

博報堂生活総合研究所「生活DX定点」第2回調査の結果を発表

「ご祝儀」や「退職願」はオンラインでもかまわない人が4割超
一方、デジタル化で「ストレスが増えた」生活者も

博報堂生活総合研究所(以下、生活総研)は、15~69歳男女に対して暮らし全般のデジタル化の度合いを調べる「生活DX定点」の第2回調査を2025年3月に実施しました。調査結果からは、オンラインでも構わない生活のシチュエーションの広がりやデジタル化による生活者の内面の変化、多くの分野でデジタル行動の比率が微増傾向にあることなどがみえてきました。(生活DX: 様々なツールやサービスを活用して生活の各分野をデジタル化していくこと)

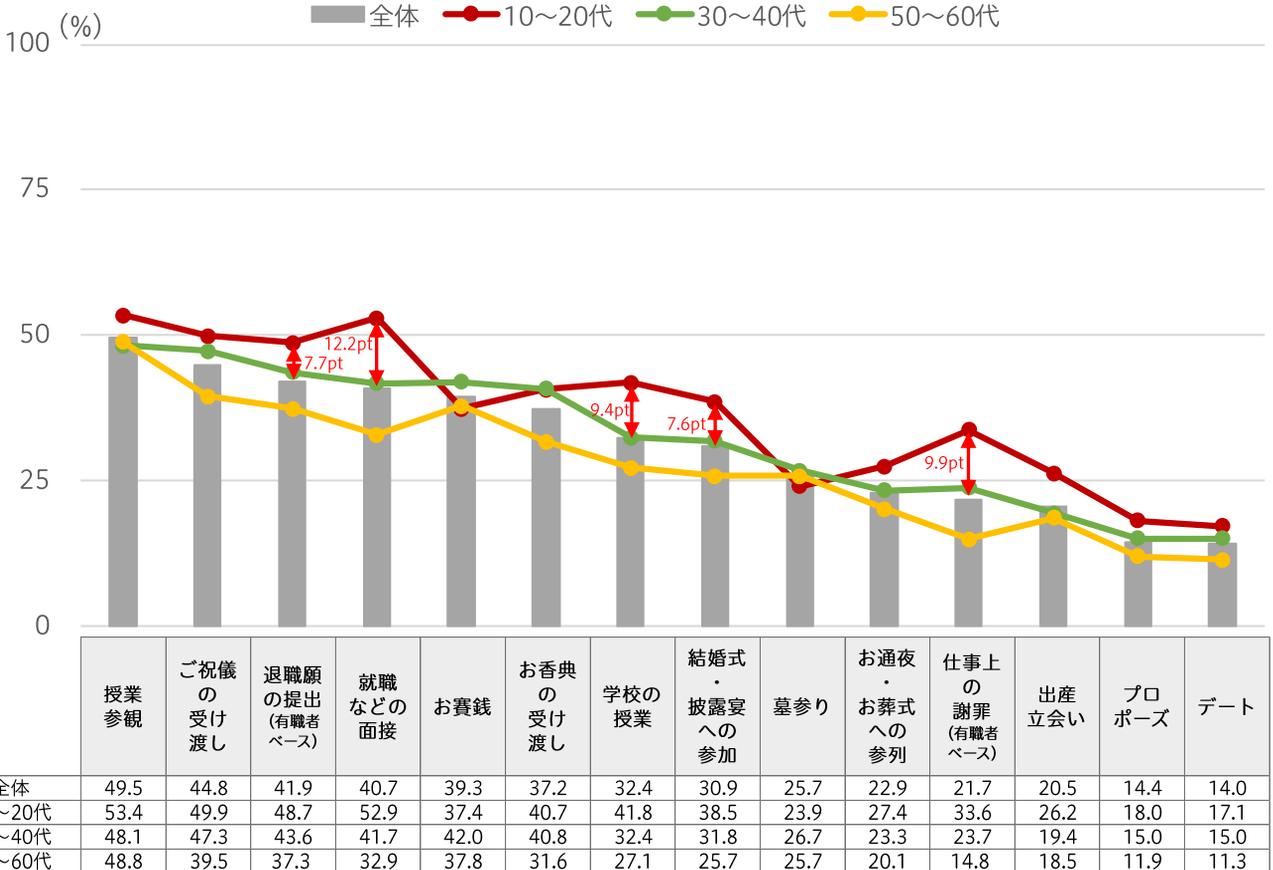
オンラインでもかまわない生活のシチュエーション

「授業参観」「ご祝儀の受け渡し」「退職願」「就職面接」は4割以上が「オンラインでもかまわない」。
「就職の面接」などは、10~20代と全体との意識差が大きい。

- 「授業参観」「ご祝儀の受け渡し」「退職届の提出(有職者ベース)」「就職などの面接」は4割以上が「オンラインでもかまわない」と回答。
- 10~20代は「授業参観」「就職などの面接」で5割を超え、「ご祝儀の受け渡し」「退職願の提出(有職者ベース)」もほぼ5割に。
- 10~20代は「就職などの面接」(+12.2pt)、「仕事上の謝罪(有職者ベース)」(+9.9pt)、「学校の授業」(+9.4pt)などで全体を大きく上回り、オンライン化への抵抗がない様子がうかがえる。
- 「結婚のプロポーズ」「デート」など恋愛にまつわるシチュエーションにおいては、オンラインでもかまわないという人は全世代ともにまだ少数派。

