

東北大学生の生活と意識 に関する調査

2023 年度前期・行動科学実習報告書

目次

はじめに

(小川和孝) 1

「SNS 利用傾向と SNS が購買動機に与える影響——

利用時間、性別、コミュニケーション能力に着目して」

(安藤周記・清水千聡・松野有紗) 2

「東北大生のライフスタイルが学業満足度に与える影響——

『ひとりになる時間』と『家事』の観点から」

(川名里沙・篠田真名・山崎桃子) 20

「アルバイトが生活満足度に与える影響——動機と収入用途に着目して」

(根田萌花・鈴木秀明・花石珠実) 34

「東北大生の出身階層と格差

——幼少時の体験、インターネット利用に着目して」

(田中敦之・劉崢・西尾知耀) 46

「東北大生の幸福度——理想と現実のずれ・現在志向の強さに着目して」

(阿久津菜央・久保遼馬・関口裕斗) 63

調査票 94

基礎集計表 104

はじめに

小川和孝

本報告書は、2023 年度前期に東北大学文学部において開講された「行動科学実習」の受講者による論文をまとめたものである。この授業では社会調査の企画、設計、実査、分析、報告までの一連のプロセスを学生が経験することで、社会調査を実施する知識・技能を習得することを目的としている。

今年度の調査では、東北大学の文学部において開講された授業を対象に、授業担当の先生を通じて履修している学生への調査協力を依頼した。同時に受講生が知り合いの学生へ依頼することによって回答を募った。

回答は Google フォームを利用したウェブ調査で収集した。調査項目は学生の立てたりサーチ・クエスチョンを反映したものになっている。詳しくは巻末の調査票を参照されたい。有効回答数は 118 件であった。詳しくは巻末の基礎集計表を参照していただきたい。

受講者には関心の近さによって、合計 5 つの班にわかれて報告書を執筆してもらった。それらは、「SNS 利用傾向と購買動機」、「ライフスタイルと学業満足度」、「アルバイトと生活満足度」、「出身階層と文化的な格差」、「理想と現実のずれ、現在志向の強さによる幸福度」といったものである。いずれもユニークな視点が入り入れられた分析になっている。

調査に協力をいただいた学生の皆様と、授業担当の先生方には心から御礼を申し上げたい。言うまでもなく、社会調査は調査対象やその関係者の善意による協力がなければ成り立たないものである。また、文学研究科修士課程の森坂太一さんにはティーチング・アシスタントとして、授業準備や学生の分析に関するアドバイスなどを担当していただいた。授業運営を大いにサポートしていただいたことに、記して感謝申し上げる。

SNS 利用傾向と SNS が購買動機に与える影響

——利用時間、性別、コミュニケーション能力に着目して——

安藤周記・清水千聡・松野有紗

1. 研究関心とその意義

SNS には色々な顔があると考えられる。1 つは市場としての顔である。インターネット上での広告活動は近年注目度が増しており、企業も SNS を活用したマーケティングを重視している。現代では熾烈な価格外競争が行われているが広告活動にかかる予算は限られている。そのためどれだけ SNS 上での広告活動が効果を発揮できているのかは多くの企業が注目を集める部分である。その点を検証するために今回は利用時間に着目して SNS ユーザーに対する効果の有無を確認し SNS マーケティングの有意性を追求する。

また、ユーザー間のコミュニケーションの場としての顔も存在する。SNS で観測されるコミュニケーションの在り方は大きく 2 つに分類されることが考えられる。1 つは現実の延長線上としてのコミュニケーションで、もう 1 つは現実の代替としてのコミュニケーションである。前者は実際の人間関係をより強固にする役割があり、後者には現実でうまくいっていないことに対するストレスのはけ口としての役割がある。

このように 2 つの在り方が想定されるわけだが、SNS でのコミュニケーションの在り方を分析することは現代的な人間関係のあり方を分析することである。それはいじめや誹謗中傷、引きこもりなどの複雑な人間関係に関わる社会問題を解決する糸口をつかむきっかけになるかもしれない。

今回の分析では (1) コミュニケーションの得意不得意と (2) 性別に焦点を当ててどのような SNS の使い方が主流であるかを分析する。(1) コミュニケーション能力に焦点を当てた理由は、先ほど述べたコミュニケーションの 2 つの在り方のどちらを選択するかがコミュニケーション能力に依存すると考えたからである。SNS をストレスのはけ口とすることは他者への攻撃につながりかねない。どのような属性を持つ人がそういった状況に陥りやすいかを示すことは誹謗中傷被害を防ぐことにつながるだろう。本分析では現実でのコミュニケーションに自信のない人が現実の代替として SNS を利用しているかどうかを、自分の体験や内面を他者へ共有する行動である自己開示の度合いから検証する。

(2) 性別に焦点を当てた理由としては、使用傾向に男女間の差異があるかに興味があったからである。男女差は昔から色々な分析対象として注目されており、「Instagram の利用者は女性が多い」など、SNS プラットフォームごとの利用率にも差があることがわかっている。本分析でも男女間の使用傾向に注目することで SNS 利用に関する有益な知見が得られると考える。

なお、本調査では、SNS を「LINE と YouTube、TikTok などの動画投稿サイトを含まないもの」として定義した。本分析においては、SNS を他者との交流やコミュニケーションを行う場として捉えている。LINE は連絡手段という側面が、YouTube、TikTok などの動画投稿サイトは、動画を視聴するという面が強いと考えたため、前述のプラットフォームを除外した。また報告書執筆中に Twitter の名称が X に変更されたが、本報告書内では Twitter で表記を統一する。

2. 先行研究と仮説

2.1 仮説 1

「SNS を使う時間が長い人ほど SNS で得た情報を理由に買い物をする傾向がある」

近年はインフルエンサーが登場し、SNS 上においては企業が広告費を支払って商品を宣伝している場面が少なくない。インフルエンサーに頼らないネットマーケティングの方法としては企業自身が公式アカウントで宣伝することなども挙げられる。そして Instagram や Twitter では個人が自分の生活を投稿しており、そうした投稿に登場した商品に目を惹かれ購入に至ったというケースも少なくないと考える。松井（2021）では SNS における他者影響を分析しており、いいねやリツイートといったシェア行動が他人の購買行動に影響を与えていたことを明らかにしている。今回の分析では先行研究で報告されている「いいね」や「リツイート」などの SNS がもつ特性からは少し離れて、ユーザーの持っている利用傾向や投稿頻度などの様々な属性、その中でも利用時間に着目して購買行動との関連性を調べることとした。というのも、利用時間に着目した理由としては SNS は眺めているだけで多くの情報が流れ込んでくるので、時間に比例して SNS からの影響度も増すと考えたからである。また、購買行動を挙げると様々な例が挙げられるので今回の分析では購買行動の中でも「外出や旅行」と「外食」の 2 つに絞って分析を行った。この 2 つに絞った理由としては消耗品は頻繁に購買行動を発生するので聞くタイミングによって得られる結果が変わってしまうことを懸念したからである。「外出や旅行」と「外食」は消耗品の購入頻度に比べて頻度が落ちるのでタイミングに依存せず、ある程度一貫したデータが得られることを期待する。

2.2 仮説 2

「現実でのコミュニケーションに自信がない人ほど自己開示を目的として SNS を使用する傾向がある」

現実での人間関係に自信がないと、SNS を含むインターネットに触れる時間が増えると考えられる。また、気持ちを打ち明ける機会が少ないため、SNS を代替の機会としていると

考えられることから、このような仮説を立てた。渡邊（2015）では、「SNS を利用して自己開示を行うことには対人恐怖心性の『自分や他人のことが気になる悩み』が弱く影響している」と述べられている。しかし、この研究では SNS の利用において、発信する相手について区別されていない。SNS を現実で仲のいい人との交流の延長として利用する場合と、ネット上での薄いつながりのなかで発信する場合では、匿名性の程度に違いがあり、自己開示を行うことに対する心理も異なると考えられる。そこで本研究では、自己開示傾向のある人を、「不特定多数を意識して、愚痴や悩みごとの相談や日常生活共有を行う人」と定義し、発信相手に関する意識を区別することで、匿名性があり対人恐怖を感じづらく自己開示を行いやすいという想定が最も正しいのか確かめる。

2.3 仮説3

「女性は男性に比べて実際の友人との日常生活のシェアを目的として SNS を使用する傾向にある」

仮説3では、SNS を利用する目的に焦点を当てる。SNS 利用動機は多くの先行研究で検討されている。例えば大野（2019）は、「逃避」、「優越感・評価の獲得」、「日常の関係維持」、「愚痴・相談」、「共感の獲得」の5因子があると指摘している。仮説3では、この5因子のうち「共感の獲得」に着目した。「共感」に絞った理由は以下の通りである。大学生を対象に質問紙・インタビュー調査を行った登丸（2014）の研究によると、SNS の利用目的について、閲覧を主目的とするのか、投稿をより積極的に行うのかという2つの違いには、「自らの投稿内容に対する他人の反応をどの程度意識しているかが影響しているようである」と指摘している。特に女性はより積極的に投稿を行い、その際に他者からの反応や共感を期待することが明らかにされている。このことをより一般化された仮定に落とし込み、大学生は特に「反応や共感を期待し、日常生活についてシェアをする（以下シェア傾向）」ことを目的として SNS を利用するのではないかと考えた。登丸の研究では、プラットフォームごとに分けて分析を行っており、また、SNS への投稿に対する男女別の考え方の違いという指摘にとどまっていた。よって本分析の目的は、より包括的な SNS 利用目的としての「シェア傾向」が性別によって異なることを検証することにある。

また、古くから性差は関心の的であり、現在では様々な領域において性別による差異があることが確認されている。SNS が現代のコミュニケーションに欠かせないものとなっていることを踏まえると、SNS での利用目的に対しても性別における差異を分析することには意義があると考えられる。

3. 使用変数とその説明

表 3.1 性別

	度数	%
男性	44	37.6%
女性	72	61.5%
その他	1	0.9%
N	117	100.0%

Q01「あなたの性別をお答えください」という質問で性別について尋ねた。「男性」、「女性」、「その他」の3カテゴリーで調査した。割合は男性 37.6%、女性 61.5%と、女性の割合が高かった。その他の度数が少ないため、サンプルでは、その他及び無回答を削除し、分析を行った。この変数は仮説3の分析で使用するものである。

表 3.2 旅行先や休日に出かける際に行き先を決める理由

	度数	%
対面での会話やネットでのDM、通話で友人が紹介していたから	49	41.9%
家族が行っていたり、紹介したりしていたから	9	7.7%
雑誌や新聞で紹介されていたから	2	1.7%
テレビで紹介、宣伝されていたから	6	5.1%
インターネット上の記事やサイトで紹介されていたから	26	22.2%
SNSの投稿で他のユーザーや友人が紹介していたから	13	11.1%
SNSで有名人が紹介、宣伝していたから	1	0.9%
SNSで公式アカウントが宣伝していたから	1	0.9%
その他	10	8.5%
N	117	100.0%

Q15では、旅行先や休日に出かける際に行き先を決める理由を選択肢を提示して最も当てはまるものを尋ねた。選択肢は「対面での会話やネットでのDM、通話で友人が紹介していたから」、「家族が行っていたり、紹介したりしていたから」、「雑誌や新聞で紹介されていたから」、「テレビで紹介、宣伝されていたから」、「インターネット上の記事やサイトで紹介されていたから」、「SNSの投稿で他のユーザーや友人が紹介していたから」、「SNSで有名人が紹介、宣伝していたから」、「SNSで公式アカウントが宣伝していたから」の8つとした。この中に当てはまるものがないとしてその他に回答した方が10名いた。サンプルでは無回答を除外したものをを用いた。最も多いのが「対面での会話やネットでのDM、通話で友人が紹介していたから」で約40%を占めている。この変数は仮説1の分析で使用するものである。

表 3.3 外食先を決める理由

	度数	%
対面での会話やネットでのDM、通話で友人が紹介していたから	43	37.1%
家族が行っていたり、紹介したりしていたから	9	7.8%
雑誌や新聞で紹介されていたから	1	0.9%
テレビで紹介、宣伝されていたから	4	3.4%
インターネット上の記事やサイトで紹介されていたから	26	22.4%
SNSの投稿で他のユーザーや友人が紹介していたから	23	19.8%
SNSで有名人が紹介、宣伝していたから	1	0.9%
SNSで公式アカウントが宣伝していたから	0	0.0%
その他	9	7.8%
N	116	100.0%

Q16 では外食先を決める理由を選択肢を提示して最も当てはまるものを尋ねた。選択肢は「対面での会話やネットでの DM、通話で友人が紹介していたから」、「家族が行っていたり、紹介したりしていたから」、「雑誌や新聞で紹介されていたから」、「テレビで紹介、宣伝されていたから」、「インターネット上の記事やサイトで紹介されていたから」、「SNS の投稿で他のユーザーや友人が紹介していたから」、「SNS で有名人が紹介、宣伝していたから」、「SNS で公式アカウントが宣伝していたから」の 8 つとした。この中に当てはまるものがないとしてその他に回答した方が 9 名いた。サンプルでは無回答を除外したものを用了。最も多いのが「対面での会話やネットでの DM、通話で友人が紹介していたから」で約 37%を占めている。この変数は仮説 1 の分析で使用するものである。

表 3.4 1 日あたりの SNS 利用時間

	度数	%
使用していない	7	5.9%
30分未満	35	29.7%
30分以上1時間未満	29	24.6%
1時間以上2時間未満	22	18.6%
2時間以上3時間未満	11	9.3%
3時間以上4時間未満	7	5.9%
4時間以上	7	5.9%
N	118	100.0%

Q17 では 1 日あたりの SNS 利用時間を尋ねた。この質問では具体的な時間を尋ねるのではなくカテゴリー化した選択肢を選ぶ形式とした。選択肢は「使用していない」、「30 分未

満」、「30 分以上 1 時間未満」、「1 時間以上 2 時間未満」、「2 時間以上 3 時間未満」、「3 時間以上 4 時間未満」、「4 時間以上」の 7 つである。サンプルでは無回答を除外したものをを用いた。最も多いのが「30 分未満」で約 29%で続いて「30 分以上 1 時間未満」が約 24%、「1 時間以上 2 時間未満」が約 18%を占めている。この変数は仮説 1 の分析で使用するものである。

表 3.5 SNS 投稿数

	度数	%
5回未満	88	79.3%
5回以上10回未満	13	11.7%
10回以上	10	9.0%
N	111	100.0%

Q18 では、1 日あたり、事務的な連絡以外で SNS で何回ほど投稿するか尋ねた。選択肢は「5 回未満」、「5 回以上 10 回未満」、「10 回以上」である。欠損値と非選択は除外した。「5 回未満」が約 8 割を占めている。この変数は仮説 2 で使用するものである。

表 3.6 コミュニケーション能力

	度数	%
得意	20	16.9%
どちらかといえば得意	37	31.4%
どちらともいえない	18	15.3%
どちらかといえば苦手	29	24.6%
苦手	14	11.9%
N	118	100.0%

Q36 では、他者との対面でのコミュニケーションが得意だと思うか尋ねた。選択肢は「得意」、「どちらかといえば得意」、「どちらともいえない」、「どちらかといえば苦手」、「苦手」である。分布に大きな偏りはなかった。この変数は仮説 2 の分析で使用するものである。

表 3.7 投稿を閲覧する際に友人を意識しているか

	度数	%
よく意識する	59	53.6%
たまに意識する	27	24.5%
あまり意識しない	7	6.4%
意識しない	17	15.5%
N	110	100.0%

Q19 では投稿を閲覧する際に他人をどの程度意識するかをを質問しており、そのうち 2 番目の項目では友人に対する意識の度合いを尋ねた。ここでは選択形式で質問しており、選択肢は「よく意識する」、「たまに意識する」、「あまり意識しない」、「意識しない」の 4 つで、サンプルでは非選択を除外した回答を用いた。ここでは「よく意識する」が約 53%、「たまに意識する」が約 24%を占めており、意識する人が全体の 3/4 以上を占めていることがわかる。この変数は仮説 1 の分析で使用するものである。

表 3.8 SNS で投稿する際、誰に向けることを意識しているか：不特定多数

	度数	%
よく意識する	7	6.4%
たまに意識する	5	4.6%
あまり意識しない	14	12.8%
意識しない	59	54.1%
SNS への投稿はしない	24	22.0%
N	109	100.0%

表 3.9 SNS で投稿する際、誰に向けることを意識しているか：友人

	度数	%
よく意識する	37	33.6%
たまに意識する	29	26.4%
あまり意識しない	11	10.0%
意識しない	9	8.2%
SNS への投稿はしない	24	21.8%
N	110	100.0%

Q20 「あなたが SNS で投稿する際、誰に向けることを意識して投稿していますか。各項目についてあてはまるものを選択してください」という質問において、有名人、友人、友

人や有名人をのぞいた不特定多数の人の三者について、それぞれ「よく意識する」、「たまに意識する」、「あまり意識しない」、「意識しない」、「SNS への投稿はしない」の 5 カテゴリーで調査した。不特定多数の人に関しては、「意識しない」と答えた人が 54.1%と過半数を占める結果となった。また、友人を「よく意識する」と答えた人が 33.6%と最も多いという結果となった。非該当・無回答を削除してサンプルとした。また、一部の項目について「SNS への投稿はしない」を選択しているにもかかわらず、別項目で他の選択肢を選択している場合は、「SNS への投稿はしない」を「意識しない」に書き換えた。これらの変数は仮説 2 の分析で使用するためのものである。

表 3.10 SNS の利用目的：愚痴や悩み事を相談するため

	度数	%
非選択	90	81.8%
選択	20	18.2%
N	110	100.0%

表 3.11 SNS の利用目的：思い出などを共有するため

	度数	%
非選択	57	51.8%
選択	53	48.2%
N	110	100.0%

表 3.12 SNS の利用目的：日常生活であったことを共有するため

	度数	%
非選択	42	38.2%
選択	68	62.8%
N	110	100.0%

Q21「あなたが SNS を利用する目的としてあてはまるものを、次のうちからすべて選んでください」という質問では、「思い出などを共有するため」、「日常生活であったことを共有するため」、「愚痴や悩みごとを相談するため」、「ゼミやミーティングなどの事務的な連絡をするため」、「趣味が同じ人とコミュニケーションを取るため」、「ニュースをチェックするため」、「その他」の 7 つの項目について調査した。「愚痴や悩み事を相談するため」を選択しなかった人は 81.8%、選択した人は 18.2%と、愚痴や悩み事の相談を目的に SNS を利用し

ている人は少なかった。「思い出などを共有するため」を選択しなかった人は 51.8%、選択した人は 48.2%とおおよそ半分に割れた。「日常生活であったことを共有するため」を選択しなかった人が 38.2%、選択した人が 62.8%と、日常生活であったことを共有する目的で SNS を利用している人が多かった。サンプルにはその他の回答・非該当・無回答を削除し、「非選択」及び「選択」のみを含めた。

SNS の利用目的のうち、「愚痴や悩み事を相談するため」という変数は仮説 2 の、「思い出などを共有するため」という変数は仮説 3 の、「日常生活であったことを共有するため」という変数は仮説 2 および仮説 3 の分析で使用するためのものである。

4. 分析方法と分析結果

4.1 仮説 1 についての分析方法とその結果

「SNS を使う時間が長い人ほど SNS で得た情報を理由に買い物をする傾向がある」という仮説を検証するために従属変数を外出や旅行の行き先を決めた理由、あるいは外食の行き先を決めた理由とし、独立変数を SNS の利用時間として分析した。

まず、独立変数に関して SNS 利用時間の項目を「使用していない」、「30 分未満」を「あまり使用していない」というカテゴリーに、「30 分以上 1 時間未満」、「1 時間以上 2 時間未満」を「普通」というグループに「2 時間以上 3 時間未満」を「3 時間以上 4 時間未満」、「4 時間以上」を「多く使う」というグループにそれぞれ割り振った変数を作成し分析に使用した。分析には二項ロジスティック回帰分析を用いるが、各分析における基準カテゴリーは「あまり使わない」である。

従属変数に関しては「旅行先や休日に出かける際に行き先を決める理由」と「外食先を決める理由」という項目に関して「対面での会話やネットでの DM、通話で友人が紹介していたから」、「家族が行っていたり、紹介したりしていたから」、「雑誌や新聞で紹介されていたから」、「テレビで紹介、宣伝されていたから」、「インターネット上の記事やサイトで紹介されていたから」の 5 つを「SNS 以外」に分類し、「SNS の投稿で他のユーザーや友人が紹介していたから」、「SNS で有名人が紹介、宣伝していたから」、「SNS で公式アカウントが宣伝していたから」の 3 つを「SNS」という項目に分類した。

この二つの変数を用いて、「外食」と「外出や旅行」の 2 つの購買行動に対して二項ロジスティック回帰分析を行った。これがモデル 1 である。また 2 つの購買行動の動機に関して、「対面での会話やネットでの DM、通話で友人が紹介していたから」という項目が「外食」では 41%、「外出や旅行」では 37%と多くのサンプルに支持されてたことから、交絡変数として「友人の投稿を意識して見るか」という項目も加えた二項ロジスティック回帰分析も同時に行った。これがモデル 2 である。「友人の投稿を意識して見るか」という変数は「1 意識しない」、「2 あまり意識しない」、「3 たまに意識する」、「4 意識する」という内訳になっている。以下はその分析結果である。

表 4.1 外出や旅行動機と SNS 利用時間に関する二項ロジスティック回帰分析

	モデル1		モデル2	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差
あまり使わない (ref)				
普通	-1.283†	0.714	-1.777*	0.752
多く使う	-0.163	0.674	-0.950	0.730
閲覧意識 (友人)			0.764†	0.412
切片	-1.447***	0.393	0.248*	1.427
調整済み決定係数	0.063		0.156	
N	115		107	

† p < 0.1, *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

表 4.2 外食動機と SNS 利用時間に関する二項ロジスティック回帰分析

	モデル1		モデル2	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差
あまり使わない(ref)				
普通	0.238	0.578	0.158	0.627
多く使う	1.263*	0.616	0.992	0.673
閲覧意識 (友人)			0.596†	0.338
切片	-1.705***	0.444	-0.624	0.746
調整済み決定係数	0.066		0.122	
N	110		103	

† p < 0.1, *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

はじめに二項ロジスティック回帰分析の結果の解釈に関して解説する。係数という部分には対数オッズが表示されている。対数オッズとはオッズと呼ばれるものを対数化したもので、オッズとは2つの事象が起こる確率の比を比率で表したものである。ここではどちらの分析も購買動機が SNS を理由とするものかどうかを比較しており、係数が正であればそのグループは SNS を理由とした動機を選択しやすい傾向があるということである。

まず外出や旅行動機と SNS 利用時間の分析に関して普通グループの係数は 10%水準で統計的に有意であった。一方で多く使うグループの係数は統計的に有意な差は見られなかった。係数はすべてマイナスであり基準カテゴリーである「あまり使わない」グループよりも SNS を動機とする確率が低いという解釈になるため、仮説に整合的な結果とは言えなかった。またモデルの疑似決定係数は 0.06 とかなり低い値で当てはまりはあまりよくないこと

がわかる。

次に閲覧時の友人に対する意識を交絡変数として加えた分析では普通グループの係数は5%水準で閲覧時の友人に対する意識は10%水準で統計的に有意であった。一方で多く使うグループの係数は統計的に有意な差は見られなかった。こちらはSNS利用時間に関する係数はすべてマイナスであり、基準カテゴリーである「あまり使わない」グループよりもSNSを動機とする確率は少ないという解釈になるため仮説を支持しない結果となった。一方で閲覧時の友人に対する意識の係数はプラスとなっている。疑似決定係数は0.15で低いながらも上昇はしており、普通グループの係数の5%水準で有意になったことからより適合度の高いモデルになったと言える。

次に外食とSNS利用時間の分析に関して多く使うグループの係数は5%水準で統計的に有意であった。一方で普通グループの係数は統計的に有意な差は見られなかった。係数はすべてプラスであり基準カテゴリーである「あまり使わない」グループよりもSNSを動機とする確率は多いという解釈になるため仮説を支持する結果となった。

次に閲覧時の友人に対する意識を交絡変数として加えた分析では閲覧時の友人に対する意識は10%水準で統計的に有意であった。モデルの疑似決定係数は0.06とかなり低い値で当てはまりはあまりよくないことがわかる。一方でSNS利用時間の係数はどちらも統計的に有意な差は見られなかった。こちらも係数はすべてプラスであり、基準カテゴリーである「あまり使わない」グループよりもSNSを動機とする確率は少ないという解釈になるため仮説に整合的な結果が得られた。一方で多く使うグループの係数が有意ではなくなったこと、SNS利用時間の係数が減少したこと、閲覧時の友人に対する意識が統計的に有意であったことから、閲覧時の友人に対する意識は交絡因子になっていたと推測される。疑似決定係数は0.12で低いながらも上昇はしており、普通グループの係数の有意水準が上昇したことからより適合度の高いモデルになったと言える。

4.2 仮説2についての分析方法とその結果

「現実でのコミュニケーションに自信がない人ほど自己開示を目的としてSNSを使用する傾向がある」という仮説を検証するために、独立変数をコミュニケーション能力、従属変数を自己開示傾向とした二項ロジスティック回帰分析を行った。

独立変数のコミュニケーション能力は、Q36「あなたは他者との対面でのコミュニケーションが得意ですか」という問いを用い、基準カテゴリーを「得意」とした。従属変数の自己開示傾向は、自己開示傾向のある人とは「不特定多数を意識して、愚痴や悩みごとの相談や日常生活共有を行う人」と定義し、調査票の複数項目を組み合わせ変数を作成した。具体的には、Q20「あなたがSNSで投稿する際、誰に向けることを意識して投稿していますか」の不特定多数の項目において、投稿の際に不特定多数を「よく意識する」、「たまに意識する」のいずれかを選び、かつ、Q21「あなたがSNSを利用する目的としてあてはまるもの

を、次のうちからすべて選んでください」において「日常生活であったことを共有するため」または「愚痴や悩みごとを相談するため」を選択した人を 1 とした。そして、それ以外の人を 0 とした。

表 4.3 変数の作成に関する表

		投稿の際、不特定多数を			
		よく意識する	たまに意識する	あまり意識しない	意識しない
日常生活の共有 または愚痴悩みの相談を	する	1	1	0	0
	しない	0	0	0	0

このようにして作成した変数を用いて行った二項ロジスティック回帰分析をモデル 1 とする。コミュニケーション能力は「得意」を基準カテゴリとしており、係数が正に大きいほどコミュニケーションが得意な人に比べて、そのカテゴリの人は SNS における自己開示傾向が強いという解釈になる。結果の係数は「どちらかといえば得意」が 0.609、「どちらともいえない」が-16.622、「どちらかと言えば苦手」が-0.274、「苦手」が 0.460 であり、これらの値は統計的に有意でなく、一貫した傾向も見られなかった。

