

# High-Life

公益財団法人 ハイライフ研究所



研究報告書 2025年 3月

## 都市生活者意識調査 2024

### 分析編

安全、安心できる社会をのぞみ、健康と経済的な安定を希求する都市生活者

研究報告書 2025年3月

# 都市生活者意識調査 2024

## 分析編

安全、安心できる社会をのぞみ、健康と経済的な安定を希求する都市生活者

### 調査研究体制

藤原 豊 公益財団法人ハイレライフ研究所 執行理事専務理事  
杉本浩二 公益財団法人ハイレライフ研究所 上席研究員  
水嶋 敦 自由学園最高学部（大学）教授



# 目次

---

|                                  |          |
|----------------------------------|----------|
| <b>第1章 本研究の目的</b>                | <b>1</b> |
| 1. 公益財団法人ハイレライフ研究所の研究展開と本調査の位置づけ | 1        |
| 2. 「都市生活者意識調査2024」の視点            | 1        |
| 3. 「都市生活者意識調査2024」の調査概要          | 5        |

---

|                                 |          |
|---------------------------------|----------|
| <b>第2章 「都市生活者意識調査2024」結果の要約</b> | <b>7</b> |
|---------------------------------|----------|

---

|                                    |           |
|------------------------------------|-----------|
| <b>第3章 都市生活者の生活実感と生き方</b>          | <b>11</b> |
| 1. 生活満足度、幸福感、生活水準は変わらないが、中流意識に分散傾向 | 11        |
| 2. 健康的でのんびり、やすらぎのある暮らしを求める         | 16        |
| 3. 満たされていない健康と遊び・余暇のニーズ            | 19        |

---

|                                |           |
|--------------------------------|-----------|
| <b>第4章 都市生活者の暮らしの現状</b>        | <b>25</b> |
| 1. ファッションに関する関心が低下             | 25        |
| 2. 旬の食材や生産地がわかるものを購入           | 29        |
| 3. 住まいは、シンプルな暮らしを望み、安全性と便利さを重視 | 45        |
| 4. 買い物は価格重視でキャッシュレス            | 54        |
| 5. 相次ぐ値上げで節約を徹底                | 59        |
| 6. オンライン・ショッピングやフリマサービスが定着     | 61        |

---

|                     |           |
|---------------------|-----------|
| <b>第5章 都市生活者の健康</b> | <b>67</b> |
| 1. 日々の活動で意識する健康     | 67        |
| 2. ストレスを感じる人が多数     | 67        |
| 3. 健康状態             | 70        |

---

|                                |           |
|--------------------------------|-----------|
| <b>第6章 都市生活者と情報</b>            | <b>72</b> |
| 1. 進むメディア離れ                    | 72        |
| 2. DX（デジタル・トランスフォーメーション）が生活に浸透 | 81        |

---

|                                |           |
|--------------------------------|-----------|
| <b>第7章 都市生活者の家計収支と財産</b>       | <b>84</b> |
| 1. 都市生活者の家計収支                  | 84        |
| （1）収入は増加傾向にあるが、50代になると減少傾向が高まる | 84        |
| （2）増えた支出の上位は食料費と水道光熱費          | 88        |
| 2. 保有金融資産を不十分と感じ、貯蓄性向は高い       | 98        |

---

|                                          |            |
|------------------------------------------|------------|
| <b>第 8 章 都市生活者の仕事・家庭・余暇</b>              | <b>106</b> |
| 1. 都市生活者の仕事                              | 106        |
| (1) 仕事はお金を稼ぐための手段                        | 106        |
| (2) 仕事の時間は増加、余暇・レジャー時間が減少、家事・育児は変わらない    | 113        |
| (3) 生活費を稼ぐため、そして健康のために長く働きたい             | 118        |
| (4) 現役世代は収入とワーク・ライフ・バランスを求める             | 124        |
| (5) テレワークの経験と評価                          | 131        |
| 2. 都市生活者の家庭、余暇・遊び                        | 134        |
| (1) 家庭についての考え                            | 134        |
| (2) 趣味・スポーツ・推し活で人生を豊かに                   | 138        |
| (3) 学問・勉強の意欲旺盛                           | 141        |
| <hr/>                                    |            |
| <b>第 9 章 都市生活者の人づきあい</b>                 | <b>144</b> |
| 1. 人づきあいに変化                              | 144        |
| 2. 家族や友人とのコミュニケーション                      | 157        |
| <hr/>                                    |            |
| <b>第 10 章 都市生活者の社会に対する意識</b>             | <b>160</b> |
| 1. 社会満足度は低下傾向                            | 160        |
| 2. 近未来の社会については、犯罪・戦争がなく、自然災害に強いことを希求している | 166        |
| 3. デジタル関連や自然・環境の取り組みは進むと考えられている          | 172        |
| 4. 生活レベルの近未来予測                           | 177        |
| <hr/>                                    |            |
| <b>第 11 章 都市生活者の老後に対する意識</b>             | <b>180</b> |
| 1. 老後と向き合う 50 代                          | 180        |
| 2. 老後は自由にのんびり楽しみたい                       | 181        |
| 3. リタイア後の生活費に不安                          | 186        |
| 4. 次世代との関係                               | 188        |
| <hr/>                                    |            |
| <b>第 12 章 ライフステージ別まとめ</b>                | <b>190</b> |
| <hr/>                                    |            |
| <b>第 13 章 ライフステージ別の変化</b>                | <b>208</b> |
| <hr/>                                    |            |
| <b>第 14 章 全体まとめと今後の調査実施と研究報告について</b>     | <b>232</b> |

## 第1章 本研究の目的

### 1. 公益財団法人ハイレライフ研究所の研究展開と本調査の位置づけ

公益財団法人ハイレライフ研究所は、未来に向けて志向していくべき新しい生活の方向性を“ハイレライフ”と定義し、「都市生活者のよりよい生活の実現への貢献」を財団理念に据え、「持続可能な都市居住の実現に向けた知見の獲得と、社会との共有」を事業目的とし、これまで「まち」「ひと」「消費」の3カテゴリーでの（公益事業1）調査・研究事業、（公益事業2）啓発・活動事業を行ってきた。

2023—2027 中期事業計画では、地球規模の問題と日本が置かれている状況、科学技術の進歩など時代と環境変化に伴う課題に対して、日本の未来に視座を据え、持続可能なまちに、多様な人々が共に幸せなくらしを営むような元気な日本の姿を描きたいという構想から「元気な“日本”の姿を描き出す」というビジョンを掲げている。これに伴い、「まち」「ひと」を継続し、「消費」を「くらし」とし視野を広げている。

都市生活者意識調査は「くらし」カテゴリーに位置づけられ、都市生活者の現状とニーズ、そして将来動向を把握するための基礎研究として 2010 年度より実施している。白書的な役割に加えて高齢者や若者にフォーカスした分析をできるようにするなど、研究テーマに広く資する役割も持たせている。

### 2. 「都市生活者意識調査2024」の視点

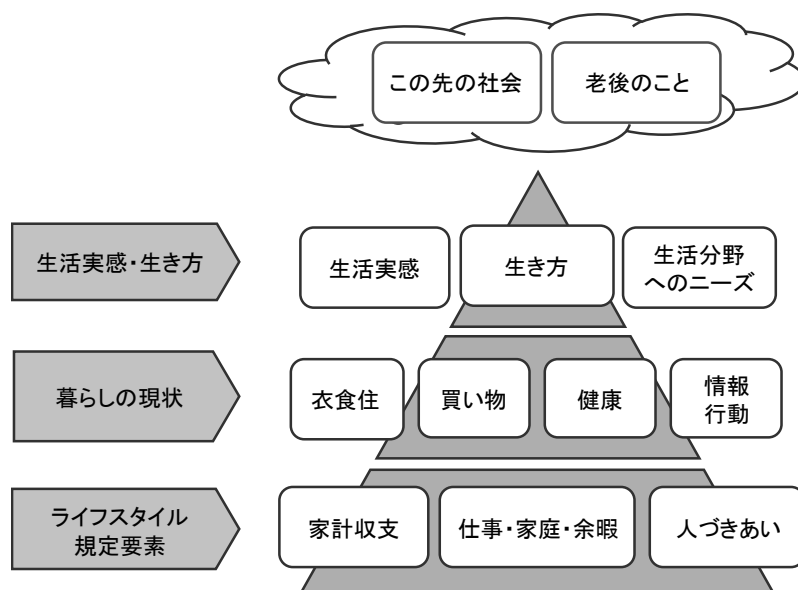
2024 年度の調査においては、2020 年より大流行し、2023 年 5 月に 2 類から 5 類に移行し、生活者意識において、コロナ禍後の人々の暮らしや考え方が、どのように変化したのかを解明することを目指す。そこで、生活環境の変化に伴う都市生活者の「くらし」の変化を見極めるために、『生活意識や価値観』と『生活行動や消費行動』において「変わったこと」を明らかにし、『社会はどのように移り変わっていくのか』を見極めていくことが必要である。

また、海外における戦争の影響や政治の変化、経済情勢の変化、そして、自然環境の変化については「猛暑」という言葉が定着し、台風や豪雨などの災害についても意識することが多くなった。このようにコロナ禍以外においても変化の要因は少なくない。そのような環境下における、生活者の意識変化、実態に関するもの、将来展望などの把握は意味のあることである。

「都市生活者意識調査」は、人々の暮らしや変わりゆく経済・社会の環境のもとで、都市生活者がどのような考えをもち行動しているのか、今後どのようにしていきたいのかを把握するためのものである。

本調査は、経済・社会環境の変化が都市生活者の生活にどのような影響を及ぼしているかを明らかにするとともに、生活フィールドに対してどのようなことを望んでいるかという視座に立脚し、都市生活者の意識と実態をより深く理解するために、図表 1-1 のような枠組みで調査項目を構造的に配置している。

図表1-1：都市生活者の意識と実態を把握するための枠組み



都市生活者の意識・態度は、「ライフスタイル規定要素」を土台にして、「暮らしの現状」が成り立っており、この現状から「生活実感・生き方」につながっていると考えられる。そして、生活の営みに影響すると思われるのが、「この先の社会」や「老後のこと」など生活環境の変化に対する意識である。

「ライフスタイル規定要素」とは、生活を営んでいくための資源であるカネ、トキ、ヒトにあたるもので、家計収支、仕事・家庭・余暇のワーク・ライフ・バランス、人づきあいである。「暮らしの現状」は、衣食住、買い物、健康、情報行動など生活領域での実態である。「生活実感・生き方」は、生活満足度や暮らし向きの見通し、生き方や暮らし方についての考え、生活分野へのニーズで、「暮らしの現状」からもたらされる意識と捉えることができる。

3つのレイヤーと生活環境の変化に対する意識について構造的に捉えることにより、都市生活者の意識・態度をより深く理解することができる。

調査の企画においては、都市生活者の意識や行動に大きな影響をもたらしていると考えられる、以下の点について留意している。

#### ◆生活実感と今後の見通し

都市生活者の生活実感はどのようなものか、1年前と比較しての暮らし向きはどのようになっているのか、この先をどのように見通しているのか。また、どのような生き方や暮らし方の考えにどのような変化があったか。そして、生活分野に対する興味関心度と満足度はどのように変化しているのか。生活分野とは、「衣」、「食」、「住」、「買い物・消費」に加えて、「仕事・学業」「遊び・余暇」「健康」「美容」「医療」「人づきあい」「学び・学習」の11分野である。

#### ◆衣生活、食生活、住生活と買い物

ファッションが多様化している現在、都市生活者はファストファッションを組み合わせ、個性を表現していると思われる。ファッションに関する情報はSNSで情報を入手していると考えられる。外出機会が増え、衣料品への支出が増加している可能性もある。

食については、食材購入時の留意点や惣菜や冷凍食品の加工食品の利用、男性の自宅での料理が気になるところである。都市生活者は、旬のもの、産地が分かるものを購入し、惣菜や冷凍食品に手間かけるなど加工食品を使いこなしていると考えられる。また、コロナ禍で自宅で料理をする男性が

増え、その後も定着している可能性が高い。自宅で飲むお酒は低アルコール化の傾向もあるだろう。

住生活意識は、安全で日常生活に便利なところで、限られたスペースで快適に暮らす方向に向かっている。治安のよさという安全だけでなく、自然災害のリスクに対する配慮もあるだろう。

買い物には、スマホ決済やクレジットカードによるキャッシュレス化が進んでいることが予想される。2022年からの光熱費や食料品の相次ぐ値上げに対して、紐付くポイントやクーポンの利用だけでなく、割引や特売品を利用して節約していることが予想される。買い物の手段として、オンライン・ショッピングとフリーマーケットサービスの利用状況についても見ておく必要がある。

#### ◆都市生活者の健康

パンデミックに対する脅威は薄れてきたとはいえ、都市生活者は健康に気遣う行動は一定程度続いていると思われる。感染対策から睡眠、運動、健康診断まで、健康維持に積極的になっていると考えられる。忙しい毎日を過ごす都市生活者のストレスも気になるところである。

#### ◆都市生活者と情報

若年層のマスメディア離れがどこまで進んでいるのか。使い慣れているメディアは、年代によって異なることが想定できる。ネットはいつでもどこでも情報を取得できる利便性があることから、利用は拡大している。ネットのなかでも、動画配信サイト、ネットのソーシャルメディア、ネットのニュース記事などさまざまな情報源があるので、年代ごとにきめ細かくみていく必要があるだろう。信用できるメディアについても同様である。

マイナンバーカードやキャッシュレス決済だけでなく、e-Tax（国税電子申告・納税システム）、ChatGPT（生成AI）、タクシー配車サービス、オンラインライブ（エンタメの配信）など、生活におけるDX（デジタル・トランスフォーメーション）が進んでいる。これらについて、どこまで生活に浸透しているかについて見ておきたい。

#### ◆都市生活者の家計収支と財産

賃上げにより収入は増加しているとみられるが、物価の高騰に追いついているのか。食料品の相次ぐ値上げや電気料金の引き上げで実質賃金が目減りしている可能性もある。都市生活者は節約に努め、貯蓄もままならない状況にあると推測される。現状における家計支出の増減実態、そしてどのような支出を切り詰めるか、また逆に増やしたい支出に関して、その対象を具体的に把握できる質問も必要であろう。

#### ◆都市生活者の仕事・家庭・余暇

企業の65歳までの雇用確保措置（2013年 高年齢者雇用安定法改正）により、定年後も働く高齢者が増えている。都市生活者はいつまで働きたいと考えているのか。そして、どのような働き方を求めているのか。一方、若い年代はどのような働き方を考えているのか、目の前のワーク・ライフ・バランスや育休の取得だけでなく、その先の終身雇用制度や早期退職制度に対する見方もみておきたい。

働き方については、コロナ禍以降、特にテレワークやフレックスタイム制などの浸透や受け止め方についてもみておきたい。

家庭に対する意識は、ライフステージで異なるとされる。若い年代のほとんどが共働きする現在、育児と家事分担に対する意識はどこまで進んでいるのか。高齢層の家族に対する意識も気になるところである。

余暇の楽しみには、趣味やスポーツに加え、近年では推し活が増えている。どのような広がりを見せているか興味深いところである。

## ◆都市生活者の人づきあい

コロナ禍での家庭回帰に伴い、人づきあいに対する意識は変化した。制限された職場の人とのつきあいや友人との集まりは、その後どのようなになっているのか。人づきあいに対する意識と行動の両面から見ていく必要がある。

## ◆社会に対する意識

2022年からの世界情勢の変化は、都市生活者の社会に対する不安を大きくした。2024年の能登半島地震や度重なる豪雨などの自然災害の多発に対する不安もある。都市生活者は生活基盤の安定を望み、将来展望を希求している。では、どのような将来展望を希求しているのか。近未来の日本社会をどのように考えているのだろうか。世界情勢の変化や緊張への懸念、多発する犯罪、自然災害の脅威、高齢者比率が急速に高まっている日本の社会構造の変化による国家財政の逼迫、若い世代の負荷の増大など、負の側面にとらえられることが多い。その一方で生成AI（人工知能）の活用が現実味を帯びてきた。生成AIの進化は、ビジネスや日常生活に革新的な変化をもたらすと考えられている。

また、SDGsに代表されるさまざまな社会問題への取り組みが活発化する中で、都市生活者はそれぞれについてどのように見ているのか。地球温暖化への取り組みやプラスチックごみ削減など地球規模の問題への意識は高まっていると思われるが、足元の持続可能な生活基盤に対する取り組みには悲観的な見方も予想される。

## ◆都市生活者と老後

日本はすでに超高齢社会に入っている。都市生活者は老後をどのように考えているのか。老後は、仕事や子育てから解放され、自由な時間を手に入れられる一方で、健康や生活費の不安もあるだろう。生活圏は近隣型になり、家族や親族、友人との関係が深まる可能性もある。老後の居場所、生きがい、幸せとは何だろうか。老後を考える50代から高齢者になっている60代・70代を対象に老後に対する意識を明らかにする。

### 3. 「都市生活者意識調査2024」の調査概要

#### (1) 調査内容の編成

都市生活者の意識と実態の把握は、広く次の領域で編成した。なお、2024年調査では、2020年以降のコロナ禍での質問を再構成して、都市生活者の意識と実態を把握するための枠組みの中に位置づけ、2023年に追加した節約に関する質問を継続した。

具体的には、節約していることに関する質問とオンライン・ショッピングに関する質問を「暮らしの現状」に位置づけて継続、コロナ禍以降話題になったことや注目されるものについて、デジタル技術を活用したツール群として再構成して、生活におけるDX（デジタル・トランスフォーメーション）に関する質問として「情報意識・行動」に位置づけた。また、テレワークの経験と評価の質問は、「都市生活者の仕事」のなかで継続、コロナ禍収束後に起こると思う事象としての質問は、生活レベルの近未来予測という質問として「社会意識」に位置づけた。

- ① 生活実感と生き方（生活満足度、幸福感、生活水準、生き方と暮らし方、生活分野へのニーズ）
- ② 暮らしの現状（衣生活、食生活、住まい、買い物、節約していること、オンライン・サービスとフリーマーケットサービスの利用）
- ③ 健康（健康・美容・医療とストレス）
- ④ 情報意識・行動（使い慣れているメディアと信用できるメディア、生活におけるDX（デジタル・トランスフォーメーション））
- ⑤ 家計収支（収入と支出、貯蓄、財産）
- ⑥ 仕事・家庭・余暇（仕事に対する意識・態度、ワーク・ライフ・バランス、労働時間、何歳まで働くか、テレワークの経験と評価、家庭に対する意識、趣味・スポーツ・推し活について）
- ⑦ 人づきあい（人づきあいに対する意識・態度、人づきあい・交流・コミュニケーションの変化、友人・知人とのつきあい、家族や友人とのコミュニケーション）
- ⑧ 社会意識（社会満足度、現在と将来の生活・社会の安心度、近未来の社会、社会問題、生活レベルの近未来予測）
- ⑨ 老後のこと（老後に関する意識、老後に関する見通し）

#### (2) 調査設計上の留意点

##### ◆対象者を高齢者まで広げつつ、性年代別分析に耐える標本構成

調査は18歳から79歳までを調査対象にしている。高齢者の意識と実態を深く掘り下げるとともに、都市生活者全体を見ながら性年代別で捉えていくこともできるようにした。

##### ◆意識の変化と深さを測定

都市生活者の実態と意識動向の重要な設問に関しては時間的推移と、関心、実態、意向の質的動態を把握できるよう測定方法で配慮した。時間的推移とは、例えば「1年前と比べて…」「2～3年後は…」という設問で現在時点を補完した。質的動態は、例えば「関心の程度」「現状の関わり程度」「ありたい姿」の3つの位相で把握を試みた。都市生活者の今後の行動のベクトルを見出すことに努めた。

##### ◆時代に合った調査方法

本調査は今年度で15回（年）目を迎える。調査方法に関しては、初回から「訪問留置法」にて実施してきたが、被験者における共同住宅（マンション）居住者の割合、日中の不在が多い単身世帯への

対応、より細やかなエリア分散を鑑み、2019 年から調査方法を「インターネット調査」に切り換えている。国勢調査も平成 27 年（2015 年）からオンライン化が始まり、電子調査票（PC 版、スマホ版）が導入された。確定申告においても、平成 16 年（2004 年）に施行された行政手続オンライン化法に基づいて、e-tax（国税電子申告・納税システム）が導入されている。また、高齢者間におけるスマホ、タブレット PC、パソコンの普及率の高まりにより、「インターネット調査」でも十分な回答が得られる時代になったので、方法を切り換えている。

なお、2019 年以降の調査でも同じ調査方法と質問を継続し、さまざまな領域で生活環境変化の影響を把握できるようにしている。2024 年の分析報告書では、2023 年の結果と比較して生活者の意識の変化を浮き彫りにしている。

(3) 調査概要

- ① 調査対象；東京 30km 圏内に在住の満 18 歳～79 歳一般男女
- ② 標本数（最終有効回収数）：1, 477 （※標本抽出フレーム：株式会社インテージ マイティモニター）

〔内 訳〕

|     | 計    | 満 18<br>～29 歳 | 30 代 | 40 代 | 50 代 | 60 代 | 70 代 |
|-----|------|---------------|------|------|------|------|------|
| 全 体 | 1477 | 274           | 257  | 276  | 293  | 193  | 184  |
| 男 性 | 737  | 138           | 127  | 139  | 150  | 97   | 86   |
| 女 性 | 740  | 136           | 130  | 137  | 143  | 96   | 98   |

- ③ 調査方法： インターネット調査
- ④ 調査時期： 2024 年 10 月 22 日（火）～11 月 11 日（月）
- ⑤ 調査研究体制：
  - 調査研究機関 公益財団法人ハイレイフ研究所
  - 調査実施担当 株式会社 インテージ
  - 調査研究担当 研究幹事 藤原 豊（公益財団法人ハイレイフ研究所 執行理事専務理事）
  - 研究メンバー 杉本 浩二（公益財団法人ハイレイフ研究所 上席研究員）
  - 研究協力 水嶋 敦（自由学園最高学部【大学】特任教授）

## 第2章 「都市生活者意識調査2024」結果の要約

### 1. 都市生活者の生活実感と生き方

#### ◆生活満足度、幸福感、生活水準は変わらないが、中流意識に分散傾向

2024年の生活満足度、幸福感、生活水準は、2023年と変わらないが、中流意識の分散傾向もある。暮らし向きは、若年層が良くなっていると感じ、2〜3年後の見通しも明るい、30代から40代になると見通しが分かれ、50代になると見通しは暗い。

#### ◆健康的な生活への意識が高まり、衣や人との交流への関心は低下

都市生活者は、健康的でのんびり、やすらぎのある暮らしを求めている。これに加えて、18〜29歳は経済的な豊かさや人に恵まれた楽しい暮らし、40代はそこそこの暮らし、50代以降は周囲に迷惑をかけない備えと、年代によって暮らしに対する意識が異なっている。

都市生活者の興味関心は「健康」、「食」、「遊び・余暇」、「買い物・消費」、「医療」で高いものの、満足している人の割合はそれほど高くない。2023年に比べて、「衣」と「仕事・学業」、「人づきあい」への興味関心の程度がやや弱まった。

### 2. 都市生活者の暮らしの現状

#### ◆ファッションに関する関心が低下

都市生活者のファッションに関する関心が低下している。ブランドよりファストファッションをうまく組み合わせるほうがオシャレという考えは定着し、若い女性はSNSを参考にファッションを取り入れている。衣類に費やす金額は2023年とほぼ同じであるが、男性でやや増加、女性でやや減少した。

#### ◆旬の食材や生産地がわかるものを購入

食事については、若年層の朝食欠食が顕著である。食材購入では、旬や産地にこだわり、健康や美容により食材を選択している。また、幅広い年代で惣菜や冷凍食品も利用されている。料理を作るときの参考情報は、女性40代までが「ネットやソーシャルメディアの情報」、女性50代以降で「料理番組等を参考」が高くなり、年代で参考情報のメディアは異なっている。ふだんの夕食のとり方は、男性で「一人で」が増加した。男性が自宅で料理を作る日数は増加した。

自宅で食事にお酒を飲み、低アルコールのお酒などで会話や交流を楽しんでいる。

#### ◆住まいはシンプルな暮らしを望み、安全で便利な立地を重視

都市生活者は、治安がよく災害に強い地域の買い物や通勤に便利なところで、シンプルな暮らしを望んでいる。また、男性は所有に対する意識、女性は暮らし方に対する意識が強い。

#### ◆買い物は価格重視でキャッシュレス

スマホ決済やクレジットカードのキャッシュレス化が進んでいる。買い物は、ポイントやマイレー

ジのつく店で、特売やタイムサービス、クーポン券や割引券など割引を重視し、スマホ決済やクレジットカードでのキャッシュレスで行っている。女性は店頭で比較して買っている。

◆相次ぐ値上げで節約を徹底

都市生活者は、相次ぐ値上げで、クーポンの利用やポイント活動だけでなく、外食費を減らしたり、自転車や徒歩での移動を心掛けるなど節約を徹底している。

◆オンライン・ショッピングやフリマサービスが定着

オンライン・ショッピングは、いつでもどこでも買い物できる利便性やポイントや価格の安さが利用で、幅広い層に利用されている。フリーマーケットサービスは、2人に1人が利用し、出品して売る側とお値打ちで買う側の双方のメリットを感じている。

### 3. 都市生活者の健康

◆日々の活動で意識する健康

都市生活者は、健康のために「歯磨きなどの口腔ケア」や「できるだけ歩く」、「定期的に健康診断を受けている」、「規則正しく食事」、「睡眠時間は十分とる」など日常の生活の中で気を配っているが、2023年に比べて口腔ケアと睡眠時間に対する意識が低下している。

◆ストレスを感じる人が多数

都市生活者のほとんどがストレスを感じているなか、高齢者はストレスを感じている程度が低い。

### 4. 都市生活者と情報

◆進むメディア離れ

使い慣れているメディアは、全体で「テレビのニュース番組」のみが半数を上回る。2023年に比べて、どのメディアにおいても値が低下した。男性30代までと女性18～29歳は、「動画配信サイト」や「ネットのソーシャルメディア」が最も高く、「テレビのニュース番組」が高いそれ以降の年代と異なっている。信用できるメディアでは、最も高い「テレビのニュース番組」でも半数を下回り、信用できるメディアがない。

◆DX（デジタル・トランスフォーメーション）が生活に浸透

生活におけるDX（デジタル・トランスフォーメーション）では、「キャッシュレス決済」と「マイナンバーカード（健康保険証）」はほとんどの人が認知し、利用率も伸びている。なかでも、「キャッシュレス決済」は幅広い層で利用されている。

## 5. 都市生活者の家計収支と財産

### ◆収入は増加傾向にあるが、50代になると減少傾向が高まる

都市生活者の収入額は増加したが、50代になると減少傾向が高まることが明らかになった。家計収支に余裕はあるが、食料費や水道光熱費が増え、食料品の相次ぐ値上げや電気料金の引き上げの結果が表れている。都市生活者は、衣料品・靴・バッグ等の購入費や趣味・娯楽費、交際費など生活に潤いを与える費用を切り詰めて生活している。

今後は、貯蓄や趣味・娯楽費、こづかいを増やし、水道光熱費や通信費などの生活の必要経費を減らし、ゆとりある暮らしに振り向けたいと考えている。

## 6. 都市生活者の仕事・家庭・余暇

### ◆仕事はお金を稼ぐための手段

都市生活者の多くが仕事を持ち、高齢者が仕事を持つことが当たり前になった。男性60代の8割、男性70代の6割が、週5日以上仕事をしている。仕事はお金を稼ぐための手段と捉え、同じ勤務先で定年まで働くという意識で仕事も自分の生活も楽しんでいる。今後の会社について、社員の生活を守る存在として期待し、育休（育業）取得の増加が進むが、会社の存続のための早期退職者募集も増えるとみている。

仕事の時間は増加、余暇・レジャー時間が減少、家事・育児は変わらない。男性は定時就業時間に少し残業もする程度の労働時間を望む人が多く、女性は少ない労働時間を望んでいる。

### ◆現役世代は収入とワーク・ライフ・バランスを求める

50代以下の年代は、就職する際に収入のよさと少ない残業と休日・休暇取得やワーク・ライフ・バランスを重視し、緩やかに働きたいと考えている。仕事上で尊敬できる上司や先輩を持ち、恵まれていると感じている一方で、上司や先輩の仕事ぶりに冷ややかな目も持っている。フレックスタイム制やテレワーク、週休三日制を望む人が多く、男性30代、40代の3割以上が「育児休業制度」を望んでいる。

### ◆男性の子育ては若い男女に共通

都市生活者は、子どもの成長についての責任感を持ち、個性を発揮して育ててほしいと願っている。男性の子育てへの参画は、女性だけでなく男性30代以下でも高く、もはや若い年代の男女に共通する考えになっている。一方で、50代以下の未婚者で結婚を考える人は4割弱にとどまり、結婚しなくても幸せな人生があると考える人が3割いる。60代から70代は、老後は子どもに迷惑をかけたくないと考えている。

### ◆趣味、スポーツ、推し活で人生を豊かに

長く続けている趣味がある人は2割で、長く続けているスポーツがある人は2割弱である。“推し”がある、推し活をしている人は1割強であった。その理由は、「人生を豊かにする楽しみ」や「心身の癒し、日常のストレスからの解放」で、スポーツはこれらに加えて「健康維持・健康増進」が理由になっている。

## 7. 都市生活者の人づきあい

### ◆人づきあいに変化

都市生活者のつきあう友人の数、近所づきあいが減っている。人数が少なくても深いつきあいをしたいと考えつつ、人づきあいは面倒くさいと思っている。友人の数を2023年と比較すると、男性30代から50代は同性の友人の数が増加したが、他は減少している。都市生活者のよりどころは「配偶者」、「親」、「子ども」で、家族をよりどころにする傾向がやや高まっている。

都市生活者がふだんつきあっている友人は職場や仕事関係の友人と学生時代の友人で、2023年に比べて「職場関係、仕事関係の友人」が増加した。コロナ禍でつきあいが減っていた職場・仕事でのつきあいが回復してきたと考えられる。参加している個人的な集まりや活動は、学生時代からのつきあいが多いが2023年にくらべて減少した。

家族との会話は頻繁で、メールやLINEも多く利用している。家族とメールやLINEのやり取りをしている人および頻度は2023年に比べて若干増加した。友人とのコミュニケーションにはメールやLINEが最も多く利用されているが、2023年に比べて減少した。

## 8. 社会に対する意識

### ◆犯罪・戦争がなく、自然災害に強い社会を希求している

都市生活者の社会満足度は低下傾向にある。現在の生活について不安を抱き、将来の生活にさらに不安を感じている。社会に対しては現在でも不安を抱いており、将来の社会はさらに不安という都市生活者の不安が浮き彫りになった。

都市生活者は、犯罪・戦争がなく、自然災害に強い社会、すなわち安全で安心して生活を営むことができる社会を望み、持続可能な環境で経済的にも安心できる暮らしを実現する取り組みを支持している。

AI（人工知能）の進化やいつでも・どこでも世界とつながる情報化社会が進展する一方、犯罪・戦争がなく安全で安心して暮らせる社会、社会保障負担の低い社会、今の若者や子どもたちに負担がかからない社会、経済的安定が見込める社会にはならないと考えている。

都市生活者は、近未来の日本の社会予想について進むと思う取り組みは、デジタル関連や自らが実践可能な自然・環境関連と考えている。

## 9. 都市生活者と老後

### ◆老後の生き方は『自由、健康、自立』

老後を強く意識し始めるのは50代で、老後生活は自由にのんびり楽しみたいと考えている。

老後に関する見通しは、家族、友人、趣味、経済的なことである。男性は経済的な見通しと趣味への意識が高まり、妻を頼りにしている。女性は家族に必要とされる意識や友人への意識が高くなる。老後の生き方は、『自由、健康、自立』を考えている。しかし、リタイア後の生活費に不安を持っている。

また、次世代との関係について「中高年者は若者を理解し、向き合いながら相互の関わりを保つべきである」と考える人が、半数以下にとどまっている。

## 第3章 都市生活者の生活実感と生き方

本章では、都市生活者の生活実感と生き方について明らかにする。まず、生活満足度など暮らし向きに対する意識についてみた後に、生き方や暮らし方、生活分野別の興味関心と満足についてみていく。

2024年の生活満足度、幸福感、生活水準は、2023年とほぼ同じであったが、中流意識の分散傾向もある。

1年前と比較しての生活、2～3年後の生活見通しとも、全体の半数以上が「変わらない」と回答している。

若年層は「良くなっている」と感じ、2～3年後の見通しも明るいが、30代から40代になると「良くなっている」と「悪くなっている」が明確に分かれ、50代になると「悪くなっている」が増える。

都市生活者は、健康的でのんびり、やすらぎのある暮らしを求めている。これに加えて、18～29歳は経済的な豊かさや人に恵まれた楽しい暮らし、40代はそこそこの暮らし、50代以降は周囲に迷惑をかけない備えと年代によって暮らしに対する意識が異なっている。

都市生活者の興味関心は「健康」、「食」、「遊び・余暇」、「買い物・消費」、「医療」で高いものの、満足している人の割合はそれほど高くない。2023年に比べて、「衣」と「仕事・学業」、「人づきあい」への興味関心の程度がやや弱まった。

### 1. 生活満足度、幸福感、生活水準は変わらないが、中流意識に分散傾向

都市生活者は、現在の生活満足度と生活水準の程度をどのように認識しているのか。現在の生活満足度について4段階で質問した結果は、図表3-1のようになった。

◇全体の3人中2人（満足+やや満足：64.7%）が現在の生活に満足している。

◇満足している人は、2023年とほぼ同じである。

◇男女とも18～29歳と60代～70代の満足度が他の年代に比べて高い。

自分の幸せ感・幸福感を100点満点中の10点区切りで回答してもらったところ、図表3-2のようになった。

◇幸福感の全体平均は60.1点で、70点以上が半数（50.4%）を占める。

◇全体平均は、2023年の平均に比べて若干下がり、「80点」が減り、「70点」が増えた。

◇男女とも60代～70代で高い。

次に、現在の生活水準について5段階で回答してもらった。（図表3-3参照）

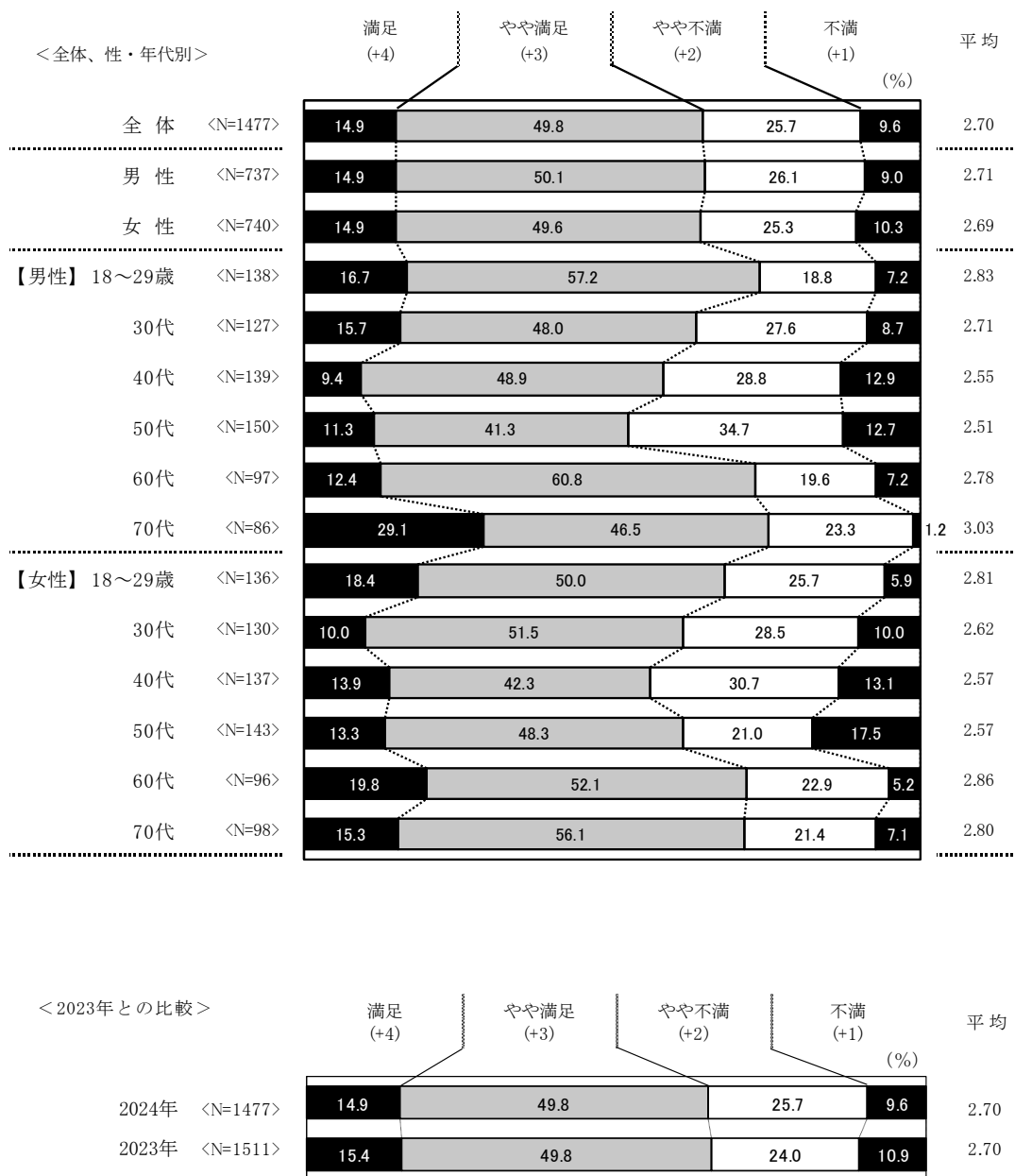
◇全体では「中の中」（41.0%）が多数派で、「中の下」（27.1%）が「中の上」（21.5%）より多い。

◇構成比は、2023年とほぼ同じであるが、中流の中で「中の上」と「中の下」が若干ではあるがそれぞれ増加し、二極化傾向が意識の中にみられる。

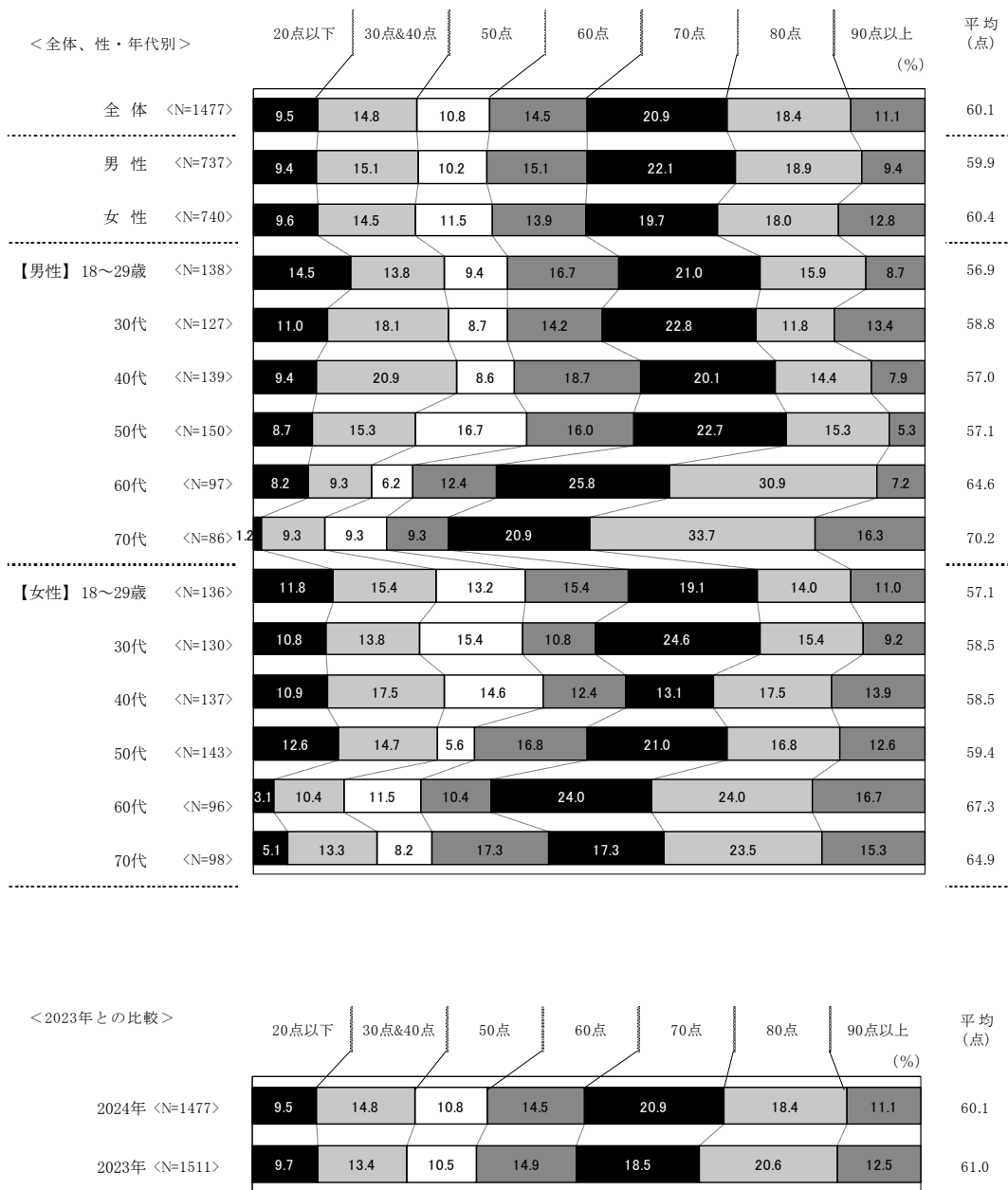
◇女性は男性より「中の中」と回答する人が多い（女性46.6%、男性35.3%）。男女とも70代で「中の中」と回答する人が最も多い。

2024年の生活満足度、幸福感、生活水準は、2023年とほぼ同じであったが、中流意識の分散傾向もある。

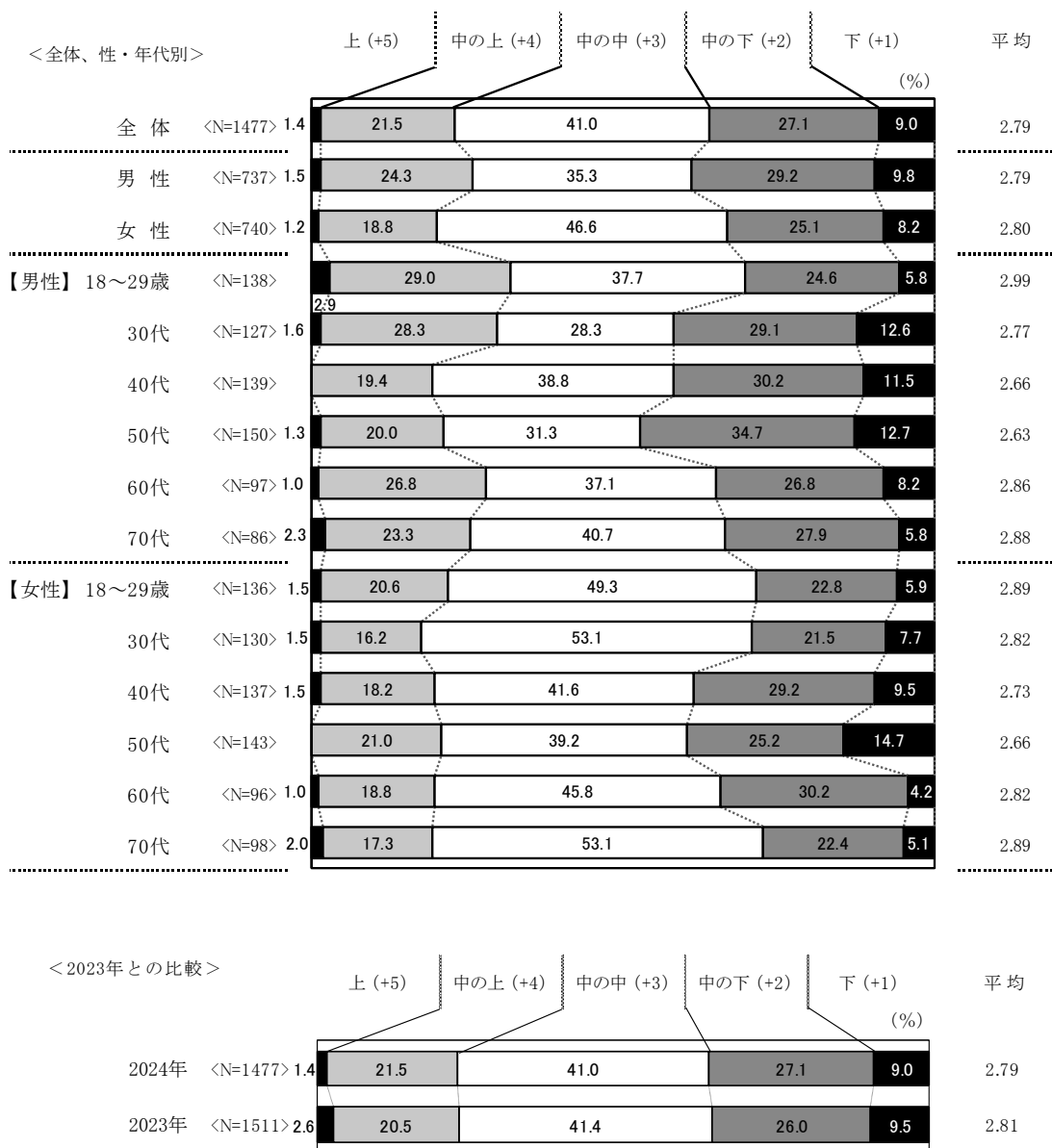
図表3-1：現在の生活満足度



図表3-2：現在の幸せ感・幸福感



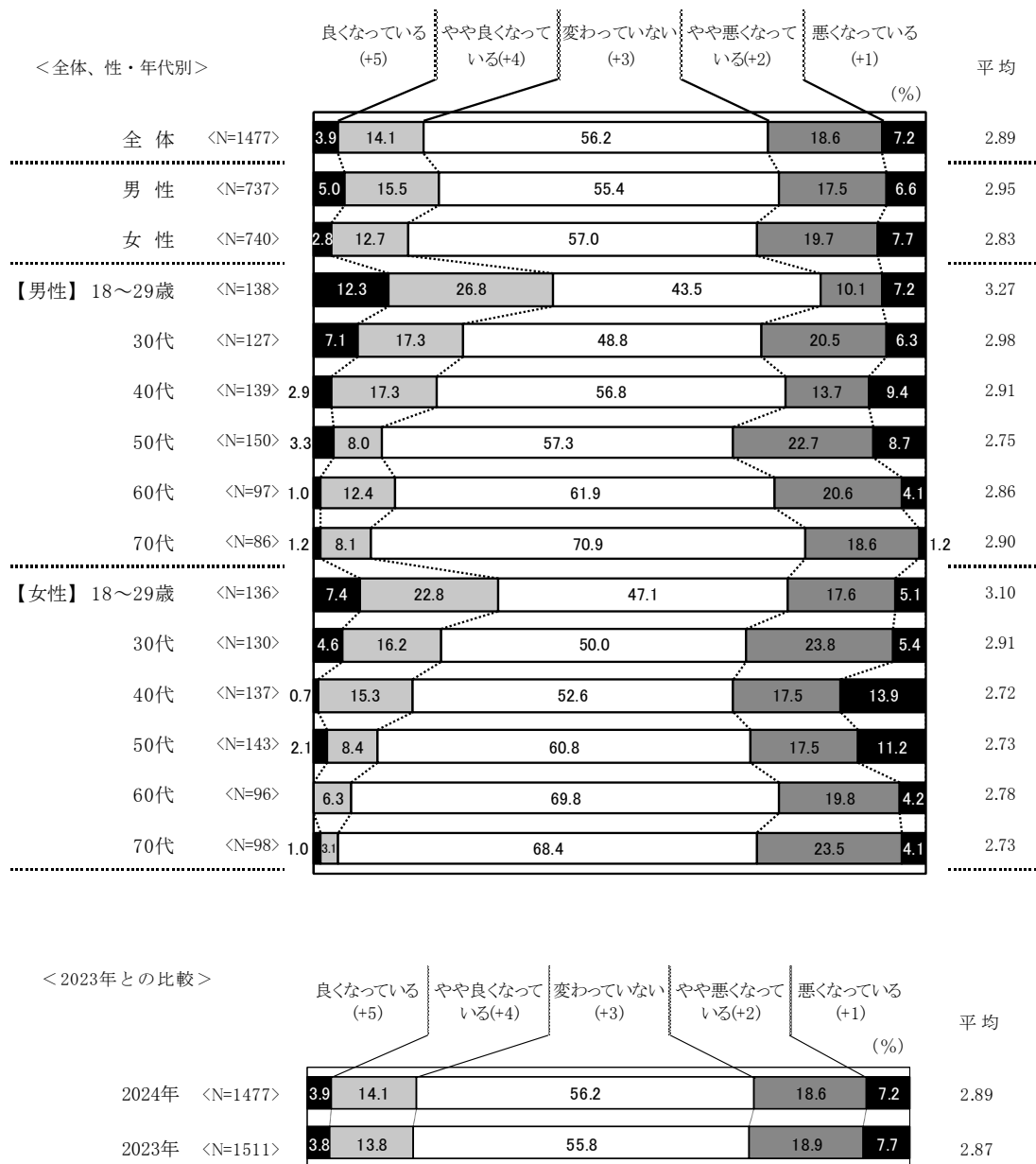
図表3-3：現在の生活水準



暮らし向きについて、「1年前と比較しての生活」と「2～3年後の生活見通し」の2つの質問を用意し、5段階でたずねた。図表3-4と図表3-5は、それぞれについての構成比を示したものである。調査結果から次のことが明らかになった。

- ◇「1年前と比較しての生活」は「変わっていない」（56.2%）が半数以上で、「悪くなっている」（悪くなっている＋やや悪くなっている：25.8%）が、「良くなっている」（良くなっている＋やや良くなっている：18.0%）を上回る。
- ◇2023年と比較すると、ほぼ同じである。
- ◇性・年代別でみると、男女とも年代が上がるほど「変わっていない」が増え、若い年代ほど「良くなっている」人の割合が多い傾向がある。「良くなっている」が「悪くなっている」を上回るのは、18～29歳に限られ、30代以降は「悪くなっている」が「良くなっている」を上回る。

図表3-4：1年前と比較しての生活

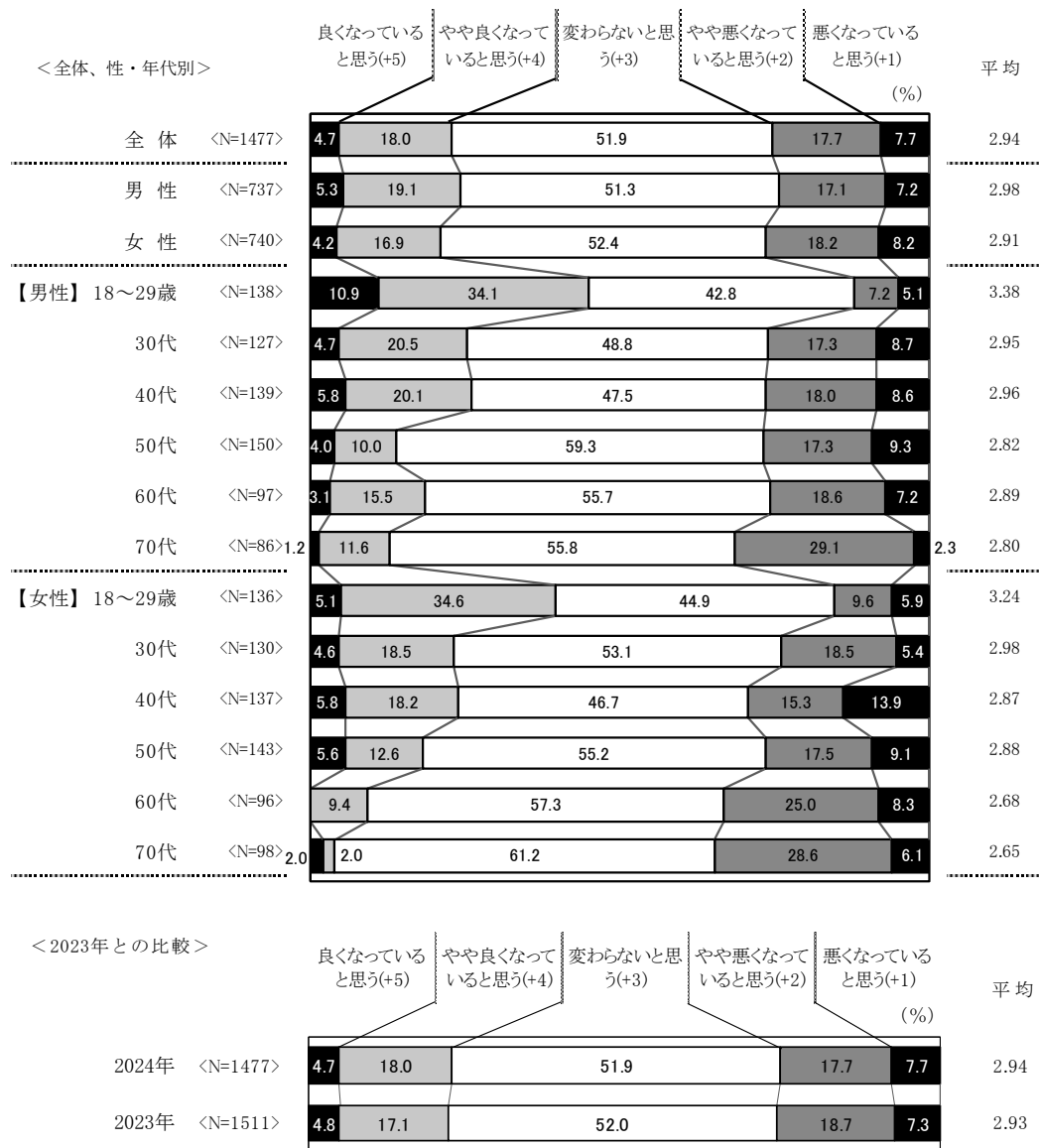


◇「2～3年後の生活見通し」は、「変わらないと思う」(51.9%)が半数で、「悪くなっていると思う」(悪くなっていると思う+やや悪くなっていると思う：25.4%)が、「良くなっていると思う」(良くなっていると思う+やや良くなっていると思う：22.7%)を上回る。

◇これは、2023年と変わっていない。

◇性・年代別では、男女18～29歳は「良くなっていると思う」が「悪くなっていると思う」を上回るが、30代でほぼ同じになり、40代になると「悪くなっていると思う」が「良くなっていると思う」を上回り、それ以降の年代では「良くなっていると思う」人の割合が減少する。

図表3-5：2～3年後の生活見通し



1年前と比較しての生活、2～3年後の生活見通しとも、全体の半数以上が「変わらない」と回答している。

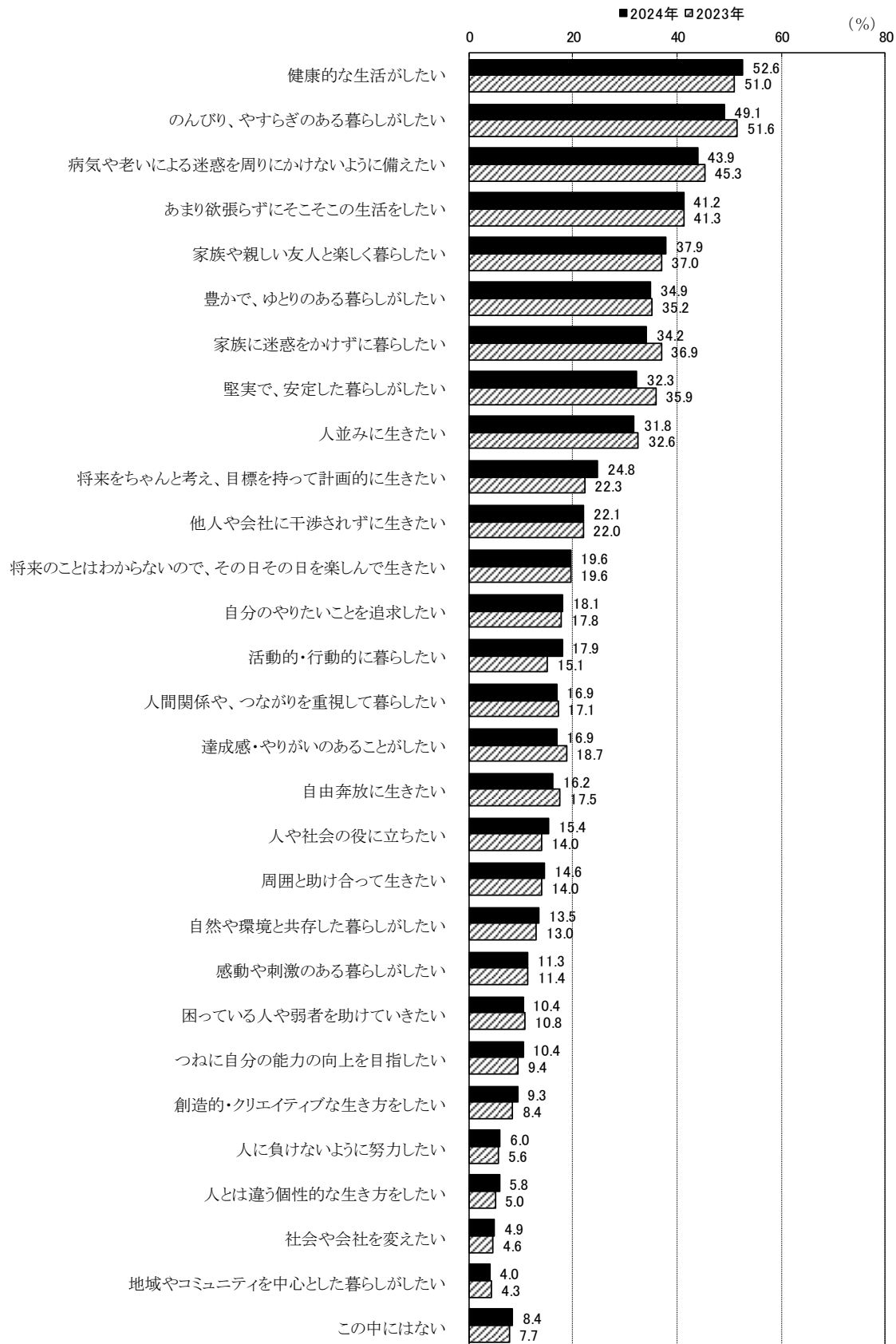
男女18～29歳は「良くなっている」と感じ、2～3年後の見通しも明るいが、30代から40代になると「良くなっている」と「悪くなっている」が明確に分かれ、50代になると「悪くなっている」が増える。

## 2. 健康的でのんびり、やすらぎのある暮らしを求める

図表3-6は、「生き方や暮らし方について」あてはまるものを回答してもらった結果である。

図表3-6：生き方や暮らし方

&lt;全体:2024年N=1,477、2023年N=1,511&gt;



&lt;性・年代別&gt;

(%)

|          | N=   | 1位                                      | 2位                                                     | 3位                             |
|----------|------|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------|--------------------------------|
| 全体       | 1477 | 健康的な生活がしたい 52.6                         | のんびり、やすらぎのある暮らしがしたい 49.1                               | 病気や老いによる迷惑を周りにかけないように備えたい 43.9 |
| 男        | 737  | 健康的な生活がしたい 47.4                         | のんびり、やすらぎのある暮らしがしたい 42.9                               | あまり欲張らずにそこそこの生活をしたい 38.7       |
| 女        | 740  | 健康的な生活がしたい 57.8                         | のんびり、やすらぎのある暮らしがしたい 55.3                               | 病気や老いによる迷惑を周りにかけないように備えたい 50.7 |
| 男・18～29歳 | 138  | 健康的な生活がしたい 31.2                         | 豊かで、ゆとりのある暮らしがしたい 30.4                                 | 将来をちゃんと考え、目標を持って計画的に生きたい 26.1  |
| 男・30代    | 127  | 健康的な生活がしたい 44.1                         | のんびり、やすらぎのある暮らしがしたい 37.8                               | 家族や親しい友人と楽しく暮らしたい 33.1         |
| 男・40代    | 139  | のんびり、やすらぎのある暮らしがしたい 44.6                | 健康的な生活がしたい 41.0                                        | あまり欲張らずにそこそこの生活をしたい 37.4       |
| 男・50代    | 150  | 健康的な生活がしたい/<br>のんびり、やすらぎのある暮らしがしたい 48.7 | 48.7                                                   | 病気や老いによる迷惑を周りにかけないように備えたい 48.0 |
| 男・60代    | 97   | 健康的な生活がしたい 62.9                         | あまり欲張らずにそこそこの生活をしたい 57.7                               | のんびり、やすらぎのある暮らしがしたい 54.6       |
| 男・70代    | 86   | 健康的な生活がしたい 68.6                         | 病気や老いによる迷惑を周りにかけないように備えたい 62.8                         | のんびり、やすらぎのある暮らしがしたい 59.3       |
| 女・18～29歳 | 136  | のんびり、やすらぎのある暮らしがしたい 44.9                | 健康的な生活がしたい 37.5                                        | 家族や親しい友人と楽しく暮らしたい 36.8         |
| 女・30代    | 130  | 健康的な生活がしたい 46.9                         | のんびり、やすらぎのある暮らしがしたい 45.4                               | 豊かで、ゆとりのある暮らしがしたい 43.8         |
| 女・40代    | 137  | 健康的な生活がしたい 60.6                         | のんびり、やすらぎのある暮らしがしたい 57.7                               | あまり欲張らずにそこそこの生活をしたい 51.1       |
| 女・50代    | 143  | 健康的な生活がしたい 67.8                         | 病気や老いによる迷惑を周りにかけないように備えたい 62.9                         | のんびり、やすらぎのある暮らしがしたい 59.4       |
| 女・60代    | 96   | 健康的な生活がしたい 72.9                         | 病気や老いによる迷惑を周りにかけないように備えたい 70.8                         | のんびり、やすらぎのある暮らしがしたい 65.6       |
| 女・70代    | 98   | 健康的な生活がしたい 67.3                         | 病気や老いによる迷惑を周りにかけないように備えたい/<br>のんびり、やすらぎのある暮らしがしたい 63.3 | 63.3                           |

◇全体では、「健康的な生活がしたい」(52.6%)、「のんびり、やすらぎのある暮らしがしたい」(49.1%)、「病気や老いによる迷惑を周りにかけないように備えたい」(43.9%)、「あまり欲張らずにそこそこの生活をしたい」(41.2%)、「家族や親しい友人と楽しく暮らしたい」(37.9%)、「豊かでゆとりのある暮らしがしたい」(34.9%)、「家族に迷惑をかけずに暮らしたい」(34.2%)、「堅実で、安定した暮らしがしたい」(32.3%)、「人並みに生きたい」(31.8%)の順で高い。

◇2023年に比べて、「健康的な生活がしたい」が増加、「のんびり、やすらぎのある暮らしがしたい」、「病気や老いによる迷惑を周りにかけないように備えたい」、「家族に迷惑をかけずに暮らしたい」、「堅実で、安定した暮らしがしたい」がやや低くなった。

◇性・年代別では、「健康的な生活がしたい」と「のんびり、やすらぎのある暮らしがしたい」がどの年代でも高いが、男性18～29歳はこれに加えて、「豊かで、ゆとりのある暮らしがしたい」、「将来をちゃんと考え、目標を持って計画的に生きたい」、女性18～29歳は、「家族や親しい友人と楽しく暮らしたい」と考えている。男女40代では、「あまり欲張らずにそこそこの生活をしたい」が3番目の高さになる。また、男女50代以降の年代で、「病気や老いによる迷惑を周りにかけないように備えたい」が上位にあがる。

都市生活者は、健康的でのんびり、やすらぎのある暮らしを求めている。これに加えて、18～29歳は経済的な豊かさや人に恵まれた楽しい暮らし、40代はそこそこの暮らし、50代以降は周囲に迷惑をかけない備えと年代によってこの先の暮らしに対する意識が異なっている。

### 3. 満たされていない健康と遊び・余暇のニーズ

生活分野に対する興味関心度と満足度について4段階で聞いた。興味関心度は図表3-7、満足度は図表3-8のようになった。

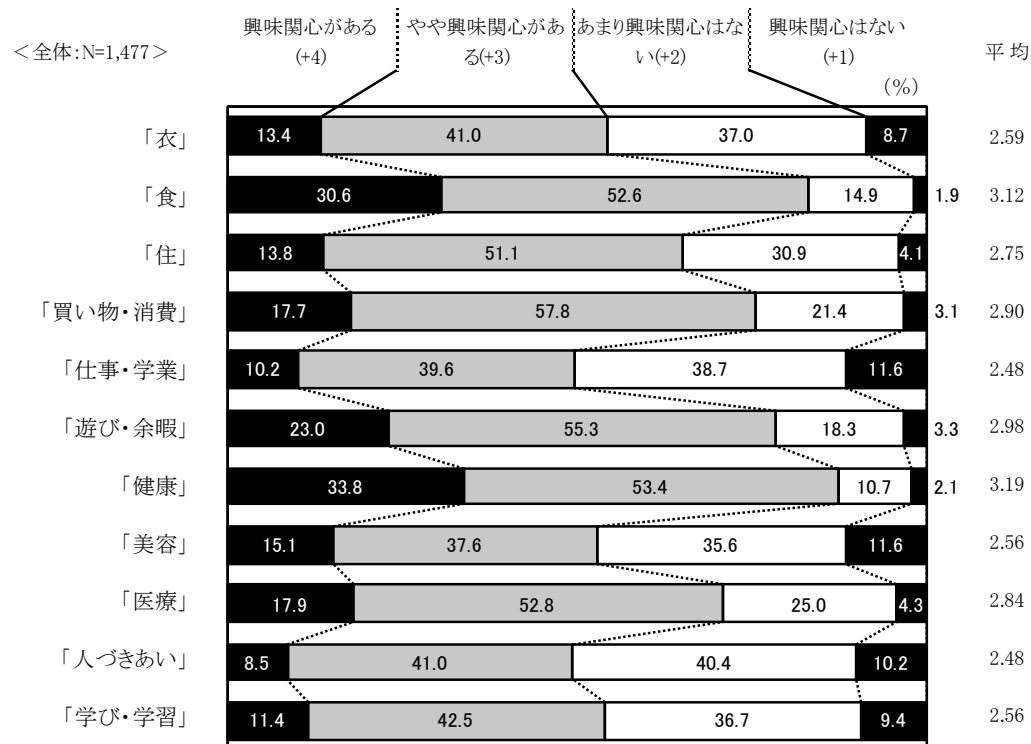
◇興味関心の高い生活分野は、「健康」（興味関心がある＋やや興味関心がある：87.2%）、「食」（興味関心がある＋やや興味関心がある：83.2%）、「遊び・余暇」（興味関心がある＋やや興味関心がある：78.3%）、「買い物・消費」（興味関心がある＋やや興味関心がある：75.5%）、「医療」（興味関心がある＋やや興味関心がある：70.7%）である。

◇2023年と比較すると、「衣」と「仕事・学業」、「人づきあい」への興味関心の程度がやや弱まった。

◇「健康」や「食」への興味関心度は、男性より女性で高い。

◇男女とも40代以上は「健康」への興味関心が高い。30代以下は「遊び・余暇」と「食」への興味関心が高い。男女とも60代になると「医療」が高くなる。

図表3-7：興味関心度



## &lt;2023年との比較&gt;

<全体:2024年N=1,477、2023年N=1,511>

|          |       | 興味関心がある<br>(+4) | やや興味関心がある(+3) | あまり興味関心はない(+2) | 興味関心はない<br>(+1) | 平均   |
|----------|-------|-----------------|---------------|----------------|-----------------|------|
|          |       | (%)             |               |                |                 |      |
| 「衣」      | 2024年 | 13.4            | 41.0          | 37.0           | 8.7             | 2.59 |
|          | 2023年 | 13.2            | 44.1          | 36.3           | 6.4             | 2.64 |
| 「食」      | 2024年 | 30.6            | 52.6          | 14.9           | 1.9             | 3.12 |
|          | 2023年 | 30.8            | 52.8          | 14.4           | 2.0             | 3.12 |
| 「住」      | 2024年 | 13.8            | 51.1          | 30.9           | 4.1             | 2.75 |
|          | 2023年 | 14.8            | 50.7          | 30.1           | 4.4             | 2.76 |
| 「買い物・消費」 | 2024年 | 17.7            | 57.8          | 21.4           | 3.1             | 2.90 |
|          | 2023年 | 19.5            | 56.6          | 21.6           | 2.3             | 2.93 |
| 「仕事・学業」  | 2024年 | 10.2            | 39.6          | 38.7           | 11.6            | 2.48 |
|          | 2023年 | 12.0            | 40.4          | 36.9           | 10.7            | 2.54 |
| 「遊び・余暇」  | 2024年 | 23.0            | 55.3          | 18.3           | 3.3             | 2.98 |
|          | 2023年 | 26.2            | 52.7          | 18.5           | 2.6             | 3.03 |
| 「健康」     | 2024年 | 33.8            | 53.4          | 10.7           | 2.1             | 3.19 |
|          | 2023年 | 35.9            | 50.4          | 11.7           | 2.0             | 3.20 |
| 「美容」     | 2024年 | 15.1            | 37.6          | 35.6           | 11.6            | 2.56 |
|          | 2023年 | 14.4            | 38.5          | 36.6           | 10.5            | 2.57 |
| 「医療」     | 2024年 | 17.9            | 52.8          | 25.0           | 4.3             | 2.84 |
|          | 2023年 | 18.6            | 50.9          | 26.0           | 4.5             | 2.84 |
| 「人づきあい」  | 2024年 | 8.5             | 41.0          | 40.4           | 10.2            | 2.48 |
|          | 2023年 | 9.3             | 41.9          | 39.4           | 9.4             | 2.51 |
| 「学び・学習」  | 2024年 | 11.4            | 42.5          | 36.7           | 9.4             | 2.56 |
|          | 2023年 | 11.3            | 43.0          | 36.7           | 9.1             | 2.56 |

《興味関心度（興味関心がある＋やや興味関心がある）》＜性・年代別＞

(%)

|          | N=   | 1位         | 2位          | 3位          |
|----------|------|------------|-------------|-------------|
| 全体       | 1477 | 健康 87.2    | 食 83.2      | 遊び・余暇 78.3  |
| 男        | 737  | 健康 86.4    | 食/遊び・余暇     | 79.9        |
| 女        | 740  | 健康 88.0    | 食 86.5      | 買い物・消費 80.0 |
| 男・18～29歳 | 138  | 遊び・余暇 87.0 | 食/買い物・消費    | 79.0        |
| 男・30代    | 127  | 遊び・余暇 81.1 | 健康 80.3     | 食 77.2      |
| 男・40代    | 139  | 健康 89.9    | 食 82.7      | 遊び・余暇 82.0  |
| 男・50代    | 150  | 健康 88.7    | 食 79.3      | 遊び・余暇 76.7  |
| 男・60代    | 97   | 健康 88.7    | 食/医療        | 78.4        |
| 男・70代    | 86   | 健康 96.5    | 医療 89.5     | 食 83.7      |
| 女・18～29歳 | 136  | 食 87.5     | 遊び・余暇 86.0  | 買い物・消費 83.1 |
| 女・30代    | 130  | 食 94.6     | 買い物・消費 92.3 | 遊び・余暇 89.2  |
| 女・40代    | 137  | 健康 85.4    | 食 82.5      | 買い物・消費 78.1 |
| 女・50代    | 143  | 健康 90.9    | 食 83.2      | 医療 79.7     |
| 女・60代    | 96   | 健康 94.8    | 医療 87.5     | 食 85.4      |
| 女・70代    | 98   | 健康 93.9    | 医療/食        | 85.7        |

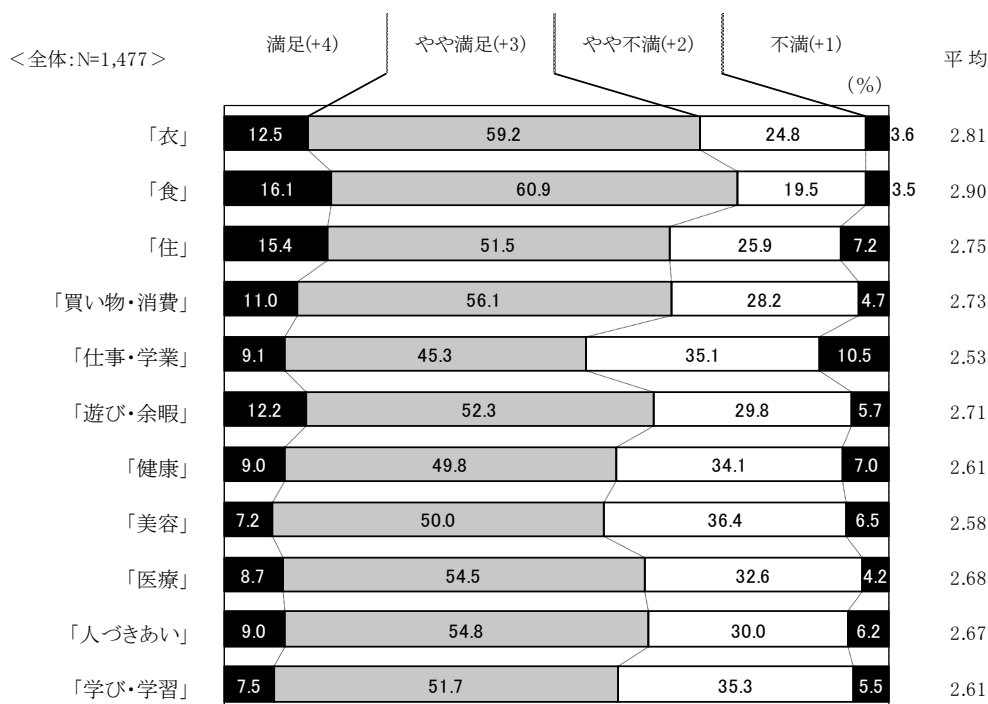
◇満足度の高い生活分野は、「食」（満足＋やや満足：77.0%）、「衣」（満足＋やや満足：71.7%）、「住」（満足＋やや満足：66.9%）である。

◇満足度が低いのは、「仕事・学業」（満足＋やや満足：54.4%）、「美容」（満足＋やや満足：57.2%）、「学び・学習」（満足＋やや満足：59.2%）である。興味関心が最も高い「健康」の満足度（満足＋やや満足：58.8%）はやや低い。

◇2023年と比較すると、「食」、「住」、「健康」、「医療」、「人づきあい」に満足している人の割合はやや減少した。

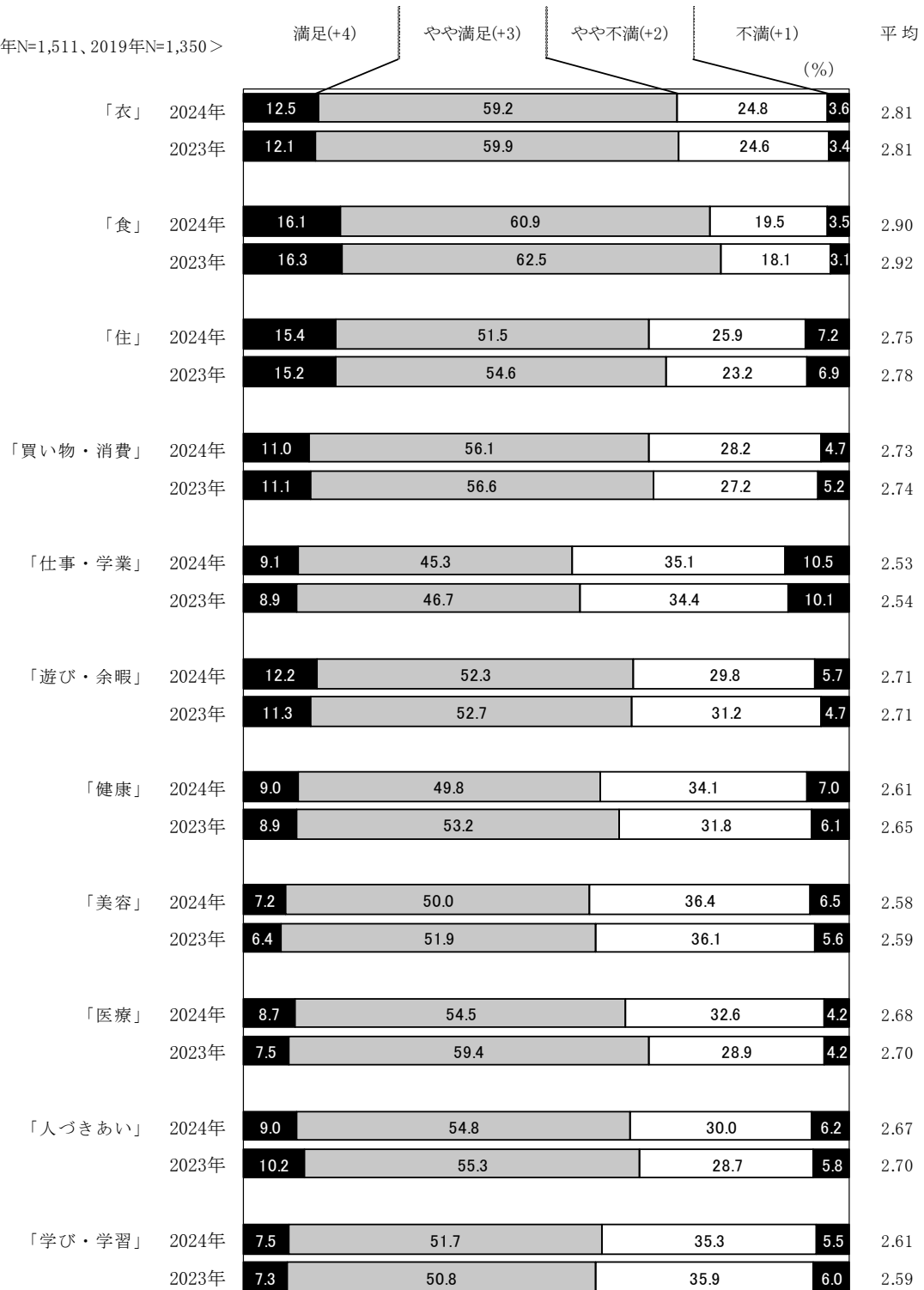
◇性・年代でみると、どの年代でも「食」と「衣」に満足している人が多い。これらに加えて、男性18～29歳は「買い物・消費」、女性18～29歳は「遊び・余暇」に満足している人、男性60代～70代は「買い物・消費」、女性70代は「人づきあい」に満足している人が多い。

図表3－8：満足度



## &lt;2023年との比較&gt;

&lt;全体:2023年N=1,511、2019年N=1,350&gt;



《満足度（満足＋やや満足）》＜性・年代別＞

（%）

| N=       |      | 1位 |      | 2位     |      | 3位     |      |
|----------|------|----|------|--------|------|--------|------|
| 全体       | 1477 | 食  | 77.0 | 衣      | 71.6 | 買い物・消費 | 67.1 |
| 男        | 737  | 食  | 77.1 | 衣      | 73.0 | 買い物・消費 | 69.2 |
| 女        | 740  | 食  | 77.0 | 衣      | 70.3 | 住      | 65.7 |
| 男・18～29歳 | 138  | 食  | 77.5 | 買い物・消費 | 76.1 | 衣      | 75.4 |
| 男・30代    | 127  | 食  | 77.2 | 衣      | 75.6 | 住      | 69.3 |
| 男・40代    | 139  | 食  | 71.9 | 衣      | 66.2 | 医療     | 65.5 |
| 男・50代    | 150  | 食  | 72.0 | 衣/住    |      |        | 70.7 |
| 男・60代    | 97   | 食  | 81.4 | 衣      | 73.2 | 買い物・消費 | 72.2 |
| 男・70代    | 86   | 食  | 88.4 | 衣      | 80.2 | 買い物・消費 | 76.7 |
| 女・18～29歳 | 136  | 食  | 80.9 | 衣      | 75.7 | 遊び・余暇  | 72.1 |
| 女・30代    | 130  | 食  | 83.1 | 衣      | 66.2 | 買い物・消費 | 64.6 |
| 女・40代    | 137  | 食  | 70.1 | 衣      | 63.5 | 遊び・余暇  | 62.0 |
| 女・50代    | 143  | 衣  | 69.9 | 食      | 68.5 | 医療     | 64.3 |
| 女・60代    | 96   | 食  | 81.3 | 衣      | 75.0 | 住      | 74.0 |
| 女・70代    | 98   | 食  | 81.6 | 人づきあい  | 75.5 | 衣      | 73.5 |

◇興味関心がある人を対象として、その中の満足している人の割合をみたところ、「衣」、「食」、「住」では比較的満足度が高く、「医療」と「買い物・消費」の2つを加えた5項目において、全体で70%を上回っている。その一方で、興味関心の高い人が多い「健康」においては満足している人の割合が低く、他に「美容」においても満足度は低い。

◇下表にあるように、各項目における性別の差はあまりなく、年代別の差が多い傾向を示している。表中において網掛けを行った80%以上を示す部分が、男女ともに40代と50代においてはひとつも見られない。その一方で、70代と18～29歳の層の満足度は高い傾向にある。

◇2023年と比較すると、「健康」と「美容」が低下している。

興味関心がある人を母集団とした場合の満足している人の割合＜性・年代別＞ ※80%以上を網掛け（%）

|    |        | 衣    | 食    | 住    | 買い物・消費 | 仕事・学業 | 遊び・余暇 | 健康   | 美容   | 医療   | 人づきあい | 学び・学習 |
|----|--------|------|------|------|--------|-------|-------|------|------|------|-------|-------|
| 全体 |        | 77.8 | 80.9 | 70.3 | 70.4   | 63.8  | 70.5  | 61.6 | 61.7 | 68.7 | 74.1  | 69.2  |
| 男性 |        | 80.3 | 80.8 | 73.1 | 73.0   | 64.3  | 69.8  | 60.8 | 61.3 | 69.7 | 74.2  | 68.5  |
| 女性 |        | 76.2 | 80.9 | 67.6 | 68.1   | 63.3  | 71.2  | 62.5 | 62.0 | 67.9 | 74.0  | 70.0  |
| 男性 | 18～29歳 | 84.1 | 81.7 | 75.2 | 79.8   | 71.3  | 80.0  | 76.9 | 77.5 | 81.0 | 82.1  | 80.6  |
|    | 30代    | 81.4 | 80.6 | 78.4 | 69.0   | 68.0  | 71.8  | 62.7 | 63.8 | 68.9 | 68.2  | 81.8  |
|    | 40代    | 69.4 | 74.8 | 62.4 | 68.6   | 53.8  | 64.9  | 58.4 | 50.9 | 67.5 | 66.1  | 58.9  |
|    | 50代    | 77.4 | 74.8 | 74.4 | 66.7   | 48.7  | 57.4  | 46.6 | 39.1 | 55.7 | 61.4  | 46.3  |
|    | 60代    | 85.7 | 89.5 | 72.6 | 77.8   | 83.3  | 70.6  | 62.8 | 59.1 | 71.1 | 85.1  | 67.4  |
|    | 70代    | 90.6 | 90.3 | 78.6 | 81.5   | 76.0  | 78.9  | 61.4 | 77.3 | 76.6 | 83.7  | 80.0  |
| 女性 | 18～29歳 | 80.0 | 84.9 | 68.8 | 68.1   | 75.6  | 76.1  | 74.1 | 70.3 | 76.2 | 71.2  | 79.7  |
|    | 30代    | 67.3 | 85.4 | 64.9 | 65.0   | 50.0  | 65.5  | 56.6 | 55.9 | 59.3 | 67.2  | 52.2  |
|    | 40代    | 70.2 | 77.0 | 66.3 | 59.8   | 55.7  | 68.9  | 53.8 | 50.0 | 60.8 | 69.8  | 55.7  |
|    | 50代    | 75.9 | 71.4 | 60.2 | 68.9   | 63.9  | 63.4  | 59.2 | 61.1 | 71.1 | 73.9  | 72.2  |
|    | 60代    | 88.1 | 84.1 | 77.4 | 72.6   | 70.6  | 81.3  | 65.9 | 68.9 | 67.9 | 79.2  | 76.0  |
|    | 70代    | 83.0 | 84.5 | 74.6 | 79.5   | 69.6  | 76.9  | 68.5 | 71.4 | 72.6 | 84.9  | 88.7  |

興味関心がある人を母集団とした場合の満足している人の割合&lt;2023年との比較&gt;

(%)

|       | 衣    | 食    | 住    | 買い物・消費 | 仕事・学業 | 学び・余暇 | 健康   | 美容   | 医療   | 人づきあい | 学び・学習 |
|-------|------|------|------|--------|-------|-------|------|------|------|-------|-------|
| 2024年 | 77.8 | 80.9 | 70.3 | 70.4   | 63.8  | 70.5  | 61.6 | 61.7 | 68.7 | 74.1  | 69.2  |
| 2023年 | 78.0 | 81.7 | 72.3 | 70.9   | 65.2  | 69.6  | 64.6 | 64.6 | 71.0 | 76.4  | 67.0  |

都市生活者の興味関心は「健康」、「食」、「遊び・余暇」、「買い物・消費」、「医療」で高いものの、「食」以外の分野において満足している人の割合はそれほど高くない。

## 第4章 都市生活者の暮らしの現状

本章では、都市生活者の暮らしの現状について明らかにする。衣生活、食生活、住生活、買い物についての意識・態度を明らかにする。

都市生活者のファッションに関する関心が低下している。ブランドよりファストファッションをうまく組み合わせるほうがオシャレという考えは定着し、若い女性はSNSを参考にファッションを取り入れている。衣類に費やす金額は2023年とほぼ同じであるが、男性でやや増加、女性でやや減少した。

食事については、若年層の朝食欠食が顕著である。食材購入では、旬や産地にこだわり、健康や美容により食材を選択している。また、幅広い年代で惣菜や冷凍食品も利用されている。料理を作るときの参考情報は、女性40代までが「ネットやソーシャルメディアの情報」、女性50代以降で「料理番組等を参考」が高くなり、年代で参考情報のメディアは異なっている。ふだんの夕食のとり方（誰と食べるか）は、「家族と一緒に」、「一人で」が多く、男性で「一人で」が増加した。

男性の自宅で料理を作る日数が増加し、料理好きの男性も多い。6割の人が自宅で食事中にお酒を飲み、低アルコールのお酒などで会話や交流を楽しんでいる。

住まいについて、都市生活者は、治安が良く災害に強い地域、買い物や通勤に便利なところで、シンプルな暮らしを望んでいる。男性は所有に対する意識、女性は暮らし方に対する意識が強い。

買い物は、ポイントやマイレージのつく店で、特売やタイムサービス、クーポン券や割引券などを使って、キャッシュレスで行っている。また、相次ぐ値上げで、クーポンの利用やポイント活動だけでなく、外食費を減らしたり、自転車や徒歩での移動を心掛けるなどで節約している。

オンライン・ショッピングは、いつでもどこでも買い物できる利便性やポイントや価格の安さで、幅広い層に利用されている。フリーマーケットサービスは、2人に1人が利用している。

### 1. ファッションに関する関心が低下

衣に対する意識・態度と衣服に費やす金額について質問した。

衣に対する意識・態度の結果は、図表4-1のようになった。質問項目群ごとの結果は次のようになる。

◇自分のファッションに対する考え方は、「おしゃれを楽しんでいる」(20.6%)、「ファッションは自分を表現する手段の1つである」(18.5%)の順で高く、いずれも男性より女性で高い。「ファッションは自分を表現する手段の1つである」は女性60代、70代で高い。

◇普段の服装については、「自分に似合う服がよく分からない」(25.3%)が高い。

◇普段の着替えについては、「近くへちょっと出かけるときも着替えをする」(30.7%)、「パジャマと部屋着はきっちり分けている」(27.4%)で、男性より女性、高年齢層で高い。

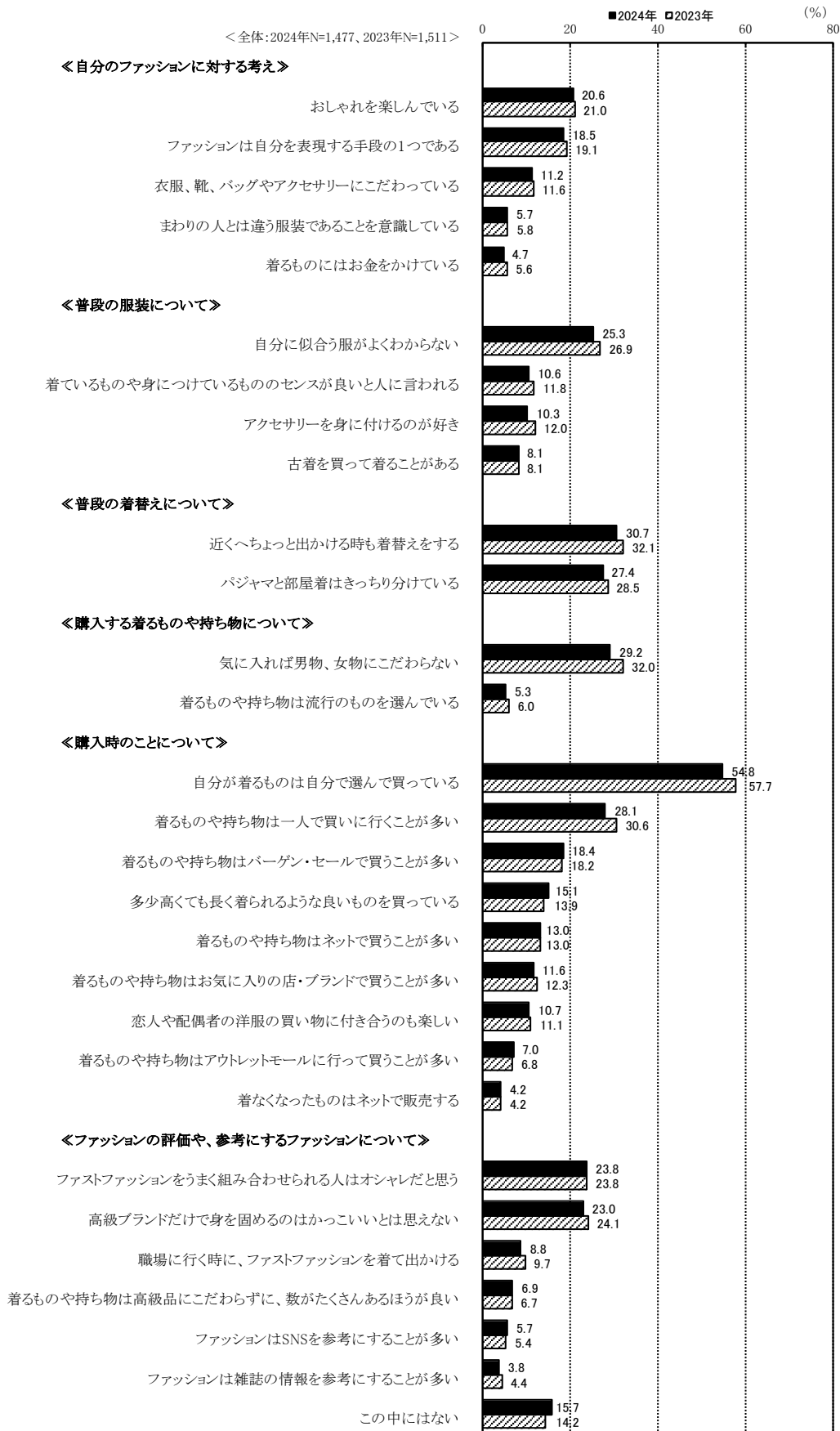
◇購入する着るものや持ち物については、「気に入れば男物、女物にこだわらない」(29.2%)は女性全体で4割(40.1%)になる。

◇購入時のことについては、「自分が着るものは自分で選んで買っている」(54.8%)、「着るものや持ち物は1人で買いに行くことが多い」(28.1%)が高い。これらは女性で高い。

◇ファッションの評価や参考にするファッションについては、「ファストファッションをうまく組み合わせられる人はオシャレだ」(23.8%)、「高級ブランドで身を固めるのはかっこいいとは思えない」(23.0%)であった。これらも女性で高い。また、女性18~29歳と女性30代では「ファッションはSNSを参考にする」が、全体を大きく上回っている。

◇2023年と比較すると、総じて値が若干低下しており、ファッションに関する関心が低下している。

図表4-1：「衣」に対する意識・態度



## &lt;性・年代別&gt;

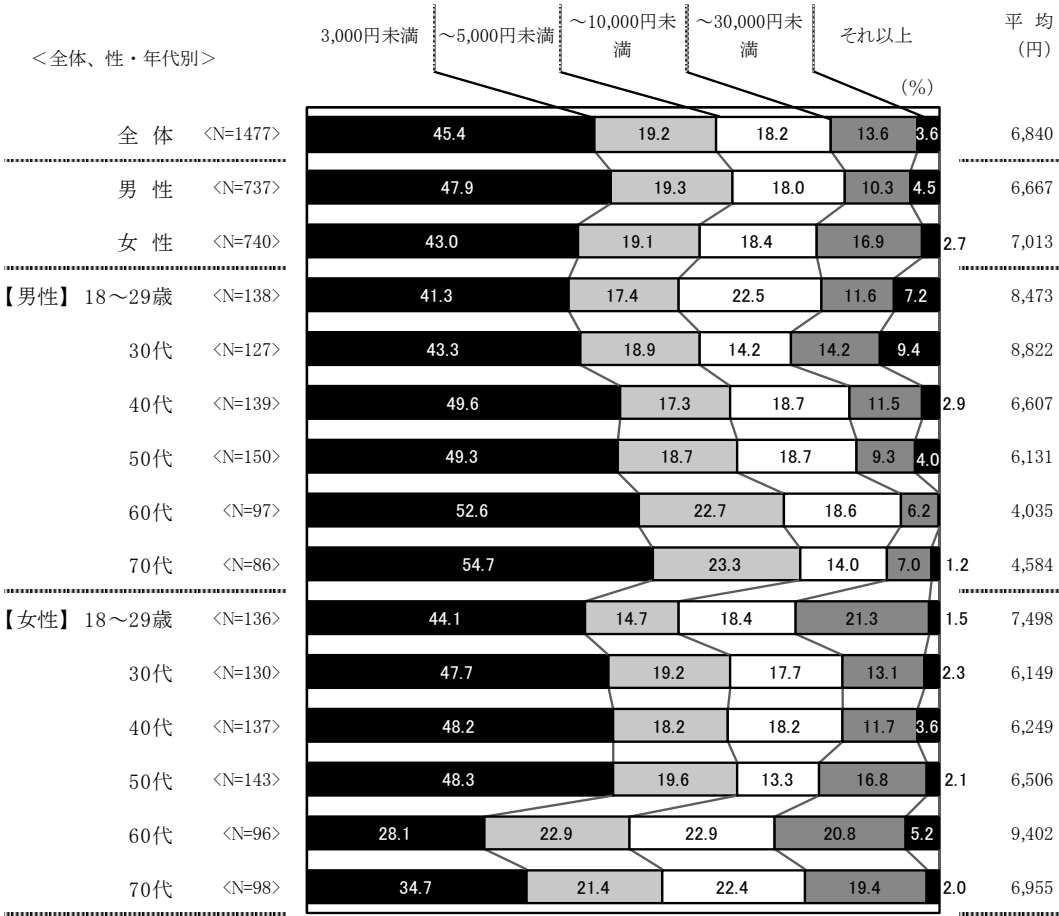
(%)

|     |        | 調査数   | 自分のファッションに対する考え |                        |                         |                    |                | 普段の服装について       |                 |                  |               | 普段の着替えについて      |                    | 購入する着るものや持ち物について  |                  |
|-----|--------|-------|-----------------|------------------------|-------------------------|--------------------|----------------|-----------------|-----------------|------------------|---------------|-----------------|--------------------|-------------------|------------------|
|     |        |       | おしゃれを楽しんでいる     | 自分を表現する手段の1つであるファッションは | 衣服、靴、バッグやアクセサリーにこだわっている | まわりの人とは違うことを意識している | 着るものにはお金をかけている | 自分に似合う服がよくわからない | のセンスが良いと人から言われる | のセクシーさを身に付けるのが好き | 古着を買って着ることがある | 近くへちよつと出かける時もある | パジャマと部屋着はきっちり分けている | 気に入れば男物、女物にこだわらない | 着るものや持ち物は流行選んでいる |
| 全 体 |        | 1,477 | 20.6            | 18.5                   | 11.2                    | 5.7                | 4.7            | 25.3            | 10.6            | 10.3             | 8.1           | 30.7            | 27.4               | 29.2              | 5.3              |
| 男 性 |        | 737   | 14.2            | 14.5                   | 10.9                    | 4.7                | 4.3            | 25.4            | 8.4             | 4.6              | 7.6           | 25.0            | 22.3               | 18.2              | 5.4              |
| 女 性 |        | 740   | 27.0            | 22.4                   | 11.6                    | 6.6                | 5.0            | 25.3            | 12.7            | 15.9             | 8.6           | 36.4            | 32.4               | 40.1              | 5.1              |
| 男性  | 18～29歳 | 138   | 21.7            | 11.6                   | 11.6                    | 3.6                | 5.8            | 23.2            | 5.1             | 8.0              | 7.2           | 16.7            | 14.5               | 13.0              | 5.1              |
|     | 30代    | 127   | 18.1            | 16.5                   | 12.6                    | 4.7                | 6.3            | 21.3            | 4.7             | 7.1              | 9.4           | 22.0            | 21.3               | 14.2              | 6.3              |
|     | 40代    | 139   | 12.2            | 16.5                   | 11.5                    | 5.8                | 5.0            | 31.7            | 7.9             | 5.0              | 7.2           | 27.3            | 17.3               | 23.0              | 3.6              |
|     | 50代    | 150   | 11.3            | 15.3                   | 14.0                    | 7.3                | 3.3            | 27.3            | 13.3            | 2.0              | 8.7           | 28.7            | 17.3               | 21.3              | 6.0              |
|     | 60代    | 97    | 11.3            | 11.3                   | 4.1                     | 1.0                | 1.0            | 19.6            | 3.1             | 3.1              | 6.2           | 22.7            | 25.8               | 14.4              | 3.1              |
|     | 70代    | 86    | 8.1             | 15.1                   | 8.1                     | 4.7                | 3.5            | 27.9            | 17.4            | 1.2              | 5.8           | 34.9            | 48.8               | 23.3              | 9.3              |
| 女性  | 18～29歳 | 136   | 36.8            | 22.1                   | 18.4                    | 8.8                | 8.8            | 27.9            | 11.0            | 22.1             | 8.1           | 30.1            | 14.7               | 32.4              | 8.8              |
|     | 30代    | 130   | 25.4            | 23.8                   | 15.4                    | 6.9                | 6.2            | 23.1            | 10.8            | 23.8             | 4.6           | 33.1            | 23.8               | 27.7              | 4.6              |
|     | 40代    | 137   | 24.8            | 19.0                   | 10.2                    | 9.5                | 5.1            | 31.4            | 13.1            | 11.7             | 10.9          | 33.6            | 34.3               | 45.3              | 3.6              |
|     | 50代    | 143   | 22.4            | 19.6                   | 7.7                     | 3.5                | 4.2            | 30.1            | 11.9            | 11.2             | 10.5          | 37.1            | 34.3               | 48.3              | 2.8              |
|     | 60代    | 96    | 29.2            | 26.0                   | 9.4                     | 3.1                | 3.1            | 17.7            | 14.6            | 15.6             | 9.4           | 43.8            | 46.9               | 47.9              | 7.3              |
|     | 70代    | 98    | 23.5            | 26.5                   | 7.1                     | 7.1                | 1.0            | 16.3            | 16.3            | 10.2             | 8.2           | 44.9            | 49.0               | 40.8              | 4.1              |

|     |        |       |                     |                        |                       |                  |                  |                |                         |                            |                   |                         |                            |                       |                         |                      |                        |      | (%)     |
|-----|--------|-------|---------------------|------------------------|-----------------------|------------------|------------------|----------------|-------------------------|----------------------------|-------------------|-------------------------|----------------------------|-----------------------|-------------------------|----------------------|------------------------|------|---------|
|     |        | 調査数   | 購入時のことについて          |                        |                       |                  |                  |                |                         |                            |                   |                         | ファッションの評価や、参考にするファッションについて |                       |                         |                      |                        |      | この中にはない |
|     |        |       | 自分が着るものは自分で選んで買っている | 着るものや持ち物は一人で買っていくことが多い | 着るものや持ち物は・セールで買うことが多い | 多少高くても良いものを買っている | 着るものや持ち物は買うことが多い | 店・ブランドで買うことが多い | 恋人や配偶者の洋服の買い物に付き合うのも楽しい | 着るものや持ち物はモールの付いて買っていくことが多い | 着るものや持ち物はネットで購入する | ファストファッションは組み合わせられる人が多い | 高級ブランドはカッコイイと思えない          | 職場に行く時に、ファストファッションを着て | 着るものや持ち物は、数ある中から良いものを選ぶ | ファッションはSNSを参考にする人が多い | ファッションは雑誌の情報を参考にする人が多い |      |         |
| 全 体 |        | 1,477 | 54.8                | 28.1                   | 18.4                  | 15.1             | 13.0             | 11.6           | 10.7                    | 7.0                        | 4.2               | 23.8                    | 23.0                       | 8.8                   | 6.9                     | 5.7                  | 3.8                    | 15.7 |         |
| 男 性 |        | 737   | 45.9                | 23.7                   | 14.0                  | 14.8             | 11.1             | 9.9            | 8.8                     | 6.6                        | 2.0               | 17.0                    | 22.3                       | 6.9                   | 6.6                     | 3.4                  | 2.6                    | 21.2 |         |
| 女 性 |        | 740   | 63.8                | 32.4                   | 22.8                  | 15.4             | 14.9             | 13.4           | 12.6                    | 7.3                        | 6.4               | 30.5                    | 23.8                       | 10.7                  | 7.2                     | 8.0                  | 5.0                    | 10.3 |         |
| 男性  | 18～29歳 | 138   | 24.6                | 17.4                   | 10.1                  | 5.8              | 10.9             | 12.3           | 8.7                     | 9.4                        | 2.2               | 10.9                    | 14.5                       | 8.0                   | 5.1                     | 5.8                  | 3.6                    | 22.5 |         |
|     | 30代    | 127   | 37.8                | 21.3                   | 10.2                  | 15.0             | 10.2             | 11.8           | 10.2                    | 7.1                        | 3.1               | 16.5                    | 22.0                       | 7.9                   | 3.9                     | 3.1                  | 3.1                    | 27.6 |         |
|     | 40代    | 139   | 47.5                | 26.6                   | 19.4                  | 15.1             | 12.9             | 11.5           | 8.6                     | 6.5                        | 2.2               | 23.0                    | 21.6                       | 9.4                   | 8.6                     | 5.0                  | 2.9                    | 20.1 |         |
|     | 50代    | 150   | 60.7                | 28.0                   | 15.3                  | 17.3             | 14.7             | 12.0           | 8.7                     | 7.3                        | 2.7               | 18.7                    | 24.0                       | 8.0                   | 6.7                     | 3.3                  | 2.7                    | 19.3 |         |
|     | 60代    | 97    | 50.5                | 21.6                   | 16.5                  | 16.5             | 11.3             | 4.1            | 8.2                     | 5.2                        | -                 | 14.4                    | 24.7                       | 2.1                   | 4.1                     | -                    | 1.0                    | 22.7 |         |
|     | 70代    | 86    | 58.1                | 27.9                   | 11.6                  | 22.1             | 3.5              | 3.5            | 8.1                     | 2.3                        | 1.2               | 17.4                    | 30.2                       | 3.5                   | 12.8                    | 1.2                  | 1.2                    | 12.8 |         |
| 女性  | 18～29歳 | 136   | 45.6                | 19.9                   | 18.4                  | 8.1              | 18.4             | 21.3           | 16.2                    | 8.1                        | 8.8               | 25.0                    | 21.3                       | 13.2                  | 9.6                     | 21.3                 | 7.4                    | 12.5 |         |
|     | 30代    | 130   | 57.7                | 23.8                   | 22.3                  | 12.3             | 20.0             | 14.6           | 18.5                    | 6.9                        | 7.7               | 27.7                    | 18.5                       | 14.6                  | 7.7                     | 13.8                 | 7.7                    | 12.3 |         |
|     | 40代    | 137   | 65.7                | 39.4                   | 24.1                  | 20.4             | 20.4             | 14.6           | 13.1                    | 8.0                        | 10.2              | 34.3                    | 27.0                       | 10.2                  | 5.8                     | 5.8                  | 2.2                    | 10.9 |         |
|     | 50代    | 143   | 69.9                | 34.3                   | 24.5                  | 18.2             | 14.7             | 8.4            | 9.8                     | 9.8                        | 4.2               | 34.3                    | 23.1                       | 15.4                  | 5.6                     | 2.1                  | 2.8                    | 10.5 |         |
|     | 60代    | 96    | 79.2                | 41.7                   | 25.0                  | 17.7             | 7.3              | 12.5           | 9.4                     | 5.2                        | 4.2               | 33.3                    | 25.0                       | 5.2                   | 9.4                     | 1.0                  | 6.3                    | 4.2  |         |
|     | 70代    | 98    | 70.4                | 39.8                   | 23.5                  | 16.3             | 3.1              | 7.1            | 6.1                     | 4.1                        | 1.0               | 28.6                    | 29.6                       | 1.0                   | 5.1                     | -                    | 4.1                    | 9.2  |         |

衣服に費やす金額は、図表4-2のようになった。

図表4-2：衣服に費やす金額（月平均）



＜月平均金額の2019年との比較＞（円）

|     |         | 2023 年 | 2024 年 | 2024 年－<br>2023 年 |
|-----|---------|--------|--------|-------------------|
| 全 体 |         | 6,820  | 6,840  | 20                |
| 男 性 |         | 6,093  | 6,667  | 574               |
| 女 性 |         | 7,556  | 7,013  | －543              |
| 男 性 | 18～29 歳 | 5,909  | 8,473  | 2,564             |
|     | 30 代    | 7,287  | 8,822  | 1,535             |
|     | 40 代    | 7,291  | 6,607  | －683              |
|     | 50 代    | 5,222  | 6,131  | 908               |
|     | 60 代    | 6,055  | 4,035  | －2,020            |
|     | 70 代    | 4,150  | 4,584  | 434               |
| 女 性 | 18～29 歳 | 7,618  | 7,498  | －120              |
|     | 30 代    | 6,751  | 6,149  | －603              |
|     | 40 代    | 8,707  | 6,249  | －2,458            |
|     | 50 代    | 6,362  | 6,506  | 144               |
|     | 60 代    | 9,136  | 9,402  | 266               |
|     | 70 代    | 6,983  | 6,955  | －27               |

- ◇全体の月平均支出額は、6,840円であった。女性（7,013円）の方が男性（6,667円）より多い。
- ◇全体では2023年とほぼ同じで、男性でやや増加、女性でやや減少した。
- ◇性・年代別では、男性18～29歳、30代と女性60代の支出金額が多い。
- ◇性・年代別で2023年を上回るのは、男性18～29歳と30代である。

2023年に比べて、ファッションに関する関心が低下している。ブランドよりファストファッションをうまく組み合わせるほうがオシャレという考えは定着してきている。若い女性はSNSを参考にファッションを取り入れている。

衣類に費やす金額は2023年とほぼ同じで、男性でやや増加、女性でやや減少した。

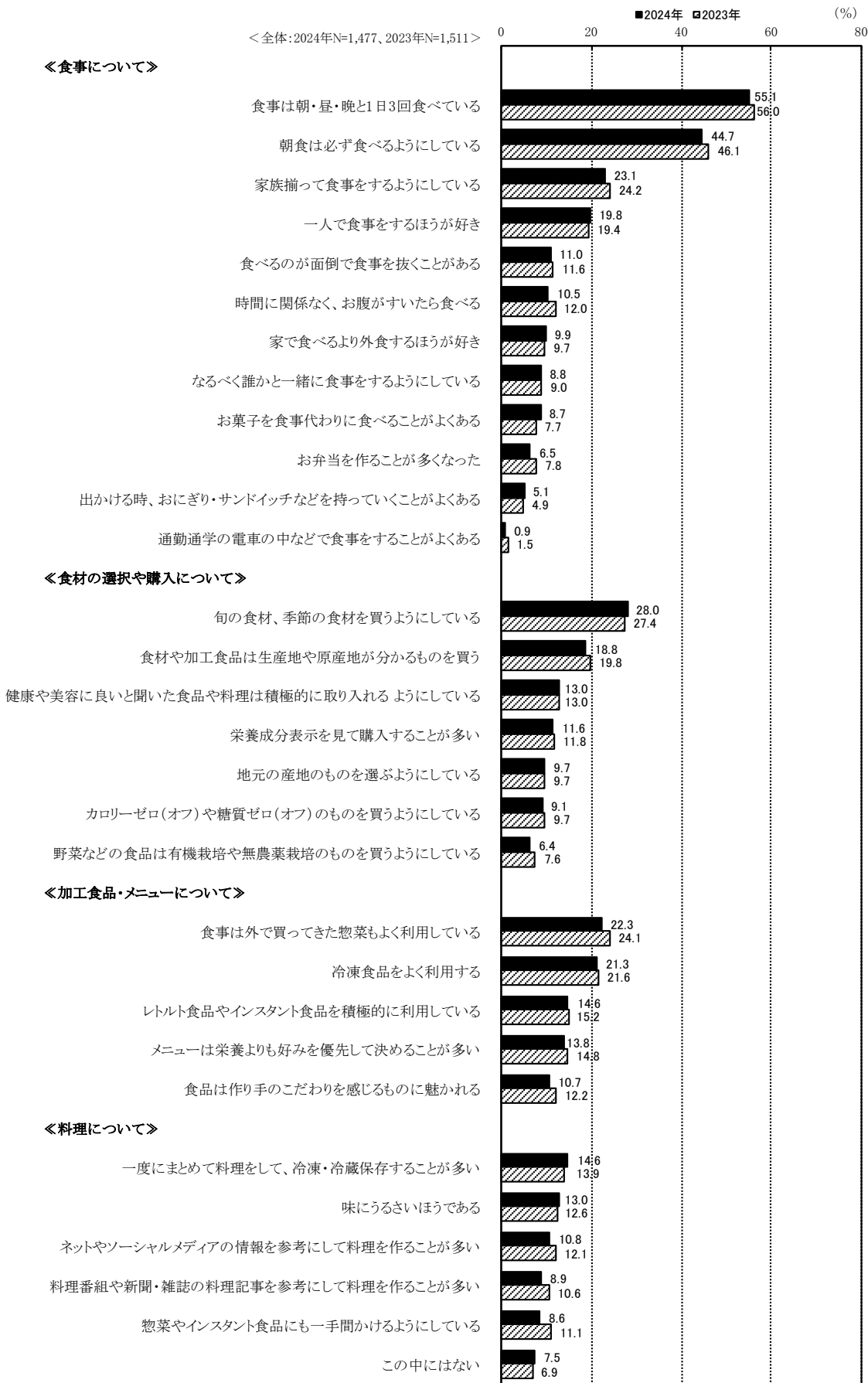
## 2. 旬の食材や生産地がわかるものを購入

食について、食に対する意識・態度、ふだんの夕食のとり方、自宅での料理、調理済食品の利用、自宅での飲酒について質問した。

食に対する意識・態度の結果を質問項目群ごとにまとめたものが、図表4-3である。

- ◇食事については、「食事は朝・昼・晩と1日3回食べている」（55.1%）、「朝食は必ず食べるようにしている」（44.7%）の順で高い。2023年に比べて、男女とも若い年代で朝食欠食者が増えた。
- ◇食材の選択や購入については、「旬の食材、季節の食材を買うようにしている」（28.0%）、「食材や加工食品は生産地や原産地が分かるものを買う」（18.8%）、「健康や美容に良いと聞いた食品や料理は積極的に取り入れるようにしている」（13.0%）など、旬や産地、健康にこだわり、健康や美容によい食材を選択している。
- ◇加工食品・メニューについては、「食事は外で買ってきた惣菜なども利用している」（22.3%）、「冷凍食品をよく利用する」（21.3%）が高いが、2023年より若干低くなり、利用が伸びていない。
- ◇料理については、「一度にまとめて料理をして、冷凍・冷蔵保存することが多い」（14.6%）、「味にうるさい方である」（13.0%）、「ネットやソーシャルメディアの情報を参考にして料理を作ることが多い」（10.8%）の順で高い。参考にしている情報は、女性40代までは「ネットやソーシャルメディアの情報」、女性50代以降で「料理番組等を参考」が高くなり、年代で参考情報のメディアは異なっている。

図表4-3：「食」に対する意識・態度



&lt;性・年代別&gt;

(%)

|     |        | 調<br>査<br>数 | 食事について             |                 |                   |               |                    |                   |                  |                  |                     |                |                                  |                          |
|-----|--------|-------------|--------------------|-----------------|-------------------|---------------|--------------------|-------------------|------------------|------------------|---------------------|----------------|----------------------------------|--------------------------|
|     |        |             | 食事は朝・昼・晩と1日3回食べている | 朝食は必ず食べるようにしている | 家族揃って食事をするようにしている | 一人で食事をするほうが好き | 食べるのが面倒で食事を抜くことがある | 時間に関係なくお腹がすいたら食べる | 家で食べるより外食するほうが好き | なるべく食事をするようにしている | お菓子を食事代わりに食べるのがよくある | お弁当を作ることが多くなった | 出かける時、おにぎり・サンドイッチなどを持っていくことがよくある | 通勤通学の電車の中などで食事をすることがよくある |
| 全 体 |        | 1,477       | 55.1               | 44.7            | 23.1              | 19.8          | 11.0               | 10.5              | 9.9              | 8.8              | 8.7                 | 6.5            | 5.1                              | 0.9                      |
| 男 性 |        | 737         | 53.2               | 42.1            | 20.6              | 21.2          | 8.8                | 9.6               | 8.3              | 7.9              | 5.2                 | 3.9            | 4.6                              | 1.4                      |
| 女 性 |        | 740         | 57.0               | 47.3            | 25.5              | 18.5          | 13.1               | 11.4              | 11.5             | 9.7              | 12.3                | 9.1            | 5.7                              | 0.5                      |
| 男性  | 18～29歳 | 138         | 44.9               | 28.3            | 18.1              | 21.7          | 13.8               | 15.2              | 11.6             | 10.9             | 6.5                 | 6.5            | 9.4                              | 4.3                      |
|     | 30代    | 127         | 48.8               | 36.2            | 26.0              | 22.0          | 14.2               | 15.7              | 10.2             | 8.7              | 6.3                 | 10.2           | 4.7                              | 3.1                      |
|     | 40代    | 139         | 47.5               | 35.3            | 17.3              | 25.9          | 8.6                | 10.8              | 10.1             | 4.3              | 7.2                 | 1.4            | 4.3                              | -                        |
|     | 50代    | 150         | 50.7               | 40.7            | 16.0              | 25.3          | 8.7                | 4.0               | 7.3              | 7.3              | 5.3                 | 2.7            | 3.3                              | -                        |
|     | 60代    | 97          | 60.8               | 59.8            | 16.5              | 12.4          | 2.1                | 5.2               | 3.1              | 6.2              | -                   | 1.0            | 2.1                              | -                        |
|     | 70代    | 86          | 77.9               | 66.3            | 34.9              | 14.0          | 1.2                | 4.7               | 4.7              | 10.5             | 3.5                 | -              | 2.3                              | -                        |
| 女性  | 18～29歳 | 136         | 44.9               | 33.1            | 15.4              | 19.9          | 22.8               | 16.9              | 15.4             | 10.3             | 16.2                | 14.7           | 9.6                              | 2.2                      |
|     | 30代    | 130         | 50.8               | 38.5            | 25.4              | 19.2          | 15.4               | 12.3              | 16.2             | 10.8             | 12.3                | 7.7            | 4.6                              | -                        |
|     | 40代    | 137         | 54.0               | 47.4            | 29.2              | 23.4          | 13.1               | 10.9              | 10.2             | 10.9             | 15.3                | 13.9           | 3.6                              | 0.7                      |
|     | 50代    | 143         | 60.1               | 54.5            | 20.3              | 18.9          | 14.7               | 9.1               | 10.5             | 5.6              | 13.3                | 9.1            | 4.9                              | -                        |
|     | 60代    | 96          | 64.6               | 58.3            | 31.3              | 10.4          | 5.2                | 11.5              | 11.5             | 8.3              | 8.3                 | 4.2            | 5.2                              | -                        |
|     | 70代    | 98          | 74.5               | 57.1            | 36.7              | 16.3          | 2.0                | 6.1               | 3.1              | 13.3             | 5.1                 | 1.0            | 6.1                              | -                        |

