

平成24年6月26日

No. 12 - 105

株式会社 いよぎん地域経済研究センター

県内大学生のインターネット利用状況 -県内大学生の暮らしぶり-

株式会社いよぎん地域経済研究センター（略称 I R C、社長 山崎 正人）では、このたび下記のとおり、県内大学生のインターネット利用状況について取りまとめたので、お知らせいたします。なお、詳細は、2012年7月1日発行の「調査月報 I R C・2012年7月号」に掲載いたします。

記

【調査概要】

大学生のインターネット利用状況を把握するため、2012年4月に県内大学生（愛媛大学法文学部「地域政策論」、松山大学経営学部「地域産業論」「ミクロ経済学」の受講生371名）を対象にアンケートを実施した。

【調査要旨】

1. 学生が保有している通信端末は、「スマートフォン」(55.8%)との回答が最も多く、「携帯電話」(47.2%)を上回る結果となった。インターネットをする際に最も利用する端末は、「パソコン」(53.6%)との回答が最も多かった。
2. インターネットで商品・サービスを購入したことがある学生は全体の68.5%であり、身近な購入手段となっているようだ。購入したことがある商品・サービスは、「衣類・靴・バッグ・アクセサリー」「書籍・雑誌」「CD・DVD」などが多かった。
3. ネットショッピングを利用したことがない人の41.7%は「今後利用したい」と回答し、ネットショッピング利用者は今後も増加すると考えられる。
4. 学生の65.1%がSNSを「利用している」と回答した。SNS別の利用状況では、mixiの利用者が多く、ほかのSNSに比べて利用頻度も高くなっている。
5. SNSを通じて交流している人は「友人・知人」(92.8%)との回答が最も多かった。主に、現実の友人・知人とのコミュニケーションツールとなっており、仲間内での関係を深めることに利用しているのかもしれない。
6. SNSの主な利用目的は、「人の書込みやつぶやきを読む」(88.6%)「人の書込みやつぶやきにコメントする」(62.3%)であった。自分から何かを発信するよりも、人の情報を受信して、情報を共有することが主な目的となっているようだ。

以 上

当社は、県内大学生のインターネット利用状況を把握するため、県内大学生を対象にアンケートを実施した。以下はその結果である。

アンケートの概要	
時期：	2012 年 4 月中旬
対象：	愛媛大学法文学部「地域政策論」、 松山大学経営学部「地域産業論」、 「ミクロ経済学」の受講生 371 名
方法：	教室でアンケート用紙を配付し、 その場で回収。無記名方式。

回答者属性

大学	愛媛大学	37.7%	松山大学	62.3%
性別	男性	57.7%	女性	41.8%
	不明	0.5%		
学年	1 回生	0.3%	2 回生	49.6%
	3 回生	35.0%	4 回生	13.2%
	その他	1.6%	不明	0.3%
出身地	愛媛県内	67.7%	四国3県	11.6%
	中国・九州	15.1%	関西	1.3%
	関東	1.3%	その他	2.7%
	不明	0.3%		
住まい	自宅	43.1%	自宅外	55.5%
	不明	1.3%		

(注) 割合は、四捨五入して表記しているため、合計が 100% にならないことがある(以下、同じ)。

1. インターネットの利用

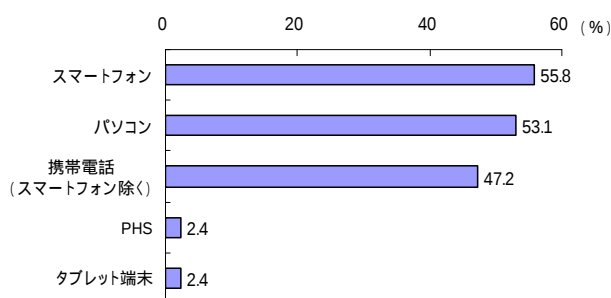
(1) 保有通信端末とインターネット利用端末

学生が保有している通信端末は、「スマートフォン」との回答が 55.8% と最も多く、「携帯電話」の 47.2% を上回る結果となった(図表-1)。全国大学生生活協同組合連合会の「学生生活実態調査」によると、学生のスマートフォン保有率は 34.1% となっており、県内大学生にはスマートフォンが広く浸透しているようだ。

