

【研究論文】

# コロナ禍以前・以後における大学生の生活と意識の変化

## —学生によるアンケート調査の分析から—

織田 暁子

仁愛大学人間学部コミュニケーション学科

【要約】 本研究の目的は、2020 年の新型コロナウイルス流行の前後で、大学生の生活や意識がどのように変化したかを明らかにすることである。メディア行動、音楽消費、観光への関心、性的マイノリティへの態度について、2010 年代後半の調査データと 2024 年調査の比較を行った。結果として、テレビ視聴や音楽鑑賞などの消費行動は大きく変化し、TV のリアルタイム視聴のかわりに動画配信サービスが、CD 購入が減少し、サブスクリプションサービスの利用が増加した。観光への関心では、とくに女性において観光の頻度が減少した、娯楽や都会への関心は高いままであった。また、性的マイノリティへの態度は社会的・個人的受容感が高まり、性別やゲイ・レズビアンに対する差異には変化がなかった。しかし、設問に用いた言葉の意味の変化や、コロナ禍の影響と世代特性の関連性については課題が残った。今後の継続的な調査が必要である。

**Keywords:** 大学生, アンケート調査, メディア, 性的マイノリティ, 観光

## 1 はじめに:大学生を研究する

仁愛大学コミュニケーション学科では、一般社団法人社会調査協会が認定する「社会調査士」資格の取得に向けた実習として、「社会調査演習 a, b」を開講している。本演習では、受講生が学生を対象としたアンケート調査の企画・実施に取り組んでいる。2010 年代から同様の手法で継続的に調査を行っており、そのテーマは SNS の利用状況、マスメディアとの接触、趣味、友人関係、社会課題への関心など多岐にわたる。

本調査の特徴は、大学生自身が調査対象を同じ大学生に設定し、調査を企画・実施している点にある。近年、後藤和智『おまえが若者を語るな!』(2008)に代表されるように、安易な世代論に基づく若者に対する言説への批判が提起されている。このような状況において、大学生自身が同世代を対象に実証的な調査を行うことは、大きな意義を持つ。

また、大学生は「若者論」の中でも十分に位置づけられてこなかった。小川・妹尾 (2024) は、大学生研究の重要性について、「大学生は若者文化を牽引してきた存在であったにもかかわらず、青年・若者文化論の研究対象として明示化されてこなかった」(小川・妹尾 2024:9)と指摘している。これまで大学生に関する研究は、高等教育機関としての大学の側面に着目し、学習を中心に行われることが多かったが、大学生活のみならず、彼らの多様な生活全般に着目することにも意義がある。

さらに、新型コロナウイルス感染症の世界的流行（以下、コロナ禍）についても、単なる突発的な事象としてではなく、歴史的文脈の中で捉える必要がある。

本研究の目的は、これまで大学生が大学生対象に作成、実施したアンケート調査のデータを用い、2010年代以降、大学生の生活や意識がどのように変化してきたのかを明らかにすることである。特に、コロナ禍以前の大学生と2024年現在の大学生を比較し、両者の相違点および連続性を検討する。具体的には、以下の3つの視点に焦点を当てる。(1) 情報通信技術の発展・普及に伴う、テレビや動画配信サービスとの関わり方の変化、(2) 移動制限の影響を受けた旅行・観光への関心の変化、(3) DE&I (Diversity, Equity & Inclusion : 多様性, 公平性, 包括性) の推進の中での性的マイノリティに対する意識の変化。これらの視点を通じて、現代の大学生の姿を描き出すことを目指す。

## 2 若い世代をとりまく社会の変化

### (1) 情報通信技術の発展・普及に伴うメディア行動の変化

「若者のテレビ離れ」が指摘されるようになって久しいが、これは最近の現象ではない。飯田豊(2020)によると、「テレビ離れ」という言葉は1970年代から使われており、最初にこの現象が指摘された世代はすでに60代であるという。したがって、テレビ離れは現在の若者に特有のものではない。

総務省『令和元年版 情報通信白書』によると、2000年から2015年にかけて、テレビ視聴時間は全世代で緩やかに減少しており、とくに50代以下でその傾向がみられる。とりわけ10代・20代の減少幅が大きい。また、総務省『令和3年版 情報通信白書』によれば、2020年には若者のテレビのリアルタイム視聴率が過去最低となり、インターネット利用がそれを上回った。

この背景には、コロナ禍によるメディア環境の変化があげられるだろう。外出自粛の影響で「巣ごもり需要」が拡大し、インターネット経由での番組視聴やオンラインイベントの利用が増加した。すでにコロナ禍以前から有料動画配信サービスの利用率は年々上昇していたが、2020年にはその傾向が一層加速している(総務省 2021)。また、同調査によると、全世代の55.6%が動画配信を利用しており、20代に限ると70.5%に達している。

動画配信の普及とともに、音楽配信も広がっている。CDの売上は1999年以降減少しており、「CDが売れない時代」に突入、音楽の鑑賞方法は大きく変化している。総務省(2021)によると、音楽配信の利用率は全年代で27.8%、20代では43.5%に達している。

音楽のジャンルにも変化が見られる。木島(2024)は、2020年の調査分析をもとに、大学生の音楽の好みとしてJポップが突出して人気であり、次いでアイドル、ロック、アニメソングが続くと指摘する。また、2012年の調査と比較すると、アイドルとKポップを好む学生が増加し、とくに女性の間でその割合が高まった(木島 2024:130)。さらに、特定の音楽ジャンルというより、「推し」を重視する傾向が強まっている点を指摘し、「属作品的ではなく属人的な好みが目立っている」(木島 2024:131)と述べている。

このように、若い世代を中心に動画配信や音楽配信が広がる中で、テレビや CD との関わり方が変化している。とくにコロナ禍を経て、動画や音楽の消費行動はどのように変化しただろうか。

