

広聴調査結果(ポイント)【平成28年度】

日本学生支援機構 広報課

1. 調査の概要

調査概要

平成28年度 広聴調査（隔年実施、前は平成26年度）

調査目的

進学・留学資金の検討実態、日本学生支援機構の認知状況を把握し、

- ・ 高等教育への進学や留学に関する学生および学生の親への広報
- ・ 機構の事業を理解してもらうための訴求力のある情報発信

などの施策を検討するための基礎資料とする。

調査対象者 条件

【性別】 男女 ／ 【年齢】 18～69歳 ／ 【地域】 全国

今回の調査対象者は、以下の2通り（JASSOの奨学金貸与の有無を問わない）：

①「大学生本人」(大学1年生、大学2年生) ／ ②「親」大学1年生、大学2年生の子供がいる

サンプル数

本調査：800サンプル

	大学1年生		大学2年生		合計
	男性	女性	男性	女性	
大学生本人	100	100	100	100	400
親	100	100	100	100	400
合計	200	200	200	200	800

調査手法

インターネットモニター調査(※)

※調査会社にモニター登録している人に対して調査回答依頼を行い、ウェブ上の調査画面から回答してもらう調査・アンケート回収方法

調査期間

2017年1月12日(木)～1月16日(月)（前回調査時期：2014年11月6日(木)～11月8日(土)）

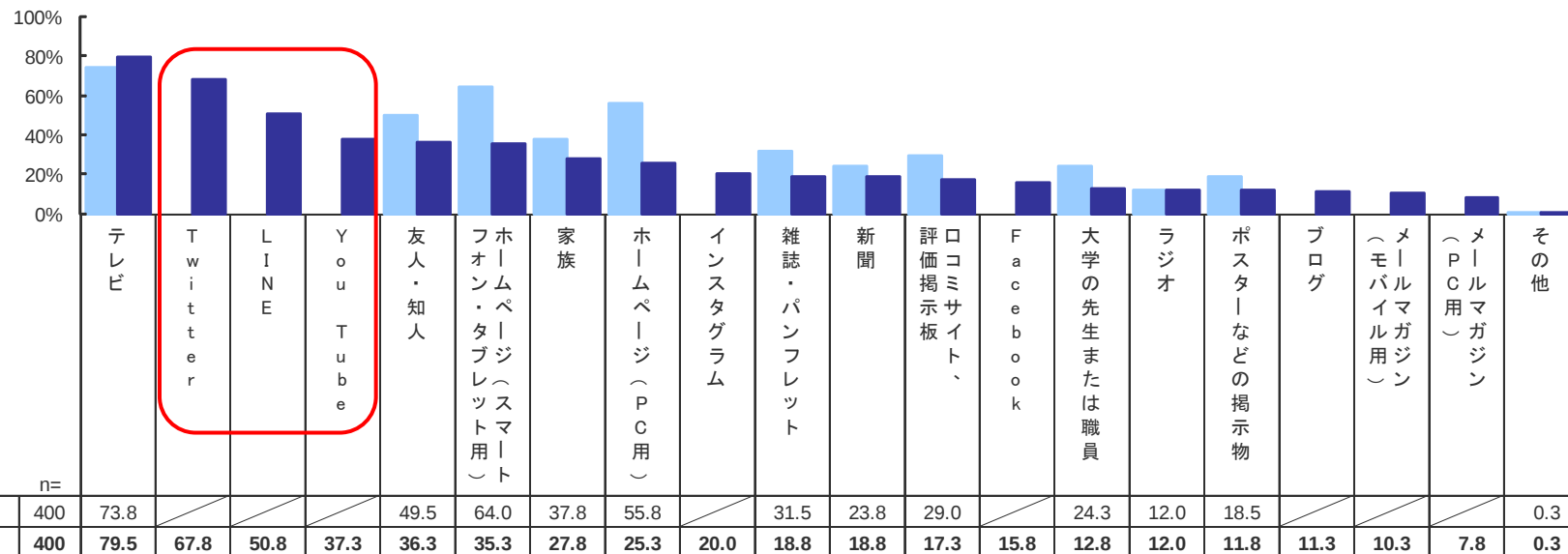
2. 調査結果のポイント

(1) 日常情報入手

■大学生が日常的な情報を収集する際に参考になっている情報源は、「テレビ」(79.5%)が最も高く、以下「Twitter」(67.8%)、「LINE」(50.8%)と続き、**ソーシャルメディア**を利用している傾向が明らかである。

