

Press Release

「高校生の消費生活と生活設計に関するアンケート調査（第4回）」まとまる

－ 9割強が「何をするにもお金が大切」と回答。就業意識をはじめ、結婚や親になることなどへの意識にも経済不安が影響か－

(公財) 消費者教育支援センター(理事長・田口 義明)と(公財) 生命保険文化センター(代表理事・小原 広之)は第4回「高校生の消費生活と生活設計に関するアンケート調査」を実施しました。

この調査は2012年、2016年、2021年に実施しており、今回で第4回を迎えます。全国の高校生の消費生活と生活設計に関する実態を明らかにすると共に、学習指導要領を踏まえた学習指導、教材開発等の一助となることを目指すものです。

《調査結果の主なポイント①》 「消費生活」に関する項目

1. 18歳で成年になることについて、「プレッシャーを感じる」が男女とも40%前後と最も多く、前回調査と比較して15ポイント以上増加した。次いで30%台半ばが「なんとなく面倒を感じる」と回答しており、18歳で成年になることを前向きに捉えていない様子が伺えた。「大人の仲間入りができてうれしい」は全体の20%台半ばと、前回調査から10ポイント以上増加し、高校生が抱える不安や期待が入り混じる回答となった。
2. 全体の90%強が「何をするにもお金が大切だと思う」、全体の90%台半ばが「お金は働いてコツコツ貯めるものだと思う」と回答したものの、お金の管理方法については「特に管理はしていない」が全体の40%台半ばと最も多かった。「投資や資産運用などでお金を増やしたいと思う」と全体の40%台半ばが回答し、女子では30%強にとどまるが、男子は60%弱と25ポイントの差が見られた。資産形成への関心が高まる一方で、日常的な家計管理の意識が十分とはいえず、投資詐欺等の被害にあわないよう注意喚起が必要なが伺えた。
3. 全体の80%強がインターネットで商品やサービスの購入経験があると回答。お店で買い物する時の支払い方法については、全体の90%台半ばが「現金」、次いで50%台半ばが「QRコード決済」と回答しており、キャッシュレス決済が高校生にも浸透していることが伺えた。
4. 「気候変動は高校生の将来にとって切実な問題だと思う」と全体の80%弱が回答しているものの、「高校生が社会課題・環境問題の解決のために行動しても何も変わらないと思う」と全体の40%強が回答した。また、「買い物は商品・企業に対する『お金の投票』だと思う」という回答も全体で過半数に満たず、消費者の役割や消費行動が社会全体に与える影響については、なお十分に理解が進んでいない課題が伺えた。

※本リリースは、日銀記者クラブ、文部科学省記者クラブに配布しています。

*調査結果は3月5日14:00以降に(公財)生命保険文化センターのホームページ(<https://www.jili.or.jp/>)に公開いたします。

※当センターにて実施している本活動における案内業務については、生命保険協会地方事務局長へ一部委託しております。

<お問い合わせ>

(公財) 生命保険文化センター

広報活動について：生活情報室 梅田・北條

調査内容について：生活情報室 金田・中尾

〒100-0005

東京都千代田区丸の内3丁目4番1号 新国際ビル3F

☎(03) 5220-8517 ホームページ <https://www.jili.or.jp/>



<お問い合わせ>

(公財) 消費者教育支援センター

担当：奥西

〒150-0002

東京都渋谷区渋谷1-17-14 全国婦人会館3階

☎(03) 5466-7341

《調査結果の主なポイント②》

「生活設計」に関する項目

1. 将来の働き方では、全体の40%強が「最初に勤めた職場で働きたい」と回答し、一定の安定志向がみられた。性別では、「勤め先を変えながら働きたい」が女子で20%強と男子に比べ高かった。「何歳くらいまで働きたいか」の全体の平均は68.0歳で、中央値は男女とも65歳だが、平均では男子が69.8歳、女子が66.5歳と、男子の方が長く働きたい傾向がみられ、退職年齢や老後の生活資金を意識していることが伺えた。
2. 地元での暮らしに対する意識では、全体の20%台半ばが「自分の生まれ育った地元で暮らし、将来的には地元を出て暮らしたい」と回答し、最も多かった。性別で見ると、「自分の生まれ育った地元以外で暮らし続けたい」は女子に多い傾向がみられた。
3. 全体の60%台半ばが「結婚したい」と回答し、「結婚したくない」と回答したのは10%弱で前回調査と大きな変化はなかった。結婚したくない理由を性別で見ると、「金銭的に余裕がなくなるから」が前回調査と比較して男子は14ポイント、女子は20ポイント増加した。
4. 「親になりたい」は全体の50%半ばを占めたが、前回調査と比較して7ポイント減少した。一方、「親になりたくない」は全体の10%台半ばにとどまるが、前回調査と比較して5ポイント増加した。その理由を性別で見ると、「金銭的に余裕がなくなるから」は女子と比べて男子の割合が、「子どもが好きではないから」は男子と比べて女子の割合が高かった。

