

## 都市の大学生，地方の大学生

——2020年東京都・愛媛県大学生比較調査の結果から——

辻 泉\*

### **Urban and Rural Youth Culture in Japan: Comparing Research about University Students between Tokyo and Ehime Prefecture in 2020**

TsujI Izumi

The purpose of this paper is to compare the cultural differences about university students in urban and rural area based on the results of a questionnaire survey conducted in 2020. This survey is conducted as an online questionnaire survey of 577 university students in Tokyo and Ehime Prefecture. The questions used in the survey are the same as those used in previous fixed-point questionnaire surveys of these areas.

The results show that the level of life satisfaction and community attachment are high in both areas, with no statistically significant differences. On the other hand, some interesting differences are found. The preference for large-scale, uniform consumption behavior, such as consumption in shopping malls, is more common among university students in Ehime Prefecture, a rural city, while diverse media use, a large number of friends, and a multiple self are more common among those in Tokyo, an urban city.

It will be important to examine whether these cultural differences between these areas will continue to be close in proximity or whether they will continue to differ in the future, as the survey continues.

キーワード：若者文化，大学生，地元志向，大都市，地方都市，地域間比較，質問紙調査，遠隔＝社会領域，対人性領域，個人性領域，消費・メディア文化，グローバル化

---

\* 中央大学文学部教授

**【目次】**

1. はじめに
2. 2020 年東京都・愛媛県大学生比較調査について
3. 分析結果（1）遠隔＝社会領域について
4. 分析結果（2）対人性領域について
5. 分析結果（3）個人性領域について
6. 分析結果（4）消費行動・メディア文化の実態、グローバル化に関する意識など
7. おわりに

## 1. はじめに

本論文の目的は、定点観測的に行われてきた質問紙調査と同じ項目を用いて、大都市と地方都市の大学生の実態を比較することにある。筆者は 2005 年以降、特に近年においては他の研究者とも連携しながら、おおむね 5 年おきに、東京都と愛媛県の若者を対象とした二地点比較調査を行ってきた。ここで紹介する大学生を対象とする調査<sup>1)</sup>は、その一環として 2020 年に行われた調査<sup>2)</sup>のプレ調査として企画されたものである。回答者はランダムサンプリングされたわけではないので、この点においては結果の解釈に慎重でなければならないだろう。だが調査対象とした大学は、これまでの調査と同じ都県に所在しており、例えば経年比較において注目されてきた項目についての近年の動向であったり、あるいは近年の社会状況に合わせて新規に追加された項目についての傾向など、いくつかの点において興味深い知見が期待できよう。

よってここでは、東京都と愛媛県の二地点の大学生の回答傾向の違いに特に注目して、その結果をまとめていくこととしたい。

## 2. 2020 年東京都・愛媛県大学生比較調査について

### 2.1. 調査概要

本論文で紹介する調査の概要は以下の通りである。東京都に所在する大学としては中央大学、明治大学を、愛媛県に所在する大学としては松山大学を対象として（いずれも中堅～上位の私立大学である）、前者については 2020 年度に筆者が担当した講義において、後者については松山大学人文学部の市川虎彦教授が担当した講義において、それぞれオンラインアンケートフォームのページを紹介するとともに、回答を依頼した（松山大学の市川教授にはこの場を借

1) 以下、2020 年東京都・愛媛県大学生比較調査、または、本調査と呼ぶこととする。

2) 諸般の事情で、プレ調査の結果にあたる本論文よりも前に、当該の調査についてまとめた論文が刊行されているので、併せてご参照いただきたい（辻・大倉・浅野・松田 2022）。

りて、厚くお礼申し上げたい）。基本属性など回答者の詳細については後述するが、最終的な回答者数は、東京都の大学生が497名（うち中央大学128名、明治大学369名）、愛媛県の大学生が80名となった。

- ・調査名称：「若者の生活と文化に関する調査」
- ・調査主体：グローバル若者研究会（事務局 中央大学文学部教授 辻 泉）
- ・調査対象：中央大学文学部「メディア文化の社会学」、明治大学文学部「サブカルチャー論」「メディア研究」、松山大学「地域社会学」受講生を中心とする577名
- ・実施期間：2020年7月21日～8月4日・10月5日～12日
- ・配布回収方法：集合式調査（オンラインアンケートフォーム、Questantを使用）

## 2.2. 主な質問項目

2005年以降、定点観測的に行っている二地点若者比較調査と同様に、本調査においても、基本的な質問の構成は、1990年に社会学者の宮台真司を中心とするグループによって行われた、関東圏7都県と関西圏7府県の大学生を対象とする調査を参照している。この1990年に行われた調査は、いわゆる「新人類とオタク」の対比を軸に、当時の若者文化の実態を実証的に明らかにしたものとして知られている（詳細は、宮台ほか1992などを参照）。

特に重要なのは、その質問項目が社会的に領域横断的な内容に及んでいるという点である。これも既存の論文ですでに述べたことだが（辻ほか2022など）、多くの若者論においては、いくつかの特徴があり、それは議論が肯定的／否定的のいずれかに偏りやすいということ、そして、一時点における1つのトピックを掘り下げたような調査からそうした議論がなされやすいということである。これを回避するためには、長期的な視点から経年比較調査を行うこと、そして質問項目についても特定のトピックばかりを問題視せずに、領域横断的であることが求められるよう。

具体的にいうならば、その領域横断的な質問項目の内容とは、主に、社会構造に対応して大きく3つに分かれた領域（遠隔＝社会領域、対人性領域、個人性領域）の質問を中心にして、さらにいくつかの重要な論点に関する質問（消費行動・メディア文化の実態やグローバル化に関する質問など）を網羅したものである。詳細な質問項目の内容については、以降をご参照いただくとして、概略は以下の通りである。以降の本論文では、こうした質問項目について、特に二地点の違いという点から注目すべき結果について紹介していくこととする。

### （1）「遠隔＝社会領域」：社会状況などに関する項目

例）「今、住んでいるまちが好きだ」「日本に生まれてよかったと思う」「この時代に生ま

れてよかったと思う」など

- (2) 「対人性領域」：友人関係、恋愛関係・セクシュアリティに関する項目

例) 友人数、「恋愛」は何ごとにも替えがたい」など

- (3) 「個人性領域」：自己意識などに関する項目

例) 「一般に自分の感覚に自信がある」「自分らしさを強調するより、他人と同じことをしていると安心だ」など

- (4) 消費行動・メディア文化の実態に関する項目・グローバル化に関する質問

例) 各種消費行動の頻度、各種メディアの利用時間、趣味、グローバル化への意識など

### 2.3. 注目すべき論点

定点観測的に行われてきた質問紙調査の結果からは、いくつかの興味深い知見が得られてきたが、筆者が継続的に注目してきた論点は、(特に地方都市における)若者たちの地元志向である(辻 2010, 2016 など)。とりわけこの言葉が注目を浴びてきたのは、2000 年代初頭以降だが、「近頃の若者は覇気がない」「内向きだ」といったような、現象の一面だけをとらえて一方的に否定的な議論に陥らないために、上記のような、まさに領域横断的な質問項目の結果と合わせて解釈をしてきた。その結果、差異化というよりも同調志向の強さというパーソナリティとともに、それと関連した身の回りの対人関係の存在、そしてショッピングモールでの消費やドライブなど、他者とともにメディア文化や消費文化を楽しんでいることなどが、背景の要因として示唆された<sup>3)</sup>。

