

熊本の大学生の意識と行動

～ 友達と部屋で過ごすことが好きな若者たち ～

調査目的

これまで“若者”というと、新たな消費のスタイルを創出し、それが他の世代にも拡がりトレンドを生み出す存在とされてきた。しかし、日経産業消費研究所の『20代若者の消費異変』によると、若者の消費行動には大きな異変がみられるという。最近の若者は、お酒も飲まない、車に乗らない、ブランド物も欲しがらない、“消費しない20代”と分析されている。はたして熊本の若者たちは、どうであろうか。

熊本市には4年制大学および短期大学が9大学あり、約3万人の学生がいる。その数は、熊本市の生産年齢人口(15歳～64歳)の4.5%を占めており、二十歳前後の熊本の若者を代表する存在と言えるだろう。熊本の若者の生活や消費、就職にまつわる意識を把握するために、熊本市内の4年制大学5大学に協力をいただき、アンケート調査を実施した。

調査概要

調査対象：熊本市の4年制大学に在学中の学生1,000人

調査時期：平成20年6月17日～26日

調査方法：配票調査

有効回答：995件(有効回答率99.5%)

回答者の属性

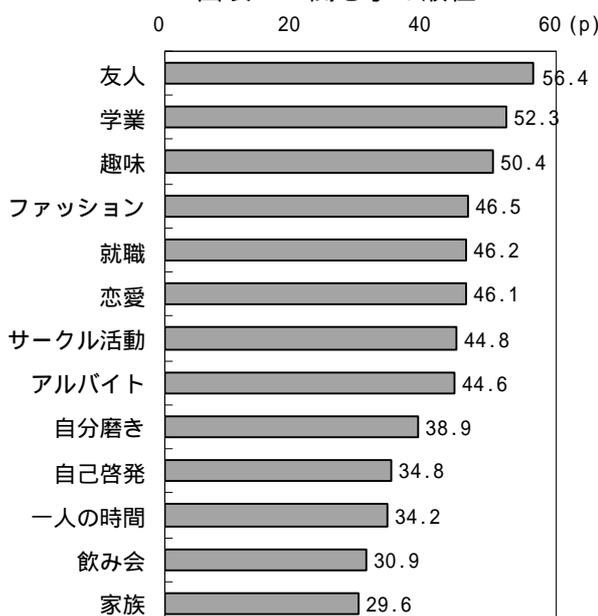
		実数	%
性別	男性	626	62.9
	女性	367	36.9
	不明	2	0.2
学部	文系	464	46.6
	理系	529	53.2
	不明	2	0.2
住まい	自宅	504	50.7
	自宅以外	491	49.3
	不明	2	0.2

1. 関心事の第1位は友人

学生は今、どのようなことに興味を持っているのだろうか。「学業」、「サークル活動」などの13項目から関心のある事柄を選んでもらい、関心の高い順序に並べてもらったところ図表1のようになった()。学生の一番の関心事は、「友人」で56.4ポイント(以下p)となった。次いで、「学業」が52.3p、「趣味」が50.4pと関心が高く、以下「ファッション」、「就職」、「恋愛」となった。

選択された関心事の1位を13点、2位を12点…13位を1点として加重平均し、比較しやすいように換算した。

図表1 関心事の順位



2 . 携帯片手にサークルとアルバイト

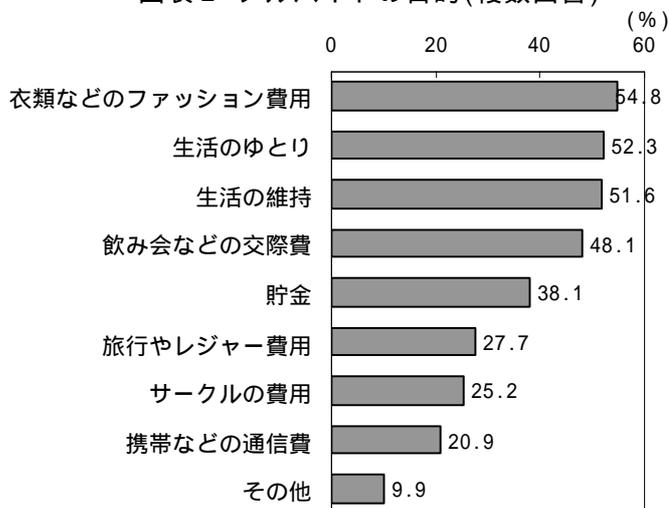
サークル活動についてしてみると、サークルの加入率は 69.6%であった。サークルの活動内容については(複数回答)「スポーツ系」が 63.6%と多く、「文化・趣味系」が 29.6%、「音楽系」が 7.6%であった。