モデル 1 では、自己開示傾向のある人とは「不特定多数を意識して、愚痴や悩みごとの相談や日常生活共有を行う人」と定義した。しかしその定義が正しいという確証がないこと、作成した変数において自己開示傾向がある人の人数が 6 人と少なく偏りが大きいことから、定義の条件をゆるめ、「愚痴や悩みごとの相談や日常生活共有を行う人」を、自己開示傾向のある人と捉え再度分析を行った（モデル 2）。具体的には、自己開示傾向ダミーを Q21 「あなたが SNS を利用する目的としてあてはまるものを、次のうちからすべて選んでください」において「日常生活であったことを共有するため」または「愚痴や悩みごとを相談するため」を選択した人を 1、SNS の利用目的で「日常生活であったことを共有するため」、「愚痴や悩みごとを相談するため」のどちらも選択しなかった人を 0 として作成した。二項ロジスティック回帰分析の結果は下表の通りである。「苦手」の係数は 0.575 であり、モデル 1 に比べると値が大きくなっており、コミュニケーションの苦手な人の方が自己開示をするという傾向がある可能性が高まっている。しかし、統計的には有意ではなく、また「苦手」以外の係数は負になっていることから、仮説に整合的とはいえない。

表 4.4 コミュニケーション能力と自己開示傾向に関する二項ロジスティック回帰分析

	モデル1		モデル2	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差
得意 (ref)				
どちらかといえば得意	0.609	1.191	-0.154	0.718
どちらともいえない	-16.622	2608.232	-17.180	1581.972
どちらかといえば苦手	-0.274	1.447	-0.319	0.780
苦手	0.460	1.462	0.575	0.821
切片	-2.944 **	1.026	-1.386 *	0.559
調整済み決定係数	0.073		0.118	
N	110		110	

† p < 0.1, *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

モデル 1 とモデル 2 では、独自に自己開示傾向の変数を作成し分析を行ってきた。結果としてはどちらも仮説に整合する結果が得られなかった。またコミュニケーションが得意な人ほど自己開示傾向があるという仮説の逆の傾向もみられず、コミュニケーション能力の得意さによる明確な違いは見られなかった。ここから、SNS における自己開示傾向とコミュニケーション能力は大きな関連はないように思われる。一方で、自己開示傾向に関する質問内容や変数の作成が適切でなく、自己開示傾向のある人とない人を正確に分けられていないことにより、一定の傾向が得られなかった可能性もある。

そこで、独立変数をコミュニケーション能力、従属変数を投稿頻度として回帰分析を行った。独立変数のコミュニケーション能力は「得意」を基準カテゴリーとした。従属変数の投稿頻度は、Q18「あなたは 1 日あたり、事務的な連絡以外で SNS で何回ほど投稿しますか (DM やリプライは除きます)」について、「5 回未満」を 2.5、「5 回以上 10 回未満」を 7.5、「10 回以上」を 10 として変数を作成した。

回帰分析の結果は以下の通りである。係数は-0.265 であり、統計的に有意ではないが、コミュニケーション能力が高い人ほど投稿数が増える傾向があるといえる。

表 4.5 コミュニケーション能力と投稿頻度に関する回帰分析

	モデル3	
	係数	標準誤差
コミュニケーション能力	-0.265	0.185
切片	4.504 ***	0.571
調整済み決定係数	0.019	
N	111	

† p < 0.1, *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

4.3 仮説3についての分析方法とその結果

仮説3「女性は男性に比べて実際の友人との日常生活のシェアを目的として SNS を使用する傾向がある」という仮説を検証するために、従属変数をシェア傾向とし、独立変数を性別とした二項ロジスティック回帰分析を行った。独立変数の性別に関しては、「その他・無回答」を削除し、「男性」、「女性」のみの変数とした。

シェア傾向について、投稿の際に友人を「よく意識する」、「たまに意識する」のいずれかを選び、かつ、SNS の利用目的で「思い出などを共有するため」または「日常生活であったことを共有するため」を選択した人をシェア傾向の強いグループとし、投稿の際に友人を「よく意識する」、「たまに意識する」のいずれかを選び、かつ、SNS の利用目的で「思い出などを共有するため」と「日常生活であったことを共有するため」を選択しなかった人と、投稿の際に友人を「あまり意識しない」、「意識しない」のいずれかを選んだ人をシェア傾向の弱いグループとし、この2グループを従属変数とするモデルを作った。分析結果は次の表の通りである。

表 4.6 二項ロジスティック回帰分析

	係数	標準誤差
女性	0.659	0.5006
切片	-1.7579***	0.342
調整済み決定係数	0.026	
N	108	

† p < 0.1, *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

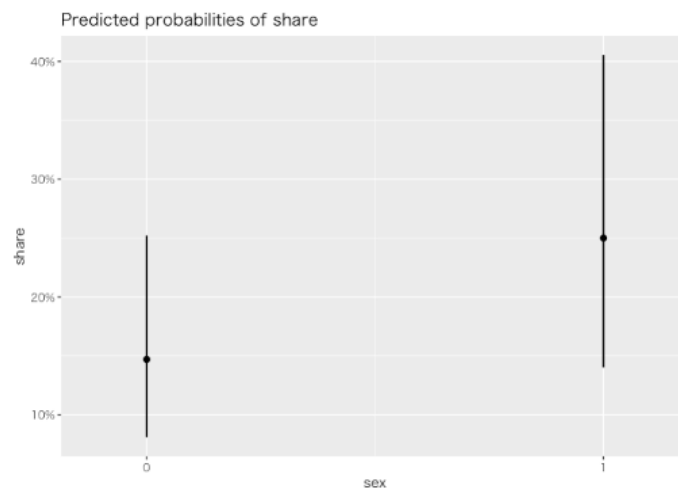


図 4.1 予測確率

表 4.6 のように係数は 0.659 と正で、決定係数は 0.026 であった。本分析では、性別によるシェア傾向の差に統計的に有意な差は確認できなかった。ただ図 4.1 の通り、女性（図 4.1 の横軸では 1）は男性（図 4.1 の横軸では 0）に比べてシェア傾向が強いという一定の傾向が見られ、女子学生は男子学生に比べて友人にシェアをする目的で SNS を使用する傾向にあることがわかる。

5. 結論とその考察

5.1 仮説 1

「SNS を使う時間が長い人ほど SNS で得た情報を理由に買い物をする傾向がある」という仮説は外出や旅行動機と SNS 利用時間との関係を見たときには仮説に整合的な結果とは言えなかったが、外食動機と SNS 利用時間との関係を見たときには仮説が支持された。この差は両者の購買行動を行う頻度が深く影響しているのではないかと考えられる。外出や旅行は休日や長期休暇のみに限定されるのに対して、外食は可能である限り毎日選択する機会のある行動である。したがって頻度の低い外出や旅行では自分の意思を優先させるだけで予定の枠が埋まってしまうのに対して、頻度の高い外食では自分の意思を優先させるだけで予定の枠が埋まりきらず、SNS をはじめとした他の動機を要因として行き先を選択する余裕があるのではないかと考える。こうした機会頻度の差が結果の差に影響しているのではないかと考えられる。あるいは SNS を普段使用しないグループが SNS を使用するときには目的が定まっており時間は短いながらも受ける影響が大きいのではないとも考えられる。長時間使用していてもただ眺めているだけでは他人の投稿や広告などの影響は受けづらく、目的意識をもって使用している場合と差が生まれたということも考えられる。

また、両ケースともに分析結果から閲覧時の友人に対する意識が交絡因子として存在していることが示唆されているので「大学生は友人の影響を受けやすい」という新たな仮説が

想定される。その原因としては大学生は社会人などと比べて大学やバイトなどで友人との接触機会が多いことが考えられる。また、「SNS の投稿で他のユーザーや友人が紹介していたから」、「SNS で有名人が紹介、宣伝していたから」、「SNS で公式アカウントが宣伝していたから」の 3 つを SNS に関わる動機として分類したが、友人に関わる「SNS の投稿で他のユーザーや友人が紹介していたから」の項目が外出や旅行動機、外食動機のどちらにおいても SNS に関わる動機のカテゴリー内の大半を占めていたことから友人という要因がいかに大きく購買動機として働いているかがよくわかる。

したがって使用した時間が多いほど購買動機が SNS に関連したものになりやすいという仮説は誤りであり、SNS というのは友人とつながる新たな手段の 1 つであり友人という要因が未だに購買動機として強いことが推察される。一方で先行研究からいいねやリツイートが購買行動に影響を与えることが報告されており、単なる使用時間や使用頻度ではなく SNS というプラットフォームが持つ環境や共有性など SNS のもつ特性こそが購買動機に影響を与えているとも考えられる。また今回は購買行動を 2 つに限定したことから衣料品や化粧品など他の購買行動ではどうなるかも検証が必要であると思われる。

5.2 仮説 2

「現実でのコミュニケーションに自信がない人ほど自己開示を目的として SNS を使用する傾向がある」という仮説は、自己開示傾向の変数を自身で作成したモデル 1、モデル 2 において支持されず、コミュニケーションが苦手な人の方が SNS において自己開示をするという傾向は見られなかった。

仮説が支持されなかった原因として、自己開示傾向に関する質問内容や変数の作成が適切でなかったことが考えられる。想定以上に定義した自己開示傾向にあてはまる人が少なかったことが分析を困難にした。質問数に余裕があれば、先行研究のように質問項目数を増やし因子分析を行うことで、自己開示傾向をより正確に捉えられるようになり、より適切な分析ができると考える。

また、モデル 3 では投稿頻度とコミュニケーション能力の関係を調べた結果、統計的に有意ではないが、コミュニケーション能力が高い人ほど投稿数が増える傾向があった。本調査では SNS を Twitter と Instagram に限定していることから、LINE のように連絡手段としての役割は少なく、自発的な投稿が中心であると考えられる。そのため投稿は自己開示傾向のあるものが多く、投稿数 $\approx$ 自己開示傾向投稿数と考えられ、モデル 3 はある程度「現実でのコミュニケーションに自信がない人ほど自己開示を目的として SNS を使用する傾向がある」に対する結果に近くなっているのではないかと考える。このように想定すると、モデル 3 の結果は、コミュニケーション能力が高く、対面での自己開示が活発な人は SNS でも活発であり、対面での自己開示に消極的な人は SNS でも消極的であることを示している可能性がある。このことから、SNS と現実の境界は薄くなっており、SNS は現実の代替としてのコ

コミュニケーション手段であるというよりも、現実の延長線上としてあるコミュニケーションの一部となっているのではないかと考える。

5.3 仮説3

「女性は男性に比べて実際の友人との日常生活のシェアを目的として SNS を使用する傾向がある」という仮説が検証できたかどうかは、このデータによる分析では十分に答えることができなかった。

本分析で統計的に有意な結果が得られなかった原因としては、サンプルサイズが少ないことが挙げられる。統計的に有意ではないが、4 節 3 項の結果の図 4.1 において、女性は男性よりもシェア傾向が強いという予測が得られた。性別とシェア傾向に関連があると考えれば、この結果から女性は男性よりも共有を目的として SNS を利用すると考えられる。

一方で、モデルの妥当性について、決定係数の値が小さいということは本分析の大きな課題であろう。決定係数の値が小さいというのは予測モデルとしての精度がよくないことを意味している。そのため、モデルに含めた性別の変数だけでは今回のシェア傾向について十分に説明できていないと言える。性別によって Twitter や Instagram などのプラットフォームの利用状況が異なるようである。したがって、真にシェア傾向に影響を与えるのは、性別ではなく、プラットフォームの違いかもしれない。また、自己顕示欲や承認欲求と SNS との関連については先行研究で指摘されている。このことから、自己顕示欲や承認欲求の度合いを交絡変数として投入することが必要だと推測される。

変数の設定について、「シェア傾向」に含めた変数が「SNS への投稿」および「共有を目的としているかどうか」だったため、適切にシェア傾向が設定できていなかった可能性が考えられる。質問項目が増えてしまうが、さらに様々な状況についての質問を行い、因子分析で因子を抽出することが必要だと考える。また、SNS の利用目的について、具体的な目的を持ち利用している人のみを想定していたことも、分析結果に影響したのではないかと考える。近年 SNS は必須とも言えるツールになったため、何らかの目的があって利用するのではなく、みんながしているから利用するという人も一定数いるのではないだろうか。そのような人を想定して今後研究を行う必要があるだろう。

5.4 総括

本分析では、SNS 利用傾向と SNS が購買動機に与える影響について、利用時間、性別、コミュニケーション能力に着目して分析を行った。一部の分析に関しては、関連があるとした場合に仮説を支持する傾向が見られた。より大きなサンプルサイズのデータを用いて分析を行うことで、仮説を支持する結果が得られるかもしれない。しかし、全体としては 3 つの仮説を裏付ける結果を得ることはできなかった。これは、SNS でのコミュニケーションと対面でのコミュニケーションを分けて考えていたことが一因であると考えられる。現実

の代替のツールや現実と切り離されたものという訳ではなく、対面でのコミュニケーションと相補的なものとして捉えることが必要である。

大学生は、人生において人間関係や行動範囲が大きく広がる段階であり、また、SNS に接する機会が他の年代と比べて多い年代でもある。そのような背景を考えてみても、大学生における SNS 利用傾向や SNS が購買動機に与える影響を分析する意義は大きく、さらなる分析が求められる。

引用文献

大野志郎, 2019, 「SNS 依存および諸問題と利用動機との関係——逃避、優越感、共感に

よるリスクの比較」『日本情報教育学会誌』 2(1): 10-17. (2023 年 8 月 7 日取得,

https://www.jstage.jst.go.jp/article/jite/2/1/2_Jaie002-02/_pdf/-char/ja)

登丸あすか・長広美, 2014, 「ジェンダー別にみる大学生の SNS 利用状況——質問紙・イ

ンタビュー調査から」『文京学院大学人間学部研究紀要』 15: 31-45 (2023 年 8 月 7 日

取得, https://www.bgu.ac.jp/library/wp-content/uploads/sites/11/2022/08/hum2013_031-

045.pdf).

松井彩子, 2021, 「SNS における他者の存在の影響」『Japan Marketing Journal』 40(3):67-77

(2023 年 5 月 3 日取得,

https://www.jstage.jst.go.jp/article/marketing/40/3/40_2021.008/_pdf).

渡邊菜保子, 2017, 「青年期の SNS 利用における自己開示とその心理的要因」『臨床心理学

研究—脱す東京国際大学大学院臨床心理学研究科』 15: 79-95 (2023 年 8 月 7 日取得,

<https://dl.ndl.go.jp/pid/11299304>) .

東北大生のライフスタイルが学業満足度に与える影響

——「ひとりになる時間」と「家事」の観点から——

川名里沙・篠田真名・山崎桃子

1. 研究関心と先行研究

ひとりで過ごすことに関する大学生の意識について調査した海野・三浦（2006）は、ひとりで過ごす状況を自分の意思であえて過ごす「能動的なひとり」と、ひとりで過ごしたくないのにひとりで過ごすしかない「受動的なひとり」に分け、それぞれに対する大学生の意識の違いを検討していた。そこでは、現代の若者の心理や悩みを理解し、青年期の発達を見る視点として「ひとりの時間」を分析している。「受動的なひとり」の場合には、ネガティブな気分の記述が約 85%と大部分を占めていたのに対して、「能動的なひとり」の場合にはポジティブな気分が過半数に上るものの、ネガティブな気分等の様々な記述が見られ、「受動的なひとり」に比べて複雑な気分を含むことが示唆された。しかし、そのひとりの時間が学業にどのような影響を及ぼすのかについては触れられておらず、学業満足度との関連を見ることは、大学生の学業的な生活の質を上げるための視点として価値が高いと考えられる。大学生になると、高校生活やそれ以前の義務教育とは異なり、自分自身で自由に時間割を組むことができたり自身の望む課外活動に参加できたりと、より柔軟かつ自由に時間が使えるようになる。そのなかでひとりになる時間というのは、勉学を本分とする学生にとって活殺自在のものであり、勉学に使えばやがて能力や有名大学・企業への進学・就職として還元されるが、享楽にばかり費やしては学業面での支障（成績不振や低下、落第など）を招く可能性もある。そこで、勉学に重きを置く東北大学に通う学生にとってひとりの時間と学業満足度がどのような関連を持ち、ひとりの時間をどのように過ごしているのか検討する意義があると考ええる。

また、ひとりで過ごす時間に行うことの一つとして家事が考えられる。これまでの家事についての研究として、例えば、尾立ら（1994）や相良ら（2008）が挙げられるが、いずれも夫婦に焦点をあて、性別役割意識に関して述べられたものである。よって、大学生の家事に着目した研究や学業満足度との関連を調べた研究についてもあまり報告されていない。しかし、東北大学には県内だけでなく県外から進学した学生も多く在籍しており、一人暮らしや寮生活をする上で家事は必要不可欠である。同様に、一般的に難関大学と言われる東北大学の学生にとって、学業も必要不可欠であり重要性は高い。よって家事の楽しさ、あるいは負担感が学業満足度と関連する可能性があり調査する意義があると考ええる。また、家事の「楽しさ」という点では、先行研究では時間の負担そのものに焦点をあてるものはあっても、

その楽しさに注目したものは決して多くはない。あえて「楽しい時間」に焦点を当て、新しい切り口から分析することに意義があると考えられる。

学生の本分は言わずもがな学業であるが、その学業が上に挙げたようなひとり時間や家事によってどのように左右されるのか、ということを明らかにするのが、本分析の目的である。ここでは従属変数に学業満足度、独立変数に生活様態(ひとりになる時間と家事の負担状況)とする回帰分析を用い、これらに関連があるのか、あるとすればどのような傾向なのかを示すことをねらいとした。

2. 分析にあたって：仮説と変数の概略

2.1 仮説

本稿で検討する仮説は次の2つである。

仮説1：ひとりになる時間が長いほど、学業満足度が低くなる。

ひとりになる時間が長ければ、その時間を勉強ではなく娯楽に費やす可能性が高いと考えられる。校則や未成年である故の制限が多く、その上一定の時間割に沿った勉強漬けの高校生活までと比較して、大学生は自身で時間割を決められる自由があり、アルバイト等の制限も大幅に緩和されるため金銭的にも自由度が高く、行動範囲も広がっていく。高校生活までと比したそれらの自由や楽しみを享受する姿勢から勉学に手が回らなくなったり、勉学の苦悩から自由である方に逃れたり、自ら長時間勉学に拘束されることを選ぶのではなく、その時間を娯楽(勉学からの回避の手段)として使う可能性が高いと思われる。仮にひとりの時間が多くあり、その一部を勉学に費やしたとしても、高校時代と比べて長い残りの時間を学業以外息抜きに流れる可能性があることも想定し、この仮説を立てた。

仮説2：楽しいと感じる家事の時間が長いほど学業満足度が高く、つらいと感じる家事の時間が長いほど学業満足度が低い。

家事の時間を楽しいと感じる人は、家事に積極的に規則正しい生活を送ると考えられ、時間の管理ができて学業に割ける時間が相対的に増加すると思われる。一方、家事の時間をつらいと感じる人は、気が乗らない、家事自体が不得手であるといった理由も相まっ

て、家事により生活リズムが阻害されて学業に割く時間が不十分になることが想定され、この仮説に至った。

2.2 使用した変数の説明と度数

まずは学業満足度を示す従属変数だが、ここでは学生の学業に対する意識をはかるために以下に示す3つの学業変数を設け、それらへの回答を得点化する「学業満足度得点」という新たな指標を合成した。各質問に対し、「そう思う」と答えた場合の5点から「そう思わない」と答えた場合の1点まで得点を付し、それらを合計して学業満足度得点とする。なお、ここでいう「学業」とは、東北大学入学後の学びのことを指し、それ以前の学びのことは含まない。以下に示す3変数においては、当初のデータではすべて「そう思う」に1、「そう思わない」に5が付される段階尺度だったので、学業満足度得点を導くにあたり値を逆転させる操作を行った。

- ・学業変数1：日頃十分な勉強時間をとれていると思うか

この質問に対しては無回答が1名いたため、値の逆転の際の処理で無回答を除き、計117のデータから度数とその割合を確認した。

表 2.2.1 十分な勉強時間をとれていると思うか (Q05)

	度数	割合
そう思う	12	0.103
ややそう思う	26	0.222
どちらともいえない	17	0.145
ややそう思わない	45	0.385
そう思わない	17	0.145
計	117	1.000

- ・学業変数2：過去1年の間でとりたかった成績を修められたか

この質問に対しても無回答が1名おり、上記と同じ方法でデータから除外している。なおこの質問には、過去1年間に大学生でなかった現学部1年生を考慮して「大学での成績評価が出ていない」という選択肢を設けた。だが、現学部1年生でありながらそれ以外に回答する人が若干名いたため、該当者については、値の逆転に際してすべて「大学での成績評価が出ていない」に含めて点数0を与えた。なお、この方法では学部1年生の学業変

数2の得点が0になるため彼らの学業満足度得点が極端に低くなるという状況を想定していることには注意しなければならない（今回は大学入学後の学業満足度を推定するためこれでも問題ないとしてこの方法を採用した）。

表 2.2.2 過去1年間取りたかった成績を修められたと思うか（Q06）

	度数	割合
そう思う	11	0.094
ややそう思う	18	0.154
どちらともいえない	15	0.128
ややそう思わない	38	0.325
そう思わない	15	0.128
大学での成績評価がない	20	0.171
計	117	1.000

・学業変数3：今セメスターの授業をどれほど理解しているか

この質問に対しても無回答が1名おり、上記と同手順で分析から除外した。

表 2.2.3 今セメスターの授業の理解度（Q07）

	度数	割合
理解している	9	0.078
やや理解している	64	0.552
どちらともいえない	15	0.129
やや理解していない	25	0.216
理解していない	3	0.026
計	116	1.000

その後、以上の3変数を各個人について足し合わせる形で学業満足度得点を合成した。この際、信頼性係数は0.60と少々心許ないものになったが、理論的に考えればこの3変数は学業に対する満足度を指し示す指標として関連しているだろうという根拠から、足し合わせても問題ないと判断した。

表 2.2.4 学業満足度得点とその分布

得点	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	計
度数	0	1	3	5	7	11	16	12	5	15	15	15	5	4	2	116
割合	0.000	0.009	0.026	0.043	0.060	0.095	0.138	0.103	0.043	0.129	0.129	0.129	0.043	0.034	0.017	1.000

続いて、独立変数と統制変数の加工については表 2.2.5 にまとめた。元番号の並びが必ずしも昇順ではないが、これは Q08 から Q12_4 までの独立変数と Q01、Q03、Q32 の統制変数を分けて表記するためである。

まず、仮説 1 の分析に用いた独立変数について説明する。q10「ひとりで過ごす時間は、何に費やすことが多いか」は、「その他」の「外出を伴わない趣味、研究」を選択肢のうち「外出をとまなわない趣味・娯楽」に割り当て、新たな変数 *koudou*「ひとりで過ごす時間の行動」を作成した。

次に、仮説 2 の分析に用いた独立変数についてだ。q11_1「週あたりの家事頻度：食事関連」は連続変数に変換するため、週あたりの回数を月（28 日）あたりの回数に換算した。q11_2「週あたりの家事頻度：洗濯」、q11_3「週あたりの家事頻度：掃除」、q11_4「週あたりの家事頻度：日用品・食料品の買い物」も同様に換算した。また、q12_1「家事をする時間のうち、楽しいと感じる割合：食事関連」は、連続変数に換算するため、各割合の中央値をとった。q12_2「家事をする時間のうち、楽しいと感じる割合：洗濯」、q12_3「家事をする時間のうち、楽しいと感じる割合：掃除」、q12_4「家事をする時間のうち、楽しいと感じる割合：日用品・食料品の買い物」も同様に加工した。

最後に、両仮説で使用した統制変数を説明する。q01「性別」は、「その他」が 1 名いたが、明確に男女の別を考慮するため NA として除外した。ひとり時間を有効に使うかどうかは男女によって異なる可能性があるため、仮説 1 において交互作用を考慮した。また、伝統的な性別役割意識により男性に比べて女性のほうが家事をすることが当たり前という意識から家事を楽しみを感じやすかったりする可能性が考え、仮説 2 においても交互作用を考慮した。q03「学年」は、「その他」の「博士」を選択肢のうち「大学院生」に割り当て、新たな変数 *gakunen* とした。この変数は、学年によって授業やサークル活動に割く時間が変動するため、これがひとり時間の長さに及ぼす影響を統制する目的で投入した。q32「居住形態」は同居人の有無により家事負担が変わる可能性を考慮するための統制変数であり、「その他」の「民間アパート」を「実家以外のアパートやマンションなど」に割り当て、新たな変数 *kyoju* を作成した。

表 2.2.5 変数の加工

元番	質問内容	加工有	加工の過程	加工の理由
q08	平日 1 日あたりのひとりになる時間	無	—	—
q09	自分の意志でひとりになるか、ひとりで過ごさざるを得ないか	無	—	—
q10	ひとりで過ごす時間は、何に費やすことが多いか	有	「その他」の「外出を伴わない趣味、研究」を「外出をともなわない趣味・娯楽」に割当	選択肢のうち該当し得るものがあつたため
q11_1	週あたりの家事頻度：食事関連	有	週あたりの回数を月(28日)あたりの回数に換算	連続変数に換算するため
q11_2	週あたりの家事頻度：洗濯	有	同上	同上
q11_3	週あたりの家事頻度：掃除	有	同上	同上
q11_4	週あたりの家事頻度：日用品・食料品の買い物	有	同上	同上
q12_1	家事をする時間のうち、楽しいと感じる割合：食事関連	有	各割合の中央値をとる	連続変数に換算するため
q12_2	家事をする時間のうち、楽しいと感じる割合：洗濯	有	同上	同上
q12_3	家事をする時間のうち、楽しいと感じる割合：掃除	有	同上	同上
q12_4	家事をする時間のうち、楽しいと感じる割合：日用品・食料品の買い物	有	同上	同上
q01	性別	有	「その他」が 1 名いたため NA として除外	明確に男女の別を考慮するため
q03	学年	有	「その他」の「博士」を「大学院生」に割当	選択肢のうち「大学院生」に該当するため
q32	居住形態	有	「その他」の「民間アパート」を「実家以外のアパートやマンションなど」に割当	同居人の有無により、家事負担が変わる可能性を考慮するため

3. 分析結果

3.1 仮説 1 の分析結果

仮説 1「ひとりになる時間が長いほど、学業満足度が低くなる」では、ひとりになる時間と学業満足度との間に関連性が認められるかどうかを検討した。この分析で用いる従属変数は、加工済み変数の gmt「学業満足度」、独立変数は q08「平日 1 日あたりのひとりになる時間（以下、ひとり時間）」である。統制変数は、q01「性別」、q09「自分の意志でひとりになることを選ぶか、ひとりで過ごさざるを得ないことが多いか（以下、能動性と受動性）」、加工済み変数の koudou「ひとりで過ごす時間の行動（以下、行動）」、加工済み変数の gakunen「学年」の 4 つである。これらの変数を用いて、単回帰分析および重回帰分析を行った。

