

感謝の心をこめて

Challenge & Smile



平成27年7月30日

N o. 15-170

株式会社 いよぎん地域経済研究センター

愛媛県内大学生の暮らしぶりについて

—変わらない暮らしぶり、変わるコミュニケーションツール—

株式会社いよぎん地域経済研究センター（略称IRC、社長 山崎 正人）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2015年8月1日発行の「IRC Monthly」2015年8月号に掲載します。

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6.4万円、自宅外生が11.2万円となり、ともに昨年よりも減少した。
- ・月間支出総額（貯蓄を除く）の平均は、自宅生が4.6万円、自宅外生が9.6万円となった。内訳の推移をみると、総額に占める各項目の割合にはほぼ変化がないことから、収入が減っても楽しみに使う資金は確保し、そのなかでやりくりをしようとする学生の姿勢がうかがえる。
- ・「毎月貯金している」学生は、自宅生が74.4%、自宅外生は60.4%となり、自宅外生の割合は09年のアンケート開始以来、初めて低下した。
- ・車の保有・利用状況では、運転自体をしない学生が67.5%を占めた。男性は主に経済的理由から、女性は必要性を感じないことから保有しないとの回答が多く、男女で差がみられた。また、車の購入意向についても女性は男性よりも消極的な姿勢がうかがえた。
- ・SNSを利用したことがあるかという質問に対し、「はい」と答えた学生は97.1%に及んだ。2012年の調査では「はい」が65.1%、「いいえ」が34.9%と、3割強の学生にとってSNSはまだ身近な存在ではなかったが、この3年で爆発的に広まり、浸透した。
- ・SNSを利用している学生に、どのSNSを利用しているか尋ねたところ、「LINE」が圧倒的に多く、その89.6%が「ほぼ毎日」利用すると答えた。一方で、12年調査で圧倒的に利用者が多かった「mixi」は「利用していない」が学生の9割近くに及んだ。
- ・学生の暮らしぶりに大きな変化は見られなかった。一方、コミュニケーションツールは劇的に変化した。情報通信端末は必要不可欠なものとなり、SNSが新しいコミュニケーションツールとして学生の生活に溶け込んでいる。

以上

私たち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

弊社では、県内大学生の暮らしぶりを把握するため、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：2015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」、
 松山大学経済学部「経済政策論Ⅰ」の
 受講生
 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。
 回答者数：386人

回答者属性

大 学	愛媛大学	45.6%	松山大学	54.4%
性 別	男性	52.4%	女性	47.6%
学 年	1回生	0.0%	2回生	45.2%
	3回生	39.2%	4回生	14.4%
	その他	1.3%		
出身地	愛媛県内	63.4%	四国3県	13.1%
	中国・九州	19.1%	近畿	2.9%
	関東	0.8%	その他	0.8%
住まい	自宅	44.6%	自宅外	55.4%

(注) 集計は不明分を除く。また、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. 月間の收支状況

(1) 収入状況

県内大学生の月間収入総額の平均は、自宅生が6.4万円、自宅外生が11.2万円となった(図表-1)。自宅生は2009年の調査開始以来最低となり、自宅外生も前回調査より減少した。

図表-1 毎月の平均収入額 (n=378)

(単位:万円)

	全体	自宅生	自宅外生
収入総額	9.1	6.4	11.2
親からの援助 (小遣い・仕送り等)	2.7 [4.7]	0.5 [1.7]	4.4 [5.6]
アルバイト	4.1 [5.0]	4.7 [5.4]	3.6 [4.7]
奨学金	2.1 [5.4]	1.1 [4.8]	2.7 [5.5]
その他	0.3 [2.7]	0.1 [2.4]	0.4 [2.9]

(注) 各数値は全回答を平均したもので、〔〕内は「ゼロ」との回答を除き平均したもの。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(以下、同じ)。

