大学生のSNS事情について

演習１　山本ゼミDチーム

池田　悠大

杉森　海斗

目次

- 研究目的と方法
- 現在利用してる動画配信サービス
- 連絡手段
- 現在、使ってる携帯電話の種類
- 入学前に新入生同士でSNSなどで連絡を取り合ったことがあるから
- 現在利用してるSNS
- 普段、家族や友人との連絡に使っているもの
- 普段利用してる電子マネー
- 現在、主に使ってる携帯電話
- SNSを使ってよかったこと
- SNS広告を見て買ったことは？
- SNSで目立ちたいと思ったことあるか
- オンラインショッピングをしたことがあるか
- まとめ①
- まとめ②

研究目的と方法

- 都市部の大学に通う学生と地方の大学に通う学生とでSNSの使い方が違うのかどうなのか興味を持って調べてみた。
- 都市部は東京工科大学で行われたアンケート調査を使用した。
- ２０２４年４月、サンプル数１７１２人、男女比は6対4
- https://www.teu.ac.jp/press/2024.html?id=100
- 地方は岐阜協立大学でアンケートを実施した。
- サンプル数・男３８人　女４人　その他３人
- ２０２４年１０月実施

- **東京工科大学**（東京都八王子市、学長 香川豊）では、2024年度の新入生を対象に、SNSなどコミュニケーションツールの利用状況などに関するアンケート調査を実施いたしました（調査時期：2024年4月、サンプル数：1,712人、男女比：約6対4）。

- **岐阜協立大学**
- 男子３８人　女子4人　その他3人
- **次のページからは共通の質問の比較結果になります。**

現在利用している動画配信サービス

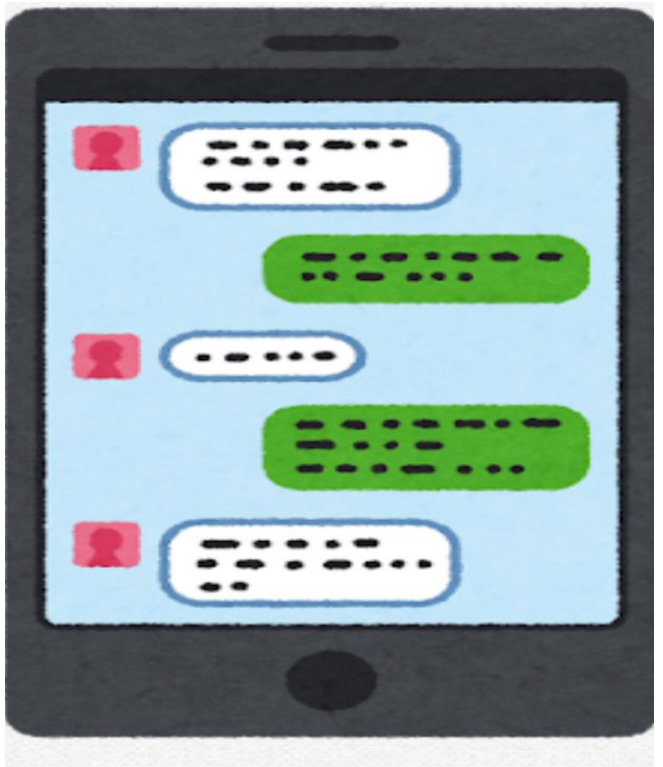
- 都市部では、YouTube・Amazonプライム・ビデオなど上位横ばい。TVerは五年連続増加。

