

2026年5月1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
(問合せ先:03-6887-1274)

世代間ギャップに関する調査 暮らし・マネー編

～有意義だと感じるお金の使い方

Z世代・若手では“将来のため”、上司・先輩では“人のため”の優先度が高い結果に～

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:高橋 照正、<https://www.smbc-cf.com>、サービスブランド「プロミス」、以下「当社」)は、新年度が本格的に始動するこの5月を迎え、『世代間ギャップに関する調査2025』の暮らし・マネー関連の質問を再集計しました。世代間の意識の違いを理解するため、Z世代・若手と上司・先輩のそれぞれの結果に改めて着目して再編集した『世代間ギャップに関する調査 暮らし・マネー編』を公開いたします。(調査協力会社:ネットエイジア株式会社)

調査概要

- ・ 調査対象:Z世代・若手(18歳～29歳の有職男女)500名、上司・先輩(30歳～69歳の有職男女)500名
- ・ 調査期間:2025年7月30日～8月1日

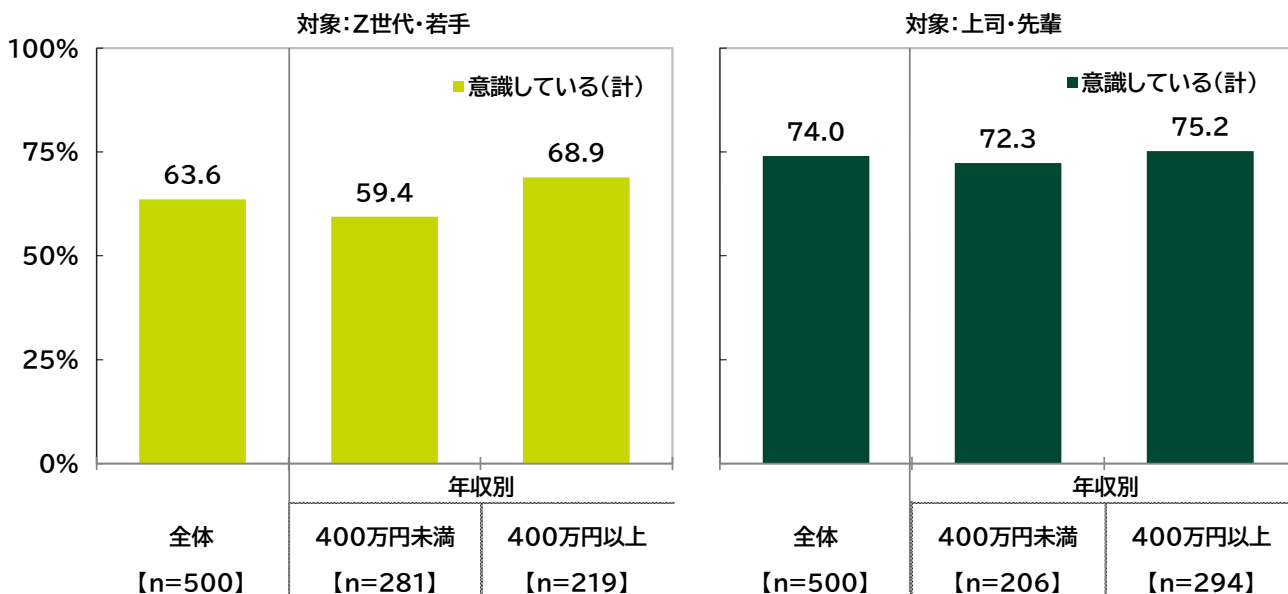
- ▶ 普段の暮らしでのコスパ意識率
Z世代・若手では年収によってコスパ意識にギャップ
- ▶ 「コスパ」を意識している人の商品・サービス購入時の情報源
Z世代・若手は SNS の参考率が高い結果に
- ▶ 有意義だと感じるお金の使い方
Z世代・若手の年収が600万円未満の人では“貯金”、600万円以上の人では“資産運用”
上司・先輩ではどの年収帯でも“貯金”がTOP3に
- ▶ 有意義だと感じるお金の使い方
Z世代・若手では“将来のため”、上司・先輩では“人のため”の優先度が高い結果に
- ▶ Z世代・若手が有意義だと感じるお金の使い方
男性では「将来のために貯める」が1位
女性では「頑張った自分へのごほうびに使う」が1位
- ▶ 幸福度を高めるために、お金を借りてでも充実させたいこと
上司・先輩では「旅行」が男女ともに1位

アンケート調査結果

普段のくらしでのコスパ意識率 Z世代・若手では年収によってコスパ意識にギャップ

コスパを意識している割合について、世代・年収別にみると、Z世代・若手では、年収が400万円未満の人で意識率が59.4%となったのに対し、400万円以上の人では意識率は68.9%と、9.5ポイントの差がみられました。一方、上司・先輩では、年収にかかわらず、Z世代・若手と比較して全体的に意識率が高くなりました。

普段のくらしの中で、「コスパ」を意識している（「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）人の割合（単一回答）

