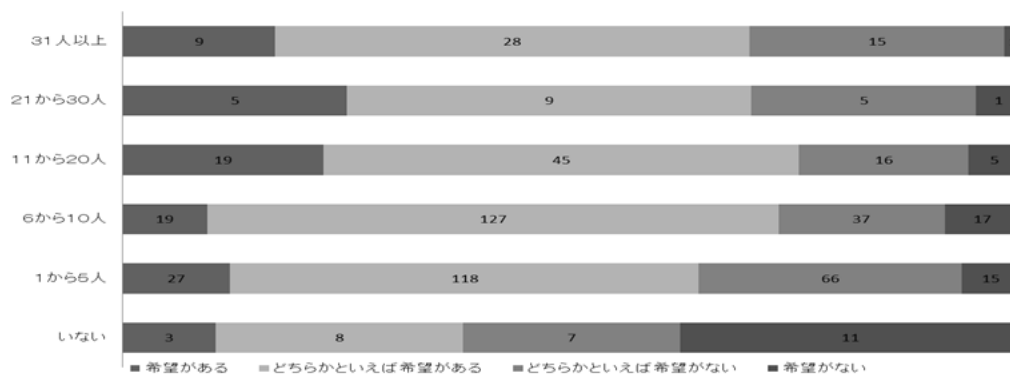


「仲の良い友人の数」が多い者ほど、「自分の考えをはっきり相手に伝えることができる」と強く思っているだけでなく、「自分には長所がある」とも強く思っており、また「うまくいかないことにも意欲的に取り組む」とも強く思っている。逆に、「仲の良い友人の数」が少ない者ほど、「自分は役に立たない」と強く思っている。新旧世代ともに、いずれも1%水準で有意な関連を示している。ここから察するに、今日の青年たちにとって、友人の数は、かなり幅広い年齢で、人間的な魅力を測る尺度として機能しているようである。

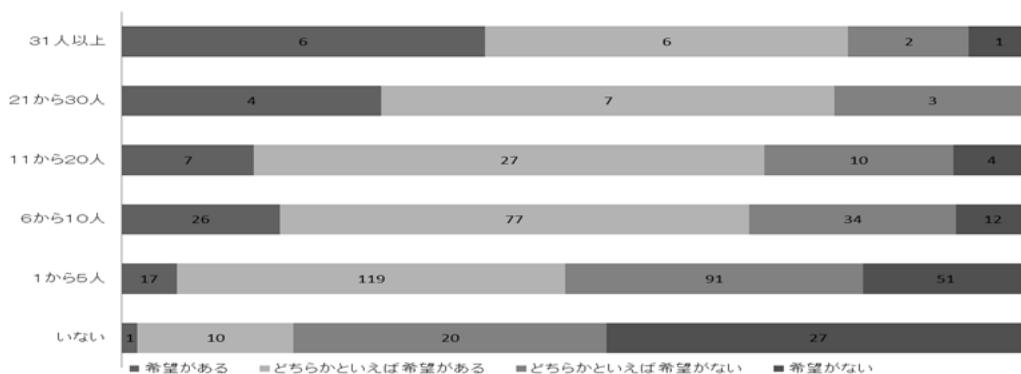
また「仲の良い友人の数」は、自分の「明るさ」「やさしさ」「決断力」「忍耐力」に誇りを抱いているか否かと、新旧世代ともに1%水準で有意な正の関連を示している。しかし、「賢さ」「正義感」「慎み深さ」に誇りを抱いているか否かについては、旧世代では有意な関連を示すが、新世代では関連が見られない。いずれも自己内在的な属性ではあるが、前者が相対的に外部からうかがえやすい属性であるのに対して、後者は純粹に内面化された属性の度合いが高い。そのため、人間的な魅力を測る尺度として友人数が捉えられる場合、新世代では後者との関係が見られなくなってしまうのではないだろうか。

さらに、このように人間的な魅力の価値を測る尺度として友人数が作動しはじめると、その多寡によって、自分の将来が左右されるかのような感覚も広まっていくことになる。「自分の将来について明るい希望をもっているか」を尋ねた設問でも、また「自分が40歳くらいになったとき、幸せになっているか」を尋ねた設問でも、「仲の良い友人の数」とクロスさせてみると、新旧両方の世代でどちらも1%水準で有意な正の関連を見出すことができる。それだけではない。「お金持ちになっているか」どうかも、また「出世しているか」どうかも、やはり同様に1%水準で有意な正の関連を見出すことができる。いまや青年たちの間では、人間的な魅力を測る尺度となった友人数が、彼らの将来イメージ全般を呪縛しはじめているようである。

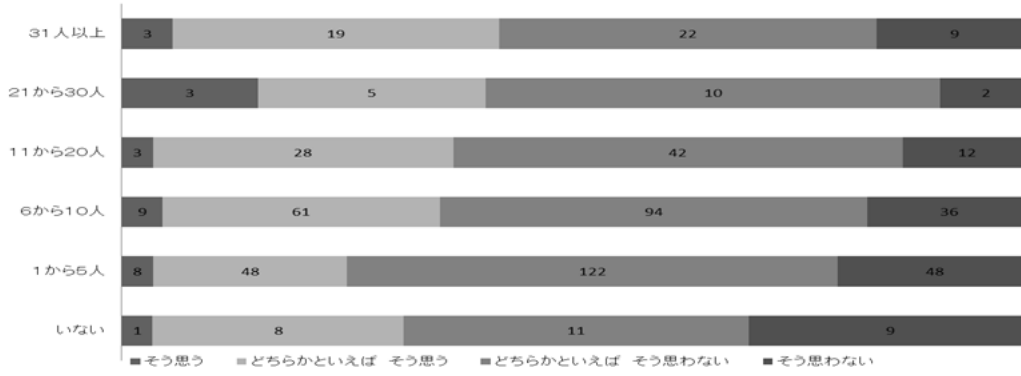
仲の良い友人の数 × 自分の将来 (13～21歳)



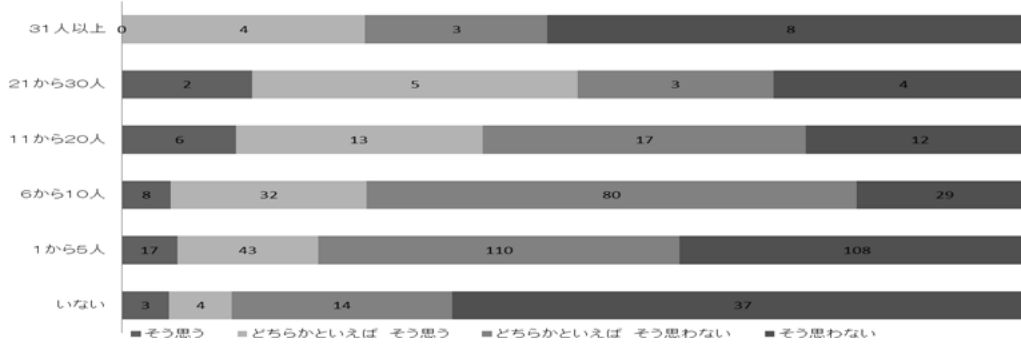
仲の良い友人の数 × 自分の将来 (22～29歳)



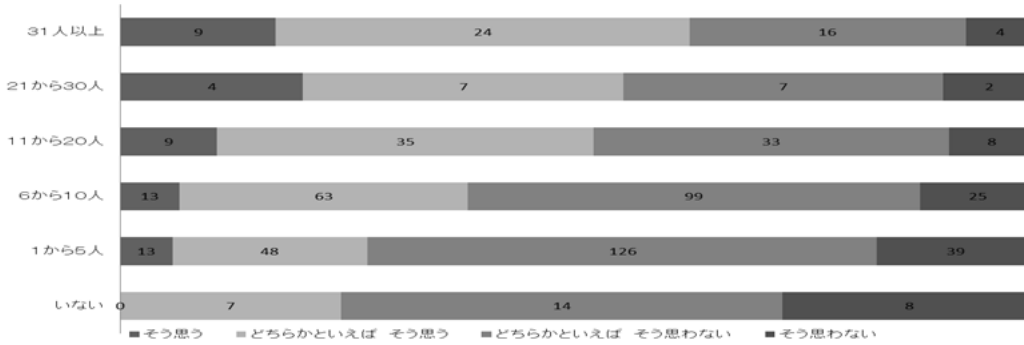
仲の良い友人の数 × お金持ちになっている(13~21歳)



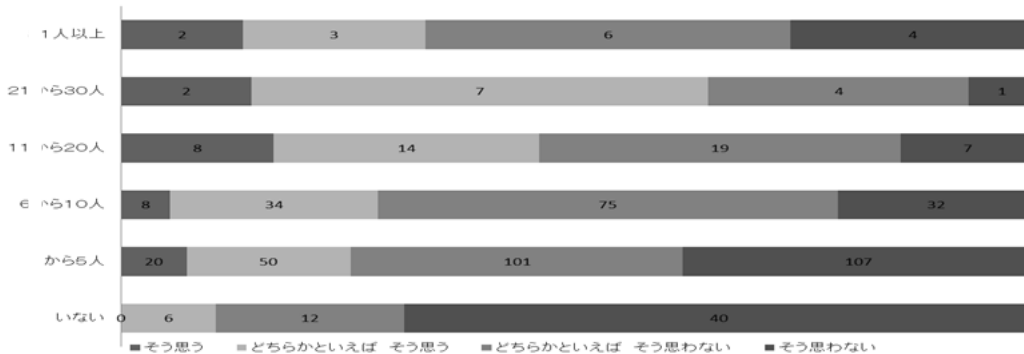
仲の良い友人の数 × お金持ちになっている(22~29歳)



仲の良い友人の数 × 出世している(13~21歳)



仲の良い友人の数 × 出世している(22~29歳)



おわりに

以上、本レポートでは、今日の日本の青年における友人関係の特徴とその社会背景について、世代効果に着目しながら分析を進めてきた。しかし、紙幅の制約上、他の諸国の青年について同様の分析を試みることはできなかった。そのため、社会の違いを独立変数とした比較検討にまでは踏み込めておらず、ここでの分析結果の妥当性についても、いまだ留保すべき点が数多く残されている。

