

自宅外通学をする女子学生の生活情報の収集に関する調査

—— 自宅通学生との比較を中心に ——

武岡さおり・岩根博之・岩下紀久雄

How Female College Students Living on their Own Collect Daily Information

Saori TAKEOKA, Hiroshi IWANE and Kikuo IWASHITA

緒 言

我が国においても、人工衛星を利用した多チャンネルTV放送が始まった。これからの高度情報化社会においては、生活の場にも今まで以上に各種の情報が溢れんばかりに押し寄せてくるであろう。これをどう自己の生活に生かし、自己実現を図るかが極めて重要な課題になっている。教育の場において「情報リテラシー」が重視される所以である。

我々は、昨年度に本学の学生を対象に「生活情報の収集に関する調査」¹⁾を行った。その中で、自宅外通学生の情報収集量が、自宅通学生に比して相当少ないということが注目された。ただ、本学では、自宅外通学生の数が少ないため、的確な検討を加えることができなかった。

そこで本年度は、改めてサンプル数を多くし、特に「自宅通学生」と「自宅外通学生」の比較を中心に検討した。

また、一部「アパート」と「寮」の比較についても検討した。

方 法

1. 調査対象

本学の学生

4年制	家政学科	3年	74名	短期大学部	生活学科	2年	75名
	家政学科	2年	50名		生活学科	1年	107名
	児童教育学科	1年	84名				
	児童教育学科	3年	10名				
	日本文学科	3年	48名				
	英語英文学科	3年	20名				

総計 468名 (有効回答 100%)

※ 調査対象に、4年生を加える機会がなかったため、検討は限定されたものになる。

2. 調査時期

平成8年7月

3. 調査内容

- (1) 各種メディアの利用状況
- (2) 新聞記事の読まれ方およびテレビ番組の視聴状況

- (3) 生活上の関心事
- (4) 情報収集に対する意欲
- (5) ライフスタイル

結果と考察

1. 基本属性

問1 現在生活しているところはどこですか (①自宅 ②アパート ③寮)

この結果を表1に示す

・表1に示すように、トータルでは自宅通学生が375名 (80.1%)、アパートと寮を加えた自宅外通学生は93名 (19.9%)である

表1 生活の場 (上段は人数, 下段は%)

	自宅	自宅外		合計	
		アパート	寮		
家政2年	41 10.9	9 9.7	7 9.1	2 12.5	50 10.7
家政3年	54 14.4	20 21.5	19 21.7	1 6.3	74 15.8
見教1年	56 14.9	28 30.1	20 26.0	8 50.0	84 17.9
見教3年	7 1.9	3 3.2	3 3.9	0 0.0	10 2.1
H文3年	38 10.1	10 10.8	10 13.0	0 0.0	49 10.5
英文3年	15 4.0	5 5.4	5 6.5	0 0.0	20 4.3
生活1年	95 25.3	12 12.9	7 9.1	5 31.3	107 22.9
生活2年	69 18.4	6 6.5	6 7.8	0 0.0	75 16.0
合計	375 80.1	93 19.9	77 16.5	16 3.4	468

2. 各種メディアの利用状況

問2 次の情報機器や出版物等は (①よく利用 ②時々利用 ③利用しない)

※メディアの種類については、図1-1及び図1-2、又は表2-1及び表2-2参照

(1) 全体の集計 (全員が回答、表2-1及び2-2)