(%)

|     |        | 調<br>査<br>数 | 食材の選択や購入について             |                              |                                            |                |                        |                                      |                                     | 加工食品・メニューについて           |             |                            |                               |                               |
|-----|--------|-------------|--------------------------|------------------------------|--------------------------------------------|----------------|------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------|-------------|----------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
|     |        |             | 旬の食材、季節の食材を<br>買うようにしている | 食材や加工食品は生産地や<br>原産地が分かるものを買う | 健康や美容に良いと聞いた食品や<br>料理は積極的に取り入れるように<br>している | 栄養成分表示を見ることが多い | 地元の産地のものを選ぶように<br>している | カロリーゼロ（オフ）や糖質ゼロ（<br>オフ）のものを買うようにしている | 野菜などの食品は有機栽培や無農薬栽培のものを<br>買うようにしている | 食事は外で買ってよく利用している<br>惣菜も | 冷凍食品をよく利用する | レトルト食品やインスタント食品を積極的に利用している | メニューは優先して決めることが多い<br>栄養よりも好みを | 食品は作り手のこだわりを魅かれるものに<br>感じるものを |
| 全 体 |        | 1,477       | 28.0                     | 18.8                         | 13.0                                       | 11.6           | 9.7                    | 9.1                                  | 6.4                                 | 22.3                    | 21.3        | 14.6                       | 13.8                          | 10.7                          |
| 男 性 |        | 737         | 18.9                     | 14.4                         | 9.6                                        | 9.9            | 6.8                    | 9.0                                  | 6.1                                 | 21.7                    | 20.8        | 15.9                       | 14.1                          | 8.3                           |
| 女 性 |        | 740         | 37.2                     | 23.2                         | 16.4                                       | 13.4           | 12.6                   | 9.3                                  | 6.8                                 | 23.0                    | 21.8        | 13.4                       | 13.5                          | 13.1                          |
| 男性  | 18～29歳 | 138         | 11.6                     | 9.4                          | 8.7                                        | 9.4            | 6.5                    | 2.2                                  | 7.2                                 | 11.6                    | 17.4        | 13.8                       | 8.0                           | 11.6                          |
|     | 30代    | 127         | 18.1                     | 12.6                         | 10.2                                       | 13.4           | 7.1                    | 11.0                                 | 5.5                                 | 20.5                    | 20.5        | 11.8                       | 11.0                          | 8.7                           |
|     | 40代    | 139         | 13.7                     | 12.2                         | 11.5                                       | 10.1           | 4.3                    | 10.8                                 | 2.2                                 | 19.4                    | 21.6        | 15.8                       | 18.0                          | 3.6                           |
|     | 50代    | 150         | 19.3                     | 13.3                         | 8.7                                        | 10.7           | 6.7                    | 10.7                                 | 6.0                                 | 24.7                    | 16.7        | 19.3                       | 14.7                          | 6.0                           |
|     | 60代    | 97          | 24.7                     | 16.5                         | 9.3                                        | 8.2            | 5.2                    | 11.3                                 | 4.1                                 | 32.0                    | 22.7        | 17.5                       | 13.4                          | 11.3                          |
|     | 70代    | 86          | 32.6                     | 27.9                         | 9.3                                        | 5.8            | 12.8                   | 8.1                                  | 14.0                                | 26.7                    | 30.2        | 17.4                       | 22.1                          | 10.5                          |
| 女性  | 18～29歳 | 136         | 16.2                     | 5.1                          | 9.6                                        | 10.3           | 0.7                    | 11.0                                 | 3.7                                 | 19.9                    | 16.9        | 14.7                       | 11.0                          | 10.3                          |
|     | 30代    | 130         | 26.9                     | 15.4                         | 10.0                                       | 12.3           | 6.9                    | 6.2                                  | 4.6                                 | 22.3                    | 21.5        | 14.6                       | 16.2                          | 9.2                           |
|     | 40代    | 137         | 36.5                     | 22.6                         | 17.5                                       | 15.3           | 12.4                   | 8.0                                  | 8.0                                 | 23.4                    | 27.7        | 15.3                       | 14.6                          | 7.3                           |
|     | 50代    | 143         | 41.3                     | 31.5                         | 17.5                                       | 14.0           | 18.2                   | 10.5                                 | 6.3                                 | 27.3                    | 24.5        | 14.7                       | 12.6                          | 12.6                          |
|     | 60代    | 96          | 56.3                     | 30.2                         | 25.0                                       | 13.5           | 19.8                   | 8.3                                  | 7.3                                 | 30.2                    | 22.9        | 9.4                        | 10.4                          | 24.0                          |
|     | 70代    | 98          | 56.1                     | 40.8                         | 22.4                                       | 15.3           | 21.4                   | 12.2                                 | 12.2                                | 14.3                    | 15.3        | 9.2                        | 16.3                          | 20.4                          |

|     |        |             | 料理について           |             |                            |                                    |                        | (%)     |
|-----|--------|-------------|------------------|-------------|----------------------------|------------------------------------|------------------------|---------|
|     |        | 調<br>査<br>数 | 一度冷凍・冷蔵保存することが多い | 味にうるさいほうである | ネットやソーシャルメディアの情報参考にして料理が多い | 料理番組や新聞・雑誌の料理記事やレシピを参考にして料理を作る人が多い | 惣菜や一手間かけられるような食品にもしている | この中にはない |
|     |        |             |                  |             |                            |                                    |                        |         |
| 全 体 |        | 1,477       | 14.6             | 13.0        | 10.8                       | 8.9                                | 8.6                    | 7.5     |
| 男 性 |        | 737         | 12.2             | 13.6        | 6.4                        | 4.7                                | 6.5                    | 9.9     |
| 女 性 |        | 740         | 17.0             | 12.4        | 15.1                       | 13.0                               | 10.7                   | 5.1     |
| 男性  | 18～29歳 | 138         | 14.5             | 13.8        | 6.5                        | 8.0                                | 4.3                    | 10.9    |
|     | 30代    | 127         | 15.0             | 13.4        | 8.7                        | 3.9                                | 4.7                    | 11.8    |
|     | 40代    | 139         | 10.8             | 10.8        | 9.4                        | 1.4                                | 5.0                    | 10.8    |
|     | 50代    | 150         | 13.3             | 12.7        | 2.7                        | 3.3                                | 7.3                    | 13.3    |
|     | 60代    | 97          | 9.3              | 12.4        | 8.2                        | 8.2                                | 9.3                    | 6.2     |
|     | 70代    | 86          | 8.1              | 20.9        | 2.3                        | 4.7                                | 10.5                   | 2.3     |
| 女性  | 18～29歳 | 136         | 16.9             | 6.6         | 16.2                       | 6.6                                | 2.9                    | 8.8     |
|     | 30代    | 130         | 17.7             | 10.8        | 18.5                       | 7.7                                | 6.2                    | 7.7     |
|     | 40代    | 137         | 19.0             | 13.1        | 19.0                       | 10.9                               | 10.2                   | 5.1     |
|     | 50代    | 143         | 17.5             | 14.0        | 11.9                       | 14.7                               | 9.1                    | 3.5     |
|     | 60代    | 96          | 12.5             | 16.7        | 14.6                       | 21.9                               | 17.7                   | -       |
|     | 70代    | 98          | 17.3             | 15.3        | 9.2                        | 20.4                               | 23.5                   | 4.1     |

<1日3食と朝食に関する質問の2023年との比較> (%)

|     |        | 食事は朝・昼・晩と<br>1日3回食べている |       | 朝食は必ず食べるよ<br>うにしている |       |
|-----|--------|------------------------|-------|---------------------|-------|
|     |        | 2023年                  | 2024年 | 2023年               | 2024年 |
| 全 体 |        | 56.0                   | 55.1  | 46.1                | 44.7  |
| 男 性 |        | 53.7                   | 53.2  | 43.6                | 42.1  |
| 女 性 |        | 64.1                   | 58.3  | 57.1                | 48.7  |
| 男性  | 18～29歳 | 45.1                   | 44.9  | 31.7                | 28.3  |
|     | 30代    | 50.4                   | 48.8  | 38.9                | 36.2  |
|     | 40代    | 48.0                   | 47.5  | 38.5                | 35.3  |
|     | 50代    | 45.9                   | 50.7  | 41.2                | 40.7  |
|     | 60代    | 63.4                   | 60.8  | 51.5                | 59.8  |
|     | 70代    | 83.3                   | 77.9  | 72.2                | 66.3  |
| 女性  | 18～29歳 | 47.9                   | 44.9  | 34.5                | 33.1  |
|     | 30代    | 53.7                   | 50.8  | 44.7                | 38.5  |
|     | 40代    | 50.0                   | 54.0  | 40.3                | 47.4  |
|     | 50代    | 60.6                   | 60.1  | 54.2                | 54.5  |
|     | 60代    | 69.1                   | 64.6  | 57.7                | 58.3  |
|     | 70代    | 76.7                   | 74.5  | 68.9                | 57.1  |

食事については、若年層の朝食欠食が顕著である。食材購入では、旬や産地にこだわり、健康や美容により食材を選択している。また、幅広い年代で惣菜や冷凍食品が利用されているが、利用は伸びていない。料理を作るときの参考情報は、女性40代までが「ネットやソーシャルメディアの情報」、女性50代以降で「料理番組等を参考」が高くなり、年代で参考情報のメディアは異なっている。

ふだんの夕食のとり方（誰と食べるか）について、合計を10とし「一人で食べる」「家族と一緒に食べる」「友人・知人・同僚と一緒に食べる」の割合を回答してもらった。この結果は、図表4-4のようになった。

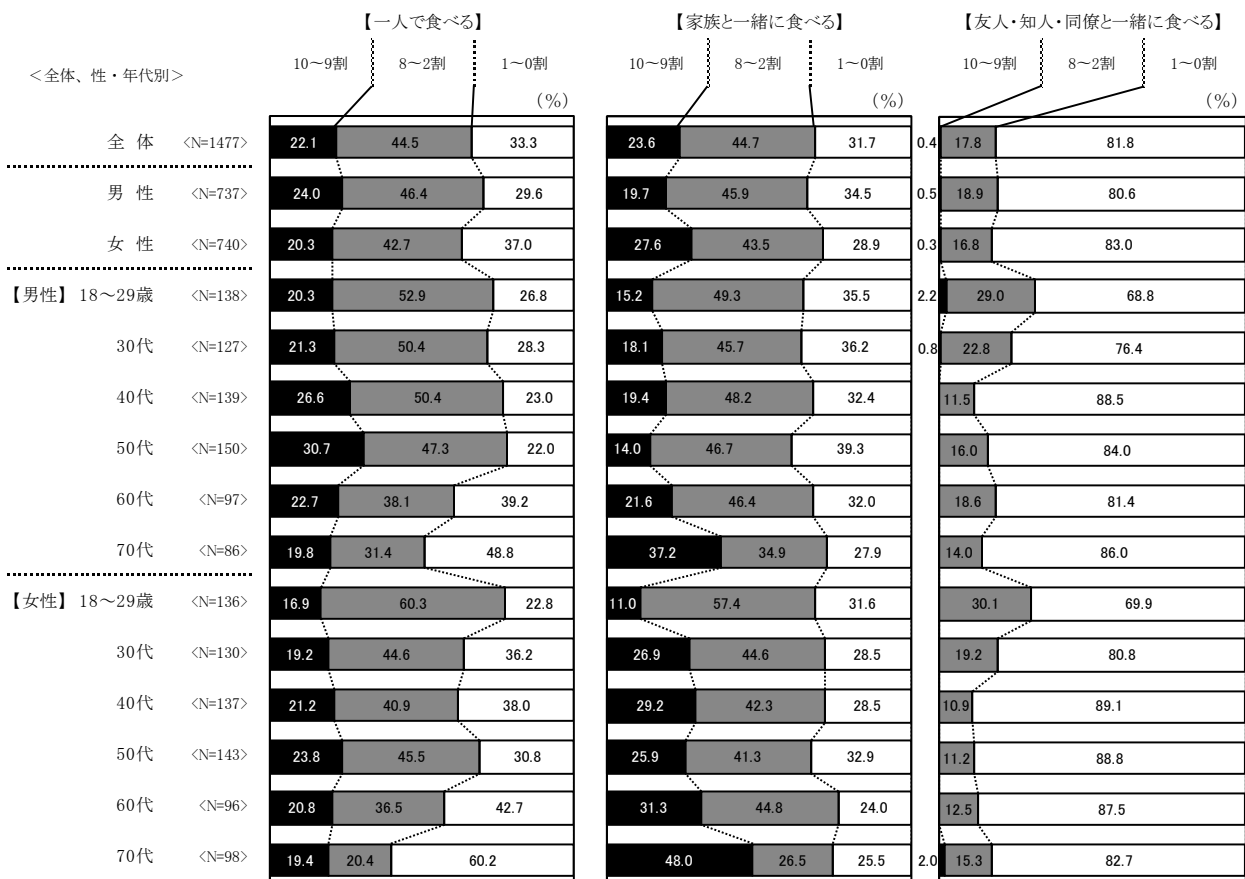
◇全体で2割以上の割合を見ると、「一人で」（2割以上が66.6%）と「家族と一緒に」（2割以上が68.3%）が7割近くで、「友人・知人・同僚と」（2割以上が18.2%）は2割弱である。

◇「家族と一緒に」は、男女とも高年代ほど多い。

◇平均割合を2023年と比較すると、「一人で」が男性で増加した。

ふだんの夕食のとり方（誰と食べるか）について、「家族と一緒に」、「一人で」が多く、男性で「一人で」が増加した。

図表4-4：ふだんの夕食のとり方



&lt;2023 年との比較&gt;

平均(割)

|        |         | 一人で食べる |        | 家族と一緒に食べる |        | 友人・知人・同僚と一緒に食べる |        |
|--------|---------|--------|--------|-----------|--------|-----------------|--------|
|        |         | 2023 年 | 2024 年 | 2023 年    | 2024 年 | 2023 年          | 2024 年 |
| 全 体    |         | 4.3    | 4.5    | 4.8       | 4.7    | 0.8             | 0.8    |
| 男 性    |         | 4.6    | 4.8    | 4.5       | 4.4    | 0.9             | 0.9    |
| 女 性    |         | 4.1    | 4.2    | 5.1       | 5.0    | 0.8             | 0.8    |
| 男<br>性 | 18～29 歳 | 5.1    | 4.7    | 3.3       | 4.0    | 1.6             | 1.4    |
|        | 30 代    | 5.5    | 4.7    | 3.6       | 4.2    | 0.9             | 1.1    |
|        | 40 代    | 4.5    | 5.1    | 4.6       | 4.2    | 0.9             | 0.7    |
|        | 50 代    | 5.1    | 5.5    | 4.2       | 3.8    | 0.6             | 0.7    |
|        | 60 代    | 4.0    | 4.4    | 5.4       | 4.9    | 0.6             | 0.7    |
|        | 70 代    | 2.4    | 3.5    | 7.1       | 5.8    | 0.4             | 0.6    |
| 女<br>性 | 18～29 歳 | 4.1    | 4.9    | 4.5       | 3.9    | 1.5             | 1.2    |
|        | 30 代    | 3.7    | 4.2    | 5.5       | 5.0    | 0.8             | 0.8    |
|        | 40 代    | 4.2    | 4.1    | 5.1       | 5.3    | 0.6             | 0.6    |
|        | 50 代    | 4.4    | 4.8    | 5.0       | 4.7    | 0.7             | 0.6    |
|        | 60 代    | 3.9    | 4.0    | 5.4       | 5.4    | 0.6             | 0.6    |
|        | 70 代    | 4.0    | 2.9    | 5.5       | 6.3    | 0.5             | 0.8    |

自宅で料理をつくる頻度は、図表 4-5 のようになっている。

◇自宅で料理を作る人の割合は全体の 80.5%で、「ほとんど毎日」が 31.3%である。週平均は 3.7 日である。

◇女性全体では、「ほとんど毎日」(47.2%)が最も多く、「週 1～5 日」(35.5%)、「それ以下」(7.3%)を合わせると 90.0%になり、女性が自宅で料理をつくる役割を担っている。

◇女性の中でも高年代ほど「ほとんど毎日」の人の割合が高くなり、70 代では 8 割近くになる。

◇週平均の日数を 2023 年と比較すると、男性全体の日数が増加している。

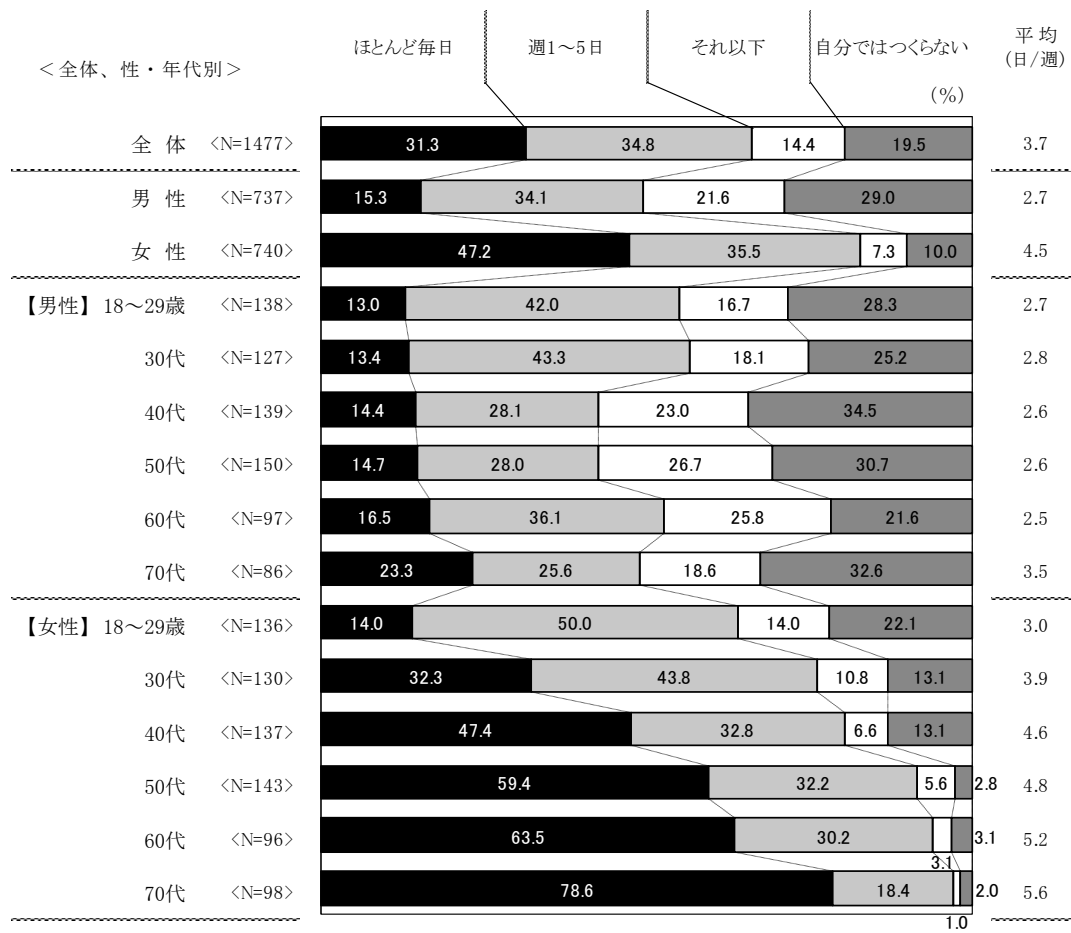
自宅で料理を作る人に料理をすることが好きかという質問をしたところ、図表 4-6 のようになった。

◇料理をすることが好きな人は全体の 45.8%である。男性の方が女性より高い(男性 48.6%、女性 43.7%)。

◇女性の自宅で料理を作る頻度(実態)の高さに対して、料理をすることが好きという人の割合は、必ずしも高くない。

自宅で料理を作るのは女性の役割になっているが、自宅で料理を作る週平均の日数を 2023 年と比較すると、男性全体の日数が増加している。料理をすることが好きかどうかについては、男性の方が女性より高い。

図表4-5：自宅で料理を作る頻度

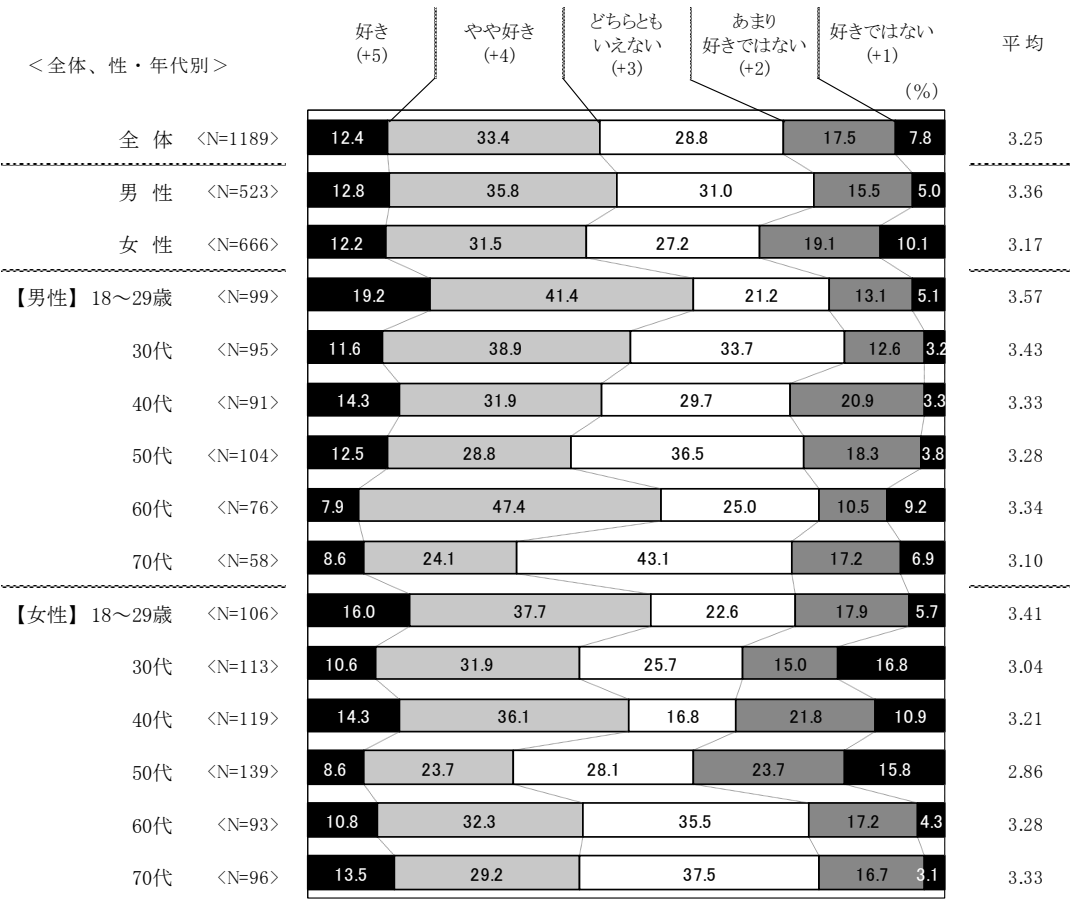


＜2023年との比較＞

平均(日/週)

|     |        | 2023年 | 2024年 |
|-----|--------|-------|-------|
| 全 体 |        | 3.7   | 3.7   |
| 男 性 |        | 2.5   | 2.7   |
| 女 性 |        | 4.6   | 4.5   |
| 男 性 | 18～29歳 | 2.4   | 2.7   |
|     | 30代    | 2.3   | 2.8   |
|     | 40代    | 2.3   | 2.6   |
|     | 50代    | 2.5   | 2.6   |
|     | 60代    | 2.9   | 2.5   |
|     | 70代    | 2.9   | 3.5   |
| 女 性 | 18～29歳 | 3.5   | 3.0   |
|     | 30代    | 4.5   | 3.9   |
|     | 40代    | 4.5   | 4.6   |
|     | 50代    | 4.6   | 4.8   |
|     | 60代    | 5.3   | 5.2   |
|     | 70代    | 5.4   | 5.6   |

図表4-6：料理を作ることの好き嫌いの程度（自宅で料理を作る人に）



＜2023 年との比較＞

加重平均

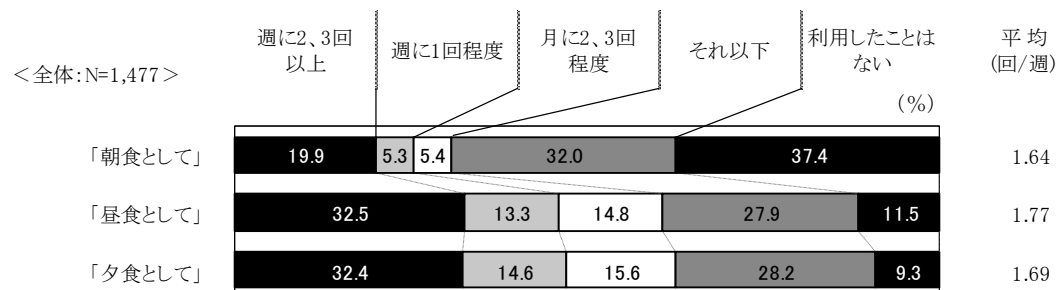
|     |         | 2023 年 | 2024 年 |
|-----|---------|--------|--------|
| 全 体 |         | 3.31   | 3.25   |
| 男 性 |         | 3.32   | 3.36   |
| 女 性 |         | 3.30   | 3.17   |
| 男 性 | 18～29 歳 | 3.38   | 3.57   |
|     | 30 代    | 3.42   | 3.43   |
|     | 40 代    | 3.29   | 3.33   |
|     | 50 代    | 3.34   | 3.28   |
|     | 60 代    | 3.20   | 3.34   |
|     | 70 代    | 3.20   | 3.10   |
| 女 性 | 18～29 歳 | 3.66   | 3.41   |
|     | 30 代    | 3.31   | 3.04   |
|     | 40 代    | 3.00   | 3.21   |
|     | 50 代    | 3.13   | 2.86   |
|     | 60 代    | 3.35   | 3.28   |
|     | 70 代    | 3.49   | 3.33   |

注：加重平均は、好き(+5) やや好き(+4) どちらともいえない(+3) あまり好きではない(+2) 好きではない(+1) で計算

朝食、昼食、夕食の惣菜・弁当の利用頻度は、図表4-7のようになった。

◇朝食では6割（62.6%）、昼食、夕食では9割（昼食88.5%、夕食90.7%）の人が惣菜・弁当を利用している。昼食と夕食で週1回以上の人は4割以上（昼食45.8%、夕食47.0%）いる。

図表4-7：朝食用、昼食用、夕食用の惣菜・弁当の利用頻度



朝食、昼食、夕食の性・年代別の惣菜・弁当の利用頻度は、図表4-8、図表4-9、図表4-10のようになった。

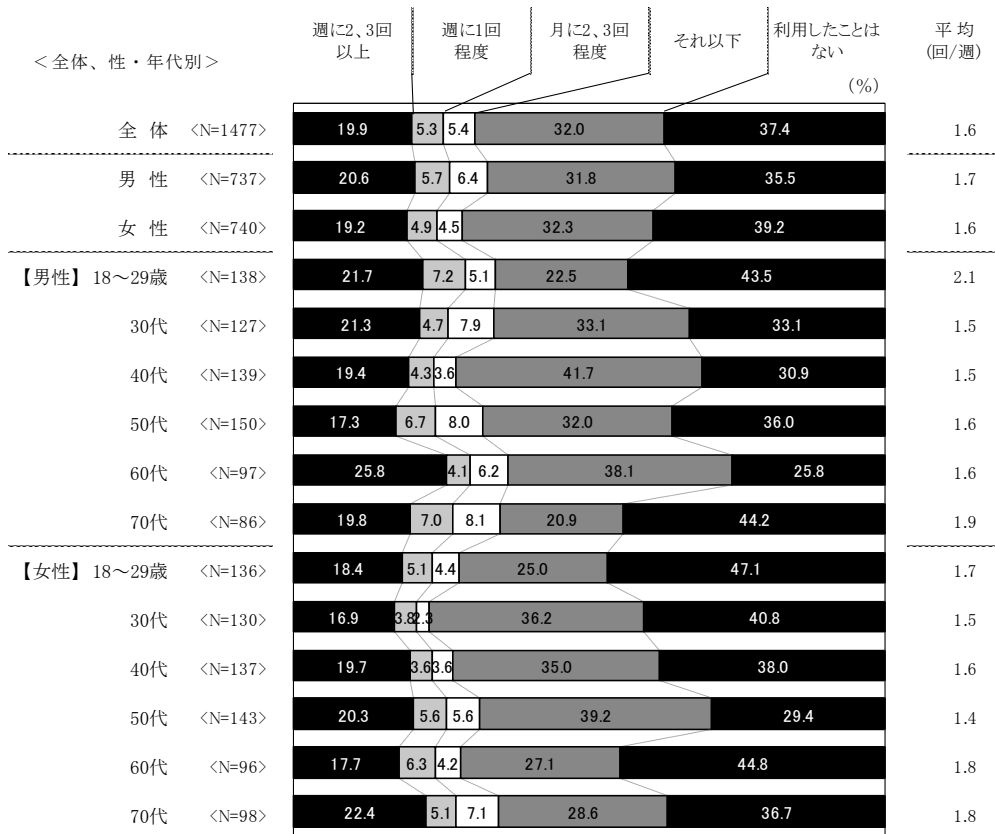
◇朝食で惣菜・弁当の利用頻度は男性で高く、男性18～29歳と70代が高い。

◇昼食でも、男性で高く、勤務先でのお弁当利用とみられる。

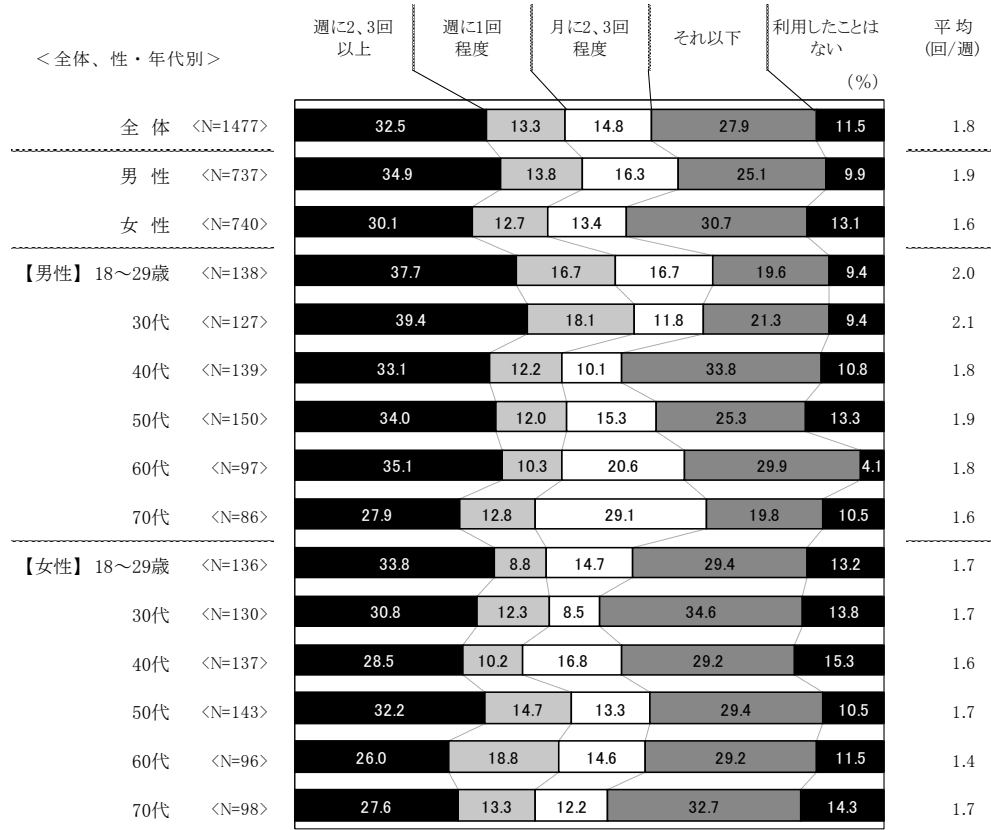
◇夕食でも、男性で高く、若い年代ほど利用回数は多い。

◇2023年と比較すると、朝食と夕食で週平均利用回数が増加している。男女を問わず、ほとんどの年代で増えている。

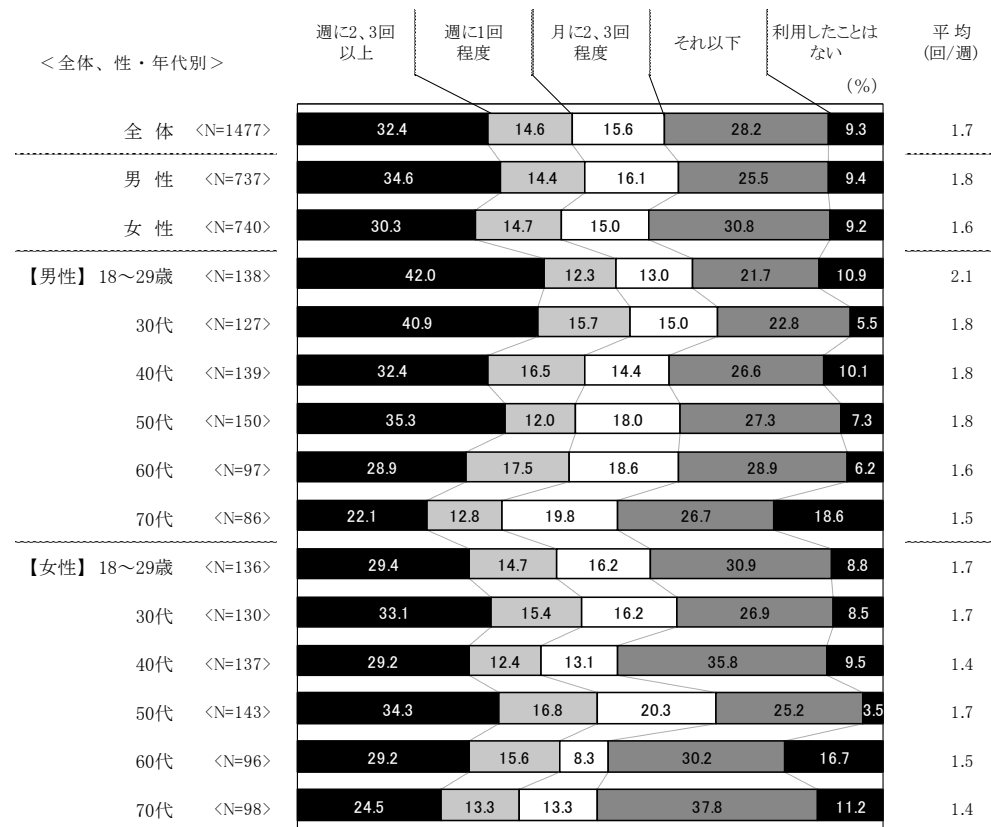
図表4-8：朝食用の惣菜・弁当の利用頻度



図表4-9：昼食用の惣菜・弁当の利用頻度



図表4-10：夕食用の惣菜・弁当の利用頻度



&lt;惣菜・弁当の利用頻度 2023年との比較&gt;

平均(回/週)

|     |         | 朝食    |       | 昼食    |       | 夕食    |       |
|-----|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|     |         | 2023年 | 2024年 | 2023年 | 2024年 | 2023年 | 2024年 |
| 全 体 |         | 1.4   | 1.6   | 1.8   | 1.8   | 1.6   | 1.7   |
| 男 性 |         | 1.5   | 1.7   | 2.0   | 1.9   | 1.7   | 1.8   |
| 女 性 |         | 1.3   | 1.6   | 1.6   | 1.6   | 1.4   | 1.6   |
| 男 性 | 18～29 歳 | 1.5   | 2.1   | 2.0   | 2.0   | 1.8   | 2.1   |
|     | 30 代    | 1.8   | 1.5   | 2.2   | 2.1   | 2.2   | 1.8   |
|     | 40 代    | 1.1   | 1.5   | 2.0   | 1.8   | 1.6   | 1.8   |
|     | 50 代    | 1.6   | 1.6   | 2.4   | 1.9   | 1.7   | 1.8   |
|     | 60 代    | 1.6   | 1.6   | 1.9   | 1.8   | 1.8   | 1.6   |
|     | 70 代    | 1.2   | 1.9   | 1.4   | 1.6   | 1.1   | 1.5   |
| 女 性 | 18～29 歳 | 1.1   | 1.7   | 1.8   | 1.7   | 1.6   | 1.7   |
|     | 30 代    | 0.9   | 1.5   | 1.3   | 1.7   | 1.1   | 1.7   |
|     | 40 代    | 1.4   | 1.6   | 1.9   | 1.6   | 1.7   | 1.4   |
|     | 50 代    | 1.2   | 1.4   | 1.5   | 1.7   | 1.3   | 1.7   |
|     | 60 代    | 1.4   | 1.8   | 1.3   | 1.4   | 1.4   | 1.5   |
|     | 70 代    | 1.6   | 1.8   | 1.5   | 1.7   | 1.3   | 1.4   |

冷凍食品についても、同様の質問をした。

朝食、昼食、夕食の冷凍食品の利用頻度は、図表4-11のようになった。

◇朝食では5割（55.0%）、昼食、夕食では8割以上（昼食80.4%、夕食87.3%）の人が利用している。  
 昼食と夕食で週1回以上の方は4人に1人程度（昼食26.7%、夕食30.3%）いる。

朝食、昼食、夕食の性・年代別の冷凍食品の利用頻度は、図表4-12、図表4-13、図表4-14のようになった。

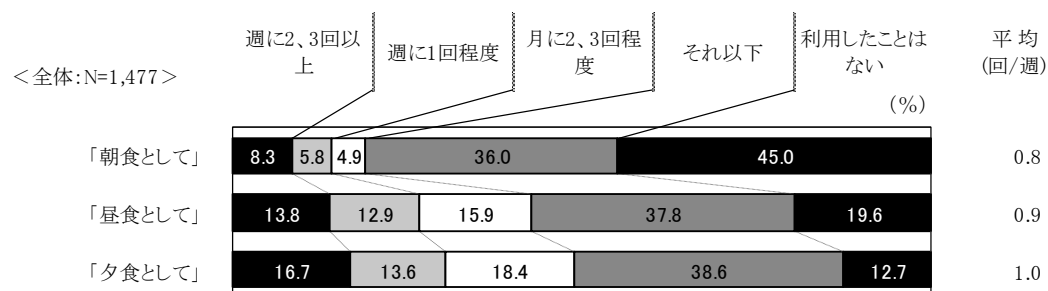
◇朝食での利用は、男女18～29歳と女性30代が高い。

◇昼食でも、男女18～29歳が高い。

◇夕食では、男性18～29歳と男女30代が高い。

◇冷凍食品の週平均利用頻度を2023年と比較すると、夕食での利用がやや増加している。

図表4-11：朝食用、昼食用、夕食用の冷凍食品の利用頻度



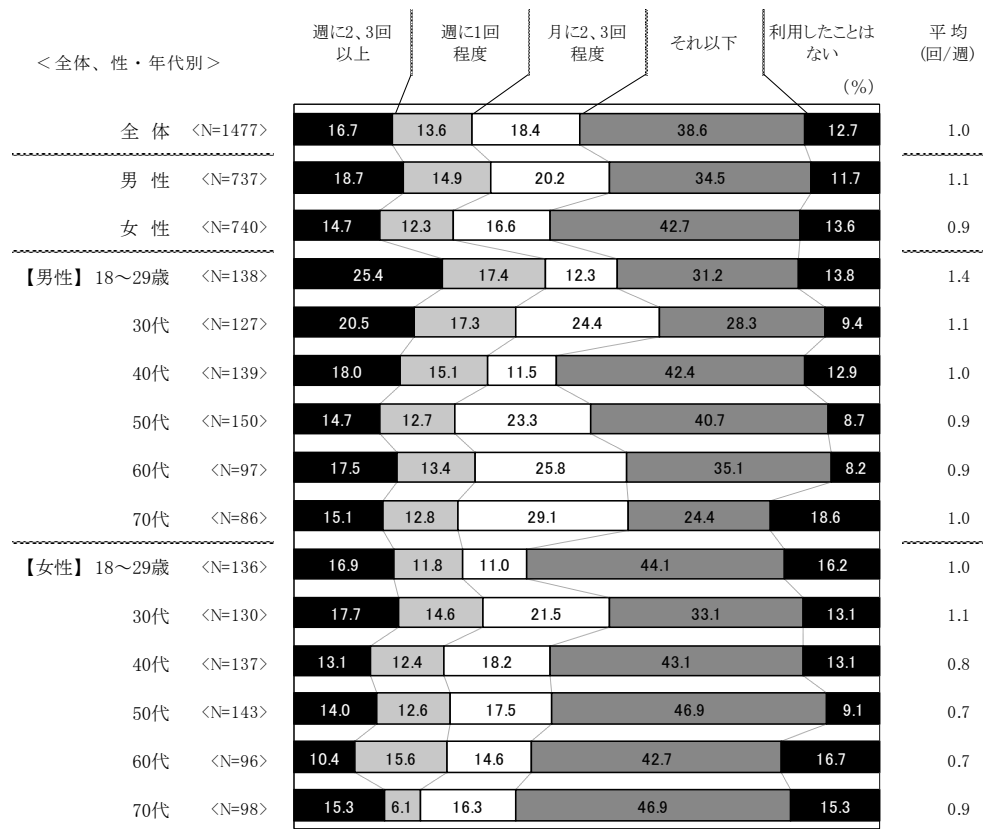
図表4-12：朝食用の冷凍食品の利用頻度

| <全体、性・年代別> |          | 週に2、3回<br>以上 | 週に1回<br>程度 | 月に2、3回<br>程度 | それ以下 | 利用したことは<br>ない | 平均<br>(回/週) |
|------------|----------|--------------|------------|--------------|------|---------------|-------------|
|            |          | (%)          |            |              |      |               |             |
| 全 体        | <N=1477> | 13.8         | 12.9       | 15.9         | 37.8 | 19.6          | 0.8         |
| 男 性        | <N=737>  | 12.8         | 14.4       | 16.3         | 36.4 | 20.2          | 0.8         |
| 女 性        | <N=740>  | 14.9         | 11.4       | 15.5         | 39.2 | 19.1          | 0.7         |
| 【男性】18～29歳 |          | 21.7         | 21.0       | 17.4         | 21.7 | 18.1          | 1.4         |
| 30代        | <N=127>  | 10.2         | 19.7       | 14.2         | 37.0 | 18.9          | 0.7         |
| 40代        | <N=139>  | 11.5         | 9.4        | 14.4         | 41.0 | 23.7          | 0.7         |
| 50代        | <N=150>  | 8.7          | 12.7       | 16.7         | 40.7 | 21.3          | 0.8         |
| 60代        | <N=97>   | 8.2          | 12.4       | 16.5         | 45.4 | 17.5          | 0.5         |
| 70代        | <N=86>   | 16.3         | 9.3        | 19.8         | 33.7 | 20.9          | 0.7         |
| 【女性】18～29歳 |          | 20.6         | 10.3       | 10.3         | 39.7 | 19.1          | 1.0         |
| 30代        | <N=130>  | 20.0         | 9.2        | 17.7         | 36.9 | 16.2          | 1.1         |
| 40代        | <N=137>  | 12.4         | 10.2       | 18.2         | 35.8 | 23.4          | 0.7         |
| 50代        | <N=143>  | 11.2         | 14.7       | 13.3         | 39.2 | 21.7          | 0.4         |
| 60代        | <N=96>   | 9.4          | 12.5       | 15.6         | 39.6 | 22.9          | 0.5         |
| 70代        | <N=98>   | 14.3         | 11.2       | 19.4         | 45.9 | 9.2           | 0.9         |

図表4-13：昼食用の冷凍食品の利用頻度

| <全体、性・年代別> |          | 週に2、3回<br>以上 | 週に1回<br>程度 | 月に2、3回<br>程度 | それ以下 | 利用したことは<br>ない | 平均<br>(回/週) |
|------------|----------|--------------|------------|--------------|------|---------------|-------------|
|            |          | (%)          |            |              |      |               |             |
| 全 体        | <N=1477> | 13.4         | 11.4       | 17.8         | 39.1 | 18.3          | 0.9         |
| 男 性        | <N=737>  | 15.0         | 12.4       | 16.7         | 35.0 | 20.9          | 0.9         |
| 女 性        | <N=740>  | 11.7         | 10.4       | 18.9         | 43.3 | 15.7          | 0.9         |
| 【男性】18～29歳 |          | 19.0         | 12.0       | 16.2         | 29.6 | 23.2          | 1.3         |
| 30代        | <N=127>  | 17.6         | 19.1       | 11.5         | 29.0 | 22.9          | 0.8         |
| 40代        | <N=139>  | 15.5         | 10.8       | 19.6         | 35.8 | 18.2          | 0.8         |
| 50代        | <N=150>  | 11.5         | 10.1       | 15.5         | 43.2 | 19.6          | 0.7         |
| 60代        | <N=97>   | 10.9         | 9.9        | 14.9         | 41.6 | 22.8          | 0.6         |
| 70代        | <N=86>   | 14.4         | 12.2       | 24.4         | 30.0 | 18.9          | 0.8         |
| 【女性】18～29歳 |          | 16.2         | 9.9        | 21.1         | 39.4 | 13.4          | 1.1         |
| 30代        | <N=130>  | 10.6         | 8.1        | 20.3         | 47.2 | 13.8          | 1.1         |
| 40代        | <N=137>  | 11.1         | 11.8       | 18.1         | 39.6 | 19.4          | 0.8         |
| 50代        | <N=143>  | 10.6         | 7.7        | 21.1         | 48.6 | 12.0          | 0.8         |
| 60代        | <N=96>   | 7.2          | 9.3        | 15.5         | 49.5 | 18.6          | 0.8         |
| 70代        | <N=98>   | 13.6         | 16.5       | 15.5         | 35.9 | 18.4          | 0.9         |

図表4-14：夕食用の冷凍食品の利用頻度



＜冷凍食品の利用頻度 2023年との比較＞

平均(回/週)

|     |        | 朝食    |       | 昼食    |       | 夕食    |       |
|-----|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|     |        | 2023年 | 2024年 | 2023年 | 2024年 | 2023年 | 2024年 |
| 全 体 |        | 0.8   | 0.8   | 0.9   | 0.9   | 0.9   | 1.0   |
| 男 性 |        | 0.9   | 0.8   | 1.0   | 0.9   | 1.0   | 1.1   |
| 女 性 |        | 0.7   | 0.7   | 0.8   | 0.9   | 0.7   | 0.9   |
| 男 性 | 18～29歳 | 1.4   | 1.4   | 1.3   | 1.3   | 1.2   | 1.4   |
|     | 30代    | 1.2   | 0.7   | 1.1   | 0.8   | 1.1   | 1.1   |
|     | 40代    | 0.7   | 0.7   | 0.9   | 0.8   | 0.8   | 1.0   |
|     | 50代    | 0.7   | 0.8   | 0.8   | 0.7   | 0.9   | 0.9   |
|     | 60代    | 1.1   | 0.5   | 0.7   | 0.6   | 1.1   | 0.9   |
|     | 70代    | 0.7   | 0.7   | 0.9   | 0.8   | 0.6   | 1.0   |
| 女 性 | 18～29歳 | 1.0   | 1.0   | 1.0   | 1.1   | 1.0   | 1.0   |
|     | 30代    | 0.4   | 1.1   | 0.6   | 1.1   | 0.6   | 1.1   |
|     | 40代    | 0.7   | 0.7   | 0.8   | 0.8   | 1.0   | 0.8   |
|     | 50代    | 0.6   | 0.4   | 0.6   | 0.8   | 0.5   | 0.7   |
|     | 60代    | 0.5   | 0.5   | 0.5   | 0.8   | 0.7   | 0.7   |
|     | 70代    | 0.9   | 0.9   | 0.9   | 0.9   | 0.7   | 0.9   |

惣菜・弁当の利用頻度は朝食と夕食で増加、冷凍食品は夕食でやや増加している。

自宅でお酒を飲む頻度とお酒に対する意識・態度についての結果は、図表4-15と図表4-16のようになった。

◇20歳以上の人で自宅でお酒を飲む人の割合は62.1%で、「週1日以上」（ほとんど毎日：16.0%＋週1～5日：26.9%）が42.9%である。

◇男性の自宅での飲用率は68.9%で、「週1日以上」（ほとんど毎日：19.6%＋週1～5日：32.4%）は52.0%で半数になる。男性は高年代になるほど飲用頻度が高くなる。また、女性の35.7%は「お酒は（全く）飲まない/飲めない」人であった。

◇1週間での平均飲用回数は2023年2.8回/週から2024年2.7回/週とほぼ横ばいである。

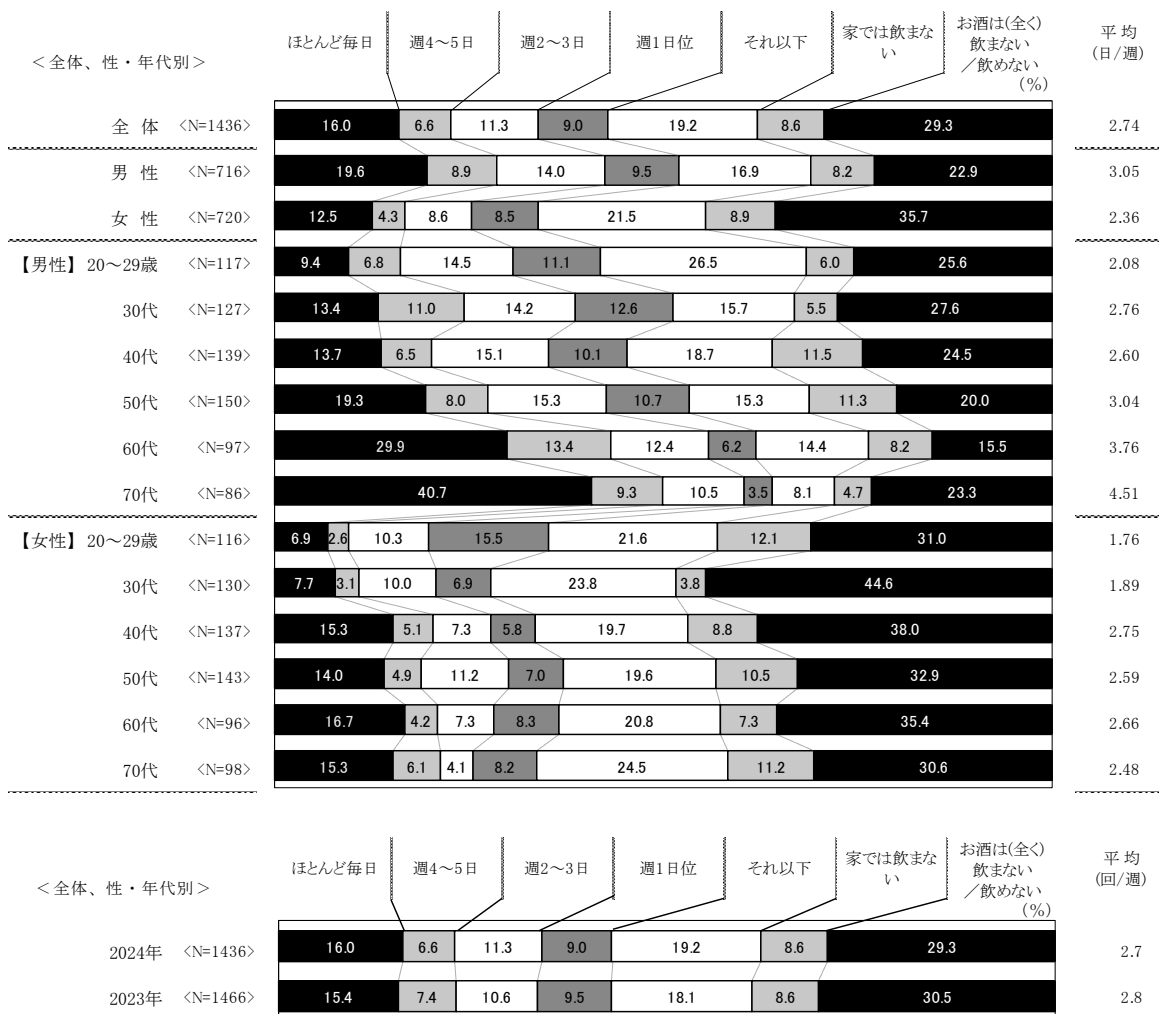
◇お酒に対する意識・態度は、「お酒を飲むのが好きだ」（43.2%）、「お酒は食事中に飲むことがほとんどである」（28.3%）、「お酒はストレス解消や癒しになる」（21.5%）、「お酒を飲むのは家族（配偶者など）と一緒にのことが多い」（20.8%）、「飲食店や居酒屋でお酒を飲む機会が減った」（19.1%）、「一人でお酒を飲むことが多い」（18.6%）、「できれば毎日お酒を飲みたい」（18.5%）の順で高い。

◇2023年に比べて、「お酒を飲むのが好きだ」、「お酒は食事中に飲むことがほとんどである」が減少している。一方、「お酒そのものを楽しむことよりも、飲んでいるときの雰囲気や会話が楽しい」「アルコール度数の低いお酒を飲むことが増えた」、「お酒を飲む機会を通じて交流を始めたり深めたりしている」と回答する人が増加しており、酔うことよりも会話や交流を楽しむ人が増えてきている。

◇性・年代別でみると、男女を問わずほとんどの年代で「お酒を飲むのが好きだ」と回答している。

6割の人が自宅でお酒を飲んでおり、自宅で食事中にお酒を飲んでいる。低アルコールのお酒などで会話や交流を楽しむ人が増えている。

図表4-15：自宅でお酒を飲む頻度（20歳以上に）

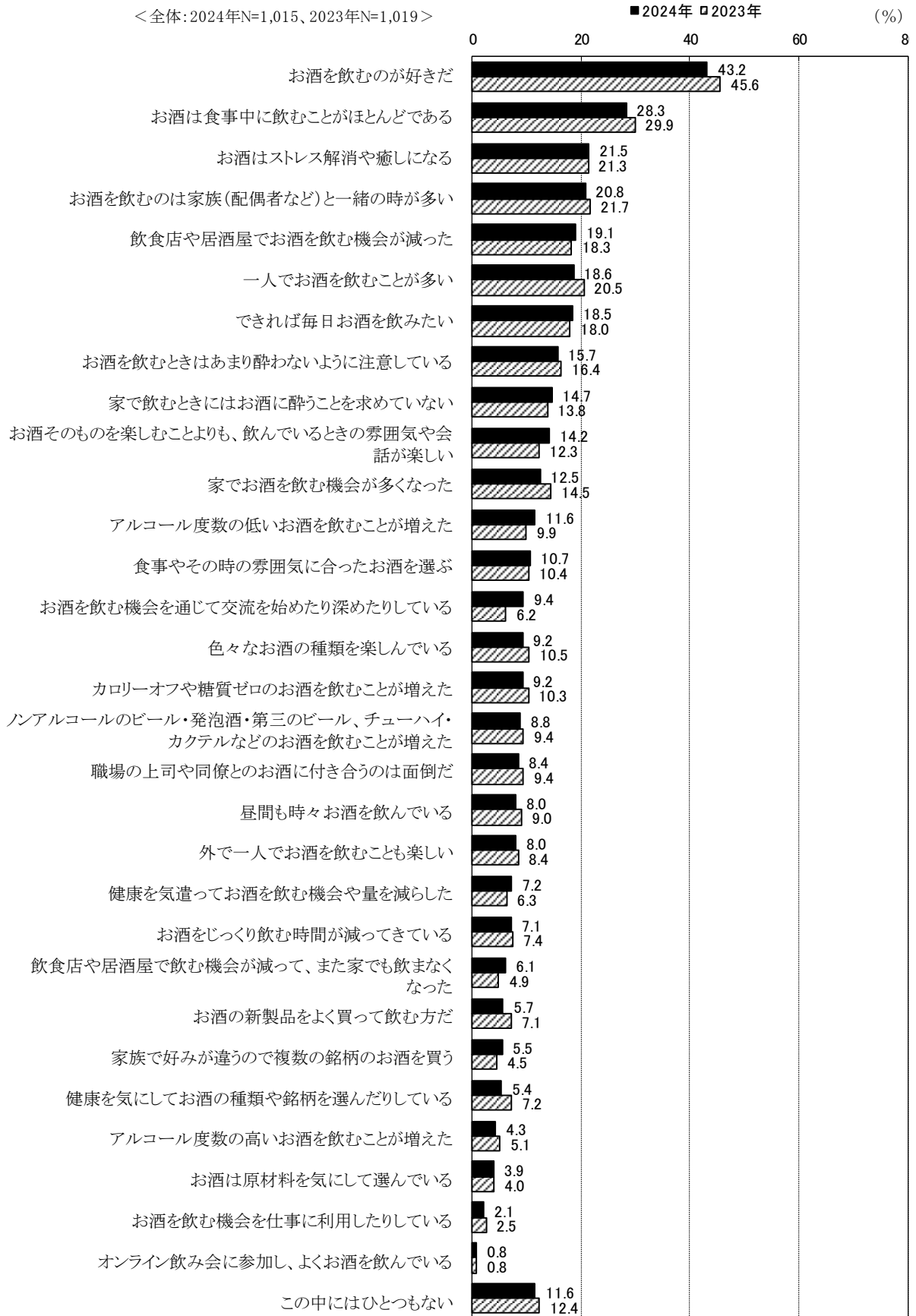


&lt;2023年との比較&gt;

平均(回/週)

|     |        | 2023年 | 2024年 |
|-----|--------|-------|-------|
| 全 体 |        | 2.8   | 2.7   |
| 男 性 |        | 3.0   | 3.0   |
| 女 性 |        | 2.4   | 2.4   |
| 男 性 | 18～29歳 | 1.9   | 2.1   |
|     | 30代    | 2.7   | 2.8   |
|     | 40代    | 3.1   | 2.6   |
|     | 50代    | 3.2   | 3.0   |
|     | 60代    | 4.0   | 3.8   |
|     | 70代    | 3.5   | 4.5   |
| 女 性 | 18～29歳 | 1.8   | 1.8   |
|     | 30代    | 1.9   | 1.9   |
|     | 40代    | 2.8   | 2.8   |
|     | 50代    | 2.8   | 2.6   |
|     | 60代    | 2.8   | 2.7   |
|     | 70代    | 2.3   | 2.5   |

図表4-16：お酒に対する意識・態度（20歳以上で自宅でお酒を飲む人に）



&lt;性・年代別&gt;

(%)

|       | N=   | 1位                              | 2位                                | 3位                                |
|-------|------|---------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 全体    | 1015 | お酒を飲むのが好きだ 43.2                 | お酒は食事中に飲むことがほとんどである 28.3          | お酒はストレス解消や癒しになる 21.5              |
| 男     | 552  | お酒を飲むのが好きだ 49.8                 | お酒は食事中に飲むことがほとんどである 29.7          | お酒はストレス解消や癒しになる 22.6              |
| 女     | 463  | お酒を飲むのが好きだ 35.2                 | お酒は食事中に飲むことがほとんどである 26.6          | お酒を飲むのは家族（配偶者など）と一緒に過ごすことが多い 25.7 |
| 男・20代 | 87   | お酒を飲むのが好きだ 39.1                 | お酒を飲むときはあまり酔わないように注意している 14.9     | お酒は食事中に飲むことがほとんどである 13.8          |
| 男・30代 | 92   | お酒を飲むのが好きだ 46.7                 | お酒はストレス解消や癒しになる 27.2              | お酒は食事中に飲むことがほとんどである 25.0          |
| 男・40代 | 105  | お酒を飲むのが好きだ 46.7                 | お酒はストレス解消や癒しになる 28.6              | お酒は食事中に飲むことがほとんどである 25.7          |
| 男・50代 | 120  | お酒を飲むのが好きだ 53.3                 | 一人でお酒を飲むことが多い 30.8                | お酒は食事中に飲むことがほとんどである 27.5          |
| 男・60代 | 82   | お酒を飲むのが好きだ 53.7                 | お酒は食事中に飲むことがほとんどである 46.3          | 飲食店や居酒屋でお酒を飲む機会が減った 34.1          |
| 男・70代 | 66   | お酒を飲むのが好きだ 62.1                 | お酒は食事中に飲むことがほとんどである 47.0          | 飲食店や居酒屋でお酒を飲む機会が減った 36.4          |
| 女・20代 | 80   | お酒を飲むのが好きだ 37.5                 | お酒は食事中に飲むことがほとんどである 25.0          | お酒を飲むのは家族（配偶者など）と一緒に過ごすことが多い 20.0 |
| 女・30代 | 72   | お酒を飲むのが好きだ 41.7                 | お酒を飲むのは家族（配偶者など）と一緒に過ごすことが多い 31.9 | お酒はストレス解消や癒しになる 29.2              |
| 女・40代 | 85   | お酒を飲むのが好きだ 36.5                 | お酒を飲むのは家族（配偶者など）と一緒に過ごすことが多い 23.5 | お酒はストレス解消や癒しになる 21.2              |
| 女・50代 | 96   | お酒を飲むのが好きだ 35.4                 | お酒は食事中に飲むことがほとんどである 27.1          | お酒はストレス解消や癒しになる 22.9              |
| 女・60代 | 62   | お酒を飲むのが好きだ 33.9                 | お酒は食事中に飲むことがほとんどである 33.9          | お酒を飲むのは家族（配偶者など）と一緒に過ごすことが多い 27.4 |
| 女・70代 | 68   | お酒を飲むのは家族（配偶者など）と一緒に過ごすが多い 32.4 | お酒は食事中に飲むことがほとんどである 26.5          | お酒を飲むのが好きだ 25.0                   |

### 3. 住まいは、シンプルな暮らしを望み、安全性と便利さを重視

住まいについて、現在の住まいと住み始めた時期をきいた後に、住まいに対する意識・態度、住みたいと思う地域・環境、今後の移住意向について質問した。

現在の住まい（住居形態）と住み始めた時期は、図表4-17と図表4-18のとおりである。

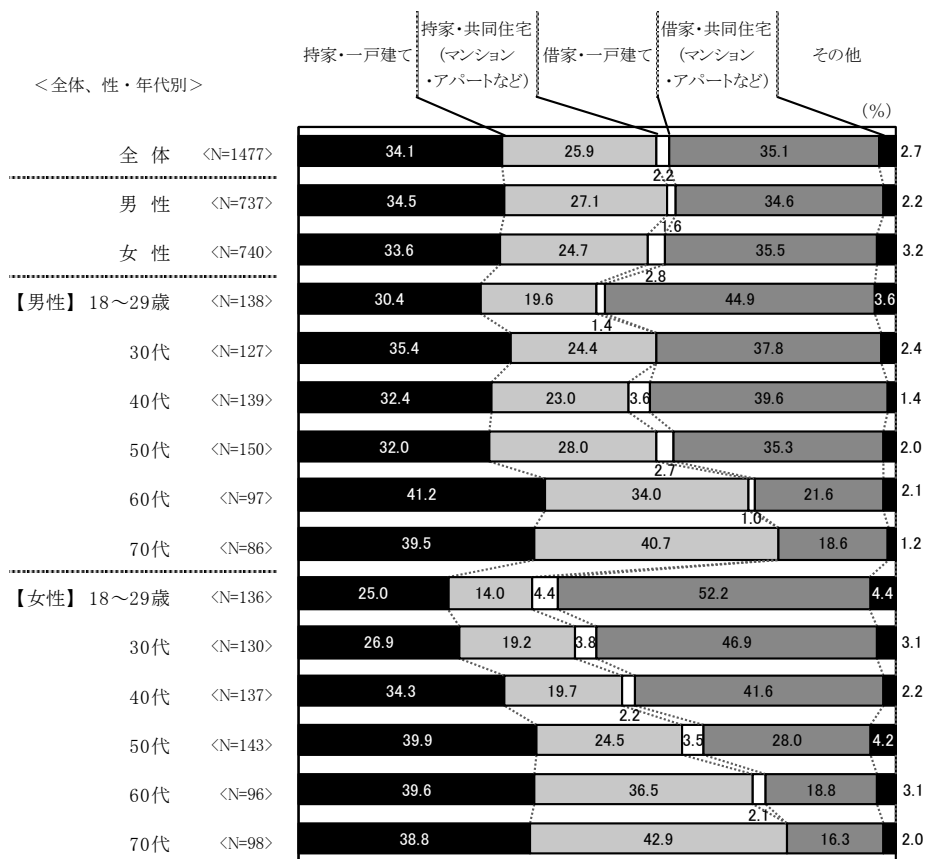
◇今回の調査対象者の住まいは、「持家・一戸建て」（34.1%）、「持家・共同住宅（マンション・アパートなど）」（25.9%）、「借家・共同住宅（マンション・アパートなど）」（35.1%）であった。

◇男女とも18～29歳は「借家・共同住宅（マンション・アパートなど）」が5割前後になるが、年代が上がると「持家・一戸建て」が増える。「持家・一戸建て」と「持家・共同住宅（マンション・アパートなど）」の合計が半数を超えるのは、男性が30代、女性が40代である。（男性30代 持家・一戸建て 35.4%、持家・共同住宅 24.4%、女性40代 持家・一戸建て 34.3%、持家・共同住宅 19.7%）

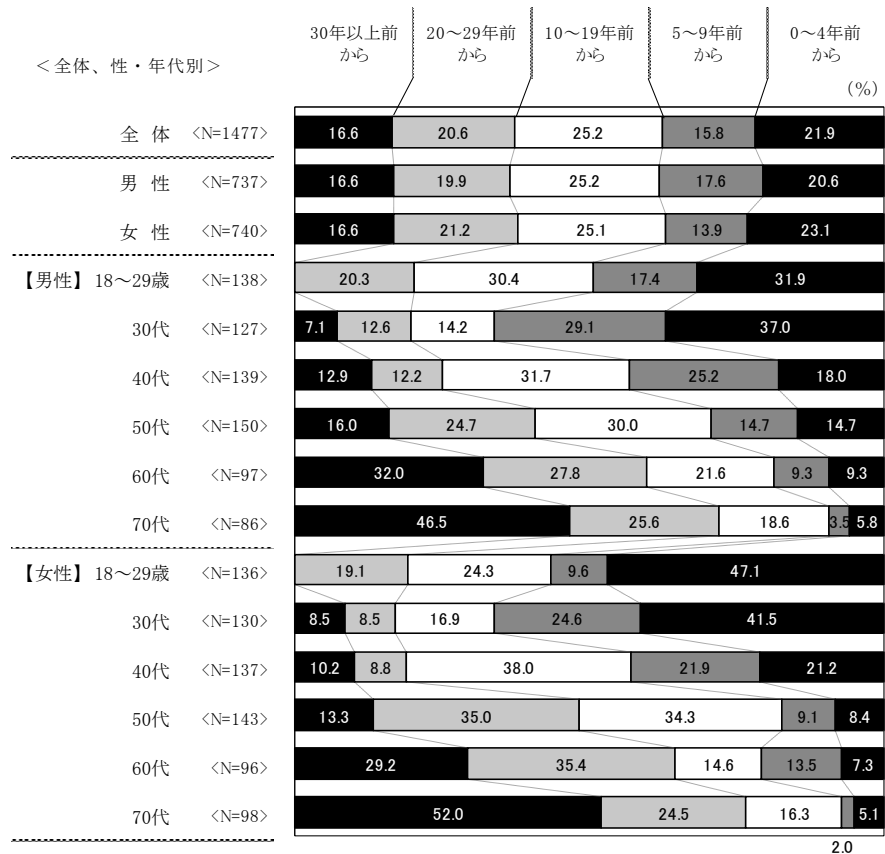
◇現在のところに住み始めた時期は、「10～19年前から」（25.2%）、「0～4年前から」（21.9%）が多い。

◇当然のことながら、若い年代ほど住み始めた時期は浅く、年代が上がると住んでいる年数が長くなる。

図表4-17：現在の住まい（住居形態）



図表4-18：現在のところに住み始めた時期



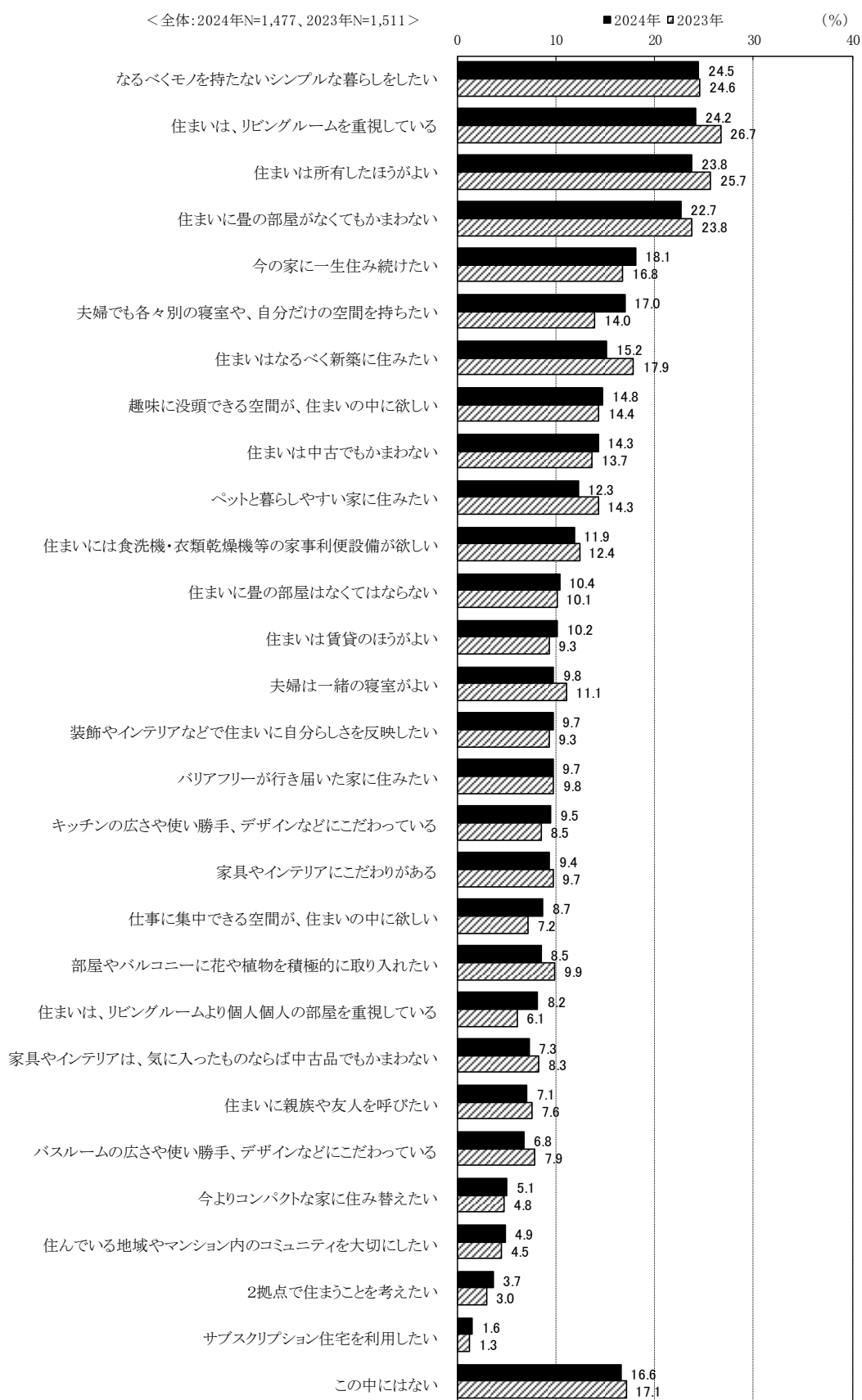
2.0

住まいに対する意識・態度の結果は、図表4-19のようになった。

- ◇住まいに対する意識・態度は、「なるべくモノを持たないシンプルな暮らしをしたい」(24.5%)、「住まいはリビングルームを重視している」(24.2%)、「住まいは所有したほうがよい」(23.8%)、「住まいに畳の部屋がなくてもかまわない」(22.7%)の順で高い。
- ◇これら上位の項目の中で、「なるべくモノを持たないシンプルな暮らしをしたい」は2023年と変わらず、「シンプルな暮らし」を望む意識は定着している。これ以外の項目の値は、低くなった。
- ◇男性は「住まいは所有したほうがよい」が最も高く、女性は「なるべくモノを持たないシンプルな暮らしをしたい」が最も高い。男性は所有に対する意識、女性は暮らし方に対する意識が強い。
- ◇性・年代別にみると、男性18～29歳で「趣味に没頭できる空間が、住まいの中に欲しい」が最も高く、プライベート空間を求めている。

都市生活者は、シンプルな暮らしを望んでいる。また、男性は所有に対する意識、女性は暮らし方に対する意識が強い。

図表4-19：住まいに対する意識・態度



&lt;性・年代別&gt;

(%)

|          | N=   | 1位                              | 2位                                          | 3位                            |
|----------|------|---------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------|
| 全体       | 1477 | なるべくモノを持たないシンプルな暮らしをしたい 24.5    | 住まいは、リビングルームを重視している 24.2                    | 住まいは所有したほうがよい 23.8            |
| 男        | 737  | 住まいは所有したほうがよい 27.4              | 住まいは、リビングルームを重視している 24.2                    | 住まいに畳の部屋がなくてもかまわない 20.5       |
| 女        | 740  | なるべくモノを持たないシンプルな暮らしをしたい 30.4    | 住まいに畳の部屋がなくてもかまわない 25.0                     | 住まいは、リビングルームを重視している 24.2      |
| 男・18～29歳 | 138  | 趣味に没頭できる空間が、住まいの中に欲しい 22.5      | 住まいは、リビングルームを重視している 21.0                    | 住まいは所有したほうがよい 18.8            |
| 男・30代    | 127  | 住まいは、リビングルームを重視している 23.6        | 住まいは所有したほうがよい 21.3                          | 住まいに畳の部屋がなくてもかまわない 18.1       |
| 男・40代    | 139  | 住まいは、リビングルームを重視している 23.0        | 趣味に没頭できる空間が、住まいの中に欲しい 23.0                  | 住まいは所有したほうがよい 22.3            |
| 男・50代    | 150  | 住まいは所有したほうがよい 28.7              | 住まいに畳の部屋がなくてもかまわない 19.3                     | なるべくモノを持たないシンプルな暮らしをしたい 18.0  |
| 男・60代    | 97   | 住まいは所有したほうがよい 38.1              | 住まいは、リビングルームを重視している 36.1                    | なるべくモノを持たないシンプルな暮らしをしたい 28.9  |
| 男・70代    | 86   | 住まいは所有したほうがよい/今の家に一生住み続けたい 44.2 | 住まいは、リビングルームを重視している 31.4                    | 31.4                          |
| 女・18～29歳 | 136  | 住まいに畳の部屋がなくてもかまわない 25.7         | 住まいはなるべく新築に住みたい 22.8                        | 住まいは所有したほうがよい 19.9            |
| 女・30代    | 130  | なるべくモノを持たないシンプルな暮らしをしたい 22.3    | 住まいに畳の部屋がなくてもかまわない 21.5                     | 住まいは、リビングルームを重視している 20.0      |
| 女・40代    | 137  | なるべくモノを持たないシンプルな暮らしをしたい 36.5    | 住まいに畳の部屋がなくてもかまわない 31.4                     | 住まいは、リビングルームを重視している 21.9      |
| 女・50代    | 143  | なるべくモノを持たないシンプルな暮らしをしたい 39.2    | 住まいに畳の部屋がなくてもかまわない/住まいは、リビングルームを重視している 25.9 | 25.9                          |
| 女・60代    | 96   | なるべくモノを持たないシンプルな暮らしをしたい 37.5    | 住まいは、リビングルームを重視している 34.4                    | 夫婦でも各々別の寝室や、自分だけの空間を持ちたい 32.3 |
| 女・70代    | 98   | 住まいは、リビングルームを重視している 36.7        | 今の家に一生住み続けたい 35.7                           | なるべくモノを持たないシンプルな暮らしをしたい 27.6  |

住みたいと思う地域・環境は、図表4-20のとおりである。

◇全体では、「治安のよいところ」(55.0%)、「日常の買物に便利なところ」(50.4%)、「駅に近いところ」(47.0%)、「災害に強い地域・街」(42.1%)、「地盤がしっかりした地域」(34.1%)、「医療環境のよいところ」(30.7%)、「通勤・通学に便利なところ」(30.2%)の順で高く、安全性と日常生活での利便性を求めている。

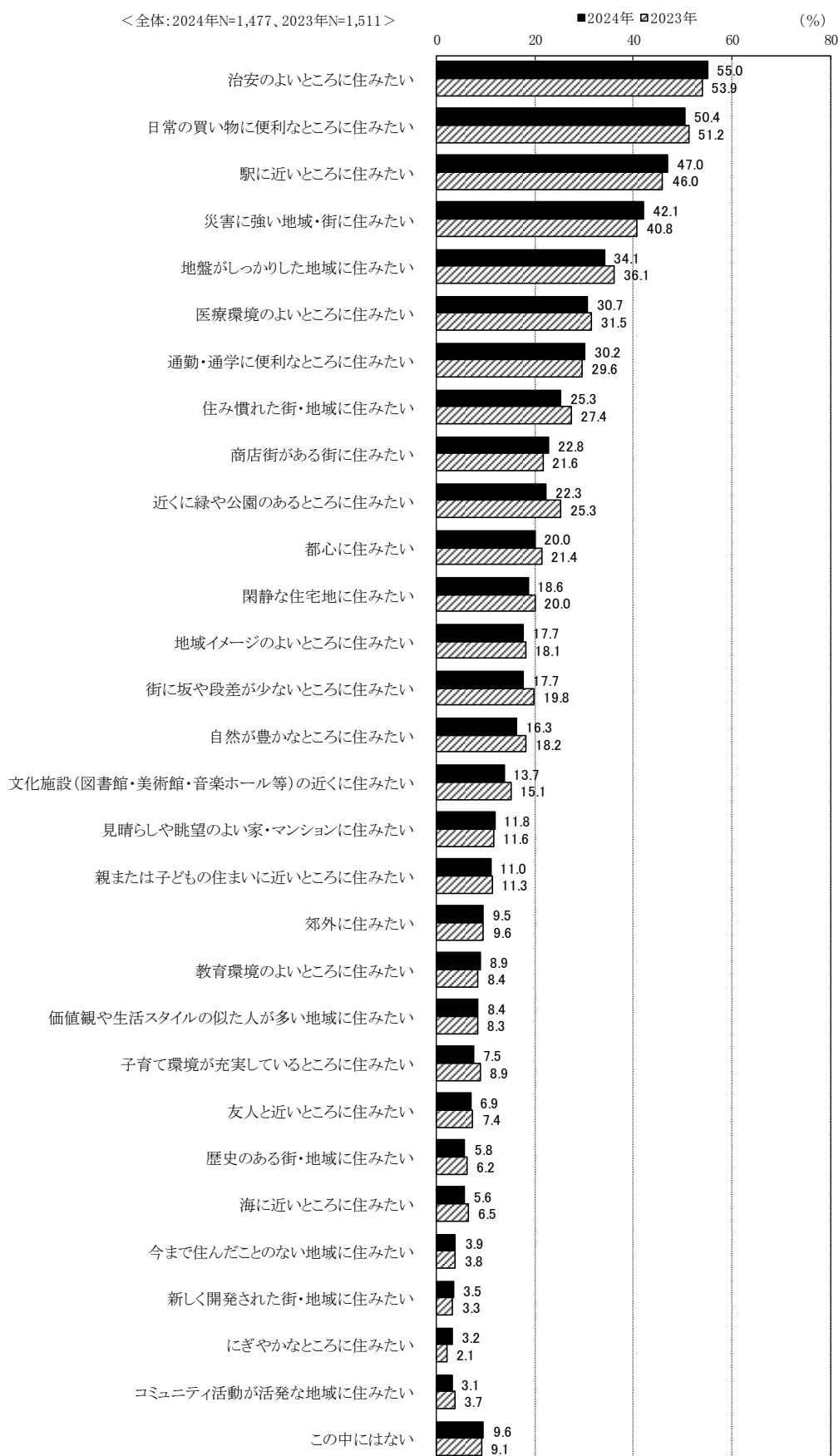
◇これらの項目の順位は2023年と同じである。

◇男女共通で安全性と利便性を求めているが、男性より女性の方が望む人が多い。

◇性・年代別では、男性60代・女性30代と70代で「災害に強い地域・街」を望む人が上位に出てくる。

都市生活者が住みたいと思う地域・環境は、治安がよく、災害に強いという安全性が確保でき、買い物や通勤に便利なところで、安心して日常生活が営める場所である。

図表4-20：住みたいと思う地域・環境



&lt;性・年代別&gt;

(%)

|          | N=   | 1位                      | 2位                                  | 3位                      |
|----------|------|-------------------------|-------------------------------------|-------------------------|
| 全体       | 1477 | 治安のよいところに住みたい 55.0      | 日常の買い物に便利なところに住みたい 50.4             | 駅に近いところに住みたい 47.0       |
| 男        | 737  | 治安のよいところに住みたい 50.1      | 日常の買い物に便利なところに住みたい 45.2             | 駅に近いところに住みたい 43.7       |
| 女        | 740  | 治安のよいところに住みたい 59.9      | 日常の買い物に便利なところに住みたい 55.7             | 駅に近いところに住みたい 50.3       |
| 男・18～29歳 | 138  | 治安のよいところに住みたい 37.7      | 駅に近いところに住みたい 35.5                   | 日常の買い物に便利なところに住みたい 34.8 |
| 男・30代    | 127  | 治安のよいところに住みたい 52.0      | 駅に近いところに住みたい 41.7                   | 日常の買い物に便利なところに住みたい 36.2 |
| 男・40代    | 139  | 治安のよいところに住みたい 52.5      | 日常の買い物に便利なところに住みたい 49.6             | 駅に近いところに住みたい 42.4       |
| 男・50代    | 150  | 治安のよいところに住みたい 49.3      | 駅に近いところに住みたい 48.0                   | 日常の買い物に便利なところに住みたい 46.0 |
| 男・60代    | 97   | 治安のよいところに住みたい 58.8      | 日常の買い物に便利なところに住みたい 53.6             | 災害に強い地域・街に住みたい 47.4     |
| 男・70代    | 86   | 駅に近いところに住みたい 58.1       | 日常の買い物に便利なところに住みたい 57.0             | 治安のよいところに住みたい 54.7      |
| 女・18～29歳 | 136  | 治安のよいところに住みたい 55.1      | 日常の買い物に便利なところに住みたい 47.1             | 駅に近いところに住みたい 42.6       |
| 女・30代    | 130  | 治安のよいところに住みたい 56.9      | 日常の買い物に便利なところに住みたい 51.5             | 災害に強い地域・街に住みたい 44.6     |
| 女・40代    | 137  | 治安のよいところに住みたい 60.6      | 日常の買い物に便利なところに住みたい 59.9             | 駅に近いところに住みたい 52.6       |
| 女・50代    | 143  | 治安のよいところに住みたい 64.3      | 日常の買い物に便利なところに住みたい/<br>駅に近いところに住みたい | 58.7                    |
| 女・60代    | 96   | 日常の買い物に便利なところに住みたい 63.5 | 治安のよいところに住みたい 60.4                  | 駅に近いところに住みたい 56.3       |
| 女・70代    | 98   | 治安のよいところに住みたい 62.2      | 日常の買い物に便利なところに住みたい 55.1             | 災害に強い地域・街に住みたい 50.0     |

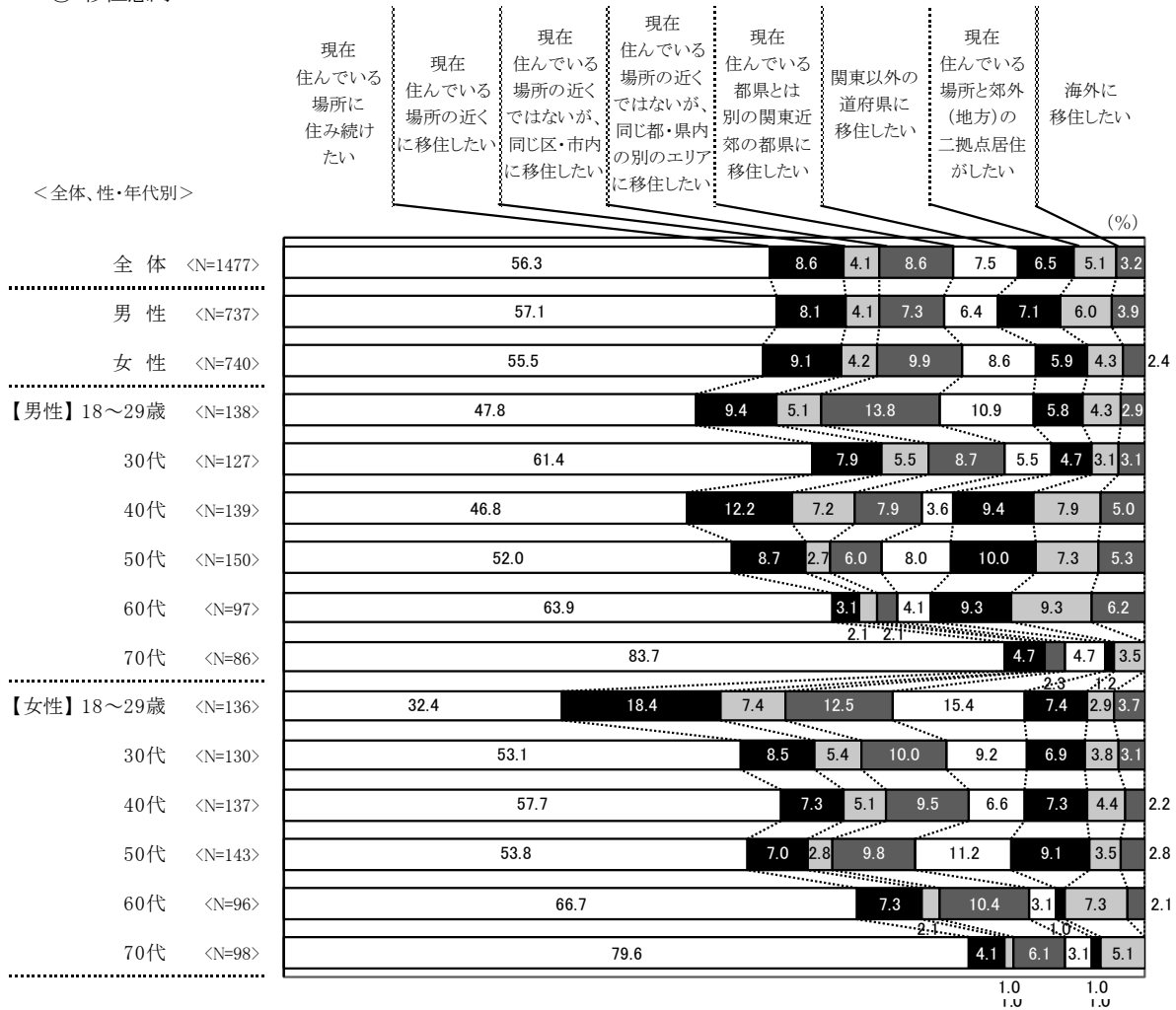
今後の移住意向は、図表4-21のようになった。

- ◇「現在住んでいる場所に住み続けたい」(56.3%)が半数以上で、移住意向者は43.7%である。移住を考える人の移住先は、「現在住んでいる場所の近くに移住したい」(8.6%)、「現在住んでいる場所の近くではないが、同じ都・県内の別のエリアに移住したい」(8.6%)、「現在住んでいる都県とは別の関東近郊の都県に移住したい」(7.5%)、「関東以外の道府県に移住したい」(6.5%)と多様である。
- ◇男女とも高年代ほど「現在住んでいる場所に住み続けたい」人が多くなり、70代で8割前後(男性70代83.7%、女性70代79.6%)になる。「現在住んでいる場所の近くに移住したい」は男女40代までの年代で高く、「同じ都・県内の別のエリアに移住したい」と「現在住んでいる都県とは別の関東近郊の都県に移住したい」は男女18～29歳の若い年代で高い。「関東以外の道府県に移住したい」は男性40代50代60代・女性50代で1割前後になり、地方への志向がうかがわれる。
- ◇2023年と比較すると、「同じ都・県内の別のエリアに移住したい」が減少した。
- ◇「現在住んでいる場所に住み続けたい」から「同じ都・県内の別のエリアに移住したい」人の理由は、「生活するのに便利」、「仕事をする、仕事に行くのに便利」、「治安が良く安全」で、生活利便性と通勤利便性、安全性である。「別の関東近郊の都県に移住したい」人の理由は、「生活するのに便利」、「生まれ育った故郷」、「仕事をする、仕事に行くのに便利」で、生活利便性と通勤利便性と故郷である。「関東以外の道府県に移住したい」人の理由は、「生まれ育った故郷」、「親と居住地に近い」、「自然環境が豊か」で、実家があるエリアである。

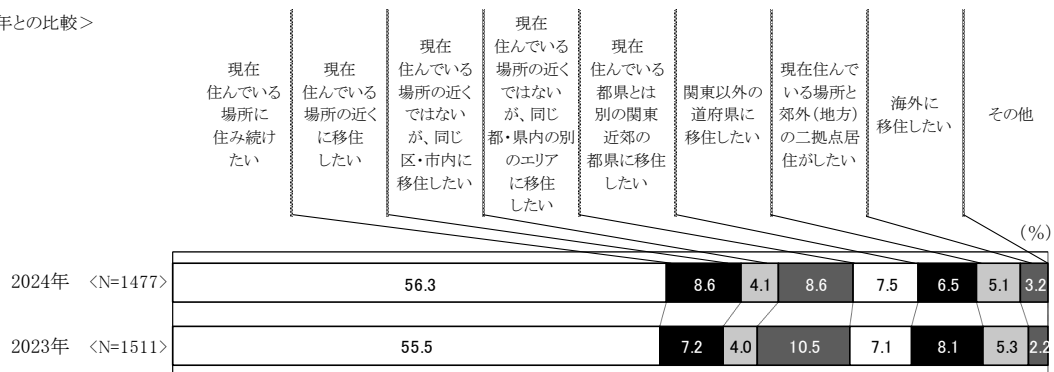
今後の移住意向者は43.7%で、若い年代ほど多い。「現在住んでいる場所の近く」から「同じ都・県内の別のエリアに移住したい」までの人は生活利便性と通勤利便性、安全性を求め、「別の関東近郊の都県に移住したい」人は生活利便性と通勤利便性と故郷が理由になっている。関東以外の道府県に移住したいと思う人は、故郷で親の近くで、自然環境の豊かさが理由になっている。

図表4-21：今後の移住意向

① 移住意向



＜2023年との比較＞



## ② 住み続けたい／移住したい理由

(%)

|    | 現在住んでいる場所に住み続けたい<br>N= 832 | 現在住んでいる場所の近くに<br>移住したい<br>N= 127             | 同じ区・市内に移住したい<br>N= 61         | 同じ都・県内の別のエリア<br>に移住したい<br>N= 127 |
|----|----------------------------|----------------------------------------------|-------------------------------|----------------------------------|
| 1  | 生活するのに便利だから 48.1           | 生活するのに便利だから 37.0                             | 生活するのに便利だから 29.5              | 生活するのに便利だから 36.2                 |
| 2  | 仕事をする、仕事に行くのに便利だから 22.6    | 治安が良く安全だから 18.1                              | 仕事をする、仕事に行くのに便利だから 18.0       | 仕事をする、仕事に行くのに便利だから 15.7          |
| 3  | 治安が良く安全だから 21.6            | 生まれ育った故郷だから 17.3                             | 生活費が安く済むから 16.4               | 生活費が安く済むから 13.4                  |
| 4  | 生まれ育った故郷だから 19.5           | 仕事をする、仕事に行くのに便利だから 16.5                      | 生まれ育った故郷だから 14.8              | 憧れがある場所だから 11.8                  |
| 5  | 親と居住地が近く便利だから 7.8          | 生活費が安く済むから 10.2                              | 親と居住地が近く便利だから 13.1            | 活気や刺激があるから 11.8                  |
| 6  | 趣味ややりたいことが実現できる環境だから 7.8   | 親と居住地が近く便利だから 9.4                            | 治安が良く安全だから 11.5               | 人間的に豊かな生活ができる・できそうだから 10.2       |
| 7  | 生活費が安く済むから 7.7             | 広々とした居住環境が得られるから 7.1                         | 親と同居するため 9.8                  | 生まれ育った故郷だから 9.4                  |
| 8  | 親と同居するため 6.3               | 親と同居するため 5.5                                 | 憧れがある場所だから 9.8                | 治安が良く安全だから 9.4                   |
| 9  | 子どもと居住地が近くて便利だから 5.9       | 人間的に豊かな生活ができる・できそうだから 5.5                    | やりがいのある仕事ができる・できそうだから 8.2     | 趣味ややりたいことが実現できる環境だから 9.4         |
| 10 | 人間的に豊かな生活ができる・できそうだから 5.0  | 子どもと居住地が近くて便利/自然環境が豊か/やりがいのある仕事ができる・できそう 4.7 | テレワークならばどこに住んでいても仕事ができるから 8.2 | 都会の生活に疲れたから 9.4                  |

(%)

|    | 別の関東近郊の都県に移住したい<br>N= 111  | 関東以外の道府県に移住したい<br>N= 96      | 現在住んでいる場所と郊外（地方）の二拠点居住<br>N= 76 | 海外に移住したい<br>N= 47                                                       |
|----|----------------------------|------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| 1  | 生活するのに便利だから 24.3           | 生まれ育った故郷だから 35.4             | 生まれ育った故郷から 27.6                 | 知らない新天地で新たな挑戦をしたいから 25.5                                                |
| 2  | 生まれ育った故郷から 19.8            | 親と居住地が近く便利だから 16.7           | 自然環境が豊かだから 21.1                 | 人間的に豊かな生活ができる・できそうだから 14.9                                              |
| 3  | 仕事をする、仕事に行くのに便利だから 17.1    | 自然環境が豊かだから 16.7              | 趣味ややりたいことが実現できる環境だから 21.1       | 気候が魅力だから 8.5                                                            |
| 4  | 生活費が安く済むから 16.2            | 生活費が安く済むから 14.6              | 人間的に豊かな生活ができる・できそうだから 17.1      | 広々とした居住環境が得られるから 8.5                                                    |
| 5  | 憧れがある場所だから 13.5            | 広々とした居住環境が得られるから 14.6        | 気候が魅力だから（温暖、涼しい、雪が降るなど） 14.5    | 生活費が安く済むから 8.5                                                          |
| 6  | 人間的に豊かな生活ができる・できそうだから 10.8 | 気候が魅力だから（温暖、涼しい、雪が降るなど） 13.5 | 文化や伝統があるから 14.5                 | 自然環境が豊か/趣味ややりたいことが実現できる環境/文化や伝統/生活するのに便利/都会の生活に疲れた/活気や刺激がある/憧れがある場所 6.4 |
| 7  | 治安が良く安全だから 9.0             | 人間的に豊かな生活ができる・できそうだから 12.5   | 仕事をする、仕事に行くのに便利だから 14.5         |                                                                         |
| 8  | 趣味ややりたいことが実現できる環境から 9.0    | 都会の生活に疲れたから 11.5             | 生活するのに便利だから 13.2                |                                                                         |
| 9  | 都会の生活に疲れたから 9.0            | 憧れがある場所から 7.3                | テレワークならばどこに住んでいても仕事ができるから 11.8  |                                                                         |
| 10 | 活気や刺激があるから 6.3             | 生活するのに便利だから 6.3              | 広々とした居住環境が得られるから 10.5           |                                                                         |

## 4. 買い物は価格重視でキャッシュレス

ここでは、買い物や消費行動についてまとめる。図表4-22は、買い物に対する意識・態度の《購買行動》であてはまるものを高い順に並べたものである。その結果は次のようになった。

- ◇全体では、「スマホ決済を使ってよく買い物をする」(36.3%)、「クレジットカードでよく買い物をする」(33.4%)、「ポイントやマイレージのつく店やサービスのある方を使う」(30.6%)、「PB(プライベートブランド)商品は価格が安いので買っている」(29.7%)、「特売やタイムサービス、バーゲンをよく利用する」(27.9%)、「クーポン券や割引券を買い物のときによく使う」(27.3%)、「いつも同じメーカー・ブランドの物を買うことが多い」(27.1%)、「多少高くても長く使えるのを買う」(26.5%)の順で高い。買い物はスマホ決済やクレジットカード、割引重視でキャッシュレス化が進んでいる。
- ◇2023年に比べて、「スマホ決済を使ってよく買い物をする」(2023年34.3%→2024年36.3%)が増加、「クレジットカードでよく買い物をする」(2023年33.9%→2024年33.4%)が横ばいである。また、「クーポン券や割引券を買い物のときによく使う」(2023年23.4%→2024年27.3%)が高くなり、クーポンや割引を利用してキャッシュレス決済で買い物をする人が増えた。
- ◇性別でみると、「スマホ決済」と「クレジットカード利用」が男女それぞれで最も高い。
- ◇性・年代別では、ほとんどの性・年代で「スマホ決済」と「クレジットカード利用」が上位になり、幅広い年代に利用されている。

図表4-23は、買い物に対する意識・態度の《情報入手と発信》であてはまるものを高い順に並べたものである。その結果は次のようになった。

- ◇全体では、「店頭でいろいろ比較して買うことが多い」(42.8%)、「あらかじめ調べてから買うことが多い」(37.1%)、「ネットでよく買い物をする」(26.1%)、「買い物にはチラシを参考にする」(21.6%)、「ネットで商品内容や販売価格を調べてから店で買う」(17.9%)が高い。
- ◇2023年に比べて「あらかじめ調べてから買うことが多い」は若干高くなったが、「店頭でいろいろ比較して買うことが多い」、「ネットでよく買い物をする」、「買い物にはチラシを参考にする」、「ネットで商品内容や販売価格を調べてから店で買う」は低下した。
- ◇性別でみると、男性は「あらかじめ調べてから買うことが多い」が高く、女性は「店頭でいろいろ比較して買うことが多い」が高い。また、男性は「ネットでよく買い物をする」、女性は「買い物にはチラシを参考にする」が高く、情報の入手方法と買い物方法が異なっている。

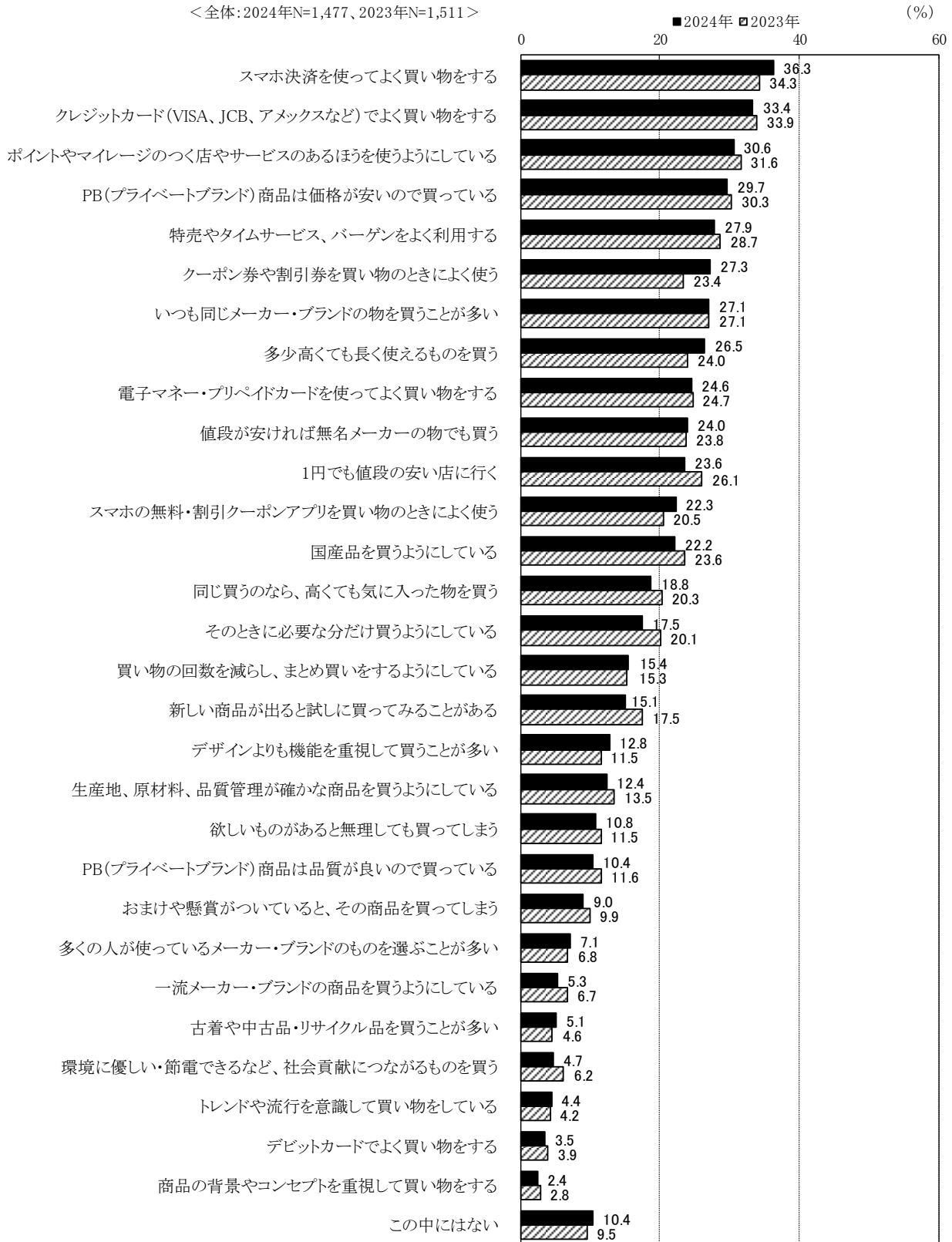
買い物は、ポイントやマイレージのつく店で、特売やタイムサービス、クーポン券や割引券など割引を重視し、スマホ決済やクレジットカードを使うキャッシュレスで行っている。女性は店頭で比較して買う人が多い。

次に、食品の買い物について質問した結果は、図表4-24のようになった。

- ◇全体では、「食品のほとんどはスーパーマーケットで買う」(53.1%)が最も高く、「ポイントカード会員になっているスーパーをよく利用する」(30.7%)、「特売や『〇〇円引き』のシールが貼られた商品をよく買う」(26.0%)、「スーパーやコンビニ、ドラッグストア、商店街のお店など、購入する商品でお店を使い分けている」(22.3%)、「客が自分で商品をスキャンするセルフレジは便利である」(22.3%)が次いで高い。
- ◇「客が自分で商品をスキャンするセルフレジは便利である」は、2023年と同じで、定着してきている。
- ◇性・年代別による大きな違いは見られないが、上位の項目についての回答率は、いずれも女性で高い。女性が普段の食品の買い物をしているためであろう。

食品の買い物は、スーパーマーケットで買う人が多い。ポイントカード会員になっているスーパーを利用し、特売商品をよく購入している。また、セルフレジを支持する人が定着してきた。

図表4-22：買い物に対する意識・態度《購買行動》

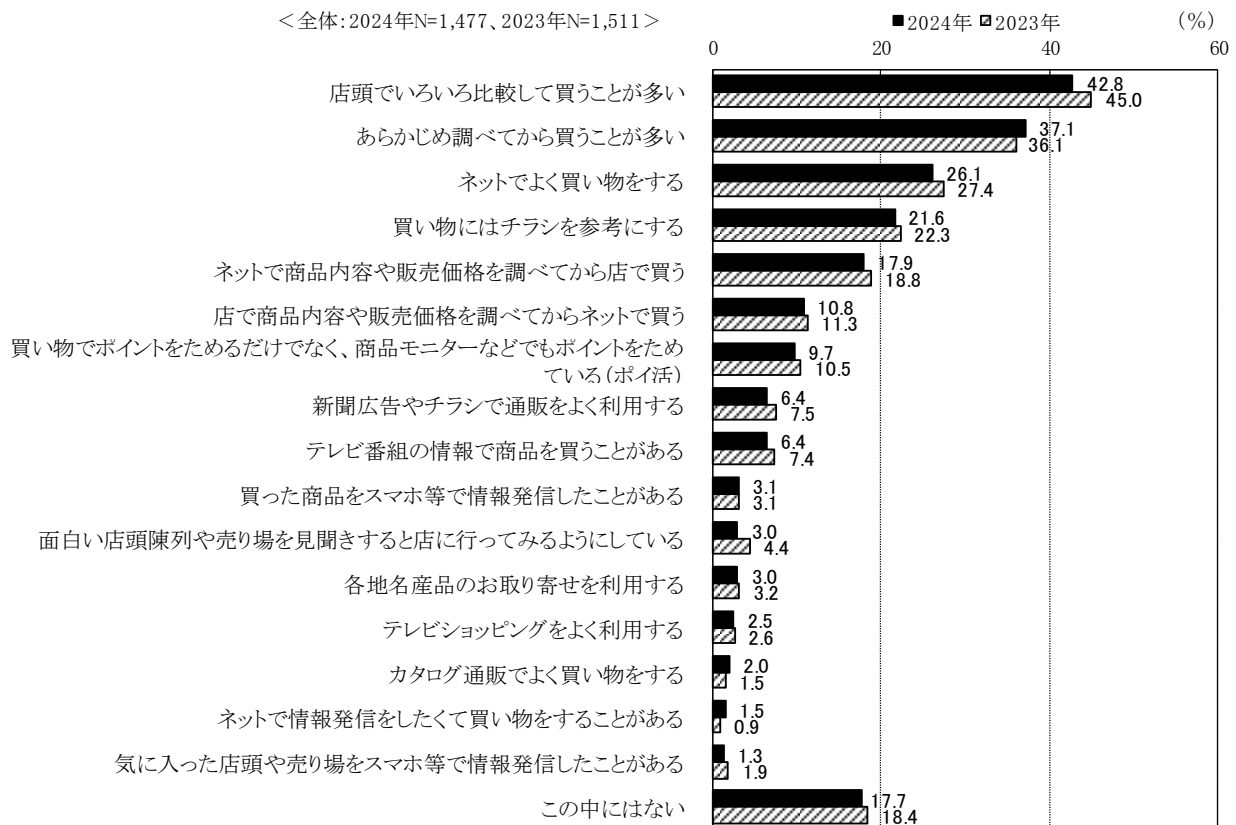


&lt;性・年代別&gt;

(%)

|          | N=   | 1位                                      | 2位                                                | 3位                                      |
|----------|------|-----------------------------------------|---------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| 全体       | 1477 | スマホ決済を使ってよく買い物をする 36.3                  | クレジットカードでよく買い物をする 33.4                            | ポイントやマイレージのつく店やサービスのあるほうを使うようにしている 30.6 |
| 男        | 737  | スマホ決済を使ってよく買い物をする 34.3                  | クレジットカードでよく買い物をする 34.1                            | 多少高くても長く使えるものを買う 27.8                   |
| 女        | 740  | スマホ決済を使ってよく買い物をする 38.2                  | ポイントやマイレージのつく店やサービスのあるほうを使う 33.9                  | クレジットカードでよく買い物をする 32.8                  |
| 男・18～29歳 | 138  | 1円でも値段の安い店に行く 34.8                      | スマホ決済を使ってよく買い物をする 31.2                            | 値段が安ければ無名メーカーの物でも買う 26.1                |
| 男・30代    | 127  | スマホ決済を使ってよく買い物をする 34.6                  | クレジットカードでよく買い物をする 29.9                            | 1円でも値段の安い店に行く 28.3                      |
| 男・40代    | 139  | スマホ決済を使ってよく買い物をする 41.0                  | クレジットカードでよく買い物をする/<br>ポイントやマイレージのつく店やサービスのあるほうを使う | 35.3                                    |
| 男・50代    | 150  | クレジットカードでよく買い物をする 36.7                  | ポイントやマイレージのつく店やサービスのあるほうを使う 34.7                  | 多少高くても長く使えるものを買う 32.7                   |
| 男・60代    | 97   | クレジットカードでよく買い物をする 47.4                  | 多少高くても長く使えるものを買う 41.2                             | スマホ決済を使ってよく買い物をする 32.0                  |
| 男・70代    | 86   | クレジットカードでよく買い物をする/<br>スマホ決済を使ってよく買い物をする | 37.2                                              | 多少高くても長く使えるものを買う 33.7                   |
| 女・18～29歳 | 136  | スマホ決済を使ってよく買い物をする 36.0                  | クーポン券や割引券を買い物のときによく使う 33.1                        | 値段が安ければ無名メーカーの物でも買う 32.4                |
| 女・30代    | 130  | PB商品は価格が安いので買っている 37.7                  | スマホ決済を使ってよく買い物をする 34.6                            | ポイントやマイレージのつく店やサービスのあるほうを使う 31.5        |
| 女・40代    | 137  | スマホ決済を使ってよく買い物をする 42.3                  | クーポン券や割引券を買い物のときによく使う 41.6                        | 特売やタイムサービス、バーゲンをよく利用する 38.7             |
| 女・50代    | 143  | スマホ決済を使ってよく買い物をする 39.9                  | ポイントやマイレージのつく店やサービスのあるほうを使う 39.2                  | クーポン券や割引券を買い物のときによく使う 37.8              |
| 女・60代    | 96   | スマホ決済を使ってよく買い物をする/<br>クレジットカードでよく買い物をする | 43.8                                              | 国産品を買うようにしている 39.6                      |
| 女・70代    | 98   | 国産品を買うようにしている 41.8                      | クレジットカードでよく買い物をする 38.8                            | 特売やタイムサービス、バーゲンをよく利用する 37.8             |

図表4-23：買い物に対する意識・態度《情報入手と発信》

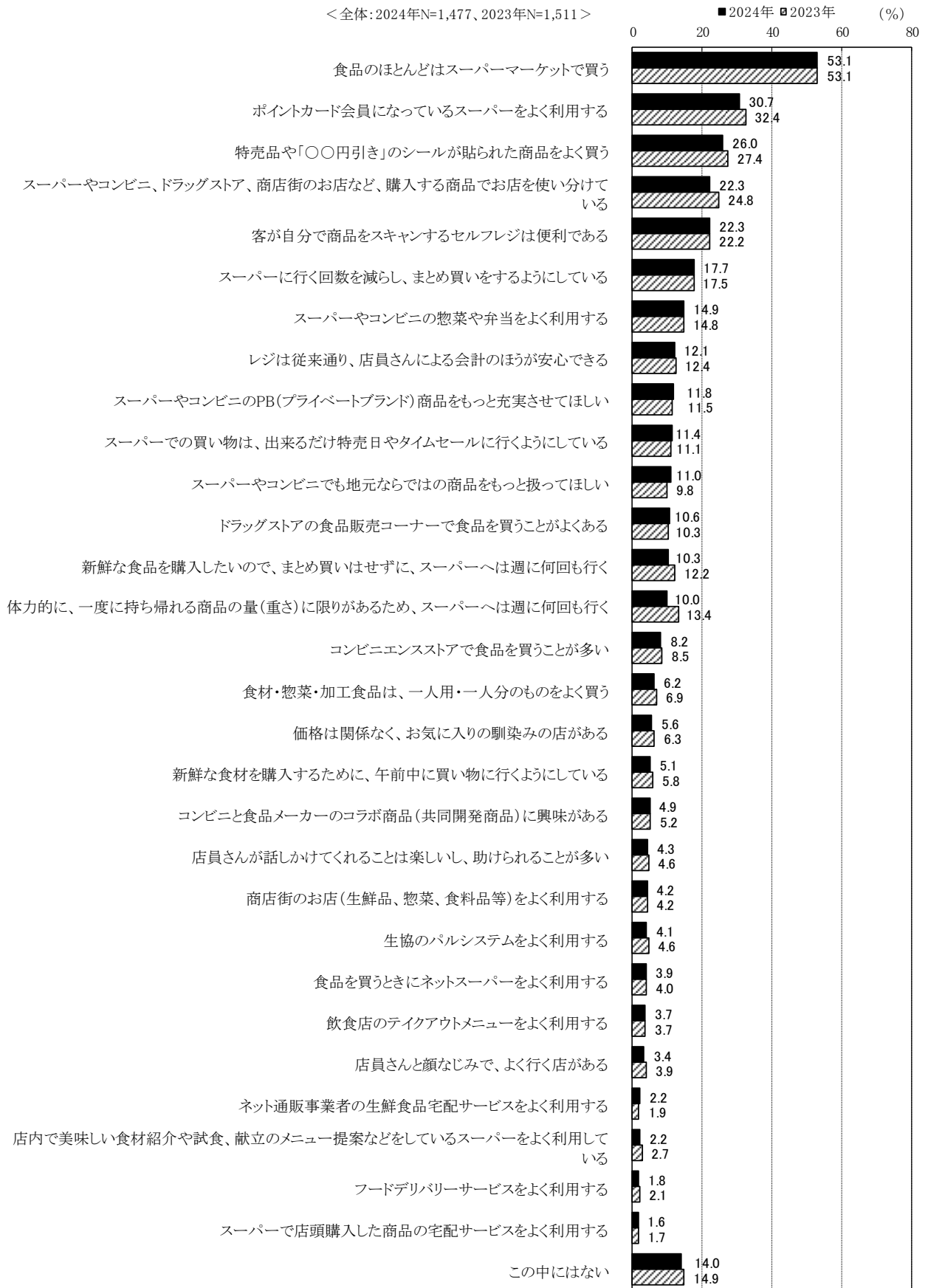


＜性・年代別＞

(%)

|          | N=   | 1位                                       | 2位                      | 3位                           |
|----------|------|------------------------------------------|-------------------------|------------------------------|
| 全体       | 1477 | 店頭でいろいろ比較して買うことが多い 42.8                  | あらかじめ調べてから買うことが多い 37.1  | ネットでよく買い物をする 26.1            |
| 男        | 737  | あらかじめ調べてから買うことが多い 39.6                   | 店頭でいろいろ比較して買うことが多い 37.6 | ネットでよく買い物をする 28.1            |
| 女        | 740  | 店頭でいろいろ比較して買うことが多い 48.0                  | あらかじめ調べてから買うことが多い 34.6  | 買い物にはチラシを参考にする 28.4          |
| 男・18～29歳 | 138  | 店頭でいろいろ比較して買うことが多い/<br>あらかじめ調べてから買うことが多い | 39.1                    | ネットでよく買い物をする 26.1            |
| 男・30代    | 127  | あらかじめ調べてから買うことが多い 43.3                   | 店頭でいろいろ比較して買うことが多い 37.8 | ネットでよく買い物をする 31.5            |
| 男・40代    | 139  | あらかじめ調べてから買うことが多い 40.3                   | 店頭でいろいろ比較して買うことが多い 38.8 | ネットで商品内容や販売価格を調べてから店で買う 26.6 |
| 男・50代    | 150  | あらかじめ調べてから買うことが多い 38.7                   | 店頭でいろいろ比較して買うことが多い 36.0 | ネットでよく買い物をする 30.7            |
| 男・60代    | 97   | あらかじめ調べてから買うことが多い/<br>店頭でいろいろ比較して買うことが多い | 41.2                    | ネットでよく買い物をする 28.9            |
| 男・70代    | 86   | あらかじめ調べてから買うことが多い 33.7                   | 店頭でいろいろ比較して買うことが多い 31.4 | ネットでよく買い物をする 25.6            |
| 女・18～29歳 | 136  | 店頭でいろいろ比較して買うことが多い 42.6                  | あらかじめ調べてから買うことが多い 38.2  | ネットでよく買い物をする 24.3            |
| 女・30代    | 130  | 店頭でいろいろ比較して買うことが多い 46.9                  | あらかじめ調べてから買うことが多い 37.7  | ネットでよく買い物をする 26.2            |
| 女・40代    | 137  | 店頭でいろいろ比較して買うことが多い 54.7                  | あらかじめ調べてから買うことが多い 37.2  | 買い物にはチラシを参考にする 29.2          |
| 女・50代    | 143  | 店頭でいろいろ比較して買うことが多い 53.8                  | あらかじめ調べてから買うことが多い 37.8  | 買い物にはチラシを参考にする 35.7          |
| 女・60代    | 96   | 店頭でいろいろ比較して買うことが多い 47.9                  | 買い物にはチラシを参考にする 36.5     | あらかじめ調べてから買うことが多い 25.0       |
| 女・70代    | 98   | 買い物にはチラシを参考にする 42.9                      | 店頭でいろいろ比較して買うことが多い 38.8 | あらかじめ調べてから買うことが多い 26.5       |

