

2020年3月12日

報道関係各位

 SMBCコンシューマーファイナンス株式会社
 広報CSR部: 佐藤・呉藤
 (問合せ先: 03-3543-7360)

20代・30代・40代の金銭感覚についての意識調査 2020

「貯蓄ゼロ」 20代 19% 30代 20% 40代 23%

キャッシュレス派が増加 増加は20代で目立つも積極利用は30代・40代

若い年代ほどモノを持たない消費に積極的な人が高い傾向 20代の38%が“サブスクサービス”の利用意向あり

働き方改革で家事メン増加? 残業が減った有職男性の34%が「家事時間」が増えたと回答

アフター5消費は盛り上がりせず? 残業時間が減っても「仕事後の消費」は増えた人より減った人が多数

20代は40代より楽観視? “人生100年時代”に対するイメージ 40代の78%が「大変そう」、20代は70%

SMBCコンシューマーファイナンス株式会社(代表取締役社長:金子 良平、<http://www.smbc-cf.com/>)は、2019年12月20日～23日の4日間、20歳～49歳の男女を対象に「20代・30代・40代の金銭感覚についての意識調査2020」をインターネットリサーチで実施し、2,000名の有効サンプルの集計結果を公開しました。(調査協力会社: ネットエイジア株式会社)

- TOPICS -

【20代・30代・40代のお小遣い・貯蓄事情】 P.3～P.5

- ≫ お小遣いの平均額 全年代で前年比減少 20代 28,760円/月 30代 26,684円/月 40代 27,085円/月
- ≫ 「貯蓄ゼロ」 20代 19% 30代 20% 40代 23%
- ≫ リタイアまでに貯蓄がいくらあれば安心? 全年代で2千万円超が4割前後
- ≫ 安心できる貯蓄額の平均 20代 4,016万円 30代 5,524万円 40代 5,845万円
- ≫ 上司や先輩からおごってもらっている 20代は30% 20代がおごってもらっている金額の平均は 8,769円/月
- ≫ 部下や後輩におごっている 40代は15% 40代がおごっている金額の平均は 7,680円/月

【20代・30代・40代の消費意識と実態】 P.6～P.21

- ≫ 無理せず買える範囲で良いものを選ぶ人は年代が上がるほど高い傾向
- ≫ キャッシュレス派が増加 増加は20代で目立つも積極利用は30代・40代
- ≫ 「消費税増税後に、キャッシュレス決済をする機会が増えた」20代 54% 30代 56% 40代 54%
- ≫ QRコード決済アプリの利用者急増、30代・40代の使用率は30ポイント前後上昇
- ≫ 消費の矛先で世代差 “友人とのつながり”や“SNS映え”にお金をかけたい人は若い年代ほど高い傾向
- ≫ 20代の49%が“友人とのつながり”のために消費 使っている金額の平均は 5,862円/月
- ≫ “おひとりさま消費”にお金を使っている 40代は60% 使っている金額の平均は 10,349円/月
- ≫ “エシカル消費”に実際に使った金額 平均額が最も高いのは40代で 3,653円/月
- ≫ 若い年代ほどモノを持たない消費に積極的な人が高い傾向 20代の38%が“サブスクサービス”の利用意向あり
- ≫ 実際にサブスクサービスを使っている人も若い年代ほど高い傾向 20代 32% 30代 25% 40代 22%
- ≫ 若い年代ほど“ストレス発散”にお金をかけたい でも、ストレス発散に使っている金額は年代が上がるほど高い傾向
- ≫ ストレス発散消費の矛先 男性は「外食」、女性は「スイーツ」が1位 20代男性では「スイーツ」が2位に
- ≫ “自己投資”や“自分磨き”への意欲は若い年代ほど高い傾向
- ≫ “自己投資”にお金をかけている人はどのくらいかけている? 平均額が最も高い30代では 8,185円/月

- ≫ 〇〇離れは若者だけじゃない “飲み会離れ”を実感しているのは 20代より30代・40代
- ≫ パートナーの誕生日プレゼントにかけたい金額 かけたい人の平均は、女性より男性のほうが高額に
- ≫ パートナーの誕生日プレゼントに実際にかけている金額 20代男性では 16,228円、20代女性では 15,854円
- ≫ 親が子どもの教育にかけたいと思う金額の平均 20代 10,148円 30代 13,848円 40代 16,210円
- ≫ 子どもの教育に実際にかけている金額の平均 40代は 18,558円、かけたいと思う金額の平均を超える結果に

【2019年のトレンド消費】 P.22～P.23

- ≫ 20代が景気の底支え！？トレンド消費に最も積極的なのは20代
- ≫ 2019年トレンド消費「改元消費」をした人が使った金額の平均 40代では 17,853円
「ラグビーワールドカップ消費」をした人が使った金額の平均 30代では 17,470円
- ≫ 昨年「ブラックフライデー消費」をした人が使った金額の平均 20代 10,893円 30代 14,066円 40代 12,823円

【ライフイベントと収入事情】 P.24～P.27

- ≫ “結婚しよう”と思える年収は？「年収500万円あれば結婚に前向き」20代 56% 30代 57% 40代 51%
- ≫ 「年収500万円あれば出産・子育てに前向き」20代 45%、30代 46%、40代 37%と、20代も5割を下回る
- ≫ 「年収500万円あればマイカー購入に前向き」20代 56% 30代 57% 40代 52%
- ≫ 半数以上が“住宅を購入しよう”と思える年収 20代と30代は700万円、40代は800万円
- ≫ 目標年収の平均 20代 751万円 30代 874万円 40代 711万円
- ≫ 管理職になってもいいと思える年収 20代 1,010万円 30代 1,106万円 40代 963万円
- ≫ 転職に対する意識 20代有職者の59%が「いつかは転職したい」と回答
- ≫ 希望する転職先の条件 男性はいずれの年代も「給料がいい」が1位、女性は年齢が上がるほど「人間関係」を重視

【働き方改革と収入事情】 P.28～P.29

- ≫ 働き方改革の影響 残業時間が減った有職女性の54%が「収入」も減ったと回答
- ≫ 働き方改革で家事メン増加？ 残業時間が減った有職男性の34%が「家事時間」が増えたと回答
- ≫ アフター5消費は盛り上がりせず？ 残業時間が減っても「仕事後の消費」は増えた人より減った人が多数に
- ≫ 副業をしている人はどのくらい？ 20代有職者では43%が副業を実践
- ≫ 副業による1ヶ月の収入の平均 20代 7.1万円 30代 8.7万円 40代 6.5万円

【人生100年時代の就業意識】 P.30～P.32

- ≫ 20代は40代より楽観視？ “人生100年時代”に対するイメージ 40代の78%が「大変そう」、20代は70%
- ≫ 何歳まで働こうと思うか 平均は20代 58.8歳、30代 61.8歳、40代 63.2歳
- ≫ 人生100年時代のキャリアに対する考え 「いつかは起業したい」 20代 34% 30代 34% 40代 26%

アンケート調査結果

【20代・30代・40代のお小遣い・貯蓄事情】

≫ お小遣いの平均額 全年代で前年比減少 20代 28,760円/月 30代 26,684円/月 40代 27,085円/月

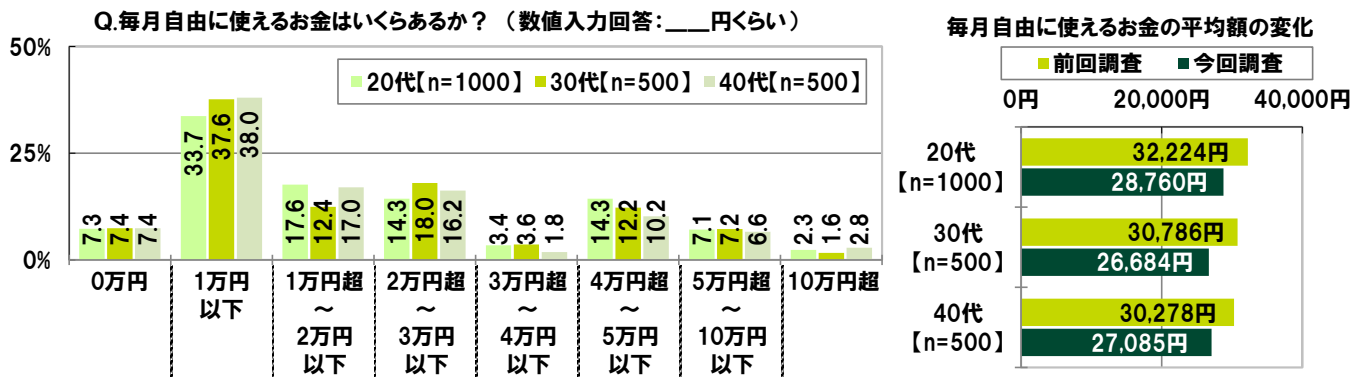
≫ 「貯蓄ゼロ」 20代 19% 30代 20% 40代 23%

全国の20歳～49歳の男女(20代1,000名、30代500名、40代500名、全回答者)に対し、毎月自由に使えるお金はいくらあるかを聞きました。

年代別にみると、いずれの年代も「1万円以下」(20代33.7%、30代37.6%、40代38.0%)に回答が集まりました。また、平均額は20代28,760円、30代26,684円、40代27,085円と、20代が最も高くなりました。

平均額を前回の調査結果(※1)と比較すると、20代(前回32,224円→今回28,760円)は3,464円減少、30代(前回30,786円→今回26,684円)は4,102円減少、40代(前回30,278円→今回27,085円)は3,193円減少となりました。働き方改革によって長時間労働の是正が進められていますが、残業時間の減少とともに収入が減り、お小遣いに回せる金額が少なくなったというケースもあるのではないのでしょうか。

※1:20代の調査結果は、SMBCコンシューマーファイナンス「20代の金銭感覚についての意識調査 2018」より
30代・40代の調査結果は「30代・40代の金銭感覚についての意識調査 2019」より

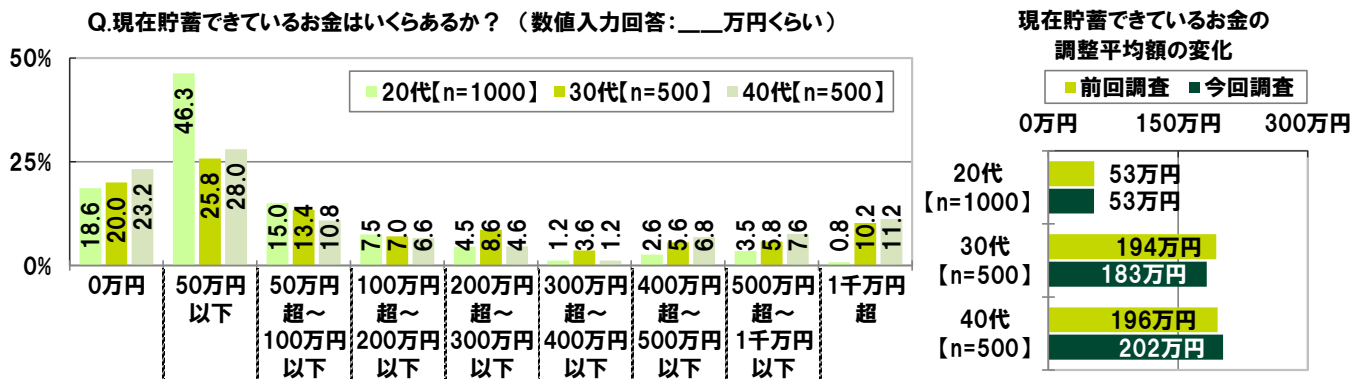


続いて、現時点で、どのくらいの貯蓄ができているかを聞きました。

年代別にみると、いずれの年代においても、「50万円以下」(20代46.3%、30代25.8%、40代28.0%)が多数の回答を集め、20代では半数近くになりました。また、「0円(貯蓄ができていない)」は、20代18.6%、30代20.0%、40代23.2%と、40代が最も高くなりました。

貯蓄額の調整平均額(※2)を前回の調査結果と比較すると、20代では前回、今回ともに53万円となりました。30代では前回194万円→今回183万円と微減、40代では前回196万円→今回202万円と微増しました。

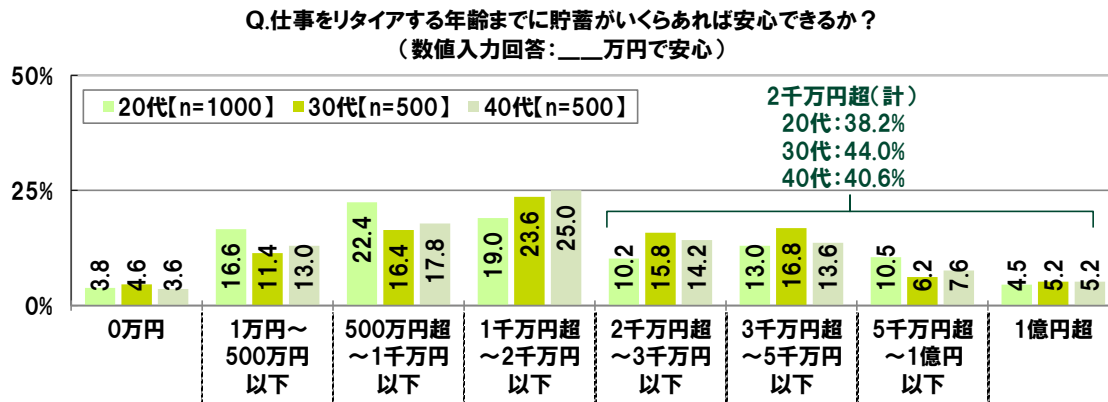
※2:当該設問では、上位数%のデータにみられた極端な値(貯蓄額が数億円など)の影響を除外するため、10%調整平均(上位と下位からそれぞれ10%のデータを除外して算出した相加平均)を利用しています。



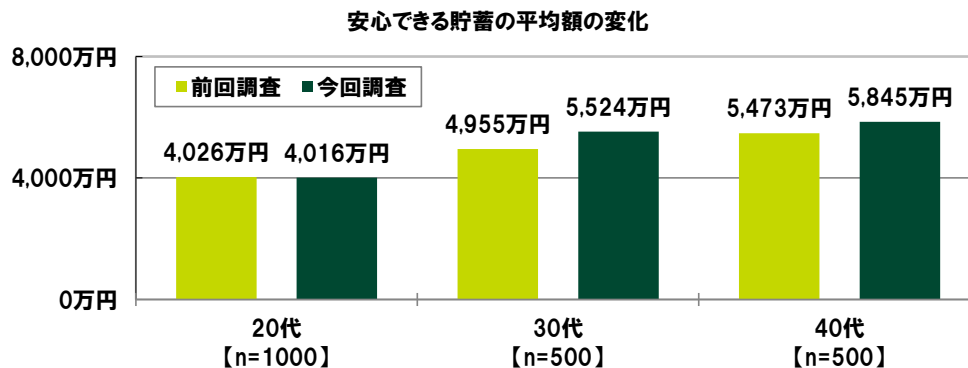
- ≫ リタイアまでに貯蓄がいくらあれば安心？ 全年代で2千万円超が4割前後
- ≫ 安心できる貯蓄額の平均 20代 4,016万円 30代 5,524万円 40代 5,845万円

2019年6月、金融庁の審議会によって、“公的年金だけでは老後の生活資金が2千万円不足する”との報告書が公表され、話題になりました。仕事をリタイアした後の備えについて、どのように考えている人が多いのでしょうか。全回答者(20代 1,000名、30代 500名、40代 500名)に、仕事をリタイアする年齢までに貯蓄がいくらあれば安心できるかを聞きました。

年代別にみると、20代では「500万円超～1千万円以下」(22.4%)に回答が集まりました。30代・40代では「1千万円超～2千万円以下」(30代 23.6%、40代 25.0%)に回答が集まりました。また、『2千万円超(計)』の割合をみると、30代(44.0%)が最も高くなりました。



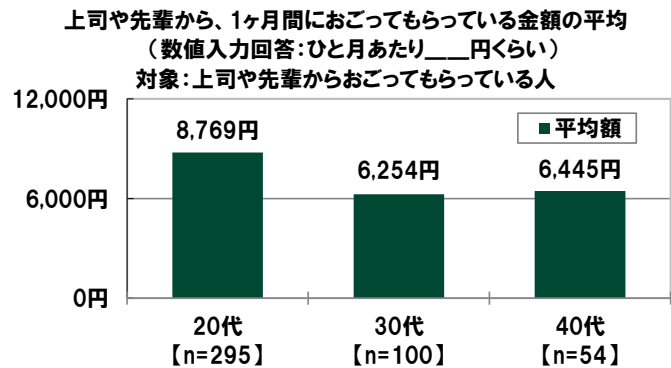
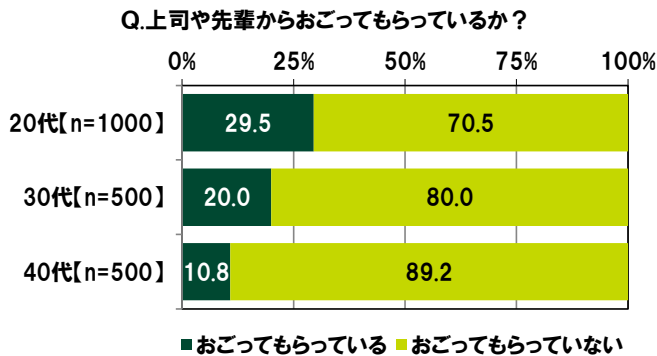
平均額を前回の調査結果と比較すると、20代(前回 4,026万円→今回 4,016万円)は、前回と同水準の結果となりました。30代(前回 4,955万円→今回 5,524万円)、40代(前回 5,473万円→今回 5,845万円)は、今回大幅に上昇しました。30代・40代では、リタイア後の生活資金を高く見積もる人が増えたようです。



