



# Social Interaction



## 「「大学生の社会参画に関する大学生意識調査」 結果報告書

2025年12月  
大学生意識調査プロジェクト（FUTURE2025）  
公益社団法人 東京広告協会

# ごあいさつ

私たち「大学生意識調査プロジェクト(FUTURE2026)」は首都圏6つの大学(青山学院、江戸川、駒澤、専修、千葉商科、東京都立)で構成され、広告やマーケティングを学ぶ学生が集まって今年4月に発足した有志団体です。

今回、私たちは調査テーマを、『大学生の社会参画に関する大学生の行動・意識』としました。このテーマを設定した背景として、コロナウイルスの流行をはじめとして日本の根幹を揺るがす出来事を数多く経験してきました。そんな中、「社会に無関心である若者」という声を聞いて違和感を覚えました。確かに比較対象はないけれども、私たちの生き方は友達だけでなく、社会からも影響を受けているように感じていました。そのような、大学生の社会参画に関する意識を詳しく明らかにしていきたいと考えました。

今年の8月に全国の4年生大学に在学する1~4年生の男女1,000人を対象にアンケート調査を実施し、4ヶ月にわたる集計・分析を経て、この調査報告書が完成いたしました。未熟な点があるかとは思いますが、私たち自身で調査・分析した『大学生の社会参画に関する大学生の行動・意識』の実態が、少しでも皆様のお役に立つことを願っております。

また、この調査を通して、メンバーと議論を重ね切磋琢磨し、交流を深められたことや、実際にマーケティングリサーチを実践し学べたことは、私達にとって大変貴重でかけがえのない経験となりました。

このプロジェクトを進めていくにあたりご支援してくださった各大学のゼミの先生方、公益社団法人 東京広告協会の高堀大介氏、ご多忙の中、アドバイザーとしてご指導してくださいました(株)博報堂の小池健人氏、徳岡幹大氏、児島真菜氏、中村拳氏、(株)大広の小山奈緒氏、ならびに(株)マーケティングアンドアソシエイツをはじめ、ご支援くださいました全ての皆様に心より御礼申し上げます。

2025年12月  
大学生意識調査プロジェクト(FUTURE2025)一同

この「大学生意識調査プロジェクト」は実践的にマーケティングリサーチを学びたいという大学生有志の要請に応えて協賛・指導してきたもので、今回で第31弾となります。例年に引き続き、調査企画の立案と調査設計、調査票の作成と実査、さらには集計から分析にいたるまで、一連の作業全ては、東京広告協会指導のもと大学生自らの手で行いました。

今回の調査では、『大学生の社会参画に関する大学生の行動・意識』に焦点を当てています。設問については、大学生ならではといえる発案がみられ、回答にも大学生の正直な意識が浮かび上がるなど、大変興味深い分析が得られたものと自負しております。この結果が皆様の日ごろの活動の一助となれば、誠に幸いです。

最後になりましたが、昨年に引き続いて一連の作業にご指導・ご協力頂いた、(株)博報堂の小池健人氏、徳岡幹大氏、児島真菜氏、中村拳氏、(株)大広の小山奈緒氏ならびに(株)マーケティングアンドアソシエイツをはじめ、ご支援くださいました全ての皆様に心より御礼申し上げます。

2025年12月  
公益社団法人 東京広告協会 広報委員会

# もくじ

ごあいさつ	2
発刊に寄せて～参加大学のゼミナール指導担当教授より～	4
調査設計	8
調査結果の概略	9
寄稿～調査結果を読んで～(駒澤大学 経営学部 中野香織)	22
定点観測	23
調査結果の詳細～全設問の結果一覧～	24
付)調査票	84
プロジェクトを終えて～参加メンバーよりひとこと～	106

# 発刊に寄せて

～参加大学のゼミナール指導担当教授より～

「社会から影響を受ける」という当たり前のこと気に気づく。空気のようなものだった社会が質量を帯びた実体のあるものとして迫ってくる。それが大学生なのだろう。私もそうだったように思う。加えて、今の大学生は物心ついてからというもの、大災害、戦争、パンデミックといった大事件をいくつも経験している。否が応でも社会の影響の大きさを実感せざるを得ないのだろう。そんな不安な（日本）社会に好感を持てるはずもなく、かといって無視もできない。選挙や流行への関心は一種の防衛行動とも考えられる。現在の若者の特徴を垣間見ることのできる興味深い調査結果だと思う。

ひとつ気になったのは、データの解釈にしばしば飛躍が見られることである。特に大学生の思考や行動を肯定的に解釈する傾向が目立つように感じた。これも現在の若者特有の優しさ、あるいは自己肯定感の低さの表れと見ると興味深い。ただし、統計調査は実態を客観的に把握するために行うもの。解釈も客観的かつ中立的にするべきである。こうした点についてはそれぞれの大学で論理的思考力としてこれから訓練してほしい。

最後に、非常にご多用の中、長期間にわたって熱心かつ親身にご指導くださったアドバイザーの皆様、このような貴重な学びの場をご提供くださった東京広告協会の皆様に心から感謝申し上げます。

青山学院大学 経営学部 芳賀康浩

大学生の日本に対する好意度（大好き + 好きと回答した人の割合）が2014年の97.4%から2025年の64.1%と33ポイント以上の下落は驚きであったが、同時に、2014年には、大学生の97.4%の人が、日本に対して「大好き」あるいは「好き」と回答していたことの方が、より大きな驚きであった。

とはいって、「2025年は日本のが、「どちらともいえない=好きでも嫌いでもない?、無関心?」あるいは「好きではない」と回答した人が2014年調査では「3%未満」だったのが、2025年調査では「36%」と、この約10年で大きく増加しているのは、正直、「驚き」というより「怖さ」に近い感情を抱いた（同時に、この調査結果は、「メディアに取り上げられやすい！」とも思ったが‥）

一方で、流行を参考にしつつも自分の判断軸を持ち、それらを適度に自分に取り入れたうえで、自分らしさを保つという健全な「したたかさ」を頼もしくも感じた。このような意識が、結果的に、自分たちの環境=制度設計にも向かされ、衆院選の投票率62.8%という高い数字につながったのかもしれない。

「日本への好意度低下」という調査結果は課題として残るが、それは環境要因ともいえる。いずれにしろ、調査結果でもっとも嬉しかったと同時に頼もしく感じたのは、そのような彼らにあって「今日の大学生」が、社会に対して「受け身」ではなく、「当事者意識」を有していることだ。今後、その意識が具体的な「行動」につながっていくことを期待したい。

最後になりましたが、お忙しい業務の後に、学生にご指導くださった博報堂、大広のアドバイザーの皆様、そして、後援くださっている東京広告協会に感謝申し上げます。本当にありがとうございました。

江戸川大学メディアコミュニケーション学部教授 井上一郎

# 発刊に寄せて

～参加大学のゼミナール指導担当教授より～

今年の調査は、大学生の社会参画についてであり、近年のテーマ（友人関係）より視野が広がった内容であった。政治におけるSNSの活用方法が議論となっている現在、時機を捉えた良いテーマ設定である。大学教員になってから、こんなに若年層の政治に対する意見や投票行動が話題になったことはない。これまで、選挙について学生に聞いても無関心でしかなかったが、急速に若年層の関心が向上していることを実感していた。

そのため、学生の投票率も事前の情報収集も6割以上という結果に納得しつつ、その多さに改めて驚いた。さらに、学生が社会とどのように関わりたいと思っているのか、その背景には何があるのか、といったことがわかり興味深い。欲を言えば、「事実として的確な情報」を重視しているのであれば、学生はどのように、どんな情報を得ているのか、を詳しく知りたいと感じた。

最後に、今年も丁寧に指導して下さった博報堂の皆さま、および東京広告協会の皆さまへ心よりお礼申し上げます。本当にありがとうございました。

駒澤大学 経営学部 中野香織

今年のテーマは「大学生の社会参画に関する調査」である。

大学生と社会の関係は、Futureが始まった当初から大きな関心を持たれているテーマである。ただこれまでどちらかというと、社会の中のある一面を切り出してのテーマ設定であったと思われる。それがマナーだったり、お金だったり、日本に対する意識であったりしたわけだ。

今回は大学生が社会というものに対してどのような関わりを有しているのかという、ある意味壮大なテーマ設定であった。調査対象も日本に対する好意度、社会の出来事、選挙や政治、情報収集、流行、使用媒体、お金と、それぞれが1つのテーマになりそうなものを全般的に扱っている。さらに調査対象相互の関係も、詳細に分析されている。結論としては、大学生は、社会への単なる参加(Join)ではなく、社会と相互に影響を与え合いながら自己を形成し、情報力と合理性を武器に流動的な社会を生き抜いているとし、これを「Social Interaction世代」とネーミングしている。

これはこれで面白い結論である。ただもう少し提案をすると、調査結果の行間にも目を向けてみてはどうだろうか。なぜそのような結果が出てきたのか、直接調査結果には表れていない意味、現実は何なのだろうか。そのような行間まで目を向けられるようになると、より真実に向き合えるようになる。

今年も半年以上にわたり学生諸君はよくがんばったと思う。直接顔を合わせての議論では、多くのことを学んだと思う。

そして、貴重な時間を削ってまでご指導をいただいたスタッフの皆様、ならびにご協力いただいた東京広告協会様に衷心よりお礼申し上げます。

専修大学 経営学部 石崎徹

# 発刊に寄せて

～参加大学のゼミナール指導担当教授より～

最も印象に残ったのは冒頭で示された「日本に対する好意度」のデータである。2014年に比べて30ポイント以上減少しているという結果は衝撃的である。FUTUREでは2000年頃にも日本に対する好意度を測定した調査があったように記憶しているが、当時もおそらく非常に好意度が高かったと記憶している。その後の報告内容からは、不安定さを増す世界情勢や生成AIの普及を含む急速な情報環境の変化に対して、大学生が不安を抱いている様子が伺える。そうした気持ちが日本に対する好意度の低下に影響しているのかもしれない。

社会との距離感について、報告書では「ジリジリと近づいている」と結論付いているものの、どちらかと言えば中間的回答の多さが印象に残った。社会変化に不安を感じつつも「社会人」としての自覚を持つのはこれからなのだろうと感じる。報告書では特に触れられていないものの、新聞の「1日以上利用」が18.0%、「2~3日に1回」まで含めれば24.0%であり（問9結果）、意外に多い点も興味深かった。

総じて思ったよりも大学生が社会に関心を持っている様子に安堵するも、背景に社会変化への不安があるならば、ポジティブな結果として単純には割り切れない気持ちが残る。社会に対する大学生の意識を問うことは、社会の不安定さが増している今だからこそ扱う価値がある。良いテーマ設定であり、示唆に富む報告内容であった。

最後になるが、今年も学生メンバーに貴重な学びの機会を提供いただいた東京広告協会の皆様、多大な時間を割いて指導いただいたアドバイザーの皆様には心から感謝したい。

今年度の調査は、受け身・受動的と見なされがちな大学生の能動的な一面が随所に表れた、前向きな結果であると受け止めています。調査内容に関する具体的な所感は寄稿に書いたため、詳細については割愛いたします。

私のゼミは今年度からの参加です。私は2007年に大学生のメンバーとして本プロジェクトに参加しており、その経験は今なお大いに役立っています。報告書を読んでいると、当時の記憶が蘇り、これまでに費やした時間や努力が感じとれました。

教員としてゼミを持った暁には、いつか自らのゼミ生にも参加の機会を与えたいと考えていました。その念願が叶い、話を聞く限り中心的な役割を担い、ゼミ生が代表まで務めさせていただいたことはとても感慨深いです。

彼らは口を開けばいつも本プロジェクトの話ばかりをしていました。それくらい、活動にのめり込み、多くの経験し、学んだことと思います。本プロジェクトを支えてくださったアドバイザー各位、ならびに東京広告協会の皆様に、心より感謝申し上げます。

東京都立大学 経済経営学部部 峯尾圭

千葉商科大学 サービス創造学部 松本大吾

# 調査設計

●調査目的：

現在の大学3年生をはじめ、多くの大学生が、コロナウィルスの流行などの「社会の当たり前」を搖るがす社会的出来事を経験している。そんな中、近年は、大学生と社会の距離が話題になることが多い。そのような声に対して、大学生はどのように社会を捉えていて、どのように社会から影響を受けているかなど、社会参画について把握することを本調査の目的とする。

## ■インターネット定量調査

●調査期間：

2025年8月8日～8月14日

●調査方法：

WEBアンケート方式

●調査対象者：

4年制大学生 男女

●集計数：

905サンプル (割り付けは以下の通り)

※均等構成比になるようウェイトバック集計

★ウェイトバック前

		回収数
男性	1年生	48
	2年生	49
	3年生	37
	4年生	105
	計	905

★ウェイトバック後

		回収数
男性	1年生	113
	2年生	113
	3年生	113
	4年生	113
	計	904

●調査主体：

大学生意識調査プロジェクト（FUTURE2025）

●指導：

公益社団法人 東京広告協会

●集計・分析協力：

株式会社 マーケティングアンドアソシエイツ

## ■インタビュー調査

●調査期間：

2025年12月1日～12月8日

●調査対象者：

東京都在住 大学4年生

●集計数：

48サンプル

# 調査結果：概略編

# 第1章 大学生が捉える社会

## 日本への好意度低下と当事者意識の“ねじれ構造”的発見

### ～「社会無関心世代」と思われている大学生への”誤解”～

近年、「若者の〇〇離れ」というフレーズを耳にする機会が増えた。恋愛、車、選挙など、さまざまな分野でこの傾向が指摘されている。こうした「若者の〇〇離れ」は、表面的な現象というだけでなく、若者と社会の関わり方に大きな変化が起こり始めていることを示しているのではないかだろうか。したがって、本調査では若者の社会参画の形について考察をしていく。

まず、若者と社会の関係性を語る前提として、若者の日本に対する好意度を見てみたい。

2014年に実施した大学生の日本に対する好意度に関する調査では、日本に対して「大好き」「好き」と回答した割合は、97.4%であり、多くの割合の大学生が日本に対して好意を抱いていることが確認できる。しかし、今回の調査結果を見てみると、同じように回答した人の割合は64.1%であり、実に33.3ptも減少していることがわかる（図表1）。この結果から、現在の大学生は以前よりも日本社会への信頼や愛着感が薄れていることを読み取ることができる。

次に、大学生と社会との心理的な距離感について見ていこう。ここ数年の社会の出来事の中で、自身にとって象徴的な出来事が起きた時点を中心に、その前とその後（現在）の3点での社会と自分自身との距離感について点数法で聴取した。その結果は図表2となった。

いずれのタイミングでも、自身と社会との距離は中間（5点）と回答した人の割合が最多となった。より詳細に検討するために、回答された0点から10点までの選択肢に対して、1点刻みで点数を与え、加重平均を計算することで平均得点を算出してみると、以前では5.80点、自分にとって象徴的な事象が起きた時点では5.60点、現在では5.56点と時間が経つにつれて、社会との距離は近づいていることがわかる（図表3）。

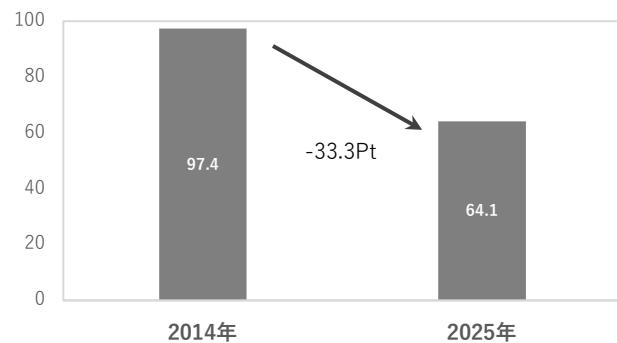
つまり、冒頭に示した日本に対する好意度は減少している一方で、社会に対する距離感はジリジリと近づいていることがわかった。

実際、社会参画の程度を伺う指標として、先日の衆院選の投票有無のデータを見てみると「投票した」と回答したのは全体の62.8%で、3人に2人以上が実際に投票している（図表4）。

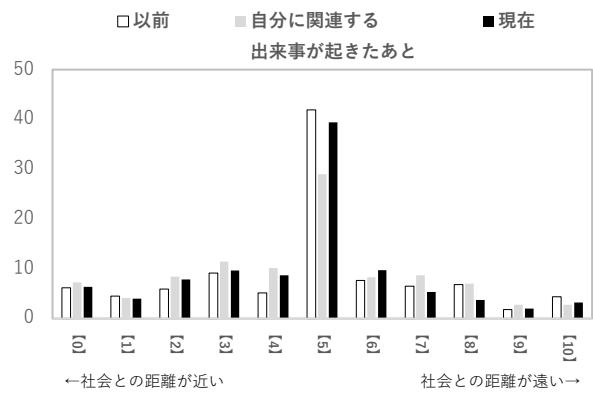
ここまで述べた、日本への好意度、及び、自身と社会の距離のデータと選挙における投票有無のデータを見比べてみると、日本に対しては信頼愛着が薄れる一方で、社会にはより近づき選挙にも参加するという、ある種、意識と行動の”ねじれ構造”を有していることがわかる。

では、このような“ねじれ構造”はなぜ生まれたのだろうか。次ページからは、現在の大学生の社会に対する捉え方について見ていく。

【図表1】問1  
日本に対する好意度



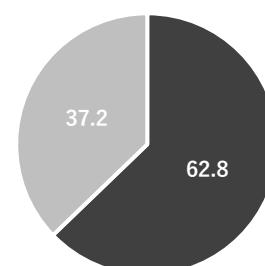
【図表2】問8  
最も自分に関係ある、関係するかもしれないと思った出来事が起きた後の自分と社会との距離



【図表3】問8  
社会との距離（加重平均点）

以前	5.80
自分に関連する出来事が起きたあと	5.60
現在	5.56

【図表4】問15.11  
【2025年7月（第27回参議院議員通常選挙）】に投票したか



まず、現在の大学生が印象に残っている社会の出来事としては、1位が「コロナウイルスの世界的な蔓延」で72.5%、2位が「安倍晋三元首相の襲撃」で70.2%、3位が「東日本大震災」で67.7%、4位が「能登半島地震」で65.2%、5位が「ロシアがウクライナへの軍事侵攻を開始」で63.8%だった(図表5)。これらはいずれも、社会全体を揺るがす重大な出来事であり、大学生が社会をより自分ごととして捉え始める契機となったと考えられる。

また、これらの出来事が自分ごと化した理由に関する結果を見てみると、1位は「自分の生活が変わるという危機感を感じたから」が31.8%、2位は「将来的に自分に関わってくると感じたから」が30.3%、3位は「これまでの常識が変わると感じたから」が29.2%であった。(図表6)つまり、大学生自身が直接的に影響を受ける可能性を感じたことが、社会に近づくきっかけとなったということが読み取れる。

これらの結果から、現在の大学生は社会を揺れ動かす大きな事態を経験し、自分の生活に対する影響を実感したこと、社会に対する当事者意識を強めてきたと言えそうである。

実際、社会の出来事に触れたときの気持ちに関する結果を見てみても、1位が「情報が多すぎて迷う」で30.7%、2位が「すぐに引用せず、自分で調べてから判断しようと思う」が27.5%、3位が「情報の真偽がわからなくなる」が27.4% (図表7)となり、情報を鵜呑みにせず自分で確かめようとする意識・スタンスを有していることが確認できる。

更に、先日の衆院選における情報行動について見てみても、「開催される前に情報収集をしたか」の問い合わせに対して約6割の学生が情報収集をしたと回答した (図表8)。

こういった結果からも、現在の大学生の社会に対する当事者意識の高さを垣間見ることができる。

ここまで、現在の大学生が社会をどのように捉え、関わっているのかを考察してきた。

日本に対する好意度に著しい低下が見られた一方で、社会に対する距離感や社会参画には前向きであるという“ねじれ構造”を詳細に見ていくと、より大きな社会事象を経験したことに由来する社会への当事者意識があることが推察された。

次に、こういった社会への当事者意識が高まっている大学生は、どのように社会と関わりを持っているのか、社会参画の仕方を詳しくみていく。

**【図表5】問5  
印象に残っている社会の出来事**

印象に残っている出来事		
<b>1位</b>	<b>コロナウイルスの世界的な蔓延</b>	72.5%
<b>2位</b>	<b>安倍晋三元首相の襲撃</b>	70.2%
<b>3位</b>	<b>東日本大震災</b>	67.7%
<b>4位</b>	<b>能登半島地震</b>	65.2%
<b>5位</b>	<b>ロシアがウクライナへの軍事侵攻を開始</b>	63.8%

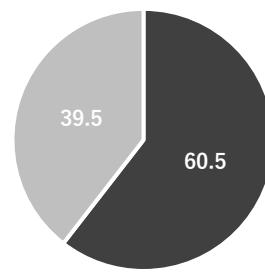
**【図表6】問7.1  
自分事化した理由**

自分事化した理由		
<b>1位</b>	<b>自分の生活が変わるという危機感を感じたから</b>	31.8%
<b>2位</b>	<b>将来的に自分に関わってくると感じたから</b>	30.3%
<b>3位</b>	<b>これまでの常識が変わると感じたから</b>	29.2%

**【図表7】問11  
社会の出来事に触れた時の気持ち**

社会の出来事に触れた時の気持ち		
<b>1位</b>	<b>情報が多すぎて迷う</b>	30.7%
<b>2位</b>	<b>すぐに引用せず、自分で調べてから判断しようと思う</b>	27.5%
<b>3位</b>	<b>情報の真偽がわからなくなる</b>	27.4%

**【図表8】問15.9  
【2025年7月（第27回参議院議員通常選挙）】が開催される前に情報収集をしたか**



## 第2章 大学生の社会との関わり方

# ”自己形成にまで影響“を与える社会との相互作用

～社会への単なる参加ではない、社会から影響を受ける大学生～

前章では、大学生の日本という大きな社会に対する意識と実際の行動から見えてくる“ねじれ構造”とその背景について着目した。

本章では、社会に対する“ねじれ構造”を抱えている大学生が、どのように社会と関わりを持っているかについてみていく。

最初に、現在の大学生が今の社会をどう捉えているのかに関する調査を見てみると、「これまで正解とされていた生き方は、自分たちの世代には通用しないと思う」という内容に対して、「共感できる」「まあ共感できる」と回答した人が53.2%であった。(図表9)。この結果を踏まえると、現在に生きる大学生は、**正解のない社会を生きている**という自覚を持っているといえるのではないか。これは、「どちらでもない」と回答した36.4%にも言えることであり、通用するかどうか葛藤しながら生きている人が大半であることが分かる。

また、自分に関係がある・関係するかもしれないと思った出来事に関して聴取すると、1位「コロナウイルスの世界的な蔓延」が45.9%、2位「消費税率が8%から10%に引き上げられる軽減税率制度が導入」が45.3%、3位「成人年齢を20歳から18歳に引き下げる改正民法の成立」が44.0%であった(図表10)。このように、社会を揺れ動かす大きな事態が起き、日常生活が根底から揺らぐ、つまり日常が日常でなくなるという、印象深い出来事を経験している。

こうした結果から、現在の大学生は社会の変化を「ただ印象に残る出来事」として受け流すのではなく、「自分自身の生活に影響を及ぼす出来事」として、強く受け止めていることが見えてきた。

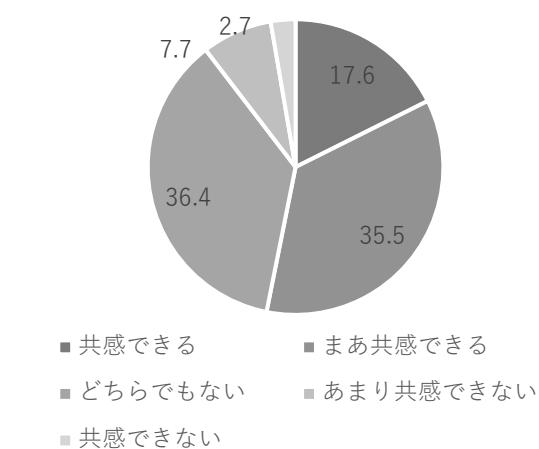
さらに、「自分に自信がない」と回答した学生が53.2%と半数を超えており、社会の中での自分のあり方に迷いを感じる学生が少なくないことが背景にあると推測される(図表11)。

以上を踏まえると、現在の大学生は、**従来の「正解」とされてきた生き方が自分の世代には通用しない**と感じており、その背景には日常生活の基盤が揺らぐような印象深い出来事を当事者として経験し、受け止めてきたことがあると考えられる。

正解が通用しないと感じ、自分に自信がないとすら語っているものの、社会に対して当事者意識を持っている。では、その時に、現在の大学生は、何を軸として社会を生きているのだろうか。

【図表9】 問SC5.8

これまで正解とされていた生き方は、自分たちの世代には通用しないと思う



【図表10】 問3

自分に関係がある・関係するかもしれないと思った出来事

自分に関係がある・関係するかもしれないと思った出来事		
1位	コロナウイルスの世界的な蔓延	45.9%
2位	消費税率が8%から10%に引き上げられる	45.3%
3位	成人年齢を20歳から18歳に引き下げる改正民法の成立	44.0%

【図表11】 問SC5.1

自分に自信がない



まず、社会に対してどのような情報を求めているかを見る。「社会の出来事に対する一般論の情報」を「知りたい・まあ知りたい」と回答した学生は全体の52.6%に上る一方、「知りたくない・まあ知りたくない」と回答したのは15.0%に留まっている(図表12)。この結果は、**大学生が正解のない社会の中で、判断材料や手がかりを集め、自分なりの最適解を探ろうとする能動的な姿勢**を持っていることを示唆している。こうした一般論に対する関心の高さは、現在の大学生が社会の中での立ち位置や自分の考えに確信を持てるような手がかりを求めていることの表れである。

つまり、大学生は社会の中における**自分の立ち位置や考え方**に不安を抱えつつも、自分では左右できない政治・経済などの大きな変化の中で、一般的な意見や動向を参考にしながら、周囲の「正解」を伺う姿勢が見て取れる。

こうした「社会の一般を押さえておきたい」という傾向は、社会の出来事などの情報だけでなく、自分は社会の中でどのタイプに分類されるのかという自己把握の点にも及んでいる。

その具体例として、近年注目を集めているMBTIなどの個人の特性傾向をタイプとして整理する客観的指標に関する2つのデータを見ていく。

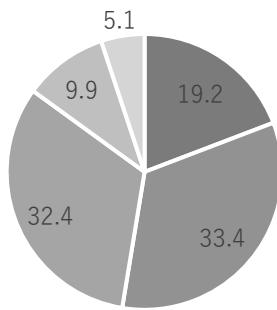
まず「自身のタイプを知っている・考えを持っている」客観的指標として、1位「MBTI」が46.1%、2位「パーソナルカラー診断（イエベ、ブルベなど）」が23.2%、3位「骨格診断」が20.6%であった（図表13）。

しかし、これらの指標を実生活の参考にしていると回答した大学生は「MBTI」が20.7%、「パーソナルカラー診断（イエベ、ブルベなど）」15.5%、「骨格診断」16.1%となっており、いずれの指標においても数値が減少していることがわかる。

この結果から、**現在の大学生たちはMBTIなどを自分を理解する手掛かりとして活用しているものの、その結果に依存して行動を決めているわけではないことが明らかになる**。診断結果を受け止めつつも、「そういう傾向もあるけれど、自分はこうありたい」と主体的に解釈を加えているのではないか。

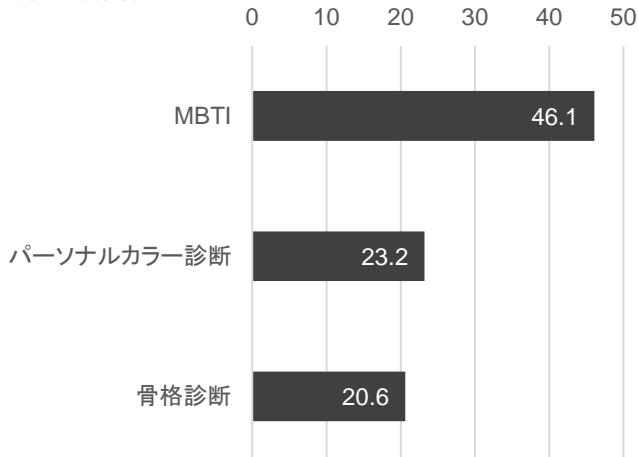
具体的にどのように解釈をして、取り入れているのかについて見ていく。

**【図表12】問10.4  
社会の出来事に対する一般論の情報を知りたい**

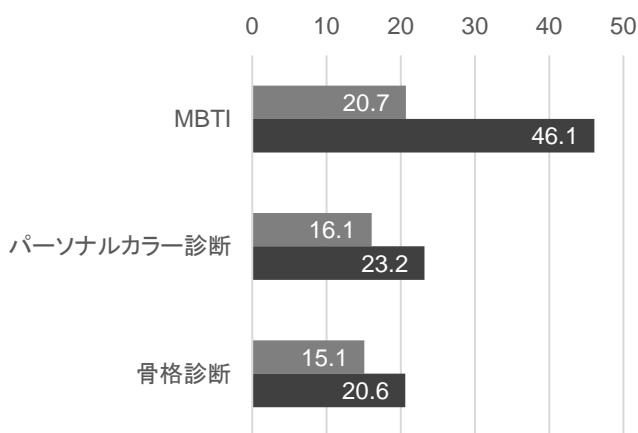


- 共感できる
- まあ共感できる
- どちらでもない
- あまり共感できない
- 共感できない

**【図表13】問22  
客観的指標重要度**



- 自身のタイプを知っている・考えを持っている



- 生活の参考にしている
- 自身のタイプを知っている・考えを持っている

一般論などの自分たちへの取り入れ方に関して、まずは、私たちの世の中の流行に対する考え方を見ると、最も多かったのは、「流行などは、情報として取り入れるが、参考程度にとどめている」が26.2%であり、次いで「流行などは取り入れつつ自分の意見も大切にしている」が25.2%、「流行などにまったく影響されず自分の価値観を貫いている」が17.9%が続く結果となっている(図表14)。

これは、現在の大学生が流行に影響されるのではなく、自分の基準に照らし合わせながら必要なものを主体的に取り入れている姿を明確に示している。

このように、流行を参考にしつつも自分の判断軸を持ち、それらを適度に取り込んだうえで自分しさを保とうとする姿勢は、情報の受け取り方だけでなく日常の行動にも広がっている。

では、この主体的な姿勢がどのように行動面に表れているのかを見ると、「アイデアで難局を乗り越えることが多い」という質問に対し、「共感できる、まあ共感できる」と回答した人は37.1%に達しており、「共感できない、あまり共感できない」の24.2%を12.9pt上回る結果となった(図表15)。

これは、社会のルールや既存の考え方にはたらわれず、自分たちなりに工夫して考えたアイデアで困難を乗り越える大学生が多いことを示唆している。

実際に、大学生意識調査プロジェクトのメンバーの中にも、日々の生活の中で自分なりに工夫したアイデアで過ごしているメンバーが多く存在した。例えば、最終電車を逃した際にカーシェアリングのレンタカーを寝床として利用する、あるいはInstagramのハイライトを日々の日記として活用するといった、既存のツールやサービスに少しひねりの要素を加え、普段通りの使用方法とは異なる面白い発想で使用する事例が多く見られた。

これらの具体的な行動は、自我を持ったことが具体的な行動として表に出ている証拠であり、柔軟な発想の転換と自我に基づいたやり方で、明確な正解が存在しない時代を生きる術として現れている。

このように、現在の大学生は、正解のない社会を生きる中で、社会の変化を当事者として受け止めつつ、外的な情報を参考にしながら、自身の価値観や特性にもとづく判断軸を主体的に形づくっている様子が伺える。

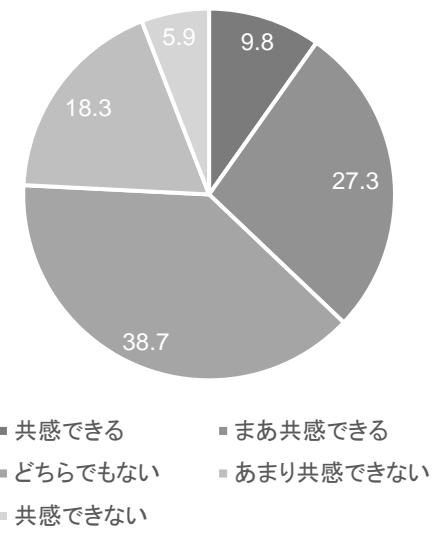
大学生への自己形成は、友人など限られたコミュニティの中で終わるのではなく、社会から影響を受けて行われている、つまり相互作用していることがわかった。

次に、社会と相互作用しながら自己形成をする現在の大学生が、何を武器として、どのように社会を生きているのか、具体的な行動を見ていく。

**【図表14】 問24  
世の中の流行への反応**

流行への反応		
1位	流行などは、情報として取り入れるが、参考程度にとどめている	26.2%
2位	流行などは取り入れつつ自分の意見も大切にしている	25.2%
3位	流行などにまったく影響されず自分の価値観を貫いている	17.9%

**【図表15】 問SC5.7  
アイデアで難局を乗り越えることが多い**



## 第3章 大学生の社会を生きる武器

# 事実の真偽を見極める情報力による社会の生き方

### ～情報過多の社会を味方とする、大学生の最適な情報戦略～

前章では、現在の大学生が、正解のない時代で自分を見失わないように、社会や流行といった外的な情報を参照しつつも、自身の価値観や特性に基づいて判断軸といった自我を能動的に形成し、行動にまで反映させていることが明らかになった。

本章では、現在の大学生の社会参画のあり方が、単なる参加から、相互作用に変わったときに、どのようなことを武器として社会を生きているかを見ていく。

まず、大学生が情報収集を行う際にどのような点を意識しているのかを確認し、情報収集の実態を探っていく。

現在の大学生に、知りたいと思う情報の種類を尋ねたところ、1位「事実として的確な情報」64.0%、2位「簡潔で分かりやすい情報」62.8%、3位「自分の興味に沿った情報」62.2%となった。また、同様の設問を昨年も聴取していた、昨年のスコアを振り返ると、1位「自分の興味に沿った情報」82.8%、2位「簡潔で分かりやすい情報」81.7%、3位「事実として的確な情報」80.8%となっていた。（図表17）

ここで注目すべきは、現在の大学生が「事実として的確な情報」をより知りたいと感じている点である。前年度の結果と比較すると、本年度1位の「事実として的確な情報」は前年度では3位であり、逆に本年度3位の「自分の興味に沿った情報」は前年度では1位であった。わずか1年で順位が入れ替わっており、情報に対する志向が変化しつつあることがうかがえる。

（図表18）この結果から、現在の大学生が、正解の時代を生きる中で、興味の世界で生きるのではなく、とにかく事実として正しい情報を活用しようとしていることがわかる。

加えて、着目すべきは、知りたいと思う情報のスコア差である。2024年の1位「自分の興味に沿った情報」82.8%であったのに対して、2025年1位「事実として的確な情報」64.0%と、スコアそのものが大きく低下していることである。

私たちの中にも、昨年までは友達のことばかり気にしていたり、自分の好きなことばかり提示されるアルゴリズムがよかったです、社会の情報を欲するとなると、とにかく事実が大切であるという声があった。これから、終わりのない友人やコンテンツの膨大な量を必要な情報とせず、社会の事実に絞り始めているという大学生の特徴といえるのではないか。

次に、このような情報に対する考えが、大学生のどのような意識の変化によるものなのかを見ていく。

【図表16】問10 知りたいと思う情報の種類

知りたいと思う情報の種類 2025年		
1位	事実として的確な情報	64.0%
2位	簡潔で分かりやすい情報	62.8%
3位	自分の興味に沿った情報	62.2%

【図表17】問10 知りたいと思う情報の種類

知りたいと思う情報の種類 2024年		
1位	自分の興味に沿った情報	82.8%
2位	簡潔で分かりやすい情報	81.7%
3位	事実として的確な情報	80.8%

【図表18】問10 知りたいと思う情報の種類（前年度比）

2024年			2025年		
位	種類	割合	位	種類	割合
1位	自分の興味に沿った情報	82.8%	1位	事実として的確な情報	64.0%
2位	簡潔で分かりやすい情報	81.7%	2位	簡潔で分かりやすい情報	62.8%
3位	事実として的確な情報	80.8%	3位	自分の興味に沿った情報	62.2%

なぜ、現在の大学生は「事実として的確な情報」を重視しているのだろうか。

この背景には、現在の大学生の社会に対する考え方が関与していると考えられる。現在の大学生に、「できるだけリスクを回避することを考えがちか」と尋ねると、「共感できる、まあ共感できる」と回答した人が60.6%と過半数を上回る結果となった(図表19)。

このことから現在の大学生が正確な情報を手に入れたいと考えることは、間違えた情報を得て失敗することを避けたいというリスク回避思考に結びついていると言える。

しかし、単にリスクを回避する、そのために事実として正しい情報を手に入れようとしているだけではないことが大きな発見である。社会の出来事への関心がある理由を尋ねたところ、1位「何が正しい情報か、慎重に見極める必要があるから」11.5%、2位「まず自身の生活が大切だから」10.3%、3位「社会と自分の生活は密接だから」9.9%であった(図表20)。一般論をはじめとしてそれらをそのまま受け入れるのではなく、自分たちで何が正しいか、真偽を見分ける能力がある事がわかる。

この結果と関連することとして、2章のデータを参照すると、現在の大学生の世の中の風潮や流行に対するスタンスは、1位「流行などは情報として取り入れるが、参考程度にとどめている」26.2%、2位「流行などは取り入れつつ、自分の意見も大切にしている」25.2%、3位「流行などにはまったく影響されず、自分の価値観を貫いている」17.9%であった(図表14)。

これらのことから、現在の大学生は、簡潔な情報をそのまま受け取るのではなく、正確性にも目を向けながら、真偽を慎重に見極めて取捨選択しているといえる。よって正解のない社会においてリスクを回避しつつ、自分にとって本質的な情報だけを拾い上げようとする姿勢が、彼らの情報収集の特徴と言えるだろう。まさに、社会から影響を受けたことによって、社会の情報へのアクセス方法、武器も変わっていることが分かる。

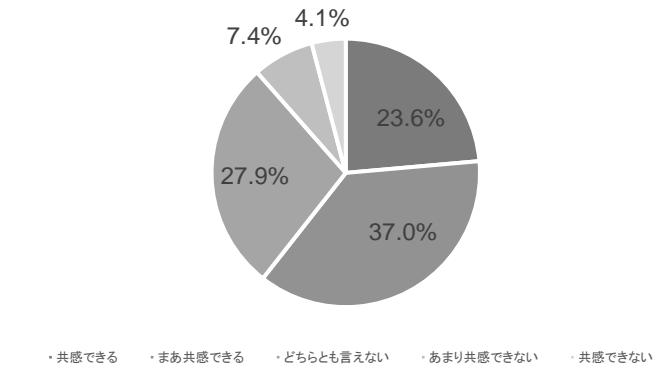
しかし、このようにリスクを回避し、簡潔でありながらも正確な情報を重視する現在の大学生が、動画生成AIによるフェイク動画やステルスマーケティングなど、不確かな情報があふれるSNSを日常的に利用しているのはなぜだろうか。

現在の大学生は、単に事実として的確な情報を集めるだけで終わっていない。

また図表20に続いて、社会の出来事への関心がある理由について尋ねた理由の4位・5位には、「周囲の反応を知りたいから」9.5%、「1つの物事にも多様な意見や立場があるから」9.3%が挙がっていた(図表21)。

これは、事実として的確な情報を集めながらも、周囲の反応などを見ることにより、「何が事実であるか」を見極めていることが伺える。

**【図表19】問SC5.9  
大学生の考え方：できるだけリスクを回避することを考えがち**



**【図表20】問14.2  
社会の出来事への関心の有無の理由**

社会の出来事への関心がある理由		
1位	何が正しい情報か慎重に見極める必要があるから	11.5%
2位	まず自身の生活が大切だから	10.3%
3位	社会と自分の生活は密接だから	9.9%

**【図表21】問14.2  
社会の出来事への関心の有無の理由**

社会の出来事への関心がある理由		
1位	何が正しい情報か慎重に見極める必要があるから	11.5%
2位	まず自身の生活が大切だから	10.3%
3位	社会と自分の生活は密接だから	9.9%

社会の出来事への関心がある理由		
4位	周囲の反応を知りたいから	9.5%
5位	1つの物事にも多様な意見や立場があるから	9.3%

ここからは、具体的にどのようにメディアを使い分けているかについて見ていく。

使用媒体の利用の合算値は、1位「YouTube」88.7%、2位「検索エンジン（Yahoo!・Safari・Googleなど）」83.1%、3位「Instagram」81.1%であった。現在の大学生は、エンタメコンテンツの消費などで、YouTubeを閲覧していることが多い。一方で、**検索エンジンは、それらの情報が正しいかどうかを見極めるために使っているという声を聞くことが多い。**

そのような声がどのようにスコアにあらわれているかを検証するために、さらに、着目したいのは、媒体毎の頻度である。YouTubeは「1日3時間以上」18.4%と、利用者も、利用時間も多いことが分かる。

検索エンジン「1日以上の利用」の合算値は59.6%であった。加えて、着目したいのは、Newsアプリ（Yahoo!ニュース・SmartNews・LINE NEWSなど）の「1日以上の利用」の合算値は35.8%であった。

**正しい情報であるかどうかを検証するために、検索、Newsアプリを利用しており、社会を生きる大学生ならではの情報収集と言えるのではないか。**

ここまで、社会と相互作用しながら生きている大学生の情報収集の特徴を見てきた。事実として的確な情報を集めながら、その事実が本当に真実であるかを検証するために、媒体を使い分けていることが分かった。

【図表22】問9  
使用媒体頻度

使用媒体頻度										
	1日に3時間以上	1日に2時間～3時間未満	1日に1時間～2時間未満	1日に30分～1時間未満	1日に15分～30分未満	2～3日に1回	1週間に1回	2週間に1回	それ以下	利用
YouTube	18.4	8.6	16.8	15.7	10.7	8.1	4.3	2.7	3.4	88.7
検索エンジン (Yahoo!・Safari・Googleなど)	4.4	4.5	14.0	16.5	20.2	9.9	4.7	4.0	5.1	83.1
Instagram	9.2	8.0	13.3	14.9	16.5	5.8	4.7	3.4	5.3	81.1
X（旧Twitter）	7.8	7.5	12.9	15.8	13.2	7.3	5.5	3.6	5.4	79.1
テレビ	6.3	7.0	13.4	13.0	9.6	9.6	6.0	4.4	5.7	75.0
TikTok	9.5	5.4	9.4	10.5	10.4	5.7	4.7	4.9	3.5	63.9
Newsアプリ（Yahoo!ニュース・SmartNews・LINE NEWSなど）	1.9	2.8	6.9	8.3	15.9	7.4	7.7	4.0	8.0	62.9
口コミアプリ・サイト (食べログ・LIPS・ホットペッパーなど)	0.7	2.1	3.3	5.9	9.4	8.6	8.2	7.2	13.9	59.5
新聞（アナログ・デジタル問わない）	1.7	1.5	1.7	4.9	8.2	6.0	6.2	3.6	8.7	42.4
ラジオ	1.0	1.7	3.0	4.3	7.2	4.7	5.8	4.5	8.0	40.2
雑誌	1.2	1.7	1.5	3.0	6.0	6.8	4.9	5.2	8.8	39.0
Facebook	0.7	1.5	2.8	3.5	5.7	4.1	3.8	3.0	5.2	30.3

## 4章 コラム 大学生の社会参画を覗く

# 社会と相互作用して生きる大学生のリアル

## ～お金と政治の関わり方から見えてくる、変化の兆し～

第1章から第3章にかけて、現在の大学生が社会の捉え方が変わっており、さらには単なる社会参加ではなく、相互作用しながら社会と関わっていることが分かった。さらには、情報収集についても大きな変化が起きて、新しい情報収集を武器として生きている。

本章では、これらの変化が具体的に、実際の生活においてはどのような影響を与えていたかについて見ていく。

まず、現在の大学生が社会を生きるために必要だと思うものは、第1位が「お金」、第2位が「政治・法律・制度の変化」、第3位が「経済・経済支援」であった（図表23）。これまでの章で見てきた、現在の大学生のに影響を与えたことが分かった、「政治・法律・制度の変化」であるが、「政治・法律・制度の変化」が社会を生きるために必要だと思うと回答した人がどのような人であるかを少し覗いてみる。

「政治・法律・制度の変化」が社会を生きるために必要だと思うと回答した人の中で、選挙に投票した理由の結果を見ると、1位「意思表示としては意味はあると思うから」19.0%、2位「国民の義務だから」「投票が自分の位を左右するものだと思ったから」16.1%であった（図表24）。

実際に、単に投票をしているだけでなく、自己形成によって生まれた自分達の意思による投票であることが分かる。このように、大学生の社会参画は、自分の意思、自分達の生活を変えようとするための行動といえるのではないか。

以下に、若者の政治・法律・制度の変化に関して、東京都在住の大学3年生にインタビューを実施した生声を記載する。

- 政治家のミームの真似をしている、近年の政治にて家族で協議している
- ネット記事は読む気にならないので、Tiktokで見て、コメント欄で色々な意見を聞いて今の政治の実態を知ってる。（ネット記事より面白いこと書いてあるから）
- 街頭演説ガチ勢
- 陣営に加わって選挙運動のお手伝いボランティア（？）をしていた。
- 政治家の、推し活
- 有名政治家との2ショットを撮ることを日課としている、福島みづほのカレンダーを買ってしまう、左翼を批判しまくる
- デモに参加した友達がいる
- 投票証明書を受け取って割引のあるお店に行く

【図表23】 問25.4  
興味がある分野

社会を生きるために必要だと思うもの（MA）		
1位	お金	36.5%
2位	政治・法律・制度の変化	25.0%
3位	経済・経済支援	24.8%

【図表24】 問16  
選挙に投票した理由

選挙に投票した理由（SA）		
1位	意思表示としては意味はあると思うから	19.0%
2位	国民の義務だから	16.1%
	投票が、自分の暮らしを左右するものだと思ったから	16.1%

最後に、お金について見ていく。「お金」が必要であるという意識が強くなったという変化には、社会の出来事が影響を与えている。というのも、気になった社会の出来事に対する生声として、「103万の壁撤廃について今更かと思った」、「米の価格高騰について主食であるので不安な気持ちになった」、「物価高の社会を変えてほしい」といった、日本経済の動向に直接影響を受けたことによる、将来への不安や日常生活の負担に関する声が多く見られた。つまり、現在の大学生は、自分自身に影響を及ぼす身近な問題として、社会の変化を機に、お金に対する意識が強くなったことが伺える。

