

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）——

辻 泉
大 倉 韻
浅 野 智 彦
松 田 美 佐

目 次

1. はじめに
2. 本論文の概要（特徴と目的）
3. 分析対象と方法
4. 分析結果(1) 遠隔＝社会領域の変容
5. 分析結果(2) 対人性領域の変容
6. 分析結果(3) 個人性領域の変容
7. 分析結果(4) メディア文化受容の実態
8. ま と め

1. はじめに

本論文は、およそ過去30年間にわたる若者文化の変容について、社会的に領域横断的な、経年比較研究を企図するものであり、そのために我々の研究グループ（グローバル若者文化研究会）が行ってきた調査（以下、Global Youth Studies 調査またはGYS 調査）の結果を検討していく。

すでに筆者らは、同様の問題意識に基づいて、いくつかの論文を発表しており、辻・大倉・野村（2016）では1990年から2009年までのおよそ過去20年間の、辻・大倉・野村（2017）では同様に2015年までの25年間の、その変容について分析を行った。本論文もこれらの延長線上に位置づくものであり、同様に2020年までの30年間における若者文化の変容を分析していくという点で、

やはり「計量的モノグラフ」（尾嶋2001）と位置づけられるものといえる。

なお、研究に至る問題意識や、関連する先行研究や社会背景、分析の方法論については、上記の論文と重複する点も多いため、これらの点については概略的に記すのにとどめ（詳細は上記の論文をご参照いただきたい）、むしろ調査の分析結果と解釈について、より多くの紙幅を割くこととしたい。また末尾には、2020年に行われた調査の単純集計結果も掲載しており、併せてご参照いただきたい。（辻 泉・松田美佐）

2. 本論文の概要（特徴と目的）

上記の論文においても指摘しているが（辻・大倉・野村2016, 2017）、今日における日本の若者文化を考える上で、この間の時代に注目することは、とりわけ大きな意味をもっている。それは1990年代が、若者文化を考える上で1つの典型的な時代であったということ、そしてその後の日本においてきわめて大きな社会変動があったということに他ならない。

すなわち、1990年代の若者文化とは、宮台真司らの研究グループが「新人類とオタク」の対比¹⁾として描き出していたように（宮台ほか1992, 宮台・石原・大塚1993, 宮台1994, 岩間1995など）、華やかな消費文化の時代であったと

いえ、それは、いわゆるバブル経済崩壊の直後で、「就職氷河期」が徐々に訪れる中、インターネットや携帯電話が今日のような本格的な普及をする以前の状況でもあったのである。すなわち、グローバル化を典型とする社会の激しい流動化が、相対的にはまだ緩やかであった時代であり、それゆえに、若者たちが日本社会や自分自身の未来像について、今日よりは、肯定的で安定的な展望を抱くことができた時代だったのである。これが2000年代以降に至るにつれて、グローバル化の進展や新しいメディアの普及などとともに社会の流動化も激しさを増し、かなり不安定な時代状況が訪れることとなっていく。

こうした点を踏まえ、これまでの論文と同様に、本論文では以下のような特徴からなる記述を行っていくこととしたい。

第1には、いわゆる若者論が陥りがちである点を回避するため、近視眼的に特定の事例のみを取り上げ、それに基づいて、過度に否定的／肯定的な議論をしないように心がけていくということである。

第2には、そのためにも、社会学的に領域横断的で幅広い議論を行うべく、これまでの論文と同様に、(1) 遠隔＝社会領域、(2) 対人性領域、(3) 個人性領域といった、社会構造に関連した複数の視点(宮台1987)²⁾をもつとともに、これにメディア文化受容の実態に関する分析も加えて、若者文化の変容を掘り下げていくという点である。

そして第3には、繰り返し述べてきたように、ワンショットサーベイとして特定の時点だけを取り上げるのではなく、1990年から2020年までの30年間にわたる変容を浮かび上がらせるために、過去5時点の調査結果を取り上げた経年比較研究を行うという点が挙げられる。すなわち、若者文化について、実証的な調査データに基づきつつ、立体的かつ総合的にその変容を記述することが本論文の目的といえる。

なお本論文の構成は、以下の通りである。次の3節で本論文が用いる調査データを紹介した後に、(1) 遠隔＝社会領域(4節)、(2) 対人性領域(5節)、(3) 個人性領域(6節)の三領域に関する質問項目の検討結果を中心にしながら、これにメディア文化受容の実態についても記述を加え(7節)、最後に結果を全体的にまとめていくこととする(8節)。なお、本論文は共著論文であるため、節・項ごとに、末尾にその著者名を記すこととする。(辻 泉・松田美佐)

3. 分析対象と方法

3.1. 分析に用いるデータ

本論文で結果を検討するのは、1990・2005・2009・2015・2020年の5つの時点にわたって、それぞれ行われた質問紙調査の結果であるが、各調査の概要を記しておこう。

最初に行われた1990年の調査(以下「90年調査」と呼ぶ)は、宮台真司を中心とするグループによって関東圏7都県と関西圏7府県の大学4年生を対象に郵送法で行われた。対象者数は10429人で、有効回答数(率)は1548人(14.8%)であったが、このうち性別が無回答または不明の者が10人いたため、以降の本論文の分析ではそれらを除いた1538人分の集計結果を取り上げていくこととする。同調査は(株)リクルートの保有する名簿を基にして行われたものであったが、さらなる詳細は、宮台ほか(1992)などをご参照いただきたい。

次に2000年代以降に行われた各調査(それぞれ「05年調査」「09年調査」「15年調査」「20年調査」と呼ぶ)は、「90年調査」の質問内容を参照しつつ、いくつかのアレンジを加えたものといえる。まず、「90年調査」では(株)リクルートの保有する名簿を基に関東圏および関西圏の大学生を対象にしたが、「05年調査」以降においては、選挙人名簿を基にして、層化二段無作為抽出法によって抽出した、東京都杉並区および愛媛県松山

市に在住する20歳の男女各1000人を対象とした。なお「05年、09年調査」は松山大学人文学部社会調査室を、「15年調査」「20年調査」はグローバル若者文化研究会（代表：松田美佐中央大学教授）を調査主体として、いずれも、配布・回収とも郵送法を用いて行われている。

有効回答数(率)は、「05年調査」が、東京都杉並区266人(26.6%)、愛媛県松山市249人(24.9%)、「09年調査」が東京都杉並区308人(30.8%)、愛媛県松山市250人(25.0%)であり(これらの調査の詳細については、松山大学社会調査室2006、2010などを参照)、「15年調査」が東京都杉並区259人(25.9%)、愛媛県松山市21.4人(21.4%)、「20年調査」が東京都杉並区265人(26.5%)、愛媛県松山市163人(16.3%)であった。

なお調査地域の選定については、「90年調査」が大都市圏に限定されていたのに対し、それ以降の調査では大都市圏と地方都市の比較という観点を加味するため、上記の2地域が選定された³⁾。また、「05年調査」以降において、対象者を20歳の若者に限定したのは、年齢による差をなくして、若者の中におけるタイプごとの対比を明確にさせるためであり(これは「90年調査」と同様である)、加えて、若者として平均的な年齢であるから、という理由による(現役で進学した場合には大学2年生に、高卒で就職した場合には社会人2年目にあたりと考えられる)。

3.2. 分析方法

本論文では、これまでに発表した論文と同様に、主として単純集計表の結果を比較し、その経年変化を中心に分析していく。

またすでに過去の論文でも触れた注意点ではあるが、「90年調査」だけがほかの調査と比べて、対象とする地域や年齢層が微妙に異なっている。だが、社会的に領域横断的で、ほぼ同じ内容の質問をこれだけの長期間にわたって行ってきた調

査も数少ないため、経年比較をする上で十分に留意すべき点があるのも事実ではあるが、相対的に貴重な知見が得られるものとして、その結果に注目していきたい。

したがって、「90年調査」が大都市圏を対象としたものであったことから、それ以降の調査と比較する際には、主として東京都杉並区を対象とした結果との間の経年変化に注目することとし、さらに必要に応じて、愛媛県松山市の結果にも触れていく。

なお以降において、特に経年変化において大きな動向があったものには、次のように表中に記すこととする。①「90年調査」と「20年調査」のうちの東京都杉並区の結果とを比較して、その割合において、10%以上の増減があったものについて表中に網掛けを施し、さらに減少しているものは斜体文字で表す⁴⁾。②「05年調査」以降に追加された項目については、東京都杉並区、愛媛県松山市の両方の増減を比較して、いずれかで10%以上の増減があった場合に、同様の表記を施す。

これまでの論文と同様、本論文においても、主に、社会構造に対応して大きく3つに分かれた領域の質問(とメディア文化受容の実態に関する質問)を取り上げていくが、その概略は以下の通りである。さらに詳細な質問項目の内容については、以降をご参照いただきたい。

(1) 遠隔 = 社会領域

・社会情勢などに関する項目

(例)「国際性が豊かな人になりたいと思う」「現在の社会情勢」を知っていることは重要だ」など

・宗教など超越的なものに関する項目⁵⁾

(例)「人生には意味があると思う」「死について考えることがある」など

(2) 対人性領域

・友人関係に関する項目

(例)「同じ若者でも「どうしても理解できな

- い人」がいる」など
- ・恋愛関係・セクシュアリティに関する項目
(例)「「恋愛」は何ごとにも替えがたい」「性に関する態度についての影響源は何か」など
 - (3) 個人性領域
(例)「一般に自分の感覚に自信がある」「広告の印象に左右されるほうだ⁶⁾」など
 - (4) メディア文化受容の実態に関する項目
(例)「もっとも大切な趣味は何か」「アニメをよく見る」など

以降の本論文では、こうした質問項目についての検討結果を記しつつ、最後に全体的なまとめを記すこととする。(辻 泉・松田美佐)

4. 分析結果(1) 遠隔 = 社会領域の変容

表4-1では、遠隔 = 社会領域に関して4件法で尋ねた質問項目について、肯定的回答の割合の変化を、経年で比較した結果を示している。

以前の論文では、おおむね減少傾向にあるのはポジティブな内容の項目で、むしろ逆に一部のネガティブな内容の項目では増加傾向がみられることを指摘し、その背景として社会の先行きの不透明感が増大しつつあると思われること、そしてこうした傾向が、特に「05年調査」時点では、項目によっては地方都市である松山市においてより目立っている可能性を示唆した。一方で、「09年調査」以降、有意な地域差のみられる項目数は徐々に減少傾向にあることも指摘されたが、総じてこうした傾向は、「20年調査」に至っても続いているように思われる。

たとえば、「Q46.5 人生には意味があると思う⁷⁾」についての肯定的な回答は、「90年調査」では、90.2%と9割を超えていた。だが、杉並区の結果から経年変化を追っていくと、「05年調査」は82.6%、「09年調査」は85.0%、「15年調査」は73.4%、そして「20年調査」は72.5%と、特に近年におけるやや大きな減少傾向が認められる

(以降、こうした結果を、90年90.2%→05年82.6%→09年85.0%→15年73.4%→20年72.5%と記すこととする。なお松山市の結果とは、「05年調査」～「20年調査」を通して有意差はみられなかった)。

また「Q48.6 国際性が豊かな人になりたいと思う」という項目については、90年85.8%→05年76.9%→09年71.7%→15年70.7%→20年72.1%と、「20年調査」ではやや持ち直したものの、杉並区の結果においては、総じておおむね一貫した減少傾向がみられたように思われる。一方で、同じ項目について、松山市の結果に注目すると、やや異なった傾向もみられた。たしかに「90年調査」の結果と比べれば、総じて割合は低いのだが、一方で、05年63.3%→09年62.2%→15年63.1%→20年71.2%という変化をみると、「05年調査」や「09年調査」では杉並区よりも有意に割合が低かったのが、「15年調査」ではそれがみられなくなり、「20年調査」ではほぼ7割程度で並ぶようになったことがわかる。

先取りして記せば、他の領域でも共通してみられる現象なのだが、「05年調査」から「20年調査」にかけて、地方都市である松山市において増加傾向が続き、杉並区との間での有意差がみられなくなった項目が目立っているのも、今回の知見の1つとなっている。

他にも「Q46.3 20年後の自分は幸せだ」という項目について、杉並区の結果を中心に経年変化を追うと、90年79.5%→05年64.6%→09年67.0%→15年70.7%→20年64.2%と、やや一貫した傾向は見いだしがたいものの、「90年調査」と比べると総じて割合は低いことがわかる。松山市の結果では、05年53.2%→09年64.5%→15年65.4%→20年68.1%と、「90年調査」と比べて総じて割合が低いことは同じだが、「05年調査」～「20年調査」の間に一貫した増加傾向がみられ、「05年調査」時には有意であった地域差が、それ以降はみられなくなっていることがわかる。

表4-1 遠隔＝社会領域に関する項目⁸⁾

(単位＝％、肯定的回答の割合の合計)

変数名	変数ラベル	1990 (n=1538)	2005 (n=515)			2009 (n=558)			2015 (n=473)			2020 (n=428)		
			杉並 (n=266)	松山 (n=249)	χ^2	杉並 (n=308)	松山 (n=250)	χ^2	杉並 (n=259)	松山 (n=214)	χ^2	杉並 (n=265)	松山 (n=163)	χ^2
2020														
Q46.11	「死」について考えることがある	55.7%	78.3%	71.0%	n.s.	79.2%	74.7%	n.s.				78.1%	71.2%	n.s.
Q46.12	「死にたい」と思うときがある								32.0%	31.3%	n.s.	36.2%	33.1%	n.s.
Q46.5	人生には意味があると思う	90.2%	82.6%	82.7%	n.s.	85.0%	82.7%	n.s.	73.4%	76.2%	n.s.	72.5%	74.8%	n.s.
Q46.3	20年後の自分は幸せだ	79.5%	64.6%	53.2%	**	67.0%	64.5%	n.s.	70.7%	65.4%	n.s.	64.2%	68.1%	n.s.
Q48.1	「現在の社会情勢」を知っていることは重要だ	90.2%	83.3%	70.2%	***	78.8%	79.2%	n.s.	83.4%	79.9%	n.s.	89.1%	85.3%	n.s.
Q48.2	「現在の社会情勢」を知っているほうだ	55.1%	34.8%	27.1%	n.s.	30.3%	22.4%	*	29.3%	22.4%	n.s.	37.7%	28.2%	*
Q48.3	この時代に生まれてよかった	83.1%	79.4%	77.3%	n.s.	73.7%	71.2%	n.s.	77.2%	75.2%	n.s.	78.9%	84.0%	n.s.
Q48.6	国際性が豊かな人になりたいと思う	85.8%	76.9%	63.3%	***	71.7%	62.2%	*	70.7%	63.1%	n.s.	72.1%	71.2%	n.s.
Q48.8	社会のために、何らかの形で役立ちたい	88.6%	77.2%	79.8%	n.s.	84.1%	83.2%	n.s.	78.8%	77.1%	n.s.	82.3%	84.0%	n.s.
Q48.4	日本に生まれてよかったと思う	88.5%	89.8%	93.1%	n.s.	93.5%	93.6%	n.s.	93.4%	94.4%	n.s.	92.1%	93.3%	n.s.
Q48.9	「世の中の裏」をのぞいてみたい	72.8%	61.7%	57.5%	n.s.	67.8%	66.0%	n.s.	68.3%	60.3%	n.s.	61.5%	62.6%	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	60.9%	62.7%	62.3%	n.s.	70.4%	66.3%	n.s.	61.8%	61.2%	n.s.	58.5%	60.1%	n.s.
Q46.13	日々の生活にもっと確かな実感がほしい	64.9%	53.8%	64.9%	*	61.8%	60.0%	n.s.	57.1%	64.5%	n.s.	63.8%	67.5%	n.s.
Q46.1	現在の生活には満足している	-	59.8%	54.2%	n.s.	70.8%	65.6%	n.s.	76.1%	72.4%	n.s.	76.2%	69.9%	n.s.
Q46.2	友人(恋人を含む)との関係には満足している	-	71.4%	71.5%	n.s.	85.1%	78.0%	*	83.0%	78.5%	n.s.	87.5%	85.9%	n.s.
Q46.6	自分の人生はつまらない人生だと思う	-	16.9%	22.5%	n.s.	21.1%	26.8%	n.s.	27.4%	33.2%	n.s.	25.7%	31.3%	n.s.
Q46.7	この世の中はつまらなくて退屈だ	-	15.0%	19.3%	n.s.	16.2%	19.6%	n.s.	19.7%	22.9%	n.s.	18.1%	20.9%	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	-	59.0%	20.5%	***	67.2%	20.0%	***	56.8%	26.6%	***	61.9%	28.8%	***
Q46.10	「日本の将来は明るい」と思う	-	19.5%	14.1%	n.s.	21.1%	14.0%	*	28.2%	27.1%	n.s.	23.8%	22.7%	n.s.
Q48.5	今、住んでいるまちが好きだ	-	82.3%	78.7%	n.s.	89.9%	88.8%	n.s.	87.3%	83.2%	n.s.	90.2%	86.5%	n.s.

続いて、増加傾向にあるネガティブな内容の項目としては、「Q46.11「死」について考えることがある」が挙げられよう。「15年調査」では尋ねていなかったのだが、「90年調査」では55.7%と半数をやや超える程度であったものが、杉並区の結果を中心に追うと、05年78.3%→09年79.2%→20年78.1%と8割に迫る程度で推移しており、松山市との間で地域差もみられなかった。

これまでの論文においても指摘したことだが、こうした結果については、やはり社会の先行きの不透明感の増大と関連づけて理解することが妥当であり、なおかつその点において、都市と地方における差がなくなってきている可能性が示唆され

るのではないだろうか。

一方、これまでの論文でも触れたことだが、一見矛盾しているようで興味深いこととして、その他に増加傾向にある項目が注目に値する。「05年調査」から加えた項目の中でも、たとえば「Q46.1 現在の生活には満足している」という項目は、杉並区の結果をみると、05年59.8%→09年70.8%→15年76.1%→20年76.2%と一貫した増加傾向がみられ、松山市との間での有意な地域差もみられなかった。同じく、「Q46.2 友人(恋人を含む)との関係には満足している」についても、05年71.4%→09年85.1%→15年83.0%→20年87.5%とおおむね増加傾向にあり、「09

年調査」を除いて、松山市との間に有意な地域差はみられなかった。

これらはポジティブな内容の項目に含まれるわけだが、掘り下げて解釈をすれば、「大きな社会」における不透明感やネガティブさが増大する一方で、あるいはそれゆえにこそ、「小さな等身大の社会」では満足度やポジティブさが増大するという対照的な傾向があるといえるのかもしれない。具体的には、「人生には意味があると思う」の減少傾向や、「死」について考えることがある」の増加傾向、あるいは変化はさほど大きくないが、「Q46.10「日本の将来は明るい」と思う」の割合が、一貫して3割以下と低いことなどは、前者と関わるものといえるだろう⁹⁾。後者と関わるものとしては、生活満足度や友人満足度のほかに、地域愛着度にあたる「Q48.5 今、住んでいるまちが好きだ」が一貫して割合が多く、「20年調査」ではほぼ9割にも達していることなども挙げられよう。

これを近年の社会変動と結びつけるならば、都市と地方の差異が消失していくことは、いわゆる「フラット化」と呼ばれる現象にあてはまるものと考えられそうである（Friedman 2005 = 2006, 遠藤編 2010 など）。さらにいえば、地方の若者もはやあまり都市に憧れず、「小さな等身大の社会」へと向かう傾向は、2000年代初頭以降注目されてきた、いわゆる「地元志向」（辻 2010, 阿部 2013, 轡田 2017 など）とも関連づけて考えられそうだが、そのゆくえは、個々に独自のローカルな文化の発展へと向かうのか、それとも文字通りに「フラット」で差異がなく、均質的に画一化して「入れ替え可能」な、いわゆる「郊外化」（宮台 1997 など）と呼ばれる現象へと向かうのか、今後も継続的に注目する価値があるといえるだろう。（辻 泉）

5. 分析結果(2) 対人性領域の変容

本節では、友人・家族・恋愛交際など親密な他

者との関係性に注目して分析を行った。ただし対人性領域は該当する質問項目が多いため、ここでは分析に使用した項目を中心に表を掲載している。

前回論文では、友人関係における関係維持の優先、家族関係の再評価、恋愛関係における男女の意識のズレなどの傾向がみられた。そして今回の分析では、これまでの傾向は維持されつつ、友人関係における分極化、恋愛関係で交際相手を評価する際の「性格のよさ」の内実について新たな知見が得られた。

5.1. 友人関係

友人関係項目について前回論文では、「同質的だが広範に及び、にもかかわらず不透明で予測不可能な友人関係に立ち向かわなければならないために、これまで以上にリスク回避に専念し、自己主張を控え、うまく立ちまわらざるをえない状況に置かれている」と解釈した。今回の調査結果からは、そうした全体的な傾向は維持されつつも、趣味を介した新たな人間関係が活性化している可能性が見いだされた。

まず若者同士の相互理解についてだが、表5-1で「Q24.4 同じ若者でも「どうしても理解できない人」がいる」が05年で増加したのち横ばいであることから（杉並区で90年67.6%→05年86.0%→09年85.6%→15年87.6%→20年89.1%、以下断りのない場合、杉並区での推移を示す）、不透明感は維持されていると判断してよいだろう。

続いて友人数や友人関係の多様性について検討したい。個人性領域の項目から友人関係に関連するものを取り出してみると（後掲表6-1参照）、「Q31.2 友人の数は多いほどいい」が90年の1/3以下に減少（90年81.5%→05年42.9%→09年45.6%→15年34.7%→20年25.7%）しており、また「Q31.13 気の合う友人とだけつきあいたいと思う」とする意識は30%近く増加していた（90年55.1%→05年69.5%→09年70.4%→15年

表 5-1 友人関係に関する4件法項目

(単位 = %, 肯定的回答の割合の合計)

変数名	変数ラベル	1990 (n=1538)	2005 (n=515)			2009 (n=558)			2015 (n=473)			2020 (n=428)		
			杉並 (n=266)	松山 (n=249)	χ^2	杉並 (n=308)	松山 (n=250)	χ^2	杉並 (n=259)	松山 (n=214)	χ^2	杉並 (n=265)	松山 (n=163)	χ^2
Q24.4	同じ若者でも「どうしても理解できない人」がいる	67.6%	86.0%	86.6%	n.s.	85.6%	87.5%	n.s.	87.6%	85.5%	n.s.	89.1%	88.3%	n.s.
Q24.5	人と意見が対立しても絶対にゆずれないことがある	73.3%	77.0%	67.9%	*	76.1%	71.9%	n.s.	62.9%	55.1%	n.s.	63.0%	60.7%	n.s.
Q24.6	年上との交流が多い	57.2%	71.3%	63.9%	n.s.	73.9%	66.3%	n.s.	71.4%	61.2%	**	64.9%	62.6%	n.s.
Q24.7	年下との交流が多い	41.4%	30.6%	30.9%	n.s.	32.2%	25.4%	n.s.	34.4%	25.2%	*	26.4%	32.5%	n.s.
Q24.9	知らない人ばかりのパーティーは気がひける (2015～は「集まりやコンパ、飲み会」)	66.5%	76.8%	73.8%	n.s.	73.6%	76.6%	n.s.	77.2%	81.8%	n.s.	81.1%	86.5%	n.s.
Q24.10	共通点のない人と知り合いになるのが得意だ	40.6%	21.9%	22.1%	n.s.	29.0%	25.4%	n.s.	35.5%	23.4%	**	33.6%	29.4%	n.s.
Q24.11	積極的に自己主張するほうだ	47.1%	35.1%	29.8%	n.s.	33.6%	29.7%	n.s.	34.7%	24.8%	*	35.5%	33.7%	n.s.
Q24.12	いじめられたことがある	39.7%	46.8%	39.0%	n.s.	47.2%	40.6%	n.s.	47.5%	42.5%	n.s.	37.0%	39.9%	n.s.
Q24.1	友人と社会問題や時事問題を話題にする (1990は、友達とおしゃべりで、社会問題や時事問題を話題にすることがあるか)	78.4%	63.5%	44.2%	***	67.2%	48.4%	***	55.6%	39.7%	**	60.8%	54.6%	n.s.
Q24.2	友人と個人的な悩みを話題にする (1990は、友達とおしゃべりで、個人的な悩みを話題にすることがあるか)	73.1%	75.2%	75.5%	n.s.	70.5%	70.4%	n.s.	73.0%	62.6%	*	72.8%	71.2%	n.s.
Q24.3	遊ぶ内容で友人を使い分けしている	-	73.3%	64.3%	*	75.0%	66.4%	*	77.6%	71.5%	n.s.	78.9%	68.7%	*
Q24.13	人間関係を一からやり直したいと思ったことがある	-	-	-	n.s.	43.2%	45.6%	n.s.	50.2%	50.9%	n.s.	43.4%	50.9%	n.s.

