

報道関係 各位

若者世代の「価値観」と「コミュニケーション」に関する調査2022

若者世代の価値観 失敗や無駄を避けたい若者が多数派
 「“失敗を恐れずチャレンジしたい”より、“絶対に失敗したくない”」73%
 「“人生に無駄なことはない”より、“無駄なことはしたくない”」68%

実は“タムパ”重視ではなかった！？
 若者世代の消費特性 「“タムパ”より“コスパ”重視で買い物をしたい」76%

お金をかけるなら？
 「“他人から羨ましがられるもの”より“自分が納得できるもの”」85%、
 「“新商品”より“定番商品”」66%

最近、若者世代が SNS で流行していたと思うコトバ
 1 位「○○しか勝たん」2 位「ぴえん」3 位「ひよってる奴いる？」
 Z 世代では 4 位「はにゃ？」6 位「○○してもろて」9 位「アセアセ」、
 ミレニアル世代では 4 位「それな」9 位「さーせえん」

「職場の飲み会で先輩や上司との距離感が縮まったことがある」51%
 先輩や上司と本音で話せた経験がある若者世代では 91%が「距離感が縮まったことがある」と実感
 飲み会の幹事をしてほしい芸能人 1 位「明石家さんまさん」、Z 世代では「櫻井翔さん」が 2 位、
 ミレニアル世代がお願いしたいのは大御所！？ ミレニアル世代では「タモリさん」が 2 位

沢の鶴『SHUSHU Light』は、2022年1月25日～1月26日の2日間、若者世代がどのような価値観を持ち、また、どのようなコミュニケーションを取っているのかを探るため、全国の20歳～39歳の男女を対象に「若者世代の『価値観』と『コミュニケーション』に関する調査」を実施し、1,000名の有効サンプルを集計しました。（調査協力機関：ネットエイジア株式会社）

なお、本ニュースリリースでは20歳～25歳を『Z世代』、26歳～39歳を『ミレニアル世代』と定義しています。

●若者世代（20代・30代）の「価値観」について

[p.3-p.7](#)

- 若者世代の価値観 失敗や無駄を避けたい若者が多数派
 「“失敗を恐れずチャレンジしたい”より、“絶対に失敗したくない”」73%
 「“人生に無駄なことはない”より、“無駄なことはしたくない”」68%
- 「“他人から認められたい”より、“自分らしくいたい”」54%、「“人には負けたくない”より、“競争はしたくない”」58%
- 「“自分さえよければいい”より、“周囲に迷惑をかけたくない”」78%
- 「“なるべく誰かと一緒にいたい”より、“なるべくひとりでいたい”」69%
- いまどきの若者は堅実志向が多数派 「“今が楽しければいい”より、“しっかりと将来に備えたい”」63%
- 堅実志向が多いのはZ世代よりミレニアル世代
 「“今が楽しければいい”より、“しっかりと将来に備えたい”」Z世代56%、ミレニアル世代69%
- 「買い物が好き」若者世代の83%
- 若者世代の消費特性 「“タムパ”より“コスパ”重視で買い物をしたい」76%

- お金をかけるなら？
「“他人から羨ましがられるもの”より“自分が納得できるもの”」85%、「“新商品”より“定番商品”」66%
- 「“コト消費”より“モノ消費”をしたい」59%
- 若者世代にとっては“推し”がいることは当たり前！ 若者世代の66%が「推しがいる」と回答
若者世代の“推し”TOP5は「アニメ・マンガキャラ」「アイドル」「歌手・ミュージシャン」「YouTuber」「ゲームキャラ」
Z世代1位は「アイドル」、ミレニアル世代1位は「アニメ・マンガキャラ」
- 若者世代の情報収集ツール1位は「YouTube」、ミレニアル世代の女性では「Twitter」「テレビ」が1位
SNSや検索エンジンの情報収集ツールとしての利用率
「YouTube」Z世代80%、ミレニアル世代64% 「Yahoo!」Z世代24%、ミレニアル世代46%

● 若者世代の「コミュニケーション」について

p.8-p.14

- 若者世代がコミュカを自己評価 100点満点で何点？ 平均点は43点
- 若者世代は同世代との連絡先交換で何を最も使う？ 「LINE」がダントツ、Z世代の女性では87%
- LINEばかりじゃない！？ 「連絡先交換で最も利用するのは電話番号」ミレニアル世代の男性では10%
- 最近、若者世代がSNSで流行していたと思うコトバ 1位「○○しか勝たん」2位「ぴえん」3位「ひよってる奴いる？」
Z世代では4位「はにゃ？」6位「○○してもろて」9位「アセアセ」、ミレニアル世代では4位「それな」9位「さーせん」
- 若者世代の飲み会に関する意識 「同世代との飲み会が好き」45%
- 飲み会では「先輩や上司と本音で話したい」34%、「先輩や上司の考えを聞きたい」41%
- 職場の飲み会に関する経験
「プライベートを優先させるために断ったことがある」61%、「気が進まなかったために断ったことがある」60%
- 「先輩や上司と本音で話せたことがある」40%、「仕事に役立つ情報が得られたことがある」48%
- 「職場の飲み会で先輩や上司との距離感が縮まったことがある」51%
先輩や上司と本音で話せた経験がある若者世代では91%が「距離感が縮まったことがある」と実感
- 若者世代が参加したい飲み会
1位「気配りをしなくてもいい」2位「自分のペースで飲める」3位「あまりお金がかからない」4位「落ち着いて飲める」
- 若者世代が参加したい職場の飲み会
1位「あまりお金がかからない」2位「説教する人がいない」3位「短時間で終わる」4位「気配りをしなくてもいい」

● 飲み会とコミュニケーション×芸能人とアニメ・マンガキャラ

p.15-p.16

- 飲み会の幹事をしてほしい芸能人 1位「明石家さんまさん」
Z世代2位「櫻井翔さん」3位「大泉洋さん」、ミレニアル世代2位「タモリさん」3位「大泉洋さん」
- 飲み会の幹事をしてほしいアニメ・マンガキャラ 1位「ドラえもん」
Z世代2位「モンキー・D・ルフィ」3位「五条悟」「竈門炭治郎」、
ミレニアル世代2位「モンキー・D・ルフィ」3位「竈門炭治郎」
- お酒の席で愚痴を聞いてほしい芸能人 「マツコ・デラックスさん」がダントツ
Z世代2位「ムロツヨシさん」3位「松本人志さん」、ミレニアル世代2位「タモリさん」「明石家さんまさん」
- お酒の席で愚痴を聞いてほしいアニメ・マンガキャラ 「ドラえもん」がダントツ
Z世代2位「竈門炭治郎」3位「モンキー・D・ルフィ」、ミレニアル世代2位「竈門炭治郎」3位「ナミ」「モンキー・D・ルフィ」

調査結果

●若者世代（20代・30代）の「価値観」について

- 若者世代の価値観 失敗や無駄を避けたい若者が多数派
 「“失敗を恐れずチャレンジしたい”より、“絶対に失敗したくない”」73%
 「“人生に無駄なことはない”より、“無駄なことはしたくない”」68%
- 「“他人から認められたい”より、“自分らしくいたい”」54%、「“人には負けたくない”より、“競争はしたくない”」58%
- 「“自分さえよければいい”より、“周囲に迷惑をかけたくない”」78%
- 「“なるべく誰かと一緒にいたい”より、“なるべくひとりでいたい”」69%
- いまどきの若者は堅実志向が多数派 「“今が楽しければいい”より、“しっかりと将来に備えたい”」63%

全国の20歳～39歳の男女1,000名（全回答者）に、自身の価値観について質問しました。

まず、全回答者（1,000名）に、価値観に関する考え方を2つずつ提示し、それぞれどちらにあてはまるか聞いたところ、「“絶対に失敗したくない”と“失敗を恐れずチャレンジしたい”」では『絶対に失敗したくない（計）』（「非常に」と「どちらかといえば」の合計、以下同様）が73.0%、『失敗を恐れずチャレンジしたい（計）』が27.0%となり、「“無駄なことはしたくない”と“人生に無駄なことはない”」では『無駄なことはしたくない（計）』が68.0%、『人生に無駄なことはない（計）』が32.0%となりました。若者世代には、安定性や効率性を重視する傾向があるためか、失敗や無駄を避けたい人が多いようです。

【“他人から認められたい”と“自分らしくいたい”】では『他人から認められたい（計）』が46.4%、『自分らしくいたい（計）』が53.6%となり、【“人には負けたくない”と“競争はしたくない”】では『人には負けたくない（計）』が41.7%、『競争はしたくない（計）』が58.3%となりました。競争は好まず、いかに自分らしくいられるかということに意識を向けている若者が多い結果となりました。

【“周囲に迷惑をかけたくない”と“自分さえよければいい”】では『周囲に迷惑をかけたくない（計）』が78.3%、『自分さえよければいい（計）』が21.7%となり、【“なるべくひとりでいたい”と“なるべく誰かと一緒にいたい”】では『なるべくひとりでいたい（計）』が68.7%、『なるべく誰かと一緒にいたい（計）』が31.3%となりました。