- ・ 前回調査と比較すると、「Twitter」、「LINE」、「You Tube」といった今回から追加された項目が、「ホームページ(PC用)」を抑え**上位**にあがった。
(前回『ブログ、mixi、Facebook、Twitter、LINEなどのソーシャルメディア』と聴取した項目は46.8%)

大学生本人



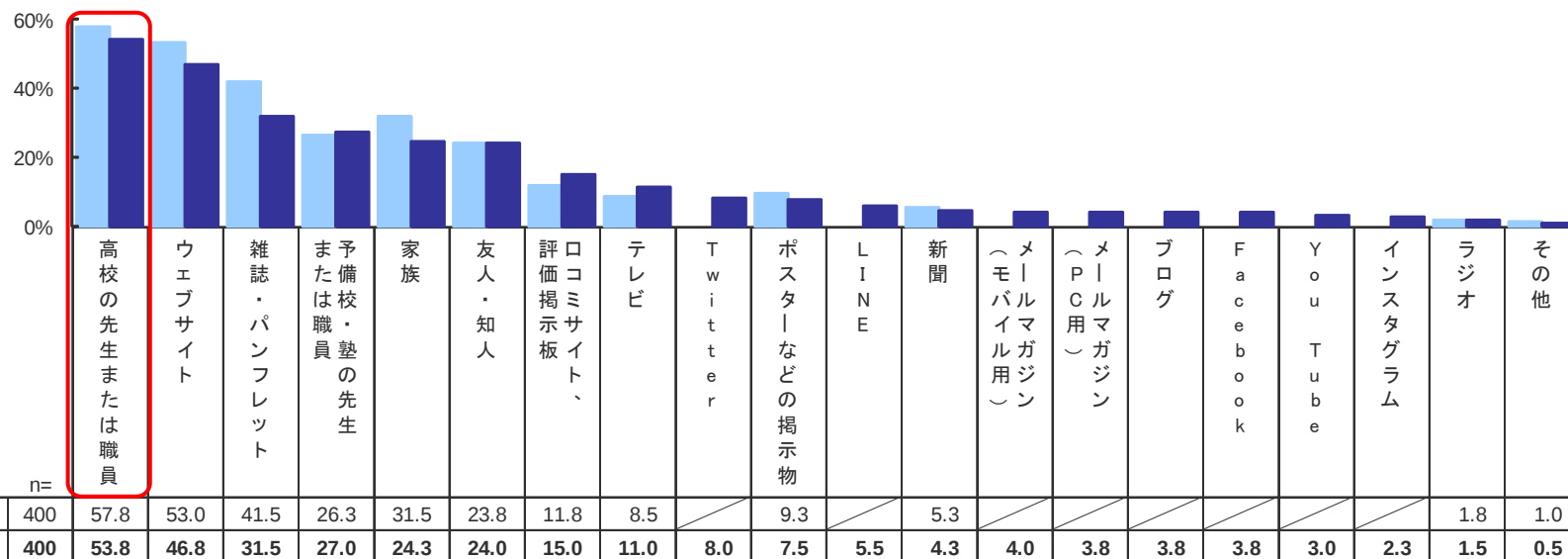
(2) 進学情報入手

■大学生の進学に関する情報入手先は、「**高校の先生または職員**」(53.8%)が最も高く、以下「ウェブサイト」(46.8%)、「雑誌・パンフレット」(31.5%)と続いた。

- ・ 前回調査と比較すると、「雑誌・パンフレット」が10ポイント減少し、「口コミサイト、評価掲示板」及び「テレビ」からの情報入手が増加した。「Twitter」、「LINE」、「YouTube」といった今回から追加された項目は、下位に留まっている。