図表4-24：食品の買い物について



&lt;性・年代別&gt;

(%)

|          | N=   | 1位                        | 2位                               | 3位                                                |
|----------|------|---------------------------|----------------------------------|---------------------------------------------------|
| 全体       | 1477 | 食品のほとんどはスーパーマーケットで買う 53.1 | ポイントカード会員になっているスーパーをよく利用する 30.7  | 特売品や「〇〇円引き」のシールが貼られた商品をよく買う 26.0                  |
| 男        | 737  | 食品のほとんどはスーパーマーケットで買う 48.7 | ポイントカード会員になっているスーパーをよく利用する 26.5  | 特売品や「〇〇円引き」のシールが貼られた商品をよく買う 21.6                  |
| 女        | 740  | 食品のほとんどはスーパーマーケットで買う 57.6 | ポイントカード会員になっているスーパーをよく利用する 35.0  | 特売品や「〇〇円引き」のシールが貼られた商品をよく買う 30.4                  |
| 男・18～29歳 | 138  | 食品のほとんどはスーパーマーケットで買う 42.0 | 客が自分で商品をスキャンするセルフレジは便利である 18.8   | コンビニエンスストアで食品を買うことが多い 18.1                        |
| 男・30代    | 127  | 食品のほとんどはスーパーマーケットで買う 44.1 | ポイントカード会員になっているスーパーをよく利用する 26.8  | 特売品や「〇〇円引き」のシールが貼られた商品をよく買う 23.6                  |
| 男・40代    | 139  | 食品のほとんどはスーパーマーケットで買う 51.8 | 特売品や「〇〇円引き」のシールが貼られた商品をよく買う 25.9 | ポイントカード会員になっているスーパーをよく利用する 23.7                   |
| 男・50代    | 150  | 食品のほとんどはスーパーマーケットで買う 37.3 | ポイントカード会員になっているスーパーをよく利用する 29.3  | スーパーやコンビニの惣菜や弁当をよく利用する 23.3                       |
| 男・60代    | 97   | 食品のほとんどはスーパーマーケットで買う 61.9 | ポイントカード会員になっているスーパーをよく利用する 42.3  | 特売品や「〇〇円引き」のシールが貼られた商品をよく買う 28.9                  |
| 男・70代    | 86   | 食品のほとんどはスーパーマーケットで買う 66.3 | ポイントカード会員になっているスーパーをよく利用する 32.6  | スーパーやコンビニ、ドラッグストア、商店街のお店など、購入する商品でお店を使い分けている 29.1 |
| 女・18～29歳 | 136  | 食品のほとんどはスーパーマーケットで買う 44.1 | 特売品や「〇〇円引き」のシールが貼られた商品をよく買う 25.0 | 客が自分で商品をスキャンするセルフレジは便利である 24.3                    |
| 女・30代    | 130  | 食品のほとんどはスーパーマーケットで買う 50.0 | 特売品や「〇〇円引き」のシールが貼られた商品をよく買う 26.9 | ポイントカード会員になっているスーパーをよく利用する 25.4                   |
| 女・40代    | 137  | 食品のほとんどはスーパーマーケットで買う 59.9 | 特売品や「〇〇円引き」のシールが貼られた商品をよく買う 40.9 | ポイントカード会員になっているスーパーをよく利用する 34.3                   |
| 女・50代    | 143  | 食品のほとんどはスーパーマーケットで買う 64.3 | ポイントカード会員になっているスーパーをよく利用する 49.7  | 特売品や「〇〇円引き」のシールが貼られた商品をよく買う 37.1                  |
| 女・60代    | 96   | 食品のほとんどはスーパーマーケットで買う 70.8 | ポイントカード会員になっているスーパーをよく利用する 41.7  | スーパーに行く回数を減らし、まとめ買いをするようにしている 29.2                |
| 女・70代    | 98   | 食品のほとんどはスーパーマーケットで買う 60.2 | ポイントカード会員になっているスーパーをよく利用する 39.8  | スーパーやコンビニ、ドラッグストア、商店街のお店など、購入する商品でお店を使い分けている 30.6 |

## 5. 相次ぐ値上げで節約を徹底

現在節約していることの結果は、図表4-25のようになった。

◇全体では、「クーポンの利用やポイント活動をしている」(38.4%)が最も高く、これに次いで「外食費を減らしている」(26.1%)、「激安スーパーや少しでも安いスーパーを選んで買い物をしている」(26.1%)、「自転車や徒歩での移動を心掛けている」(24.8%)、「特売やタイムセールなど割引が大きい商品を買う」(24.8%)が高い。

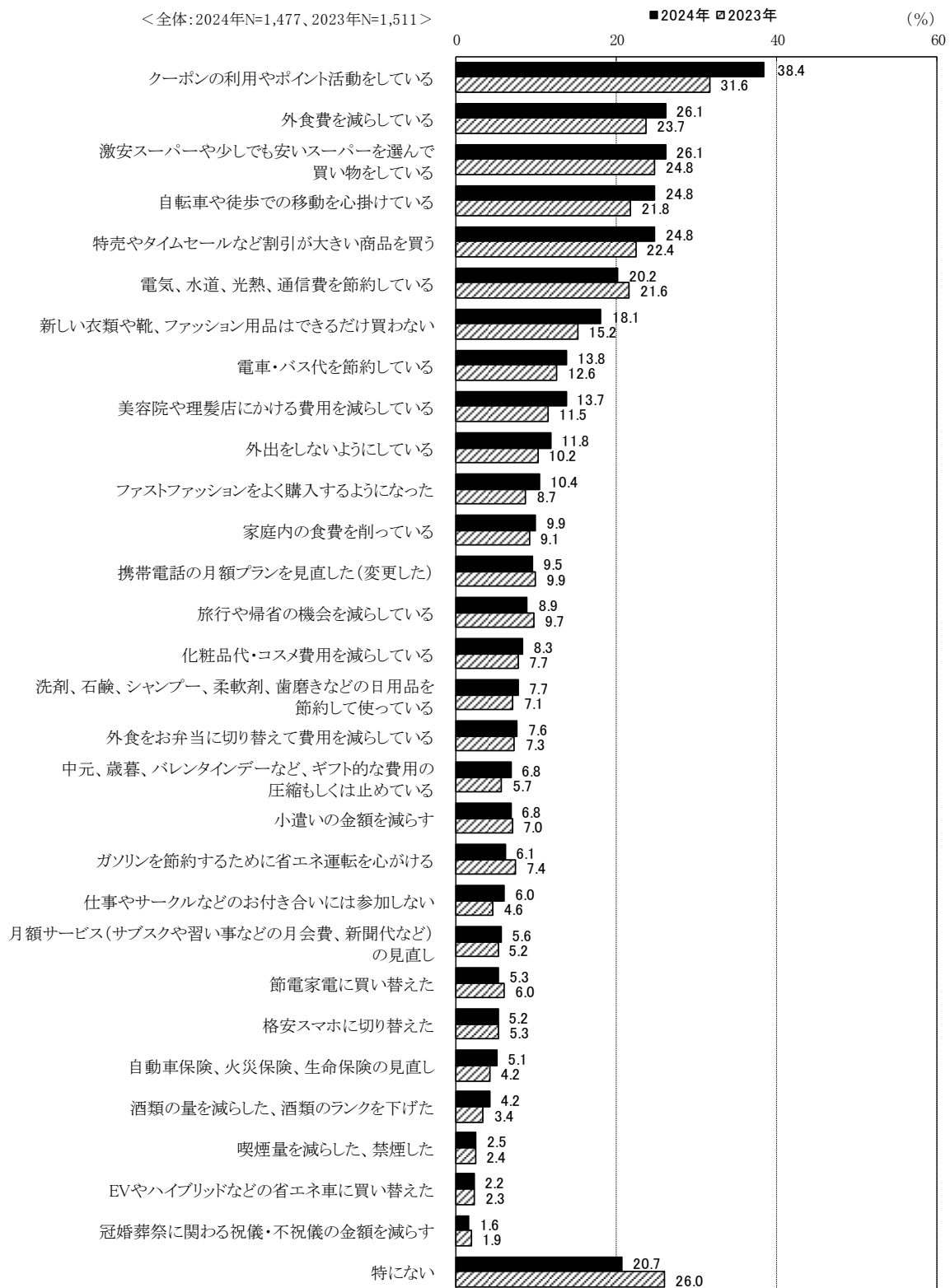
◇これらの項目は、2023年を上回っている。なかでも、「クーポンの利用やポイント活動をしている」(2023年31.6%→2024年38.4%)人は、大幅に増加した。

◇性別でみると、「クーポンの利用やポイント活動をしている」は男女共通で最も高いが、女性では4割以上になり、男性の3割より多い。女性は、この他にも「激安スーパーや少しでも安いスーパーを選んで買い物をしている」、「特売やタイムセールなど割引が大きい商品を買う」が高く、価格重視で買い物をしている。男性は、「外食費を減らしている」や「自転車や徒歩での移動を心掛けている」でコ

ストをセーブしている。

都市生活者は、相次ぐ値上げで、クーポンの利用やポイント活動だけでなく、外食費を減らしたり、自転車や徒歩での移動を心掛けるなど、節約を徹底している。

図表4-25：現在節約していること



## &lt;性・年代別&gt;

|          | N=   | 1位                                 | 2位                                                            | 3位                                 |
|----------|------|------------------------------------|---------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| 全体       | 1477 | クーポンの利用やポイント活動をしている 38.4           | 外食費を減らしている/<br>激安スーパーや少しでも安いスーパーを選んで買い物をしている 26.1             |                                    |
| 男        | 737  | クーポンの利用やポイント活動をしている 32.0           | 外食費を減らしている 26.1                                               | 自転車や徒歩での移動を心掛けている 22.9             |
| 女        | 740  | クーポンの利用やポイント活動をしている 44.7           | 激安スーパーや少しでも安いスーパーを選んで買い物をしている 30.0                            | 特売やタイムセールなど割引が大きい商品を買う 28.9        |
| 男・18～29歳 | 138  | 激安スーパーや少しでも安いスーパーを選んで買い物をしている 21.7 | クーポンの利用やポイント活動をしている 20.3                                      | 自転車や徒歩での移動を心掛けている 18.8             |
| 男・30代    | 127  | クーポンの利用やポイント活動をしている 33.9           | 外食費を減らしている 33.1                                               | 特売やタイムセールなど割引が大きい商品を買う 20.5        |
| 男・40代    | 139  | クーポンの利用やポイント活動をしている 39.6           | 外食費を減らしている 30.9                                               | 特売やタイムセールなど割引が大きい商品を買う 27.3        |
| 男・50代    | 150  | クーポンの利用やポイント活動をしている 36.0           | 自転車や徒歩での移動を心掛けている 26.7                                        | 激安スーパーや少しでも安いスーパーを選んで買い物をしている 24.0 |
| 男・60代    | 97   | クーポンの利用やポイント活動をしている 33.0           | 外食費を減らしている 27.8                                               | 激安スーパーや少しでも安いスーパーを選んで買い物をしている 26.8 |
| 男・70代    | 86   | 自転車や徒歩での移動を心掛けている 30.2             | クーポンの利用やポイント活動をしている 27.9                                      | 外食費を減らしている 23.3                    |
| 女・18～29歳 | 136  | クーポンの利用やポイント活動をしている 41.9           | 激安スーパーや少しでも安いスーパーを選んで買い物をしている 27.2                            | 外食費を減らしている 25.7                    |
| 女・30代    | 130  | クーポンの利用やポイント活動をしている 44.6           | 激安スーパーや少しでも安いスーパーを選んで買い物をしている/<br>特売やタイムセールなど割引が大きい商品を買う 30.0 |                                    |
| 女・40代    | 137  | クーポンの利用やポイント活動をしている 47.4           | 特売やタイムセールなど割引が大きい商品を買う 35.0                                   | 激安スーパーや少しでも安いスーパーを選んで買い物をしている 34.3 |
| 女・50代    | 143  | クーポンの利用やポイント活動をしている 49.0           | 激安スーパーや少しでも安いスーパーを選んで買い物をしている/<br>自転車や徒歩での移動を心掛けている 34.3      |                                    |
| 女・60代    | 96   | クーポンの利用やポイント活動をしている 50.0           | 激安スーパーや少しでも安いスーパーを選んで買い物をしている 30.2                            | 特売やタイムセールなど割引が大きい商品を買う 27.1        |
| 女・70代    | 98   | クーポンの利用やポイント活動をしている 33.7           | 特売やタイムセールなど割引が大きい商品を買う/<br>新しい衣類や靴、ファッション用品はできるだけ買わない 26.5    |                                    |

## 6. オンライン・ショッピングやフリマサービスが定着

オンライン・ショッピングの利用とその理由について質問したところ、図表4-26のような結果になった。

◇オンライン・ショッピングを利用している人は85.0%で、月に1回以上利用している人は、50.4%であった。週平均の利用回数は、0.65回であった。

◇2023年に比べて、利用者はやや減少（2023年88.9%→2024年85.0%）し、利用頻度も低下した。

◇性別では、男性の方が女性より利用頻度がやや多い。

◇性・年代別では、男女とも若い年代ほど利用頻度が高い。

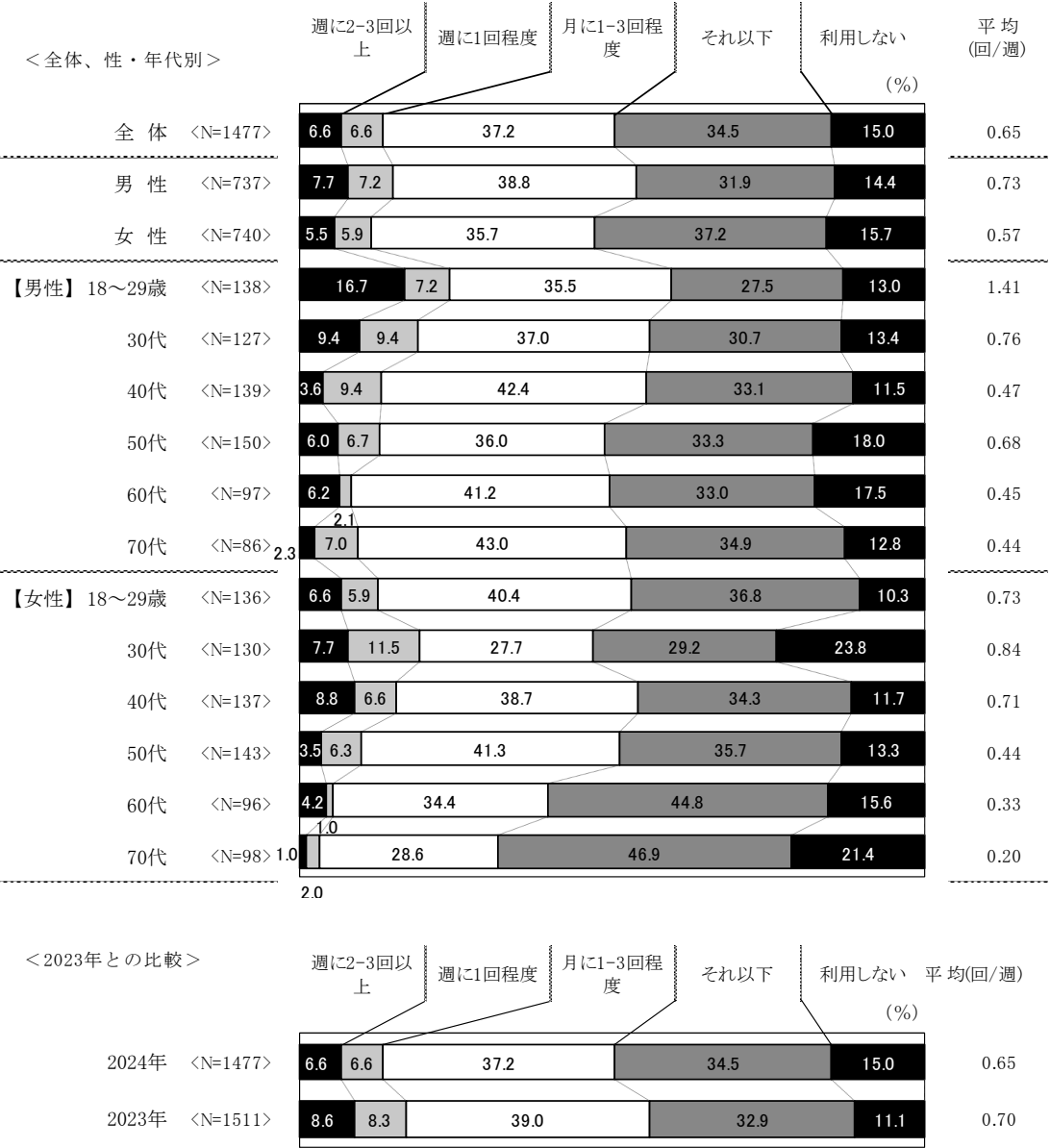
◇利用理由は、「24時間いつでも買えるから、どこにいても買えるから」（47.6%）、「ポイントが貯まるから」（36.9%）、「お店よりも安く買えるから」（34.4%）、「持ち帰りがたいへんな大きい物・重い物が手軽に買えるから」（32.9%）、「決済が楽だから」（27.3%）、「お店で買うより品揃えが豊富で色々選べるから」（24.6%）、「早く届くから」（24.1%）の順で高い。

◇これらの利用理由は、いずれも2023年を上回り、買い物の利便性やお得感を理由にする人が増えた。

◇性別では、「24時間いつでも買えるから、どこにいても買えるから」や「ポイントが貯まるから」が男女共通で高いが、この他に、女性では「持ち帰りがたいへんな大きい物・重い物が手軽に買えるから」、男性では「お店よりも安く買えるから」が高い。

図表4－26：オンライン・ショッピング利用と理由

①利用頻度



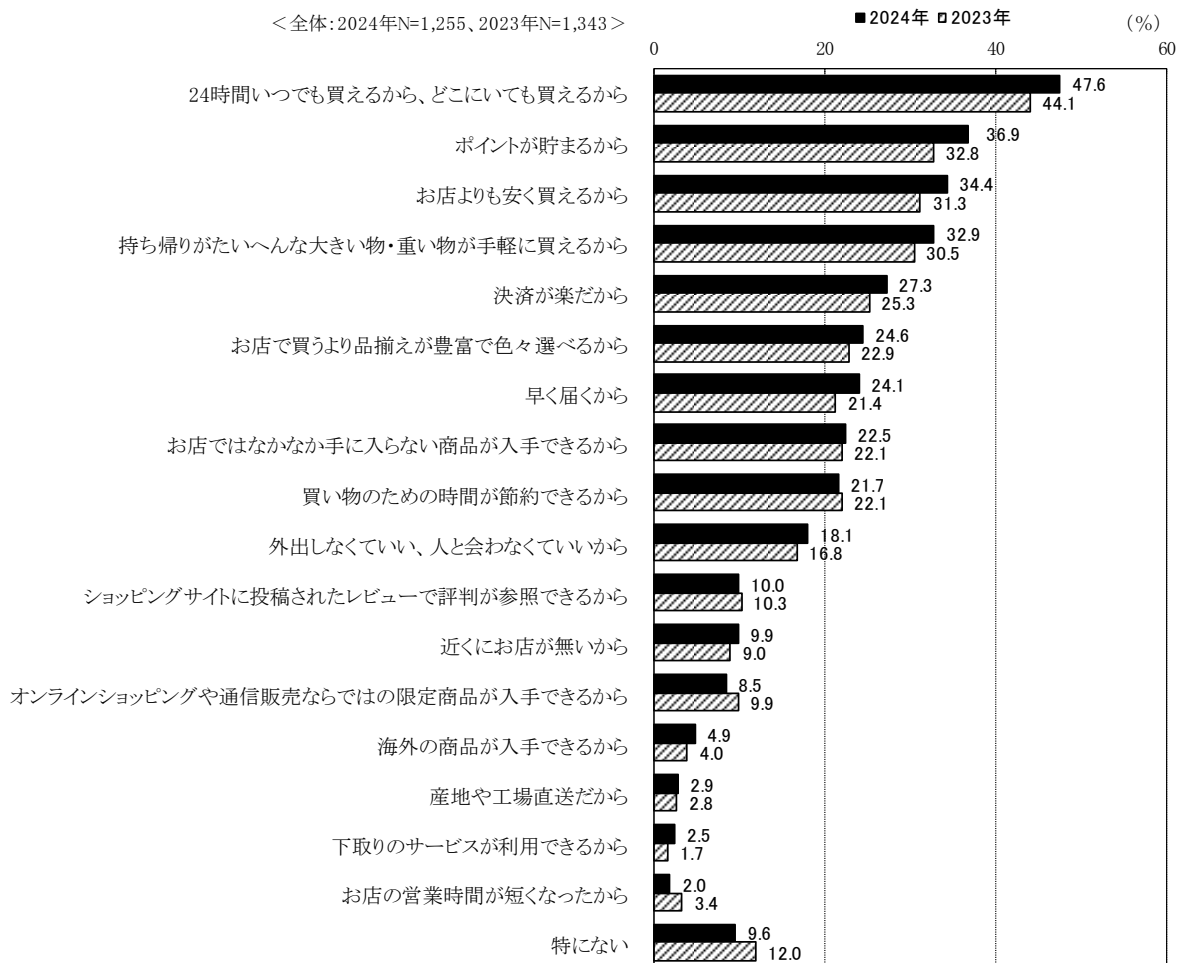
&lt;2023年との比較&gt;

平均(回/週)

|     |        | 2023年 | 2024年 |
|-----|--------|-------|-------|
| 全 体 |        | 0.68  | 0.65  |
| 男 性 |        | 0.66  | 0.73  |
| 女 性 |        | 0.71  | 0.57  |
| 男 性 | 18～29歳 | 0.87  | 1.41  |
|     | 30代    | 0.74  | 0.76  |
|     | 40代    | 0.57  | 0.47  |
|     | 50代    | 0.71  | 0.68  |
|     | 60代    | 0.52  | 0.45  |
|     | 70代    | 0.46  | 0.44  |
| 女 性 | 18～29歳 | 0.90  | 0.73  |
|     | 30代    | 0.78  | 0.84  |
|     | 40代    | 0.69  | 0.71  |
|     | 50代    | 0.77  | 0.44  |
|     | 60代    | 0.56  | 0.33  |
|     | 70代    | 0.44  | 0.20  |

## ②利用理由

&lt;全体:2024年N=1,255、2023年N=1,343&gt;



&lt;性・年代別&gt;

(%)

|          | N=   | 1位                             | 2位                               | 3位                               |
|----------|------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| 全体       | 1255 | 24時間いつでも買えるから、どこにいても買えるから 47.6 | ポイントが貯まるから 36.9                  | お店よりも安く買えるから 34.4                |
| 男        | 631  | 24時間いつでも買えるから、どこにいても買えるから 45.8 | ポイントが貯まるから 36.6                  | お店よりも安く買えるから 34.7                |
| 女        | 624  | 24時間いつでも買えるから、どこにいても買えるから 49.4 | 持ち帰りがたいへんな大きい物・重い物が手軽に買えるから 38.5 | ポイントが貯まるから 37.2                  |
| 男・18～29歳 | 120  | 早く届くから 35.0                    | 24時間いつでも買えるから、どこにいても買えるから 34.2   | 持ち帰りがたいへんな大きい物・重い物が手軽に買えるから 30.0 |
| 男・30代    | 110  | 24時間いつでも買えるから、どこにいても買えるから 50.9 | ポイントが貯まるから 45.5                  | お店よりも安く買えるから 40.0                |
| 男・40代    | 123  | 24時間いつでも買えるから、どこにいても買えるから 47.2 | ポイントが貯まるから 35.8                  | お店よりも安く買えるから 35.0                |
| 男・50代    | 123  | 24時間いつでも買えるから、どこにいても買えるから 44.7 | ポイントが貯まるから 39.8                  | お店よりも安く買えるから 39.0                |
| 男・60代    | 80   | 24時間いつでも買えるから、どこにいても買えるから 51.3 | ポイントが貯まるから/お店よりも安く買えるから 37.5     |                                  |
| 男・70代    | 75   | 24時間いつでも買えるから、どこにいても買えるから 50.7 | ポイントが貯まるから 29.3                  | お店よりも安く買えるから 29.3                |
| 女・18～29歳 | 122  | 24時間いつでも買えるから、どこにいても買えるから 40.2 | ポイントが貯まるから 36.1                  | 持ち帰りがたいへんな大きい物・重い物が手軽に買えるから 32.0 |
| 女・30代    | 99   | 24時間いつでも買えるから、どこにいても買えるから 61.6 | 持ち帰りがたいへんな大きい物・重い物が手軽に買えるから 48.5 | ポイントが貯まるから 40.4                  |
| 女・40代    | 121  | 24時間いつでも買えるから、どこにいても買えるから 55.4 | ポイントが貯まるから 46.3                  | お店よりも安く買えるから 43.0                |
| 女・50代    | 124  | 24時間いつでも買えるから、どこにいても買えるから 53.2 | ポイントが貯まるから 41.1                  | 持ち帰りがたいへんな大きい物・重い物が手軽に買えるから 39.5 |
| 女・60代    | 81   | 24時間いつでも買えるから、どこにいても買えるから 48.1 | 持ち帰りがたいへんな大きい物・重い物が手軽に買えるから 39.5 | ポイントが貯まるから 30.9                  |
| 女・70代    | 77   | 24時間いつでも買えるから、どこにいても買えるから 33.8 | 持ち帰りがたいへんな大きい物・重い物が手軽に買えるから 31.2 | お店よりも安く買えるから 28.6                |

フリーマーケットサービスの利用とその理由について質問したところ、図表4-27のような結果になった。

◇フリーマーケットサービスを利用している人は47.7%で、月に1回以上利用している人は、16.7%であった。週平均の利用回数は、0.78回であった。

◇性別では、女性の方が男性より利用頻度がやや多い。

◇性・年代別では、男女とも若い年代ほど利用頻度が高い傾向がある。

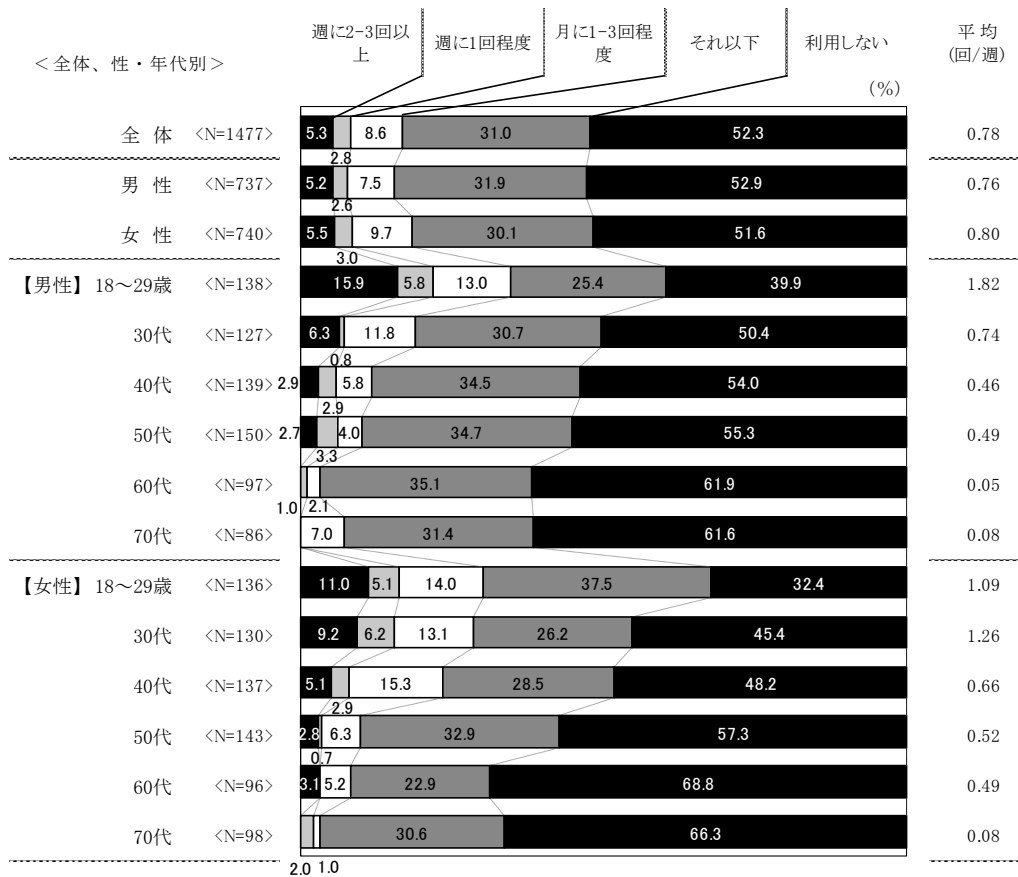
◇利用理由は、「不要なものを売れるから」(30.4%)、「同じものでも程度の差などで安く手に入るから」(23.3%)、「出品してお小遣い稼ぎができるから」(22.7%)、「掘り出しもの(再販していない、レアなもの、興味深いもの)が手に入るから」(20.9%)の順で高く、出品して売る側とお値打ちで買う側の双方のメリットを感じている。

◇性別でみると、上位の「不要なものを売れるから」、「出品してお小遣い稼ぎができるから」、「同じものでも程度の差などで安く手に入るから」のいずれにおいても女性の方が男性より高い。

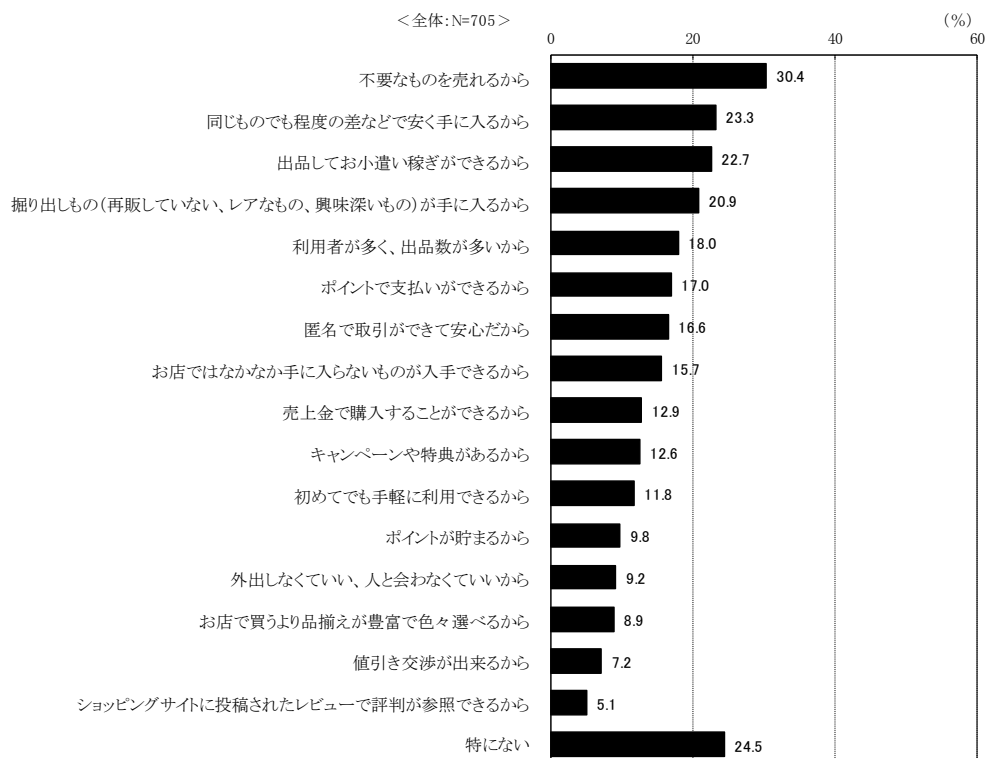
オンライン・ショッピングを利用している人は85.0%で、男性の方が女性より利用頻度がやや多い。いつでもどこでも買い物できる利便性やポイントや価格の安さにより定着している。フリーマーケットサービスを利用している人は47.7%で、女性の方が男性より利用頻度がやや多い。利用者は、出品して売る側とお値打ちで買う側の双方のメリットを感じている。

図表4-27：フリーマーケットサービス利用と理由

## ①利用頻度



## ②利用理由



&lt;性・年代別&gt;

(%)

|          | N=  | 1位                                    |      | 2位                                  |      | 3位                                  |      |
|----------|-----|---------------------------------------|------|-------------------------------------|------|-------------------------------------|------|
| 全体       | 705 | 不要なものを売れるから                           | 30.4 | 同じものでも程度の差などで安く手に入るから               | 23.3 | 出品してお小遣い稼ぎができるから                    | 22.7 |
| 男        | 347 | 不要なものを売れるから                           | 23.9 | 同じものでも程度の差などで安く手に入るから               | 19.9 | 掘り出しもの（再販していない、レアなもの、興味深いもの）が手に入るから | 19.6 |
| 女        | 358 | 不要なものを売れるから                           | 36.6 | 出品してお小遣い稼ぎができるから                    | 27.1 | 同じものでも程度の差などで安く手に入るから               | 26.5 |
| 男・18～29歳 | 83  | 利用者が多く、出品数が多いから                       | 25.3 | 不要なものを売れるから/<br>出品してお小遣い稼ぎができるから    |      |                                     | 22.9 |
| 男・30代    | 63  | 不要なものを売れるから                           | 27.0 | 出品してお小遣い稼ぎができるから                    | 23.8 | 同じものでも程度の差などで安く手に入るから               | 22.2 |
| 男・40代    | 64  | 同じものでも程度の差などで安く手に入るから                 | 25.0 | 不要なものを売れるから/<br>キャンペーンや特典があるから      |      |                                     | 21.9 |
| 男・50代    | 67  | 不要なものを売れるから                           | 31.3 | 掘り出しもの（再販していない、レアなもの、興味深いもの）が手に入るから | 25.4 | ポイントで支払いができるから                      | 19.4 |
| 男・60代    | 37  | 掘り出しもの（再販していない、レアなもの、興味深いもの）が手に入るから   | 21.6 | 不要なものを売れるから/<br>ポイントで支払いができるから      |      |                                     | 18.9 |
| 男・70代    | 33  | 不要なものを売れるから/<br>同じものでも程度の差などで安く手に入るから |      |                                     | 15.2 | 出品してお小遣い稼ぎができるから                    | 12.1 |
| 女・18～29歳 | 92  | 不要なものを売れるから                           | 41.3 | 出品してお小遣い稼ぎができるから                    | 37.0 | 同じものでも程度の差などで安く手に入るから               | 34.8 |
| 女・30代    | 71  | 不要なものを売れるから                           | 40.8 | 出品してお小遣い稼ぎができるから                    | 32.4 | 匿名で取引ができて安心だから                      | 22.5 |
| 女・40代    | 71  | 不要なものを売れるから                           | 39.4 | 同じものでも程度の差などで安く手に入るから               | 31.0 | 出品してお小遣い稼ぎができるから                    | 29.6 |
| 女・50代    | 61  | 不要なものを売れるから                           | 36.1 | 同じものでも程度の差などで安く手に入るから               | 32.8 | 掘り出しもの（再販していない、レアなもの、興味深いもの）が手に入るから | 26.2 |
| 女・60代    | 30  | 不要なものを売れるから/<br>同じものでも程度の差などで安く手に入るから |      |                                     | 26.7 | 掘り出しもの（再販していない、レアなもの、興味深いもの）が手に入るから | 23.3 |
| 女・70代    | 33  | 不要なものを売れるから                           | 18.2 | 掘り出しもの（再販していない、レアなもの、興味深いもの）が手に入るから | 15.2 | ポイントで支払いができるから                      | 12.1 |

## 第5章 都市生活者の健康

本章では、都市生活者の健康についてまとめる。まず、健康・美容・医療についての意識と態度について明らかにする。次に、ストレスを感じる程度について明らかにして、現在の健康状態を把握する。

本調査の結果から、都市生活者は、健康のために「歯磨きなどの口腔ケア」や「できるだけ歩く」、「定期的に健康診断を受けている」、「規則正しく食事」、「睡眠時間は十分とる」など日常生活の中で気を配っているが、2023年に比べて口腔ケアと睡眠時間に対する意識が低下している。

健康状態は、高齢化に伴い気になることがあり節制する人や病院に行く人が増える。都市生活者のほとんどの人がストレスを感じているなか、高齢者はストレスを感じている程度が低いことが明らかになっている。

### 1. 日々の活動で意識する健康

健康・美容・医療についてあてはまるものを回答してもらった。結果は、図表5-1のようになった。

- ◇「歯磨きなど口腔ケアをしっかりとするようにしている」(45.0%)、「できるだけ歩くようにしている」(40.1%)、「定期的に健康診断を受けている」(38.2%)、「規則正しく食事をとるようにしている」(33.6%)、「睡眠時間は十分とるようにしている」(32.7%)、「太らないように気をつけている」(32.5%)が3割以上である。
- ◇2023年と比較すると、「歯磨きなど口腔ケアをしっかりとするようにしている」と「睡眠時間は十分とるようにしている」が低下している。
- ◇「歯磨きなど口腔ケアをしっかりとするようにしている」について、あてはまると回答した比率は女性の方が男性より高い。男女とも40代以上になると、「定期的に健康診断を受けている」が高くなる。

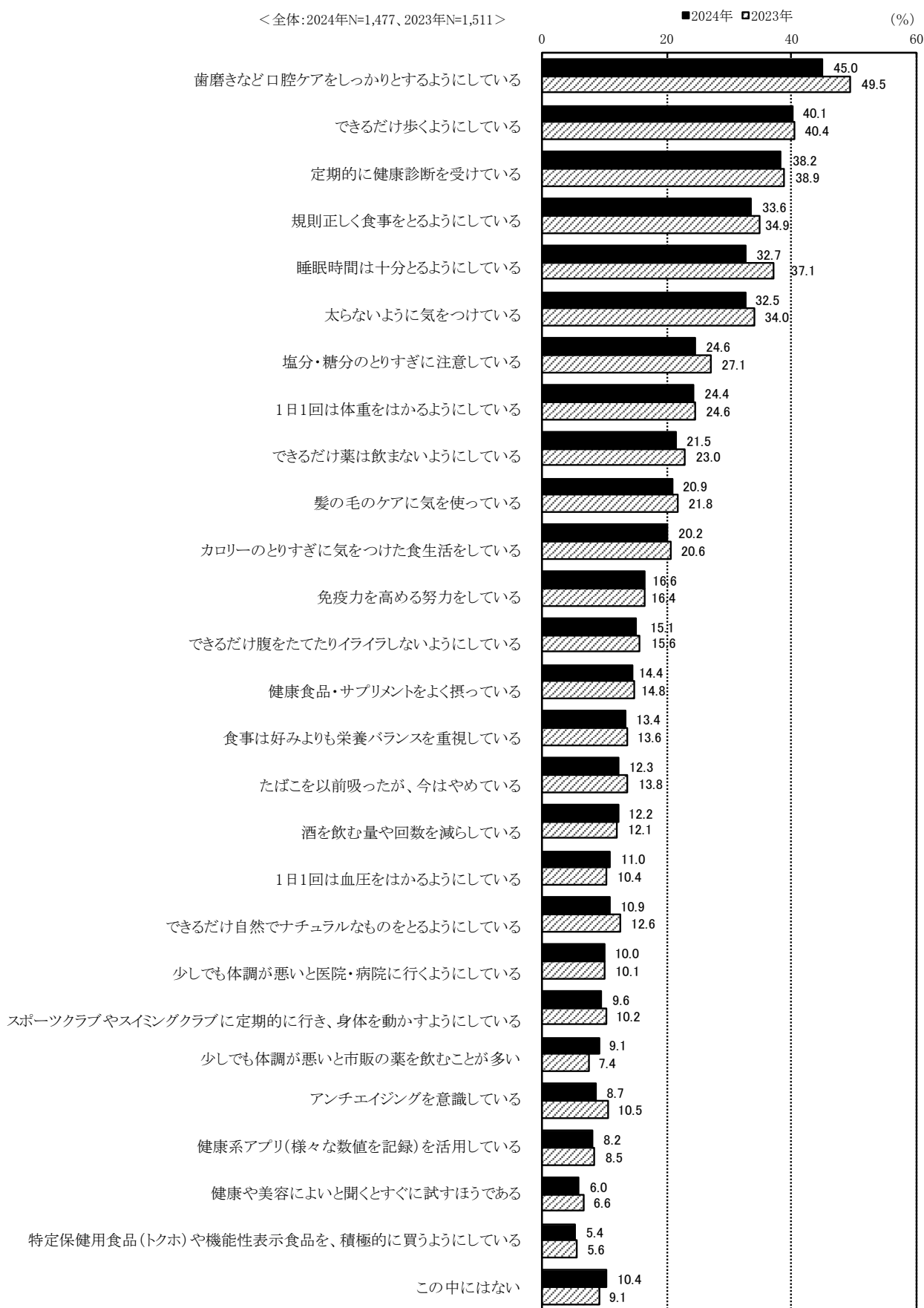
### 2. ストレスを感じる人が多数

ストレスを感じる程度は、図表5-2のようになった。

- ◇「よく感じる」(26.0%)、「時々感じる」(38.9%)、「たまに感じる」(27.1%)を合計すると9割を超える。都市生活者のほとんどの人がストレスを感じている。
- ◇2023年に比べて、「時々感じる」人の割合がやや増加した。
- ◇同年代で比較すると、男性より女性でストレスを感じている人が多い。
- ◇男女とも若い年代ほどストレスを感じている人が多い。60代から70代は他の年代に比べてストレスを感じている程度は低い。

図表5-1：健康・美容・医療に対する意識・態度

&lt;全体:2024年N=1,477、2023年N=1,511&gt;

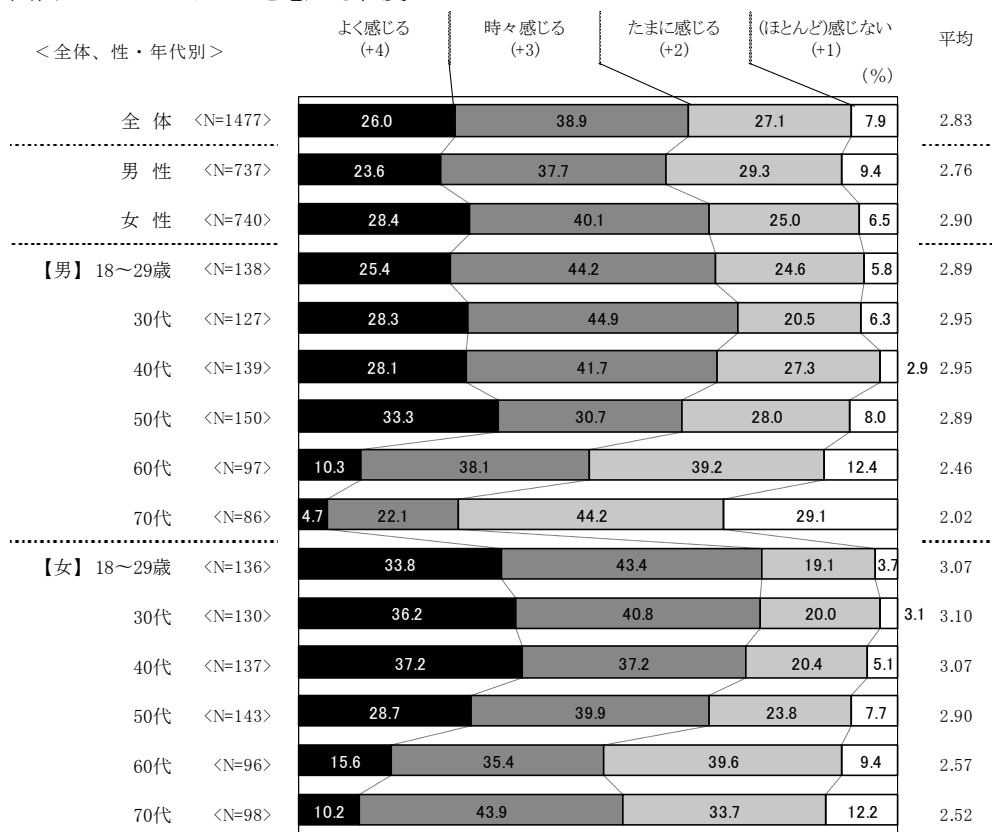


&lt;性・年代別&gt;

(%)

|          | N=   | 1位                           | 2位                     | 3位                           |
|----------|------|------------------------------|------------------------|------------------------------|
| 全体       | 1477 | 歯磨きなど口腔ケアをしっかりとるようにしている 45.0 | できるだけ歩くようにしている 40.1    | 定期的に健康診断を受けている 38.2          |
| 男        | 737  | 歯磨きなど口腔ケアをしっかりとるようにしている 39.5 | できるだけ歩くようにしている 39.5    | 定期的に健康診断を受けている 37.4          |
| 女        | 740  | 歯磨きなど口腔ケアをしっかりとるようにしている 50.4 | できるだけ歩くようにしている 40.7    | 定期的に健康診断を受けている 38.9          |
| 男・18～29歳 | 138  | 歯磨きなど口腔ケアをしっかりとるようにしている 37.0 | 睡眠時間は十分とるようにしている 31.2  | できるだけ歩くようにしている 26.8          |
| 男・30代    | 127  | 歯磨きなど口腔ケアをしっかりとるようにしている 40.2 | できるだけ歩くようにしている 37.0    | 睡眠時間は十分とるようにしている 34.6        |
| 男・40代    | 139  | 定期的に健康診断を受けている 38.1          | できるだけ歩くようにしている 37.4    | 歯磨きなど口腔ケアをしっかりとるようにしている 36.0 |
| 男・50代    | 150  | 定期的に健康診断を受けている 46.0          | できるだけ歩くようにしている 38.7    | 歯磨きなど口腔ケアをしっかりとるようにしている 38.0 |
| 男・60代    | 97   | 定期的に健康診断を受けている 52.6          | できるだけ歩くようにしている 50.5    | 規則正しく食事をとるようにしている 42.3       |
| 男・70代    | 86   | できるだけ歩くようにしている 55.8          | 規則正しく食事をとるようにしている 54.7 | 定期的に健康診断を受けている 52.3          |
| 女・18～29歳 | 136  | 歯磨きなど口腔ケアをしっかりとるようにしている 36.0 | 睡眠時間は十分とるようにしている 34.6  | 太らないように気をつけている 33.8          |
| 女・30代    | 130  | 歯磨きなど口腔ケアをしっかりとるようにしている 40.8 | 太らないように気をつけている 40.0    | できるだけ歩くようにしている 36.9          |
| 女・40代    | 137  | 歯磨きなど口腔ケアをしっかりとるようにしている 55.5 | 定期的に健康診断を受けている 46.0    | 太らないように気をつけている 40.1          |
| 女・50代    | 143  | 歯磨きなど口腔ケアをしっかりとるようにしている 53.1 | できるだけ歩くようにしている 46.9    | 定期的に健康診断を受けている 44.8          |
| 女・60代    | 96   | 歯磨きなど口腔ケアをしっかりとるようにしている 65.6 | できるだけ歩くようにしている 51.0    | 定期的に健康診断を受けている 47.9          |
| 女・70代    | 98   | 歯磨きなど口腔ケアをしっかりとるようにしている 57.1 | 定期的に健康診断を受けている 56.1    | 規則正しく食事をとるようにしている 51.0       |

図表5-2：ストレスを感じる程度



&lt;2023年との比較&gt;

|                | よく感じる(+4) | 時々感じる(+3) | たまに感じる(+2) | (ほとんど)感じない(+1) | 平均値  |
|----------------|-----------|-----------|------------|----------------|------|
| 2024年 <N=1477> | 26.0      | 38.9      | 27.1       | 7.9            | 2.83 |
| 2023年 <N=1511> | 26.0      | 37.5      | 27.6       | 8.9            | 2.81 |

### 3. 健康状態

高齢になると老化により健康状態に支障をきたす人が増える。本調査では、現在の健康状態や病院に行く頻度、症状や病気について質問している。これらをまとめると次のようになる。

#### 《現在の健康状態》(図表 5-3)

◇全体では、「特に問題ない」(30.9%)が3割、「少し気になることはあるが、日常生活に特に問題はない」(44.8%)が4割強である。「気になることがあり、日常生活は節制して過ごしている」(11.1%)、「具体的な痛みや悩みを抱えているが、我慢しながら日々を送っている」(6.0%)、「健康を害して治療中である」(7.2%)といった健康状態に問題を抱えている人は合計で2割を超える。

◇男女とも若い年代ほど「特に問題はない」人が多い。男性は50代、女性は40代になると「気になることがあり、日常生活は節制して過ごしている」人が多くなる。

#### 《病院に行く頻度》(図表 5-4)

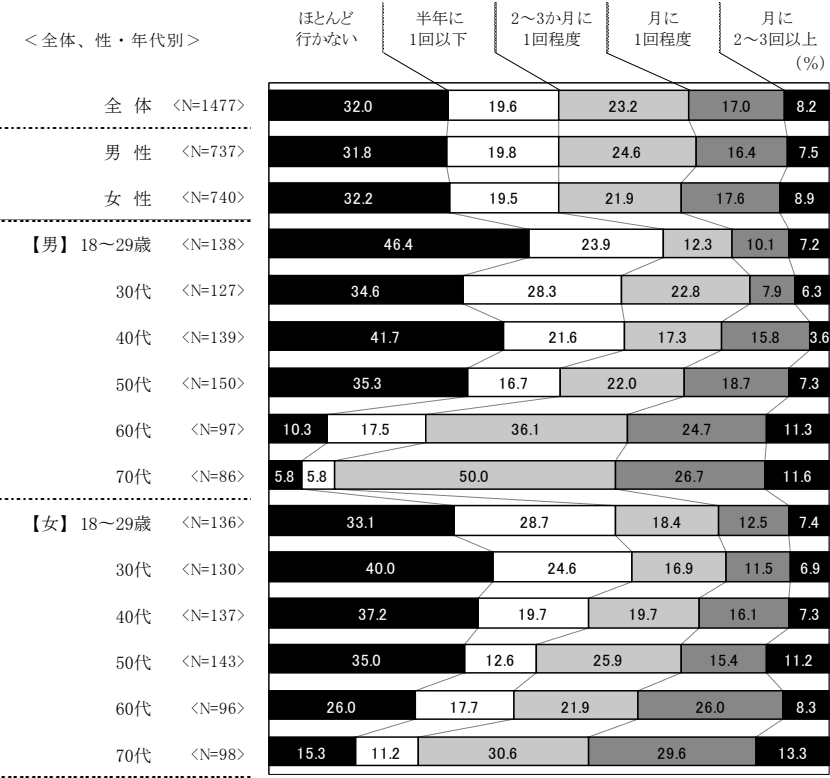
◇全体では、「半年に1回以下」から「月2〜3回以上」までを合計した68.0%の人が病院に行っている。

◇男女とも若い年代ほど「ほとんど行かない」人が多いが、60代になると病院に行く人が増える。特に、「2〜3か月に1回程度」と「月に1回程度」が増える。

図表 5-3 : 現在の健康状態

| <全体、性・年代別>         |          | 特に問題はない(健康であると思う) (+5) | 少し気になることはあるが、日常生活に特に問題はない (+4) | 気になることがあり、日常生活で節制しながら過ごしている (+3) | 具体的に痛みや悩みを抱えているが、我慢しながら日々を送っている (+2) | 健康を害しており、治療中である (+1) | 平均   |
|--------------------|----------|------------------------|--------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|----------------------|------|
|                    |          | (%)                    |                                |                                  |                                      |                      |      |
| 全 体                | <N=1477> | 30.9                   | 44.8                           | 11.1                             | 6.0                                  | 7.2                  | 3.86 |
| 男 性                | <N=737>  | 31.9                   | 45.2                           | 11.4                             | 4.2                                  | 7.3                  | 3.90 |
| 女 性                | <N=740>  | 30.0                   | 44.3                           | 10.8                             | 7.7                                  | 7.2                  | 3.82 |
| 【男】 18〜29歳 <N=138> |          | 47.1                   | 36.2                           | 8.7                              | 5.8                                  | 2.2                  | 4.17 |
| 30代                | <N=127>  | 37.8                   | 41.7                           | 13.4                             | 4.7                                  | 2.4                  | 4.08 |
| 40代                | <N=139>  | 30.2                   | 47.5                           | 7.9                              | 5.8                                  | 8.6                  | 3.85 |
| 50代                | <N=150>  | 26.0                   | 44.7                           | 17.3                             | 3.3                                  | 8.7                  | 3.76 |
| 60代                | <N=97>   | 23.7                   | 53.6                           | 12.4                             | 8.2                                  | 2.1                  | 3.82 |
| 70代                | <N=86>   | 20.9                   | 52.3                           | 7.0                              | 8.1                                  | 11.6                 | 3.63 |
| 【女】 18〜29歳 <N=136> |          | 38.2                   | 36.0                           | 14.0                             | 5.1                                  | 6.6                  | 3.94 |
| 30代                | <N=130>  | 36.2                   | 44.6                           | 6.2                              | 6.2                                  | 6.9                  | 3.97 |
| 40代                | <N=137>  | 25.5                   | 43.1                           | 13.9                             | 9.5                                  | 8.0                  | 3.69 |
| 50代                | <N=143>  | 26.6                   | 44.8                           | 8.4                              | 11.9                                 | 8.4                  | 3.69 |
| 60代                | <N=96>   | 27.1                   | 50.0                           | 10.4                             | 4.2                                  | 8.3                  | 3.83 |
| 70代                | <N=98>   | 24.5                   | 51.0                           | 12.2                             | 8.2                                  | 4.1                  | 3.84 |

図表5－4：ふだん病院に行く頻度



## 第6章 都市生活者と情報

本章では、使い慣れているメディアと信用できるメディアについての質問の結果をまとめる。

使い慣れているメディアは、全体で「テレビのニュース番組」が6割、「テレビの情報番組」、「動画配信サイト」が4割前後、「ネットのニュース記事」と「家族や友人・知人の話」が3割弱であるが、2023年に比べて、どのメディアにおいても値が低下した。男性30代までと女性18～29歳は、「動画配信サイト」や「ネットのソーシャルメディア」が最も高く、「テレビのニュース番組」が高いそれ以降の年代と異なっている。

信用できるメディアでは、最も高い「テレビのニュース番組」でも半数を下回る。

生活におけるDX（デジタル・トランスフォーメーション）では、「キャッシュレス決済」と「マイナンバーカード（健康保険証）」はほとんどの人に認知されており、利用率も伸びている。なかでも、「キャッシュレス決済」は幅広い層で利用されている。

### 1. 進むメディア離れ

使い慣れているメディア・信用できるメディアについて質問したところ、次のような回答が得られた。

◇使い慣れているメディアは、「テレビのニュース番組」（62.0%）、「テレビの情報番組」（42.6%）、「動画配信サイト」（38.0%）、「ネットのソーシャルメディア」（29.2%）、「ネットのニュース記事」（28.8%）、「家族や友人・知人の話」（28.1%）、「新聞の記事」（23.2%）の順で高い。

◇性・年代別では、男性18～29歳は「動画配信サイト」（48.6%）、女性18～29歳は「ネットのソーシャルメディア」（48.5%）が最も高く、半数近くになる。男性30代でも「動画配信サイト」（54.3%）が最も高く、半数を超える。これ以外の層では、「テレビのニュース番組」が最も高い。

◇2023年と比較すると、どのメディアにおいても値が低下している。

◇使い慣れているメディアで2023年から5%以上低下したもので、「テレビのニュース番組」は、男性30代から60代と女性全般で低下している。「テレビの情報番組」、「ネットのニュース記事」、「家族や友人・知人の話」はほとんどの層で低下している。

◇信用できるメディアは、「テレビのニュース番組」（43.0%）、「新聞の記事」（25.0%）、「テレビの情報番組」（18.8%）、「家族や友人・知人の話」（16.8%）の順である。

◇性・年代別でみると、「テレビのニュース番組」は全ての年代でも最も高いが、男女50代までは50%を下回り、半数以上の人が信頼できるメディアがない。信用できるメディアが50%を超えるのは、60代以降での「テレビのニュース番組」のみである。

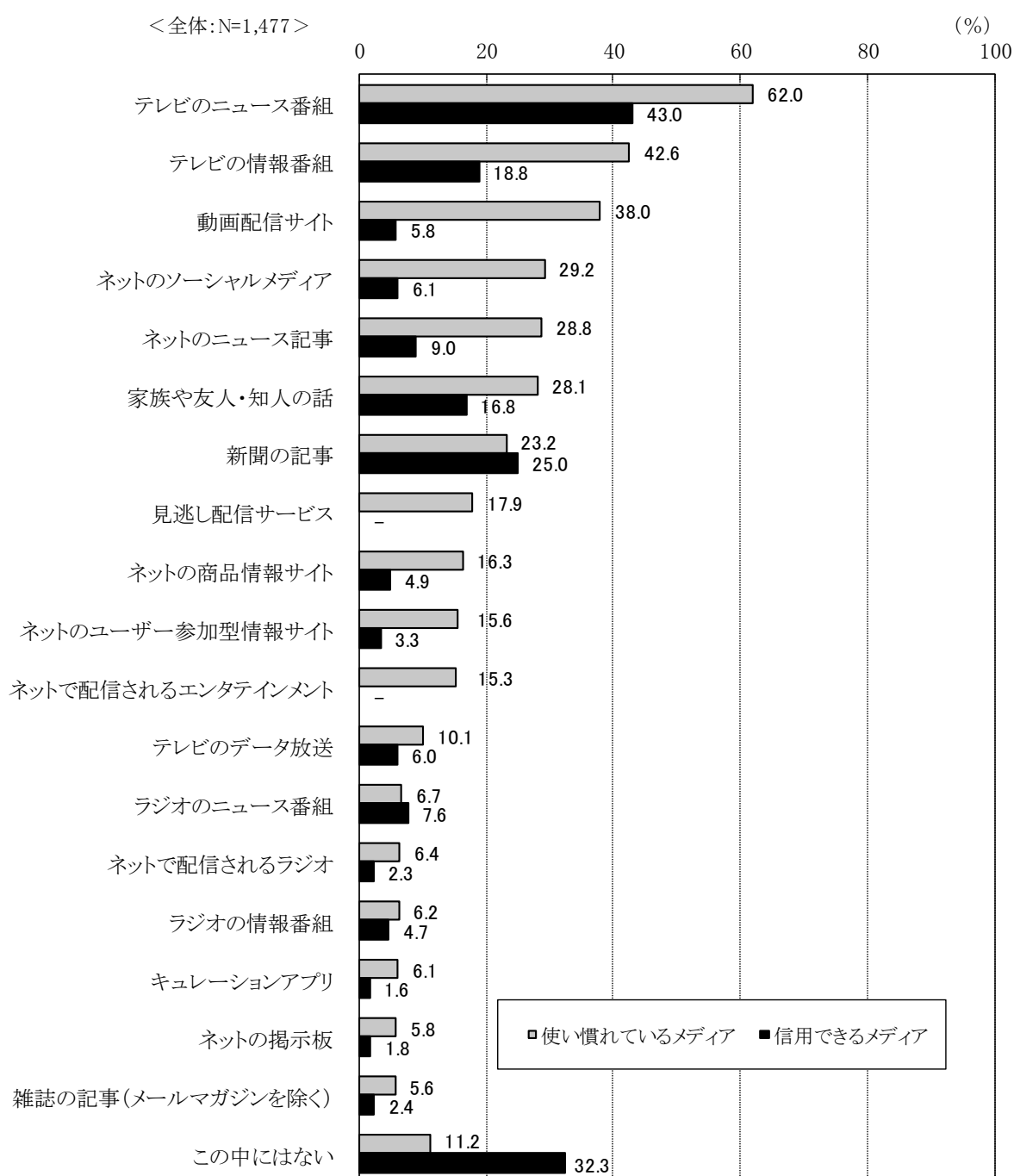
◇2023年と比較すると、どのメディアにおいても値が低下している。特に、「テレビのニュース番組」の低下が大きい。

◇「テレビのニュース番組」は男性30代と60代以外の層で低下している。

使い慣れているメディアは、全体で「テレビのニュース番組」が6割、「テレビの情報番組」、「動画配信サイト」が4割前後、「ネットのニュース記事」と「家族や友人・知人の話」が3割弱であるが、2023年に比べて、どのメディアにおいても値が低下し、メディア離れが進んでいる。男性30代までと女性18～29歳は、「動画配信サイト」や「ネットのソーシャルメディア」が最も高く、「テレビのニュース番組」が高いそれ以降の年代と異なっている。

信用できるメディアでは、最も高い「テレビのニュース番組」でも半数を下回る。

図表6-1：使い慣れているメディア・信用できるメディア（2024年）



注：調査ではネットに関する選択肢を次のように提示した。

ネットのニュース記事（MSN や Yahoo! のトップページなど）

ネットの掲示板（5ちゃんねる【元2ちゃんねる】など）

ネットのソーシャルメディア（Facebook、LINE、X【旧Twitter】、Instagram、TikTok など）

ネットのユーザー参加型情報サイト（Wikipedia など）

ネットの商品情報サイト（価格.com、アットコスメなど）

動画配信サイト（YouTube、ニコニコ動画など）

キュレーションアプリ（ニュースまとめのアプリ）

ネットで配信されるエンタテインメント（Netflix、Hulu、Abema、U-NEXT など）

ネットで配信されるラジオ（radiko 含む）

## 使い慣れているメディア（2024年）＜性・年代別 上位10位＞

男性 18～29 歳 (%)

|    | N=                 | 138  |
|----|--------------------|------|
| 1  | 動画配信サイト            | 48.6 |
| 2  | テレビのニュース番組         | 45.7 |
| 3  | ネットのソーシャルメディア      | 39.1 |
| 4  | テレビの情報番組           | 29.0 |
| 5  | 家族や友人・知人の話         | 28.3 |
| 6  | ネットのニュース記事         | 27.5 |
| 7  | ネットで配信されるエンタテインメント | 23.9 |
| 8  | ネットのユーザー参加型情報サイト   | 21.7 |
| 9  | ネットの商品情報サイト        | 19.6 |
| 10 | 見逃し配信サービス          | 19.6 |

女性 18～29 歳 (%)

|    | N=                 | 136  |
|----|--------------------|------|
| 1  | ネットのソーシャルメディア      | 48.5 |
| 2  | 動画配信サイト            | 45.6 |
| 3  | テレビのニュース番組         | 44.1 |
| 4  | 家族や友人・知人の話         | 36.8 |
| 5  | テレビの情報番組           | 27.2 |
| 6  | ネットで配信されるエンタテインメント | 27.2 |
| 7  | 見逃し配信サービス          | 25.0 |
| 8  | ネットのユーザー参加型情報サイト   | 21.3 |
| 9  | ネットのニュース記事         | 18.4 |
| 10 | ネットの商品情報サイト        | 15.4 |

男性 30 代 (%)

|    | N=                  | 127  |
|----|---------------------|------|
| 1  | 動画配信サイト             | 54.3 |
| 2  | テレビのニュース番組          | 52.8 |
| 3  | テレビの情報番組            | 35.4 |
| 4  | ネットのニュース記事          | 33.9 |
| 5  | ネットのソーシャルメディア       | 30.7 |
| 6  | ネットのユーザー参加型情報サイト    | 23.6 |
| 7  | ネットで配信されるエンタテインメント  | 22.8 |
| 8  | ネットの商品情報サイト         | 20.5 |
| 9  | 新聞の記事/見逃し配信サービス/家族や | 18.1 |
| 10 | 友人・知人の話             |      |

女性 30 代 (%)

|    | N=                 | 130  |
|----|--------------------|------|
| 1  | テレビのニュース番組         | 50.8 |
| 2  | 動画配信サイト            | 45.4 |
| 3  | ネットのソーシャルメディア      | 44.6 |
| 4  | 家族や友人・知人の話         | 36.2 |
| 5  | テレビの情報番組           | 32.3 |
| 6  | ネットのニュース記事         | 27.7 |
| 7  | ネットの商品情報サイト        | 20.8 |
| 8  | 見逃し配信サービス          | 20.8 |
| 9  | ネットで配信されるエンタテインメント | 20.0 |
| 10 | ネットのユーザー参加型情報サイト   | 16.9 |

男性 40 代 (%)

|    | N=               | 139  |
|----|------------------|------|
| 1  | テレビのニュース番組       | 56.1 |
| 2  | 動画配信サイト          | 40.3 |
| 3  | テレビの情報番組         | 32.4 |
| 4  | ネットのニュース記事       | 28.1 |
| 5  | ネットのソーシャルメディア    | 25.2 |
| 6  | ネットの商品情報サイト      | 17.3 |
| 7  | 見逃し配信サービス        | 17.3 |
| 8  | 家族や友人・知人の話       | 17.3 |
| 9  | ネットのユーザー参加型情報サイト | 15.8 |
| 10 | 新聞の記事            | 13.7 |

女性 40 代 (%)

|    | N=                 | 137  |
|----|--------------------|------|
| 1  | テレビのニュース番組         | 67.9 |
| 2  | テレビの情報番組           | 53.3 |
| 3  | 動画配信サイト            | 46.0 |
| 4  | 家族や友人・知人の話         | 37.2 |
| 5  | ネットのソーシャルメディア      | 35.0 |
| 6  | ネットのニュース記事         | 31.4 |
| 7  | 見逃し配信サービス          | 26.3 |
| 8  | ネットのユーザー参加型情報サイト   | 19.0 |
| 9  | ネットの商品情報サイト        | 19.0 |
| 10 | ネットで配信されるエンタテインメント | 14.6 |

男性 50 代 (%)

|    | N=               | 150  |
|----|------------------|------|
| 1  | テレビのニュース番組       | 60.0 |
| 2  | 動画配信サイト          | 40.0 |
| 3  | テレビの情報番組         | 37.3 |
| 4  | ネットのニュース記事       | 28.0 |
| 5  | 新聞の記事            | 23.3 |
| 6  | ネットのソーシャルメディア    | 22.0 |
| 7  | ネットの商品情報サイト      | 19.3 |
| 8  | 家族や友人・知人の話       | 14.7 |
| 9  | ネットのユーザー参加型情報サイト | 13.3 |
| 10 | 見逃し配信サービス        | 13.3 |

女性 50 代 (%)

|    | N=               | 143  |
|----|------------------|------|
| 1  | テレビのニュース番組       | 69.2 |
| 2  | テレビの情報番組         | 56.6 |
| 3  | 家族や友人・知人の話       | 39.2 |
| 4  | ネットのソーシャルメディア    | 35.0 |
| 5  | 動画配信サイト          | 35.0 |
| 6  | ネットのニュース記事       | 32.9 |
| 7  | 新聞の記事            | 28.7 |
| 8  | 見逃し配信サービス        | 21.0 |
| 9  | ネットの商品情報サイト      | 19.6 |
| 10 | ネットのユーザー参加型情報サイト | 13.3 |

男性 60 代 (%)

|    | N=                 | 97   |
|----|--------------------|------|
| 1  | テレビのニュース番組         | 74.2 |
| 2  | テレビの情報番組           | 54.6 |
| 3  | ネットのニュース記事         | 41.2 |
| 4  | 新聞の記事              | 39.2 |
| 5  | 動画配信サイト            | 29.9 |
| 6  | 家族や友人・知人の話         | 17.5 |
| 7  | 見逃し配信サービス          | 14.4 |
| 8  | ネットで配信されるエンタテインメント | 13.4 |
| 9  | ラジオのニュース番組         | 12.4 |
| 10 | ネットのソーシャルメディア      | 11.3 |

女性 60 代 (%)

|    | N=                                      | 96   |
|----|-----------------------------------------|------|
| 1  | テレビのニュース番組                              | 75.0 |
| 2  | テレビの情報番組                                | 58.3 |
| 3  | 新聞の記事                                   | 38.5 |
| 4  | 家族や友人・知人の話                              | 37.5 |
| 5  | ネットのニュース記事                              | 27.1 |
| 6  | ネットのソーシャルメディア                           | 14.6 |
| 7  | 動画配信サイト                                 | 14.6 |
| 8  | 見逃し配信サービス                               | 14.6 |
| 9  | テレビのデータ放送/ラジオのニュース番組/ネットで配信されるエンタテインメント | 9.4  |
| 10 |                                         |      |

男性 70 代 (%)

|    | N=                 | 97   |
|----|--------------------|------|
| 1  | テレビのニュース番組         | 74.2 |
| 2  | テレビの情報番組           | 54.6 |
| 3  | ネットのニュース記事         | 41.2 |
| 4  | 新聞の記事              | 39.2 |
| 5  | 動画配信サイト            | 29.9 |
| 6  | 家族や友人・知人の話         | 17.5 |
| 7  | 見逃し配信サービス          | 14.4 |
| 8  | ネットで配信されるエンタテインメント | 13.4 |
| 9  | ラジオのニュース番組         | 12.4 |
| 10 | ネットのソーシャルメディア      | 11.3 |

女性 70 代 (%)

|    | N=            | 98   |
|----|---------------|------|
| 1  | テレビのニュース番組    | 83.7 |
| 2  | テレビの情報番組      | 56.1 |
| 3  | 新聞の記事         | 51.0 |
| 4  | 家族や友人・知人の話    | 35.7 |
| 5  | ネットのニュース記事    | 24.5 |
| 6  | ラジオのニュース番組    | 12.2 |
| 7  | 動画配信サイト       | 12.2 |
| 8  | ネットのソーシャルメディア | 11.2 |
| 9  | テレビのデータ放送     | 10.2 |
| 10 | ラジオの情報番組      | 9.2  |

## 信用できるメディア（2024年）＜性・年代別 上位10位＞

男性 18～29 歳 (%)

|    | N=                       | 138  |
|----|--------------------------|------|
| 1  | テレビのニュース番組               | 22.5 |
| 2  | 家族や友人・知人の話               | 18.8 |
| 3  | 新聞の記事                    | 15.9 |
| 4  | 動画配信サイト                  | 15.9 |
| 5  | ネットのニュース記事               | 14.5 |
| 6  | テレビの情報番組                 | 13.8 |
| 7  | テレビのデータ放送                | 13.8 |
| 8  | ネットのソーシャルメディア            | 13.0 |
| 9  | 雑誌の記事                    | 7.2  |
| 10 | ネットの商品情報サイト/ネットで配信されるラジオ | 7.2  |

女性 18～29 歳 (%)

|    | N=               | 136  |
|----|------------------|------|
| 1  | テレビのニュース番組       | 30.1 |
| 2  | 家族や友人・知人の話       | 30.1 |
| 3  | テレビの情報番組         | 16.9 |
| 4  | 新聞の記事            | 13.2 |
| 5  | ネットのソーシャルメディア    | 12.5 |
| 6  | テレビのデータ放送        | 8.1  |
| 7  | ネットのニュース記事       | 8.1  |
| 8  | ネットの商品情報サイト      | 6.6  |
| 9  | ネットのユーザー参加型情報サイト | 5.1  |
| 10 | 動画配信サイト          | 5.1  |

男性 30 代 (%)

|    | N=            | 127  |
|----|---------------|------|
| 1  | テレビのニュース番組    | 35.4 |
| 2  | 新聞の記事         | 26.0 |
| 3  | テレビの情報番組      | 19.7 |
| 4  | ネットのニュース記事    | 16.5 |
| 5  | 家族や友人・知人の話    | 13.4 |
| 6  | ネットのソーシャルメディア | 11.0 |
| 7  | テレビのデータ放送     | 10.2 |
| 8  | 動画配信サイト       | 10.2 |
| 9  | ラジオのニュース番組    | 8.7  |
| 10 | ネットの商品情報サイト   | 7.9  |

女性 30 代 (%)

|    | N=            | 130  |
|----|---------------|------|
| 1  | テレビのニュース番組    | 30.0 |
| 2  | 家族や友人・知人の話    | 20.8 |
| 3  | テレビの情報番組      | 13.8 |
| 4  | 新聞の記事         | 10.8 |
| 5  | ネットのニュース記事    | 9.2  |
| 6  | ネットのソーシャルメディア | 8.5  |
| 7  | ネットの商品情報サイト   | 6.9  |
| 8  | ラジオのニュース番組    | 6.2  |
| 9  | ラジオの情報番組      | 6.2  |
| 10 | ネットの掲示板       | 3.8  |

男性 40 代 (%)

|    | N=            | 139  |
|----|---------------|------|
| 1  | テレビのニュース番組    | 33.8 |
| 2  | 新聞の記事         | 20.1 |
| 3  | テレビの情報番組      | 17.3 |
| 4  | 家族や友人・知人の話    | 13.7 |
| 5  | 動画配信サイト       | 9.4  |
| 6  | ネットのニュース記事    | 7.9  |
| 7  | ネットのソーシャルメディア | 7.2  |
| 8  | テレビのデータ放送     | 5.8  |
| 9  | ラジオのニュース番組    | 5.8  |
| 10 | ネットの商品情報サイト   | 5.8  |

女性 40 代 (%)

|    | N=                                     | 137  |
|----|----------------------------------------|------|
| 1  | テレビのニュース番組                             | 40.9 |
| 2  | テレビの情報番組                               | 20.4 |
| 3  | 家族や友人・知人の話                             | 19.0 |
| 4  | 新聞の記事                                  | 13.9 |
| 5  | ラジオのニュース番組                             | 5.8  |
| 6  | ネットのニュース記事                             | 5.8  |
| 7  | テレビのデータ放送                              | 4.4  |
| 8  | ネットの商品情報サイト                            | 4.4  |
| 9  | ラジオの情報番組                               | 2.9  |
| 10 | ネットのソーシャルメディア/ネットのユーザー参加型情報サイト/動画配信サイト | 2.2  |

男性 50 代 (%)

|    | N=               | 150  |
|----|------------------|------|
| 1  | テレビのニュース番組       | 40.7 |
| 2  | 新聞の記事            | 26.7 |
| 3  | テレビの情報番組         | 15.3 |
| 4  | ネットのニュース記事       | 12.0 |
| 5  | ラジオのニュース番組       | 8.0  |
| 6  | 家族や友人・知人の話       | 8.0  |
| 7  | ネットの商品情報サイト      | 7.3  |
| 8  | 動画配信サイト          | 7.3  |
| 9  | ラジオの情報番組         | 5.3  |
| 10 | ネットのユーザー参加型情報サイト | 5.3  |

女性 50 代 (%)

|    | N=            | 143  |
|----|---------------|------|
| 1  | テレビのニュース番組    | 47.6 |
| 2  | 新聞の記事         | 30.8 |
| 3  | テレビの情報番組      | 18.9 |
| 4  | 家族や友人・知人の話    | 16.1 |
| 5  | ラジオのニュース番組    | 7.7  |
| 6  | ラジオの情報番組      | 5.6  |
| 7  | テレビのデータ放送     | 3.5  |
| 8  | ネットのニュース記事    | 3.5  |
| 9  | ネットのソーシャルメディア | 3.5  |
| 10 | ネットの商品情報サイト   | 3.5  |

男性 60 代 (%)

|    | N=                                                                 | 97   |
|----|--------------------------------------------------------------------|------|
| 1  | テレビのニュース番組                                                         | 62.9 |
| 2  | 新聞の記事                                                              | 35.1 |
| 3  | テレビの情報番組                                                           | 20.6 |
| 4  | 家族や友人・知人の話                                                         | 13.4 |
| 5  | ラジオのニュース番組                                                         | 9.3  |
| 6  | ネットのニュース記事                                                         | 8.2  |
| 7  | ラジオの情報番組                                                           | 7.2  |
| 8  | テレビのデータ放送                                                          | 3.1  |
| 9  | 動画配信サイト                                                            | 2.1  |
| 10 | ネットのソーシャルメディア/ネットのユーザー参加型情報サイト/ネットの商品情報サイト/キュレーションアプリ/ネットで配信されるラジオ | 1.0  |

女性 60 代 (%)

|    | N=            | 96   |
|----|---------------|------|
| 1  | テレビのニュース番組    | 68.8 |
| 2  | 新聞の記事         | 38.5 |
| 3  | テレビの情報番組      | 21.9 |
| 4  | 家族や友人・知人の話    | 13.5 |
| 5  | ラジオのニュース番組    | 10.4 |
| 6  | ネットのニュース記事    | 6.3  |
| 7  | テレビのデータ放送     | 4.2  |
| 8  | ラジオの情報番組      | 4.2  |
| 9  | ネットのソーシャルメディア | 4.2  |
| 10 | ネットで配信されるラジオ  | 3.1  |

男性 70 代 (%)

|    | N=                                         | 86   |
|----|--------------------------------------------|------|
| 1  | テレビのニュース番組                                 | 62.8 |
| 2  | 新聞の記事                                      | 46.5 |
| 3  | テレビの情報番組                                   | 25.6 |
| 4  | ラジオのニュース番組                                 | 15.1 |
| 5  | 家族や友人・知人の話                                 | 15.1 |
| 6  | ネットのニュース記事                                 | 5.8  |
| 7  | 動画配信サイト                                    | 5.8  |
| 8  | ネットのユーザー参加型情報サイト                           | 4.7  |
| 9  | テレビのデータ放送                                  | 3.5  |
| 10 | ラジオの情報番組/ネットの掲示板/ネットのソーシャルメディア/ネットの商品情報サイト | 2.3  |

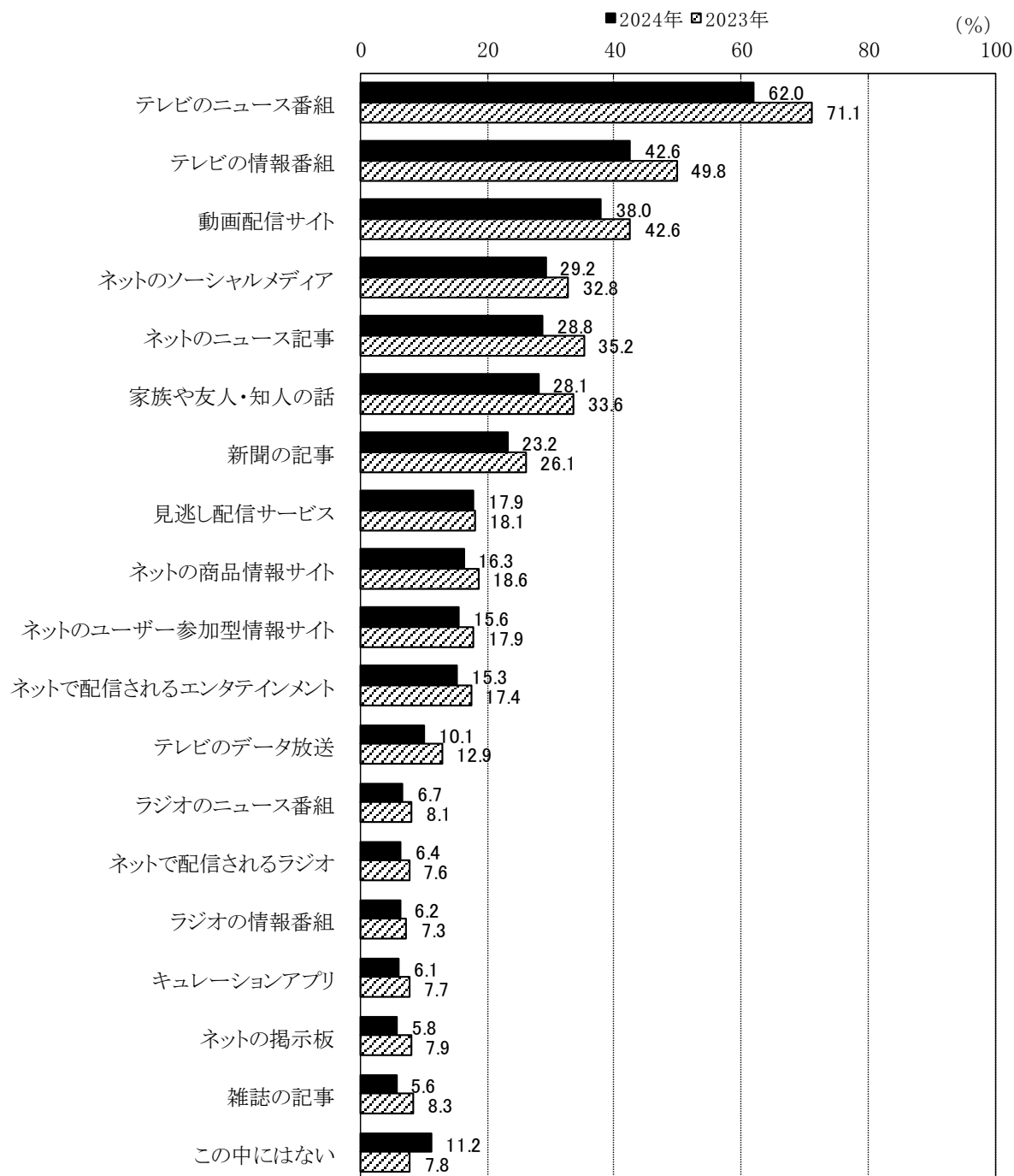
女性 70 代 (%)

|    | N=            | 98   |
|----|---------------|------|
| 1  | テレビのニュース番組    | 67.3 |
| 2  | 新聞の記事         | 40.8 |
| 3  | テレビの情報番組      | 28.6 |
| 4  | 家族や友人・知人の話    | 18.4 |
| 5  | ラジオのニュース番組    | 10.2 |
| 6  | テレビのデータ放送     | 8.2  |
| 7  | ネットのニュース記事    | 8.2  |
| 8  | ラジオの情報番組      | 4.1  |
| 9  | ネットのソーシャルメディア | 2.0  |
| 10 | ネットで配信されるラジオ  | 2.0  |

図表6-2：使い慣れているメディア・信用できるメディア（2023年との比較）

## ① 使い慣れているメディア

&lt;全体：2024年N=1,477、2023年N=1,511&gt;



注：調査ではネットに関する選択肢を次のように提示した。

ネットのニュース記事（MSNやYahoo!のトップページなど）

ネットの掲示板（5ちゃんねる【元2ちゃんねる】など）

ネットのソーシャルメディア（Facebook、LINE、X【旧Twitter】、Instagram、TikTokなど）

ネットのユーザー参加型情報サイト（Wikipediaなど）

ネットの商品情報サイト（価格.com、アットコスメなど）

動画配信サイト（YouTube、ニコニコ動画など）

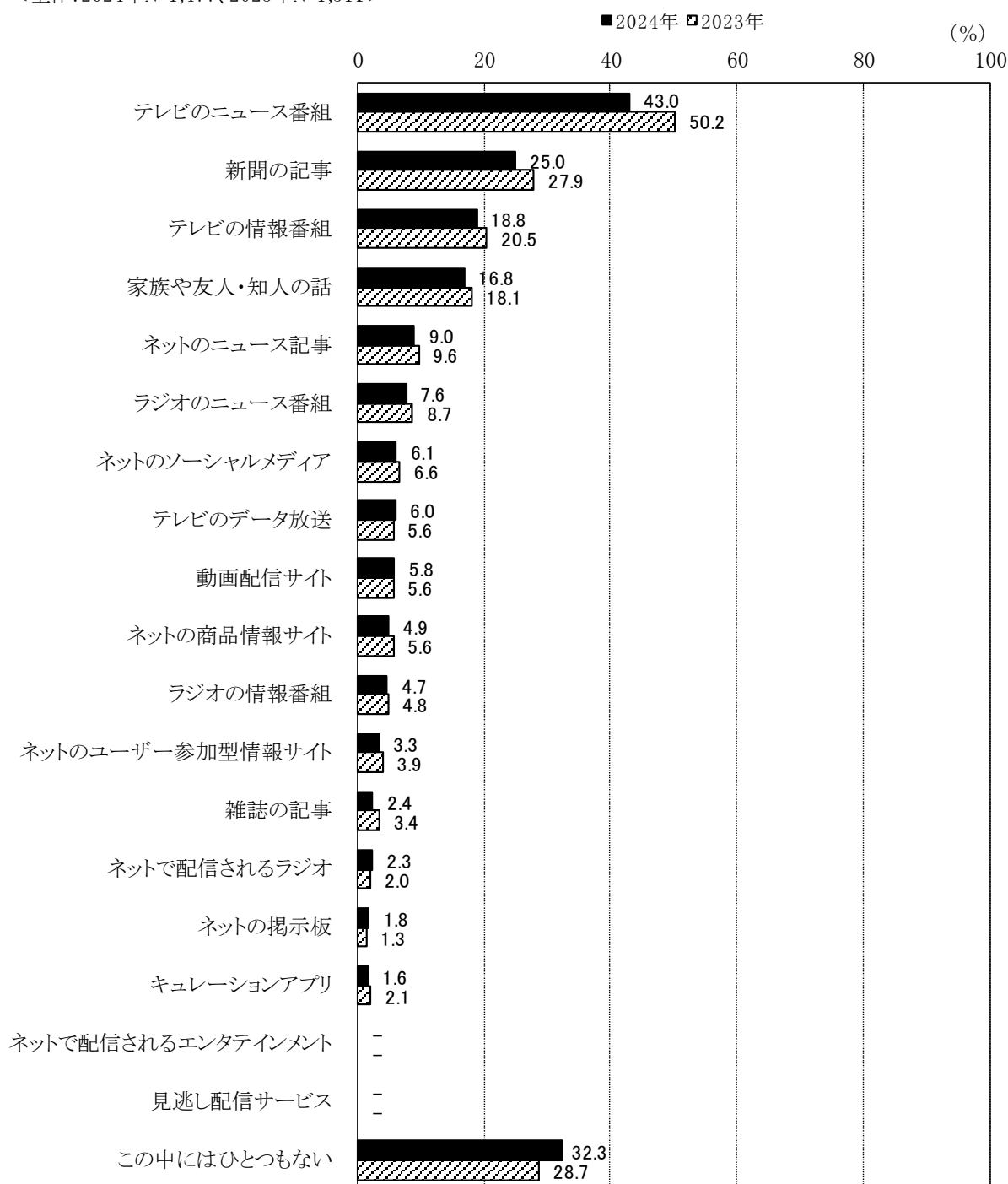
キュレーションアプリ（ニュースまとめのアプリ）

ネットで配信されるエンタテインメント（Netflix、Hulu、Abema、U-NEXTなど）

ネットで配信されるラジオ（radiko含む）

## ② 信用できるメディア

&lt;全体:2024年N=1,477、2023年N=1,511&gt;



注：調査ではネットに関する選択肢を次のように提示した。

ネットのニュース記事（MSN や Yahoo! のトップページなど）

ネットの掲示板（5ちゃんねる【元2ちゃんねる】など）

ネットのソーシャルメディア（Facebook、LINE、X【旧Twitter】、Instagram、TikTok など）

ネットのユーザー参加型情報サイト（Wikipedia など）

ネットの商品情報サイト（価格.com、アットコスメなど）

動画配信サイト（YouTube、ニコニコ動画など）

キュレーションアプリ（ニュースまとめのアプリ）

ネットで配信されるエンタテインメント（Netflix、Hulu、Abema、U-NEXT など）

ネットで配信されるラジオ（radiko 含む）

## ③ 使い慣れているメディア 低下したもの（5%以上）＜性・年代別＞

（%）

|        |         | テレビのニュース番組 |        | テレビの情報番組 |        | ネットのニュース記事 |        | 家族や友人・知人の話 |        |
|--------|---------|------------|--------|----------|--------|------------|--------|------------|--------|
|        |         | 2023 年     | 2024 年 | 2023 年   | 2024 年 | 2023 年     | 2024 年 | 2023 年     | 2024 年 |
| 全 体    |         | 71.1       | 62.0   | 49.8     | 42.6   | 35.2       | 28.8   | 33.6       | 28.1   |
| 男 性    |         | 69.1       | 60.2   | 45.1     | 38.7   | 35.4       | 30.5   | 25.0       | 19.0   |
| 女 性    |         | 73.1       | 63.8   | 54.6     | 46.5   | 35.0       | 27.2   | 42.2       | 37.2   |
| 男<br>性 | 18-29 歳 | 45.8       | 45.7   | 33.1     | 29.0   | 31.7       | 27.5   | 24.6       | 28.3   |
|        | 30 代    | 64.1       | 52.8   | 40.5     | 35.4   | 35.1       | 33.9   | 26.0       | 18.1   |
|        | 40 代    | 73.6       | 56.1   | 41.2     | 32.4   | 39.9       | 28.1   | 26.4       | 17.3   |
|        | 50 代    | 76.4       | 60.0   | 52.0     | 37.3   | 37.8       | 28.0   | 26.4       | 14.7   |
|        | 60 代    | 79.2       | 74.2   | 55.4     | 54.6   | 34.7       | 41.2   | 21.8       | 17.5   |
|        | 70 代    | 82.2       | 86.0   | 54.4     | 53.5   | 31.1       | 26.7   | 23.3       | 17.4   |
| 女<br>性 | 18-29 歳 | 50.7       | 44.1   | 37.3     | 27.2   | 23.2       | 18.4   | 41.5       | 36.8   |
|        | 30 代    | 65.0       | 50.8   | 48.8     | 32.3   | 35.0       | 27.7   | 46.3       | 36.2   |
|        | 40 代    | 76.4       | 67.9   | 53.5     | 53.3   | 35.4       | 31.4   | 35.4       | 37.2   |
|        | 50 代    | 78.2       | 69.2   | 63.4     | 56.6   | 47.9       | 32.9   | 47.2       | 39.2   |
|        | 60 代    | 88.7       | 75.0   | 66.0     | 58.3   | 40.2       | 27.1   | 41.2       | 37.5   |
|        | 70 代    | 87.4       | 83.7   | 64.1     | 56.1   | 28.2       | 24.5   | 41.7       | 35.7   |

## ④ 信用できるメディア 低下したもの（5%以上）＜性・年代別＞

（%）

|        |         | テレビのニュース番組 |        |
|--------|---------|------------|--------|
|        |         | 2023 年     | 2024 年 |
| 全 体    |         | 50.2       | 43.0   |
| 男 性    |         | 45.4       | 40.6   |
| 女 性    |         | 55.1       | 45.4   |
| 男<br>性 | 18-29 歳 | 31.7       | 22.5   |
|        | 30 代    | 32.8       | 35.4   |
|        | 40 代    | 40.5       | 33.8   |
|        | 50 代    | 50.0       | 40.7   |
|        | 60 代    | 60.4       | 62.9   |
|        | 70 代    | 68.9       | 62.8   |
| 女<br>性 | 18-29 歳 | 35.9       | 30.1   |
|        | 30 代    | 39.0       | 30.0   |
|        | 40 代    | 52.8       | 40.9   |
|        | 50 代    | 58.5       | 47.6   |
|        | 60 代    | 78.4       | 68.8   |
|        | 70 代    | 77.7       | 67.3   |

## 2. DX(デジタル・トランスフォーメーション) が生活に浸透

技術革新に伴う DX (デジタル・トランスフォーメーション) は、私たちが生活する様々な場面で進みつつある。そこで、生活に関する 10 の事柄を提示し、認知、興味、利用についてきた。

◇全体で最も認知が高いのは「マイナンバーカード (健康保険証)」(94.4%) で、「キャッシュレス決済」(92.7%)、「タクシー配車サービス」(80.9%)、「モバイルオーダーサービス」(74.9%)、「e-Tax (国税電子申告・納税システム)」(73.7%)、「ChatGPT (生成 AI)」(70.4%) が続く。

◇興味が最も高いのは、「ChatGPT (生成 AI)」(29.4%) で、「タクシー配車サービス」(27.0%)、「マイナンバーカード (健康保険証)」(26.8%) が続く。

◇利用率は、「キャッシュレス決済」(71.8%) が最も高く、「マイナンバーカード (健康保険証)」(44.7%) は半数以下にとどまっている。マイナンバーカードは、本調査実施 (2024 年 10 月下旬から 11 月上旬) 後に「マイナ保険証 (健康保険証)」が広く呼びかけられたことから、さらに高い利用率になっていると推測できる。

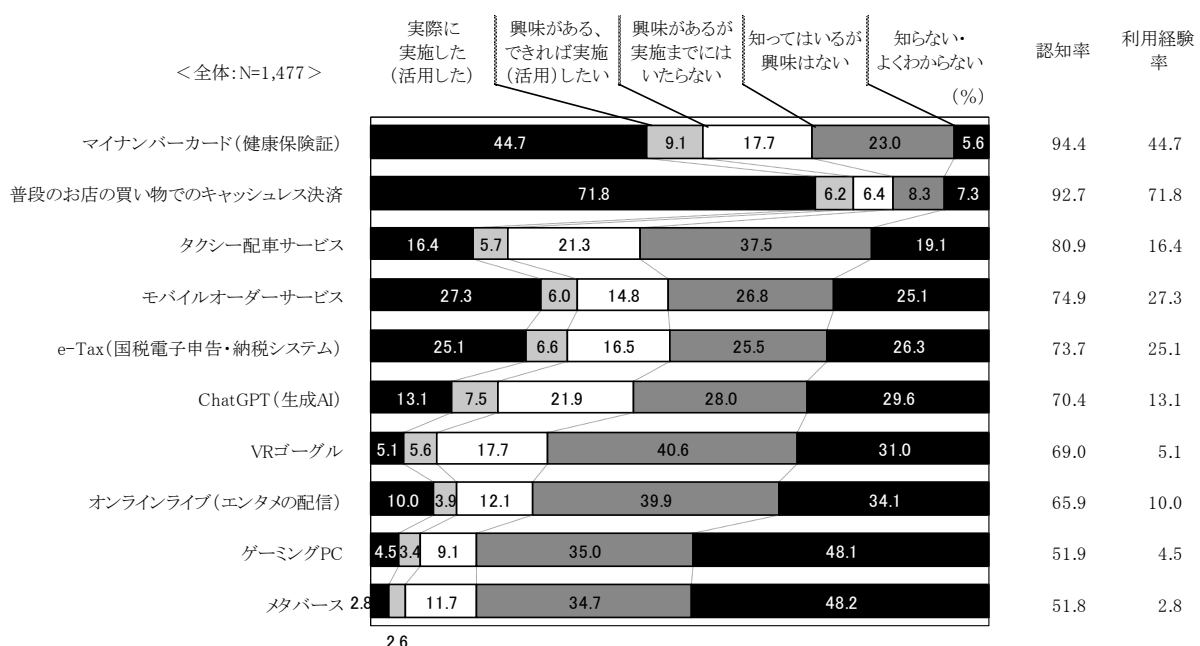
◇2023 年と比較すると、「キャッシュレス決済」、「マイナンバーカード (健康保険証)」、「e-Tax (国税電子申告・納税システム)」、「ChatGPT (生成 AI)」の利用率が上昇している。「ChatGPT (生成 AI)」の利用は 13.1%にとどまるが、興味を持つ人が 3 割と高いことから、今後の利用率は高まると考えられる。

◇性・年代でみると、「キャッシュレス決済」と「マイナンバーカード (健康保険証)」は幅広い層に浸透している。「e-Tax (国税電子申告・納税システム)」と「ChatGPT (生成 AI)」は、認知、利用率とも女性より男性で高い。「ChatGPT (生成 AI)」は、若い年代ほど利用率が高い。

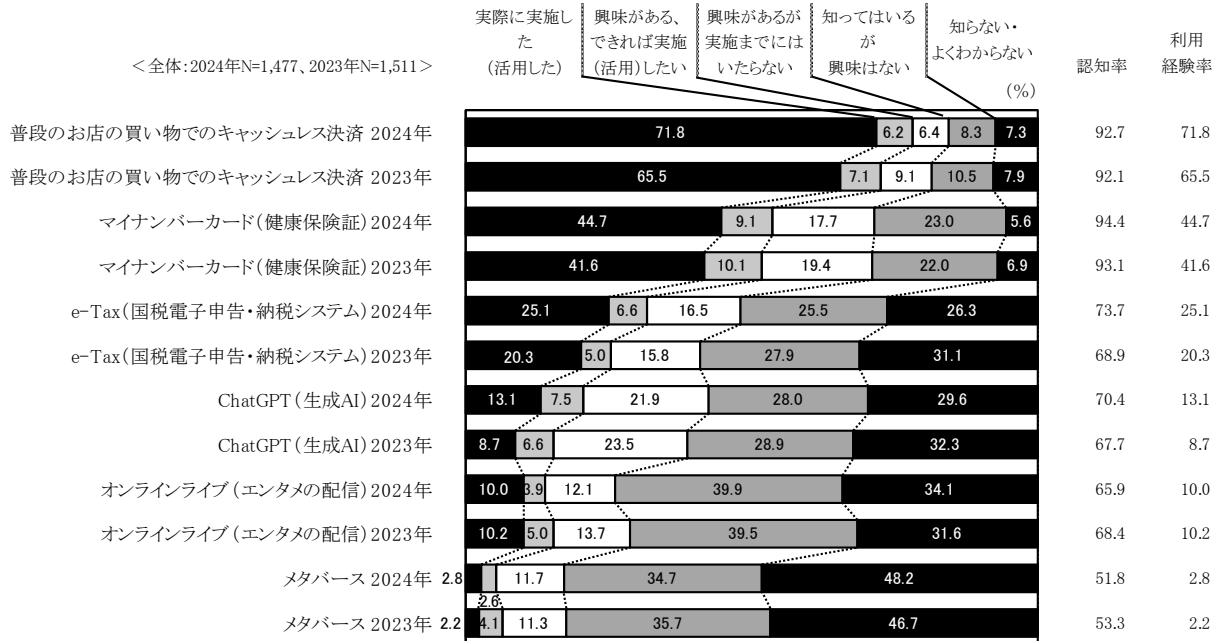
「キャッシュレス決済」と「マイナンバーカード (健康保険証)」はほとんどの人が認知し、利用率も伸びている。なかでも、「キャッシュレス決済」は幅広い層で利用されている。

図表 6-3 : DX (デジタルトランスフォーメーション)

① 2024 年



## ② 2023年との比較



## ③ 認知率 (性・年代別)

|     |        | (%)               |                      |            |              |                       |                |        |                    |         |       |
|-----|--------|-------------------|----------------------|------------|--------------|-----------------------|----------------|--------|--------------------|---------|-------|
| 調査数 |        | マイナンバーカード (健康保険証) | 普段のお店の買い物でのキャッシュレス決済 | タクシー配車サービス | モバイルオーダーサービス | e-Tax (国税電子申告・納税システム) | ChatGPT (生成AI) | VRゴーグル | オンラインライブ (エンタメの配信) | ゲーミングPC | メタバース |
| 全 体 |        | 1,477             | 94.4                 | 92.7       | 80.9         | 74.9                  | 73.7           | 70.4   | 69.0               | 65.9    | 51.8  |
| 男 性 |        | 737               | 94.6                 | 93.5       | 85.1         | 76.9                  | 79.5           | 77.7   | 76.4               | 68.8    | 60.0  |
| 女 性 |        | 740               | 94.2                 | 91.9       | 76.8         | 73.0                  | 67.8           | 63.1   | 61.6               | 63.0    | 43.6  |
| 男 性 | 18～29歳 | 138               | 91.3                 | 87.7       | 79.0         | 79.7                  | 68.1           | 82.6   | 74.6               | 75.4    | 74.6  |
|     | 30代    | 127               | 92.9                 | 93.7       | 85.8         | 84.3                  | 81.9           | 81.1   | 81.1               | 74.0    | 73.2  |
|     | 40代    | 139               | 95.7                 | 96.4       | 86.3         | 80.6                  | 78.4           | 78.4   | 79.1               | 74.1    | 66.2  |
|     | 50代    | 150               | 92.7                 | 92.0       | 82.7         | 80.7                  | 82.7           | 73.3   | 80.7               | 69.3    | 60.0  |
|     | 60代    | 97                | 99.0                 | 96.9       | 89.7         | 66.0                  | 85.6           | 77.3   | 71.1               | 55.7    | 52.6  |
| 70代 |        | 86                | 98.8                 | 96.5       | 90.7         | 61.6                  | 83.7           | 72.1   | 66.3               | 55.8    | 46.5  |
| 女 性 | 18～29歳 | 136               | 94.1                 | 92.6       | 75.7         | 86.0                  | 62.5           | 77.2   | 70.6               | 67.6    | 60.3  |
|     | 30代    | 130               | 89.2                 | 86.9       | 72.3         | 80.0                  | 58.5           | 63.8   | 63.8               | 62.3    | 51.5  |
|     | 40代    | 137               | 92.7                 | 90.5       | 75.9         | 72.3                  | 69.3           | 61.3   | 59.1               | 66.4    | 43.8  |
|     | 50代    | 143               | 96.5                 | 93.7       | 79.0         | 76.9                  | 76.9           | 62.9   | 69.2               | 72.0    | 41.3  |
|     | 60代    | 96                | 99.0                 | 94.8       | 79.2         | 65.6                  | 74.0           | 57.3   | 58.3               | 49.0    | 16.7  |
| 70代 |        | 98                | 94.9                 | 93.9       | 79.6         | 48.0                  | 66.3           | 51.0   | 41.8               | 53.1    | 14.3  |

## ④ 利用経験率（性・年代別）

(%)

|     | 調査数    | 普段のお店の買い物での | マイナンバーカード<br>(健康保険証) | モバイルオーダーサービス | e-Tax<br>(国税電子申告・納税システム) | タクシー配車サービス | ChatGPT (生成AI) | オンラインライブ<br>(エンタメの配信) | VRゴーグル | ゲーミングPC | メタバース |
|-----|--------|-------------|----------------------|--------------|--------------------------|------------|----------------|-----------------------|--------|---------|-------|
| 全 体 | 1,477  | 71.8        | 44.7                 | 27.3         | 25.1                     | 16.4       | 13.1           | 10.0                  | 5.1    | 4.5     | 2.8   |
| 男 性 | 737    | 73.1        | 46.0                 | 27.3         | 30.4                     | 18.3       | 17.1           | 9.0                   | 6.8    | 7.1     | 3.9   |
| 女 性 | 740    | 70.5        | 43.4                 | 27.3         | 19.7                     | 14.5       | 9.1            | 11.1                  | 3.5    | 1.9     | 1.6   |
| 男性  | 18～29歳 | 138         | 64.5                 | 47.8         | 34.8                     | 19.6       | 21.7           | 35.5                  | 17.4   | 10.9    | 16.7  |
|     | 30代    | 127         | 74.8                 | 40.2         | 35.4                     | 30.7       | 23.6           | 18.9                  | 11.8   | 10.2    | 5.5   |
|     | 40代    | 139         | 74.1                 | 42.4         | 28.8                     | 37.4       | 22.3           | 15.8                  | 7.9    | 8.6     | 3.6   |
|     | 50代    | 150         | 70.7                 | 42.0         | 29.3                     | 30.0       | 12.0           | 14.0                  | 7.3    | 2.0     | 4.7   |
|     | 60代    | 97          | 79.4                 | 44.3         | 13.4                     | 38.1       | 11.3           | 8.2                   | 2.1    | 4.1     | 2.1   |
|     | 70代    | 86          | 80.2                 | 66.3         | 12.8                     | 27.9       | 17.4           | 2.3                   | 3.5    | 1.2     | 2.3   |
| 女性  | 18～29歳 | 136         | 68.4                 | 47.8         | 41.9                     | 19.1       | 21.3           | 27.2                  | 17.6   | 8.1     | 7.4   |
|     | 30代    | 130         | 68.5                 | 36.9         | 38.5                     | 18.5       | 18.5           | 9.2                   | 13.8   | 4.6     | 1.5   |
|     | 40代    | 137         | 67.2                 | 38.7         | 30.7                     | 21.9       | 10.9           | 4.4                   | 13.1   | 2.9     | 0.7   |
|     | 50代    | 143         | 79.0                 | 44.8         | 25.2                     | 22.4       | 11.9           | 5.6                   | 11.9   | 2.1     | -     |
|     | 60代    | 96          | 65.6                 | 45.8         | 15.6                     | 24.0       | 13.5           | 2.1                   | 4.2    | 1.0     | 1.0   |
|     | 70代    | 98          | 73.5                 | 48.0         | 2.0                      | 11.2       | 9.2            | 2.0                   | 1.0    | 1.0     | -     |

## 第7章 都市生活者の家計収支と財産

本章では、都市生活者の収入、家計および財産についてまとめる。

本調査の結果から、都市生活者の収入額は増加したが、50代になると減少傾向になることが明らかになった。全体では、「収入が支出を上回っている」人が「支出が収入を上回っている」人より多く、若い年代ほどこの傾向は強い。最近1年間で増えた支出は、「食料費」、「水道光熱費」、「趣味・娯楽費」で、食料品の相次ぐ値上げや電気料金の引き上げの結果が表れている。減った支出は、「衣料品・靴・バッグ等の購入費」、「趣味・娯楽費」、「交際費」で生活に潤いを与える費用が節約の対象になっている。

今後増やしたいものは、「貯蓄」、「趣味・娯楽費」、「食料費」、「こづかい」、減らしたいものは、「水道光熱費」、「通信費」、「食料費」で、生活の必要経費を減らし、ゆとりある暮らしに振り向けたいと考えている。

こづかいは7割以上の人に変化はなく、収入増は反映されていない。都市生活者は、保有金融資産を不十分と感じ、貯蓄性向は高い。

### 1. 都市生活者の家計収支

本項では、収入および家計収支の現状についてまとめる。

#### (1) 収入は増加傾向にあるが、50代になると減少傾向が高まる

まず、世帯年収と個人年収など収入についてみていく。世帯年収は図表7-1、1年前と比較しての収入の増減は図表7-2、個人年収は図表7-3のようになった。

##### 《世帯年収》

◇平均世帯年収は、687万円である。「400万円～600万円未満」(22.7%)が最も多く、「200万円～400万円未満」(20.5%)、「1000万円以上」(19.7%)の順に多い。

◇2024年の平均世帯年収は2023年に比べて増加(平均669万円→687万円)した。なかでも、「200万円～400万円未満」と「400万円～600万円未満」の割合が減少し、「600万円～800万円未満」と「1000万円以上」の割合が増加している。

◇性・年代別でみると、男性30代が平均818万円で最も多い。男女とも50代までは「1000万円以上」が2割を超えている。

##### 《1年前と比較して収入の増減》

◇「特に変わらない」(58.7%)が6割で、「増えた」(21.8%)が「減った」(19.5%)を上回る。

◇2023年と比較すると、「特に変わらない」はほぼ同じで、「減った」が減少、「増えた」が増加した。

◇若年層ほど「増えた」人が多く、50代になると「減った」が「増えた」を上回る。それぞれの性・年代で「増えた」と「減った」の割合をみると、「増えた」が「減った」を上回るのは、男性が40代まで、女性が30代までに限られる。

##### 《個人年収》

図表7-3は、個人年収の回答結果である。30代以降において女性の個人年収は少なく、専業主婦やパート・アルバイトといった構成比が増加していることが反映されている。

図表7-4は、収入支出のバランスについての質問への回答結果である。

◇「収入と支出は同じくらい」(43.5%) が4割以上で、「収入が支出を上回っている」(31.8%) 人が「支出が収入を上回っている」(24.6%) 人より多い。

◇2023年と比較すると、「収入と支出は同じくらい」がやや減少、「支出が収入を上回っている」がやや増加した。

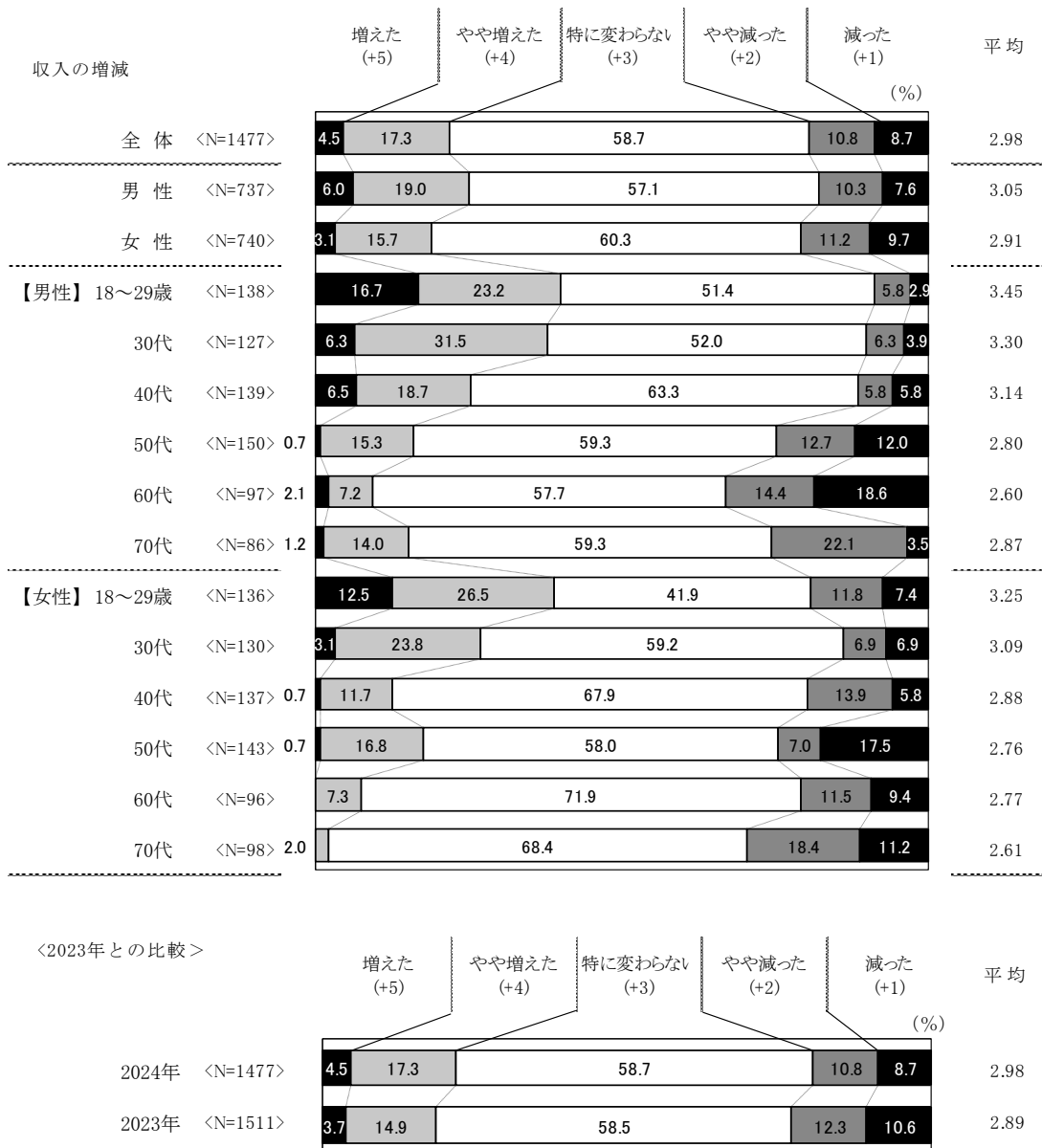
◇性別では、男性は「収入と支出は同じくらい」が多く、女性は「支出が収入を上回っている」人が多い。性・年代別では、若い年代ほど「収入が支出を上回っている」割合が高く、60代70代になると「支出が収入を上回っている」割合が高くなる。

都市生活者の収入額は増加したが、50代になると減少している。若い年代ほど「収入が支出を上回っている」割合が高く、60代、70代になると「支出が収入を上回っている」割合が高くなる。

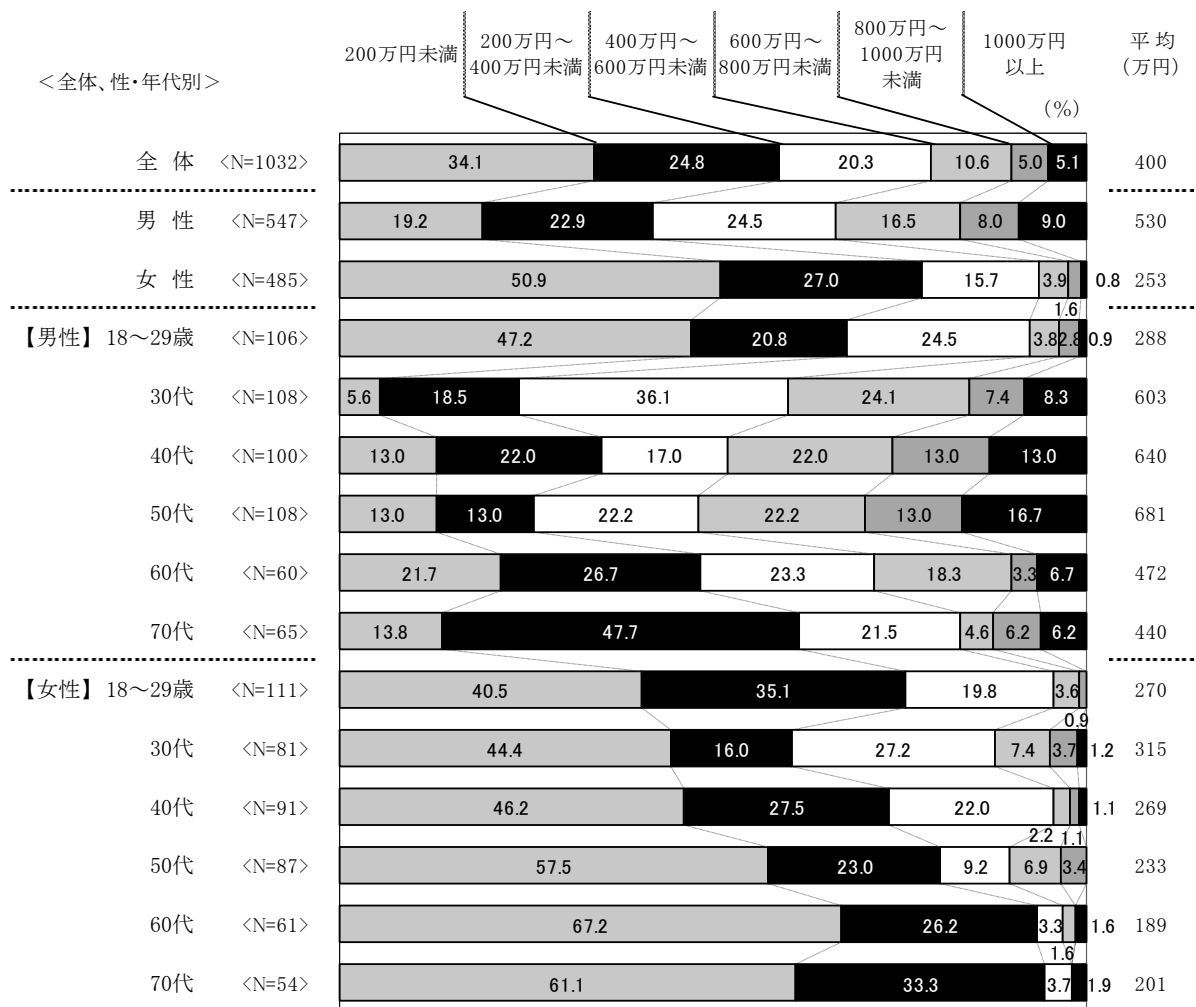
図表7-1：世帯年収

| <全体、性・年代別>  |         | 200万円未満 | 200万円～<br>400万円未満 | 400万円～<br>600万円未満 | 600万円～<br>800万円未満 | 800万円～<br>1000万円未満 | 1000万円<br>以上 | 平均<br>(万円) |
|-------------|---------|---------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------|------------|
|             |         | (%)     |                   |                   |                   |                    |              |            |
| 全 体         | <N=937> | 9.0     | 20.5              | 22.7              | 17.7              | 10.4               | 19.7         | 687        |
| 男 性         | <N=517> | 8.9     | 18.0              | 22.8              | 18.8              | 11.4               | 20.1         | 711        |
| 女 性         | <N=420> | 9.0     | 23.6              | 22.6              | 16.4              | 9.0                | 19.3         | 658        |
| 【男性】 18～29歳 |         |         |                   |                   |                   |                    |              | 646        |
|             | <N=89>  | 16.9    | 11.2              | 30.3              | 14.6              | 6.7                | 20.2         |            |
| 30代         | <N=103> | 2.9     | 14.6              | 22.3              | 21.4              | 13.6               | 25.2         | 818        |
| 40代         | <N=99>  | 4.0     | 23.2              | 15.2              | 20.2              | 13.1               | 24.2         | 772        |
| 50代         | <N=104> | 9.6     | 11.5              | 20.2              | 22.1              | 13.5               | 23.1         | 768        |
| 60代         | <N=58>  | 17.2    | 17.2              | 29.3              | 17.2              | 6.9                | 12.1         | 566        |
| 70代         | <N=64>  | 6.3     | 35.9              | 23.4              | 14.1              | 12.5               | 7.8          | 571        |
| 【女性】 18～29歳 |         |         |                   |                   |                   |                    |              | 633        |
|             | <N=91>  | 14.3    | 17.6              | 22.0              | 18.7              | 6.6                | 20.9         |            |
| 30代         | <N=71>  | 5.6     | 14.1              | 22.5              | 19.7              | 15.5               | 22.5         | 727        |
| 40代         | <N=81>  | 4.9     | 13.6              | 25.9              | 21.0              | 9.9                | 24.7         | 761        |
| 50代         | <N=68>  | 5.9     | 19.1              | 19.1              | 19.1              | 11.8               | 25.0         | 758        |
| 60代         | <N=54>  | 9.3     | 50.0              | 20.4              | 3.7               | 7.4                | 9.3          | 521        |
| 70代         | <N=55>  | 14.5    | 40.0              | 25.5              | 10.9              | 7.3                |              | 472        |
| <2023年との比較> |         |         |                   |                   |                   |                    |              |            |
| 2024年       | <N=937> | 9.0     | 20.5              | 22.7              | 17.7              | 10.4               | 19.7         | 687        |
| 2023年       | <N=954> | 8.8     | 23.1              | 24.6              | 15.3              | 10.6               | 17.6         | 669        |

