

感謝の心をこめて

Challenge & Smile



2020年8月6日

No. 20-215

株式会社 いよぎん地域経済研究センター

コロナ下での県内大学生の意識調査

～対面×オンラインの「ハイブリッド型就活」で選択肢広がる～

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2020年9月1日発行の「IRC Monthly」2020年9月号に掲載いたします。

記

【調査概要】

- ・ 6月中旬から7月上旬に行ったアンケートによると、月間収入総額の平均は前年から0.7万円減少の9.2万円となった。支出総額は前年から0.5万円減少の7.1万円と3年連続で減少した。新型コロナウイルス感染拡大による旅行、レジャーの自粛で「娯楽費」が減少したことが大きいとみられる。
- ・ 新型コロナウイルス感染拡大の影響で、学生の約9%が就職場所として地方を希望するようになったと回答した。県内企業にとっては人材確保のチャンスが広がりそうだ。
- ・ オンラインでの就職活動のうち、「会社説明会」は80.4%が「あり」と肯定的だった。オンラインを活用することで、学生側の選択肢は確実に広がる。企業側も取り組み次第では、「UIターン」のニーズをつかんで応募者を増やせるのではないだろうか。
- ・ アフターコロナでの授業については、「対面」と「遠隔」を組み合わせるハイブリッド型を希望する回答が7割を占めた。一方、従来どおりすべて対面で行う授業を希望する学生は15.5%だった。
- ・ オンライン飲み会は56.0%に経験があり、そのうち55.5%がメリットとして「気軽に参加できる」と回答した。遠く離れた友人同士などでは、アフターコロナでもオンライン飲み会は引き続き開催されるだろう。
- ・ 従来対面で行っていた保険、車、家などのセールスや、冠婚葬祭にも、オンラインを組み合わせたハイブリッド型が導入されはじめた。こうしたビジネスモデルは3密回避を追い風に着実に広がっている。日常的にオンラインを活用している今の大学生世代は、この経験を生かして、将来新たなオンラインビジネスを生み出すことだろう。

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 年から愛媛大学および松山大学の学生を対象にアンケートを実施している。両大学では遠隔授業を実施しており、従来の紙の調査票が配布できないため、Webアンケートを実施した。

調査の概要

時期：2020年6月中旬～7月上旬
 対象：愛媛大学・松山大学の学生
 回答者数：357人
 方法：学内の授業支援システム上で回答を依頼し、無記名方式のWebアンケートを実施。

【アンケート回答者の属性】

性別	男性180人(50.4%)	女性177人(49.6%)
学年	1回生:34人(9.5%) 3回生:170人(47.6%) その他:6人(1.7%)	2回生:107人(30.0%) 4回生:40人(11.2%)
出身地	愛媛県内:234人(65.5%) 中国・九州:50人(14.0%) 関東:2人(0.6%)	四国3県:50人(14.0%) 近畿:13人(3.6%) その他:8人(2.2%)
住まい	自宅:176人(49.3%)	自宅外:181人(50.7%)

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

～自宅外生は減少、自宅生は変化なし～

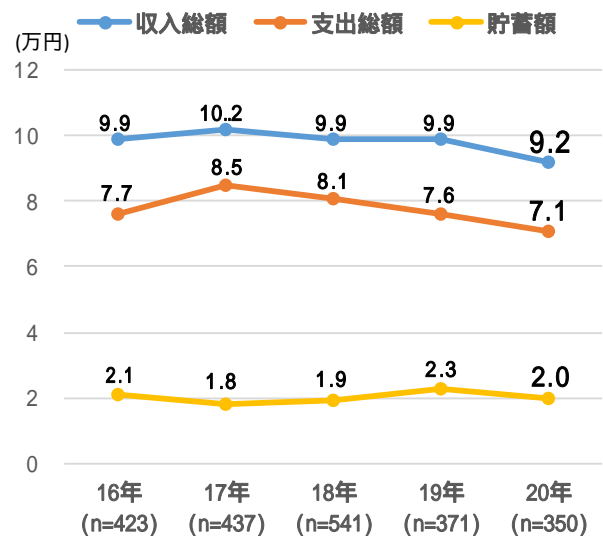
月間収入総額の平均は前回調査から0.7万円減の9.2万円となった(図表-1)。自宅生と自宅外生を比較すると、自宅生は「アルバイト」(前年比0.6万円)が減少したが、「奨学金」(同+0.5万円)や「親からの援助」(同+0.2万円)などが増加し、前回調査と同じく7.0万円となった。一方、自宅外生は前回調査から0.7万円減の11.2万円となった。内訳は、「親からの援助」と「アルバイト」がともに0.5万円ずつ減少した。今回調査の「アルバイト」収入の減少には、コロナ感染拡大の影響があったとみられる。

