

感謝の心をこめて

Challenge & Smile



2018年7月24日

No.18-200

株式会社 いよぎん地域経済研究センター

## 県内大学生へのアンケート結果

～SNSを賢く使いこなすイマドキの学生～

株式会社いよぎん地域経済研究センター（略称IRC、社長 重松 栄治）では、このたび、県内大学生へのアンケート結果を取りまとめましたので、下記のとおりお知らせします。なお、詳細は2018年8月1日発行の「IRC Monthly」2018年8月号に掲載いたします。

記

### 【調査要旨】

- ・ アンケートによる月間の収入総額の平均は、自宅生が7.2万円、自宅外生が11.3万円、学生全体では9.9万円と、いずれも前回調査を下回った。
- ・ 月間の平均貯蓄額は1.9万円と、前年比0.1万円増となった。貯蓄の目的は、「旅行などのレジャー」が41.2%と最も高く、調査開始から初めて「将来への備え」(36.2%)を上回った。自分の楽しみのために支出するという今年の学生の傾向がうかがえる。
- ・ 1日にどのくらいスマホ・タブレットを利用するか尋ねると、2～6時間利用する割合が6割を超えた。「スマホ・タブレットを持っていない」学生はわずか0.4%だった。
- ・ SNSを利用している人にSNS別の利用頻度を尋ねたところ、利用頻度が最も高かったのは「LINE」で、そのうち「ほぼ毎日」と答えた学生は94.3%となった。2015年の89.6%からさらに利用頻度が高まっている。ビジネスシーンでよく使われる「Facebook」は、92.2%の学生が「利用していない(登録しているが、ほとんど利用していない+利用していない)」ようだ。
- ・ 「LINE」の利用目的は、身内や近い人との連絡手段やコミュニケーションツールとしての側面が強いが、「Twitter」や「Instagram」は外の情報を得る、という目的にも重きが置かれているなど、学生がさまざまなシーンに応じてSNSを使い分けている様子が見えてきた。
- ・ スマホ、SNSは学生生活において切り離せないものとなっており、学生はネットやSNSの便利さだけでなく危うさもよく理解して使いこなしている。空前の就活売り手市場のなか、企業も、学生の興味を引く情報発信を行うために、SNSをうまく利活用していくことが求められる。

以上

私たちはチャレンジします。みなさまの笑顔のために。

NEWS RELEASE

株式会社 **伊予銀行** 愛媛県松山市南堀端町1番地 〒790-8514 TEL(089) 941-1141

IRC では、県内大学生の暮らしぶりを把握するため 2009 年からアンケートを実施している。以下は本年の結果である。

### アンケートの概要

時期：2018 年 5 月下旬～6 月下旬  
 対象：愛媛大学法文学部、社会共創学部、理学部、工学部、農学部、理工学研究科、松山大学経営学部、経済学部 の学生  
 方法：アンケート用紙を配付し、その場もしくは後日回収。無記名方式。  
 回答者数：541 人

### 回答者属性

大学	愛媛大学	66.4%	松山大学	33.6%
性別	男性	58.9%	女性	41.1%
学年	1 回生	0.7%	2 回生	35.0%
	3 回生	47.4%	4 回生	13.7%
	その他	3.2%		
学部	文系	57.1%	理系	42.9%
出身地	愛媛県内	51.3%	四国3県	12.0%
	中国・九州	24.5%	近畿	6.7%
	関東	1.7%	その他	3.7%
住まい	自宅	33.8%	自宅外	66.2%

注：集計は不明分を除く。また、小数点以下第2位を四捨五入して表記しているため、内訳の合計が100%にならないことがある(以下、同じ)。

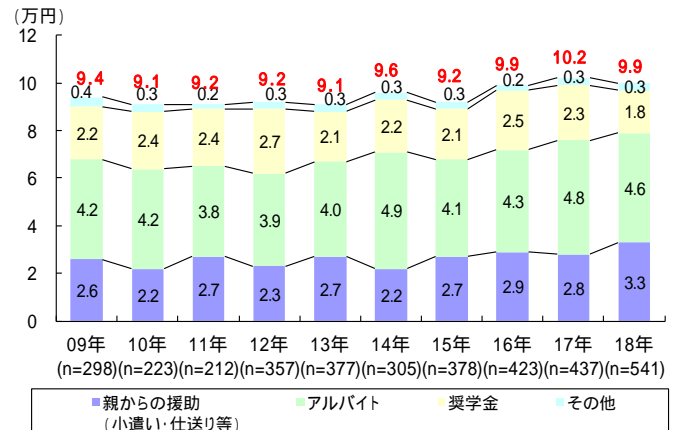
### 1. 月間の収支状況

#### 1) 収入状況 ～前回調査を下回る～

収入総額の平均は前回調査から 0.3 万円減の 9.9 万円となった。収入総額の内訳をみると、「親からの援助(小遣い・仕送り等)」が 3.3 万円(前年比 +0.5 万円)と過去最高となり、「アルバイト」は 4.6 万円(同▲0.2 万円)だった。「奨学金」は 1.8 万円(同▲0.5 万円)と、調査開始以来最も低くなった(図表-1)。「親からの援助(小遣い・仕送り等)」が過去最高額となったのは、前回調査よりも「自宅外生」の回答割合が高かったことが一因と考えられる。