72.2% → 20年 83.0%, さらに松山では上昇率が大きく05年 60.9% → 09年 71.1% → 15年 80.4% → 20年 86.5%)。したがって、友人数の多さを誇るような振る舞いは少なくとも意識の上ではみられないようだ。

しかしそうした意識の変化は友人数に直接影響しているようには見受けられない (表 5-2)¹⁰⁾。仲のよい友人数は杉並で減少傾向にあるものの (05年 18.47人 → 09年 19.87人 → 15年 18.23人 → 20年 15.25人), 親友数 (05年 3.92人 → 09年 3.98人 → 15年 3.65人 → 20年 3.94人), 知り合い程度の友人数 (05年 64.52人 → 09年 70.60人 → 15年 71.30人 → 20年 63.99人), また同性親友・異性親友数にも大きな変化はなかった。したがって, 友人関係の外延が大きく変化したとはいえないようだ。また杉並と松山で知り合い程度の友人数に大きな開きがある点は, 都市部では他者

と知り合う機会が多いことを示していると考えてよいだろう (20年調査で杉並 63.99人に対して松山 48.27人)。

次に表 5-3の結果より, 友人関係の多様性を測る尺度として親友や友人と知り合った場所の数 (友人チャンネル数) の平均を確認したところ¹¹⁾, 05年 1.72 → 09年 1.71 → 15年 1.62 → 20年 1.60とやや減少傾向にあり, 多様な人間関係が構築されているとはいいがたい結果となった。また知り合った場所について「学校」がほぼ全員に選択されていることから (05年 97.0% → 09年 96.4% → 15年 97.3% → 20年 98.8%), 彼らの生活は自分の学校で受動的に得られる比較的同質な友人関係によってほぼ覆い尽くされていることがうかがえる。

ここまでの知見をまとめると, あくまで意識の上では狭く深い友人関係が志向されているが,

表 5-2 友人の人数

(単位 = 人, 複数回答)

変数名	変数ラベル	1990 (n=1538)	2005 (n=515)			2009 (n=558)			2015 (n=473)			2020 (n=428)		
			杉並 (n=266)	松山 (n=249)	χ^2	杉並 (n=308)	松山 (n=250)	χ^2	杉並 (n=259)	松山 (n=214)	χ^2	杉並 (n=265)	松山 (n=163)	χ^2
Q21.1	親友の人数 (無回答, 30人以上を除外)	-	3.92 人	3.50 人	n.s.	3.98 人	3.54 人	n.s.	3.65 人	3.59 人	n.s.	3.94 人	4.16 人	n.s.
Q21m,w	同性の親友の人数 (無回答, 11人以上を除外)	-	3.51 人	3.20 人	n.s.	3.65 人	3.25 人	+	3.17 人	3.15 人	n.s.	3.52 人	3.42 人	n.s.
Q21m,w	異性の親友の人数 (無回答, 11人以上を除外)	-	0.69 人	0.44 人	*	0.68 人	0.59 人	n.s.	0.68 人	0.56 人	n.s.	0.62 人	0.59 人	n.s.
Q21.2	仲のよい友人の人数 (無回答, 101人以上を除外)	-	18.47 人	14.36 人	**	19.87 人	17.54 人	n.s.	18.23 人	13.50 人	**	15.25 人	13.03 人	n.s.
Q21.3	知り合い程度の友人の人数 (無回答, 401人以上を除外)	-	64.52 人	44.80 人	***	70.60 人	49.59 人	**	71.30 人	42.52 人	***	63.99 人	48.27 人	*

表 5-3 友人関係の形成に関わる場所・メディア

(単位 = %, 複数回答)

変数名	変数ラベル	1990 (n=1538)	2005 (n=515)			2009 (n=558)			2015 (n=473)			2020 (n=428)		
			杉並 (n=266)	松山 (n=249)	χ^2	杉並 (n=308)	松山 (n=250)	χ^2	杉並 (n=259)	松山 (n=214)	χ^2	杉並 (n=265)	松山 (n=163)	χ^2
Q21SQ1	知り合った場所: 学校 (全体) で	-	97.0%	90.9%	n.s.	96.4%	95.0%	n.s.	97.3%	99.0%	n.s.	98.8%	99.4%	n.s.
Q21SQ4	知り合った場所: 塾や予備校	-	14.1%	8.3%	*	15.8%	10.9%	n.s.	11.4%	8.1%	n.s.	14.1%	7.5%	*
Q21SQ5	知り合った場所: 職場 (アルバイト除く)	-	4.9%	11.6%	**	4.3%	8.4%	+	5.9%	10.5%	+	2.4%	3.8%	n.s.
Q21SQ6	知り合った場所: 学校・職場以外のサークル・習い事	-	8.4%	4.6%	*	8.9%	10.5%	n.s.	14.1%	6.7%	*	12.5%	15.1%	n.s.
Q21SQ7	知り合った場所: アルバイト先	-	24.3%	30.7%	*	19.8%	21.3%	n.s.	17.3%	17.6%	n.s.	16.5%	23.3%	n.s.
Q21SQ8	知り合った場所: 近所づきあい	-	5.7%	7.5%	*	5.0%	7.9%	n.s.	3.1%	6.2%	n.s.	2.0%	3.8%	n.s.
Q21SQ9	知り合った場所: 街や通り	-	2.3%	1.7%	n.s.	3.3%	3.8%	n.s.	1.2%	0.0%	n.s.	0.0%	1.9%	*
Q21SQ10	知り合った場所: インターネットや携帯のサイト	-	6.1%	6.6%	n.s.	5.9%	6.3%	n.s.	7.5%	8.1%	n.s.	7.3%	8.8%	n.s.
Q21SQ11	知り合った場所: その他	-	6.1%	4.6%	n.s.	3.6%	3.3%	n.s.	5.1%	3.3%	n.s.	2.8%	1.3%	n.s.
Q19.3	友人形成に役立ったメディア: 携帯電話の通話・メール (2020 は, スマホの)	-	63.2%	60.6%	n.s.	57.1%	53.6%	n.s.	18.9%	19.2%	n.s.	13.8%	16.0%	n.s.
Q19.6	友人形成に役立ったメディア: テレビ番組の話題	-	57.1%	59.0%	n.s.	52.9%	50.8%	n.s.	23.6%	18.7%	n.s.	24.2%	23.3%	n.s.
Q19.7	友人形成に役立ったメディア: ゲームの話題 (~2009 は, テレビゲーム)	-	16.5%	15.7%	n.s.	22.7%	26.8%	n.s.	25.9%	26.2%	n.s.	31.9%	37.4%	n.s.
Q19.2.4.5	友人形成に役立ったメディア: インターネットのサイト (2015 ~ は, ブログ・Twitter・SNS + 動画サイト + それ以外のサイト)	-	15.4%	12.0%	n.s.	25.0%	24.8%	n.s.	51.7%	48.1%	n.s.	54.6%	57.7%	n.s.

「広さ」に関していえばほとんど変化しておらず、大都市においては知り合い程度の友人が非常に多くなっていた。また「深さ」に関して、依然として知り合った場所は学校に集中しがちであり、親友数も増減がみられないなど、特に大きな変化はみられなかった。

では、彼らは友人たちとどのように交流してい

るのだろうか。再び表 5-1 をみても、「理解できない」不透明感から若者どうしでの相互理解を放棄している様子がうかがえる。「Q24.11 積極的に自己主張するほうだ」および「Q24.5 人と意見が対立しても絶対にゆずれないことがある」はともに減少しており (それぞれ 90 年 47.1% → 05 年 35.1% → 09 年 33.6% → 15 年 34.7% → 20 年

35.5%、90年73.3%→05年77.0%→09年76.1%→15年62.9%→20年63.0%）、前回論文と同様に自己開示に慎重になっている様子がうかがえる。それだけではなく、表6-1「Q24.1 友人と社会問題や時事問題を話題にする」¹²⁾の減少傾向（90年78.4%→05年63.5%→09年67.2%→15年55.6%→20年60.8%）や「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」の増加（05年30.1%→09年39.6%→15年43.2%→20年46.0%）は、友人たちとの交流の中でも空気を読んで悪目立ちを避けるよう立ち回る彼らの生きづらさを感じさせる。特に「他人と同じことをしていると安心」は「09年調査」から増加傾向にあり、杉並において知人数が70人を超えたのも同じ「09年調査」であることを考え合わせると、相互理解の諦めと表層的な付き合いの背景には、単純に増えすぎた知人を処理することの困難があるのではないだろうか。

こうした状況を前回論文では「限界まで拡大した友人関係を処理するのに追われて相互理解まで手が回らない若者たち」と解釈したが、状況はまたそこから少し変化しているように思われる。ここで注目したい点は、親友や友人と知り合った場所として「Q21SQ6 学校・職場以外のサークルや習い事」が「15年調査」以降増加していること（05年8.4%→09年8.9%→15年14.1%→20年12.5%）、および「Q19.7 友人形成に役立つメディア：ゲームの話題」が大きく増加していること（05年16.5%→09年22.7%→15年25.9%→20年31.9%）である。筆者は以前、映画館で声を出しながら映画を鑑賞する「応援上映」の参与観察を行ったことがあるが（大倉2021）、ここでは「常連」どうしのネットワークが作られており、次回の参加日時と場所についてLINEで積極的に情報交換を行っている様子がみられた。そうした趣味を介した人間関係が増加しつつあることの1つの証左として、これらの変化を捉えることもできるのではないかと。

しかしながら友人チャンネル数の平均が1.60であることから、依然として半数近くの若者は親友や友人と学校でのみ出会っていることも確かである。したがって、若者の友人関係は分極化していると考えられる。つまり前回論文で指摘した「リスク回避のために自己主張を控え、友人関係をそつなく立ち回る」若者に加えて、「趣味をフックに自分と共通点のある人々と積極的につながっていく（そしてしばしばSNSでそれを発信する）」若者が生じてきているのではないだろうか。たとえば福重はSNS上でハッシュタグを用いて、自分と学校や趣味が近い他者と積極的につながろうとする若者の姿を描き出している（福重2021）。とはいえこうした2020年の若者内部の差異化については詳細な分析が求められるため、ここではあくまで仮説として若者の友人関係の「分極化」の可能性を指摘しておきたい。

5.2. 家族関係

「20年調査」には家族関係項目が少ないため、家族について過去調査との比較を行うのは難しい。前回論文では、友人や恋人など、家族以外の親密性と比較した場合の家族の流動性の低さから、精神的な拠り所として定位家族が再評価されるようになってきているのではないかという仮説を提示した。今回の分析でもその傾向は変化していないように見受けられる。

まず表5-4「Q44 あなたは、どんなときに充実していると感じますか。」（「09年調査」での新設項目¹³⁾）から対人関係項目に注目すると、「家族といるとき」が「15年調査」以降大幅に増加していることがわかる（杉並09年25.3%→15年40.2%→20年39.4%、松山09年18.4%→15年40.7%→20年45.4%）、その半面で友人関係は変化がなく、恋愛関係は減少傾向にあることから（「友人や仲間といるとき」09年70.8%→15年77.6%→20年77.3%、「交際相手といるとき」09年35.7%→15年30.9%→20年25.8%）、若者の

表5-4 充実感を感じることに

(単位 = %, 複数回答)

変数名	変数ラベル	1990 (n=1538)	2005 (n=515)			2009 (n=558)			2015 (n=473)			2020 (n=428)		
			杉並 (n=266)	松山 (n=249)	χ^2	杉並 (n=308)	松山 (n=250)	χ^2	杉並 (n=259)	松山 (n=214)	χ^2	杉並 (n=265)	松山 (n=163)	χ^2
Q44.1	1. 奉仕活動 (ボランティア活動) をしているとき	-	-	-	11.0%	4.4%	**	8.5%	10.3%	n.s.	9.5%	12.3%	n.s.	
Q44.2	2. 仕事やアルバイトをしているとき	-	-	-	40.3%	34.0%	n.s.	38.2%	43.5%	n.s.	41.7%	41.7%	n.s.	
Q44.3	3. スポーツや趣味の活動をしているとき	-	-	-	74.0%	65.6%	+	70.7%	62.6%	+	63.3%	73.6%	*	
Q44.4	4. 勉強しているとき	-	-	-	29.5%	14.8%	***	33.6%	24.8%	*	32.2%	25.2%	n.s.	
Q44.5	5. 家族といるとき	-	-	-	25.3%	18.4%	+	40.2%	40.7%	n.s.	39.4%	45.4%	n.s.	
Q44.6	6. 友人や仲間といるとき	-	-	-	70.8%	68.8%	n.s.	77.6%	75.7%	n.s.	77.3%	74.2%	n.s.	
Q44.7	7. 交際相手といるとき (2009 は「親しい異性といるとき」)	-	-	-	35.7%	27.2%	+	30.9%	35.5%	n.s.	25.8%	36.2%	*	
Q44.8	8. 一人でいるとき	-	-	-	45.8%	38.8%	n.s.	41.3%	37.4%	n.s.	39.0%	44.8%	n.s.	
Q44.9	9. その他	-	-	-	5.2%	3.2%	n.s.	5.0%	3.7%	n.s.	4.9%	2.5%	n.s.	
Q44.10	10. 充実感を感じることはない (2009 は「熱中したり夢中になれるときはない」)	-	-	-	1.0%	1.6%	n.s.	0.0%	1.9%	*	1.5%	0.6%	n.s.	

注：2009 は「熱中したり夢中になれること」。

表5-5 性への態度の情報源 (男性, 1 番目と 2 番目)

(単位 = %)

2020	性への態度の情報源 (男性 1・2 番目)	1990 (n=992)		2005 (n=223)		2009 (n=217)		2015 (n=193)		2020 (n=159)	
		1 番目	2 番目	1 番目	2 番目	1 番目	2 番目	1 番目	2 番目	1 番目	2 番目
Q26.1	両親	6.9%	2.4%	3.6%	3.1%	8.8%	3.7%	13.5%	2.6%	8.8%	5.7%
Q26.2	きょうだい	1.3%	1.3%	4.5%	0.4%	1.4%	4.1%	2.6%	1.6%	1.9%	3.8%
	友人	44.6%	16.9%	39.0%	20.2%	35.9%	14.7%	32.1%	16.6%	39.0%	20.8%
	恋人	14.2%	15.1%	9.0%	9.9%	9.7%	8.3%	7.3%	6.7%	7.5%	6.9%
	小説	4.3%	6.0%	2.2%	4.0%	5.5%	6.0%	2.6%	3.6%	5.0%	2.5%
	マンガ	1.4%	2.1%	4.5%	9.0%	6.9%	11.5%	4.1%	7.3%	5.7%	8.8%
	雑誌	10.9%	18.3%	8.5%	10.8%	3.2%	5.5%	4.1%	4.1%	1.3%	0.6%
	小説以外の本	2.6%	4.5%	2.7%	2.2%	0.5%	2.3%	-	-	-	-
	テレビ	6.4%	14.6%	10.3%	13.9%	6.5%	16.6%	4.1%	10.9%	5.0%	5.7%
	ビデオ	2.4%	7.1%	7.6%	12.1%	2.8%	1.8%	-	-	-	-
	映画	2.8%	6.1%	2.2%	3.6%	1.4%	2.8%	4.1%	3.6%	0.6%	5.0%
	アダルトサイト	-	-	-	-	10.6%	10.6%	8.8%	12.4%	13.8%	15.7%
	その他ネット情報	-	-	-	-	-	-	7.3%	11.9%	4.4%	11.9%
	学校の教育や先生	0.3%	1.6%	0.9%	2.2%	2.3%	3.2%	2.6%	4.1%	3.1%	1.9%
	その他	-	-	1.8%	0.4%	1.4%	0.0%	5.2%	1.6%	3.1%	4.4%
	無回答	1.9%	3.7%	3.1%	8.1%	3.2%	8.8%	1.6%	13.0%	0.6%	6.3%

注：インターネットの情報については 1990・2005 年は選択肢がなく、2009 年は「インターネット」という選択肢で尋ねている。

日々の充実感に対して家族のもつ相対的な価値の増大は明らかであろう。

次に表5-5と表5-6から「Q26 あなたの性に対する態度は、何（誰）に影響を受けています

か。」を検討したい。この質問は「両親」「友人」「雑誌」「アダルトサイト」「その他ネット情報」などから2つまで回答するものだが、2020年調査では1番目に選択される情報源として「両親」

表5-6 性への態度の情報源（女性、1番目と2番目）

（単位＝％）

2020	性への態度の情報源 （女性1・2番目）	1990 (n=546)		2005 (n=290)		2009 (n=340)		2015 (n=279)		2020	
		1番目	2番目	1番目	2番目	1番目	2番目	1番目	2番目	1番目	2番目
Q26.1	両親	16.1%	7.1%	5.9%	1.4%	10.0%	3.8%	15.4%	3.9%	11.3%	3.8%
Q26.2	きょうだい	1.8%	3.3%	0.7%	4.1%	3.8%	4.7%	2.2%	2.5%	1.9%	4.5%
	友人	23.3%	26.7%	32.4%	21.0%	28.8%	19.4%	28.3%	26.5%	29.4%	20.4%
	恋人	28.0%	16.3%	22.1%	14.8%	20.9%	13.2%	17.9%	9.7%	14.7%	9.1%
	小説	6.2%	6.0%	4.1%	6.6%	5.0%	6.8%	2.9%	3.6%	3.8%	6.8%
	マンガ	2.4%	4.0%	8.6%	8.3%	8.8%	12.9%	10.0%	10.0%	8.3%	12.5%
	雑誌	6.0%	6.6%	10.3%	17.9%	2.9%	10.0%	2.9%	3.6%	-	1.9%
	小説以外の本	5.7%	8.2%	1.7%	2.1%	0.6%	2.1%	-	-	-	-
	テレビ	4.6%	9.3%	7.6%	9.7%	7.6%	8.8%	6.1%	10.8%	5.3%	9.8%
	ビデオ	0.2%	0.4%	0.3%	0.3%	0.3%	0.6%	-	-	-	-
	映画	3.1%	6.2%	1.0%	2.4%	1.5%	2.4%	2.2%	5.0%	2.3%	6.8%
	アダルトサイト	-	-	-	-	2.1%	3.8%	1.8%	1.8%	3.4%	2.3%
	その他ネット情報	-	-	-	-	-	-	5.0%	10.8%	10.2%	9.8%
	学校の教育や先生	0.9%	1.5%	3.1%	2.1%	2.9%	3.2%	1.8%	4.3%	4.2%	4.5%
	その他	-	-	0.7%	1.7%	2.1%	0.0%	0.7%	0.4%	2.6%	0.4%
	無回答	1.6%	4.2%	1.4%	7.6%	2.6%	8.2%	2.9%	7.2%	2.6%	7.5%

が男女どちらも3位に登場している（男性の1位から「友人」39.0%→「アダルトサイト」13.8%→「両親」8.8%、女性の1位から「友人」29.4%→「恋人」14.7%→「両親」11.3%）。「性に対する態度」という文言は回答者の解釈にブレが生じやすいものの、「青少年の性行動全国調査」の結果（中澤2007：156-60）などと共通する傾向がみられることから、恋愛交際や性行為に対する態度について回答していると解釈してよいだろう。したがって2020年時点での若者たちの中には、「自らの性行動は両親の影響をもっとも強く受けている」と考えている者が少なくないことがわかる。

上記に加えて、先ほど検討した友人関係の分極化傾向や、後述する恋愛交際経験率の低下などを考慮するならば、若者たちの日々の生活の中で家族のもつ重要性はこれまで以上に増大していると考えられるだろう。前回論文でも指摘したが、友人関係や恋愛関係が当然に形成維持されるものでなくなりつつある中で、生まれたときから自身がその中に組み込まれている定住家族はもっとも流

動性が低く、関係解消の不安がきわめて少ない関係だといえる。そのため、不透明な現代社会にあってその交換不可能性が「かけがえのなさ」として認識され評価されていると考えることができる。

5.3. 恋愛関係・セクシュアリティ

恋愛・セクシュアリティ関係項目について前回論文の結果をまとめると、恋愛至上主義的価値観の減少・恋愛を結婚の前段階とみなす意識の浸透に加えて、女性が交際相手に期待する要素について、男性が古い恋愛イメージにとらわれてニーズを読み違えている可能性を指摘した。今回の調査でも全体的な傾向は維持されていたが、一方でニーズの内実が変化している点を検討したい。

まず表5-7をみると、「Q27.2「恋愛」は何ごとにも替えがたい」は前回に引き続いて低下しており（90年67.6%→05年44.4%→09年44.3%→15年36.7%→20年33.2%）、恋愛至上主義的価値観を支持する若者は90年の半分にまで減少していた。また表5-8から実際の恋愛経験に注目

表 5-7 恋愛関係に関する 4 件法項目

(単位 = %, 肯定的回答の割合の合計)

変数名	変数ラベル	1990 (n=1538)	2005 (n=515)			2009 (n=558)			2015 (n=473)			2020 (n=428)		
			杉並 (n=266)	松山 (n=249)	χ^2	杉並 (n=308)	松山 (n=250)	χ^2	杉並 (n=259)	松山 (n=214)	χ^2	杉並 (n=265)	松山 (n=163)	χ^2
Q27.2	「恋愛」は何ごとにも替えがたい	67.6%	44.4%	55.0%	*	44.3%	52.0%	n.s.	36.7%	42.5%	n.s.	33.2%	41.7%	n.s.
Q27.1	「恋愛」と「結婚」は切り離せない	-	56.4%	57.0%	n.s.	56.8%	65.2%	n.s.	61.8%	70.1%	n.s.	56.6%	63.2%	n.s.
Q27.9	別れた恋人でも友人としてつきあえる	-	56.4%	50.2%	n.s.	55.5%	47.2%	*	59.5%	41.1%	***	50.6%	58.9%	n.s.
Q27.10	インターネット上で恋愛関係は成立する	-	11.7%	15.7%	n.s.	8.8%	9.2%	n.s.	13.5%	13.6%	n.s.	23.8%	19.0%	n.s.
Q27.4	好きな人に積極的にアプローチしていき る方だ (~2009 は、異性に積極的にア タック)	33.8%	28.9%	22.9%	n.s.	33.7%	29.6%	n.s.	34.0%	30.8%	n.s.	30.2%	29.4%	n.s.
Q27.7	恋人の行動を常に把握したい	-	-	-	n.s.	30.2%	29.2%	n.s.	25.9%	26.6%	n.s.	23.0%	23.9%	n.s.
Q27.8	恋人から常に気にかけていて欲しい	-	-	-	n.s.	60.7%	59.2%	n.s.	48.6%	48.6%	n.s.	53.6%	48.5%	n.s.

表 5-8 恋人の有無と交際人数

(単位 = %)

2020	現在恋人がいるか	1990 (n=1538)	2005 n.s		2009 n.s		2015*		2020*	
			杉並 (n=266)	松山 (n=249)	杉並 (n=308)	松山 (n=250)	杉並 (n=259)	松山 (n=214)	杉並 (n=265)	松山 (n=163)
Q20	いる	43.2%	35.3%	36.1%	28.9%	36.0%	30.5%	41.1%	25.7%	31.3%
	今はいないがいたことがある	36.0%	36.1%	28.5%	36.0%	31.2%	34.7%	28.5%	30.2%	39.3%
	恋人がいたことはない	20.1%	28.2%	34.5%	34.1%	32.0%	34.7%	30.4%	43.4%	29.4%
	交際人数				n.s.		n.s.		n.s.	
Q20SQ	1人	26.6%	-	-	26.2%	15.2%	34.9%	26.8%	33.1%	27.0%
	2人	26.9%	-	-	28.2%	27.3%	25.4%	28.2%	27.0%	36.5%
	3~5人	36.2%	-	-	32.8%	36.4%	29.0%	28.9%	33.1%	26.1%
	6人以上	7.6%	-	-	12.8%	21.2%	8.3%	12.1%	6.1%	10.4%

してみても、経験のない層は杉並で4割を超えており(「Q20 あなたには、現在恋人がいますか。」に「恋人がいたことはない」と回答した割合。90年20.1%→05年28.2%→09年34.1%→15年34.7%→20年43.4%), コロナ禍により出会いの機会が大きく損なわれていることを考慮に入れてもなお、恋愛は若者たちにとって「必ず経験しなければならないイベント」ではなくなっていると判断していいように思われる。

そしてそれに対応するように結婚への向き合い方も変化している。再び表5-7をみると「Q27.1「恋愛」と「結婚」は切り離せないと思う」(「05年調査」新設項目)は「05年調査」から一貫して半数以上の若者に支持されており、「15年調査」でピークを迎えたのち「20年調査」では例年並

みに落ち着いている(杉並05年56.4%→09年56.8%→15年61.8%→20年56.6%, 松山05年57.0%→09年65.2%→15年70.1%→20年63.2%)。このことから、恋愛の延長線上に結婚を自明視する態度は若者たちに広く共有されているといえるだろう。また表5-8で恋愛交際経験のある者に対する「Q20SQ 今まで付き合ってきた恋人の数」という質問に「1人」と回答した割合はやや増加傾向にあり(90年26.6%→05年項目なし→09年26.2%→15年34.9%→20年33.1%), 恋愛経験のある者は長期的で安定的な関係を求める傾向にあることをうかがわせる。これは若者が恋愛に求めるものが「情熱」から「関係性」へと変化している木村の指摘を裏づけるような結果といえる(木村2016)。

表5-9 モテるための条件（男性と女性、それぞれの1番目と2番目）

（単位＝％）

2020	モテるための条件 (男性1+2番目)	1990 (n=992)	2005		2009		2015		2020	
			杉並 (n=123)	松山 (n=100)	杉並 (n=126)	松山 (n=91)	杉並 (n=103)	松山 (n=90)	杉並 (n=93)	松山 (n=66)
Q22.1	金持ち	9.4%	6.5%	14.0%	12.7%	6.6%	13.6%	7.8%	8.6%	6.1%
Q22.2	容姿がいい	37.5%	58.5%	58.0%	58.7%	62.6%	53.4%	54.4%	54.8%	43.9%
	ファッションセンス	3.7%	13.0%	18.0%	14.3%	9.9%	9.7%	11.1%	8.6%	27.3%
	頭のよさ	11.6%	7.3%	5.0%	7.1%	7.7%	19.4%	8.9%	9.7%	10.6%
	家事ができること	0.9%	3.3%	1.0%	4.0%	5.5%	1.0%	3.3%	4.3%	1.5%
	性格のよさ	74.9%	70.7%	72.0%	68.3%	76.9%	60.2%	75.6%	61.3%	75.8%
	趣味や話題の広さ	51.8%	26.8%	21.0%	22.2%	23.1%	20.4%	23.3%	23.7%	19.7%
	その他	-	4.1%	2.0%	4.0%	1.1%	10.7%	2.2%	12.9%	6.1%

2020	モテるための条件 (女性1+2番目)	1990 (n=546)	2005		2009		2015		2020	
			杉並 (n=142)	松山 (n=148)	杉並 (n=182)	松山 (n=158)	杉並 (n=155)	松山 (n=124)	杉並 (n=171)	松山 (n=94)
Q22.1	金持ち	0.6%	2.8%	4.1%	1.1%	2.5%	1.9%	1.6%	0.6%	0.0%
Q22.2	容姿がいい	47.4%	64.1%	68.2%	64.3%	59.5%	52.9%	57.3%	60.8%	58.5%
	ファッションセンス	3.3%	14.1%	15.5%	10.4%	10.8%	7.1%	9.7%	9.9%	8.5%
	頭のよさ	5.8%	5.6%	1.4%	2.7%	4.4%	9.0%	6.5%	11.1%	6.4%
	家事ができること	3.4%	4.2%	12.8%	4.4%	12.0%	15.5%	16.9%	2.9%	8.5%
	性格のよさ	90.6%	78.9%	75.0%	87.4%	80.4%	73.5%	82.3%	74.9%	87.2%
	趣味や話題の広さ	46.9%	21.1%	14.2%	22.0%	19.6%	30.3%	17.7%	21.6%	20.2%
	その他	-	5.6%	2.0%	4.9%	3.2%	5.2%	4.0%	8.8%	6.4%