アルバイトについては、過去 1 年間にアルバイトをしたことがあると回答したのは、全体の 80.2%であった。アルバイトの職種については(複数回答)「ファミリーレストランなどの飲食店の店員」が 32.3%と最も多く、次いで「コンビニエンスストアなどの小売店の店員」が 20.6%、「単発、期間限定のアルバイト」が 13.1%となった。アルバイトの目的については、「衣類などのファッション費用」が 54.8%、「生活のゆとり」が 52.3%、「生活の維持」が 51.6%、「飲み会などの交際費」が 48.1%となっている(図表 2)。

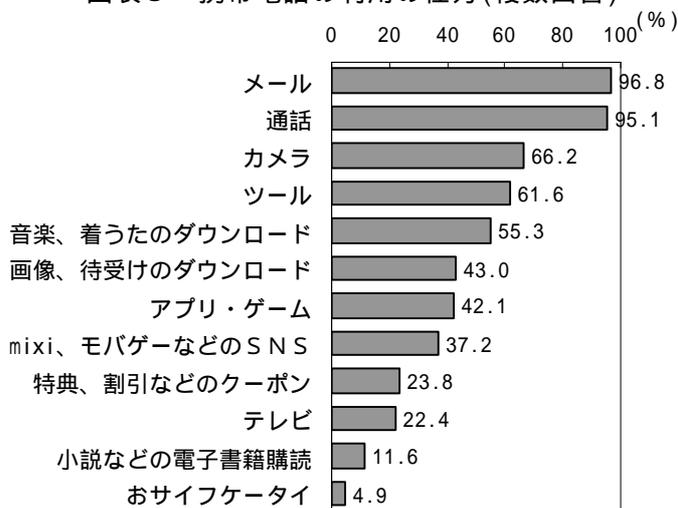
飲み会については、ひと月当たりの平均回数は 2.2 回となった。詳細をみると、「1 回未満」が 18.6%、「1 回 ~ 2 回未満」31.7%と、約半数が 2 回未満にとどまっており、居酒屋など外で飲む機会は、あまり多くないようだ。

また、学生を象徴するアイテムの一つである携帯電話については、「持っていない」と回答したのは 995 人中わずか 1 人であった。携帯電話のひと月当たりの平均利用金額は 8,596 円と標準的で、携帯電話をよく使う学生だからといって利用金額が高いわけではないようだ。携帯電話の利用の仕方は、図表 3 のようになった(複数回答)。単純に比較はできないが、当研究所が行った『熊本市の女性の携帯電話利用状況調査(対象: 20 代 ~ 60 代 以下カッコ内は同調査の数値)』と比べると、「音楽、着うたのダウンロード」が 55.3% (11.2%)、「画像、待受けのダウンロード」が 43.0% (7.0%)、「アプリ・ゲーム」が 42.1% (3.4%) と利用の仕方に格段の差がみられる。また、意識面においても、『携帯電話を常に気にする方だと思うか』という問いに、「そう思う」と回答したのは 23.8%、「ややそう思う」は 32.9%と、合わせて 6 割弱の学生が携帯電話を気にするとしており、学生にとって携帯電話は手放せないもののようである。

図表 2 アルバイトの目的(複数回答)



図表 3 携帯電話の利用の仕方(複数回答)