- ≫ 上司や先輩からおごってもらっている 20代は 30% 20代がおごってもらっている金額の平均は 8,769 円/月
- ≫ 部下や後輩におごっている 40代は 15% 40代がおごっている金額の平均は 7,680 円/月

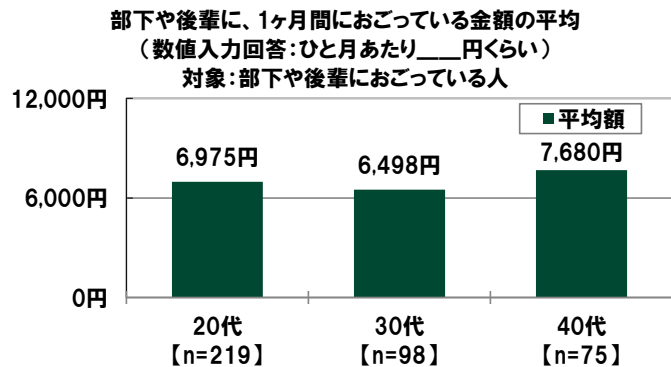
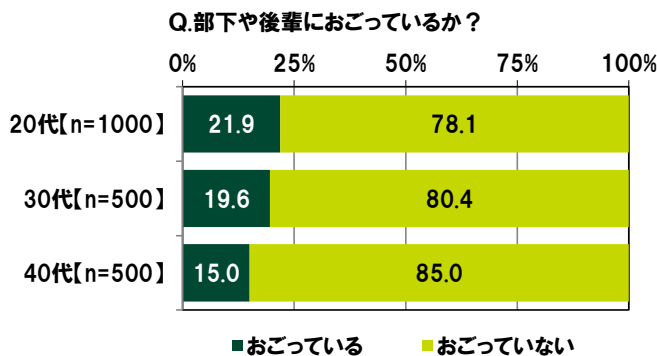
次に、上司や先輩からおごってもらっているかを聞いたところ、おごってもらっている人の割合は 20代 29.5%、30代 20.0%、40代 10.8%となりました。若い年代ほど“部下・後輩”として恩恵を受ける機会が多いようです。

上司や先輩からおごってもらっている人(20代 295名、30代 100名、40代 54名)に、ひと月あたりいくらおごってもらっているか金額を聞いたところ、平均は 20代 8,769円、30代 6,254円、40代 6,445円と、20代が最も高くなりました。



また、部下や後輩におごっているか聞いたところ、おごっている人の割合は 20代 21.9%、30代 19.6%、40代 15.0%となりました。おごってもらっている人の割合だけではなく、後輩などにおごっている人の割合も 20代が他の年代より高いことがわかりました。自分が上司や先輩からしてもらっていることを後輩にしてあげている 20代が多いのではないのでしょうか。

部下や後輩におごっている人(20代 219名、30代 98名、40代 75名)に、ひと月あたりいくらおごっているか金額を聞いたところ、平均は 20代 6,975円、30代 6,498円、40代 7,680円と、40代が最も高くなりました。



【20代・30代・40代の消費意識と実態】

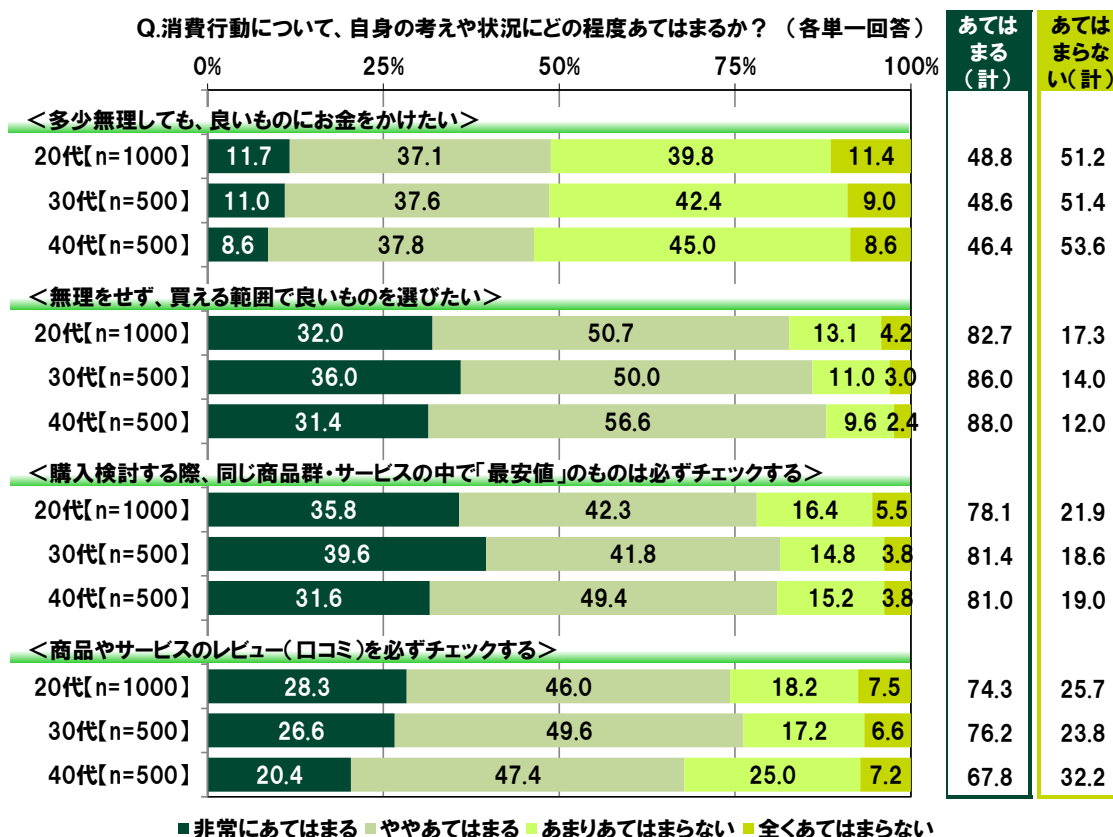
≫ 無理せず買える範囲で良いものを選ぶ人は年代が上がるほど高い傾向

20代・30代・40代の消費スタイルには、どのような特徴があるのでしょうか。

全回答者(20代 1,000名、30代 500名、40代 500名)に、消費行動について、自身の考えや状況にそれぞれの程度あてはまるかを聞きました。

消費行動について、『あてはまる(計)』(「非常にあてはまる」と「ややあてはまる」の合計、以下同じ)を年代別にみると、<多少無理しても、良いものにお金をかけたい>では、20代 48.8%、30代 48.6%、40代 46.4%となり、<無理をせず、買える範囲で良いものを選びたい>では、20代 82.7%、30代 86.0%、40代 88.0%となりました。いずれの年代でも、良いものには出費を惜しまないという人よりも、買える範囲内で良いものを探すという人が多いようです。また、買える範囲内で良いものを探すという人の割合は、年代が上がるほど高くなることがわかりました。

次に、<購入検討する際、同じ商品群・サービスの中で「最安値」のものは必ずチェックする>では、20代 78.1%、30代 81.4%、40代 81.0%となり、<商品やサービスのレビュー(口コミ)を必ずチェックする>では20代 74.3%、30代 76.2%、40代 67.8%となりました。最安値や口コミのチェックを欠かさない、“調べ尽くし消費”を行っている人は年代に関係なく多いようです。



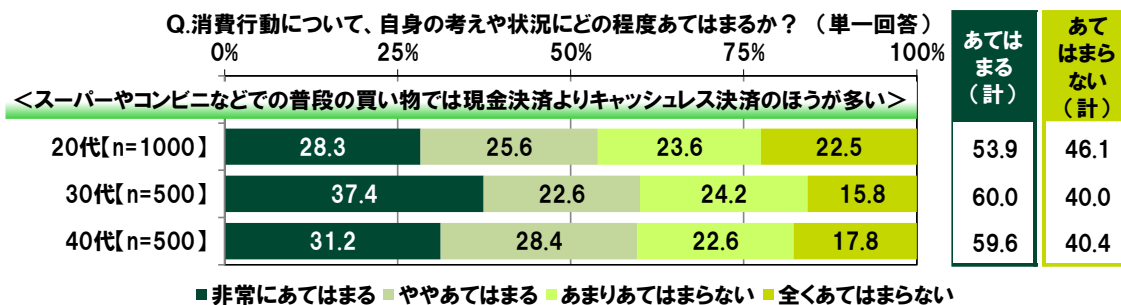
- ≫ キャッシュレス派が増加 増加は20代で目立つも積極利用は30代・40代
- ≫ 「消費税増税後に、キャッシュレス決済をする機会が増えた」20代 54% 30代 56% 40代 54%

昨年は、消費税増税に伴うキャッシュレス・ポイント還元事業がスタートしたことで、キャッシュレス決済への注目が高まった年でした。

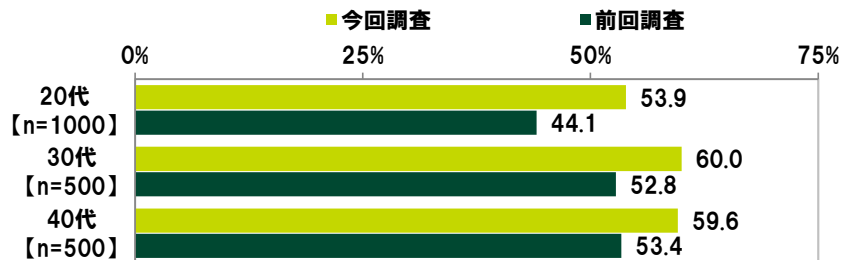
そこで、キャッシュレス決済の利用状況について質問を行いました。

キャッシュレス決済の利用状況について、『あてはまる(計)』を年代別にみると、<スーパーやコンビニなどでの普段の買い物では現金決済よりキャッシュレス決済のほうが多い>では、20代 53.9%、30代 60.0%、40代 59.6%となりました。20代よりも30代・40代のほうが、キャッシュレス派の人が多くようです。

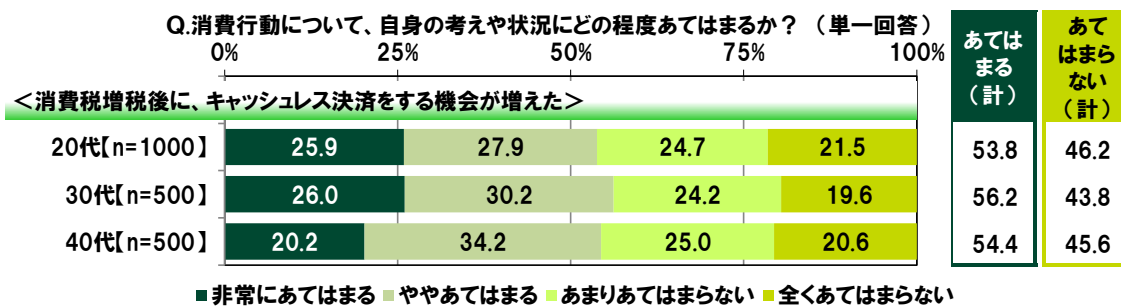
キャッシュレス派の人の割合を前回の調査結果と比較すると、20代では前回 44.1%→今回 53.9%、30代では前回 52.8%→今回 60.0%、40代では前回 53.4%→今回 59.6%と、いずれの年代においても増加していますが、20代の増加が目立ちました。



キャッシュレス派(現金決済よりキャッシュレス決済のほうが多いと感じている人)の割合



また、<消費税増税後に、キャッシュレス決済をする機会が増えた>では、20代 53.8%、30代 56.2%、40代 54.4%と、いずれの年代においても半数以上の人消費税増税後のキャッシュレス決済機会の増加を実感している結果となりました。キャッシュレス派増加の背景には、2019年10月の消費税増税に伴いキャッシュレス・ポイント還元事業が始まったことがあるようです。



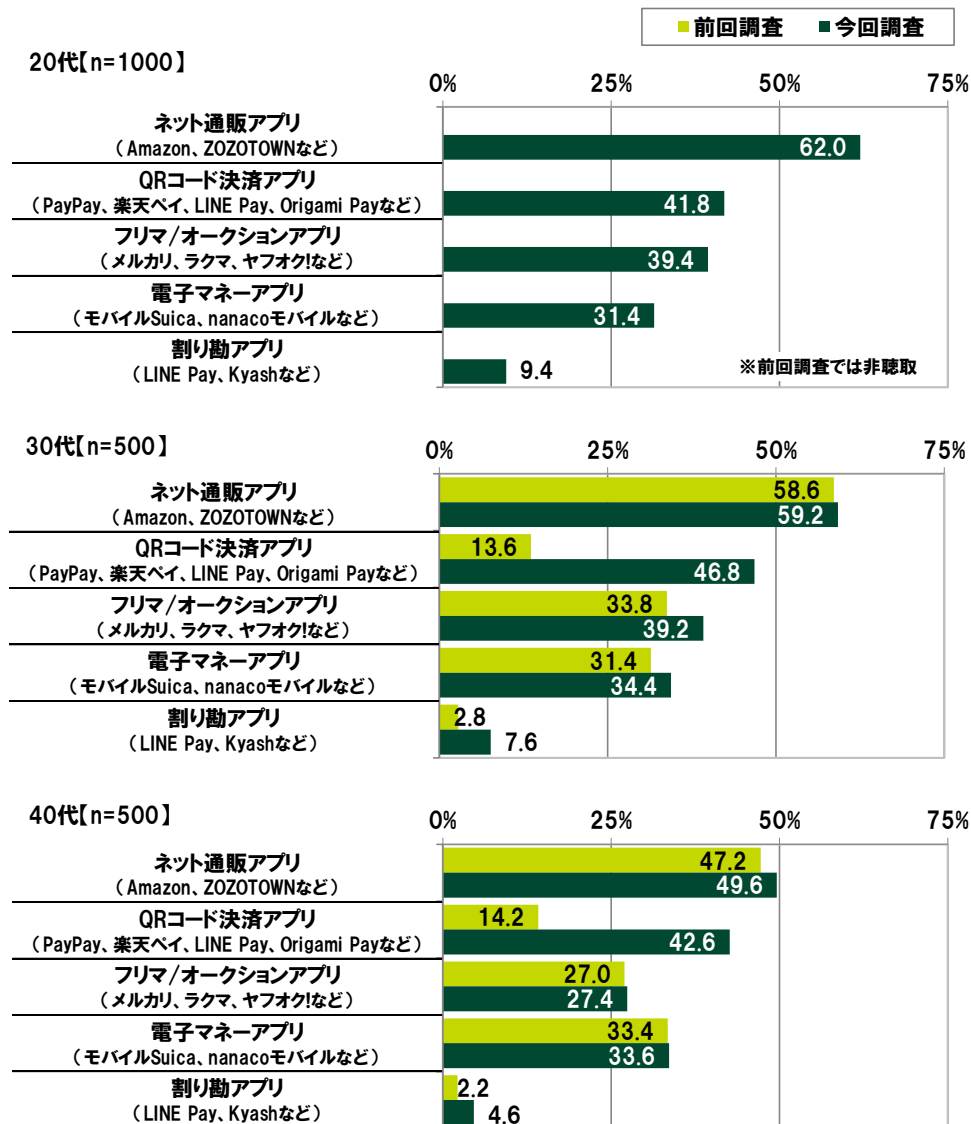
» QRコード決済アプリの利用者急増、30代・40代の使用率は30ポイント前後上昇

全回答者(20代1,000名、30代500名、40代500名)に、支払いや買い物に関するアプリを使用しているかを聞きました。

アプリの使用率(「現在使っている」と回答した人の割合)をみると、いずれの年代においても1位は「ネット通販アプリ(Amazon、ZOZOTOWNなど)」、(20代62.0%、30代59.2%、40代49.6%)、2位は「QRコード決済アプリ(PayPay、楽天ペイ、LINE Pay、Origami Payなど)」(20代41.8%、30代46.8%、40代42.6%)でした。

また、30代と40代の結果を前回の調査結果と比較すると、<QRコード決済アプリ(PayPay、楽天ペイ、LINE Pay、Origami Payなど)>の使用率で大きな変化がみられ、30代(前回13.6%→今回46.8%)では33.2ポイント上昇、40代(前回14.2%→今回42.6%)では28.4ポイント上昇となりました。PayPayの100億円還元キャンペーンなどが注目を集めました。決済業者が行うポイントキャンペーンをきっかけに、QRコード決済アプリを使い始めた人が多いのではないのでしょうか。