分析の結果、単回帰分析（表 3.1.1）および全ての重回帰分析（表 3.1.2～表 3.1.5）において、ひとりになる時間と学業満足度との間に有意な関連性は認められなかった。表 3.1.1 より、単回帰分析における gmt「学業満足度」の係数は-0.113 である。また、重回帰分析における gmt「学業満足度」の係数は、交互作用を考慮しないモデル 1 の場合、統制変数 q01「性別」、q09「能動性と受動性」、koudou「行動」、gakunen「学年」についてそれぞれ -0.10, -0.16, -0.11, 0.10 であった（表 3.1.2～表 3.1.5 のモデル 1 参照）。交互作用を考慮したモデル 2 の場合はそれぞれ-0.28, 0.00, 0.98, 0.34 である（表 3.1.2～表 3.1.5 参照）。すべての分析において統計的に有意な関連は確認されなかったことから、ひとりになる時間が学業満足度に有意な影響を持っているとはいえない。

表 3.1.1 ひとり時間と学業満足度の単回帰分析

	単回帰分析	
	係数	標準誤差
ひとり時間	-0.113	0.218
切片	9.292 ***	0.827
調整済みR2	-0.006	
N	118	
† p < 0.1, *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001		

表 3.1.2：統制変数を「性別」としたひとり時間と学業満足度の重回帰分析

	モデル 1		モデル 2	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差
ひとり時間	-0.100	0.227	-0.284	0.3645
性別(基準：女性)	-0.720	0.592	-1.763	1.721
ひとり時間×性別(基準：女性)			0.301	0.467
切片	9.699 ***	0.875	10.302 ***	1.281
調整済みR2	-0.001		-0.006	
N	118		118	
† p < 0.1, *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001				

表 3.1.3 統制変数を「能動性と受動性」としたひとり時間と学業満足度の重回帰分析

	モデル 1		モデル 2	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差
ひとり時間	-0.159	0.228	0.000	1.33E+00
比較的受動	1.340	1.540	3.182	4.398
どちらともいえない	0.196	1.540	0.595	4.195
比較的能動	1.508	1.468	2.773	3.762
能動	1.072	1.468	-0.067	3.818
ひとり時間×比較的受動			-0.636	1.580
ひとり時間×どちらともいえない				
ない			-0.164	1.470
ひとり時間×比較的能動			-0.386	1.378
ひとり時間×能動			0.265	1.397
切片	8.383 ***	1.454	8.000 *	3.480
調整済みR2	-0.014		-0.034	
N	118		118	

† p < 0.1, *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

表 3.1.4 統制変数を「行動」としたひとり時間と学業満足度の重回帰分析

	モデル 1		モデル 2	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差
ひとり時間	-0.105	0.230	0.977	6.96E-01
家事	-0.148	1.179	2.740	3.459
外出を伴う趣味・娯楽	-0.052	1.149	6.044	3.254
学習を伴わない趣味・娯楽	1.508	0.836	2.178	2.703
大学の授業に関わる勉強	1.073	0.967	6.602	3.021
大学の授業には直接かわらない勉強	1.974	1.432	9.4357	4.943
昼寝する	-1.043	2.252	11.955	9.031
ひとり時間×家事			-0.906	1.061
ひとり時間×外出を伴う趣味・娯楽				
ひとり時間×学習を伴わない趣味・娯楽			-1.614	0.907
ひとり時間×大学の授業に関わる勉強			-0.779	0.776
ひとり時間×大学の授業には直接かわらない勉強			-1.742	0.902
ひとり時間×昼寝する			-2.053	1.225
切片	8.962 ***	1.002	-3.477	2.229
調整済みR2	-0.017		-0.002	
N	118		118	

† p < 0.1, *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

表 3.1.5 統制変数を「学年」としたひとり時間と学業満足度の重回帰分析

	モデル 1		モデル 2	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差
ひとり時間	0.107	0.195	0.337	5.29E-01
学部 2 年	3.173 ***	0.715	1.575	2.414
学部 3 年	3.622 ***	0.702	5.166 *	2.351
学部 4 年	3.274 **	1.076	6.518 .	3.632
研究生	8.485 **	2.676	9.093 **	2.933
大学院生	5.936 ***	0.978	9.5112 ***	2.637
ひとり時間×学部 2 年			0.440	0.633
ひとり時間×学部 3 年			-0.422	0.615
ひとり時間×学部 4 年			-0.813	0.878
ひとり時間×研究生			NA	NA
ひとり時間×大学院生			-1.233	0.770
切片	5.408 ***	0.914	4.570 *	2.013
調整済みR2	0.267		0.294	
N	118		118	

† p < 0.1, *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

3.2 仮説 2 の分析結果

仮説 2「楽しいと感じる家事の時間が多いほど学業満足度が高く、つらいと感じる家事の時間が多いほど学業満足度が低い」では、楽しいと感じる家事の時間と学業満足度との間に関連性が認められるかどうかを検証した。この分析で用いる従属変数は加工済み変数の gmt「学業満足度」、独立変数はそれぞれの家事において、家事頻度と家事をする時間のうち楽しいと感じる割合とを加工した変数である。統制変数は、加工済み変数の kyoju「居住形態」と q01「性別」である。これらの変数を用いて、単回帰分析および重回帰分析を行った。

検証の結果、単回帰分析および交互作用を除いた全ての重回帰分析において、掃除に関してのみ学業満足度との間に 10%水準で有意な関連性が認められた。

単回帰分析における結果は表 3.2.1 に示されている。「楽しいと感じる掃除の時間」の係数は 0.107 であった。また「楽しいと感じる食事の時間」「楽しいと感じる洗濯の時間」「楽しいと感じる買い物の時間」の係数は有意ではなかったが正の係数であった。

表 3.2.1 家事の時間と学業満足度の単回帰分析

	食事		洗濯		掃除		買い物	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差
切片	8.637***	0.447	8.662***	0.361	8.561***	0.331	8.883***	0.377
楽しいと感じる時間	0.026	0.036	0.057	0.057	0.107 †	0.06	0.001	0.059
調整済み決定係数	-0.004		-0.0003		0.019		-0.009	
N	118							
† p < 0.1, * p < 0.05, * † p < 0.1, * p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001								

†p < 0.1, *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

居住形態を統制変数に加えた重回帰分析の結果は表 3.2.2 に示されている。「楽しいと感じる掃除の時間」の係数は 0.12 であった。また「楽しいと感じる食事の時間」「楽しいと感じる洗濯の時間」「楽しいと感じる買い物の時間」の係数は有意ではなかったが正の係数であった。交互作用を考慮した分析では有意な結果が得られなかった。

表 3.2.2 統制変数を「居住形態」とした家事の時間と学業満足度の重回帰分析

モデル 1								
	食事		洗濯		掃除		買い物	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差
切片	8.882***	0.771	8.866***	0.766	8.879***	0.749	8.994***	0.763
楽しいと感じる時間	0.03	0.038	0.061	0.059	0.12 †	0.062	0.005	0.062
一人暮らし	-0.377	0.867	-0.312	0.839	-0.453	0.831	-1.926	0.857
複数人で生活	1.125	1.922	1.274	1.901	1.39	1.879	1.319	1.919
寮	-0.383	1.075	-0.286	1.044	-0.535	1.044	-0.185	1.072
調整済み決定係数	-0.023		-0.019		0.004		-0.029	
N	118							

モデル 2								
	食事		洗濯		掃除		買い物	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差
切片	9.487***	1.027	9.389***	0.821	9.332***	0.894	9.548***	0.958
楽しいと感じる時間	-0.126	0.179	-0.179	0.156	-0.329	0.48	-0.421	0.45
一人暮らし	-1.326	1.181	-1.002	0.946	-1.078	0.992	-0.737	1.079
複数人で生活	4.246	3.523	3.724	2.728	2.404	2.974	6.203	4.456
寮	-0.523	1.542	-1.109	1.18	-0.75	1.311	-0.978	1.326
家事の時間×居住形態 (基準：実家)								
家事の時間×一人暮らし	0.189	0.184	0.278	0.173	0.5	0.487	0.424	0.456
家事の時間×複数人で生活	-0.192	0.323	-0.708	0.641	-2.303	4.24	-0.829	1.933
家事の時間×寮	0.113	0.197	0.313	0.193	0.39	0.491	0.471	0.462
調整済み決定係数	-0.021		0.002		-0.004		-0.03	
N	118							

†p < 0.1, *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

性別を統制変数に加えた重回帰分析の結果は表 3.2.3 に示されている。「楽しいと感じる掃除の時間」の係数は 0.103 であった。また「楽しいと感じる食事の時間」「楽しいと感じる洗濯の時間」の係数は有意ではなかったが正の係数であった。交互作用を考慮した分析では有意な結果が得られなかった。

る洗濯の時間」「楽しいと感じる買い物の時間」の係数は有意ではなかったが正の係数であった。交互作用を考慮した分析では有意な結果が得られなかった。

表 3.2.3 統制変数を「性別」とした家事の時間と学業満足度の重回帰分析

モデル 3								
食事			洗濯		掃除		買い物	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差
切片	9.903***	0.585	9.913***	0.527	9.018***	0.5	9.341***	0.516
楽しいと感じる時間	0.028	0.037	0.054	0.058	0.103 †	0.061	0.008	0.06
性別(基準：女性)	-0.752	0.581	-0.723	0.582	-0.706	0.576	-0.77	0.583
調整済み決定係数	0.003		0.005		0.023		-0.022	
N	118							

モデル 4								
食事			洗濯		掃除		買い物	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差
切片	9.622***	0.764	9.153***	0.606	9.061***	0.546	9.256***	0.64
楽しいと感じる時間	-0.025	0.062	0.049	0.088	0.09	0.087	0.029	0.112
性別(基準：女性)	-1.554	0.946	-0.763	0.76	-0.783	0.696	-0.648	0.798
家事の時間×性別								
性別(基準：女性)	0.083	0.077	0.01	0.117	0.024	0.122	-0.03	0.132
調整済み決定係数	0.004		-0.004		0.014		-0.011	
N	118							

† p < 0.1, *p < 0.05, † p < 0.1, *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

†p < 0.1, *p < 0.05, †p < 0.1, *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

4. 結論と考察

4.1 仮説 1

仮説 1 では、ひとりになる時間と学業満足度の関連性を分析した。まず、単回帰分析では、ひとりになる時間が長いほど学業満足度が低くなるという解釈が考えられる。統制変数を「性別」とした重回帰分析モデル 1（交互作用なし）、モデル 2（交互作用あり）、統制変数が「能動性と受動性」や「行動」のモデル 1 も同様である。一方、統制変数を「学年」としたモデル 1 やモデル 2、統制変数を「行動」としたモデル 2 は、ひとりになる時間が長いほど学業満足度が高くなるという反対の解釈が考えられる。

しかしながら、いずれの分析も有意な関連があることを示すことができなかったため、これらの解釈を採用することは難しい。代わりにひとりになる時間が学業満足度に影響を及ぼさないとするならば、必要な学習を終わらせた残りのひとり時間を娯楽や趣味に費やしているという理由が考えられる。

下図は、ひとりになる時間にとる行動の割合を示している。横軸は、「1：1 時間未満、2：1 時間以上 3 時間未満、3：3 時間以上 5 時間未満、4：5 時間以上 7 時間未満、5：7 時

間以上9時間未満、6：9時間以上」を表す。図より、ひとりになる時間が長いほど、娯楽や趣味に費やすことが多いと回答した割合が多く、大学の授業にかかわる勉強に費やすことが多い回答した割合が少ないことがわかる。確かに、ひとりになる時間が長いほど娯楽や趣味に費やす傾向がある。しかし、学習を疎かにしているのではなく、ひとり時間の長さに関わらず必要な学習は行っているため、学業満足度との関連が見られないと考えられる。このことは、上位大学に進学し、学習に対する意識が比較的高いと言える東北大生ならではの結果だと考えられる。学習に対する意識が高い大学生については同様の結果が得られる可能性があるが、学習に対する意識が低い大学生では異なる結果となるかもしれない。

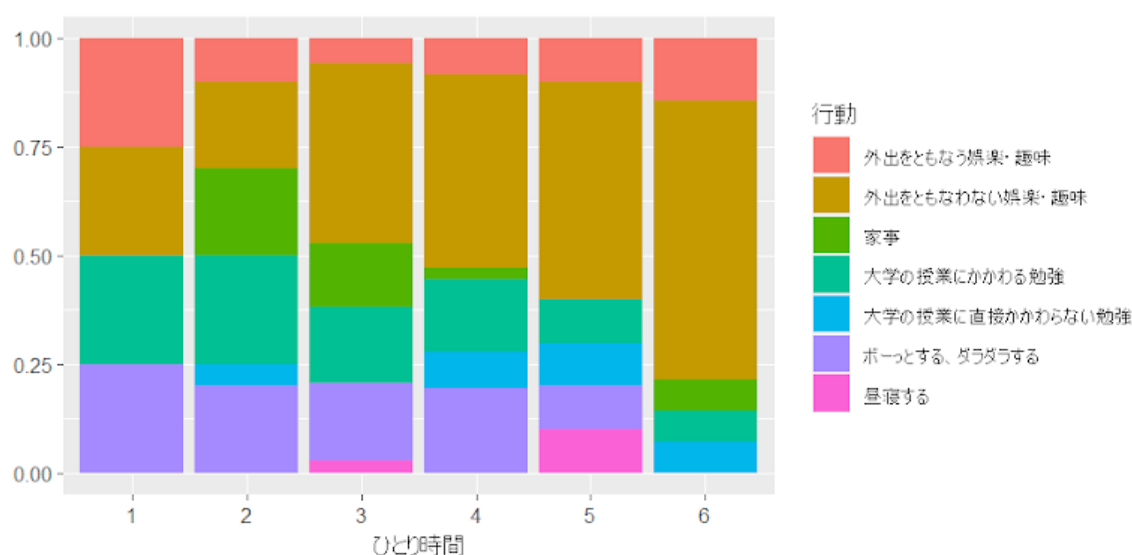


図1 ひとりになる時間による行動の割合

4.2 仮説2

仮説2では、楽しいと感じる家事の時間と学業満足度の関連性を分析した。仮説は部分的に支持されたとと言える。

具体的には、楽しいと感じる掃除の時間が多いほど学業満足度が高いという結果が得られた。またその他の家事においても、統計的に有意ではないが学業満足度との正の関連が見られた。居住形態と性別を統制した場合にも同様の結果が得られた。

掃除だけに有意な結果が見られた理由としては以下が考えられる。今回質問に含めた4種の家事のうち、平均的な実施時間が最も短いため時間的負担が相対的に小さく、それ以外の時間を勉学に充てられるという可能性や、掃除によって身の回りの環境が片付き整え

られることによって集中力の向上に寄与する可能性が考えられる。もしくは、それらの家事のうち、掃除は相対的に考えて最も心理的な負担がかかる家事である（手間や時間だけでなく、汚れや汚いものを前にして、それを片付けなければならないという心理的な負担のが上乗せされるためである）。だからこそ、それにかける時間を楽しいと思うか思わないかによって、その個人によって「負担」と感じるか感じないかが変わってくる。楽しいと感じればそれを重荷と捉えることなく、掃除を終えてから勉学に意識を向けたり時間を割いたりしやすいと思われ、楽しくなく負荷として感じていれば、掃除を終えてさらに勉学の苦痛・疲労を味わいたくないという思いから勉学を避ける傾向があると推測される。この理由から、今回の家事のなかで掃除のみ有意な結果が出たと考えられる。

居住形態との交互作用を考慮した際、有意ではないが、居住形態が実家と比べたときの家事の時間と学業満足度の係数が、一人暮らしと寮の場合は高く、複数人で生活の場合は低くなった。これは、家事の時間と学業満足度の関係は居住形態によって異なる傾向があるということである。また性別との交互作用を考慮した際、有意ではないが、女性に比べたときの男性は、買い物以外の家事の時間と学業満足度の係数が高く、買い物の時間と学業満足度の係数が低くなった。これは、家事の時間と学業満足度の関係は性別によって異なる傾向があるということである。

また、こうした傾向は東北大生のように比較的学习に対する優先度が高い学生に当てはまると考えられる。日頃から学習に対する意識が高いため、生活習慣である家事との関連が見られると考える。

4.3 本分析の課題

本調査を行う際に、「ひとり」の定義を回答者の主観に委ねたが、調査者側で具体的に定義すれば有意な結果が得られた可能性がある。また、回答者の負担を減らすために家事をする時間のうち楽しいと感じる割合のみを質問したが、より厳密な知見を得るためには、辛いと感じる割合についても質問する必要があったと考えられる。

引用文献

海野裕子・三浦香苗, 2007, 「ひとりで過ごすことに関する大学生の意識——『能動的なひとり』と『受動的なひとり』の比較」<https://core.ac.uk/download/pdf/268257414.pdf> (2023/08/07 参照).

尾立純子・難波敦子,・山本悦子・瓦家千代子・島田豊治・伊東ソヨ子・安田直子・岡本佳子・深蔵紀子・浅野真智子, 1994, 「夫と妻の食生活の背景——妻の職業の有無別にみた食生活と男女学生の家事参加」

https://www.jstage.jst.go.jp/article/seikatsueisei1957/38/4/38_4_165/_pdf/-char/ja (2023/08/07 参照).

相良順子・伊藤裕子・池田政子, 2008, 「夫婦の結婚満足度と家事・育児分担における理想と現実のずれ」 https://www.jstage.jst.go.jp/article/jafp/22/2/22_119/_pdf (2023/08/07 参照).

アルバイトが生活満足度に与える影響

——動機と収入用途に着目して——

根田萌花・鈴木秀明・花石珠実

1. 問題関心

アルバイトに従事している大学生は多く、日本学生支援機構による学生生活調査（2022）では、新型コロナウイルス感染症流行下であるにも関わらず、2020年11月の調査では昼間4年制大学に通う大学生の80.7%がアルバイトに従事している。また、アルバイトは大学生の生活満足度を規定する因子の一つであることが堀（2015）において示されており、アルバイトは多くの大学生にとって非常に重要な要素であると言える。

しかし、アルバイトに限らず、物事に対するやる気や主体性は学生によってさまざまであると考えられる。そして義務感から仕方なくというよりも、やる気や主体性をもって取り組む学生ほど充実した学生生活を送ることができると思う。

ここで、主体性ややる気という物事に対する姿勢は、物事に取り組む動機によって左右するものと考えられる。村山（2020）によると、自己決定理論（Deci & Ryan 1985）では、動機づけには基本的に課題そのものを楽しむ動機づけである「内発的動機づけ」と外的報酬に基づいた動機づけである「外発的動機づけ」の2種類があることが指摘されている。内発的動機づけによる行動は自律的でそれ自体を目的とすることが多いため、より主体性が高まる傾向がある。

以上より本稿では、アルバイトをする動機に着目して東北大学生のアルバイトと生活満足度の関連の実態について調査し、アルバイトに対し内発的な動機をもって主体的に取り組む学生は、生活満足度が高いのではないかと考えて分析を行った。

2. 先行研究と仮説

2.1 仮説

アルバイトに対して、外発的な動機を強くもつ学生より内発的な動機を強くもつ学生のほうが、生活満足度が高い。

東北大学文学部・文学研究科行動科学研究室の『2022年度前期・行動科学基礎実習報告書』における大橋らの報告では、学業・趣味・人間関係満足度を独立変数、アルバイト時間

を独立変数とした分析を行ったが、統計的に有意な結果は得られず、そのため考察もなされていなかった。また、主体性を測る指針として「リーダー経験」を採用したが統計的に有意にはならなかった（大橋ら 2022）。ここで主体性を示すものとして「リーダー経験」のみに着目されていた。しかしアルバイトにおけるリーダー経験は、アルバイト先の従業員数など本人の意欲に関係ない要因によってリーダーを務めることになる可能性があり、主体性を捉えるのに妥当性が高いとはいえない。環境に依存せずに本人の主体性を測ることのできる、より妥当性が高い指針で分析する必要がある。

宮本（2019）によると、心理学分野では主体性一般に関する検討として「人はいかにして主体性によって行動するのか」という問いが展開されており、これを示す代表的な概念は「動機づけ」であるとしている。これに基づき、本人の主体性を捉えるのに適した指針として、アルバイトに対する動機を利用することが考えられる。

動機に着目した研究では、加藤ら（2000）が大学生に限らないアルバイト場面における動機付け尺度を作成している。アルバイトを続けている理由について 5 件法によって回答させ、因子分析を行い、その信頼性と妥当性を検証した。その結果、Deci&Ryan（1985）の自己決定理論の 5 因子をアルバイトにも応用できるとしている。また、閻・堀内（2017）は日本へ来た外国人留学生について、アルバイト動機づけ尺度の因子構造と因子項目を作成した。この際、実際に Deci&Ryan（1985）の自己決定理論の 5 因子を利用している。よって本研究においてもこの 5 因子を参考にして動機を分類することとする。なお、閻・堀内（2017）の研究対象は外国人留学生であったため、日本人学生を中心とする東北大学生を対象とすることに本研究の独自性がある。

さらに、アルバイト先での人間関係は、普段大学で経験している人間関係とは異なる部分があると考えられる。岩田（2015）によると、人間関係の良好さは生活満足度を高くする要因の一つである（岩田 2015）。そこで、アルバイト先での同僚との交流を、アルバイトに行く楽しみ、すなわち動機としているか否かによって生活満足度に差が出ると考える。しかし、動機の分類として参考にする自己決定理論の 5 因子には人間関係に関する要素がないと考えられるため、本研究独自の尺度としてこれを含めて動機を分類したい。

以上より、主体性を測る指針としては「動機」を採用し、動機が内発的なものであるか否かを把握するために、まず動機の種類を次節「内発的動機の点数」で述べる 5 つに分類した。さらにその 5 つの動機を大まかに「内発的動機」「外発的動機」にの 2 つに分け、内発的動機が強いほど生活満足度が高くなると考えた。

アルバイトをする動機が内発的であることが生活満足度に与える影響の大きさは、アルバイト収入を学費・生活費に充てるか余暇活動費に充てるかによって変化する。余暇活動費に充てる人のほうが、動機が内発的であることによる生活満足度への影響が大きくなる。

アルバイトを行う主な目的としては、やはり金銭的報酬があるだろう。2023 年に行われたマイナビによる大学生のアルバイト調査によると、大学生がアルバイトを行う目的として貯金のためが 61.7%、趣味のためが 55.4%、生活費のためが 38.9%と上位に金銭的報酬が並ぶことがわかる。三保（2018）は、学生がアルバイトを行う主な理由は(1)小遣い稼ぎを目的とするもの、(2)家計（学費や生活費）補助を目的とするもの、とに分けられると述べている。菅野ら（2018）でも大学生のアルバイトに対する意識を「余暇活動費を稼ぐため」と「生活費を稼ぐため」に分類している。

ここで、アルバイトで得た金銭的報酬、つまり収入をどのように用いるかによって生活満足度が変わるのではないかと考える。前述の菅野ら（2018）の研究では、生活費を稼ぐためにアルバイトをしている学生よりも余暇活動費を稼ぐためにアルバイトをしている学生のほうが主観的幸福感が高いことを示している。また岩田（2015）は、アルバイトの有無には触れていないものの、暮らし向きに余裕があると思っている学生ほど生活満足度が高いことを示している。

また、収入用途を「余暇活動費」と「学費・生活費」に分類すると、比較的に余暇活動費の人は主体的、学費・生活費の人は義務感によってアルバイトをしていると言えるのではないか。よって余暇活動費の人のほうが、内発的であることによる生活満足度への影響が大きくなると予想する。

3. 変数の説明と基本統計量

・勤務時間

Q22「あなたはアルバイトに週どのくらい時間を費やしていますか」という質問について、「アルバイトをしていない」「0~5 時間未満」「5~10 時間未満」「10~15 時間未満」「15 時間以上」の 5 つのカテゴリーで調査した。

分析にあたっては「0~5 時間未満」を 2.5、「5~10 時間未満」を 7.5、「10~15 時間未満」を 12.5、「15 時間以上」を 17.5 とし、連続変数として扱った。「アルバイトをしていない」と無回答は欠損値として処理した。なお、質問紙では Q22 で「アルバイトをしていない」と回答した場合には以下の Q23、Q24、Q25 をスキップする設定としたため、これらの変数においてアルバイトをしていない人は非該当という扱いになる。

表 3-1 アルバイトの有無

現在無し	33.9%
現在有り	66.1%
N	118

表 3-2 勤務時間（時間／週）

平均値	8.86
中央値	7.50
最小値	2.50
最大値	17.50
標準偏差	4.98
N	77

・内発的動機の点数

Q23「あなたが現在アルバイトに行く理由についておうかがいします。次の5つの理由について、あてはまると思うものから順に1位から5位まで順位をつけてください」という質問に対し、理由として「純粋に仕事が楽しいから」「仕事内容が自分の力になるから」「職場の人との交流が楽しいから」「アルバイトをしていないと世間体が悪いから」「お金を稼ぎたいから」の5つのカテゴリーを提示し、それぞれ1～5位を当てはめてもらう形式を採った。なお、複数の理由を同順位にすることは不可能とした。

分析では1位～5位まで点数を当て、1位である場合5点を、5位である場合を1点を与えたのち、内発的な理由3つ（仕事が楽しいから・自分の力になるから・交流が楽しいから）の点数を合計し、内発的動機の点数という新たな連続変数を作成した。無回答のうち、ほとんどは1～4位までは回答しているが5位のみ無回答というものであったため、ここでの無回答を5位とみなして1点を与えた。一方で4位、5位ともに無回答というサンプルがあったため、この回答は欠損値として処理した。非該当も欠損値として扱った。

表 3-3 動機の割合

	楽しい	力	交流	世間体	お金
1位	9.1%	11.7%	10.4%	1.3%	67.5%
2位	23.4%	33.8%	16.9%	15.6%	10.4%
3位	27.3%	28.6%	33.8%	5.2%	5.2%
4位	23.4%	20.8%	29.9%	11.7%	14.3%
5位	16.9%	5.2%	9.1%	66.2%	2.6%
計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
N=77					

表 3-4 内発的動機の点数

平均値	9.00
中央値	9.00
最小値	6.00
最大値	12.00
標準偏差	1.89
N	77

・収入用途

Q24「現在あなたにとって、アルバイトはどちらかというと学費・生活費を稼ぐ手段ですか、それとも余暇活動費を稼ぐ手段ですか」という質問について、「どちらかといえば生活費」「どちらかといえば余暇活動費」の2カテゴリで調査した。

