

2022年3月24日

株式会社F Jネクストホールディングス

首都圏の単身生活者 『生活事情』 アンケート第12弾

## 「Z世代 ひとり暮らしの生活事情」アンケート

- ・ Z世代は「自炊」が主流。節約志向のあらわれ？
- ・ 視聴はネット配信が中心。「ネット配信しか見ない」人も
- ・ 将来への不安？ 6割近くが「自己啓発」をしている

1990年代半ばから2010年代に生まれたZ世代は、いま、これからの時代を切り拓く世代として、その考え方や行動が注目されています。Z世代の若者たちの「ひとり暮らし」とはどのようなものなのでしょうか？

株式会社F Jネクストホールディングス（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：永井敦）は、その暮らし方の実態を探るため、「Z世代 ひとり暮らしの生活事情」をテーマに調査を実施しました。

### ■ 調査概要 ■

- ◆ 調査期間：2022年2月17日～20日
- ◆ 調査方法：インターネットによる調査  
(インターネット調査会社を通じてサンプリング・集計)
- ◆ 調査対象：首都圏<sup>\*</sup>在住 独身・ひとり暮らしの18～26歳 男女400人  
※1都3県（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県）

#### 【調査対象】

(回答者の男女比)

人	合計 (%)
男性	200 (50.0)
女性	200 (50.0)
合計 (%)	400 (100.0)

(回答者の職業等)

	会社員 正規・非正規 問わず	公務員	団体 職員	専門職 弁護士・税理 士・医師など	自営業	自由業	学生	パート・ アルバイト	その他
人	279	26	7	15	6	6	40	14	7
(%)	(69.8)	(6.5)	(1.8)	(3.8)	(1.5)	(1.5)	(10.0)	(3.5)	(1.8)

(回答者の居住地)

	東京都	埼玉県	千葉県	神奈川県
人	188	61	62	89
(%)	(47.0)	(15.3)	(15.5)	(22.3)

この件に関するお問い合わせは、下記までお願いします。

(株)FJネクストホールディングス 経営戦略室 担当：須之内 TEL 03-6733-7711

## < 要 約 >

<質問 1> 自宅での夕食は「自炊する」、「調理済のものを買う」、「デリバリーを取る」のどれが多いですか？ 最も頻度の多いものをお答えください。

**◆ ひとり暮らしの Z 世代は「自炊」が主流。節約志向のあらわれ？**

<質問 2> 買い物をした場合の主な支払い方法はどれですか？

**◆ 支払いは「クレジットカード」か「モバイル決済」。“現金派”は 1 割台**

<質問 3> 1 カ月あたりの平均的な金額はいくらですか？

**◆ 約 7 割が「映画・音楽のサブスク」を利用。平均月額 は 2,700 円**

<質問 4> テレビ番組とネット配信動画、どちらを見ることが多いですか？

**◆ 視聴はネット配信が中心。「ネット配信しか見ない」人も**

<質問 5> 新聞や書籍などの出版物を読むときは、紙（印刷物）、電子版のどちらが多いですか？

**◆ 新聞は 4 人に 3 人が「読まない」、書籍は「紙」が「電子版」を上回る**

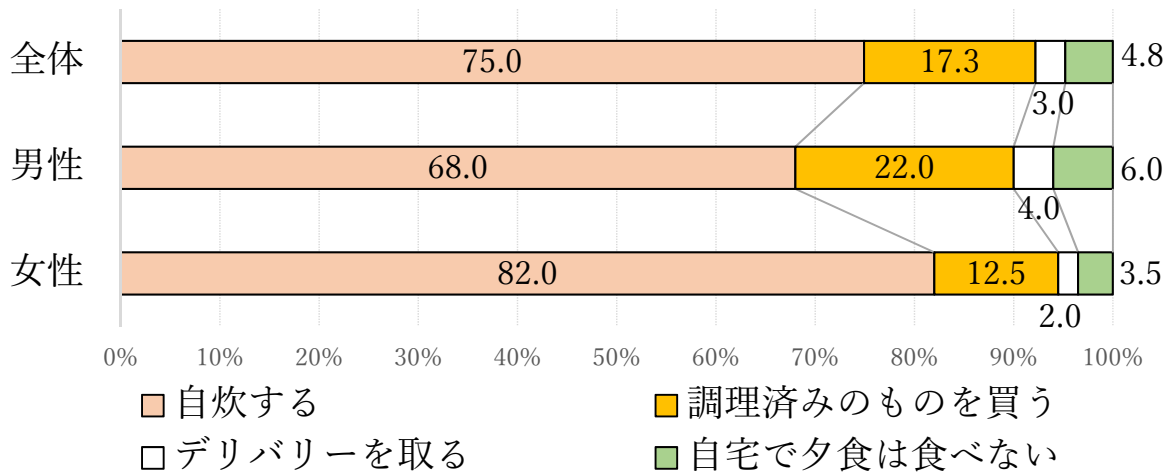
<質問 6> 自身の将来、あるいは仕事のために、資格取得や語学習得などの自己啓発を週に平均して何時間されていますか？