【“今が楽しければいい”と“しっかりと将来に備えたい”】では『今が楽しければいい（計）』が37.4%、『しっかりと将来に備えたい（計）』が62.6%となりました。若者世代には、将来に向け準備や備えをすることの必要性を実感している人が多いようです。



● 堅実志向が多いのはZ世代よりミレニアル世代

「“今が楽しければいい”より、“しっかりと将来に備えたい”」Z世代56%、ミレニアル世代69%

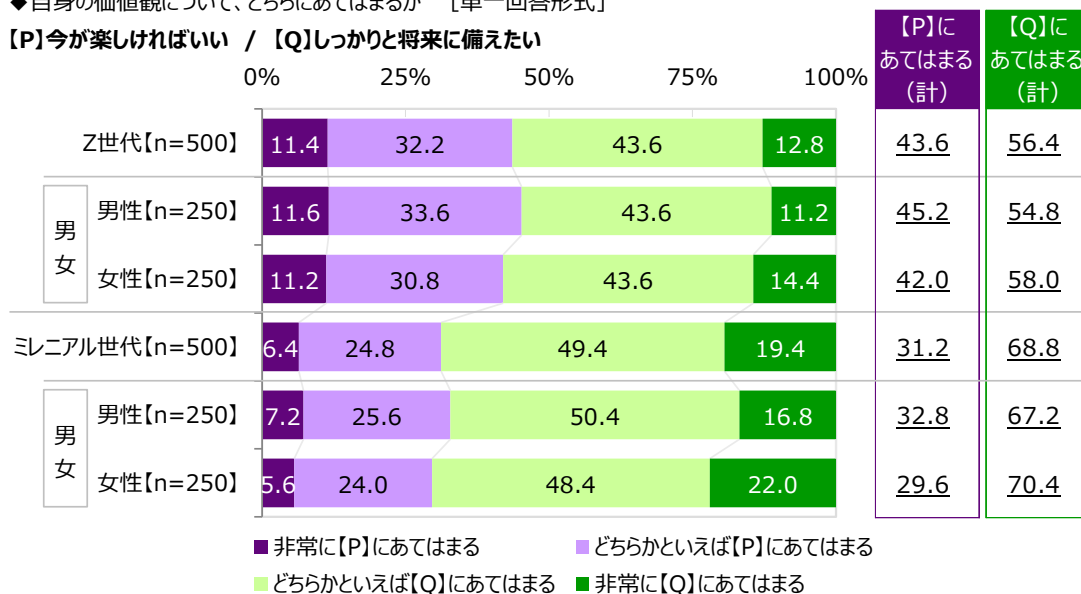
自身の価値観を世代（Z世代・ミレニアル世代 ※）別にみると、“今が楽しければいい”より“しっかりと将来に備えたい”と思う人の割合は、Z世代56.4%、ミレニアル世代68.8%と、ミレニアル世代のほうが12.4ポイント高くなりました。万が一の場合に困ることがないように、将来に向けた備えをしっかりと行いたいと考えている人は、Z世代よりミレニアル世代に多いことが明らかになりました。

男女・世代別にみると、“今が楽しければいい”より“しっかりと将来に備えたい”と思う人の割合は、ミレニアル世代の女性（70.4%）が最も高くなりました。

※ 20歳～25歳を『Z世代』、26歳～39歳を『ミレニアル世代』と定義しました

◆自身の価値観について、どちらにあてはまるか [単一回答形式]

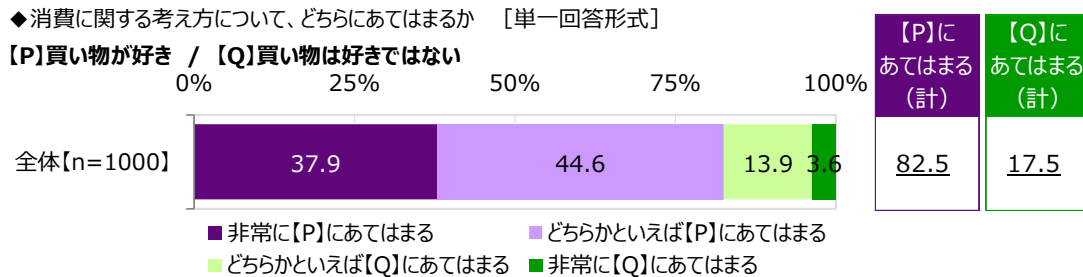
【P】今が楽しければいい / 【Q】しっかりと将来に備えたい



- 「買い物が好き」若者世代の83%
- 若者世代の消費特性 「“タムパ”より“コスパ”重視で買い物をしたい」76%
- お金をかけるなら？
「“他人から羨ましがられるもの”より“自分が納得できるもの”」85%、「“新商品”より“定番商品”」66%
- 「“コト消費”より“モノ消費”をしたい」59%

続いて、全回答者（1,000名）に、消費に関する考え方について質問しました。

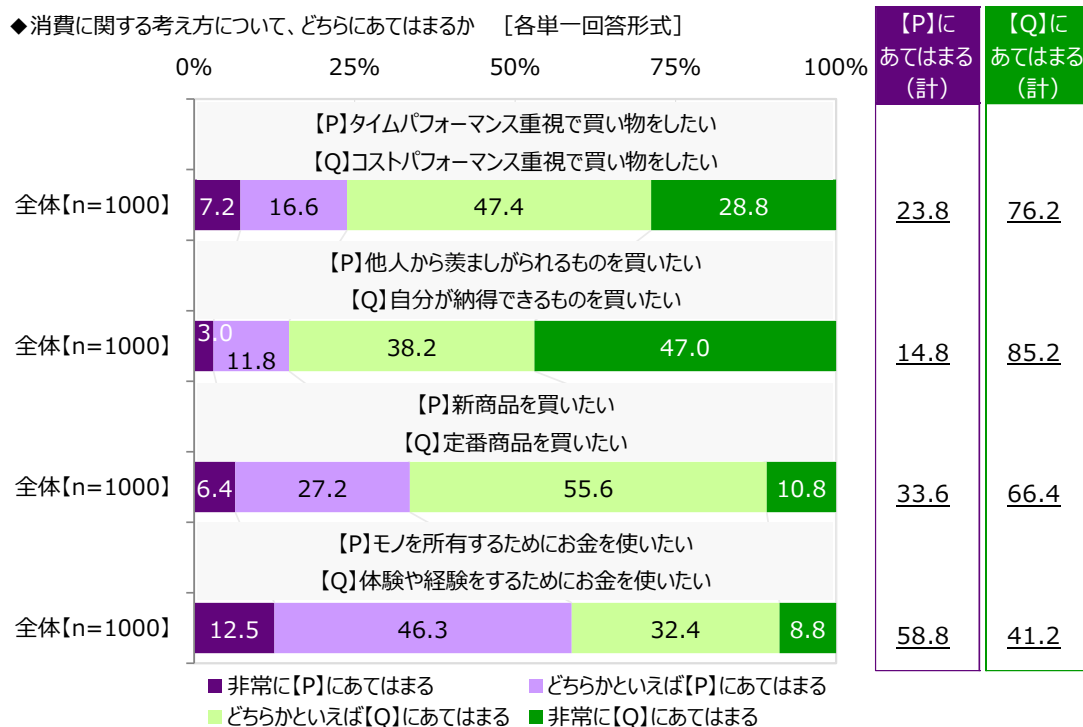
【“買い物が好き”と“買い物は好きではない”】ではどちらにあてはまるか聞いたところ、『買い物が好き（計）』（「非常に」と「どちらかといえば」の合計、以下同様）が82.5%、『買い物は好きではない（計）』が17.5%となりました。



消費に関する考え方を2つずつ提示し、それぞれどちらにあてはまるか聞いたところ、【“タイムパフォーマンス重視で買い物をしたい”と“コストパフォーマンス重視で買い物をしたい”】では『タイムパフォーマンス重視で買い物をしたい（計）』が23.8%、『コストパフォーマンス重視で買い物をしたい（計）』が76.2%となりました。かけた時間と得られた効果を比較する“タムパ”（時間対効果）よりも支払った費用と得られた効果を比較する“コスパ”（費用対効果）を重視している人が多いようです。

【“他人から羨ましがられるものを買いたい”と“自分が納得できるものを買いたい”】では『他人から羨ましがられるものを買いたい（計）』が14.8%、『自分が納得できるものを買いたい（計）』が85.2%となり、【“新商品を買いたい”と“定番商品を買いたい”】では『新商品を買いたい（計）』が33.6%、『定番商品を買いたい（計）』が66.4%となりました。若者世代は消費において、他人からの評価より自分の納得感、目新しいものよりオーソドックスなものを重視していることがわかりました。