## (2)「旅行離れ」と観光への関心

2000 年代後半から、「若者の旅行離れ」がしばしば指摘されるようになった。主な理由として、経済的な負担や海外旅行離れの背景にある内向き志向が挙げられる。その中で小幡（2014）は、地域差の観点から若者の旅行行動を分析し、地方の学生の方が旅行回数が多く、主に首都圏のテーマパークやコンサートを目的に移動する傾向があることを明らかにした。

さらに、コロナ禍により世界的な行動制限が実施され、旅行や観光は大きく制限された。河内（2021）の調査では、コロナ禍の大学生の過半数が感染を懸念して旅行意欲を低下させ、「ワクチン接種後に旅行したい」と考える学生が多かった。コロナ禍が大学生の旅行意欲を停滞させたことは明らかである。また、波瀾（2024）は、コロナ禍を挟む Z 世代を「Z 世代初期（1996～2000 年生まれ）」、「Z 世代コロナ期（2001～2003 年生まれ）」、「Z 世代ポストコロナ（2004 年～生まれ）」に分類し、それぞれの旅行意欲を調査した。その結果、Z 世代初期の女性は一貫して旅行意欲が高かったのに対し、Z 世代コロナ期は「最も旅行に行きたい時期に移動制限があり、むしろ国内旅行意欲が萎えた」（波瀾 2024）という特徴があると示唆されている。

2024 年現在の大学生は、Z 世代コロナ期から Z 世代ポストコロナにあたる。この世代は旅行や観光にどのような関心をもっているのだろうか。更に、とくに福井県においては、2024 年 3 月の北陸新幹線敦賀駅延伸を契機に、新聞やテレビでも観光の話題が多く取り上げられている。コロナ禍以前の学生と比べ、現在の大学生の観光への興味や行動にはどのような変化が見られるだろうか。

## (3)DE&I の推進と性的マイノリティに対する意識

2020 年代の出来事として、DE&I（Diversity, Equity & Inclusion）が積極的に推進され、日本においても「LGBT ブーム」とも称される状況が生じたことが挙げられる。2015 年に渋谷区・世田谷区で初めて導入されたパートナーシップ制度は大きなインパクトを与えたが、さらに 2020 年の東京オリンピックに向けて、性的指向・性自認等に関する差別禁止を規定した調達コードが制定され、2023 年には LGBT 理解増進法が成立するなど、重要な動きが相次いだ。

一方、性的マイノリティに対する理解には依然として根強い反発があり、その態度には性差・世代差・地域差が存在することも指摘されている。一般的に、男性よりも女性のほうが、若年層のほうが、そして都市部のほうが寛容性が高いとされる。こうした理解や寛容性を測る視点として、古長（2016）は「受容感」という概念を重視し、同性愛者に対する態度を単純に測るのではなく、「受容感」に焦点を当てることの重要性を説いている。この「受容感」には、「同性愛者という存在や概念を社会の中で受容できる」という「社会的受容感」と、「同性愛者という個人を身近な存在として想定した場合でもその存在を受容できる」という「個人的受容感」の 2 種類がある。

織田・野村（2020）は、この概念を用いて2017年の調査を分析した。受容感についての研究結果には揺れが見られ、和田（1996）はゲイ・レズビアンの方に対し女性のほうが受容感が高いと指摘する一方、古長（2016）はレズビアンに対してはむしろ男性の受容感のほうが高いとしている。2017年調査を用いた織田・野村（2020）の分析によれば、個人的受容感・社会的受容感ともに「一概に男性より女性のほうが高い」とは言えず、また同性の同性愛者に対する受容感より異性の同性愛者に対する受容感が高いとも限らない。ただし、男性のゲイに対する個人的受容感、他の条件と比較して低いという結果となった。つまり、レズビアンに対する受容感には男女間で大きな差異は見られなかったが、ゲイに対する個人的受容感のみ、男性において有意に低かった。

2017年以降、性的マイノリティを取り巻く状況は大きく変化したように思われるが、とりわけ男性に顕著であったホモフォビアの状況は変化したのだろうか。

### 3 データの概要

#### (1)調査概要

本研究では、先行研究をふまえ、コロナ禍以前と以後における大学生の生活の変容を、多面的に明らかにすることを目的とする。具体的には、(1)メディア行動（TV視聴・動画配信）、(2)音楽消費（CD購入・音楽鑑賞）、(3)観光への関心、(4)性的マイノリティへの態度の4つの観点から分析を行う。

本研究で使用するデータは、仁愛大学コミュニケーション学科の専門科目「社会調査演習 a, b」で実施された「大学生の生活と意識に関する調査」である。本研究では、2016年度、2017年度、2019年度、2024年度のデータを用いる。

この調査は、毎年、授業の受講生が調査の企画、調査票の作成、実施、分析を行ってきた。そのため、調査内容や項目は年度ごとに異なり、各年度の調査は単独の分析にとどまっていた。そこで2024年度調査では、過去の調査データや報告書を参照し、比較可能なデータを収集できるよう調査を設計し、学生の変化に着目した分析を行うこととした。

本研究では、2010年代後半の大学生と、コロナ禍を経て5～8年が経過した現代の大学生を比較し、生活や意識の変化を明らかにすることを目指す。なお、分析に用いる調査項目と年度は表1に示す。

表1 調査項目と調査年度

テーマ	
2016年	TV・動画視聴、音楽消費
2017年	ゲイ・レズビアンに対する意識
2019年	観光への関心

例年の「大学生の生活と意識に関する調査」は、1 種類の調査票を用いて調査を行っているが、2017 年の調査では、例外的に 2 種類の調査票を作成し、調査票の文言の違いでどのような差が生じるかの比較分析を行った。レズビアンとゲイに対する意識の違いを分析するため、A 票では「レズビアンが～」、B 票では「ゲイが～」という文言を用いる形で 2 種類の調査票を作成し、ランダムに配布した。2017 年度との比較を行うため、2024 年の調査でも、同様に 2 種類の調査票を用いることとした。このレズビアン・ゲイに関する設問以外の内容は、すべて共通とする。