したがって、若者の恋愛行動はいまや恋愛それ自体を目的として営まれるものというよりも、結婚という安定的な関係を視野に入れつつ中長期的に営まれるものとみなされているのではないだろうか。

ではそういった恋愛行動・性行動に関する変化にジェンダー差がどう作用しているかをみるために、「Q22.1/2 モテるために自分が備えているべき条件」、「Q23.1/2 恋愛対象となる人を評価する際にどのようなところに注目しますか」（それぞれ2つまで回答、以下「モテる条件」「評価する条件」と記載）を検討していきたい¹⁴⁾。

表5-9および表5-10から全体を俯瞰すると、「性格のよさ」「容姿がいい」「趣味や話題の広さ」の3項目が「モテる条件」「評価する条件」の双方において、ほぼ全ての調査年・地域・性別で多く選択されており、この3つが恋愛行動を円滑に行う上で重要だと考えられていると判断してよい

だろう（例外は「90年調査」の女性が男性を「評価する条件」の「容姿がいい」7.3%のみ）。

男性による回答をみると、「モテる条件」「評価する条件」とともにあまり大きな変化がみられなかった。「モテる条件」として「容姿がいい」が増加、「趣味や話題」が減少しているが、上位3項目の中での変化に留まっている¹⁵⁾。

次に女性による回答をみると、注目すべき点が多い。まず「評価する条件」では、「90年調査」で多く選択されていた「趣味や話題」と「頭のよさ」が減少し、「容姿がいい」が増加していた。このことから、現代の女性が男性に対して容姿のよさを求めること、男性もまた「見られる性」としてまなざされるようになったことがわかる。また、「モテる条件」として「家事ができる」は「15年調査」に杉並・松山いずれも増加していたが「20年調査」で大きく低下し最低値を更新、特に松山では「05年調査」以降一貫して10%以

表 5-10 恋愛対象を評価する条件（男性と女性、それぞれの1番目と2番目）

		(単位 = %)								
2020	恋愛対象を評価する条件 (男性 1+2 番目)	1990 (n=992)	2005		2009		2015		2020	
			杉並 (n=123)	松山 (n=100)	杉並 (n=126)	松山 (n=91)	杉並 (n=103)	松山 (n=90)	杉並 (n=93)	松山 (n=66)
Q23.1	金持ち	0.7%	0.0%	3.0%	0.8%	1.1%	1.9%	3.3%	3.2%	0.0%
Q23.2	容姿がいい	47.8%	60.2%	55.0%	61.1%	57.1%	54.4%	48.9%	54.8%	45.5%
	ファッションセンス	2.1%	8.1%	10.0%	7.1%	7.7%	2.9%	3.3%	4.3%	3.0%
	頭のよさ	17.1%	13.8%	9.0%	8.7%	8.8%	15.5%	12.2%	19.4%	10.6%
	家事ができること	9.4%	7.3%	14.0%	4.8%	11.0%	6.8%	8.9%	4.3%	4.5%
	性格のよさ	93.2%	88.6%	87.0%	88.1%	86.8%	73.8%	87.8%	76.3%	87.9%
	趣味や話題の広さ	24.8%	13.0%	19.0%	21.4%	19.8%	13.6%	26.7%	16.1%	33.3%
	その他	-	3.3%	1.0%	2.4%	2.2%	20.4%	4.4%	12.9%	7.6%

2020	恋愛対象を評価する条件 (女性 1+2 番目)	1990 (n=546)	2005		2009		2015		2020	
			杉並 (n=142)	松山 (n=148)	杉並 (n=182)	松山 (n=158)	杉並 (n=155)	松山 (n=124)	杉並 (n=171)	松山 (n=94)
Q23.1	金持ち	0.7%	0.7%	9.5%	3.3%	5.1%	5.8%	4.8%	3.5%	2.1%
Q23.2	容姿がいい	7.3%	36.6%	34.5%	29.7%	31.0%	25.2%	40.3%	36.8%	31.9%
	ファッションセンス	1.3%	14.1%	16.9%	15.4%	14.6%	5.8%	3.2%	4.1%	8.5%
	頭のよさ	32.8%	19.7%	8.1%	14.3%	13.3%	18.7%	13.7%	19.3%	12.8%
	家事ができること	0.4%	1.4%	5.4%	2.7%	1.9%	2.6%	3.2%	3.5%	4.3%
	性格のよさ	89.4%	83.8%	85.8%	83.5%	84.8%	87.7%	87.1%	83.6%	91.5%
	趣味や話題の広さ	56.4%	21.1%	26.4%	26.9%	32.9%	37.4%	31.5%	22.8%	29.8%
	その他	-	9.2%	2.7%	11.0%	3.8%	9.0%	10.5%	14.0%	11.7%

上を維持していたものが初めて1桁台に落ち込んだ。前回論文では家事の急増を受けて「女性にとって『モテる』ことが……結婚生活へと到るために必要なプロセスだと考え」られている可能性を指摘したが、そうした意識は仮にあったとしても一過性のものだったのかもしれない¹⁶⁾。

さらに、男性／女性が考える「モテる条件」と女性／男性が考える「恋愛対象を評価する条件」の割合の差を計算したところ¹⁷⁾、性差がみられた。表 5-11 と表 5-12 の「20年調査」の集計をみると、女性は他者評価と自己評価の差の絶対値が10%を超える項目が2項目に留まるのに対して、男性は6項目と多く、またその差も大きい傾向があった。このことは、「自分のパートナーとなりうる異性は自分になにを求めているのか」という一般的なニーズを押し量ることに、男性の方がより失敗しがちであるということを示していると考えられる。具体的には、女性は男性が考える

以上に男性に対して「性格のよさ」を求めているにもかかわらず、男性は女性が期待する以上に「容姿がいい」あるいは「ファッションセンス」が重要だと思い込んでいる、ということである。確かに女性は2000年代以降、男性に対して容姿のよさを期待するようになってはいるが、それ以上にまず性格をこそ重視しているということが、当の男性たちには理解されていないように見受けられる。

しかしながら、この質問と選択肢自体が現代の若者の「モテる条件」「評価する条件」を捉え損ねている可能性も否定できない。高橋幸は永田夏来との対談の中でバブル期と現在の恋愛を比較し、「かつてはドラマティックな恋愛に没頭して結婚相手を決めたあとは性別役割分業で家族を運営すればいいのでその後の関係調整は今ほど必要ではなかった。ところが今の夫婦においては、関係調整のためのコミュニケーションがより必要に

表5-11 女性が男性を評価する条件と、男性が思うモテる条件との割合の差

(単位 = %)

男性を「評価する条件」- 男性の「モテる条件」	1990	2005		2009		2015		2020	
		杉並	松山	杉並	松山	杉並	松山	杉並	松山
金持ち	-8.7%	-5.8%	-4.5%	-9.4%	-1.5%	-7.8%	-3.0%	-5.1%	-3.9%
容姿がいい	-30.2%	-21.9%	-23.5%	-29.0%	-31.6%	-28.2%	-14.1%	-18.0%	-12.0%
ファッションセンス	-2.4%	1.1%	-1.1%	1.1%	4.7%	-3.9%	-7.9%	-4.5%	-18.8%
頭のよさ	21.2%	12.4%	3.1%	7.2%	5.6%	-0.7%	4.8%	9.6%	2.2%
家事ができること	-0.5%	-1.9%	4.4%	-1.3%	-3.6%	1.6%	-0.1%	-0.8%	2.7%
性格のよさ	14.5%	13.1%	13.8%	15.2%	7.9%	27.5%	11.5%	22.3%	15.7%
趣味や話題の広さ	4.6%	-5.7%	5.4%	4.7%	9.8%	17.0%	8.2%	-0.8%	10.1%
その他	-	5.1%	0.7%	7.0%	2.7%	-1.7%	8.3%	1.1%	5.6%

表5-12 男性が女性を評価する条件と、女性が思うモテる条件との割合の差

(単位 = %)

女性を「評価する条件」- 女性の「モテる条件」	1990	2005		2009		2015		2020	
		杉並	松山	杉並	松山	杉並	松山	杉並	松山
金持ち	0.1%	-2.8%	-1.1%	-0.3%	-1.4%	0.0%	1.7%	2.6%	0.0%
容姿がいい	0.4%	-3.9%	-13.2%	-3.2%	-2.4%	1.5%	-8.4%	-6.0%	-13.1%
ファッションセンス	-1.2%	-6.0%	-5.5%	-3.3%	-3.1%	-4.2%	-6.4%	-5.6%	-5.5%
頭のよさ	11.3%	8.2%	7.6%	6.0%	4.4%	6.5%	5.7%	8.2%	4.2%
家事ができること	6.0%	3.1%	1.2%	0.4%	-1.0%	-8.7%	-8.0%	1.4%	-4.0%
性格のよさ	2.6%	9.7%	12.0%	0.7%	6.4%	0.3%	5.5%	1.5%	0.6%
趣味や話題の広さ	-22.1%	-8.1%	4.8%	-0.6%	0.2%	-16.7%	9.0%	-5.5%	13.1%
その他	-	-2.3%	-1.0%	-2.5%	-1.0%	15.2%	0.4%	4.1%	1.2%

なっているの、恋愛の相手に求めるものもそれに応じて変化していると考えられます。」と述べている（高橋・永田2021:22）。翻って今回の我々の調査は「90年調査」との比較を意図して設計されているため、恋愛関連項目も必然的にバブル期の恋愛を想定して作られた選択肢を踏襲している。そのため、高橋の指摘する関係性の変化に対応できていない可能性は高い。具体的に述べれば、「評価する条件」として「性格のよさ」や「頭のよさ」を選択した若者の中に、高橋のいう「関係調整のためのコミュニケーション」を期待するものが相当数存在するように思われる。異性愛者どうしであってもジェンダー規範のみに依存して関係性を維持することが困難になっている現状では、たとえば結婚後の妻の就労や、夫婦で家事育児の負担をどのように分担するかについてなど、パートナーと議論し検討しなければならない

事柄は数多く存在する。まして恋愛と結婚を「切り離せない」と考える若者であればなおさら、そうしたコミュニケーションを恋愛交際の段階から重視しているだろう。果たして未来のパートナーとなる男性／女性はそうした対話に臨むことを厭わないタイプなのか、それとも自分が育った家族のイメージや性別分業を自明のものとして相手に要求するタイプなのか。我々が用意した選択肢の中で、そうした恋愛観・家族観の差に対する寛容さ・柔軟さにもっとも近いものは「性格のよさ」だろう。したがって「性格のよさ」について、女性を「評価する条件」と女性の「モテるための条件」の差がごく小さく（杉並1.5%、松山0.6%）、男性の差がきわめて大きく（杉並22.3%、松山15.7%）なっていることは、高橋のいう「関係調整のためのコミュニケーション」の重要性を意識しているか否かの差を表しているのではないだろう

うか。

以上より 2020 年時点での若者たちの恋愛関係をまとめると、2015 年までの「消極化しつつ安定的な関係が志向され、恋愛を結婚の前段階として捉える」姿勢は維持されつつ、関係調整のためのコミュニケーションの重要性について男女差がみられる可能性が示唆された。

5.4. 対人性領域の変容についての小まとめ

対人性領域に関わる項目の変化について、前回論文では対人性全般からの退却、安定的な関係性への志向などが生じてきている可能性を指摘した。そこに今回の分析結果を加味すると、趣味やサークルを通じて活発な友人関係を展開する若者や、中長期的な恋愛交際やその先に想定される結婚のために積極的なコミュニケーションを希望する若者など、現状維持に留まらない新たな関係性を開拓していこうとする傾向が現れてきているように感じられる。 (大倉 韻)

6. 分析結果(3) 個人性領域の変容

本節では、個人性領域において生じた変化の考察を試みる。

まず前回の結果を簡単に確認しておく。社交に関わる項目については、積極的な社交態度の後退および内向性の強まりが確認され、これが友人関係の増大と複雑化への対応ではないかという仮説が提起された。自信に関わる項目については、自己肯定感の低下が確認された。消費に関わる項目については、広告の影響（を受けやすいという自己認識）とおしゃれ志向の低下が確認され、テレビを軸とした消費社会の転換をうかがわせた。

2020 年の結果をふまえると、全体としては 2015 年までの趨勢が継続しているとみることができる。その上で 2015 年と 2020 年との違いに注目すると、以下の 4 つの項目について有意な違いが確認された（両地域をプールしたデータを用いたクロス集計と χ^2 検定および分散分析と F 検

定）。

友人の数は多いほどいい（減少***）

優しさや思いやりは大切なことだ（増大**）

気の合う友人とだけつきあいたいと思う

（増大***）

自分の生活を大切にしたいと思う（増大*）

この結果は、2015 年までの趨勢がさらに進んでいることを示している。すなわち、多くの友人よりも気の合った一定数の友人となごやかな関係を築き、私生活を大切に生きていこうとする態度が強まっている。これは、「身近な人たちと、なごやかな毎日を送る」という「愛志向」が日本人全体において強まっているとする NHK 放送文化研究所の報告結果とも一致するものである（NHK 放送文化研究所編 2020）。

以下、「20 年調査」の結果を詳しくみていく。

6.1. 全般的な傾向

表 6-1 は、個人性領域に関する質問項目のうち、4 件法で尋ねたものの結果について、肯定的な回答の割合を経年で比較したものである¹⁸⁾。特に着目したい項目をまとめて大別する¹⁹⁾と、「社交性に関わる項目」「自信に関わる項目」「消費に関わる項目」に分類できる²⁰⁾。以下、この分類にそって趨勢をみていくことにする。

まず社交性に関わる項目である。

「Q31.2 友人の数は多いほどいい」は 1990 年から一貫して減少しており、「20 年調査」においても「15 年調査」との間で有意な減少が確認される（肯定的回答は、杉並区で 90 年 81.5% → 05 年 42.9% → 09 年 45.6% → 15 年 34.7% → 20 年 25.7%、以下断りのない場合、杉並区での推移を示す）。友人の数が重要でなくなるという傾向は、2009 年には既にみられていたが、それがさらに進行しているものとみることができる。また、「Q31.10 一人でいることが好きだ」「Q31.13 気

表 6-1 個人性領域の変容

(単位 = %, 肯定的回答の割合の合計)

変数名	変数ラベル	1990 (n=1538)	2005 (n=515)			2009 (n=558)			2015 (n=473)			2020 (n=428)		
			杉並 (n=266)	松山 (n=249)	χ^2	杉並 (n=308)	松山 (n=250)	χ^2	杉並 (n=259)	松山 (n=214)	χ^2	杉並 (n=265)	松山 (n=163)	χ^2
Q31.1	広告の印象に左右されるほうだ	83.9%	60.2%	58.6%	n.s.	67.8%	68.1%	n.s.	59.8%	64.0%	n.s.	58.1%	60.1%	n.s.
Q31.2	友人の数は多いほどいい	81.5%	42.9%	50.6%	n.s.	45.6%	43.0%	n.s.	34.7%	33.2%	n.s.	25.7%	20.9%	n.s.
Q31.3	優しさや思いやりは大切なことだ	99.2%	97.4%	99.2%	n.s.	98.4%	99.6%	n.s.	96.9%	97.7%	n.s.	98.1%	96.9%	n.s.
Q31.4	一般に自分の感覚に自信がある	83.8%	68.0%	48.8%	***	66.8%	49.4%	***	62.9%	50.5%	**	59.2%	58.9%	n.s.
Q31.5	誰にも負けない自信がある分野がある	80.8%	53.4%	46.2%	n.s.	47.7%	37.8%	*	45.2%	37.9%	n.s.	40.0%	43.6%	n.s.
Q31.6	流行を気にするほうだ	47.9%	46.2%	53.8%	n.s.	54.4%	50.6%	n.s.	42.5%	48.1%	n.s.	39.6%	42.9%	n.s.
Q31.7	ものを深く考えるほうだ	77.1%	81.6%	70.7%	**	78.2%	69.9%	*	71.8%	65.9%	n.s.	73.6%	73.6%	n.s.
Q31.8	人の上に立つのが好きだ	62.2%	44.7%	34.5%	*	39.4%	31.3%	n.s.	39.8%	30.8%	n.s.	33.2%	39.9%	n.s.
Q31.9	自分は「物知り」である	51.3%	33.1%	24.9%	*	28.2%	19.7%	*	29.0%	21.0%	n.s.	27.9%	23.9%	n.s.
Q31.10	一人でいることが好きだ	59.7%	70.2%	57.0%	**	78.6%	63.1%	***	78.8%	70.6%	*	81.9%	71.2%	*
Q31.11	最終的には他人より自分が大切だ	82.2%	66.5%	64.7%	n.s.	71.7%	66.3%	n.s.	73.7%	64.5%	*	75.5%	69.9%	n.s.
Q31.12	自分はおしゃれなほうだ	44.5%	42.5%	36.5%	n.s.	41.0%	30.9%	*	30.9%	29.9%	n.s.	40.8%	31.9%	n.s.
Q31.13	気の合う友人とだけつきあいたいと思う	55.1%	69.5%	60.9%	*	70.4%	71.1%	n.s.	72.2%	80.4%	*	83.0%	86.5%	n.s.
Q31.14	好きなことに時間を忘れることがある	91.5%	90.6%	88.3%	n.s.	90.9%	92.0%	n.s.	84.6%	86.4%	n.s.	85.7%	89.6%	n.s.
Q31.15	他人の意見に左右されるほうだ	51.9%	53.8%	62.9%	*	58.6%	63.5%	n.s.	60.2%	63.6%	n.s.	57.7%	66.9%	*
Q31.16	人見知りするほうだ	51.3%	70.2%	64.7%	n.s.	67.2%	72.3%	n.s.	66.4%	75.7%	*	70.2%	68.7%	n.s.
Q31.17	自分の生活を大切にしたいと思う	98.5%	95.9%	94.4%	n.s.	94.8%	96.0%	n.s.	92.7%	93.0%	n.s.	97.0%	95.1%	n.s.
Q31.18	衝動買いをするほうだ	46.8%	58.6%	59.4%	n.s.	59.9%	55.0%	n.s.	54.4%	56.1%	n.s.	47.9%	60.1%	*
Q28.4 (逆)	自分がどんな人間かわかっている (2015～は「自分がどんな人間かわからなくなることがある」の否定的回答の割合)	73.6%	75.5%	74.3%	n.s.	75.0%	69.1%	n.s.	40.9%	39.7%	n.s.	35.8%	35.0%	n.s.
Q28.2	現在、憧れの人がいる (2015～は、「自分も同じようになりたいと思う憧れの人がある」)	52.1%	57.5%	56.0%	n.s.	57.1%	51.0%	n.s.	75.3%	74.8%	n.s.	69.8%	81.6%	**
Q28.1	自分は「もう大人だ」	-	38.3%	28.9%	*	37.7%	29.6%	*	45.2%	35.0%	*	38.1%	38.7%	n.s.
Q28.9	他人と違った自分らしさを出すのが好き	-	76.7%	64.7%	**	73.4%	64.8%	*	70.3%	59.8%	*	56.6%	58.9%	n.s.
Q28.10	他人と同じことをしていると安心	-	30.1%	44.2%	**	39.6%	43.2%	n.s.	43.2%	46.7%	n.s.	46.0%	51.5%	n.s.

の合う友人とだけつきあいたい」「Q31.16 人見知りするほうだ」においても1990年から増加傾向がみられる(それぞれQ31.10が90年59.7%→05年70.2%→09年78.6%→15年78.8%→20年81.9%, Q31.13が90年55.1%→05年69.5%→09年70.4%→15年72.2%→20年83.0%, Q31.16が90年51.3%→05年70.2%→09年67.2%→15年66.4%→20年70.2%)。このように社交性に関する項目においては、前回確認された趨勢が継続しているものとみなしうる。

特に、前回と比較して「Q31.2 友人の数は多いほどいい」が有意に減少し、「Q31.13 気の合う友人とだけつきあいたい」が有意に増加していることから、「気が合うかどうか」が「友人の数」に

優先するという彼らの友だちづきあいの方向性がより明確になってきているといえるだろう。阪口祐介が指摘するように、今日の若者は豊富なメディア機器を有しており、それらは友人関係を広げる上でも深める上でも1990年代前半とは比較にならないほどの力を発揮する(阪口2016:188)。その気になれば彼らはメディア機器を駆使して、いくらでも友人関係を広げていけそうにもみえる。だが、全体としてみたときに杉並・松山の若者はもっぱら深めるという方向性を選んでいえる(実際の友人数がどのように変動しているかについては5節を参照してほしい)。そしてダナ・ボイドによる報告などをみるかぎり、この趨勢は必ずしも日本の若者には限られないようだ

(boyd 2014 = 2015)。

ちなみに「Q31.13 気の合う友人とだけつきあいたい」は、「Q31.10 一人であることが好きだ」と正の関係を示しており（クロス集計，相関係数ともに0.1%水準で有意），その関連性の度合は2015年よりも大きくなっている。「気の合う」という表現は、「一人であること」の居心地のよさに近いものとして捉えられている可能性がある。

次に自信に関する項目をみていく。

「Q31.4 一般に自分の感覚に自信がある」「Q31.5 誰にも負けない自信がある分野がある」「Q31.8 人の上に立つのが好きだ」「Q31.9 自分は物知りである」は、杉並においてはいずれも一貫して減少傾向にある（それぞれQ31.4：90年83.8%→05年68.0%→09年66.8%→15年62.9%→20年59.2%，Q31.5：90年80.8%→05年53.4%→09年47.7%→15年45.2%→20年40.0%，Q31.8：90年62.2%→05年44.7%→09年39.4%→15年39.8%→20年33.2%，Q31.9：90年51.3%→05年33.1%→09年28.2%→15年29.0%→20年27.9%）。松山市については肯定回答が増加しているようにみえるが，統計的には有意ではない（クロス集計と χ^2 検定の結果）。したがって自分自身に対して肯定的な評価を与えるものの減少という趨勢は今回の調査でも続いている（少なくとも反転の兆しはうかがわれない）とみることができるだろう。

また、「05年調査」から追加された項目のうち「Q28.10 他人と同じことをしていると安心」も，自信に関連する項目とみなすことができる。「90年調査」では取り扱っていないことに留意する必要があるものの，2005年から20年までおおむね一貫して増加の趨勢にある（05年30.1%→09年39.6%→15年43.2%→20年46.0%）。自分自身を肯定的に評価できないことと，他人への同調に安心を感じる気持ちは内的に関連している可能性がある。

他方で、「Q28.9 他人と違った自分らしさを出

すのが好き」という項目については，杉並区において有意な減少がみられる（05年76.7%→09年73.4%→15年70.3%→20年56.6%，クロス集計と χ^2 検定，有意水準は5%）。松山市ではほぼ横ばいであるものの，消費社会論で論じられてきた差異化の志向が後退し，同調志向によるアイデンティティの安定化戦略が前景化しはじめているのかもしれない。

最後に消費に関する項目をみていく。

まず「Q31.1 広告の印象に左右されるほうだ」の減少が続いている（90年83.9%→05年60.2%→09年67.8%→15年59.8%→20年58.1%）。特に1990年から2005年にかけて大きく減少し，2000年代を通してほぼ横ばいであることから，よく利用されるメディアの変化が関わっていると考えられる。この後の7節でも触れられているように，「90年調査」とそれ以降の調査とでは，テレビからネットへの移行が大きな効果をもっている。テレビの視聴時間が減少し，ネットの利用時間が増加していることから，この1990年から2005年にかけての大きな溝は，テレビからネットへ移行していく変化により生じたものと考えられる。「Q31.18 衝動買いをするほうだ」においても同様に1990年から2005年にかけて大きな変化がみられ，2000年代で横ばいという傾向がみられる（90年46.8%→05年58.6%→09年59.9%→15年54.4%→20年48.0%）ことから，オンラインショッピングの普及により「広告」および「衝動買い」の意味が1990年当時から大きく変化した可能性が示唆される。

また、「Q31.12 自分はおしゃれなほうだ」は「90年調査」から一貫して減少してきており，今回は数字の上では増加しているが統計上は有意な差はみられなかった（90年44.5%→05年42.5%→09年41.0%→15年30.9%→20年40.8%）。先に見た差異化志向の後退と合わせて考えるならば，「おしゃれ」による差異化という戦略は選ばれにくくなっているのかもしれない（この点につ

表 6-3 自分を表現できるものの1番目

(単位 = %)

2020	自分を表現できるもの1番目	1990		2005 n.s.				2009 n.s.				2015 n.s.				2020 n.s.			
		n=1538 順位		杉並		松山		杉並		松山		杉並		松山		杉並		松山	
				(n=266) 順位	(n=249) 順位	(n=308) 順位	(n=250) 順位	(n=259) 順位	(n=214) 順位	(n=265) 順位	(n=163) 順位								
Q29	服装	6.9%	6	16.9%	3	23.7%	2	22.2%	3	22.4%	2	10.8%	3	13.6%	2	12.1%	3	8.0%	4
	持ち物	1.2%	7	2.6%	7	3.6%	7	2.0%	7	3.3%	6	3.1%	7	3.7%	6	3.4%	7	2.5%	6
	インテリア (小物を含む)	0.4%	8	0.8%	9	0.8%	8	0.3%	9	1.2%	8	0.4%	9	0.5%	9	0.8%	9	2.5%	6
	行きつけの店	0.1%	9	0.8%	9	0.8%	8	0.0%	10	1.2%	8	0.0%	10	0.0%	10	0.4%	10	0.0%	9
	仕事	8.3%	5	2.3%	8	6.0%	6	2.6%	6	2.0%	7	2.3%	8	2.8%	7	2.3%	8	1.2%	8
	知識	10.9%	3	7.9%	5	6.4%	5	9.3%	4	6.9%	5	4.6%	5	6.5%	5	6.4%	5	6.1%	5
	意見	44.5%	1	30.5%	1	16.1%	3	25.5%	2	16.7%	3	14.3%	2	12.1%	3	20.8%	2	16.6%	2
	自分のする趣味	17.6%	2	24.4%	2	29.7%	1	30.1%	1	33.9%	1	27.0%	1	31.3%	1	26.8%	1	42.9%	1
	つきあう友人や恋人	9.9%	4	9.4%	4	12.0%	4	7.0%	5	11.4%	4	8.1%	4	8.9%	4	10.6%	4	10.4%	3
	その他	-	-	3.8%	6	0.4%	10	1.0%	8	0.8%	10	4.2%	6	2.8%	7	4.9%	6	0.0%	9
	無回答	0.3%	-	0.8%	-	0.4%	-	-	-	-	-	25.1%	-	17.8%	-	11.7%	-	9.8%	-
	合計	100.0%		100.0%		100.0%		100.0%		100.0%		100.0%		100.0%		100.0%		100.0%	