この言葉が特に印象的であったのは、戦後日本において、長らく上京志向という言葉が存在してきたように、「地方都市に不満を抱き大都市を目指す若者」というイメージとは異なる実態がうかがえた点にあるだろう。

さらに重要なのは、地域愛着度や現状の生活満足度は地方都市の若者だけが高いのではなく、同様の傾向が大都市の若者にもみられたということである。ただし、その背景にあるメディア文化や消費文化は地方都市とはやや異質なものであり、それゆえにグローバル化/ローカル化の進展とともに、地方都市も大都市も、それぞれにローカルで個別な文化として発展を遂げていくのではないかと、という点が示唆されてきた(辻 2010 など)。

---

3) なお(特に地方都市を中心とする)若者の地元志向に関連する議論としては、メディア文化や消費行動に着目したもの(例えば、三浦 2004, 2010, 辻 2010, 2016, 土井 2010, 阿部 2013, 貞包 2015, 小川 2021 など)と、進路選択・職業選択に着目したもの(例えば、新谷 2003, 2007, 轡田 2011, 米原・田中 2015 など)とに二分することができる。これらは背反するものではなく、中には両方の要素を含んだ研究もあるが、本論文はどちらかといえば、前者に近い視点からの研究として位置づけられよう。

だが一方で、近年の調査結果からは、さらなるグローバル化の深化に伴うフラット化（Friedman2006 = 2010, 遠藤編 2010 など）により、こうしたローカルで個別な文化間の差異が消失しつつある可能性も示唆されており（辻 2016 など）、引き続き検討に値すべき論点だといえるだろう。

#### 2.4. 回答者の属性

さて、本調査における回答者の基本属性などは表-1・2の通りである。回答者数は全部で577名であり、そのうち東京都の大学生が497名（中央大学128名、明治大学369名）、愛媛県の大学生が80名となったが、地域ごとにみていくと、学年（F0）で最も多かったのは、東京都の大学生では2年生が62.2%であったのに対して、愛媛県の大学生では1年生が62.5%であり、いずれもやや下の学年が中心的に回答したことがわかる。性別（F1.1）は、いずれも女性がやや多く東京都で57.2%、愛媛県で54.4%であり、親との同居率（F1.3）は東京都のほうが80.5%と愛媛県の65.0%を上回っていた<sup>4)</sup>。

表-1 回答者の属性①

		東京都 (n=497)	愛媛県 (n=80)	合計 (n=577)
F0 学年	1. 1年生	25.8%	62.5%	30.8%
	2. 2年生	62.2%	17.5%	56.0%
	3. 3年生	8.5%	15.0%	9.4%
	4. 4年生以上	3.4%	5.0%	3.6%
	9. 無回答	0.2%	0.0%	0.2%
F1.1 性別	1. 男性	42.8%	45.6%	43.2%
	2. 女性	57.2%	54.4%	56.8%
F1.3 親との同居	1. 同居している	80.5%	65.0%	78.3%
	2. 同居していない	19.5%	35.0%	21.7%
合計		100.0%	100.0%	100.0%

4) 表記はしていないが、父親の職業（F9）については、両地域共通して「1. 常勤の会社員・団体職員」が過半数を超えている一方で（東京都64.6%：愛媛県57.5%）、母親の職業（F10）については、「5. パート・アルバイト」がおおよそ4割で最も多く（東京都39.8%：愛媛県36.3%）、ほぼ共通した傾向がみられた。両親の最終学歴についても、おおむね共通した傾向がみられたが、やや東京都のほうが高学歴の割合が多く、父親最終学歴（F12f）について、最も多いのはいずれも「5. 大学・大学院」であったが、東京都67.6%に対して愛媛県は46.3%であり、同様に母親最終学歴について、最も多かったのは、東京都では「5. 大学・大学院」が32.0%であったが、愛媛県では「2. 高校」が30.0%となった。

表-2 回答者の属性②

		東京都 (n=497)	愛媛県 (n=80)	合 計 (n=577)
F13 実家の暮らし向き	1. 上	12.9%	16.3%	13.3%
	2. 中の上	65.6%	58.8%	64.6%
	3. 中の下	18.7%	23.8%	19.4%
	4. 下	1.8%	0.0%	1.6%
	9. 無回答	1.0%	1.3%	1.0%
F14 可処分所得 (1ヶ月あたり)	1. 10,000 円以内	15.1%	28.7%	17.0%
	2. 10,001 円～20,000 円以内	17.3%	15.0%	17.0%
	3. 20,001 円～30,000 円以内	19.9%	22.5%	20.3%
	4. 30,001 円～50,000 円以内	24.7%	12.5%	23.1%
	5. 50,001 円～70,000 円以内	12.7%	15.0%	13.0%
	6. 70,001 円～100,000 円以内	6.8%	3.8%	6.4%
	7. 100,001 円以上	3.0%	1.3%	2.8%
	9. 無回答	0.4%	1.3%	0.5%
合 計		100.0%	100.0%	100.0%

これ以外に、実家の暮らし向き (F13) については、両地域とも「2. 中の上」が最も多く共通した傾向がみられたが (東京都 65.6% : 愛媛県 58.8%), 1ヶ月あたりの可処分所得 (F14) ではやや違いがあり、東京都では「4. 30,001 円～50,000 円以内」が 24.7% と最も多く、次に多い選択肢もその前後に分布していたが、愛媛県では「1. 10,000 円以内」が 28.7% と最も多く、この選択肢と、次に多い選択肢である「3. 20,001 円～30,000 円以内」(22.5%) とで分布がおおむね 2 つに分かれている様子がうかがえ、いずれにせよ、東京都よりもやや金額の少ない傾向がみられた。

このように、親との同居率や 1ヶ月あたりの可処分所得などではやや違いがみられたが、その他の項目も含めて、分布の傾向などをみると、基本属性については、両地域の大学生にはおおむね共通した点のほうが多いといっていよう。

## 2.5. 分析方法

では、基本属性については、おおむね共通した傾向が多くみられた大都市 (東京都) と地方都市 (愛媛県) の大学生とでは、どのような相違点が見られるのだろうか。

これ以降は、本論文が注目する地元志向などの論点に関する質問項目を中心に、さらには領域横断的な質問項目の結果についても検討していくが、主たる分析方法として、地域間比較を目的にクロス表分析・平均値の比較を行う。紙幅の関係上、また比較をわかりやすくするため、「あてはまる～あてはまらない」の 4 件法で尋ねた質問項目については、「あてはまる」「ややあてはまる」の割合を合計した肯定的回答の割合に絞って表記し、具体的な数値を尋ねた質問

項目（友人数など）については平均値など必要な数値を表記した。

なお分析結果については統計的検定を行ったが、表中の有意水準の表記方法は、「\*\*\* = 0.1%水準で有意 ( $\alpha < .001$ ), \*\* = 1%水準で有意 ( $\alpha < .010$ ), \* = 5%水準で有意 ( $\alpha < .050$ ), ※ = 10%水準で有意 ( $\alpha < .100$ )」とし、統計的検定にあたっては、無回答や極端に大きい値は除いたりするなどの工夫をした。ただし先述の通り、回答者をランダムサンプリングしたわけではないので、これらは参考値としてご参照いただきたい。