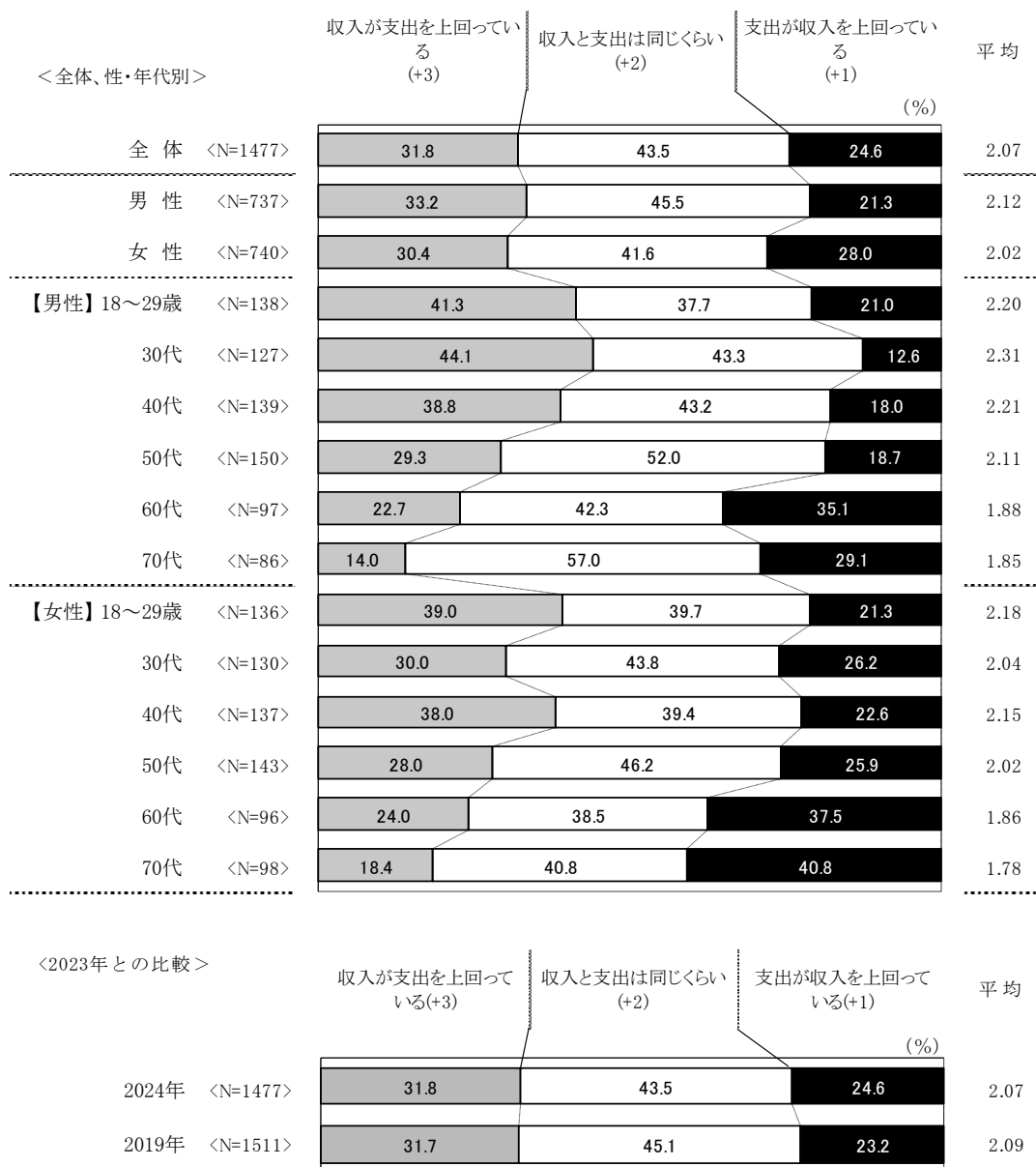
図表7-2：1年前と比較して収入の増減



図表7-3：個人年収



図表 7-4 : 収入と支出のバランス



## (2) 増えた支出の上位は食料費と水道光熱費

支出項目の実際をみる。図表 7-5 で最近 1 年で増えた支出、減った支出の全体と性・年代別、図表 7-6 で 2023 年との比較を整理した。

### 《最近 1 年で増えた支出項目、減った支出項目》

◇最近 1 年で増えた支出は、「食料費」(53.1%)、「水道光熱費」(36.2%)、「趣味・娯楽費」(19.6%)、「保健医療費」(10.2%) の順で高い。食料品の相次ぐ値上げや電気料金の引き上げの結果が表れている。

◇増えた支出を 2023 年と比較すると、「食料費」と「水道光熱費」の支出が増えたと回答する人はやや減少した。とはいえ、昨年からの食料品の相次ぐ値上げや電気料金の引き上げの影響が続いている。

◇性・年代別に増えた支出をみると、男女全ての年代で「食料費」が最も高く、男女 18～29 歳を除く層で「水道光熱費」を 2 番目にあげている。男女 18～29 歳で「趣味・娯楽費」と「交際費」、高齢層で

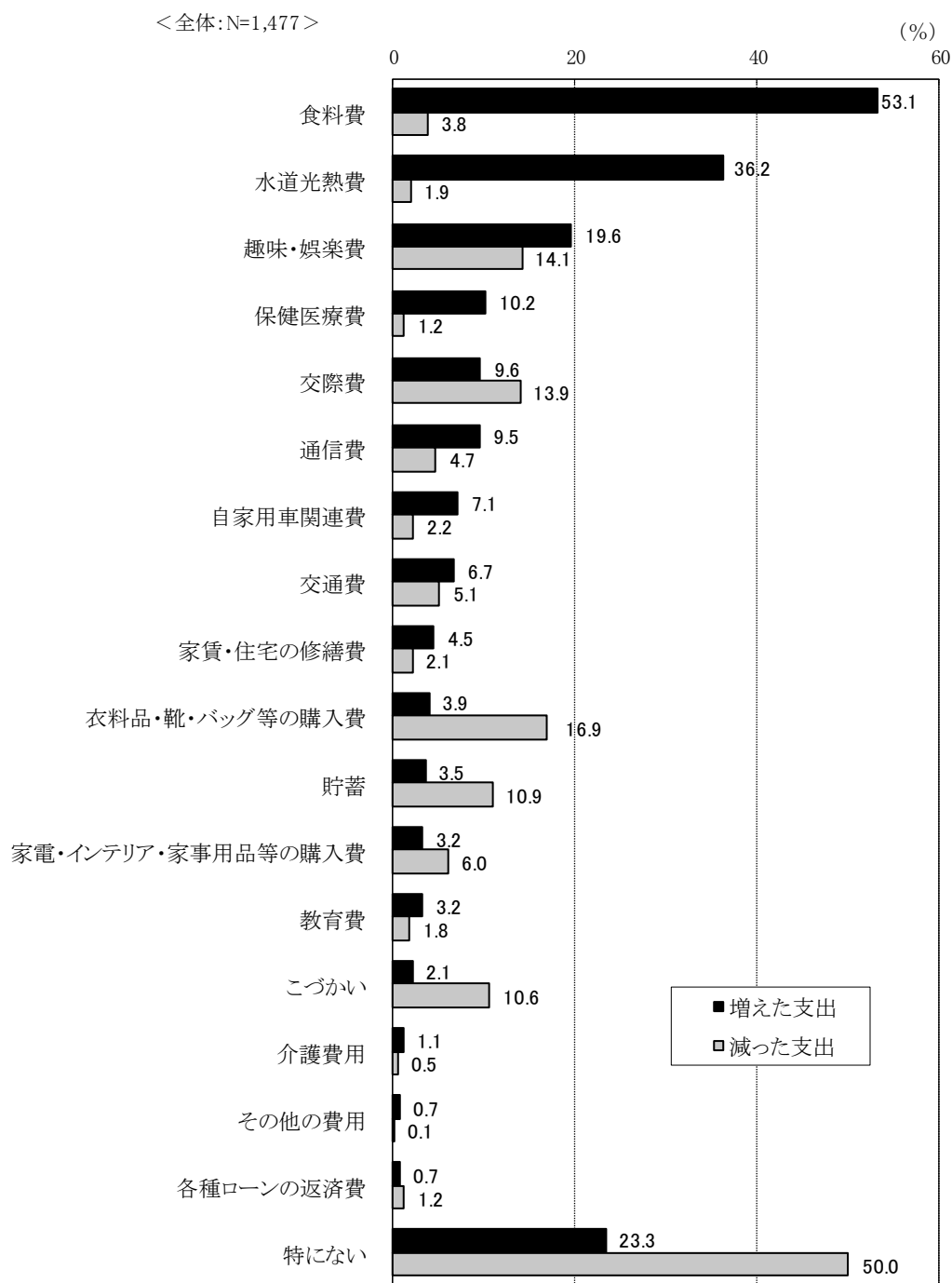
「保健医療費」が増えている。

◇減った支出は、「衣料品・靴・バッグ等の購入費」(16.9%)、「趣味・娯楽費」(14.1%)、「交際費」(13.9%)である。

◇減った支出を2023年と比較すると、減った支出項目は同じであるが減少している。

◇性別で減った支出をみると、男性は「交際費」、「衣料品・靴・バッグ等の購入費」、「貯蓄」、女性は「衣料品・靴・バッグ等の購入費」、「趣味・娯楽費」、「交際費」をあげる人が多い。

図表7-5：最近1年で増えた支出、減った支出（2024年）



最近1年で増えた支出（2024年）＜性・年代別＞

（%）

| N=           | 1位       | 2位          | 3位          |
|--------------|----------|-------------|-------------|
| 全体 1477      | 食料費 53.1 | 水道光熱費 36.2  | 趣味・娯楽費 19.6 |
| 男 737        | 食料費 50.9 | 水道光熱費 34.7  | 趣味・娯楽費 20.6 |
| 女 740        | 食料費 55.3 | 水道光熱費 37.6  | 趣味・娯楽費 18.6 |
| 男・18～29歳 138 | 食料費 41.3 | 趣味・娯楽費 31.2 | 交際費 13.8    |
| 男・30代 127    | 食料費 52.0 | 水道光熱費 33.1  | 趣味・娯楽費 22.8 |
| 男・40代 139    | 食料費 53.2 | 水道光熱費 34.5  | 趣味・娯楽費 18.7 |
| 男・50代 150    | 食料費 55.3 | 水道光熱費 46.7  | 趣味・娯楽費 16.0 |
| 男・60代 97     | 食料費 53.6 | 水道光熱費 45.4  | 趣味・娯楽費 15.5 |
| 男・70代 86     | 食料費 50.0 | 水道光熱費 41.9  | 保健医療費 24.4  |
| 女・18～29歳 136 | 食料費 44.9 | 趣味・娯楽費 34.6 | 交際費 22.1    |
| 女・30代 130    | 食料費 51.5 | 水道光熱費 23.1  | 趣味・娯楽費 21.5 |
| 女・40代 137    | 食料費 59.1 | 水道光熱費 39.4  | 趣味・娯楽費 18.2 |
| 女・50代 143    | 食料費 55.2 | 水道光熱費 49.7  | 通信費 16.1    |
| 女・60代 96     | 食料費 59.4 | 水道光熱費 45.8  | 保健医療費 16.7  |
| 女・70代 98     | 食料費 65.3 | 水道光熱費 54.1  | 保健医療費 16.3  |

最近1年で減った支出（2024年）＜性・年代別＞

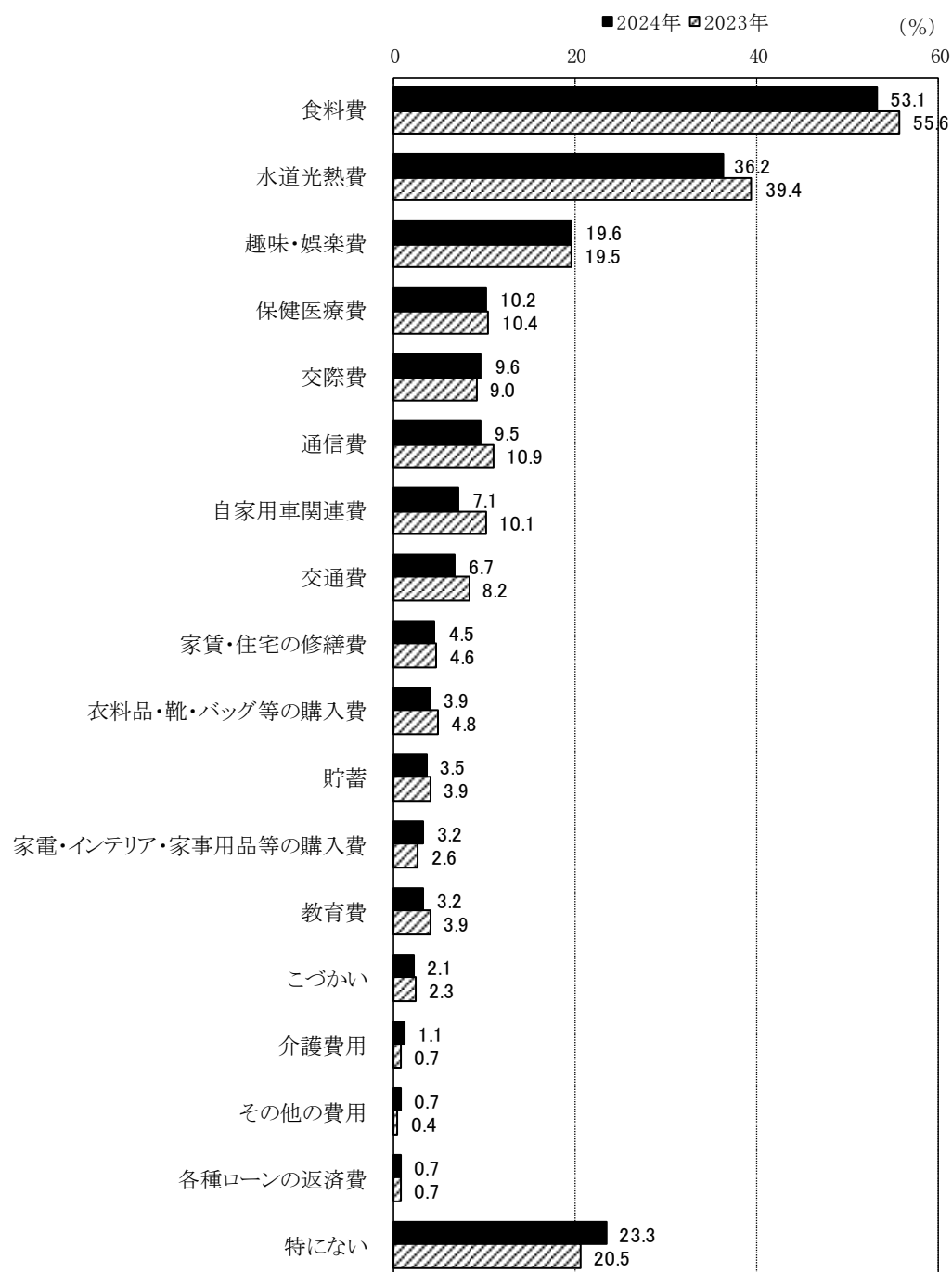
（%）

| N=           | 1位                  | 2位                      | 3位                  |
|--------------|---------------------|-------------------------|---------------------|
| 全体 1477      | 衣料品・靴・バッグ等の購入費 16.9 | 趣味・娯楽費 14.1             | 交際費 13.9            |
| 男 737        | 交際費 13.3            | 衣料品・靴・バッグ等の購入費 12.1     | 貯蓄 11.9             |
| 女 740        | 衣料品・靴・バッグ等の購入費 21.6 | 趣味・娯楽費 16.8             | 交際費 14.6            |
| 男・18～29歳 138 | 貯蓄/家賃・住宅の修繕費 8.0    | 衣料品・靴・バッグ等の購入費 7.2      |                     |
| 男・30代 127    | 衣料品・靴・バッグ等の購入費 12.6 | 交際費/通信費 11.8            |                     |
| 男・40代 139    | 貯蓄 15.1             | 衣料品・靴・バッグ等の購入費/交際費 12.9 |                     |
| 男・50代 150    | 交際費 15.3            | 趣味・娯楽費 14.7             | 貯蓄 13.3             |
| 男・60代 97     | 交際費 19.6            | 趣味・娯楽費 17.5             | こづかい 14.4           |
| 男・70代 86     | 衣料品・靴・バッグ等の購入費 19.8 | 交際費 17.4                | 貯蓄 16.3             |
| 女・18～29歳 136 | 衣料品・靴・バッグ等の購入費 14.0 | 趣味・娯楽費 13.2             | 交際費 12.5            |
| 女・30代 130    | 趣味・娯楽費 13.8         | 交際費 10.8                | 衣料品・靴・バッグ等の購入費 10.0 |
| 女・40代 137    | 衣料品・靴・バッグ等の購入費 21.2 | 趣味・娯楽費 16.1             | 交際費 13.1            |
| 女・50代 143    | 衣料品・靴・バッグ等の購入費 23.1 | 趣味・娯楽費 18.2             | 交際費 14.0            |
| 女・60代 96     | 衣料品・靴・バッグ等の購入費 31.3 | 趣味・娯楽費 21.9             | 交際費 17.7            |
| 女・70代 98     | 衣料品・靴・バッグ等の購入費 36.7 | 交際費 22.4                | 趣味・娯楽費 19.4         |

図表7-6：最近1年で増えた支出、減った支出（2023年との比較）

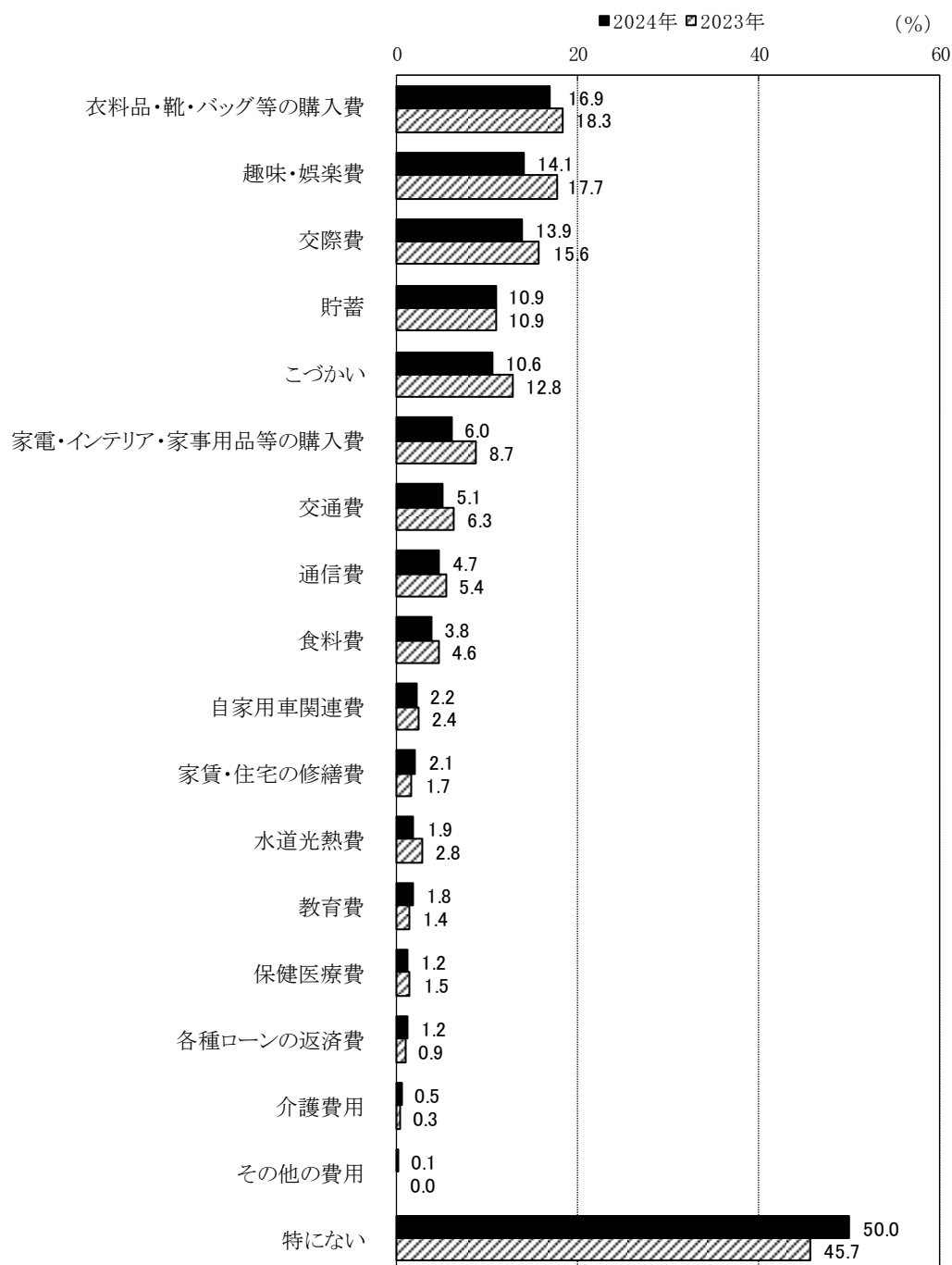
## ①増えた支出

&lt;全体:2024年N=1,477、2023年N=1,511&gt;



## ②減った支出

&lt;全体:2024年N=1,477、2023年N=1,511&gt;



## 《今後重点的に増やしたい、減らしたい支出項目》

図表7-7で今後重点的に増やしたい支出、今後重点的に減らしたい支出を整理した。また、図表7-8では、2023年の結果と比較した。

◇今後重点的に増やしたいものは「貯蓄」(30.7%)、「趣味・娯楽費」(24.8%)、「食料費」(14.4%)、「こづかい」(13.7%)の順で高い。

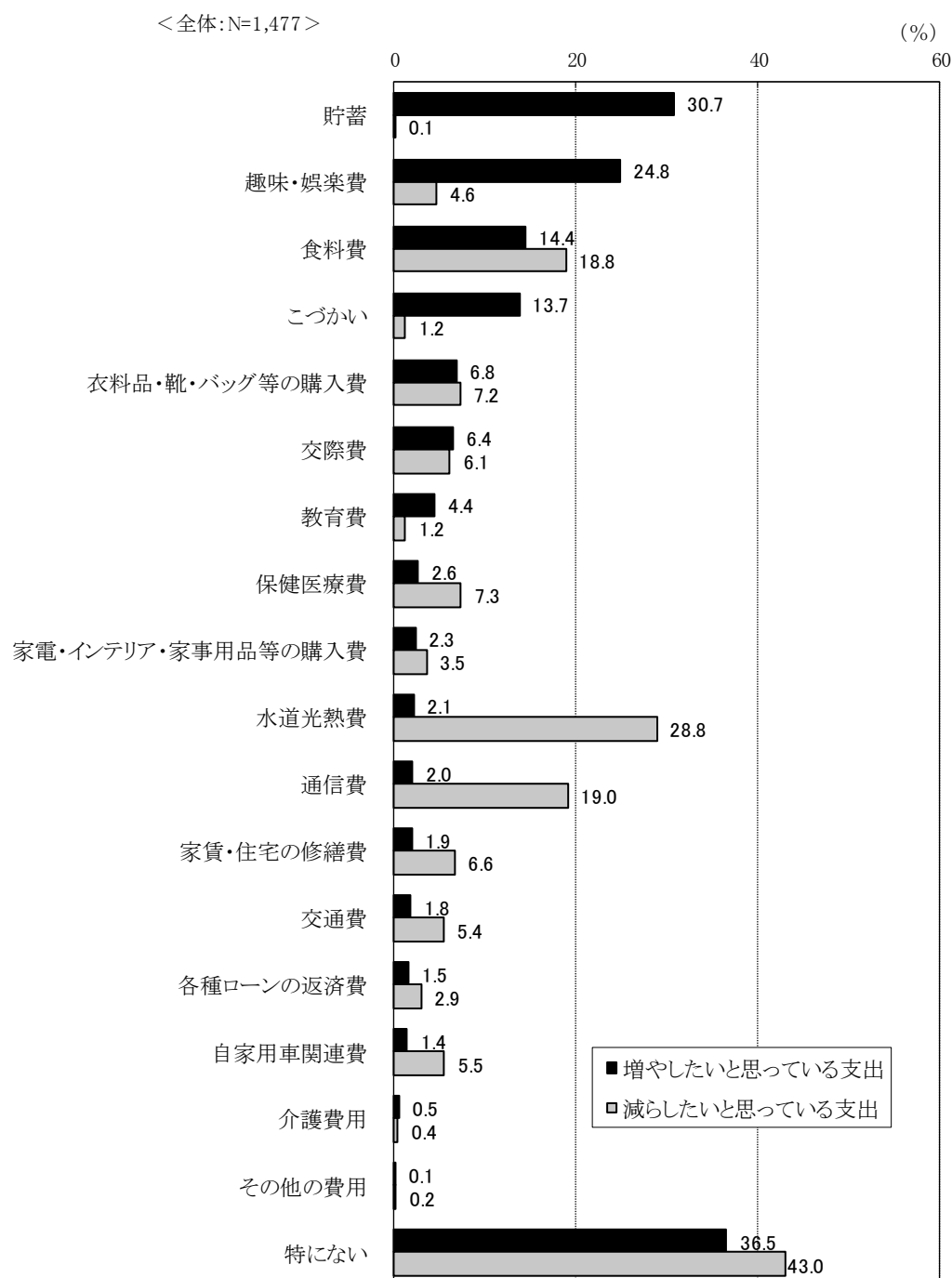
◇2023年と比較すると、「貯蓄」、「趣味・娯楽費」、「食料費」、「こづかい」の順位は変わらないが、これらをあげる人はやや減少した。

◇減らしたいものは、「水道光熱費」(28.8%)、「通信費」(19.0%)、「食料費」(19.5%)が高い。

◇2023年と比較すると、総じて値は減少傾向にあるが、「水道光熱費」、「通信費」、「食料費」は上位にある。

◇これらは、男女でほぼ同じである。

図表7-7：今後重点的に増やしたい、減らしたい支出（2024年）



今後重点的に増やしたいと思っている支出（2024年）＜性・年代別＞

（%）

| N=           | 1位          | 2位          | 3位        |
|--------------|-------------|-------------|-----------|
| 全体 1477      | 貯蓄 30.7     | 趣味・娯楽費 24.8 | 食料費 14.4  |
| 男 737        | 貯蓄 30.0     | 趣味・娯楽費 23.2 | こづかい 14.2 |
| 女 740        | 貯蓄 31.5     | 趣味・娯楽費 26.4 | 食料費 15.9  |
| 男・18～29歳 138 | 趣味・娯楽費 27.5 | 貯蓄 26.8     | こづかい 15.9 |
| 男・30代 127    | 貯蓄 36.2     | 趣味・娯楽費 22.8 | こづかい 13.4 |
| 男・40代 139    | 貯蓄 38.8     | 趣味・娯楽費 21.6 | こづかい 13.7 |
| 男・50代 150    | 貯蓄 36.7     | 趣味・娯楽費 18.0 | こづかい 14.0 |
| 男・60代 97     | 趣味・娯楽費 27.8 | 食料費 17.5    | こづかい 16.5 |
| 男・70代 86     | 趣味・娯楽費 23.3 | 貯蓄 16.3     | 食料費 15.1  |
| 女・18～29歳 136 | 貯蓄 34.6     | 趣味・娯楽費 28.7 | 食料費 18.4  |
| 女・30代 130    | 貯蓄 35.4     | 趣味・娯楽費 21.5 | こづかい 9.2  |
| 女・40代 137    | 貯蓄 34.3     | 趣味・娯楽費 25.5 | 食料費 18.2  |
| 女・50代 143    | 貯蓄 36.4     | 趣味・娯楽費 23.8 | こづかい 17.5 |
| 女・60代 96     | 趣味・娯楽費 35.4 | 貯蓄 22.9     | 食料費 21.9  |
| 女・70代 98     | 趣味・娯楽費 25.5 | 食料費 21.4    | 貯蓄 19.4   |

今後重点的に減らしたいと思っている支出（2024年）＜性・年代別＞

（%）

| N=           | 1位         | 2位         | 3位         |
|--------------|------------|------------|------------|
| 全体 1477      | 水道光熱費 28.8 | 通信費 19.0   | 食料費 18.8   |
| 男 737        | 水道光熱費 25.0 | 食料費 18.5   | 通信費 16.7   |
| 女 740        | 水道光熱費 32.6 | 通信費 21.4   | 食料費 19.1   |
| 男・18～29歳 138 | 水道光熱費 18.1 | 通信費 13.8   | 食料費 13.0   |
| 男・30代 127    | 食料費 24.4   | 水道光熱費 20.5 | 通信費 18.9   |
| 男・40代 139    | 水道光熱費 28.8 | 食料費 23.7   | 通信費 18.0   |
| 男・50代 150    | 水道光熱費 31.3 | 通信費 18.7   | 食料費 18.0   |
| 男・60代 97     | 水道光熱費 25.8 | 食料費 16.5   | 通信費 13.4   |
| 男・70代 86     | 水道光熱費 24.4 | 保健医療費 22.1 | 通信費 16.3   |
| 女・18～29歳 136 | 水道光熱費 22.1 | 食料費 15.4   | 通信費 14.0   |
| 女・30代 130    | 水道光熱費 26.9 | 通信費 21.5   | 食料費 19.2   |
| 女・40代 137    | 水道光熱費 39.4 | 通信費 24.1   | 食料費 23.4   |
| 女・50代 143    | 水道光熱費 35.7 | 食料費 28.7   | 通信費 22.4   |
| 女・60代 96     | 水道光熱費 35.4 | 通信費 25.0   | 保健医療費 11.5 |
| 女・70代 98     | 水道光熱費 37.8 | 通信費 22.4   | 食料費 14.3   |

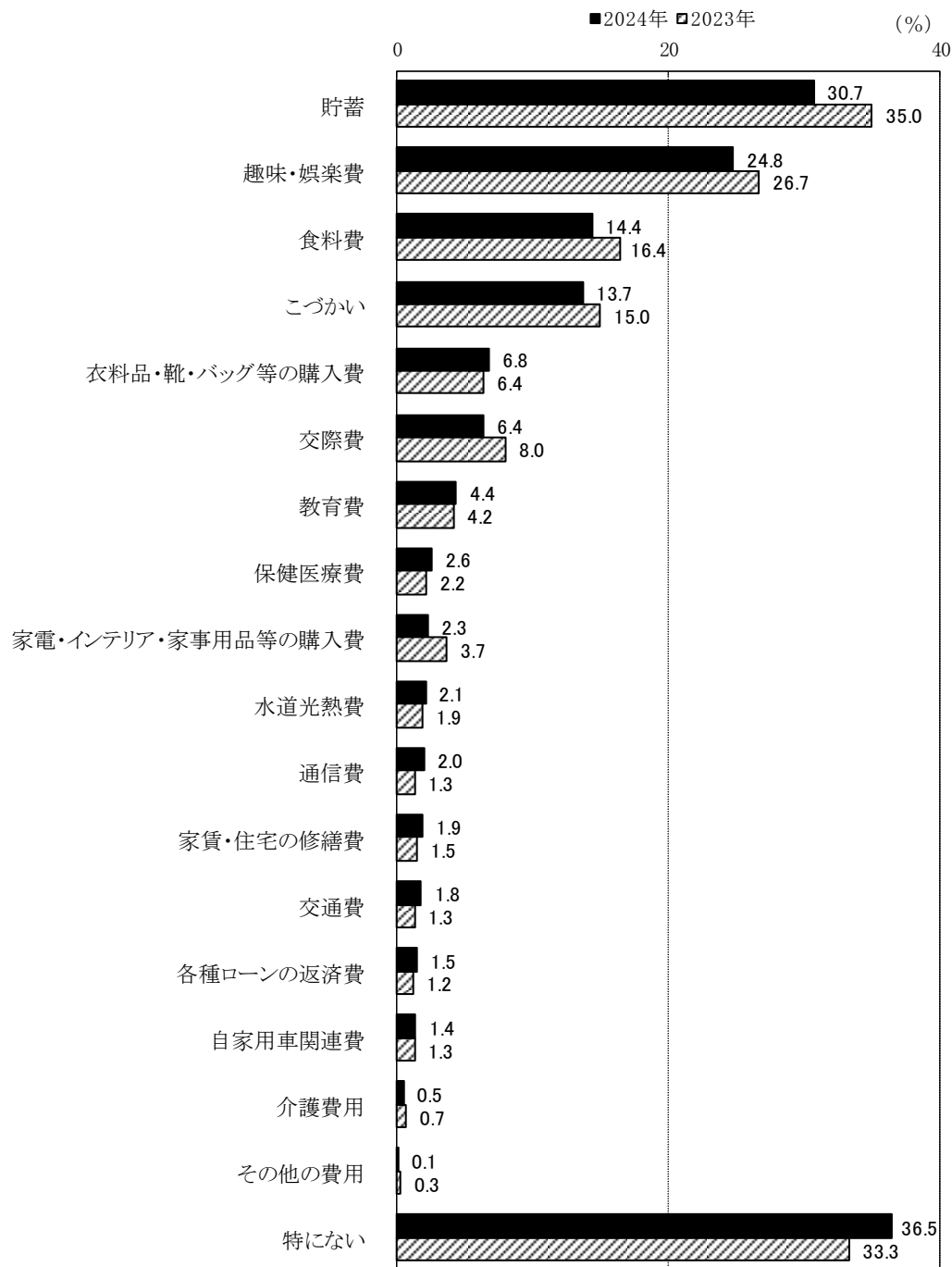
最近1年間で増えた支出は、「食料費」、「水道光熱費」、「趣味・娯楽費」で、食料品の相次ぐ値上げや電気料金の引き上げの結果が表れている。また、「趣味・娯楽費」はコロナ禍での行動制限により減ったが、回復してきている。減った支出は、「衣料品・靴・バッグ等の購入費」、「趣味・娯楽費」、「交際費」で生活に潤いを与える費用が節約の対象になっている。

今後増やしたいものは、「貯蓄」、「趣味・娯楽費」、「食料費」、「こづかい」、減らしたいものは、「水道光熱費」、「通信費」、「食料費」で、生活の必要経費を減らし、ゆとりある暮らしに振り向けたいと考えている。「食料費」は増やしたいものの中でも上位にあるが、減らしたい人の方が多い。

図表7-8：今後重点的に増やしたい、減らしたい支出（2023年との比較）

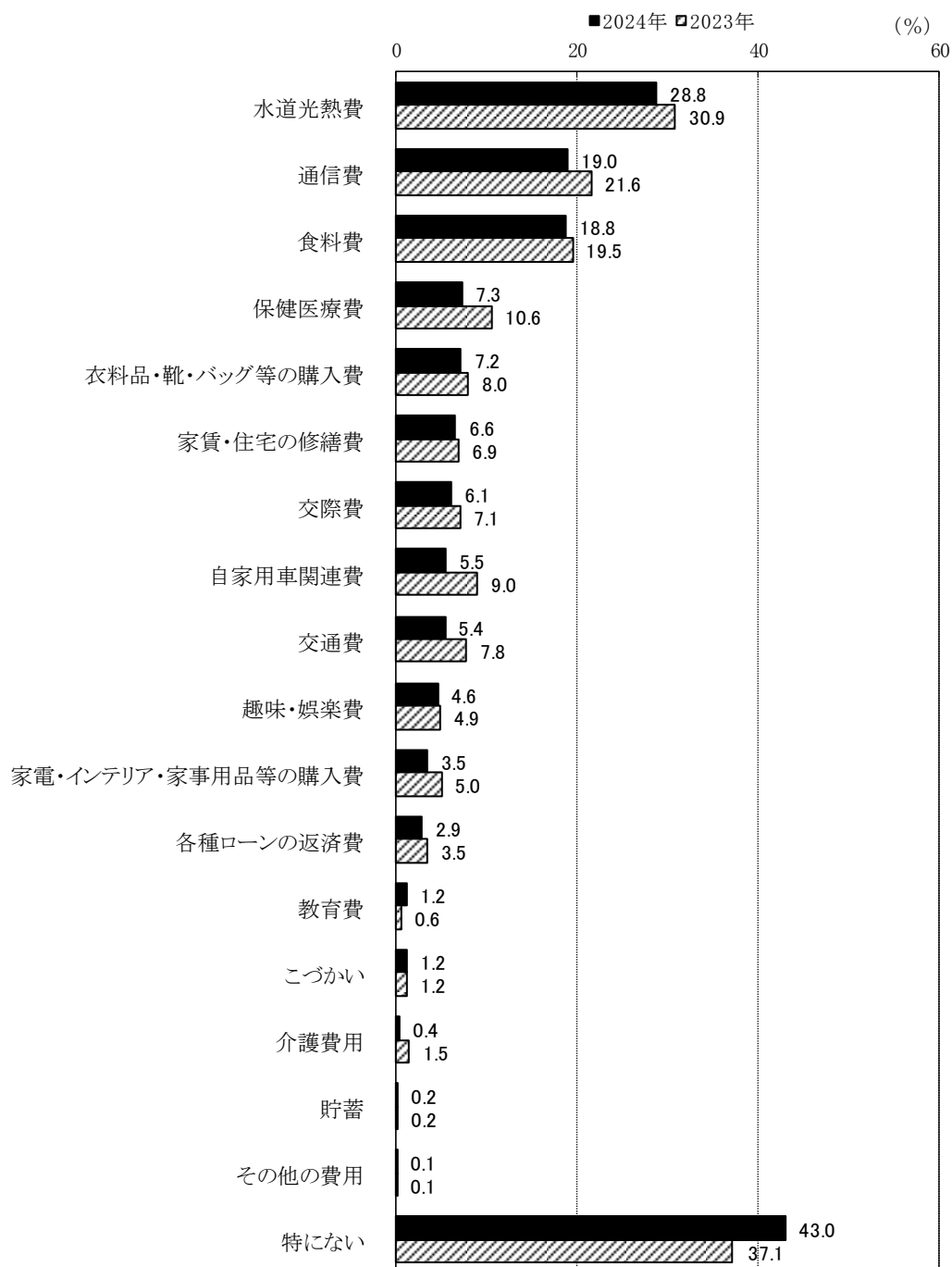
## ①今後重点的に増やしたい支出

&lt;全体：2024年N=1,477、2023年N=1,511&gt;



## ②今後重点的に減らしたい支出

&lt;全体:2024年N=1,477、2023年N=1,511&gt;



1か月のこづかい額について、回答してもらった。この結果は図表7-9のとおりである。平均こづかい額は、それぞれの中央値にあたる金額から算出した。

◇平均こづかい額は30,173円である。構成比は、「20,001円～40,000円」(18.3%)が最も多く、「40,000円以上」(17.3%)がこれに次ぐ。「こづかいはない」人は、35.0%であった。

◇平均こづかい額は、2023年に比べてやや減少した。

◇男性の平均こづかい額は34,313円である。男性30代(36,295円)が最も多い。

◇女性の平均こづかい額は25,579円で、男性に比べて9,000円ほど少ない。女性で最も多いのは女性

18～29歳（30,169円）である。

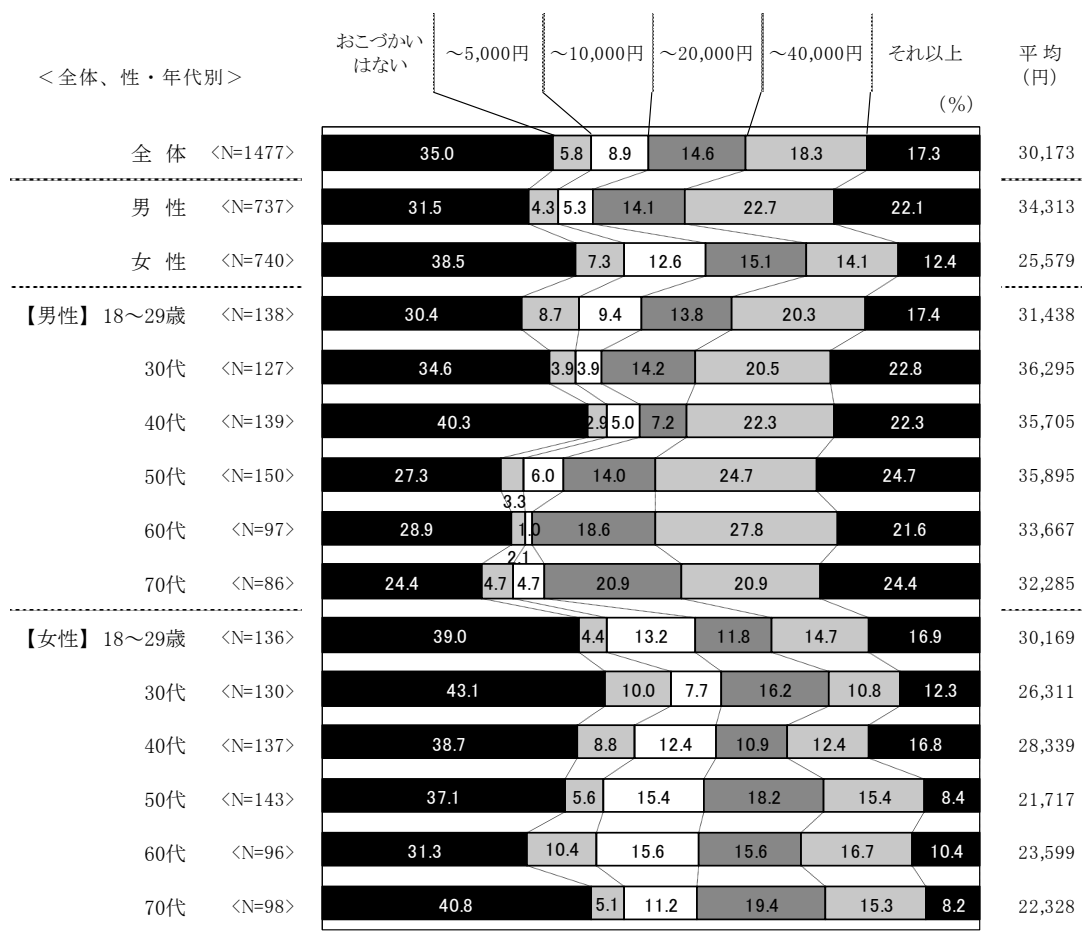
1年前と比較して増えたか減ったかを5段階で回答してもらった。結果は、図表7-10のようになった。

◇4人中3人が「変わらない」（75.9%）と回答し、「減った」（減った+やや減った：16.1%）が「増えた」（増えた+やや増えた：8.0%）人を大きく上回る。

◇性・年代別では、どの年代でも7割から8割が「変わらない」人で、「増えた」が「減った」を上回るのは男女18～29歳のみで、これ以外の層では「減った」人が「増えた」人より多い。

収入は増えたものの、こづかいには反映されていない。

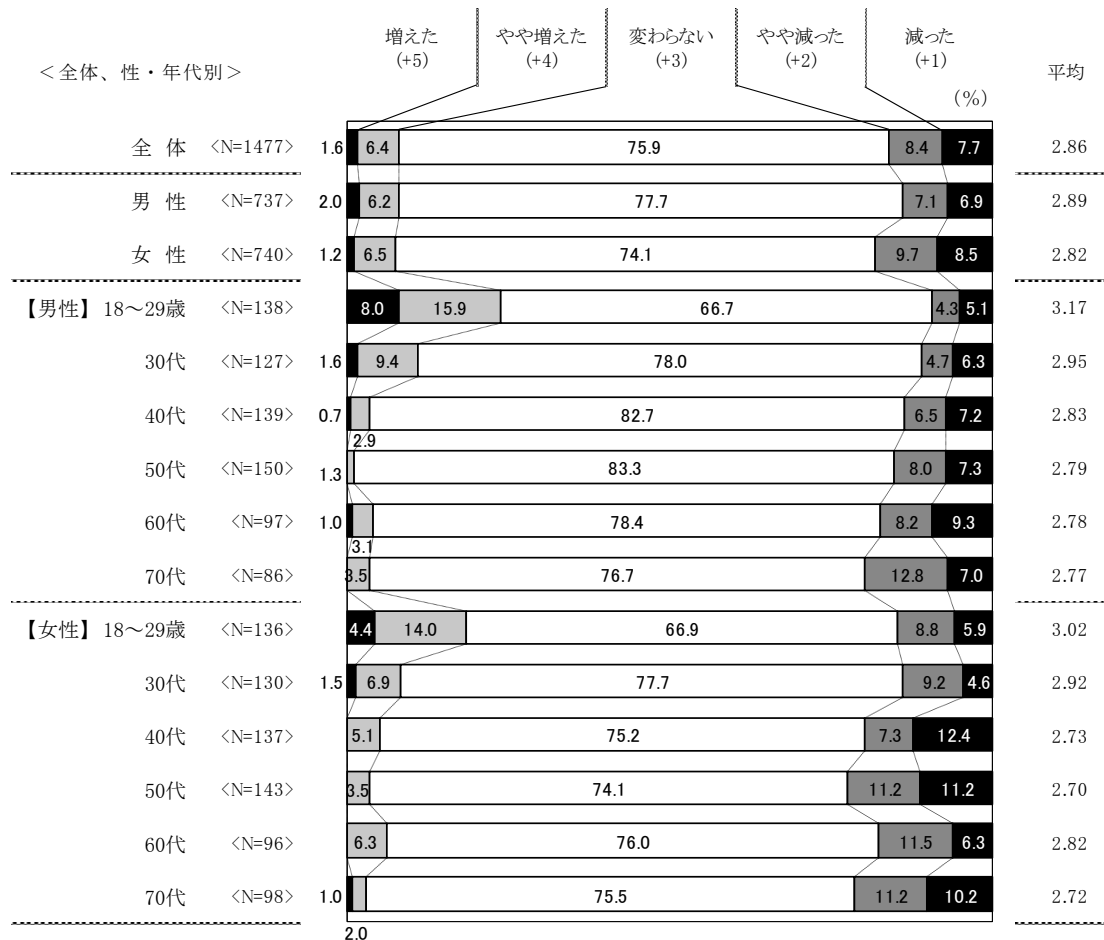
図表7-9：1か月のこづかい額



＜2023年との比較＞

|                | おこづかい<br>はない | ～5,000円 | ～10,000円 | ～20,000円 | ～40,000円 | それ以上 | 平均<br>(円) |
|----------------|--------------|---------|----------|----------|----------|------|-----------|
| 2024年 <N=1477> | 35.0         | 5.8     | 8.9      | 14.6     | 18.3     | 17.3 | 30,173    |
| 2023年 <N=1511> | 31.8         | 6.4     | 10.7     | 14.8     | 18.2     | 18.1 | 30,556    |

図表7-10：1年前と比較してのこづかい額の増減 ※こづかい額0除く



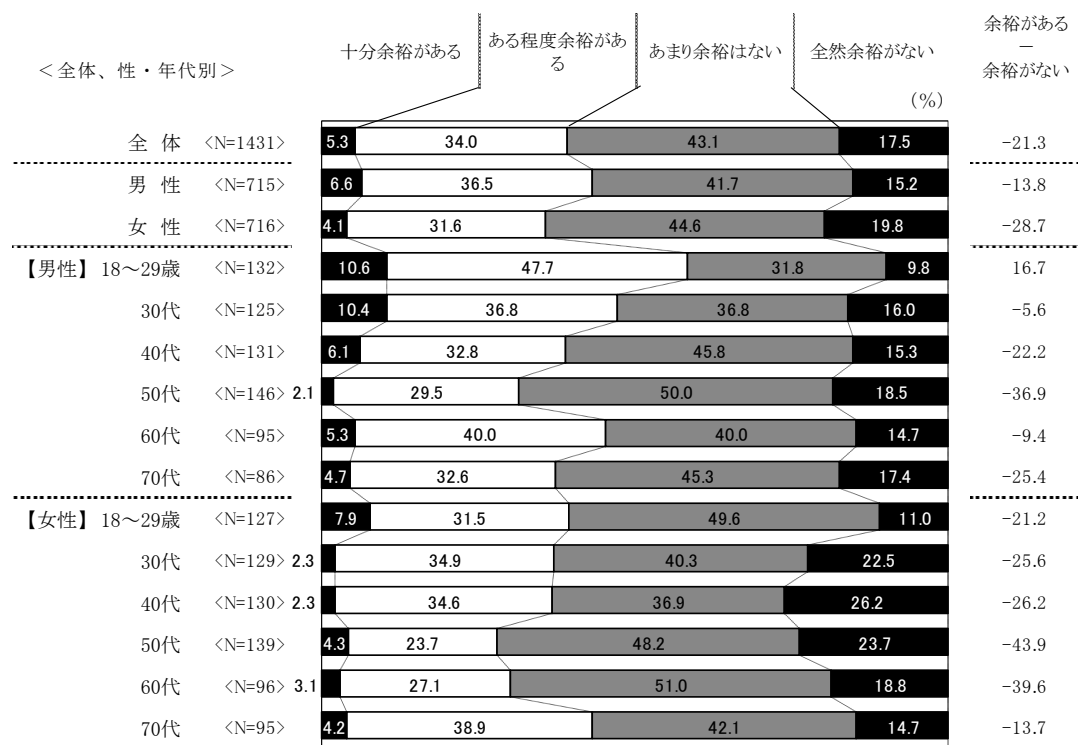
## 2. 保有金融資産を不十分と感じ、貯蓄性向は高い

現在の収入（年金含む）は、生計を維持し自分の好みの生活をするのに余裕はあるか、についてみていく。  
この結果は、図表7-11 のようになった。

### 《現在の収入の余裕》

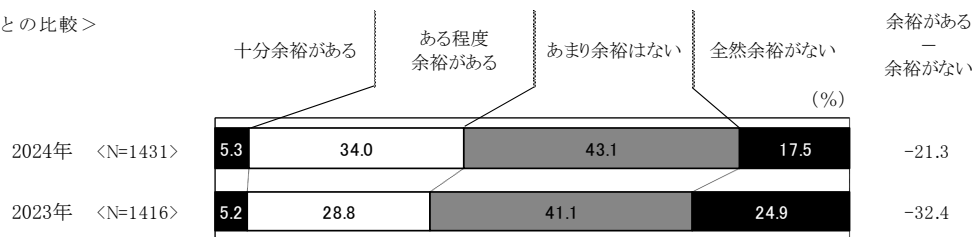
- ◇「余裕がある」（十分余裕がある＋ある程度余裕がある：39.3%）は4割にとどまり、「余裕がない」（全然余裕がない＋あまり余裕がない：60.6%）が6割である。
- ◇2023年と比較すると、「ある程度余裕がある」が増加、「全然余裕がない」が減少し、収入の余裕は改善した。
- ◇性・年代別にみると、若い年代ほど余裕があるという傾向があり、50代で「余裕がない」が最も多くなる。60代から70代になると、50代に比べて余裕がある人の割合は増える。

図表7-11：現在の収入の余裕



注：グラフ中の数値は「収入はない」を除いて算出。

＜2023年との比較＞



注：グラフ中の数値は「収入はない」を除いて算出。

## 《貯蓄や財産が十分かどうか》

図表7-12では、貯蓄や財産が十分かどうかについてきた結果をまとめたものである。

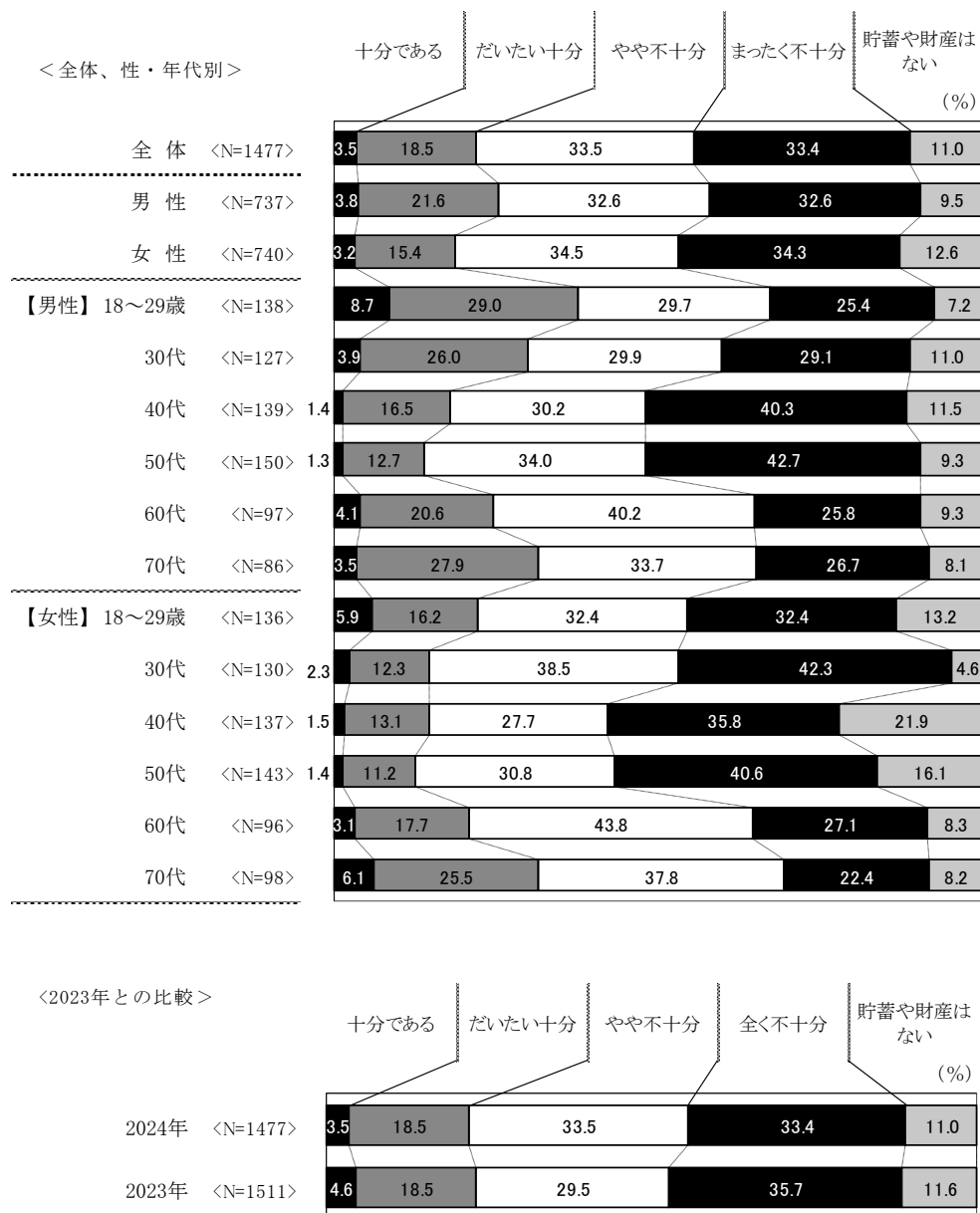
◇「貯蓄や財産は十分である（十分である+だいたい十分である）」(22.0%)は2割程度にとどまり、「貯蓄や財産が不十分（全く不十分+やや不十分）」(66.9%)が7割近くになる。これに加えて、「貯蓄や財産はない」が11.0%で、8割の人が不十分もしくはないと回答した。

◇2023年と比較すると、「全く不十分」がやや減少し、「やや不十分」が増加した。

◇性・年代別にみると、男女40代、50代と女性30代で「全く不十分」、「やや不十分」の割合が高い。

都市生活者は、現在の収入に余裕はなく、貯蓄や財産について不十分だと思っている。なかでも40代と50代までの現役世代で余裕がない、貯蓄や財産について不十分と感じている人が多い。

図表7-12：貯蓄や財産が十分かどうか



では、貯蓄の状況はどのようなものか。結果は、図表7-13 と図表7-14 のようになった。

### 《貯蓄の状況》

- ◇「貯蓄をしている」（毎月額を決めて貯蓄＋額は決めていないが毎月貯蓄＋毎月ではないが貯蓄）人は71.2%である。
- ◇「貯蓄をしている」人の割合は、2023年とほぼ同じで、「毎月額を決めて貯蓄」が減少、「額は決めていないが毎月貯蓄」がやや増加した。
- ◇貯蓄をしている人の中でも、男女50代までの年代が「毎月額を決めて貯蓄」、「額は決めていないが毎月貯蓄」が多い。

## 《貯蓄額の増減》

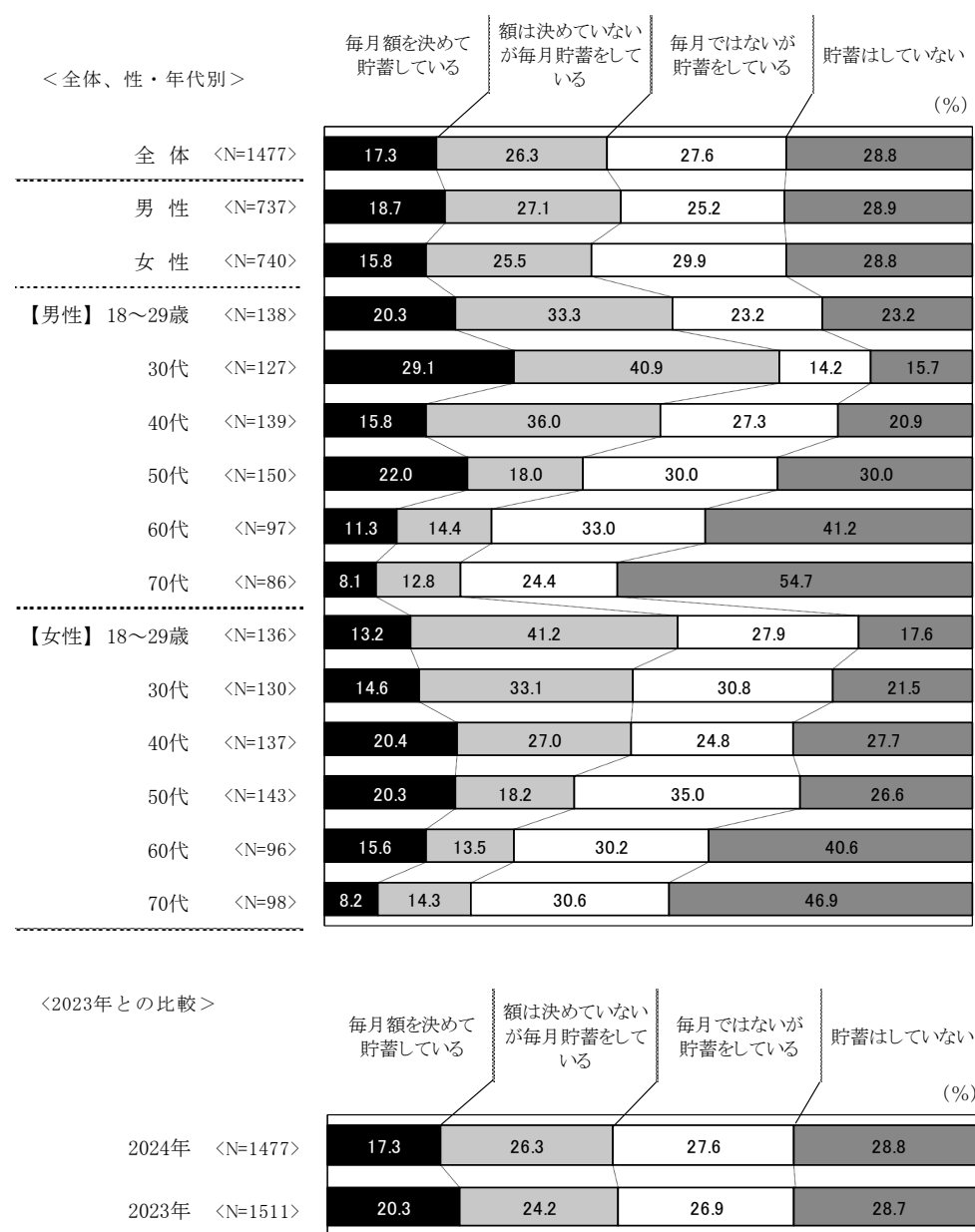
◇1年前と比較して貯蓄額が「変わらない」(44.1%)人は4割で、「増えた」(増えた+やや増えた：36.6%)が、「減った」(減った+やや減った：19.3%)を上回る。

◇2023年と比較すると、「やや増えた」と「変わらない」が若干増加した。

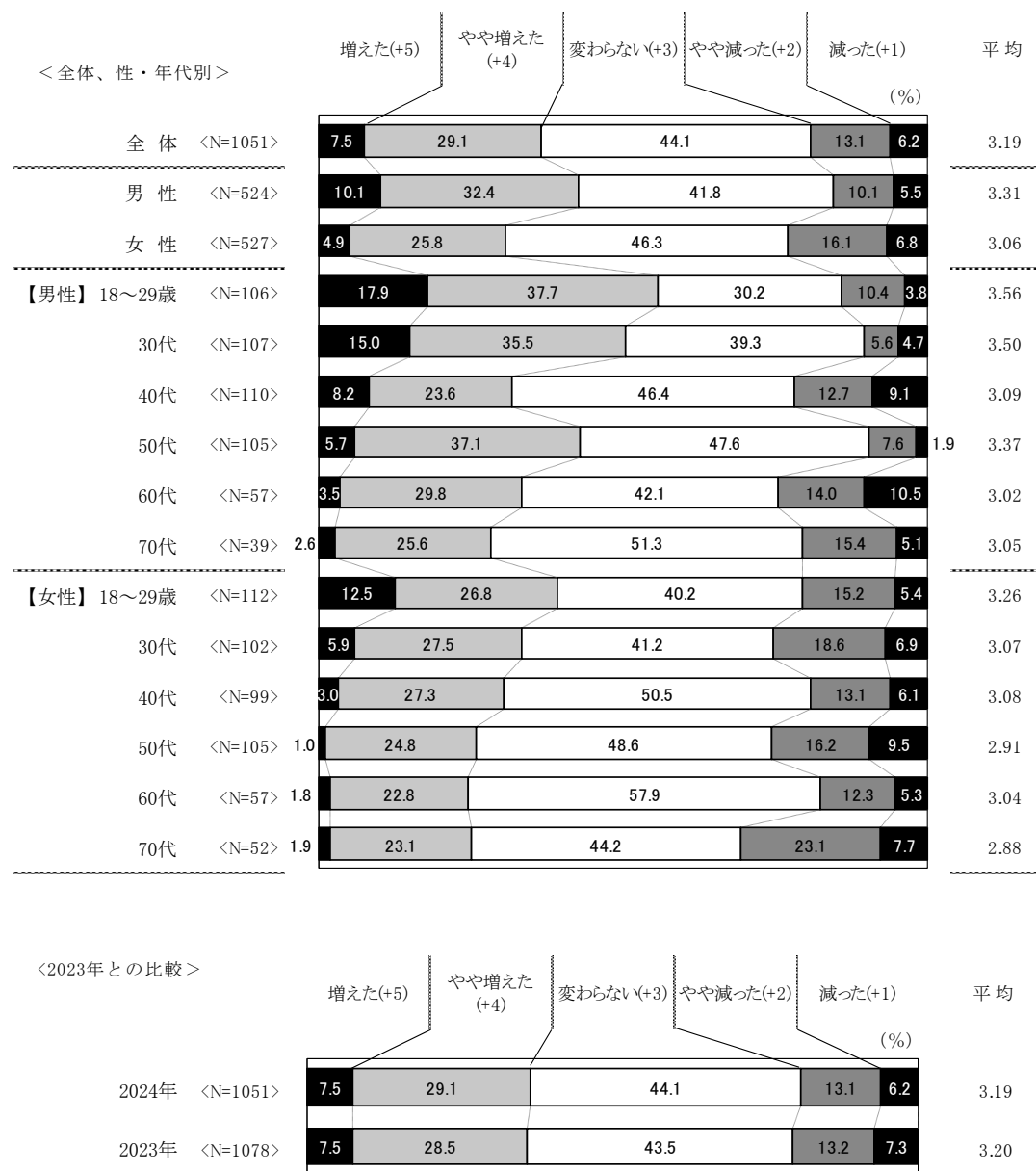
◇男女とも若い年代ほど「増えた」と回答する人が多い。

7割の人が貯蓄をしており、現役世代は毎月貯蓄している。1年前と比較して貯蓄額が増えた人が減った人より多く、貯蓄額は増えている。

図表7-13：貯蓄状況



図表7-14：1年前と比較しての貯蓄額の増減（「貯蓄をしている」人に）



図表7-15で世帯の保有金融資産額、図表7-16で個人の保有金融資産額をまとめた。また、図表7-17で住宅ローンの有無についてもまとめた。

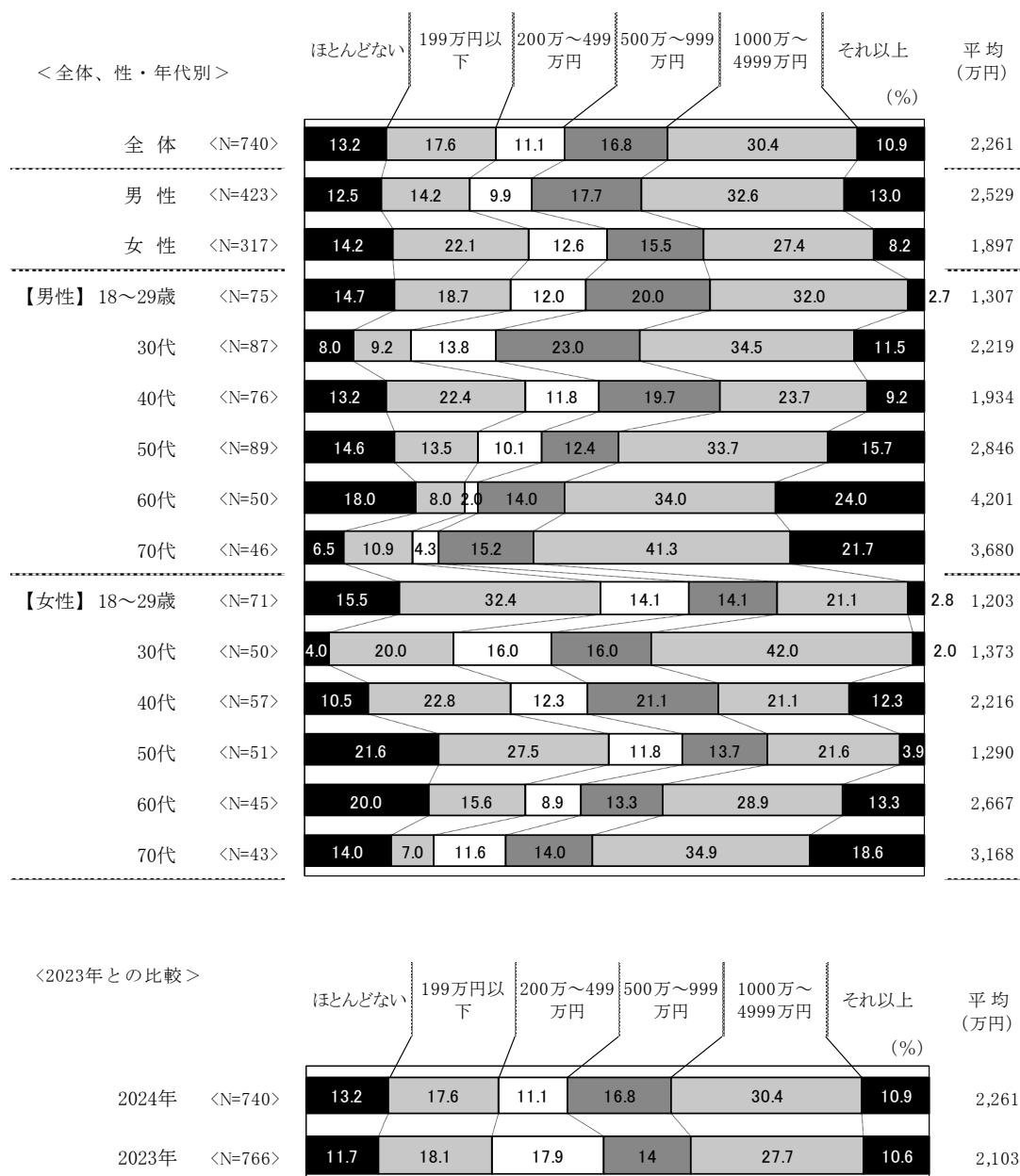
### 《世帯保有金融資産額》

◇世帯保有金融資産額の平均は、2,261万円である。

◇これは、2023年の2,103万円から160万円増加した。

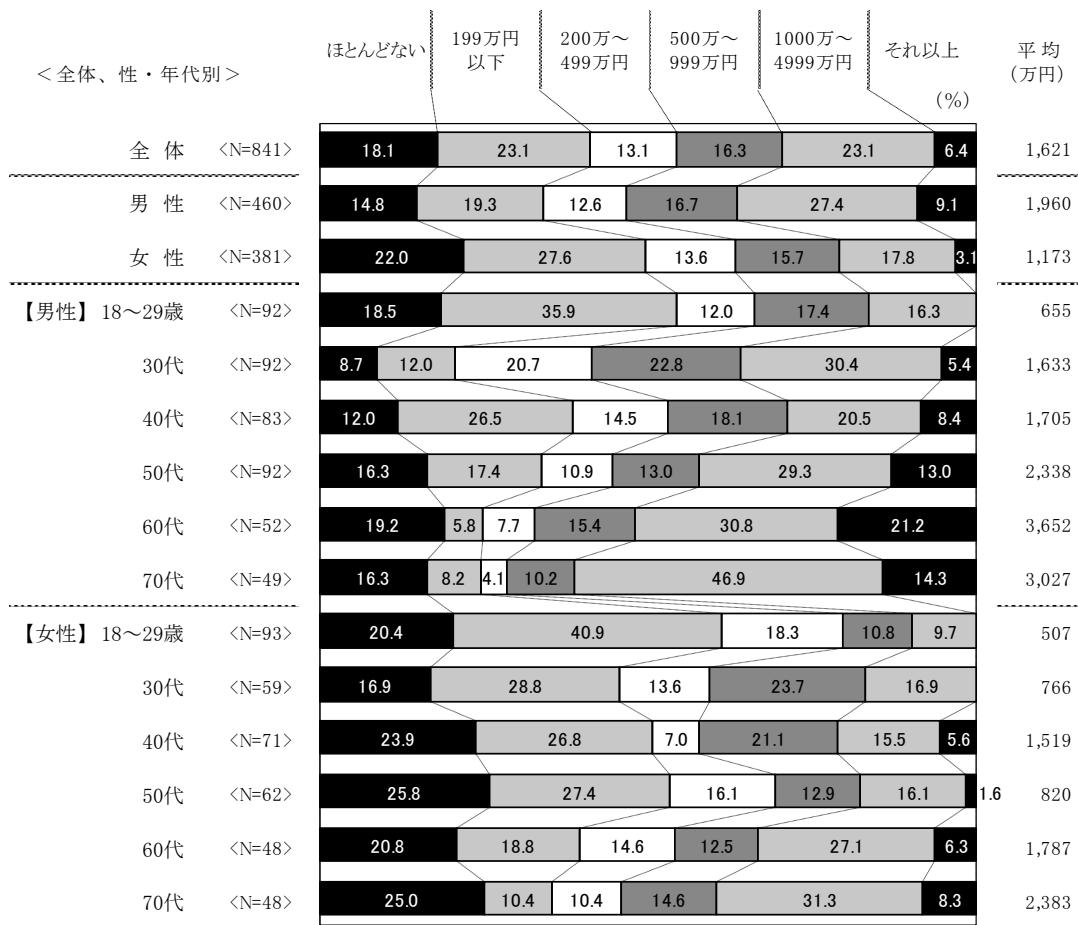
◇高年代ほど多く、男性60代の平均は4,201万円、女性70代3,168万円になる。

図表7-15：世帯保有金融資産額



注:対象者は「わからない・答えたくない」を除く。平均は「ほとんどない」を除いて算出。

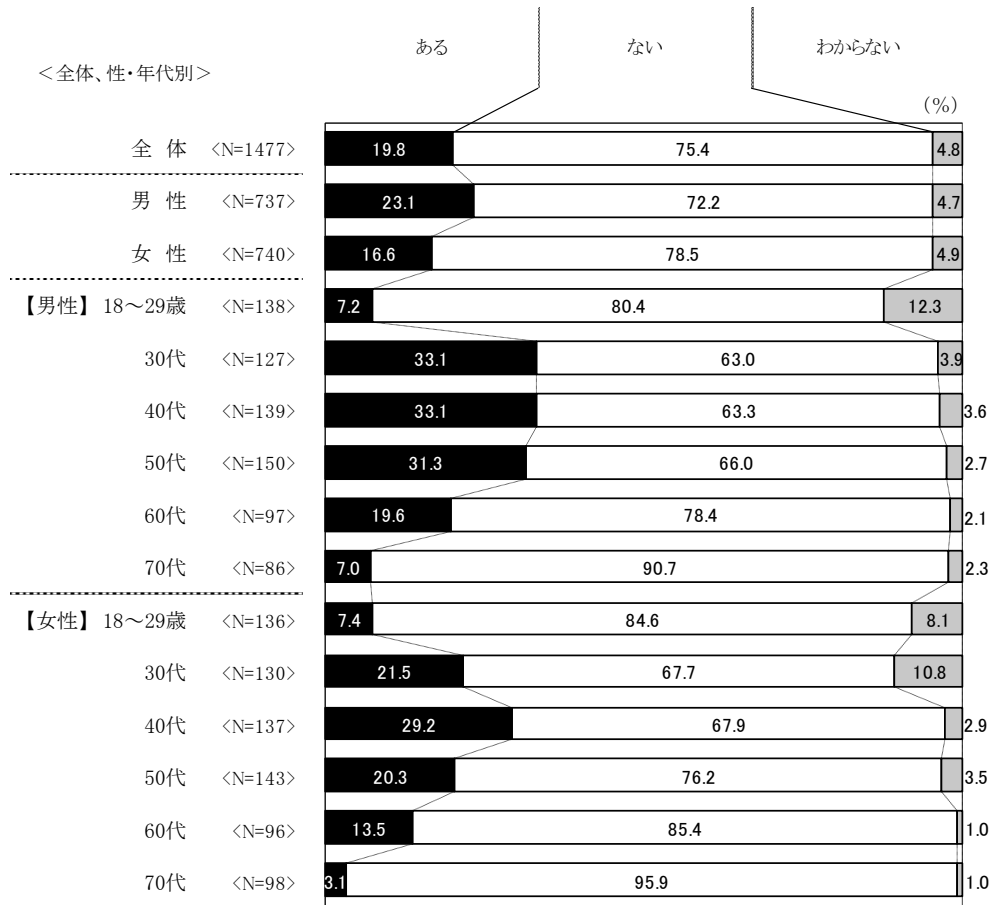
図表7-16：個人保有金融資産額



## 《住宅ローンの有無》

◇住宅ローンのある人は全体で19.8%で、男女30代から50代が多い。

図表7-17：住宅ローンの有無



## 第8章 都市生活者の仕事・家庭・余暇

本章では、都市生活者の仕事、家庭、余暇についてまとめる。

都市生活者の多くが仕事を持ち、男性 60 代でも 7 割が仕事を持っている。男女の違いで労働時間に差はあるが、30 代から 50 代の現役世代の仕事の日数、労働時間が多く、高年齢層になると労働時間は少なくなる。とはいえ、男性 60 代の 8 割、男性 70 代の 6 割が、週 5 日以上仕事をしている。

都市生活者は、仕事はお金を稼ぐための手段と捉え、同じ勤務先で定年まで働くという意識で仕事も自分の生活も楽しんでいる。今後の会社について、社員の生活を守る存在として期待し、育休（育業）取得の増加が進むが、会社の存続のための早期退職者募集も増えるとみている。

仕事の時間は増加、余暇・レジャー時間が減少、家事・育児は変わっていない。男性は、定時就業時間に少し残業もする程度の労働時間を望む人が多く、女性は、残業ゼロ、アルバイト、パート、週休 3 日などの少ない労働時間を望んでいる。

労働時間と収入について、「現状の労働時間と給与のバランスに満足しているので今のままでよい」が最も多いが、2023 年に比べて「とにかく労働時間を減らしたい」が増加しており、労働時間に対する意識が変化している。

50 代以下の年代は、就職する際に収入のよさと少ない残業と休日・休暇取得やワーク・ライフ・バランスを重視し、緩やかに働き続けたいと考えている。仕事上で尊敬できる上司や先輩を持ち、恵まれていると感じている一方で、上司や先輩の仕事ぶりに冷ややかな目も持っている。フレックスタイム制やテレワーク、週休三日制を望む人が多く、男性 30 代、40 代の 3 割以上が「育児休業制度」を望んでいる。

都市生活者は、子どもの成長についての責任感を持ち、個性を発揮して育ててほしいと願っている。男性の子育てへの参画は、女性だけでなく男性 30 代以下でも高く、もはや若い年代の男女に共通する考えになっている。60 代から 70 代は、老後は子どもに迷惑をかけたくないと考えている。

50 代以下の未婚者で結婚を考える人は 4 割にも届かず、結婚しなくても幸せな人生がある则认为の人が 3 割いる。

長く続けている趣味がある人は 2 割で、長く続けているスポーツがある人は 2 割弱である。“推し”がある、推し活をしている人は 1 割強であった。その理由は、「人生を豊かにする楽しみ」や「心身の癒し、日常のストレスからの解放」で、スポーツはこれらに加えて「健康維持・健康増進」が理由になっている。

### 1. 都市生活者の仕事

#### （1）仕事はお金を稼ぐための手段

本調査は 18 歳から 79 歳までの男女個人を対象にしているので、まず収入をとまなう仕事の有無をきき、仕事をしている人に仕事に対する意識・態度や実際の働き方について質問した。この結果をまとめると次のようになる。

##### 《収入をとまなう仕事の有無》

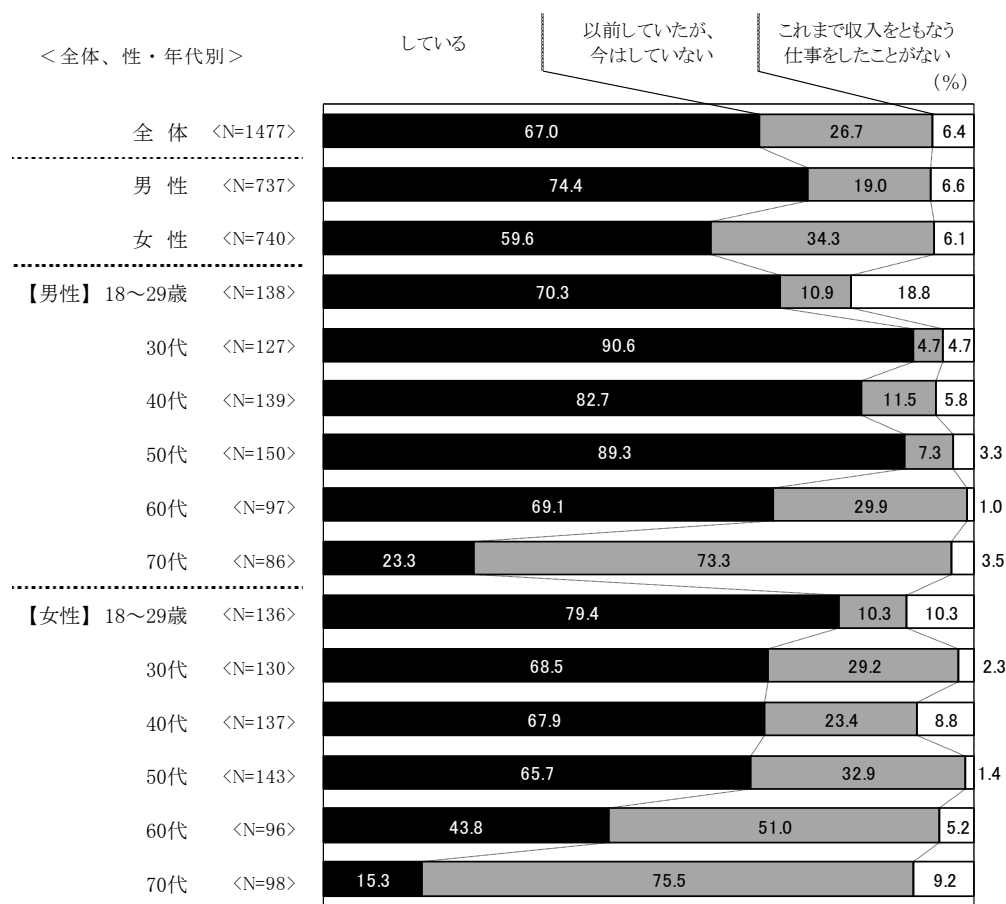
◇対象者全体で現在収入をとまなう仕事を持っている人は 67.0%で、男性は 74.4%、女性は 59.6%である。

◇男女とも若い年代ほど仕事を持っている人が多い。

◇男性の 30 代から 50 代のほぼ 9 割の人が収入をとまなう仕事を持っている。60 代でも 69.1%、70 代になると 23.3%と減少するが、高齢層の多くが仕事を持っている。

◇女性の18～29歳から50代までの6割以上の人が仕事を持っている。60代になると43.8%、70代でも15.3%で、男性に比べると少ないものの、高齢層でも仕事を持っている。

図表8-1：収入をとまう仕事の有無



### 《仕事をした日数・1日の労働時間》

◇最近1週間で仕事をした日数は、全体で平均4.76日である。「週5日」(65.2%)が最も多い。

◇男性の平均は4.97日で、7割が「週5日」(72.8%)である。女性の平均は4.49日で、半数以上が「週5日」(55.8%)仕事をしている。

◇男性30代から50代は、平均5日を超え、「週5日」と「週6日以上」の合計で9割以上になる。男性60代でも7割が「週5日」(71.6%)で、「週6日以上」(11.9%)と合わせると、仕事を持っている人の8割以上が週5日以上仕事をしている。70代でも「週5日」(45.0%)と「週6日以上」(15.0%)を合わせると、6割になる。

◇女性は、30代が「週5日」(64.0%)、「週6日以上」(10.1%)と合わせて7割以上の人が週5日以上仕事をしている。40代でも「週5日」(63.4%)、「週6日以上」(8.6%)と合わせて7割以上になる。50代は、「週5日」(50.0%)と「週6日以上」(7.4%)を合わせて6割近くが週5日以上仕事をしている。60代になると「週1～4日」(54.8%)が半数、70代には「週1～4日」(60.0%)が6割に増える。

◇2023年と比較すると、「週5日」が増加した。

◇1日の労働時間は、全体平均で7.64時間である。「8時間以上」(63.1%)が最も多く、「6～7時間」(19.5%)、「4～5時間」(10.8%)の順になる。

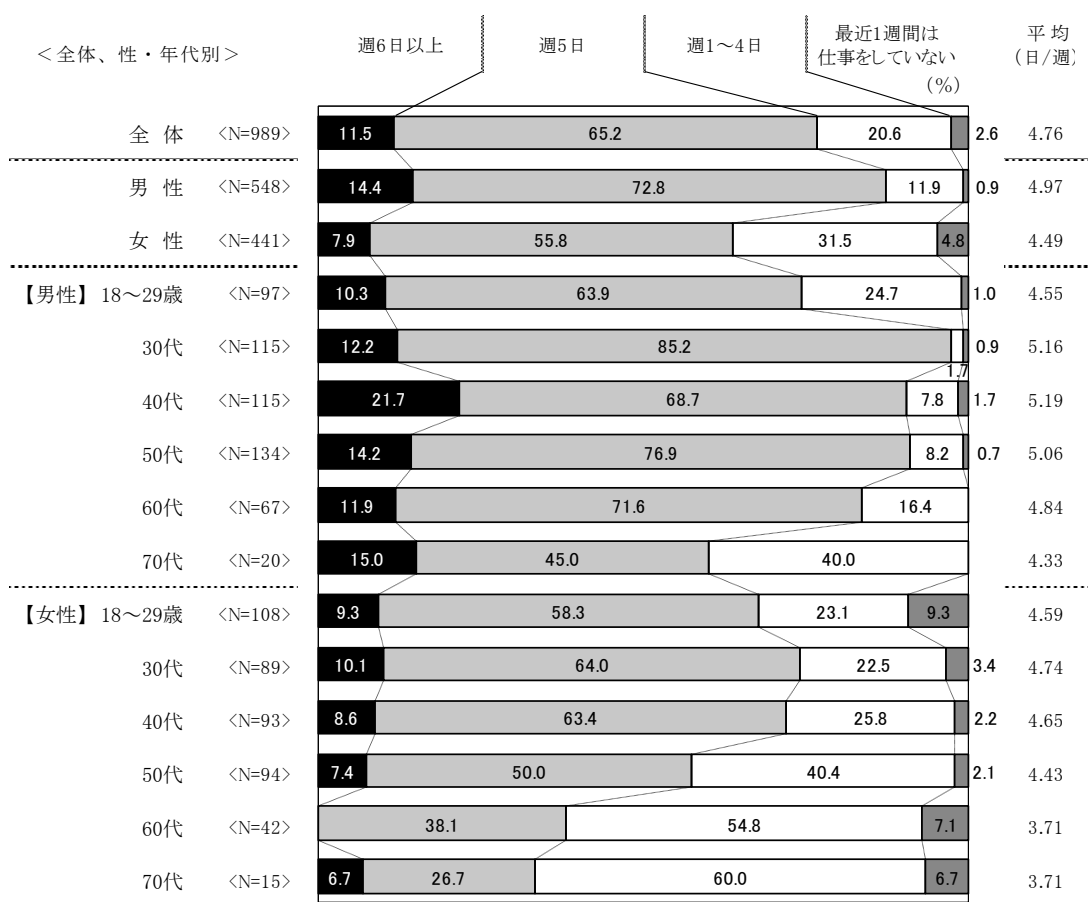
◇男性の平均労働時間は8.13時間以上で、女性は7.01時間である。

◇男性 30代から50代の労働時間は、「8時間以上」が8割以上である。60代でも平均7.54時間で、6割が「8時間以上」(59.7%)、70代でも平均6.06時間、3人中1人が「8時間以上」(35.0%)働いている。女性は、30代から40代では「8時間以上」が半数から6割で、50代になると「8時間以上」(34.0%)は3人中1人に減少し、60代から70代にかけて労働時間はさらに減少する。

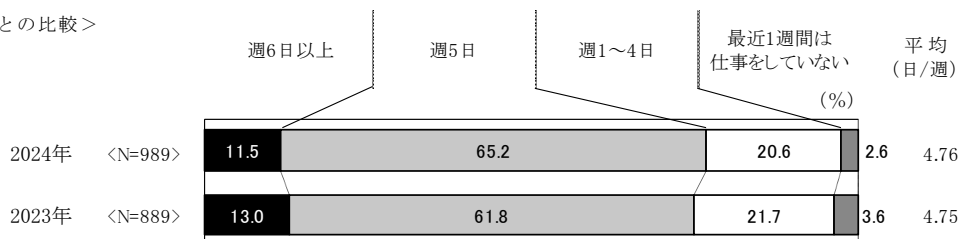
都市生活者の多くが仕事を持っている。男女の違いで労働時間に差はあるが、30代から50代の現役世代の仕事の日数、労働時間が多く、高齢層になると労働時間は少なくなる。とはいえ、男性60代の8割、男性70代の6割が、週5日以上仕事をしている。女性は30代、40代では週5日以上が7割以上であるが、50代から労働日数、労働時間は減少し始める。

図表8-2：最近1週間で仕事をした日数・時間

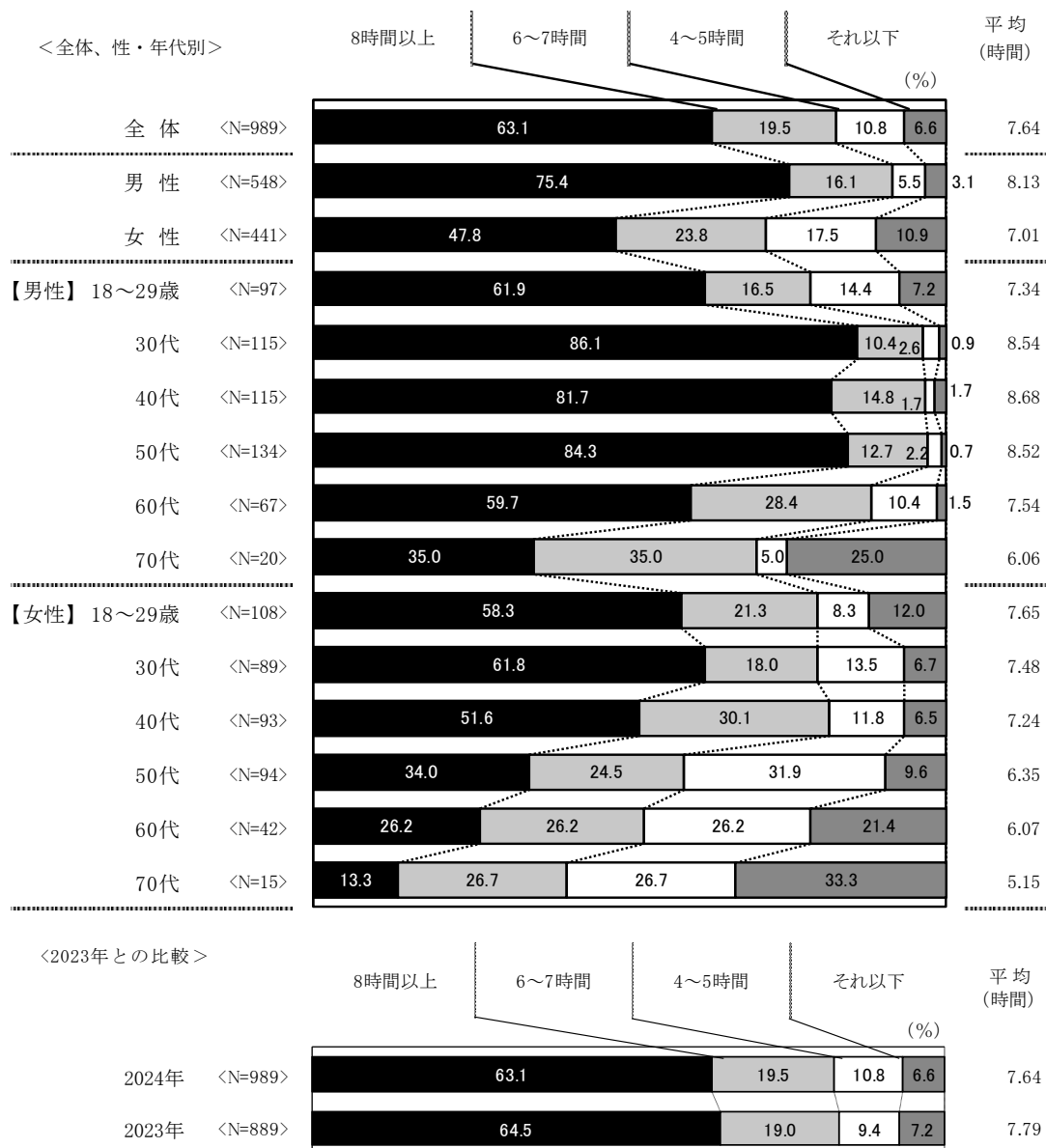
① 仕事をした日数



＜2023年との比較＞



## ② 1日の労働時間

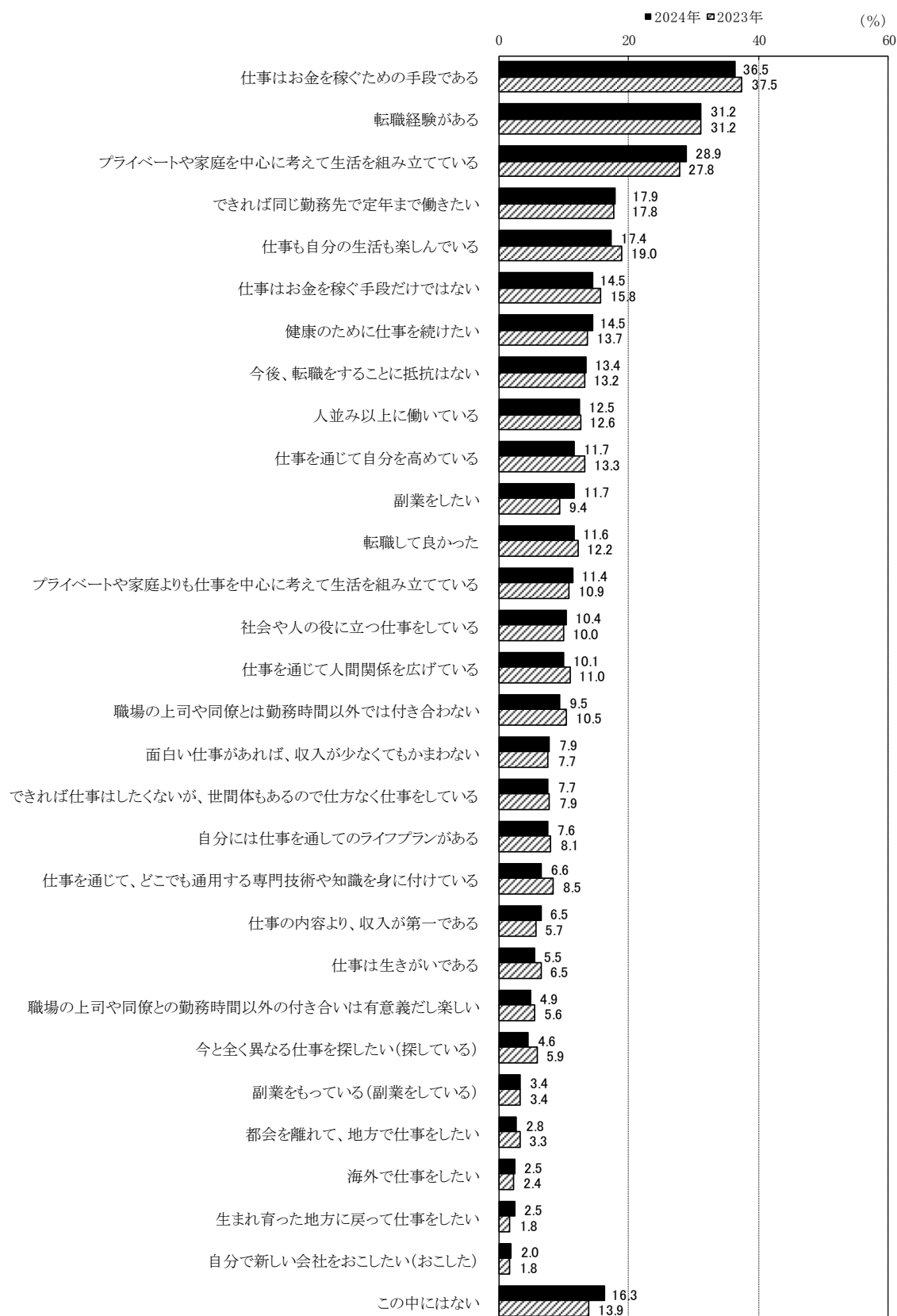


## 《仕事に対する意識》

- ◇仕事に対する意識は、「仕事はお金を稼ぐための手段である」(36.5%)、「転職経験がある」(31.2%)、「プライベートや家庭を中心に考えて生活を組み立てている」(28.9%)、「できれば同じ勤務先で定年まで働きたい」(17.9%)、「仕事も自分の生活も楽しんでいる」(17.4%)の順で高い。
- ◇2023年に比べて「仕事はお金を稼ぐための手段である」と「仕事も自分の生活も楽しんでいる」がやや減少し、「プライベートや家庭を中心に考えて生活を組み立てている」がやや増加した。
- ◇「仕事はお金を稼ぐための手段である」は、男女に共通して高い。
- ◇性・年代別では、男女50代までの年代で「仕事はお金を稼ぐための手段である」が最も高い。男性60代、70代になると「転職経験がある」に次いで「仕事はお金を稼ぐための手段である」が高くなり、定年後に転職してもお金を稼ぐために仕事をしている。

図表8-3：仕事に対する意識・態度（現在仕事を持っている人）

&lt;全体：2024年N=1,383、2023年N=1,434&gt;



&lt;性・年代別&gt;

(%)

| N=           | 1位                    | 2位                              | 3位                              |
|--------------|-----------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| 全体 1383      | 仕事はお金を稼ぐための手段である 36.5 | 転職経験がある 31.2                    | プライベートや家庭を中心に考えて生活を組み立てている 28.9 |
| 男 688        | 仕事はお金を稼ぐための手段である 36.2 | 転職経験がある 32.4                    | プライベートや家庭を中心に考えて生活を組み立てている 23.3 |
| 女 695        | 仕事はお金を稼ぐための手段である 36.8 | プライベートや家庭を中心に考えて生活を組み立てている 34.5 | 転職経験がある 30.1                    |
| 男・18～29歳 112 | 仕事はお金を稼ぐための手段である 36.6 | 仕事も自分の生活も楽しんでいる 19.6            | プライベートや家庭を中心に考えて生活を組み立てている 18.8 |
| 男・30代 121    | 仕事はお金を稼ぐための手段である 37.2 | 転職経験がある 32.2                    | プライベートや家庭を中心に考えて生活を組み立てている 26.4 |
| 男・40代 131    | 仕事はお金を稼ぐための手段である 39.7 | 転職経験がある 37.4                    | できれば同じ勤務先で定年まで働きたい 26.7         |
| 男・50代 145    | 仕事はお金を稼ぐための手段である 37.2 | 転職経験がある 35.9                    | できれば同じ勤務先で定年まで働きたい 29.0         |
| 男・60代 96     | 転職経験がある 38.5          | 仕事はお金を稼ぐための手段である 33.3           | プライベートや家庭を中心に考えて生活を組み立てている 26.0 |
| 男・70代 83     | 転職経験がある 38.6          | 仕事はお金を稼ぐための手段である 30.1           | できれば同じ勤務先で定年まで働きたい 24.1         |
| 女・18～29歳 122 | 仕事はお金を稼ぐための手段である 41.8 | プライベートや家庭を中心に考えて生活を組み立てている 41.8 | 副業をしたい 24.6                     |
| 女・30代 127    | 仕事はお金を稼ぐための手段である 40.2 | プライベートや家庭を中心に考えて生活を組み立てている 37.0 | 転職経験がある 28.3                    |
| 女・40代 125    | 仕事はお金を稼ぐための手段である 50.4 | 転職経験がある 41.6                    | プライベートや家庭を中心に考えて生活を組み立てている 37.6 |
| 女・50代 141    | 仕事はお金を稼ぐための手段である 42.6 | プライベートや家庭を中心に考えて生活を組み立てている 38.3 | 転職経験がある 34.0                    |
| 女・60代 91     | 転職経験がある 30.8          | プライベートや家庭を中心に考えて生活を組み立てている 27.5 | できれば同じ勤務先で定年まで働きたい 24.2         |
| 女・70代 89     | 仕事はお金を稼ぐ手段だけではない 22.5 | 転職経験がある 21.3                    | プライベートや家庭を中心に考えて生活を組み立てている 18.0 |

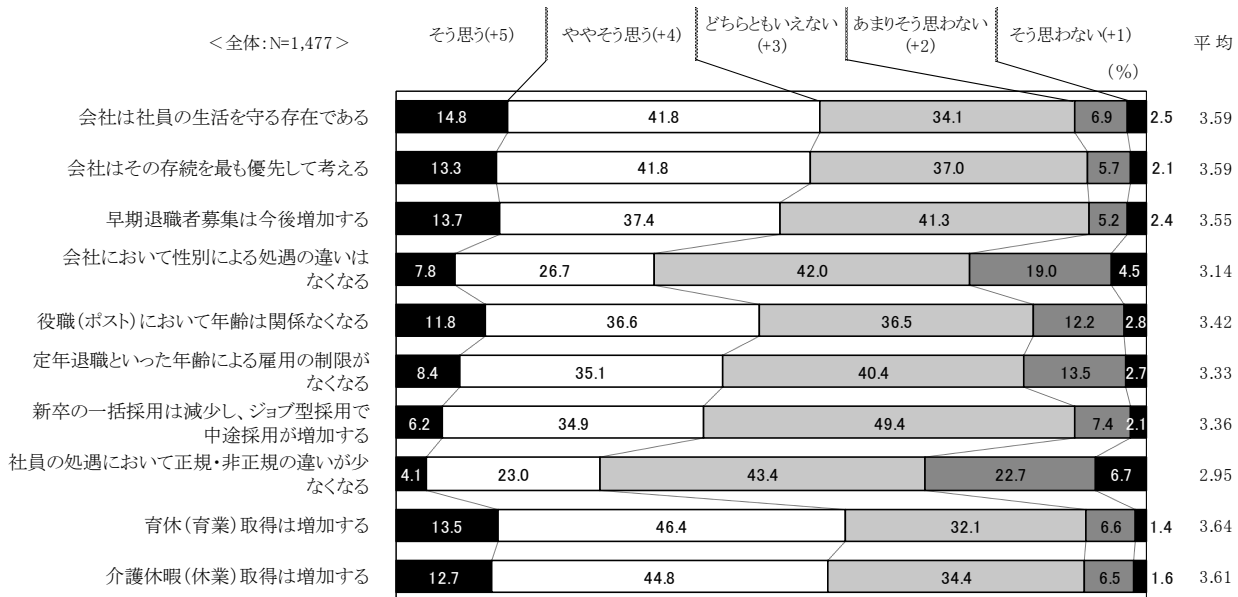
## 《今後の会社や仕事に対する評価のあり方について》

◇会社に対する意識は、「会社は社員の生活を守る存在である」(56.5%)、「育休(育業)取得は増加する」(59.9%)、「介護休暇(休業)取得は増加する」(57.5%)、「会社はその存続を最も優先して考える」(55.2%)、「早期退職者募集は今後増加する」(51.1%)が過半数を超える一方、「社員の処遇において正規・非正規の違いが少なくなる」(27.1%)、「会社において性別による処遇の違いはなくなる」(34.5%)、「新卒の一括採用は減少しジョブ型採用で中途採用が増加する」(41.1%)、「定年退職や年齢による雇用の制限がなくなる」(43.5%)、「役職(ポスト)において年齢は関係なくなる」(48.4%)と考える人は少数派である。

◇それぞれの項目について性別でみると、男性は「育休(育業)取得は増加する」、「会社はその存続を最も優先して考える」、「役職(ポスト)において年齢は関係なくなる」、「早期退職者募集は今後増加する」、「会社において性別は関係なくなる」で女性より高い。女性は、「会社は社員の生活を守る存在である」、「介護休暇(休業)取得は増加する」で男性より高い。

都市生活者は、仕事はお金を稼ぐための手段と捉え、同じ勤務先で定年まで働くという意識で仕事も自分の生活も楽しんでいる。今後の会社について、社員の生活を守る存在として期待し、育休(育業)取得の増加が進むが、会社の存続のための早期退職者募集も増えるとみている。男性は、育休(育業)取得の増加や年齢や性別が関係なくなり、早期退職者も増えるとみている。女性は、社員の生活を守る存在としての会社に期待し、介護休暇(休業)取得が増加するとみている。

図表8-4：今後の会社や仕事に対する評価のあり方について



&lt;性・年代別&gt; (そう思う+ややそう思う)

(% )

|    |        | 調査数   | 会社は社員の生活を守る存在である | 会社はその存続を最も優先して考える | 早期退職者募集は今後増加する | 会社において性別による違いはなくなる | 役職(ポスト)において年齢は関係なくなる | 定年退職といった年齢による雇用の制限がなくなる | 新卒の一括採用は減少しジョブ型採用で中途採用が増加する | 社員の処遇において正規・非正規の違いが少なくなる | 育休(育業)取得は増加する | 介護休暇(休業)取得は増加する |
|----|--------|-------|------------------|-------------------|----------------|--------------------|----------------------|-------------------------|-----------------------------|--------------------------|---------------|-----------------|
| 全体 |        | 1,477 | 56.5             | 55.2              | 51.1           | 34.5               | 48.5                 | 43.5                    | 41.1                        | 27.1                     | 59.9          | 57.5            |
| 男性 |        | 737   | 55.2             | 57.1              | 52.0           | 38.1               | 52.2                 | 43.3                    | 41.5                        | 27.8                     | 60.5          | 56.9            |
| 女性 |        | 740   | 57.8             | 53.2              | 50.3           | 30.9               | 44.7                 | 43.6                    | 40.7                        | 26.5                     | 59.3          | 58.2            |
| 男性 | 18~29歳 | 138   | 55.8             | 68.8              | 51.4           | 43.5               | 50.7                 | 44.9                    | 45.7                        | 34.8                     | 59.4          | 52.9            |
|    | 30代    | 127   | 54.3             | 55.9              | 48.8           | 37.8               | 48.0                 | 52.0                    | 44.9                        | 27.6                     | 52.8          | 47.2            |
|    | 40代    | 139   | 53.2             | 54.0              | 53.2           | 45.3               | 54.0                 | 38.1                    | 34.5                        | 23.0                     | 59.0          | 56.1            |
|    | 50代    | 150   | 52.7             | 52.0              | 51.3           | 31.3               | 52.0                 | 40.0                    | 40.0                        | 23.3                     | 60.7          | 58.7            |
|    | 60代    | 97    | 60.8             | 55.7              | 56.7           | 33.0               | 53.6                 | 38.1                    | 47.4                        | 25.8                     | 67.0          | 64.9            |
|    | 70代    | 86    | 57.0             | 55.8              | 51.2           | 36.0               | 57.0                 | 47.7                    | 37.2                        | 34.9                     | 68.6          | 66.3            |
| 女性 | 18~29歳 | 136   | 64.0             | 60.3              | 50.7           | 41.9               | 46.3                 | 42.6                    | 44.1                        | 35.3                     | 57.4          | 54.4            |
|    | 30代    | 130   | 60.0             | 56.2              | 51.5           | 35.4               | 46.9                 | 50.8                    | 33.8                        | 28.5                     | 57.7          | 55.4            |
|    | 40代    | 137   | 48.2             | 55.5              | 55.5           | 29.2               | 44.5                 | 50.4                    | 39.4                        | 27.7                     | 53.3          | 57.7            |
|    | 50代    | 143   | 53.1             | 45.5              | 49.7           | 25.2               | 39.9                 | 32.9                    | 39.2                        | 21.7                     | 55.9          | 59.4            |
|    | 60代    | 96    | 63.5             | 54.2              | 47.9           | 28.1               | 51.0                 | 43.8                    | 52.1                        | 19.8                     | 72.9          | 64.6            |
|    | 70代    | 98    | 61.2             | 46.9              | 43.9           | 23.5               | 40.8                 | 41.8                    | 37.8                        | 23.5                     | 64.3          | 60.2            |

## (2) 仕事の時間は増加、余暇・レジャー時間が減少、家事・育児は変わらない

ワーク・ライフ・バランスの実態と望ましい労働時間、労働時間と収入についてたずねた。結果は、ワーク・ライフ・バランスの実態が図表8-5、望ましい労働時間が図表8-6、労働時間と収入についてが図表8-7のようになっている。

## 《仕事、余暇・レジャー、家事・育児、自己研鑽の時間の増減》

◇仕事の時間が増加している。仕事の時間が「変わらない」人は6割(63.4%)で、「増えた」(23.0%)が「減った」(13.7%)を上回る。

◇余暇・レジャーの時間は、減った人が増えた人より多い。余暇・レジャーの時間が「変わらない」人は6割近く(57.4%)で、「減った」(26.6%)が「増えた」(16.0%)より多い。

◇家事・育児の時間が「変わらない」人は4人中3人(76.3%)である。

◇自己研鑽に費やす時間が「変わらない」人は7割以上(73.1%)で、「減った」(16.0%)が「増えた」(10.9%)を上回る。

◇仕事の時間は、男女との若い年代ほど増える傾向にある。男女50代までの年代で「増えた」が「減った」を上回る。

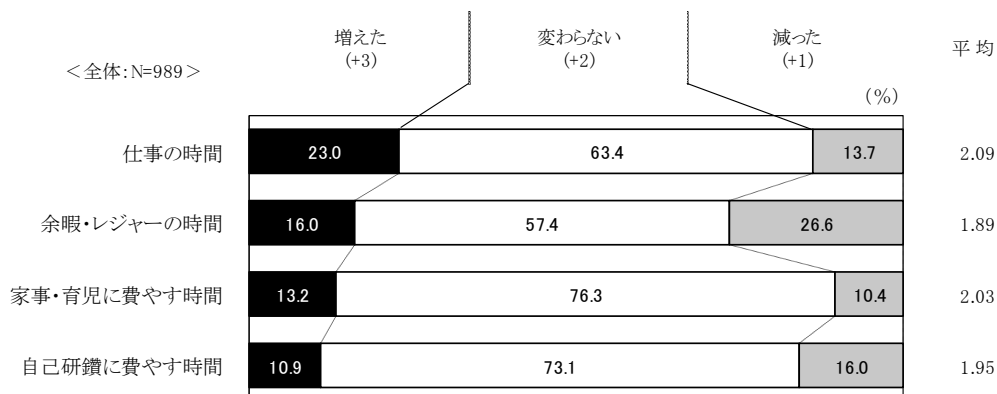
◇余暇・レジャーの時間が「増えた」が「減った」を上回るのは、男性60代と女性18～29歳のみで、他の年代は減っている。