支払いや買い物に関するアプリの使用率の変化



▶ **消費の矛先で世代差 “友人とのつながり”や“SNS 映え”にお金をかけたい人は若い年代ほど高い傾向**

20代・30代・40代は、どのようなことに対して、積極的に出費したいと考えているのでしょうか。

全回答者(20代 1,000名、30代 500名、40代 500名)に、商品やサービスを購入する際の考え方について、それぞれの程度同意するかを聞きました。

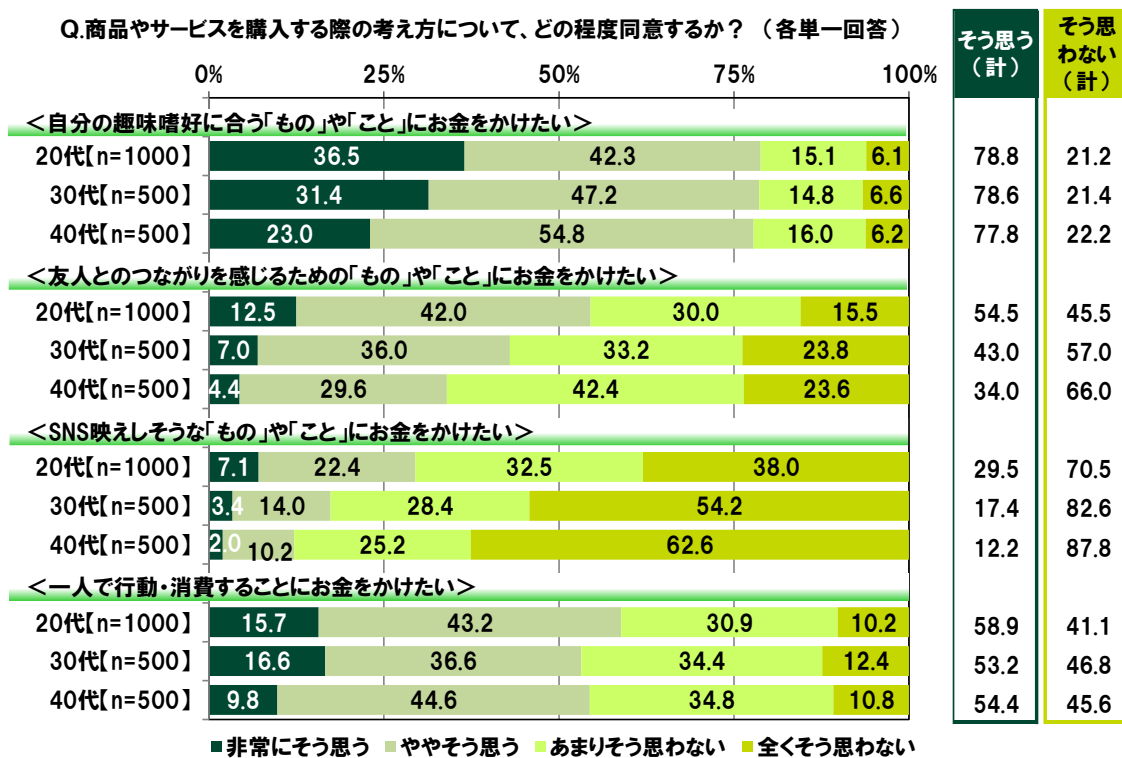
『そう思う(計)』『非常にそう思う』と『ややそう思う』の合計、以下同じ)を年代別にみると、<自分の趣味嗜好に合う「もの」や「こと」にお金をかけたい>では、20代 78.8%、30代 78.6%、40代 77.8%と、いずれの年代も8割近くとなりました。自分の好みに合うものに対しては財布の紐が緩む傾向にあるようです。

<友人とのつながりを感じるための「もの」や「こと」にお金をかけたい>では、20代 54.5%、30代 43.0%、40代 34.0%と、若い年代ほど高くなりました。20代には、友人とのつながりを持ったり、つながりを維持したりするためにお金をかけたいと思っている人が多いようです。

また、<SNS映えしそうな「もの」や「こと」(SNSに写真をアップすると目を引くようなもの)にお金をかけたい>では、20代 29.5%、30代 17.4%、40代 12.2%と、友人とのつながりのための消費と同様に、若い年代ほど高くなりました。20代には、SNSで“いいね!”をもらえそうなものや体験などに出費したいという人が少なくないようです。

<一人で行動・消費することにお金をかけたい>では、20代 58.9%、30代 53.2%、40代 54.4%と、20代が30代・40代と比べてやや高くなりました。

Q.商品やサービスを購入する際の考え方について、どの程度同意するか？（各単一回答）

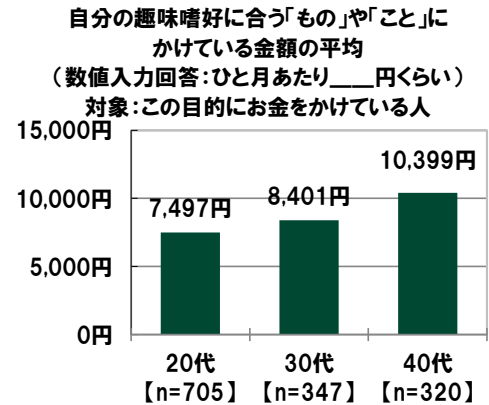
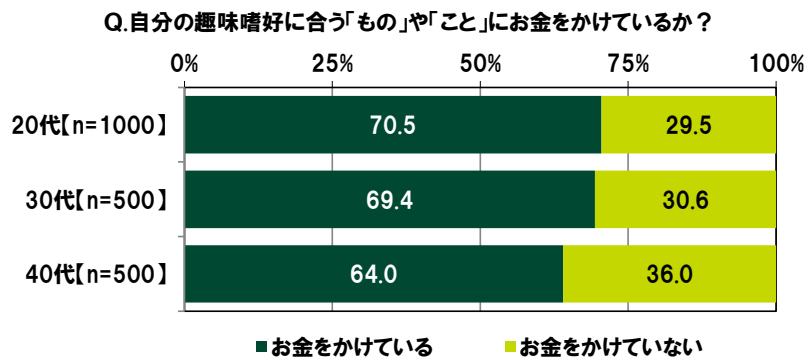


≫ 20代の49%が“友人とのつながり”のために消費 使っている金額の平均は 5,862 円/月

では、実際に、どのくらいお金を使っている人が多いのでしょうか。

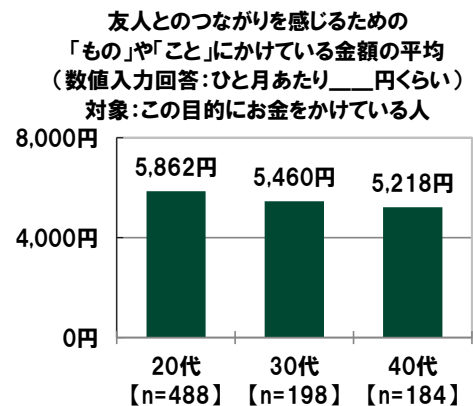
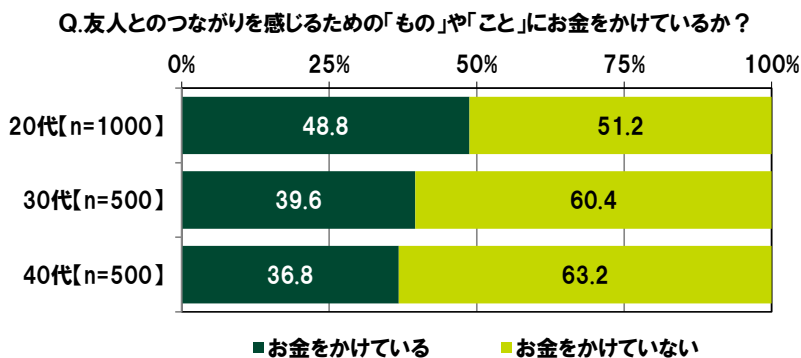
<自分の趣味嗜好に合う「もの」や「こと」>にお金をかけている人の割合をみると、20代70.5%、30代69.4%、40代64.0%となりました。

自分の趣味嗜好に合う「もの」や「こと」にお金をかけている人(20代705名、30代347名、40代320名)がひと月あたりにいくらかけているのかをみると、平均金額は、20代では7,497円、30代では8,401円、40代では10,399円と、年代が上がるにつれ高くなりました。



<友人とのつながりを感じるための「もの」や「こと」>にお金をかけている人の割合をみると、20代48.8%、30代39.6%、40代36.8%と若い年代ほど高くなりました。

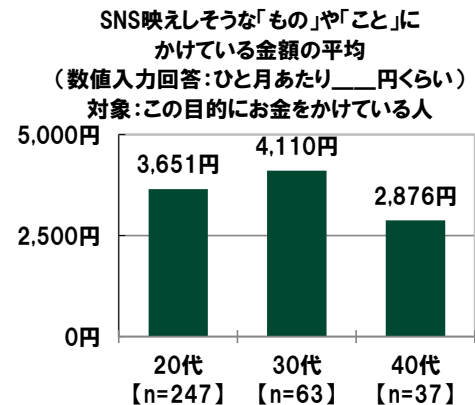
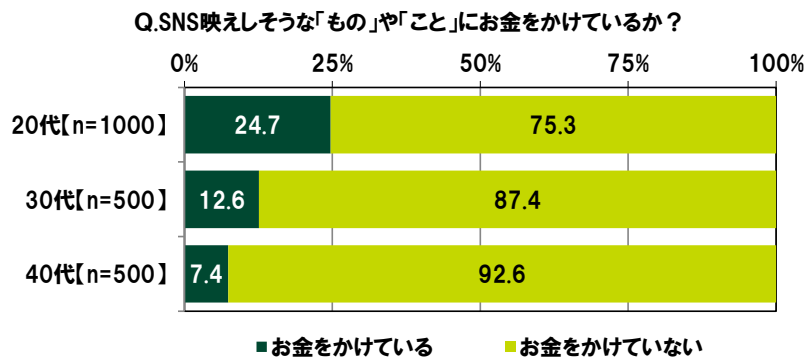
友人とのつながりを感じるための「もの」や「こと」にお金をかけている人(20代488名、30代198名、40代184名)がひと月あたりにいくらかけているのかをみると、平均金額は、20代5,862円、30代5,460円、40代5,218円となりました。20代は、お金をかけている人の割合、かけている金額ともに、他の年代と比べて高く、友人とのつながりのための消費に積極的であることがわかりました。



≫ “おひとりさま消費”にお金を使っている 40代は60% 使っている金額の平均は10,349円/月

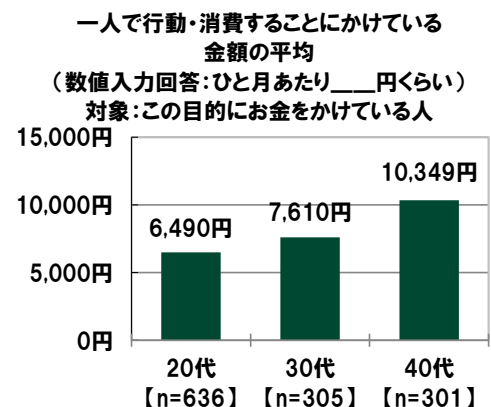
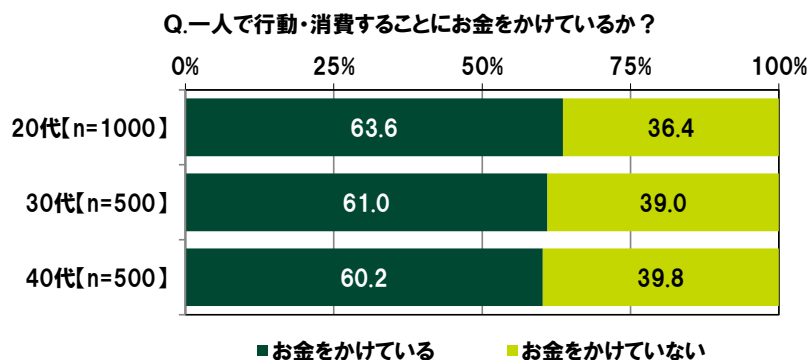
また、<SNS 映えしそうな「もの」や「こと」>にお金をかけている人の割合をみると、20代 24.7%、30代 12.6%、40代 7.4%となりました。20代の4人に1人が、SNS 映えのためにお金を使っていることがわかりました。

SNS 映えしそうな「もの」や「こと」にお金をかけている人(20代 247名、30代 63名、40代 37名)がひと月あたりいくらかけているのかをみると、平均金額は、20代 3,651円、30代 4,110円、40代 2,876円と、30代が最も高くなりました。



<一人で行動・消費すること>にお金をかけている人の割合をみると、20代 63.6%、30代 61.0%、40代 60.2%と、いずれの年代でも6割台前半となりました。

一人で行動・消費することにお金をかけている人(20代 636名、30代 305名、40代 301名)がひと月あたりいくらかけているのかをみると、平均金額は、20代 6,490円、30代 7,610円、40代 10,349円と、年代が上がるほど高くなりました。

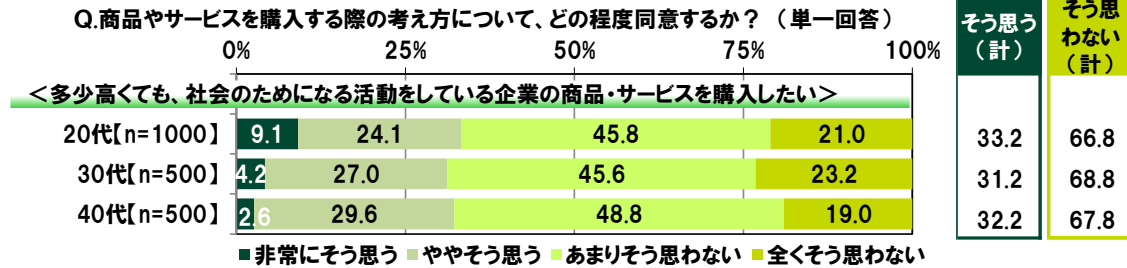


≫ “エシカル消費”に実際に使った金額 平均額が最も高いのは40代で3,653円/月

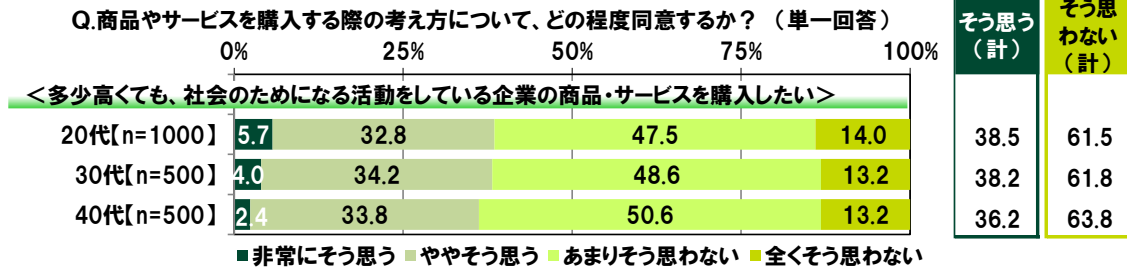
＜多少高くても、社会のためになる活動をしている企業の商品・サービスを購入したい＞にどの程度同意するかを聞いたところ、『そう思う(計)』(「非常にそう思う」と「ややそう思う」の合計、以下同じ)の割合は、20代 33.2%、30代 31.2%、40代 32.2%となり、いずれの年代も3割以上がエシカル消費に前向きでした。

「非常にそう思う」の割合を前回の調査結果と比較すると、20代では前回調査 5.7%→今回調査 9.1%と、3.4ポイント上昇しました。『そう思う(計)』の割合は全世代で下降しているものの、20代では「非常にそう思う」と回答した人の割合が増えていることがわかります。

【今回調査】



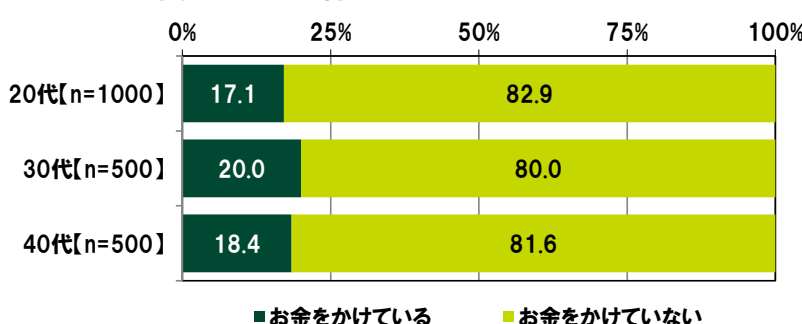
【前回調査】



次に、＜社会のためになる商品・サービス(地球環境や人権などに配慮した商品・サービス)＞にお金をかけているかを聞きました。お金をかけている人の割合をみると、20代 17.1%、30代 20.0%、40代 18.4%となりました。エシカル消費にお金をかけたいと思いつつも、実際にはエシカル消費につながる商品の購入にお金をかけられていない人がいるようです。消費税増税の影響が、エシカル消費に対する消費意欲の減速につながっているのかもしれませんが。また、エシカル消費の対象は、リサイクル素材を使った商品や地元の産品、被災地の産品、福祉施設で作られた製品、エシカル消費に関連する認証ラベル・マークのついたエシカル商品の購入等、多岐にわたっています。何を買えばエシカル消費につながるのか、エシカル商品がどこに売っているのかわからないという人もいるのではないのでしょうか。

