
おひとりさま消費に関する調査(2024年)

ひとり時間の実態・意識編

2024/12/12

株式会社クロス・マーケティング

目次

調査概要	…02
調査結果サマリー	…03
回答者プロフィール	…07
調査結果詳細 <ひとり時間の実態・意識編>	…14
“ひとりで自由に使える時間”があると感じるか：平日	…15
“ひとりで自由に使える時間”があると感じるか：休日	…16
1日の中での“ひとりで自由に使える時間”：平日	…17
1日の中での“ひとりで自由に使える時間”：休日	…18
ひとりで過ごすことは好きか	…19
ひとりでどのように過ごすことが好きか（自由回答まとめ）	…20
ひとりで過ごすことの良さ	…21
ひとりで過ごすことの難点（ハードル）	…22
“ひとりで自由に使える時間”の必要度	…23
ひとりで過ごす時間を作るように意識しているか	…24
“ひとりで自由に使える時間”を増やしたいか：平日	…25
“ひとりで自由に使える時間”を増やしたいか：休日	…26
“ひとりで自由に使える時間”を増やしたい理由（自由回答抜粋）	…27
ポテンシャル・ニーズ・クラスター（PNCL）について	…28
クロス・マーケティングについて	…32

調査概要

調査目的	「おひとりさま消費※」の実態を把握し、今後のユーザー獲得に資する理解を得る ※本調査では、ひとりの時間を外でどのように過ごしているかという点に着目し、その消費行動を「おひとりさま消費」と表しました。						
調査エリア	全国47都道府県						
調査対象者	20歳～69歳までの男女 ※但し、本人又は家族が以下の業種に勤務している者を除く：「新聞・雑誌・テレビ・ラジオ・広告等マスコミ関係」「市場調査」						
サンプル数・割付	計 2,500サンプル						
	単位：サンプル						
	割付	20代	30代	40代	50代	60代	合計
	男性	250	250	250	250	250	1,250
	女性	250	250	250	250	250	1,250
	計	500	500	500	500	500	2,500
調査期間	2024年11月8日（金）～11月10日（日） 2022年11月28日（月）～11月29日（火）						
調査手法	クロス・マーケティングモニターへのインターネット定量調査						
調査機関	株式会社クロス・マーケティング						



調査結果サマリー

Topic Summary

今回の調査で明らかとなった重要な結果について、以下の一覧に掲載しております。
トピックの詳細は、参照ページをご覧ください。



ひとりで自由に使える時間（“ひとり時間”）の有無

- 平日に“ひとり時間”がある人は全体の7割。使える時間は平均4.2時間。女性では、年代が上がるほど“ひとり時間”がある人の割合が高くなる傾向。
- 休日に“ひとり時間”がある人は全体の8割。使える時間は平均6.4時間。
- 平日・休日ともに、全体の傾向は2022年から大きな変化はない。

参照ページ：p15-18



好きな“ひとり時間”の過ごし方

- 全体の9割が“ひとりで過ごすことが好き”だと感じている。この割合は年代が上がるほど高く、特に女性60代では97%に達する。
- 好きな過ごし方を自由回答で聴取したところ、「家でのもんびり過ごす」「自宅から離れたところへ行く」「自然の中で過ごす」など、リラックスやリフレッシュを意図したと思われる回答が多く見られた。

参照ページ：p19-20

Topic Summary

今回の調査で明らかとなった重要な結果について、以下の一覧に掲載しております。
トピックの詳細は、参照ページをご覧ください。



ひとりで過ごすことの良さ

- ひとりで過ごすことの良さは「自分のペースでいられる」（48%）がトップ。以下、「ストレス解消」「自由を味わえる」が続く。
- 女性40代以降は、より多くの項目に回答。ひとりで過ごすことの良さを特に感じている様子。一方、全体では、2022年に比べ回答割合が下がった項目が多い。

参照ページ：p21



ひとりで過ごすことのハードル

- 一人で過ごすことのハードルは「ない」がトップ（51%。2022年とほぼ同水準）。
- ハードルを感じる理由の中では、「寂しさを感じる」（14%）が最多。そのほか、「勇気が出ない」「つまらない」なども上位にあがった。

参照ページ：p22



“ひとり時間”の必要性と意識

- 全体の9割以上が“ひとり時間”を必要だと感じている。
男女ともに、年代が上がるほど必要性を感じる人の割合が高くなる傾向。
- また、平日/休日によらず、9割程度が「“ひとり時間”を増やしたい」と感じている。
- 一方、“ひとり時間”を作るように意識している人は全体の6割にとどまる。
2022年に比べても6pt低下しており、理想的な“ひとり時間”の確保は難しい様子。

参照ページ：p23-26



“ひとり時間”を増やしたい理由

- 自由回答で聴取したところ、「（趣味や勉強など）やりたいことがあるから」という前向きな理由と、「仕事やタスクが溜まっているから」「息抜きしたいから」「体調の変化」など、やや後ろ向きな理由がそれぞれあがっていた。
- 家族と同居している人においては、“家事や育児で自分の時間が日常的に削られるためひとりの時間がほしい”と感じている人が多い様子。

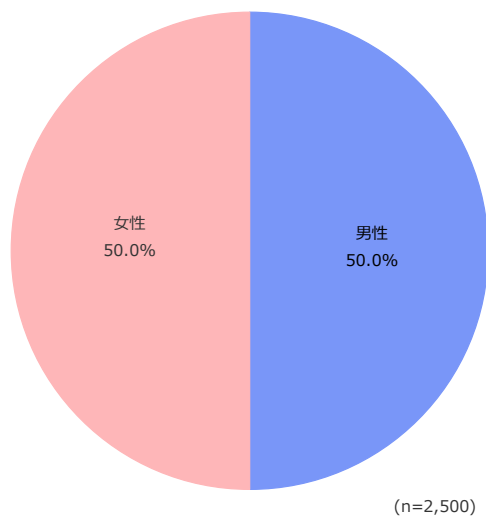
参照ページ：p27



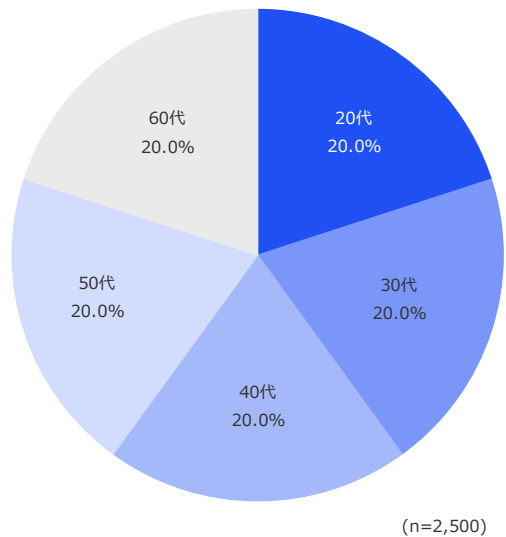
回答者プロフィール

回答者プロフィール(1) 性別・年代・性年代

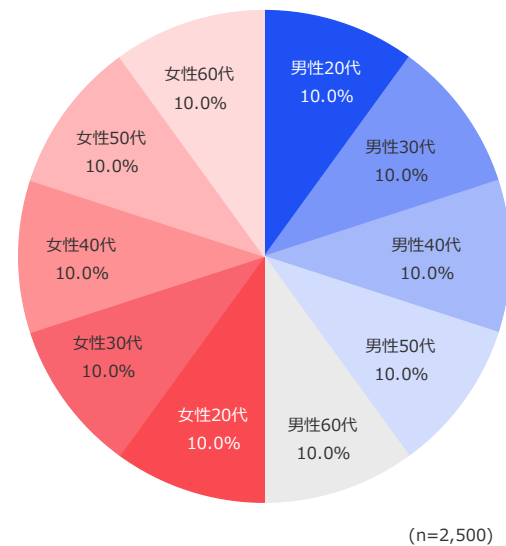
性別



年代

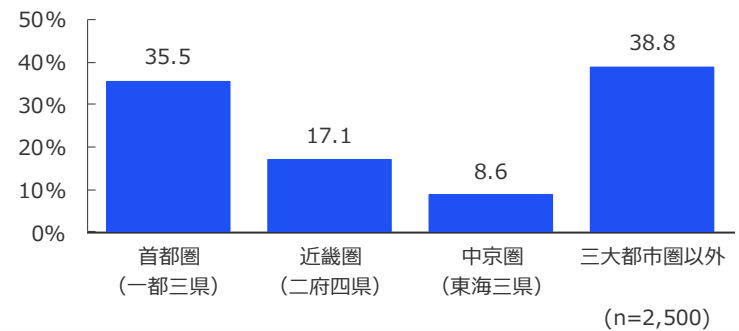


性年代

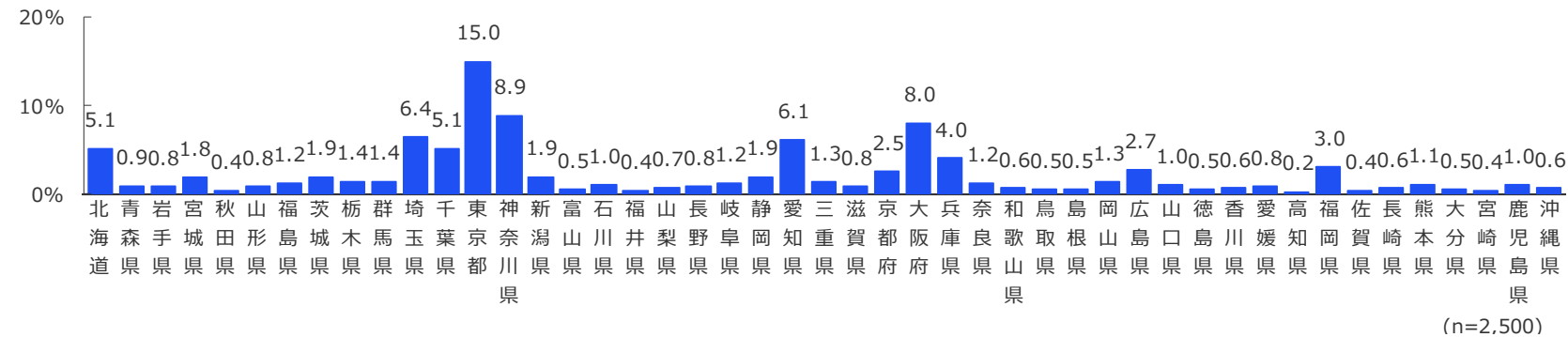


回答者プロフィール(2) 居住地

居住地(大分類)

