

研究論文

コロナ禍における大学生の SNS 利用状況
—SNS への信用度に着目した検討—

吉 田 佐治子*

The use of SNS of the university student under COVID-19 calamity
: The examination that paid its attention to reliance on SNS

Sachiko YOSHIDA

【要 約】

大学生を対象に実施された「若年層の社会生活と諸意識についての調査」から、SNSに関連した質問項目を抽出し、第1回緊急事態宣言前後のSNS利用や情報を得る方法について分析した。その際、「SNSへの信用度」によって調査協力者を分類し、その違いについて検討した。その結果、SNSへの信用度は総じて低いが、SNSを信用している者と信用していない者とは、SNSの利用状況や情報を得るツールが異なること、緊急事態宣言前後ではこれらに変化が見られたが、その変化の仕方が両者では異なることなどが示された。また、SNSを信用している者と信用していない者とは、SNSの利用目的が異なることも示唆された。

* 摂南大学

はじめに

2019年末に新たに発生した新型コロナウイルス感染症は、2020年1月に国内で初の感染者が報告され、2月にはクラスターが発生した。その後、感染者は増加し続け、2020年2月末には全国の小中学校の一斉休校が要請され、北海道では独自の「北海道緊急事態宣言」が行われた。4月～5月には、全都道府県を対象とした緊急事態宣言が発出された。そして、感染者数は減少と増加を繰り返し、今に至っている。

こうした、いわゆるコロナ禍で、私たちの生活は一変した。「WITH コロナ」「新しい生活様式」として、さまざまな活動が制限された。それは大学においても同じで、諸行事や課外活動が中止されたり、授業もオンラインで行われることが多くなり、学生同士、学生―教員間の交流も激減した。

人との接触が回避される中で、SNSの利用が増えている。2020年4月に4157名を対象に行われたアライドアーキテック株式会社（2020）の調査によると、「普段と変わらない」と回答した者が63.7%である一方で、「増えた」「すごく増えた」と回答した者は34.5%にのぼっている。特に利用する頻度が増えたSNSはTwitter（46%）とLINE（29%）であり、「もっとも利用する頻度が増えたSNS」を現在利用する目的としては、全ての種類のSNSで「コロナウイルスに関する情報収集」と答えた者が6割以上であった。また、SNSの種類ごとに利用目的が異なっており、「Twitter」の利用頻度が増えた者はより「コロナウイルスに関する情報収集」を、「LINE」・「Facebook」の利用頻度が増えた者はより「友人・知人などとのコミュニケーション」を、「Instagram」の利用頻度が増えた者はより「趣味や好きな情報に関する情報収集やコミュニケーション」を目的とする傾向にある。利用目的によってSNS、さらにはアカウントを使い分けていることは、大学生を対象とした調査（青山、2018）でも示されている。

多くの人がSNSを情報を得るツールとして用いている。特に、新型コロナウイルスという未知のものに対して、少しでも情報を得たいと考えるのは肯ける。2021年1月に普及率が92.8%となったスマートフォン（NTTドコモモバイル社会研究所、2021）で利用できるSNSは、手軽に情報にアクセスできる便利なツールである。こうしたSNSの特性を利用して、例えば厚生労働省もSNSを用いた情報発信を行っている。

一方で、SNSで発信される情報の中には、発信者が不明であったり、根拠が不十分であったりと不正確な情報もあることが指摘されている。また、対面でのコミュニケーションが十分でない状況の中で、アライドアーキテック株式会社の調査結果にもあるように、SNSを用いて友人等とコミュニケーションをとることが増えているが、トラブルになる虞もある。いわゆる“炎上”や“デマ”に端を発した騒動、事件など大きく報道されたものもあれば、個人間のトラブルや“いじめ”、詐欺などさまざまな事例があり、学生に注意喚起した大学もある（例えば、早稲田大学、東都大学）。しかし、青山（2018）によれば、大学生のSNSの情報源としての信頼度は高くも低くもないことが示されており、学生自身がSNSに振り回されないための工夫をしていることが示唆されている。