◇家事・育児の時間は、男性30代と女性30代までの年代で、「増えた」が「減った」を上回る。

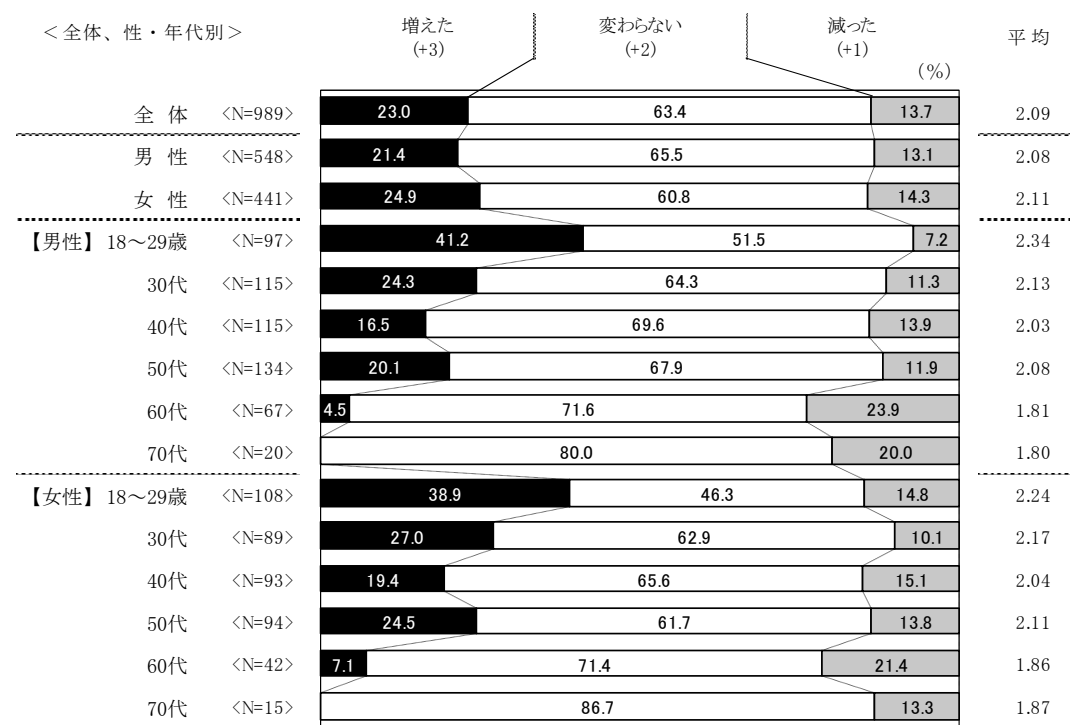
◇自己研鑽に費やす時間は、男女18～29歳で「増えた」が「減った」を上回る。

図表8-5：1年前と比較しての時間の増減（現在仕事を持っている人）

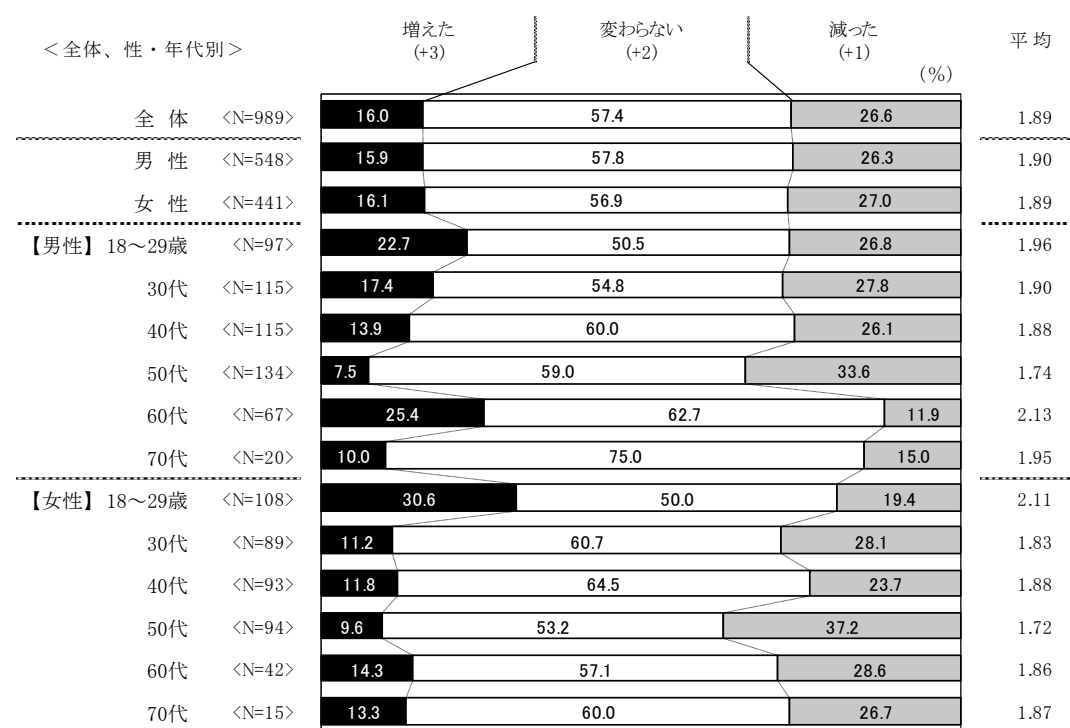
## ① 仕事の時間、余暇・レジャーの時間、家事・育児の時間、自己研鑽の時間



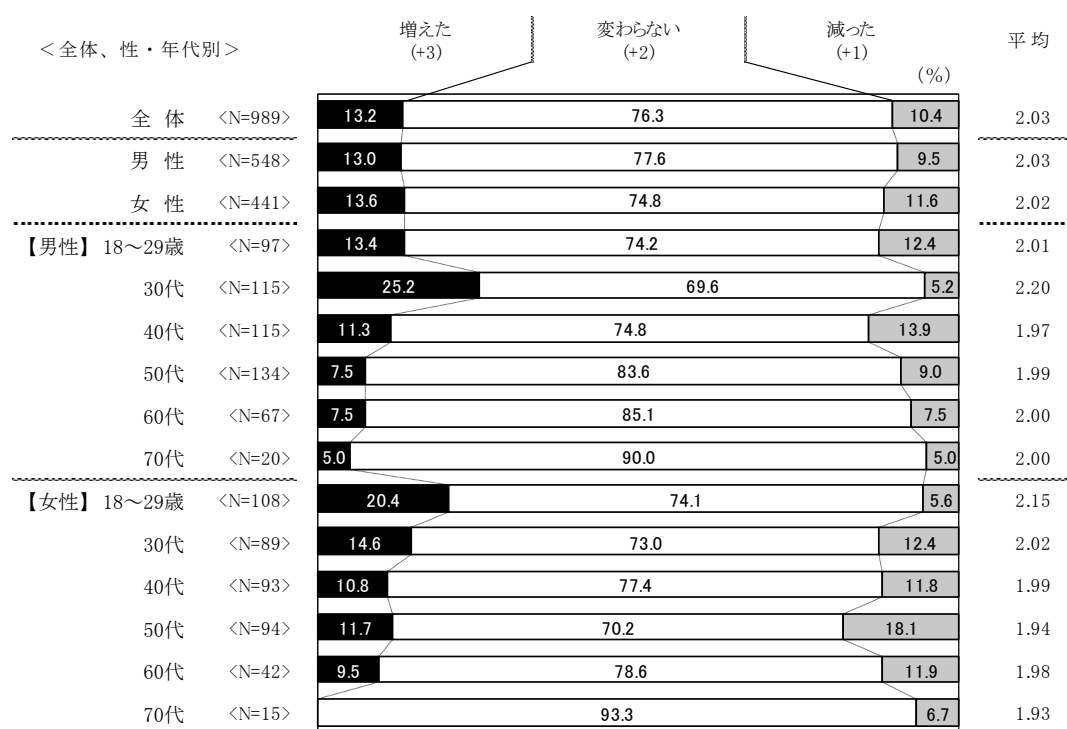
## ② 仕事の時間の増減



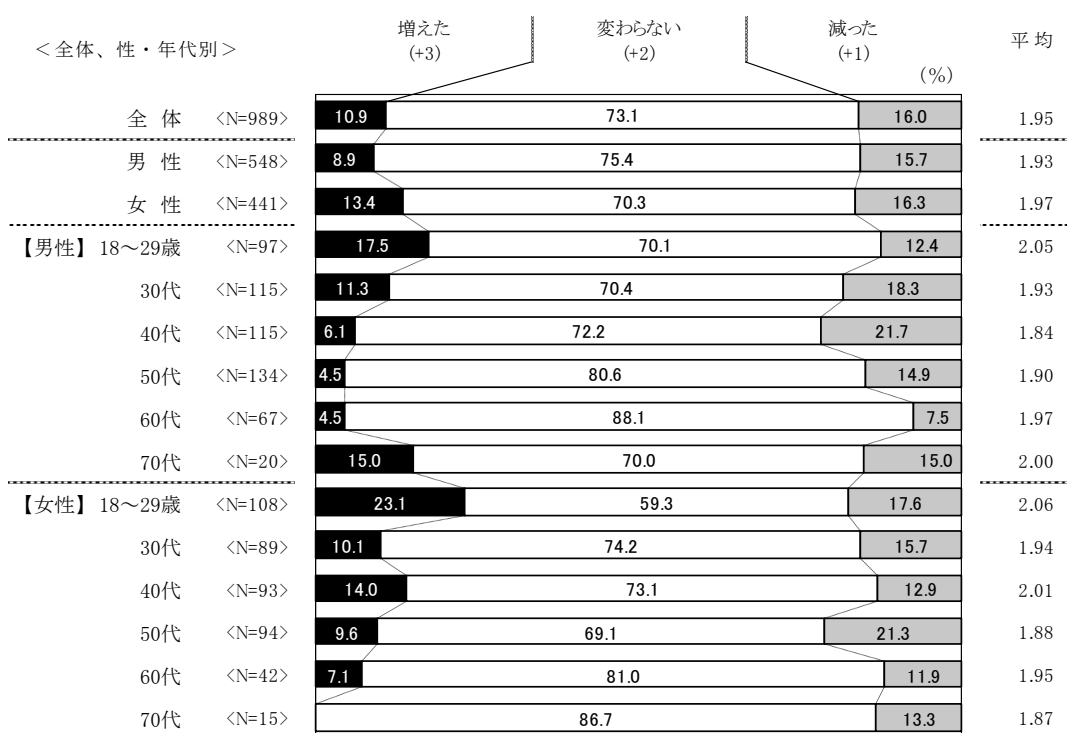
## ③ 余暇・レジャーの時間の増減



## ④ 家事・育児に費やす時間の増減



## ⑤ 自己研鑽に費やす時間の増減



## 《望ましい労働時間》

◇望ましい労働時間は、「定時就業時間に必要があれば少し残業もする程度」(23.1%)、「定時就業時間のみで残業ゼロ」(20.6%)、「労働時間の上限は意識していない」(14.9%)、「週休3日など、正規社

員より少ない時間働く」(14.2%)の順で高い。

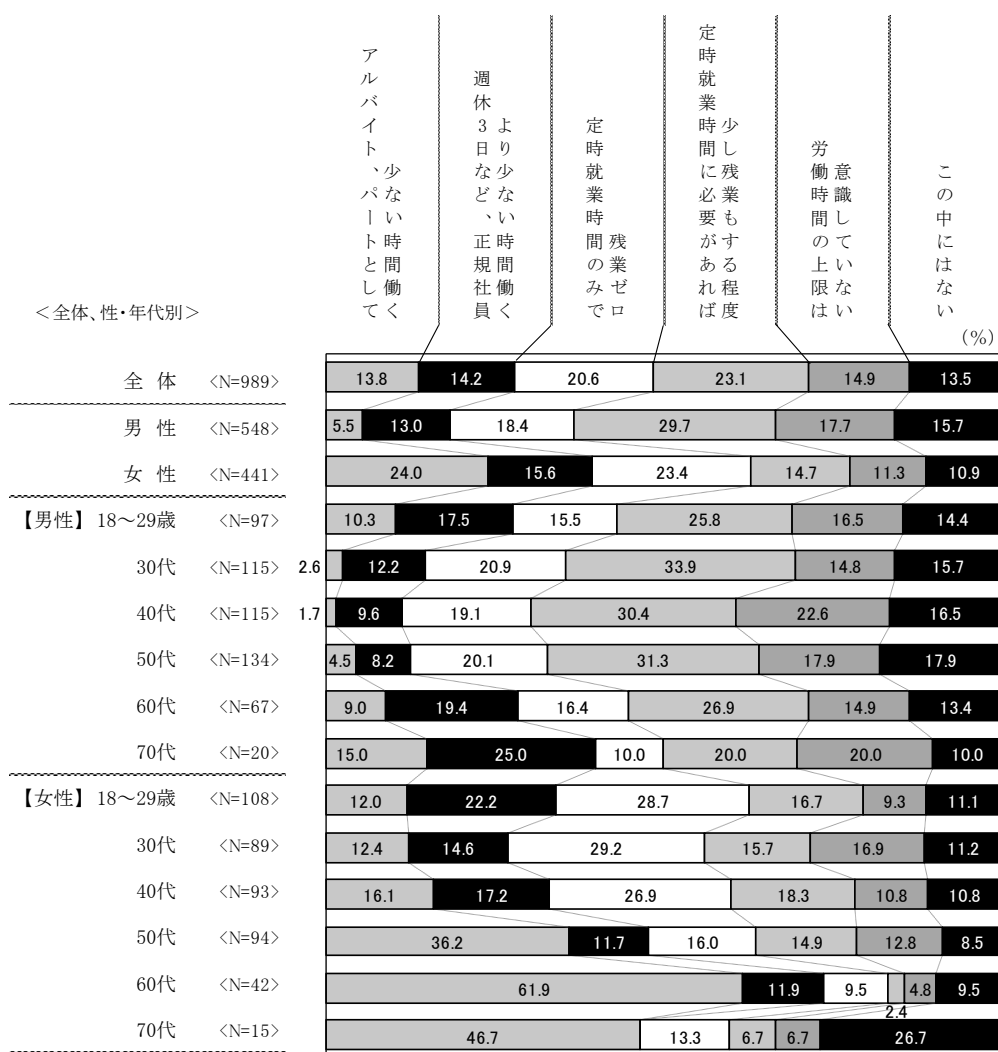
◇男性は、「定時就業時間に必要があれば少し残業もする程度」(29.7%)が最も高く、「定時就業時間のみで残業ゼロ」(18.4%)、「労働時間の上限は意識していない」(17.7%)がこれに次ぐ。女性は、「アルバイト、パートとして少ない時間働く」(24.0%)、「定時就業時間のみで残業ゼロ」(23.4%)、「週休3日など、正規社員より少ない時間働く」(15.6%)の順で多く、男性に比べて少ない労働時間を望んでいる。

◇男性30代から50代の3割以上は「定時就業時間に必要があれば少し残業もする程度」、2割が「定時就業時間のみで残業ゼロ」と回答している。「週休3日など、正規社員より少ない時間働く」は60代ではほぼ2割になり、70代になると25.0%に増える。

◇女性は40代まで3割近くが、「定時就業時間のみで残業ゼロ」を望んでいるが、50代以上では「アルバイト、パートとして少ない時間働く」を望む人が多数になる。

◇2023年と比較すると、「定時就業時間に必要があれば少し残業もする程度」が減少し、「アルバイト、パートとして少ない時間働く」がやや増加した。

図表8-6：望ましい労働時間



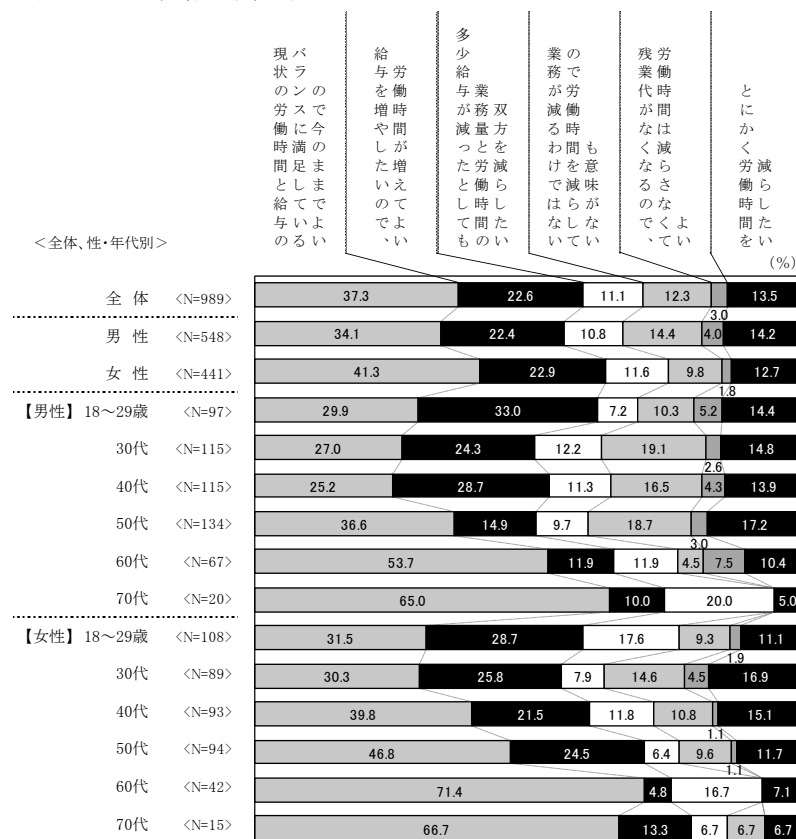
&lt;2023年との比較&gt;

|                | アルバイト、パート、少ない時間働く | 週休3日より少ないなど、正規社員より少ない | 定時就業時間、残業ゼロ | あれば少し残業もする必要が度 | 労働意識していない | この中にはない |
|----------------|-------------------|-----------------------|-------------|----------------|-----------|---------|
| 2024年 <N=1034> | 13.8              | 14.2                  | 20.6        | 23.1           | 14.9      | 13.5    |
| 2023年 <N=889>  | 11.7              | 14.5                  | 20.9        | 25.0           | 14.4      | 13.4    |

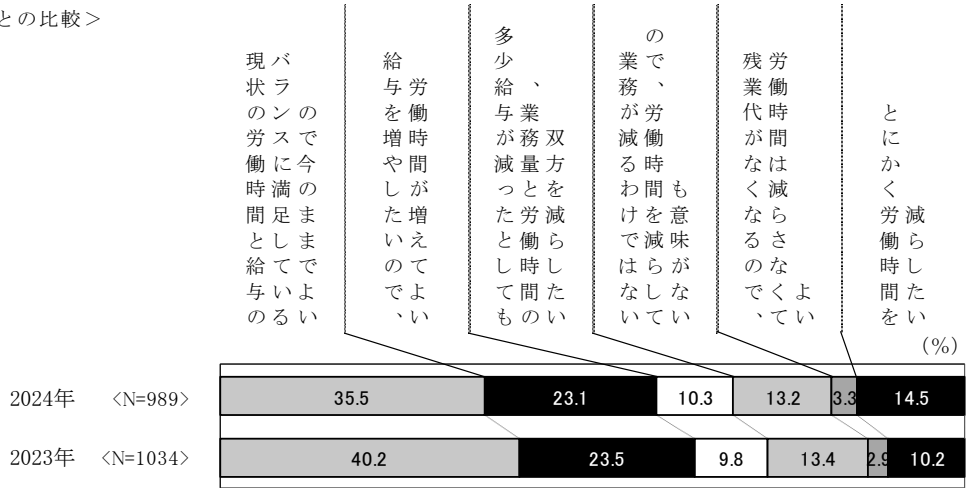
## 《労働時間と収入について》

- ◇「現状の労働時間と給与のバランスに満足しているので今のままでよい」(37.3%) が最も多く、「給与を増やしたいので、労働時間が増えてもよい」(22.6%)、「とにかく労働時間を減らしたい」(13.5%) 「業務が減るわけではないので、労働時間を減らしても意味がない」(12.3%) が続く。
- ◇男女別にみると、「現状の労働時間と給与のバランスに満足しているので今のままでよい」は女性のほうが男性より多い。
- ◇性・年代別にみると、年代が上がるほど「現状の労働時間と給与のバランスに満足しているので今のままでよい」が増える。男女40代までは「給与を増やしたいので、労働時間が増えてもよい」が多い。
- ◇2023年と比較すると、「現状の労働時間と給与のバランスに満足しているので今のままでよい」が減少し、「とにかく労働時間を減らしたい」が増加している。

図表8-7：労働時間と収入



＜2023年との比較＞



仕事の時間は増加、余暇・レジャー時間が減少、家事・育児は変わらない。

男性は、定時就業時間に少し残業もする程度の労働時間を望む人は多くなるが、女性は、残業ゼロ、アルバイト、パート、週休3日などの少ない労働時間を望んでいる。

労働時間と収入について、「現状の労働時間と給与のバランスに満足しているので今のままでよい」が最も多く、この傾向は女性で強い。一方で、2023年との比較では、「とにかく労働時間を減らしたい」が増加しており、労働時間に対する意識が変化している。

（3）生活費を稼ぐため、そして健康のために長く働きたい

今後の仕事について都市生活者はどのように考えているだろうか。図表 8-8 から図表 8-11 は、今後どのような仕事をしたいか、何歳まで働きたいかなどについて質問した結果である。

《今後どのような仕事をしたいか》

- ◇現在仕事を持っている人に今後どのような仕事をしたいかを質問したところ、「勤務先で定年まで働く」(24.3%)、「勤務先で働けるだけ長く働く」(19.8%)が高い。「別の会社団体に転職する」(7.9%)を考える人は1割にも満たない。また、「わからない」(22.0%)と回答した人は2割であった。
- ◇2023年に比べて、「勤務先で定年まで働く」と考える人は減少した。
- ◇男性は「勤務先で定年まで働く」(29.7%)、「勤務先で働けるだけ長く働く」(18.1%)の順で高く、女性は「勤務先で働けるだけ長く働く」(22.0%)、「勤務先で定年まで働く」(17.5%)の順で高い。男女ともこれら2つの合計でも半数以下にとどまる。男性は50代までが「勤務先で定年まで働く」が最も高いが、60代、70代は「勤務先で働けるだけ長く働く」が最も高くなる。男女18～29歳で「別の会社団体に転職する」が1割以上で、転職を考える人もいる。

《今後収入をとまなう仕事をするために現在取り組んでいること》

- ◇本調査の対象者すべての人に、今後収入をとまなう仕事をするために現在取り組んでいることをきいたところ、「健康維持、体力づくりに取り組んでいる」(22.3%)、「仕事に必要な知見を広げるようにしている」(19.2%)、「人脈を広げるようにしている」(12.3%)の順で高い。「特にない」(53.1%)が半数以上である。

- ◇現在取り組んでいることは、「仕事に必要な知見を広げるようにしている」が2023年より減少し、「特にない」が増えた。
- ◇男性40代までと女性30代までは「仕事に必要な知見を広げるようにしている」が最も高いが、これ以上の年代では「健康維持、体力づくりに取り組んでいる」が高い。

#### 《何歳まで収入をとまなう仕事をしたいか》

- ◇現在仕事をしている人に何歳まで仕事をしたいかをきいた。全体では、「60歳以下」(25.9%)、「66歳以上」(26.6%)、「働ける限り働く」(21.9%)、「65歳」(20.7%)など多様である。
- ◇男性は「66歳以上」(27.6%)、「60歳以下」(25.7%)、「65歳」(20.4%)、「働ける限り働く」(20.3%)と多様である。女性も「60歳以下」(26.1%)、「66歳以上」(25.4%)、「働ける限り働く」(24.0%)、「65歳」(21.1%)と多様である。
- ◇性・年代別にみると、若い年代ほど「60歳以下」が多く、高年代になると「66歳以上」が増える。
- ◇2023年と比較すると、「66歳以上」と考える人が増加、「働ける限り働く」が減少した。

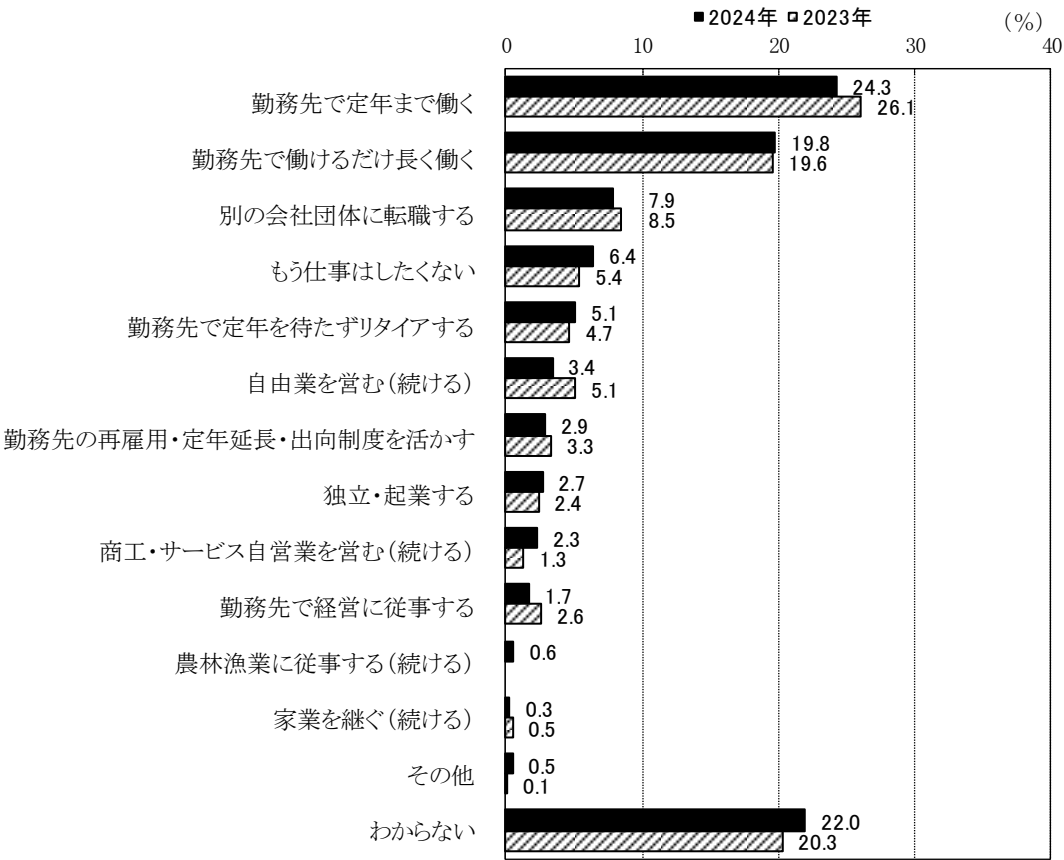
#### 《収入をとまなう仕事をしたい理由》

- ◇収入をとまなう仕事をしたい理由は、「日常の生活費を稼ぐため」(64.7%)が最も高く、「健康のため」(31.9%)、「老後防止のため」(30.6%)、「年金支給だけでは生活費が不足するため」(30.0%)、「老後(今後)の生活資金を蓄えるため」(28.3%)、「年金が支給されるまでの生活費を稼ぐため」(27.4%)、「規則正しい生活をしたいので」(26.0%)、「社会とのつながりをもち続けたいので」(25.3%)、「自分の趣味活動や交際費を稼ぐため」(19.6%)が続く。日常の生活費や健康のためという理由が多い。
- ◇2023年との比較では、「老後(今後)の生活資金を蓄えるため」、「年金が支給されるまでの生活費を稼ぐため」が低下した。
- ◇男女で「日常の生活費を稼ぐため」は共通しているが、これに次いで男性は「年金が支給されるまでの生活費を稼ぐため」と「健康のため」、女性は「健康のため」と「老後防止のため」が理由になっている。男性30代から50代は、「日常の生活費を稼ぐため」だけでなく、「年金支給だけでは生活費が不足するため」、「年金が支給されるまでの生活費を稼ぐため」、「老後(今後)の生活資金を蓄えるため」など老後の生活費に不安を抱いている。女性40代以下でも、「日常の生活費を稼ぐため」だけでなく、「老後(今後)の生活資金を蓄えるため」が理由になっている。

都市生活者は、現在の勤務先で定年またはできるだけ長く働きたいと考える人が多いものの、男性は50代までが「勤務先で定年まで働く」が最も高いが、60代、70代は「勤務先で働けるだけ長く働く」が最も高くなる。男女18～29歳で「別の会社団体に転職する」が1割以上で、転職を考える人もいる。今後収入をとまなう仕事をするために現在取り組んでいることは、健康維持、体力づくりや仕事に必要な知見を広げることである。収入をとまなう仕事をしたい理由は、日常の生活費や老後の生活資金という経済的なものであるが、高齢になると健康のためや老後防止が高くなる。

図表8－8：今後どのような仕事をしたいか（「現在収入をとまなう仕事をしている」人が対象）

<全体：2024年N=989、2023年N=1,034>



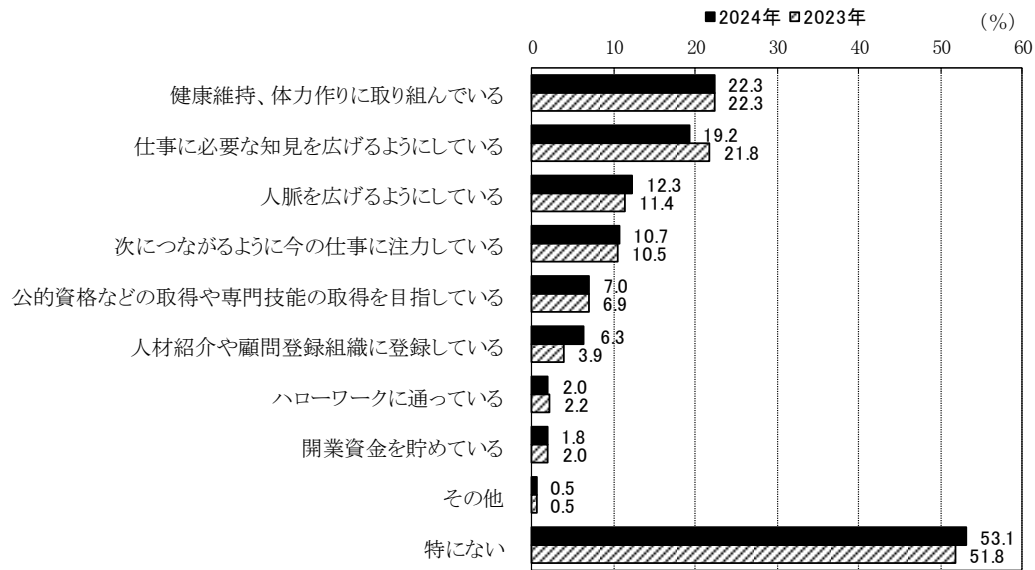
<性・年代別>

(%)

| N=       |     | 1位            |      | 2位                 |      | 3位               |      |
|----------|-----|---------------|------|--------------------|------|------------------|------|
| 全体       | 989 | 勤務先で定年まで働く    | 24.3 | 勤務先で働けるだけ長く働く      | 19.8 | 別の会社団体に転職する      | 7.9  |
| 男        | 548 | 勤務先で定年まで働く    | 29.7 | 勤務先で働けるだけ長く働く      | 18.1 | 別の会社団体に転職する      | 8.8  |
| 女        | 441 | 勤務先で働けるだけ長く働く | 22.0 | 勤務先で定年まで働く         | 17.5 | もう仕事はしたくない       | 7.9  |
| 男・18～29歳 | 97  | 勤務先で定年まで働く    | 24.7 | 勤務先で働けるだけ長く働く      | 18.6 | 別の会社団体に転職する      | 16.5 |
| 男・30代    | 115 | 勤務先で定年まで働く    | 32.2 | 勤務先で働けるだけ長く働く      | 13.0 | 別の会社団体に転職する      | 8.7  |
| 男・40代    | 115 | 勤務先で定年まで働く    | 30.4 | 勤務先で働けるだけ長く働く      | 16.5 | 別の会社団体に転職する      | 8.7  |
| 男・50代    | 134 | 勤務先で定年まで働く    | 38.8 | 勤務先で働けるだけ長く働く      | 14.2 | 別の会社団体に転職する      | 8.2  |
| 男・60代    | 67  | 勤務先で働けるだけ長く働く | 29.9 | 勤務先で定年まで働く         | 19.4 | もう仕事はしたくない       | 7.5  |
| 男・70代    | 20  | 勤務先で働けるだけ長く働く | 40.0 | 商工・サービス自営業を営む(続ける) | 15.0 | 勤務先で定年まで働く       | 10.0 |
| 女・18～29歳 | 108 | 勤務先で働けるだけ長く働く | 17.6 | もう仕事はしたくない         | 13.0 | 別の会社団体に転職する      | 12.0 |
| 女・30代    | 89  | 勤務先で働けるだけ長く働く | 20.2 | 勤務先で定年まで働く         | 14.6 | 勤務先で定年を待たずリタイアする | 7.9  |
| 女・40代    | 93  | 勤務先で定年まで働く    | 20.4 | 勤務先で働けるだけ長く働く      | 17.2 | 別の会社団体に転職する      | 8.6  |
| 女・50代    | 94  | 勤務先で定年まで働く    | 26.6 | 勤務先で働けるだけ長く働く      | 22.3 | もう仕事はしたくない       | 7.4  |
| 女・60代    | 42  | 勤務先で働けるだけ長く働く | 38.1 | 勤務先で定年まで働く         | 21.4 | もう仕事はしたくない       | 7.1  |
| 女・70代    | 15  | 勤務先で働けるだけ長く働く | 46.7 | 自由業を営む(続ける)        | 13.3 | もう仕事はしたくない       | 6.7  |

図表8-9：今後収入をとまなう仕事をするために現在取り組んでいること

&lt;全体:2024年N=1,477、2023年N=1,511&gt;

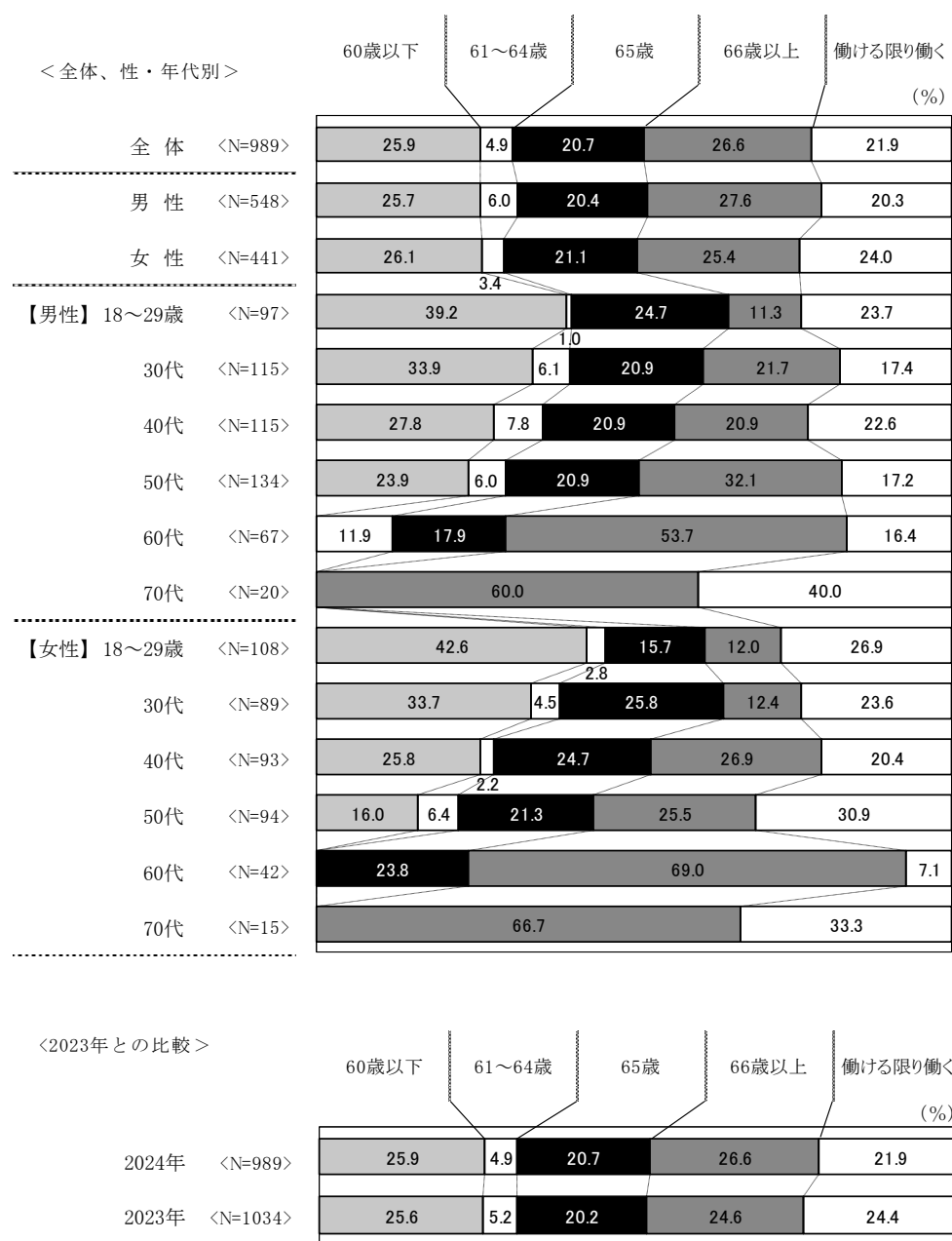


&lt;性・年代別&gt;

(%)

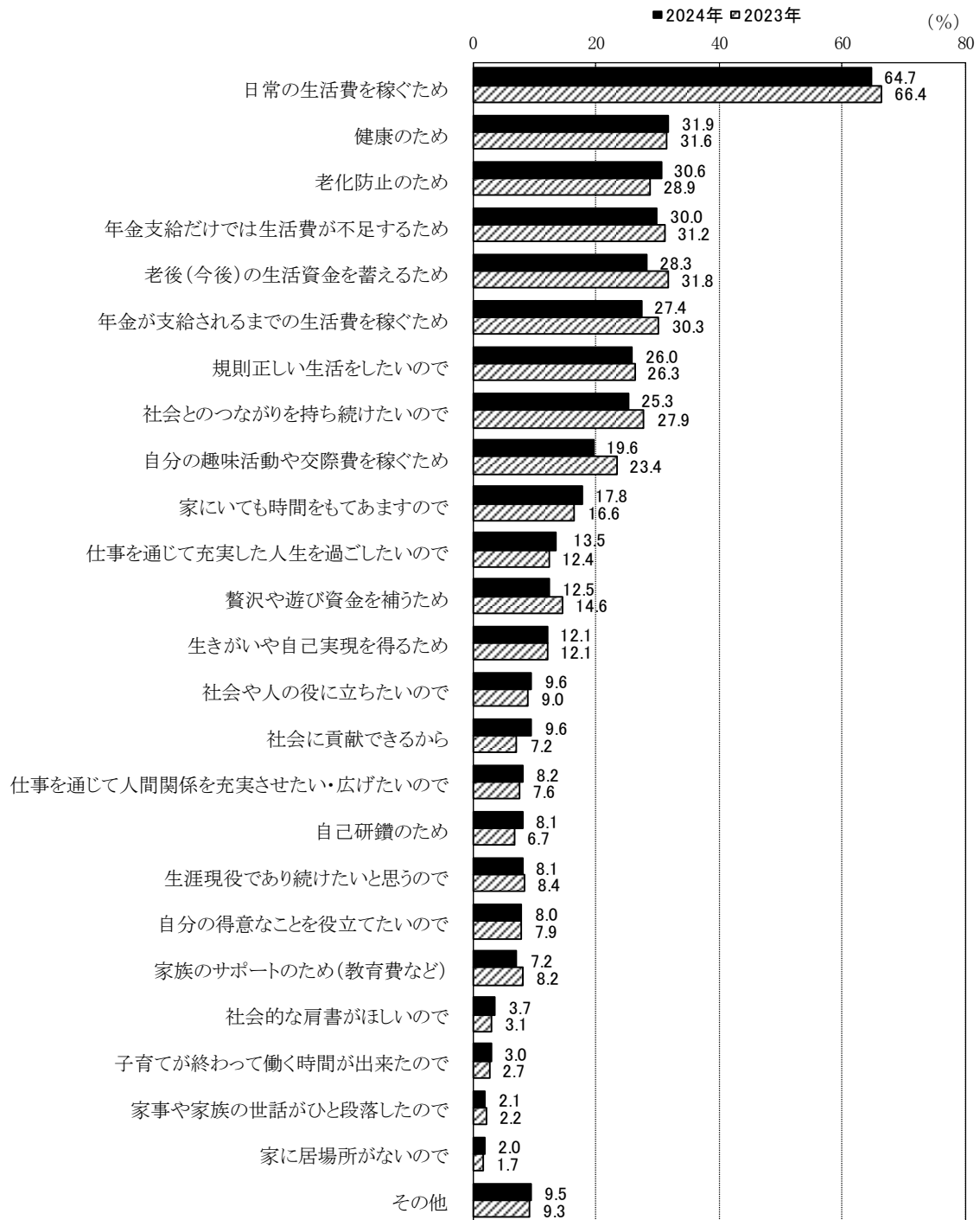
| N=           | 1位                       | 2位                                    | 3位                              |
|--------------|--------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|
| 全体 1477      | 健康維持、体力作りに取り組んでいる 22.3   | 仕事に必要な知見を広げるようにしている 19.2              | 人脈を広げるようにしている 12.3              |
| 男 737        | 健康維持、体力作りに取り組んでいる 23.3   | 仕事に必要な知見を広げるようにしている 22.1              | 人脈を広げるようにしている 15.7              |
| 女 740        | 健康維持、体力作りに取り組んでいる 21.4   | 仕事に必要な知見を広げるようにしている 16.4              | 次につながるように今の仕事に注力している 9.3        |
| 男・18～29歳 138 | 仕事に必要な知見を広げるようにしている 23.2 | 人脈を広げるようにしている 20.3                    | 健康維持、体力作りに取り組んでいる 15.9          |
| 男・30代 127    | 仕事に必要な知見を広げるようにしている 27.6 | 健康維持、体力作りに取り組んでいる 26.0                | 人脈を広げるようにしている 18.9              |
| 男・40代 139    | 仕事に必要な知見を広げるようにしている 28.8 | 健康維持、体力作りに取り組んでいる 28.1                | 人脈を広げるようにしている 15.8              |
| 男・50代 150    | 健康維持、体力作りに取り組んでいる 19.3   | 仕事に必要な知見を広げるようにしている 18.7              | 人脈を広げるようにしている 13.3              |
| 男・60代 97     | 健康維持、体力作りに取り組んでいる 27.8   | 仕事に必要な知見を広げるようにしている 17.5              | 人脈を広げるようにしている 14.4              |
| 男・70代 86     | 健康維持、体力作りに取り組んでいる 25.6   | 仕事に必要な知見を広げるようにしている 12.8              | 人脈を広げるようにしている 9.3               |
| 女・18～29歳 136 | 仕事に必要な知見を広げるようにしている 24.3 | 人脈を広げるようにしている 18.4                    | 次につながるように今の仕事に注力している 17.6       |
| 女・30代 130    | 仕事に必要な知見を広げるようにしている 16.9 | 健康維持、体力作りに取り組んでいる 16.9                | 転職サイトなどの人材紹介や顧問登録組織に登録している 11.5 |
| 女・40代 137    | 健康維持、体力作りに取り組んでいる 27.7   | 仕事に必要な知見を広げるようにしている 17.5              | 人脈を広げるようにしている 10.2              |
| 女・50代 143    | 健康維持、体力作りに取り組んでいる 28.0   | 仕事に必要な知見を広げるようにしている 18.2              | 次につながるように今の仕事に注力している 9.8        |
| 女・60代 96     | 健康維持、体力作りに取り組んでいる 18.8   | 仕事に必要な知見を広げるようにしている 10.4              | 次につながるように今の仕事に注力している 6.3        |
| 女・70代 98     | 健康維持、体力作りに取り組んでいる 17.3   | 仕事に必要な知見を広げるようにしている/<br>人脈を広げるようにしている | 6.1                             |

図表8-10：何歳まで収入をとまなう仕事をしたいか



図表8-11：その年まで収入をとまなう仕事をしたい理由

&lt;全体：2024年N=989、2023年N=1,034&gt;



&lt;性・年代別&gt;

(%)

| N=       |     | 1位               | 2位                                        | 3位                      |
|----------|-----|------------------|-------------------------------------------|-------------------------|
| 全体       | 989 | 日常の生活費を稼ぐため 64.7 | 健康のため 31.9                                | 老化防止のため 30.6            |
| 男        | 548 | 日常の生活費を稼ぐため 62.8 | 年金が支給されるまでの生活費を稼ぐため 28.6                  | 健康のため 27.0              |
| 女        | 441 | 日常の生活費を稼ぐため 67.1 | 健康のため 37.9                                | 老化防止のため 35.1            |
| 男・18～29歳 | 97  | 日常の生活費を稼ぐため 64.9 | 規則正しい生活をしたいので 29.9                        | 社会とのつながりを持ち続けたいので 24.7  |
| 男・30代    | 115 | 日常の生活費を稼ぐため 65.2 | 年金支給だけでは生活費が不足するため 27.8                   | 老後（今後）の生活資金を蓄えるため 26.1  |
| 男・40代    | 115 | 日常の生活費を稼ぐため 63.5 | 年金が支給されるまでの生活費を稼ぐため 35.7                  | 老後（今後）の生活資金を蓄えるため 29.6  |
| 男・50代    | 134 | 日常の生活費を稼ぐため 67.2 | 年金が支給されるまでの生活費を稼ぐため 35.8                  | 老後（今後）の生活資金を蓄えるため 27.6  |
| 男・60代    | 67  | 日常の生活費を稼ぐため 53.7 | 老化防止のため 46.3                              | 健康のため 38.8              |
| 男・70代    | 20  | 老化防止のため 65.0     | 健康のため 60.0                                | 年金支給だけでは生活費が不足するため 40.0 |
| 女・18～29歳 | 108 | 日常の生活費を稼ぐため 72.2 | 老後（今後）の生活資金を蓄えるため 29.6                    | 健康のため 28.7              |
| 女・30代    | 89  | 日常の生活費を稼ぐため 70.8 | 老後（今後）の生活資金を蓄えるため/年金支給だけでは生活費が不足するため 33.7 |                         |
| 女・40代    | 93  | 日常の生活費を稼ぐため 72.0 | 老後（今後）の生活資金を蓄えるため 44.1                    | 健康のため 39.8              |
| 女・50代    | 94  | 日常の生活費を稼ぐため 62.8 | 老化防止のため 48.9                              | 健康のため 45.7              |
| 女・60代    | 42  | 健康のため 59.5       | 日常の生活費を稼ぐため 52.4                          | 社会とのつながりを持ち続けたいので 42.9  |
| 女・70代    | 15  | 老化防止のため 66.7     | 健康のため 60.0                                | 日常の生活費を稼ぐため 46.7        |

#### （４）現役世代は収入とワーク・ライフ・バランスを求める

2024年度調査では、50代以下の対象者に就職する際の重視点や仕事に望む気持ちや態度、職場の上司や先輩に対する気持ちや実態、あった方がいいと思う制度や行事についてきいている。

##### 《就職する際の重視点》

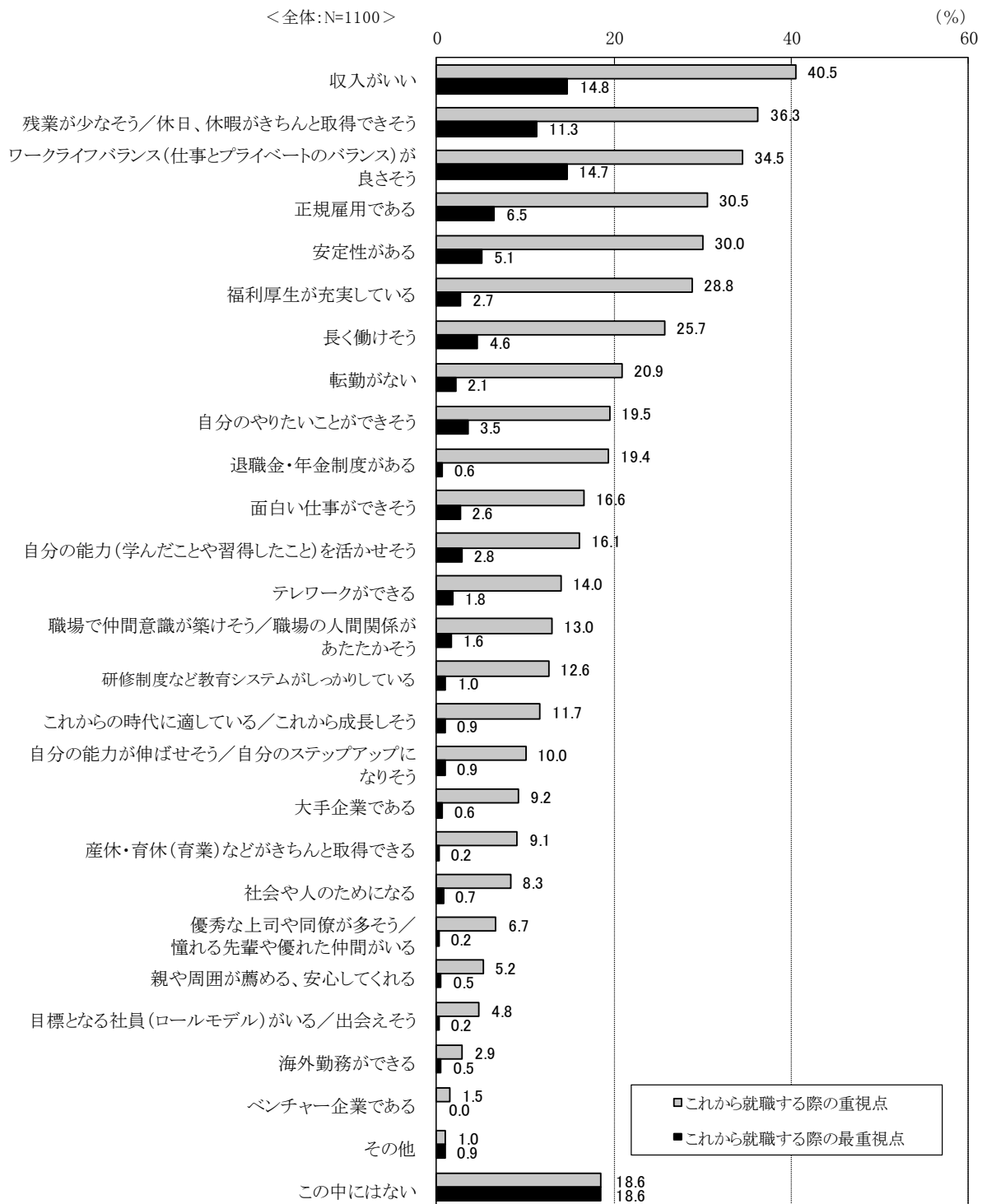
◇就職する際の重視点は、「収入がいい」（40.5%）、「残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう」（36.3%）、「ワーク・ライフ・バランスが良さそう」（34.5%）、「正規雇用である」（30.5%）、「安定性がある」（30.0%）、「福利厚生が充実している」（28.8%）、「長く働けそう」（25.7%）、「転勤がない」（20.9%）の順で高く、収入のよさとワーク・ライフ・バランス、安定性を重視している。

◇性別では、男女とも「収入がいい」が最も高く、男性は「正規雇用である」、「残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう」、女性は「残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう」、「ワーク・ライフ・バランスが良さそう」を重視している。

◇最重視点は、「収入がいい」（14.8%）、「ワーク・ライフ・バランスが良さそう」（14.7%）、「残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう」（11.3%）の順で高い。

◇男性は「収入がいい」、女性は「ワーク・ライフ・バランスが良さそう」を最も重視している。

図表8-12：就職する際の重視点（50代以下）



## &lt;性・年代別&gt; 重視点

(%)

| N=           | 1位                            | 2位                                              | 3位                            |
|--------------|-------------------------------|-------------------------------------------------|-------------------------------|
| 全体 1100      | 収入がいい 40.5                    | 残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう 36.3                   | ワーク・ライフ・バランスが良さそう 34.5        |
| 男 554        | 収入がいい 41.5                    | 正規雇用である 35.4                                    | 残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう 33.4 |
| 女 546        | 収入がいい 39.6                    | 残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう／ワーク・ライフ・バランスが良さそう 39.2 |                               |
| 男・18～29歳 138 | 収入がいい 41.3                    | 残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう 39.1                   | ワーク・ライフ・バランスが良さそう 35.5        |
| 男・30代 127    | 収入がいい 48.0                    | 正規雇用である 40.2                                    | 残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう 38.6 |
| 男・40代 139    | 収入がいい 46.8                    | 正規雇用である 44.6                                    | 福利厚生が充実している 36.0              |
| 男・50代 150    | 収入がいい 31.3                    | 正規雇用である 29.3                                    | ワーク・ライフ・バランスが良さそう 26.7        |
| 女・18～29歳 136 | 収入がいい 46.3                    | ワーク・ライフ・バランスが良さそう 44.1                          | 残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう 43.4 |
| 女・30代 130    | 収入がいい 48.5                    | 残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう 41.5                   | ワーク・ライフ・バランスが良さそう 40.0        |
| 女・40代 137    | 残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう 40.9 | 収入がいい 36.5                                      | ワーク・ライフ・バランスが良さそう 35.8        |
| 女・50代 143    | ワーク・ライフ・バランスが良さそう 37.1        | 長く働けそう 33.6                                     | 残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう 31.5 |

## &lt;性・年代別&gt; 最重視点

(%)

| N=           | 1位                     | 2位                                              | 3位                            |
|--------------|------------------------|-------------------------------------------------|-------------------------------|
| 全体 1100      | 収入がいい 14.8             | ワーク・ライフ・バランスが良さそう 14.7                          | 残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう 11.3 |
| 男 554        | 収入がいい 17.1             | ワーク・ライフ・バランスが良さそう 12.8                          | 残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう 11.2 |
| 女 546        | ワーク・ライフ・バランスが良さそう 16.7 | 収入がいい 12.5                                      | 残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう 11.4 |
| 男・18～29歳 138 | 収入がいい 20.3             | ワーク・ライフ・バランスが良さそう／残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう 13.0 |                               |
| 男・30代 127    | 収入がいい 17.3             | 残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう 14.2                   | ワーク・ライフ・バランスが良さそう 10.2        |
| 男・40代 139    | 収入がいい 19.4             | ワーク・ライフ・バランスが良さそう 13.7                          | 正規雇用である 10.1                  |
| 男・50代 150    | ワーク・ライフ・バランスが良さそう 14.0 | 収入がいい 12.0                                      | 残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう 9.3  |
| 女・18～29歳 136 | ワーク・ライフ・バランスが良さそう 17.6 | 残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう 11.8                   | 収入がいい 11.0                    |
| 女・30代 130    | ワーク・ライフ・バランスが良さそう 19.2 | 収入がいい 16.9                                      | 残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう 11.5 |
| 女・40代 137    | ワーク・ライフ・バランスが良さそう 16.8 | 収入がいい 11.7                                      | 残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう 10.2 |
| 女・50代 143    | ワーク・ライフ・バランスが良さそう 13.3 | 残業が少なそう／休日、休暇がきちんと取得できそう 11.9                   | 収入がいい 10.5                    |

## 《仕事に望む気持ちや態度》

- ◇仕事に望む気持ちや態度は、「緩やかに長く働きたいと思う」(24.0%)、「できれば同じ会社ですっと働きたい」(23.4%)、「将来の為に今頑張っている」(20.7%)、「自分の好きなことを仕事にしたい」(18.6%)、「将来が見えないので今を大切にしている」(16.8%)、「面倒くさいことに巻き込まれる位なら出世しなくてもいい」(16.3%)、の順で高く、緩やかに長く働きたいと考えている。
- ◇男性は「できれば同じ会社ですっと働きたい」、「将来の為に今頑張っている」、「緩やかに長く働きたいと思う」が高く、女性は「緩やかに長く働きたいと思う」、「自分の好きなことを仕事にしたい」、「できれば同じ会社ですっと働きたい」が高い。男性は将来のため、女性は自分の好きなことを仕事に、というように仕事に望む意識が異なっている。

## 《職場の上司や先輩に対する気持ちや実態》

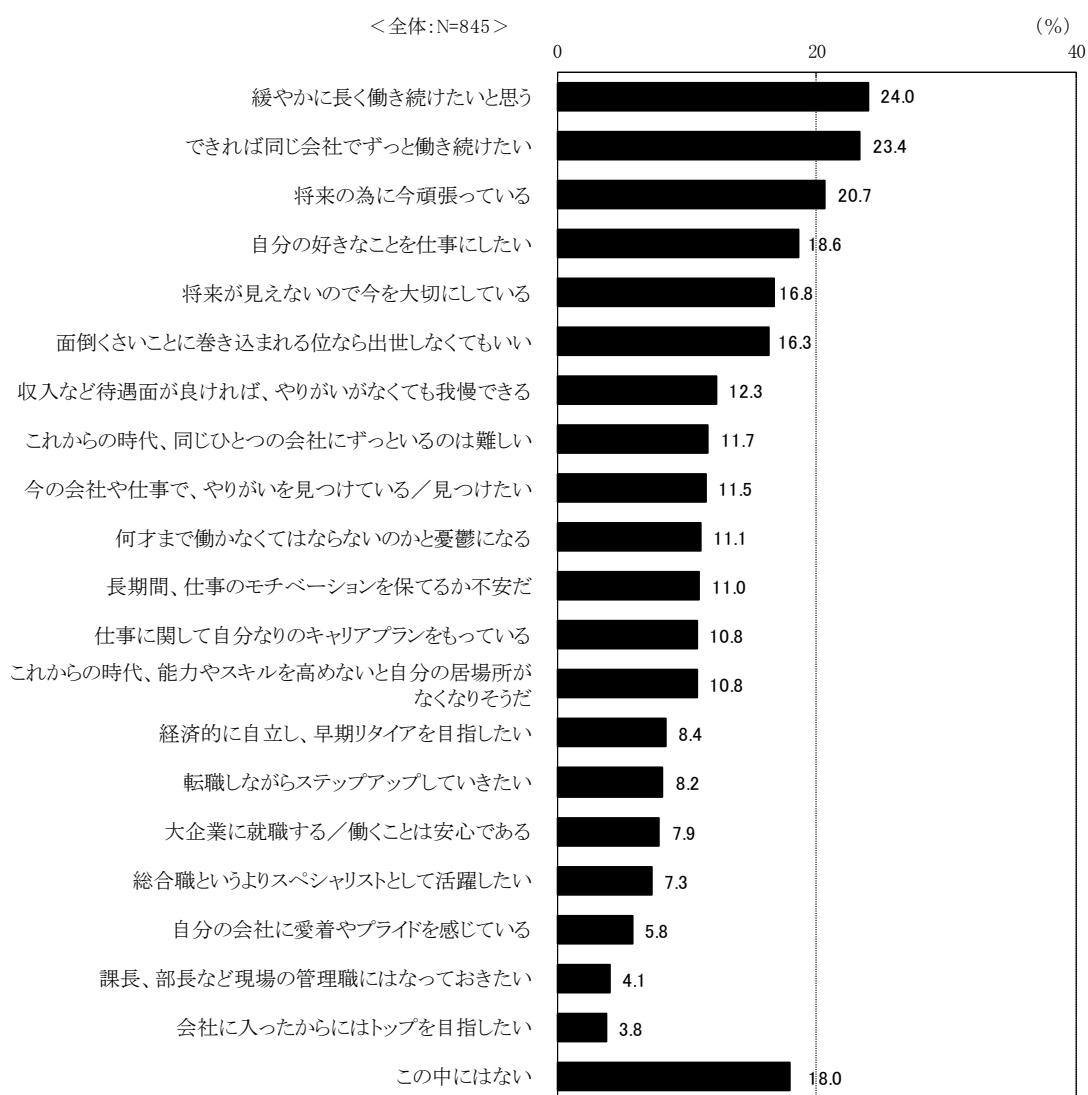
- ◇職場の上司や先輩に対する気持ちや実態は、「仕事上で尊敬できる上司や先輩がいる」(19.1%)、「上司や先輩の多くは優秀だと思う」(16.8%)、「仕事がバリバリできる人とマネジメントができる人は必ずしも一致しないと思う」(15.9%)、「自分は上司に恵まれていると感じる」(14.8%)、「上司や先輩はしっかり仕事を教えてくれる」(12.2%)、など仕事上で恵まれていると感じている。
- ◇男性は「仕事上で尊敬できる上司や先輩がいる」や「上司や先輩の多くは優秀だと思う」と思いつつ、「仕事がバリバリできる人とマネジメントができる人は必ずしも一致しないと思う」と仕事と役割の能力を冷静に見ている。女性は「上司や先輩の多くは優秀だと思う」、「仕事上で尊敬できる上司や先輩がいる」、「自分は上司に恵まれていると感じる」など上司や先輩に恵まれていると思っている。

## 《あった方がいいと思う制度やシステム・行事》

- ◇あった方がいいと思う制度やシステム・行事は、「フレックスタイム制」(36.3%)、「テレワーク（在宅勤務）」(35.0%)、「週休三日制」(33.8%)、「育児休業制度」(32.5%)「介護休業に関する制度」(29.8%)、「副業・兼業」(29.5%)、「労働日数・労働時間の短縮」(29.1%)、「出生時育児休業（産後パパ育休）」(28.1%)の順で高く、合理的で柔軟な働き方を求めている。「定年制の廃止」(17.3%)、「年功序列制度」(15.6%)、「職場の飲み会・懇親会」(8.9%)、「新卒一括採用」(7.5%)、「みなし残業制度」(7.4%)をあげる人は少数派である。
- ◇男女とも「フレックスタイム制」、「テレワーク（在宅勤務）」、「週休三日制」が高い。また、男性30代、40代の3割以上が「育児休業制度」を望んでいる。

50代以下の年代は、就職する際に収入のよさと少ない残業と休日・休暇取得やワーク・ライフ・バランスを重視し、緩やかに働きたいと考えている。仕事上で尊敬できる上司や先輩を持ち、恵まれていると感じている一方で、上司や先輩の仕事ぶりに冷ややかな目も持っている。フレックスタイム制やテレワーク、週休三日制を望む人が多く、男性30代、40代の3割以上が「育児休業制度」を望んでいる。

図表8-13：仕事に望む気持ちや態度（50代以下で現在仕事をしている人）

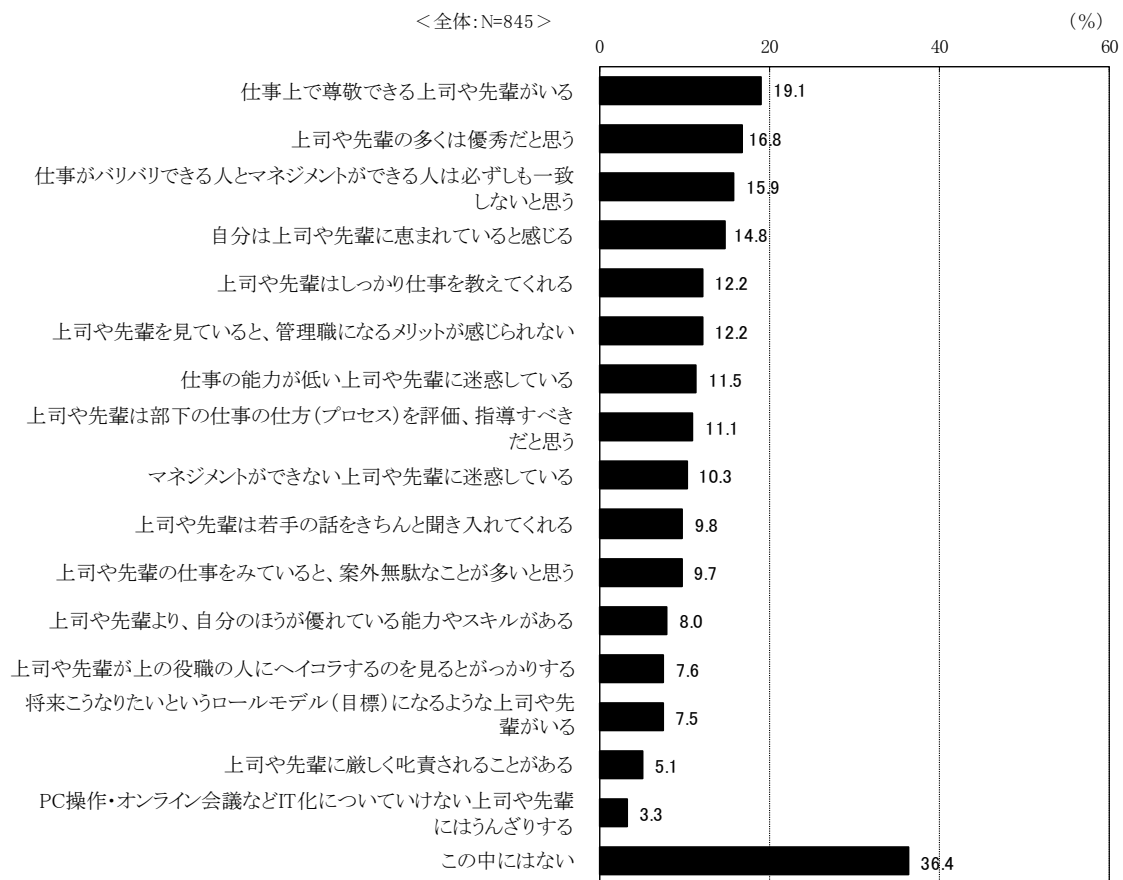


＜性・年代別＞

(%)

| N=           | 1位                                       | 2位                    | 3位                              |
|--------------|------------------------------------------|-----------------------|---------------------------------|
| 全体 845       | 緩やかに長く働きたいと思う 24.0                       | できれば同じ会社でずっと働きたい 23.4 | 将来の為に今頑張っている 20.7               |
| 男 461        | できれば同じ会社でずっと働きたい 27.1                    | 将来の為に今頑張っている 22.1     | 緩やかに長く働きたいと思う 19.1              |
| 女 384        | 緩やかに長く働きたいと思う 29.9                       | 自分の好きなことを仕事にしたい 20.3  | できれば同じ会社でずっと働きたい 19.0           |
| 男・18～29歳 97  | できれば同じ会社でずっと働きたい／将来が見えないので今を大切にしている 22.7 | 将来の為に今頑張っている 21.6     |                                 |
| 男・30代 115    | 将来の為に今頑張っている 27.8                        | できれば同じ会社でずっと働きたい 20.9 | 将来が見えないので今を大切にしている 17.4         |
| 男・40代 115    | できれば同じ会社でずっと働きたい 33.0                    | 将来の為に今頑張っている 26.1     | 緩やかに長く働きたいと思う 23.5              |
| 男・50代 134    | できれば同じ会社でずっと働きたい 30.6                    | 緩やかに長く働きたいと思う 20.9    | 自分の好きなことを仕事にしたい 17.2            |
| 女・18～29歳 108 | 将来の為に今頑張っている 28.7                        | 自分の好きなことを仕事にしたい 25.9  | 緩やかに長く働きたいと思う 22.2              |
| 女・30代 89     | 緩やかに長く働きたいと思う 24.7                       | 自分の好きなことを仕事にしたい 22.5  | 面倒くさいことに巻き込まれる位なら出世しなくてもいい 21.3 |
| 女・40代 93     | 緩やかに長く働きたいと思う 41.9                       | できれば同じ会社でずっと働きたい 23.7 | 面倒くさいことに巻き込まれる位なら出世しなくてもいい 22.6 |
| 女・50代 94     | 緩やかに長く働きたいと思う 31.9                       | できれば同じ会社でずっと働きたい 23.4 | 将来が見えないので今を大切にしている 13.8         |

図表8-14：職場の上司や先輩に対する気持ちや実態（50代以下で現在仕事をしている人）

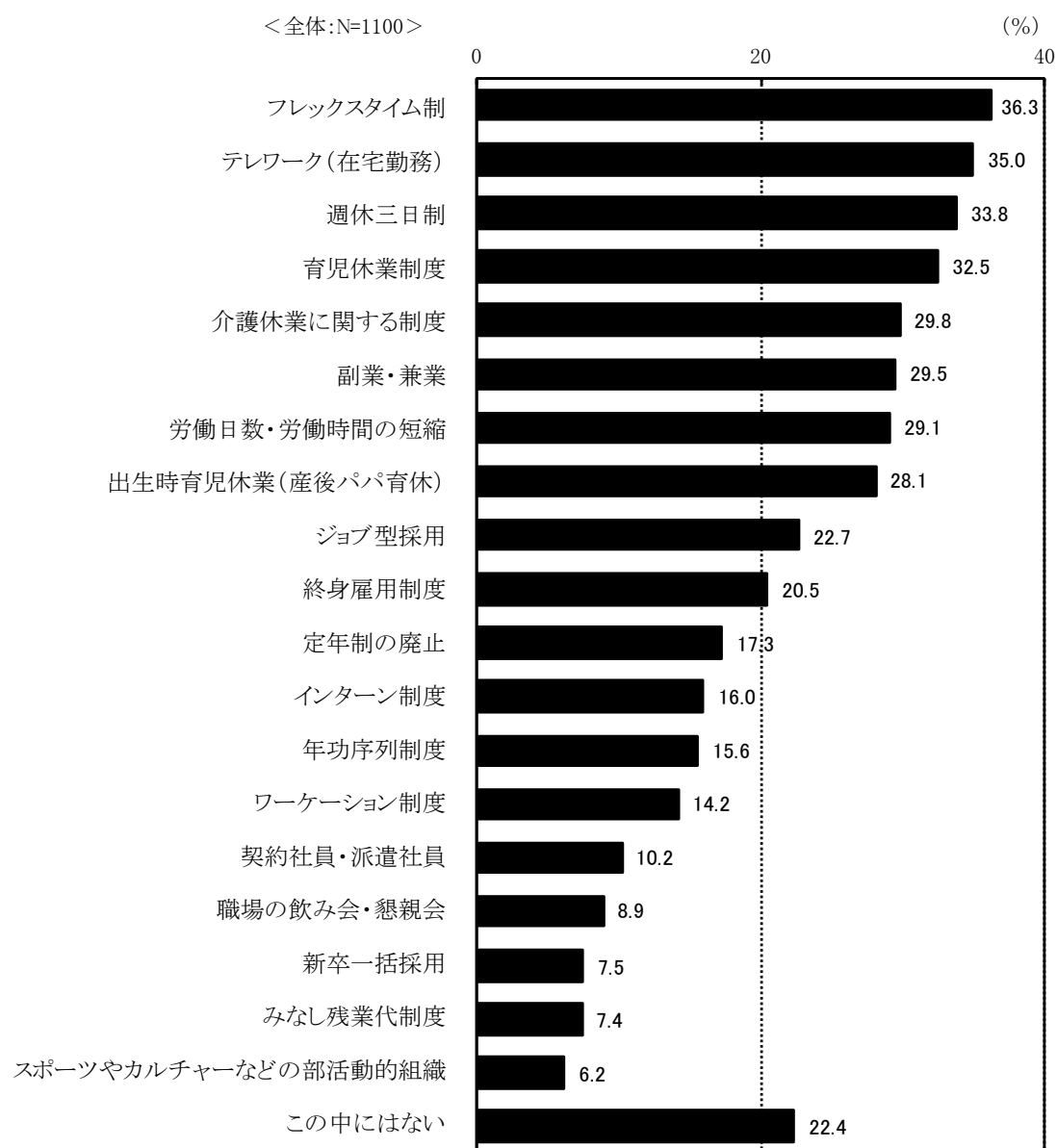


＜性・年代別＞

(%)

| N=           | 1位                                                         | 2位                                                        | 3位                                        |
|--------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| 全体 845       | 仕事上で尊敬できる上司や先輩がいる 19.1                                     | 上司や先輩の多くは優秀だと思う 16.8                                      | 仕事がバリバリできる人とマネジメントができる人は必ずしも一致しないと思う 15.9 |
| 男 461        | 仕事上で尊敬できる上司や先輩がいる 21.5                                     | 上司や先輩の多くは優秀だと思う/仕事がバリバリできる人とマネジメントができる人は必ずしも一致しないと思う 17.1 |                                           |
| 女 384        | 上司や先輩の多くは優秀だと思う 16.4                                       | 仕事上で尊敬できる上司や先輩がいる 16.1                                    | 自分は上司や先輩に恵まれていると感じる 15.6                  |
| 男・18～29歳 97  | 仕事上で尊敬できる上司や先輩がいる 23.7                                     | 上司や先輩の多くは優秀だと思う 22.7                                      | 将来こうなりたいというロールモデル(目標)になるような上司や先輩がいる 16.5  |
| 男・30代 115    | 仕事上で尊敬できる上司や先輩がいる 27.8                                     | 上司や先輩の多くは優秀だと思う 21.7                                      | 仕事がバリバリできる人とマネジメントができる人は必ずしも一致しないと思う 20.9 |
| 男・40代 115    | 仕事上で尊敬できる上司や先輩がいる 24.3                                     | 仕事がバリバリできる人とマネジメントができる人は必ずしも一致しないと思う 22.6                 | 自分は上司や先輩に恵まれていると感じる 13.9                  |
| 男・50代 134    | 仕事の能力が低い上司や先輩に迷惑している 14.9                                  | 上司や先輩の仕事を見ていると、案外無駄なことが多いと思う 14.2                         | 上司や先輩の多くは優秀だと思う 12.7                      |
| 女・18～29歳 108 | 上司や先輩の多くは優秀だと思う 25.0                                       | 上司や先輩はしっかり仕事を教えてくれる 23.1                                  | 自分は上司や先輩に恵まれていると感じる 22.2                  |
| 女・30代 89     | 仕事上で尊敬できる上司や先輩がいる/上司や先輩を見ていると、管理職になるメリットが感じられない 16.9       |                                                           | 上司や先輩の多くは優秀だと思う 13.5                      |
| 女・40代 93     | 上司や先輩を見ていると、管理職になるメリットが感じられない/マネジメントができない上司や先輩に迷惑している 16.1 |                                                           | 仕事がバリバリできる人とマネジメントができる人は必ずしも一致しないと思う 15.1 |
| 女・50代 94     | 自分は上司や先輩に恵まれていると感じる 18.1                                   | 仕事上で尊敬できる上司や先輩がいる 13.8                                    | 仕事がバリバリできる人とマネジメントができる人は必ずしも一致しないと思う 12.8 |

図表8-15：あったほうがいいと思う制度やシステム・行事（50代以下）



注：調査では以下の選択肢について次のように提示した。

テレワーク（在宅勤務）

出生時育児休業（産後パパ育休）

ジョブ型採用（職務や役割を明確にした上で対応できる能力のある人材を必要に応じて採用）

終身雇用制度（同一企業で定年まで雇用され続けるという、日本の正社員雇用における慣行）

定年制の廃止（定年制をやめること）

インターン制度（学生が在学中に企業での就業体験などを行う制度、仕事や社風などの理解を高める）

年功序列制度（勤続年数や年齢に応じて賃金や役職が上昇する人事制度）

ワーケーション制度（観光地やリゾート地でリモートワークを活用し、働きながら休暇をとる過ごし方）

&lt;性・年代別&gt;

(%)

| N=       |      | 1位                | 2位             | 3位               |
|----------|------|-------------------|----------------|------------------|
| 全体       | 1100 | フレックスタイム制 36.3    | テレワーク 35.0     | 週休三日制 33.8       |
| 男        | 554  | フレックスタイム制 33.2    | テレワーク 31.9     | 週休三日制 30.1       |
| 女        | 546  | フレックスタイム制 39.4    | テレワーク 38.1     | 週休三日制 37.5       |
| 男・18～29歳 | 138  | テレワーク/週休三日制 29.7  |                | フレックスタイム制 27.5   |
| 男・30代    | 127  | テレワーク/育児休業制度 37.0 |                | 週休三日制 35.4       |
| 男・40代    | 139  | フレックスタイム制 33.8    | 育児休業制度 33.1    | テレワーク 31.7       |
| 男・50代    | 150  | フレックスタイム制 40.0    | テレワーク 30.0     | 介護休業に関する制度 25.3  |
| 女・18～29歳 | 136  | 週休三日制 41.9        | テレワーク 40.4     | フレックスタイム制 39.0   |
| 女・30代    | 130  | 育児休業制度 41.5       | 出生時育児休業 40.0   | 週休三日制 39.2       |
| 女・40代    | 137  | フレックスタイム制 43.8    | 副業・兼業 43.1     | 週休三日制 39.4       |
| 女・50代    | 143  | 介護休業に関する制度 42.7   | フレックスタイム制 36.4 | テレワーク（在宅勤務） 34.3 |

### （５）テレワークの経験と評価

現在仕事をしている人にテレワークの経験と評価をきいたところ、図表8-16のような結果になった。

◇テレワークの経験がある人は、45.1%であった。また、現在テレワークを行っている人は、27.6%であった。

◇性別では、男性の半数以上（52.4%）がテレワークを経験し、現在も3割（27.6%）がテレワークを行っている。女性は、3人中1人（35.5%）がテレワークを経験し、現在のテレワーク勤務は4人に1人（24.2%）である。

◇性・年代別では、男性30代から60代までの半数以上がテレワークを経験し、現在も3割前後がテレワーク勤務を行っている。女性は、若い年代ほどテレワーク経験率が高い。

◇2023年と比較すると、テレワーク経験率は減少したが、現在のテレワーク率は若干ではあるが上昇した。

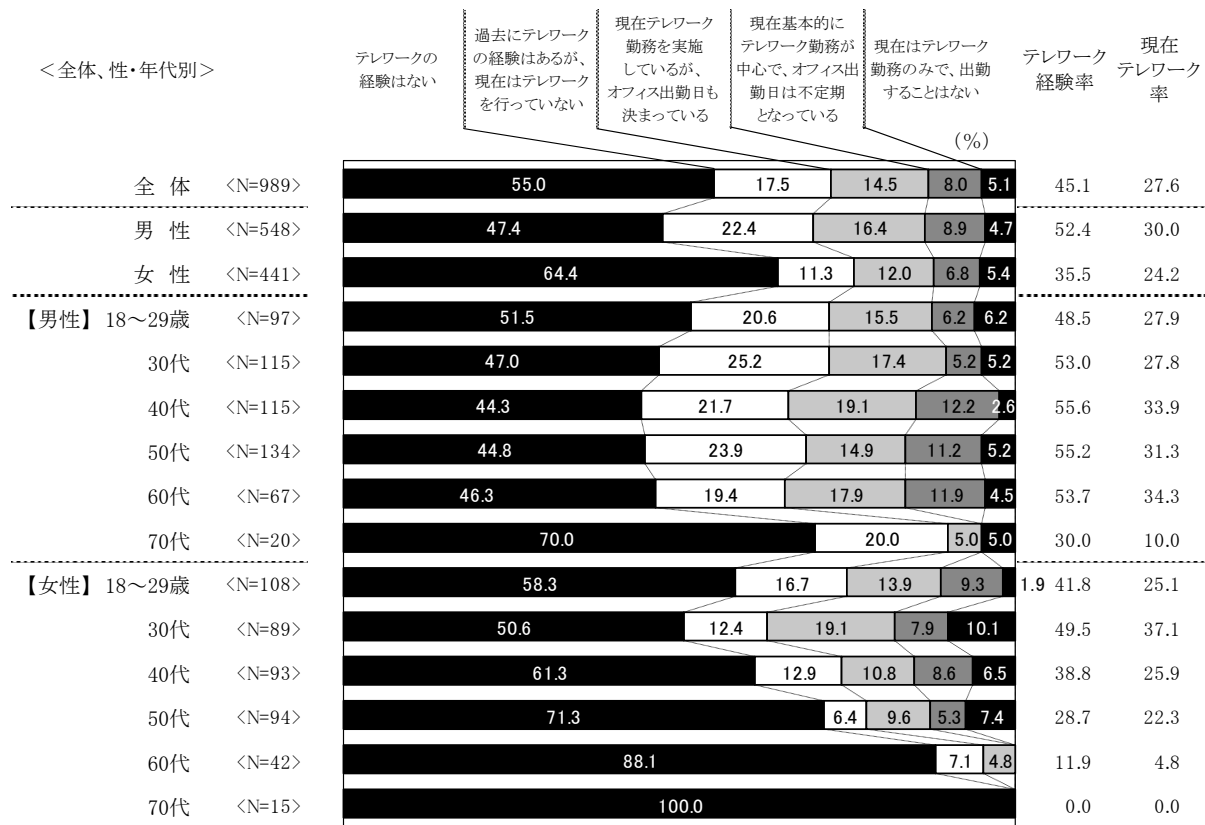
◇テレワークの評価は、「通勤時間がないので時間的・体力的に楽である」（43.1%）、「仕事に集中できる」（25.6%）、「仕事の効率が上がった」（21.1%）というポジティブな評価がある一方で、「運動不足で体重が増えた、体力が低下した」（20.9%）、「コミュニケーションが取りづらいので仕事に時間がかかる」（18.0%）、「仕事の効率が下がった」（16.9%）というネガティブな評価もある。

◇性別では、男女共通で「通勤時間がないので時間的・体力的に楽である」が最も高いが、男性は「仕事に集中できる」、「仕事の効率が上がった」というポジティブな評価であるのに対して、女性では「運動不足で体重が増えた、体力が低下した」というネガティブな評価もある。

コロナ禍で急速に広まったテレワーク勤務は、半数近くの人が経験し、現在でも4人に1人を超える人が行っている。都市生活者は、テレワーク勤務について、通勤時間がないことと仕事に集中でき効率も上がるというポジティブな評価の一方で、運動不足やコミュニケーションの取りづらさというネガティブな評価もしている。

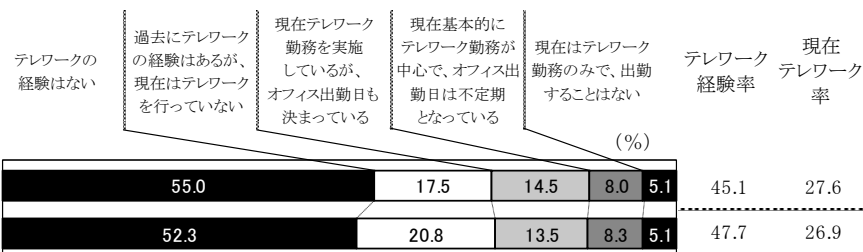
図表8-16：テレワークの経験と評価（現在仕事をしている人）

## ① テレワークの経験

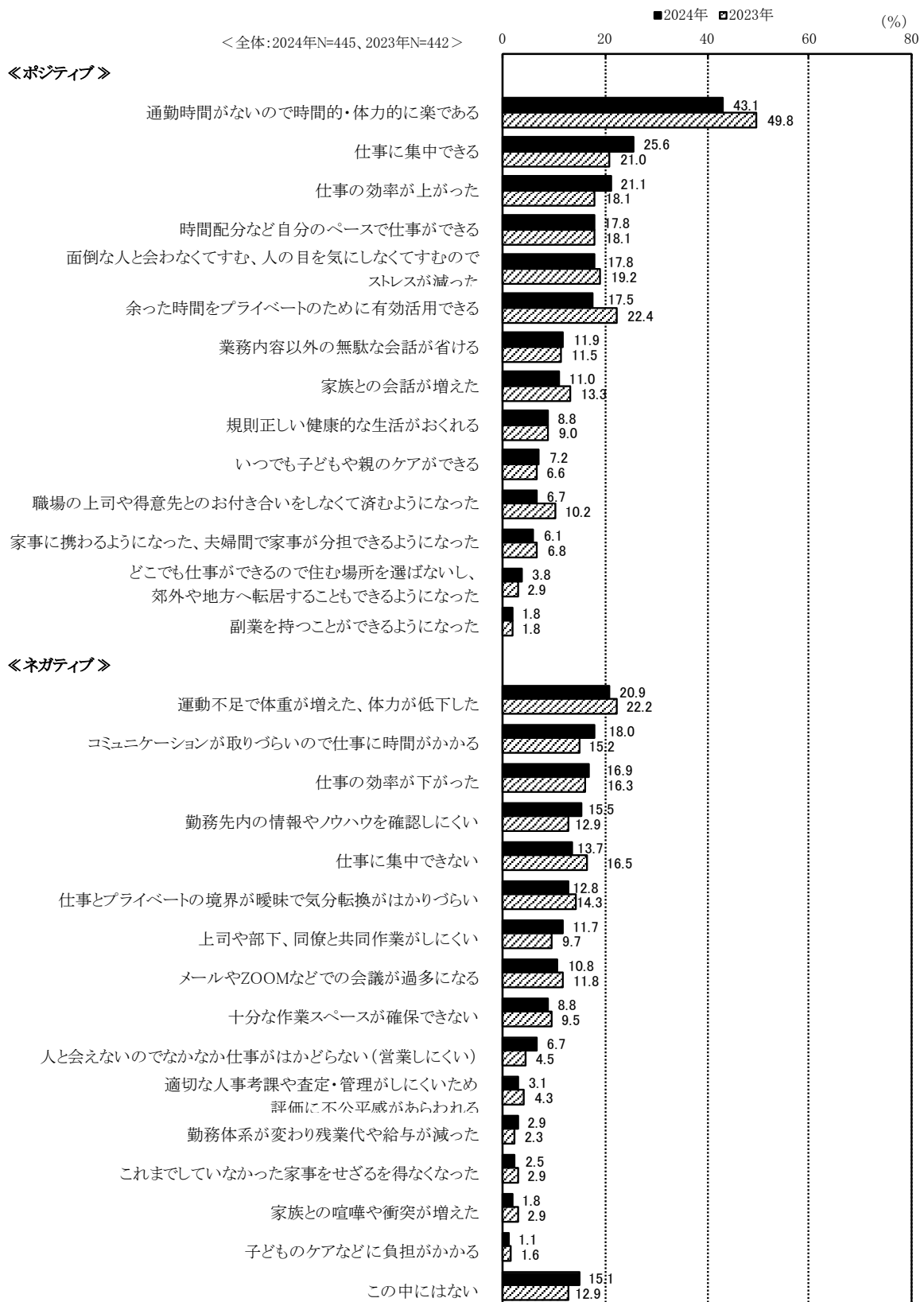


## ＜2023年との比較＞

＜全体、性・年代別＞



## ② テレワークの評価（テレワーク経験者）



&lt;性・年代別&gt;

(%)

| N=          | 1位                         | 2位                                                 | 3位                              |
|-------------|----------------------------|----------------------------------------------------|---------------------------------|
| 全体 445      | 通勤時間がないので時間的・体力的に楽である 43.1 | 仕事に集中できる 25.6                                      | 仕事の効率が上がった 21.1                 |
| 男 288       | 通勤時間がないので時間的・体力的に楽である 39.9 | 仕事に集中できる 24.7                                      | 仕事の効率が上がった 22.2                 |
| 女 157       | 通勤時間がないので時間的・体力的に楽である 49.0 | 運動不足で体重が増えた、体力が低下した 28.0                           | 仕事に集中できる 27.4                   |
| 男・18～29歳 47 | 仕事の効率が上がった 34.0            | 通勤時間がないので時間的・体力的に楽である 31.9                         | 仕事に集中できる 27.7                   |
| 男・30代 61    | 通勤時間がないので時間的・体力的に楽である 37.7 | 仕事に集中できる 24.6                                      | コミュニケーションが取りづらいため仕事に時間がかかる 21.3 |
| 男・40代 64    | 通勤時間がないので時間的・体力的に楽である 42.2 | 仕事に集中できる 28.1                                      | 仕事の効率が下がった 25.0                 |
| 男・50代 74    | 通勤時間がないので時間的・体力的に楽である 40.5 | コミュニケーションが取りづらいため仕事に時間がかかる 27.0                    | 仕事の効率が下がった 21.6                 |
| 男・60代 36    | 通勤時間がないので時間的・体力的に楽である 52.8 | 時間配分など自分のペースで仕事ができる 30.6                           | 仕事に集中できる 27.8                   |
| 男・70代 6     | 通勤時間がないので時間的・体力的に楽である 16.7 | 時間配分など自分のペースで仕事ができる/<br>仕事の効率が下がった 16.7            |                                 |
| 女・18～29歳 45 | 通勤時間がないので時間的・体力的に楽である 40.0 | 時間配分など自分のペースで仕事ができる 26.7                           | 仕事に集中できる 24.4                   |
| 女・30代 44    | 通勤時間がないので時間的・体力的に楽である 47.7 | 運動不足で体重が増えた、体力が低下した 27.3                           | 余った時間をプライベートのために有効活用できる 25.0    |
| 女・40代 36    | 通勤時間がないので時間的・体力的に楽である 66.7 | 面倒な人と会わなくてすむ、人の目を気にしなくてすむのでストレスが減った 38.9           | 時間配分など自分のペースで仕事ができる 36.1        |
| 女・50代 27    | 通勤時間がないので時間的・体力的に楽である 48.1 | 運動不足で体重が増えた、体力が低下した 37.0                           | 仕事に集中できる 33.3                   |
| 女・60代 5     | 業務内容以外の無駄な会話が省ける 40.0      | 通勤時間がないので時間的・体力的に楽である/<br>運動不足で体重が増えた、体力が低下した 20.0 |                                 |
| 女・70代 0     | —                          | —                                                  | —                               |

注：女性 70 代はテレワーク経験者なし

## 2. 都市生活者の家庭、余暇・遊び

### (1) 家庭についての考え

家庭についての考えについて回答してもらった。結果は、図表 8-17 のようになった。

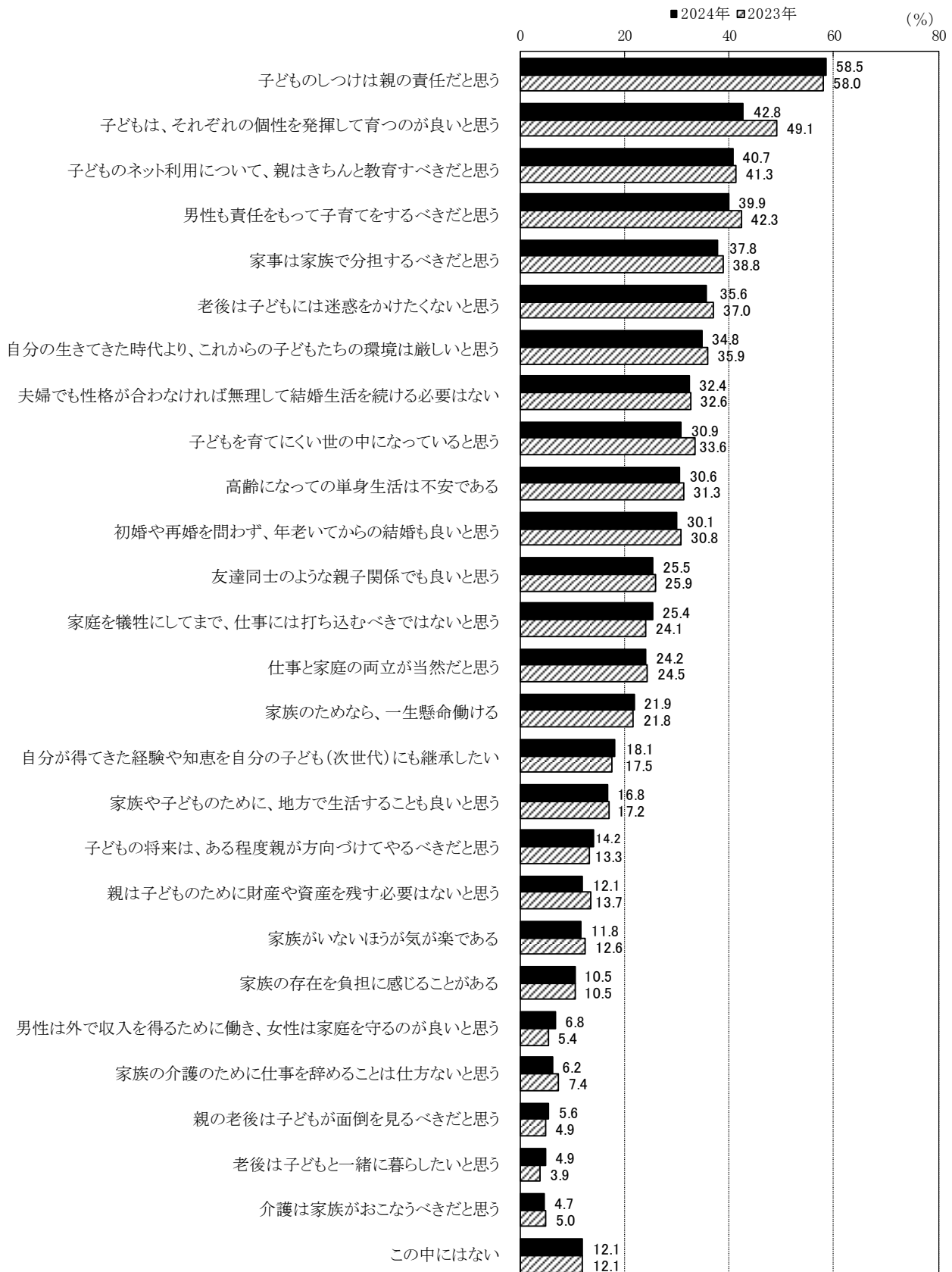
- ◇全体では、「子どものしつけは親の責任だと思う」(58.5%) が最も高く、「子どもは、それぞれの個性を發揮して育つのが良いと思う」(42.8%)、「子どものネット利用について、親はきちんと教育すべきだと思う」(40.7%)、「男性も責任をもって子育てをするべきだと思う」(39.9%)、「家事は家族で分担するべきだと思う」(37.8%)、「老後は子どもには迷惑をかけたくないと思う」(35.6%) が続く。
- ◇2023 年と比較すると、「子どもは、それぞれの個性を發揮して育つのが良いと思う」、「男性も責任をもって子育てをするべきだと思う」が減少した。
- ◇どの年代でも「子どものしつけは親の責任だと思う」が高く、子どもに対する親の責任を感じている。「男性も責任をもって子育てをするべきだと思う」については、女性だけでなく男性 30 代以下でも高い。60 代～70 代では「老後は子どもには迷惑をかけたくないと思う」が高い。

都市生活者は、子どもの成長についての責任感を持ち、個性を發揮して育ててほしいと願っている。男性の子育てへの参画は、女性だけでなく男性 30 代以下でも高く、もはや若い年代の男女に共通する考えになった。

ている。60代から70代は、老後は子どもに迷惑をかけたくないと考えている。

図表8-17：家庭に対する意識・態度

＜全体：2024年N=1,477、2023年N=1,511＞



&lt;性・年代別&gt;

(%)

| N=           | 1位                                 | 2位                                                                     | 3位                                        |
|--------------|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| 全体 1477      | 子どものしつけは親の責任だ<br>と思う 58.5          | 子どもは、それぞれの個性を<br>発揮して育つのが良いと思う 42.8                                    | 子どものネット利用につい<br>て、親はきちんと教育すべき<br>だと思 40.7 |
| 男 737        | 子どものしつけは親の責任だ<br>と思う 59.3          | 子どもは、それぞれの個性を<br>発揮して育つのが良いと思う 40.0                                    | 子どものネット利用につい<br>て、親はきちんと教育すべき<br>だと思 36.2 |
| 女 740        | 子どものしつけは親の責任だ<br>と思う 57.7          | 子どもは、それぞれの個性を<br>発揮して育つのが良いと思う/<br>男性も責任をもって子育てを<br>するべきだと思 45.5       |                                           |
| 男・18～29歳 138 | 子どものしつけは親の責任だ<br>と思う 47.8          | 男性も責任をもって子育てを<br>するべきだと思 34.1                                          | 子どもは、それぞれの個性を<br>発揮して育つのが良いと思う 31.9       |
| 男・30代 127    | 子どものしつけは親の責任だ<br>と思う 61.4          | 子どものネット利用につい<br>て、親はきちんと教育すべき<br>だと思 48.0                              | 男性も責任をもって子育てを<br>するべきだと思 37.0             |
| 男・40代 139    | 子どものしつけは親の責任だ<br>と思う 67.6          | 子どものネット利用につい<br>て、親はきちんと教育すべき<br>だと思 43.9                              | 子どもは、それぞれの個性を<br>発揮して育つのが良いと思う 42.4       |
| 男・50代 150    | 子どものしつけは親の責任だ<br>と思う 60.0          | 子どものネット利用につい<br>て、親はきちんと教育すべき<br>だと思 39.3                              | 子どもは、それぞれの個性を<br>発揮して育つのが良いと思う 36.7       |
| 男・60代 97     | 子どものしつけは親の責任だ<br>と思う 61.9          | 老後は子どもには迷惑をかけ<br>たくないと思 43.3                                           | 子どもは、それぞれの個性を<br>発揮して育つのが良いと思う 41.2       |
| 男・70代 86     | 子どもは、それぞれの個性を<br>発揮して育つのが良いと思 60.5 | 子どものしつけは親の責任だ<br>と思う 57.0                                              | 老後は子どもには迷惑をかけ<br>たくないと思 48.8              |
| 女・18～29歳 136 | 子どものしつけは親の責任だ<br>と思う 45.6          | 男性も責任をもって子育てを<br>するべきだと思 40.4                                          | 子どものネット利用につい<br>て、親はきちんと教育すべき<br>だと思 39.7 |
| 女・30代 130    | 子どものしつけは親の責任だ<br>と思う 60.8          | 男性も責任をもって子育てを<br>するべきだと思/<br>子どものネット利用につい<br>て、親はきちんと教育すべき<br>だと思 51.5 |                                           |
| 女・40代 137    | 子どものしつけは親の責任だ<br>と思う 56.2          | 子どもは、それぞれの個性を<br>発揮して育つのが良いと思 52.6                                     | 子どものネット利用につい<br>て、親はきちんと教育すべき<br>だと思 48.9 |
| 女・50代 143    | 子どものしつけは親の責任だ<br>と思う 62.9          | 子どものネット利用につい<br>て、親はきちんと教育すべき<br>だと思/<br>男性も責任をもって子育てを<br>するべきだと思 46.9 |                                           |
| 女・60代 96     | 子どものしつけは親の責任だ<br>と思う 66.7          | 老後は子どもには迷惑をかけ<br>たくないと思 63.5                                           | 子どもは、それぞれの個性を<br>発揮して育つのが良いと思 52.1        |
| 女・70代 98     | 子どものしつけは親の責任だ<br>と思う 56.1          | 老後は子どもには迷惑をかけ<br>たくないと思 50.0                                           | 子どもは、それぞれの個性を<br>発揮して育つのが良いと思 48.0        |

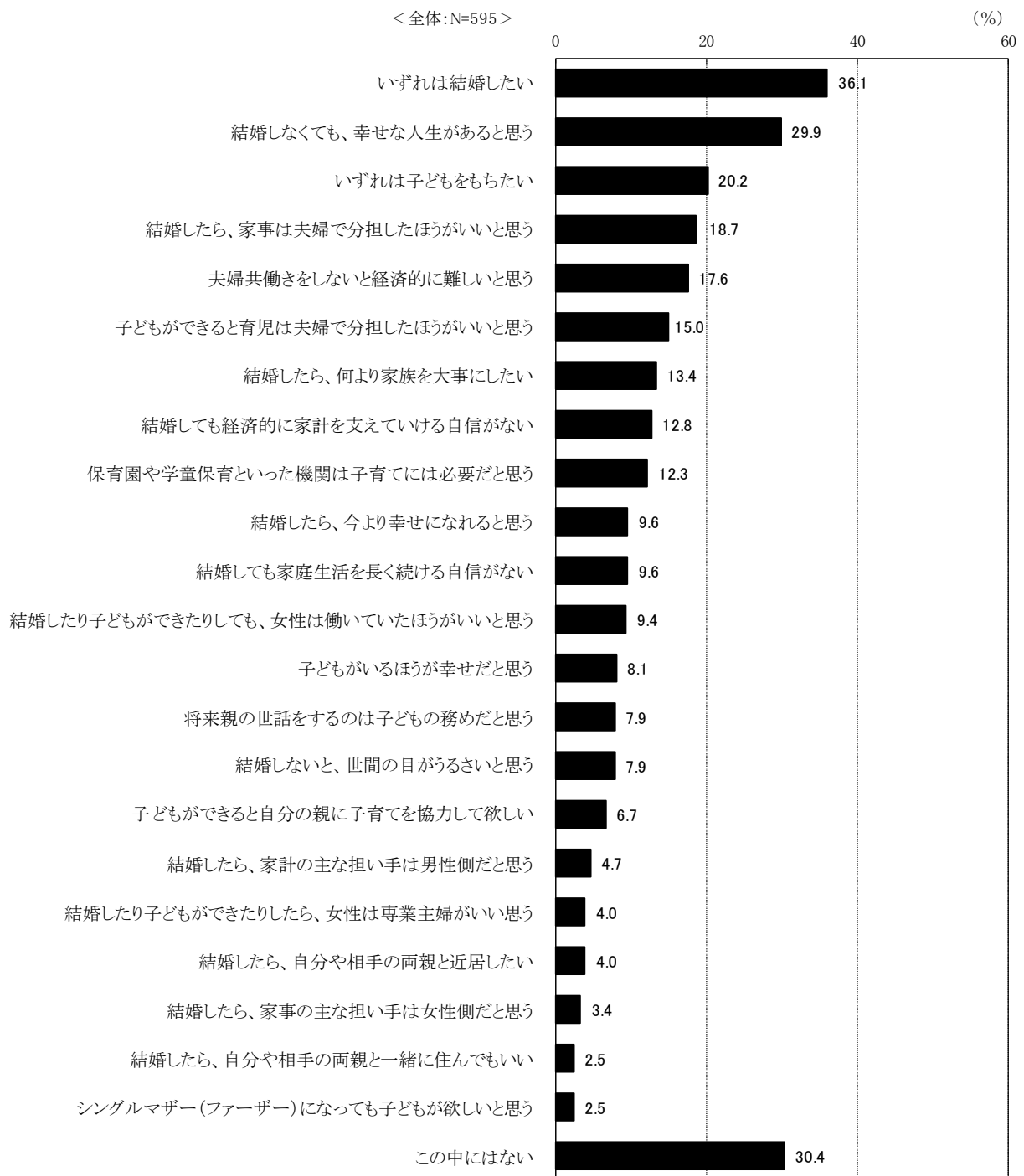
次に、50代以下の未婚者を対象に将来の家族像や結婚後の生活イメージについてきた。

◇全体では、「いずれは結婚したい」(36.1%)が最も高いものの4割以下で、「結婚しなくても、幸せな人生があると思う」(29.9%)人が3割いる。「いずれは子どもをもちたい」(20.2%)は2割にとどまっている。

◇男女30代以下は「いずれは結婚したい」が最も高いが、40代になると「結婚しなくても、幸せな人生があると思う」が最も高くなる。

50代以下の未婚者で結婚を考える人は4割にも届かず、結婚しなくても幸せな人生があると思う人が3割いる。

図表8-18：将来の家族像や結婚後の生活イメージ（50代以下の未婚者）



&lt;性・年代別&gt;

(%)

|          | N=  | 1位                       | 2位                            | 3位                            |
|----------|-----|--------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| 全体       | 595 | いずれは結婚したい 36.1           | 結婚しなくても、幸せな人生があると思う 29.9      | いずれは子どもをもちたい 20.2             |
| 男        | 325 | いずれは結婚したい 36.0           | 結婚しなくても、幸せな人生があると思う 23.4      | いずれは子どもをもちたい 21.5             |
| 女        | 270 | 結婚しなくても、幸せな人生があると思う 37.8 | いずれは結婚したい 36.3                | 結婚したら、家事は夫婦で分担したほうが良いと思う 22.6 |
| 男・18～29歳 | 130 | いずれは結婚したい 43.8           | いずれは子どもをもちたい 30.0             | 結婚しなくても、幸せな人生があると思う 19.2      |
| 男・30代    | 65  | いずれは結婚したい 43.1           | いずれは子どもをもちたい 23.1             | 夫婦共働きをしないと経済的に難しいと思う 20.0     |
| 男・40代    | 68  | 結婚しなくても、幸せな人生があると思う 35.3 | いずれは結婚したい 33.8                | 夫婦共働きをしないと経済的に難しいと思う 20.6     |
| 男・50代    | 62  | 結婚しなくても、幸せな人生があると思う 24.2 | いずれは結婚したい 14.5                | 結婚しても経済的に家計を支えていける自信がない 11.3  |
| 女・18～29歳 | 113 | いずれは結婚したい 53.1           | いずれは子どもをもちたい 33.6             | 結婚しなくても、幸せな人生があると思う 32.7      |
| 女・30代    | 63  | いずれは結婚したい 36.5           | 結婚しなくても、幸せな人生があると思う 33.3      | 夫婦共働きをしないと経済的に難しいと思う 30.2     |
| 女・40代    | 54  | 結婚しなくても、幸せな人生があると思う 53.7 | 夫婦共働きをしないと経済的に難しいと思う 25.9     | 結婚したら、家事は夫婦で分担したほうが良いと思う 25.9 |
| 女・50代    | 40  | 結婚しなくても、幸せな人生があると思う 37.5 | 結婚したら、家事は夫婦で分担したほうが良いと思う 17.5 | 夫婦共働きをしないと経済的に難しいと思う 10.0     |

## (2) 趣味・スポーツ・推し活で人生を豊かに

趣味・スポーツ・推し活について質問した結果は、図表 8-19 のようになった。

◇「長く続けている趣味（スポーツ以外）がある」（20.9%）が2割で、「長く続けているスポーツがある」（17.2%）、「私には“推し”がある、推し活をしている」（12.5%）の順で多い。

◇2023 年に比べて、「長く続けている趣味（スポーツ以外）がある」と「長く続けているスポーツがある」は減少した。

◇性別では、「長く続けている趣味（スポーツ以外）がある」と「長く続けているスポーツがある」は男性で多いが、「私には“推し”がある、推し活をしている」は女性が多い。

◇2023 年に比べて、「長く続けている趣味（スポーツ以外）がある」は男性 30 代と 40 代で大きく減少し、「長く続けているスポーツがある」は女性で減少した。「私には“推し”がある、推し活をしている」は女性 30 代で増加した。

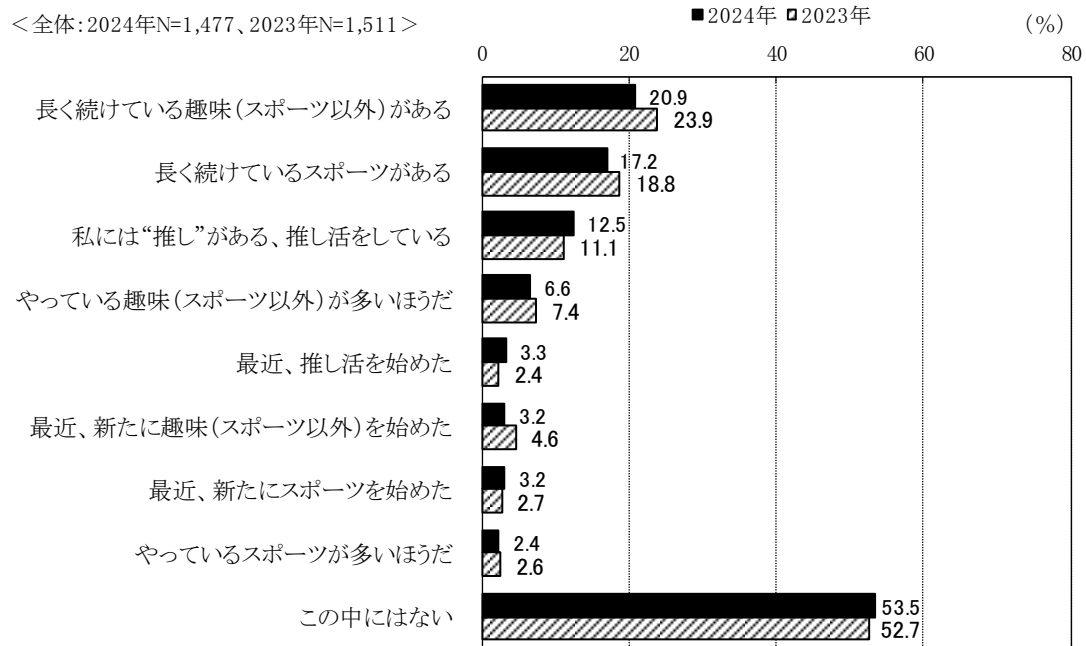
◇趣味を行う理由は、「人生を豊かにする楽しみ」（39.0%）、「心身の癒し、日常のストレスからの解放」（37.9%）と回答した人が多い。

◇スポーツを行う理由は、「健康維持・健康増進」（35.6%）、「心身の癒し、日常のストレスからの解放」（20.9%）、「人生を豊かにする楽しみ」（15.2%）と回答した人が多い。

◇推し活を行う理由は、「人生を豊かにする楽しみ」（17.5%）、「心身の癒し、日常のストレスからの解放」（16.5%）、「日々の生活の原動力（モチベーション）」（9.7%）、「生きがいそのもの」（9.3%）と回答した人が多い。

長く続けている趣味がある人は2割で、長く続けているスポーツがある人は2割弱である。“推し”がある、推し活をしている人は1割強であった。その理由は、「人生を豊かにする楽しみ」や「心身の癒し、日常のストレスからの解放」で、スポーツはこれらに加えて「健康維持・健康増進」が理由になっている。

図表8-19：趣味・スポーツ・推し活について



注：推し＝人に薦めたいと思うほどに好感を持っている人物（ヴァーチャル含む）のことなど

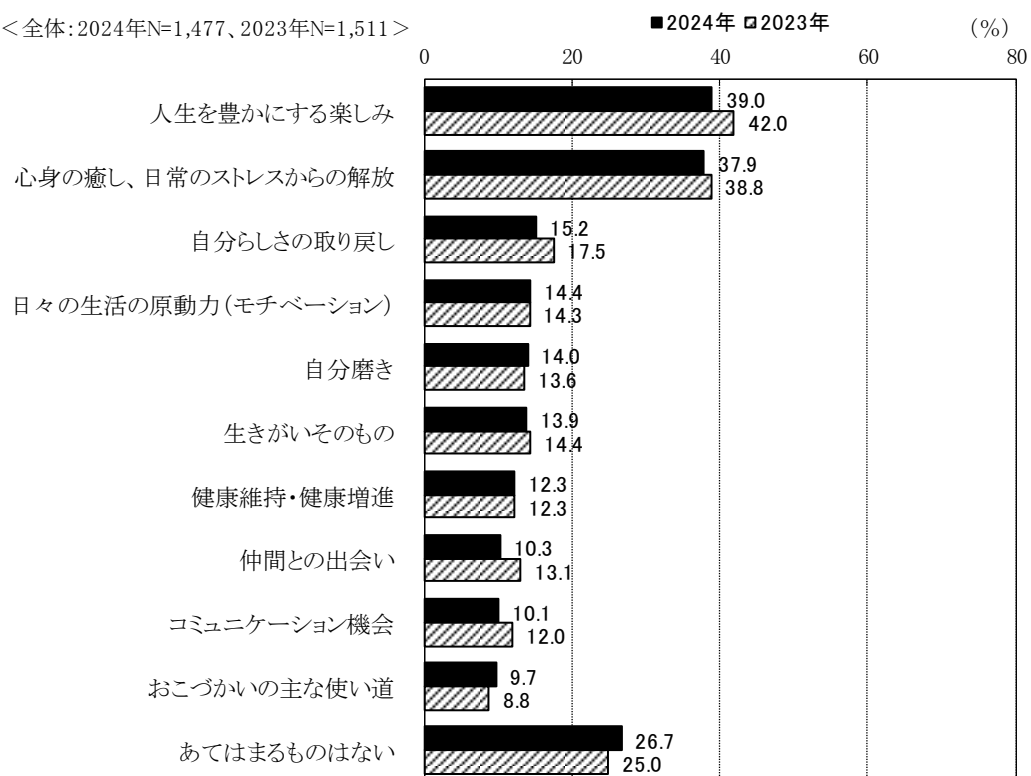
＜趣味、スポーツ、推し・推し活の性・年代別＞ (%)

|     |        | 長く続けている趣味<br>(スポーツ以外)がある |       | 長く続けているスポーツがある |       | 私には“推し”がある<br>推し活をしている |       |
|-----|--------|--------------------------|-------|----------------|-------|------------------------|-------|
|     |        | 2023年                    | 2024年 | 2023年          | 2024年 | 2023年                  | 2024年 |
| 全 体 |        | 23.9                     | 20.9  | 18.8           | 17.2  | 11.1                   | 12.5  |
| 男 性 |        | 26.4                     | 22.7  | 23.2           | 19.8  | 7.4                    | 7.5   |
| 女 性 |        | 21.3                     | 19.2  | 14.4           | 14.6  | 14.9                   | 17.6  |
| 男 性 | 18～29歳 | 23.9                     | 21.7  | 19.0           | 22.5  | 18.3                   | 17.4  |
|     | 30代    | 31.3                     | 22.0  | 19.1           | 18.9  | 13.0                   | 11.0  |
|     | 40代    | 31.8                     | 20.1  | 20.9           | 18.0  | 7.4                    | 5.8   |
|     | 50代    | 15.5                     | 26.7  | 27.7           | 18.7  | 1.4                    | 5.3   |
|     | 60代    | 23.8                     | 21.6  | 31.7           | 18.6  | －                      | 1.0   |
|     | 70代    | 35.6                     | 23.3  | 22.2           | 23.3  | －                      | －     |
| 女 性 | 18～29歳 | 26.8                     | 19.1  | 15.5           | 13.2  | 33.1                   | 34.6  |
|     | 30代    | 20.3                     | 17.7  | 5.7            | 5.4   | 15.4                   | 22.3  |
|     | 40代    | 16.7                     | 21.2  | 16.0           | 8.8   | 13.2                   | 18.2  |
|     | 50代    | 16.9                     | 17.5  | 14.1           | 20.3  | 14.8                   | 12.6  |
|     | 60代    | 25.8                     | 18.8  | 16.5           | 24.0  | 5.2                    | 8.3   |
|     | 70代    | 23.3                     | 21.4  | 19.4           | 19.4  | 1.0                    | 3.1   |

図表8-20：趣味、スポーツ、推し・推し活を行う理由

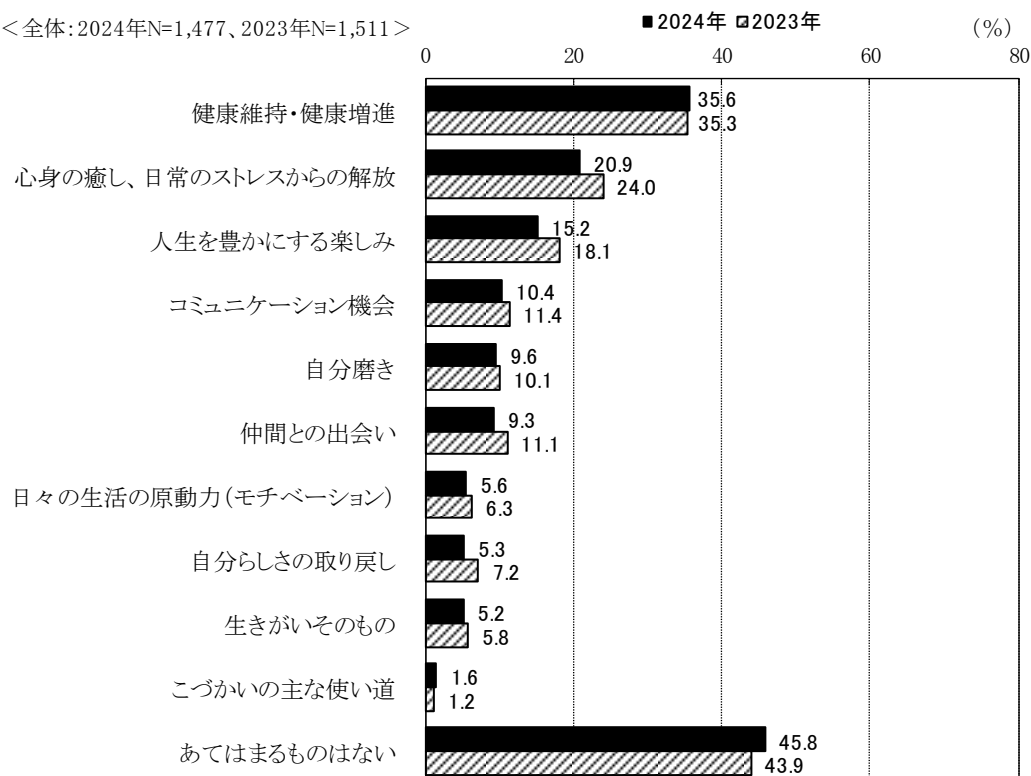
## ① 趣味

&lt;全体：2024年N=1,477、2023年N=1,511&gt;



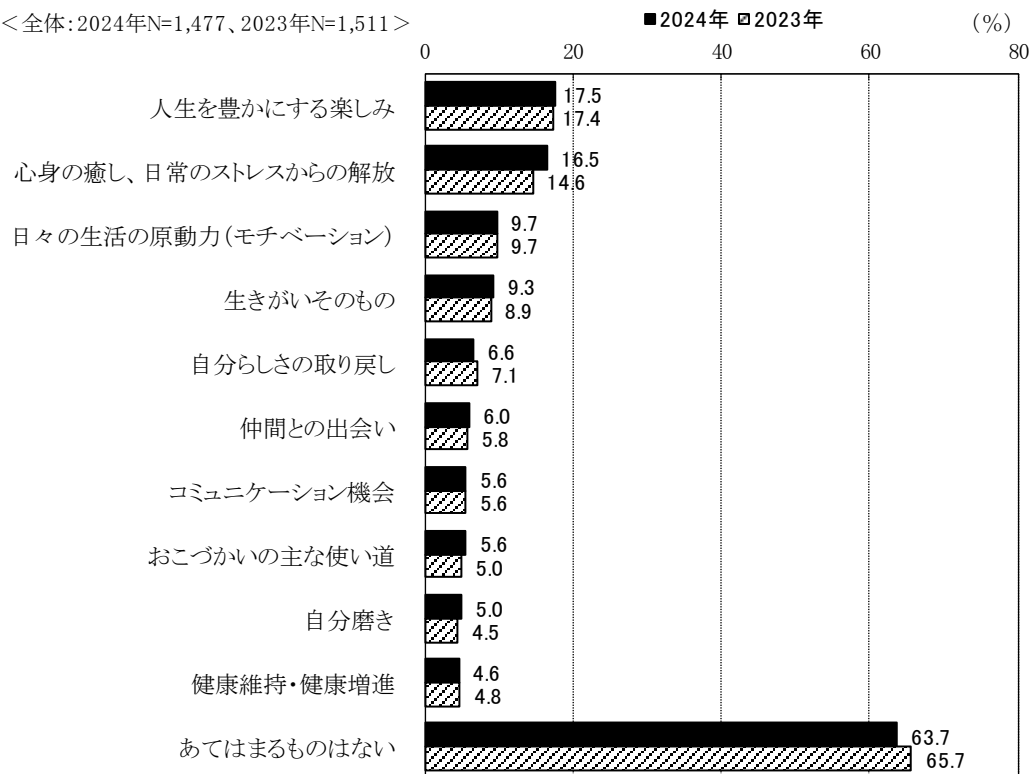
## ② スポーツ

&lt;全体：2024年N=1,477、2023年N=1,511&gt;



## ③ 推し・推し活

&lt;全体:2024年N=1,477、2023年N=1,511&gt;