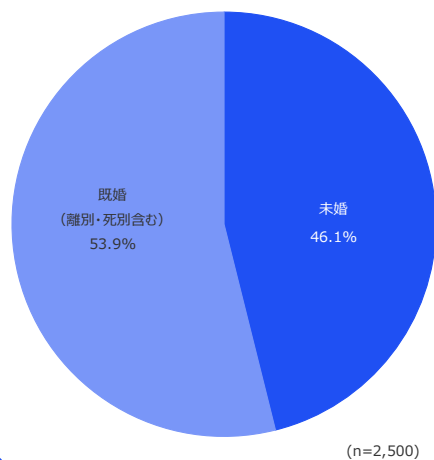


居住地

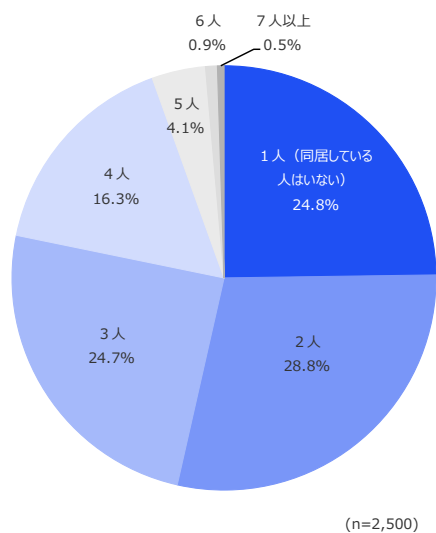


回答者プロフィール(3) 婚姻状況・同居人数・同居者・同居形態

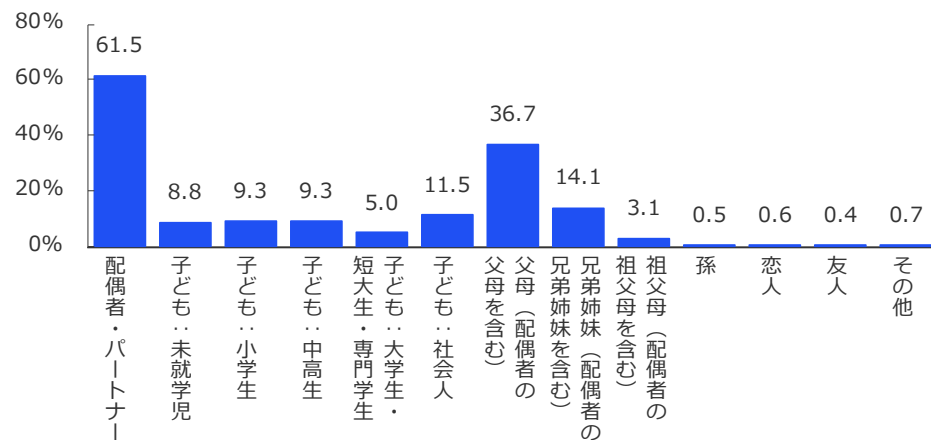
婚姻状況



同居人数

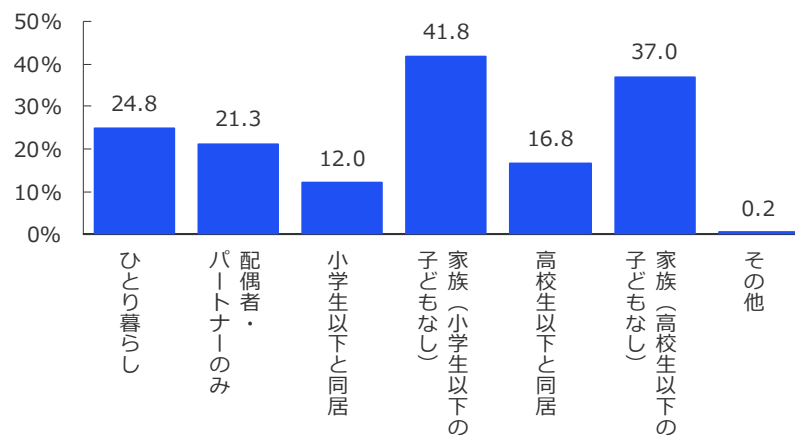


同居者(同居者ありベース)



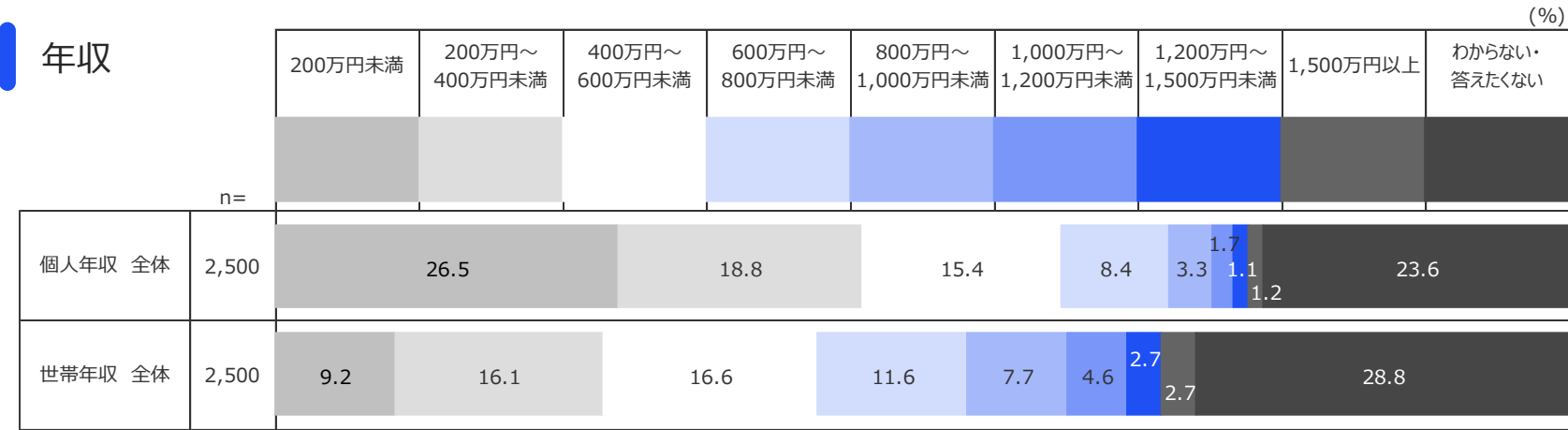
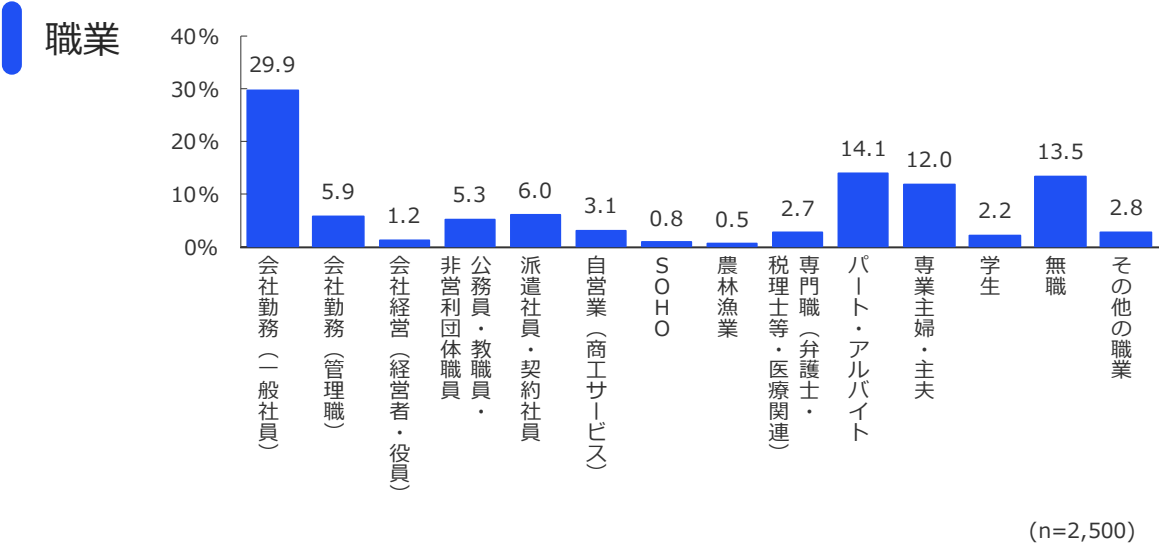
(n=1,881)