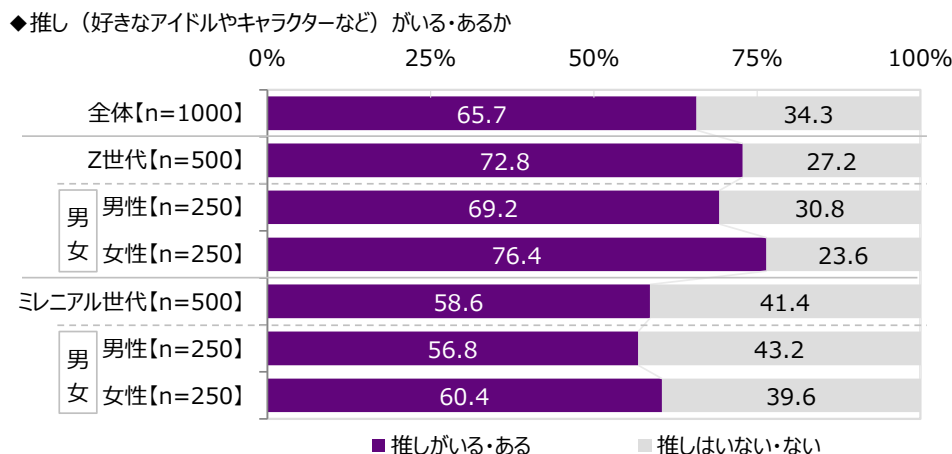
また、【“モノを所有するためにお金を使いたい”と“体験や経験をするためにお金を使いたい”】では『モノを所有するためにお金を使いたい（計）』が58.8%、『体験や経験をするためにお金を使いたい（計）』が41.2%となりました。サブスクリプションの拡大などモノを持たない消費が増えているものの、若者世代の大半は“コト消費”より“モノ消費”を重視しているようです。



- 若者世代にとっては“推し”がいることは当たり前！ 若者世代の66%が「推しがいる」と回答
若者世代の“推し”TOP5は「アニメ・マンガキャラ」「アイドル」「歌手・ミュージシャン」「YouTuber」「ゲームキャラ」
Z世代1位は「アイドル」、ミレニアル世代1位は「アニメ・マンガキャラ」

全回答者（1,000名）に、推し（好きなアイドルやキャラクターなど）がいる・あるか聞いたところ、「推しがいる・ある」は65.7%、「推しはいない・ない」は34.3%となりました。若者世代の大半には、応援しているアイドルや気に入っているキャラクターがいたり、熱中しているものがあつたりするようです。

世代別にみると、「推しがいる・ある」と回答した人の割合は、Z世代では72.8%と、ミレニアル世代（58.6%）と比べて14.2ポイント高くなり、男女・世代別ではZ世代の女性（76.4%）が最も高くなりました。



推しがいる・ある人（657名）に、自身の推しは何か聞いたところ、1位「アニメ・マンガのキャラクター」（39.7%）、2位「アイドル」（36.8%）、3位「歌手・ミュージシャン」（29.2%）、4位「YouTuber」（22.8%）、5位「ゲームのキャラクター」（20.7%）となりました。注目しているキャラクターが登場するアニメ・マンガを欠かさず観たり、コラボ商品などを買ったりして推し活をしている若者が多いのではないのでしょうか。

世代別にみると、Z世代（364名）では「アイドル」（40.1%）が1位、ミレニアル世代（293名）では「アニメ・マンガのキャラクター」（39.6%）が1位でした。また、Z世代では「ボーカロイド」と「TikToker」（いずれも11位）がTOP15入りし、ミレニアル世代では「神社仏閣」（13位）と「城」（15位）がTOP15入りしました。

◆自身の推し（好きなアイドルやキャラクターなど）【複数回答形式】 ※上位15位までを表示

対象：推しがいる・ある人

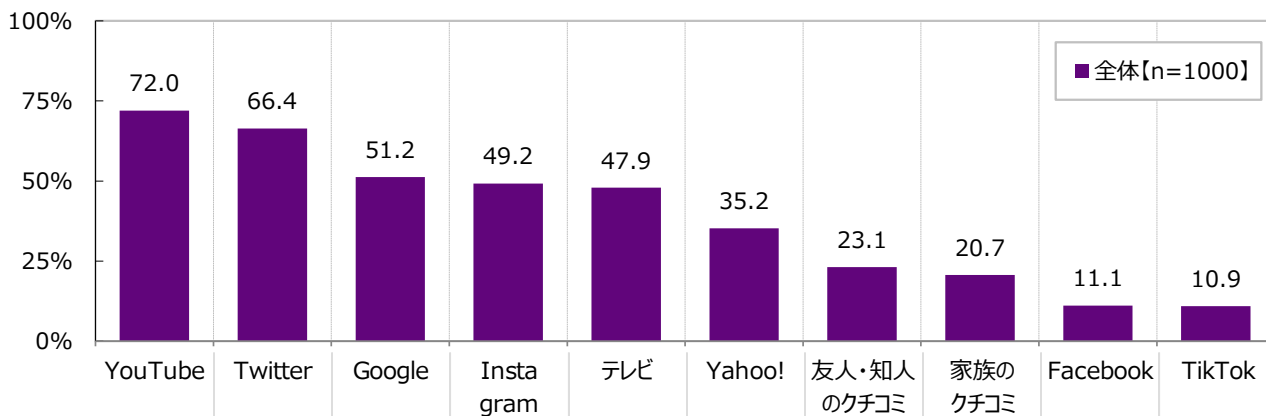
全体【n=657】			Z世代【n=364】			ミレニアル世代【n=293】		
順位	推し	%	順位	推し	%	順位	推し	%
1位	アニメ・マンガのキャラクター	39.7	1位	アイドル	40.1	1位	アニメ・マンガのキャラクター	39.6
2位	アイドル	36.8	2位	アニメ・マンガのキャラクター	39.8	2位	アイドル	32.8
3位	歌手・ミュージシャン	29.2	3位	歌手・ミュージシャン	28.6	3位	歌手・ミュージシャン	30.0
4位	YouTuber	22.8	4位	YouTuber	25.5	4位	ゲームのキャラクター	21.2
5位	ゲームのキャラクター	20.7	5位	ゲームのキャラクター	20.3	5位	YouTuber	19.5
6位	俳優	16.1	6位	俳優	17.6	6位	スポーツ選手	16.0
7位	声優	14.3	7位	声優	14.0	7位	声優	14.7
8位	スポーツ選手	13.7	8位	スポーツ選手	11.8	8位	俳優	14.3
9位	Vtuber	7.5	9位	Vtuber	8.0	9位	Vtuber	6.8
10位	マスコットキャラクター	5.2	10位	マスコットキャラクター	4.4	10位	マスコットキャラクター	6.1
11位	作家	4.1	11位	インスタグラマー	3.6	11位	作家	5.8
	鉄道	4.1	11位	ボーカロイド	3.6	12位	鉄道	5.1
13位	インスタグラマー	3.8		TikToker	3.6	13位	神社仏閣	4.4
14位	ボーカロイド	3.2	14位	鉄道	3.3	14位	インスタグラマー	4.1
	神社仏閣	3.2	15位	作家	2.7	15位	城	3.4

- 若者世代の情報収集ツール1位は「YouTube」、ミレニアル世代の女性では「Twitter」「テレビ」が1位
SNSや検索エンジンの情報収集ツールとしての利用率
「YouTube」Z世代80%、ミレニアル世代64% 「Yahoo!」Z世代24%、ミレニアル世代46%

若者世代は、普段の生活でどのようなものを使って情報を集めているのでしょうか。

全回答者（1,000名）に、普段、情報収集の際に利用しているものを聞いたところ、「YouTube」（72.0%）が最も高くなり、「Twitter」（66.4%）、「Google」（51.2%）、「Instagram」（49.2%）、「テレビ」（47.9%）、「Yahoo!」（35.2%）が続きました。若者世代には、検索エンジンではなくSNSが主な情報収集ツールになっているようです。

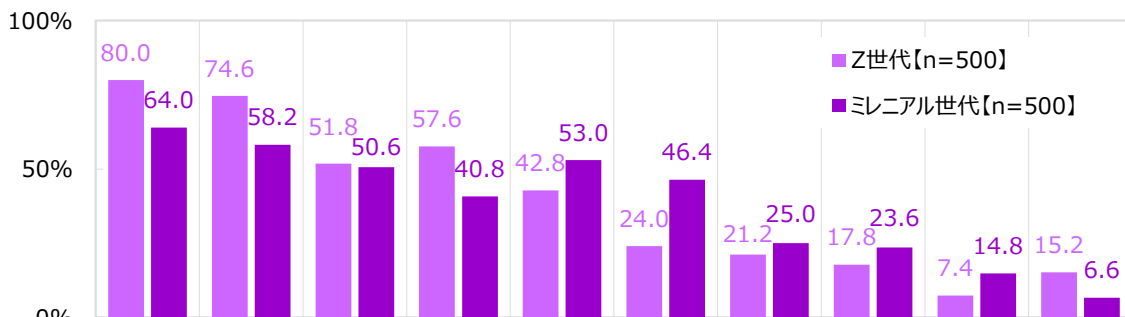
◆ 普段、情報収集の際に利用しているもの [複数回答形式] ※上位10位までを表示



