

「2018年卒マイナビ大学生のライフスタイル調査」を発表

～「育休を取らない」理由を「職場復帰に不安がある」とした女子が、前年比 5.5pt 増の 44.3%。

女子の方が男子より、多岐に渡る動画メディアに接触 ～

株式会社マイナビ（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：中川信行）は、2018年卒業予定の大学生・大学院生を対象とした「2018年卒マイナビ大学生のライフスタイル調査」の結果を発表しました。本調査は今年で8回目となります。調査概要は以下の通りです。

【TOPICS】

- ・「夫婦共働きを望む」男子と「結婚を望まない」女子がそれぞれ増加。「育児休暇を取らない」とした女子の中で、職場復帰に不安を感じる女子が前年比 5.5pt 増の 44.3%
- ・「遅くまで残業する」働き方より「一切残業をしない」働き方の好感度が高い傾向に
- ・ソーシャルメディア・SNSでの友人の全体平均は 257.4 人。全体の 5 割以上が SNS での対人関係に「疲れた」と回答
- ・8 割以上の学生が最近「スマートフォンを使って動画を見た」と回答。女子の方が男子より、多岐に渡る動画メディアに接触

【調査結果の概要】

▽「夫婦共働きを望む」男子と「結婚を望まない」女子がそれぞれ増加。「育児休暇を取らない」とした女子の中で、職場復帰に不安を感じる女子が前年比 5.5pt 増の 44.3%（参考グラフ①～④）

結婚後の仕事について「夫婦共働き」を希望する割合は、男子 49.5%（前年比 2.0pt 増）、女子が 65.7%（前年比 2.9pt 減）で男子の割合が増加したのに対し、女子の割合が減少した。「夫婦共働きが望ましい」理由を聞いたところ、男子は前年同様「結婚相手が仕事を続けたいならその意思を尊重したいので」が 30.5%（前年比 0.8pt 増）で最多となった。女子の結果を見てみると「結婚せず自分の収入のみで生活するのが望ましい」という回答が 7.9%（前年比 1.6pt 増）で前年よりもやや増加した。

子育てに関する考えについては、「育児休暇を取って積極的に子育てしたい」と回答した学生は男子 36.6%（前年比 2.7pt 増）、女子 61.0%（前年比 6.6pt 減）となり、女子の回答が前年に比べて減少した。「育児休暇は取らないが夫婦で子育てはしたい」と回答した女子に育児休暇を取らない理由を聞くと、「育児休暇後の職場への復帰に不安があるため」が 44.3%（前年比 5.5pt 増）となり、前年に比べて増加した。女子にとって育児休暇後の職場復帰について懸念を感じているようだ。

▽「遅くまで残業する」働き方より「一切残業をしない」働き方の好感度が高い傾向に（参考グラフ⑤）

「残業」に関する働き方の好感度について聞いたところ、男女ともに全ての分類（「男子からみた同性／異性」、「女子からみた同性／異性」）で、「毎晩遅くまで残業し、トップの成績を上げている」働き方に対する好感度が前年より下がった。

また、「毎晩遅くまで残業し、トップの成績を上げている」と「時間内に仕事を終え、一切残業しない」に対する「すごくかっこいい」と回答した割合の比較では、最も差が生じたのは“女子の同性”に対する好感度で、「残業する」が 13.8%、「残業しない」が 43.4%となった。「時間内に仕事を終え、一切残業しない」働き方が 29.6pt も高くなり、学生は、残業をしない働き方に好感を寄せる傾向であった。

▽ソーシャルメディア・SNSでの友人の全体平均は257.4人。全体の5割以上がSNSでの対人関係に「疲れた」と回答（参考グラフ⑥～⑧）

「ソーシャルメディア・SNSでつながっている友人・知人のおおよその合計」は、全体の平均数が257.4人となった。男女別の比較では、文系男子が298.4人、理系男子が209.5人で大きく差があったのに加え、文系女子の平均人数は270.7人、理系女子の平均が224.0人と、男女ともに文系が理系を大きく上回った。また“SNS疲れ”について聞くと、「SNSで人と交流することに疲れたと感じること」が、「(時々+よく)ある」と回答した割合が、51.1%（前年比7.2pt増）で前年から大きく増加した。「スマートフォンの1日の利用時間（男女別）」（参考グラフ⑧）からも分かる通り、女子は男子に比べ長時間スマートフォンを利用する割合が高く、SNSにも長く接する状況が、疲れを感じさせる要因とも考えられる。