オンラインでもかまわないと思う生活のシチュエーション

Q.次に挙げる行動や場面について、オンラインでもかまわないと思う場合は「はい」、思わない場合は「いいえ」を選んでください。(図表は「はい」と回答した人の率)



※「退職届の提出」「仕事上の謝罪」については有職者のみで集計

「情報感度が上がった」「趣味や興味が増えた」など恩恵がある一方、「ストレスが増えた」人は多く、自己肯定感や人間関係、健康については評価が二分。

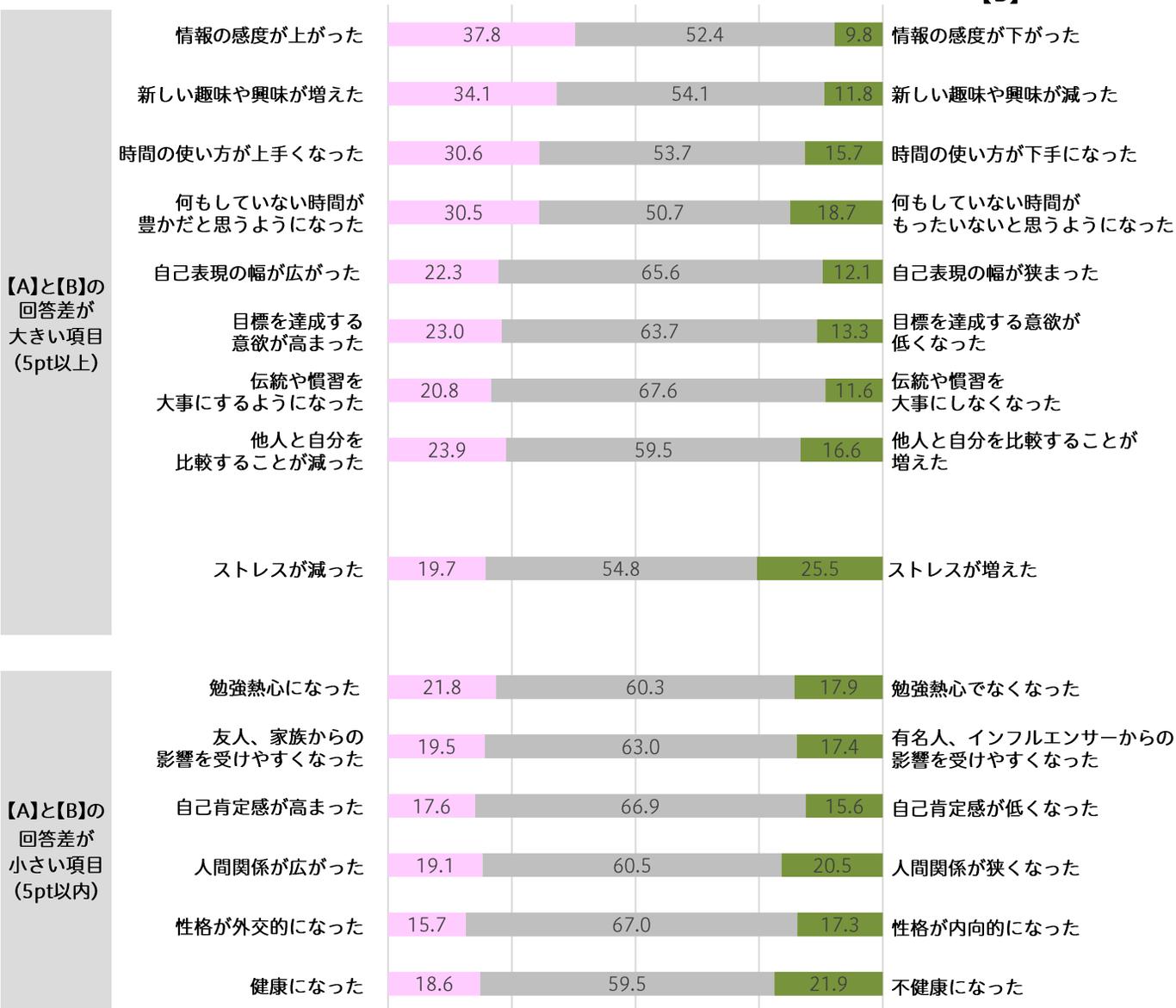
- デジタル化によって「情報の感度が上がった」「新しい趣味や興味が増えた」「時間の使い方が上手くなった」は3割を超え、生活の中で得るものやスキルの向上を実感している人が多いことがうかがえる。
- 「自己肯定感が高まった/低くなった」「人間関係が広がった/狭くなった」といった項目の差分は3pt以下で、デジタル化による影響の現れ方が人によって異なっている。
- 「ストレスが増えた」は「ストレスが減った」を5.8pt上回り、デジタル化がもたらす生活の変化に負担を感じている側面も浮かび上がる。

