

「コロナ禍における女子大生の行動変化に関する調査」の概要と結果

当協会は、会員大学の協力のもとにT A (Textiles Advisor:衣料管理士)の養成課程の学生に、「衣料の使用実態調査」(取得・所持・使用の実態)を毎年実施している。同時に話題性の高いテーマでトピックス調査を実施している。

コロナ禍の中、大学の授業もオンラインでの実施を余儀なくされ、大学生の行動も大きく制約を受けた。具体的な状況について、令和2年度は「コロナ禍における女子大生の行動変化に関する調査」を行った。以下にその一部を紹介する。

調査実施概要

調査対象	全国の衣料管理士養成課程の女子学生 581 名 (平均年齢 20.5 歳)
調査期間	令和2年(2020年)12月末から令和3年(2021年)1月初旬(冬休み期間)
調査方法	配票調査及び託送調査

調査結果概要

●女子大生の情報源は SNS がトップ

情報源は SNS が圧倒的に一番の影響力を持ち、続いてテレビ、モバイルでのインターネットである。コロナ禍ということもあり、友人・知人からの情報はスマートフォンアプリよりも少ない結果となった。雑誌・書籍は限定的で、新聞は 581 名中 4 名のみと、大半の学生は新聞からは情報を得ていない結果となった。

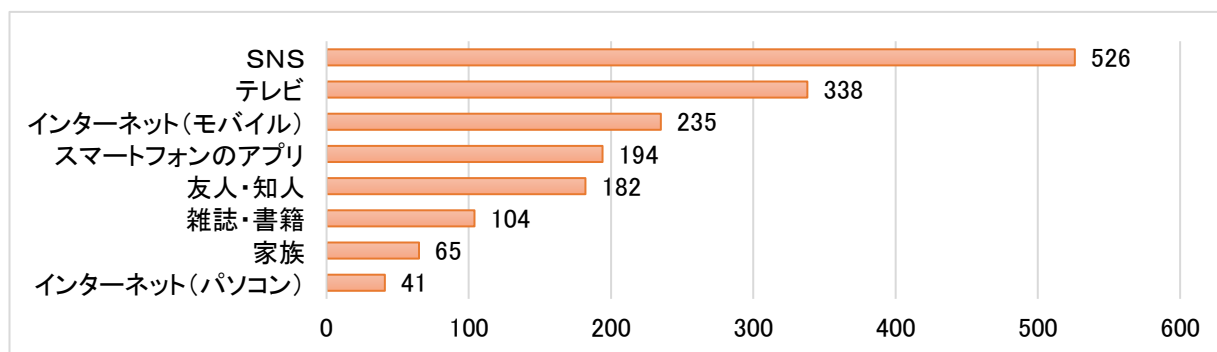


図1：影響を受けている情報源（複数回答）（単位:人）

●大学の授業形態はオンラインと対面のミックス

オンラインと対面半々が全体の 42.9%と一番多く、中学・高校同様に対面授業のみは 2.6%であった。、ちなみに、同じ地域でも、大学によって方針が異なっていた。

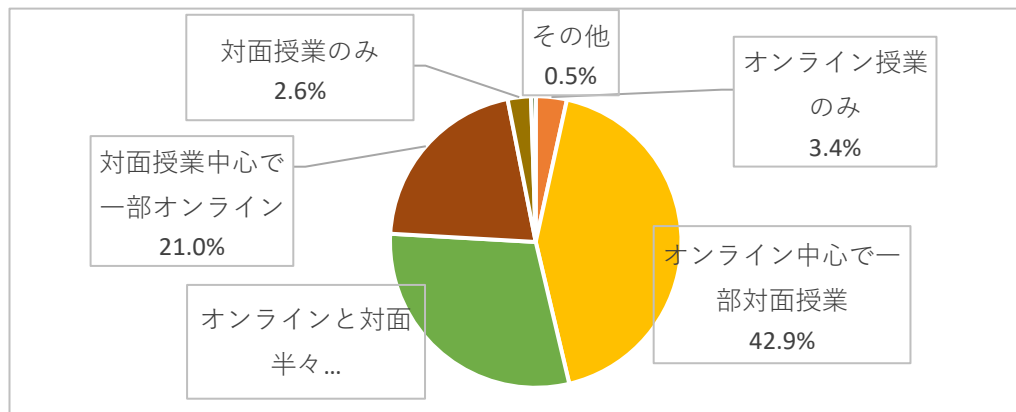


図2：コロナ禍における大学の授業形態

●ファッション商品はインターネットがますます増加

1年前と比べ、インターネットを活用した購入の割合は、「あまり変わらない」が43.0%と最も多いが、「かなり増えた」と「やや増えた」を合わせると54.1%と、ファッション商品の購入はインターネットがますます増加傾向にある。逆に減っている人は2.8%と、非常に少ない。