同居形態(大分類)



(n=2,500)

回答者プロフィール(4) 職業・個人年収・世帯年収



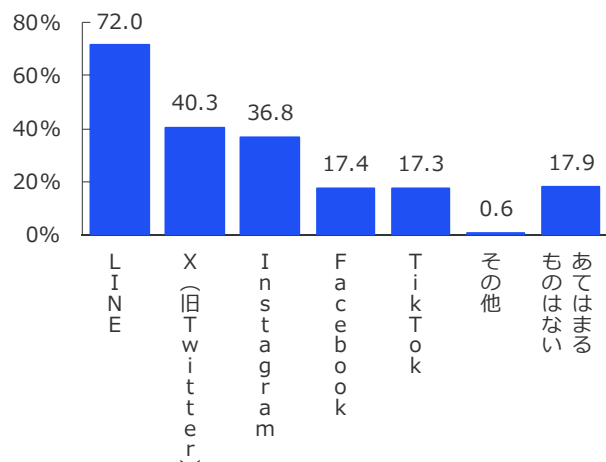
回答者プロフィール(5) SNS利用状況

SNSを通じて直接やりとりする頻度(SNS利用者ベース)

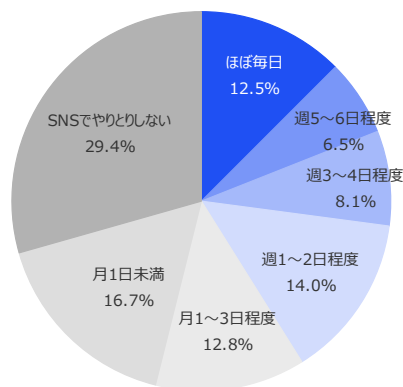
「直接会ったことのある友人・知人」

「直接会ったことのない人」

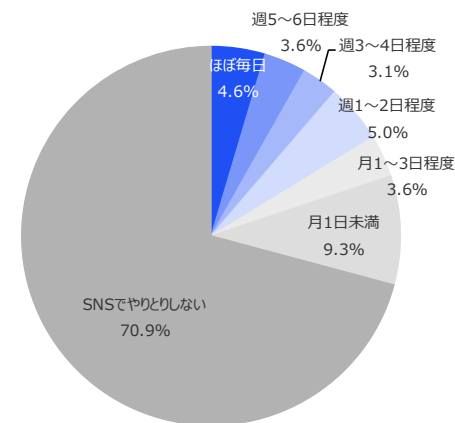
普段利用しているSNS



※降順並び替え
(n=2,500)



(n=2,052)

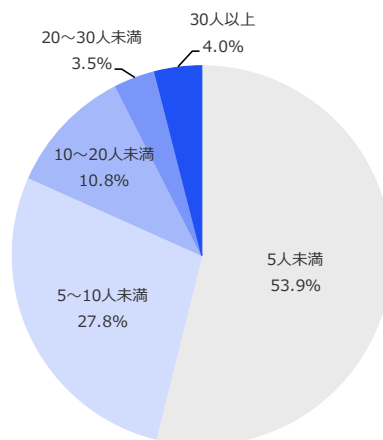


(n=2,052)

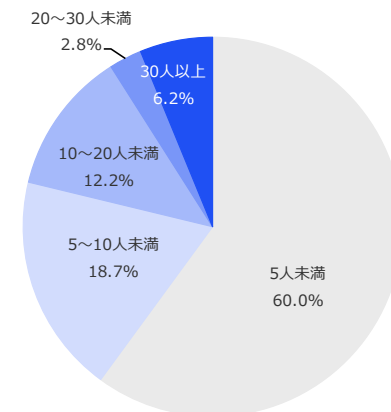
SNSを通じて直接やりとりする人数(家族以外とSNSを通じてやりとりしている人ベース)

「直接会ったことのある友人・知人」

「直接会ったことのない人」



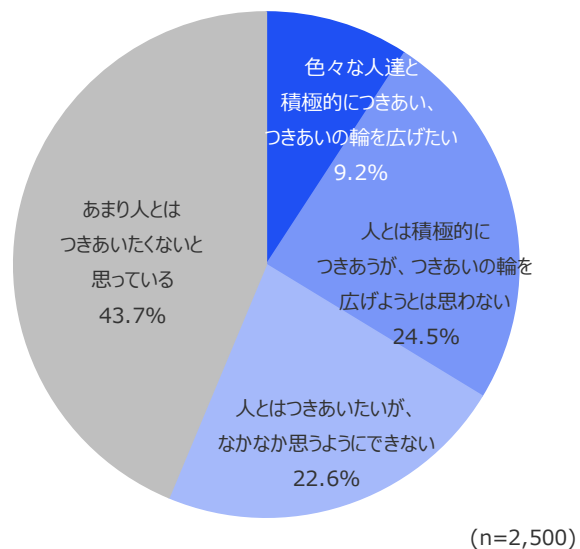
(n=1,449)



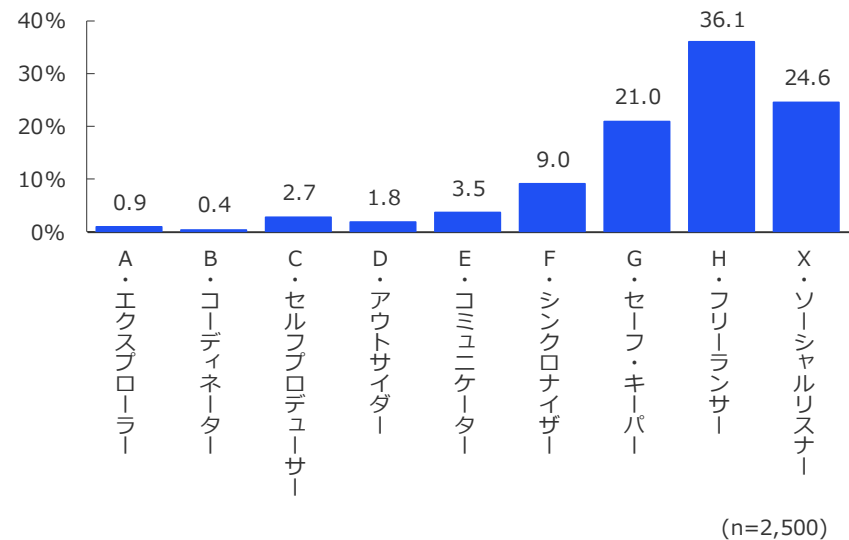
(n=598)

