2025年8月28日

報道関係各位

SMBCコンシューマーファイナンス株式会社
広報室 ： 岡田、佐藤、田中
（問合せ先：03-6887-1274）

世代間ギャップに関する調査 2025

SMBCコンシューマーファイナンス株式会社（代表取締役社長：髙橋 照正、https://www.smbc-cf.com、サービスブランド「プロミス」、以下「当社」）は、2025年7月30日～2025年8月1日の3日間、18歳～69歳の有職（*）男女（有効サンプル1,000名）を対象に「世代間ギャップに関する調査2025」をインターネットリサーチで実施しましたので、集計結果を公開します。（調査協力会社：ネットエイジア株式会社） *会社員、公務員・団体職員、会社役員・経営者

当社は価値観が多様化し、一人ひとりが異なる目標や悩みを持つ現代において、ひとりでも多くの人が前向きになれる社会を目指して、プロミスなりの“応援”を世の中に届ける「プロミスエール！プロジェクト」を2024年より実施しております。

プロジェクト第2弾として、Z世代の若手社員×上司・先輩のすれ違いをテーマに、職場でのコミュニケーションギャップの“モヤモヤ”を可視化した体験型展示イベント「モヤりのち晴れ展」を開催いたしました（2025年6月12日（木）～6月15日（日）の期間で3,142名が来場）。

本イベントを通じて、職場でのモヤモヤはZ世代・若手、上司・先輩世代双方が感じていることが明らかになったことを踏まえ、この度、さらに世代間ギャップの実態を深堀し、「仕事」「くらし」「消費行動」に関する価値観のズレにフォーカスした調査を実施しました。

【プロミスエール！プロジェクト 特設サイト】https://cyber.promise.co.jp/contents/html/yell-project.html

【関連ニュースリリース】2025年6月5日 プロミスエール！プロジェクト第2弾「モヤりのち晴れ展」を期間限定で開催
2025年8月1日 プロミスエール！プロジェクト第2弾「モヤりのち晴れ展」開催報告

- TOPICS -

≫ Z 世代・若手にとっての“理想の上司” 1 位「仕事のことを相談できる」
上司・先輩にとっての“理想の若手社員” 1 位「こまめに報告・連絡・相談をする」…… p.2～3
≫ 仕事に求めること 「やりがい」は Z 世代・若手では 19.6%、上司・先輩では 33.0%…… p.6
≫ 生成 AI の仕事への活用度 平均は Z 世代・若手 40.3 点、上司・先輩 28.0 点 …… p.7
≫ 人生を楽しむために大切にしたいこと
Z 世代・若手では 1 位「お金」2 位「趣味」3 位「家族」、上司・先輩では 1 位「健康」2 位「お金」3 位「家族」… p.9
≫ 商品・サービスを購入する際に、参考にしているもの TOP3
Z 世代・若手では「Instagram」「YouTube」「X（旧 Twitter）」と、SNS が TOP3 を独占
上司・先輩では「利用者のクチコミ」「家族・友人のクチコミ」「テレビ」…… p.11
≫ 有意義だと感じるお金の使い方
Z 世代・若手では 1 位「頑張った自分へのごほうびに使う」、
上司・先輩では 1 位「家族やパートナーのために使う」…… p.13
≫ 幸福度を高めるために、借金をしてでも充実させたいこと
Z 世代・若手 1 位「趣味」2 位「旅行」3 位「推し活」、上司・先輩 1 位「旅行」2 位「健康づくり」3 位「趣味」… p.15
≫ Z 世代・若手と上司・先輩の金銭感覚のギャップ どちらも「飲み会」が最多…… p.16
≫ 節約のためでも出費を抑えたくない生活費目
Z 世代・若手は「娯楽費」、上司・先輩は「食費（外食費除く）」…… p.17～18

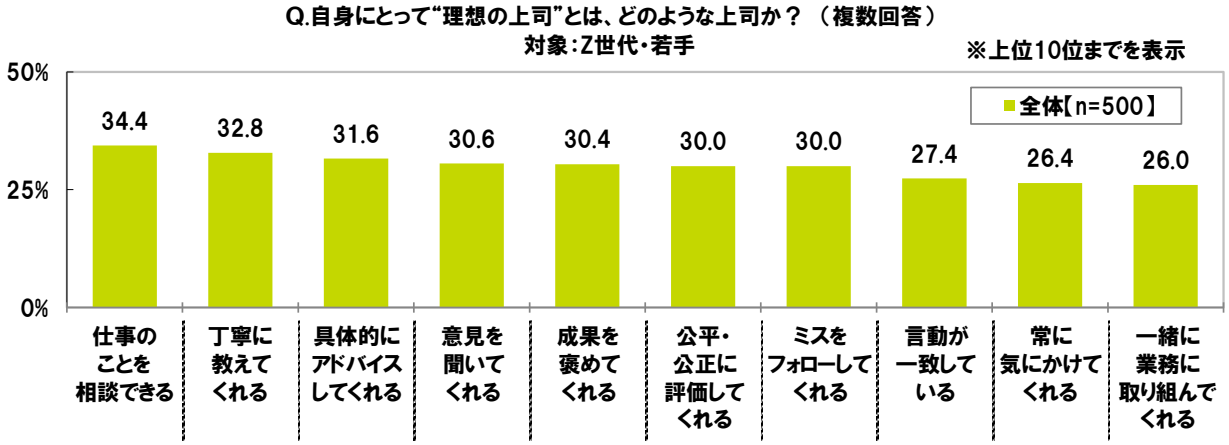
アンケート調査結果

【Z 世代・若手と上司・先輩の仕事に関する意識・実態】

≫ **Z 世代・若手にとっての“理想の上司” 1 位「仕事のことを相談できる」2 位「丁寧に教えてくれる」**
≫ **上司・先輩の普段の若手社員に対する態度 1 位「一緒に業務に取り組んでいる」、「仕事の相談にのっている」は 8 位**

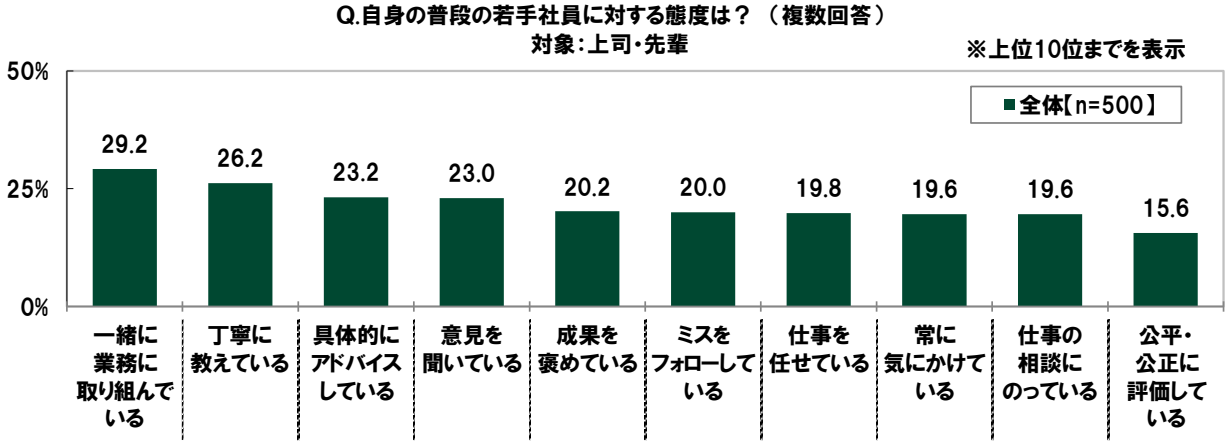
全国の 18 歳～29 歳の有職（会社員、公務員・団体職員、会社役員・経営者：以下同様）男女 500 名（以下「Z 世代・若手」）および、30 歳～69 歳の有職男女 500 名（以下「上司・先輩」）（計 1,000 名）に対し、仕事について質問しました。

はじめに、Z 世代・若手（500 名）に、自身にとって“理想の上司”とは、どのような上司か聞いたところ、「仕事のことを相談できる」（34.4%）が最も高くなり、「丁寧に教えてくれる」（32.8%）、「具体的にアドバイスしてくれる」（31.6%）、「意見を聞いてくれる」（30.6%）、「成果を褒めてくれる」（30.4%）が続きました。業務に関する相談にのってくれたり、きめ細かい指導やアドバイスをしてくれたりと、密にコミュニケーションをとってくれる上司を求める人が多いようです。



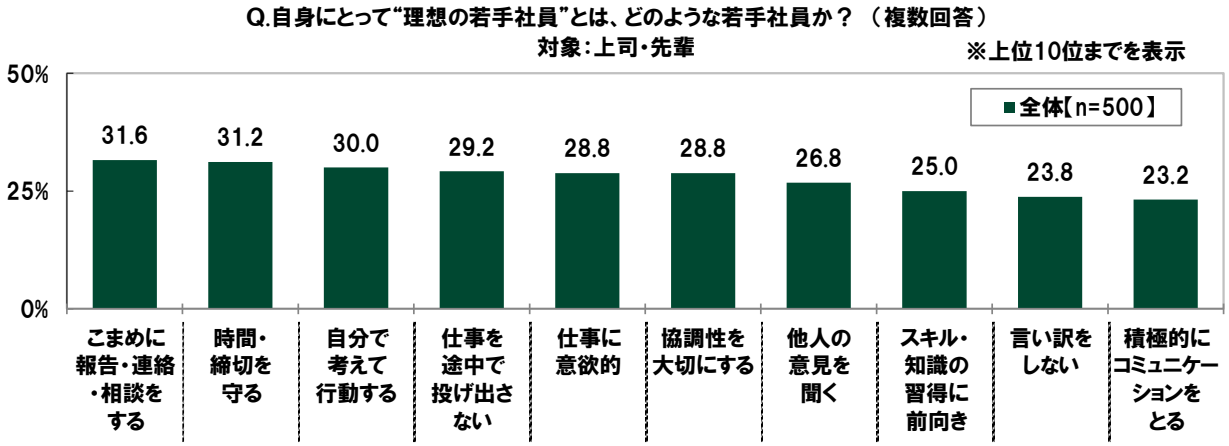
上司・先輩（500 名）に、自身の普段の若手社員に対する態度を聞いたところ、「一緒に業務に取り組んでいる」（29.2%）が最も高くなり、「丁寧に教えている」（26.2%）、「具体的にアドバイスしている」（23.2%）、「意見を聞いている」（23.0%）、「成果を褒めている」（20.2%）が続きました。若手と協力して仕事を進めている人が多いようです。

Z 世代・若手の回答と比較すると、Z 世代・若手の“理想の上司”では「仕事のことを相談できる」（34.4%）が 1 位となったのに対し、上司・先輩の普段の若手社員に対する態度では「仕事の相談にのっている」（19.6%）は 8 位でした。“相談にのってほしい”という若手社員のサインを見逃してしまっている上司・先輩が多いかもしれません。