しかし、お金に対する意識が強くなった現在の大学生は、実際にお金を使用する際に具体的な行動を伴わせているのだろうか。自分事化した社会の出来事の「前」

「後」「現在」に分けてお金の使用に関する工夫事項を聴取したところ、「特に意識していない/工夫していない」という回答が「前」全選択肢の1位、「後」全選択肢の1位、「現在」全選択肢の2位であった（図表25）。

実際の生活における工夫の行動は多いわけではないが、「特に意識していない/工夫していない」という回答の時系列のスコア数値に着目すると、自分事化した社会の出来事が起きる「前」と起きた「後」では、11.0pt減少、さらに出来事の「後」と「現在」では、4.2pt減少しており、「特に意識していない/工夫していない」人が減少傾向にあることが読み取れる（図表26）。

この変化から、現在の大学生は、これまで、お金の使用に関して半数近くが工夫をしていなかったが、現在は7割近くが何かしらの工夫をしており、**ここ数年の社会の出来事でお金の使用に関する意識、そして工夫、行動意識が強くなっている**ことが分かる。

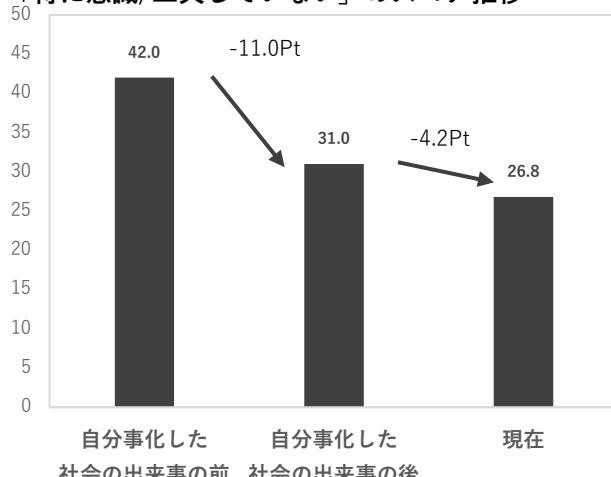
以下に、若者のお金に関して、東京都在住の大学3年生にインタビューを実施した生声を記載する。

- 本気でバイトして資金を貯め、その資金で株式運用している
- 就活の説明会に参加してお金をもらっている
- 自分は株をやっている。年20%くらいに増えるイメージ。サブスクシェアやポイントカードに加えてお支払い方法についても場所によって変える人もいる
- クレカを10枚以上持っている、仮想通貨投資を行っている
- LINEギフトでチケット購入してからお買い物する（ZOZOTOWNとか）
- 友達がFXをやっていてアルバイトで貯めたお金を投資していたが全額溶かしてしまっていたのが特徴的だった。投資は上手くいかないものだと思った
- クーポンの使い手いる、でもその人を私たちは蛙化すぎるとかいじってるからその辺を人前で実行すること抵抗はあるかも、、
- ニーサを使用して毎月コツコツ貯めていた友達がパチンコで10万円勝った次の日にニーサを解約していた
- ディズニープラスを入れるギリギリまでの人集めて、1人分の月会費安く済ませてる。いろんなクーポン駆使している
- 株を運用して利益を出して、バイトをしていない。
- 友達と遊びや旅行に行った時に、ご飯代などをじゃんけんなどゲームをして払う人を決める
- サブスクを友人とシェアしてる！！メルカリをめっちゃやっている！
- 投資や株の講座に行って勉強している。金換金で利益を出す。
- 学校行く日は予算を決めている

【図表25】 問26  
お金の使用に関する工夫事項  
自分事化した社会の出来事の前と後と現在の比較

お金の使用に関する工夫事項について（MA） 特に意識していない/工夫していない		
自分事化した 社会の出来事の前	全選択肢の1位	42.0%
自分事化した 社会の出来事の後	全選択肢の1位	31.0%
現在	全選択肢の2位	26.8%

【図表26】 問26  
お金の使用に関する工夫事項  
「特に意識/工夫していない」のスコア推移



先述の通り、現在の大学生が自分事化した社会の出来事を経て、どのようなお金の使用に関する工夫をするようになったかを見ていく。

まず、自分事化する社会の出来事が起こる「前」のお金に対する工夫を見てみると、全体として特に意識していない/工夫していないが最も多い中、2位「モノを買う前に、一度立ち止まって考えることを意識している」が17.8%、3位「モノをすぐ買い替えず、なるべく長く使うようにしている」が16.6%という結果になっている（図表27）。

**半数近くが工夫・行動していない中、工夫しても、“今購入したもの”をどのように賢く使うのかということが主な工夫点であった。**

次に、自分事化する社会の出来事が起こる「後」のお金に対する工夫を見てみると、全体として特に意識していない/工夫していないが最も多い中、2位「モニター・ポイントサイト・アンケートなどでお小遣い稼ぎしている」が27.7%、3位「クーポン・ポイントカードを活用している」が23.2%という結果になっている（図表28）。

先ほどの結果と比較すると、ローリスクですぐに利益に繋がる手段を用いてお金を少しでも増やす行動へとシフトするなど、“今購入したいもの”をどうするかのみでなく、より賢く、そしてより未来を安心したものにしようとすると保守的でありながらも、工夫しようとする姿勢が伺える。

最後に、自分事化する社会の出来事が起きた上での、「現在」のお金に対する工夫を見てみると、全体として1位「モニター・ポイントサイト・アンケートなどでお小遣い稼ぎしている」が35.1%、2位「クーポン・ポイントカードを活用している」が25.0%、4位「ポイント運用をしている」（paypay、楽天ポイント）が24.2%という結果になっている（図表29）。

1位と2位に関しては、自分事化する社会の出来事が起こる「後」にもあったが、ポイント運用をしているは上位になかった。これは、より賢くしようとする姿勢に、自分で考えながら“未来をより良くしようとする行動”があると言えるのではないか。

さらに、これらの順位を俯瞰して見た際に、もしお金に関する工夫が「NISAをすればいい」といったような特定の画一的な正解として社会的に一般化されていれば、スコアはそのような特定の項目に集中するはずだ。しかし、実際には様々な工夫事項の項目間に一定の分散がある。このことから、現在の大学生は、自分で考えながら、自分に最適なお金の使用に関する工夫をしようとしていることが分かる。

これは、何をどのようにするかを現在の大学生が自分で考えていなければできない行動だ。このことから、**お金の使用に関しても、現在の大学生は自我を起点にした独自の行動をとっていることが読み取れる。**

**【図表27】 問26.1  
お金の使用に関する工夫事項**

お金の使用に関する工夫事項について（MA） -出来事の“前”-		
1位	特に意識していない/工夫していない	42.0%
2位	モノを買う前に、一度立ち止まって考えることを意識している	17.8%
3位	モノをすぐ買い替えず、なるべく長く使うようにしている	16.6%

**【図表28】 問26.2  
お金の使用に関する工夫事項**

お金の使用に関する工夫事項について（MA） -出来事の“後”-		
1位	特に意識していない/工夫していない	31.0%
2位	モニター・ポイントサイト・アンケートなどでお小遣い稼ぎしている	27.7%
3位	クーポン・ポイントカードを活用している	23.2%

**【図表29】 問26.3  
お金の使用に関する工夫事項**

お金の使用に関する工夫事項について（MA） -“現在”-		
1位	モニター・ポイントサイト・アンケートなどでお小遣い稼ぎしている	35.1%
2位	クーポン・ポイントカードを活用している	25.0%
3位	特に意識していない/工夫していない	26.8%
4位	ポイント運用をしている	24.2%

ここまで、お金に関して、どちらかというと制約の中での工夫について、語ってきた。しかし、これらのように制約だけになり、苦しい生活を送っているのか。私たちはそうではない。

現在の大学生は、コロナ禍で厳しい制約を受けたことで、新たな楽しみや充足感を積極的に見出そうとする強さを持っている。その証拠に、「制約がある中でも、最大限楽しめる自信がある」に共感できる、まあ共感できると回答した学生は44.5%に達している（図表30）。これから、**ポジティブな適応力を読み取ることができ、制限下の状況を肯定的に捉える姿勢がうかがえる。**

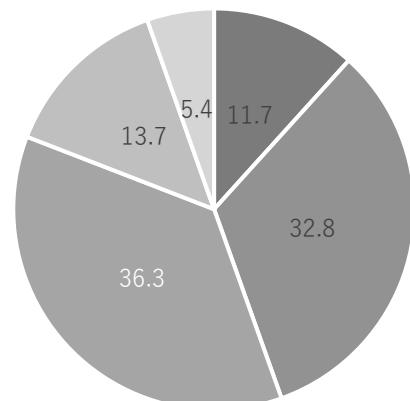
特に、身近なお金の使用に関してこの姿勢が強く表れている。現在の大学生はお金に関する情報感度が高まっている中で、お菓子の数量や価格の変化などに敏感に反応するようになった。しかし、この情報感度はマイナスに反応するだけではない。価格を中長期的に捉え、制限がある中でも賢くやりくりする力を身につけている。

このように現在の大学生は、ネガティブな面のみならずポジティブな面にも捉え直すことができる。そのため、何かと制限の多いお金でも、日々の自分たちの生活をより充実させる使い方へとシフトさせることができる。

よって現在の大学生は、**生活レベルにおいて限られた中でもコストを制約し楽しみ方を検討できている**と言える。

最後に私たちは、現在の大学生は製品やサービスにおいて、あらゆるコストを回避した簡潔性と、個々のお金に対する自我を尊重する柔軟な商品設計を強く求めていくといえるだろう。つまり、**初期費用や利用の手間が少ないストレスフリーなアクセス性を重視する傾向がある**と考えられる。また、アルバイトや仕送りによる異なる経済状況に応じた、料金プランや機能構成を細かく調整できるカスタマイズ性こそが、現在の大学生のお金に対する自我を満たし、最終的な利用と継続を決定づける要因となるのではないか。

**【図表30】 問SC5.6  
制約がある中でも、最大限楽しめる自信がある**



- 共感できる ■ まあ共感できる
- どちらとも言えない ■ あまり共感できない
- 共感できない

## まとめ

社会”参画”/ joinから社会”相互作用”/ interaction へ

# Social interaction 世代

## ～大学生の自己形成は、”友達”から”社会”へ～

ここまで見てきた大学生の社会との関わりに関する調査結果をまとめたい。

### 第1章：社会への当事者意識と「ねじれ構造」の発生

現在の大学生は、日本社会に対する好意度が著しく低下している一方で、自身と社会との心理的な距離は徐々に近づき、選挙への投票など積極的な行動を示すという「意識と行動のねじれ構造」を有していることが分かった。このねじれ構造は、コロナ禍や元首相襲撃などの重大な社会事象を経験したことによる「自分の生活が変わる危機感」や「将来的に自分に関わってくる」という当事者意識の高まりが起点となっている。

このように、現在の大学生の社会の捉え方が大きく変わっていることが分かった。

### 第2章：社会から影響を受ける自己形成

現在の大学生は、従来の「正解」が通用しない社会を自覚しており、社会の一般論やMBTIなどの客観的指標を判断材料として能動的に収集をしている。しかし、これらの外的情報に依存せず、自分の意見や価値観と照らし合わせ主体的に解釈を加える。流行に対しても「参考程度にとどめ」、自分の意見を大切にする姿勢を崩さないことが分かった。このように、社会から影響を受けながら、自分なりの工夫で難局を乗り越える柔軟で実践的な自我を形成し、自己形成の場を社会との相互作用へと広げている。

このように、現在の大学生は社会に参加するのみでなく、相互作用していることが分かった。

### 第3章：社会を生き抜く「情報再構築能力」

現在の大学生の武器は、情報力です。彼らの情報志向は、以前の「興味」から「事実として的確な情報」へと明確に変化した。これは、「できるだけリスクを回避することを考えがち」という思考と、「何が正しい情報か慎重に見極める必要がある」という意識に基づくもの。大学生は、YouTubeなどのエンタメ媒体と並行して、検索エンジンやNewsアプリを利用し、情報の真偽を検証する媒体の使い分けを行うという、最適な情報戦略を実践している。

このように、現在の大学生は新しい情報収集によって、社会を生き抜いていることが分かった。

### コラム：合理的行動とポジティブな適応力

社会を生きる上で「お金」を最も重要だと認識しており、社会の変化を機にお金の使用に関する工夫・行動意識が強まっている。工夫の内容は、以前の「消費抑制」から、現在は「モニター・ポイントサイトでお小遣い稼ぎ」や「ポイント運用」など、労力が少なく、ローリスクで収益に繋がる効率的かつ合理的な行動へとシフトしている。同時に、コロナ禍の制約経験から、「制約がある中でも、最大限楽しめる自信がある」というポジティブな適応力も持ち合っている。

これらの結果から、現在の大学生は、社会への単なる参加（Join）ではなく、社会と相互に影響を与えるながら自己を形成し、情報力と合理性を武器に流動的な社会を生き抜く「Social INTERACTION世代」であると結論づけられる。

# 寄稿～調査結果を読んで～

東京都立大学 経済経営学部 峯尾圭

今年の「大学生の社会参画に関する調査」は、大学生が社会をどう捉え、どの程度「自分ごと」として関わろうとしているのかを捉えるうえで、非常に示唆に富む内容だった。一般に「大学生は社会に無関心だ」と一括りにされがちだが、調査結果からはむしろ「社会との距離感がジリジリと縮まっている」様子がうかがえる。この変化は可視化されにくいか、日常の関心や情報行動で確実に起きている変化だと感じる。

私自身、教員としてのキャリアはまだ長いわけではない。それでも、自身の学生時代と比べ、社会問題や政治、経済に対する学生の感度は高まっているように思える。調査結果を読み解く鍵として、私は真っ先に「就職活動の早期化」を思い浮かべた。

かつて、学生の関心は3年生の終わり頃まで、学業や友人関係、サークルといった“身の回り”にあり、ある時期から一気に就職活動へスイッチが切り替わるものだった。しかし現在は、入学直後からキャリアを意識する学生も珍しくない。学業そっちのけで就活ばかりしている学生を見るのは、教員としては複雑である。

だが、この「早期化」が社会への関心を押し上げている側面は無視できない。就職を意識すると、多くの企業に興味を持ち、政治・経済全体へと関心が波及していく。結果として、在学期間を通じて断続的に「社会」に触れ続けることで、政治・経済への関心の入口が広がっているのではないか。これが、調査結果に見られる「社会との心理的距離の縮まり」を説明する一つの要因のように感じる。

また、若者の政治離れ・選挙離れが叫ばれてきた中で、多くの大学生が政治や投票に関心を持ち、実際に投票行動に移している点は率直に驚きだった。政治は遠い世界の出来事ではなく、「自分の生活に関わるもの」として心理的距離が近づいている。ここに影響しているのは、やはりSNSの存在だろう。

近年の選挙を振り返っても、SNSをいかに選挙戦略に組み込み、政治に距離を感じてきた若い層に届けられるかが、各党の重要な課題になっているように見える。政治に関心が薄いとされてきた層に対しても、最も身近なメディアであるSNSを通じて主張が流れ込み、候補者や党首の発信に日常的に触れる機会が増えた。党首自らがアカウントを運営し、細かな情報や考え方、日々の活動を発信することで、これまで「縁遠い存在」だった政治家が、極端に言えば“知り合い”や“友達”的に感じられる瞬間が生まれる。いわゆる「パラソーシャル（擬似的な親密さ）」な関係が築かれやすい環境が整った、とも言える。

しかし、情報に触れる入口が増えた分、学生側には「取捨選択する力」がこれまで以上に求められる。かつてのマスマディア中心の時代に比べ、同じ社会問題でも多様な意見に同時に触れやすい。価値観の問題には「唯一の正解」がないことも多いため、自分なりの判断基準を見つける必要がある。その軸が弱いと、分かりやすい極論や「強い言葉」に流されてしまう。さらに、本文にもある通り、生成AIの普及は情報環境をより複雑にしている。フェイクニュースが氾濫し、真偽の判定が困難になる一方である。だからこそ、学生が「これは本当か」と一度立ち止まる姿勢を身につければ、それはこの時代を生きるための適応もある。

情報への向き合い方が変わったことは、政治への関心だけでなく、流行やコミュニケーションの様式にも表れている。流行が生まれてから廃れるまでのサイクルがますます加速している。2025年の新語・流行語に「エッホエッホ」が選ばれたように、ネットミームという言葉が定着し、SNS発の言葉が次々に流行っては消えていく。少し時間が経てば「それはもう古い」と言われてしまうスピード感の中では、流行は「絶対的に重要なもの」というより、「一時的な共通言語」として扱われやすい。学生は流行を敏感に取り入れつつも、同時に移り変わりの激しさを理解し、距離を取っているように見える。

また、同様に、「リスク回避的」と言われる若者像についても、単なる消極性として片づけるのは早い。SNS全盛の時代、人々が不用意な発言や不適切な情報発信によって炎上し、深刻な不利益を被る事例を、学生たちは日常的に目にしている。「それ、燃えるんじゃない？」と事前に察知できる感度が高いのは、地雷だらけのネット社会を安全に歩くための現実的な知恵でもある。何を言わないか、どこで踏みとどまるか、という判断が生活スキルの一部になっている。

総じて本調査は、「学生は受け身だ」「若者は無関心だ」と決めつけられがちな学生の自発性や能動性を捉え直す契機になったように思う。とりわけ、今の大学生は多感な時期にコロナ禍を経験し、「当たり前」がある日突然ひっくり返る感覚を身体で知っている世代である。「社会はあっけなく変わりうるものだ」という感覚が、思考や行動の底に染みついている。社会人として社会に出た後も、この関心が一過性で終わらず、社会と自分とのあいだの「相互作用」として維持されていくなら、未来は決して暗くない。調査結果を手がかりに、学生の変化を悲觀も樂觀もせず、具体的な教育へつなげていきたい。

# 定点観測

～大学生の好きな広告・今年の日本の顔～

## 「日清食品」が1位にランクイン！

<全体:N=905>

1位: 日清食品	18人	(2.0%)
2位: KDDI(au/UQモバイル)	16人	(1.8%)
3位: サントリー	11人	(1.2%)
4位: リクルート	9人	(1.0%)
4位: キリン	9人	(1.0%)
6位: マクドナルド	7人	(0.8%)
6位: 花王	7人	(0.8%)
8位: 任天堂	6人	(0.7%)
8位: 森永製菓	6人	(0.7%)
8位: コカ・コーラ	6人	(0.7%)

▼参考: '24年度結果 (全体:n=1000)

1 日清/カップヌードル	18人	(1.8%)
2 au/「三太郎」シリーズ	16人	(1.6%)
3 Apple	11人	(1.1%)
4 アサヒ/スーパーボードライ	9人	(0.9%)
4 楽天/楽天モバイル	9人	(0.9%)
6 KIRIN/晴れ風	7人	(0.7%)
6 USJ	7人	(0.7%)
8 サントリー/天然水	6人	(0.6%)
8 ソフトバンク/スマホ	6人	(0.6%)
8 ロート製薬/目薬	6人	(0.6%)
8 伊藤園/おーいお茶	6人	(0.6%)

▼参考: '23年度結果 (全体:n=1000)

1 日清	33人	(3.3%)
2 au	22人	(2.2%)
3 アサヒ	21人	(2.1%)
4 サントリー	17人	(1.7%)
5 Google	11人	(1.1%)
5 コカ・コーラ	11人	(1.1%)
7 キリン	10人	(1%)
8 Apple	9人	(0.9%)
9 トヨタ	8人	(0.8%)
9 大塚製薬	8人	(0.8%)

▼参考: '22年度結果 (全体:n=1379)

1 KDDI/au/「三太郎」シリーズ	43人	(3.1%)
2 日清食品/カップヌードル	35人	(2.5%)
3 Apple/iPhone	27人	(2%)
4 ニトリ/Nクール、Nウォーム	23人	(1.7%)
5 大塚製薬/ポカリスエット	18人	(1.3%)
6 ゼスプリ	14人	(1%)
7 Amazon/Amazon Prime	12人	(0.9%)
7 SUNTORY/ほろよい	12人	(0.9%)
9 マクドナルド/ハンバーガー	11人	(0.8%)
9 アイフル	11人	(0.8%)

▼参考: '21年度結果 (全体:n=648)

1 大塚製薬/ポカリスエット	28人	(4.3%)
2 日清食品/カップヌードル	22人	(3.4%)
3 KDDI/au/「三太郎」シリーズ	19人	(2.9%)
4 大塚製薬/カロリーメイト	11人	(1.7%)
5 コカ・コーラ/コカ・コーラ	9人	(1.4%)
6 KDDI/UQモバイル	9人	(1.4%)
7 Amazon/Amazon Prime	8人	(1.2%)
7 Zespri/キウイブレイズ	8人	(1.2%)
7 KDDI/「意識高すぎ！高杉くん」シリーズ	7人	(1.1%)
10 アサヒ/カルビス	6人	(0.9%)
10 ハーゲンダッツ/ジャパン/ハーゲンダッツ	6人	(0.9%)
10 ロッテ/キシリートル/BTS	6人	(0.9%)

最近1年間の日本の顔は、2024年と同様に大谷翔平選手に！

2位以降は、石破茂さん、小泉進次郎さんなど政治家が上位にランクイン。

<全体:N=905>

1位: 大谷翔平	99人	(10.9%)
2位: 石破茂	81人	(9.0%)
3位: 小泉進次郎	9人	(1.0%)
4位: 安倍晋三 / 安倍総理	7人	(0.8%)
4位: 玉木雄一郎	7人	(0.8%)
6位: 神谷宗幣 / 参政党代表	6人	(0.7%)
6位: 山田涼介	6人	(0.7%)
8位: Mrs. GREEN APPLE / 大森元貴	5人	(0.6%)
9位: 今田美桜	3人	(0.3%)

▼参考: 2024年の今年の顔

<全体:N=1000>

1位: 大谷翔平	333人	(33.3%)
2位: 岸田文雄	160人	(16.0%)
3位: 安井かのん(やす子)	14人	(1.4%)
4位: フフちゃん	13人	(1.3%)
5位: 石川祐希	11人	(1.1%)
6位: 藤井聰太	10人	(1.0%)
7位: 岡慎之介	9人	(0.9%)
8位: 目黒連	8人	(0.8%)
9位: 阿部一二三	7人	(0.7%)
10位: 開發光	6人	(0.6%)

## 調査結果：詳細編

## I 社会との関わり方について

※数表中の数値につけられた記号

○印=全体より5ポイント以上高い数値

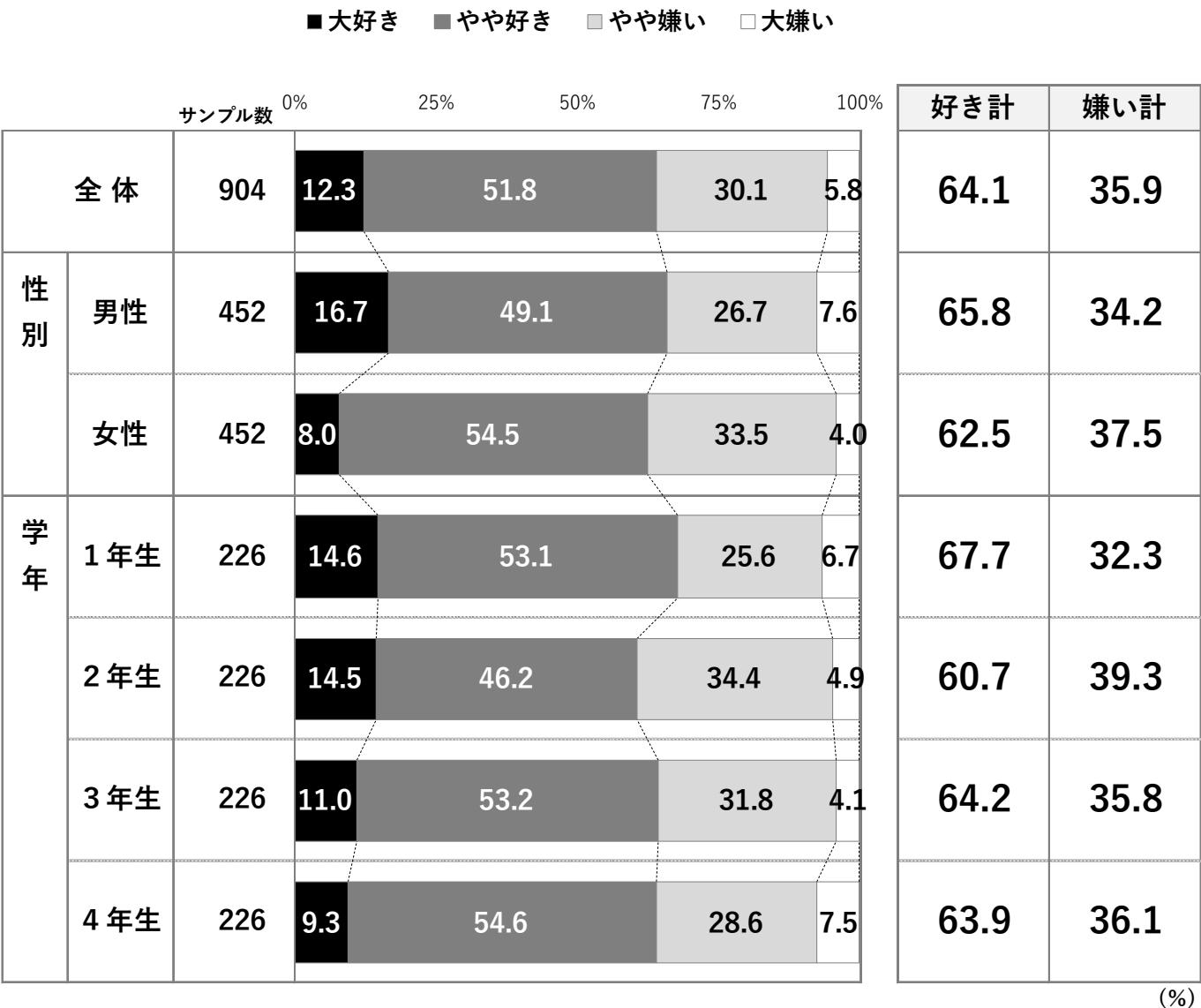
▼印=全体より5ポイント以上低い数値

※30ssを下回る軸には未反映

## &lt;全ベース&gt;

**問1** あなたの現在の日本に対するお気持ちとして、最もあてはまるものをお選びください。

## &lt;全体：N=904&gt;

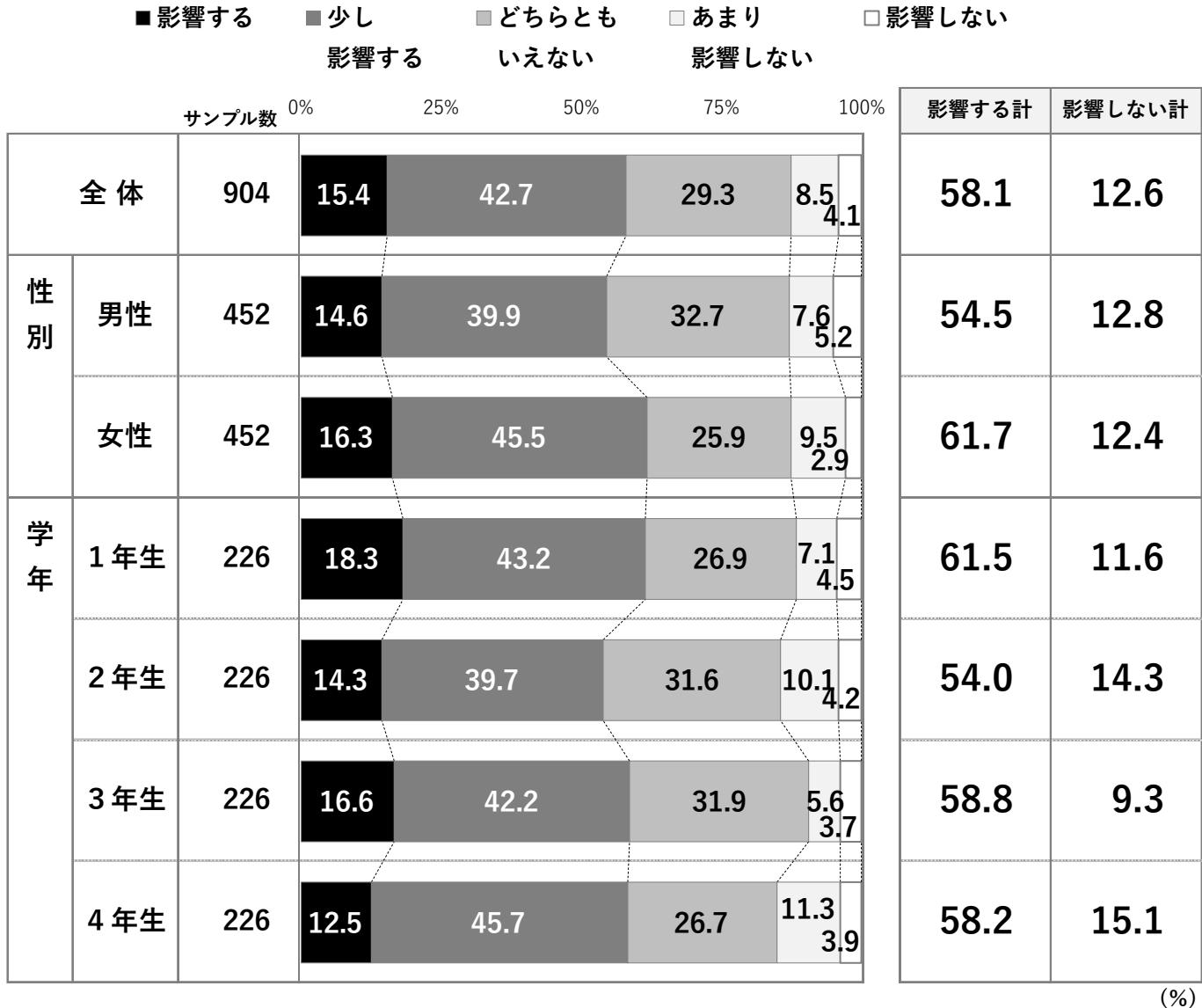


# 社会の出来事による自身への影響度

<全ベース>

**問2** 社会の出来事は、あなた自身の生活や行動、意識に対してどの程度影響しますか。  
あてはまるものを1つだけお選びください。

<全体：N=904>



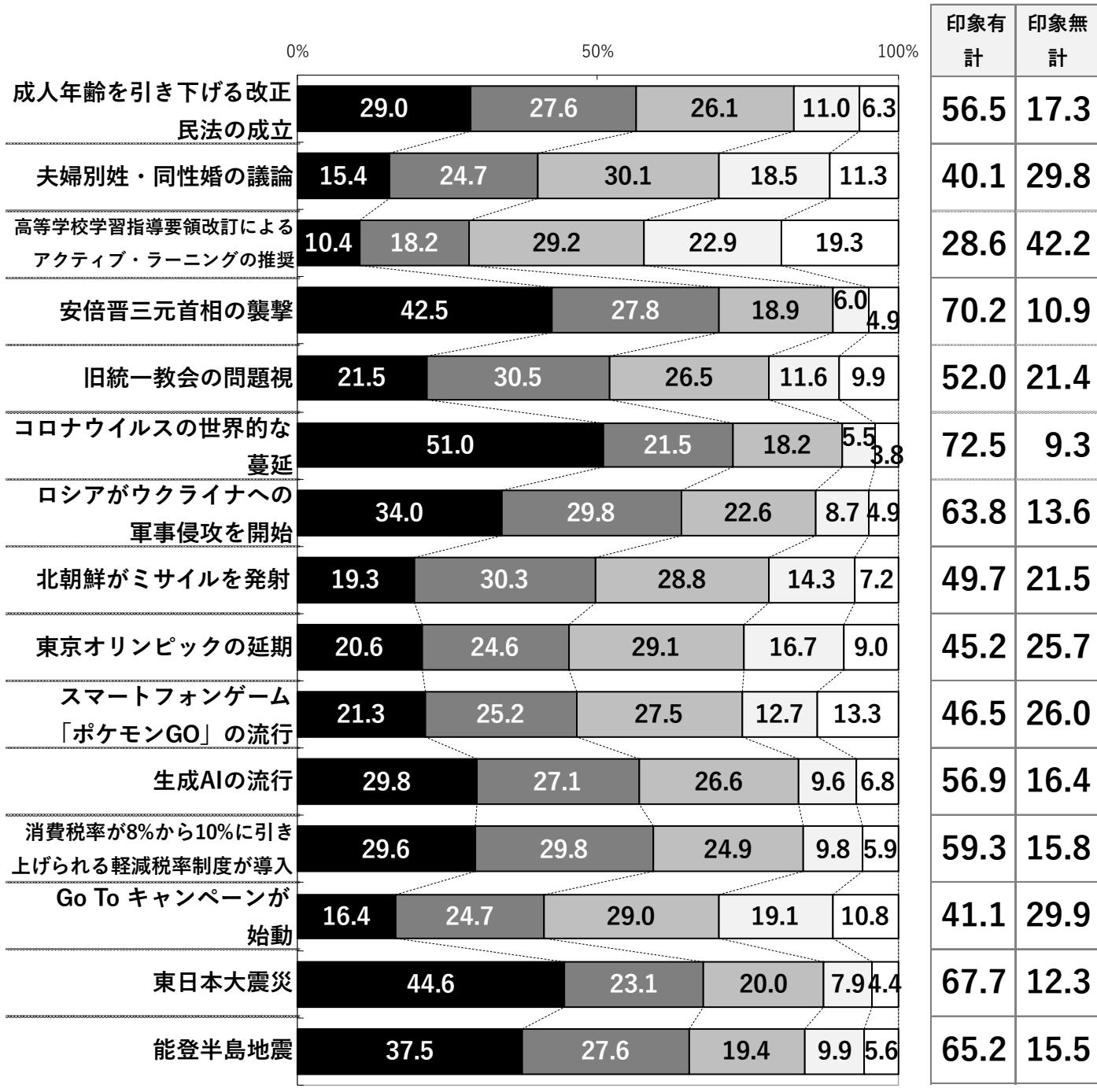
## 社会の出来事に対する印象度

＜全ベース＞

**問3** あなたがこれまで経験した社会の出来事で、"印象に残っている"社会の出来事は何ですか。それぞれの出来事に対して、最もあてはまるものをお選びください。

<全体：N=904>

- 印象に残っている ■どちらかというと印象に残っている ■どちらでもない ■どちらかといふ印象に残っていない



## 社会の出来事に対する印象度（数表1）

&lt;全ベース&gt;

問3

あなたがこれまで経験した社会の出来事で、"印象に残っている"社会の出来事は何ですか。  
それぞれの出来事に対して、最もあてはまるものをお選びください。

&lt;全体：N=904&gt;

		成人年齢を20歳から18歳に引き下げる 改正民法の成立							夫婦別姓・同性婚の議論							
		印象に残っている	残つてない	どちらともない	どちらかといな	印象に残つていな	印象有計	印象無計	印象に残つている	残つてない	どちらともない	どちらかといな	印象に残つていな	印象有計	印象無計	
サンプル数		904	29.0	27.6	26.1	11.0	6.3	56.5	17.3	15.4	24.7	30.1	18.5	11.3	40.1	29.8
性別	男性	452	▼23.3	28.3	28.6	12.3	7.5	51.6	19.9	14.2	21.2	32.2	19.0	13.4	35.4	32.4
	女性	452	○34.6	26.9	23.7	9.7	5.1	61.5	14.8	16.5	28.3	28.1	17.9	9.3	44.8	27.1
学年	1年生	226	○36.5	28.6	22.5	9.8	2.7	○65.0	12.5	18.2	25.4	29.2	18.2	9.1	43.6	27.2
	2年生	226	28.5	26.1	29.3	9.8	6.2	54.6	16.0	15.1	26.3	34.1	▼12.7	11.8	41.4	▼24.5
	3年生	226	26.2	27.6	26.6	13.3	6.3	53.8	19.6	12.6	23.6	29.5	22.3	12.0	36.2	34.3
	4年生	226	24.6	28.1	26.2	11.1	10.1	52.7	21.1	15.7	23.6	27.6	20.7	12.5	39.2	33.1

(%)

		高等学校学習指導要領改訂による アクティブ・ラーニングの推奨							安倍晋三元首相の襲撃							
		印象に残っている	残つてない	どちらともない	どちらかといな	印象に残つていな	印象有計	印象無計	印象に残つている	残つてない	どちらともない	どちらかといな	印象に残つていな	印象有計	印象無計	
サンプル数		904	10.4	18.2	29.2	22.9	19.3	28.6	42.2	42.5	27.8	18.9	6.0	4.9	70.2	10.9
性別	男性	452	11.3	16.8	30.1	22.7	19.2	28.0	41.9	38.1	27.9	21.6	6.3	6.0	66.0	12.3
	女性	452	9.6	19.6	28.3	23.1	19.4	29.2	42.5	46.8	27.6	16.2	5.6	3.8	74.4	9.4
学年	1年生	226	12.9	20.2	28.9	20.4	17.6	33.2	37.9	○51.5	24.7	18.9	3.9	1.0	○76.2	▼4.9
	2年生	226	8.0	20.0	○34.6	19.9	17.5	28.0	37.4	▼35.9	31.1	21.6	6.6	4.9	66.9	11.5
	3年生	226	9.0	15.9	▼24.2	○32.0	18.9	24.9	○51.0	38.5	27.6	20.9	7.3	5.6	66.1	13.0
	4年生	226	11.8	16.6	29.3	19.3	23.1	28.4	42.3	44.0	27.6	14.2	6.0	8.2	71.6	14.2

(%) 29

## 社会の出来事に対する印象度（数表2）

&lt;全ベース&gt;

問3

あなたがこれまで経験した社会の出来事で、"印象に残っている"社会の出来事は何ですか。  
それぞれの出来事に対して、最もあてはまるものをお選びください。

&lt;全体：N=904&gt;

サンプル数	旧統一教会の問題視							コロナウイルスの世界的な蔓延								
	印象に残っている	残つてない	どちらかどない	どちらでもない	印象に残つていな	印象有計	印象無計	印象に残つている	残つてない	どちらかどない	どちらでもない	印象に残つていな	印象有計	印象無計		
全体	904	21.5	30.5	26.5	11.6	9.9	52.0	21.4	51.0	21.5	18.2	5.5	3.8	72.5	9.3	
性別	男性	452	22.0	31.9	26.6	10.0	9.5	54.0	19.4	▼45.7	23.4	20.3	6.5	4.1	69.1	10.7
	女性	452	21.0	29.1	26.4	13.2	10.3	50.1	23.5	○56.4	19.6	16.1	4.5	3.4	75.9	7.9
学年	1年生	226	26.0	32.3	21.9	9.8	10.0	○58.3	19.8	○59.7	18.9	15.2	3.9	2.4	○78.6	6.3
	2年生	226	21.0	29.2	31.2	11.2	7.4	50.2	18.6	47.1	23.3	20.9	6.6	2.1	70.4	8.7
	3年生	226	19.3	29.9	28.2	12.3	10.3	49.2	22.6	▼45.2	24.3	20.6	5.7	4.3	69.4	10.0
	4年生	226	19.7	30.7	24.8	13.0	11.8	50.4	24.8	52.2	19.4	16.1	6.0	6.2	71.6	12.2

(%)

サンプル数	ロシアがウクライナへの軍事侵攻を開始							北朝鮮がミサイルを発射								
	印象に残つている	残つてない	どちらかどない	どちらでもない	印象に残つていな	印象有計	印象無計	印象に残つている	残つてない	どちらかどない	どちらでもない	印象に残つていな	印象有計	印象無計		
全体	904	34.0	29.8	22.6	8.7	4.9	63.8	13.6	19.3	30.3	28.8	14.3	7.2	49.7	21.5	
性別	男性	452	32.5	28.5	24.0	9.3	5.6	61.0	15.0	18.6	28.8	30.5	13.8	8.4	47.3	22.2
	女性	452	35.6	31.1	21.1	8.1	4.1	66.7	12.2	20.1	31.9	27.2	14.9	5.9	52.0	20.8
学年	1年生	226	○43.8	27.7	19.2	5.7	3.7	○71.4	9.4	○26.6	32.4	27.7	▼7.0	6.3	○59.1	▼13.2
	2年生	226	▼26.1	30.5	27.5	12.1	3.8	▼56.6	15.9	16.6	30.7	31.7	16.4	4.6	47.3	21.0
	3年生	226	35.3	25.9	25.6	9.3	4.0	61.2	13.2	▼14.2	▼24.5	31.6	○20.7	9.0	▼38.7	○29.7
	4年生	226	31.0	○35.1	18.0	7.9	7.9	66.1	15.9	20.0	33.6	24.3	13.2	8.9	53.6	22.1

(%)

## 社会の出来事に対する印象度（数表3）

&lt;全ベース&gt;

問3

あなたがこれまで経験した社会の出来事で、"印象に残っている"社会の出来事は何ですか。  
それぞれの出来事に対して、最もあてはまるものをお選びください。

&lt;全体：N=904&gt;

サンプル数	東京オリンピックの延期							スマートフォンゲーム「ポケモンGO」の流行								
	印象に残っている	残つてない	どちらともない	どちらかといな	どちらかといな	印象に残つていな	印象有計	印象無計	印象に残つている	残つてない	どちらともない	どちらかといな	どちらかといな	印象に残つていな	印象有計	印象無計
全体	904	20.6	24.6	29.1	16.7	9.0	45.2	25.7	21.3	25.2	27.5	12.7	13.3	46.5	26.0	
性別	男性	452	17.5	22.7	31.6	17.8	10.4	▼40.1	28.3	20.7	24.6	28.6	11.0	15.2	45.3	26.1
	女性	452	23.8	26.5	26.6	15.6	7.5	○50.3	23.1	21.8	25.8	26.5	14.3	11.5	47.6	25.9
学年	1年生	226	○28.0	22.3	29.5	14.6	5.7	○50.3	▼20.2	○28.4	25.6	27.5	▼7.3	11.2	○54.0	▼18.5
	2年生	226	16.0	26.2	33.8	15.4	8.7	42.1	24.1	18.3	20.3	○37.0	11.9	12.5	▼38.6	24.5
	3年生	226	17.2	20.5	27.9	○25.0	9.3	▼37.7	○34.3	▼16.2	28.0	25.5	14.6	15.7	44.2	30.3
	4年生	226	21.4	29.3	25.2	11.8	12.3	○50.7	24.1	22.1	26.9	▼20.2	16.8	13.9	49.0	30.8

(%)

サンプル数	生成AIの流行							消費税率が8%から10%に引き上げられる 軽減税率制度が導入								
	印象に残っている	残つてない	どちらともない	どちらかといな	どちらかといな	印象に残つていな	印象有計	印象無計	印象に残つている	残つてない	どちらともない	どちらかといな	どちらかといな	印象に残つていな	印象有計	印象無計
全体	904	29.8	27.1	26.6	9.6	6.8	56.9	16.4	29.6	29.8	24.9	9.8	5.9	59.3	15.8	
性別	男性	452	27.4	24.6	30.7	10.7	6.6	52.0	17.3	27.7	31.4	25.4	9.1	6.5	59.1	15.5
	女性	452	32.2	29.6	22.6	8.5	7.1	61.8	15.6	31.4	28.1	24.4	10.6	5.4	59.6	16.0
学年	1年生	226	○38.7	27.1	25.0	5.7	3.6	○65.8	▼9.2	○38.4	28.7	22.8	7.3	2.8	○67.1	▼10.1
	2年生	226	25.0	27.3	28.3	11.8	7.7	52.2	19.4	26.4	31.3	25.2	10.8	6.3	57.7	17.1
	3年生	226	29.6	24.5	29.7	9.3	7.0	54.1	16.2	25.3	32.6	26.2	8.9	7.0	57.9	15.9
	4年生	226	26.0	29.6	23.5	11.8	9.1	55.6	20.9	28.1	26.4	25.5	12.3	7.7	54.6	19.9

(%) 31

## 社会の出来事に対する印象度（数表4）

&lt;全ベース&gt;

問3

あなたがこれまで経験した社会の出来事で、"印象に残っている"社会の出来事は何ですか。  
それぞれの出来事に対して、最もあてはまるものをお選びください。

&lt;全体：N=904&gt;

サンプル数	Go To キャンペーンが始動							東日本大震災								
	印象に残っている	残つてない	どちらともない	どちらかといふと印象に	印象に残つていな	印象有計	印象無計	印象に残っている	残つてない	どちらともない	どちらかといふと印象に	印象に残つていな	印象有計	印象無計		
全体	904	16.4	24.7	29.0	19.1	10.8	41.1	29.9	44.6	23.1	20.0	7.9	4.4	67.7	12.3	
性別	男性	452	16.6	22.0	31.0	19.9	10.5	38.6	30.4	44.8	22.0	22.2	7.1	3.9	66.8	11.0
	女性	452	16.2	27.4	27.0	18.3	11.2	43.6	29.4	44.4	24.3	17.8	8.6	4.9	68.6	13.5
学年	1年生	226	○21.4	29.6	▼23.4	18.0	7.6	○51.0	25.6	48.8	19.6	19.0	8.9	3.6	68.5	12.5
	2年生	226	11.9	24.8	○37.4	16.4	9.5	36.7	25.9	40.6	24.4	22.0	9.4	3.5	65.0	13.0
	3年生	226	13.6	▼17.9	29.5	22.7	○16.3	▼31.5	○39.0	42.9	25.2	19.3	8.3	4.3	68.1	12.6
	4年生	226	18.7	26.5	25.7	19.2	9.9	45.2	29.1	45.9	23.3	19.7	4.8	6.2	69.2	11.1

(%)

サンプル数	能登半島地震								
	印象に残っている	残つてない	どちらともない	どちらかといふと印象に	印象に残つていな	印象有計	印象無計		
全体	904	37.5	27.6	19.4	9.9	5.6	65.2	15.5	
性別	男性	452	35.4	28.2	18.8	11.4	6.3	63.6	17.7
	女性	452	39.7	27.0	20.0	8.4	4.9	66.7	13.3
学年	1年生	226	○44.3	24.4	18.6	9.1	3.6	68.8	12.6
	2年生	226	36.8	25.5	○25.3	8.6	3.8	62.3	12.5
	3年生	226	▼29.9	○33.6	17.5	12.4	6.6	63.5	19.0
	4年生	226	39.2	26.9	16.1	9.4	8.4	66.1	17.8

(%)