特に変数の加工はせず、「生活費」「余暇活動費」の2つのカテゴリをもつカテゴリ変数として扱った。無回答1名および非該当は欠損値として処理した。

表 3-5 収入用途

学費・生活費	21.1%
余暇活動費	78.9%
N	76

・アルバイト月収

Q25「あなたのアルバイト収入額は月平均いくらですか」という質問に対し、「1万円未満」「1万円以上3万円未満」「3万円以上5万円未満」「5万円以上7万円未満」「7万円以上9万円未満」「9万円以上」の6つのカテゴリで調査した。

分析では「1万円未満」を0.5、「1万円以上3万円未満」を2、「3万円以上5万円未満」を4、「5万円以上7万円未満」を6、「7万円以上9万円未満」を8、「9万円以上」を10とし、連続変数として扱った。無回答と非該当は欠損値として処理した。

・生活満足度

Q37「あなたは現在の生活全般にどのくらい満足していますか」という質問に対し、「満足している」「やや満足している」「どちらともいえない」「やや満足していない」「満足して

いない」の5つのカテゴリーで調査した。

分析にあたって「満足している」に5点を、「満足していない」に1点を与えて点数化し、満足度が高いほど値が大きくなる連続変数として扱った。

表 3-6 アルバイト月収（万円）

平均値	3.89
中央値	4.00
最小値	0.50
最大値	10.00
標準偏差	2.28
N	77

表 3-7 生活満足度

平均値	3.76	(3.83)
中央値	4.00	(4.00)
最小値	1.00	(1.00)
最大値	5.00	(5.00)
標準偏差	1.13	(0.99)
N	118	(77)

○内はアルバイトをしている人の値

4. 分析結果

4.1 仮説1の分析結果

生活満足度を従属変数とした回帰分析を行った。

表 4-1 生活満足度を従属変数とした線形回帰分析（仮説 1）

	モデル1		モデル2		モデル3	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差
内発点数	0.070	0.060	0.077	0.058	-0.029	0.108
月収			-0.112 *	0.048	-0.378	0.234
内発点数:月収					0.028	0.024
勤務時間						
内発点数:勤務時間						
切片	3.202 ***	0.552	3.572 ***	0.560	4.596 ***	1.040
調整済みR2	0.005		0.059		0.063	
N	77		77		77	

†p < 0.1, *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

表 4-2 生活満足度を従属変数とした線形回帰分析（仮説 1）

	モデル4		モデル5	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差
内発点数	0.063	0.057	0.188 †	0.110
月収				
内発点数:月収				
勤務時間	-0.061 **	0.022	0.083	0.111
内発点数:勤務時間			-0.016	0.012
切片	3.807 ***	0.570	2.671 *	1.026
調整済みR2	0.088		0.097	
N	77		77	

†p < 0.1, *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

モデル 1 では内発的動機の点数のみを独立変数として投入した。内発的動機の点数の係数は統計的に有意ではなかった。正負の向きは正であった。

モデル 2 ではモデル 1 に対し統制変数としてアルバイト月収を投入した。アルバイト月収で統制したときの内発点数の係数は有意ではなかった。正負の向きは正であった。一方、内発点数で統制したときのアルバイト月収の係数は-0.112 であり、5%水準で負の方向に有意であった。アルバイト月収が大きい場合は勤務時間が長くなっていると考えられ、勤務時間が長くなるほど自由に使える時間が少なくなるため、生活満足度が下がるものと考えられる。

さらにモデル 3 では、モデル 2 に内発点数とアルバイト月収との交互作用を投入した。内発点数の係数とアルバイト月収の係数は負、交互作用項の係数は正であるが、いずれの係数も統計的に有意ではなかった。

モデル 4 ではモデル 1 に対し統制変数として勤務時間を投入した。勤務時間で統制した

ときの内発点数の係数は有意ではなかった。正負の向きは正であった。一方、内発点数の係数は-0.061であり、0.1%水準で負の方向に有意であった。

さらにモデル5では、モデル4に、内発点数と勤務時間との交互作用を投入した。内発点数の係数は0.188であり、10%水準で正の方向に有意であった。

4.2 仮説2の分析結果

モデル6では内発的動機の点数および収入用途を独立変数として投入した。係数は内発点数、収入用途ともに正であったが、統計的に有意ではなかった。

モデル7では、モデル6に対し、内発的動機の点数と収入用途との交互作用を投入した。いずれの独立変数も係数は有意な値を示さなかった。

表 4-3 生活満足度を従属変数とした線形回帰分析（仮説2）

	モデル6		モデル7	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差
内発点数	0.049	0.063	0.186	0.185
収入用途(余暇活動費ダミー)	0.186	0.289	1.460	1.642
内発点数:収入用途(余暇活動費ダミー)			-0.155	0.197
切片	3.233 ***	0.568	2.127	1.514
調整済みR2	-0.009		-0.014	
N	76		76	

†p < 0.1, *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

5. 結果の考察

5.1 仮説1の考察

仮説1は「アルバイトに対して、外発的な動機を強くもつ学生より内発的な動機を強くもつ学生のほうが、生活満足度が高い」であった。結論としては、本分析からは内発的動機の点数と生活満足度との間に統計的に有意な関係は確認されず、仮説1を支持する結果とは言えなかった。しかし、得られた係数の正負から推測するに、内発的動機の点数が高いほど生活満足度が高くなると考えられる。

また、内発的な動機の点数で統制したとき、アルバイト月収が大きくなるほど生活満足度が低くなること、また勤務時間が長くなるほど生活満足度が低くなることから、それぞれ統計的に有意であるという結果が得られた。これは、勤務時間が長くなるほど自由に使える時間が少なくなるためであると考えられる。

統計的に有意な結果は得られなかったが、図1のように、アルバイト月収が大きくなるほど、内発的動機の点数が大きくなることによる生活満足度への正の影響は大きくなると考

えられる。

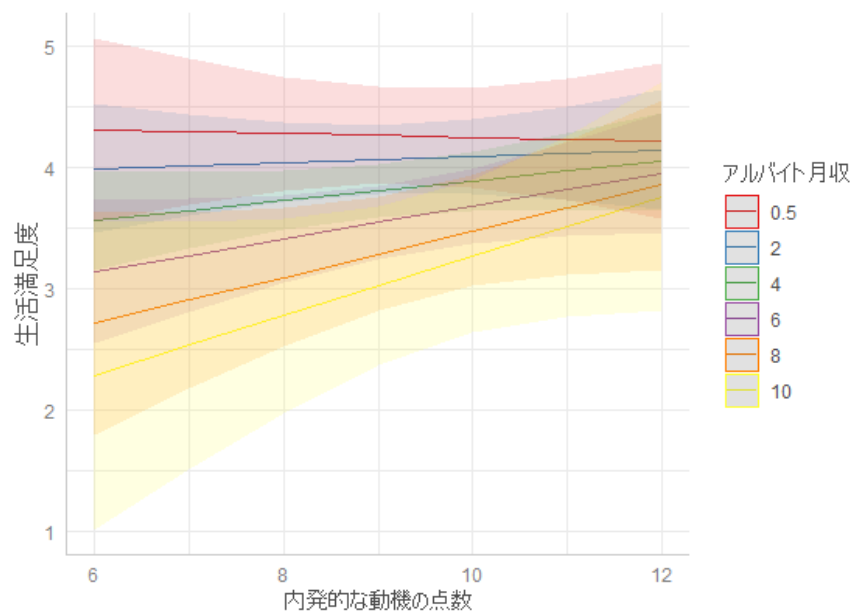


図1 アルバイト月収ごとの、内発的な動機の点数と生活満足度との関係（モデル3）

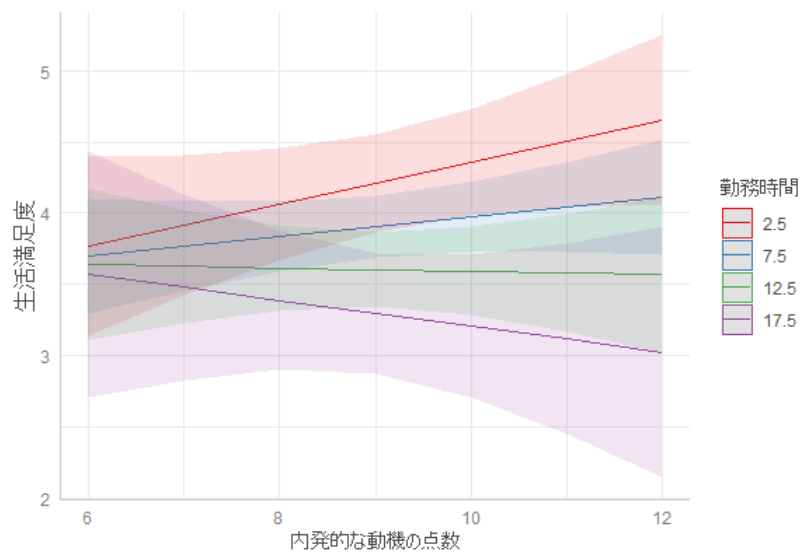


図2 勤務時間ごとの、内発的な動機の点数と生活満足度との関係（モデル5）

図2のように、勤務時間が長くなるほど、内発的動機の点数が大きくなることによる生活満足度への正の影響は小さくなると考えられる。これは、長時間働いてより大きなアルバイト収入を得ている学生の場合、内発的動機の点数が小さい（すなわち、外発的動機が強い）

人ほど満足度が上がるためであると考えられる。

5.2 仮説2の考察

仮説2は「アルバイトをする動機が内発的であることが生活満足度に与える影響の大きさは、アルバイト収入を学費・生活費に充てるか余暇活動費に充てるかによって変化し、余暇活動費に充てる人のほうが、動機が内発的であることによる生活満足度への影響が大きくなる」であった。

アルバイト収入の用途の違いによる内発的動機の点数と生活満足度との関係への統計的に有意な影響は確認されず、仮説2を支持する結果とは言えなかった。分析結果から予測される推定値を図示した図3からは、内発的動機の点数が大きくなることによる生活満足度への正の影響は、学費・生活費のためにアルバイトをしている学生よりも余暇活動費のためにアルバイトをしている学生で小さくなると考えられる。

岩田(2015)によると、暮らし向きに余裕があると思っている学生ほど生活満足度が高い。そのため、余暇活動費のためにアルバイトをする学生は学費・生活費のためにアルバイトをする学生と比較して元々生活満足度が高く、アルバイト動機が内発的であることによる生活満足度への正の影響が現れにくいと考えられる。

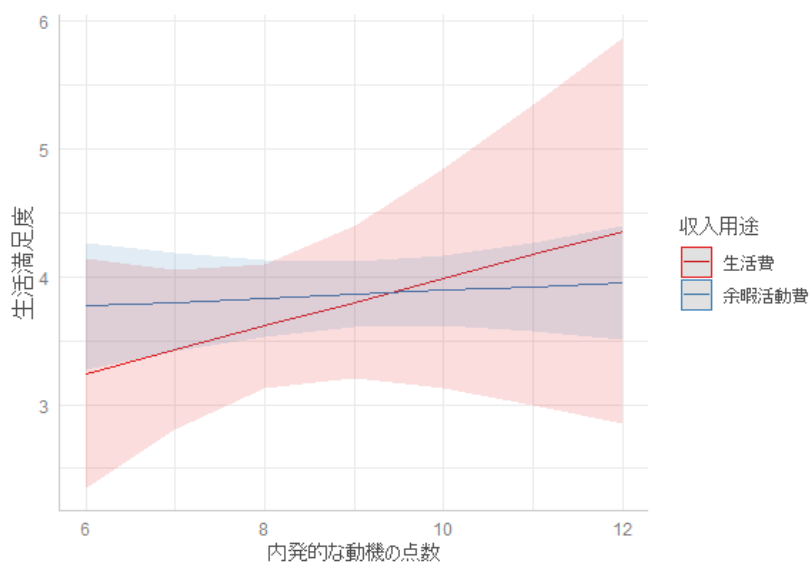


図3 収入用途ごとの、内発的な動機の点数と生活満足度との関係（モデル7）

5.3 全体を通しての考察

外発的動機よりも内発的動機をもっているほうが生活満足度が上がる、という全体的な傾向が見られた。また、アルバイト月収が大きくなるほど生活満足度が下がるという結果は

意外であったが、アルバイト月収と勤務時間とが概ね連動することを考慮すれば、納得のいくものであった。アルバイトに対する動機が内発的か外発的かに関わらず過度にアルバイトを行うことは生活満足度を下げる要因となることを示す結果となった。

5.4 今後の課題

前述のように、主に関心をもっていたアルバイト動機の内発性と生活満足度については、有意な係数は得られなかった。しかし、係数の正負の向きは仮説で想定した通りの向きであったため、本調査よりもサンプルに含まれるケース数が大きくなれば仮説は支持されると考える。

また、アルバイト経験が長くなるにしたがってアルバイトに対する動機が変化する可能性があるが、今回の調査ではアルバイト経験の長さを尋ねていないため、この可能性に対応できていない。東北大生は、高校生時代にアルバイト経験のある学生が大学生全体に対して少ないと考えられ、アルバイトに対する考え方や勤続期間といった点で似た性質をもつ学生の集団であると考えられるが、大学生全体について同様の分析を行う際にはアルバイト経験の短い学生から長い学生まで幅広い学生がデータに含まれると予想される。アルバイト経験の長さを交絡変数として考慮することで、本研究を活用することができると考える。

最後に、「アルバイトに対し外発的動機より内発的動機を強くもつ学生は、生活全般において満足度が高い」という想定の下で分析を行ったが、生活満足度に影響を及ぼす要因については、アルバイト以外の影響も多く考えられ、交絡変数を統制することができなかったと言える。アルバイトにおける満足度に特化し、アルバイトを取り巻く環境（勤務環境・勤務場所・収入・勤務時間など）への満足度を直接尋ねれば、交絡変数を適切に考えることができるだろう。

引用文献

- 独立行政法人日本学生支援機構，2022，『令和2年度 学生生活調査結果』。
- 堀洋元，2015，「大学生生活満足感尺度の作成」『人間関係学研究——社会学社会心理学人間福祉学——大妻女子大学人間関係学部紀要』17: 15-22.
- 村山航，2020，「労働の動機づけにおける金銭的報酬と非金銭的報酬の役割」『日本労働研究雑誌』719: 46-55.
- 大橋麗・吉川萌子・小泉蓮，2022，「課外活動が生活満足度に与える影響 ——部活動とアルバイトにおける義務感と主体性に着目して」『東北大学生の生活と意識に関する調査2022 年度前期・行動科学基礎実習報告書』2-10.
- 宮本知弘，2019，『『主体性』評価の課題と展望——心理学と東北大学 AO 入試からの示唆』『東北大学高度教養教育・学生支援機構（編）高等教育ライブラリ』15: 7-29.

- 加藤司・石橋寛子・伊藤崇達・小石寛文, 2000, 「自己決定理論によるアルバイト動機づけ尺度の作成」『日本教育心理学会総会発表論文集』 42: 492.
- 閻琳・堀内孝, 2017, 「在日外国人留学生を対象としたアルバイト動機づけ尺度の作成」『パーソナリティ研究』 26(2): 99-108.
- 岩田考, 2015, 「大学生の生活満足度の規定要因——全国 26 大学調査から」『桃山学院大学総合研究所紀要』 40(20): 67-85.
- マイナビキャリアリサーチ Lab, 2023, 「大学生のアルバイト調査 (2023 年)」(https://career-research.mynavi.jp/research/20230427_49766/).
- 三保紀裕, 2018, 「大学生におけるアルバイト観とキャリア選択での自己効力感, キャリア意識の関連」『応用心理学研究』 44(1): 51-63.
- 菅野健・大森宣暁・長田哲平, 2018, 「大学生の余暇活動と主観的幸福感」『土木学会論文集 D3 (土木計画学)』 74(5): 809-816.

東北大生の出身階層と格差

——幼少時の体験、インターネット利用に着目して——

田中敦之・劉崢・西尾知耀

1. 問題設定

本研究では東北大生¹の出身階層と幼少時の体験の格差、インターネット利用の格差の関連を明らかにする。親の職業や収入、学歴などで測定される出身階層が子どもの教育達成に大きな影響を与えることは繰り返し確認されてきた。しかしながら、高い教育達成を成し遂げた人々の出身階層が一様に高いというわけではなく、平均的に高いというだけであって、高学歴者の中でも出身階層には差異が存在している。

そこで本研究で検討するのは、そのような高学歴者における出身階層の異質性が高学歴者内においてどのような差異をもたらすのかということである。その差異として取り上げるのは、従来あまり検討されてこなかった格差である、15 歳時までの多様な体験の格差と利用目的別にみた現在のインターネット利用時間の格差である。

出身階層と幼少時の体験については、従来文化資本という概念から検討がなされ、子ども時代の文化体験に着目されてきた。しかしながら近年では、文化体験だけでなく、自然体験や社会体験といった多様な体験に注目されている。そこで、本研究では高学歴者内における幼少時の体験格差の様相を詳細に検討する。

加えて、インターネット利用に関しても高学歴者内において出身階層による差異が存在している可能性を指摘できる。例えば、出身階層が高い人は家庭における教育を通して、また親の利用方法から学ぶことを通して、インターネットは知識の獲得のために利用するものであると考え、行動する傾向が比較的強いかもしれない。これはつまり、インターネット利用においても家庭内で伝達される文化的な差異が存在している可能性があるということである。そこで本研究では出身階層とインターネット利用時間の関連性を検討する。

以下、本論文の構成を示す。まず第 2 節で出身階層と幼少時の体験の格差について分析をする。そして、第 3 節では知識や娯楽といった利用目的に特に着目して、出身階層とインターネット利用時間の関連を探る。最後に第 4 節では本研究で得られた知見を元に結論を述べる。

¹ あらかじめ断っておくが本稿で用いるデータはランダムサンプリングによって得られたわけではなく、東北大生を代表したデータとはいえない。属性による偏りについては基礎集計表を参照せよ。

2. 出身階層と幼少時の体験格差

2-1. 問題設定

本節では東北大生の幼少時の体験格差や体験パターン、出身階層が体験格差に与える影響を検討することを通して、高学歴者内に存在する体験格差の様相を明らかにする。近年、自然体験・社会体験・文化体験といった多様な体験の格差が社会的に注目され、調査によって実態の把握が進められている²。学術的には Bourdieu (1979=1990) による社会階級と文化・消費行動に関する研究を嚆矢として幼少期の文化体験が相続文化資本として教育達成に影響を与えるメカニズムが実証的に検討されている（例えば、片岡 2001）。

以上のように社会的にも学術的にも体験格差が注目を集めるのは、出身階層の差異に基づく体験の格差が子どもの意識や経験の差異を生み、さらにそれが子どもの成長や教育達成に影響を与えると考えられるからであり、ここに社会的不平等の存在を見て取るからであろう。それでは、高い教育達成を成し遂げた人々は一様にさまざまな体験を経験してきたのだろうか。例えば、教育達成に影響を与えるであろう文化体験については経験率が高いが、自然体験の経験率が低い人がいるといったように体験には何らかのパターンが存在する可能性はないだろうか。

このような体験間の関連や高学歴者内における体験格差については十分に検討されてきたとはいえないが、出身階層に基づく体験格差がその後の教育達成に影響を与える可能性を探る上で、高学歴者内における体験格差について検討することは重要であるといえる。そこで本節では潜在クラス分析という統計手法により東北大生のデータを分析することを通して高学歴者における多様な体験パターンを明らかにし、加えて、そのパターンと出身階層との関連についても検討する。

2-2. 先行研究の検討

本節では多くの先行研究と同様に幼少時の体験として自然体験・社会体験・文化体験を扱う。ここにおける体験やその分類は中央教育審議会答申（2013）において示された体験活動の定義をふまえている。そこでは体験活動は生活・文化体験活動、自然体験活動、社会体験活動の3つに分けられている。生活・文化体験活動には放課後に行われる遊びやお手伝い、スポーツや部活動などが含まれている。自然体験活動については登山などの野外活動や星空観察などが含まれている。社会体験活動にはボランティア活動や職場体験活動などが含まれている。

² 例えば、厚生労働省によって実施されている「21世紀出生児縦断調査」では自然・社会・文化の3つの体験の有無について調査がなされており、出身家庭やさまざまな意識変数との関連が分析されている（浜銀総合研究所 2021）。その他にも公益社団法人チャンス・フォー・チルドレンによっても全国の保護者を対象に体験格差の調査が行われている（チャンス・フォー・チルドレン 2022）。

浜銀総合研究所（2021）では自然体験、社会体験、文化体験について文献調査・ヒアリング調査・21 世紀出生児縦断調査の分析が行われ、多様な角度から体験格差が検討された。この研究では体験の有無が「向学校的な意識」や「自尊感情」などのさまざまな意識と関連しているということや、出身家庭の収入や学歴が高いと子どもの体験が充実しているということが確認されている。

文化体験は教育達成への影響と関連付けて社会階級・階層研究において研究がなされてきた。片岡（2001）は出身家庭の文化環境をブルデューの文化資本概念に基づいて 3 つのレベルに分け、幼少時の文化体験を身体化された文化資本とした。この研究における文化体験は子どもの頃の読み聞かせの経験、クラシック音楽を家できいたりコンサートに行ったりした経験、美術展や博物館に行った経験のことを指している。このような文化経験は両親の学歴からの影響が強く、教育達成の階層差を生み出すメカニズムの 1 つであると考えられる。

以上示したように、先行研究では文化体験については教育達成と関連付けて検討されてきたが、自然体験や社会体験についてはそれが子どもの意識に影響を与えることは検討されてきたが、教育達成と関連付けては十分に検討がなされていない。3 つの体験それぞれが子どもの成長に影響を与え、高い教育程度の達成に向かわせる可能性は十分考えられるが高学歴者における体験の経験割合や経験パターンの実態は明らかではない。

太郎丸（2019: 93-97）では高学歴者の多様な体験を「家族イベント」とした上で親の学歴との関連が検討されており、両親の学歴の高さと家族イベントの開催頻度には統計的に有意な関連がないと結論づけられている。しかし、この研究では本研究で 3 つの種類に分けて検討しているような多様な体験が文化的活動としてひとまとめにして取り扱われていることから体験ごとの差異や体験パターンについては検討されていない。

2-3. 仮説

2-3-1. 問い、理論仮説、作業仮説

先行研究の検討をふまえて本節で検討する問いは次のものである。

〈問い〉

- (1) 自然体験・社会体験・文化体験について高学歴者内においてどのような体験パターンが存在するのか
- (2) 出身階層とその体験パターンにはどのような関連が存在するのか

これらの問いに対する仮説は次のものである。

〈理論仮説〉

出身階層の資源量に応じて体験の総量が規定されるため体験間の関連には基本的に正の相関がみられるが、出身階層の文化的背景が体験パターンの質（種類）に影響を与えるため

文化的背景との関連が強い諸体験間の関連が特に強くなり、体験パターンは分化する

〈作業仮説〉

(1) 潜在クラス分析の結果、全ての体験の経験率が高いパターン、全ての体験の経験率が低いパターン、自然体験の経験率が高いパターン、社会体験・文化体験の経験率が高いパターンが析出される

(2) 父学歴が高い人ほど、全ての体験の経験率が高いパターンや社会体験や文化体験の経験率が高いパターンになりやすい

以下では仮説の導出について述べる。まず体験パターンについてだが、基本的に出身階層が高いほどどの体験も経験していることが考えられるので、全ての体験を経験しているパターンと全ての体験の経験率が低いパターンが確認されることが予想できる。

その上で、それぞれの体験の特徴をふまえると、複雑な体験パターンが確認できる可能性を指摘できる。社会体験や文化体験は将来の地位達成に有利に働くことが想定されることから出身階層が高い家庭の親ほど子どもにそのような体験をさせる傾向が生じ、出身階層とそれら体験に関連が生まれることが予想される。その一方で、自然体験についてもそのように将来の教育達成や地位達成に有利働く側面もないとは言えないが、社会体験や文化体験とはその性格を異にしており、出身階層との関連が必ずしも明確にみられないのではない。それゆえ、相対的に自然体験を多く経験しているパターンや相対的に社会体験や文化体験を多く経験しているパターンが析出されると予想できる。

加えて、全ての体験の経験率が高いパターンや社会体験や文化体験の経験率が相対的に高いパターンは出身階層の特徴の中でも特に文化的背景が強く影響を与えることが考えられる。高学歴の親は子どもが教育達成や地位達成において自分の子どもが有利になるように教育をするだろう。他にも経済的要因や地域的な要因が体験に影響を与えることが想定できるが、それらを統制した上でも出身階層の文化的背景が影響をもつだろう。

2-3-2. 仮説の検証方法

本研究では潜在クラス分析により、9つの体験変数（顕在変数）の関連の背後に存在すると仮定された潜在クラス（潜在変数）を明らかにすることでまず仮説1を検証する。次に潜在クラス分析によって析出された潜在クラスを従属変数にしてそれらクラス間の所属確率の差異を出身階層によって説明することを試みることで仮説2を検証する。

潜在クラス分析については三輪（2009）、藤原ほか（2012）を参考にした。以下で示す分析について、記述総計量や変数の加工についてはRを用いたが、潜在クラス分析・多項ロジット潜在クラス回帰分析を行う際にはLEM（Vermont 1997）を用いた。LEMの使用方法については都村ほか（2008）を参考にした。

2-4. 変数の設定

本節の分析で使用する変数を示す。体験のパターンを探るために問 31「15 歳までの学校行事や部活動以外における体験」の 9 つの体験についての変数を使用した。それぞれの体験については体験の有無を 2 値のカテゴリカル変数として多変量解析を行った。

キャンプ・登山、川遊び・釣り、海水浴・マリンスポーツ・ウインタースポーツの 3 つの体験を自然体験とした。農業体験、職場体験、ボランティアの 3 つの体験を社会体験とした。博物館・美術館見学、クラシック音楽のコンサート、演劇・古典芸能の鑑賞の 3 つの体験を文化体験とした。

出身階層として問 29 の父の職業、問 26 の父の学歴、問 30 の本人の出身地の 3 変数を扱う。父職業については専門職・技術職、管理職であれば 1、それ以外の職業であれば 0 の値をとるダミー変数（父専門管理ダミー）として分析に用いた。父学歴については難関大学、国立大学・難関私立大学、上記以外の大学であれば 1、それ以外の学歴であれば 0 の値をとるダミー変数（父大卒ダミー）として分析に用いた。出身地については大都市の中心部または大都市の郊外であれば 1、それ以外であれば 0 の値をとるダミー変数（大都市ダミー）として分析に用いた。中小都市であれば 1、それ以外であれば 0 の値をとるダミー変数（中小都市ダミー）も作成し分析に用い、町村部または人家がまばらな農山漁村の解答については町村部などとしてまとめて扱っている。