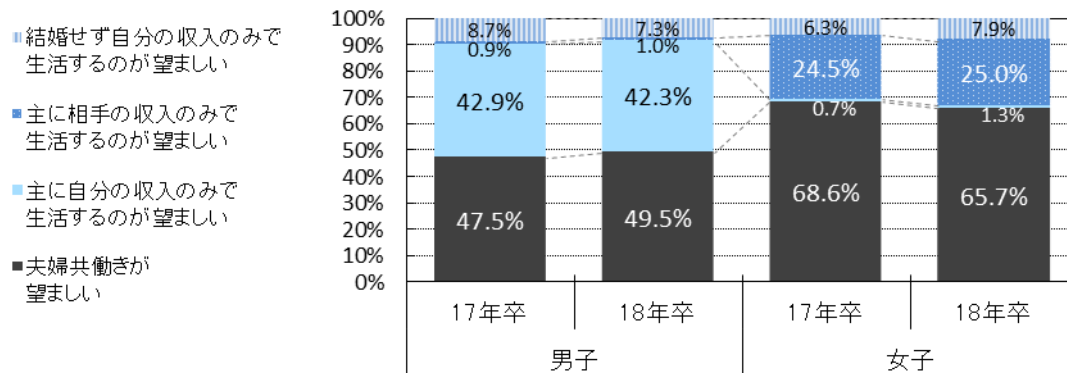
▽8割以上の学生が最近1カ月で「スマートフォンを使って動画を見た」と回答。女子の方が男子より、多岐に渡る動画メディアに接触（参考グラフ⑨・⑩）

昨今、動画メディアが注目を集めている中、スマートフォンで見る動画について初めて調査を行った。「最近1カ月でスマートフォンを使って動画を見たか」について聞いたところ、全体で86.4%が「見た」と回答した。男女別の比較では、男子は84.3%、女子が88.9%となり、女子が男子を4.6pt上回る結果となった。

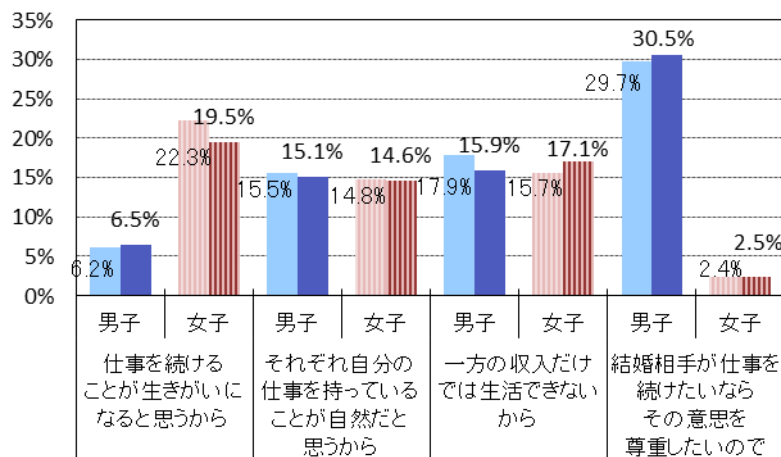
利用メディアにも男女の差がはっきり生まれ、「C CHANNEL」が男子0.7%、女子13.4%（12.7pt差）、「Instagram」が男子16.0%、女子37.2%（21.2pt差）、「Twitter」が男子40.8%、女子57.3%（16.5pt差）、「LINE」が男子23.1%、女子33.4%（10.3pt差）となった。女子が男子より多岐に渡るサービスで動画に接触している傾向が強い結果となった。