この質問について、「よく利用」と「時々利用」を合算して、ジャンル別にまとめた

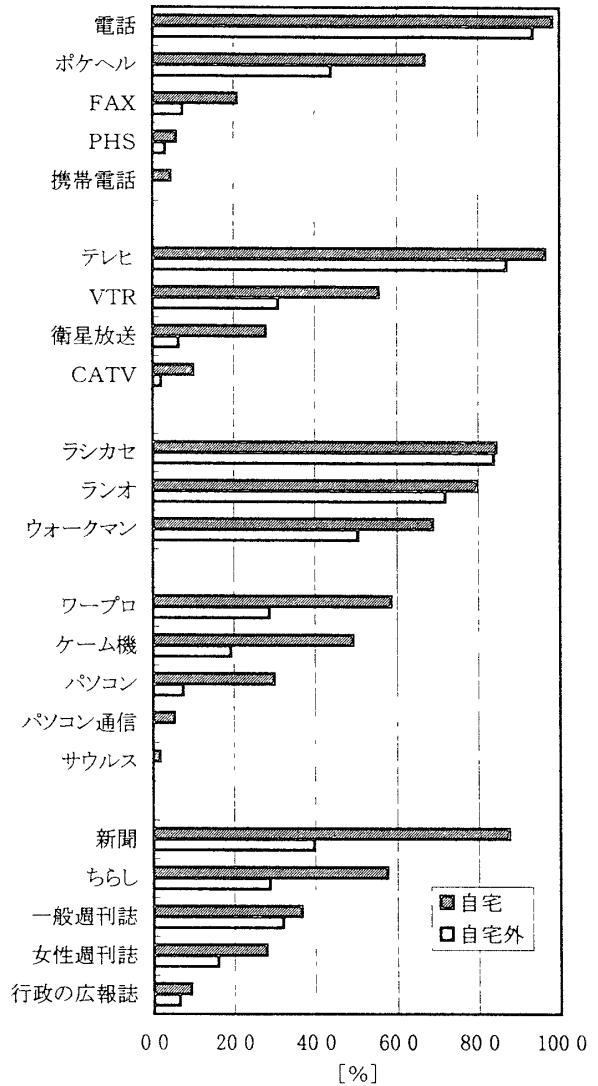


図1-1 各種メディアの利用状況

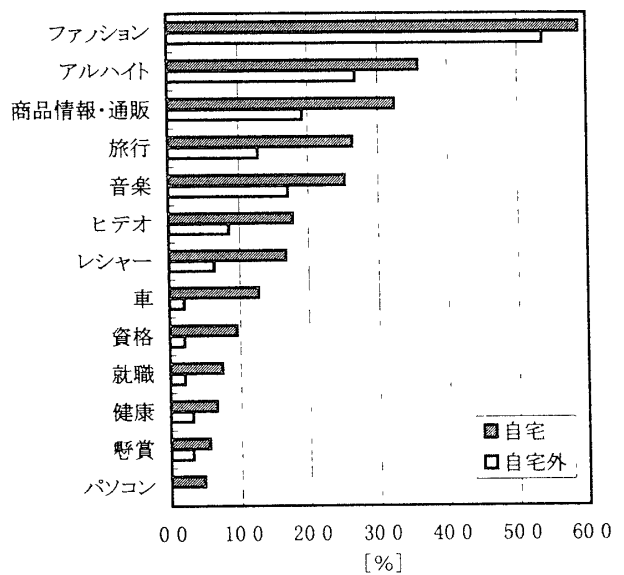


図1-2 情報誌の利用状況

(なお、今回の中心テーマを自宅外通学生と自宅通学生の比較に置いているため、この関係だけは作図し本文中に挿入したが、全体のデータについては表にして、本文の後に掲載することとした)

・全体で、過半数の学生が利用していると答えたものを順に挙げていくと、「電話」、「テレビ」、「ラジカセ」、「ラジオ」、「新聞」、「ウォークマン」、「ポケベル」、「ファッション情報誌」が上位となっている

(2) 自宅通学生と自宅外通学生との比較 (図1-1及び情報誌については図1-2)

・「電話」、「テレビ」、「ラジカセ」、「ラジオ」、「ファッション情報誌」については、あまり大きな差は見られなかった。これらは今や個人所有になってきたためであろう。

・「新聞」、「女性週刊誌」、「ワープロ」、「パソコン」、「VTR」、「FAX」、「衛星放送」について、自宅生と自宅外通学生の間で差が見られる。これらのうち多くは、個人所有ではなくて、家庭所有の状態にあるからと考えられる。ポケベルについてはこの差の原因は分からない。

・特に「新聞」では、自宅生の87.5%が利用しているのに対し、自宅外通学生では39.8%しか利用されておらず、大きな開きが見られた。この差は他のメディアと比べてもっとも著しい。

・各種情報誌については、一番多い「ファッション」では差がなかったが、「アルバイト」、「商品情報・通販」、「旅行」、「車」で差が見られた。

(3) 自宅通学生と自宅外通学生で、利用しているメディアの延べ数について調べてみた。

利用していると答えたメディアの数は、全体で5437件である。これは一人当たり11.6件のメディアを利用していることになる。ただし、自宅生では一人当たりの利用メディア数が12.5件であるのに対し、自宅外生は8.8件と、少なくなっている。

※(1)~(3)の傾向は、昨年度の調査でも見られた

(4) アパート生活者と寮生活者の比較 (寮生活者の数が少ないので正確ではない) では特に大差はないが、アパートのほうが、ワープロの使用率が22.1%であるのに対して、寮は12.5%と少ない。情報誌については、かなりの差がみられる。例えば、「アルバイト誌」については、アパートが28.6%であるのに対し、寮は5.9%にすぎない。「商品情報・通販誌」の項目では、アパートが20.8%に対し、寮が12.5%である。「ビデオ誌」についてはアパートが6.5%に対し、寮が12.5%である。「ファッション誌」はアパートが55.8%に対し、寮が37.5%である。

3.世の中の動向を認識するためのメディア

問3 世の中の動きを知るためによく利用しているもの (3つ以内)

※選択肢については、図2又は表3参照

(1) 集計 (全員が回答、表3)

回答者468人中、「テレビ」と答えた学生が、445人(95.1%)と、やはり多かった。また、「週刊誌」や「ラジオ」といったメディアよりも、友人や家族との「会話」と答えた割合が多く、周囲の人とのコミュニケーションから、身近な情報を得ていることがうかがえる。