回答者プロフィール(6)「人とのつきあい」意識・「ポテンシャル・ニーズ・クラスター」判別結果

「人とのつきあい」意識



「ポテンシャル・ニーズ・クラスター」判別結果





調査結果詳細 <ひとり時間の実態・意識編>

“ひとりで自由に使える時間”があると感じるか：平日

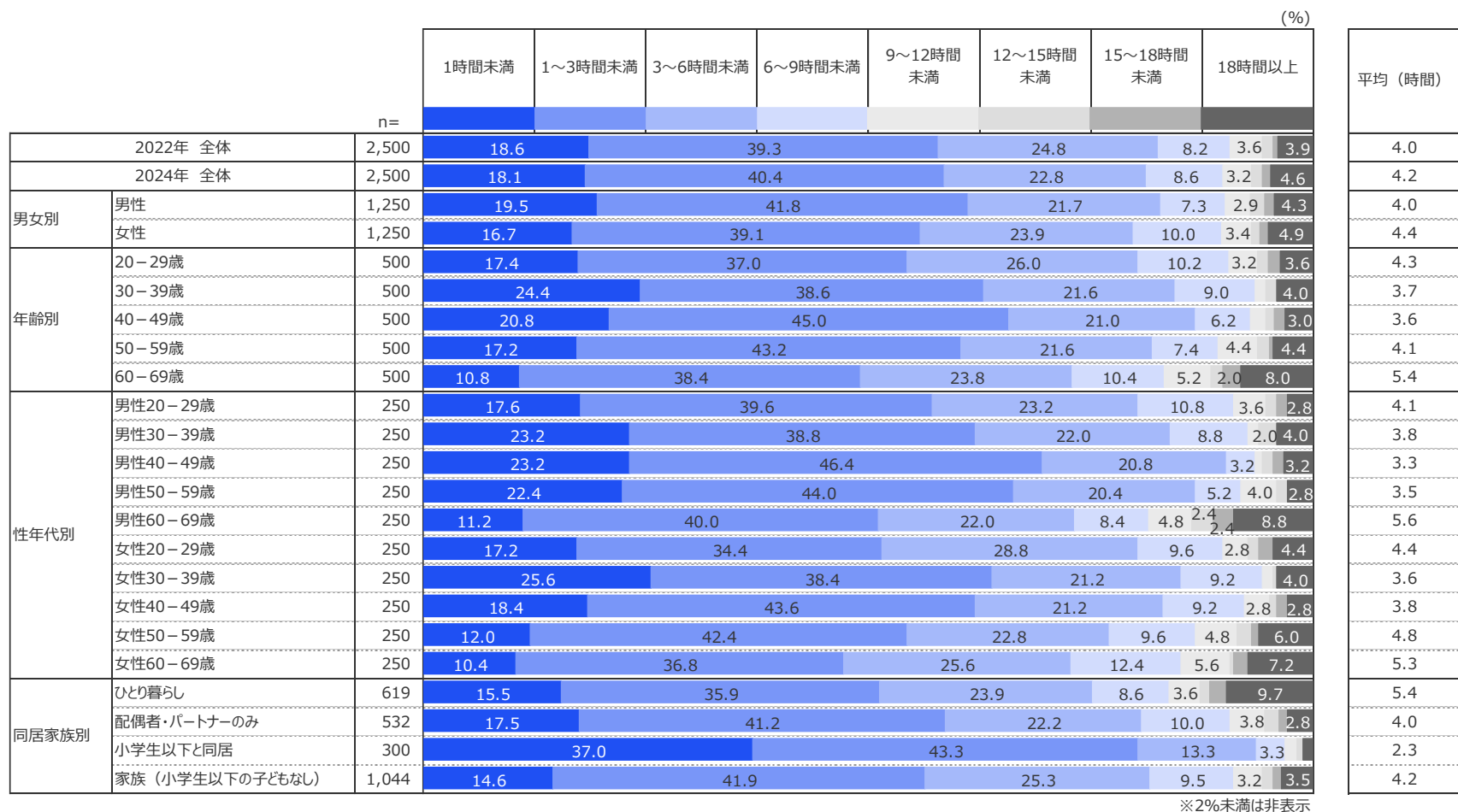
			ある・計		ない・計		(%)	ある・計	ない・計
			ある	どちらかという	どちらかという	ない			
n=30以上で									
2024年 全体 + 10pt以上									
2024年 全体 + 5pt以上									
2024年 全体 - 5pt以下									
2024年 全体 - 10pt以下									
		n=							
2022年 全体		2,500	39.3	31.7	18.9	10.1		71.0	29.0
2024年 全体		2,500	40.7	29.8	18.7	10.8		70.5	29.5
男女別	男性	1,250	37.1	30.6	21.3	11.0		67.7	32.3
	女性	1,250	44.2	29.1	16.1	10.6		73.4	26.6
年齢別	20 - 29歳	500	38.4	27.8	16.8	17.0		66.2	33.8
	30 - 39歳	500	34.2	30.8	21.6	13.4		65.0	35.0
	40 - 49歳	500	37.0	29.6	22.0	11.4		66.6	33.4
	50 - 59歳	500	44.2	27.6	20.4	7.8		71.8	28.2
	60 - 69歳	500	49.6	33.4	12.6	4.4		83.0	17.0
性年代別	男性20 - 29歳	250	40.4	27.2	16.0	16.4		67.6	32.4
	男性30 - 39歳	250	29.6	33.2	24.8	12.4		62.8	37.2
	男性40 - 49歳	250	33.6	29.6	24.4	12.4		63.2	36.8
	男性50 - 59歳	250	36.4	28.0	24.8	10.8		64.4	35.6
	男性60 - 69歳	250	45.6	34.8	16.4	3.2		80.4	19.6
	女性20 - 29歳	250	36.4	28.4	17.6	17.6		64.8	35.2
	女性30 - 39歳	250	38.8	28.4	18.4	14.4		67.2	32.8
	女性40 - 49歳	250	40.4	29.6	19.6	10.4		70.0	30.0
	女性50 - 59歳	250	52.0	27.2	16.0	4.8		79.2	20.8
	女性60 - 69歳	250	53.6	32.0	8.8	5.6		85.6	14.4
同居家族別	ひとり暮らし	619	43.6	25.8	16.0	14.5		69.5	30.5
	配偶者・パートナーのみ	532	43.6	31.0	15.2	10.2		74.6	25.4
	小学生以下と同居	300	28.0	23.3	31.0	17.7		51.3	48.7
	家族（小学生以下の子どもなし）	1,044	41.1	33.5	18.5	6.9		74.6	25.4

Q1_1 ひとりで自由に使える時間は、どの程度あると感じていますか。／平日(SA)

“ひとりで自由に使える時間”があると感じるか：休日

n=30以上で			ある・計		ない・計		(%)	ある・計	ない・計
			ある	どちらかという	どちらかという	ない			
			2024年 全体 + 10pt以上	2024年 全体 + 5pt以上	2024年 全体 - 5pt以下	2024年 全体 - 10pt以下			
n=									
2022年 全体			2,500	46.5	32.4	13.8	7.3	78.9	21.1
2024年 全体			2,500	48.7	30.6	12.3	8.4	79.4	20.6
男女別	男性	1,250	48.2	32.1	12.4	7.4	80.2	19.8	
	女性	1,250	49.3	29.2	12.2	9.4	78.5	21.5	
年齢別	20－29歳	500	46.6	30.0	9.6	13.8	76.6	23.4	
	30－39歳	500	44.0	30.2	14.6	11.2	74.2	25.8	
	40－49歳	500	43.6	32.4	15.0	9.0	76.0	24.0	
	50－59歳	500	52.6	29.8	12.6	5.0	82.4	17.6	
	60－69歳	500	56.8	30.8	9.6	2.8	87.6	12.4	
性年代別	男性20－29歳	250	46.8	31.2	10.0	12.0	78.0	22.0	
	男性30－39歳	250	42.4	32.8	15.6	9.2	75.2	24.8	
	男性40－49歳	250	42.0	34.4	15.2	8.4	76.4	23.6	
	男性50－59歳	250	52.8	30.4	10.8	6.0	83.2	16.8	
	男性60－69歳	250	56.8	31.6	10.4	1.2	88.4	11.6	
	女性20－29歳	250	46.4	28.8	9.2	15.6	75.2	24.8	
	女性30－39歳	250	45.6	27.6	13.6	13.2	73.2	26.8	
	女性40－49歳	250	45.2	30.4	14.8	9.6	75.6	24.4	
	女性50－59歳	250	52.4	29.2	14.4	4.0	81.6	18.4	
	女性60－69歳	250	56.8	30.0	8.8	4.4	86.8	13.2	
同居家族別	ひとり暮らし	619	54.8	25.4	8.2	11.6	80.1	19.9	
	配偶者・パートナーのみ	532	50.9	30.6	11.7	6.8	81.6	18.4	
	小学生以下と同居	300	26.7	29.0	27.3	17.0	55.7	44.3	
	家族（小学生以下の子どもなし）	1,044	50.4	34.3	10.6	4.7	84.7	15.3	

1日の中での“ひとりで自由に使える時間”：平日



* 平均（時間）は、各選択肢に以下のウェイト値を与えて算出
「1時間未満」=0.5時間 「1～3時間未満」=2.0時間
「3～6時間未満」=4.5時間 「6～9時間未満」=7.5時間
「9～12時間未満」=10.5時間 「12～15時間未満」=13.5時間
「15～18時間未満」=16.5時間 「18時間以上」=21.0時間

Q2_1 1日の中で、ひとりで自由に使える時間は、平均しておおよそのくらいありますか。／平日(SA)

1日の中での“ひとりで自由に使える時間”：休日

			(%)								平均（時間）	
			1時間未満	1～3時間未満	3～6時間未満	6～9時間未満	9～12時間未満	12～15時間未満	15～18時間未満	18時間以上		
n=												
2022年 全体			2,500	12.0	25.0	26.5	15.3	8.8	3.1	7.6	6.1	
2024年 全体			2,500	11.8	23.0	28.0	15.5	7.9	3.4	2.2	8.4	6.4
男女別	男性	1,250	9.5	22.0	28.6	15.8	8.5	4.5	2.6	8.6	6.7	
	女性	1,250	14.0	23.9	27.4	15.2	7.3	2.2	8.2	6.0		
年齢別	20～29歳	500	12.6	17.8	30.0	16.8	8.8	4.2	2.4	7.4	6.5	
	30～39歳	500	17.2	22.8	22.2	16.0	5.8	4.4	2.4	9.2	6.3	
	40～49歳	500	12.6	27.4	28.0	11.8	7.0	4.2	7.4	5.9		
	50～59歳	500	10.6	21.6	31.6	15.4	9.0	2.0	8.0	6.3		
	60～69歳	500	5.8	25.2	28.0	17.4	8.8	2.2	2.6	10.0	6.9	
性年代別	男性20～29歳	250	11.6	20.4	27.6	18.4	10.0	4.0	2.0	6.0	6.3	
	男性30～39歳	250	12.8	23.6	25.2	13.6	5.2	6.8	2.8	10.0	6.7	
	男性40～49歳	250	10.4	28.0	28.0	12.0	6.0	5.6	8.4	6.2		
	男性50～59歳	250	9.6	18.0	32.8	17.2	9.2	2.4	3.2	7.6	6.6	
	男性60～69歳	250	3.2	20.0	29.2	17.6	12.0	3.6	3.2	11.2	7.7	
	女性20～29歳	250	13.6	15.2	32.4	15.2	7.6	4.4	2.8	8.8	6.7	
	女性30～39歳	250	21.6	22.0	19.2	18.4	6.4	2.0	2.0	8.4	5.8	
	女性40～49歳	250	14.8	26.8	28.0	11.6	8.0	2.8	6.4	5.6		
	女性50～59歳	250	11.6	25.2	30.4	13.6	8.8	8.4	5.9	6.0		
	女性60～69歳	250	8.4	30.4	26.8	17.2	5.6	2.0	8.8	6.0		
同居家族別	ひとり暮らし	619	11.0	14.5	23.3	16.6	8.6	4.4	3.7	17.9	8.5	
	配偶者・パートナーのみ	532	11.1	29.3	32.1	12.4	7.1	4.1	5.2	5.2		
	小学生以下と同居	300	28.0	40.0	21.0	5.0	3.0	3.1	3.1	3.1		
	家族（小学生以下の子どもなし）	1,044	7.9	19.6	30.7	19.3	9.3	4.2	2.0	6.9	6.6	

