

2026 年 3 月 5 日

公益財団法人 消費者教育支援センター

公益財団法人 生命保険文化センター

「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と(公財)生命保険文化センターは、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報告書」を取りまとめました。本調査は2012年、2016年、2021年に実施しており、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ともに、学習指導要領を踏まえた学習指導及び教材開発等の一助となることを目的とするものです。

《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》

学年	1年生	2年生
	42.4%	57.6%

性別	男子	女子	無回答
	45.4%	54.3%	0.4%

《調査結果の主なポイント》

「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ことが伺えた。

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。

「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。性別でみると、「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。

《調査結果の概要》

「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。

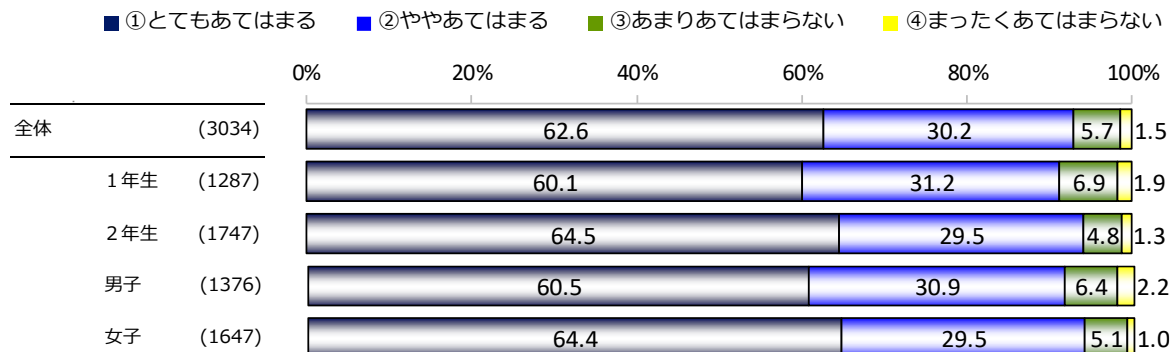
	男子		女子	
	2025年度	2021年度	2025年度	2021年度
プレッシャーを感じる	36.5% (+17.8)	18.7%	40.9% (+16.4)	24.5%
なんとなく面倒を感じる	33.2% (+13.8)	19.4%	34.5% (+8.7)	25.8%
消費者被害にあうかもしれないと不安を感じる	23.7% (▲1.6)	25.3%	30.1% (▲2.7)	32.8%
法律や制度について詳しく知ろうと思う	27.2% (+8.2)	19.0%	24.4% (+3.1)	21.3%
大人の仲間入りができてうれしい	24.2% (+11.4)	12.8%	24.0% (+14.4)	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。