- 協立はYouTubeが圧倒的一位で、Amazonプライムが2位。

大体両大学とも結果は同じだった。TVerは協立には見られなかった。

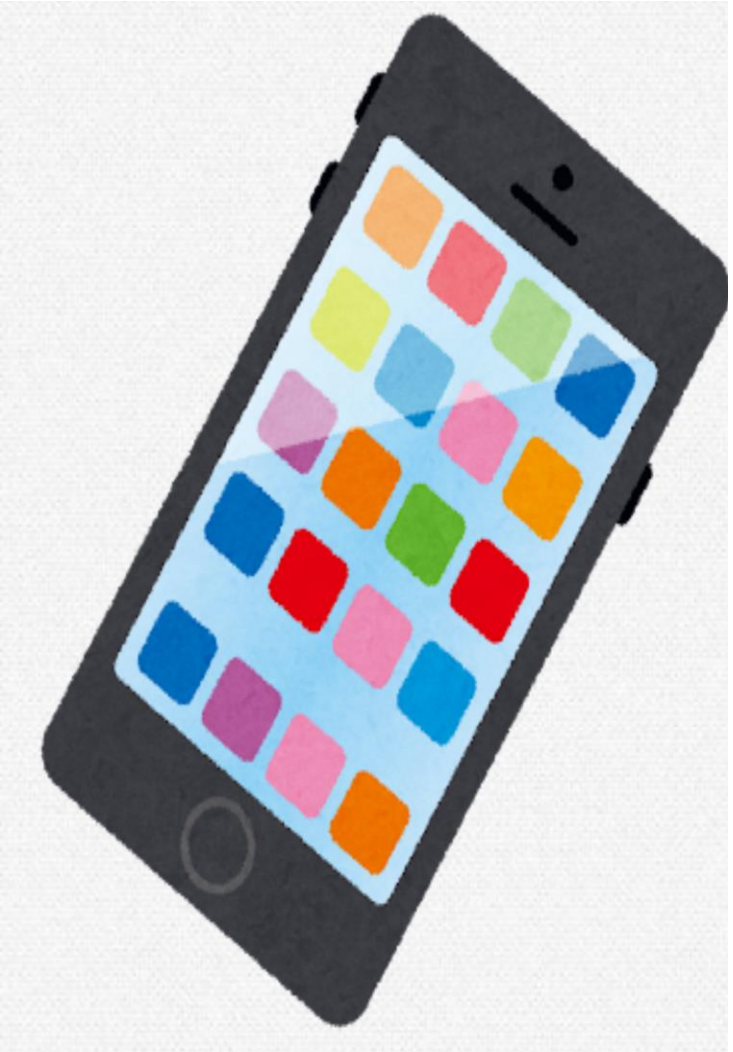
連絡手段

- 都市部では連絡手段はLINEが1番で2位はインスタグラム。
- 協立はLINEが圧倒的に1位2位にインスタグラム。
- 両大学とも同じ結果だった。



現在、使っている携帯電話の種類

- **都市部ではiPhone利**用率は約**8割の**
  高水準維持も**10年ぶり減。**
- 協立はほとんどがiPhoneだった。
- iPhoneの利用率が両大学とも高い。



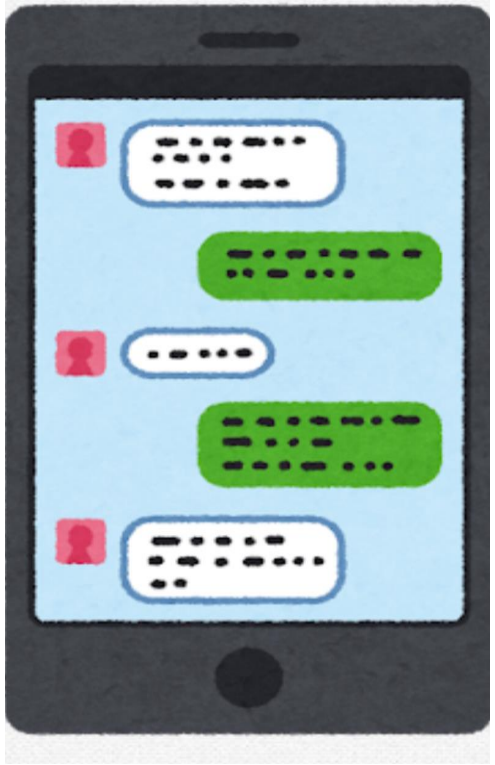
入学前に新入生同士でSNSなどで連絡を取り合ったことがありますか?

- **都市部では入学前にSNSなどで連絡したことがある新入生は最も少ない25.8%。**
- **協立はある人が22人、ない人が23人だった。ある人が多かった。**

- **比較すると協立の方が入学前に連絡を取り合ってた。**
- **協立の方が積極的にコミュニケーションを取っていた。**

現在利用しているSNS

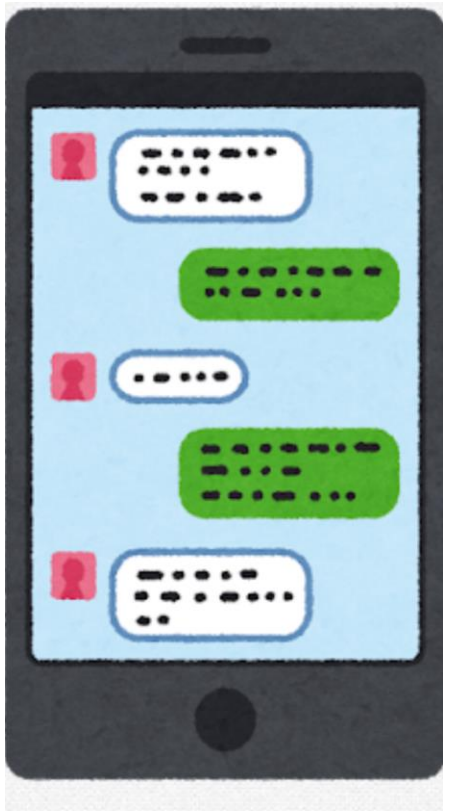
- 都市部はLINEが1番使われてた　その次にX(旧Twitter)。
- 協立もLINEが1番多かった。次も同じでX(旧Twitter)。
- 両大学とも同じ結果であった。