本稿は、コロナ禍中での大学生のSNSの利用状況を報告するものである。特に、第1回緊急

事態宣言を境として、その前後での変化に注目する。その際、SNSへの信用度によって利用状況が異なるかについても検討する。

方 法

【調査時期】 2020年11月～12月

【調査対象者】 近畿地方・中国地方の6大学に在籍する大学生354名。調査実施者・協力者の担当する授業を通して931名に依頼し、協力を得た（回収率38.02%）。

【調査項目】 「若年層の社会生活と諸意識についての調査」調査項目は、10の大項目、合計46問であった。大項目は「Ⅰ 基礎的な属性等について」「Ⅱ 家族・これまでの経験について」「Ⅲ 大学生活について」「Ⅳ アルバイト経験について」「Ⅴ 普段の生活の様子について」「Ⅵ 性格や考えについて」「Ⅶ 国際的な事柄について」「Ⅷ 昨今のコロナ禍に関わることについて」「Ⅸ メディアや情報に関わる事柄について」「Ⅹ 趣味や嗜好について」であり、本稿では大項目のⅥ・Ⅷ・Ⅸに属する質問項目の一部を分析に用いた。分析した質問項目を表1に示す。なお、本稿における「緊急事態宣言」とは、2020年4～5月に発出されたものを指しており、質問の中で期間については明記していた。

【手続き】 調査はGoogle フォームを用いてWEB上で実施した。調査実施者・協力者から、調査対象者にURLを呈示し、調査に協力する意思のある者が回答した。所要時間は約30分であった。

結 果

【全体的なSNSの利用状況】

1日にSNSを利用する時間を表2に、もっともよく利用するSNSを表3に示す。利用時間は1時間以上3時間未満が、もっともよく利用するSNSはTwitterが、最多であった。

【SNSへの信用度とSNSの利用状況】

SNSはじめ12の対象に対する信用度を表4に示す。評定平均についての分散分析の結果、差は有意であった（ $F(11,3608)=4.614, p<.01$ ）。そこで多重比較を行ったところ、SNSへの信用度は、「マスメディア」以外のすべての対象よりも低く、「マスメディア」へ対するものと同じであった。

SNSへの信用度について、「信頼している」「やや信頼している」と回答した者を〈SNS信用高〉群、「あまり信頼していない」「信頼していない」と回答した者を〈SNS信用低〉群としたところ、〈SNS信用高〉群は55名、〈SNS信用低〉群は198名であった。

SNSへの信用度と1日のSNS利用時間を表5に、SNSへの信用度ともっともよく利用するSNSを表6に示す。

1日のSNS利用時間について、 χ^2 検定を行ったところ、人数の偏りは有意傾向だった（ $\chi^2(4)=8.877, .05<p<.10$ ）。残差分析の結果、「SNSを信用している・1時間未満」が有意に少なく、「SNSを信用していない・1時間未満」が有意に多かった。もっともよく利用するSNSについて、選んだ者が0人であったYoutubeを除いて χ^2 検定を行ったところ、人数の偏りは

表1 分析に用いた質問項目

大項目	問	質問項目	回答方法
VI	24	あなたは以下に挙げる事柄をどのくらい信用していますか。【12項目】	5件法
VIII	29	緊急事態宣言発令前（2020年3月まで）に、あなたは趣味や息抜きとしてどのようなことをしていましたか。【21項目】	多肢選択（該当するものすべて）
	31	緊急事態宣言が発令されている期間中（2020年4月～5月）、次のようなことはどのくらいありましたか。【14項目】	4件法
	32	緊急事態宣言解除後（2020年6月以降）に、あなたは趣味や息抜きとしてどのようなことをしていますか。【21項目】	該当するものすべて
	34	緊急事態宣言発令前後で、以下に挙げる事柄に変化はありましたか。【9項目】	5件法
IX	35	次に挙げることはどのくらいあてはまりますか。【メディアの利用／3項目】	5件法
	37	あなたは普段、一日に何時間くらいSNSを利用していますか。	多肢選択（1つのみ）
	38	あなたがもっともよく利用するSNSを1つ選び、○をつけてください。	多肢選択（1つのみ）
	41	あなたは、日常生活においてどのようなツールで情報を得ていますか。（緊急事態宣言が発令以前と解除後（2020年3月までと6月以降）のそれぞれについて）【8項目】	多肢選択（該当するものすべて）

表2 1日にSNSを利用する時間 (人)

1時間未満	1時間以上 3時間未満	3時間以上 5時間未満	5時間以上 8時間未満	8時間以上
71	120	77	50	21

表3 もっともよく利用するSNS (全体) (人)

