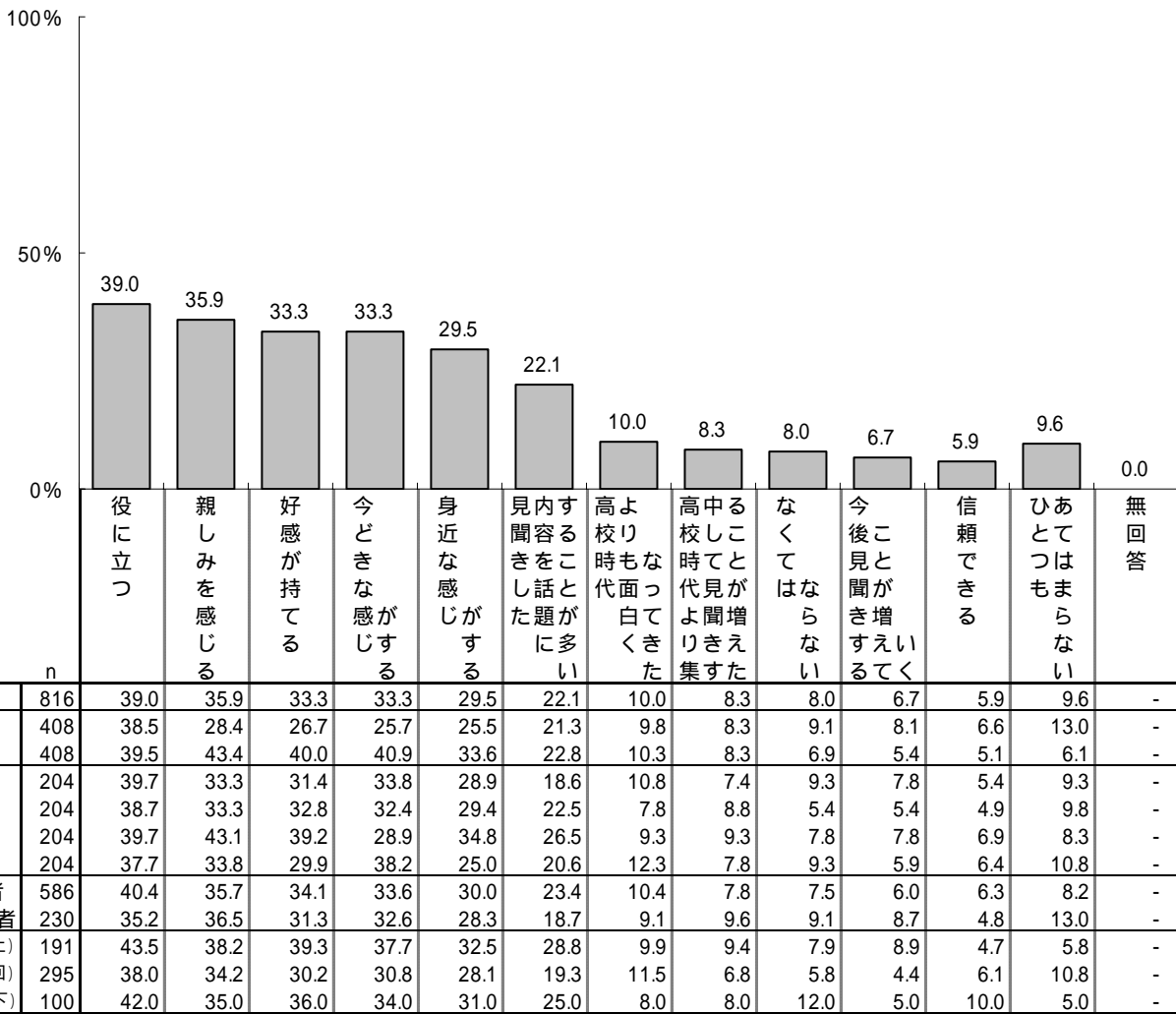
雑誌はどのような存在かという質問について、「役に立つ」と回答した人の割合が39%と最も高く、次いで、「親しみを感ずる」が約36%、「好感が持てる」、「今どきな感じがする」がそれぞれ約33%という結果となった。

性別でみると、「親しみを感ずる」と回答した人の割合は、女子では約43%であるのに対し、男子では約28%と、約15ポイントの差がみられ、「今どきな感じがする」も同様に、女子では約41%であるのに対し、男子では約26%と、15ポイントの差がみられた。また、「好感が持てる」でも、女子では40%であるのに対し、男子では約27%と、約13ポイントの差がみられる結果となった。

SNS利用頻度別でみると、「好感が持てる」と回答した人の割合は、H層の約39%、M層の約30%、L層36%と、H層に最も多く属している結果となった。

以下に挙げられた具体的なメディアは、それぞれあなたにとってどのような存在ですか。 < 全ベース >

全体のスコアで降順ソート



(%)

各メディアイメージ < E . インターネット(パソコン) >

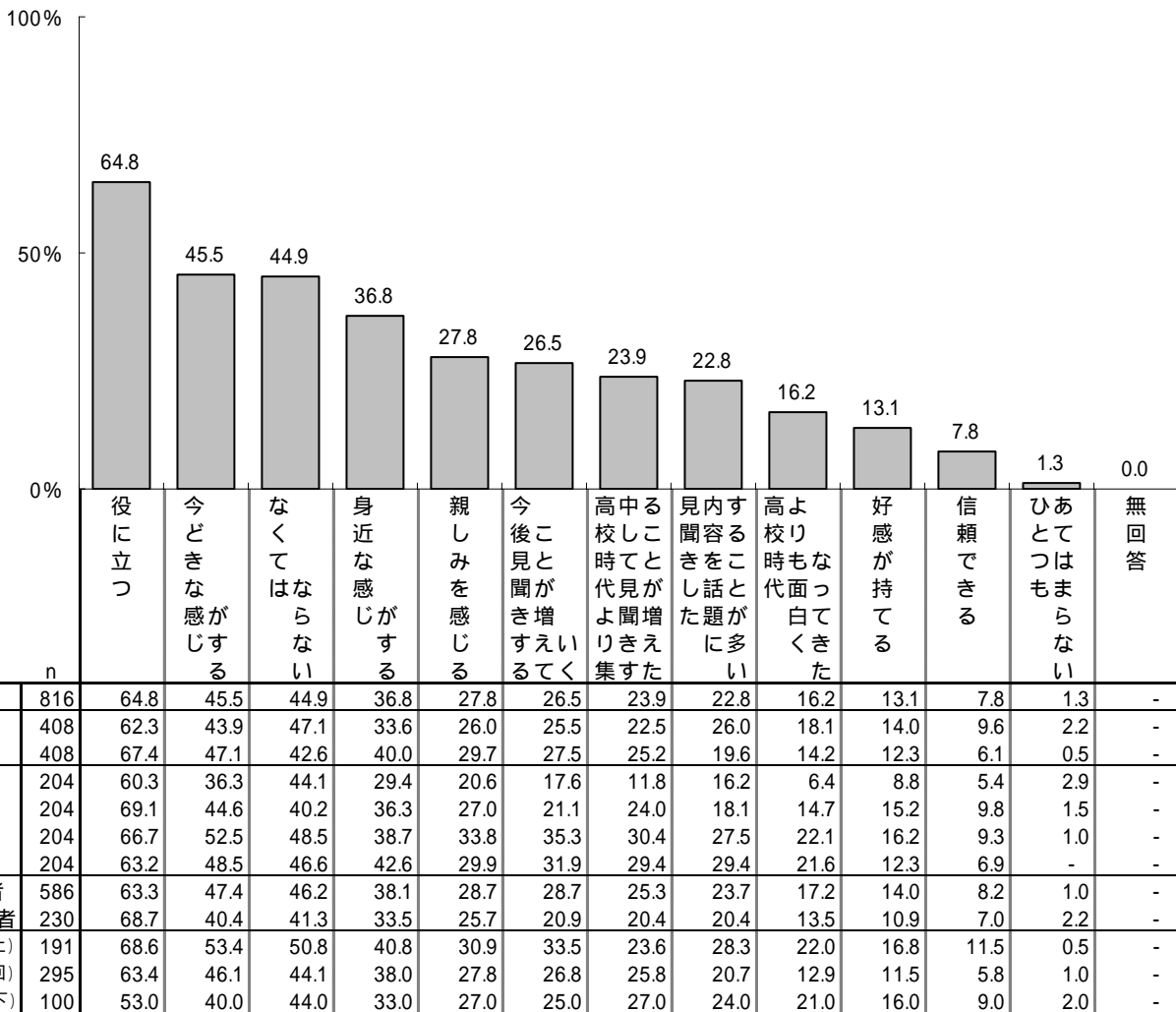
インターネット パソコン はどのような存在かという質問について、「役に立つ」と回答した人の割合が約65%、次いで、「今どきな感じがする」が約46%、「なくてはならない」が約45%という結果となった。

学年別にみると、「今どきな感じがする」と回答した人の割合は、1年生の約36%、2年生の約45%、3年生の約53%、4年生の約49%と、3年生が全体中最も高い結果となった。

SNS利用頻度別でみると、「今どきな感じがする」と回答した人の割合は、H層の約53%、M層の約46%、L層の40%と、利用頻度が少なくなるにつれ、低くなる結果となった。

以下に挙げられた具体的なメディアは、それぞれあなたにとってどのような存在ですか。 <全ベース>

全体のスコアで降順ソート



(%)

各メディアイメージ < F . インターネット(携帯電話) >

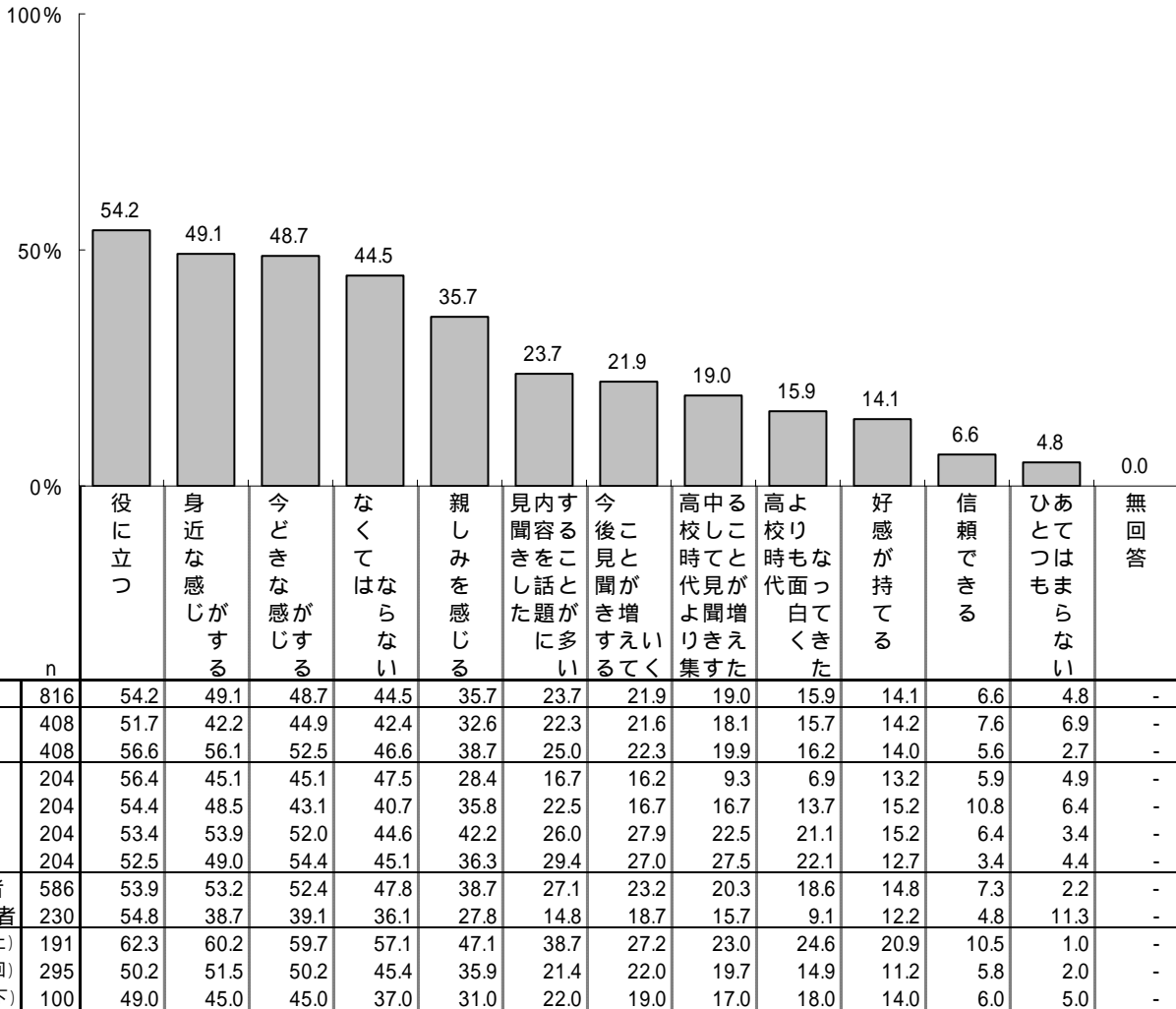
インターネット<携帯電話>はどのような存在かという質問について、「役に立つ」と回答した人の割合が、約54%と最も高く、次いで、「身近な感じがする」、「今どきな感じがする」がそれぞれ約49%、「なくてはならない」が約45%という結果となった。

性別でみると、「身近な感じがする」と回答した人の割合が、女子では約56%であるのに対し、男子では約42%と、約14ポイントの差がみられる。

SNS利用頻度別でみると、「役に立つ」、「身近な感じがする」、「今どきな感じがする」と回答した人の割合は、H層に最も多く属している結果となった。また、「役に立つ」と回答した人の割合は、H層の約62%、M層の約50%、L層の49%と、利用頻度が多くなるにつれ、高くなる結果となった。

以下に挙げられた具体的なメディアは、それぞれあなたにとってどのような存在ですか。 <全ベース>

全体のスコアで降順ソート



(%)

必須メディア選択

利用できるメディアが1つだけしか選べないとしたらどれを選ぶか質問したところ、「インターネット<パソコン>」と回答した人の割合は全体の約44%と最も高く、次いで「インターネット<携帯電話>」が約34%、「テレビ」が17%という結果となった。

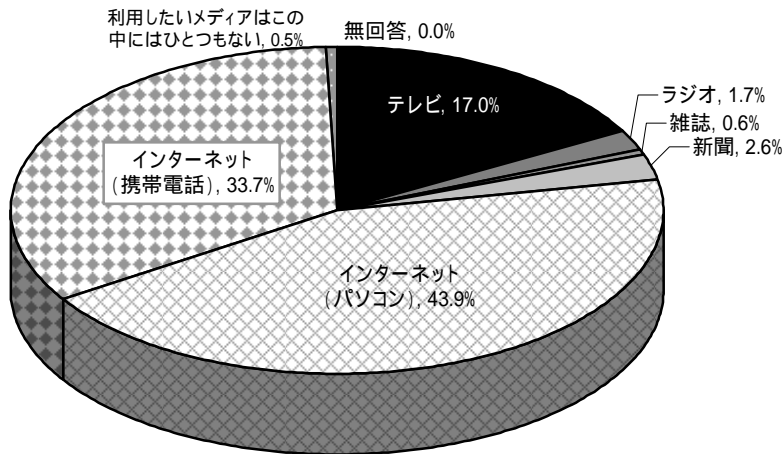
学年別にみると、「テレビ」と回答した人の割合は、1年生の約11%、2年生の約17%、3年生の約17%、4年生の約23%と、学年が上がるにつれ、高くなる結果となった。逆に、「インターネット<携帯電話>」と回答した人の割合は、1年生の約43%、2年生の約33%、3・4年生の約29%と、学年が上がるにつれ、低くなる結果となった。

SNS利用頻度別でみると、「インターネット<パソコン>」と回答した人の割合は、H層の約38%、M層の約46%、L層の52%と、利用頻度が少なくなるにつれ、高くなる結果となった。逆に、「インターネット<携帯電話>」と回答した人の割合は、H層の約51%、M層の約34%、L層の19%と、利用頻度が少なくなるにつれ、低くなる結果となった。



もし、利用できるメディアが1つだけしか選べないとしたらあなたはどれを選びますか。 <全ベース>

(全体:n=816)

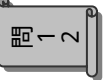


		サンプル数	テレビ	ラジオ	雑誌	新聞	インタパソコンネット	インタ携帯ネット	メディアのとは中つはない	無回答
全体		816	17.0	1.7	0.6	2.6	43.9	33.7	0.5	-
性別	男性	408	12.3	2.0	0.5	2.7	48.8	33.6	0.2	-
	女性	408	21.8	1.5	0.7	2.5	39.0	33.8	0.7	-
学年	1年生	204	11.3	2.0	0.5	3.4	39.7	43.1	-	-
	2年生	204	17.2	1.5	1.5	1.5	44.6	33.3	0.5	-
	3年生	204	17.2	2.5	-	2.0	47.5	29.4	1.5	-
	4年生	204	22.5	1.0	0.5	3.4	43.6	28.9	-	-
SNS利用状況	現在利用者	586	14.5	1.4	0.7	1.9	44.2	36.7	0.7	-
	現在非利用者	230	23.5	2.6	0.4	4.3	43.0	26.1	-	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	10.5	-	-	0.5	37.7	50.8	0.5	-
	M(1日に2~9回)	295	14.9	2.7	0.7	1.4	45.8	33.6	1.0	-
	L(1日に1回以下)	100	21.0	-	2.0	6.0	52.0	19.0	-	-

(%)

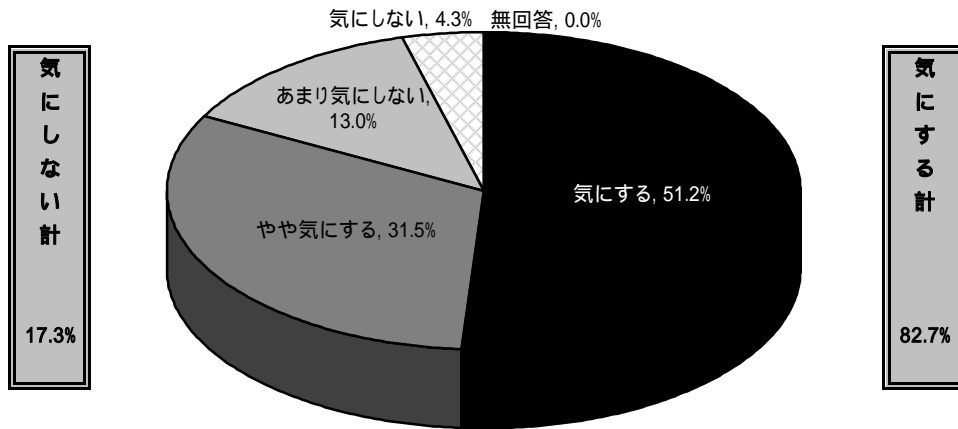
携帯電話メール送信時の誤送信意識度

- ◆ 携帯電話のメール送信時に相手や内容に間違いがないか気にするかと質問したところ、「気にする(計)」と回答した人の割合は全体の約83%、「気にしない(計)」と回答した人の割合は全体の約17%という結果となった。
- ◆ 細かくわけてみると、「気にする」が約51%、「やや気にする」が約32%、「あまり気にしない」が13%、「気にしない」が約4%という結果となった。
- ◆ 学年別にみると、「気にする」と回答した人の割合は、1年生の約57%、2年生の約48%、3年生の48%、4年生の約52%と、1年生が全学年中最も高い結果となった。



あなたは普段、携帯電話でメールを送る時、送信する相手や内容に間違いがないかどうか気にしていますか。 <全ベース>

(全体:n=816)



	サンプル数	気にする計			気にしない計			無回答	加重平均値	
		気にする	やや気にする	気にしない	あまり気にしない	気にしない				
全体	816	82.7	51.2	31.5	17.3	13.0	4.3	-	3.30	
性別	男性	408	80.6	50.7	29.9	19.4	12.3	7.1	-	3.24
	女性	408	84.8	51.7	33.1	15.2	13.7	1.5	-	3.35
学年	1年生	204	87.3	57.4	29.9	12.7	9.3	3.4	-	3.41
	2年生	204	81.4	47.5	33.8	18.6	15.2	3.4	-	3.25
	3年生	204	82.4	48.0	34.3	17.6	12.7	4.9	-	3.25
	4年生	204	79.9	52.0	27.9	20.1	14.7	5.4	-	3.26
SNS利用状況	現在利用者	586	82.1	50.2	31.9	17.9	14.3	3.6	-	3.29
	現在非利用者	230	84.3	53.9	30.4	15.7	9.6	6.1	-	3.32
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	80.6	48.2	32.5	19.4	15.2	4.2	-	3.25
	M(1日に2~9回)	295	83.1	51.5	31.5	16.9	13.6	3.4	-	3.31
	L(1日に1回以下)	100	82.0	50.0	32.0	18.0	15.0	3.0	-	3.29

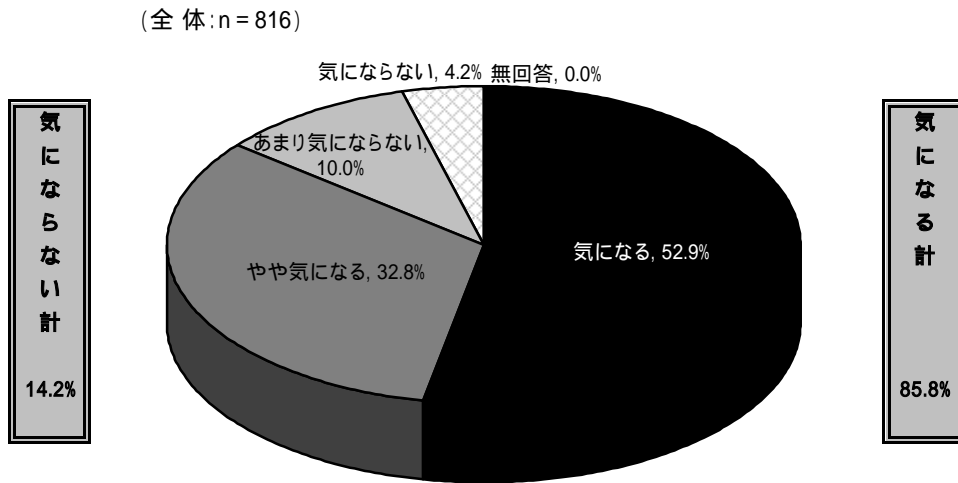
(%)

携帯電話メール送信時の意思伝達意識度

- ◆ 携帯電話メール送信時の意志伝達の意識は「気になる(計)」と回答した人の割合は全体の約86%,「気にならない(計)」と回答した人の割合は全体の約14%という結果となった。
- ◆ ほとんどの人が気にしていることがわかる。

図-3

あなたは普段、携帯電話でメールを送る時、自分の気持ちが相手に間違っ伝わらないかどうか気になりますか。 <全ベース>



	サンプル数	気になる計			気にならない計			無回答	加重平均値	
		気になる	やや気になる	気にならない	あまり気にならない	気にならない				
全体	816	85.8	52.9	32.8	14.2	10.0	4.2	-	3.35	
性別	男性	408	82.8	49.3	33.6	17.2	10.8	6.4	-	3.26
	女性	408	88.7	56.6	32.1	11.3	9.3	2.0	-	3.43
学年	1年生	204	88.7	55.9	32.8	11.3	8.3	2.9	-	3.42
	2年生	204	86.3	50.5	35.8	13.7	9.3	4.4	-	3.32
	3年生	204	85.8	52.9	32.8	14.2	11.3	2.9	-	3.36
	4年生	204	82.4	52.5	29.9	17.6	11.3	6.4	-	3.28
SNS利用状況	現在利用者	586	85.7	53.4	32.3	14.3	10.9	3.4	-	3.36
	現在非利用者	230	86.1	51.7	34.3	13.9	7.8	6.1	-	3.32
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	88.5	55.0	33.5	11.5	9.4	2.1	-	3.41
	M(1日に2~9回)	295	83.1	51.5	31.5	16.9	13.2	3.7	-	3.31
	L(1日に1回以下)	100	88.0	56.0	32.0	12.0	7.0	5.0	-	3.39

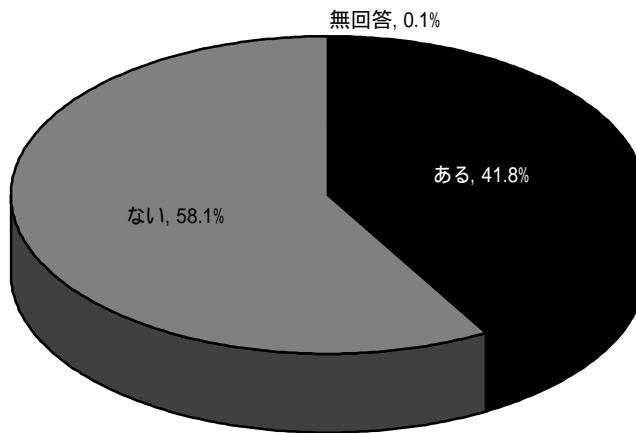
(%)

携帯電話メールを原因とした人間関係の亀裂経験有無

- ◆ 携帯電話メールを原因とした人間関係の亀裂経験が「ある」と回答した人の割合は全体の約42%, 「ない」と回答した人の割合は全体の約58%という結果となった。

あなたは、携帯電話のメールの内容が原因で人間関係が気まづくなったことはありますか。 <全ベース>

(全体:n=816)



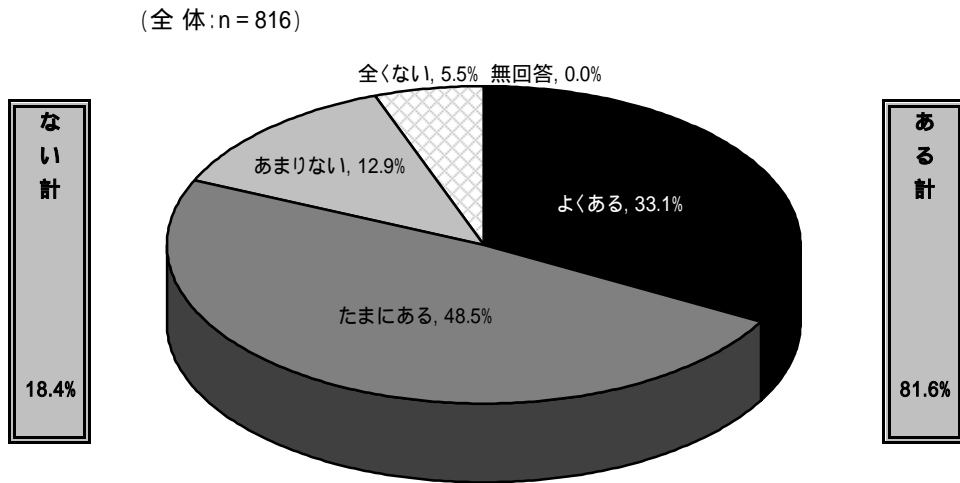
		サンプル数	ある	ない	無回答
全体		816	41.8	58.1	0.1
性別	男性	408	38.5	61.3	0.2
	女性	408	45.1	54.9	-
学年	1年生	204	43.1	56.9	-
	2年生	204	42.6	56.9	0.5
	3年生	204	40.2	59.8	-
	4年生	204	41.2	58.8	-
SNS利用状況	現在利用者	586	44.0	55.8	0.2
	現在非利用者	230	36.1	63.9	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	50.8	48.7	0.5
	M(1日に2~9回)	295	40.3	59.7	-
	L(1日に1回以下)	100	42.0	58.0	-

(%)

携帯電話メール送信時の送信時刻意識度

- ◆ 携帯電話メール送信時の送信時刻の意識は「よくある(計)」と回答した人は全体の約82%,「ない(計)」と回答した人の割合は全体の約18%という結果となった。
- ◆ ほとんどの人が送信するときに時間帯を考えていることがわかる。

あなたは、相手の状況を気にして、携帯電話でメールを送信する時間帯をずらすことがありますか。 <全ベース>



	サンプル数	ある計			ない計			無回答	加重平均値	
		よくある	たまにある	あまりない	全くない					
全体	816	81.6	33.1	48.5	18.4	12.9	5.5	-	3.09	
性別	男性	408	77.5	29.7	47.8	22.5	14.5	8.1	-	2.99
	女性	408	85.8	36.5	49.3	14.2	11.3	2.9	-	3.19
学年	1年生	204	79.9	34.3	45.6	20.1	14.2	5.9	-	3.08
	2年生	204	79.9	30.9	49.0	20.1	15.2	4.9	-	3.06
	3年生	204	81.9	31.4	50.5	18.1	10.3	7.8	-	3.05
	4年生	204	84.8	35.8	49.0	15.2	11.8	3.4	-	3.17
SNS利用状況	現在利用者	586	82.4	32.4	50.0	17.6	13.0	4.6	-	3.10
	現在非利用者	230	79.6	34.8	44.8	20.4	12.6	7.8	-	3.07
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	80.6	32.5	48.2	19.4	15.2	4.2	-	3.09
	M(1日に2~9回)	295	84.1	33.2	50.8	15.9	11.5	4.4	-	3.13
	L(1日に1回以下)	100	81.0	30.0	51.0	19.0	13.0	6.0	-	3.05

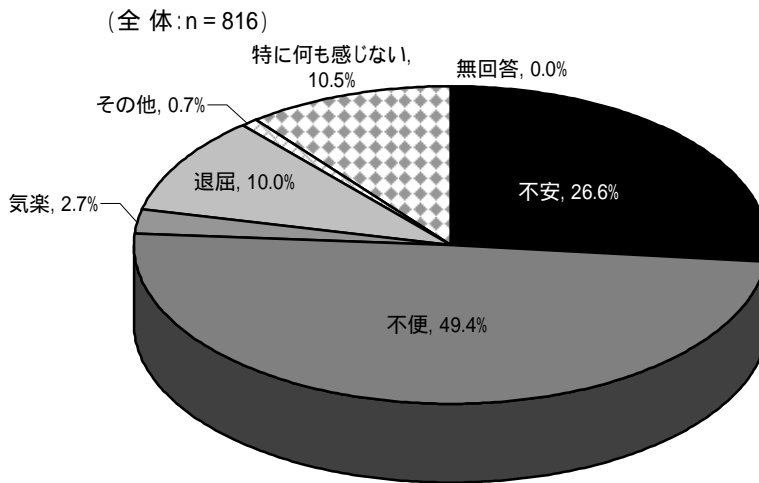
(%)

携帯電話がないことによる感情

◆ 携帯電話を持っていないときの感情としては、まず「不便」が約49%、ついで「不安」が約27%対して「気楽」と回答した人が約3%となった。

図-6

あなたは、もし携帯電話を家に忘れてしまい、一切の情報が得られなくなったら、どのように感じますか。 <全ベース>



		サンプル数	不安	不便	気楽	退屈	その他	特に何も感じない	無回答
全体		816	26.6	49.4	2.7	10.0	0.7	10.5	-
性別	男性	408	20.8	49.8	3.2	11.8	0.7	13.7	-
	女性	408	32.4	49.0	2.2	8.3	0.7	7.4	-
学年	1年生	204	26.0	46.6	2.5	9.3	1.0	14.7	-
	2年生	204	30.9	45.1	1.0	10.8	1.0	11.3	-
	3年生	204	26.0	51.5	2.5	12.3	0.5	7.4	-
	4年生	204	23.5	54.4	4.9	7.8	0.5	8.8	-
SNS利用状況	現在利用者	586	29.0	48.5	2.9	10.6	0.7	8.4	-
	現在非利用者	230	20.4	51.7	2.2	8.7	0.9	16.1	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	34.6	46.1	1.6	13.1	1.0	3.7	-
	M(1日に2~9回)	295	27.5	47.8	3.4	11.5	0.3	9.5	-
	L(1日に1回以下)	100	23.0	55.0	4.0	3.0	1.0	14.0	-

(%)

お気に入りのWEBサイト

- ◆ お気に入りのWEBサイトについて聞いたところ「mixi」と答えた人が212人と最も多く、次いで「YouTube」112人、「Yahoo! JAPAN」57人という結果となった。

アンケート あなたが“今一番お気に入りのWEBサイト”の名前を教えてください。 <全ベース>

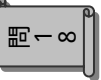
(全体:n=816)

1位: mixi	212人 (男性 78人 : 女性 134人)
2位: YouTube	112人 (男性 68人 : 女性 44人)
3位: Yahoo! JAPAN	57人 (男性 38人 : 女性 19人)
4位: Ameba(アメーバ)等のブログ	49人 (男性 13人 : 女性 36人)
5位: Twitter	46人 (男性 22人 : 女性 24人)
6位: Google	38人 (男性 29人 : 女性 9人)
7位: ZOZOTOWN等の通販サイト	31人 (男性 14人 : 女性 17人)
8位: ニコニコ動画	25人 (男性 12人 : 女性 13人)
9位: 動画サイト(ニコニコ動画、YouTube以外)	19人 (男性 16人 : 女性 3人)
10位: クックパッド等の料理情報サイト	16人 (男性 1人 : 女性 15人)

11位: スポーツ関連サイト	15人 (男性 12人 : 女性 3人)
12位: 新聞社等のニュースサイト	14人 (男性 12人 : 女性 2人)
13位: Facebook	12人 (男性 2人 : 女性 10人)
13位: 乗換案内等の乗換案内サービスサイト	12人 (男性 5人 : 女性 7人)
15位: Wikipedia等のフリー百科事典サイト	10人 (男性 7人 : 女性 3人)
15位: Johnny's Web等の芸能人HP	10人 (男性 2人 : 女性 8人)
17位: リクナビ等の就活サイト	9人 (男性 3人 : 女性 6人)
17位: 2ちゃんねる等の掲示板	9人 (男性 6人 : 女性 3人)
19位: 音楽関連のサイト	6人 (男性 4人 : 女性 2人)
19位: 大学関連サイト	6人 (男性 2人 : 女性 4人)
19位: ゲーム情報サイト	6人 (男性 6人 : 女性 0人)
19位: アットコスメ等の口コミサイト	6人 (男性 1人 : 女性 5人)
19位: ショップのHP等を含むファッション関連サイト	6人 (男性 1人 : 女性 5人)

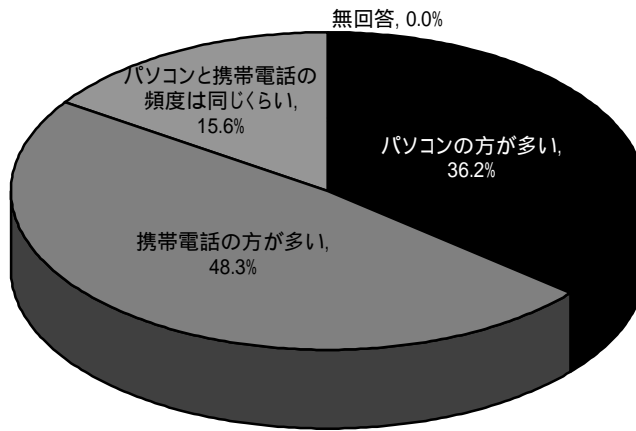
インターネット利用時アクセスツール

- ◆ インターネットを利用する場合の媒体としては、「携帯電話のほうが多い」が約48%、「パソコンのほうが多い」が約36%、「携帯電話、パソコン共に同じくらいの頻度」が約16%という結果になった。



あなたは、普段インターネットを利用する際、パソコンと携帯電話のどちらからアクセスすることが多いですか。 <全ベース>

(全体:n=816)



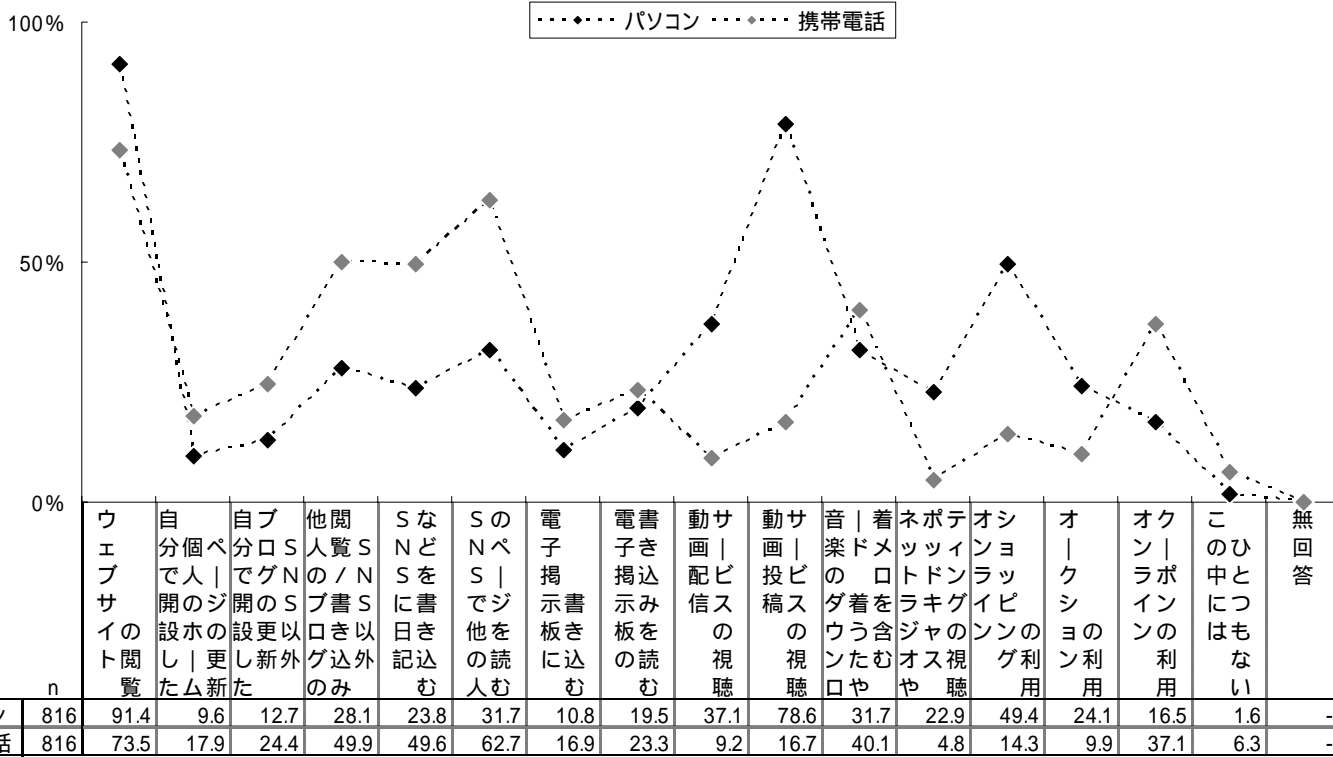
		サンプル数	パソコンのほうが多い (%)	携帯電話のほうが多い (%)	パ携帯はコ電同話じとのく頻ら度い (%)	無回答 (%)
全体		816	36.2	48.3	15.6	-
性別	男性	408	42.9	42.9	14.2	-
	女性	408	29.4	53.7	16.9	-
学年	1年生	204	30.4	52.5	17.2	-
	2年生	204	32.8	50.5	16.7	-
	3年生	204	39.7	46.1	14.2	-
	4年生	204	41.7	44.1	14.2	-
SNS利用状況	現在利用者	586	30.4	52.9	16.7	-
	現在非利用者	230	50.9	36.5	12.6	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	19.9	65.4	14.7	-
	M(1日に2~9回)	295	30.8	49.8	19.3	-
	L(1日に1回以下)	100	49.0	38.0	13.0	-

(%)

デバイス別の利用インターネットサービス < 全体スコア比較 >

- ◆ SNSに日記などを書き込む際に、パソコンを利用すると回答した人は約24%であるのに対し、携帯電話を利用すると回答した人は約50%であり、約26ポイントの差が見られた。
- ◆ SNSで他の人のページを読む際に、パソコンを利用すると回答した人は約32%であるのに対し、携帯電話を利用すると回答した人は約63%であり、約31ポイントの差が見られた。
- ◆ 動画配信サービスの視聴の際、パソコンを利用すると回答した人は約37%であるのに対し、携帯電話を利用すると回答した人は約9%であり、約28ポイントの差が見られた。
- ◆ 動画投稿サービスの視聴の際、パソコンを利用すると回答した人は約79%であるのに対し、携帯電話を利用すると回答した人は約17%であり、約62ポイントの差が見られた。
- ◆ オンラインショッピングの利用の際、パソコンを利用すると回答した人は約49%であるのに対し、携帯電話を利用すると回答した人は約14%であり、約35ポイントの差が見られた。

あなたの普段、インターネットを使ってどのようなサービスを利用していますか。 < 全ベース >



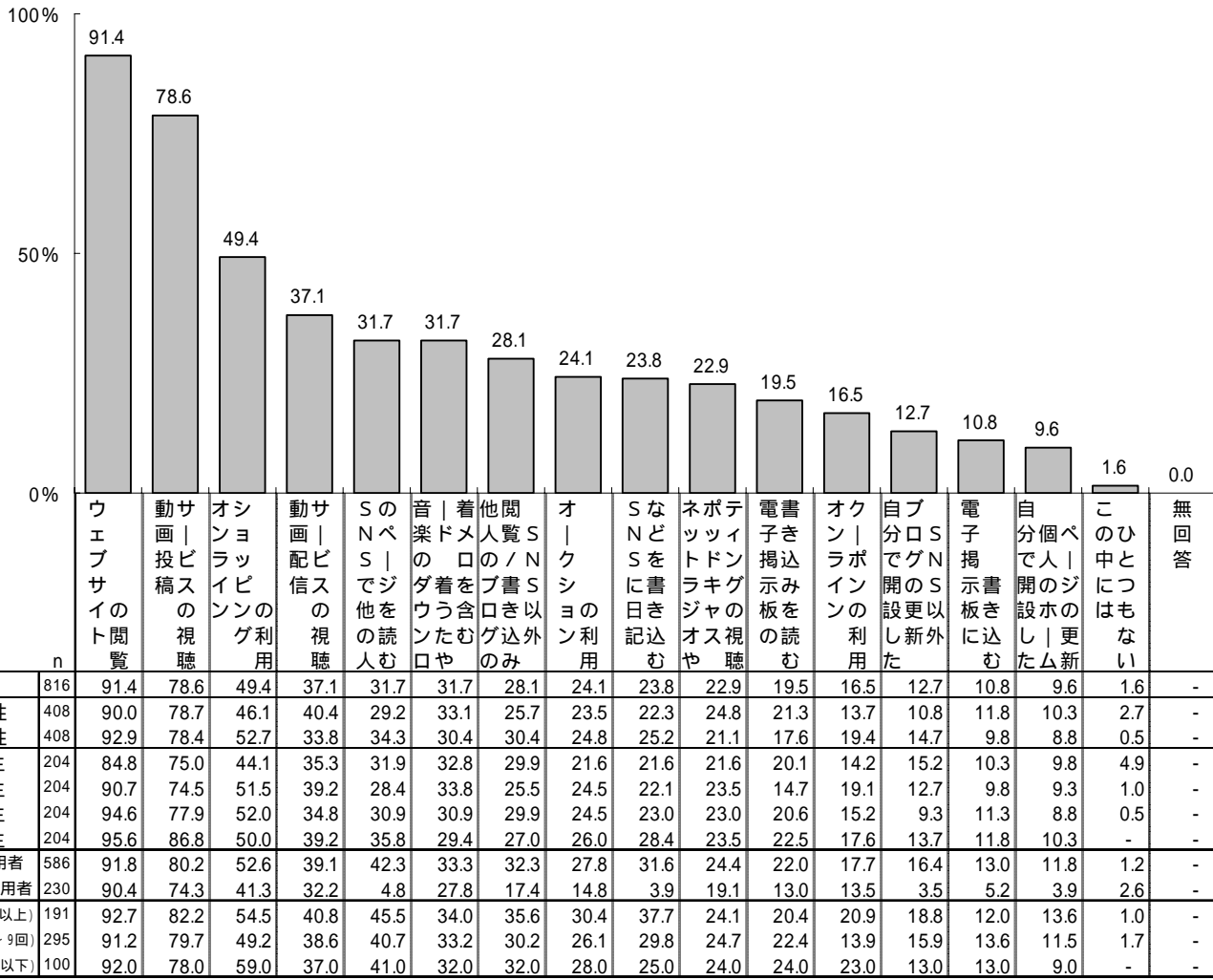
(%)