詳細は次ページ以降を参照ください

<調査要領>

- (1) 調査地域 全国
- (2) 調査対象 高等学校1年生、2年生
- (3) 回収サンプル数 74校・3,034
- (4) 調査時期 2025年7月1日～2025年9月30日

<回収サンプルの主な属性>

	1年生	2年生
学年 (%)	42.4	57.6

	男子	女子	無回答
性別 (%)	45.4	54.3	0.4

近年の電子媒体ニーズの高まりや、紙資源の節約が求められている状況を勘案し、今回調査より冊子体の発行を廃止いたしました。電子データ(PDF)につきましては、当センターホームページより無料で閲覧、ダウンロードが可能となりますので、ぜひご利用ください。



「消費生活」に関する項目

1. 18歳で成年になることについて、高校生が抱える不安や期待が入り混じる回答となった。

18歳で成年になることについて、「プレッシャーを感じる」が男女とも40%前後と最も多く、次いで30%台半ばが「なんとなく面倒を感じる」と回答した。「大人の仲間入りができてうれしい」は全体の20%台半ばとなり、前回調査から10ポイント以上増加した。

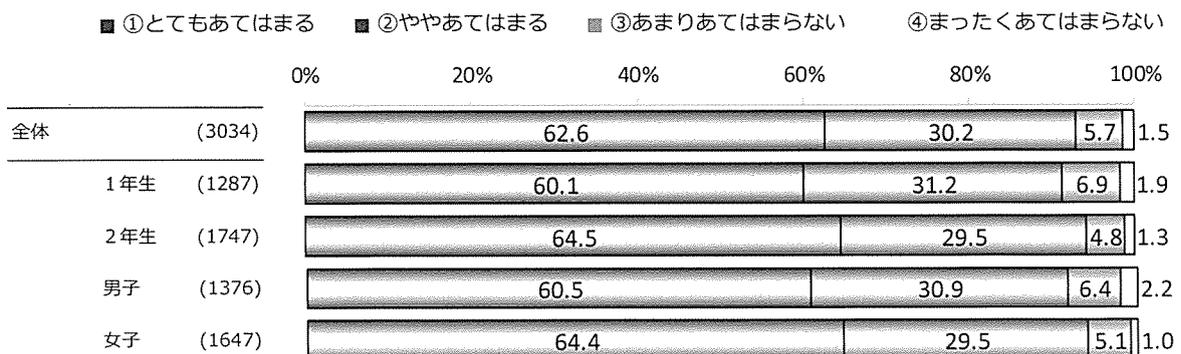
	男子		女子	
	2025年度	2021年度	2025年度	2021年度
プレッシャーを感じる	36.5% (+17.8)	18.7%	40.9% (+16.4)	24.5%
なんとなく面倒を感じる	33.2% (+13.8)	19.4%	34.5% (+8.7)	25.8%
消費者被害にあうかもしれないと不安を感じる	23.7% (▲1.6)	25.3%	30.1% (▲2.7)	32.8%
法律や制度について詳しく知ろうと思う	27.2% (+8.2)	19.0%	24.4% (+3.1)	21.3%
大人の仲間入りができてうれしい	24.2% (+11.4)	12.8%	24.0% (+14.4)	9.6%
社会の一員として期待されていると思う	9.6% (+4.4)	5.2%	5.6% (▲0.1)	5.7%
特に何も思わない	21.2% (▲17.5)	38.7%	18.4% (▲11.1)	29.5%