今後は、他国の青年についても友人関係の分析を同様に行なった上で、さらに分析対象の項目を広げ、友人関係以外の調査項目についても比較検討を進めていくことが必要である。本レポートは、そのための礎石の一つとして位置づけていただければと思う。

(どい・たかよし／社会学)

生活環境と個性が友人数に与える影響

韓国・アメリカ・イギリス・ドイツ・フランス・スウェーデンの比較分析から

東京大学 大学院教育学研究科 博士課程 鈴木翔

1. 問題設定

本レポートの目的は、青少年の生活の環境と個性が、友人の数にどのような影響を与えているのかを、日本を含む7カ国の比較をとおして明らかにすることである。

わたしたちはふだん、さまざまな人間関係の中で生活している。特に中等教育以降においては、人間関係のあり方が大きく異なり、家族だけではなく、学校やそのほかの場所で知り合った友人たちとのやりとりが、彼らの生活の中で重要な位置を占めるようになることが知られている。そのため、友人との不和が、彼らの心の傷の原因になったり、逆に友人とうまくいっているということで充足感を得られたりすることが数多くの研究で実証されている。

ただし、多くの場合、わたしたちは一人の友人と一生を通じて付き合いしていくというよりもむしろ、さまざまな友人との付き合いの中で、自己を確立したり、葛藤を経験したりしている。だとすれば、友人との関係性だけでなく、友人の数も十分にわたしたちの生活に影響を与えていることが想定できる。しかしながら、誰に数多くの友人がおり、誰に友人がいないのかという友人の数に着目し、検証している研究はそれほど多くない。友人関係が重要視されながら、友人数がそもそも何によって規定されているのかという検証が不足しているということである。

本調査の分析の対象者は13歳から29歳にあたる青少年であり、さまざまな人と接し、自己を確立しつつある当該年齢の友人の数がどのように規定されているのかという検証が可能となる。またこのような交友関係を検討する上では、異なった社会の中でも同様の状況があるのか、それともないのかという検証が不可欠となると考えられるが、そのような検証の試みもこれまで十分にはなされてきてはいない。そこで、本レポートでは、13歳から29歳までの青少年の友人数がいかなる要因によって規定されているのかを、国際比較の観点から検証していく。

本レポートの分析課題は3つある。1つめは「性別や年齢は、友人数を規定するか？」であり、2つめは「生活環境は、友人数を規定するか？」、3つめは、「個性は、友人数を規定するか？」である。議論の流れを先取りすれば、それぞれの分析課題を検証することは、次の分析課題を検証する上でも有用となる。というのも、それぞれの要因の効果を統制したうえでそれぞれの変数の効果の検証を行うことが可能となるからである。

本レポートは、このような問題意識により、上記の3つの分析課題の検証をとおして、「青少年の生活の環境と個性が、友人の数にどのような影響を与えているのか」という問いに接近する試みである。

課題 1：性別や年齢は，友人数を規定するか？

課題 2：生活環境は，友人数を規定するか？

課題 3：個性は，友人数を規定するか？

2. 分析の構成と変数の設定

ここでは，本レポートにおける分析の構成と分析に用いる変数の設定を行う。そして次の第 3 節で 1 つめの課題「性別や年齢は，友人数を規定するか？」の検証を行う。この検証では，各国ごとの「仲が良い友人数」の平均値を算出し，性別と 3 つの年齢層に分け，平均値に差があるかどうかの分析を行う。

次の第 4 節では，2 つめの分析課題「生活環境は，友人数を規定するか？」の検証を行う。この節では，友人との関係形成にある程度関連があると想定される生活環境の独立変数をあらかじめ列挙し，それらの変数の影響を比較するという分析を行った。この分析に用いる変数は，「年齢」「在学ダミー」「フルタイムダミー」「パート・アルバイトダミー」「既婚・事実婚ダミー」「恋人ありダミー」である。「年齢」は回帰係数の解釈を容易にするため，「年齢-12」（13 歳=1，14 歳=2，15 歳=3，16 歳=4，…，29 歳=17）として投入し，そのほかの変数は「あてはまる=1」「あてはまらない=0」として設定している。以上の生活環境の変数を独立変数として設定し，友人数を従属変数とした重回帰分析を行うことにより，生活環境が友人数に与える影響について分析を行う。

次の第 5 節では，課題 2 の検証で用いた生活環境の効果を統制してもなお，個性が友人数に影響を及ぼしているかどうかを検証する。個性をはかる代理指標としては，「明るさ」「やさしさ」「忍耐力・努力家」「慎しみ深さ」「賢さ・頭の良さ」「まじめさ」「正義感」「決断力・意志力」「体力・運動能力」「容姿」の 10 項目それぞれについて，自分の良さとして誇りをもっているかどうかを問うた質問項目を用い，ダミー変数化して独立変数に投入した。もちろん，誇りを持っていることと個性は完全に同一のものではないが，本項目を用いることにより，各個人が自分の長所として認識している特性を把握することが可能となる。

なお分析に用いた質問項目は表 1 に記述等計量は表 2 にまとめてある。

表 1 分析に使用する変数の記述等計量

仲の良い友人数	いない=0、1から5人=3、6から10人=8、11から20人=10.5、21から30人=25.5、31人以上=35.5
年齢	年齢-12 (13歳=1、14歳=2、15歳=3、16歳=4、...、29歳=17)
在学ダミー	学校へ行っている、休学している=1、卒業した(既卒)、中退した=0
フルタイムダミー	フルタイム(正社員・正職員)で働いている=1、フルタイム(正社員・正職員)で働いていない=0
パート・アルバイトダミー	パートタイム(含むアルバイト)、派遣社員・契約社員で働いている=1、パートタイム(含むアルバイト)、派遣社員・契約社員で働いていない=0
既婚・事実婚ダミー	結婚している、事実婚のパートナーがいる=1、いない=0
恋人ありダミー	結婚していないが恋人がいる=1、いない=0
(誇り) 明るさダミー	自分の明るさに誇りを持っている=1、持っていない=0
(誇り) やさしさダミー	自分のやさしさに誇りを持っている=1、持っていない=0
(誇り) 忍耐力・努力家ダミー	自分の忍耐力・努力家に誇りを持っている=1、持っていない=0
(誇り) 慎しみ深いダミー	自分の慎しみ深いに誇りを持っている=1、持っていない=0
(誇り) 賢さ・頭の良さダミー	自分の賢さ・頭の良さに誇りを持っている=1、持っていない=0
(誇り) まじめダミー	自分のまじめさに誇りを持っている=1、持っていない=0
(誇り) 正義感ダミー	自分の正義感に誇りを持っている=1、持っていない=0
(誇り) 決断力・意志力ダミー	自分の決断力・意志力に誇りを持っている=1、持っていない=0
(誇り) 体力・運動能力ダミー	自分の体力・運動能力に誇りを持っている=1、持っていない=0
(誇り) 容姿	自分の容姿に誇りを持っている=1、持っていない=0

表 2 使用する変数の記述等計量

	性別	全体 (男子 _{n=3768} 、女子 _{n=3662})		日本 (男子 _{n=614} 、女子 _{n=561})	
		平均値	標準偏差	平均値	標準偏差
仲の良い友人数 (最小値=0、最大値=35.5)	男子	7.963	7.762	8.410	9.131
	女子	6.621	6.391	7.991	8.048
年齢 (最小値=1、最大値=17)	男子	9.410	4.897	8.935	5.127
	女子	9.525	4.777	9.258	4.983
在学ダミー (最小値=0、最大値=1)	男子	0.565	0.496	0.603	0.490
	女子	0.520	0.500	0.517	0.500
フルタイムダミー (最小値=0、最大値=1)	男子	0.323	0.468	0.243	0.429
	女子	0.255	0.436	0.187	0.390
パート・アルバイトダミー (最小値=0、最大値=1)	男子	0.210	0.408	0.262	0.440
	女子	0.245	0.430	0.321	0.467
既婚・事実婚ダミー (最小値=0、最大値=1)	男子	0.223	0.416	0.057	0.232
	女子	0.271	0.445	0.178	0.383
恋人ありダミー (最小値=0、最大値=1)	男子	0.241	0.428	0.150	0.357
	女子	0.264	0.441	0.196	0.397
(誇り) 明るさダミー (最小値=0、最大値=1)	男子	0.781	0.414	0.502	0.500
	女子	0.794	0.404	0.611	0.488
(誇り) やさしさダミー (最小値=0、最大値=1)	男子	0.864	0.343	0.699	0.459
	女子	0.878	0.327	0.733	0.443
(誇り) 忍耐力・努力家ダミー (最小値=0、最大値=1)	男子	0.767	0.423	0.594	0.491
	女子	0.764	0.425	0.629	0.483
(誇り) 慎しみ深いダミー (最小値=0、最大値=1)	男子	0.751	0.433	0.516	0.500
	女子	0.738	0.440	0.520	0.500
(誇り) 賢さ・頭の良さダミー (最小値=0、最大値=1)	男子	0.774	0.418	0.461	0.499
	女子	0.752	0.432	0.458	0.499
(誇り) まじめダミー (最小値=0、最大値=1)	男子	0.815	0.388	0.669	0.471
	女子	0.829	0.377	0.717	0.451
(誇り) 正義感ダミー (最小値=0、最大値=1)	男子	0.827	0.378	0.564	0.496
	女子	0.834	0.372	0.588	0.493
(誇り) 決断力・意志力ダミー (最小値=0、最大値=1)	男子	0.726	0.446	0.440	0.497
	女子	0.702	0.458	0.426	0.495
(誇り) 体力・運動能力ダミー (最小値=0、最大値=1)	男子	0.647	0.478	0.414	0.493
	女子	0.514	0.500	0.308	0.462
(誇り) 容姿 (最小値=0、最大値=1)	男子	0.655	0.476	0.326	0.469
	女子	0.612	0.487	0.342	0.475