デバイス別の利用インターネットサービス < A . パソコン >

◆ どのようなインターネットサービスを利用しているかについて、パソコンの場合では「ウェブサイトの閲覧」と回答した人の割合は全体の約91%となり、次いで「動画配信サービスの視聴」と回答した人の割合は全体の約79%という結果となった。

あなたは普段、インターネットを使ってどのようなサービスを利用していますか。 < 全ベース >

全体のスコアで降順ソート



		n	ウェブサイトの閲覧	動画配信サービスの視聴	オンラインショッピングの利用	動画配信サービスの視聴	SNSでの他の人の読む	音楽ダウンロード	着メロのダウンロード	他人のブログの閲覧	SNS日記の閲覧	ポッドキャストの視聴	電子書籍の閲覧	オンラインゲームの利用	ブログの開設	電子掲示板の閲覧	自分個人のブログの更新	このサイトについて	無回答
全体		816	91.4	78.6	49.4	37.1	31.7	31.7	28.1	24.1	23.8	22.9	19.5	16.5	12.7	10.8	9.6	1.6	-
性別	男性	408	90.0	78.7	46.1	40.4	29.2	33.1	25.7	23.5	22.3	24.8	21.3	13.7	10.8	11.8	10.3	2.7	-
	女性	408	92.9	78.4	52.7	33.8	34.3	30.4	30.4	24.8	25.2	21.1	17.6	19.4	14.7	9.8	8.8	0.5	-
学年	1年生	204	84.8	75.0	44.1	35.3	31.9	32.8	29.9	21.6	21.6	21.6	20.1	14.2	15.2	10.3	9.8	4.9	-
	2年生	204	90.7	74.5	51.5	39.2	28.4	33.8	25.5	24.5	22.1	23.5	14.7	19.1	12.7	9.8	9.3	1.0	-
	3年生	204	94.6	77.9	52.0	34.8	30.9	30.9	29.9	24.5	23.0	23.0	20.6	15.2	9.3	11.3	8.8	0.5	-
	4年生	204	95.6	86.8	50.0	39.2	35.8	29.4	27.0	26.0	28.4	23.5	22.5	17.6	13.7	11.8	10.3	-	-
SNS利用状況	現在利用者	586	91.8	80.2	52.6	39.1	42.3	33.3	32.3	27.8	31.6	24.4	22.0	17.7	16.4	13.0	11.8	1.2	-
	現在非利用者	230	90.4	74.3	41.3	32.2	4.8	27.8	17.4	14.8	3.9	19.1	13.0	13.5	3.5	5.2	3.9	2.6	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	92.7	82.2	54.5	40.8	45.5	34.0	35.6	30.4	37.7	24.1	20.4	20.9	18.8	12.0	13.6	1.0	-
	M(1日に2~9回)	295	91.2	79.7	49.2	38.6	40.7	33.2	30.2	26.1	29.8	24.7	22.4	13.9	15.9	13.6	11.5	1.7	-
	L(1日に1回以下)	100	92.0	78.0	59.0	37.0	41.0	32.0	32.0	28.0	25.0	24.0	24.0	23.0	13.0	13.0	9.0	-	-

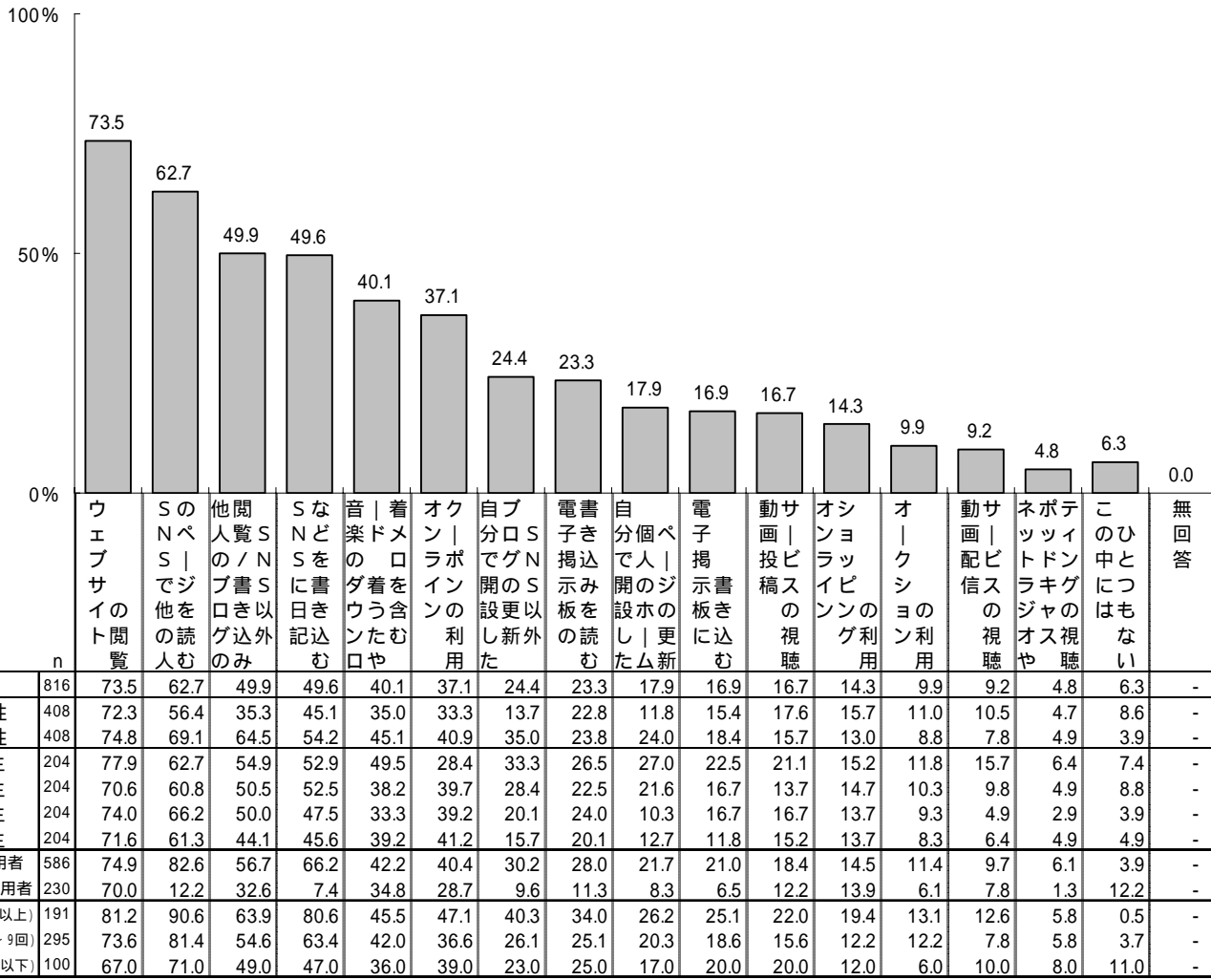
(%)

デバイス別の利用インターネットサービス < B . 携帯電話 >

◆ また携帯電話の場合、「ウェブサイトの閲覧」と回答した人の割合は全体の約74%となり、次いで「SNSで他の人のページを読む」と回答した人の割合は全体の約63%という結果となった

あなたは普段、インターネットを使ってどのようなサービスを利用していますか。 < 全ベース >

全体のスコアで降順ソート



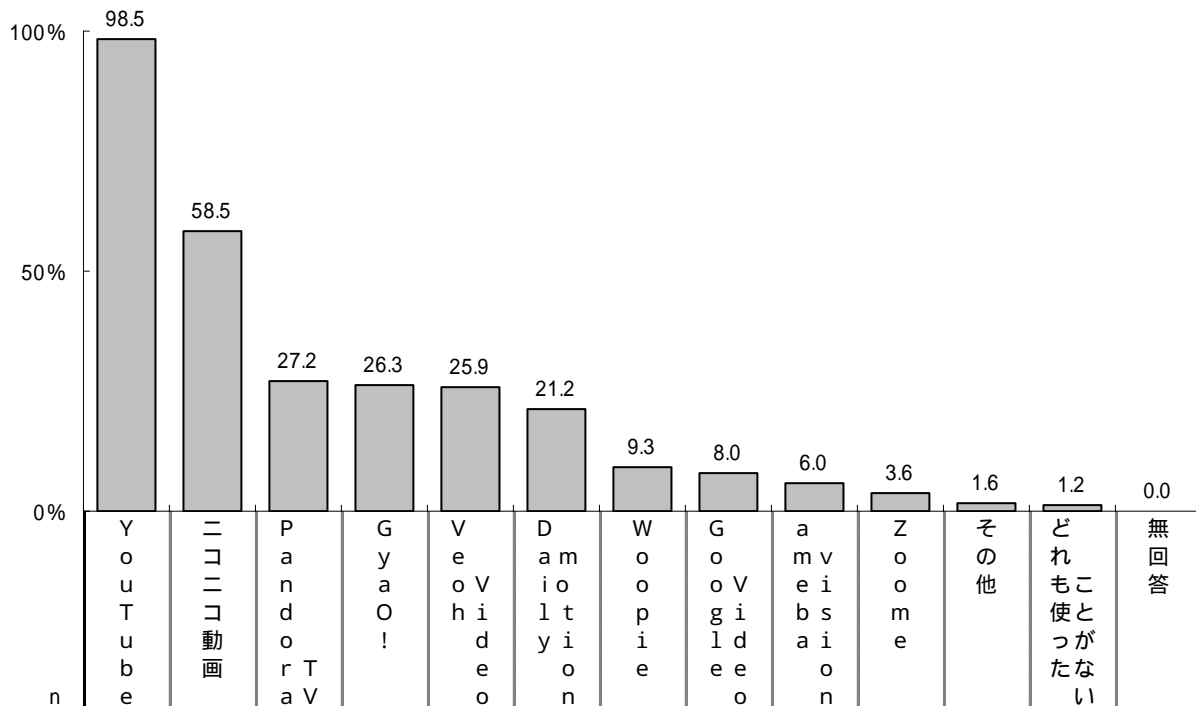
(%)

利用経験のある動画サイト

◆ 動画サイトの利用状況について「YouTube(ユーチューブ)」と回答した人の割合は全体の約99%となり、次いで「ニコニコ動画」と回答した人の割合は全体の約59%という結果となった。

あなたは以下の動画サイトを利用したことがありますか。 <全ベース>

全体のスコアで降順ソート



		n	YouTube	ニコニコ動画	Pandora TV	GyaO!	Veohide	Dailymotion	Wopie	GooVid	amvbsai	Zome	その他	どれもこ使ったない	無回答
全体		816	98.5	58.5	27.2	26.3	25.9	21.2	9.3	8.0	6.0	3.6	1.6	1.2	-
性別	男性	408	98.0	66.9	30.9	25.7	30.1	26.5	10.3	9.3	7.6	5.6	1.7	1.5	-
	女性	408	99.0	50.0	23.5	27.0	21.6	15.9	8.3	6.6	4.4	1.5	1.5	1.0	-
学年	1年生	204	99.0	56.9	24.0	25.0	23.5	19.6	6.4	11.8	8.8	2.9	2.9	-	-
	2年生	204	97.1	56.4	27.9	23.5	27.9	17.6	13.7	8.8	5.9	3.9	1.0	2.9	-
	3年生	204	99.0	56.4	27.9	27.0	22.5	23.0	9.3	5.9	3.9	2.9	1.0	1.0	-
	4年生	204	99.0	64.2	28.9	29.9	29.4	24.5	7.8	5.4	5.4	4.4	1.5	1.0	-
SNS利用状況	現在利用者	586	99.0	62.6	29.7	28.0	26.8	21.5	9.2	8.0	6.3	2.9	1.4	0.9	-
	現在非利用者	230	97.4	47.8	20.9	22.2	23.5	20.4	9.6	7.8	5.2	5.2	2.2	2.2	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	99.0	65.4	33.0	26.7	27.7	20.9	8.4	8.9	7.9	1.6	2.1	1.0	-
	M(1日に2~9回)	295	99.7	61.7	25.8	27.8	26.4	23.1	9.5	7.1	5.8	3.4	1.0	0.3	-
	L(1日に1回以下)	100	97.0	60.0	35.0	31.0	26.0	18.0	10.0	9.0	5.0	4.0	1.0	2.0	-

(%)

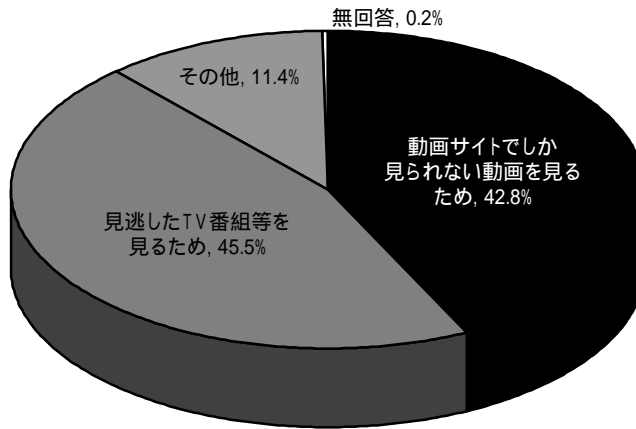
動画サイト利用目的

- ◆ 動画サイトの利用目的について「見逃したTV番組等を見るため」と回答した人の割合は全体の約46%となり、「動画サイトでしか見られない動画を見るため」と回答した人の割合は全体の約43%という結果となった。



動画サイトを主にどのような目的で利用していますか。 <動画サイト利用経験者ベース>

(全体:n=806)



		サンプル数	動し動画か見たいため (%)	見逃した番組等ため (%)	その他 (%)	無回答 (%)
全体		806	42.8	45.5	11.4	0.2
性別	男性	402	48.3	42.3	9.5	-
	女性	404	37.4	48.8	13.4	0.5
学年	1年生	204	46.6	43.1	10.3	-
	2年生	198	44.4	44.9	10.6	-
	3年生	202	41.6	48.0	10.4	-
	4年生	202	38.6	46.0	14.4	1.0
SNS利用状況	現在利用者	581	41.3	46.6	11.7	0.3
	現在非利用者	225	46.7	42.7	10.7	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	189	39.7	46.6	13.8	-
	M(1日に2~9回)	294	42.5	46.6	10.5	0.3
	L(1日に1回以下)	98	40.8	46.9	11.2	1.0

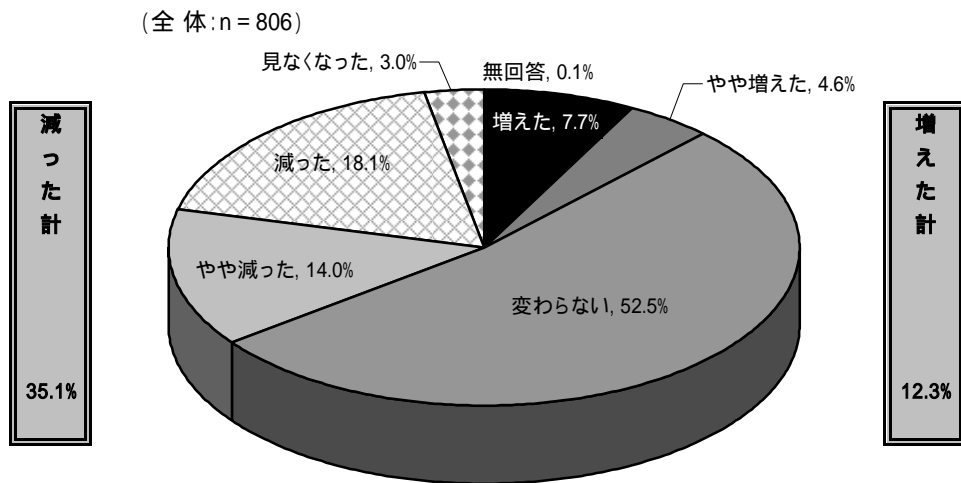
(%)

動画サイト利用開始後のテレビの視聴時間変化

◆ 動画サイト利用後のテレビの視聴時間変化について、「変わらない」と回答した人の割合が全体の約53%となり、「増えた(計)」と回答した人の割合は全体の約12%、「減った(計)」と回答した人の割合は全体の約35%という結果となった。

聞かない

動画サイトを利用し始めてから、あなたのテレビの視聴時間はどのように変化しましたか。
 <動画サイト利用経験者ベース>



	サンプル数	増えた計			変わらない	減った計			無回答	加重平均値		
		増えた	やや増えた	減った		やや減った	見なくなった					
全体	806	12.3	7.7	4.6	52.5	35.1	14.0	18.1	3.0	0.1	3.61	
性別	男性	402	13.4	9.7	3.7	48.5	37.8	11.9	21.6	4.2	0.2	3.55
	女性	404	11.1	5.7	5.4	56.4	32.4	16.1	14.6	1.7	-	3.66
学年	1年生	204	11.8	5.4	6.4	56.9	31.4	11.8	15.7	3.9	-	3.62
	2年生	198	15.2	8.1	7.1	45.5	39.4	16.2	20.7	2.5	-	3.58
	3年生	202	12.4	9.9	2.5	49.5	37.6	15.8	19.3	2.5	0.5	3.60
	4年生	202	9.9	7.4	2.5	57.9	32.2	12.4	16.8	3.0	-	3.62
SNS利用状況	現在利用者	581	11.9	7.7	4.1	51.5	36.5	15.3	18.8	2.4	0.2	3.59
	現在非利用者	225	13.3	7.6	5.8	55.1	31.6	10.7	16.4	4.4	-	3.64
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	189	10.6	7.4	3.2	48.1	41.3	19.6	19.0	2.6	-	3.52
	M(1日に2~9回)	294	11.2	7.1	4.1	53.1	35.7	14.3	19.0	2.4	-	3.59
	L(1日に1回以下)	98	16.3	10.2	6.1	53.1	29.6	10.2	17.3	2.0	1.0	3.75

(%)

SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) 利用状況について

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

グラフ上の数値は表記上合計が100にならないことがあります

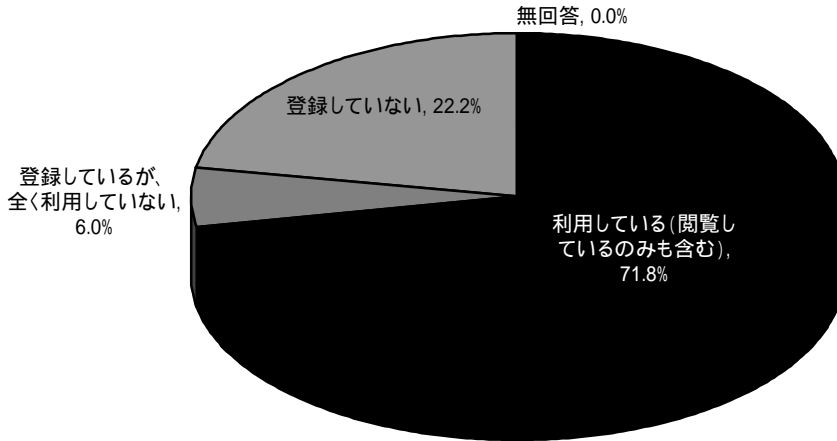
SNS利用状況

- ◆ SNSの利用状況について、「利用している」と回答した人の割合は全体の約72%となり、「利用していない(計)」と回答した人の割合は全体の約28%という結果となった。
- ◆ SNSを利用していない理由について、「登録や更新が面倒だから」が77件と最も多く、次いで「SNSに必要性を感じない/別のコミュニケーション手段を用いているから」が36件、「SNSに興味がないから」が32件という結果となった。



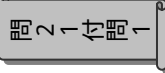
あなたは現在、SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) を利用していますか。 <全ベース>

(全体:n=816)



		サンプル数	利用閲覧のし見てもいて含む	登録全しくて利用しない	登録していない	無回答
全体		816	71.8	6.0	22.2	-
性別	男性	408	63.7	7.6	28.7	-
	女性	408	79.9	4.4	15.7	-
学年	1年生	204	72.5	4.9	22.5	-
	2年生	204	69.1	5.4	25.5	-
	3年生	204	75.0	6.9	18.1	-
	4年生	204	70.6	6.9	22.5	-
SNS利用状況	現在利用者	586	100.0	-	-	-
	現在非利用者	230	-	21.3	78.7	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	100.0	-	-	-
	M(1日に2~9回)	295	100.0	-	-	-
	L(1日に1回以下)	100	100.0	-	-	-

(%)



上記の問でそのようにお答えになったのは、なぜですか。具体的に理由を教えてください。 <「SNS」非利用者ベース>

(全体:n=230)

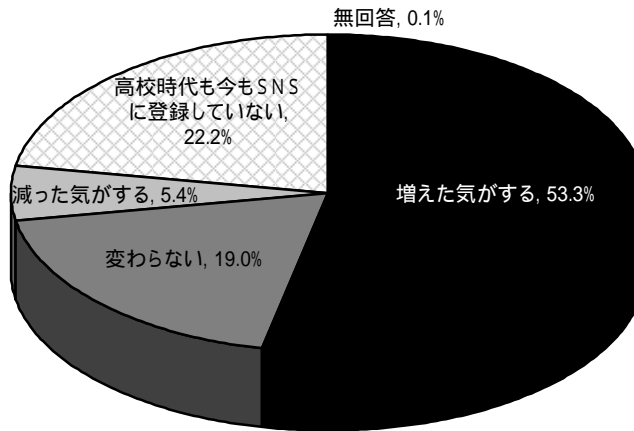
1位: 登録や更新が面倒だから	77人 (男性 47人 : 女性 30人)
2位: SNSに必要性を感じない/別のコミュニケーション手段を用いているから	36人 (男性 22人 : 女性 14人)
3位: SNSに興味がないから	32人 (男性 25人 : 女性 7人)
4位: コンテンツなどがつまらないから	13人 (男性 10人 : 女性 3人)
5位: SNSの存在を知らなかったから	10人 (男性 6人 : 女性 4人)
6位: SNSをやる時間がないから	8人 (男性 6人 : 女性 2人)
7位: 以前SNSに登録していたが、コンテンツへの不満などSNSにあきたから	7人 (男性 5人 : 女性 2人)
7位: SNSは信頼性に欠けるから	7人 (男性 2人 : 女性 5人)
9位: SNSのやり方がよくわからないから	6人 (男性 4人 : 女性 2人)
10位: SNSを始める時期を逃したから	5人 (男性 1人 : 女性 4人)

SNS利用頻度変化(高校時代との比較)

- ◆ 高校時代と比べてSNSを利用する頻度について、「増えた気がする」と回答した人の割合は全体の約53%、「高校時代も今もSNSに登録していない」が約22%、「変わらない」が19%、「減った気がする」が約5%という結果となった。
- ◆ 学年別にみると、「増えた気がする」と回答した人が、1年生の約43%、2年生の52%、3年生の約57%、4年生の約61%と、学年が上がるにつれ、高くなる結果となった。
- ◆ SNS利用頻度別でみると、「増えた気がする」と回答した人の割合は、H層、M層に多く属している結果となった。

あなたがSNSを利用する頻度は、高校時代と比べてどう変化しましたか。 <全ベース>

(全体:n=816)



		サンプル数	増えた気がする	変わらない	減った気がする	高今登校も録時Sし代NてもSいにならない	無回答
全体		816	53.3	19.0	5.4	22.2	0.1
性別	男性	408	49.0	17.6	4.4	28.7	0.2
	女性	408	57.6	20.3	6.4	15.7	-
学年	1年生	204	43.1	29.4	4.9	22.5	-
	2年生	204	52.0	16.7	5.4	25.5	0.5
	3年生	204	57.4	19.6	4.9	18.1	-
	4年生	204	60.8	10.3	6.4	22.5	-
SNS利用状況	現在利用者	586	71.5	22.5	5.8	-	0.2
	現在非利用者	230	7.0	10.0	4.3	78.7	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	75.9	20.9	2.6	-	0.5
	M(1日に2~9回)	295	73.6	22.4	4.1	-	-
	L(1日に1回以下)	100	57.0	26.0	17.0	-	-

(%)

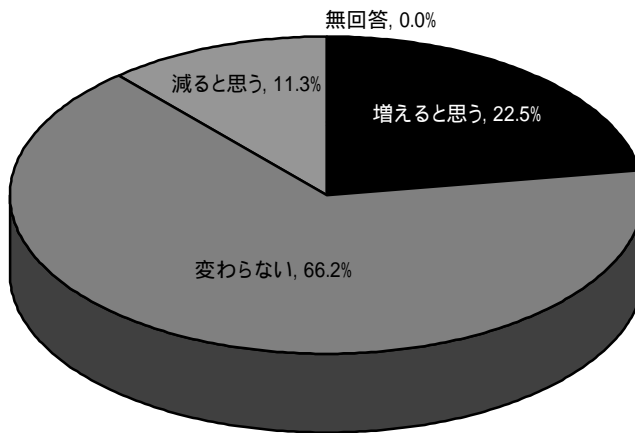
SNS今後の利用頻度変化

- ◆ SNSを利用する頻度は今後どうなるかという質問に対し、「増えると思う」と回答した人は全体の約23%、「減ると思う」と回答した人の割合は全体の約11%、「変わらないと思う」と回答した人の割合は全体の約66%と、半数以上の人々が今の利用状況とかわらないという傾向がみられた。

設問45

あなたがSNSを利用する頻度は、今後、どのように変化したいと思いますか。 < SNS利用者ベース >

(全体:n=586)

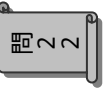


		サンプル数	増えると思う (%)	変わらない (%)	減ると思う (%)	無回答 (%)
全体		586	22.5	66.2	11.3	-
性別	男性	260	23.8	66.2	10.0	-
	女性	326	21.5	66.3	12.3	-
学年	1年生	148	25.7	66.9	7.4	-
	2年生	141	26.2	64.5	9.2	-
	3年生	153	17.6	71.2	11.1	-
	4年生	144	20.8	61.8	17.4	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	33.0	63.4	3.7	-
	M(1日に2~9回)	295	18.6	71.2	10.2	-
	L(1日に1回以下)	100	14.0	57.0	29.0	-

(%)

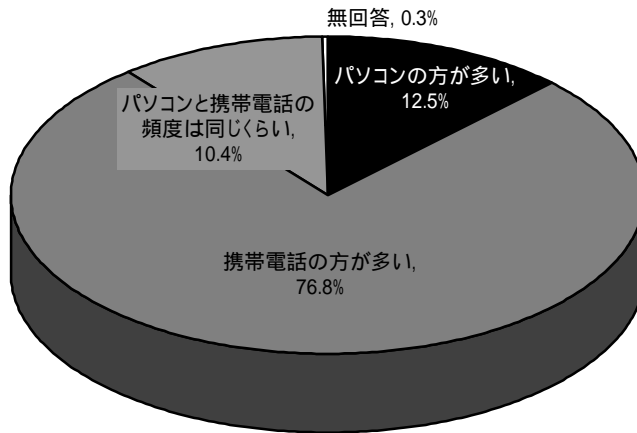
SNS利用時アクセスツール

- ◆ SNS利用時のアクセスツールについて、「携帯電話の方が多い」と回答した人の割合は全体の約77%、「パソコンの方が多い」と回答した人の割合は全体の約13%という結果となった。



SNSはどこからアクセスすることが多いですか。 < SNS利用者ベース >

(全体:n = 586)

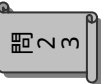


		サンプル数	パソコンの方が多い (%)	携帯電話の方が多い (%)	パソコン・携帯電話の頻度は同じくらい (%)	無回答 (%)
全体		586	12.5	76.8	10.4	0.3
性別	男性	260	12.7	75.4	11.2	0.8
	女性	326	12.3	77.9	9.8	-
学年	1年生	148	12.8	75.7	10.1	1.4
	2年生	141	8.5	82.3	9.2	-
	3年生	153	17.0	74.5	8.5	-
	4年生	144	11.1	75.0	13.9	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	6.3	83.2	9.9	0.5
	M(1日に2~9回)	295	11.2	76.3	12.2	0.3
	L(1日に1回以下)	100	28.0	66.0	6.0	-

(%)

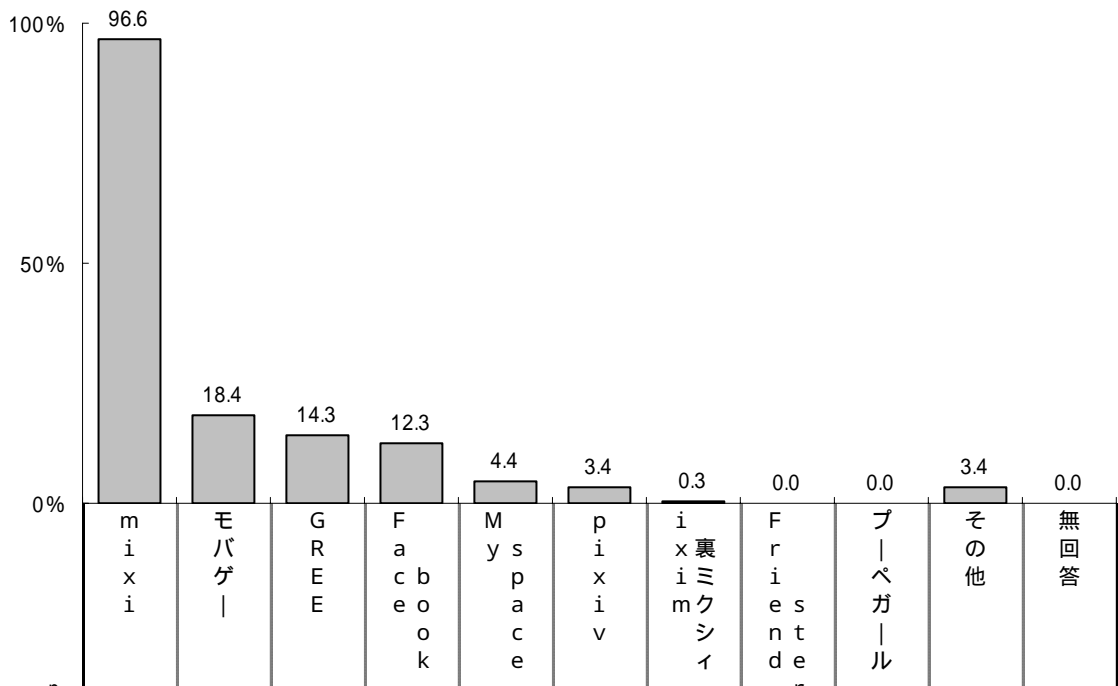
利用しているSNSサービス

◆ 利用しているSNSサービスについて、「mixi」と回答した人の割合はSNS利用者全体の約97%、次いで「モバゲー」と回答した人の割合はSNS利用者全体の約18%という結果となった。



あなたが現在利用しているSNSのサービスは、以下のうちどれですか。 < SNS利用者ベース >

全体のスコアで降順ソート



		n	mixi	モバゲー	GREE	Facebook	Myspace	pixiv	mixi裏ミクシイ	Friendster	プーペガール	その他	無回答
全体		586	96.6	18.4	14.3	12.3	4.4	3.4	0.3	-	-	3.4	-
性別	男性	260	96.2	22.7	14.2	8.5	2.7	3.1	0.4	-	-	2.7	-
	女性	326	96.9	15.0	14.4	15.3	5.8	3.7	0.3	-	-	4.0	-
学年	1年生	148	95.3	24.3	15.5	10.1	5.4	4.1	1.4	-	-	2.7	-
	2年生	141	97.2	17.0	15.6	12.1	3.5	2.1	-	-	-	2.8	-
	3年生	153	98.0	17.6	14.4	11.8	3.9	5.2	-	-	-	1.3	-
	4年生	144	95.8	14.6	11.8	15.3	4.9	2.1	-	-	-	6.9	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	96.9	25.1	19.9	13.6	6.8	2.1	0.5	-	-	4.2	-
	M(1日に2~9回)	295	97.3	16.3	12.2	11.9	2.7	4.4	-	-	-	3.4	-
	L(1日に1回以下)	100	94.0	12.0	10.0	11.0	5.0	3.0	1.0	-	-	2.0	-

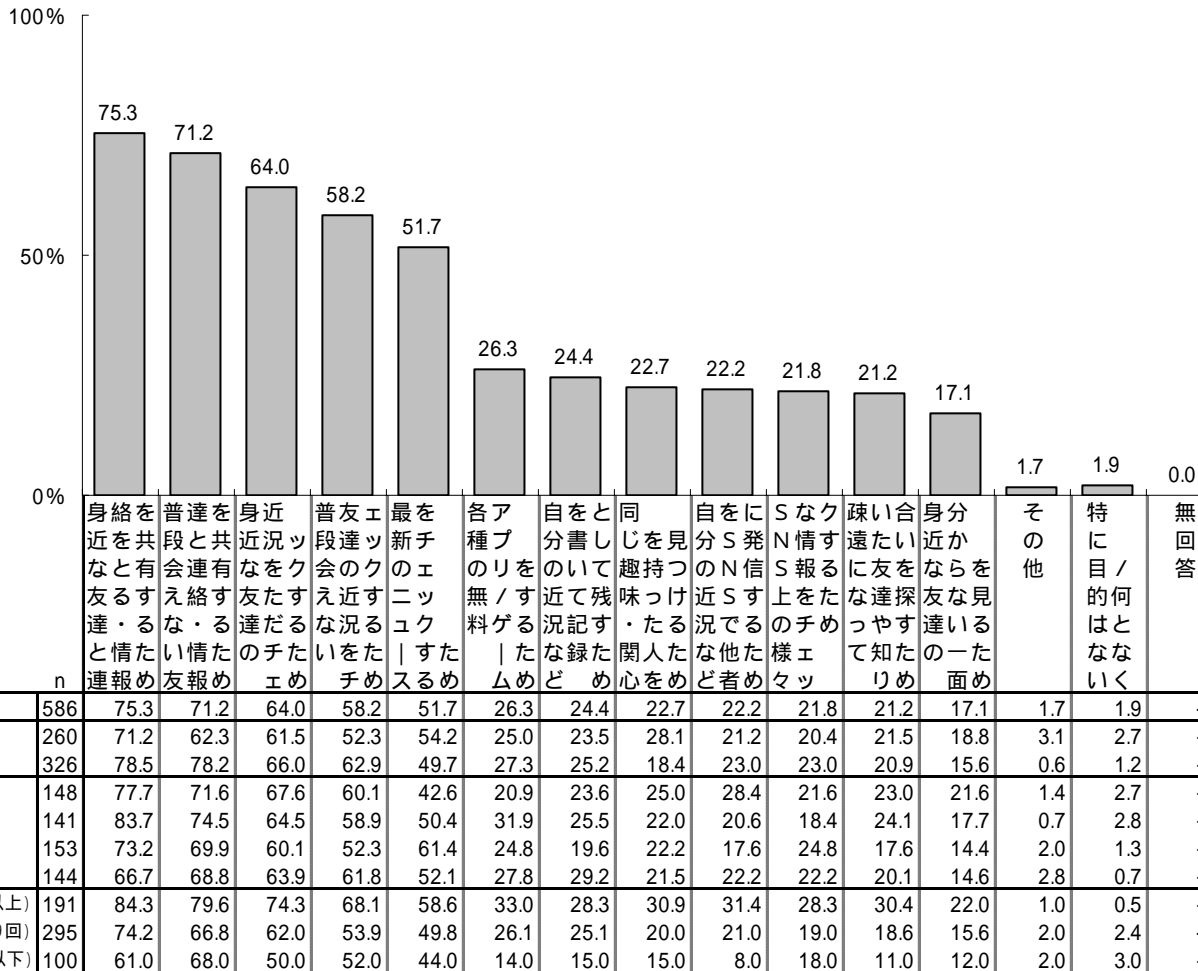
(%)

SNS利用目的

◆ SNSの利用目的について、「身近な友達と連絡をとる・情報を共有するため」と回答した人の割合は全体の約75%と最も高く、次いで「普段会えない友達と連絡・情報を共有するため」と回答した人の割合が全体の約71%、「身近な友達の近況をただチェックするため」と回答した人の割合は全体の約64%と続く結果になった。

あなたはSNSをどのような目的で利用していますか。 < SNS利用者ベース >

全体のスコアで降順ソート



		n	75.3	71.2	64.0	58.2	51.7	26.3	24.4	22.7	22.2	21.8	21.2	17.1	1.7	1.9	0.0
全体		586	75.3	71.2	64.0	58.2	51.7	26.3	24.4	22.7	22.2	21.8	21.2	17.1	1.7	1.9	-
性別	男性	260	71.2	62.3	61.5	52.3	54.2	25.0	23.5	28.1	21.2	20.4	21.5	18.8	3.1	2.7	-
	女性	326	78.5	78.2	66.0	62.9	49.7	27.3	25.2	18.4	23.0	23.0	20.9	15.6	0.6	1.2	-
学年	1年生	148	77.7	71.6	67.6	60.1	42.6	20.9	23.6	25.0	28.4	21.6	23.0	21.6	1.4	2.7	-
	2年生	141	83.7	74.5	64.5	58.9	50.4	31.9	25.5	22.0	20.6	18.4	24.1	17.7	0.7	2.8	-
	3年生	153	73.2	69.9	60.1	52.3	61.4	24.8	19.6	22.2	17.6	24.8	17.6	14.4	2.0	1.3	-
	4年生	144	66.7	68.8	63.9	61.8	52.1	27.8	29.2	21.5	22.2	22.2	20.1	14.6	2.8	0.7	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	84.3	79.6	74.3	68.1	58.6	33.0	28.3	30.9	31.4	28.3	30.4	22.0	1.0	0.5	-
	M(1日に2~9回)	295	74.2	66.8	62.0	53.9	49.8	26.1	25.1	20.0	21.0	19.0	18.6	15.6	2.0	2.4	-
	L(1日に1回以下)	100	61.0	68.0	50.0	52.0	44.0	14.0	15.0	15.0	8.0	18.0	11.0	12.0	2.0	3.0	-

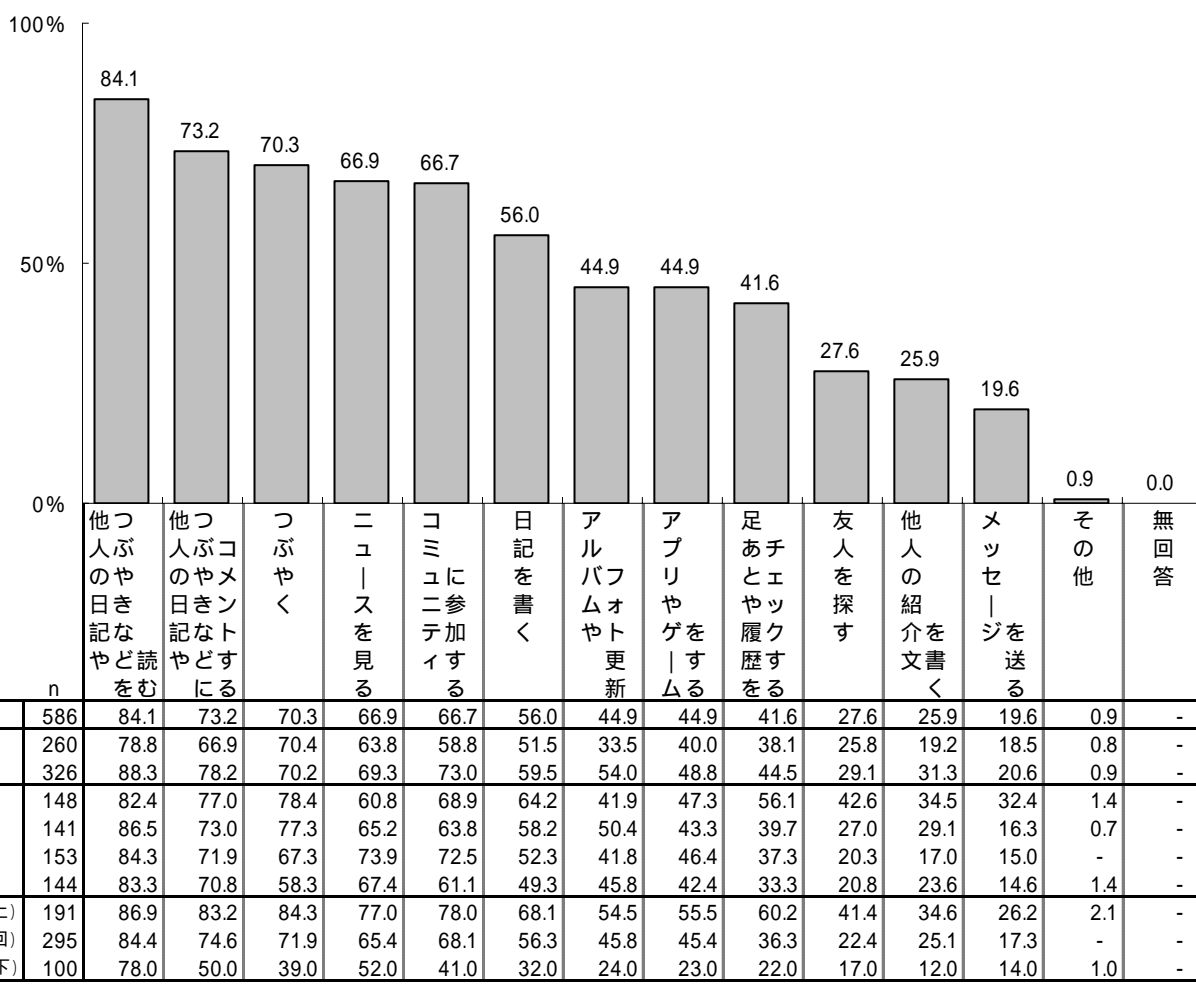
(%)

SNS利用ツール

◆ SNSの利用ツールについて、「他人の日記やつぶやき、アルバムなどを読む」と回答した人の割合が全体の約84%となり、次いで「他人の日記やつぶやき、アルバムなどにコメントする」と回答した人の割合は全体の約73%、「つぶやく」と回答した人の割合は全体の約70%と続く結果となった。