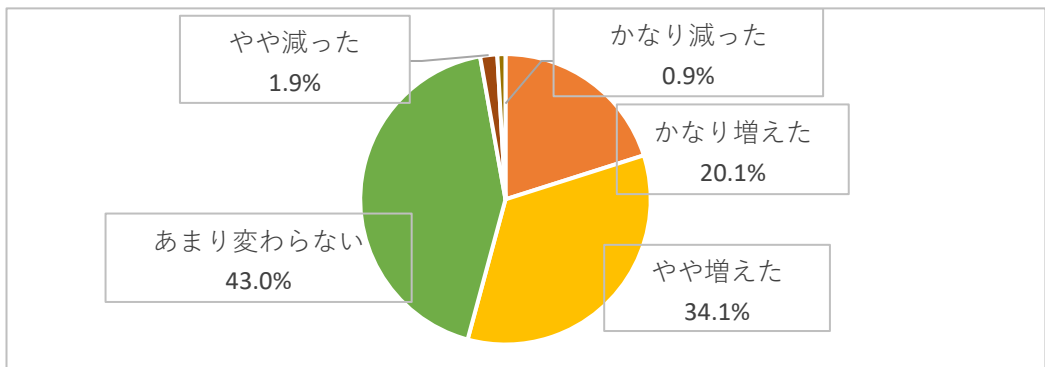


図3：インターネットによるファッション商品の購入

●コロナ禍で一番増えたのはネット時間

コロナウイルス感染が広がる1年前と比較して行動の変化を調べた。

「インターネットの利用時間」が増えた女子大生が89.8%と圧倒的に多く、減ったのは0.3%のみであった。「フリマアプリの使用」については28.3%の人が増えている。時間の使い方として、ステイホームは結果的に「家族との会話時間」の増加を促したと考えられる。またゲームの時間も増えている人のほうが多い。

ファッションの購入については、「外出着の購入」について減った人が51.8%と多かったのに対して、「部屋着の購入」は71.9%が変わらないと回答している。また「メイクアップ化粧品の購入」も41.7%が減っている。一般的に指摘されている業界の売上の減少を裏付ける結果となった。

