



報道関係者各位

全国の大学生 1,000 名を対象とした意識調査研究レポート

「全国の大学生が描く 2030 年のウェルビーイングな社会」

Z世代にとって 働きがい・暮らしがい・子育て・教育とは

産業能率大学（東京都世田谷区）経営学部 小々馬敦教授のゼミは、日本テレビ放送網株式会社 日テレR&D ラボ、株式会社ビデオリサーチひと研究所に研究協力いただき、「Z世代・大学生が描く2030年のウェルビーイングな社会」に関する調査研究レポートをまとめました。

本レポートでは、Z世代が10年後の社会をどのようにイメージしているかを「暮らしがい / 働きがい / 子育て・教育」という3つの視点から整理しました。また、SDGs意識調査も実施。レポート作成にあたり、東京・大阪・九州の3都市圏に居住する大学生1,073名へのWEB調査及び、補完調査として東京エリア居住の大学生91名に追加調査を行いました。



「2030年のウェルビーイングな社会」
調査研究レポート

【調査目的】

小々馬ゼミでは2014年に若者研究を開始した当初、企業の興味はシニア市場にむいていましたが、直近の1年間でZ世代に関するネット記事が約3倍に増加※（週間あたり）するなど近年、若者（Z世代）への関心が高まっています。世界的にサステナブルが社会・経営が命題となるに伴い、SDGsの考え方を当たり前に行動に取り入れているZ世代が注目され、Z世代の価値観を考慮したビジネス戦略を練るなど、時代の変化への対応が急がれています。

多くの日本企業でも、SDGs、ESGなどの新しい経営コンセプトを取り入れ、2030年をゴールとする未来戦略「VISION2030」を描き歩み始めています。

本レポートでは、Z世代を2030年代の社会の価値観を形成する中心層と捉えて、彼女、彼らの価値観と行動を捉えることで、10年後の社会の姿を描いていきます。

※TalkWalkerによる記事投稿数調査（調査元：株式会社ベクトル 若者マークLab）



【注目の調査結果(一部抜粋)】

Q.暮らしたい場所は？ N=1,073 ※複数回答

		全体
1位	オフィス・職場に近い場所に住みたい	54.1%
2位	公共交通が便利な場所に住みたい	53.9%
3位	都心に住みたい	26.5%
4位	郊外に住みたい	21.9%

過半数が職場に近く通勤が便利な場所に住むことを重視し、都心や郊外へのこだわりは低い。

Q.将来の働きかたについて N=1,073 (東京=465、大阪=459、九州=149) ※複数回答

		全体	東京	大阪	九州
1位	ずっと同じ会社に勤務する	45.1%	45.4%	43.1%	50.3%
2位	ミスマッチを感じたら離職する	40.4%	40.2%	41.8%	36.2%
3位	正社員にこだわり働く	25.2%	24.7%	24.0%	23.5%

全体の約4割で終身雇用への意識が示された一方、「ミスマッチを感じたら離職する」の回答も同様に高数値。また「正社員にこだわり働く」は全体の1/4となり、自分に合った働き方、職場を探求したい思いが強いことが窺える。

Q.働く環境の重要度 ～会社について～ N=1,073 ※複数回答

		全体
1位	将来の安定性	50.2%
2位	将来の成長性	38.0%
3位	企業理念や企業姿勢に共感できること	29.5%
4位	社会に貢献していること	28.0%
5位	SDGsに取り組んでいること	20.2%
6位	社会的地位が高いこと	19.4%
7位	会社の規模が大きいこと	17.8%

将来の安定性・成長性が上位。また社会的地位・会社の規模など、周囲からの評価で会社を選ぶよりも、企業理念・社会貢献など、その会社がどのような考えを持ち事業に取り組んでいるのかの姿勢（スタンス）を重視している。

Q.働く環境の重要度 ～勤務形態と働き方～ N=1,073 (東京=465、大阪=459、九州=149) ※複数回答

		全体	東京	大阪	九州
1位	休憩がとりやすい	52.7%	50.1%	53.6%	57.7%
2位	ワークライフバランスが確保できること	50.0%	49.5%	49.2%	54.4%
3位	定時に帰宅できること	45.5%	43.2%	45.1%	53.7%

エリアによる順位差はみられないが、九州エリアでは他のエリアに比べ各項目ともに高いスコアとなった。



Q.Z世代が指示する雇用形態は？ ～ジョブ型 or メンバーシップ型～ N=1,073

ジョブ型 52.7%	いずれでも良い・分からない 28%	メンバーシップ型 19.3%
------------	-------------------	----------------

ジョブ型を支持する声

- ・年功序列、定期昇給の考え方が古い（大阪/男性）
- ・実力を評価してもらえるから（東京/女性）

メンバーシップ型を支持する声

- ・安定している、終身雇用が良い（女性/東京）
- ・それぞれに合った仕事を割り当てられることで、自分でも気付かなかった才能を発見できそう（九州/男性）

Q.将来子供を持ちたいですか？

全体 N=1,073

はい 72.4%	いいえ 27.6%
----------	-----------

<性別>

女性 N=611

はい 69.9%	いいえ 30.1%
----------	-----------

男性 N=482

はい 75.8%	いいえ 24.2%
----------	-----------

<エリア別>

東京 N=465

はい 69.7%	いいえ 30.3%
----------	-----------

大阪 N=459

はい 72.1%	いいえ 27.9%
----------	-----------

九州 N=149

はい 81.9%	いいえ 18.1%
----------	-----------

約7割が、将来子供を持ちたいと回答。属性別にみると、家庭を持つことへの憧れは男性の方が高く、女性は出産や出産後の就業など将来の生活に関して、より現実的に捉えている傾向があると考えられる。