42.9%)。このことは趣味の持つ意味や重要性が両地域で異なっているということをおがかわせる(例えば無趣味でいることの「後ろめたさ」や「恥ずかしさ」は松山市において強いであろうと想像される)。先に、個人性領域については杉並区と松山市との違いが全体として減少しつつあると述べたが、趣味の重要性については逆に違いが拡大しているといえるだろう。

6.3. 個人性領域の変容についての小まとめ

要約しよう。「20年調査」をふまえて個人性領域の変容を概観すると次のようになる。第1に、人数よりも居心地の良さを優先する友人関係が広がりがつつある。第2に、自分に対する肯定的な評価が一貫して低下し続けている。第3に、消費に関わる意識はインターネットへの普及によって変化を被っているように思われる。第四に地域差は小さくなり続けている。だが、第五に「自分を表現するもの」として「趣味」を選ぶかどうかという点については、地域差が広がっている。

(浅野智彦)

7. 分析結果(4) メディア文化受容の実態

7.1. 趣味活動の変容

ここでは、3つの領域の分析に続いて、メディアや文化の受容に関する実態を見ていくこととする。

表7-1は、最も大切な趣味を尋ねた質問項目について経年比較した結果で²⁵⁾、割合の多いものから順位を割り当てており、「05年調査」以降は地域ごとの結果を示している。これを見ると、近年において、主要な趣味群ともいえる、特にランキングの10位以内での大きな変化がみて取れる。

確かに、安定して割合が高い項目もあり、その代表例ともいえる「音楽鑑賞・オーディオ」は、「90年調査」で22.3%、「05年調査」では杉並区19.9%、松山市21.7%といずれも1位を占めていて、「09年調査」では杉並区14.5%、松山市12.6%とやや減少し、「自分でやるスポーツ」と入れ替わって2位に後退したものの、「15年調査」では、松山市で16.9%と再び1位に返り咲き、「20年調査」では、杉並区16.6%、松山市16.0%といずれも1位になっている。しかし、これ以外の項目については、入れ替わりが目立っている。

コンサートやイベントへの「遠征」	-	-	-	-	-	-	-	1.1%	16	3.7%	8						
その他	-	4.9%	-	4.8%	-	9.0%	-	4.2%	-	5.8%	-	2.8%	-	4.9%	-	6.1%	-

注：選択肢について、「ビデオゲーム」は調査年により名称の変化が大きく、1990年は「ビデオゲーム（テレビゲーム、ゲームセンター）」、2005・2009年は「ゲーム（テレビ／オンラインゲーム、ゲームセンター）」、2015年は「ゲーム（テレビ・PCゲーム・スマホアプリ・携帯機、ゲームセンターなど）」、2020年は「ゲーム（スマホアプリ）」と「ゲーム（PCゲーム・ゲーム専用機など）」の2項目で尋ねている（2020年の割合は2項目の合計）。また「マンガ・イラスト・小説の創作」は2009年までは「ボエム・エッセイ」、2015年は「イラスト・ボエム・エッセイ」という名称だった。同様に「インターネット」は1990年は「パソコン通信」、「切手・古物・グッズのコレクション」は1990年は「切手・古物などのコレクション」、2005年以降は「切手・古物やさまざまなグッズのコレクション」であった。加えて「自分でやるスポーツ」は1990年のみ「自分でやるスポーツ（ゴルフを除く）」と「ゴルフ」に分かれていたが、2005年に統合された。

2020	もっとも大切な趣味にかけるお金	1990	2005 n.s.		2009 n.s.		2015 n.s.		2020 n.s.	
			杉並	松山	杉並	松山	杉並	松山	杉並	松山
Q2m	5,000円未満	-	48.5%	52.6%	47.7%	56.4%	57.1%	57.8%	61.1%	53.5%
	5,000～10,000円	-	27.1%	26.1%	22.7%	16.0%	22.2%	23.8%	16.0%	22.3%
	10,000～15,000円	-	11.3%	6.0%	10.4%	9.6%	9.5%	6.3%	7.8%	11.5%
	15,000円以上	-	11.7%	12.0%	16.2%	15.2%	9.1%	8.7%	11.7%	10.8%

2020	もっとも大切な趣味にかける時間	1990	2005*		2009 n.s.		2015 n.s.		2020 n.s.	
			杉並	松山	杉並	松山	杉並	松山	杉並	松山
Q2t	ほぼ毎日	-	64.7%	54.2%	52.3%	49.2%	51.6%	57.3%	58.4%	62.4%
	週1～2日	-	25.9%	28.5%	27.3%	27.6%	29.8%	25.2%	24.9%	19.7%
	月1～2日	-	8.6%	14.9%	17.2%	17.6%	15.9%	14.1%	13.2%	12.7%
	年1～2日以下	-	0.0%	0.8%	2.9%	4.0%	2.4%	3.4%	2.7%	5.1%

「09年調査」で杉並区16.6%、松山市15.5%といずれも1位になっていた「自分でやるスポーツ」は、「15年調査」でも杉並区で16.3%と1位、松山市でも12.2%で3位ではあったが、「20年調査」では、杉並区5.3%で6位、松山市7.4%で4位と割合も順位も下がっている。以降も含めて、こうした点については、新型コロナウイルス感染症拡大の影響が考えられるが、詳細については、今後も同種の調査を継続していく中で検証されるべきであろう。というのも、たしかに「20年調査」においては、どちらといえばアウトドア系というよりもインドア系の趣味の増加傾向が認められるが、これはすでに「15年調査」の段階でも指摘されていた傾向であったからである。たとえば、いわゆるオタク系の趣味の中でも「ビデオゲーム」は、これまでほぼ一貫した増加傾向にあったとはいえ、「20年調査」では杉並区10.2%、松山市9.2%とそれぞれ2位にランクされるに至

っている。

それ以外に、ランキングの上位で注目すべき項目に触れると、今回新設された「動画視聴（有料配信）」は杉並区9.1%で3位、松山市5.5%で6位にランクインしており、やはりインドア志向の現れと解釈できるかもしれないが、一方で、「アイドルのおっかけ」が、「90年調査」ではわずか0.1%、その後も、両地域ともに1%前後に過ぎなかったのが、「15年調査」で杉並区4.3%8位、松山市3.3%7位とやや上昇傾向をみせ始めていて、「20年調査」では杉並区8.7%4位、松山市9.2%2位にランクインするに至っており、いわゆるアウトドア系とは分類しがたいが、限定的な目的に特化した趣味では、決してインドア系だけが增加しているわけではないこともうかがえる。

なお表7-1の下段をみると趣味にかける時間や費用についての傾向がうかがえる。まず費用については、減少傾向がおおむね続いているといえそ

うであり、「もっとも大切な趣味にけるお金」について、もっとも少額である「5,000円未満」とした回答の割合は、松山市では05年52.6%→09年56.4%→15年57.8%→20年53.5%とおおむね横ばいだが、杉並区では05年48.5%→09年47.7%→15年57.1%→20年61.1%となっている。一方で、「もっとも大切な趣味にける時間」については、それぞれの地域でやや変化の様子が異なっているものの、共通して「15年調査」から「20年調査」にかけては増加傾向にあり、もっとも頻度の多い「ほぼ毎日」としたものの割合が、杉並区で51.6%から58.4%へ、松山市でも57.3%から62.4%へと増加しており、やはりこの点は、コロナ禍の影響と解釈できるかもしれない。

7.2. メディア文化の変容

続いて、「05年調査」以降に追加された項目が多くなるが、メディア利用に関して検討してみよう。

これまで同様に、引き続き減少が目立つのはテレビである。表7-2において、回答カテゴリごとに比較してみると、テレビの利用時間（1日当たりの平均）について、「0～30分」ともっとも短く回答したものの割合は、杉並区において90年8.5%→05年5.6%→09年13.6%→15年19.6%→20年17.2%とおおむね増加傾向にあり、松

山市でも05年6.4%→09年7.7%→15年6.8%→20年11.0%と「20年調査」での増加が目立っている。なおテレビの利用時間については、「05年調査」以降は、実数でも尋ねているが、「20年調査」において有意差がみられなくなったことが特徴的であり、杉並区では「05年調査」から「09年調査」にかけて、松山市では「05年調査」から「15年調査」にかけて大きく減少していることがみて取れる。

これと入れ替わりに増加しているのは、携帯電話やスマートフォンに代表される、新しいメディアである。表7-3をみると、携帯電話（スマートフォン）の利用率が、杉並区でも松山市でも、増加傾向にあったものが、「20年調査」ではついに、両地域ともに100%に達したことがわかる。さらにこれを利用時間（1日当たりの平均）についてカテゴリごとにみていくと、「2時間以上」と長時間の選択肢を選んだものの割合が、杉並区では05年3.1%→09年6.1%→15年68.3%→20年89.7%、松山市でも05年8.1%→09年10.4%→15年72.7%→20年92.0%と、「20年調査」ではほぼ9割に達しており、急激な増加がうかがえよう。

次にメディア文化の変容に着目しよう。表7-4は、メディア文化に関連して4件法で尋ねた質問項目について、肯定的な回答の割合を経年で比較したものである。

表7-2 テレビ利用の変化

(単位=%, 分)

2020	テレビ利用時間	1990	2005 (n=483)**		2009 (n=505)**		2015 (n=422)***		2020 (n=357) n.s.	
			杉並	松山	杉並	松山	杉並	松山	杉並	松山
Q6h/m	0～30分	8.5%	5.6%	6.4%	13.6%	7.7%	19.6%	6.8%	17.2%	11.0%
	31～60分	18.9%	22.8%	9.9%	22.4%	17.2%	18.7%	14.6%	22.6%	25.7%
	1～2時間	32.6%	26.4%	26.2%	29.8%	25.8%	26.1%	33.9%	22.2%	23.5%
	2～3時間	25.0%	20.8%	22.3%	16.9%	21.0%	18.3%	23.4%	18.6%	19.1%
	3時間以上	14.6%	24.4%	35.2%	17.3%	28.3%	16.1%	21.4%	18.1%	19.1%

2020	テレビ利用時間(分) (1,000分以上を除外)	1990	2005**		2009***		2015*		2020 n.s.	
			杉並	松山	杉並	松山	杉並	松山	杉並	松山
Q6h/m		-	159.9	198.2	133.0	171.4	130.5	156.2	131.6	154.9

表 7-3 携帯電話（スマートフォン）利用の変化

(単位 = %, 分)

2020	携帯・スマホ利用状況	1990	2005 n.s.		2009 n.s.		2015 n.s.		2020 n.s.	
			杉並	松山	杉並	松山	杉並	松山	杉並	松山
Q10.4	利用する	-	85.3%	86.3%	80.8%	81.2%	97.3%	97.7%	100.0%	100.0%
	利用しない	-	13.6%	12.9%	18.8%	17.6%	1.5%	1.9%	0.0%	0.0%
	持っていない	-	1.1%	0.8%	0.3%	1.2%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%

注：2005・2009年は「携帯電話等での通話」、2015年は「携帯電話やスマートフォン等の利用」、2020年は「スマートフォンの使用」として尋ねている。

2020	携帯・スマホ利用状況	1990	2005 (n=434) n.s.		2009 (n=447) n.s.		2015 (n=461) n.s.		2020 (n=426) n.s.	
			杉並	松山	杉並	松山	杉並	松山	杉並	松山
Q10.4Sqh/m	0～15分	-	49.8%	48.8%	43.5%	40.3%	2.4%	1.9%	0.4%	0.0%
	16～30分	-	23.1%	23.0%	24.8%	22.4%	2.0%	0.5%	0.8%	0.0%
	31～60分	-	17.3%	15.3%	14.2%	16.9%	4.8%	8.6%	2.3%	1.2%
	1～2時間	-	6.7%	4.8%	11.4%	10.0%	19.8%	15.3%	6.8%	6.7%
	2時間以上	-	3.1%	8.1%	6.1%	10.4%	68.3%	72.7%	89.7%	92.0%

表 7-4 メディア文化に関する項目

(単位 = %)

変数名	変数ラベル	1990 (n=1538)	2005 (n=515)			2009 (n=558)			2015 (n=473)			2020 (n=428)		
			杉並 (n=266)	松山 (n=249)	χ^2	杉並 (n=308)	松山 (n=250)	χ^2	杉並 (n=259)	松山 (n=214)	χ^2	杉並 (n=265)	松山 (n=163)	χ^2
Q7.11	芸能人は特別な才能に恵まれた人たちだ	47.1%	38.0%	53.8%	***	52.1%	52.8%	n.s.	51.0%	58.4%	n.s.	66.0%	73.0%	n.s.
Q27.11	ゲーム・アニメ・マンガの登場人物に恋したことがある (1990は「小説・アニメ・マンガ」, ~2009は恋したような気持ちになったこと)	39.9%	31.2%	25.3%	n.s.	37.7%	35.1%	n.s.	24.3%	23.4%	n.s.	22.3%	17.8%	n.s.
Q7.15	現実と虚構の混同はそのとおりだ	52.0%	64.3%	67.2%	n.s.	57.0%	60.2%	n.s.	42.9%	44.4%	n.s.	41.5%	53.4%	*
Q7.16	現実と虚構の混同の経験がある	12.2%	12.5%	12.9%	n.s.	15.0%	14.4%	n.s.	12.4%	8.4%	n.s.	12.5%	12.9%	n.s.
Q7.6	ゲームをよくする (90年は「週1度以上」, 05年は1日30分以上)	20.9%	31.1%	24.4%	n.s.	43.6%	51.0%	n.s.	56.4%	67.8%	**	59.2%	58.3%	n.s.
Q7.5	アニメをよく見る	28.6%	28.2%	44.8%	***	38.1%	50.4%	**	42.9%	57.0%	***	45.7%	50.9%	n.s.
Q7.1	マンガをよく読む (90年は「週1冊以上」, 2020は「マンガ(印刷されたもの)」)	30.6%	66.9%	73.0%	n.s.	68.1%	68.4%	n.s.	55.6%	61.2%	n.s.	45.3%	44.8%	n.s.
Q7.2	マンガ(電子書籍やWebマンガ)をよく読む											44.2%	49.1%	n.s.
Q28.11	「オタク」っぽいところがある	13.4%	46.8%	36.0%	*	59.4%	50.0%	*	54.8%	53.3%	n.s.	59.6%	55.8%	n.s.
Q28.12	「オタク」といわれたことがある	-	27.4%	17.7%	*	35.7%	28.8%	*	39.4%	37.9%	n.s.	41.1%	36.8%	n.s.
Q8	ジャニーズ系男性アイドルは好きか(女性のみ)	19.8%	61.3%	66.2%	n.s.	67.6%	70.9%	n.s.	63.2%	62.9%	n.s.	69.0%	77.7%	n.s.
Q7.17	全てが虚構でも気づかなければ問題ない	-	52.3%	43.4%	*	48.4%	44.0%	n.s.	45.2%	42.1%	n.s.	52.1%	42.9%	n.s.
Q7.3	本をよく読む	-	-	-		62.0%	46.8%	**	52.9%	42.5%	*	46.4%	41.7%	n.s.
Q7.10	K-POPが好き	-	-	-		14.9%	21.6%	*	13.9%	12.6%	n.s.	33.2%	33.1%	n.s.
Q7.18	Twitter, Instagram, LINEでの人づきあいは面倒だ (2009はブログやSNS, 2015はSNSやLINE)	-	-	-		58.1%	49.6%	*	52.9%	55.1%	n.s.	58.1%	52.8%	n.s.

特に増加傾向にある項目に着目すると、いくつかの特徴を読み解くことができよう。まず、先述した趣味の項目とも重複する点だが、いわゆるACG（アニメ、コミック＝マンガ、ゲーム）に代表されるようなオタク系の文化についての増加が目立っている。たとえば、「Q7.6 ゲームをよくする」²⁶⁾については、90年20.9%→05年31.1%→09年43.6%→15年56.4%→20年59.2%と増加傾向にある。なお松山市では、05年24.4%→09年51.0%→15年67.8%→20年58.3%と、特に「15年調査」での高い割合が目立っていたが、長期的にみると、おおむね増加傾向にあるとみてよいだろう。

「Q7.5 アニメをよく見る」についても、90年28.6%→05年28.2%→09年38.1%→15年42.9%→20年45.7%と増加傾向にあり、松山市でも05年44.8%→09年50.4%→15年57.0%→20年50.9%と、むしろ「05・09・15年調査」においては松山市の割合の方が有意に高くなっていたのが、「20年調査」でやや減少したために、地域差はみられなくなった。

一方で、ACGとして同類に括られてはいるが、やや違った傾向があるのが、「Q7.1 マンガをよく読む」²⁷⁾であり、「90年調査」と比べると割合が多いように見えるが、杉並区で05年66.9%→09年68.1%→15年55.6%→20年45.3%、松山市で05年73.0%→09年68.4%→15年61.2%→20年44.8%と、いずれもおおむね減少傾向がうかがえる（この期間、地域差はみられなかった）。

しかしながら、総じて趣味や文化に対する関心の高まりともいえるような、こうした傾向とも関連してか、「Q28.11「オタク」っぽいところがある」という項目については、90年13.4%→05年46.8%→09年59.4%→15年54.8%→20年59.6%と、2000年代に入ってから急激に増加しており、松山市でも05年36.0%→09年50.0%→15年53.3%→20年55.8%と増加傾向にあって、「05・09年調査」では、杉並区の方が有意に

割合が高かったのが、「15年調査」以降は、地域間の有意差がみられなくなった。

これら以外に特徴的な傾向に触れておくと、近年の隆盛もあってか、「Q7.10 K-POPが好き」という項目が、杉並区では09年14.9%→15年13.9%→20年33.2%、松山市では09年21.6%→15年12.6%→20年33.1%と特に「20年調査」で増加しており、「15年調査」以降は地域差もみられなくなっている。（辻 泉）

8. ま と め

8.1. 経年変化からみてきたもの

では、ここまでの知見を全体的に振り返りながら、まとめていこう。

冒頭でも記したように、本論文の目的やねらいは、以下の3点であった。すなわち第1に、若者を対象とした議論にありがちな陥穽を回避するべく、近視眼的に特定の事例のみを取り上げたり、それを過度に否定的／肯定的に論じることのないようにするということ、第2に、そのためにこそ、(1) 遠隔＝社会領域、(2) 対人性領域、(3) 個人性領域といった3つの領域だけでなく、さらにメディア文化受容の実態に関する項目も加えて、社会的に領域横断的で幅広い視点から検討するということ、そして第3に、1時点の結果だけでなく、30年間にわたる変容を浮かび上がらせるため、過去5時点の調査結果を取り上げた経年比較研究を行うということであり、こうした点を踏まえて、若者文化の変容を実証的に、なおかつ立体的で総合的に記述することを目指してきた。

総じていえば、「15年調査」までの結果に基づいた、前回の論文で指摘したような傾向が、今回においても多くみられたといえ、それは結論を先取りすれば、全ての領域において先行きの不透明感が増すような、不安定な状況が引き続きみられたということである。一方で、今回の「20年調査」において目立っていた新たな傾向もいくつか

存在していたが、それらが新型コロナウイルス感染症拡大の影響による一時的なものなのか、新しい潮流となりうるのかは、今後のさらなる検証が待たれるところといえるだろう。

では改めて、各領域について得られた知見を概略的に振り返ろう。やや順序を変えて、まずメディア文化に関する傾向からを振り返ると、代表的なマスメディアであるテレビの視聴時間が大きく減少し、その地域差もみられなくなっていた。地域差がないという点においては、新しいメディアの代表例であるスマートフォンの利用率は、両地域ともに100%に達しており、年々長くなるその利用時間もまた同様であった。なお趣味や文化について、インドア系あるいはオタク系に分類されるようなものの増加傾向がみられたが、この動向が、短期的なものなのか、長期的なものなのかは、今後も引き続き検討すべき点といえよう。

次に、遠隔＝社会領域についていえば、「Q46.5 人生には意味があると思う」「Q46.3 20年後の自分は幸せだ」といった項目は減少が目立ち、先行きの展望の不透明さがうかがえた一方で、「Q46.1 現在の生活に満足している」「Q46.2 友人（恋人を含む）との関係には満足している」といった、等身大の身近な社会に関する項目については増加が目立っていた。

この点とも関連して、対人性領域については、全般的にはやや非アクティブ化する様子が見えが、その中で家族関係の重みが増してきていることや、趣味を通じた友人形成に向かう傾向もみえが、個人性領域においては、自分に対する肯定的な評価の一貫した低下傾向や、友人関係における人数の多さよりも居心地の良さを優先する傾向、そして消費に対する非アクティブさといった点と、全般的な地域差の減少傾向が見えがえた。

8.2. 若者文化は30年間でどう変わったか

これらの知見は、すでにふれた言葉を繰り返せ

ば、いわゆる「フラット化」と呼ばれる現象にあてはまるものと考えられそうであり（Friedman 2005=2006, 遠藤編 2010 など）、特に時代変化の著しいメディア環境や文化に引き付けていけば、いつでもどこでも必要な情報が入手できる環境は確実に整いつつあり、これと、3つの領域に共通して地域差のみられる項目が以前よりも少なくなってきたことは、関連づけて考えられるだろう。

またこのことは、地方においても都市と同等かそれに近い満足度や愛着度をもっているという、いわゆる「地元志向」とも関連づけて考えられそうであり、少なくとも、若者文化について、この概念が脚光を浴びた2000年台初頭以降は、そのような議論がなされてきた。

だが、今回の結果を踏まえると、あるいは今後の展望を見据えると、果たしてそれが結びついていくのは、それぞれに固有性のあるローカルな文化の発展なのか、それとも均質で画一的な、入れ替え可能な、いわゆる「郊外化」の広まりなのか、注意深く見守る必要があるように思われる。というのも、とりわけ今回の論文において指摘されていた、各領域での地域差の減少という点は、むしろ後者の、入れ替え可能な「郊外化」の可能性を示唆するものが多かったように思われるからである。

とはいえその一方で、「郊外化」と呼ばれるような動きは、一切の例外もなく進んでいくというよりも、正確にいうならば、「アウェイとホーム」のバランスの変化と表現することもまた可能である。すなわち、均質で画一的な「アウェイ」の領域が拡大していく一方で、むしろそれとは対照的に、残された数少ない領域が「ホーム」となりうるものとして注目を集めるということでもある。

それが、対人性領域においてみられた、家族関係の重視や再評価のような動きとして今後も広まっていくことになるのか、それともそれ以外の、友人関係や、あるいは自己肯定感、さらには地域

愛着度のようなものが、それに当てはまることになるのか、今後も検討を続けていく必要があるだろう。

前回論文では、日本社会における若者文化は、この30年間において「安定期から模索期へ」と変化しつつあるのではないかと述べた。いわく、まだ先行きの展望がクリアーであると信じられていた時代においては、遠隔＝社会領域においてネガティブな要素も少なく、その分だけ、もっぱら対人性領域や個人性領域において、各種の消費行動やコミュニケーションに専念できていたのではないかと、今ならば解釈ができる。つまり当時の新人類やオタクの文化とは、そのようなものだったと理解することができるということである。それと比べて、グローバル化を典型とする社会の激しい流動化に見舞われている今日においては、すでにみてきたように、全ての領域において、先行きが不透明で不安定な様子がかがえたが、やはり今なお、その中で「模索期」は続いているのではないだろうか。それはたとえば、何が「アウェイ」で、何を「ホーム」と見定めるべきなのかを、模索するような期間であり、ここでみてきたような調査結果から類推するならば、こうした「模索期」はもうしばらくの間は続いていくのではないかと思われる。

だとするならば、今後も、実証的に、なおかつ立体的で総合的に若者文化のありようを記述していく研究を続けていくことが重要だといえるだろう。(辻 泉)

追記 本論文は、2019・2020年度中央大学特定課題研究費研究「ポピュラー文化研究における理論研究と実証調査研究の体系化」による研究成果の一部である。

- 1) その要点については、以下の記述を参照のこと。「その特徴は、若者文化の実態をコミュニケーションの総体として、出来る限り引いた目から「客観的に」捉え、なおかつ「立体的に」奥行きのある分

析をしようとした点にあるといえる。

たとえば、1990年当時の若者については、世代論的にいくつかの呼称が存在していた。だが宮台らの研究においては、特定の1つの呼称にだけ注目するのではなく、「新人類」と「オタク」と呼ばれる対照的なタイプの若者に同時に注目した。その際、最先端のファッションや流行などに敏感であった前者を賞賛するのではなく、また対人関係が不得手な後者を一方的に批判するのではなく、社会状況を踏まえつつ、両者の対応関係を捉え、若者文化の実態を総合的に描き出していた。

すなわち1990年当時は、バブル経済の崩壊直後とはいえ1960年代後半の学園闘争の雰囲気も消え去り、若者たちが華やかな消費文化にコミットしたピークの時期であり、それゆえ全体的には、社会や若者自身の先行きについての肯定的で安定した展望がみられ、そうした状況下で、時々のファッションや流行に強くコミットし、身の回りの対人性・個人性領域における差異化コミュニケーションを謳歌していた類型が「新人類」と呼ばれ、一方で、そうした流れにコミットできず、対人性領域に困難を抱えた類型が「オタク」と呼ばれることになったのである。

よって大きくまとめるならば、1990年当時の若者文化は、遠隔＝社会領域における肯定的かつ安定的傾向を全体として有しながら、対人性・個人性領域における消費行動を通じた差異化のコミュニケーションに、その重点がおかれていたといえるだろう。」(辻・大倉・野村 2017: 108-9)

- 2) 以下、この論文については、「87年論文」と略して記すことがある。
- 3) なお東京都内について杉並区が対象とされたのは、平均的な住宅地の集まった地域であるということ、人口規模が松山市と近いということ、「若者文化」を対象とした先行の調査でも対象地になっていることなどによる。
- 4) なお「90年調査」の場合、質問ごとに選択肢の内容が異なっていたが、紙幅の都合上、「05年調査」「09年調査」「15年調査」「20年調査」では「あてはまる～あてはまらない」の4つの選択肢で統一した。そのため、比較に際しては、それぞれを「肯定的／否定的」傾向の回答で、カテゴリー統合した上で行っている。
- 5) 「90年調査」ではこうした項目は「個人性領域」