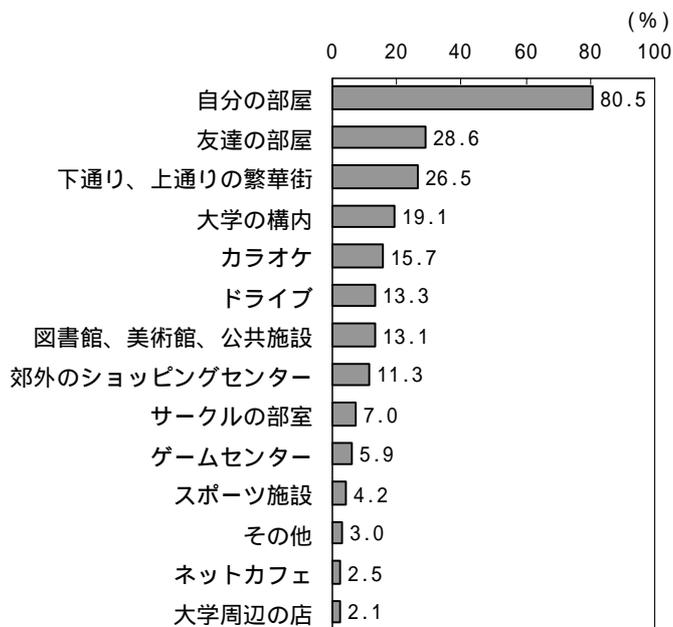
3 . 1 日時間があっても部屋で過ごす

『1日時間が空いたら、どんな場所で過ごすことが多いか(複数回答)』という設問には、「自分の部屋」という回答が80.5%と圧倒的に多くなった(図表4)。それに続くのは、「友人の部屋」が28.6%、「下通り、上通りの繁華街」が26.5%となっており、「自分の部屋」という回答が際立っている。

これを住まいの形態で比較すると、自宅以外の学生に比べるとやや回答率は低いが、自宅の学生も「自分の部屋」という回答が8割近くある(図表5)。また性別で比較すると、女性では「下通り、上通りの繁華街」という回答が自宅の学生で34.1%、自宅以外の学生で40.7%と、女性は街に出かけることも多いようだ。また、消費意欲が活発な女性の自宅の学生は、「郊外のショッピングセンター(26.9%)」や「カラオケ(23.3%)」と行動範囲も比較的広いようである。

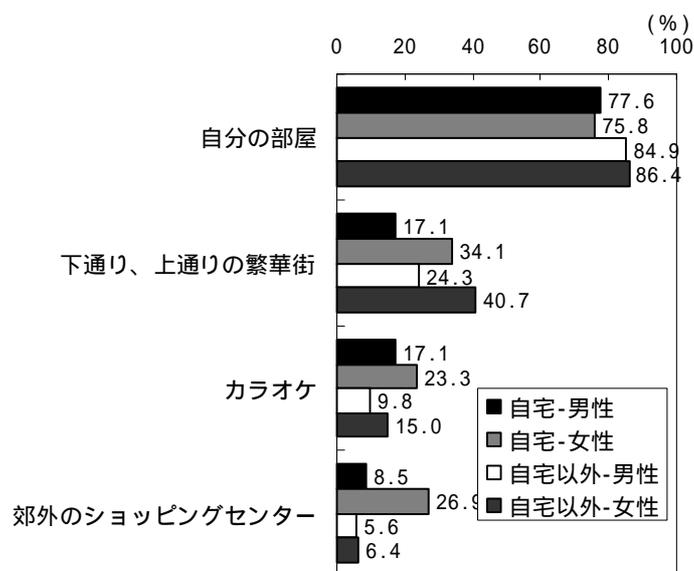
自分の部屋で何をして過ごすのかとヒアリングを行ったところ、「雑誌見たり～、携帯したり～、音楽聴いたり～、趣味したり～」するのだそうだ。また、居酒屋など外で飲み会を行うことは少ないが、友達と部屋で“宅飲み”をする回数は多いようである。学生たちは、時間があっても特に外出するでもなく、自分の部屋で思い思いに自分の時間を楽しんだり、友達と部屋に集まりコミュニケーションをとっているようである。

