

NEWS RELEASE

**「ハロウィーン」「サッカーワールドカップ日本代表戦」「ランニングイベント」といった『シブヤ的群衆行動』に若者たちが集う理由とは……SNSへの写真投稿で「リア充」を演出!?
～「若者の群れる行動に対する意識調査」を実施、調査レポート『空気読本』vol.16を刊行～**

最近の「ハロウィーン」では、仮装した若者たちが渋谷に集まり、互いに写真を撮り合ってSNSへアップするという現象が数多く見られました。こうした「みんなで一緒に盛り上がりたい」という志向性が、渋谷の「ハロウィーン」のみならず、「ランニングイベント」や「音楽フェス」など、さまざまなトレンドを生み出しているようです。

(株)NTTアド(東京都品川区、代表取締役社長:長谷部敏治)は、「共通のテーマでみんなと一緒に盛り上がること」を「シブヤ的群衆行動」と規定し、関東圏在住の16歳～39歳男女を対象にインターネット調査を実施しました。その結果、とりわけ女子学生の参加率が高く、仲間内のみならず、初対面の人も盛り上がりたいたいという志向性が強いということが判明しました。具体的には、以下の調査結果概要となっています。

【調査結果概要】

■「シブヤ的群衆行動」参加経験者は、全体の43.7%に上り、女性の割合が高い。

■「シブヤ的群衆行動」参加経験者は、「閉鎖的だけど群れたい派」が多い

参加経験者を、「開放的で群れたい派」「開放的だけど群れたくない派」「閉鎖的だけど群れたい派」「閉鎖的で群れたくない派」の4カテゴリーに分類。「閉鎖的だけど群れたい派」の割合が最も高く38%。一方、「開放的で群れたい派」は33%で、女性の割合が高く、とりわけ「女性/学生」が全体に比べて高かった。

■女性は「ハロウィーン」や「地元のお祭り」、男性は日本代表戦等のスポーツ系への参加率が高い

「ハロウィーン」等をきっかけとした「シブヤ系」の参加率は、「女性/学生」が全体に比べて高い。「地元のお祭り」等をきっかけとした「ローカル系」の参加率は、「女性/社会人」が全体に比べて高い。「サッカーワールドカップ日本代表戦」等をきっかけとした「スポーツ系」の参加率は、「男性/学生」「男性/社会人」が全体に比べて高い。

■女性は仲間と盛り上がりたい、男性はストレス発散が参加の主目的

「女性/学生」は、一緒に参加した仲間とさらに関係を深めることが主目的。「男性/社会人」は、日常的なストレスから解放されることが主目的。

■「開放的で群れたい派」は、オンライン上のワン・トゥ・ワンやグループ内での情報交換が活発

「開放的で群れたい派」は、フェイス・トゥ・フェイスでの情報交換のみならず、オンライン上でのワン・トゥ・ワンやグループ内での情報交換が活発に行われている。一方、「閉鎖的で群れたくない派」は、オンライン上での情報交換はあまり行われていない。また、「男性/社会人」は、友人からの一次情報のみならず、メディアの二次情報に対するロイヤリティーが高い。

■「開放的で群れたい派」は、ワン・トゥ・ワンや不特定多数とのネットコミュニケーションを上手に使い分ける

「開放的で群れたい派」は、ワン・トゥ・ワンや不特定多数とのネットコミュニケーションを使い分ける。「閉鎖的で群れたくない派」は、LINEやメール等、ワン・トゥ・ワンのネットコミュニケーションに偏る傾向にある。

今回の調査結果から、「シブヤ的群衆行動」とは、自分を「リア充」に見せたい若者たちにとって、極めて効率的なイベントであることが分かりました。「シブヤ的群衆行動」には、「仮装」や「サムライブルーのユニフォーム」など、「共通の記号」が存在しており、それを身に着けた写真をSNSへアップすれば、瞬時に「リア充」を演出できるようです。

本調査結果に、今年の「ハロウィーン」の様子や、「音楽フェス」「ランニングイベント」への取材を加え、弊社ならではの視点で考察した調査レポートを「空気読本vol.16～『シブヤ』が欲しい若者たち/今、若者たちの間で広がる『シブヤ的群衆行動』とは?」として、下記公式サイトで無料公開しておりますので是非ご覧ください。

http://www.ntt-ad.co.jp/research_publication/publication/index.html

〈問合せ先〉 (株)NTTアド 東京都品川区上大崎3-1-1JR東急目黒ビル4F
コミュニケーションデザイン局 小林・花岡 TEL 03-5745-7623

【調査概要】

■調査目的:若者の「群れる」行動に対する意識を明らかにすること

■調査対象者の条件:・回収目標サンプル数800サンプル・16歳～39歳男女(高校生含む)・「シブヤの群衆行動」参加経験者、未経験者各400サンプル[学生…高校生、予備校生、専門学校生、短期大学生、大学生、大学院生／社会人…会社員、会社役員・管理職、公務員・団体職員、自営業、自由業・専門職、派遣・契約社員、パート・アルバイト、専業主婦・専業主夫、無職、その他]