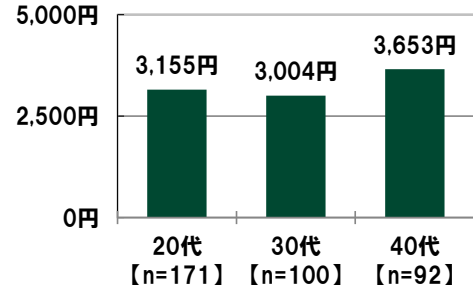
社会のためになる商品・サービスにお金をかけている人(20代 171名、30代 100名、40代 92名)がひと月あたりにいくらかけているのかをみると、平均金額は、20代 3,155円、30代 3,004円、40代 3,653円となりました。

Q.社会のためになる商品・サービスにお金をかけているか？



社会のためになる商品・サービスにかけている金額の平均

(数値入力回答:ひと月あたり___円くらい)
対象:この目的にお金をかけている人



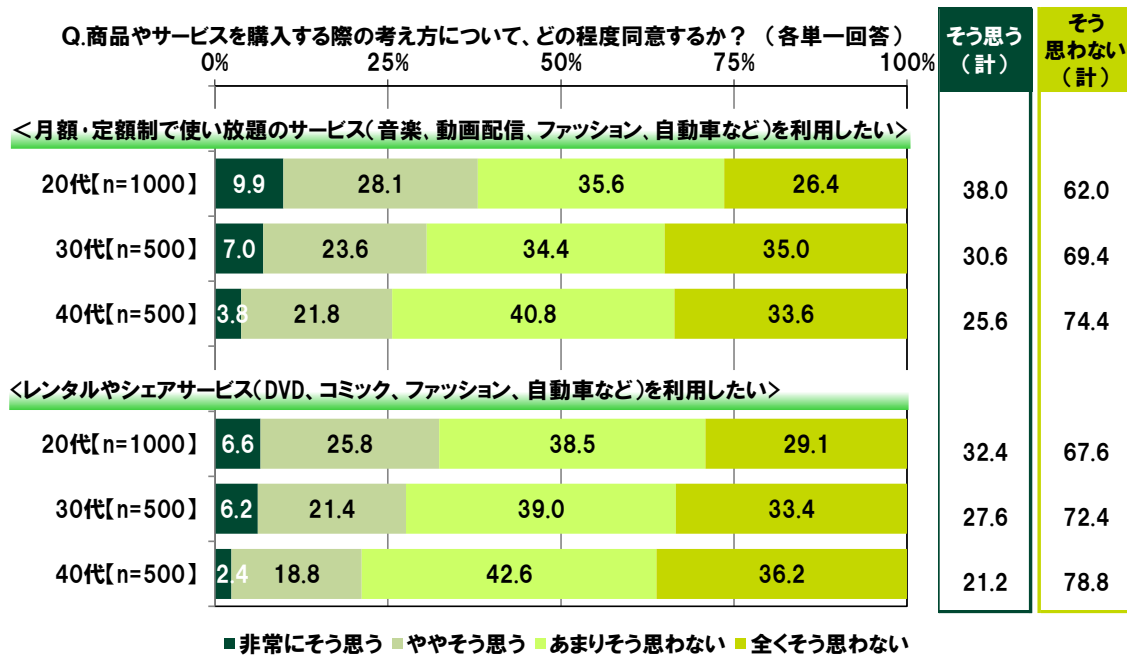
- ▶ 若い年代ほどモノを持たない消費に積極的な人が高い傾向 20代の38%が“サブスクサービス”の利用意向あり
- ▶ 実際にサブスクサービスを使っている人も若い年代ほど高い傾向 20代32% 30代25% 40代22%

近年、サブスクリプションサービスやシェアリングサービスといった、モノを持たない消費が注目されています。

そこで、全回答者(20代1,000名、30代500名、40代500名)に、サブスクリプションサービスや、レンタル・シェアサービスの利用意向について質問しました。

『そう思う(計)』『非常にそう思う』と『ややそう思う』の合計、以下同じ)を年代別にみると、<月額・定額制で使い放題のサービス(音楽、動画配信、ファッション、自動車など)を利用したい>では、20代38.0%、30代30.6%、40代25.6%となり、“サブスクサービス”の利用意向は、若い年代ほど高い結果となりました。

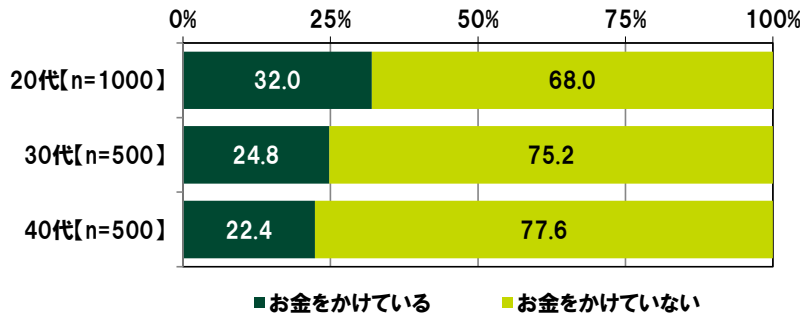
<レンタルやシェアサービス(DVD、コミック、ファッション、自動車など)を利用したい>では、20代32.4%、30代27.6%、40代21.2%となりました。“サブスクサービス”と同様に、モノやサービス・場所などを共有して利用する“シェアリングサービス”でも、利用意向は若い年代ほど高くなりました。若い年代ほどモノを持たない消費に積極的な人が多いといえそうです。モノを持たない暮らし方を上手に楽しむミニマリストが若い年代で増加傾向にあるのではないのでしょうか。



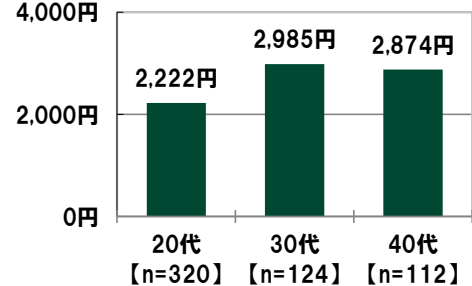
＜月額・定額制で使い放題のサービス＞にお金をかけている人の割合をみると、20代 32.0%、30代 24.8%、40代 22.4%と、20代が最も高くなりました。

月額・定額制で使い放題のサービスにお金をかけている人(20代 320名、30代 124名、40代 112名)がひと月あたりにかけている金額の平均をみると、20代 2,222円、30代 2,985円、40代 2,874円と、20代より30代・40代のほうが高くなりました。

Q.月額・定額制で使い放題のサービスにお金をかけているか？



月額・定額制で使い放題のサービスにかけている金額の平均
(数値入力回答:ひと月あたり___円くらい)
対象:この目的にお金をかけている人



では、どのような“サブスクサービス”が利用されているのでしょうか。月額・定額制で使い放題のサービスにお金をかけている人(20代 320名、30代 124名、40代 112名)に、利用したことがある月額・定額制で使い放題のサービスを聞いたところ、いずれの年代でも「動画配信」(20代 66.9%、30代 64.5%、40代 56.3%)が1位、「音楽配信」(20代 55.3%、30代 47.6%、40代 37.5%)が2位となりました。好きな動画を自由なタイミングで視聴できる動画配信サービスや、好きな音楽が聴き放題の音楽配信サービスの利用経験者が多いようです。

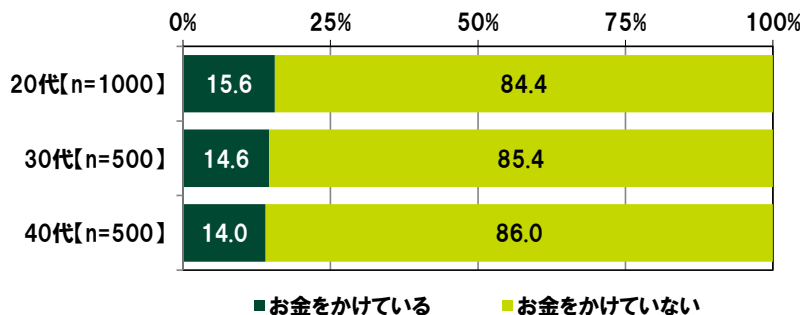
これまでに利用したことがある月額・定額制で使い放題のサービス (複数回答)
対象:月額・定額制で使い放題のサービスにお金をかけている人

※各上位5位までを表示

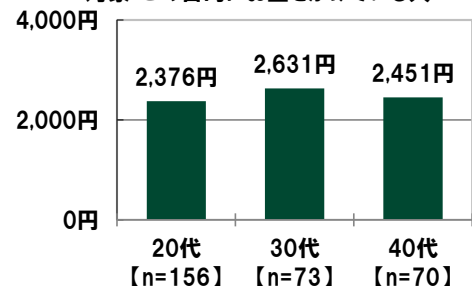
順位	20代[n=320]	%	順位	30代[n=124]	%	順位	40代[n=112]	%
1位	動画配信	66.9	1位	動画配信	64.5	1位	動画配信	56.3
2位	音楽配信	55.3	2位	音楽配信	47.6	2位	音楽配信	37.5
3位	雑誌・マンガ	19.4	3位	雑誌・マンガ	25.0	3位	雑誌・マンガ	23.2
4位	ゲーム	18.4	4位	ゲーム	12.9	4位	ゲーム	19.6
5位	ニュース	9.1	5位	ニュース	10.5	5位	ニュース	14.3

また、＜レンタルやシェアサービス＞にお金をかけている人の割合をみると、20代 15.6%、30代 14.6%、40代 14.0%となり、レンタルやシェアサービスにお金をかけている人(20代 156名、30代 73名、40代 70名)がひと月あたりにかけている金額の平均をみると、20代 2,376円、30代 2,631円、40代 2,451円となりました。

Q.レンタルやシェアサービスにお金をかけているか？



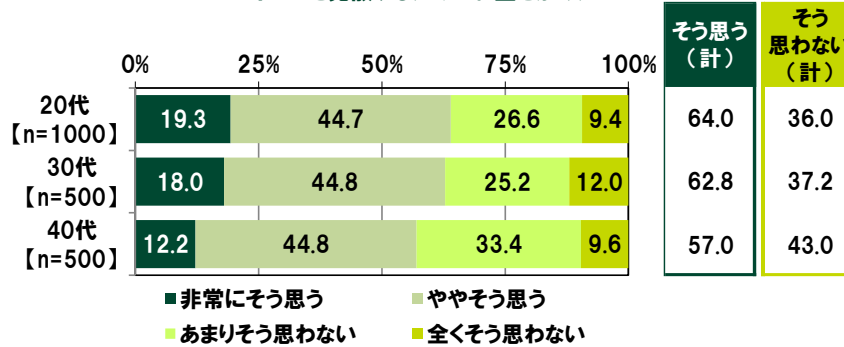
レンタルやシェアサービスにかけている金額の平均
(数値入力回答:ひと月あたり___円くらい)
対象:この目的にお金をかけている人



- ≫ 若い年代ほど“ストレス発散”にお金をかけたい でも、ストレス発散に使っている金額は年代が上がるほど高い傾向
- ≫ ストレス発散消費の矛先 男性は「外食」、女性は「スイーツ」が1位 20代男性では「スイーツ」が2位に

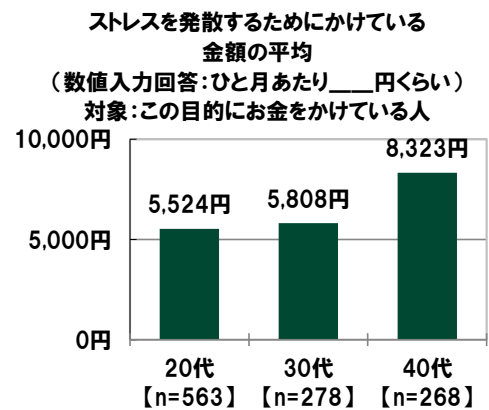
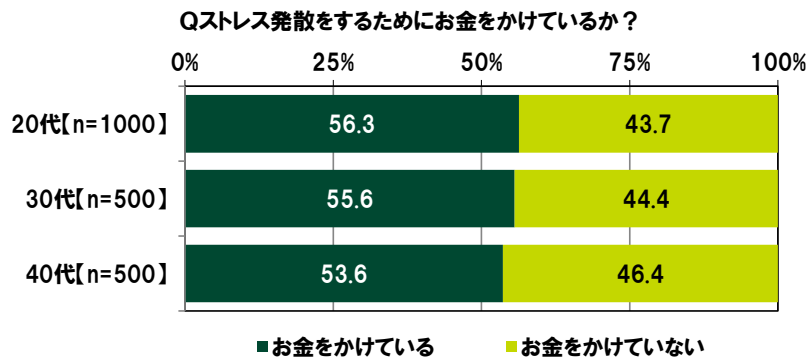
全回答者(20代 1,000名、30代 500名、40代 500名)に、<ストレスを発散するためにお金をかけたい>と思うか聞いたところ、『そう思う(計)』は、20代 64.0%、30代 62.8%、40代 57.0%と、若い年代ほど高くなりました。

Q.商品やサービスを購入する際の考え方について、どの程度同意するか？（単一回答）
 <ストレスを発散するためにお金をかけたい>



ストレス発散をするためにお金をかけている人の割合をみると、20代 56.3%、30代 55.6%、40代 53.6%となり、いずれの年代でも、半数以上の方がストレス発散のためにお金をかけていることがわかりました。若い年代ほどストレス発散のためにお金をかけたいと思っている人の割合と実際にお金をかけている人の割合でギャップがみられました。

ストレスを発散するためにお金をかけている人(20代 563名、30代 278名、40代 268名)がひと月あたりにかけている金額の平均をみると、20代 5,524円、30代 5,808円、40代 8,323円となりました。ストレス発散のために使っている金額は年代が上がるほど高い結果となりました。



ストレスを発散するためにお金をかけている人に、ストレスを発散するために、どのような商品・サービスにお金を使っているかを聞きました。

性年代別にみると、男性ではいずれの年代でも「外食」(20代男性 44.6%、30代男性 46.1%、40代男性 48.8%)が1位でしたが、2位以下で違いがみられ、20代男性の2位は「スイーツ・お菓子」(41.7%)、30代男性と40代男性の2位は「お酒」(30代男性 37.5%、40代男性 40.0%)でした。一方、女性ではいずれの年代でも「スイーツ・お菓子」(20代女性 70.3%、30代女性 70.0%、40代女性 65.7%)が1位、「外食」(20代女性 62.8%、30代女性 58.0%、40代女性 44.1%)が2位でした。違いがみられたのは3位以下で、20代女性では「洋服」(39.3%)、30代女性では「旅行」(32.7%)、40代女性では「お酒」(28.7%)がそれぞれ3位でした。

Q.ストレスを発散するために、どのような商品・サービスにお金を使っているか（複数回答）

対象：ストレスを発散するためにお金をかけている人

※各上位5位までを表示

順位	20代男性【n=240】	%	順位	30代男性【n=128】	%	順位	40代男性【n=125】	%
1位	外食	44.6	1位	外食	46.1	1位	外食	48.8
2位	スイーツ・お菓子	41.7	2位	お酒	37.5	2位	お酒	40.0
3位	お酒	35.4	3位	スイーツ・お菓子	35.9	3位	スイーツ・お菓子	39.2
4位	ゲーム	33.8	4位	ゲーム	32.0	4位	旅行	27.2
5位	カラオケ	25.4	5位	旅行	24.2	5位	映画 / ゲーム	各20.8
順位	20代女性【n=323】	%	順位	30代女性【n=150】	%	順位	40代女性【n=143】	%
1位	スイーツ・お菓子	70.3	1位	スイーツ・お菓子	70.0	1位	スイーツ・お菓子	65.7
2位	外食	62.8	2位	外食	58.0	2位	外食	44.1
3位	洋服	39.3	3位	旅行	32.7	3位	お酒	28.7
4位	旅行	35.6	4位	洋服	28.7	4位	旅行	27.3
5位	カラオケ	34.1	5位	お酒	23.3	5位	洋服	22.4