あなたはSNSでどのようなことをしていますか。 < SNS利用者ベース >

全体のスコアで降順ソート



		n	他 人の 日記 や つぶ や き を 読 む	他 人の 日記 や メモ に こ め ん と す る	つ ぶ や く	ニ ュ ー ス を 見 る	コ ミ ュ ニ ティ に 参 加 す る	日 記 を 書 く	ア ル バ ム や 写 真 を 更 新	ア プ リ ヤ ゲ を し よ う す る	足 跡 や 履 き の レ コ ド を 見 る	友 人 を 探 す	他 人 の 紹 介 文 を 書 く	メ ッ セ ー ジ を 送 る	そ の 他	無 回 答
全体		586	84.1	73.2	70.3	66.9	66.7	56.0	44.9	44.9	41.6	27.6	25.9	19.6	0.9	-
性別	男性	260	78.8	66.9	70.4	63.8	58.8	51.5	33.5	40.0	38.1	25.8	19.2	18.5	0.8	-
	女性	326	88.3	78.2	70.2	69.3	73.0	59.5	54.0	48.8	44.5	29.1	31.3	20.6	0.9	-
学年	1年生	148	82.4	77.0	78.4	60.8	68.9	64.2	41.9	47.3	56.1	42.6	34.5	32.4	1.4	-
	2年生	141	86.5	73.0	77.3	65.2	63.8	58.2	50.4	43.3	39.7	27.0	29.1	16.3	0.7	-
	3年生	153	84.3	71.9	67.3	73.9	72.5	52.3	41.8	46.4	37.3	20.3	17.0	15.0	-	-
	4年生	144	83.3	70.8	58.3	67.4	61.1	49.3	45.8	42.4	33.3	20.8	23.6	14.6	1.4	-
SNS 利用頻度	H(1日10回以上)	191	86.9	83.2	84.3	77.0	78.0	68.1	54.5	55.5	60.2	41.4	34.6	26.2	2.1	-
	M(1日に2~9回)	295	84.4	74.6	71.9	65.4	68.1	56.3	45.8	45.4	36.3	22.4	25.1	17.3	-	-
	L(1日に1回以下)	100	78.0	50.0	39.0	52.0	41.0	32.0	24.0	23.0	22.0	17.0	12.0	14.0	1.0	-

(%)

SNSのユニークな使い方 / 不満点

- ◆ SNSのユニークな使い方について「イベントの立ち上げ/告知に利用」・「ログイン時間から友達の状況を確認する」・「同じ趣味の人を探す/仲良くなる」が同率で6件と最も多く、次いで「写真や動画をアップして友達と共有する」が5件、「入手できなかったチケットを探すなど、取引に使う」・「ヘアやネイルのモデルを募集する/募集を探す」が同率で4件という結果となった。
- ◆ 今のSNSに対して不満な点や、もっとあったら良いなと思う機能について「「足跡」「ログイン時間」機能などで、プライベートの細かいところまで他人に知られる」23件、「機能がコロコロ変わりすぎてついていけないこと」22件、「出会い系のようなメッセージを送るなど、マナーの悪い人がいる」15件という結果となった。

あなたに質問
あなたが実際にSNSで行っている、「私ならではのユニークな使い方」と言えるものは何かありますか。
また、友達などが実施している(聞いたことがある)例でも構いませんのでできるだけ具体的にお答えください。
< SNS利用者ベース >

(全体:n=586)

1位: イベントの立ち上げ/告知に利用する	6人 (男性 4人 : 女性 2人)
1位: ログイン時間から友達の状況を確認する	6人 (男性 2人 : 女性 4人)
1位: 同じ趣味の人を探す/仲良くなる	6人 (男性 3人 : 女性 3人)
4位: 写真や動画をアップして友達と共有する	5人 (男性 0人 : 女性 5人)
5位: 入手できなかったチケットを探すなど、取引に使う	4人 (男性 2人 : 女性 2人)
5位: ヘアやネイルのモデルを募集する/募集を探す	4人 (男性 1人 : 女性 3人)
7位: 口コミで評判のいいお店を探す	3人 (男性 2人 : 女性 1人)
7位: メンバー募集・議事録・イベントなど、サークルの運営に使う	3人 (男性 2人 : 女性 1人)
7位: 特定の友達とコミュニティを作るなどして、連絡に使う	3人 (男性 2人 : 女性 1人)
7位: 他の人に「面白い」と思ってもらえることを書く	3人 (男性 2人 : 女性 1人)
7位: 出会いや恋人を作る目的で利用する	3人 (男性 1人 : 女性 2人)
特になし	512人 (男性 226人 : 女性 286人)

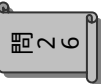
あなたに質問
あなたは今のSNSに対して不満な点や、もっとあったら良いなと思う機能はありますか。
どんなものでも結構ですので、ご自由にお答えください。 < SNS利用者ベース >

(全体:n=586)

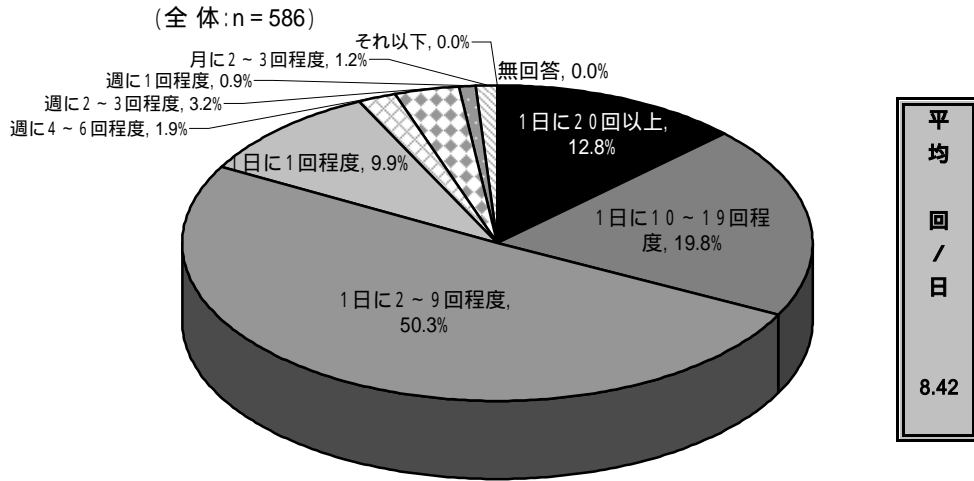
1位: 「足あと」「ログイン時間」機能などで、プライベートの細かいところまで他人に知られる	23人 (男性 4人 : 女性 19人)
2位: 機能がコロコロ変わりすぎてついていけないこと	22人 (男性 3人 : 女性 19人)
3位: 出会い系のようなメッセージを送るなど、マナーの悪い人がいること	15人 (男性 3人 : 女性 12人)
4位: 「接続が悪い」「ページが重い」など、技術的な不具合があること	9人 (男性 5人 : 女性 4人)
5位: 機能ごとに公開範囲が細かく設定できないこと	7人 (男性 2人 : 女性 5人)
6位: アダルト広告など余計な広告が表示されること	6人 (男性 5人 : 女性 1人)
7位: どのSNSサービスも同じようなもので、差別化されていないこと	5人 (男性 2人 : 女性 3人)
7位: 個人情報保護などの信頼性が低いこと	5人 (男性 2人 : 女性 3人)
9位: アプリに飽きたり、コミュニティが盛り上がってなかったりして、マンネリ化してしまうこと	4人 (男性 3人 : 女性 1人)
9位: 無料ゲームが少なく、結局お金がかかること	4人 (男性 2人 : 女性 2人)
9位: mixiが登録制になったこと	4人 (男性 1人 : 女性 3人)
特になし	465人 (男性 217人 : 女性 248人)

SNS利用頻度

◆ SNSをどのくらいの頻度でチェックするかについて「1日に2～9回程度」と回答する人が約50%と最も多く、次いで「1日に10～19回程度」が約20%「1日に20回以上」が約13%という結果になり、毎日チェックする人が約93%いた。



あなたはSNSをどのくらいの頻度でチェックしていますか。 < SNS利用者ベース >



平均
回 / 日

8.42

		サンプル数	1日に20回以上	1日に10～19回程度	1日に2～9回程度	1日に1回程度	週に4～6回程度	週に2～3回程度	週に1回程度	月に2～3回程度	それ以下	無回答	平均回 / 日
全体		586	12.8	19.8	50.3	9.9	1.9	3.2	0.9	1.2	-	-	8.42
性別	男性	260	16.5	20.0	48.5	10.4	1.2	1.9	0.8	0.8	-	-	9.09
	女性	326	9.8	19.6	51.8	9.5	2.5	4.3	0.9	1.5	-	-	7.89
学年	1年生	148	17.6	18.9	50.0	6.8	3.4	2.7	-	0.7	-	-	9.20
	2年生	141	16.3	22.0	46.1	11.3	1.4	1.4	1.4	-	-	-	9.23
	3年生	153	11.1	20.3	50.3	11.8	1.3	2.6	0.7	2.0	-	-	8.17
	4年生	144	6.3	18.1	54.9	9.7	1.4	6.3	1.4	2.1	-	-	7.11
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	39.3	60.7	-	-	-	-	-	-	-	-	16.96
	M(1日に2～9回)	295	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	5.50
	L(1日に1回以下)	100	-	-	-	58.0	11.0	19.0	5.0	7.0	-	-	0.74

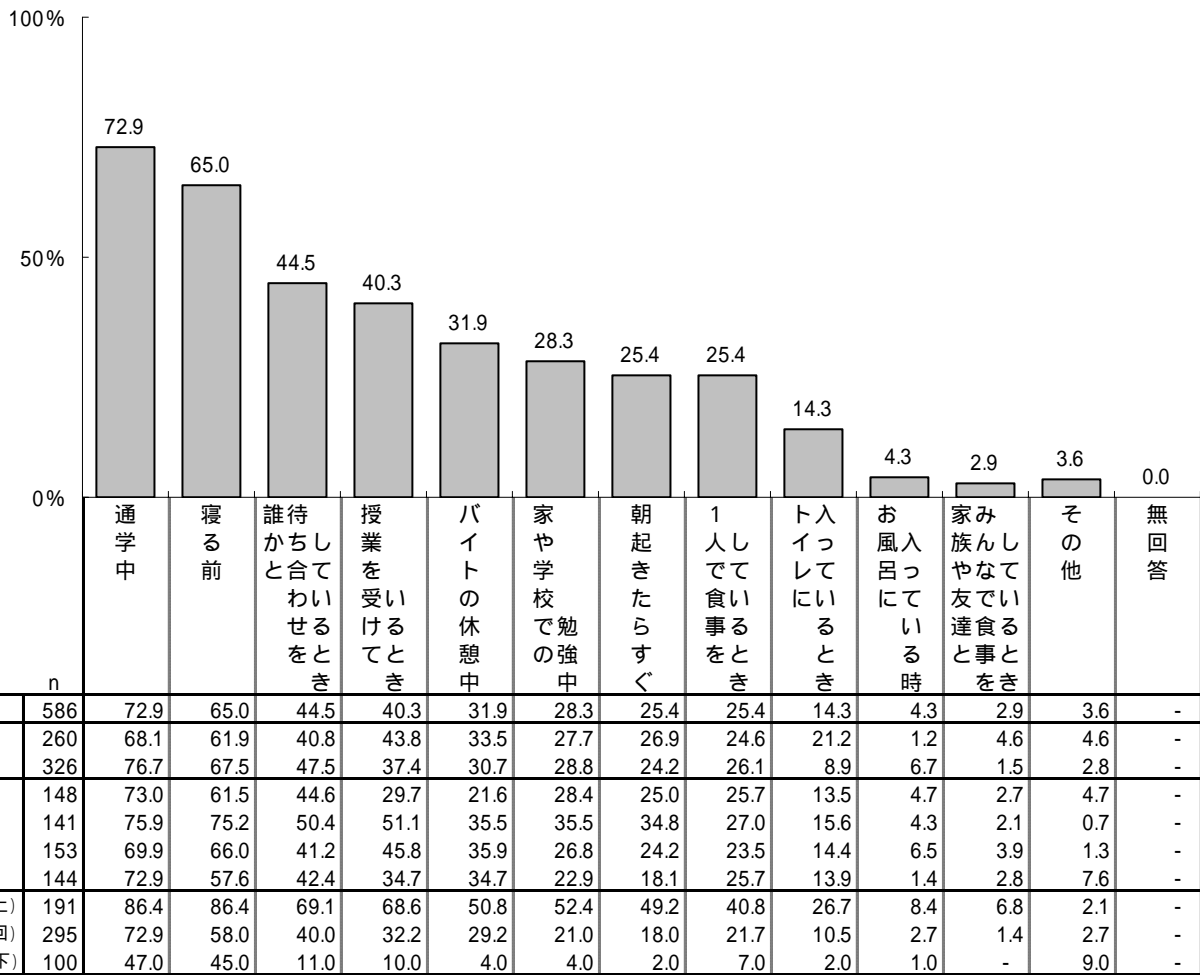
(%)

SNS利用シーン

◆ 普段SNSをいつ見ているかについて「通学中」と回答した人が約73%と最も多く、次いで「寝る前」と回答した人が約65%、「誰かと待ち合わせをしているとき」と回答した人が約45%、「授業を受けているとき」と回答した人が約40%という結果になった。

あなたは普段、いつSNSサイトを見ていますか。 < SNS利用者ベース >

全体のスコアで降順ソート

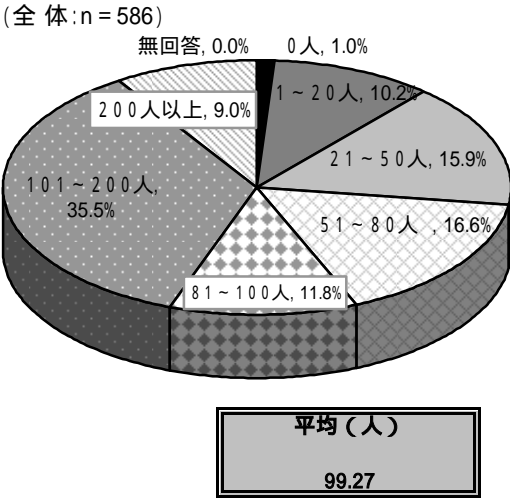


(%)

SNS上の交流メンバー人数 / SNS上の交流メンバー

- ◆ SNS上の交流メンバーの人数は何人くらいいるかについて「101～200人」と回答した人が約36%と最も多く、次いで「51～80人」と回答した人が約17%「21～50人」と回答した人が約16%「81～100人」と回答した人が約12%「1～20人」と回答した人が約10%「200人以上」と回答した人が約9%「0人」と回答した人が約1%という結果になりました。
- ◆ 「あなたは、SNS上の交流メンバーの中にどんな人がいますか」について、「同じ大学の仲のいい人」と回答した人の割合が全体の約89%と最も高く、次いで「小中高などの地元の人」と回答した人の割合が全体の約86%という結果になった。

あなたのSNS上の交流メンバー(マイミクなど)の人数は何人くらいですか。
最も利用しているSNSにおける交流メンバーの合計の人数をお答えください。 < SNS利用者ベース >

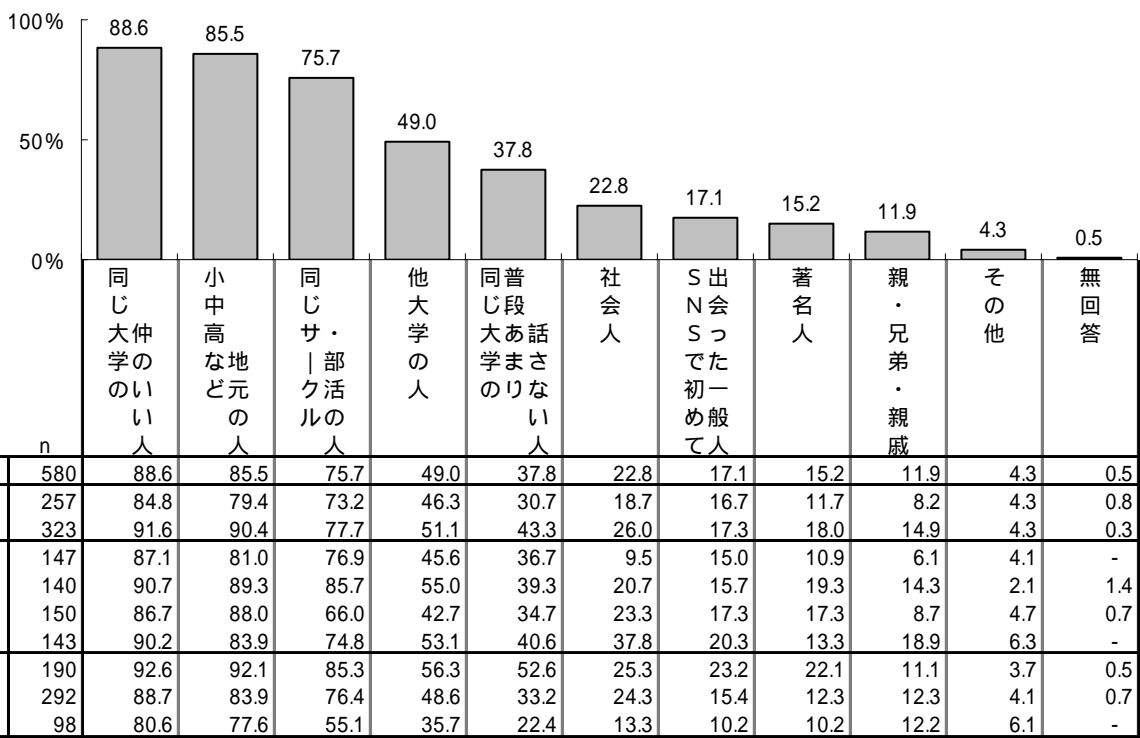


		サンプル数	0人	1人	2人	5人	8人	10人	20人以上	無回答	平均人
全体		586	1.0	10.2	15.9	16.6	11.8	35.5	9.0	-	99.27
性別	男性	260	1.2	13.1	18.8	20.0	15.4	27.3	4.2	-	84.17
	女性	326	0.9	8.0	13.5	13.8	8.9	42.0	12.9	-	111.30
学年	1年生	148	0.7	10.1	17.6	17.6	10.8	34.5	8.8	-	97.57
	2年生	141	0.7	7.8	12.8	17.7	7.8	39.7	13.5	-	110.32
	3年生	153	2.0	12.4	16.3	18.3	16.3	27.5	7.2	-	89.12
	4年生	144	0.7	10.4	16.7	12.5	11.8	41.0	6.9	-	100.97
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	0.5	2.1	9.4	16.8	9.9	45.0	16.2	-	123.35
	M(1日に2～9回)	295	1.0	9.5	16.9	17.6	14.2	33.9	6.8	-	95.56
	L(1日に1回以下)	100	2.0	28.0	25.0	13.0	8.0	22.0	2.0	-	64.20

(%)

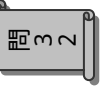
あなたのSNS上の交流メンバー(マイミクなど)の中にはどんな人がいますか。 < SNS上の交流メンバーありベース >

全体のスコアで降順ソート



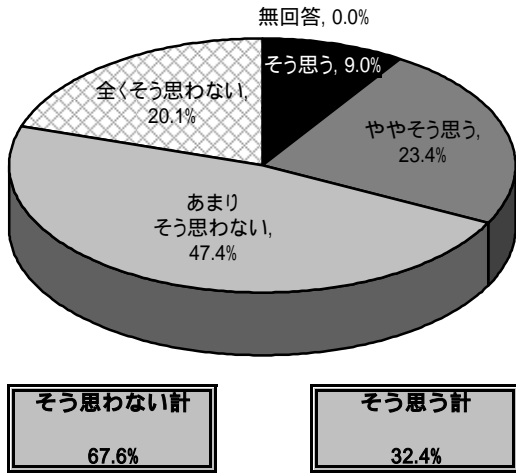
SNS上での情報発信度 / SNS上で発信している情報

- ◆ 「あなたは、SNS上で自ら情報発信するほうだと思いますか。」について、「そう思う」と回答した人の割合は全体の9%と最も低く、一方「あまりそう思わない」と回答した人の割合が全体の約47%と最も多い結果となった。
- ◆ 次に、具体的にどんな情報を発信しているか質問したところ「今の自分の感情(喜怒哀楽)」・「自分が置かれている“ピンチ”な状況」はそれぞれ全体の約75%と、高い回答率になった。



あなたは、SNS上で自ら情報を発信するほうだと思いますか。 < SNS利用者ベース >

(全体:n=586)



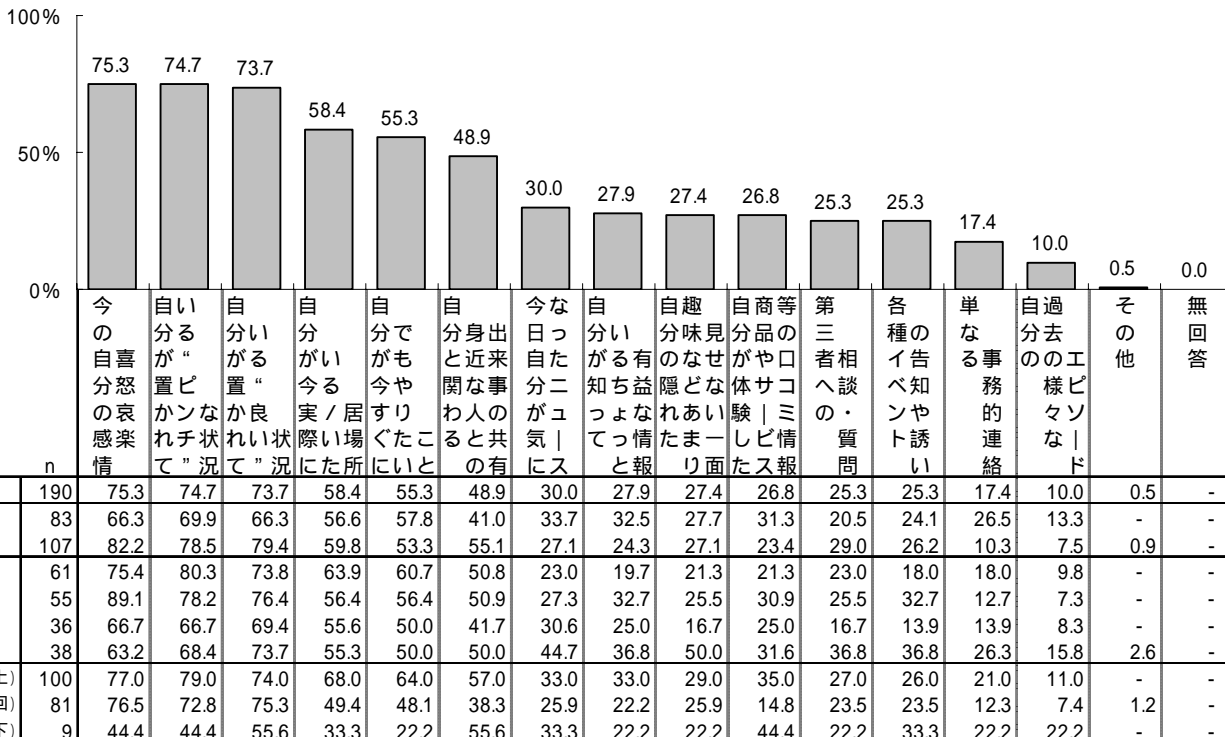
	サンプル数	そう思う計			そう思わない計			無回答	加重平均値	
		そう思う	ややそう思う	そう思う	あまりそう思わない	そう思わない				
全体	586	32.4	9.0	23.4	67.6	47.4	20.1	-	2.21	
性別	男性	260	31.9	9.6	22.3	68.1	46.2	21.9	-	2.20
	女性	326	32.8	8.6	24.2	67.2	48.5	18.7	-	2.23
学年	1年生	148	41.2	12.8	28.4	58.8	48.6	10.1	-	2.44
	2年生	141	39.0	14.9	24.1	61.0	44.0	17.0	-	2.37
	3年生	153	23.5	3.9	19.6	76.5	52.3	24.2	-	2.03
	4年生	144	26.4	4.9	21.5	73.6	44.4	29.2	-	2.02
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	52.4	17.3	35.1	47.6	35.1	12.6	-	2.57
	M(1日に2~9回)	295	27.5	5.8	21.7	72.5	53.2	19.3	-	2.14
	L(1日に1回以下)	100	9.0	3.0	6.0	91.0	54.0	37.0	-	1.75

(%)



それでは、あなたはSNS上で具体的にどんな情報を発信していますか。 < SNS上で情報発信者ベース >

全体のスコアで降順ソート

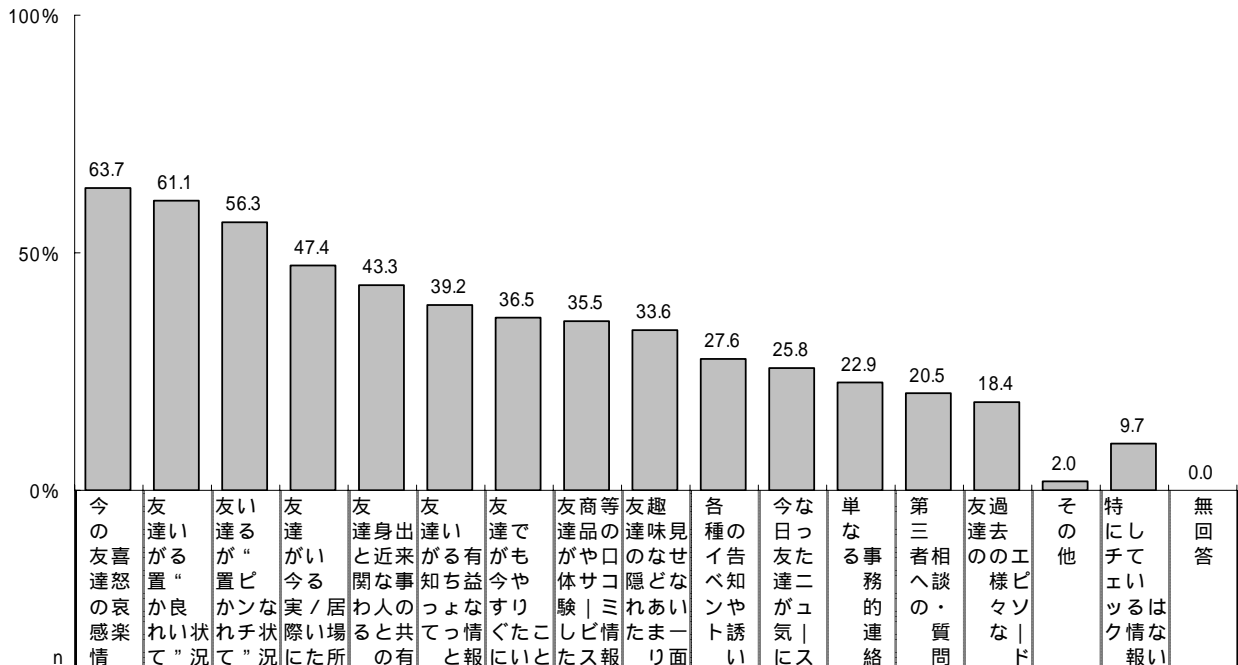


SNS上でチェックしている友人の情報

◆ 『あなたはSNS上で友達のどのような情報をチェックしたいと思いますか』について、『今の友達の感情(喜怒哀楽)』が約64%と最も多く、次いで『友達が置かれている“良い”状況』が約61%、『友達が置かれている“ピンチ”な状況』が約56%となった。

あなたはSNS上で友達のどのような情報をチェックしていますか。 < SNS利用者ベース >

全体のスコアで降順ソート



属性	n	今の友達の感情(喜怒哀楽)	友達が置かれている“良い”状況	友達が置かれている“ピンチ”な状況	友達が置かれている“その他”な状況	友達と近來関わる人との有無	友達に関する情報(住所、電話番号、メールアドレス、SNSアカウントなど)	友達の近況(住んでいる場所、学校、仕事など)	友達の趣味・嗜好	友達の交友関係(知人、友人、恋人など)	友達のSNSアカウント	友達の連絡先(電話番号、メールアドレス)	友達の過去の投稿(写真、動画、テキストなど)	友達の第三者からの評価・質問	友達の過去の投稿(写真、動画、テキストなど)	その他	特にチェックしない	無回答	
全体	586	63.7	61.1	56.3	47.4	43.3	39.2	36.5	35.5	33.6	27.6	25.8	22.9	20.5	18.4	2.0	9.7	-	
性別	男性	260	56.9	51.9	47.3	47.7	43.5	36.2	33.1	33.1	34.2	27.3	29.6	25.4	21.2	21.2	3.1	11.9	-
	女性	326	69.0	68.4	63.5	47.2	43.3	41.7	39.3	37.4	33.1	27.9	22.7	20.9	19.9	16.3	1.2	8.0	-
学年	1年生	148	68.2	70.3	67.6	62.2	45.9	39.9	41.9	34.5	33.8	29.1	27.0	27.7	23.6	21.6	0.7	8.8	-
	2年生	141	69.5	68.1	61.0	53.9	44.0	44.7	47.5	39.0	34.0	27.7	26.2	24.1	22.7	17.0	2.8	6.4	-
	3年生	153	61.4	52.3	51.6	38.6	41.2	34.6	28.1	32.0	32.7	22.9	26.1	17.0	15.7	15.0	3.9	11.1	-
	4年生	144	55.6	54.2	45.1	35.4	42.4	38.2	29.2	36.8	34.0	31.3	23.6	22.9	20.1	20.1	0.7	12.5	-
SNS利用頻度	H (1日10回以上)	191	73.3	73.8	68.1	63.4	57.1	49.2	50.8	47.1	39.3	36.1	35.1	31.4	30.4	23.0	1.6	3.1	-
	M (1日に2-9回)	295	64.7	59.7	55.9	47.1	39.3	35.6	32.2	30.8	33.9	27.1	23.7	21.0	18.6	18.3	1.7	9.2	-
	L (1日に1回以下)	100	42.0	41.0	35.0	18.0	29.0	31.0	22.0	27.0	22.0	13.0	14.0	12.0	7.0	10.0	4.0	24.0	-

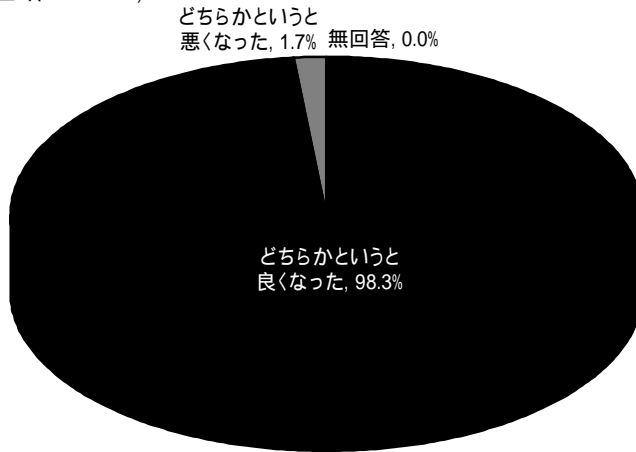
(%)

SNS利用後の友人関係変化

- ◆ SNSを使うことによって友人関係の状態が「どちらかというと良くなった」と回答した人の割合は全体の約98%、「どちらかというと悪くなった」と回答した人の割合は全体の約2%という結果となった。
- ◆ SNSを利用することによって友人関係が良くなった経験について「SNS上でのことが共通の話題になり、会ったときに会話が盛り上がったこと」と回答した人が149件と最も多く、次いで「SNS上だけでなく、実際に会って話す・遊ぶなど、以前より親密になったこと」が54件、「疎遠になっている友達と連絡・再会・交流するきっかけになったこと」が46件、「普段話さない人・あまり知らない人とも気軽に交流でき、仲良くなったこと」41件、「友達の意外な趣味や価値観など、相手をよりよく知れるようになったこと」が39件という結果となった。

図34 SNSを使うことによって、あなたの友人関係の状態はどのように変化しましたか。 < SNS利用者ベース >

(全体:n=586)



		サ ン プ ル 数	ど ち ら 良 か く と な い っ た	ど ち ら 悪 か く と な い っ た	無 回 答
全体		586	98.3	1.7	-
性別	男性	260	98.5	1.5	-
	女性	326	98.2	1.8	-
学年	1年生	148	100.0	-	-
	2年生	141	98.6	1.4	-
	3年生	153	98.0	2.0	-
	4年生	144	96.5	3.5	-
SNS 利用頻度	H(1日10回以上)	191	98.4	1.6	-
	M(1日に2~9回)	295	98.6	1.4	-
	L(1日に1回以下)	100	97.0	3.0	-

(%)

図34を記し 良くなった経験、もしくは悪くなった経験を、具体的に教えてください。
< SNS利用者ベース >

(全体:n=576)

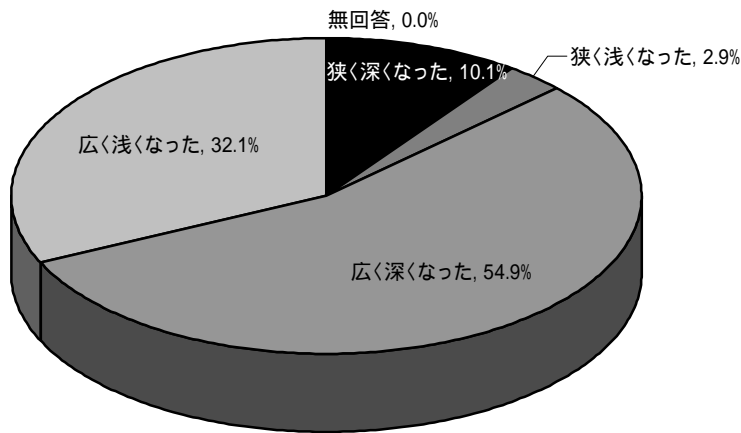
1位: SNS上でのことが共通の話題になり、会ったときに会話が盛り上がったこと	149人 (男性 80人 : 女性 69人)
2位: SNS上だけでなく、実際に会って話す・遊ぶなど、以前より親密になったこと	54人 (男性 27人 : 女性 27人)
3位: 疎遠になっている友達と連絡・再会・交流するきっかけになったこと	46人 (男性 18人 : 女性 28人)
4位: 普段話さない人・あまり知らない人とも気軽に交流ができ、仲良くなったこと	41人 (男性 16人 : 女性 25人)
5位: 友達の意外な趣味や価値観など、相手をよりよく知れるようになったこと	39人 (男性 13人 : 女性 26人)
6位: 会わなくても、いつでも友達の近況を把握できるようになったこと	31人 (男性 10人 : 女性 21人)
7位: 普段会えない友達の状況がわかるので、久しぶりに会っても話がはずむこと	29人 (男性 8人 : 女性 21人)
8位: 普段口に出しづらい友達の悩みや本心を知ることができたこと	24人 (男性 7人 : 女性 17人)
9位: 新しい友達が増え、交友関係が広がったこと	23人 (男性 12人 : 女性 11人)
10位: 興味のあるものやおもしろいことなどの情報を共有できるようになったこと	22人 (男性 12人 : 女性 10人)
10位: 小中高や海外の友達など、普段会えない人ともつながっていられること	22人 (男性 7人 : 女性 15人)

SNS利用後の友人の数 / 関係性

- ◆ SNSを使うことによって今までの友達との仲が「広く深くなった(付き合い友達の数が増え、関係性も深くなった)」と回答した人の割合が全体の約55%と最も高く、次いで「広く浅くなった(付き合い友達の数は増えたが、関係性は浅くなった)」と回答した人の割合が全体の約32%と続く結果になった。

ポイント SNSを使うことによって、今までの友達との仲はどのように変化したと思いますか。 < SNS利用者ベース >

(全体:n=586)



		サンプル数	狭く深くなった	狭く浅くなった	広く深くなった	広く浅くなった	無回答
全体		586	10.1	2.9	54.9	32.1	-
性別	男性	260	11.5	3.1	57.3	28.1	-
	女性	326	8.9	2.8	53.1	35.3	-
学年	1年生	148	9.5	1.4	56.8	32.4	-
	2年生	141	9.2	2.8	62.4	25.5	-
	3年生	153	11.8	3.9	50.3	34.0	-
	4年生	144	9.7	3.5	50.7	36.1	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	7.9	3.7	59.7	28.8	-
	M(1日に2~9回)	295	10.5	1.7	55.6	32.2	-
	L(1日に1回以下)	100	13.0	5.0	44.0	38.0	-

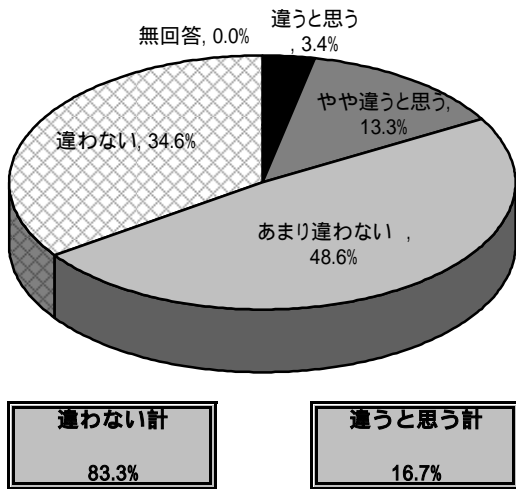
(%)

「SNS上の自分」と「普段の自分」キャラ相違度 / 「SNS上の自分」と「普段の自分」キャラ相違点

- ◆ SNS上の自分と普段の自分とで、少しでもキャラが「違うと思う(計)」と回答した人の割合は全体の約17%、「変わらない(計)」と回答した人の割合は全体の約83%という結果となった。
- ◆ キャラが違うと回答した人に対し、SNS上の自分が普段の自分にくらべてどのようなキャラだと思うかを質問したところ、「明るい気がする」と回答した人の割合が全体の約38%と最も高く、次いで「おしゃべりな気がする」と回答した人の割合が全体の約13%と続く結果となった。

Q6 あなたは、SNS上の自分と、普段の自分とで、少しでもキャラが違うと思いますか。 < SNS利用者ベース >

(全体:n=586)

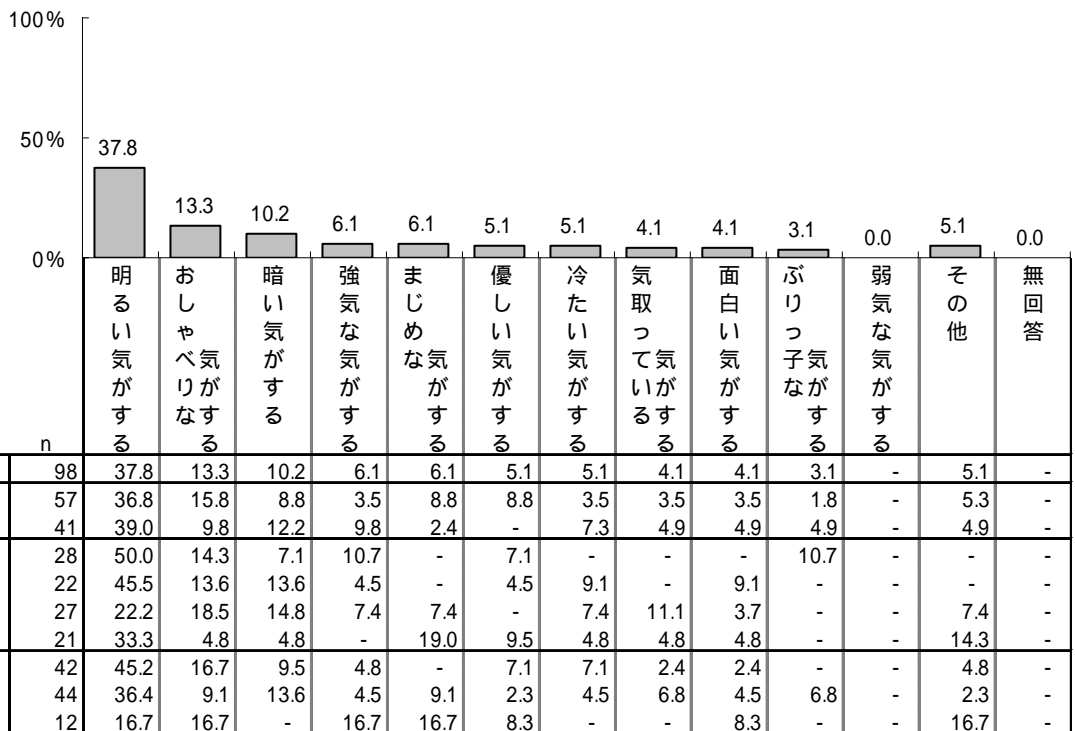


	サンプル数	違うと思う計			変わらない計			無回答	加重平均値	
		違うと思う	やや違うと思う	変わらない	あまり変わらない	変わらない				
全体	586	16.7	3.4	13.3	83.3	48.6	34.6	-	1.85	
性別	男性	21.9	5.0	16.9	78.1	46.2	31.9	-	1.95	
	女性	326	12.6	2.1	10.4	87.4	50.6	36.8	-	1.78
学年	1年生	148	18.9	6.1	12.8	81.1	48.0	33.1	-	1.92
	2年生	141	15.6	2.8	12.8	84.4	51.8	32.6	-	1.86
	3年生	153	17.6	3.3	14.4	82.4	47.7	34.6	-	1.86
	4年生	144	14.6	1.4	13.2	85.4	47.2	38.2	-	1.78
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	22.0	5.2	16.8	78.0	50.3	27.7	-	1.99
	M(1日に2~9回)	295	14.9	2.0	12.9	85.1	48.8	36.3	-	1.81
	L(1日に1回以下)	100	12.0	4.0	8.0	88.0	45.0	43.0	-	1.73

(%)

Q6-1 あなたは、SNS上の自分は普段の自分にくらべてどのようなキャラだと思いますか。 < SNS上のキャラ相違者ベース >

全体のスコアで降順ソート



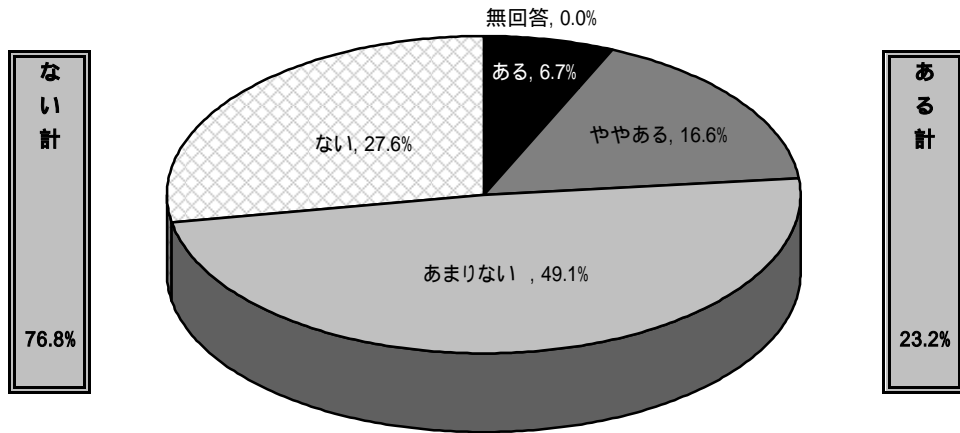
SNS上で自分を良く見せたいという願望有無 / 良く見せるための具体的な行動

- ◆ SNS上で自分を少しでも良く見せたいという願望が「ある(計)」と回答した人の割合は全体の約23%、「ない(計)」と回答した人の割合は全体の約77%という結果となった。
- ◆ SNS上で自分をよく見せようとするために具体的にどんなことをしているかについて「悪口などネガティブな情報は発信しない」が32件と最も多く、次いで「面白そうな内容を発信する」、「言葉遣いに気をつける/文面など慎重に発信する」が13件という結果になった。



あなたは、SNS上で自分を少しでも良く見せたいという願望がありますか。 < SNS利用者ベース >

(全体:n=586)



	サンプル数	ある計		ない計		無回答	加重平均値			
		ある	ややある	あまりない	全くない					
全体	586	23.2	6.7	16.6	76.8	49.1	27.6	-	2.02	
性別	男性	260	23.8	8.5	15.4	76.2	47.7	28.5	-	2.04
	女性	326	22.7	5.2	17.5	77.3	50.3	27.0	-	2.01
学年	1年生	148	23.0	6.8	16.2	77.0	50.0	27.0	-	2.03
	2年生	141	20.6	3.5	17.0	79.4	51.8	27.7	-	1.96
	3年生	153	24.2	10.5	13.7	75.8	51.6	24.2	-	2.10
	4年生	144	25.0	5.6	19.4	75.0	43.1	31.9	-	1.99
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	28.3	12.0	16.2	71.7	51.3	20.4	-	2.20
	M(1日に2~9回)	295	19.3	4.4	14.9	80.7	50.5	30.2	-	1.94
	L(1日に1回以下)	100	25.0	3.0	22.0	75.0	41.0	34.0	-	1.94