(2) 支出状況

～娯楽費を中心に減少～

月間支出総額の平均は前回調査から0.5万円減の7.1万円と、3年連続の減少となった(図表-1)。「娯楽費」の減少(前年比0.3万円)が全体を押し下げた。コロナ感染拡大による旅行やレジャーの自粛で支出が減少したとみられる。

図表-1 月間収支状況の推移



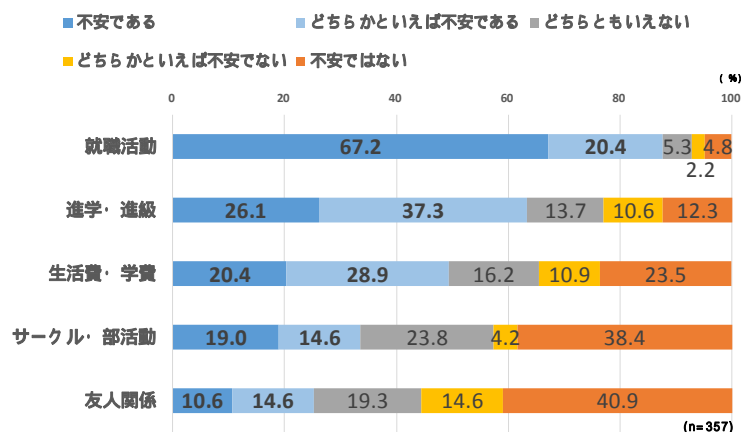
2. コロナ下での生活実態

(1) 学生生活に対する意識

～9割が就職活動に不安と回答～

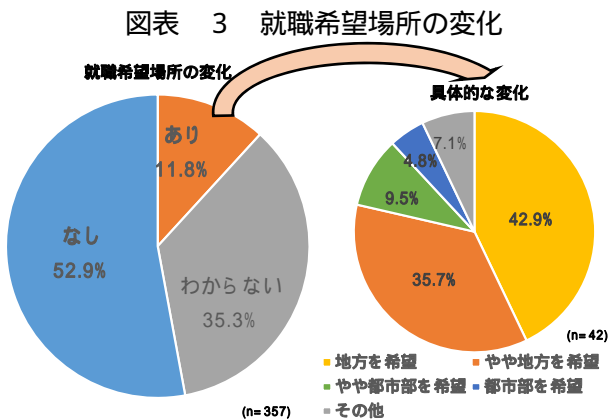
コロナ下での学生生活で「不安」との回答(「不安」「どちらかといえば不安」の合計)が最も多かったのは「就職活動」の87.6%であった(図表2)。学年別にみると、3回生が9割、1、2回生でも8割を超えた。

図表-2 コロナ下での学生生活における意識



(2) コロナ下での就職希望場所の変化
 ~ 1割が就職希望場所に变化 ~

コロナの影響で、就職希望場所に变化があったと回答した学生は11.8%であった。そのうち、地方を希望するようになったとの回答は合計で78.6%となった(図表 3)。全体でみると約9%の学生が地方希望に変化しており、県内企業にとっては人材確保のチャンスが広がりそうだ。



3. オンラインの活用に対する意識調査

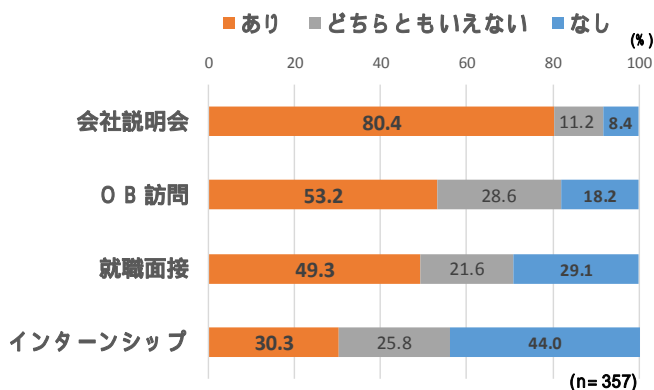
(1) オンラインでの就職活動

○オンラインでの就職活動の賛否

~ 8割がオンライン説明会に賛成 ~

オンラインで行う就職活動を「あり」か「なし」かで尋ねたところ、「会社説明会」は80.4%が「あり」と肯定的だった。また、双方向のコミュニケーションが必要な「OB訪問」や「就職面接」でも「あり」が約半数となっており、ある程度受け入れられそうだ(図表 4)。