### 3. 分析結果（1）遠隔＝社会領域について

ではまず、地元志向なども含む、遠隔＝社会領域に関する質問項目からみていこう。表-3は、社会に対する関心（Q48）についての項目の結果を示したものであるが、「今、住んでいるまちが好きだ（Q48.5）」という地域愛着度を表す項目については、東京都83.2%に対して愛媛県86.3%と、いずれも肯定的回答の割合がかなり高く、有意な差も見られないことがわかる。さらにいえば、現状肯定的な回答傾向は愛媛県でより多く見られるのが特徴的である。具体的には「この時代に生まれてよかったと思う（Q48.3）」は東京都70.3%に対して愛媛県が83.5%、「日本に生まれてよかったと思う（Q48.4）」は東京都90.3%に対して愛媛県が96.3%と（ただし後者は10%水準の有意性）、両地域とも肯定的回答の割合が高いことは共通しつつ、さらに愛媛県のほうが高くなっている。

また、表-4から社会に対する満足や不満足に関する項目（Q46）の結果をみても同じような傾向がみられた。まず現状の生活満足度（Q46.1）については、東京都76.9%に対して愛媛県75.9%と、両地域のおおむね4分の3にあたる大学生が肯定的回答を示すとともに、有意な

表-3 遠隔＝社会領域に関する項目への肯定的回答の割合①

	東京都 (n=497)	愛媛県 (n=80)	合 計 (n=577)	
Q48.1 自分にとって「現在の社会情勢」を知っていることは重要だと思う	91.3%	88.8%	91.0%	n.s.
Q48.2 自分は「現在の社会情勢」を知っているほうだと思う	43.2%	31.3%	41.6%	*
Q48.3 この時代に生まれてよかったと思う	70.3%	83.5%	72.1%	*
Q48.4 日本に生まれてよかったと思う	90.3%	96.3%	91.1%	※
Q48.5 今、住んでいるまちが好きだ	83.2%	86.3%	83.7%	n.s.
Q48.6 国際性が豊かな人になりたいと思う	78.0%	69.6%	76.8%	n.s.
Q48.7 グローバル化は自分にも関係があると思う	85.1%	74.7%	83.6%	*
Q48.8 社会のために、何らかの形で役立ちたいと思う	78.5%	87.5%	79.8%	※
Q48.9 「世の中の裏」をのぞいてみたいと思う	67.5%	73.4%	68.3%	n.s.
Q48.10 世の中は、見えない所で何ものかによって操られていると思う	69.4%	69.6%	69.4%	n.s.

表-4 遠隔 = 社会領域に関する項目への肯定的回答の割合②

	東京都 (n=497)	愛媛県 (n=80)	合 計 (n=577)	
Q46.1 現在の生活には満足している	76.9%	75.9%	76.7%	n.s.
Q46.2 友人（恋人も含む）との関係には満足している	82.7%	78.5%	82.1%	n.s.
Q46.3 20年後の自分は幸せな毎日を送っていると思う	62.2%	68.4%	63.0%	n.s.
Q46.4 20年後も今と同じまちで暮らしていると思う	24.9%	48.1%	28.1%	***
Q46.5 人生には意味があると思う	70.6%	84.8%	72.6%	**
Q46.6 自分の人生はつまらない人生だと思う	36.4%	40.5%	37.0%	n.s.
Q46.7 この世の中はつまなくて退屈だ	27.4%	27.8%	27.4%	n.s.
Q46.8 地方よりも東京のにぎやかな暮らしのほうが好きだ	59.5%	17.7%	53.7%	***
Q46.9 中心部の繁華街よりも郊外のショッピングモールのほうが好きだ	49.1%	65.8%	51.4%	**
Q46.10 「日本の将来は明るい」と思う	19.6%	37.7%	22.0%	***
Q46.11 「死」について考えることがある	81.0%	83.1%	81.3%	n.s.
Q46.12 「死にたい」と思うときがある	37.3%	30.4%	36.3%	n.s.
Q46.13 日々の生活にもっと確かな実感がほしいと思う	73.3%	67.1%	72.4%	n.s.
Q46.14 日本政府の新型コロナウイルス感染症対策には満足している	21.7%	38.0%	24.0%	**

差が見られなかった。そしてやはり、現状の肯定や、おそらくはそれに基づくと思われる未来についての肯定的な回答の割合は、愛媛県のほうが高かった。具体的には、「人生には意味があると思う（Q46.5）」（東京都 70.6% < 愛媛県 84.8%）、「20年後も今と同じまちで暮らしていると思う（Q46.4）」（東京都 24.9% < 愛媛県 48.1%）、「日本の将来は明るい」と思う（Q46.10）」（東京都 19.6% < 愛媛県 37.7%）といった結果である。

そのほかに愛媛県のほうが有意に割合が高かったものとして、「中心部の繁華街よりも郊外のショッピングモールのほうが好きだ（Q46.9）」（東京都 49.1% < 愛媛県 65.8%）といった、大規模で画一化した消費文化への好みに関する項目や、「日本政府の新型コロナウイルス感染症対策には満足している（Q46.14）」（東京都 21.7% < 愛媛県 38.0%）などがある。逆に東京都が高かったものとして「地方よりも東京のにぎやかな暮らしのほうが好きだ（Q46.8）」（東京都 59.5% > 愛媛県 17.7%）という、「東京志向」に関する項目が挙げられ、やはり地方都市における上京志向はあまりみられない結果となった。

#### 4. 分析結果（2）対人性領域について

対人性領域に関しては、若者である大学生たちの日常生活において、最も身近ともいえる友人関係に関する項目を中心にみていくこととしたい。結果は表-5の通りだが、異性の親友の人数を除くほぼ全ての項目において、人数の平均値は、東京都が愛媛県を有意に上回ることとなっ

表-5 対人性領域に関する項目（友人関係）<sup>5)</sup>

		n	平均値	標準偏差	最小値	最大値
Q21.1 親友（恋人を除く）の人数*	東京都	469	4.16	2.52	0	10
	愛媛県	74	3.47	2.37	0	10
Q21.1.1 親友のうち同性の人数*	東京都	444	4.01	2.28	0	10
	愛媛県	61	3.44	2.00	1	8
Q21.1.2 親友のうち異性の人数 n.s.	東京都	462	0.58	1.21	0	10
	愛媛県	69	0.43	1.06	0	5
Q21.2 仲のよい友人（親友を除く）の人数**	東京都	473	15.56	10.53	0	50
	愛媛県	74	12.54	9.00	0	40
Q21.3 知り合い程度の友人の人数※	東京都	459	61.65	58.50	0	300
	愛媛県	77	49.99	64.98	0	300
Q21.4 外国人の友人の人数**	東京都	485	1.81	4.20	0	50
	愛媛県	78	0.44	1.00	0	5

た。先にみた通り、学年において、愛媛県では1年生が最も多いのに対し、東京都では2年生が最も多くなっており、加齢効果も差し引いて考える必要があるだろうが、むしろここでは、都市における人口や接触頻度の違いが反映されたものとして解釈したほうが妥当ではないだろうか。