世代別にみると、Z世代では「YouTube」が80.0%、「Twitter」が74.6%、「Instagram」が57.6%と、ミレニアル世代（順に64.0%、58.2%、40.8%）と比べて15ポイント以上高くなった一方、ミレニアル世代では「Yahoo!」が46.4%と、Z世代（24.0%）と比べて20ポイント以上高くなりました。SNSや検索エンジンの情報収集ツールとしての利用率において、世代差が顕著にあらわれる結果となりました。

男女・世代別にみると、Z世代の男性、Z世代の女性、ミレニアル世代の男性では「YouTube」（順に79.2%、80.8%、71.6%）が1位だったのに対し、ミレニアル世代の女性では「Twitter」と「テレビ」（いずれも59.2%）が1位でした。

◆ 普段、情報収集の際に利用しているもの [複数回答形式] ※全体の上位10位までを表示



n数		YouTube	Twitter	Google	Instagram	テレビ	Yahoo!	友人・知人のクチコミ	家族のクチコミ	Facebook	TikTok	
男女・世代	Z世代:男性	250	79.2	69.6	59.2	41.6	38.0	27.2	16.8	14.4	10.8	11.2
	Z世代:女性	250	80.8	79.6	44.4	73.6	47.6	20.8	25.6	21.2	4.0	19.2
	ミレニアル世代:男性	250	71.6	57.2	58.4	27.2	46.8	50.4	20.0	17.6	17.2	6.8
	ミレニアル世代:女性	250	56.4	59.2	42.8	54.4	59.2	42.4	30.0	29.6	12.4	6.4

(%)

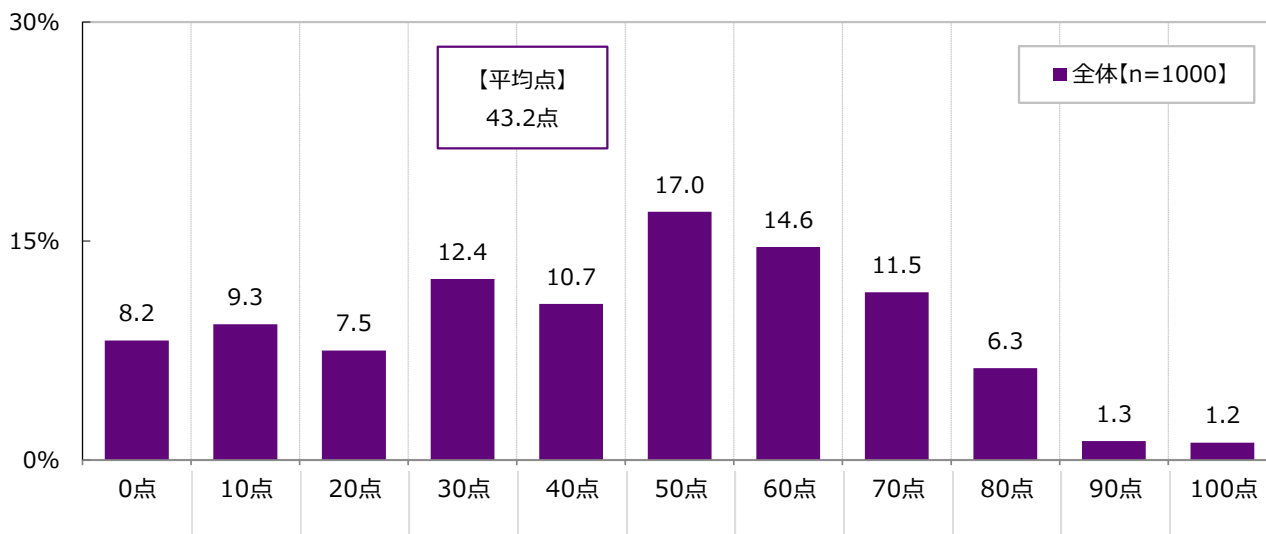
●若者世代の「コミュニケーション」について

●若者世代がコミュカを自己評価 100点満点で何点？ 平均点は43点

普段の生活におけるコミュニケーションについて質問しました。

全回答者（1,000名）に、自身の“コミュニケーション力”に点数をつけるとすると、100点満点で何点くらいになるか聞いたところ、「50点」（17.0%）が最も高くなり、平均点は43.2点でした。

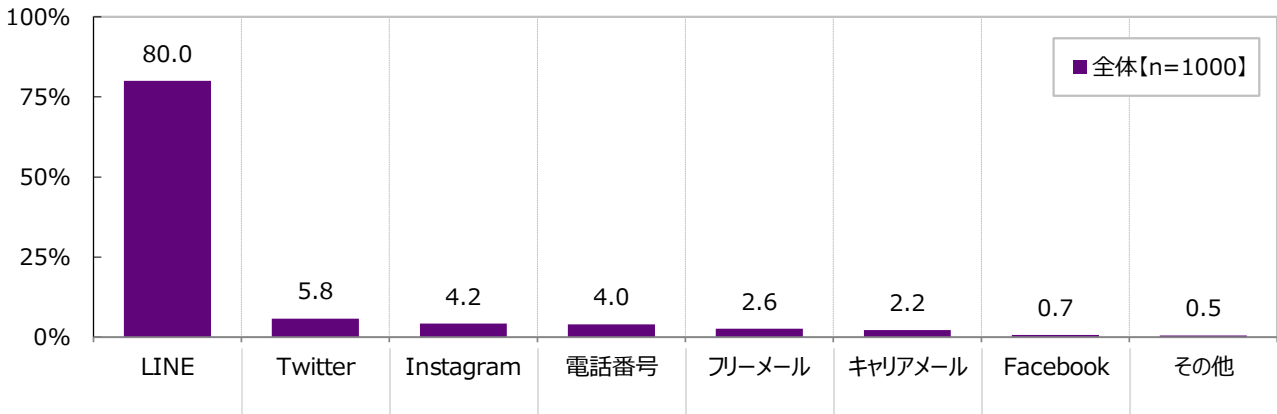
◆自身の“コミュニケーション力”に点数をつけるとすると、100点満点で何点くらいになるか [単一回答形式]



- 若者世代は同世代との連絡先交換で何を最も使う？「LINE」がダントツ、Z世代の女性では87%
- LINEばかりじゃない！？「連絡先交換で最も利用するのは電話番号」ミレニアル世代の男性では10%

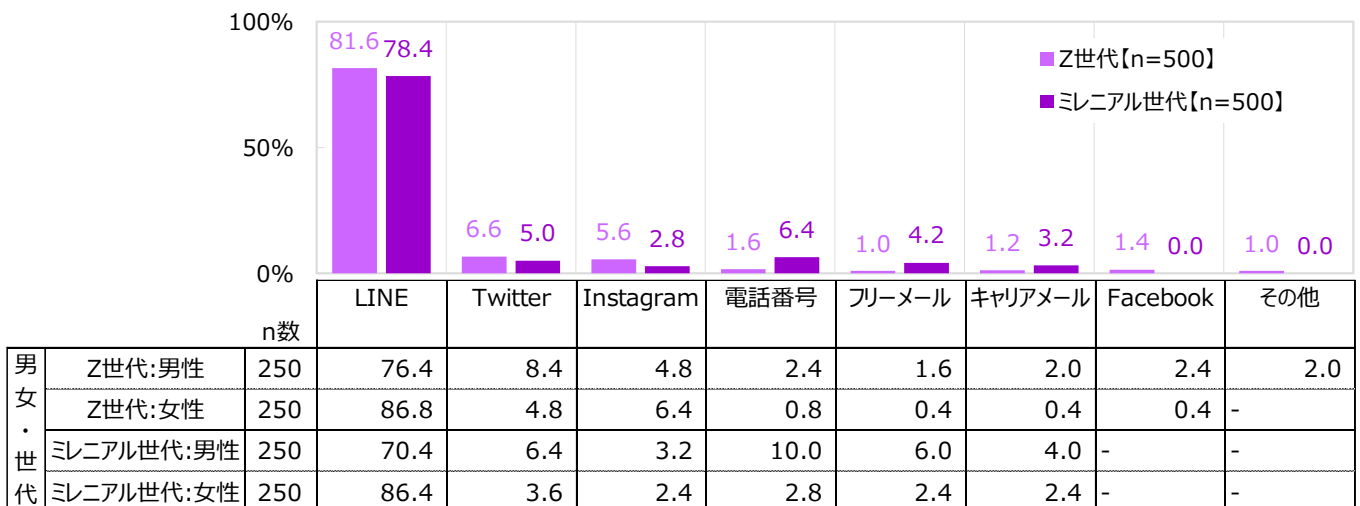
全回答者（1,000名）に、同世代の友人・知人と連絡先を交換する際に、最も利用しているものを聞いたところ、「LINE」（80.0%）がダントツでした。QRコードの読み取りで連絡先を交換できる手軽さのためか、連絡先を交換するときはLINEがよく使われているようです。また、「Twitter」が5.8%、「Instagram」が4.2%、「電話番号」が4.0%、「フリーメール」が2.6%となりました。