(前回『ブログ、mixi、Facebook、Twitter、LINEなどのソーシャルメディア』と聴取した項目は8.3%)

大学生本人

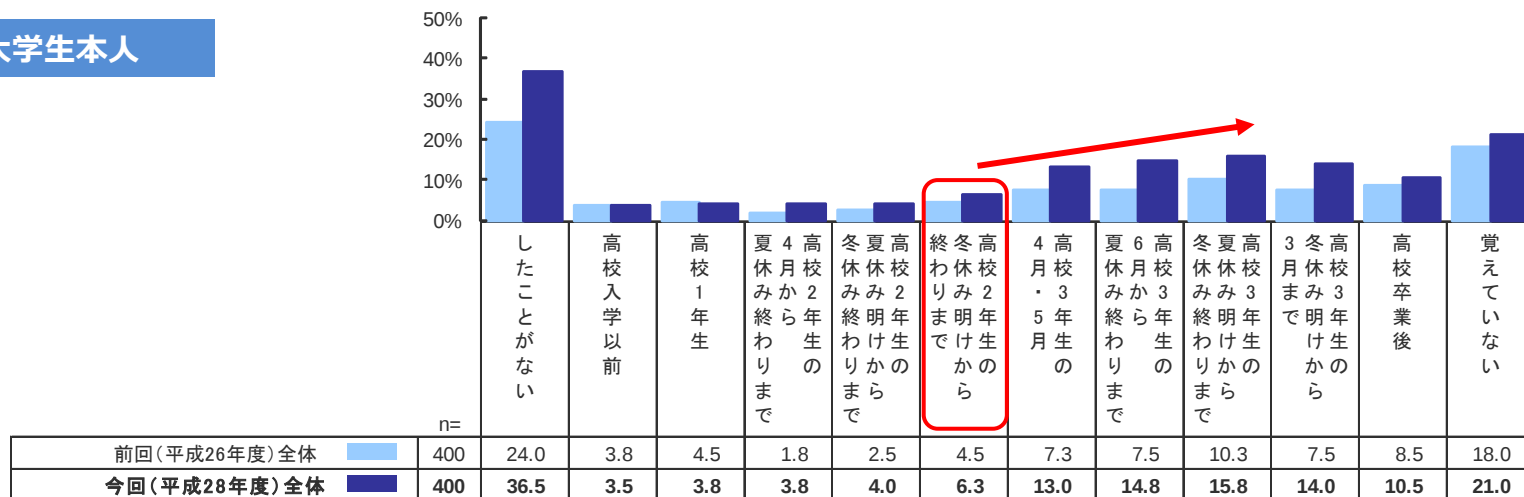


(3) 進学資金の話し合いの時期

■大学生の進学資金の話し合いの時期は、「**高校2年生の冬休み明けから終わりまで**」(※高2の1～3月)から上昇し始め、「**高校3年生の夏休み明けから冬休み終わりまで**」(15.8%)がピークとなっている。