(2) この問について、自宅生と自宅外通学

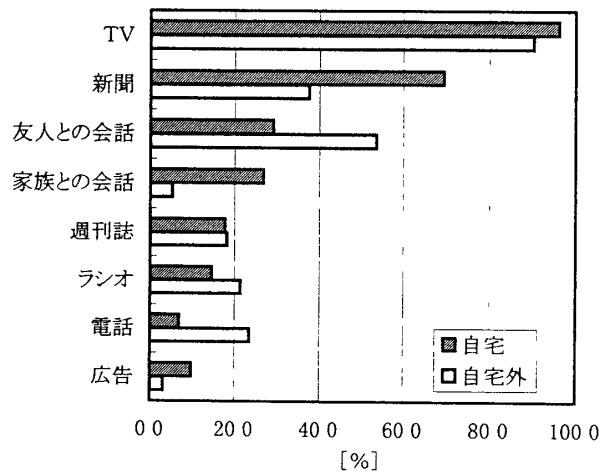


図2 世の中の動きを知るメディア

生との比較を行った結果を図2に示す

・自宅生では「TV」に次いで「新聞」,「友人との会話」,「家族との会話」の順であったが,自宅外通学生では,「新聞」が少なく,「友人との会話」が多いという逆転が見られる

4. テレビ番組について

問5 テレビでよく見る番組 (複数可)

※選択肢については, 図3又は表4参照

(1) 本問にたいし, いづれかの項目に回答した者462人(98.7%) このうち項目の多い順に挙げると, 「ドラマ・映画」, 「バラエティ」, 「気象・天気」, 「一般ニュース」, 「歌謡」となっている 娯楽番組の視聴率が高いといえる

(2) 自宅生と自宅外生のとの比較をクラフ化したものを, 図3に示す この間については自宅生と自宅外通学生との間で, ほとんど差が認められなかった

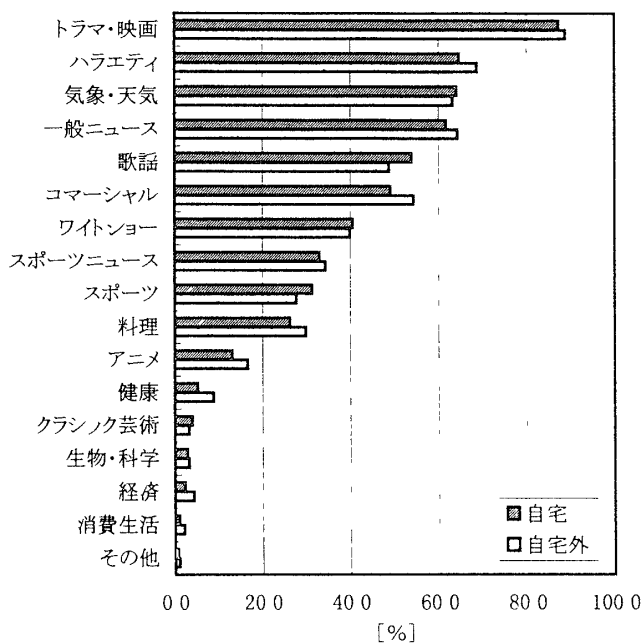


図3 テレビで視聴する番組

5. 新聞記事について

問6 新聞記事の中でよく読む項目 (複数可)

※選択肢については, 図4又は表5参照

(1) この間に対する回答者458人 (97.9%) を全体でみる

・よく読まれている記事を, 上位から挙げていくと, 「テレビ・ラジオ番組」, 「気象・天気」, 「広告」, 「スポーツ」, 「占い」, 「災害・事故」, 「犯罪」となっている