LINE	Twitter	Instagram	Facebook	Youtube	その他	全く利用していない
107	120	81	14	0	11	6

表4 信用している程度 (人)

	1 信頼している	2 やや 信頼している	3 どちらとも いえない	4 あまり信頼 していない	5 信頼して いない	平均	SD
家族	242	77	16	10	5	1.45	0.83
友人	157	130	46	11	5	1.79	0.89
恋人	78	48	180	12	16	2.52	1.04
教員	55	143	94	41	16	2.48	1.04
世の中の人々	11	46	131	98	63	3.45	1.03
自分自身	122	107	53	40	27	2.26	1.26
行政	12	64	151	74	48	3.23	1.01
警察	41	112	96	56	43	2.85	1.19
日本	30	83	138	62	35	2.97	1.08
マスメディア	9	44	81	110	104	3.74	1.10
タレント	15	58	117	86	72	3.41	1.12
SNS	7	48	95	110	88	3.64	1.06

有意だった ($\chi^2(5) = 39.566, p < .01$)。残差分析の結果、「SNSを信用している・Instagram」「SNSを信用している・Facebook」「SNSを信用していない・LINE」が有意に多く、「SNSを信用している・LINE」「SNSを信用していない・Instagram」「SNSを信用していない・Facebook」が有意に少なかった。

【コロナ禍とSNS利用】

緊急事態宣言前後で、趣味や息抜きとしてSNSを利用していたかどうかをSNSへの信用度別に集計したのが表7である。 χ^2 検定を行ったところ、人数の偏りは有意だった ($\chi^2(3) = 17.519, p < .01$)。残差分析の結果、有意に多かったのは「SNSを信用している・緊急事態宣言発令前

表5 1日にSNSを利用する時間 (人)

	1時間未満	1時間以上 3時間未満	3時間以上 5時間未満	5時間以上 8時間未満	8時間以上
SNSを信用している	4▲	22	16	9	4
SNSを信用していない	49▽	64	44	21	13

(▲有意に多い, ▽有意に少ない, p<.05)

表6 もっともよく利用するSNS (人)

	LINE	Twitter	Instagram	Facebook	Youtube	その他	全く利用していない
SNSを信用している	4▽	19	24▲	7▲	0	1	0
SNSを信用していない	75▲	68	32▽	4▽	0	6	5

(▲有意に多い, ▽有意に少ない, p<.05)

表7 趣味や息抜きとしてのSNS利用 (人)

	緊急事態宣言発令前		緊急事態宣言解除後	
	していない	している	していない	している
SNSを信用している	14▽	41▲	15▽	40▲
SNSを信用していない	96▲	102▽	97▲	101▽

(▲有意に多い, ▽有意に少ない, p<.05)

表8 緊急事態宣言発令前後でSNSの利用が変化した人数 (人)

	発令前：していない → 解除後：している	発令前：している → 解除後：していない
	SNSを信用している	2
SNSを信用していない	11	12

に利用している」「SNSを信用している・緊急事態宣言解除後に利用している」「SNSを信用していない・緊急事態宣言発令前に利用していない」「SNSを信用していない・緊急事態宣言解除後に利用していない」であり、有意に少なかったのは「SNSを信用している・緊急事態宣言発令前に利用していない」「SNSを信用している・緊急事態宣言解除後に利用していない」「SNSを信用していない・緊急事態宣言発令前に利用している」「SNSを信用していない・緊急事態宣言解除後に利用している」であった。趣味や息抜きとしてSNSを利用していたかどうか緊急事態宣言前後で変化していたのは合計で28名であった(表8)。直接確率計算の結果、人数の偏りは有意ではなかった。

SNSへの信用度と緊急事態宣言発令中にSNSの必要性を感じた頻度を表9に示す。 χ^2 検定を行ったところ、人数の偏りは有意だった($\chi^2(3) = 30.7497, p < .01$)。残差分析の結果、有意に多かったのは「SNSを信用している・頻繁にあった」「SNSを信用している・たびたびあった」「SNSを信用していない・なかった」であり、有意に少なかったのは「SNSを信用している・なかった」「SNSを信用していない・頻繁にあった」「SNSを信用していない・たびたびあ

表9 緊急事態宣言発令中にSNSの必要性を感じた頻度 (人)

	頻繁に あった	たびたび あった	たまに あった	なかった
SNSを 信用している	24▲	23▲	7	1▽
SNSを 信用していない	41▽	51▽	31	73▲