・前回調査と同様に話し合いのピークが「**高校3年生の冬休み明けから3月まで**」となっている。

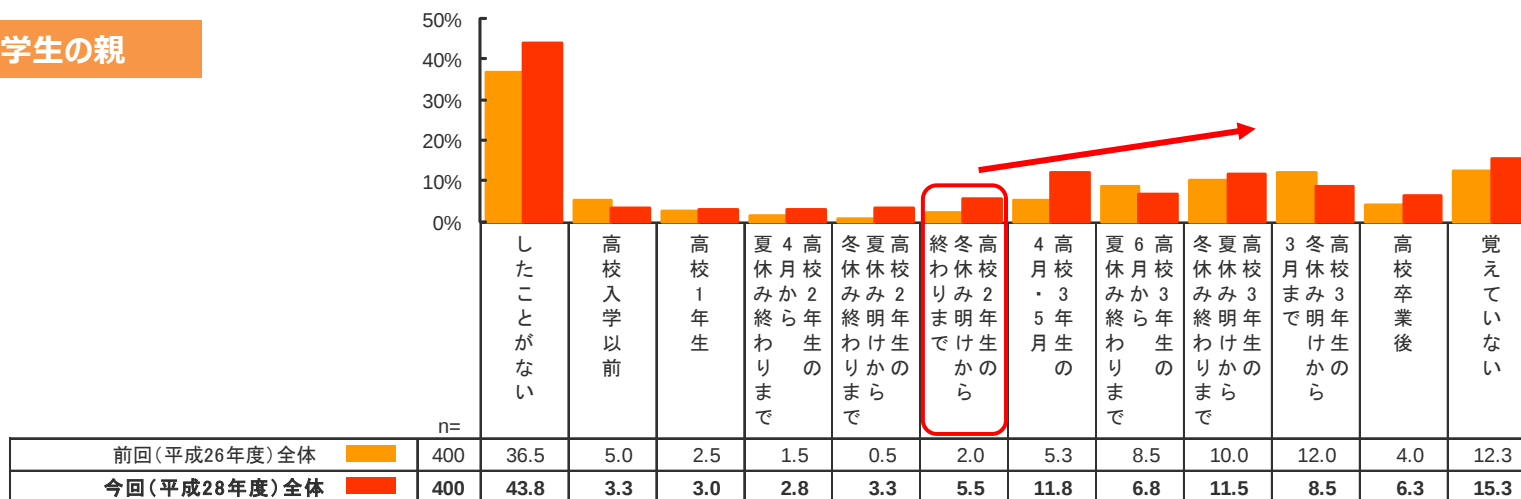
大学生本人



■大学生の親進学資金の話し合いの時期は、「**高校2年生の冬休み明けから終わりまで**」(※高2の1～3月)から上昇し始め、「**高校3年生の夏休み明けから冬休み終わりまで**」(11.5%)がピークとなっている。

・前回調査では話し合いのピークが「**高校3年生の冬休み明けから3月まで**」となっており、前回に比べて話し合いの**時期が早まっている**。

大学生の親

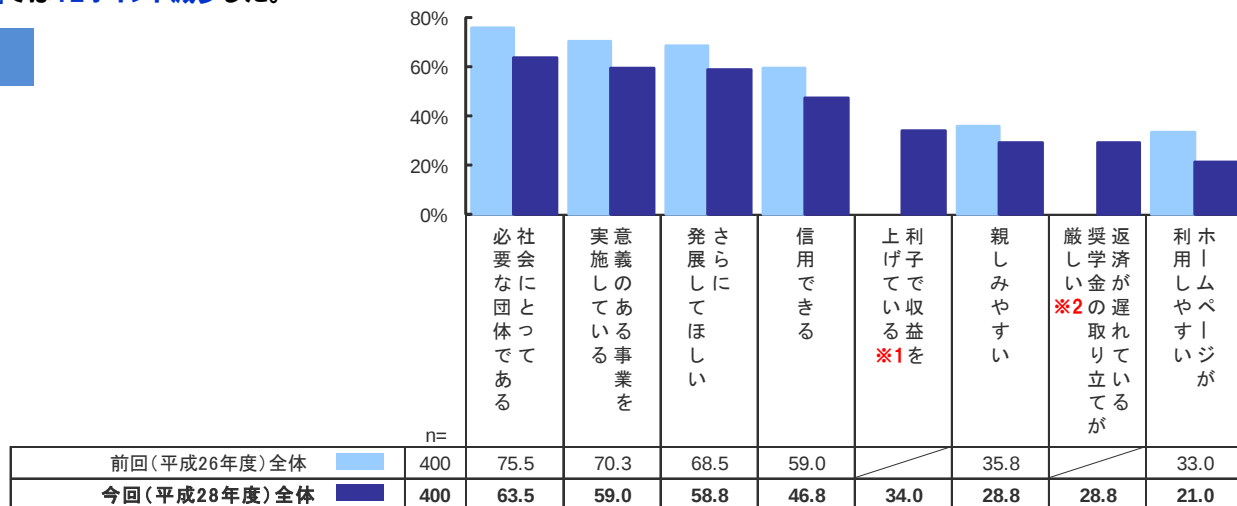


(4) JASSOのイメージ

■大学生の日本学生支援機構は、「**社会にとって必要な団体である**」(63.5%)が最も高く、「**意義のある事業を実施している**」(59.0%)、「**さらに発展してほしい**」(58.8%)と続いた。