2. 【新規項目】資産形成への関心が高まる一方で、日常的な家計管理の意識が十分とはいえず、成人後に投資詐欺等の被害にあわないよう注意喚起が必要なことが伺えた。

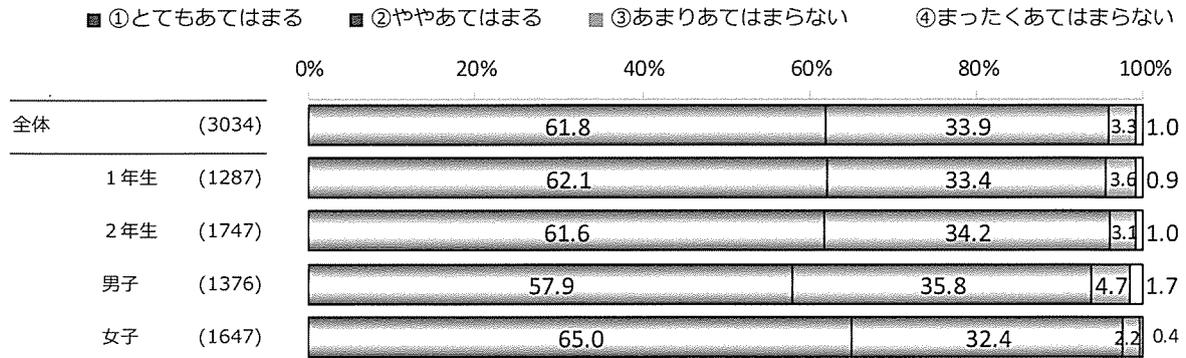
(1) お金に関する考え方

全体の90%強が「何をするにもお金が大切だと思う」、全体の90%台半ばが「お金は働いてコツコツ貯めるものだと思う」と回答した。

何をするにもお金が大切だと思う<全体・学年別・性別>



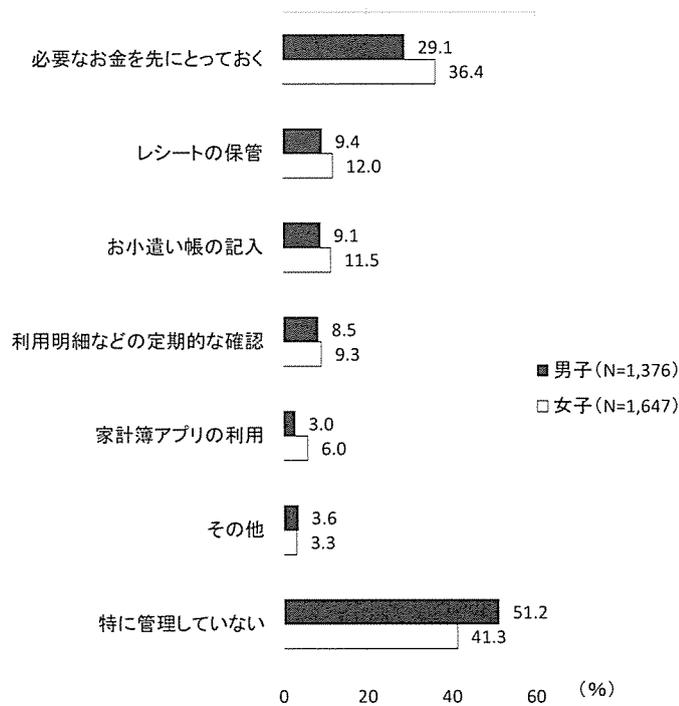
お金は働いてコツコツ貯めるものだと思う<全体・学年別・性別>



(2) お金の管理方法

男女ともに「特に管理はしていない」が最も多く、男子では50%を超え、女子より割合が高かった。

お金の管理方法 (複数回答) <性別>

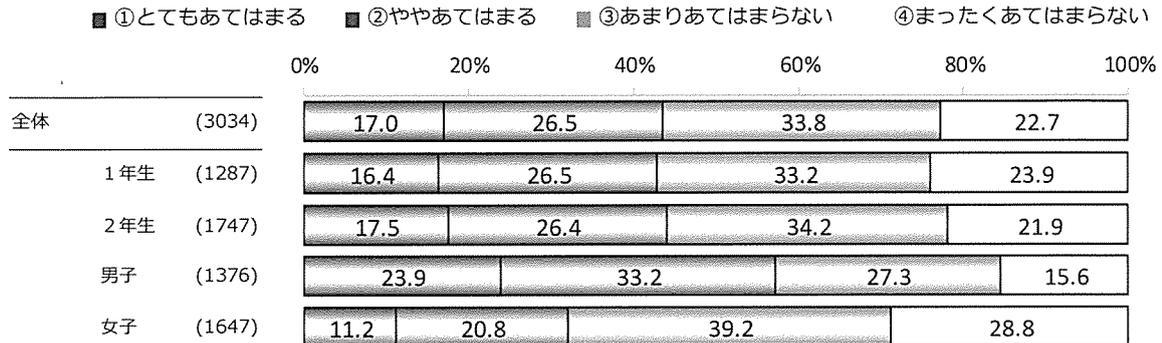


(3) 資産形成について

「投資や資産運用などでお金を増やしたいと思う」と全体の40%台半ばが回答し、女子では30%強にとどまるが、男子は60%弱と25ポイントの差が見られた。

投資や資産運用などをするこで、お金を増やしたいと思う

〈全体・学年別・性別〉

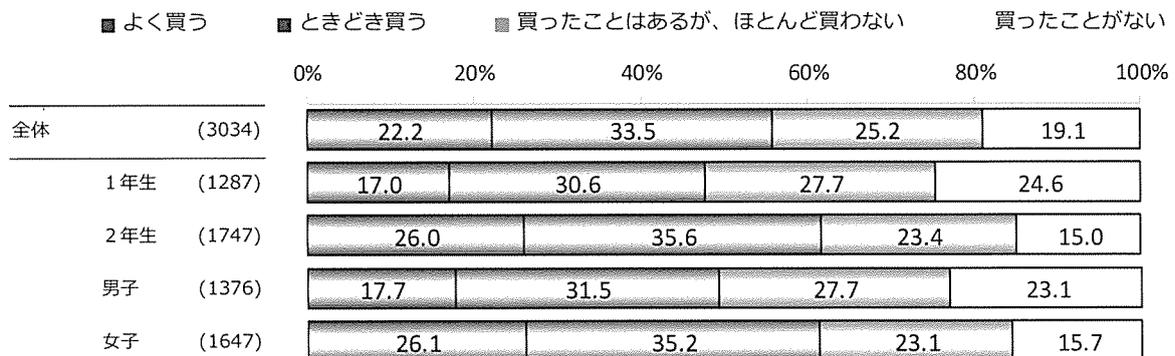


3. キャッシュレス決済が高校生にも浸透。

(1) インターネットでの購入経験

全体の80%強がインターネットで商品やサービスの購入経験があると回答した。「よく買う」「ときどき買う」をあわせた「買う(計)」は、1年生が50%未満であるが、2年生は60%強となり、性別でも、「買う(計)」は男子が50%弱、女子は60%強で差が見られた。

インターネットでの購入経験〈全体・学年・性別〉



	1年生		2年生	
	2025年度	2021年度	2025年度	2021年度
よく買う	17.0% (+4.9)	12.1%	26.0% (+8.6)	17.4%