◆同世代の友人・知人と連絡先を交換する際に、最も利用しているもの [単一回答形式]



男女・世代別にみると、女性では「LINE」がZ世代86.8%、ミレニアル世代86.4%と、男性（Z世代76.4%、ミレニアル世代70.4%）と比べて高くなりました。他方、ミレニアル世代の男性では「電話番号」（10.0%）が他の層と比べて高くなりました。

◆同世代の友人・知人と連絡先を交換する際に、最も利用しているもの [単一回答形式]



(%)

- 最近、若者世代がSNSで流行していたと思うコトバ 1位「○○しか勝たん」2位「ぴえん」3位「ひよってる奴いる？」
Z世代では4位「はにゃ？」6位「○○してもろて」9位「アセアセ」、ミレニアル世代では4位「それな」9位「さーせえん」

全回答者（1,000名）に、最近1年間に、SNSで流行していたと思うコトバを聞いたところ、Z世代・ミレニアル世代とも、自分のなかで最高であることを意味する「○○しか勝たん」（順に45.4%、32.4%）が1位、泣いている様子を指す「ぴえん」（35.6%、25.2%）が2位、人気マンガ『東京卍リベンジャーズ』で登場するコトバで、困難に陥った仲間を鼓舞するときに使われる「ひよってる奴いる？」（27.0%、16.0%）が3位となりました。

4位以下に挙がったコトバをみると、Z世代では疑問を感じたときなどに発する「はにゃ？」（22.4%）が4位、お願いをするときに使う「○○してもろて」（17.6%）が6位、慌てている様子を意味する「アセアセ」（7.8%）が9位となり、ミレニアル世代では賛同や同意を示すときに使う「それな」（14.6%）が4位、謝罪の気持ちをおどけて言うときに使う「さーせえん」（4.4%）が9位となりました。また、Z世代9位の「アセアセ」はミレニアル世代では15位圏外、ミレニアル世代11位の「八尺様」はZ世代では15位圏外でした。

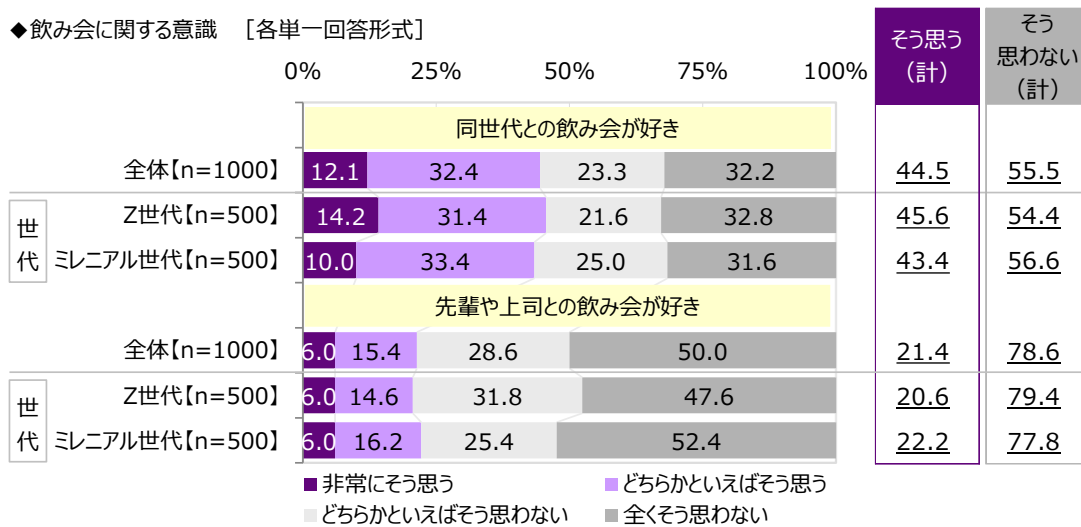
◆最近1年間に、SNSで流行していたと思うコトバ [複数回答形式] ※上位15位までを表示

全体【n=1000】			Z世代【n=500】			ミレニアル世代【n=500】		
順位	コトバ	%	順位	コトバ	%	順位	コトバ	%
1位	○○しか勝たん	38.9	1位	○○しか勝たん	45.4	1位	○○しか勝たん	32.4
2位	ぴえん	30.4	2位	ぴえん	35.6	2位	ぴえん	25.2
3位	ひよってる奴いる？	21.5	3位	ひよってる奴いる？	27.0	3位	ひよってる奴いる？	16.0
4位	はにゃ？	16.8	4位	はにゃ？	22.4	4位	それな	14.6
5位	飛ぶぞ	16.1	5位	飛ぶぞ	19.2	5位	飛ぶぞ	13.0
6位	それな	15.9	6位	○○してもろて	17.6	6位	はにゃ？	11.2
7位	○○してもろて	12.3	7位	それな	17.2	7位	○○してもろて	7.0
8位	○○ツツオ	7.4	8位	○○ツツオ	8.2	8位	○○ツツオ	6.6
9位	お疲れサマンサ	5.4	9位	アセアセ	7.8	9位	さーせえん	4.4
	さーせえん	5.4	10位	お疲れサマンサ	7.2	10位	お疲れサマンサ	3.6
11位	○○でやんす	4.9	11位	○○でやんす	6.8	11位	八尺様	3.2
12位	アセアセ	4.7	12位	さーせえん	6.4	12位	○○でやんす	3.0
13位	○○なさい、シンジ君	3.6	13位	超チルなラッパー	4.8	13位	○○なさい、シンジ君	2.6
14位	超チルなラッパー	3.5	14位	○○なさい、シンジ君	4.6	14位	人間は愚か	2.4
15位	八尺様	3.1	15位	人間は愚か	3.8	15位	超チルなラッパー	2.2
	人間は愚か	3.1						

- 若者世代の飲み会に関する意識 「同世代との飲み会が好き」45%
- 飲み会では「先輩や上司と本音で話したい」34%、「先輩や上司の考えを聞きたい」41%

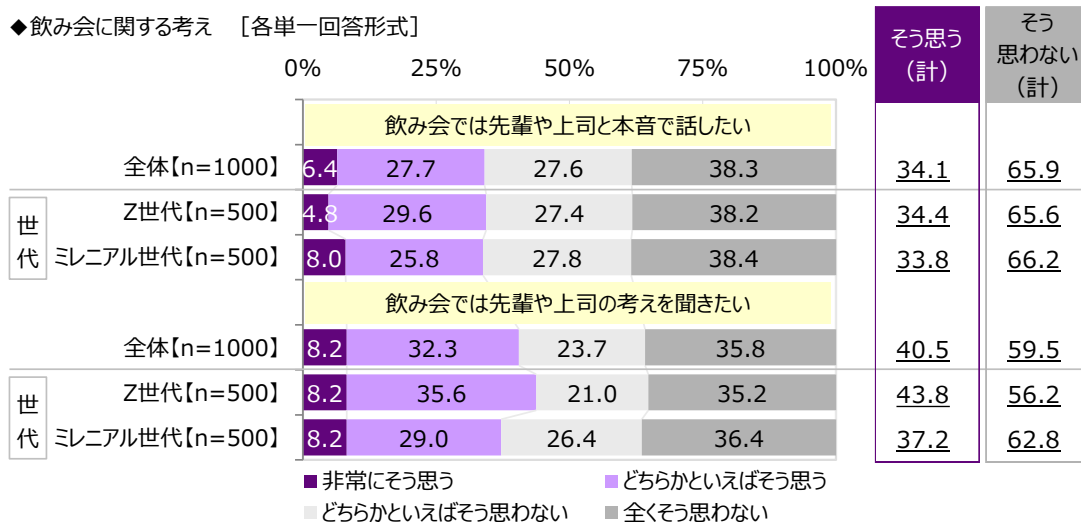
全回答者（1,000名）に、飲み会に関する意識や考えについて質問しました。

同世代との飲み会が好きか聞いたところ、「非常にそう思う」が12.1%、「どちらかといえばそう思う」が32.4%で、合計した『そう思う（計）』は44.5%、先輩や上司との飲み会が好きか聞いたところ、「非常にそう思う」が6.0%、「どちらかといえばそう思う」が15.4%で、合計した『そう思う（計）』は21.4%となりました。“若者の飲み会離れ”といわれることが多いですが、実際は飲み会好きの若者は少なくないようです。



飲み会では先輩や上司と本音で話したいか聞いたところ、『そう思う（計）』は34.1%となり、飲み会では先輩や上司の考えを聞きたいか聞いたところ、『そう思う（計）』は40.5%となりました。普段とは異なった環境での本音で語り合うコミュニケーションを希望する若者は多いのではないのでしょうか。