(%)



あなたはSNS上で自分を良く見せるため、具体的にどんなことをしていますか。 < SNS上で良く見せたいという願望ありベース >

(全体:n=136)

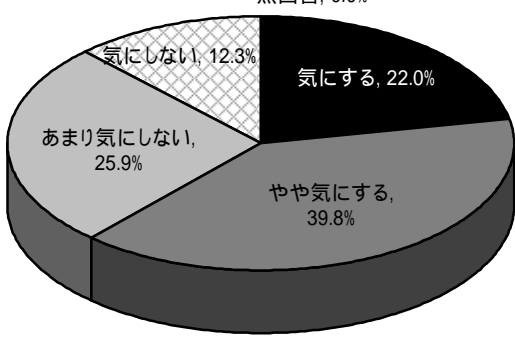
1位: 悪口などネガティブな情報は発信しない	32人 (男性 10人 : 女性 22人)
2位: 面白そうな内容を発信する	13人 (男性 8人 : 女性 5人)
2位: 言葉遣いに気をつける/文面など慎重に発信する	13人 (男性 4人 : 女性 9人)
4位: 空気を読む	8人 (男性 3人 : 女性 5人)
4位: 人の情報発信に反応する	8人 (男性 3人 : 女性 5人)
6位: 自分へのプラスイメージの情報を発信する	7人 (男性 6人 : 女性 1人)
7位: 顔文字・絵文字を使う	5人 (男性 1人 : 女性 4人)
7位: 話を盛る	5人 (男性 2人 : 女性 3人)
9位: いい写真を載せる	3人 (男性 1人 : 女性 2人)
9位: ポジティブな情報を発信する	3人 (男性 2人 : 女性 1人)
9位: 自分へのマイナスイメージの情報は発信しない	3人 (男性 1人 : 女性 2人)
9位: 知的な文を書く	3人 (男性 2人 : 女性 1人)

SNS上での反応意識度 / SNS上でのKY意識度

- ◆ SNS上で自分が発信した情報に対する反応を「気にする(計)」と回答した人の割合は全体の約62%、「気にしない(計)」と回答した人の割合は全体の約38%という結果となった。
- ◆ SNS上で「気を遣っている(計)」と回答した人の割合は全体の約56%、「気を遣っていない(計)」と回答した人の割合は全体の約44%という結果になった。
- ◆ SNS上でKYだなどと思う行為について「批判・悪口・不満など他人がみて不愉快なことを書く」が44件と最も多く、次いで「話の内容・流れをちゃんと理解しないで場違いな反応をする」が31件、「弱音など自分のネガティブな気持ち・話を書く」が17件という結果となった。

あなたは、SNS上で自分が発信した情報に対する反応を気にするほうですか。 <全ベース>

(全体:n=586)



気にしない計

38.2%

気にする計

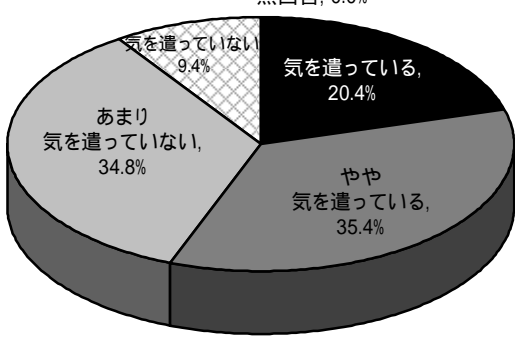
61.8%

	サンプル数	気にする計			気にしない計			無回答	加重平均値	
		気にする	やや気にする	気にしない	あまり気にしない	気にしない				
全体	586	61.8	22.0	39.8	38.2	25.9	12.3	-	2.72	
性別	男性	260	59.6	23.8	35.8	40.4	25.4	15.0	-	2.68
	女性	326	63.5	20.6	42.9	36.5	26.4	10.1	-	2.74
学年	1年生	148	65.5	23.6	41.9	34.5	26.4	8.1	-	2.81
	2年生	141	63.8	20.6	43.3	36.2	23.4	12.8	-	2.72
	3年生	153	58.2	20.9	37.3	41.8	30.1	11.8	-	2.67
	4年生	144	59.7	22.9	36.8	40.3	23.6	16.7	-	2.66
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	74.3	31.9	42.4	25.7	18.8	6.8	-	2.99
	M(1日に2~9回)	295	61.7	19.7	42.0	38.3	26.4	11.9	-	2.69
	L(1日に1回以下)	100	38.0	10.0	28.0	62.0	38.0	24.0	-	2.24

(%)

あなたは、SNS上で「空気がよめないな(KYだな)」と思われないように気を遣っていますか。 <SNS上での反応気にするベース>

(全体:n=362)



気を遣っていない計

44.2%

気を遣っている計

55.8%

	サンプル数	気を遣っている計			気を遣っていない計			無回答	加重平均値	
		気を遣っている	やや気を遣っている	気を遣っていない	あまり遣りつていない	気を遣っていない				
全体	362	55.8	20.4	35.4	44.2	34.8	9.4	-	2.67	
性別	男性	155	54.8	23.2	31.6	45.2	34.8	10.3	-	2.68
	女性	207	56.5	18.4	38.2	43.5	34.8	8.7	-	2.66
学年	1年生	97	53.6	18.6	35.1	46.4	35.1	11.3	-	2.61
	2年生	90	45.6	15.6	30.0	54.4	45.6	8.9	-	2.52
	3年生	89	60.7	25.8	34.8	39.3	32.6	6.7	-	2.80
	4年生	86	64.0	22.1	41.9	36.0	25.6	10.5	-	2.76
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	142	64.1	25.4	38.7	35.9	28.2	7.7	-	2.82
	M(1日に2~9回)	182	49.5	17.0	32.4	50.5	38.5	12.1	-	2.54
	L(1日に1回以下)	38	55.3	18.4	36.8	44.7	42.1	2.6	-	2.71

(%)

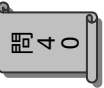
あなたがSNS上で「空気がよめないな(KYだな)」と思う行為や瞬間は何ですか。 <SNS上で気を遣っているベース>

(全体:n=202)

1位: 批判・悪口・不満など他人がみて不愉快なことを書く	44人 (男性 21人 : 女性 23人)
2位: 話の内容・流れをちゃんと理解しないで場違いな反応をする	31人 (男性 15人 : 女性 16人)
3位: 弱音など自分のネガティブな気持ち・話を書く	17人 (男性 4人 : 女性 13人)
4位: つぶやきや更新を頻繁にする	13人 (男性 7人 : 女性 6人)
4位: 他人の秘密・情報を書く	13人 (男性 4人 : 女性 9人)
6位: どうでもいいこと・つまらないこと・へんなことを書く	12人 (男性 9人 : 女性 3人)
6位: 内定をもらったなど就職活動・大学受験の内容を書く	12人 (男性 4人 : 女性 8人)
8位: 自慢話など自分のことばかり書く	11人 (男性 4人 : 女性 7人)
9位: 内輪ネタを書く	10人 (男性 4人 : 女性 6人)
10位: 迷惑なメッセージなど人の気持ちを考えない	7人 (男性 0人 : 女性 7人)

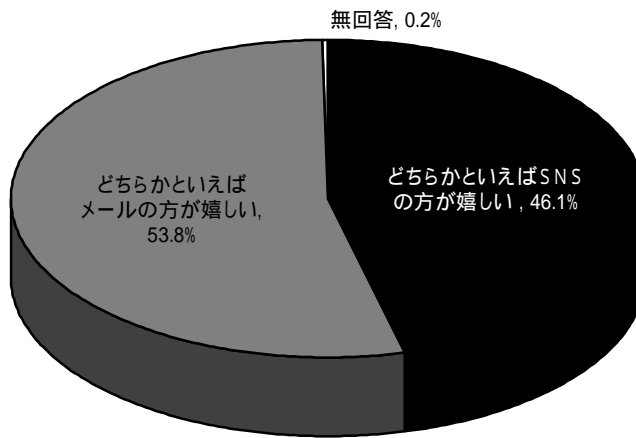
SNS上で書き込んだことに対する反応

- ◆ 友人や知り合いから「SNS上でコメントをもらう」と、「携帯電話などで直接メールを送られる」とではどちらが嬉しいかという質問に対し、「どちらかといえばSNSのコメントの方が嬉しい」と回答した人の割合が全体の約46%、「どちらかといえばメールのコメントの方が嬉しい」と回答した人の割合が全体の約54%という結果になった。



あなたは、ご自分がSNS上で書き込んだことに対する反応として、友人や知り合いから「SNS上でコメントをもらう」と、「携帯電話などで直接メールを送られる」とではどちらが嬉しいですか。 < SNS利用者ベース >

(全体:n=586)

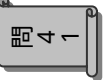


		サンプル数	どちらかといえばSNSの方が嬉しい (%)	どちらかといえばメールの方が嬉しい (%)	無回答 (%)
全体		586	46.1	53.8	0.2
性別	男性	260	43.1	56.5	0.4
	女性	326	48.5	51.5	-
学年	1年生	148	39.2	60.1	0.7
	2年生	141	47.5	52.5	-
	3年生	153	52.9	47.1	-
	4年生	144	44.4	55.6	-
SNS利用頻度	H(1日に10回以上)	191	47.6	51.8	0.5
	M(1日に2~9回)	295	44.7	55.3	-
	L(1日に1回以下)	100	47.0	53.0	-

(%)

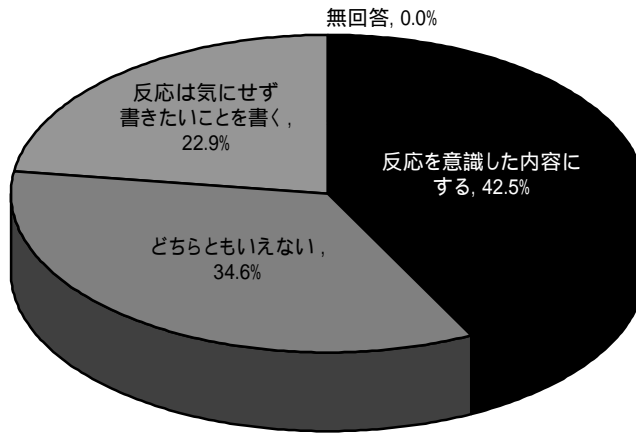
SNSに書き込む際の気持ち

- ◆ SNSに書き込む際の気持ちとして、「他人(閲覧者)の反応を意識した内容にする」と回答した人の割合は全体の約43%、「他人(閲覧者)の反応は気にせず、自分が書きたいことを思いのままに書く」と回答した人の割合は全体の約23%という結果になった。



あなたが、SNSに何かを書き込む際の気持ちとして、あてはまるものを一つだけお選びください。 < SNS利用者ベース >

(全体:n = 586)

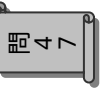


		サンプル数	反応を内容意識にする (%)	どちらともいえない (%)	反応書はき気たにいをせこ書ずとく (%)	無回答 (%)
全体		586	42.5	34.6	22.9	-
性別	男性	260	46.2	32.3	21.5	-
	女性	326	39.6	36.5	23.9	-
学年	1年生	148	39.9	35.1	25.0	-
	2年生	141	45.4	36.9	17.7	-
	3年生	153	37.9	35.9	26.1	-
	4年生	144	47.2	30.6	22.2	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	48.7	30.4	20.9	-
	M(1日に2~9回)	295	41.7	33.6	24.7	-
	L(1日に1回以下)	100	33.0	46.0	21.0	-

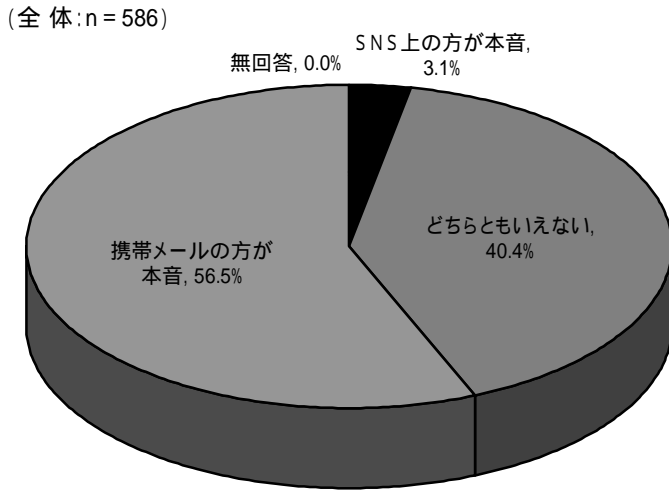
(%)

「SNS上の自分」と「携帯電話のメールの自分」本音度

◆ SNS上での自分と携帯電話でのメールでやり取りする時の自分では、どちらが本音で人と接しているかという質問に対して、「SNS上での自分」と回答した人の割合は全体の約3%、「携帯電話でのメール」と回答した人の割合は全体の約57%という結果になった。



あなたはSNS上での自分と、携帯メールでやり取りする時の自分ではどちらのほうが本音で人と接していると思いますか。
 < SNS利用者ベース >

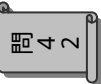


		サンプル数	SNS上の方が本音 (%)	どちらともいえない (%)	携帯メールの方が本音 (%)	無回答 (%)
全体		586	3.1	40.4	56.5	-
性別	男性	260	4.2	40.8	55.0	-
	女性	326	2.1	40.2	57.7	-
学年	1年生	148	2.7	47.3	50.0	-
	2年生	141	1.4	51.8	46.8	-
	3年生	153	3.9	32.0	64.1	-
	4年生	144	4.2	31.3	64.6	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	3.7	44.0	52.4	-
	M(1日に2~9回)	295	2.4	39.7	58.0	-
	L(1日に1回以下)	100	4.0	36.0	60.0	-

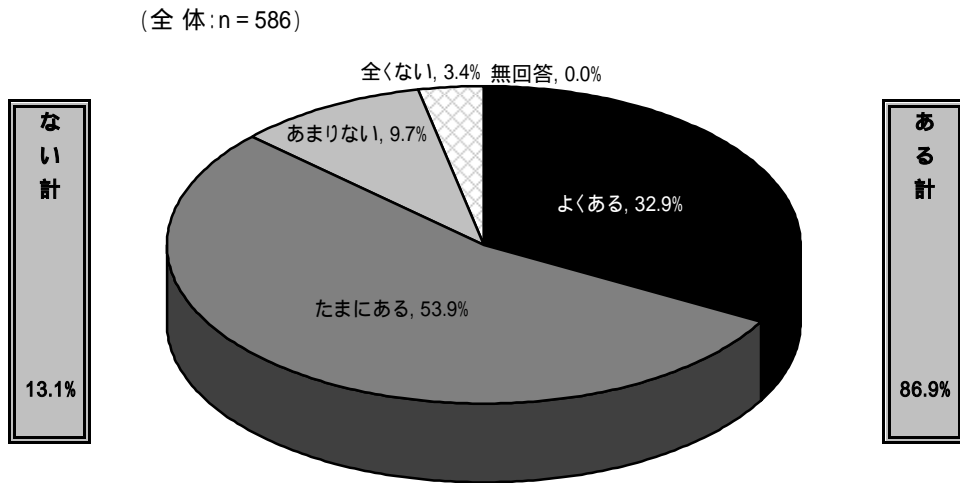
(%)

実際の会話 SNS上での話題有無

◆ SNS上での話題を実際の会話の中でも出すかという質問に対し、「ある」と回答した人の割合は全体の約87%、「ない」と回答した人の割合は全体の約13%という結果になった。大学生のほとんどはSNS上での話題を実際の会話でも話すという傾向がみられた。



あなたは、SNS上での話題を実際の会話でも出すことがありますか。 < SNS利用者ベース >



	サンプル数	ある計			ない計			無回答	加重平均値	
		よくある	たまにある	あまりない	全くない					
全体	586	86.9	32.9	53.9	13.1	9.7	3.4	-	3.16	
性別	男性	260	83.1	28.5	54.6	16.9	11.5	5.4	-	3.06
	女性	326	89.9	36.5	53.4	10.1	8.3	1.8	-	3.25
学年	1年生	148	89.2	33.1	56.1	10.8	10.1	0.7	-	3.22
	2年生	141	87.9	42.6	45.4	12.1	7.1	5.0	-	3.26
	3年生	153	79.7	30.1	49.7	20.3	15.0	5.2	-	3.05
	4年生	144	91.0	26.4	64.6	9.0	6.3	2.8	-	3.15
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	92.7	48.7	44.0	7.3	6.3	1.0	-	3.40
	M(1日に2~9回)	295	88.5	28.8	59.7	11.5	9.2	2.4	-	3.15
	L(1日に1回以下)	100	71.0	15.0	56.0	29.0	18.0	11.0	-	2.75

(%)

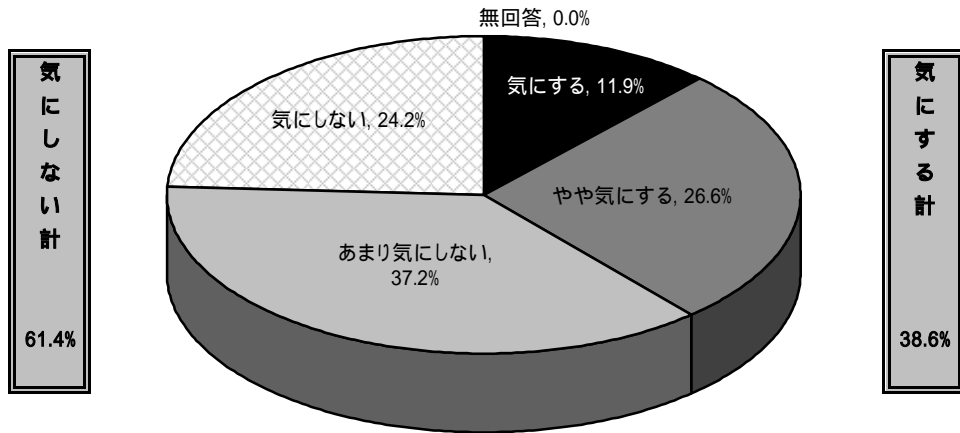
SNS上の来訪数意識度

- ◆ 自分のページへの足あとや来訪数を気にするほうかという質問に対し、「気にする」と回答した人の割合は全体の約39%、「気にしない」と回答した人の割合は全体の約61%という結果になった。

題43

あなたは、自分のページへの足あとや来訪数を気にするほうですか。 < SNS利用者ベース >

(全体:n=586)



	サンプル数	気にする計			気にしない計			無回答	加重平均値	
		気にする	やや気にする	気にしない	あまり気にしない	気にしない				
全体	586	38.6	11.9	26.6	61.4	37.2	24.2	-	2.26	
性別	男性	260	36.9	11.9	25.0	63.1	35.0	28.1	-	2.21
	女性	326	39.9	12.0	27.9	60.1	39.0	21.2	-	2.31
学年	1年生	148	44.6	18.2	26.4	55.4	41.2	14.2	-	2.49
	2年生	141	34.8	12.1	22.7	65.2	38.3	27.0	-	2.20
	3年生	153	43.8	8.5	35.3	56.2	34.6	21.6	-	2.31
	4年生	144	30.6	9.0	21.5	69.4	34.7	34.7	-	2.05
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	51.3	17.3	34.0	48.7	34.0	14.7	-	2.54
	M(1日に2~9回)	295	36.3	9.8	26.4	63.7	38.6	25.1	-	2.21
	L(1日に1回以下)	100	21.0	8.0	13.0	79.0	39.0	40.0	-	1.89

(%)

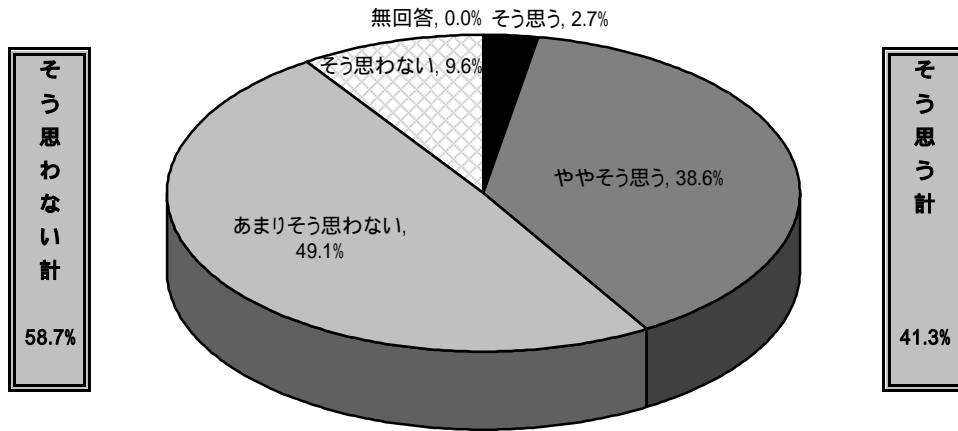
SNS上の情報信頼度

◆ SNS上での情報は信頼できる情報かという質問に対し、「そう思う」と回答した人の割合は全体の約41%、「そう思わない」と回答した人の割合は全体の約59%という結果になった。

題44

あなたは、SNS上の情報は信頼できる情報だと思いますか。 < SNS利用者ベース >

(全体:n=586)



	サンプル数	そう思う計			そう思わない計			無回答	加重平均値	
		そう思う	ややそう思う	そう思わない	あまりそう思わない	そう思わない				
全体	586	41.3	2.7	38.6	58.7	49.1	9.6	-	2.34	
性別	男性	260	42.3	3.5	38.8	57.7	47.7	10.0	-	2.36
	女性	326	40.5	2.1	38.3	59.5	50.3	9.2	-	2.33
学年	1年生	148	39.9	4.7	35.1	60.1	50.7	9.5	-	2.35
	2年生	141	48.9	2.1	46.8	51.1	41.1	9.9	-	2.41
	3年生	153	41.8	2.0	39.9	58.2	49.0	9.2	-	2.35
	4年生	144	34.7	2.1	32.6	65.3	55.6	9.7	-	2.27
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	50.3	3.7	46.6	49.7	40.8	8.9	-	2.45
	M(1日に2~9回)	295	39.0	2.4	36.6	61.0	53.6	7.5	-	2.34
	L(1日に1回以下)	100	31.0	2.0	29.0	69.0	52.0	17.0	-	2.16

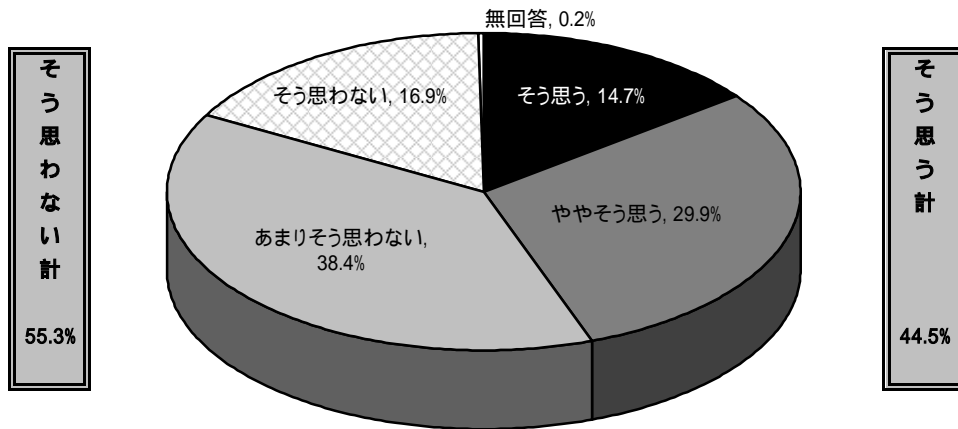
(%)

「SNS中毒」意識度

- ◆ 『あなたは自分のことを「SNS中毒」だと思いますか』について、「そう思う」と回答した人の割合は全体の約15%と最も低く、一方で「あまりそう思わない」と回答した人の割合が全体の約38%と最も多い結果となった。
- ◆ SNS中毒者がSNS中毒であることを自覚する瞬間について「暇さえあればSNSをチェックしてしまうとき」と回答した人は84件と最も多く、次いで「気づいたらSNSを開いているとき」が51件、「一日に何度もアクセスしてしまうとき」が50件、「四六時中・長時間見ていたとき/携帯の充電が切れるまで見てしまう」が26件、「SNSが気になって仕方がないとき」が25件という結果となった。

あなたは、自分のことを「SNS中毒だ」と思いますか。 < SNS利用者ベース >

(全体: n = 586)



	サンプル数	そう思う計		そう思わない計		無回答	加重平均値			
		そう思う	ややそう思う	あまりそう思わない	そう思わない					
全体	586	44.5	14.7	29.9	55.3	38.4	16.9	0.2	2.42	
性別	男性	260	40.8	12.7	28.1	58.8	40.8	18.1	0.4	2.36
	女性	326	47.5	16.3	31.3	52.5	36.5	16.0	-	2.48
学年	1年生	148	47.3	15.5	31.8	52.7	37.8	14.9	-	2.48
	2年生	141	46.1	18.4	27.7	53.9	36.9	17.0	-	2.48
	3年生	153	44.4	13.7	30.7	55.6	40.5	15.0	-	2.43
	4年生	144	40.3	11.1	29.2	59.0	38.2	20.8	0.7	2.31
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	78.5	32.5	46.1	21.5	18.3	3.1	-	3.08
	M(1日に2~9回)	295	35.9	8.1	27.8	64.1	49.8	14.2	-	2.30
	L(1日に1回以下)	100	5.0	-	5.0	94.0	43.0	51.0	1.0	1.54

(%)

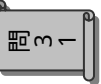
あなたが自分のことを「SNS中毒だ」と思う瞬間はどんなときですか。具体的に教えてください。 < 「SNS中毒」実感者ベース >

(全体: n = 261)

1位: 暇さえあればSNSをチェックしてしまうとき	84人 (男性 29人 : 女性 55人)
2位: 気づいたらSNSを開いているとき	51人 (男性 24人 : 女性 27人)
3位: 一日に何度もアクセスしてしまうとき	50人 (男性 17人 : 女性 33人)
4位: 四六時中・長時間見ていたとき/携帯の充電が切れるまで見てしまう	26人 (男性 13人 : 女性 13人)
5位: SNSが気になって仕方がないとき	25人 (男性 7人 : 女性 18人)
6位: 毎日チェックしているとき	15人 (男性 5人 : 女性 10人)
7位: ケータイを持つ度に見てしまうとき	10人 (男性 4人 : 女性 6人)
8位: 自分のログイン履歴を見たとき	4人 (男性 1人 : 女性 3人)
8位: アプリに熱中しているとき	4人 (男性 3人 : 女性 1人)
10位: 何度も更新してしまうとき	3人 (男性 0人 : 女性 3人)

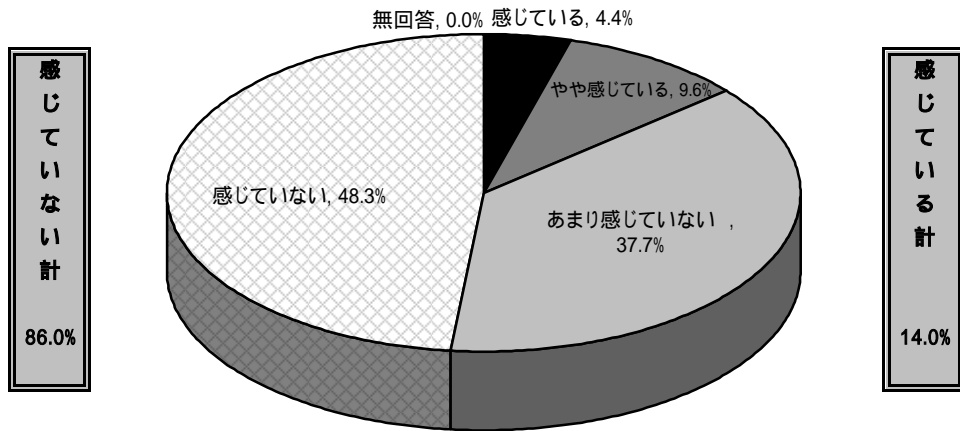
「SNS疲れ」実感度

◆ 「mixi疲れを感じるか」について、「感じていない」と回答した人は全体の約48%、次いで「あまり感じていない」と回答した人は約38%という結果になり、大半のSNS利用者は「mixi疲れ」を感じていない。



あなたは、一般に「ミクシィ疲れ」と言われるような、SNSのチェックや書き込みを頻繁に行うことに疲れを感じていますか。
< SNS利用者ベース >

(全体:n=586)



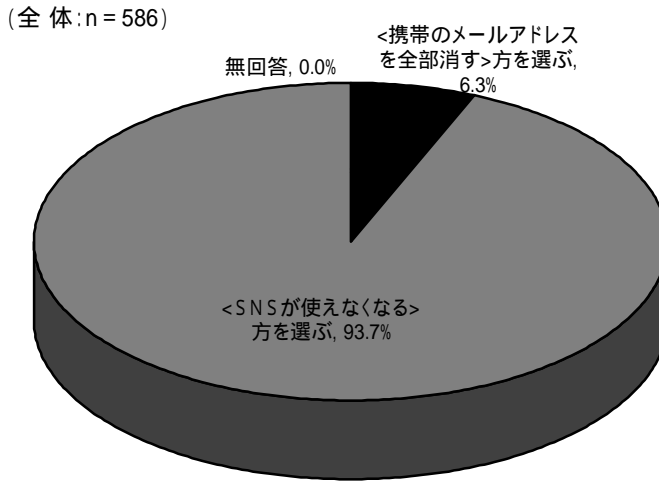
	サンプル数	感じている計			感じていない計			無回答	加重平均値	
		感じている	やや感じている	感じていない	あまり感じていない	感じていない				
全体	586	14.0	4.4	9.6	86.0	37.7	48.3	-	1.70	
性別	男性	260	12.3	5.4	6.9	87.7	36.9	50.8	-	1.67
	女性	326	15.3	3.7	11.7	84.7	38.3	46.3	-	1.73
学年	1年生	148	14.2	6.1	8.1	85.8	34.5	51.4	-	1.69
	2年生	141	13.5	2.8	10.6	86.5	48.2	38.3	-	1.78
	3年生	153	13.1	2.6	10.5	86.9	41.2	45.8	-	1.70
	4年生	144	15.3	6.3	9.0	84.7	27.1	57.6	-	1.64
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	16.8	5.8	11.0	83.2	41.4	41.9	-	1.81
	M(1日に2~9回)	295	12.9	3.7	9.2	87.1	39.3	47.8	-	1.69
	L(1日に1回以下)	100	12.0	4.0	8.0	88.0	26.0	62.0	-	1.54

(%)

「SNS」と「携帯電話のメールアドレス」必須意識

- ◆ 携帯電話のメールアドレスを全て消すか、SNSが使えなくなるか、どちらかを選ぶとしたらどちらを選ぶかという質問に対し、「携帯電話のメールアドレスを消す」と回答した人の割合は全体の約6%、「SNSが使えなくなる」と回答した人の割合は全体の約94%という結果になった。

問 48 あなたは、「1. 携帯電話のメールアドレスを全部消す(電話番号は残る)」もしくは、「2. SNSが使えなくなる」のどちらかを選択しなくてはならない状況にあったとしたら、どちらを選びますか。 < SNS利用者ベース >



		サンプル数	ア消 携ドす 帯レ のS方 メをを 全選 ル部ぶ	S Nな Sく方 がなを 使う選 え ぶ	無 回 答
全体		586	6.3	93.7	-
性別	男性	260	9.2	90.8	-
	女性	326	4.0	96.0	-
学年	1年生	148	7.4	92.6	-
	2年生	141	8.5	91.5	-
	3年生	153	5.9	94.1	-
	4年生	144	3.5	96.5	-
SNS 利用頻度	H(1日10回以上)	191	8.4	91.6	-
	M(1日に2~9回)	295	6.8	93.2	-
	L(1日に1回以下)	100	1.0	99.0	-

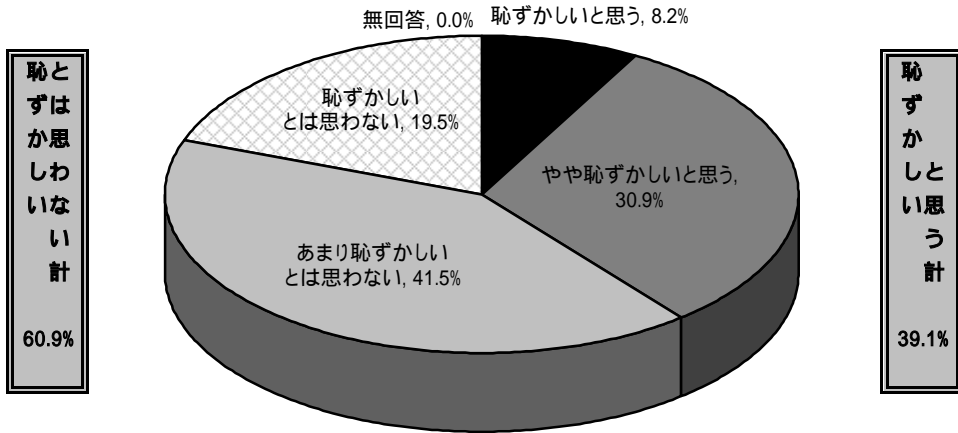
(%)

30歳過ぎのSNS利用者 羞恥度

- ◆ 30歳を過ぎても積極的にSNSをやっていることに対して恥ずかしいと思うかという質問に対し、「恥ずかしいと思う(計)」と回答した人の割合は全体の約39%、「恥ずかしいとは思わない(計)」と回答した人の割合は全体の約61%という結果になった。
- ◆ 30歳を過ぎても積極的にSNSをやっていることに対して恥ずかしいと思う理由について「若者イメージのSNSを大人になってやっているから」が102件と最も多く、次いで「仕事や家庭で忙しいのに、時間の使い方に疑問を感じる」が49件、「大人のSNS依存は恥ずかしいと思うから」が16件という結果となった。
- ◆ 30歳を過ぎても積極的にSNSをやっていることに対して恥ずかしいと思わない理由について「SNSは若者だけではなく、年齢関係なく楽しむものだから」が109件と最も多く、次いで「年齢問わずSNSをやることは個人の自由だから」が59件、「人とつながるだけでなく情報源としても便利な機能だから」が36件という結果となった。

あなたは、例えば30歳を過ぎても積極的にSNSをやっていることは恥ずかしいと思いますか。 < SNS利用者ベース >

(全体:n=586)



	サンプル数	恥ずかしいと思う計			恥ずかしいと思わない計			無回答	加重平均値	
		恥ずかしいと思う	やや恥ずかしいと思う	あまり恥ずかしいと思わない	恥ずかしいと思わない	やや恥ずかしいと思わない	あまり恥ずかしいと思わない			
全体	586	39.1	8.2	30.9	60.9	41.5	19.5	-	2.28	
性別	男性	260	36.5	7.7	28.8	63.5	39.2	24.2	-	2.20
	女性	326	41.1	8.6	32.5	58.9	43.3	15.6	-	2.34
学年	1年生	148	45.3	12.8	32.4	54.7	42.6	12.2	-	2.46
	2年生	141	40.4	8.5	31.9	59.6	39.0	20.6	-	2.28
	3年生	153	39.9	5.2	34.6	60.1	41.8	18.3	-	2.27
	4年生	144	30.6	6.3	24.3	69.4	42.4	27.1	-	2.10
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	35.6	6.8	28.8	64.4	42.9	21.5	-	2.21
	M(1日に2~9回)	295	43.1	8.5	34.6	56.9	40.3	16.6	-	2.35
	L(1日に1回以下)	100	34.0	10.0	24.0	66.0	42.0	24.0	-	2.20

(%)

上記の問でそのようにお答えになったのは、なぜですか。具体的に理由を教えてください。 < SNS利用者ベース >

【恥ずかしいと思うベース: (n=229)】

【恥ずかしいと思わないベース: (n=357)】

1位: 若者イメージのSNSを大人になってやっているから	102人 (男性 41人: 女性 61人)	1位: SNSは若者だけではなく、年齢関係なく楽しむものだから	109人 (男性 55人: 女性 54人)
2位: 仕事や家庭で忙しいのに、時間の使い方に疑問を感じる	49人 (男性 15人: 女性 34人)	2位: 年齢問わずSNSをやることは個人の自由だから	59人 (男性 22人: 女性 37人)
3位: 大人のSNS依存は恥ずかしいから	16人 (男性 4人: 女性 12人)	3位: 人とつながるだけでなく情報源としても便利な機能だから	36人 (男性 21人: 女性 15人)
4位: 自分が30代になったら、やらないと思うから	7人 (男性 3人: 女性 4人)	4位: さらにSNSは浸透して30歳がやっても当たり前になる	31人 (男性 18人: 女性 13人)
5位: 30代にもなって現実逃避をしている感じがするから	5人 (男性 1人: 女性 4人)	5位: 何歳になっても友人とつながっている1つの手段だから	23人 (男性 3人: 女性 20人)
6位: 大人での利用者が少ないから	4人 (男性 4人: 女性 0人)	6位: 30歳になってもSNSをやっていることは恥ずかしいことではない	22人 (男性 12人: 女性 10人)
7位: 他人のことを気にしすぎだと思うから	3人 (男性 1人: 女性 2人)	7位: 30歳になってSNSをやっても別に良いと思うから	21人 (男性 11人: 女性 10人)
8位: 実際に見て引いたから	2人 (男性 1人: 女性 1人)	8位: 30歳になっても人間関係が増えていくと思われるから	11人 (男性 3人: 女性 8人)
8位: 日記やつづきは大人になってまでやることではない	2人 (男性 1人: 女性 1人)	9位: SNSは1つのコミュニケーション手段として成立しているから	9人 (男性 4人: 女性 5人)
		10位: 活用しているほうがカッコいいから	6人 (男性 5人: 女性 1人)

SNSは私にとって・・・

◆ SNSは自分にとってどのような存在であるかについて「暇つぶし」が174件と最も多く、次いで「新旧の友人・新たに知り合った人と、いつでもつながっているコミュニケーションツール」が142件、「ニュース・話のネタなどの様々な情報を得ることができる便利なツール」が60件、「あってもなくても良い、空気のようなもの」が53件、「自分の欲求を満たしてくれたり、好きな時・ふとした時に気分転換できるツール」が39人という結果となった。

以下の、を埋めてください。難しく考えず、思い浮かんだものをご自由にお書きください。
 SNSは、わたしにとって のような存在だ。 < SNS利用者ベース >

(全体:n=586)

1位: 暇つぶし	174人 (男性 69人 : 女性 105人)
2位: 新旧の友人・新たに知り合った人と、いつでもつながっているコミュニケーションツール	142人 (男性 58人 : 女性 84人)
3位: ニュース・話のネタなどの様々な情報を得ることができる便利なツール	60人 (男性 26人 : 女性 34人)
4位: あってもなくても良い、空気のようなもの	53人 (男性 23人 : 女性 30人)
5位: 自分の欲求を満たしてくれたり、好きな時・ふとした時に気分転換できるツール	39人 (男性 22人 : 女性 17人)
6位: もう一人の自分で、自分が生きているもう一つの居場所でもある	10人 (男性 8人 : 女性 2人)
7位: あったらしいもの	8人 (男性 3人 : 女性 5人)
7位: メディア・メールのようなもの	8人 (男性 7人 : 女性 1人)
9位: 自分が存在しているということを知ってもらう場所	7人 (男性 3人 : 女性 4人)
9位: 生活の一部であり、あるのが当たり前のようなもの	7人 (男性 2人 : 女性 5人)

11位: なくてはならないもの	6人 (男性 3人 : 女性 3人)
11位: 空や雲や植物、宇宙のようなもの	6人 (男性 2人 : 女性 4人)
13位: 恋人や愛人、相棒のようなもの	5人 (男性 3人 : 女性 2人)
14位: 気になったり、やめられないもの	4人 (男性 1人 : 女性 3人)
14位: アルバムやアドレス帳のようなもの	4人 (男性 2人 : 女性 2人)
16位: 人間を観察したりして、知らなくて良いことまで知ってしまうような場所	3人 (男性 1人 : 女性 2人)
17位: 重荷やめんどくさい仕事のようなもの	2人 (男性 1人 : 女性 1人)
17位: 親であったり、本音で話せる人	2人 (男性 2人 : 女性 0人)
17位: 身近なもの	2人 (男性 1人 : 女性 1人)
17位: 感情を表すもの	2人 (男性 2人 : 女性 0人)
17位: 他人	2人 (男性 1人 : 女性 1人)
17位: 天使や神のようなもの	2人 (男性 2人 : 女性 0人)
17位: 補助的なもの	2人 (男性 1人 : 女性 1人)

Twitter(ツイッター)利用状況

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

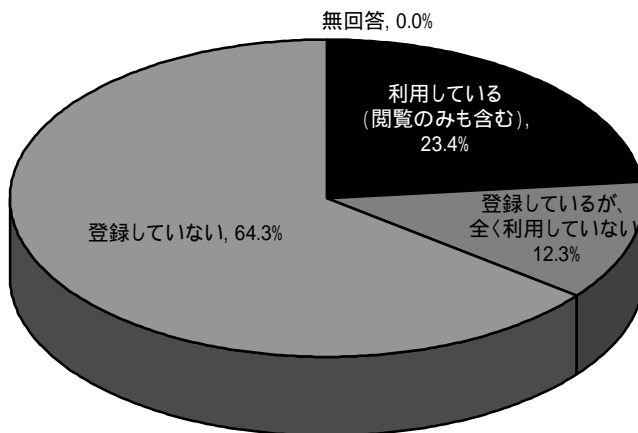
グラフ上の数値は表記上合計が100にならないことがあります

Twitter利用状況

- ◆ Twitterの利用状況について、「利用している」と回答した人の割合は全体の約23%、「登録しているが全く利用していない」と回答した人の割合は全体の約12%、「登録していない」と回答した人の割合は全体の約64%となった。
- ◆ 学年別にみると、「利用している」と回答した人の割合は、1年生の約12%、2年生の約20%、3年生の約28%、4年生の約34%と、学年が上がるにつれ、高くなる結果となった。
- ◆ Twitter非利用者がTwitterを利用していない理由について「興味が無い/なくても困らないから」と回答した人が169件と最も多く、次いで「常に更新しないといけない感じがする/面倒くさいから」が129件、「使い方がわからない」が80件、「mixiなどの他のツールで十分足りているから」が72件、「Twitterが何かわからないから」が48件という結果となった。

あなたは現在、Twitter(ツイッター)を利用していますか。 <全ベース>

(全体:n=816)



		サンプル数	利用閲覧している割合 (%)	登録して利用している割合 (%)	登録していない割合 (%)	無回答 (%)
全体		816	23.4	12.3	64.3	-
性別	男性	408	23.8	9.8	66.4	-
	女性	408	23.0	14.7	62.3	-
学年	1年生	204	12.3	8.8	78.9	-
	2年生	204	19.6	11.8	68.6	-
	3年生	204	27.5	14.7	57.8	-
	4年生	204	34.3	13.7	52.0	-
SNS利用状況	現在利用者	586	28.3	14.3	57.3	-
	現在非利用者	230	10.9	7.0	82.2	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	35.1	18.3	46.6	-
	M(1日に2~9回)	295	25.4	12.9	61.7	-
	L(1日に1回以下)	100	24.0	11.0	65.0	-