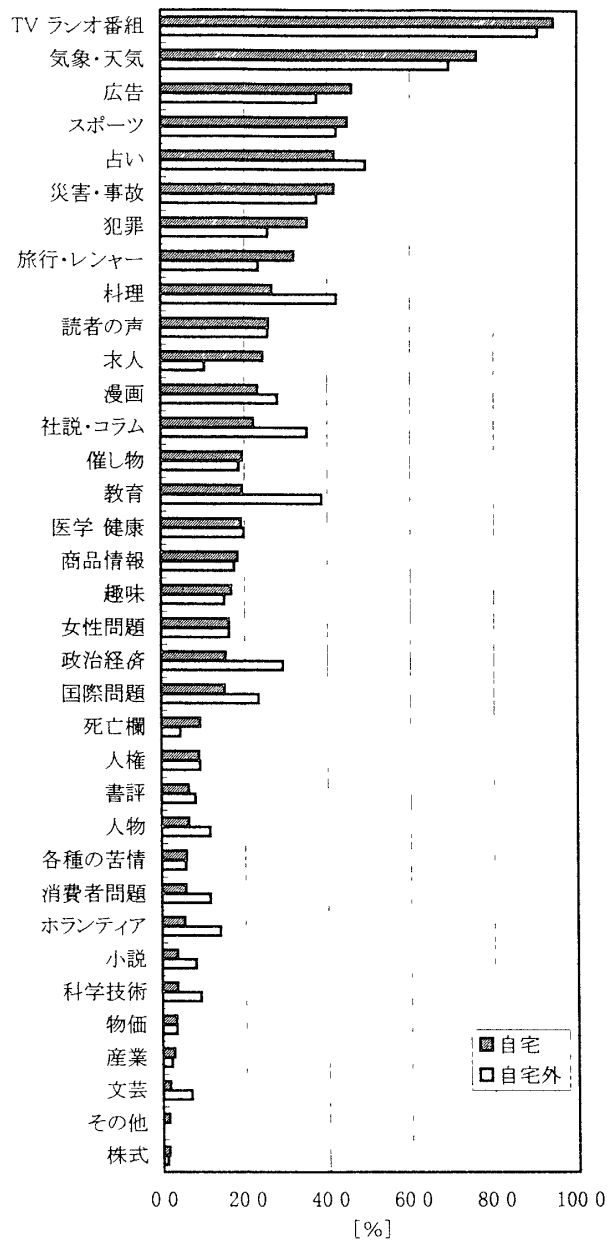


図4 新聞でよく読む記事

- ・「気象・天気」、「広告」、「災害・事故」、「犯罪」、「料理」、など身近な問題に関する記事については関心を持って読んでいるようである

- ・社会関連の「政治経済」、「産業」、「国際問題」、「女性問題」などはあまり読まれてはいないが、「読者の声」については比較的読まれている割合が高い

(2) 自宅生と自宅外生との比較 (図4)

- ・自宅生より自宅外生によく読まれている記事は、「料理」、「社説・コラム」、「教育」、「政治経済」である。「料理」は自炊のためと理解できるが、社会に関係のある記事が自宅生より多いのは、独立して生活しているために社会との接点がより多いためであろうか

- ・自宅生の方がよく読んでいるのは、「犯罪」、「求人」、「旅行・レジャー」、「広告」、である

- ・自宅生は身近な話題を、また自宅外生は社会の動きを、新聞から知ろうという傾向が見受けられる この理由としては、家庭で簡単に読むことができる自宅生に対し、自宅外通学生が新聞を読むには、料金を払って購読するか、あるいは図書館等で読むかしかなく、かなり意図しないと読む機会が得られない状況の中では、社会に対する意識の強い者が回答をしているものと推測される。

6. 学生の関心事

問4 いま興味を持っている事柄 (3つ以内)

※選択肢については、図4又は表 参照

(1) 全体では、(全員が回答)

- ・「買い物」が最も多く、次いで「ファッション」、「恋愛」、「職業・就職」という結果であった 本調査では、最終学年でなくて就職にはまだ少し間がある学生が全体の85.3%を占めたこともあってか、「就職・職業」よりも「買い物」や「ファッション」のほうに関心が高い。

- ・「政治経済」、「地方行政」、「科学技術」等には、ほとんど関心を示していない

(2) 自宅生と自宅外生との比較 (図5)

- ・「ファッション」は自宅生が高く、「これからの生き方」、「教育」において自宅外生の方が高い。特に「生き方」で差が大きい。ただ、自宅外生に「教育」が多いのは児童教育学科生の割合が大きいためと考えられる。

- ・「これからの生き方」に関心があると答えた自宅外通学生31名について、どのようなライフスタイルを望んでいるかを問8とクロス集計してみたところ、22名が「結婚後も職業を持って働きたい」と答え、意識の高さを示している。

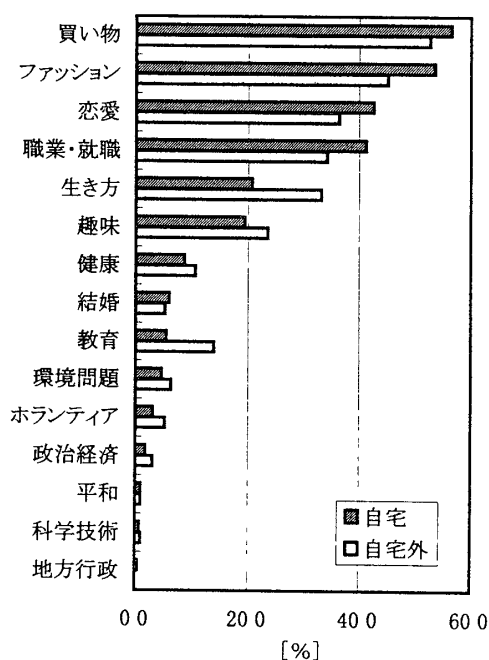


図5 興味を持っていること

7. 情報収集に対する指向について

問7 あなたは情報を集めることに

(①積極的 ②中くらい ③積極的ではない)

(1) この問に対する回答の全体の集計結果

(446名(99.1%)回答)では、

・自分が情報収集に積極的だと答えた者は、全体の32名(6.9%),「中くらい」が289名(62.3%),「積極的ではない」が143名(30.8%)となっている

(2) 自宅生と自宅外生の比較 (図6)

・「積極的」と答えた者は、自宅生で4.6%,自宅外通学生では12.1%である。また、「積極的ではない」と答えた者が、自宅生で31.8%,自宅外通学生では26.9%であり、自宅外通学生の方が、情報収集に対して積極的であることがわかる