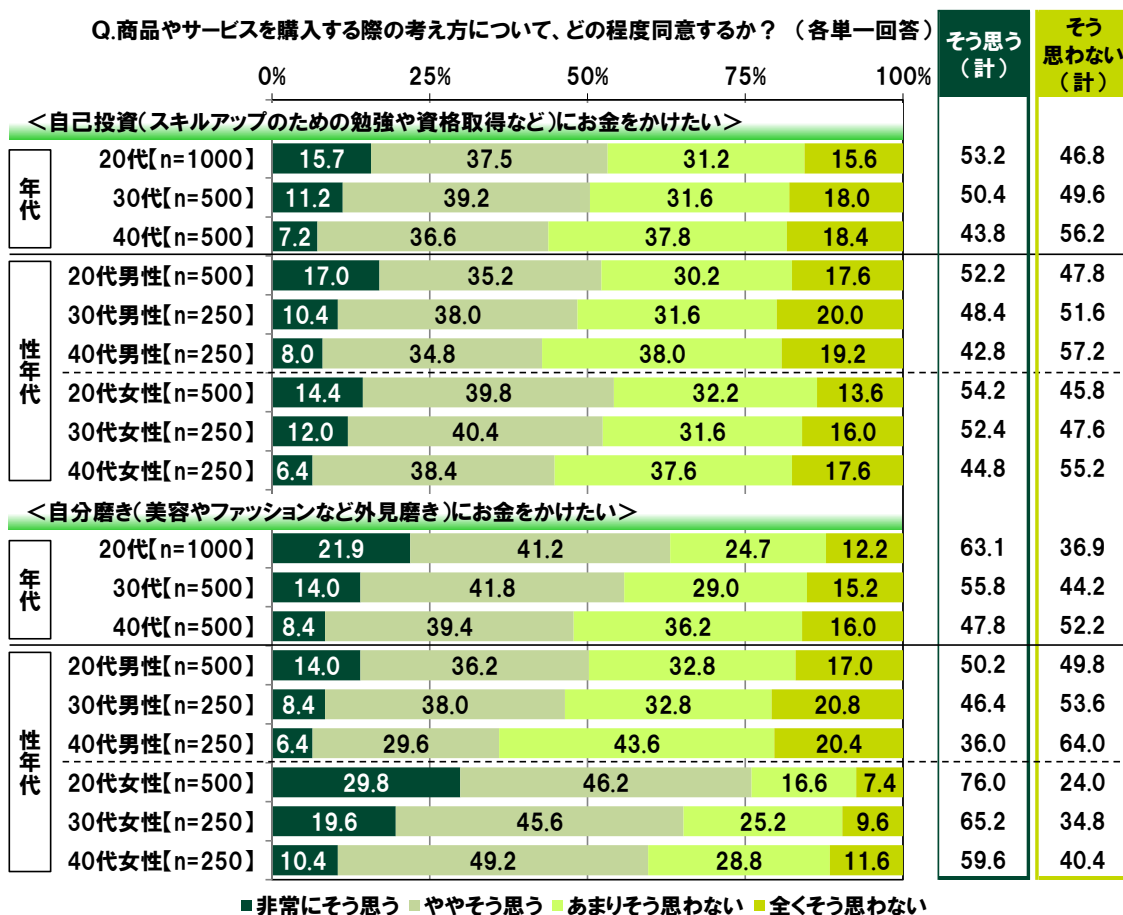
- ≫ “自己投資”や“自分磨き”への意欲は若い年代ほど高い傾向
- ≫ “自己投資”にお金をかけている人はどのくらいかけている？ 平均額が最も高い30代では8,185円/月

全回答者(20代1,000名、30代500名、40代500名)に、<自己投資(スキルアップのための勉強や資格取得など)にお金をかけたい>と思うか聞いたところ、『そう思う(計)』は、20代53.2%、30代50.4%、40代43.8%となりました。若い年代ほど、自己投資への意欲が高いようです。

性年代別にみると、20代女性(54.2%)が最も高くなりました。

続いて、<自分磨き(美容やファッションなど外見磨き)にお金をかけたい>と思うか聞いたところ、『そう思う(計)』は、20代63.1%、30代55.8%、40代47.8%となりました。自分磨きへの意欲も若い年代ほど高いことがわかりました。

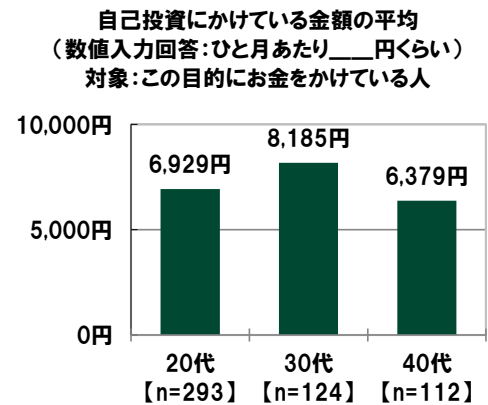
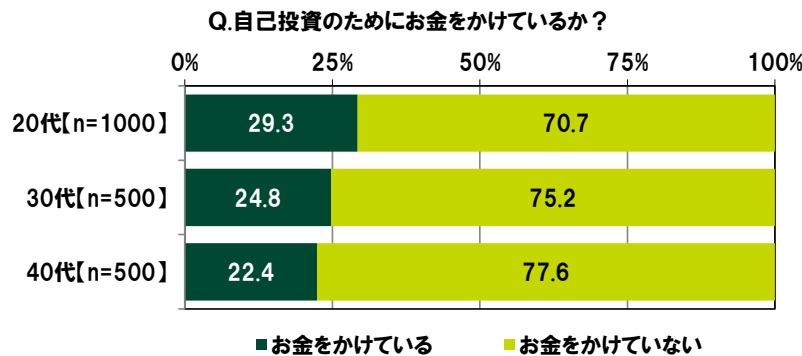
性年代別にみると、20代女性(76.0%)が最も高くなりました。



では、自己投資や自分磨きのために、どのくらいお金をかけている人が多いのでしょうか。

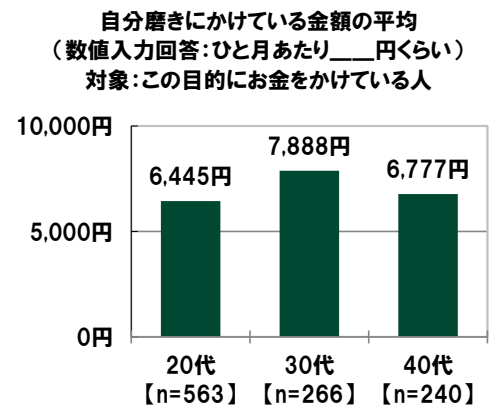
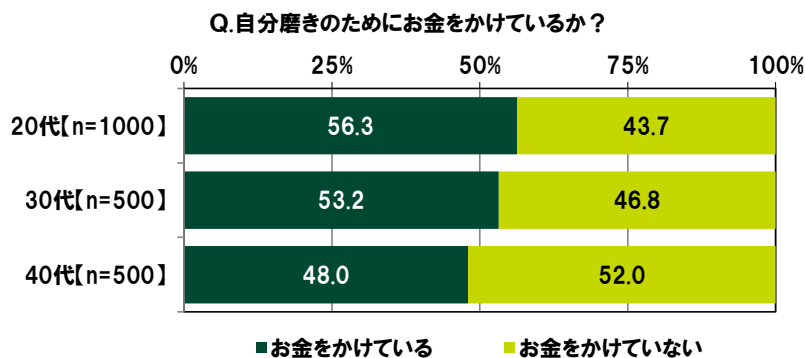
自己投資（スキルアップのための勉強や資格取得など）のためにお金をかけている人の割合をみると、20代 29.3%、30代 24.8%、40代 22.4%と、20代が最も高くなりました。

自己投資にお金をかけている人（20代 293名、30代 124名、40代 112名）がひと月あたりにかけている金額の平均をみると、20代 6,929円、30代 8,185円、40代 6,379円となり、かけている金額では30代が最も高くなりました。



また、自分磨き（美容やファッションなど外見磨き）のためにお金をかけている人の割合をみると、20代 56.3%、30代 53.2%、40代 48.0%となり、若い年代ほど高くなりました。

自分磨きにお金をかけている人（20代 563名、30代 266名、40代 240名）がひと月あたりにかけている金額の平均をみると、20代 6,445円、30代 7,888円、40代 6,777円となりました。



≫ ○○離れは若者だけじゃない “飲み会離れ”を実感しているのは20代より30代・40代

消費の対象や消費スタイルに、これまでと違う傾向がみられる場合、“○○離れ”と表現されることがあります。

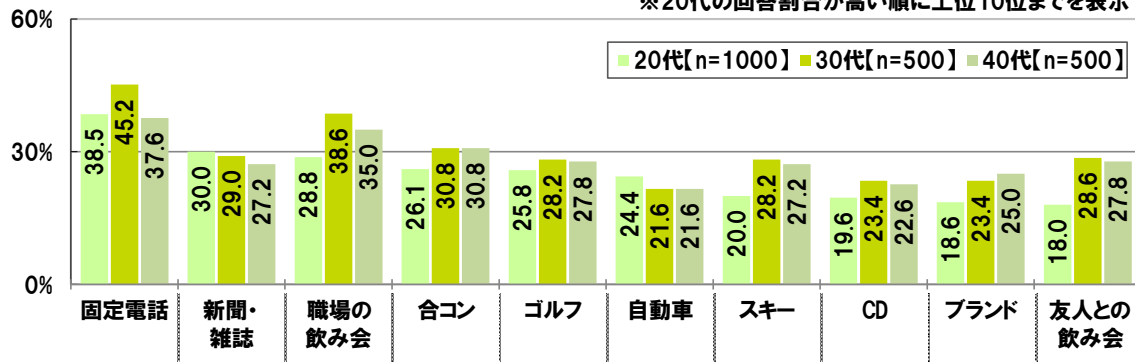
全回答者(20代1,000名、30代500名、40代500名)に、日頃、自身が、「○○離れ」していると感じるもの(関心がなかったり、必要だと感じなかったりするもの)を聞きました。

年代別にみると、いずれの年代でも「固定電話」(20代38.5%、30代45.2%、40代37.6%)が最も高くなりました。

「職場の飲み会」や「友人との飲み会」についてみると、「職場の飲み会」では20代28.8%、30代38.6%、40代35.0%、「友人との飲み会」では20代18.0%、30代28.6%、40代27.8%となりました。「若者の飲み会離れ」がよくメディアに取り上げられますが、実際は30代や40代のほうが自身の飲み会離れを実感している結果となりました。

Q.日頃、自身が、「○○離れ」していると感じるもの(関心がなかったり、必要だと感じないもの)は？(複数回答)

※20代の回答割合が高い順に上位10位までを表示



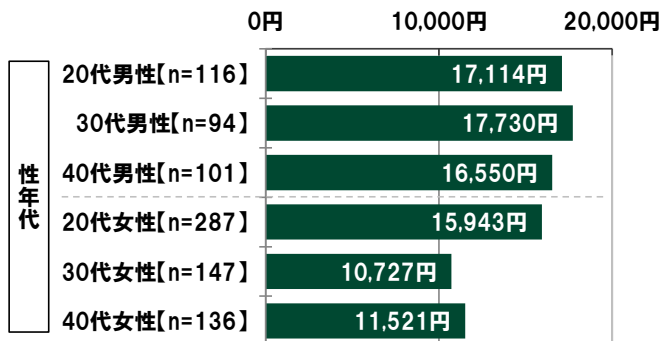
- ▶ パートナーの誕生日プレゼントにかけたい金額 かけたい人の平均は、女性より男性のほうが高額に
- ▶ パートナーの誕生日プレゼントに実際にかけている金額 20代男性では16,228円、20代女性では15,854円

恋人や配偶者がいる人に、パートナー（恋人や配偶者）関連の出費について聞きました。

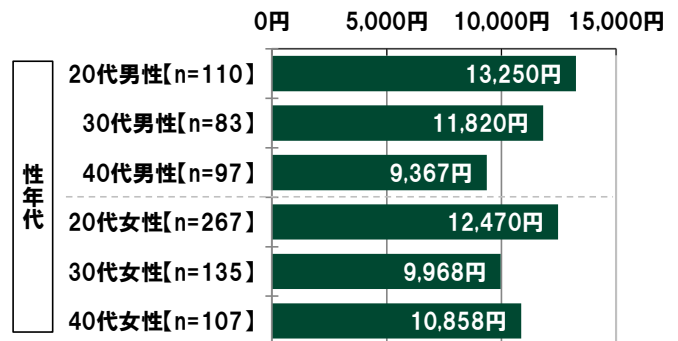
まず、誕生日プレゼントにかけたい金額を聞きました。お金をかけたい人（20代男性116名、30代男性94名、40代男性101名、20代女性287名、30代女性147名、40代女性136名）の平均額をみると、20代（男性17,114円、女性15,943円）、30代（男性17,730円、女性10,727円）、40代（男性16,550円、女性11,521円）と、いずれも男性のほうが高くなりました。

また、パートナー（恋人や配偶者）との記念日デートにかけたい金額を聞きました。お金をかけたい人（20代男性110名、30代男性83名、40代男性97名、20代女性267名、30代女性135名、40代女性107名）の平均額をみると、20代（男性13,250円、女性12,470円）と30代（男性11,820円、女性9,968円）では男性のほうが高くなりましたが、40代（男性9,367円、女性10,858円）では女性のほうが高くなりました。

パートナー（恋人や配偶者）への誕生日プレゼントに
かけたい金額の平均
（数値入力回答：1回あたり___円くらい）
対象：パートナーがいて、誕生日プレゼントにお金をかけたい人
※平均を表示



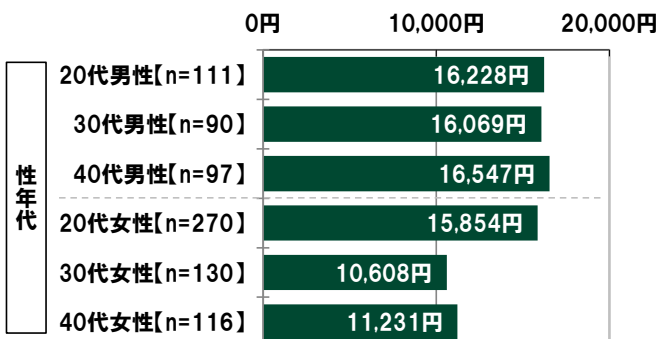
パートナー（恋人や配偶者）との記念日デートに
かけたい金額の平均
（数値入力回答：1回あたり___円くらい）
対象：パートナーがいて、記念日デートにお金をかけたい人
※平均を表示



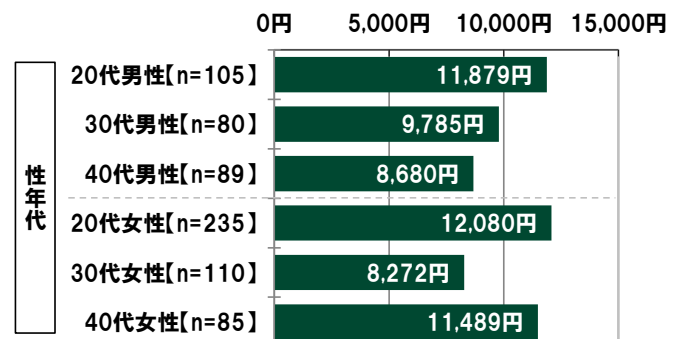
では、実際にはいくらくらいお金を使っているのでしょうか。パートナー（恋人や配偶者）への誕生日プレゼントにかけている金額を聞きました。お金をかけている人（20代男性111名、30代男性90名、40代男性97名、20代女性270名、30代女性130名、40代女性116名）の平均額をみると、最も高いのは男性では40代（16,547円）、女性では20代（15,854円）でした。

また、パートナー（恋人や配偶者）との記念日デートにかけている金額を聞いたところ、お金をかけている人（20代男性105名、30代男性80名、40代男性89名、20代女性235名、30代女性110名、40代女性85名）の平均額が最も高いのは男女とも20代で、20代男性では11,879円、20代女性では12,080円となりました。

パートナー（恋人や配偶者）への誕生日プレゼントに
かけている金額の平均
（数値入力回答：1回あたり___円くらい）
対象：パートナーがいて、誕生日プレゼントにお金をかけている人
※平均を表示



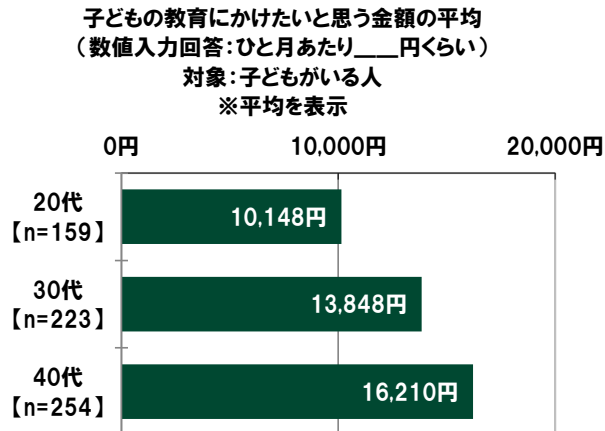
パートナー（恋人や配偶者）との記念日デートに
かけている金額の平均
（数値入力回答：1回あたり___円くらい）
対象：パートナーがいて、記念日デートにお金をかけている人
※平均を表示



- ≫ 親が子どもの教育にかけたいと思う金額の平均 20代 10,148円 30代 13,848円 40代 16,210円
- ≫ 子どもの教育に実際にかけている金額の平均 40代は 18,558円、かけたいと思う金額の平均を超える結果に

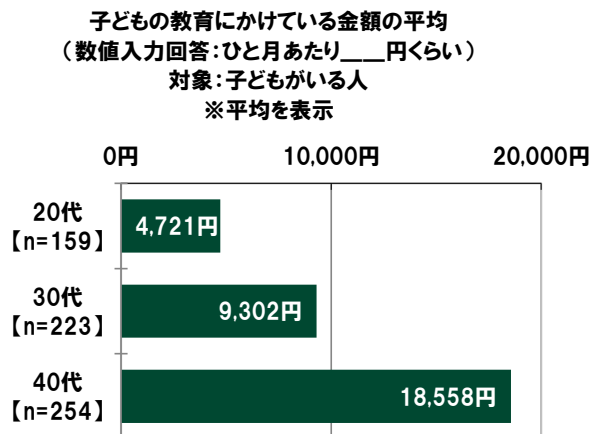
続いて、子どもの教育費に対する意識について聞きました。

子どもがいる人(20代 159名、30代 223名、40代 254名)に、子どもの教育にかけたいと思う金額を聞きました。平均額を年代別にみると、20代 10,148円、30代 13,848円、40代 16,210円と、年代が上がるほど高くなりました。40代では、高校・大学への進学費用や子どもの人数などを考慮しているのではないのでしょうか。