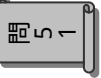
上記の問でそのようにお答えになったのは、なぜですか。理由を具体的に教えてください。(%)
<Twitter非利用者ベース>

(全体:n=625)

1位: 興味が無い/なくても困らないから	169人 (男性 101人 : 女性 68人)
2位: 常に更新しないといけない感じがする/面倒くさいから	129人 (男性 62人 : 女性 67人)
3位: 使い方が分からない	80人 (男性 33人 : 女性 47人)
4位: mixiなどの他のツールで十分足りているから	72人 (男性 36人 : 女性 36人)
5位: Twitterが何か分からないから	48人 (男性 17人 : 女性 31人)
6位: 周りの友達がやっていない/きっかけがないから	33人 (男性 15人 : 女性 18人)
7位: ネット上で人と話したいと思わないから	28人 (男性 20人 : 女性 8人)
8位: つまらなそう/楽しさを感じない	14人 (男性 7人 : 女性 7人)
9位: 登録していたけど、そのまま忘れていたから	8人 (男性 4人 : 女性 4人)
9位: iPhoneを持っていない/携帯電話だと使いづらいから	8人 (男性 2人 : 女性 6人)

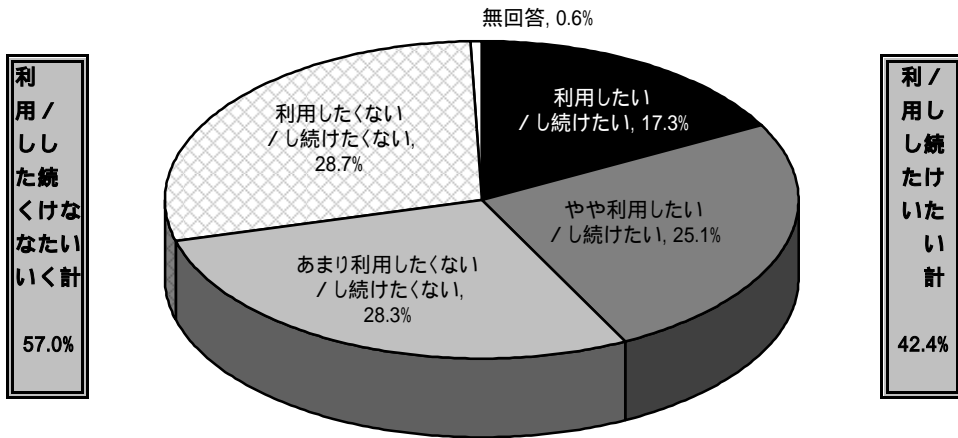
Twitter今後の利用意向

- ◆ Twitterの今後の利用意向について、「利用したい/し続けたい(計)」と回答した人の割合は全体の約42%、「利用したくない/し続けない(計)」と回答した人の割合は全体の約57%となった。
- ◆ 学年別でみると、「利用したい/し続けたい(計)」と回答した人の割合は、1年生では約33%であるのに対し、3年生では約48%と約15ポイントの差、4年生では約50%と17ポイントの差が見られた。
- ◆ SNS利用状況別にみると、「利用したい/し続けたい(計)」と回答した人の割合は、全体では約42%であるのに対し、現在SNS利用者では約48%と、約6ポイントの差が見られた。



あなたは今後、Twitter(ツイッター)を利用したいと思いますか。 <全ベース>

(全体:n=816)



		サンプル数	利/用しし続けたい計	利用/しし続けない計	やや/利用し続けたい計	利用/しし続けない計	あしまた続けたい/ない	利用なしい/たくなくない	無回答	加重平均値
全体		816	42.4	17.3	25.1	57.0	28.3	28.7	0.6	2.31
性別	男性	408	42.4	20.6	21.8	56.9	25.5	31.4	0.7	2.32
	女性	408	42.4	14.0	28.4	57.1	31.1	26.0	0.5	2.31
学年	1年生	204	33.3	10.3	23.0	66.7	30.9	35.8	-	2.08
	2年生	204	38.7	15.7	23.0	60.3	26.5	33.8	1.0	2.21
	3年生	204	48.0	19.6	28.4	50.5	28.9	21.6	1.5	2.47
	4年生	204	49.5	23.5	26.0	50.5	27.0	23.5	-	2.50
SNS利用状況	現在利用者	586	48.1	20.3	27.8	51.4	28.7	22.7	0.5	2.46
	現在非利用者	230	27.8	9.6	18.3	71.3	27.4	43.9	0.9	1.93
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	56.5	27.2	29.3	42.4	20.4	22.0	1.0	2.62
	M(1日に2~9回)	295	43.7	16.3	27.5	55.9	32.9	23.1	0.3	2.37
	L(1日に1回以下)	100	45.0	19.0	26.0	55.0	32.0	23.0	-	2.41

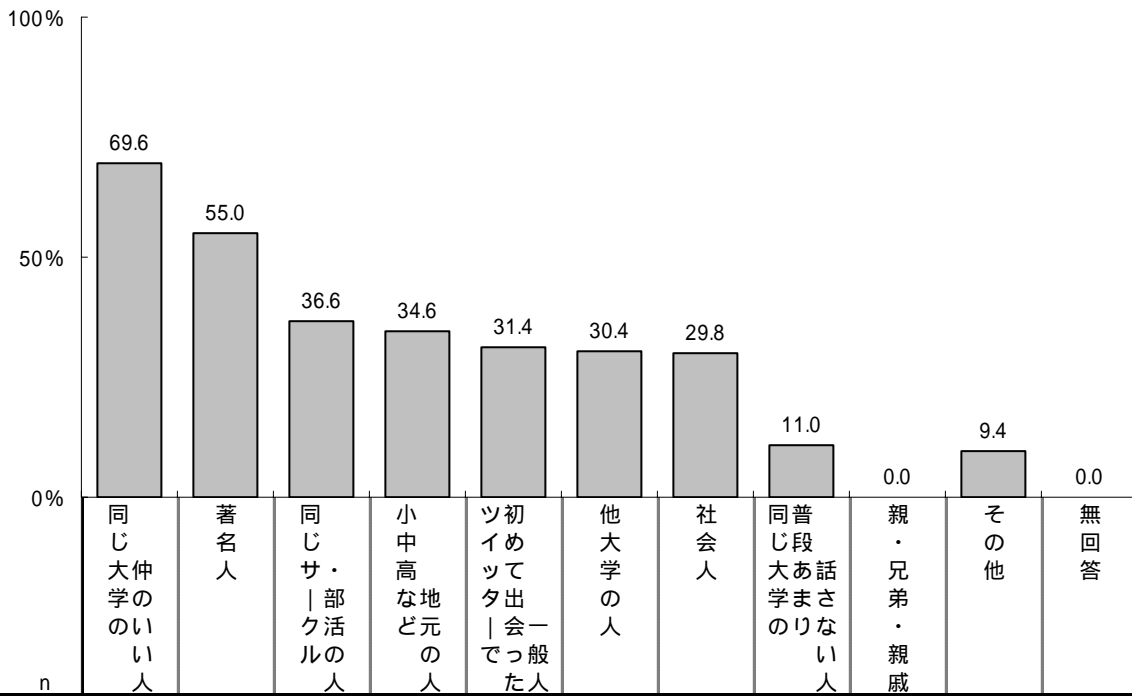
(%)

Twitterフォローしているメンバー

- ◆ Twitterフォローしているメンバーについて、「同じ大学の仲のいい人」と回答した人の割合は全体の約70%と最も高く、次いで「著名人」が全体の約55%、「同じサークル・部活の人」が全体の約37%、「小中高など地元の人」が全体の約35%という結果になった。
- ◆ 学年別にみると、「同じ大学の仲のいい人」と回答した人の割合は、全体では約70%であるのに対し、3年生・4年生ではともに約79%と約9ポイントの差が見られた。
- ◆ 男女別にみると、「小中高など地元の人」と回答した人の割合は、男性では約27%であったのに対し、女性では約43%と、約16ポイントの差が見られた。
- ◆ また、「他大学の人」と回答した人の割合は、男性では約39%であったのに対し、女性では約21%と、約18ポイントの差が見られた。
- ◆ SNS利用頻度別にみると、「同じ大学の仲のいい人」と回答した人の割合は、1日10回以上SNSを利用する人では約63%であるのに対し、1日に1回以下利用する人では約75%と約12ポイントの差が見られた。
- ◆ また、「小中高など地元の人」と回答した人の割合は、1日10回以上SNSを利用する人では約42%であるのに対し、1日1回以下利用する人では約25%と、約17ポイントの差が見られた。

あなたはどのような人をフォローしていますか。 < Twitter利用者ベース >

全体のスコアで降順ソート



n		同一大学の仲のいい人	著名人	同じサークル・部活の人	小中高など地元の人	ツイッターで出会った人	他大学の人	社会人	同級生・先輩・後輩	親・兄弟・親戚	その他	無回答	
全体	191	69.6	55.0	36.6	34.6	31.4	30.4	29.8	11.0	-	9.4	-	
性別	男性	97	72.2	53.6	38.1	26.8	34.0	39.2	34.0	12.4	-	6.2	-
	女性	94	67.0	56.4	35.1	42.6	28.7	21.3	25.5	9.6	-	12.8	-
学年	1年生	25	48.0	32.0	24.0	40.0	20.0	12.0	8.0	16.0	-	16.0	-
	2年生	40	55.0	50.0	40.0	50.0	32.5	32.5	32.5	10.0	-	7.5	-
	3年生	56	78.6	57.1	33.9	26.8	30.4	25.0	28.6	8.9	-	5.4	-
	4年生	70	78.6	64.3	41.4	30.0	35.7	40.0	37.1	11.4	-	11.4	-
SNS利用状況	現在利用者	166	69.3	53.0	36.1	34.3	31.9	31.3	30.7	10.2	-	10.2	-
	現在非利用者	25	72.0	68.0	40.0	36.0	28.0	24.0	24.0	16.0	-	4.0	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	67	62.7	53.7	41.8	41.8	31.3	35.8	35.8	11.9	-	11.9	-
	M(1日に2~9回)	75	73.3	52.0	36.0	30.7	29.3	24.0	25.3	8.0	-	10.7	-
	L(1日に1回以下)	24	75.0	54.2	20.8	25.0	41.7	41.7	33.3	12.5	-	4.2	-

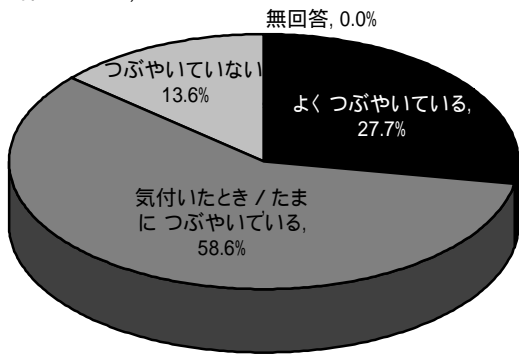
(%)

Twitterで発信している情報

- ◆ Twitterで「つぶやいている(計)」と答えた人の割合はTwitter登録者の約86%となり、Twitterで「つぶやいていない」と答えた人の割合はTwitter登録者の約14%であり、つぶやきをする・しないで72ポイントの差となった。
- ◆ Twitterで「よくつぶやいている」と答えた人の割合はTwitter登録者の約28%となり、「気が付いたとき/たまにつぶやいている」と答えた人の割合はTwitter登録者の約59%という結果となった。
- ◆ Twitterでつぶやいていると回答した人に対し、Twitterで発信している情報について質問したところ「今の自分の感情(喜怒哀楽)」と答えた人の割合は約68%と最も多く、次いで「自分が置かれている“良い”状況」と答えた人の割合が約67%、「自分が今実際にいる/いた居場所」と答えた人の割合は約64%という結果となった。

あなたは普段、Twitterでつぶやいていますか。 < Twitter利用者ベース >

(全体:n=191)



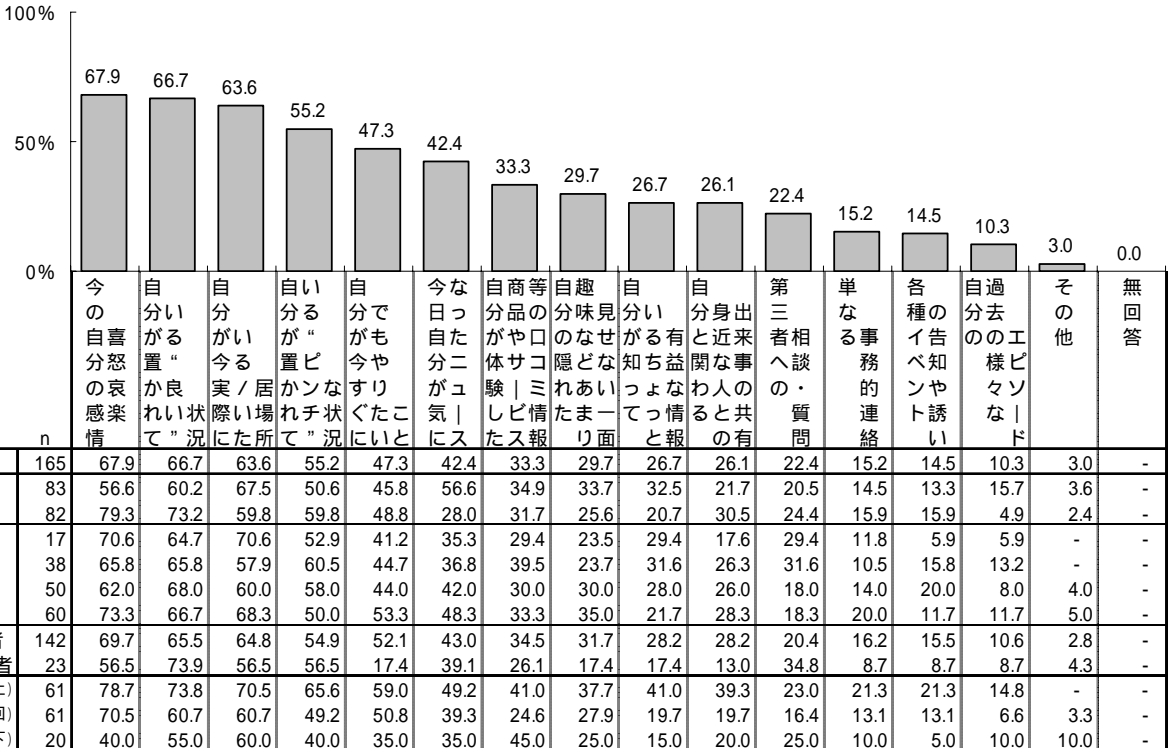
つぶやいている計
86.4%

		サンプル数	よくつぶやいている	気が付いたとき/たまにつぶやいている	つぶやいていない	無回答	つぶやいている計
全体		191	27.7	58.6	13.6	-	86.4
性別	男性	97	30.9	54.6	14.4	-	85.6
	女性	94	24.5	62.8	12.8	-	87.2
学年	1年生	25	20.0	48.0	32.0	-	68.0
	2年生	40	22.5	72.5	5.0	-	95.0
	3年生	56	35.7	53.6	10.7	-	89.3
	4年生	70	27.1	58.6	14.3	-	85.7
SNS利用状況	現在利用者	166	27.7	57.8	14.5	-	85.5
	現在非利用者	25	28.0	64.0	8.0	-	92.0
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	67	34.3	56.7	9.0	-	91.0
	M(1日に2~9回)	75	24.0	57.3	18.7	-	81.3
	L(1日に1回以下)	24	20.8	62.5	16.7	-	83.3

(%)

それでは、あなたは具体的にどんな情報を発信していますか。 < (Twitterでつぶやいているベース) >

全体のスコアで降順ソート



		n	今の自喜	自分の感情	自分の実況	自分の居場所	自分の気持ち	今の自分	自分の体験	自分の見聞	自分の知見	自分の近況	第三者への質問	単なる事務連絡	各種の告知	過去の工場の誘い	その他	無回答
全体		165	67.9	66.7	63.6	55.2	47.3	42.4	33.3	29.7	26.7	26.1	22.4	15.2	14.5	10.3	3.0	-
性別	男性	83	56.6	60.2	67.5	50.6	45.8	56.6	34.9	33.7	32.5	21.7	20.5	14.5	13.3	15.7	3.6	-
	女性	82	79.3	73.2	59.8	59.8	48.8	28.0	31.7	25.6	20.7	30.5	24.4	15.9	15.9	4.9	2.4	-
学年	1年生	17	70.6	64.7	70.6	52.9	41.2	35.3	29.4	23.5	29.4	17.6	29.4	11.8	5.9	5.9	-	-
	2年生	38	65.8	65.8	57.9	60.5	44.7	36.8	39.5	23.7	31.6	26.3	31.6	10.5	15.8	13.2	-	-
	3年生	50	62.0	68.0	60.0	58.0	44.0	42.0	30.0	30.0	28.0	26.0	18.0	14.0	20.0	8.0	4.0	-
	4年生	60	73.3	66.7	68.3	50.0	53.3	48.3	33.3	35.0	21.7	28.3	18.3	20.0	11.7	11.7	5.0	-
SNS利用状況	現在利用者	142	69.7	65.5	64.8	54.9	52.1	43.0	34.5	31.7	28.2	28.2	20.4	16.2	15.5	10.6	2.8	-
	現在非利用者	23	56.5	73.9	56.5	56.5	17.4	39.1	26.1	17.4	17.4	13.0	34.8	8.7	8.7	8.7	4.3	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	61	78.7	73.8	70.5	65.6	59.0	49.2	41.0	37.7	41.0	39.3	23.0	21.3	21.3	14.8	-	-
	M(1日に2~9回)	61	70.5	60.7	60.7	49.2	50.8	39.3	24.6	27.9	19.7	19.7	16.4	13.1	13.1	6.6	3.3	-
	L(1日に1回以下)	20	40.0	55.0	60.0	40.0	35.0	35.0	45.0	25.0	15.0	20.0	25.0	10.0	5.0	10.0	10.0	-

(%)



スマートフォン利用状況

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

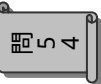
グラフ上の数値は表記上合計が100にならないことがあります

スマートフォン利用状況

スマートフォン利用状況について、「スマートフォンを利用している(計)」と回答した人の割合は全体の約14%、「利用していない」と回答した人の割合は全体の約72%、「スマートフォンが何かわからない」と回答した人の割合は全体の約15%となった。またスマートフォンの中で最も多く利用されている製品は「iPhone」で約12%、次いで「Xperia」が約1%という結果になった。

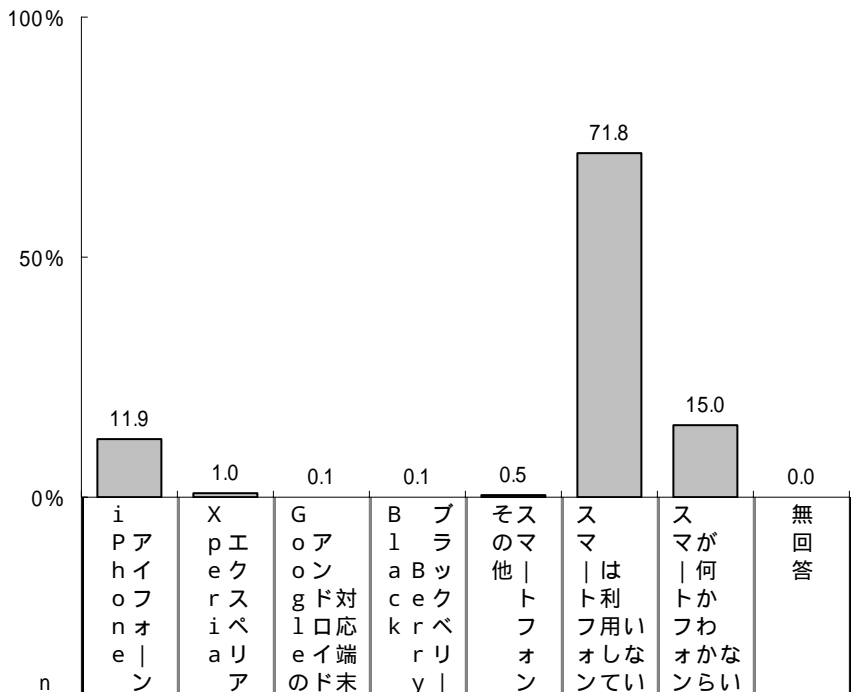
学年別にみると、「iPhone」を利用している人の割合は、1年生では約4%であるのに対し、3年生・4年生では約17%と、約13ポイントの差が見られた。

学年別にみると、「スマートフォンが何かわからない」と回答した人の割合は、1年生が約22%であるのに対し、4年生では約8%と、学年が上がるにつれスマートフォンの認識率が上がっているという結果になった。



あなたは、現在下記のスマートフォンを使っていますか。 < Twitter利用者ベース >

全体のスコアで降順ソート



		n	iPhone	Xperia	Google	BlackBerry	Sony	Samsung	その他	無回答
全体		816	11.9	1.0	0.1	0.1	0.5	71.8	15.0	-
性別	男性	408	14.2	2.0	0.2	0.2	0.7	68.1	15.2	-
	女性	408	9.6	-	-	-	0.2	75.5	14.7	-
学年	1年生	204	3.9	1.5	-	-	1.0	72.5	21.6	-
	2年生	204	9.3	0.5	-	-	1.0	71.1	18.1	-
	3年生	204	17.2	0.5	-	-	-	70.6	11.8	-
	4年生	204	17.2	1.5	0.5	0.5	-	73.0	8.3	-
SNS利用状況	現在利用者	586	12.8	1.0	0.2	0.2	0.5	71.5	14.3	-
	現在非利用者	230	9.6	0.9	-	-	0.4	72.6	16.5	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	13.6	1.0	0.5	0.5	-	72.3	13.1	-
	M(1日に2~9回)	295	11.9	1.0	-	-	-	71.2	16.3	-
	L(1日に1回以下)	100	14.0	1.0	-	-	3.0	71.0	11.0	-

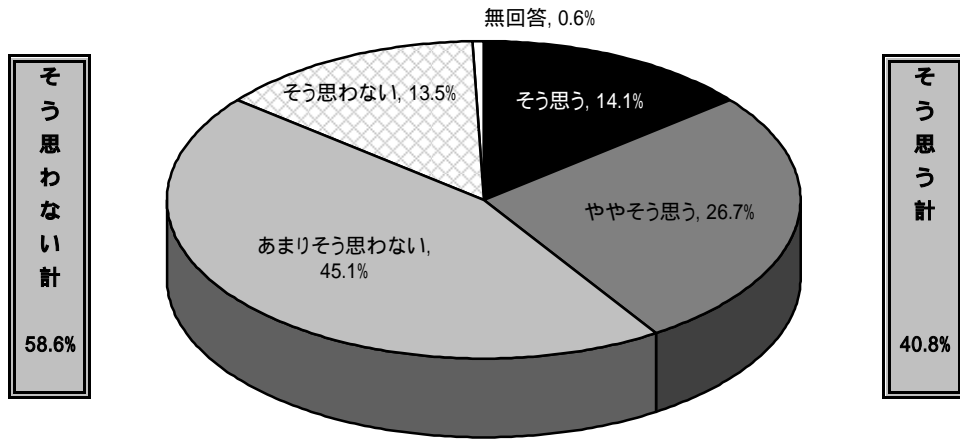
(%)

スマートフォン利用による大学生のコミュニケーション変化

スマートフォン利用による大学生のコミュニケーション変化について、大学生のコミュニケーションに変化が「あると思う(計)」と回答した人の割合は全体の約41%、「ないと思う(計)」と回答した人の割合は全体の約59%となった。
 SNS利用状況別にみると、大学生のコミュニケーションに変化が「あると思う(計)」と回答した人の割合は、全体では約41%であるのに対して、現在SNS非利用者では47%と、約6ポイントの差が見られた。

スマートフォンを持つことで大学生のコミュニケーションの仕方は変わると考えますか。 <スマートフォン認知者ベース>

(全体:n=694)



	サンプル数	そう思う計			あまりそう思わない計			無回答	加重平均値	
		そう思う	ややそう思う	そう思わない	あまりそう思わない	そう思わない				
全体	694	40.8	14.1	26.7	58.6	45.1	13.5	0.6	2.42	
性別	男性	346	41.9	17.6	24.3	57.8	41.0	16.8	0.3	2.43
	女性	348	39.7	10.6	29.0	59.5	49.1	10.3	0.9	2.40
学年	1年生	160	37.5	11.3	26.3	62.5	44.4	18.1	-	2.31
	2年生	167	37.7	16.2	21.6	59.9	52.1	7.8	2.4	2.47
	3年生	180	45.6	16.7	28.9	54.4	41.1	13.3	-	2.49
	4年生	187	41.7	12.3	29.4	58.3	43.3	15.0	-	2.39
SNS利用状況	現在利用者	502	38.2	13.1	25.1	61.2	47.8	13.3	0.6	2.38
	現在非利用者	192	47.4	16.7	30.7	52.1	38.0	14.1	0.5	2.50
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	166	42.2	18.1	24.1	57.8	44.0	13.9	-	2.46
	M(1日に2~9回)	247	36.0	10.9	25.1	62.8	49.4	13.4	1.2	2.34
	L(1日に1回以下)	89	37.1	10.1	27.0	62.9	50.6	12.4	-	2.35

(%)

将来の携帯電話予測

将来の携帯電話予測について、将来携帯電話がすべてスマートフォンに「なると思う(計)」と回答した人の割合は全体の約60%、「なると思わない(計)」と回答した人の割合は約39%となった。

学年別にみると、将来携帯電話がすべてスマートフォンに「ならないと思う(計)」と回答した人の割合は、1年生では約44%であるのに対し、3年生では約33%と約11ポイントの差が見られた。

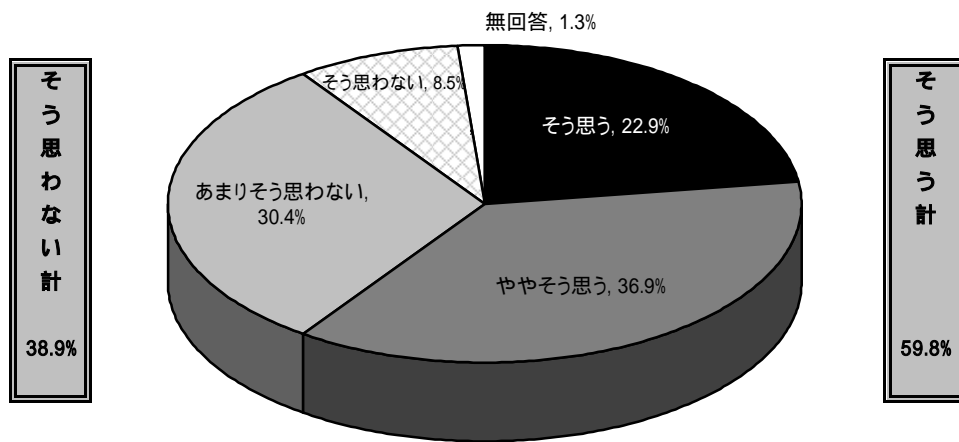
SNS利用状況別にみると、将来携帯電話がすべてスマートフォンに「なると思う(計)」と回答した人の割合は、全体では約60%であるのに対し、現在SNS非利用者では約66%と、約6ポイントの差が見られた。

SNS利用頻度別にみると、将来携帯電話はすべてスマートフォンに「なると思う(計)」と回答した人の割合は、全体で約60%であるのに対し、SNSを1日1回以下利用する人では約54%と約6ポイントの差が見られた。

～～～

将来、携帯電話は全てスマートフォンになっていくと思いますか。 <スマートフォン認知者ベース>

(全体:n=694)



	サンプル数	そう思う計			そう思わない計			無回答	加重平均値	
		そう思う	ややそう思う	あまりそう思わない	そう思わない					
全体	694	59.8	22.9	36.9	38.9	30.4	8.5	1.3	2.75	
性別	男性	346	59.5	28.3	31.2	39.6	28.9	10.7	0.9	2.78
	女性	348	60.1	17.5	42.5	38.2	31.9	6.3	1.7	2.73
学年	1年生	160	55.0	21.3	33.8	44.4	34.4	10.0	0.6	2.67
	2年生	167	58.1	21.6	36.5	38.9	34.1	4.8	3.0	2.77
	3年生	180	66.1	27.2	38.9	32.8	26.7	6.1	1.1	2.88
	4年生	187	59.4	21.4	38.0	40.1	27.3	12.8	0.5	2.68
SNS利用状況	現在利用者	502	57.6	20.5	37.1	40.8	32.1	8.8	1.6	2.70
	現在非利用者	192	65.6	29.2	36.5	33.9	26.0	7.8	0.5	2.87
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	166	62.7	27.7	34.9	35.5	27.1	8.4	1.8	2.83
	M(1日に2~9回)	247	55.5	17.4	38.1	42.5	34.8	7.7	2.0	2.67
	L(1日に1回以下)	89	53.9	15.7	38.2	46.1	33.7	12.4	-	2.57

(%)

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

グラフ上の数値は表記上合計が100にならないことがあります

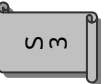
広告関心度

広告関心度について、「関心をもって見る(計)」と回答した割合は全体の約50%に対し、「関心を持って見ない(計)」が全体の約23%、「どちらともいえない」と回答した割合は全体の約27%という結果になった。

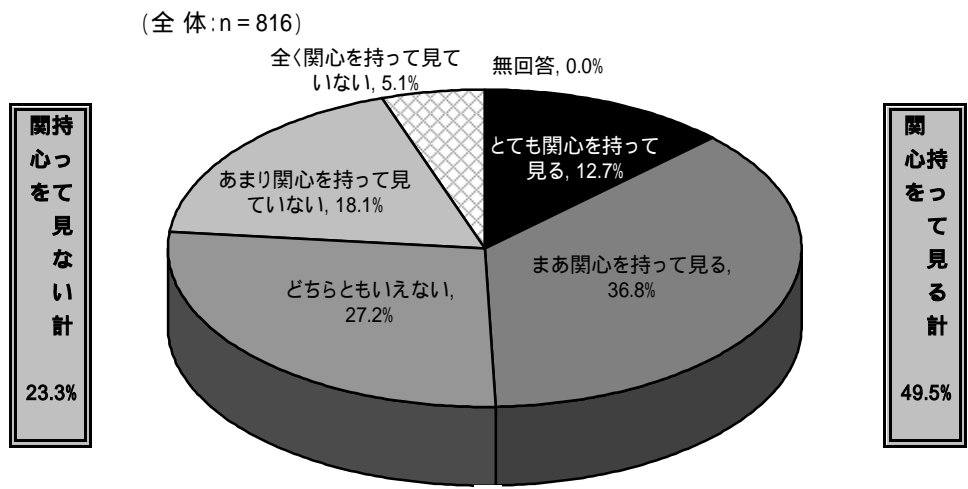
性別でみると、「関心を持って見る(計)」と回答した人の割合は、男性で約42%であるのに対し、女性では約57%と約15ポイントの差が見られた。

学年別にみると、「関心を持って見る(計)」と回答した人の割合は、全体では約50%であるのに対し、3年生で約59%と、9ポイントの差が見られた。

SNS利用頻度別でみると、「関心を持って見る(計)」と回答した人の割合は、全体では約50%であるのに対し、SNSを1日10回以上利用するH層では約55%と、5ポイントの差が見られた。



あなたは普段、関心を持って広告をみる方ですか。 <全ベース>

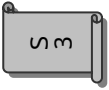


	サンプル数	関心を持って見る計			どちらともいえない	関心を持って見ない計	関心を持って見ない計		無回答	加重平均値	
		とても関心を持って見る	まあ関心を持って見る	あまり関心を持って見ない			全く関心を持って見ない				
全体	816	49.5	12.7	36.8	27.2	23.3	18.1	5.1	-	3.34	
性別	男性	408	42.2	11.0	31.1	28.4	29.4	21.3	8.1	-	3.16
	女性	408	56.9	14.5	42.4	26.0	17.2	15.0	2.2	-	3.52
学年	1年生	204	38.7	10.3	28.4	33.3	27.9	19.6	8.3	-	3.13
	2年生	204	47.1	11.3	35.8	30.4	22.5	17.6	4.9	-	3.31
	3年生	204	58.8	14.2	44.6	20.1	21.1	17.2	3.9	-	3.48
	4年生	204	53.4	15.2	38.2	25.0	21.6	18.1	3.4	-	3.44
SNS利用状況	現在利用者	586	50.9	13.1	37.7	27.6	21.5	17.7	3.8	-	3.39
	現在非利用者	230	46.1	11.7	34.3	26.1	27.8	19.1	8.7	-	3.21
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	54.5	13.1	41.4	27.7	17.8	13.1	4.7	-	3.45
	M(1日に2~9回)	295	48.8	14.2	34.6	27.8	23.4	20.0	3.4	-	3.36
	L(1日に1回以下)	100	50.0	10.0	40.0	27.0	23.0	20.0	3.0	-	3.34

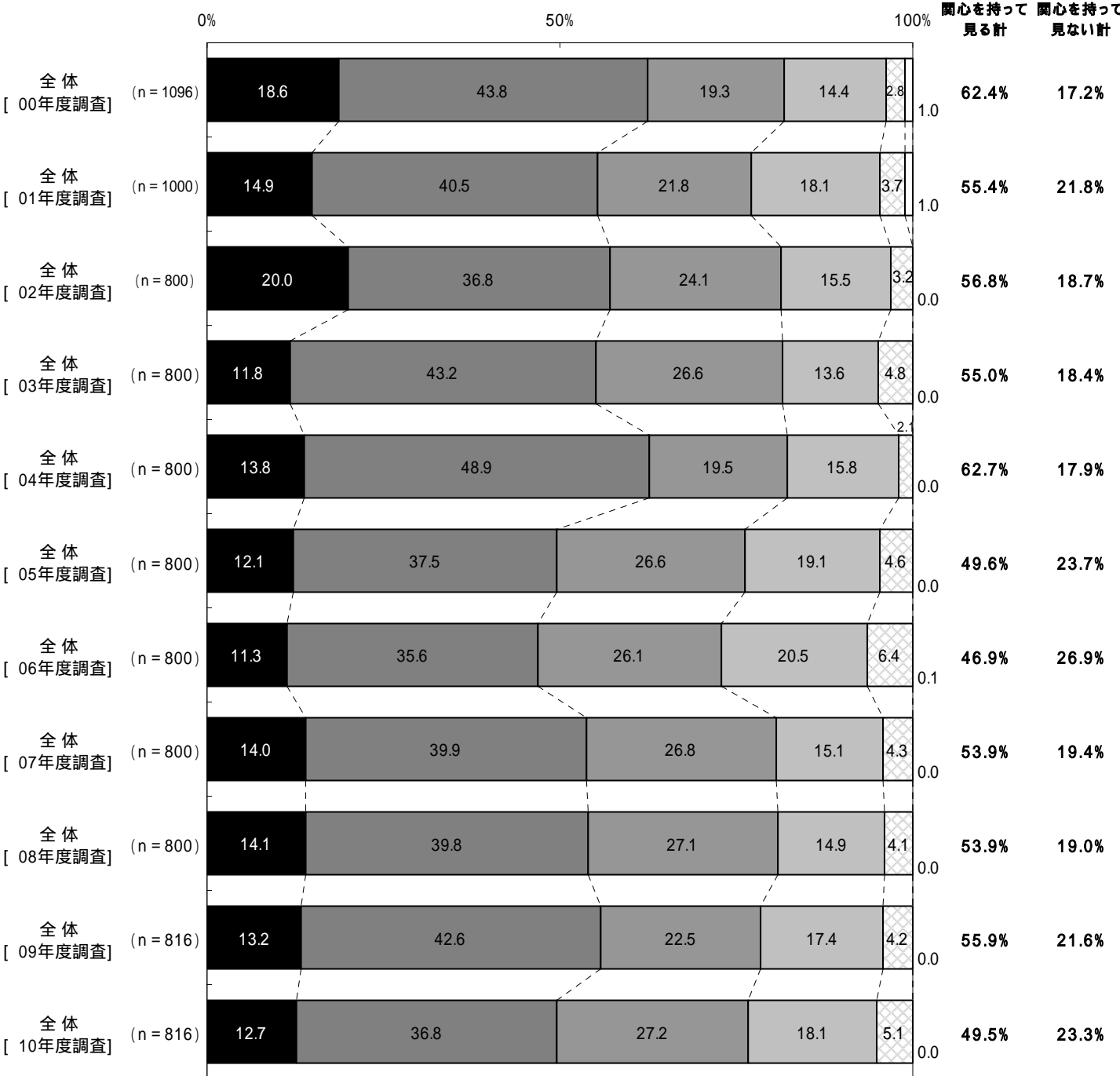
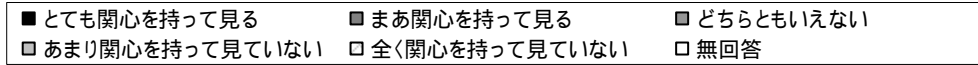
(%)

広告関心度(時系列比較～過去10回調査での動き)

◆ 広告関心度について、今回の調査では、06年から09年までの上昇傾向が一転し、下落している。09年度の調査と今回の調査を比較すると、「関心を持って見る(計)」と回答した人の割合は09年度では約56%であるのに対し、今年度では約50%と、約6ポイントの差が見られた。



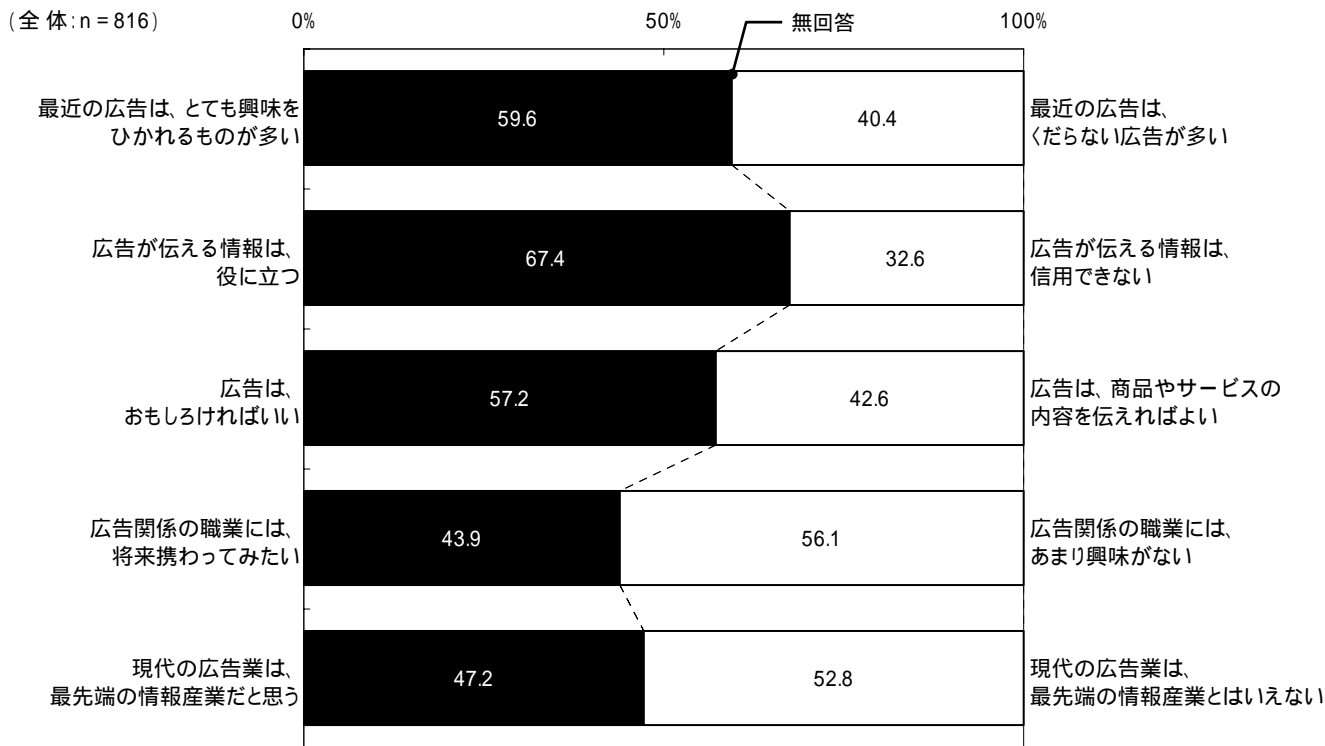
あなたは普段、関心を持って広告をみる方ですか。 <全ベース>



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、とても興味をひかれるものが多い」と回答した人の割合が全体の約60%であるのに対し、「最近の広告は、くだらない広告が多い」と回答した人の割合が全体の約40%であった。
- ◆ 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」と回答した人の割合が全体の約67%であるのに対し、「広告が伝える情報は、信用できない」と回答した人の割合は約33%であった。
- ◆ 広告に対する意見について、「広告は、おもしろければいい」と回答した人の割合が全体の約57%であるのに対し、「広告は、商品やサービスの内容を伝えればよい」と回答した人の割合は約43%であった。
- ◆ 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」と回答した人の割合が約44%であるのに対し、「広告関係の職業には、あまり興味がない」と回答した人の割合が約56%であった。
- ◆ 広告に対する意見について、「現代の広告業は、最先端の情報産業だと思う」と回答した人の割合は約47%であるのに対し、「現代の広告業は、最先端の情報産業とはいえない」と回答した人の割合は約53%であった。

54 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のはどちらの意見ですか。 <全ベース>



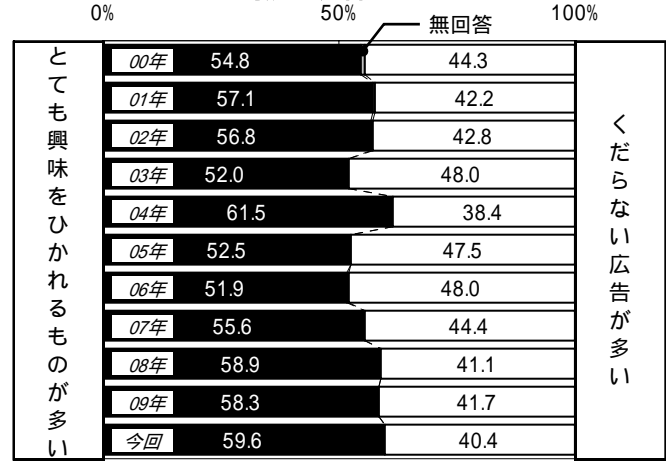
	サンプル数	最近の広告は...			広告が伝える情報は...			広告は...			広告関係の職業には...			現代の広告業は...			
		とても興味をひかれるものが多い	くだらない広告が多い	無回答	役に立つ	信用できない	無回答	おもしろければいい	商品やサービスの内容を伝えればよい	無回答	将来携わってみたい	あまり興味がない	無回答	最先端の情報産業だと思う	最先端の情報産業とはいえない	無回答	
全体	816	59.6	40.4	-	67.4	32.6	-	57.2	42.6	0.1	43.9	56.1	-	47.2	52.8	-	
性別	男性	408	50.2	49.8	-	59.8	40.2	-	58.3	41.7	-	38.2	61.8	-	46.6	53.4	-
	女性	408	68.9	31.1	-	75.0	25.0	-	56.1	43.6	0.2	49.5	50.5	-	47.8	52.2	-
学年	1年生	204	59.8	40.2	-	66.7	33.3	-	50.5	49.5	-	39.2	60.8	-	47.1	52.9	-
	2年生	204	58.3	41.7	-	68.1	31.9	-	56.9	42.6	0.5	53.4	46.6	-	49.5	50.5	-
	3年生	204	57.4	42.6	-	66.2	33.8	-	62.7	37.3	-	47.5	52.5	-	48.5	51.5	-
	4年生	204	62.7	37.3	-	68.6	31.4	-	58.8	41.2	-	35.3	64.7	-	43.6	56.4	-
SNS利用状況	現在利用者	586	61.3	38.7	-	69.1	30.9	-	59.4	40.4	0.2	46.1	53.9	-	49.3	50.7	-
	現在非利用者	230	55.2	44.8	-	63.0	37.0	-	51.7	48.3	-	38.3	61.7	-	41.7	58.3	-
SNS利用頻度	H(1日10回以上)	191	63.9	36.1	-	73.3	26.7	-	58.6	41.4	-	52.4	47.6	-	50.3	49.7	-
	M(1日に2~9回)	295	60.3	39.7	-	67.1	32.9	-	64.4	35.3	0.3	43.7	56.3	-	49.5	50.5	-
	L(1日に1回以下)	100	59.0	41.0	-	67.0	33.0	-	46.0	54.0	-	41.0	59.0	-	47.0	53.0	-