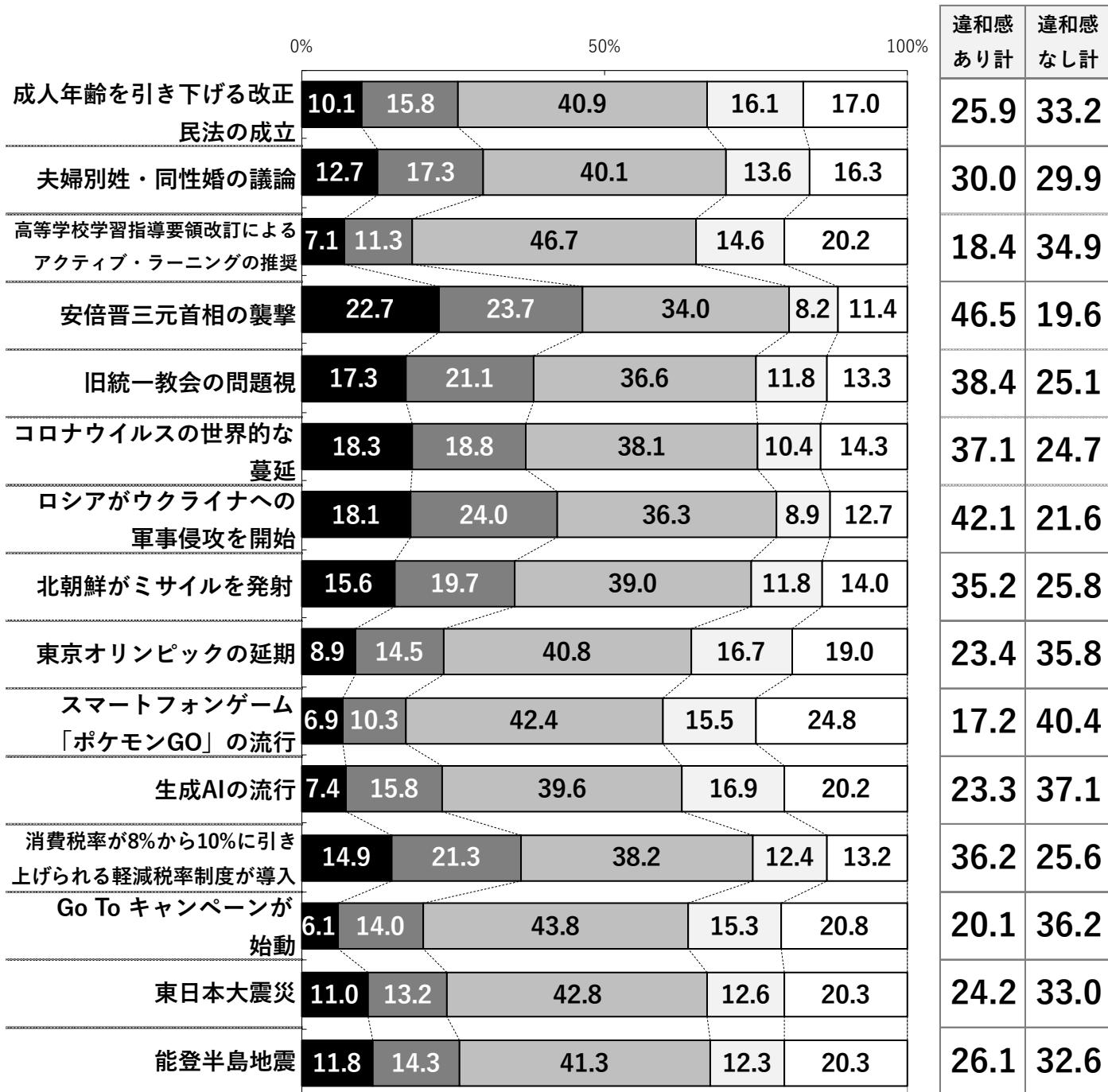
## &lt;全ベース&gt;

問4

次に、あなたがこれまで経験した社会の出来事で、"違和感を感じた"社会の出来事は何ですか。  
それぞれの出来事に対して、最もあてはまるものをお選びください。

## &lt;全体：N=904&gt;

■違和感を感じた    □どちらかというと違和感を感じた    □どちらでもない    □どちらかというと違和感を感じていない    □違和感を感じていない



# 違和感を感じた社会の出来事（数表1）

<全ベース>

問4

次に、あなたがこれまで経験した社会の出来事で、"違和感を感じた"社会の出来事は何ですか。  
それぞれの出来事に対して、最もあてはまるものをお選びください。

<全体：N=904>

		成人年齢を引き下げる改正民法の成立							夫婦別姓・同性婚の議論							
		違和感を感じた	感じたどちらかといふと違和感を	どちらでもない	感じていなうと違和感を	違和感を感じていなう	違和感あり計	違和感なし計	違和感を感じた	感じたどちらかといふと違和感を	どちらでもない	感じていなうと違和感を	違和感を感じていなう	違和感あり計	違和感なし計	
サンプル数		904	10.1	15.8	40.9	16.1	17.0	25.9	33.2	12.7	17.3	40.1	13.6	16.3	30.0	29.9
性別	男性	452	8.3	14.7	44.5	18.1	14.4	23.0	32.5	13.3	15.2	43.2	14.0	14.4	28.5	28.3
	女性	452	11.9	16.9	37.4	14.1	19.7	28.9	33.8	12.1	19.4	37.0	13.3	18.1	31.6	31.4
学年	1年生	226	14.6	15.0	36.9	18.6	14.9	29.6	33.5	12.8	18.3	40.8	13.2	14.9	31.1	28.1
	2年生	226	7.1	16.4	43.0	13.9	19.7	23.5	33.5	13.5	17.9	42.3	10.8	15.5	31.4	26.3
	3年生	226	5.6	18.3	45.6	16.6	13.9	23.9	30.5	13.2	12.6	40.6	18.0	15.6	25.8	33.5
	4年生	226	13.2	13.5	38.2	15.3	19.7	26.7	35.1	11.3	20.4	36.8	12.5	19.0	31.7	31.5

(%)

		高等学校学習指導要領改訂によるアクティブラーニングの推奨							安倍晋三元首相の襲撃							
		違和感を感じた	感じたどちらかといふと違和感を	どちらでもない	感じていなうと違和感を	違和感を感じていなう	違和感あり計	違和感なし計	違和感を感じた	感じたどちらかといふと違和感を	どちらでもない	感じていなうと違和感を	違和感を感じていなう	違和感あり計	違和感なし計	
サンプル数		904	7.1	11.3	46.7	14.6	20.2	18.4	34.9	22.7	23.7	34.0	8.2	11.4	46.5	19.6
性別	男性	452	8.1	10.5	51.5	11.7	18.1	18.7	▼29.8	21.6	22.8	35.7	8.2	11.6	44.4	19.8
	女性	452	6.1	12.1	41.9	17.5	22.4	18.2	○39.9	23.9	24.6	32.3	8.2	11.1	48.5	19.3
学年	1年生	226	9.1	11.3	44.0	17.3	18.3	20.4	35.6	○29.0	21.0	32.6	9.4	8.0	50.0	17.4
	2年生	226	7.0	7.7	51.2	13.7	20.4	14.7	34.1	20.6	20.0	37.7	10.4	11.2	▼40.7	21.7
	3年生	226	5.6	9.9	51.0	14.6	18.9	15.5	33.4	18.9	○29.3	33.5	7.0	11.3	48.2	18.2
	4年生	226	6.7	○16.3	▼40.6	13.0	23.3	23.0	36.3	22.4	24.5	32.2	6.0	14.9	46.9	20.9

(%) 34

# 違和感を感じた社会の出来事（数表2）

<全ベース>

問4

次に、あなたがこれまで経験した社会の出来事で、"違和感を感じた"社会の出来事は何ですか。  
それぞれの出来事に対して、最もあてはまるものをお選びください。

<全体：N=904>

サンプル数	旧統一教会の問題視							コロナウイルスの世界的な蔓延								
	違和感を感じた	どちらかといふと違和感を	どちらでもない	どちらかといふと違和感を	どちらでもない	違和感を感じていなし	違和感あり計	違和感を感じた	どちらかといふと違和感を	どちらでもない	どちらでない	どちらかといふと違和感を	どちらでない	違和感を感じていなし	違和感あり計	違和感なし計
全体	904	17.3	21.1	36.6	11.8	13.3	38.4	25.1	18.3	18.8	38.1	10.4	14.3	37.1	24.7	
性別	男性	452	17.7	21.3	36.9	12.7	11.4	39.0	24.0	17.5	18.9	40.0	10.7	12.9	36.4	23.6
	女性	452	16.9	20.8	36.2	10.9	15.2	37.7	26.1	19.1	18.8	36.2	10.1	15.7	37.9	25.8
学年	1年生	226	18.8	20.1	37.4	12.5	11.3	38.8	23.8	21.9	15.2	39.0	10.7	13.2	37.1	24.0
	2年生	226	16.4	21.4	37.7	11.9	12.7	37.7	24.5	15.4	19.6	38.4	12.9	13.7	35.0	26.6
	3年生	226	16.6	22.0	37.2	11.7	12.6	38.5	24.3	14.9	18.0	41.6	11.3	14.2	32.8	25.6
	4年生	226	17.5	20.9	33.9	11.0	16.6	38.4	27.6	21.2	22.6	33.4	6.7	16.1	○43.7	22.8

(%)

サンプル数	ロシアがウクライナへの軍事侵攻を開始							北朝鮮がミサイルを発射								
	違和感を感じた	どちらかといふと違和感を	どちらでもない	どちらかといふと違和感を	どちらでない	違和感を感じていなし	違和感あり計	違和感を感じた	どちらかといふと違和感を	どちらで莫名其	どちらでない	どちらかといふと違和感を	どちらでない	違和感を感じていなし	違和感あり計	違和感なし計
全体	904	18.1	24.0	36.3	8.9	12.7	42.1	21.6	15.6	19.7	39.0	11.8	14.0	35.2	25.8	
性別	男性	452	17.6	24.6	35.7	9.6	12.5	42.2	22.1	15.9	17.7	41.0	12.2	13.2	33.6	25.4
	女性	452	18.7	23.4	36.8	8.1	13.0	42.1	21.1	15.2	21.6	36.9	11.4	14.8	36.8	26.3
学年	1年生	226	19.8	23.5	36.9	10.4	9.4	43.3	19.8	17.7	15.8	42.9	12.5	11.2	33.5	23.7
	2年生	226	13.3	22.8	40.6	8.3	15.1	▼36.1	23.4	13.6	19.7	38.8	11.5	16.4	33.3	28.0
	3年生	226	18.6	25.0	34.2	9.9	12.3	43.6	22.2	12.6	18.9	41.3	13.6	13.6	31.5	27.2
	4年生	226	20.9	24.7	33.5	6.7	14.2	45.6	20.9	18.3	24.3	▼32.9	9.6	14.9	○42.5	24.5

(%)

## 違和感を感じた社会の出来事（数表3）

&lt;全ベース&gt;

問4

次に、あなたがこれまで経験した社会の出来事で、"違和感を感じた"社会の出来事は何ですか。  
それぞれの出来事に対して、最もあてはまるものをお選びください。

&lt;全体：N=904&gt;

サンプル数	東京オリンピックの延期							スマートフォンゲーム「ポケモンGO」の流行								
	違和感を感じた	感じたからといって違和感を	どちらともない	どちらかといなうと違和感を	感じていなうと違和感を	違和感を感じていなうと違和感を	違和感あり計	違和感なし計	違和感を感じた	感じたからといって違和感を	どちらともない	どちらかといなうと違和感を	感じていなうと違和感を	違和感を感じていなうと違和感を	違和感あり計	違和感なし計
全体	904	8.9	14.5	40.8	16.7	19.0	23.4	35.8	6.9	10.3	42.4	15.5	24.8	17.2	40.4	
性別	男性	452	10.1	14.1	43.9	15.5	16.4	24.2	31.9	8.9	9.4	45.6	12.7	23.4	18.3	36.1
	女性	452	7.8	14.9	37.7	18.0	21.7	22.7	39.6	4.9	11.2	39.3	18.4	26.3	16.1	44.6
学年	1年生	226	11.6	12.8	43.8	16.8	15.0	24.4	31.8	10.3	7.4	44.0	15.0	23.2	17.7	38.2
	2年生	226	8.6	13.7	39.1	18.2	20.4	22.3	38.6	2.8	9.5	44.6	15.8	27.3	12.2	43.1
	3年生	226	4.2	13.6	44.6	18.9	18.6	▼17.9	37.5	5.6	10.6	○48.3	13.5	21.9	16.3	35.5
	4年生	226	11.3	17.8	▼35.8	13.0	22.1	○29.1	35.1	8.9	13.7	▼32.7	17.8	26.9	○22.6	44.7

(%)

サンプル数	生成AIの流行							消費税率が8%から10%に引き上げられる 軽減税率制度が導入								
	違和感を感じた	感じたからといって違和感を	どちらともない	どちらかといなうと違和感を	感じていなうと違和感を	違和感を感じていなうと違和感を	違和感あり計	違和感なし計	違和感を感じた	感じたからといって違和感を	どちらともない	どちらかといなうと違和感を	感じていなうと違和感を	違和感を感じていなうと違和感を	違和感あり計	違和感なし計
全体	904	7.4	15.8	39.6	16.9	20.2	23.3	37.1	14.9	21.3	38.2	12.4	13.2	36.2	25.6	
性別	男性	452	6.9	16.1	42.4	15.7	19.0	22.9	34.6	13.3	23.5	40.0	11.2	12.0	36.8	23.2
	女性	452	8.0	15.6	36.8	18.1	21.5	23.6	39.6	16.5	19.1	36.4	13.5	14.5	35.7	28.0
学年	1年生	226	10.7	15.0	42.1	13.8	18.3	25.7	32.1	17.0	21.6	35.7	15.9	9.8	38.5	25.7
	2年生	226	3.5	15.8	39.1	20.9	20.6	19.4	41.5	11.9	21.0	41.8	9.8	15.4	32.9	25.3
	3年生	226	8.0	11.6	44.6	18.2	17.6	19.6	35.8	11.2	22.3	41.6	14.3	10.6	33.6	24.9
	4年生	226	7.5	○20.9	▼32.7	14.7	24.3	○28.3	39.0	19.5	20.4	33.7	9.4	17.1	39.9	26.4

(%)

# 違和感を感じた社会の出来事（数表4）

<全ベース>

問4

次に、あなたがこれまで経験した社会の出来事で、"違和感を感じた"社会の出来事は何ですか。  
それぞれの出来事に対して、最もあてはまるものをお選びください。

<全体：N=904>

サンプル数	Go To キャンペーンが始動							東日本大震災								
	違和感を感じた	感じたどちらかといふと違和感を	どちらでもない	どちらかといふと違和感を	感じていな	違和感を感じていな	違和感あり計	違和感なし計	違和感を感じた	感じたどちらかといふと違和感を	どちらでない	どちらかといふと違和感を	感じていな	違和感を感じていな	違和感あり計	違和感なし計
全体	904	6.1	14.0	43.8	15.3	20.8	20.1	36.2	11.0	13.2	42.8	12.6	20.3	24.2	33.0	
性別	男性	452	6.5	14.3	46.8	14.2	18.1	20.9	32.3	11.4	13.8	45.1	11.3	18.4	25.2	29.7
	女性	452	5.6	13.7	40.7	16.5	23.5	19.3	40.0	10.6	12.5	40.6	14.0	22.3	23.1	36.3
学年	1年生	226	7.9	14.4	42.6	15.9	19.2	22.3	35.1	11.0	11.9	44.8	12.9	19.3	22.9	32.3
	2年生	226	4.9	10.1	46.8	15.0	23.2	▼15.0	38.2	8.0	17.1	38.9	12.9	23.1	25.1	36.0
	3年生	226	2.6	15.6	43.0	19.6	19.2	18.2	38.9	10.7	9.6	47.3	15.9	16.6	20.2	32.4
	4年生	226	8.9	15.8	42.8	10.8	21.7	24.7	32.5	14.2	14.1	40.4	8.9	22.4	28.3	31.3

(%)

サンプル数	能登半島地震								
	違和感を感じた	感じたどちらかといふと違和感を	どちらでもない	どちらかといふと違和感を	感じていな	違和感を感じていな	違和感あり計		
全体	904	11.8	14.3	41.3	12.3	20.3	26.1	32.6	
性別	男性	452	13.6	14.4	41.8	11.6	18.6	28.0	30.2
	女性	452	10.0	14.2	40.9	12.9	22.0	24.2	35.0
学年	1年生	226	14.7	12.1	41.8	11.8	19.6	26.8	31.4
	2年生	226	10.7	16.1	39.2	11.5	22.4	26.8	34.0
	3年生	226	8.7	12.9	45.6	16.9	15.9	21.6	32.8
	4年生	226	13.0	16.1	38.7	8.9	23.3	29.1	32.2

(%)

# 自分事化した社会の出来事

<全ベース>

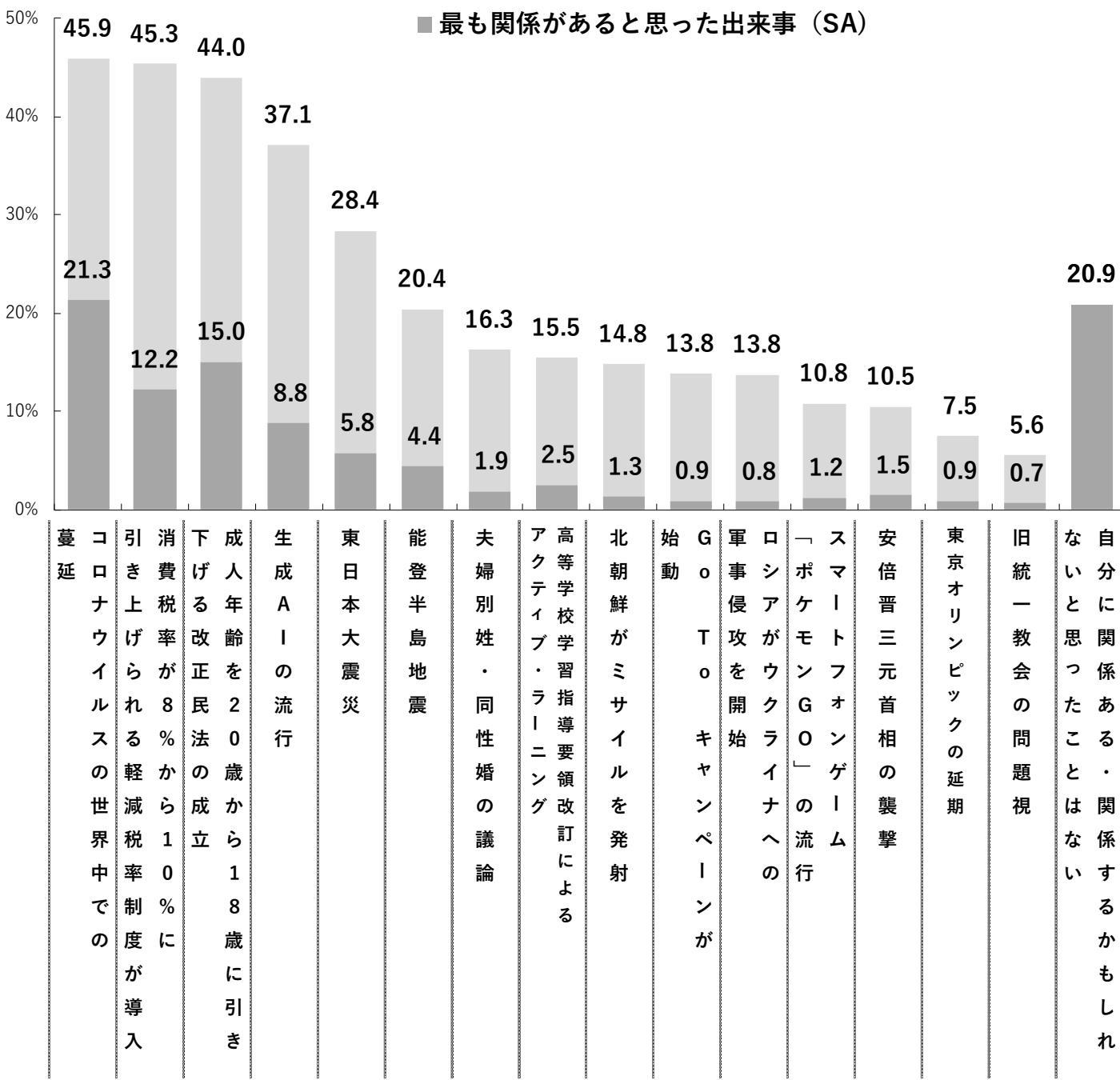
問5

あなたがこれまで経験した社会の出来事で、"自分に関係がある・関係するかもしれないと思った"社会の出来事は何ですか。以下の中から、それぞれあてはまるものをお選びください。

<全体：N=904>

■ 関係があると思った出来事 (MA)

■ 最も関係があると思った出来事 (SA)



※ 「関係があると思った出来事 (MA)」 のスコアで降順ソート

## 自分事化した社会の出来事（数表1）

&lt;全ベース&gt;

問5

あなたがこれまで経験した社会の出来事で、"自分に関係がある・関係するかもしれないと思った"社会の出来事は何ですか。以下の中から、それぞれあてはまるものをお選びください。

&lt;全体：N=904&gt;

## 1.自分に関係がある・関係するかもしれないと思った出来事（MA）

サンプル数	コロナウイルスの世界中の蔓延	消費税率が度%がから導入10%に引き上げられ	改正成人法が制限され	生成AIの流行	東日本大震災	能登半島地震	夫婦別姓・同性婚の議論	高等学校学習指導要領改訂による	北朝鮮がミサイルを発射	GOTO	ロシアがウクライナへの軍事侵攻を開始	「スマートフォンGOTO」の流行	安倍晋三元首相の襲撃	東京オリンピックの延期	旧統一教会の問題視	自分に関係ある・関係するかもしれないと		
	904	45.9	45.3	44.0	37.1	28.4	20.4	16.3	15.5	14.8	13.8	13.8	10.8	10.5	7.5	5.6	20.9	
性別	男性	452	41.6	40.9	▼36.9	32.6	27.6	22.1	12.1	12.4	15.3	▼8.7	15.5	12.7	11.3	6.7	6.7	24.3
	女性	452	50.2	49.8	○51.1	41.7	29.1	18.7	20.5	18.5	14.3	○19.0	12.0	8.8	9.6	8.3	4.4	17.5
学年	1年生	226	48.2	○50.9	○52.8	40.3	25.7	18.6	19.2	○26.0	17.0	13.8	13.8	11.8	11.0	8.0	4.5	19.3
	2年生	226	▼40.1	43.5	45.3	33.2	30.0	17.8	13.1	13.3	15.7	14.8	9.5	8.3	10.1	9.5	3.8	○27.1
	3年生	226	48.2	44.9	41.5	38.2	28.6	25.0	14.2	11.2	9.9	▼7.2	○19.4	9.6	6.3	3.6	7.0	17.2
	4年生	226	47.1	42.1	▼36.3	36.8	29.1	20.2	18.6	11.3	16.6	○19.5	12.2	13.4	14.4	8.9	6.9	19.9

(%)

## 2.その中で、最も自分に関係ある・関係するかもしれないと思った出来事（SA）

全 体	904	21.3	12.2	15.0	8.8	5.8	4.4	1.9	2.5	1.3	0.9	0.8	1.2	1.5	0.9	0.7	20.9	
性別	男性	452	19.3	11.5	12.7	10.0	6.3	6.0	0.2	1.7	1.8	0.7	1.2	1.0	1.5	0.8	0.9	24.3
	女性	452	23.4	12.9	17.3	7.6	5.2	2.8	3.5	3.3	0.8	1.0	0.5	1.4	1.5	0.9	0.4	17.5
学年	1年生	226	18.6	14.4	○21.9	6.3	3.9	4.2	1.2	4.6	2.4	0.6	-	0.3	1.0	1.0	0.3	19.3
	2年生	226	18.1	10.9	14.8	10.6	5.6	4.9	1.8	1.4	0.4	1.4	-	1.0	1.1	1.1	-	○27.1
	3年生	226	○29.0	11.0	15.0	8.3	3.3	6.4	1.6	1.6	1.0	-	1.7	1.3	0.7	0.3	1.7	17.2
	4年生	226	19.7	12.5	▼8.4	10.1	10.3	2.2	2.9	2.4	1.4	1.4	1.7	2.2	3.1	1.0	0.7	19.9

(%)

※「関係があると思った出来事（MA）」のスコアで降順ソート

## 社会の出来事を自分事化した理由 (数表1)

## &lt;自分事化した社会の出来事がある人ベース&gt;

問7

引き続き、あなたが回答した【{Q5-2の回答}】についてお聞きします。

なぜ自分に関係ある・関係するかもしれないと思ったのか、理由としてあてはまるものをすべてお選びください。また、その中から最もあてはまるものを1つお選びください。

## &lt;自分事化した社会の出来事がある人 : N=716&gt;

## 1. 理由としてあてはまるもの (MA)

		感 じ た か ら	将 來 的 に 自 分 が 変 わ る と い う 危 機 感 を	これ ま で の 常 識 が 変 わ る と 感 じ た か ら	同 世 代 が 関 わ っ て た か ら	自 分 達 の 学 生 生 活 が 制 限 さ れ た か ら	身 近 な 人 の 中 で 話 題 に な っ た か ら	日 本 が 危 な い と 感 じ た か ら	命 の 尊 さ を 感 じ た か ら	な つ た か ら	税 金 や 物 価 の 変 動 を よ り 意 識 す る よ う に	増 え た か ら	政 治 や 社 会 に 関 し て 考 え る 機 会 が	自 分 が 興 味 あ る 分 野 だ つ た か ら	話 題 に な つ て い た か ら	自 分 が 使 つ て い る S N S	感 じ る よ う に な つ た か ら	事 件 や 事 故 を よ り 身 近 に な く な る と 感 じ た か ら	生 き て い く に あ た つ て の 指 標 が な く な る と 感 じ た か ら	そ の 他 ( 自 由 記 述 )	特 にな し
全 体		716	31.8	30.3	29.2	24.6	23.8	22.0	18.2	16.0	15.5	13.3	12.8	11.5	11.1	7.4	0.3	5.9			
性 別	男性	343	29.9	30.0	29.5	21.6	22.0	17.5	17.6	17.9	16.7	14.9	15.2	11.0	13.9	9.3	0.7	7.6			
	女性	373	33.5	30.5	28.8	27.3	25.4	26.1	18.8	14.3	14.5	11.9	10.5	11.9	8.6	5.7	-	4.4			
学 年	1年生	182	34.9	34.1	34.1	28.0	20.5	22.5	20.1	▼10.3	12.5	12.7	12.4	11.3	6.3	7.7	1.3	7.6			
	2年生	165	27.1	32.6	29.7	26.7	23.8	24.5	17.9	20.7	18.2	17.7	13.7	15.3	11.4	5.3	-	3.9			
	3年生	187	28.5	26.9	25.6	23.3	25.2	19.2	14.4	12.9	14.9	12.8	12.0	9.2	12.5	5.2	-	6.1			
	4年生	181	36.3	27.7	27.3	20.5	25.5	22.0	20.7	20.7	16.8	10.5	13.2	10.5	14.4	11.4	-	6.0			

(%)

## 2. 理由として最もあてはまるもの (SA)

全 体		716	12.7	11.5	11.6	8.4	12.9	5.0	5.7	4.5	7.3	2.6	3.9	3.1	2.9	2.0	-	5.9		
性 別	男性	343	12.1	12.5	13.1	7.3	9.8	4.1	5.8	4.1	6.8	2.5	4.5	3.6	2.9	3.2	-	7.6		
	女性	373	13.3	10.5	10.1	9.4	15.8	5.8	5.5	4.8	7.8	2.6	3.3	2.7	3.0	0.9	-	4.4		
学 年	1年生	182	12.7	12.7	14.0	7.4	12.5	4.2	6.1	1.5	7.7	3.1	3.7	3.1	1.5	2.0	-	7.6		
	2年生	165	9.2	11.9	12.8	11.1	12.3	5.8	3.9	7.2	8.1	2.0	2.4	3.8	3.9	1.9	-	3.9		
	3年生	187	13.6	12.5	10.8	8.8	14.8	7.2	4.8	2.4	6.8	2.4	4.0	2.8	1.2	1.6	-	6.1		
	4年生	181	15.0	8.7	8.7	6.6	12.0	2.7	7.8	7.2	6.6	2.7	5.4	2.7	5.4	2.4	-	6.0		

(%)

※「理由としてあてはまるもの (MA)」のスコアで降順ソート

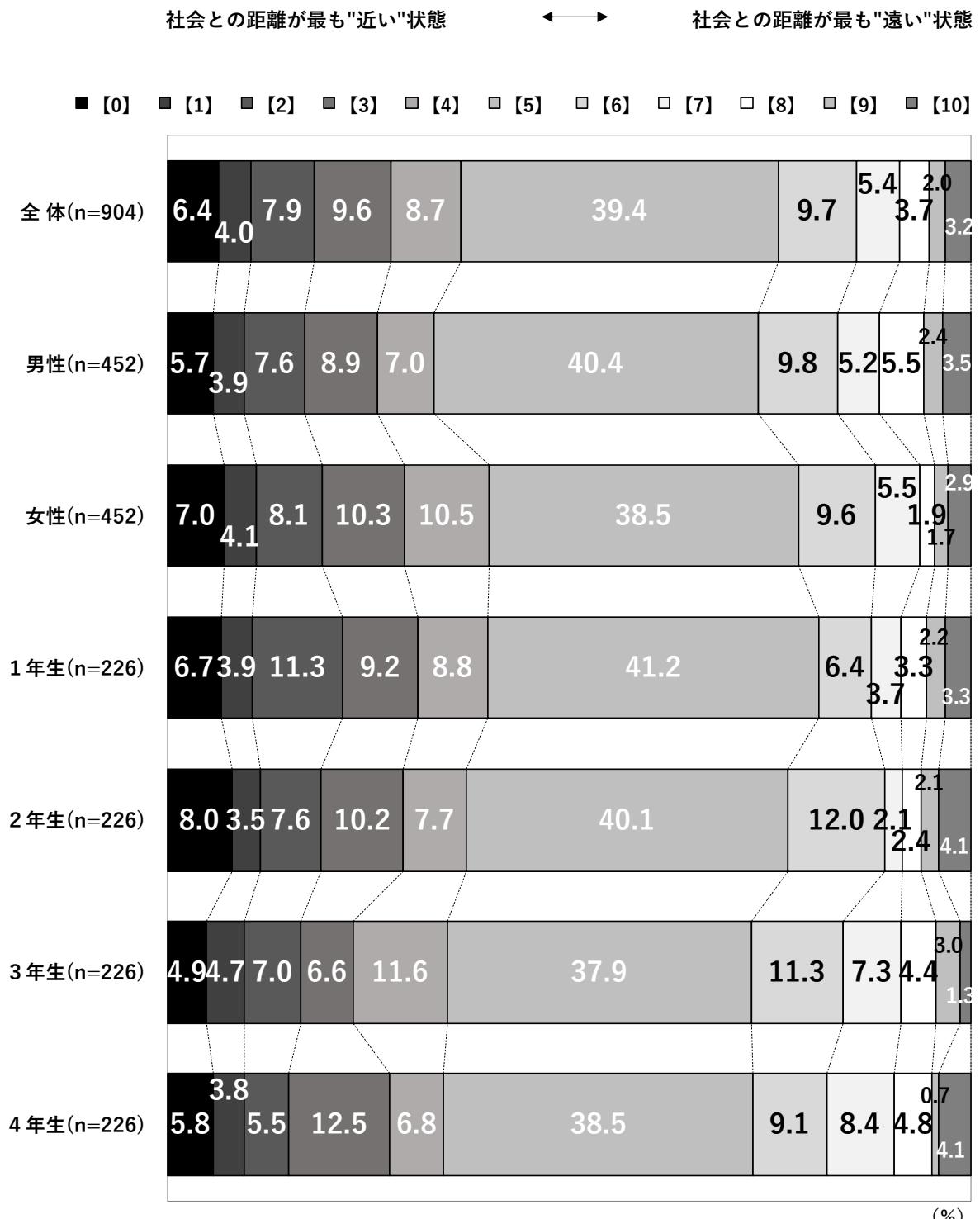
## 社会と自分との距離【現在】

＜全ベース＞



引き続き、あなたが回答した【{Q5-2の回答}】についてお聞きします。  
その出来事が"起きる前"と"起きた後"、そして"現在"において、あなたが感じる"社会との距離感"について、最もあてはまるものを0~10の数値でお選びください。

<全体：N=904>



# 社会と自分との距離【自分事化した出来事の前後】

<自分事化した社会の出来事がある人ベース：N=716>

問8

引き続き、あなたが回答した【{Q5-2の回答}】についてお聞きします。

その出来事が"起きる前"と"起きた後"、そして"現在"において、あなたが感じる"社会との距離感"について、最もあてはまるものを0～10の数値でお選びください。

<自分事化した社会の出来事がある人：N=716>

※n<30のスコアは参考値のためグレーアウト	自分事化した 出来事が起きる前		自分事化した 出来事が起きてる最中		自分事化した 出来事が起きた後	
	社会との距離が 近い計	社会との距離が 遠い計	社会との距離が 近い計	社会との距離が 遠い計	社会との距離が 近い計	社会との距離が 遠い計
全体(n=716)	30.9	27.2	33.3	33.3	41.5	29.6
コロナウイルスの世界中での蔓延(n=193)	33.3	19.4	28.7	43.2	31.1	34.3
成人年齢を20歳から18歳に引き下げる改正民法の成立(n=136)	21.5	33.4	31.7	25.6	50.9	20.1
消費税率が8%から10%に引き上げられる軽減税率制度が導入(n=110)	34.9	20.4	34.0	27.9	39.1	31.0
生成AIの流行(n=80)	27.5	25.0	41.1	25.0	39.0	34.5
東日本大震災(n=52)	23.5	38.8	27.0	43.2	44.0	31.7
能登半島地震(n=40)	25.6	49.6	23.3	46.0	46.9	28.3
高等学校学習指導要領改訂によるアクティブ・ラーニングの推奨(n=23)	39.4	29.8	36.0	32.4	56.6	19.1
夫婦別姓・同性婚の議論(n=17)	26.6	26.0	38.5	23.7	38.1	20.5
安倍晋三元首相の襲撃(n=13)	35.9	60.0	44.1	37.5	29.4	62.4
北朝鮮がミサイルを発射(n=12)	81.5	18.5	57.8	42.2	78.6	21.4
スマートフォンゲーム「ポケモンGO」の流行(n=11)	43.0	22.0	43.0	15.2	44.8	22.0
Go To キャンペーンが始動(n=8)	64.8	14.2	61.4	7.1	71.9	7.1
東京オリンピックの延期(n=8)	27.3	31.6	30.7	44.5	37.8	44.5
ロシアがウクライナへの軍事侵攻を開始(n=8)	14.2	28.6	21.4	21.4	21.4	24.2
旧統一教会の問題視(n=6)	70.2	0.0	87.9	-	70.2	29.8

## II 社会の出来事の情報収集について

※数表中の数値につけられた記号

○印=全体より5ポイント以上高い数値

▼印=全体より5ポイント以上低い数値

※30ssを下回る軸には未反映

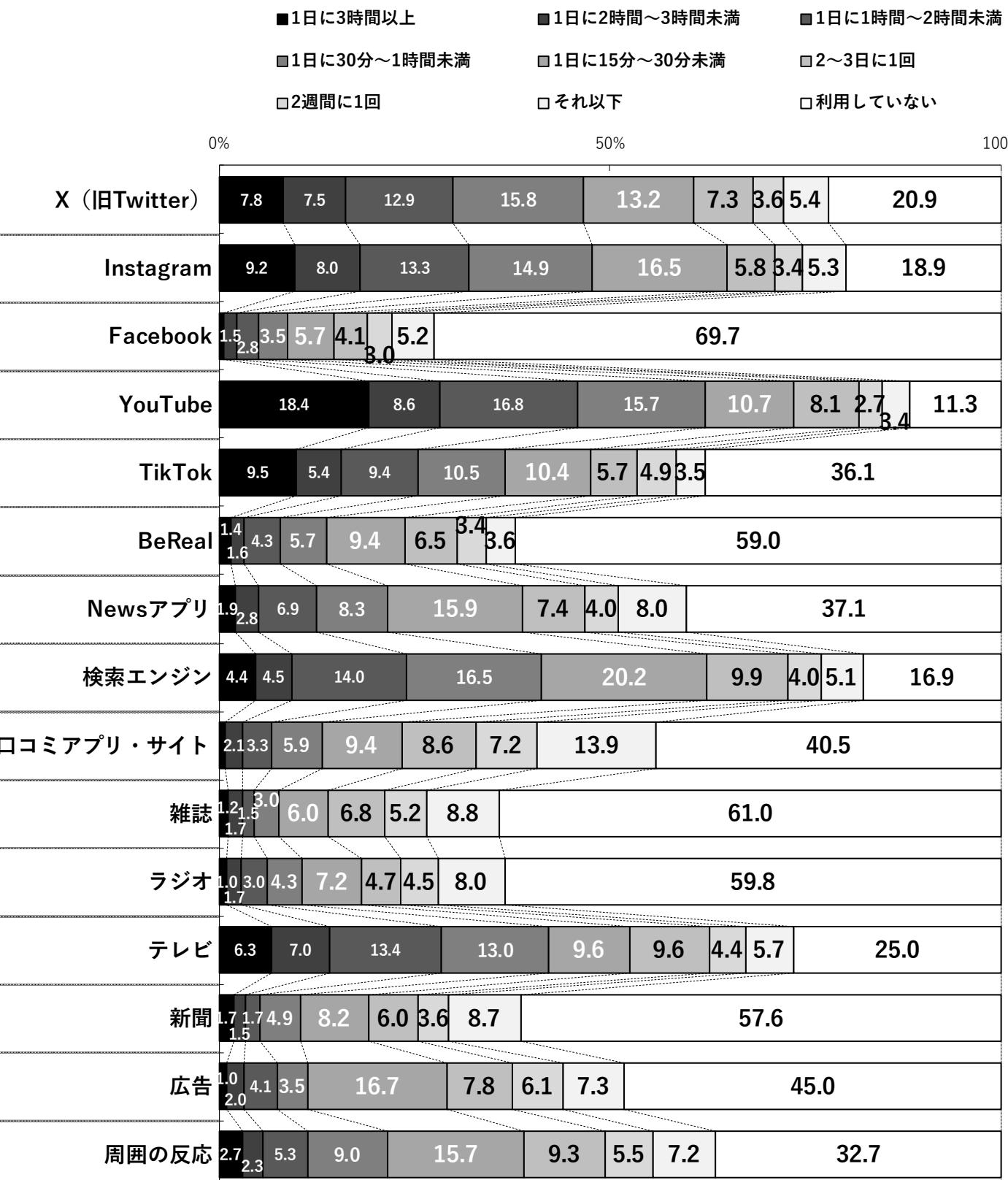
# 情報収集する際に利用する媒体の利用頻度

## <全ベース>

問9

あなたが利用している情報源（情報媒体）の種類と、それぞれの利用頻度をお選びください。

## <全体：N=904>



※1.0%未満非表示

## 情報収集する際に利用する媒体の利用頻度（数表1）

&lt;全ベース&gt;

問9

あなたが利用している情報源（情報媒体）の種類と、それぞれの利用頻度をお選びください。

&lt;全体：N=904&gt;

	X (旧Twitter)										Instagram											
	1日 に 3時 間 以 上	1日 に 2時 間 以 上	1日 に 1時 間 以 上	1日 に 30分 未 満	1日 に 15分 未 満	2週 間に 1回	それ 以 下	利 用 し て い な い	1日 に 3時間 以上	1日 に 2時間 以上	1日 に 1時間 以 上	1日 に 30分 未 満	1日 に 15分 未 満	2週 間に 1回	それ 以 下	利 用 し て い な い						
サンプル数	1	1	1	1	1	2	1	週 間 に 1 回	1	2	1	1	1	2	1	週 間 に 1 回	1					
全体	904	7.8	7.5	12.9	15.8	13.2	7.3	5.5	3.6	5.4	20.9	9.2	8.0	13.3	14.9	16.5	5.8	4.7	3.4	5.3	18.9	
性別	男性	452	6.2	6.0	12.0	18.3	12.8	7.6	6.2	4.0	6.8	20.1	5.0	7.1	▼7.8	15.1	16.5	6.3	5.6	4.4	7.6	○24.5
	女性	452	9.4	9.0	13.8	13.4	13.7	6.9	4.9	3.2	4.0	21.7	13.3	8.9	○18.7	14.7	16.5	5.4	3.8	2.3	3.0	▼13.4
学年	1年生	226	8.8	8.3	14.3	13.7	11.0	6.4	6.4	5.7	7.0	18.5	7.7	12.8	12.9	17.9	14.6	4.9	3.1	3.7	7.0	15.3
	2年生	226	5.9	6.1	11.2	17.4	13.7	3.5	5.2	3.2	9.0	24.8	10.9	6.0	16.6	10.5	17.5	2.8	4.3	3.1	5.9	22.4
	3年生	226	7.9	8.6	11.9	16.4	15.0	9.3	6.0	2.7	2.3	19.9	7.5	7.3	10.5	18.0	16.0	7.0	6.1	3.0	6.4	18.3
	4年生	226	8.7	7.0	14.2	15.8	13.2	9.8	4.6	2.9	3.4	20.4	10.6	6.0	13.0	13.2	17.8	8.6	5.5	3.6	1.9	19.6

(%)

	Facebook										YouTube											
	1日 に 3時 間 以 上	1日 に 2時 間 以 上	1日 に 1時 間 以 上	1日 に 30分 未 満	1日 に 15分 未 満	2週 間に 1回	それ 以 下	利 用 し て い な い	1日 に 3時間 以上	1日 に 2時間 以上	1日 に 1時間 以 上	1日 に 30分 未 満	1日 に 15分 未 満	2週 間に 1回	それ 以 下	利 用 し て い な い						
サンプル数	1	1	1	1	1	2	1	週 間 に 1 回	1	2	1	1	1	2	1	週 間 に 1 回	1					
全体	904	0.7	1.5	2.8	3.5	5.7	4.1	3.8	3.0	5.2	69.7	18.4	8.6	16.8	15.7	10.7	8.1	4.3	2.7	3.4	11.3	
性別	男性	452	0.8	1.7	3.6	4.8	7.1	4.2	5.0	4.7	6.4	▼61.8	19.9	8.1	15.7	15.5	10.7	7.8	3.8	2.7	4.2	11.7
	女性	452	0.6	1.2	1.9	2.3	4.4	4.1	2.5	1.4	3.9	○77.6	16.9	9.1	18.0	15.9	10.8	8.3	4.9	2.7	2.5	10.9
学年	1年生	226	1.3	0.9	1.9	1.6	1.6	3.6	3.3	4.5	4.2	○77.1	○23.5	10.4	15.9	16.8	6.7	8.2	3.4	2.7	4.3	8.0
	2年生	226	-	2.4	2.8	4.2	4.9	3.8	1.4	1.4	9.3	69.8	20.2	8.7	19.9	11.6	10.3	6.0	3.2	1.1	3.5	15.6
	3年生	226	0.7	2.3	2.7	5.4	9.7	3.3	5.0	3.7	4.0	▼63.3	13.9	8.0	12.6	○21.7	14.7	8.0	6.7	3.0	3.3	8.2
	4年生	226	0.7	0.2	3.8	2.9	6.7	5.8	5.3	2.6	3.1	68.8	15.9	7.2	19.0	12.7	11.3	10.1	4.1	4.1	2.4	13.2

(%)

## 情報収集する際に利用する媒体の利用頻度（数表2）

&lt;全ベース&gt;

問9

あなたが利用している情報源（情報媒体）の種類と、それぞれの利用頻度をお選びください。

&lt;全体：N=904&gt;

	TikTok										BeReal											
	1日 に 3 時 間 以 上	1日 に 2 時 間 以 上	1日 に 1 時 間 以 上	1日 に 3 0 分 未 満	1日 に 1 5 分 未 満	2 週 間 に 1 回	1 週 間 に 1 回	それ 以 下	利 用 し て い な い	1日 に 3 時 間 以 上	1日 に 2 時 間 以 上	1日 に 1 時 間 以 上	1日 に 3 0 分 未 満	1日 に 1 5 分 未 満	2 週 間 に 1 回	1 週 間 に 1 回	2 週 間 に 1 回	それ 以 下	利 用 し て い な い			
サンプル数	3	2	1	3	0	1	3	0	1	3	2	1	3	0	1	3	2	1	3	0		
全体	904	9.5	5.4	9.4	10.5	10.4	5.7	4.7	4.9	3.5	36.1	1.4	1.6	4.3	5.7	9.4	6.5	5.1	3.4	3.6	59.0	
性別	男性	452	5.9	4.3	6.5	11.1	10.8	4.7	5.8	7.3	4.2	39.4	0.2	1.5	3.7	4.4	6.7	6.1	6.6	4.4	4.3	62.0
	女性	452	13.1	6.5	12.3	9.8	10.0	6.6	3.6	2.4	2.8	32.8	2.6	1.8	5.0	7.1	12.0	6.8	3.5	2.4	2.9	55.9
学年	1年生	226	12.5	9.1	7.6	8.9	8.5	2.8	5.5	5.8	3.0	36.3	1.5	2.2	6.0	6.7	7.3	4.8	5.7	3.7	0.9	61.3
	2年生	226	8.5	4.9	10.0	11.2	9.5	4.6	3.5	3.5	4.1	40.3	1.1	1.7	3.5	6.1	12.7	3.5	4.9	3.5	4.1	58.9
	3年生	226	10.5	2.3	10.3	12.0	14.3	7.3	5.4	7.0	3.0	▼27.9	2.0	0.7	3.3	5.3	9.6	○12.0	4.0	3.0	4.3	55.8
	4年生	226	6.5	5.3	9.9	9.9	9.4	7.9	4.3	3.1	3.8	39.9	1.2	1.9	4.6	4.8	7.9	5.5	5.8	3.4	5.0	59.9

(%)