では、実際には、子どもの教育にいくらくらい出費しているのでしょうか。子どもの教育にかけている金額を聞きました。

平均額を年代別にみると、20代 4,721円、30代 9,302円、40代 18,558円となり、40代ではかけたいと思う金額の平均を超える結果となりました。



【2019年のトレンド消費】

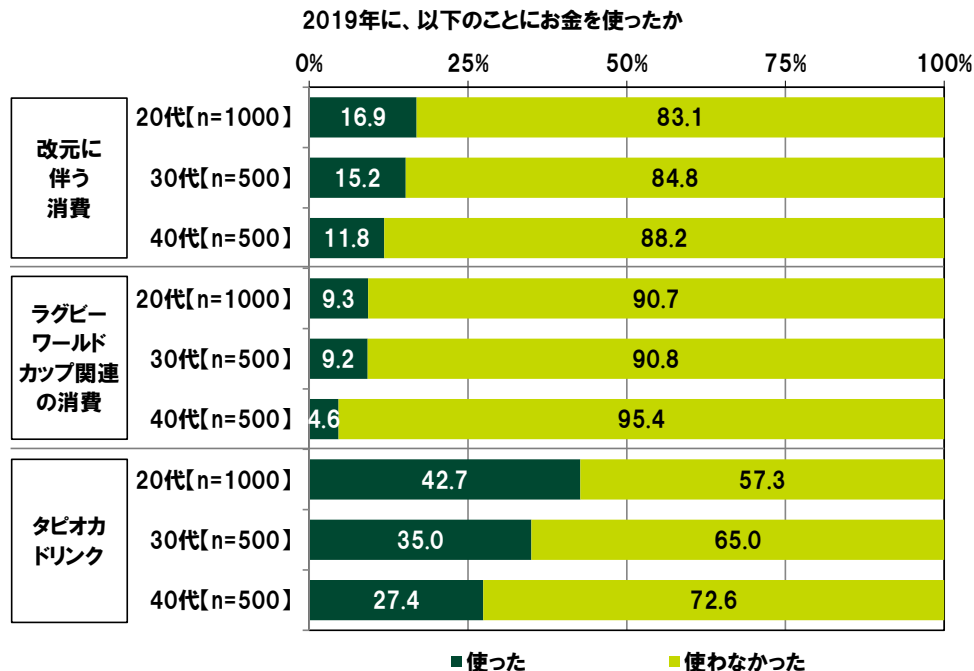
- ≫ 20代が景気の底支え！？ トレンド消費に最も積極的なのは20代
- ≫ 2019年トレンド消費「改元消費」をした人が使った金額の平均 40代では17,853円
「ラグビーワールドカップ消費」をした人が使った金額の平均 30代では17,470円

2019年は、改元やラグビーワールドカップの開催といった大きな出来事がありました。

そこで、全回答者(20代1,000名、30代500名、40代500名)に、2019年ならではの消費について聞きました。

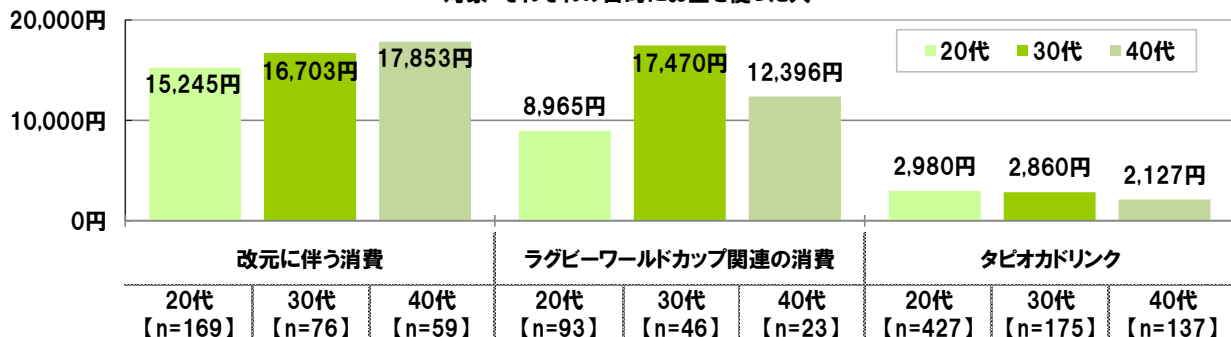
それぞれの目的にお金を使った人の割合をみると、<改元に伴う消費>では20代16.9%、30代15.2%、40代11.8%となり、<ラグビーワールドカップ関連の消費>では20代9.3%、30代9.2%、40代4.6%となりました。

その他、2019年に目立ったトレンド消費である<タピオカドリンク>では20代42.7%、30代35.0%、40代27.4%となりました。



それぞれの目的にお金を使った人に、使った金額を聞きました。<改元に伴う出費>にお金を使った人(20代169名、30代76名、40代59名)の平均額は、20代15,245円、30代16,703円、40代17,853円と年代が上がるほど高くなりました。<ラグビーワールドカップ関連の出費>にお金を使った人(20代93名、30代46名、40代23名)の平均額は、30代が17,470円で最も高くなりました。また、<タピオカドリンク>にお金を使った人(20代427名、30代175名、40代137名)の平均額は、20代が2,980円で最も高くなりました。

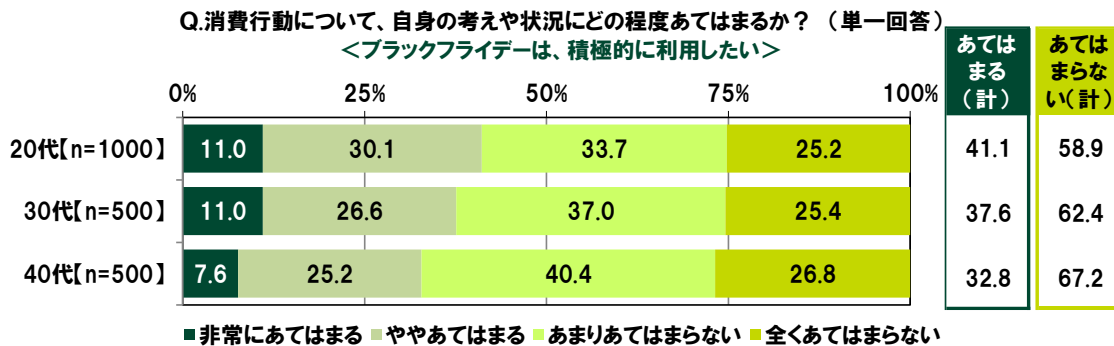
2019年1年間に、以下のことに使った金額の平均 (数値入力回答: ___円くらい)
 対象: それぞれの目的にお金を使った人



≫ 昨年「ブラックフライデー消費」をした人が使った金額の平均 20代 10,893円 30代 14,066円 40代 12,823円

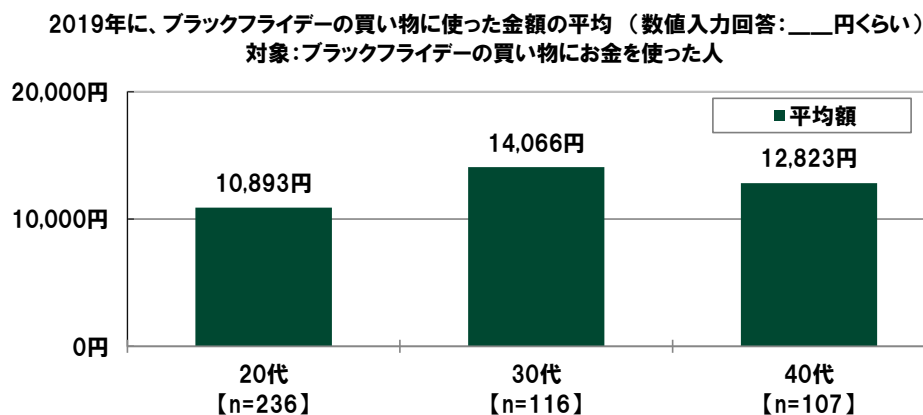
近年、スーパーやインターネット店舗などで、“ブラックフライデー”にちなんだセールが行われるようになりました。ブラックフライデーとはアメリカ発祥の大型セールで、日本では勤労感謝の日(11月23日)頃から開始されています。ブラック=黒にちなみ、黒色の商品や名前に黒がつく商品(黒毛和牛など)が安くなったり、値段が96円、960円などに設定されたりすることがあります。

全回答者(20代 1,000名、30代 500名、40代 500名)に、<ブラックフライデーは積極的に利用したい>かどうかを聞いたところ、『あてはまる(計)』は20代 41.1%、30代 37.6%、40代 32.8%と、若い年代ほどブラックフライデーの買い物に積極的であることがわかりました。



ブラックフライデーの買い物にお金を使った人(20代 236名、30代 116名、40代 107名)に、2019年に、ブラックフライデーの買い物に使った金額を聞きました。

平均額を年代別にみると、最も高いのは30代(14,066円)、最も低いのは20代(10,893円)となりました。



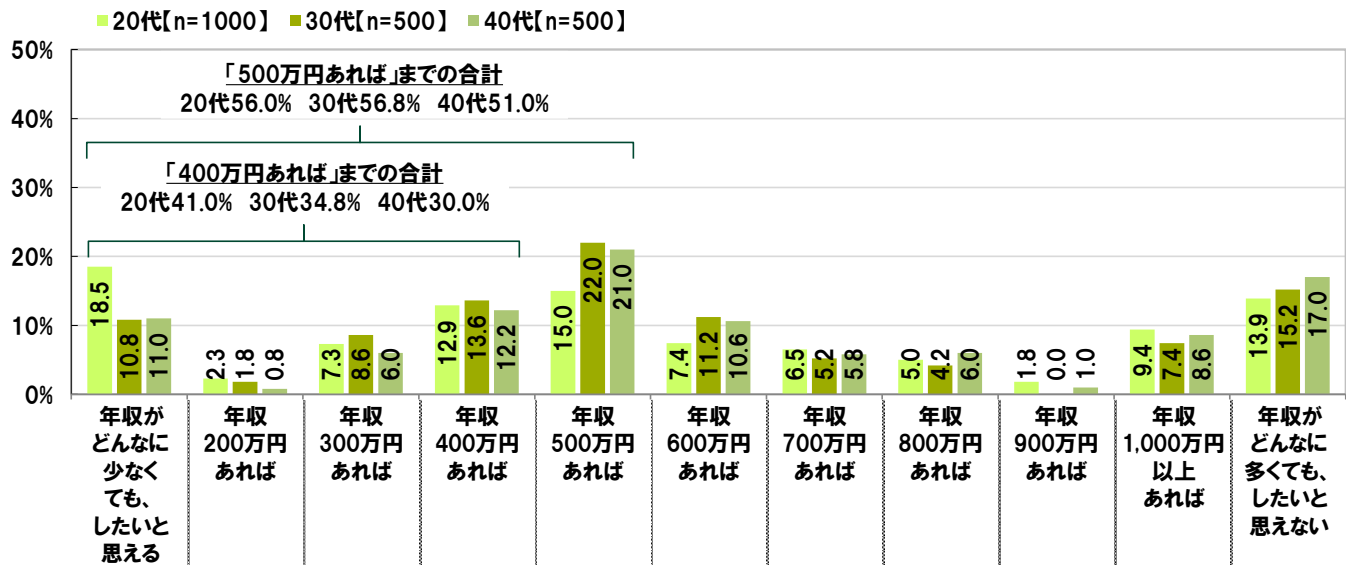
【ライフイベントと収入事情】

- ≫ “結婚しよう”と思える年収は？「年収 500 万円あれば結婚に前向き」20 代 56% 30 代 57% 40 代 51%
- ≫ 「年収 500 万円あれば出産・子育てに前向き」20 代 45%、30 代 46%、40 代 37%と、20 代も 5 割を下回る

ライフイベントと年収の関係について質問しました。

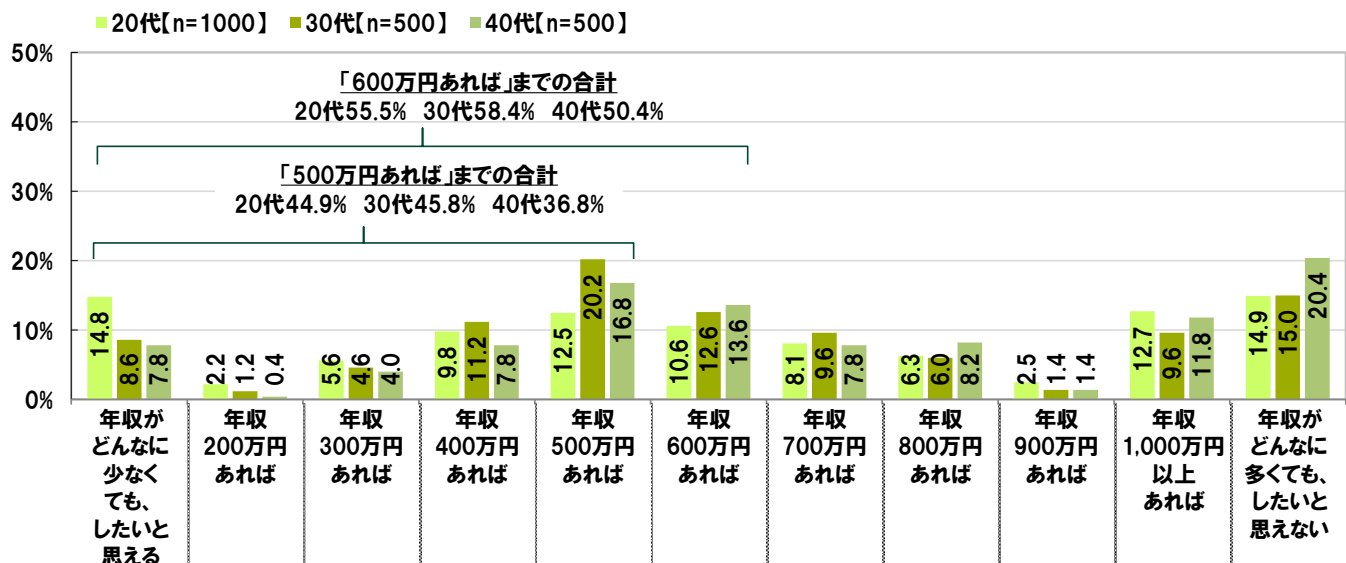
まず、全回答者(20 代 1,000 名、30 代 500 名、40 代 500 名)に、結婚しようと思える世帯年収額を聞いたところ、年収 400 万円以下と思える割合(「年収 400 万円あれば」までの合計)は 20 代 41.0%、30 代 34.8%、40 代 30.0%、年収 500 万円以上と思える割合(「年収 500 万円あれば」までの合計)は 20 代 56.0%、30 代 56.8%、40 代 51.0% となりました。20 代・30 代・40 代の半数以上が、年収 500 万円あれば、結婚をイメージすることができるようです。

Q.結婚しようと思える年収(世帯年収)は？(単一回答)



同様に、出産・子育て(1 人)しようと思える世帯年収額を聞いたところ、年収 500 万円以上と思える割合(「年収 500 万円あれば」までの合計)は 20 代 44.9%、30 代 45.8%、40 代 36.8%、年収 600 万円以下と思える割合(「年収 600 万円あれば」までの合計)は 20 代 55.5%、30 代 58.4%、40 代 50.4%となりました。

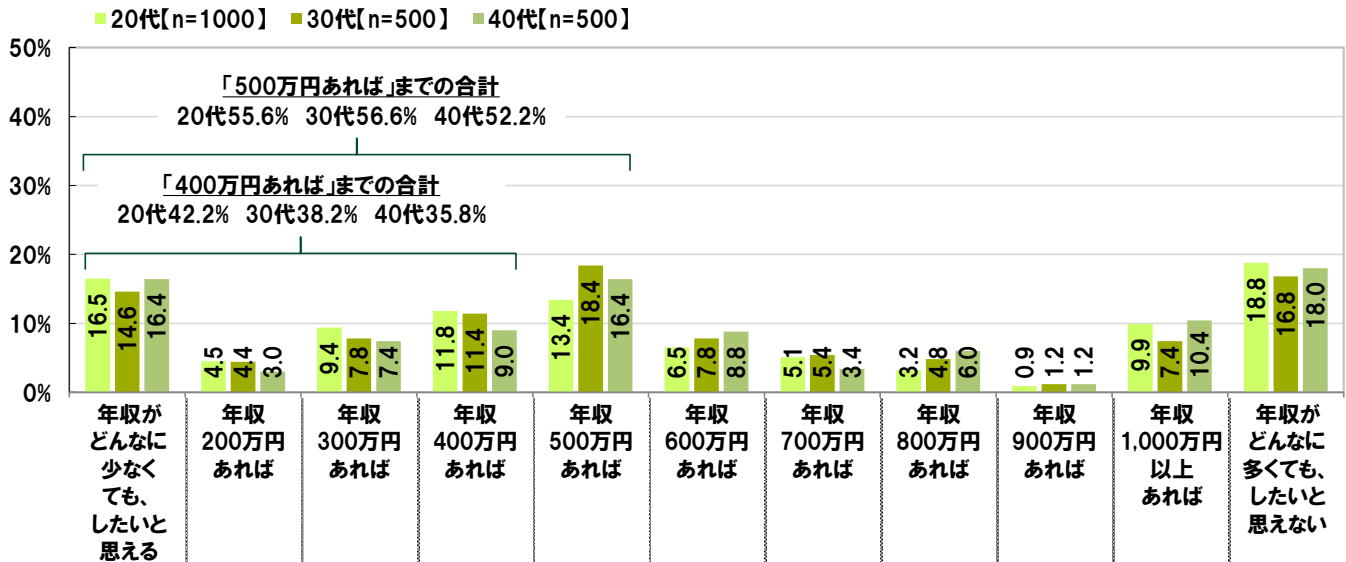
Q.出産・子育て(1人)しようと思える年収(世帯年収)は？(単一回答)



