

よのなか調査（生活者編 2023）

生活者を構成する8つの人づきあいタイプの世代別／ライフステージ別構成比を調査

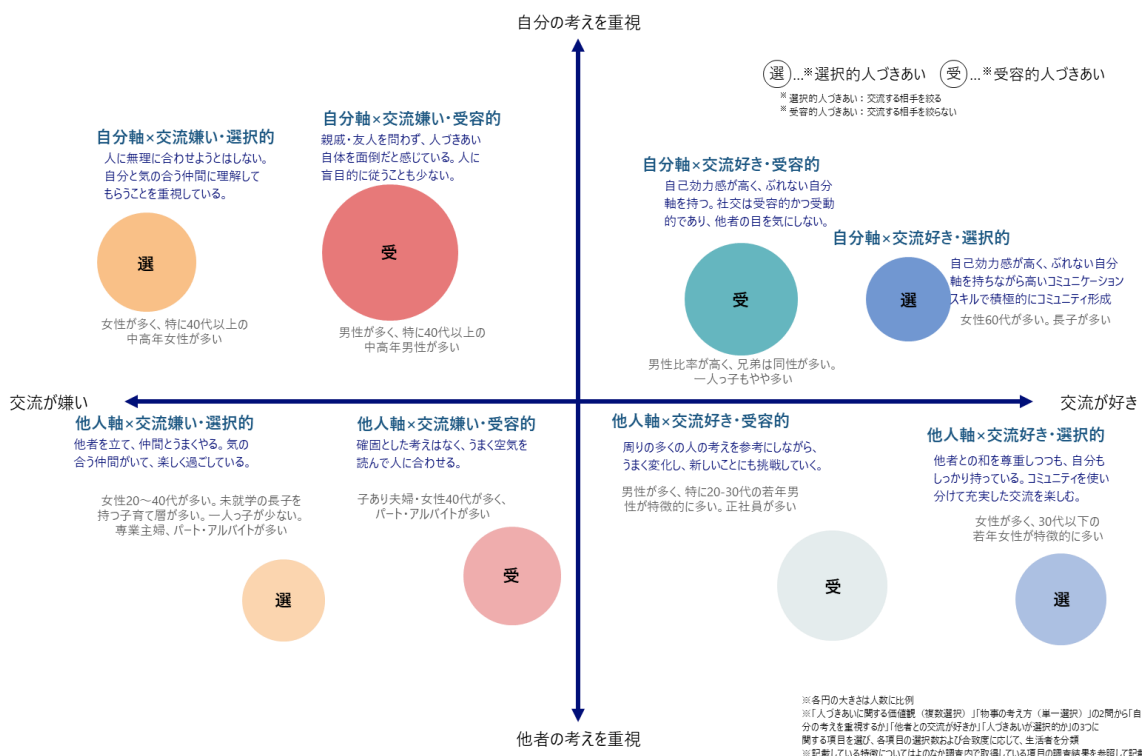
Z世代の多様性が明確になる一方で

就職などライフステージによって人づきあいが変化している可能性も

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘、以下リクルート）は、全国約1万人の生活者を対象に「よのなか調査（生活者編）」を実施しましたので結果を発表致します。「よのなか調査」は、リクルートの事業とは直接関係しない領域も含めたより広い“よのなか”における生活者と事業者の“行動・考え方”を調査し、社会構造の変化を明らかにすることを目的としており、2022年より実施しています。今回は物事の考え方、コミュニケーションスタイルで生活者を8つの「人づきあいタイプ」に分類し、8タイプそれぞれの特徴を分析しました。また世代別／ライフステージ別に各タイプの構成比を分析することで、Z世代*の多様性が明らかになるとともに、ライフステージによって人づきあいのあり方が変化する可能性が分かりました。 ※1990年代半ばから2010年代序盤に生まれた世代

調査結果サマリー

- 生活者を他者の考えを重視／自分の考えを重視、交流が好き／嫌い、人づきあいが選択的／受容的で8つの「人づきあいタイプ」に分類した。
- 性年代別に見ると、属性ごとに8タイプの構成比に特徴がみられる。
- Z世代に目を向けると、Z世代は上の年代と比較して各タイプがバランスよく存在しており、人づきあいに関して上の年代よりも多様な考え方を持つことがうかがえる。
- Z世代の中でも卒業前後で見ると、卒業後は構成比が変化している。