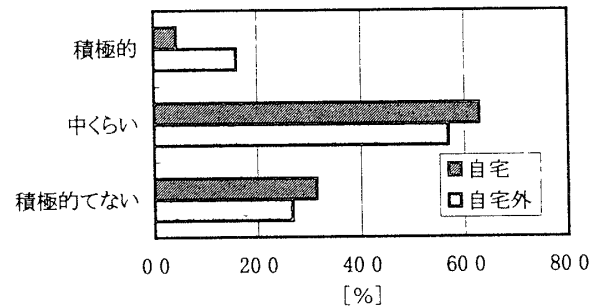


図6 情報収集の積極さ

8. 望むライフスタイル

問8 あなたの望むこれからの生き方

(①結婚しても職業を持ち、一生働きたい ②結婚後はパート程度にしたい ③専業主婦でいたい ④結婚はせずに働きたい ⑤その他)

(1) この問に対する回答の全体の集計結果 (463名(98.9%)回答)では、

・結婚後も何らかの形で働きたいと望んでいる学生は、463名中363名、全体の78.4%に及んだ。また、「結婚せずに働きたい」と答えた者が11名(2.4%)いた。8割の学生が、主婦として家庭の中だけにとどまっているのではなく、外に出て働きたいと望んでいることがわかる

・「その他」に回答した28人の主なものには、「結婚相手による」、「職業による」、「子離れしたら」、「幸せになればよい」、「迷っている」などがあつた

(2) 自宅生と自宅外生との比較 (図7)

・「結婚しても職業を持ち、一生働きたい」と答えた自宅外生は、55.9%と、半数を超えており、自宅生の40.3%を上回っている

・自宅生では、「パート程度にしたい」という回答が「結婚しても職業を持ち働きたい」と答えた者よりわずかに多く、39.7%であった

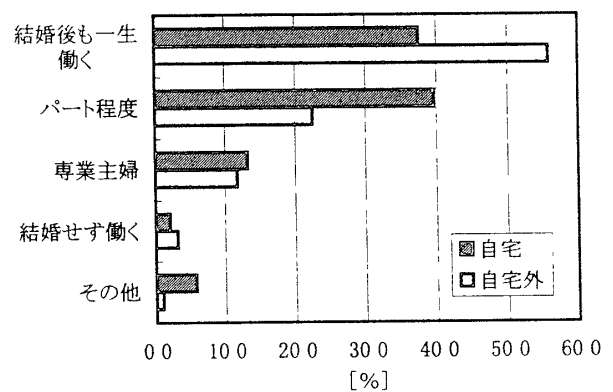


図7 望むライフスタイル

9. クロス集計の結果から

(1) 「望むライフスタイル」と「情報収集に対する態度」

学生が希望するライフスタイルと、情報収集に対する積極性の間に関連性があるかどうかについて検討した。また、それらについて、生活の場の違いで差異があるのかも調べた

全体で情報収集に「積極的である」と答えた32人(全体の6.9%)の中で、「結婚後も職業を持ち、一生働きたい」と「結婚せずに働きたい」と考えている者は合計20人(62.5%)であり、「パート程度にしたいと考えている者は4人(12.5%),「専業主婦」がわずか2人(6.3%)である

情報収集の積極性と働くという意欲の間に関連が見られる。

なお、このことに関しては、自宅生と自宅外生のあいだに差はみられなかった。

(2) 情報収集に積極的な学生について

情報収集に対して「積極的である」と答えた学生について、他の学生とどのような点で異なっているのか検討してみた。また、生活の場の違いで違いがあるのかも検討した。

ア 「世の中の動きを知るメディア」

・調査対象全体で、問3の「世の中の動きを知るメディア」として、「新聞」を挙げた者は299名(63.2%)であるが、「情報収集に積極的」と回答した者32名のうち、「新聞」を挙げた者は25名(78.1%)と割合は高くなっている。これを自宅生と自宅外生に分けて検討すると、自宅生で「新聞」を選んだ者は261名で、自宅生全体の69.6%であるが、「情報収集に積極的」な者17名のうち、「新聞」を挙げたのは15名(88.2%)である。一方、自宅外生では「新聞」を選んだ者34名で、自宅外生全体の37.6%であるが、「情報収集に積極的」と答えた者15名のうち、「新聞」を挙げたのは10名(66.7%)であった。

・自宅外生では、全体では37.6%の利用率であったが、情報収集に積極的な者の利用率は66.7%と高く、「情報収集に積極的」な者が新聞をよく利用している。

・「新聞」は、自宅生でも、全体よりも利用率が上がっている。さまざまな情報を手に入れるためには、新聞を利用するのがよいと考えている者が多いことを示している。

・新聞以外では特に目立った差が見られなかった。

イ 「興味・関心」

・自宅外学生のうち、情報収集に積極的な学生が、最も関心を持っているのは「生き方」であったが、自宅生のうち、情報収集に積極的な学生が関心を持っているのは「ファッション」で、「生き方」は15項目中7位となり、大きな差が出た。また、「政治経済」、「環境問題」の項目についても、自宅外生の方が順位が高い。このことから、自宅外生の方が自宅生よりも社会的関心度が高いと言える。