(▲有意に多い, ▽有意に少ない, p<.05)

表10 緊急事態宣言前後でのSNS利用時間 (人)

	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った
SNSを 信用している	26	14	12	1	1
SNSを 信用していない	85	39	63	4	5

った」であった。

緊急事態宣言前後でのSNS利用時間の増減について表10に示す。χ²検定を行ったところ、人数の偏りは有意ではなかった。(χ²(4)= 2.426, ns)。

【情報を得るツール】

SNSへの信用度とメディアへの接し方についてまとめたものを表11に示す。メディアごとにχ²検定を行ったところ、いずれも人数の偏りは有意ではなかった(新聞: χ²(4)= 6.296, ns; ニュース: χ²(4)= 4.356, ns; ネット: χ²(4)= 5.183, ns)。そこで、SNSへの信用度に対して「どちらともいえない」と答えた者も含めてメディア間の比較を行ったところ、有意な人数の偏りがあった(χ²(8)= 553.334, p<.01)ため、残差分析を行った。その結果、「よく新聞を読む」については、「あまり当てはまらない」「当てはまらない」が多く、「当てはまる」「やや当てはまる」が少なかった。「よくニュースを見る」については、「やや当てはまる」「どちらでもない」が多く、「当てはまる」「当てはまらない」が少なかった。「よくネットを使う」については「当てはまる」が多く、「どちらでもない」「あまり当てはまらない」「当てはまらない」が少なかった(表12)。

緊急事態宣言の前後で、情報を得るツールとして何を利用していたか、SNSへの信用度別にまとめたものが表13である。ツールごとにχ²検定を行ったところ、人数の偏りが有意だったのは「企業広告サイト」(χ²(3)= 14.295, p<.01)、「ニュースサイト」(χ²(3)= 16.912, p<.01)、「ブログ」(χ²(3)= 10.538, p<.05)、「SNS」(χ²(3)= 15.967, p<.01)であり、「雑誌」が有意傾向であった(χ²(3)= 6.683, .05<p<.10)。それ以外は有意ではなかった(テレビ/ラジオ: χ²(3)= 5.857, ns; 新聞: χ²(3)= 4.631, ns; 知人からの口コミ: χ²(3)= 2.319, ns)。人数の偏りが有意/有意傾向であったツールについての残差分析の結果は次のようであった。すなわち、「雑誌」では「SNSを信用している・緊急事態宣言発令前に利用」が多く、「SNSを信用していない・緊急事態宣言発令前に利用」が少ない。「企業広告サイト」では「SNSを信用している・緊急事態宣言発令前に利用」「SNSを信用していない・緊急事態宣言前後ともに利用していない」が多く、「SNSを信用している・緊急事態宣言前後ともに利用していない」「SNSを信用していない・緊急事態宣言発令前に利用」が少ない。「ニュースサイト」では「SNSを信用して

吉田 佐治子：コロナ禍における大学生のSNS利用状況

表11 メディアの利用状況 (人)

		当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない
よく新聞を読む	SNSを信用している	3	10	3	14	25
	SNSを信用していない	4	22	17	35	113
よくニュースを見る	SNSを信用している	12	25	3	8	6
	SNSを信用していない	53	62	20	26	29
よくネットを使う	SNSを信用している	43	11	0	0	1
	SNSを信用していない	128	43	9	5	6

表12 メディアの利用状況の比較 (人)

	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない
よく新聞を読む	8▽	40▽	32	70▲	189▲
よくニュースを見る	77▽	121▲	46▲	47	47▽
よくネットを使う	215▲	94	18▽	5▽	7▽

(▲有意に多い, ▽有意に少ない, p<0.05)

表13 情報を得るツール (人)

		緊急事態宣言 発令前に利用	緊急事態宣言 解除後に利用	緊急事態宣言 前後ともに 利用	緊急事態宣言 前後ともに 利用していない
テレビ/ラジオ	SNSを信用している	10	5	29	11
	SNSを信用していない	18	9	120	51
新聞	SNSを信用している	8	2	6	39
	SNSを信用していない	12	12	26	148
雑誌	SNSを信用している	8▲	1	4	42
	SNSを信用していない	10▽	8	11	169
企業広告サイト	SNSを信用している	10▲	2	6	37▽
	SNSを信用していない	8▽	11	15	164▲
知人からの口コミ	SNSを信用している	10	3	16	26
	SNSを信用していない	23	7	59	109
ニュースサイト	SNSを信用している	10▲	1▽	21	23
	SNSを信用していない	8▽	21▲	94	75
ブログ	SNSを信用している	7▲	1	2	45
	SNSを信用していない	5▽	9	7	177
SNS	SNSを信用している	11▲	2	38	4▽
	SNSを信用していない	11▽	16	130	41▲