図表 - 4 オンラインでの就職活動の「あり」「なし」

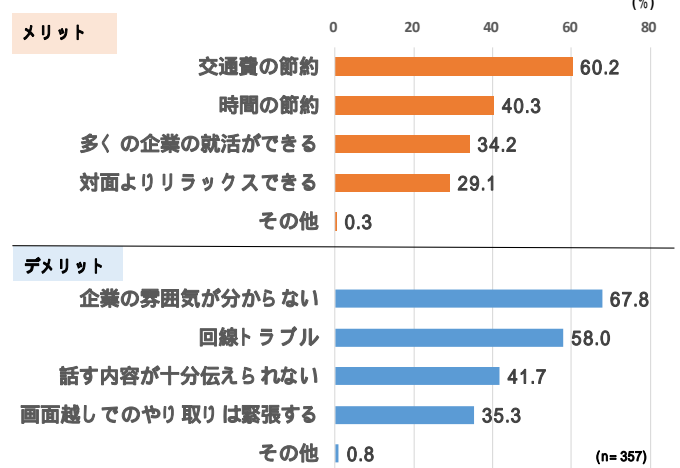


○オンラインでのメリット・デメリット

~ 6割が交通費の節約と回答 ~

オンラインで行う就職活動のメリットでは「交通費の節約」(60.2%)、「時間の節約」(40.3%)が、デメリットでは、「企業の雰囲気分からない」(67.8%)、「回線トラブル」(58.0%)が上位となった(図表 5)。オンラインを活用することで、学生側の選択肢は確実に広がる。企業側も取り組み次第では、「UIターン」のニーズをつかんで応募者を増やせるのではないだろうか。

図表 5 オンラインでの就職活動の
 メリット・デメリット(複数回答)



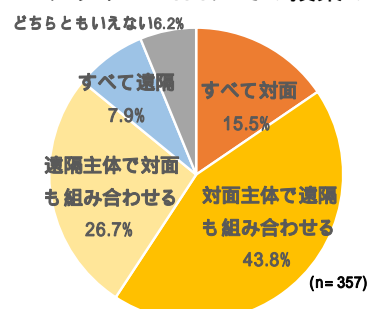
(2) 遠隔授業

○アフターコロナでの授業のあり方

~ 7割がハイブリッド型を希望 ~

アフターコロナでの授業のあり方を尋ねたところ、「対面」と「遠隔」を組み合わせるハイブリッド型を希望する回答(「対面主体で遠隔も」と「遠隔主体で対面も」の合計)が7割を占めた(図表 6)。一方で、従来どおりすべて対面で行う授業を希望する学生は15.5%だった。

図表 - 6 アフターコロナでの授業のあり方

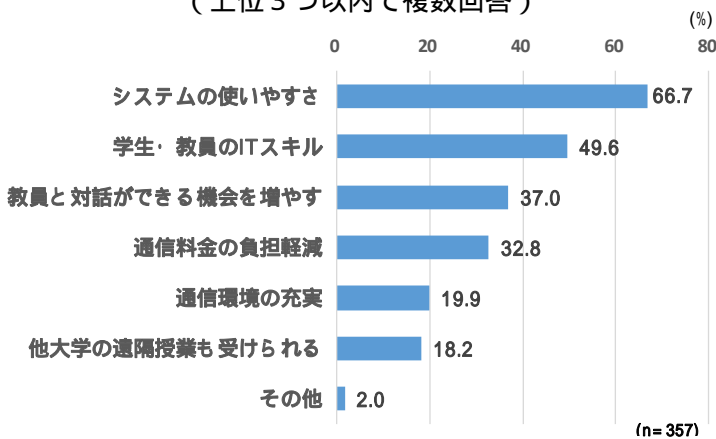


○遠隔授業の活用に必要なこと

～システムの使いやすさがトップ～

大学での遠隔授業に必要なことは、「システムの使いやすさ」(66.7%)が最も多く、「学生・教員のITスキル」(49.6%)、「教員と対話ができる機会を増やす」(37.0%)と続いた(図表 7)。

