

報道関係各位

2024年1月18日
株式会社クロス・マーケティング

人間関係リセット経験者は41%、意向者は26% きっかけは「面倒」「性格・価値観の相違」「金銭問題」

－ 人間関係に関する調査（2024年） －

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2024年1月、全国47都道府県に在住する20～79歳の男女2,400人を対象に「人間関係に関する調査（2024年）」を実施しました。助けられたり、悩んだり人生において欠かすことのない「人間関係」について、リセット経験や意向、どの間柄の人とのリセット経験なのか、またリセットのきっかけとなったこと、リセット方法、困っているときに助けたい人に着目し分析をしました。

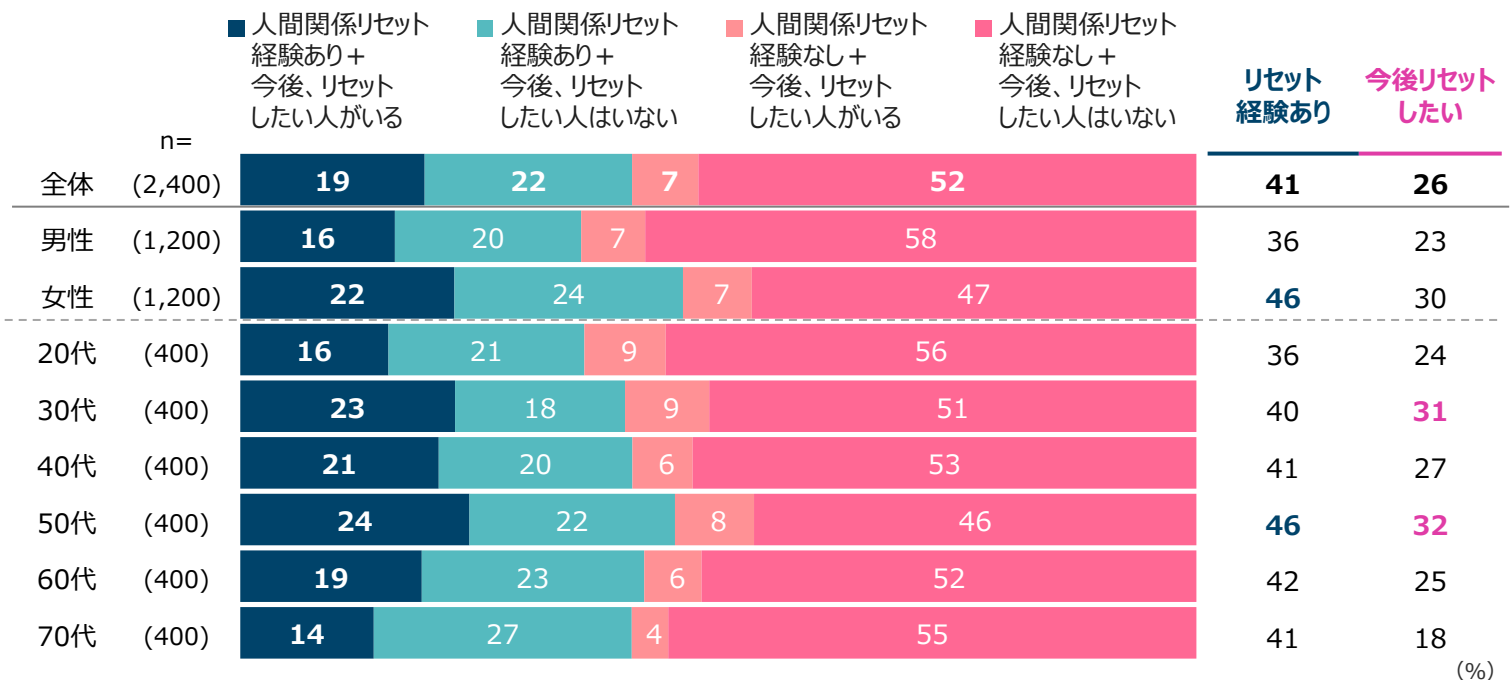
* 自ら長期的に連絡を絶つことを「人間関係リセット」として聴取

■ 調査結果（一部抜粋）

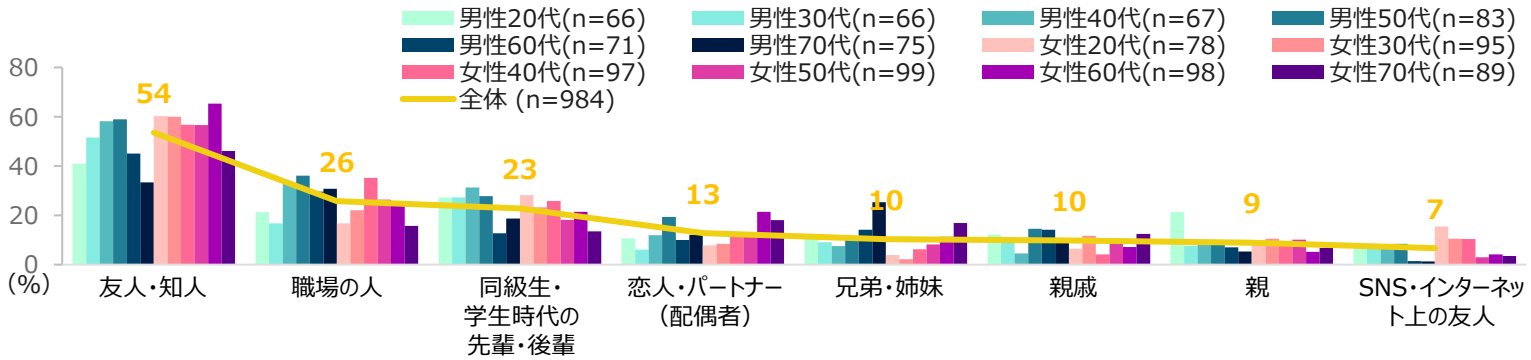
- ✓ **【人間関係のリセット経験・意向】** 過去に「人間関係をリセットした」経験を持つ人は41%。特に、女性と50代は高めの46%。今後、「人間関係をリセットしたい」人がいる割合は26%であり、女性と30代・50代では3割を超える。<図1>
- ✓ **【リセットした人の間柄・きっかけ・方法】** 実際に人間関係をリセットした間柄では「友人・知人」が最も多く54%、次いで「職場の人」「同級生・学生時代の先輩・後輩」で2割台。「友人・知人」は女性20代・30代・60代で6割越え、「職場の人」は、男性50代、女性40代で35%前後の高さであった。