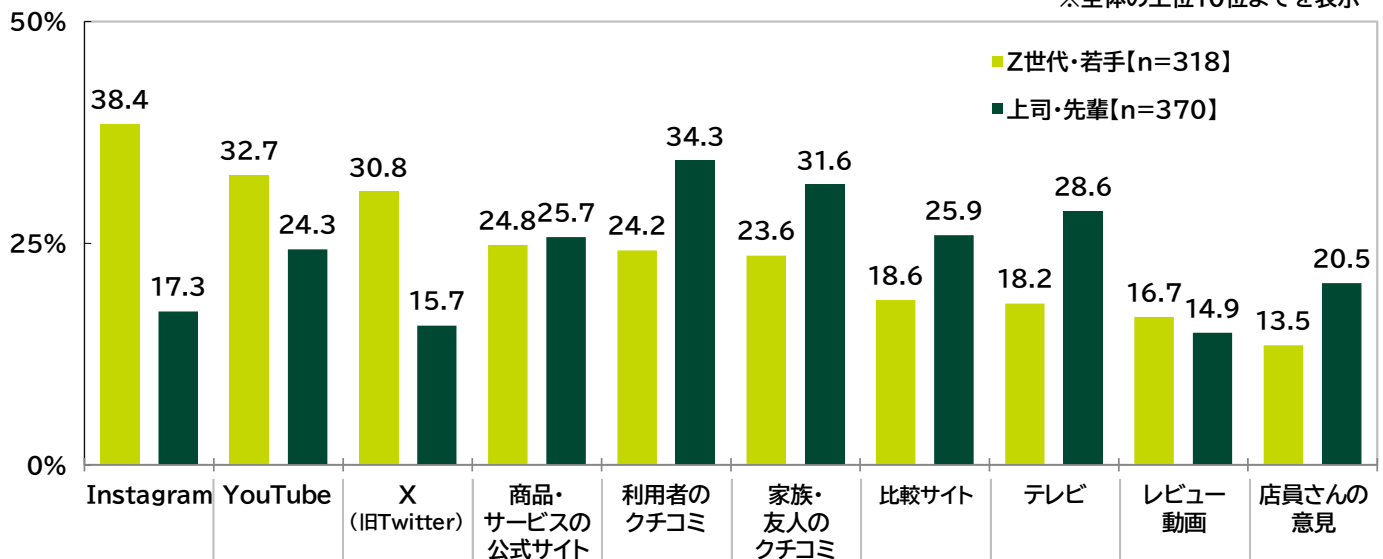


「コスパ」を意識している人の商品・サービス購入時の情報源 Z世代・若手は SNS の参考率が高い結果に

コスパを意識している人が、商品・サービスを購入する際に、参考になっているものについて、世代別にみると、「利用者のクチコミ」と「テレビ」は Z 世代・若手と比較して上司・先輩が 10 ポイント以上高くなりました。一方、Z 世代・若手では「Instagram」が 21.1 ポイント、「X」が 15.1 ポイント、上司・先輩を上回りました。コスパを意識している Z 世代・若手では、Instagram や X といった SNS を情報源としている人が多いようです。

Q.商品・サービスを購入する際に、参考になっているものは？
対象：普段の暮らしの中で、「コスパ」を意識している人

※全体の上位10位までを表示



有意義だと感じるお金の使い方

Z世代・若手の年収が600万円未満の人では“貯金”、600万円以上の人では“資産運用”
上司・先輩ではどの年収帯でも“貯金”がTOP3に

有意義だと感じるお金の使い方について、世代・年収別にみると、Z世代・若手、上司・先輩ともに、「頑張った自分へのごほうびに使う」はどの年収帯においてもTOP3に挙がりました。

また、上司・先輩では、「将来のために貯める」もどの年収帯でもTOP3に挙がりました。

一方、Z世代・若手では、年収が300万円未満の人、300万円～600万円未満の人では「将来のために貯める」がTOP3に挙がったのに対し、600万円以上の人では「将来のために資産運用する」が2位に挙がりました。

Z世代・若手の比較的年収が高い層では、資産を増やすことへの意識が高い人が多いのかもしれませんが。

【年収別】Q.有意義だと感じるお金の使い方は？（複数回答）

※上位3位までを表示

対象：Z世代・若手

300万円未満【n=160】

順位		%
1位	頑張った自分へのごほうびに使う	32.5
2位	推しを応援するために使う	30.6
3位	将来のために貯める	26.3

300万円～600万円未満【n=286】

順位		%
1位	将来のために貯める	33.9
2位	頑張った自分へのごほうびに使う	32.9
3位	思い出に残る体験に使う	28.3

600万円以上【n=54】

順位		%
1位	頑張った自分へのごほうびに使う	31.5
2位	将来のために資産運用する	29.6
3位	美容のために使う	25.9
3位	家族やパートナーのために使う	25.9
3位	友達とのつながりのために使う	25.9