(2) 支出状況

月間支出総額(貯蓄を除く)の平均は、自宅生が4.6万円、自宅外生が9.6万円となった(図表-2)。

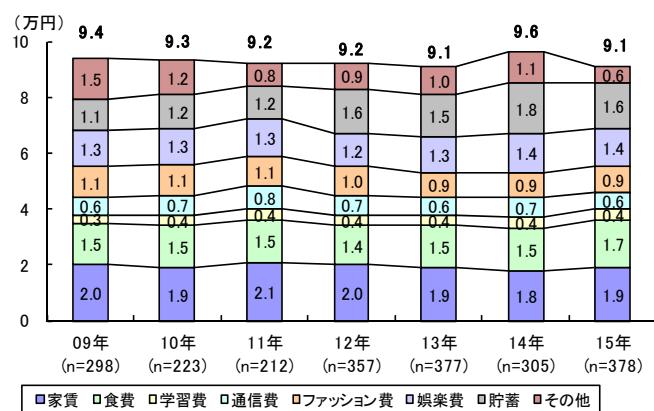
図表-2 毎月の平均支出額 (n=378)

(単位:万円)

	全体	自宅生	自宅外生
支出総額	7.5	4.6	9.6
家賃	1.9	0.0	3.4
食費	1.7	0.9	2.2
学習費(授業料除く)	0.4	0.3	0.4
通信費	0.6	0.4	0.7
ファッショニ費	0.9	0.9	0.9
娯楽費	1.4	1.5	1.4
その他	0.6	0.6	0.6

内訳の推移をみると、ファッショニ費や娯楽費などの総額に占める割合にはほぼ変化がないことから、収入が減っても、楽しみに使う資金は確保し、そのなかでやりくりをしようとする学生の姿勢がうかがえる(図表-3)。

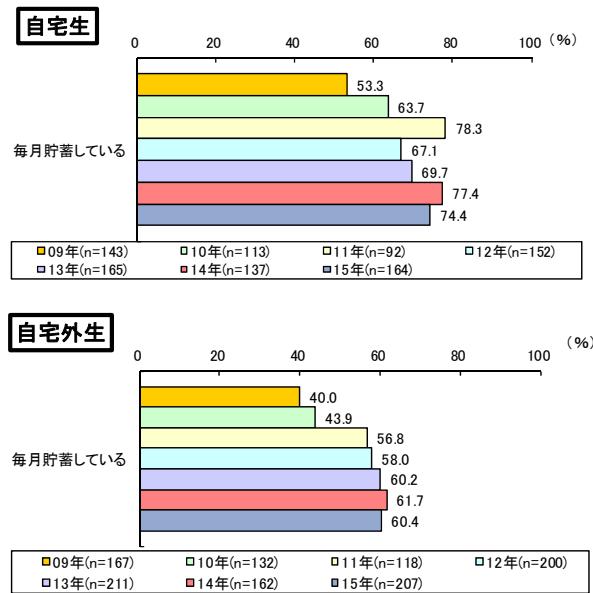
図表-3 支出総額の推移(貯蓄を含む)



(注) 太字は支出総額

また、「毎月貯蓄している」学生の割合は、自宅生が74.4%、自宅外生は60.4%となり、ともに前回調査を下回った。自宅外生は09年の調査開始以来、一貫して割合が上がってきたが、今回初めて低下した。ただし、いずれも低下幅は比較的小幅にとどまっており、収入が減っても、そのなかで貯蓄を続けるという学生の姿勢に大きな変化はないようだ(図表-4)。