**◆ 将来への不安？ 6 割近くが「自己啓発」をしている**

<質問 7> お部屋探しの際、下記のうち、どの物件を選びますか？

**◆ デジタルネイティブは「Wi-Fi 完備」を重視**

＜質問1＞ 自宅での夕食は「自炊する」、「調理済のものを買う」、「デリバリーを取る」のどれが多いですか？ 最も頻度の多いものをお答えください。



### ◆ ひとり暮らしのZ世代は「自炊」が主流。節約志向のあらわれ？

ひとり暮らしのZ世代は、夕食をどうしているのでしょうか。

結果は、4人に3人（75.0%）が「自炊」と回答。特に女性は8割（82.0%）を超えました。

一方、調理済のもの（惣菜など）で済ます人は2割以下（17.3%）、コロナ禍で利用が広まった「デリバリーを取る」もごく少数（3.0%）でした。

この結果と、Z世代がバブル経済崩壊後の不景気な時代に育ってきたことを考え合わせると、この世代は経済観念がしっかりしていて節約志向が身についていると言えそうです。

＜質問2＞ 買い物をした場合の主な支払い方法はどれですか？ 最も利用が多いものをひとつお答えください。

位		全体	男性	女性	(%)
1	クレジットカード	55.3	58.5	52.0	
2	モバイル決済	24.0	23.0	25.0	
3	現金	14.8	12.5	17.0	
4	交通系電子マネー	5.3	5.5	5.0	
5	プリペイドカード	0.3	0.5	0.0	
—	その他	0.5	0.0	1.0	

### ◆ 支払いは「クレジットカード」か「モバイル決済」。“現金派”は1割台

Z世代の支払い方法は、「クレジットカード」（55.3%）か「モバイル決済」（24.0%）が主流で、「現金」（14.8%）は2割に届きませんでした。コロナ禍で接触の少ないキャッシュレスな支払い方法が広がりましたが、このZ世代の動きをみると、近い将来、紙幣や硬貨を目にすることもなくなっていくのでしょうか。

<質問3> 1か月あたりの平均的な金額はいくらですか？

■食費

	全体
平均金額 (円)	22,070

■電話代、ネット通信などの通信費

	全体
平均金額 (円)	7,428

■映画・音楽配信のサブスク費用

	全体
平均金額 (円)	2,701
N (人)	278
(%)	69.5
利用していない	30.5

■ゲームへの課金

	全体
平均金額 (円)	7,797
N (人)	59
(%)	14.7
利用していない	85.3

◆ 約7割が「映画・音楽のサブスク」を利用

1か月あたりに費やす金額を聞いてみたところ、回答金額の平均は「食費」22,070円、「通信費」7,428円、「映画・音楽のサブスク」2,701円、「ゲームの課金」7,797円でした。

いま話題の課金サービスですが、「映画・音楽のサブスク」は約7割（69.5%）が利用しています。手軽に面白いコンテンツを視聴できるので、この世代の必需品となりつつあるようです。

一方、「ゲームの課金」は14.7%と少数でした。ゲームが日常的な時代に生まれ育った世代ですが意外にも低い数字となりました。ひとり暮らしにおいては無駄な出費は抑える、という考えが結果に出たといえるのかもしれませんが。

<質問4> テレビ番組とネット配信動画、どちらを見ることが多いですか？

次の6パターンのうち最も近いものをお選びください。

(%)

位		全体	男性	女性
1	ネット配信動画中心だが、テレビ番組も少し見る	24.5	19.5	29.5
2	ネット配信動画しか見ない	21.8	25.5	18.0
3	テレビ番組もネット配信動画も同じくらい見る	19.8	22.0	17.5
4	テレビ番組しか見ない	13.3	13.0	13.5
5	テレビ番組中心だが、ネット配信動画も少し見る	12.5	9.0	16.0
6	両方とも見ない	8.3	11.0	5.5

◆ 視聴はネット配信が中心。「ネット配信しか見ない」人も

最も多かったのは「ネット配信動画中心だが、テレビ番組も少し見る」（24.5%）で、次に「ネット配

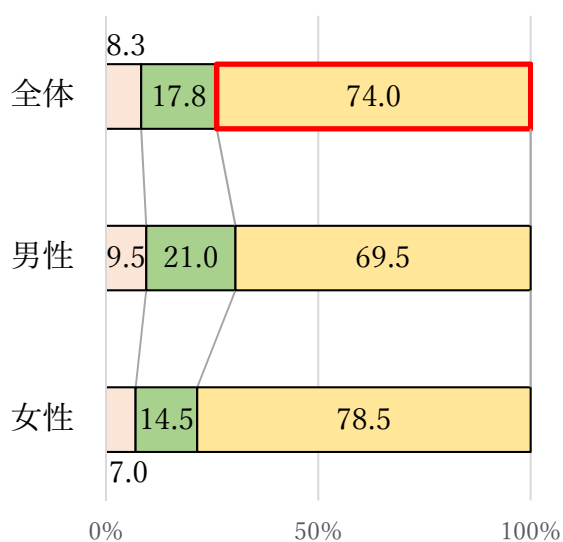
信動画しか見ない」(21.8%)でした。合わせると46.3%となり、半数近くが“ネット配信中心”ということがわかります。