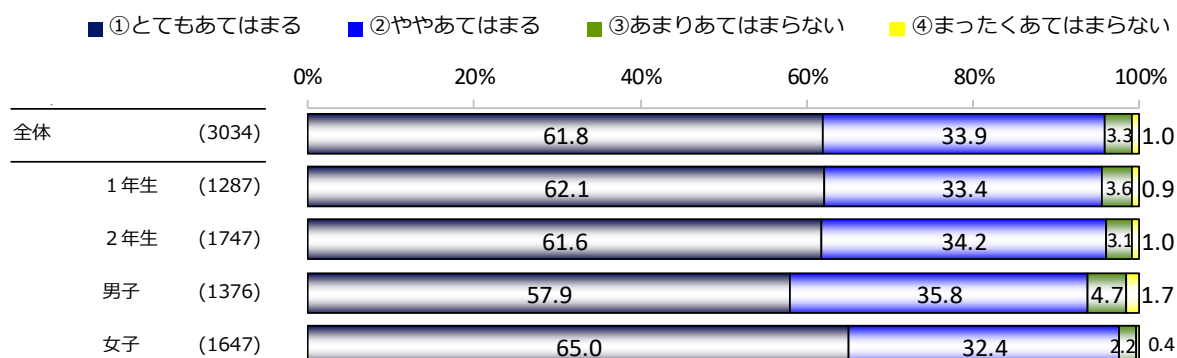
(1) お金に関する考え方

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＞



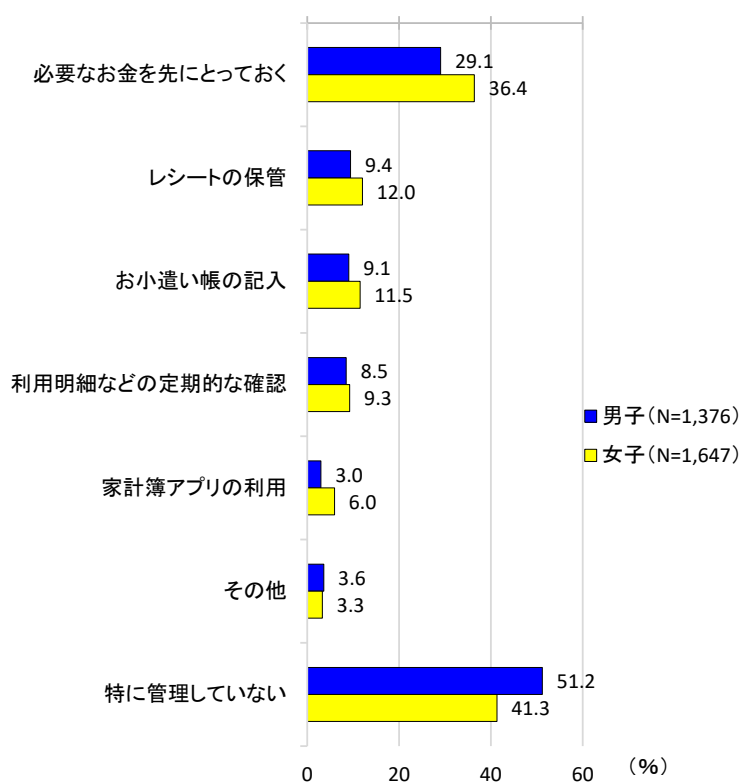
お金は働いてコツコツ貯めるものだと思う<全体・学年別・性別>



(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。

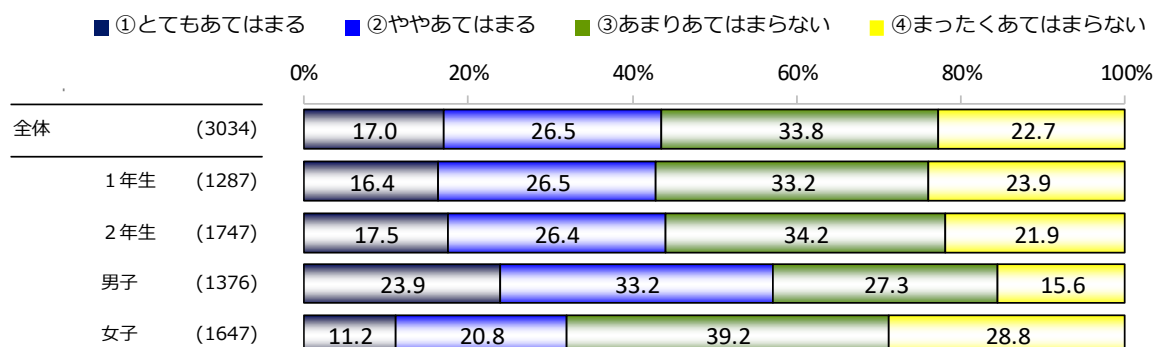
お金の管理方法（複数回答）<性別>



(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事で、お金を増やしたいと思う＜全体・学年別・性別＞

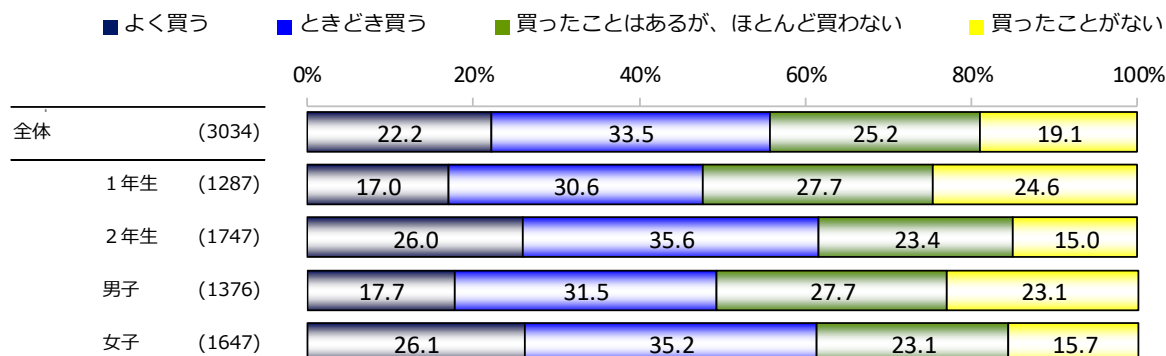


3. キャッシュレス決済が高校生にも浸透。

(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、LINE Pay 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%