- ・ 前回調査と比較すると、新規の項目を除き**いずれの項目**においても前回のスコアを**下回っており**、特に「**社会にとって必要な団体である**」、「**信用できる**」、「**ホームページが利用しやすい**」では**12ポイント減少**した。

大学生本人



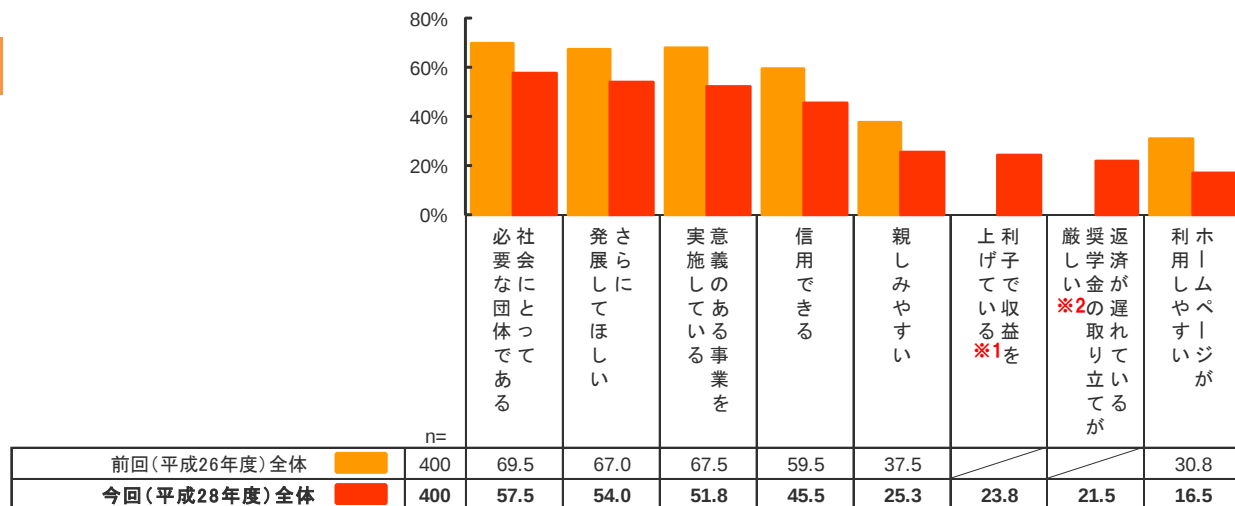
※1利率はJASSOが国から借り入れた財政融資資金を償還するときの利率と同率で設定されます。
JASSOは返還者の皆様からいただいた利子をそのまま国へ償還しているため、この利子によってJASSOが得る利益は一切ありません。

※2返還が困難な方に対して、督促に関する文書や電話を差し上げる際には、返還期限猶予制度や減額返還制度(セーフティネット)があることをご案内しています。
JASSO職員や債権回収業務委託業者に返還者の方の自宅や職場へ直接に訪問させて厳しく返還を求めることはありません。

■大学生の親の日本学生支援機構は、「**社会にとって必要な団体である**」(57.5%)が最も高く、「**さらに発展してほしい**」(54.0%)、「**意義のある事業を実施している**」(51.8%)と続いた。

- ・ 前回調査と比較すると、新規の項目を除き**いずれの項目**においても前回のスコアを**下回っており**、特に「**意義のある事業を実施している**」では**16ポイント減少**した。

大学生の親



(5) JASSOの認知

■大学生に日本学生支援機構の認知について訊ねたところ、「事業や活動の概要を知っている」が32.0%、「名前は聞いたことがある」が30.0%、「知らない」が38.0%であった。「認知・計」でみると6割以上が認知していると回答した。