図表 4 1日時間が空いた時に過ごす場所



図表 5 1日時間が空いた時に過ごす場所

: 住まい形態・性別



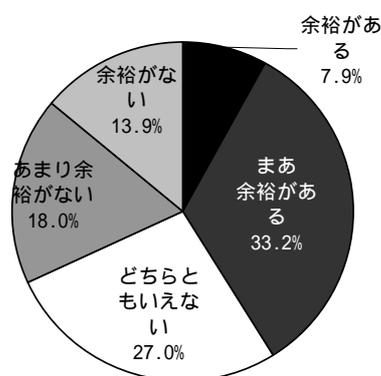
4 . 熊本の自宅の学生は小金もち！？

学生の現在の経済状態についてたずねたところ、「余裕がある」が 7.9%、「まあ余裕がある」が 33.2%と、約 4 割は余裕があると回答している（図表 6）。一方で、「余裕がない」は 13.9%、「あまり余裕がない」が 18.0%と、約 3 割は余裕がないと回答しているが、総じて経済状態はまずまずのようである。

実際の収入については、自宅の学生は、「親からの小遣いや仕送り」が平均で 7,690 円（以下平均金額）、「奨学金」が 24,676 円、「アルバイト収入」が 38,267 円、合計 70,633 円となった（図表 7）。また、自宅以外の学生は、「親からの小遣いや仕送り」が 40,212 円、「奨学金」が 37,521 円、「アルバイト収入」が 26,672 円であった。

これを、全国大学生生活協同組合連合会の『第 43 回学生の消費生活に関する実態調査(2007 年 10 月実施)』と比較すると、自宅以外の学生は、全国に比べ 26,035 円収入が少ない。これは家賃など住居費の差によるところが大きいとみられ、九州の平均と比べるとその差は 10,025 円に縮まる。一方で、自宅の学生の収入は、全国に比べると親からの小遣いや仕送りの金額は少ないが、奨学金、アルバイト収入で上回り、合計では 10,443 円収入が多い。額はさほど大きくないが、熊本の自宅の学生は、全国の学生に比べやや余裕があるようだ。

図表 6 現在の経済状態



図表 7 現在のひと月当たりの収入

(単位：円)

	熊本-自宅	全国-自宅	熊本-自宅以外	全国-自宅以外
親からの小遣い・仕送り	7,690	15,570	40,212	79,930
奨学金	24,676	10,680	37,521	23,730
アルバイト	38,267	33,940	26,672	26,780
合計	70,633	60,190	104,405	130,440

全国の数値は、全国大学生生活協同組合連合会の『第 43 回学生の消費生活に関する実態調査』による

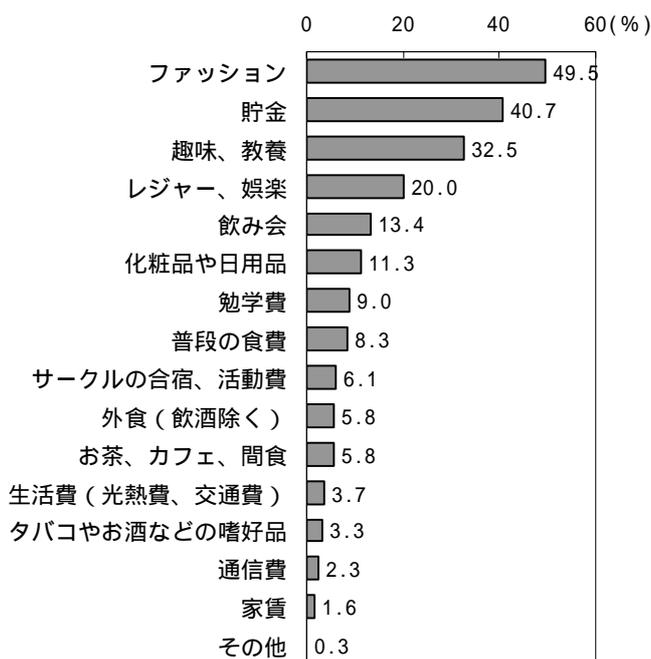
5 . 増やしたい支出は“ファッション”