■居住エリア:関東圏(群馬、栃木、茨城、東京、千葉、神奈川)

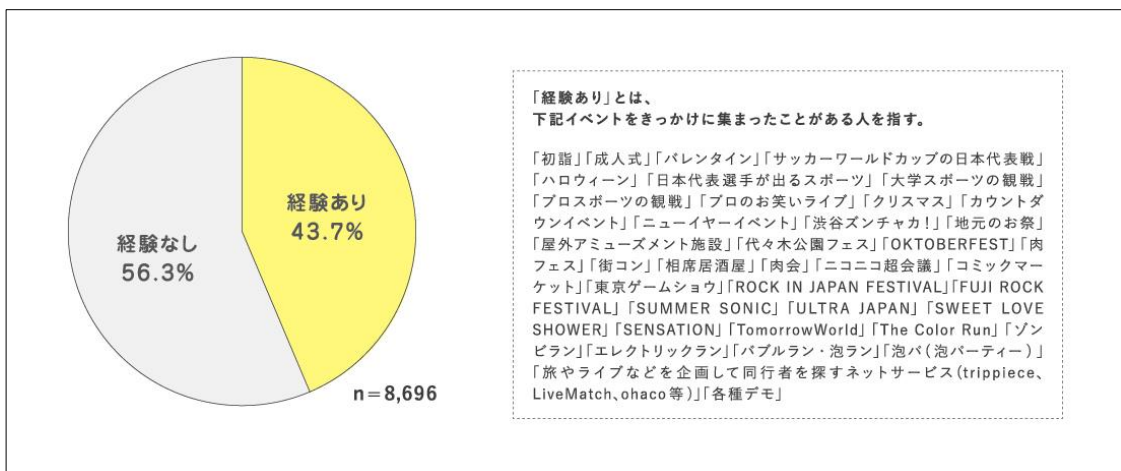
■調査期間:2015年10月28日～29日

■調査方法:インターネット調査

【調査結果詳細】

1. 「シブヤの群衆行動」参加経験者の出現率

■「ハロウィーン」「サッカーワールドカップ日本代表戦」「ランイベント」等、下記枠内の通り、イベントの代表例を挙げ、それをきっかけにお店や路上に集まった経験がある対象者を、「シブヤの群衆行動」参加経験者として、その割合は全体の43.7%に上った。



2. 抽出サンプルの属性

■「シブヤの群衆行動」参加経験者は女性の割合の方が高い。

■「シブヤの群衆行動」参加経験者を、「開放的で群れたい派」「開放的だけど群れたくない派」「閉鎖的だけど群れたい派」「閉鎖的で群れたくない派」の4カテゴリーに分類。

■「開放的で群れたい派」は、相対的に女性の割合が高く、とりわけ、「女性／学生」が37.4%と全体に比べて高い。

「閉鎖的で群れたくない派」は、社会人の割合が高く、とりわけ、「女性／社会人」が42.0%と全体に比べて高い。

		(%)				
		全体(人)	男性 / 学生	男性 / 社会人	女性 / 学生	女性 / 社会人
カテゴリー別	全体	426	16.0	15.5	32.2	36.4
	開放的で群れたい派	139	15.1	12.2	37.4	35.3
	開放的だけど群れたくない派	43	14.0	14.0	32.6	39.5
	閉鎖的だけど群れたい派	163	20.2	15.3	30.7	33.7
	閉鎖的で群れたくない派	81	9.9	22.2	25.9	42.0

■ 全体との差が+10ポイント以上 ■ 全体との差が+5ポイント以上 ■ 全体との差が-10ポイント以上 ■ 全体との差が-5ポイント以上

閉鎖的、開放的について
 [設問:人付き合いの考え方について、あなたはどれにあてはまりますか。]
 閉鎖的…「気が許せる友人だけで仲を深めていきたいほうだ」「どちらかといえば、気が許せる友人だけで仲を深めていきたいほうだ」
 開放的…「気が許せる友人と仲を深めることも、初対面の人と積極的に仲良くなることも、共に大切にしたい」「どちらかといえば、初対面の知らない人と積極的に仲良くなりたくないほうだ」「初対面の知らない人と積極的に仲良くなりたくないほうだ」