デジタル化に対する生活意識・内面の変化

Q. デジタルのツールやサービスを利用することで、あなたの生活意識や内面にどのような変化がありましたか？

■ 【A】に近い ■ どちらともいえない ■ 【B】に近い

【A】 0 25 50 75 100 【B】
(%)



【A】と【B】の
回答差が
大きい項目
(5pt以上)

【A】と【B】の
回答差が
小さい項目
(5pt以内)

各個人の
デジタル/アナログ
使い分け比率

多分野でデジタル行動が占める比率が
2024年(第1回調査)に比べ微増。
情報取得や創作物の発信、少額決済はデジタルが過半に。

- 生活全体を網羅的に把握するため、30の分野でデジタル行動、アナログ行動の使い分けを聴取したところ、2024年実施の第1回調査と比べて多くの分野でデジタル行動が占める比率が微増。30項目のうち「料理する」「商品を調べる」「ニュースをチェックする」「創作物を発信する」「少額な支払いをする」の5項目がデジタル行動が占める比率5割を超える結果に。
- 前回調査から3pt以上デジタル比率が増えたのは「子どもに授業や習い事をオンラインで受講させる」(+4.1pt)、「ARで家具を試し置きする」(+3.7pt)、「オンラインで内見する」(+3.4pt)。

各個人のデジタル/アナログ使い分け比率平均値(直近1年間の各分野の行動実施者ベース)

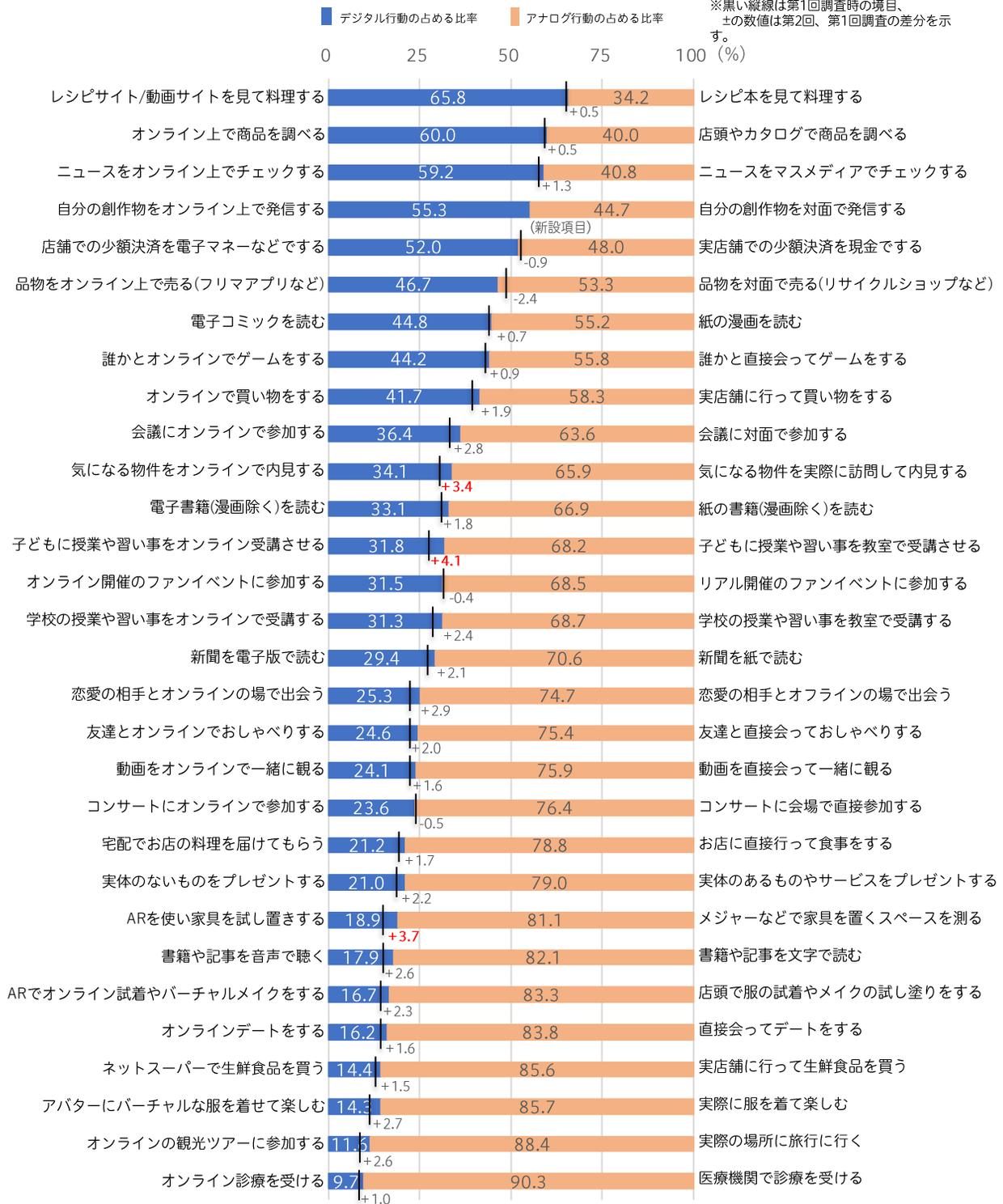
Q1.あなたは最近1年くらいの間に、次の[A: デジタルな行動]と[B: アナログな行動]に挙げたことをしたことはありますか？(どちらもある/Aのみある/Bのみある/どちらもない)
Q2.(Q1「どちらもある」回答者のみ)最近1年くらいの間でいえば、[A]と[B]に挙げる行動全体の中で[A]が占める比率はどのくらいでしょうか。(0~100%まで10%刻み)
上記2設問の回答結果から加重平均値を算出。