広告に対する意見(時系列比較～過去10回調査での動き)

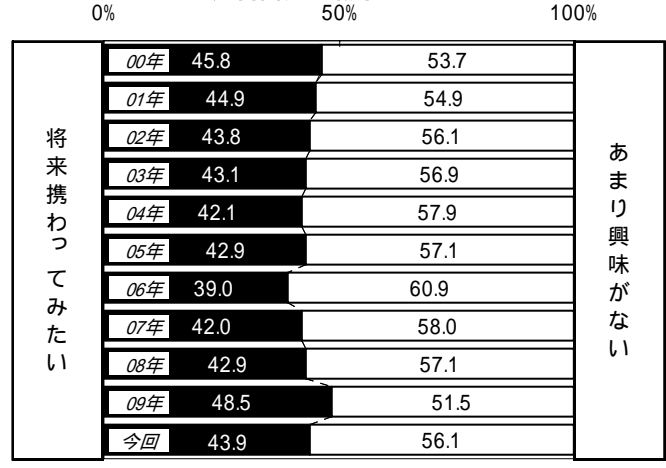
- ◆ 「広告が伝える情報は、役に立つ」と回答した人の割合が06年から年々上昇傾向にある。
- ◆ 「広告関係の職業には、あまり興味がない」と回答した人の割合は約56%となり、09年度に比べ約4ポイント上昇した。
- ◆ 「現代の広告業は、最先端の情報産業だと思う」と回答した人の割合は約47%となり、09年度に比べ約7ポイント上昇した。

54 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のはどちらの意見ですか。 <全ベース>

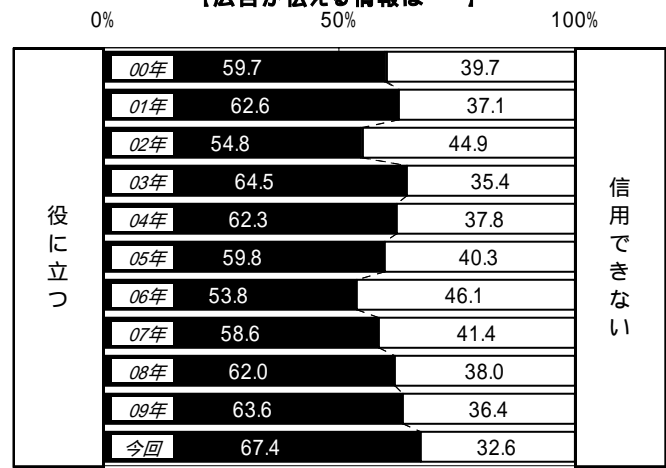
【最近の広告は・・・】



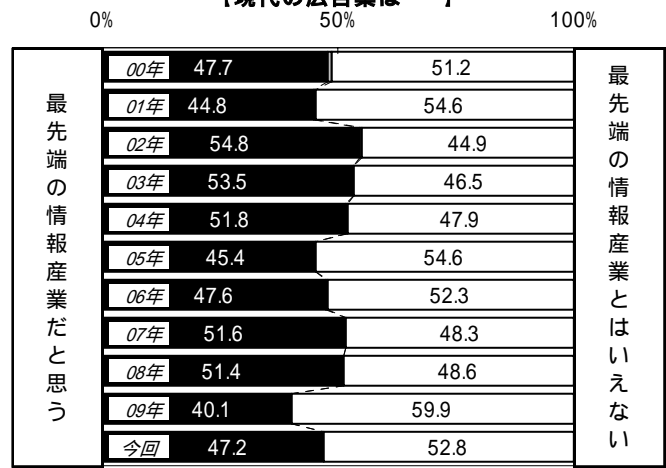
【広告関連の職業には・・・】



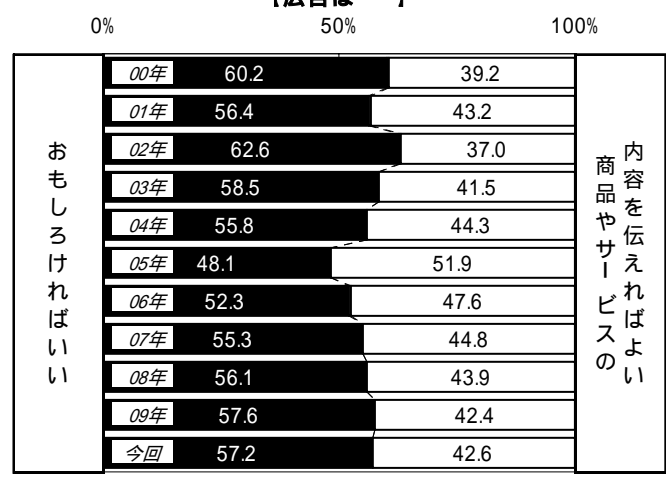
【広告が伝える情報は・・・】



【現代の広告業は・・・】



【広告は・・・】



00年度調査 : (N=1096)
 01年度調査 : (N=1000)
 02年度調査 : (N=800)
 03年度調査 : (N=800)
 04年度調査 : (N=800)
 05年度調査 : (N=800)
 06年度調査 : (N=800)
 07年度調査 : (N=800)
 08年度調査 : (N=800)
 09年度調査 : (N=816)
 今回(10年度)調査 : (N=816)

大学生が選ぶ最近1年間の日本の顔

◆ 今年の「日本の顔」は「本田圭佑」が274票を獲得し初の1位に。

次いで、「鳩山由紀夫」前首相が119票を獲得し2位、3位にはサッカー元日本代表監督の「岡田武史」がランクイン。その他には「小沢一郎」、「AKB48」、「菅直人」がランクインを果たす結果となった。

5-

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、具体的な個人名で教えてください。〈全ベース〉

(全体:n=816)

1位: 本田圭佑	274人 (男性 143人 : 女性 131人)
2位: 鳩山由紀夫	119人 (男性 66人 : 女性 53人)
3位: 岡田武史監督	38人 (男性 20人 : 女性 18人)
4位: 小沢一郎	31人 (男性 19人 : 女性 12人)
5位: AKB48	30人 (男性 17人 : 女性 13人)
6位: 菅直人	28人 (男性 13人 : 女性 15人)
7位: 石川遼	27人 (男性 9人 : 女性 18人)
8位: イチロー	20人 (男性 14人 : 女性 6人)
8位: 嵐	20人 (男性 4人 : 女性 16人)
10位: 蓮舫	19人 (男性 9人 : 女性 10人)

11位: 浅田真央	12人
12位: 川島永嗣	9人
13位: 孫正義	8人
14位: 福山雅治	6人
14位: 坂本龍馬	6人
16位: 宮崎あおい	5人
17位: マツコ・デラックス	4人
17位: ねづっち	4人
17位: 池上彰	4人
17位: 駒野友一	4人
17位: 北川景子	4人
17位: タモリ	4人
17位: 村上春樹	4人

参考:「日本の顔」(09年度調査)

(全体:n=816)

1位: 麻生太郎	248人
2位: イチロー	192人
3位: 東国原英夫	84人
4位: 石川遼	37人
5位: 水嶋ヒロ	15人
6位: 村上春樹	12人
7位: 草彅剛	11人
8位: オードリー	10人
9位: 上地雄輔	8人
9位: 島田紳助	8人
9位: 宮崎あおい	8人

12位: 中村俊輔	7人
13位: 鳩山邦夫	6人
14位: 小沢一郎	5人
14位: タモリ	5人
14位: 原辰徳	5人
17位: 橋下徹	4人
17位: 鳩山由紀夫	4人
17位: 舛添要一	4人
17位: 本木雅弘	4人

好きな広告

◆ 大学生の好きな広告は、去年一昨年と1位だったソフトバンクモバイルの「白戸家シリーズ」が男女共に票を集め、3年連続のナンバーワンに。2位の「ロッテ/Fit's」も2年連続、同率の「日産/NOTE」は初のランクインである。また、上位には「東京メトロ/新垣結衣・宮崎あおい」、「NTTドコモ/木村カエラ・渡辺謙」、「西友」、「earth music & ecology/宮崎あおい」などが初のランクイン。

最近1年間の広告の中で、あなたが好きな広告をひとつだけ挙げて下さい。 <全ベース>

(全体:n=816)

1位: ソフトバンクモバイル/白戸家シリーズ	59人 (男性 25人 : 女性 34人)
2位: ロッテ/Fit's/佐藤健・佐々木希	16人 (男性 6人 : 女性 10人)
2位: 日産/NOTE/低燃費少女ハイジ	16人 (男性 5人 : 女性 11人)
4位: 東京メトロ/新垣結衣・宮崎あおい	12人 (男性 9人 : 女性 3人)
5位: NTTドコモ/木村カエラ・渡辺謙	9人 (男性 4人 : 女性 5人)
5位: 西友	9人 (男性 4人 : 女性 5人)
5位: earth music & ecology/宮崎あおい	9人 (男性 5人 : 女性 4人)
8位: アップル/ipod・iphone・ipad	8人 (男性 6人 : 女性 2人)
8位: ニチレイ/アセロラ/アセロラ体操/仲里依紗	8人 (男性 3人 : 女性 5人)
10位: KDDI/au/嵐	7人 (男性 2人 : 女性 5人)
10位: カゴメ/野菜生活/AKB48	7人 (男性 4人 : 女性 3人)

参考: 「好きな広告」(過去10回調査)

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/杉キリン 35人
2 ロッテ/Fit's/佐藤健・佐々木希 24人	2 アップルジャパン/iPod・Mac 13人	2 インテル/インテル Core 2 Duo プロセッサー 17人	2 資生堂/TSUBAKI 20人
3 サントリー/フロッピーウォーター/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/スズキ・とがらひ篇/木村カエラ 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/初イブランチなど 11人	4 資生堂/マキアージュ/蛸原友里・伊東美咲 12人
5 KDDI/au・ida/嵐・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/お祭りセット/綾瀬はるか 12人
6 JTビバレッジ/Roots/坂口憲二・仲村トオル 7人	6 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
7 カルビス/カルピス・カルピスウォーター/長瀬まさみ・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/淡麗グリーンラベル 11人
8 「サマーカット」柳切もえ・UT等 6人	7 KDDI/au/auの庭で。 5人	7 江崎グリコ/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/クォーターパウンダー 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」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 5人	7 ソフトバンクモバイル/フラッド広告 5人		
9 「低燃費少女ハイジ」やまびこ・篇 5人	7 フラッド・イベント/キリン/ティーツー		
9 NTTドコモ/Answer/アンサーハウス 5人			
参考: 05年度結果 (全体:n=800)	参考: 04年度結果 (全体:n=800)	参考: 03年度結果 (全体:n=800)	参考: 02年度結果 (全体:n=800)
1 リクルート/Hot Pepper/アフレコ 26人	1 キリンビール/生茶/松嶋菜々子 31人	1 キリンビール/生茶/松嶋菜々子 26人	1 サントリー/BOSS/auとのコラボレーション 29人
2 ライフ/LIFECARD/杉キリン 23人	2 サントリー/アズ/式/燃焼系-燃焼系 30人	2 アイフル/金融/チリ 24人	1 ナイキ/サッカー選手/スコビー・トナメント 29人
3 日本コカ・コーラ/コカ・コーラ 21人	3 コカ・コーラ/ファンタ/先生シリーズ 19人	3 サントリー/アズ/式/燃焼系-燃焼系 23人	3 キリン/生茶/松嶋菜々子 17人
4 キリンビール/生茶/松嶋菜々子 15人	4 ナイキ/企業広告 17人	4 キリンビール/午後の紅茶/松浦亜弥 22人	4 日加/加-ラー/ルゲル/小野伸二・女の子 15人
4 サントリー/伊右衛門/宮沢りえ等 15人	5 キリンビール/生茶/松嶋菜々子 12人	5 明治生命/保険/「あなたに会えて」 17人	5 ANA/沖縄/SMAP 13人
6 日清食品/日清カップヌードル/NO BORDER 14人	6 リクルート/Hot Pepper 11人	6 コカ・コーラ/ファンタ/先生シリーズ 14人	5 au/携帯/永瀬正敏・浅野忠信等 13人
7 ナイキジャパン/企業広告 13人	7 大塚製薬/おかしなC/上戸彩等 10人	6 KDDI/au/携帯電話 14人	5 NTTドコモ/ケタイ家族物語 13人
7 日本たばこ産業(JT)/喫煙マナー 13人	7 アイフル/企業広告/チリ 10人	8 富士通/FMV/木村拓哉等 10人	5 アディダス/サッカー選手/サッカー狂徒会 13人
9 マスターカード/プレイス 10人	9 明治安田生命/「あなたに会えて」 9人	8 NTTドコモ/携帯電話/加藤あい 10人	9 コカ・コーラ/ファンタ/先生シリーズ 11人
10 アップルコンピュータ/i-pod 9人	9 NTTドコモ/携帯電話 9人	10 ナイキ/企業広告 9人	10 サントリー/緑水/宮崎あおい 10人
		10 サントリー/DAKARA/小便小僧 9人	
		10 NOVA/英会話/NOVAうさぎ 9人	
参考: 01年度結果 (全体:n=1000)	参考: 00年度結果 (全体:n=1096)	参考: 99年度結果 (全体:n=874)	参考: 98年度結果 (全体:n=900)
1 サッポロ/黒ラベル/豊川悦司・山崎努 39人	1 サッポロ/黒ラベル/豊川悦司・山崎努 44人	1 JRA/木村拓哉 20人	1 サントリー/タイキ/小錦 29人
2 KDDI/au/豊川悦司・浅野忠信・永瀬正敏 20人	2 富士ゼロックス/カラープリンター/浅野忠信 29人	2 サントリー/BOSS/BOSSセブン/カツ 16人	2 サントリー/モリウ/とんねるず・鈴木京香 24人
3 キリン/ラガビー/TKOJいほか 19人	3 サントリー/BOSS/「バカ言ってるんじゃないよ」 22人	3 フレイスター/ソノシユ/とまろ/チノ 14人	3 NIKE/有名サッカー選手出演 22人
4 サントリー/BOSS/アソビ/猪木ほか 17人	4 ナイキ/企業広告/中田英寿・有名サッカー選手 17人	4 三共/ライオン/坂本龍一・佐藤浩一 13人	3 セガ/湯川専務 22人
4 エコカ 17人	5 GAP/外人が踊っている 16人	5 コカ・コーラ/体中が踊りだす 11人	5 JR東海/「そうだ、京都行こう。」 13人
6 富士通/FMV/木村拓哉ほか 15人	6 日清食品/カップヌードル/永瀬正敏 13人	6 GAP/外人が踊る 10人	6 サントリー/パフューム/パフューム 9人
7 NIKE/企業広告/中田英寿・有名サッカー選手 14人	7 キリンビール/生茶/高倉健・松嶋菜々子 9人	6 J-PHONE/藤原紀香・永瀬正敏 10人	7 キリンビール/ラガビー/堀井学 8人
8 トヨタ 13人	8 エックスト/エックスト/SMAP 7人	8 JR東日本/TRAINING/skis/吉川ひなの 9人	7 キリンビール/午後の紅茶/小泉今日子 8人
9 サントリー/DAKARA 11人	8 NTTドコモ/広末涼子・田村正和・加藤あい 7人	8 NTTドコモ/i-mode/広末涼子 9人	7 サントリー/スーパースター/中居正広など 8人
9 日本コカ・コーラ/「NO Reason」/桑田佳祐ほか 11人			

活動報告

～ 絆はSNS上だけじゃない！全力で駆け抜けた8ヶ月～

活動報告

4月

あの日からもう8ヶ月、時が過ぎるのは早いものだ。4月19日、6大学30人以上の学生が銀座の東京広告協会に集まり、キックオフミーティングが行われた。メンバー全員が期待と不安が入り混じった顔をしていた。それから一週間、私たちは早速がテーマづくりにとりかかった。各大学がそれぞれの調査テーマを発表した結果、偶然にも6大学中5大学がテーマ案の一つとしてとして「コミュニケーション」を取り上げていたのだった。このことは今回のプロジェクトを象徴する出来事であったように思う。

5月

各チームにわかれテーマ案を再考し、それらを全体のテーマとして一つにまとめることに。最初は自分のチームの意見を通そうと必死になるあまり、チームごとに反目しあうこともあった。しかし他のチーム以上により良い案を出そうと切磋琢磨した結果、たくさんの仮説を出し議論することができ、皆が納得する方向へ議題は近づいていった。そして数度にもわたる会議の結果、FUTURE2010のテーマは大学生のコミュニケーションに欠かすことの出来ない「SNS」に満場一致で決定した。

6月

調査テーマ決定後、仮説検証のための調査票づくりを開始したが、作業は難航を極めた。なぜなら普段私たちが気に止めることのない意識に深く関わるテーマであったからだ。また、スマートフォンやツイッターなど技術的にも新しい要素が多く、どれほどの人数が参加したり所有しているのかなどの流行り廃りの面が強く、具体的な調査項目を作成するのは非常に難しかった。そんな中アドバイザーのみなさんの指導のもと、視点を増やしながら一つ一つの仮説に対し「なぜ」「どうして」と理由を深堀することで調査内容をより深く、より大学生の生声を反映したものにしていった。

7月

その甲斐あって、大学生ならではの生声を反映させた調査票が完成した。7月中旬に調査会社の方からインストラクションを受け、調査を開始した。暑いさなか、大量の調査票を回収する作業は非常に困難を極めた。しかし各大学の垣根を超えた協力の結果、無事規定の枚数を越えることができ、7月26日までに〇〇枚もの調査票を回収することができた。達成感で満ち溢れた打ち上げによって前期の活動は締めくくられ、集計の間FUTURE2010メンバーは長いようで短い夏休みに入った。

8月～合宿前

充実した夏休みで充電したメンバーと再開。まず私たちは機械集計された調査結果をファインディングスにまとめ、自由回答(OA)にアフターコードを付ける作業を行った。特にOAの集計作業に関しては慣れないエクセルを使用した作業に加え、膨大な回答者の真意を汲み取ることは非常に難しい場合が多く、作業は難航した。自分たちが想定した回答が出ないこともあり、どのように分析すればよいか不安になることもあった。しかし苦労して作成した調査票の結果が見えてくるにつれて、我々のモチベーションは一層高まった。分析に使用する使用する資料も完成し、当時流行のtwitterをもじった冊子に製本することでメンバーは合宿への思いを強めた。

9月9・10・11合宿～軽井沢にて～

大きな期待とちょっぴりの不安を胸に合宿が始まった。合宿所につくやいなやロジックチャートについての講義が始まり、個人ワーク・グループワークを行った。その後、各グループでアンケート結果を使用し、ロジックチャートの作成を行った。仮説と異なった結果がうまれた質問項目も少なくなき、かつ事実 解釈 主張というプロセスは不慣れなロジックチャートに触れたばかりのメンバーにとって今回の調査に当てはめることは非常に難しかったため、大いにメンバーを悩ませた。また意見をぶつけ合い、それを集約し、主張として昇華させることの難しさや、常に時間に追われることでタイムマネジメントの大切さを学んだ。この合宿を経ることで、分析スキルのみならずメンバー間に非常に硬い絆が生まれたように思う。

合宿後～10月

ハードな合宿がおわるも休む間もなく、ロジックチャートの精緻化やそれを一つにまとめる作業を行った。作業は常に日曜日終電ギリギリまでかかったが、このことでメンバー間に更なる一体感が生まれたように思う。また文章化する際に、どのような表現なら自分が伝えたいことが伝えられるのか、連日苦心し知恵を絞った。僅かな表現の違いで、読んだ人に全く異なった印象を与えてしまう。この経験によってメンバー皆の意見が盛り込まれた報告書を完成させようと、さらにやる気が高まった。

そして、いま

思い返してみると、この8ヶ月間は常にFUTURE2010の仲間と触れ合っていたように思う。毎週の宿題をこなすために、毎日のように集まり、時には反目しあい、時には雑談に走りながら常により良いものを求め続けた。そして会えない時もtwitter上で連絡を取り合うなどまさにデジタルネイティブらしいコミュニケーションを取っていた。これから先FUTURE2010の仲間と毎日意見をぶつけ合う機会がなくなってしまうのは本当にさびしい。これから先皆思い思いの道を歩んでいこう。でも僕らは決して離れ離れになるわけではない。絆について考えているうちに、僕らの間にも絆が生まれていたのである。絆をデジタル上に築かれた僕らのつながりは決して無くなることはないし、いままで以上に深まっていくだろう。



プロジェクトを終えて

～参加メンバーよりひとこと～

石岡 慶紀 (いしおか よしり) 上智大学
 昨年FUTUREをやっていた先輩がとても楽しそうにしてたので、「ぜひ自分も！」と思い参加して8ヶ月間本当に大変でした。特に最初の頃は企画を持っていくと吉田さんたちにボロクソ言われて突っ返されるという連続で、しかも入院して1ヶ月近く戦線離脱して、帰ってきたらみんな仲良くなり始めて...という感じだったので、やめようかどうかが真剣に悩みました。でも、テーマが決まり、仮説が決まり、吉田さんたちも少しずつほめてくれるようになり...と、先に進んでいくにつれてだんだん楽しくなり、いつの間にかミーティングの度に「何か自分の意見を反映させてやるう」と意気込むようになっていました。さて、私がこのFUTURE2010で感じたことは2点あります。1点目は大勢で議論することの面白さ。十人十色とはよく言ったもので、人の数だけアイデアがあり、新しい発見がありました。もちろん、人が多いために議論がなかなかまとまらなかったことは多々ありました。しかし、そんなときに限って普段抜けてる人がキレイに議論をまとめるというサプライズがあったりしたので、議論の場は常に新鮮でした。2点目は「社会で働くって、こんな感じなんだろうなあ」というイメージです。現在就職活動真っ只中であるため、ふとした時に社会で働くということについて考えていますが、それはこのFUTUREでやったように必死に頭を使ってやっと少し進歩して、また必死に頭を使って...という繰り返しなのだと思うようになりました。単純にゼミの一環としてだけでなく、社会勉強という点でもFUTUREは非常に貴重な機会でした。最後になりましたが、この貴重な機会を与えてくださった東京広告協会の方々、吉田さん、橋田さん、鈴木さん、本当にありがとうございました。そして一緒にがんばってきたFUTUREメンバーのみんな、本当にありがとう。SNSだけでなく、リアルでも繋がりを保ちましょう！

石橋 寛之 (いしばし ひろゆき) 上智大学
 「自分は人前で話すことがあまり得意ではないので、FUTUREを通して、自信を持って話せるようになりたい！」と、こんなありがちな目標をみんなの前で言ってからもう8カ月。正直、最初は本当に軽い気持ちで参加していました。博報堂の方々と一緒にプロジェクトが出来るから参加したという、ただのミーハーだったかも知れません。しかし、今の僕にとって、FUTUREで活動した8カ月は一生忘れる事が出来ないものとなりました。最初は今年のテーマを決めるだけで、大分息詰まりました。みんなで、毎日集まり議論をし、時には終わらなくてファミレスで徹夜した日も何回もありました。何も決まらないで始発で帰る体はボロボロに疲れているのですが、不思議と心は充実感に満たされていました。みんなで考えて「何か」を生み出さず楽しさ、難しさを実感できる瞬間でもありました。僕はFUTURE2010の代表を務めてきましたが、みんなにとってふさわしいリーダーになれたかは分かりません。30人の意見を引き出すこと、スケジュール管理、アドバイザーとのコミュニケーション...。この8カ月は自分の未熟さを痛感する毎日でした。しかし、ここまでやってこれたのは、30人のメンバーがいたからです。今年のメンバーは、本当に一人一人のキャラクターが強く、それが故にまとまらなかったり、時には対立していました。けれど、活動を通して次第にみんなが互いを認め、一体となる大切さを理解したと思います。この「一体感」を代表自身、一番感じていました。まなみ、ゆみし、こまっちゃん、まりこ、ふくちゃん、たなべ、あやか、びー、はやと、りょうくん、みやこ、みき、ゆき、くろ、ひよんず、ももこ、みく、しよた、こじ、委員長、たくみ、かみちゃん、さき、あいか、まどか、まっつん、こーへい、みさと、ちゃっぴ。29人の存在のおかげでここまでやっていけました。本当にありがとう。改めて、FUTURE2010に参加して本当によかったと思います。

今年のテーマは「大学生とSNS」になりましたが、SNSが無くて、みんなと築いた絆は一生消えないと思います。最後になりましたが、お忙しい中、優しく親身に、時には厳しく、真剣に指導して下さったアドバイザーの石寺さん、吉田さん、橋田さん、鈴木さん、このような貴重な経験の場を設けて下さった東京広告協会の方々、相談に乗って下さった先輩方、本当にありがとうございました。心より感謝申し上げます。

植木 拓実 (うえき たくみ) 上智大学
 去年参加した先輩方が口を揃えて「楽しいけど、大変だよ」と言っていたが、まさにその通りでした。初回の定例会の日から終電。その後も毎週月曜日の定例会議のみならず、毎日どこかで集まり会議。大変とは聞いていたけれども、ここまで大変なのか！と思い、部活動もやっていた私は途中で辞めることを考えたこともありました。しかし、最後までやり遂げ、途中で辞めずに本当に良かったと思っています。それは大変さ以上に色々な事を学び、楽しんでやってこられたからだと思います。全くの白紙の状態から調査立案を自分たちの手で行わなければならない、経験のない私たちは戸惑い、また最初の内はFUTUREというよりも各大学の色が強く、なかなかうまくいかない日々が続きました。しかしみんなが意見をぶつけ考えることによりFUTURE2010というチームになることができ、徐々に形になってゆき最終的にはこうして報告書としてまとめ上げることが出来たのだと思います。最初の頃の資料を見直してみると、当時私たちが自信を持って提出していた資料ですが、今ではその完成度の低さに驚かされます。しかし、そう思えるのもこの8カ月間、一つのことをみんなでとことん取り組み、考えてきた結果であると思います。タイムマネジメント・仮説思考・ロジックチャートなどを学び4月のキックオフ時より成長できたことを確信しています。今回テーマはSNSでした。プロジェクトのあらゆる段階で度々“絆”という言葉が出てきましたが、今回FUTURE2010の一人一人個性の強い仲間たちとはこのプロジェクトを通じて“絆”を築きあげることが出来たのではないかと感じています。最後になりましたが、私たちにFUTUREという機会を与えてくださった東京広告協会の方々、また忙しい中私たちを毎週指導して下さった博報堂の石寺さん、吉田さん、橋田さん、鈴木さん本当に感謝しています。ありがとうございました。もう毎週月曜日に集まることがないと思うとなんだか寂しいですが、社会人になってもしっかり集まりましょう。FUTURE2010の仲間たち本当にありがとう！

岡崎 未来 (おかざき みく) 上智大学
 “サークルとアルバイトで忙しいし、これ以上予定を詰め込むのは無理かな。FUTUREは途中で辞めるしかないかな。”実は私はこんな気持ちで初回のミーティングに参加していました。8カ月前のことですが、遠い昔のように感じています。実際、そんな思いは30人の前で自己紹介をした時にはすっかり消えてなくなっていたのですが...。毎週の定例会ではアドバイザーさんから「一人一回は発言して帰ろう。」と言われ、大きく意識が変わりました。実は私はお喋りの割に、会議などになると緊張してしまい、反論が怖くて口を閉ざしてしまうタイプの人間でした。しかし、このアドバイザーさんのお言葉で「自分の意見を人に伝えること」の大切さを実感し、自分を変えたいと思うようになりました。自分の意見を意地でも通すことは時にはチームにマイナスを与えてしまうこともありますが、自分の意見を伝えることはチーム全体に大きな影響を与え、良い刺激になることがわかりました。また、“なぜ？”の問いかけに答えていくうちに、新たな発見が生まれることもとても刺激的でした。自問自答を繰り返し、自分を客観的に見ることの大切さ、そして面白さを教えていただきました。



しかし、毎回提出する課題に対して、なかなかOKをいただけず、悔しい思いもしました。話し合いも毎回スムーズに行くのではなく、テーマ決め・仮説・調査・分析・文章化...すべての工程で煮詰まったのが事実です。自分の知識と表現力の乏しさに愕然とすることも多々ありました。それでも、一度も辞めようと思わなかったのは、その困難を乗り越える度に深まる、仲間との絆があったからです。

30人が一つにまとまるのはとても大変なことでした。意見を言うにもタイミングが難しく、何より全員が集まる日も場所もなく、困ったこともありました。今思い出すと、メリス係を担当していた時期もありました。毎日メリスを流しては全員の予定をうまく合わせ、集まる場所と時間を決めるのもとても大変だった覚えがあります。しかし、皆が返信をくれたり、電話までくれたりしたことが実はとても嬉しかったことも鮮明に覚えています。こんな些細なことからも30人皆でFUTUREを作り上げていくんだと実感できました。もちろん、その後も長い時間を共有し、お互いに熱く語り合ったことでさらに絆は深まっていきました。FUTUREをやっていないければ出会っていなかったであろう人たちと、ここまで団結して一つのことをやり遂げられたことは、私にとって大きな経験となりました。意識の高い人たちに囲まれて、向上し合えたことを心から嬉しく思います。FUTURE2010が終わっても、大学を卒業しても、また集まって語り合えよう。

最後に、このような素晴らしい場を提供して下さったアドバイザーの方々、東京広告協会の方々、OB・OGの皆様、FUTUREに関わって下さった全ての方に心からお礼申し上げます。本当にありがとうございました。

小田 咲 (おだ さき)

成蹊大学

はじめはなんとなく広告業界に興味がある、という安易な考えでこのFUTURE2010に参加しましたが、この8ヶ月はここでは書ききれないくらいとても濃い日々でした。4月のキックオフミーティングでの自己紹介ではガチガチに緊張してしまい、みんながどんな自己紹介をしたのか覚えていないくらい人前で話すことが苦手でした。しかしテーマが決まり、調査項目を考え、毎日のように四ツ谷、渋谷とどこかしらに集まり話し合いを重ねることで、初めは「大学」という垣根を越えることはなかなか難しく、あまり意見が飛び交うことが少なかったが段々と自分の意見も言えるようになり、話し合いが楽しくなってきました。自分の成長を感じることができ、とても嬉しかったです。合宿ではロジックチャートを学びましたがなかなか論理的な思考に慣れず、タイムマネジメントもあまり守ることができていなかったのが班みんなでも苦労しました。私達が作業していた場所は嵐のあとのように、夜中もみんなで調査結果を見つめあれこれ議論を交わしました。調査票作成やロジックチャート、プレゼンテーションの発表方法のみならず、自分自身の成長、そして一緒に乗り越えたFUTURE2010メンバーと出会えたことは私にとってとても大切な一生の宝物です。最後になりましたが、このような貴重な機会を与えて下さった東京広告協会の方々、お忙しい中私達学生に真正面からぶつかって下さったアドバイザーの石寺さん、吉田さん、橋田さん、鈴木さん、そしてモチベーションが高く、いつもいい刺激を与えてくれたメンバーの皆、一緒に最後まで頑張ることが出来て感謝の気持ちでいっぱいです。本当にありがとうございました。

木村 美貴 (きむら みき)

東洋大学

2年生の終わりから3年生始まるころにかけて、私はFUTUREに参加するかどうかを悩んでいました。FUTUREに参加した先輩から「FUTUREは楽しいよ！やりがいがあるし、他のゼミじゃできないことだから、やってみなよ！」という言葉や、疋田先生の「

迷ったら何でもやる！」という言葉から、FUTUREに参加することを決意しました。それまで大学生活でサークルとバイトしかしてこなかった私にとって、このFUTUREはとても貴重な経験となりました。4月に行われたキックオフミーティングから約8か月間本当にあっという間でした。約30人のメンバーとFUTURE2010がスタートし、最初は仮説作りに苦戦。仮説がたくさんできて次に調査票作り。調査票が形になってきたときは嬉しかったです。そこからの調査票を回答してもらおうのもたくさんの人に協力してもらい時間ぎりぎりまで集め、1143票集まったときは、すごく達成感がありました。夏合宿はロジックチャートが本当に難しかったです。グループでやった作業もなかなかうまく進まず苦戦しました。文章化する時も表現の仕方が若干違うだけで意味合いが変わってくるし、うまく言葉にできないことが多かったりしましたが、それをうまく表現できたときやみんなと共感できた時はすごくうれしかったです。FUTUREで得るものというのはたくさんあって、他大学との人の交流はもちろん、その分いろんな価値観を持っていて、一人一人個性があって面白かったし、すごいなと思ったこともたくさんありました。仲間から得たこともたくさんありますが、他にも技術的なロジックチャートやタイムマネジメントの大切さなども学べて、他の大学生じゃない事をこの約8か月間でやってきたなと思います。このやってきたこと、ここで得たものというのは、これから活かしていけたらいいなと思います。

最後になりましたが、お忙しい中このような貴重な機会を与えて下さった東京広告協会の方々、博報堂のアドバイザーの吉田さん、橋田さん、鈴木さん、石寺さん、いろいろと教えて下さったり相談に乗ってくれたOB・OGの方々、本当にありがとうございました。そしてFUTURE2010のみんなも本当にありがとうございました！

黒川 麻子 (くろかわ あさこ)

東洋大学

2年生のとき、3年生の先輩たちは「FUTURE」という単語をやたら発していました。その頃、その「FUTURE」とは一体何なのか、私はよく分かっていなかったのも、なぜあんなに夢中になっているんだろ、くらいに思っていました。そして3年になり、キックオフミーティングに参加するが決断が迫られたとき、私は参加しない一度決めました。しかし、ずっとなにかひっかかる思いがありました。やらないと後悔するんじゃないか？このままの大学生活で何か得ることが出来るのか？もやもやもや・・・という気持ちが私の中にあっただけです。そこで、思い切って参加することにしました。正直大学生活あまり楽しんでいなかったのも、何かおもしろいものに会いたい！という気持ちもありました。参加してみたら、とりえず体力が追いつかなかったです。ほぼ終電という日が週に何日あることもそうでしたが、とにかく無い頭をよく動かした！という感じでした。それを一番実感したのはなんとといっても合宿でした。この合宿が、私のFUTURE生活で一番印象的でした。2泊3日、とにかく考え、考え、考え、少しか寝ました。充実感もとても感じましたが、同時に自分の無力さもひしひしと感じ、劣等感に苛まれる瞬間も少なからずありました。しかし、いろいろな大学の人と接することはとても刺激になりました。みんなとても個性的で、考え方も、出身地も、今まで歩んできた道のりも様々で、一人の考え方は絶対に出来上がらないものを作り上げることが出来ました。

ひとつのことをここまで考え、話し合い、いろんな人の意見を聞き、さらに考える、という作業、今までしてきたことがありませんでした。半年以上もSNSのことを考え続けることになることは、始まったときには思いもしなかったことです。しかし、私はSNSの代表格である、mixiをやっていませんでした・・・。このおかげで、みんなが話している意味が分からない、みんなが納得しているのについていけない、などの弊害がありました。



でも、私はそのままSNSをやらずにFUTUREをやりきりました。やっていないのにここまでSNSについて知っている人はなかなかいないのではないかと思います。これもひとつの自信となりました。

最後に、たくさんの刺激と楽しさ、充実感と自信を与えてくれたFUTUREというプロジェクトを支えてくださった東京広告協会の方々、博報堂のアドバイザーの皆様にご感謝申し上げます。本当にありがとうございました。

小島 慎太郎 (こじま しんたろう) 上智大学

4月のキックオフミーティングから今まで、あっという間の8ヶ月だと感じました。参加メンバーの顔合わせとなった日が昨日のこのように思い出せます。先輩の方々からFUTUREは大変だと聞いていたので、ホントにきつかったら辞めようぐらいの気持ちで参加しました。実際FUTURE2010は自分の生活のメインとなるぐらい大変なものでした。大学ごとにテーマを決める段階で、大学の図書館で議論が煮詰まり続けていたとき、「今年はホントにヤバイ、テーマが決まらない。NO FUTUREだよ」と泣きそうになっていました。他にも夏に軽井沢で行った合宿で寝ないでロジックチャートを作成したときなどキツイと思ったことは何回もありましたが、一度も辞めようと思ったことはありませんでした。

日々のミーティングでは、議論が進まずに沈黙があったり、意見が対立したり、真剣な顔で考えているのにボーっとしていると言われることもありました。しかしFUTUREでの日々は自分にとって大切な時間でした。なぜなら、個性豊かなメンバーのそれぞれが違う意見や考えを持っていて、それで議論をすることで、自分の刺激になっていたからです。このように友人と真剣に議論をし、考え抜く経験というのは中々できないと思います。議論の合間に下らない話をしてぶざけあっているのも楽しくて、FUTUREに参加してホントに良かったと思います。最後になりましたが、仕事で忙しい中毎週時間を割いて指導してくださった博報堂アドバイザーの石寺さん、吉田さん、橋田さん、鈴木さん、本当にありがとうございました。アドバイザーの方々的確な指摘や、熱い指導があったからこそ自分は成長することができたと感じています。また、このような貴重な機会を提供して下さった東京広告協会の方々、おもしろい先輩の方々、本当にありがとうございました。そしてFUTURE2010のみんなお疲れ様。一息ついたらみんなと酒を飲んでお互いのFUTUREでも語り合おう。

小林 裕美 (こばやし ゆみ) 駒澤大学

ドキドキしながら参加したキックオフミーティングから、8カ月…。現在、主張の最終段階。もうこのプロジェクトも最終に入っているのかと思うと、とても寂しく感じます。今振り返ると、このプロジェクトで「伝える」ことの大切さを改めて感じました。自分の中で考えたことをいざ言葉にして伝えるとすると、なかなかいい言葉が出てこない。とてもモカシイ。思っていることを伝えるだけでいいはずなのに、難しく考えすぎて最初のうちはなかなか意見を出すことができませんでした。しかし、話し合いの回数が増えるにつれて、分かりづらかったとしても伝える努力をしないと、伝わるものも伝わらないのだと感じるようになりました。そのように意識しながら話すすと自然と人と話をするのが楽しくなり、毎回、皆と会うことが楽しみなようになっていきました。そして何度も話を重ねていくと、みんな自分の主張をちゃんと持っているなど感じるようになっていきました。テーマ決定、仮説構築、調査票作成、調査とめまぐるしく時間は過ぎていき、FUTURE恒例の合宿。私にとって、合宿は刺激的で、新鮮で、自分を大きく変える機会となりました。息つく間もなくこなしていく課題の数々、普段では

話さないようなことを真剣に語り合った親睦会。合宿が終わった3日後にはこれまでの経験の中で感じたことのない達成感と充実感があり、合宿を終えてからの自分は何かが違う気がしています。合宿で学んだことはどんな場面でも活かすことのできるものだと思っているので、色々な場面で活かしていきたいと思っています。今、各章のサブ主張やメイン主張といった最終段階を完成させていく中で、1人1人の微妙なニュアンスの違いをどうまとめていくのが難しくなっていますが、今までの積み重ねの集大成として納得のいくものを作りたいという気持ちがあるからこそなだと感じています。最後に、貴重な機会を下された東京広告協会の皆様、調査にご協力いただいた東京サーベイリサーチの皆様、毎週夜遅くまで私たちを指導して下さったアドバイザーの石寺さん、吉田さん、橋田さん、鈴木さん、OB・OGの先輩方には心からの感謝の気持ちでいっぱいです。そしてFUTURE2010のみんな、8カ月間、本当にありがとうございました。私、同世代の子とこんなに議論したの初めてだったから、毎回毎回みんなと話すのとっても楽しかったよ。こんなに濃いメンバー、絶対忘れられるわけないよね(笑)ということで、これからよろしくね!

小松 朋実 (こまつ ともみ) 駒澤大学

期待と不安を胸に抱きながら出席したキックオフミーティングの日のことが、つい最近だったかのように感じられます。今も、あと一カ月もしないうちにこのプロジェクトが終わってしまうことが信じられません。

私は、FUTUREを通し大きく2つのことを実感することが出来ました。

一つ目は「失敗をしたからこそ、今後に活かせるということ」。FUTUREが始まった頃は、ただがむしゃらに頑張っていた気がします。マニュアルがあるわけでもなく、わからないことばかりでした。定例会議の度に、アドバイザーの方々指摘をたくさんいただきました。しかし、「失敗」から学ぶことは今しか出来ないことなんだ」と途中から思うようになりました。社会に出たら周りからは「成功」を期待されます。逆に言うと、「失敗」をしたら最悪そこで終わりという結果を招きかねません。自分たちで悩み・考え、答えを導き出す。そして、フィードバックしていただき、何がダメだったのか分析する。この流れが大事だったのではないかと思います。

二つ目は、「書いたことが、考えたことの全て 話したことが、考えたことの全て」であるということを実感しました。夏合宿の初日の講義の始めに教わった言葉です。これまで、頭の中で考えてわかってきたことを整理し直そうと思った時には忘れていたことが経験としてありました。そこで、とにかく考えが浮かんだら「書く」という癖をつけました。また、誰かに「話す」ということも実践しました。「書く」ということで自分の意見がまとまり、「話す」ことで何がその考えに足りないのがわかりました。意外にも、考えは外に出すことで、気づけなかった部分が見えてくるのだということが実感できました。また、今回FUTUREを通して出会えた仲間と、素の自分で意見を交わし合うことが出来たことを本当に嬉しく思います。大学生のうちでこんなに仲間と一つのことに向かって取り組むことは誰も経験出来ることではないので、この活動を通して出会えた仲間を私は誇りに思います。

最後になりましたが、今回私たちに貴重な機会をくださった東京広告協会の皆様、調査に協力して下さった東京サーベイリサーチの皆様、お忙しい中アドバイザーとして指導して下さった石寺さん・吉田さん・橋田さん・鈴木さん、私たちの活動を支援して下さったOB・OGの方々、心よりお礼申し上げます。



白神 昂 (しらかみ あきら) 成蹊大学

新しい事に一歩足を踏み出す期待と不安を胸に始まった FUTURE2010。今、振り返ってみると、その胸の高鳴りがつい昨日の事のように思い出します。FUTURE2010に参加することを決めたのは、「とにかく自分を変えたい!!新しい事にチャレンジしたい!!」そんな理由からでした。

いざ、プロジェクトが始まってみると日々自分の力の無さを実感しました。毎週月曜日に行われるミーティングでは全く自分の考えを意見する事が出来ず、みんなで課題に取り組む際も考えてばかりで、自分の意見を言葉にする事が出来ない。個性豊かなメンバーが集まった今年のFUTUREで自分はこのままでは埋もれてしまうと感じながらも、必死に食いついていきました。なにも浮かばないときは他人の意見を聞くことで何かのヒントを見出そうとしました。考えた事はとにかく紙に書きました。そんな事を繰り返していく中で徐々に自分の意見に自信を持ち伝える事が出来ました。

合宿までの調査プロセスはとても苦労した覚えがあります。調査テーマ決定、仮説構築、調査票作成、実際の調査と課題をクリアしていくたびに、これでもかと越えなければならない山が次々と目の前に現れました。しかし、その山をみんなと共に苦労に苦労を重ね乗り越えるたびにFUTURE2010のメンバーの団結力が高まり、また自分自身も少しずつ成長できた気がします。そしていよいよ夏の合宿。軽井沢に行けるということで高まるテンションのもと始まったが、蓋を開けてみるとメンバーは宿舎に缶詰状態で、夜も寝る間を惜しんで作業。ですが、今考えてみると中身の非常に濃い、実り多き合宿だった気がします。メンバー同士で意見をぶつけ合い、0から何かを作る事はとても難しく骨を折る作業でしたが、最終プレゼンで一つの形となり発表出来たことは大きな自信となり、味わったことの無い達成感に満ち溢れました。

このFUTURE2010では数えきれないぐらいの多くの出来事が生まれました。会議の後に一緒に飲みに行ったり、夜遅くまで上智のセブイレブンで話し合ったり、合宿の部屋であるメンバーが面白い事をしたり...その一つ一つがかけがえのない思い出です。

最後になりましたが、こんな未熟な私たちに毎週熱心にアドバイスをくださった吉田さん、橋田さん、鈴木さん、合宿で大変お世話になった石寺さん、東京広告協会の皆様、様々な場面で協力してくださった先輩方、厚く御礼申し上げます。そして、FUTURE2010のみんな、本当にありがとう!!これからもよろしくね!!