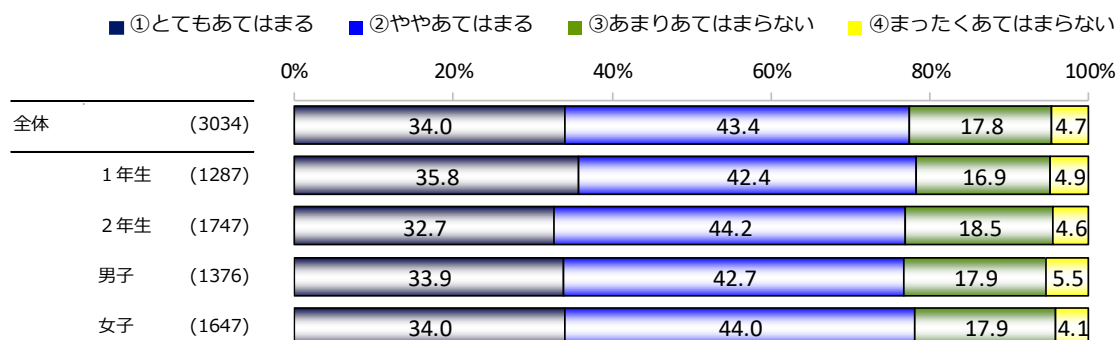
※1 2021年度の選択肢は「スマホ決済 (PayPay、LINE Pay 等)」。

※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。

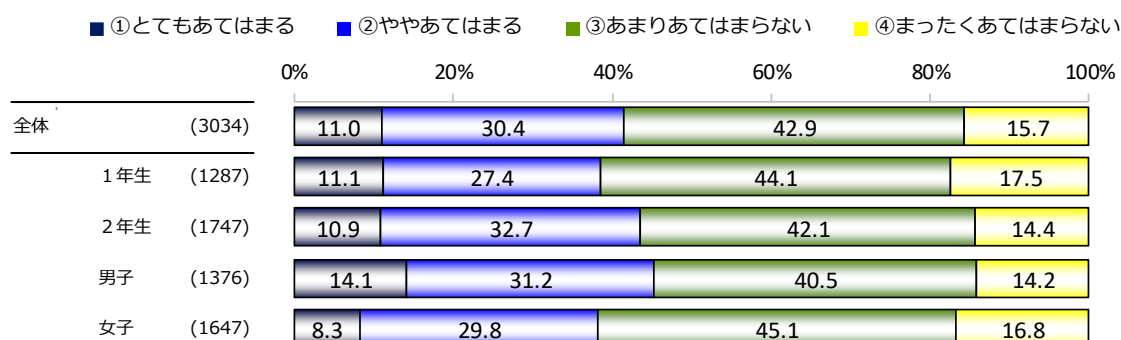
4. 【新規項目】消費者の役割や消費行動が社会全体に与える影響については、なお十分に理解が進んでいない課題が伺えた。