対象：上司・先輩

300万円未満【n=109】

順位		%
1位	頑張った自分へのごほうびに使う	39.4
1位	家族やパートナーのために使う	39.4
3位	将来のために貯める	34.9

300万円～600万円未満【n=245】

順位		%
1位	家族やパートナーのために使う	40.4
2位	頑張った自分へのごほうびに使う	38.0
3位	将来のために貯める	33.1

600万円以上【n=146】

順位		%
1位	将来のために貯める	32.2
2位	健康的な体作りのために使う	29.5
3位	頑張った自分へのごほうびに使う	28.1

有意義だと感じるお金の使い方 Z世代・若手では“将来のため”、上司・先輩では“人のため”の優先度が高い結果に

有意義だと感じるお金の使い方について、いくつかの項目を統合し、再集計したところ、Z世代・若手、上司・先輩ともに1位は「自分のために使う」となりました。また、Z世代・若手では2位「将来のために使う」、3位「人のために使う」、上司・先輩では2位「人のために使う」、3位「将来のために使う」となっており、TOP3に挙げた内容は両世代で同様となったものの、順位が異なる結果となりました。Z世代・若手では、“人のため”より“将来のため”の消費、上司・先輩では“将来のため”より“人のため”の消費を優先させる様子がうかがえました。

Q.有意義だと感じるお金の使い方は？（複数回答）

※上位3位までを表示

順位	Z世代・若手【n=500】	%	順位	上司・先輩【n=500】	%
1位	自分のために使う (楽しみやストレス発散など)	54.4	1位	自分のために使う (楽しみやストレス発散など)	58.4
2位	将来(備え)のために使う	39.0	2位	人(家族や友人など)のために使う	47.4
3位	人(家族や友人など)のために使う	33.6	3位	将来(備え)のために使う	45.8

Z世代・若手が有意義だと感じるお金の使い方
男性では「将来のために貯める」が1位
女性では「頑張った自分へのごほうびに使う」が1位

有意義だと感じるお金の使い方について、世代・男女別にみると、Z世代・若手の男性では「将来のために貯める」が1位、女性では「頑張った自分へのごほうびに使う」が1位となりました。

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」が1位となった一方、Z世代・若手では上位3位には挙がりませんでした。上司・先輩では、ライフステージの変化などによって、誰かのためにお金を使うことの重要度が高くなるのではないのでしょうか。

また、上司・先輩の女性では、Z世代・若手の女性と同様に、「頑張った自分へのごほうびに使う」が同率で1位となりました。女性では、世代にかかわらず、自身のための出費を大事にしている人が多いようです。

【男女別】Q.有意義だと感じるお金の使い方は？（複数回答） ※上位3位までを表示

対象：男性

Z世代・若手【n=250】		上司・先輩【n=250】	
順位	%	順位	%
1位	将来のために貯める 29.6	1位	家族やパートナーのために使う 29.6
2位	頑張った自分へのごほうびに使う 24.0	2位	将来のために貯める 27.6
3位	ストレス発散のために使う 22.8	2位	頑張った自分へのごほうびに使う 27.6

対象：女性

Z世代・若手【n=250】		上司・先輩【n=250】	
順位	%	順位	%
1位	頑張った自分へのごほうびに使う 41.2	1位	頑張った自分へのごほうびに使う 43.2
2位	思い出に残る体験に使う 33.2	1位	家族やパートナーのために使う 43.2
3位	将来のために貯める 31.2	3位	将来のために貯める 38.8
3位	推しを応援するために使う 31.2		

幸福度を高めるために、お金を借りてでも充実させたいこと 上司・先輩では「旅行」が男女ともに 1 位

今のくらしの幸福度を高めるために、お金を借りてでも充実させたいことを世代別にみると、Z 世代・若手の男性では「趣味(押し活は除く)」が 1 位、Z 世代・若手の女性では「押し活」が 1 位でした。Z 世代・若手では、自身の楽しみに対して出費を惜しみたくない人が多いようです。

上司・先輩では、男女ともに「旅行」が 1 位となり、自身の経験や思い出になることに対して意識が高い様子がうかがえました。また、「健康づくり」が男女ともに上位 3 位以内に挙がりました。

【男女別】Q.今のくらしの幸福度を高めるために、お金を借りてでも充実させたいことは？（複数回答）

※上位3位までを表示

対象:男性

Z世代・若手【n=250】			上司・先輩【n=250】		
順位		%	順位		%
1位	趣味(押し活は除く)	17.2	1位	旅行	18.4
2位	旅行	13.6	2位	趣味(押し活は除く)	14.4
3位	自動車・バイク	11.2	3位	健康づくり	12.8

対象:女性

Z世代・若手【n=250】			上司・先輩【n=250】		
順位		%	順位		%
1位	押し活	18.8	1位	旅行	19.6
2位	旅行	17.2	2位	健康づくり	14.0
3位	自分磨き	16.8	3位	食事	12.4

《調査概要》

- ◆調査タイトル : 世代間ギャップに関する調査 暮らし・マネー編
- ◆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
*会社員、公務員・団体職員、会社役員・経営者
- ◆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、お願い申し上げます。

■■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
 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: 高橋 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