調査票の作成にあたっては、過去のデータとの比較を容易にするため、文言や選択肢を極力統一することを基本とした。ただし、現在の状況にそぐわない選択肢や説明、また過去の調査で指摘された課題については、適宜修正を加えた。そのため、設問の形式や選択肢が一部異なる項目もある。本稿では、比較可能な項目を中心に分析を行う。

## (2) サンプル

「大学生の生活と意識に関する調査」は、毎年 10 月に実施し、人間学部やコミュニケーション学科の授業・ゼミを通じて回答協力を依頼している。そのため、サンプルの多くはコミュニケーション学科の学生が占めるが、全数調査ではない。調査員となる受講生が、調査票の配布・回収を担当する。

2024 年の調査も、過去の調査と同様に、2024 年 10 月に学内で実施した。各調査のサンプルサイズ（以降、 $n$ ）および性別比は、表 2 に示すとおりである。

全年度を通じて女性の回答者が多い傾向にあるが、男性も 4 割弱の回答があり、性別による比較も可能と考えられる。

表 2 各調査のサンプルサイズ

	調査時期	n	男性	女性
2016 年	2016 年 10 月	211	84 (39.8%)	127 (60.2%)
2017 年	2017 年 10 月	276	85 (30.8%)	191 (69.2%)
2019 年	2019 年 10 月	340	118 (34.7%)	222 (65.3%)
2024 年	2024 年 10 月	186	77 (41.4%)	109 (58.6%)
計		1013	364 (35.9%)	649 (64.1%)

## 4 分析

### (1) メディア行動(TV 視聴・動画配信)

メディア行動に関しては、2016 年調査との比較を行う。TV の視聴習慣、TV の視聴時間、どのようなジャンルの TV 番組を見るか、動画の視聴時間を尋ねる設問を用いる。次の結果は、2016 年か

ら 2024 年の変化を男女別に示したものである。2024 年と比較してカイ 2 乗検定を行った結果についても示している。

表 3 は、「見たい番組がなくともなんとなく TV をつけることがあるか」という視聴習慣を男女別に示したものである。男女を比較すると、女性のほうがなんとなく TV をつける割合が高い傾向がみられる。2016 年調査では、「ある」という回答が女性は 55.6%と過半数に上り、「ときどきある」と合わせると、80%を超えていた。男性も「ある」「ときどきある」を合わせると、70%を超えていた。一方、2024 年調査では、「ある」という回答は男女ともに半減し、「ある」「ときどきある」を足しても 50%未満となった。一方で、「まったくない」という回答は、男性で 40%を超え、女性も約 25%と大きく増加している。「家に帰ったらなんとなくテレビをつける」といった習慣が薄れつつあることがうかがえる。

表 3 見たい番組がなくともなんとなく TV をつける×性別のクロス表

		ある	ときどきある	あまりない	まったくない	計
男性	2016	30	30	12	11	83
		36.1%	36.1%	14.5%	13.3%	100.0%
	2024	14	17	13	33	77
		18.2%	22.1%	16.9%	42.9%	100.0%
女性	2016	70	32	16	8	126
		55.6%	25.4%	12.7%	6.3%	100.0%
	2024	32	23	27	27	109
		29.4%	21.1%	24.8%	24.8%	100.0%
計	2016	100	62	28	19	209
		47.8%	29.7%	13.4%	9.1%	100.0%
	2024	46	40	40	60	186
		24.7%	21.5%	21.5%	32.3%	100.0%

男性  $\chi^2=20.257^{***}$ , 女性  $\chi^2=27.673^{***}$ , 計  $\chi^2=46.934^{***}$

それに伴い、TV の視聴時間にも変化が生じている。表 4 は、1 日の TV 視聴時間を男女別に示したものである。2016 年調査では、最も多いのは「1～3 時間未満」で 48.8%、「TV を視聴しない」という回答は 5.7%にとどまっていた。とくに女性は、「TV を視聴しない」という回答は 2.4%に過ぎなかった。一方、2024 年調査においては最も多いのは「1 時間未満」で 38.2%、「視聴しない」という回答は 23.7%に増加した。この結果から、「なんとなく TV をつける」習慣がなくなっただけでなく、そもそも TV を視聴しない学生が増加し、長時間 TV を視聴する学生が大きく減少していることがわかる。

なお，2016 年調査では「平日の TV 視聴時間」を尋ねていたが，2024 年調査では平日・休日の区別を設けなかった．これは，過去の調査において，平日と休日の視聴時間に大きな差がなかったためである．授業やアルバイトなど，大学生の生活は，「平日」と「休日」では区別できないのかもしれない．

表 4 TV 視聴時間×性別のクロス表

		視聴しない	1 時間未満	1～3 時間未満	3～5 時間未満	5 時間以上	計
男性	2016	9	18	44	7	6	84
		10.7%	21.4%	52.4%	8.3%	7.1%	100.0%
	2024	22	33	17	4	1	77
		28.6%	42.9%	22.1%	5.2%	1.3%	100.0%
	計	12	37	103	34	25	211
		5.7%	17.5%	48.8%	16.1%	11.8%	100.0%
女性	2016	3	19	59	27	19	127
		2.4%	15.0%	46.5%	21.3%	15.0%	100.0%
	2024	22	38	37	10	2	109
		20.2%	34.9%	33.9%	9.2%	1.8%	100.0%
	計	44	71	54	14	3	109
		23.7%	38.2%	29.0%	7.5%	1.6%	100.0%