シン ヒヨンス (しん ひよんす) 上智大学

キックオフミーティングから、プレス発表までの232日間。3年生活の3分の2をFUTUREの活動に注ぎました。

大学2年間は、「やる気だけは誰にも負けないぞ!」という子で、サークルや学生団体など色々な活動に手を伸ばしていました。しかし、自分的にはどれも「最後までやり遂げた」という達成感を感じることができず、何か最後までやり遂げるようなプロジェクトにがっかりと自分の時間と努力を注ぎたいと思っていました。その時、FUTUREと出会ったのです。

銀座の電通ビルでのキックオフミーティング、その時の空気の重さを今でも覚えています。「皆すごく真面目そうだな。私がこのプロジェクトで皆についていくことのできるのかな」という不安でいっぱいだった。しかし、一人一人の自己紹介を聞いて「あ、不安なのは私一人じゃないんだな」と安心している自分もいました。何だか分からないけど、その時初めて「このメンバーなら!」という心地よさを感じたと思います。そして、今年の調査テーマを決める作業と、仮説を立てていく作業が始まりました。

何を考えて行っても「ぜんぶボツ」でした。このままでは今年のFUTUREはどうなるか分からない。今年は去年のリーマンショックみたいにビッグなニュースもないし、何をテーマに決めれば良いかが分からない。仮説を立てる作業の時も、答えになれそうな仮説を考えていた自分たちがいました。それが間違っていると、じゃどうすれば良いのかと、そこまで気づくのに長い時間がかかりましたが、振り返ってみると、この経験があったからこそ、今、物事を考える時に自分なりの視点に立って堂々と意見を言えるようになったのではないかと思います。毎週の定例会に、徹夜で作業をしないと課題が間に合わない。そういう切迫感溢れる3ヶ月間を過ごしました。そして、今考えてみると「あの時、煮詰まったから、今ここまで考えられるように、突破口を見つけられるようになったんだな」と思います。その後、調査票を作り、アンケートを取り、夏休み。そして、地獄の3日間の合宿が始まりました。いや、地獄だったけれど、とてつもなく楽しかった3日間でした。アンケートの集計が終わり、まず最初に自分たちの手元に戻ってきたものは「1000人の生声の重さ」でした。1万声以上の自由回答を全部まとめて自分たちなりの分析を行う作業、というものが合宿の課題でした。この作業のおかげで、合宿を含め3日間丸ごと徹夜。「女の子のくせに、私、案外体力持ってるじゃん!」と感じましたね。でも、やっぱり楽しい。皆と議論し合って一つの物を作り上げる作業って本当に楽しい!と感じた3日間でした。

合宿の後は、ようやく私たちの調査結果を世の中に発信していくための形作りの作業が始まりました。調査前に立てた仮説どおりになったところもあれば、予想外の結果が出たところもあったので、これはまた煮詰まる毎日。もういい加減、「2010年大学生は煮詰まり世代」と言った方が良いのではないかと思いましたが、今こうやって自分たちの目の前に1年間の汗の結晶が残り、世の中に対して有益な情報を発信することができた!ということを見ると、私はFUTUREに参加して本当に良かったなと思います。皆様お疲れ様でした。これから、社会に出て色々なフィールドで活躍していくと思いますが、たまには集まって煮詰まり飲みでもしましょう。そして、指導をしてくださったアドバイザーさんの方々と、活動の支援をくださった東京広告協会の方々に心から感謝しております。ありがとうございました。

須貝 健彦 (すがい たけひこ) 東洋大学

他大学の友達を作りたい、大学生活で何か一つのことを全力でやり遂げたい、自分自身を成長させたい、という気持ちからFUTURE2010に参加しました。やるにあたって先輩方から大変だよという話も聞いてはいましたが、大変だろうと最後までやり切ろうと自分の中で決めていました。

8ヶ月間を振り返ってみて、みんな口を揃えて言っているが、本当にあつという間だったなと感じます。それはこの8ヶ月間充実した日々を送っていたから、というように思っています。周りの友達と遊んでいる中、毎週月曜日は赤坂の博報堂に行き、月曜日以外もどこかの大学やファミレスにみんなで集まり話し合いをする生活。他にもやらなければいけないこともあり、両立させるのが大変な時期もありました。しかし投げ出さずにやり遂げたことは今の自分にとって大きな自信になっています。FUTUREでの活動を振り返って一番印象に残っているのは、やはり二泊三日の軽井沢での分析合宿です。ポストイットがぐっつかなくなるくらいみんなでロジックチャートを組み替え、必死に考え、話し合いました。今後ポストイットを見るたびにFUTURE合宿を思い出すと思います。一つのことを考え、ふと時計を見たときに考え始めてから3時間経っていたときはとても驚き、タイムマネジメントの重要性を思い知らされました。



また、みんなで合宿最終日の発表に向け頑張っている中、睡魔に勝てず眠ってしまったことをこの場を借りてメンバーには謝罪したいです。

FUTUREを通して刺激的な仲間に出会うことができました。みんな自分の意見をしっかり持っていて本当に尊敬できます。他大学のひとと一緒に勉強することは、自分が思っていた以上にたぬになり、刺激がありました。

最後になりますが、FUTUREという貴重な機会を与えてくださった東京広告協会の方々、お忙しい中熱心に指導して下さった博報堂の石寺さん、吉田さん、橋田さん、鈴木さん、先輩方本当にありがとうございます。心から感謝しています。FUTURE2010のメンバーも本当にありがとう。そしてこれからもよろしく。これから就職活動が本格化してきますが、FUTURE2010で学んだことを生かし頑張っていきたいと思ひます。

杉本 まどか (すぎもと まどか) 成蹊大学
「大学生」「SNS」「コミュニケーション」「絆」。FUTUREが本格的に始まってからいまままで、これらの言葉で頭がいっぱいになり、気づいたらFUTUREのことを考えていました。

ゼミの先生のお話を聞き、「おもしろそう!」と思ひて参加してからもう8ヶ月も過ぎてしまったなんて、信じられないくらいです。この8ヶ月は本当に濃く、ミーティングのたびに新しいものを吸収し、成長できた日々でした。

他人の意見をきくこと、自分の頭で考えること、自分の意見を伝えること。論理的な考え方やタイムマネジメントの重要性など、書ききれないほどたくさんを学ぶことができました。今までなんとなく生きてきた自分にとっては難しいことが多く、悩んだり落ち込んだりすることもありました。しかしそんなときも、頑張っているFUTUREのみんなをみると、「自分も頑張ろう!」という気持ちになりました。FUTURE2010のメンバーは向上心が高く、努力を惜しまない人たちがばかりで、見習いたいところがたくさんあります。そんな仲間に出会えて活動できた自分はとても幸せだと思います。

部屋が増えていくFUTUREの資料を眺めると、本当に何もなかったころから、みんなで1つのものを作り上げたということを実感しました。

最初はみんなバラバラで、テーマもなかなか決まらず、議論が行き詰まることもありましたが、でも、その時間も決して無駄ではなかったのだと今になって思ひます。毎週の赤坂でのミーティング、軽井沢合宿、大学やファミレスでの話し合いもぜんぶいい思い出です。みんなありがとう。

そして、時に優しく、時に厳しく私たちを最後まで指導して下さったアドバイザーの石寺さん、吉田さん、橋田さん、鈴木さん、本当にありがとうございます。合宿のときの吉田さんの言葉は胸に響きました。

また、このような機会を与えて下さった東京広告協会の皆様、大学の先生方、先輩方、たくさんの支えがあってここまですることができました。このプロジェクトに関わったすべての方に、心から感謝しています。

鈴木 彩香 (すずき あやか) 東洋大学

4月に行われたキックオフミーティングが近い最近のことのように、あっという間に過ぎた8ヶ月間でした。私は、3年生までの大学生活を振り返ってみて、「全力で打ち込んだ」と言えることがなかったため、何か一つでも自分の自信になるようなことがしたくて、FUTUREに参加しました。

はじめは他大学のみんなの積極性に圧倒され、これから続けていけるか漠然とした不安がありました。全体のミーティングでは、みんなの意見に頷きだけで、なかなか自分の意見が言えなかったり、毎回の定例会議でも、アドバイザーさんからの問い掛けに答えるだけで緊張していました。

でもこんな自分を変えたくて、少しでも緊張せずに、自分の意見を伝えることができるようになりたくて、出来るだけ積極的に参加するように心掛けていました。アドバイザーさんからたくさんの指摘を受けたり、人数が多いためさまざまな考え方があり意見がなかなかまとまらなかったり、何度も何度も話し合いを重ね、毎週月曜日がくる早さを感じました。

軽井沢に2泊3日缶詰めになった合宿では、調査を進めていく上で基本となっていく考え方である「ロジックチャート」を学んだことは、これからの自分にとって貴重な収穫だったと思ひます。それぞれのチームが夜遅くまでロジックチャートをしたり、いろんなことを話したり、みんなと更に仲良くなれた、大変だったけど充実してて楽しい合宿でした。

いま振り返ってみて、ゼロから始めたプロジェクトがカタチになったこと、大切な仲間ができたこと、とても貴重な経験ができた充実した時間を送ることができました。これから毎週みんなと顔を合わせることがなくなったり、赤坂に通うことがなくなると考えると、少し寂しいです。FUTUREで過ごした時間は、私にとってかけがえのない時間で、得ることが出来たものは、私の糧になっていくと思ひます。

最後になりますが、貴重な機会を与えて下さった東京広告協会の方々、とてもお忙しい中、私たち学生にご指導を下さった博報堂アドバイザーの石寺さん、吉田さん、橋田さん、鈴木さん、温かくサポートして下さいました。OB・OGのお先輩方に心から感謝申し上げます。そして、FUTURE2010のメンバーと一緒にこのプロジェクトに参加できて本当に良かったです。みんなだったから頑張ることができたよ。仲良くしてくれて本当にありがとうございます。大切な仲間です。

鈴木 真奈美 (すずき まなみ) 駒澤大学

4月に初めてメンバーのみんなと顔を合わせてから早8カ月。本当にこの8ヶ月間は私の大学生活の中で最もハードで、最もかけがえのないものになりました。

今思い返すと、最初はみんな緊張してて、大学の垣根をなかなか越えられませんでした。でも徐々に会議の回数が増え、週の大半をFUTUREのメンバーと一緒に過ごすようになり、お互いに意見を出し合うようになってくると、自然とみんなが仲良くなっていました。

そして、9月に行われた2泊3日の軽井沢合宿では、自分が考えたことを紙に書くことの大切さや自分の考えを仲間に伝えることの大切さを学びました。ロジックチャートという新しい考え方を学び、頭の回転がついていけず苦勞もしたのですが、体中にポスティブを貼りつけながら、真夜中のハイテンションを武器に、チームのみんなとロジックチャートについて悩みに悩み抜いた夜は私にとって、最高の思い出です。また、夏合宿の際にOB・OGの先輩方から頂いた激励のお手紙や差し入れを見て、たくさんの先輩方が私たちのことを応援して下さいることに気づき、「みんなで素晴らしいものを作り上げたい」という気持ちが強くなりました。あの合宿を通してメンバーの絆は確実に強いものへと変わっていききました。怒涛の軽井沢合宿が終わってからも、息つく間もなく、ロジックチャートと文章化の嵐。毎週みんなで作ったデータをアドバイザーさんたちに見せた時に頂く講評には、新しいことの発見がたくさんあり、毎回大変勉強になっていました。今考えると、このFUTUREで自分が学んできたことは本当に貴重なことばかりだったと思ひます。

最後になりましたが、私たちにこのような貴重な機会を与えて下さった東京広告協会の方々、どんなに忙しくても私たちの指導には常に真正面から向かってきて下さったアドバイザーの石寺さん、吉田さん、橋田さん、鈴木さん、毎週私たちと同じように赤坂まで来て下さって後から優しく見守って下さったOB・OGのたくさんの先輩方、本当にありがとうございます。こんなにたくさんの方々に支えられて8か月間の活動ができたことに改めて感謝いたします。そして、2010メンバーのみんな。頼れる副代表とはいかなかったかもしれないけど、みんなの力や支えがあったからこそ、ここまでやってこれたのだと思ひます。8か月間めっちゃ楽しかったです! 本当にありがとうー!!



園木 愛佳 (そのき あいか)

成蹊大学

大学生活何か「頑張った」と胸を張って言える事をしたい。そう思って入る事を決めたFUTURE。しかし初めてこのプロジェクトメンバーに会ったあのキックオフミーティングで、私は早速「無理かも・・・」そう思ってしまいました。なぜなら、自分以外のメンバーがものすごくすごい人に見え、自分にはついていけないと思っただけです。自己紹介ひとつするのに、私は手に汗を握り声が震えてしまう程緊張してしまうのに、他の方は堂々と緊張の“き”の字も見せない様子で自己紹介をしていました。こんな中で「自分はやっていけるのだろうか。」不安ばかりが頭をよぎり、参加を辞めようかと何度も思う事もありました。しかし同じ大学の仲間が「一緒に頑張ろう！」そう言ってくれた事が力となり、ここまでやってくる事が出来ました。感謝しています。ありがとうございます。

日々のミーティングでは、自分がマイペースすぎるのか人の意見を聞いて理解することだけで精一杯でした。しかし段々とミーティングにも慣れ、自分の意見が持てる様になってきた頃、次は人に意見を上手く伝える事が出来なくて悩みました。そしてちょうどそのくらいの時期にあったのが「合宿」でした。合宿・・・あんなに頭を使ったのも、あんなに意見を絞り出したのも初めてでした。3日間休む間もなく仲間と話し合いをしていくうちに、段々と躊躇せずに自然と意見を言う様になってきました。意見がぶつかっても怖くなく、みんなと堂々と話せる様にもなりました。最後に導き出したプレゼンも、未熟なものでしたが、とても大きな達成感を得る事が出来ました。このように、合宿は自分にとって大きく成長する事が出来たし、その達成感が自分の自信へと繋がりました。

振り返ってみると、この8ヶ月間本当に、本当に充実したものでした。月曜日の全体ミーティングまでに宿題を完成させるのに、つぶれそうな目をこすりながら終電まで話し合いをした事もあります。ファミリーレストランで周りが楽しそうに食事をしている中、ノートを開いて黙々と考え込んだ事もあります。自分の発想能力のなさに、悔しい想いをした事もあります。アルバイトをしながら、学校の授業をこなしながら、FUTURE。自分が今なにをしているのかわからなくなる程忙しく、辛いことも多々ありました。しかしそれ以上に学ぶ事が多く、毎日新しい発見ばかりで、とにかく楽しく充実した日々でした。不安でいっぱいな気持ちの中始まったFUTURE2010。諦めずに最後まで続けて本当に良かったです。自己紹介も満足に出来なかった私が今こうして人前に入る事に抵抗なくいられる事、答えが出るまで考え抜く力がついた事、今の自分があるのはこのFUTUREでの8ヶ月間のお陰です。

最後にこのような素晴らしい機会を提供して下さった東京広告協会の方々や博報堂のアドバイザーの方々、相原先生に感謝の気持ちでいっぱいです。本当にありがとうございました。そして一緒に頑張ってきたFUTURE2010のメンバー、話し合いに参加できない事もあるけど迷惑も沢山かけてしまったかもしれないけれど、このメンバーに出会い私は成長することが出来ました。多くの刺激を本当にありがとうございます。

高田 佑紀 (たかだ ゆき)

東洋大学

Futureって何だろう？ゼミの人たち参加するみたいだし、とりあえず私も参加しておこー。そんな単純な気持ちで始めたこのfutureというプロジェクト。初めてみんなと顔合わせた電通でのキックオフミーティングで、初心者の方はすでに気持ちがいっぱいいっぱいでした。本当に私はついていけるのだろうか、他の大学の子と話せるようになるのだろうか、そんな不安で押しつぶされそうでした。そんな気持ちを抱いたまま始まり、8か月という期間が過ぎました。その間に不安は徐々にとれ、充実した8か月にすることができました。

私はもともと自分がつらいと感じる物事から逃げてしまう性格で、このプロジェクトの内容を聞いたときに、正直続けるか迷いました。しかし、遅かれ早かれ、この逃げる癖は治さなければいけないと考えていたので、大学生活の中で自分が変わるのにはこしかなない、と思い、このプロジェクトだけは途中リタイアせずに頑張ろう、と思いました。今考えると、その時にちゃんとして決めた自分をほめてあげたいです。なぜなら、人前で話せるようになって、自分の意見を持つことができるようになってきたり、自分でわかるくらい成長してきたからです。Futureを8か月間やってきた中で、テーマ決めから最終的な主張まで、今までの自分では絶対に得られなかった収穫が多々ありました。6大学で集まり、みんな各々の意見をぶつけ合い仲を深め、毎週月曜日にある博報堂での話し合いでは足らず、ほかの曜日は集まれる人で話し合い進めていきました。時にはみんなで煮詰まって、futureの話からそれてしまったりと、つらい反面なんだか楽しいときもあり、1つのことをみんなで突き詰めていくことの楽しさを知りました。この8か月間、集まっている時だけでなく、futureのことが頭からはなれず、SNSを開くたびにfutureを思い出しました。Futureが生活の一部となっていた、と言っても過言ではなく、この長そうでも短い8か月という期間が終わろうとしている今、さみしさでいっぱいです。こんな気持ちになれるのも、futureという機会を与えて下さった東京広告協会の方々や、忙しい中指導してくださった博報堂のアドバイザーの方々、そしてfuture2010のメンバーのおかげです。Futureがゴールではなく、人生の1つのステップとし、これからも成長し続けていきたいと思えます。みなさん、本当にありがとうございました。

高橋 怜 (たかはし りょう)

東洋大学

今、FUTUREの感想を書いている自分に驚きです。8ヶ月といえは1年の3分の2もあります。その8ヶ月がもあ終わる・・・、とても信じられません。

4月のキックオフミーティングが終わわり、すぐにテーマ決めが始まりました。みんなが頭をひねって考えてきたテーマを発表する。そして最後にアドバイザーの方々に来週も考えてきて、と言う。今年らしいテーマってなんだ、みんなそれに悩まされていきました。いきなり行き詰ってしまい、快調なスタートはきれませんでした。やっとテーマも「SNS」に決まり仮説を考える段階に入りました。けれど、ここでも行き詰まってしまい、こんなんでこの先やっていけるのかと不安になりました。しかし、そんな不安が嘘のように、調査票が完成し、アンケートを回収し、夏合宿が終わり、分析も終わり、今FUTUREの感想を書いています。もっFUTUREが終わります。

あっという間の8ヶ月でしたが、中身はとても濃いものでした。一つのことをこんなに深く、頭がこんがらがらるまで考えたことはFUTUREが初めてでした。誰かが意見を言う、それについての意見を他の人が言う。その意見についてみんなで考える。この話し合いの中で、みんなの考え・意見を聞くことはとても面白く、「こんな考え方があった」「へ～知らなかった」と新しいことの発見の連続でした。この新たな発見があったのも、個性豊かなFUTURE2010のみんながいたからこそだと思います。FUTURE2010のみんながいたから、プロジェクトのはじめに感じていた不安もなくなったのだと思います。FUTURE2010のみんなだったから、このテーマを形にできたのだと思います。FUTURE2010のみんなとこのプロジェクトができたことを誇りに思います。

このような機会を設けていただいた東京広告協会の方々、また私たちをここまで導き、支えてくれたアドバイザーの方々、貴重なアドバイスをしていただいたOB・OGの方々、心より感謝を申し上げます。



「大学生活で本気でやったことは」と聞かれたら迷わず、FUTUREと答えます。このプロジェクトに参加したことは大正解だったと思います。最後にもう一度、FUTURE2010のみんな、このプロジェクトを支えてくれた方々、このような場を設けてくれた方々、ありがとうございました。

竹見 航平 (たけみ こうへい) 専修大学

FUTUREに参加するなら、バイトもできなくなる。これがFUTUREの第一印象でした。とりえず大変で、やる気がないといつていけない、そんなイメージを持ちFUTUREに参加しました。初顔合わせの日、みんなで決意表明をし、FUTUREはスタートしました。他大学の人と仲良くできるのか、自分は最後まで続けられるのか、そんな不安を抱えていました。しかし、それはみんなも同じで、みんなと仲良くなっていくうちにその不安は消えていきました。今日はどこでミーティングをするのか、自分には小さな楽しみでもありました。いつもリラックス過ぎる雰囲気の中ミーティングが始まり、いつの間にかみんなが真剣に意見を言い合っており、ミーティングが終わるがいつも10時を過ぎ、もの凄く疲れるのですが、それ以上の充実感得られていました。最初のころの『FUTUREのせいでバイトが出来なくなる』っていうのが、自然と『バイト休んでFUTURE行きたい』って思えるようになってきている自分に気付きました。FUTURE合宿では2泊3日という短い間でしたが、自分には1週間ぐらいの長さを感じました。1日中アンケートのデータと格闘し、自分の意見が反映されたり、プレゼンでアドバイザーの方から様々な指摘を受けたり褒められたりと、合宿後には今まで以上に自分に対して自身を持ってようになりました。FUTUREでは多くのスキルを教わり、持てきました。しかし、自分の中で一番の収穫はFUTURE 2010のみんなに会え、ここまで一緒にやってこれたことだと思います。

みんなと過ごした8カ月は自分にとってかけがえのないモノとなりました。大学生活で一番の思い出はと聞かれたら、間違いなくFUTUREのみんなと過ごしたことだと胸を張って言えます。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博報堂のアドバイザーの方々、東京広告協会の方々、各大学のOB・OGの方々、本当にありがとうございました。そして、いつも一緒にいてくれたFUTURE 2010のみんなに心から感謝したいです。本当に本当にありがとう！！

田邊 彩 (たなべ あや) 駒澤大学

4月、「キツかったら途中でリタイアすればいいや...」そんな軽い気持ちでFUTUREのキックオフミーティングに参加していました。今までゼミとバイトの両立さえギリギリだった自分に、果たしてやり遂げることはできるのだろうか、そんな不安もあったからだと思います。参加しているメンバーはみんな、このプロジェクトに全力で取り組もうとしていました。その中で自分人だけ軽い気持ちでやっていくのはメンバーに失礼だし、逆にこの環境の中だったら自分の努力次第で、今より何倍も成長できる!!そう確信しました。そんなレベルの高いメンバーに囲まれていたことで、自分の考え方や物事への取り組み方も少しずつではありましたが、変わって言ったように思いますし、4月から比べれば、成長したなと思える部分もできました。大学間にあった壁も今では取り払え、誰でも気軽に話せるようになりました。早いもので、FUTUREもあと少しく終わってしまいます。今、リタイアを考えていたことが嘘のように感じるのは、そんなこと考える暇もないくらい忙しく、また充実していたから、そして、レベルの高く素晴らしいメンバーがいたからだと思います。ミーティングで何度も煮詰まったり、意見がぶつかったりもしました。合宿では寝る間も惜しんで作業をしました。いくつも意見をもとめていく、30人が同じ方向に向かって1つのものを作り上げていく、正直なところ、こんなにも大変だとは思っていませんでした。

それが完成を迎える今、達成感や感動とともに、終わってしまう寂しささえ感じます。それだけFUTUREが自分の中で大きな存在なんだな、と改めて実感しました。

最後になりましたが、このような機会を設けてくださった東京広告協会の皆様、お仕事で忙しい中ご指導くださったアドバイザーの方々、本当にありがとうございました。自分の人生の中でもトップに入るような貴重な経験をする事ができました。そしてメンバーのみんな。みんなのお陰で成長できて、最後まで続けることができました。本当にありがとう。

中村 美怜 (なかむら みさと) 専修大学

最初は「FUTUREをやってみようかな」という小さな興味から参加しました。他の大学の人たちと初めて会うと、すごく意欲的で、積極的だなという印象を持ちました。そして私は楽しみと同時に、この中でやっていけるのかすごく不安でした。

FUTUREが本格的に始まり、自分たちで案を出し発表するというのをなかなか経験することがなかったので、考えるだけで頭がパンクしそうでした。また、発表や人前で意見を言うことが苦手な私は、なかなか克服することはできませんでした。

みんなで案を出し合い、1つの案が決まるまではとても時間もかかりましたが、この先がとても楽しみにになりました。

そして調査票の作成という大きな壁にぶつかりました。調査票を作成するにはたくさんの仮説を考えなければなりません。毎日のように仮説を考えて煮詰まり、その繰り返しが続きました。途中で自分が何を考えているのかもわからなくなるくらい苦労しました。しかし、その苦労を味わったからこそ調査票が完成した時とてもうれしかったし、そのあとアンケートが無事に回収できたときはさらにうれしくて感動しました。

合宿では、ロジックチャートというものを学びました。講義を受けたのですが、実際自分でやってみると「事実 解釈 主張」を導くのは難しくたくさん悩みました。

しかし、考えているうちにすごく楽しくなって、自分のいつもの考え方にとても良い刺激になりました。そしてグループで調査票の結果をもとにロジックチャートを立て発表をしたのですが、生きている中で一番考えたのではないと思うくらい頭をフル回転させて考えました。特に2日目は夜中も考えて最初からやり直したり、色々考え方の視点をかえてみたりなど本当に大変で、発表までに間に合うのかさえ分りませんでした。

最終発表を迎え他グループの発表聞いているときは、同じ事実からこんなにも違う解釈や主張が導かれると面白いなと感じました。そして自分たちの発表の順番が来ると、死にそうなくらい緊張しました。しかしこのような発表をする機会などこの先なかなかないので、すごく良い経験になったし、アドバイスもしてくださったので、発表の仕方勉強にもなりました。この合宿では大学ではできない経験ばかりで、すごく大変な分得るものはとても大きいものでした。また、なにより自分の成長につながってよかったです。

そして合宿も終わり、着実に1つの冊子に近づいていきました。文章化では、どんな風にストーリーを作ったらわかりやすく、なおかつ興味深い調査になるのかを考慮しなければならなかったのですが、どんな日本語を使えばいいのか、どういう言い回しがいいのかを考えるのも大変でした。また、メイン主張は、1人ずつ考えましたが、ニュアンスが違うので、1つのメイン主張を作るのも難しいものでした。

この8ヶ月間、最初はまだまだあると思っていたのに今考えればあっという間でした。

一緒に苦労や喜びを共有したたくさんの仲間ができ、自分自身も変化することができたと思います。最初は不安ばかりでしたが、今はFUTUREに参加して貴重な経験ができたことを誇りに感じています。



永野 隼人 (ながの はやと)

東洋大学

あっという間に過ぎ去った6ヶ月。みんながFUTUREを始めた頃、僕はFUTUREの存在さえ知りませんでした。ある日偶然「他大学の人と一緒に活動できる。めちゃめちゃ為になる。」という噂を聞きつけ、面白そうという軽い気持ちでFUTUREに途中参加しました。参加初日、自己紹介することもできず、内容も何をやっているのかさっぱり分からず、身内では話せない状況でした。こんな状況でやって行けるのかという不安と焦りでいっぱいでしたが、どうかしてこの状況を打開しなくてはならないと気づき、自分から積極的に話かけるようにし、小さなことでもなるべく発言しようと心がけました。時間が経つにつれて少しずつ仲良くなりつつあったものの、まだ壁がありました。しかし軽井沢の合宿にて大きな変化が訪れました。今までほとんど喋ったことが無かった仲間からの「タバコ吸おうぜ」の一言、そんなたわいもない一言が僕にとってはとても嬉しく、やっと仲間として受け入れられたような気がした瞬間でした。その日から急速に仲良くなり、やっと楽しかったFUTURE。合宿の日が本当のスタートのような感じでした。それ以降、途中参加という事になんの恥じらいも感じなくなり、以前よりも発言する機会が増え、本気でディスカッションできるまでになりました。そんなFUTUREを経て、得たものはとても大きく大きなものでした。もちろん発言できるようになったことや、考える力が身についた、文章を書くのが上手くなったなど技術的な面でも得るものは多くありましたが、それよりも長いような短かったこの半年間本気で取り組めたことが一番大きな収穫です。

これから、FUTUREが終わり、このメンバーでくだらないことで笑いあったり、飲み行ってガチで語ったり、博報堂の喫煙所でタバコ吸ったり、これまで当たり前前にできていたことがこれからはできなくなってしまおうと感じると悲しく、寂しい気持ちになります。FUTUREを通して築いた絆は一生ものだと思っています！

最後になりましたが、このような貴重な機会を設けて頂いた博報堂アドバイザーの方々、東京広告協会の方々、本当にありがとうございました。そしてメンバーのみんな途中参加の俺を受け入れてくれてマジでありがとう

永野 美都 (ながの みよこ)

東洋大学

もう月曜日に皆で赤坂に集合することもなくなるのか・・・そんなこと考えられないな、と思うとFUTUREは私の生活の一部になっているんだな、と感じます。FUTUREに参加してからの約8ヶ月間は、今までの大学生活とは比べものにならないほど、時間があつとゆう間に過ぎてしまいました。

始まった当初はメンバーの意見に圧倒されてしまい、着いていくのに必死で、自分の意見をなかなか発言出来ないことにとっても苦しみました。周りとのレベルの差をどうやったら埋められるのかを悩む日々が続き、FUTURE続けられるかな、と考えていたのを覚えています。

しかし、皆との距離が近づくにつれ、自分の意見を言いたい、皆とものがつ議論したい、という気持ちになりました。その気持ちは合宿より大きなものになりました。アドバイザーの方々に教わったロジックチャートを使い作業していく中で、一日中議論し合い、あんなに頭を使い意見を交換しあったのは初めてでした。合宿が終わった後の疲労感はもの凄いのでしたが、それ以上に達成感や充実感がありました。共同で作業し、ひとつのものを作り出すことがこんなに大変で、こんなに充実するものだとうことを私はFUTUREを通して初めて知ることができたと感じています。

FUTUREを通して今までの生活では得られなかったことはたくさんあります。

調査票の作成の仕方だったり、ロジックチャートだったり、アドバイザーの方々の普段は聞けないような貴重な話だったり、たくさんのことを吸収し、より成長出来たと思っています。そしてなりより、FUTUREに参加しなかったら会うことも無かっただろうメンバー達と過ごした時間が、私にとって一番の宝物です。私たちって、やっぱり「絆」繋がってるますよね！

最後に、FUTUREに参加する機会を作ってくださった東京広告協会の方々、すべて一から教えてくださったアドバイザーの方々、的確なアドバイスをくれた先輩方、そしてFUTURE2010のメンバーの皆、FUTUREを支えていただいた全ての方々、今まで本当にありがとうございました。

廣田 杏子 (ひろた ももこ)

上智大学

FUTURE2010に参加して、早8ヶ月。これまでの大学生活の中でもっとも充実した日々が、今終わろうとしています。キックオフミーティングに参加したのがまるでつい先日のことのように感じる一方で、FUTUREに参加する前が思いだせないほど、もはや私の生活の大きな一部分になってしまいました。大学に入学してからこれまで、遊びも勉強もやりたいことはすべて行ってきましたが、何か物足りませんでした。そんなときFUTUREに出会って、久しぶりに心の底から興味を感じました。「大学生が、大学生を調査する」。そんなコンセプトがとても刺激的だったからです。

しかし実際は、そんな簡単なものではありませんでした。調査企画の段階から、世間に発信するに足る調査にすることが、いかに難しいか思い知ることとなりました。私たち大学生が調査を行うからには、「大学生にしか分からない大学生の意識」を浮き彫りにする必要があったからです。加えて、FUTURE2010発足にあたり集まったのは、様々な大学の、顔も名前も知らない学生たち。考え方の違いから、衝突することもありました。しかしそれも、「今年のFUTUREを素晴らしいものにしたい！」という思いを、みんながもっていたからです。

話し合いを重ねるうち、だんだん打ち解け、最終的には、SNSという視点から、大学生のコミュニケーションについて調査しようということで、みんなの心がひとつになりました。

調査・分析の段階は、怒涛の日々でした。はじめ、自分たちのとったアンケートを集計してみると、予想とは違った結果もたくさん見られ、みんなショックを禁じえませんでした。しかしOB・OGの方やアドバイザーの方の助けもあり、なんとかロジックチャートを組み立て、よりいっそう、大学生の意識の深層に迫っていくことができました。その過程は本当におもしろい発見の連続で、ゾクゾクする思いでした。

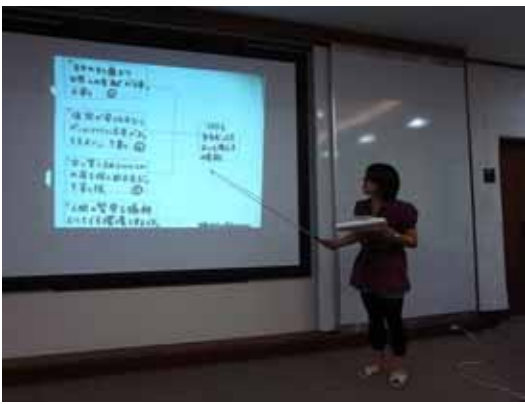
この8ヶ月間、全力で挑み続けたこのプロジェクトが終わってしまわなくて、正直信じられない思いです。しかし、FUTUREで培ったものは永遠になくならないと確信しています。それは、困難な課題にも挑戦していく根性と、本音でぶつかりあえる仲間です。本当にFUTUREに参加してよかった！

最後になりましたが、私たちがこんなふうにプロジェクトに打ち込むことができたのは、まわりの方々の支えがあったからです。本当に感謝してもしきれません。ありがとうございました。

福田 悠 (ふくだ ゆう)

早稲田大学

最初のキックオフミーティングからはや8ヶ月。思い返せば私の場合FUTUREをはじめに当たって正直期待よりも不安のほうがはるかに大きかったのを覚えています。大学から参加意思があるのが一人だけという超絶アウェイな状況だったために、相当な決断をして挑んだキックオフミーティング。会議後、銀座の高層ビル街を群れて肩で風を切って歩く他大学のメンバーを尻目に、世界でひとりぼっちになったかのような思いしながら帰路についたこと、スキルなど得られるものは絞りにきって帰ってやろうという秘めた決意をしたことはまだ覚えています。



誤解を恐れずに正直に書くと、その時はこのプロジェクトに参加したことに対して軽い後悔がありました。今タイムマシンがこの世にあるのなら過去に帰って言ってやりたい。君の選択は正しいかったと。この8ヶ月は本当に新鮮なものだということ、自分の思いを伝えられる仲間がたくさんできるということ、スキルが磨けるということだけでなく語れる場であるということ。頼もしいアドバイザーがいつも支えてくれたことを。なによりFUTUREは本気になれる場所だ、ということ。くさい出だしですが、この半年間は周りから呆れられるほどFUTURE漬けの毎日で、それでも毎回の会議が楽しみで仕方がなかったのを覚えています。不安ばかりの日々はあつという間に過ぎ去り、参加回数を重ねるうちにすっかり自然に接し、意見のぶつけ合いができるようになっていました。言いたいことを伝えきれず、情けないと思ったこともありましたがもっと上手に伝えたいと思いのほうがずっとずっと強かったのを覚えています。合宿ではロジックチャートという名の大量の付箋と寝ずに格闘したことで、いかに自分の論理が飛躍の塊だったか気づいたと同時に、社会人、いやアドバイザーさんの着眼点や論理展開力の凄さを思い知りました。ロジックチャートの考え方の基である「話さない/書かないと考えることにならない」という言葉は、常に心に留めるようにしています。そして決して忘れてはならないのが吉田さんの夜の演説です。アドバイザーの皆さんはそれまで少し距離の遠い人というイメージでしたが、あの演説で距離がぐっと縮まったように感じると同時にFUTUREの良い人間関係の中ふめけていた自分の身がぐっと引き締められました。コミュニケーションの意識の部分の深堀するのが非常に難しいプロジェクトでしたが、積極的に関わることができたこと、真面目な大人が聞いたら怒りだしてしまうんじゃないかと思えるほど自由な意見を沢山出せたこと、またそれを真剣に受け止めてくれる仲間やアドバイザーさんがいてくれたことは本当に財産になったと思います。最後になりましたが、このような素晴らしい機会を設けてくださった東京広告協会の皆さん、亀井先生、忙しい中たくさん時間を割いてくださったアドバイザーのみなさま、FUTUREに熱く誘ってくださった先輩、アンケートに協力してくれたみなさん、そしてメンバーのみんな、本当にありがとうございました。そしてアンケートの回収に関して最後までハラハラさせてしまっ本当にご迷惑をおかけしました。そしてこんな私を受け入れてくれたみんな、ありがとう！！

福田 香織 (ふくだ かおり) 駒澤大学

キックオフミーティングに参加したのが、ついこの前のように感じます。あの日から、大学3年という大切な時期を、FUTUREと、FUTUREのメンバーと共に駆け抜けました。毎日が苦悩の連続でした。現在の大学生を象徴するテーマとは何か、どのような仮説を出せば自分たちが明らかにしたいことが分かるか、本当に1000人も調査票を集められるのか、分析の方向性は・・・？毎週月曜のミーティング以外にもFUTUREのことはばかり考え、悩んでいたように思います。特に合宿では、あの短期間でどれほど悩み、いくつの壁を乗り越えたか分かりません。最終的に主張したいことに少しでも近付くために、寝る間も惜しんでロジックチャート作りに没頭しました。途中、何度も煮詰まり、どうしたらいいかわからないこともありましたが、同じ班のみんなが助けてくれ、最後までやり抜くことができました。合宿を機に、みんなの意識は明らかに変化したと思います。話し合いの中でも積極的に意見が飛び交うようになり、ある人のふとした一言で分析が進む、ということも多くなりました。また、私自身の意識も変化していたのではないかと感じています。FUTUREに対する積極性や意識が合宿前と比べて強くなり、もっと自分から動いていかないと始まらない、と思うようになりました。こんな風に思えるようになったのも、FUTUREをここまで続けてきたからだだと思います。

本当に時間が過ぎるのが早く感じます。この7ヶ月間、あっという間でした。今後の人生においても、こんなに多くの人たちと、こんなに長い時間、こんなに同じ世代の人たちについて真剣に話し合うことは無いと思います。FUTUREのメンバーみんなと、そんな濃い時間を過ごせて本当に幸せでした。最後になりましたが、このような貴重な機会を提供してくださった東京広告協会の方々、お忙しい中ご指導してくださった博報堂のアドバイザーの方々、相談に乗ってくださったOB・OGの先輩方に心より感謝申し上げます。本当にありがとうございました。

松原 大昂 (まつばら ひろたか) 専修大学

FUTUREがスタートしてから今日まで、皆が言うけど本当に、本当にあつという間すぎた。最初は「博報堂の方と会える、就職活動で皆と差をつけれる。」と思っていた。今思うと、そんな事よりも、もっと大きい。自分が就職した後、将来に繋がる大きな物を得ていると思う。最初は参加した皆とキックオフで顔合わせをして、劣等感がとてもありました。自分はこのプロジェクトで何か貢献できるのか。結果を出せるのか、とても不安でした。自分の考えを相手に伝えることがこんなにも難しいとは思わなかった。そして人数が多い中でどう自分を出そうか、どうやって考えを言おうか、どう皆と馴染もうか毎日悩みました。吉田さんに程良くいじってもらい、自分も少しづつ出せ成長していると感じました。テーマが決まってから、調査票を作るまでも、自分の知識の無さに、悔しささえありました。ですが、FUTUREは、個人でなく仲間と皆で創り上げる物。私は、仲間にも恵まれていると思っています。意識の高い仲間と沢山の時間を共有して議論して一つの物を創り上げる事は自分にとって財産です。就活の為なんかじゃなく一生この経験が活けると確信しています。貪欲に考え抜く。考える耐久性が身に付いたと思っています。また様々な視点から物事を考える大切さも学びました。自分達だけではなく、学校の友達や、先輩、博報堂の方々や東京広告協会の方々。自分の周りの方々の協力・支えがあってこそ創れるもので、一人一人が大きな力で全員が必要不可欠な存在です。このプロジェクトに参加して良かったと確信しています。自分の考え方や価値観が大きく変わったことを実感しています。合宿で吉田さんに言われたことは忘れません。胸に突き刺さりました。あんなに感銘を受けたのは初めてでした。将来働く上でずっと心にあると思います。また3日間必死で考え話し合った時間も自分の財産です。参加してから今日まで、常にFUTUREから学んできました。言葉では言い表せないくらい大きなものを得ました。大学で一番アツくなった活動だとも思います。毎日が刺激的で、課題の連続・克服するためにもがいた日々は一生忘れないだろうし、インプットだけで終わらせず、自分の人生に絶対に活かします。そしてこのプロジェクトで出会ったFUTURE2010の仲間は学校の枠を越え一生付き合える仲間だと確信していますし、自信ももらいました。最後に東京広告協会の方々、博報堂の石寺さん、吉田さん、橋田さん、鈴木さん、お忙しい中このプロジェクトを支えてくださり本当にありがとうございました。またFUTURE2010の仲間や先輩方、そしてこのプロジェクトを応援してくれた皆さんには本当に感謝しています。本当にありがとうございました。終わるのは本当に寂しいです。でもこの「キズナ」は一生続く「絆」だと確信しています！！

本橋 茉莉子 (もとほし まりこ) 駒澤大学

とにかく楽しそう、そんな軽い気持ちで参加したFUTUREでの活動は、私にとってとてもかけがえのない8ヶ月間となりました。ただ年月だけで考えれば8ヶ月という期間は人生のほんの1、2%にも満たないものなのかもしれませんが。



しかし、日々試行錯誤しながらフル活動していたFUTURE 2010は、たかが人生の一部という表現で終わるものではなく、私の今の人生、そしてこれからの人生にも大きく影響を与える活動となりました。

今思い返すと、活動の中で大変だったことはたくさんあります。最初のテーマ決めから行き詰まり、何度もメンバーで話し合いを重ね、意見がぶつかり合ったことも多々ありました。日々の活動も終電間際までやるが多かったり、合宿でも睡眠時間を削ったりでの作業でした。それでも、今振り返って真っ先に自分の中で思い浮かぶFUTUREそのものというのは、お互いの本気の意見をぶつけ合ったからこそたどり着けた結論への達成感や、時間をとことんかけて活動を共にしたからこそ築けた、FUTUREメンバーのみんなとの強い絆です。