世代別にみると、飲み会では先輩や上司の考えを聞きたいと思う人の割合は、Z世代では43.8%と、ミレニアル世代（37.2%）と比べて6.6ポイント高くなりました。

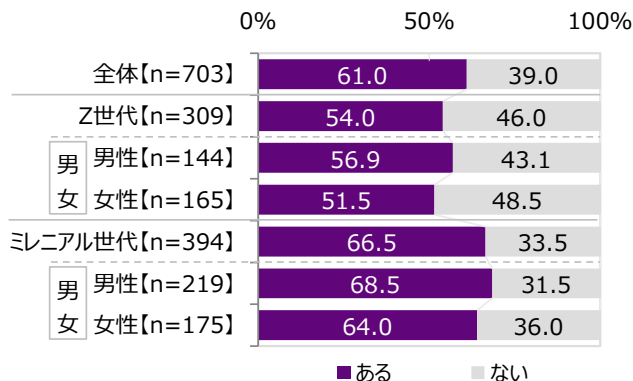


- 職場の飲み会に関する経験
「プライベートを優先させるために断ったことがある」61%、「気が進まなかったために断ったことがある」60%
- 「先輩や上司と本音で話せたことがある」40%、「仕事に役立つ情報が得られたことがある」48%
- 「職場の飲み会で先輩や上司との距離感が縮まったことがある」51%
先輩や上司と本音で話せた経験がある若者世代では91%が「距離感が縮まったことがある」と実感

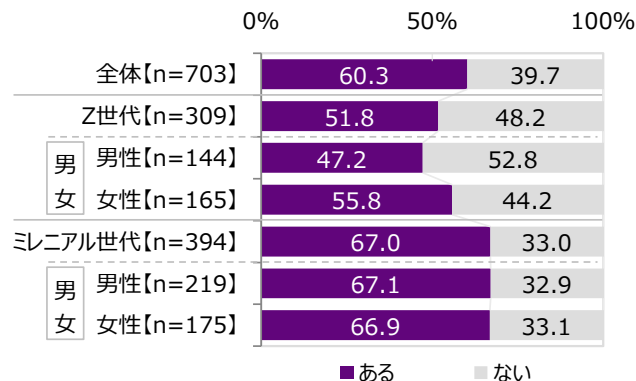
次に、学生アルバイトを含む有職者（703名）に、職場の飲み会での経験について聞きました。

経験率（「ある」と回答した人の割合）をみると、【プライベートを優先させるために断ったこと】では61.0%、【気が進まなかったために断ったこと】では60.3%、【先輩や上司と本音で話せたこと】では39.5%、【仕事に役立つ情報が得られたこと】では47.7%となりました。

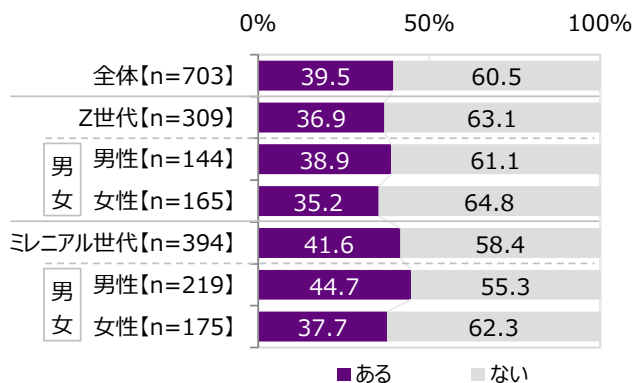
◆職場の飲み会での経験 [単一回答形式] 対象：有職者
【プライベートを優先させるために断ったこと】



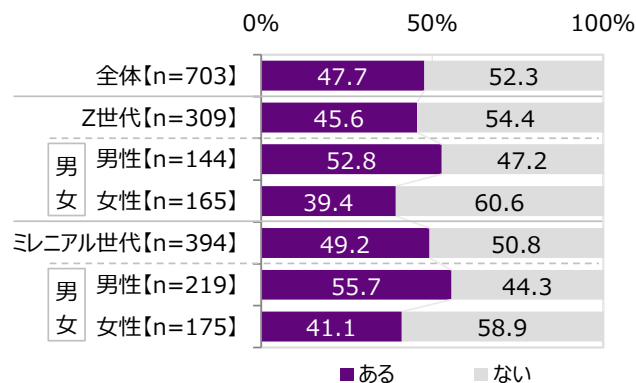
◆職場の飲み会での経験 [単一回答形式] 対象：有職者
【気が進まなかったために断ったこと】



◆職場の飲み会での経験 [単一回答形式] 対象：有職者
【先輩や上司と本音で話せたこと】



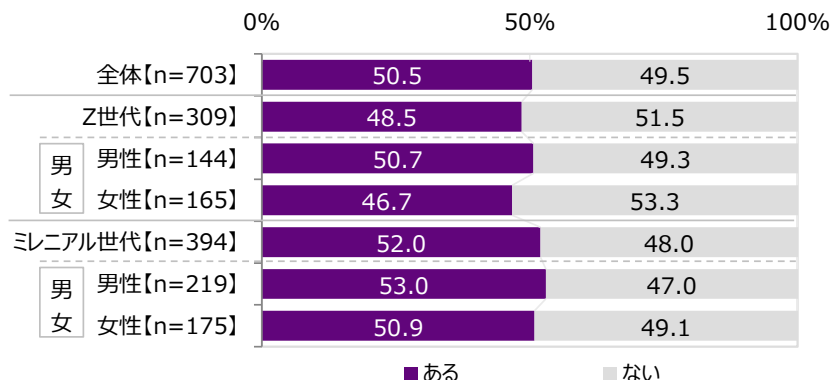
◆職場の飲み会での経験 [単一回答形式] 対象：有職者
【仕事に役立つ情報が得られたこと】



先輩や上司との距離感が縮まったことがあるか聞いたところ、「ある」と回答した人の割合は50.5%となりました。

◆職場の飲み会での経験 [単一回答形式] 対象：有職者

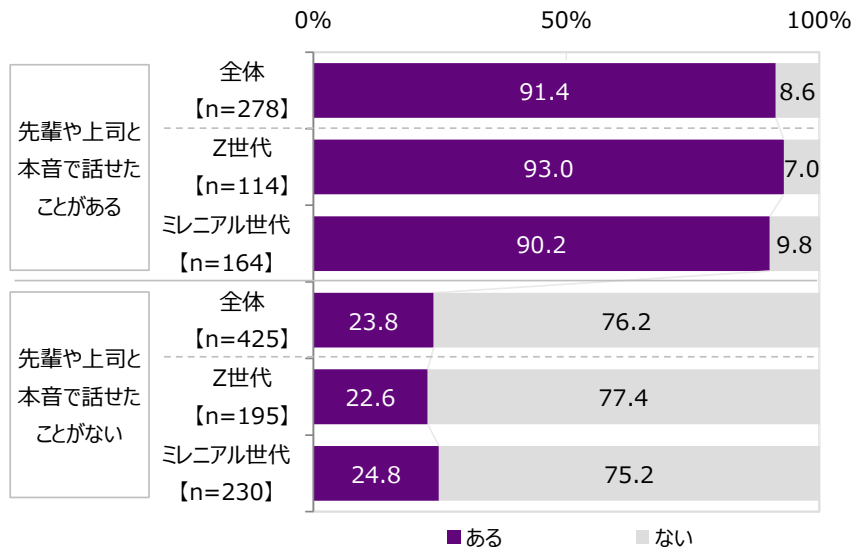
【先輩や上司との距離感が縮まったこと】



職場の飲み会で先輩や上司と本音で話せたことがある人についてみると、先輩や上司との距離感が縮まったことがあると回答した人の割合は91.4%となりました。

◆職場の飲み会での経験 [単一回答形式] 対象：有職者

【先輩や上司との距離感が縮まったこと】



- 若者世代が参加したい飲み会
1位「気配りをしなくてもいい」2位「自分のペースで飲める」3位「あまりお金がかからない」4位「落ち着いて飲める」
- 若者世代が参加したい職場の飲み会
1位「あまりお金がかからない」2位「説教する人がいない」3位「短時間で終わる」4位「気配りをしなくてもいい」

若者世代が参加したい飲み会はどのようなものなのでしょうか。

全回答者（1,000名）に、プライベートの飲み会ではどのような飲み会に参加したいと思うか聞いたところ、1位「気配りをしなくてもいい」（44.4%）、2位「自分のペースで飲める」（42.0%）、3位「あまりお金がかからない」（39.1%）、4位「落ち着いて飲める」（35.7%）、5位「説教する人がいない」（31.1%）となりました。飲み会では、過度な気配りをしないで、お酒や料理、会話などを楽しみたいと考えている人が多いのではないのでしょうか。