3. 課題1「性別や年齢は、友人数を規定するか？」の検証

本節では、「性別や年齢は、友人数を規定するか？」の検証を行う。はじめに、分析に先立って、各国の仲が良い友人数がどのように分布しているのか確認する。表3は、各国の仲が良い友人数の記述統計量を示したものである。表3を見ると、日本が平均およそ8.2人と他国に比べ、もっとも友人数が多いことがわかる。次に友人数が多いのは、韓国であり、平均およそ7.2人である。もっとも友人数が少ないのは、ドイツであり、平均およそ6.3人となっている。

では、各国の友人数に男女差はあるだろうか。各国の友人数の男女差を表したのが表4である。表4を見ると、日本以外のすべての国で、男子のほうが友人数が多くなっている

ことが確認できる（10%水準以上で有意差あり）。もっとも男女の差が大きいのは、イギリスであり、男子のほうが女子よりも、約2人ほど友人数が多くなっている。

この分析により、多くの場合、友人数には男女差が見られることが確認されたため、次の分析からは、性別ごとに分けて分析を行うものとする。

表3 各国の仲が良い友人数（平均値）

	有効度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
日本	1175	0.000	35.500	8.210	8.630
韓国	1026	0.000	35.500	7.231	6.630
アメリカ	1036	0.000	35.500	6.820	6.977
イギリス	1078	0.000	35.500	7.632	7.002
ドイツ	1034	0.000	35.500	6.605	6.304
フランス	1006	0.000	35.500	7.028	6.374
スウェーデン	1076	0.000	35.500	7.434	7.496

表4 各国の仲の良い友人数（平均値）の男女差（t検定）

	性別	有効度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
日本	男子	614	0.000	35.500	8.410	9.131
	女子	561	0.000	35.500	7.991	8.048
韓国	男子	520	0.000	35.500	7.955	7.482
	女子	506	0.000	35.500	6.488	5.530
アメリカ	男子	529	0.000	35.500	7.175	7.085
	女子	507	0.000	35.500	6.450	6.850
イギリス	男子	542	0.000	35.500	8.632	7.802
	女子	536	0.000	35.500	6.620	5.925
ドイツ	男子	525	0.000	35.500	7.257	7.021
	女子	509	0.000	35.500	5.932	5.392
フランス	男子	497	0.000	35.500	7.896	7.140
	女子	509	0.000	35.500	6.180	5.399
スウェーデン	男子	542	0.000	35.500	8.307	8.073
	女子	534	0.000	35.500	6.549	6.753

(***: $p < 0.001$, **: $p < 0.01$, *: $p < 0.05$, †: $p < 0.1$)

以下では、各国の男女別の友人数が年齢層ごとに異なるかどうかを検証する。日本は表5、韓国は表6、アメリカは表7、イギリスは表8、ドイツは表9、フランスは表10、スウェーデンは表11と国別に分析結果を示してある。

分散分析の結果を見ると、多くの国で年齢層ごとに友人数に差があることがわかる。友人数の平均値に10%水準以上の差が見られないのは、アメリカの男子、イギリスの男子、ドイツの男子であり、欧米諸国の男子において、友人数と年齢には差がないことがわかるだろう。一方女子においては、すべておおむね年齢層が下の方が友人数が多くなっていることが確認できる。

表 5 日本の年齢ごとの仲が良い友人数

		平均値	Games-Howellの多重比較		N
男子	13~18歳	10.495	19~23歳 *	24~29歳 ***	218
	19~23歳	8.038		24~29歳 †	213
	24~29歳	6.358			183
WelchのF検定		漸近的F分布10.820 有意確率0.000			
		平均値	Games-Howellの多重比較		N
女子	13~18歳	8.933	19~23歳	24~29歳 **	180
	19~23歳	8.438		24~29歳 *	210
	24~29歳	6.450			171
WelchのF検定		漸近的F分布5.375 有意確率0.005			

(***: p<0.001, **: p<0.01, *: p<0.05, †: p<0.1)

表 6 韓国の年齢ごとの仲が良い友人数

		平均値	Games-Howellの多重比較		N
男子	13~18歳	9.878	19~23歳 *	24~29歳 *	143
	19~23歳	7.267		24~29歳	208
	24~29歳	7.175			169
WelchのF検定		漸近的F分布4.656 有意確率0.010			
		平均値	Tukeyの多重比較		N
女子	13~18歳	7.796	19~23歳 †	24~29歳 **	115
	19~23歳	6.454		24~29歳	216
	24~29歳	5.671			175
分散のF検定		F値5.212 有意確率0.006			

(***: p<0.001, **: p<0.01, *: p<0.05, †: p<0.1)

表 7 アメリカの年齢ごとの仲が良い友人数

		平均値	Tukeyの多重比較		N
男子	13~18歳	7.989	19~23歳	24~29歳	181
	19~23歳	6.548		24~29歳	188
	24~29歳	6.991			160
分散のF検定		F値1.992 有意確率0.137			
		平均値	Games-Howellの多重比較		N
女子	13~18歳	7.957	19~23歳 ***	24~29歳	162
	19~23歳	4.867		24~29歳 *	192
	24~29歳	6.840			153
WelchのF検定		漸近的F分布11.440 有意確率0.000			

(***: p<0.001, **: p<0.01, *: p<0.05, †: p<0.1)

表 8 イギリスの年齢ごとの仲が良い友人数

		平均値	Games-Howellの多重比較		N
男子	13~18歳	8.366	19~23歳	24~29歳	172
	19~23歳	8.372		24~29歳	196
	24~29歳	9.187			174
WelchのF検定		漸近的F分布0.579 有意確率0.561			
		平均値	Tukeyの多重比較		N
女子	13~18歳	7.482	19~23歳 *	24~29歳	167
	19~23歳	5.699		24~29歳	196
	24~29歳	6.832			173
分散のF検定		F値4.298 有意確率0.014			

(***: $p < 0.001$, **: $p < 0.01$, *: $p < 0.05$, †: $p < 0.1$)

表 9 ドイツの年齢ごとの仲が良い友人数

		平均値	Tukeyの多重比較		N
男子	13~18歳	7.087	19~23歳	24~29歳	143
	19~23歳	7.419		24~29歳	210
	24~29歳	7.201			172
分散のF検定		F値0.103 有意確率0.902			
		平均値	Games-Howellの多重比較		N
女子	13~18歳	6.879	19~23歳 *	24~29歳	141
	19~23歳	5.302		24~29歳	199
	24~29歳	5.885			169
WelchのF検定		漸近的F分布3.552 有意確率0.030			

(***: $p < 0.001$, **: $p < 0.01$, *: $p < 0.05$, †: $p < 0.1$)

表 10 フランスの年齢ごとの仲が良い友人数

		平均値	Games-Howellの多重比較		N
男子	13~18歳	9.013	19~23歳 †	24~29歳	158
	19~23歳	7.319		24~29歳	180
	24~29歳	7.440			159
WelchのF検定		漸近的F分布2.418 有意確率0.091			
		平均値	Games-Howellの多重比較		N
女子	13~18歳	7.824	19~23歳 ***	24~29歳 **	142
	19~23歳	5.510		24~29歳	203
	24~29歳	5.585			164
WelchのF検定		漸近的F分布6.751 有意確率0.001			

(***: $p < 0.001$, **: $p < 0.01$, *: $p < 0.05$, †: $p < 0.1$)

表 11 スウェーデンの年齢ごとの仲が良い友人数

		平均値	Games-Howellの多重比較		N
男子	13~18歳	10.406	19~23歳 *	24~29歳 ***	181
	19~23歳	7.941		24~29歳 †	203
	24~29歳	6.373			158
WelchのF検定		漸近的F分布11.110 有意確率0.000			
		平均値	Games-Howellの多重比較		N
女子	13~18歳	7.992	19~23歳 *	24~29歳 **	177
	19~23歳	5.995		24~29歳	204
	24~29歳	5.618			153
WelchのF検定		漸近的F分布5.483 有意確率0.005			

(***: p<0.001, **: p<0.01, *: p<0.05, †: p<0.1)

ここで、年齢層によって、友人数に違いがあることが確認された。図1は、男子の年齢層ごとの友人数の推移、図2は年齢層ごとの女子の推移を示している。図1、図2を見ると年齢層ごとに友人数が異なり、ほとんどの国が年齢が上がるごとに友人数が減少傾向にあることがわかる。特に日本は、友人数の減少が大きいことも十分に見て取れる。

しかし、この分析だけでは、年齢層と友人数が直接的に関連を持つのかは、まだわからないだろう。すなわち、友人数の増減は年齢層に規定されているのか、年齢層が多く所属しているコミュニティや生活スタイルが関連しているのかの検証が不十分だということである。そこで、次節からはその検証を行う。