エリア別では、九州エリアが81.9%と東京(69.7%)、大阪エリア(72.1%)の平均を10%程度上回っている。首都圏・近畿などの大都市圏で子供を持ちたい意識が低く、地方で高い状況は現在の国内出生率（政府統計）と繋がっている。

Q.幼少期（小学校低学年まで）に、どのように子育てをしたいですか？ N=1,073 ※複数回答

		全体
1位	子供の意思を尊重して育てる	97.7%
2位	しっかりとした躰をする	88.3%
3位	仕事よりも子供と過ごす時間を優先する	87.4%
4位	なるべく屋外で遊ばせる	84.4%
5位	YouTubeのようなSNSの無料動画を見る時間を管理する	74.5%
6位	学童保育・児童クラブに通わせる	70.8%
7位	学習塾に通わせる	59.7%



8位	近隣の住民と一緒に子育てしたい	59.7%
9位	欲しいものはなるべく買ってあげる	57.9%
10位	ビデオ（ネット）ゲームは自由にやらせる	55.5%

Z世代のほぼ100%が「子供の意思を尊重して育てる」と回答、子供ファーストに自由に育てたい考えを持っているが、次点には「しっかりとした躰（しつけ）をする」の回答が続いている。上位が一見すると相反する意識なのは、現在の学生の身分では子供を持ってからの生活が想像しきれないことが根底にあると考えられる。

Q.Z世代が関心を持っている社会課題は？ N=1,073 ※複数回答

		全体
1位	少子高齢化社会（国内）	46.5%
2位	いじめ	37.8%
3位	働き方改革	36.5%
4位	ジェンダー不平等（男女格差）	30.8%

「カーボンニュートラル」のような地球規模のテーマは関心が低く、より自身に関わりの深い、人の尊厳に関わる問題、社会の中での生きづらさに関することへの関心が高い。

<SDGsに関する行動心理>

Q.常識だと思い行動していること N=1,073 ※複数回答

		全体
1位	LGBTQなど性やジェンダーに配慮する	72.9%
2位	節水、節電を心掛ける	69.3%
3位	ゴミや廃棄物が出ないように工夫する	68.2%
4位	リユース、リサイクルできるようなものを確認し、ごみの分別を行う	66.3%

最近話題になっている「LGBTQなど性やジェンダーに配慮」がトップで70%を超える人が回答。次いで「節水・節電を心掛ける」、「ゴミや廃棄物が出ないように工夫する」といった環境配慮の項目が続く。環境配慮については、地球温暖化が世界共通の課題になり常識として社会に浸透していると考えられる。

Q.ポジティブな気持ちで行動していること N=1,073 ※複数回答

	なんとなく嬉しくなる	周りの人のためになると感じる	SNSなどでより多くの人に呼びかけたい
服を捨てずに買取店やフリマサイトに出す	33.3%	12.6%	5.6%
必要最低限のもので生活する	27.8%	6.9%	6.5%
開発途上国の生産者をサポートするフェアトレード製品を選ぶ	13.4%	13.4%	13.4%
LGBTQなど性やジェンダーに配慮する	9.8%	13.5%	10.4%

「なんとなく嬉しくなる」と答えた人が多かった項目は「服は捨てずに買取店やフリマサイトに出す」や「必要最低限のもので生活する」など、一見SDGsに関係あると思いきい項目が上位。SDGsのためという意識よりも、自身の生活趣向に沿った行動であると窺える。



【調査概要】

全国調査

調査方法：WEB調査

調査地区：東京エリア（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、茨城県、栃木県、群馬県）

大阪エリア（大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、滋賀県、和歌山県）

九州エリア（福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県）

調査対象者：該当都道府県居住の大学生 合計1,073人（大学1年生-4年生・年齢18-23歳）

調査期間：2021年6月4日（金）～ 6月5日（土）

調査実証機関：株式会社ビデオリサーチ

補完調査

調査方法：WEB調査SurveyMonkeyを利用

調査地区：東京エリア

調査対象者：関東在住の大学生 合計91人（大学2年生-4年生・年齢19-23歳）

調査期間：2021年7月6日（火）～7月10日（土）

調査実証機関：産業能率大学経営学部 小々馬敦研究室

ヒアリング調査

大学生を対象とするインタビュー調査を随時実施

【小々馬ゼミ】

産業能率大学経営学部 小々馬敦教授のゼミでは、「マーケティングとブランディング」を専門領域とし、企業とのコラボレーションや公開セミナーの企画運営、出版、研究レポート・論文の発信等の研究活動を行っています。企業とのコラボレーションでは、商品開発やマーケティングチームにメンバーとして参加したり、企業が直面している実際のマーケティング上の問題を解決するために様々な専門性を有する実務家の方々と協働する「ハンズオン・プロジェクト」に取り組み、企業活動をライブに実体験することにより専門的な資質を高めています。

■小々馬ゼミ：https://www.sanno.ac.jp/undergraduate/learning/semi/special/20190318_007.html

■調査報告レポート：<https://www.kogoma-brand.com/report/10957/>

【産業能率大学】

■ホームページ：<https://www.sanno.ac.jp/>

◆本件に関するご取材・お問い合わせ◆

産業能率大学 企画課

〒158-8630 東京都世田谷区等々力6-39-15

Email：kikaku@hj.sanno.ac.jp TEL:03-3704-0731