群れる意向の有無について
 [設問:今後は、このような「集まり」に参加しようと思いませんか。]
 群れたい派…「とてもそう思う」「そう思う」
 群れたくない派…「どちらともいえない」「そう思わない」「全くそう思わない」

3. 「シブヤ的群衆行動」経験者の分類別参加率

- 「シブヤ的群衆行動」を、下記の8つに分類。「シブヤ系」への参加率は全体に比べて「群れたい派」の参加率が高い。属性別では、「女性／学生」が44.5%と全体に比べて高く、「ハロウィーン」のコアなメンバーであることが分かる。
- 「ローカル系」への参加率は、「開放的だけど群れたくない派」が67.4%と全体に比べて明らかに高く、属性別では、「女性／社会人」が65.8%と全体に比べて高い。「女性／社会人」は、近所の付き合いを重視している。
- 「スポーツ系」への参加率は、「開放的だけど群れたくない派」が51.2%と全体に比べて高く、属性別では、「男性／学生」が66.2%、「男性／社会人」が59.1%と、男性が高い。

		全体(人)	シブヤ系	ローカル系	時事イベント系	スポーツ系	フェス系	ランイベント系	マッチングサービス系	社会参加系	(%)
カテゴリー別	全体	426	31.7	55.6	38.5	44.6	26.3	8.9	2.6	2.1	
	開放的で群れたい派	139	37.4	56.1	48.2	42.4	28.8	8.6	4.3	2.2	
	開放的だけど群れたくない派	43	18.6	67.4	37.2	51.2	18.6	9.3	0.0	0.0	
	閉鎖的だけど群れたい派	163	38.7	53.4	36.8	46.0	30.1	10.4	2.5	3.7	
	閉鎖的で群れたくない派	81	14.8	53.1	25.9	42.0	18.5	6.2	1.2	0.0	
属性別	男性／学生	68	20.6	36.8	22.1	66.2	27.9	10.3	5.9	2.9	
	男性／社会人	66	21.2	53.0	39.4	59.1	31.8	9.1	1.5	4.5	
	女性／学生	137	44.5	54.7	32.1	31.4	19.7	10.2	1.5	0.7	
	女性／社会人	155	29.7	65.8	51.0	40.6	29.0	7.1	2.6	1.9	

全体との差が+10ポイント以上
全体との差が+5ポイント以上
全体との差が-10ポイント以上
全体との差が-5ポイント以上

各カテゴリに含まれる選択肢は下記。

シブヤ系…「ハロウィーン」「渋谷ズンチャカ」
 ローカル系…「地元のお祭」
 時事イベント系…「クリスマスイベント」「カウントダウンイベント」「ニューイヤーイベント」
 スポーツ系…「サッカーワールドカップの日本代表戦」「日本代表選手が出るスポーツ」「大学スポーツの観戦」「プロスポーツの観戦」
 フェス系…「ROCK IN JAPAN FESTIVAL」「FUJI ROCK FESTIVAL」「Summer Sonic」「その他の音楽・ダンス系のフェス」「早朝フェス」
 ランイベント系…「The Color Run」「ゾンビラン」「エレクトリックラン」「パブルラン・泡ラン」「泡パーティ」「チョコラン」「その他のランイベント」
 マッチングサービス系…「旅やライブなどを企画して同行者を探すネットサービス (trippiece、ライブマッチ、ohaco等)」
 社会参加系…「各種デモ」

4. 「シブヤ的群衆行動」への参加頻度

- 「高頻度」層を属性別で見ると、全体に比べて学生が高く、可処分時間の多さが影響している。中でも、「女性／学生」は、「開放的で群れたい派」の割合が高く、さらに「シブヤ系」への参加率も高いことから、「ハロウィーン」等を通じて、仲間内のみならず、初対面の人とも盛り上がりたいたいという志向性が強いと考えられる。
- 「低頻度」層を属性別で見ると、「女性／社会人」が65.2%と全体に比べて明らかに高い。「女性／社会人」は、「閉鎖的で群れたくない派」の割合が高く、さらに「ローカル系」への参加率が高いことから、地元での人間関係以外、関心が薄いと考えられる。

		全体(人)	高頻度	低頻度	(%)
全体		426	47.1	52.8	
属性別	男性／学生	68	63.2	36.8	
	男性／社会人	66	43.9	56.1	
	女性／学生	137	54.8	45.3	
	女性／社会人	155	34.8	65.2	