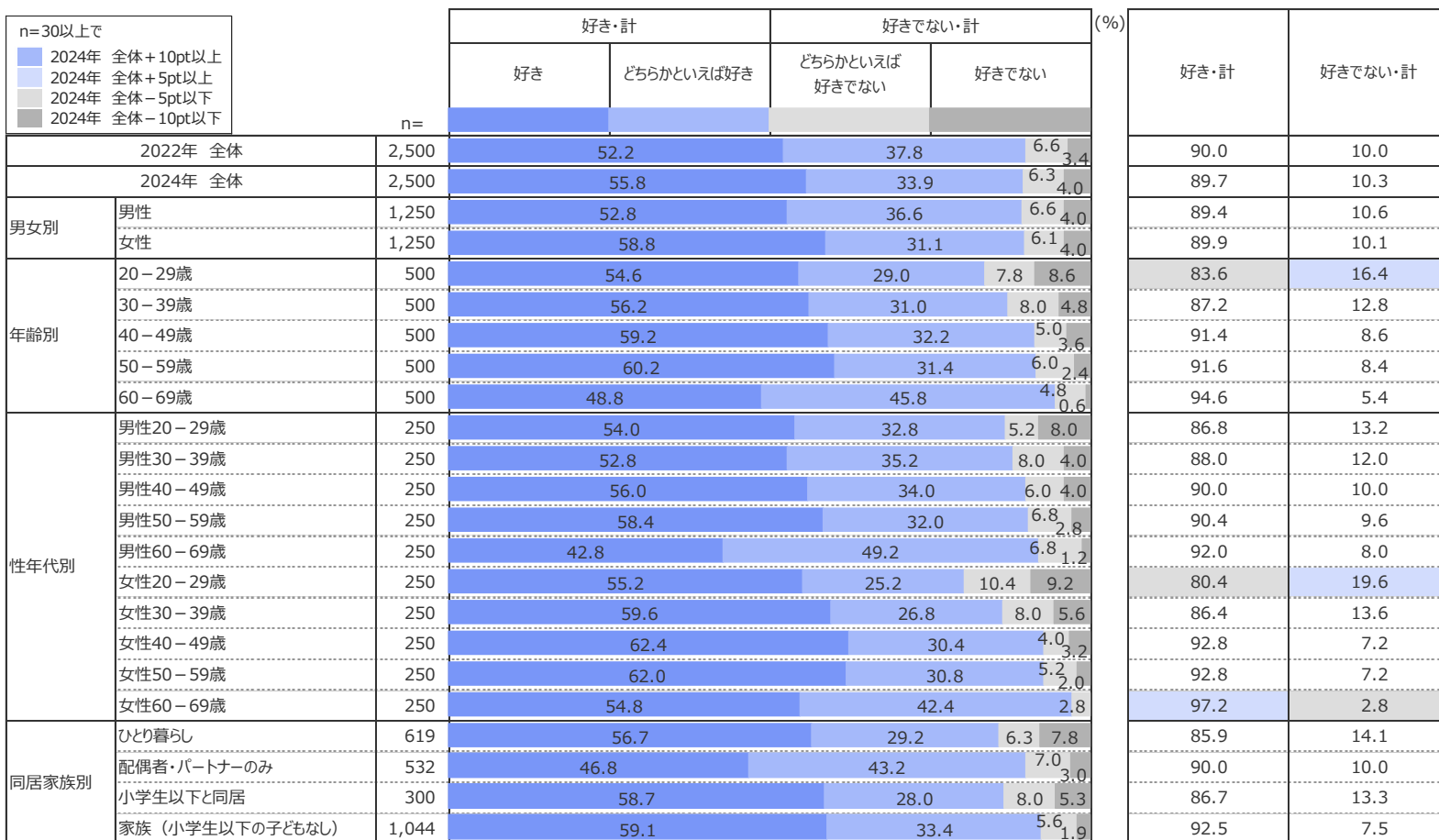
※2%未満は非表示

※2%未満は非表示

* 平均（時間）は、各選択肢に以下のウェイト値を与えて算出
「1時間未満」=0.5時間 「1～3時間未満」=2.0時間
「3～6時間未満」=4.5時間 「6～9時間未満」=7.5時間
「9～12時間未満」=10.5時間 「12～15時間未満」=13.5時間
「15～18時間未満」=16.5時間 「18時間以上」=21.0時間

Q2_2 1日の中で、ひとりで自由に使える時間は、平均しておよそどのくらいありますか。／休日(SA)

ひとりで過ごすことは好きか



Q8ひとりで過ごすことは好きですか。(SA)

ひとりでどのように過ごすことが好きか（自由回答まとめ）

※ひとりで過ごすことが好き+どちらかといえば好き（n=2,242）

家でのおんびり／ゆっくり過ごす

- 何もしないようにする
- テレビや映画などの動画を見る
- 動画配信サービスを視聴する
- ユーチューブを見る
- SNSをする
- ゲームをする
- 音楽を聴く
- ネットサーフィンをする
- 読書・マンガを読む
- トレーニング／筋トレをする
- 寝る／ゴロゴロする
- ゆっくりお風呂に浸かる
- 好きなお菓子を食べる
- ひとり飲み
- 家庭菜園の野菜の世話をする
- 犬や猫と一緒に過ごす
- 楽器を奏でる／練習をする
- 自分の趣味の時間にあてる

* 家でのおんびり過ごす派は多数

自宅から離れたところへ行く

- ツーリングに出かける
- ドライブに行く
- 一人旅をする／プチ旅行
- 海外へ行く
- 温泉、サウナ、スーパー銭湯など温浴施設へ
- 野球観戦に行く
- 美術館でアート鑑賞／博物館へ行く
- 歌舞伎鑑賞
- ディズニーへ行く

自然の中で過ごす

- 山や海に行く
- ソロキャンプに行く
- 自然の中で写真を撮る
- 双眼鏡で野鳥観察
- オフシーズンで景観のよいところへ行く

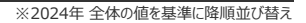
街中や商業施設で過ごす

- ひとりカラオケ
- 散策する／公園に行く
- 映画館へ行く
- 自分のペースでショッピングをする
- 街ブラをする
- 本屋や図書館へ行く
- ジムでトレーニングをする

カフェやレストランでのおんびり過ごす

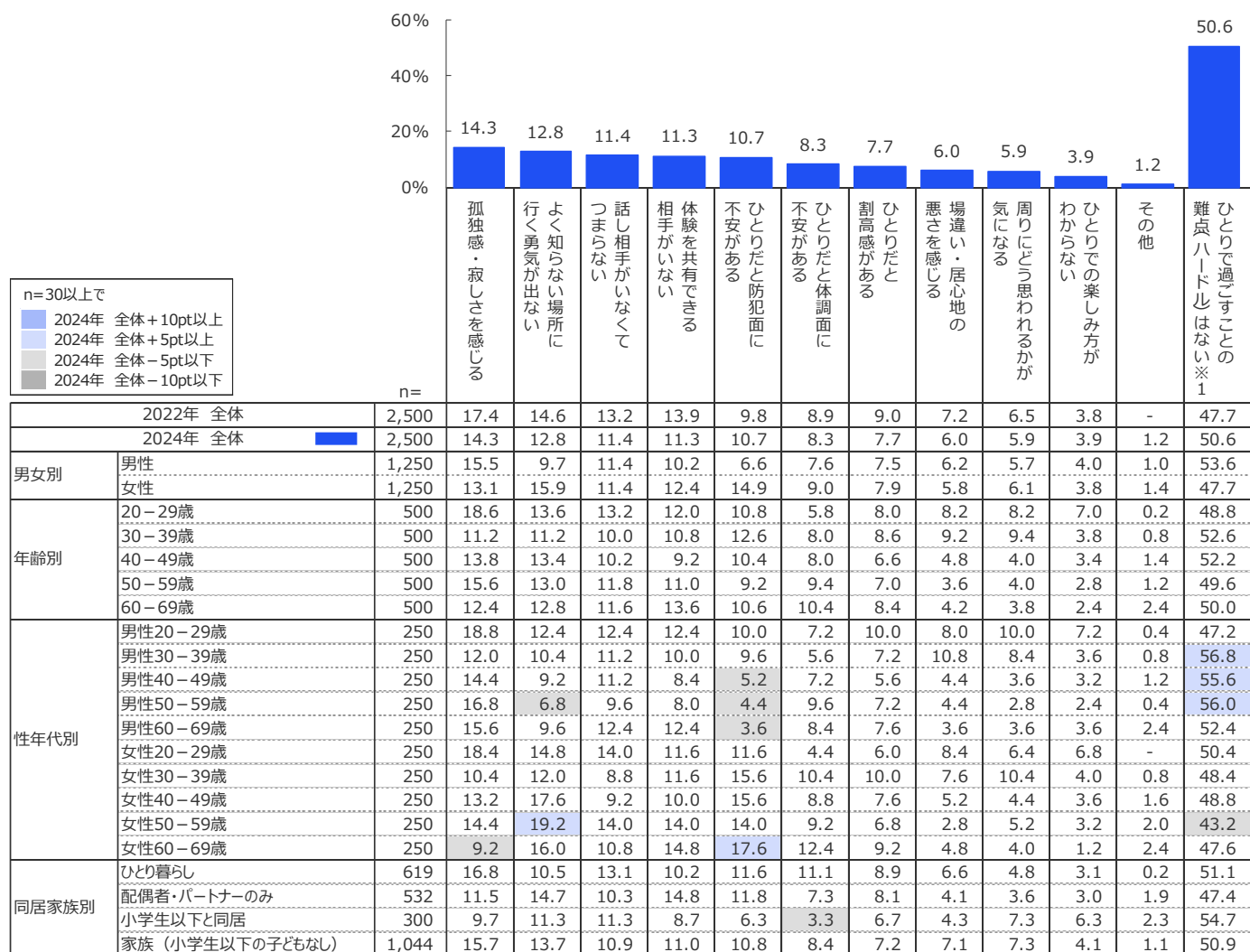
- おいしいお茶やコーヒーを飲む
- おいしいスイーツを食べる
- 読書をする
- ひとりランチをする
- ゆっくりと食事を楽しむ