2-5. 分析結果

2-5-1. 潜在クラス分析による体験パターンの析出

まず体験パターンを析出するために 9 つの体験変数に対して潜在クラス分析を適用した。表 2-1 に潜在クラス数が異なるそれぞれのモデルの適合度指標を示した。その中からモデルを決定するわけだが、古田（2018）を参考にして適合度指標と解釈可能性に基づいて 3 クラスのモデルを採用した。適合度指標を確認すると、BIC については 2 クラスが最小であるが、AIC については 4 クラスが最小である。BIC はより節約的なモデルを採用する傾向にあり、AIC は 3 クラス以降の減少幅が小さい。このことから、3 クラスまたは 4 クラスのどちらかが選択するモデルとしてふさわしいと考えられる。次にそれらのモデルについて具体的なクラス構成を確認したところ、3 クラスでは理論的に明確なクラス構成が確認されたのに対して、4 クラスでは、クラス構成の特徴が不明確になり理論的な解釈が困難になった。以上をふまえて 3 クラスのモデルを採用した。

表 2-1 各モデルの適合度指標

潜在クラス数	log-likelihood	d.f.	AIC	BIC
1	-670.1	502	1358.1	1383.0
2	-620.6	492	1279.1	1331.8
3	-599.7	482	1257.4	1337.8
4	-587.5	472	1252.9	1361.0
5	-577.7	462	1253.4	1389.1
6	-572.6	452	1263.2	1426.7

N=118

採用したモデルについてそれぞれのクラスの特徴を記述することで仮説 1 の検証を行う。表 2-2 に潜在クラスの割合と各応答変数の条件付き確率を示した。クラス 1 は全ての体験の経験率が高いクラスである。どの体験に関しても条件付き確率が全体のそれを超えている。クラス 2 は自然体験の経験率が特に高いクラスである。このクラスは自然体験については体験割合が全体平均よりも高い一方で、社会体験・文化体験については低い。クラス 3 は相対的に社会体験・文化体験の経験率が高いクラスである。このクラスは全ての体験について体験変数の条件付き確率が全体平均を下回っている。しかし、クラス 2 と比較してみると、自然体験の経験率が低い一方で、職業体験・ボランティア・クラシック音楽・演劇・古典芸能のような体験については経験率が比較的高い。

仮説 1 は一部支持されたといえる。想定していたとおり、全ての体験の経験率が高い、社会体験・文化体験の経験率が特に高い（自然体験経験率が低い）、自然体験の経験率が特に高い（社会体験・文化体験経験率が低い）というパターンが析出された。しかし、全ての体験の経験率が低いというクラスは析出されなかった。このような結果になったのは平均的にみればやはり東北大生の出身階層は経済的にも文化的にも豊かであり、9 つの体験の内ほとんどの体験を経験してこなかった人は少数派だからであろう。

表 2-2 潜在クラス分析による体験パターンの析出

	クラス1	クラス2	クラス3	全体
潜在クラスの割合	37.7%	34.5%	27.8%	
各応答変数の条件付き確率				
自然体験				
キャンプ・登山	84.1%	73.6%	23.3%	63.6%
川遊び・釣り	89.6%	85.2%	22.8%	69.5%
海水浴・マリンスポーツ・ウインタースポーツ	93.8%	90.4%	22.8%	72.9%
社会体験				
農業体験	73.0%	34.4%	16.8%	44.1%
職業体験	64.8%	7.8%	24.5%	33.9%
ボランティア	70.8%	9.8%	29.1%	38.1%
文化体験				
博物館・美術館見学	100%	75.2%	57.7%	79.7%
クラシック音楽のコンサート	70.5%	9.6%	39.0%	40.7%
演劇・古典芸能の鑑賞	64.6%	4.7%	34.7%	35.6%
N=118				

2-5-2. 多項ロジット潜在クラス回帰分析の結果

表 2-3 体験格差の多項ロジット潜在クラス回帰モデル

	クラス 1 (vs クラス 2)		クラス 3 (vs クラス 2)	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差
父専門管理	-1.159	0.809	-1.640 †	0.925
父大卒	2.158 *	0.873	1.822 †	0.952
居住地域（町村部など）				
大都市ダミー	-0.306	0.894	-0.487	0.963
中小都市ダミー	-0.329	0.821	-0.409	0.836
切片	-0.327	0.854	0.101	0.865
-2Log-likelihood	1477.8			
N	104			

† p < 0.1, *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

上で確認した 3 つのクラスへの所属確率を出身階層によって説明した、多項ロジット潜在クラス回帰分析の結果を表 2-3 に示した。父学歴が大卒である場合、そうでない場合と比

べてクラス2（自然体験の経験率が高い）よりもクラス1（全部の体験率が高い）になりやすいことがわかる。10%水準であるものの、父学歴が大卒であればクラス2よりもクラス3（社会・文化体験の経験率が相対的に高い）になりやすい。この結果をふまえると父学歴が高い人ほど、全ての体験の経験率が高いパターンや社会体験や文化体験の経験率が高いパターンになりやすいと予想した仮説2は部分的に支持されたと言える。

2-6. 考察・結論

本節では、東北大生の体験格差を検討することを通して高学歴者内における体験格差のパターンと出身階層がそのパターンに与える影響について探求した。その結果、3つの体験パターンが確認され、体験の種類によってもパターンが分化していることが確認できた。そして出身階層の文化的な背景とそのパターンには関連がみられることも明らかにした。高学歴者内においても多様な体験パターンが見出されたことから、高い教育達成を成し遂げるのに多くの体験が必ずしも必要ではないということは確かにいえるだろう。しかしながらそこから飛躍して高い教育達成を成し遂げる上で出身階層やそれが子どもに与える影響が重要ではないということは本節の結果は示していないことを今一度確認しておきたい。体験格差はあくまで子どもの成長や教育達成に影響を与える一側面にしか過ぎないわけで、出身階層の経済的・文化的背景はさまざまな回路を通して人々の行動や選択に影響を与える。それゆえ、体験の格差のような子どもの成長に影響を与える要因にも目配りをしながらも、やはり階層構造への着目は忘れてはならないであろう。

3. インターネット使用の格差

3-1. 問題設定

コンピューターの革新をはじめとする第三次産業革命の発展とともに、新たな社会学の分野、「デジタル社会学」が誕生される。デジタル社会学とは、デジタル通信技術の社会的側面や影響に関する研究と、社会科学全体での研究手法におけるデジタル技術の応用の両方を指すことである（Gabe & Laura 2017: 950-51）。そして、本節で注目することはデジタル社会学の一つの分野: デジタルディバイドである。1999年7月米国NTIAの報告書「Falling Through the Net: Defining the Digital Divide」では、デジタルディバイドという概念を定義した、すなわち、「the divide between those with access to new technologies and those without」である。ただし、「デジタルディバイド」という概念を提出した20年以降、デジタルディバイドの研究が深刻になっており、定義と内容も変わっている。具体的には、三つのレベルに分けて、「First-level digital divide」（Castells 2002）、「Second-level digital divide」（Hargittai 2002）、「Third-level digital divide」（Wei et al. 2011）になっている。簡単に言えば、digital access divide, digital capability divide, digital outcome divide（Aydin 2021）によって、分けている。では、日本社会はどうかというと、既存の先行研究と同様に予想される。そして、本節の

課題は東北大生を対象として、「Second-level digital divide」があるかどうかという点を検証する。

3-2. 先行研究の検討

デジタルディバイドを検討するために、ブルデューの理論を注目しなければならないと考えられる。特に彼の資本理論、ハビトゥス理論はデジタル社会学に深く影響を及ぼすと指摘された（Gabe & Laura 2017: 950-51）。

3-2-1. 資本理論とデジタルディバイド

ブルデューは、生産的利用に供される特定の資産の合計として定義された資本の概念を導入した。このような資産は様々な形をとり、経済的、象徴的、文化的、社会的な資本のいくつかの主要な形を常に言及している。伝統的な資本理論と同様に、ブルデューに提唱される資本は変換され、再生産、再投資されることができる。

この理論に基づいて、「情報資本」或は「デジタル資本」が提出されている。デジタル資本を一次的な資本（例えば、経済資本と文化資本）と異なり、二次的な資本を定義する。この視点から、個人的なデジタル資本の蓄積はオンラインの活動の範囲、スケール、高度によって決定される（Gabe & Laura 2017: 952）。特に、このデジタル資本は一次的な資本の特徴がある。例えば、デジタル技能によって経済資本に変わって、ソーシャルメディアの活動などを通じて、社会資本にも変換できると考えられる。

3-2-2. ハビトゥス理論とデジタルディバイド

ハビトゥスは社会生活を構成する慣行を生成し、規制する上で中心的な存在であるため、社会的再生産に寄与する重要な要因であると考えている。言い換えると、日常生活の中で社会的な相互作用を通じて、獲得される客観的な条件によって、行動、趣味、習慣などの主観的な精神的経験の中に植え付けられることである。

ハビトゥス理論をデジタル的不平等に導入することで、異なる状況にある個人のデジタルのハビトゥスがどのように形成されるかを理解できる。例えば、Robinson（2009）はICTの使用において2つのデジタルのハビトゥスを見つけた。上中流階級の家族ではよく見られるのは「serious play」と呼ばれるハビトゥスである。このハビトゥスは、ICTの使用が奨励され、長期的な技術的な関与を促し、スキルの発展をもたらす。一方、不利な状況にある若者たちは、制約と時間的な緊急性に対応してインターネットの使用を制限している。彼らは「serious play」に対して、タスク指向のハビトゥスを形成し、浪費を避けることが彼らの主要な目標となっている。また、「Second-level digital divide」を目的に、若く出身階層が高い人々は「資本強化」(capital-enhancing)のインターネット利用パターンを好む傾向があり、家庭の資源が少ない若い者には「娯楽」の傾向が見られる（Hargittait 2008）。Micheli（2015）

はイタリアの若者のデジタル活動が彼らの社会環境と背景によってどのように仲介されるかを調査して、情報の検索が学生の文化的資本と親の職業的地位と正の相関関係があると結論づけている。上中流階級の高校生たちは、インターネットを個人の豊かさを増進させるツールとして利用する姿勢を両親と同じように再現していることを示している。一方で、専門学校の学生たちは、デジタルメディアを仲間中心のレジャーとして活用している。Micheliの研究は家族の重要性を示している。家庭環境によって、デジタルのハビトゥスは学業の達成を促す環境 (Huang & Russell 2006) または娯楽を促す環境を作り出すことが指摘される。ICTを資本増強の活動に利用する家族は、個人がこれらの活動に時間を費やす機会を増やすことができる。一方で、娯楽の利用パターンを好む家族は、よりレジャーの傾向があるという論点を支持する (Robinson & Schulz 2013)。

3-3. 仮説

本節における課題と仮説を設定する。ここまで、本節の課題を以下の2つに設置した。

課題 1：上中流の出身階層の学生は、「資本強化」というような学業の達成を促すインターネットのパターンを好む

課題 2：下流の出身階層の学生は、インターネットを利用するとき「娯楽」の傾向が見られる

上記2つについて、先行研究から導かれる仮説は以下の通りとなる。以下2つの仮説について、以下では検証することとする。

仮説 1：出身階層が高い人ほど、知識の獲得を目的にインターネットを利用する時間が比較的長い

仮説 2：出身階層が低い人ほど、娯楽を目的にインターネットを利用する時間が比較的長い

3-4. 分析方法

3-4-1. 分析に用いる変数

分析に用いる変数は「性別」「学年」「出身地」「1日当たりインターネット利用総時間」「知識の獲得を目的にインターネットを利用する時間」「娯楽を目的にインターネットを利用する時間」「両親の学歴」「両親の職業」である。

それぞれの変数の説明を表3-1のように提示すると同時に、文章でも以下で行う。はじめに従属変数である「知識の獲得を目的にインターネットを利用する時間」および「娯楽を目的にインターネットを利用する時間」についてのカテゴリは「利用しない」「30分未満」「30分以上1時間未満」「1時間以上2時間未満」「2時間以上3時間未満」「3時間以上4時間未

満」「4 時間以上」である。これらのカテゴリについては量的変数として分析するために、各カテゴリの中央値をとった。

次に独立変数についてである。両親の学歴と職業を検討したあと、高い方を採用した。それから、学歴を「高校以下」「短大・高専・専門学校」「大卒」分けて、「高校以下」を基準カテゴリとした。職業を「無業」「ブルーカラー」「中下層ホワイトカラー」「上層ホワイトカラー」に分類して、「無業」を基準カテゴリとした。

最後に統制変数である。統制変数としては「性別」「学年」「1 日当たりインターネット利用総時間」「出身地」である。「男性ダミー」については「男性」を 1、「女性」を 0 とするダミー変数を作成した。「学年」については、「学部 1 年」「学部 2 年」「学部 3 年」「学部 4 年」「大学院生」「研究生」の六つのカテゴリに分けた。「学部 1 年」を基準カテゴリとした。「1 日当たりインターネット利用総時間」を連続変数として、「1 時間未満」「1～2 時間未満」「2～4 時間未満」「4～6 時間未満」「6～8 時間未満」「8 時間以上」の中央値を取った。「出身地」については「大都市の中心部」「大都市の郊外」「中小都市」「町村部」「人家がまばらな農山漁村」の五つのカテゴリで質問した。そして、「人家がまばらな農山漁村」を基準カテゴリとした。

つまり、各離散変数の基準カテゴリは「女性」「学部 1 年」「高校以下」「無業」「人家がまばらな農山漁村」となる。

表 3-1 変数の説明

変数	備考
知識の獲得を目的にインターネットを利用する時間	質問 14-1 について、選択肢の中央値から作成する。なお、「利用しない」は 0、「4 時間以上」は 4 である
娯楽を目的にインターネットを利用する時間	質問 14-2 について選択肢の中央値から作成する。なお、「利用しない」は 0、「4 時間以上」は 4 である
学歴	質問 26、27 について、両親の学歴を検討した上で、高い方を採用する。「難関大学」「国立大学・難関私立大学」「上記以外の大学」を「大卒」にまとめ、「高校以下」「短大・高専・専門学校」と分けられる
職業	質問 28、29 について、両親の職業を検討した上で、高い方を採用する。「運輸・保安職」「生産現場職・技能職」「サービス職」を「ブルーカラー」にまとめ、「販売職」「事務職」を「中下層ホワイトカラー」にまとめ、「専門職・技術職」「管理職」

	を「上層ホワイトカラー」にまとめ、「無職」と分類される
性別	男性を 1、女性を 0 とする男性ダミー変数を作成
学年	「学部 1 年」「学部 2 年」「学部 3 年」「学部 4 年」「大学院生」「研究生」とする離散変数
1 日当たりインターネット利用総時間	質問 13 について、選択肢の中央値から作成する。なお、「利用しない」は 0、「8 時間以上」は 8 である
出身地	「大都市の中心部」「大都市の郊外」「中小都市」「町村部」「人家がまばらな農山漁村」とする離散変数

次に以上に確認した変数の記述統計量を確認する。表 3-2 で各カテゴリ変数の度数および割合を示した。表 3-3 で各連続変数の分布の例である。

表 3-2 カテゴリ変数の分布

変数	カテゴリ	度数	百分率 (%)
学歴	高校以下	20	16.9
	短大・高専・専門学校	15	12.7
	大卒	83	70.3
	合計	118	99.9
職業	無職	7	6.0
	ブルーカラー	8	6.8
	中下層ホワイトカラー	34	29.1
	上層ホワイトカラー	68	58.1
	合計	117	100.0
性別	男性	72	62.1
	女性	44	37.9
	合計	116	100.0
学年	学部 1 年	20	17.1
	学部 2 年	36	30.8
	学部 3 年	41	35.0
	学部 4 年	8	6.8
	研究生	1	0.9
	大学院生	11	9.4
	合計	117	100.0
	農山漁村	4	3.4

出身地	町村部	24	20.3
	中小都市	57	48.3
	大都市の郊外	22	18.6
	大都市の中心部	11	9.3
	合計	118	99.9

表 3-3 連続変数の分布

知識の獲得を目的にインターネットを利用する時間	平均値	0.78
	中央値	0.75
	最小値	0.00
	最大値	4.00
	標準偏差	0.85
	N	117
娯楽を目的にインターネットを利用する時間	平均値	1.96
	中央値	1.50
	最小値	0.00
	最大値	4.00
	標準偏差	1.28
	N	118
1日当たりインターネット利用総時間	平均値	4.50
	中央値	5.00
	最小値	0.50
	最大値	8.00
	標準偏差	2.08
	N	118

3-4-2. 分析枠組み

モデル1は「知識の獲得を目的にインターネットを利用する時間」を従属変数として、重回帰分析を行う。

モデル2は「娯楽を目的にインターネットを利用する時間」を従属変数として、重回帰分析を行う。

3-5. 分析結果

表 3-4 重回帰分析

	モデル 1		モデル 2	
	B	SE	B	SE
男性	-0.015	0.174	-0.176	0.208
学部 2 年	-0.120	0.242	-0.205	0.291
学部 3 年	0.265	0.228	-0.281	0.272
学部 4 年	0.889**	0.362	0.284	0.434
研究生	0.310	0.878	-0.367	1.054
大学院生	0.135	0.350	-0.790*	0.419
1 日当たりインターネット 利用総時間	0.113***	0.040	0.418***	0.048
短大・高専・専門学校	-0.567*	0.292	-0.835**	0.350
大卒	-0.373*	0.216	-0.251	0.259
ブルーカラー	-0.146	0.447	0.367	0.536
中下層ホワイトカラー	-0.262	0.345	-0.059	0.414
上層ホワイトカラー	-0.303	0.342	-0.017	0.410
町村部	-0.780*	0.437	0.060	0.524
中小都市	-0.899**	0.420	-0.036	0.503
大都市の郊外	-0.245	0.437	-0.216	0.524
大都市の中心部	-0.800	0.490	0.294	0.588
N	113		114	
Adjusted R ²	0.186		0.465	

*p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01

まず、モデル 1 の重回帰分析の結果を見ると、親の学歴は「知識の獲得を目的にインターネットを利用する時間」に対して、0.1 水準で統計的に有意な効果を持っていることがうかがわれる。他の条件が同様ならば、親の学歴は「高校以下」に比べて、学歴が高いほど、知識の獲得を目的にインターネットを利用する時間が減少していることが明らかになる。更に、有意な結果ではないが、親の職業は「知識の獲得を目的にインターネットを利用する時間」にマイナスの影響を及ぼすことが見られる。これは、仮説 1 と一致しないので、出身階層が高い人ほど、知識の獲得を目的にインターネットを利用する時間が比較的短いと考えられる。

また、モデル 2 の重回帰分析の結果を見ると、親の学歴も「娯楽を目的にインターネットを利用する時間」に対して、0.05 水準で統計的に有意な効果を持っていることが分かった。「高校以下」に比べて、親の学歴が高いほど、学生は娯楽を目的にインターネットを利用す

る時間が少なくなっている。また、有意な結果ではないが、親の職業も「娯楽を目的にインターネットを利用する時間」にマイナスの影響を及ぼすことが見られる。これは仮説2を検証して、出身階層が低い人ほど、娯楽を目的にインターネットを利用する時間が比較的長いと考えられる。

3-6. 考察

今回の分析では、研究対象となる東北大学の生徒にとって、娯楽を目的にしても、知識の獲得を目的にしても、出身階層が高いほど、インターネット利用の時間が短くなるという結論を出す。この結論はブルデューの理論に基づいて、Micheli と Huang&Russell の研究、すなわち、家族の重要性を示唆していると考ええる。家庭環境によって、出身階層が高い学生ほど、より多くのハビトゥス（興味、習慣）が形成され、多様な体験行動（例えば、自然体験、社会体験、文化体験など）が時間を要するものとされる。したがって、出身階層が低い学生に比べて、デジタルのハビトゥスにかかる時間が相対的に少なくなっているかもしれないと考える。すなわち、どんな目的であっても、インターネットの利用時間が減少しているという可能性がある。また、もう一つの考えとして、大学入試試験を通じて、東北大学に入る学生はどんな出身階層に属しても自律的で優秀な人材である。言い換えると、家庭の資源が相対的に不足しても、学校の教育を受けて後天的努力によって、東北大生の皆も同じレベルに到達することができると考えられる。さらに、大人になる過程で、自分の価値観も成立されるため、家庭環境の影響が想像するほど大きくではない可能性もある。そして、これらの考えを続けて再検討する必要がある、今後の課題として深めて研究したいと思う。

4. 結論

本章では高学歴者における異質性を出身階層と関連させて分析、考察した。2節では高学歴者における体験格差に着目し、高学歴者の中でも多様な体験パターンが確認されること、そしてそのパターンは出身階層の文化的な背景と関連していることを明らかにした。3節では知識獲得や娯楽のためのインターネット利用時間の高学歴者内における異質性に着目した。分析の結果、仮説に反して、出身階層が高い人ほど知識獲得や娯楽のために費やすインターネット利用時間が少ないことがわかった。

以上の2つの分析結果は共通して出身階層の文化的な背景とそれに起因する文化的な差異に着目している。高学歴者といっても出身階層には当然差異があり、それは幼少時に体験格差として影響を与えうるし、現在の文化資本にも影響を与えうるということがわかった。

本章の課題としては東北大生のデータによって高学歴者の異質性の様相をとらえられているか不明であるといった点である。高学歴者を大学進学者とするならば、他大学も検討すると、出身階層と文化的な差異の関連がより明確にみられる可能性が考えられるが、これは今後の課題である。

引用文献

- Aydin, M., 2021, "Does the Digital Divide Matter? Factors and Conditions that Promote ICT Literacy." *Telematics and Informatics*, 58: :101536.
- Bourdieu, Pierre, 1979, *La distinction: Critique sociale du jugement*, Paris: Editions de Minuit.
(=1990, 石井洋二郎訳『ディスタンクシオン——社会的判断力批判』I・II 藤原書店) .
- Castells, M., 2002, *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford University Press on Demand.
- 藤原翔・伊藤理史・谷岡謙, 2012, 「潜在クラス分析を用いた計量社会学的アプローチ——地位の非一貫性, 格差意識, 権威主義的伝統主義を例に」『年報人間科学』33:43-68.
- 古田和久, 2018, 「出身階層の資本構造と高校生の進路選択」『社会学評論』69 (1): 21-36.
- Gabe, Ignatow, and Laura, Robinson., 2017, "Pierre Bourdieu: Theorizing the Digital," *Information, Communication & Society*, 20(7): 950-966.
- 浜銀総合研究所, 2021, 「令和2年度「体験活動等を通じた青少年自立支援プロジェクト」 青少年の体験活動の推進に関する調査研究報告書」
(https://www.mext.go.jp/content/20210908-mxt_chisui01-100003338_2.pdf).
- Hargittai, E., 2002, "Second-Level Digital Divide: Differences in People's Online Skills." *First Monday*, 7(4) (<https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/942/864>).
- and Hinnant, 2008, "Digital Inequality -Differences in Young Adults' use of the Internet." *Communication Research*, 35(5): 602-621.
- Huang, J., & Russell, S., 2006, "The Digital Divide and Academic Achievement," *The Electronic Library*, 24(2): 160-173.
- 片岡栄美, 2001, 「教育達成過程における家族の教育戦略——文化資本効果と学校外教育投資効果のジェンダー差を中心に」『教育学研究』68(3): 1-15.
- Micheli, M., 2015, *Communication and Information Technologies Annual: Digital Distinctions and Inequalities*, Bingley, UK: Emerald Group Publishing Limited.
- National Telecommunications and Information Administration, 1999, *Falling Through the Net: Defining the Digital Divide*.
- Robinson, L., 2009, "A Taste for the Necessary", *Information, Communication & Society*, 12(4): 488-507.
- & Schulz, J., 2013, "Net time Negotiations within the Family, *Information, Communication & Society*, 16(4): 542-560.
- チャンス・フォー・チルドレン, 2022, 「全国の小学生保護者 2,097 人に対する「子どもの『体験格差』実態調査」結果を公表しました」(2023 年 7 月 25 日取得, <https://cfc.or.jp/archives/news/2022/12/20/32845/>) .

- 中央教育審議会, 2013, 「今後の青少年の体験活動の推進について（答申）」
(https://www.mext.go.jp/component/b_menu/shingi/toushin/_icsFiles/afieldfile/2013/04/03/1330231_01.pdf).
- 三輪哲, 2009, 「潜在クラスモデル入門」『理論と方法』 24(2): 345-56.
- 太郎丸博, 2019, 『京大生の文化資本』 <http://hdl.handle.net/2433/240989>.
- 都村聞人・岩井紀子・保田時男・宍戸邦章, 2008, 「JGSS-2005 を用いた通信機器利用の潜在クラスモデル——統計分析セミナーにおける適用例」大阪商業大学比較地域研究所・東京大学社会科学研究所編『日本版 General Social Survey 研究論文集 7——JGSS で見た日本人の意識と行動』大阪商業大学比較地域研究所, 233-49.
- Vermont, J. K., 1997, *LEM: A General Program for the Analysis of Categorical Data*. Tilberg University.
- Wei, K.K., Teo, H.H, Chan, H.C., Tan, B.C. Y., 2011, “Conceptualizing and Testing a Social Cognitive Model of the Digital Divide,” *Inf. Syst. Res.*, 22 (1): 170-187.