※黒い縦線は第1回調査時の境目、
±の数値は第2回、第1回調査の差分を示す。

デジタル行動比率
が5割超

デジタル行動比率
が3~4割台

デジタル行動比率
が3割未満



第2回「生活DX定点」調査概要

調査目的 生活のあらゆる分野をデジタル化するツールやサービスが登場する中、各分野のデジタル/アナログ比率は現状でどの程度か、デジタル化でどのような意識変化があったかなどを回答してもらうものです。

[聴取している生活の分野について]

生活全体の網羅的な聴取を目指し、生活総研の時系列調査「生活定点」で聴取している分野をベースにしつつ、近年デジタル化が進んでいる分野を加え設定しました。

調査地域 全国

調査対象 15～69歳男女

対象者割付 全国8エリアの人口構成比 ※エリア×性年代の人口構成比にあわせて割付(国勢調査2020)

調査人数 合計5,000人

| | 男性 | | | | | | 女性 | | | | | | 合計 |
|--------|--------|-----|-----|-----|-----|-----|--------|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| | 15-19歳 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 15-19歳 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | |
| 北海道 | 7 | 14 | 16 | 22 | 20 | 21 | 7 | 14 | 17 | 23 | 22 | 24 | 207 |
| 東北 | 12 | 22 | 28 | 36 | 34 | 38 | 11 | 20 | 27 | 34 | 34 | 40 | 336 |
| 関東 | 59 | 146 | 164 | 208 | 186 | 148 | 56 | 140 | 156 | 198 | 177 | 150 | 1,788 |
| 北陸・甲信越 | 12 | 21 | 25 | 34 | 31 | 32 | 11 | 19 | 24 | 33 | 31 | 33 | 306 |
| 東海 | 22 | 46 | 53 | 68 | 61 | 53 | 21 | 42 | 49 | 64 | 59 | 55 | 593 |
| 近畿 | 30 | 61 | 66 | 88 | 80 | 70 | 29 | 62 | 67 | 92 | 85 | 76 | 806 |
| 中国・四国 | 16 | 29 | 34 | 45 | 40 | 43 | 15 | 27 | 33 | 45 | 41 | 46 | 414 |
| 九州・沖縄 | 21 | 37 | 46 | 57 | 50 | 57 | 20 | 38 | 48 | 59 | 55 | 62 | 550 |
| 合計 | 179 | 376 | 432 | 558 | 502 | 462 | 170 | 362 | 421 | 548 | 504 | 486 | 5,000 |

調査方法 インターネット調査

調査時期 2025年3月3日～3月5日(第1回：2024年3月22日～3月25日)

調査機関 QO株式会社

問い合わせ先 博報堂生活総合研究所(伊牟田・酒井) seikatsusoken.info@hakuodo.co.jp
株式会社博報堂 広報室(白川・成田) koho.mail@hakuodo.co.jp