Cross Marketing



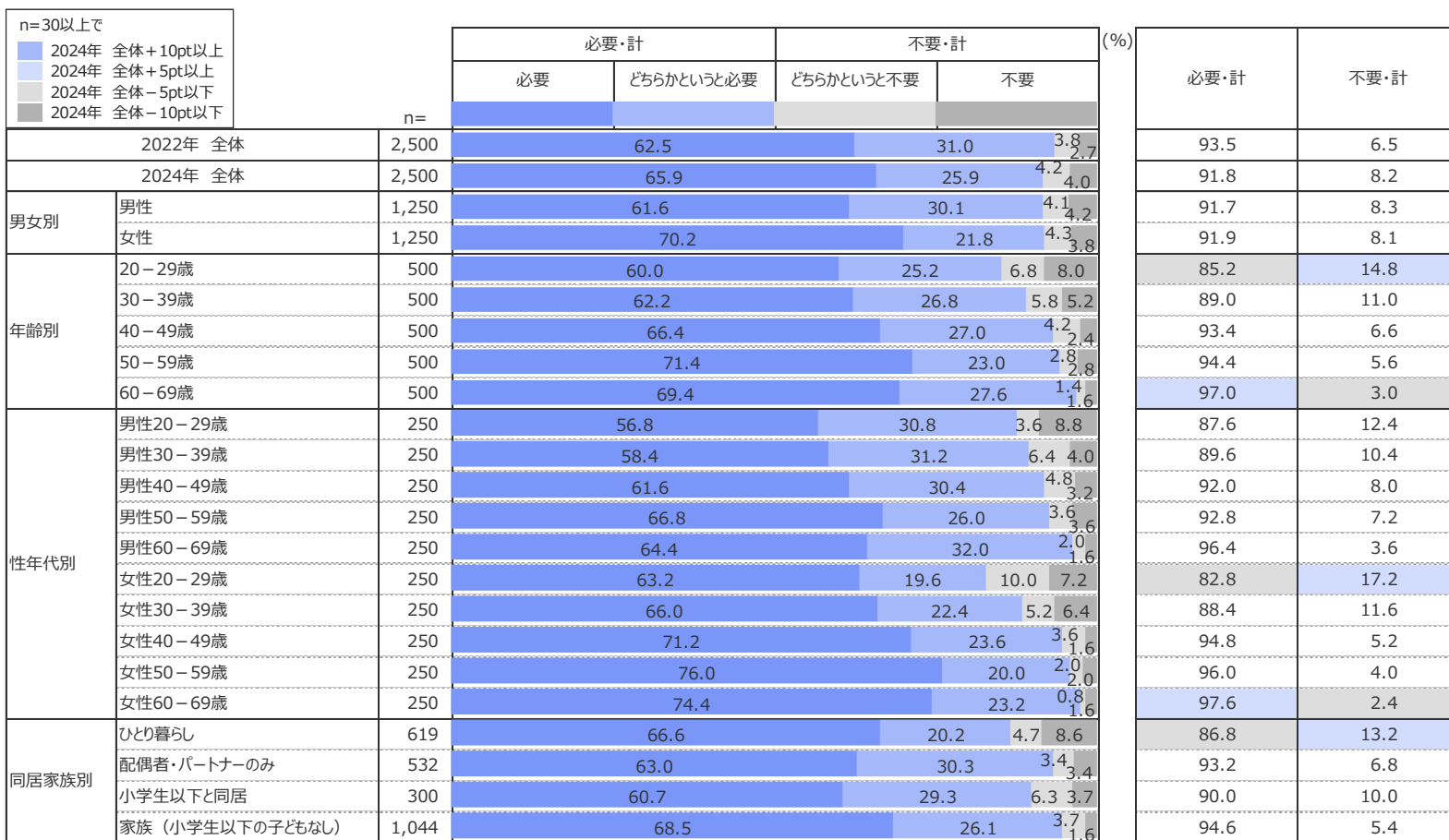
21

ひとりで過ごすことの難点（ハードル）



Q12 ひとりで過ごすことの難点（ハードル）は何だと思いますか。（MA）

“ひとりで自由に使える時間”の必要度



Q5 ひとりで自由に使える時間は、必要(不要)だと感じますか。(SA)

ひとりで過ごす時間を作るように意識しているか

			意識している・計			(%)	意識している・計
			作るように意識している	どちらかといえば作るように意識している	特に意識していない		
n=30以上で							
2024年 全体+10pt以上							
2024年 全体+5pt以上							
2024年 全体-5pt以下							
2024年 全体-10pt以下							
n=							
2022年 全体		2,500	33.4	31.6	35.0		65.0
2024年 全体		2,500	26.0	33.3	40.7		59.3
男女別	男性	1,250	24.2	36.4	39.4		60.6
	女性	1,250	27.8	30.2	41.9		58.1
年齢別	20-29歳	500	29.2	33.2	37.6		62.4
	30-39歳	500	27.8	29.8	42.4		57.6
	40-49歳	500	25.4	33.2	41.4		58.6
	50-59歳	500	26.0	34.8	39.2		60.8
	60-69歳	500	21.6	35.6	42.8		57.2
性年代別	男性20-29歳	250	28.0	38.4	33.6		66.4
	男性30-39歳	250	26.0	33.2	40.8		59.2
	男性40-49歳	250	21.2	37.6	41.2		58.8
	男性50-59歳	250	24.8	36.4	38.8		61.2
	男性60-69歳	250	20.8	36.4	42.8		57.2
	女性20-29歳	250	30.4	28.0	41.6		58.4
	女性30-39歳	250	29.6	26.4	44.0		56.0
	女性40-49歳	250	29.6	28.8	41.6		58.4
	女性50-59歳	250	27.2	33.2	39.6		60.4
	女性60-69歳	250	22.4	34.8	42.8		57.2
同居家族別	ひとり暮らし	619	26.8	28.3	44.9		55.1
	配偶者・パートナーのみ	532	21.2	35.0	43.8		56.2
	小学生以下と同居	300	28.3	38.0	33.7		66.3
	家族（小学生以下の子どもなし）	1,044	27.3	34.2	38.5		61.5

Q9 ひとりで過ごす時間を作るように意識していますか。(SA)

“ひとりで自由に使える時間”を増やしたいか：平日

			増やしたい・計		減らしたい・計			
			増やしたい	どちらかという 増やしたい	どちらかという 減らしたい	減らしたい	増やしたい・計	減らしたい・計
n=30以上で								
2024年 全体+10pt以上								
2024年 全体+5pt以上								
2024年 全体-5pt以下								
2024年 全体-10pt以下								
		n=						
2022年 全体		2,500	22.0	65.1	11.0	1.9	87.2	12.8
2024年 全体		2,500	25.1	61.9	10.6	2.4	87.0	13.0
男女別	男性	1,250	23.1	62.1	12.5	2.3	85.2	14.8
	女性	1,250	27.0	61.8	8.7	2.5	88.8	11.2
年齢別	20-29歳	500	24.8	55.8	14.2	5.2	80.6	19.4
	30-39歳	500	30.2	56.8	11.0	2.0	87.0	13.0
	40-49歳	500	29.4	60.6	8.8	1.2	90.0	10.0
	50-59歳	500	24.2	64.8	9.0	2.0	89.0	11.0
	60-69歳	500	16.8	71.6	10.0	1.6	88.4	11.6
性年代別	男性20-29歳	250	24.0	54.4	16.0	5.6	78.4	21.6
	男性30-39歳	250	25.2	59.6	14.4	0.8	84.8	15.2
	男性40-49歳	250	28.8	59.2	11.2	0.8	88.0	12.0
	男性50-59歳	250	23.2	65.6	8.4	2.8	88.8	11.2
	男性60-69歳	250	14.4	71.6	12.4	1.6	86.0	14.0
	女性20-29歳	250	25.6	57.2	12.4	4.8	82.8	17.2
	女性30-39歳	250	35.2	54.0	7.6	3.2	89.2	10.8
	女性40-49歳	250	30.0	62.0	6.4	1.6	92.0	8.0
	女性50-59歳	250	25.2	64.0	9.6	1.2	89.2	10.8
	女性60-69歳	250	19.2	71.6	7.6	1.6	90.8	9.2
同居家族別	ひとり暮らし	619	28.4	54.6	12.3	4.7	83.0	17.0
	配偶者・パートナーのみ	532	19.9	65.6	12.2	2.3	85.5	14.5
	小学生以下と同居	300	31.3	57.0	10.3	1.3	88.3	11.7
	家族（小学生以下の子どもなし）	1,044	23.9	65.9	8.7	1.4	89.8	10.2