“絆”という言葉は今回私たちが調査した大学生とSNSに関する重要なキーワードの一つでもありました。FUTUREメンバーとの絆を直に感じながら活動に取り組めたことは、すごくよかったと思っています。大学生生活の過ごし方としていろいろな選択肢がある中、FUTURE活動に参加する道を選んだ自分を誇りに思うと同時に、ここで出会えたFUTUREメンバーみんなに感謝しています。

最後となりましたが、お忙しい中時間を割いて私たちに常に親身になって協力してくださった博報堂のアドバイザーの方々、さまざまな面で活動を支援してくださった東京広告協会の方々に深く感謝いたします。本当にありがとうございました。

山本 祥太 (やまもと しょうた) 上智大学

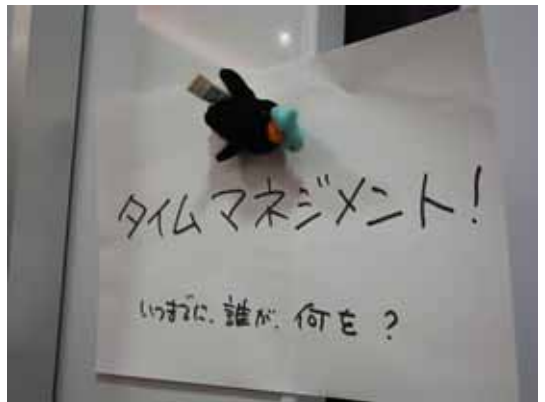
「とりあえずやってみるか。」
最初はその程度の気持ちで参加したFUTUREであったが、今となっては数えきれない思い出で胸がいっぱいである。その分、楽しい思い出もたくさんあったが、苦労した思い出も枚挙にいとまがない。しかしそのどの思い出の一つ一つをとっても、どれもが自分を成長させてくれた糧であることは、紛れもない事実である。更に、その思い出のどの部分を切り放して見ても、必ずその横には頼りになる仲間たちがいた。議論の時は真剣に話し合い、ふざける時は本気でふざけ、くだらない事ですと笑い合い、本当に居心地が良かった。

この半年以上の調査をここまで続けてくることが出来たのは、信頼が出来、共に苦汁を舐めた仲間たちがいたからであった。また、FUTUREにおいて得られたものも数えきれないほどたくさんあったが、最も得られたと感じたものは“気づき”である。数々の議論を通じて気づかされる仲間たちの斬新なアイデアや考え、定例会でのアドバイザーの方々の助言や指摘、保養所においてロジカルな思考を教義してもらうことにより得られた数々の思考手順。そのどれもが自分にたくさんの事を気づかせてくれ、大変勉強になったのと同時に視野がとても広がった。このように、FUTUREに参加したことによって、仲間たちからも、そしてアドバイザーの方々からもたくさんの刺激や気づきをもらい、大変自分を成長させることが出来た。逆に自分が何かを仲間たちに与えたかと思うと甚だ疑問ではあるが、本当に仲間たちには感謝している。

これから先、定例会議や各大学での議論などがなくなることは大変寂しいことではあるが、FUTUREで得られた絆を通じ、またみんなで集まったり、遊んだり、飲んだりといつまでもその絆を大切にしていきたいと思う。

最後になるが、このプロジェクトを通じて共にFUTUREを支えてくださった博報堂のアドバイザーの方たち、東京広告協会様、いろんな意味でレベルの高かった先輩たちには感謝の気持ちでいっぱいです。

FUTUREの仲間わずなうういる！またどこかで酒くみ交わし、喜びの拳振りかざし、出会えた仲間と共に歌おう！幸せに満ちた歌を！そう！



付)調査票

「大学生とSNS」に関する調査

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いたします

私たちは「大学生意識調査プロジェクト（FUTURE2010）」という団体で、駒澤大学、上智大学、成蹊大学、専修大学、東洋大学、早稲田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社団法人東京広告協会の協賛を得まして、今日の大学生がSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）についてどのような意識を抱いているかを調査・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えません。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、ご自身でご記入下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 も い	4 あ ま 思 わ り そ う い	5 そ う 思 わ な い
A. 今海外旅行に行きたいと思っている	1	②	3	4	5
B. 温泉でのんびり過ごしたい	⊗	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に具体的に記入してください。

ご記入にあたっては、あまり深くお考えにならずお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を、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（FUTURE2010）

協賛：社団法人 東京広告協会

担当者氏名
tel

駒 上 成 専 洋 早
No

まず最初に、あなたとあなたの周りの人との絆やコミュニケーションの実態についてお伺いします。

問1. あなたが友達と“絆(きずな)”を感じる瞬間はどんな時ですか。どんな時のどんなシチュエーションか具体的に教えてください。

【回答は具体的に】

問2. では、あなたは普段友達とどのような手段でコミュニケーションを取ることが多いですか。あてはまるものを全てお選びください。

【印はいくつでも】

- | | |
|------------------|-------------------------------------|
| 1. 直接会う | 5. SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)上でのやりとり |
| 2. 電話をする(携帯電話等) | 6. チャット(メッセージ等)でのやりとり |
| 3. パソコンメールでのやりとり | 7. ネット掲示板等でのやりとり |
| 4. 携帯電話メールでのやりとり | 8. Twitter(ツイッター)でのやりとり |
| | 9. その他() |

SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)とは、mixi(ミクシィ)やGREE(グリー)といった人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型のWebサイトのことです。

問3. あなたが友達と直接会う頻度は、高校時代と比べてどう変化しましたか。あてはまるものを一つだけお選びください。

【 印はひとつだけ】

- 1. 増えた気がする
- 2. 変わらない
- 3. 減った気がする

▶ 問4へお進みください

(問3で「3. 減った気がする」と回答した方にお伺いします。)

▶ 問3付問1. 友達と会う機会が減った分、何でそれを補っていますか。あてはまるものを全てお選びください。

【 印はいくつでも】

- 1. 電話をする(携帯電話等)
- 2. パソコンメールでのやりとり
- 3. 携帯電話メールでのやりとり
- 4. SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)上でのやりとり
- 5. チャット(メッセージ等)でのやりとり
- 6. ネット掲示板等でのやりとり
- 7. Twitter(ツイッター)でのやりとり
- 8. その他()
- x. 純粋に減っただけで補ってはいない

SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)とは、mixi(ミクシィ)やGREE(グリー)といった人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型のWebサイトのことです。

(全ての方にお伺いします。)

問4. あなたが友達と携帯電話で電話する頻度は、高校時代と比べてどう変化しましたか。あてはまるものを一つだけお選びください。

携帯電話でメールを送ることは除いてお考えください。【印はひとつだけ】

1. 増えた気がする 2. 変わらない 3. 減った気がする	→ 問5へお進みください
x. 高校時代は携帯電話を持っていなかった	→ 問5へお進みください

(問4で「3. 減った気がする」と回答した方にお伺いします。)

問4付問1. 友達と携帯電話で電話する機会が減った分、何でそれを補っていますか。あてはまるものを全てお選びください。
【印はいくつでも】

1. 直接会う	4. SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)上でのやりとり
2. パソコンメールでのやりとり	5. チャット(メッセージ等)でのやりとり
3. 携帯電話メールでのやりとり	6. ネット掲示板等でのやりとり
	7. Twitter(ツイッター)でのやりとり
	8. その他()
	x. 純粹に減っただけで補ってはいない

SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)とは、mixi(ミクシィ)やGREE(グリー)といった人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型のWebサイトのことです。

(全ての方にお伺いします。)

問5. あなたが友達へ**携帯電話でメールを送る**頻度は、高校時代と比べてどう変化しましたか。あてはまるものを一つだけお選びください。
携帯電話での通話は除いてお考えください。【 印はひとつだけ】

1. 増えた気がする 2. 変わらない 3. 減った気がする	→ 問6へお進みください
x. 高校時代は携帯電話を持っていなかった	→ 問6へお進みください

(問5で「3. 減った気がする」と回答した方にお伺いします。)

問5付問1. 友達へ携帯電話メールを送る機会が減った分、何でそれを補っていますか。あてはまるものを全てお選びください。
【 印はいくつでも】

1. 直接会う	4. SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)上でのやりとり
2. 電話をする(携帯電話等)	5. チャット(メッセージ等)でのやりとり
3. パソコンメールでのやりとり	6. ネット掲示板等でのやりとり
	7. Twitter(ツイッター)でのやりとり
	8. その他()
	x. 純粋に減っただけで補ってはいない

SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)とは、mixi(ミクシィ)やGREE(グリー)といった人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型のWebサイトのことです。

(全ての方にお伺いします。)

問6. あなたがSNSを利用する頻度は、高校時代と比べてどう変化しましたか。あてはまるものを一つだけお選びください。
【 印はひとつだけ】

1. 増えた気がする	2. 変わらない	3. 減った気がする	x. 高校時代も今もSNSに登録していない
------------	----------	------------	-----------------------

次に、あなたの普段のメディアの接触状況についてお伺いします。

問7. “わたしたちの世代のメディア”と聞いて思い浮かぶものは何ですか。思い浮かんだものをご自由にお書きください。

【回答は具体的に】

問8. あなたは日常生活を送る上で、「メディア」()をどのくらい見て(聞いて)いる意識がありますか。あてはまるものを一つだけお選びください。『メディア』とは、「テレビ、ラジオ、雑誌、新聞、インターネット(パソコン)、インターネット(携帯電話)」などのことです。

【 印はひとつだけ】

1. よく見る(聞く)	3. あまり見ない(聞かない)
2. やや見る(聞く)	4. 全く見ない(聞かない)

問10へお進みください

(問8で「1. よく見る(聞く)」～「3. あまり見ない(聞かない)」と回答した方にお伺いします。)

問9. あなたは現在、以下に挙げられた具体的なメディアをどのくらい見て(聞いて)いますか。

それぞれについて、あてはまるものを一つずつお選びください。

【 印はそれぞれひとつずつ】

	1. よく 見る (聞 く)	2. やや 見る (聞 く)	3. あま り見 ない (聞 か な い)	4. 全 く見 ない (聞 か な い)
A テレビ	1	2	3	4
B ラジオ	1	2	3	4
C 新聞	1	2	3	4
D 雑誌	1	2	3	4
E インターネット(パソコン)	1	2	3	4
F インターネット(携帯電話)	1	2	3	4

(全ての方にお伺いします。)

問10. 以下に挙げられた具体的なメディアは、それぞれあなたにとってどのような存在ですか。

それぞれについて、あてはまるものを全てお選びください。

【 印はそれぞれいくつでも】

	1. 親し みを感じ る	2. 信 頼でき る	3. 好 感が持 てる	4. 今 どきな 感じが する	5. 身 近な感 じがす る	6. 役 に立 つ	7. な く ては なら ない	8. 話 題に する こと が多 い	9. 面 白く なっ てき た	10. 高 校時 代よ りも 集中 して	11. 増 えて いく こと が	x. ひ とつ もあ ては まら ない
A テレビ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	x
B ラジオ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	x
C 新聞	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	x
D 雑誌	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	x
E インターネット(パソコン)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	x
F インターネット(携帯電話)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	x

問11. もし、利用できるメディアが1つだけしか選べないとしたらあなたはどれを選びますか。あてはまるものを一つだけお選びください。

【 印はひとつだけ】

1. テレビ	4. 新聞
2. ラジオ	5. インターネット(パソコン)
3. 雑誌	6. インターネット(携帯電話)
	x. 利用したいメディアはこの中にはひとつもない

次に、あなたの携帯電話の利用の仕方についてお伺いします。

問12. あなたは普段、携帯電話でメールを送る時、送信する相手や内容に間違いがないかどうか気にしていますか。

あてはまるものを一つだけお選びください。【 印はひとつだけ】

- | | |
|-----------|-------------|
| 1. 気にする | 3. あまり気にしない |
| 2. やや気にする | 4. 気にしない |

問13. あなたは普段、携帯電話でメールを送る時、自分の気持ちが相手に間違っ伝わらないかどうか気になりますか。

あてはまるものを一つだけお選びください。【 印はひとつだけ】

- | | |
|-----------|--------------|
| 1. 気になる | 3. あまり気にならない |
| 2. やや気になる | 4. 気にならない |

問14. あなたは、携帯電話のメールの内容が原因で人間関係が気まづくなったことはありますか。

あてはまるものを一つだけお選びください。【 印はひとつだけ】

- | | |
|-------|-------|
| 1. ある | 2. ない |
|-------|-------|

問15. あなたは、相手の状況を気にして、携帯電話でメールを送信する時間帯をずらすことがありますか。

あてはまるものを一つだけお選びください。【 印はひとつだけ】

- | | |
|----------|----------|
| 1. よくある | 3. あまりない |
| 2. たまにある | 4. 全くない |

問16. あなたは、もし携帯電話を家に忘れてしまい、一切の情報が得られなくなったら、どのように感じますか。

あてはまるものを一つだけお選びください。【 印はひとつだけ】

- | | |
|-------|-------------|
| 1. 不安 | 4. 退屈 |
| 2. 不便 | 5. その他() |
| 3. 気楽 | x. 特に何も感じない |

次に、あなたのインターネット(パソコン/携帯電話)の利用状況についてお伺いします。

問17. あなたが“今一番お気に入りのWEBサイト”の名前を教えてください。

問18. あなたは、普段インターネットを利用する際、パソコンと携帯電話のどちらからアクセスすることが多いですか。

あてはまるものを一つだけお選びください。【印はひとつだけ】

1. パソコンの方が多く

2. 携帯電話の方が多く

3. パソコンと携帯電話の頻度は同じくらい

問19. あなたは普段、インターネットを使ってどのようなサービスを利用していますか。

パソコンと携帯電話のそれぞれについて、あてはまるものを全てお選びください。【印はそれぞれいくつでも】

	A パソコン 縦に	B 携帯電話 縦に
1. ウェブサイトの閲覧	1	1
2. 自分で開設した個人のホームページの更新	2	2
3. 自分で開設したブログの更新(SNSを除く)	3	3
4. 他人のブログの閲覧/コメントの書き込み(SNSを除く)	4	4
5. SNSに日記などを書き込む	5	5
6. SNSで他の人のページを読む	6	6
7. 電子掲示板(BBS)に書き込む	7	7
8. 電子掲示板(BBS)の書き込みを読む	8	8
9. 動画配信サービスの視聴(GyaO! / Bee TVなど、視聴のみの動画サービス)	9	9
10. 動画投稿サービスの視聴(YouTubeなど、投稿も可能な動画サービス)	10	10
11. 音楽のダウンロード(着うたや着メロを含む)	11	11
12. インターネットラジオやポッドキャストの視聴	12	12
13. オンラインショッピングの利用	13	13
14. オークションの利用	14	14
15. オンラインクーポンの利用	15	15
x. この中にはひとつもない	x	x

問20. あなたは以下の動画サイトを利用したことがありますか。あてはまるものを全てお選びください。

【 印はいくつでも】

- | | |
|----------------------------|------------------------------|
| 1. YouTube (ユーチューブ) | 7. Woopie (ウーピー) |
| 2. ニコニコ動画 | 8. Pandora TV (パンドラ ティーヴィー) |
| 3. GyaO! (ギャオ) | 9. Google Video (グーグル ビデオ) |
| 4. Zoome (ズーミー) | 10. ameba vision (アメーバ ビジョン) |
| 5. Veoh Video (ヴェオ ビデオ) | 11. その他() |
| 6. Dailymotion (デイリーモーション) | x. どれも使ったことがない |

→ 問21へお進みください

(問20で「1. YouTube(ユーチューブ)」～「11. その他」と回答した方にお伺いします。)

問20付問1. 動画サイトを主にどのような目的で利用していますか。あてはまるものを一つだけお選びください。

【 印はひとつだけ】

1. 動画サイトでしか見られない動画を見るため 2. 見逃したTV番組等を見るため 3. その他()

(引き続き、問20で「1. YouTube(ユーチューブ)」～「11. その他」と回答した方にお伺いします。)

問20付問2. 動画サイトを利用し始めてから、あなたのテレビの視聴時間はどのように変化しましたか。

あてはまるものを一つだけお選びください。【 印はひとつだけ】

- | | |
|----------|-----------|
| 1. 増えた | 4. やや減った |
| 2. やや増えた | 5. 減った |
| 3. 変わらない | 6. 見なくなった |

次に、SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)についてお伺いします。

SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)とは、mixi(ミクシィ)やGREE(グリー)といった人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型のWebサイトのことです。
Twitter(ツイッター)は除きます。

(全ての方にお伺いします。)

問21. あなたは現在、SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)を利用していますか。

あてはまるものを一つだけお選びください。【 印はひとつだけ】

1. 利用している(閲覧しているのみも含む)

2. 登録しているが、全く利用していない

3. 登録していない

(問21で「2. 登録しているが、全く利用していない」「3. 登録していない」と回答した方にお伺いします。)

問21付問1. 上記の問でそのようにお答えになったのは、なぜですか。具体的に理由を教えてください。

【回答は具体的に】

問21で「1. 利用している(閲覧しているのみも含む)」と回答した方は、次のページの間22へお進みください

問21で「2. 登録しているが、全く利用していない」「3. 登録していない」と回答した方は、21ページの間50へお進みください

(ここからの質問は、SNSを利用している方全員 問21で「1.利用している」と回答した方 にお伺いします。)

問22. SNSはどこからアクセスすることが多いですか。あてはまるものを一つだけお選びください。【 印はひとつだけ】

- | | | |
|-------------|-------------|-----------------------|
| 1. パソコンの方が多 | 2. 携帯電話の方が多 | 3. パソコンと携帯電話の頻度は同じくらい |
|-------------|-------------|-----------------------|

問23. あなたが現在利用しているSNSのサービスは、以下のうちどれですか。あてはまるものを全てお選びください。

【 印はいくつでも】

- | | |
|----------------------|------------------------|
| 1. mixi(ミクシイ) | 6. Friendster(フレンドスター) |
| 2. モバゲー | 7. ixim(裏ミクシイ) |
| 3. GREE(グリー) | 8. プーペガール |
| 4. Facebook(フェイスブック) | 9. pixiv(ピクシブ) |
| 5. My space(マイスペース) | 10. その他() |

問24. あなたはSNSをどのような目的で利用していますか。あてはまるものを全てお選びください。【 印はいくつでも】

- | |
|--|
| 1. 身近な友達と連絡をとる・情報を共有するため |
| 2. 普段会えない友達と連絡をとる・情報を共有するため |
| 3. 身近な友達の近況をただチェックするため |
| 4. 普段会えない友達の近況をただチェックするため |
| 5. 自分と同じ趣味・関心を持った人を見つけるため |
| 6. 疎遠になっていた友達や知り合いを探すため |
| 7. 身近な友達の隠れた趣味や関心ごとなど、普段接しては分からない一面を見るため |
| 8. 最新のニュースをチェックするため |
| 9. 自分の近況や趣味、関心事などを書いて記録として残すため |
| 10. 自分の近況や趣味、関心事などをSNS上で他者に発信するため |
| 11. SNS上の様々な情報をチェックするため |
| 12. 各種の無料アプリ/ゲームをするため |
| 13. その他() |
| x. 特に目的はない/何となく |

(引き続き、SNSを利用している方全員 問21で「1.利用している」と回答した方 にお伺いします。)

問25. あなたはSNSでどのようなことをしていますか。あてはまるものを全てお選びください。

【 印はいくつでも】

- | | |
|-----------------------------|-------------------|
| 1. 日記を書く | 7. コミュニティに参加する |
| 2. つぶやく | 8. アプリやゲームをする |
| 3. アルバムやフォト更新 | 9. ニュースを見る |
| 4. 他人の日記やつぶやき、アルバムなどを読む | 10. 足あとや履歴をチェックする |
| 5. 他人の日記やつぶやき、アルバムなどにコメントする | 11. 友人を探す |
| 6. 他人の紹介文を書く | 12. メッセージを送る |
| | 13. その他() |

問25付問1. あなたが実際にSNSで行っている、「私ならではのユニークな使い方」と言えるものは何かありますか。

また、友達などが実施している(聞いたことがある)例でも構いませんのでできるだけ具体的にお答えください。

特にない場合は、回答欄に「なし」とご記入ください。【回答は具体的に】

問25付問2. あなたは今のSNSに対して不満な点や、もっとあったら良いと思う機能はありますか。

どんなものでも結構ですので、ご自由にお答えください。

特にない場合は、回答欄に「なし」とご記入ください。【回答は具体的に】

(引き続き、SNSを利用している方全員 問21で「1.利用している」と回答した方 にお伺いします。)

問26. あなたはSNSをどのくらいの頻度でチェックしていますか。あてはまるものを一つだけお選びください。

【 印はひとつだけ】

1. 1日に20回以上	5. 週に4～6回程度
2. 1日に10～19回程度	6. 週に2～3回程度
3. 1日に2～9回程度	7. 週に1回程度
4. 1日に1回程度	8. 月に2～3回程度
	9. それ以下

問27. あなたは普段、いつSNSサイトを見ていますか。あてはまるものを全てお選びください。【 印はいくつでも】

1. 朝起きたらすぐ	7. トイレに入っているとき
2. 通学中	8. 授業を受けているとき
3. パイトの休憩中	9. 誰かと待ち合わせをしているとき
4. 家や学校での勉強中	10. 寝る前
5. 1人で食事をしているとき	11. お風呂に入っている時
6. 家族や友達とみんなで食事をしているとき	12. その他()

問28. あなたのSNS上の交流メンバー(マイミクなど)の人数は何人くらいですか。あてはまるものを一つだけお選びください。
最も利用しているSNSにおける交流メンバーの合計の人数をお答えください。

【 印はひとつだけ】

1. 0人	→ 問30へお進みください	
2. 1～20人		5. 81～100人
3. 21～50人		6. 101～200人
4. 51～80人		7. 200人以上

(問28で「2.1～20人」～「7.200人以上」と回答した方にお伺いします。)

問29. あなたのSNS上の交流メンバー(マイミクなど)の中にはどんな人がいますか。

あてはまるものを全てお選びください。【 印はいくつでも】

1. 同じ大学の仲のいい人	6. 社会人
2. 同じサークル・部活の人	7. SNSで初めて出会った一般人
3. 同じ大学の普段あまり話さない人	8. 著名人
4. 他大学の人	9. 親・兄弟・親戚
5. 小中高など地元の人	10. その他()

(引き続き、SNSを利用している方全員 問21で「1.利用している」と回答した方 にお伺いします。)

問30.あなたは、自分のことを「SNS中毒だ」と思いますか。あてはまるものを一つだけお選びください。

【印はひとつだけ】

1. そう思う

2. ややそう思う

3. あまりそう思わない

4. 全くそう思わない

(問30で「1. そう思う」「2. ややそう思う」と回答した方にお伺いします。)

▶ 問30付問1.あなたが自分のことを「SNS中毒だ」と思う瞬間はどんなときですか。具体的に教えてください。

【回答は具体的に】

(引き続き、SNSを利用している方全員 問21で「1.利用している」と回答した方 にお伺いします。)

問31.あなたは、一般に「ミクシィ疲れ」と言われるような、SNSのチェックや書き込みを頻繁に行うことに疲れを感じていますか。あてはまるものを一つだけお選びください。【印はひとつだけ】

1. 感じている

2. やや感じている

3. あまり感じていない

4. 感じていない

(引き続き、SNSを利用している方全員 問21で「1.利用している」と回答した方 にお伺いします。)

問32. あなたは、SNS上で自ら情報を発信するほうだと思いますか。あてはまるもの一つだけお選びください。

【 印はひとつだけ】

1. そう思う

2. ややそう思う

3. あまりそう思わない

4. 全くそう思わない

問33へお進みください

(問32で「1. そう思う」「2. ややそう思う」と回答した方にお伺いします。)

問32付問1. それでは、あなたはSNS上で具体的にどんな情報を発信していますか。

あてはまるものを全てお選びください。【 印はいくつでも】

1. 自分が今実際にいる/いた居場所 (例:「渋谷なう」)
2. 自分が置かれている“良い”状況 (例:「ただいま芸能人に遭遇!!!」)
3. 自分が置かれている“ピンチ”な状況 (例:「やばい、道に迷ってしまった。。。」)
4. 自分が今すぐにでもやりたいこと (例:「ここを抜け出して、早く家に帰りたい!!!」)
5. 今の自分の感情(喜怒哀楽) (例:「バイト受かってうれしい!!!」)
6. 自分と関わる身近な人(友達・恋人・家族)との出来事の共有 (例:「今日は楽しかったね」)
7. 自分の過去の様々なエピソード (例:「小3のときに実は・・・」)
8. 自分の隠れた趣味や関心ごとなど、普段人にはあまり見せない一面 (例:「萌え～～～!」)
9. 今日自分が気になったニュース (例:「菅首相、支持率が %・・・」)
10. 自分が体験した商品やサービス等の口コミ情報 (例:「このお店おいしいらしいよ」)
11. 自分が知っている、ちょっと有益な情報 (例:「先生の授業がおもしろいからオススメ!」)
12. 単なる事務的連絡 (例:「明日12時に吉祥寺集合ね」)
13. 第三者への相談・質問 (例:「携帯を換えたいけど、何かお勧めある?」)
14. 各種イベントの告知や誘い (例:「今夜飲み会あるけど、来る?」)
15. その他()

(引き続き、SNSを利用している方全員 問21で「1.利用している」と回答した方 にお伺いします。)

問33. あなたはSNS上で友達のどのような情報をチェックしていますか。あてはまるものを全てお選びください。

【 印はいくつでも】

1. 友達が今実際にいる / いた居場所 (例:「渋谷なう」)
 2. 友達が置かれている“良い”状況 (例:「ただいま芸能人に遭遇!!!」)
 3. 友達が置かれている“ピンチ”な状況 (例:「やばい、道に迷ってしまった。。。」)
 4. 友達が今すぐにでもやりたいこと (例:「ここを抜け出して、早く家に帰りたい!!!」)
 5. 今の友達の感情(喜怒哀楽) (例:「バイト受かってうれしい!!!」)
 6. 友達と関わる身近な人(友達・恋人・家族)との出来事の共有 (例:「今日は楽しかったね」)
 7. 友達の過去の様々なエピソード (例:「小3のときに実は・・・」)
 8. 友達の隠れた趣味や関心ごとなど、普段人にはあまり見せない一面 (例:「 萌え～～～!」)
 9. 今日友達が気になったニュース (例:「菅首相、支持率が %・・・」)
 10. 友達が体験した商品やサービス等の口コミ情報 (例:「このお店おいしいらしいよ」)
 11. 友達が知っている、ちょっと有益な情報 (例:「 先生の授業がおもしろいからオススメ!」)
 12. 友達からの単なる事務的連絡 (例:「明日12時に吉祥寺集合ね」)
 13. 友達の第三者への相談・質問 (例:「携帯を換えたいけど、何かお勧めある?」)
 14. 友達からの各種イベントの告知や誘い (例:「今夜飲み会あるけど、来る?」)
 15. その他()
- x. 特にチェックしている情報はない

(引き続き、SNSを利用している方全員 問21で「1.利用している」と回答した方 にお伺いします。)

問34. SNSを使うことによって、あなたの友人関係の状態はどのように変化しましたか。

あてはまるものを一つだけお選びください。【 印はひとつだけ】

1. どちらかというようになった

2. どちらかというが悪くなった

問34付問1. 良くなった経験、もしくは悪くなった経験を、具体的に教えてください。【回答は具体的に】

問35. SNSを使うことによって、今までの友達との仲はどのように変化したと思いますか。

あてはまるものを一つだけお選びください。

【 印はひとつだけ】

1. 狭く深くなった(付き合う友達の数は減ったが、関係性は深くなった)
2. 狭く浅くなった(付き合う友達の数は減り、関係性も浅くなった)
3. 広く深くなった(付き合う友達の数が増え、関係性も深くなった)
4. 広く浅くなった(付き合う友達の数は増えたが、関係性は浅くなった)

(引き続き、SNSを利用している方全員 問21で「1.利用している」と回答した方 にお伺いします。)

問36. あなたは、SNS上の自分と、普段の自分とで、少しでもキャラが違うと思いますか。

あてはまるもの一つだけお選びください。【印はひとつだけ】

1. 違うと思う 2. やや違うと思う	3. あまり違う 4. 違う
------------------------	-------------------

問37へお進みください

(問36で「1. 違うと思う」「2. やや違うと思う」と回答した方にお伺いします。)

問36付問1. あなたは、SNS上の自分は普段の自分に比べてどのようなキャラだと思いますか。

あてはまるもの一つだけお選びください。【印はひとつだけ】

1. 明るい気がする	8. ぶりっ子な気がする
2. 暗い気がする	9. 気取っている気がする
3. 優しい気がする	10. 面白い気がする
4. 冷たい気がする	11. まじめな気がする
5. おしゃべりな気がする	12. その他 ()
6. 強気な気がする	
7. 弱気な気がする	

(引き続き、SNSを利用している方全員 問21で「1.利用している」と回答した方 にお伺いします。)

問37. あなたは、SNS上で自分を少しでも良く見せたいという願望がありますか。あてはまるもの一つだけお選びください。

【印はひとつだけ】

1. ある 2. ややある	3. あまりない 4. ない
------------------	-------------------

問38へお進みください

(問37で「1. ある」「2. ややある」と回答した方にお伺いします。)

問37付問1. あなたはSNS上で自分を良く見せるため、具体的にどんなことをしていますか。

【回答は具体的に】

(引き続き、SNSを利用している方全員 問21で「1.利用している」と回答した方 にお伺いします。)

問38. あなたは、SNS上で自分が発信した情報に対しての反応を気にするほうですか。

あてはまるものを一つだけお選びください。【 印はひとつだけ】

1. 気にする 2. やや気にする	3. あまり気にしない 4. 気にしない
----------------------	-------------------------

(問38で「1. 気にする」「2. やや気にする」と回答した方にお伺いします。)

問40へお進みください

問39. あなたは、SNS上で「空気がよめないな(KYだな)」と思われぬように気を遣っていますか。

あてはまるものを一つだけお選びください。【 印はひとつだけ】

1. 気を遣っている 2. やや気を遣っている	3. あまり気を遣っていない 4. 気を遣っていない
----------------------------	-------------------------------

(問39で「1. 気を遣っている」「2. やや気を遣っている」と回答した方にお伺いします。)

問40へお進みください

問39付問1. あなたがSNS上で「空気がよめないな(KYだな)」と思う行為や瞬間は何ですか。

できるだけ具体的に教えてください。【回答は具体的に】

(引き続き、SNSを利用している方全員 問21で「1.利用している」と回答した方 にお伺いします。)

問40. あなたは、ご自分がSNS上で書き込んだことに対する反応として、友人や知り合いから「SNS上でコメントをもらう」と、「携帯電話などで直接メールを送られる」のとではどちらが嬉しいですか。あてはまるものを一つだけお選びください。

ここでいうメールとは、SNS上でのメッセージ機能は除いてお考えください。【 印はひとつだけ】

1. どちらかといえばSNSのコメントの方が嬉しい	2. どちらかといえばメールの方が嬉しい
---------------------------	----------------------

問41. あなたが、SNSに何かを書き込む際の気持ちとして、あてはまるものを一つだけお選びください。

【 印はひとつだけ】

1. 他人(閲覧者)の反応などを意識した内容にする
2. どちらともいえない
3. 他人(閲覧者)の反応は気にせず、自分が書きたいことを思いのままに書く

(引き続き、SNSを利用している方全員 問21で「1.利用している」と回答した方 にお伺いします。)

問42. あなたは、SNS上での話題を実際の会話でも出すことがありますか。あてはまるものを一つだけお選びください。

【 印はひとつだけ】

- | | |
|----------|----------|
| 1. よくある | 3. あまりない |
| 2. たまにある | 4. 全くない |

問43. あなたは、自分のページへの足あとや来訪数を気にするほうですか。あてはまるものを一つだけお選びください。

【 印はひとつだけ】

- | | |
|-----------|-------------|
| 1. 気にする | 3. あまり気にしない |
| 2. やや気にする | 4. 気にしない |

問44. あなたは、SNS上の情報は信頼できる情報だと思いますか。あてはまるものを一つだけお選びください。

【 印はひとつだけ】

- | | |
|-----------|--------------|
| 1. そう思う | 3. あまりそう思わない |
| 2. ややそう思う | 4. 全くそう思わない |

問45. あなたがSNSを利用する頻度は、今後、どのように変化すると思いますか。

あてはまるものを一つだけお選びください。【 印はひとつだけ】

- | | | |
|-----------|----------|----------|
| 1. 増えると思う | 2. 変わらない | 3. 減ると思う |
|-----------|----------|----------|

問46. あなたは、例えば30歳を過ぎても積極的にSNSをやっていることは恥ずかしいと思いますか。

あてはまるものを一つだけお選びください。【 印はひとつだけ】

- | | |
|---------------|-------------------|
| 1. 恥ずかしいと思う | 3. あまり恥ずかしいとは思わない |
| 2. やや恥ずかしいと思う | 4. 恥ずかしいとは思わない |

問46付問1. 上記の問でそのようにお答えになったのは、なぜですか。具体的に理由を教えてください。【回答は具体的に】

(引き続き、SNSを利用している方全員 問21で「1.利用している」と回答した方 にお伺いします。)

問47.あなたはSNS上での自分と、携帯メールでやり取りする時の自分ではどちらのほうが本音で人と接していると思いますか。あてはまるものを一つだけお選びください。【印はひとつだけ】

1. SNS上の方が本音

2. どちらともいえない

3. 携帯メールの方が本音

問48.あなたは、「1.携帯電話のメールアドレスを全部消す(電話番号は残る)」もしくは、「2.SNSが使えなくなる」のどちらかを選択しなくてはならない状況にあったとしたら、どちらを選びますか。あてはまるものを一つだけお選びください。

携帯電話のメールアドレス登録人数とSNS上での交流メンバーは同数としてお考えください。

SNS上で携帯電話のメールアドレスを再び聞くことはできないものとしてお考えください。【印はひとつだけ】

1.「携帯のメールアドレスを全部消す」方を選ぶ

2.「SNSが使えなくなる」方を選ぶ

問49.以下の、を埋めてください。難しく考えず、思い浮かんだものをご自由にお書きください。

【回答は具体的に】

SNSは、わたしにとって

のような存在だ。

次に、Twitter(ツイッター)についてお伺いします。

Twitter(ツイッター)とは、「つぶやき」と呼ばれる短い文章を投稿したり、他の人の「つぶやき」を見る(フォローする)ことができるコミュニケーション・サービスのことです。

(全ての方にお伺いします。)

問50. あなたは現在、Twitter(ツイッター)を利用していますか。あてはまるものを一つだけお選びください。【 印はひとつだけ】

1. 利用している(閲覧のみも含む)

2. 登録しているが、全く利用していない

3. 登録していない

(問50で「2. 登録しているが、全く利用していない」「3. 登録していない」と回答した方にお伺いします。)

問50付問1. 上記の問でそのようにお答えになったのは、なぜですか。理由を具体的に教えてください。

【回答は具体的に】

(全ての方にお伺いします。)

問51. あなたは今後、Twitter(ツイッター)を利用したいと思いますか。あてはまるものを一つだけお選びください。

【 印はひとつだけ】

1. 利用したい/し続けたい

3. あまり利用したくない/し続けたくない

2. やや利用したい/し続けたい

4. 利用したくない/し続けたくない

問50で「1. 利用している」と回答した方

→ 次のページの間52へお進みください

問50で「2. 登録しているが、全く利用していない」「3. 登録していない」と回答した方

→ 23ページの間54へお進みください

(Twitter(ツイッター)を利用している方全員 問50で「1.利用している」と回答した方 にお伺いします。)

問52. あなたはどのような人をフォローしていますか。あてはまるものを全てお選びください。【 印はいくつでも】

1. 同じ大学の仲のいい人	6. 社会人
2. 同じサークル・部活の人	7. Twitterで初めて出会った一般人
3. 同じ大学の普段あまり話さない人	8. 著名人
4. 他大学の人	9. 親・兄弟・親戚
5. 小中高など地元の人	10. その他()

(引き続き、Twitter(ツイッター)を利用している方全員 問50で「1.利用している」と回答した方 にお伺いします。)

問53. あなたは普段、Twitterでつぶやいていますか。あてはまるものを一つだけお選びください。【 印はひとつだけ】

1. よくつぶやいている	2. 気付いたとき / たまに つぶやいている	3. つぶやいていない
--------------	-------------------------	-------------

問54へお進みください

(問53で「1.よくつぶやいている」「2.気付いたとき / たまにつぶやいている」と回答した方にお伺いします。)

問53付問1. それでは、あなたは具体的にどんな情報を発信していますか。あてはまるものを全てお選びください。

【 印はいくつでも】

1. 自分が今実際にいる / いた居場所 (例:「渋谷なう」)
2. 自分が置かれている“良い”状況 (例:「ただいま芸能人に遭遇!!!」)
3. 自分が置かれている“ピンチ”な状況 (例:「やばい、道に迷ってしまった。。。」)
4. 自分が今すぐにでもやりたいこと (例:「ここを抜け出して、早く家に帰りたい!!!」)
5. 今の自分の感情(喜怒哀楽) (例:「バイト受かってうれしい!!!」)
6. 自分と関わる身近な人(友達・恋人・家族)との出来事の共有 (例:「今日は楽しかったね」)
7. 自分の過去の様々なエピソード (例:「小3のときに実は・・・」)
8. 自分の隠れた趣味や関心ごとなど、普段人にはあまり見せない一面 (例:「萌え～～～!」)
9. 今日自分が気になったニュース (例:「菅首相、支持率が %・・・」)
10. 自分が体験した商品やサービス等の口コミ情報 (例:「このお店おいしいらしいよ」)
11. 自分が知っている、ちょっと有益な情報 (例:「先生の授業がおもしろいからオススメ!」)
12. 単なる事務的連絡 (例:「明日12時に吉祥寺集合ね」)
13. 第三者への相談・質問 (例:「携帯を換えたいけど、何かお勧めある?」)
14. 各種イベントの告知や誘い (例:「今夜飲み会あるけど、来る?」)
15. その他()

次に、スマートフォンについてお伺いします。

スマートフォンとは、携帯電話の中でも、通常の音声通話や携帯電話・PHS単独で使用可能な通信機能だけでなく、本格的なネットワーク機能、PDAが得意とするスケジュール・個人情報の管理など、多種多様な機能を持った情報端末を指しています。

(全ての方にお伺いします。)

問54. あなたは、現在下記のスマートフォンを使っていますか。使っているものを全てお選びください。

【 印はいくつでも】

<p>1. iPhone(アイフォーン)</p> <p>2. Xperia(エクスペリア)</p> <p>3. GoogleのAndroid対応端末</p> <p>4. BlackBerry(ブラックベリー)</p>	<p>5. その他スマートフォン</p> <p>x1. スマートフォンは利用していない</p> <p>x2. スマートフォンが何かわからない</p>
--	--

問55へお進みください

(問54で「1. iPhone」～「x1. スマートフォンは利用していない」と回答した方にお伺いします。)

問54付問1. スマートフォンを持つことで大学生のコミュニケーションの仕方は変わるとお思いますか。あてはまるものを一つだけお選びください。【 印はひとつだけ】

1. そう思う	3. あまりそう思わない
2. ややそう思う	4. 全くそう思わない

(引き続き、問54で「1. iPhone」～「x1. スマートフォンは利用していない」と回答した方にお伺いします。)

問54付問2. 将来、携帯電話は全てスマートフォンになっていくとお思いますか。あてはまるものを一つだけお選びください。

【 印はひとつだけ】

1. そう思う	3. あまりそう思わない
2. ややそう思う	4. 全くそう思わない

次に、今後のあなたとあなたの周りの人との絆やコミュニケーションについてお伺いします。

(全ての方にお伺いします。)

問55. あなたは今後どのように友人と付き合いしていきたいと思えますか。あてはまるものを一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(付き合い友達の数はいくなくても、関係性は深い)
2. 狭く浅く付き合いたい(付き合い友達の数はいくないし、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(付き合い友達の数が多い、かつ関係性も深い)
4. 広く浅く付き合いたい(付き合い友達の数が多いが、関係性は浅くあまり干渉しない)

問56. あなたは今後、人と直接接する機会を増やしたいと思えますか。あてはまるものを一つだけお選びください。

【 印はひとつだけ】

- | | |
|-----------|--------------|
| 1. そう思う | 3. あまりそう思わない |
| 2. ややそう思う | 4. 全くそう思わない |

問56付問1. 上記の問でそのようにお答えになったのは、なぜですか。理由を具体的に教えてください。

【回答は具体的に】

これからの質問は、最近1年間を振り返ってお答えください。

最近1年間を代表する人物についてお伺いします。

S1. 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...

--

あなたと広告との関わりについてお伺いします。

S2. 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

S3. 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

S4. 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。

【A～Eそれぞれ 印はひとつずつ】

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 |
|-----------------|-------------------|

S5. 現在あなたは、以下に挙げられた様々な広告を、どの程度意識して見て(聞いて)いますか。あなたのお気持ちに最も近いものをそれぞれひとつずつ選び 印をつけてください。【 印はそれぞれひとつずつ】

	1. 意 識 し て 見 て い る (聞 い て い る)	2. や 見 て い て い る (聞 い て い る)	3. あ 見 て い て い る (聞 い て い る)	4. 意 識 し て 見 て い て い る (聞 い て い る)
1. テレビCM	1	2	3	4
2. ラジオCM	1	2	3	4
3. 新聞広告	1	2	3	4
4. 雑誌広告	1	2	3	4
5. 屋外広告(看板・大型ビジョンなど)	1	2	3	4
6. 交通広告(中吊り・駅貼りポスターなど)	1	2	3	4
7. パソコンのバナー広告	1	2	3	4
8. パソコンのホームページ	1	2	3	4
9. 携帯電話のバナー広告	1	2	3	4
10. ダイレクトメール	1	2	3	4
11. カタログ	1	2	3	4
12. フリーペーパー/クーポン誌	1	2	3	4
13. チラシ(折込み/街頭配布など)	1	2	3	4
14. お店の手書きカード	1	2	3	4

S6. 以下に、情報や流行に対する意識について様々な意見が挙げられています。

A~Hの項目それぞれについて、「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」のうち、あてはまるものを一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 人と会って話しているときより、 パソコンや携帯電話をいじっている時のほうが楽しい	1	2	3	4
B 自分は普段から他人の目が気になる方だ	1	2	3	4
C 情報が多すぎて疲れると感じたことがある	1	2	3	4
D 人とくらべて友達が多いほうだ	1	2	3	4
E 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
F 情報はできるだけ他人と共有する方だ	1	2	3	4
G 世間の出来事より、自分の身の回りの出来事に興味がある	1	2	3	4
H 他人が知らない情報を自分だけ知っているとうれしい方だ	1	2	3	4

では最後に、あなたご自身のことについてお伺いします。
 これからの質問は、集計の際にすべて「1・2年生」「3・4年生」というような層分類に用いられるものです。
 個人の回答がそのまま漏れるようなことは決してありませんので、ぜひともお気軽にお答えください。

F1. 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

F2. あなたの満年齢を教えてください。
 【回答は具体的な数字で】

満 歳

F3. あなたの現在のお住まいは、次のどちらですか。
 【印はひとつだけ】

1. 親と同居(実家)
 2. 親と別居(一人暮らし・下宿・寮など)

F4. あなたの大学名を教えてください。
 【印はひとつだけ】

1. 駒澤大学 4. 専修大学
 2. 上智大学 5. 東洋大学
 3. 成蹊大学 6. 早稲田大学

F5. 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

F6. あなたには今恋人はいますか。
 あてはまるものを一つだけお選びください。
 【印はひとつだけ】

1. いる 2. 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 2010
(since April 2010)

大学生1,000人にきく

『SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）』に関する意識調査

2010年12月発行

編集 大学生意識調査プロジェクト（FUTURE2010）

発行 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）