	Newsアプリ										検索エンジン											
	1日 に 3 時 間 以 上	1日 に 2 時 間 以 上	1日 に 1 時 間 以 上	1日 に 3 0 分 未 満	1日 に 1 5 分 未 満	2 週 間 に 1 回	1 週 間 に 1 回	それ 以 下	利 用 し て い な い	1日 に 3 時 間 以 上	1日 に 2 時 間 以 上	1日 に 1 時 間 以 上	1日 に 3 0 分 未 満	1日 に 1 5 分 未 満	2 週 間 に 1 回	1 週 間 に 1 回	2 週 間 に 1 回	それ 以 下	利 用 し て い な い			
サンプル数	3	2	1	3	0	1	3	0	1	3	2	1	3	0	1	3	2	1	3	0		
全体	904	1.9	2.8	6.9	8.3	15.9	7.4	7.7	4.0	8.0	37.1	4.4	4.5	14.0	16.5	20.2	9.9	4.7	4.0	5.1	16.9	
性別	男性	452	1.6	3.8	9.3	10.8	17.9	5.0	11.1	2.5	9.1	▼28.8	5.0	5.0	17.0	16.8	▼14.4	10.5	5.5	4.6	6.7	14.7
	女性	452	2.2	1.8	4.4	5.9	13.9	9.7	4.3	5.5	6.9	○45.4	3.8	3.9	11.0	16.2	○25.9	9.3	3.9	3.4	3.4	19.1
学年	1年生	226	0.9	3.9	6.1	8.6	15.3	5.8	9.2	5.1	10.0	35.1	6.5	3.7	17.1	19.6	20.1	6.0	7.6	5.4	3.3	▼10.7
	2年生	226	0.4	1.7	8.6	5.3	15.7	6.4	9.2	5.0	8.3	39.5	3.8	2.8	13.6	13.7	21.5	10.1	3.2	3.4	6.2	21.7
	3年生	226	3.3	4.4	4.7	○13.7	15.6	6.0	7.4	2.0	7.0	36.0	2.7	6.3	13.0	18.3	17.2	13.3	3.0	3.6	8.1	14.5
	4年生	226	3.1	1.2	8.1	5.8	16.8	11.3	5.1	4.1	6.7	37.8	4.6	5.0	12.3	14.2	21.9	10.1	5.0	3.6	2.7	20.7

(%)

## 情報収集する際に利用する媒体の利用頻度（数表3）

&lt;全ベース&gt;

問9

あなたが利用している情報源（情報媒体）の種類と、それぞれの利用頻度をお選びください。

&lt;全体：N=904&gt;

	口コミアプリ・サイト										雑誌											
	1日 に 3 時 間 以 上	1日 に 2 時 間 以 上	1日 に 1 時 間 以 上	1日 に 3 0 分 未 満	1日 に 5 0 分 未 満	2週 間に 1回	2週 間に 1回	それ 以 下	利 用 し て い な い	1日 に 3 時 間 以 上	1日 に 2 時 間 以 上	1日 に 1 時 間 以 上	1日 に 3 0 分 未 満	1日 に 1 5 分 未 満	2週 間に 1回	2週 間に 1回	1週 間に 1回	2週 間に 1回	それ 以 下	利 用 し て い な い		
サンプル数	1	1	1	1	1	2	1	週間に1回	1	1	1	1	1	2	1	週間に1回	2	1	週間に1回	2	1	週間に1回
全体	904	0.7	2.1	3.3	5.9	9.4	8.6	8.2	7.2	13.9	40.5	1.2	1.7	1.5	3.0	6.0	6.8	4.9	5.2	8.8	61.0	
性別	男性	452	0.7	2.5	2.7	6.6	10.7	8.5	7.2	6.5	16.1	38.5	1.3	2.4	1.4	3.5	7.0	9.4	5.8	5.0	8.9	▼55.5
	女性	452	0.7	1.8	4.0	5.2	8.1	8.8	9.2	8.0	11.7	42.6	1.1	0.9	1.6	2.5	5.1	4.2	4.0	5.3	8.8	○66.5
学年	1年生	226	0.3	1.9	3.4	4.9	7.1	10.3	8.0	8.8	15.2	40.0	1.3	1.3	0.6	4.0	3.3	5.2	3.9	6.5	9.1	64.7
	2年生	226	1.0	2.5	3.8	5.9	7.7	6.4	10.8	4.2	15.9	41.7	2.1	0.7	1.4	2.1	8.0	6.6	4.9	4.6	11.5	58.1
	3年生	226	0.3	0.3	4.0	6.0	○14.7	9.7	4.9	7.3	10.3	42.4	0.3	1.7	2.3	3.6	8.0	7.0	6.7	4.0	6.3	60.0
	4年生	226	1.2	3.8	2.2	6.7	7.9	8.2	9.2	8.7	14.2	38.0	1.0	2.9	1.7	2.2	4.8	8.4	4.1	5.5	8.4	61.1

(%)

	ラジオ										テレビ											
	1日 に 3 時 間 以 上	1日 に 2 時 間 以 上	1日 に 1 時 間 以 上	1日 に 3 0 分 未 満	1日 に 5 0 分 未 満	2週 間に 1回	2週 間に 1回	それ 以 下	利 用 し て い な い	1日 に 3 時 間 以 上	1日 に 2 時 間 以 上	1日 に 1 時 間 以 上	1日 に 3 0 分 未 満	1日 に 1 5 分 未 満	2週 間に 1回	2週 間に 1回	1週 間に 1回	2週 間に 1回	それ 以 下	利 用 し て い な い		
サンプル数	1	1	1	1	1	2	1	週間に1回	1	1	1	1	1	2	1	週間に1回	2	1	週間に1回	2	1	週間に1回
全体	904	1.0	1.7	3.0	4.3	7.2	4.7	5.8	4.5	8.0	59.8	6.3	7.0	13.4	13.0	9.6	9.6	6.0	4.4	5.7	25.0	
性別	男性	452	0.9	2.4	3.4	6.0	8.5	5.2	4.8	6.0	10.0	▼52.8	5.4	6.0	13.4	11.8	8.4	9.7	5.1	5.1	7.5	27.7
	女性	452	1.1	1.0	2.7	2.7	5.9	4.1	6.7	3.0	5.9	○66.8	7.2	8.0	13.5	14.2	10.9	9.5	6.9	3.7	3.9	22.3
学年	1年生	226	0.9	1.6	1.5	1.9	5.4	5.7	4.9	6.1	7.7	64.3	4.5	5.7	11.9	17.3	8.0	10.3	5.7	4.3	7.3	25.1
	2年生	226	0.7	0.4	3.1	4.1	9.5	5.3	5.9	3.5	10.0	57.5	6.3	8.1	15.0	8.8	9.2	10.6	5.3	3.1	8.3	25.4
	3年生	226	1.7	2.0	2.7	6.0	8.3	3.6	6.3	2.7	6.7	60.0	7.9	7.0	13.6	13.6	10.0	9.0	4.9	5.7	3.0	25.3
	4年生	226	0.7	2.9	4.8	5.3	5.5	4.1	6.0	5.8	7.5	57.5	6.5	7.2	13.2	12.3	11.3	8.6	8.2	4.4	4.3	24.0

(%)

## 情報収集する際に利用する媒体の利用頻度（数表4）

&lt;全ベース&gt;

問9

あなたが利用している情報源（情報媒体）の種類と、それぞれの利用頻度をお選びください。

&lt;全体：N=904&gt;

	サンプル数	新聞										広告										
		1日間に3時間以上	1日に2時間未満	1日に1時間未満	1日に30分未満	1日に15分未満	1日に10分未満	1週間に1回	2週間に1回	それ以下	利用していない	1日間に3時間以上	1日に2時間未満	1日に1時間未満	1日に30分未満	1日に15分未満	1日に10分未満	1週間に1回	2週間に1回	それ以下	利用していない	
全体	904	1.7	1.5	1.7	4.9	8.2	6.0	6.2	3.6	8.7	57.6	1.0	2.0	4.1	3.5	16.7	7.8	6.6	6.1	7.3	45.0	
性別	男性	452	2.5	1.9	2.2	5.8	8.9	7.0	7.9	4.0	10.5	▼49.3	0.5	2.8	4.6	2.9	16.9	8.9	7.9	6.9	8.1	40.5
	女性	452	0.9	1.0	1.2	4.0	7.4	5.0	4.6	3.2	6.8	○65.9	1.5	1.2	3.5	4.1	16.4	6.8	5.3	5.3	6.4	49.5
学年	1年生	226	2.4	0.3	0.6	3.9	3.9	4.6	3.3	6.4	9.4	○65.3	0.6	4.8	4.2	4.2	14.4	9.8	6.8	6.5	6.8	41.8
	2年生	226	2.8	1.7	2.8	4.5	10.5	4.9	3.8	1.4	10.4	57.2	0.4	0.4	5.2	1.8	18.6	7.7	3.2	7.0	9.7	46.1
	3年生	226	0.3	1.7	2.0	6.0	8.7	7.7	11.1	3.6	7.7	▼51.2	1.3	0.7	4.7	4.3	18.3	4.7	10.0	6.7	5.6	43.8
	4年生	226	1.4	2.2	1.4	5.3	9.6	6.7	6.7	2.9	7.2	56.5	1.7	2.2	2.2	3.8	15.4	9.1	6.2	4.1	7.0	48.4

(%)

	サンプル数	周囲の反応										
		1日間に3時間以上	1日に2時間未満	1日に1時間未満	1日に30分未満	1日に15分未満	1日に10分未満	1週間に1回	2週間に1回	それ以下	利用していない	
全体	904	2.7	2.3	5.3	9.0	15.7	9.3	10.4	5.5	7.2	32.7	
性別	男性	452	2.2	2.9	5.3	8.2	13.1	8.8	11.5	5.1	8.7	34.1
	女性	452	3.1	1.7	5.2	9.9	18.3	9.8	9.3	5.9	5.6	31.3
学年	1年生	226	3.3	1.9	7.7	9.5	14.3	8.3	9.8	6.1	9.8	29.2
	2年生	226	0.7	3.5	3.2	7.7	20.7	6.4	9.4	4.9	8.0	35.5
	3年生	226	3.3	1.4	5.3	11.0	14.8	10.4	14.0	5.0	4.3	30.5
	4年生	226	3.4	2.4	4.8	7.9	13.0	12.0	8.4	6.0	6.5	35.6

(%)

# 知りたいと思う情報

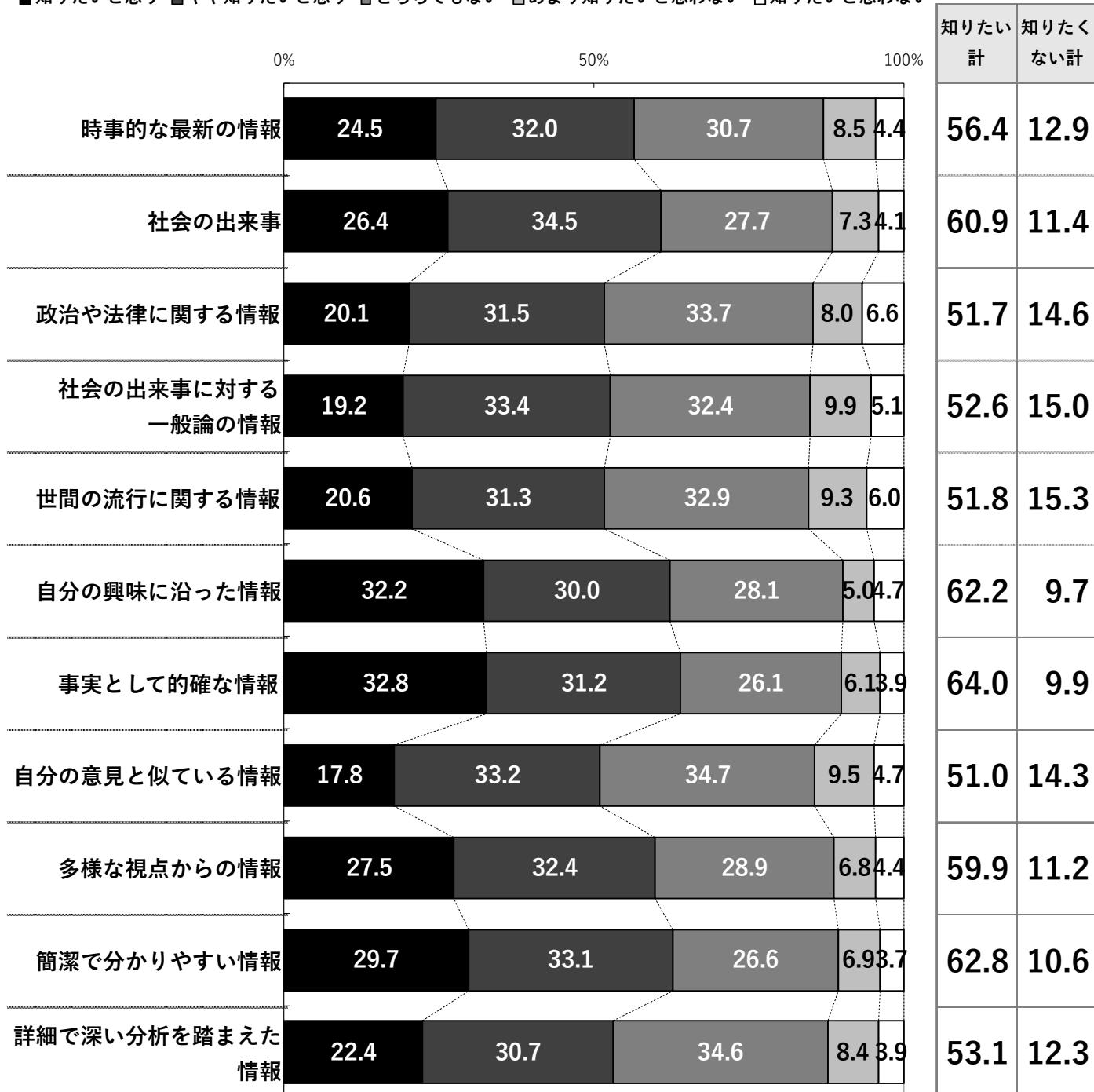
<全ベース>



あなたは情報収集をする際、どのような情報をどの程度知りたいと思いますか。  
以下の内容それぞれについて、最もお気持ちにあてはまるものをお選びください。

<全体：N=904>

■知りたいと思う ■やや知りたいと思う □どちらでもない □あまり知りたいと思わない □知りたいと思わない



## 知りたいと思う情報（数表1）

&lt;全ベース&gt;

問10

あなたは情報収集をする際、どのような情報をどの程度知りたいと思いますか。  
以下の内容それぞれについて、最もお気持ちにあてはまるものをお選びください。

&lt;全体：N=904&gt;

サンプル数	時事的な最新の情報							社会の出来事								
	知りたいと思う	やや知りたいと思う	どちらかいとも思わない	知りあまりたいと思わない	知りたいと思わない	思う計	思う計	思う計	知りたいと思う	やや知りたいと思う	どちらかいとも思わない	知りあまりたいと思わない	知りたいと思わない	思う計	思う計	
全体	904	24.5	32.0	30.7	8.5	4.4	56.4	12.9	26.4	34.5	27.7	7.3	4.1	60.9	11.4	
性別	男性	452	24.7	29.9	31.8	10.2	3.4	54.6	13.6	27.4	31.5	29.0	7.7	4.4	58.9	12.0
	女性	452	24.2	34.1	29.5	6.8	5.4	58.3	12.2	25.3	37.5	26.4	7.0	3.7	62.9	10.7
学年	1年生	226	○29.8	32.6	29.2	6.1	2.4	○62.4	8.5	30.4	35.0	28.7	4.8	1.2	65.3	▼6.0
	2年生	226	▼19.3	36.8	30.3	7.0	6.7	56.0	13.7	23.0	36.2	27.9	6.3	6.6	59.2	12.9
	3年生	226	25.2	▼26.9	30.6	13.4	4.0	52.1	17.3	26.6	33.6	28.5	8.7	2.7	60.2	11.3
	4年生	226	23.6	31.7	32.7	7.4	4.6	55.3	12.0	25.5	33.4	25.7	9.6	5.8	58.9	15.4

(%)

サンプル数	政治や法律に関する情報							社会の出来事に対する一般論の情報								
	知りたいと思う	やや知りたいと思う	どちらかいとも思わない	知りあまりたいと思わない	知りたいと思わない	思う計	思う計	思う計	知りたいと思う	やや知りたいと思う	どちらかいとも思わない	知りあまりたいと思わない	知りたいと思わない	思う計	思う計	
全体	904	20.1	31.5	33.7	8.0	6.6	51.7	14.6	19.2	33.4	32.4	9.9	5.1	52.6	15.0	
性別	男性	452	23.1	30.6	34.6	5.6	6.1	53.7	11.7	22.3	30.6	31.9	10.7	4.4	53.0	15.1
	女性	452	17.2	32.5	32.8	10.4	7.2	49.6	17.6	16.1	36.2	32.8	9.0	5.9	52.3	14.9
学年	1年生	226	23.7	27.7	33.0	11.6	4.0	51.3	15.6	20.1	34.8	33.9	6.5	4.6	54.9	11.2
	2年生	226	18.7	30.9	36.4	4.3	9.8	49.6	14.1	18.7	30.2	32.3	12.2	6.7	48.8	18.9
	3年生	226	19.3	○38.0	28.9	7.9	6.0	○57.2	13.9	18.0	32.8	33.2	13.1	3.0	50.8	16.0
	4年生	226	19.0	29.6	36.5	8.2	6.7	48.6	14.9	20.2	35.8	30.1	7.7	6.2	56.0	13.9

(%)

## 知りたいと思う情報（数表2）

&lt;全ベース&gt;

問10

あなたは情報収集をする際、どのような情報をどの程度知りたいと思いますか。  
以下の内容それぞれについて、最もお気持ちにあてはまるものをお選びください。

&lt;全体：N=904&gt;

サンプル数	世間の流行に関する情報							自分の興味に沿った情報											
	知りたいと思う	やや知りたいと思う	どちらでもない	知りたいと思わない	あまりたいと思わない	知りたいと思わない	思っている	思っている	思っている	知りたいと思う	やや知りたいと思う	どちらでもない	知りたいと思わない	あまりたいと思わない	知りたいと思わない	思っている	思っている	思っている	
全体	904	20.6	31.3	32.9	9.3	6.0	51.8	15.3	32.2	30.0	28.1	5.0	4.7	62.2	9.7				
性別	男性	452	19.6	29.8	33.1	10.3	7.2	49.4	17.5	28.6	29.6	31.4	4.7	5.7	58.2	10.4			
	女性	452	21.5	32.7	32.6	8.3	4.9	54.2	13.1	35.9	30.4	24.8	5.2	3.7	66.3	8.9			
学年	1年生	226	23.1	32.4	29.8	12.4	2.4	55.5	14.7	○38.2	29.3	24.4	4.2	3.9	○67.6	8.0			
	2年生	226	21.1	27.4	34.8	8.8	8.0	48.5	16.7	▼27.1	28.6	○34.5	2.9	6.9	▼55.7	9.8			
	3年生	226	21.2	35.9	▼27.8	8.3	6.7	○57.1	15.1	29.5	○35.6	25.6	6.7	2.7	65.1	9.3			
	4年生	226	16.8	29.3	○39.2	7.7	7.0	▼46.2	14.7	34.1	26.5	27.9	6.2	5.3	60.6	11.5			

(%)

サンプル数	事実として的確な情報							自分の意見と似ている情報											
	知りたいと思う	やや知りたいと思う	どちらでもない	知りたいと思わない	あまりたいと思わない	知りたいと思わない	思っている	思っている	思っている	知りたいと思う	やや知りたいと思う	どちらでもない	知りたいと思わない	あまりたいと思わない	知りたいと思わない	思っている	思っている	思っている	
全体	904	32.8	31.2	26.1	6.1	3.9	64.0	9.9	17.8	33.2	34.7	9.5	4.7	51.0	14.3				
性別	男性	452	30.3	32.0	27.4	7.0	3.4	62.3	10.4	16.7	33.3	34.0	11.6	4.4	50.0	16.0			
	女性	452	35.2	30.5	24.8	5.2	4.3	65.7	9.5	18.9	33.1	35.4	7.5	5.0	52.1	12.5			
学年	1年生	226	○40.3	28.3	25.7	4.2	1.5	68.6	5.7	20.2	29.9	○40.3	5.8	3.7	50.1	9.5			
	2年生	226	▼27.7	31.9	28.9	5.9	5.6	59.6	11.5	18.5	33.2	35.0	7.7	5.6	51.7	13.3			
	3年生	226	31.5	35.0	23.2	7.0	3.3	66.5	10.3	19.5	33.9	▼27.2	○16.0	3.3	53.5	○19.4			
	4年生	226	31.5	29.8	26.4	7.2	5.1	61.3	12.2	13.0	35.8	36.3	8.6	6.2	48.8	14.9			

(%)

## 知りたいと思う情報（数表3）

&lt;全ベース&gt;

問10

あなたは情報収集をする際、どのような情報をどの程度知りたいと思いますか。  
以下の内容それぞれについて、最もお気持ちにあてはまるものをお選びください。

&lt;全体：N=904&gt;

サンプル数	多様な視点からの情報							簡潔で分かりやすい情報								
	知りたいと思う	やや知りたいと思う	どちらでもない	知りあまりたいと思わない	知りたいと思わない	思ふ	知りたい	思ふ	知りたい	やや知りたいと思う	どちらでもない	知りたいと思わない	知りたいと思わない	思ふ	知りたい	思ふ
全体	904	27.5	32.4	28.9	6.8	4.4	59.9	11.2	29.7	33.1	26.6	6.9	3.7	62.8	10.6	
性別	男性	452	29.2	29.6	30.0	6.6	4.5	58.8	11.1	26.2	33.0	29.3	8.1	3.4	59.2	11.5
	女性	452	25.8	35.2	27.8	6.9	4.3	60.9	11.3	33.2	33.2	23.9	5.7	4.0	66.4	9.8
学年	1年生	226	○32.9	28.4	32.6	4.6	1.5	61.3	▼6.1	33.3	36.3	21.7	6.8	1.8	○69.6	8.6
	2年生	226	▼22.0	33.7	29.0	5.3	○10.0	55.7	15.3	27.7	29.8	31.0	6.2	5.2	▼57.5	11.5
	3年生	226	29.6	33.5	26.9	8.3	1.6	63.2	10.0	26.5	36.9	26.3	7.0	3.3	63.4	10.3
	4年生	226	25.5	33.9	27.2	8.9	4.6	59.4	13.5	31.3	29.3	27.4	7.5	4.6	60.6	12.0

(%)

サンプル数	詳細で深い分析を踏まえた情報								
	知りたいと思う	やや知りたいと思う	どちらでもない	知りあまりたいと思わない	知りたいと思わない	思ふ	知りたい		
全体	904	22.4	30.7	34.6	8.4	3.9	53.1	12.3	
性別	男性	452	22.6	29.7	35.4	9.0	3.4	52.3	12.4
	女性	452	22.2	31.7	33.8	7.8	4.4	54.0	12.2
学年	1年生	226	26.9	27.1	39.6	4.3	2.1	54.0	▼6.4
	2年生	226	19.5	27.7	34.7	12.5	5.6	▼47.2	○18.1
	3年生	226	20.6	○36.6	30.9	9.3	2.7	57.1	12.0
	4年生	226	22.6	31.5	33.2	7.5	5.3	54.1	12.8

(%)

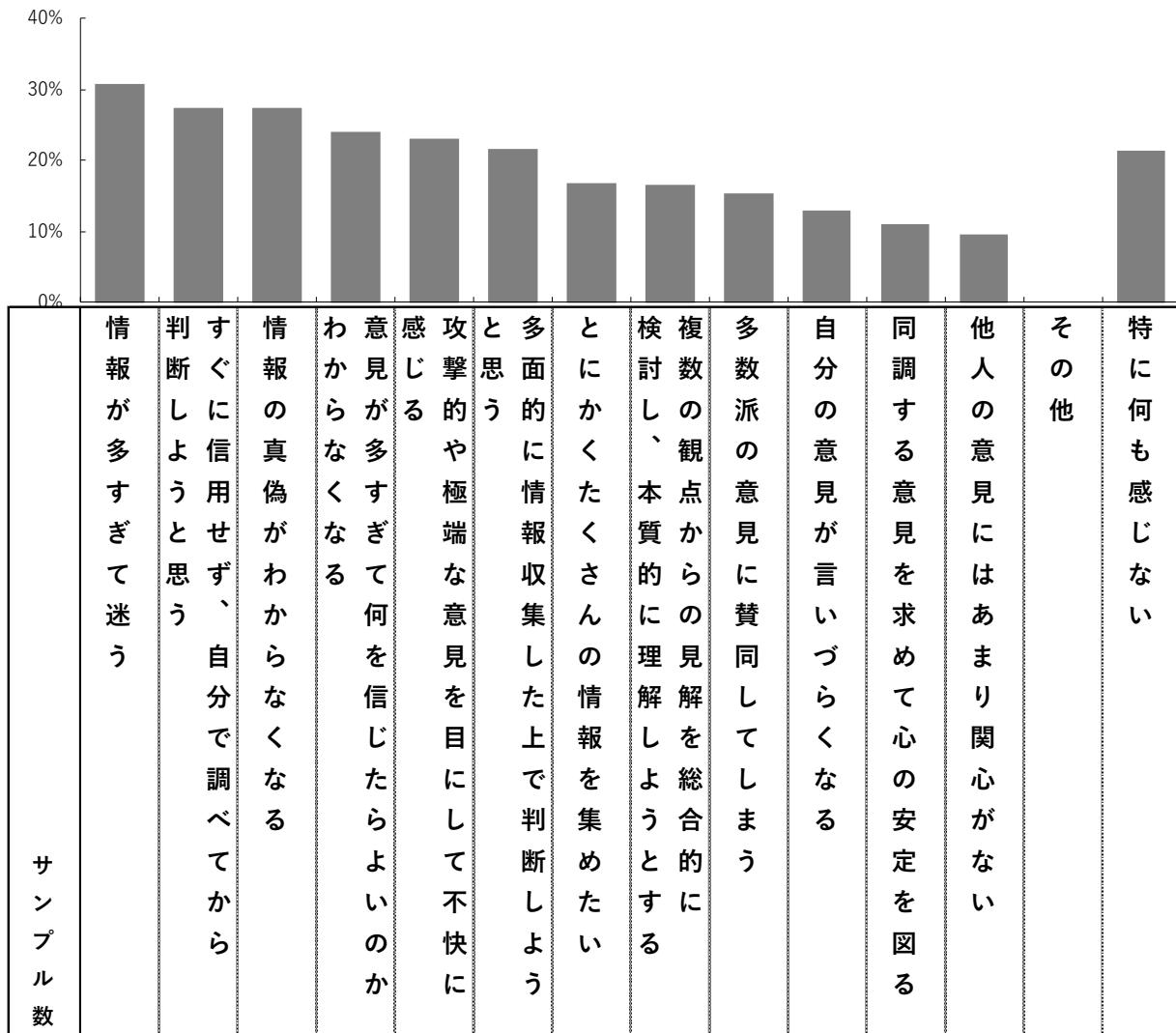
# 社会の出来事に触れたときの気持ち

<全ベース>

問11

情報の中でも、"社会の出来事"に関する情報に触れた時のお気持ちとして、近いものをお選びください。

<全体：N=904>



全体		904	30.8	27.5	27.5	24.1	23.1	21.7	16.8	16.5	15.3	12.9	11.1	9.5	-	21.3
性別	男性	452	27.4	29.1	22.8	20.0	22.9	21.4	18.2	19.7	18.0	13.0	10.1	11.2	-	22.0
	女性	452	34.2	25.9	32.1	28.1	23.4	21.9	15.4	13.4	12.6	12.8	12.0	7.8	-	20.6
学年	1年生	226	30.5	29.9	31.7	24.7	○30.5	25.4	17.0	14.6	16.1	10.0	12.8	5.8	-	21.4
	2年生	226	29.6	26.3	27.7	19.4	21.7	19.3	18.5	17.3	16.3	11.9	6.4	12.8	-	23.3
	3年生	226	32.6	26.6	24.9	24.9	20.0	21.3	15.3	15.7	16.0	○18.0	13.9	11.0	-	16.9
	4年生	226	30.3	27.2	25.6	27.2	20.5	20.7	16.3	18.5	12.7	11.8	11.0	8.4	-	23.6

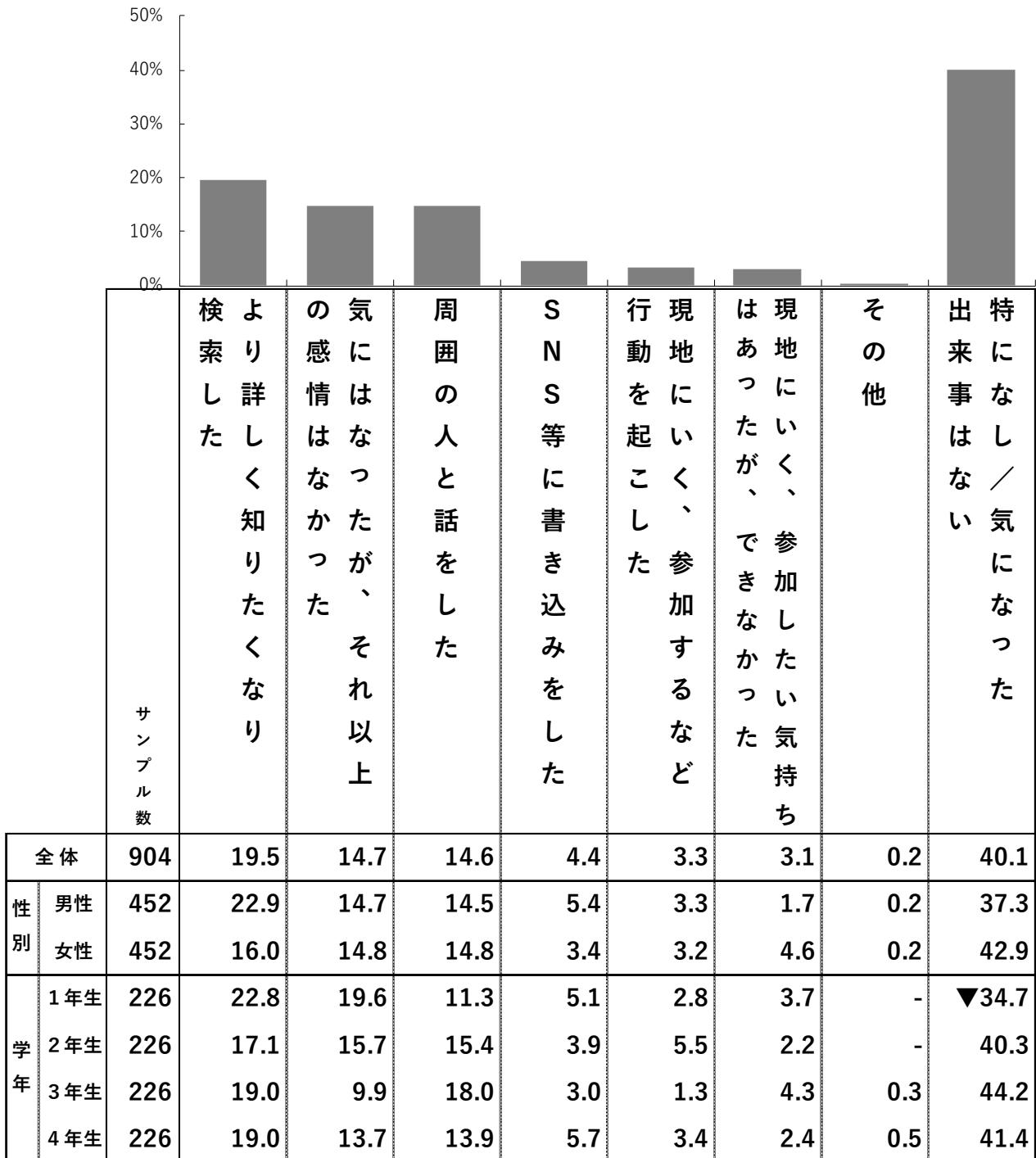
\*「全体」のスコアで降順ソート

### 関心のある社会の出来事への意識や行動

＜全ベース＞

**問題13** 前問で、あなたが日常生活の中で気になった社会の出来事をお答えいただきました。その社会の出来事を知ったときのあなたのお気持ちや行動として最も近いものをお選びください。

<全体：N=904>



※ 「全体」のスコアで降順ソート

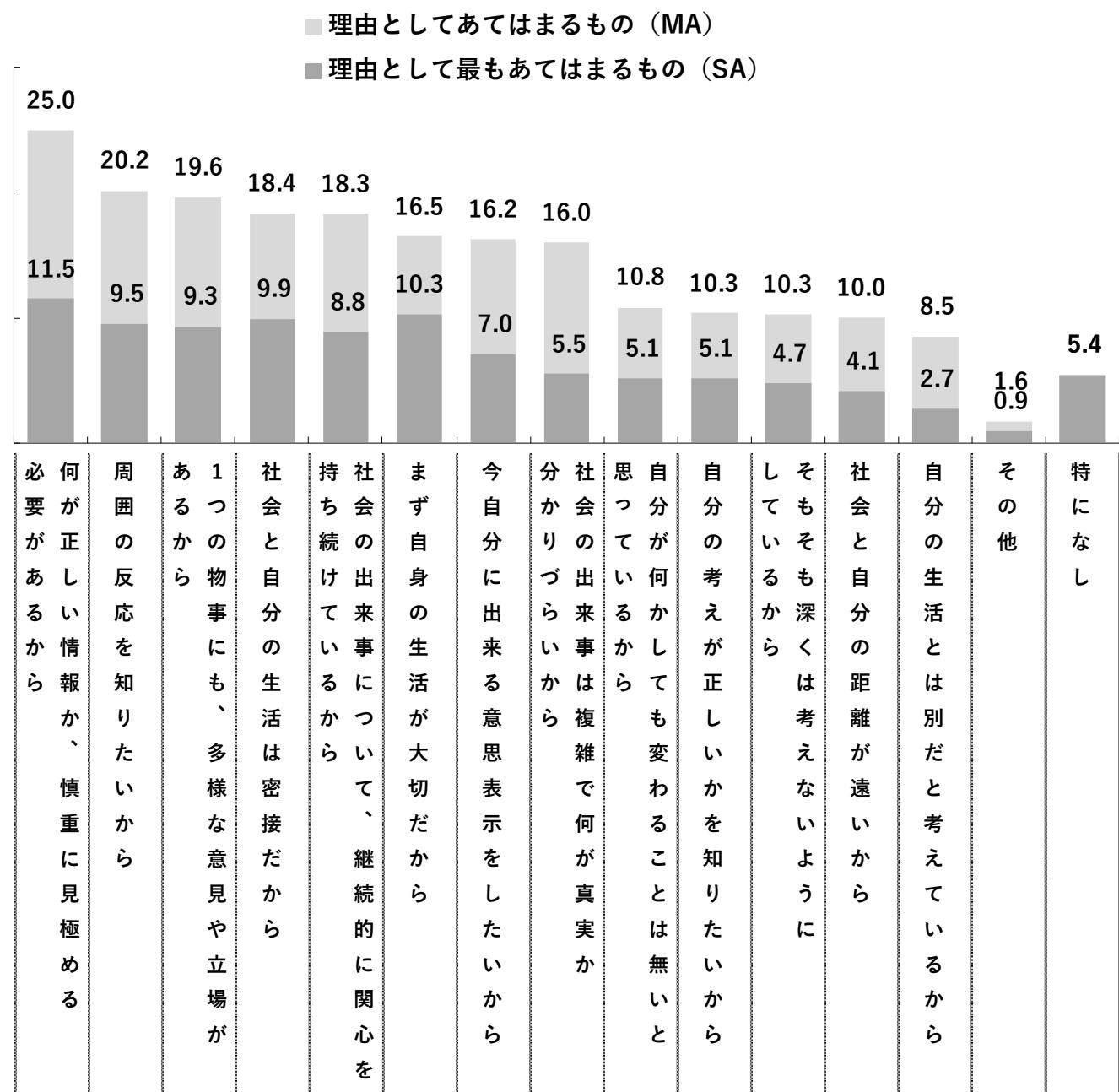
# 社会の出来事に関心がある/ない理由

<「関心のある社会の出来事への意識・行動」回答者ベース>

問14

前回で、社会の出来事が気になったときの気持ちや行動について【Q13の回答】と回答されました。  
その理由として、あてはまるものをすべてお選びください。また、その中から最もあてはまる理由を1つお選びください。

<「関心のある社会の出来事への意識・行動」回答者：N=542>



※「理由として当てはまるもの (MA)」のスコアで降順ソート

## 社会の出来事に関心がある/ない理由（数表1）

＜「関心のある社会の出来事への意識・行動」回答者ベース＞

前問で、社会の出来事が気になったときの気持ちや行動について【Q13の回答】と回答されました。

その中から最もあてはまる理由を1つお選びください。

<「関心のある社会の出来事への意識・行動」回答者：N=542>

1.理由としてあてはまるもの（MA）																	
サンプル数		その他（自由記述）															
		特になし	自分の生活とは別だと考えているから	社会と自分の距離が遠いから	そもそも深くは考えないよう	して	するから	自分の考え方	自分が何かしても変わることは無いと	思つて	社会の出来事は複雑で何が真実か	自分	自分	自分	自分		
必要があるから	何が正しい情報か、慎重に見極める	周囲の反応を知りたいから	あるから	1つの物事にも、多様な意見や立場が	社会と自分の生活は密接だから	社会の出来事について、継続的に	関心を持ち続けているから	まず自身の生活が大切だから	今自分に出来る意思表示をしたいから	分かりづらいから	社会の出来事は複雑で何が真実か	自分が何かしても変わることは無いと	思つて	自分の考え方	社会と自分の距離が遠いから		
全体	542	25.0	20.2	19.6	18.4	18.3	16.5	16.2	16.0	10.8	10.3	10.3	10.0	8.5	1.6	5.4	
性別	男性	284	25.2	20.7	19.5	19.4	20.1	16.4	20.6	16.2	11.2	12.7	11.3	11.1	9.0	1.9	6.0
	女性	258	24.7	19.6	19.7	17.2	16.3	16.6	11.4	15.8	10.5	7.7	9.1	8.7	8.0	1.3	4.8
学年	1年生	148	21.0	18.7	15.3	22.3	19.4	13.9	20.0	17.8	8.0	10.0	11.6	9.1	5.5	3.0	8.4
	2年生	135	24.5	24.5	○28.5	16.3	16.3	18.1	▼10.5	18.1	8.2	5.8	7.1	12.3	10.0	0.6	6.9
	3年生	126	23.8	22.1	17.3	▼12.5	▼11.3	13.6	19.1	13.0	11.9	9.6	9.5	▼4.8	6.5	2.4	3.0
	4年生	133	○31.1	15.6	17.6	21.7	○25.8	20.4	15.1	14.7	15.6	○16.0	12.7	13.5	12.3	0.4	2.9

(%)

		2.理由として最もあてはまるもの（SA）															
全 体		542	11.5	9.5	9.3	9.9	8.8	10.3	7.0	5.5	5.1	5.1	4.7	4.1	2.7	0.9	5.4
性別	男 性	284	10.3	9.1	7.8	9.6	11.9	9.7	7.4	5.9	3.2	7.0	4.0	4.8	2.7	0.8	6.0
	女 性	258	12.8	10.0	10.9	10.3	5.5	10.8	6.7	5.0	7.3	3.0	5.6	3.4	2.8	1.0	4.8
学年	1 年 生	148	7.7	7.7	8.7	11.4	8.9	9.1	9.6	5.0	3.9	5.0	7.5	3.6	0.9	2.5	8.4
	2 年 生	135	7.7	9.4	14.1	9.9	10.9	11.7	3.0	4.6	5.9	4.0	4.2	4.1	2.9	0.6	6.9
	3 年 生	126	14.3	○17.4	9.5	8.3	▼3.0	11.9	8.9	7.1	2.9	3.6	4.8	1.8	3.6	-	3.0
	4 年 生	133	○16.8	▼4.1	4.9	9.9	12.3	8.6	6.5	5.3	7.8	7.8	2.1	6.9	3.7	0.4	2.9

※「理由としてあてはまるもの（MA）」のスコアで降順ソート

### III 選挙参画について

※数表中の数値につけられた記号

○印=全体より5ポイント以上高い数値

▼印=全体より5ポイント以上低い数値

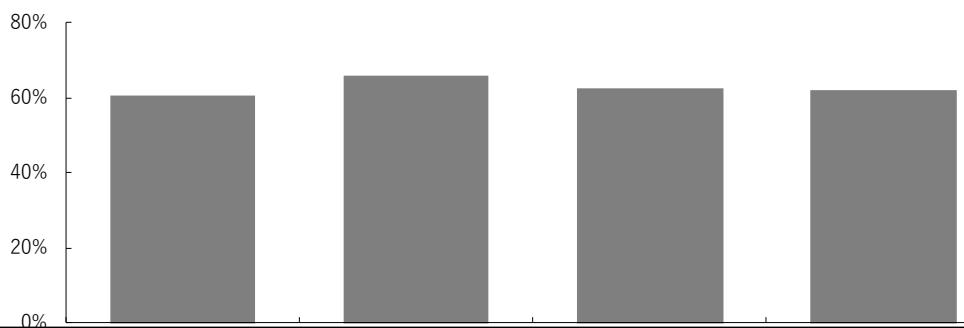
※30ssを下回る軸には未反映

## &lt;全ベース&gt;



あなたの、これまでの選挙への関わり方についてお伺いします。  
次に挙げるそれぞれのタイミングについて、あなたは選挙に対して、どのような行動をとっていましたか。  
それぞれの項目に対し、「はい」もしくは「いいえ」でお答えください。

## &lt;全体：N=904&gt;



		サンプル数	に選挙情報が収集催されしたるか前	思つたか選挙に投票しようか	選挙に投票したか	べたか選挙の投票結果を調
全体	904	904	60.5	65.9	62.8	62.2
性別	男性	452	○65.9	65.8	66.6	○68.1
	女性	452	▼55.2	65.9	58.9	▼56.4
学年	1年生	226	▼53.6	60.9	▼51.6	59.8
	2年生	226	▼55.1	63.6	63.8	59.2
	3年生	226	○68.4	70.2	○71.0	64.4
	4年生	226	65.1	68.7	64.6	65.6

# 選挙参加実態【自分事化した出来事の前後】

<自分事化した社会の出来事がある人ベース：N=716>

問15

あなたの、これまでの選挙への関わり方についてお伺いします。

次に挙げるそれぞれのタイミングについて、あなたは選挙に対して、どのような行動をとっていましたか。

それぞれの項目に対し、「はい」もしくは「いいえ」でお答えください。

<自分事化した社会の出来事がある人：N=716>

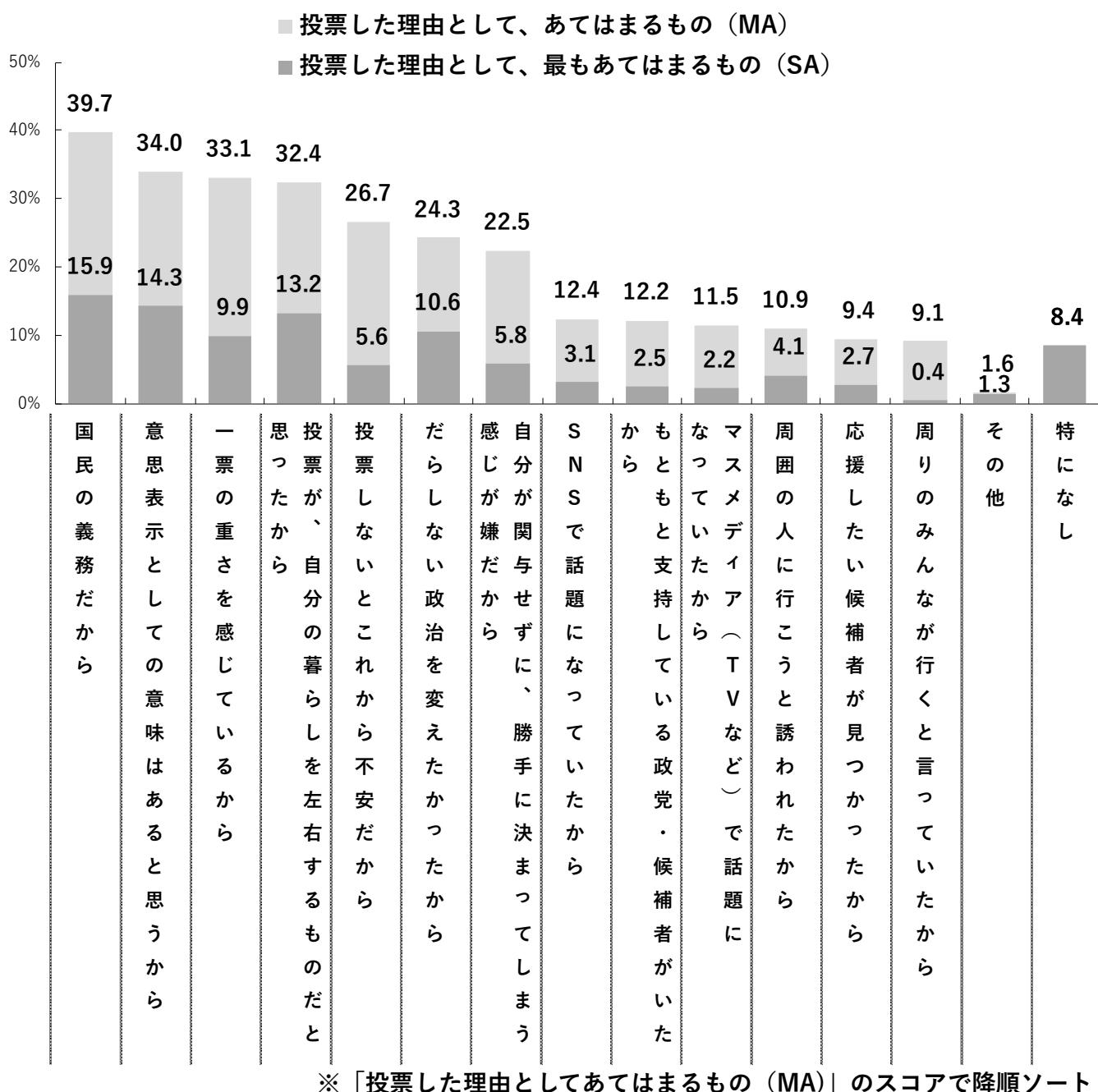
※n<30のスコアは参考値のため グレーアウト	情報収集		投票意欲		実際投票		投票結果を調べたか	
	自分事化した出来事の前	自分事化した出来事の後	自分事化した出来事の前	自分事化した出来事の後	自分事化した出来事の前	自分事化した出来事の後	自分事化した出来事の前	自分事化した出来事の後
全体(n=716)	42.4	52.0	45.7	58.6	41.4	57.6	42.8	55.5
コロナウイルスの世界中の蔓延(n=193)	31.7	45.9	38.0	54.8	32.9	56.3	38.8	51.7
成人年齢を20歳から18歳に引き下げる改正民法の成立(n=136)	32.4	54.0	39.5	66.5	32.1	65.9	34.1	57.5
消費税率が8%から10%に引き上げられる軽減税率制度が導入(n=110)	44.3	51.9	48.3	59.9	42.1	55.3	42.3	53.8
生成AIの流行(n=80)	59.1	66.1	69.1	70.1	63.5	66.1	57.6	69.4
東日本大震災(n=52)	36.2	40.0	15.8	34.4	26.2	40.4	22.0	34.6
能登半島地震(n=40)	52.0	54.2	50.8	64.5	52.2	43.1	58.9	45.5
高等学校学習指導要領改訂によるアクティブ・ラーニングの推奨(n=23)	62.5	59.0	60.8	56.3	54.8	67.2	62.8	85.3
夫婦別姓・同性婚の議論(n=17)	41.2	53.1	48.7	56.3	48.7	69.1	52.0	62.8
安倍晋三元首相の襲撃(n=13)	62.4	61.8	65.9	49.7	80.1	72.1	62.4	89.8
北朝鮮がミサイルを発射(n=12)	80.9	60.7	86.7	57.2	60.7	60.7	66.4	42.2
スマートフォンゲーム「ポケモンGO」の流行(n=11)	26.9	48.2	28.0	36.3	21.8	48.2	41.7	56.8
Go To キャンペーンが始動(n=8)	92.9	71.9	82.4	71.9	61.4	75.3	68.5	71.9
東京オリンピックの延期(n=8)	71.8	37.8	82.3	68.4	57.8	27.3	37.8	48.4
ロシアがウクライナへの軍事侵攻を開始(n=8)	31.1	31.1	28.6	38.4	38.4	38.4	38.4	45.6
旧統一教会の問題視(n=6)	91.0	62.3	73.3	73.3	79.9	40.8	40.8	40.8