世代別にみると、Z世代では「自分のペースで飲める」（39.6%）が1位、ミレニアル世代では「気配りをしなくてもいい」（50.4%）が1位でした。

◆プライベートの飲み会ではどのような飲み会に参加したいと思うか [複数回答形式] ※上位10位までを表示

全体[n=1000]			Z世代[n=500]			ミレニアル世代[n=500]		
順位	内容	%	順位	内容	%	順位	内容	%
1位	気配りをしなくてもいい	44.4	1位	自分のペースで飲める	39.6	1位	気配りをしなくてもいい	50.4
2位	自分のペースで飲める	42.0	2位	気配りをしなくてもいい	38.4	2位	自分のペースで飲める	44.4
3位	あまりお金がかからない	39.1	3位	あまりお金がかからない	38.2	3位	落ち着いて飲める	40.6
4位	落ち着いて飲める	35.7	4位	落ち着いて飲める	30.8	4位	あまりお金がかからない	40.0
5位	説教する人がいない	31.1	5位	説教する人がいない	28.0	5位	説教する人がいない	34.2
6位	絡み酒をする人がいない	27.1	6位	絡み酒をする人がいない	24.2	6位	絡み酒をする人がいない	30.0
7位	マナーを気にしなくてもいい	23.3	7位	短時間で終わる	21.6	7位	マナーを気にしなくてもいい	25.2
8位	自慢話をする人がいない	22.0	8位	マナーを気にしなくてもいい	21.4	8位	愚痴や悪口を言う人がいない	24.2
9位	愚痴や悪口を言う人がいない	21.7	9位	自慢話をする人がいない	20.6	9位	自慢話をする人がいない	23.4
10位	短時間で終わる	20.8	10位	下品なネタを言う人がいない	19.4	10位	下品なネタを言う人がいない	21.6

有職者（703名）に、職場の飲み会ではどのような飲み会に参加したいと思うか聞いたところ、1位「あまりお金がかからない」（40.1%）、2位「説教する人がいない」（39.4%）、3位「短時間で終わる」（36.7%）、4位「気配りをしなくてもいい」（35.1%）、5位「自分のペースで飲める」（31.3%）となりました。

世代別にみると、Z世代（309名）では「あまりお金がかからない」「説教する人がいない」（いずれも36.6%）が1位、ミレニアル世代（394名）では「あまりお金がかからない」（42.9%）が1位でした。

◆職場の飲み会ではどのような飲み会に参加したいと思うか [複数回答形式] ※上位10位までを表示

対象：有職者

全体[n=703]			Z世代[n=309]			ミレニアル世代[n=394]		
順位	内容	%	順位	内容	%	順位	内容	%
1位	あまりお金がかからない	40.1	1位	あまりお金がかからない	36.6	1位	あまりお金がかからない	42.9
2位	説教する人がいない	39.4		説教する人がいない	36.6	2位	説教する人がいない	41.6
3位	短時間で終わる	36.7	3位	短時間で終わる	33.7	3位	短時間で終わる	39.1
4位	気配りをしなくてもいい	35.1	4位	気配りをしなくてもいい	30.7	4位	気配りをしなくてもいい	38.6
5位	自分のペースで飲める	31.3	5位	落ち着いて飲める	27.5	5位	自分のペースで飲める	35.0
6位	絡み酒をする人がいない	30.7	6位	絡み酒をする人がいない	26.9	6位	絡み酒をする人がいない	33.8
7位	落ち着いて飲める	30.2	7位	自分のペースで飲める	26.5	7位	落ち着いて飲める	32.2
8位	愚痴や悪口を言う人がいない	26.2	8位	プライベートなことを聞かれない	23.0	8位	愚痴や悪口を言う人がいない	29.2
9位	自慢話をする人がいない	24.8	9位	愚痴や悪口を言う人がいない	22.3	9位	自慢話をする人がいない	28.2
10位	プライベートなことを聞かれない	24.3	10位	下品なネタを言う人がいない	21.7	10位	プライベートなことを聞かれない	25.4

●飲み会とコミュニケーション×芸能人とアニメ・マンガキャラ

- 飲み会の幹事をしてほしい芸能人 1位「明石家さんまさん」
Z世代2位「櫻井翔さん」3位「大泉洋さん」、ミレニアル世代2位「タモリさん」3位「大泉洋さん」
- 飲み会の幹事をしてほしいアニメ・マンガキャラ 1位「ドラえもん」
Z世代2位「モンキー・D・ルフィ」3位「五条悟」「竈門炭治郎」、
ミレニアル世代2位「モンキー・D・ルフィ」3位「竈門炭治郎」

最後に、全回答者（1,000名）に、“飲み会・コミュニケーション”をテーマに、イメージに合う芸能人、アニメ・マンガキャラについて質問しました。

飲み会の幹事をしてほしい芸能人を聞いたところ、1位は「明石家さんまさん」となりました。明石家さんまさんが幹事だったら、キレのあるトークで飲み会を盛り上げてくれそうだとイメージしている人が多いのではないのでしょうか。次いで、2位「大泉洋さん」、3位「櫻井翔さん」、4位「タモリさん」、5位「ムロツヨシさん」となりました。

世代別にみると、Z世代・ミレニアル世代とも1位は「明石家さんまさん」となり、Z世代では2位「櫻井翔さん」、3位「大泉洋さん」、ミレニアル世代では2位「タモリさん」、3位「大泉洋さん」と続きました。

◆飲み会の幹事をしてほしい芸能人 [自由回答形式] ※上位10位までを表示

全体[n=1000]			Z世代[n=500]			ミレニアル世代[n=500]		
順位	名前	名	順位	名前	名	順位	名前	名
1位	明石家さんま	48	1位	明石家さんま	25	1位	明石家さんま	23
2位	大泉洋	29	2位	櫻井翔	17	2位	タモリ	16
3位	櫻井翔	23	3位	大泉洋	14	3位	大泉洋	15
4位	タモリ	21	4位	ムロツヨシ	12	4位	マツコ・デラックス	10
5位	ムロツヨシ	20	5位	内村光良	9	5位	ムロツヨシ	8
6位	マツコ・デラックス	15	6位	松本人志	7	6位	天海祐希	6
7位	松本人志	12		タモリ	5		櫻井翔	6
8位	内村光良	11	7位	マツコ・デラックス	5		出川哲朗	5
	天海祐希	9		有吉弘行	5	8位	松本人志	5
9位	有吉弘行	9	10位	上田晋也	4		川島明	5

また、飲み会の幹事をしてほしいアニメ・マンガのキャラクターを聞いたところ、1位「ドラえもん（ドラえもん）」、2位「モンキー・D・ルフィ（ONE PIECE）」、3位「竈門炭治郎（鬼滅の刃）」、4位「五条悟（呪術廻戦）」、5位「坂田銀時（銀魂）」となりました。

世代別にみると、Z世代・ミレニアル世代とも1位は「ドラえもん（ドラえもん）」となり、Z世代では2位「モンキー・D・ルフィ（ONE PIECE）」、3位「五条悟（呪術廻戦）」「竈門炭治郎（鬼滅の刃）」、ミレニアル世代では2位「モンキー・D・ルフィ（ONE PIECE）」、3位「竈門炭治郎（鬼滅の刃）」と続きました。

◆飲み会の幹事をしてほしいアニメ・マンガのキャラクター [自由回答形式] ※上位10位までを表示

全体[n=1000]			Z世代[n=500]			ミレニアル世代[n=500]		
順位	名前	名	順位	名前	名	順位	名前	名
1位	ドラえもん (ドラえもん)	52	1位	ドラえもん (ドラえもん)	23	1位	ドラえもん (ドラえもん)	29
2位	モンキー・D・ルフィ (ONE PIECE)	38	2位	モンキー・D・ルフィ (ONE PIECE)	20	2位	モンキー・D・ルフィ (ONE PIECE)	18
3位	竈門炭治郎 (鬼滅の刃)	25	3位	五条悟 (呪術廻戦)	13	3位	竈門炭治郎 (鬼滅の刃)	12
4位	五条悟 (呪術廻戦)	21		竈門炭治郎 (鬼滅の刃)	13	4位	サンジ (ONE PIECE)	9
5位	坂田銀時 (銀魂)	18	5位	坂田銀時 (銀魂)	9		坂田銀時 (銀魂)	9
6位	孫悟空 (ドラゴンボール)	13	6位	孫悟空 (ドラゴンボール)	7	6位	五条悟 (呪術廻戦)	8
	煉獄杏寿郎 (鬼滅の刃)	13		江戸川コナン (名探偵コナン)	6	7位	煉獄杏寿郎 (鬼滅の刃)	7
8位	サンジ (ONE PIECE)	11	7位	煉獄杏寿郎 (鬼滅の刃)	6	8位	孫悟空 (ドラゴンボール)	6
	江戸川コナン (名探偵コナン)	10	9位	うずまきナルト (NARUTO -ナルト-)	5		両津勘吉 (こちら葛飾区亀有公園前派出所)	6
9位	野原ひろし (クレヨンしんちゃん)	10		野原ひろし (クレヨンしんちゃん)	5	10位	七海建人 (呪術廻戦)	5
							野原ひろし (クレヨンしんちゃん)	5