図1 各国の男子の年齢ごとの仲が良い友人数

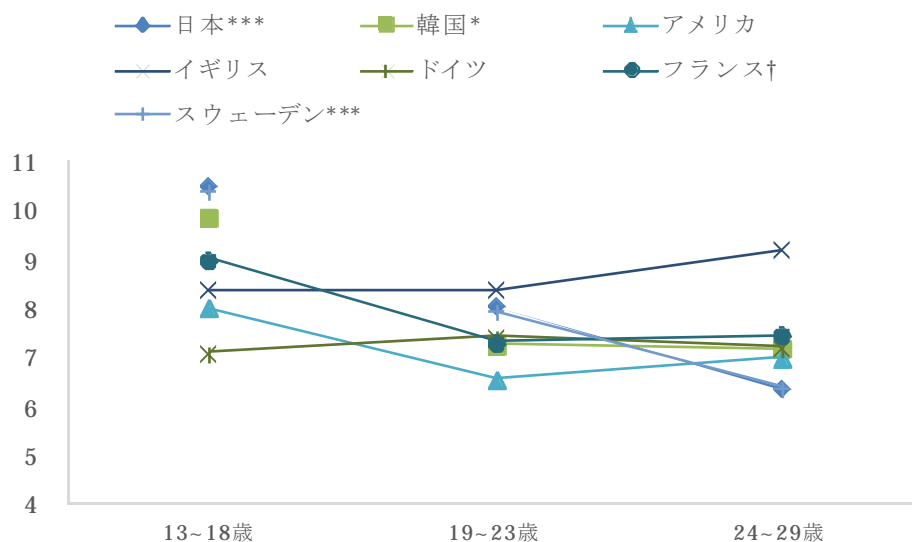
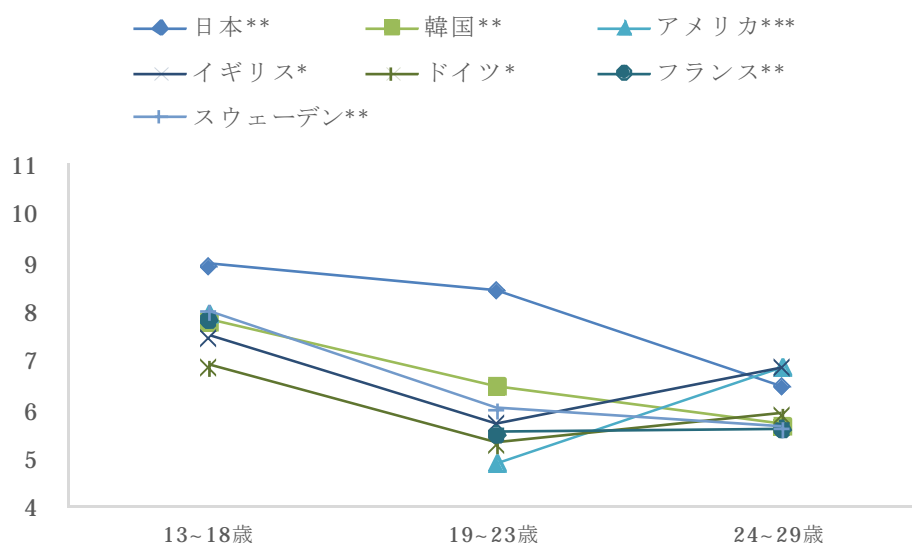


図2 各国の女子の年齢ごとの仲が良い友人数



4. 課題2「生活環境は、友人数を規定するか？」の検証

本節では、課題2「生活環境は、友人数を規定するか？」の検証を行う。

表12は男子の仲が良い友人数を従属変数、年齢と生活環境を独立変数として重回帰分析を行った結果である。この結果を見ると、すべての国において、年齢を統制したうえでも、生活環境が友人数に影響を与えていることがわかる。

たとえば、日本では、「在学ダミー」「フルタイムダミー」「パート・アルバイトダミー」が10%水準で友人数に効果を与えていることがわかる。これは、日本では、学校であれ職場であれ、何かに所属していることがすべて友人の数に結びつくことをあらわしている。今回の分析では、このような国は日本以外には見当たらなかった。また「在学ダミー」は、フランス、スウェーデン、「フルタイムダミー」はアメリカ、ドイツ、「パート・アルバイトダミー」はドイツで、それぞれ友人数に正の効果をもたらしていることも確認できる。つまり、日本ほどではないが、どこかのコミュニティに所属することは、おおよそ友人に増加に影響を与えることが確認できる。

さらに「既婚・事実婚ダミー」は、アメリカ、イギリスで友人数に正の効果をおよぼしており、「恋人ありダミー」は、韓国、アメリカ、スウェーデンで友人数に正の効果をおよぼしている。もちろん、友人数が多い人ほど、出会いのチャンスが多いという因果関係もありうるが、これらの国では、結婚や恋人がいることによって所属するコミュニティが変化し、友人数を増加させている可能性も否定できないだろう。

表 12 男子の仲が良い友人数の規定要因（重回帰分析）

男子	日本	韓国	アメリカ	イギリス
	回帰係数	回帰係数	回帰係数	回帰係数
年齢	-0.323 **	-0.241 *	-0.166 †	0.083
在学ダミー	2.569 †	0.726	0.988	1.372
フルタイムダミー	2.552 †	1.300	1.862 *	0.305
パート・アルバイトダミー	1.746 †	0.272	-0.336	0.614
既婚・事実婚ダミー	1.850	-1.347	2.449 **	2.986 **
恋人ありダミー	1.414	1.850 *	2.302 **	1.273
(定数)	8.356 ***	8.977 ***	6.404 ***	5.851 ***
決定係数	0.052	0.035	0.050	0.034
自由度調整済み決定係数	0.043	0.023	0.039	0.023
回帰のF検定	p=0.000	p=0.006	p=0.000	p=0.005
有効度数	613	519	528	541
	ドイツ	フランス	スウェーデン	
	回帰係数	回帰係数	回帰係数	
年齢	-0.043	-0.171 †	-0.238 **	
在学ダミー	1.220	1.628 †	2.096 *	
フルタイムダミー	2.266 *	1.579	0.879	
パート・アルバイトダミー	2.896 **	1.599	0.545	
既婚・事実婚ダミー	-0.375	0.722	0.689	
恋人ありダミー	-0.244	0.595	1.916 *	
(定数)	5.746 ***	7.448 ***	8.305 ***	
決定係数	0.023	0.031	0.038	
自由度調整済み決定係数	0.012	0.019	0.027	
回帰のF検定	p=0.061	p=0.017	p=0.002	
有効度数	524	496	533	

(***: p<0.001, **: p<0.01, *: p<0.05, †: p<0.1)

続いて女子の分析を行う。女子の仲が良い友人数を従属変数、年齢と生活環境を独立変数として重回帰分析を行った結果を示したのが表 13 である。日本は男子と同様に「在学ダミー」「フルタイムダミー」「パート・アルバイトダミー」が 10%水準で影響を与えている。つまり、日本では男女にかかわらず、学校や職場などに所属していることが、友人の数に結びつくことをあらわしていると考えられる。今回分析対象とした国では、イギリスも同様の影響をおよぼしていることを確認できる。ただし、回帰係数に着目すると、日本では在学の効果が大きく、女子においては、在学することで約 5.3 人友人数が増加することがわかる。

「在学ダミー」は、韓国、イギリス、「フルタイムダミー」は、アメリカ、イギリス、スウェーデン、「パート・アルバイトダミー」は、アメリカ、イギリス、スウェーデンが友人数へ正の影響を与えている。またドイツでは、「パート・アルバイトダミー」が友人数に負の影響を与えていることも確認できる。

さらに「既婚・事実婚ダミー」は、アメリカで正の効果を、スウェーデンで負の効果を与えている。国によって、友人数に与える効果が正負で異なるのは、特筆に値するだろう。「恋人ありダミー」は、フランスで友人数に負の効果をおよぼしている。

表 13 女子の仲が良い友人数の規定要因（重回帰分析）

女子	日本	韓国	アメリカ	イギリス
	回帰係数	回帰係数	回帰係数	回帰係数
年齢	0.067	-0.143 †	-0.266 **	-0.017
在学ダミー	5.270 ***	1.538 *	0.100	1.817 *
フルタイムダミー	3.368 **	1.125	2.024 *	1.656 *
パート・アルバイトダミー	1.547 †	-0.033	1.874 *	2.080 **
既婚・事実婚ダミー	1.563	1.302	1.880 *	0.379
恋人ありダミー	-0.150	0.114	0.514	-0.335
(定数)	3.270 *	6.650 ***	7.220 ***	5.144 ***
決定係数	0.051	0.042	0.036	0.031
自由度調整済み決定係数	0.040	0.030	0.024	0.020
回帰のF検定	p=0.000	p=0.002	p=0.006	p=0.001
有効度数	560	505	506	535
	ドイツ	フランス	スウェーデン	
	回帰係数	回帰係数	回帰係数	
年齢	-0.028	-0.240 **	-0.224 **	
在学ダミー	1.014	-0.069	0.068	
フルタイムダミー	0.633	0.878	2.135 *	
パート・アルバイトダミー	-1.425 *	0.727	1.545 *	
既婚・事実婚ダミー	-0.009	0.402	-1.446 †	
恋人ありダミー	0.535	-1.306 *	-0.501	
(定数)	5.598 ***	8.283 ***	8.305 ***	
決定係数	0.028	0.044	0.038	
自由度調整済み決定係数	0.016	0.032	0.027	
回帰のF検定	p=0.027	p=0.001	p=0.002	
有効度数	508	508	533	

(***: p<0.001, **: p<0.01, *: p<0.05, †: p<0.1)

5. 課題3「個性は、友人数を規定するか？」の検証

本節では、課題3「個性は、友人数を規定するか？」の検証を行う。表14は男子の仲が良い友人数を従属変数、年齢と生活環境、個性を独立変数として重回帰分析を行った結果である。課題1と課題2で検証した年齢と生活環境も独立変数として投入しているため、それらの効果を統制してもなお個性が友人数に影響を与えているかを知ることができる。

この結果を見ると、日本は「明るさダミー」「慎しみ深いダミー」「まじめダミー」「体力・運動能力ダミー」が年齢と生活環境を統制してもなお友人数に影響を与えていることがわかる。そのうち、「まじめダミー」は負の影響を与えている。日本では、まじめだということが、友人を得ることと結びつきづらい現状があることを示しているのかもしれない。同様に友人数に負の影響をおよぼしているのは、ドイツの「慎しみ深いダミー」である。「明るいダミー」がドイツ以外で友人数に正の効果をもたらしていることを考えると、誠実であることや遠慮深いことが、数多くの友人を得るうえでの阻害要因として機能している可能性が推察できるだろう。