# 選挙に投票した理由

<2025年7月 選挙参加者ベース>

**問16** 2025年7月（第27回参議院議員通常選挙）の選挙で、「投票した」と回答した方にお聞きします。  
選挙で投票した理由として、あてはまるものを全てお選びください。  
また、その中で最もあてはまるものをお一つお選びください。

<2025年7月 選挙参加者ベース：N=568>



## 選挙に投票しなかった理由

<2025年7月 選挙不参加者ベース>

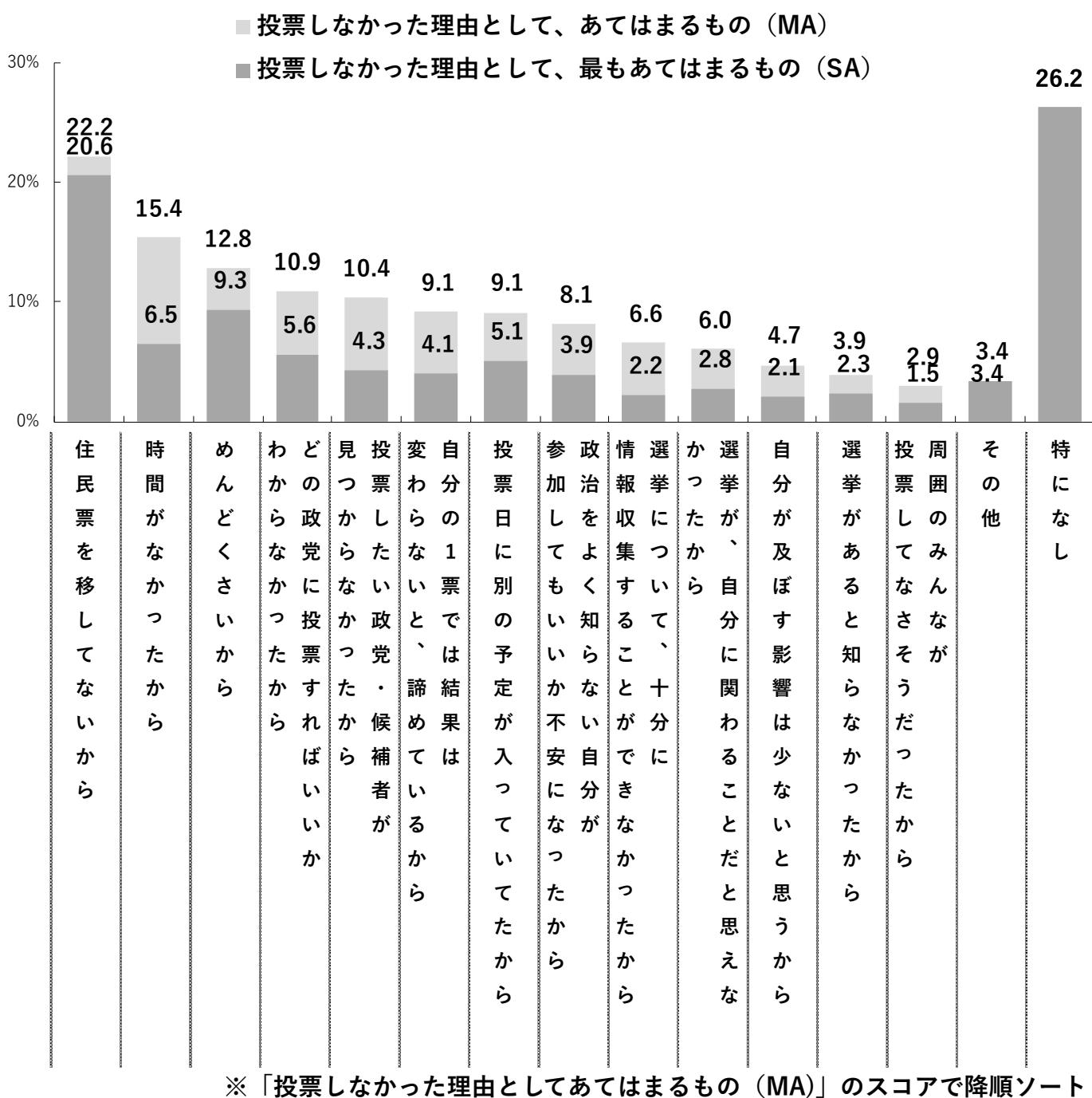
問17

2025年7月（第27回参議院議員通常選挙）の選挙で、「投票しなかった」と回答した方にお聞きします。

選挙に投票しなかった理由として、あてはまるものを全てお選びください。

また、その中で最もあてはまるものをお一つお選びください。

<2025年7月 選挙不参加者：N=337>



### 選挙に投票しなかった理由（数表1）

<2025年7月 選挙不参加者ベース>

問17

2025年7月（第27回参議院議員通常選挙）の選挙で、「投票しなかった」と回答した方にお聞きします。

選挙に投票しなかった理由として、あてはまるものを全てお選びください。

また、その中で最もあてはまるものをお一つお選びください。

<2025年7月 選挙不参加者：N=337>

#### 1.投票しなかった理由として、あてはまるもの（MA）

		特になし															
		その他															
		投票してなさうだったから															
		選挙があると知らなかつたから															
サンプル数		自分が及ぼす影響は少ないと思うから	自分がみんなが選挙があると知らなかつたから														
全体		337	22.2	15.4	12.8	10.9	10.4	9.1	9.1	8.1	6.6	6.0	4.7	3.9	2.9	3.4	26.2
性別	男性	151	17.5	16.8	11.6	11.3	11.3	12.5	10.2	8.7	4.6	7.9	6.5	6.1	1.4	3.1	25.8
	女性	186	25.9	14.2	13.9	10.5	9.6	6.4	8.3	7.7	8.2	4.6	3.3	2.1	4.1	3.6	26.6
学年	1年生	109	○34.8	17.8	10.5	12.0	12.0	4.9	▼4.0	7.4	8.0	3.4	4.6	7.1	0.6	6.2	▼19.4
	2年生	82	▼13.9	16.4	▼4.0	8.6	10.6	8.6	11.6	5.0	2.0	4.8	3.8	1.0	3.0	2.0	○38.4
	3年生	66	22.7	14.6	17.0	6.8	6.8	11.4	12.5	12.5	11.3	○16.1	6.9	1.1	4.5	2.3	▼20.3
	4年生	80	▼13.0	11.6	○21.7	15.0	10.9	13.6	10.9	8.8	5.4	2.7	4.1	4.8	4.8	2.1	27.9

(%)

2.投票しなかった理由として、最もあてはまるもの（SA）

日本における主要な都市の人口構成比 (%)																	
全体		337	20.6	6.5	9.3	5.6	4.3	4.1	5.1	3.9	2.2	2.8	2.1	2.3	1.5	3.4	26.2
性別	男性	151	▼14.4	6.2	9.3	6.8	5.9	5.8	5.7	4.6	2.3	3.6	2.0	3.8	0.7	3.1	25.8
	女性	186	25.5	6.7	9.4	4.6	2.9	2.6	4.6	3.5	2.2	2.1	2.2	1.1	2.2	3.6	26.6
学年	1年生	109	○30.5	8.3	7.1	6.2	4.0	-	2.8	4.9	4.0	1.2	0.6	4.3	0.6	6.2	▼19.4
	2年生	82	▼13.9	9.8	▼4.0	4.8	4.8	7.6	4.0	3.0	-	3.8	1.0	1.0	2.0	2.0	○38.4
	3年生	66	21.5	5.6	11.4	3.4	1.1	4.7	9.2	3.4	2.3	5.8	6.9	1.1	1.1	2.3	▼20.3
	4年生	80	▼13.0	▼1.4	○16.3	7.5	6.8	5.5	6.1	4.1	2.0	1.4	1.4	2.0	2.7	2.1	27.9

※ 「投票しなかった理由としてあてはまるもの（MA）」のスコアで降順ソート

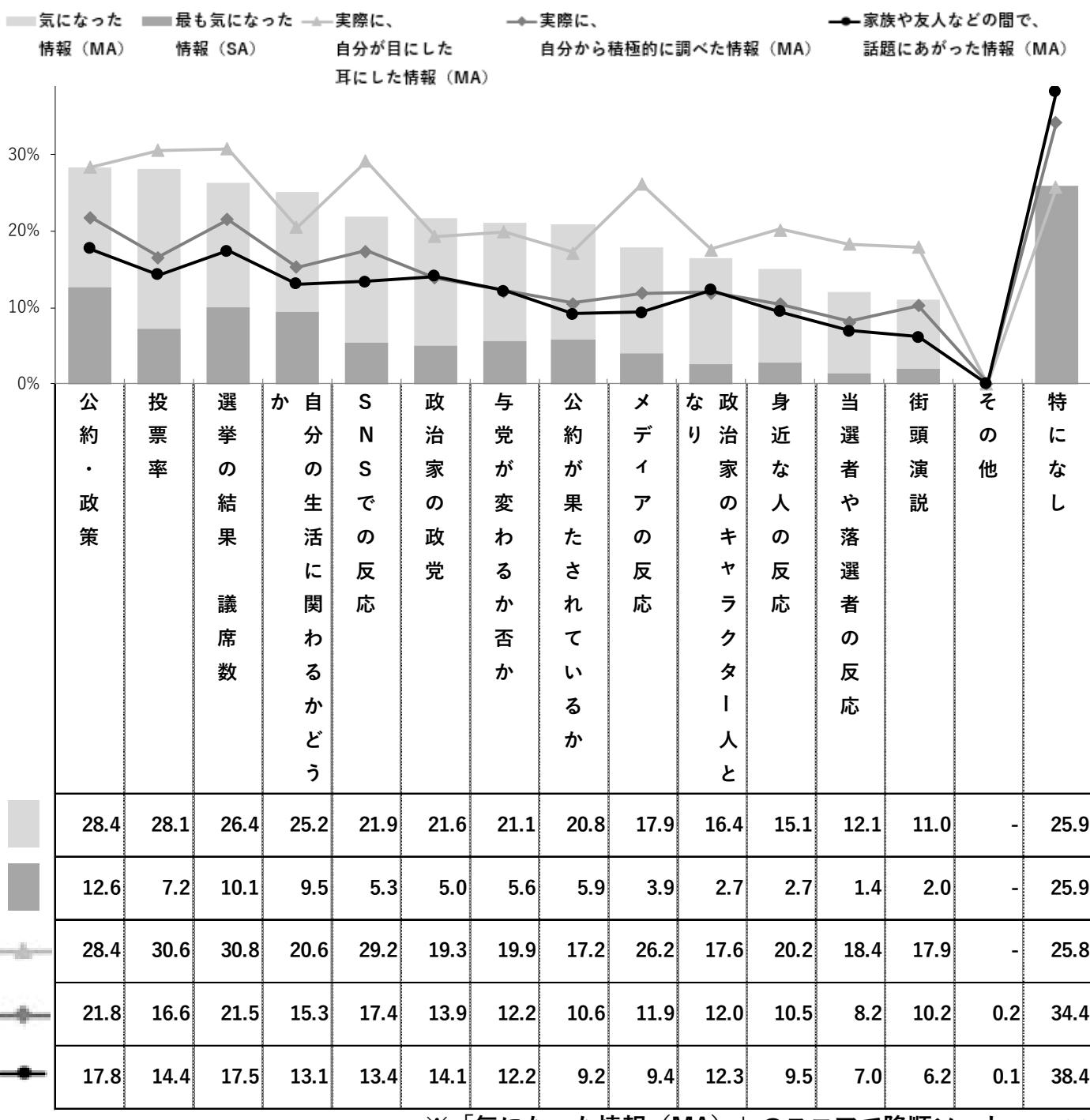
# 関心のある選挙の情報

<全ベース>

問18

選挙期間中やその前後の情報意識についてお伺いします。  
以下の選挙に関する情報について、それぞれの項目にあてはまるものをお選びください。

<全体：N=904>



## 関心のある選挙の情報（数表1）

&lt;全ベース&gt;

問18

選挙期間中やその前後の情報意識についてお伺いします。

以下の選挙に関する情報について、それぞれの項目にあてはまるものをお選びください。

&lt;全体：N=904&gt;

## 1. 気になった情報 (MA)

サンプル数	公約・政策	投票率	選挙の結果議席数	自分の生活に関わるかどうか	SNSでの反応	政治家の政党	与党が変わるか否か	公約が果たされているか	メディアの反応	政治家のキャラクター・人となり	身近な人の反応	当選者や落選者の反応	街頭演説	その他	特になし	
全体	904	28.4	28.1	26.4	25.2	21.9	21.6	21.1	20.8	17.9	16.4	15.1	12.1	11.0	- 25.9	
性別	男性	452	28.5	30.9	26.4	22.4	20.4	24.4	23.0	21.5	18.5	15.5	16.5	14.2	14.3	- 25.5
	女性	452	28.3	25.4	26.4	27.9	23.4	18.9	19.3	20.1	17.3	17.3	13.6	10.0	7.8	- 26.3
学年	1年生	226	26.0	25.3	27.1	25.0	21.7	19.0	18.8	20.7	19.2	17.9	16.1	12.2	13.5	- 24.0
	2年生	226	29.7	28.9	23.9	23.9	23.8	22.7	21.2	18.8	17.5	14.0	16.4	12.2	6.2	- 29.0
	3年生	226	27.4	32.4	25.0	25.2	22.3	22.1	22.7	23.3	18.0	15.0	14.0	15.8	12.7	- 23.8
	4年生	226	30.5	26.0	29.8	26.5	19.7	22.8	21.9	20.4	16.8	18.7	13.7	8.2	11.7	- 26.9

(%)

## 2. その中で、最も気になった情報 (SA)

全 体	904	12.6	7.2	10.1	9.5	5.3	5.0	5.6	5.9	3.9	2.7	2.7	1.4	2.0	- 25.9	
性別	男性	452	12.8	7.8	9.8	8.0	4.7	6.1	5.2	6.2	4.6	2.0	3.1	1.0	3.2	- 25.5
	女性	452	12.5	6.6	10.4	11.0	5.9	4.0	6.0	5.6	3.3	3.4	2.3	1.9	0.9	- 26.3
学年	1年生	226	8.3	6.5	11.3	11.9	5.1	4.9	3.4	6.4	4.2	4.5	3.3	3.0	3.3	- 24.0
	2年生	226	16.0	8.3	7.7	7.4	5.2	4.2	8.7	3.2	5.2	1.4	1.1	1.4	1.0	- 29.0
	3年生	226	12.7	9.0	9.6	6.6	5.7	5.3	5.3	8.0	4.0	2.0	5.7	0.7	1.7	- 23.8
	4年生	226	13.5	4.8	11.8	12.1	5.3	5.7	5.0	6.0	2.4	2.9	0.7	0.7	2.1	- 26.9

(%)

※「気になった情報(MA)」のスコアで降順ソート

## 関心のある選挙の情報 (数表2)

&lt;全ベース&gt;

問18

選挙期間中やその前後の情報意識についてお伺いします。

以下の選挙に関する情報について、それぞれの項目にあてはまるものをお選びください。

&lt;全体: N=904&gt;

## 3.実際に、自分が目にした／耳にした情報 (MA)

		公約・政策	投票率	選挙の結果	う自分の生活に関わるかど	SNS	政治家の政党	与党が変わるか否か	公約が果たされているか	メディアの反応	人なり家のキャラクター	政治的な反応	身近な人の反応	当選者や落選者の反応	街頭演説	その他	特になし
		サンプル数		議席数													
全 体		904	28.4	30.6	30.8	20.6	29.2	19.3	19.9	17.2	26.2	17.6	20.2	18.4	17.9	-	25.8
性別	男性	452	29.6	30.1	32.4	23.2	27.0	20.8	24.4	20.4	27.5	18.2	22.6	19.6	18.5	-	25.2
	女性	452	27.2	31.2	29.3	18.0	31.5	17.9	15.4	14.0	24.9	17.0	17.9	17.2	17.3	-	26.3
学年	1年生	226	27.7	29.2	32.6	23.7	27.2	17.3	16.4	15.8	26.8	20.4	19.3	15.5	18.2	-	23.7
	2年生	226	32.0	31.7	32.4	18.8	32.1	○24.7	22.1	18.4	27.8	13.6	19.2	18.8	21.5	-	29.8
	3年生	226	25.0	29.9	29.7	21.0	28.9	▼14.0	18.3	18.7	27.0	17.0	20.3	19.3	14.6	-	23.2
	4年生	226	28.8	31.7	28.6	18.8	28.6	21.4	22.8	15.8	23.3	19.4	22.1	19.9	17.3	-	26.4

(%)

## 4.実際に、自分から積極的に調べた情報 (MA)

全 体		904	21.8	16.6	21.5	15.3	17.4	13.9	12.2	10.6	11.9	12.0	10.5	8.2	10.2	0.2	34.4
性別	男性	452	22.1	21.3	24.9	16.7	16.8	15.5	14.6	10.5	13.2	12.9	14.3	10.9	13.8	-	30.5
	女性	452	21.6	12.0	18.2	14.0	18.0	12.2	9.8	10.7	10.7	11.1	6.7	5.5	6.7	0.3	38.2
学年	1年生	226	18.5	▼11.3	18.8	15.8	15.6	12.9	▼5.7	9.5	9.1	14.4	10.3	5.8	10.6	0.3	32.6
	2年生	226	24.0	○23.8	22.3	13.5	17.5	16.7	○17.6	11.1	14.6	8.7	12.4	7.2	8.6	0.4	○40.7
	3年生	226	20.6	16.0	24.7	15.3	17.3	11.9	13.3	11.6	15.0	14.0	10.0	9.7	13.4	-	▼28.8
	4年生	226	24.3	15.4	20.4	16.8	19.2	13.9	12.2	10.1	9.1	10.8	9.4	10.1	8.4	-	35.4

(%)

## 5.家族や友人などの間で、話題にあがった情報 (MA)

全 体		904	17.8	14.4	17.5	13.1	13.4	14.1	12.2	9.2	9.4	12.3	9.5	7.0	6.2	0.1	38.4
性別	男性	452	20.3	15.8	19.3	13.7	15.0	16.3	14.2	10.5	9.7	14.1	10.5	7.6	7.6	-	36.7
	女性	452	▼15.2	12.9	▼15.7	12.6	▼11.8	12.0	10.1	7.9	9.1	10.5	8.6	6.4	▼4.7	0.1	○40.0
学年	1年生	226	▼13.7	▼11.0	19.3	15.3	▼8.6	16.4	14.3	10.0	10.9	○17.1	7.9	5.8	9.2	-	37.2
	2年生	226	17.5	18.0	17.5	12.9	12.5	15.9	12.1	8.3	▼5.6	8.4	10.4	8.3	▼2.8	-	○42.7
	3年生	226	21.4	15.7	▼16.3	▼8.3	19.0	9.7	12.0	9.7	12.6	12.7	7.3	7.0	6.7	-	36.5
	4年生	226	18.5	12.8	16.8	16.1	13.4	14.7	10.3	8.9	8.4	11.0	12.5	7.0	6.0	0.2	37.1

(%)

※「気になった情報 (MA)」のスコアで降順ソート

## IV 社会・客観的指標の自身に対する影響について

※数表中の数値につけられた記号

○印=全体より5ポイント以上高い数値

▼印=全体より5ポイント以上低い数値

※30ssを下回る軸には未反映

# 選挙に投票した理由（数表1）

<2025年7月 選挙参加者ベース>

問16

2025年7月（第27回参議院議員通常選挙）の選挙で、「投票した」と回答した方にお聞きします。

選挙で投票した理由として、あてはまるものを全てお選びください。

また、その中で最もあてはまるものをお一つお選びください。

<2025年7月 選挙参加者ベース：N=568>

## 1.投票した理由として、あてはまるもの（MA）

サンプル数	国民の義務だから	意思表示としての意味はあると思うから	一票の重さを感じているから	思つたから	投票が、自分の暮らしを左右するものだと	投票しないとこれから不安だから	だらしない政治を変えたから	自分が関与せずに、勝手に決まってしまう	感じが嫌だから	SNSで話題になつていたから	いたから	もともと支持している政党・候補者が	マスメディアで話題になつていたから	周囲の人に行こうと誘われたから	応援したい候補者が見つかったから	周りのみんなが行くと言つていたから	その他	特になし
全 体	568	39.7	34.0	33.1	32.4	26.7	24.3	22.5	12.4	12.2	11.5	10.9	9.4	9.1	1.6	8.4		
性別	男性	302	36.2	35.5	34.5	33.1	26.3	26.5	21.4	13.2	○17.4	13.4	8.9	11.1	8.5	1.4	9.5	
	女性	266	43.7	32.2	31.6	31.6	27.0	21.8	23.6	11.6	▼6.3	9.3	13.2	7.6	9.8	2.0	7.1	
学年	1年生	117	39.5	38.0	34.9	28.5	24.8	25.4	21.6	10.1	12.1	11.2	12.1	9.2	8.1	1.7	9.5	
	2年生	144	39.4	33.8	35.4	34.4	28.4	▼15.3	18.1	○18.4	8.0	13.1	7.2	11.9	12.0	1.7	9.3	
	3年生	161	38.4	34.4	32.9	34.8	27.7	29.2	26.8	9.9	11.8	11.3	12.2	5.6	6.0	2.4	5.7	
	4年生	146	41.7	30.5	29.8	30.9	25.3	26.8	22.7	11.1	16.7	10.4	12.2	11.5	10.4	0.7	9.6	

(%)

## 2.投票した理由として、最もあてはまるもの（SA）

全 体	568	15.9	14.3	9.9	13.2	5.6	10.6	5.8	3.1	2.5	2.2	4.1	2.7	0.4	1.3	8.4		
性別	男性	302	▼10.0	16.2	9.5	15.3	4.1	13.8	4.6	3.4	3.9	3.2	1.9	3.6	-	1.0	9.5	
	女性	266	○22.6	12.1	10.2	10.9	7.3	7.1	7.2	2.7	0.8	1.1	6.6	1.7	0.9	1.6	7.1	
学年	1年生	117	18.2	○19.6	11.5	9.2	4.0	9.2	6.6	2.9	2.0	1.2	3.7	-	0.6	1.7	9.5	
	2年生	144	17.0	14.7	11.5	13.2	8.7	▼4.9	3.9	5.9	-	2.2	3.4	3.2	1.1	1.1	9.3	
	3年生	161	11.6	10.8	7.0	17.5	3.7	○15.6	8.0	-	5.2	4.3	4.6	3.7	-	2.4	5.7	
	4年生	146	17.9	13.4	10.0	11.9	6.0	11.9	4.8	3.7	2.2	0.7	4.5	3.3	-	-	9.6	

※「投票した理由としてあてはまるもの（MA）」のスコアで降順ソート

## &lt;全ベース&gt;

問20

自分のタイプや立ち位置などを客観的に表す指標（MBTIなど）について、あなたは自分の生活にどの程度必要だと思いますか。

## &lt;全体：N=904&gt;

■必要だと  
思う      ■どちらかというと  
必要      ■どちらとも  
言えない      □どちらかというと  
必要だと  
思う  
だと思う      □必要だと  
思わない  
思わない



# 客観的指標：必要な理由

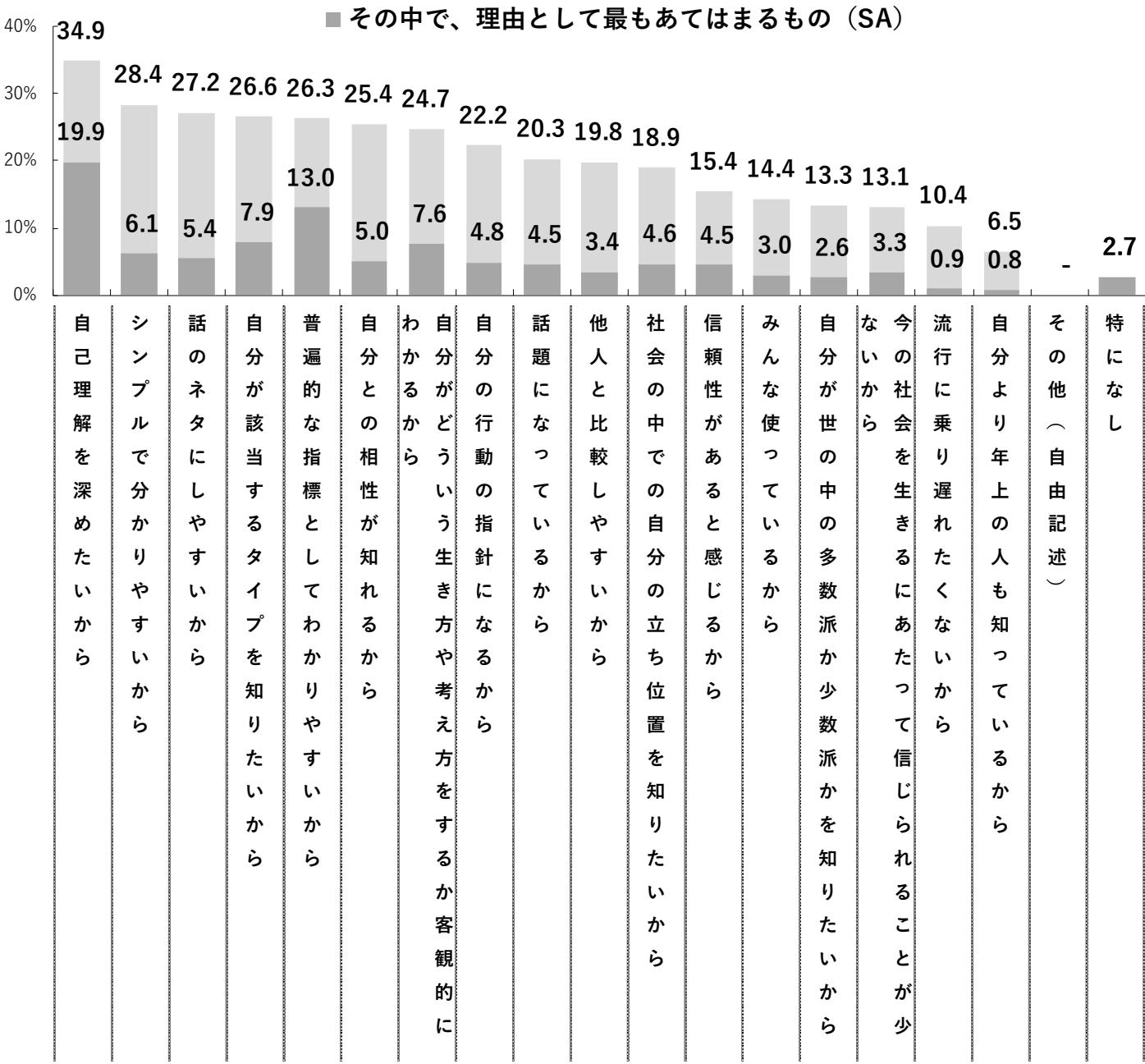
## <客観的指標が必要層ベース>

問21

あなたは前問で、自分のタイプや立ち位置などを客観的に表す指標が「必要だと思う」と回答されました。  
その理由としてあてはまるものすべてをお選びください。また、その中から最もあてはまるものを一つお選びください。

## <客観的指標が必要層 : N=378>

■ 理由としてあてはまるもの (MA)  
■ その中で、理由として最もあてはまるもの (SA)



※ 「理由としてあてはまるもの (MA)」のスコアで降順ソート

# 客観的指標：必要な理由（数表1）

## <客観的指標が必要層ベース>

問21

あなたは前問で、自分のタイプや立ち位置などを客観的に表す指標が「必要だと思う」と回答されました。その理由としてあてはまるものをお選びください。また、その中から最もあてはまるものを一つお選びください。

## <客観的指標が必要層：N=378>

### 1. 理由としてあてはまるもの (MA)

		自己理解を深めたいから	シンプルで分かりやすいから	話のネタにしやすいから	自分が該当するタイプを知りたいから	普遍的な指標としてわかりやすいから	自分が相性が知れるから	わかるから	自分がどういう生き方や考え方をするか客観的に	自分の行動の指針になるから	話題になつているから	他人と比較しやすいから	社会の中での自分の立ち位置を知りたいから	信頼性があると感じるから	みんな使っているから	自分が世の中の多数派か少数派かを知りたいから	少ないから	今の社会を生きるにあたつて信じられることが	流行に乗り遅れたくないから	自分より年上の人も知っているから	その他	特になし
		サンプル数																				
全 体		378	34.9	28.4	27.2	26.6	26.3	25.4	24.7	22.2	20.3	19.8	18.9	15.4	14.4	13.3	13.1	10.4	6.5	-	2.7	
性別	男性	180	▼27.8	28.1	▼21.7	24.9	29.6	20.4	▼19.4	▼16.9	20.1	21.9	19.7	19.9	14.5	15.4	○19.6	14.9	9.2	-	3.2	
	女性	198	○41.2	28.6	32.1	28.1	23.3	30.0	29.5	27.1	20.4	18.0	18.2	11.4	14.3	11.5	▼7.3	6.3	4.1	-	2.3	
学年	1年生	107	○46.7	32.8	○38.2	27.1	25.9	24.3	22.1	20.2	○29.7	18.0	20.5	10.7	15.8	○19.9	9.8	11.4	4.1	-	1.9	
	2年生	80	▼26.9	25.1	▼22.0	26.6	30.3	○36.6	26.9	19.0	20.8	22.7	15.9	14.7	16.8	▼8.0	9.7	12.7	5.8	-	6.8	
	3年生	89	▼28.5	30.3	▼20.9	31.2	26.9	▼20.1	23.5	24.3	17.6	19.5	17.6	18.6	9.9	11.0	11.0	11.0	5.9	-	-	
	4年生	102	34.3	24.6	25.2	22.0	23.0	22.5	26.7	25.2	▼12.3	19.8	20.8	18.1	14.9	12.8	○21.3	6.9	10.1	-	2.7	

(%)

### 2. その中で、理由として最もあてはまること (SA)

		全 体	378	19.9	6.1	5.4	7.9	13.0	5.0	7.6	4.8	4.5	3.4	4.6	4.5	3.0	2.6	3.3	0.9	0.8	-	2.7
性別		男性	180	15.5	6.1	4.4	9.9	16.9	2.5	3.8	4.2	4.5	4.9	6.1	4.8	3.7	3.9	5.6	-	-	-	3.2
	女性	198	23.8	6.1	6.3	6.0	9.5	7.3	11.0	5.5	4.5	2.1	3.3	4.1	2.4	1.5	1.2	1.7	1.5	-	2.3	
学年	1年生	107	24.6	6.9	9.5	4.4	▼4.7	4.4	7.9	0.6	6.3	0.6	5.7	5.4	3.5	7.3	5.0	1.3	-	-	1.9	
	2年生	80	18.0	5.1	3.0	5.9	○18.5	5.9	9.0	8.0	5.9	6.8	3.0	3.0	-	-	-	1.0	-	-	6.8	
	3年生	89	▼14.2	5.1	3.3	○15.3	○22.0	3.3	6.6	5.9	2.5	5.1	5.9	4.2	2.5	2.5	-	0.8	0.8	-	-	
	4年生	102	21.4	7.0	4.8	6.4	9.6	6.4	7.0	5.9	3.2	2.1	3.7	4.8	5.3	-	6.9	0.5	2.2	-	2.7	

(%)

※「理由としてあてはまるもの (MA)」のスコアで降順ソート

## &lt;全ベース&gt;

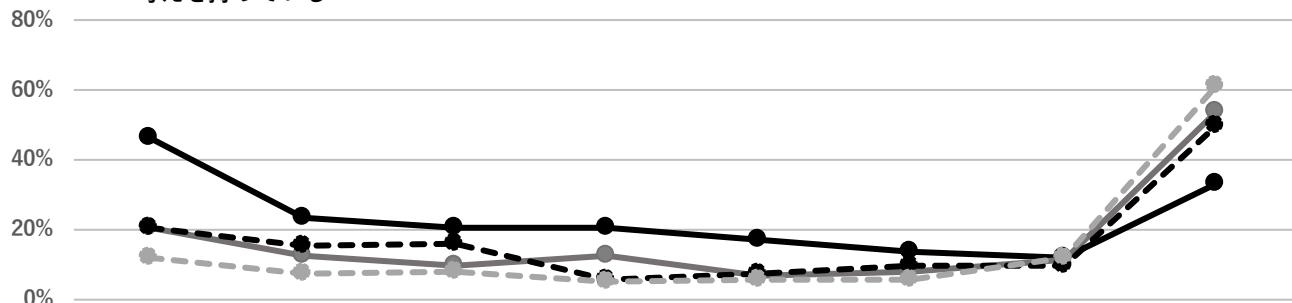


具体的な客観的指標についてお伺いします。

以下のようなタイプ・立ち位置などを客観的に表す指標について、それぞれあてはまるものをお選びください。

## &lt;全体：N=904&gt;

● 自身のタイプを  
知っている・  
考えを持っている  
● 世の中の多数派を  
知っている  
— ● — 生活の参考にしている  
— ● — 必要不可欠だと思う



	M B T I 診 断	パ ー ソ ナ ル カ ラ ー 診 断	骨 格 診 断	血 液 型 占 い	星 座 占 い	顔 診 断	世 論	わ か ら な い ／ 特 に な し
サンプル数	904	46.1	23.2	20.6	20.4	17.2	13.6	11.9
1位	904	20.6	12.2	9.4	12.2	6.7	7.6	11.5
2位	904	20.7	15.5	16.1	5.8	7.5	9.7	9.4
3位	904	11.7	7.4	8.0	5.1	5.8	5.5	11.8

※ハッチング定義（各関係性ごと） ··· ■ : 1位 ■ : 2位 ■ : 3位

(%)

※「自身のタイプを知っている」のスコアで降順ソート

## 客観的指標：指標別重要度（数表1）

&lt;全ベース&gt;

問22

具体的な客観的指標についてお伺いします。

以下のようなタイプ・立ち位置などを客観的に表す指標について、それぞれあてはまるものをお選びください。

&lt;全体：N=904&gt;

## 1.自身のタイプを知っている・考えを持っている

	M B T I 診 断	断 パ ー ソ ナ ル カ ラ ー 診	骨 格 診 断	血 液 型 占 い	星 座 占 い	顔 診 断	世 論	わ か ら な い ／ 特 に な し
サン プ ル 数								
全 体	904	46.1	23.2	20.6	20.4	17.2	13.6	11.9
性 別	男性	452	▼31.9	▼10.4	▼8.1	▼9.6	9.6	12.5
	女性	452	○60.3	○36.0	○33.2	○31.1	21.7	11.2
学 年	1年生	226	○52.4	22.6	23.5	22.8	19.8	14.1
	2年生	226	44.7	21.0	17.8	18.5	13.7	13.7
	3年生	226	44.3	25.1	22.1	17.0	17.2	11.9
	4年生	226	42.9	24.2	19.1	23.1	18.3	13.7

(%)

## 2.世の中の多数派を知っている

	全 体	904	20.6	12.2	9.4	12.2	6.7	7.6	11.5	53.8
性 别	男性	452	17.3	9.7	6.8	7.8	5.6	8.5	11.4	58.1
	女性	452	23.9	14.8	11.9	16.6	7.7	6.7	11.5	49.5
学 年	1年生	226	20.2	12.9	10.3	11.3	6.8	7.4	13.7	54.6
	2年生	226	24.0	13.1	9.2	13.4	6.3	7.0	11.5	55.0
	3年生	226	19.2	13.3	8.9	9.2	5.9	9.0	7.9	54.9
	4年生	226	19.0	9.6	9.1	14.9	7.7	7.2	12.7	50.8

(%)

## 3.生活の参考にしている

	全 体	904	20.7	15.5	16.1	5.8	7.5	9.7	9.4	49.8
性 別	男性	452	▼15.0	▼6.5	▼7.8	4.8	7.9	8.7	10.3	○55.7
	女性	452	○26.4	○24.5	○24.4	6.9	7.0	10.7	8.6	▼44.0
学 年	1年生	226	21.1	15.2	15.6	4.9	6.4	11.9	12.5	48.4
	2年生	226	19.8	14.2	13.6	4.9	4.2	8.0	11.5	54.6
	3年生	226	19.2	13.2	16.9	6.6	8.7	8.3	▼2.0	51.3
	4年生	226	22.8	19.3	18.3	7.0	10.6	10.6	11.8	45.2

(%)

## 4.必要不可欠だと思う

	全 体	904	11.7	7.4	8.0	5.1	5.8	5.5	11.8	61.0
性 別	男性	452	11.6	6.3	7.7	5.5	6.7	5.8	12.5	60.7
	女性	452	11.8	8.4	8.4	4.7	4.9	5.2	11.1	61.4
学 年	1年生	226	10.4	8.0	8.2	6.0	4.2	7.0	12.6	58.8
	2年生	226	11.6	7.0	8.5	2.5	5.6	5.2	9.5	65.6
	3年生	226	11.0	6.0	6.7	5.3	7.3	3.6	8.6	63.2
	4年生	226	13.9	8.4	8.9	6.7	6.2	6.2	16.3	56.6

※「自身のタイプを知っている」のスコアで降順ソート

(%)

# 流行への反応

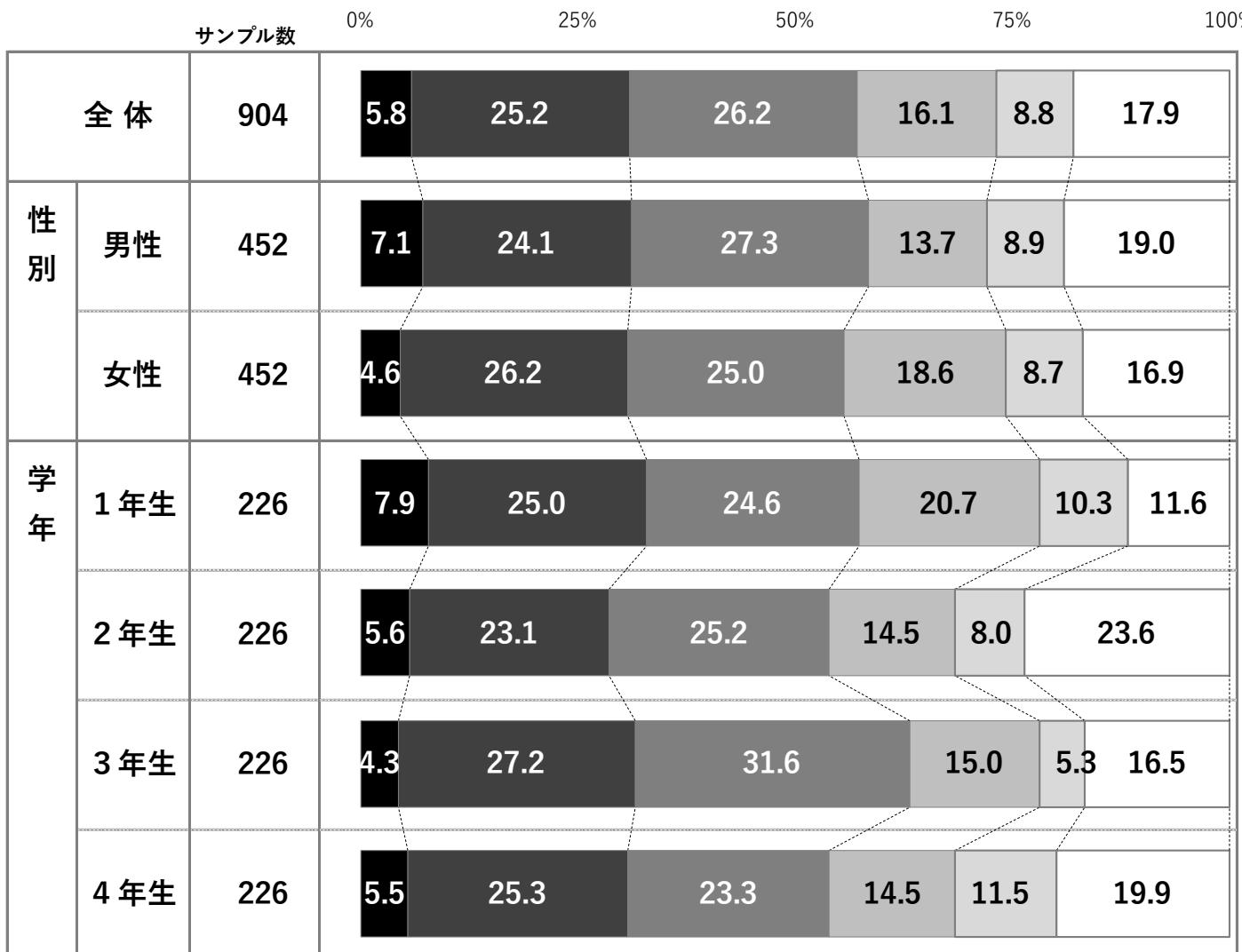
## <全ベース>

問24

あなたは、世の中にある風潮や流行、他人の意見などに対して、どのような考え方を持っていますか。  
あなたの考えとして最も近いものを1つお選びください。

## <全体：N=904>

- 流行などに合わせ、周囲と同じであることを重視している
- 流行などは取り入れつつ、自分の意見も大切にしている
- 流行などは情報として取り入れるが、参考程度にとどめている
- 流行などよりも、自分の好みを優先することが多い
- 流行などよりも、自分らしさを大切にしている
- 流行などにはまったく影響されず、自分の価値観を貫いている



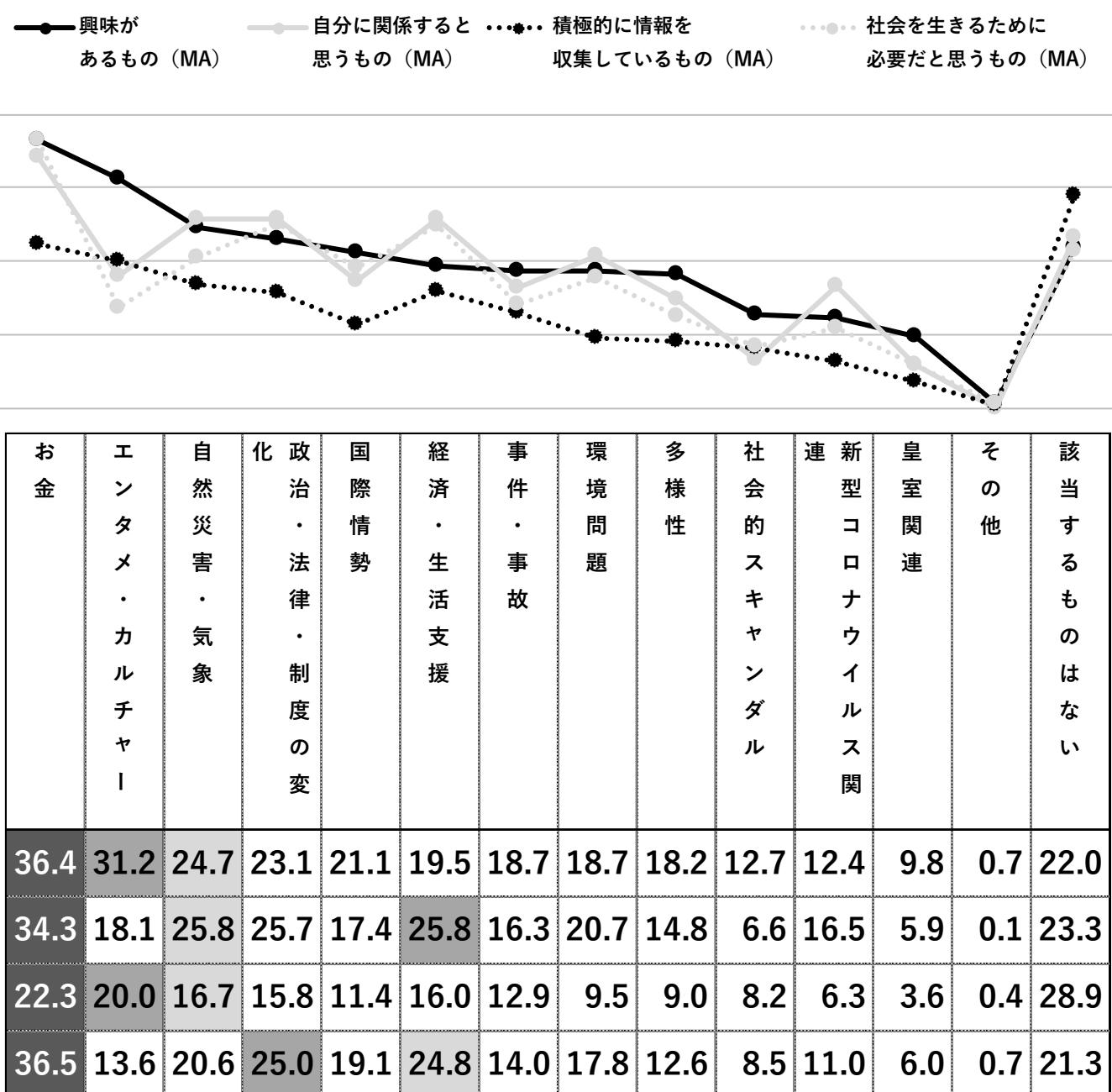
## 興味のある分野

＜全ベース＞

問25

以下の項目それぞれについて、あなたのお考えにあてはまるものをすべてお選びください。

<全体：N=904>



※ハッチング定義（各関係性ごと）・・・■：1位 ■：2位 ■：3位

(%)