- お酒の席で愚痴を聞いてほしい芸能人「マツコ・デラックスさん」がダントツ
Z世代2位「ムロツヨシさん」3位「松本人志さん」、ミレニアル世代2位「タモリさん」「明石家さんまさん」
- お酒の席で愚痴を聞いてほしいアニメ・マンガキャラ「ドラえもん」がダントツ
Z世代2位「竈門炭治郎」3位「モンキー・D・ルフィ」、ミレニアル世代2位「竈門炭治郎」3位「ナミ」「モンキー・D・ルフィ」

お酒の席で愚痴を聞いてほしい芸能人を聞いたところ、「マツコ・デラックスさん」がダントツでした。不満や愚痴を口に出しても、親身になって聞いてくれ、的確なアドバイスをもらえそうだとイメージしている人が多いのではないのでしょうか。次いで、2位「明石家さんまさん」、3位「タモリさん」、4位「天海祐希さん」「有吉弘行さん」「櫻井翔さん」となりました。

世代別にみると、Z世代・ミレニアル世代とも「マツコ・デラックスさん」がダントツ、Z世代では2位「ムロツヨシさん」、3位「松本人志さん」、ミレニアル世代では2位「タモリさん」「明石家さんまさん」となりました。

◆お酒の席で愚痴を聞いてほしい芸能人 [自由回答形式] ※上位10位までを表示

全体[n=1000]			Z世代[n=500]			ミレニアル世代[n=500]			
順位	名前	名	順位	名前	名	順位	名前	名	
1位	マツコ・デラックス	71	1位	マツコ・デラックス	28	1位	マツコ・デラックス	43	
2位	明石家さんま	17	2位	ムロツヨシ	7	2位	タモリ	12	
3位	タモリ	15	3位	松本人志	6		明石家さんま	12	
4位	天海祐希	10	4位	小栗旬	5		天海祐希	6	
	有吉弘行	10			明石家さんま	5		有吉弘行	6
	櫻井翔	10		6位	IKKO / 橋本環奈 / 指原莉乃 / 小峠英二 / 松本潤 / 新垣結衣 / 大泉洋 / 天海祐希 / 有吉弘行 / 櫻井翔	4		櫻井翔	6
ムロツヨシ	9		石田ゆり子		5	7位	石田ゆり子	5	
松本人志	9		大泉洋		5		大泉洋	5	
大泉洋	9		吉岡里帆 / 高岸宏行 / 出川哲朗		4	9位	吉岡里帆 / 高岸宏行 / 出川哲朗	4	
10位	新垣結衣	7							

また、お酒の席で愚痴を聞いてほしいアニメ・マンガのキャラクターを聞いたところ、「ドラえもん（ドラえもん）」がダントツ、2位「竈門炭治郎（鬼滅の刃）」、3位「モンキー・D・ルフィ（ONE PIECE）」、4位「サンジ（ONE PIECE）」「ナミ（ONE PIECE）」と続きました。

世代別にみると、Z世代・ミレニアル世代とも「ドラえもん（ドラえもん）」がダントツ、Z世代では2位「竈門炭治郎（鬼滅の刃）」、3位「モンキー・D・ルフィ（ONE PIECE）」、ミレニアル世代では2位「竈門炭治郎（鬼滅の刃）」、3位「ナミ（ONE PIECE）」「モンキー・D・ルフィ（ONE PIECE）」となりました。

◆お酒の席で愚痴を聞いてほしいアニメ・マンガのキャラクター [自由回答形式] ※上位10位までを表示

全体[n=1000]			Z世代[n=500]			ミレニアル世代[n=500]			
順位	名前	名	順位	名前	名	順位	名前	名	
1位	ドラえもん (ドラえもん)	57	1位	ドラえもん (ドラえもん)	27	1位	ドラえもん (ドラえもん)	30	
2位	竈門炭治郎 (鬼滅の刃)	26	2位	竈門炭治郎 (鬼滅の刃)	13	2位	竈門炭治郎 (鬼滅の刃)	13	
3位	モンキー・D・ルフィ (ONE PIECE)	20	3位	モンキー・D・ルフィ (ONE PIECE)	11	3位	ナミ (ONE PIECE)	9	
4位	サンジ (ONE PIECE)	10	4位	坂田銀時 (銀魂)	7		モンキー・D・ルフィ (ONE PIECE)	9	
	ナミ (ONE PIECE)	10	5位	江戸川コナン (名探偵コナン)	5	5位	サンジ (ONE PIECE)	7	
6位	坂田銀時 (銀魂)	9	6位	うずまきナルト (NARUTO -ナルト-)	4	6位	煉獄杏寿郎 (鬼滅の刃)	5	
7位	江戸川コナン (名探偵コナン)	8			リヴァイ・アッカーマン (進撃の巨人)	4		アンパンマン (それいけ!アンパンマン)	3
8位	野比のび太 (ドラえもん)	7			虎杖悠仁 (呪術廻戦)	4		フグ田マスオ (サザエさん)	3
	煉獄杏寿郎 (鬼滅の刃)	7			野原ひろし (クレヨンしんちゃん)	4		ルパン三世 (ルパン三世)	3
10位	アンパンマン (それいけ!アンパンマン)	6		野比のび太 (ドラえもん)	4	7位	安室透 (名探偵コナン)	3	
	うずまきナルト (NARUTO -ナルト-)	6					江戸川コナン (名探偵コナン)	3	
	虎杖悠仁 (呪術廻戦)	6					野比のび太 (ドラえもん)	3	
	野原ひろし (クレヨンしんちゃん)	6					両津勘吉 (こちら葛飾区亀有公園前派出所)	3	

「調査概要」

- ◆調査タイトル : 若者世代の「価値観」と「コミュニケーション」に関する調査2022
- ◆調査対象 : ネットエイジアサーチのインターネットモニター会員を母集団とする
全国の20歳～39歳の男女
- ◆調査期間 : 2022年1月25日～1月26日の2日間
- ◆調査方法 : インターネット調査
- ◆調査地域 : 全国
- ◆有効回答数 : 1,000サンプル

(内訳) ※20歳～25歳を『Z世代』、26歳～39歳を『ミレニアル世代』と定義しています

	Z世代	ミレニアル世代	計
男性	250s	250s	500s
女性	250s	250s	500s

- ◆実施機関 : ネットエイジア株式会社

■■ 報道関係の皆様へ ■■

本ニュースリリースの内容を転載される際は
「沢の鶴『SHUSHU Light』調べ」と付記のうえ
ご使用くださいますよう、お願い申し上げます。

■■ 本ニュースリリースに関する報道関係者のお問い合わせ先 ■■

沢の鶴株式会社 マーケティング室 担当：郷田・宮崎
TEL : 078-881-4301 E-mail : webmaster@sawanotsuru.co.jp

■■ 会社概要 ■■

- 社名 : 沢の鶴株式会社 Sawanotsuru Co Ltd.
- 本社 : 〒657-0864 神戸市灘区新在家南町 5 丁目 1 番 2 号
- 創業 : 享保 2 年 (1717 年)
- 代表者 : 代表取締役社長 西村 隆
- 事業内容 : 清酒「沢の鶴」の醸造、販売、及び関連事業
- URL : <https://www.sawanotsuru.co.jp/site/>

■ ■ 商品紹介 ■ ■

SHUSHU Light 180ml

創業 300 年の沢の鶴史上、最も飲みやすい純米酒「SHUSHU Light」
暮らしに彩りを！ボトルのまま飲むカジュアルな低アルコールの日本酒です



商品名	: SHUSHU Light
酒質	: 純米酒
容量	: 180ml (12本入り/ケース)
価格	: 300円 (税抜)
アルコール度数	: 8.5%
原材料名	: 米、米麴
精米歩合	: 麴米 65%・掛米 75%

メーカー参考小売価格
【税込】330円 【税抜】300円



「低アルコール日本酒」という新しい選択肢（炭酸ガス不使用）

本当に美味しい「低アルコール日本酒」を実現しました。（アルコール度数 8.5%）

麴をたくさん使用することで、米の甘味と旨味を引き出しています。

吟醸酵母由来のフルーティーな香りがさらに飲みやすさを UP。

食事を選ばず、洋食やスイーツ、スナック菓子にも良く合います。



アフターコロナを意識した、ニューノーマルな生活に馴染むデザイン

様々なライフスタイルに合い、どんなインテリアにも馴染むように。

パッケージデザインは「光の三原色」で表現しています。

暮らしに彩りを与え、食事時間を明るく楽しいものにします。

なぜスパークリングではないのか？

止渴飲料ではなく、どんな食事とも相性が合うことを意識しました。

ビール、ハイボール、酎ハイは喉の渴きを潤すことや、

口中の油を流すなどのウォッシュ効果はありますが、

SHUSHU Light は食事とのマリアージュを意識して、商品開発しました。

沢の鶴のお約束

1717 年（享保二年）創業の沢の鶴は日本酒の名産地である灘の蔵元として、

世界から“新しいお酒”と注目されている日本酒文化を大切にしながら、

みなさまの毎日の食卓がもっと美味しくなるお酒造りを続けていきます。

これからの沢の鶴にどうぞご期待ください。