全体との差が+10ポイント以上
全体との差が+5ポイント以上
全体との差が-10ポイント以上
全体との差が-5ポイント以上

各カテゴリに含まれる選択肢は下記。

高頻度…「1ヶ月に1回くらい」「2～3ヶ月に1回くらい」「半年に1回くらい」
 低頻度…「1年に1回くらい」「数年に1回くらい」

5. 「シブヤ的群衆行動」へ一緒に参加する人

■「開放的で群れたい派」は、「同級生(小学校、中学校、高校)」が55.4%と最も高く、さらに、「家族(両親、兄弟姉妹等)」が29.5%と全体に比べて高い。同級生や家族等、極めて身近な人と一緒であることを前提に、「シブヤ的群衆行動」に参加している。

■「男性／学生」は、「大学の友人(学部、学科、サークル等)」が66.2%と最も高く、さらに、「同じ趣味で繋がった人」が19.1%、「SNSやネットサービスで知り合った人」が14.7%と全体に比べて高い。身近で親しい人のみならず、オンライン上で知り合った人とも抵抗感無く参加している。

■「男性／社会人」は、「地元の友人・知人(同級生を除く)」が42.4%と最も高く、さらに、「会社の同僚」が40.9%、「恋人、配偶者」が33.3%、「『何かのイベントや祭事』をきっかけに知り合った人」が18.2%、「飲み会や合コンで知り合った人」が15.2%、「行きつけのお店等で知り合った人やお店の人」が13.6%と全体に比べて高い。あくまでもリアルなシーンで知り合った人と参加している。

		全体(人)	同級生(小学校、中学校、高校)	大学の友人(学部、学科、サークル等)	地元の友人・知人(同級生を除く)	恋人、配偶者	家族(両親・兄弟姉妹等)	会社の同僚	同じ趣味で繋がった人	友人の知り合い	「何かのイベントや催事」をきっかけに知り合った人	SNSやネットサービスで知り合った人	飲み会や合コンで知り合った人	行きつけのお店等で知り合った人や、お店の人	「何かのイベントや催事をきっかけに、お店や路上等に集まること」によって知り合った人	特定の団体に所属する人 (スポーツクラブ、カルチャースクール、フットサルチーム、草野球チーム等)	誰かと一緒ではなく、ひとりで
	全体	426	50.9	42.3	33.1	27.2	24.2	14.6	14.1	12.2	10.8	9.6	6.3	5.9	4.9	4.9	4.9
カテゴリー別	開放的で群れたい派	139	55.4	44.6	35.3	31.7	29.5	12.9	18.7	15.8	14.4	13.7	10.1	6.5	6.5	7.2	5.8
	開放的だけど群れたくない派	43	51.2	39.5	44.2	23.3	27.9	14.0	7.0	7.0	2.3	9.3	4.7	9.3	2.3	0.0	2.3
	閉鎖的だけど群れたい派	163	54.6	40.5	30.1	26.4	24.5	14.7	16.0	13.5	11.7	9.2	5.5	5.5	5.5	6.1	5.5
	閉鎖的で群れたくない派	81	35.8	43.2	29.6	23.5	12.3	17.3	6.2	6.2	7.4	3.7	2.5	3.7	2.5	1.2	3.7
属性別	男性／学生	68	54.4	66.2	20.6	10.3	14.7	0.0	19.1	10.3	10.3	14.7	2.9	5.9	7.4	13.2	1.5
	男性／社会人	66	39.4	36.4	42.4	33.3	18.2	40.9	16.7	12.1	18.2	13.6	15.2	13.6	9.1	6.1	7.6
	女性／学生	137	57.7	52.6	32.1	16.1	27.0	0.0	15.3	9.5	7.3	7.3	2.2	0.7	2.9	2.9	5.8
	女性／社会人	155	48.4	25.2	35.5	41.9	28.4	22.6	9.7	15.5	11.0	7.7	7.7	7.1	3.9	2.6	4.5

全体との差が+10ポイント以上
 全体との差が+5ポイント以上
 全体との差が-10ポイント以上
 全体との差が-5ポイント以上

5. 「シブヤ的群衆行動」の認知経路

■「開放的で群れたい派」は、「友人と会って話を聞いて」が44.6%と最も高く、さらに、「ひとりの友人からの連絡(メール、メッセージ等)を見て」が30.2%、「仲間内同士でのグループチャット等を通じて」が22.3%と全体に比べて高い。フェイス・トゥ・フェイスでの情報交換だけでなく、オンライン上でのワン・トゥ・ワンやグループ内での情報交換も活発に行われている。

■「閉鎖的で群れたくない派」は、「友人と会って話を聞いて」が46.9%と最も高いが、「ひとりの友人からの連絡(メール、メッセージ等)を見て」が17.3%、「仲間同士でのブログ、SNSでの投稿を見て」が9.9%、「仲間同士でのグループチャット等を通じて」が3.7%と全体に比べて低い。フェイス・トゥ・フェイスでの情報交換を重視してはいるものの、オンライン上での情報交換はあまり行っていない。