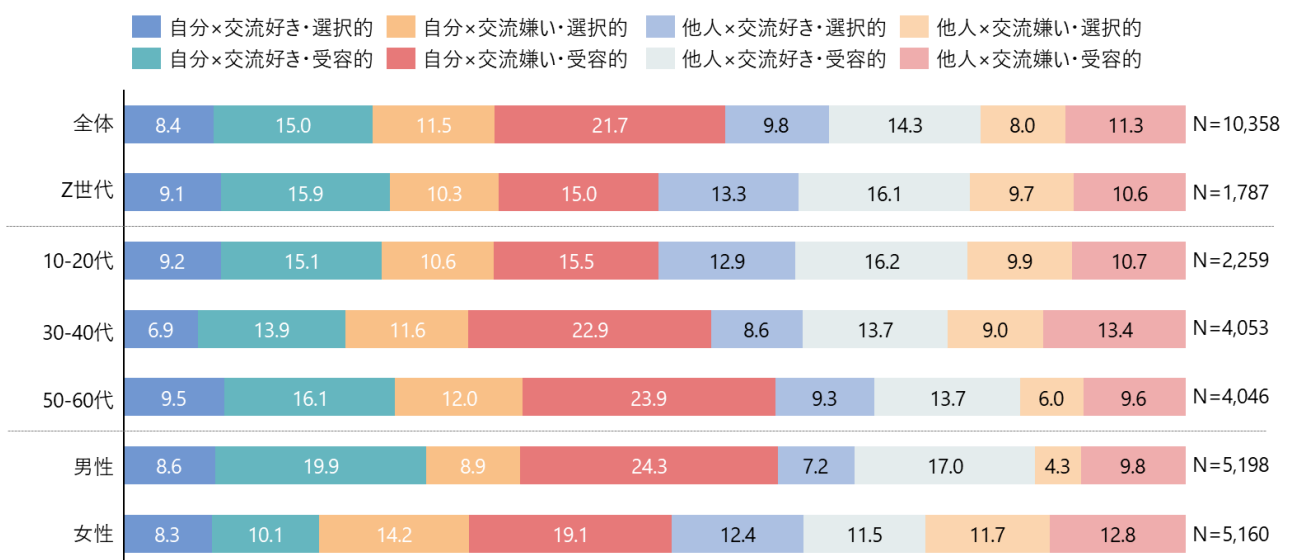
調査結果

- 生活者を物事の考え方、コミュニケーションスタイルで8つの「人づきあいタイプ」に分類

生活者を自分の考えを重視するのか、他人の考えを重視するのかという物事の考え方と、他者との交流が好きか嫌い、人づきあいは選択的か受容的かというコミュニケーションスタイルで8つの「人づきあいタイプ」に分類を行った。

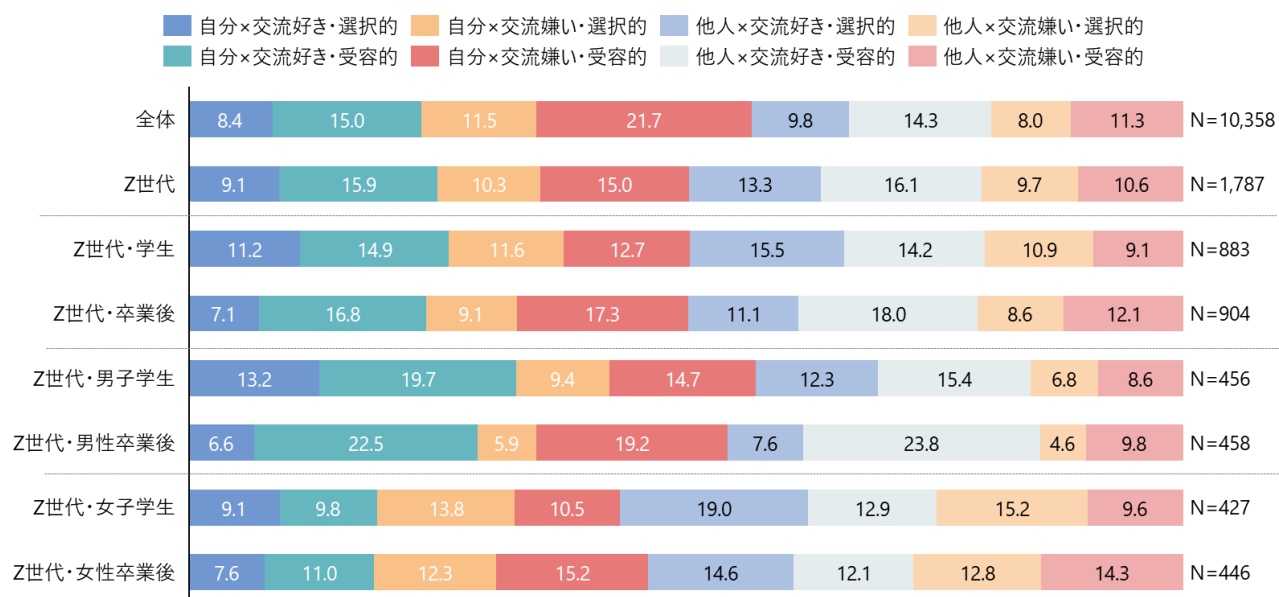
- 性年代別に各タイプの構成比を確認すると、それぞれの属性でタイプの構成比に特徴がある。Z世代は、各タイプがバランスよく存在している。