図表-4 毎月貯蓄する学生の割合

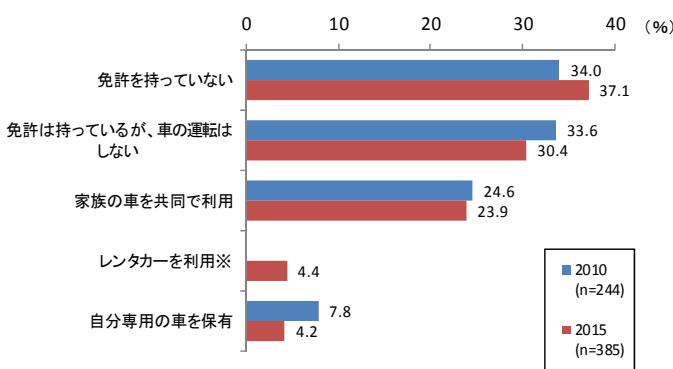


2. 車に対する意識

(1) 車の保有・利用状況

車の保有・利用状況を尋ねたところ、「免許を持っていない」が37.1%、「免許は持っているが運転はしない」が30.4%で、合計すると運転自体をしない学生が7割近くを占めた。10年の結果と比べると、運転をしない学生の割合に大差はないが、免許を持っていない学生の割合が高くなっている。一方、「自分専用の車を保有」と答えた学生の割合は10年には7.8%だったが、今回は4.2%にとどまった。「家族の車を共同で利用」(23.9%)、「レンタカーを利用」(4.4%)など、利用するときのみ借りる、という学生も3割に満たない。(図表-5)。

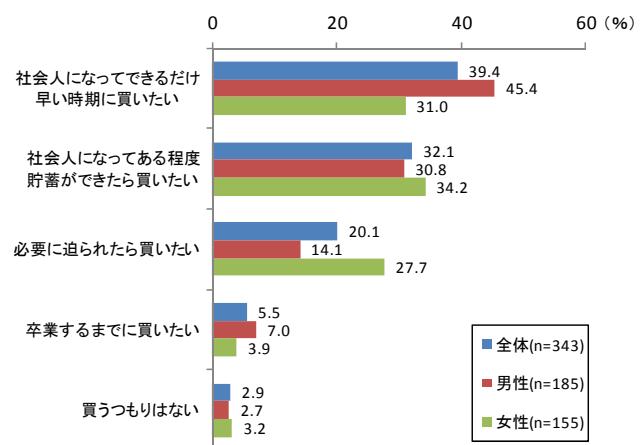
図表-5 車の保有・利用状況 (n=385)



(2) 車を購入したい時期

車を購入したい時期について尋ねると、男性では「社会人になってできるだけ早い時期に買いたい」が45.4%を占める一方、女性は「社会人になってある程度貯蓄ができたら買いたい」(34.2%)が最も多かった。女性は「必要に迫られたら買いたい」という割合も高く、車の購入には男性よりも消極的な姿勢がうかがえる(図表-6)。

図表-6 車の購入希望時期

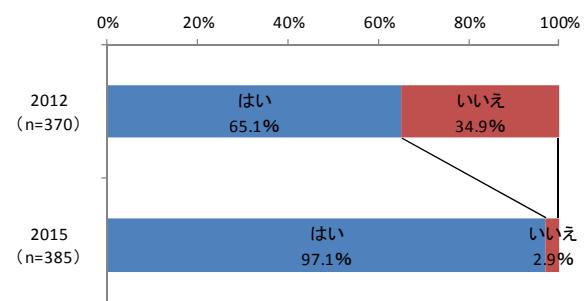


3. 情報通信端末の利用状況

(1) SNSの利用状況

SNSを利用したことがあるかという質問に対し、12年の調査では「はい」が65.1%、「いいえ」が34.9%と、3割強の学生にとってSNSはまだ身近な存在ではなかったが、今回の調査では「はい」と答えた学生が97.1%にも及んだ。SNSは、スマートフォンの普及に伴ってこの3年で爆発的に広まり、今ではスマートフォン所有者の大半に浸透していると言える(図表-7)。

図表-7 SNSを利用したことがあるか



(2) SNS別の利用状況

SNSを利用している学生にどのSNSを利用しているか尋ねたところ、「LINE」が圧倒的に多く、その89.6%が「ほぼ毎日」利用すると答えた。「登録はしているがほとんど利用しない」、「利用していない」と答えたのはわずか1%であり、学生の間でいかに「LINE」が浸透しているかが分かる。