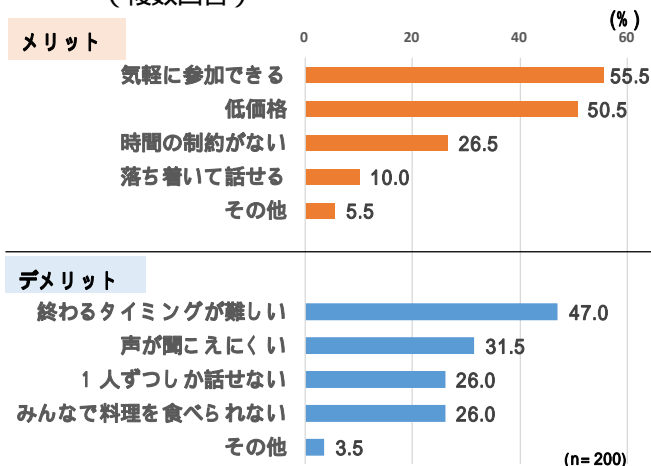
図表 - 7 大学の遠隔授業の活用に必要なこと
(上位3つ以内で複数回答)



(3) オンライン飲み会

オンライン飲み会(アルコール類を伴わないものを含む)をしたことがある学生は56.0%と、半数を上回った。また、メリットでは「気軽に参加できる」(55.5%)、「低価格」(50.5%)が、デメリットでは「終わるタイミングが難しい」(47.0%)、「声が聞こえにくい」(31.5%)が上位となった(図表 8)。遠く離れた友人同士などでは、アフターコロナでもオンライン飲み会は引き続き開催されるだろう。

図表 8 オンライン飲み会のメリット・デメリット
(複数回答)

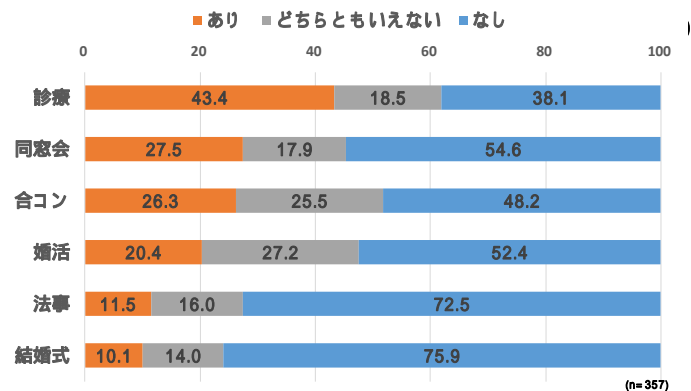


(4) オンライン診療・冠婚葬祭など

～4割がオンライン診療に賛成～

診療や冠婚葬祭などをオンラインで行うことが「あり」か「なし」で尋ねた。「あり」が最も多かったのは「診療」(43.4%)で、「同窓会」(27.5%)、「合コン」(26.3%)と続いた(図表 9)。オンラインの活用方法や、そのメリットが理解されるようになれば、「あり」「なし」の賛否にも変化があらわれるとみられる。

図表 9 オンラインの活用の「あり」「なし」



【調査のまとめ】

大学生はいま、学年や学部を問わず遠隔授業などで日常的にオンラインを活用している。そのなかで学生たちは、オンラインのメリットとデメリットを実感したようだ。アフターコロナでも、「授業」「就職活動」「飲み会」「冠婚葬祭」など様々なシーンで、程度の差こそあれ、対面とオンラインを状況に応じて組み合わせる「ハイブリッド型」の活用方法を受け入れていこう。

従来対面で行っていた保険、車、家などのセールスや、冠婚葬祭にも、オンラインを組み合わせたハイブリッド型が導入されはじめた。こうしたビジネスモデルは3密回避を追い風に着実に広がっている。日常的にオンラインを活用している今の大学生世代は、この経験を生かして、将来新たなオンラインビジネスを生み出すことだろう。

(西田 賢治)