【参考グラフ】

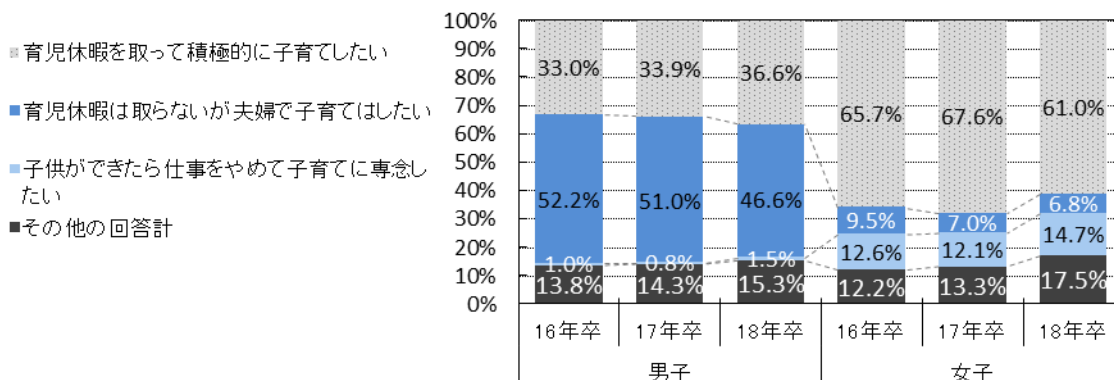
① 結婚後の仕事に関してどのように考えているか



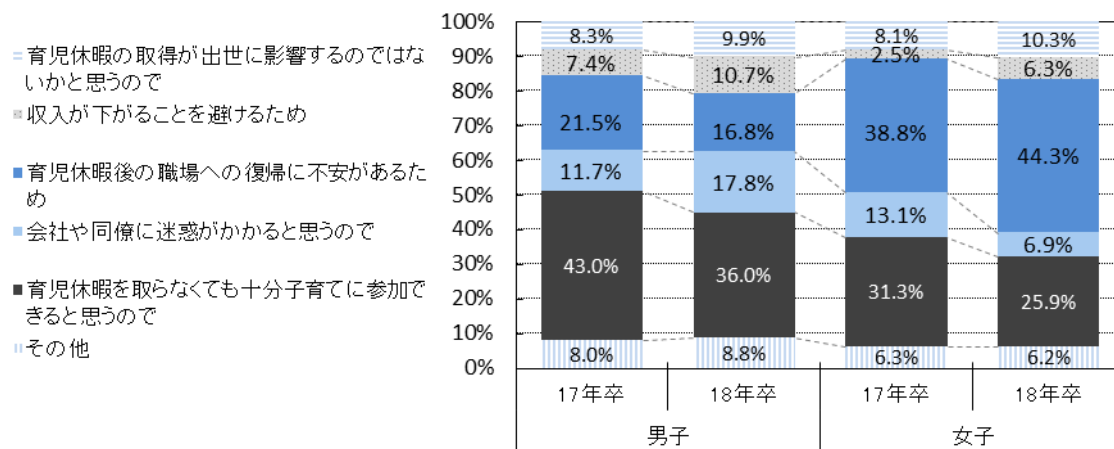
② 「共働きが望ましい」と考える理由 ※一部抜粋（左：2017年卒 右：2018年卒）



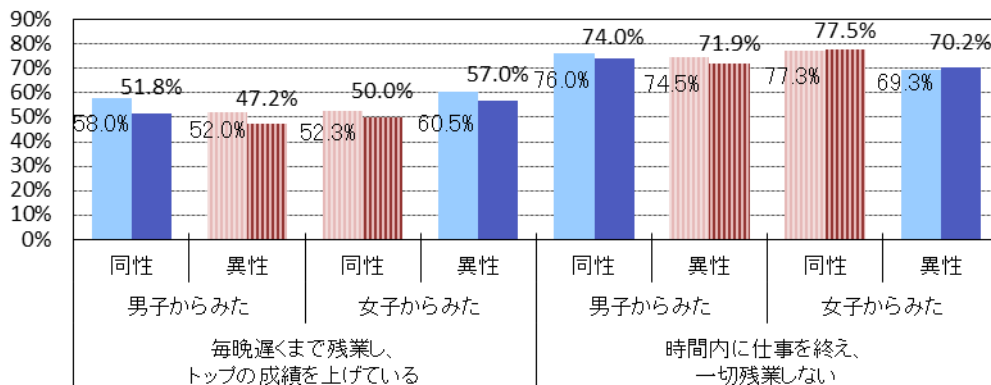
③子育てについてあなたの考えに近いもの



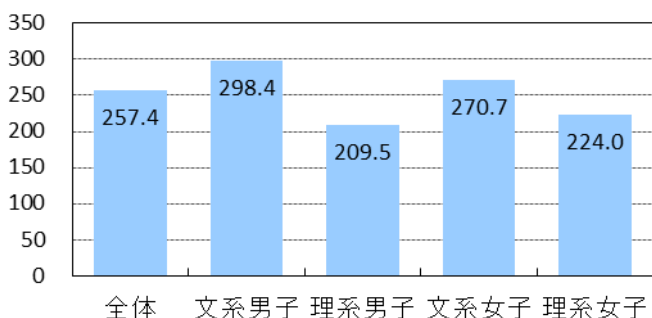
④育児休暇をとらない理由（「育児休暇は取らないが夫婦で子育てはしたい」と回答した方のみ）



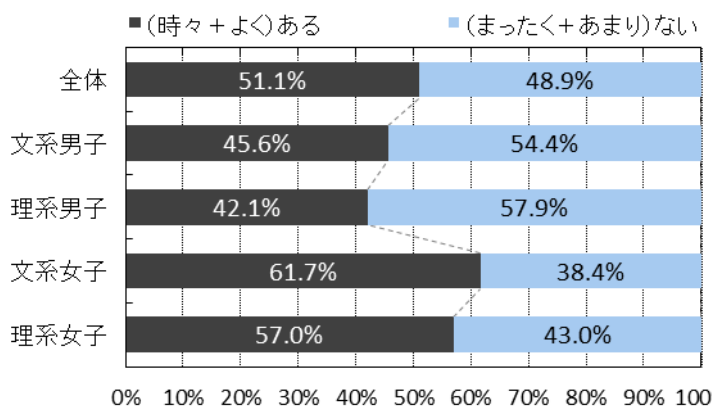
⑤残業に関する働き方の印象について（「すごくカッコいい」＋「カッコいい」の割合）
（左：2017年卒 右：2018年卒）