※ 「興味があるもの」のスコアで降順ソート

## 興味のある分野 (数表1)

&lt;全ベース&gt;

問25

以下の項目それぞれについて、あなたのお考えにあてはまるものをお選びください。

&lt;全体：N=904&gt;

## 興味があるもの (MA)

		サンプル数	お金	カルチャーネット	自然災害	変化・気象	政治・法律	国際情勢	経済・生活支援	事件・事故	環境問題	多様性	社会的スキル	関連コロナウイルス	新型コロナウイルス	皇室関連	その他	該当するものはない
全	体	904	36.4	31.2	24.7	23.1	21.1	19.5	18.7	18.7	18.2	12.7	12.4	9.8	0.7	22.0	(%)	
性別	男性	452	33.1	▼25.9	23.8	26.7	24.3	20.2	20.5	17.3	15.6	12.6	12.9	12.2	1.2	23.5		
	女性	452	39.7	○36.5	25.6	19.4	17.9	18.7	16.9	20.1	20.9	12.9	11.8	7.4	0.1	20.4		
学年	1年生	226	41.4	○36.3	27.1	25.9	21.4	21.1	18.5	23.5	○23.4	11.8	15.3	11.6	1.3	18.8		
	2年生	226	33.4	31.0	25.2	24.6	23.9	20.2	19.2	17.8	19.3	17.0	12.5	8.0	-	25.4		
	3年生	226	37.2	29.2	23.9	19.7	18.7	14.9	17.0	16.9	14.2	10.6	7.6	9.7	1.4	20.6		
	4年生	226	33.7	28.4	22.6	22.1	20.4	21.6	20.2	16.6	16.1	11.5	13.9	9.8	-	23.1		

## 自分に関係すると思うもの (MA)

		全	体	904	34.3	18.1	25.8	25.7	17.4	25.8	16.3	20.7	14.8	6.6	16.5	5.9	0.1	23.3
性別	男性	452	▼28.7	15.5	24.6	26.2	18.2	25.7	17.6	20.2	12.3	6.5	13.8	7.3	-	25.5		
	女性	452	○39.9	20.7	27.0	25.3	16.6	25.9	15.0	21.2	17.3	6.6	19.3	4.5	0.1	21.2		
学年	1年生	226	37.4	22.0	29.9	26.5	18.5	27.2	18.0	○28.9	○22.0	8.6	20.8	3.4	0.3	21.3		
	2年生	226	32.3	18.0	25.2	27.2	17.0	27.2	15.4	18.2	13.1	6.2	17.5	8.6	-	25.7		
	3年生	226	34.2	▼12.6	25.6	21.3	18.0	▼20.2	14.0	17.0	12.6	5.6	▼11.0	4.3	-	23.3		
	4年生	226	33.2	19.7	22.4	27.9	16.1	28.6	17.8	18.5	11.6	5.8	16.9	7.2	-	23.1		

## 積極的に情報を収集しているもの (MA)

		全	体	904	22.3	20.0	16.7	15.8	11.4	16.0	12.9	9.5	9.0	8.2	6.3	3.6	0.4	28.9
性別	男性	452	25.8	15.9	18.0	18.9	12.8	19.6	16.5	10.1	9.2	10.8	7.1	3.2	0.7	25.9		
	女性	452	18.8	24.1	15.5	12.7	10.0	12.3	9.3	8.9	8.8	5.6	5.5	4.0	0.1	31.8		
学年	1年生	226	23.5	18.3	18.3	17.0	8.2	15.6	9.4	10.9	8.2	7.6	8.2	4.8	0.3	28.9		
	2年生	226	19.9	22.3	15.0	18.0	13.2	17.6	14.6	11.5	10.4	12.4	3.9	1.7	-	32.4		
	3年生	226	23.4	18.6	15.4	13.3	11.3	12.4	13.7	6.6	9.3	6.7	3.7	2.9	1.4	24.8		
	4年生	226	22.3	20.9	18.3	14.9	13.0	18.2	13.9	9.1	8.2	6.2	9.4	5.0	-	29.4		

## 社会を生きるために必要だと思うもの (MA)

		全	体	904	36.5	13.6	20.6	25.0	19.1	24.8	14.0	17.8	12.6	8.5	11.0	6.0	0.7	21.3
性別	男性	452	34.3	13.1	17.9	24.2	18.5	24.2	14.2	17.5	9.3	9.0	9.7	4.2	1.2	21.8		
	女性	452	38.7	14.1	23.3	25.8	19.7	25.5	13.8	18.2	16.0	8.0	12.3	7.8	0.1	20.9		
学年	1年生	226	40.9	15.2	25.1	○33.5	○24.6	28.7	17.4	22.3	16.7	11.9	13.5	6.5	1.3	18.6		
	2年生	226	33.8	12.4	21.7	25.5	19.6	23.8	12.7	19.9	14.2	11.5	11.9	7.4	-	23.3		
	3年生	226	35.3	14.0	▼14.2	▼18.9	▼12.9	20.0	10.0	13.0	7.9	5.3	9.0	4.0	1.4	19.9		
	4年生	226	36.1	13.0	21.2	22.1	19.5	26.9	16.1	16.1	11.8	5.3	9.4	6.0	-	23.6		

(%)

※「興味があるもの」のスコアで降順ソート

## &lt;全ベース&gt;

問26

次にお金の使い方や工夫についてお伺いします。

以下にあるお金の使い方や工夫について、それぞれあてはまるものをお選びください。

&lt;全体：N=904&gt;

	性別		学年				
	全体	男性	女性	1年生	2年生	3年生	4年生
サンプル数	904	452	452	226	226	226	226
モニター・ポイントサイト・アンケートなどでお小遣い稼ぎしている	35.1	30.1	40.1	38.4	28.8	33.8	39.4
クーポン・ポイントカードを活用している	25.0	20.2	29.8	27.1	19.3	25.5	28.2
ポイント運用をしている (PayPayポイントや楽天ポイントなど)	24.2	22.3	26.2	25.4	20.3	25.9	25.3
食費を抑えている(自炊、学食活用、まとめ買いなど)	22.8	22.1	23.5	24.3	24.1	23.6	19.2
モノを買う前に、一度立ち止まって考えることを意識している	22.3	18.9	25.7	25.6	23.0	16.6	24.1
モノをすぐ買い替えず、なるべく長く使うようにしている	21.1	19.7	22.4	22.3	22.0	21.3	18.8
交際費を抑えている (飲み会や友だちとの遊びなど)	18.6	16.2	21.1	18.0	18.2	19.2	19.0
メルカリやリサイクルショップなどでモノを買う	16.8	15.3	18.3	16.1	16.4	18.9	15.6
被服費・美容費を抑えている(プチプラ品など)	15.4	9.7	21.0	14.0	14.8	16.5	16.2
メルカリやリサイクルショップなどでモノを売る	14.5	10.4	18.5	14.0	12.0	15.2	16.6
セールやアウトレットで安く買い物をしている	14.4	13.2	15.6	15.8	13.6	13.3	14.9
扶養の範囲(103万円の壁)で最大限に稼いでいる	13.0	11.3	14.7	9.8	11.6	15.3	15.4
家計簿アプリで支出を管理している	11.4	8.7	14.0	15.2	8.0	9.5	12.8
minimoなどの格安サービスや、学割プランを活用している	9.5	7.6	11.4	8.0	10.5	7.0	12.5
NISAを活用している	8.1	10.0	6.3	4.5	5.2	10.1	12.7
サブスクを友人などとシェアして使っている (Netflix、Spotifyなど)	6.9	5.5	8.4	4.6	5.0	6.3	11.8
株式投資をしている	6.9	9.7	4.1	6.1	1.4	11.1	8.9
サブスクの解約・見直しを定期的にしている	5.9	6.3	5.5	5.1	6.2	5.3	7.0
その他	-	-	-	-	-	-	-
特に意識していない 工夫していない	26.8	28.4	25.2	22.2	35.3	25.3	24.5

※「全体」のスコアで降順ソート (%)

## お金の使用に関する工夫事項【自分事化した出来事の前】

＜自分事化した社会の出来事がある人ベース：N=716＞

問26

次にお金の使い方や工夫についてお伺いします

次にお金の使い方や工夫についてお問い合わせします。

＜自分事化した社会の出来事がある人：N=716＞

## 【自分事化した出来事の前】

### お金の使用に関する工夫事項【自分事化した出来事の後】

＜自分事化した社会の出来事がある人ベース：N=716＞

問26

次にお金の使い方や工夫についてお伺いします。

以下にあるお金の使い方や工夫について、それぞれあてはまるものをお選びください。

## ＜自分事化した社会の出来事がある人：N=716＞

## 【自分事化した出来事の後】

【自分事化した出来事の後】	NISAを活用している	株式投資をしている	ポイント運用をしている	食費を抑えている	交際費を抑えている	被服費・美容費を抑えている	セールやアウトレットで安く買い物をする	mнимなどの格安サービス	クーポン・ポイントカードを活用している	サブスクを友人などと一緒にシェアしている	メルカリやリサイクルショップなどでモノを売る	メルカリやリサイクルショップなどでモノを買う	サブスクの解約・見直しを定期的にしている	家計簿アプリで支出を管理している	扶養の範囲(10万円の壁)で最大限に稼いでいる	モニター・ボイントサイト・アンケートなどでお小遣い稼ぎしている	モノを買う前に、一度立ち止まって考えることを意識している	特に意識していない	工夫していない	その他
---------------	-------------	-----------	-------------	----------	-----------	---------------	---------------------	---------------	---------------------	----------------------	------------------------	------------------------	----------------------	------------------	-------------------------	---------------------------------	------------------------------	-----------	---------	-----

※n<30のスコアは参考値のため  
グレーアウト

全体(n=716)	6.4	4.4	19.1	17.2	15.7	12.7	13.2	8.9	23.2	6.2	16.7	13.7	7.2	9.9	10.6	27.7	20.7	21.5	0.1	31.0	
コロナウイルスの世界中での蔓延(n=193)	5.4	3.5	21.4	20.7	15.4	14.2	12.0	8.7	24.2	4.0	14.3	13.7	6.4	11.8	12.1	28.8	21.5	20.4	-	33.3	
成人年齢を20歳から18歳に引き下げる改正民法の成立(n=136)	7.7	1.8	22.7	14.8	17.8	14.2	17.5	10.5	30.7	5.5	22.3	18.4	4.3	10.5	17.7	32.8	21.7	22.8	-	28.8	
消費税率が8%から10%に引き上げられる軽減税率制度が導入(n=110)	6.9	7.5	18.7	23.5	26.8	14.9	18.7	10.1	32.8	9.3	22.0	17.3	10.0	13.4	10.7	29.5	33.0	31.0	-	27.6	
生成AIの流行(n=80)	10.4	4.9	18.7	15.6	9.7	12.5	9.8	10.6	15.3	8.0	15.1	12.4	6.1	2.4	8.7	27.5	14.8	15.5	-	36.4	
東日本大震災(n=52)	4.2	3.1	11.9	21.5	12.7	14.1	15.1	3.1	17.1	7.0	16.4	12.7	4.1	11.0	4.5	21.4	19.0	22.6	-	35.7	
能登半島地震(n=40)	7.7	2.7	12.8	3.4	3.4	2.7	4.8	7.6	-	4.6	11.4	7.7	12.4	6.5	-	13.5	2.0	24.7	-	34.7	
高等学校学習指導要領改訂によるアクティブラーニングの推奨(n=23)	5.4	10.4	31.8	15.7	10.4	5.9	15.7	6.2	15.4	15.4	10.1	8.9	4.7	-	6.2	29.4	21.7	22.6	-	28.3	
夫婦別姓・同性婚の議論(n=17)	-	-	15.5	7.2	12.7	15.1	4.0	6.5	23.5	-	19.9	4.0	3.2	4.0	7.2	25.6	15.9	21.8	3.2	45.5	
安倍晋三元首相の襲撃(n=13)	-	4.1	12.2	-	29.9	-	8.2	31.9	21.3	8.1	12.2	8.2	17.7	8.1	4.1	12.2	27.3	13.6	-	24.4	
北朝鮮がミサイルを発射(n=12)	-	6.3	-	9.2	-	15.6	9.2	-	21.4	-	9.2	-	9.2	7.0	-	38.7	35.8	-	-	-	
スマートフォンゲーム「ポケモンGO」の流行(n=11)	9.9	9.9	9.9	15.0	25.1	15.0	9.9	15.0	9.9	9.9	15.0	15.0	16.8	23.0	31.2	31.2	15.0	15.0	-	33.7	
Go To キャンペーンが始動(n=8)	7.1	-	-	36.9	14.2	7.1	7.1	-	17.6	8.7	-	7.1	29.8	36.9	7.1	14.2	15.8	28.1	-	-	
東京オリンピックの延期(n=8)	10.6	14.0	40.1	10.6	7.1	-	-	-	24.5	14.0	14.0	14.0	14.0	14.0	-	-	-	-	7.1	-	10.6
ロシアがウクライナへの軍事侵攻を開始(n=8)	7.2	7.2	14.5	-	-	14.5	14.2	-	35.6	-	14.2	14.2	-	-	-	28.6	-	-	-	57.2	
旧統一教会の問題視(n=6)	-	17.7	12.1	11.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	59.2	-	-	-	-	

## V 定点観測

※数表中の数値につけられた記号

○印=全体より5ポイント以上高い数値

▼印=全体より5ポイント以上低い数値

※30ssを下回る軸には未反映

# 広告関心度

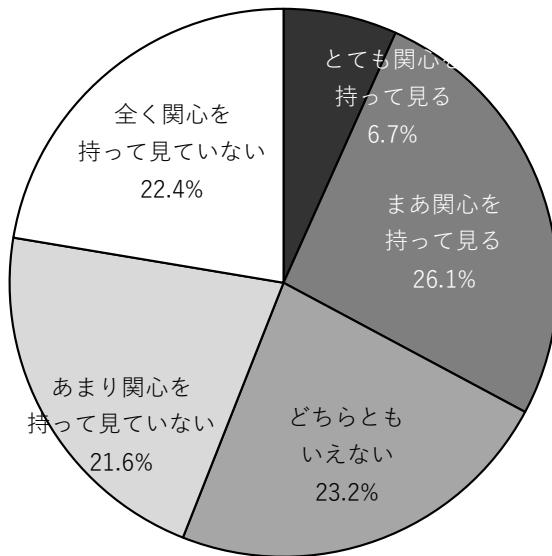
<全ベース>



あなたは、普段、関心を持って広告を見る方ですか。

次の中からあなたのお気持ちに最も近いものをひとつだけお選びください。

<全体：N=904>



関心を持って見る計： 32.8%

関心を持って見ない計： 44.0%

サンプル数	持つてても見る心を	持つて関見る心を	いどねらいとも	い持つて見心いをな	い持つて見心てをいな	見る心計を持つて	見関心計を持つて
全体	906	6.7	26.1	23.2	21.6	22.4	32.8
性別	男性	453	8.7	27.0	22.9	▼ 16.4	35.8
	女性	453	4.7	25.2	23.5	○ 26.9	41.4
学年	1年生	226	4.5	27.7	24.1	23.2	20.5
	2年生	226	6.9	25.9	24.8	21.8	20.6
	3年生	226	7.3	26.2	25.3	▼ 16.5	24.7
	4年生	226	8.1	24.7	18.5	25.0	23.6

(%)

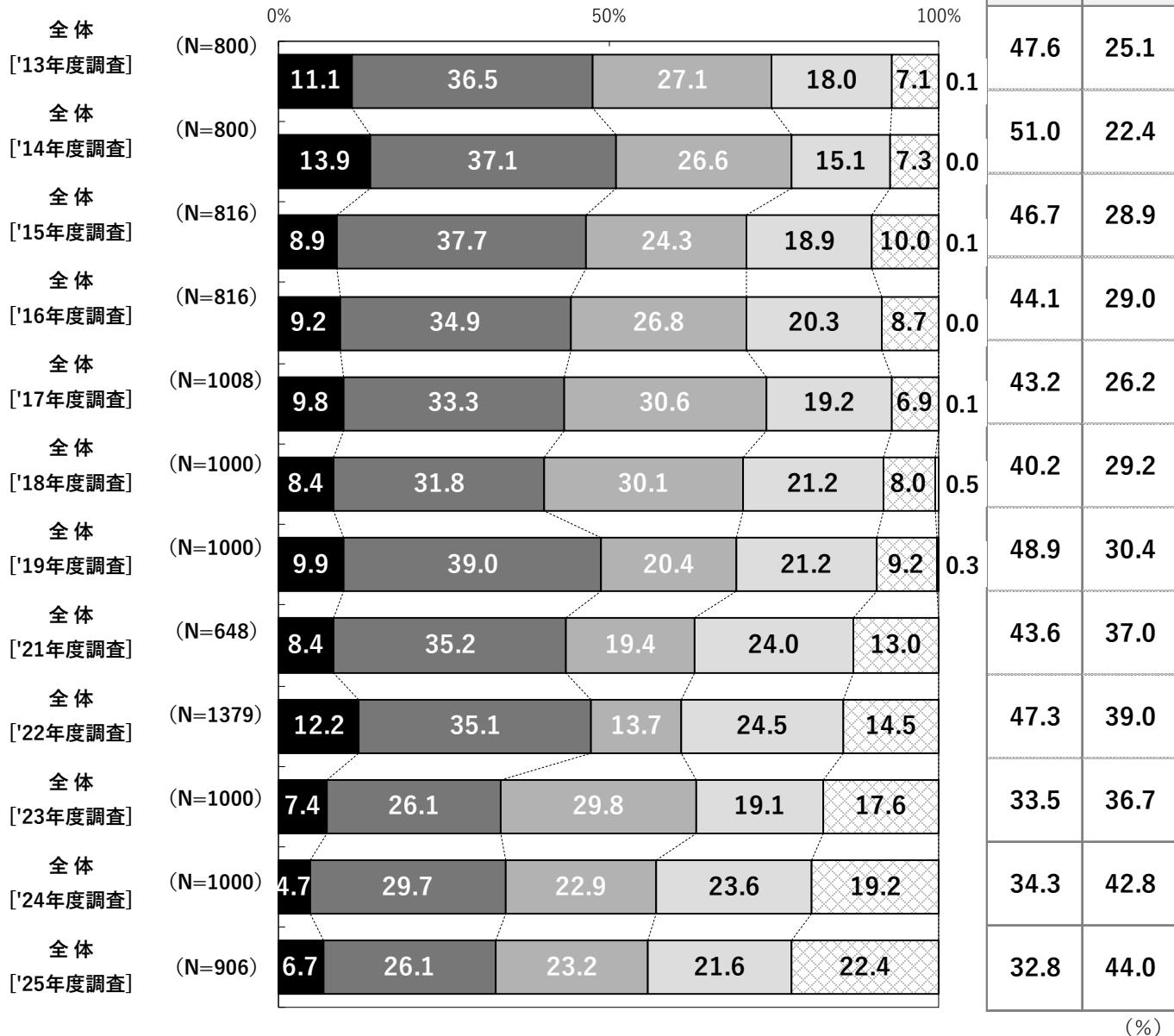
# 広告関心度（時系列比較～過去10回調査での動き）

<全ベース>



あなたは、普段、関心を持って広告を見る方ですか。  
次の中からあなたのお気持ちに最も近いものをひとつだけお選びください。

■とても	■まあ	□どちらと	□あまり	□全く	□無回答
関心を 持つて見る	関心を 持つて見る	もいえない	関心を持って 見ていらない	関心を 持つて 見ていらない	



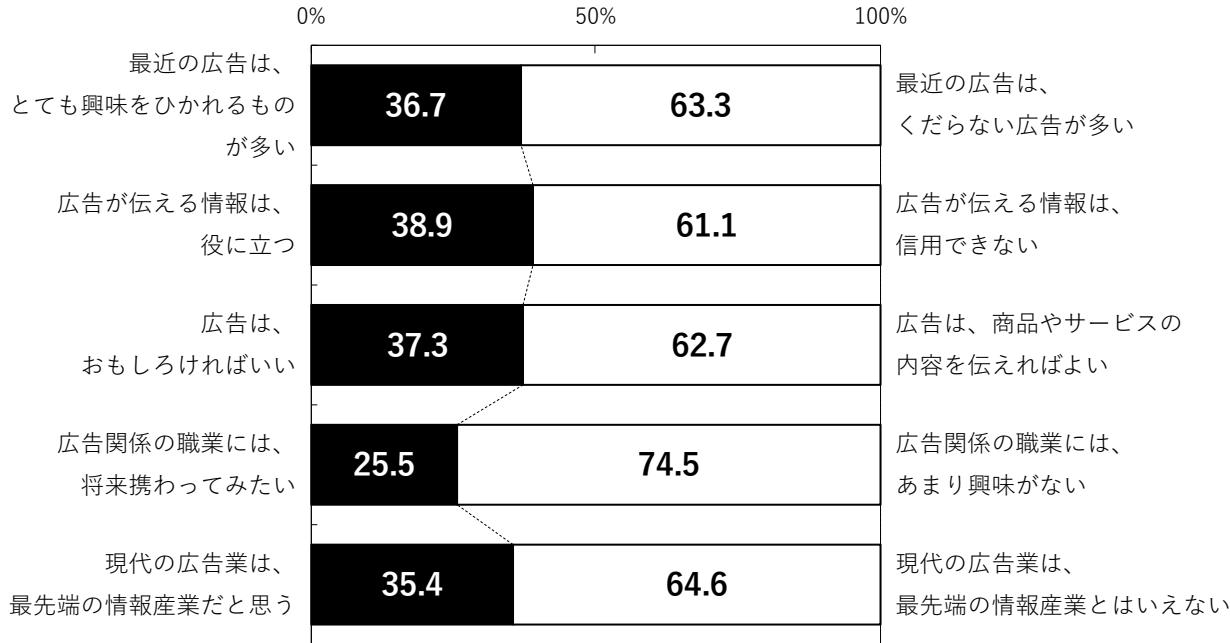
(%)

## &lt;全ベース&gt;

Q30

以下に挙げた広告に関する事柄について、AとBどちらかあなたのお気持ちに近い方をそれぞれお選びください。

## &lt;全体：N=904&gt;



サンプル数	最近の広告は…		広告が伝える情報は…		広告は…		広告関係の職業には…		現在の広告業は…			
	引と かて れも る興 も味 のを が多 い	く 多だ いら ない 廣告 が	役 に 立 つ	信 用 で き な い	面 白 け れ ば い い	内 容 を や れ ば い い	商 品 を や り ば ス い の い	将 来 携 わ っ て み た い	あ ま り 興 味 が な い	最 だ と 思 う 情 報 産 業		
全体	906	36.7	63.3	38.9	61.1	37.3	62.7	25.5	74.5	35.4	64.6	
性別	男性	453	34.6	65.4	34.9	65.1	33.5	66.5	26.4	73.6	34.9	65.1
	女性	453	38.9	61.1	42.8	57.2	41.2	58.8	24.7	75.3	35.9	64.1
学年	1年生	226	38.2	61.8	○ 44.2	▼ 55.8	37.1	62.9	24.7	75.3	30.8	69.2
	2年生	226	39.2	60.8	39.0	61.0	39.2	60.8	27.0	73.0	34.1	65.9
	3年生	226	34.1	65.9	▼ 32.1	○ 67.9	36.4	63.6	21.2	78.8	36.8	63.2
	4年生	226	35.3	64.7	40.2	59.8	36.5	63.5	29.3	70.7	39.9	60.1

# 広告に対する意見（時系列比較～過去10回調査での動き）

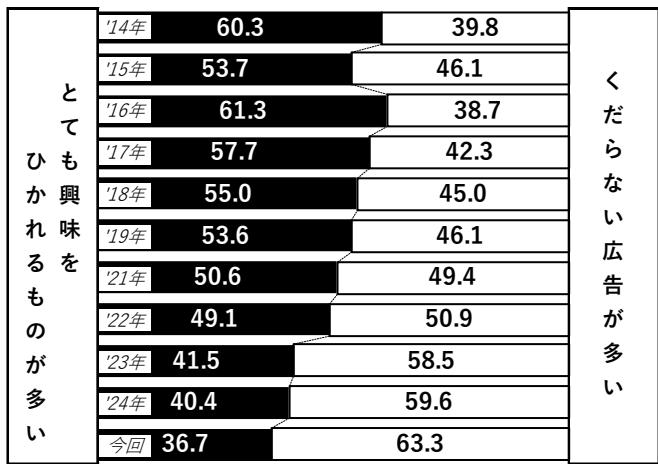
&lt;全ベース&gt;

Q30

以下に挙げた広告に関する事柄について、AとBどちらかあなたのお気持ちに近い方をそれぞれお選びください。

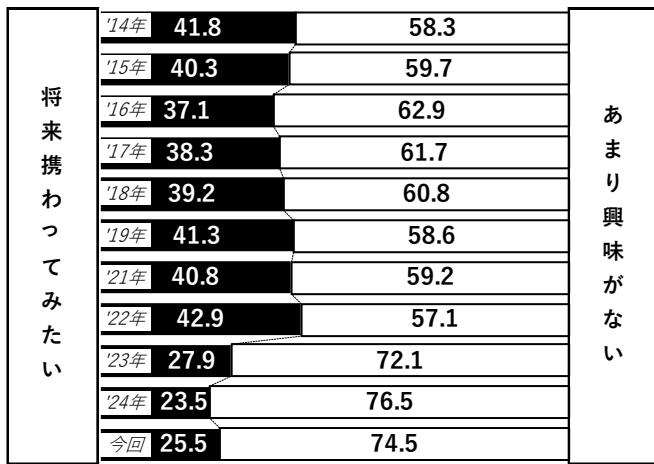
## 【最近の広告は・・・】

0% 50% 100%



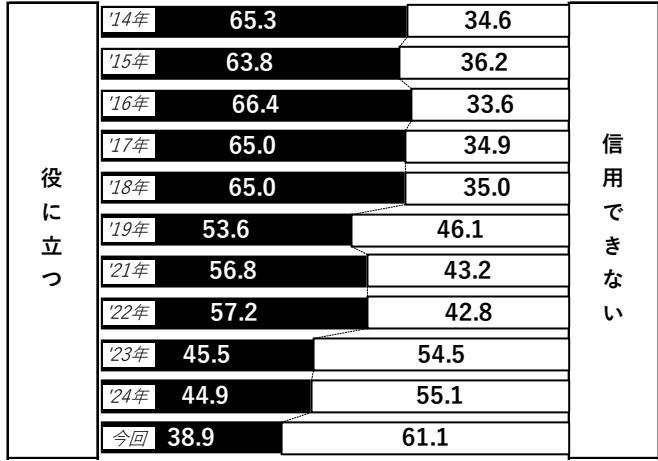
## 【広告関連の職業には・・・】

0% 50% 100%



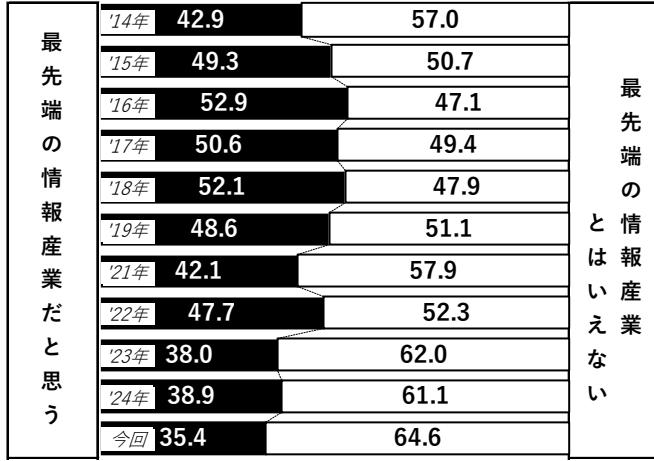
## 【広告が伝える情報は・・・】

0% 50% 100%



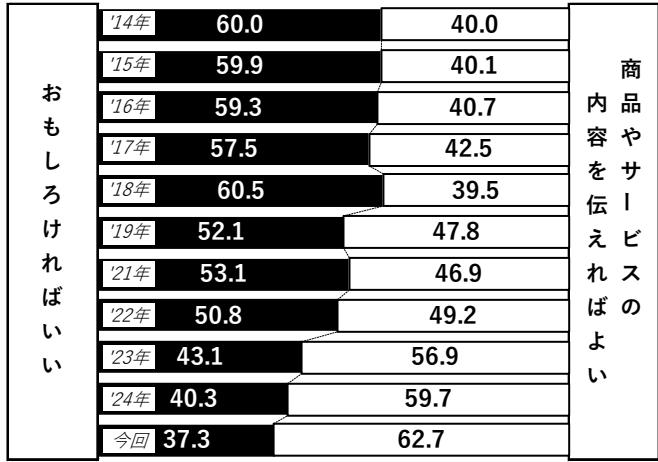
## 【現代の広告業は・・・】

0% 50% 100%



## 【広告は・・・】

0% 50% 100%



'13年度調査	: (N=800)
'14年度調査	: (N=800)
'15年度調査	: (N=816)
'16年度調査	: (N=816)
'17年度調査	: (N=1008)
'18年度調査	: (N=1000)
'19年度調査	: (N=1000)
'21年度調査	: (N=648)
'22年度調査	: (N=1379)
'23年度調査	: (N=1000)
'24年度調査	: (N=1000)
今回('25年度調査)	: (N=906)

# 付) 調査票

## I 社会との関わり方について

## 日本に対する好意度/社会の出来事からの影響・関係度/印象に残っている社会の出来事

設問タイトル : 日本に対する好意度

回答者条件 : 全員

表示形式 : ラジオボタン

Q1

SA

必

あなたの社会との関わり方についてお聞きします。

あなたの現在の日本に対するお気持ちとして、最もあてはまるものをお選びください。

1. 大好き
2. やや好き
3. やや嫌い
4. 大嫌い

設問タイトル : 社会の出来事からの影響・関係度

回答者条件 : 全員

表示形式 : ラジオボタン

Q2

SA

必

社会の出来事は、あなた自身の生活や行動、意識に対してどの程度影響しますか。

あてはまるものを1つだけお選びください。

1. 影響する
2. 少し影響する
3. どちらともいえない
4. あまり影響しない
5. 影響しない

設問タイトル : 印象に残っている社会の出来事

回答者条件 : 全員

選択肢間ランダマイズ : 項目側: ランダム表示

表示形式 : ラジオボタン

Q3

MTS

必

あなたがこれまで経験した社会の出来事で、「印象に残っている」社会の出来事は何ですか。  
それぞれの出来事に対して、最もあてはまるものをお選びください。

===== 項目 =====

1. 成人年齢を20歳から18歳に引き下げる改正民法の成立
2. 夫婦別姓・同性婚の議論
3. 高等学校学習指導要領改訂によるアクティブ・ラーニングの推奨
4. 安倍晋三元首相の襲撃
5. 旧統一教会の問題視
6. コロナウイルスの世界的な蔓延
7. ロシアがウクライナへの軍事侵攻を開始
8. 北朝鮮がミサイルを発射
9. 東京オリンピックの延期
10. スマートフォンゲーム「ポケモンGO」の流行
11. 生成AIの流行
12. 消費税率が8%から10%に引き上げられる軽減税率制度が導入
13. Go To キャンペーンが始動
14. 東日本大震災
15. 能登半島地震

===== 選択肢 =====

1. 印象に残っている
2. どちらかというと印象に残っている
3. どちらでもない
4. どちらかというと印象に残っていない
5. 印象に残っていない

# 違和を感じた社会の出来事/自分事化した社会の出来事

設問タイトル : 違和を感じた社会の出来事

回答者条件 : 全員

選択肢間ランダマイズ : 項目側：昇順/降順

表示形式 : ラジオボタン

Q4

MTS

必 勉

次に、あなたがこれまで経験した社会の出来事で、"違和を感じた"社会の出来事は何ですか。  
それぞれの出来事に対して、最もあてはまるものをお選びください。

回答方向↓

===== 項目 =====

1. 成人年齢を20歳から18歳に引き下げる改正民法の成立
2. 夫婦別姓・同性婚の議論
3. 高等学校学習指導要領改訂によるアクティブ・ラーニングの推奨
4. 安倍晋三元首相の襲撃
5. 旧統一教会の問題視
6. コロナウイルスの世界的な蔓延
7. ロシアがウクライナへの軍事侵攻を開始
8. 北朝鮮がミサイルを発射
9. 東京オリンピックの延期
10. スマートフォンゲーム「ポケモンGO」の流行
11. 生成AIの流行
12. 消費税率が8%から10%に引き上げられる軽減税率制度が導入
13. Go To キャンペーンが始動
14. 東日本大震災
15. 能登半島地震

===== 選択肢 =====

1. 違和を感じた
2. どちらかというと違和を感じた
3. どちらでもない
4. どちらかというと違和を感じていない
5. 違和を感じていない

設問タイトル : 自分事化した社会の出来事

回答者条件 : 全員

選択肢間ランダマイズ : 選択肢側：昇順/降順

Q5

MTS

必 勉

あなたがこれまで経験した社会の出来事で、"自分に関係がある・関係するかもしれないと思った"社会の出来事は何ですか。  
以下のの中から、それぞれあてはまるものをお選びください。

===== 項目 =====

1. 自分に関係がある・関係するかもしれないと思った出来事（いくつでも）
2. その中で、最も自分に関係ある・関係するかもしれないと思った出来事（一つだけ）

MA

SA

===== 選択肢 =====

1. 成人年齢を20歳から18歳に引き下げる改正民法の成立
2. 夫婦別姓・同性婚の議論
3. 高等学校学習指導要領改訂によるアクティブ・ラーニングの推奨
4. 安倍晋三元首相の襲撃
5. 旧統一教会の問題視
6. コロナウイルスの世界的な蔓延
7. ロシアがウクライナへの軍事侵攻を開始
8. 北朝鮮がミサイルを発射
9. 東京オリンピックの延期
10. スマートフォンゲーム「ポケモンGO」の流行
11. 生成AIの流行
12. 消費税率が8%から10%に引き上げられる軽減税率制度が導入
13. Go To キャンペーンが始動
14. 東日本大震災
15. 能登半島地震
16. 自分に関係ある・関係するかもしれないと思ったことはない

# 自分事化の理由

設問タイトル : 自分事化の理由  
 ル  
 回答者条件 : Q5で「1.自分に関係がある・関係するかもしれないと思った出来事（いくつでも）」で『1.成人年齢を20歳から18歳に引き下げる改正民法の成立』～『15.能登半島地震』いずれかを選択した方のみ

Q6

BF  
必

あなたは、前問で「最も自分に関係がある・関係するかもしれないと思った社会の出来事」として、  
 【[回答: Q5.s2]】と回答されました。

その出来事が、なぜ自分に関係ある・関係するかもしれないと思ったのか、その当時を思い出しながら、エピソードとあわせて理由をお答えください。

「エピソード」と「理由」

&gt;8

設問タイトル : 自分事化の理由  
 ル  
 回答者条件 : Q5で「1.自分に関係がある・関係するかもしれないと思った出来事（いくつでも）」で『1.成人年齢を20歳から18歳に引き下げる改正民法の成立』～『15.能登半島地震』いずれかを選択した方のみ  
 選択肢間ランダマイズ : 選択肢側：ランダム表示（15,16以外）

Q7

MTX  
必

引き続き、あなたが回答した【[回答: Q5.s2]】についてお聞きします。

なぜ自分に関係がある・関係するかもしれないと思ったのか、理由としてあてはまるものをすべてお選びください。  
 また、その中から最もあてはまるものを1つお選びください。

=====項目=====

- 1. 理由としてあてはまるもの（いくつでも） MA
- 2. 理由として最もあてはまるもの（一つだけ） SA

=====選択肢=====

- 1. 政治や社会に関して考える機会が増えたから
- 2. 日本が危ないと感じたから
- 3. 事件や事故をより身近に感じるようになったから
- 4. 税金や物価の変動をより意識するようになったから
- 5. 自分達の学生生活が制限されたから
- 6. 命の尊さを感じたから
- 7. 自分が興味ある分野だったから
- 8. 身近な人の中で話題になったから
- 9. 自分が使っているSNSで話題になっていたから
- 10. 将来的に自分に関わってくると感じたから
- 11. 同世代が関わってきたから
- 12. 自分の生活が変わるという危機感を感じたから
- 13. これまでの常識が変わると感じたから
- 14. 生きていくにあたっての分かりやすい指標がなくなると感じたから
- 15. その他
- 16. 特になし

# 社会との距離感

設問タイトル : 社会－自己間距離

回答者条件 : 全員

表示形式 : ラジオボタン

Q8

MTS

必

引き続き、あなたが回答した【[回答: Q5.s2]】についてお聞きします。

その出来事が"起きる前"と"起きた後"、そして"現在"において、あなたが感じる"社会との距離感"について、最もあてはまるものを0~10の数値でお選びください。

===== 項目 =====

1. 【[回答: Q5.s2]】が起きる前
2. 【[回答: Q5.s2]】が起きている最中
3. 【[回答: Q5.s2]】が起きた後
4. 現在

===== 選択肢 =====

1. [0] 社会との距離が最も"近い"状態
2. [1]
3. [2]
4. [3]
5. [4]
6. [5] 社会との距離が"中間"の状態
7. [6]
8. [7]
9. [8]
10. [9]
11. [10] 社会との距離が最も"遠い"状態

## II 社会の出来事の情報収集について

# 情報収集時の使用媒体/収集したい情報の種類

設問タイトル : 使用媒体頻度

回答者条件 : 全員

選択肢間ランダマイズ : 項目側：ランダム表示

表示形式 : ラジオボタン

Q9

MTS

必 勉

ここからは、あなたの社会の出来事に関する情報収集についてお聞きします。

あなたが利用している情報源（情報媒体）の種類と、それぞれの利用頻度をお選びください。

===== 項目 =====

1. X (旧Twitter)
2. Instagram
3. Facebook
4. YouTube
5. TikTok
6. BeReal
7. Newsアプリ (Yahoo!ニュース・SmartNews・LINE NEWSなど)
8. 検索エンジン (Yahoo!・Safari・Googleなど)
9. 口コミアプリ・サイト (食べログ・LIPS・ホットペッパーなど)
10. 雑誌
11. ラジオ
12. テレビ
13. 新聞 (アナログ・デジタル問わない)
14. 広告
15. 周囲の反応 (口コミや反応、顔色など) ※気にしている時間を回答してください

===== 選択肢 =====

1. 1日に3時間以上
2. 1日に2時間～3時間未満
3. 1日に1時間～2時間未満
4. 1日に30分～1時間未満
5. 1日に15分～30分未満
6. 2～3日に1回
7. 1週間に1回
8. 2週間に1回
9. それ以下
10. 利用していない

設問タイトル : 収集情報種類

回答者条件 : 全員

選択肢間ランダマイズ : 項目側：ランダム表示

表示形式 : ラジオボタン

Q10

MTS

必 勉

あなたは情報収集をする際、どのような情報をどの程度知りたいと思いますか。

以下の内容それぞれについて、最もお気持ちにあてはまるものをお選びください。

回答方向 ↓

===== 項目 =====

1. 時事的な最新の情報
2. 社会の出来事
3. 政治や法律に関する情報
4. 社会の出来事に対する一般論の情報
5. 世間の流行に関する情報
6. 自分の興味に沿った情報
7. 事実として的確な情報
8. 自分の意見と似ている情報
9. 多様な視点から的情報
10. 簡潔で分かりやすい情報
11. 詳細で深い分析を踏まえた情報

===== 選択肢 =====

1. 知りたいと思う
2. やや知りたいと思う
3. どちらでもない
4. あまり知りたいと思わない
5. 知りたいと思わない

## 社会の出来事に触れたときの気持ち/関心のある社会の出来事・それに対する行動と意識

設問タイトル : 社会の出来事に触れたときの気持ち  
回答者条件 : 全員  
選択肢間ランダマイズ : ランダム表示 ( 13 ,14 以外 )

Q11

MA  
必情報の中でも、"社会の出来事"に関する情報に触れた時のお気持ちとして、近いものをお選びください。

1. 情報が多すぎて迷う
2. 情報の真偽がわからなくなる
3. 多数派の意見に賛同してしまう
4. 多面的に情報収集した上で判断しようと思う
5. とにかくたくさんの情報を集めたい
6. すぐに信用せず、自分で調べてから判断しようと思う
7. 攻撃的や極端な意見を目にして不快に感じる
8. 他人の意見にはあまり関心がない
9. 自分の意見が言いづらくなる
10. 複数の観点からの見解を総合的に検討し、本質的に理解しようとする
11. 同調する意見を求めて心の安定を図る
12. 意見が多すぎて何を信じたらよいのかわからなくなる
13. その他
14. 特に何も感じない

設問タイトル : 関心のある社会の出来事

回答者条件 : 全員

Q12

BF  
必2025年の日常生活の中で、あなたが気になった社会の出来事があれば、すべてご記入ください。  
また、その社会の出来事を知ったときの感情の変化などもあわせて具体的にお答えください。

「気になった社会の出来事」と「それを知った際の感情変化」

設問タイトル : 関心のある社会の出来事への意識・行動

回答者条件 : 全員

表示形式 : ラジオボタン

Q13

SA  
必前問で、あなたが日常生活の中で気になった社会の出来事をお答えいただきました。  
その社会の出来事を知ったときの、あなたのお気持ちや行動として最も近いものをお選びください。

1. 気にはなったが、それ以上の感情はなかった
2. より詳しく知りたくなり検索した
3. 周囲の人と話をした
4. SNS等に書き込みをした
5. 現地にいく、参加したい気持ちはあったが、できなかった
6. 現地にいく、参加するなど行動を起こした
7. その他
8. 特になし／気になった出来事はない

# 関心のある社会の出来事への意識・行動の理由

設問タイトル

：関心のある社会の出来事への意識・行動の理由

回答者条件

：Q13で『1.気にはなったが、それ以上の感情はなかった』～『7.その他』いずれかを選択した方のみ

選択肢間ランダマイズ

：選択肢側：ランダム表示（14,15以外）

Q14

MTX

必答

前問で、あなたは“社会の出来事”が気になったときの気持ちや行動について、【[回答：Q13]】と回答されました。  
その理由として、あてはまるものをすべてお選びください。また、その中から最もあてはまる理由を1つお選びください。

=====項目=====

1. 理由としてあてはまるもの（いくつでも）
2. 理由として最もあてはまるもの（一つだけ）

MA

SA

=====選択肢=====

1. 社会の出来事は複雑で何が真実か分かりづらいから
2. そもそも深くは考えないようにしているから
3. 自分の生活とは別だと考えているから
4. まず自身の生活が大切だから
5. 社会と自分の生活は密接だから
6. 社会と自分の距離が遠いから
7. 何が正しい情報か、慎重に見極める必要があるから
8. 1つの物事にも、多様な意見や立場があるから
9. 社会の出来事について、継続的に関心を持ち続けているから
10. 自分が何かしても変わることは無いと思っているから
11. 周囲の反応を知りたいから
12. 今自分に出来る意思表示をしたいから
13. 自分の考えが正しいかを知りたいから
14. その他
15. 特になし

### III 社会・客観的指標の自身に対する影響について

# 選挙参加の実態/投票した理由

設問タイトル：選挙参加実態(選挙前の意向・選挙後の実態)

回答者条件：全員

表示形式：ラジオボタン

Q15

MTX

必

ここからは、あなたの社会参画、特に選挙についてお聞きします。

あなたの、これまでの選挙への関わり方についてお伺いします。

次に挙げるそれぞれのタイミングについて、あなたは選挙に対して、どのような行動をとっていましたか。

それぞれの項目に対し、「はい」もしくは「いいえ」でお答えください。

===== 項目 =====

【[回答：Q5.s2]】の前

- 1. 選挙が開催される前に情報収集をしたか
- 2. 選挙に参加しようと思ったか
- 3. 選挙に参加した経験があるか
- 4. 選挙の結果を調べたか

【[回答：Q5.s2]】の後

- 5. 選挙が開催される前に情報収集をしたか
- 6. 選挙に参加しようと思ったか
- 7. 選挙に参加した経験があるか
- 8. 選挙の結果を調べたか

【2025年7月（第27回参議院議員通常選挙）】のとき

- 9. 選挙が開催される前に情報収集をしたか
- 10. 選挙に投票しようと思ったか
- 11. 選挙に投票したか
- 12. 選挙の投票結果を調べたか

===== 選択肢 =====

- 1. はい
- 2. いいえ

>8

設問タイトル

：投票行動の理由

回答者条件

：Q15で「11.選挙に投票したか」で『1.はい』いずれかを選択した方のみ

選択肢間ランダマイズ

：選択肢側：ランダム表示（14,15以外）

Q16

MTX

必

2025年7月（第27回参議院議員通常選挙）の選挙で、「投票した」と回答した方にお聞きします。

選挙で投票した理由として、あてはまるものすべてお選びください。

また、その中で最もあてはまるものを一つお選びください。

===== 項目 =====

- 1. 投票した理由として、あてはまるもの（いくつでも）  MA
- 2. 投票した理由として、最もあてはまるもの（一つだけ）  SA

===== 選択肢 =====

- 1. 投票しないとこれから不安だから
- 2. だらしない政治を変えたかったから
- 3. 周りのみんなが行くと言っていたから
- 4. 一票の重さを感じているから
- 5. 意思表示としての意味はあると思うから
- 6. 国民の義務だから
- 7. 周囲の人に行こうと誘われたから
- 8. SNSで話題になっていたから
- 9. マスメディア（TVなど）で話題になっていたから
- 10. もともと支持している政党・候補者がいたから
- 11. 応援したい候補者が見つかったから
- 12. 投票が、自分の暮らしを左右するものだと思ったから
- 13. 自分が関与せずに、勝手に決まってしまう感じが嫌だから
- 14. その他
- 15. 特になし

# 投票しなかった理由/関心のある選挙情報

設問タイトル

：投票行動の理由

回答者条件

：Q15で「11.選挙に投票したか」で『2.いいえ』 いずれかを選択した方のみ

選択肢間ランダマイズ

：選択肢側：ランダム表示 ( 14 ,15 以外 )

Q17

MTX

必

2025年7月（第27回参議院議員通常選挙）の選挙で、「投票しなかった」と回答した方にお聞きします。  
 選挙に投票しなかった理由として、あてはまるものをすべてお選びください。  
 また、その中で最もあてはまるものを一つお選びください。

===== 項目 =====

1. 投票しなかった理由として、あてはまるもの（いくつでも）
2. 投票しなかった理由として、最もあてはまるもの（一つだけ）

MA

SA

===== 選択肢 =====

1. 確かに集まればある程度の影響力を持つかもしれないが、自分が及ぼす影響は少ないと思うから
2. 自分の1票では結果は変わらないと、諦めているから
3. 住民票を移してないから
4. 時間がなかったから
5. めんどくさいから
6. 政治をよく知らない自分が参加してもいいか不安になったから
7. 選挙があると知らなかったから
8. 周囲のみんなが投票してなさそうだったから
9. 選挙が、自分に関わることだと思えなかったから
10. どの政党に投票すればいいかわからなかったから
11. 投票日に別の予定が入っていたから
12. 選挙について、十分に情報収集することができなかつたから
13. 投票したい政党・候補者が見つからなかつたから
14. その他
15. 特になし