男性  $\chi^2=25.949^{***}$ ，女性  $\chi^2=46.284^{***}$ ，計  $\chi^2=68.599^{***}$

表 5 は，普段視聴する TV 番組のジャンルを複数選択式で尋ねた結果を，男女別に示したものである．まず，2016 年から 2024 年にかけて，全体的に視聴率が低下している．特に，映画，バラエティ，ドラマの視聴率が大きく減少している．これらのジャンルは，動画配信サービス（VOD）の普及により，とくに影響を受けたジャンルである可能性がある．

視聴している番組ジャンルの男女差については，2016 年調査および 2024 年調査において大きな変化は見られない．男性は主にスポーツをよく視聴しており，女性は国内ドラマ，海外ドラマ，音楽，バラエティ，映画をよく視聴している．男女で差のないジャンルは，報道／ワイドショーなどである．

傾向に変化が見られたジャンルとして，アニメ・特撮が挙げられる．2017 年調査では男性の方が多く視聴していたが，2024 年調査では男女の差がなくなっていた．

表 5 普段見る TV 番組のジャンル(複数選択)の推移(男女別)

	男性		女性		計	
	2016 年	2024 年	2016 年	2024 年	2016 年	2024 年
全く見ない	10.7%	24.7%	1.6%	17.4%	5.2%	20.4%
報道/ワイドショー	42.9%	22.1%	34.6%	30.3%	37.9%	26.9%
スポーツ	44.0%	39.0%	14.2%	18.3%	26.1%	26.9%
国内ドラマ	33.3%	16.9%	64.8%	44.0%	52.1%	32.8%
海外ドラマ	11.9%	5.2%	23.6%	14.7%	19.0%	10.8%
劇/公演	0.0%	1.3%	6.3%	0.0%	3.8%	0.5%
音楽	31.0%	24.7%	51.2%	46.8%	43.1%	37.6%
バラエティ	71.4%	40.3%	85.0%	64.2%	79.6%	54.3%
映画	42.9%	20.8%	60.6%	34.9%	53.6%	29.0%
アニメ・特撮	40.5%	32.5%	26.0%	34.9%	31.8%	33.9%
ドキュメンタリー	11.9%	5.2%	15.0%	9.2%	13.7%	7.5%
趣味・教養	14.3%	10.4%	11.0%	4.6%	12.3%	7.0%
n	84	77	127	109	211	186

表 6 は、1 日の動画視聴時間を示したものである。2016 年調査では、「15 分未満（ほとんど見ない）」という回答が 36.7%で最も多く、全体の 60%以上が「1 時間未満」であった。一方、2024 年調査では、「1 時間未満」の回答は 8.1%と激減し、動画視聴時間が大幅に増加している。

男女別に比較すると、2016 年調査において、動画視聴が 15 分未満の回答者は、男性 31.0%に対して女性 40.7%と、女性のほうが視聴時間は短い傾向があった。一方、3 時間以上の動画視聴時間に関しては、男性 12.0%に対して女性 4.9%と、男性のほうが多かった。つまり、2016 年には男性が動画視聴を多く行っていたと言える。一方、2024 年調査では、男女ともに動画視聴時間が大幅に増加しているが、とくに女性の視聴者数と視聴時間の伸びが顕著で、男女の差はほぼなくなっている。これらの結果から、TV 視聴時間の減少に伴って、動画視聴時間が増加したのだらうと推察される。

なお、2016 年調査では「PC での動画視聴時間」を尋ねたのに対し、2024 年調査では「スマートフォン（PC を含む）での動画視聴時間」を調査している。これは、スマートフォンでの動画視聴が一般化している現在の状況を反映するためである。

表 6 動画視聴時間×性別のクロス表

		15 分未 満	15～30 分未満	30 分～1 時間未満	1～2 時 間未満	2～3 時 間未満	3～4 時 間未満	4 時間以 上	計
男性	2016	26	7	17	17	7	5	5	84
		31.0%	8.3%	20.2%	20.2%	8.3%	6.0%	6.0%	100.0%
	2024	1	2	3	16	17	18	18	75
		1.3%	2.7%	4.0%	21.3%	22.7%	24.0%	24.0%	100.0%
	計	76	21	36	39	19	9	7	207
		36.7%	10.1%	17.4%	18.8%	9.2%	4.3%	3.4%	100.0%
女性	2016	50	14	19	22	12	4	2	123
		40.7%	11.4%	15.4%	17.9%	9.8%	3.3%	1.6%	100.0%
	2024	4	1	4	13	37	21	29	109
		3.7%	0.9%	3.7%	11.9%	33.9%	19.3%	26.6%	100.0%
	計	54	15	23	32	54	30	31	209
		25.8%	7.2%	11.0%	15.3%	25.8%	14.3%	14.6%	100.0%

男性  $\chi^2=54.283^{***}$ , 女性  $\chi^2=109.935^{***}$ , 計  $\chi^2=161.128^{***}$

## (2) 音楽消費(CD 購入・音楽鑑賞)

音楽に関しては, 2016 年調査との比較を行う. 音楽を聴く習慣, CD の購入, 普段聴く音楽のジャンル, を尋ねる設問を用いる.

まず, 音楽を聴く習慣については, 2016 年調査と 2024 年調査で大きな変化は見られなかった. 表 7 は, 普段音楽を聴くか否かの頻度, 表 8 は, 好きなアーティストがいるか否かを示したものである. 調査の結果, 約 85% の学生が普段音楽をよく聴き, また好きなアーティストがいることがわかった. このことから, 学生の音楽に対する親しみや関心は, 過去 8 年間でほとんど変わっていないと考えられる. 音楽を聴く習慣については, 依然として高い関心が維持されていることが示唆された.

