

「孤独・孤立」に関する認知度・イメージ、 意識・関心の実態調査

2024年12月18日

株式会社NTTデータ経営研究所／NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社
共同調査

目次

目次.....	1
調査概要	2
背景・目的.....	2
調査結果	5
1. 調査サマリ	5
2. 孤独・孤立対策の認知度.....	6
2-1. 孤独・孤立対策に関する法律や対策の認知度	6
2-2. 孤独・孤立対策に関する地域のサポーター・専門職の認知度	10
3. 孤独・孤立に対するイメージ.....	14
3-1. 孤独と孤立に対するイメージ①(主観的な概念か客観的な概念か)	14
3-2. 孤独と孤立に対するイメージ②(ネガティブな印象かポジティブな印象か)	15
4. 援助規範意識と孤独・孤立の関連性.....	16
4-1. 人助け行動の実施割合と援助規範意識の傾向	16
4-2. 援助規範意識と孤独・孤立対策の認知度	18
4-3. 援助規範意識と孤独・孤立を有する人と接する頻度	21
4-4. 援助規範意識と援助行動の実施	22
4-5. 孤独と孤立に対するイメージと孤独選好性	24
5. まとめ・今後の展望	25

調査概要

背景・目的

「孤独・孤立」は、日本社会で長期にわたり深刻な社会問題である。その要因は、高度経済成長期の人口移動や単身高齢者の増加、災害による仮設住宅への転居、働き方の多様化、単身世帯の増加、さらにはインターネットの普及など、時代の変化に伴い多岐にわたっている。また新型コロナウイルス感染症の拡大により、人とのつながりを制限されたことで、誰もが孤独・孤立になりうる可能性があることが明らかになった。

孤独・孤立は、引きこもり、自殺や孤独死といった社会的な問題だけでなく、心身の健康悪化や寿命の短縮、生活の質の低下といった多面的なリスクをもたらすといわれている¹。内閣府の調査²によれば10人中4人が孤独を感じており、特に20代から50代でその傾向が顕著であることが示されている。さらに「孤独死」は若者から高齢者まで広がっており、孤独・孤立の問題が一層深刻化することが懸念されている^{3 4}。

こうした背景を踏まえ、社会の多様な分野において孤独・孤立対策を総合的に推進するため、令和6年4月に「孤独・孤立対策推進法⁵」が施行された。また同年6月には「孤独・孤立対策推進本部⁶」から「孤独・孤立対策に関する施策の推進を図るための重点計画(案)」が提示され、これらの政府の方針に従って、都道府県においても官民連携で有効な対策を検討する動きが広がっている。

一方で、「独りでいることを好む」といった価値観を持つ者も一定数存在する。このような価値観が孤独・孤立に対する認識や対策を講じる際に複雑さをもたらしている。しかし、「独りでいることが好きだから社会的に孤立していても精神的には健康でいられる」とはいえない。むしろ、「社会的な孤立」が「孤独感」を引き起こすことで精神的健康に悪影響を及ぼすといったことも明らかになっている⁷。そのため、「孤独」や「孤立」に対するイメージやそれらの相互関連性に関する研究も盛んに行われている⁸。

本調査は、人々の孤独・孤立に対する価値観を明らかにし、孤独を感じている人、孤立状態にある人、独りを好む人などに対する有効な対策を示唆することを目的として、20代から60代までの男女1,054人を対象に実施した。具体的には、孤独・孤立に関する施策や地域のサポーター・専門職に関する認知度、孤独・孤立に対する価値観やイメージ、選好性の関連性、援助規範意識と援助行動の関連性について分析を行った。

【調査概要】

1. 調査名: 「孤独・孤立」に関する認知度・イメージ、意識・関心の実態調査
2. 調査対象: NTTコム リサーチ クローズド調査(*1)
3. 調査方法: 非公開型インターネットアンケート
4. 調査期間: 2024年7月12日~2023年7月16日
5. 有効回答者数: 1,054人
6. 標本設計: 全国に居住する18~79歳の男女を対象
7. 回答者の属性(*2) (*3)

¹ 孤独・孤立対策推進本部「[孤独・孤立対策に関する施策の推進を図るための重点計画](#)」(2024年6月11日、P9)

² 内閣府「[孤独・孤立の実態把握に関する全国調査\(令和5年人々のつながりに関する基礎調査\)](#)」

³ 産経新聞「[広がる若者の孤独死 3年間に東京23区で742人確認、発見に死後4日以上が4割超](#)」(2024年7月21日)

⁴ 毎日新聞「[孤独死のリアル『高齢者にはおカネをかけたくない?』](#)」(2024年11月5日)