食生活については、「外食」は66.9%が減っており、それに代わって中食の「デリバリー」は36.8%が増えている。

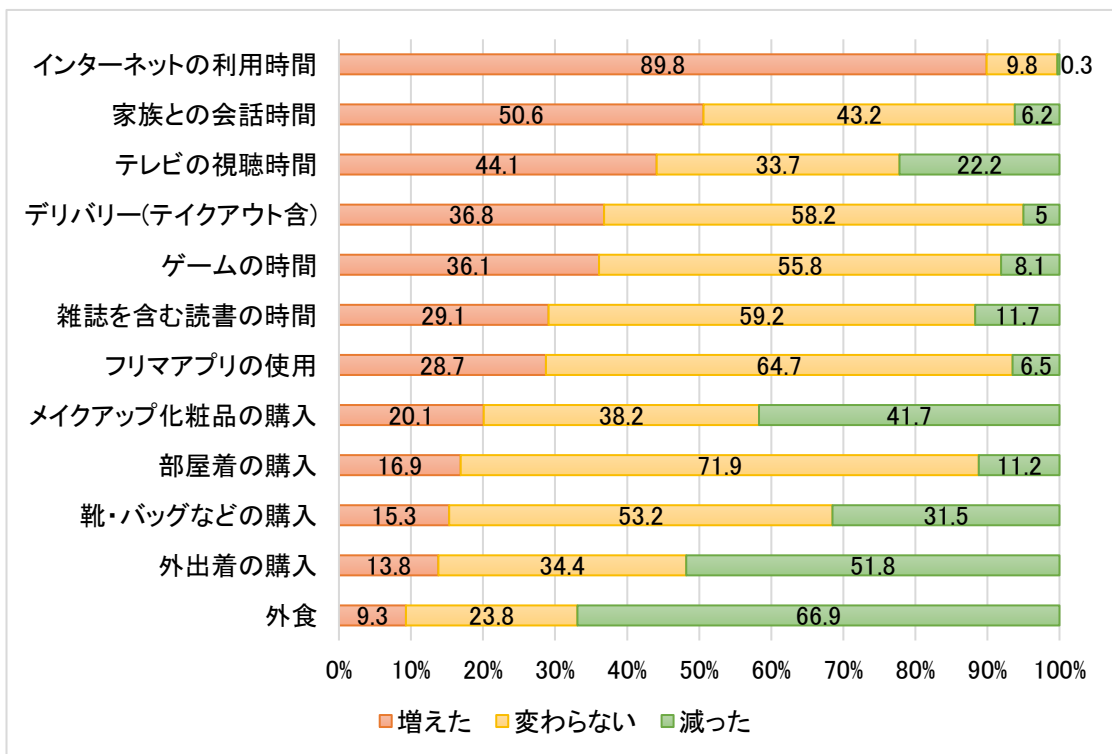


図4：様々な行動に関する1年前との増減

●オンライン授業中心の学生はネットでの買い物が多い？

授業形態別にコロナ禍以前の1年前と外出着とメイクアップ化粧品の購入増減の状況を調べてみた。まず、全般的にみれば、「減った」という比率が高い。

その中でも、対面授業中心であれば外出しているから、外出着やメイク化粧品が必要となるのではと予測したが、実はオンライン授業中心の学生のほうが増えたという回答が多かった。

つまり、オンライン授業でネットにアクセスする機会が増えた結果、ショッピングサイトでの買い物も増えたのではないかという状況が考えられる。メイク化粧品についてもオンライン中心の学生のほうが増えている。外出時はマスク着用であるが、リアルタイム型のオンライン授業の場合、家からビデオオンで受講する際はほぼマスクはしていない。顔を出して参加するため、メイクアップ化粧品を必要としている可能性が高いと考えられる。

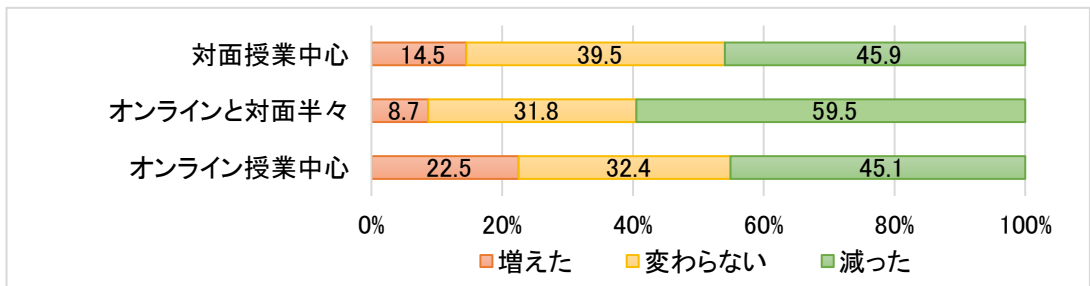


図5：授業形態別の外出着購入に関して1年前との比較

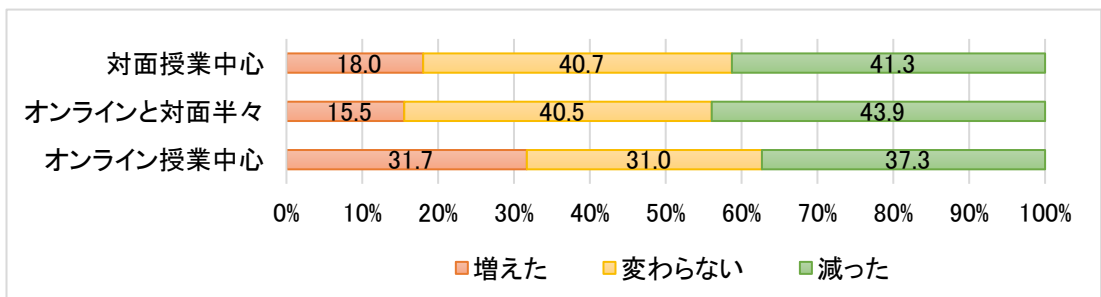


図6：授業形態別のメイク化粧品購入1年前との比較

●外出着とメイクアップ化粧品購入の傾向

1年前に比べて外出着購入とメイクアップ化粧品の増減の関係をみると、まず両方減っている人が最も多い。ただし、外出着の購入が増えている学生については、メイクアップ化粧品も増えている。年齢別でみると両方増えた人は、1年前は高校生であった1年生の比率が高い。大学生になって、私服やメイクアップ化粧品を買い揃えている様子が伺える。

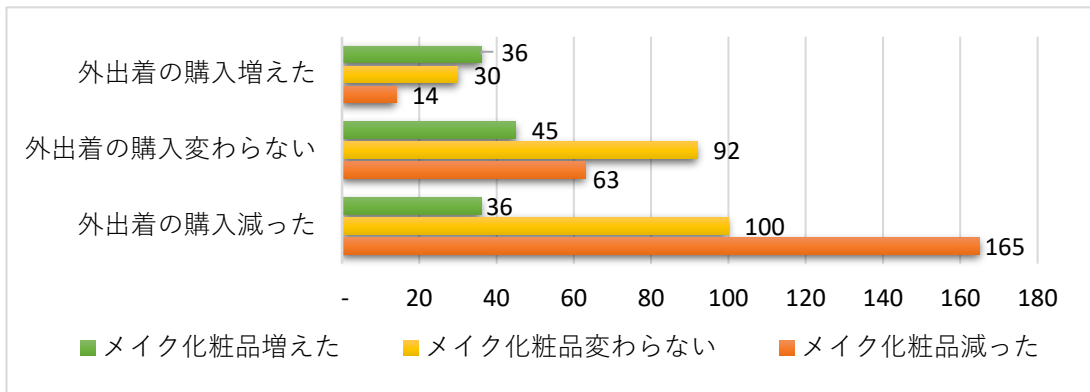


図7：外出着とメイクアップ化粧品の購入の増減 (単位:人)