ときどき買う	30.6% (+5.6)	25.0%	35.6% (+7.6)	28.0%
買ったことはあるが、ほとんど買わない	27.7% (▲4.2)	31.9%	23.4% (▲7.2)	30.6%
買ったことがない	24.6% (▲4.1)	28.7%	15.0% (▲6.8)	21.8%
無回答	—	2.2%	—	2.2%

(2) お店で買い物するときの支払い方法

「現金」が最も多く、1年生、2年生ともに90%を超え、次いで「QRコード決済」、「電子マネー」の順となった。

	1年生		2年生	
	2025年度	2021年度	2025年度	2021年度
現金	96.3% (▲2.3)	98.6%	93.9% (▲3.4)	97.3%
QRコード決済 (PayPay、LINEPay等) (※1)	48.9% (+27.0)	21.9%	57.8% (+34.4)	23.4%
電子マネー (Suica、PASMO等) (※2)	21.4% (+1.9)	19.5%	24.2% (▲1.6)	25.8%

※1 2021年度の選択肢は「スマホ決済 (PayPay、LINE Pay等)」。

※2 2021年度は「交通系ICカード (Suica、PASMO等)」の他に「電子マネー (WAON、nanaco等)」、「プリペイドカード (QUOカード等)」の選択肢が設けたが、単純比較できないため2021年度の値は表記していない。

4. 【新規項目】消費者の役割や消費行動が社会全体に与える影響については、なお十分に理解が進んでいない課題が伺えた。

エシカル消費に関する考え方や傾向について、「気候変動は高校生の将来にとって切実な問題だと思う」と全体の80%弱が回答しているものの、「高校生が社会課題・環境問題の解決のために行動しても何も変わらないと思う」と全体の40%強が回答した。「買い物は商品・企業に対する『お金の投票』だと思う」という回答も全体で過半数に満たなかった。