Q4_1 今後、ひとりで自由に使える時間を増やしたい(減らしたい)と思いますか。／平日(SA)

“ひとりで自由に使える時間”を増やしたいか：休日

			増やしたい・計		減らしたい・計			
			増やしたい	どちらかという 増やしたい	どちらかという 減らしたい	減らしたい	増やしたい・計	減らしたい・計
n=30以上で								
2024年 全体+10pt以上								
2024年 全体+5pt以上								
2024年 全体-5pt以下								
2024年 全体-10pt以下								
		n=						
2022年 全体		2,500	22.6	64.6	11.0	1.8	87.2	12.8
2024年 全体		2,500	25.2	62.0	10.3	2.5	87.2	12.8
男女別	男性	1,250	23.5	62.1	12.0	2.4	85.6	14.4
	女性	1,250	27.0	61.8	8.6	2.6	88.8	11.2
年齢別	20-29歳	500	25.4	56.6	12.6	5.4	82.0	18.0
	30-39歳	500	29.4	57.4	10.8	2.4	86.8	13.2
	40-49歳	500	29.4	60.8	8.8	1.0	90.2	9.8
	50-59歳	500	24.0	65.2	8.8	2.0	89.2	10.8
	60-69歳	500	18.0	69.8	10.6	1.6	87.8	12.2
性年代別	男性20-29歳	250	24.4	56.4	13.2	6.0	80.8	19.2
	男性30-39歳	250	24.0	60.4	14.4	1.2	84.4	15.6
	男性40-49歳	250	28.8	60.0	10.8	0.4	88.8	11.2
	男性50-59歳	250	23.2	65.2	8.8	2.8	88.4	11.6
	男性60-69歳	250	17.2	68.4	12.8	1.6	85.6	14.4
	女性20-29歳	250	26.4	56.8	12.0	4.8	83.2	16.8
	女性30-39歳	250	34.8	54.4	7.2	3.6	89.2	10.8
	女性40-49歳	250	30.0	61.6	6.8	1.6	91.6	8.4
	女性50-59歳	250	24.8	65.2	8.8	1.2	90.0	10.0
	女性60-69歳	250	18.8	71.2	8.4	1.6	90.0	10.0
同居家族別	ひとり暮らし	619	28.1	55.9	11.0	5.0	84.0	16.0
	配偶者・パートナーのみ	532	19.9	65.8	11.8	2.4	85.7	14.3
	小学生以下と同居	300	30.0	59.0	9.7	1.3	89.0	11.0
	家族（小学生以下の子どもなし）	1,044	24.9	64.6	9.2	1.3	89.5	10.5

Q4_2 今後、ひとりで自由に使える時間を増やしたい(減らしたい)と思いますか。／休日(SA)

“ひとりで自由に使える時間”を増やしたい理由（自由回答抜粋）

※平日または休日に、ひとりで自由に使える時間を増やしたい+どちらかといえば増やしたい（n=2,222）

やりたいことがあるから

- スキルアップに充てる時を増やしたいからです。
[女性20代・ひとり暮らし]
- 副業をして、お金を貯めたい。また、**自分磨き**に時間を投資したい。
[男性20代・ひとり暮らし]
- **映画鑑賞**が趣味だが子供が生まれてからは観る時間が無くなってしまった。[男性30代・小学生以下と同居]

家事や仕事が溜まっているから

- 休日に**家事などが溜まる**ので、30分くらいでもゆとりのある時間の中で簡単な家事などを済ませたい。[女性30代・家族と同居]
- 溜まっている仕事や読書、動画視聴等、自分が好きな事ややりたい事をする時間がほしいから。
[女性40代・家族と同居]

息抜き・ストレス解消

- 高齢の両親と暮らしているので平日、休日関係なく家事や世話に追われている。**一人でゆっくり休める時間**が欲しい。
[女性40代・家族と同居]
- 仕事をやめてからほとんどの時間を主人と過ごしています。気も使いますし一日中テレビがついていて雑音も多いので静かな1人時間を過ごすために朝早くに起きています。
[女性60代・家族と同居]
- 家にいると家事育児から完全に解放されません。エンドレスで地味な家事、ふと床に目をやると埃に目がいき拭き掃除、掃除機かけ、ふと時計をみるとご飯の支度に追われ、冷蔵庫を開けると生鮮食品の下ごしらえが頭をよぎり、いつまでたっても心から解放された気持ちになれないので、家を出て家事育児を視界から完全に遮り、**家とは違う空間で1人でゆっくりしたい**からです。
[女性30代・小学生以下と同居]

自身の体調や環境の変化

- 自分の勝手かもしれないけれど、若い頃は全部が自分の時間で、外での仕事も簡単にできた。今は母親が年も取り、家のことをコロナが流行る前くらいからしているため、こういった在宅ワークが主流となり、稼ぎも減り**すべてが自分の時間では無くなった**ので。[女性50代・家族と同居]
- 年齢を重ね、外出や人との付き合いが減ったが、心身ともに、**のんびり気を使わず生活したい**と思うようになってきた。一人で出来る釣りやショッピングをしている時間が大事。ただそれなりに人と交流しないと、それはそれで寂しく思える。
[男性50代・ひとり暮らし]
- 子供も大きくなってきたので小学生になるまでの少し余裕のある内に1人時間で自由にしたい
[女性30代・小学生以下と同居]
- **子育て終わり**、孫の子守が普段続くので、そろそろ自分の好きな事出来る時間が欲しい。
[女性50代・家族と同居]

NQ4 平日または休日に、ひとりで自由に使える時間を「増やしたい(どちらかというと増やしたい)」とお答えになった理由は何ですか。どのようなことでも構いませんので、できるだけ詳しく教えてください。(FA)