性年代別に各タイプの構成比を確認すると、20代までは比較的各属性がまばらなのに対して、30代以降では「自分×交流嫌い・受容的」のタイプの構成比が大きくなる傾向にあった。Z世代は各タイプがバランスよく存在しており、上の年代よりも多様な考え方やコミュニケーションスタイルを持っていると考えられる。



- Z世代の中でも卒業前後で違いを見ると、卒業後は構成比が変化する。

Z世代の中でも、卒業前後で構成比の違いを見ると、卒業した後は受容的な人づきあいの割合が増加し、上の年代と構成比が近似してくる傾向にあった。学校から社会に出ることで、一定の影響を受けている可能性も考えられる。男女で構成比の違いはあるが、男女共に卒業後は「自分×交流嫌い・受容的」が増加するなど同様の傾向がみられた。



リクルート 調査室長の解説

株式会社リクルート 調査室 室長

岩下 直司



「Z世代の多様性とその連続性：世代論の落とし穴」

今回はZ世代について考え方やコミュニケーションスタイルの特徴を切り口に上の年代との比較を行ったところ、Z世代は8タイプの構成比が上の年代に比べてバランスよく分散しており、多様性が高いという結果となりました。上の年代から見てZ世代は分かりにくいと言われるケースが多いですが、そうした印象になるのは、その多様性が一因かもしれません。一方で、この考え方とコミュニケーションスタイルの多様性は、どの年代にも比率は違って存在するのも事実です。今回ご紹介したZ世代の特徴は、世代効果ではなく年代効果の部分も大きいと考えられます。同じZ世代でも学生から社会人になると交流・人づきあいが「嫌い」かつ「受容的」である比率が増えるという事実は、社会に出ると上の年代に同質化していくという過程に見えます。これは、新しい「〇〇世代」が生まれるたびに繰り返されている現象なのかもしれません。

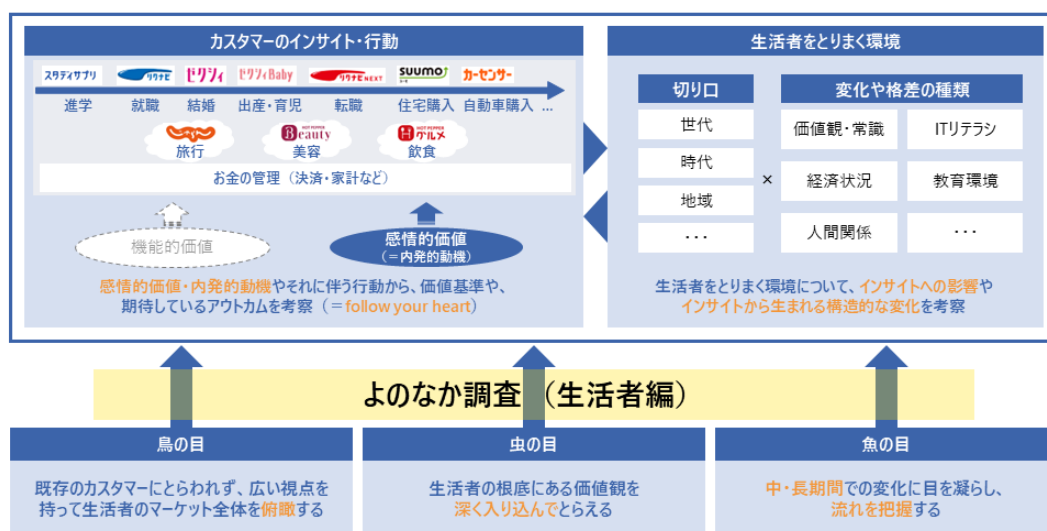
「〇〇世代は□□だ」という一括りの捉え方により個人の多様性を見過ごし、自分とは異なるのだという固定観念につながってはいないでしょうか。Z世代の子を持つ親や、組織をマネジメントする立場の人は世代論の落とし穴に気を付けることが重要になるでしょう。

本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

「よのなか調査（生活者編 2023）」調査概要

- ・調査目的：多様化する生活者の実態を理解する
- ・調査方法：インターネット調査
- ・調査委託先：株式会社マクロミル（マクロミル保有の調査モニターを対象に実査）
- ・調査対象：全国の15～69歳の生活者10,358人
※2週連続で調査を実施し、両方に回答した人を対象としている
※性年代×エリアの構成比が2020年国勢調査の人口構成比通りになるようにアンケートを回収
- ・調査期間：2023年9月



リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>