東北大生の幸福度

——理想と現実のずれ・現在志向の強さに着目して——

阿久津菜央・久保遼馬・関口裕斗

1. 研究関心と先行研究について

大学生になると、授業や課外活動、就活を通して、これまでよりも多様な人と出会い、新たな価値観を得たり、その後の人生計画について考えたりする機会が増える。それに伴い、大学生という期間は自分がどのような姿でありたいかという「自分の理想像」を思い描く機会が増えると考えられる。また、大学生生活の過ごし方について現在の生活を楽しむことを優先する人もいれば、将来のために知識や金銭を貯蓄することを優先する人もいるだろう。

青年期は児童期と異なり、社会人として社会生活を営み始めるまでの期間が短く、理想が自己概念や経験と照合する形で現実性を帯びるため、現実の姿に見合った理想を抱く場合がある（溝上・水間 1997）。一方、大学生生活を営みながら周囲の人々に感化されたり、社会生活に希望を持ったりして、より高みを目指した理想を抱く場合もあるだろう。性格面や金銭面、先天的要素、人間関係など、私たちが抱く理想には様々な分野があるが、そのどれをとっても、理想と現実のずれの大きさは人それぞれであると考えられる。

水間（1998）は大学生を対象とした調査を行い、理想自己と現実のずれが自己評価と負の相関を持つことを明らかにし、現実と理想のずれが大きい人ほど自己評価が低下するという結果を示した。この結果を踏まえ、大学生において、現実と理想のずれが、幸福度にも影響を持つ可能性があるのではないかという新たな関心を持った。そこで本稿では、大学生のもつ理想の高さと、現実の姿への評価について調査し分析することで理想と現実のずれの大きさが幸福度に与える影響について検討する。

また、橋本・子安（2012）では、楽観性が幸福感をもたらす主要な要素であることを示した。この結果から、楽観性の高い人は先行きを心配せず今の生活を楽しむため現在志向であると考えられることができる。その一方、楽観性の高い人は高い目標もあきらめず努力を継続し、望んだ結果を出そうとするため未来志向であると考えられることもできる。そこで本稿では、現在志向の強さが幸福度に与える影響についても検討する。

2. 分析にあたって

2-1. 仮説 1

「理想と現実のずれが大きい人ほど幸福度が低い」

先述した通り、青年期は自己を確立する段階にあたるため、あらゆる場面で理想の自分を思い描くことがあるだろう。それに伴い、理想の自分と現実の自分とのずれを目の当たりにする場面も増加し、そのずれに対して多少なりとも落胆、羨望、絶望する可能性があると考えられる。このような経緯から、理想と現実のずれは大学生の幸福度を下げる一因になり得ると考えたため、「理想と現実のずれが大きいほど幸福度が低い」という仮説を立てた。

また、領域ごとに理想と現実のずれの評価が幸福度と関連を持つかどうか異なるという想定をした。例えば、性格のずれが幸福度に及ぼす影響と人間関係のずれが幸福度に及ぼす影響はそれぞれ異なるのではないかといった具合だ。

このように領域ごとに想定することによる利点としては2つある。1つ目の利点は詳細な分析が出来る点だ。項目ごとに分類して測定することで、項目ごとのずれの大きさを調べることができる。仮に多種多様な項目をひとまとめにして測定した場合では、あらゆる項目のずれの平均値が求められるはずだが、この場合だと値が大きいものと小さいものが互いに打ち消し合ってしまう、正確な分析ができなくなってしまう可能性がある。

2つ目の利点は質問が明確になる点だ。例えば「あなたの理想と現状にはどれくらいずれがありますか」と質問された場合、解答者は何に対する理想と現状なのか把握できず、解答者の認識にバラつきが生じるだろう。このような場合だと正確な分析ができなくなってしまう。よって、本研究では領域ごとに分析を行うことにした。

仮説2

「現在志向の人ほど幸福度が高い」

世の中には現在志向の人と未来志向の人がいると言えるだろう。例えば収入を得た場合で比較すると、現在志向の人は現在の自分の欲求を満たすためにすぐに散財するが、未来志向の人は将来のことを見据えて貯金するなどといった具合だ。「1. 研究関心と先行研究について」でも述べた通り、先行研究から楽観性と幸福度には関連があるとわかった。そこで楽観性に関わる項目として、本稿では現在志向性に焦点を当てた。

理由は先程述べた通り、現在志向だと将来の心配をしなため楽観的なのではないかと考えたからだ。つまり現在志向の人ほど楽観的だと考えられ、楽観的な人ほど幸福度が高くなると考えられるため、「現在志向の人ほど幸福度が高い」という仮説を立てた。

2-2. 変数の説明と変数の加工

本研究で用いた、調査から得られたデータについて、その概要と調査データをもとに新しく作成した変数の詳細を以下の表に記載する。

表 1 研究で使用する変数の概要

元番号、元変数	質問内容	操作の種類	加工の内容	新しい変数名
q33_1~q33_9	「誠実」、「社交的」、「面白い」、「空気が読める」、「頭が良い」、「容姿が良い」、「交友関係が充実している」、「家族関係が良い」、「お金持ち」の 9 項目について、自分がそうなりたいと思う度合いを「とてもなりたい」、「どちらかといえばなりたい」、「どちらともいえない」、「どちらかといえばなりたくない」、「まったくなりたくない」の 5 段階で判断してもらう	変数自体を加工	数値を逆転させ、「とてもなりたい」を 5 とし、順に「全くなりたくない」を 1 とした上で、欠損値を 9 から NA に変換した	なし
q34_1~q34_9	「誠実」、「社交的」、「面白い」、「空気が読める」、「頭が良い」、「容姿が良い」、「交友関係が充実している」、「家族関係が良い」、「お金持ち」の 9 項目について、自分が今どうであるかという度合いを「とてもあてはまる」、「どちらかといえばあてはまる」、「どちらともいえない」、「どちらかといえばあてはまらない」、「まったくあてはまらない」の 5 段階で判断してもらう	変数自体を加工	数値を逆転させ、「とてもあてはまる」を 5 とし、順に「まったくあてはまらない」を 1 とした上で、欠損値を 9 から NA に変換した	なし
q39	自分が今幸せかどうかについて、「幸せ」、「どちらかといえば幸せ」、「どちらともいえない」、「どちらかといえば不幸せ」、「不幸せ」の 5 段階で判断してもらう	変数の新規作成	数値が 5 の人を幸せとし、4 の人をどちらかといえば幸せ、3 をどちらともいえない、2 をどちらかといえば不幸せ、1 を不幸せ	幸福度

にした

q33_1~q33_4	「性格」の項目について、自分がそうなりたいと思う度合いを「とてもなりたい」～「まったくなりたくない」の5段階で判断してもらう	変数の新規作成	「性格」の項目について、そうなりたいと思う度合いの数値を合成	カテゴリー：性格について、自分がそうなりたいと思う度合い
q34_1~q34_4	「性格」の項目について、自分が今どうであるかという度合いを「とてもあてはまる」～「まったくあてはまらない」の5段階で判断してもらう	変数の新規作成	「性格」の項目について、今自分がどうであるかの数値の合成	カテゴリー：性格について、現在の自分がどうであるか
「カテゴリー：性格について、自分がそうなりたいと思う度合い」と「カテゴリー：性格について、現在の自分がどうであるか」				
		変数の新規作成	「性格」の項目について、そうなりたいと思う度合いの数値の合計から今どうであるかの数値の合計を引くことで、理想と現実のずれを計算	カテゴリー：性格についての理想と現実のずれ
q33_5 と q33_6	「先天的要素」の項目について、自分がそうなりたいと思う度合いを「とてもなりたい」～「まったくなりたくない」の5段階で判断してもらう	変数の新規作成	「先天的要素」の項目について、そうなりたいと思う度合いの数値を合成	カテゴリー：先天的要素について、自分がそうなりたいと思う度合い

q34_5 と q34_6	「先天的要素」の項目について、自分が今どうであるかという度合いを「とてもあてはまる」～「まったくあてはまらない」の5段階で判断してもらう	変数の新規作成	「先天的要素」の項目について、今自分がどうであるかの数値の合成	カテゴリー：先天的要素について、現在の自分がどうであるか
「カテゴリー：先天的要素について、自分がそうなり度合い」と「カテゴリー：先天的要素について、現在の自分がどうであるか」				
		変数の新規作成	「先天的要素」の項目について、そうなり度合いの数値の合計から今どうであるかの数値の合計を引くことで、理想と現実のずれを計算	カテゴリー：先天的要素についての理想と現実のずれ
q33_7 と q33_8	「人間関係」の項目について、自分がそうなり度合いを「とてもなりたいたい」～「まったくなりたくない」の5段階で判断してもらう	変数の新規作成	「人間関係」の項目について、そうなり度合いの数値を合成	カテゴリー：人間関係について、自分がそうなり度合い
q34_7 と q34_8	「人間関係」の項目について、自分が今どうであるかという度合いを「とてもあてはまる」～「まったくあてはまらない」の5段階で判断してもらう	変数の新規作成	「人間関係」の項目について、今自分がどうであるかの数値の合成	カテゴリー：人間関係について、現在の自分がどうであるか
「カテゴリー：人間関係について、自分がそうなり度合い」と「カテゴリー：人間関係について、現在の自分がどうであるか」				
		変数の新規作成	「人間関係」の項目について、そうなり度合いの数値の合計から今どうであるかの数値の合計を引くことで、理	カテゴリー：人間関係についての理想と現実のずれ

合い」と「カ テゴリー：人 間関係につい て、現在の自 分がどうであ るか」		想と現実のずれを計算	
q33_9 と q34_9	「金銭的要素」について、そうなりたと思う 度合いと今自分がどうであるかの度合い を、「とてもなりたいたい」～「全くなりたくな い」、「とてもあてはまる」～「まったくあて はまらない」の5段階で判断してもらう	変数の新 規作成	「金銭的要素」につい て、そうなりたと思う 度合いの数値から今自分 がどうであるかの数値を 引くことで、理想と現実 のずれを計算 カテゴリー：金 銭的要素につい ての理想と現実 のずれ
q35	「将来のために、節約・努力するよりも、今 の人生を楽しむようにしている」という質問 に対し、「とてもあてはまる」～「まったく あてはまらない」の5段階で判断してもらう	変数の新 規作成	未来志向の人の数値と現 在志向の数値の大小を逆 転させ、現在志向である ほど数値が大きくなるよ うにした 現在志向の強さ
q33_5 と q34_5	「頭が良い」について、そうなりたと思う 度合いと今自分がどうであるかの度合いを、 「とてもなりたいたい」～「全くなりたくな い」、「とてもあてはまる」～「まったくあて はまらない」の5段階で判断してもらう	変数の新 規作成	「頭が良い」について、 そうなりたと思う度合 いの数値から今自分がど うであるかの数値を引く ことで、理想と現実のず れを計算 項目「頭が良 い」についての 理想と現実のず れ
q33_6 と q34_6	「容姿が良い」について、そうなりたと思 う度合いと今自分がどうであるかの度合い を、「とてもなりたいたい」～「全くなりたくな い」、「とてもあてはまる」～「まったくあて はまらない」の5段階で判断してもらう	変数の新 規作成	「容姿が良い」につい て、そうなりたと思う 度合いの数値から今自分 がどうであるかの数値を 引くことで、理想と現実 のずれを計算 項目「容姿が良 い」についての 理想と現実のず れ

q33_3 と q34_3	「面白い」について、そうなりたいと思う度 合いと今自分がどうであるかの度合いを、 「とてもなりたい」～「全くなりたくな い」、「とてもあてはまる」～「まったくあて はまらない」の5段階で判断してもらう	変数の新 規作成	「面白い」について、そ うなりたいと思う度合い の数値から今自分がどう であるかの数値を引くこ とで、理想と現実のずれ を計算	項目「面白い」 についての理想 と現実のずれ
q33_1、 q33_2、q33_4	「性格」のうち「面白い」以外の項目につい て、自分がそうなりたいと思う度合いを「と てもなりたい」～「まったくなりたくない」 の5段階で判断してもらう	変数の新 規作成	「性格」のうち「面白 い」以外の項目につい て、そうなりたいと思う 度合いの数値を合成	カテゴリー：性 格のうち「面白 い」以外の項目 について、自分 がそうなりたい と思う度合い
q34_1、 q34_2、q34_4	「性格」のうち「面白い」以外の項目につい て、自分が今どうであるかという度合いを 「とてもあてはまる」～「まったくあてはま らない」の5段階で判断してもらう	変数の新 規作成	「性格」のうち「面白 い」以外の項目につい て、今自分がどうである かの数値の合成	カテゴリー：性 格のうち「面白 い」以外の項目 について、現在 の自分がどうで あるか
「カテゴリー：性格のうち『面白い』以外の項目について、自分がそうなりたいと思う度合い」と「カテゴリー：性格のうち『面白い』以外の項目について、				
		変数の新 規作成	「性格」のうち「面白 い」以外の項目につい て、そうなりたいと思う 度合いの数値の合計から 今どうであるかの数値の 合計を引くことで、理想 と現実のずれを計算	カテゴリー：性 格のうち「面白 い」以外の項目 についての理想 と現実のずれ

現在の自分が
どうである
か」

2-3. 分析方法

まず、Q33「以下のそれぞれの項目について、あなたがそうなりたいと思う度合いはどのくらいですか。」、Q34「以下のそれぞれの項目について、今のあなたにどれくらいあてはまっていると思いますか。」のカテゴリーを以下のとおり、四つに分類した。

- ・性格（誠実・社交的・面白い・空気が読める）
- ・人間関係（交友関係が充実している・家族関係が良い）
- ・先天的要素（頭が良い・容姿が良い）
- ・金銭的要素（お金持ちだ）

ここで、「頭が良い」と「容姿が良い」という項目を先天的な要素だと見なしていることに対し、疑問を持たれる読者の方もいるかと思われる。もちろんすべてが遺伝で決まるというわけではないものの、遺伝の影響を強く受けているといえるだろう。下図は遺伝の影響を表した図である。

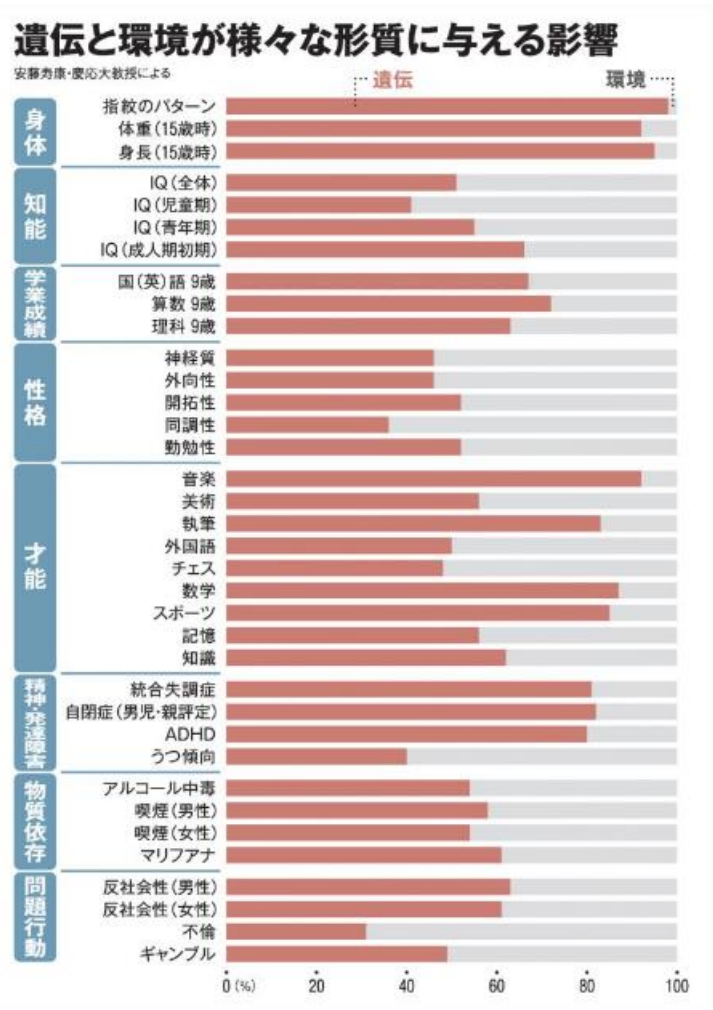


図1 遺伝と環境が様々な形質に与える影響（出典：AERA 2019年7月29日号）

まず「頭が良い」に関連する項目として上図の「知能」と「学業成績」がある。それらの項目を見てみると、「IQ（全体）」では50%以上が遺伝の影響を受けていることがわかる。さらに学業成績では「国(英)語 9歳」、「算数 9歳」、「理科 9歳」のいずれについても60%以上が遺伝の影響を受けていることがわかる。次に「容姿が良い」に関連する項目としては上図「身体」がある。その項目を見てみると、「体重（15歳時）」、「身長（15歳時）」では両方とも90%以上が遺伝の影響を受けていることがわかる。

このことから「頭が良い」と「容姿が良い」の両方とも遺伝の影響を強く受けていると言えるだろう。したがって、本稿では2つの項目を先天的要素として扱うことにしている。

そして、Q33とQ34で、自分がそうなりたいと思う度合いと、現在の自分がどうであるかについて質問した。

Q33では各項目について選択肢1～5の中で、「1：とてもなりたい」、「2：どちらかといえどなりたい」、「3：どちらともいえない」、「4：どちらかといえどなりたくない」、「5：まったくなりたくない」から選択してもらい、Q34についても同様に各項目について、「1：とて

もあてはまる」、「2：どちらかといえばあてはまる」、「3：どちらともいえない」、「4：どちらかといえばあてはまらない」、「5：まったくあてはまらない」から選択してもらった。

ここで、Q33、Q34の両方について、数値を逆転させ欠損値を除外するという操作を行った。また、各カテゴリーにおける理想と現実のずれの表し方は以下の通りである。

1. 元データを上述のように加工したデータについて、その選択肢の数値を点数として扱い、Q33（理想についての質問）とQ34（現在の自分についての質問）の点数の総和を計算する。
2. Q33の総和からQ34の総和を引いた数値を、「理想と現実のずれ」とする。

Q39では幸福度について質問した。Q39では選択肢1～5の中で、「1：幸せ」、「2：どちらかといえば幸せ」、「3：どちらともいえない」、「4：どちらかといえば不幸せ」、「5：不幸せ」から選択してもらった。

記述統計量は以下のとおりである。

表2 幸福度について

変数名	有効度		項目	度数	%
	数	(人)			
幸福度	118		幸せ	62	52.54
			どちらかといえば幸せ	41	34.75
			どちらともいえない	9	7.63
			どちらかといえば不幸せ	2	1.69
			不幸せ	4	3.39

そして、分類したグループごとに理想と現実のずれを作成した。仮説1では理想と現実のずれを独立変数、幸福度を従属変数として単回帰分析を行った。仮説2では現在志向かどうかを独立変数、幸福度を従属変数として、仮説1と同じように単回帰分析を行った。単回帰分析で、変数間の関連をみることで、独立変数の値が1増加すると従属変数の値がどれだけ変化するかを分析することができる。

表 3 Q33 理想について 各々の概念の詳細

変数名	有効度		項目	度数	%
	数	(人)			
誠実だ	115	とてもになりたい	84	73.04	
		どちらかといえばになりたい	27	23.48	
		どちらともいえない	3	2.61	
		どちらかといえばなりたくない	1	0.87	
		い			
		まったくなりたくない	0	0.00	
社交的	116	とてもになりたい	73	62.93	
		どちらかといえばになりたい	31	26.72	
		どちらともいえない	10	8.62	
		どちらかといえばなりたくない	2	1.72	
		い			
		まったくなりたくない	0	0.00	
面白い	116	とてもになりたい	74	63.79	
		どちらかといえばになりたい	31	26.72	
		どちらともいえない	8	6.90	
		どちらかといえばなりたくない	2	1.72	
		い			
		まったくなりたくない	1	0.86	
空気が読める	116	とてもになりたい	67	57.76	
		どちらかといえばになりたい	30	25.86	
		どちらともいえない	13	11.21	
		どちらかといえばなりたくない	6	5.17	
		い			
		まったくなりたくない	0	0.00	
頭が良い		とてもになりたい	82	71.30	

		どちらかといえばなりたい	28	24.35
	115	どちらともいえない	5	4.35
		どちらかといえばなりたくない	0	0.00
		い		
		まったくなりたくない	0	0.00
		とてもなりたい	65	56.52
		どちらかといえばなりたい	39	33.91
	115	どちらともいえない	11	9.57
容姿が良い		どちらかといえばなりたくない	0	0.00
		い		
		まったくなりたくない	0	0.00
		とてもなりたい	59	51.75
		どちらかといえばなりたい	35	30.70
交友関係が充実している	114	どちらともいえない	17	14.91
		どちらかといえばなりたくない	2	1.75
		い		
		まったくなりたくない	1	0.88
		とてもなりたい	76	66.67
		どちらかといえばなりたい	25	21.93
	114	どちらともいえない	10	8.77
家族関係が良い		どちらかといえばなりたくない	2	1.75
		い		
		まったくなりたくない	1	0.88
		とてもなりたい	63	54.78
		どちらかといえばなりたい	46	40.00
	115	どちらともいえない	6	5.22
お金持ち		どちらかといえばなりたくない	0	0.00
		い		
		まったくなりたくない	0	0.00

表 4 Q34 現実について 各々の概念の詳細

変数名	有効度		項目	度数	%
	数	(人)			
誠実だ	118		とてもあてはまる	11	9.32
			どちらかといえばあてはまる	64	54.24
			どちらともいえない	21	17.80
			どちらかといえばあてはまらない	17	14.41
			まったくあてはまらない	5	4.24
社交的	117		とてもあてはまる	9	7.69
			どちらかといえばあてはまる	41	35.04
			どちらともいえない	27	23.08
			どちらかといえばあてはまらない	31	26.50
			まったくあてはまらない	9	7.69
面白い	117		とてもあてはまる	9	7.69
			どちらかといえばあてはまる	21	17.95
			どちらともいえない	50	42.74
			どちらかといえばあてはまらない	29	24.79
			まったくあてはまらない	8	6.84
空気が読める	117		とてもあてはまる	7	5.98
			どちらかといえばあてはまる	50	42.74
			どちらともいえない	27	23.08

		どちらかといえばあてはまらない	28	23.93
		まったくあてはまらない	5	4.27
		とてもあてはまる	10	8.55
		どちらかといえばあてはまる	36	30.77
頭が良い	117	どちらともいえない	41	35.04
		どちらかといえばあてはまらない	22	18.80
		まったくあてはまらない	8	6.84
		とてもあてはまる	6	5.17
		どちらかといえばあてはまる	17	14.66
容姿が良い	116	どちらともいえない	35	30.17
		どちらかといえばあてはまらない	37	31.90
		まったくあてはまらない	21	18.10
		とてもあてはまる	21	17.80
		どちらかといえばあてはまる	44	37.29
交友関係が充実している	118	どちらともいえない	19	16.10
		どちらかといえばあてはまらない	27	22.88
		まったくあてはまらない	7	5.93
		とてもあてはまる	52	44.07
		どちらかといえばあてはまる	46	38.98
家族関係が良い	118	どちらともいえない	10	8.47
		どちらかといえばあてはま	7	5.93

		らない		
		まったくあてはまらない	3	2.54
		とてもあてはまる	4	3.42
		どちらかといえばあてはまる	18	15.38
お金持ち	117	どちらともいえない	26	22.22
		どちらかといえばあてはまらない	49	41.88
		まったくあてはまらない	20	17.09

表 5 Q35：現在志向、Q39：幸福度について概念の詳細

変数名	有効 数 (人)	項目	度数	%
		とてもあてはまる	32	27.12
		どちらかといえばあてはまる	45	38.14
現在志向	118	どちらともいえない	17	14.41
		どちらかといえばあてはまらない	22	18.64
		まったくあてはまらない	2	1.69
		幸せ	62	52.54
		どちらかといえば幸せ	41	34.75
幸福度	118	どちらともいえない	9	7.63
		どちらかといえば不幸せ	2	1.69
		不幸せ	4	3.39

3. 分析結果

3-1. 仮説 1 の検証

仮説 1：「現実と理想のずれが大きい人ほど幸福度が低い」の分析結果

3-1-1. カテゴリー：性格についての分析結果

カテゴリー：性格（誠実・社交的・面白い・空気が読める）についての質問の元番号は Q33-1～33-4、Q34-1～34-4 である。

この質問の記述統計量は以下のとおりである。

表 6 Q33-1～33-4 性格に対しての理想について

変数名	有効度		項目	度数	%
	数	(人)			
誠実だ	115		とてもになりたい	84	73.04
			どちらかといえばになりたい	27	23.48
			どちらともいえない	3	2.61
			どちらかといえばなりたくない	1	0.87
			まったくなりたくない	0	0.00
社交的	116		とてもになりたい	73	62.93
			どちらかといえばになりたい	31	26.72
			どちらともいえない	10	8.62
			どちらかといえばなりたくない	2	1.72
			まったくなりたくない	0	0.00
面白い			とてもになりたい	74	63.79
			どちらかといえばになりたい	31	26.72

	116	どちらともいえない	8	6.90
		どちらかといえばなりたくない	2	1.72
		まったくなりたくない	1	0.86
		とてもなりたい	67	57.76
		どちらかといえばなりたい	30	25.86
空気が読める	116	どちらともいえない	13	11.21
		どちらかといえばなりたくない	6	5.17
		まったくなりたくない	0	0.00
		とてもなりたい		

表 7 Q34-1～34-4 性格に対する現実について

変数名	有効度		項目	度数	%
	数	(人)			
			とてもあてはまる	11	9.32
			どちらかといえばあてはまる	64	54.24
誠実だ	118		どちらともいえない	21	17.80
			どちらかといえばあてはまらない	17	14.41
			まったくあてはまらない	5	4.24
			とてもあてはまる	9	7.69
社交的			どちらかといえばあてはま	41	35.04

		る		
	117	どちらともいえない	27	23.08
		どちらかといえばあてはまらない	31	26.50
		まったくあてはまらない	9	7.69
		とてもあてはまる	9	7.69
		どちらかといえばあてはまる	21	17.95
面白い	117	どちらともいえない	50	42.74
		どちらかといえばあてはまらない	29	24.79
		まったくあてはまらない	8	6.84
		とてもあてはまる	7	5.98
		どちらかといえばあてはまる	50	42.74
空気が読める	117	どちらともいえない	27	23.08
		どちらかといえばあてはまらない	28	23.93
		まったくあてはまらない	5	4.27

ここで、2-3の方法に従い、「カテゴリー：性格についての理想と現実のずれ」の変数を新しく `character_gap` という名前で作成した。

この「カテゴリー：性格についての理想と現実のずれ」の変数を独立変数とし、2-3で述べた幸福度を従属変数とした場合の単回帰分析の結果は以下のとおりである。

表 8 性格についての理想と現実のずれの変数を独立変数、幸福度を従属変数とした単回帰分析

性格について		
	係数	標準誤差
カテゴリー：性格についての理想と現実のずれ	-0.04286	0.02623
切片	4.48699***	0.14207
調整済み R2 乗	0.01444	
N	115	
† p<0.1, *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001		

係数が示しているように、カテゴリー：性格についての理想と現実のずれが 1 大きくなると、幸福度が 0.043 下がることがわかったが、統計的に有意な結果は得られなかった。

3-1-2. カテゴリー：先天的要素についての分析結果

カテゴリー：先天的要素（頭が良い・容姿が良い）についての質問の元番号は、Q33-5～33-6、Q34-5～34-6 である。この質問の記述統計量は以下のとおりである。

表 9 Q33-5～33-6 先天的要素に対する理想

有効度				
変数名	数 (人)	項目	度数	%
頭が良い	115	とてもなりたい	82	71.30
		どちらかといえばなりたい	28	24.35
		どちらともいえない	5	4.35
		どちらかといえばなりたく ない	0	0.00

		まったくなりたくない	0	0.00
		とてもなりたい	65	56.52
		どちらかといえばなりたい	39	33.91
容姿が良い	115	どちらともいえない	11	9.57
		どちらかといえばなりたくない	0	0.00
		まったくなりたくない	0	0.00

表 10 Q34-5～34-6 先天的要素に対する現実

変数名	有効度 数 (人)	項目	度数	%
		とてもあてはまる	10	8.55
		どちらかといえばあてはまる	36	30.77
頭が良い	117	どちらともいえない	41	35.04
		どちらかといえばあてはまらない	22	18.80
		まったくあてはまらない	8	6.84
		とてもあてはまる	6	5.17
		どちらかといえばあてはまる	17	14.66
容姿が良い	116	どちらともいえない	35	30.17
		どちらかといえばあてはま	37	31.90