## (3) 学問・勉強の意欲旺盛

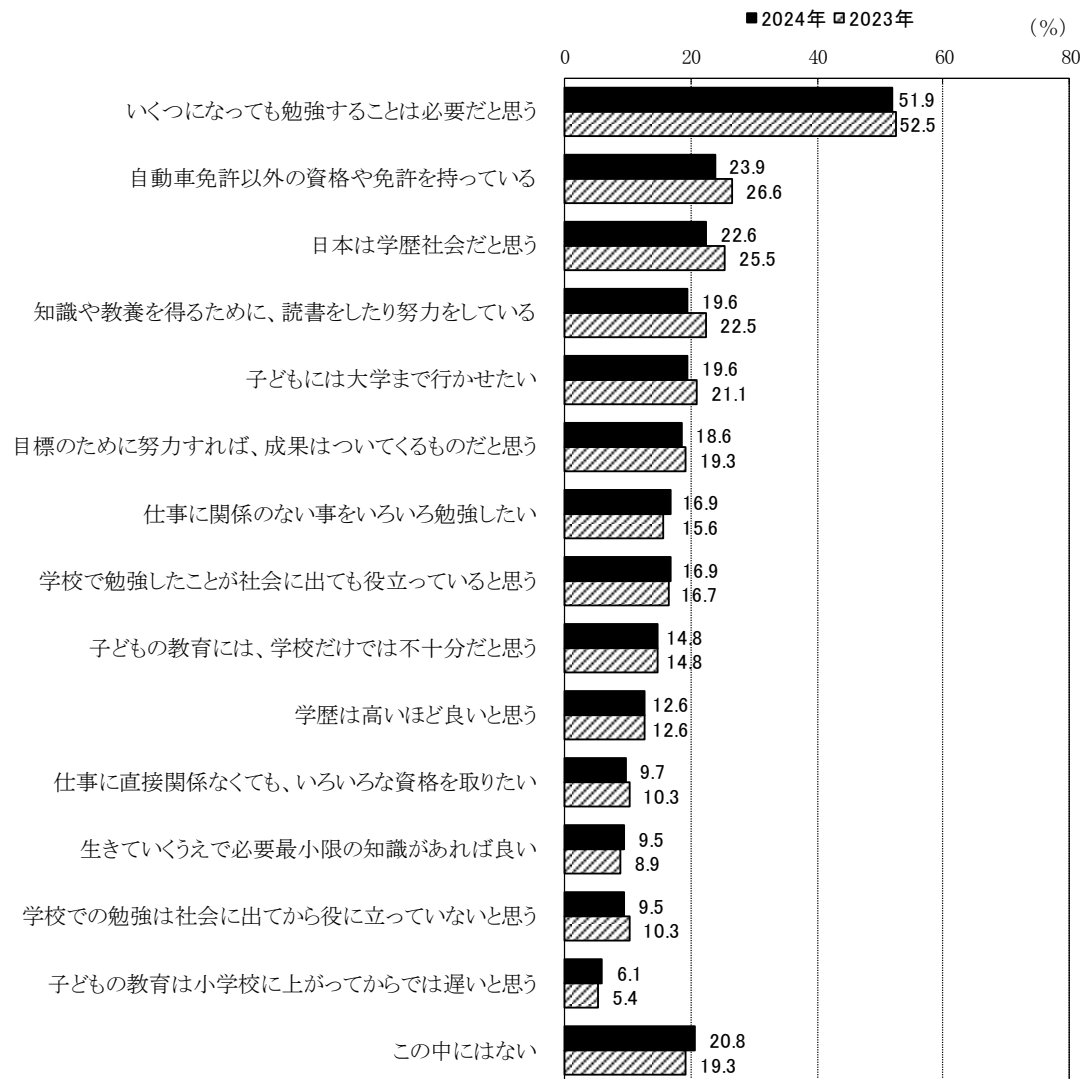
図表8-21は、学問・勉強に対する意識について回答してもらった結果である。

◇全体では、「いくつになっても勉強することは必要」(51.9%)が最も高く、「自動車免許以外の資格や免許を持っている」(23.9%)、「日本は学歴社会だと思う」(22.6%)、「知識や教養を得るために読書をしたり努力をしている」(19.6%)、「子どもには大学まで行かせたい」(19.6%)が続く。

◇性・年代を問わず「いくつになっても勉強することは必要」と考えており、上位項目で男女の大きな差はみられない。

図表8-21：学問・勉強に対する意識・態度

&lt;全体:2024年N=1,477、2023年N=1,511&gt;



&lt;性・年代別&gt;

(%)

| N=           | 1位                         | 2位                              | 3位                          |
|--------------|----------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| 全体 1477      | いくつになっても勉強することは必要だと思う 51.9 | 自動車免許以外の資格や免許を持っている 23.9        | 日本は学歴社会だと思う 22.6            |
| 男 737        | いくつになっても勉強することは必要だと思う 50.7 | 自動車免許以外の資格や免許を持っている 24.4        | 日本は学歴社会だと思う 21.0            |
| 女 740        | いくつになっても勉強することは必要だと思う 53.1 | 日本は学歴社会だと思う 24.2                | 自動車免許以外の資格や免許を持っている 23.4    |
| 男・18～29歳 138 | いくつになっても勉強することは必要だと思う 47.8 | 知識や教養を得るために、読書をしたり努力をしている 25.4  | 日本は学歴社会だと思う 22.5            |
| 男・30代 127    | いくつになっても勉強することは必要だと思う 51.2 | 子どもには大学まで行かせたい 23.6             | 子どもの教育には、学校だけでは不十分だと思う 22.8 |
| 男・40代 139    | いくつになっても勉強することは必要だと思う 53.2 | 自動車免許以外の資格や免許を持っている 31.7        | 子どもには大学まで行かせたい 20.9         |
| 男・50代 150    | いくつになっても勉強することは必要だと思う 50.7 | 自動車免許以外の資格や免許を持っている 25.3        | 仕事に関係のない事をいろいろ勉強したい 22.7    |
| 男・60代 97     | いくつになっても勉強することは必要だと思う 42.3 | 自動車免許以外の資格や免許を持っている 25.8        | 日本は学歴社会だと思う 25.8            |
| 男・70代 86     | いくつになっても勉強することは必要だと思う 60.5 | 知識や教養を得るために、読書をしたり努力をしている 30.2  | 自動車免許以外の資格や免許を持っている 25.6    |
| 女・18～29歳 136 | いくつになっても勉強することは必要だと思う 44.9 | 子どもには大学まで行かせたい 28.7             | 日本は学歴社会だと思う 20.6            |
| 女・30代 130    | いくつになっても勉強することは必要だと思う 50.0 | 子どもには大学まで行かせたい 20.8             | 自動車免許以外の資格や免許を持っている 20.0    |
| 女・40代 137    | いくつになっても勉強することは必要だと思う 52.6 | 自動車免許以外の資格や免許を持っている 27.7        | 日本は学歴社会だと思う 25.5            |
| 女・50代 143    | いくつになっても勉強することは必要だと思う 55.2 | 日本は学歴社会だと思う 30.1                | 自動車免許以外の資格や免許を持っている 28.0    |
| 女・60代 96     | いくつになっても勉強することは必要だと思う 54.2 | 日本は学歴社会だと思う 24.0                | 自動車免許以外の資格や免許を持っている 24.0    |
| 女・70代 98     | いくつになっても勉強することは必要だと思う 65.3 | 目標のために努力すれば、成果はついてくるものだと思う 34.7 | 日本は学歴社会だと思う 27.6            |

## 第9章 都市生活者の人づきあい

本章では、人づきあいについて意識や態度、友人の数、つきあっている友人、参加している集まりや活動、家族や友人とのコミュニケーションについて明らかにする。

本調査の結果から、都市生活者のつきあう友人の数、近所づきあいが減っていることが明らかになった。都市生活者は人数が少なくても深いつきあいをしたいと考えつつ、人づきあいは面倒くさいと思っている。友人の数を2023年と比較すると、男性30代から50代は同性の友人の数が増加したが、他は減少している。都市生活者のよりどころは「配偶者」、「親」、「子ども」で、家族をよりどころにする傾向がやや高まっている。

都市生活者がふだんつきあっている友人は職場や仕事関係の友人と学生時代の友人で、2023年に比べて「職場関係、仕事関係の友人」が増加した。コロナ禍でつきあいが減っていた職場・仕事でのつきあいが回復してきたと考えられる。現在参加している個人的な集まりや活動は、「学生時代からのつきあい」と「スポーツやさまざまな趣味の集まり」、「学生時代の同窓会の集まり」が高いが、「学生時代からのつきあい」は2023年に比べて減少した。

家族との会話は頻繁で、メールやLINEも多く利用している。家族とメールやLINEのやり取りをしている人および頻度は2023年に比べて若干増加した。友人とのコミュニケーションにはメールやLINEが最も多く利用されているが、2023年に比べて減少した。

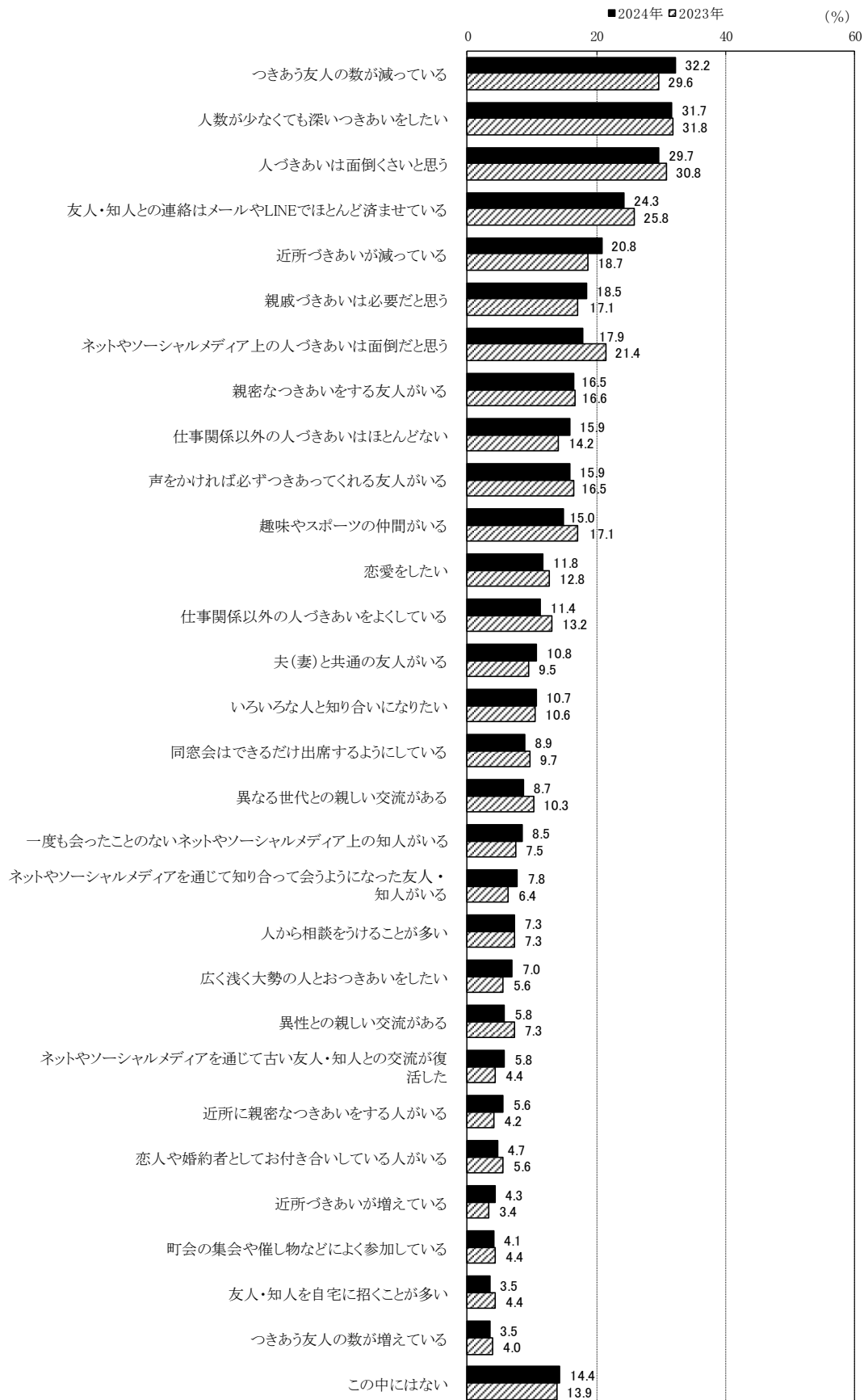
### 1. 人づきあいに変化

人づきあいに対する意識・態度について図表9-1をまとめた。

- ◇全体では、「つきあう友人の数が減っている」(32.2%)、「人数が少なくても深いつきあいをしたい」(31.7%)、「人づきあいは面倒くさいと思う」(29.7%)、「友人・知人との連絡はメールやLINEでほとんど済ませている」(24.3%)、「近所づきあいが減っている」(20.8%)、「親戚づきあいは必要だと思う」(18.5%)、「ネットやソーシャルメディア上のつきあいは面倒だと思う」(17.9%)、「親密なつきあいをする友人がいる」(16.5%)、「仕事関係以外の人づきあいはほとんどない」(15.9%)、「声をかければ必ずつきあってくれる友人がいる」(15.9%)の順で高い。
- ◇2023年に比べて、「つきあう友人の数が減っている」、「近所づきあいが減っている」、「仕事関係以外の人づきあいはほとんどない」が増加している。
- ◇性別では、男女とも上位3項目は変わらない。男性60代以上と女性70代では、「親戚づきあいは必要だと思う」と回答する人が多い。

図表9-1：人づきあいに対する意識・態度

&lt;全体:2024年N=1,477、2023年N=1,511&gt;



&lt;性・年代別&gt;

(%)

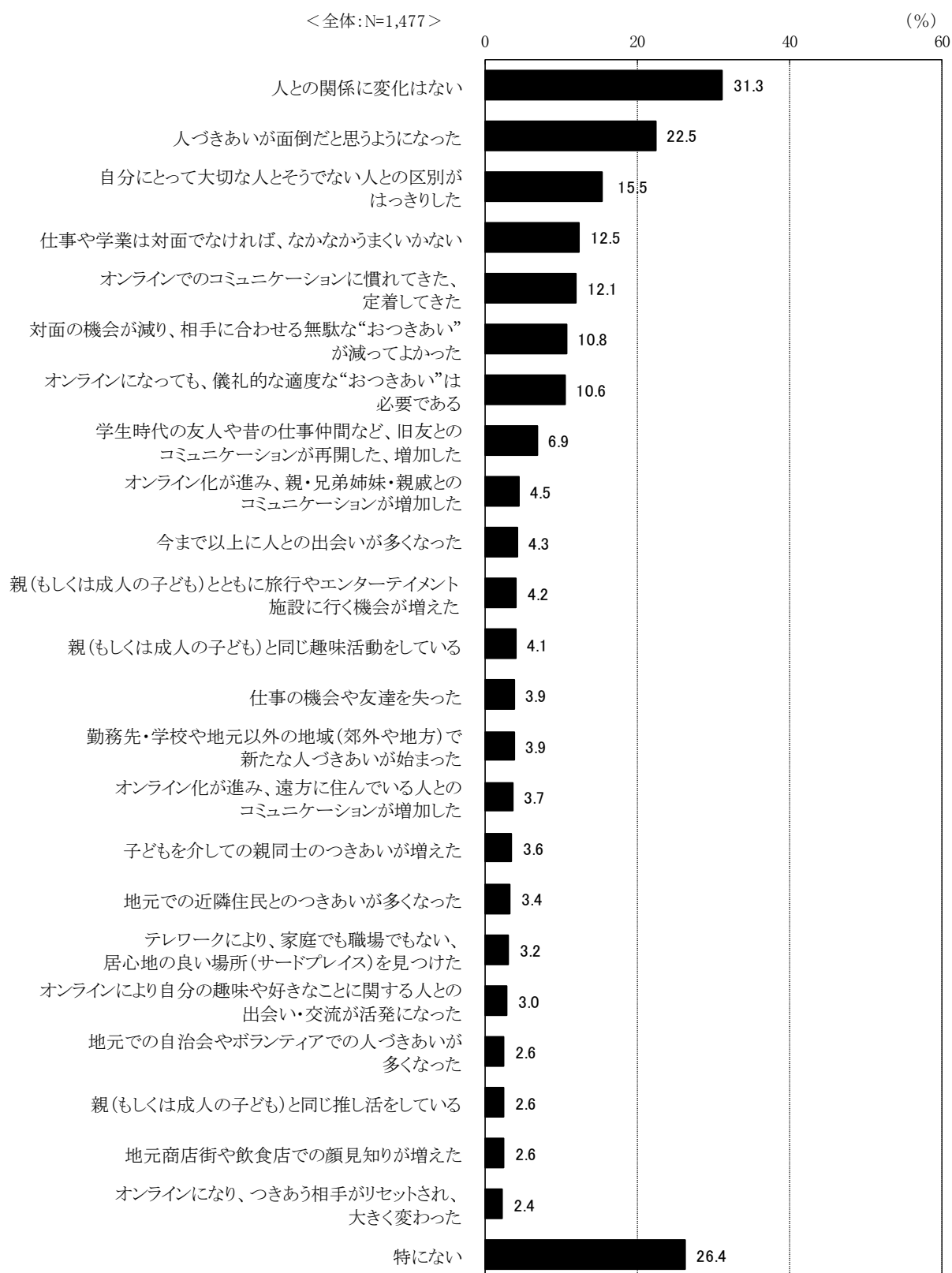
| N=           | 1位                                         | 2位                                            | 3位                                 |
|--------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------|
| 全体 1477      | つきあう友人の数が減っている 32.2                        | 人数が少なくても深いつきあいをしたい 31.7                       | 人づきあいは面倒くさいと思う 29.7                |
| 男 737        | 人数が少なくても深いつきあいをしたい 28.4                    | つきあう友人の数が減っている 28.2                           | 人づきあいは面倒くさいと思う 25.8                |
| 女 740        | つきあう友人の数が減っている 36.1                        | 人数が少なくても深いつきあいをしたい 35.0                       | 人づきあいは面倒くさいと思う 33.5                |
| 男・18～29歳 138 | 人数が少なくても深いつきあいをしたい 30.4                    | 人づきあいは面倒くさいと思う 23.9                           | 恋愛をしたい 22.5                        |
| 男・30代 127    | 人数が少なくても深いつきあいをしたい 29.1                    | 人づきあいは面倒くさいと思う 29.1                           | 仕事関係以外の人づきあいはほとんどない 24.4           |
| 男・40代 139    | つきあう友人の数が減っている 38.8                        | 人づきあいは面倒くさいと思う 34.5                           | 人数が少なくても深いつきあいをしたい 33.1            |
| 男・50代 150    | 人づきあいは面倒くさいと思う 25.3                        | 人数が少なくても深いつきあいをしたい 25.3                       | つきあう友人の数が減っている 24.7                |
| 男・60代 97     | つきあう友人の数が減っている 32.0                        | 親戚づきあいは必要だと思う 26.8                            | 人数が少なくても深いつきあいをしたい 23.7            |
| 男・70代 86     | つきあう友人の数が減っている 36.0                        | 親戚づきあいは必要だと思う 30.2                            | 人数が少なくても深いつきあいをしたい 26.7            |
| 女・18～29歳 136 | つきあう友人の数が減っている 36.8                        | 人数が少なくても深いつきあいをしたい 35.3                       | 友人・知人との連絡はメールやLINEでほとんど済ませている 28.7 |
| 女・30代 130    | 人づきあいは面倒くさいと思う 40.8                        | 人数が少なくても深いつきあいをしたい 37.7                       | つきあう友人の数が減っている 33.1                |
| 女・40代 137    | 人づきあいは面倒くさいと思う 46.0                        | つきあう友人の数が減っている 43.8                           | 人数が少なくても深いつきあいをしたい 40.9            |
| 女・50代 143    | つきあう友人の数が減っている/<br>人数が少なくても深いつきあいをしたい 37.1 |                                               | 友人・知人との連絡はメールやLINEでほとんど済ませている 35.7 |
| 女・60代 96     | つきあう友人の数が減っている 36.5                        | 人数が少なくても深いつきあいをしたい 33.3                       | 人づきあいは面倒くさいと思う 32.3                |
| 女・70代 98     | 親戚づきあいは必要だと思う 35.7                         | つきあう友人の数が減っている/<br>声をかければ必ずつきあってくれる友人がいる 26.5 |                                    |

図表9-2は、人づきあい、交流、コミュニケーションの変化についてまとめたものである。

◇全体では、「人との関係に変化はない」(31.3%)としながらも、「人づきあいが面倒だと思うようになった」(22.5%)、「自分にとって大切な人とそうでない人との区別がはっきりした」(15.5%)というように人づきあいに変化している。また、「仕事や学業は対面でなければ、なかなかうまくいかない」(12.5%)、「オンラインでのコミュニケーションに慣れてきた、定着してきた」(12.1%)、「対面の機会が減り、相手に合わせる無駄な“おつきあい”が減ってよかった」(10.8%)などコロナ禍で変化した人づきあいに対する意識が続いている。

◇性別でみると、「人との関係に変化はない」は男性で高く、「人づきあいが面倒だと思うようになった」と「自分にとって大切な人とそうでない人との区別がはっきりした」は女性で高い。また、「仕事や学業は対面でなければ、なかなかうまくいかない」は男性で高く、「オンラインでのコミュニケーションに慣れてきた、定着してきた」、「対面の機会が減り、相手に合わせる無駄な“おつきあい”が減ってよかった」は女性で高い。

図表9-2：人づきあい、交流、コミュニケーションの変化



## &lt;性・年代別&gt;

|     |        | (%)         |                    |                   |                          |                             |              |                 |                      |                      |                                    |                    |                                |                            |              |
|-----|--------|-------------|--------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|--------------|-----------------|----------------------|----------------------|------------------------------------|--------------------|--------------------------------|----------------------------|--------------|
| 調査数 |        | 人との関係に変化はない | 人づきあいが面倒だと思うようになった | 自分にとって大切な人とはつきりした | 仕事や学業は対面でなくいかなければ、はつきりした | オンラインでのコミュニケーションに慣れた、定着してきた | 対面の機会が減り、無駄な | “おつきあい”が減ってよかった | 儀礼的な適度な“おつきあい”は必要である | 学生時代の友人や昔の仲間との再会が増えた | オンライン化が進み、親・兄弟姉妹・親戚とのコミュニケーションが増えた | 今まで以上に人との出会いが多くなった | 親（もしくは成人の子ども）と一緒に旅行やエンターテインメント | 親（もしくは成人の子ども）と一緒に趣味活動をしている | 仕事の機会や友達を失った |
| 全 体 |        | 1,477       | 31.3               | 22.5              | 15.5                     | 12.5                        | 12.1         | 10.8            | 10.6                 | 6.9                  | 4.5                                | 4.3                | 4.2                            | 4.1                        | 3.9          |
| 男 性 |        | 737         | 34.3               | 18.9              | 10.2                     | 14.9                        | 11.8         | 8.4             | 9.9                  | 5.8                  | 5.0                                | 4.6                | 2.2                            | 2.7                        | 4.2          |
| 女 性 |        | 740         | 28.2               | 26.2              | 20.8                     | 10.0                        | 12.3         | 13.1            | 11.4                 | 8.0                  | 3.9                                | 3.9                | 6.2                            | 5.5                        | 3.6          |
| 男性  | 18～29歳 | 138         | 31.9               | 15.9              | 9.4                      | 16.7                        | 15.2         | 6.5             | 6.5                  | 6.5                  | 6.5                                | 7.2                | 2.2                            | 6.5                        | 5.8          |
|     | 30代    | 127         | 26.0               | 27.6              | 8.7                      | 17.3                        | 10.2         | 13.4            | 6.3                  | 5.5                  | 7.9                                | 6.3                | 2.4                            | 3.9                        | 4.7          |
|     | 40代    | 139         | 31.7               | 23.7              | 13.7                     | 15.8                        | 11.5         | 11.5            | 10.8                 | 2.9                  | 5.8                                | 3.6                | 3.6                            | 1.4                        | 4.3          |
|     | 50代    | 150         | 36.0               | 12.7              | 6.0                      | 16.7                        | 8.0          | 3.3             | 10.0                 | 4.7                  | 3.3                                | 3.3                | 1.3                            | 1.3                        | 4.7          |
|     | 60代    | 97          | 38.1               | 18.6              | 10.3                     | 8.2                         | 18.6         | 9.3             | 10.3                 | 10.3                 | 2.1                                | 4.1                | 1.0                            | 1.0                        | 3.1          |
|     | 70代    | 86          | 47.7               | 14.0              | 15.1                     | 11.6                        | 8.1          | 7.0             | 18.6                 | 7.0                  | 3.5                                | 2.3                | 2.3                            | 1.2                        | 1.2          |
| 女性  | 18～29歳 | 136         | 22.8               | 26.5              | 21.3                     | 9.6                         | 18.4         | 11.0            | 4.4                  | 8.1                  | 3.7                                | 8.1                | 5.9                            | 5.1                        | 5.1          |
|     | 30代    | 130         | 30.0               | 23.1              | 16.2                     | 13.1                        | 10.8         | 14.6            | 10.0                 | 4.6                  | 3.8                                | 1.5                | 6.2                            | 7.7                        | 3.1          |
|     | 40代    | 137         | 23.4               | 35.0              | 25.5                     | 10.9                        | 14.6         | 16.8            | 13.1                 | 5.8                  | 2.9                                | 3.6                | 7.3                            | 5.8                        | 1.5          |
|     | 50代    | 143         | 29.4               | 28.0              | 21.0                     | 11.9                        | 15.4         | 16.1            | 15.4                 | 13.3                 | 4.2                                | 2.1                | 4.2                            | 7.0                        | 6.3          |
|     | 60代    | 96          | 37.5               | 22.9              | 22.9                     | 8.3                         | 3.1          | 8.3             | 13.5                 | 11.5                 | 3.1                                | 3.1                | 12.5                           | 4.2                        | 3.1          |
|     | 70代    | 98          | 29.6               | 18.4              | 17.3                     | 4.1                         | 7.1          | 9.2             | 12.2                 | 4.1                  | 6.1                                | 5.1                | 2.0                            | 2.0                        | 2.0          |

|     |        |             |                                                          |                                                                     |                                                                     |                                                                                   |                                                            |                                                                    |                                                               | (%)                                                                |                                                               |                                                        |                                                |                                                     |                                      |                                                                     |                                                                         |                  |
|-----|--------|-------------|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|------------------|
|     |        | 調<br>査<br>数 | 子<br>ど<br>も<br>を<br>介<br>し<br>て<br>の<br>親<br>同<br>士<br>の | 地<br>元<br>で<br>の<br>近<br>隣<br>住<br>民<br>と<br>の<br>つき<br>あ<br>い<br>が | 地<br>元<br>で<br>の<br>近<br>隣<br>住<br>民<br>と<br>の<br>つき<br>あ<br>い<br>が | テ<br>レ<br>ワ<br>ー<br>ク<br>に<br>よ<br>り<br>、<br>居<br>心<br>地<br>の<br>良<br>い<br>場<br>所 | （サ<br>ー<br>ド<br>ブ<br>レ<br>イ<br>ス）<br>を<br>見<br>つ<br>け<br>た | オ<br>ン<br>ラ<br>イ<br>ン<br>に<br>よ<br>り<br>自<br>分<br>の<br>趣<br>味<br>や | 出<br>会<br>い<br>・<br>交<br>流<br>が<br>活<br>発<br>に<br>な<br>っ<br>た | 地<br>元<br>で<br>の<br>自<br>治<br>会<br>や<br>ボ<br>ラ<br>ン<br>テ<br>ィ<br>ア | で<br>の<br>人<br>づ<br>き<br>あ<br>い<br>が<br>多<br>く<br>な<br>っ<br>た | 親<br>（も<br>し<br>く<br>は<br>成<br>人<br>の<br>子<br>ど<br>も）と | 同<br>じ<br>推<br>し<br>活<br>を<br>し<br>て<br>い<br>る | 地<br>元<br>商<br>店<br>街<br>や<br>飲<br>食<br>店<br>で<br>の | 顔<br>見<br>知<br>り<br>が<br>増<br>え<br>た | オ<br>ン<br>ラ<br>イ<br>ン<br>に<br>な<br>り<br>、<br>つき<br>あ<br>う<br>相<br>手 | が<br>リ<br>セ<br>ッ<br>ト<br>さ<br>れ<br>、<br>大<br>き<br>く<br>変<br>わ<br>っ<br>た | 特<br>に<br>な<br>い |
| 全 体 |        | 1,477       | 3.6                                                      | 3.4                                                                 | 3.2                                                                 | 3.0                                                                               | 2.6                                                        | 2.6                                                                | 2.6                                                           | 2.4                                                                | 26.4                                                          |                                                        |                                                |                                                     |                                      |                                                                     |                                                                         |                  |
| 男 性 |        | 737         | 3.1                                                      | 3.5                                                                 | 3.5                                                                 | 2.6                                                                               | 3.3                                                        | 0.8                                                                | 2.0                                                           | 2.6                                                                | 29.4                                                          |                                                        |                                                |                                                     |                                      |                                                                     |                                                                         |                  |
| 女 性 |        | 740         | 4.1                                                      | 3.2                                                                 | 2.8                                                                 | 3.4                                                                               | 1.9                                                        | 4.3                                                                | 3.2                                                           | 2.3                                                                | 23.4                                                          |                                                        |                                                |                                                     |                                      |                                                                     |                                                                         |                  |
| 男性  | 18～29歳 | 138         | 2.2                                                      | 2.9                                                                 | 4.3                                                                 | 2.9                                                                               | 2.9                                                        | 2.2                                                                | 5.1                                                           | 5.1                                                                | 31.2                                                          |                                                        |                                                |                                                     |                                      |                                                                     |                                                                         |                  |
|     | 30代    | 127         | 6.3                                                      | 3.9                                                                 | 4.7                                                                 | 3.9                                                                               | 5.5                                                        | 1.6                                                                | 2.4                                                           | 3.9                                                                | 31.5                                                          |                                                        |                                                |                                                     |                                      |                                                                     |                                                                         |                  |
|     | 40代    | 139         | 5.0                                                      | 3.6                                                                 | 2.9                                                                 | 2.2                                                                               | 2.9                                                        | 0.7                                                                | 1.4                                                           | 1.4                                                                | 26.6                                                          |                                                        |                                                |                                                     |                                      |                                                                     |                                                                         |                  |
|     | 50代    | 150         | 2.7                                                      | 4.0                                                                 | 4.0                                                                 | 2.0                                                                               | 4.7                                                        | -                                                                  | 0.7                                                           | 1.3                                                                | 32.0                                                          |                                                        |                                                |                                                     |                                      |                                                                     |                                                                         |                  |
|     | 60代    | 97          | 1.0                                                      | 2.1                                                                 | 3.1                                                                 | 3.1                                                                               | -                                                          | -                                                                  | 2.1                                                           | 1.0                                                                | 26.8                                                          |                                                        |                                                |                                                     |                                      |                                                                     |                                                                         |                  |
|     | 70代    | 86          | -                                                        | 4.7                                                                 | 1.2                                                                 | 1.2                                                                               | 2.3                                                        | -                                                                  | -                                                             | 2.3                                                                | 26.7                                                          |                                                        |                                                |                                                     |                                      |                                                                     |                                                                         |                  |
| 女性  | 18～29歳 | 136         | 2.2                                                      | 2.9                                                                 | 3.7                                                                 | 6.6                                                                               | 1.5                                                        | 5.1                                                                | 5.1                                                           | 2.2                                                                | 20.6                                                          |                                                        |                                                |                                                     |                                      |                                                                     |                                                                         |                  |
|     | 30代    | 130         | 5.4                                                      | 1.5                                                                 | 2.3                                                                 | 4.6                                                                               | -                                                          | 3.8                                                                | 0.8                                                           | 3.8                                                                | 30.8                                                          |                                                        |                                                |                                                     |                                      |                                                                     |                                                                         |                  |
|     | 40代    | 137         | 5.8                                                      | 2.9                                                                 | 5.8                                                                 | 3.6                                                                               | 2.9                                                        | 3.6                                                                | 3.6                                                           | 1.5                                                                | 19.7                                                          |                                                        |                                                |                                                     |                                      |                                                                     |                                                                         |                  |
|     | 50代    | 143         | 4.2                                                      | 4.2                                                                 | 3.5                                                                 | 2.1                                                                               | 0.7                                                        | 5.6                                                                | 4.2                                                           | 3.5                                                                | 20.3                                                          |                                                        |                                                |                                                     |                                      |                                                                     |                                                                         |                  |
|     | 60代    | 96          | 3.1                                                      | 4.2                                                                 | -                                                                   | -                                                                                 | 2.1                                                        | 4.2                                                                | 1.0                                                           | 1.0                                                                | 21.9                                                          |                                                        |                                                |                                                     |                                      |                                                                     |                                                                         |                  |
|     | 70代    | 98          | 3.1                                                      | 4.1                                                                 | -                                                                   | 2.0                                                                               | 5.1                                                        | 3.1                                                                | 4.1                                                           | 1.0                                                                | 28.6                                                          |                                                        |                                                |                                                     |                                      |                                                                     |                                                                         |                  |

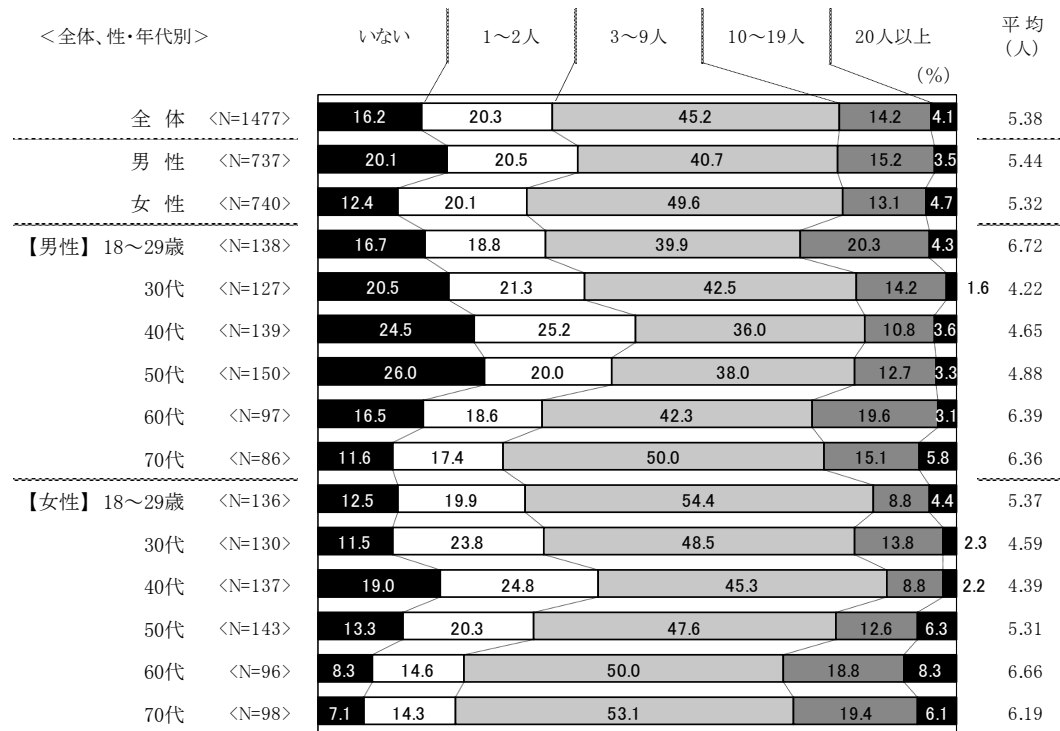
では、友人の数はどれくらいなのか。親しい友人・知人の数を同性の友人・知人と異性の友人・知人とに分けて実数で回答してもらった。この結果は、図表9-3のようになった。

◇同性の友人・知人がいる人は、全体で83.8%、平均5.38人であった。「3～9人」（45.2%）が最も多い。

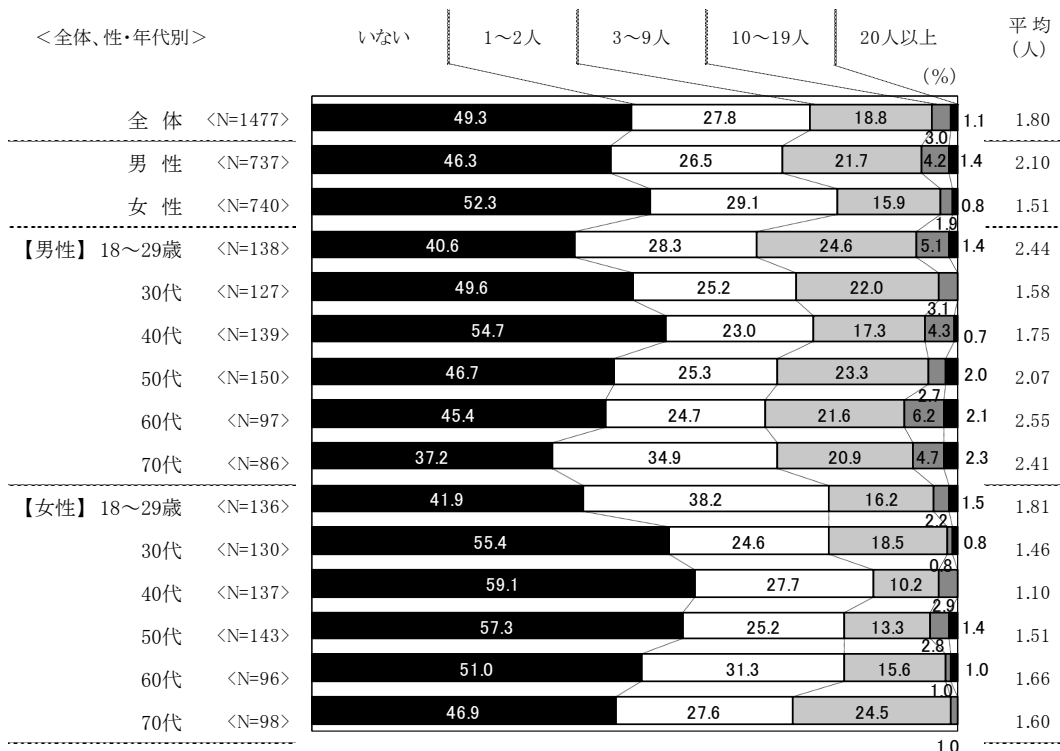
◇男性の平均は5.44人、女性の平均は5.32人である。男女とも18～29歳と60代以上で友人の数が多

- ◇異性の友人・知人がいる人は、全体で50.7%、平均1.80人であった。「1～2人」(27.8%)が多く、男性の平均が2.10人、女性が1.51人である。
- ◇2023年と比較すると、男性30代から50代は同性の友人の数が増加したが、他は減少している。

図表9-3：親しい友人・知人の人数  
《同性の親しい友人・知人》



《異性の親しい友人・知人》



## &lt;2023 年との比較&gt;

《同性の親しい友人・知人》 平均(人)

|        |         | 2023 年 | 2024 年 |
|--------|---------|--------|--------|
| 全 体    |         | 5.7    | 5.4    |
| 男 性    |         | 5.7    | 5.4    |
| 女 性    |         | 5.7    | 5.3    |
| 男<br>性 | 18～29 歳 | 7.7    | 6.7    |
|        | 30 代    | 3.9    | 4.2    |
|        | 40 代    | 4.2    | 4.7    |
|        | 50 代    | 4.4    | 4.9    |
|        | 60 代    | 7.3    | 6.4    |
|        | 70 代    | 7.4    | 6.4    |
| 女<br>性 | 18～29 歳 | 7.1    | 5.4    |
|        | 30 代    | 5.1    | 4.6    |
|        | 40 代    | 3.7    | 4.4    |
|        | 50 代    | 5.1    | 5.3    |
|        | 60 代    | 7.1    | 6.7    |
|        | 70 代    | 6.8    | 6.2    |

《異性の親しい友人・知人》 平均(人)

|        |         | 2023 年 | 2024 年 |
|--------|---------|--------|--------|
| 全 体    |         | 2.3    | 1.8    |
| 男 性    |         | 2.9    | 2.1    |
| 女 性    |         | 1.8    | 1.5    |
| 男<br>性 | 18～29 歳 | 3.2    | 2.4    |
|        | 30 代    | 1.6    | 1.6    |
|        | 40 代    | 3.7    | 1.8    |
|        | 50 代    | 2.6    | 2.1    |
|        | 60 代    | 3.3    | 2.6    |
|        | 70 代    | 3.1    | 2.4    |
| 女<br>性 | 18～29 歳 | 2.3    | 1.8    |
|        | 30 代    | 1.4    | 1.5    |
|        | 40 代    | 1.6    | 1.1    |
|        | 50 代    | 1.3    | 1.5    |
|        | 60 代    | 2.9    | 1.7    |
|        | 70 代    | 1.3    | 1.6    |

都市生活者のつきあう友人の数、近所づきあいが減っている。人数が少なくても深いつきあいをしたいと考えつつ、人づきあいは面倒くさいと思っている。人づきあい、交流、コミュニケーションの変化は、人づきあいが面倒だと思われるようになり、自分にとって大切な人とそうでない人との区別がはっきりしたなど、コロナ禍で変わった人づきあいに対する意識が続いている。この傾向は、女性で顕著である。

友人の数を 2023 年と比較すると、男性 30 代から 50 代は同性の友人の数が増加したが、他は減少している。

「よりどころ」となっている人をたずねたところ、図表 9-4 のような結果になった。

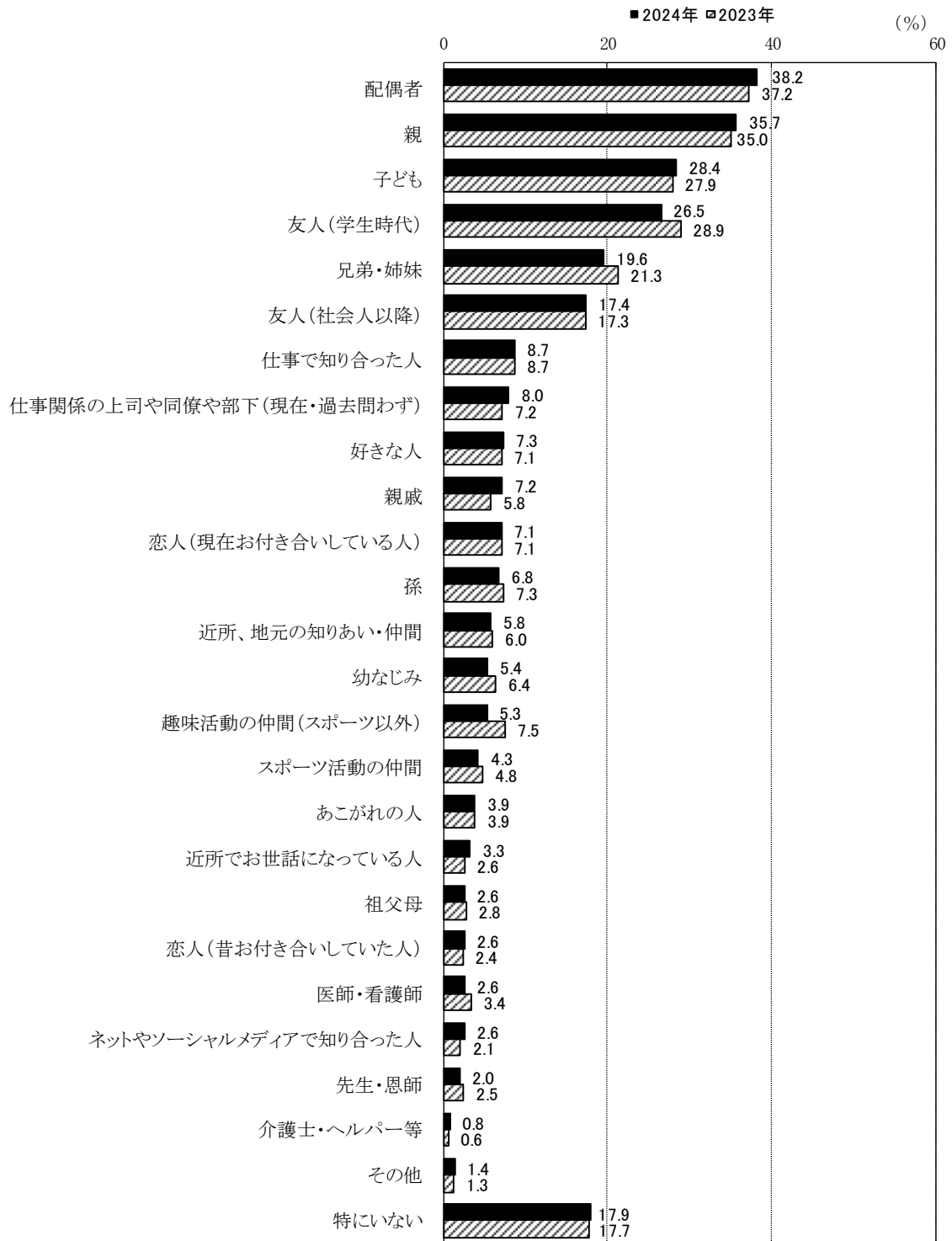
◇全体では、「配偶者」(38.2%)、「親」(35.7%)、「子ども」(28.4%)、「友人(学生時代)」(26.5%)、「兄弟・姉妹」(19.6%)の順で高い。

◇2023 年に比べて、「友人(学生時代)」が減少し、「配偶者」、「親」、「子ども」が若干増加し、家族を頼る意識がやや高まった。

◇男性は、「配偶者」、「親」、「子ども」の順で高い。女性は、「親」、「配偶者」、「子ども」の順で高い。男女とも高年代になるほど「子ども」が高くなる。

図表9-4：「よりどころ」となっている人

&lt;全体：2024年N=1,477、2023年N=1,511&gt;



&lt;性・年代別&gt;

(%)

|          | N=   | 1位       | 2位            | 3位                    |
|----------|------|----------|---------------|-----------------------|
| 全体       | 1477 | 配偶者 38.2 | 親 35.7        | 子ども 28.4              |
| 男        | 737  | 配偶者 38.7 | 親 32.2        | 子ども 24.0              |
| 女        | 740  | 親 39.2   | 配偶者 37.7      | 子ども 32.8              |
| 男・18～29歳 | 138  | 親 52.9   | 友人（学生時代） 34.1 | 好きな人 19.6             |
| 男・30代    | 127  | 配偶者 40.9 | 親 40.2        | 子ども 26.8              |
| 男・40代    | 139  | 配偶者/親    | 41.7          | 子ども 25.2              |
| 男・50代    | 150  | 配偶者 34.0 | 親 32.0        | 子ども 24.7              |
| 男・60代    | 97   | 配偶者 57.7 | 子ども 30.9      | 友人（社会人以降） 21.6        |
| 男・70代    | 86   | 配偶者 69.8 | 子ども 44.2      | 孫 24.4                |
| 女・18～29歳 | 136  | 親 65.4   | 友人（学生時代） 43.4 | 恋人（現在お付き合いしている人） 20.6 |
| 女・30代    | 130  | 親 53.8   | 配偶者 41.5      | 友人（学生時代） 32.3         |
| 女・40代    | 137  | 親 44.5   | 配偶者 39.4      | 子ども 32.1              |
| 女・50代    | 143  | 配偶者 42.7 | 親 37.8        | 子ども 32.2              |
| 女・60代    | 96   | 子ども 57.3 | 配偶者 44.8      | 友人（学生時代） 35.4         |
| 女・70代    | 98   | 子ども 55.1 | 配偶者 48.0      | 兄弟・姉妹 31.6            |

都市生活者のよりどころは「配偶者」、「親」、「子ども」で、2023年に比べて家族をよりどころにする傾向がやや高まっている。

では、実際にふだんつきあっている友人はどのような人か。ふだんつきあっている友人、その中で特に大切な友人についてたずねた。その結果は、図表9-5のとおりである。

### 《ふだんつきあっている友人》

- ◇全体では、「職場関係、仕事関係の友人」（36.2%）、「高校時代の友人」（28.6%）、「大学・大学院時代の友人」（23.2%）、「小・中学校の友人」（21.6%）、「趣味や習い事、スポーツなどを通じて知り合った友人」（15.7%）の順で高い。
- ◇2023年と比較すると、「職場関係、仕事関係の友人」が増加し、これ以外は減少した。つきあう友人は職場・仕事関係に限定されつつある。
- ◇男女とも「職場関係、仕事関係の友人」、「高校時代の友人」が高く、続いて男性は「大学・大学院時代の友人」、女性は「小・中学校の友人」である。
- ◇性・年代別では、男女18～29歳は「高校時代の友人」や「大学・大学院時代の友人」、「小・中学校の友人」など、学生時代の友人が多い。男性30代以上、女性40代以上になると「職場関係、仕事関係の友人」が最も高くなり、女性では「子どもを通じて知り合った友人」もいる。

### 《特に大切な友人》

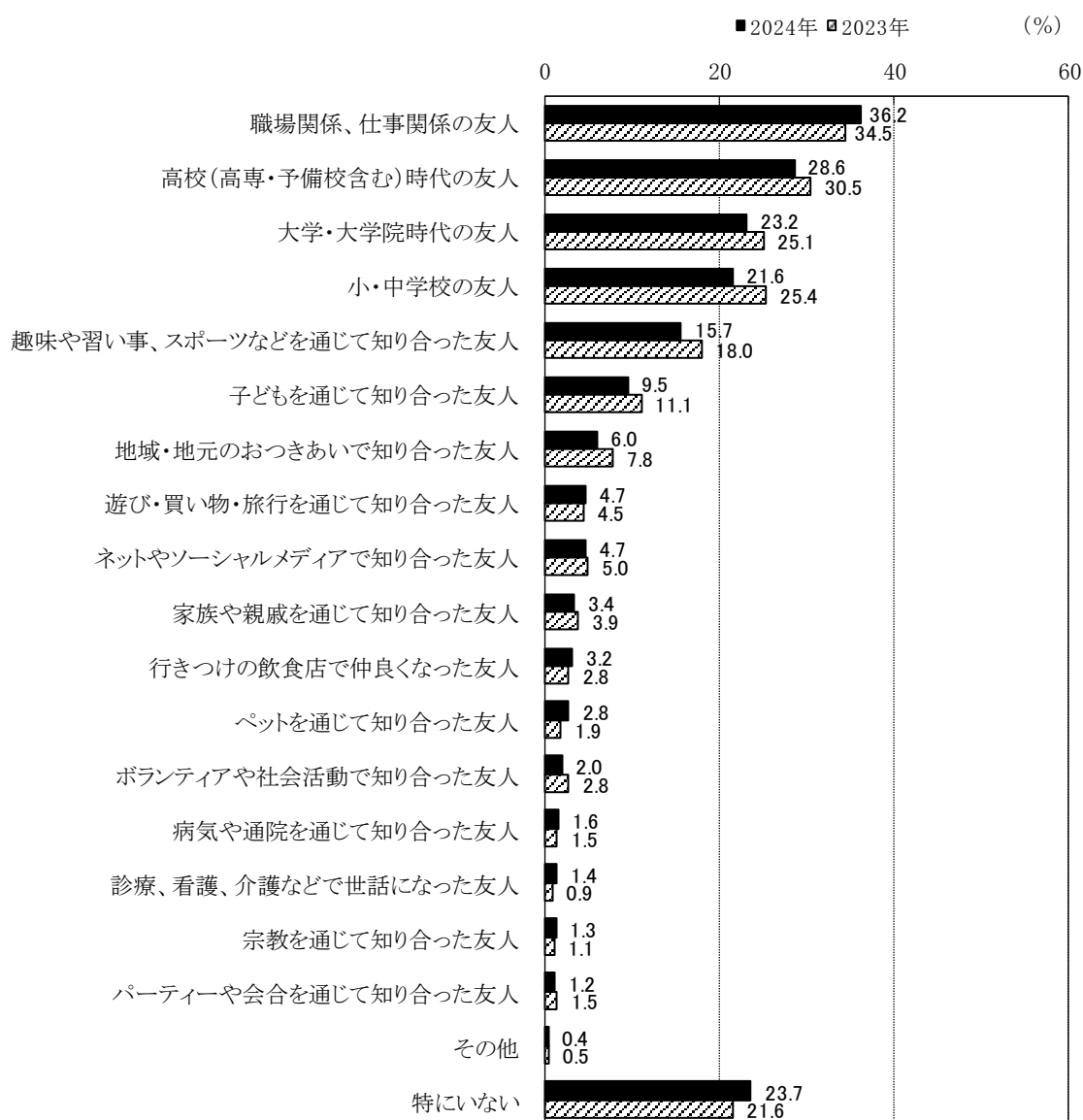
- ◇特に大切な友人は、「職場関係、仕事関係の友人」（24.2%）、「高校時代の友人」（23.4%）、「大学・大学院時代の友人」（17.6%）、「小・中学校の友人」（16.8%）の順で高い。
- ◇2023年に比べて、「職場関係、仕事関係の友人」が増加し、「大学・大学院時代の友人」、「小・中学校の友人」、「趣味や習い事、スポーツなどを通じて知り合った友人」は減少した。
- ◇性別でみると、男性は「職場関係、仕事関係の友人」が最も高いが、女性は「高校時代の友人」が最も高い。
- ◇性・年代別では、男女とも若い年代では「高校時代の友人」や「大学・大学院時代の友人」、「小・中学校の友人」が高いが、年代が上がると「職場関係、仕事関係の友人」が高くなる。

都市生活者がふだんつきあっている友人は職場や仕事関係の友人と学生時代の友人で、2023年に比べて「職場関係、仕事関係の友人」が増加した。コロナ禍でつきあいが減っていた職場・仕事でのつきあいが回復してきたと考えられる。

図表9-5：ふだんつきあっている・特に大切な友人

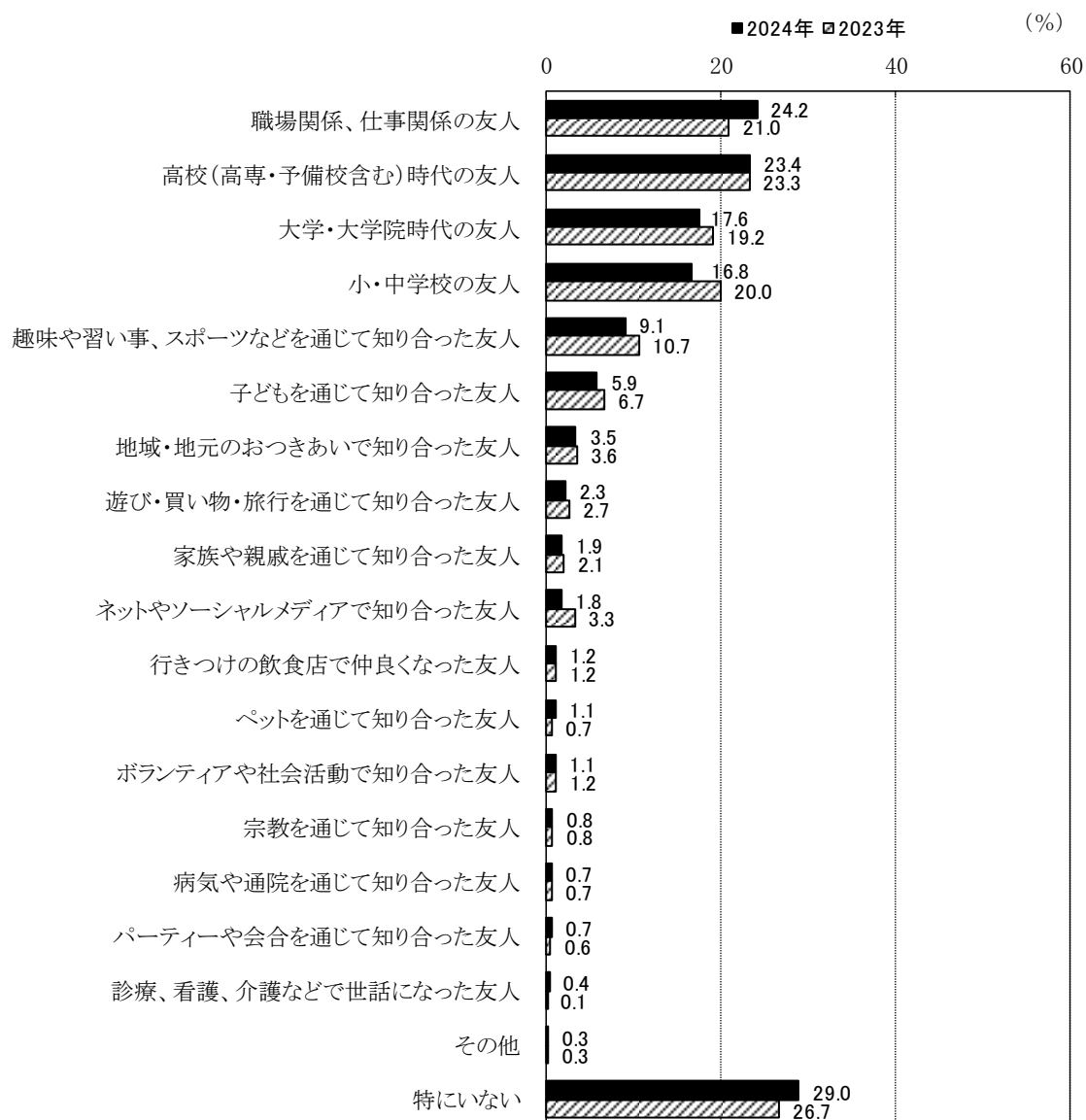
## ① ふだんつきあっている友人＜全体＞

＜全体：2024年N=1,477、2023年N=1,511＞



## ② 特に大切な友人＜全体＞

＜全体：2024年N=1,477、2023年N=1,511＞



## ③ ふだんつきあっている友人＜性・年代別＞

(%)

| N=           | 1位                     | 2位                                        | 3位                     |
|--------------|------------------------|-------------------------------------------|------------------------|
| 全体 1477      | 職場関係、仕事関係の友人 36.2      | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 28.6                    | 大学・大学院時代の友人 23.2       |
| 男 737        | 職場関係、仕事関係の友人 36.2      | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 24.4                    | 大学・大学院時代の友人 23.7       |
| 女 740        | 職場関係、仕事関係の友人 36.1      | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 32.8                    | 小・中学校の友人 25.1          |
| 男・18～29歳 138 | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 42.8 | 大学・大学院時代の友人 38.4                          | 小・中学校の友人 28.3          |
| 男・30代 127    | 職場関係、仕事関係の友人 38.6      | 高校（高専・予備校含む）時代の友人/大学・大学院時代の友人 26.0        |                        |
| 男・40代 139    | 職場関係、仕事関係の友人 34.5      | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 18.0                    | 小・中学校の友人 17.3          |
| 男・50代 150    | 職場関係、仕事関係の友人 40.0      | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 20.0                    | 大学・大学院時代の友人 18.0       |
| 男・60代 97     | 職場関係、仕事関係の友人 49.5      | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 22.7                    | 大学・大学院時代の友人 21.6       |
| 男・70代 86     | 職場関係、仕事関係の友人 41.9      | 大学・大学院時代の友人/趣味や習い事、スポーツなどを通じて知り合った友人 20.9 |                        |
| 女・18～29歳 136 | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 49.3 | 大学・大学院時代の友人 45.6                          | 小・中学校の友人 41.2          |
| 女・30代 130    | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 33.1 | 職場関係、仕事関係の友人 32.3                         | 大学・大学院時代の友人 26.2       |
| 女・40代 137    | 職場関係、仕事関係の友人 32.8      | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 28.5                    | 小・中学校の友人 27.0          |
| 女・50代 143    | 職場関係、仕事関係の友人 44.1      | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 32.9                    | 子どもを通じて知り合った友人 23.1    |
| 女・60代 96     | 職場関係、仕事関係の友人 47.9      | 趣味や習い事、スポーツなどを通じて知り合った友人 31.3             | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 25.0 |
| 女・70代 98     | 職場関係、仕事関係の友人 33.7      | 趣味や習い事、スポーツなどを通じて知り合った友人 26.5             | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 23.5 |

## ④ 特に大切な友人＜性・年代別＞

(%)

| N=           | 1位                     | 2位                            | 3位                           |
|--------------|------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| 全体 1477      | 職場関係、仕事関係の友人 24.2      | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 23.4        | 大学・大学院時代の友人 17.6             |
| 男 737        | 職場関係、仕事関係の友人 24.3      | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 20.2        | 大学・大学院時代の友人 17.6             |
| 女 740        | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 26.5 | 職場関係、仕事関係の友人 24.1             | 小・中学校の友人 19.1                |
| 男・18～29歳 138 | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 39.9 | 大学・大学院時代の友人 27.5              | 小・中学校の友人 24.6                |
| 男・30代 127    | 職場関係、仕事関係の友人 27.6      | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 21.3        | 大学・大学院時代の友人 19.7             |
| 男・40代 139    | 職場関係、仕事関係の友人 20.1      | 小・中学校の友人 14.4                 | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 13.7       |
| 男・50代 150    | 職場関係、仕事関係の友人 28.0      | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 16.0        | 大学・大学院時代の友人 14.0             |
| 男・60代 97     | 職場関係、仕事関係の友人 32.0      | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 18.6        | 大学・大学院時代の友人 15.5             |
| 男・70代 86     | 職場関係、仕事関係の友人 27.9      | 大学・大学院時代の友人 16.3              | 趣味や習い事、スポーツなどを通じて知り合った友人 9.3 |
| 女・18～29歳 136 | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 43.4 | 大学・大学院時代の友人 37.5              | 小・中学校の友人 33.1                |
| 女・30代 130    | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 26.9 | 大学・大学院時代の友人 22.3              | 小・中学校の友人 20.8                |
| 女・40代 137    | 小・中学校の友人 22.6          | 職場関係、仕事関係の友人 22.6             | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 21.2       |
| 女・50代 143    | 職場関係、仕事関係の友人 31.5      | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 28.0        | 子どもを通じて知り合った友人 13.3          |
| 女・60代 96     | 職場関係、仕事関係の友人 27.1      | 趣味や習い事、スポーツなどを通じて知り合った友人 20.8 | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 17.7       |
| 女・70代 98     | 職場関係、仕事関係の友人 24.5      | 趣味や習い事、スポーツなどを通じて知り合った友人 17.3 | 高校（高専・予備校含む）時代の友人 16.3       |

現在参加している個人的な集まりや活動は、図表9-6のとおりである。

◇全体では、「学生時代からのつきあい」(19.6%)、「スポーツやさまざまな趣味の集まり」(13.5%)、「学生時代の同窓会の集まり」(8.5%)、「稽古事や習い事・スクールなどの集まり」(5.7%)、「町内会・自治会・青年団など」(5.2%)の順で高い。

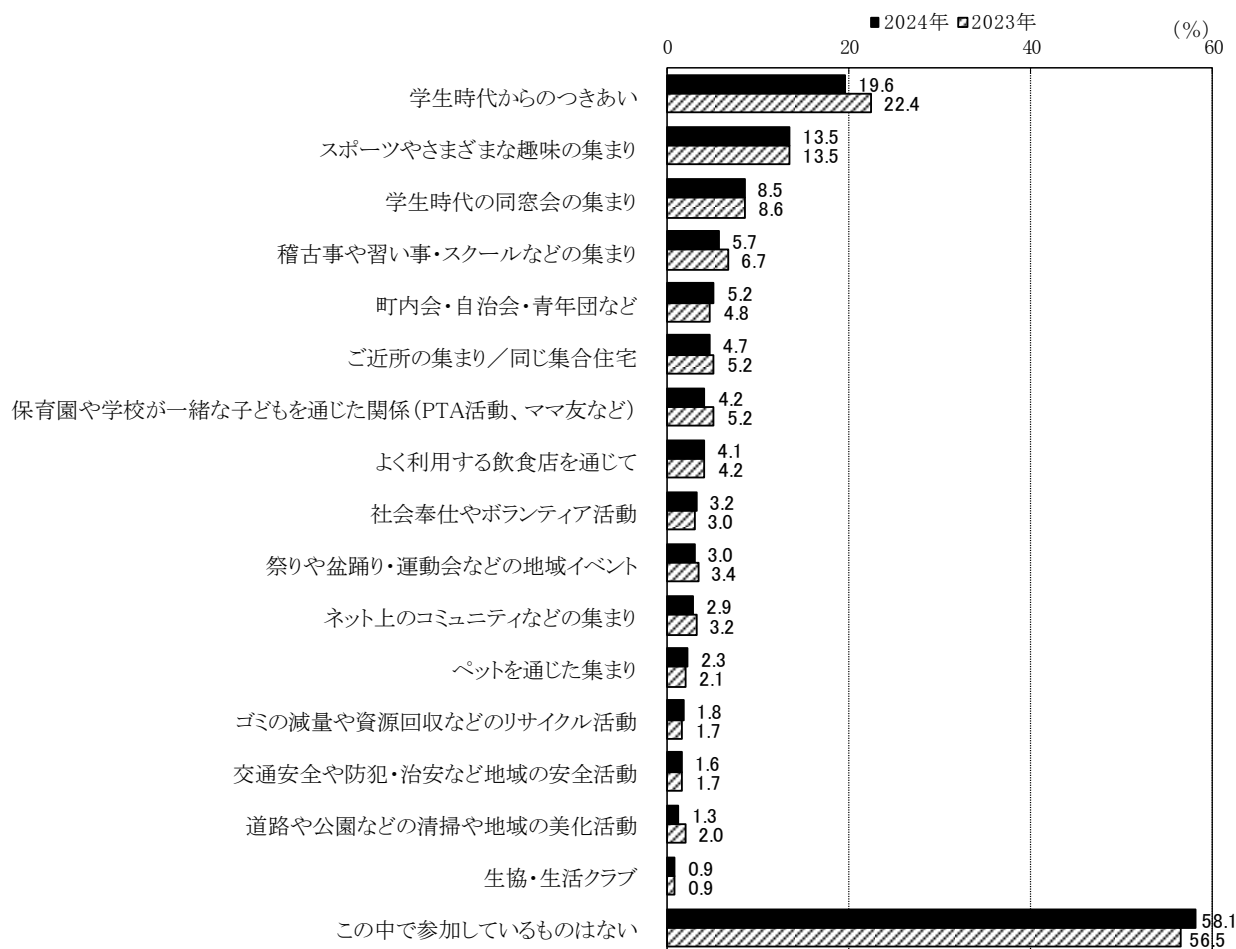
◇最も高い「学生時代からのつきあい」は、2023年に比べて減少した。

◇男女とも「学生時代からのつきあい」、「スポーツやさまざまな趣味の集まり」、「学生時代の同窓会の集まり」の順で高い。

◇性・年代別では、どの年代でも「学生時代からのつきあい」と「スポーツやさまざまな趣味の集まり」が高いことは共通しているが、これらに次いで、男性40代と50代は「よく利用する飲食店を通じて」、男性70代は「町内会・自治会・青年団など」がある。また、女性40代は「保育園や学校が一緒な子どもを通じた関係」、女性70代は「稽古事や習い事・スクールなどの集まり」が高くなり、ライフステージで参加する集まりや活動が異なっている。

図表9-6：現在参加している個人的な集まりや活動

<全体：2024年N=1,477、2023年N=1,511>



&lt;性・年代別&gt;

(%)

| N=           | 1位                    | 2位                                    | 3位                    |
|--------------|-----------------------|---------------------------------------|-----------------------|
| 全体 1477      | 学生時代からのつきあい 19.6      | スポーツやさまざまな趣味の集まり 13.5                 | 学生時代の同窓会の集まり 8.5      |
| 男 737        | 学生時代からのつきあい 19.1      | スポーツやさまざまな趣味の集まり 15.2                 | 学生時代の同窓会の集まり 8.1      |
| 女 740        | 学生時代からのつきあい 20.0      | スポーツやさまざまな趣味の集まり 11.8                 | 学生時代の同窓会の集まり 8.8      |
| 男・18～29歳 138 | 学生時代からのつきあい 22.5      | スポーツやさまざまな趣味の集まり 20.3                 | 学生時代の同窓会の集まり 8.0      |
| 男・30代 127    | 学生時代からのつきあい 21.3      | スポーツやさまざまな趣味の集まり 14.2                 | 学生時代の同窓会の集まり 11.0     |
| 男・40代 139    | 学生時代からのつきあい 15.1      | スポーツやさまざまな趣味の集まり 13.7                 | よく利用する飲食店を通じて 6.5     |
| 男・50代 150    | 学生時代からのつきあい 15.3      | スポーツやさまざまな趣味の集まり 12.0                 | よく利用する飲食店を通じて 7.3     |
| 男・60代 97     | 学生時代からのつきあい 24.7      | 学生時代の同窓会の集まり 17.5                     | スポーツやさまざまな趣味の集まり 15.5 |
| 男・70代 86     | 学生時代からのつきあい 17.4      | スポーツやさまざまな趣味の集まり 16.3                 | 町内会・自治会・青年団など 11.6    |
| 女・18～29歳 136 | 学生時代からのつきあい 31.6      | スポーツやさまざまな趣味の集まり 10.3                 | 学生時代の同窓会の集まり 8.8      |
| 女・30代 130    | 学生時代からのつきあい 16.2      | スポーツやさまざまな趣味の集まり 7.7                  | 学生時代の同窓会の集まり 6.2      |
| 女・40代 137    | 学生時代からのつきあい 10.9      | 保育園や学校が一緒な子どもを通じた関係（PTA活動、ママ友など） 10.2 | スポーツやさまざまな趣味の集まり 5.8  |
| 女・50代 143    | 学生時代からのつきあい 20.3      | スポーツやさまざまな趣味の集まり 8.4                  | 学生時代の同窓会の集まり 7.7      |
| 女・60代 96     | 学生時代からのつきあい 22.9      | スポーツやさまざまな趣味の集まり 19.8                 | 学生時代の同窓会の集まり 16.7     |
| 女・70代 98     | スポーツやさまざまな趣味の集まり 24.5 | 学生時代からのつきあい/稽古事や習い事・スクールなどの集まり 18.4   |                       |

現在参加している個人的な集まりや活動は、「学生時代からのつきあい」と「スポーツやさまざまな趣味の集まり」、「学生時代の同窓会の集まり」が高いが、「学生時代からのつきあい」は2023年に比べて減少した。どの年代でも「学生時代からのつきあい」と「スポーツやさまざまな趣味の集まり」が高いことは共通しているが、これらに次いで、男性40代と50代は「よく利用する飲食店を通じて」、男性70代は「町内会・自治会・青年団など」がある。また、女性40代は「保育園や学校が一緒など子どもを通じた関係」、女性70代は「稽古事や習い事・スクールなどの集まり」が高くなる。

## 2. 家族や友人とのコミュニケーション

家族や友人とのコミュニケーションの頻度について質問した。この結果は、図表9-7のとおりである。

◇「同居の家族との会話」は「ほとんど毎日」（89.2%）が9割で、平均5.81日/週である。「家族とメールやLINEのやり取り」は「週1～3日」（28.2%）と「ほとんど毎日」（27.4%）で5割を超え、平均2.64日/週である。家族との会話やメール、LINEのやり取りは、頻繁に行われている。

◇家族とのコミュニケーションについて2023年と比較すると、「同居の家族との会話」の月1回以上の人はほぼ同じで、頻度もほとんど変わっていない。「家族とメールやLINEのやり取り」を月1回以上行っている人および頻度は若干増加した。

◇性・年代別に家族とのコミュニケーションをみると、「家族とのメールやLINEのやり取り」も男性より女性で高い。

◇友人とのコミュニケーションは、「友人とメールやLINEのやり取り」が平均1.30日/週で、「友人と

会って話す」(平均0.80日/週)、「友人と電話で話す」(平均0.43日/週)より多い。

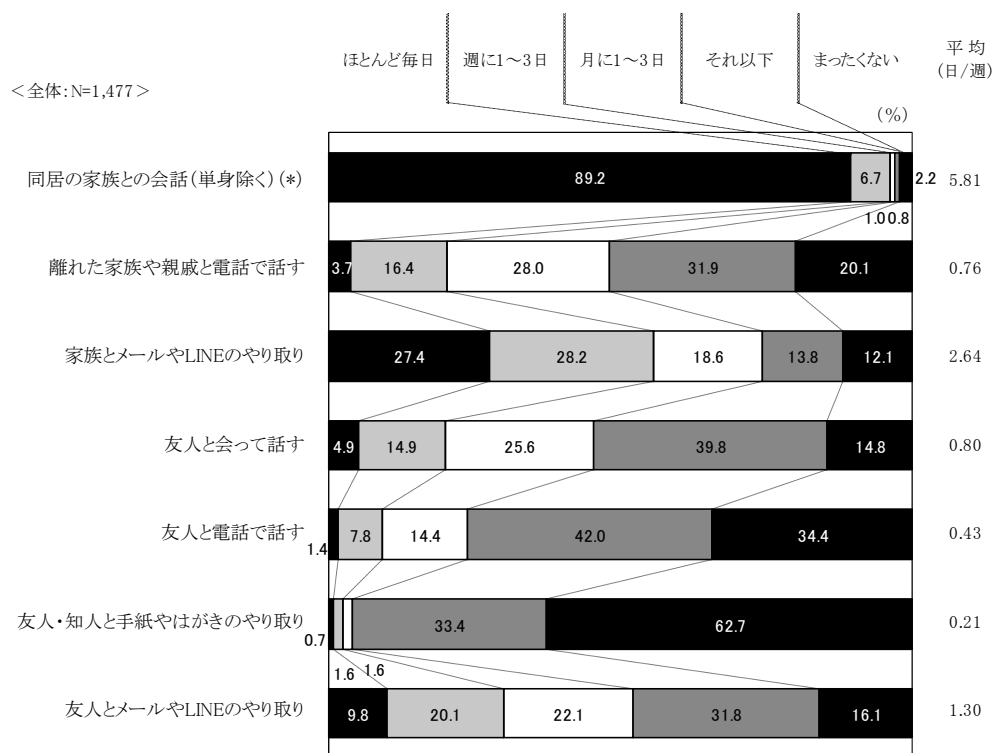
◇友人とのコミュニケーションについて2023年と比較すると、「友人とメールやLINEのやり取り」、「友人と会って話す」、「友人と電話で話す」を月1回以上行っている人は、いずれも減少した。「友人とメールやLINEのやり取り」の頻度も減少した。

◇性・年代別に友人とのコミュニケーションをみると、「友人とメールやLINEのやり取り」をしている人は男性より女性、男女とも若い年代ほど多く、頻度も高い。

家族との会話は頻繁で、メールやLINEも多く利用している。「家族とメールやLINEのやり取り」を月1回以上行っている人および頻度は2023年に比べて若干増加した。友人とのコミュニケーションには、メールやLINEが最も多く利用されているが、2023年に比べて減少した。「友人とメールやLINEのやり取り」をしている人は男性より女性、男女とも若い年代ほど多い。

図表9-7：家族や友人等とのコミュニケーション頻度

① 2024年全体



(\*)「同居の家族との会話」は「一人住まい」を除いて算出。N=1,083

② 2023年との比較

<全体 月に1回以上の割合>

(%)

|                    | 2023年 | 2024年 |
|--------------------|-------|-------|
| 同居の家族との会話(単身除く)(*) | 96.8  | 96.9  |
| 家族とメールやLINEのやり取り   | 72.9  | 74.2  |
| 友人とメールやLINEのやり取り   | 56.0  | 52.0  |
| 友人と会って話す           | 47.0  | 45.4  |
| 離れた家族や親戚と電話で話す     | 45.0  | 48.1  |
| 友人と電話で話す           | 24.8  | 23.6  |

(\*)「同居の家族との会話」は「一人住まい」を除いて算出。N=1,083

## &lt;全体 頻度&gt;

平均(日/週)

|                    | 2023 年 | 2024 年 |
|--------------------|--------|--------|
| 同居の家族との会話(単身除く)(*) | 5.84   | 5.81   |
| 家族とメールやLINEのやり取り   | 2.56   | 2.64   |
| 友人とメールやLINEのやり取り   | 1.35   | 1.30   |
| 友人と会って話す           | 0.78   | 0.80   |
| 離れた家族や親戚と電話で話す     | 0.76   | 0.76   |
| 友人と電話で話す           | 0.44   | 0.43   |

(※)「同居の家族との会話」は「一人住まい」を除いて算出。N=1,083

## &lt;性・年代別 頻度 2023 年との比較&gt;

月に1回以上の割合

(%)

|     |        | 同居の家族との会話 |       | 離れた家族や親戚と電話で話す |       | 家族とメールやLINEのやり取り |       | 友人と会って話す |       | 友人と電話で話す |       | 友人・知人と手紙やはがきのやり取り |       | 友人とメールやLINEのやり取り |       |
|-----|--------|-----------|-------|----------------|-------|------------------|-------|----------|-------|----------|-------|-------------------|-------|------------------|-------|
|     |        | 2023年     | 2024年 | 2023年          | 2024年 | 2023年            | 2024年 | 2023年    | 2024年 | 2023年    | 2024年 | 2023年             | 2024年 | 2023年            | 2024年 |
| 全 体 |        | 96.8      | 96.9  | 45.0           | 48.1  | 72.9             | 74.2  | 47.0     | 45.4  | 24.8     | 23.6  | 4.0               | 3.9   | 56.0             | 52.0  |
| 男 性 |        | 96.8      | 96.3  | 38.6           | 42.1  | 66.5             | 67.8  | 44.7     | 43.1  | 26.3     | 24.6  | 4.6               | 3.9   | 51.7             | 48.8  |
| 女 性 |        | 96.9      | 97.7  | 51.4           | 54.0  | 79.5             | 80.5  | 49.2     | 47.8  | 23.2     | 22.4  | 3.4               | 4.0   | 60.3             | 55.3  |
| 男性  | 18～29歳 | 96.7      | 95.8  | 35.9           | 41.3  | 70.5             | 79.1  | 59.8     | 59.4  | 38.7     | 41.3  | 12.6              | 10.8  | 70.4             | 71.8  |
|     | 30代    | 96.3      | 96.7  | 31.3           | 44.0  | 63.3             | 70.8  | 36.6     | 45.7  | 18.4     | 24.5  | 5.4               | 4.0   | 45.0             | 52.7  |
|     | 40代    | 95.3      | 95.1  | 37.8           | 41.7  | 66.9             | 61.9  | 39.2     | 34.5  | 19.7     | 15.1  | 3.4               | 2.8   | 47.9             | 35.9  |
|     | 50代    | 98.1      | 94.8  | 36.6           | 37.9  | 56.1             | 54.7  | 38.5     | 36.1  | 18.9     | 16.1  | 1.4               | 2.0   | 44.6             | 40.6  |
|     | 60代    | 96.3      | 98.6  | 42.6           | 42.2  | 74.3             | 68.0  | 50.5     | 39.1  | 35.7     | 25.7  | 1.0               | 0.0   | 50.5             | 48.5  |
| 女性  | 70代    | 98.7      | 97.0  | 54.4           | 47.6  | 73.3             | 76.7  | 45.5     | 43.0  | 31.1     | 27.9  | 2.2               | 2.3   | 51.1             | 41.9  |
|     | 18～29歳 | 95.2      | 97.9  | 47.1           | 46.3  | 83.8             | 88.2  | 67.6     | 62.5  | 28.9     | 30.9  | 9.1               | 7.4   | 78.2             | 71.3  |
|     | 30代    | 97.9      | 94.3  | 47.2           | 46.1  | 78.1             | 81.5  | 42.3     | 42.3  | 13.1     | 13.9  | 0.8               | 4.6   | 50.4             | 45.5  |
|     | 40代    | 94.2      | 97.1  | 49.3           | 50.3  | 77.8             | 74.4  | 46.5     | 35.8  | 16.0     | 10.2  | 1.4               | 0.7   | 54.8             | 45.3  |
|     | 50代    | 98.2      | 99.1  | 51.5           | 60.2  | 78.9             | 77.0  | 35.2     | 43.4  | 12.7     | 18.2  | 1.4               | 2.8   | 54.9             | 58.1  |
|     | 60代    | 97.3      | 98.7  | 50.5           | 64.6  | 74.2             | 84.4  | 49.5     | 45.8  | 26.8     | 23.9  | 5.2               | 4.2   | 65.0             | 52.1  |
|     | 70代    | 100.0     | 100.0 | 66.1           | 60.2  | 83.5             | 78.6  | 54.3     | 60.2  | 48.6     | 43.9  | 2.0               | 4.1   | 58.3             | 59.2  |

注:「同居の家族との会話」は「一人住まい」を除いて算出

## 頻度

平均(日/週)

|     |        | 同居の家族との会話 |       | 離れた家族や親戚と電話で話す |       | 家族とメールやLINEのやり取り |       | 友人と会って話す |       | 友人と電話で話す |       | 友人・知人と手紙やはがきのやり取り |       | 友人とメールやLINEのやり取り |       |
|-----|--------|-----------|-------|----------------|-------|------------------|-------|----------|-------|----------|-------|-------------------|-------|------------------|-------|
|     |        | 2023年     | 2024年 | 2023年          | 2024年 | 2023年            | 2024年 | 2023年    | 2024年 | 2023年    | 2024年 | 2023年             | 2024年 | 2023年            | 2024年 |
| 全 体 |        | 5.84      | 5.81  | 0.76           | 0.76  | 2.56             | 2.64  | 0.78     | 0.80  | 0.44     | 0.43  | 0.16              | 0.21  | 1.35             | 1.30  |
| 男 性 |        | 5.71      | 5.79  | 0.56           | 0.63  | 2.21             | 2.41  | 0.79     | 0.82  | 0.47     | 0.45  | 0.17              | 0.31  | 1.24             | 1.25  |
| 女 性 |        | 5.96      | 5.83  | 0.94           | 0.89  | 2.89             | 2.84  | 0.78     | 0.78  | 0.41     | 0.41  | 0.14              | 0.13  | 1.46             | 1.34  |
| 男性  | 18～29歳 | 5.51      | 5.56  | 0.74           | 1.18  | 1.81             | 2.66  | 1.77     | 1.96  | 1.13     | 1.00  | 0.94              | 1.54  | 2.23             | 2.68  |
|     | 30代    | 5.60      | 5.84  | 0.38           | 0.67  | 1.98             | 2.64  | 0.66     | 0.60  | 0.31     | 0.53  | 0.16              | 0.42  | 0.97             | 1.23  |
|     | 40代    | 5.80      | 5.96  | 0.53           | 0.57  | 2.42             | 2.13  | 0.54     | 0.60  | 0.33     | 0.35  | 0.06              | 0.17  | 1.10             | 0.78  |
|     | 50代    | 5.68      | 5.55  | 0.45           | 0.39  | 2.48             | 2.29  | 0.56     | 0.57  | 0.36     | 0.24  | 0.02              | 0.05  | 1.11             | 0.96  |
|     | 60代    | 5.81      | 5.86  | 0.53           | 0.47  | 2.40             | 2.52  | 0.62     | 0.42  | 0.50     | 0.24  | 0.01              | 0.01  | 0.85             | 0.72  |
| 女性  | 70代    | 5.84      | 6.06  | 0.75           | 0.53  | 2.24             | 2.19  | 0.46     | 0.61  | 0.17     | 0.32  | 0.02              | 0.04  | 0.90             | 0.77  |
|     | 18～29歳 | 5.81      | 5.84  | 0.89           | 1.14  | 2.92             | 3.19  | 1.48     | 1.49  | 0.83     | 0.84  | 0.97              | 0.76  | 2.56             | 2.74  |
|     | 30代    | 6.05      | 5.41  | 1.02           | 1.03  | 2.79             | 2.69  | 0.60     | 0.57  | 0.15     | 0.41  | 0.01              | 0.17  | 1.32             | 1.27  |
|     | 40代    | 5.96      | 6.09  | 0.83           | 0.61  | 3.00             | 2.85  | 0.61     | 0.53  | 0.18     | 0.24  | 0.01              | 0.01  | 1.25             | 0.97  |
|     | 50代    | 6.00      | 5.90  | 1.03           | 0.86  | 3.08             | 3.06  | 0.51     | 0.58  | 0.28     | 0.23  | 0.02              | 0.05  | 1.18             | 1.11  |
|     | 60代    | 6.02      | 5.79  | 0.91           | 0.96  | 3.03             | 2.80  | 0.69     | 0.57  | 0.38     | 0.29  | 0.12              | 0.03  | 1.20             | 0.88  |
|     | 70代    | 5.93      | 5.98  | 0.95           | 0.76  | 2.45             | 2.23  | 0.64     | 0.86  | 0.52     | 0.36  | 0.06              | 0.04  | 0.99             | 0.86  |

注:「同居の家族との会話」は「一人住まい」を除いて算出

## 第10章 都市生活者の社会に対する意識

本章では、現在の社会満足度と現在と将来の生活および社会の安心度、近未来の日本の社会、社会問題への取り組みについての考えを明らかにする。

本調査の結果から、都市生活者の社会満足度は低下傾向にある。現在の生活について不安を抱き、将来の生活にさらに不安を感じている。社会に対しては現在でも不安を抱いており、将来の社会はさらに不安という都市生活者の不安が浮き彫りになった。

都市生活者は、近未来の社会について、犯罪・戦争がなく、自然災害に強い安全で安心できる社会を望み、年金不安や社会課題に解決の向けた取り組みに期待している。しかし、AI（人工知能）の進化やいつでも・どこでも世界とつながる情報化社会が進展する一方、犯罪や戦争がなく安全で安心して暮らせる社会、社会保障負担の低い社会、今の若者や子どもたちに負担がかからない社会、経済的安定が見込める社会にはならないと考えている。

都市生活者は、近未来の日本の社会予想について取り組みが進むのは、デジタル関連や自らが実践可能な自然・環境関連と考えている。

### 1. 社会満足度は低下傾向

現在の社会に対してどの程度満足しているかと、現在の生活安心度、将来の生活の安心度、現在の社会に対する安心度、将来の社会に対する安心度という4つについてそれぞれ4段階で聞いた。図表10-1と図表10-2はその結果を整理したものである。

#### 《現在の社会満足度》

- ◇全体では、「満足」（満足+やや満足：25.2%）が4人に1人で、4人に3人が「不満」（不満+やや不満：74.8%）と回答した。
- ◇2023年に比べて、「やや不満」が増加した。
- ◇男性より女性で「不満」（不満+やや不満）を持つ人が多い。
- ◇男性は、30代から50代で「不満」（不満+やや不満）が多い。女性は、30代から40代で「不満」（不満+やや不満）が多い。男女とも60代、70代と18～29歳で、「不満」（不満+やや不満）が少ない。

#### 《現在・将来の生活・社会の安心度》

- ◇自分の現在の生活については、「安心」（安心+やや安心：36.2%）が、「不安」（不安+やや不安：63.8%）を大きく下回る。2023年と比較すると、現在の自分の生活についての安心と回答した人（安心+やや安心）は若干増加した。
- ◇将来の生活については「安心」（安心+やや安心：22.6%）が現在の生活に「安心」と回答した割合を1割以上下回り、8割近くの人が「不安」（不安+やや不安：77.3%）と回答した。現在の生活の「不安」より多く、将来の生活に不安を感じている。2023年と比較すると、「不安」を持つ人の割合は増加した。
- ◇現在の社会については、「不安」（不安+やや不安：81.1%）が8割を超え、2023年に比べて増加した。
- ◇将来の社会については、「不安」（不安+やや不安：86.2%）がさらに多くなる。2023年に比べて増加した。
- ◇現在の生活について「不安」と回答した人は、男性より女性で多い。男女30代から50代で「不安」

の割合が高い。

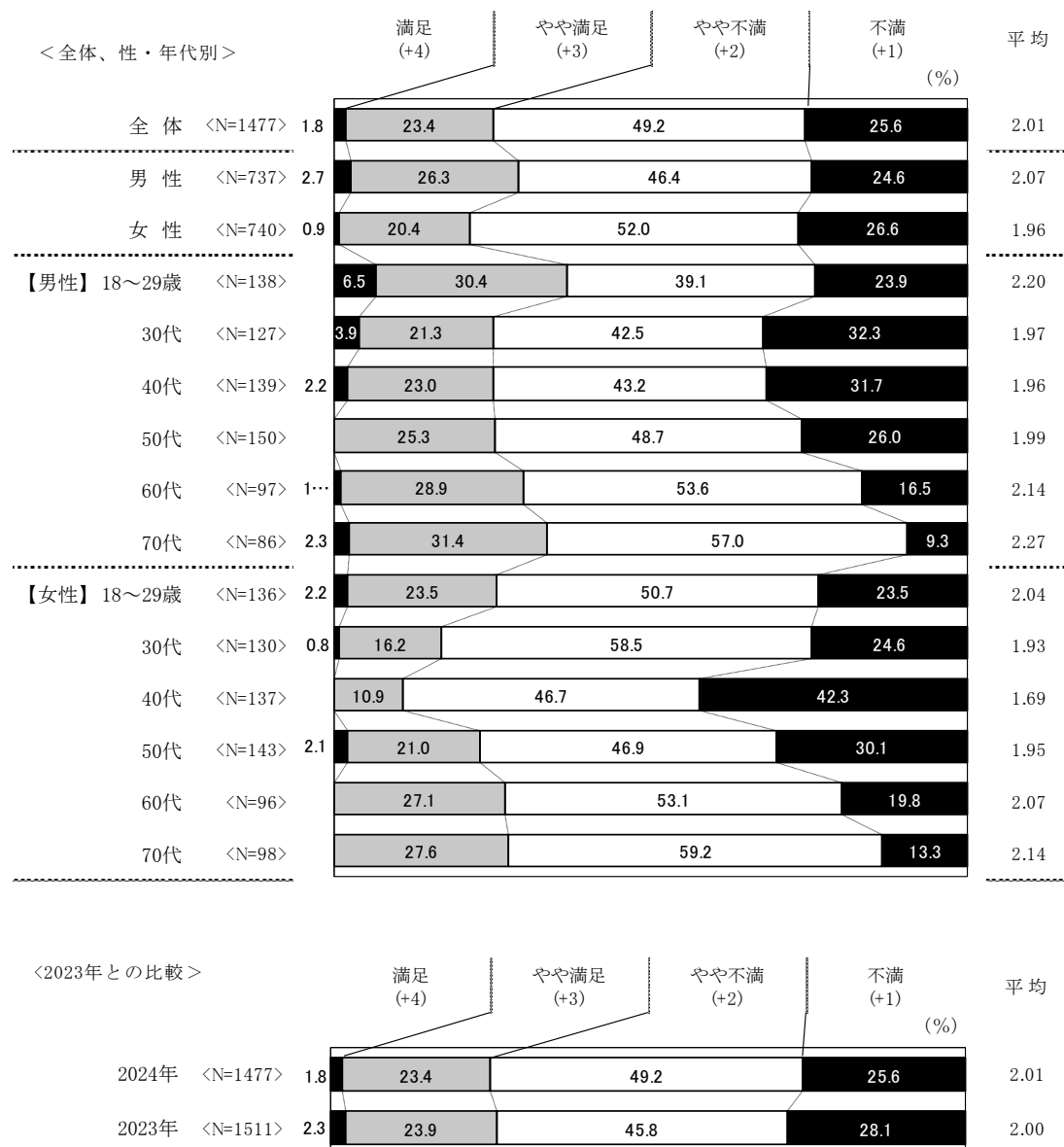
◇将来の生活についても「不安」と回答した人は、男性より女性で多い。男女30代から50代で「不安」の割合が高い。

◇現在の社会については、女性で「不安」を感じている人が多い。性・年代別では、男性50代と女性40代で「不安」の割合が最も高い。

◇将来の社会についても同様の傾向で、不安を感じている人はさらに増える。

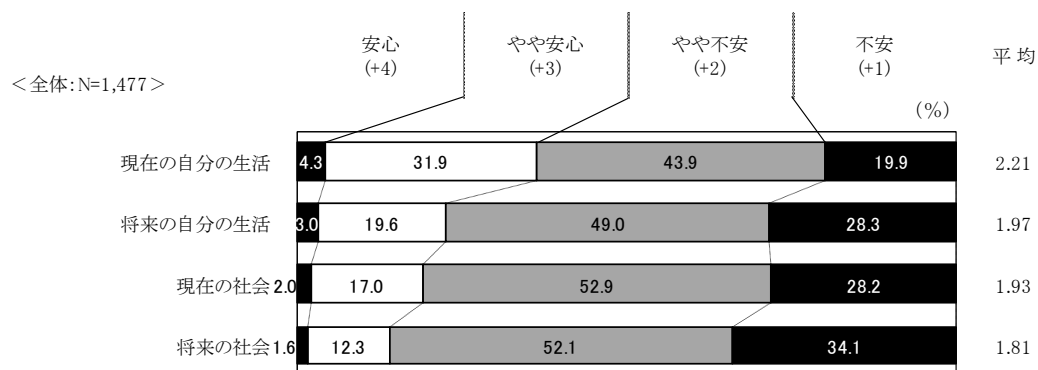
都市生活者の社会に不満を持っている人は4人中3人にのぼり、2023年に比べて増加した。現在の生活について安心と回答する人は3人中1人程度にとどまり、将来の生活に安心と回答する人は4人に1人以下に減少する。将来の生活に不安を感じている人は2023年に比べて増加した。現在の社会について8割以上の人が不安を感じ、将来の社会に不安を感じている人はさらに多い。社会に不安を感じる人の割合は、2023年に比べて増加している。

図表10-1：現在の社会満足度

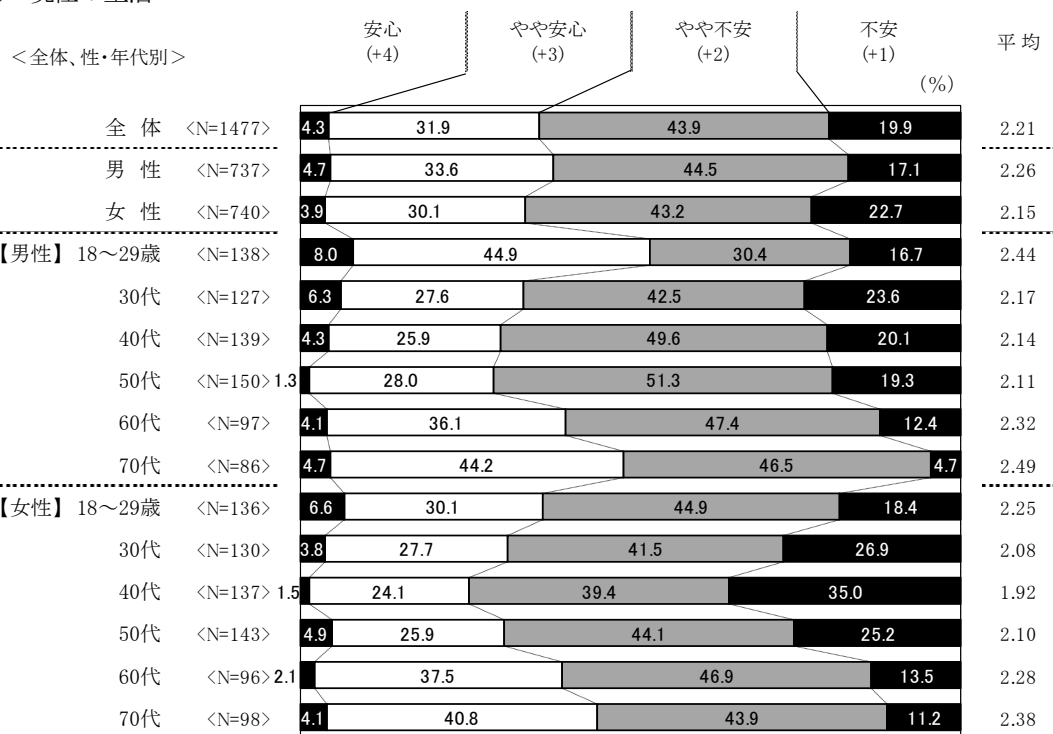


図表10-2：現在と将来の自分の生活と社会に対する安心度

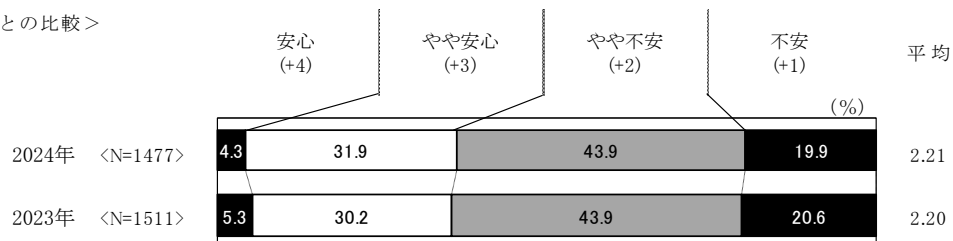
## ① 安心度＜全体＞



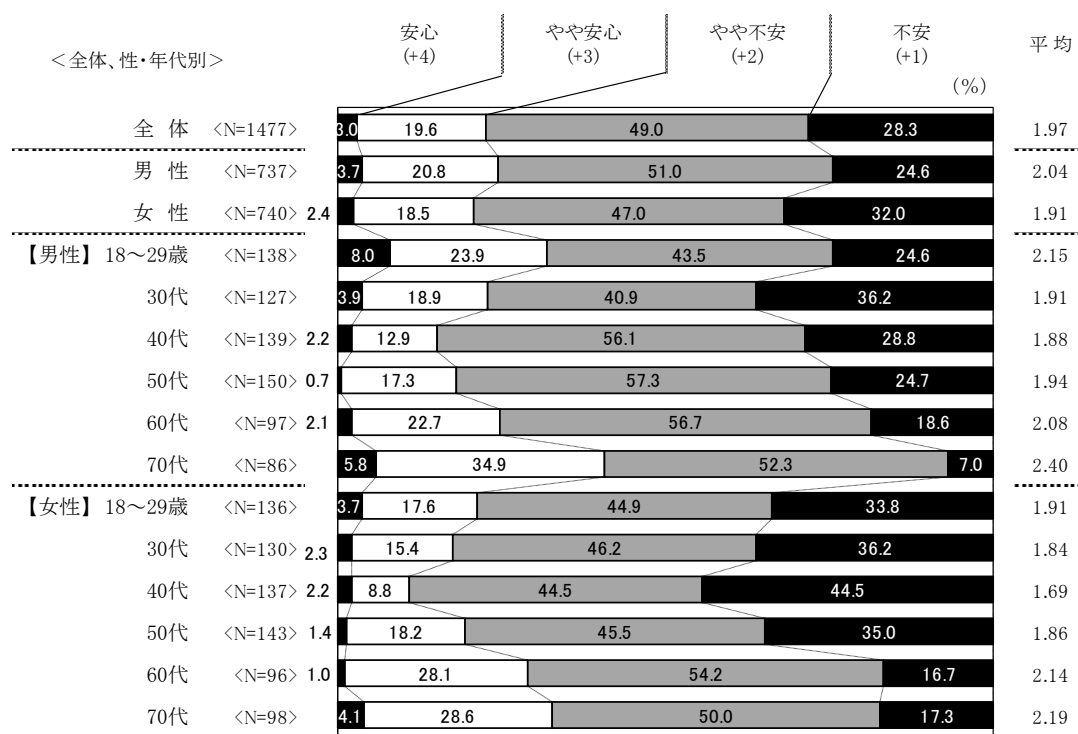
## ② 現在の生活



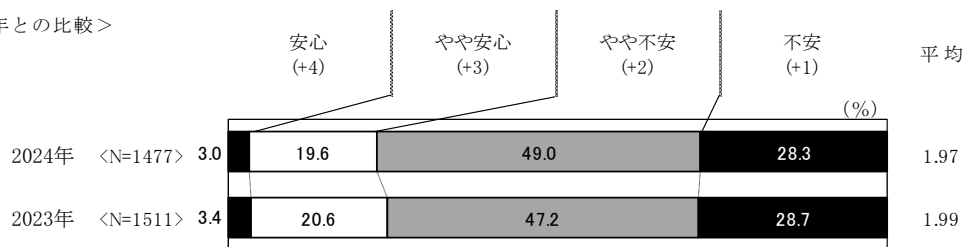
## ＜2023年との比較＞



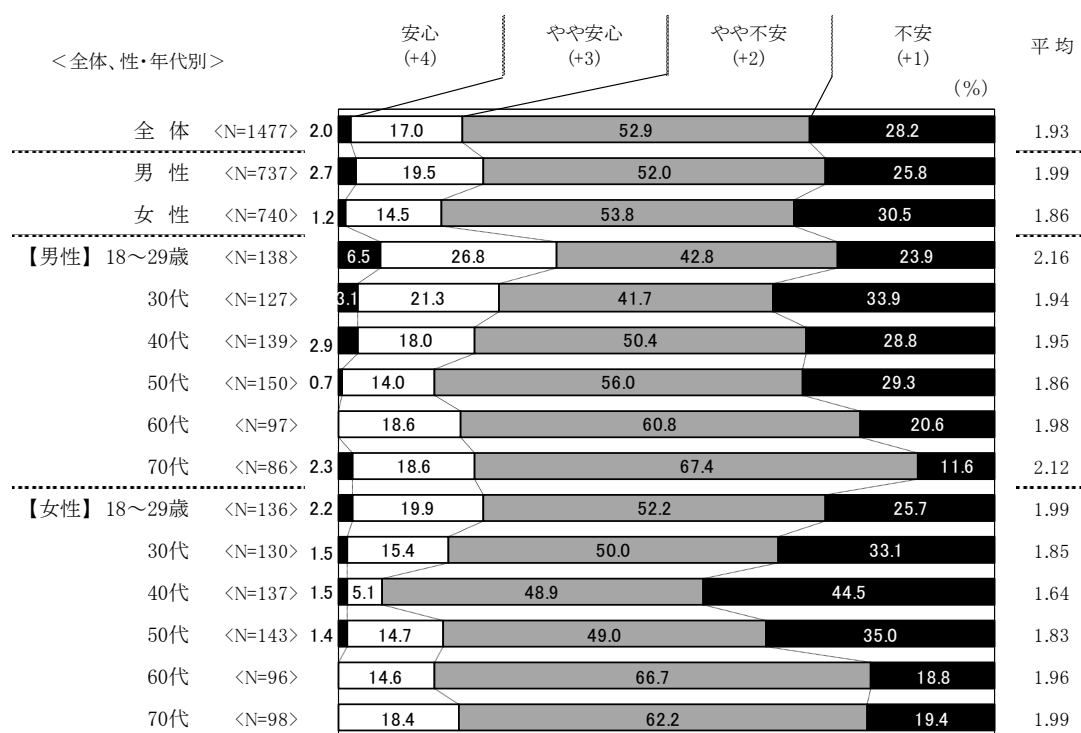
## ③ 将来の生活



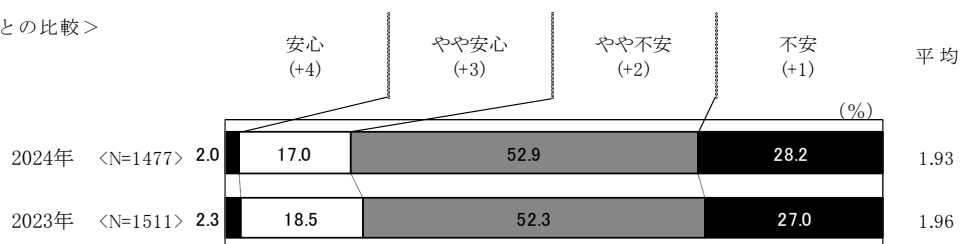
## ＜2023年との比較＞



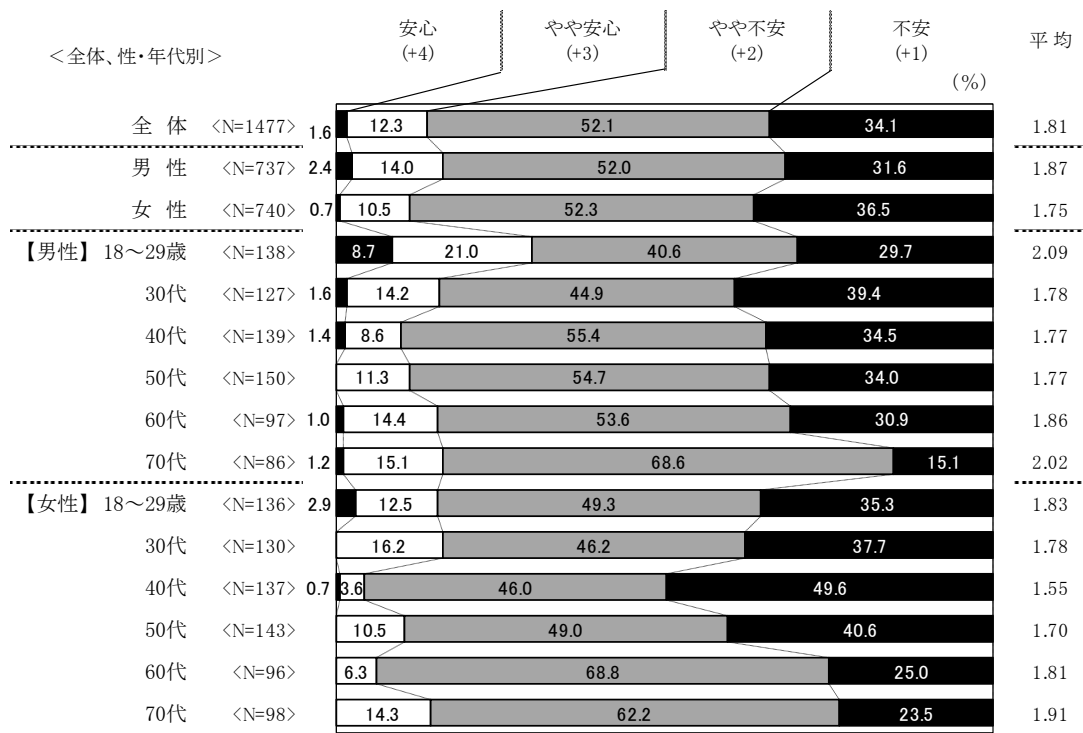
## ④ 現在の社会



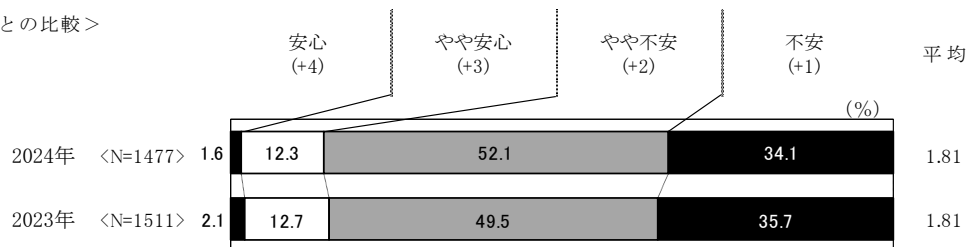
## ＜2023年との比較＞



## ⑤ 将来の社会



## ＜2023年との比較＞



## 2. 近未来の社会については、犯罪・戦争がなく、自然災害に強いことを希求している

近未来の日本の社会予想についてどのように思っているかを知るために、30 のことがらについて「なって欲しいもの」と「なると思うか」どうかをきいた。この結果は、図表 10-3 のようになった。

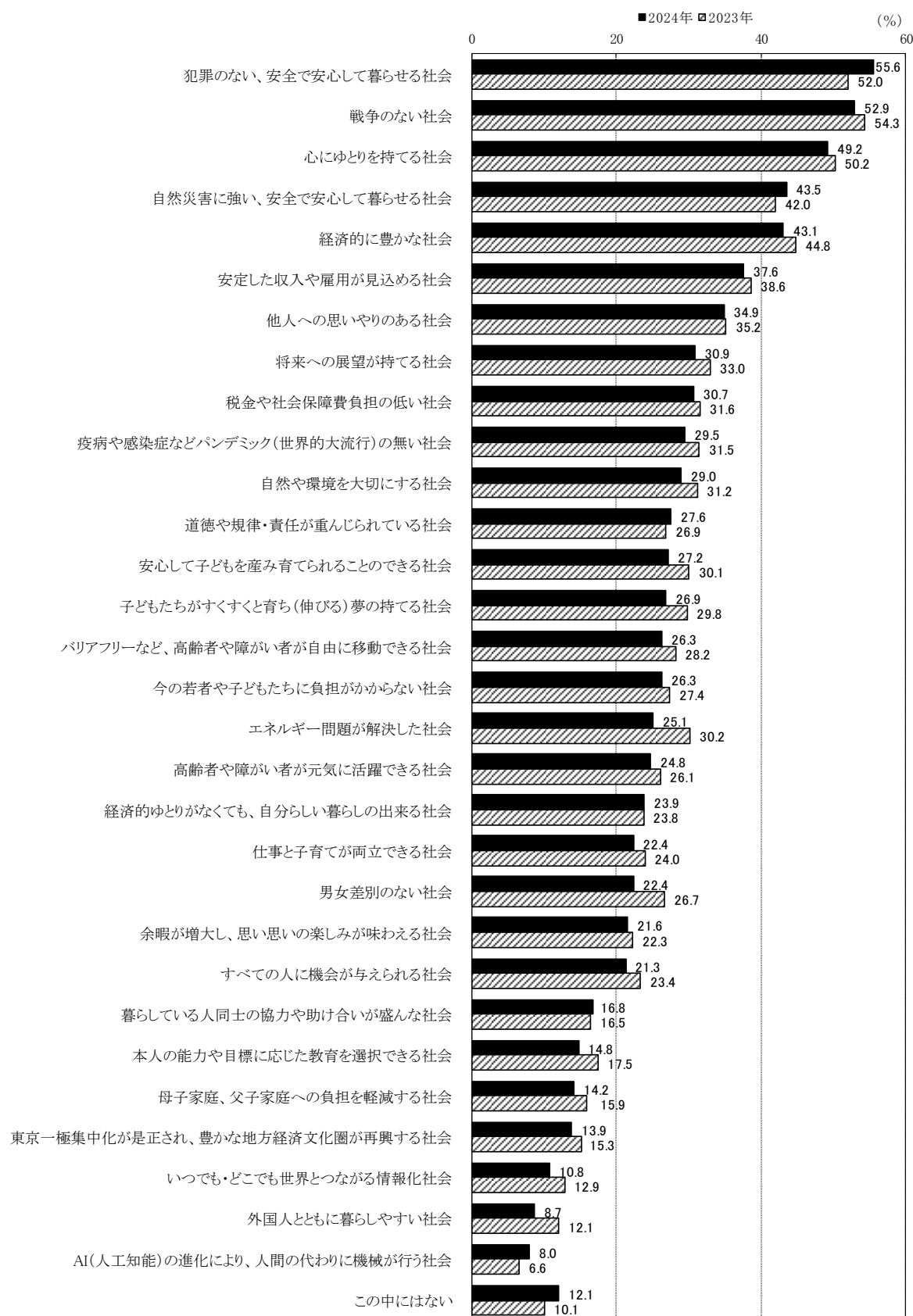
- ◇なって欲しい近未来の日本の社会は、「犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会」(55.6%)、「戦争のない社会」(52.9%)、「心にゆとりを持てる社会」(49.2%)、「自然災害に強い、安全で安心して暮らせる社会」(43.5%)、「経済的に豊かな社会」(43.1%) の順で高く、平和で安全で安心して暮らせる社会を望んでいる。
- ◇2023 年に比べて、「犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会」、「自然災害に強い、安全で安心して暮らせる社会」を望む人が増え、「戦争のない社会」、「心にゆとりを持てる社会」、「経済的に豊かな社会」が減少した。
- ◇性別では、「犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会」、「戦争のない社会」、「心にゆとりを持てる社会」は男女共通で上位にあるが、女性で高い。
- ◇性・年代別にみると、ほとんどの層で「犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会」が高いが、男性 30 代以下で「経済的に豊かな社会」、男女 50 代以上で「戦争のない社会」を望む人が多くなる。
- ◇なと思う近未来の社会は、「AI の進化により、人間の代わりに機械が行う社会」(45.9%)、「いつでもどこでも世界とつながる情報化社会」(41.4%)、「バリアフリーなど、高齢者や障がい者が自由に移動できる社会」(35.4%) の順で高い。
- ◇ならないと思う近未来の社会は、「税金や社会保障費負担の低い社会」(71.4%)、「今の若者や子どもたちに負担がかからない社会」(65.9%)、「犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会」(61.8%)、「エネルギー問題が解決した社会」(60.3%)、「戦争のない社会」(59.8%)、「経済的に豊かな社会」(59.2%)、「安定した収入や雇用が見込める社会」(57.9%)、「将来への展望が持てる社会」(56.9%)、「東京一極集中化が是正され、豊かな地方経済文化圏が再興する社会」(56.5%)、「疫病や感染症などパンデミック（世界的大流行）の無い社会」(56.2%)、「心にゆとりを持てる社会」(54.0%)、「すべての人に機会が与えられる社会」(51.0%) である。
- ◇「なと思う」から「ならないと思う」を差し引いた値をみると、なと思うのは「AI（人工知能）の進化により、人間の代わりに機械が行う社会」、「いつでも・どこでも世界とつながる情報化社会」、「バリアフリーなど、高齢者や障がい者が自由に移動できる社会」に限られる。ならないと思う社会は「税金や社会保障費負担の低い社会」、「今の若者や子どもたちに負担がかからない社会」、「犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会」、「エネルギー問題が解決した社会」、「経済的に豊かな社会」、「安定した収入や雇用が見込める社会」などで、2023 年に比べてならないと思う値は減少している。
- ◇性・年代別に「なと思う」から「ならないと思う」を差し引いた値をみると、「AI（人工知能）の進化により、人間の代わりに機械が行う社会」、「いつでもどこでも世界とつながる情報化社会」、「バリアフリーなど、高齢者や障がい者が自由に移動できる社会」は女性でなと思う人が多い。

都市生活者は、犯罪・戦争がなく、自然災害に強い安全で安心できる社会を望んでいる。しかし、AI（人工知能）の進化やいつでも・どこでも世界とつながる情報化社会が進展する一方、犯罪・戦争がなく安全で安心して暮らせる社会、社会保障負担の低い社会、今の若者や子どもたちに負担がかからない社会、経済的安定が見込める社会にはならないと考えている。

図表10-3：近未来の社会

## ① なって欲しい近未来の社会

&lt;全体：2024年N=1,477、2023年N=1,511&gt;



&lt;性・年代別&gt;

(%)

| N=           | 1位                       | 2位                        | 3位                         |
|--------------|--------------------------|---------------------------|----------------------------|
| 全体 1477      | 犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会 55.6 | 戦争のない社会 52.9              | 心にゆとりを持てる社会 49.2           |
| 男 737        | 犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会 52.5 | 戦争のない社会 47.5              | 心にゆとりを持てる社会 44.6           |
| 女 740        | 犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会 58.6 | 戦争のない社会 58.2              | 心にゆとりを持てる社会 53.8           |
| 男・18～29歳 138 | 犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会 42.8 | 経済的に豊かな社会 39.9            | 戦争のない社会 38.4               |
| 男・30代 127    | 経済的に豊かな社会 49.6           | 犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会 47.2  | 心にゆとりを持てる社会 45.7           |
| 男・40代 139    | 犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会 54.7 | 心にゆとりを持てる社会 48.9          | 戦争のない社会 45.3               |
| 男・50代 150    | 犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会 54.0 | 戦争のない社会 48.0              | 心にゆとりを持てる社会 46.7           |
| 男・60代 97     | 犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会 59.8 | 戦争のない社会 55.7              | 心にゆとりを持てる社会 49.5           |
| 男・70代 86     | 戦争のない社会 67.4             | 犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会 61.6  | 他人への思いやりのある社会 46.5         |
| 女・18～29歳 136 | 安定した収入や雇用が見込める社会 49.3    | 戦争のない社会/<br>経済的に豊かな社会     | 48.5                       |
| 女・30代 130    | 犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会 52.3 | 経済的に豊かな社会/<br>心にゆとりを持てる社会 | 50.0                       |
| 女・40代 137    | 犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会 62.0 | 戦争のない社会 58.4              | 心にゆとりを持てる社会 56.2           |
| 女・50代 143    | 犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会 65.7 | 心にゆとりを持てる社会 58.7          | 戦争のない社会 58.0               |
| 女・60代 96     | 戦争のない社会 64.6             | 犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会 62.5  | 心にゆとりを持てる社会 60.4           |
| 女・70代 98     | 戦争のない社会 77.6             | 犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会 66.3  | 自然災害に強い、安全で安心して暮らせる社会 61.2 |