ただ全体を見ると、日本は他国に比してより多くの個性が友人数に影響をおよぼしていることも確認できる。

表 14 男子の仲が良い友人数の規定要因（個性の効果の検証）（重回帰分析）

男子	日本	韓国	アメリカ	イギリス
	回帰係数	回帰係数	回帰係数	回帰係数
年齢	-0.232 †	-0.217 *	-0.152 †	0.108
在学ダミー	2.323 †	0.622	0.864	1.265
フルタイムダミー	1.778	1.104	1.613 †	0.287
パート・アルバイトダミー	1.175	0.314	-0.352	0.952
既婚・事実婚ダミー	1.123	-1.777	1.977 *	2.463 **
恋人ありダミー	0.660	1.489 †	1.995 **	0.817
(誇り) 明るさダミー	1.847 *	1.748 *	2.148 *	2.145 †
(誇り) やさしさダミー	0.871	0.056	-1.784	0.451
(誇り) 忍耐力・努力家ダミー	0.818	0.604	1.121	-0.281
(誇り) 慎しみ深いダミー	1.701 †	-0.947	0.812	-0.399
(誇り) 賢さ・頭の良さダミー	-0.037	0.357	-0.496	-1.102
(誇り) まじめダミー	-2.033 *	0.075	-0.362	1.411
(誇り) 正義感ダミー	-0.696	0.949	0.939	-0.357
(誇り) 決断力・意志力ダミー	-0.557	0.571	0.001	0.192
(誇り) 体力・運動能力ダミー	1.521 †	0.676	-0.312	1.301
(誇り) 容姿	-0.080	-0.687	1.032	1.900 †
(定数)	6.694 ***	6.796 ***	4.045 *	1.588
決定係数	0.092	0.066	0.075	0.074
自由度調整済み決定係数	0.068	0.036	0.047	0.046
回帰のF検定	p=0.000	p=0.004	p=0.001	p=0.001
有効度数	613	519	528	541
	ドイツ	フランス	スウェーデン	
	回帰係数	回帰係数	回帰係数	
年齢	-0.032	-0.158	-0.192 *	
在学ダミー	1.046	1.401	2.017 *	
フルタイムダミー	2.180 *	1.238	0.276	
パート・アルバイトダミー	2.804 **	1.125	0.445	
既婚・事実婚ダミー	-0.638	0.463	0.522	
恋人ありダミー	-0.491	0.353	1.790 †	
(誇り) 明るさダミー	1.026	2.799 **	2.041 †	
(誇り) やさしさダミー	0.738	-2.317	-1.973	
(誇り) 忍耐力・努力家ダミー	0.769	-0.052	0.959	
(誇り) 慎しみ深いダミー	-1.582 *	-1.113	-0.725	
(誇り) 賢さ・頭の良さダミー	0.052	0.230	0.966	
(誇り) まじめダミー	0.676	0.352	-0.633	
(誇り) 正義感ダミー	0.129	0.946	0.079	
(誇り) 決断力・意志力ダミー	-0.462	-0.388	1.046	
(誇り) 体力・運動能力ダミー	-0.575	-0.589	1.904 *	
(誇り) 容姿	2.121 **	1.537 †	-0.021	
(定数)	3.579 *	6.761 **	5.594 **	
決定係数	0.055	0.061	0.086	
自由度調整済み決定係数	0.025	0.030	0.058	
回帰のF検定	p=0.024	p=0.015	p=0.000	
有効度数	524	496	541	

(***: p<0.001, **: p<0.01, *: p<0.05, †: p<0.1)

続いて女子の分析を行う。女子の仲が良い友人数を従属変数、年齢と生活環境、個性を独立変数として重回帰分析を行った結果を示したのが表 15 である。日本では、男子の分析

と同様に多くの個性が友人数に影響を与えていることを確認できる。特に「明るさダミー」と「やさしさダミー」は回帰係数がそれぞれ約 3.5, 約 2.2 と大きな値を示している。これは他の国には見られない日本の特徴である。また、日本の女子は「慎重深いダミー」が友人数に負の影響を与えている。これも男子と同様に、誠実さや遠慮深さが友人を得るうえでの阻害要因として機能している可能性を示しているのかもしれない。

表 15 女子の仲が良い友人数の規定要因（個性の効果の検証）（重回帰分析）

女子	日本	韓国	アメリカ	イギリス
	回帰係数	回帰係数	回帰係数	回帰係数
年齢	0.188	-0.149 †	-0.223 *	0.013
在学ダミー	4.707 ***	1.320 †	-0.021	1.735 *
フルタイムダミー	2.243 *	1.150	1.788 *	1.425 *
パート・アルバイトダミー	1.164	-0.072	1.830 †	1.913 **
既婚・事実婚ダミー	-0.194	0.676	1.444	-0.001
恋人ありダミー	-0.701	-0.386	0.347 **	-0.650
(誇り) 明るさダミー	3.542 ***	1.075 †	2.425	1.984 *
(誇り) やさしさダミー	2.171 *	0.390	-0.721	0.173
(誇り) 忍耐力・努力家ダミー	0.248	0.840	-0.187	-0.071
(誇り) 慎しみ深いダミー	-1.687 *	0.662	-0.862	0.275
(誇り) 賢さ・頭の良さダミー	0.832	0.259	0.673	-0.971
(誇り) まじめダミー	-0.877	-1.211 †	-2.099 †	0.898
(誇り) 正義感ダミー	0.337	0.432	1.851	1.043
(誇り) 決断力・意志力ダミー	0.521	0.500	0.955	0.104
(誇り) 体力・運動能力ダミー	2.214 **	0.726	0.931	0.464
(誇り) 容姿	-0.708	0.132	0.295	-0.036
(定数)	-0.448	4.804 ***	4.765 **	1.979
決定係数	0.161	0.087	0.079	0.061
自由度調整済み決定係数	0.136	0.057	0.049	0.033
回帰のF検定	p=0.000	p=0.000	p=0.001	p=0.007
有効度数	560	505	506	535
	ドイツ	フランス	スウェーデン	
	回帰係数	回帰係数	回帰係数	
年齢	-0.020	-0.222 **	-0.196 *	
在学ダミー	0.835	0.099	0.159	
フルタイムダミー	0.643	0.536	1.724 *	
パート・アルバイトダミー	-1.228 †	0.640	1.120	
既婚・事実婚ダミー	-0.219	0.301	-1.570 *	
恋人ありダミー	0.430	-1.200 †	-0.664	
(誇り) 明るさダミー	1.161	1.205	2.672 **	
(誇り) やさしさダミー	-0.649	0.962	-0.583	
(誇り) 忍耐力・努力家ダミー	0.226	0.235	-0.618	
(誇り) 慎しみ深いダミー	-0.842	0.309	-0.786	
(誇り) 賢さ・頭の良さダミー	0.671	0.606	0.417	
(誇り) まじめダミー	-0.781	0.488	-0.910	
(誇り) 正義感ダミー	0.818	0.551	0.421	
(誇り) 決断力・意志力ダミー	0.577	0.089	0.963	
(誇り) 体力・運動能力ダミー	1.051 †	0.813	0.811	
(誇り) 容姿	1.147 *	-0.239	0.880	
(定数)	3.076 *	4.050	5.729	
決定係数	0.075	0.076	0.079	
自由度調整済み決定係数	0.045	0.046	0.050	
回帰のF検定	p=0.001	p=0.001	p=0.000	
有効度数	508	508	533	

(***: p<0.001, **: p<0.01, *: p<0.05, †: p<0.1)

6. 結論

これらの 3 つの課題の検証をとおして得られた知見をまとめ、ここであらためて、本レポートの問いである、青少年の生活の環境と個性が、友人の数にどのような影響を与えているのかを考察したい。

本レポートの分析で得られたのは第一に、友人数には男女差があり、おおむね男子のほうが友人数が多い傾向にあること、そして欧米諸国以外の男子とおおよその国の女子において、年齢層が下のほうが友人数が多い傾向にあることである。

そして第 2 に、すべての国の男女で生活環境が友人数に何らかの影響を与えていることがわかった。特に日本では、生活環境のうちなんらかのコミュニティに所属していることが友人数に正の影響を与えている。つまり、年齢を統制したとしても、学校であったり、職場であったりに所属している人ほど友人数が多くなる傾向にあるということだ。日本の場合は男女ともに、在学であれ、フルタイムであれ、パート・アルバイトであれ、友人数に正の影響を与えていることが確認された。特に日本の女子は他国に比べても、在学の影響が大きい。

第 3 に、個性もまた友人数と関連を持つこともわかった。日本の場合、特に他国に比べ、個性が友人の数と関連を持つ。また一概になんらかの個性があるほど、友人数が増えるわけではなく、負の影響を持つ個性も確認された。たとえば、日本の男子はまじめであることが、女子の場合は慎しみ深いことが友人数に負の影響を与えている。

これらの分析結果を踏まえれば、日本のみならず、今後友人関係の考察を行う場合、生活環境や個人の特性の効果を考慮して分析が行われることが示唆されるだろう。ただし、今回の調査はウェブ調査によって行われており、そもそもウェブ調査に回答する対象者がどのような対象者なのかや、国によってその属性が変化する可能性も考えられる。より精緻なサンプリングが行われたうえで、同様の結果が導き出されるのかが今後の課題となってくるだろう。

大学生の周辺環境変容とコミュニケーション

株式会社電通 電通総研 研究員 西井美保子

はじめに

「若者」という一言には、人によって想起する年代や世代が異なるという魔術が隠されている。多くの人は大抵20歳前後の人を思い浮かべながら若者について語ることが多いが、人によっては小学生～30代前半まで幅広い年代を考えながら話す場合も少なくない。抽象的な若者議論が繰り広げられやすい環境にあるのは、いつの時代でも若者が不思議で特殊な存在であるからで、更に最近では、インターネットやパソコン・携帯電話に始まりスマートフォンの普及などの電子メディアの進化や電子サービスの変化によって、ますます不思議でわからない存在になったことが起因している。

本章での「若者」は、大学生（4年制）を中心に据えて各国の大学生と日本の大学生の意識がどう違うのかという点に着目して分析を進めていきたい。なぜならば、自明の事実ではあるが総務省の国勢調査および国立社会保障・人口問題研究所における推計によると、総人口に対する15歳から34歳の人口比率は、1975年の33.1%に比べ2010年では22.0%と10ポイント近く下降している。一方で、学校基本調査でみると、大学生数（4年制）は1975年には全体で約173万人だったのが、2013年には256万人（1.48倍）となっている。また、大学の学校数においても、2013年まで私立大学の数は増え続けているという。だが、四年制大学への進学率が半数超えたのは実は近年で、ほんの5年前の2009年度のことであるということがあるにもかかわらず、望めば“どこか”の大学に入学できる「大学全入時代」や「大学のユニバーサル現象」などと言われることが、より顕著に進んでいることが及ぼしている影響は大きい。実際に高校生にヒアリングをしていますが、「大学には絶対に入れると思うが、その中でどこに入るかが重要。（16歳女子）」といったように渴望して学びに行くという意識の学生は現象傾向にあるのかもしれない。生まれたときから同級生との競争率がそもそも低いことから、近年の意識の変化にも影響している可能性は否定できない。