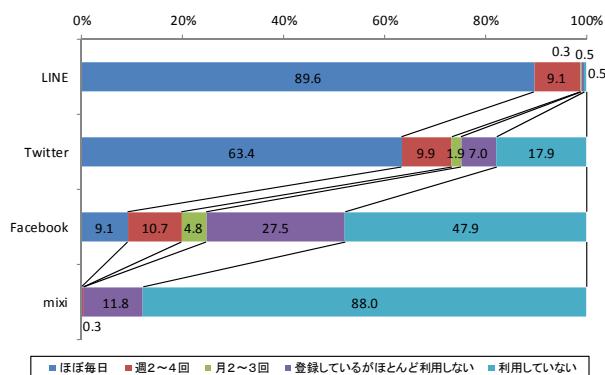
「LINE」の利用率が非常に高いのは、Facebookやmixiといった従来のSNSにはない、メールよりも楽で便利なチャット機能、それだけで感情が表現できる豊富なスタンプ*、さらに無料通話もできるということにあるだろう。

次いで高い割合で利用されているのが「Twitter」で、「ほぼ毎日」が63.4%、「月に2~3回」まで含めると、7割強が利用している。

一方、「Facebook」は「利用していない」が半数近くを占め、「ほぼ毎日」「週2~4回」「月2~3回」を合わせても3割に満たない。数年前にSNSの一時代を築いた「mixi」に至っては、今や学生の9割近くが利用していないということが明らかになつた(図表-8)。

*『LINE』で提供されている、テキストメッセージに挿入できるイラストのこと

図表-8 SNS別の利用状況



「LINE」は、12年の調査時点では、まだ知名度が低かったためアンケートを取っていないが、その他3つのSNSについて12年調査と比較してみる。

12年当時は「mixi」の利用者が圧倒的に多く、学生の約4割が「ほぼ毎日利用する」と回答していたが、現在は前述したとおりである。逆に、12年から利用者が増えたのは「Twitter」で、3割に満たなか

った「ほぼ毎日利用」する学生の割合が、今回は6割を超え、「利用していない」学生の割合も大幅に低下している(図表-9)。

大学生協への取材では、「コミュニケーションツールが変わり、今はすべてLINEなどで済んでしまうため、友達であっても電話番号を知らない学生が増えている」「電話やメールをする習慣がなくなり、電話やメールが怖いという学生もいる」との話があった。わずか3年の間にSNSの利用状況が様変わりしたのに伴い、「LINE」のように限られた枠組みの中での交流は積極的にするが、それ以外での知らない人とのコミュニケーションは苦手という学生が増えているようだ。

図表-9 12年調査との比較

	Twitter		Facebook		mixi	
	2012	2015	2012	2015	2012	2015
ほぼ毎日	28.5	63.4	15.3	9.1	43.4	0.0
週2~4回	7.9	9.9	7.0	10.7	13.6	0.3
月2~3回	2.5	1.9	2.5	4.8	2.5	0.0
登録しているがほとんど利用しない	16.9	7.0	12.8	27.5	16.5	11.8
利用していない	44.2	17.9	62.4	47.9	24.0	88.0

おわりに

県内大学生の暮らしぶりは、2009年にアンケートを開始して以来、大きく変わってはいない。収入総額の増減があつても支出の割合は概ね変わっておらず、学生は收支のバランスをうまく取りながら上手にやりくりしているようだ。

暮らしぶりは大きく変わらないものの、コミュニケーションツールは劇的に変化している。情報通信端末が必要不可欠なものとなりつつある一方、テレビを見たり、新聞を読んだりする機会は減りつつあるようだ。

SNSは、新しいコミュニケーションツールとして学生の生活に既に溶け込んでいると言えるだろう。リアルな人ととの関わりが希薄になつてしまわないうに注意は必要だが、上手く利用すれば、より広い交流のきっかけとなり得るのではないだろうか。

(加藤 あすか)