■「男性/社会人」は、「友人と会って話を聞いて」が59.1%と最も高いが、「ネットのニュースを見て」が27.3%、「テレビのニュースを見て」が19.7%と全体に比べて高く、友人からの一次情報だけでなく、メディアの二次情報に対するロイヤリティーも高い。

		全体(人)	友人と会って話を聞いて	ひとりの友人からの連絡(メール・メッセージ等)を見て	偶然その場に居合わせて	ネットのニュースで見て	仲間内同士でのブログ・SNSでの投稿を見て	仲間内同士でのグループチャット等を通じて	テレビのニュースで見て	友人の不定多数に向けたブログ・SNSを見て	友人ではない人の不定多数に向けたブログ・SNSを見て	雑誌の記事で見て	芸能人や有名人のブログ・SNSで見て
	全体	426	41.3	24.2	21.8	21.6	17.6	15.5	12.0	10.1	9.4	7.3	6.1
カテゴリー別	開放的で群れたい派	139	44.6	30.2	26.6	23.7	22.3	22.3	13.7	12.2	12.2	8.6	5.0
	開放的だけど群れたくない派	43	39.5	25.6	16.3	16.3	2.3	9.3	7.0	14.0	11.6	2.3	4.7
	閉鎖的だけど群れたい派	163	36.2	22.1	20.2	23.3	21.5	17.2	13.5	10.4	9.2	8.0	9.2
	閉鎖的で群れたくない派	81	46.9	17.3	19.8	17.3	9.9	3.7	8.6	3.7	3.7	6.2	2.5
属性別	男性/学生	68	30.9	17.6	23.5	25.0	22.1	20.6	11.8	16.2	10.3	8.8	7.4
	男性/社会人	66	59.1	31.8	25.8	27.3	15.2	6.1	19.7	9.1	6.1	7.6	1.5
	女性/学生	137	40.1	24.1	19.0	17.5	21.9	19.0	8.8	10.2	11.7	8.0	4.4
	女性/社会人	155	39.4	23.9	21.9	21.3	12.9	14.2	11.6	7.7	8.4	5.8	9.0

全体との差が+10ポイント以上
全体との差が+5ポイント以上
全体との差が-10ポイント以上
全体との差が-5ポイント以上

6. 「シブヤ的群衆行動」へ参加した際の心理

■「開放的で群れたい派」は、「楽しそうだったから」が84.2%と最も高く、さらに、「一緒に参加した友人と盛り上がりたかったから」が50.4%、「思い出を作りたいと思ったから」が49.6%、「一緒に参加した友人と仲を深めたいと思ったから」が27.3%と全体に比べて高く、一緒に参加した仲間と盛り上がるのが主目的。また、「その場に居合わせた人と盛り上がりたかったから」が18.7%、「自分の興味があることを誰かと共有したいから」も15.8%と全体に比べて高く、一期一会の人とも楽しみたいという意識も読み取れる。

■「女性／学生」は、「思い出を作りたいと思ったから」が46.0%、「一緒に参加した友人と盛り上がりたかったから」が41.6%と全体に比べて高く、仲間とさらに関係を深めたいと感じている。