ウ 「よく読む新聞記事」

・自宅生では全体の傾向は、「情報収集に積極的」な学生とそうでない学生との間で読む記事には大きな差はない。しかし、自宅外生については、自宅外生全体の順位は「TV・ラジオ番組」、「気象・天気」、「占い」、「スポーツ」、「料理」が上位にくるが、「情報収集に積極的」な学生の傾向は、「TV・ラジオ番組」に次いで「社説・コラム」、「教育」が続くなど、差が見られる。

10. 考 察

今回の調査結果について、感想と今後の課題を述べる。

・本学の学生のほぼ全員が利用している最大の情報メディアであるテレビにおいては娯楽番組の視聴が高い。生活の潤滑油ともいえる娯楽ものを全面否定するつもりはないが、いたずらに時間を浪費してしまうことに学生としての問題は残る。

・また、自宅外通学生は、自宅通学生に比べて得られる情報量が少ない。自宅外生はファミリーユースのメディアにおいて利用度が低いのは当然としても、特に量・質ともに優れていると考えられる新聞においてその差が大きい。目先の就職試験をとっても不利は免れない。アパート暮らしの学生にとって月4,000円弱の支出は決して軽くはないが、他の不要な支出を削ってでも購読したり、あるいは学校などで読むように指導した方が好ましいといえる。

・最近は、生活環境の変動が激しいが、自己の理想とするライフスタイルに合わせて的確に生活情報を収集・活用する能力の育成が求められている。将来の家庭生活上で重要な役割の一端を担う女性の教育に当たる者として、情報リテラシー教育の重要性を認識した。今後の教育への課題である。

・今回の調査は、標本抽出に十分でない点があった。これも課題として改善していきたい。

要 約

1. 自宅外通学生群は自宅通学生群に比して情報収集量が少ない。特に「新聞」において著しい。しかし、自宅外通学生は情報収集への意欲はむしろ高い。
2. 目的意識を持って情報を獲得する場合、テレビよりもむしろ新聞の方を利用している。
3. 情報収集に積極的な者は、新聞からさまざまな情報を得ているようである。また、新聞の読み方は、自宅外通学生と自宅から通う学生との間で多少違いがある。自宅外通学生では、社会の動きを知るために利用している傾向があるが、自宅通学生においては、社会の動きを知ることだけを目的としているのではなく、自分の趣味や楽しみに関する情報を得るためにも、新聞を活用している。
4. 情報収集に対して「積極的である」と答えた学生は、ライフスタイルにおいても積極的である。逆に、自分のこれからの生き方に関心があるからこそ、積極的に情報を収集しているのではないか。

参 考 文 献

- 1) 岩下紀久雄 生活情報の収集に関する調査, 名古屋女子大学紀要(家政・自然編), 42号, pp129~138 (1996)

別添 調査データ

表2-1 各種メディアの利用状況
(上段は人数, 下段は%)

	自 宅	自 宅 外		合 計	
		アパート	寮		
電 話	369 98.4	87 93.5	73 94.8	14 87.5	456 97.4
ポ ケ ヘ ル	252 67.2	41 44.1	35 45.5	6 37.5	293 62.6
F A X	79 21.1	7 7.5	4 5.2	0 0.0	86 18.4
P H S	22 5.9	3 3.2	1 1.3	2 12.5	25 5.3
携 帯 電 話	17 4.5	0 0.0	0 0.0	0 0.0	17 3.6
ラ シ カ セ	317 84.5	78 83.9	62 80.5	11 68.8	395 84.4
ラ シ オ	299 79.7	67 72.0	44 57.1	10 62.5	366 78.2
ウ ォ ー ク マ ン	259 69.1	47 50.5	33 42.9	4 25.0	306 65.4
T V	362 96.5	81 87.1	71 92.2	10 62.5	443 94.7
V T R	209 55.7	29 31.2	26 33.8	1 6.3	238 50.9
衛 生 放 送	106 28.3	6 6.5	2 2.6	1 6.3	112 23.9
C A T V	38 10.1	2 2.2	2 2.6	0 0.0	40 8.5
ワ ー プ ロ	220 58.7	27 29.0	17 22.1	2 12.5	247 52.8
ケ ー ム 機	185 49.3	18 19.4	9 11.7	1 6.3	203 43.4
パ ノ コ ン	113 30.1	7 7.5	2 2.6	1 6.3	120 25.6
パ ノ コ ン 通 信	20 5.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	20 4.3
サ ウ ル ス	7 1.9	0 0.0	0 0.0	0 0.0	7 1.5
新 聞	328 87.5	37 39.8	24 31.2	10 62.5	365 78.0
ち ら し	216 57.6	27 29.0	13 16.9	7 43.8	243 51.9
一 般 週 刊 誌	138 36.8	30 32.3	25 32.5	4 25.0	168 35.9
女 性 週 刊 誌	106 28.3	15 16.1	14 18.2	1 6.3	121 25.9
行 政 の 広 報 誌	35 9.3	6 6.5	4 5.2	0 0.0	41 8.8
合 計 一人当たりの件数	3697 9.9	615 6.6	461 6.0	85 5.3	4312 9.2