### 5. 分析結果（3）個人性領域について

次に個人性領域については、人格類型（パーソナリティ）や自分らしさに関する項目の結果をみていこう。宮台らが1990年に行った調査では、消費行動や対人関係にアクティブな「新人類」とそれとは対照的な「オタク」を中心に、若者を5つの人格類型に分け、それと領域横断的な質問項目との関連を分析していた（宮台ほか1992、宮台1994など）。だがこの人格類型に分類するための18項目（Q31）についてみると、東京都の方が割合がやや高い項目が3つみられただけで、地域差はあまりみられなかった。具体的には「一般に自分の感覚に自信がある（Q31.4）」（東京都66.3%＞愛媛県56.4%）、「最終的には他人より自分が大切だ（Q31.11）」（東京都85.7%＞愛媛県72.2%）、「自分の生活を大切にしたいと思う（Q31.17）」（東京都97.4%＞愛媛県93.7%）の3項目である。

これ以外にも、いわゆる心理学でビッグファイブと呼ばれる性格特性のうち、「外向性（⇔内向性）」に関する項目（Q30）を尋ねてみたが、目立った差はみられず、加えてソーシャルスキルに関する項目（Q18）についても（相川・藤田2005）、同様に目立った差は、みられなかつ

5) 「親友の人数（Q21.1）」については「11人以上」を、「仲のよい友人の人数（Q21.2）」と「外国人の友人の人数（Q21.4）」については「51人以上」を、「知り合い程度の友人の人数（Q21.3）」については「301人以上」を、それぞれ外れ値として扱った。

表-6 個人性領域に関する項目（自分らしさ）への肯定的回答の割合

	東京都 (n=497)	愛媛県 (n=80)	合 計 (n=577)	
Q28.1 自分のことを「もう大人だ」と思う	43.1%	35.4%	42.0%	n.s.
Q28.2 自分も同じようになりたいと思う「憧れの人」がいる	77.7%	78.5%	77.8%	n.s.
Q28.3 場面によってでてくる自分というものは違う	89.5%	79.7%	88.2%	*
Q28.4 自分がどんな人間かわからなくなることがある	72.4%	62.0%	71.0%	※
Q28.5 意識して自分を使い分けている	70.2%	57.0%	68.4%	*
Q28.6 どこかに今の自分とは違う本当の自分がある	48.5%	45.6%	48.1%	n.s.
Q28.7 仲のよい友人でも私のことをわかっていない	47.2%	43.0%	46.6%	n.s.
Q28.8 どんな場面でも自分らしさを貫くことが大切だ	52.9%	56.3%	53.4%	n.s.
Q28.9 他人とは違った、自分らしさを出すことが好きだ	62.3%	60.0%	62.0%	n.s.
Q28.10 自分らしさを強調するより、他人と同じことをしていると安心だ	52.8%	65.4%	54.5%	*
Q28.11 自分には「オタク」っぽいところがあると思う	76.1%	60.0%	73.8%	**
Q28.12 人から「オタク」と言われたことがある	57.5%	46.3%	55.9%	※
Q28.13 大切なことを決めるときに、自分の中に複数の基準があって困ることがある	73.8%	64.1%	72.5%	※

た。つまり、東京都と愛媛県の大学生の、どちらかが目立って外向的であったりソーシャルスキルが高かったりするわけではないということであろう。

一方で、自分らしさに関して尋ねた項目（Q28）については、いくつか興味深い傾向がみられた（表-6）。まず社会学者の浅野智彦が論じるような（例えば、浅野 2013 など）多元化した自己に関する項目は、いずれも東京都のほうが割合が高かった。具体的には「場面によってでてくる自分というものは違う（Q28.3）」（東京都 89.5% > 愛媛県 79.7%）、「自分がどんな人間かわからなくなることがある（Q28.4）」（東京都 72.4% > 愛媛県 62.0%）、「意識して自分を使い分けている（Q28.5）」（東京都 70.2% > 愛媛県 57.0%）、「大切なことを決めるときに、自分の中に複数の基準があって困ることがある（Q28.13）」（東京都 73.8% > 愛媛県 64.1%）の4項目がそれにあたる。浅野の議論や先の友人数の多さなどとも併せて考えてみると、人口も接触頻度も多い東京都において、自己の多元化が目立つことは納得のいく結果ともいえるだろう。これ以外に、「自分には「オタク」っぽいところがあると思う（Q28.11）」（東京都 76.1% > 愛媛県 60.0%）、「人から「オタク」と言われたことがある（Q28.12）」（東京都 57.5% > 愛媛県 46.3%）といった、自称・他称のオタクについても、東京都のほうがやや割合が高くなっていた。

だが、ほかに重要な点として、過去に特徴的であった地域差がみられなくなっている項目にも注目すべきだろう。例えば 2005 年に筆者が行った調査においては、「他人とは違った、自分らしさを出すことが好きだ（Q28.9）」という差異化志向を表す項目については、東京都の若者のほうが割合が高かったが（辻 2010 など）、本調査では東京都 62.3% に対して愛媛県 60.0% と

有意差がみられなかった。一方で、それとは対照的な「自分らしさを強調するより、他人と同じことをしていると安心だ（Q28.10）」という同調志向を表す項目については、東京都52.8%に対して愛媛県65.4%と後者の方が有意に高くなっていた。同調志向の強弱では地域差が残ってはいるものの、差異化志向では有意な地域差が見られなくなったということは、むしろ東京のような大都市の特権性の喪失といった状況が起こりつつあるのかもしれない。

## 6. 分析結果（4）消費行動・メディア文化の実態，グローバル化に関する意識など

ここまで、社会構造に対応して大きく3つに分かれた領域（遠隔＝社会領域，対人性領域，個人性領域）の質問項目についての結果をみてきたが、簡単にまとめておこう。

遠隔＝社会領域に関する項目からは、最も身近な社会である地域に対する愛着度が、両地域ともに高く有意差もみられず、この点は現状の生活満足度についても同様であることがわかった。すなわち、大都市の東京都の大学生も、地方都市の愛媛県の大学生も、それぞれに現状の生活に満足し、身近な地域への高い愛着を抱いていることがわかったが、その内実については、共通点とともに相違点もうかがえた。対人性領域や個人性領域の項目をみると、例えば、友人数の多さや多元化した自己のありようといった、東京都にみられる特徴は、人口や接触頻度の多さを背景にしたものと解釈でき、また自称・他称のオタクの多さも東京都にみられる特徴であった。他方で、個人性領域の項目であっても、「外向性⇔内向性」の性格特性やソーシャルスキルに関する項目では目立った地域差はみられなかった。また、過去の調査ではみられていた特徴として、愛媛県における同調志向の強さは本調査でも見られたものの、東京都における差異化志向の強さはみられなかった。

では、こうした傾向と相互に関連するであろう、消費行動やメディア文化の実態に関する項目、あるいはほかの項目の結果を通して、さらに両地域の特徴を掘り下げていくことにしよう。

### 6.1. 消費行動の実態

表-7は、普段の生活における、各種の消費行動および社会参加活動に関する頻度を4件法で尋ねた項目について、その肯定的回答の割合と合計を示したものである。

これをみると、まず目を引くのは、「近くのショッピングモール（イオンモールなど）に買い物に行く」が両地域ともに最も多く、有意差も見られないことだろう（東京都72.0%：愛媛県72.2%）。意識の面で、こうした大規模で画一的な消費行動を好む割合は愛媛県のほうが高かったものの、実態の行動においては、もはや両地域ともに高い割合を占めていて有意な差もみられない点は興味深い。ほかの項目はそれぞれの地域の特徴を示しており、わざわざ「電車に乗って別の街に買い物に行く（Q43.4）」という項目は東京都が74.6%と、愛媛県の31.6%よりも倍以上多く、選択肢の多い大都市の特徴を表しているといえるし、逆に「車でドライブに