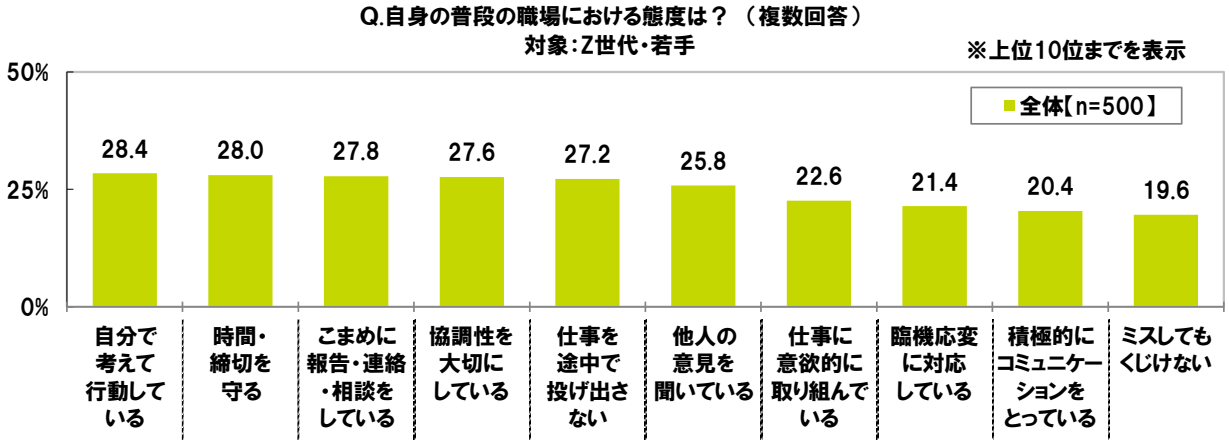
≫ 上司・先輩にとっての“理想の若手社員” 1 位「こまめに報告・連絡・相談をする」
≫ Z 世代・若手の普段の職場における態度 1 位「自分で考えて行動している」

続いて、上司・先輩（500 名）に、自身にとって“理想の若手社員”とは、どのような若手社員か聞いたところ、「こまめに報告・連絡・相談をする」（31.6%）が最も高くなり、「時間・締切を守る」（31.2%）、「自分で考えて行動する」（30.0%）、「仕事を途中で投げ出さない」（29.2%）、「仕事に意欲的」「協調性を大切にする」（いずれも 28.8%）が続きました。



Z 世代・若手（500 名）に、自身の普段の職場における態度について聞いたところ、「自分で考えて行動している」（28.4%）が最も高くなり、「時間・締切を守る」（28.0%）、「こまめに報告・連絡・相談をしている」（27.8%）、「協調性を大切にしている」（27.6%）、「仕事を途中で投げ出さない」（27.2%）が続きました。

上司・先輩の回答と比較すると、上司・先輩にとっての“理想の若手社員”の上位 3 位は「こまめに報告・連絡・相談をする」（31.6%）、「時間・締切を守る」（31.2%）、「自分で考えて行動する」（30.0%）、Z 世代・若手の普段の職場における態度の上位 3 位は「自分で考えて行動している」（28.4%）、「時間・締切を守る」（28.0%）、「こまめに報告・連絡・相談をしている」（27.8%）と、内容が一致しており、上司・先輩の考える若手社員の理想像と、実際の Z 世代・若手の勤務態度に大きなずれはみられないことがわかりました。



≫ 「失敗は成長の糧になると思う」Z 世代・若手の 70.4%、上司・先輩では 82.2%

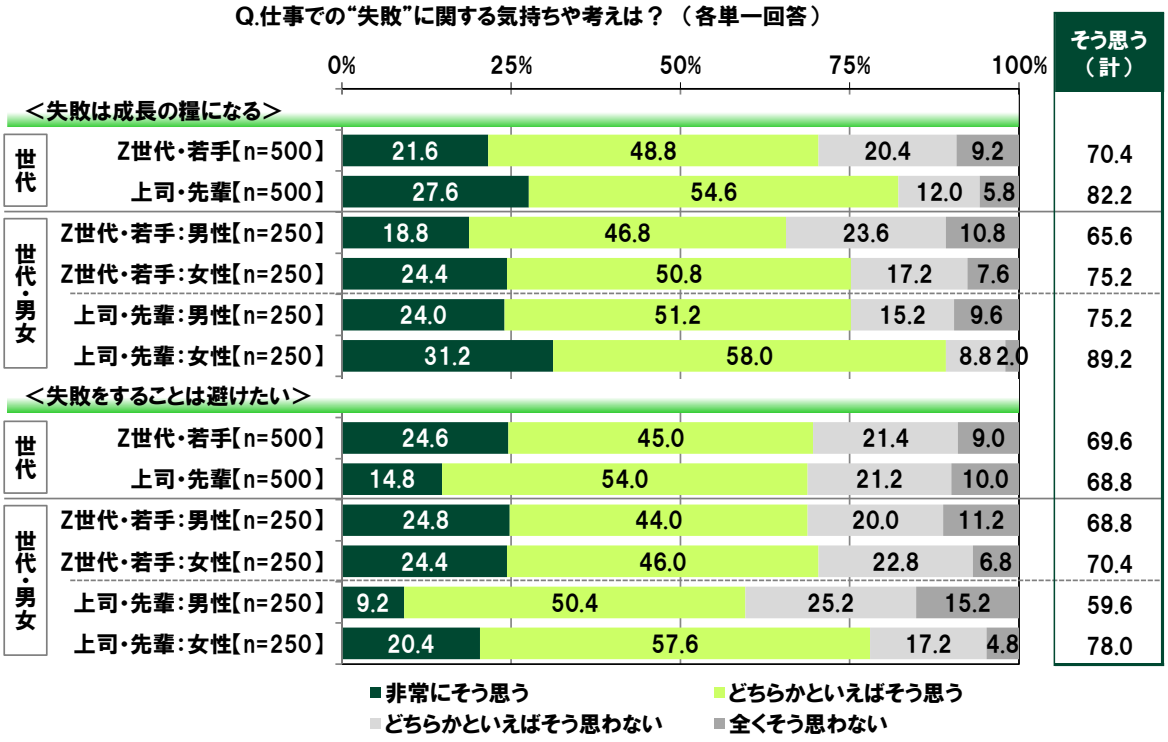
Z 世代・若手（500 名）と上司・先輩（500 名）に、仕事での“失敗”に関する気持ち・考えを聞きました。

【失敗は成長の糧になる】では、『そう思う（計）』（「非常にそう思う」と「どちらかといえばそう思う」の合計）と回答した人の割合は、Z 世代・若手 70.4%、上司・先輩 82.2%と、上司・先輩のほうが 11.8 ポイント高くなりました。

世代・男女別にみると、『そう思う（計）』と回答した人の割合は、男女とも上司・先輩のほうが高くなり、女性では 14.0 ポイント差（Z 世代・若手：女性 75.2%、上司・先輩：女性 89.2%）となりました。女性では“失敗”という経験の捉え方について、世代間で大きなギャップがあるようです。

【失敗をすることは避けたい】では、『そう思う（計）』と回答した人の割合は、Z 世代・若手 69.6%、上司・先輩 68.8%でした。

世代・男女別にみると、『そう思う（計）』と回答した人の割合は、男性では Z 世代・若手のほうが高く（Z 世代・若手：男性 68.8%、上司・先輩：男性 59.6%）、女性では上司・先輩のほうが高くなりました（Z 世代・若手：女性 70.4%、上司・先輩：女性 78.0%）。

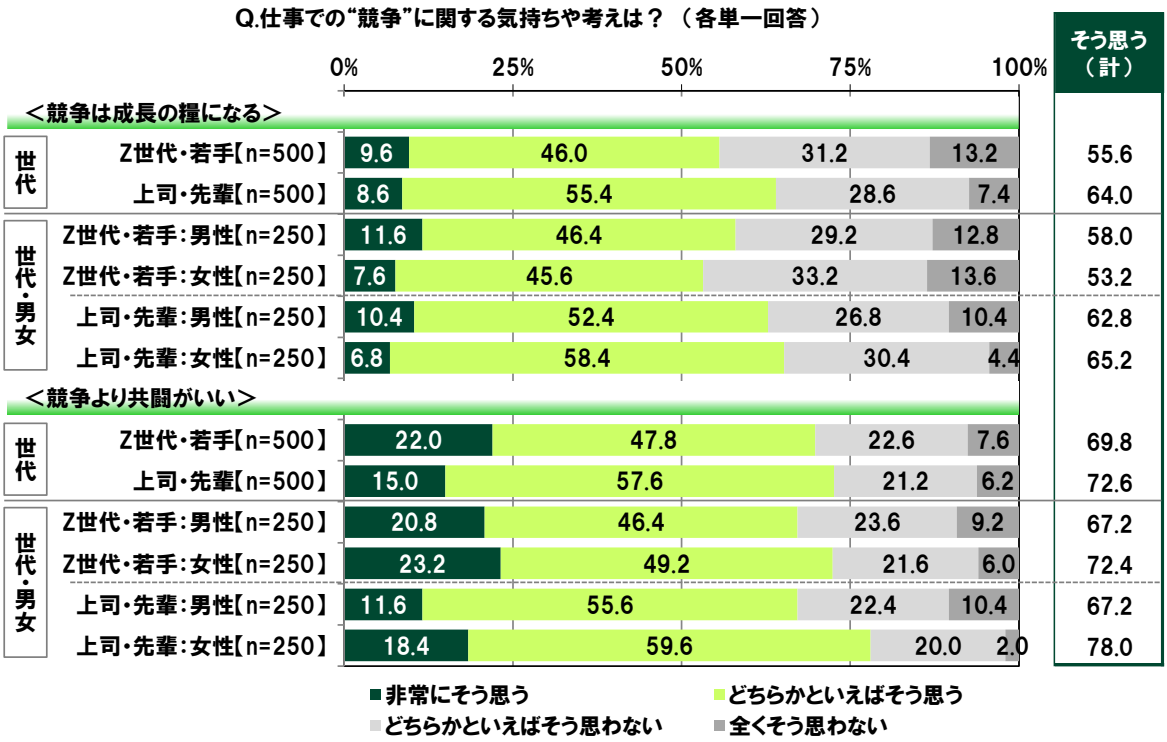


≫ 「競争は成長の糧になると思う」Z 世代・若手の 55.6%、上司・先輩では 64.0%

続いて、Z 世代・若手（500 名）と上司・先輩（500 名）に、仕事での“競争”に関する気持ち・考えを聞きました。

【競争は成長の糧になる】では、『そう思う（計）』と回答した人の割合は、Z 世代・若手 55.6%、上司・先輩 64.0%と、上司・先輩のほうが 8.4 ポイント高くなりました。
世代・男女別にみると、『そう思う（計）』と回答した人の割合は、男女とも上司・先輩のほうが高くなり、女性では 12.0 ポイント差（Z 世代・若手：女性 53.2%、上司・先輩：女性 65.2%）となりました。