表2-2 情報誌の利用状況
(上段は人数, 下段は%)

	自 宅	自 宅 外		合 計	
		アパート	寮		
フ ェ シ ョ ン	221 58.9	50 53.8	43 55.8	6 37.5	271 57.9
ア ル ハ イ ト	135 36.0	25 26.9	22 28.6	3 18.8	160 34.2
商 品 情 報 通 販	122 32.5	18 19.4	16 20.8	2 12.5	140 29.9
旅 行	99 26.4	12 12.9	12 15.6	0 0.0	111 23.7
音 楽	95 25.3	16 17.2	15 19.5	0 0.0	111 23.7
ヒ テ オ	67 17.9	8 8.6	5 6.5	2 12.5	75 16.0
レ ン ャ ー	63 16.8	6 6.5	6 7.8	0 0.0	69 14.7
車	48 12.8	2 2.2	1 1.3	1 6.3	50 10.7
資 格	36 9.6	2 2.2	2 2.6	0 0.0	38 8.1
就 職	28 7.5	2 2.2	2 2.6	0 0.0	30 6.4
健 康	25 6.7	3 3.2	3 3.9	0 0.0	28 6.0
懸 賞	21 5.6	3 3.2	2 2.6	1 6.3	24 5.1
パ ノ コ ン	18 4.8	0 0.0	0 0.0	0 0.0	18 3.8
合 計 一人当たりの件数	978 2.6	147 1.6	129 1.7	15 0.9	1125 2.4

表3 世の中の動きを知るメディア
(上段は人数, 下段は%)

	目 毛	白 宅 外			合 計
		アパート	寮		
I V	361	84	75	9	445
	96.3	90.3	97.4	56.3	95.1
雑 聞	261	35	27	8	296
	69.6	37.6	35.1	50.0	63.2
友人との会話	110	50	41	9	160
	29.3	53.8	53.2	56.3	34.2
家族との会話	101	5	3	2	106
	26.9	5.4	3.9	12.5	22.6
週 刊 誌	67	17	15	2	84
	17.9	18.3	19.5	12.5	17.9
ラ ノ オ	55	20	15	5	75
	14.7	21.5	19.5	31.3	16.0
電 話	26	22	19	3	48
	6.9	23.7	24.7	18.8	10.3
広 告	37	3	3	0	40
	9.9	3.2	3.9	0.0	8.5

表4 テレビで視聴する番組
(上段は人数, 下段は%)

	目 毛	白 宅 外			合 計
		アパート	寮		
般 ニ ュ ー ス	230	58	53	5	288
	61.8	64.4	68.8	38.5	62.3
ス ポ ー ツ ニ ュ ー ス	123	31	28	3	154
	33.1	34.4	36.4	23.1	33.3
生 物 科 学	11	3	3	0	14
	3.0	3.3	3.9	0.0	3.0
科 学	9	4	4	0	13
	2.4	4.4	5.2	0.0	2.8
健 康	20	8	8	0	28
	5.4	8.9	10.4	0.0	6.1
消 費 生 活	4	2	2	0	6
	1.1	2.2	2.6	0.0	1.3
コ マ ー シ ャ ル	183	49	43	6	232
	49.2	54.4	55.8	46.2	50.2
村 理	98	27	24	3	125
	26.3	30.0	31.2	23.1	27.1
ト ラ マ 映 画	325	80	70	10	405
	87.4	88.9	90.9	76.9	87.7
ス ザ ー ノ	117	25	23	2	142
	31.5	27.8	29.9	15.4	30.7
ワ イ ト ノ ョ ー	151	36	33	3	187
	40.6	40.0	42.9	23.1	40.5
ハ ラ エ テ イ	241	62	55	7	303
	64.8	68.9	71.4	53.8	65.6
歌 謡	201	44	37	7	245
	54.0	48.9	48.1	53.8	53.0
ア ニ メ	49	15	13	2	64
	13.2	16.7	16.9	15.4	13.9
ク ラ ノ ク 芸 術	15	3	3	0	18
	4.0	3.3	3.9	0.0	3.9
気 象 人 気	239	57	53	4	296
	64.2	63.3	68.8	30.8	64.1
そ の 他	3	1	1	0	4
	0.8	1.1	1.3	0.0	0.9

表5 新聞でよく読む記事

(上段は人数, 下段は%)