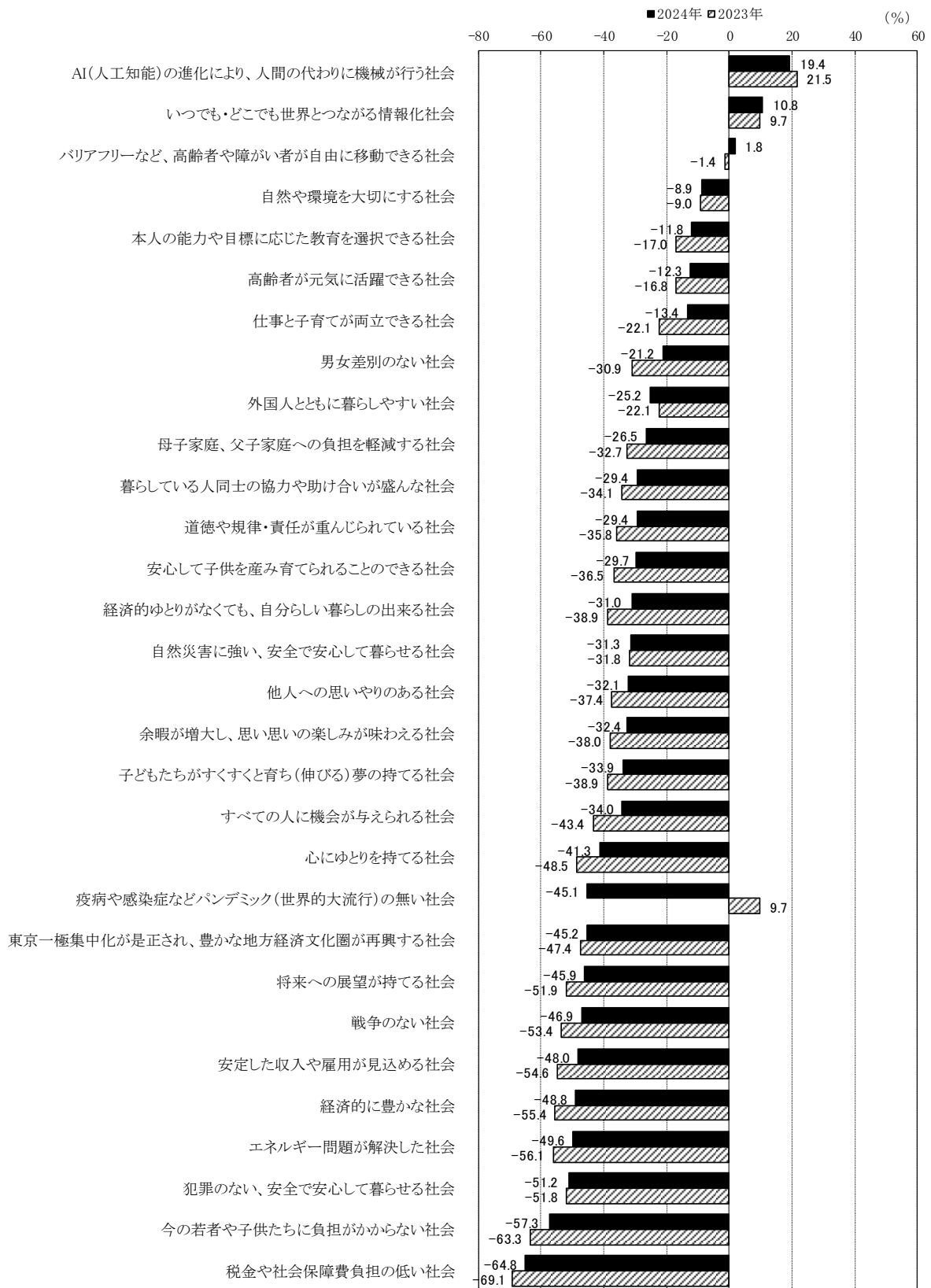
## ② なると思うかどうか

&lt;全体:N=1,477&gt;



## ③ 「なと思う」－「ならないと思う」

&lt;全体:2024年N=1,477、2023年N=1,511&gt;



## ④「なると思う」－「ならないと思う」＜2024年 性・年代別＞

|     |        | 調<br>査<br>数 | (%)                                                  |                                       |                                         |                              |                                            |                                                      |                                     |                      |                             |                                      |                                   |                                     |                                     |                                                    |                                           |  |  |
|-----|--------|-------------|------------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------|--------------------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------|----------------------|-----------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------|--|--|
|     |        |             | 人間<br>の代わり<br>に機械が<br>行う社会<br>AI（人工知<br>能）の進<br>化により | いつでも・<br>どこでも<br>世界とつ<br>ながる情<br>報化社会 | 自由に移<br>動できる<br>社会<br>高齢者や<br>障がい者<br>が | 自然や環<br>境を大切<br>にする社<br>会    | 本人の能<br>力や目標<br>に応じた<br>教育を選<br>択できる<br>社会 | 高齢者や<br>障がい者<br>が元気に<br>活躍でき<br>る社会                  | 仕事と子<br>育てが両<br>立できる<br>社会          | 男女差別<br>のない社<br>会    | 外国人と<br>ともに暮<br>らしやす<br>い社会 | 母子家庭<br>、父子家<br>庭への負<br>担を軽減<br>する社会 | 暮らしに<br>協力や助<br>け合いが<br>盛んな社<br>会 | 道徳や規<br>律・責任<br>が重んじ<br>られてい<br>る社会 | 安心して<br>子どもを<br>産み                  | 経済的ゆ<br>とりがな<br>くても、<br>自分らし<br>い暮らし<br>の出来る<br>社会 | 自然災害<br>に強い、<br>安全で安<br>心して暮<br>らせる社<br>会 |  |  |
| 全 体 |        | 1,477       | 19.4                                                 | 10.8                                  | 1.8                                     | -8.9                         | -11.8                                      | -12.3                                                | -13.4                               | -21.2                | -25.2                       | -26.5                                | -29.4                             | -29.4                               | -29.7                               | -31.0                                              | -31.3                                     |  |  |
| 男 性 |        | 737         | 12.6                                                 | 8.9                                   | -2.0                                    | -10.3                        | -17.2                                      | -16.3                                                | -17.3                               | -19.8                | -30.0                       | -34.2                                | -39.2                             | -33.6                               | -33.4                               | -34.2                                              | -31.4                                     |  |  |
| 女 性 |        | 740         | 26.0                                                 | 12.7                                  | 5.6                                     | -7.5                         | -6.2                                       | -8.3                                                 | -9.6                                | -22.4                | -20.4                       | -18.8                                | -19.7                             | -25.2                               | -25.9                               | -28.0                                              | -31.0                                     |  |  |
| 男性  | 18～29歳 | 138         | 15.9                                                 | 18.2                                  | 2.9                                     | 1.4                          | 5.8                                        | -4.3                                                 | -2.9                                | -21.1                | -16.7                       | -15.2                                | -20.3                             | -14.5                               | -18.9                               | -16.7                                              | -8.0                                      |  |  |
|     | 30代    | 127         | 10.2                                                 | 3.9                                   | -2.3                                    | -22.8                        | -32.3                                      | -22.0                                                | -26.0                               | -25.2                | -40.9                       | -37.0                                | -44.8                             | -24.4                               | -40.2                               | -37.0                                              | -29.9                                     |  |  |
|     | 40代    | 139         | 19.5                                                 | 6.5                                   | 1.4                                     | -7.2                         | -15.9                                      | -10.7                                                | -18.7                               | -2.2                 | -35.3                       | -35.3                                | -48.2                             | -35.3                               | -30.2                               | -34.6                                              | -35.9                                     |  |  |
|     | 50代    | 150         | 3.4                                                  | -                                     | -4.7                                    | -23.3                        | -34.7                                      | -15.3                                                | -24.7                               | -34.7                | -34.6                       | -42.0                                | -46.7                             | -50.0                               | -44.0                               | -44.7                                              | -43.4                                     |  |  |
|     | 60代    | 97          | 19.6                                                 | 1.0                                   | -1.0                                    | -14.4                        | -20.6                                      | -24.8                                                | -26.8                               | -23.7                | -40.2                       | -46.4                                | -37.1                             | -51.5                               | -41.2                               | -46.4                                              | -45.3                                     |  |  |
|     | 70代    | 86          | 8.1                                                  | 29.1                                  | -11.6                                   | 11.7                         | -                                          | -27.9                                                | -1.2                                | -8.1                 | -7.0                        | -31.4                                | -36.0                             | -25.6                               | -24.4                               | -26.6                                              | -27.9                                     |  |  |
| 女性  | 18～29歳 | 136         | 26.4                                                 | 22.1                                  | 16.2                                    | -10.3                        | -6.6                                       | -4.4                                                 | -16.1                               | -17.0                | -25.7                       | -21.3                                | -16.9                             | -19.1                               | -22.0                               | -17.7                                              | -26.5                                     |  |  |
|     | 30代    | 130         | 20.8                                                 | 1.6                                   | -6.2                                    | -6.1                         | -5.4                                       | -17.7                                                | -17.7                               | -22.3                | 18.5                        | -11.5                                | -26.9                             | -16.1                               | -33.1                               | -30.7                                              | -25.4                                     |  |  |
|     | 40代    | 137         | 32.1                                                 | 14.6                                  | -1.5                                    | -5.8                         | -7.3                                       | -8.8                                                 | -13.9                               | -25.5                | -34.3                       | -35.0                                | -30.6                             | -32.1                               | -38.7                               | -44.5                                              | -46.0                                     |  |  |
|     | 50代    | 143         | 31.4                                                 | 18.9                                  | 6.3                                     | -4.9                         | -3.5                                       | -0.7                                                 | -2.8                                | -26.6                | -13.3                       | -13.3                                | -14.7                             | -31.5                               | -17.5                               | -29.4                                              | -28.0                                     |  |  |
|     | 60代    | 96          | 27.1                                                 | 6.2                                   | 5.2                                     | -3.1                         | -7.3                                       | -10.4                                                | 3.1                                 | -18.8                | -19.8                       | -20.8                                | -10.4                             | -23.9                               | -20.9                               | -19.8                                              | -31.2                                     |  |  |
|     | 70代    | 98          | 15.3                                                 | 9.2                                   | 16.4                                    | -16.4                        | -8.2                                       | -9.2                                                 | -6.1                                | -23.5                | -7.2                        | -8.2                                 | -15.4                             | -28.6                               | -21.4                               | -21.5                                              | -27.5                                     |  |  |
|     |        | 調<br>査<br>数 | (%)                                                  |                                       |                                         |                              |                                            |                                                      |                                     |                      |                             |                                      |                                   |                                     |                                     |                                                    |                                           |  |  |
|     |        |             | 他人への<br>思いやり<br>のある社<br>会                            | 余暇が増<br>大し、思<br>い思いの<br>社会            | 子どもた<br>ちがすく<br>すくと育<br>ち               | すべての<br>人に機会<br>が与えら<br>れる社会 | 心にゆと<br>りを持て<br>る社会                        | 疫病や感<br>染症など<br>パンデミ<br>ック（世<br>界的な大<br>流行）の<br>無い社会 | 東京一極<br>集中化が<br>是正され<br>、再興す<br>る社会 | 将来への<br>展望が持<br>てる社会 | 戦争のな<br>い社会                 | 安定した<br>収入や雇<br>用が見込<br>める社会         | 経済的に<br>豊かな社<br>会                 | エネルギ<br>ー問題が<br>解決した<br>社会          | 犯罪のな<br>い、安全<br>で安心して<br>暮らせる<br>社会 | 今の若者<br>や子ども<br>たちにか<br>からない<br>社会                 | 税金や社<br>会保障費<br>負担の低<br>い社会               |  |  |
| 全 体 |        | 1,477       | -32.1                                                | -32.4                                 | -33.9                                   | -34.0                        | -41.3                                      | -45.1                                                | -45.2                               | -45.9                | -46.9                       | -48.0                                | -48.8                             | -49.6                               | -51.2                               | -57.3                                              | -64.8                                     |  |  |
| 男 性 |        | 737         | -37.3                                                | -36.7                                 | -36.7                                   | -36.5                        | -42.8                                      | -49.2                                                | -52.3                               | -45.3                | -53.8                       | -50.4                                | -48.3                             | -52.8                               | -54.3                               | -59.0                                              | -66.2                                     |  |  |
| 女 性 |        | 740         | -26.9                                                | -28.1                                 | -31.1                                   | -31.6                        | -39.7                                      | -41.0                                                | -38.1                               | -46.6                | -39.9                       | -45.6                                | -49.2                             | -46.4                               | -48.2                               | -55.5                                              | -63.3                                     |  |  |
| 男性  | 18～29歳 | 138         | -26.1                                                | -21.0                                 | -23.2                                   | -13.1                        | -18.2                                      | -25.4                                                | -35.5                               | -22.5                | -31.8                       | -22.5                                | -20.3                             | -36.2                               | -38.4                               | -34.0                                              | -44.9                                     |  |  |
|     | 30代    | 127         | -42.5                                                | -53.5                                 | -44.1                                   | -43.3                        | -56.7                                      | -50.4                                                | -55.9                               | -51.2                | -48.8                       | -57.5                                | -59.1                             | -60.7                               | -55.9                               | -62.2                                              | -66.1                                     |  |  |
|     | 40代    | 139         | -36.7                                                | -40.3                                 | -37.4                                   | -38.1                        | -51.8                                      | -42.4                                                | -52.5                               | -52.5                | -51.8                       | -55.4                                | -56.1                             | -47.5                               | -50.3                               | -51.1                                              | -68.3                                     |  |  |
|     | 50代    | 150         | -48.6                                                | -40.0                                 | -47.3                                   | -46.0                        | -49.3                                      | -63.4                                                | -67.3                               | -57.3                | -66.6                       | -63.4                                | -56.7                             | -65.3                               | -67.3                               | -73.4                                              | -77.3                                     |  |  |
|     | 60代    | 97          | -39.2                                                | -37.1                                 | -45.4                                   | -48.5                        | -42.3                                      | -59.8                                                | -53.6                               | -51.6                | -74.2                       | -59.7                                | -61.8                             | -64.9                               | -63.9                               | -74.3                                              | -79.4                                     |  |  |
|     | 70代    | 86          | -26.8                                                | -24.4                                 | -17.4                                   | -31.4                        | -37.2                                      | -60.4                                                | -45.4                               | -33.7                | -54.7                       | -44.2                                | -34.9                             | -40.7                               | -50.0                               | -65.2                                              | -62.8                                     |  |  |
| 女性  | 18～29歳 | 136         | -19.1                                                | -27.2                                 | -36.8                                   | -22.1                        | -36.8                                      | -34.6                                                | -41.1                               | -44.8                | -30.2                       | -39.7                                | -53.0                             | -42.0                               | -39.8                               | -60.3                                              | -61.0                                     |  |  |
|     | 30代    | 130         | -30.8                                                | -26.9                                 | -31.5                                   | -37.7                        | -38.5                                      | -43.1                                                | -38.5                               | -53.1                | -26.9                       | -38.5                                | -44.6                             | -40.8                               | -45.4                               | -57.7                                              | -57.7                                     |  |  |
|     | 40代    | 137         | -32.8                                                | -35.8                                 | -44.6                                   | -37.2                        | -52.5                                      | -44.6                                                | -46.0                               | -57.7                | -51.1                       | -54.0                                | -59.9                             | -54.1                               | -58.4                               | -60.6                                              | -68.6                                     |  |  |
|     | 50代    | 143         | -32.2                                                | -25.2                                 | -25.2                                   | -36.4                        | -39.9                                      | -46.1                                                | -36.4                               | -48.9                | -46.8                       | -49.6                                | -48.2                             | -44.7                               | -53.1                               | -53.8                                              | -62.2                                     |  |  |
|     | 60代    | 96          | -20.8                                                | -27.1                                 | -27.0                                   | -27.1                        | -30.2                                      | -28.2                                                | -29.2                               | -36.5                | -32.3                       | -43.7                                | -41.7                             | -46.9                               | -40.6                               | -49.0                                              | -62.5                                     |  |  |
|     | 70代    | 98          | -22.5                                                | -25.5                                 | -16.4                                   | -26.6                        | -36.8                                      | -46.9                                                | -33.6                               | -31.6                | -52.0                       | -47.0                                | -43.9                             | -52.0                               | -50.0                               | -47.9                                              | -68.4                                     |  |  |

|     |        | (%)             |              |               |                |           |                  |         |              |                    |                     |          |             |                  |               |                  |               |  |  |  |  |  |
|-----|--------|-----------------|--------------|---------------|----------------|-----------|------------------|---------|--------------|--------------------|---------------------|----------|-------------|------------------|---------------|------------------|---------------|--|--|--|--|--|
| 調査数 |        | 税金や社会保障費負担の低い社会 | 今の若者や子どもたちには | 安全で安心して暮らせる社会 | エネルギー問題が解決した社会 | 経済的に豊かな社会 | 安定した収入や雇用が見込める社会 | 戦争のない社会 | 将来への展望が持てる社会 | 東京一極集中が是正され、再興する社会 | パンデミック（世界的大流行）の無い社会 | 疫病や感染症など | 心にゆとりを持てる社会 | すべての人に機会が与えられる社会 | 子どもたちがすくすくと育ち | 余暇が増え、楽しみが味わえる社会 | 他人への思いやりのある社会 |  |  |  |  |  |
| 全体  | 1,477  | -32.1           | -32.4        | -33.9         | -34.0          | -41.3     | -45.1            | -45.2   | -45.9        | -46.9              | -48.0               | -48.8    | -49.6       | -51.2            | -57.3         | -64.8            |               |  |  |  |  |  |
| 男性  | 737    | -37.3           | -36.7        | -36.7         | -36.5          | -42.8     | -49.2            | -52.3   | -45.3        | -53.8              | -50.4               | -48.3    | -52.8       | -54.3            | -59.0         | -66.2            |               |  |  |  |  |  |
| 女性  | 740    | -26.9           | -28.1        | -31.1         | -31.6          | -39.7     | -41.0            | -38.1   | -46.6        | -39.9              | -45.6               | -49.2    | -46.4       | -48.2            | -55.5         | -63.3            |               |  |  |  |  |  |
| 男性  | 18～29歳 | 138             | -26.1        | -21.0         | -23.2          | -13.1     | -18.2            | -25.4   | -35.5        | -22.5              | -31.8               | -22.5    | -20.3       | -36.2            | -38.4         | -34.0            | -44.9         |  |  |  |  |  |
|     | 30代    | 127             | -42.5        | -53.5         | -44.1          | -43.3     | -56.7            | -50.4   | -55.9        | -51.2              | -48.8               | -57.5    | -59.1       | -60.7            | -55.9         | -62.2            | -66.1         |  |  |  |  |  |
|     | 40代    | 139             | -36.7        | -40.3         | -37.4          | -38.1     | -51.8            | -42.4   | -52.5        | -52.5              | -51.8               | -55.4    | -56.1       | -47.5            | -50.3         | -51.1            | -68.3         |  |  |  |  |  |
|     | 50代    | 150             | -48.6        | -40.0         | -47.3          | -46.0     | -49.3            | -63.4   | -67.3        | -57.3              | -66.6               | -63.4    | -56.7       | -65.3            | -67.3         | -73.4            | -77.3         |  |  |  |  |  |
|     | 60代    | 97              | -39.2        | -37.1         | -45.4          | -48.5     | -42.3            | -59.8   | -53.6        | -51.6              | -74.2               | -59.7    | -61.8       | -64.9            | -63.9         | -74.3            | -79.4         |  |  |  |  |  |
|     | 70代    | 86              | -26.8        | -24.4         | -17.4          | -31.4     | -37.2            | -60.4   | -45.4        | -33.7              | -54.7               | -44.2    | -34.9       | -40.7            | -50.0         | -65.2            | -62.8         |  |  |  |  |  |
| 女性  | 18～29歳 | 136             | -19.1        | -27.2         | -36.8          | -22.1     | -36.8            | -34.6   | -41.1        | -44.8              | -30.2               | -39.7    | -53.0       | -42.0            | -39.8         | -60.3            | -61.0         |  |  |  |  |  |
|     | 30代    | 130             | -30.8        | -26.9         | -31.5          | -37.7     | -38.5            | -43.1   | -38.5        | -53.1              | -26.9               | -38.5    | -44.6       | -40.8            | -45.4         | -57.7            | -57.7         |  |  |  |  |  |
|     | 40代    | 137             | -32.8        | -35.8         | -44.6          | -37.2     | -52.5            | -44.6   | -46.0        | -57.7              | -51.1               | -54.0    | -59.9       | -54.1            | -58.4         | -60.6            | -68.6         |  |  |  |  |  |
|     | 50代    | 143             | -32.2        | -25.2         | -25.2          | -36.4     | -39.9            | -46.1   | -36.4        | -48.9              | -46.8               | -49.6    | -48.2       | -44.7            | -53.1         | -53.8            | -62.2         |  |  |  |  |  |
|     | 60代    | 96              | -20.8        | -27.1         | -27.0          | -27.1     | -30.2            | -28.2   | -29.2        | -36.5              | -32.3               | -43.7    | -41.7       | -46.9            | -40.6         | -49.0            | -62.5         |  |  |  |  |  |
|     | 70代    | 98              | -22.5        | -25.5         | -16.4          | -26.6     | -36.8            | -46.9   | -33.6        | -31.6              | -52.0               | -47.0    | -43.9       | -52.0            | -50.0         | -47.9            | -68.4         |  |  |  |  |  |

### 3. デジタル関連や自然・環境の取り組みは進むと考えられている

近未来の日本の社会予想についてどのように思っているかを知るために、29 のことごとについて「賛成と思う取り組み」を選んでもらった。この結果は、図表 10-4 のようになった。

◇賛成と思う取り組みは、「自然災害防止策の取り組み」(45.5%)、「年金で生活できる老後不安を無くす取り組み」(44.9%)、「空き家の再活用の取り組み」(41.6%)、「地球温暖化に対する具体的な解決策推進の取り組み」(39.6%)、「レジ袋、食品トレイ、ボトルなどのプラスチックごみ削減の取り組み」(38.1%)、「親や配偶者などの介護負担軽減の取り組み」(37.8%)、「労働者全体の所得を向上させる取り組み」(36.3%)、「医療施設や医療従事者、医療制度拡充の取り組み」(32.5%)、「再生可能エネルギー、自然エネルギーの比率を増やす取り組み」(31.9%)、「障がい者が暮らしやすい社会への取り組み」(30.5%)の順で高く、持続可能な環境で経済的にも安心できる暮らしを望んでいる。

◇性別では、「自然災害防止策の取り組み」、「年金で生活できる老後不安を無くす取り組み」、「空き家の再活用の取り組み」が共通して高いが、女性で「年金で生活できる老後不安を無くす取り組み」が高い。

◇性・年代別に見ると、男性 18~29 歳は「IT (情報技術)、AI (人口知能)、IoT (モノのインターネット) が更に進化していく社会への取り組み」が最も高い。また、男性 40 代までは「労働者全体の所得を向上させる取り組み」が上位にある。男性 50 代以降と女性 30 代以降では「年金で生活できる老後不安を無くす取り組み」が上位になる。

社会問題に対する展望意見について取り組みが進むと思うか進まないと思うかについてきいた結果、次のようになった。

◇進むと思う取り組みで過半数のものは、「IT (情報技術)、AI (人口知能)、IoT (モノのインターネット) が更に進化していく社会への取り組み」(55.2%)「レジ袋、食品トレイ、ボトルなどのプラスチックごみ削減の取り組み」(53.6%)の2つに限られる。

◇一方進まないと思う取り組みで過半数のものは、「年金で生活できる老後不安を無くす取り組み」(58.9%)である。

◇「進むと思う」から「進まないと思う」を差し引いた値をみると、進むと思うのは「IT (情報技術)、AI (人口知能)、IoT (モノのインターネット) が更に進化していく社会への取り組み」、「レジ袋、食品トレイ、ボトルなどのプラスチックごみ削減の取り組み」、「再生可能エネルギー、自然エネルギーの比率を増やす取り組み」、「使い捨て商品を使わず、再利用品を積極活用する取り組み」、「女性の社会進出(就業や出世など)を進める取り組み」の順で高い。進まないと思う取り組みで最も高いのは「年金で生活できる老後不安を無くす取り組み」で、これに次いで「海外からの難民を受け入れる取り組み」、「経済発展を求めず、自然環境破壊を阻止する取り組み」が高い。

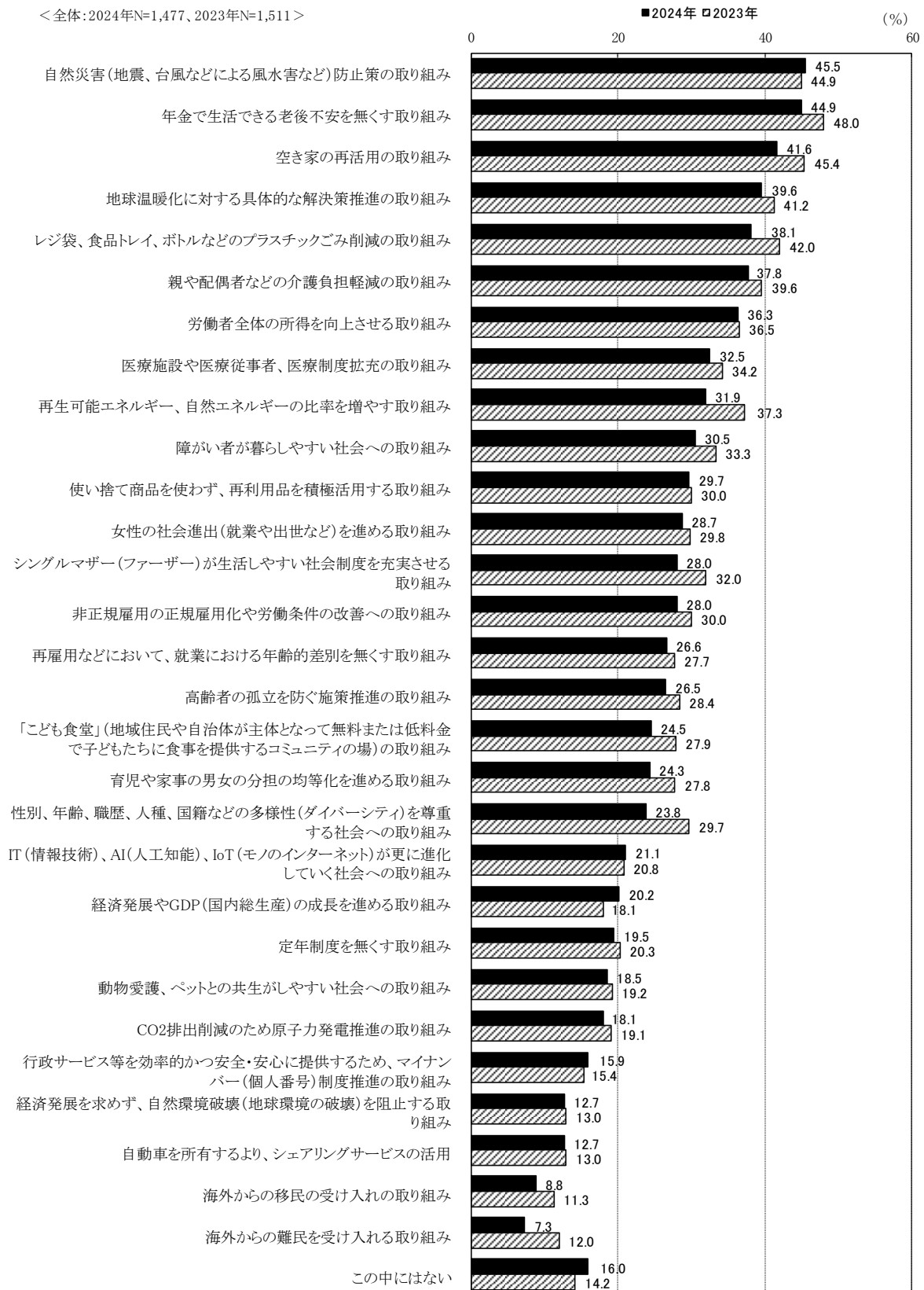
◇性・年代別に「進むと思う」から「進まないと思う」を差し引いた値をみると、「IT (情報技術)、AI (人口知能)、IoT (モノのインターネット) が更に進化していく社会への取り組み」では男性、「レジ袋、食品トレイ、ボトルなどのプラスチックごみ削減の取り組み」では女性が高い。

都市生活者が賛成する取り組みは、自然災害防止策や年金不安を無くす取り組み、空き家の再活用、地球温暖化対策、プラスチックごみ削減、介護負担軽減の取り組み、労働者全体の所得を向上など持続可能な環境で経済的にも安心できる暮らしを実現する取り組みである。都市生活者が進むと思う取り組みは、デジタル関連や自らが実践可能な自然・環境関連と考えている。一方、年金不安を無くす取り組みや難民や移民の受け入れは進まないと思っている。

図表10-4：社会問題への取り組み

## ① 賛成と思う取り組み

&lt;全体:2024年N=1,477、2023年N=1,511&gt;



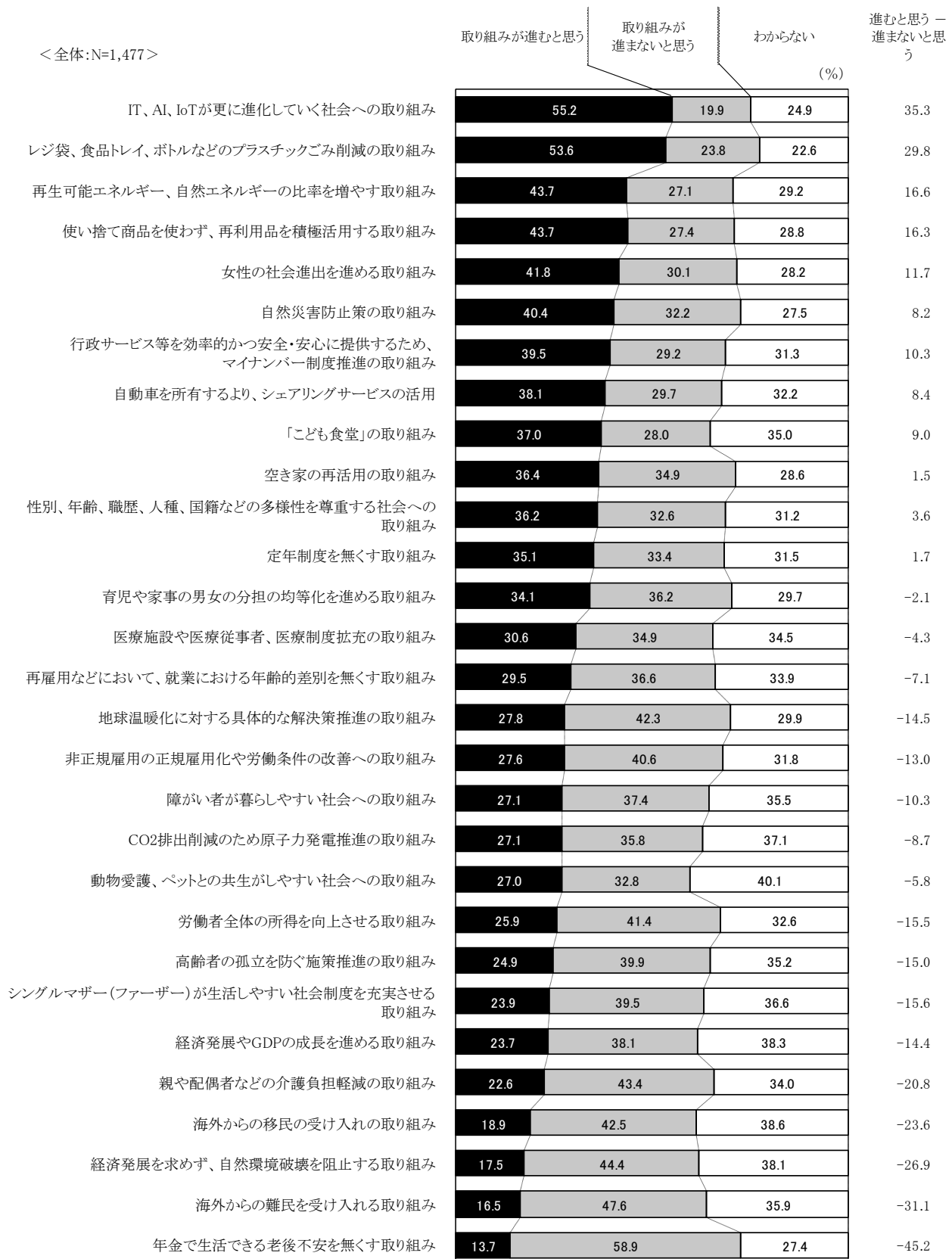
&lt;性・年代別&gt;

(%)

| N=           | 1位                                   | 2位                            | 3位                           |
|--------------|--------------------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| 全体 1477      | 自然災害防止策の取り組み 45.5                    | 年金で生活できる老後不安を無くす取り組み 44.9     | 空き家の再活用の取り組み 41.6            |
| 男 737        | 自然災害防止策の取り組み 41.7                    | 年金で生活できる老後不安を無くす取り組み 39.5     | 空き家の再活用の取り組み 37.4            |
| 女 740        | 年金で生活できる老後不安を無くす取り組み 50.3            | 自然災害防止策の取り組み 49.3             | 空き家の再活用の取り組み 45.8            |
| 男・18～29歳 138 | IT、AI、IoTが更に進化していく社会への取り組み 31.2      | 自然災害防止策の取り組み 29.7             | 労働者全体の所得を向上させる取り組み 29.0      |
| 男・30代 127    | 自然災害防止策の取り組み 37.0                    | 空き家の再活用の取り組み 37.0             | 労働者全体の所得を向上させる取り組み 36.2      |
| 男・40代 139    | 労働者全体の所得を向上させる取り組み 44.6              | 自然災害防止策の取り組み 43.2             | 空き家の再活用の取り組み 38.8            |
| 男・50代 150    | 年金で生活できる老後不安を無くす取り組み 40.0            | 空き家の再活用の取り組み 34.7             | 自然災害防止策の取り組み 34.0            |
| 男・60代 97     | 年金で生活できる老後不安を無くす取り組み 58.8            | 自然災害防止策の取り組み 56.7             | 地球温暖化に対する具体的な解決策推進の取り組み 52.6 |
| 男・70代 86     | 年金で生活できる老後不安を無くす取り組み 65.1            | 自然災害防止策の取り組み 61.6             | 地球温暖化に対する具体的な解決策推進の取り組み 48.8 |
| 女・18～29歳 136 | レジ袋、食品トレイ、ボトルなどのプラスチックごみ削減の取り組み 33.8 | 自然災害防止策の取り組み 32.4             | 労働者全体の所得を向上させる取り組み 31.6      |
| 女・30代 130    | 自然災害防止策の取り組み 45.4                    | 年金で生活できる老後不安を無くす取り組み 42.3     | 親や配偶者などの介護負担軽減の取り組み 40.8     |
| 女・40代 137    | 自然災害防止策の取り組み 48.9                    | 年金で生活できる老後不安を無くす取り組み 48.2     | 空き家の再活用の取り組み 46.7            |
| 女・50代 143    | 年金で生活できる老後不安を無くす取り組み 61.5            | 自然災害防止策の取り組み 55.9             | 親や配偶者などの介護負担軽減の取り組み 54.5     |
| 女・60代 96     | 年金で生活できる老後不安を無くす取り組み 65.6            | 自然災害防止策の取り組み/<br>空き家の再活用の取り組み | 60.4                         |
| 女・70代 98     | レジ袋、食品トレイ、ボトルなどのプラスチックごみ削減の取り組み 63.3 | 年金で生活できる老後不安を無くす取り組み 62.2     | 空き家の再活用の取り組み 59.2            |

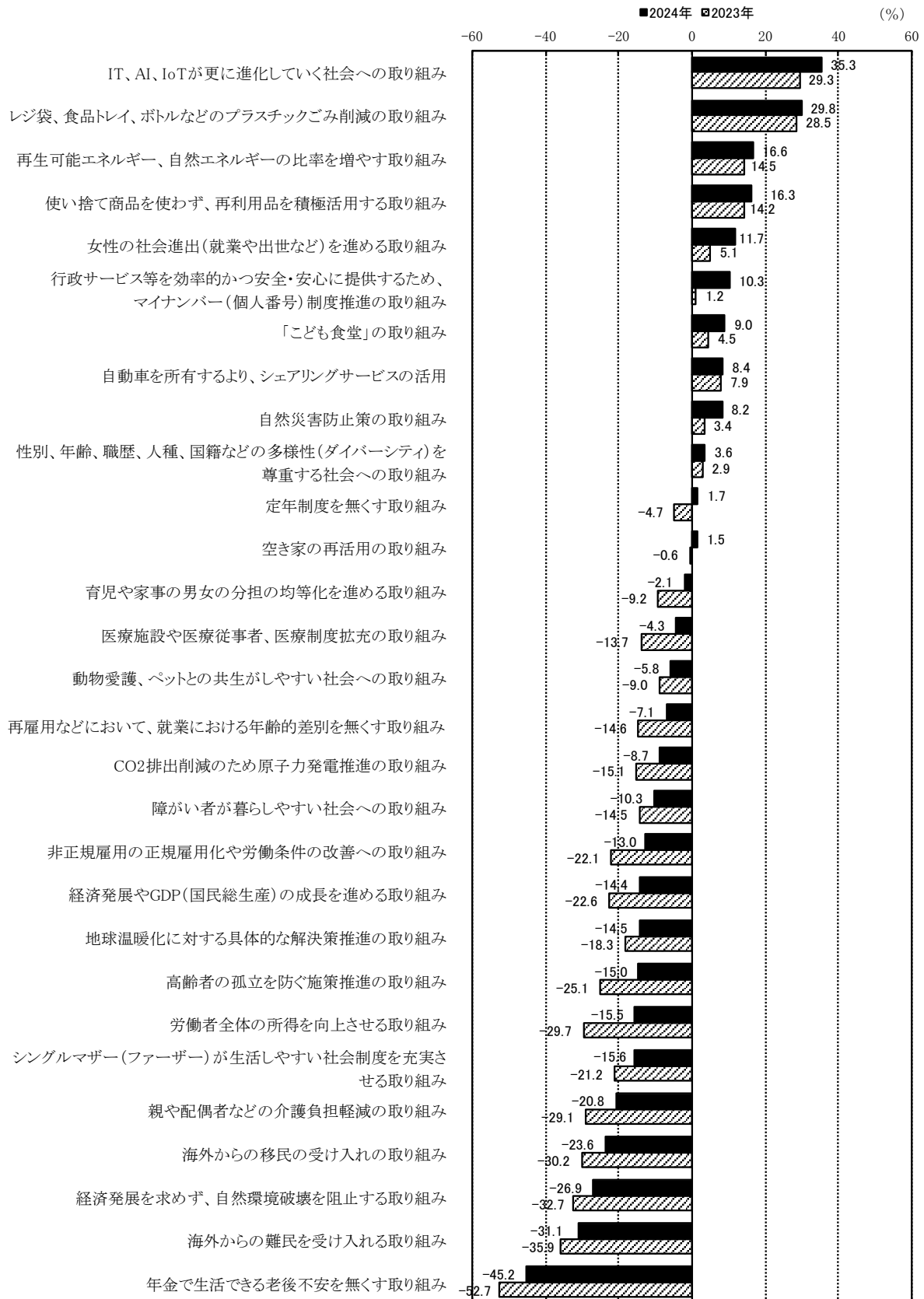
## ② 取り組みが進むと思うかどうか

&lt;全体:N=1,477&gt;



## ③ 「進むと思う」－「進まないと思う」

&lt;全体:2024年N=1,477、2023年N=1,511&gt;



④ 「進むと思う」－「進まないと思う」＜2024年 性・年代別＞

|     |        |       |                                    |                            |                                     |                     |                                    |                          |                     |                  |                                 |                  |                          |                  |                   |                      | (%)                 |                       |
|-----|--------|-------|------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------|---------------------|------------------------------------|--------------------------|---------------------|------------------|---------------------------------|------------------|--------------------------|------------------|-------------------|----------------------|---------------------|-----------------------|
|     |        | 調査数   | IT、AI、IoTが更に<br>進化していく社会への<br>取り組み | レジ袋、食品トレイ、<br>ボトルなどのプラスチック | 再生可能エネルギー、<br>自然エネルギー、<br>ごみ削減の取り組み | 再利用品を積極活用する<br>取り組み | 使い捨て商品を使わず、<br>女性の社会進出を進める<br>取り組み | 行政サービス等を効率的<br>に提供する取り組み | マイナンバー制度推進の<br>取り組み | 「子ども食堂」の取<br>り組み | 自動車所有率の向上、<br>シェアリングサービスの<br>活用 | 自然災害防止策の取<br>り組み | 性別、年齢、職業、人種、<br>社会への取り組み | 定年制度を無くす取<br>り組み | 空き家の再活用、の取<br>り組み | 育児や家事の男女の分<br>担の取り組み | 医療施設や医療従事者<br>の取り組み | 動物愛護、ペットとの<br>共生の取り組み |
| 全 体 |        | 1,477 | 35.3                               | 29.8                       | 16.6                                | 16.3                | 11.7                               | 10.3                     | 9.0                 | 8.4              | 8.2                             | 3.6              | 1.7                      | 1.5              | -2.1              | -4.3                 | -5.8                |                       |
| 男 性 |        | 737   | 36.5                               | 22.5                       | 16.7                                | 6.8                 | 16.3                               | 14.4                     | 2.2                 | 4.4              | 10.7                            | 1.1              | 1.9                      | -3.4             | -1.2              | -2.8                 | -9.7                |                       |
| 女 性 |        | 740   | 34.1                               | 37.2                       | 16.4                                | 25.8                | 7.2                                | 6.2                      | 15.7                | 12.5             | 5.7                             | 6.2              | 1.4                      | 6.3              | -2.9              | -5.8                 | -1.8                |                       |
| 男性  | 18～29歳 | 138   | 32.6                               | 15.2                       | 21.8                                | 17.4                | 20.3                               | 25.3                     | 13.8                | 19.6             | 16.7                            | 11.6             | 12.3                     | 13.0             | 4.4               | 10.2                 | 0.8                 |                       |
|     | 30代    | 127   | 36.3                               | 22.8                       | 8.6                                 | 13.4                | 6.3                                | 18.1                     | -1.5                | 7.1              | 8.7                             | 1.6              | 3.2                      | 5.5              | -3.9              | -10.2                | -11.8               |                       |
|     | 40代    | 139   | 40.3                               | 28.1                       | 13.7                                | 12.2                | 19.4                               | 19.4                     | -1.5                | 18.7             | 9.3                             | 0.8              | 21.5                     | -4.3             | 3.6               | -6.5                 | -10.7               |                       |
|     | 50代    | 150   | 30.7                               | 14.7                       | 11.3                                | -6.7                | 13.3                               | -1.3                     | -1.3                | -9.3             | 3.4                             | -1.3             | -6.7                     | -22.7            | -12.0             | -18.0                | -19.4               |                       |
|     | 60代    | 97    | 36.1                               | 20.6                       | 19.6                                | -11.4               | 17.6                               | 4.1                      | -3.1                | -9.3             | -                               | -                | -22.7                    | -13.4            | -                 | 2.1                  | -9.3                |                       |
|     | 70代    | 86    | 47.7                               | 40.7                       | 31.4                                | 15.1                | 23.3                               | 22.1                     | 7.0                 | -8.1             | 31.4                            | -10.5            | -5.8                     | 3.5              | 3.5               | 13.9                 | -5.9                |                       |
| 女性  | 18～29歳 | 136   | 30.8                               | 32.3                       | 25.0                                | 17.6                | 10.3                               | 22.8                     | 13.2                | 14.7             | 8.1                             | 19.1             | 8.9                      | 7.4              | 12.5              | 5.9                  | -5.9                |                       |
|     | 30代    | 130   | 21.5                               | 23.1                       | -3.1                                | 29.2                | -6.2                               | 3.8                      | 3.8                 | 14.6             | 1.5                             | -2.3             | 5.3                      | 2.3              | -15.4             | -8.5                 | -0.8                |                       |
|     | 40代    | 137   | 35.0                               | 27.0                       | 15.4                                | 22.7                | 2.2                                | 4.4                      | 16.0                | 21.2             | -                               | 5.2              | -1.5                     | 6.5              | -11.7             | -13.9                | -6.6                |                       |
|     | 50代    | 143   | 49.6                               | 47.5                       | 23.1                                | 32.2                | 8.4                                | 6.3                      | 21.7                | 16.8             | 8.4                             | 11.9             | 8.4                      | 10.5             | -                 | -0.7                 | 11.2                |                       |
|     | 60代    | 96    | 35.4                               | 56.3                       | 15.6                                | 30.2                | 12.5                               | 3.1                      | 18.8                | 3.1              | 6.3                             | 2.1              | -4.1                     | 9.3              | 2.1               | -8.4                 | -3.1                |                       |
|     | 70代    | 98    | 29.6                               | 42.9                       | 23.5                                | 23.5                | 20.4                               | -8.2                     | 22.5                | -3.0             | 11.2                            | -3.1             | -15.3                    | 1.1              | -4.1              | -12.3                | -9.9                |                       |

| (%) |        |       |                             |                      |                   |                         |                   |                 |                  |                  |                                    |                   |                 |               |                 |                    |
|-----|--------|-------|-----------------------------|----------------------|-------------------|-------------------------|-------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------------------------|-------------------|-----------------|---------------|-----------------|--------------------|
|     |        | 調査数   | 再雇用などにおいて、就業における年齢的差別を無くす取組 | CO2排出削減のため原子力発電推進の取組 | 障がい者が暮らしやすい社会への取組 | 非正規雇用の正規雇用化や労働条件の改善への取組 | 経済発展やGDPの成長を進める取組 | 地球温暖化に対する具体的な取組 | 高齢者の孤立を防ぐ施策推進の取組 | 労働者全体の所得を向上させる取組 | シングルマザー（ファーマザー）が生活しやすい社会制度を充実させる取組 | 親や配偶者などの介護負担軽減の取組 | 海外からの移民の受け入れの取組 | 自然環境破壊を阻止する取組 | 海外からの難民を受け入れる取組 | 年金で生活できる老後不安を無くす取組 |
| 全体  |        | 1,477 | -7.1                        | -8.7                 | -10.3             | -13.0                   | -14.4             | -14.5           | -15.0            | -15.5            | -15.6                              | -20.8             | -23.6           | -26.9         | -31.1           | -45.2              |
| 男性  |        | 737   | -9.8                        | -7.0                 | -11.7             | -14.9                   | -14.4             | -15.6           | -18.1            | -15.2            | -18.4                              | -22.2             | -29.0           | -32.1         | -38.3           | -47.2              |
| 女性  |        | 740   | -4.6                        | -10.4                | -9.1              | -11.1                   | -14.3             | -13.4           | -11.9            | -15.8            | -12.8                              | -19.3             | -18.2           | -21.7         | -23.9           | -43.1              |
| 男性  | 18～29歳 | 138   | 11.6                        | -0.7                 | 7.9               | -0.7                    | 5.1               | 6.5             | -8.0             | 2.1              | 2.9                                | 5.8               | -6.6            | -5.1          | -18.1           | -19.6              |
|     | 30代    | 127   | -5.6                        | -4.0                 | -17.3             | -17.3                   | -18.1             | -22.8           | -7.9             | -12.6            | -19.6                              | -26.8             | -28.4           | -37.8         | -30.7           | -44.9              |
|     | 40代    | 139   | -                           | 2.9                  | -15.1             | -11.5                   | -13.0             | -13.7           | -13.0            | -18.7            | -18.7                              | -20.1             | -19.5           | -30.3         | -33.1           | -43.2              |
|     | 50代    | 150   | -26.7                       | -8.0                 | -23.3             | -28.7                   | -24.7             | -23.3           | -29.3            | -30.6            | -28.6                              | -36.0             | -41.4           | -42.7         | -52.0           | -64.0              |
|     | 60代    | 97    | -27.8                       | -22.7                | -8.3              | -18.6                   | -19.6             | -25.8           | -23.7            | -19.6            | -16.5                              | -31.0             | -43.3           | -45.3         | -47.5           | -63.9              |
|     | 70代    | 86    | -16.3                       | -18.6                | -12.8             | -11.6                   | -18.6             | -18.6           | -31.4            | -9.3             | -33.7                              | -30.2             | -44.2           | -37.3         | -55.9           | -53.5              |
| 女性  | 18～29歳 | 136   | -11.8                       | -6.6                 | 0.7               | -11.1                   | -5.1              | -5.2            | -3.7             | -8.1             | -                                  | -7.4              | -3.7            | -10.3         | -19.1           | -25.8              |
|     | 30代    | 130   | -7.7                        | -7.7                 | -15.4             | -13.8                   | -19.2             | -17.7           | -23.1            | -23.8            | -23.1                              | -29.3             | -6.9            | -25.4         | -13.8           | -33.9              |
|     | 40代    | 137   | 2.9                         | -5.8                 | -19.0             | -11.0                   | -25.6             | -17.5           | -13.8            | -27.1            | -21.9                              | -23.3             | -25.5           | -33.6         | -22.6           | -51.1              |
|     | 50代    | 143   | 4.2                         | -7.7                 | -8.4              | -0.7                    | -9.8              | -9.8            | -2.8             | -7.0             | -9.8                               | -16.1             | -22.4           | -15.4         | -27.3           | -46.8              |
|     | 60代    | 96    | -3.2                        | -16.7                | -8.3              | -20.8                   | -10.4             | -17.7           | -22.9            | -14.6            | -17.7                              | -20.8             | -30.2           | -25.0         | -38.6           | -52.1              |
|     | 70代    | 98    | -15.3                       | -23.5                | -2.1              | -13.3                   | -15.4             | -14.3           | -8.2             | -14.3            | -4.1                               | -20.4             | -25.5           | -22.5         | -26.6           | -54.4              |

#### 4. 生活レベルの近未来予測

都市生活者の生活環境の変化について、27 の項目を提示し、あてはまると思うものを回答してもらった。この結果は、図表 10-5 のようになった。

◇全体で、「外食機会が減る」(26.2%)、「副業を持つ人が増える」(25.3%)、「冠婚葬祭行事が簡略化する」

る」(22.2%)、「自己の健康管理・体調変化に気を使うようになる」(21.5%)の順で高い。

◇性別でみると、「外食機会が減る」は男性で、「副業を持つ人が増える」、「冠婚葬祭行事が簡略化する」、「自己の健康管理・体調変化に気を使うようになる」は女性で高い。

◇性・年代別でみると、「冠婚葬祭行事が簡略化する」、「自己の健康管理・体調変化に気を使うようになる」は高年代ほど高い。

図表10-5：生活レベルの近未来予測



## &lt;性・年代別&gt;

|     |        | 調査数   | 外食機会が減る | 副業を持つ人が増える | 冠婚葬祭行事が簡略化する | 自己の健康管理・体調変化に気をを使うようになる | プライベート重視の傾向が増す | オンラインサービスの活用が幅広く進む | 社会全体的に結婚する人が減る | 職場での飲み会や懇親会が減る | 外出する時間が全体的に減少する | 宅配便、デリバリーなどのシステムが拡充する | テレワーク（在宅勤務）が定着する | リアルな人との接触が減少する | 勤務先での出世意欲が低下する | 会議や商談などのオンライン化が定着する | 他人との家族単位の行動が増える<br>（付き合いよりも） |
|-----|--------|-------|---------|------------|--------------|-------------------------|----------------|--------------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------------|------------------|----------------|----------------|---------------------|------------------------------|
| 全 体 |        | 1,477 | 26.2    | 25.3       | 22.2         | 21.5                    | 19.8           | 19.7               | 19.4           | 18.9           | 17.5            | 16.0                  | 14.2             | 13.9           | 12.5           | 12.4                | 12.3                         |
| 男 性 |        | 737   | 27.4    | 22.5       | 19.0         | 20.1                    | 19.4           | 19.5               | 18.0           | 19.3           | 16.8            | 15.1                  | 14.1             | 12.8           | 14.4           | 13.6                | 11.5                         |
| 女 性 |        | 740   | 25.0    | 28.0       | 25.4         | 22.8                    | 20.1           | 19.9               | 20.8           | 18.5           | 18.1            | 16.9                  | 14.3             | 15.0           | 10.7           | 11.2                | 13.1                         |
| 男性  | 18～29歳 | 138   | 18.1    | 21.0       | 7.2          | 10.1                    | 16.7           | 14.5               | 10.9           | 13.0           | 16.7            | 15.2                  | 18.8             | 10.9           | 12.3           | 7.2                 | 8.7                          |
|     | 30代    | 127   | 33.1    | 22.8       | 11.8         | 18.1                    | 17.3           | 25.2               | 22.0           | 17.3           | 18.1            | 17.3                  | 15.0             | 13.4           | 15.7           | 17.3                | 11.8                         |
|     | 40代    | 139   | 31.7    | 24.5       | 20.9         | 20.9                    | 21.6           | 16.5               | 19.4           | 21.6           | 15.8            | 11.5                  | 12.2             | 13.7           | 15.1           | 14.4                | 11.5                         |
|     | 50代    | 150   | 25.3    | 22.7       | 23.3         | 18.0                    | 22.0           | 19.3               | 20.7           | 22.7           | 14.7            | 15.3                  | 14.7             | 16.0           | 19.3           | 17.3                | 10.7                         |
|     | 60代    | 97    | 28.9    | 24.7       | 25.8         | 21.6                    | 22.7           | 21.6               | 17.5           | 23.7           | 20.6            | 12.4                  | 14.4             | 11.3           | 13.4           | 12.4                | 15.5                         |
|     | 70代    | 86    | 29.1    | 18.6       | 30.2         | 39.5                    | 15.1           | 22.1               | 17.4           | 17.4           | 16.3            | 19.8                  | 7.0              | 9.3            | 7.0            | 11.6                | 12.8                         |
| 女性  | 18～29歳 | 136   | 19.9    | 25.0       | 11.8         | 14.7                    | 22.1           | 20.6               | 14.0           | 17.6           | 14.0            | 16.2                  | 20.6             | 15.4           | 11.0           | 12.5                | 11.0                         |
|     | 30代    | 130   | 22.3    | 26.9       | 16.9         | 17.7                    | 26.2           | 17.7               | 23.1           | 17.7           | 20.0            | 14.6                  | 14.6             | 15.4           | 13.8           | 13.8                | 14.6                         |
|     | 40代    | 137   | 32.8    | 38.0       | 27.0         | 24.1                    | 18.2           | 19.0               | 27.7           | 23.4           | 19.0            | 16.1                  | 16.1             | 16.1           | 17.5           | 12.4                | 19.7                         |
|     | 50代    | 143   | 24.5    | 30.8       | 32.2         | 28.0                    | 20.3           | 25.2               | 19.6           | 18.2           | 11.9            | 18.2                  | 7.7              | 14.7           | 8.4            | 9.1                 | 9.1                          |
|     | 60代    | 96    | 25.0    | 27.1       | 37.5         | 26.0                    | 19.8           | 18.8               | 26.0           | 21.9           | 25.0            | 21.9                  | 12.5             | 15.6           | 7.3            | 8.3                 | 17.7                         |
|     | 70代    | 98    | 25.5    | 16.3       | 31.6         | 28.6                    | 12.2           | 16.3               | 14.3           | 11.2           | 22.4            | 15.3                  | 14.3             | 12.2           | 3.1            | 10.2                | 6.1                          |

|     |        | 調査数   | 旅行意欲は減少し、日常的な行動が増える | 飲食店のテイクアウト（持ち帰り）が定着する | スキルのアップのために勉強したり資格を取る人が増える | 仕事にかける時間が減る | 東京や大阪など大都市に住むメリットが少なくなる | 家族や地域の人との人間関係から、移行する | 地方への移住が多くなる | 仕事とプライベートの境目が曖昧になる | チームワークよりも一人での仕事が増える | 地方で働く人が増える | 会社の所在地が地方へと移転する | 農業や漁業への就労が増える | 特にな  |
|-----|--------|-------|---------------------|-----------------------|----------------------------|-------------|-------------------------|----------------------|-------------|--------------------|---------------------|------------|-----------------|---------------|------|
| 全 体 |        | 1,477 | 11.9                | 10.3                  | 8.5                        | 8.1         | 7.1                     | 6.8                  | 6.3         | 5.9                | 4.5                 | 4.5        | 4.2             | 2.0           | 28.1 |
| 男 性 |        | 737   | 12.2                | 9.8                   | 8.5                        | 8.0         | 7.1                     | 7.2                  | 6.1         | 6.2                | 5.2                 | 4.5        | 4.7             | 2.3           | 30.9 |
| 女 性 |        | 740   | 11.6                | 10.8                  | 8.4                        | 8.1         | 7.2                     | 6.5                  | 6.5         | 5.5                | 3.8                 | 4.6        | 3.6             | 1.8           | 25.3 |
| 男性  | 18～29歳 | 138   | 15.9                | 11.6                  | 5.8                        | 5.8         | 7.2                     | 8.0                  | 7.2         | 5.8                | 6.5                 | 5.1        | 5.1             | 2.9           | 34.1 |
|     | 30代    | 127   | 11.8                | 13.4                  | 5.5                        | 7.1         | 7.1                     | 7.9                  | 3.9         | 10.2               | 7.1                 | 4.7        | 4.7             | -             | 35.4 |
|     | 40代    | 139   | 9.4                 | 8.6                   | 12.9                       | 7.2         | 7.2                     | 5.8                  | 6.5         | 5.0                | 7.2                 | 4.3        | 7.2             | 3.6           | 29.5 |
|     | 50代    | 150   | 14.7                | 10.7                  | 9.3                        | 9.3         | 8.7                     | 5.3                  | 6.7         | 4.7                | 4.0                 | 5.3        | 4.7             | 4.0           | 32.7 |
|     | 60代    | 97    | 9.3                 | 7.2                   | 10.3                       | 12.4        | 6.2                     | 8.2                  | 7.2         | 5.2                | 4.1                 | 6.2        | 2.1             | 1.0           | 26.8 |
|     | 70代    | 86    | 10.5                | 4.7                   | 7.0                        | 7.0         | 4.7                     | 9.3                  | 4.7         | 7.0                | -                   | -          | 3.5             | 1.2           | 23.3 |
| 女性  | 18～29歳 | 136   | 6.6                 | 10.3                  | 11.8                       | 7.4         | 5.9                     | 4.4                  | 5.1         | 7.4                | 2.9                 | 5.1        | 2.2             | 2.2           | 27.2 |
|     | 30代    | 130   | 12.3                | 14.6                  | 7.7                        | 7.7         | 10.0                    | 6.2                  | 6.2         | 7.7                | 3.1                 | 6.9        | 3.1             | 1.5           | 31.5 |
|     | 40代    | 137   | 15.3                | 10.2                  | 9.5                        | 8.8         | 9.5                     | 7.3                  | 5.8         | 5.8                | 6.6                 | 4.4        | 4.4             | 1.5           | 22.6 |
|     | 50代    | 143   | 9.1                 | 10.5                  | 7.0                        | 9.8         | 3.5                     | 8.4                  | 4.9         | 5.6                | 2.8                 | 2.8        | 2.1             | 2.1           | 28.0 |
|     | 60代    | 96    | 10.4                | 10.4                  | 8.3                        | 9.4         | 8.3                     | 8.3                  | 7.3         | 3.1                | 5.2                 | 3.1        | 7.3             | -             | 18.8 |
|     | 70代    | 98    | 17.3                | 8.2                   | 5.1                        | 5.1         | 6.1                     | 4.1                  | 11.2        | 2.0                | 2.0                 | 5.1        | 4.1             | 3.1           | 20.4 |

## 第11章 都市生活者の老後に対する意識

本章では、都市生活者の老後についての意識や見通し、生きがいや大切にしたいことについてどのように考えているかを明らかにする。老後を強く意識し始めるのは50代であることから、50歳以上を対象に質問している。その結果、老後生活においては自由な時間を人並みに健康でのんびり楽しみたいと思っていることが確認されたが、総じて2023年に比べて低下した。

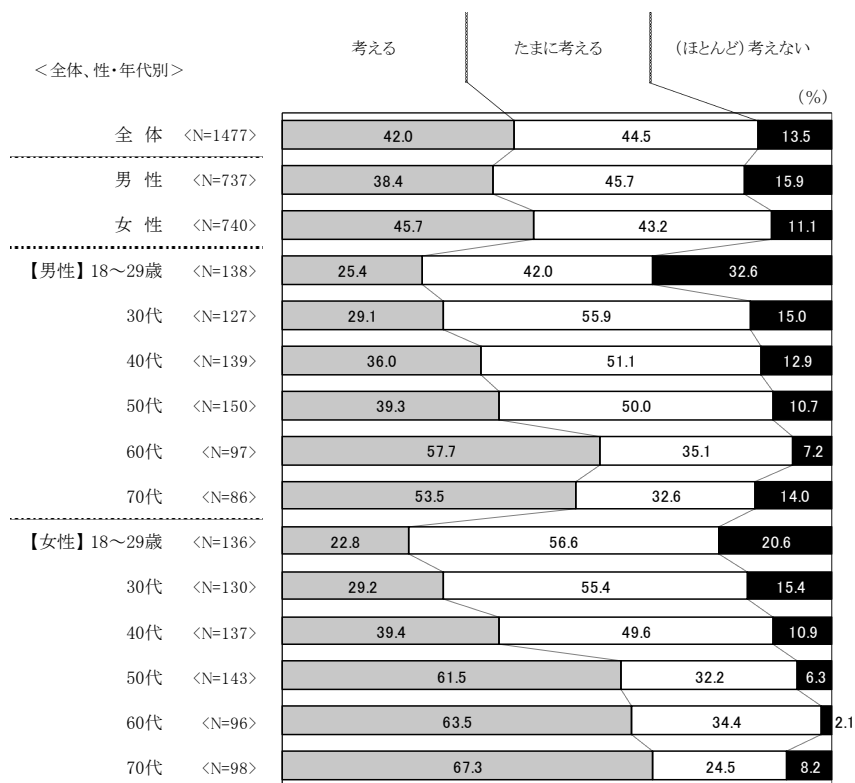
老後に関する見通しは、家族、友人、趣味、経済的なことである。男性は経済的な見通しと趣味への意識が高まり、妻を頼りにしている。女性は家族に必要とされる意識や友人への意識が高くなる。老後の生き方は、『自由、健康、自立』を考えている。しかし、老後の生活費に対して現在の資産では足りないと考えている。また、次世代との関係について「中高年者は若者を理解し、向き合いながら相互の関わりを保つべきである」と考える人が、半数以下にとどまっている。

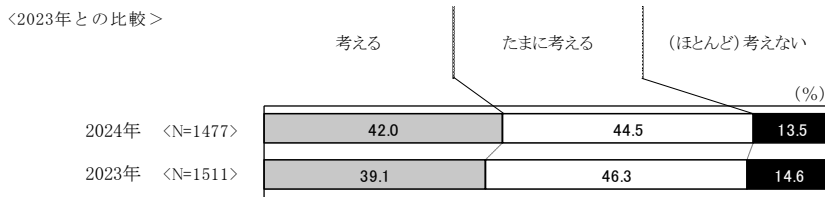
### 1. 老後と向き合う50代

都市生活者が老後のことを考えるのは、何歳からなのか。図表11-1は、老後のことを考える程度をきいた結果である。

- ◇対象者全体の8割以上(86.5%)が「老後のことを考える」(考える+たまに考える)と回答している。
- ◇年代が高くなるほど老後のことを「老後のことを考える」人が増え、男女50代で9割(男性50代89.3%、女性50代93.7%)が「老後のことを考える」(考える+たまに考える)と回答している。
- ◇2023年に比べて、老後のことを考える人は、増加した。

図表11-1：老後のことを考える程度





## 2. 老後は自由にのんびり楽しみたい

50 歳以上の対象者に老後に関する意識や老後に関する現状や今後の見通しについて質問したところ、次のような回答を得た。

### 《老後に関する意識》（50 歳以上 図表 11－2）

- ◇老後に関する意識は高い順に、「自由な時間を楽しみたい」（47.2%）、「のんびりできることが幸せ」（39.6%）、「人並みであればよい」（36.6%）、「健康維持に繋がることはできるだけやる」（31.8%）、「今の生活の延長で楽しみたい」（28.1%）、「体のために散歩やジム通いをする」（26.4%）、「家族と楽しく暮らしたい」（26.3%）、「動けるうちは働くつもりだ」（22.5%）、「今まで通り、特に変わったことはしない」（22.2%）、「家族に迷惑をかけないように計画を練る」（21.0%）、「夫婦の時間を楽しみたい」（20.4%）、「生活維持のための蓄えをして備える」（20.4%）、「一人でも暮らせるように準備する」（20.1%）などである。
- ◇上記の項目は 2023 年に比べてスコアが総じて低下しているが、なかでも「健康維持に繋がることはできるだけやる」と「人並みであればよい」の低下が顕著である。
- ◇性別では、「自由な時間を楽しみたい」、「のんびりできることが幸せ」、「人並みであればよい」は男女に共通して高い。

都市生活者は、老後に対して、自由な時間をのんびり、人並みに、健康を維持しながら楽しみたいと考えているが、総じて老後に対する意識は低下している。

図表11-2：老後に関する意識（50歳以上）

&lt;全体：2024年N=670、2023年N=681&gt;



&lt;性・年代別&gt;

(%)

| N=    |     | 1位               | 2位                         | 3位                      |
|-------|-----|------------------|----------------------------|-------------------------|
| 全体    | 670 | 自由な時間を楽しみたい 47.2 | のんびりできることが幸せ 39.6          | 人並みであれば良い 36.6          |
| 男     | 333 | 自由な時間を楽しみたい 49.8 | のんびりできることが幸せ 37.5          | 人並みであれば良い 36.9          |
| 女     | 337 | 自由な時間を楽しみたい 44.5 | のんびりできることが幸せ 41.5          | 人並みであれば良い 36.2          |
| 男・50代 | 150 | 自由な時間を楽しみたい 46.0 | のんびりできることが幸せ 36.7          | 人並みであれば良い 36.0          |
| 男・60代 | 97  | 自由な時間を楽しみたい 55.7 | のんびりできることが幸せ 40.2          | 人並みであれば良い 33.0          |
| 男・70代 | 86  | 自由な時間を楽しみたい 50.0 | 人並みであれば良い 43.0             | 健康維持に繋がることは出来るだけやる 38.4 |
| 女・50代 | 143 | 自由な時間を楽しみたい 42.0 | のんびりできることが幸せ 38.5          | 健康維持に繋がることは出来るだけやる 36.4 |
| 女・60代 | 96  | 自由な時間を楽しみたい 53.1 | のんびりできることが幸せ 44.8          | 人並みであれば良い 39.6          |
| 女・70代 | 98  | 人並みであれば良い 44.9   | のんびりできることが幸せ/今の生活の延長で楽しみたい | 42.9                    |

## 《老後に関する現状や今後の見通し》(50歳以上)

◇老後に関する現状や今後の見通しは、「自分を必要とする家族がいる」(25.4%)、「ずっと続けている趣味がある」(23.9%)、「経済的には何とかなっている」(21.0%)、「学生時代からの友人がいる」(20.9%)、「親友と呼べる友人がいる」(20.6%)、「頼りになるのはやはり妻(夫)だと思う」(20.1%)の順で高く、家族や友人と趣味、経済的な見通しに関することが多い。

◇2023年に比べて、回答スコアが総じて低下している。

◇男性は「ずっと続けている趣味がある」、「経済的には何とかなっている」、「自分を必要とする家族がいる」が高い。女性は「自分を必要とする家族がいる」、「学生時代からの友人がいる」、「親友と呼べる友人がいる」が高い。

◇性・年代別では、男性50代は趣味だが、男性60代、70代になると「余裕はないが年金も含め困らないと思う」、「経済的には何とかなっている」などの経済的なことが高くなる。女性は「自分を必要とする家族がいる」や「学生時代からの友人がいる」、「親友と呼べる友人がいる」、「比較的良好に会える仲間がいる」などの人が高くなる。

## 《老後の生き方》(50歳以上)

◇あてはまる(非常にあてはまる+ややあてはまる)もので半数を超えるものは、「健康づくりを心がけ、健康的な生活をする」(69.8%)、「周囲に迷惑をかけないように自立して生きる」(69.1%)、「自由にのんびり楽しむ」(66.7%)である。

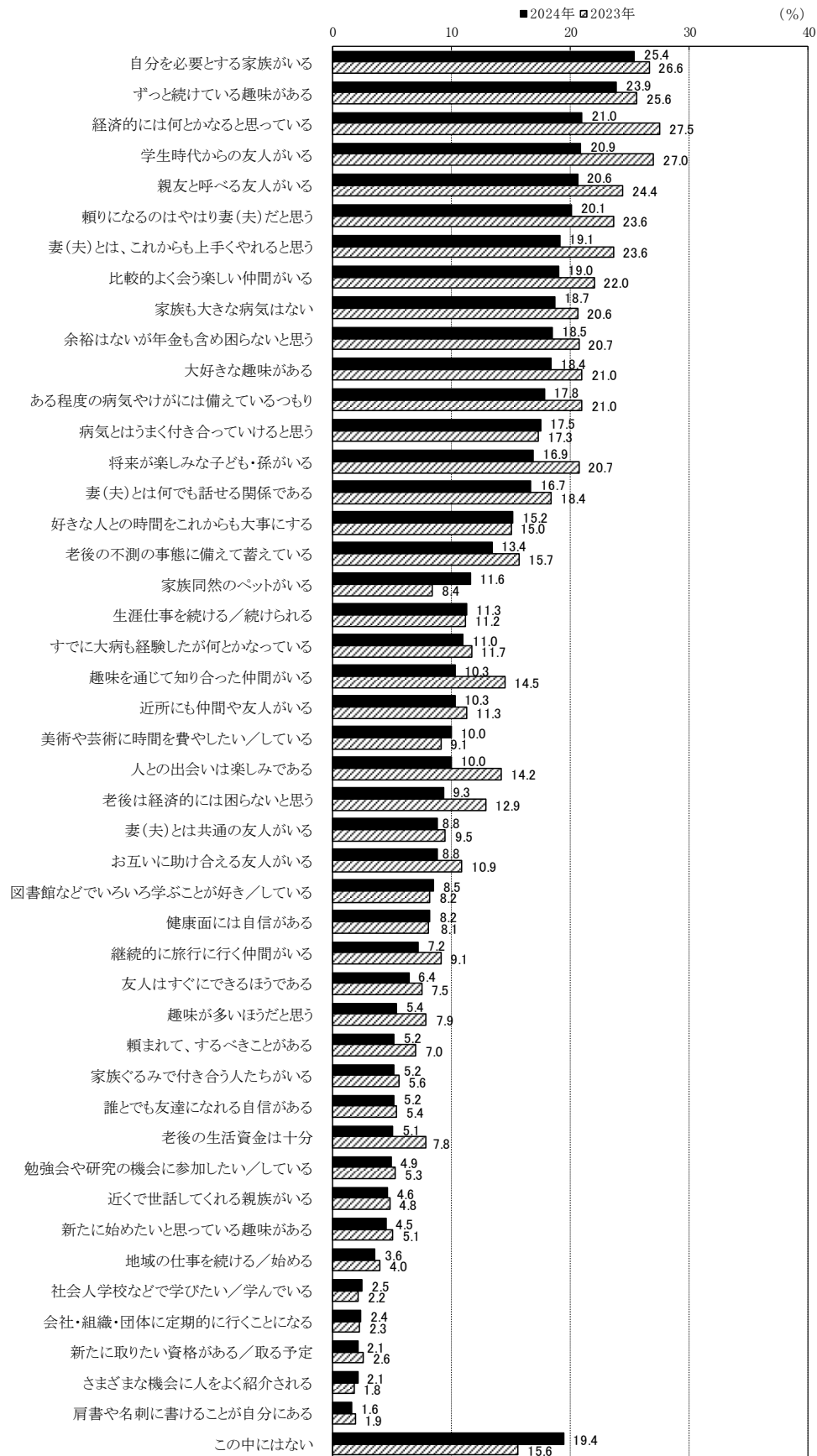
◇上記の項目の値は2023年とほぼ同じである。

◇性別、性・年代別でみると、男性は「自由にのんびり楽しむ」が最も高く、女性は「周囲に迷惑をかけないように自立して生きる」が最も高い。

老後に関する見通しは、家族、友人、趣味、経済的なことである。男性は経済的な見通しと趣味への意識が高まり、妻を頼りにしている。女性は家族に必要とされる意識や友人への意識が高くなる。老後の生き方は、「自由にのんびり楽しむ」、「健康づくりを心がけ、健康的な生活をする」、「周囲に迷惑をかけないように自立して生きる」で、『自由、健康、自立』を考えている。

図表11-3：老後に関する現状や今後の見通し（50歳以上）

&lt;全体：2024年N=670、2023年N=681&gt;

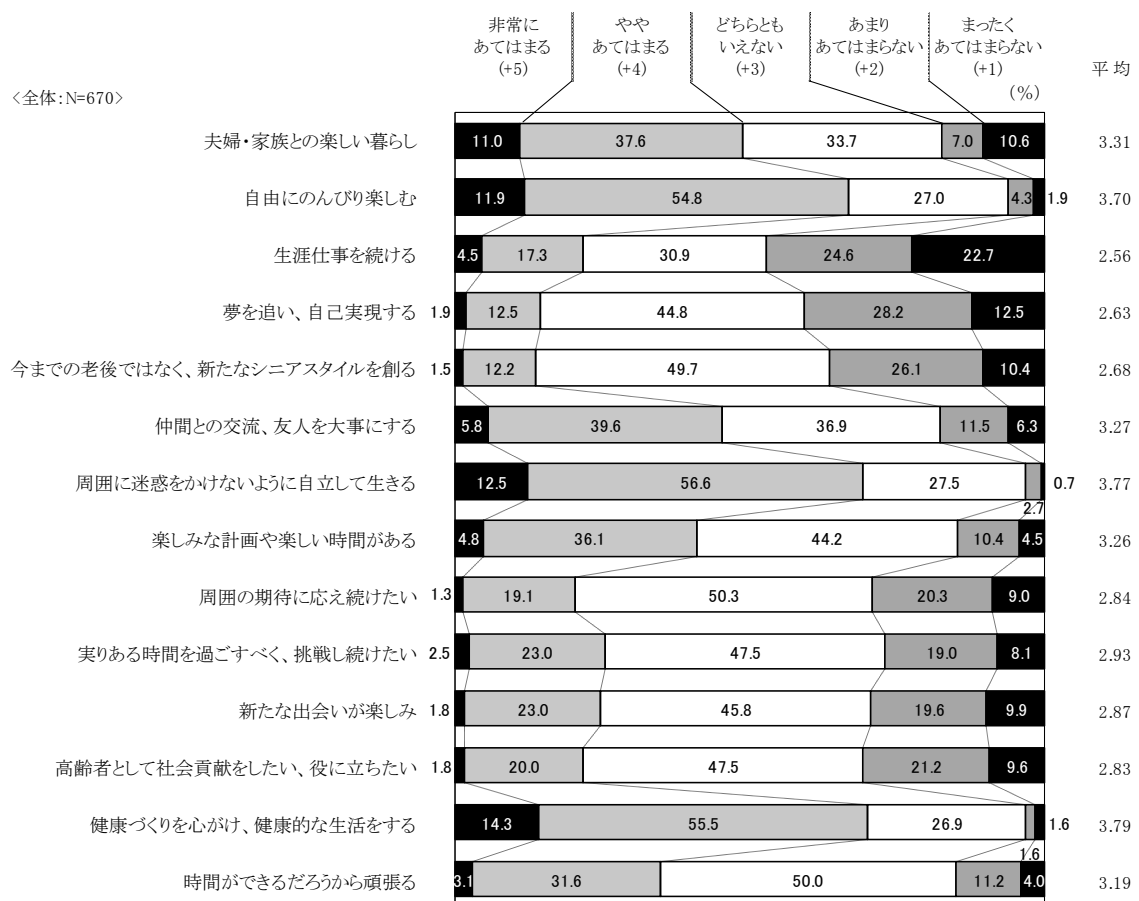


&lt;性・年代別&gt;

(%)

|       | N=  | 1位                                                    | 2位                                   | 3位                           |
|-------|-----|-------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------|
| 全体    | 670 | 自分を必要とする家族がいる 25.4                                    | ずっと続けている趣味がある 23.9                   | 経済的には何とかかなると思っ<br>ている 21.0   |
| 男     | 333 | ずっと続けている趣味がある 25.2                                    | 経済的には何とかかなると思っ<br>ている 22.5           | 自分を必要とする家族がいる 20.7           |
| 女     | 337 | 自分を必要とする家族がいる 30.0                                    | 学生時代からの友人がいる 27.0                    | 親友と呼べる友人がいる 25.8             |
| 男・50代 | 150 | ずっと続けている趣味がある 22.7                                    | 大好きな趣味がある 19.3                       | 好きな人との時間をこれから<br>も大事にする 16.0 |
| 男・60代 | 97  | 余裕はないが年金も含め困ら<br>ないと思う 29.9                           | ずっと続けている趣味がある/<br>自分を必要とする家族がいる 28.9 |                              |
| 男・70代 | 86  | 経済的には何とかかなると思っ<br>ている/<br>病気とはうまく付き合っていけると<br>思う 33.7 | 妻(夫)とは、これからも上<br>手くやれると思う 31.4       |                              |
| 女・50代 | 143 | 学生時代からの友人がいる 28.0                                     | 頼りになるのはやはり妻(夫)<br>だと思う 23.8          | ずっと続けている趣味がある 23.1           |
| 女・60代 | 96  | 自分を必要とする家族がいる/<br>将来が楽しみな子ども・孫がいる 34.4                | 親友と呼べる友人がいる 33.3                     |                              |
| 女・70代 | 98  | 自分を必要とする家族がいる 36.7                                    | 比較的良好く会う楽しい仲間が<br>いる 29.6            | 学生時代からの友人がいる 28.6            |

図表11-4：老後の生き方（50歳以上に）



## &lt;2023年との比較&gt;

非常にあてはまる+ややあてはまる

(%)

|                          | 2023年 | 2024年 |
|--------------------------|-------|-------|
| N=                       | 681   | 670   |
| 夫婦・家族との楽しい暮らし            | 48.5  | 48.7  |
| 自由にのんびり楽しむ               | 66.4  | 66.7  |
| 生涯仕事を続ける                 | 23.7  | 21.8  |
| 夢を追い、自己実現する              | 13.4  | 14.5  |
| 今までの老後ではなく、新たなシニアスタイルを創る | 14.3  | 13.7  |
| 仲間との交流、友人を大事にする          | 46.0  | 45.4  |
| 周囲に迷惑をかけないように自立して生きる     | 70.8  | 69.1  |
| 楽しい計画や楽しい時間がある           | 44.4  | 40.9  |
| 周囲の期待に応え続けたい             | 20.4  | 20.4  |
| 実りある時間を過ごすべく、挑戦し続けたい     | 27.5  | 25.5  |
| 新たな出会いが楽しみ               | 24.1  | 24.8  |
| 高齢者として社会貢献をしたい、役に立ちたい    | 23.8  | 21.8  |
| 健康づくりを心がけ、健康的な生活をする      | 67.7  | 69.9  |
| 時間ができたら頑張る               | 35.6  | 34.8  |

## &lt;性・年代別&gt; そう思う+ややそう思う

(%)

| N=        | 1位                        | 2位                        | 3位                        |
|-----------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| 全体 670    | 健康づくりを心がけ、健康的な生活をする 69.9  | 周囲に迷惑をかけないように自立して生きる 69.1 | 自由にのんびり楽しむ 66.7           |
| 男 333     | 自由にのんびり楽しむ 69.4           | 健康づくりを心がけ、健康的な生活をする 66.7  | 周囲に迷惑をかけないように自立して生きる 64.0 |
| 女 337     | 周囲に迷惑をかけないように自立して生きる 74.2 | 健康づくりを心がけ、健康的な生活をする 73.0  | 自由にのんびり楽しむ 64.1           |
| 男・50代 150 | 自由にのんびり楽しむ 63.3           | 健康づくりを心がけ、健康的な生活をする 62.7  | 周囲に迷惑をかけないように自立して生きる 58.7 |
| 男・60代 97  | 自由にのんびり楽しむ 77.3           | 健康づくりを心がけ、健康的な生活をする 70.1  | 周囲に迷惑をかけないように自立して生きる 68.0 |
| 男・70代 86  | 自由にのんびり楽しむ 70.9           | 健康づくりを心がけ、健康的な生活をする 69.8  | 周囲に迷惑をかけないように自立して生きる 68.6 |
| 女・50代 143 | 周囲に迷惑をかけないように自立して生きる 75.5 | 健康づくりを心がけ、健康的な生活をする 73.4  | 自由にのんびり楽しむ 58.0           |
| 女・60代 96  | 周囲に迷惑をかけないように自立して生きる 76.0 | 健康づくりを心がけ、健康的な生活をする 69.8  | 自由にのんびり楽しむ 68.8           |
| 女・70代 98  | 健康づくりを心がけ、健康的な生活をする 75.5  | 周囲に迷惑をかけないように自立して生きる 70.4 | 自由にのんびり楽しむ 68.4           |

## 3. リタイア後の生活費に不安

では、老後の生活のために1か月あたり必要だと思われる費用は、どれくらいと考えているのだろうか。また、収入がなくなるリタイア後の生活を送るのに現在の資産は十分と考えているかについて50歳以上の対象者に質問した。それぞれの結果は、図表11-5と図表11-6のようになった。

◇老後の1か月あたりの想定される生活費は、全体で平均20.29万円であった。

◇男性は21.33万円、女性は19.25万円で、男性のほうが2万円ほど多い金額を想定している。

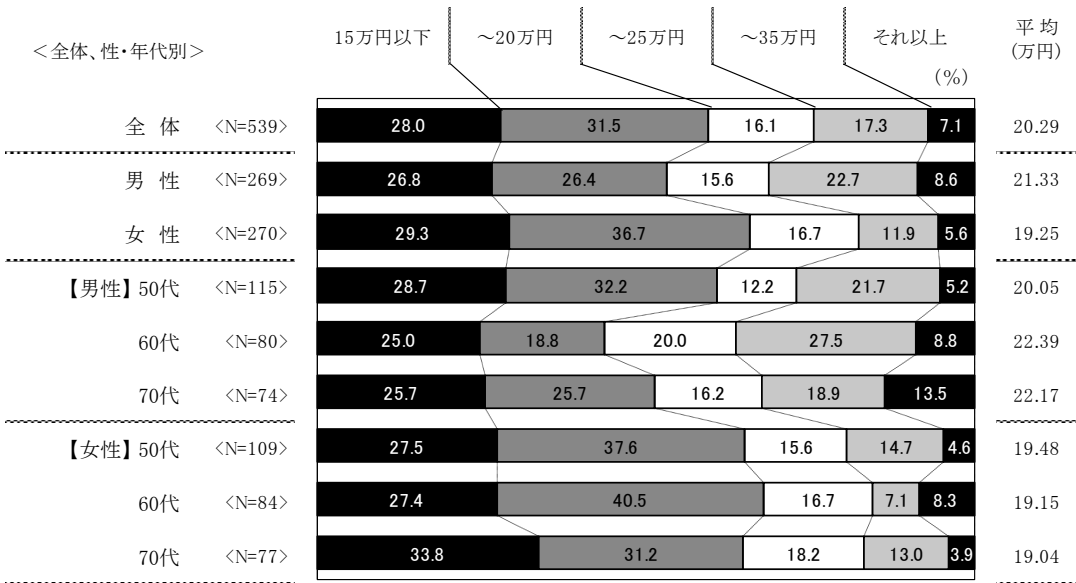
◇想定される金額は、2023 年に比べて男女ともやや減少した。

◇現在の資産はリタイア後の生活を送るのに十分かという質問に対しては、「不足している」（かなり不足している＋やや不足している：72.2%）と考える人が7割いる。

◇不足感は、男女とも 50 代が9割近くで最も多く、60 代、70 代にかけて減少する。

都市生活者は老後の生活費に対して現在の資産では足りないと考えている。なかでも、50 代の9割近くが足りないと考えている。

図表 1 1－5：老後に必要だと思う生活費（1 か月あたり）（50 歳以上）

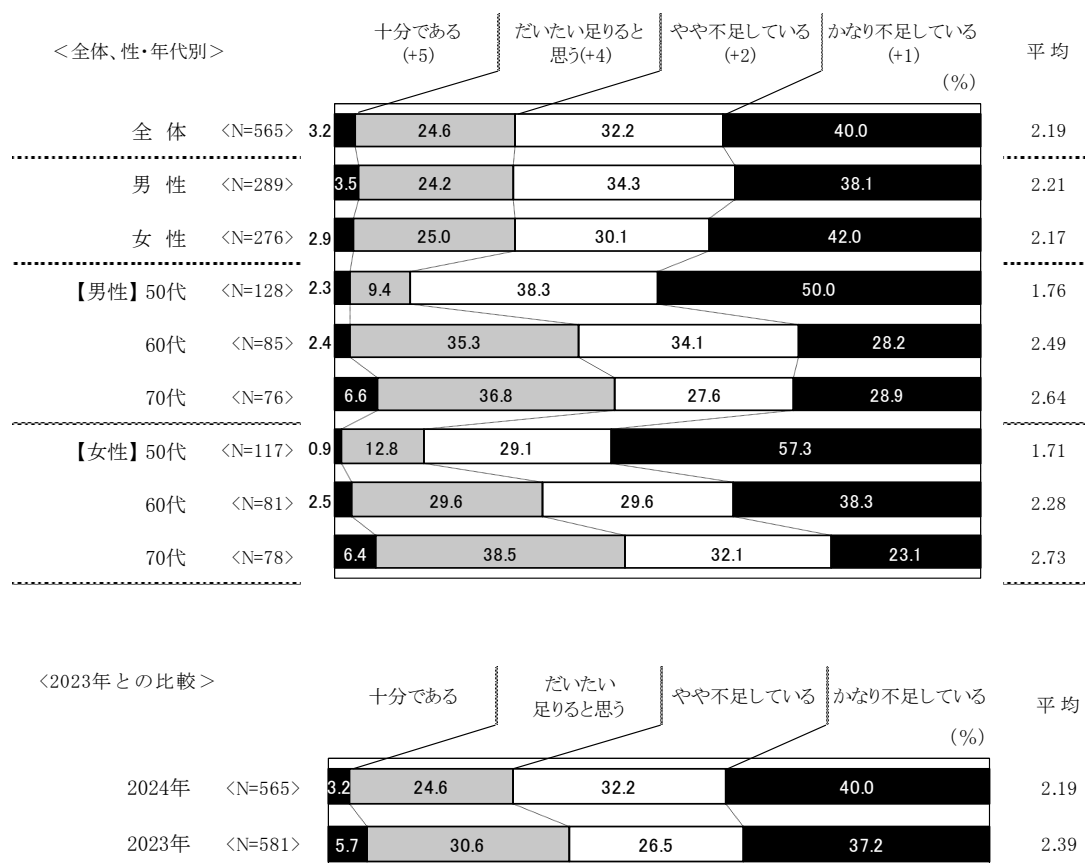


注：図表中の数値は「わからない」を除いて算出。

<2023 年との比較> 平均 (万円)

|     |      | 2023 年 | 2024 年 |
|-----|------|--------|--------|
| 全 体 |      | 20.62  | 20.29  |
| 男 性 |      | 21.70  | 21.33  |
| 女 性 |      | 19.56  | 19.25  |
| 男 性 | 50 代 | 20.71  | 20.05  |
|     | 60 代 | 21.65  | 22.39  |
|     | 70 代 | 23.39  | 22.17  |
| 女 性 | 50 代 | 20.06  | 19.48  |
|     | 60 代 | 19.54  | 19.15  |
|     | 70 代 | 18.97  | 19.04  |

図表11-6：現在の資産はリタイア後の生活を送るのに十分か（50歳以上）



#### 4. 次世代との関係

調査では、50歳以上の対象者に次世代との関係についてもきいている。次の4つの質問について「あてはまる」から「あてはまらない」の5段階で回答してもらった。

- ・多くの経験を積んできた中高年者は若者を導いていく義務と責任がある
- ・中高年者は若者を理解し、向き合いながら相互の関わりを保つべきである
- ・歳を取っても若者と交流することに喜びを感じる
- ・歳を取っても若者との付き合いを大事にし継続していく

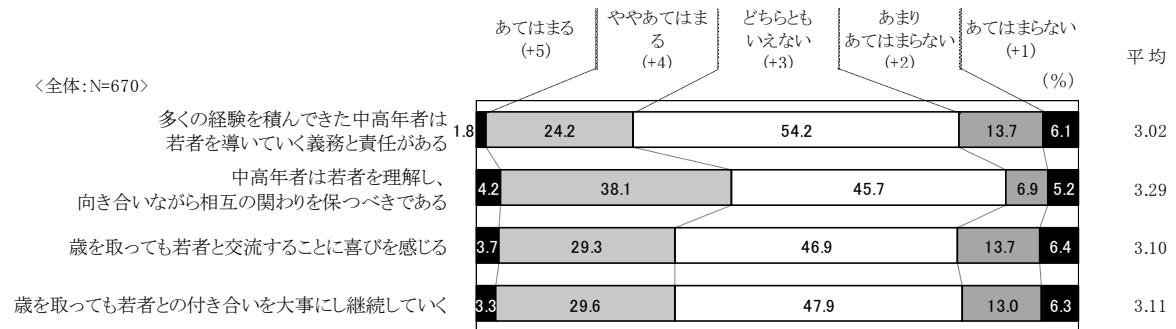
回答結果は、次のようになった。

◇4つの質問の中で「中高年者は若者を理解し、向き合いながら相互の関わりを保つべきである」に対する「あてはまる」（あてはまる+ややあてはまる：42.2%）が最も高いものの、半数以下にとどまった。これに次ぐのは、「歳を取っても若者とのつきあいを大事にし継続していく」（32.9%）、「歳を取っても若者と交流することに喜びを感じる」（33.0%）で、「多くの経験を積んできた中高年者は若者を導いていく義務と責任がある」（26.0%）であった。

◇性別で見ると、どの質問に対しても女性で「あてはまる」（あてはまる+ややあてはまる）と回答する人が多い。

50歳以上の都市生活者は、次世代との関係について「中高年者は若者を理解し、向き合いながら相互の関わりを保つべきである」と考えているが、半数以下にとどまっている。

図表11-7：次世代との関係（50歳以上に）



＜性・年代別＞ （あてはまる＋ややあてはまる） (%)

|     |     | 多くの経験を積んできた中高年者は<br>若者を導いていく義務と責任がある |       | 中高年者は若者を理解し向き合いながら<br>相互の関わりを保つべきである |       | 歳を取っても若者と交流することに<br>喜びを感じる |       | 歳を取っても若者との付き合いを<br>大事にし継続していく |       |
|-----|-----|--------------------------------------|-------|--------------------------------------|-------|----------------------------|-------|-------------------------------|-------|
|     |     | 2023年                                | 2024年 | 2023年                                | 2024年 | 2023年                      | 2024年 | 2023年                         | 2024年 |
| 全 体 |     | 24.1                                 | 26.0  | 44.3                                 | 42.2  | 32.6                       | 33.0  | 33.9                          | 32.8  |
| 男 性 |     | 26.3                                 | 25.5  | 40.4                                 | 33.3  | 29.5                       | 27.9  | 30.7                          | 28.8  |
| 女 性 |     | 21.9                                 | 26.4  | 48.2                                 | 51.0  | 35.7                       | 38.0  | 37.1                          | 36.8  |
| 男 性 | 50代 | 16.9                                 | 26.0  | 35.1                                 | 31.3  | 25.0                       | 28.0  | 24.3                          | 28.7  |
|     | 60代 | 31.7                                 | 20.6  | 40.6                                 | 33.0  | 31.7                       | 26.8  | 31.7                          | 27.8  |
|     | 70代 | 35.6                                 | 30.2  | 48.9                                 | 37.2  | 34.4                       | 29.1  | 40.0                          | 30.2  |
| 女 性 | 50代 | 21.1                                 | 25.9  | 43.7                                 | 52.4  | 30.3                       | 30.8  | 35.2                          | 32.2  |
|     | 60代 | 22.7                                 | 26.0  | 47.4                                 | 49.0  | 43.3                       | 40.6  | 37.1                          | 37.5  |
|     | 70代 | 22.3                                 | 27.6  | 55.3                                 | 51.0  | 35.9                       | 45.9  | 39.8                          | 42.9  |

## 第12章 ライフステージ別まとめ

都市生活者の生活意識はライフステージにより異なる点が多い。本章では、都市生活者の実像をさらに浮き彫りにするために、若年層と子育て層、高齢層の3つのライフステージに分けて調査結果を整理する。本報告書では、3つのライフステージを次のように規定した。

- ・若年層 : 18～29歳の男女
- ・子育て層 : 30代から50代男女
- ・高齢層 : 60代以上の年代の男女

分析の結果、ライフステージによる違いは、生活満足度や幸せ感、生活水準などの生活実感に表れている。衣生活の意識と行動は概ね同じであるが、若年層女性でファッション情報の収集方法がSNSになっているという特徴がある。食生活では、食事スタイルと食材選択が異なっている。住生活においては、ライフステージの違いよりも男女での意識の違いが明らかである。

健康に対する意識・態度では、定期的な健康診断やストレスの程度、病院に行く頻度で違いがみられる。

利用しているメディアは、第6章でみてきたように年代による違いが明らかで、若い年代ほどメディア離れが顕著である。

収入の増減は、ライフステージ別に異なり、生活実感に影響している可能性がある。

高齢層でも多くの人が仕事をしているが、仕事をしたい理由は若年層や子育て層とは異なるものもある。

家庭についての意識は、子どもについて共通する考えが多いものの、高齢層では老後の迷惑をかけたくないと考える人が多い。

人づきあいは、それぞれの人づきあいの範囲で向き合う意識、つきあっている友人も異なっている。家族や友人とのコミュニケーションでは、メールやLINE、電話というコミュニケーション・ツールの利用が異なる。

社会に対する不満や不安はどの層にも共通しているが、ライフステージで程度の違いがみられる。なっってほしい社会や賛成と思う社会問題への取り組み、近未来の生活予測についてもライフステージによる違いが明らかになっている。

### 1. 生活実感と生き方

図表12-1は、ライフステージ別の生活実感と生き方について整理したものである。

- ◇生活満足度は、子育て層が他の層に比べて低く、高齢層が高い。
- ◇幸せ感は、高齢層が高い。
- ◇生活水準では、若年層が「中の中」から「中の上」、子育て層が「中の中」から「中の下」、高齢層が「中の中」が多い。
- ◇暮らし向きは、若年層は良くなり今後の見通しも明るい、子育て層の後半で悪くなり、今後についても悲観的である。
- ◇生き方や暮らし方については、全世代が健康的でのんびり、やすらぎのある暮らしを求めている。これに加えて、若年層は経済的な豊かさや人に恵まれた楽しい暮らし、子育て層はそこそこの暮らし、高齢層は周囲に迷惑をかけない備え、とライフステージによる暮らしに対する意識が異なっている。
- ◇生活分野の興味関心は、どの年代でも「食」への関心が高い。若年層は「食」、「遊び・余暇」、「買い物・消費」、子育て層は「健康」、「遊び・余暇」への関心が高く、高齢層になると「健康」と「医療」

への関心が高まる。興味関心に対する満足度が低いものでは、どの年代でも「健康」に対する満足度が低い。さらに、若年層は「遊び・余暇」と「買い物・消費」、子育て層は「遊び・余暇」と「買い物・消費」に対する満足度が低い。

若年層の生活満足度は比較的高く、生活水準が「中の中」から「中の上」が他の層に比べて多い。暮らし向きは良くなっていると感じ、今後の見通しも明るい。経済的な豊かさを求め、遊び・余暇や買い物・消費への興味関心も旺盛である。

子育て層は、生活満足度が低く、生活水準も「中の下」が他の層に比べて多い。40代から50代になると暮らし向きが悪くなっていると感じ、今後を見通せない中で、そこそこの暮らしを求めている。

高齢層の生活満足度と幸せ感は他の層に比べて高く、「中の中」と思っている人が多くなる。病気や老いによる迷惑を周りにかけないように備えたいと考えている。

図表12-1：生活実感と生き方について

|           |        | 若年層（18～29歳）                                                                              | 子育て層（30代～50代）                                                                                                                  | 高齢層（60代～70代）                                                                     |
|-----------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| 生活満足度     |        | 高い                                                                                       | 低い                                                                                                                             | 高い                                                                               |
| 幸せ感・幸福感   |        | 中程度                                                                                      | 中程度                                                                                                                            | 高い                                                                               |
| 生活水準      |        | 「中の中」から「中の上」                                                                             | 「中の中」から「中の下」                                                                                                                   | 「中の中」                                                                            |
| 暮らし向き     | 1年前と比較 | 良くなっている                                                                                  | 30代：変わっていない<br>40代～50代：悪くなっている                                                                                                 | 悪くなっている                                                                          |
|           | 今後の見通し | 良くなっている                                                                                  | 30代～40代：変わらない<br>50代：悪くなっている                                                                                                   | 悪くなっている                                                                          |
| 生き方や暮らし   |        | 健康的な生活<br>のんびりやすらぎのある暮らし<br>豊かでゆとりある暮らし<br>将来をちゃんと考え、目標を持って計画的に生きたい<br>家族や親しい友人と楽しく暮らしたい | 健康的な生活<br>のんびりやすらぎのある暮らし<br>家族や親しい友人と楽しく暮らしたい<br>あまり欲張らずにそこそこの生活をした<br>い<br>豊かで、ゆとりのある暮らしがしたい<br>50代：病気や老いによる迷惑を周りにかけないように備えたい | 健康的な生活<br>病気や老いによる迷惑を周りにかけないように備えたい<br>のんびりやすらぎのある暮らし<br>あまり欲張らずにそこそこの生活をした<br>い |
| 生活分野の興味関心 |        | 食／遊び・余暇／買い物・消費                                                                           | 健康／食／遊び・余暇                                                                                                                     | 健康／医療／食                                                                          |
| 生活分野の満足   |        | 総じて高い満足                                                                                  | 40代50代は総じて低い                                                                                                                   | 衣／食／人づきあいに満足<br>健康／美容／医療で低い                                                      |

## 2. 暮らしの現状

ライフステージ別の衣、食、住についての意識と実態は、図表12-2のようになる。

◇衣生活は、どの層でも共通して「おしゃれを楽しんでいる」、「ファッションは自分を表現する手段」、「自分に似合う服がよく分からない」、「近くへちょっと出かけるときも着替えをする」、「パジャマと部屋着はきっちり分けている」などが高い。若年層の女性はSNSを参考にしている。衣服の1か月あたりの費用は、若年層の男性で増加した。

◇食生活では、ライフステージでの違いが顕著である。若年層の食生活は、朝食欠食や一人での食事が多く、惣菜や冷凍食品を利用し料理を作る頻度は少ない。子育て層の女性の中は、夕食での惣菜や冷凍食品を利用する人が多い。高齢層は、旬の食材や生産地がわかるものを選び、健康や美容に良いと聞いた食品や料理は積極的に取り入れるようにし、惣菜や冷凍食品の利用は他の層に比べて少ない。

図表12-2：衣食住生活

|     |              | 若年層（18～29歳）                                                                                                                                                                                                                         | 子育て層（30代～50代）                                                                      | 高齢層（60代～70代）                                                                                                  |
|-----|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 衣   | 意識・態度        | おしゃれを楽しんでいる<br>ファッションは自分を表現する手段<br>自分に似合う服がよく分からない<br>近くへちょっと出かけるときも着替えをする<br>パジャマと部屋着はきっちり分けている<br>気に入れば男物、女物にこだわらない<br>自分が着るものは自分で選んで買っている<br>着るものや持ち物は一人で買いに行くことが多い<br>高級ブランドで身を固めるのはかっこいいとは思えない<br>ファストファッションをうまく組み合わせられる人はオシャレ |                                                                                    |                                                                                                               |
|     |              | 女性：SNSを参考にする                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                    |                                                                                                               |
|     | 衣服の費用（月額）    | 男性：8,473円 女性：7,498円<br>男性は増加（2023年比）                                                                                                                                                                                                | 男性：6,131円～8,822円<br>女性：6,149円～6,506円                                               | 男性：4,035円～4,584円<br>女性：6,955円～9,402円<br>男性減少（2023年比）                                                          |
| 食   | 意識・態度        | 朝食欠食者が多い                                                                                                                                                                                                                            | 女性40代まで：ネットやソーシャルメディアの情報を参考に料理<br>女性50代以降：料理番組等を参考<br>食事は外で買ってきた惣菜をよく利用            | 女性：旬の食材、季節の食材<br>生産地や原産地がわかるもの<br>健康や美容に良いと聞いた食品や料理は積極的に取り入れる<br>女性：料理番組・雑誌の料理記事を参考にして料理<br>食事は外で買ってきた惣菜をよく利用 |
|     | 夕食           | 「一人で」が多い                                                                                                                                                                                                                            | 「家族と一緒に」「一人で」が多い                                                                   | 「家族と一緒に」が多い                                                                                                   |
|     | 料理を作る頻度      | 少ない                                                                                                                                                                                                                                 | 中程度<br>2023年比で男性増加                                                                 | 女性で多い                                                                                                         |
|     | 料理が好き        | 好き                                                                                                                                                                                                                                  | やや好き                                                                               | やや好き                                                                                                          |
|     | 朝食用の惣菜・弁当の利用 | 多い                                                                                                                                                                                                                                  | 中程度                                                                                | 中程度                                                                                                           |
|     | 昼食用の惣菜・弁当の利用 | 多い                                                                                                                                                                                                                                  | 男性：多い<br>女性：中程度                                                                    | 少ない                                                                                                           |
|     | 夕食用の惣菜・弁当の利用 | 多い<br>2023年比で増加                                                                                                                                                                                                                     | 多い                                                                                 | 少ない                                                                                                           |
|     | 朝食用の冷凍食品の利用  | 多い                                                                                                                                                                                                                                  | 少ない                                                                                | 中程度                                                                                                           |
|     | 昼食用の冷凍食品の利用  | 多い                                                                                                                                                                                                                                  | 中程度                                                                                | 少ない                                                                                                           |
|     | 夕食用の冷凍食品の利用  | 多い<br>2023年比で男性増加                                                                                                                                                                                                                   | やや多い                                                                               | 中程度                                                                                                           |
|     | 自宅でお酒を飲む頻度   | 少ない                                                                                                                                                                                                                                 | 中程度                                                                                | 多い<br>2023年比で増加                                                                                               |
| 住まい | 意識・態度        | 趣味に没頭できる空間が、住まいの中に欲しい<br>住まいは所有したほうがよい<br>なるべく新築に住みたい                                                                                                                                                                               | 男性：住まいは所有したほうがよい<br>女性：なるべくモノを持たないシンプルな暮らしをしたい<br>リビングルームを重視している<br>量の部屋がなくともかまわない | 男性：住まいは所有したほうがよい<br>女性：なるべくモノを持たないシンプルな暮らしをしたい<br>リビングルームを重視している                                              |
|     | 住みたい地域       | 治安のよいところ<br>駅に近いところ<br>日常の買い物に便利なところ                                                                                                                                                                                                | 治安のよいところ<br>日常の買い物に便利なところ<br>駅に近いところ<br>災害に強い地域・街に住みたい                             | 治安のよいところ<br>日常の買い物に便利なところ<br>駅に近いところ<br>災害に強い地域・街に住みたい                                                        |
|     | 移住意向         | 同じ都・県内の別のエリア<br>現在住んでいる場所の近く                                                                                                                                                                                                        | 現在住んでいる場所<br>現在住んでいる場所の近く<br>同じ都・県内の別のエリア<br>50代：関東以外の道府県                          | 現在住んでいる場所                                                                                                     |

◇住まいについては、全ての世代の男性で住まいの所有に対する意識が高い。若年層では、趣味に没頭できる空間や新築を求めている。子育て層と高齢層の女性はシンプルな暮らしを望んでいる。住みたい地域は、どの層でも治安のよさ、買い物利便性、駅近が共通している。「災害に強い地域・街」はこれらに次ぐ高さである。今後の移住については、現在住んでいる場所を起点にして、若年層と子育て層は現在の居住地の近くか、同じ都・県内の別のエリアを考えている。高齢層になると現在住んでいる場所になる。

衣生活についての意識と実態では、ライフステージによる違いはみられないが、若年層の女性がSNSでファッション情報を得ていることが特徴的である。

食生活では、若年層が、朝食欠食や一人での食事が多く、子育て層は惣菜や冷凍食品を利用、高齢層は旬の食材や生産地がわかるものを選ぶ傾向がある。

住生活では、どの層でも安全で便利なところを望み、男性で住まいの所有に対する意識が高く、子育て層と高齢層の女性はシンプルな暮らしを望んでいる。

買い物行動は図表12-3のように整理することができる。

◇購買行動は、どの層もポイントやマイレージのつく店でスマホ決済とクレジットカードを使って買い物をしている。若年層は、1円でも値段の安い店を利用し、値段が安ければ無名メーカーの物でも買っている。子育て層も価格の安いPB商品をクーポン券や割引券を使って買い物をしている。高齢層は、「国産品」や「多少高くても長く使えるものを買う」など品質を重視しながら、特売やタイムサービスを利用している。

◇買い物時の情報入手は、どの層でも「店頭でいろいろ比較して買う」、「あらかじめ調べてから買う」、「ネットでよく買い物をする」は共通であるが、子育て層と高齢層が「チラシを参考にする」が高い。

◇食品の買い物は、どの層でも「食品のほとんどはスーパーマーケットで買う」と「特売品や「〇〇円引き」のシールが貼られた商品をよく買う」は共通しているが、これに加えて若年層はセルフレジ利用やコンビニエンスストアでの食品購入、子育て層と高齢層はポイントカード会員になっているスーパーを利用している。高齢層はまた、スーパーやコンビニ、ドラッグストア、商店街を使い分けたり、スーパーに行く回数を減らしたりしている。

◇節約していることは、どの層でもクーポンやポイント活動、激安スーパーの利用、外食費の削減、自転車や徒歩での移動で節約している。子育て層と高齢層では、特売やタイムセールなどの割引も利用している。高齢層の女性は、衣類や靴、ファッション用品の費用を切り詰めている。

どの層でもポイントやマイレージのつく店でスマホ決済とクレジットカードを使って買い物をしている。これらに加えて、若年層は価格の安い店や商品を選び、子育て層はPBやクーポン券、割引券を利用、高齢層は品質重視で特売やタイムサービスを利用している。外食費の削減、交通費の節約に加え、高齢層はファッション用品の費用を切り詰めている。

図表12-3：買い物

|     |          | 若年層（18～29歳）                                                                                            | 子育て層（30代～50代）                                                                                                               | 高齢層（60代～70代）                                                                                                                                      |
|-----|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 買い物 | 購買行動     | スマホ決済を使う<br>1円でも値段的安い店に行く<br>ポイントやマイレージのつく店<br>値段が安ければ無名メーカーの物でも買う                                     | スマホ決済を使う<br>クレジットカードでよく買い物<br>ポイントやマイレージのつく店<br>PB商品は価格が安いので買っている<br>クーポン券や割引券をよく使う                                         | クレジットカードでよく買い物<br>スマホ決済を使う<br>ポイントやマイレージのつく店<br>国産品を買うようにしている<br>多少高くても長く使えるものを買う<br>特売やタイムサービス、バーゲンをよく利用する                                       |
|     | 情報入手と発信  | 店頭でいろいろ比較して買う<br>あらかじめ調べてから買う<br>ネットでよく買い物をする                                                          | 店頭でいろいろ比較して買う<br>あらかじめ調べてから買う<br>ネットでよく買い物をする<br>チラシを参考にする                                                                  | 店頭でいろいろ比較して買う<br>あらかじめ調べてから買う<br>チラシを参考にする<br>ネットでよく買い物をする                                                                                        |
|     | 食品の買い物   | 食品のほとんどはスーパーマーケットで買う<br>客が自分で商品をスキャンするセルフレジは便利<br>特売品や「〇〇円引き」のシールが貼られた商品をよく買う<br>コンビニエンスストアで食品を買うことが多い | 食品のほとんどはスーパーマーケットで買う<br>ポイントカード会員になっているスーパーをよく利用する<br>特売品や「〇〇円引き」のシールが貼られた商品をよく買う                                           | 食品のほとんどはスーパーマーケットで買う<br>ポイントカード会員になっているスーパーをよく利用する<br>特売品や「〇〇円引き」のシールが貼られた商品をよく買う<br>スーパーやコンビニ、ドラッグストア、商店街を使い分ける<br>スーパーに行く回数を減らし、まとめ買いをするようにしている |
|     | 節約していること | 激安スーパーや少しでも安いスーパーを選んで買い物<br>クーポンの利用やポイント活動をしている<br>外食費を減らしている<br>自転車や徒歩での移動を心掛けている                     | クーポンの利用やポイント活動をしている<br>激安スーパーや少しでも安いスーパーを選んで買い物<br>特売やタイムセールなど割引が大きい商品を買う<br>男性30代40代：外食費を減らしている<br>男性50代：自転車や徒歩での移動を心掛けている | クーポンの利用やポイント活動をしている<br>外食費を減らしている<br>自転車や徒歩での移動を心掛けている<br>激安スーパーや少しでも安いスーパーを選んで買い物<br>特売やタイムセールなど割引が大きい商品を買う<br>女性70代：新しい衣類や靴、ファッション用品はできるだけ買わない  |

オンライン・ショッピングとフリマサービスの利用は図表12-4のように整理することができる。

◇オンライン・ショッピングの利用頻度は、若年層で高く、子育て層で中程度、高齢層で低い。利用理由は、全世代に共通して、いつでもどこでも買える、ポイントが貯まる、大きいもの・重いものが買えるという点である。この他に、若年層は早く届く、子育て層と高齢層はお店よりも安く買えるというメリットをあげている。

◇フリマサービスの利用頻度は、若年層で高く、子育て層で中程度、高齢層で低い。利用理由は、全世代に共通して、不要なものを売れる、同じものでも安く手に入る、お小遣い稼ぎという点である。子育て層と高齢層では掘り出しものが入手できるというメリットもあげている。

若年層ほど、オンライン・ショッピングとフリマサービスの利用頻度が高い。

図表12-4：オンライン・ショッピングとフリマサービスの利用

|                    |      | 若年層（18～29歳）                                                                      | 子育て層（30代～50代）                                                                                   | 高齢層（60代～70代）                                                                                                      |
|--------------------|------|----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| オンライン・ショッピング<br>利用 | 頻度   | 高い<br>2023年比で男性が増加                                                               | 中程度                                                                                             | 低い<br>2023年比で減少                                                                                                   |
|                    | 利用理由 | 24時間いつでも買えるから、どこにいても買えるから<br>早く届くから<br>ポイントが貯まるから<br>持ち帰りがたいへんな大きい物・重い物が手軽に買えるから | 24時間いつでも買えるから、どこにいても買えるから<br>ポイントが貯まるから<br>持ち帰りがたいへんな大きい物・重い物が手軽に買えるから<br>お店よりも安く買えるから          | 24時間いつでも買えるから、どこにいても買えるから<br>ポイントが貯まるから<br>持ち帰りがたいへんな大きい物・重い物が手軽に買えるから<br>お店よりも安く買えるから                            |
| フリマサービス            | 頻度   | 高い                                                                               | 中程度                                                                                             | 低い                                                                                                                |
|                    | 利用理由 | 不要なものを売れるから<br>利用者が多く、出品数が多いから<br>出品してお小遣い稼ぎができるから<br>同じものでも程度の差などで安く手に入るから      | 不要なものを売れるから<br>同じものでも程度の差などで安く手に入るから<br>出品してお小遣い稼ぎができるから<br>掘り出しもの（再販していない、レアなもの、興味深いもの）が手に入るから | 不要なものを売れるから<br>同じものでも程度の差などで安く手に入るから<br>掘り出しもの（再販していない、レアなもの、興味深いもの）が手に入るから<br>ポイントで支払いができるから<br>出品してお小遣い稼ぎができるから |

### 3. 健康・美容・医療

都市生活者の健康についてライフステージ別に整理すると図表12-5のようになる。

- ◇健康・美容・医療については、どの層でも「歯磨きなど口腔ケアをしっかりとするようにしている」、「できるだけ歩くようにしている」が共通して高い。これに加えて、若年層は「睡眠時間は十分とる」、「太らないように気をつけている」も高い。子育て層は「定期的に健康診断を受けている」、男性で「睡眠時間は十分とる」、女性で「太らないように気をつけている」も高い。高齢層は「定期的に健康診断を受けている」と「規則正しく食事をとる」が高く、からだを健康に保つための習慣に努めている。
- ◇ストレスについては、若年層と子育て層が「よく感じる」が多い。高齢層は「たまに感じる」程度である。
- ◇現在の健康状態は、若年層は「特に問題はない」、子育て層と高齢層は「少し気になるころはあるが日常生活に問題はない」である。病院に行く頻度は、高齢層で多くなっている。

若年層は、睡眠時間と太らないように気をつける、子育て層は定期的な健康診断、高齢層は健康診断と規則正しい食事というように、日々の生活で健康を意識した活動に努めている。若年層と子育て層がストレスを感じている。病院に行く頻度は、高齢層で多い。

図表12-5：健康・美容・医療

|          | 若年層（18～29歳）                                                                         | 子育て層（30代～50代）                                                                                                     | 高齢層（60代～70代）                                                                  |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 健康・美容・医療 | 歯磨きなど口腔ケアをしっかり<br>とるようにしている<br>睡眠時間は十分とる<br>できるだけ歩くようにしている<br>女性：太らないように気をつけ<br>ている | 歯磨きなど口腔ケアをしっかり<br>とるようにしている<br>定期的に健康診断を受けている<br>できるだけ歩くようにしている<br>男性30代：睡眠時間は十分とる<br>女性30代40代：太らないように<br>気をつけている | 歯磨きなど口腔ケアをしっかり<br>とるようにしている<br>定期的に健康診断を受けている<br>できるだけ歩くようにしている<br>規則正しく食事をとる |
| ストレス     | よく感じる                                                                               | よく感じる                                                                                                             | たまに感じる                                                                        |
| 現在の健康状態  | 特に問題はない                                                                             | 少し気になることはあるが日常<br>生活に問題はない                                                                                        | 少し気になることはあるが日常<br>生活に問題はない                                                    |
| 病院に行く頻度  | ほとんど行かない                                                                            | 中程度                                                                                                               | 多い                                                                            |

## 4. 情報

情報行動でも、ライフステージにより違いが明らかになっている。

◇使い慣れているメディアは、若年層では「動画配信サイト」、「ネットのソーシャルメディア」が「テレビのニュース番組」より高いが、最も高い「動画配信サイト」でも半数以下にとどまっている。子育て層は「テレビのニュース番組」が最も高く、「動画配信サイト」、「テレビの情報番組」、「ネットのソーシャルメディア」も利用している。高齢層は「テレビのニュース番組」や「テレビの情報番組」に加えて、「新聞の記事」や「家族や友人・知人の話」を利用している。

◇信用できるメディアは、どの層でも「テレビのニュース番組」が最も高いものの、若年層で3割以下、子育て層で半数以下である。若年層と子育て層で50%を上回るものがなく、信用できるメディアがない。

若年層が使い慣れているメディアは、ネットがテレビより高いが半数以下にとどまる。子育て層と高齢層ではテレビが最も高くなり、高齢層ほど利用率が高い。若い年代ほどメディア離れが顕著である。信用できるメディアは、若年層と子育て層で50%を上回るものがなく、信用できるメディアがない。

図表12-6：使い慣れているメディア・信用できるメディア

|             | 若年層（18～29歳）                                                  | 子育て層（30代～50代）                                                                                 | 高齢層（60代～70代）                                                  |
|-------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| 使い慣れているメディア | 動画配信サイト<br>(45.6～48.6%)<br>テレビのニュース番組<br>ネットのソーシャルメディア       | テレビのニュース番組<br>(50.8～69.2%)<br>動画配信サイト<br>テレビの情報番組<br>ネットのソーシャルメディア<br>※男性30代で動画配信サイトが<br>最も高い | テレビのニュース番組<br>(74.2～83.7%)<br>テレビの情報番組<br>ネットのニュース記事<br>新聞の記事 |
| 信用できるメディア   | テレビのニュース番組<br>(22.5～30.1%)<br>家族や友人・知人の話<br>新聞の記事<br>動画配信サイト | テレビのニュース番組<br>(30.0～47.6%)<br>家族や友人・知人の話<br>新聞の記事<br>テレビの情報番組                                 | テレビのニュース番組<br>(62.8～68.8%)<br>新聞の記事<br>テレビの情報番組               |