気候変動は高校生の将来にとって切実な問題だと思う〈全体・学年別・性別〉

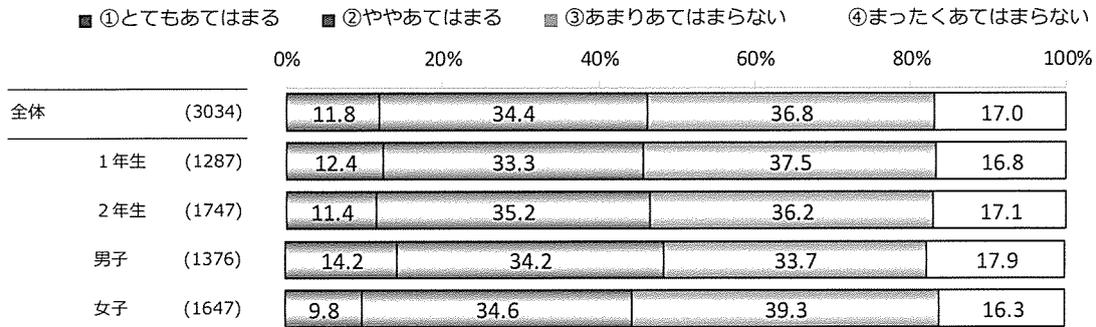
	0%	20%	40%	60%	80%	100%
全体 (3034)	34.0	43.4	17.8	4.7		
1年生 (1287)	35.8	42.4	16.9	4.9		
2年生 (1747)	32.7	44.2	18.5	4.6		
男子 (1376)	33.9	42.7	17.9	5.5		
女子 (1647)	34.0	44.0	17.9	4.1		

高校生が社会課題・環境問題の解決のために行動しても何も変わらないと思う

〈全体・学年別・性別〉

	0%	20%	40%	60%	80%	100%
全体 (3034)	11.0	30.4	42.9	15.7		
1年生 (1287)	11.1	27.4	44.1	17.5		
2年生 (1747)	10.9	32.7	42.1	14.4		
男子 (1376)	14.1	31.2	40.5	14.2		
女子 (1647)	8.3	29.8	45.1	16.8		

買い物は商品・企業に対する「お金の投票」だと思う<全体・学年別・性別>

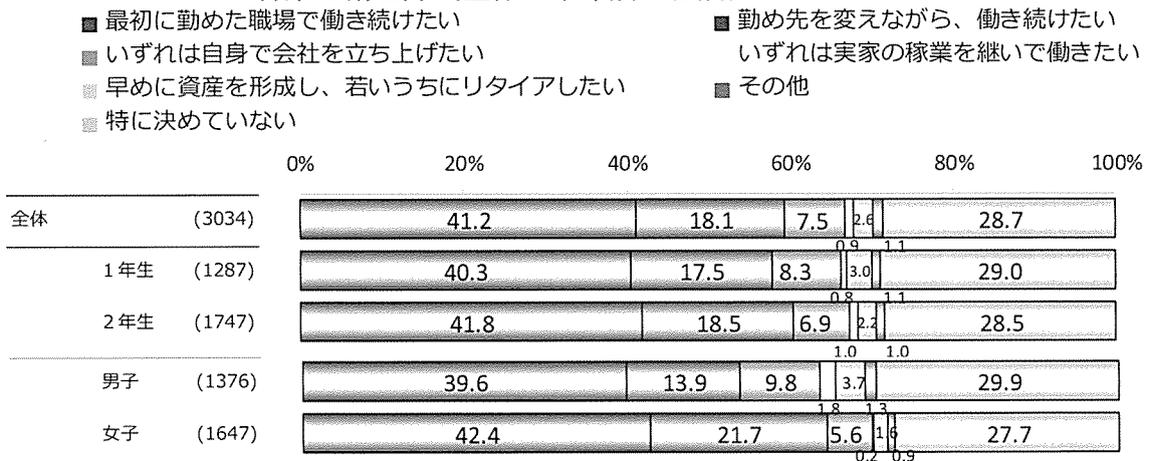


「生活設計」に関する項目

1. 【新規項目】将来の働き方では、「最初に勤めた職場で働き続けたい」が最多で、全体の40%強。全体で平均68歳まで働きたいと回答。退職年齢や老後の生活資金のことを意識していることが伺えた。