若者論で取り上げられる話題として多い「今、若者は何が楽しいのか」「我々の時代と何が違うのか」「何を伝えたら消費してくれるのか」「何であんなにやる気がないのか」「どうやってコミュニケーションしたらいいのか」「そもそも若者はどんな人なのか」というところが、より見えにくくなっている部分を、変化の大きい大学生（4年制）を取り巻く環境と人とのコミュニケーションを本データと参考データを使用・分析し、彼らの消費実態を事例を用いて提示していく。

第一節 大学生の成長背景

まず分析に入る前に、1「継続する不況」、2「家族関係」、3「人口減少と教育の変化」、4「情報環境」の4つの視点から大学生の成長背景をおさらいしたい。それぞれ詳細をレビューしたのち、そこから生まれた現在の大学生特有の世代意識を考察する。

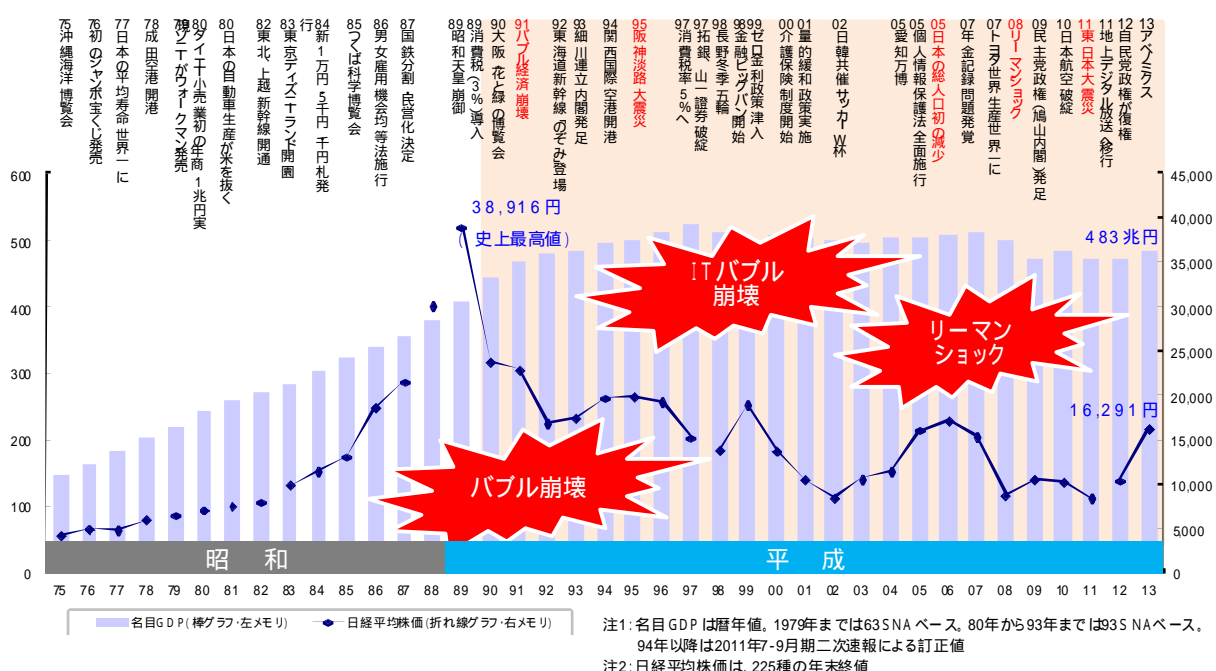
1. 継続する不況

大きな経済危機、1991年のバブル経済の崩壊以降、ITバブルの崩壊、2008年のリーマンショックと、さまざまな経済危機を実体験してきたことで、「リスクヘッジ」の経済感覚が根付いている（下図の年表参照）。実際に、厚生労働・文部科学両省が発表している2010年の大卒就職率は91.1%と過去最低の1999年と並ぶ低水準であったことなどからもわかるように、直近の大学の先輩たちが就職戦線で苦勞しているのを眼前で見てきている。一言で表現すると、「不況生まれで、デフレ育ち」と言える。そもそも好景気感を知らずに育ってきたことで、消費意識としても「物は安くて当たり前」「情報は無料で手に入る」ということがベースにあり、「安くてもいいものを手に入りたい」という意識が強くなっているといえる。電通若者研究部で定期的に行っているヒアリングの中でも「もちろん高いものが品質も良いと思うが、安くても品質もある程度良いものを見つけたときが一番楽しい。（18歳女性）」といったような意見からもわかるように、アパレルや雑貨等の流通・小売業が顕著であるが「安くてもいいものが手に入る環境」が広がったことでも、リスク意識として植えつけられているのではないかと思う。

【図1】

不況生まれ、デフレ育ち。

数々の経済危機や大事件を思春期に体験。



そういった経済環境を背景に生きてきた彼らにとっての悩みや心配事は、勉強・容姿などの現在の状況に関することや体力・性格などの自分自身に関することよりも、自分の将来・就職、お金、仕事に対して挙げる大学生が多いということがわかる（本調査・Q5悩みや心配事の有無）。電通若者研究部で定期的に行っている高校生へのヒアリングによると、大学へ求めることとして「就職の支援」「就職率」「キャリアセンターの支援があるか」ということを挙げる人が多いところからも、現在の不安だけにとどまらず将来不安という形で現れている。目の前にある目先の不安よりも、一步先の未来を見据えていないと不安であるという意識が成長していく中で芽生えるのではないかと考えられる。結果求める将来像が、自分のあるべき姿を理想として持つよりも、「自分たち世代の中で間違わないこと」や「隣の友達と大きく違わないこと」といった身の丈に合った将来を求めるようになってきているのではないかと考えられる。

【図2】

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	(%)	
将自 来分 のこ と	就 職 のこ と	お 金 のこ と	仕 事 のこ と	勉 強 のこ と	性 格 のこ と	交 際 のこ と	異 性 のこ と	容 姿 のこ と	体 力 のこ と	健 康 のこ と	社 政 会 治 のこ と	家 族 のこ と	進 学 のこ と	仲 友 間 人 のこ と	
85.7	84.8	83.2	80.2	78.5	59.9	59.1	58.3	58.2	57.4	56.1	52.8	51.9	48.9		

2. 家族関係

母と娘と一緒に服を共有する。父と息子で休日に遊びに出掛ける。そんな友達みたいな関係の親子は、1990年代半ばころから顕著に増えてきたといわれている。内閣府が2011年に実施した親と子の生活意識に関する調査では、家庭の雰囲気について「あたたかい雰囲気である」と答えた人が90.5%。また、同じく内閣府が実施している国民生活に関する世論調査（20代）で見ても、家庭の役割を「だんらんの場」「やすらぎの場」「絆を深める場」として意識すること自体高まっている傾向にあることがわかる。本調査においても家庭での満足度は63.9%と高い。その満足内容を見てみると、「家の収入（28.7%）」よりも「家族のだんらんや会話（36.7%）」というように家族とのコミュニケーションが充実していることをあげる大学生のほうが多い。

また、父親のイメージが「友達のような存在」と答えた大学生は28.9%、母親のイメージはそれを大きく上回り53.4%と半数以上が母親が友達のような存在であると答えた点に着目したい。親との時間を大事にしたうえで、友人関係のようなフランクな関係性の中で成長してきていることで、従来の「親＝威厳の象徴」で命令関係から「親＝仲良しの友達」の相談関係へと変質している。特に母親との行動に積極的で、2013年に電通で実施した大学生ヒアリングにおいて都内の女子大学生3名（親と同居）に聞いたところ、「一緒に美容室やまつげエクステなど美容のお手入れに行く。」「洋服や靴を一緒に買ってシェアしたりすることは普通。」「ママは気を遣わなくて楽。好みもわかっている。」と、母親との関係は心を許した友達以上である様子で、好みをわかり合っている分、友達よりも気楽であるという側面もあるようだ。

【図 3】

		家族が健康であること	家族のだんらんや会話	家の収入	家庭内で争いがないこと	兄弟姉妹と気があうこと	家の周囲の環境がよいこと	親や配偶者（事実婚のパートナーを含む）の愛情	親や配偶者（事実婚のパートナーを含む）の職業	家が広いこと	親や配偶者が自分を理解していること	家族が自分に干渉しないこと	満足していることはない	近所や友人など家族ぐるみの付き合いが多いこと	家事・育児の分担	わからない
全体	1,175	44.3	32.8	22.8	30.8	23.4	23.2	26.7	16.5	15.0	20.9	12.9	7.1	6.0	6.0	14.2
大学生	237	42.2	36.7	28.7	28.3	27.4	23.6	20.3	18.6	17.3	16.0	14.3	5.9	3.8	3.0	15.2

特に、昨今では母娘消費が注目されている。リクルートが2013年に35～64歳の母親7500人を対象にした調査では、「娘と美容院と一緒にいく（50%）」「娘と洋服を買いに行く（85%）」と示された。母親のニーズとして「ずっと女の子でいたい」「ずっと女性でいたい」という意識が非常に高まっており、母親から娘に歩み寄るという関係として洋服だけではなく情報を共有して、母と娘とが一緒に消費するというトレンドが興っている。

3. 人口減少と教育の変化

前述にもあった通り（はじめに）、総務省の国勢調査および国立社会保障・人口問題研究所における推計によると、総人口に対する15歳から34歳の人口比率は、1975年の33.1%に比べ2010年では22.0%と10ポイント近く下降している。一方で、学校基本調査でみると、大学生数（4年制）は1975年には全体で約173万人だったのが、2013年には256万人（1.48倍）となっていることから、大学入学における競争率は以前に比べて低下傾向にあると考えられる。

また、教育制度について学習指導要綱の変遷を見てみると、1968年～1970年の学習指導要領改訂（第3次）において教育内容の一層向上を目的とした先進教育への過渡期から、1977年～1978年の学習指導要領改訂（第4次）で出現した「ゆとり」ある充実した学校生活に根差した教育へ変化し、1989年学習指導要領改訂（第5次）、1998年～1999年学習指導要領改訂（第6次）を経て緩やかにゆとり教育へと推移していく。2002年の公立小・中学校で「完全週5日制」の導入・実施により、いわゆるゆとり教育元年として捉えられることが多い。2008年の第7次の学習指導要領改訂（小学校で2011年度、中学校で2012年度、高校で2013年度から導入）まで続いた。現在の大学生は1992年生まれ～1996年生まれ前後であることから、例えば現在22歳の大学生が10歳のころからゆとり教育がスタートしていた。競争よりも協調を重んじる「ゆとりの中で生きる力を育む」という方針の教育を受けて成長してきている。本調査でも、図4の通り学校に通う意義について「専門的な知識を身に付ける（80.