一方、テレビ番組中心〔「テレビ番組しか見ない」(13.3%) + 「テレビ番組中心だが、ネット配信動画も少し見る」(12.5%)〕という人は4人に1人程度(25.8%)でした。

生まれた時からインターネットが身近にある環境の中で育ってきたZ世代。視聴は“ネット配信中心”がこの世代のスタイルと言えそうです。

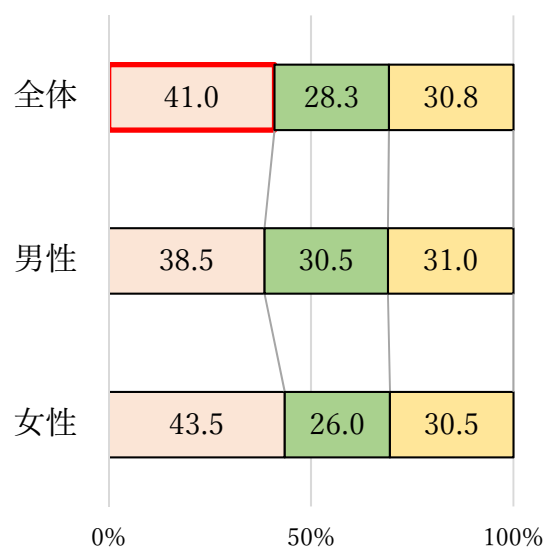
### <質問5> 新聞や書籍などの出版物を読むときは、紙(印刷物)、電子版のどちらが多いですか？

#### ■新聞



□ 紙   □ 電子版   □ 読まない

#### ■書籍



□ 紙   □ 電子版   □ 読まない

### ◆新聞は4人に3人が「読まない」。書籍は「紙」が「電子版」を上回る

約4人に3人(74.0%)が新聞を「読まない」と回答。読む人では「電子版」(17.8%)が主流で、「紙」で読む人は1割未満でした。Z世代の情報収集は「ネットメディアから」というスタイルが見えると同時に、新聞紙を広げるという一昔前ならどこでも見られた光景がなくなっていくのがわかります。

一方、書籍については、約7割(69.3%)が読み、そのスタイルは「紙」(41.0%)が「電子版」(28.3%)を上回りました。

**<質問6> 自身の将来、あるいは仕事のために、資格取得や語学習得などの自己啓発を週に平均して何時間されていますか？**



**◆ 将来への不安？ 6割近くが「自己啓発」をしている**

Z世代は、資格取得や語学習得などの自己啓発を週にどのくらい行っているのでしょうか？

実行している人は6割近く(58.0%)おり、時間は週に「1時間程度」(25.0%)、「3時間程度」(15.0%)、「5時間」(11.3%)の順でした。

経済不況や頻発する自然災害など、不安定な社会情勢の中で育ってきたZ世代。将来が中々見通せない不安もあるのか、自分の価値を高めることに積極的のようです。

＜質問7＞ お部屋探しの際、下記のうち、どの物件を選びますか？

(%)

	全体	男性	女性
Wi-Fi 完備	77.3	70.0	84.5
IoT（スマホ連動）家電備え付け	10.0	14.0	6.0
家具備え付け	8.0	10.5	5.5
テレビ備え付け	4.8	5.5	4.0

◆デジタルネイティブは、「Wi-Fi 完備」を重視

ひとり暮らしにおける部屋の設備面で、Z世代が希望する物件はどのようなものでしょうか？

トップは「Wi-Fi 完備」が約8割（77.3%）と、ネット時代を反映した結果となりました。小さい頃からインターネットに触れ、SNSを使いこなすZ世代は「デジタルネイティブ」でもあります。通信インフラとしてWi-Fiは必需品で、当然の結果かもしれません。

◆「株式会社FJネクストホールディングス」

事業内容：グループ会社の経営管理、不動産特定共同事業、不動産の企画開発、売買  
創業：1980年、東証1部上場（8935）

「都市住空間への挑戦と創造を通して、豊かな社会づくりに貢献していく」を企業理念に、首都圏にて『ガーラマンションシリーズ』を展開しています。社会の一線で活躍する首都圏の単身者の生活を支えるインフラとして、また、安定した収益を不動産に求める方への資産運用商品として、地域や社会と一体となり、都市住空間の創造に取り組んでいます。

※自社ブランドマンション供給実績：324棟・22,533戸（2022年2月末時点）