将来の働き方では、「最初に勤めた職場で働き続けたい」が全体の40%強と最も多く、性別では、「勤め先を変えながら働きたい」が男子に比べ女子の割合が高かった。「何歳くらいまで働きたいか」の全体の平均は68.0歳で、中央値は男女とも65歳。平均では、男子が69.8歳、女子が66.5歳となった。

将来の働き方<全体・学年別・性別>



何歳まで働きたいか<全体・学年別・性別>

		平均値	中央値
学年別	高校1年生 (N=1,287)	68.9	65
	高校2年生 (N=1,747)	67.3	65
性別	男子 (N=1,376)	69.8	65
	女子 (N=1,647)	66.5	65
全体 (N=3,034)		68.0	65

(単位：歳)

2. 【新規項目】地元での暮らしに対する意識では、「自分の生まれ育った地元で暮らし、将来的には地元を出て暮らしたい」が全体の20%台半ばで最多。性別による意識の差異あり。

地元での暮らしに対する意識では、全体の20%台半ばが「自分の生まれ育った地元で暮らし、将来的には地元を出て暮らしたい」と回答し、最も多かった。性別で見ると、「自分の生まれ育った地元以外で暮らし続けたい」は女子の割合が高く、「特に決めていない」は男子の割合が高い結果となった。

地元での暮らしに対する意識<全体・学年別・性別>

		0%	20%	40%	60%	80%	100%
		■ 自分の生まれ育った地元で暮らし続けたい ■ 自分の生まれ育った地元で暮らし、将来的には地元を出て暮らしたい ■ 自分の生まれ育った地元を出て暮らし、将来的には地元に戻って暮らしたい ■ 自分の生まれ育った地元以外で暮らし続けたい ※ 特に決めていない					
全体	(3034)	18.7	26.5	17.3	13.9	23.6	
1年生	(1287)	20.1	25.1	17.5	13.4	23.9	
2年生	(1747)	17.6	27.5	17.2	14.2	23.5	
男子	(1376)	18.1	26.5	17.2	10.8	27.5	
女子	(1647)	19.2	26.5	17.5	16.5	20.2	

3. 結婚したくない理由を性別で見ると、「金銭的に余裕がなくなるから」が前回調査と比較して男子は14ポイント、女子は20ポイント増加。

「結婚したい」は全体の60%台半ば、「結婚したくない」は全体の10%弱で、前回調査から大きな変化はなかった。結婚したくない理由を性別で見ると、男女ともに「自由な時間がなくなるから」が70%前後で最も多く、次いで「家族を持つと大変そうだから」が続いた。「金銭的に余裕がなくなるから」は女子に比べて男子の割合が高く、「なんとなく面倒だから」は男子に比べて女子の割合が高かった。

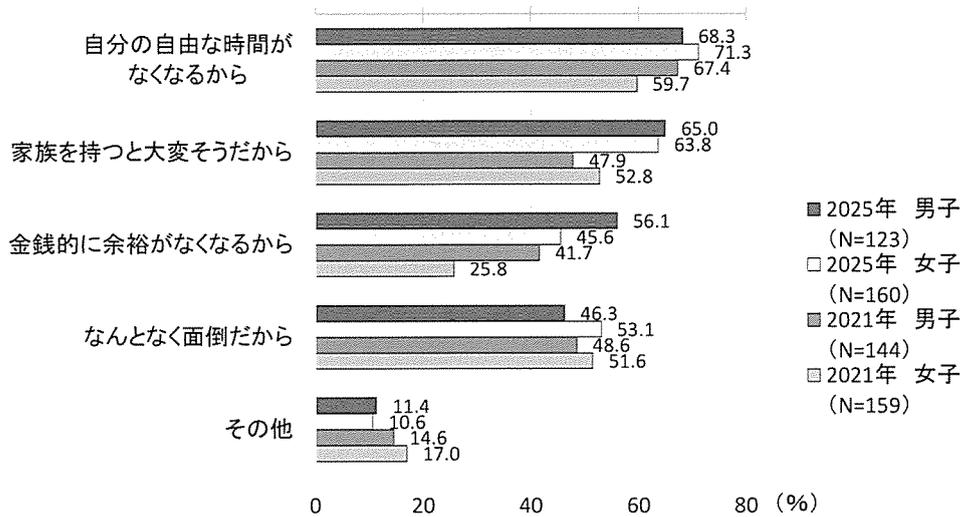
2025年度 結婚願望<全体・学年別・性別>

		0%	20%	40%	60%	80%	100%
		■ 結婚したい ■ 結婚したくない ■ よく分からない ■ その他					
全体	(3034)	63.8		9.4	26.1	0.7	
1年生	(1287)	62.2		9.0	28.0	0.8	
2年生	(1747)	65.0		9.7	24.7	0.6	
男子	(1376)	62.6		8.9	27.4	1.0	
女子	(1647)	64.7		9.8	25.1	0.4	