普段、家族や友人との連絡に使っているもの

- 都市部ではLINEが1番で2位がインスタグラム。
- 協立もLINEが1番で2位がインスタグラム。

- 両大学とも同じ結果であった。



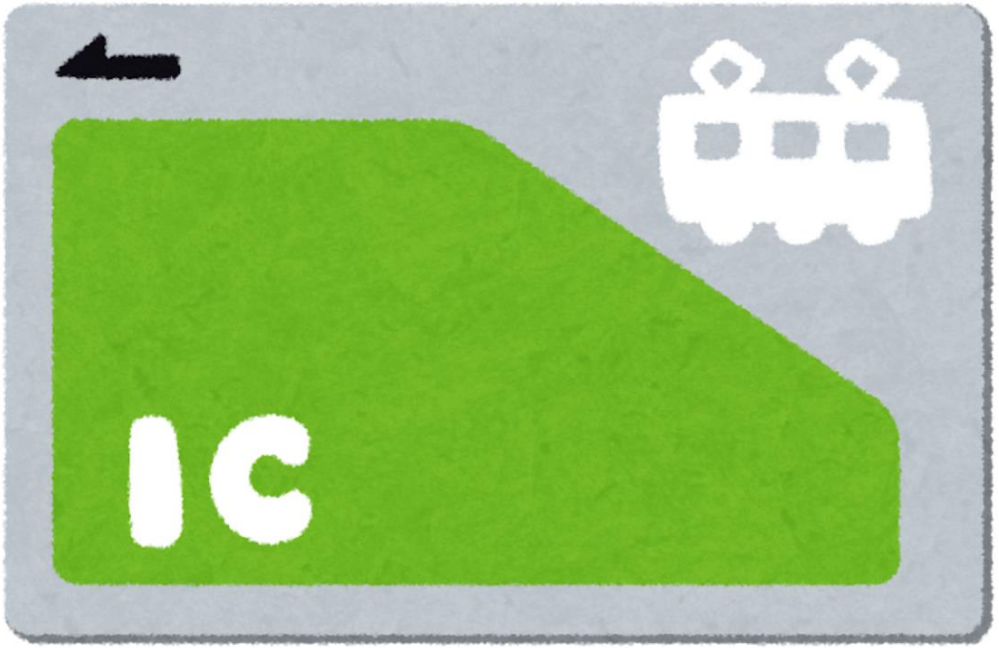
普段利用している電子マネー

都市部ではSuicaが1番でPayPayが2位。

協立はPayPayが1位で２位が交通系であった。

Suicaは交通系なので1位と2位が逆の結果になった。

TOICAはSuicaほど浸透していない。



現在、主に使用している携帯電話

- 都市部も協立もDocomoが1番で2位がau
- 両大学同じ結果だった。

- 以下のページからは独自の質問の結果です。

SNSを使ってよかったことは？

- 連絡が取れる。
- 暇つぶしになる。
- いろんなことが知れる。
- 出会いがある。

この４つの回答が多かった。

7. SNS広告を見て買ったことはありますか？（行ったことありますか？）

詳細　インサイト

ある	11
ない	34

8. SNSで目立ちたいと思ったことはありますか？

詳細　インサイト

ある	7
ない	38

14. オンラインショッピングをしたことがありますか？

詳細　インサイト

ある	36
ない	9

まとめ①

- 都市部と地方で比較したが大きな違いは見られなかった。
- 違う点では入学前に新入生同士でSNSなどで連絡を取り合っていたかについてで協立の方が入学前に知り合っていたり、積極的にコミュニケーションを取っていた。ほかには普段利用している電子マネーで都市部と協立で順位が逆になっていた。

PhotoAuthor による ThePhoto は CCYYSA の下でライセンスされています。

まとめ②

- 独自の質問の結果では、ほとんどの生徒が広告を見て商品を購入したことがないということや、SNSで目立ちたく無いという結果だった。またほとんどの人がネットショッピングをしていた。