また、自宅生の収入総額は 7.2 万円、自宅外生は 11.3 万円となった(図表-2)。

図表-1 収入総額とその内訳の推移



注：赤字は収入総額。

図表-2 毎月の平均収入額

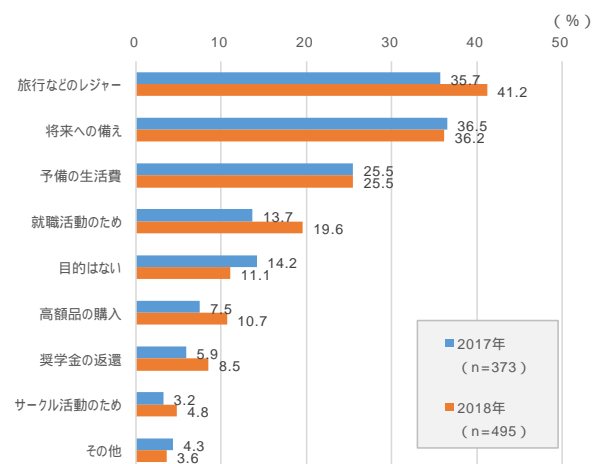
(単位:万円)

	全体	自宅生 (n=173)	自宅外生 (n=341)
収入総額	9.9	7.2	11.3
親からの援助 (小遣い・仕送り等)	3.3	0.4	4.8
アルバイト	4.6	5.1	4.3
奨学金	1.8	1.5	1.9
その他	0.3	0.2	0.3

注：各数値は全回答を平均したもの。また、小数点以下第2位を四捨五入して表記しているため、合計と一致しないことがある。

2) 貯蓄状況 ～貯蓄目的は「旅行などのレジャー」が初めて最多に  
 月間の平均貯蓄額は 1.9 万円と、前年比 0.1 万円増となった。貯蓄の目的では、「旅行などのレジャー」が 41.2%と最も高くなり、調査開始から前回まで 1 位であった「将来への備え」(36.2%)を初めて上回った(図表-3)。

図表-3 貯蓄の目的<上位2つ以内で複数回答>

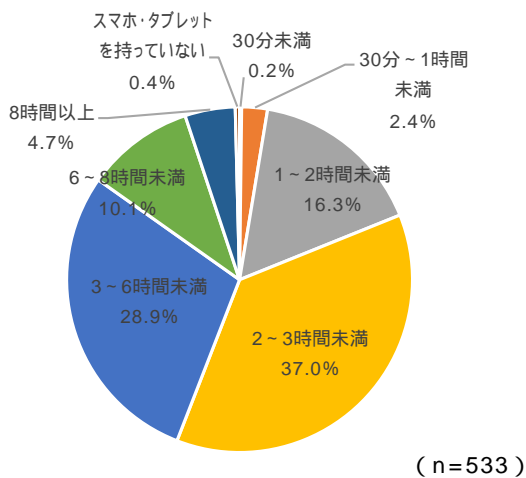


「旅行などのレジャー」は学年が上がるほど割合が高くなっており、卒業旅行などのために貯める学生が多いと言えるかもしれない。また、「就職活動のため」(19.6%)は、就活を控えた3回生で高い割合を占めていた。

## 2. スマートフォン・タブレットの活用方法

1日にどのくらいスマホ・タブレットを利用するか尋ねると、「2～3時間未満」が37.0%と最も多く、次いで「3～6時間未満」(28.9%)となった(図表-4)。6時間以上スマホを利用する学生も14.8%おり、スマホが生活に欠かせないモノとなっている様子が見えてくる。「スマホ・タブレットを持っていない」学生はわずか0.4%だった。

図表-4 1日あたりのスマホ・タブレット利用時間



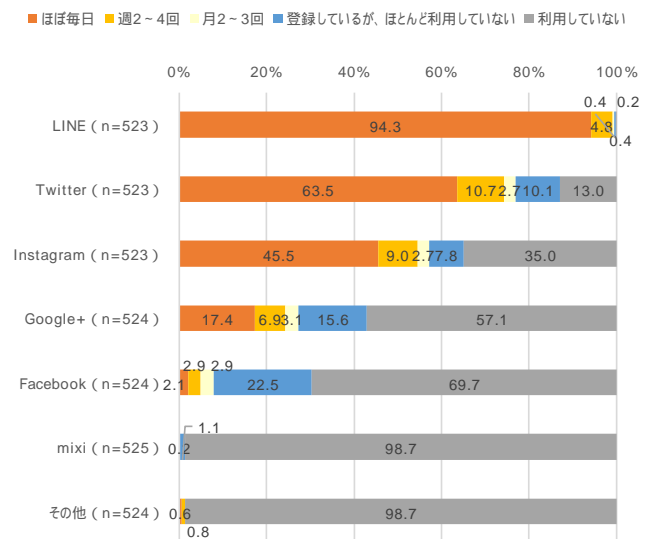
## 3. SNSの利用状況

### 1) 98%の学生がSNSを利用、LINEが最多

SNSを利用しているかを尋ねると、「はい」と答えた学生は98.3%を占めた。SNS別の利用頻度を尋ねたところ、利用頻度が最も高かったのは「LINE」で、そのうち「ほぼ毎日」と答えた学生は94.3%となった。2015年の89.6%からさらに利用頻度が高まっており、「週2～4回」「月2～3回」を合わせると、99.5%の学生が「LINE」を利用していることになる。