2021年度 結婚願望<全体・学年別・性別>

		0%	20%	40%	60%	80%	100%
		■ 結婚したい ■ 結婚したくない ■ よく分からない ■ その他 □ 無回答					
全体	(3125)	67.1		9.7	22.2	0.6	0.4
1年生	(1697)	65.6		9.6	23.9	0.6	0.2
2年生	(1428)	68.9		9.8	20.2	0.6	0.6
男子	(1432)	64.0		10.1	24.7	0.6	0.6
女子	(1683)	69.8		9.4	20.0	0.6	0.2

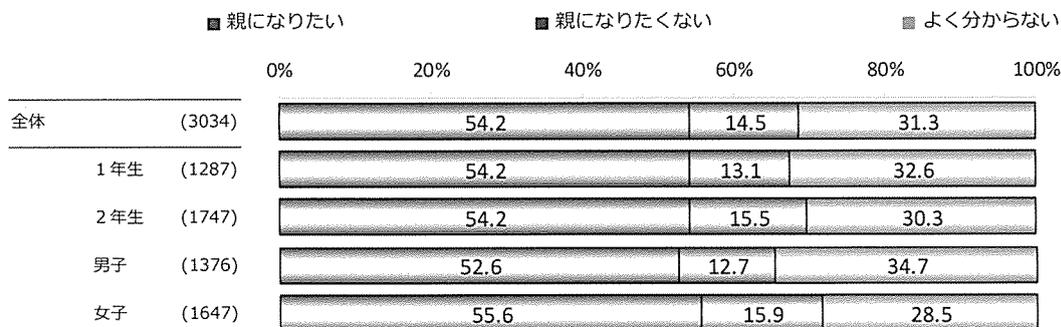
結婚したくない理由<性別>



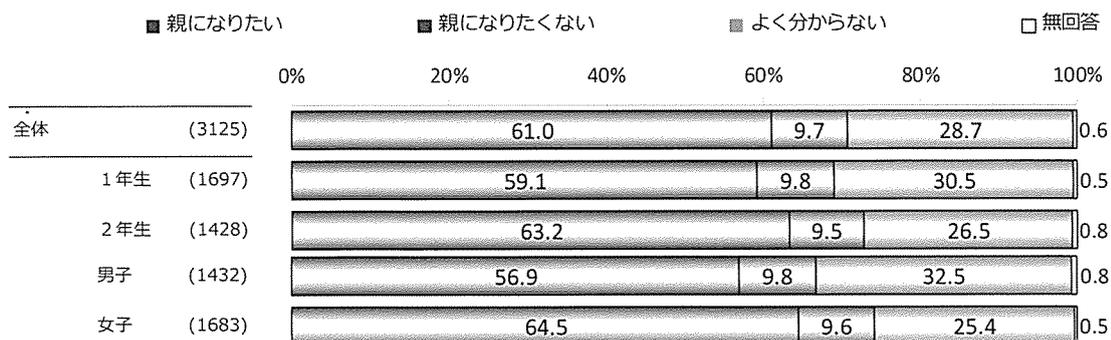
4. 「親になりたくない」理由を性別で見ると、男女ともに「面倒だから」「金銭的に余裕がなくなるから」が上位の回答となった。

「親になりたい」は全体の50%台半ばを占めたが、前回調査と比較して7ポイント減少。一方、「親になりたくない」は全体の10%台半ばにとどまるが、前回調査と比較して5ポイント増加。親になりたくない理由を性別で見ると、男女ともに「面倒だから」「金銭的に余裕がなくなるから」が上位の回答となった。「金銭的に余裕がなくなるから」は女子と比べて男子の割合が、「子どもが好きではないから」は男子と比べて女子の割合が高かった。

2025年度 親になりたいか<全体・学年・性別>



2021年度 親になりたいか<全体・学年・性別>



親になりたくない理由<性別>