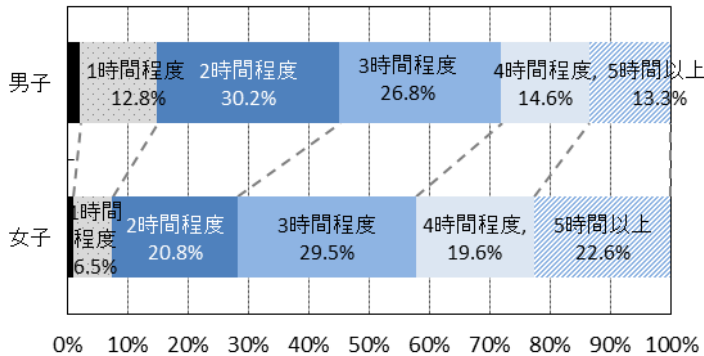
⑥ソーシャルメディアで繋がっている友人/知人の平均数
【単位：人】



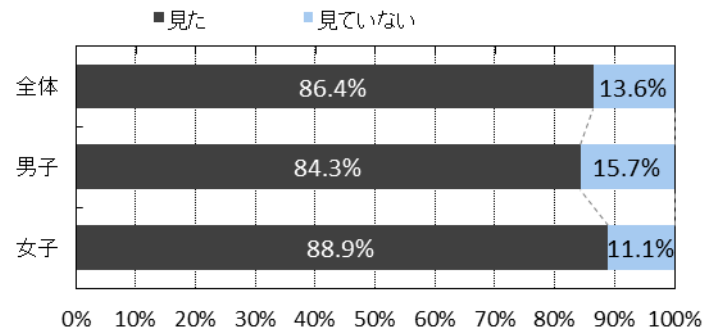
⑦SNSで人と交流することに疲れたと感じることはあるか



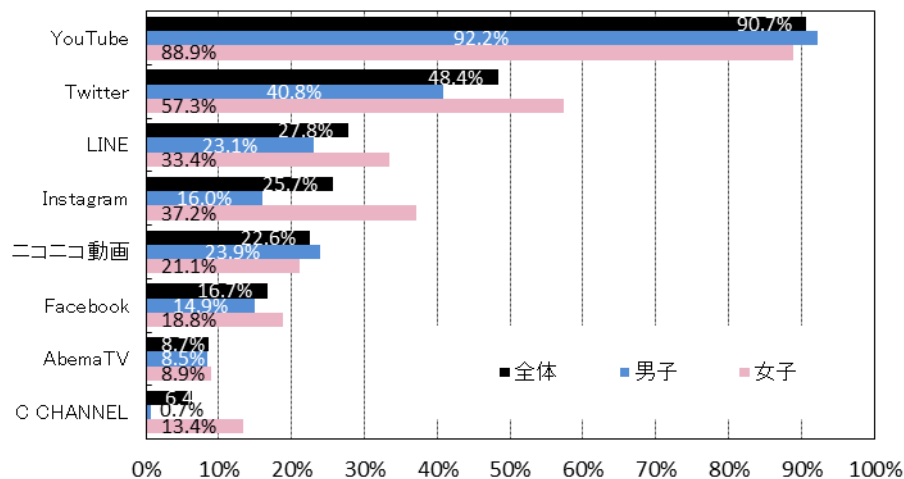
⑧スマートフォンの1日の利用時間（男女別）



⑨最近1カ月でスマートフォンを使って動画を見たか



⑩最近1カ月で動画を見たサービス（一部抜粋）



【「2018年卒マイナビ大学生のライフスタイル調査」概要】

- 調査期間：2016年12月16日（金）～2017年1月15日（日）
- 調査方法：2016年12月16日時点の『マイナビ2018』会員の大学生・大学院生にWEB DMを配信。その後、数回に分けて登録会員にWEB DM等を配信し調査を告知。
- 有効回答数：3,924名（回答内訳：文系男子711名／理系男子654名／文系女子1,715名／理系女子844名）
- ※ 当調査は法政大学キャリアデザイン学部との共同調査です

※調査結果の詳細は採用サポネット (<http://saponet.mynavi.jp>) で公開しています

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社マイナビ
社長室 HR リサーチ部
毛塚

Tel : 03-6267-4571 Fax : 03-6267-4145
Email : hrrc@mynavi.jp

【当社に関するお問い合わせ先】

株式会社マイナビ
社長室 広報部
馬場

Tel : 03-6267-4155 Fax : 03-6267-4050
Email : koho@mynavi.jp