(▲有意に多い, ▽有意に少ない, p<0.05)

いる・緊急事態宣言発令前に利用」「SNSを信用していない・緊急事態宣言解除後に利用」が多く、「SNSを信用している・緊急事態宣言解除後に利用」「SNSを信用していない・緊急事態宣言発令前に利用」が少なく、「ブログ」では「SNSを信用している・緊急事態宣言発令前に利用」が多く、「SNSを信用していない・緊急事態宣言発令前に利用」が少なく。「SNS」ではSNSを信用している・緊急事態宣言発令前に利用」「SNSを信用していない・緊急事態宣言前後ともに利用していない」が多く、「SNSを信用している・緊急事態宣言前後ともに利用していない」「SNSを信用していない・緊急事態宣言発令前に利用」が少なく。

考 察

【SNSへの信用】

SNSを信用している〈SNS信用高〉群は全体の約15%、SNSを信用していない〈SNS信用低〉群は全体の約56%であった。

総じて、SNSへの信用度は高いとはいえない。マスメディアへの信用度と同等であり、今回質問した他の10項目のいずれよりも低い。信用度が高いのは、家族、友人である。もっとも、ここで家族や友人に対する「信用」と、SNSやマスメディアに対する「信用」とは異なるものである可能性がある。家族や友人といった“人”に対する信用は、その人との付き合いを通して知った人柄や「自分の味方」「裏切らない」という感覚からくるものであろう。SNSやマスメディアの場合は、「そこから発信される情報が“正しい”か？」が信用する／しないの判断のもとになっているものと考えられる。インターネットが普及した現在、私たちが情報を得る源はマスメディアだけではない。そうした背景の中で、マスメディアの信用度は低くなっているのだろう。同時に、インターネットが普及し、手軽に多くの情報にふれることができるようになったことによって、インターネット上の情報も玉石混濁であることに気づき、SNSへの信用度が低くなっているものと考えられる。

【SNSの利用】

全体として、もっともよく利用されているSNSは、Twitter（約34%）とLINE（約30%）、次いでInstagram（約23%）である。しかし、SNSへの信用度によって違いが見られた。〈SNS信用高〉群ではInstagram・Facebookが多くLINEが少ないのに対し、〈SNS信用低〉群ではLINEが多く、Instagram・Facebookが少ない。アライドアーキテクト株式会社（2020）で明らかになった、目的によって利用するSNSが異なるということは、本調査でも示されたといえよう。SNSを信用している者にとっては、SNSは情報を得る手段であるのに対し、SNSを信用していない者は、コミュニケーションツールとしてSNSを利用しているのだろう。このことについては、緊急事態宣言前後のSNS利用状況も傍証となる。緊急事態宣言の前後とも、「趣味や息抜きとしてSNSを利用している」者は、〈SNS信用高〉群で多く、〈SNS信用低〉群で少ない。また、「情報を得るツールとしてSNSを利用しているか」については、〈SNS信用高〉群・〈SNS信用低〉群とも、総数としては「緊急事態宣言前後ともに利用している」と回答した者がもっとも多いが、〈SNS信用低〉群においては、「緊急事態宣言前後ともに利用していない」者も多い。また、緊急事態宣言前後でのSNS利用時間は、〈SNS信用高〉群・〈SNS信用低〉群とも

「増えた」と回答した者がもっとも多く「やや増えた」も含めると、〈SNS信用高〉群では約74%の者が、〈SNS信用低〉群では約63%の者が、増加している。

本調査では、直接SNSの利用目的を尋ねた質問項目はないが、人と直接会う機会が減ったコロナ禍において、コミュニケーションツールとしてのSNS利用が、特に〈SNS信用低〉群で増えたものと考えられる。友人との交流だけではなく、授業の中でグループで課題に取り組む場合などもあり、そのための連絡手段としてのSNSが、それまではあまりSNSを利用していなかった層にも広がったのだろう。また、そうした限定的な利用方法のため、〈SNS信用低〉群のSNS利用時間が短いものと考えられる。