設問タイトル

：関心のある選挙の情報

回答者条件

：全員

選択肢間ランダマイズ

：選択肢側：ランダム表示 ( 14 ,15 以外 )

Q18

MTX

必

選挙期間中やその前後の情報意識についてお伺いします。

以下の選挙に関する情報について、それぞれの項目にあてはまるものをすべてお選びください。

回答方向↓

===== 項目 =====

1. 気になった情報（いくつでも）
2. 最も気になった情報（一つだけ）
3. 実際に、自分が目にした／耳にした情報（いくつでも）
4. 実際に、自分から積極的に調べた情報（いくつでも）
5. 家族や友人などの間で、話題にあがった情報（いくつでも）

MA

SA

MA

MA

MA

===== 選択肢 =====

1. 政治家のキャラクター・人となり
2. 政治家の政党
3. 公約・政策
4. 街頭演説
5. 公約が果たされているか
6. メディアの反応
7. SNSでの反応
8. 身近な人の反応
9. 当選者や落選者の反応
10. 投票率
11. 選挙の結果 議席数
12. 自分の生活に関わるかどうか
13. 与党が変わるか否か
14. その他
15. 特になし

# 政治に対する期待事項

設問タイトル：政治に対する期待事項

回答者条件：全員

Q19

BF

必

あなたが、今の政治に期待することはなんですか。  
どのようなことでも構いませんので、できるだけ具体的にご記入ください。

今の政治に期待すること

## IV 選挙参画について

# 客観的指標の必要性/必要な理由

設問タイトル : 客観的指標必要性

回答者条件 : 全員

表示形式 : ラジオボタン

Q20

SA

O

続いて、あなたの暮らしへの社会からの影響についてお聞きします。

自分のタイプや立ち位置などを客観的に表す指標（MBTIなど）について、あなたは自分の生活にどの程度必要だと思いますか。

1. 必要だと思う
2. どちらかというと必要だと思う
3. どちらとも言えない
4. どちらかというと必要だと思わない
5. 必要だと思わない

設問タイトル

: 客観的指標参考理由

回答者条件

: Q20で『1.必要だと思う』～『2.どちらかというと必要だと思う』いずれかを選択した方のみ

選択肢間ランダマイズ : 選択肢側：ランダム表示 ( 18 ,19 以外 )

Q21

MTX

O

あなたは前問で、自分のタイプや立ち位置などを客観的に表す指標が「必要だと思う」と回答されました。

その理由としてあてはまるものをすべてお選びください。また、その中から最もあてはまるものを一つお選びください。

===== 項目 =====

1. 理由としてあてはまるもの（いくつでも） MA
2. その中で、理由として最もあてはまるもの（一つだけ） SA

===== 選択肢 =====

1. 信頼性があると感じるから
2. みんな使っているから
3. 話題になっているから
4. 自分より年上の人も知っているから
5. 自分の行動の指針になるから
6. 自己理解を深めたいから
7. 自分が該当するタイプを知りたいから
8. 自分が世の中の多数派か少数派かを知りたいから
9. 社会の中での自分の立ち位置を知りたいから
10. 自分がどう生き方や考え方をするか客観的にわかるから
11. シンプルで分かりやすいから
12. 流行に乗り遅れたくないから
13. 他人と比較しやすいから
14. 話のネタにしやすいから
15. 普遍的な指標としてわかりやすいから
16. 自分との相性が知れるから
17. 今の社会を生きるにあたって信じられることが少ないから
18. その他
- O 19. 特になし

# 客観的指標の重要度/客観的指標の参考理由

設問タイトル	: 客観的指標重要度
回答者条件	: 全員
選択肢間ランダマイズ	: 選択肢側：ランダム表示（8以外）
表示形式	: ラジオボタン

Q22

MTM

必

具体的な客観的指標についてお伺いします。

以下のようなタイプ・立ち位置などを客観的に表す指標について、それぞれあてはまるものをすべてお選びください。

回答方向↓

=====項目=====

1. 自身のタイプを知っている・考えを持っている
2. 世の中の多数派を知っている
3. 生活の参考にしている
4. 必要不可欠だと思う

=====選択肢=====

1. MBTI診断（性格を16タイプに分類）
2. 骨格診断（体型・スタイルによる分類）
3. 顔診断（ネコ顔、ダーリッシュ顔、面長など）
4. パーソナルカラー診断（イエベ、ブルベなど）
5. 血液型占い
6. 星座占い
7. 世論（世間一般の意見）
8. わからない／特になし

設問タイトル	: 客観的指標参考理由
回答者条件	: Q22で「3.生活の参考にしている」で『1.MBTI診断（性格を16タイプに分類）』～『7.世論（世間一般の意見）』いずれかを選択した方のみ

Q23

BF

必

前問で、あなたが「生活の参考にしている」客観的な指標をお答えいただきました。

実際に、客観的な指標を自分の生活に取り入れ、参考にしたエピソードなどをできるだけ詳しくお答えください。

※○○な指標を、△△な時に使っている。それは、□□だ。など具体的にお答えください。

「客観的な指標」を生活の参考にしたエピソード

# 流行への反応/生活に影響を与えること

設問タイトル : 流行への反応  
 回答者条件 : 全員  
 表示形式 : ラジオボタン

Q24

SA  
 必

あなたは、世の中にある風潮や流行、他人の意見などに対して、どのような考え方持っていますか。  
 あなたの考えとして最も近いものを1つお選びください。

1. 流行などに合わせ、周囲と同じであることを重視している
2. 流行などは取り入れつつ、自分の意見も大切にしている
3. 流行などは情報として取り入れるが、参考程度にとどめている
4. 流行などよりも、自分の好みを優先することが多い
5. 流行などよりも、自分らしさを大切にしている
6. 流行などにはまったく影響されず、自分の価値観を貫いている

&gt;8

設問タイトル : 生活に影響を与えること  
 回答者条件 : 全員  
 選択肢間ランダマイズ : 選択肢側: ランダム表示 ( 13,14 以外 )  
 表示形式 : ラジオボタン

Q25

MTM  
 必

以下の項目それぞれについて、あなたのお考えにあてはまるものをお選びください。

回答方向 ↓

===== 項目 =====

1. 興味があるもの（いくつでも）
2. 自分に関係すると思うもの（いくつでも）
3. 積極的に情報を収集しているもの（いくつでも）
4. 社会を生きるために必要だと思うもの（いくつでも）

===== 選択肢 =====

1. 政治・法律・制度の変化
2. 事件・事故
3. 社会的スキャンダル（政治家の不正など）
4. お金
5. 皇室関連
6. 経済・生活支援
7. 新型コロナウイルス関連
8. 國際情勢
9. 自然災害・気象
10. 多様性
11. 環境問題
12. エンタメ・カルチャー
13. その他

14. 該当するものはない

# お金の使用に関する工夫事項

設問タイトル : お金の使用に関する工夫事項

回答者条件 : 全員

選択肢間ランダマイズ : 選択肢側：ランダム表示

表示形式 : ラジオボタン

Q26

MTM

必 勿

次にお金の使い方や工夫についてお伺いします。  
以下にあるお金の使い方や工夫について、それぞれあてはまるものをすべてお選びください。

===== 項目 =====

1. 【**回答：Q5.s2】**が起きる前にしていたこと
2. 【**回答：Q5.s2】**が起きた後にしていたこと
3. 現在していること

===== 選択肢 =====

1. NISAを活用している
2. 株式投資をしている
3. ポイント運用をしている（PayPayポイントや楽天ポイントなど）
4. 食費を抑えている（自炊、学食活用、まとめ買いなど）
5. 交際費を抑えている（飲み会や友だちとの遊びなど）
6. 被服費・美容費を抑えている（ブチプラ品など）
7. セールやアウトレットで安く買い物をしている
8. minimoなどの格安サービスや、学割プランを活用している
9. クーポン・ポイントカードを活用している
10. サブスクを友人などとシェアして使っている（Netflix、Spotifyなど）
11. メルカリやリサイクルショップなどでモノを買う
12. メルカリやリサイクルショップなどでモノを売る
13. サブスクの解約・見直しを定期的にしている
14. 家計簿アプリで支出を管理している
15. 扶養の範囲（103万円の壁）で最大限に稼いでいる
16. モニター・ポイントサイト・アンケートなどでお小遣い稼ぎしている
17. モノをすぐ買い替えず、なるべく長く使うようにしている
18. モノを買う前に、一度立ち止まって考えることを意識している
19. その他
- 20. 特に意識していない／工夫していない**

## V 定点観測

# 「最近1年間の日本」を代表する著名人/好きな広告と嫌いな広告

設問タイトル：「最近1年間の日本」を代表する著名人

回答者条件：全員

Q27

BF



ここからは最近1年間を振り返ってお答えください。  
最近1年間を代表する人物についてお聞きします。

あなたが、「最近1年間の日本」を代表する著名人をひとりだけ選ぶとすると、誰が思い浮かびますか。  
あなたが思い浮かべる「この1年間の日本の顔」を、具体的な個人名でお知らせください。  
※回答は具体的な個人名でひとりだけお答えください。

この1年間の日本の顔（具体的な個人名）

設問タイトル：好きな広告/嫌いな広告

回答者条件：全員

Q28

SF



最後に、あなたと広告の関わりについてお聞きします。  
最近1年間の広告の中で、あなたが好きな広告、嫌いな広告をそれぞれひとつずつ挙げてください。  
※回答は具体的にお答えください。

## 好きな広告

1.

2.

3.

## 嫌いな広告

4.

5.

6.

# 広告への関心度/広告関連価値観

設問タイトル : 広告関心

回答者条件 : 全員

表示形式 : ラジオボタン

Q29

SA

必

あなたは、普段、関心を持って広告を見る方ですか。

次の中からあなたのお気持ちに最も近いものをひとつだけお選びください。

1. とても関心を持って見る
2. まあ関心を持って見る
3. どちらともいえない
4. あまり関心を持って見ていない
5. 全く関心を持って見ていない

設問タイトル : 広告関連価値観

回答者条件 : 全員

Q30

SD

必

以下に挙げた広告に関する事柄について、AとBどちらかあなたのお気持ちに近い方をそれぞれお選びください。

===== 項目 =====

左側：

1. 【A】 最近の広告はとても興味を引かれるものが多い
2. 【A】 広告が伝える情報は役に立つ
3. 【A】 広告は面白ければいい
4. 【A】 広告関係の職業に将来携わってみたい
5. 【A】 現在の広告業（広告代理店など）は最先端の情報産業だと思う

右側：

1. 【B】 最近の広告はくだらない広告が多い
2. 【B】 広告が伝える情報は信用できない
3. 【B】 広告は商品やサービスの内容を伝えればいい
4. 【B】 広告関係の職業にあまり興味がない
5. 【B】 現在の広告業（広告代理店など）は最先端の情報産業とはいえない

=====選択肢=====

1. A
2. B

# プロジェクトを終えて

## ～参加メンバーよりひとこと～



# FUTURE2025

**呉 翔繁（くれ しょうはん）****東京都立大学**

まず、今回のプロジェクトと共に走り抜いてくれたメンバーのみんな、そして夜遅くまで私たちの相談に乗り続け、時に優しく、時に厳しく聞いてくださったアドバイザーの皆さま、高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、OB OGの皆様、最後に具体的なアイデア出しから細かい作業や雑務の統括まで、誰よりも責任を背負いながら常に私を支えくれ、私が行き詰まりそうになったとき、真っ先に手を差し伸べてくれた副代表の稀央と英汰に、心から感謝の気持ちを伝えたいです。自分ひとりでは到底、このような仕上がりには辿りつけなかつたと強く感じています。みんなが参加してくれたからこそ、このプロジェクトはここまで大きなものになり、ここまで満足のいく結果になりました。本当にありがとうございました。

FUTUREという大学生意識調査プロジェクトに対する私の気持ちは、時間を重ねるほど大きく変わってきました。最初はなかなか意見がまとまらず、みんなとの距離もつかめず、不安ばかりが頭を占めていました。しかし、実際に議論を重ねていく中でメンバーの一人ひとりがしっかりと意見を持ちながらも、相手の言葉を否定せず受け止めようとしてくれることに気づきました。意見がぶつかるほど、むしろ議論は深まり、そこから新しい視点が生まれていく。その過程が次第に樂しくなり、いつしかFUTUREは、ただの学外活動ではなく、私の生活の一部になっていました。

そしてあの日、合宿でみんなが僕を代表に選んでくれた瞬間の嬉しさは、今でも胸が熱くなるほど覚えています。驚きもありましたが、それ以上に「この仲間となら最後まで走り抜けられる」という強い確信が生まれました。だからこそ僕は、全力で、妥協することなく、最後の最後までこのプロジェクトに本気で取り組もうと思えました。振り返れば、僕が若干駆け足になったり、勇み足になった時もみんなは真っすぐについてきてくれました。いつも笑い合いながら、時に励まし合って、迷いながらも同じ方向に走ってくれたメンバーの存在は、僕にとって何よりの誇りであり、「最高の仲間」という言葉以上にふさわしい表現はないでしょう。

最後になりますが、このFUTUREというプロジェクトは、私にとって間違いなく人生の中で特別な記憶のひとつになりました。そしてこれから先の人生においても、かけがえのない最高の経験の一つとして輝き続けると断言できます。これまでの経験を積ませてくれたのは、このチームだったからこそです。今後数十年続く人生の中できっとチームワークをする機会は何度もあるでしょう。しかし、胸を張って断言できます。このチームこそ最高のチームであると。私の人生に大きな転換を与えてくれたこのチームと一緒に歩んでくれた仲間、支えてくれたアドバイザー、副代表、すべての方に改めて感謝を伝えたいです。本当に最高の7ヶ月をありがとうございました。これで終わりじゃなくてこれからもみんなで笑いあおうね

**高井 稀央（たかい きょう）****青山学院大学**

まずは、高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆さま、OBOGの皆さま、そしてアドバイザーの皆さま。約7ヶ月間、本当にありがとうございました。

「自分を変えたい」その気持ちだけで飛び込んだFUTUREでしたが、先輩から聞いていた“大変だった話”は、始まってすぐに現実になりました。3分間の沈黙が続く会議、何を考えればいいのかわからない日々、先がまったく見えない焦り。それでも、その中に光がありました。特に大きかったのは、アドバイザーの皆さまへの尊敬です。定例会のたびに、鳥肌が立つほど心を揺さぶられて、「こんなふうになりたい」と強く思いました。この日々を走り切った先に、少しでも成長した自分がいる気がしていました。

7ヶ月間で一番の思い出は、やっぱり合宿です。班の枠を超えて、みんなが同じ方向を向いていた3日間は、一生忘れない時間です。そして、副代表に選んでもらえたことは、本当に嬉しかったです。これまで誰かを引っ張る立場になったことはほとんどなく、任せてもらえたことが嬉しいと、同時に怖くて、でも憧れの存在に近づけた気がしてワクワクしていました。

合宿の感想で「みんなが居心地のいい空間にしたい」と言いましたが、実際どうだったかな？笑 正直自信はありません。イヤイヤやっている人もいたと思います。その中で自分の役割を見失うことが何度もありました。えいたみみたいに全員を肯定して励ませるわけでもない。しようとほんみたいに圧倒的な信頼をがあるわけでもない。会議中に悔しくてこっそり泣いていたこともあります。

それでも頑張れたのは、やっぱりみんなの存在です。深夜3時に無駄な雑談をして笑った時間も、アドバイザーに怒られるかもとビビりながら会議した時間も、定例会後に飲みに行って馬鹿した時間も、みんなでFUTURE愛を熱く語った瞬間も、全てが宝物です。

辛い時に励ましてくれて、真剣に向き合ってくれて、尊敬できる仲間に出会えた私は本当に幸せ者です。たまに厳しいLINE送っちゃってごめんね。私の一言で、誰かの心が少しでも動いてくれいたら、そして「副代表に選んでよかった」と言ってもらえていたら、それだけ十分です。

最後に、去年の私へ。自信なんて1ミリもなくて、遊んでばかりな自分のことが嫌いでいた。でも、全力で向き合った先には、こんな未来が待っているよ。そして、ここで終わりではありません。ここで得た学びは、きっと将来のどこかで自分を助けてくれます。いつかアドバイザーの皆さんのように、人の心を動かせるかっこいい大人になりたいです。

人生でいちばん“最高で最強”的7ヶ月をありがとうございました。

そして、これからもよろしくね。



浅川 英汰（あさかわ えいた）

駒澤大学

正直に言うと、FUTUREに参加する前は、ここまで自分が深くのめり込むことになるなんて、まったく想像していませんでした。キックオフミーティングを終えてからも、参加に踏み切るまでに時間がかかったのは、最後の最後まで迷いがあったからです。「自分にできるのか」「ちゃんとやっていけるのか」という不安が頭の中を占めていて、なかなか一步を踏み出せませんでした。それでも、とにかくやってみよう、動きながら考えようという気持ちで参加を決めたのが、すべての始まりでした。そんなスタートを切ったはずなのに、今では自分が副代表を務め、FUTUREが生活の一部になっているなんて本当に不思議です。活動していく中で、気がつけば毎日FUTUREのことを考えていて、自然と自分の生活の中心になっていました。ここまで気持ちが動くようになれたのは、信頼できる仲間たちや、どんな時も親身に支えてくれたアドバイザー、そして温かく関わってくださったOB・OGの方々の存在があったからこそだと思います。このメンバーで、一緒に悩みながら、笑いながら、同じ方向を向いて走ってきた時間は、自分にとって本当に特別なものです。だからこそ、このプロジェクトが終わってしまうことを考えると、名残惜しい気持ちが湧いてきます。それほどまでに、自分の中でFUTUREの存在は大きくなっていました。FUTUREの活動を通して、自分の中で変わったことが本当にたくさんあります。最初は不安ばかりだったはずなのに、気がつけば「どうしたらもっと良くなるんだろう」と自然に考えるようになっていて、メンバーと議論することも、誰かの意見を受け止めることも、そして自分の想いを言葉にすることも、以前よりずっと前向きにできるようになりました。この成長は、どれも一人では絶対に得られなかつたものです。思い返せば、壁にぶつかる瞬間も何度もありました。思うように進まない時や、役割の重さに押されそうになった時もあります。でも、そのたびに手を差し伸べてくれる仲間がいて、真剣に向き合ってくれるアドバイザーがいて、「一緒にやろう」と言ってくれる環境がありました。あの支えがあったから、私は踏ん張れましたし、最後まで走り切ろうと思えました。だからこそ、プロジェクトが終わりに近づいている今、少し寂しさを感じるのは自然なことなのかもしれません。だけど同時に、この経験がこれから自分にとって大きな糧になることも分かっています。FUTUREで得たつながりや学び、そして自分自身の変化は、一つのプロジェクトが終わっても消えるものではありません。むしろ、これから私の中でずっと生き続けるものだと思っています。そして、もしまだ同じメンバーで何かに挑戦できる機会が訪れたなら、迷わず手を挙げるだろうな、と今では素直に思えます。それくらい、このチームと過ごした時間がかけがえのないものになりました。FUTUREを選んだあの日の自分に、「あの判断は間違ってなかった」と胸を張って言える気がします。



駒澤 未来（こまざわ みくる）

専修大学

4月のキックオフミーティングから半年以上が過ぎ、こうして振り返りを書くとなると、本当にあっという間だったんだなと感じます。最初はただ「せっかくゼミに入ったんだし、1回くらい何かに挑戦してみるか」くらいの軽い気持ちで参加したつもりでした。でも気づけば、週に何度もミーティングしたり、日常のちょっとした時間までFUTUREのことを考えたりしていて、自分でも驚くほどこの活動にのめり込んでいました。

そもそも、ゼミ活動にそこまで期待していなかった自分が、ここまで真剣に動くようになったきっかけは、初めてのタスクでうまいいかずに悔しい思いをしたことでした。あの瞬間、「このまま中途半端な自分で終わるの嫌やな」とスイッチが入ったんだと思います。その後、調査設計からアウトプットの作成、プレゼンの準備まで、全部が初めてで全部が難しくて、でも全部が面白かったです。不思議と“しんどいのに逃げたいとは思わない”経験って、大学生活で初めてでした。

そんな中で印象に残っているのは合宿で、自分の行動がきっかけで、さまざまな人に迷惑をかけてしまったと感じています。

そのとき支えてくれた人、フォローしてくれた人には本当に感謝しています。またあの出来事を通じて自分自身の甘さにも気づかされました。そのような経験から同じことを繰り返さないように、自分の行動に責任を持ち、周りへの配慮を忘れずにいたいと思います。

また自分では「完璧だろ」と思って提出しても、メンバーから返ってくるのは手厳しいフィードバックばかりで、最初は正直きつかった。でも、その分だけ自分の見方が広がったし、他の人の考え方を尊重できるようになりました。今思えば、悔しさも含めて全部が財産だったんだと思います。そして、気づけばFUTUREという活動は、自分の中でただの“課外活動”ではなくなりました。深夜のオンライン作業、終わらない議論、気づけば集まっていたミーティング、誰かがくれたちょっとした一言。そのどれもが自分の背中を押してくれて、「このメンバーやから頑張れたんやな」と本気で思います。もちろん、楽しいことだけじゃなくて、メンバー同士で意見がぶつかったり、スケジュールがきつくてイライラしたり、人間だから色々ありました。でも、最後まで全員で走り切ったことが何よりの誇りです。しんどい時に支えてくれた仲間には、本当にありがとうございます。最後になりますが、このプロジェクトを支えてくださった東京広告協会の皆様、調査にご協力くださった皆様、そしてゼミの先生方、OB・OGの先輩方、本当にありがとうございました。大学生活でこんなにも本気で取り組める時間を過ごせたのは、皆様のおかげです。そして、FUTUREメンバーのみんな。こんなに濃い時間を過ごせて心からよかったです。7ヶ月間、お疲れ様でした。



磯崎拓実（いそざき たくみ） 東京都立大学

4月21日に行われたキックオフミーティングから始まった238日間というこの長いプロジェクトも終わりを迎えようとしています。

当時を思い返すと、私の中にあった感情は「不安」ではなく「興奮」でした。このプロジェクトをやり遂げた先にある自分自身の成長を想像すると、参加しないという選択肢は全くありませんでした。

こうしたかなりの意気込みを持って取り組み始めたFUTUREですが、全てがうまくいったわけではありません。

会議中の沈黙、課題提出期限ギリギリでも思い浮かばない調査仮説、メンバー同士での意見の食い違いなど、当初思い浮かべていた「熱いディスカッション」と、それらを通して得られる「友情」とはかけ離れていたものでした。

このまま12月まで走り続けられるのだろうか。参加前の希望は徐々に不安に変わっていました。

しかしながら、この不安はすぐさま杞憂に変わりました。毎週の定例会やオンライン会議を通し、すでに仲の良い人、あまり関わりがなかつた人関係なく、「現状の関係値」を飛び越え、課題の話し合いはもちろん、プライベートな話をして、徐々に、そして着実に「仲間」になっていました。

一番の思い出として「合宿」を挙げたいところですが、残念ながら私は当日参加することができませんでした。とても悔しい思いと、疎外感に苛まれ、合宿後の定例会ではぽっかり穴が空いた感覚がありました。しかし、そんな期間を乗り越えられたのは、「仲間」がいたからです。あの時手を差し伸べてくれたFUTUREのメンバーには感謝してもしきれません。本当にありがとうございます。

紆余曲折あったこのプロジェクトですが、私が一番伝えたい言葉は「敬愛」です。常に親身に、的確な助言をくださったアドバイザーの皆様、高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、OB・OGの先輩の皆様、そして共に走り抜いたFUTUREのメンバー33人。

このFUTUREというプロジェクトに関わるすべての方に、「尊敬」と「愛情」を伝えたいです。

このプロジェクトを通して得られた経験は、間違いなく、今後何十年と続く人生を一際彩る1ページになっていきます。

仕事でうまくいかなくても、人生に絶望しても、ここに戻ってくれば希望を持てるような「親友」として、これからも関わり合っていきたいと思います。

最後にはなりますが、普通に月一マストで飲みいきたいです。

本当にありがとうございました！！！！！！！！！！！！



金澤 秀弥（かなざわ しゅうや） 専修大学

FUTUREは私にとって、とても大きな経験となりました。

初めは、去年参加した先輩の姿が印象的で、どこか他のゼミ生とは違う併まいたことに興味を惹かれたのをいまだに覚えています。

いざ参加してみると、様々な大学から集まった人々は、それぞれに参加する目的を持っていて少しおかわったのを覚えています。ただ、話してみるとみんな良い人ばかりで、話し合いのときの真剣さとのギャップも刺激を受けて、とても良い出会いをしたなと感じます。話していると、語彙力だったり頭の回転の速さや視野の広さ、同じ学年なのにこうも違うのかと感心してばかりで、参加できる機会も少なく、いつからか追いつかぬきやという意識が強くなっていました。そんな中でも、周りのフォローのおかげでなんとか話し合いに参加することができて、この仲間で本当に良かったなと思っています。

また、刺激を受けたのは学生だけではありません。アドバイザーの皆様にも、本当に感謝しております。その考え方があったかといったことが多く定例会は毎回発見ばかりでした。社会人の凄さを見せつけられたような気がします。頭の中が覗けるなら覗いてみたいと本気で思っていました。

今回合宿に参加できず、アドバイザーの方とお話を機会が少なかったですが、ぜひ今度何かの機会でお話することができますれば、ぜひお話をさせていただきたいです。本当にありがとうございました。

このプロジェクトで得られた刺激を、学生のうちに受けたことは大きなアドバンテージだと思っています。頭を使う経験や考え方を考えると言った行動は、他の学生にはない貴重な経験だと感じました。そのため、ここで終わりにせず、この経験をさらに活かせるよう、努力をするきっかけとして忘れません。これから先、くじけるようなことがあっても、今回のプロジェクトがあったことを思い出して、もう一踏ん張りできると確信しています。

あらためまして、今回のプロジェクトのメンバー、アドバイザーの皆様、本当にありがとうございました。



浅川 拓輝（あさかわ ひろき） 専修大学

ゼミでの合宿にて「FUTURE」の活動について先輩から説明を聞いた時は、私は参加しないつもりでした。入るつもりはなかったけど友達に誘われ一緒に応募し、友達が落ちたゼミ。人見知りだった私にとって、大学3年は正直いうと最悪のスタートでした。そんな中、他大学との学生と共に活動する「FUTURE」。ゼミのみんなが参加するからと参加を決めました。そのときにその選択をした自分に感謝を伝えたいです。

週一の赤坂で行われる定例会、定例会に向けた日々のオンラインの会議、軽井沢での2泊3日合宿。よく友達に「コスパわるくね・それで年4単位？」とよく言われます。自分でも正直そう思います。しかし「FUTURE」の活動を本気でやめようとは思わなかったです。それは、活動を通して貴重な経験をつむことができ、人として成長できたからと考えています。キックオフミーティングにてアドバイザーの皆様に「社会人として扱う」と言われたのを覚えています。活動を通して「学生」から「社会人」へ少しでも近づくことができたのでは思います。残りの学生生活でより「社会人」に近づけたらと考えています。

最初は、やめるタイミングを探しながら参加していましたが、最後まで活動を続けられたのは、33人の同期のみんなと活動を共にしたからです。本当に自分と同い年かと疑いたくなるくらい尊敬できることができたがたくさんあるみんなと一緒に過ごせた7か月間は、人生のなかで一番充実した期間でした。活動が終わっても、飲み・遊びのお誘いがあればいつでも行きます。7か月の間ほんとうにありがとうございました。

最後になりますが、お忙しい中、私たちに親身に寄り添ったさんのアドバイスをくださったアドバイザーの皆様、高堀さんをはじめとする東京広告協会の皆様、OB・OGの皆様へは感謝の気持ちでいっぱいです。本当にありがとうございました。



渡部 雅哉（わたなべ まさや） 東京都立大学

FUTUREのキックオフからもう約7か月経っていることに驚き、そしてこの約7か月間がとても充実していたことを改めて実感しました。

私は初め、この活動に参加するかどうか悩んでいました。目指している職業が公務員であったこともあり、試験勉強と両立させることができるので、途中で離脱して周りに迷惑をかけてしまわないかが心配でした。しかし、駒澤大学の3人が覚悟を決めて入った時に考えが変わりました。大学生という立場で、他大学の人や社会の最前線で活躍されている方々と一緒にプロジェクトを進めることができるということは、人生のうちのこの瞬間でしかできない、貴重であり、今後生きていく上で必ず役に立つ経験となると考え、私も覚悟を決めて参加しました。

そんなこんなで始めたFUTUREが、実際に活動を進めていく中で一つの間にか私の日常の一部となっていました。毎週会って、オンラインでも会議をして、アドバイザーの方々にフィードバックをいただいて、さらにプラスアップさせて。全員で1つのすごく大きなものをつくりているという感覚が徐々に芽生えました。最初は私も含めてみんな控えめな感じでしたが、徐々に打ち解けていき、話しやすい環境ができ、みんながより良いものをつくろうと動いているのを見て、自分もみんなに負けないように頑張ろうと思い、そして積極的に参加することができたと思います。これまで途中で離脱せずに妥協無しの全力でFUTUREに関わることができたのは、ともに話し合い、ともに助け合い、そして、ともにFUTURE完走を目指に走っているみんなという存在があったからです。忙しくて投げ出したい時があっても、妥協しそうになつた時があっても、隣にみんながいてくれたから私は今ここまで走って来れたと思っています。どこか疲れてしまって立ち止まつても、それに気づいて隣で一緒に歩いてくれる。そしてまた一緒に走り出す勇気をくれる。そんなみんながいたから、私は今、FUTUREの集大成というこの地点まで来ることができました。みんなには感謝の気持ちでいっぱいです。この約7か月間、信頼と友情を築いてきた「親友」との絆をこれから先の人生において大切にしたいと、今、強く思っています。

そして、私たちの先頭に立って走ってくれた翔繁、稀央、英汰。ありがとうございました。いつも先頭に立って私たちを引っ張ってくれたおかげで、みんなが全力でFUTUREに向き合うことができたと思います。本当にありがとうございました。そして、お疲れ様です。

最後になりますが、高堀さんをはじめとする広告協会の皆さま、アドバイザーの皆さま、OBOGの皆さま、そしてFUTUREをともに最後まで走り抜けたみんなに、このような貴重な経験をさせていただけ



内山 菜々子（うちやま ななこ） 専修大学

FUTUREが始まって8か月は、本当にあつという間でした。最初は、今まで他大学の人たちと関わったことがなかったので、人見知りの自分がちゃんと参加できるのか不安な気持ちでした。定例会が本格的に始まるとき、アドバイザーの方々や周りの仲間に圧倒され、自分の未熟さを感じたことを鮮明に覚えています。それでも、私はたるんでいた大学生活を変えるためにFUTUREの参加を決めたからこそ、最後やり切ったと言えるために目標を立てました。それは、夜の会議にできる限り参加するということです。バイトがどんなに遅くなっても、teamsに「会議中」と表示されたら必ず入りました。そうすることで少しづつ発言できるようになっていけたと思います。ここまで頑張れたのは全部仲間と、アドバイザーの皆さまのおかげです。アドバイザーの方々は、毎回真剣にフィードバックを下さり、初めにいただいた「書いたこと、話したことがすべて」をずっと胸に刻み8か月間過ごしました。厳しいフィードバックを受けて、落ち込むことも多くありました。社会の厳しさと面白さを教えていただけた気がします。そして何より、みんなの優しくて、誰の意見も受け止めてくれる雰囲気が大好きでした。この後会議かーって思うことはあっても、会議入りたくないなーと思ったことは1度もありません。しようと、きょうちゃん、えいた、導いてくれてありがとう！個人的にロジックチャートに向き合ってた時期は本当にきつくて、改めて正解がない中で自分たちで模索する難しさを感じていました。それでも、会議が行きづまつたらみんなで家にあるものを紹介したり、ちょっとした雑談のおかげで楽しく乗り越えられたと思います。

私がみんなに何か貢献できたことといえば、毎回の提出ファイルを作ることと、パソコンをHDMIにつなげることくらいしかなかったかもしれませんけれど、こんなに全力で同じ目標に向かって走れる仲間と出会えて幸せでした。

この8か月間は、間違いなく大学生活で最もつらく、最も充実した時間だったと思います。

最後に、高堀さんをはじめとする広告協会の皆さま、OBOGの皆さま、アドバイザーの皆さま、FUTURE2025に関わっていただいたすべての皆さんに、このような機会をいただけたこと心から感謝しています。

本当にありがとうございました。



結城 陽代里（ゆうき ひより） 専修大学

5月から12までの約7か月の間、Future2025のメンバーとして活動できましたこと、とても貴重な体験だったと心から感じています。一番に伝えたいことは、感謝です。キックオフミーティングの時に、他大学の人と何か一つのことに取り組むという体験が初めてで、緊張とともにワクワクしたことがついこの前のことのように感じられます。序盤の私らしい意識行動を考えていた時は、これがどんな風になっていくのだろうという、という先行きの見えない漠然とした不安があったことが印象深いです。調査表を作っていた時、個人的な理由で会議に参加できない日々が続き、久々に内容を確認したときに内容がわからなくなってしまったことがあります。焦りと引け目を感じてしまい発言をすることが億劫になっていました。理解できるように追いつかなきや、と思うばかりで、実際にはもどかしい日々が続いていました。再びFutureに主体的に参加できるようになったのは、9月のFuture合宿の時でした。初めて話すメンバーもいる中で、頭のいい人たちに置いていかれないように頑張らないと強く思っていました。実際は、あつという間の2泊3日で、お互いのロジックの共通点を見つけ、新しい発見を探すことの楽しさに気づくことができた重要な出来事だったと感じています。自分の意見が認められたり、全体の流れにも影響を及ぼすことの喜び、達成感を感じることができました。合宿の班の皆さんにも感謝を伝えたいです。

とてもお忙しい中、毎週の定例会で厳しいことも励ましの言葉も含めた貴重なアドバイスをください、合宿では夜遅くまでロジックチャートの解釈に一緒に頭を悩ませてくださったアドバイザーの徳岡さん、小池さん、拳さん、真菜さん、奈緒さん、そして各大学のOG・OBの皆さま。本当にありがとうございました。多くのお力添えをいただき、心より感謝申し上げます。そして、このFutureの活動にお力添えいただいた広告協会の皆様にも感謝申し上げます。最後に、約7か月間、最初はともにアイデアを出し合い、合宿では行き詰まりながらも意見を出し合い、励まし合い、成功の喜びを分かち合いながら歩んできた、Future2025の皆さん。みなさんと濃い時間を過ごせたことを、心から嬉しく思っています。

特に、代表・副代表には感謝してもしきれません。本当にありがとうございます。この7か月間の経験は、私の学生生活にとって非常にかけがえのないものとなりました。思考が行き詰ったときには「なぜ」を三度問い合わせ、ロジカルシンキングを意識する姿勢を今後も忘れず、これからも精進してまいります。

何年後かにこれを読んだときにも、私の大学生活に彩をくれた皆さんを思い出せるように。

今まで、ありがとうございました。



中村 真滉 (なかむら まひろ) 専修大学

キックオフミーティングからの8か月間はあっという間でしたが、とても濃い時間だったと思います。正直キックオフの際は参加するかどうか非常に迷っていました。ですが実際に参加してみた結果、間違いなく人生の中で1番充実した期間を過ごすことができたと思います。私は始まった当初、自分の実力に自信がありませんでした。私自身何かについて深く考えることは好きですが、実際に話し合いの中で使えるかどうかはわからず、不安な気持ちでいっぱいでした。しかし始まってみると、アドバイザーの方々からのアドバイスに加え、周りのみんなが助けてくれることも多く、次第に楽しいと感じながら活動を進めることができていました。

今、終盤に差し掛かり改めて振り返ってみると、自分がこのような活動に参加させて頂けたこと、このような環境自体が、全て当たり前ではないことを強く実感しています。毎度本気で私たち学生に向き合って、的確なアドバイスを下さるアドバイザーの方々や、親身になって相談に乗ってくださる先輩方、近くでいつも支えてくれる友人など身の回りの環境に感謝することを忘れてはいけないという基本的なことだけれども気づくことができないことに気づくことができました。加えて普通では経験できないような活動を進めていくにつれて、経験値として考えていたような軽い気持ちから、絶対に良い活動として成功させたいというような、本気の気持ちに変わっていました。

特に一番記憶に残っているのは、2泊3日の合宿のことです。一つの物事に対して、食事の時間以外すべてを費やして、考え続けるというような経験は初めてでした。眠気と闘いながらも、進めなければ、時間が間に合わないというような中で、自分たちの限界を知ることができただけではなく、社会人としての厳しさも実感することができました。そして同じグループになった友人たちとは、深い関係を築くことができただけでなく、自分では思い浮かばないようなアイデアや、考え方を知り、世界を広げることができたと思います。この合宿を経験し、自分の価値観を広げることができました。

このフューチャーの活動で経験した出来事は、今後の人生で絶対に経験することができないものだと強く実感しております。この活動で得たものは一生忘れず、つらくなった時には思い出して日々精進していきたいです。活動が終わってしまうということでとても寂しい気持ちではありますが、このような活動に参加することができて、心から感謝の気持ちでいっぱいです。本当にありがとうございました。



村松 龍成 (むらまつ りゅうせい) 専修大学

4月にキックオフミーティングを参加してからここまであっという間の8か月間でした。はじめはあまり参加するつもりもなく、ただみんなが行くからといった浅い気持ちでした。しかし、キックオフミーティングの際に出された課題を初回の定例会前までにやるにつれて考えることが楽しくなりfutureに参加することを決めました。私は出会ったばかりの人たちと話すことが苦手なため、ミーティングや定例会が楽しげと少しの不安がありました。しかし、今終盤に差し掛かり振り返ってみると、この8か月間は大学生活の中で1番内容の濃い楽しいあっという間の時間でした。

特に記憶に残っているのは9月に行われた合宿です。他大学の学生と、この大人数で泊まり込んで何かをすることにわくわくしている自分と、大変そうだなとか、何をするんだろうと大きな不安を抱えている自分がいました。しかし、自分の中で一つの目標を決めて参加しました。合宿に参加している全員とコミュニケーションをとろうと決めました。その目標が達成できたとともに、メンバー全員の優しさや温かさを感じました。チームごとにやっているのにほかのチームの部屋に行き、お互いに教え合い、「がんばろ！」と声を掛け合い最後まで自分たちなりに完成させました。

また、合宿後の定例会などでは会議についていけなくなったりしたとき、発言しにくくなったりしたときに代表、副代表を中心にどのようにすれば発言しやすいなどを話し合ってくれました。そのおかげで最後まで楽しく会議することができました。

また、会議でみんなでオールしたり、みんなで飲みに行くなどプロジェクトをするだけの仲間ではなく友達として楽しくできたことも思い出に残っています。人見知りの自分は話せるか心配したりさまざまなことをかんがえてしまっていたがみんなの明るさとやさしさにすごく助けられました。

このようにここまで辞めずに参加し続けられたのはみんなのおかげだと思います。また、アドバイザーの方々のフィードバックやアドバイスのおかげでここまでこれただと思います。本当にみんなには感謝しかありません。このメンバーで最後までfutureに参加し続けられたことを誇りに思います。短い間でしたが本当にありがとうございました。



長谷川 亜夢（はせがわ あむ） 専修大学

まず、このFUTURE2025に関わってくださったアドバイザー陣、関係者の皆さん。本当に貴重な経験をありがとうございました。

私は4月の段階では、このFUTUREに参加するかすごく悩んでいました。でも今では、参加を決めて本当によかったですと胸を張って言えます。この約7ヶ月間は、長いようであつという間で、私の人生の中で一番、いろいろな事象について深く考え、言葉や文章と向き合った時間でした。私は考えることや議論することは好きですが、言語化や細かい部分まで思考を詰めることができませんでした。そんな中、FUTUREの定例会や日々のみんなとの会議、合宿などを通して、アドバイザー陣の圧倒的な凄さはもちろん、周りのみんなからも毎回刺激を受けていました。みんなが本当にすごくて、途中で心が折れそうになったこともありますでしたが、このメンバーは誰も置いていかない空気があって、毎回みんなのおかげで頑張ろうと思えていました。

個人的に最も印象に残っているのは合宿です。議論がより楽しいと感じるようになったのはあの3日間がきっかけでした。本当に体力的にはしんどかったし、あれだけ文字を見続けることは人生で今後ないんじゃないかなと思うほどでしたが、その辛さの倍以上に楽しくて、同期のみんなはもちろん、アドバイザーの皆さんとも距離が縮まり、嬉しさのほうが大きかったです。また、語彙力や知識が豊富なメンバーのおかげで、苦手だった言語化にも少し自信がついた気がします。

このFUTUREの期間は、ゼミのクリエイティブや学論、バイト、就活などと並行していく、上手く両立できなかった時もあり、迷惑をかけてしまいましたが、参加した際にはいつもみんなが優しく迎えてくれて、深夜まで続く会議もみんなと一緒に乗り越えられ、その週の達成感を共に味わえたのだと思います。

みんなのように頭の回転が速いわけでもなく、考えがまとまるのも遅いし、言語化も上手くできず、なかなか役に立てないと感じていました。でも、みんな優しく接してくれて、一緒にここまで走ってくれたみんなには、本当に感謝しかありません。

活動外でも遊ぶほど仲良くなれて、自分自身の成長や学びはもちろんですが、一生の仲間ができることが何より嬉しいです。

最後までみんなのことを引っ張ってくれた、しょうはん、きょうちゃん、えいたくん、(ちょっと人数多すぎて書ききれない)他のメンバー、本当にありがとうございました。FUTUREがなければこれまでの時間もなかったんだと思うと、感慨深くて、これからが寂しくなるね。。。

間違いなくこの7ヶ月間は、私の大学3年間で最も濃く、楽しくて、貴重な時間でした。あの日FUTUREに参加をする選択をして、そしてみんなに出会えて本当によかったです！

本当にありがとうございました。



澤田幸奈（さわだ ゆきな） 専修大学

どこのゼミに入るか迷っていた時、「大学生意識調査プロジェクト」に参加できるのはここの大学ではうちのゼミだけだよと言う話を聞き、私は石崎ゼミに入ることを決めました。

この活動の中で、これから的人生の教訓にしようと思った言葉があります。それは「書いたことが全て。話したことが全て。」です。私は自分の中で合っているという確認がないと意見を言うことができない性格でした。だからこそ、初めての定例会で、この言葉を聞きなんでもいいから言葉にしてみよう、殻を破ろうと心に誓いました。

しかし、実際にプロジェクトが始まると、自分が思い描いていたように上手くはいきませんでした。私は、答えが一つに決まっていない問題と向き合うことが苦手で、Futureでもうまく自分の意見を言葉にできず、とても苦しました。頭の中では「こうかもしれない」と考えているが、それを形にできない。周りのメンバーがどんどん意見を出す姿を見て、焦りと劣等感が一気に押し寄せてきて、自分の未熟さを突きつけられたような気持ちになりました。特に合宿では、さまざまな視点が飛び交う中で、私は何を基準に自分の意見を固めればいいのか分からなくなりました。自分の思考の軸が定まらないまま発言しようとすると説得力を欠いてしまい、余計に自信をなくしてしまいました。「私には向いていないのかもしれない」と落ち込み、プロジェクトに関わること自体が怖くなる瞬間もありました。それでもここまで続けることができたのは仲間の存在が本当に大きかったと思います。みんなが意見を言いやすい雰囲気づくりを大切にしてくれていたからこそ、「うまく言えなくても大丈夫だよ」という安心感の中で、自分の考えを少しずつ言葉にしていくことができました。Futureで過ごした時間は、私にとって「挑戦することの意味」を教えてくれました。苦しかった分だけ、自分の変化を実感できる、悩んだ分だけ、人の意見を丁寧に聞けるようになる。すべてが素敵な経験であり、これから自分の人生に必ず活きると強く感じています。

さいごに、7ヶ月という短い時間でしたが関わってくださった皆様本当にありがとうございました。



渡邊 春音（わたなべ はるね） 専修大学

まずは、このような場を提供してくださった東京広告協会の皆さん、お忙しい中、いつも的確なアドバイスをくださったアドバイザーの方々、親身にサポートしてくださったOB・OGの皆さん、さらに常に先頭に立って私たちを引っ張ってくれた代表・副代表、そして仲間たちに、改めて心から感謝申し上げます。本当にありがとうございました。

私はこれまでの人生において、感覚的に判断して行動するが多く、論理的に考えたり根拠を示しながら話すことがとても苦手でした。しっかりとした論理構築が求められるこのプロジェクトで、自分がやつていいけるのかという不安がありました。一方で、「大学生活で何を頑張りましたか」と聞かれた際、特に答えられるものが現状を変えたいという思いもあり、挑戦してみよう決意しました。また、FUTUREに出会う前の私は、人前で意見を述べることに対する強い抵抗がありました。しかしプロジェクトの終わりを迎えた今、その気持ちは大きく変化しました。発言することが特別得意になったわけではありませんが、「失敗したらどうしよう」という思いが先立つことはなくなり、「小さなことであっても、どこかで力になれたらしいな」という前向きな気持ちが生まれるようになりました。

この気持ちの変化は、周囲の仲間たちがつくってくれた“安心して発言できる環境”的おかげです。仲間たちは、論理が飛躍しがちな私の意見でも決して否定することなく、いつも受け止めてくれました。そして、どんな時でも相槌を打って丁寧に話を聞いてくれたり、言語化が追いつかないときには「つまりこういうことだよね」と考え方の整理を手助けしてくれたりと、何度も救われました。仲間たちの温かいサポートがなければ、私は今のような前向きな気持ちになることはできなかつたと思います。本当に感謝しかありません。

このプロジェクトの参加を通じ、周囲からよい刺激をたくさん受けたことで自分自身の成長を実感することができたと感じます。FUTUREというプロジェクトがなければ出会わなかったであろう、他大学のメンバーたちと、情熱を持って同じ方向を向いて進むという素晴らしい経験ができたことを嬉しく思うと同時に、とても幸運だと感じています。FUTUREで出会った尊敬するアドバイザーの方々やOG・OBの方々、そして大好きな仲間から得た数多くの学びを今後の人生に活かし、これからも成長していきたいです。深夜の会議、コーヒーをたくさん飲んで頑張った合宿、毎週月曜日の定例会、飲み会、思い返せばたくさんの出来事があり、もうないと思う寂しいです。FUTUREに参加してよかったです、今改めて感じています。約7ヶ月間、本当にありがとうございました！