- に含まれていたが、本論文ではその内容に鑑みて、「遠隔=社会領域」に含まれるものとしている。
- 6) 表6-1に掲載されているQ31.1～Q31.18の項目は、いわゆる「人格類型論」において対象者を分類するための項目であるが、本論文ではその内容に鑑みて、「個人性領域」に含まれるものとした。
- 7) 以降も含め、設問の冒頭には「20年調査」時における設問番号を併記する。表中にも、「20年調査」時の設問番号を記すので、末尾の単純集計結果ともどもご参照いただきたい。
- 8) 以降も含め、「05年調査」「09年調査」「15年調査」「20年調査」については、東京都杉並区と愛媛県松山市の結果についての統計的検定を行っており、表中にアスタリスクを用いて有意水準を示すこととする。すなわち、*** = 0.1%水準で有意 ($\alpha < .001$)、** = 1%水準で有意 ($\alpha < .010$)、* = 5%水準で有意 ($\alpha < .050$)、n.s. = 有意差なし、である。
- 9) 辻・大倉・野村(2017)では、この質問の結果について、回答者がここでいう「日本」を「大きな社会」に関わるものというより、むしろ「小さな身近な社会」の延長線上に位置づけているのではないかと解釈したのだが、やはり「20年調査」の結果をみると、「より大きな社会」への不透明感やネガティブさとして解釈したほうが妥当であるように思われる。
- 10) 親友数は「Q21.1 親友(恋人を除く)の人数」から外れ値(30人以上)と無回答を除外したものの平均を記載した。同様に同性親友数は「Q21m/w 同性の親友の人数」から無回答と「11人以上」を、友人数は「Q21.2 仲のよい友人(親友を除く)の人数」から無回答と「101人以上」を、知人数は「Q21.3 知り合い程度の友人の人数」から無回答および「401人以上」を除外して集計している。
- 11) 「Q21SQ.1.1～11 あなたが「親友」「仲のよい友人(親友を除く)」とした人たちは、どこで知り合いましたか」という設問の選択肢のうち、「05年調査」～「20年調査」で共通する9項目(「学校」「塾や予備校」「職場(アルバイト除く)」「学校・職場以外のサークル・習い事」「アルバイト先」「近所づきあい」「街や通り」「インターネットや携帯電話のサイト」「その他」)に対する選択数を足し合わせたものの平均。なお「学校」は小学校から大学までの全学校段階を指し、短大や専門学校などを含むが、「15年・20年調査」では幼稚園・保育園も含んでいることを申し添えておきたい。
- 12) 「90年調査」では「友達とおしゃべりで、社会問題や時事問題を話題にすることがあるか」という質問になっている。
- 13) 「09年調査」の質問文は「あなたが、何かに熱中したり夢中になれるのはどんなときですか」であり文言が異なっているが、選択肢の増減が一律ではないことから、細心の注意を払って割合の増減に注目することには意味があると判断した。
- 14) 当該項目は地域差と性差が大きい、地域と性別で標本を分割すると標本数が100人に満たないグループが生じてしまうため、1番目と2番目の割合を合計した数値をまとめた。選択肢はそれぞれ「金持ち」「容姿がいい」「性格のよさ」など11項目だが、全ての調査年で1番目と2番目の合計が10%に満たなかった「学歴がいいこと」「家柄がいいこと」「スポーツができること」は表に掲載していない。また「09年調査」までは質問文を「女性に/男性にモテるのに必要だと思う条件」、「女性を/男性を評価するときの条件」としていたが、多様な性自認・性指向に対応するために「15年調査」で本文記載の文言に修整した。しかしながら今回の「モテる条件」「評価する条件」、およびその差についての議論では、回答内容を異性愛者によるものと仮定して議論を進めている。むしろ我々の調査データにも非異性愛者が含まれていることは予想されるが、全体的な傾向の変化をみるという観点から今回はこのような対応となったことをご了承いただきたい。
- 15) 松山で「モテるための条件」として「ファッションセンス」が大きく増加し27.3%の男性に選択されているが、理由は不明である。
- 16) コロナ禍でUber Eats(2020年3月に松山市でサービス提供開始)などのデリバリーサービスが急速に普及し、家事の外部化が可能であることが広く認識されたことが影響しているかもしれない。
- 17) 男性回答者による「(男性が)モテるための条件」についての割合から、女性回答者による「(男性を)評価する条件」についての割合を引いて求めた(女性についても同様)。異なる回答者による回答結果を計算しているため、この表については回答者数(n)を記載していない。
- 18) うち、Q31.1からQ31.18までの18項目は、「90年調査」において人格類型のクラスター化に用いら

- れた項目である。
- 19) 「87年論文」における因子構造、および前回論文における因子構造を元に便宜的に分類した。
- 20) 「社交性に関わる項目」として、「Q31.2 友人の数は多いほどいい」「Q31.10 一人でいることが好きだ」「Q31.13 気の合う友人とだけつきあいたいと思う」「Q31.16 人見知りするほうだ」、「自信に関わる項目」として、「Q31.4 一般に自分の感覚に自信がある」「Q31.5 誰にも負けない自信がある分野がある」「Q31.8 人の上立つのが好きだ」「Q31.9 自分は『物知り』である」、「消費に関わる項目」として、「Q31.1 広告の印象に左右されるほうだ」「Q31.12 自分はおしゃれなほうだ」「Q31.18 衝動買いをするほうだ」が該当すると考えられる。
- 21) ちなみに「Q28.4 自分がどんな人間かわかっている」に対する肯定回答は、杉並において有意に減少している(クロス集計および χ^2 検定、有意水準5%)。なお同項目は「自分がどんな人間かわかっている」から2015年に現在の文言に変更された。そのため、長期的な比較が難しくなっていることに留意されたい。
- 22) この調査から確認できるわけではないが、両地域の違いが少なくなるにつれて、人口量、接触人数、人口の多様性、活動範囲の広さなど、より物理的な要因に左右される違いが洗い出されてくる、ということかもしれない。
- 23) ただし、「90年調査」から「09年調査」までは「耐えられないこと1番目」「耐えられないこと2番目」「自分を表現できるもの1番目」「自分を表現できるもの2番目」、というように1番目2番目の項目を質問していたのに対して、「15年調査」から「もっとも耐えられないこと」「もっとも自分を表現できるもの」と1つだけ質問する形式に質問文が変更されている。この質問文の変更のため、回答傾向が大きく変わり単純な比較が不可能になった点には留意されたい。
- 24) 特に、「15年調査」においては「無回答」の増加が顕著であった。詳細は前回調査結果を報告した論文を参照されたい(辻・大倉・野村 2017)。
- 25) 質問項目について、選択肢はおおむね同じだが、「90年調査」では「時間を多く割くものから順に3つ以内」を回答させ、「05・09・15・20年調査」では「あてはまるものすべて」を尋ねたあとに「もっとも大切な趣味」を聞いている。表7-1では、「90

- 年調査」についてはもっとも時間を多く割くものを、「05・09・15・20年調査」については「もっとも大切な趣味」を集計した。ただし時代に合わせて、いくつかの項目について変更が行われていることも付記しておきたい。たとえば「ゴルフ」「ディスク」「電話あそび」「アマチュア無線・パーソナル無線」は「90年調査」のみの項目であり、「ライトノベル読書」「鉄道関係」「ファッション」は「05年調査」、「お菓子作り」は「09年調査」、「動画視聴(有料配信)」「楽曲製作」「コンサートやイベントへの「遠征」」は「20年調査」からのそれぞれの項目である。よって年度ごとに多少の項目の増減があり、経年比較の上ではこの点に少し留意する必要があるといえるだろう。なお順位については、ここでは全年度に共通した項目だけに限定せず、各年度内の項目全てを含んで付けている。
- 26) ただし、この項目は「90年調査」では「週1度以上」と回答したものの割合を、「05年調査」以降は「1日30分以上」と回答したものの割合を、集計したものであり、比較にはやや留意すべきであることを付記しておきたい。
- 27) ただし、この項目では「90年調査」では「週1冊以上」と回答したものの割合を集計しており、また「20年調査」では「マンガ(印刷されたもの)」と限定して定義しており、比較にはやや留意すべきであることを付記しておきたい。

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。
- 浅野智彦編, 2006, 『検証・若者の変貌—失われた10年の後に』勁草書房。
- 浅野智彦, 2011, 『趣味縁からはじまる社会参加(若者の気分)』岩波書店。
- 浅野智彦, 2015, 『「若者」とは誰か(増補新版)—アイデンティティの30年』河出書房新社。
- 浅野智彦, 2016, 『青少年研究会の調査と若者論の今日の課題』藤村正之・浅野智彦・羽瀨一代編『現代若者の幸福—不安感社会を生きる』恒星社厚生閣: 1-23。
- 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。)
- Boyd, danah, 2014, It's Complicated, Yale University

- Press. (= 2015, 野中モモ記『つながりっぱなしの日常を生きる』草思社.)
- 電通若者研究部編, 2016, 『若者離れ—電通が考える未来のためのコミュニケーション術』エムディエヌコーポレーション.
- 土井隆義, 2008, 『友だち地獄—「空気を読む」世代のサバイバル』筑摩書房.
- 遠藤知巳編, 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., 2005, *The world is flat: a brief history of the twenty-first century*, Farrar, Straus and Giroux. (= 伏見威蕃訳, 2006『フラット化する世界—経済の大転換と人間の未来(上)(下)』日本経済新聞社.)
- 古市寿寿, 2011, 『絶望の国の幸福な若者たち』講談社.
- 福重清, 2021, 「現代のメディア空間と友だちとのつながり方—匿名性から考える」木村絵理子・轡田竜蔵・牧野智和編『場所から問う若者文化—ポストアーバン化時代の若者論』見洋書房: 139-160.
- Furlong, A., Cartmel, F., 1997, *Young People and Social Change (second edition)*, Open University. (= 乾彰夫・西村貴之・平塚真樹・丸井妙子訳, 2009『若者と社会変容—リスク社会を生きる』大月書店.)
- Giddens, Anthony, 1991, *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Polity Press (= 2005, 秋吉美都・安藤太郎・筒井淳也訳『モダニティと自己アイデンティティ—後期近代における自己と社会』ハーベスト社.)
- 原田曜平, 2013, 『さとり世代—盗んだバイクで走り出さない若者たち』角川書店.
- 乾彰夫編著, 2006, 『不安定を生きる若者たち—日英比較 フリーター・ニート・失業』大月書店.
- 岩間夏樹, 1995, 『戦後若者文化の光芒—団塊・新人類・団塊ジュニアの軌跡』日本経済新聞社.
- 岩田考・羽渕一代・菊池裕生・苦米地伸編, 2006, 『若者たちのコミュニケーション・サバイバル』恒星社厚生閣.
- 片桐新自, 2008, 『不安定社会の中の若者たち—大学生調査から見るこの20年』世界思想社.
- 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.
- 木村絵里子, 2016, 『「情熱」から「関係性」を重視する恋愛へ—1992年, 2002年, 2012年調査の比較から—』藤村正之・浅野智彦・羽渕一代編『現代若者の幸福—不安定社会を生きる』恒星社厚生閣: 137-68.
- 北田暁大, 2002, 『広告都市・東京』廣済堂出版.
- 北田暁大・新藤雄介・工藤雅人・岡澤康浩・團康晃・寺地幹人・小川豊武, 2013, 「若者のサブカルチャー実践とコミュニケーション—2010年練馬区『若者文化とコミュニケーションについてのアンケート』調査」『東京大学大学院情報学環情報学研究』29: 105-53.
- 国立社会保障・人口問題研究所, 2014, 『第5回全国家庭動向調査 結果の概要』(http://www.ipss.go.jp/ps-katei/j/NSFJ5/Kohyo/NSFJ5_gaiyo.pdf).
- 小谷敏編, 1993, 『若者論を読む』世界思想社.
- 工藤雅人, 2017, 『「差別化という悪夢」から目ざめることはできるか?』北田暁大+解体研編著『社会にとって趣味とは何か』河出書房新社.
- 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』法政大学出版社: 183-212.
- 轡田竜蔵, 2017, 『地方暮らしの幸福と若者』勁草書房.
- 牧野智和, 2012, 『自己啓発の時代—自己の文化社会的探求』勁草書房.
- 松下慶太, 2012, 『デジタル・ネイティブとソーシャルメディア—若者が生み出す新たなコミュニケーション』教育評論社.
- 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』.
- 三村忠史・倉又俊夫・NHK「デジタルネイティブ」取材班, 2009, 『デジタルネイティブ—次代を変える若者たちの肖像』日本放送出版協会.
- 見田宗介, 1979, 「まなごしの地獄」『現代社会の社会意識』弘文堂.
- 宮台真司, 1987, 「現代大学生の消費生活の意味するもの—意識調査をもとにして」『社会心理学評論』第6号.

- 宮台真司, 1994, 『制服少女たちの選択』講談社.
- 宮台真司, 1997, 『まほろしの郊外—成熟社会を生きる若者たちの行方』朝日新聞出版.
- 宮台真司, 2010, 『システムの社会理論—宮台真司初期思考集成』勁草書房.
- 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спекティブ』研究成果報告書).
- 宮台真司・石原英樹・大塚明子, 1993, 『サブカルチャー神話解体』パルコ出版.
- 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.
- 中澤智恵, 2007, 「性教育・性情報源と性知識および避妊に対する態度形成」, 『若者の性』白書—第6回 青少年の性行動全国調査報告—』小学館: 145-74.
- 内閣府政策統括官(総合企画調整担当)編, 2001, 『日本の青少年の生活と意識—青少年の生活と意識に関する調査報告書第2回調査』.
- 内閣府政策統括官, 2004, 『世界の青年との比較からみた日本の青年—第7回世界青年意識調査報告書』.
- 内閣府政策統括官, 2009, 「第8回 世界青年意識調査」(<http://www8.cao.go.jp/youth/kenkyu/worldyouth8/html/mokuji.html>).
- 内閣府政策統括官, 2014, 「平成25年度 我が国と諸外国の若者の意識に関する調査」(http://www8.cao.go.jp/youth/kenkyu/thinking/h25/pdf_index.html).
- 内閣府, 2015, 『平成27年度版 自殺対策白書』(<http://www8.cao.go.jp/jisatsutaisaku/whitepaper/w-2015/pdf/honbun/index.html>).
- 難波功士, 2007, 『族の系譜学』青弓社.
- NHK放送文化研究所編, 2020, 『現代日本人の意識構造 [第9版]』NHK出版.
- 日本経済新聞社編, 2005, 『ジェネレーションY—日本を変える新たな世代』日本経済新聞社.
- 尾嶋史章編著, 2001, 『現代高校生の計量社会学—進路・生活・世代』ミネルヴァ書房.
- 大倉韻, 2015, 「現代若者文化の位相と地域性(7) ACG文化の一般化と友人関係」第88回日本社会学会大会報告原稿.
- 大倉韻, 2021, 「『応援上映』という瞬間的共同体」木村絵理子・轡田竜蔵・牧野智和編『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: 136-138.
- Riesman, D., 1961, *The lonely crowd: a study of the changing American character*, New Haven: Yale University Press. (=加藤秀俊訳, 1964, 『孤独な群衆』みすず書房.)
- ロジャー・グッドマン/井本由紀/トゥーッカ・トイボネン編著, 2013, 『若者問題の社会学—視線と射程』明石書店.
- 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.
- 阪口祐介, 2016, 「若者におけるメディアと生活の相互関係の変容—2002年と2012年の時点間比較」藤村正之・浅野智彦・羽瀨一代編『現代若者の幸福—不安感社会を生きる』恒星社厚生閣: 169-190.
- 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.
- 総務庁青少年対策本部編, 1995, 『青少年の意識の変化に関する基礎的研究—「青少年の連帯感などに関する調査」第1回~第5回の総括』.
- 総務庁青少年対策本部編, 1997, 『日本の青少年の生活と意識—青少年の生活と意識に関する調査報告書』.
- 高橋幸・永田夏来, 2021, 「これからの恋愛の社会学のために」『現代思想2021年9月号』青土社: 8-30.
- 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.
- 谷本奈穂, 2008, 『恋愛の社会学—「遊び」とロマンティック・ラブの変容』青弓社.
- Tapscott, D., 2009, *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*, McGraw-Hill. (=栗原潔訳, 2009, 『デジタルネイティブが世界を変える』翔泳社.)
- 寺地幹人・小川豊武, 2013, 「若年層の政治関心と趣味—「趣味活動」と「趣味嗜好」という観点から」『ソシオロギス』37: 132-53.
- 富田英典・藤村正之編, 1999, 『みんなぼっちの世界』

恒星社厚生閣.

友枝敏雄編, 2015, 『リスク社会を生きる若者たち—
高校生の意識調査から』大阪大学出版会.

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・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: 107-37.

山田昌弘, 2004, 『希望格差社会—「負け組」の絶望
感が日本を引き裂く』筑摩書房.

参考資料：「20年調査」単純集計結果（地域別）

若者の生活と文化に関する調査

松田美佐（中央大学文学部教授）

辻 泉（中央大学文学部教授）

浅野智彦（東京学芸大学教育学部教授）

[この調査について]

- ・この調査は、若者の生活と文化の実態について、皆さんの感じ方や経験を知るためのものです。
- ・調査対象者の方は、くじ引きのような方法で選んでいます。また答えていただいた結果について、個人名や住所などを外部に漏らすことは一切ありません。ご安心ください。
- ・どうしても答えたくない質問についてはそのまま結構ですが、正確な調査結果のために、できるだけお答えください。

[記入にあたってのお願い]

- ・回答は必ずご本人がご記入ください。
- ・回答は、鉛筆かシャープペンシル、または黒か青のボールペンでお願いします。
- ・時間はだいたい30～40分ほどで終わります。あまり深く考え込みすぎないように、感じられたままにご記入ください。
- ・回答は指示にしたがって、質問の下の数字の中であてはまるものの番号に○をつけてください。他に、記入欄に書きこんでいただく質問もあります。
- ・あてはまるものを複数ご記入いただく質問で、あてはまるものが少ない場合、あてはまるだけご記入下さい（例えば、2つまで選ぶ質問でも、2つに満たなくても構いません）。
- ・「その他」を選んだ場合、そのあとの（ ）の中に具体的に書いてください。
- ・ご記入が終わりましたら、もう一度書き忘れたところがないか、お確かめください。
- ・何か、ご不明な点・お気づきの点などございましたら、下記までご連絡下さい。

●月●日（●）までにポストに入れてください

・お問い合わせ先
〒192-0393 東京都八王子市東中野742-1
中央大学文学部 社会情報学専攻共同研究室 松田美佐・辻 泉
電話・FAX：・・・(省略)・・・
E-mail：・・・(省略)・・・

【最初に、あなたの趣味についておうかがいします。】

Q1. あなたの現在の趣味は何ですか。次の中から、あてはまるもの全てに○をしてください。またその中で、あなたにとってもっとも大切な趣味を1つだけ選んで番号を記入してください。

【n=杉並 265/松山 163】

	杉並	松山		杉並	松山
1. 音楽鑑賞・オーディオ	67.9%	68.1%	2. 楽器演奏(バンド、オーケストラを含む)	15.8%	11.0%
3. 映画や演劇	45.3%	36.2%	4. 動画視聴 (Netflixなどの有料動画配信サービスの視聴)	50.6%	48.5%
5. スポーツ観戦	18.5%	14.1%	6. 自分でやるスポーツ	18.9%	22.7%
7. アニメ	34.7%	38.7%	8. マンガ	37.7%	37.4%
9. 楽曲製作	1.9%	0.6%	10. マンガ・イラスト・小説の創作	9.4%	5.5%
11. 動画撮影・配信	3.0%	3.1%	12. 小説・文学・哲学の読書	29.4%	14.7%
13. ライトノベルの読書	7.5%	4.3%	14. カラオケ	22.6%	27.6%
15. ゲーム (スマホアプリ)	34.7%	38.0%	16. ゲーム (PCゲーム・ゲーム専用機など)	29.8%	30.7%
17. 囲碁・将棋・チェス・トランプ	5.3%	3.7%	18. 17以外のボードゲーム	1.9%	1.2%
19. ブラモデル・ラジコン・工作	3.8%	3.1%	20. 鉄道関係 (撮影・模型・乗車など)	1.9%	0.6%
21. 写真撮影	12.1%	17.8%	22. 切手・古物やさまざまなグッズのコレクション	1.5%	2.5%
23. 麻雀・パチンコ・パチスロ	2.3%	6.1%	24. ウィンドーショッピング	18.1%	20.9%
25. 料理作り	9.4%	17.8%	26. お菓子作り	10.6%	11.0%
27. 食べ歩き	22.3%	20.9%	28. ファッション	29.4%	33.1%
29. 国内旅行	24.9%	26.4%	30. ドライブ・ツーリング	6.4%	21.5%
31. 海外旅行	16.2%	8.0%	32. コンサートやイベントへの「遠征」	9.4%	16.6%
33. ライブビューイング	5.3%	8.6%	34. アイドルやタレントなどのおっかけ	16.2%	19.0%
35. インターネット	29.1%	24.5%	36. その他	10.2%	8.6%
無回答	0.4%	0.0%			

→もっとも大切な趣味は… []

【n=杉並 264/松山 163】

	杉並	松山		杉並	松山
1. 音楽鑑賞・オーディオ	16.7%	16.0%	2. 楽器演奏(バンド、オーケストラを含む)	3.8%	4.3%
3. 映画や演劇	4.9%	1.2%	4. 動画視聴 (Netflixなどの有料動画配信サービスの視聴)	9.1%	5.5%
5. スポーツ観戦	1.5%	1.8%	6. 自分でやるスポーツ	5.3%	7.4%
7. アニメ	4.5%	1.8%	8. マンガ	2.7%	3.7%
9. 楽曲製作	0.4%	0.0%	10. マンガ・イラスト・小説の創作	1.1%	1.2%
11. 動画撮影・配信	0.0%	0.0%	12. 小説・文学・哲学の読書	4.2%	1.8%
13. ライトノベルの読書	0.4%	0.0%	14. カラオケ	0.8%	0.6%
15. ゲーム (スマホアプリ)	4.5%	3.7%	16. ゲーム (PCゲーム・ゲーム専用機など)	5.7%	5.5%
17. 囲碁・将棋・チェス・トランプ	0.4%	0.6%	18. 17以外のボードゲーム	0.0%	0.0%
19. ブラモデル・ラジコン・工作	0.4%	0.0%	20. 鉄道関係 (撮影・模型・乗車など)	0.8%	0.0%
21. 写真撮影	1.1%	1.8%	22. 切手・古物やさまざまなグッズのコレクション	0.0%	1.2%
23. 麻雀・パチンコ・パチスロ	0.4%	0.6%	24. ウィンドーショッピング	0.4%	0.6%
25. 料理作り	0.8%	1.8%	26. お菓子作り	0.4%	0.6%

27. 食べ歩き	1.1%	1.2%	28. ファッション	5.7%	7.4%
29. 国内旅行	1.5%	2.5%	30. ドライブ・ツーリング	0.8%	2.5%
31. 海外旅行	1.9%	0.6%	32. コンサートやイベントへの「遠征」	1.1%	3.7%
33. ライブビューイング	0.0%	0.0%	34. アイドルやタレントなどのおっかけ	8.7%	9.2%
35. インターネット	1.5%	1.2%	36. その他	4.9%	6.1%
無回答	2.7%	3.7%			

Q2. あなたはもっとも大切な趣味について、時間とお金をどれぐらい費やしますか。それぞれについて、もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

【n=杉並 257/松山 157】

	杉並	松山		杉並	松山	
〈時間〉	1. ほぼ毎日している	58.4%	62.4%	2. 週に1～2日程度している	24.9%	19.7%
	3. 月に1～2日程度する	13.2%	12.7%	4. 年に1～2日程度かそれ以下	2.7%	5.1%
	無回答	0.8%	0.0%			
〈お金〉	1. 月に5,000円未満	61.1%	53.5%	2. 月に5,000円以上10,000円未満	16.0%	22.3%
	3. 月に10,000円以上15,000円未満	7.8%	11.5%	4. 月に15,000円以上	11.7%	10.8%
	無回答	3.5%	1.9%			

Q3. あなたにはもっとも大切な趣味を通して、知り合った友人がいますか。もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

【n=杉並 257/松山 157】

	杉並	松山		杉並	松山
1. もっとも大切な趣味を通して知り合った友人がいる	46.3%	53.5%	2. そのような友人はいない	53.7%	44.6%
無回答	0.0%	1.9%			

Q4. あなたは次のようなことを行ったことがありますか。あてはまるもの全てに○をしてください。

【n=杉並 265/松山 163】

	杉並	松山
1. コンサートやイベント、スポーツ観戦への参加（ただし、いわゆる「遠征」を除く）	79.2%	65.0%
2. コンサートやイベント、スポーツ観戦などを目的として遠方に出かける行為（いわゆる「遠征」のうち、宿泊を伴うもの）	21.9%	50.3%
3. コンサートやイベント、スポーツ観戦などを目的として遠方に出かける行為（いわゆる「遠征」のうち、宿泊を伴わないもの）	27.9%	39.9%
4. 映画館などでのライブビューイングへの参加（その時行われているイベントの生中継）	17.0%	17.8%
5. 映画館などでの「応援上演」への参加（生中継ではないもの）	7.2%	5.5%
6. 公共施設や競技場、パブやレストランなどでのパブリックビューイングへの参加	5.7%	4.9%
7. ドラマやアニメなどの「聖地巡礼」	26.8%	13.5%
8. 自宅でコンサートやイベント、スポーツ観戦などの同時配信の視聴	52.8%	46.0%
9. あてはまるものはない	10.2%	12.3%
無回答	0.4%	0.0%

【ここからは、あなたとさまざまなメディアとのかかわり方についておうかがいします。】

Q5. あなたの好きな音楽家（歌手、グループ、バンド、演奏家、作曲家、プロデューサー等）を3人（組）以内で好きな順に具体名をご記入ください（外国、国内および故人・現存者を問いません）。

※ 3つに満たない場合は、空欄でも構いません。

【n = 杉並 265 / 松山 163】					
杉並			松山		
順位	アーティスト名	選択率	順位	アーティスト名	選択率
1位	嵐	4.4%	1位	米津玄師	5.3%
2位	BTS	3.6%	2位	King & Prince	3.3%
3位	ヨルシカ	2.8%	2位	Official 髭男 disarm	3.3%
4位	LiSA	2.4%	2位	嵐	3.3%
4位	Mrs. GREEN APPLE	2.4%	5位	SEKAI NO OWARI	2.6%
4位	乃木坂 46	2.4%	5位	Snow Man	2.6%
7位	ONE OK ROCK	2.0%	5位	乃木坂 46	2.6%
7位	TWICE	2.0%	8位	BTS	2.0%
7位	米津玄師	2.0%	8位	King Gnu	2.0%
10位	back number	1.6%	8位	NiziU	2.0%
10位	Taylor Swift	1.6%	8位	TWICE	2.0%
			8位	日向坂 46	2.0%