■「男性／社会人」は、「非日常を感じたかったから」が13.6%と全体に比べて高く、ストレスから解放されたいという意識が強い。

		（％）																					
		全体（人）	楽しそうだったから	思い出を作りたいと思ったから	一緒に参加した友人と盛り上がりたかったから	どんなものなのか経験してみたいと思ったから	一緒に参加した友人と仲を深めたいと思ったから	興奮を感じたくて	ストレスを発散したいと思ったから	日常から解放されたいと思ったから	暇だから	熱狂したくて	その場に居合わせた人と盛り上がりたかったから	大勢の人と仲間になりたいと思ったから	自分の興味があることを誰かと共有したいから	何かに夢中になりたいと思ったから	一体感を感じたいと思ったから	非日常を感じたいと思ったから	流行に乗りたいと思ったから	嫌なことを紛らわしたいと思ったから	友人から強い誘いがあったから	新しい友人（同性）を作りたいから	地域を盛り上げたいと思ったから
	全体	426	81.2	39.7	35.7	22.1	19.7	16.0	15.3	14.1	14.1	12.7	11.7	10.1	9.9	8.0	7.7	7.3	6.3	5.9	5.6	4.9	4.7
カテゴリー別	開放的で群れたい派	139	84.2	49.6	50.4	30.9	27.3	23.7	20.1	18.0	10.8	23.0	18.7	14.4	15.8	10.8	14.4	10.8	6.5	7.9	5.0	10.8	7.2
	開放的だけど群れたくない派	43	67.4	25.6	20.9	27.9	7.0	7.0	9.3	2.3	18.6	7.0	9.3	0.0	2.3	0.0	2.3	4.7	7.0	0.0	0.0	0.0	4.7
	閉鎖的だけど群れたい派	163	84.7	38.0	33.1	16.6	20.9	16.0	17.8	16.6	12.9	11.0	8.6	9.8	9.2	9.2	6.7	6.1	6.7	6.7	7.4	3.1	4.9
	閉鎖的で群れたくない派	81	76.5	33.3	23.5	14.8	11.1	7.4	4.9	8.6	19.8	1.2	7.4	8.6	4.9	4.9	1.2	4.9	4.9	3.7	6.2	1.2	0.0
属性別	男性／学生	68	67.6	26.5	29.4	22.1	17.6	11.8	14.7	7.4	14.7	5.9	8.8	13.2	7.4	5.9	7.4	5.9	4.4	2.9	8.8	7.4	4.4
	男性／社会人	66	74.2	31.8	33.3	25.8	19.7	21.2	18.2	12.1	9.1	18.2	15.2	13.6	10.6	12.1	12.1	13.6	4.5	7.6	4.5	7.6	1.5
	女性／学生	137	81.8	46.0	41.6	15.3	21.9	18.2	13.1	15.3	17.5	12.4	13.1	7.3	13.1	12.4	7.3	6.6	9.5	9.5	5.1	2.9	4.4
	女性／社会人	155	89.7	43.2	34.2	26.5	18.7	13.5	16.1	16.8	12.9	13.5	10.3	9.7	7.7	3.2	6.5	5.8	5.2	3.2	5.2	4.5	6.5

全体との差が+10ポイント以上
 全体との差が+5ポイント以上
 全体との差が-10ポイント以上
 全体との差が-5ポイント以上

7. 「シブヤ的群衆行動」へのこだわり

■「開放的で群れたい派」は、「気心の知れた友人と一緒にいること」が62.6%と最も高く、さらに、「共通の趣味を持った友人と一緒にいること」が41.0%、「共通の趣味を持った人たちと出会えそうなこと」が25.9%、「テーマやコンセプトに共感できること」が24.5%と全体に比べて高く、参加者やイベントのテーマそのものに共感出来るかを重視。

■「女性／学生」は、「エンターテインメント性が高いこと」が21.2%と全体に比べて高く、「シブヤ的群衆行動」に娯楽性を求める傾向が強い。

		全体(人)	気心の知れた友人と一緒にいること	共通の趣味を持った友人と一緒にいること	価値観の近い仲間が集まること	共通の趣味を持った人たちと出会えそうなこと	テーマやコンセプトに共感できること	エンターテインメント性が高いこと	自分の好きな場所(渋谷等)に集まること	同世代の人が多く集まりであること	同性の人が多く集まりであること	あうんの呼吸が通じる仲間が集まること	その地域の人と盛り上げられること	友人と同じ格好で集まること	異性の人が多く集まりであること	不特定多数の人たちと同じ行動をとること
	全体	426	65.5	34.3	19.0	18.8	17.6	15.7	8.9	8.2	8.2	7.3	7.3	5.4	4.7	4.2
カテゴリー別	開放的で群れたい派	139	62.6	41.0	22.3	25.9	24.5	16.5	12.2	7.2	6.5	10.1	7.9	5.8	5.8	3.6
	開放的だけど群れたくない派	43	58.1	18.6	16.3	14.0	14.0	18.6	2.3	4.7	2.3	9.3	4.7	7.0	2.3	0.0
	閉鎖的だけど群れたい派	163	67.5	38.7	20.9	18.4	16.0	15.3	9.2	10.4	10.4	5.5	9.2	6.1	4.9	7.4
	閉鎖的で群れたくない派	81	70.4	22.2	11.1	9.9	11.1	13.6	6.2	7.4	9.9	4.9	3.7	2.5	3.7	1.2
属性別	男性／学生	68	64.7	41.2	16.2	16.2	19.1	17.6	5.9	7.4	13.2	5.9	4.4	8.8	4.4	5.9
	男性／社会人	66	59.1	34.8	27.3	25.8	16.7	9.1	7.6	9.1	7.6	7.6	12.1	1.5	9.1	10.6
	女性／学生	137	60.6	32.8	18.2	19.0	17.5	21.2	10.9	10.9	9.5	8.0	4.4	8.0	5.8	3.6
	女性／社会人	155	72.9	32.3	17.4	16.8	17.4	12.9	9.0	5.8	5.2	7.1	9.0	3.2	1.9	1.3