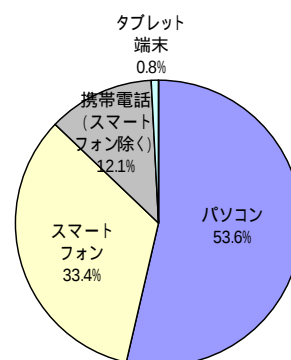
インターネットをする際に最も利用する端末は、「パソコン」(53.6%) との回答が最も多かった(図表-2)。

図表-1 保有している通信端末

(n = 371、複数回答)



図表-2 インターネット利用端末 (n = 371)

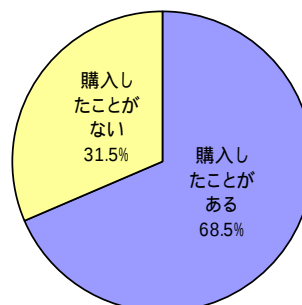


(2) インターネットショッピング

インターネットで商品・サービスを購入したことがある学生は全体の 68.5% であり、身近な購入手段となっているようだ(図表-3)。

図表-3 ネットショッピングの利用状況

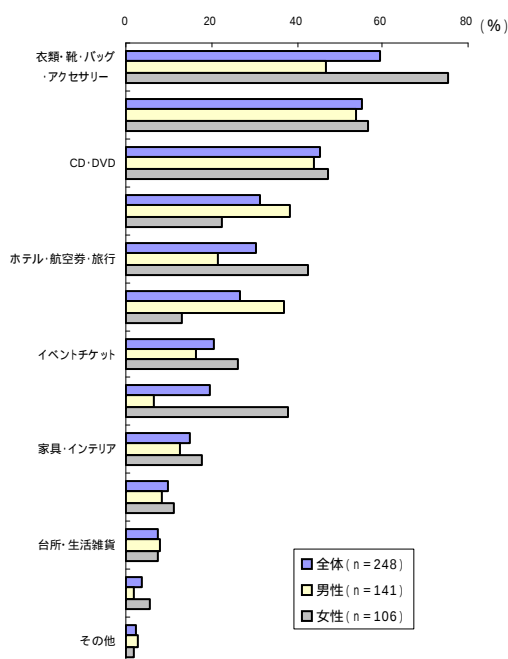
(n = 371)



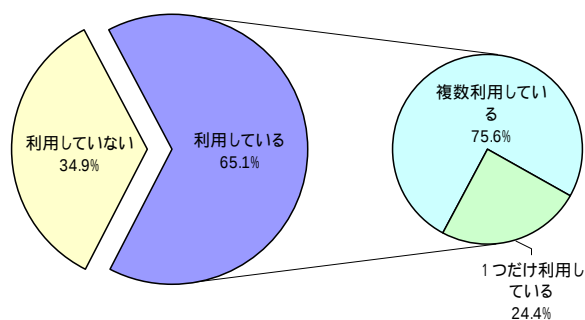
購入したことがある商品・サービスは、「衣類・靴・バッグ・アクセサリ」「書籍・雑誌」「CD・DVD」などが多かった(図表-4)。

図表-4 購入した商品・サービス

(n = 248、複数回答)



図表-6 SNSの利用状況 (n = 370)



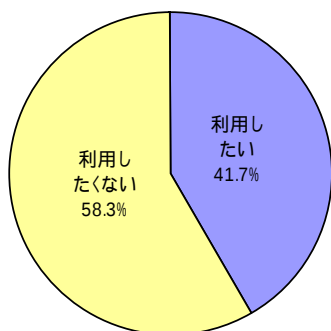
(2) SNS別の利用状況

SNS別の利用状況では、mixiの利用者が圧倒的に多かった(図表-7)。そして、そのうちの約4割が「ほぼ毎日利用する」と回答しており、利用頻度もほかのSNSに比べて高くなっている。

(3) 今後の利用(利用したことがない人)

ネットショッピングを利用したことがない人の41.7%は今後「利用したい」と回答し、ネットショッピング利用者は今後も増加すると考えられる(図表-5)。

図表-5 今後の利用(利用したことがない人)
(n = 115)