一方, 表 9 は, その好きなアーティストが CD を発売するとき, CD を買うかどうかを示したものである. 2024 年調査は, 2016 年調査と比較して顕著な変化が見られた. 特に, 好きなアーティストであっても, CD を必ず購入する層は大きく減少し, 2024 年調査では「買わない」と回答した学生がほぼ半数に達した. また, CD のレンタル利用者も減少し, 音楽を聴く方法としてサブスクリプションサービスの利用が一般的になっていた. これにより, 音楽の楽しみ方やアーティストへの応援方法が大きく変化し, CD の購入からデジタル配信サービスへの移行が進んでいると考えられる.

表 7 普段音楽を聴くか

	2016		2024	
よく聴く	175	84.5%	162	87.6%
ときどき聴く	21	10.1%	22	11.9%
あまり聴かない	8	3.9%	0	0.0%
全く聴かない	3	1.4%	1	0.5%
合計	207	100.0%	185	100.0%

$$\chi^2=8.316^*$$

表 8 好きなアーティストがいるか

	2016		2024	
いる	178	84.4%	159	85.9%
いない	33	15.6%	26	14.1%
合計	211	100.0%	185	100.0%

$$\chi^2=.195$$

表 9 好きなアーティストが CD を発売するとき、CD を買うか

	2016		2024	
必ず買う	54	30.5%	28	17.7%
ほとんど買う	29	16.4%	22	13.9%
ときどき買う	36	20.3%	34	21.5%
買わない	58	32.8%	74	46.8%
合計	177	100.0%	158	100.0%

$$\chi^2=10.156^*$$

表 10 は、普段聴く音楽のジャンルの男女別に示したものである。音楽のジャンルについては、2016 年調査から 2024 年調査にかけて、いくつかの変化が見られた。J-pop は引き続き高い割合を占めているが、K-pop の人気が大きく伸び、2016 年の 16.2% から 2024 年には 40.3% に急増した。この結果から、K-pop が若者の音楽文化の中で重要な位置を占めるようになったことがわかる。また、ラップ音楽の人気も高まっており、一方でロックの割合は減少した。かつて「若者の反抗」の象徴として親しまれていたロックは、K-pop や洋楽、アニメ・ゲーム音楽に対して相対的に人気が低くなった。

男女の違いに目を向けると、とくに K-pop において顕著な男女差が見られた。2024 年調査では、K-pop は女性に広く受け入れられ、女性の間で人気が増していることがわかる。そのほか、電子

音楽（ボカロ）やラップ音楽も女性のみで割合が増加しており，男性には大きな変化は見られなかった．この結果から，メディア接触や音楽の消費傾向において，女性の方がより広範に受け入れている傾向が示唆される．

以上のように，音楽に関する習慣やジャンルの選好において，学生たちの関心には一定の変化が見られることがわかった．特に，サブスクリプションサービス利用の増加に伴う CD 購入の減少，K-pop の人気の拡大が顕著であり，これらの変化はデジタル化の進展とともに，音楽文化の変化を反映した結果であると考えられる．また，男女別に見ると，女性の音楽ジャンルへの関心が広がりを見せており，今後の音楽業界やメディアの展開においても，女性をターゲットとしたマーケティングやサービスの重要であるかもしれない．

表 10 普段聴く音楽のジャンル(複数選択)の推移(男女別)

	男性		女性		計	
	2016 年	2024 年	2016 年	2024 年	2016 年	2024 年
音楽は聴かない	1.2%	1.3%	1.6%	0.0%	1.4%	0.5%
ロック	61.9%	32.5%	32.5%	16.5%	44.3%	23.1%
J-pop	71.4%	76.6%	84.9%	82.6%	79.5%	80.1%
K-pop	10.7%	19.5%	19.8%	55.0%	16.2%	40.3%
ジャズ	8.3%	11.7%	5.6%	5.5%	6.7%	8.1%
レゲエ	8.3%	5.2%	1.6%	0.9%	4.3%	2.7%
バラード	17.9%	10.4%	17.5%	11.9%	17.6%	11.3%
クラシック	7.1%	9.2%	4.8%	6.4%	5.7%	7.6%
洋楽	29.8%	31.2%	54.8%	43.1%	44.8%	38.2%
電子音楽（ボカロ）	17.9%	24.7%	8.7%	22.0%	12.4%	23.1%
アニメ・ゲーム	40.5%	43.4%	23.8%	22.9%	30.5%	31.4%
R&B	9.5%	7.9%	11.1%	4.6%	10.5%	5.9%
歌謡曲	0.0%	5.2%	2.4%	1.8%	1.4%	3.2%
演歌	0.0%	1.3%	2.4%	0.0%	1.4%	0.5%
ラップ	20.2%	21.1%	4.8%	20.2%	11.0%	20.5%
ヒーリング	2.4%	1.3%	3.2%	0.0%	2.9%	0.5%
その他	8.3%	3.9%	4.8%	1.8%	6.2%	2.7%
n	84	77	126	109	210	186

### (3)観光への関心

観光に関して、2019 年調査との比較を行う。観光をする頻度、行きたい観光地への関心について比較し、観光に対する関心や行動の変化を明らかにした。

表 11 は、観光をする頻度を男女別に示したものである、2019 年と 2024 年の調査結果を比較したところ、2024 年調査では観光頻度が減少していることがわかった。とくに女性においてその傾向が顕著であり、有意に観光頻度が減少している。

特に、1 か月に 1 回以上観光をする層が男女ともに半減し、観光の頻度が顕著に減少していることが示された。この結果から、観光に対する積極的な関心が低下していることが伺える。

表 11 観光に行く頻度×性別のクロス表

		1 か月に 1 回以上	2～3 か月に 1 回	半年に 1 回	1 年に 1 回	2～3 年に 1 回	それ以下	計
男性	2019	34	33	18	18	4	10	117
		29.1%	28.2%	15.4%	15.4%	3.4%	8.5%	100.0%
	2024	10	25	13	21	1	7	77
		13.0%	32.5%	16.9%	27.3%	1.3%	9.1%	100.0%
女性	2019	62	74	46	23	5	12	222
		27.9%	33.3%	20.7%	10.4%	2.3%	5.4%	100.0%
	2024	12	44	28	15	1	8	108
		11.1%	40.7%	25.9%	13.9%	0.9%	7.4%	100.0%
計	2019	96	107	64	41	9	22	339
		28.3%	31.6%	18.9%	12.1%	2.7%	6.5%	100.0%
	2024	22	69	41	36	2	15	185
		11.9%	37.3%	22.2%	19.5%	1.1%	8.1%	100.0%