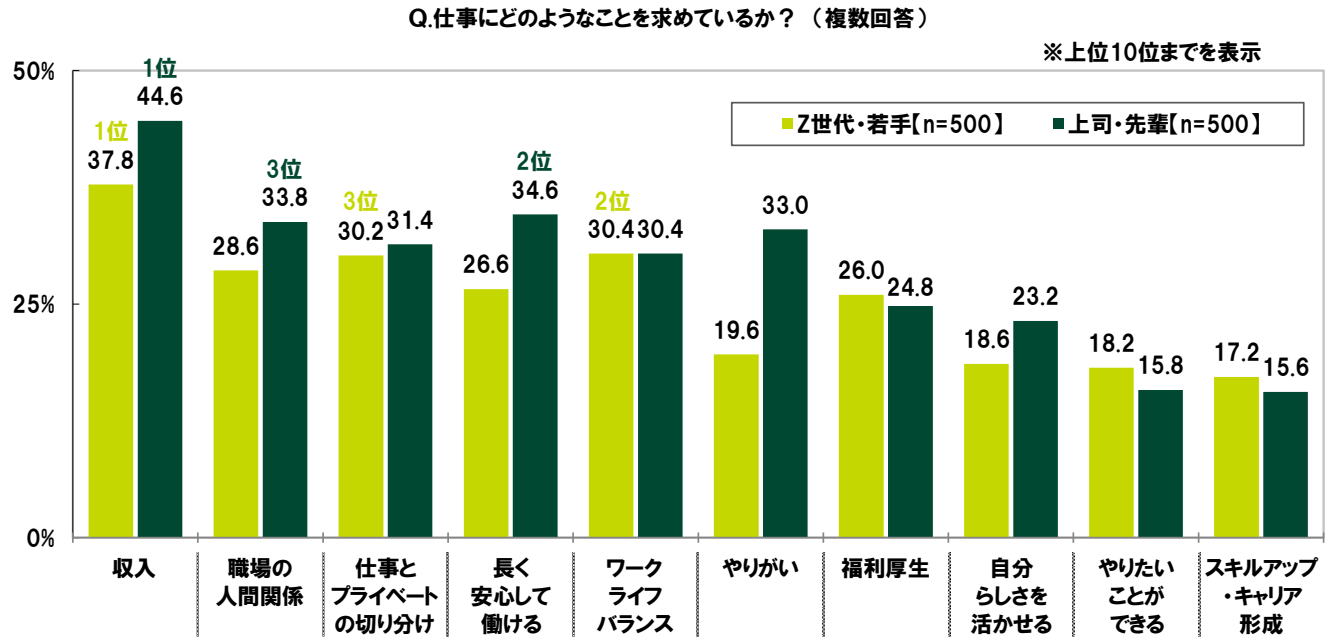
【競争より共闘がいい】では、『そう思う（計）』と回答した人の割合は、Z 世代・若手 69.8%、上司・先輩 72.6%となりました。
世代・男女別にみると、『そう思う（計）』と回答した人の割合は、Z 世代・若手、上司・先輩いずれも男性より女性のほうが高い傾向がみられました（Z 世代・若手：男性 67.2%、Z 世代・若手：女性 72.4%、上司・先輩：男性 67.2%、上司・先輩：女性 78.0%）。



≫ **仕事に求めること Z 世代・若手の TOP3 は「収入」「ワークライフバランス」「仕事とプライベートの切り分け」、上司・先輩の TOP3 は「収入」「長く安心して働ける」「職場の人間関係」**
「やりがい」は Z 世代・若手では 19.6%、上司・先輩では 33.0%

Z 世代・若手（500 名）と上司・先輩（500 名）に、仕事にどのようなことを求めているか聞いたところ、Z 世代・若手と上司・先輩いずれも「収入」（Z 世代・若手 37.8%、上司・先輩 44.6%）が最も高くなり、Z 世代・若手では「ワークライフバランス」（30.4%）、「仕事とプライベートの切り分け」（30.2%）、上司・先輩では「長く安心して働ける」（34.6%）、「職場の人間関係」（33.8%）が続きました。Z 世代・若手ではプライベートの時間をしっかり確保できること、上司・先輩では良好な職場環境で安定的に働けることを重視する人が多いようです。

Z 世代・若手と上司・先輩を比較すると、「やりがい」（Z 世代・若手 19.6%、上司・先輩 33.0%）は、Z 世代・若手と比べて上司・先輩のほうが 13.4 ポイント高くなりました。

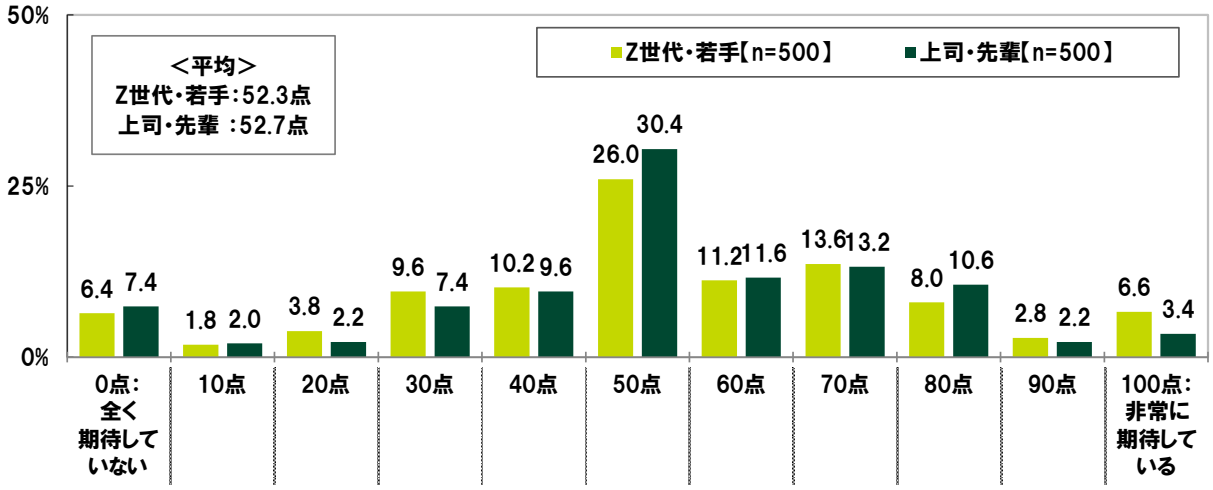


≫ **生成 AI が仕事に良い影響を与えることへの期待度　平均は Z 世代・若手 52.3 点、上司・先輩 52.7 点**
≫ **生成 AI の仕事への活用度　平均は Z 世代・若手 40.3 点、上司・先輩 28.0 点**
≫ **「生成 AI を仕事に全く活用していない」上司・先輩の 37.8%**

Z 世代・若手（500 名）と上司・先輩（500 名）に、仕事における生成 AI の活用について聞きました。

“生成 AI が仕事に良い影響を与えること”にどのくらい期待しているか、「0 点：全く期待していない」～「100 点：非常に期待している」としてあてはまる点数を聞いたところ、Z 世代・若手と上司・先輩いずれも「50 点」（Z 世代・若手 26.0%、上司・先輩 30.4%）に回答が集まり、平均は Z 世代・若手 52.3 点、上司・先輩 52.7 点でした。

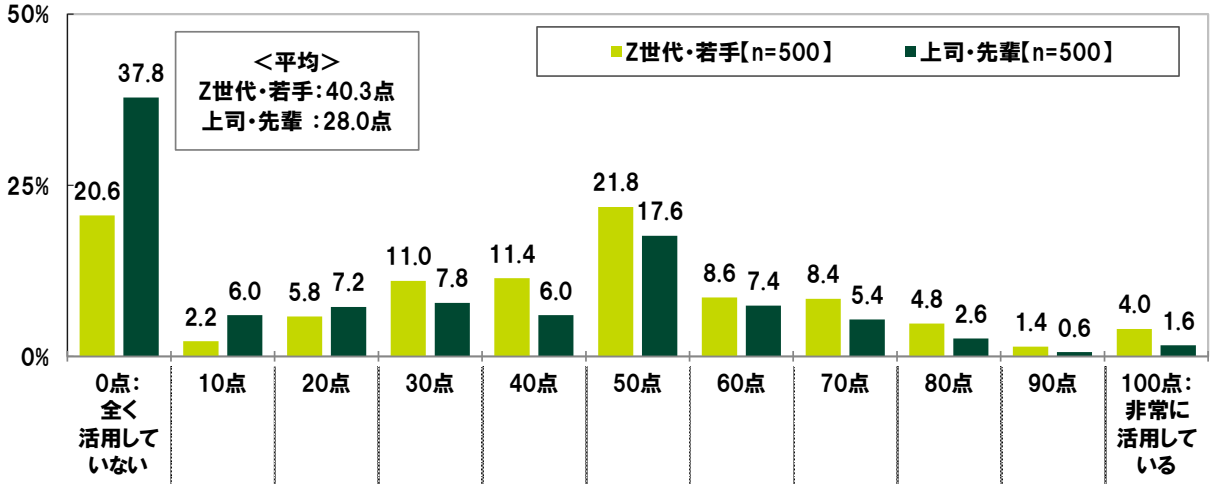
Q.“生成AIが仕事に良い影響を与えること”にどのくらい期待しているか？（単一回答）



次に、仕事において、生成 AI をどのくらい活用しているか、「0 点：全く活用していない」～「100 点：非常に活用している」としてあてはまる点数を聞いたところ、Z 世代・若手では「50 点」（21.8%）、上司・先輩では「0 点：全く活用していない」（37.8%）に最も多くの回答が集まりました。

平均は Z 世代・若手 40.3 点、上司・先輩 28.0 点と、Z 世代・若手のほうが 12.3 点高くなりました。幼少期からデジタル機器やインターネットが身近な存在だった Z 世代・若手には、生成 AI の活用に抵抗を感じない人が多いのではないでしょうか。

Q.仕事において、生成AIをどのくらい活用しているか？（単一回答）



【Z 世代・若手と上司・先輩のくらしに関する意識・実態】

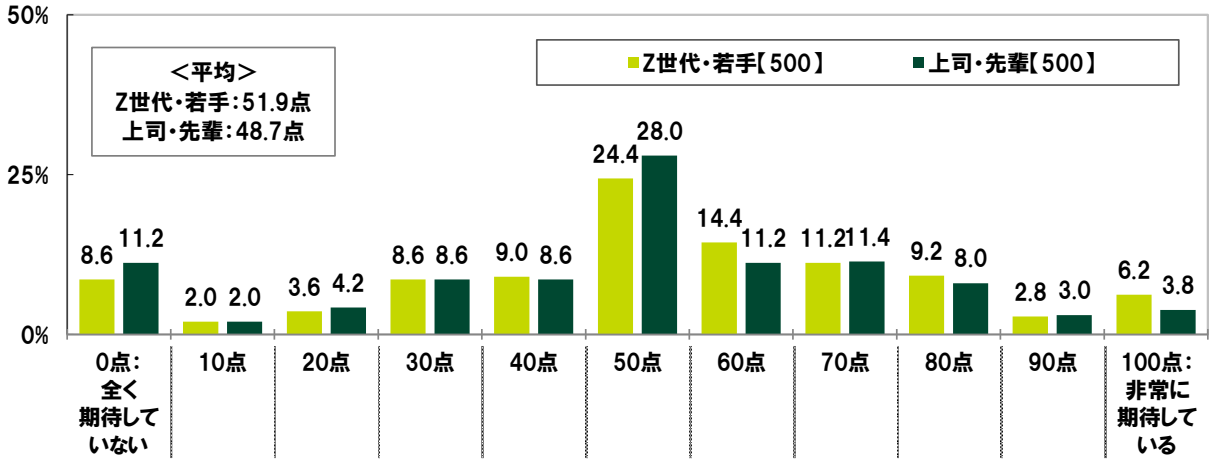
≫ **生成 AI が普段のくらしに良い影響を与えることへの期待度　平均は Z 世代・若手 51.9 点、上司・先輩 48.7 点**
≫ **生成 AI の普段のくらしへの活用度　平均は Z 世代・若手 42.3 点、上司・先輩 31.1 点**
≫ **上司・先輩では 3 人に 1 人が「普段のくらしにおいて、生成 AI を全く活用していない」と回答**