表-7 消費行動や社会参加に関する項目への肯定的回答の割合

	東京都 (n=497)	愛媛県 (n=80)	合 計 (n=577)	
Q43.1 近くの商店で買い物をする	66.7%	79.5%	68.5%	*
Q43.2 近くのショッピングモール（イオンモールなど）に買い物に行く	72.0%	72.2%	72.0%	n.s.
Q43.3 近くのアミューズメント施設（ラウンドワンなど）に遊びに行く	31.0%	41.0%	32.4%	※
Q43.4 電車に乗って別の街に買い物に行く	74.6%	31.6%	68.8%	***
Q43.5 お祭りなど地域の行事に参加する	45.4%	42.3%	44.9%	n.s.
Q43.6 ボランティア・NPO など地域の市民活動に参加する	11.9%	16.5%	12.5%	n.s.
Q43.7 車でドライブに行く	35.6%	46.8%	37.1%	※

行く（Q43.7）」は東京都 35.6%に対し愛媛県のほうが 46.8%と有意に高くなっていた（ただし 10%水準の有意性）。

また消費行動については、それぞれに共通点も相違点もみられたが、例えば「ボランティア・NPO など地域の市民活動に参加する（Q43.6）」といった項目は、東京都で 11.9%、愛媛県で 16.5%と両地域ともに低くて有意差も見られず、高い地域愛着度や生活満足度が、必ずしも社会参加とは結び付いていない様子が見えがえた。

## 6.2. メディア文化の実態

次に、メディア文化の実態を掘り下げていこう。まず各種メディアの利用実態について、表-8 から、利用時間などを中心に理解していきたい。

ここからはいくつかの特徴的な点が浮かび上がるが、まず大きな共通点として、いわゆる「スマホが手放せない若者」という点が挙げられよう。1日あたりのスマートフォン接触時間（Q10.1, 30分刻みで48段階に換算）は、両地域ともにおおむね6時間前後と長く、この点は有意差も見られない。東京都と愛媛県のいずれの地域においても、大学生は平均して1日の4分の1はスマホを触り続けているということがわかる。

おそらくはその内実として、主に各種の SNS や LINE であったり、あるいは動画共有サイトなどを視聴しているものと推測されるが、後者の視聴時間を見ると（Q16, 同様に48段階に換算）、これも両地域ともにおおむね2時間半前後で、有意差が見られなかった。

一方で、先にふれた人口や接触頻度の多さ、あるいは多元化した自己のありようとも関連してか、LINEの「友だち」リスト登録件数に関する項目（Q11sq2）や、同じく最近あまりやり取りのないグループの数（Q11sq3-2）、Twitterのアカウント数（Q15t）などは、有意に東京都のほうが多く、逆にテレビの視聴時間（Q6, 同様に48段階に換算）は、東京都では2時間程度であるのに対し、愛媛県は2.5時間程度とやや長くなっていた。

表-8 各種メディアの利用実態に関する項目

			n	平均値	標準偏差	最小値	最大値
Q6	ここ1ヶ月のテレビ視聴時間（1日あたり、0～48に換算）*	東京都	496	4.02	5.32	0	48
		愛媛県	78	5.56	7.83	0	40
Q10.1	ここ1ヶ月のスマートフォン接触時間（1日あたり、1～48に換算、利用者のみ）n.s.	東京都	493	12.36	6.94	1	48
		愛媛県	79	11.11	7.27	1	48
Q11sq1	ここ1ヶ月のLINEメッセージ（スタンプも含む）送信数（1日あたり、1～17に換算、利用者のみ）n.s.	東京都	488	2.67	1.49	1	12
		愛媛県	79	2.52	1.21	1	8
Q11sq2-1	LINE「友だち」リスト登録件数（利用者のみ）***	東京都	491	166.83	118.64	0	1000
		愛媛県	78	81.51	60.96	3	327
Q11sq2-2	LINE「友だち」リスト登録件数（うち付き合いのある友人数、利用者のみ）*	東京都	490	48.60	63.82	2	500
		愛媛県	78	31.56	29.71	0	130
Q11sq3-1	LINEでいつもやり取りをしているグループの数（1～22に換算、利用者のみ）n.s.	東京都	491	2.68	1.68	1	14
		愛媛県	77	2.45	1.20	1	10
Q11sq3-2	LINEで最近あまりやり取りのないグループの数（1～22に換算、利用者のみ）***	東京都	488	4.13	2.59	1	17
		愛媛県	77	2.45	1.26	1	9
Q15t	Twitterのアカウント数（利用者のみ）*	東京都	422	2.78	1.91	1	16
		愛媛県	61	2.07	1.15	1	5
Q15i	Instagramのアカウント数（利用者のみ）n.s.	東京都	379	1.92	1.01	1	6
		愛媛県	58	1.78	0.94	1	5
Q16	ここ1ヶ月の動画共有サイト視聴時間（1日あたり、0～48に換算）n.s.	東京都	493	4.85	4.41	0	40
		愛媛県	79	5.37	5.24	0	40

利用時間という点からみれば、テレビを除いては、両地域ではあまり差がみられなかったが、さらにインターネットの利用実態について掘り下げていくと、相違点が浮かび上がってくる。表-9は、ふだんインターネットを通して利用しているものを複数回答形式で尋ねた結果をランキング化したものだが、5位までは両地域ともに順位が共通しており、大学生が対象であるためか、「Zoomなどの電子会議システム」が両地域ともに最も高くなっていた（10%水準で東京都がやや高い）。このほかには、3位の「Eメール」を除くと、2位に「Twitter」、4位に「Instagram」というようにSNSの高い利用率がうかがえた<sup>6)</sup>。

そして表中では、利用率に有意差がみられた項目に不等号を付してあるのだが、唯一「TikTok」だけが東京都18.5%に対して愛媛県が28.7%と高くなっているが、それ以外の有意な地域差が見られた9つの項目は、いずれも東京都のほうが高くなっていた。

6) 表記はしていないが、この2つのSNSを比較した場合に、よく使うものはどちらかを尋ねると、東京都では「Twitterの方が多く」が55.7%を占め、逆に愛媛県では「Instagramの方が多く」が53.8%と対照的な差がみられた（1%水準の有意性）。

表-9 インターネット利用の実態に関する項目（複数回答，ランキング形式）

		東京都 (n=497)		愛媛県 (n=80)	合 計 (n=577)	
Q12.9	Zoom などの電子会議システム	90.5%	>	83.8%	89.6%	※
Q12.3	Twitter	86.3%	>	76.3%	84.9%	*
Q12.1	E メール	80.5%		76.3%	79.9%	n.s.
Q12.4	Instagram	76.7%		73.8%	76.3%	n.s.
Q12.14	ショッピング・通販	57.1%		52.5%	56.5%	n.s.
Q12.13	地図・ナビゲーション	47.5%	>	37.5%	46.1%	※
Q12.11	オンラインゲームやソーシャルゲーム	41.2%		43.8%	41.6%	n.s.
Q12.12	マンガの購読・閲覧	43.1%	>	28.7%	41.1%	*
Q12.16	電子マネー・電子決済	32.8%	>	22.5%	31.4%	※
Q12.2	LINE 以外の無料通話アプリ（Skype 等）	31.2%	>	17.5%	29.3%	*
Q12.7	「まとめサイト」の閲覧・書き込み	29.4%	>	18.8%	27.9%	*
Q12.15	メルカリ・ヤフオクなど個人売買	26.0%		22.5%	25.5%	n.s.
Q12.6	TikTok	18.5%	<	28.7%	19.9%	*
Q12.18	「調整さん」「シンクアップ」など、個人やアルバイトシフトの日程調整システム	14.1%	>	3.8%	12.7%	*
Q12.8	掲示板「5ちゃんねる」などの閲覧・書き込み	9.1%		3.8%	8.3%	n.s.
Q12.17	Air BNB や Uber eats などのシェア系サービス	6.4%	>	1.3%	5.7%	※
Q12.5	Facebook	4.8%		2.5%	4.5%	n.s.
Q12.10	自分のホームページ・ブログの開設・運営	3.4%		3.8%	3.5%	n.s.
Q12.19	この中で利用しているものはない	0.2%		1.3%	0.3%	n.s.