男性  $\chi^2=9.727$ , 女性  $\chi^2=13.125^*$ , 計  $\chi^2=22.431^{***}$

表 12 は、行きたい観光地について示したものである。4 件法（1 全くあてはまらない、2 あまりあてはまらない、3 ややあてはまる、4 非常にあてはまる）で尋ね、それぞれの得点の平均値を求めた。得点が高いほど、行きたい観光地であることを示している。結果、2019 年と 2024 年の調査において最も行きたい観光地は「娯楽があるところ」であり、次に「都会に行きたい」という結果が得られた。この傾向に大きな変化は見られず、学生たちの観光地に対する関心は、依然として娯楽や都会に向いているといえる。小幡（2014）の研究でも、地方大学生はテーマパークなどの娯楽施設や都会への旅行を好む傾向が高いとされており、今回の調査結果もそれを裏付けている。

男女差に目を向けると、女性は「娯楽」や「都会」といった観光地への関心が高く、男性は「名勝地」に対する関心が女性より強いという傾向が見られた。この傾向は 2019 年と 2024 年の両方で同様であり、大きな変化は認められなかった。

表 12 行きたい観光地の推移(男女別)

	男性		女性	
	2019	2024	2019	2024
知的好奇心を満たすところ（美術館、博物館、史跡など）	2.88	2.81	2.76	2.56
名勝地があるところ（渓谷、砂漠、神社・寺院など）	2.95	3.04	2.63	2.42
自然があるところ（湖、田畑、川、海など）	3.05	3.17	2.86	3.05
娯楽があるところ（ショッピングモール、テーマパークなど）	3.31	3.30	3.66	3.64
都会に行きたい	3.15	2.95	3.40	3.44
地方に行きたい	2.75	2.79	2.77	2.78

以上の結果から、観光地への関心に関しては、2010 年代から現在にかけて大きな変化は見られないことがわかる。しかし、観光の頻度については、顕著に減少している。コロナ禍を含む近年の社会的状況が影響を与え、観光や旅行が停滞し、その後も以前の水準に回復していない可能性がある。また、観光以外の楽しみや遊びが増加したことも、観光頻度の減少に寄与しているかもしれない。この変化が一過性のものなのか、今後の長期的な傾向となるのかについては、今後の調査や観察を通じて更なる分析が必要である。

#### (4) 性的マイノリティへの態度

性的マイノリティに対する意識に関しては、2017 年調査との比較を行う。2024 年調査では、社会的受容感を構成する 7 項目と個人的受容感を構成する 6 項目について、それぞれ「あなたは次のようなことについてどう思いますか？」という問いのもと、4 件法で回答を求めた。回答は「4 非常にそう思う」、「3 ややそう思う」、「2 あまりそう思わない」、「1 全くそう思わない」の 4 段階で評価され、得点を足し合わせて平均値を算出した。このうち、受容感とは反対の意味をもつ「近寄りたい」、「関わりたくない」、「異常である」という項目に関しては得点を反転させ、受容感を反映するように換算した。

社会的受容感、個人的受容感と、個別の項目の記述統計は表 13、表 14 のとおりである。2017 年と 2024 年の調査結果を比較したところ、社会的受容感と個人的受容感のいずれにおいても、2024 年の得点が高くなっていることが分かる。特に、社会的受容感の平均値が高く、個人的受容感も同様に向上していることが見受けられた。それぞれの事柄に着目しても、すべての項目において 2024 年の得点が 2017 年より高く、性的マイノリティに対する社会的・個人的な受容感が高まっている傾向が見られた。この結果から、社会の中で性的マイノリティに対する偏見や誤解が減少し、より広く

受け入れられるようになったことが伺える。とくに社会的受容感の向上は、過去数年間の LGBTQ+ の権利向上活動やメディアでの取り上げられ方が影響している可能性がある。

以上の結果は、性的マイノリティに対する意識が 2017 年から 2024 年にかけて大きく進展し、社会的な受け入れが進んだことを示している。今後もさらなる意識の変化がみられるかもしれない。

表 13 社会的受容感の記述統計

	2017		2024	
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差
社会的受容感 得点	3.36	0.567	3.56	0.543
レズビアン・ゲイの社会的な立場が十分認められるべきだ	3.40	0.653	3.50	0.718
レズビアン・ゲイは間違っていない	3.37	0.709	3.59	0.664
レズビアン・ゲイが安心して過ごせる場所があるべきだ	3.30	0.686	3.56	0.675
レズビアン・ゲイは恥ずかしいことではない	3.26	0.760	3.62	0.616
レズビアン・ゲイが存在するのは当然だ	3.35	0.699	3.50	0.740
レズビアン・ゲイが差別されるのはおかしい	3.41	0.694	3.57	0.667
レズビアン・ゲイは異常な状態である（反転）	3.37	0.774	3.57	0.729

表 14 個人的受容感の記述統計

	2017		2024	
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差
個人的受容感 得点	3.16	0.650	3.46	0.593
レズビアン・ゲイが後輩・先輩にいても気にせずに付き合う	3.26	0.852	3.46	0.754
レズビアン・ゲイには近寄りがたい（反転）	2.82	0.952	3.23	0.880
レズビアン・ゲイと友達になれる	3.20	0.796	3.37	0.782
レズビアン・ゲイとは関わりたくない（反転）	3.21	0.758	3.54	0.725
レズビアン・ゲイが友達にいても気にせず付き合う	3.34	0.768	3.60	0.629
レズビアン・ゲイと行動を共にすることができる	3.13	0.813	3.54	0.678