<図2> リセットしたきっかけは、家族・親戚関係では「遺産相続」「金銭問題」、友人・知人は「面倒／うとしい」「価値観や性格が合わない」、職場は「面倒・関わりたくない」「パワハラ・いじめにあった」という声が聞かれた。<図3> どのようにリセットしたかについては、「電話帳の連絡先を消す」「一時的に音信不通になる」「LINEの返事をしない・見ない」「はがきでの連絡をやめる」「メールの返事をしない」が2割台である。LINEを含むSNSでのリセットは、20～30代を中心とした若い年代で高い。「電話帳の連絡先を消す」「携帯電話・スマートフォンを新しくして、連絡先を知らせない」という連絡先を絶つ方法は、40代が多い。<図4>
- ✓ **【人間関係をリセットをしたい人】** 今後、人間関係をリセットしたい人は、「友人・知人」「職場の人」が3割台と多い。「友人・知人」「同級生、学生時代の先輩・後輩」は女性20代、「親」は男女ともに20代、「兄弟・姉妹」は男性70代、「近隣・地域の人」は女性70代でリセット意向の高さが目立つ。<図5>
- ✓ **【助けたい人】** 相手が困っているときに助けたいと思う人は、「親」「友人・知人」が4割台、「兄弟・姉妹」「子供」「恋人・パートナー（配偶者）」で3割台であった。「子供」に対し困った時に助けたいと思う割合は、男女ともに年代があがるほど高まる。「恋人・パートナー（配偶者）」では、男性60～70代の助けたい割合が「子供」に次ぐ2番手にあがっているのに対し、女性60～70代は「友人・知人」「兄弟・姉妹」より低い値であり、男女差が見られた。<図6>

◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20240118human/>

<図1> 人間関係のリセット経験と今後のリセット意向（単一回答）



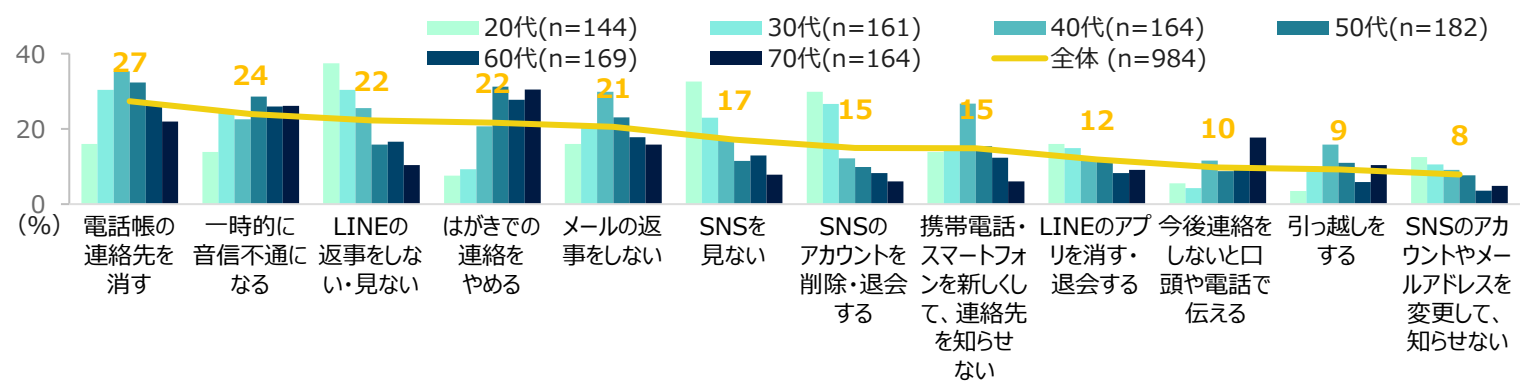
<図2> 人間関係をリセットした人 (複数回答) ※ベース：人間関係をリセットした経験がある人／上位8項目を抜粋



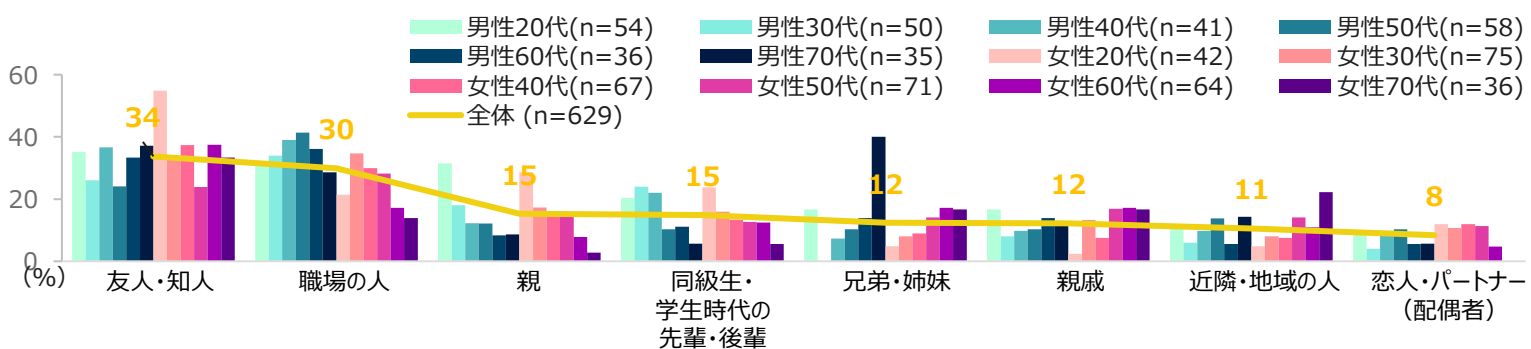
<図3> 人間関係をリセットしたきっかけ (自由回答一部抜粋)