プライベートにおける生成 AI の活用について質問しました。

“生成 AI が普段のくらしに良い影響を与えること”にどのくらい期待しているか、「0 点：全く期待していない」～「100 点：非常に期待している」としてあてはまる点数を聞いたところ、Z 世代・若手（500 名）、上司・先輩（500 名）ともに「50 点」（Z 世代・若手 24.4%、上司・先輩 28.0%）に最も多く回答が集まりました。そのほか、Z 世代・若手では「60 点」（14.4%）や「70 点」（11.2%）、上司・先輩では「0 点：全く期待していない」や「60 点」（いずれも 11.2%）、「70 点」（11.4%）にも回答がみられました。

平均は、Z 世代・若手では 51.9 点、上司・先輩では 48.7 点となりました。

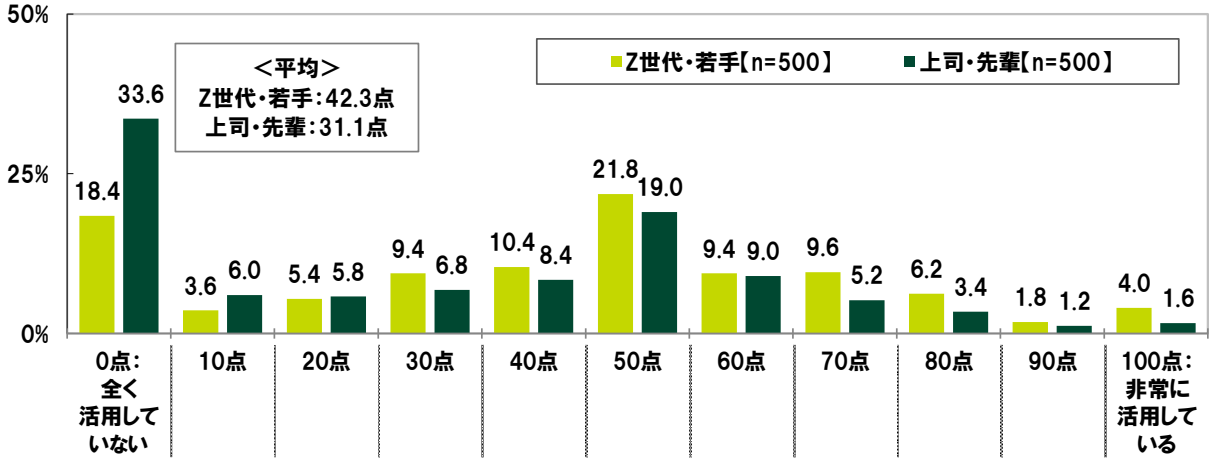
Q.“生成AIが普段のくらしに良い影響を与えること”にどのくらい期待しているか？（単一回答）



普段のくらしにおいて、生成 AI をどのくらい活用しているか、「0 点：全く活用していない」～「100 点：非常に活用している」としてあてはまる点数を聞いたところ、Z 世代・若手では「50 点」（21.8%）に最も多く回答が集まり、「0 点：全く活用していない」（18.4%）、「40 点」（10.4%）にも回答がみられました。一方、上司・先輩では、「0 点：全く活用していない」（33.6%）に回答が集中したほか、「50 点」（19.0%）にも回答がみられました。

平均は Z 世代・若手では 42.3 点、上司・先輩では 31.1 点と、上司・先輩と比べて Z 世代・若手が 11.2 点高くなりました。

Q.普段のくらしにおいて、生成AIをどのくらい活用しているか？（単一回答）



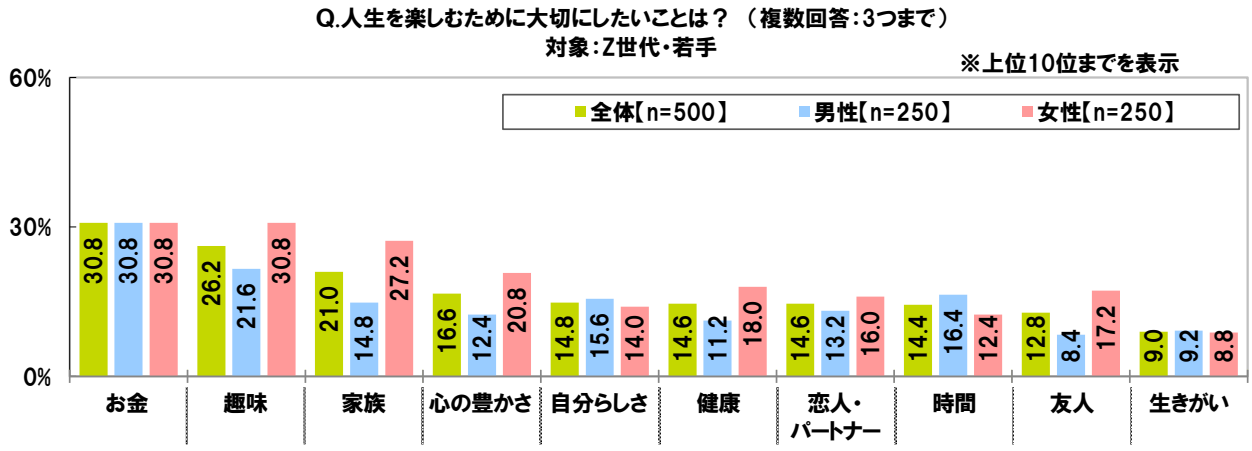
≫ **人生を楽しむために大切にしたいこと**

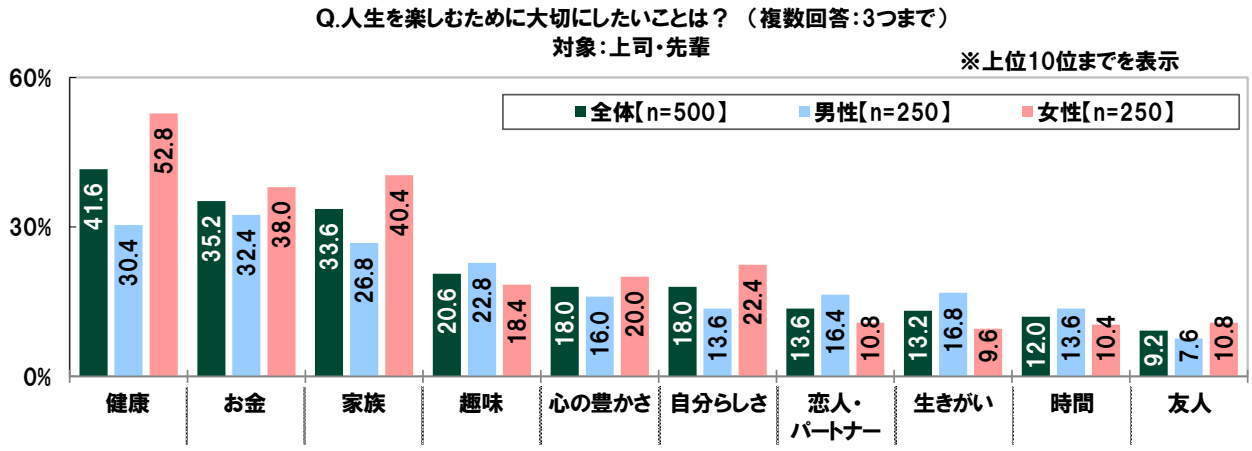
Z 世代・若手では 1 位「お金」2 位「趣味」3 位「家族」、上司・先輩では 1 位「健康」2 位「お金」3 位「家族」

人生を楽しむために大切にしたいことを聞いたところ、Z 世代・若手（500 名）では 1 位「お金」（30.8%）、2 位「趣味」（26.2%）、3 位「家族」（21.0%）、4 位「心の豊かさ」（16.6%）、5 位「自分らしさ」（14.8%）となり、上司・先輩（500 名）では 1 位「健康」（41.6%）、2 位「お金」（35.2%）、3 位「家族」（33.6%）、4 位「趣味」（20.6%）、5 位「心の豊かさ」「自分らしさ」（いずれも 18.0%）となりました。

Z 世代・若手と上司・先輩を比較すると、上司・先輩で 1 位となった「健康」は、Z 世代・若手（14.6%）と比較して、上司・先輩（41.6%）のほうが 27.0 ポイント高くなりました。

世代・男女別にみると、Z 世代・若手の女性では、「お金」「趣味」（いずれも 30.8%）が 1 位となりました。また、上司・先輩の女性では、「健康」（52.8%）が半数以上となりました。



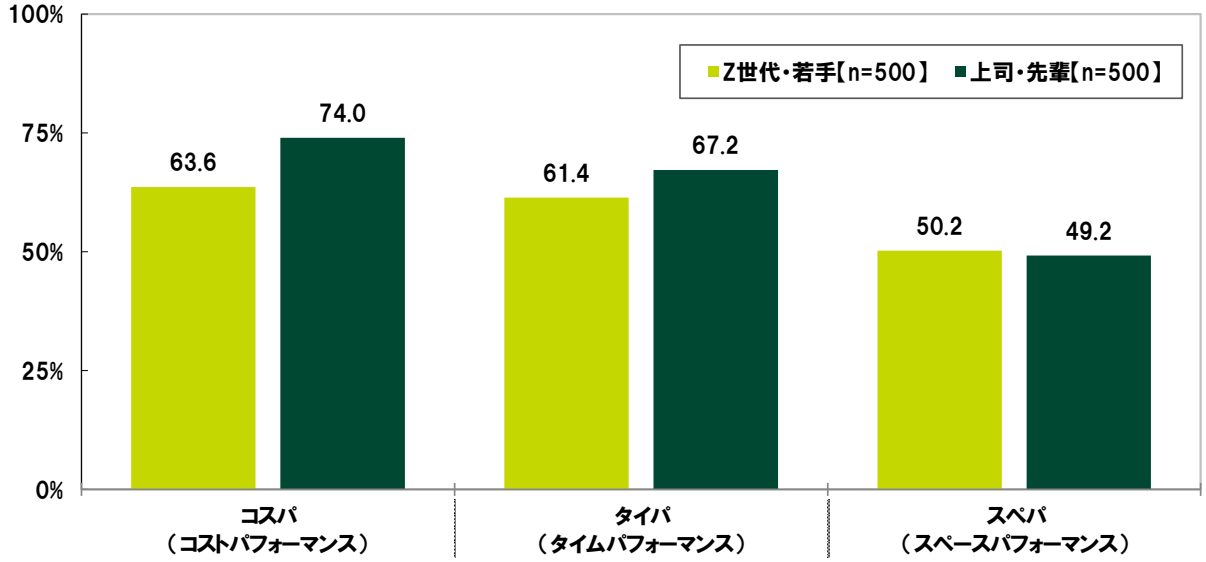


≫ **普段のくらしの中で、意識している「〇〇パ」 「コスパ」ではZ世代・若手の63.6%、上司・先輩の74.0%**
「タイパ」ではZ世代・若手の61.4%、上司・先輩の67.2% 「スペパ」ではZ世代・若手の50.2%、上司・先輩の49.2%