次に、社会的受容感と個人的受容感を従属変数として、調査年度（基準カテゴリは 2017 年）、回答者の性別（基準カテゴリは女性）、およびゲイ／レズビアンに対する意識（基準カテゴリはレズビアンに対する意識）の 3 つの変数を独立変数として回帰分析を行った。回帰分析には、主効果のみを投入したベースモデルと、性別×ゲイ／レズビアンに対する意識の交互作用項を追加したモデルの 2 つを用いた。分析結果は、表 15 に示すとおりである。

表 15 回帰分析結果

	社会的受容感		個人的受容感	
	ベース	交互作用	ベース	交互作用
切片	3.429***	3.397***	3.289***	3.229
2024 年ダミー (ref.2017 年)	.227***	.227***	.321***	.320***
男性 (ref.女性)	-.227***	-.139	-.261***	-.094
ゲイ (ref.レズビアン)	-.005	.058	-.091	.029
男性×ゲイ		-.178		-.339***
Adj.R <sup>2</sup>	.062	.066	.088	.102
N	451	451	450	450

社会的受容感に関してベースモデルを解釈すると，2017 年に比べて 2024 年の社会的受容感が高く，また男性の方が社会的受容感が低いという結果が得られた．つまり，2024 年のデータでは社会的受容感が全体的に向上しており，とくに女性の方が社会的受容感が高いことが示された．しかし，ゲイ／レズビアンに対する意識は社会的受容感に対して有意な効果を持っていなかった．すなわち，社会的受容感，ゲイに対してとレズビアンに対しての間で，差がみられなかった．また，交互作用項を投入してもモデルのフィッティングに大きな変化は見られなかった．

つまり，個人的受容感に関してベースモデルを解釈すると，2024 年の個人的受容感も 2017 年より高く，男性の方が社会的受容感と同様に個人的受容感が低いことが分かった．次に，交互作用項を追加したモデルを解釈すると，モデルの説明力が高まり，2024 年の個人的受容感が引き続き高くなることが確認された．しかし，性別やゲイ／レズビアンに対する意識の主効果には有意な変化は見られなかった．

注目すべき点は，男性とゲイに対する意識の交互作用項が有意であったことだ．この結果は，男性がゲイに対する個人的受容感が，女性やレズビアンに対する意識と比較して有意に低いことを示している．つまり，ゲイに対する受容感，性別によって大きな差があり，男性がゲイに対して個人的に受け入れがたいと感じる傾向が顕著であることが明らかとなった．

## 5 結論と今後の課題

### (1)結論

本研究では，(1) メディア行動，(2) 音楽消費，(3) 観光への関心，(4) 性的マイノリティへの態度という 4 つの観点から，2010 年代後半から 2020 年代にかけて大学生の生活や意識がどのように変化したか，調査年度による変化や男女差について分析した．改めて，それぞれの観点における主要な知見をまとめる．

TV 視聴に関して、男女ともに視聴時間が大きく減少した。TV 視聴に関する男女差は顕著であり、男性は女性に比べて視聴時間が短く、視聴しない割合も高い。また、視聴する番組ジャンルにおいては、男性はスポーツ、女性は国内・海外ドラマや音楽、バラエティといったジャンルを好む傾向が続いており、性別によるメディア選好の違いは依然として存在している。一方で、動画視聴に関しては、2016 年から 2024 年にかけて、男女ともに視聴時間が大幅に増加しており、とくに女性の視聴者数と視聴時間の伸びが顕著であった。動画配信サービスの普及によって TV 視聴時間に影響を与え、メディア消費の多様化が進んでいると考えられる。

音楽消費においては、CD 購入の傾向が大きく減少し、音楽の楽しみ方に変化が生じている。特に、好きなアーティストが CD を出しても購入しない人が増加している。音楽やアーティストへの親しみ自体は依然として高く、多くの人々が日常的に音楽を楽しんでいるが、その消費方法が大きく変わったことが確認された。また、ジャンル別に見ると、K-pop の人気が大きく高まり、とくに女性において顕著な増加が見られた。ラップ音楽の人気も高まっている。一方、ロック音楽の人気は低下し、時代の変化に合わせた音楽選好の変動が明確に示された。

観光については、2019 年調査と比較して、2024 年において観光頻度が減少したことが分かった。とくに 1 か月に 1 回以上観光に行く人が半減した。この減少傾向は、コロナ禍の影響や新たな楽しみ方の出現が背景にある可能性がある。しかし、行きたい観光地の関心については、娯楽施設や都会への関心が依然として高く、観光に対する基本的な興味は変わらず存在している。男女別で見ると、女性は娯楽や都会に関心を持ち、男性は名勝地に興味があるという傾向が引き続き見られた。

性的マイノリティに対する態度は、ゲイ・レズビアンに対する社会的受容感と個人的受容感がいずれも高まり、2017 年から 2024 年にかけて、受容感の向上がみられた。社会的受容感のほうが個人的受容感より高い傾向はかわらず、社会全体での受容の進展が反映されていると考えられる。一方で、回帰分析においては、性別とゲイ／レズビアンに対する意識の交互作用が有意であり、男性がゲイに対して低い個人的受容感を示す傾向はかわらなかった。このことは、性的マイノリティに対する受容感において、性別が重要な影響を与えることを示しており、今後の社会的対応において、重要となる事柄となりうる可能性を示唆している。

以上のように、メディア行動、音楽消費、観光、性的マイノリティへの態度の各分野において、調査年度や性別による変化が顕著である一方で、社会的な大きな変化により、特定の行動や関心の傾向が維持される傾向も見られた。