ひと月の支出の中で増やしたいものについては(複数回答)、「ファッション」が 49.5%と最も回答が多く、オシャレに関心が高いことがうかがえる（次頁図表 8）。続いて、「貯金」が 40.7%、「趣味、教養」が 32.5%、「レジャー、娯楽」が 20.0%、「飲み会」が 13.4%、「化粧品や日用品」が 11.3%となった。「貯金」については、将来のための貯蓄というよりも、ファッションや旅行など消費のための貯蓄だと思われる。

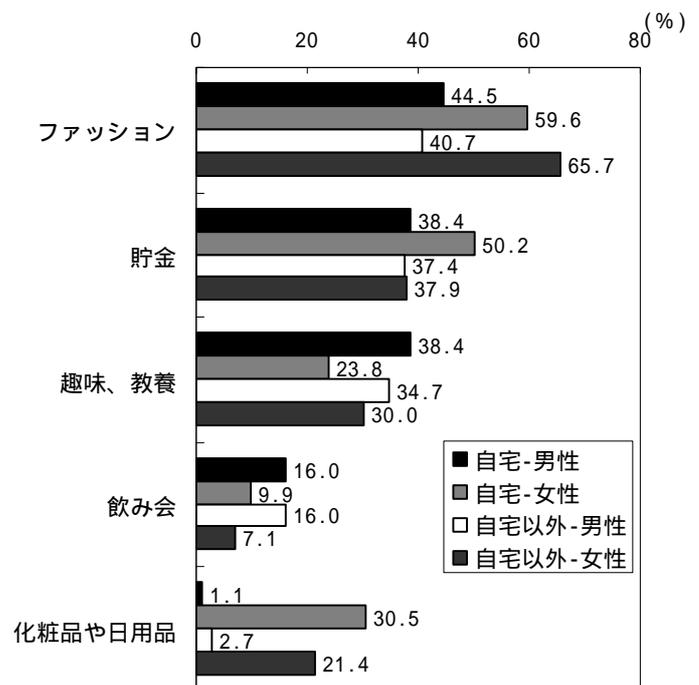
これを性別と住まいの形態とで比較すると、男性に比べ女性は、自宅の学生と自宅以外の学生ともに「ファッション」、「化粧品や日用品」の回答率が高く、男性は「趣味、教養」、

「飲み会」の回答率が女性よりも高くなっている（図表 9）。また、「貯金」については、女性の自宅の学生の回答が 50.2%と、他より際立って多くなっている。前述のように、女性の自宅の学生は部屋で過ごすだけでなく「下通り、上通りの繁華街」や「郊外のショッピングセンター」にも出かけることから、消費しない学生の中にあっても、比較的消費が活発だと推察される。

図表 8 増やしたい支出(複数回答)



図表 9 増やしたい支出：住まい形態・性別



まとめ

最近の若者に接すると、一頃の学生に比べると、やはり“消費しない若者”という印象が強い。調査結果からも、そのような学生の姿が垣間見られたように思われる。今回の調査は、キャンパスで学生に調査票を配布し、その場で回答してもらうという方法をとった。そこで学生と直に接し、彼らの様子を見てみると、決して派手な消費行動はしないが、それぞれの空間で、それぞれが気のあった仲間と過ごすことに快適さを求めているように感じられた。

また、意識面においては、周りの空気を読むことを気にする学生は 85.3%と非常に多く、大学生生活の充実度も人間関係の豊かさに比例するという結果がみられ、人間関係に少し過敏な様子もうかがえた。それだからこそ、自分の部屋で一人自分の時間を楽しむことが心地良いのかも知れない。マーケティングという観点からすると、“消費しない若者”は非常に捉えにくい対象だが、“快適な空間”、“一人で楽しむ時間”、“円滑な人間関係”といったことがキーワードとなるのではないだろうか。