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。

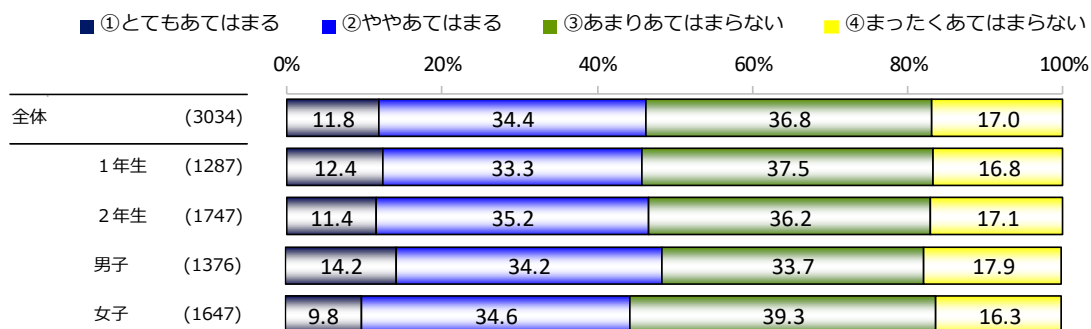
気候変動は高校生の将来にとって切実な問題だと思う＜全体・学年別・性別＞



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＞



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＞

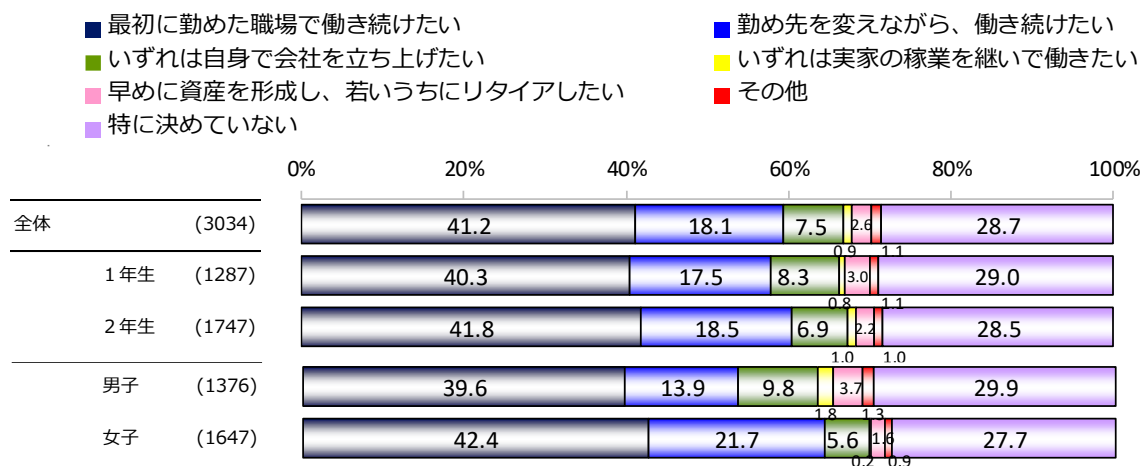


「生活設計」に関する項目

1. 【新規項目】将来の働き方では、「最初に勤めた職場で働きたい」が最多で全体の4割強。全体で平均68歳まで働きたいと回答。

将来の働き方では、「最初に勤めた職場で働きたい」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＞

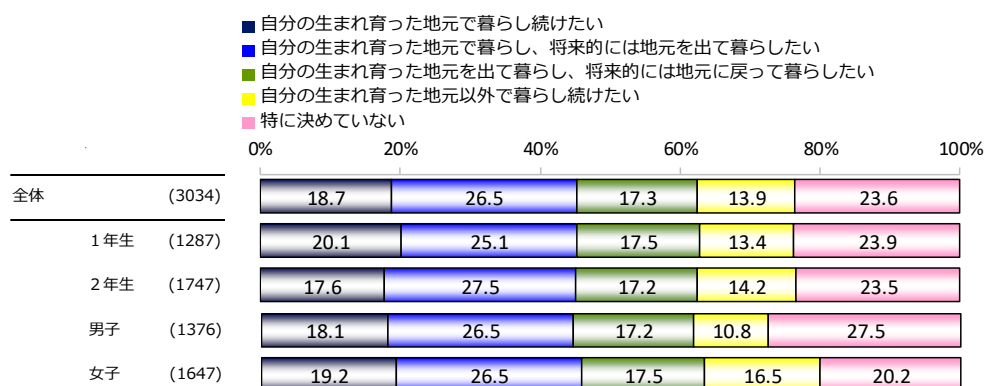
		平均値	中央値
学年別	高校1年生 (N=1,287)	68.9	65
	高校2年生 (N=1,747)	67.3	65
性別	男子 (N=1,376)	69.8	65
	女子 (N=1,647)	66.5	65
全体 (N=3,034)		68.0	65

(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2割台半ばで最多。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。性別でみると、「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。