- ≫ 「年収 500 万円あればマイカー購入に前向き」20 代 56% 30 代 57% 40 代 52%
- ≫ 半数以上が“住宅を購入しよう”と思える年収 20 代と 30 代は 700 万円、40 代は 800 万円

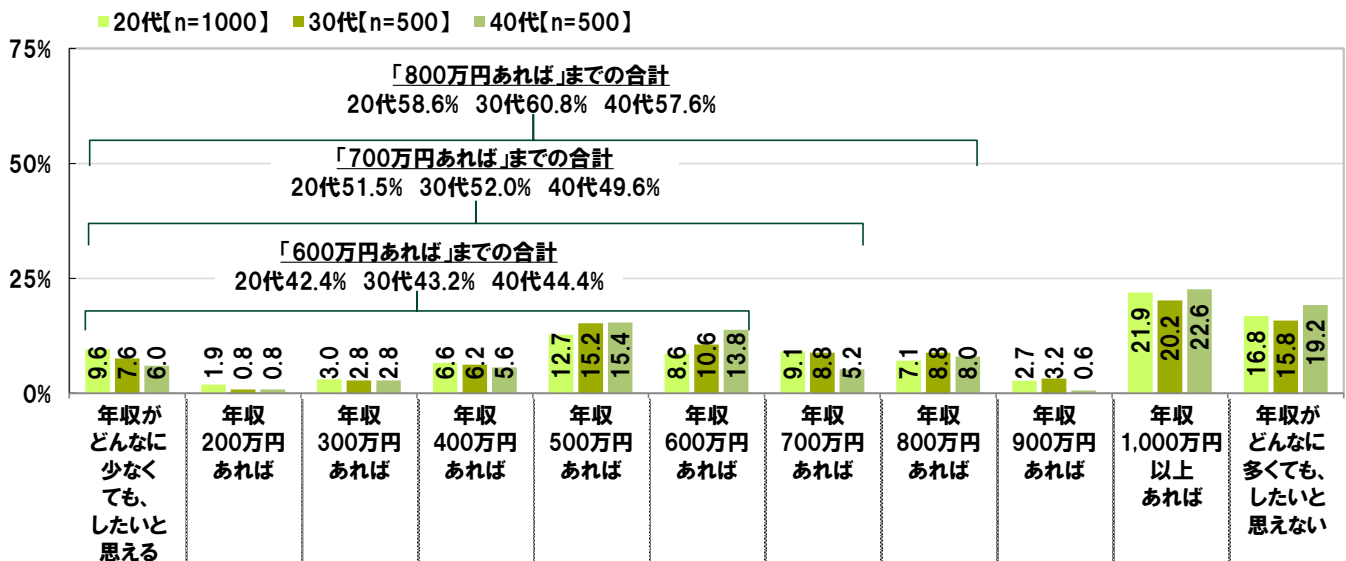
全回答者(20 代 1,000 名、30 代 500 名、40 代 500 名)に、自家用車を購入しようと思える世帯年収額を聞いたところ、年収 400 万円でしょうと思える割合(「年収 400 万円あれば」までの合計)は 20 代 42.2%、30 代 38.2%、40 代 35.8%、年収 500 万円でしょうと思える割合(「年収 500 万円あれば」までの合計)は 20 代 55.6%、30 代 56.6%、40 代 52.2%となりました。いずれの年代においても半数以上が自家用車の購入に前向きになれる年収は 500 万円でした。

Q.自家用車を購入しようと思える年収(世帯年収)は？(単一回答)



同様に、住宅を購入しようと思える世帯年収額を聞いたところ、年収 600 万円でしょうと思える割合(「年収 600 万円あれば」までの合計)は 20 代 42.4%、30 代 43.2%、40 代 44.4%、年収 700 万円でしょうと思える割合(「年収 700 万円あれば」までの合計)は 20 代 51.5%、30 代 52.0%、40 代 49.6%、年収 800 万円でしょうと思える割合(「年収 800 万円あれば」までの合計)は 20 代 58.6%、30 代 60.8%、40 代 57.6%となりました。半数以上が住宅の購入に前向きになれるのは、20 代と 30 代では年収 700 万円、40 代では年収 800 万円でした。40 代の住宅を購入しようと思えるハードルは、20 代・30 代より高めようです。

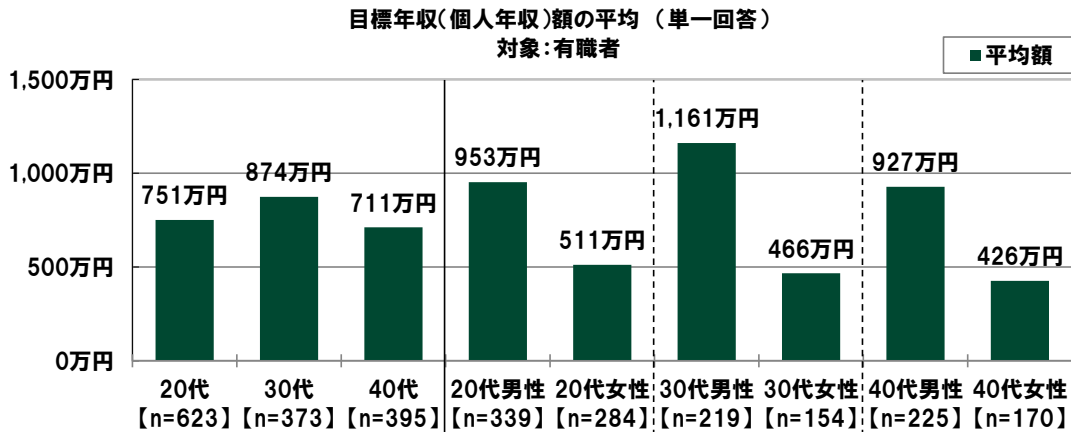
Q.住宅を購入しようと思える年収(世帯年収)は？(単一回答)



- ≫ 目標年収の平均 20代 751万円 30代 874万円 40代 711万円
- ≫ 管理職になってもいいと思える年収 20代 1,010万円 30代 1,106万円 40代 963万円

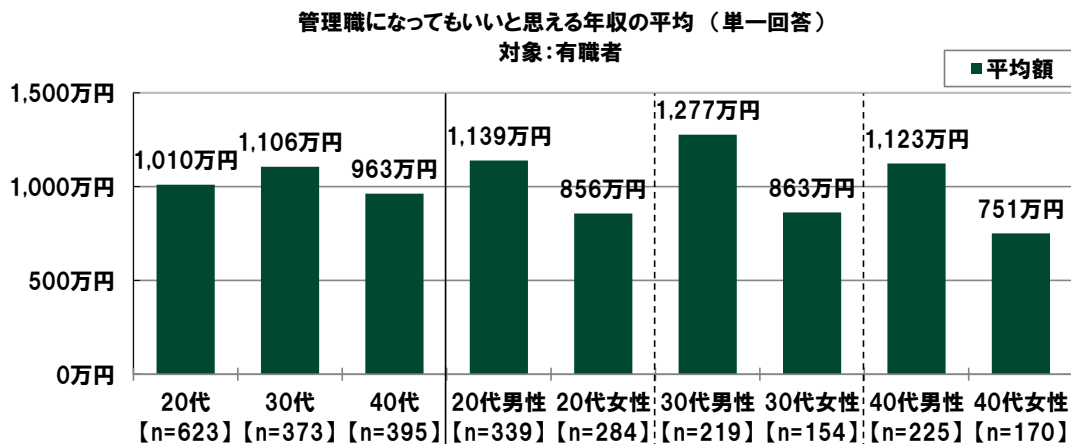
有職者(20代 623名、30代 373名、40代 395名)に、目標年収(個人年収)を聞きました。

平均を年代別にみると、20代 751万円、30代 874万円、40代 711万円と、30代が最も高くなり、特に30代男性では1,161万円と1,000万円を超えました。



続いて、管理職になってもいいと思える年収を聞きました。平均を年代別にみると、20代 1,010万円、30代 1,106万円、40代 963万円となりました。1,000万円前後の年収があれば、管理職になってもいいと考える人が多いようです。

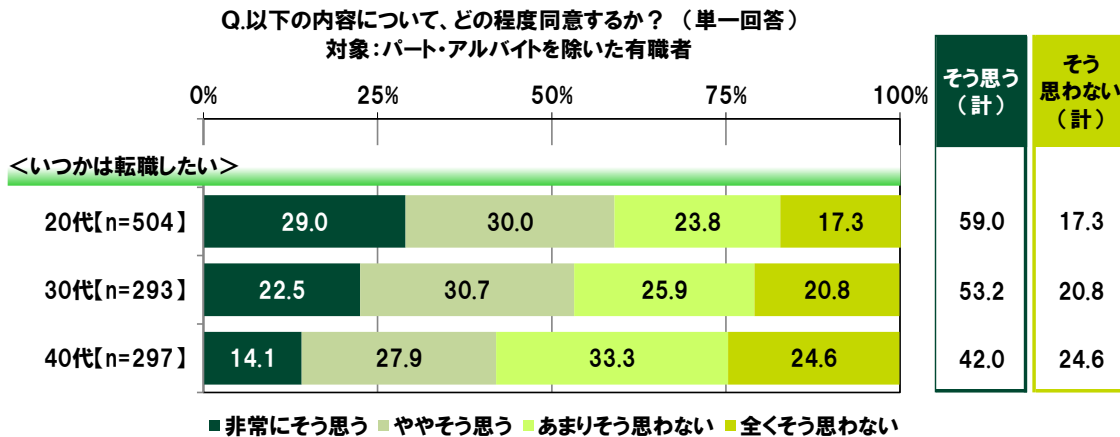
男女別に平均をみると、男女とも最も高いのは30代で、30代男性では1,277万円、30代女性では863万円となりました。



- ▶ **転職に対する意識** 20代有職者の59%が「いつかは転職したい」と回答
- ▶ **希望する転職先の条件** 男性はいずれの年代も「給料がいい」が1位、女性は年齢が上がるほど「人間関係」を重視

パート・アルバイトを除いた有職者(20代504名、30代293名、40代297名)に、転職に対する意識について聞きました。

まず、「いつかは転職したい」と思うか聞いたところ、『そう思う(計)』(「非常にそう思う」と「ややそう思う」の合計)は、20代59.0%、30代53.2%、40代42.0%となりました。若い年代ほど転職意向が高いようです。若い年代ほどスキルアップなどの自己投資にお金をかけたい人の割合が高くなっていましたが、若い年代にはスキルアップを考えて転職したいと考えている人もいないのでしょうか。



続いて、自身が転職するとしたら、どのようなところに転職したいと思うかを聞きました。性年代別にみると、男性では、いずれの年代においても「給料がいい」が1位、「休日日数が多い」が2位となりました。男性は転職先選びの際、給料と休日日数を意識する人が多いようです。一方、女性では、20代は「給料がいい」が1位と、男性と同じでしたが、30代女性では「給料がいい」と並んで「職場の人間関係が良い」が1位となり、40代女性では「職場の人間関係が良い」が1位、「給料がいい」が2位でした。女性の転職先選びでは、年齢が上がるにつれ、職場の人間関係が重視されるようです。

Q.自身が転職するとしたら、どのようなところに転職したいか？(複数回答)

対象:パート・アルバイトを除いた有職者

※各上位5位までを表示

順位	20代男性[n=293]	%	順位	30代男性[n=194]	%	順位	40代男性[n=210]	%
1位	給料がいい	62.5	1位	給料がいい	71.6	1位	給料がいい	65.7
2位	休日日数が多い	47.8	2位	休日日数が多い	53.1	2位	休日日数が多い	50.0
3位	職場の人間関係が良い	38.6	3位	残業時間が少ない	46.9	3位	残業時間が少ない	44.3
4位	残業時間が少ない	38.2	4位	職場の人間関係が良い	43.3	4位	職場の人間関係が良い	43.8
5位	やりがいがある	27.6	5位	働き方が選べる (フレックスタイム制やテレワークなど)	32.5	5位	やりがいがある	32.4

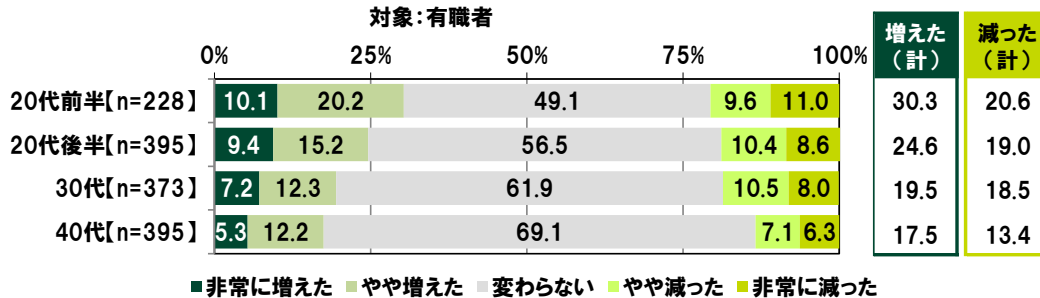
順位	20代女性[n=211]	%	順位	30代女性[n=99]	%	順位	40代女性[n=87]	%
1位	給料がいい	77.7	1位	給料がいい	74.7	1位	職場の人間関係が良い	70.1
2位	職場の人間関係が良い	65.9		職場の人間関係が良い	74.7	2位	給料がいい	65.5
3位	残業時間が少ない	57.8	3位	休日日数が多い	56.6	3位	休日日数が多い	60.9
4位	休日日数が多い	53.1		残業時間が少ない	56.6	4位	自宅から近い	57.5
5位	働き方が選べる (フレックスタイム制やテレワークなど)	46.4	5位	自宅から近い	55.6	5位	ハラスメントがない	55.2

【働き方改革と収入事情】

- ▶ **働き方改革の影響** 残業時間が減った有職女性の54%が「収入」も減ったと回答
- ▶ **働き方改革で家事メン増加?** 残業時間が減った有職男性の34%が「家事時間」が増えたと回答
- ▶ **アフター5消費は盛り上がりせず?** 残業時間が減っても「仕事後の消費」は増えた人より減った人が多数に

働き方改革で、長時間労働の是正が進められていますが、生活にはどのような影響があったのでしょうか。

有職者(20代前半228名、20代後半395名、30代373名、40代395名)に、1年前と比較して残業時間が増えたか、減ったかを聞いたところ、年代別にみると、『減った(計)』(「やや減った」と「非常に減った」の合計、以下同じ)は、20代前半20.6%、20代後半19.0%、30代18.5%、40代13.4%となりました。

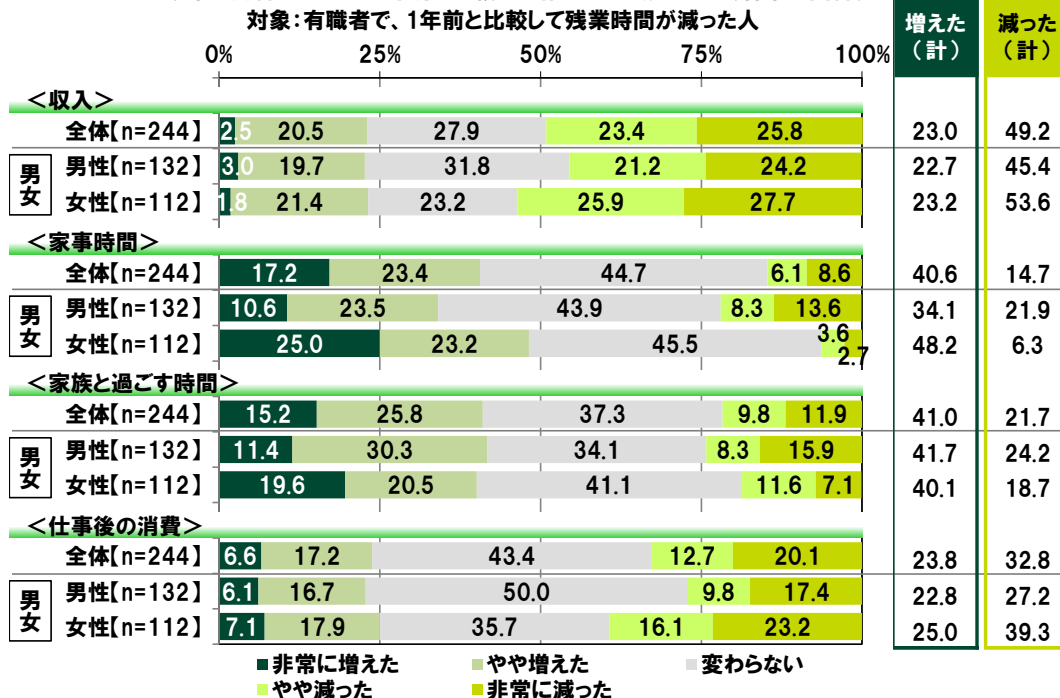
Q.1年前と比較して残業時間が増えたか、減ったか (単一回答)