お金や時間、労力といった資源を使った際に、どれだけ満足・成果・効果等が得られるかの指標として、「〇〇パフォーマンス」という考え方があります。例としては、費やした費用に対する効果・満足度を表す言葉である「コストパフォーマンス」、費やした時間に対する効果・満足度を表す言葉である「タイムパフォーマンス」、利用した空間に対する利便性・快適さを表す言葉である「スペースパフォーマンス」などがあります。

Z 世代・若手（500 名）と上司・先輩（500 名）に、「コスパ」（コストパフォーマンスの略）、「タイパ」（タイムパフォーマンスの略）、「スペパ」（スパースパフォーマンスの略）のそれぞれをどのくらい意識しているか聞きました。
はじめに、普段のくらしの中で、「コスパ」を意識しているか聞いたところ、意識している人の割合は、Z 世代・若手では 63.6%、上司・先輩では 74.0%となり、上司・先輩が Z 世代・若手と比較して 10.4 ポイント高くなりました。費用対効果を意識している人は、Z 世代・若手と比べて上司・先輩に多いようです。
次に、普段のくらしの中で、「タイパ」を意識しているか聞いたところ、意識している人の割合は、Z 世代・若手では 61.4%、上司・先輩では 67.2%となりました。
普段のくらしの中で、「スペパ」を意識しているか聞いたところ、意識している人の割合は、Z 世代・若手では 50.2%、上司・先輩では 49.2%と、意識している人の割合は双方ともに約半数となりました。

普段のくらしの中で、「コスパ」「タイパ」「スペパ」を意識している人
（「非常に意識している」「どちらかといえば意識している」の合計）の割合 （各単一回答）



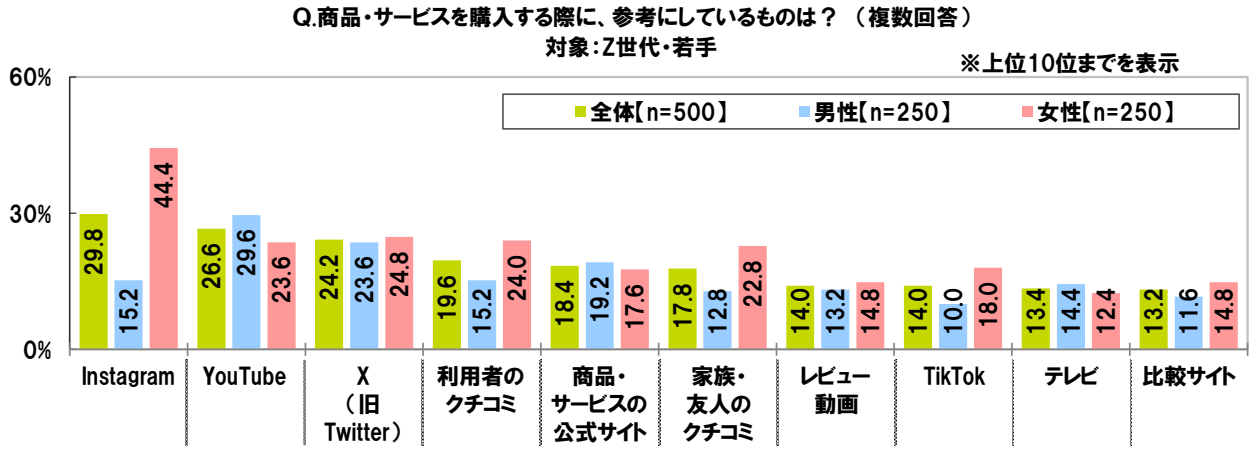
【Z 世代・若手と上司・先輩の消費行動に関する意識・実態】

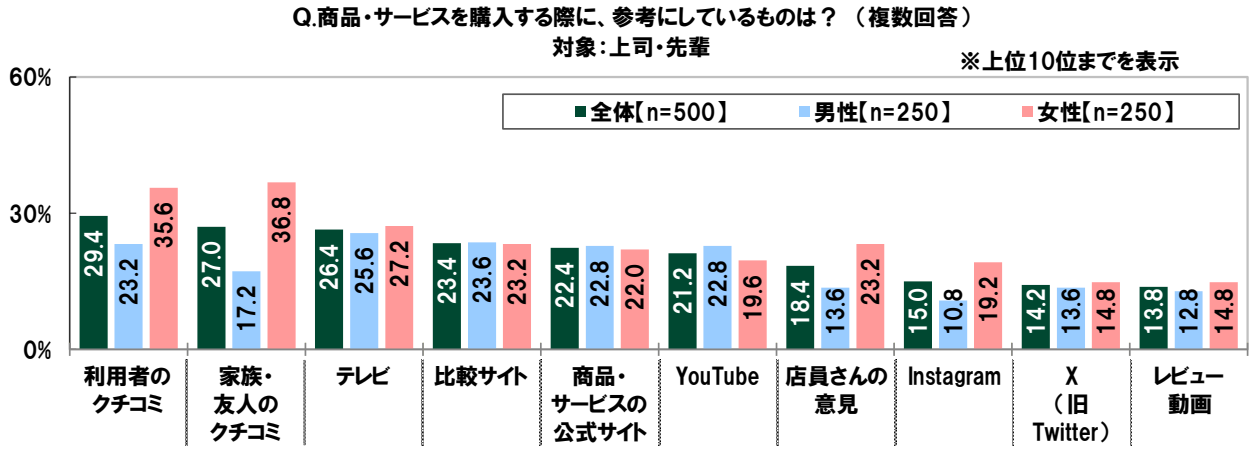
≫ **商品・サービスを購入する際に、参考にしているもの TOP3**
Z 世代・若手では「Instagram」「YouTube」「X（旧 Twitter）」と、SNS が TOP3 を独占
上司・先輩では「利用者のクチコミ」「家族・友人のクチコミ」「テレビ」

≫ **商品・サービスを購入する際に、最も利用している決済手段は？**
Z 世代・若手、上司・先輩ともに 10,000 円未満では「QR コード決済」、10,000 円以上では「クレジットカード」が 1 位

商品・サービスを購入する際に、参考にしているものを聞いたところ、Z 世代・若手（500 名）では 1 位「Instagram」（29.8%）、2 位「YouTube」（26.6%）、3 位「X（旧 Twitter）」（24.2%）となり、TOP3 に SNS が挙がる結果となりました。次いで、4 位「利用者のクチコミ」（19.6%）、5 位「商品・サービスの公式サイト」（18.4%）となりました。一方で、上司・先輩（500 名）では 1 位「利用者のクチコミ」（29.4%）、2 位「家族・友人のクチコミ」（27.0%）、3 位「テレビ」（26.4%）、4 位「比較サイト」（23.4%）、5 位「商品・サービスの公式サイト」（22.4%）と、いずれの SNS も TOP5 にはランクインしませんでした。デジタルネイティブである Z 世代・若手と、上司・先輩では大きく異なる結果となりました。

世代・男女別にみると、Z 世代・若手の女性では、「Instagram」（44.4%）が突出して高くなり、Z 世代・若手の男性（15.2%）と比較して 29.2 ポイントの差がみられました。また、Z 世代・若手の男性では、「YouTube」（29.6%）が 1 位となりました。上司・先輩の女性では、「家族・友人のクチコミ」（36.8%）が最も高くなり、割合は上司・先輩の男性（17.2%）の 2 倍以上となりました。





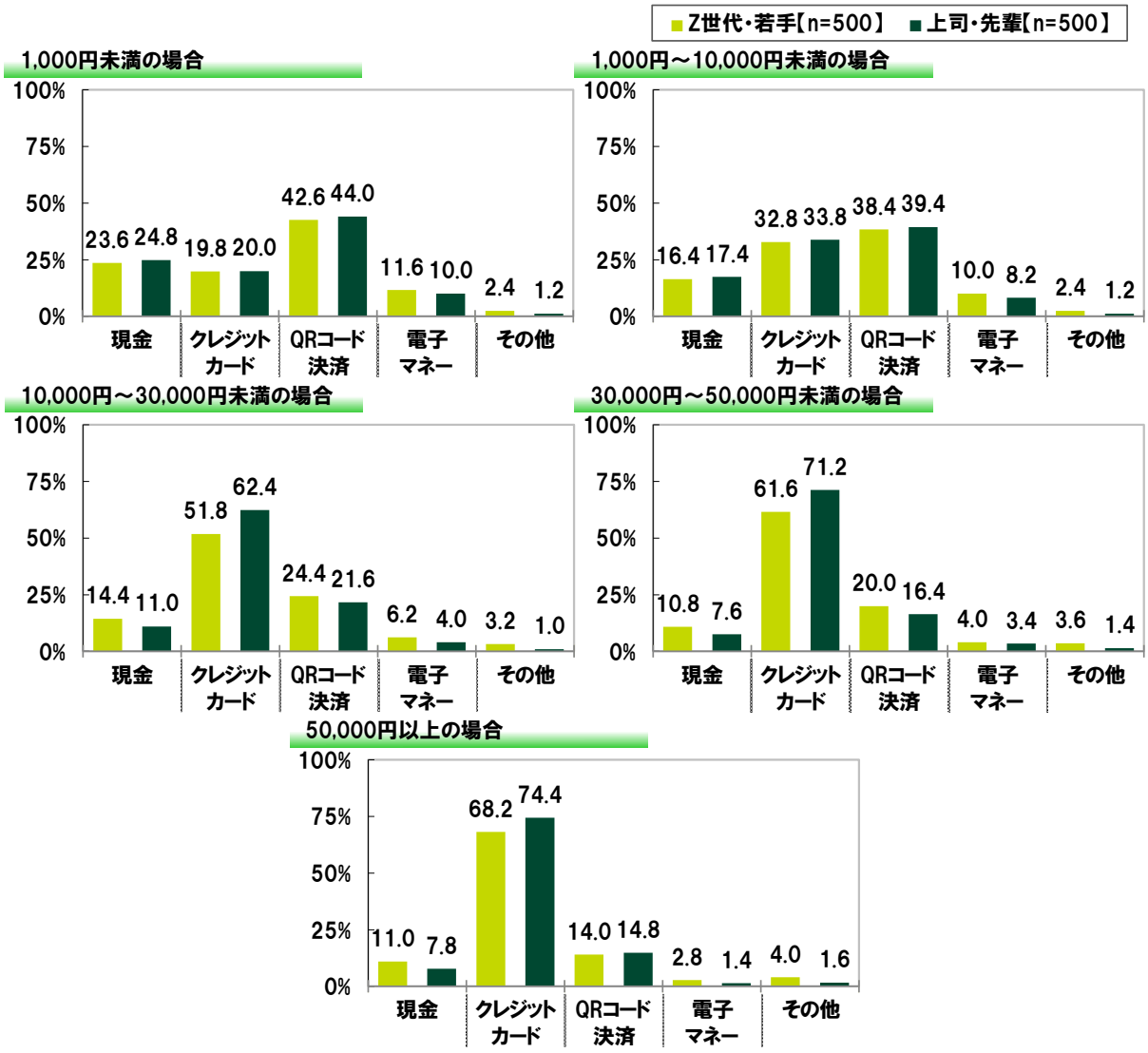
次に、商品・サービスを購入する際に、最も利用している決済手段を金額別に聞いたところ、＜1,000 円未満の場合＞ではＺ世代・若手、上司・先輩ともに「QR コード決済」（Z 世代・若手 42.6%、上司・先輩 44.0%）が最も高く、「現金」（Z 世代・若手 23.6%、上司・先輩 24.8%）が続きました。