6%)」と同スコアで「自由な時間を楽しむ(80.6%)」が1番高く上がってきていることや、図5を見ると他国に比べて学校に「専門的な知識を身に付ける」ということをTOP1ボックスに挙げる日本の学生が格段に少ないことから学校に対する意識が比較的“自由性”を重んじていることが分かる。

【図4】Q50 学校に通う意義(日本)

1	専門的な知識を身に付ける	80.6%
2	自由な時間を楽しむ	80.6%
3	一般的・基礎的知識を身に付ける	78.0%
4	学歴や資格を得る	77.7%
5	友達との友情をはぐくむ	77.6%
6	自分の才能を伸ばす	69.2%
7	仕事に必要な技術や能力を身に付ける	66.6%
8	先生の人柄や生き方から学ぶ	65.0%

【図5】Q50 学校に通う意義 専門的な知識を身に付ける

	サンプル数	意義があった/ある	どちらかといえば意義があった/ある	意義がなかった/ない	どちらかといえば意義がなかった/ない	意義ある計
日本	237	36.7%	43.9%	16.0%	3.4%	80.6%
韓国	339	44.2%	37.2%	15.0%	3.5%	81.4%
アメリカ	176	51.7%	39.8%	5.7%	2.8%	91.5%
イギリス	99	53.5%	40.4%	3.0%	3.0%	93.9%
ドイツ	150	62.0%	32.0%	6.0%	0.0%	94.0%
フランス	99	46.5%	43.4%	9.1%	1.0%	89.9%
スウェーデン	199	57.3%	34.2%	8.0%	0.5%	91.5%

【図6】Q50 学校に通う意義 自由な時間を楽しむ

	サンプル数	意義があった/ある	どちらかといえば意義があった/ある	意義がなかった/ない	どちらかといえば意義がなかった/ない	意義ある計
日本	237	24.1%	56.5%	13.9%	5.5%	80.6%
韓国	339	11.8%	36.3%	36.9%	15.0%	48.1%
アメリカ	176	31.8%	40.3%	18.2%	9.7%	72.1%
イギリス	99	31.3%	44.4%	20.2%	4.0%	75.7%
ドイツ	150	38.7%	42.0%	16.7%	2.7%	80.7%
フランス	99	43.4%	33.3%	18.2%	5.1%	76.7%
スウェーデン	199	17.6%	37.7%	29.1%	15.6%	55.3%

4. 情報環境

1980年から振り返っていくと、テレビや雑誌において発信される情報の価値は「オシャレで西洋的で上流の文化を教えてくれるもの」だったが、1990年代からデバイスの変化やサービスの拡大により環境が激変していく。1995年のWindows95の発売によるパーソナルコンピュータの普及、1999年のiモードのサービス開始、日本のガラパゴス携帯と言われている二つ折り携帯が女子高生を中心にどんどん広がっていき、いまでは高校生の携帯電話普及率は9割を超えている。2008年のiPhone 3Gの発売を皮切りに、現在スマートフォンの利用率が増加傾向にある。本調査でも「F19所有しているデジタル端末」において「携帯電話・スマートフォン（98.3%）」「ノートパソコン（80.3%）」と、大学生にとっては持っていて当たり前のプラットフォームになっていることがわかる。そうした環境の変化も相まって、現在の情報価値は「今すぐに手に入るもの」でありながら、「自分にあう情報を自分で選ぶ」という視点に大きくシフトしている。

つまり、間接的なイメージよりも、「それは私のどんな場面で、どのように役立つのか」「その情報は私にとってどういう結果をもたらしてくれるのか」という直接的な結果を重んじる傾向にあると考えられる。

若年期からの携帯電話やスマートフォンの利用拡大が推進してきた事実の一つとして、彼らが所属するグループやコミュニティを増やしていることが挙げられる。電通で実施している平成学生意識調査によると、「自分が所属している友人や知人のグループの数で今何グループありますか」という問いに対し、2010年には4グループだったものが、2012年では平均で2グループふえて、6グループとなった。携帯電話の普及では、1対個人のメールでのコミュニケーションが主流だったところから、スマートフォン出現以前からもあった主なSNS（“前略プロフィール” “mixi” など）が土台になり、オフラインでもコミュニケーションが取りやすい状態になったことが起因していると考えられる。その後、スマートフォンの浸透と同時に“facebook” “Twitter” “LINE”などのSNSが世代・年代問わず浸透していった。現在様々なSNSを使い分けてオフラインでもコミュニケーションをしていることで、1対個人ではなく1対大勢のグループでのコミュニケーションが盛んになっている。その中で、SNSなどのオンラインで交換される情報は、テキストはより短文化し、写真や動画の共有による非言語化が進んでいると考えられる。携帯メールでのコミュニケーションでは長文や絵文字を友人間で即時返信をすることが前提にあったが、LINEに代表されるようなチャット形式の単語でのやり取りになったことで言葉も使わずスタンプといった絵文字のみのやりとり、写真・動画をやりとりしているということ、非言語化がより顕著に進んでいる。

【図 7】

facebook		twitter		LINE	
友達登録数	フォロワー数	フォロワー数	友達登録数	グループ数	グループ数
平均117人	平均161人	平均154人	平均94人	平均26個	
平均83人	平均175人	平均170人	平均76人	平均33個	

2012年9月実施/電通ワカモン調べ(大学生対象)

オンラインサービスにおける変化も顕著である。例えば、2001年にWikipediaのサイトが日本で始まり、2005年食べログという飲食店の口コミサイトがサービス開始している。これらのサービスの共通項は「答えはそこにアクセスすればわかる」ということだ。わからない事や知りたい事を人に聞くよりも先に、Googleやyahooなどの検索エンジンサイトで検索し、PCや携帯電話、スマートフォンなどのデジタル端末を通じたサービスに変わった。つまり、消費における正解意識が高まっているということである。

2012年に実施した電通調査において、「そのジャンルで正解だと思うものを買いたがる(64.6%)」と、購買行動の中で、情報や商品・サービスが溢れる中成長してきた彼らにとって、お小遣いやアルバイト代などの少ない可処分所得の中から既に誰かの利用履歴が閲覧でき、誰かのお墨付きのあるものやランキング上位のもの(=正解)を選ぶ志向が強い。つまり、判断基準というのが不確かな自分の意見、自分がこう思うという意見よりも、確かそうな見えないインターネット上の意見や自分と近い存在の意見を確かめることで、次のアクション(消費や行動)に移すようになっている。例えば、「これはおもしろそうだから一緒に行かないか」「ここは美味しいと評判だから行かないか」というような誘い文句である。

第一節 考察

1 「継続する不況」においては、時間やお金の投資に対する“手応えや実感がほしい”という意識がうかがえる。流行よりも手堅く定番を知りたい、利便性や合理的なことを考えて買い物をしたい、食へのこだわりは手間よりも簡単でオシャレがいいといったように、有限な時間や有限なお金に対して、手応えとか実感がほしいという意識が顕著になって生きている。

2 「家族関係」においては、“友達親子の定番化”という現象だ。「親=仲良しの友達」という役割の変化から、垂直・上下関係から平行・横並びの関係性に変容している。

3 「人口減少と教育の変化」からは“競争よりも協調”という価値観の定着が見られる。経年で比較をしたときに、10年前と比べ競争環境ではなく協調環境下に育っており、殊に個性や自己主張においてはある一定の共通素材があって、「私はどうあるべきか」とかを

周りの空気を読みながら平均点を目指す傾向がみられる。

4「情報環境の変化」では“消費における正解意識”が高まっている。インターネットや携帯電話・スマートフォンの普及により膨大な情報が流布したことで、大学生にとっての青春期には既に商品やサービスについての事前情報が手に入る状態が作られた。また、ソーシャルネットワーキングサービスの利用が進み、インターネット上で友人関係の見える化が進んだ。

第二節 大学生と友人関係

2007年ユーキャンの新語・流行語大賞に「KY（空気読めない奴）」がエントリーされて以来、空気という見えない雰囲気を読み取る力は誰もが気にするマナーのような存在になっている。「空気を読むこと」は大人が社会でうまくやっていく為の処世術だった以前に比べ、いまや老若男女問わず一般教養化しているのは自明である。実際に現代若年層では強い傾向で、2012年9月に電通が実施した大学生の実態調査では、ほぼ100%に近い高校生が「空気を読んで行動している」と答えている。そんな空気を読み合うワカモンたちの友達との関係についてある女子大学生に聞いてみたところ、現在の所属グループの内訳は「中学校のクラ友（クラスの友達）」「部活の友人」「高校の仲良しメンバー」「高校のクラ友」「大学のサークル」「アルバイトの友人」「趣味の仲間」など、総勢10グループ以上であった。SNS登場前に存在していた“中学は中学、高校は高校で、同窓会で何10年ぶりに再会！”は珍しい状況になってきていて、芋づる式に幼少期からの友人関係を継続した状態で、成長とともにグループやコミュニティの数が増えていく、という実態が一般的になりつつある。