「LINE」に次いで利用者数が多いのは「Twitter」である。「Twitter」は、2012年から2015年にかけて一気に利用者が増え、その後も高い水準を維持している。学生にとってはポピュラーなSNSの1つと言えるだろう。

図表-5 SNS別利用頻度(2018年)



図表-6 SNS別利用頻度比較

	LINE			Twitter			Facebook			mixi		
	2012	2015	2018	2012	2015	2018	2012	2015	2018	2012	2015	2018
ほぼ毎日	-	89.6	94.3	28.5	63.4	63.5	15.3	9.1	2.1	43.4	0.0	0.2
週2～4回	-	9.1	4.8	7.9	9.9	10.7	7.0	10.7	2.9	13.6	0.3	0.0
月2～3回	-	0.3	0.4	2.5	1.9	2.7	2.5	4.8	2.9	2.5	0.0	0.0
登録しているが、ほとんど利用していない	-	0.5	0.4	16.9	7.0	10.1	12.8	27.5	22.5	16.5	11.8	1.1
利用していない	-	0.5	0.2	44.2	17.9	13.0	62.4	47.9	69.7	24.0	88.0	98.7

「Instagram」を「ほぼ毎日」利用する学生は45.5%となった。男女別にみると、「ほぼ毎日」と答えた割合は女性の方が高く（男性 36.9%、女性 57.9%）、女性人気が高い。2017年の流行語大賞に“インスタ映え”が選ばれたことは記憶に新しいが、“フォトジェニック”な写真を撮って共有するとスタイルが女子学生の心をつかんでいると言える。

ビジネスシーンではよく使われる「Facebook」だが、92.2%の学生は「利用していない（登録しているが、ほとんど利用していない+利用していない）」とした。

また、2012年には利用している（「利用していない」を除く）割合が76.0%と最も割合が高かった「mixi」を利用する学生はほぼいなくなっている（図表-5・6）

## 2) 利用目的はさまざま、SNSによって使い分ける

SNS別に、そのSNSを利用している学生を対象に利用目的を尋ねたところ、学生の99.5%が利用する「LINE」の利用目的は、「家族や友人との連絡手段や雑談ツールとして」（72.9%）、「家族や友人の近況を知るため」（61.8%）、「家族や友人とコミュニケーションをとるため」（55.0%）など、身内や近い人との連絡手段やコミュニケーションツールとしての側面が強い。

一方、「Twitter」や「Instagram」は「ニュースなどから情報収集するため」（Twitter：50.9%）、「有名人の近況を知るため」（Twitter：43.9%、Instagram：46.3%）といった、外の情報を得る、という目的にも重きが置かれている。

また、「Google+」は特に「ニュースなどから情報収集するため」が66.7%と高い割合を占めており、外からの情報収集用の色が濃い（図表-7）

学生が、さまざまなシーンに応じてSNSをうまく使い分けていることがうかがえる。

## まとめ

今回のアンケートでは県内大学生の月間収入・支出総額はどちらも前回調査を下回ったが、そのなかで貯蓄をし、「旅行・レジャー」など、自分の楽しみのために支出するという今年の学生の傾向がうかがえる結果となった。

スマホ、SNSは学生生活において切り離せないものとなっており、利用目的によってSNSを賢く使い分け、自分に必要な情報を必要に応じて使いこなすイマドキの学生の姿が明らかになった。

これらの学生の動向は、企業においても大きな影響があろう。空前の売り手市場が続いており、企業も、学生の興味を引く情報発信を行うためにSNSをうまく活用していくことが求められる。

（加藤 あすか）

図表-7 SNSの利用目的<複数回答>

	LINE (n=516)	Twitter (n=442)	Facebook (n=83)	Instagram (n=322)	Google+ (n=150)
家族や友人の近況を知るため	61.8	50.9	49.4	53.7	2.7
有名人の近況を知るため	8.7	43.9	7.2	46.3	9.3
ニュースなどから情報収集するため	19.8	50.9	20.5	13.0	66.7
企業ページなどから商品・サービス等の情報を収集するため	5.6	19.7	18.1	14.3	39.3
自分の近況を知ってもらうため	15.3	20.8	14.5	26.4	0.7
家族や友人とコミュニケーションをとるため（イイねやコメントなど）	55.0	28.3	12.0	30.7	1.3
新たな友人をつくるため	5.0	13.3	14.5	6.2	0.7
家族や友人との連絡手段や雑談ツールとして	72.9	15.4	4.8	13.4	5.3
ひまつぶしのため	21.1	76.9	33.7	65.5	24.0