らない

まったくあてはまらない

21 18.10

ここで、2-3の方法に従い、「カテゴリー：先天的要素についての理想と現実のずれ」の変数を新しく **talent_gap** という名前で作成した。

この「カテゴリー：先天的要素についての理想と現実のずれ」の変数を独立変数とし2-3で述べた幸福度を従属変数とした場合の単回帰分析の結果は以下のとおりである。

表 11 先天的要素についての理想と現実のずれを独立変数、幸福度を従属変数とした単回帰分析

先天的要素		
	係数	標準誤差
カテゴリー：先天的要素についての理想と現実のずれ	-0.07349	0.04175
切片	4.54965***	0.16781
調整済み R2 乗	0.01823	
N	114	
† p<0.1, *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001		

係数が示しているように、カテゴリー：先天的要素についての理想と現実のずれが1大きくなると、幸福度が0.074下がることがわかったが、統計的に有意な結果は得られなかった。

3-1-3. カテゴリー：人間関係についての分析結果

カテゴリー：人間関係（交友関係が充実している・家族関係が良い）についての質問の元番号は、Q33-7～33-8、Q34-7～34-8である。この質問の記述統計量は以下のとおりである。

表 12 Q33-7～33-8 人間関係についての理想

交友関係が充実している	114	とてもなりたい	59	51.75
		どちらかといえばなりたい	35	30.70
		どちらともいえない	17	14.91
		どちらかといえばなりたくない	2	1.75
		まったくなりたくない	1	0.88
家族関係が良い	114	とてもなりたい	76	66.67
		どちらかといえばなりたい	25	21.93
		どちらともいえない	10	8.77
		どちらかといえばなりたくない	2	1.75
		まったくなりたくない	1	0.88

表 13 Q33-7～33-8 人間関係についての現実

変数名	有効度数 (人)	項目	度数	%
交友関係が充実している	118	とてもあてはまる	21	17.80
		どちらかといえばあてはまる	44	37.29
		どちらともいえない	19	16.10
		どちらかといえばあてはまらない	27	22.88

		まったくあてはまらない	7	5.93
		とてもあてはまる	52	44.07
		どちらかといえばあてはまる	46	38.98
家族関係が良い	118	どちらともいえない	10	8.47
		どちらかといえばあてはまらない	7	5.93
		まったくあてはまらない	3	2.54

ここで、2-3の方法に従い、「カテゴリー：人間関係についての理想と現実のずれ」の変数を新しく作成した。

この「カテゴリー：人間関係についての理想と現実のずれ」の変数を独立変数とし、2-3で述べた幸福度を従属変数とした場合の単回帰分析の結果は以下のとおりである。

表 14 人間関係についての理想と現実のずれを独立変数、幸福度を従属変数とした単回帰分析

人間関係		
	係数	標準誤差
カテゴリー：人間関係についての理想と現実のずれ	-0.12562**	0.04417
切片	4.45986***	0.10338
調整済み R2 乗	0.05953	
N	113	
† p<0.1, *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001		

係数が示しているように、カテゴリー：人間関係についての理想と現実のずれが 1 大きくなると、幸福度が 0.126 下がることがわかった。これは 1%水準で統計的に有意な結果であった。

3-1-4. カテゴリー：金銭的要素についての分析結果

カテゴリー：金銭的要素（お金持ち）についての質問の元番号は、Q33-9、Q34-9 である。この質問の記述統計量は以下のとおりである。

表 15 Q33-9 金銭的要素に対する理想

お金持ち	115	とてもなりたい	63	54.78
		どちらかといえばなりたい	46	40.00
		どちらともいえない	6	5.22
		どちらかといえばなりたくない	0	0.00
		ない		
		まったくなりたくない	0	0.00

表 16 Q34-9 金銭的要素に対する現実

変数名	有効度		項目	度数	%
	数 (人)				
お金持ち	117		とてもあてはまる	4	3.42
			どちらかといえばあてはまる	18	15.38
			どちらともいえない	26	22.22
			どちらかといえばあてはまらない	49	41.88
			まったくあてはまらない	20	17.09

ここで、2-3の方法に従い、「カテゴリー：金銭的要素についての理想と現実のずれ」の変数を新しく作成した。

この「カテゴリー：金銭的要素についての理想と現実のずれ」の変数を独立変数とし、2-3で述べた幸福度を従属変数とした場合の単回帰分析の結果は以下のとおりである。

表 17 金銭的要素についての理想と現実のずれを独立変数、2 幸福度を従属変数とした単回帰分析

金銭的要素		
	係数	標準誤差
カテゴリー：金銭的要素についての理想と現実のずれ	0.005933	0.078607
切片	4.292121***	0.184714
調整済み R2 乗	-0.008799	
N	115	
† p<0.1, *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001		

係数が示しているように、カテゴリー：金銭的要素についての理想と現実のずれが 1 大きくなると、幸福度が 0.006 上がることがわかった。しかし、統計的に有意な結果は得られなかった。

以上より、性格、人間関係、先天的要素については仮説に一致し、現実と理想のずれが大きくなるほど幸福度が下がることという結果を示した。一方で、金銭的要素に関しては仮説に反し、現実と理想のずれが大きくなるほど幸福度が上がるという結果を示した。しかし、統計的に有意だったのは人間関係についてのみだった。

3-2. 仮説 1 の二次的な検証

カテゴリー内に項目が複数あるカテゴリーのうち、統計的に有意な結果が得られなかったのはカテゴリー：性格とカテゴリー：先天的要素であった。

そこで、この二種類のカテゴリー内の項目をさらに分けて、二次的な分析を行った。

まず、カテゴリー：性格の項目について、「誠実だ」「社交的」「面白い」「空気が読める」の4つの中で「面白い」については4つの中で最も努力では得られなさそうな項目だと判断し、「面白い」とそれ以外の項目とで分けた。

また、カテゴリー：先天的要素の項目について、「頭が良い」と「容姿が良い」を分けた。

3-2-1. カテゴリー：性格の中で、「面白い」とそれ以外についての分析結果

①項目「面白い」について

2-3の方法に従い、「項目『面白い』についての理想と現実のずれ」の変数を新しく作成した。

この「項目『面白い』についての理想と現実のずれ」の変数を独立変数とし、2-3で述べた幸福度を従属変数とした場合の単回帰分析の結果は以下のとおりである。

表 18 項目『面白い』についての理想と現実のずれを独立変数とし、幸福度を従属変数とした単回帰分析

面白さについて		
	係数	標準誤差
項目「面白い」についての理想と現実のずれ	-0.1185	0.0807
切片	4.4878***	0.1527
調整済み R2 乗	0.01004	
N	113	
† p<0.1, *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001		

係数が示しているように、項目「面白い」についての理想と現実のずれが1大きくなると、幸福度が0.119下がることがわかったが、統計的に有意な結果は得られなかった。

②それ以外の項目について

2-3の方法に従い、「カテゴリー：性格のうち『面白い』以外の項目の理想と現実のずれ」の変数を新しく作成した。

この「カテゴリー：性格のうち『面白い』以外の項目の理想と現実のずれ」の変数を独立変数とし、2-3 で述べた幸福度を従属変数とした場合の単回帰分析の結果は以下のとおりである。

表 19 性格のうち『面白い』以外の項目の理想と現実のずれを独立変数、幸福度を従属変数とした単回帰分析

面白さ以外の 性格について		
	係数	標準誤差
カテゴリー：性格のうち「面白い」以外の 項目の理想と現実のずれ	-0.07349	0.04175
切片	4.54965***	0.167811
調整済み R2 乗	0.01444	
N	115	
† p<0.1, *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001		

係数が示しているように、項目「面白い」についての理想と現実のずれが 1 大きくなると、幸福度が 0.074 下がることがわかったが、統計的に有意な結果は得られなかった。

3-2-2. カテゴリー：「先天的要素」の中で、項目「頭が良い」と「容姿が良い」についての分析結果

①項目「容姿が良い」について

2-3 の方法に従い、「項目『容姿が良い』についての理想と現実のずれ」の変数を新しく作成した。

このを「項目『容姿が良い』についての理想と現実のずれ」の変数を独立変数とし、2-3 で述べた幸福度を従属変数とした場合の単回帰分析の結果は以下のとおりである。

表 20 項目『容姿が良い』についての理想と現実のずれを独立変数とし、幸福度を従属変数とした単回帰分析

容姿について		
	係数	標準誤差
項目「容姿が良い」についての理想と現実のずれ	-0.16918*	0.07418
切片	4.62027***	0.16602
調整済み R2 乗	0.03584	
N	114	
† p<0.1, *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001		

係数が示しているように、項目「容姿が良い」についての理想と現実のずれが 1 大きくなると、幸福度が 0.170 下がるとわかった。これは 5%水準で統計的に有意であった。

②項目「頭が良い」について

2-3 の方法に従い、「項目『頭が良い』についての理想と現実のずれ」の変数を新しく作成した。

この「項目『頭が良い』についての理想と現実のずれ」の変数を独立変数とし、2-3 で述べた幸福度を従属変数とした場合の単回帰分析の結果は以下のとおりである。

表 21 項目『頭が良い』についての理想と現実のずれを独立変数とし、幸福度を従属変数とした単回帰分析

頭が良いについて		
	係数	標準誤差
項目「頭が良い」についての理想と現実のずれ	-0.06385	0.07483
切片	4.40152***	0.1442
調整済み R2 乗	-0.002391	
N	115	
† p<0.1, *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001		

係数が示しているように、項目「頭が良い」についての理想と現実のずれが1大きくなると、幸福度が0.064下がることがわかったが、統計的に有意な結果は得られなかった。

以上より、容姿について理想と現実のずれが大きくなると幸福度が下がるという有意な結果が得られた。その他の分類についても、有意ではないものの理想と現実のずれが大きくなると不幸度が下がるという結果を示した。

3-3. 仮説2：「現在志向な人ほど幸福度が高い」の検証

ここまで仮説1「理想と現実のズレが大きい人ほど幸福度が低い」を検討してきたが、ここからは仮説2「現在志向な人ほど幸福度が高い」について検討する。記述統計量は以下のとおりである。

表 22 現在志向について

変数名	有効度 数 (人)	項目	度数	%
現在志向	118	とてもあてはまる	32	27.12
		どちらかといえばあてはまる	45	38.14
		どちらともいえない	17	14.41
		どちらかといえばあてはまらない	22	18.64
		まったくあてはまらない	2	1.69

次に、現在志向の強さを独立変数、幸福度を従属変数として単回帰分析を行った。

表 23 現在志向の強さを独立変数、幸福度を従属変数とした単回帰分析

現在志向の強さに ついて		
	係数	標準誤差
現在志向の強さ	0.04823	0.07838
切片	4.13495	0.30297
調整済み R2 乗	-0.00534	
N	116	
† p<0.1, *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001		

現在志向が1強くなると、幸福度が0.048上がる。有意ではないものの、現在志向であるほど幸福度が高いという結果が得られた。

4. 結論

仮説1

仮説1は「理想と現実のずれが大きい人ほど幸福度が低い」と設定していたが、この仮説は部分的に支持された。

分析結果から、性格や人間関係、容姿に関して理想と現実のギャップが大きくなると幸福度が下がると考えられる。これらは仮説で指摘したように、自分の理想像と現実の乖離に苦しんでいる学生がいることを示唆している。

先天的要素については、容姿についての現実と理想のズレは頭の良さについての現実と理想のズレよりも幸福度に負の影響を与えていた。このことから東北大生において、学力がほぼ同じ人の中で生活していると、頭の良さに関してそれほど現実と理想のズレに苦しむことがないのに対し、容姿は人それぞれであるため、現実と理想のズレに苦しむ傾向があると考えられる。

金銭的要素に関しては、理想と現実のギャップが大きくなると幸福度がわずかに上がるという傾向がみられたものの、統計的に有意な結果は得られなかった。

仮説2

仮説2は「現在志向な人ほど幸福度が高い」と設定していたが、この仮説は有意な結果が得られなかった。

しかし有意ではないものの、現在志向であるほど幸福度が高くなるという結果が得られ

た。これは、東北大生の中には現在の生活の中に幸福を見出している学生が一定数いることを示唆するが、有意でないことから特に普段から将来のことについて深く考えることがない人も同時に一定数存在していると考えられる。

5. 総括・今後の課題

本稿では理想と現実のずれが幸福度に及ぼす影響と現在志向性と幸福度との関連を調査した。水間（1998）の研究では理想自己と現実のずれが負の相関を持ち、現実と理想のずれが大きい人ほど自己評価が低下することが示唆されていたが、本研究は東北大生において理想と現実のずれは自己評価だけではなく幸福度とも負の関連を持つ可能性を指摘した。一部要素については理想と現実のずれが幸福度に負の影響を及ぼすことがわかった一方で、特段負の影響を及ぼさないという結果が得られた要素も多かった。また、現在志向性が幸福度に負の影響を及ぼす可能性は示せなかった。今後の課題としては、理想と現実のずれの一部項目・カテゴリーや現在志向性など仮説と異なる結果だった独立変数について、例えば学年ごとにもう一度従属変数を幸福度にとって分析を行ったり、質問紙調査で尋ねる項目を再検討したりすることなどが挙げられる。

引用文献

- 橋本京子・子安増生，2012，「楽観性とポジティブ志向が幸福感に及ぼす影響」 京都大学，*Japanese Psychological Review*, 55(1): 178-190.
- 溝上慎一・水間玲子，1997，「自我-自己」からみた青年心理学的研究——意義と問題点、今後の課題」『京都大学高等教育研究』3: 25-45.
- AERA dot.，2019，「数学は 87%、IQ は 66%、収入は 59%が遺伝の影響！ 驚きの最新研究結果とは」 (<https://dot.asahi.com/aera/2019072400072.html?page=1>) .
- 水間玲子，1998，「理想自己と自己評価及び自己形成意識の関連について」『教育心理学研究』46(2): 131-141.

東北大学生の生活と意識に関する調査 (2023年度)

この調査は、文学部の授業「行動科学実習」の一環として実施しております。東北大学の学生の皆様の現在の生活の様子や意識について、おうかがいいたします。できるだけ多くの方のご意見を反映した調査を目指しておりますので、ご協力いただければ幸いに存じます。

● 調査の中で、回答者の皆様の名前やメールアドレスなどの**個人情報**は収集いたしません。回答はすべてコンピュータで集計して処理するため、どなたの回答かわかるようなことはありません。また、ご回答いただいた内容は、授業における学生教育以外の目的には使用いたしません。

● 回答に要する時間は、おおむね10分前後です。

● 各質問には、あなたのご意見にもっとも近い回答をお選びください。

● どうしても答えたくない質問には、無理にご回答いただく必要はございません。空欄のまま、次の質問にお進みください。

● 調査結果に基づいた報告書を、下記のページで10月頃に公開を予定しております。

<http://www2.sal.tohoku.ac.jp/behavsci/wiki.cgi?page=%B4%F0%C1%C3%BC%C2%BD%AC%CA%F3%B9%F0%BD%F1>

● この調査に関するお問い合わせは、下記までお願いいたします。

東北大学文学部行動科学研究室

准教授 小川和孝

TEL : 022-795-6038

E-mail : katsunori.ogawa.b1@tohoku.ac.jp

はじめに、あなた自身のことについておうかがいします。

1. あなたの性別をお答えください。

1 つだけマークしてください。

☐ 男性

☐ 女性

☐ その他: _____

2. あなたの現在の年齢はいくつですか。

1 つだけマークしてください。

☐ 18歳

☐ 19歳

☐ 20歳

☐ 21歳

☐ 22歳

☐ 23歳

☐ 24歳

☐ 25歳以上

3. あなたは現在、何年生ですか。

1 つだけマークしてください。

☐ 学部1年

☐ 学部2年

☐ 学部3年

☐ 学部4年

☐ 大学院生

☐ 研究生

☐ その他: _____

4. あなたの所属学部を教えてください。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 文学部
- ☐ 教育学部
- ☐ 法学部
- ☐ 経済学部
- ☐ 理学部
- ☐ 医学部
- ☐ 歯学部
- ☐ 薬学部
- ☐ 工学部
- ☐ 農学部
- ☐ その他: _____

大学の授業についておうかがいします。

5. あなたはふだん十分な勉強時間を取れていると思いますか。

1 つだけマークしてください。

- ☐ そう思う
- ☐ ややそう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ あまりそう思わない
- ☐ そう思わない

6. あなたは過去1年間、自分のとりたかった成績を収められたと思いますか。

1 つだけマークしてください。

- ☐ そう思う
- ☐ ややそう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ あまりそう思わない
- ☐ そう思わない
- ☐ まだ大学での成績評価が出ていない

7. あなたは今セメスターの授業をどの程度理解していますか。全般的にみてお答えください。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 十分理解している
- ☐ やや理解している
- ☐ どちらともいえない
- ☐ あまり理解していない
- ☐ 理解していない

あなたのふだんのご生活についておうかがいします。

8. 平日1日あたり、どれくらいひとりになる時間（睡眠時間、通勤・通学時間といった通常ひとりで行うことが多い時間を除く）がありますか。

※あなた自身が「ひとりだ」と思う時間についてお答えください。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1時間未満
- ☐ 1時間以上3時間未満
- ☐ 3時間以上5時間未満
- ☐ 5時間以上7時間未満
- ☐ 7時間以上9時間未満
- ☐ 9時間以上

9. 上の時間のうち、自分の意思でひとりになることを選ぶことが多いですか、それともひとりで過ごさざるを得ないことが多いですか。

1 つだけマークしてください。

自分の意思（あえてひとりで過ごす）

1 ☐

2 ☐

3 ☐

4 ☐

5 ☐

ひとりで過ごさざるを得ない（ひとりで過ごしたくはないがそうせざるを得ない）

10. ひとりで過ごす時間は、何に費やすことが多いですか。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 外出をとまなう娯楽・趣味
- ☐ 外出をとまなわない娯楽・趣味
- ☐ 家事
- ☐ 大学の授業にかかわる勉強
- ☐ 大学の授業には直接かわらない勉強
- ☐ ポーっとする、ダラダラする
- ☐ 昼寝する
- ☐ その他: _____

11. あなたは以下の家事について、1週間のうちどれくらいの頻度でしていますか。
※「食事関連」とは、調理そのものだけでなく、配膳や皿洗い等の時間も含まれます。

1 行につき 1 つだけマークしてください。

	毎日	週5～6日	週3～4日	週1～2日	月に1～3日	ほとんどしない
食事関連※	☐	☐	☐	☐	☐	☐
洗濯	☐	☐	☐	☐	☐	☐
家の掃除	☐	☐	☐	☐	☐	☐
日用品・食料品の買い物	☐	☐	☐	☐	☐	☐

12. あなたが以下の家事をする時間のうち、楽しいと感じるのはどのくらいですか。
※「食事関連」とは、調理そのものだけでなく、配膳や皿洗い等の時間も含まれます。

1 行につき 1 つだけマークしてください。

	0～20%未満	20～40%未満	40～60%未満	60～80%未満	80～100%
食事関連※	☐	☐	☐	☐	☐
洗濯	☐	☐	☐	☐	☐
家の掃除	☐	☐	☐	☐	☐
日用品・食料品の買い物	☐	☐	☐	☐	☐

13. あなたがふだん、授業以外の時間でインターネットを使用する時間は1日あたりどれくらいですか。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 利用しない
☐ 1時間未満
☐ 1~2時間未満
☐ 2~4時間未満
☐ 4~6時間未満
☐ 6~8時間未満
☐ 8時間以上

14. 授業以外で、次の目的のためにインターネットを使用する時間は、1日あたりどれくらいですか。

※授業で出された課題に取り組むためにインターネットを使用する場合は、含めないでお答えください。

1 行につき 1 つだけマークしてください。

	利用し ない	30分未 満	30分以 上1時 間未満	1時間 以上2 時間未 満	2時間 以上3 時間未 満	3時間 以上4 時間未 満	4時間 以上
知識の 獲得 (ニュー ス記 事、専 門知識 のビデ オ、オン ライン講 座など)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
娯楽 (ゲー ム、ドラ マ・アニ メ視 聴)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
コミュニ ケーション (SNS など)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

15. あなたが旅行や休日に出かける際に行き先を決める理由として、もっともあてはまるものを次のうちから1つ選んでください。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 対面での会話やネットでのDM、通話で友人が紹介していたから
- ☐ 家族が行っていたり、紹介したりしていたから
- ☐ 雑誌や新聞で紹介されていたから
- ☐ テレビで紹介、宣伝されていたから
- ☐ インターネット上の記事やサイトで紹介されていたから
- ☐ SNSの投稿で他のユーザーや友人が紹介していたから
- ☐ SNSで有名人が紹介、宣伝していたから
- ☐ SNSで公式アカウントが宣伝していたから
- ☐ その他: _____

16. あなたが外食に行くときにお店を決める理由として、もっともあてはまるものを次のうちから1つ選んでください。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 対面での会話やネットでのDM、通話で友人が紹介していたから
- ☐ 家族が行っていたり、紹介したりしていたから
- ☐ 雑誌や新聞で紹介されていたから
- ☐ テレビで紹介、宣伝されていたから
- ☐ インターネット上の記事やサイトで紹介されていたから
- ☐ SNSの投稿で他のユーザーや友人が紹介していたから
- ☐ SNSで有名人が紹介、宣伝していたから
- ☐ SNSで公式アカウントが宣伝していたから
- ☐ その他: _____

17. あなたは1日あたりどれくらいの時間SNSを使用しますか。

※ここでのSNSにはLINEは含みません。また、YouTubeやTikTokなど動画投稿サイトも含みません。以降の質問でもSNSの定義は同様となります。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 使用していない 質問 22 にスキップします
- ☐ 30分未満
- ☐ 30分以上1時間未満
- ☐ 1時間以上2時間未満
- ☐ 2時間以上3時間未満
- ☐ 3時間以上4時間未満
- ☐ 4時間以上

18. あなたは1日あたり、事務的な連絡以外でSNSで何回ほど投稿しますか（DMやリプライは除きます）。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 5回未満
- ☐ 5回以上10回未満
- ☐ 10回以上

19. あなたが**SNS**を利用する際、以下のユーザーの投稿をどの程度見ますか。各項目についてあてはまるものを選択してください。

1行につき1つだけマークしてください。

	よく見る	たまに見る	あまり見ない	見ない
有名人	☐	☐	☐	☐
友人	☐	☐	☐	☐
不特定多数の人	☐	☐	☐	☐
企業アカウントや公式アカウント	☐	☐	☐	☐

20. あなたが**SNS**で投稿する際、誰に向けることを意識して投稿していますか。各項目についてあてはまるものを選択してください。

1行につき1つだけマークしてください。

	よく意識する	たまに意識する	あまり意識しない	意識しない	SNSへの投稿はしない
有名人	☐	☐	☐	☐	☐
友人	☐	☐	☐	☐	☐
友人や有名人をのぞいた不特定多数の人	☐	☐	☐	☐	☐

21. あなたが**SNS**を利用する目的としてあてはまるものを、次のうちからすべて選んでください。

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 思い出などを共有するため
☐ 日常生活であったことを共有するため
☐ 愚痴や悩みごとを相談するため
☐ ゼミやミーティングなどの事務的な連絡をするため
☐ 趣味が同じ人とコミュニケーションを取るため
☐ ニュースをチェックするため
☐ その他: _____

アルバイトについておうかがいします。

22. あなたはアルバイトに週どのくらい時間を費やしていますか。

1つだけマークしてください。

- ☐ アルバイトをしていない 質問26にスキップします
☐ 0~5時間未満
☐ 5~10時間未満
☐ 10~15時間未満
☐ 15時間以上

23. あなたが現在アルバイトに行く理由についておうかがいします。次の5つの理由について、あてはまると思うものから順に1位から5位まで順位をつけてください。

1行につき1つだけマークしてください。

	1位	2位	3位	4位	5位
純粋に 仕事が 楽しい から	☐	☐	☐	☐	☐
仕事内 容が自 分の力 になる から	☐	☐	☐	☐	☐
職場の 人との 交流が 楽しい から	☐	☐	☐	☐	☐
アルバイ トをして いないと 世間体 が悪い から	☐	☐	☐	☐	☐
お金を 稼ぎた いから	☐	☐	☐	☐	☐

24. 現在あなたにとって、アルバイトはどちらかというと学費・生活費を稼ぐ手段ですか、それとも余暇活動費を稼ぐ手段ですか。

※ 生活費の例：家賃、光熱水道費、スマートフォン代、日々の食費など

余暇活動費の例：交際費など

1つだけマークしてください。

- ☐ どちらかといえば生活費
- ☐ どちらかといえば余暇活動費

25. あなたのアルバイト収入額は月平均いくらですか。

1つだけマークしてください。

- ☐ 1万円未満
- ☐ 1万円以上3万円未満
- ☐ 3万円以上5万円未満
- ☐ 5万円以上7万円未満
- ☐ 7万円以上9万円未満
- ☐ 9万円以上

あなたのこれまでの状況やご経験についてお伺いします。

26. あなたのお父さんが最後に行かれた学校は次のうちどれにあてはまりますか。

1つだけマークしてください。

- ☐ 高校以下
- ☐ 短大・高専・専門学校
- ☐ 難関大学（旧帝大、一橋大、東工大、神戸大、慶応大、早稲田大）
- ☐ 国立大学・難関私立大学（上記以外の国立大学・GMARCH・関関同立）
- ☐ 上記以外の大学
- ☐ 父はいない
- ☐ わからない

27. あなたのお母さんが最後に行かれた学校は次のうちどれにあてはまりますか。

1つだけマークしてください。

- ☐ 高校以下
- ☐ 短大・高専・専門学校
- ☐ 難関大学（旧帝大、一橋大、東工大、神戸大、慶応大、早稲田大）
- ☐ 国立大学・難関私立大学（上記以外の国立大学・GMARCH・関関同立）
- ☐ 上記以外の大学
- ☐ 母はいない
- ☐ わからない

28. あなたが15歳の頃（中学3年生の時）のお父さんのお仕事は次のうちどれにあてはまりますか。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 専門職・技術職（医師、看護師、弁護士、教師、技術者、デザイナーなど専門的知識・技術を要するもの）
- ☐ 管理職（企業・官公庁における課長職以上、議員、経営者など）
- ☐ 事務職（企業・官公庁における一般事務、経理、内勤の営業など）
- ☐ 販売職（小売・卸売店主、店員、不動産売買、保険外交、外勤のセールスなど）
- ☐ サービス職（理・美容師、料理人、ウェイトレス・ウェイター、ホームヘルパーなど）
- ☐ 生産現場職・技能職（製品製造・組立、自動車整備、建設作業員、大工、電気工事、農水産物加工など）
- ☐ 運輸・保安職（トラック・タクシー運転手、船員、郵便配達、通信士、警察官、消防官、自衛官、警備員など）
- ☐ その他、無業
- ☐ 父はいない
- ☐ わからない