一方で、「友達」と感じる意識が変質している。首都圏の大学生で見ると、携帯アドレス登録が平均142.7人、友達だと思う人数は平均42.4人。携帯アドレスの3分の2はライトな知り合い程度、と思っている実態がわかる（2012年9月 関東一都六県 高校生・大学生を対象に実施した電通オリジナル調査）。ただし、親友だと思っている人の数は平均4.9人で、素が見せられるような存在はごく限られた相手である。私が実施したティーンズの男性へのヒアリングの中では、“イツメン”と言われる“いつも一緒にメンバー”たちと、学校や放課後に一緒に過ごしているだけではなく、LINE等のグループチャットでスタンプを含めて毎日100通以上のやり取りをしたり、SNS上でもいいねやコメントをし合うほどだ、という実態が明らかになった。メールや電話のように対一人よりも、SNSやLINE等のグループ機能が対複数人へのコミュニケーションを円滑にしたことで、最近ではより【友情メンテナンス】がしやすい状況になってきているといえる。図F 19所持しているデジタル端末を見ると、大学生は「ノートパソコン（80.6%）」と併用して、ほとんどの学生が「携帯電話・スマートフォン（98.3%）」を所有していることがわかる。友達とオンラインでもオフラインでもやり取りできる環境が整っているのである。

【図 8】 F 1 9 「所持しているデジタル端末」

	二二	携帯電話・スマートフォン	タブレット端末	ノートパソコン	デスクトップパソコン	携帯ゲーム機器	据え置き型ゲーム機器	この中にはない	持っていない
TOTAL	1,175	87.3	13.5	60.5	24.4	44.8	37.7	0.3	2.5
前期中等教育	193	43.0	13.5	20.2	8.8	64.2	44.0	0.5	9.3
高等学校	162	90.1	14.8	43.2	25.9	53.7	40.7	0.6	3.1
大学	237	98.3	9.3	80.6	16.0	37.6	30.8	0.0	1.3
社会人	515	97.1	14.0	70.3	32.8	37.3	37.3	0.0	0.6

一方で、SNS等のインターネット上でのコミュニケーションが増え、リアル生活の友人との関係性をも可視化された中で、グループやコミュニティの数と質も問われる時代に突入している。友人の数はもちろん、友人がどんなところに住んでいて、どんな趣味を持っている人かどうか、という詳細な関係性すらも高校生のころから既に見える化している。メールやSNSでのコメントのやり取り、お茶などの集まりを企画したり女子会をしたり等、所属するコミュニティへの定期的なメンテナンスに時間を使っているようだ。お小遣いの使いみちとしても、上位に挙がってくるのはファミレスやファストフード等の外食で【友人との交遊消費】である。実際に普段何しているかを聞くと、ある女子高校生は、「(同じ日に別のグループでの集まりがある為) はしごしないといけないから一回あたり安く済ませたいから、そういう時は100円の飲みものだけで済ませることもある」と答えている。所属するコミュニティの数が増えたことにより、行っている場所や使っている額は同じでも「友情メンテナンス」をする“回数”が増えている。ワカモンたちが行動するスイッチになっているのは、「何」をするかよりも、「誰」とするかに変化してきているのかもしれない。

第三節 大学生と趣味

電通若者研究部実施「好きなものまるわかり調査」によると、「ハマっていること」の数は一人あたりの平均11個で、ワカモンたちの興味や趣味への向き合い方が、多方向に広がっている実態が見えてきた。しかし、使えるお金自体が増えているわけではない。漫画もアニメも好きだという自称オタクの大学生に聞いてみると、「好きなアニメはDVDで購入する。ゲームも好きだけど、無料ゲームで我慢してる」という発言がある。無料や安価でできる「低コストの割り切り」でバランスを取っているようだ。

【図9】

Q.「あなたがハマっていることをお知らせください」(割合ランキング)

高校生 (n=180)			大学生 (n=127)			社会人 (n=1526)		
順位	割合 (%)	平均金額	順位	割合 (%)	平均金額	順位	割合 (%)	平均金額
1位	31.7	¥2,139	1位	32.5	¥3,356	1位	29.1	¥4,598
2位	28.9	¥3,500	2位	23.3	¥2,681	2位	20.3	¥3,442
3位	28.9	¥2,584	3位	21.7	¥3,359	3位	20.2	¥3,181
4位	21.7	¥1,955	4位	19.6	¥2,092	4位	19.1	¥4,981
5位	20.6	¥1,520	5位	19.1	¥2,107	5位	18.4	¥2,380
6位	18.9	¥4,096	6位	15.5	¥10,891	6位	17.2	¥20,020
7位	18.9	¥5,636	7位	14.6	¥3,477	7位	16.0	¥16,874
8位	18.9	¥10,315	8位	14.1	¥2,202	8位	15.3	¥18,789
9位	16.7	¥6,586	9位	13.4	¥11,819	9位	15.1	¥14,792
10位	15.6	¥1,424	10位	13.2	¥11,434	10位	14.4	¥5,277

平均金額は、「ハマっている」該当者の中から[0円]と回答した方を除いた人数ベース
金額は自由回答

また、下の図の金額ランキングにあるように、趣味人口は少なくても“一人あたりの消費額が高額”な趣味もあり、価値があると判断したものにはお金をかける「高額消費」と「低コストの割り切り」とを使い分けして、メリハリをつけて楽しんでいることがわかる。

【図10】

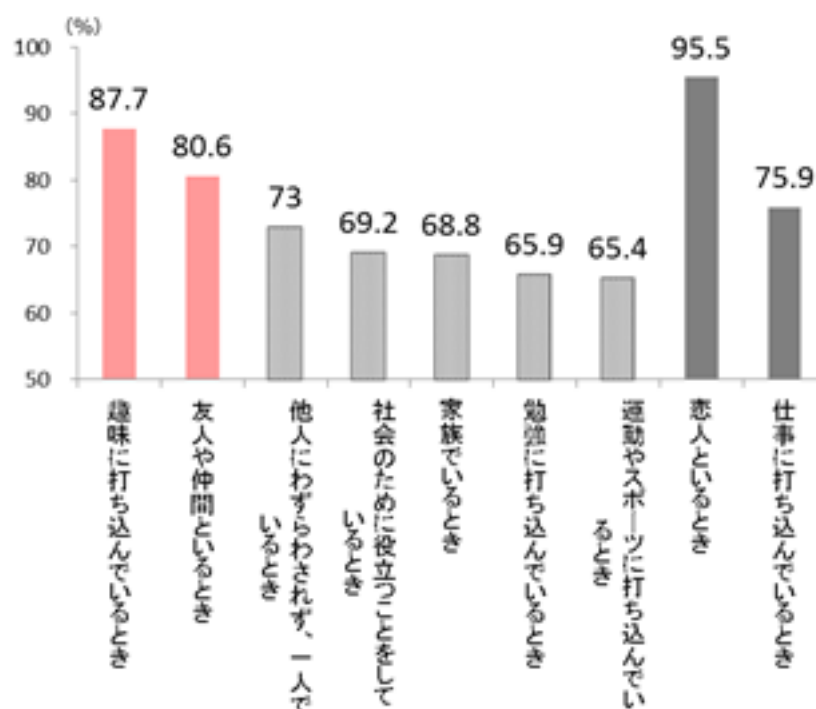
Q.「あなたがハマっていることをお知らせください」(金額ランキング)

高校生 (n=180)			大学生 (n=127)			社会人 (n=1526)		
順位	割合 (%)	平均金額	順位	割合 (%)	平均金額	順位	割合 (%)	平均金額
1位	1.7	¥56,000	1位	9.9	¥54,141	1位	10.7	¥52,183
2位	18.9	¥10,315	2位	3.4	¥15,980	2位	5.6	¥23,361
3位	12.2	¥7,818	3位	13.1	¥15,598	3位	5.2	¥28,510
4位	16.7	¥6,586	4位	13.4	¥11,819	4位	17.2	¥20,020
5位	10.6	¥6,285	5位	13.2	¥11,434	5位	15.3	¥18,789
6位	0.6	¥6,000	6位	15.5	¥10,891	6位	16.0	¥16,874
7位	3.9	¥6,000	7位	9.4	¥9,790	7位	15.1	¥14,792
8位	2.8	¥5,800	8位	0.6	¥9,143	8位	8.5	¥11,984
9位	18.9	¥5,636	9位	8.6	¥8,773	9位	2.6	¥11,918
10位	15.0	¥5,222	10位	4.0	¥8,449	10位	4.1	¥11,417

平均金額は、「ハマっている」該当者の中から[0円]と回答した方を除いた人数ベース
金額は自由回答

実際に、本調査を見ても、Q3の「心の充実感」についてそれぞれについてあてはまる（「あてはまる」および「ややあてはまる」の合計）と答えた大学生のランキングを見てみると、もっとも高いのは「趣味に打ち込んでいるとき（87.7%）」ついで「友人や仲間といるとき（80.6%）」という結果がわかる。勉強や運動などに打ち込むときよりも、趣味に打ち込んでいるときを挙げる大学生が圧倒的に高いということがわかる。趣味に打ち込むことだけではなく、その趣味の繋がりや友人になる、ということがインターネットやSNSの登場で簡易で出来るようになってきているのも、「趣味繋がり」のコミュニケーションを円滑にしている要因であると考えられる。

【図11】



※大学生全体 237 サンプル

※ただし、「恋人がいるとき」は45サンプル、「仕事に打ち込んでいるとき」は141サンプル

地縁や血縁、会社縁などかつて強固だった社会の枠組みは薄れ、それらを基盤にしていた所有意識はなりを潜めている。一方で、距離を超えてつながりをつくることのできるようになった環境が、家族や親友に加えて、同じ趣味を持つ“同好同志”とのコミュニケーションを実現している。その環境が興味や趣味を広げ、さらには単にのめり込むだけではなく、新たな仲間をつくるという楽しみが生まれていると考えられる。