このように、全体的な利用時間の合計では地域差がみられずとも、その利用実態を掘り下げていくと、東京都のほうが多様であるといえるだろう。表-10 は、SNS に絞って、その利用実態についてあてはまるものを複数形式で尋ね、ランキング化したものだが、「（「この中にあてはまるものはない」を除いて）有意な地域差が見られた6つの項目は、いずれも東京都のほうが割合が高く、この点でもより多様な利用の実態がうかがえる。

とりわけ SNS の利用におけるこれらの点は、先に指摘した人口や接触頻度の多さ、あるいは多元化した自己のありようといった大都市である東京の特徴としても理解できそうだが、一方で、必ずしもポジティブなものだけではない様子もうかがえよう。

むしろ東京都のほうが割合が高いものは、いずれもネガティブな内容のものが多く、上からみていくと、「SNS 上で誰かをいわゆる「ブロック」や「ミュート」したことがある（Q14.8）」（東京都 68.2% > 愛媛県 51.2%）、「自分が何かする時、SNS 上での反応を気にすることがある（Q14.5）」（東京都 50.3% > 愛媛県 25.0%）、「SNS 上でのやり取りを止めたいのに止められないことがある（Q14.9）」（東京都 26.0% > 愛媛県 16.3%）、「SNS をチェックできないと不安になる（Q14.10）」（東京都 21.9% > 愛媛県 7.5%）、「SNS 上で人から嫌な思いをさせられたことが

表-10 SNSの利用実態に関する項目（複数回答、ランキング形式）

		東京都 (n=497)		愛媛県 (n=80)	合計 (n=577)	
Q14.1	アカウントに鍵をかける	83.9%		76.3%	82.8%	n.s.
Q14.8	SNS上で誰かをいわゆる「ブロック」や「ミュート」したことがある	68.2%	>	51.2%	65.9%	**
Q14.6	直接会ったことがない人と、SNS上でやり取りをしたことがある	60.8%		47.5%	58.9%	n.s.
Q14.2	いわゆる「インスタ映え」を意識した写真を投稿したことがある	46.9%		48.8%	47.1%	n.s.
Q14.5	自分が何かする時、SNS上での反応を気にすることがある	50.3%	>	25.0%	46.8%	***
Q14.4	SNS上には自分の顔写真を載せないようにしている	43.9%		40.0%	43.3%	n.s.
Q14.3	「盛り」（自分の顔をより良く見せること）を意識した写真を投稿したことがある	30.6%		25.0%	29.8%	n.s.
Q14.9	SNS上でのやり取りを止めたいのに止められないことがある	26.0%	>	16.3%	24.6%	※
Q14.10	SNSをチェックできないと不安になる	21.9%	>	7.5%	19.9%	**
Q14.7	SNS上で人から嫌な思いをさせられたことがある	17.7%	>	11.3%	16.8%	*
Q14.11	いわゆる「デマ」や「フェイクニュース」を共有（RT・シェア）してしまったことがある	6.6%	>	0.0%	5.7%	*
Q14.12	この中であてはまるものはない	5.8%	<	13.8%	6.9%	*

ある（Q14.7）」（東京都 17.7% > 愛媛県 11.3%）、「いわゆる「デマ」や「フェイクニュース」を共有（RT・シェア）してしまったことがある（Q14.11）」（東京都 6.6% > 愛媛県 0.0%）といった結果になっている。

以前の調査結果においては（辻 2010 など）、東京都のほうが差異化志向も強く、自分の感覚にも自信があり、いわば個性的な文化を尊重するような状況にあるものと思われていたが、むしろこうしたSNSの利用実態から浮かび上がるのは、それとは対照的な結果でないだろうか。すなわち、「SNS上での反応を気にすることがあ」ったり、「SNSをチェックできないと不安になる」といった様子は、他者と差異化した個性を自信をもって提示するというふるまいとは対照的に、逆に多すぎる選択肢に迷ったり、その中でいわゆる「空気を読んだ」ふるまいを強いられているような状況なのではないだろうか。

インターネットやSNSといったメディアは、例えばマスメディアなどと比べても、利用における自由度が高い分だけ、各自の個性を強調するためにも使いうるし、逆に、よくいわれるように、没個性的な同調圧力を強めることにも使われうる。かつてみられていた東京都における差異化志向の高さがみられなくなっているのは、こうした後者の特徴との関連も示唆されよう。この点は、今後さらに掘り下げるべき課題といえる。

### 6.3. そのほかの項目について

ここまでは、とりわけインターネットやSNSのような自由度の高いメディアの普及によって、むしろ逆説的に、差異化志向の強い個性的な文化であったり、東京都のような大都市のその特権性が失われうるのではないかという点を示唆してきた。よくいわれるように、グローバル化の深化に伴うフラット化（Friedman2006=2010, 遠藤 2010 など）とは、こうした現象と関連していよう。

では、フラット化がさらに進んでいくと、東京都のような大都市と愛媛県のような地方都市の文化の間の差異は、本当に消失してしまうのだろうか。その際、地元志向やそれと関連した地域愛着度や生活満足度はどのように変化していくのだろうか。残念ながら、本論文はすでに紙幅が尽きつつあるので、これらの論点は今後の課題とせざるを得ないが、さらにいくつかそのほかの項目の結果を紹介することで、依然として地域差のある項目や、グローバル化に伴うフラット化の両面性を示すような項目の結果などを示唆しておきたい。

例えば、表-11は現在の趣味について複数回答形式で尋ねランキング化したものだが、1位と2位に「音楽鑑賞・オーディオ」と「動画視聴（Netflixなどの有料動画配信サービスの視聴）」が並ぶことは両地域共通しているものの、地域差の見られた8つの項目は、いずれも東京都の方が割合が高く、いわば、大都市のほうが趣味の選択肢においては、依然として多様である様子がうかがえた。

さらに、グローバル化そのものに関する意識を尋ねた項目でもいくつかの興味深い傾向がみられた。結論を先取りすれば、近隣の諸外国や地域<sup>7)</sup>に対する親しみの強さ（Q34）や、外国人に対する排他性の低さ（Q50）といった項目については目立った地域差がみられず、今日では、大都市でも地方都市でも、これらの点についてはまさに（良い意味で）フラット化している様子がうかがえた。ただし、表-12にあるように、こうしたグローバル化した社会への関わりの積極性を問う項目（Q32）の結果を見ると、9項目のうち7項目において、東京都のほうが割合が高くなっており、これらは、やはり国際空港の存在や国際線の便数の多さといった物理的なアクセシビリティやモビリティの高さを反映して今後も続いていくものなのか、それともこうした点においても、インターネットやSNSの利用とともにフラット化が進んでいくのか、継続的に検討を重ねていく必要があるといえるだろう。