全体との差が+10ポイント以上
 全体との差が+5ポイント以上
 全体との差が-10ポイント以上
 全体との差が-5ポイント以上

8. 参加経験者の「渋谷」のイメージ

■「開放的で群れたい派」は、「にぎやかな場所」が79.1%と最も高く、さらに、「流行の最先端」が38.1%、「楽しそうな場所」が32.4%、「エネルギーを感じられる場所」が24.5%、「注目される街」が21.6%と全体に比べて高く、渋谷という街にポジティブな印象を抱いている。

■「閉鎖的で群れたくない派」は、「住みたくない場所」が34.6%、「近寄りたくない場所」が18.5%と全体に比べて高く、ネガティブな印象が強い。

		(%)																		
		全体(人)	にぎやかな場所	若者が多い場所	流行の最先端	住みたくない場所	落ち着かない場所	治安が悪い場所	楽しそうな場所	エネルギーを感じられる場所	おしゃれな街	注目される街	同世代の人が多い	リア充な人が多い場所	自分にはふさわしくない場所	芸能人がいる場所	近寄りたくない場所	友人との思い出の場所	新しい出会いが多い場所	熱狂できる場所
	全体	426	74.2	52.6	29.1	27.5	27.2	26.1	23.7	19.5	17.6	15.7	15.3	12.2	11.3	10.3	10.1	9.6	8.2	7.0
カテゴリー別	開放的で群れたい派	139	79.1	54.7	38.1	28.8	28.8	31.7	32.4	24.5	20.9	21.6	24.5	13.7	7.9	12.2	5.0	14.4	11.5	8.6
	開放的だけど群れたくない派	43	69.8	62.8	30.2	25.6	32.6	30.2	14.0	20.9	14.0	11.6	9.3	4.7	14.0	11.6	9.3	4.7	2.3	11.6
	閉鎖的だけど群れたい派	163	68.7	49.7	23.9	23.3	25.2	21.5	25.8	18.4	17.2	14.7	15.3	12.3	12.3	9.8	10.4	9.8	10.4	7.4
	閉鎖的で群れたくない派	81	79.0	49.4	23.5	34.6	25.9	23.5	9.9	12.3	14.8	9.9	2.5	13.6	13.6	7.4	18.5	3.7	1.2	1.2
属性別	男性/学生	68	58.8	36.8	25.0	10.3	11.8	14.7	19.1	10.3	13.2	10.3	26.5	5.9	7.4	8.8	4.4	11.8	8.8	5.9
	男性/社会人	66	72.7	54.5	24.2	28.8	27.3	31.8	33.3	18.2	22.7	13.6	9.1	10.6	19.7	9.1	15.2	9.1	10.6	9.1
	女性/学生	137	75.9	47.4	35.8	32.8	25.5	24.1	20.4	19.7	18.2	19.7	24.8	16.1	8.8	11.7	9.5	8.0	7.3	7.3
	女性/社会人	155	80.0	63.2	27.1	29.7	35.5	30.3	24.5	23.9	16.8	15.5	4.5	12.3	11.6	10.3	11.0	10.3	7.7	6.5

全体との差が+10ポイント以上
全体との差が+5ポイント以上
全体との差が-10ポイント以上
全体との差が-5ポイント以上

9. 重視している人間関係

■「開放的で群れたい派」は、「同級生(小学校、中学校、高校)」が79.1%と最も高く、さらに、「同じ趣味で繋がった人」が43.2%、「特定の団体に所属する人(スポーツクラブ、カルチャースクール、フットサルチーム、草野球チーム等)」が15.8%、「何かのイベントや祭事をきっかけに知り合った人」が14.4%、「飲み会や合コンで知り合った人」が12.2%と全体に比べて高い。同級生から、その他のコミュニティで知り合った人に至るまで、様々なつながりを大切にしている。

■「閉鎖的で群れたくない派」は、「同じ趣味で繋がった人」が18.5%と全体比べて明らかに低く、さらに、「友人の知り合い」が9.9%、「特定の団体に所属する人」が4.9%、「飲み会や合コンで知り合った人」が1.2%、「何かのイベントや祭事をきっかけに知り合った人」が0.0%と全体に比べて低く、人間関係を広げることへの関心が低い。