ポテンシャル・ニーズ・クラスター（PNCL）について

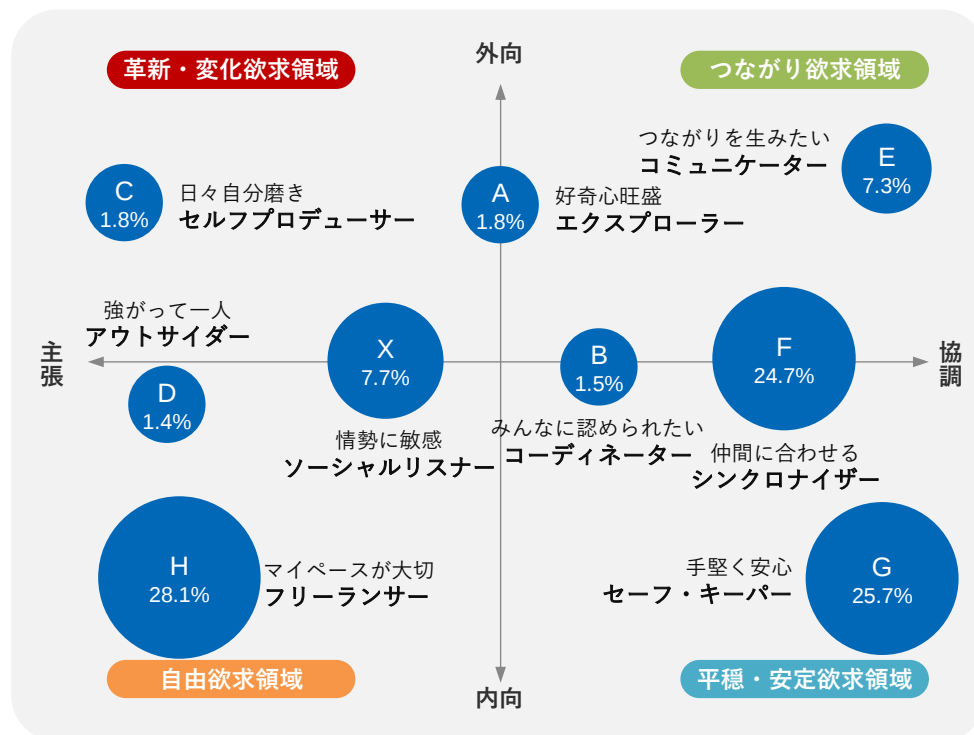
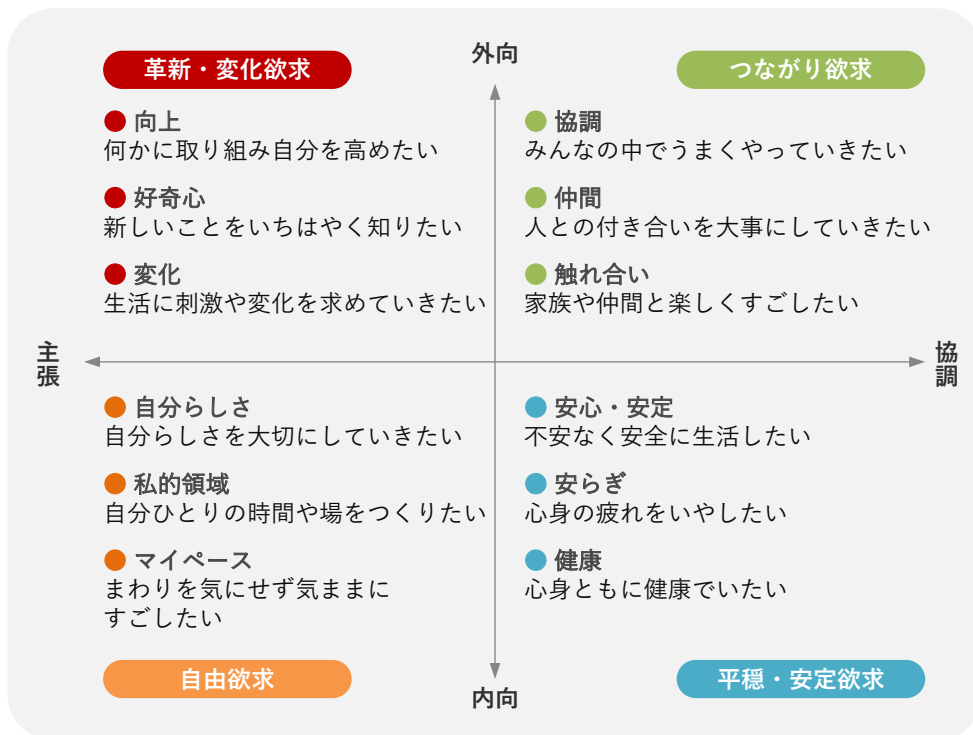
当調査では、クロス・マーケティングのオリジナルメソッドである「ポテンシャル・ニーズ・クラスター」でのクロス集計を行なっています。

ポテンシャル・ニーズ・クラスター (PNCL)

クロス・マーケティングでは、インサイトを理解する上で、とても重要となる生活者の **Beニーズ** を大きく4つの欲求、12の欲求因子に規定。
(※) これをポテンシャルニーズと定義。

これらの **12の欲求因子** が **それぞれの人の心の中で異なる重さ・形で配置され、その差が人々の欲求の個体差として行動の差をもたらす** と考え、その配分パターンを9つの「ポテンシャル・ニーズ・クラスター (PNCL)」に分類。

(※) マレーが作成した36の欲求リストを基に整理を行い因子の決定まで実施。



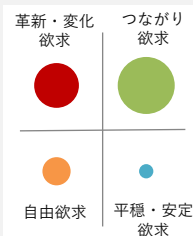
ポテンシャル・ニーズ・クラスター (PNCL)

9つのCLの特徴は以下の通り。

PNCL : A

好奇心旺盛 エクスプローラー

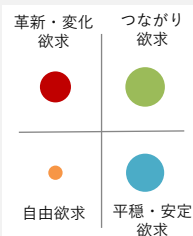
世界や視野を広げることが豊かな生活につながるという思いを持つ。特に仲間を巻き込むことで、多くの体験を得られると考えている。



PNCL : B

みんなに認められたい コーディネーター

所属しているコミュニティの中で一定以上の承認を得ることで、自分の存在や生活が意味づくと感じている。



PNCL : C

日々自分磨き セルフプロデューサー

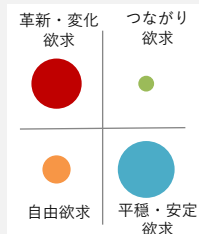
自分の存在を高めるという意識が第一。自己研鑽や自己顕示には貪欲で、自分個人を基準に行動。



PNCL : D

強がって一人 アウトサイダー

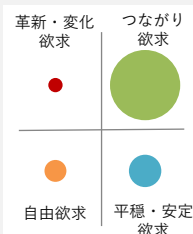
周囲の人と一定距離を保ち、自己判断で行動ができるようにしたい。人と群れないこだわりオタク派。



PNCL : E

つながりを生みたい コミュニケーター

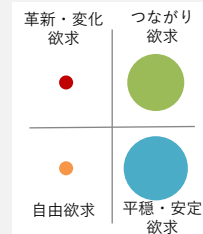
協調や共有、人とのつながりを何よりも重視。自ら人とつながる時間・機会の創出に積極的。



PNCL : F

仲間に合わせる シンクロナイザー

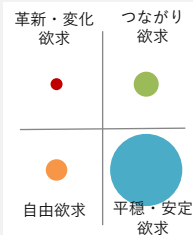
周囲と足並み揃えおだやかに暮らしたい。変化や刺激が大の苦手なリスクや不安にも敏感なため、めったに背伸びしない。



PNCL : G

手堅く安心 セーフ・キーパー

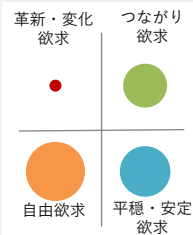
自分が必要十分と感じられる現状の生活を維持することに集中。その中で、安心感やいやしを常に求めている。



PNCL : H

マイペースが大切 フリーランサー

周囲や社会と無理に合わせるのではなく、自分のペースで生活を送ることで心身の健康を実現。「自分らしさ」を重視。



PNCL : X

情熱に敏感 ソーシャルリスナー

客観性を重視し、社会の情勢を鑑みて正解だと感じられる行動を起こせるようにしたいと考えている。



ポテンシャル・ニーズ・クラスター（PNCL）

A・B・E・F・Gのラインが基本的には「イノベーター理論」にあてはまるラインです。

しかし、「イノベーター理論」では伝搬の道が1本しかありませんが、

その道筋に入らない独自の集団(C・D・H・X)を抽出したのがPNCLのオリジナルな視点です。

<参考：イノベーター理論>

イノベーター (2.5%)

アーリー
アダプター (13.5%)

アーリー
マジョリティ (34%)

レイト
マジョリティ (34%)

ラガード (16%)

商品・情報伝搬の流れ

新しい価値観や概念、新しい商品やサービス

トレンドセッター

革新的コンセプト
のターゲット

A

B

コミュニケーター

コミュニケーションの
ターゲット

E

F

フォロワー

成熟市場、
リピート時に
おけるターゲット

G

C

D

ムードメーカー

革新的コンセプト
のターゲット

H

X

ソーシャルリスナー

マーケットの全般的な動きに
連動して反応
市場全体の動きを観測する
時のターゲット

フリーランサー

特定分野、マニア的
商品・サービスの
ターゲット

クロス・マーケティングについて

クロス・マーケティングは マーケティングにおけるあらゆる局面での課題解決をサポートします。

上市			
事業機会の発見	コンセプト開発	商品・マーケティング設計	市場変化の診断
ニーズ・アイデア探索	コンセプトの開発・改良	製品使用テスト	浸透度・成長度測定
市場分析・ターゲット分析	コンセプト受容性確認	パッケージ・ネーミング選定	広告・プロモーション効果測定
市場の変化の把握		広告案の開発・改良	ブランド力測定
		広告媒体選定	顧客満足度測定
		総合コンセプト／パフォーマンス確認(シェア予測)	

クロス・マーケティングの特長

特長 1 【人】	セールス、リサーチャー、ディレクター。お客様と接する全ての担当者が課題解決に向けてお手伝いする、充実したサポート体制を組んでいます。	特長 2 【クオリティ】	「回答負荷軽減を意識した画面づくり」「的確なターゲット選定のための配信設定」「精度の高いデータクレンジング」を実施し、高いクオリティを維持しています。
特長 3 【スピード】	高機能なアンケートシステムのため、画面作成・配信・データ納品までスピーディに対応。お急ぎのアンケートなど最短24時間で納品します。	特長 4 【モニター (Panel)】	180万人超の国内最大規模のアンケートモニターを保有。モニターは、基本属性だけでなく、シニア/携帯電話利用/自動車保有/化粧品利用といった約20のカテゴリーに分類されています。対象者を限定した調査もスムーズに実施します。

会社概要

社名： 株式会社クロス・マーケティング
(英文社名：Cross Marketing Inc.)

設立： 2003年4月1日

所在地： 【本社】

〒163-1424

東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F

(代表)TEL：03-6859-2251 / FAX：03-6859-2273

【西日本営業所】

〒530-0001

大阪府大阪市北区梅田3-4-5 毎日新聞ビル4階

(代表)TEL：06-6451-1260 / FAX：06-6451-1261

代表： 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ーション

親会社： 株式会社クロス・マーケティンググループ
(東京証券取引所プライム市場 証券コード3675)



**本件に関する
お問い合わせ先**

株式会社クロス・マーケティング
東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
TEL : 03-6859-1192 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・・・」