⁵ 内閣府 Web サイト「[孤独・孤立対策推進法](#)」

⁶ 内閣府 Web サイト「[孤独・孤立対策推進本部](#)」

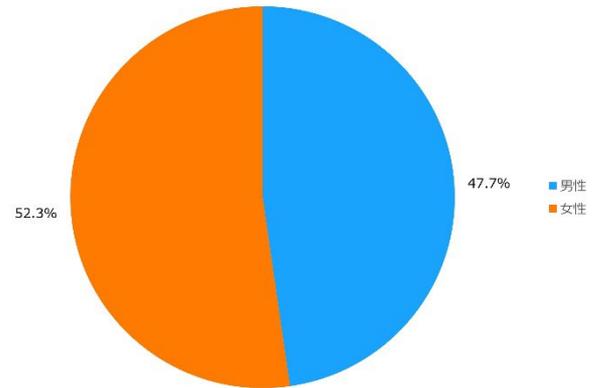
⁷ 地方独立行政法人東京都健康長寿医療センター プレスリリース「『[独り好き](#)』志向性とところの健康—『[独りでいることを好む人](#)』でも[孤立の悪影響は緩和されない可能性が明らかに](#)—」(2024年9月4日)

⁸ 筑波大学、弘前大学、東洋学園大学、国立研究開発法人科学技術振興機構 プレスリリース「[社会的孤立を自覚し孤独を感じる事が抑うつ症状を高める](#)」(2024年4月23日)

【回答者の属性】

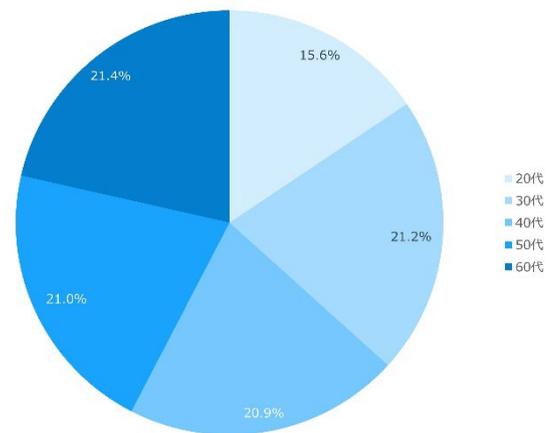
◆回答者の性別

性別	人数	%
男性	503	47.7
女性	551	52.3
合計	1,054	100



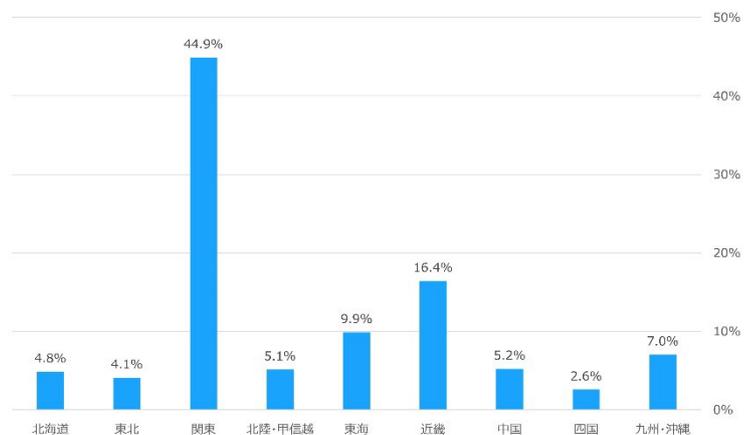
◆回答者の年代

年代	人数	%
20代	164	15.6
30代	223	21.2
40代	220	20.9
50代	221	21.0
60代	226	21.4
合計	1,054	100



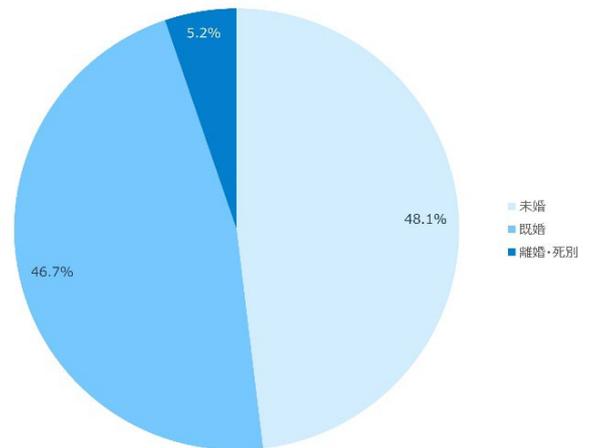
◆回答者の居住地域

地域	人数	%
北海道	51	4.8
東北	43	4.1
関東	473	44.9
北陸・甲信越	54	5.1
東海	104	9.9
近畿	173	16.4
中国	55	5.2
四国	27	2.6
九州・沖縄	74	7.0
合計	1,054	100