		全体(人)	同級生(小学校、中学校、高校)	大学の友人(学部、学科、サークル等)	地元の友人・知人(同級生を除く)	同じ趣味で繋がった人	会社の同僚	友人の知り合い	SNSやネットサービスで知り合った人	特定の団体に所属する人 (スポーツクラブ、カルチャースクール、フットサルチーム、草野球チーム等)	「何かのイベントや祭事」をきっかけに知り合った人	行きつけのお店等で知り合った人や、お店の人	飲み会や合コンで知り合った人	仕事での取引先の客
	全体	426	72.5	58.5	45.1	32.4	27.0	16.0	9.6	9.4	8.9	7.7	6.3	4.5
カテゴリー別	開放的で群れたい派	139	79.1	59.0	49.6	43.2	25.2	18.0	14.4	15.8	14.4	10.1	12.2	2.2
	開放的だけど群れたくない派	43	62.8	60.5	39.5	37.2	32.6	14.0	11.6	11.6	9.3	4.7	4.7	16.3
	閉鎖的だけど群れたい派	163	73.6	57.7	42.3	28.8	23.3	17.8	6.1	5.5	8.6	8.0	4.3	3.7
	閉鎖的で群れたくない派	81	64.2	58.0	45.7	18.5	34.6	9.9	7.4	4.9	0.0	4.9	1.2	3.7
属性別	男性/学生	68	72.1	75.0	39.7	39.7	0.0	20.6	14.7	19.1	13.2	5.9	7.4	0.0
	男性/社会人	66	60.6	53.0	43.9	33.3	54.5	21.2	7.6	6.1	10.6	12.1	9.1	13.6
	女性/学生	137	75.9	69.3	40.9	32.1	0.0	13.9	10.2	10.9	7.3	5.1	2.9	0.0
	女性/社会人	155	74.8	43.9	51.6	29.0	51.0	13.5	7.7	5.2	7.7	9.0	7.7	6.5

全体との差が+10ポイント以上
 全体との差が+5ポイント以上
 全体との差が-10ポイント以上
 全体との差が-5ポイント以上

9. 普段のコミュニケーション手段

■「開放的で群れたい派」は、LINEが87.8%と最も高く、さらに、「メッセージ（LINEなど）」が84.2%、「Twitter」が39.6%、「Facebookメッセージ」が20.1%、「instagram」が15.1%と全体に比べて高く、ワン・トゥ・ワンや不特定多数とのネットコミュニケーションを上手に使い分けている。

■「閉鎖的で群れたくない派」は、「メール」が42.0%と全体に比べて高く、「Twitter」が21.0%、「Facebook」が19.8%、「Facebookメッセージ」が8.6%、「instagram」が3.7%と全体に比べて低い。「閉鎖的で群れたくない派」は、LINEとメールによるワン・トゥ・ワンのネットコミュニケーションに偏る傾向が見られ、ソーシャルな属人性を形成するSNSの利活用については消極的。

		全体（人）	LINE	直接会って話す	メッセージ（LINEなど）	電話	メール	Twitter	Facebook	Facebookメッセージ	instagram	手紙・はがき	Skype	mixi	ブログ	(%)
	全体	426	87.8	82.9	77.9	36.9	33.6	32.4	27.7	14.8	10.1	8.9	6.3	5.9	2.6	
カテゴリー別	開放的で群れたい派	139	87.8	82.7	84.2	37.4	30.2	39.6	32.4	20.1	15.1	9.4	10.1	7.9	2.2	
	開放的だけど群れたくない派	43	83.7	81.4	72.1	30.2	37.2	34.9	39.5	16.3	11.6	9.3	4.7	7.0	4.7	
	閉鎖的だけど群れたい派	163	89.6	84.7	76.7	36.2	31.3	31.3	24.5	12.9	8.6	8.0	4.9	6.1	2.5	
	閉鎖的で群れたくない派	81	86.4	80.2	72.8	40.7	42.0	21.0	19.8	8.6	3.7	9.9	3.7	1.2	2.5	
属性別	男性/学生	68	86.8	79.4	80.9	26.5	29.4	44.1	27.9	19.1	5.9	5.9	11.8	4.4	2.9	
	男性/社会人	66	72.7	80.3	56.1	66.7	57.6	12.1	22.7	15.2	0.0	6.1	10.6	6.1	3.0	
	女性/学生	137	92.7	83.2	82.5	21.2	16.1	56.2	24.1	12.4	21.2	5.8	5.1	3.6	0.7	
	女性/社会人	155	90.3	85.2	81.9	42.6	40.6	14.8	32.9	14.8	6.5	14.2	3.2	8.4	3.9	
	全体	967	79.7	76.7	67.6	30.8	30.4	27.3	20.3	10.9	7.5	6.8	4.7	4.3	3.8	
経験の有無	集まった経験あり	426	87.8	82.9	77.9	36.9	33.6	32.4	27.7	14.8	8.9	10.1	0.7	6.3	5.9	
	集まった経験無し	541	73.4	71.9	59.5	26.1	27.9	23.3	14.4	7.8	6.5	4.3	7.8	2.8	2.2	

全体との差が+10ポイント以上
全体との差が+5ポイント以上
全体との差が-10ポイント以上
全体との差が-5ポイント以上

以上