※ 一番目に挙げられたアーティスト名のランキング 10 位以内のみを掲載。

Q6. あなたはこの1ヶ月の間に、どのくらいテレビを見ましたか（録画予約したテレビ番組を見たのも含みます。ただし、YouTube や TVer などの動画サイトは含みません）。見ていた方は、1日平均での視聴時間について、具体的な数字をご記入ください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】					
	杉並	松山		杉並	松山
見ていた	82.6%	82.2%	→ テレビ視聴時間	131.56分	154.85分
見ていない	13.6%	10.4%		(1,000分以上2名を除外して集計)	
持っていない	3.0%	6.1%			
無回答	0.8%	1.2%			

Q7. 「メディアと文化」に関しておうかがいします。それぞれの項目について右の4つの選択肢の中からもっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】						
		あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	無回答
1. マンガ（印刷されたもの）をよく読む	杉並	23.8%	21.5%	17.4%	37.0%	0.4%
	松山	27.6%	17.2%	20.9%	34.4%	0.0%
2. マンガ（電子書籍やWebマンガ）をよく読む	杉並	26.4%	17.7%	13.2%	41.9%	0.8%
	松山	30.1%	19.0%	17.8%	33.1%	0.0%

3. 本（マンガを除く）をよく読む	杉並	17.7%	28.7%	26.4%	26.8%	0.4%
	松山	15.3%	26.4%	27.6%	30.7%	0.0%
4. 電子書籍（マンガを除く）をよく読む	杉並	4.5%	6.0%	15.8%	73.2%	0.4%
	松山	8.0%	8.6%	20.2%	63.2%	0.0%
5. アニメをよく見る	杉並	23.8%	21.9%	18.5%	35.5%	0.4%
	松山	23.3%	27.6%	24.5%	24.5%	0.0%
6. ゲーム（テレビ・PCゲーム、携帯機、スマホアプリなど）をよくする	杉並	42.3%	17.0%	11.3%	29.1%	0.4%
	松山	43.6%	14.7%	18.4%	22.7%	0.6%
7. 友人とゲームで協力プレイ・対戦プレイをよくする	杉並	14.7%	10.9%	17.4%	56.6%	0.4%
	松山	21.5%	12.3%	16.0%	49.7%	0.6%
8. テレビ番組はリアルタイムよりも録画して視聴することが多い	杉並	36.6%	25.7%	13.2%	24.2%	0.4%
	松山	42.9%	20.2%	12.9%	23.9%	0.0%
9. 有料の動画配信サービス（NetflixやHuluなど）をよく見る	杉並	29.8%	24.9%	12.5%	32.5%	0.4%
	松山	20.9%	19.0%	16.0%	44.2%	0.0%
10. K-POP（BTS、Twiceなど韓国のポピュラー音楽）が好きだ	杉並	19.6%	13.6%	10.2%	56.2%	0.4%
	松山	17.2%	16.0%	14.7%	51.5%	0.6%
11. 芸能人は、特別な才能に恵まれた人たちだと思う	杉並	18.5%	47.5%	25.7%	7.9%	0.4%
	松山	31.9%	41.1%	16.6%	10.4%	0.0%
12. 自分の生き方に影響を与えたマンガがある	杉並	24.9%	17.0%	20.4%	37.4%	0.4%
	松山	20.2%	19.6%	24.5%	35.6%	0.0%
13. 好きな作品の情報を集めたり考察したりするのが好きだ	杉並	43.4%	26.0%	18.1%	11.7%	0.8%
	松山	37.4%	33.7%	19.0%	9.8%	0.0%
14. 自分のまわりで流行しているコンテンツはひととおりチェックしている	杉並	15.5%	27.2%	37.0%	19.6%	0.8%
	松山	10.4%	35.0%	38.0%	16.0%	0.6%
15. 「ゲームやネットと、現実とを混同する若者がいる」と言われているが、その通りだと思う	杉並	14.3%	27.2%	34.7%	21.9%	1.9%
	松山	16.0%	37.4%	33.1%	13.5%	0.0%
16. 「ゲームやネットと、現実とを混同する若者がいる」と言われているが、自分自身もそのような現実と虚構の混同について経験や実感がある	杉並	3.0%	9.4%	28.3%	58.5%	0.8%
	松山	1.8%	11.0%	39.3%	47.9%	0.0%
17. この世の中が全て虚構であったとしても、気づかないままであれば何の問題もない	杉並	27.2%	24.9%	24.5%	22.3%	1.1%
	松山	17.2%	25.8%	39.9%	17.2%	0.0%
18. Twitter, Instagram, LINEなどでの人づきあいは面倒だと思う	杉並	21.9%	36.2%	27.9%	12.8%	1.1%
	松山	22.7%	30.1%	38.0%	8.6%	0.6%

Q8. ジャニーズ系男性アイドルグループ（嵐、King & Prince、SixTONES、Snow Manなど）をどう思いますか。もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

	好き	まあ好き	あまり好きでない	嫌い	無回答
杉並	23.0%	40.0%	31.3%	5.3%	0.4%
松山	28.8%	43.6%	21.5%	6.1%	0.0%

Q9. AKB48 や乃木坂 46 などの女性アイドルグループをどう思いますか。もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】					
	好き	まあ好き	あまり好きでない	嫌い	無回答
杉並	16.2%	40.4%	35.8%	7.2%	0.4%
松山	19.6%	38.0%	33.7%	8.6%	0.0%

【引き続き、メディアに対する、あなたのかかわり方についておうかがいします。】

Q10. あなたはこの1ヶ月の間に、下記の機器を使用していましたか（通話やメール、アプリ、ネットなど全ての利用を含む）。

【n = 杉並 265 / 松山 163】					
		日常的に使用	たまに使用	所持していない	無回答
デスクトップ・パソコン	杉並	13.6%	14.3%	70.6%	1.5%
	松山	9.8%	22.7%	67.5%	0.0%
ノート・パソコン	杉並	78.1%	10.9%	10.2%	0.8%
	松山	62.6%	23.3%	14.1%	0.0%
タブレット	杉並	19.6%	17.0%	62.3%	1.1%
	松山	14.1%	18.4%	67.5%	0.0%
スマートフォン	杉並	98.5%	1.5%	0.0%	0.0%
	松山	99.4%	0.6%	0.0%	0.0%

※ スマートフォンをお使いの方だけにうかがいます。

SQ1. あなたはこの1ヶ月の間、スマートフォンをどのくらい触っていましたか（アプリ、メールなど全ての利用を含む）。1日平均での時間について、具体的な数字をご記入ください（ほとんど触っていない場合は、全て0とご記入ください）。

【n = 杉並 260 / 松山 163】		
	杉並	松山
スマホ接触時間	354.24 分	326.94 分
	(1,000 分以上 3 名を除外して集計)	

Q11. LINE（ライン）についてお聞きします。あなたはこの1ヶ月の間、LINEを利用していましたか。

【n = 杉並 265 / 松山 163】			
	利用した	利用しなかった	無回答
杉並	98.1%	1.5%	0.4%
松山	98.8%	1.2%	0.0%

※ LINE をご使用の方にだけうかがいます。

【n = 杉並 260 / 松山 161】

SQ 1. あなたは、1日平均で何通くらいメッセージ（スタンプも含む）を送信しますか。

【n = 杉並 257 / 松山 159】		
	杉並	松山
メッセージ送信数	約 24.10 通	約 24.72 通
(1,000 通以上 1 名を除外して集計)		

SQ 2. あなたは、LINE の「友だち」リストに何件の連絡先を登録していますか。

【n = 杉並 260 / 松山 161】						
	登録している	登録件数	そのうち付き合 いのある友人	登録して いない	無回答	
杉並	98.5%	166.94 件	52.05 件	0.8%	0.8%	
松山	98.1%	112.59 件	35.30 件	1.9%	0.0%	

SQ 3. あなたは、LINE でいくつの、どのようなグループを登録していますか。

【n = 杉並 260 / 松山 161】						
	杉並	松山		杉並	松山	
いつもやり取りをしているグループがある	88.1%	85.7%	→	グループ数	7.52	6.11
最近あまりやり取りのないグループがある	96.9%	95.0%			32.10	21.01
グループは登録していない	0.4%	3.7%				
無回答	1.2%	0.0%				

SQ 4. あなたは、次の LINE の機能を利用していますか。あてはまるもの全てに○をしてください。

【n = 杉並 260 / 松山 161】					
	杉並	松山		杉並	松山
1. 音声通話	87.7%	88.8%	2. ビデオ通話	50.0%	59.0%
3. タイムライン	7.3%	13.7%	4. ゲーム	3.5%	15.5%
5. ニュース	47.3%	57.1%	6. LINE. Pay	15.0%	12.4%
7. LINE. Music	13.1%	25.5%	8. その他	2.7%	1.2%
無回答	3.8%	1.2%			

SQ 5. あなたやあなたの周りに、LINE のメッセージ数が多すぎて全部読めないという経験がある人はいますか。

あてはまるもの全てに○をしてください。

【n = 杉並 260 / 松山 161】					
	杉並	松山		杉並	松山
1. 自分	11.9%	12.4%	2. 家族	5.8%	5.0%
3. 恋人	2.7%	2.5%	4. 友人	33.8%	28.0%
5. それ以外の知り合い	5.4%	3.1%	6. いない・知らない	52.3%	60.9%
無回答	1.9%	0.0%			

Q12. あなたは、この1ヶ月の間にインターネットを利用して次のようなことをしましたか。次の中から、あてはまるもの全てに○をしてください。

	[n = 杉並 265 / 松山 163]	
	杉並	松山
1. Eメール	83.0%	68.7%
2. LINE 以外の無料通話アプリ (Skype 等)	23.4%	17.8%
3. Twitter	81.1%	78.5%
4. Instagram	73.2%	79.8%
5. Facebook	11.3%	13.5%
6. TikTok	18.5%	27.0%
7. 「まとめサイト」の閲覧・書き込み	23.0%	14.7%
8. 掲示板「5ちゃんねる」などの閲覧・書き込み	7.5%	3.1%
9. Zoom などの電子会議システム	78.9%	60.1%
10. 自分のホームページ・ブログの開設・運営	1.9%	1.8%
11. オンラインゲームやソーシャルゲーム	41.1%	42.9%
12. マンガの購読・閲覧	34.3%	35.6%
13. 地図・ナビゲーション	70.9%	62.6%
14. ショッピング・通販	59.2%	61.3%
15. メルカリ・ヤフオクなど個人売買	32.8%	29.4%
16. 電子マネー・電子決済	46.0%	36.8%
17. Air BNB や Uber eats などのシェア系サービス	7.5%	6.7%
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	19.6%	22.7%
19. この中で利用しているものはない	0.0%	0.6%
無回答	0.8%	0.0%

Q13. あなたは、この1ヶ月の間に SNS (Twitter, Instagram, Facebook など) で次のようなことをしていましたか。あてはまるもの全てに○をしてください (複数の SNS をご利用の方は、各項目のような利用をしたものが1つでもあれば、○をしてください)。

	[n = 杉並 265 / 松山 163]	
	杉並	松山
1. 文字だけで投稿する	53.6%	50.3%
2. いわゆる「ストーリーズ」を投稿する	58.1%	62.6%
3. ハッシュタグを付けて投稿する	38.9%	36.8%
4. 「いいね!」を押す	82.6%	82.8%
5. コメントを書く	36.6%	38.7%
6. メッセージを送る	61.1%	63.2%
7. 共有する (シェアする, RT する)	47.5%	46.6%
8. プロフィールで自分の顔写真を公開している	21.5%	16.6%
9. ニュースや情報を検索する	60.4%	52.1%
10. (タイムラインで) ニュースや情報をチェックする	46.8%	38.7%
11. 暇つぶしにタイムラインを眺める	68.3%	63.8%
12. 友人などの近況を把握する	68.3%	62.0%
13. 外国人と交流する	10.2%	6.7%
14. 外国のニュースや文化に関する情報を見る	29.4%	23.9%
15. 日本語以外で投稿する	9.8%	8.6%
16. SNS は利用していない	5.3%	7.4%
無回答	0.4%	0.0%

Q14. あなたは、SNS (Twitter, Instagram, Facebook など) を利用していて、次のような経験をしたことがありますか。次の中から、あてはまるもの全てに○をしてください。

	【n = 杉並 265 / 松山 163】	
	杉並	松山
1. アカウントに鍵をかける	80.4%	77.3%
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	47.9%	47.9%
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	30.9%	24.5%
4. SNS にはできるだけ自分から投稿しないようにしている	31.7%	38.0%
5. SNS には自分の顔写真を載せないようにしている	45.3%	44.8%
6. フォロワー数を増やしたいと思ったことがある	30.6%	20.2%
7. フォロワー数とフォロワー数のバランスを気にしたことがある	42.3%	36.2%
8. 自分が何かする時、SNS 上での反応を気にすることがある	41.1%	32.5%
9. 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	55.5%	55.8%
10. SNS 上で人から嫌な思いをさせられたことがある	20.0%	16.0%
11. 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	71.3%	66.3%
12. 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	15.5%	10.4%
13. SNS をチェックできないと不安になる	10.6%	7.4%
14. 共有 (RT・シェア) した投稿が、間違った情報だったことがある	11.7%	8.0%
15. この中にあてはまるものはない	4.9%	4.9%
無回答	0.8%	0.6%

Q15. あなたが現在利用している Twitter および Instagram のアカウントは、いくつありますか。数字をご記入ください (利用していない人は 0 とご記入ください)。

	【n = 杉並 265 / 松山 163】	
	杉並	松山
Twitter	2.58 個	2.19 個
アカウントなし	12.5%	12.9%
Instagram	2.03 個	1.94 個
アカウントなし	18.9%	19.0%
無回答	0.4%	1.8%

※ これらの両方、またはいずれかをお使いの方にはうかがいます。

SQ1. 日ごろ、よく使うのはどちらですか。

	【n = 杉並 247 / 松山 153】	
	杉並	松山
1. Twitter のほうが多い	43.7%	34.6%
2. Instagram のほうが多い	36.4%	43.8%
3. 同じぐらい	18.2%	20.9%
無回答	1.6%	0.7%

SQ2. ご利用のすべてのアカウントのうち、最もよく使うアカウントはTwitterとInstagramのどちらですか。

【n = 杉並 247 / 松山 153】		
	杉並	松山
1. Twitter のアカウント	53.8%	45.8%
2. Instagram のアカウント	44.1%	53.6%
無回答	2.0%	0.7%

SQ3. SQ2 で回答したアカウントのフォロー数とフォロワー数はどのくらいですか。

【フォロー数 n = 杉並 238 / 松山 147 フォロワー数 n = 杉並 237 / 松山 147】		
	杉並	松山
フォロー数	284.29	313.73
フォロワー数	314.16	303.99

Q16. あなたはこの1ヶ月の間、どのくらい動画共有サイト（YouTube、ニコニコ動画など）を視聴していましたか。使っていた方は、1日平均でどれくらい視聴していましたか。具体的な数字をご記入ください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】		
	杉並	松山
視聴時間	136.53 分	151.85 分
	(1,000 分以上 2 名を除外して集計)	
視聴しなかった	0.8%	3.1%
無回答	0.8%	0.0%

※ 動画共有サイトをご視聴の方だけにうかがいます。

SQ1. あなたがよく視聴する動画共有サイトは、どのようなものですか。次の中からあてはまるもの全てに○をしてください。

【n = 杉並 261 / 松山 158】		
	杉並	松山
1. YouTube	96.9%	97.5%
2. ニコニコ動画	11.5%	8.2%
3. その他	4.6%	7.6%
無回答	1.1%	0.6%

SQ2. あなたが、動画共有サイトで視聴するのはどんな種類の動画ですか。あてはまるもの全てに○をしてください。

【n = 杉並 261 / 松山 158】					
	杉並		松山		
	杉並	松山	杉並	松山	
1. バラエティ・お笑い	39.1%	43.7%	2. アニメ	25.7%	32.9%
3. 二次創作系	6.5%	7.0%	4. 音楽	77.8%	75.9%

5. スポーツ	15.3%	19.0%	6. ゲーム実況	35.2%	37.3%
7. 「やってみた(歌ってみた・踊ってみた)」系	15.7%	24.1%	8. ホームビデオ(一般投稿動画)系	5.0%	10.1%
9. ドラマや映画	11.5%	20.3%	10. ニュース	5.4%	10.8%
11. アダルト	4.2%	1.9%	12. 勉強・学習	22.6%	25.3%
13. コスメ・化粧品	30.3%	32.9%	14. ファッション	16.1%	22.8%
15. 料理	18.4%	31.0%	16. 旅行(国内・国外)	9.2%	11.4%
17. アウトドアレジャー	3.1%	5.1%	18. YouTuber 動画	38.7%	52.5%
19. VTuber 動画	9.2%	5.7%	20. それ以外の有名人配信動画	11.5%	11.4%
21. ルーティーン・日常系	16.5%	21.5%	22. 生き物・動物関連	16.9%	20.3%
23. その他	5.0%	8.2%	無回答	0.4%	0.0%

SQ3. あなたが動画共有サイトを視聴していて、次のようなことを感じますか。あてはまるもの全てに○をしてください。

【n = 杉並 261 / 松山 158】		
	杉並	松山
1. 自分のペースで視聴できる	73.2%	75.9%
2. 自分の探している映像が見つかる	48.3%	50.6%
3. 暇つぶしになる	72.8%	78.5%
4. 最新の情報が得られる	19.2%	27.8%
5. 世の中の情報が得られる	15.3%	21.5%
6. 勉強になる	34.5%	39.2%
7. 地方や海外の映像が見られる	22.2%	19.0%
8. もう一度見たい映像を見ることができる	41.8%	49.4%
9. 見逃した映像を見ることができる	37.5%	35.4%
10. 友人や周りの人と話題を共有できる	27.6%	38.6%
11. その他	0.4%	1.9%
無回答	6.1%	5.7%

Q17. あなたはこの1ヶ月の間に、以下のサービスを使ったことがありますか。次の中から、あてはまるものに○をしてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】		
	杉並	松山
1. Spotify	23.0%	19.0%
2. Apple Music	37.4%	31.9%
3. Music FM	6.8%	12.9%
4. YouTube Premium	4.9%	3.1%
5. Amazon Prime Video	41.9%	28.2%
6. Amazon Music Unlimited	6.0%	4.3%
7. Netflix	28.7%	14.7%
8. Hulu	9.8%	4.3%

9. 漫画 BANK	1.1%	1.8%
10. その他	5.7%	4.9%
11. この中に使ったものはない	15.5%	30.1%
無回答	1.1%	0.6%

【次に、あなたの人とおつきあいについておうかがいします。】

Q18. 人とのつきあい方に関するそれぞれの項目について、右の4つの選択肢の中から、もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

		あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	無回答
1. 誰とでもすぐ仲良くなれる	杉並	15.1%	38.1%	30.2%	15.5%	1.1%
	松山	13.5%	42.9%	33.7%	9.8%	0.0%
2. 表情やしぐさで相手の思っていることがわかる	杉並	29.4%	44.5%	16.2%	9.1%	0.8%
	松山	19.6%	49.7%	27.0%	3.1%	0.6%
3. 人の話の内容が間違いだと思ったときには、自分の考えを述べるようにしている	杉並	14.7%	39.2%	35.5%	9.8%	0.8%
	松山	14.1%	45.4%	33.1%	6.7%	0.6%
4. 気持ちをおさえようとしても、それが顔に表れてしまう	杉並	22.3%	37.4%	29.8%	9.8%	0.8%
	松山	24.5%	36.8%	29.4%	8.6%	0.6%
5. まわりの人たちとのあいだでトラブルが起きてもそれを上手に処理できる	杉並	13.2%	43.0%	32.8%	9.8%	1.1%
	松山	10.4%	48.5%	37.4%	3.7%	0.0%
6. 感情を素直にあらわせる	杉並	29.1%	33.2%	30.2%	6.8%	0.8%
	松山	23.3%	39.3%	29.4%	8.0%	0.0%
7. ほとんどの人は信頼できる	杉並	9.4%	32.8%	37.0%	19.6%	1.1%
	松山	8.6%	36.2%	39.3%	16.0%	0.0%

Q19. あなたが新しく友人を作るとき、以下のメディアやそれに関することがらが役に立ったことはありますか。あてはまるもの全てに○をしてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

	杉並	松山
1. LINE での通話やメッセージ	66.8%	72.4%
2. SNS (Twitter など) やブログの利用	40.4%	45.4%
3. スマートフォン等での通話やメール	13.6%	16.0%
4. 動画サイトにおける作品の話題	17.4%	22.7%
5. それ以外のインターネットサイトの話題	7.5%	8.0%
6. テレビ番組の話題	23.8%	23.3%
7. ゲーム (テレビ・PC ゲーム、スマホアプリなど) の話題	31.3%	37.4%
8. マンガの話題	30.2%	27.0%
9. 音楽の話題	46.4%	55.2%
10. その他、趣味に関する話題	41.1%	41.1%
11. この中に役に立ったものはない	4.9%	4.3%
無回答	1.9%	0.0%

【さらに、あなたの身近な人とおつきあいについておうかがいします。】

Q20. あなたには、現在恋人はいますか。もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

※ 恋人が「いる」または「いたことがある」方だけにうかがいます。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

SQ. あなたがこれまでに恋人として交際した人の数は、現在つきあっている人も含めて何人ですか。具体的な数字をご記入ください。

	【n = 杉並 146 / 松山 114】			
	杉並	松山	杉並	松山
いる	25.7%	31.3%	交際人数 2.47 人	2.61 人
今はいないが、いたことがある	30.2%	39.3%	→ (11人以上2名を除外して集計)	
恋人がいたことはない	43.4%	29.4%		
無回答	0.8%	0.0%		

Q21. あなたが知っている人のなかで、以下のそれぞれにあたる人は、何人ずついますか。具体的な人数をご記入ください。いない場合は「0」と記入してください。

【親友 n = 杉並 255 / 松山 161】 【男親友 n = 杉並 226 / 松山 149】 【女親友 n = 杉並 228 / 松山 149】
 【友人 n = 杉並 253 / 松山 156】 【知人 n = 杉並 248 / 松山 154】 【外国人 n = 杉並 250 / 松山 155】

	杉並	松山		杉並	松山
① 親友 (恋人を除く)	3.94 人	4.16 人	→ 男性	1.58 人	1.83 人
	(30人以上2名を除外して集計)			(11人以上8名を除外して集計)	
② 仲のよい友人 (親友を除く)	15.25 人	13.03 人	女性	2.54 人	2.11 人
	(101人以上5名を除外して集計)			(12人以上6名を除外して集計)	
③ 知り合い程度の友人	63.99 人	48.27 人			
	(401人以上6名を除外して集計)				
④ 外国人の友人	3.10 人	2.15 人			
	(60人以上3名を除外して集計)				

※ 「親友」や「仲のよい友人」がいる方に「親友」や「仲のよい友人」についてうかがいます。

SQ. あなたが「①親友」「②仲のよい友人 (親友を除く)」とした人たちとは、どこで知り合いましたか。あてはまるもの全てに○をしてください。

	【n = 杉並 251 / 松山 159】				
	杉並	松山	杉並	松山	
1. 幼稚園・保育園・小中学校で	67.7%	79.2%	2. 高校で	82.1%	83.0%
3. 大学で (短大・専門学校などを含む)	65.7%	67.3%	4. 塾や予備校で	13.9%	7.5%
5. 職場で (アルバイト先を除く)	2.4%	3.8%	6. 学校や職場以外での習い事やサークル活動で	12.4%	15.1%
7. アルバイト先で	16.3%	23.3%	8. 近所づきあいで	2.0%	3.8%
9. 街や通りで (コンビニ、ゲームセンターなどを含む)	0.0%	1.9%	10. インターネットやスマートフォンの利用を通して	7.2%	8.8%
11. その他	2.8%	1.3%	無回答	1.2%	0.0%

Q22. あなたが、モテるために自分が備えているべき条件について、次の中から重要だと思う順に2つまで選んで番号をご記入ください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

	杉並		松山	
	1 番目	2 番目	1 番目	2 番目
1. 金持ち	2.3%	1.1%	1.2%	1.2%
2. 容姿がいい	33.6%	25.3%	24.5%	28.2%
3. ファッションセンス	1.1%	8.3%	2.5%	14.7%
4. 頭のよさ	2.6%	7.9%	1.8%	6.1%
5. 学歴	0.0%	2.3%	0.6%	0.0%
6. 家柄	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%
7. スポーツができること	1.1%	0.4%	0.0%	1.2%
8. 家事ができること	0.8%	2.6%	0.6%	4.9%
9. 性格のよさ	44.2%	26.0%	57.1%	25.2%
10. 趣味や話題の広さ	5.7%	16.6%	4.9%	14.7%
11. その他	4.5%	5.7%	5.5%	0.6%
無回答	3.4%	3.8%	1.2%	3.1%

Q23. あなたは、恋愛対象となる人を評価する際にどのようなところに注目しますか。次の中から重要だと思う順に2つまで選んで番号をご記入ください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

	杉並		松山	
	1 番目	2 番目	1 番目	2 番目
1. 金持ち	1.5%	1.9%	0.0%	1.2%
2. 容姿がいい	18.9%	24.2%	11.7%	25.8%
3. ファッションセンス	1.1%	3.4%	1.2%	4.9%
4. 頭のよさ	6.0%	13.2%	3.1%	8.6%
5. 学歴	0.4%	1.5%	0.0%	0.6%
6. 家柄	0.4%	1.1%	0.0%	1.2%
7. スポーツができること	0.4%	1.1%	0.0%	3.1%
8. 家事ができること	0.0%	3.8%	0.6%	3.7%
9. 性格のよさ	57.4%	23.8%	73.0%	17.2%
10. 趣味や話題の広さ	4.5%	15.8%	6.7%	25.2%
11. その他	7.5%	6.0%	2.5%	7.4%
無回答	1.9%	4.2%	1.2%	1.2%

Q24. さらに、人とのつきあい方についておうかがいします。それぞれの項目について、右の4つの選択肢の中から、もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