---

7) 具体的には、アメリカ、中国、韓国、台湾、タイ、ベトナム、オーストラリア、カナダについての親しみを4件法で尋ねたところ、カナダへの親しみについてだけは東京都のほうが強かったが、ほかは地域差がみられず、特にアメリカ、韓国、台湾といった国や地域については、肯定的回答の割合が7割程度に達していた。

表-11 現在の趣味に関する項目（複数回答，ランキング形式）

	東京都 (n=497)		愛媛県 (n=80)	合計 (n=577)	
Q1.1 音楽鑑賞・オーディオ	77.3%		71.3%	76.4%	n.s.
Q1.4 動画視聴（Netflixなどの有料動画配信サービスの視聴）	62.6%	>	52.5%	61.2%	※
Q1.3 映画や演劇	48.1%	>	37.5%	46.6%	※
Q1.8 マンガ	45.1%		47.5%	45.4%	n.s.
Q1.7 アニメ	41.2%		48.8%	42.3%	n.s.
Q1.15 ゲーム（スマホアプリ）	35.6%		45.0%	36.9%	n.s.
Q1.14 カラオケ	34.0%		42.5%	35.2%	n.s.
Q1.35 インターネット	34.2%	>	21.3%	32.4%	*
Q1.29 ファッション	32.0%		31.3%	31.9%	n.s.
Q1.12 小説・文学・哲学の読書	33.0%	>	20.0%	31.2%	*
Q1.31 国内旅行	27.2%		27.5%	27.2%	n.s.
Q1.16 ゲーム（PCゲーム・ゲーム専用機など）	27.0%		22.5%	26.3%	n.s.
Q1.5 スポーツ観戦	26.2%		22.5%	25.6%	n.s.
Q1.6 自分でやるスポーツ	25.2%		21.3%	24.6%	n.s.
Q1.34 アイドルやタレントなどのおっかけ	25.6%	>	16.3%	24.3%	※
Q1.27 食べ歩き	24.3%		20.0%	23.7%	n.s.
Q1.28 ウインドーショッピング	24.1%		18.8%	23.4%	n.s.
Q1.25 料理作り	17.3%		12.5%	16.6%	n.s.
Q1.2 楽器演奏（バンド、オーケストラを含む）	15.7%		15.0%	15.6%	n.s.
Q1.21 写真撮影	13.3%		18.8%	14.0%	n.s.
Q1.36 コンサートやイベントへの「遠征」	14.3%	>	5.0%	13.0%	*
Q1.26 お菓子作り	10.9%		13.8%	11.3%	n.s.
Q1.10 マンガ・イラスト・小説の創作	11.5%		7.5%	10.9%	n.s.
Q1.32 海外旅行	12.3%	>	0.0%	10.6%	***
Q1.13 ライトノベルの読書	9.7%		8.8%	9.5%	n.s.
Q1.33 ライブビューイング	7.2%		5.0%	6.9%	n.s.
Q1.30 ドライブ・ツーリング	5.8%		10.0%	6.4%	n.s.
Q1.23 麻雀・パチンコ・パチスロ	3.4%	>	0.0%	2.9%	※
Q1.18 17以外のボードゲーム	3.0%		1.3%	2.8%	n.s.
Q1.22 切手・古物やさまざまなグッズのコレクション	2.8%		1.3%	2.6%	n.s.
Q1.9 楽曲製作	2.8%		0.0%	2.4%	n.s.
Q1.17 囲碁・将棋・チェス・トランプ	2.4%		1.3%	2.3%	n.s.
Q1.19 プラモデル・ラジコン・工作	2.2%		1.3%	2.1%	n.s.
Q1.20 鉄道関係（撮影・模型・乗車など）	2.2%		1.3%	2.1%	n.s.
Q1.11 動画撮影・配信	2.2%		0.0%	1.9%	n.s.
Q1.24 競輪・競馬・オートレース	1.2%		0.0%	1.0%	n.s.
Q1.37 その他	3.8%		1.3%	3.5%	n.s.

表-12 グローバル化に関する項目（積極性）についての肯定的回答の割合

	東京都 (n=497)	愛媛県 (n=80)	合 計 (n=577)	
Q32.1 いろいろな国の人と友人になりたい	73.2%	58.2%	71.2%	**
Q32.2 外国の言語や文化に関心がある	80.2%	72.5%	79.2%	n.s.
Q32.3 日本について外国人に説明することができる	37.4%	22.5%	35.4%	*
Q32.4 エスニックレストランに行くのが好きだ	31.6%	3.8%	27.7%	***
Q32.5 いろいろな国に旅行に行ってみたい	86.1%	70.0%	83.9%	***
Q32.6 機会があれば、外国で仕事や勉強をしてみたい	60.6%	43.8%	58.2%	**
Q32.7 いつか外国で暮らしてみたい	51.7%	36.7%	49.7%	*
Q32.8 貧しい国の人たちへの支援活動に協力したい	55.2%	63.7%	56.3%	n.s.
Q32.9 英語が上手に話せるようになりたい	88.9%	80.0%	87.7%	*

## 7. おわりに

最後に、今後の課題や展望についてもふれておくこととしたい。本論文では、2020年に東京都と愛媛県の大学生577名を対象に行われた、オンラインアンケート調査の結果に基づいて、大都市と地方都市の大学生の実態を比較してきた。その際に用いた質問項目は、過去にこれらの地域を対象にして、定点観測的に行われてきた質問紙調査と同じものであり、この点でいくつもの興味深い知見が浮かび上がってきた。

依然として、両地域ともに、地域愛着度も現状の生活満足度も高く、有意な差がみられない点は特徴的であった。2000年代初めにおいては、こうした特徴を地元志向として位置づけ、大都市と地方都市のそれぞれにおいて、特徴的な文化が発達しているものとして解釈してきた（辻2010など）。だが、依然として地域差が見られる項目もある一方で、個人性領域における差異化志向や最も身近なメディアであろうスマートフォンの接触時間などは地域差がみられず、それ以外にも、とりわけ大都市である東京都を特徴づけていた項目における違いがみられなくなっている傾向が目立っていた。よくいわれる、グローバル化の深化に伴うフラット化によって、大都市と地方都市の文化的な違いは本当になくなってしまうのか、あるいはそうなった場合に、地域愛着度や生活満足度が高いままで維持されるのか、今後に向けても、継続的に論ずべき点は多々存在しているといえるだろう。

本調査は、あくまで協力が得られた大学の講義の受講生を対象としたものであるため、この点でサンプルの偏りが存在している可能性は否めず、また東京都や愛媛県だけではなく、ほかの大都市や地方都市も対象とした調査や、さらには全国規模の調査によって、ここでの論点をさらに深めていくことも肝要であろう。本調査における知見が、このような今後の研究に資するところがあれば、望外の喜びである。

追記：本論文は、2017～2020年度科学研究費基盤研究（C）「グローバルエリートに見る、若者の社会意識形成とソーシャルメディアに関する実証研究（研究課題／領域番号17K04156）」の助成を受けた研究成果の一部である。