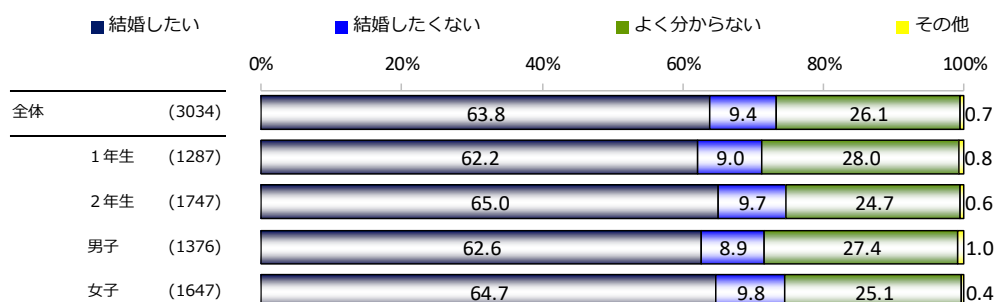
地元での暮らしに対する意識＜全体・学年別・性別＞



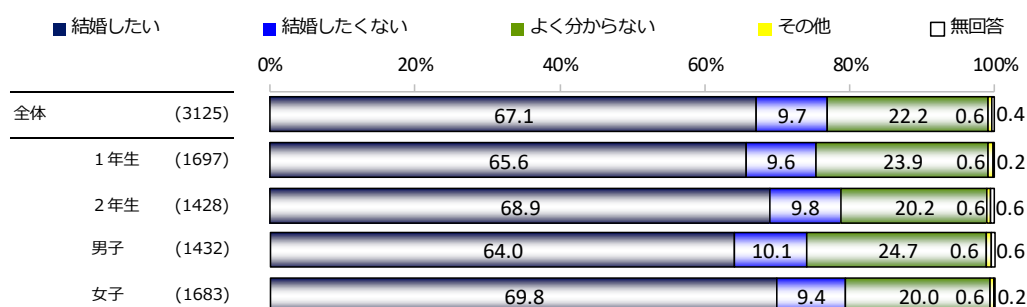
3. 結婚したくない理由を性別で見ると、「金銭的に余裕がなくなるから」が前回調査と比較して男子は14ポイント、女子は20ポイント増加。