		あてはまる				無回答
		あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	
1. 友人とおしゃべりで、社会問題や時事問題を話題にする	杉並	16.2%	44.5%	26.8%	12.1%	0.4%
	松山	14.7%	39.9%	35.6%	9.8%	0.0%
2. 友人とおしゃべりで、個人的な悩みを話題にする	杉並	35.1%	37.7%	20.4%	6.4%	0.4%
	松山	31.9%	39.3%	22.7%	6.1%	0.0%
3. 遊ぶ内容によって一緒に遊ぶ友人を使い分けている	杉並	44.5%	34.3%	14.7%	6.0%	0.4%
	松山	35.6%	33.1%	22.7%	8.6%	0.0%
4. 同じ若者でも、どうしても理解できない人がある	杉並	64.2%	24.9%	9.1%	1.5%	0.4%
	松山	58.9%	29.4%	9.8%	1.8%	0.0%

5. 人と意見が対立したとき絶対にゆずれないと思うことがある	杉並	22.3%	40.8%	30.6%	6.0%	0.4%
	松山	20.9%	39.9%	31.3%	8.0%	0.0%
6. 年上の人たちとの交流やつきあいが多いほうだ	杉並	34.0%	30.9%	26.4%	8.3%	0.4%
	松山	30.7%	31.9%	28.8%	8.6%	0.0%
7. 年下の人たちとの交流やつきあいが多いほうだ	杉並	6.4%	20.0%	45.7%	27.2%	0.8%
	松山	6.7%	25.8%	43.6%	23.9%	0.0%
8. 性別に関係なく、友だちづきあいをするほうだ	杉並	28.3%	27.9%	32.1%	10.6%	1.1%
	松山	28.2%	31.3%	30.1%	10.4%	0.0%
9. 知らない人ばかりの集まりやコンパ、飲み会に出かけるのは気がひける	杉並	59.6%	21.5%	10.9%	7.5%	0.4%
	松山	62.6%	23.9%	10.4%	3.1%	0.0%
10. 見たところ自分と共通したところがない人と、知り合いになるのが得意なほうだ	杉並	13.2%	20.4%	46.4%	19.2%	0.8%
	松山	8.0%	21.5%	53.4%	17.2%	0.0%
11. 人が察してくれるのを待つより、積極的に自己主張するほうだ	杉並	9.4%	26.0%	41.5%	22.3%	0.8%
	松山	9.2%	24.5%	52.1%	14.1%	0.0%
12. 人からいじめられたことがある	杉並	15.1%	21.9%	19.2%	43.0%	0.8%
	松山	20.2%	19.6%	25.8%	33.7%	0.6%
13. 人間関係を全て一からやり直したいと思ったことがある	杉並	26.0%	17.4%	22.3%	34.0%	0.4%
	松山	33.7%	17.2%	25.2%	23.9%	0.0%

Q25. 「男らしさ」という言葉を聞いたとき、あなたが思い浮かべるのは男性のどんな特徴ですか。それぞれの項目について、右の4つの選択肢の中から、もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

		あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	無回答
1. 筋肉質である	杉並	33.2%	44.9%	14.0%	6.8%	1.1%
	松山	37.4%	47.2%	10.4%	4.3%	0.6%
2. 背が高い	杉並	29.8%	38.1%	21.9%	8.7%	1.5%
	松山	32.5%	38.7%	20.9%	6.7%	1.2%
3. リーダーシップがある	杉並	26.4%	32.5%	23.8%	15.5%	1.9%
	松山	27.6%	35.6%	28.2%	7.4%	1.2%
4. がまん強い	杉並	16.6%	25.3%	33.6%	22.6%	1.9%
	松山	16.6%	35.6%	32.5%	13.5%	1.8%
5. 闘争心がある	杉並	24.5%	33.6%	26.8%	13.6%	1.5%
	松山	26.4%	35.6%	28.8%	8.6%	0.6%
6. 性的な関心が強い	杉並	11.3%	28.7%	35.5%	23.0%	1.5%
	松山	12.3%	25.2%	42.3%	19.0%	1.2%
7. 経済力がある	杉並	15.5%	28.7%	29.8%	24.5%	1.5%
	松山	22.1%	24.5%	38.0%	14.1%	1.2%
8. 頭がいい	杉並	11.7%	26.4%	35.8%	24.5%	1.5%
	松山	14.7%	23.3%	42.9%	18.4%	0.6%
9. 女性にやさしい	杉並	34.7%	35.5%	15.1%	13.2%	1.5%
	松山	44.8%	37.4%	14.7%	3.1%	0.0%
10. おしゃれである	杉並	9.4%	19.6%	41.9%	27.2%	1.9%
	松山	13.5%	27.0%	41.7%	16.6%	1.2%
11. その人なりのゆずれない考え方や世界観がある	杉並	22.6%	27.5%	31.7%	17.0%	1.1%
	松山	19.6%	23.9%	40.5%	15.3%	0.6%
12. 場の雰囲気盛り上げるコミュニケーション能力がある	杉並	17.4%	25.7%	35.8%	20.0%	1.1%
	松山	22.1%	38.0%	27.6%	11.0%	1.2%
13. 大きな夢や希望を持っている	杉並	27.5%	30.2%	24.9%	16.2%	1.1%
	松山	32.5%	38.0%	23.3%	5.5%	0.6%

Q26. あなたの性に対する態度は、何（誰）に影響を受けていますか。影響を受けた順に2つまで選んで、番号をご記入ください。

	【n = 杉並 265 / 松山 163】			
	杉並		松山	
	1 番目	2 番目	1 番目	2 番目
1. 両親	11.3%	5.3%	9.2%	3.1%
2. きょうだい	2.6%	3.4%	0.6%	6.1%
3. 友人	29.4%	20.4%	38.0%	20.9%
4. 恋人	9.8%	7.5%	16.0%	9.8%
5. 小説	5.3%	4.9%	2.5%	5.5%
6. マンガ	6.0%	12.1%	9.8%	9.2%
7. 雑誌	0.8%	0.8%	0.0%	2.5%
8. テレビ	6.0%	8.7%	3.7%	7.4%
9. 映画	1.1%	7.9%	2.5%	3.1%
10. インターネットのアダルトサイト	7.2%	6.8%	7.4%	8.0%
11. その他、インターネット上の情報	10.6%	9.1%	4.3%	13.5%
12. 学校の教育や先生	4.2%	2.6%	3.1%	4.9%
13. その他	3.0%	2.6%	2.5%	0.6%
無回答	2.6%	7.9%	0.6%	5.5%

Q27. あなたの恋愛全般や性に関する考え方についておうかがいします。それぞれの項目について、右の4つの選択肢の中から、もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

		【n = 杉並 265 / 松山 163】					無回答
		あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない		
1. 「恋愛」と「結婚」は切り離せないと思う	杉並	21.9%	34.7%	30.6%	12.5%	0.4%	
	松山	24.5%	38.7%	25.8%	11.0%	0.0%	
2. 「恋愛」は何ごとにも替えがたいことだと思う	杉並	13.2%	20.0%	37.0%	29.1%	0.8%	
	松山	8.0%	33.7%	42.3%	16.0%	0.0%	
3. まわりの友人と比べて、恋愛への関心が強いほうだ	杉並	8.3%	18.9%	43.0%	29.4%	0.4%	
	松山	6.1%	19.0%	54.0%	20.9%	0.0%	
4. 自分から好きな人に積極的にアプローチしていけるほうだ	杉並	10.2%	20.0%	30.6%	38.5%	0.8%	
	松山	13.5%	16.0%	36.2%	34.4%	0.0%	
5. 外国人と恋愛をしてみたいと思う	杉並	17.0%	24.5%	24.9%	33.2%	0.4%	
	松山	14.7%	25.8%	27.0%	32.5%	0.0%	
6. 異性に拒絶されることが怖い	杉並	22.3%	29.4%	26.4%	21.5%	0.4%	
	松山	21.5%	39.3%	22.1%	17.2%	0.0%	
7. 恋人の行動を常に把握しておきたいと思う	杉並	5.3%	17.7%	40.8%	35.8%	0.4%	
	松山	5.5%	18.4%	38.7%	37.4%	0.0%	
8. 恋人には、自分のことを常に気にかけて欲しいと思う	杉並	13.2%	40.4%	28.7%	17.0%	0.8%	
	松山	17.2%	31.3%	35.0%	16.6%	0.0%	
9. 別れた恋人であっても、友人としてつきあえらと思う	杉並	18.5%	32.1%	27.9%	20.8%	0.8%	
	松山	17.2%	41.7%	23.9%	17.2%	0.0%	
10. 直接会わなくても、インターネット上で恋愛関係は成立すると思う	杉並	8.3%	15.5%	27.9%	47.5%	0.8%	
	松山	4.3%	14.7%	31.3%	49.7%	0.0%	

11. ゲーム・アニメ・マンガの登場人物に恋したことがある	杉並	12.5%	9.8%	18.5%	58.9%	0.4%
	松山	5.5%	12.3%	16.0%	66.3%	0.0%
12. 二次元のポルノ（コミック、イラスト、ゲームなど）をよく見るほうだ	杉並	9.4%	14.3%	17.4%	58.1%	0.8%
	松山	5.5%	12.9%	17.8%	63.8%	0.0%
13. 実写のポルノ（動画や写真）をよく見るほうだ	杉並	8.7%	19.6%	18.5%	52.8%	0.4%
	松山	7.4%	20.2%	20.2%	52.1%	0.0%

【次に、あなたの「自分自身に関する考え方」についておうかがいします。】

Q28. あなたの自分自身に対する考え方についておうかがいします。それぞれの項目について、右の4つの選択肢の中から、もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

		あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	無回答
1. 自分のことを「もう大人だ」と思う	杉並	10.2%	27.9%	46.4%	15.1%	0.4%
	松山	11.0%	27.6%	41.7%	19.6%	0.0%
2. 自分も同じようになりたいと思う「憧れの人」がいる	杉並	35.8%	34.0%	18.9%	10.9%	0.4%
	松山	51.5%	30.1%	14.1%	4.3%	0.0%
3. 場面によってでてくる自分というものは違う	杉並	49.1%	37.0%	11.3%	2.3%	0.4%
	松山	46.6%	35.0%	15.3%	3.1%	0.0%
4. 自分がどんな人間かわからなくなることがある	杉並	35.8%	28.3%	22.6%	12.5%	0.8%
	松山	31.9%	33.1%	22.7%	12.3%	0.0%
5. 意識して自分を使い分けている	杉並	26.0%	33.6%	28.7%	11.3%	0.4%
	松山	27.6%	32.5%	29.4%	10.4%	0.0%
6. どこかに今の自分とは違う本当の自分がある	杉並	18.1%	23.8%	35.5%	21.9%	0.8%
	松山	17.2%	28.2%	37.4%	17.2%	0.0%
7. 仲のよい友人でも私のことをわかっていない	杉並	16.2%	27.2%	38.5%	17.7%	0.4%
	松山	15.3%	25.2%	42.9%	16.0%	0.6%
8. どんな場面でも自分らしさを貫くことが大切だ	杉並	19.2%	30.2%	41.9%	8.3%	0.4%
	松山	21.5%	39.3%	33.1%	6.1%	0.0%
9. 他人とは違った、自分らしさを出すことが好きだ	杉並	22.3%	34.3%	31.3%	10.6%	1.5%
	松山	18.4%	40.5%	33.7%	7.4%	0.0%
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	杉並	10.9%	35.1%	38.5%	15.1%	0.4%
	松山	13.5%	38.0%	36.8%	11.0%	0.6%
11. 自分には「オタク」っぽいところがあると思う	杉並	35.5%	24.2%	19.2%	20.8%	0.4%
	松山	30.1%	25.8%	20.9%	23.3%	0.0%
12. 人から「オタク」と言われたことがある	杉並	24.2%	17.0%	18.1%	40.0%	0.8%
	松山	20.2%	16.6%	19.6%	43.6%	0.0%
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	杉並	32.5%	32.8%	23.0%	11.3%	0.4%
	松山	22.7%	39.9%	25.8%	11.7%	0.0%

Q29. あなたが「自分」を表現できると思うものはどのようなものですか。もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】					
	杉並	松山		杉並	松山
1. 服装	12.1%	8.0%	2. 持ち物	3.4%	2.5%
3. インテリア (小物を含む)	0.8%	2.5%	4. 行きつけの店	0.4%	0.0%
5. 仕事	2.3%	1.2%	6. 知識	6.4%	6.1%
7. 意見	20.8%	16.6%	8. 自分のする趣味	26.8%	42.9%
9. つきあう友人や恋人	10.6%	10.4%	10. その他	4.9%	0.0%
無回答	11.7%	9.8%			

Q30. あなたの性格は、以下のそれぞれの言葉のどちらに近いですか。もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】							
		1	2	3	4	無回答	
内向的	杉並	17.4%	42.3%	27.2%	12.1%	外交的	1.1%
	松山	14.1%	39.9%	31.3%	14.7%		0.0%
陰気な	杉並	9.1%	40.4%	34.3%	15.5%	陽気な	0.8%
	松山	9.2%	32.5%	47.9%	10.4%		0.0%
保守的	杉並	18.9%	39.6%	30.2%	9.8%	進歩的	1.5%
	松山	17.2%	49.1%	25.2%	8.6%		0.0%
好奇心が弱い	杉並	2.6%	15.8%	43.4%	37.0%	好奇心が強い	1.1%
	松山	3.7%	14.1%	47.9%	34.4%		0.0%

Q31. さらに、あなたの自分自身に対する考え方についておうかがいします。それぞれの項目について、右の4つの選択肢の中から、もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】						
		あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	無回答
1. 広告の印象に左右されるほうだ	杉並	12.1%	46.0%	30.9%	10.9%	0.0%
	松山	8.6%	51.5%	31.3%	8.6%	
2. 友人の数は多いほどいい	杉並	5.3%	20.4%	38.1%	36.2%	0.0%
	松山	8.0%	12.9%	42.9%	36.2%	
3. 優しさや思いやりは大切なことだ	杉並	79.2%	18.9%	1.1%	0.8%	0.0%
	松山	84.7%	12.3%	1.8%	1.2%	
4. 一般に自分の感覚に自信がある	杉並	18.5%	40.8%	33.2%	7.5%	0.0%
	松山	14.1%	44.8%	33.7%	7.4%	
5. 誰にも負けない自信がある分野がある	杉並	16.6%	23.4%	36.2%	23.8%	0.0%
	松山	16.0%	27.6%	37.4%	19.0%	
6. 流行を気にするほうだ	杉並	11.7%	27.9%	34.7%	25.7%	0.0%
	松山	10.4%	32.5%	37.4%	19.6%	

7. ものを深く考えるほうだ	杉並	41.1%	32.5%	20.4%	6.0%	0.0%
	松山	35.6%	38.0%	20.2%	6.1%	0.0%
8. 人の上に立つのが好きだ	杉並	9.8%	23.4%	35.8%	30.9%	0.0%
	松山	13.5%	26.4%	42.3%	17.8%	0.0%
9. 自分は「物知り」である	杉並	5.3%	22.6%	43.0%	29.1%	0.0%
	松山	4.3%	19.6%	44.8%	31.3%	0.0%
10. 一人でいることが好きだ	杉並	38.1%	43.8%	13.2%	4.9%	0.0%
	松山	32.5%	38.7%	23.3%	5.5%	0.0%
11. 最終的には他人より自分が大切だ	杉並	37.4%	38.1%	20.8%	3.4%	0.4%
	松山	23.3%	46.6%	26.4%	3.7%	0.0%
12. 自分はおしゃれなほうだ	杉並	11.3%	29.4%	35.8%	23.4%	0.0%
	松山	9.8%	22.1%	43.6%	24.5%	0.0%
13. 気の合う友人とだけつきあいたいと思う	杉並	44.2%	38.9%	14.0%	3.0%	0.0%
	松山	48.5%	38.0%	10.4%	3.1%	0.0%
14.好きなことに時間を忘れることがある	杉並	56.6%	29.1%	12.5%	1.5%	0.4%
	松山	63.2%	26.4%	8.6%	1.8%	0.0%
15. 他人の意見に左右されるほうだ	杉並	17.7%	40.0%	32.5%	9.8%	0.0%
	松山	14.7%	52.1%	26.4%	6.7%	0.0%
16. 人見知りするほうだ	杉並	34.3%	35.8%	20.4%	9.1%	0.4%
	松山	34.4%	34.4%	20.2%	11.0%	0.0%
17. 自分の生活を大切にしたいと思う	杉並	66.0%	30.9%	2.6%	0.4%	0.0%
	松山	58.3%	36.8%	4.3%	0.6%	0.0%
18. 衝動買いをするほうだ	杉並	20.8%	27.2%	28.3%	23.4%	0.4%
	松山	27.0%	33.1%	26.4%	13.5%	0.0%

【日本と外国との関係についておうかがいします。】

Q32. 外国や外国人について、あなたはどのように感じますか。それぞれの項目について、右の4つの選択肢の中から、もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

		あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	無回答
1. いろいろな国の人と友人になりたい	杉並	39.6%	28.7%	21.1%	10.6%	0.0%
	松山	30.1%	34.4%	22.1%	13.5%	0.0%
2. 外国の言語や文化に関心がある	杉並	42.3%	34.3%	15.8%	7.5%	0.0%
	松山	38.7%	30.7%	19.0%	11.7%	0.0%
3. 日本について外国人に説明することができる	杉並	14.0%	25.3%	38.1%	22.6%	0.0%
	松山	9.2%	14.7%	42.9%	33.1%	0.0%
4. エスニックレストランに行くのが好きだ	杉並	21.9%	17.4%	29.4%	31.3%	0.0%
	松山	6.1%	20.2%	32.5%	41.1%	0.0%
5. いろいろな国に旅行に行ってみたい	杉並	50.9%	28.7%	12.1%	8.3%	0.0%
	松山	47.2%	27.0%	12.9%	12.9%	0.0%
6. 機会があれば、外国で仕事や勉強をしてみたい	杉並	39.6%	22.3%	17.0%	21.1%	0.0%
	松山	30.7%	23.9%	20.9%	24.5%	0.0%

7. いつか外国で暮らしてみたい	杉並	31.7%	17.0%	25.3%	26.0%	0.0%
	松山	21.5%	19.6%	28.2%	30.7%	0.0%
8. 貧しい国の人たちへの支援活動に協力したい	杉並	17.4%	38.9%	29.1%	14.7%	0.0%
	松山	19.6%	36.2%	31.9%	12.3%	0.0%
9. 英語が上手に話せるようになりたい	杉並	63.8%	24.5%	8.7%	3.0%	0.0%
	松山	58.9%	27.6%	9.2%	4.3%	0.0%

Q33. あなたは、以下のような意見や考えをどう思いますか。それぞれの項目について、右の4つの選択肢の中から、もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

		あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	無回答
1. 国際的なスポーツ大会で日本選手が良い成績を上げたとき、日本を誇りに思う	杉並	34.3%	32.8%	18.5%	14.3%	0.0%
	松山	39.3%	41.7%	15.3%	3.7%	0.0%
2. 世界における日本の政治的影響力を誇りに思う	杉並	4.9%	25.3%	43.4%	26.0%	0.4%
	松山	13.5%	26.4%	49.1%	11.0%	0.0%
3. 日本の経済的な発展を誇りに思う	杉並	12.1%	37.4%	34.3%	16.2%	0.0%
	松山	21.5%	35.6%	38.7%	4.3%	0.0%
4. 日本の科学技術分野での発展を誇りに思う	杉並	34.0%	41.1%	18.9%	6.0%	0.0%
	松山	33.1%	42.3%	22.7%	1.8%	0.0%
5. これまでの日本の歴史を誇りに思う	杉並	14.0%	32.1%	41.1%	12.8%	0.0%
	松山	15.3%	39.9%	35.6%	9.2%	0.0%
6. アニメや音楽など、現代の日本文化が世界で評価されていることを誇りに思う	杉並	52.5%	30.9%	11.3%	5.3%	0.0%
	松山	53.4%	39.3%	5.5%	1.8%	0.0%
7. 日本の古い寺や民家を見ると親しみを感じる	杉並	36.6%	31.7%	25.3%	6.4%	0.0%
	松山	41.7%	33.7%	19.6%	4.9%	0.0%
8. オタク文化は、日本を代表する文化として定着したと思う	杉並	29.4%	40.8%	24.2%	5.7%	0.0%
	松山	29.4%	36.8%	27.0%	6.7%	0.0%
9. 日本人は、他の国民に比べてすぐれた素質をもっていると思う	杉並	9.8%	34.7%	36.6%	18.9%	0.0%
	松山	17.2%	36.2%	31.9%	14.7%	0.0%
10. 日本は一流国だと思う	杉並	12.5%	31.3%	35.8%	20.4%	0.0%
	松山	15.3%	31.9%	41.7%	11.0%	0.0%
11. 今でも日本は、外国から見習うべきことが多いと思う	杉並	50.6%	37.4%	10.6%	1.1%	0.4%
	松山	41.1%	44.2%	12.9%	1.8%	0.0%
12. 日本の若者は「内向き志向（国外にあまり出たがらない）」と言われていることを知っている	杉並	38.1%	27.2%	21.5%	12.5%	0.8%
	松山	31.3%	27.6%	16.6%	24.5%	0.0%
13. 延期された2020年東京オリンピックは、近いうちに東京で開催してほしい	杉並	31.3%	25.3%	20.0%	23.0%	0.4%
	松山	38.0%	26.4%	21.5%	14.1%	0.0%

Q34. あなたは次にあげる国や地域に対して親しみを感じますか。それぞれの項目について、右の4つの選択肢の中から、もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

		感じる	まあ感じる	あまり感じない	感じない	無回答
1. アメリカ	杉並	25.3%	40.4%	24.9%	9.4%	0.0%
	松山	30.7%	47.2%	17.8%	4.3%	0.0%
2. 中国	杉並	10.6%	27.5%	40.0%	21.9%	0.0%
	松山	11.0%	30.7%	32.5%	25.8%	0.0%
3. 韓国	杉並	22.3%	38.9%	23.0%	15.5%	0.4%
	松山	29.4%	33.1%	19.0%	18.4%	0.0%
4. 台湾	杉並	25.7%	43.0%	21.9%	9.4%	0.0%
	松山	32.5%	31.9%	26.4%	9.2%	0.0%
5. タイ	杉並	10.2%	37.7%	33.2%	18.9%	0.0%
	松山	8.6%	23.3%	47.9%	19.6%	0.6%
6. ベトナム	杉並	8.3%	24.9%	41.1%	24.9%	0.8%
	松山	7.4%	17.8%	50.3%	24.5%	0.0%
7. オーストラリア	杉並	15.5%	30.9%	31.7%	21.5%	0.4%
	松山	12.3%	33.7%	36.8%	17.2%	0.0%
8. カナダ	杉並	11.3%	23.8%	40.8%	24.2%	0.0%
	松山	9.2%	17.8%	50.9%	22.1%	0.0%

Q35. あなたは外国人と、次のようなつきあいを日本国内でしたことがありますか。次の中から、あてはまるもの全てに○をつけてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

		杉並	松山			杉並	松山
1. 近くに住んでいる外国人とあいさつをかわしたことがある	30.6%	27.6%	2. 一緒に遊びに出かけたことがある	30.9%	17.8%		
3. 食事に招待したり、されたりしたことがある	22.6%	14.1%	4. 自分の家に泊めたり、相手の家に泊まりに行ったりしたことがある	10.2%	6.7%		
5. 中学や高校の時に、一緒に勉強したことがある（先生が外国人の場合を除く）	23.0%	20.2%	6. サークルや地域で一緒に活動したことがある	16.2%	14.7%		
7. 一緒に働いたことがある（アルバイトを含む）	30.9%	16.0%	8. この中にあてはまるものはない	27.2%	42.3%		
無回答	0.8%	0.0%					

Q36. あなたは次のような経験がありますか。次の中からあてはまるもの全てに○をつけてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

		杉並	松山			杉並	松山
1. 海外旅行	58.5%	30.1%	2. 留学（1ヶ月未満）	22.3%	8.6%		
3. 留学（1ヶ月以上）	9.8%	3.7%	4. 外国での居住	10.6%	0.6%		
5. 外国での就労	0.0%	0.0%	6. 語学学校（英会話スクール等）に通う	13.2%	11.0%		

7. TOEFL の受験	21.1%	7.4%	8. TOEIC の受験	29.8%	21.5%
9. それ以外の外国語能力試験の受験	72.8%	63.8%	10. 英語以外の外国語能力試験	4.9%	2.5%
11. この中であてはまるものはない	10.9%	20.2%	無回答	0.0%	1.2%

Q37. あなたは、小学校から高校までで、下記のような授業やプログラムを学校で受けたことがありますか。次の中から、あてはまるもの全てに○をつけてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

	杉並	松山		杉並	松山
1. 日本人の先生による英会話の授業	92.1%	92.0%	2. 英語を母語とする先生による英会話の授業	93.2%	87.1%
3. 説明のほとんどが英語で行われる英会話の授業	69.1%	50.3%	4. 説明のほとんどが英語で行われる英語以外の授業	14.3%	11.0%
5. 生徒が英語でディスカッションやプレゼンテーションを行う授業	52.8%	35.6%	6. 「オンライン英会話」など、ネットを使った一对一の英会話の授業	9.8%	3.1%
7. オンラインでの海外の学校との交流	3.4%	4.9%	8. 希望者が参加する海外英語研修	13.6%	6.1%
9. 全員参加する海外英語研修	6.8%	3.1%	10. その他	0.4%	1.2%
無回答	1.1%	2.5%			

Q38. あなたは次の中で、行ったことがある国がありますか。次の中から、あてはまるもの全てに○をつけてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

	杉並	松山		杉並	松山
1. アメリカ	44.5%	11.0%	2. 中国	13.6%	4.9%
3. 韓国	16.6%	11.7%	4. 台湾	21.5%	6.7%
5. タイ	11.7%	0.0%	6. ベトナム	4.5%	1.8%
7. オーストラリア	20.4%	4.3%	8. カナダ	12.5%	1.8%
9. フランス	10.6%	2.5%	10. ロシア	0.8%	0.6%
11. その他	28.3%	12.3%	12. 外国には一度も行ったことがない	28.7%	62.0%
無回答	0.8%	1.8%			

Q39. あなたは、近いうちに留学や渡航をしたいと思いますか。

1. 思う 2. どちらかといえば思う 3. どちらかといえば思わない 4. 思わない

【n = 杉並 265 / 松山 163】

	思う	どちらかといえば思う	どちらかといえば思わない	思わない	無回答
杉並	39.2%	25.7%	17.0%	17.7%	0.4%
松山	31.3%	16.0%	30.1%	22.1%	0.6%