### 参考文献

- 阿部真大, 2013, 『地方にこもる若者たち—都会と田舎の間に出現した新しい社会』朝日新聞出版.
- 相川充・藤田正美, 2005, 「成人用ソーシャルスキル自己評定尺度の構成」『東京学芸大学紀要 第1部門 教育科学』東京学芸大学紀要出版委員会, 56: 87-93.
- 新谷周平, 2003, 「フリーター選択プロセスにおける移動志向と地元志向—現在志向・「やりたいこと」志向の再解釈」『日本教育社会学会大会発表要旨集録』55, 258-259.
- 新谷周平, 2007, 「ストリートダンスと地元つながり」本田由紀編『若者の労働と生活世界』大月書店: 221-252.
- 浅野智彦, 2013, 『「若者」とは誰か—アイデンティティの30年』河出書房新社.
- Bauman, Zygmunt, 2011, *Culture in a liquid modern world*, Polity. (= 2014, 伊藤茂訳『リキッド化する世界の文化論』青土社)
- Beck, Ulrich, 1997, *Was ist Globalisierung?: Irrtümer des Globalismus: Antworten auf Globalisierung*, Suhrkamp. (= 2005, 木前利秋, 中村健吾監訳, 『グローバル化の社会学—グローバルイズムの誤謬 グローバル化への応答』国文社).
- 土井隆義, 2010, 「地方の空洞化と若者の地元志向—フラット化する日常空間のアイロニー」『社会学ジャーナル』35, 97-108.
- 遠藤知己編, 2010, 『フラット・カルチャー—現代日本の社会学』せりか書房.
- Friedman, Thomas L., 2006, *The world is flat: a brief history of the twenty-first century*, Farrar, Straus and Giroux (= 2010, 伏見威蕃訳『フラット化する世界: 経済の大転換と人間の未来 (上・中・下)』日本経済新聞出版社).
- 藤村正之・浅野智彦・羽濑一代編, 2016, 『現代若者の幸福—不安感社会を生きる』恒星社厚生閣.
- 井上俊編, 1984, 『地域文化の社会学』世界思想社.
- 石黒格・李永俊・杉浦裕晃・山口恵子, 2012, 『「東京」に出る若者たち—仕事・社会関係・地域間格差』ミネルヴァ書房.
- 片桐新自, 2019, 『時代を生きる若者たち—大学生調査30年から見る日本社会』関西大学出版部.
- 片瀬一男, 2015, 『若者の戦後史—軍国少年からロスジェネまで』ミネルヴァ書房.
- 川端浩平, 2013, 『ジモトを歩く—身近な世界のエスノグラフィ』御茶の水書房.
- 河合淳子ほか, 2011, 「大学生の留学志向と社会的背景—日中比較を手がかりとして」『京都大学国際交流センター論攷』1: 1-20.
- 木村絵里子・轡田竜蔵・牧野智和, 2021, 『場所から問う若者文化—ポストアーバン化時代の若者論』晃洋書房.
- 北田暁大, 2002, 『広告都市・東京』廣済堂出版.
- 小島奈々恵ほか, 2014, 「日本人大学生の海外留学に関する意識調査—「内向き志向」と留学意思の関係」『総合保健科学—広島大学保健管理センター研究論文集』30: 21-26.
- 小谷敏編, 1993, 『若者論を読む』世界思想社.
- 轡田竜蔵, 2011, 「過剰包摂される地元志向の若者たち—地方大学出身者の比較事例分析」樋口明彦・上村泰裕・平塚真樹編『若者問題と教育・雇用・社会保障—東アジアと周縁から考える』法政大学出版局: 183-212.

- 櫻田竜蔵, 2017, 『地方暮らしの幸福と若者』 勁草書房.
- 正村俊之, 2009, 『グローバリゼーション—現代はいかなる時代なのか』 有斐閣.
- 松田美佐, 2017, 「若者のコミュニケーション・メディア利用の地域差／性差」『紀要社会学・社会情報学』中央大学文学部, 27: 29-61.
- 松山大学社会調査室, 2006, 『若者の生活と文化—愛媛県松山市, 東京都杉並区二地点比較調査』
- 松山大学社会調査室, 2010, 『若者の生活と文化—愛媛県松山市, 東京都杉並区二地点比較調査』
- 宮台真司ほか, 1992, 『高度技術社会における若者の対人関係の変容』(平成3年度科学研究費補助金: 重点領域研究『高度技術社会のパースペクティブ』研究成果報告書)
- 宮台真司, 1994, 『制服少女たちの選択』 講談社.
- 三浦展, 2004, 『ファスト風土化する日本』 洋泉社.
- 三浦展, 2010, 『ニッポン若者論—よさこい, キャバクラ, 地元志向』 筑摩書房.
- 難波功士, 2012, 『人はなぜ〈上京〉するのか』 日本経済新聞出版社.
- 小川豊武, 2021, 「それでもなお, 都心に集まる若者たち」『場所から問う若者文化—ポストアーバン化時代の若者論』 晃洋書房: 70-91.
- 貞包英之, 2015, 『地方都市を考える—「消費社会」の先端から』 花伝社.
- 総合研究開発機構編, 1983a, 『若者の都市—大都市に生きる若者の意識と行動』 学陽書房.
- 総合研究開発機構, 1983b, 『地方都市青年層のライフスタイルと文化行動』 総合研究開発機構.
- 鈴木賢志, 2015, 『日本の若者はなぜ希望を持ってないのか』 草思社.
- 高橋勇悦監修, 川崎賢一・芳賀学・小川博司編, 1995, 『都市青年の意識と行動—若者たちの東京・神戸90's分析編』 恒星社厚生閣.
- 寺地幹人・小川豊武, 2016, 「地域・地元と若者」青少年研究会『「若者の生活と意識に関する全国調査2014」報告書』15-24.
- 富田英典・藤村正之編, 1999, 『みんなほっちの世界』 恒星社厚生閣.
- 辻泉, 2010, 「地方の若者・都市の若者—愛媛県松山市・東京都杉並区2地点比較調査の結果から」『松山大学論集』松山大学総合研究所, 22(1), 443-465.
- 辻泉, 2016, 「グローバル化する若者文化(3)「地元志向」の現在」第89回日本社会学会大会, 自由報告部会配布資料.
- 辻泉・大倉韻・野村勇人, 2016, 「若者文化20年間の「計量的モノグラフ」—「遠隔=社会, 対人性, 個人性」三領域の視点から」『紀要社会学・社会情報学』中央大学文学部, 26: 43-79.
- 辻泉・大倉韻・野村勇人, 2017, 「若者文化は25年間でどう変わったか—「遠隔=社会, 対人性, 個人性」三領域の視点からの「計量的モノグラフ」」『紀要社会学・社会情報学』中央大学文学部, 27: 107-137.
- 辻泉・大倉韻・浅野智彦・松田美佐, 2022, 「若者文化は30年間でどう変わったか—「遠隔=社会, 対人性, 個人性」三領域の視点からの「計量的モノグラフ」(その2)」『紀要社会学・社会情報学』中央大学文学部, 32: 79-142.
- 米原拓矢・田中大介, 2015, 「地元志向と心理的特性との関連—新たな発達モデルの構築に向けて」『地域学論集—鳥取大学地域学部紀要』11(3): 139-157.
- 矢野真和, 1995, 『生活時間の社会学—社会の時間・個人の時間』 東京大学出版会.