- ・ 前回調査と比較すると、「事業や活動の概要を知っている」は同程度だが、「名前は聞いたことがある」では38.3%から30.0%と8ポイント減少した。

大学生本人

		認知・計			(%)	認知・計
		事業や活動の 概要を知っている	名前は聞いたことがある	知らない		
	n=					
前回(平成26年度)全体	400	33.0	38.3	28.8		71.3
今回(平成28年度)全体	400	32.0	30.0	38.0		62.0

■大学生の親に日本学生支援機構の認知について訊ねたところ、「事業や活動の概要を知っている」が20.3%、「名前は聞いたことがある」が36.0%、「知らない」が43.8%であった。「認知・計」をみると半数以上が認知していると回答した。

- ・ 前回調査と比較すると、「事業や活動の概要を知っている」は同程度だが、「名前は聞いたことがある」では44.8%から36.0%と9ポイント減少した。

大学生の親

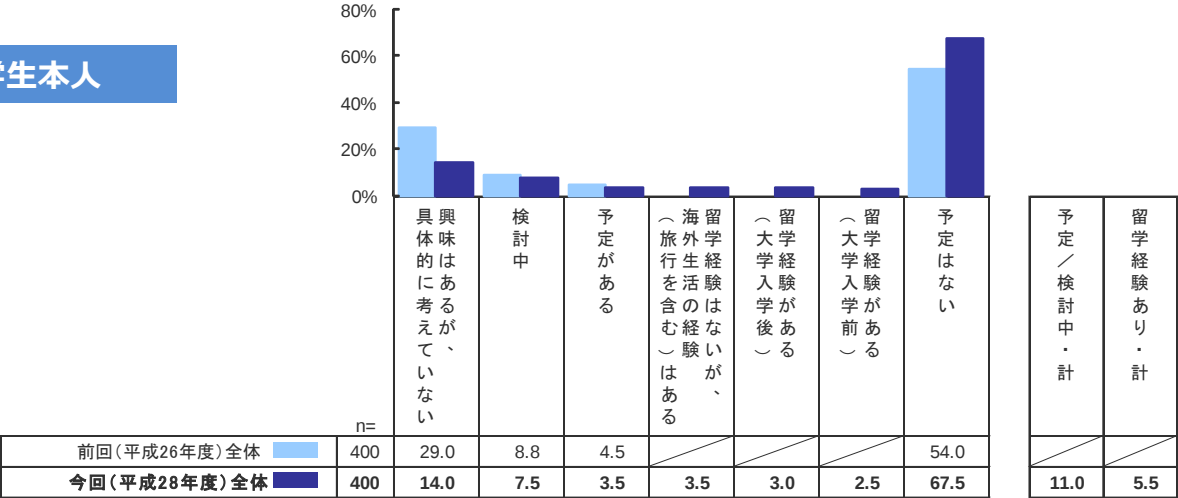
		認知・計			(%)	認知・計
		事業や活動の 概要を知っている	名前は聞いたことがある	知らない		
	n=					
前回(平成26年度)全体	400	20.5	44.8	34.8		65.3
今回(平成28年度)全体	400	20.3	36.0	43.8		56.3

(6) 海外留学予定・検討状況

■大学生に留学の予定・経験について訊ねたところ、「予定はない」が67.5%を占めた。また、「予定／検討中・計」が11.0%、「留学経験あり・計」が5.5%となった。

・ 前回調査と比較すると、「興味はあるが、具体的に考えていない」が15ポイント減少し、「予定はない」が14ポイント増加した。

大学生本人



■大学生の親に子供の留学予定・経験について訊ねたところ、「予定はない」が70.8%を占めた。また、「予定／検討中・計」が13.3%、「留学経験あり・計」が5.8%となった。

・ 前回調査と比較すると、「興味はあるが、具体的に考えていない」が14ポイント減少し、「予定はない」が6ポイント増加した。

大学生の親