29. あなたが15歳の頃（中学3年生の時）のお母さんのお仕事は次のうちどれにあてはまりますか。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 専門職・技術職（医師、看護師、弁護士、教師、技術者、デザイナーなど専門的知識・技術を要するもの）
- ☐ 管理職（企業・官公庁における課長職以上、議員、経営者など）
- ☐ 事務職（企業・官公庁における一般事務、経理、内勤の営業など）
- ☐ 販売職（小売・卸売店主、店員、不動産売買、保険外交、外勤のセールスなど）
- ☐ サービス職（理・美容師、料理人、ウェイトレス・ウェイター、ホームヘルパーなど）
- ☐ 生産現場職・技能職（製品製造・組立、自動車整備、建設作業員、大工、電気工事、農水産物加工など）
- ☐ 運輸・保安職（トラック・タクシー運転手、船員、郵便配達、通信士、警察官、消防官、自衛官、警備員など）
- ☐ その他、無業
- ☐ 母はいない
- ☐ わからない

30. あなたが大学に入学する直前に住んでいた地域は、次のうちどれにあてはまりますか。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 大都市の中心部
- ☐ 大都市の郊外
- ☐ 中小都市
- ☐ 町村部
- ☐ 人家がまばらな農山漁村

31. あなたは15歳までに、**学校行事や部活動以外で**以下のような体験をしたことがありますか。体験したことがあるものについて、すべて選んでください。

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ キャンプ・登山
- ☐ 川遊び・釣り
- ☐ 海水浴・マリンスポーツ・ウィンタースポーツ
- ☐ 農業体験
- ☐ 職業体験
- ☐ ボランティア
- ☐ 博物館・美術館見学
- ☐ クラシック音楽のコンサート
- ☐ 演劇・古典芸能の鑑賞
- ☐ あてはまるものはない

最後にふたたび、あなたご自身のことについておうかがいします。

32. あなたの現在の居住形態を教えてください。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 実家
- ☐ 実家以外のアパートやマンションなど（ひとり暮らし）
- ☐ 実家以外のアパートやマンションなど（複数人で生活）
- ☐ 寮（ユニバーシティハウスを含む）
- ☐ その他: _____

33. 以下のそれぞれの項目について、あなたがそうなりたいと思う度合いはどのくらいですか。

1 行につき 1 つだけマークしてください。

	とても なりたい	どちらか といえ なりたい	どちら ともい えない	どちらか といえ なりた くない	まっ たくな りた くない
誠実	☐	☐	☐	☐	☐
社交的	☐	☐	☐	☐	☐
面白い	☐	☐	☐	☐	☐
空気が 読める	☐	☐	☐	☐	☐
頭が良 い	☐	☐	☐	☐	☐
容姿が 良い	☐	☐	☐	☐	☐
交友関 係が充 実して いる	☐	☐	☐	☐	☐
家族関 係が良 い	☐	☐	☐	☐	☐
お金持 ち	☐	☐	☐	☐	☐

34. 以下のそれぞれの項目について、今のあなたにどれくらいあてはまっていると思いますか。

1 行につき 1 つだけマークしてください。

	とても あては まる	どちら かとい えはま る	どちら ともい えない	どちら かとい えはま らない	まっ たくあ てはま らない
誠実	☐	☐	☐	☐	☐
社交的	☐	☐	☐	☐	☐
面白い	☐	☐	☐	☐	☐
空気が 読める	☐	☐	☐	☐	☐
頭が良 い	☐	☐	☐	☐	☐
容姿が 良い	☐	☐	☐	☐	☐
交友関 係が充 実して いる	☐	☐	☐	☐	☐
家族関 係が良 い	☐	☐	☐	☐	☐
お金持 ち	☐	☐	☐	☐	☐

35. 以下のことについて、今のあなたにどのくらいあてはまっていますか。

「将来のために、節約・努力するよりも、今の人生を楽しむようにしている」

1 つだけマークしてください。

- ☐ とてもあてはまる
- ☐ どちらかといえばあてはまる
- ☐ どちらともいえない
- ☐ どちらかといえばあてはまらない
- ☐ まったくあてはまらない

36. あなたは他者との対面でのコミュニケーションが得意ですか。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 得意
- ☐ どちらかといえば得意
- ☐ どちらともいえない
- ☐ どちらかといえば苦手
- ☐ 苦手

37. あなたは現在の生活全般にどのくらい満足していますか。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 満足している
- ☐ やや満足している
- ☐ どちらともいえない
- ☐ やや満足していない
- ☐ 満足していない

38. あなたは以下のそれぞれについて、どのくらい満足していますか。もっとも近いものを1つずつ選んでください。

1 行につき 1 つだけマークしてください。

	満足している	やや満足している	どちらともいえない	やや満足していない	満足していない
学業	☐	☐	☐	☐	☐
趣味への取り組み	☐	☐	☐	☐	☐
対面の人間関係	☐	☐	☐	☐	☐
人間関係全般	☐	☐	☐	☐	☐

39. あなたは今幸せですか。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 幸せ
- ☐ どちらかといえば幸せ
- ☐ どちらともいえない
- ☐ どちらかといえば不幸せ
- ☐ 不幸せ

このコンテンツは Google が作成または承認したものではありません。

Google フォーム

基礎集計表 (N=118)

数値は各カテゴリーの占める割合 (%) を示す

q01	性別	男性	61.02
		女性	37.29
		その他	0.85
		無回答	0.85
q02	年齢	18歳	9.32
		19歳	27.97
		20歳	33.05
		21歳	15.25
		22歳	5.08
		23歳	5.08
		24歳	2.54
		25歳以上	1.69
		無回答	0.00
q03	学年	1年生	16.95
		2年生	30.51
		3年生	34.75
		4年生	6.78
		大学院生	9.32
		研究生	0.85
		その他	0.85
		無回答	0.00
q04	学部	文学部	40.68
		教育学部	7.63
		法学部	4.24
		経済学部	9.32
		理学部	16.10
		医学部	3.39
		歯学部	0.00
		薬学部	0.00
		工学部	13.56
		農学部	3.39
		その他	1.69
		無回答	1.69
q05	ふだん十分な勉強時間をとれていると思うか	そう思う	10.17
		ややそう思う	22.03
		どちらともいえない	14.41
		あまりそう思わない	38.14
		そう思わない	14.41
		無回答	0.85
q06	過去1年間、自分のとりたかった成績を収められたと思うか	そう思う	16.95
		ややそう思う	35.59
		どちらともいえない	12.71

	あまりそう思わない	16.10
	そう思わない	9.32
	まだ大学での成績評価が出ていない	8.47
	無回答	0.85
q07	今セメスターの授業の理解度	
	十分理解している	7.63
	やや理解している	54.24
	どちらともいえない	12.71
	あまり理解していない	21.19
	理解していない	2.54
	無回答	1.69
q08	平日1日あたりのひとりになる時間	
	1時間未満	3.39
	1時間以上3時間未満	16.95
	3時間以上5時間未満	28.81
	5時間以上7時間未満	30.51
	7時間以上9時間未満	8.47
	9時間以上	11.86
	無回答	0.00
q09	自分の意思でひとりになることを選ぶか、ひとりで過ごさざるを得ないことが多いか	
	自分の意思（あえてひとりで過ごす）	
	1	28.81
	2	35.59
	3	16.10
	4	14.41
	5	5.08
	ひとりで過ごさざるを得ない（ひとりで過ごしたくはないがそうせざるを得ない）	
	無回答	0.00
q10	ひとりで過ごす時間は、何に費やすことが多いか	
	外出をとまなう娯楽・趣味	9.32
	外出をとまなわない娯楽・趣味	40.68
	家事	9.32
	大学の授業にかかわる勉強	16.95
	大学の授業には直接かかわらない勉強	5.08
	ボーっとする、ダラダラする	16.10
	昼寝する	1.69
	その他	0.85
	無回答	0.00
q11_1	週あたり家事頻度：食事関連	
	毎日	38.14
	週5～6日	16.10
	週3～4日	22.88
	週1～2日	16.10
	月に1～3日	1.69
	ほとんどしない	5.08
	無回答	0.00
q11_2	週あたり家事頻度：洗濯	
	毎日	5.08
	週5～6日	11.02
	週3～4日	33.05
	週1～2日	40.68

	月に1～3日	1.69
	ほとんどしない	8.47
	無回答	0.00
q11_3	週あたり家事頻度：家の掃除	
	毎日	3.39
	週5～6日	2.54
	週3～4日	15.25
	週1～2日	39.83
	月に1～3日	28.81
	ほとんどしない	10.17
	無回答	0.00
q11_4	週あたり家事頻度：日用品・食料品の買い物	
	毎日	4.24
	週5～6日	6.78
	週3～4日	19.49
	週1～2日	47.46
	月に1～3日	11.86
	ほとんどしない	10.17
	無回答	0.00
q12_1	家事をする時間のうち、楽しいと感じる割合：食事関連	
	0～20%未満	22.88
	20～40%未満	16.10
	40～60%未満	20.34
	60～80%未満	26.27
	80～100%	14.41
	無回答	0.00
q12_2	家事をする時間のうち、楽しいと感じる割合：洗濯	
	0～20%未満	40.68
	20～40%未満	28.81
	40～60%未満	18.64
	60～80%未満	8.47
	80～100%	3.39
	無回答	0.00
q12_3	家事をする時間のうち、楽しいと感じる割合：家の掃除	
	0～20%未満	33.90
	20～40%未満	26.27
	40～60%未満	22.88
	60～80%未満	10.17
	80～100%	6.78
	無回答	0.00
q12_4	家事をする時間のうち、楽しいと感じる割合：日用品・食料品の買い物	
	0～20%未満	19.49
	20～40%未満	20.34
	40～60%未満	33.90
	60～80%未満	20.34
	80～100%	5.93
	無回答	0.00
q13	授業以外で1日あたりインターネットを使用する時間	
	利用しない	0.00
	1時間未満	0.85
	1～2時間未満	12.71

	2～4時間未満	32.20
	4～6時間未満	27.12
	6～8時間未満	18.64
	8時間以上	8.47
	無回答	0.00
q14_1	授業以外で1日あたりインターネットを使用する時間：知識の獲得	
	利用しない	12.71
	30分未満	36.44
	30分以上1時間未満	26.27
	1時間以上2時間未満	15.25
	2時間以上3時間未満	5.08
	3時間以上4時間未満	1.69
	4時間以上	1.69
	無回答	0.85
q14_2	授業以外で1日あたりインターネットを使用する時間：娯楽	
	利用しない	5.08
	30分未満	8.47
	30分以上1時間未満	16.10
	1時間以上2時間未満	24.58
	2時間以上3時間未満	22.03
	3時間以上4時間未満	9.32
	4時間以上	14.41
	無回答	0.00
q14_3	授業以外で1日あたりインターネットを使用する時間：コミュニケーション	
	利用しない	1.69
	30分未満	24.58
	30分以上1時間未満	33.90
	1時間以上2時間未満	17.80
	2時間以上3時間未満	10.17
	3時間以上4時間未満	8.47
	4時間以上	3.39
	無回答	0.00
q15	旅行先・休日に出かける際に行き先を決める理由	
	対面での会話やネットでのDM、通話で友人が紹介していたから	41.53
	家族が行っていたり、紹介したりしていたから	7.63
	雑誌や新聞で紹介されていたから	1.69
	テレビで紹介、宣伝されていたから	5.08
	インターネット上の記事やサイトで紹介されていたから	22.03
	SNSの投稿で他のユーザーや友人が紹介していたから	11.02
	SNSで有名人が紹介、宣伝していたから	0.85
	SNSで公式アカウントが宣伝していたから	0.85
	その他	8.47
	無回答	0.85
q16	外食に行くときにお店を決める理由	
	対面での会話やネットでのDM、通話で友人が紹介していたから	36.44
	家族が行っていたり、紹介したりしていたから	7.63
	雑誌や新聞で紹介されていたから	0.85
	テレビで紹介、宣伝されていたから	3.39
	インターネット上の記事やサイトで紹介されていたから	22.03
	SNSの投稿で他のユーザーや友人が紹介していたから	19.49
	SNSで有名人が紹介、宣伝していたから	0.85

	SNSで公式アカウントが宣伝していたから	7.63
	その他	1.69
	無回答	0.00
q17	1日あたりのSNS利用時間	
	使用していない	5.93
	30分未満	29.66
	30分以上1時間未満	24.58
	1時間以上2時間未満	18.64
	2時間以上3時間未満	9.32
	3時間以上4時間未満	5.93
	4時間以上	5.93
	無回答	0.00
q18	1日あたりのSNS投稿回数	
	5回未満	74.58
	5回以上10回未満	11.02
	10回以上	8.47
	非該当	5.93
	無回答	0.00
q19_1	SNSを利用する際、どの程度見るか：有名人	
	よく見る	28.81
	たまに見る	37.29
	あまり見ない	16.10
	見ない	11.86
	非該当	5.93
	無回答	0.00
q19_2	SNSを利用する際、どの程度見るか：友人	
	よく見る	50.00
	たまに見る	22.88
	あまり見ない	5.93
	見ない	14.41
	非該当	5.93
	無回答	0.85
q19_3	SNSを利用する際、どの程度見るか：不特定多数の人	22.03
	よく見る	21.19
	たまに見る	25.42
	あまり見ない	24.58
	見ない	5.93
	非該当	0.85
	無回答	0.00
q19_4	SNSを利用する際、どの程度見るか：企業アカウントや公式アカウント	
	よく見る	10.17
	たまに見る	21.19
	あまり見ない	39.83
	見ない	22.03
	非該当	5.93
	無回答	0.85
q20_1	SNSで投稿する際、誰に向けることを意識するか：有名人	
	よく意識する	0.85
	たまに意識する	0.00
	あまり意識しない	8.47
	意識しない	58.47

	SNSへの投稿はしない	26.27
	非該当	5.93
	無回答	0.00
q20_2	SNSで投稿する際、誰に向けることを意識するか：友人	
	よく意識する	31.36
	たまに意識する	24.58
	あまり意識しない	9.32
	意識しない	7.63
	SNSへの投稿はしない	20.34
	非該当	5.93
	無回答	0.85
q20_3	SNSで投稿する際、誰に向けることを意識するか：不特定多数	
	よく意識する	5.93
	たまに意識する	4.24
	あまり意識しない	11.86
	意識しない	44.07
	SNSへの投稿はしない	26.27
	非該当	5.93
	無回答	1.69
q21_1	SNSを利用する目的：思い出などを共有するため	44.92
q21_2	SNSを利用する目的：日常生活であったことを共有するため	57.63
q21_3	SNSを利用する目的：愚痴や悩みごとを相談するため	16.95
q21_4	SNSを利用する目的：ゼミやミーティングなどの事務的な連絡をするため	11.02
q21_5	SNSを利用する目的：趣味が同じ人とコミュニケーションを取るため	25.42
q21_6	SNSを利用する目的：ニュースをチェックするため	32.20
q21_7	SNSを利用する目的：その他	4.24
	非該当	5.93
	無回答	0.85
q22	週あたりアルバイト時間	
	アルバイトをしていない	33.90
	0～5時間未満	16.10
	5～10時間未満	27.12
	10～15時間未満	12.71
	15時間以上	10.17
	無回答	0.00
q23_1	アルバイトに行く理由の順位：純粋に仕事が楽しいから	
	1位	5.93
	2位	16.10
	3位	17.80
	4位	15.25
	5位	9.32
	非該当	33.90
	無回答	1.69
q23_2	アルバイトに行く理由の順位：仕事内容が自分の力になるから	
	1位	7.63
	2位	22.03
	3位	19.49
	4位	13.56
	5位	3.39
	非該当	33.90
	無回答	0.00

q23_3	アルバイトに行く理由の順位：職場の人との交流が楽しいから	
	1位	7.63
	2位	11.02
	3位	22.03
	4位	19.49
	5位	5.93
	非該当	33.90
	無回答	0.00
q23_4	アルバイトに行く理由の順位：アルバイトをしていないと世間体が悪いから	
	1位	0.85
	2位	10.17
	3位	3.39
	4位	7.63
	5位	39.83
	非該当	33.90
	無回答	4.24
q23_5	アルバイトに行く理由の順位：お金を稼ぎたいから	
	1位	44.07
	2位	6.78
	3位	3.39
	4位	9.32
	5位	1.69
	非該当	33.90
	無回答	0.85
q24	アルバイトは学費・生活費を稼ぐ手段か、それとも余暇活動費を稼ぐ手段か	
	どちらかといえば生活費	13.56
	どちらかといえば余暇活動	51.69
	非該当	33.90
	無回答	0.85
q25	アルバイト収入額の月平均	
	1万円未満	6.78
	1万円以上3万円未満	19.49
	3万円以上5万円未満	22.03
	5万円以上7万円未満	11.02
	7万円以上9万円未満	5.08
	9万円以上	1.69
	非該当	33.90
	無回答	0.00
q26	父親学歴	
	高校以下	23.73
	短大・高専・専門学校	9.32
	難関大学（旧帝大、一橋大、東工大、神戸大、慶応大、早稲田大）	15.25
	国立大学・難関私立大学（上記以外の国立大学・GMARCH・関関同立）	31.36
	上記以外の大学	19.49
	父はいない	0.00
	わからない	0.85
	無回答	0.00
q27	母親学歴	
	高校以下	31.36
	短大・高専・専門学校	26.27
	難関大学（旧帝大、一橋大、東工大、神戸大、慶応大、早稲田大）	5.08

	国立大学・難関私立大学（上記以外の国立大学・GMARCH・関関同立）	18.64
	上記以外の大学	16.95
	母はいない	0.00
	わからない	1.69
	無回答	0.00
q28	15歳の頃の父親職業	
	専門職・技術職（医師、看護師、弁護士、教師、技術者、デザイナーなど専門的知識・技術を要するもの）	27.97
	管理職（企業・官公庁における課長職以上、議員、経営者など）	25.42
	事務職（企業・官公庁における一般事務、経理、内勤の営業など）	11.86
	販売職（小売・卸売店主、店員、不動産売買、保険外交、外勤のセールスなど）	7.63
	サービス職（理・美容師、料理人、ウェイトレス・ウェイター、ホームヘルパーなど）	2.54
	生産現場職・技能職（製品製造・組立、自動車整備、建設作業員、大工、電気工事、農水産物加工など）	11.86
	運輸・保安職（トラック・タクシー運転手、船員、郵便配達、通信士、警察官、消防官、自衛官、警備員など）	1.69
	その他、無業	4.24
	父はいない	0.00
	わからない	6.78
	無回答	0.00
q29	15歳の頃の母親職業	
	専門職・技術職（医師、看護師、弁護士、教師、技術者、デザイナーなど専門的知識・技術を要するもの）	16.95
	管理職（企業・官公庁における課長職以上、議員、経営者など）	2.54
	事務職（企業・官公庁における一般事務、経理、内勤の営業など）	23.73
	販売職（小売・卸売店主、店員、不動産売買、保険外交、外勤のセールスなど）	9.32
	サービス職（理・美容師、料理人、ウェイトレス・ウェイター、ホームヘルパーなど）	7.63
	生産現場職・技能職（製品製造・組立、自動車整備、建設作業員、大工、電気工事、農水産物加工など）	1.69
	運輸・保安職（トラック・タクシー運転手、船員、郵便配達、通信士、警察官、消防官、自衛官、警備員など）	0.00
	その他、無業	34.75
	母はいない	0.00
	わからない	2.54
	無回答	0.85
q30	大学入学直前に住んでいた地域	
	大都市の中心部	9.32
	大都市の郊外	18.64
	中小都市	48.31
	町村部	20.34
	人家がまばらな農山漁村	3.39
	無回答	0.00
q31_1	15歳までに体験したこと：キャンプ・登山	63.56
q31_2	15歳までに体験したこと：川遊び・釣り	69.49
q31_3	15歳までに体験したこと：海水浴・マリンスポーツ・ウィンタースポーツ	72.88
q31_4	15歳までに体験したこと：農業体験	44.07
q31_5	15歳までに体験したこと：職業体験	33.90
q31_6	15歳までに体験したこと：ボランティア	38.14
q31_7	15歳までに体験したこと：博物館・美術館見学	79.66

q31_8	15歳までに体験したこと：クラシック音楽のコンサート	40.68
q31_9	15歳までに体験したこと：演劇・古典芸能の鑑賞	35.59
q31_10	15歳までに体験したこと：あてはまるものはない	4.24
	無回答	0.00
q32	現在の居住形態	
	実家	13.56
	実家以外のアパートやマンションなど（ひとり暮らし）	66.95
	実家以外のアパートやマンションなど（複数人で生活）	3.39
	寮（ユニバーシティハウスを含む）	15.25
	その他	0.85
	無回答	0.00
q33_1	なりたいと思う度合い：誠実	
	とてもなりたい	71.19
	どちらかといえばなりたい	22.88
	どちらともいえない	2.54
	どちらかといえばなりたくない	0.85
	まったくなりたくない	2.54
	無回答	0.00
q33_2	なりたいと思う度合い：社交的	
	とてもなりたい	61.86
	どちらかといえばなりたい	26.27
	どちらともいえない	8.47
	どちらかといえばなりたくない	1.69
	まったくなりたくない	0.00
	無回答	1.69
q33_3	なりたいと思う度合い：面白い	
	とてもなりたい	62.71
	どちらかといえばなりたい	26.27
	どちらともいえない	6.78
	どちらかといえばなりたくない	1.69
	まったくなりたくない	0.85
	無回答	1.69
q33_4	なりたいと思う度合い：空気が読める	
	とてもなりたい	56.78
	どちらかといえばなりたい	25.42
	どちらともいえない	11.02
	どちらかといえばなりたくない	5.08
	まったくなりたくない	0.00
	無回答	1.69
q33_5	なりたいと思う度合い：頭が良い	
	とてもなりたい	69.49
	どちらかといえばなりたい	23.73
	どちらともいえない	4.24
	どちらかといえばなりたくない	0.00
	まったくなりたくない	0.00
	無回答	2.54
q33_6	なりたいと思う度合い：容姿が良い	
	とてもなりたい	55.08
	どちらかといえばなりたい	33.05
	どちらともいえない	9.32
	どちらかといえばなりたくない	0.00

	まったくなりたくない	0.00
	無回答	2.54
q33_7	なりたいと思う度合い：交友関係が充実している	
	とてもなりたい	50.00
	どちらかといえばなりたい	29.66
	どちらともいえない	14.41
	どちらかといえばなりたくない	1.69
	まったくなりたくない	0.85
	無回答	3.39
q33_8	なりたいと思う度合い：家族関係が良い	
	とてもなりたい	64.41
	どちらかといえばなりたい	21.19
	どちらともいえない	8.47
	どちらかといえばなりたくない	1.69
	まったくなりたくない	0.85
	無回答	3.39
q33_9	なりたいと思う度合い：お金持ち	
	とてもなりたい	53.39
	どちらかといえばなりたい	38.98
	どちらともいえない	5.08
	どちらかといえばなりたくない	0.00
	まったくなりたくない	0.00
	無回答	2.54
q34_1	どれくらいあてはまっているか：誠実	
	とてもあてはまる	9.32
	どちらかといえばあてはまる	54.24
	どちらともいえない	17.80
	どちらかといえばあてはまらない	14.41
	まったくあてはまらない	4.24
	無回答	0.00
q34_2	どれくらいあてはまっているか：社交的	
	とてもあてはまる	7.63
	どちらかといえばあてはまる	34.75
	どちらともいえない	22.88
	どちらかといえばあてはまらない	26.27
	まったくあてはまらない	7.63
	無回答	0.85
q34_3	どれくらいあてはまっているか：面白い	
	とてもあてはまる	7.63
	どちらかといえばあてはまる	17.80
	どちらともいえない	42.37
	どちらかといえばあてはまらない	24.58
	まったくあてはまらない	6.78
	無回答	0.85
q34_4	どれくらいあてはまっているか：空気が読める	
	とてもあてはまる	5.93
	どちらかといえばあてはまる	42.37
	どちらともいえない	22.88
	どちらかといえばあてはまらない	23.73
	まったくあてはまらない	4.24
	無回答	0.85

q34_5	どれくらいあてはまっているか：頭が良い	
	とてもあてはまる	8.47
	どちらかといえばあてはまる	30.51
	どちらともいえない	34.75
	どちらかといえばあてはまらない	18.64
	まったくあてはまらない	6.78
	無回答	0.85
q34_6	どれくらいあてはまっているか：容姿が良い	
	とてもあてはまる	5.08
	どちらかといえばあてはまる	14.41
	どちらともいえない	29.66
	どちらかといえばあてはまらない	31.36
	まったくあてはまらない	17.80
	無回答	1.69
q34_7	どれくらいあてはまっているか：交友関係が充実している	
	とてもあてはまる	17.80
	どちらかといえばあてはまる	37.29
	どちらともいえない	16.10
	どちらかといえばあてはまらない	22.88
	まったくあてはまらない	5.93
	無回答	0.00
q34_8	どれくらいあてはまっているか：家族関係が良い	
	とてもあてはまる	44.07
	どちらかといえばあてはまる	38.98
	どちらともいえない	8.47
	どちらかといえばあてはまらない	5.93
	まったくあてはまらない	2.54
	無回答	0.00
q34_9	どれくらいあてはまっているか：お金持ち	
	とてもあてはまる	3.39
	どちらかといえばあてはまる	15.25
	どちらともいえない	22.03
	どちらかといえばあてはまらない	41.53
	まったくあてはまらない	16.95
	無回答	0.85
q35	将来のために、節約・努力するよりも、今の人生を楽しむようにしている	
	とてもあてはまる	27.12
	どちらかといえばあてはまる	38.14
	どちらともいえない	14.41
	どちらかといえばあてはまらない	18.64
	まったくあてはまらない	1.69
	無回答	0.00
q36	対面でのコミュニケーションが得意か	
	得意	16.95
	どちらかといえば得意	31.36
	どちらともいえない	15.25
	どちらかといえば苦手	24.58
	苦手	11.86
	無回答	0.00
q37	生活満足度	
	満足している	22.88

		やや満足している	54.24
		どちらともいえない	6.78
		やや満足していない	8.47
		満足していない	7.63
		無回答	0.00
q38_1	満足度：学業		
		満足している	11.86
		やや満足している	45.76
		どちらともいえない	17.80
		やや満足していない	19.49
		満足していない	5.08
		無回答	0.00
q38_2	満足度：趣味への取り組み		
		満足している	33.05
		やや満足している	38.98
		どちらともいえない	5.08
		やや満足していない	18.64
		満足していない	3.39
		無回答	0.85
q38_3	満足度：対面の人間関係		
		満足している	22.88
		やや満足している	44.92
		どちらともいえない	12.71
		やや満足していない	16.10
		満足していない	3.39
		無回答	0.00
q38_4	満足度：人間関係全般		
		満足している	18.64
		やや満足している	48.31
		どちらともいえない	14.41
		やや満足していない	12.71
		満足していない	4.24
		無回答	1.69
q39	幸福度		
		幸せ	52.54
		どちらかといえば幸せ	34.75
		どちらともいえない	7.63
		どちらかといえば不幸せ	1.69
		不幸せ	3.39
		無回答	0.00