＜1,000 円～10,000 円未満の場合＞ではＺ世代・若手、上司・先輩ともに「QR コード決済」（Z 世代・若手 38.4%、上司・先輩 39.4%）、「クレジットカード」（Z 世代・若手 32.8%、上司・先輩 33.8%）に回答が分かれました。

＜10,000 円～30,000 円未満の場合＞では Z 世代・若手、上司・先輩ともに、「クレジットカード」（Z 世代・若手 51.8%、上司・先輩 62.4%）が最も高くなり、上司・先輩では 6 割を上回りました。

＜30,000 円～50,000 円未満の場合＞でも Z 世代・若手、上司・先輩ともに、「クレジットカード」（Z 世代・若手 61.6%、上司・先輩 71.2%）が最も高くなり、＜50,000 円以上の場合＞でも Z 世代・若手、上司・先輩ともに、「クレジットカード」（Z 世代・若手 68.2%、上司・先輩 74.4%）が最も高くなりました。

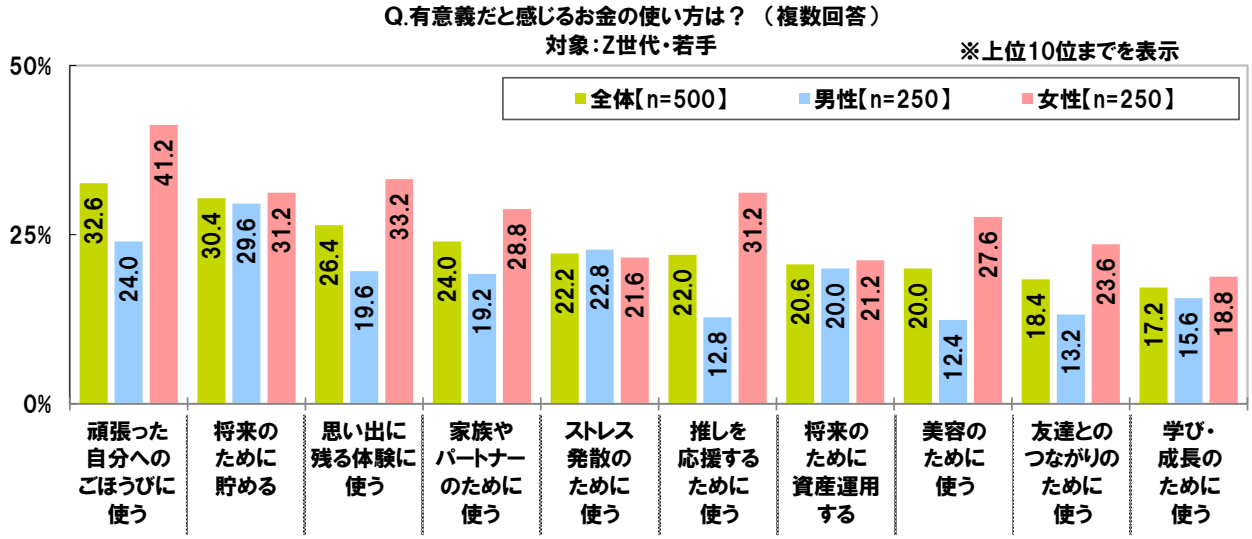
Q.商品・サービスを購入する際に、最も利用している決済手段は？ （各単一回答）

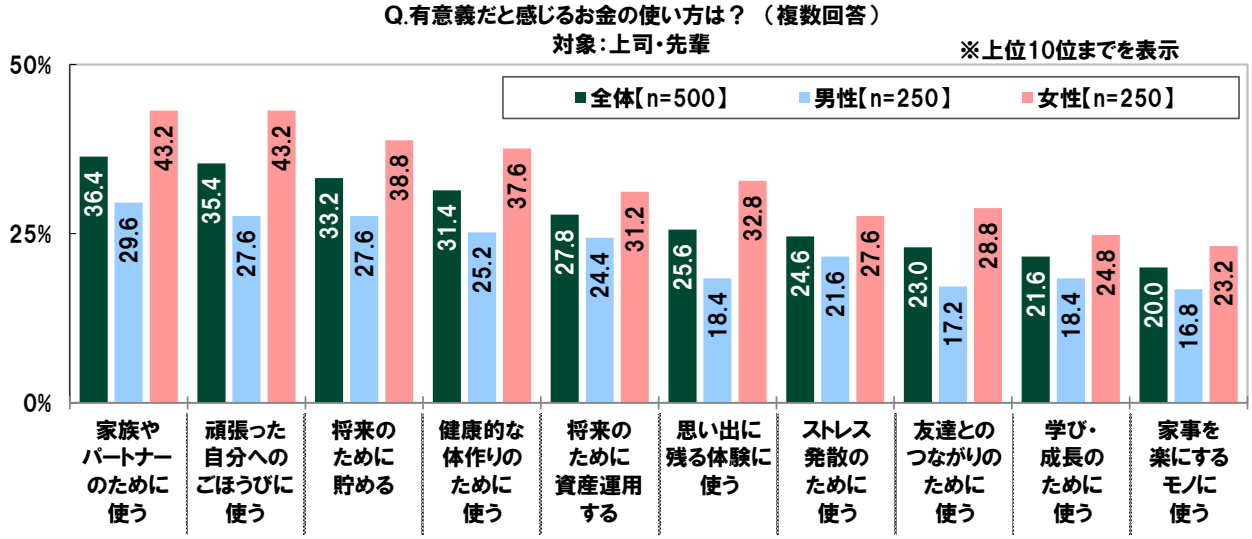


≫ 有意義だと感じるお金の使い方
Z 世代・若手では 1 位「頑張った自分へのごほうびに使う」、上司・先輩では 1 位「家族やパートナーのために使う」

有意義だと感じるお金の使い方を聞いたところ、Z 世代・若手（500 名）では 1 位は「頑張った自分へのごほうびに使う」（32.6%）でした。次いで、2 位「将来のために貯める」（30.4%）、3 位「思い出に残る体験に使う」（26.4%）、4 位「家族やパートナーのために使う」（24.0%）、5 位「ストレス発散のために使う」（22.2%）となりました。一方で、上司・先輩（500 名）では 1 位「家族やパートナーのために使う」（36.4%）となりました。上司・先輩世代は、自分のためより誰かのためにお金を使うほうが有意義であると考える人が多いのではないでしょうか。以降、2 位「頑張った自分へのごほうびに使う」（35.4%）、3 位「将来のために貯める」（33.2%）、4 位「健康的な体作りのために使う」（31.4%）、5 位「将来のために資産運用する」（27.8%）が続きました。

世代・男女別にみると、Z 世代・若手の女性では、「推しを応援するために使う」（31.2%）が 3 割を超え、Z 世代・若手の男性では、「ストレス発散のために使う」（22.8%）が 3 位でした。他方、上司・先輩では、男女ともに「家族やパートナーのために使う」（男性 29.6%、女性 43.2%）が 1 位となりました。また、上司・先輩の女性では「頑張った自分へのごほうびに使う」（43.2%）が同様に 1 位となりました。





≫ **「チル消費」に使いたい金額　Z 世代・若手では平均 12,750 円/月、上司・先輩では平均 13,972 円/月**
≫ **「チル消費」に使っている金額　Z 世代・若手では平均 8,312 円/月、上司・先輩では平均 8,459 円/月**
いずれも使いたい金額を下回る結果に

ストレス軽減・リラックスのための消費スタイルのことを「チル消費」と言い、近年増加傾向にある消費スタイルとして注目されています。「チル消費」に対する金額について聞きました。

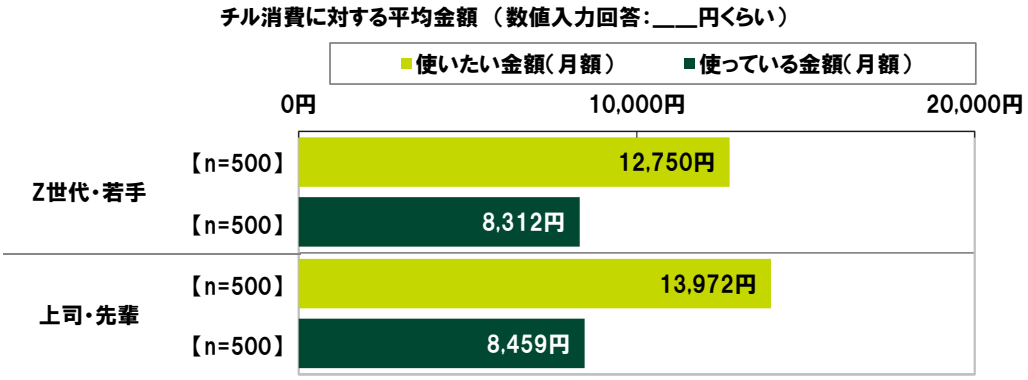
チル消費に、1 ヶ月間でいくらくらい使いたいか聞いたところ、平均金額は、Z 世代・若手（500 名）では 12,750 円、上司・先輩（500 名）では 13,972 円となりました。