	自宅	自宅外		合計	
		アパート	寮		
政治経済	58 15.5	25 29.4	20 28.6	5 33.3	83 18.1
物価	13 3.5	3 3.5	3 4.3	0 0.0	16 3.5
産業	11 2.9	2 2.4	1 1.4	1 6.7	13 2.8
国際問題	57 15.3	20 23.5	16 22.9	4 26.7	77 16.8
株式	6 1.6	1 1.2	1 1.4	0 0.0	7 1.5
女性問題	61 16.4	14 16.5	13 18.6	1 6.7	75 16.4
人権	34 9.1	8 9.4	7 10.0	1 6.7	42 9.2
教育	73 19.6	33 38.8	26 37.1	7 46.7	106 23.1
科学技術	14 3.8	8 9.4	7 10.0	1 6.7	22 4.8
医学健康	72 19.3	17 20.0	13 18.6	4 26.7	89 19.4
社説コラム	83 22.3	30 35.3	27 38.6	3 20.0	113 24.7
読者の声	97 26.0	22 25.9	17 24.3	5 33.3	119 26.0
消費者問題	22 5.9	10 11.8	8 11.4	2 13.3	32 7.0
趣味	63 16.9	13 15.3	10 14.3	3 20.0	76 16.6
料理	100 26.8	36 42.4	29 41.4	7 46.7	136 29.7
小説	14 3.8	7 8.2	6 8.6	1 6.7	21 4.6
スポーツ	168 45.0	36 42.4	32 45.7	4 26.7	204 44.5
文芸	7 1.9	6 7.1	6 8.6	0 0.0	13 2.8

	自宅	自宅外		合計	
		アパート	寮		
漫画	87 23.3	24 28.2	21 30.0	3 20.0	111 24.2
犯罪	132 35.4	22 25.9	18 25.7	4 26.7	154 33.6
未成人	92 24.7	9 10.6	8 11.4	1 6.7	101 22.1
商品情報	69 18.5	15 17.6	11 15.7	4 26.7	84 18.3
各種の苦情	23 6.2	5 5.9	4 5.7	1 6.7	28 6.1
災害事故	156 41.8	32 37.6	28 40.0	4 26.7	188 41.0
人物	25 6.7	10 11.8	8 11.4	2 13.3	35 7.6
書評	25 6.7	7 8.2	5 7.1	2 13.3	32 7.0
旅行レジャー	120 32.2	20 23.5	19 27.1	1 6.7	140 30.6
死亡欄	35 9.4	4 4.7	4 5.7	0 0.0	39 8.5
ボランティア	21 5.6	12 14.1	11 15.7	1 6.7	33 7.2
催し物	73 19.6	16 18.8	15 21.4	1 6.7	89 19.4
占い	156 41.8	42 49.4	36 51.4	6 40.0	198 43.2
TVラジオ番組	352 94.4	77 90.6	62 88.6	15 100.0	429 93.7
広告	172 46.1	32 37.6	26 37.1	6 40.0	204 44.5
気象天気	284 76.1	59 69.4	46 65.7	13 86.7	343 74.9
その他	6 1.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0	6 1.3

表6 興味をもっていること
(上段は人数, 下段は%)

	自宅	自宅外		合計	
		アパート	寮		
買い物	212	49	40	9	261
	56.5	52.7	51.9	56.3	55.8
ファッション	201	12	35	7	243
	53.6	45.2	45.5	43.8	51.9
忍 夏	160	34	29	5	195
	42.7	36.6	37.7	31.3	41.7
職業 就職	155	32	28	4	187
	11.3	34.4	36.4	25.0	40.0
生き方	78	31	27	4	110
	20.8	33.3	35.1	25.0	23.5
趣味	73	22	18	4	97
	19.5	23.7	23.4	25.0	20.7
健康	33	10	7	3	13
	8.8	10.8	9.1	18.8	9.2
結婚	23	5	4	1	28
	6.1	5.4	5.2	6.3	6.0
教育	21	13	9	4	34
	5.6	14.0	11.7	25.0	7.3
環境問題	18	6	5	1	25
	4.8	6.5	6.5	6.3	5.3
ボランティア	12	5	5	0	17
	3.2	5.4	6.5	0.0	3.6
政治経済	7	3	3	0	10
	1.9	3.2	3.9	0.0	2.1
平和	4	1	1	0	5
	1.1	1.1	1.3	0.0	1.1
科学技術	3	1	1	0	4
	0.8	1.1	1.3	0.0	0.9
地方行政	2	0	0	0	2
	0.5	0.0	0.0	0.0	0.4

表7 情報収集の積極的さ
(上段は人数, 下段は%)

	自宅	自宅外		合計	
		アパート	寮		
積極的	17	15	13	2	32
	4.6	16.1	16.9	12.5	6.9
中くらい	236	53	47	6	289
	63.6	57.0	61.0	37.5	62.3
積極的でない	118	25	17	8	143
	31.8	26.9	22.1	50.0	30.8

表8 望むライフスタイル
(上段は人数, 下段は%)

	自宅	自宅外		合計	
		アパート	寮		
結婚後も一牛働く	141	52	45	7	193
	38.1	55.9	58.4	43.8	41.7
ハート程度	149	21	17	4	170
	40.3	22.6	22.1	25.0	36.7
専業主婦	50	11	8	3	61
	13.5	11.8	10.4	18.8	13.2
結婚せず働く	8	3	3	0	11
	2.2	3.2	3.9	0.0	2.4
その他	22	6	4	2	28
	5.9	6.5	5.2	12.5	6.0
全 白	5	0	0	0	5
	1.4	0.0	0.0	0.0	1.1