しかしながら、実際の利用状況とSNSの必要性とはあまり関連がないようである。緊急事態宣言発令中にSNSの必要性を感じた頻度を尋ねた質問に対して、〈SNS信用高〉群では、「頻繁にあった」「たびたびあった」と回答した者が多いが、〈SNS信用低〉群では「なかった」と回答した者が多い。SNS利用時間が増えたにも関わらず必要性を感じないということは、“他に手段がないので仕方なく使っている”ということだろうか。

【情報を得るツール】

情報収集のために、SNSが広く使われていることがわかった。それでは、SNS以外の情報源としては、どのようなものが利用されているのだろうか。

新聞、ニュース、ネットというメディアについて、各メディアの利用状況とSNSへの信頼度は関係がなかったが、メディアによって利用状況によって差があった。新聞は読まない者が大多数であり、ネットは使う者が大多数、ニュースはその中間でやや見る者が多い。情報を得るツールとしても、新聞はほとんど利用されていない。同じく雑誌も、緊急事態宣言前後を通してほとんど利用されていない。マスメディアの信用度が低いことと関連していようが、一方で、同じくマスメディアであるテレビ／ラジオを利用する者は多い。この違いは、いわゆる“紙”媒体の衰退を表しているのかもしれない。

本調査で尋ねた「情報を得るツール」のうち、「企業広告サイト」「ニュースサイト」「ブログ」「SNS」はいわゆるネット情報であるが、ツールによって利用のされ方が異なっている。SNSについては先述したが、企業広告サイト・ブログは緊急事態宣言前後を通してあまり使われておらず、ニュースサイトは緊急事態宣言前後とも利用している人と前後とも利用していない人とが同程度である。メディアとして「よくニュースを見るか」との質問に対しては「見る」と答えた者が多かったが、回答者の中にはテレビニュースだけではなくニュースサイトのことを思い浮かべた者がいた可能性もある。

これらネット情報の利用は、〈SNS信用高〉群と〈SNS信用低〉群とでは異なっている。〈SNS信用高〉群では、緊急事態宣言発令前には利用していた（すなわち、緊急事態宣言解除後には利用していない）者が多かったが、〈SNS信用低〉群では、特にニュースサイトについて緊急事態宣言解除後に利用する（すなわち、緊急事態宣言発令以前には利用していない）ようになった者が多い。求められている情報は、もちろん新型コロナウイルスに関するものだけではなく、緊急事態宣言を境として、〈SNS信用高〉群は発令前に使っていたツールを使わなくなり、〈SNS信用低〉群は発令前に使わなかったツールを使うようになっている。〈SNS信用

高) 群は、それまでの自分の情報源を見直し、不要と考えたものを捨てたのに対し、(SNS 信用低) 群は、情報を得るツールとして新しく「ニュースサイト」を見出したのかもしれない。「利用する」と「信用する」とは別であるが、コロナ禍の中で、情報との付き合い方を考えた人がいたことを示すものと考えられる。

おわりに

新型コロナウイルスは、私たちの生活を一変させた。人と直接会う機会が激減したことで、私たちは人とつながろうとする。また、新型コロナウイルスという未知のものに対して、少しでも知ろうとする。本稿では、主に大学生の SNS 利用について、SNS への信用度という視点から分析したが、コロナ禍の中で SNS や情報との付き合い方が変化しつつあるのかもしれない。

引用文献

- アライドアーキテックス株式会社 (2020). 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う消費者の SNS 利用実態調査. <https://service.aainc.co.jp/product/echoes/voices/0028>
- 青山 征彦 (2018). 大学生における SNS 利用の実態—使い分けを中心に。社会イノベーション研究、第13巻第1号、pp.1-18
- NTT ドコモモバイル社会研究所 (2021)。モバイル社会白書2021年版。

【付記】本論文は2020年度摂南大学経営学部前後期科目「市場調査実習Ⅰ・Ⅱ」の一環として実施した「若年層の社会生活と諸意識についての調査」のデータの一部を再分析したものである。データの使用を快くお許しくださった摂南大学経営学部山本圭三先生、同科目の受講生のみなさまに心よりお礼申し上げます。なお、この調査とデータの再利用については、摂南大学「人を対象とする研究倫理審査」の承認を得ている。