●衣服の所有枚数とコロナ禍における衣服購入の傾向

コロナ禍において、もともと衣服の所持枚数が多ければ新たに購入する必要がないのか、あるいは衣服を沢山購入している人は引き続き購入を続けているのかについて、所持枚数を「多い層」「中間層」「少ない層」に分けて分析を行った。

図8にあるように、外出着については、所持枚数に大きな差がなく、減った人が約半数と多かった。図9:部屋着については、コロナ禍以前と変わらない人が7割前後と多く、外出着と同様に所持枚数との関係は見られなかった。

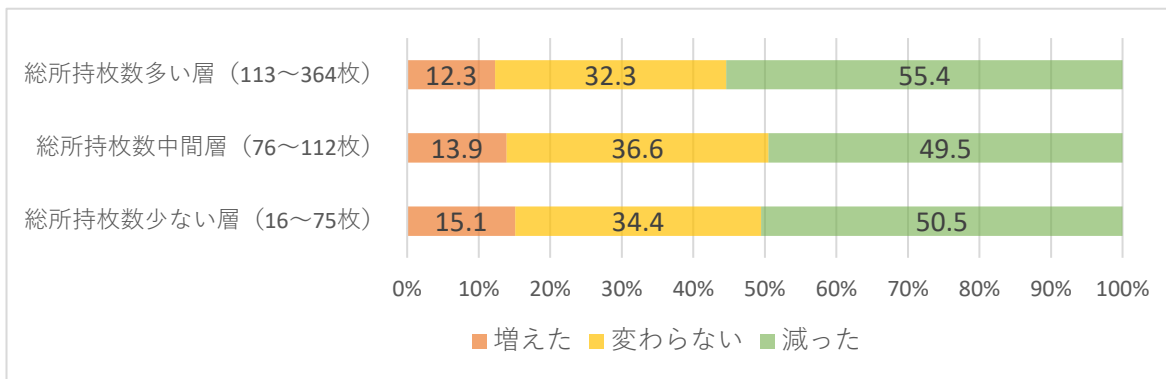


図8：衣服の総所持枚数別の外出着の購入増減

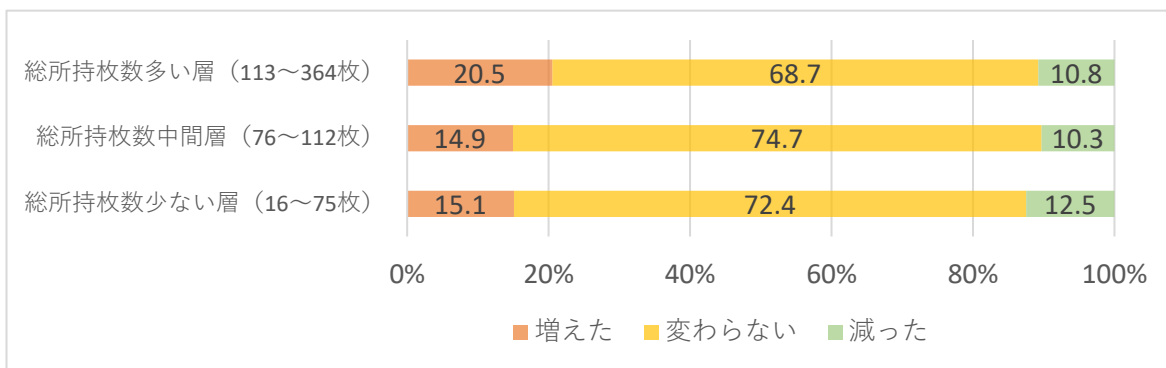


図9：衣服の総所持枚数別の部屋着の購入増減

●おわりに

コロナ禍における女子大生の行動変化を調べてみた結果、オンライン授業がさらにインターネット中心の生活への移行を後押ししている様子が浮き彫りとなった。

<本件に関する問い合わせ先>
 一般社団法人日本衣料管理協会 調査部会
 URL: <http://www.jasta1.or.jp/research/research.html>
 E-mail : jasta@mtb.biglobe.ne.jp