※ 「1・2」に○をした方にうかがいます。

SQ1. それはなぜですか。あてはまるもの全てに○をしてください。

【n = 杉並 172 / 松山 77】					
	杉並	松山		杉並	松山
1. 語学力を鍛えたいから	62.2%	61.0%	2. 日本以外の世界を知りたいから	73.3%	81.8%
3. 将来の夢や職業に生かしたいから	38.4%	32.5%	4. 日本が嫌いだから	3.5%	1.3%
5. 外国人とコミュニケーションがしたいから	47.1%	55.8%	6. 外国の文化に触れたいから	72.1%	79.2%
7. 行ってみたい国や地域があるから	68.6%	74.0%	8. 日本文化を世界に伝えたいから	2.3%	7.8%
9. その他	1.7%	0.0%	無回答	0.0%	0.0%

SQ2. 現在、そのために以下のようなことをしていますか。あてはまるもの全てに○をしてください。

【n = 杉並 172 / 松山 77】					
	杉並	松山		杉並	松山
1. 留学、渡航のための語学学習	41.9%	33.8%	2. 外国に関する情報収集	29.7%	37.7%
3. 資格試験（語学）の受験	25.6%	29.9%	4. 各種の説明会への参加	5.2%	2.6%
5. 留学、渡航に関するコーディネーターへの依頼	0.6%	5.2%	6. その他	3.5%	1.3%
7. 特に何もしていない	35.5%	44.2%	無回答	0.6%	0.0%

※ 「3・4」に○をした方にうかがいます。

SQ3. それはなぜですか。あてはまるもの全てに○をしてください。

【n = 杉並 94 / 松山 85】					
	杉並	松山		杉並	松山
1. 語学力に自信がないから	65.2%	70.6%	2. 外国の治安に不安があるから	55.4%	58.8%
3. 家族や友人と離れたくないから	21.7%	22.4%	4. 日本が好きだから	45.7%	43.5%
5. 外国人と接するのが大変そうだから	26.1%	27.1%	6. 学校や仕事があるから	30.4%	22.4%
7. 行きたくない国や地域があるから	13.0%	9.4%	8. お金がないから	38.0%	51.8%
9. 外国の食事が苦手、もしくは、身体に合わないから	23.9%	23.5%	10. 医療・健康事情が不安だから	41.3%	41.2%
11. その他	9.6%	8.2%	無回答	1.1%	2.4%

Q40. あなたの身の回りの方で、海外旅行の経験をお持ちの方はいらっしゃいますか。次の中から、あてはまるもの全てに○をつけてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】					
	杉並	松山		杉並	松山
1. 父親	77.7%	56.4%	2. 母親	84.2%	57.7%
3. 兄弟姉妹	46.8%	30.7%	4. 祖父母	48.7%	32.5%
5. おじ・おば	43.0%	31.3%	6. いとこ	31.7%	22.7%
7. 友人	77.7%	63.8%	8. 恋人	14.3%	6.1%
9. その他	1.1%	1.2%	無回答	2.3%	8.6%

Q41. あなたの身の回りの方で、留学（1ヶ月以上）された経験をお持ちの方はいらっしゃいますか。次の中から、あてはまるもの全てに○をつけてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】					
	杉並	松山		杉並	松山
1. 父親	9.1%	3.1%	2. 母親	14.3%	3.7%
3. 兄弟姉妹	10.9%	8.0%	4. 祖父母	2.3%	0.6%
5. おじ・おば	7.5%	4.3%	6. いとこ	10.2%	8.0%
7. 友人	53.2%	40.5%	8. 恋人	3.4%	1.2%
9. その他	0.8%	3.7%	無回答	24.9%	41.1%

Q42. あなたの身の回りの方で、海外での就労経験をお持ちの方はいらっしゃいますか。次の中から、あてはまるもの全てに○をつけてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】					
	杉並	松山		杉並	松山
1. 父親	18.5%	3.1%	2. 母親	5.7%	1.2%
3. 兄弟姉妹	0.8%	2.5%	4. 祖父母	3.4%	1.8%
5. おじ・おば	7.5%	8.6%	6. いとこ	1.9%	2.5%
7. 友人	4.5%	4.9%	8. 恋人	0.0%	0.6%
9. その他	2.6%	5.5%	無回答	61.9%	71.2%

【あなたのふだんの生活や社会に関する考え方、感じ方についておうかがいします。】

Q43. あなたはふだん、次にあげることをどれくらいしていますか。それぞれの項目について、右の4つの選択肢の中からもっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】							
		よくする	まあする	あまりしない	しない	無回答	
1. 近くの商店で買い物をする	杉並	41.9%	30.9%	18.5%	7.9%	0.8%	
	松山	46.0%	30.7%	17.2%	5.5%	0.6%	
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	杉並	15.1%	26.0%	33.2%	24.9%	0.8%	
	松山	32.5%	39.3%	21.5%	6.7%	0.0%	
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	杉並	6.0%	15.8%	35.5%	41.9%	0.8%	
	松山	5.5%	25.2%	41.1%	28.2%	0.0%	
4. 電車に乗って別の街に買い物に行く	杉並	47.2%	28.3%	17.0%	6.8%	0.8%	
	松山	8.6%	19.6%	32.5%	39.3%	0.0%	
5. お祭りなど地域の行事に参加する	杉並	9.4%	21.9%	38.5%	29.4%	0.8%	
	松山	8.6%	19.0%	42.9%	29.4%	0.0%	
6. ボランティア・NPO など地域の市民活動に参加する	杉並	3.0%	3.8%	29.4%	63.0%	0.8%	
	松山	3.1%	9.2%	36.8%	50.9%	0.0%	
7. 車でドライブに行く	杉並	14.7%	21.1%	22.6%	40.8%	0.8%	
	松山	30.7%	25.8%	17.8%	25.8%	0.0%	

Q44. あなたは、どんなときに充実していると感じますか。下の中から、あてはまるもの全てに○をつけてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

	杉並	松山		杉並	松山
1. 奉仕活動（ボランティア活動）をしているとき	9.4%	12.3%	2. 仕事やアルバイトをしているとき	41.5%	41.7%
3. スポーツや趣味の活動をしているとき	63.0%	73.6%	4. 勉強しているとき	32.1%	25.2%
5. 家族といるとき	39.2%	45.4%	6. 友人や仲間といるとき	77.0%	74.2%
7. 交際相手といるとき	25.7%	36.2%	8. 一人でいるとき	38.9%	44.8%
9. その他	4.9%	2.5%	10. 充実していると感じるときはない	1.5%	0.6%
無回答	0.4%	0.0%			

Q45. 次の中から、あなたが特に「耐えられない」と思うことはどのようなことですか。もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

	杉並	松山		杉並	松山
1. 貧乏	16.2%	15.3%	2. 病気	19.6%	23.3%
3. 孤独	15.8%	17.2%	4. 下積みの苦勞	1.9%	1.2%
5. モテないこと	1.1%	1.2%	6. 年老いること	2.6%	1.8%
7. 容姿が醜くなること	7.5%	9.2%	8. 退屈・マンネリ	11.7%	8.6%
9. その他	3.0%	4.3%	無回答	20.4%	17.8%

Q46. あなたの「ものの考え方」に関するそれぞれの項目について、右の4つの選択肢の中から、もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

		あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	無回答
1. 現在の生活には満足している	杉並	31.7%	44.5%	18.5%	5.3%	0.0%
	松山	22.7%	47.2%	28.2%	1.8%	0.0%
2. 友人（恋人も含む）との関係には満足している	杉並	43.0%	44.5%	9.8%	2.3%	0.4%
	松山	35.0%	50.9%	12.3%	1.8%	0.0%
3. 20年後の自分は幸せな毎日を送っていると思う	杉並	24.5%	39.6%	26.4%	8.7%	0.8%
	松山	28.2%	39.9%	28.2%	3.7%	0.0%
4. 20年後も今と同じまちで暮らしていると思う	杉並	6.8%	22.3%	43.8%	27.2%	0.0%
	松山	19.0%	28.8%	28.2%	23.9%	0.0%
5. 人生には意味があると思う	杉並	40.8%	31.7%	18.5%	9.1%	0.0%
	松山	38.7%	36.2%	20.9%	4.3%	0.0%
6. 自分の人生はつまらない人生だと思う	杉並	7.2%	18.5%	46.4%	27.5%	0.4%
	松山	8.0%	23.3%	42.9%	25.8%	0.0%
7. この世の中はつまらなくて退屈だ	杉並	3.8%	14.3%	49.1%	32.1%	0.8%
	松山	5.5%	15.3%	47.2%	31.9%	0.0%
8. 地方よりも東京のにぎやかな暮らしのほうが好きだ	杉並	28.7%	33.2%	29.4%	8.7%	0.0%
	松山	7.4%	21.5%	45.4%	24.5%	1.2%

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	杉並	14.0%	30.6%	40.4%	14.7%	0.4%
	松山	12.3%	42.3%	36.2%	9.2%	0.0%
10. 「日本の将来は明るい」と思う	杉並	1.9%	21.9%	47.9%	27.5%	0.8%
	松山	3.7%	19.0%	58.3%	19.0%	0.0%
11. 「死」について考えることがある	杉並	44.2%	34.0%	13.6%	7.9%	0.4%
	松山	35.0%	36.2%	19.0%	9.8%	0.0%
12. 「死にたい」と思うときがある	杉並	17.0%	19.2%	24.2%	39.2%	0.4%
	松山	9.8%	23.3%	27.0%	39.9%	0.0%
13. 日々の生活にもっと確かな実感がほしいと思う	杉並	29.1%	34.7%	26.0%	10.2%	0.0%
	松山	25.2%	42.3%	23.3%	9.2%	0.0%
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	杉並	6.4%	29.1%	40.8%	23.8%	0.0%
	松山	1.2%	28.2%	47.2%	23.3%	0.0%

Q47. 次に、人々が行う社会的・政治的な行動をいくつかあげてあります。以下のそれぞれについて、したことがありますか。あてはまるもの全てに○をつけてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

	杉並	松山		杉並	松山
1. 社会的・政治的な活動のために署名した	20.4%	18.4%	2. 社会的・政治的な理由で、ある商品を買うのを拒否したり、意図的に買ったりした	9.4%	5.5%
3. 社会的・政治的な活動のために寄付や募金をした	25.3%	31.3%	4. SNS上で社会的・政治的な意見を共有(RT, シェア, ハッシュタグの使用)した	16.2%	9.2%
5. 直近の国政選挙(2019年7月の第25回参議院議員通常選挙)の際に、投票に行った	57.0%	42.9%	6. この中にあてはまるものはない	22.3%	33.1%
無回答	2.3%	3.1%			

Q48. 「世の中」に関する考え方についておうかがいします。それぞれの項目について、右の4つの選択肢の中から、もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

		あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	無回答
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	杉並	51.7%	37.4%	9.1%	1.9%	0.0%
	松山	39.3%	46.0%	13.5%	1.2%	0.0%
2. 自分は「現在の社会情勢」を知っているほうだと思う	杉並	9.1%	28.7%	45.3%	17.0%	0.0%
	松山	3.7%	24.5%	52.8%	19.0%	0.0%
3. この時代に生まれてよかったと思う	杉並	30.9%	47.9%	17.0%	4.2%	0.0%
	松山	31.3%	52.8%	12.9%	3.1%	0.0%
4. 日本に生まれてよかったと思う	杉並	64.9%	27.2%	5.7%	1.9%	0.4%
	松山	68.1%	25.2%	6.1%	0.6%	0.0%
5. 今、住んでいるまちが好きだ	杉並	48.7%	41.5%	8.3%	1.5%	0.0%
	松山	48.5%	38.0%	12.9%	0.6%	0.0%
6. 国際性が豊かな人になりたいと思う	杉並	43.0%	29.1%	24.2%	3.8%	0.0%
	松山	36.2%	35.0%	22.1%	6.7%	0.0%
7. グローバル化は自分にも関係があると思う	杉並	45.3%	37.7%	12.5%	4.5%	0.0%
	松山	37.4%	36.2%	19.0%	7.4%	0.0%

8. 社会のために、何らかの形で役立ちたいと思う	杉並	46.0%	36.2%	14.7%	3.0%	0.0%
	松山	46.0%	38.0%	12.9%	3.1%	0.0%
9. 「世の中の裏」をのぞいてみたいと思う	杉並	30.6%	30.9%	26.4%	12.1%	0.0%
	松山	34.4%	28.2%	24.5%	12.3%	0.6%
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	杉並	17.7%	40.8%	29.1%	12.1%	0.4%
	松山	19.0%	41.1%	28.2%	11.7%	0.0%
11. コロナウイルスの流行が終息しても、今後は外国人の入国を制限すべきだ	杉並	9.8%	14.3%	38.1%	37.7%	0.0%
	松山	7.4%	16.6%	40.5%	35.6%	0.0%
12. コロナウイルスの流行が終息しても、在宅勤務を拡大したほうがよい	杉並	39.6%	33.6%	21.9%	4.5%	0.4%
	松山	22.7%	41.7%	24.5%	11.0%	0.0%
13. ネット上の誹謗中傷に対しては、厳しい罰則を科すべきだ	杉並	52.8%	37.7%	8.3%	1.1%	0.0%
	松山	65.6%	27.0%	6.7%	0.6%	0.0%

Q49. あなたは、現在の日本の社会で経済的に成功するのに重要なものは何だと思えますか。もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

	杉並	松山		杉並	松山
1. 生まれ育った家庭の環境	30.6%	16.6%	2. 個人の才能	13.6%	22.7%
3. 個人の努力	42.3%	49.1%	4. 運や偶然	12.5%	11.0%
無回答	1.1%	0.6%			

Q50. 定住しようと思って日本に来る外国人について、以下のような考え方があります。それぞれの項目について、右の4つの選択肢の中から、もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

		あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	無回答
1. こうした外国人は、全体としては日本の経済に役立っていると思う	杉並	46.8%	46.8%	5.3%	1.1%	0.0%
	松山	28.8%	57.1%	12.9%	1.2%	0.0%
2. こうした外国人は、日本人から仕事を奪っていると思う	杉並	3.4%	15.5%	48.7%	32.5%	0.0%
	松山	3.7%	17.8%	53.4%	25.2%	0.0%
3. こうした外国人は、新しい考えや文化をもたらし、日本の社会を良くしていると思う	杉並	26.0%	50.6%	21.9%	1.5%	0.0%
	松山	20.9%	50.3%	27.6%	1.2%	0.0%
4. こうした外国人が増えれば、犯罪発生率が高くなると思う	杉並	7.9%	29.4%	44.9%	17.7%	0.0%
	松山	11.0%	27.0%	46.6%	15.3%	0.0%
5. 政府や自治体は、こうした外国人の援助にもっとお金を使うべきだと思う	杉並	14.7%	38.9%	37.7%	8.3%	0.4%
	松山	12.9%	41.7%	38.7%	6.7%	0.0%
6. こうした外国人にも、居住する自治体の投票権を与えるべきだと思う	杉並	23.4%	47.2%	20.8%	8.3%	0.4%
	松山	19.6%	42.3%	28.8%	9.2%	0.0%

Q51. つぎのような意見について、あなたはそう思いますか、それともそうは思いませんか。右の4つの選択肢の中から、もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

【n = 杉並 265 / 松山 163】

		そう思う	やや そう思う	あまりそう 思わない	そう 思わない	無回答
1. 権威のある人々にはつねに敬意を払わなければならない	杉並	7.9%	35.5%	40.8%	15.5%	0.4%
	松山	9.8%	28.8%	47.2%	14.1%	0.0%
2. 所得の多い家庭の子の方がよりよい教育を受けられるのはやむを得ない	杉並	25.3%	36.6%	23.0%	15.1%	0.0%
	松山	22.7%	42.3%	20.2%	14.7%	0.0%
3. 以前からなされていたやり方を守ることが、最上の結果を生む	杉並	2.6%	13.2%	49.8%	34.0%	0.4%
	松山	2.5%	17.8%	55.2%	24.5%	0.0%
4. 日本の所得の格差は大きすぎる	杉並	26.8%	43.8%	25.7%	3.4%	0.4%
	松山	34.4%	49.7%	14.7%	1.2%	0.0%
5. この複雑な世の中で何をすべきかを知る一番よい方法は、指導者や専門家に頼ることである	杉並	8.7%	39.2%	41.5%	10.6%	0.0%
	松山	6.7%	36.8%	48.5%	8.0%	0.0%
6. 男性でも家事をするのはあたりまえのことだ	杉並	60.0%	33.6%	5.7%	0.4%	0.4%
	松山	51.5%	43.6%	4.9%	0.0%	0.0%
7. 一家の生計を支えるのはやはり男の役割だ	杉並	4.2%	29.1%	41.5%	24.9%	0.4%
	松山	8.0%	31.9%	44.8%	15.3%	0.0%
8. 男性には男らしさ、女性には女らしさがあったほうがよい	杉並	10.6%	31.3%	30.9%	26.8%	0.4%
	松山	17.2%	35.6%	28.8%	18.4%	0.0%

【最後に、あなたご自身についておうかがいします。】

F1. 以下の①～③について、もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

① あなたの性別は

【n = 杉並 265 / 松山 163, 以下全て】

	杉並	松山		杉並	松山
1. 男性	35.1%	40.5%	2. 女性	64.5%	57.7%
3. その他	0.0%	0.6%	4. 答えない	0.4%	1.2%

② ご結婚されていますか

	杉並	松山		杉並	松山
1. 結婚していない	96.2%	93.9%	2. 結婚している	2.6%	6.1%
3. 離別・死別	0.0%	0.0%	無回答	1.1%	0.0%

③ 現在、親と同居していますか

	杉並	松山		杉並	松山
1. 同居している	81.9%	68.1%	2. 同居していない	17.0%	31.9%
無回答	1.1%	0.0%			

F2. あなたは現在お住まいの市、または区にいつごろからお住まいですか。ご記入ください（生まれたときからずっと住んでおられる方は、お生まれになった年をご記入ください）。

西暦 2006.84 / 2005.93 年から住んでいる（無回答を除外）

F3. あなたが今住んでいる地域は、「地元」と呼べますか。

	杉並	松山		杉並	松山
1. はい	73.6%	74.8%	2. いいえ	26.4%	25.2%

F4. あなたが現在通っている学校、または最後に在籍した学校は、次のうちどれですか。もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

	杉並	松山		杉並	松山
1. 中学校	0.0%	0.6%	2. 高校	6.8%	12.3%
3. 専門・各種学校	6.0%	12.3%	4. 短大・高専	1.1%	8.6%
5. 大学・大学院	85.7%	65.6%	6. その他	0.4%	0.6%

F5. あなたの現在のお仕事は何ですか。もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。（在学中でアルバイトをしている場合は、「1. 学生」に○をしてください。）

	杉並	松山		杉並	松山
1. 学生	87.9%	84.0%	2. 常勤の会社員・公務員・団体職員	4.5%	8.6%
3. 契約社員・派遣社員・嘱託	0.0%	2.5%	4. パート・アルバイト	2.3%	3.7%
5. 専業主婦（主夫）	0.4%	0.6%	6. 無職	2.6%	0.6%
7. その他	2.3%	0.0%			

F6. あなたはこれまでに、学校や職場以外のサークルやクラブで趣味活動を行ったことがありますか。

	杉並	松山		杉並	松山
1. はい	45.3%	39.9%	2. いいえ	54.0%	58.9%
無回答	0.8%	1.2%			

F7. あなたは高校生のとき、部活やサークルなどで積極的に活動していましたか。次の中から、あてはまるもの全てに○をしてください。

	杉並	松山		杉並	松山
1. 運動部系で積極的に活動した	41.9%	43.6%	2. 運動部系だったが積極的に活動しなかった	10.9%	6.1%
3. 文化部系で積極的に活動した	28.3%	21.5%	4. 文化部系だったが積極的に活動しなかった	11.7%	12.3%
5. 特に所属しなかった	12.1%	14.7%	6. 高校には行かなかった	0.0%	0.6%
無回答	0.0%	1.8%			

F8. あなたは高校生のとき、アルバイトをしていましたか。次の中から、あてはまるもの全てに○をしてください。

	杉並	松山		杉並	松山
1. 日常的にアルバイトをしていた	16.2%	11.0%	2. 学校の休みなどに短期のアルバイトをしたことがある	14.3%	9.2%
3. 家族や親戚などの手伝いでお金をもらったことはあるが、アルバイトの経験はない	24.2%	22.7%	4. 1～3の経験はない	46.8%	56.4%
5. 高校には行かなかった	0.0%	0.6%	無回答	0.0%	0.6%

F9. あなたの父親のお仕事は何ですか。2つ以上該当する場合は、収入のもっとも多いものを1つ選んで○をしてください。

	杉並	松山		杉並	松山
1. 常勤の会社員・団体職員	60.8%	57.7%	2. 公務員	6.8%	10.4%
3. 契約社員・嘱託	1.5%	3.1%	4. 派遣社員	0.8%	0.0%
5. パート・アルバイト	1.5%	0.6%	6. 自営業主・家業手伝い	17.4%	16.6%
7. 専業主夫	0.0%	0.0%	8. 無職	1.5%	1.8%
9. その他	2.6%	4.3%	10. 父親は健在ではない	7.2%	4.9%
無回答	0.0%	0.6%			

F10. あなたの母親のお仕事は何ですか。2つ以上該当する場合は、収入のもっとも多いものを1つ選んで○をしてください。

	杉並	松山		杉並	松山
1. 常勤の会社員・団体職員	13.6%	19.0%	2. 公務員	3.4%	3.1%
3. 契約社員・嘱託	7.2%	4.9%	4. 派遣社員	5.3%	3.1%
5. パート・アルバイト	34.3%	39.9%	6. 自営業主・家業手伝い	7.2%	8.6%
7. 専業主婦	23.0%	19.0%	8. 無職	1.1%	0.0%
9. その他	2.6%	1.8%	10. 母親は健在ではない	1.9%	0.6%
無回答	0.4%	0.0%			

F11. あなたの母親と職業の関係は、どれにあてはまりますか。もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

	杉並	松山		杉並	松山
1. 職業を持ったことはない	4.2%	4.9%	2. 子育て等を期に退職し、それ以降持ったことはない	18.5%	12.3%
3. 一度退職して主婦業に専念した後、パートタイムの仕事を持っている(持った)	43.0%	43.6%	4. 一度退職して主婦業に専念した後、再びフルタイムの職業を持っている(持った)	13.2%	17.2%
5. ずっとフルタイムの職業を持ち続けている(転職も含める)	16.2%	19.6%	6. その他	4.2%	2.5%
無回答	0.8%	0.0%			

F12. あなたのご両親が最後に在籍された学校は、どれにあてはまりますか。それぞれについて、もっともあてはまる数字を1つずつご記入ください。

父親は…

	杉並	松山		杉並	松山
1. 中学校	0.4%	2.5%	2. 高校	14.7%	33.7%
3. 専門学校・各種学校	5.3%	7.4%	4. 短大・高専	1.9%	2.5%
5. 大学・大学院	71.7%	46.6%	6. わからない	6.0%	6.1%
7. その他	0.0%	0.0%	無回答	0.0%	1.2%

母親は…

	杉並	松山		杉並	松山
1. 中学校	0.4%	1.2%	2. 高校	15.5%	33.1%
3. 専門学校・各種学校	12.5%	15.3%	4. 短大・高専	20.0%	20.2%
5. 大学・大学院	47.5%	27.6%	6. わからない	4.2%	2.5%
7. その他	0.0%	0.0%	無回答	0.0%	0.0%

F13. あなたの実家の暮らし向きは、あなたから見てどれにあてはまりますか。もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください。

	上	中の上	中の下	下	無回答
杉並	21.9%	58.5%	14.7%	4.2%	0.8%
松山	9.8%	58.9%	27.0%	4.3%	0.0%

F14. あなたが自由に使えるお金（可処分所得）は1ヶ月にどのくらいですか。もっともあてはまる数字に1つ、○をしてください（住居費、光熱費、学費などは除く）。

	杉並	松山		杉並	松山
1. 10,000円以内	12.1%	19.0%	2. 10,001円～20,000円以内	15.1%	12.9%
3. 20,001円～30,000円以内	17.7%	26.4%	4. 30,001円～50,000円以内	27.5%	20.2%
5. 50,001円～70,000円以内	13.2%	12.3%	6. 70,001円～100,000円以内	10.2%	3.7%
7. 100,000円以上	3.8%	5.5%	無回答	0.4%	0.0%

F15. あなたは、子どもの頃に次のような経験をしたことがありますか。右の4つの選択肢の中から、もっともあてはまる数字に1つ○をしてください。

		よくあった	ときどきあった	あまりなかった	なかった	無回答
1. 子どもの頃、家族の誰かがあなたに本を読んできた	杉並	70.6%	23.8%	3.4%	2.3%	0.0%
	松山	66.9%	23.9%	4.9%	4.3%	0.0%
2. 子どもの頃、家でクラシック音楽のレコードをきいたり、家族とクラシック音楽のコンサートに行ったりした	杉並	18.5%	20.4%	26.8%	34.3%	0.0%
	松山	8.6%	20.9%	20.9%	49.7%	0.0%

3. 子どもの頃, 家族と歌舞伎や能などの伝統芸能を見に行った	杉並	7.5%	12.5%	23.8%	56.2%	0.0%
	松山	1.8%	4.3%	21.5%	72.4%	0.0%
4. 子どもの頃, 家族につれられて美術館や博物館に行った	杉並	35.1%	35.5%	14.7%	14.7%	0.0%
	松山	27.0%	38.0%	22.1%	12.9%	0.0%
5. 子どもの頃, 家に小説や専門書などがたくさんあった	杉並	35.5%	24.5%	23.4%	16.6%	0.0%
	松山	22.1%	25.8%	27.0%	25.2%	0.0%
6. 子どもの頃, 家にマンガやゲームがたくさんあった	杉並	23.4%	31.3%	25.7%	19.6%	0.0%
	松山	29.4%	30.7%	28.8%	11.0%	0.0%

・この調査に関するご意見・ご感想など, ございましたらご記入ください。

(省略)

・今回の調査にご回答いただいた皆様に, 謝礼(図書カード500円分)をお送りいたします。以下に, ご希望の送り先とお名前をご記入ください(ご記入いただいた住所は, 謝礼送付以外の目的では一切使用しません)。

(省略)

【長い間, 調査にご協力いただきまして, 本当にありがとうございました。】