石崎 快（いしさき かい） 専修大学

一番最初のキックオフミーティングからの8か月間は、大変だったことを思い出すととても長く感じられますが、それ以上に楽しかったことや築き上げた仲間との関係性が強まったことを考えれば、充実感がはるかに勝る私にとって印象強い日々でした。

この8か月間の活動の中で鮮明に頭に残っている言葉があります。それは、初めての定例会の際に徳岡さんがおっしゃっていた「書いたこと、話したことがあったことのすべて。」という言葉です。

今までの学生生活の様々な場面から私は、自分の意見やアイデアを出すのが遅いことを強く認識していました。実際に活動当初行っていた自分の意見や考えを付箋に書き出す作業において、班のメンバーが流動的にペンを動かしているのに対して私は、なかなか書き出すことができずに焦りや劣等感を感じていました。私は完璧主義的な性格があり、意見を出す際にも自分の中で胸に落ちるまでできれば共有するのをためらう癖がありました。先ほどの徳岡さんの言葉でいうと、私の中で「考えたことがやったこと」という状態です。そのため、この言葉を聞いて良くも悪くもハッとさせられました。オンラインでの話し合いの際もその癖が悪い方向に作用する形となってしまい、活動になかなか貢献することができていませんでした。

そうした状況の中で個人的に転機となったのが合宿です。合宿が始まる前はとてもネガティブな感情をもっていたのですが、活動開始前に徳岡さんが先ほどの言葉を改めて触れてくださいました。

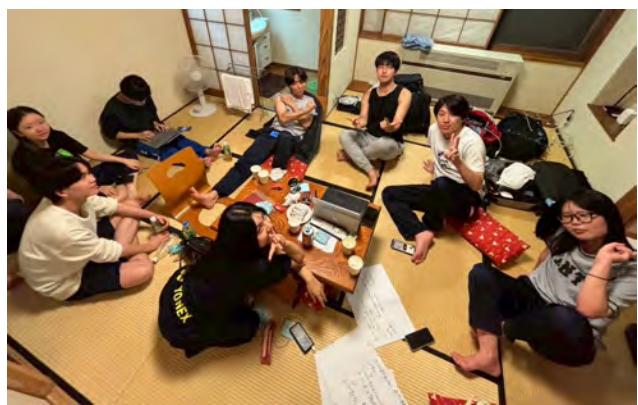
その段階で私は、ある意味この2泊3日は自分の成長にとってとても良い機会であると考え、自分の考え方やアイデアが完成しきっていないとも、とりあえず、班のメンバーやアドバイザーの方々に壁打ちしてみることを個人的なノルマとしました。私の合宿班は自分の話を聞いてくれる温かい雰囲気があつたので、とても意見を出しやすい環境でした。実際に自分の中で完成しきっていない考え方をメンバーにその考え方のニュアンスを伝えてみたところ、あるメンバーが私の考え方をうまく取り、言語化してくれたおかげでより自分の考え方が明確になるという場面がありました。この経験を通してわかったつもりでいたグループ活動の大切さを改めて強く認識し、合宿以降のFUTUREの活動やゼミでのグループ活動にも生かすことができました。

この8か月で得た経験は私にとってとても大きいものとなりました。最初は大学のみんなもやるから自分も頑張ってみようという気持ちで始めた活動ではありましたが、活動を通して、難しかったり悩んだことが多かった中でもめげずに最後までやり遂げたことは私にとって一番大きな成長ではないかと思います」共に参加してくれた皆さん、アドバイザーの方々に心から感謝いたします。



島袋 佑太(しまぶくろ ゆうた)

専修大学



中上 恵(なかがみ れい)

青山学院大学

キックオフミーティングをやった4月から長いようであつという間の7か月でした。最初は他大学の人たちとプロジェクトをやることに不安の気持ちが大きかったです。特に最初の定例会の緊張は今でも鮮明に覚えているくらい記憶に残っています。始めの方は、自分達の習慣や特徴を持ってきて説明しようという課題からスタートしたのに今となつてはとてもスケールの大きい1つの話になっているのが信じられないです。FUTUREのメンバーは一人ひとりに個性があり、とても良い刺激をもらいました。FUTUREに入ってからは、「なぜだろう」と考えることが増えました。日常のささいなことや友人との会話、就職活動においても「なぜ」を考えることが増えたのです。この習慣はFUTUREに参加していなかつたら絶対に身につかなかつたと感じました。そしてこの経験を通じて今までの自分がどれだけ感覚的にものごとを見ていたかを実感しました。「なんでそう思うのか?」「なんとなく」。これが当たり前の日常でした。しかし、同じ大学の仲間や他大学の人たちが自分の考えたことに明確な理由をもつた上でそれを相手に伝わるように言語化し、議論をしている姿を見て自分もそんな風になりたいと思う気持ちが高まっていきました。そんな7か月の中で特に印象に残っているのが二泊三日の合宿です。合宿では今までの人生で一番と言っていいほど考えました。ホワイトボードにある数多くの事実を組み合わせ解釈を作り上手くいかないとまた考え直す、それの繰り返しでした。二日目の夜や明け方は眠気で視界がモヤモヤしていましたが、本気で考えることの意味をこの合宿で知れたような気がします。また、この合宿を通してそれまであまり話したことがない人たちと談笑をしたり、意見を聞いてみたりして仲を深められたのもすごく嬉しかったです。

アドバイザーの方々が最初の定例会でも、合宿でもおっしゃっていたように意見は「書いたこと、話したことがすべて」であり、形に残しておかなければどんなに良い意見でも忘れ去られてしまったり、最初からなかったものとされてしまう。この「忘れ去られる」といった言葉を聞くたびになんだか悲しい気持ちっていましたが、本当にその通りでさつき思いついた意見忘れちゃった、書いておけばよかった、話しておけばよかったという場面はそう少なくありませんでした。しかしこの経験もFUTUREに参加したことによってできたことなのでこれから自分の人生に間違いなく良い影響をもたらしてくれると思います。最後になりますが、このようなプロジェクトを主催してくださった広告協会の皆様、毎週お忙しい中親身にフィードバックをして下さったアドバイザーの皆様、自分たちにとても近い目線でアドバイスして下さったOB・OGの皆様、FUTUREを引っ張って下さった幹部の皆様、そして共に支えあって活動してきた仲間の皆様に心から感謝いたします。7か月間本当にありがとうございました。

「FUTURE2025」に関わってくれた仲間たち、アドバイザーの方々に感謝の気持ちでいっぱいです。

「FUTURE」という壮大な企画に、大学生として約7ヶ月間、全身全霊をかけて取り組みましたが、この経験は、私がこれまでの人生で過ごした時間の中でも、最も濃い、忘れがたい期間となりました。正直なところ、活動が始まった当初、自分がどこまで深く関わり、熱中できるか、具体的なイメージは持てていませんでした。しかし、その懸念はすぐに、仲間とアドバイザーの方々のおかげで楽しさへと変わっていました。

このような充実した時間を過ごすことができたのは、企画を導いてくださったアドバイザーの方々の存在と、仲間たちの存在に他なりません。アドバイザーの方々からいただくフィードバックは、いつも本質を突いていて、私たちの甘さを思い知らされました。しかし、それは同時に、私たちの思考力を一段、また一段と引き上げてくれました。

毎週何度も夜遅くまで会議を重ね、準備した成果を定例会で発表し、厳しいフィードバックを真摯に受け止める。この徹底的に考え、実践する問うことを、私たちは実に23回も繰り返しました。この経験は間違いなく私たちを成長させてくれました。

会議ではたくさん辛い思いをたくさんしてきましたが、こんなに素晴らしい同期だったから乗り越えることができたと思います。同期はみんな、協調性があって、思いやりのある、それでいて優しい最高の人たちです。こんな素晴らしい仲間たちに出会わせてくれた「FUTURE」という企画に感謝しています。

いろんな人との関わりを与えてくれた合宿もよく覚えています。合宿で苦楽を共にすることでチームとしての団結が強まつたと思います。合宿が終わってからも、ほとんど毎日をロジックチャートの作成につぎ込んでいました。作って修正、また作って修正。終わりが見えない作業の連続に途方に暮れそうになりましたが、メンバーの頑張っている姿を見ていると自分も頑張ろうと思えました。ここまで思うことができるこの代の仲間たちは本当に最高だし、大好きです。

「FUTURE」で出会うことのできた仲間たちは、一生の付き合いとなるであろう、親友です。彼らと、ここまで熱く、深く、一つの目標に向かって突き進むことができたことに、本当に、本当に感謝しています。この企画に参加できたことは、私にとって人生観を変えるほどの大きな財産であり、心から参加してよかったですと断言できます。最後にもう一度、「FUTURE」と共に参加してくれた皆さん、アドバイザーの方々に心から感謝いたします。



中谷 友梨香（なかたに ゆりか） 専修大学

約半年間続いた大学生意識調査プロジェクトを終え、今あらためてこの活動を振り返ると、多くの学びと気づきを得られた貴重な時間だったと実感しています。最初のキックオフミーティングの時点では、半年間も一つのことについて議論を続けることができるのかという不安から参加を迷っていた時期もありました。その中でも専修大学は、ゼミのメンバー14人で参加を決め、最後まで全員で走り抜けることができてよかったです。当初の5、6人のグループでの活動から全体での活動になるまで不安なことも多く、長い会議時間に苦しむこともありましたが、一緒に活動していく仲間と励ましあいながら目的を見失うことなく活動を続けることができたと思います。この活動で、一番記憶に残っているのは、FUTURE合宿です。初めて組むメンバーと朝も昼も夜も深夜も話し合いを重ね、解釈の精度を高めていきながら仲間とは最も絆が深まった場所でした。中間発表でアドバイザーの方に多くの指摘をいただき、自分たちの未熟さを感じながらもグループ内でも全体でも向上心は衰えることはありませんでした。全員が同じ目標に向かって必死に取り組んでいるという実感が自分自身もチーム全体を強くし、自分がこのチームの一員であることに誇りを持った瞬間でした。

また、プロジェクトの終盤には、徹夜での電話会議とゼミの活動が重なるなど、精神的にも体力的にも大きな負担となる場面がありました。何度も挫折しかけ、もう続けられないのではないかと感じた瞬間もありました。それでも、ここまで一緒に取り組んできた仲間の存在と、「最後まで全力で向き合いたい」という強い思いが、私を前へ進ませてくれたと感じています。

この期間を通して、私たちは自分たちの世代を深く見つめ、考え、分析し、「私たちはこういう世代だ！」と社会に向けて発信する責任と覚悟を身に着けていったように思います。そこには、同世代として抱える生きづらさや希望だけでなく、器用さや不器用さをどのように社会へ伝えるべきかという、私たちの立場を背負う意識も芽生えていました。

このFUTURE活動は人生の中でも誇りを持てる経験の一つになりました。改めて、一緒に活動してくれた仲間とアドバイザー、OB・OG、自分を強くしてくれたこの活動自体にも感謝したいです。今まで本当にありがとうございました！



田村 彩乃（たむら あやの） 専修大学

まずは、このような貴重な学びの場を提供してくださった東京広告協会の皆さん、そして毎回的確な視点や気づきを与えてくださったアドバイザーの方々に、心より感謝申し上げます。さらに私たちに寄り添いながらサポートをしてくださったOB・OGの皆さん、常に前に立ってチームを引っ張っていってくれた代表・副代表、そして一緒に学びあつたたくさんの仲間たちにも深く感謝をしています。本当にありがとうございました。

4月のキックオフミーティングでは、先輩方の「FUTUREはきついぞ」という言葉よりも、新しいことが始まるワクワクのほうが大きかったです。しかし、プログラムが進むにつれて、その言葉の重みを実感しました。周りのメンバーは語彙力が高かったり、アイデアも豊富だったり、リーダーシップを発揮しチームをまとめる力が高い、個性もあり話しているとモチベーションが高くなるようなすごい人ばかりでした。特にそれを強く感じたのが、私にとって最大の思い出でもある合宿です。初めて訪れる長野県にワクワクしながら向かいましたが、待っていたのは想像をはるかに超える濃密な2泊3日でした。限られた時間の中で頭をフル回転させたあの時間は、なかなか体験できるものではなく、みんなの強みが表面化した時間になったと思っています。この合宿があったからこそ、みんなのすごさを目の当たりにできたり、自分の弱さと課題点を痛感した反面、ここで得た刺激が自分の成長意欲に火をつけてくれたと感じています。

FUTUREの活動を通して、このメンバーに出会えたことが本当に幸せだと感じています。みんな明るくて元気で、でもやるべき時はしっかりと集中する。私の理解が置いて行かれているなど感じた際には、どこがわからないのか徹底的に一緒に考えあってくれました。そんなメリハリのある姿勢に私は何度も刺激を受けました。そんな仲間と一緒に過ごした時間は、遊んでばかりいた大学生の自分にとって何より大切な財産です。

ブドウ糖大量摂取で乗り越えた合宿も、赤い日を除く毎週月曜日の定例会も、ひとつひとつが忘れられない思い出です。ここで過ごした時間があるからこそ、これからも私はみんなのことをずっと尊敬し続けると思います。

とっても素敵な思い出を本当にありがとうございました！



柳澤 未来 (やなぎさわ みらい)

東京都立大学

ゼミ選びをしていた2年生の冬、峯尾ゼミの説明会ではじめてFUTUREの存在を知りました。面白そう！ 参加したい！！と強く惹かれたのを今でも覚えています。最初はとにかく緊張していて、定例会あるなし関係なくみんなで飲みに行くくらい仲良くなれるなんて微塵も想像してなかっただけです。

私は、自分の意見を言うことがとにかく苦手でした。だからこそ、「書いたことが全て。話したことが全て。」定例会の初回でも、合宿の最初でも、伝えてもらったこの言葉はFUTURE活動中、何度も私の心に響きました。意見を発信するようになっても、今度は伝えるということに苦戦しました。何を隠そう、今まで意見を述べることを避けてきたからです。定例会で発表して、それを受けたアドバイザーの方々が、私たちのまとまつてない主張をあつという間にクリアにしていく。これを何度も何度も経験して、その度に発表までにクリアにしきれなかつた悔しさ、伝えること、表現することの難しさを実感しました。これは、調査票の分析や、ロジチャの作成の時にも感じました。結果を俯瞰的に時に局所的に、時に比較して、というように、視野を広めたり、狭めたり、角度を変えてみたりと試行錯誤の連続でした。まだまだ大部分だらけだけど、これからも考えて、整理して、時に組み合わせて、相手に分かってもらえるように伝える。このプロセスを極めていきたいと思っています。そして、少しでもアドバイザーの方々のような大人に近づいていけたらなと強く思います。

FUTUREの期間中、投げ出したくなることもたくさんあつけど、それ以上にみんなとの大切な思い出がどんどん増えていきました。合宿は、とにかく頭を使って、F班のみんなと話し合って、、、とロジチャの作成に全力をかけた2泊3日を過ごせました。ロジチャが全然進まなくて、辛くても他の班のみんなとも一緒に頑張ろうと励ましたのが懐かしいです。合宿を通して、達成感とFUTUREの一体感を同時に感じ、このメンバーの一員でいられたことへの感謝がこみ上げました。普段の会議でも、みんなと取り組めたからこそ、どんなに深夜になつても参加し続けられたと思います。もう、どんなに遅く帰宅してもTeams開いてないんだと思うと寂しいです(笑)

FUTUREの始まる前の自分を振り返った時、自分をとても未熟に思うことが出来ます。それくらい、4月の自分から成長できたと胸を張って言えます。成長できたのは間違えなく、アドバイザーの皆さま、FUTUREのみんなと活動することが出来たからです。FUTUREという私の人生にかけがえのない時間を、与えてくださった皆さん、本当にありがとうございました。これからも、今の自分が超絶未熟だと思えるよう頑張っていきたいです。

最後に、FUTURE終わっても定期的に会いましょう！！！！！！



下地 佑和 (しもじ ゆうわ) 東京都立大学

4月のキックオフミーティングから早くも7か月が経過し、この「大学生意識調査プロジェクト」が終了してしまうことに驚きと名残惜しさでいっぱいです。ゼミの皆が参加すると聞き、「ガクチカ」の無かった私は、「就活の役に立つかかもしれない」といったなんとなくの軽い気持ちでFUTURE参加を決めました。しかし、こんなにも楽しむことができるとは正直想像していませんでした。

定例会が始まつてすぐ、はじめましての他大学の方々とテーマを決めるることは、自分の意見を発信することが苦手な私にとって大きな挑戦でした。しかし、皆さんは意見の正誤ではなく幅広い意見を受け入れ、深く考察する姿勢でいてくれたので、自分の意見を少しずつですが発信することができました。

この7か月で特に印象に残っているのは9月の合宿です。締切が決められた限られた時間の中で、ロジックチャートを完成させることは想像以上に困難でしたが、それでも話し合いを重ねるうちに他班やアドバイザーの皆を納得させられるようなロジックチャートを作りたい！と必死に取り組む自分がいました。定例会やオンライン会議以上に班や自分自身の意見を発信することの重要性に気づける、貴重な体験ができました。また、この合宿期間中は話したことのない方とかかわる機会が増え、多くの人と仲良くなることが出来ました。大変合宿をみんなで乗り越えたという経験が、私のFUTUREに対する思いをより一層深めてくれました。

合宿を終えてからの活動はもっと大変で、毎日のようにロジックチャートとにらめっこしていました。何度も納得のいく解釈が出来ず、うまいと思った解釈も存在する事実からは飛躍しすぎになつたりと、訂正と修正の繰り返しの日々でした。何とか提出したロジックチャートも定例会では山のように課題が指摘され、正直「無理かもな」と感じたこともあります。しかし、一緒に会議に参加しているみんなが一生懸命議論をしてより良く、より良くしていく姿を見て、自分も頑張ろうと思えました。

活動の終わりが見え、もう皆さんと月曜の19時に集まれなくなると思うと本当に寂しいです。この活動を通して、人の前で自分の意見を発信する力、失敗することを臆さない力、どのような意見でも理解しようと思う力、協調性、コミュニケーション力など、数えきれないほど多くのことを学ぶことが出来ました。参加当時、「就活に役立てばいいな」と考えていましたが、それだけに留まらずこれから的人生で必ず役に立つものになると思います。長くも本当にあつという間で人生で最も充実した日々を皆さんと過ごすことが出来ました。7か月を支えてください、走ってくださった東京広告協会様、アドバイザーの皆様、OB.OGの皆様、そしてFUTURE2025の皆さんに感謝を申し上げます。本当にありがとうございました。



荒幡 優太（あらはた ゆうた） 東京都立大学



小熊 里梨（おぐま りり） 東京都立大学

5月から12月までの約7か月間、Future2025の活動に参加できたことは、私の大学生活の中でも特に印象深く、多くの学びを得る経験でした。まずは、このような貴重な機会を提供してくださった東京広告協会の皆さん、毎回の定例会や合宿を通じて丁寧に向き合い、的確なアドバイスをくださったアドバイザーの皆さん、そして活動を支えてくださったOG・OBの皆さんに、心より感謝申し上げます。

キックオフ当初、他大学の学生と本格的に議論を重ねる経験は初めてであり、不安を強く感じていました。議論の場では論理性が常に求められ、自分の考えをどのように整理し、構造立てで伝えればよいのか分からず、発言をためらう場面が多くありました。また、自分の意見が議論の中でどの位置にあり、どのような役割を果たせるのか分からず、戸惑いや迷いを感じることもありました。一方で、他大学の学生がそれぞれ異なる視点や価値観を持ちながら真剣に議論に向き合っている姿に触れ、この環境だからこそ得られる刺激があると感じるようになりました。メンバーの雰囲気は終始あたたかく、その空気に支えながら、少しずつ前向きな姿勢で活動に向き合えるようになってきました。

特に印象に残っているのは、9月に行われたFuture合宿です。限られた時間の中で一つのテーマに向き合い、事実・解釈・主張を切り分けてから考えを深めていくプロセスを通じて、論理的に思考するはどういうことなのかを実感しました。また、個人で考えるだけでは見えなかつた論点が、仲間との対話を通じて明らかになっていく場面を何度も経験し、議論は一人で完結させるものではないということを強く学びました。異なる視点に触れることで、自分一人では立てられなかつた問いや、新たな気づきが生まれることに、議論の面白さを感じました。

Futureの活動を通じて特に印象的だったのは、安心して意見を交わせる環境が整えていたことです。論理が未完成な発言であっても頭ごなしに否定されることではなく、まず受け止めた上で議論が進められていました。そのような環境の中で、次第に「正しい意見を言わなければならない」という意識から、「議論を前に進めるために何かを共有したい」という意識へと変化してきました。発言の正確さや完成度だけでなく、問い合わせかけることや考えるきっかけを示すことも、議論における大切な役割であると気づけたことは、大きな学びでした。

毎週の定例会や合宿を通じて、Future2025のメンバー一人ひとりの考え方や取り組む姿勢から、多くの刺激を受けました。自分とは異なる専攻やバックグラウンドを持つ学生の意見に触れることで、物事を一面的に捉えていた自分に気づかされる場面多くありました。また、意見が分かれた際にも、感情的になることなく、より良い結論を目指して対話を重ねる姿勢がプロジェクト全体に共有されていたことが印象に残っています。特に、代表・副代表をはじめとする運営の皆さんには、活動を円滑に進めるための多くの工夫や調整をしていただき、その支えがあってこそ、この環境が成り立っていたのだだと感じています。

この7か月間で得たものは、論理的思考力や調査スキルといった技術的な面だけではありません。思考が行き詰ったときに立ち止まり、「なぜそう考えたのか」を問い合わせる姿勢や、他者の視点を受け入れながら考えを更新していく姿勢です。また、自分一人で抱え込むのではなく、対話を通じて思考を深めていくことの重要性も学びました。Futureでの経験を通して得たこれらの学びは、今後の学業や将来の進路を考える上でも、大きな支えになると感じています。

約7か月間、本当にありがとうございました。

私は正直、みんなで協力して1つの物事に取り組むということが苦手でした。物事に取り組む際は、自分1人の責任で、考え、実践した方が楽であるし、上手くいくとさえ思っている人間でした。そして何よりもチーム作業において、自分の意見を主張するということが大の苦手で、いつも他の人の意見に賛同してしまっていました。私は、これから社会に出ていく上でこのような弱点を克服しなければならないと常に考えていました。そしてその絶好のチャンスが私に訪れました。Futureです。大学も生活のスタイルもみんなそれぞれ異なる仲間たちと議論して1つのプロジェクトを完成させるという、私にとって苦手克服の場でもあり、挑戦の場でもある機会でした。

そしてこのFutureに参加し、あっという間の7ヶ月間が終わろうとしている今、全体を振り返ってみると、チーム作業の大変さを改めて感じたのと同時に、みんなで1つの目標に向かって本気で取り組むことの素晴らしさを感じることが出来ました。正直、毎回の会議が夜遅く、頭が回らずに発言ができず、自分の存在意義が無いような立ち回りをする場面が多く、苦しかったです。しかし、みんなの一生懸命に取り組んでいる姿を見て、自分も必死になって頑張らなきゃといつも思っていました。こんな私のことも巻き込んでくれ、仲間にしてくれたみんなには感謝しかありません。みんなが温かく、誰の意見も前向きに受け入れる優しさをもって接してくれたおかげで、私も少しずつ発言が出来るようになりました。ありがとうございました。

また、毎回の定例会で真剣にフィードバック下さったアドバイザーの皆様、いつも私はその迫力に圧倒されていました。私が将来皆様と同じ社会人という立場になり、このような場での的確なアドバイスをしなければならない状況になってしまっても、絶対厳しいだろうなと思います。言語化能力、思考力、アイディア力、プレゼン力など、全ての力が凄まじく、憧れがあり、私も将来身につけなければいけない力だと感じました。

最後に、大人数をまとめ導いてくれた代表、副代表はもちろん、先頭に立ってリードしてくれたみんなは本当にかっこいいし、尊敬しているし、感謝しかありません。私もみんなに置いていかれないように、必死について行こうとしましたが、実際私がみんなに貢献できた部分は少ないと思います。そのため、自分はまだまだ成長する余地があり、成長して立派な社会人にならなければなりません。頑張ります。

Future2025を支えて頂いた全ての方々に感謝します。貴重な経験をさせて頂き、ありがとうございました。



中田陽斗(なかだ はると) 青山学院大学

約7か月間にわたるFUTURE2025の活動を一言で表すとするならば、それは「感謝」です。この言葉に、私がこのプログラムで経験した全てが詰まっていると感じています。

正直に告白すると、最初は博報堂の社員の方々に会えるからという軽い気持ちで参加していました。広告業界に興味があり、憧れの企業で働く方々と直接交流できる機会に惹かれたのです。しかし、活動が進むにつれて、私の中で大きな変化が起こりました。気づけばFUTURE2025は日常の一部として定着していき、いつの間にか私はこの活動にのめり込んでいました。仲間と共に考え、議論し、創り上げていく過程そのものに、大きなやりがいを感じるようになっていました。

このプログラムを通じて、私は本当に多くの方々に支えられてきました。まず、最初の班でのグループワークにおいて、長時間の会議に根気強く付き合ってくれた仲間たちに心から感謝しています。議論が行き詰った時も、新しい視点を提供し合い、共に解決策を模索してくれました。そして何より、メンバーとして私の思考力や言語化能力を認めてくれて、頼ってくれた仲間に深く感謝しています。自分の強みを活かせる場があり、それがチームに貢献できているという実感は、私に大きな自信を与えてくれました。

また、この貴重な機会を設けていただいた教授陣、アドバイザー、協会の方々、そして関わってくださった全ての協力者の方々に対しても、感謝の気持ちでいっぱいです。このような実践的な学びの場を提供していただけたことは、私の今後のキャリアにおいても大きな財産となるでしょう。特に印象深かったのは、留学で一時離脱していた私を、帰国時に温かく迎え入れてくれた仲間たちの存在です。数か月のランクがあり、プロジェクトの進捗にも遅れを感じていた私に対して、誰一人として責めることなく、知識のキャッチアップや状況の詳細な説明をしてくれました。その温かさと配慮に、私は深く感動しました。さらに、体調の不安を理由に十分にコミットできない時期があった私を、決して責めることなく、むしろ助けてくれた仲間たちの優しさも忘れることができません。このFUTURE2025という場で、私は単なる知識やスキルだけでなく、人との繋がりの大切さ、チームワークの本質、そして互いを思いやることの価値を学びました。素晴らしい仲間に巡り合え、友達になれたこの環境に、心から感謝しています。

7か月という時間は決して長くはありませんが、私にとってこのプログラムで得た経験と出会いは、かけがえのない宝物となりました。ここで学んだこと、感じたこと、そして何より築いた人の絆を、これから的人生において大切にしていきたいと思います。FUTURE2025に関わった全ての方々に、改めて深く感謝の意を表したいです。



今村駿(いまむら しゅん) 青山学院大学

学業的な学びを求めて参加したこのFUTUREを通して、私は誰かと同じ方向を向く仲間と一緒に頑張る素晴らしさと人の温かさを非常に学びました。

最初はほとんどみんな知らない人で、正直やりづらさを感じながらも、素晴らしいアドバイザーのいるこの環境で頑張る事で自己成長に繋がるという考えで取り組んでいました。しかし会議を重ね、メンバーについて知っていく中で、メンバーの素晴らしさを実感していました。私があまり会議に出れなかった際には大丈夫だよという言葉をかけてくれ、私が頑張った際にはありがとうと言葉をかけてくれて、とても温かい雰囲気で活動できていました。それは班が変わってどんなメンバーと関わることになっても変わりませんでした。きつい時でも明るく優しく鼓舞てくれるこの温かい雰囲気が、みんなが同じ方向を向いて最後まで走り抜けられた鍵だったと思います。

さらに私は合宿に行けないため、おいていかれてしまうのではないかという不安が大きくありました。罪悪感を感じながら今後のFUTUREに参加する覚悟を決めていました。しかし、合宿直前の会議から、合宿の1つの班のグループラインに入れもらい心理的にとても安心することができました。合宿から帰ってきた後も、合宿に行っていないからこそその視点が欲しいといつてくれて、私の居場所を明確に作ってくれました。このことにより、私ももう一度同じ方向を向き自信をもって頑張れるようになりました。このようなメンバーの温かさには常に助けられ、本当に感謝の気持ちでいっぱいです。

また、アドバイザーの皆様の温かさ、優しさにもとても助けられてきました。議論が難しくなった際に分かりやすく伝えてくださったり、私たちのつたない説明も真剣に聞いてくださいました。他の場面でも私たちが楽しく活動できるように面白い発言をするなど場の雰囲気も良くするなど様々な形で貢献してくださりありがとうございました。みなさんの賢い考え方や、言葉選び、またスライドづくりにとても感動しました。このような機会を提供してくださったゼミ教授の皆様、東京広告協会の方々も本当にありがとうございました。この7か月間は刺激を受け続けて本当に楽しく成長できる時間だったと思います。学んだことも大切ですが、ここで感じた人の絆の素晴らしさを忘れずに人生の糧にしていきたいです。FUTURE2025を一生忘れません。ありがとうございました！



三橋祐也（みつはし ゆうや）

駒澤大学

今回のFUTURE2025の活動を通して、これまでの大学生活では経験できなかった学びや成長の機会を得ることができました。私は途中参加という形でチームに加わったため、最初は皆さんとの距離感や雰囲気にもうまく馴染めるのかとても不安でした。それまで築かれてきた関係性の中に後から入っていくことに対し自分が場の空気を乱してしまうのではないか、意見を出すべきタイミングを見誤ってしまうのではないかという緊張もありました。しかし、実際に参加してみると、そんな不安はすぐに解消されました。メンバーの皆さん非常に人当たりが良く、私が入りやすいように声をかけてくれたり、会話に自然と巻き込んでくれたりと、とても温かく迎えてくださいました。そのおかげで、途中参加であることを気にせず活動に参加することができました。さらに、この活動で特に印象に残っているのが「合宿で過ごした一日」です。朝から夜まで、チーム全員で考えを出し合い議論しまとめていくという濃密な時間は、私にとって忘れられない思い出となりました。普段のオンラインや短時間のミーティングとは異なり、同じ場所で長時間、真剣に一つのテーマに向き合うことでメンバーの個性や意見の背景、強みがより明確に見えてきました。疲れが見え始めても、お互に声を掛け合いながら前に進んでいく姿勢は、このメンバーとだからここまで頑張れると強く感じさせてくれるものでした。合宿での時間を通して、チームで何かを成し遂げるということの本質を体感できたと思います。

また、多様な価値観を持つメンバーと協働する難しさと面白さも深く実感しました。普段の大学生活では触れる機会の少ない考え方や視点に出会い、自分の固定観念が揺さぶられる場面も多くありました。誰かの意見が自分と異なっても、それを否定するのではなく、なぜその考えに至ったのかを理解しようとする姿勢がチーム全体に根付いており、その空気が建設的な議論を生み出していました。こうした協働の経験は、将来的に社会で働く上でも大いに活かせると感じています。

活動全体を振り返ると、途中参加という立場だからこそ感じた不安や焦りもありましたが、それ以上に仲間に支えられながら前へ進む喜びを強く実感する機会となりました。そして合宿での長時間の議論や発表に向けて全員で準備を進めていく過程は、今振り返っても大切な思い出です。普通に大学生活を送っていたら得られないような、濃密で貴重な時間を過ごせたことに心から感謝しています。

今回の経験は、今後の学生生活だけでなく、社会に出てからの自分にとっても大きな財産になると思います。この学びを大切にしながら、これからも挑戦する姿勢を忘れず、自分自身を成長させていきたいと強く感じています。ありがとうございました。



岡固宗幸（おかこむねゆき）

駒澤大学

はじめに、今回の活動をするにあたって支えてくださったアドバイザーの皆様やOBOGの方々、またFUTUREのメンバーや弊学のゼミ生の皆さんに感謝の気持ちを伝えたいと思います。7ヶ月という長い期間、支え助けてくださってありがとうございました。今回のFUTURE2025年の活動では、諸事情があって駒澤大学のメンバーは2週待機してからのスタートでした。他大学のメンバーがそれぞれ最初に班を編成している中での参加だったので、最初からはじめるかが不安でしたが、全員がすぐに打ち解けてくれたため、スムーズに参加することができました。

その後は一度大きなグループにまとまって議論を進めました。最初はメンバーが多くなったことの油断からか、会議への参加メンバーが安定しませんでしたが、ひとつ上のOBOGの皆さんのが自身らの経験をもとに行ってくださった失敗と経験をまじえた講義をしてくださったことで意識の継め直しや、建設的なアドバイスならびに解決方法などを伝授してくださいたおかげでメンバー一同、気合いの入れ直しと漠然とした未来に対する不安を解決する糸口を掴むことができました。

我々の活動のなかで一番の大きなイベントと言えば、2泊3日の夏合宿が挙げられると思います。普段生活をしている南関東をこえて、遠く軽井沢で心機一転環境と心を入れ替えて行った活動でした。最初は班の編成を行い、今まで共に作業をしてこなかったような新しい組み合わせのメンバーで議論を重ねました。途中、普段とは違った環境からなる油断や高揚感、また議論の行き詰まりやプレッシャーなどから思うように仲間と意思疎通が図れない場面が班のなかで発生していましたが、それらを乗り越えたことで、互いを認め合い、強さや弱さを見つめ合い補い合うことの大切さを学びました。また、班のメンバーのみならず、OBOGの先輩方が企画してくださいた懇親会によってアドバイザーの方々についてより深く知ることができたり、他のメンバーの新たな側面を発見したりすることができました。夏合宿後にはスパートがかかり、各班一齊にそれぞれの課題に取り組みました。今年の代は比較的進みが早かったため、丁寧に時間をかけて議論することができました。これも、アドバイザーの皆様のご指導や、OBOGの方々の支えがあってのことだと思います。また、メンバーのたゆまぬ努力の結果であると言う事もたしかです。改めてお礼を申し上げたいと思います。本当に7ヶ月間、ありがとうございました。今回の経験は、人生における大きな通過点になったことを確信しています。この活動を糧にして進んで行きたいと思います。また、これに終わらず進んで精力的に活動を続けていきたいと思います。



片岡亜海（かたおかあみ） 江戸川大学

今回のFUTURE2025の活動は、2025年5月から12月までの約7か月にわたり、これまでの大学生活では経験できなかった、かけがえのない学びと成長の機会を与えてくれました。

活動に参加する前の正直な気持ちとしては、「大学生活での学びや成長を証明するガクチカになれば良い」という比較的浅い動機が先行していました。さらに、皆さんとスムーズに馴染めるのかという不安も同時に抱えていました。

しかし、実際に活動に参加してみると、そんな懸念はすぐに杞憂へと変わりました。メンバーの皆さんには驚くほど人当たりが良く、温かい雰囲気で私を受け入れてくれました。

積極的に声をかけてくれたり、自然な形で会話に招き入れてくれたりしたおかげで、すぐにチームに溶け込み、活動に打ち込むことができました。

活動が進むにつれて、当初の浅い動機は消え去り、「このチームで本気で何かを成し遂げたい」という熱量に引き込まれました。心からプロジェクトにコミットするようになったきっかけの一つが、特に記憶に深く刻まれている「合宿で過ごした濃密な三日間」です。朝から晩まで、チーム全員が一つのテーマに向き合い、思考をぶつけ合い、議論を重ね、アウトプットへとまとめていく時間は、私にとって非常に貴重な経験となりました。

長時間、真剣に協働する中で、メンバーそれぞれの個性や意見の背景にある熱意、そして強みが明確に見えてきました。お互いに疲労の色が見え始めた時も、声を掛け合いながら前に進もうとする姿勢は、「このチームだからこそ、ここまでやり切れる」という強い一体感を私に与えてくれました。合宿での経験は、チームで何かを成し遂げるということの本質的な喜びを深く実感させてくれた瞬間でした。

また、多様な価値観を持つメンバーとの協働は、難しさだけでなく、それ以上の面白さを私に教えてくれました。普段の大学生活だけでは接点の少ない多角的な視点に出会い、自分の固定観念が揺さぶられる場面も多々ありました。意見が異なる場合でも、否定するのではなく、「なぜそう考えるのか」という背景に耳を傾け、理解しようとする建設的な空気がチーム全体に根付いており、質の高い議論を生み出していました。

この約7か月の長期にわたる活動を通じ、当初抱えていた不安や浅い動機を乗り越え、気づけば熱意をもってプロジェクトに没頭している自分を見発できました。困難な状況でも最後までやり抜く粘り強さや、チームの中で自分の役割を見つけて貢献する力が身についたことは、私自身の最大の成長だと感じています。この協働と意識変革の経験は、将来的に複雑な課題に立ち向かう社会人としての基礎力として、大いに活かせると確信しています。



森川拓海（もりかわたくみ） 江戸川大学

FUTUREが始まって8か月は、本当にあっという間でした。

ここで過ごした時間、出会った仲間、アドバイザーの皆さんからいただいた言葉の一つひとつが、自分の中に確かに積み重なり、大きな成長につながりました。最初は、経験になりそうだし、就活にも役立つかもしれないという軽い気持ちで参加を決めました。しかし、活動が始まるとその考えはすぐに変わり、気づけばFUTUREについてたくさん考え方をするようになっていました。

定例会が本格的に動き出すと、他大学の仲間の熱量や言語化のレベルの高さ、そしてアドバイザーの皆さんとの鋭い指摘に圧倒され、自分がどれだけ未熟だったかを痛感しました。それでも、どんな意見でも一度受け止めようとする仲間の姿勢に支えられ、少しずつ自分も発言できるようになってきました。会議に入りづらい日もしやべりかけてくれる仲間にとても救われました。

そして忘れられないのが、9月の合宿です。限られた時間でロジックチャートを仕上げるプレッシャーの中、必死で議論を重ね、深夜になっても課題の完成にたどり着けず、結局朝まで資料と向き合っていました。翌朝は眠気で体が重く、正直きつかったですが、同じ班の仲間が笑いながら支えてくれたおかげで、最後まで走り切れました。寝不足でふらふらしながらも、皆で一つの形を作り上げようと必死に考え続けたあの時間は、間違いないこの8か月のハイライトです。

表紙づくりに取り組んだ期間も、特に思い出深い時間です。限られた情報と短い時間の中で、「どうすれば伝わるか」「どうすればFUTUREらしい一枚になるか」何度も考え直し、深夜まで案を修正し続けた日もありました。みんなから意見をもらいながら、試行錯誤して徐々に形になっていく過程は大変でしたが、その分完成したときの達成感は大きく、チームの一員として少しでも貢献できたことを誇りに思っています。

この8か月を通して得たものは、単なる知識やスキルにとどまりません。人前で意見を述べる勇気、正解のない問い合わせに向き合う粘り強さ、仲間の考え方を理解しようとする姿勢、そして一緒に走る仲間がいることの心強さ。どれもこれから的人生で必ず支えになっていくと確信しています。

最初は“就活のため”だった参加理由が、いつの間にか“この仲間と最後までやり切りたい”という強い想いに変わってきました。このプログラムで出会えた仲間は、自分にとってかけがえのない存在です。

最後に、このような貴重な機会を提供してくださった広告協会の皆さん、OBOGの皆さん、アドバイザーの皆さん、そして共に走ってくれたFUTURE2025の仲間に心から感謝いたします。本当にありがとうございました。



植田 ナディア（うえだなでいあ）

千葉商科大学

まずは、約7か月ここまで走り抜けることができて、本当に良かったです。毎週1回の定例会に加え、週3日はマストのオンライン会議、気付けば週の大半をみんなと一緒に過ごしていました。想像していた以上にメンバー一人ひとりと深く関われた7か月、この濃さがFUTUREの最大の魅力だったなと感じています。

私はFUTUREの存在を知ったことが、このゼミを選んだ一番の理由でした。他大学と半年以上かけて1つのプログラムに挑むことに、始まる前からワクワクしていたのを今でも覚えています。ただ、キックオフの段階では、少し学力の差に不安を感じていたのも事実です。自分がどこまで貢献できるのか、議論についていけるのか、そんな不安を抱えたまま参加した最初の定例会でしたが、話し始めて間もなく、その気持ちちは期待へと変わっていきました。互いの考えをぶつけ合い、共有するたびに新しい発見が生まれ、「このメンバーとなら最後まで頑張れる」と確信しました。

最初はアドバイザーの言葉を理解するのに苦戦する場面もありましたが、このプロジェクトを通して、知識が積み重なり、物事を整理して捉える力が格段に伸びたと感じています。「根拠は?」「何も伝わらない」「0点」。最初は言われて落ち込んでいたこの言葉も、今では前向きに受け止められるようになり、「次は絶対に良いものをつくろう」と燃える自分がいます。この成長マインドを育ててくださったアドバイザーの皆さん、OBOGの皆さんには、心から感謝しています。

アンケート調査の設計から分析、解釈と主張の構築に至るまで、現在の大学生像を事実に基づいて描き出すという挑戦は、私にとって大きな財産になりました。数字から読み取れる微細な傾向を言語化することの難しさや面白さを知り、もっと知識をつけたいと思うようになりました。

あつという間に7か月が過ぎ、やっと華金を迎えるという嬉しい気持ちもありますが、正直まだ終わってほしくないという気持ちがあります。来週の月曜日も、いつも通り赤坂に行ってしまいそうです。

電波なし冷房なし睡眠なしの合宿をみんなで乗り越えたこと、代表の家で皆でダーツをしたこと、各大学の文化祭に遊びに行ったこと、対面でオール会議をしたこと、定例会以外の思い出もたくさんできました。FUTUREはプロジェクトという名前の活動だったけれど、私にとってはそれ以上に、大切な仲間と本気で向き合えた時間そのものです。

こんな貴重な機会をつくってくださった、広告協会の皆さん、いつも一番の味方でいてくれたアドバイザーの皆さん、そして常にチームを前に進めてくれた翔繁、稀央、英汰。いっぱい悩んで助け合って一緒に走り続けてくれたみんな。心の底から感謝の気持ちでいっぱいです。

本当にありがとうございました。



伊藤 澄香（いとう すみか）

千葉商科大学

はじめに、FUTURE2025において、共に今日まで走り切った仲間、アドバイザーの皆様、そしてこのFUTUREという場をつないでくださった広告協会の皆様、OBOGの皆様に、心から感謝いたします。FUTURE2025は、他の何にでも置き換えることのできない、私の一生の思い出です。

この7ヶ月間、すべて記憶にあるはずなのに、とてもあつという間に感じます。毎週の定例会に続き、22時から始まり、平均して2時前に終わる週3回のオンライン会議。多い時には5回もありました。初めの方の会議は沈黙が続いているたり、話の進みが早すぎて追いつけなかったり、ついていくのに必死で、何も発言できなかつた日もありました。思うような自分になれない悔しさに幾度となく頭を悩ませましたが、その期間が私を大きく成長させてくれました。印象に残っている思い出は、2泊3日の合宿です。私は沢山泣きました。沢山悔しい思いをして、いかにして明確に自分の穴を知りました。思い返せば、あの合宿はただの通過点に過ぎなかつたのかもしれません。合宿をきっかけに、さらにFUTUREにのめり込むようになったからです。うまくいかないことは最後までありましたが、私は私なりにやり切ったと思っています。ここまでこられたのも、常に同じ道と一緒に走った仲間のおかげです。自身の不甲斐なさを痛感していく日々でしたが、毎週の定例会をしんどいと思うことはありませんでした。だってみんなに会えたから！同じ大学生で、こんなにも一緒に頑張ろうと思える仲間に会えて、こんなにも楽しさも辛さも成長もいっ�んに得られる経験ができる大学生が、一体何人いるでしょうか。私はその1人になれたことに、誇りを感じています。私は、この活動を通じて、技術面やグループLINEで「日常のうちら」というアルバムを作成しました。初めは私だけが写真を追加していましたが、段々と皆も写真を追加していく度に、私たちの仲の良さを形として再認識しているようで嬉しかったです。

みんなは私の一生の友達です。そしてこの経験は一生の財産です。いつかこの仲間と、次は“仕事”という場で関わることができるよう、FUTURE後も、私は走り続けていきます。そしてアドバイザー陣のような大人になりたいです。

7ヶ月間、貴重な経験と時間を、本当に有難う御座いました。そして最後に、くれっ屁ー！きょうち！えいた！先頭に立って引っ張ってくれて有難う。

みんなのことがだいすきです。またね！



佐久間 豊（さくま ゆたか） 千葉商科大学

今回のFUTURE2025の活動は、2025年5月から12月までの約7か月にわたり、私の大学生活で最も大きな学びと成長をもたらしてくれた時間になりました。

参加を決めた当初は、「ガクチ力になれば良い」という比較的浅い動機が先行しており、同じ大学から3名しか参加していない状況に強い不安も抱えていました。自分がこの環境で通用するのか、周囲と馴染めるのかという心細さが常にありました。しかし、実際に活動が始まると、その不安は驚くほど早く薄れていきました。メンバーの皆さんはとても温かく、どんな意見にも丁寧に耳を傾け、理解しようとする姿勢を常に持っていました。発言がうまくまとまらないときには補足してくださいと、意見の背景まで汲み取ってくださったりと、安心して議論に加われる環境が整っていました。また、同じ大学の仲間もずっと応援してくれていて、その存在が挑戦に踏み出す際の大きな支えとなりました。

活動の転機となったのは、9月に行われた合宿です。朝から晩まで議論を重ね、ロジックチャートの精度を高め続ける三日間は、これまでの大学生活では経験したことのないほど濃密な時間でした。議論が行き詰まり、考え方を迫られる場面も多くありましたが、疲れが見えて互いに声掛け合い、少しずつ前に進もうとする姿勢から強い一体感が生まれました。「このメンバーとなら乗り越えられる」と心から思えたのは、この合宿があったからこそです。

個人的な思い出としては、徳岡さん、小池さんと個別に偶然同じタイミングでお風呂に入浴した出来事が印象に残っています。緊張の続く合宿中に自然な会話が生まれ、距離が縮まったと感じられた瞬間でした。議論では見えない一面に触れられたことで、プロジェクトの一員として受け入れられている安心感がより深りました。

一方で、合宿後の活動はさらに大変さを増していました。会議の数が増え、どうしても参加できない日が出てしまい、遅れをとる不安もありました。しかし、そのたびにメンバーが議論の流れや背景を丁寧に共有してくださり、不安を抱えずに活動を続けることができました。このサポートのおかげで、私も最後まで前向きに取り組み続けることができたと感じています。

この7か月を通して、私は多くの力を身につけました。自分の意見を発信する力、相手の視点を理解しようとする姿勢、困難に向き合い続ける粘り強さ、そしてチームで成果を生み出す喜びです。当初の浅い動機はいつの間にか消え、本気でFUTUREに向き合う自分へと変わっていました。この経験は、今後社会に出てからも確かな自信となり、必ず活かされると確信しています。

# FUTURE2025