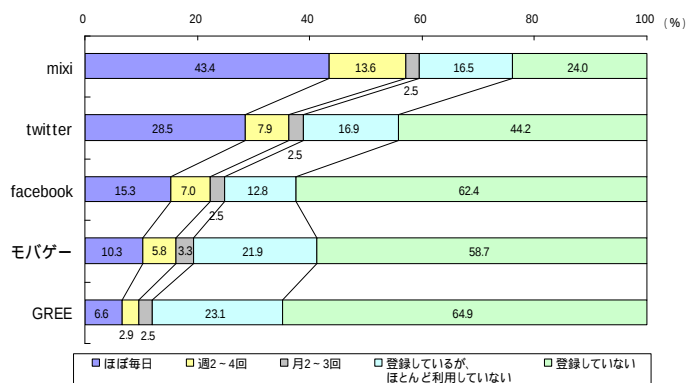


2. SNSの利用

(1) SNSの利用状況

学生の65.1%がSNSを「利用している」と回答した(図表-6)。また、そのうちの8割弱が2つ以上のSNSを利用している。

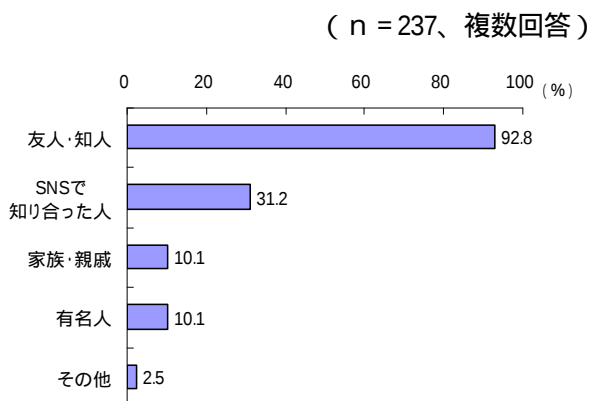
図表-7 SNS別の利用状況 (n = 242)



(3) SNSで交流する人

SNSを通じて交流している人は「友人・知人」との回答が92.8%と最も多かった(図表-8)。主に、現実の友人・知人とのコミュニケーションツールとなっている。時間や距離を気にせず、複数の相手とコミュニケーションがとれるという手軽さから、仲間内での関係を深めることに利用しているのかもしれない。

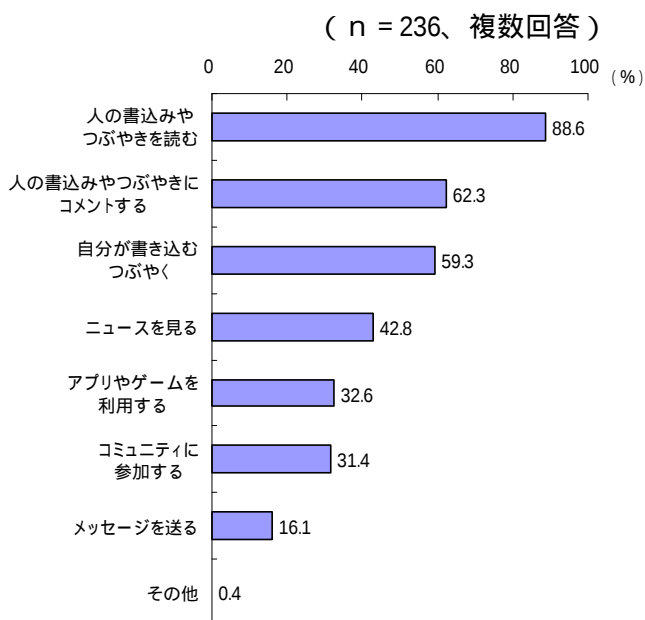
図表-8 SNSで交流する人



(4) SNSの利用目的

SNSの主な利用目的は、「人の書込みやつぶやきを読む」が88.6%、「人の書込みやつぶやきにコメントする」が62.3%であった(図表-9)。自分から何かを発信するよりも、人の情報を受信して、情報を共有することが主な目的となっているようだ。

図表-9 SNSの利用目的

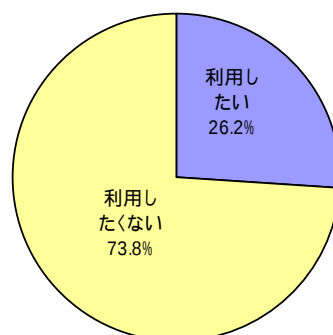


(5) 今後の利用(SNSを利用していない人)

SNSを利用していない人のうち、7割強が今後「利用したくない」と回答した(図表-10)。理由としては、「興味がない」が75.8%、「メリットを感じられない」「使い方が分からない」がともに26.4%であった(図表-11)。「興味がない」というのが主な理由であることから、興味が湧くような魅力があれば、今後利用する可能性も高いと言えるだろう。

図表-10 今後の利用(利用していない人)

(n = 122)



図表-11 SNSを利用しない理由