## (2) 今後の課題

本研究では、いくつかの傾向が明らかとなったが、同時にいくつかの課題も浮き彫りとなった。

第一に、設問の比較可能性の限界があげられる。本研究では、2010 年代と 2024 年調査のデータを比較することを試みたが、一部の設問については十分な比較ができないという問題が生じた。たとえば、「テレビを観る」や「動画を観る」という設問について、その意味が明確ではなかった。これが、リアルタイムでテレビ番組を視聴することを指すのか、テレビ番組の録画視聴を含むのか、

テレビ番組を動画配信サービスで視聴することを含むのが曖昧であった。とくに 2016 年と 2024 年で「テレビを観る」という行為の意味合いが変化していることにも考慮すべきであった。

このような変化により、同じ設問でも世代や時代によって異なる解釈をされる可能性がある、ほかにも「動画配信」や「音楽を聴く」など、同じ言葉を使っている、デジタルメディアの発展や普及により、過去に比べて同じ言葉が異なる意味を持つことが増えてきている。このような言葉の意味の変化に関しても更に検討し、設問内容を明確化することは、今後の課題となるだろう。

第二に、本研究の分析結果において、男女で顕著に傾向や変化が異なることがわかったが、その理由については十分に解明できていない。とくに、メディア視聴や音楽消費、観光において、女性の変化が大きく表れていた。その背景にある社会的、文化的な構造を明確にするためには、今回のアンケート調査だけでは不十分である。今後の研究課題としたい。

第三に、コロナ禍の影響と世代特性の考慮が必要である点である。観光や旅行に関する変化の解釈において、コロナ禍の影響は重要な要素である。しかし、2024 年調査の結果において、旅行頻度の減少が見られることは、果たしてコロナ禍だけの影響と捉えてよいのだろうか。たとえば、Z 世代初期が、2010 年代において、他の世代と比較して旅行に積極的であった可能性もある。旅行や観光の傾向に関する変化が、単にコロナ禍の影響によるものなのか、それとも世代特有の特徴なのかを明確にするためには、他世代との比較を行う必要がある。

そのためにも、今後の継続的に比較調査を行うことは重要である。本研究では、2010 年代後半と 2024 年調査のデータの比較を行ったが、今後の社会変化に対応するためには、定期的な調査を実施し、データの蓄積と比較を行うことが重要である。とくに、メディア行動や音楽消費、観光、性に関する意識は、どれも時代ごとに大きく変化するものである。だからこそ、今後も継続的に調査を行い、長期的な視点でのデータ収集と比較分析が必要である。また、調査方法や設問設計の改善にも取り組むことで、より正確なデータ収集を行っていきたい。

## 謝辞

本研究で利用したデータは、「社会調査演習 a, b」の授業において、受講生とともに実施した調査から得たものです。これまでの受講生のみならず、とくに 2024 年度の受講生である市村大斗、掃部里桜、武川未侑、坪田誠生、松野汐里、山本進乃介の各氏に深く感謝申し上げます。また、毎年調査にご協力いただいた多くの学生のみならず、調査の実施にあたり時間を割いてくださった教職員のみならずにも、心より感謝の意を表します。

## 引用・参考文献

- 飯田豊, 2020, 「「テレビ離れ」のメディア論」, 『民放』 50(3):12-14.
- 小川豊武・妹尾麻美, 2024, 「再帰的近代における大学生のライフスタイル—コロナ禍の大学生を歴史的な文脈に位置づける」, 小川豊武・妹尾麻美・木村絵里子・牧野智和編『「最近の大学生」の社会学—2020 年代学生文化としての再帰的ライフスタイル』ナカニシヤ出版 5-19.
- 織田暁子・野村凌, 2020, 「ゲイ・レズビアンに対する意識の性差—個人的受容感・社会的受容感の比較から—」『仁愛大学研究紀要 人間学部篇』 18:77-85.

- 小幡夏音, 2014, 「若者の旅行における地域差—地方学生と都市学生の旅行実態—」『エクメーネ研究』3:15-19.
- 河内良彰, 2021, 「新型コロナウイルス感染症の蔓延下における大学生の旅行意欲と観光行動に関する調査研究」『佛教大学社会学部論集』72:21-40.
- 木島由晶, 2024, 「趣味は事故の安定性に影響を与えるか—自己の安定性・不確かさと好きな音楽ジャンルの関係を探る」, 小川豊武・妹尾麻美・木村絵里子・牧野智和編『「最近の大学生」の社会学—2020年代学生文化としての再帰的ライフスタイル』ナカニシヤ出版 125-141.
- 後藤和智, 2008, 『おまえが若者を語るな!』角川グループパブリッシング.
- 仁愛大学人間学部コミュニケーション学科, 2017, 『仁愛大学 社会調査演習報告書 2016』
- 仁愛大学人間学部コミュニケーション学科, 2018, 『仁愛大学 社会調査演習報告書 2017』
- 仁愛大学人間学部コミュニケーション学科, 2020, 『仁愛大学 社会調査演習報告書 2019』
- 仁愛大学人間学部コミュニケーション学科, 2025, 『仁愛大学 社会調査演習報告書 2024』
- 総務省, 2019, 『令和元年版 情報通信白書』
- 総務省, 2021, 『令和3年版 情報通信白書』
- 波瀲郁代, 2024, 「コロナ禍以降に成人を迎えた Z 世代の旅行についての考察（若者とライフスタイルに関する調査より）」株式会社 JTB 総合研究所（2025 年 2 月 9 日取得, <https://www.tourism.jp/tourism-database/column/2024/10/generation-z-travel/>）
- 古長治基, 2016, 「性別および同性愛者タイプと同性愛者に対する受容感の関連」『九州大学心理学研究：九州大学大学院人間環境学研究院紀要』17:45-51.
- 和田実, 1996, 「青年の同性愛に対する態度：性および性役割同一性による差異」『社会心理学研究』12(1): 9-19.