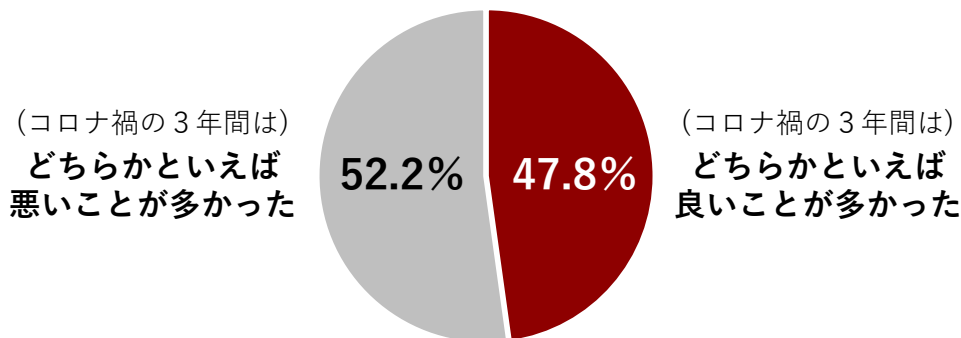


2023年12月19日
公益社団法人 東京広告協会

「コロナ禍がもたらした変化」に関する大学生意識調査 結果発表！

コロナ禍の3年間で振り返った大学生の感想は 「良かった(47.8%)」と「悪かった(52.2%)」が拮抗。



公益社団法人 東京広告協会では、このたび全国の4年制大学に在籍する大学生男女を対象とした『「コロナ禍がもたらした変化」に関する大学生意識調査』の結果をまとめました。この調査は、東京広告協会が主催する「大学生意識調査プロジェクト FUTURE2023」が実施したもので、調査の企画・実施・分析など一連の作業をすべて大学生自らが行っています。

本調査は今年5月の新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけの5類移行により、キャンパスライフがほぼ元通りになりつつある今、大学生がコロナ禍の3年間(2020~2022年)を振り返ってどう評価し、現在の学生生活にどんな変化があったのかなどを明らかにしています。調査結果からは、大学生が今回の稀有な体験をポジティブに捉え、“自らの成長機会”として将来に活かそうとしている姿がみえてきました。

「コロナ禍がもたらした変化」に関する大学生意識調査 主なトピックス

① 現在の学生生活が、コロナ禍中から「変化した」と感じているのは65.1%

- 現在の学生生活がコロナ禍中と比べて「変化した(変化+どちらかといえば変化)」のは65.1%。
- 変化した内容の上位は「友人・知人との対面での関わり(42.6%)」「多くの人との関わり・大勢での行動(36.0%)」「自分が好きなことに費やす時間(26.7%)」など。

② コロナ禍を経て、現在の学生生活に「満足している」のは72.2%

- コロナ禍を経て、現在の学生生活に「満足している(満足+どちらかといえば満足)」のは72.2%。
- 「満足している」理由の上位は「自由度が高まった(26.2%)」「精神的負担がない(10.5%)」「交友関係が深まった(9.8%)」など。
- 逆に「満足していない」理由の上位は「学生生活への心残り(13.0%)」「コロナ禍中と変わらない(12.3%)」「交友関係の悩み(10.5%)」など。

③ コロナ禍の経験が、自分の将来に対して「自信につながった」のは59.3%

- コロナ禍の経験が自分の将来に対して「自信につながった」のは59.3%。
- 「自信につながった理由」の上位は「理由なく自信につながった(36.4%)」「今までにない経験ができた(7.1%)」「自己投資ができた(6.9%)」など。

④ コロナ禍を経た価値観変化の1位は「コロナ禍前から好きだったことに熱量を注ぎたい」

- コロナ禍を経て変化した価値観の上位は「コロナ禍前から好きだった/興味があったことに熱量を注ぎたい(77.0%)」「時間の効率を重視したい(75.6%)」「自分の拠り所を作りたい(75.3%)」など。

本リリースでご紹介したデータ／トピックスは、調査結果の一部です。詳細版のレポートでは、ほかにも

- コロナ禍の時期と比較した「お金の使い方」の変化
- コロナ禍の時期と比較した「メディアの利用実態」の変化
- コロナ禍明けの「新しいメディアの使い方」
- 最近1年間の日本の顔（毎年の聴取項目）
- 広告への関心度（毎年の聴取項目）
- 好きな広告（毎年の聴取項目）…

など、興味深い調査結果と示唆を得ています。興味をもたれた方は是非、詳細版レポートをご参照いただければと存じます。

調査概要

【調査主体】

大学生意識調査プロジェクト（FUTURE 2023）

- このプロジェクトは首都圏の大学でマーケティングを学んでいる大学生によって結成され、1995年より続いているものです。（※FUTUREとは、Five Universities in Tokyo, Uni-RE searchの略です）
- 本調査の企画・実施・分析など一連の作業は、すべて大学生自らが行いました。

【協賛・企画協力】

公益社団法人 東京広告協会

東京広告協会は上記プロジェクトからの要請を受け、調査実施にあたっての費用協賛や企画・技術指導などを全面的に支援しています。

【調査目的】

現在の大学3年生をはじめ、多くの大学生が新型コロナウイルス感染拡大下による自粛生活と新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行によるコロナ禍明けの両方を、在学中に経験した。そのような環境下で、現在の大学生はコロナ禍をどのように捉え、そして現在どのような行動や意識の変化が生まれたのか、コロナ禍を経験した大学生ならではの行動・意識変化と実態を探ることを本調査の目的とする。

【調査期間】

2023年8月18日～8月21日

【調査方法】

WEBアンケート法

【調査対象者】

全国の4年制大学に在籍する大学生（1～4年生） 男女

【サンプル数】

集計数 1,000票

【この調査に関するお問い合わせ先】

本リリースは調査結果のごく一部です。詳細版レポートもPDFにてご用意しております。
また、グラフのデータもご提供可能です。お問い合わせは下記までお願いします。



公益社団法人 東京広告協会 担当：高堀

〒104-0061 東京都中央区銀座7-4-17 電通銀座ビル7階 Tel：03-3569-3566（代表）