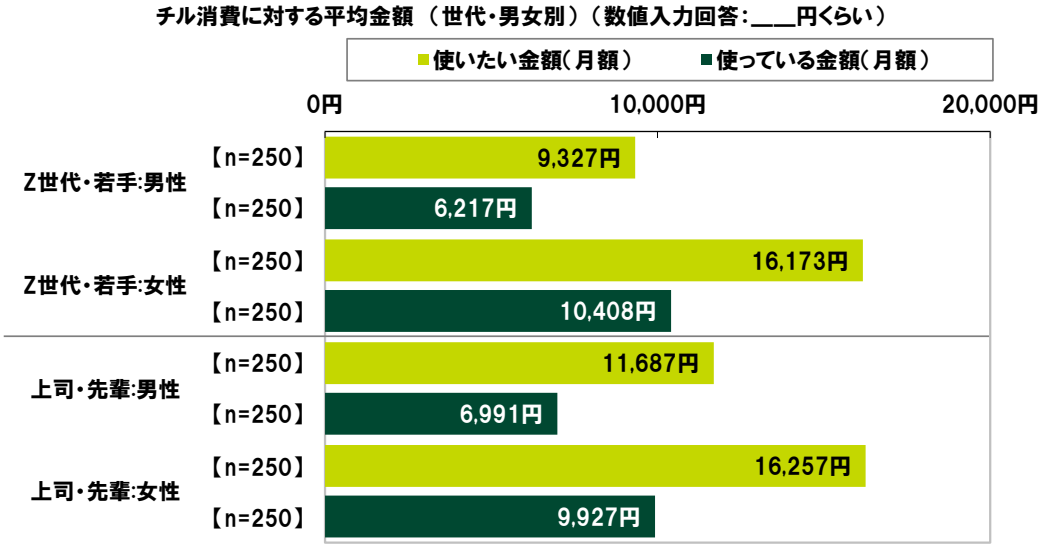
世代・男女別にみると、平均金額は、Z 世代・若手の男性では 9,327 円、Z 世代・若手の女性では 16,173 円、上司・先輩の男性では 11,687 円、上司・先輩の女性では 16,257 円と、いずれの世代も男性と比べて女性の平均金額が高くなりました。

一方で、実際に、チル消費に、1 ヶ月間でいくらくらい使っているか聞いたところ、平均金額は、Z 世代・若手では 8,312 円、上司・先輩では 8,459 円となりました。

世代・男女別にみると、Z 世代・若手の男性では 6,217 円、Z 世代・若手の女性では 10,408 円、上司・先輩の男性では 6,991 円、上司・先輩の女性では 9,927 円となり、使いたい金額と同様に、いずれの世代も男性と比べて女性の平均金額が高くなりました。

1 ヶ月間で使いたいと考える平均金額と、1 ヶ月間で使っている平均金額をそれぞれ比較すると、Z 世代・若手では 4,438 円差（使いたい金額 12,750 円　使っている金額 8,312 円）、上司・先輩では 5,513 円差（使いたい金額 13,972 円　使っている金額 8,459 円）と、使っている金額が使いたい金額を大きく下回り、今後の消費拡大を示唆する結果となりました。





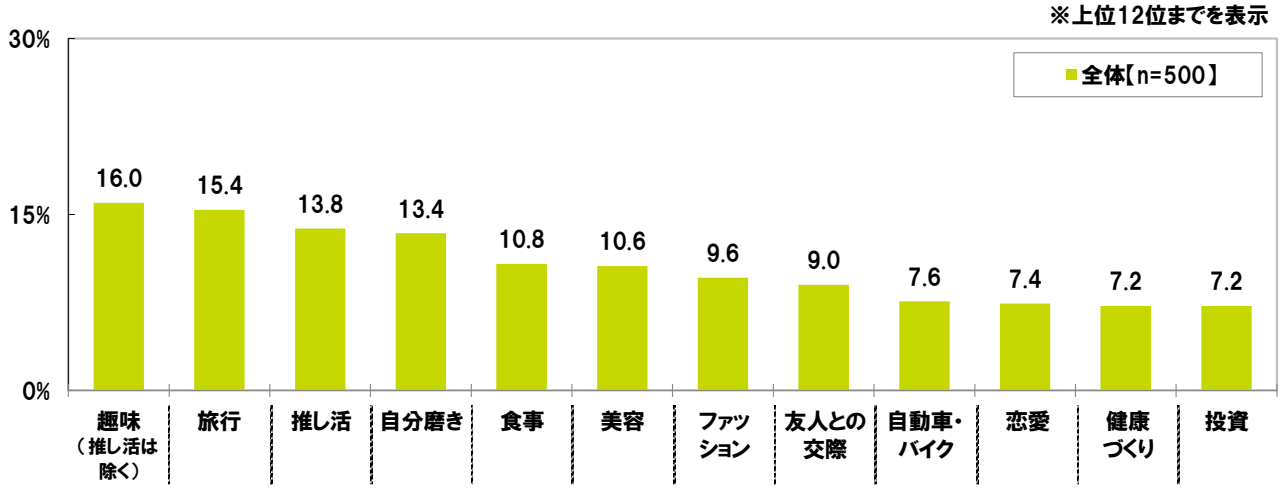
≫ 幸福度を高めるために、借金をしてでも充実させたいこと

Z 世代・若手　1 位「趣味」2 位「旅行」3 位「推し活」、上司・先輩　1 位「旅行」2 位「健康づくり」3 位「趣味」

Z 世代・若手（500 名）と上司・先輩（500 名）に、今のくらしの幸福度を高めるために、借金をしてでも充実させたいことを聞きました。

Z 世代・若手では、「趣味（推し活は除く）」（16.0%）が最も高くなり、「旅行」（15.4%）、「推し活」（13.8%）、「自分磨き」（13.4%）、「食事」（10.8%）が続きました。

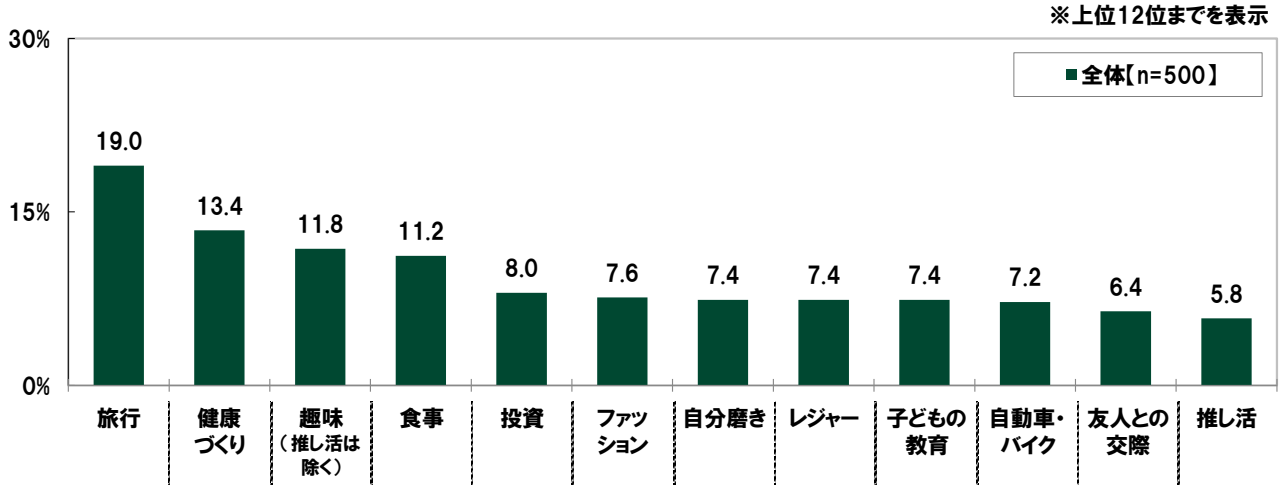
Q.今のくらしの幸福度を高めるために、借金をしてでも充実させたいことは？（複数回答）
対象：Z世代・若手



一方、上司・先輩では、「旅行」（19.0%）が最も高くなり、「健康づくり」（13.4%）、「趣味（推し活は除く）」（11.8%）、「食事」（11.2%）、「投資」（8.0%）が続きました。

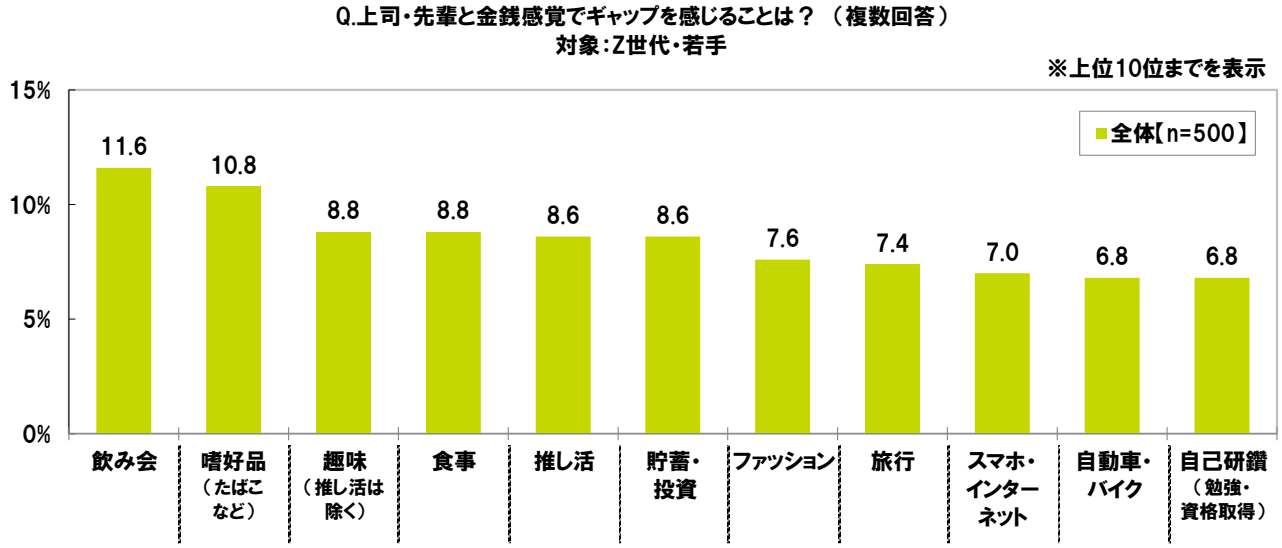
Z 世代・若手と上司・先輩を比較すると、Z 世代・若手では「推し活」（13.8%）が上司・先輩（5.8%）よりも 8.0 ポイント、「自分磨き」（13.4%）が上司・先輩（7.4%）よりも 6.0 ポイント高くなり、上司・先輩は「健康づくり」（13.4%）が Z 世代・若手（7.2%）よりも 6.2 ポイント高くなりました。