有職者で残業時間が減った人(244名)を対象に、1年前と比較した、収入・支出や生活時間の変化を聞きました。<収入>についてみると、『減った(計)』は、男性45.4%、女性53.6%となりました。労働時間が短くなった分、収入が減ってしまった人は多いようです。

他方、<家事時間>では『増えた(計)』は、男性34.1%、女性48.2%となり、<家族と過ごす時間>では『増えた(計)』は男性41.7%、女性40.1%となりました。

また、<仕事後の消費>では『増えた(計)』は男性22.8%、女性25.0%となり、『減った(計)』は、男性27.2%、女性39.3%となりました。

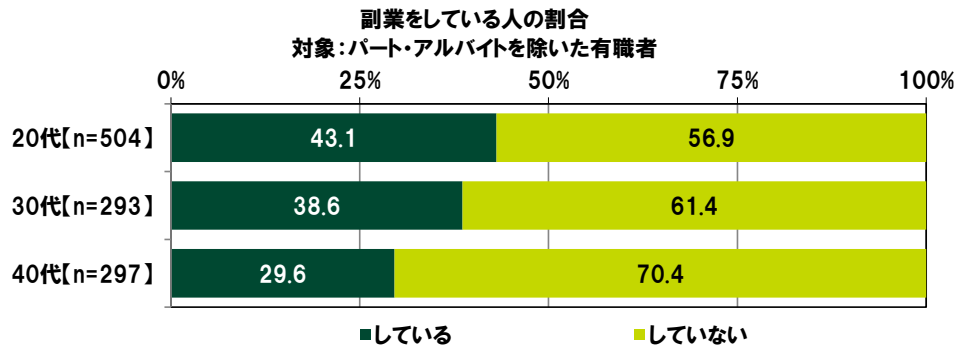
残業時間が減ったことで家事時間や家族と過ごす時間が増えたという人が少なくないようです。また、アフター5の時間は増えたものの収入が減ったことでアフター5の出費を抑制したという人が多いのではないのでしょうか。

Q.以下の内容について、1年前と比較して増えたか、減ったか (各単一回答)


- » **副業をしている人はどのくらい？ 20代有職者では43%が副業を実践**
- » **副業による1ヶ月の収入の平均 20代 7.1万円 30代 8.7万円 40代 6.5万円**

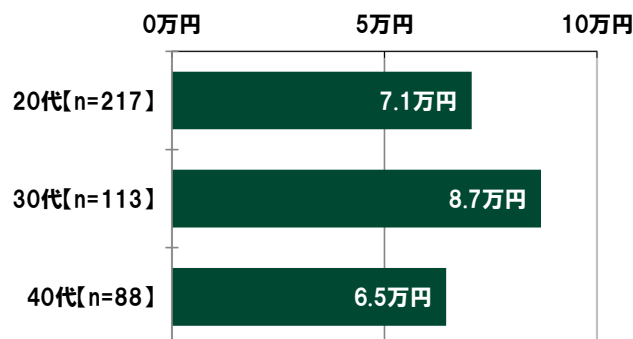
政府は、働き方改革の一環として、副業を推進しています。働き盛りの20代～40代のビジネスパーソンのうち、副業をしている人はどのくらいいるのでしょうか。パート・アルバイトを除いた有職者(20代 504名、30代 293名、40代 297名)に、副業について質問しました。

副業をしている人の割合をみると、20代では43.1%、30代では38.6%、40代では29.6%と、若い年代ほど高くなりました。



副業をしている人(20代 217名、30代 113名、40代 88名)に、副業で、ひと月あたりいくらかの収入を得ているか聞いたところ、平均額は20代 7.1万円、30代 8.7万円、40代 6.5万円でした。

Q.副業で、ひと月あたりいくらかの収入を得ているか？
(単一回答)
対象:パート・アルバイトを除いた有職者のうち、副業をしている人



【人生 100 年時代の就業意識】

- 20代は40代より楽観視？ “人生 100 年時代”に対するイメージ 40代の78%が「大変そう」、20代は70%
- 何歳まで働こうと思うか 平均は20代58.8歳、30代61.8歳、40代63.2歳

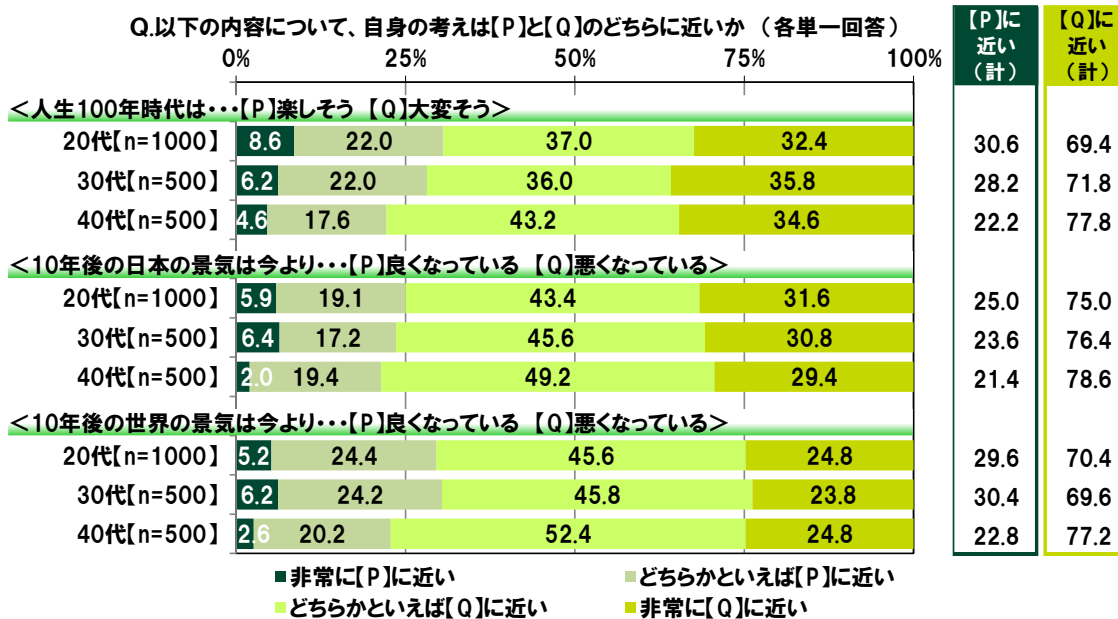
全回答者(20代1,000名、30代500名、40代500名)に、“人生 100 年時代”に対するイメージや、日本・世界の将来に対する予測について聞きました。

“人生 100 年時代”という言葉がメディアで頻繁に使われるようになっていきます。

人生 100 年時代は、「楽しそう」と「大変そう」ではどちらに近いかを聞いたところ、『大変そう(計)』(「非常に」と「どちらかといえば」の合計、以下同じ)は20代69.4%、30代71.8%、40代77.8%となりました。いずれの年代でも、人生 100 年時代という言葉に“大変そう”というイメージを持つ人が多くなりました。

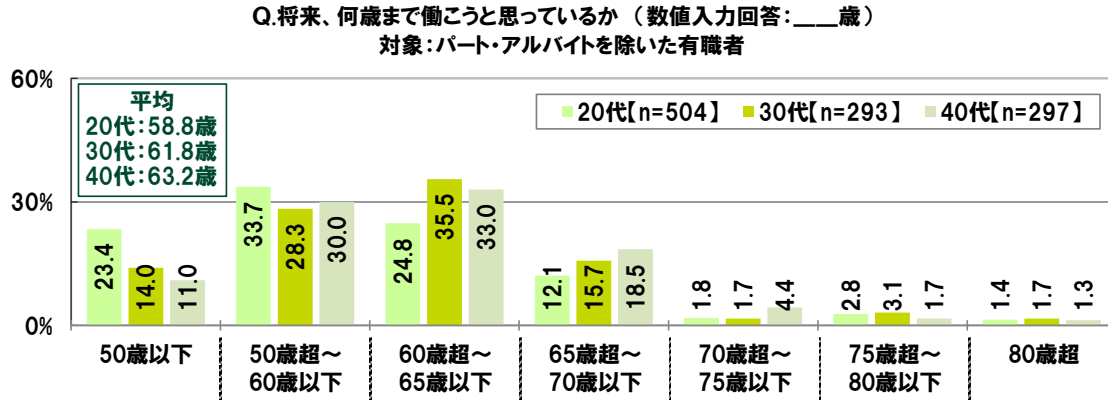
次に、10年後の日本の景気と10年後の世界の景気について、今より「良くなっているか」、「悪くなっているか」を聞いたところ、10年後の日本の景気では『悪くなっている(計)』は20代75.0%、30代76.4%、40代78.6%となり、10年後の世界の景気では『悪くなっている(計)』は20代70.4%、30代69.6%、40代77.2%となりました。いずれの年代においても10年後の日本の景気、世界の景気が今よりも悪くなっていると予想する人が多いことがわかりました。

将来を楽観視できないからこそ、自己投資や転職、副業に対する意識が高くなるのではないのでしょうか。



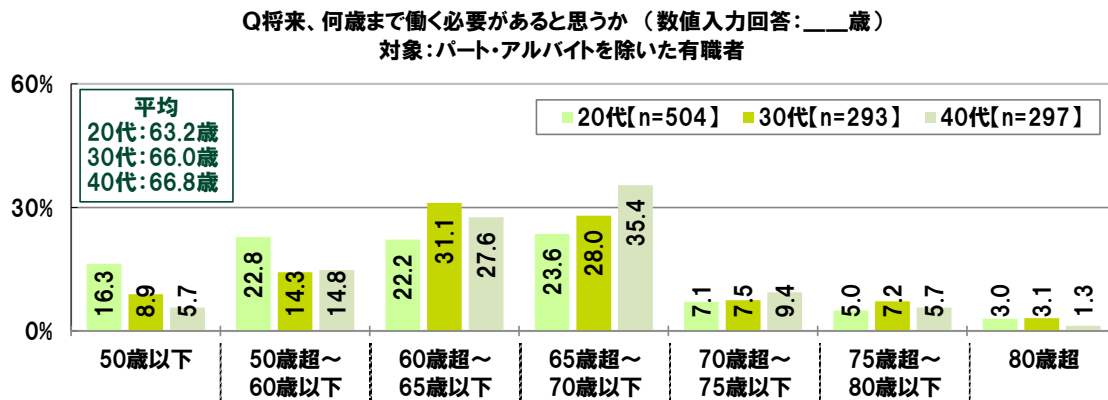
パート・アルバイトを除いた有職者(20代504名、30代293名、40代297名)に、将来、何歳まで働こうと思っているかを聞いたところ、20代では「50歳超～60歳以下」(33.7%)、30代・40代では「60歳超～65歳以下」(30代35.5%、40代33.0%)に回答が集まりました。

平均は、20代58.8歳、30代61.8歳、40代63.2歳と、年代が上がるほど高くなりました。



また、将来、何歳まで働く必要があると思うかを聞いたところ、20代、40代では「65歳超～70歳以下」(20代23.6%、40代35.4%)、30代では「60歳超～65歳以下」(31.1%)に回答が集まりました。

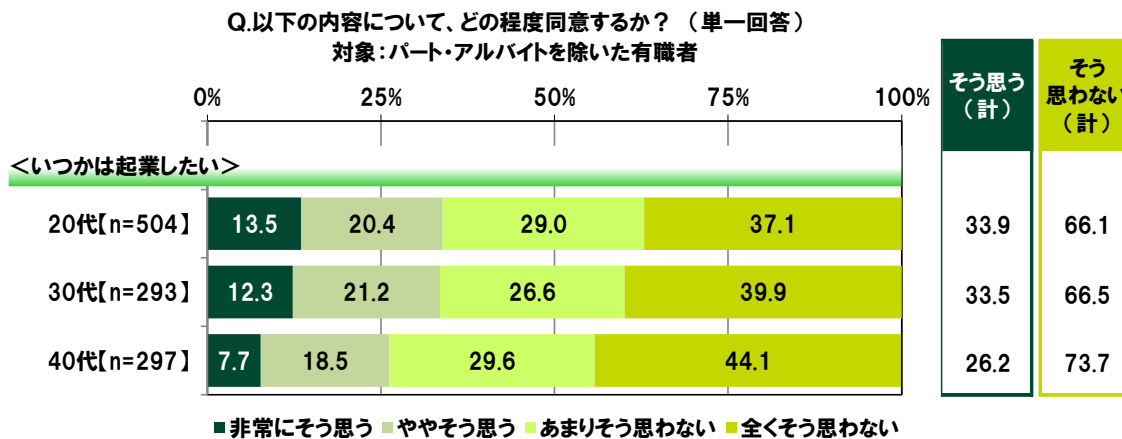
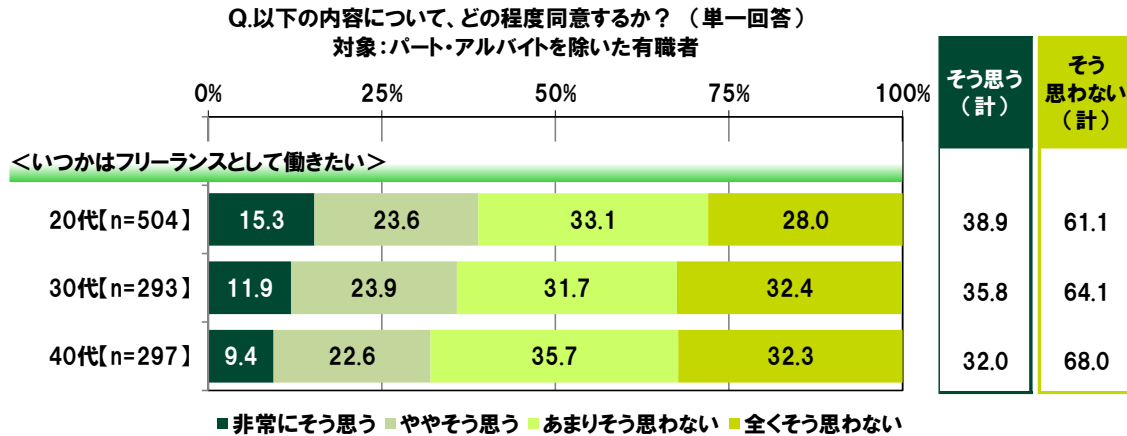
平均は、20代63.2歳、30代66.0歳、40代66.8歳となり、いずれの年代でも、働こうと思っている年齢の平均よりも高くなりました。



≫ 人生 100 年時代のキャリアに対する考え 「いつかは起業したい」20 代 34% 30 代 34% 40 代 26%

人生 100 年時代では、多様な働き方が必要になるといわれています。

そこで、パート・アルバイトを除いた有職者(20 代 504 名、30 代 293 名、40 代 297 名)に、フリーランスになることや起業することについて聞いたところ、<いつかはフリーランスとして働きたい>では『そう思う(計)』は、20 代 38.9%、30 代 35.8%、40 代 32.0%となり、<いつかは起業したい>では『そう思う(計)』は、20 代 33.9%、30 代 33.5%、40 代 26.2%となりました。若い年代のほうがフリーランスとして働くことや起業することに対して意欲を持っていることがわかりました。人生 100 年時代を会社や組織に頼らずに乗り切ろうと考えている人は少なくないようです。



《調査概要》

- ◆調査タイトル : 20代・30代・40代の金銭感覚についての意識調査 2020
- ◆調査対象 : ネットエイジアリサーチのインターネットモニター会員を母集団とする
20歳～49歳の男女
- ◆調査期間 : 2019年12月20日～23日
- ◆調査方法 : インターネット調査
- ◆調査地域 : 全国
- ◆有効回答数 : 2,000サンプル

(内訳)	20代前半	20代後半	30代前半	30代後半	40代前半	40代後半
男性	250	250	125	125	125	125
女性	250	250	125	125	125	125

- ◆調査協力会社 : ネットエイジア株式会社

■■報道関係の皆様へ■■

本リリースの内容の転載にあたりましては、
「SMBC コンシューマーファイナンス調べ」と付記のうえ、
ご使用いただきますよう、お願い申し上げます。

■■本調査に関するお問合せ窓口■■

SMBC コンシューマーファイナンス株式会社

担当 : 広報 CSR 部 佐藤・呉藤

TEL : 03-3543-7360

Eメール : corporate_info@smbc-cf.com

受付時間 : 9時00分～18時00分(月～金)

■■会社概要■■

会社名 : SMBC コンシューマーファイナンス株式会社

(英訳名 SMBC Consumer Finance Co., Ltd.)

設立 : 1962年(昭和37年)3月20日

代表者名 : 金子 良平

所在地 : 東京都中央区銀座四丁目12番15号

事業内容 : 貸金業・保証業