「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。

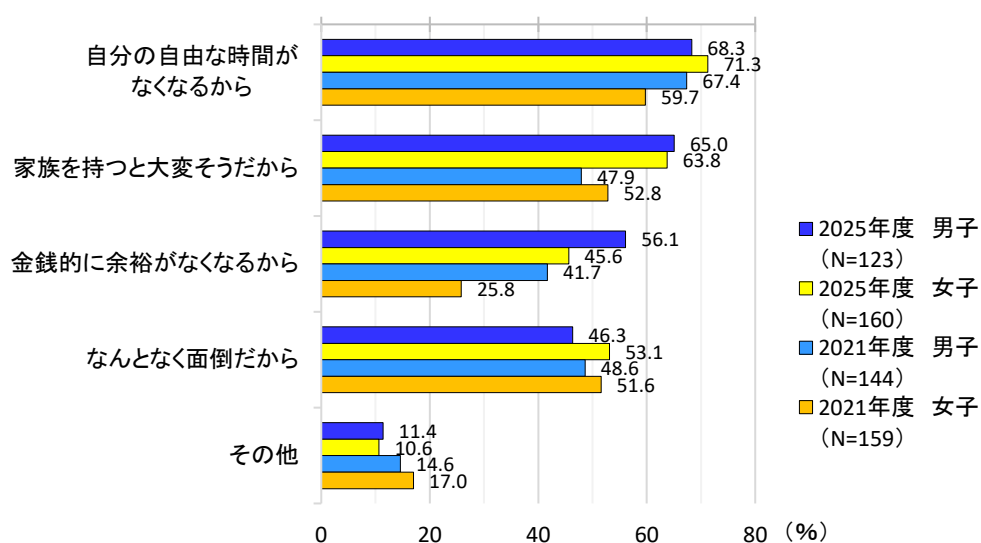
2025年度 結婚願望＜全体・学年別・性別＞



2021年度 結婚願望＜全体・学年別・性別＞



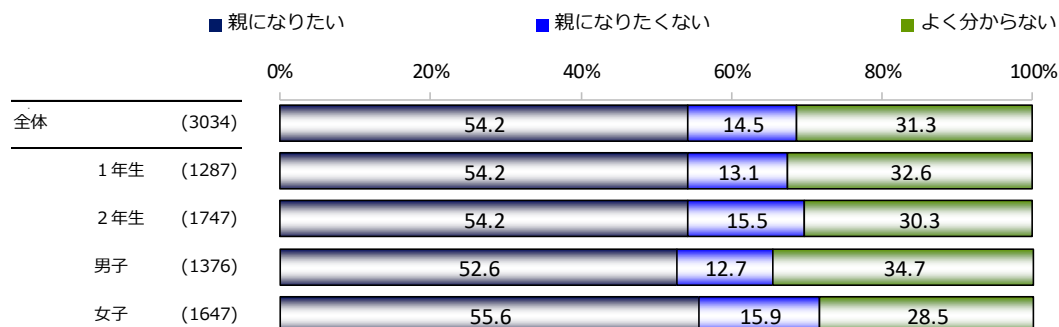
結婚したくない理由＜性別＞



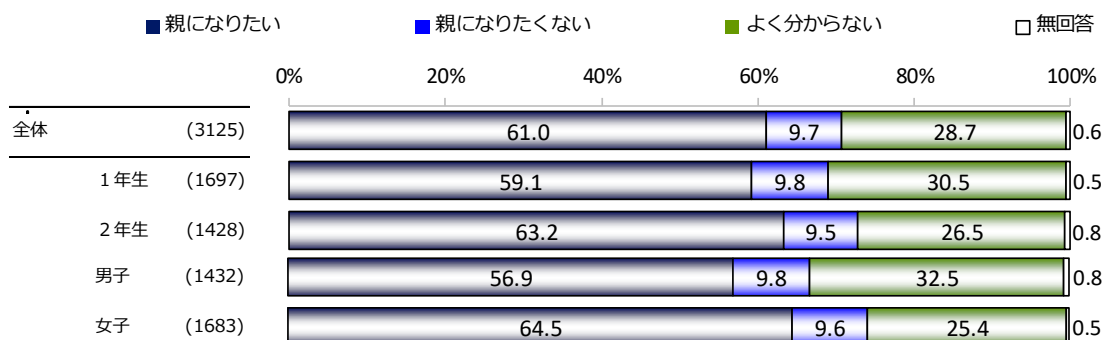
4. 「親になりたいくない」理由を性別で見ると、男女ともに「面倒だから」「金銭的に余裕がなくなるから」が上位の回答となった。

「親になりたい」は全体の5割台半ばを占めたが、前回調査と比較して7ポイント減少。一方、「親になりたいくない」は全体の1割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。親になりたい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。

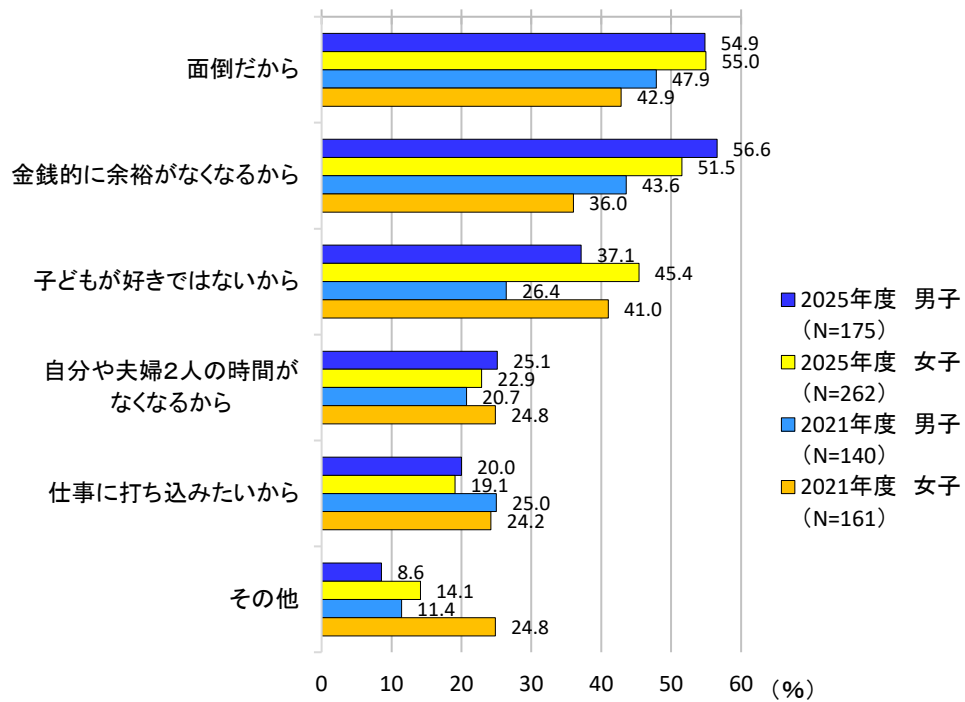
2025年度 親になりたいか＜全体・学年・性別＞



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＞



＜問い合わせ先＞

(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 TEL 03-5466-7341

(公財)生命保険文化センター 担当

広報活動について：梅田・北條

調査内容について：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 3 階 TEL 03-5220-8517