Q.今のくらしの幸福度を高めるために、借金をしてでも充実させたいことは？（複数回答）
対象：上司・先輩



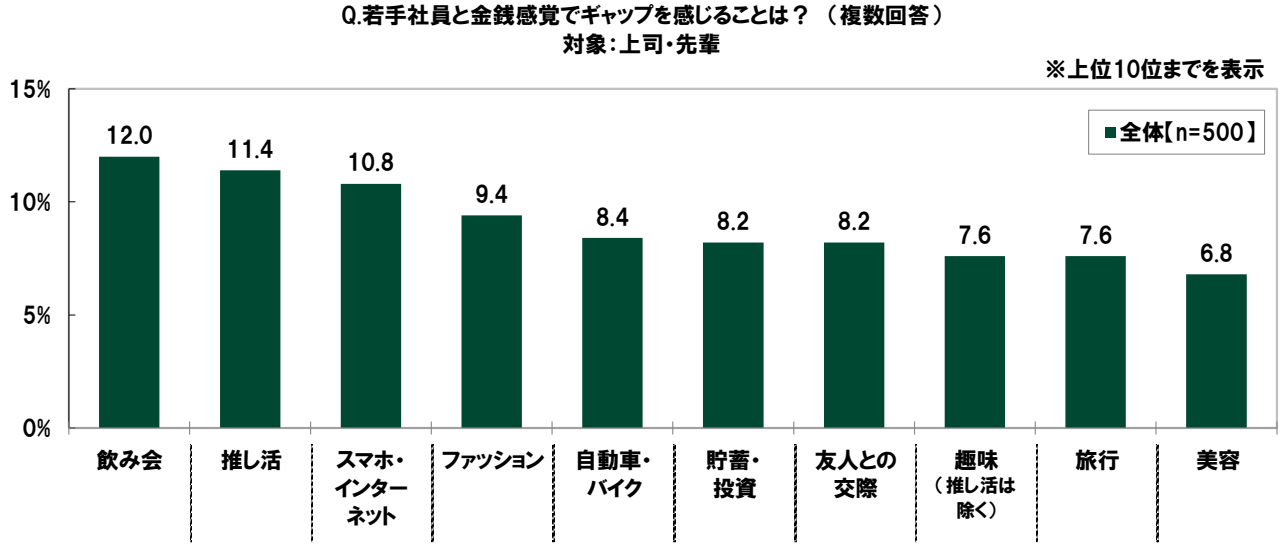
≫ Z 世代・若手と上司・先輩の金銭感覚のギャップ　どちらも「飲み会」が最多

Z 世代・若手（500 名）に、上司・先輩と金銭感覚でギャップを感じることを聞いたところ、「飲み会」（11.6%）が最も高くなり、「嗜好品（たばこなど）」（10.8%）、「趣味（推し活は除く）」「食事」（いずれも 8.8%）、「推し活」「貯蓄・投資」（いずれも 8.6%）が続きました。



上司・先輩（500 名）に、若手社員と金銭感覚でギャップを感じることを聞いたところ、「飲み会」（12.0%）が最も高くなり、「推し活」（11.4%）、「スマホ・インターネット」（10.8%）、「ファッション」（9.4%）、「自動車・バイク」（8.4%）が続きました。

Z 世代・若手、上司・先輩ともに「飲み会」（Z 世代・若手 11.6%、上司・先輩 12.0%）が 1 位となりました。



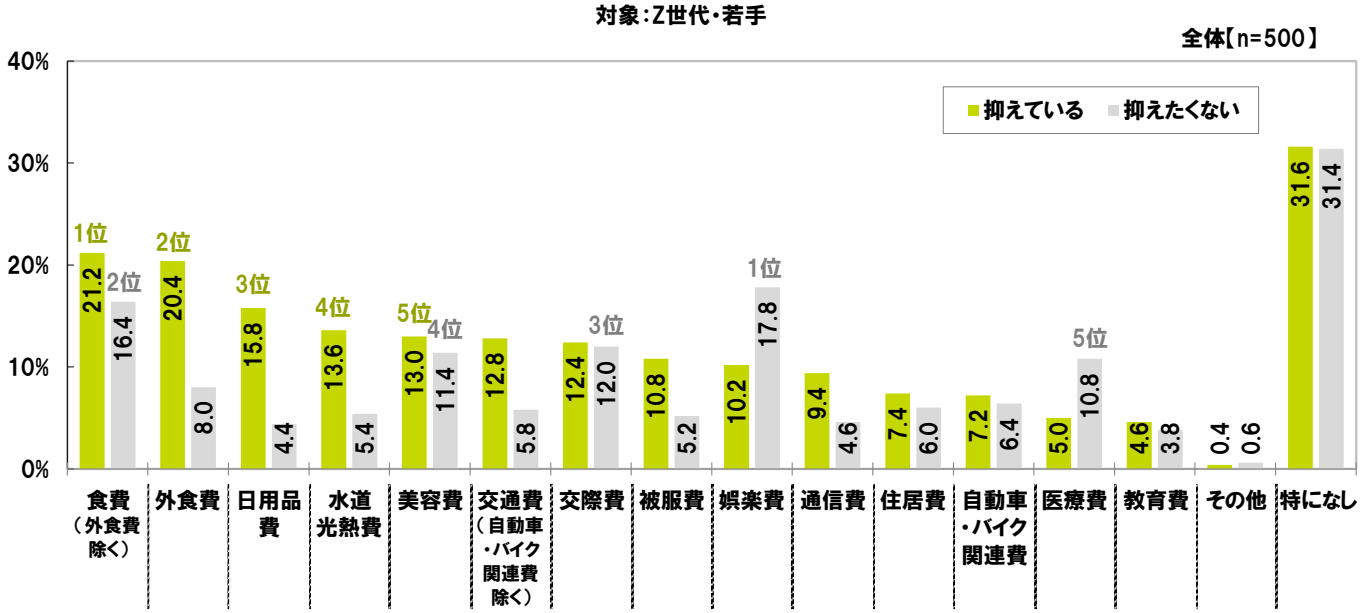
≫ **節約のために出費を抑えている生活費目**
Z 世代・若手は「食費（外食費除く）」、上司・先輩は「外食費」
≫ **節約のためでも出費を抑えたくない生活費目**
Z 世代・若手は「娯楽費」、上司・先輩は「食費（外食費除く）」

Z 世代・若手（500 名）と上司・先輩（500 名）に、節約のために出費を抑えている生活費目、節約のためでも出費を抑えたくない生活費目のそれぞれについて聞きました。

Z 世代・若手では、節約のために出費を抑えている生活費目は「食費（外食費除く）」（21.2%）が最も高く、次いで「外食費」（20.4%）、「日用品費」（15.8%）、「水道光熱費」（13.6%）、「美容費」（13.0%）となりました。節約のためでも出費を抑えたくない生活費目は「娯楽費」（17.8%）が最も高く、「食費（外食費除く）」（16.4%）、「交際費」（12.0%）、「美容費」（11.4%）、「医療費」（10.8%）が続きました。

「外食費」（抑えている 20.4%、抑えたくない 8.0%）、「日用品費」（抑えている 15.8%、抑えたくない 4.4%）は【抑えている】が【抑えたくない】よりも 10 ポイント以上高くなりました。

Q.節約のために出費を抑えている生活費目／節約のためでも出費を抑えたくない生活費目は？ （各複数回答）
対象：Z世代・若手

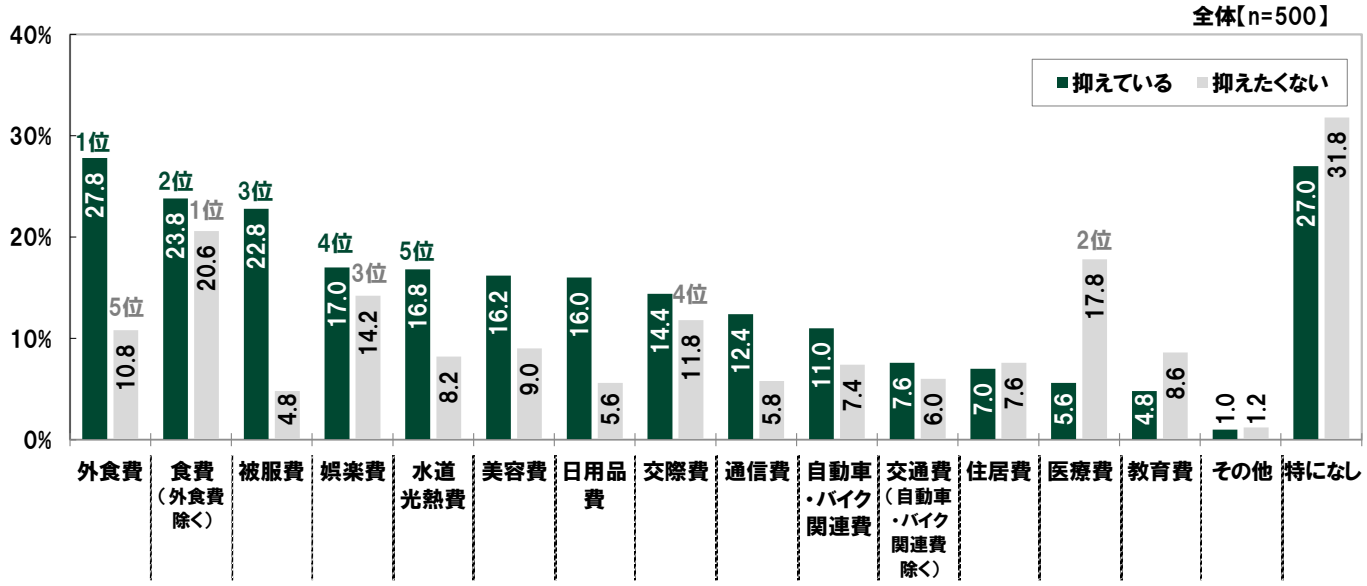


上司・先輩では、節約のために出費を抑えている生活費目は「外食費」（27.8%）が最も高く、次いで「食費（外食費除く）」（23.8%）、「被服費」（22.8%）、「娯楽費」（17.0%）、「水道光熱費」（16.8%）となりました。節約のためでも出費を抑えたくない生活費目は「食費（外食費除く）」（20.6%）が最も高く、「医療費」（17.8%）、「娯楽費」（14.2%）、「交際費」（11.8%）、「外食費」（10.8%）が続きました。

「外食費」（抑えている 27.8%、抑えたくない 10.8%）、「被服費」（抑えている 22.8%、抑えたくない 4.8%）、「日用品費」（抑えている 16.0%、抑えたくない 5.6%）は【抑えている】が【抑えたくない】よりも 10 ポイント以上高くなりました。一方、「医療費」（抑えている 5.6%、抑えたくない 17.8%）は【抑えたくない】が【抑えている】よりも 12.2 ポイント高くなりました。

Z 世代・若手と上司・先輩を比較すると、出費を抑えている生活費目では、上司・先輩は「被服費」（22.8%）が Z 世代・若手（10.8%）よりも 12.0 ポイント高くなりました。

Q.節約のために出費を抑えている生活費目／節約のためでも出費を抑えたくない生活費目は？ （各複数回答）
対象：上司・先輩



《調査概要》

◆調査タイトル　:世代間ギャップに関する調査 2025

◆調査対象　:ネットエイジアリサーチのインターネットモニター会員を母集団とする 18歳～69歳の有職男女

◆調査期間　:2025年7月30日～8月1日

◆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）	Z 世代・若手（18 歳～29 歳）	上司・先輩（30 歳～69 歳）
男性	250	250
女性	250	250

◆調査協力会社　:ネットエイジア株式会社

■■報道関係の皆様へ■■

本リリースの内容の転載にあたりましては、
「SMBCコンシューマーファイナンス調べ」と付記のうえ、
ご使用いただきますよう、お願い申しあげます。

■■本調査に関するお問合せ窓口■■

SMBCコンシューマーファイナンス株式会社
担当　:広報室　岡田、佐藤、田中
TEL　:03-6887-1274
E メール　:corporate_info@smbc-cf.com
受付時間:9 時 00 分～17 時 30 分（月～金）

■■会社概要■■

会社名　:SMBCコンシューマーファイナンス株式会社
（英訳名　SMBC　Consumer Finance Co., Ltd.）
設立　:1962 年（昭和 37 年）3 月 20 日
代表者名:髙橋　照正
所在地　:東京都江東区豊洲二丁目 2 番 31 号
事業内容:貸金業・保証業