- 家族・親戚関係**
 - 遺産相続でもめたから
 - お金を無心・金銭問題
 - 性格が合わない／家風が違うから
 - 喧嘩をした・不仲だから
 - 親の葬儀に参列しなかったから
- 友人・知人**
 - 面倒／うとうしい
 - 価値観や性格が合わない
 - お金の貸し借り
 - コミュニケーションが辛かった
 - 身に覚えのない誹謗中傷を受けた
- 職場の人**
 - 面倒・関わりたくない
 - パワハラ・いじめにあった
 - うとうしい・おっくう
 - 自分勝手すぎる
 - 人の悪口ばかり言うから

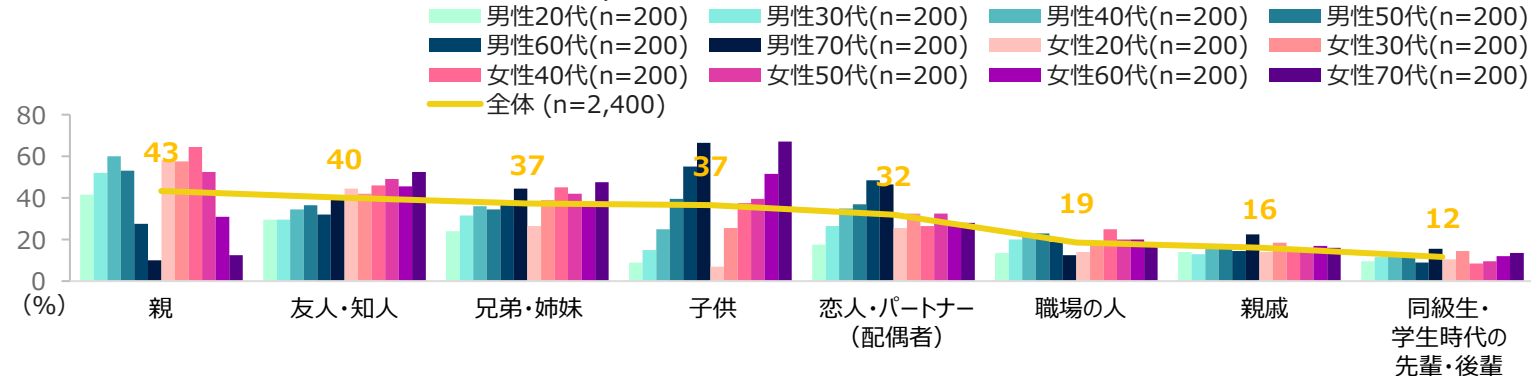
<図4> 人間関係のリセット方法 (複数回答) ※ベース：人間関係をリセットした経験がある人／上位12項目を抜粋



<図5> 今後、人間関係をリセットしたい人 (複数回答) ※ベース：今後、人間関係をリセットしたい人がいる人／上位8項目を抜粋



<図6> 困っているときに助けたいと思う人 (複数回答) ※上位8項目を抜粋



■レポート項目一覧

- 属性設問（性別／年齢／ライフステージ／居住地／同居家族／職業）
- 調査結果サマリー

▼調査結果詳細

- 人間関係の重視度
- 今まで通りの付き合い方を継続したい人間関係
- より大切にしたい人間関係
- 困っているときに助けたいと思う人
- 困っているときに相談できる人
- 相談にのってほしい、助けてほしいと思う出来事（自由回答抜粋）
- 人間関係のリセット経験
- 人間関係をリセットした人／リセット方法
- 人間関係をリセットした理由・きっかけ（自由回答抜粋）
- 人間関係のリセット意向
- 人間関係をリセットしたい人／リセットしたい方法
- 人間関係をリセットしたい理由・きっかけ（自由回答抜粋）
- 自身にとって「人間関係」とは（自由回答抜粋）
- 2024年の年賀状送付状況

◆レポートのダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20240118human/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ（クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用）
調査地域 : 全国47都道府県
調査対象 : 20～79歳の男女

調査期間 : 2024年1月1日（月）
有効回答数 : 本調査2,400サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
設立 : 2003年4月1日
代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」