DXの生活への浸透状況は、図表12-7のようになった。

◇どの層でも、マイナンバーカード（健康保険証）、キャッシュレス決済の認知が高い。これ以外のものでは、若年層と子育て層30代までの男性がChatGPT（生成AI）、女性がモバイルオーダーサービスを認知している。

◇利用状況をみると、どの層でもキャッシュレス決済が3人中2人以上の人に利用されている。

どの層でもマイナンバーカード（健康保険証）、キャッシュレス決済の認知が高く、キャッシュレス決済が3人中2人以上の人に利用されている。若年層と子育て層30代までの男性がChatGPT（生成AI）、女性がモバイルオーダーサービスを認知している。

図表12-7：DXの生活への浸透

|             | 若年層（18～29歳）                                                                     | 子育て層（30代～50代）                                                                                                       | 高齢層（60代～70代）                                                      |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| 認知（80%以上）   | マイナンバーカード（健康保険証）<br>普段のお店の買い物でのキャッシュレス決済<br>男性：ChatGPT（生成AI）<br>女性：モバイルオーダーサービス | マイナンバーカード（健康保険証）<br>普段のお店の買い物でのキャッシュレス決済<br>男性：タクシー配車サービス、モバイルオーダーサービス<br>男性30代：ChatGPT（生成AI）<br>女性30代：モバイルオーダーサービス | マイナンバーカード（健康保険証）<br>普段のお店の買い物でのキャッシュレス決済                          |
| 利用経験（50%以上） | 普段のお店の買い物でのキャッシュレス決済（64.5～68.4%）                                                | 普段のお店の買い物でのキャッシュレス決済（67.1～79.0%）                                                                                    | 普段のお店の買い物でのキャッシュレス決済（65.6～80.2%）<br>マイナンバーカード（健康保険証）（男性70代：66.3%） |

## 5. 家計収支と財産

収入と家計支出、こづかいや貯蓄については、図表12-8のようになっている。

◇収入は、若年層から子育て層の50代まで増加し、高齢層で少なくなる傾向があるが、30代の世帯年収の高い人は50代を上回った。1年前に比べて、若年層と30代で増えたが、50代以上の年代で減っている。個人年収でみると、若年層の年収が底上げされ、子育て層30代の年収が40代、50代と差がなくなってきた。

◇家計収支は、若年層と子育て層で収入が支出を上回るが、高齢層では支出が収入より多くなる。

◇増えた支出は、どの層でも「食料費」と「趣味・娯楽費」が共通している。若年層で「交際費」、子育て層で「水道光熱費」と「通信費」、高齢層で「水道光熱費」、「保健医療費」が増えている。減った支出は、どの層でも「衣料品・靴・バッグ等の購入費」、「趣味・娯楽費」、「交際費」をあげる人が多い。

◇どの層でも「趣味・娯楽費」、「こづかい」、「食料費」を増やしたいと考えている。減らしたい支出は若年層と子育て層は「水道光熱費」、「通信費」、「食料費」などの生活の基礎的な支出項目になっている。高齢層ではこれらに「保健医療費」が加わる。

◇1か月のこづかい額は、若年層と子育て層男性30代で増加、これ以外の層で減っている。収入の増減がこづかいに影響している。

◇現在の収入が、生計を維持し自分の好みの生活をするのに余裕はあるか、という問いに対して、どの

層でも余裕はないと回答している。

◇貯蓄や財産が十分かという質問には、若年層男性を除いて、不十分と回答している。

◇若年層から子育て層は貯蓄をし、貯蓄額は増えている。高齢層は貯蓄をしていない人が多い。

図表12-8：家計収支

|           |                 | 若年層（18～29歳）                                        | 子育て層（30代～50代）                                              | 高齢層（60代～70代）                                        |
|-----------|-----------------|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| 収入        | 世帯年収            | 633万円～646万円                                        | 30代：727万円～818万円<br>40代：761万円～772万円<br>50代：758万円～768万円      | 60代：521万円～566万円<br>70代：472万円～571万円                  |
|           | 増減<br>（1年前との比較） | 増えた                                                | 30代：増えた<br>40代：男性増えた、女性やや減った<br>50代：やや減った                  | 減った                                                 |
|           | 個人年収            | 270万円～288万円                                        | 30代：315万円～603万円<br>40代：269万円～640万円<br>50代：233万円～681万円      | 60代：189万円～472万円<br>70代：201万円～440万円                  |
| 家計        | 収支              | 収入＞支出                                              | 収入＞支出                                                      | 収入＜支出                                               |
|           | 増えた支出           | 食料費<br>趣味・娯楽費<br>交際費                               | 食料費<br>水道光熱費<br>趣味・娯楽費<br>通信費                              | 食料費<br>水道光熱費<br>趣味・娯楽費<br>保健医療費                     |
|           | 減った支出           | 衣料品・靴・バッグ等の購入費<br>趣味・娯楽費<br>交際費<br>貯蓄<br>家賃・住宅の修繕費 | 衣料品・靴・バッグ等の購入費<br>交際費<br>趣味・娯楽費<br>貯蓄<br>通信費               | 衣料品・靴・バッグ等の購入費<br>趣味・娯楽費<br>交際費<br>こづかい             |
|           | 増やしたい支出         | 趣味・娯楽費<br>こづかい<br>食料費                              | 趣味・娯楽費<br>こづかい<br>食料費<br>交際費                               | 趣味・娯楽費<br>食料費<br>こづかい                               |
|           | 減らしたい支出         | 水道光熱費<br>食料費<br>通信費                                | 水道光熱費<br>通信費<br>食料費                                        | 水道光熱費<br>通信費<br>保健医療費<br>食料費                        |
|           | 1か月のこづかい額       | 男性：31,438円 増えた<br>女性：30,169円 増えた                   | 男性：35,705円～36,295円<br>女性：21,717円～28,339円<br>男性30代のみ増加、他は減少 | 男性：32,285円～33,667円<br>女性：22,328円～23,599円<br>いずれも減った |
| 現在の収入の余裕  |                 | あまり余裕がない                                           | 50代にかけて余裕がないが増加                                            | 余裕がない                                               |
| 貯蓄や財産が十分か |                 | 男性：だいたい十分<br>女性：不十分                                | 全く不十分<br>男女40代50代の不十分が多い                                   | やや不十分                                               |
| 貯蓄        | 貯蓄の有無           | 額は決めていないが毎月貯蓄                                      | 額は決めていないが毎月貯蓄<br>毎月額を決めて貯蓄をしている                            | 貯蓄をしていない人が多い                                        |
|           | 貯蓄額の増減          | 増えた                                                | やや増えた                                                      | 減った                                                 |
| 金融<br>資産額 | 世帯              | 男性：1,307万円<br>女性：1,203万円                           | 男性：1,934万円～2,846万円<br>女性：1,290万円～2,216万円                   | 男性：3,680万円～4,201万円<br>女性：2,667万円～3,168万円            |
|           | 個人              | 男性：655万円<br>女性：507万円                               | 男性：1,633万円～2,338万円<br>女性：766万円～1,519万円                     | 男性：3,027万円～3,652万円<br>女性：1,787万円～2,383万円            |
| 住宅ローン     |                 | ない                                                 | ある（2割～3割）                                                  | 男性60代で2割がある                                         |

1年前に比べての収入は、若年層と30代で増えたが、50代以上の年代で減っている。若年層と子育て層で収入が支出を上回るが、高齢層では支出が収入より多くなる。どの層でも「食料費」への支出が増え、「衣料品・靴・バッグ等の購入費」への支出が減っている。「趣味・娯楽費」と「こづかい」を増やし、「水道光熱

費」、「通信費」、「食料費」を減らしたいと考えている。

1か月のこづかい額は、若年層と子育て層男性30代で増加、これ以外の層で減っている。若年層から子育て層は貯蓄をし、貯蓄額は増えている。

## 6. 仕事・家庭・余暇

仕事に対する意識をライフステージ別に整理すると、図表12-9のようになる。

◇収入をとまなう仕事をしている人は高齢層でも多く、男性60代で69.1%、女性60代で43.8%である。男性70代でも23.3%の人が仕事をしている。

◇仕事に対する意識は、どの層でも仕事はお金を稼ぐための手段で、プライベートや家庭を中心に考えて生活を組み立てている。若年層は、仕事も自分の生活も楽しんでおり、副業もしたいと考えている。子育て層は、転職経験のある人もいるが、できれば同じ勤務先で定年まで働きたいと考えている。この傾向は、高齢層でも同じである。

◇今後の会社や仕事に対する評価のあり方については、どの層も「会社は社員の生活を守る存在」、「会社はその存続を最も優先して考える」、「育休（育業）取得は増加する」、「早期退職者募集は今後増加する」と考えている。若年層は「年齢は関係なくなる」、子育て層と高齢層は「介護休暇（休業）取得は増加する」と考える人が多い。

図表12-9：仕事に対する意識

|                        |                | 若年層（18～29歳）                                                                              | 子育て層（30代～50代）                                                                            | 高齢層（60代～70代）                                                                                                |
|------------------------|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 収入をとまなう仕事              |                | 男性：70.3%<br>女性：79.4%                                                                     | 男性：82.7%～90.6%<br>女性：65.7%～68.5%                                                         | 男性60代：69.1%<br>男性70代：23.3%<br>女性60代：43.8%<br>女性70代：15.3%                                                    |
| 現在の労働時間                | 仕事をした日数（平均日/週） | 男性：4.55<br>女性：4.59                                                                       | 男性：5.06～5.19<br>女性：4.43～4.74                                                             | 男性：4.33～4.84<br>女性：3.71                                                                                     |
|                        | 1日の労働時間（平均、時間） | 男性：7.34<br>女性：7.65                                                                       | 男性：8.52～8.68<br>女性：6.35～7.48                                                             | 男性：6.06～7.54<br>女性：5.15～6.07                                                                                |
| 仕事に対する意識               |                | お金を稼ぐための手段<br>プライベートや家庭が中心<br>仕事も自分の生活も楽しんでいる<br>副業をしたい                                  | お金を稼ぐための手段<br>転職経験がある<br>プライベートや家庭を中心に考えて生活を組み立てている<br>できれば同じ勤務先で定年まで働きたい                | 転職経験がある<br>お金を稼ぐための手段<br>プライベートや家庭を中心に考えて生活を組み立てている<br>仕事はお金を稼ぐ手段だけではない<br>できれば同じ勤務先で定年まで働きたい               |
| 今後の会社や仕事に対する評価のあり方について |                | 会社はその存続を最も優先して考える<br>会社は社員の生活を守る存在<br>育休（育業）取得は増加する<br>早期退職者募集は今後増加する<br>役職において年齢は関係なくなる | 会社はその存続を最も優先して考える<br>会社は社員の生活を守る存在<br>育休（育業）取得は増加する<br>早期退職者募集は今後増加する<br>介護休暇（休業）取得は増加する | 会社は社員の生活を守る存在<br>会社はその存続を最も優先して考える<br>育休（育業）取得は増加する<br>介護休暇（休業）取得は増加する<br>早期退職者募集は今後増加する<br>役職において年齢は関係なくなる |

高齢層でも仕事をしている人が多く、男性60代で69.1%、女性60代で43.8%である。

どの層でも仕事はお金を稼ぐための手段と捉え、プライベートや家庭を中心に考えて生活を組み立てている。また、どの層も「会社は社員の生活を守る存在」、「会社はその存続を最も優先して考える」、「育休（育児）取得は増加する」、「早期退職者募集は今後増加する」と考えている。

ワーク・ライフ・バランスの実態と望ましい労働時間、今後の仕事については、図表12-10のようにライフステージで異なっている。

- ◇若年層と子育て層は、仕事の時間が増え、余暇・レジャーの時間が減っている。高齢層の男性60代は、余暇・レジャーが増えている。
- ◇望ましい労働時間は、若年層と子育て層の男性は「定時就業時間に少し残業する程度」が多く、女性は「定時就業時間のみで残業ゼロ」が多い。高齢層の男性は多様で、女性は「アルバイト・パートとして少ない時間」を望んでいる。
- ◇労働時間と収入については、どの層でも「今のままでよい」と考えているが、若年層と子育て層は、労働時間が増えてもよいと考える人も多い。
- ◇今後したい仕事は、若年層と子育て層は「勤務先で定年まで働く」、「勤務先で働けるだけ長く働く」、「別の会社団体に転職する」は同じである。高齢層は「勤務先で働けるだけ長く働く」を考える人と「商工・サービス自営業を営む」、「もう仕事はしたくない」と考える人がいる。
- ◇今後のために取り組んでいることは、どの層でも「仕事に必要な知見を広げる」、「人脈を広げる」、「健康維持、体力づくり」である。
- ◇何歳まで働きたいかについては、若年層は「60歳以下」、子育て層は「60歳以下」、「65歳」、「66歳以上」、高齢層は「66歳以上」と考えている。
- ◇仕事をしたい理由は、すべての年代で「日常の生活費を稼ぐため」が第一の理由であるが、若年層は「規則正しい生活」、「老後（今後）の生活資金を蓄えるため」、「社会とのつながりを持ち続けたい」、子育て層は「年金支給までの生活費を稼ぐ」、「年金支給だけでは生活費が不足」、「老後（今後）の生活資金を蓄えるため」など老後の年金のことを視野に入れている。高齢層が仕事をしたいのは、「老化防止のため」や「健康のため」、「年金支給だけでは生活費が不足」、「社会とのつながりを持ち続けたい」など自身に気づかうことが理由になっている。

若年層と子育て層は、仕事の時間が増え、余暇・レジャーの時間が減っている。労働時間は、女性の方が男性より少ない時間を望んでいる。若年層と子育て層は、日常の生活費を稼ぐことと老後の生活資金を視野に入れ、その先にある定年までまたはそれ以降も働きたいと考えている。高齢層の仕事をしたくない理由には、日常の生活費だけでなく、老化防止や健康もある。

図表12-10：ワーク・ライフ・バランスと仕事

|                 |            | 若年層（18～29歳）                                                                  | 子育て層（30代～50代）                                                                | 高齢層（60代～70代）                                                            |
|-----------------|------------|------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| ワーク・ライフ・バランス    | 仕事の時間      | 増えた                                                                          | 増えた                                                                          | 変わらない                                                                   |
|                 | 余暇・レジャーの時間 | やや減った                                                                        | やや減った                                                                        | 減った<br>男性60代は増えた                                                        |
|                 | 家事・育児時間    | 増えた                                                                          | 30代は増えた<br>他は変わらない                                                           | 変わらない                                                                   |
|                 | 自己研鑽       | やや増えた                                                                        | やや減った                                                                        | 変わらない                                                                   |
| 望ましい労働時間        |            | 男性：定時就業時間に少し残業する程度<br>女性：定時就業時間のみで残業ゼロ                                       | 男性：定時就業時間に少し残業する程度<br>女性30代40代：定時就業時間のみで残業ゼロ<br>女性50代：アルバイト、パートして少ない時間働く     | 男性：多様<br>女性：アルバイト・パートとして少ない時間働く                                         |
| 労働時間と収入         |            | 労働時間が増えてもよい<br>今のままでよい                                                       | 今のままでよい<br>労働時間が増えてもよい                                                       | 今のままでよい                                                                 |
| 今後したい仕事         |            | 勤務先で定年まで働く<br>勤務先で働けるだけ長く働く<br>別の会社団体に転職する                                   | 勤務先で定年まで働く<br>勤務先で働けるだけ長く働く<br>別の会社団体に転職する                                   | 勤務先で働けるだけ長く働く<br>勤務先で定年まで働く<br>商工・サービス自営業を営む<br>もう仕事はしたくない              |
| 今後のために取り組んでいること |            | 仕事に必要な知見を広げる<br>人脈を広げる<br>健康維持、体力作りに取り組む<br>次につながるように今の仕事に注力している             | 仕事に必要な知見を広げる<br>健康維持、体力づくりに取り組む<br>人脈を広げる                                    | 健康維持、体力づくり<br>仕事に必要な知見を広げる<br>人脈を広げる                                    |
| 何歳まで働きたいか       |            | 60歳以下                                                                        | 60歳以下、65歳、66歳以上                                                              | 66歳以上                                                                   |
| 仕事をしたい理由        |            | 日常の生活費を稼ぐため<br>規則正しい生活をしたいので<br>老後（今後）の生活資金を蓄えるため<br>健康のため<br>社会とのつながりを持続けたい | 日常の生活費を稼ぐため<br>年金支給までの生活費を稼ぐ<br>年金支給だけでは生活費が不足<br>老後（今後）の生活資金を蓄えるため<br>健康のため | 日常の生活費を稼ぐため<br>老化防止のため<br>健康のため<br>年金支給だけでは生活費が不足するため<br>社会とのつながりを持続けたい |

家庭と余暇に対する意識と実態については、図表12-11のとおりである。

◇家庭については、「子どものしつけは親の責任」、「子どもはそれぞれの個性を発揮して育つのが良い」がどの層でも最も高い。若年層と子育て層は、「男性も責任をもって子育てをするべき」、「子どものネット利用について、親はきちんと教育すべき」と考えている。高齢層は「老後は子どもには迷惑をかけたくない」と考えている。

◇長く続けている趣味がある人は、どの層でも2023年に比べて減少した。長く続けているスポーツがある人は、若年層男性と女性60代のみ増加した。“推し”がある、推し活をしている人は、若年層女性で多い。

◇学問・勉強に対する意識は、どの層も「いくつになっても勉強は必要」、「日本は学歴社会だと思う」と考えている。若年層と子育て層は「子どもは大学まで行かせたい」と考え、子育て層は「子どもの教育には、学校だけでは不十分」と思っている。子育て層と高齢層は「自動車免許以外の資格や免許を持っている」人が多い。

家庭についての意識は、子どものしつけと育ち方に対する考え方は共通であるが、若年層と子育て層では男性の子育てとネット利用教育への意識も高まっている。高齢層は、老後の迷惑をかけたくないと考えている。若年層と子育て層は「子どもは大学まで行かせたい」と考えている。

図表12-11：家庭、趣味・スポーツ、学問・勉強に対する意識と実態

|             |                  | 若年層（18～29歳）                                                                              | 子育て層（30代～50代）                                                                                                          | 高齢層（60代～70代）                                                                                               |
|-------------|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 家庭について      |                  | 子どものしつけは親の責任<br>男性も責任をもって子育てをするべき<br>子どもはそれぞれの個性を発揮して育つのが良い<br>子どものネット利用について、親はきちんと教育すべき | 子どものしつけは親の責任<br>子どものネット利用について、親はきちんと教育すべき<br>男性も責任をもって子育てをするべき<br>子どもはそれぞれの個性を発揮して育つのが良い                               | 子どものしつけは親の責任<br>子どもはそれぞれの個性を発揮して育つのが良い<br>老後は子どもには迷惑をかけたくない                                                |
| 趣味・スポーツ・推し活 | 長く続けている趣味がある     | 男性：21.7%<br>女性：19.1%<br>2023年比で減少                                                        | 男性：20.1～26.7%<br>女性：17.5～21.2%<br>2023年比で男性30代40代が減少                                                                   | 男性：21.6～23.3%<br>女性：18.8～21.4%<br>2023年比で減少                                                                |
|             | 長く続けているスポーツがある   | 男性：22.5%<br>女性：13.2%<br>2023年比で男性は増加、女性は減少                                               | 男性：18.0～18.9%<br>女性：5.4～20.3%<br>2023年比で男性と女性40代が減少                                                                    | 男性：18.6～23.3%<br>女性：19.4～24.0%<br>2023年比で男性60代が減少、女性60代が増加                                                 |
|             | “推し”がある、推し活をしている | 男性：17.4%<br>女性：34.6%                                                                     | 男性：5.3～11.0%<br>女性：12.6～22.3%<br>若い女性ほど高い                                                                              | 男性：0.0～1.0%<br>女性：3.1～8.3%                                                                                 |
| 学問・勉強に対する意識 |                  | いくつになっても勉強は必要<br>知識や教養を得るために、読書をしたり努力をしている<br>日本は学歴社会だと思う<br>子どもは大学まで行かせたい               | いくつになっても勉強は必要<br>子どもには大学まで行かせたい<br>自動車免許以外の資格や免許を持っている<br>日本は学歴社会だと思う<br>子どもの教育には、学校だけでは不十分だと思う<br>仕事に関係のない事をいろいろ勉強したい | いくつになっても勉強は必要<br>日本は学歴社会<br>知識や教養を得るために、読書をしたり努力をしている<br>自動車免許以外の資格や免許を持っている<br>目標のために努力すれば、成果はついてくるものだと思う |

## 7. 人づきあい

人づきあいに対する意識と実態についてライフステージ別に整理すると図表12-12のようになる。

◇人づきあいに対する意識については、どの層でも「人数が少なくても深いつきあいをしたい」と考えつつ、「人づきあいは面倒くさい」と思い、「つきあう友人の数が減っている」。若年層と子育て層は、「友人・知人との連絡はメールやLINEでほとんど済ませている」が高く、メールやLINEでコミュニケーションをとっている。若年層は「恋愛をしたい」、子育て層は「仕事関係以外の人づきあいはほとんどない」。高齢層は「親戚づきあいは必要だ」と考え、「声をかければ必ずつきあってくれる友人がいる」など友人がいる。同性の友人の数は、2023年比で子育て層の男性以外は減少した。子育て層の男性は、仕事関係の友人が増えている。異性の友人の数も、ほとんどの層で減少している。

◇よりどころになっている人は、若年層が「親」、「友人（学生時代）」、「好きな人、恋人」である。子育て層になると「配偶者」、「親」、「子ども」で、家族に向かう。高齢層になると、男性は「配偶者」、「子ども」、「友人（学生時代）」、女性は「子ども」、「配偶者」、「友人（学生時代）」の順になる。

◇ふだんつきあっている友人は、それぞれの生活領域に依存している。若年層が「高校時代の友人」、「大学・大学院時代の友人」、「小・中学校時代の友人」で、これまでの人間関係が中心である。子育て層は「職場関係、仕事関係の友人」、「高校時代の友人」、「小・中学校時代の友人」、「大学・大学院時代の友人」に加えて、「子どもを通じて知り合った友人」など現在の生活領域での人間関係に軸足が移る。高齢層は「職場関係、仕事関係の友人」、「高校時代の友人」、「大学・大学院時代の友人」というこれまでの人間関係に加えて、「趣味や習い事、スポーツなどを通じて知り合った友人」がいる。どの層にも共通していることは、ライフステージが変わっても学生時代の友人とはつきあいが続いていることである。

◇この中で特に大切にしている友人は、それぞれふだんつきあっている友人と同じ結果であった。

◇現在参加している個人的な集まりや活動は、どの層でも「学生時代からのつきあい」、「スポーツやさまざまな趣味の集まり」、「学生時代の同窓会の集まり」が多い。これに加えて、子育て層の女性は「子どもを通じた関係」、男性は「よく利用する飲食店を通じて」がある。高齢層になると、女性は「稽古事や習い事・スクールなどの集まり」、男性は「町内会・自治会・青年団など」が多くなる。

◇家族や友人等とのコミュニケーションでは、どの層でも「同居家族との会話」の頻度が最も高く、「家族とのメールやLINE」、「友人とのメールやLINE」と続く。若年層では「友人とのメールやLINE」の頻度が多く、高齢層になると「離れた家族や親せきと電話で話す」こともある。

「人づきあいは面倒くさい」と思い、「つきあう友人の数が減っている」は共通して高く、若年層は「恋愛をしたい」、子育て層は「仕事関係以外の人づきあいはほとんどない」、高齢層は「親戚づきあいは必要だ」というようにそれぞれの人づきあいの範囲で向き合う意識が異なる。

よりどころは、若年層が親と友人、恋人、子育て層になると家族に向かい、高齢層は家族と友人になる。

ふだんつきあっている友人は、若年層が学校時代の友人、子育て層が職場関係や仕事関係の友人、高齢層が職場や仕事関係の友人や学校時代の友人に加えて趣味や習い事、スポーツなどを通じて知り合った友人で、それぞれの生活領域に依存している。

家族や友人等とのコミュニケーションでは、若年層では「友人とのメールやLINE」の頻度が多く、高齢層になると「離れた家族や親せきと電話で話す」こともある。

図表12-12：人づきあい

|                        |    | 若年層（18～29歳）                                                                                       | 子育て層（30代～50代）                                                                                               | 高齢層（60代～70代）                                                                                     |
|------------------------|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 人づきあいに対する意識・態度         |    | 人数が少なくても深いつきあいをしたい<br>つきあう友人の数が減っている<br>人づきあいは面倒くさいと思う<br>友人・知人との連絡はメールやLINEでほとんど済ませている<br>恋愛をしたい | 人数が少なくても深いつきあいをしたい<br>人づきあいは面倒くさい<br>つきあう友人の数が減っている<br>仕事関係以外の人づきあいはほとんどない<br>友人・知人との連絡はメールやLINEでほとんど済ませている | つきあう友人の数が減っている<br>親戚づきあいは必要だと思う<br>人数が少なくても深いつきあいをしたい<br>人づきあいは面倒くさいと思う<br>声をかければ必ずつきあってくれる友人がいる |
| 友人の数                   | 同性 | 男性：6.72人<br>女性：5.37人<br>2023年比で減少                                                                 | 男性：4.22～4.88人<br>女性：4.39～5.31人<br>2023年比で男性は増加                                                              | 男性：6.36～6.39人<br>女性：6.19～6.66人<br>2023年比で減少                                                      |
|                        | 異性 | 男性：2.44人<br>女性：1.81人<br>2023年比で減少                                                                 | 男性：1.58～2.07人<br>女性：1.10～1.51人<br>2023年比で男性は減少                                                              | 男性：2.41～2.55人<br>女性：1.60～1.66人<br>2023年比で男性は減少                                                   |
| よりどころ                  |    | 親<br>友人（学生時代）<br>好きな人、恋人                                                                          | 男性：配偶者、親、子ども<br>女性：親、配偶者、子ども                                                                                | 男性：配偶者、子ども、友人（学生時代）、孫<br>女性：子ども、配偶者、友人（学生時代）、兄弟・姉妹                                               |
| ふだんつきあっている友人           |    | 高校時代の友人<br>大学・大学院時代の友人<br>小・中学校時代の友人                                                              | 職場関係、仕事関係の友人<br>高校時代の友人<br>小・中学校の友人<br>大学・大学院時代の友人<br>女性：子どもを通じて知り合った友人                                     | 職場関係、仕事関係の友人<br>高校時代の友人<br>大学・大学院時代の友人<br>趣味や習い事、スポーツなどを通じて知り合った友人                               |
| 特に大切な友人                |    | 高校時代の友人<br>大学・大学院時代の友人<br>小・中学校時代の友人                                                              | 職場関係、仕事関係の友人<br>高校時代の友人<br>大学・大学院時代の友人<br>小・中学校時代の友人<br>女性：子どもを通じて知り合った友人                                   | 職場関係、仕事関係の友人<br>高校時代の友人<br>大学・大学院時代の友人<br>趣味や習い事、スポーツなどを通じて知り合った友人                               |
| 現在参加している個人的な集まりや活動     |    | 学生時代からのつきあい<br>スポーツや趣味の集まり<br>学生時代の同窓会の集まり                                                        | 学生時代からのつきあい<br>スポーツや趣味の集まり<br>学生時代の同窓会の集まり<br>女性：子どもを通じた関係<br>男性：よく利用する飲食店を通じて                              | 学生時代からのつきあい<br>スポーツや趣味の集まり<br>学生時代の同窓会の集まり<br>女性：稽古事や習い事・スクール<br>男性：町内会・自治会・青年団など                |
| 家族や友人等とのコミュニケーション（日／週） |    | 同居家族との会話 5.56～5.84<br>友人とのメールやLINE 2.68～2.74<br>家族とのメールやLINE 2.66～3.19<br>友人と会って話す 1.49～1.96      | 同居家族との会話 5.41～6.09<br>家族とのメールやLINE 2.13～3.06<br>友人とのメールやLINE 0.78～1.27                                      | 同居家族との会話 5.79～6.06<br>家族とのメールやLINE 2.19～2.80<br>友人とのメールやLINE 0.72～0.88<br>離れた家族や親戚と電話 0.47～0.96  |

## 8. 社会に対する意識

社会意識は、図表12-13のようになった。

◇現在の社会満足度はどの層でも不満が多いが、高齢層は不満がやや少なくなる。

◇現在の生活に対する安心度は、若年層と高齢層がやや不安、子育て層が不安と回答している。将来の生活には、全ての層で不安を感じる人が多くなる。

◇現在の社会に全ての層で不安を感じ、将来の社会には不安を感じる人がさらに多くなる。

- ◇なっしてほしい近未来の日本の社会は、「犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会」、「戦争のない社会」全ての層で高い。これらに加えて、若年層と子育て層が「経済的に豊かな社会」を望んでいる。若年層は「安定した収入や雇用が見込める社会」、子育て層は「心にゆとりを持てる社会」を望み、安定とゆとりを求めている。高齢層は「心にゆとりを持てる社会」、「他人への思いやりのある社会」、「自然災害に強い、安全で安心して暮らせる社会」を望んでいる。
- ◇なると思う社会は、「AI（人工知能）の進化により、人間の代わりに機械が行う社会」、「いつでもどこでも世界とつながる情報化社会」が共通して高い。
- ◇ならないと思う社会は、「税金や社会保障費負担の低い社会」、「今の若者や子供たちに負担がかからない社会」、「犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会」、「エネルギー問題が解決した社会」、「経済的に豊かな社会」、「安定した収入や雇用が見込める社会」、「戦争のない社会」が共通して高い。
- ◇賛成と思う社会問題への取り組みは、全ての層で「自然災害防止策」があげられている。これに加えて若年層は、「IT、AI、IoT が更に進化していく社会への取り組み」、「レジ袋、食品トレイ、ボトルなどのプラスチックごみ削減の取り組み」、「労働者全体の所得を向上させる取り組み」などをあげている。若年層は、IT、AI、IoT の進化を期待している。子育て層は「労働者全体の所得を向上させる取り組み」のほか、「空き家の再活用の取り組み」、「年金の老後不安を無くす取り組み」、「親や配偶者などの介護負担軽減の取り組み」など経済的なことが多い。高齢層は「年金の老後不安を無くす取り組み」だけでなく、「レジ袋、食品トレイ、ボトルなどのプラスチックごみ削減の取り組み」、「地球温暖化解決策推進」、「空き家の再活用の取り組み」などの社会課題をあげている。どの層でも生活の安定と安全、安心できるようになることを望んでいる。
- ◇進むと思う社会問題への取り組みは、全ての層に共通して「IT、AI、IoT への取り組み」、「レジ袋、食品トレイ、ボトルなどのプラスチックごみ削減の取り組み」、「再生可能エネルギー、自然エネルギーの比率を増やす取り組み」が高い。
- ◇進まないと思う社会問題への取り組みは、全ての層に共通して「年金の老後不安を無くす」、「海外からの移民の受け入れ」が高い。子育て層と高齢層は、これに加えて「海外からの難民の受け入れ」、「介護負担軽減の取り組み」が高い。

社会に対する不満、現在と将来の生活に対する不安、現在と将来の社会に対する不安は、子育て層で最も大きい。都市生活者は、安全で安心、平和で安定、心のゆとりを持てる社会を望んでおり、若年層は経済的な豊かさ、子育て層は経済的な豊かさとの心のゆとり、高齢層は安全との心のゆとりを求めている。

賛成と思う社会問題への取り組みは、若年層が IT、AI、IoT の進化、子育て層が経済的なこと、高齢層は老後の不安や地球環境問題、空き家問題などの社会課題をあげている。

生活レベルの近未来予測は、図表 12-14 のようになった。

- ◇どの層でも、「副業を持つ人が増える」、「外食機会が減る」、「プライベート重視の傾向が増す」は共通している。若年層は、「オンラインサービスの活用が幅広く進む」、「宅配便、デリバリーなどのシステムが拡充する」、「テレワーク（在宅勤務）が定着する」など IT 活用が進むと考えている。子育て層は「冠婚葬祭が簡略化する」、「職場での飲み会や懇親会が減る」など、人との交流機会が減少すると考えている。高齢層は、「冠婚葬祭が簡略化する」、「自己の健康管理・体調変化に気をを使うようになる」、「オンラインサービスの活用が幅広く進む」、「外出する時間が全体的に減少する」など、人との交流や外出が減少すると考えている。

若年層は IT 活用の進化、子育て層は人との交流機会の減少、高齢層は人との交流や外出の減少を考えている。

図表12-13：社会に対する意識

|                       |       | 若年層（18～29歳）                                                                                                                                                       | 子育て層（30代～50代）                                                                                                                 | 高齢層（60代～70代）                                                                                                                  |
|-----------------------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 現在の社会満足度              |       | 不満                                                                                                                                                                | 不満                                                                                                                            | 不満がやや少なくなる                                                                                                                    |
| 安心度                   | 現在の生活 | やや不安                                                                                                                                                              | 不安                                                                                                                            | やや不安                                                                                                                          |
|                       | 将来の生活 | 不安                                                                                                                                                                | さらに不安                                                                                                                         | やや不安                                                                                                                          |
|                       | 現在の社会 | 不安                                                                                                                                                                | 不安                                                                                                                            | 不安                                                                                                                            |
|                       | 将来の社会 | さらに不安                                                                                                                                                             | さらに不安                                                                                                                         | さらに不安                                                                                                                         |
| なっている社会               |       | 犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会<br>安定した収入や雇用が見込める社会<br>経済的に豊かな社会<br>戦争のない社会                                                                                                   | 犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会<br>経済的に豊かな社会<br>戦争のない社会<br>心にゆとりを持てる社会                                                                    | 犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会<br>戦争のない社会<br>心にゆとりを持てる社会<br>他人への思いやりのある社会<br>自然災害に強い、安全で安心して暮らせる社会                                       |
| なると思う<br>(なる＞ならない)    |       | AI（人工知能）の進化により、人間の代わりに機械が行う社会<br>いつでもどこでも世界とつながる情報化社会<br>バリアフリーなど、高齢者や障がい者が自由に移動できる社会                                                                             | AI（人工知能）の進化により、人間の代わりに機械が行う社会<br>いつでもどこでも世界とつながる情報化社会                                                                         | AI（人工知能）の進化により、人間の代わりに機械が行う社会<br>いつでもどこでも世界とつながる情報化社会                                                                         |
| ならないと思う<br>(なる＜ならない)  |       | 税金や社会保障費負担の低い社会<br>今の若者や子どもたちに負担がかからない社会<br>犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会<br>エネルギー問題が解決した社会<br>経済的に豊かな社会<br>安定した収入や雇用が見込める社会<br>戦争のない社会                                     | 税金や社会保障費負担の低い社会<br>今の若者や子どもたちに負担がかからない社会<br>犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会<br>エネルギー問題が解決した社会<br>経済的に豊かな社会<br>安定した収入や雇用が見込める社会<br>戦争のない社会 | 税金や社会保障費負担の低い社会<br>今の若者や子どもたちに負担がかからない社会<br>犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会<br>エネルギー問題が解決した社会<br>経済的に豊かな社会<br>安定した収入や雇用が見込める社会<br>戦争のない社会 |
| 賛成と思う<br>社会問題への取り組み   |       | IT、AI、IoTが更に進化していく社会への取り組み<br>レジ袋、食品トレイ、ボトルなどのプラスチックごみ削減の取り組み<br>自然災害防止策の取り組み<br>労働者全体の所得を向上させる取り組み                                                               | 自然災害防止策の取り組み<br>労働者全体の所得を向上させる取り組み<br>空き家の再活用への取り組み<br>年金の老後不安を無くす取り組み<br>親や配偶者などの介護負担軽減の取り組み                                 | 年金の老後不安を無くす取り組み<br>自然災害防止策の取り組み<br>レジ袋、食品トレイ、ボトルなどのプラスチックごみ削減の取り組み<br>地球温暖化解決策推進<br>空き家の再活用への取り組み                             |
| 進むと思う<br>社会問題への取り組み   |       | IT、AI、IoTが更に進化していく社会への取り組み<br>レジ袋、食品トレイ、ボトルなどのプラスチックごみ削減の取り組み<br>再生可能エネルギー、自然エネルギーの比率を増やす取り組み<br>マイナンバー制度推進の取り組み<br>男性：女性の社会進出を進める取り組み<br>自動車を所有するよりシェアリングサービスの活用 | IT、AI、IoTへの取り組み<br>レジ袋、食品トレイ、ボトルなどのプラスチックごみ削減の取り組み<br>再生可能エネルギー、自然エネルギーの比率を増やす取り組み                                            | IT、AI、IoTへの取り組み<br>レジ袋、食品トレイ、ボトルなどのプラスチックごみ削減の取り組み<br>再生可能エネルギー、自然エネルギーの比率を増やす取り組み<br>女性の社会進出を進める取り組み                         |
| 進まないと思う<br>社会問題への取り組み |       | 年金の老後不安を無くす取り組み<br>海外からの移民の受け入れ                                                                                                                                   | 年金の老後不安を無くす取り組み<br>海外からの難民の受け入れ<br>経済発展を求めず、自然環境破壊を阻止する取り組み<br>海外からの移民の受け入れ<br>介護負担軽減の取り組み                                    | 年金の老後不安を無くす取り組み<br>海外からの難民の受け入れ<br>経済発展を求めず、自然環境破壊を阻止する取り組み<br>海外からの移民の受け入れ<br>介護負担軽減の取り組み                                    |

図表12-14：生活レベルの近未来予測

|       | 若年層（18～29歳）                                                                                                | 子育て層（30代～50代）                                                           | 高齢層（60代～70代）                                                                                                             |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 近未来予測 | 副業を持つ人が増える<br>外食機会が減る<br>オンラインサービスの活用が幅広く進む<br>宅配便、デリバリーなどのシステムが拡充する<br>テレワーク（在宅勤務）が定着する<br>プライベート重視の傾向が増す | 外食機会が減る<br>副業を持つ人が増える<br>冠婚葬祭が簡略化する<br>プライベート重視の傾向が増す<br>職場での飲み会や懇親会が減る | 外食機会が減る<br>副業を持つ人が増える<br>冠婚葬祭が簡略化する<br>自己の健康管理・体調変化に気を使うようになる<br>プライベート重視の傾向が増す<br>オンラインサービスの活用が幅広く進む<br>外出する時間が全体的に減少する |

## 第13章 ライフステージ別の変化

本章では、ライフステージ別に時系列の変化について分析する。2024年の結果を2020年、2016年と比較し、4年ごとの変化をみていく。2020年はコロナ禍で生活者の意識と行動は大きく変化した。そして、コロナ禍後には、世界情勢は大きく変わり、生活環境も激変した。現在の都市生活者の意識と行動がどのように変化したかについて、明らかにする。

ライフステージは、若年層と子育て層、高齢層の3つに分けて調査結果を整理する。

- ・若年層 : 18～29歳の男女
- ・子育て層 : 30代から50代男女
- ・高齢層 : 60代以上の年代の男女

なお、2016年の調査方法は調査票を用いた訪問留め置き調査で、2024年と2020年のインターネット調査と調査方法が異なっている。このため、2016年の結果では、特に複数回答の質問での回答数が多くなる傾向があるので、この点に留意されたい。

分析の結果、変化してきたことは、次のようなものである。

- ◇生活実感と生き方において、子育て層と高齢層の中流意識に分散傾向みられることや、「衣」への興味関心が低下していることが明らかになった。豊かを求めている若年層と子育て層も、健康的な生活を心がけるようになった。
- ◇食については、「家族と一緒に食べる」が減少し、「一人で食べる」が増加している。惣菜や冷凍食品の利用が増える一方で、若年層と子育て層の自宅で料理をする人が2020年に増え、2024年には落ち着いたものの、2016年を上回っている。自宅でお酒を飲む人も2020年に増え、2024年にやや減少した。若年層で低アルコールを飲む人が増えている。住生活においては、2020年にシンプルな暮らしに対する意識が高まった。
- ◇健康に対する意識はコロナ禍で高まり、その後も日々の活動で意識している。
- ◇若年層ほどネット、高齢層ほどテレビを利用する傾向が明確になってきているが、若年層のメディア離れが顕著である。
- ◇2024年には若年層で収入が増えたが、子育て層では少数に限られている。どの層でも2020年のコロナ禍で減少した「趣味・娯楽費」への支出が回復した。収入が増えた若年層ではこづかい額が増えているが、子育て層と高齢層ではこづかいがある人が減少している。
- ◇若年層と子育て層の仕事の時間は、2020年に減ったが、2024年に増えている。子育て層で「66歳以上」まで仕事をしたいと考える人が増加している。
- ◇コロナ禍での行動制限により、人づきあいを面倒だと思うようになった。これは、2024年になっても続いており、子育て層の近所づきあいの減少だけでなく、全世代での親しい友人の数、友人とのメールやLINEも減っている。
- ◇社会について、若年層も経済的な豊かさだけでなく、安全安心を求める傾向が強まっている。また、若年層で「本人の能力や目標に応じた教育を選択できる社会」への期待が高まっている。

## 1. 生活実感と生き方

ライフステージ別の生活実感は、図表13-1のようになっている。

- ◇子育て層の生活満足度が他の層に比べて低く、高齢層が高い傾向は、変わっていない。
- ◇幸せ感でも高齢層が高いことは変わっていない。
- ◇生活水準では、若年層が「中の中」から「中の上」がやや多い傾向は続いている。子育て層と高齢層は「中の上」と「中の中」が減少、「中の下」が増加傾向にある。
- ◇3つのライフステージの中では若年層の数値がどの年においても高く、今後の見通しも明るいと回答した人が多い状態が続いているが、子育て層では数値が低くかつ減少傾向にある。

生活分野への興味関心と満足は、図表13-2で整理した。

- ◇興味関心では、どの層においても「衣」が減少している。子育て層で「人づきあい」が2024年に減少している。一方、若年層で「医療」が2024年に増加している。
- ◇満足では、どの層でも「遊び・余暇」が2020年に減少したが、2024年に回復している。

生き方や暮らし方は、図表13-3で2024年に高い順に整理した。

- ◇どの層においても、2024年に「健康的な生活がしたい」が最も高くなった。若年層と子育て層は、2016年には、「豊かで、ゆとりのある暮らしがしたい」が高かったが、健康的な生活へと意識が転換した。高齢層は、2016年には「家族に迷惑をかけずに暮らしたい」、「病気や老いによる迷惑を周りにかけないように備えたい」、「のんびり、やすらぎのある暮らしがしたい」が高かったが、健康的な生活が最も高くなった。

高齢層の満足度と幸せ感が最も高く、子育て層の生活満足度が低い傾向は変わっていない。子育て層と高齢層は「中の下」が増加傾向で、中流意識に分散傾向がみられる。生活分野で「衣」への興味関心はどの層でも低下した。コロナ禍で低下した「遊び・余暇」の満足は、2024年に回復した。豊かを求めている若年層と子育て層も、健康的な生活を心がけるようになった。

図表13-1：生活実感

(%)

|                          |                                     |      | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|--------------------------|-------------------------------------|------|-------|-------|-------|
| 生活満足度<br>(満足＋やや満足)       | 若年層                                 |      | 78.1  | 67.2  | 71.2  |
|                          | 子育て層                                |      | 73.7  | 57.2  | 58.8  |
|                          | 高齢層                                 |      | 84.1  | 72.0  | 72.9  |
| 幸せ感・幸福感<br>平均点 (100点満点中) | 若年層                                 |      | 68.1  | 59.0  | 57.0  |
|                          | 子育て層                                |      | 68.9  | 59.7  | 58.2  |
|                          | 高齢層                                 |      | 71.6  | 67.0  | 66.8  |
| 生活水準                     | 中の上                                 | 若年層  | 18.7  | 24.8  | 24.8  |
|                          |                                     | 子育て層 | 16.3  | 22.1  | 20.5  |
|                          |                                     | 高齢層  | 21.7  | 23.0  | 21.5  |
|                          | 中の中                                 | 若年層  | 56.2  | 39.8  | 43.5  |
|                          |                                     | 子育て層 | 53.1  | 41.8  | 38.6  |
|                          |                                     | 高齢層  | 55.5  | 45.6  | 44.3  |
|                          | 中の下                                 | 若年層  | 20.3  | 27.0  | 23.7  |
|                          |                                     | 子育て層 | 25.4  | 24.5  | 28.4  |
|                          |                                     | 高齢層  | 20.0  | 24.9  | 26.8  |
| 暮らし向き                    | 1年前と比較<br>(良くなっている<br>＋やや良くなっている)   | 若年層  | 35.9  | 24.1  | 34.7  |
|                          |                                     | 子育て層 | 22.9  | 15.8  | 16.9  |
|                          |                                     | 高齢層  | 5.5   | 6.3   | 8.2   |
|                          | 2～3年後の生活<br>(良くなっている<br>＋やや良くなっている) | 若年層  | 51.0  | 41.3  | 42.4  |
|                          |                                     | 子育て層 | 27.2  | 25.3  | 21.5  |
|                          |                                     | 高齢層  | 6.9   | 8.6   | 11.1  |

図表13-2：生活分野への興味関心と満足

① 興味関心 (興味関心がある＋やや興味関心がある)

(%)

|        | 若年層   |       |       | 子育て層  |       |       | 高齢層   |       |       |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|        | 2016年 | 2020年 | 2024年 | 2016年 | 2020年 | 2024年 | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
| N=     | 192   | 274   | 274   | 717   | 809   | 826   | 346   | 382   | 377   |
| 衣      | 82.8  | 65.4  | 61.7  | 70.3  | 58.8  | 55.1  | 59.8  | 52.6  | 47.5  |
| 食      | 84.9  | 83.2  | 83.2  | 89.0  | 83.8  | 83.2  | 84.4  | 84.8  | 83.3  |
| 住      | 66.7  | 69.7  | 71.9  | 68.4  | 71.3  | 66.1  | 69.4  | 63.1  | 57.3  |
| 買い物・消費 | 85.5  | 80.7  | 81.0  | 77.1  | 78.6  | 76.3  | 65.6  | 73.5  | 69.7  |
| 仕事・学業  | 78.7  | 68.9  | 62.8  | 76.7  | 59.8  | 53.2  | 49.7  | 32.0  | 32.9  |
| 遊び・余暇  | 95.3  | 89.8  | 86.5  | 87.2  | 82.0  | 79.3  | 77.5  | 76.4  | 70.3  |
| 健康     | 80.2  | 73.8  | 78.8  | 88.2  | 85.1  | 87.2  | 92.7  | 95.0  | 93.4  |
| 美容     | 68.2  | 59.5  | 62.8  | 54.1  | 51.7  | 54.0  | 46.2  | 46.3  | 42.7  |
| 医療     | 47.4  | 48.2  | 61.3  | 68.3  | 67.1  | 67.3  | 87.0  | 88.5  | 85.1  |
| 人づきあい  | 81.2  | 56.6  | 57.3  | 70.9  | 50.4  | 44.9  | 72.5  | 56.3  | 53.6  |
| 学び・学習  | 68.7  | 63.1  | 64.6  | 65.7  | 56.5  | 52.0  | 63.0  | 53.9  | 50.1  |

## ② 満足（満足＋やや満足）

(%)

|        | 若年層    |        |        | 子育て層   |        |        | 高齢層    |        |        |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|        | 2016 年 | 2020 年 | 2024 年 | 2016 年 | 2020 年 | 2024 年 | 2016 年 | 2020 年 | 2024 年 |
| N=     | 192    | 274    | 274    | 717    | 809    | 826    | 346    | 382    | 377    |
| 衣      | 76.0   | 72.6   | 75.5   | 74.4   | 65.0   | 68.7   | 85.8   | 80.3   | 75.3   |
| 食      | 91.1   | 78.9   | 79.2   | 81.9   | 72.8   | 73.6   | 89.0   | 84.8   | 83.0   |
| 住      | 75.0   | 66.8   | 69.7   | 68.2   | 62.4   | 63.3   | 77.5   | 75.9   | 72.9   |
| 買い物・消費 | 71.8   | 69.7   | 70.1   | 65.1   | 66.1   | 63.3   | 74.9   | 77.0   | 73.2   |
| 仕事・学業  | 59.4   | 53.7   | 60.9   | 57.9   | 51.3   | 49.0   | 70.8   | 66.5   | 61.5   |
| 遊び・余暇  | 77.6   | 63.1   | 72.7   | 63.1   | 52.9   | 60.9   | 73.7   | 59.7   | 66.6   |
| 健康     | 70.3   | 63.8   | 70.4   | 62.7   | 54.1   | 52.9   | 65.6   | 63.6   | 63.4   |
| 美容     | 69.3   | 61.0   | 65.0   | 61.7   | 53.3   | 52.9   | 67.3   | 59.1   | 60.7   |
| 医療     | 80.2   | 65.3   | 66.1   | 66.7   | 63.2   | 59.7   | 72.3   | 72.5   | 68.7   |
| 人づきあい  | 83.8   | 63.1   | 66.1   | 78.1   | 58.5   | 59.4   | 85.3   | 66.2   | 71.9   |
| 学び・学習  | 67.7   | 60.6   | 66.4   | 63.6   | 54.6   | 54.6   | 72.5   | 63.1   | 64.2   |

図表13-3：生き方や暮らし方

上位5項目

(%)

|      |   |                           | 2016 年 | 2020 年 | 2024 年 |
|------|---|---------------------------|--------|--------|--------|
| 若年層  | 1 | 健康的な生活がしたい                | 30.2   | 31.8   | 34.3   |
|      | 2 | のんびり、やすらぎのある暮らしがしたい       | 57.8   | 36.2   | 32.9   |
|      | 3 | 豊かで、ゆとりのある暮らしがしたい         | 64.6   | 31.8   | 30.6   |
|      | 4 | 家族や親しい友人と楽しく暮らしたい         | 67.7   | 40.5   | 30.3   |
|      | 5 | 将来をちゃんと考え、目標を持って計画的に生きたい  | 38.0   | 26.3   | 25.2   |
| 子育て層 | 1 | 健康的な生活がしたい                | 40.0   | 54.1   | 51.7   |
|      | 2 | のんびり、やすらぎのある暮らしがしたい       | 64.2   | 57.0   | 49.2   |
|      | 3 | 病気や老いによる迷惑を周りにかけないように備えたい | 49.2   | 43.4   | 43.3   |
|      | 4 | あまり欲張らずにそこそこの生活をしたい       | 39.9   | 41.2   | 41.9   |
|      | 5 | 豊かで、ゆとりのある暮らしがしたい         | 61.8   | 44.2   | 38.4   |
| 高齢層  | 1 | 健康的な生活がしたい                | 45.1   | 75.9   | 67.9   |
|      | 2 | 病気や老いによる迷惑を周りにかけないように備えたい | 72.0   | 72.2   | 61.0   |
|      | 3 | のんびり、やすらぎのある暮らしがしたい       | 72.0   | 62.3   | 60.7   |
|      | 4 | あまり欲張らずにそこそこの生活をしたい       | 54.4   | 62.0   | 54.4   |
|      | 5 | 家族に迷惑をかけずに暮らしたい           | 74.6   | 59.2   | 50.7   |

## 2. 暮らしの現状

暮らしの現状について、食、住、買い物の意識と実態をみていく。

食についての意識と実態は、食事について、ふだんの夕食のとり方、食材の選択や購入について、加工食品・メニューについて、料理について、自宅での料理を図表13-4から図表13-9のように整理した。

- ◇食事については、若年層と子育て層で「家族揃って食事をするようにしている」が下降傾向、「一人で食事をするほうが好き」が上昇傾向にある。
- ◇ふだんの夕食のとり方は、どの層でも「一人で食べる」が増加、「家族と一緒に食べる」が減少している。
- ◇食材の選択や購入については、総じて低下傾向にあり、食材へのこだわりが低下している。
- ◇加工食品・メニューについては、子育て層と高齢層での惣菜や冷凍食品の利用が増えている。
- ◇料理については、総じて低下傾向にある。
- ◇2020年に若年層と子育て層の自宅で料理する人が増え、2024年には落ち着いたものの、2016年を上回っている。

自宅での飲酒とお酒に対する意識は、図表13-10のようになっている。

- ◇若年層と子育て層の自宅でお酒を飲む人は、2020年で増え、2024年にやや減少した。どの層でも食事中にお酒を食事中に楽しんでいる。若年層では、「アルコール度数の低いお酒を飲むことが増えた」が増加している。

住まいについての意識と住みたい地域は、図表13-11と図表13-12のようになっている。

- ◇住まいについては、「なるべくモノを持たないシンプルな暮らしをしたい」が2020年にどの層でも上昇した。コロナ禍で自宅にいる時間が長くなり、身の回りの整理に励んだが、一段落して2024年には落ち着いた。
- ◇住みたい地域は、総じて低下傾向にあるが、どの層でも治安のよさ、買い物利便性、駅近が共通している。これに次ぐのが「災害に強い地域・街」である。

買い物に対する意識・態度は、図表13-13のようになっている。

- ◇どの層でも「スマホ決済」と「クレジットカード」の使用が急速に拡大した。「ポイントやマイレージのつく店やサービスのあるほうを使う」と「クーポン券や割引券を買い物のときによく使う」が2024年に上昇し、物価高騰への対処がうかがわれる。

食については、「家族と一緒に食べる」が減少し、「一人で食べる」が増加、惣菜や冷凍食品の利用が増えている。一方で、若年層と子育て層の自宅で料理をする人が2020年に増え、2024年には落ち着いたものの、2016年を上回っている。自宅でお酒を飲む人も2020年に増え、2024年にやや減少した。若年層で低アルコールを飲む人が増えている。

住生活においては、2020年にシンプルな暮らしに対する意識が高まった。

図表13-4：食事について

(%)

|      |   |                    | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|------|---|--------------------|-------|-------|-------|
| 若年層  | 1 | 食事は朝・昼・晩と1日3回食べている | 49.5  | 44.9  | 44.9  |
|      | 2 | 朝食は必ず食べるようにしている    | 43.2  | 31.1  | 30.7  |
|      | 3 | 一人で食事をするほうが好き      | 10.4  | 14.9  | 20.8  |
|      | 4 | 家族揃って食事をするようにしている  | 20.3  | 17.9  | 16.8  |
|      | 5 | 家で食べるより外食するほうが好き   | 12.5  | 10.6  | 13.5  |
| 子育て層 | 1 | 食事は朝・昼・晩と1日3回食べている | 67.1  | 52.9  | 52.1  |
|      | 2 | 朝食は必ず食べるようにしている    | 62.2  | 44.7  | 42.3  |
|      | 3 | 一人で食事をするほうが好き      | 8.9   | 17.2  | 22.5  |
|      | 4 | 家族揃って食事をするようにしている  | 33.4  | 27.3  | 22.2  |
|      | 5 | 家で食べるより外食するほうが好き   | 10.5  | 11.4  | 10.7  |
| 高齢層  | 1 | 食事は朝・昼・晩と1日3回食べている | 87.6  | 76.7  | 69.2  |
|      | 2 | 朝食は必ず食べるようにしている    | 79.2  | 71.7  | 60.2  |
|      | 3 | 家族揃って食事をするようにしている  | 56.9  | 40.1  | 29.7  |
|      | 4 | 一人で食事をするほうが好き      | 6.4   | 13.6  | 13.3  |
|      | 5 | 家で食べるより外食するほうが好き   | 1.5   | 6.3   | 5.6   |

図表13-5：ふだんの夕食のとり方

(割)

|      |   |                 | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|------|---|-----------------|-------|-------|-------|
| 若年層  | 1 | 家族と一緒に食べる       | 4.7   | 4.3   | 4.0   |
|      | 2 | 一人で食べる          | 3.1   | 4.3   | 4.8   |
|      | 3 | 友人・知人・同僚と一緒に食べる | 2.2   | 1.4   | 1.3   |
| 子育て層 | 1 | 家族と一緒に食べる       | 6.3   | 5.0   | 4.5   |
|      | 2 | 一人で食べる          | 2.6   | 4.2   | 4.7   |
|      | 3 | 友人・知人・同僚と一緒に食べる | 1.1   | 0.7   | 0.8   |
| 高齢層  | 1 | 家族と一緒に食べる       | 7.3   | 6.2   | 5.6   |
|      | 2 | 一人で食べる          | 2.1   | 3.3   | 3.7   |
|      | 3 | 友人・知人・同僚と一緒に食べる | 0.6   | 0.5   | 0.7   |

※ 各層ともに1～3の夕食のとり方で合計10として割合を示している

図表13-6：食材の選択や購入について

上位5項目

(%)

|      |   |                             | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|------|---|-----------------------------|-------|-------|-------|
| 若年層  | 1 | 旬の食材、季節の食材を買うようにしている        | 23.4  | 14.6  | 13.9  |
|      | 2 | 栄養成分表示を見て購入することが多い          | 9.9   | 8.8   | 9.8   |
|      | 3 | 健康や美容に良いと聞いた食品や料理は積極的に取り入れる | 14.5  | 9.5   | 9.1   |
|      | 4 | 食材や加工食品は生産地や原産地が分かるものを買う    | 21.4  | 8.0   | 7.3   |
|      | 5 | カロリーゼロ（オフ）や糖質ゼロ（オフ）のものを買う   | 16.7  | 8.0   | 6.6   |
| 子育て層 | 1 | 旬の食材、季節の食材を買うようにしている        | 37.5  | 27.3  | 26.0  |
|      | 2 | 食材や加工食品は生産地や原産地が分かるものを買う    | 41.7  | 24.0  | 18.0  |
|      | 3 | 健康や美容に良いと聞いた食品や料理は積極的に取り入れる | 19.0  | 13.1  | 12.6  |
|      | 4 | 栄養成分表示を見て購入することが多い          | 10.9  | 10.9  | 12.6  |
|      | 5 | カロリーゼロ（オフ）や糖質ゼロ（オフ）のものを買う   | 18.6  | 9.9   | 9.6   |
| 高齢層  | 1 | 旬の食材、季節の食材を買うようにしている        | 54.9  | 44.0  | 42.7  |
|      | 2 | 食材や加工食品は生産地や原産地が分かるものを買う    | 57.2  | 37.7  | 28.9  |
|      | 3 | 健康や美容に良いと聞いた食品や料理は積極的に取り入れる | 24.9  | 27.7  | 16.7  |
|      | 4 | 地元の産地のものを選ぶようにしている          | 22.0  | 16.2  | 14.9  |
|      | 5 | 栄養成分表示を見て購入することが多い          | 9.2   | 14.1  | 10.8  |

図表13-7：加工食品・メニューについて

上位5項目

(%)

|      |   |                            | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|------|---|----------------------------|-------|-------|-------|
| 若年層  | 1 | 冷凍食品をよく利用する                | 21.9  | 23.7  | 17.2  |
|      | 2 | 食事は外で買ってきた惣菜もよく利用している      | 12.0  | 16.1  | 15.7  |
|      | 3 | レトルト食品やインスタント食品を積極的に利用している | 10.4  | 16.1  | 14.2  |
|      | 4 | 食品は作り手のこだわりを感じるものに魅かれる     | 10.4  | 7.3   | 11.0  |
|      | 5 | メニューは栄養よりも好みを優先して決めることが多い  | 29.7  | 11.7  | 9.5   |
| 子育て層 | 1 | 食事は外で買ってきた惣菜もよく利用している      | 7.2   | 26.2  | 23.0  |
|      | 2 | 冷凍食品をよく利用する                | 19.8  | 21.5  | 22.0  |
|      | 3 | レトルト食品やインスタント食品を積極的に利用している | 10.6  | 16.8  | 15.4  |
|      | 4 | メニューは栄養よりも好みを優先して決めることが多い  | 23.6  | 14.8  | 14.5  |
|      | 5 | 食品は作り手のこだわりを感じるものに魅かれる     | 15.9  | 12.9  | 7.9   |
| 高齢層  | 1 | 食事は外で買ってきた惣菜もよく利用している      | 3.2   | 24.4  | 42.7  |
|      | 2 | 冷凍食品をよく利用する                | 15.3  | 27.5  | 28.9  |
|      | 3 | 食品は作り手のこだわりを感じるものに魅かれる     | 20.2  | 22.8  | 16.7  |
|      | 4 | メニューは栄養よりも好みを優先して決めることが多い  | 18.8  | 15.7  | 14.9  |
|      | 5 | レトルト食品やインスタント食品を積極的に利用している | 6.6   | 15.7  | 10.8  |

図表13-8：料理について

上位5項目

(%)

|      |   |                                  | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|------|---|----------------------------------|-------|-------|-------|
| 若年層  | 1 | 一度にまとめて料理をして、冷凍・冷蔵保存することが多い      | 67.7  | 25.2  | 15.7  |
|      | 2 | ネットやソーシャルメディアの情報を参考にして料理を作ることが多い | 26.5  | 16.8  | 11.3  |
|      | 3 | 味にうるさいほうである                      | 10.9  | 7.3   | 10.2  |
|      | 4 | 料理番組や新聞・雑誌の料理記事を参考にして料理を作ることが多い  | 10.9  | 6.2   | 7.3   |
|      | 5 | 惣菜やインスタント食品にも一手間かけるようにしている       | 5.7   | 5.1   | 3.6   |
| 子育て層 | 1 | 一度にまとめて料理をして、冷凍・冷蔵保存することが多い      | 74.3  | 19.9  | 15.5  |
|      | 2 | 味にうるさいほうである                      | 18.8  | 11.9  | 12.5  |
|      | 3 | ネットやソーシャルメディアの情報を参考にして料理を作ることが多い | 23.7  | 11.7  | 11.5  |
|      | 4 | 惣菜やインスタント食品にも一手間かけるようにしている       | 14.6  | 8.9   | 7.1   |
|      | 5 | 料理番組や新聞・雑誌の料理記事を参考にして料理を作ることが多い  | 17.4  | 11.8  | 7.0   |
| 高齢層  | 1 | 味にうるさいほうである                      | 20.2  | 20.4  | 16.2  |
|      | 2 | 惣菜やインスタント食品にも一手間かけるようにしている       | 27.7  | 22.0  | 15.4  |
|      | 3 | 料理番組や新聞・雑誌の料理記事を参考にして料理を作ることが多い  | 27.4  | 24.9  | 14.1  |
|      | 4 | 一度にまとめて料理をして、冷凍・冷蔵保存することが多い      | 81.8  | 28.3  | 11.9  |
|      | 5 | ネットやソーシャルメディアの情報を参考にして料理を作ることが多い | 7.8   | 9.1   | 8.7   |

図表13-9：自宅での料理

(%)

|                                      |      | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|--------------------------------------|------|-------|-------|-------|
| 自宅で料理する人<br>単位：％                     | 若年層  | 66.6  | 81.3  | 74.8  |
|                                      | 子育て層 | 78.1  | 82.2  | 80.0  |
|                                      | 高齢層  | 67.1  | 67.0  | 70.3  |
| 自宅で料理する頻度<br>平均値（日/週）                | 若年層  | 1.9   | 2.8   | 2.9   |
|                                      | 子育て層 | 3.4   | 3.4   | 3.6   |
|                                      | 高齢層  | 4.1   | 4.3   | 4.2   |
| 料理するのはどの程度好きか【自炊する人】<br>好き＋やや好き 単位：％ | 若年層  | 53.9  | 55.7  | 57.0  |
|                                      | 子育て層 | 53.8  | 45.2  | 43.2  |
|                                      | 高齢層  | 62.3  | 47.8  | 44.0  |

図表13-10：自宅でお酒を飲む人とお酒に対する意識

① 自宅でお酒を飲む人

(%)

|                        |      | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|------------------------|------|-------|-------|-------|
| 自宅でお酒を飲む人<br>単位：％      | 若年層  | 37.6  | 66.2  | 62.6  |
|                        | 子育て層 | 59.7  | 66.9  | 60.3  |
|                        | 高齢層  | 75.0  | 65.5  | 65.8  |
| 自宅でお酒を飲む頻度<br>平均値（日/週） | 若年層  | 2.3   | 1.7   | 2.0   |
|                        | 子育て層 | 2.1   | 2.8   | 2.6   |
|                        | 高齢層  | 3.4   | 3.4   | 3.4   |

## ② お酒に対する意識

上位5項目

(%)

|      |   |                            | 2016 年 | 2020 年 | 2024 年 |
|------|---|----------------------------|--------|--------|--------|
| 若年層  | 1 | お酒を飲むのが好きだ                 | 57.8   | 44.6   | 38.3   |
|      | 2 | お酒は食事中に飲むことがほとんどである        | 30.4   | 22.9   | 19.2   |
|      | 3 | お酒を飲むのは家族（配偶者など）と一緒にのことが多い | 25.9   | 17.5   | 16.1   |
|      | 4 | お酒を飲むときはあまり酔わないように注意している   | 32.6   | 24.7   | 15.6   |
|      | 5 | アルコール度数の低いお酒を飲むことが増えた      | —      | 9.0    | 15.6   |
| 子育て層 | 1 | お酒を飲むのが好きだ                 | 62.3   | 47.2   | 44.0   |
|      | 2 | お酒は食事中に飲むことがほとんどである        | 43.5   | 25.1   | 25.8   |
|      | 3 | お酒はストレス解消や癒しになる            | 46.2   | 29.6   | 24.7   |
|      | 4 | 一人でお酒を飲むことが多い              | 23.2   | 23.9   | 21.2   |
|      | 5 | お酒を飲むのは家族（配偶者など）と一緒にのことが多い | 40.6   | 20.4   | 19.5   |
| 高齢層  | 1 | お酒を飲むのが好きだ                 | 54.4   | 47.6   | 44.3   |
|      | 2 | お酒は食事中に飲むことがほとんどである        | 50.0   | 37.9   | 38.9   |
|      | 3 | お酒を飲むのは家族（配偶者など）と一緒にのことが多い | 46.4   | 31.1   | 26.3   |
|      | 4 | 飲食店や居酒屋でお酒を飲む機会が減った        | —      | 39.3   | 25.9   |
|      | 5 | できれば毎日お酒を飲みたい              | 28.3   | 22.4   | 20.1   |

図表13-11：住まいについての意識

上位5項目

(%)

|      |   |                          | 2016 年 | 2020 年 | 2024 年 |
|------|---|--------------------------|--------|--------|--------|
| 若年層  | 1 | 趣味に没頭できる空間が、住まいの中に欲しい    | 32.8   | 20.8   | 21.2   |
|      | 2 | 住まいに畳の部屋がなくてもかまわない       | 37.0   | 25.2   | 20.8   |
|      | 3 | 住まいは所有したほうがよい            | 37.5   | 16.8   | 19.3   |
|      | 4 | 住まいはなるべく新築に住みたい          | 32.3   | 20.8   | 18.6   |
|      | 5 | なるべくモノを持たないシンプルな暮らしをしたい  | 22.4   | 19.4   | 17.9   |
| 子育て層 | 1 | なるべくモノを持たないシンプルな暮らしをしたい  | 14.9   | 32.3   | 24.5   |
|      | 2 | 住まいに畳の部屋がなくてもかまわない       | 33.5   | 25.4   | 23.1   |
|      | 3 | 住まいは所有したほうがよい            | 47.8   | 24.7   | 21.8   |
|      | 4 | 住まいは、リビングルームを重視している      | 47.6   | 28.1   | 21.8   |
|      | 5 | 夫婦でも各々別の寝室や、自分だけの空間を持ちたい | 31.0   | 16.7   | 16.1   |
| 高齢層  | 1 | 住まいは、リビングルームを重視している      | 53.5   | 43.5   | 34.8   |
|      | 2 | 今の家に一生住み続けたい             | 49.7   | 38.0   | 34.2   |
|      | 3 | 住まいは所有したほうがよい            | 64.4   | 42.2   | 31.3   |
|      | 4 | なるべくモノを持たないシンプルな暮らしをしたい  | 6.9    | 36.4   | 29.5   |
|      | 5 | 住まいに畳の部屋がなくてもかまわない       | 23.4   | 31.4   | 23.3   |

図表13-12：住みたい地域

上位5項目

(%)

|      |   |                    | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|------|---|--------------------|-------|-------|-------|
| 若年層  | 1 | 治安のよいところに住みたい      | 68.8  | 44.1  | 46.3  |
|      | 2 | 日常の買い物に便利なところに住みたい | 62.5  | 42.0  | 40.9  |
|      | 3 | 駅に近いところに住みたい       | 60.9  | 43.0  | 39.0  |
|      | 4 | 災害に強い地域・街に住みたい     | 47.4  | 33.9  | 32.8  |
|      | 5 | 通勤・通学に便利なところに住みたい  | 68.2  | 39.4  | 31.8  |
| 子育て層 | 1 | 治安のよいところに住みたい      | 74.7  | 60.6  | 55.9  |
|      | 2 | 日常の買い物に便利なところに住みたい | 71.5  | 60.0  | 50.5  |
|      | 3 | 駅に近いところに住みたい       | 55.8  | 54.9  | 47.9  |
|      | 4 | 災害に強い地域・街に住みたい     | 59.0  | 46.2  | 42.8  |
|      | 5 | 通勤・通学に便利なところに住みたい  | 57.3  | 42.6  | 35.9  |
| 高齢層  | 1 | 治安のよいところに住みたい      | 75.1  | 68.6  | 59.2  |
|      | 2 | 日常の買い物に便利なところに住みたい | 78.0  | 69.3  | 57.3  |
|      | 3 | 駅に近いところに住みたい       | 53.5  | 58.1  | 50.7  |
|      | 4 | 災害に強い地域・街に住みたい     | 62.2  | 64.1  | 47.2  |
|      | 5 | 地盤がしっかりした地域に住みたい   | 50.3  | 51.6  | 42.4  |

図表13-13：買い物に対する意識・態度

上位5項目

(%)

|      |   |                             | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|------|---|-----------------------------|-------|-------|-------|
| 若年層  | 1 | スマホ決済を使ってよく買い物をする           | 0.0   | 24.8  | 33.6  |
|      | 2 | 1円でも値段的安い店に行く               | 37.0  | 33.2  | 33.2  |
|      | 3 | 値段が安ければ無名メーカーの物でも買う         | 13.1  | 13.5  | 29.2  |
|      | 4 | PB商品は価格が安いので買っている           | 14.6  | 22.3  | 28.1  |
|      | 5 | クーポン券や割引券を買い物のときによく使う       | 20.8  | 9.5   | 24.8  |
| 子育て層 | 1 | スマホ決済を使ってよく買い物をする           | 1.1   | 33.0  | 37.2  |
|      | 2 | ポイントやマイレージのつく店やサービスのあるほうを使う | 19.9  | 9.0   | 33.4  |
|      | 3 | クレジットカードでよく買い物をする           | 32.6  | 4.5   | 32.7  |
|      | 4 | PB商品は価格が安いので買っている           | 18.8  | 22.4  | 31.8  |
|      | 5 | 特売やタイムサービス、バーゲンをよく利用する      | 24.5  | 13.1  | 29.8  |
| 高齢層  | 1 | クレジットカードでよく買い物をする           | 24.6  | 6.0   | 41.9  |
|      | 2 | スマホ決済を使ってよく買い物をする           | 4.3   | 38.2  | 36.4  |
|      | 3 | 多少高くても長く使えるものを買う            | 32.4  | 25.9  | 34.2  |
|      | 4 | 国産品を買うようにしている               | 35.2  | 5.8   | 32.6  |
|      | 5 | いつも同じメーカー・ブランドの物を買うことが多い    | 41.3  | 33.5  | 30.0  |

### 3. 健康・美容・医療

都市生活者の健康についてライフステージ別に整理すると図表13-14のようになる。

◇健康・美容・医療については、2020年に総じて上昇し、健康への意識が高まった。どの層でも「歯磨きなど口腔ケアをしっかりとるようにしている」が共通して最も高い。「できるだけ歩くようにしている」、「睡眠時間は十分とる」は順位の違いはあるものの、どの層でも上位にある。

◇若年層での「睡眠時間は十分とる」、子育て層での「できるだけ歩くようにしている」と「定期的に健康診断を受けている」、高齢層での「定期的に健康診断を受けている」は2020年に高くなり、2024年でも定着している。

健康に対する意識はコロナ禍で高まり、その後も日々の活動で意識している。

図表13-14：健康・美容・医療に対する意識・態度

上位5項目

(%)

|      |   |                         | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|------|---|-------------------------|-------|-------|-------|
| 若年層  | 1 | 歯磨きなど口腔ケアをしっかりとるようにしている | 32.3  | 37.9  | 36.5  |
|      | 2 | 睡眠時間は十分とるようにしている        | 24.0  | 31.0  | 32.9  |
|      | 3 | できるだけ歩くようにしている          | 23.9  | 34.7  | 27.3  |
|      | 4 | 規則正しく食事をとるようにしている       | 19.3  | 30.6  | 25.2  |
|      | 5 | 太らないように気をつけている          | 41.2  | 32.5  | 24.4  |
| 子育て層 | 1 | 歯磨きなど口腔ケアをしっかりとるようにしている | 37.9  | 45.1  | 44.0  |
|      | 2 | できるだけ歩くようにしている          | 26.9  | 39.4  | 39.6  |
|      | 3 | 定期的に健康診断を受けている          | 26.9  | 36.6  | 38.4  |
|      | 4 | 太らないように気をつけている          | 39.5  | 33.9  | 35.1  |
|      | 5 | 睡眠時間は十分とるようにしている        | 29.7  | 35.5  | 31.0  |
| 高齢層  | 1 | 歯磨きなど口腔ケアをしっかりとるようにしている | 52.3  | 62.3  | 53.3  |
|      | 2 | 定期的に健康診断を受けている          | 48.3  | 59.2  | 52.2  |
|      | 3 | できるだけ歩くようにしている          | 50.3  | 56.3  | 50.4  |
|      | 4 | 規則正しく食事をとるようにしている       | 60.7  | 58.9  | 48.8  |
|      | 5 | 睡眠時間は十分とるようにしている        | 48.0  | 47.1  | 36.3  |

### 4. 情報

使い慣れているメディアと信用できるメディアは、図表13-15のようになっている。

◇若年層が使い慣れているメディアは、2020年に「ネットのソーシャルメディア」が「テレビのニュース番組」を上回り、最も高くなった。2024年では、「動画配信サイト」が最も高くなっている。一方で、若年層において最も高いものでも50%以下にとどまっている。

◇「テレビのニュース番組」や「テレビの情報番組」をよく使う人は高齢層ほど多いが、子育て層では減少傾向が明らかである。

◇信用できるメディアは、どの層でも「テレビのニュース番組」が最も高いが、若年層で3割以下、子

育て層で4割である。若年層と子育て層で50%を上回るものがなく、信用できるメディアがない。

若年層のメディア離れが顕著である。若年層ほど「動画配信サイト」や「ネットのソーシャルメディア」、高齢層ほど「テレビのニュース番組」や「テレビの情報番組」を利用する傾向があるが、いずれも減少傾向にある。

図表13-15：使い慣れているメディア・信用できるメディア

## ① 使い慣れているメディア

上位5項目

(%)

|      |   |               | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|------|---|---------------|-------|-------|-------|
| 若年層  | 1 | 動画配信サイト       | —     | 50.7  | 47.1  |
|      | 2 | テレビのニュース番組    | 67.2  | 46.7  | 44.9  |
|      | 3 | ネットのソーシャルメディア | 63.5  | 67.5  | 43.8  |
|      | 4 | 家族や友人・知人の話    | 46.9  | 29.6  | 32.5  |
|      | 5 | テレビの情報番組      | 40.6  | 32.1  | 28.1  |
| 子育て層 | 1 | テレビのニュース番組    | 82.6  | 64.9  | 59.7  |
|      | 2 | 動画配信サイト       | —     | 34.6  | 43.2  |
|      | 3 | テレビの情報番組      | 52.6  | 44.9  | 41.4  |
|      | 4 | ネットのソーシャルメディア | 31.8  | 41.8  | 31.8  |
|      | 5 | ネットのニュース記事    | 55.2  | 31.5  | 30.3  |
| 高齢層  | 1 | テレビのニュース番組    | 93.1  | 79.1  | 79.6  |
|      | 2 | テレビの情報番組      | 58.1  | 55.0  | 55.7  |
|      | 3 | 新聞の記事         | 61.9  | 48.7  | 44.6  |
|      | 4 | ネットのニュース記事    | 20.5  | 30.6  | 30.0  |
|      | 5 | 家族や友人・知人の話    | 38.2  | 34.6  | 27.3  |

## ② 信用できるメディア

上位5項目

(%)

|      |   |               | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|------|---|---------------|-------|-------|-------|
| 若年層  | 1 | テレビのニュース番組    | 62.5  | 31.8  | 26.3  |
|      | 2 | 家族や友人・知人の話    | 33.3  | 24.1  | 24.4  |
|      | 3 | テレビの情報番組      | 30.7  | 16.1  | 15.3  |
|      | 4 | 新聞の記事         | 18.3  | 13.2  | 14.6  |
|      | 5 | ネットのソーシャルメディア | 14.6  | 14.6  | 12.8  |
| 子育て層 | 1 | テレビのニュース番組    | 73.2  | 42.8  | 38.3  |
|      | 2 | 新聞の記事         | 30.0  | 21.6  | 21.6  |
|      | 3 | テレビの情報番組      | 25.0  | 17.2  | 17.5  |
|      | 4 | 家族や友人・知人の話    | 33.2  | 21.6  | 15.0  |
|      | 5 | ネットのニュース記事    | 24.0  | 9.4   | 9.1   |
| 高齢層  | 1 | テレビのニュース番組    | 83.2  | 62.0  | 65.5  |
|      | 2 | 新聞の記事         | 57.2  | 43.2  | 40.0  |
|      | 3 | テレビの情報番組      | 33.2  | 29.6  | 24.2  |
|      | 4 | 家族や友人・知人の話    | 28.6  | 26.2  | 15.1  |
|      | 5 | ラジオのニュース番組    | 19.1  | 11.0  | 11.1  |

## 5. 家計収支と財産

1年前と比較しての収入の増減、収入と支出のバランスは、図表13-16、図表13-17のようになっている。

◇若年層で収入が増える傾向は、2020年までにもみられたが、2024年では大きく増加した。これに比べて、子育て層は、2020年の減った人が多い状況から増えた人が多くなったものの、ごく少数にとどまっている。

◇家計収支は、若年層と子育て層で収入が支出を上回るが、高齢層では支出が収入より多くなる。この傾向に変化はない。

最近1年で増えた支出と減った支出は、図表13-18のようになっている。また、今後重点的に増やしたい支出と減らしたい支出は、図表13-19のようになっている。

◇増えた支出は、どの層でも「食料費」、「水道光熱費」、「趣味・娯楽費」が共通して高いことは変わっていない。2020年のコロナ禍で減少した「趣味・娯楽費」は、2024年に回復した。

◇減った支出は、どの層でも「衣料品・靴・バッグ等の購入費」、「趣味・娯楽費」、「交際費」、「貯蓄」をあげる人が多いが、2024年の減ったという人は少ない。

◇どの層でも「貯蓄」、「趣味・娯楽費」、「こづかい」、「食料費」を増やしたいと考えている。若年層と子育て層で「貯蓄」が最も高いことは変わっていない。

◇減らしたい支出はどの層でも「水道光熱費」、「食料費」、「通信費」が高い。いずれも生活の基礎的な支出項目であることは変わっていない。

こづかいの有無と1か月のこづかい額は、図表13-20のようになっている。

◇こづかいがある人は、子育て層と高齢層で減少している。

◇若年層と子育て層のこづかい額は約3万円である。

◇1年前と比較してこづかい額が増えた人は、2024年に若年層で大きく増加し、収入増加の効果がみられる。

収入の余裕と貯蓄や財産は、図表13-21のようになっている。また、貯蓄の状況は図表13-22のようになっている。

◇現在の収入が生計を維持し自分の好みの生活をするのに余裕はある人は増加傾向にあるものの、どの層でも半数以下にとどまっている。

◇貯蓄や財産が十分と回答した人は、若年層で増加傾向にあるが、子育て層は2割以下で推移している。

◇若年層から子育て層は貯蓄をし、貯蓄額は増えている。高齢層でも半数以上が貯蓄をしている。

2024年には若年層で収入が増える人が大きく増加したが、子育て層は増えた人が多くなったものの、ごく少数に限られている。家計収支は、若年層と子育て層で収入が支出を上回る。どの層でも2020年のコロナ禍で減少した「趣味・娯楽費」の回復を含め、「食料費」、「水道光熱費」への支出が増えた。

2024年に若年層でこづかい額が増えたが、子育て層と高齢層ではこづかいがある人が減少している。

収入の余裕がある人は増加傾向にあるものの、どの層でも半数以下にとどまっている。子育て層の多くが貯蓄や財産は不十分と考え、貯蓄をしている。

図表13-16：1年前と比較しての収入の増減 (%)

|                    |      | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|--------------------|------|-------|-------|-------|
| 増えた<br>(増えた+やや増えた) | 若年層  | 49.3  | 23.4  | 39.5  |
|                    | 子育て層 | 30.0  | 14.3  | 22.3  |
|                    | 高齢層  | 6.7   | 3.1   | 8.2   |
| 減った<br>(減った+やや減った) | 若年層  | 7.5   | 20.8  | 13.9  |
|                    | 子育て層 | 18.9  | 31.0  | 17.7  |
|                    | 高齢層  | 45.7  | 30.3  | 27.3  |

図表13-17：収入と支出のバランス (%)

|       |      | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|-------|------|-------|-------|-------|
| 収入>支出 | 若年層  | 33.1  | 37.3  | 40.2  |
|       | 子育て層 | 25.1  | 36.1  | 34.5  |
|       | 高齢層  | 15.9  | 27.5  | 19.9  |
| 収入<支出 | 若年層  | 10.2  | 17.9  | 21.1  |
|       | 子育て層 | 23.0  | 22.6  | 20.7  |
|       | 高齢層  | 37.2  | 25.4  | 35.8  |

図表13-18：最近1年で増えた支出、減った支出

## ① 増えた支出

## 上位5項目

(% )

|      |   |        | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|------|---|--------|-------|-------|-------|
| 若年層  | 1 | 食料費    | 50.5  | 38.3  | 43.1  |
|      | 2 | 趣味・娯楽費 | 33.9  | 20.4  | 32.9  |
|      | 3 | 交際費    | 32.8  | 11.7  | 17.9  |
|      | 4 | 水道光熱費  | 8.9   | 12.4  | 15.3  |
|      | 5 | 交通費    | 22.4  | 8.1   | 10.6  |
| 子育て層 | 1 | 食料費    | 46.9  | 40.8  | 54.5  |
|      | 2 | 水道光熱費  | 16.1  | 24.6  | 38.2  |
|      | 3 | 趣味・娯楽費 | 14.8  | 8.2   | 18.3  |
|      | 4 | 通信費    | 37.4  | 15.6  | 9.6   |
|      | 5 | 保健医療費  | 15.4  | 10.5  | 8.7   |
| 高齢層  | 1 | 食料費    | 36.7  | 33.5  | 57.3  |
|      | 2 | 水道光熱費  | 23.7  | 26.2  | 47.0  |
|      | 3 | 保健医療費  | 50.0  | 21.2  | 17.5  |
|      | 4 | 趣味・娯楽費 | 17.6  | 10.0  | 13.0  |
|      | 5 | 通信費    | 22.0  | 19.6  | 10.9  |

## ② 減った支出

上位5項目

(%)

|      |   |                | 2016 年 | 2020 年 | 2024 年 |
|------|---|----------------|--------|--------|--------|
| 若年層  | 1 | 衣料品・靴・バッグ等の購入費 | 20.3   | 16.0   | 10.6   |
|      | 2 | 交際費            | 10.4   | 18.6   | 9.1    |
|      | 3 | 趣味・娯楽費         | 20.3   | 14.3   | 8.4    |
|      | 4 | 貯蓄             | 24.5   | 3.3    | 7.3    |
|      | 5 | こづかい           | 18.8   | 8.0    | 7.3    |
| 子育て層 | 1 | 衣料品・靴・バッグ等の購入費 | 24.4   | 20.3   | 15.0   |
|      | 2 | 趣味・娯楽費         | 24.6   | 20.3   | 13.9   |
|      | 3 | 交際費            | 16.0   | 25.6   | 13.1   |
|      | 4 | 貯蓄             | 27.4   | 8.0    | 10.5   |
|      | 5 | こづかい           | 17.7   | 6.9    | 10.2   |
| 高齢層  | 1 | 衣料品・靴・バッグ等の購入費 | 30.9   | 31.7   | 25.5   |
|      | 2 | 交際費            | 15.6   | 23.3   | 19.3   |
|      | 3 | 趣味・娯楽費         | 15.9   | 19.1   | 18.6   |
|      | 4 | 貯蓄             | 28.3   | 8.1    | 14.3   |
|      | 5 | こづかい           | 18.8   | 6.0    | 14.0   |

図表13-19：今後重点的に増やしたい支出、減らしたい支出

## ① 増やしたい支出

上位5項目

(%)

|      |   |                | 2016 年 | 2020 年 | 2024 年 |
|------|---|----------------|--------|--------|--------|
| 若年層  | 1 | 貯蓄             | 56.7   | 44.2   | 30.7   |
|      | 2 | 趣味・娯楽費         | 40.6   | 21.2   | 28.1   |
|      | 3 | 食料費            | 9.4    | 5.5    | 15.0   |
|      | 4 | こづかい           | 21.9   | 11.7   | 11.3   |
|      | 5 | 衣料品・靴・バッグ等の購入費 | 18.2   | 6.5    | 10.2   |
| 子育て層 | 1 | 貯蓄             | 63.9   | 45.7   | 36.3   |
|      | 2 | 趣味・娯楽費         | 32.9   | 17.6   | 22.1   |
|      | 3 | こづかい           | 23.6   | 14.6   | 13.4   |
|      | 4 | 食料費            | 12.1   | 11.5   | 12.1   |
|      | 5 | 教育費            | 17.0   | 8.9    | 6.8    |
| 高齢層  | 1 | 趣味・娯楽費         | 36.1   | 26.9   | 28.1   |
|      | 2 | 食料費            | 13.0   | 14.2   | 19.1   |
|      | 3 | 貯蓄             | 51.7   | 24.9   | 18.6   |
|      | 4 | こづかい           | 31.5   | 11.8   | 15.9   |
|      | 5 | 衣料品・靴・バッグ等の購入費 | 5.8    | 3.9    | 5.8    |

## ② 減らしたい支出

上位5項目

(%)

|      |   |                | 2016 年 | 2020 年 | 2024 年 |
|------|---|----------------|--------|--------|--------|
| 若年層  | 1 | 水道光熱費          | 21.9   | 23.3   | 20.1   |
|      | 2 | 食料費            | 34.9   | 20.8   | 14.2   |
|      | 3 | 通信費            | 39.5   | 18.3   | 13.9   |
|      | 4 | 交通費            | 10.4   | 6.9    | 8.8    |
|      | 5 | 趣味・娯楽費         | 9.4    | 6.9    | 7.3    |
| 子育て層 | 1 | 水道光熱費          | 33.1   | 27.0   | 30.6   |
|      | 2 | 食料費            | 21.6   | 22.9   | 22.9   |
|      | 3 | 通信費            | 42.1   | 28.1   | 20.6   |
|      | 4 | 衣料品・靴・バッグ等の購入費 | 7.5    | 10.6   | 7.9    |
|      | 5 | 家賃・住宅の修繕費      | 9.6    | 8.4    | 7.6    |
| 高齢層  | 1 | 水道光熱費          | 31.2   | 25.9   | 31.0   |
|      | 2 | 通信費            | 23.1   | 26.7   | 19.4   |
|      | 3 | 食料費            | 14.4   | 12.1   | 13.0   |
|      | 4 | 保健医療費          | 37.6   | 13.6   | 13.0   |
|      | 5 | 衣料品・靴・バッグ等の購入費 | 8.6    | 12.6   | 8.2    |

図表13-20：こづかいの有無と1か月のこづかい額

|                                           |      | 2016 年 | 2020 年 | 2024 年 |
|-------------------------------------------|------|--------|--------|--------|
| こづかいがある人<br>単位：％                          | 若年層  | 73.4   | 65.0   | 65.3   |
|                                           | 子育て層 | 84.2   | 73.6   | 63.3   |
|                                           | 高齢層  | 90.5   | 79.3   | 68.4   |
| 1か月のこづかい額<br>平均（円）                        | 若年層  | 32,234 | 22,795 | 30,850 |
|                                           | 子育て層 | 27,524 | 31,491 | 30,921 |
|                                           | 高齢層  | 24,861 | 27,819 | 28,194 |
| 1年前と比較した<br>こづかい額の増加<br>増えた＋やや増えた<br>単位：％ | 若年層  | 13.6   | 13.2   | 21.2   |
|                                           | 子育て層 | 4.9    | 4.3    | 5.3    |
|                                           | 高齢層  | 1.8    | 3.4    | 4.2    |

図表13-21：収入の余裕と貯蓄や財産

(%)

|                                |      | 2016 年 | 2020 年 | 2024 年 |
|--------------------------------|------|--------|--------|--------|
| 収入の余裕<br>十分余裕がある＋ある程<br>度余裕がある | 若年層  | 21.9   | 34.3   | 46.4   |
|                                | 子育て層 | 21.5   | 33.9   | 35.2   |
|                                | 高齢層  | 26.6   | 38.5   | 38.5   |
| 貯蓄や財産は十分か<br>十分＋だいたい十分         | 若年層  | 9.3    | 21.9   | 30.0   |
|                                | 子育て層 | 11.7   | 19.0   | 17.1   |
|                                | 高齢層  | 27.5   | 35.6   | 27.0   |

図表13-22：貯蓄

(%)

|                                      |      | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|--------------------------------------|------|-------|-------|-------|
| 貯蓄をしている人                             | 若年層  | 68.2  | 76.3  | 79.5  |
|                                      | 子育て層 | 77.4  | 74.3  | 76.0  |
|                                      | 高齢層  | 63.6  | 62.9  | 54.3  |
| 貯蓄額を1年前と比較<br>【貯蓄している人】<br>増えた＋やや増えた | 若年層  | 53.4  | 48.8  | 47.2  |
|                                      | 子育て層 | 36.8  | 36.4  | 35.8  |
|                                      | 高齢層  | 27.3  | 30.9  | 27.8  |

注：貯蓄をしている人は、「毎月額を決めて貯蓄している」、「額は決めていないが毎月貯蓄をしている」、「毎月ではないが貯蓄をしている」の合計

## 6. 仕事・家庭・余暇

仕事に対する意識を整理すると、図表13-23のようになる。また、仕事・余暇時間の増減、望ましい労働時間、「収入を伴う仕事」を何歳までしたいかについては、図表13-24、図表13-25、図表13-26のようにまとめた。

◇仕事に対する意識は、どの層でも仕事はお金を稼ぐための手段で、プライベートや家庭を中心に考えて生活を組み立てている。

◇若年層と子育て層の仕事の時間は、2020年に減ったが、2024年に増えた。子育て層は、余暇・レジャーの時間が減っている。

◇望ましい労働時間は、若年層と子育て層が「定時就業時間に少し残業する程度」と「定時就業時間のみで残業ゼロ」、高齢層が「アルバイト・パートとして少ない時間」を望む傾向は変わっていない。

◇何歳まで仕事をしたいかについては、若年層は「60歳以下」、子育て層は「66歳以上」が増加している。

若年層と子育て層の仕事の時間は、2020年に減ったが、2024年に増えた。子育て層で「66歳以上」まで仕事をしたいと考える人が増加している。

図表13-23：仕事に対する意識  
上位5項目

|      |   |                            | (%)   |       |       |
|------|---|----------------------------|-------|-------|-------|
|      |   |                            | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
| 若年層  | 1 | 仕事はお金を稼ぐための手段である           | 44.8  | 42.1  | 39.3  |
|      | 2 | プライベートや家庭を中心に考えて生活を組み立てている | 17.6  | 34.4  | 30.8  |
|      | 3 | 副業をしたい                     | —     | 14.4  | 18.4  |
|      | 4 | 仕事も自分の生活も楽しんでいる            | 35.2  | 14.9  | 17.9  |
|      | 5 | 転職経験がある                    | —     | 15.3  | 17.1  |
| 子育て層 | 1 | 仕事はお金を稼ぐための手段である           | 51.6  | 45.1  | 41.1  |
|      | 2 | 転職経験がある                    | 0.0   | 40.4  | 34.9  |
|      | 3 | プライベートや家庭を中心に考えて生活を組み立てている | 31.7  | 36.9  | 31.0  |
|      | 4 | できれば同じ勤務先で定年まで働きたい         | 23.2  | 21.8  | 20.0  |
|      | 5 | 今後、転職をすることに抵抗はない           | 22.8  | 18.0  | 16.6  |
| 高齢層  | 1 | 転職経験がある                    | —     | 34.9  | 32.3  |
|      | 2 | 仕事はお金を稼ぐための手段である           | 35.7  | 28.4  | 24.5  |
|      | 3 | プライベートや家庭を中心に考えて生活を組み立てている | 28.6  | 22.9  | 23.1  |
|      | 4 | 仕事も自分の生活も楽しんでいる            | 53.6  | 29.9  | 20.9  |
|      | 5 | 健康のために仕事を続けたい              | —     | 25.9  | 18.7  |

図表13-24：仕事・余暇時間の増減  
(現在仕事をしている人)

|       |     |      | (%)   |       |       |
|-------|-----|------|-------|-------|-------|
|       |     |      | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
| 仕事の時間 | 増えた | 若年層  | 52.8  | 27.6  | 40.0  |
|       |     | 子育て層 | 35.5  | 19.9  | 21.7  |
|       |     | 高齢層  | 9.3   | 3.5   | 4.2   |
|       | 減った | 若年層  | 9.6   | 27.6  | 11.2  |
|       |     | 子育て層 | 14.0  | 24.8  | 12.6  |
|       |     | 高齢層  | 31.4  | 35.4  | 21.5  |
| 余暇の時間 | 増えた | 若年層  | 29.7  | 29.7  | 26.9  |
|       |     | 子育て層 | 11.9  | 11.9  | 11.9  |
|       |     | 高齢層  | 13.2  | 13.2  | 18.8  |
|       | 減った | 若年層  | 29.2  | 29.2  | 22.9  |
|       |     | 子育て層 | 38.9  | 38.9  | 29.5  |
|       |     | 高齢層  | 44.4  | 44.4  | 18.7  |

図表13-25：望ましい労働時間  
(現在仕事をしている人)

|                        |      | (%)   |       |       |
|------------------------|------|-------|-------|-------|
|                        |      | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
| 定時就業時間に必要があれば少し残業もする程度 | 若年層  | 45.6  | 22.1  | 21.0  |
|                        | 子育て層 | 33.8  | 29.7  | 25.1  |
|                        | 高齢層  | 17.2  | 10.4  | 16.7  |
| 定時就業時間のみで残業ゼロ          | 若年層  | 28.0  | 19.6  | 22.5  |
|                        | 子育て層 | 19.4  | 20.7  | 21.7  |
|                        | 高齢層  | 16.5  | 16.7  | 13.2  |
| アルバイト、パートとして少ない時間働く    | 若年層  | 7.2   | 18.1  | 11.2  |
|                        | 子育て層 | 17.5  | 8.2   | 11.1  |
|                        | 高齢層  | 22.1  | 29.2  | 29.2  |

図表13-26：「収入を伴う仕事」を何歳までしたいか  
(現在仕事をしている人)

|       |      | (%)   |       |       |
|-------|------|-------|-------|-------|
|       |      | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
| 60歳以下 | 若年層  | 9.3   | 41.2  | 41.0  |
|       | 子育て層 | 56.3  | 26.5  | 26.9  |
|       | 高齢層  | ※29.9 | 0.7   | 0.0   |
| 65歳   | 若年層  | 7.6   | 26.6  | 20.0  |
|       | 子育て層 | 26.6  | 19.0  | 22.2  |
|       | 高齢層  | 33.5  | 14.6  | 15.3  |
| 66歳以上 | 若年層  | 26.2  | 6.6   | 11.7  |
|       | 子育て層 | 16.0  | 18.5  | 23.8  |
|       | 高齢層  | 33.3  | 62.5  | 60.4  |

※2016年調査では「何歳まで働きたいのか（働いたか）」と質問している。

## 7. 人づきあい

人づきあいに対する意識・態度、よりどころ、ふだんつきあっている友人、特に大切な友人は、図表13-27から図表13-30で整理した。

- ◇人づきあいに対する意識・態度については、どの層でも「人数が少なくても深いつきあいをしたい」と考え、「つきあう友人の数が減っている」、「友人・知人との連絡はメールやLINEでほとんど済ませている」が高い。若年層と子育て層では、2020年に「人づきあいは面倒くさい」が高くなった。
- ◇若年層は「恋愛をしたい」、子育て層は「近所づきあいが減っている」、高齢層は「親戚づきあいは必要だ」と考え、「声をかければ必ずつきあってくれる友人がいる」という特徴があるが、子育て層での「近所づきあいが減っている」人は増加傾向にある。
- ◇よりどころは、若年層が「親」と「友人」、子育て層が「親」と「配偶者」、高齢層が「配偶者」と「子ども」で、順位に変化はみられない。
- ◇ふだんつきあっている友人は、若年層が「高校時代の友人」と「大学・大学院時代の友人」、子育て層が「職場関係、仕事関係の友人」と「高校時代の友人」、高齢層が「職場関係、仕事関係の友人」と「趣味や習い事、スポーツなどを通じて知り合った友人」で、順位に変化はみられないが、それぞれ低下

傾向にある。

◇特に大切な友人は、若年層と子育て層はふだんつきあっている友人と同じであるが、高齢層が「職場関係、仕事関係の友人」と「高校時代の友人」、「趣味や習い事、スポーツなどを通じて知り合った友人」になる。ふだんつきあっている友人と同様に、順位に変化はみられないが、それぞれ低下傾向にある。

親しい友人の数は、図表 13-31 のようになった。

◇友人の数は、どの層でも同性、異性とも、2020 年に減少し、2024 年でも同程度または減少している。

家族や友人とのコミュニケーションは、平均の頻度（回/週）を図表 13-32 で整理した。

◇「同居家族との会話」はどの層でも高いまま推移している。

◇「家族とのメールやLINE」も大きな変化は見られない。

◇「友人とのメールやLINE」は、2020 年に減少し、2024 年には若年層はやや増えたが、子育て層と高齢層はさらに減少している。

コロナ禍での行動制限により、人づきあいを面倒だと思うようになった。2024 年になっても続いている。子育て層の近所づきあいの減少も続いている。ふだんつきあっている友人に変化はないが、低下傾向があり、親しい友人の数は減っている。家族とのコミュニケーションに変化はないが、友人とのメールやLINE も減っている。

図表 13-27：人づきあいに対する意識・態度

上位5項目

(%)

|      |   |                                | 2016 年 | 2020 年 | 2024 年 |
|------|---|--------------------------------|--------|--------|--------|
| 若年層  | 1 | 人数が少なくとも深いつきあいをしたい             | 36.0   | 43.0   | 32.8   |
|      | 2 | つきあう友人の数が減っている                 | 28.1   | 26.7   | 27.4   |
|      | 3 | 人づきあいは面倒くさいと思う                 | 24.4   | 28.1   | 26.3   |
|      | 4 | 恋愛をしたい                         | 31.8   | 30.7   | 21.9   |
|      | 5 | 友人・知人との連絡はメールやLINE でほとんど済ませている | 62.5   | 31.4   | 21.9   |
| 子育て層 | 1 | 人づきあいは面倒くさいと思う                 | 25.4   | 38.3   | 34.6   |
|      | 2 | 人数が少なくとも深いつきあいをしたい             | 36.7   | 40.8   | 33.8   |
|      | 3 | つきあう友人の数が減っている                 | 39.3   | 35.6   | 33.5   |
|      | 4 | 友人・知人との連絡はメールやLINE でほとんど済ませている | 51.6   | 31.0   | 25.5   |
|      | 5 | 近所づきあいが減っている                   | 12.7   | 21.9   | 23.0   |
| 高齢層  | 1 | つきあう友人の数が減っている                 | 37.6   | 39.3   | 32.6   |
|      | 2 | 親戚づきあいは必要だと思う                  | 52.0   | 32.2   | 30.0   |
|      | 3 | 人数が少なくとも深いつきあいをしたい             | 32.1   | 32.7   | 26.2   |
|      | 4 | 友人・知人との連絡はメールやLINE でほとんど済ませている | 23.1   | 27.5   | 23.3   |
|      | 5 | 声をかければ必ずつきあってくれる友人がいる          | 33.8   | 25.4   | 21.5   |

図表13-28：よりどころ

上位5項目

(%)

|      |   |                  | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|------|---|------------------|-------|-------|-------|
| 若年層  | 1 | 親                | 78.1  | 56.9  | 59.1  |
|      | 2 | 友人（学生時代）         | 78.7  | 41.6  | 38.7  |
|      | 3 | 兄弟・姉妹            | 35.4  | 17.5  | 17.9  |
|      | 4 | 好きな人             | 8.3   | 13.8  | 17.5  |
|      | 5 | 恋人（現在お付き合いしている人） | 22.4  | 15.3  | 16.8  |
| 子育て層 | 1 | 親                | 61.5  | 41.3  | 41.4  |
|      | 2 | 配偶者              | 61.5  | 44.1  | 39.9  |
|      | 3 | 子ども              | 62.9  | 29.9  | 27.7  |
|      | 4 | 友人（学生時代）         | 48.3  | 25.6  | 23.6  |
|      | 5 | 兄弟・姉妹            | 31.4  | 17.5  | 17.6  |
| 高齢層  | 1 | 配偶者              | 73.1  | 58.6  | 54.7  |
|      | 2 | 子ども              | 80.6  | 54.2  | 46.9  |
|      | 3 | 兄弟・姉妹            | 48.3  | 27.0  | 25.2  |
|      | 4 | 友人（社会人以降）        | 35.8  | 20.7  | 24.9  |
|      | 5 | 友人（学生時代）         | 34.4  | 29.1  | 24.1  |

図表13-29：ふだんつきあっている友人

上位5項目

(%)

|      |   |                          | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|------|---|--------------------------|-------|-------|-------|
| 若年層  | 1 | 高校（高専・予備校含む）時代の友人        | 94.3  | 57.6  | 46.0  |
|      | 2 | 大学・大学院時代の友人              | —     | 46.7  | 42.0  |
|      | 3 | 小・中学校の友人                 | —     | 44.5  | 34.7  |
|      | 4 | 職場関係、仕事関係の友人             | 51.6  | 22.6  | 23.3  |
|      | 5 | 趣味や習い事、スポーツなどを通じて知り合った友人 | 28.7  | 10.6  | 11.7  |
| 子育て層 | 1 | 職場関係、仕事関係の友人             | 69.4  | 42.7  | 37.2  |
|      | 2 | 高校（高専・予備校含む）時代の友人        | 67.8  | 30.5  | 26.3  |
|      | 3 | 大学・大学院時代の友人              | —     | 26.3  | 19.9  |
|      | 4 | 小・中学校の友人                 | —     | 25.6  | 19.9  |
|      | 5 | 趣味や習い事、スポーツなどを通じて知り合った友人 | 30.8  | 14.2  | 13.4  |
| 高齢層  | 1 | 職場関係、仕事関係の友人             | 49.7  | 46.3  | 43.3  |
|      | 2 | 趣味や習い事、スポーツなどを通じて知り合った友人 | 51.1  | 33.5  | 23.6  |
|      | 3 | 高校（高専・予備校含む）時代の友人        | 48.6  | 30.4  | 21.2  |
|      | 4 | 大学・大学院時代の友人              | —     | 25.9  | 17.0  |
|      | 5 | 小・中学校の友人                 | —     | 19.9  | 15.9  |

注：2016年調査では、選択肢が「学校の友人、学生時代の友人」のみであったため、「高校時代の友人」欄に記載した。

図表13-30：特に大切な友人

上位5項目

(%)

|      |   |                          | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|------|---|--------------------------|-------|-------|-------|
| 若年層  | 1 | 高校（高専・予備校含む）時代の友人        | 93.2  | 49.3  | 41.6  |
|      | 2 | 大学・大学院時代の友人              | —     | 38.3  | 32.5  |
|      | 3 | 小・中学校の友人                 | —     | 37.6  | 28.8  |
|      | 4 | 職場関係、仕事関係の友人             | 32.8  | 14.3  | 16.1  |
|      | 5 | 趣味や習い事、スポーツなどを通じて知り合った友人 | 20.6  | 6.2   | 6.6   |
| 子育て層 | 1 | 職場関係、仕事関係の友人             | 52.9  | 26.7  | 25.2  |
|      | 2 | 高校（高専・予備校含む）時代の友人        | 66.6  | 23.1  | 21.1  |
|      | 3 | 小・中学校の友人                 | —     | 20.0  | 16.1  |
|      | 4 | 大学・大学院時代の友人              | —     | 21.8  | 15.6  |
|      | 5 | 子どもを通じて知り合った友人           | 32.5  | 9.1   | 7.5   |
| 高齢層  | 1 | 職場関係、仕事関係の友人             | 40.5  | 31.1  | 27.9  |
|      | 2 | 高校（高専・予備校含む）時代の友人        | 44.8  | 22.3  | 15.1  |
|      | 3 | 趣味や習い事、スポーツなどを通じて知り合った友人 | 40.5  | 18.3  | 14.6  |
|      | 4 | 大学・大学院時代の友人              | —     | 21.0  | 11.2  |
|      | 5 | 小・中学校の友人                 | —     | 12.6  | 9.5   |

注：2016年調査では、選択肢が「学校の友人、学生時代の友人」のみであったため、「高校時代の友人」欄に記載した。

図表13-31：親しい友人の数

(人)

|           |      | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|-----------|------|-------|-------|-------|
| 同性の友人（平均） | 若年層  | 14.2  | 7.0   | 6.0   |
|           | 子育て層 | 11.0  | 4.8   | 4.7   |
|           | 高齢層  | 9.9   | 6.4   | 6.4   |
| 異性の友人（平均） | 若年層  | 6.4   | 2.7   | 2.1   |
|           | 子育て層 | 3.3   | 2.1   | 1.6   |
|           | 高齢層  | 2.6   | 2.0   | 2.1   |

図表13-32：家族や友人とのコミュニケーション

平均（日/週）

|                     |      | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|---------------------|------|-------|-------|-------|
| 同居の家族との会話<br>【同居あり】 | 若年層  | 5.8   | 5.7   | 5.7   |
|                     | 子育て層 | 6.0   | 5.9   | 5.8   |
|                     | 高齢層  | 6.1   | 5.8   | 5.9   |
| 家族とメールやLINEのやり取り    | 若年層  | 3.1   | 2.7   | 3.0   |
|                     | 子育て層 | 3.2   | 2.7   | 2.6   |
|                     | 高齢層  | 2.6   | 2.1   | 2.4   |
| 友人と会って話す            | 若年層  | 2.2   | 1.1   | 1.7   |
|                     | 子育て層 | 1.1   | 0.6   | 0.6   |
|                     | 高齢層  | 1.2   | 0.6   | 0.6   |
| 友人とメールやLINEのやり取り    | 若年層  | 3.2   | 2.5   | 2.7   |
|                     | 子育て層 | 1.9   | 1.2   | 1.1   |
|                     | 高齢層  | 1.1   | 1.0   | 0.8   |

## 8. 社会に対する意識

社会意識は、なつてほしい社会、なつと思う社会について、図表13-33と図表13-34のようになった。

◇なつてほしい近未来の日本の社会は、どの層でも「犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会」、「戦争のない社会」を望んでいる。これらに加えて、若年層と子育て層が「経済的に豊かな社会」、「安定した収入や雇用が見込める社会」、「心にゆとりを持てる社会」を望み、安定とゆとりを求めている。高齢層は「心にゆとりを持てる社会」、「自然災害に強い、安全で安心して暮らせる社会」、「他人への思いやりのある社会」を望んでいる。若い層ほど経済的な豊かさ、高齢層は安心を求める傾向があるが、若年層も安全安心を求める傾向が強まっている。

◇なつと思う社会は、「AI（人工知能）の進化により、人間の代わりに機械が行う社会」、「いつでもどこでも世界とつながる情報化社会」、「バリアフリーなど、高齢者や障がい者が自由に移動できる社会」が共通して高い。また、若年層で「本人の能力や目標に応じた教育を選択できる社会」への期待が高くなってきている。

若年層も経済的な豊かさだけでなく、安全安心を求める傾向が強まっている。また、若年層で「本人の能力や目標に応じた教育を選択できる社会」への期待が高くなってきている。

図表13-33：なつてほしい社会

上位5項目

(%)

|      |   |                       | 2016年 | 2020年 | 2024年 |
|------|---|-----------------------|-------|-------|-------|
| 若年層  | 1 | 犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会   | —     | 39.8  | 44.2  |
|      | 2 | 経済的に豊かな社会             | 90.1  | 48.9  | 44.2  |
|      | 3 | 戦争のない社会               | —     | 40.2  | 43.4  |
|      | 4 | 安定した収入や雇用が見込める社会      | 82.8  | 38.7  | 41.2  |
|      | 5 | 心にゆとりを持てる社会           | 70.8  | 46.7  | 38.7  |
| 子育て層 | 1 | 犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会   | —     | 52.4  | 56.2  |
|      | 2 | 心にゆとりを持てる社会           | 70.8  | 53.2  | 51.1  |
|      | 3 | 戦争のない社会               | —     | 53.3  | 49.9  |
|      | 4 | 経済的に豊かな社会             | 85.2  | 41.8  | 45.2  |
|      | 5 | 自然災害に強い、安全で安心して暮らせる社会 | 74.6  | 44.0  | 43.7  |
| 高齢層  | 1 | 戦争のない社会               | —     | 66.0  | 66.3  |
|      | 2 | 犯罪のない、安全で安心して暮らせる社会   | —     | 65.7  | 62.6  |
|      | 3 | 心にゆとりを持てる社会           | 67.1  | 59.4  | 52.8  |
|      | 4 | 自然災害に強い、安全で安心して暮らせる社会 | 76.9  | 66.0  | 50.9  |
|      | 5 | 他人への思いやりのある社会         | 65.3  | 50.3  | 41.7  |

図表13-34：なると思う社会  
上位5項目

|      |   |                               | (%)    |        |        |
|------|---|-------------------------------|--------|--------|--------|
|      |   |                               | 2016 年 | 2020 年 | 2024 年 |
| 若年層  | 1 | AI（人工知能）の進化により、人間の代わりに機械が行う社会 | —      | 51.1   | 49.2   |
|      | 2 | いつでも・どこでも世界とつながる情報化社会         | 40.6   | 45.3   | 48.2   |
|      | 3 | バリアフリーなど、高齢者や障がい者が自由に移動できる社会  | 38.5   | 43.8   | 40.9   |
|      | 4 | 本人の能力や目標に応じた教育を選択できる社会        | 20.3   | 27.7   | 35.0   |
|      | 5 | 高齢者や障がい者が元気に活躍できる社会           | 28.1   | 28.5   | 33.2   |
| 子育て層 | 1 | AI（人工知能）の進化により、人間の代わりに機械が行う社会 | —      | 55.1   | 46.5   |
|      | 2 | いつでも・どこでも世界とつながる情報化社会         | 42.8   | 47.8   | 40.1   |
|      | 3 | バリアフリーなど、高齢者や障がい者が自由に移動できる社会  | 43.4   | 42.4   | 33.9   |
|      | 4 | 自然や環境を大切にする社会                 | 26.8   | 32.5   | 27.5   |
|      | 5 | 高齢者や障がい者が元気に活躍できる社会           | 30.3   | 24.2   | 26.4   |
| 高齢層  | 1 | AI（人工知能）の進化により、人間の代わりに機械が行う社会 | —      | 48.4   | 42.2   |
|      | 2 | いつでも・どこでも世界とつながる情報化社会         | 34.7   | 49.8   | 39.3   |
|      | 3 | バリアフリーなど、高齢者や障がい者が自由に移動できる社会  | 34.1   | 47.4   | 34.8   |
|      | 4 | 自然や環境を大切にする社会                 | 24.0   | 36.4   | 28.9   |
|      | 5 | 仕事と子育てが両立できる社会                | 22.5   | 29.1   | 28.1   |

## 第14章 全体まとめと今後の調査実施と研究報告について

### 《全体まとめ》

「都市生活者意識調査 2024」の結果を、「生活実感・生き方」、「暮らしの現状」、「ライフスタイル規定要素」と「この先の社会」、「老後のこと」に分けて、それぞれの調査項目に対する結果を整理し、ライフステージ別での意識の違いについて明らかにしてきた。そして、これらの結果を踏まえて、意識と行動を関連付けた。また、2024年の調査では、コロナ禍以降の生活者の意識と行動を把握する質問を再構成し、都市生活者の意識と実態を把握するための枠組みの中に位置づけ、2023年に追加した節約に関する質問を継続した。

不安定な世界情勢と自然災害、物価の高騰が続く生活環境の中で、2024年の調査結果から、都市生活者の意識の変化も見えてきている。

一つ目は、若い年代での収入増加で、賃上げの効果が調査結果にも表れている。一方で、50代になると収入は減少に転じ、中流意識の分散傾向もみられる。物価の高騰に対して、都市生活者は割引や特売の利用だけでなく、外食費や衣料品・靴・バッグ等の購入費、交際費を減らしたり、自転車や徒歩での移動を心掛けるなど節約を徹底している。

二つ目は、生活におけるDXが進んでいることである。スマホ決済やクレジットカードでのキャッシュレス決済、マイナンバーカードが急速に浸透し、これに紐づくポイントやマイレージを使って買い物をしている。また、オンライン・ショッピングやフリーマーケットサービスも定着してきていることが明らかになっている。IT、AI、IoTが更に進化していく社会への期待もある。

三つ目は、コロナ禍で芽生えた家庭生活と人づきあいに対する意識と行動がその後も定着してきていることである。自宅での男性の料理や育児に対する考えは、定着しつつある。一方で、人づきあいは面倒という意識は続いており、つきあう友人の数、近所づきあいが減っている。

四つ目は、犯罪や戦争がなく自然災害に強い安全で安心して生活を営むことができる社会を望んでいる。安心できる暮らしには、年金不安の解消や介護負担軽減、労働者全体の所得向上などの経済的なものも含まれており、実現に向けた取り組みに期待している。

このような変化がこの先にどのようなようになっていくのかについて注視していく必要がある。引き続き都市生活者の「個」の暮らしを中心に、生活フィールドとのかかわりや意識をさらに掘り下げることにより、示唆に富む発見があるだろう。

### 《今後の調査実施と研究報告について》

「都市生活者意識調査」は、毎年調査と研究報告について、報告書にてデータ編と分析編という形式で公表を実施してきた。その調査項目は多岐にわたり、様々な側面から都市生活者を捉えており、調査結果を総合的、網羅的に考察を行い、報告書の分析編にて公表することは、時系列の変化などをみる上では効果的かもしれない。但しその一方で、例えば、消費行動や衣食住に関する研究、超高齢社会に関する研究、世代のみならずジェンダー比較の考察など、研究の切り口は様々な広がり、それらに関して深い考察や分析に充分に取り組めていないという反省があることも事実である。よって、2025年度においては、「都市生活者意識調査」の方向性の転換を図る年度とする。

今後の方針として調査そのものを隔年で実施し、その調査結果(データ)をもとに様々な視点からの深い考察や分析を行うこととする。具体的には、2025年度においては調査を実施せず、2024年度までの15年間の調査結果をもとに、年間を通してテーマを分けて様々な分析・考察をレポート形式にて配信する。また、2026年度においては調査実施と研究報告のレポート配信を並行して実施するものとする。

## 「都市生活者意識調査」 ローデータのご利用に関して

---

公益財団法人ハイルライフ研究所では、研究者・大学院生及び大学生・自治体等が  
公益に資する学術・研究等の目的に利用する場合に限り  
「都市生活者意識調査」（2010年から実施）のローデータを提供しています。

※詳細は、「都市生活者意識調査ローデータ利用に関して」  
（<http://www.hilife.or.jp/rawdata>）をご覧ください。

---

## 都市生活者意識調査 2024

分析編

安全、安心できる社会をのぞみ、健康と経済的安定を希求する都市生活者

発行 2025年3月  
発行所 公益財団法人ハイルライフ研究所

〒104-0061  
東京都中央区銀座1-8-14 銀座YOMIKOビル8階  
Tel.03-3563-8686（代表） Fax.03-3563-7987  
[www.hilife.or.jp](http://www.hilife.or.jp)

©公益財団法人ハイルライフ研究所

---

\*本書の全部または一部の複写・複製・転記載および記憶媒体への入力等を禁じます。

*High-Life*

公益財団法人 ハイライフ研究所  
Research Institute for High-Life