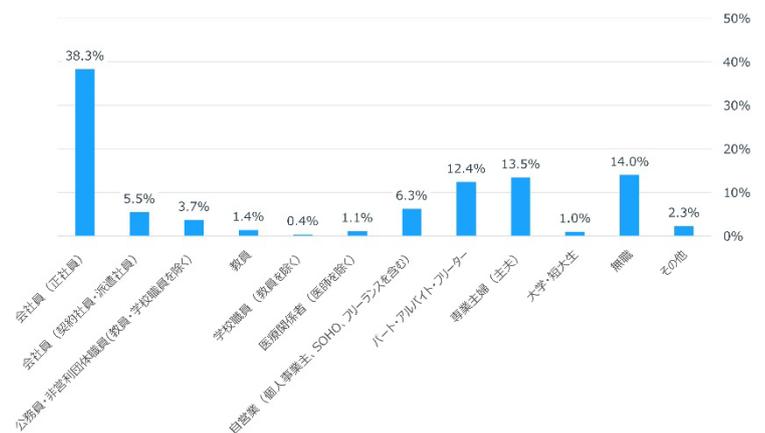
◆回答者の婚姻状況

婚姻状況	人数	%
未婚	507	48.1
既婚	492	46.7
離別・死別	55	5.2
合計	1,054	100



◆回答者の職業

職業	人数	%
会社員(正社員)	404	38.3
会社員(契約・派遣)	58	5.5
公務員・非営利団体職員 (教員・学校職員を除く)	39	3.7
教員	15	1.4
学校職員(教員を除く)	4	0.4
医療関係者(医師を除く)	12	1.1
自営業(個人事業主、SOHO、フリーランスを含む)	66	6.3
パート・アルバイト・フリーター	131	12.4
専業主婦(主夫)	142	13.5
大学・短大生	11	1.0
無職	148	14.0
その他 ※	24	2.3
全体	1,054	100



※回答者において、「医師」「福祉関係者」「弁護士・公認会計士・税理士」「その他学生・予備校生」は出現率が低かったため、「その他」に含めています(2024年12月20日追記)

【補足】

(*1) NTTコム リサーチ(<http://research.nttcoms.com/>)

NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社(<http://www.nttcoms.com/>)が提供する、高品質で付加価値の高いインターネットリサーチ・サービスである。自社保有パネルとして国内最大級の延べ 880 万人の登録モニターを擁し、消費者向け調査から、法人向け調査、グループインタビューまで、さまざまな市場調査ニーズに対応している。(モニターの人数は2021年11月現在)

(*2) 回答者の属性は、回答者のアンケート上の自己申告に基づいている。

(*3) 回答の構成比は、小数第2位を四捨五入しているため、各構成比の合計は100%にならない場合がある。

調査結果

1. 調査サマリ

孤独・孤立対策に関する法律や対策⁹(以下、「孤独・孤立対策」)、およびそれに関する地域のサポーター・専門職¹⁰は、一部の施策など(「子ども食堂」「民生委員」)を除き、十分に認知・普及していない。しかし、若年層ほど認知度が高いことから、政策的な普及が徐々に浸透してきていることが伺える。

孤独・孤立対策に関する地域のサポーター・専門職については、「公務員・非営利団体職員(教員・学校職員を除く)」や「大学・短大生」における認知度は高い一方で、「医療関係者(医師を除く)」「パート・アルバイト・フリーター」「専業主婦(主夫)」「無職」など、孤独・孤立リスクが相対的に高いと想定される職業や、コミュニティが比較的狭まりやすい職業に就く人々の認知度が低い傾向にあった。

「人助け」「寄付」「ボランティア」などの人助け行動を実際に行っている割合は少ない^{*}が、援助規範意識が高い人は、人助け行動を起こす傾向がみられた。また、割合は少ないものの「人助け」「寄付」「ボランティア」などの行動を実施している人や援助規範意識を持っている人は、孤独・孤立対策および地域のサポーター・専門職に関する認知度、政策や施策への関心が高い傾向も明らかになった。さらに、孤独選好性によって、孤独・孤立の対するイメージの違いがみられた。

孤独・孤立は誰もが当事者になりうる可能性があり、喫緊の課題であるものの、孤独・孤立に対する各々の価値観は多様であるため、慎重に対処しなければならないケースが多く、アウトリーチ・サポートが難しい。そのような中で、孤独・孤立リスクが高い人にアウトリーチ・サポートを行えるよう、孤独・孤立対策の認知度と関心を高めることが重要であり、認知・関心を持っている人(地域における“自然発生的な”サポーター)を発掘していく仕組みづくりが必要である。

また、孤独・孤立対策に関心を持っている人、援助規範意識は高いものの、援助行動には至っていない人に対して、些細な支援から少しずつ行動に移すことができるようなきっかけ(環境整備やソリューション開発など)をデザインすることも重要である。そのため、当社が提供している行動デザインに関するコンサルティング手法などを活用しながら地域のサポーターを増やすための機運を醸成し、さらなる支援を促すことを目指したい。

^{*}人助け指数(「[World Giving Index\(世界人助け指数\)2024](#)」)で日本はアジア最下位

⁹ 本調査では「孤独・孤立対策推進法」「孤独・孤立対策強化月間」「地域共生社会」「社会的処方」「子ども食堂」を指す。

¹⁰ 本調査では「つながりサポーター」「コミュニティソーシャルワーカー」「生活支援コーディネーター」「ゲートキーパー」「民生委員」を指す。

2. 孤独・孤立対策の認知度

孤独・孤立対策として、「孤独・孤立対策推進法」「孤独・孤立対策強化月間」「地域共生社会」「社会的処方」「子ども食堂」などの法律や対策、地域のサポーター・専門職として「つながりサポーター」「コミュニティソーシャルワーカー」「生活支援コーディネーター」「ゲートキーパー」「民生委員」を挙げ、それらの認知度調査を行った。

調査の結果、孤独・孤立対策およびそれに関する地域のサポーター・専門職について認知している回答者の割合は、「子ども食堂」「民生委員」を除いて、2～3割程度であった。「地域共生社会」と「子ども食堂」を除いて、年代が上がるにつれて認知度が低くなる傾向がみられた（若年層ほど認知度が高く、高齢層の認知度が低い）。

また職業別では、「公務員・非営利団体職員（教員・学校職員を除く）」や「大学・短大生」における認知度が高かった。一方で、「医療関係者（医師を除く）」「パート・アルバイト・フリーター」「専業主婦（主夫）」「無職」など、孤独・孤立リスクが相対的に高いと想定される職業や、コミュニティが比較的狭まりやすい職業に就く人々の認知度が低い傾向にあった。

なお、本調査では業界や職種、勤務形態などは考慮していないため、それらが影響している可能性を踏まえ、結果の解釈には慎重な対応が求められる。

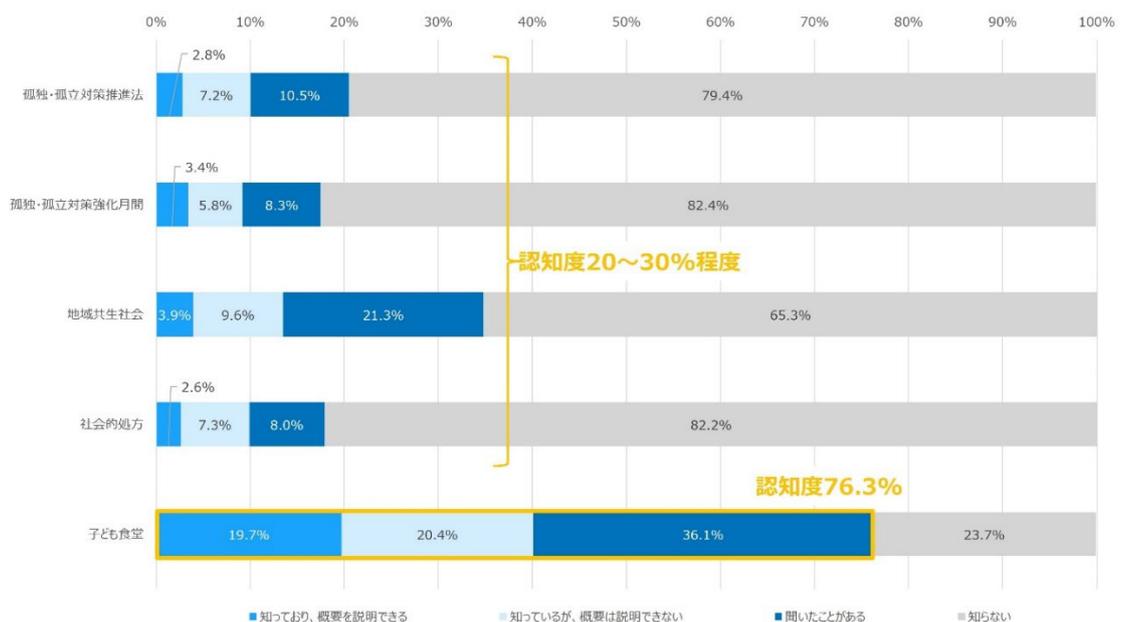
2-1. 孤独・孤立対策に関する法律や対策の認知度

➤ 全体

- 孤独・孤立対策について、「子ども食堂」の認知度※は 76.3%と高い傾向にあるが、その他の法律や対策の認知度は20～30%程度であった（図表 1）。

※「知っており、概要を説明できる」「知っているが、概要は説明できない」「聞いたことがある」と回答した者の割合（以下、同様）

【図表 1】 孤独・孤立対策に関する法律や対策の認知度

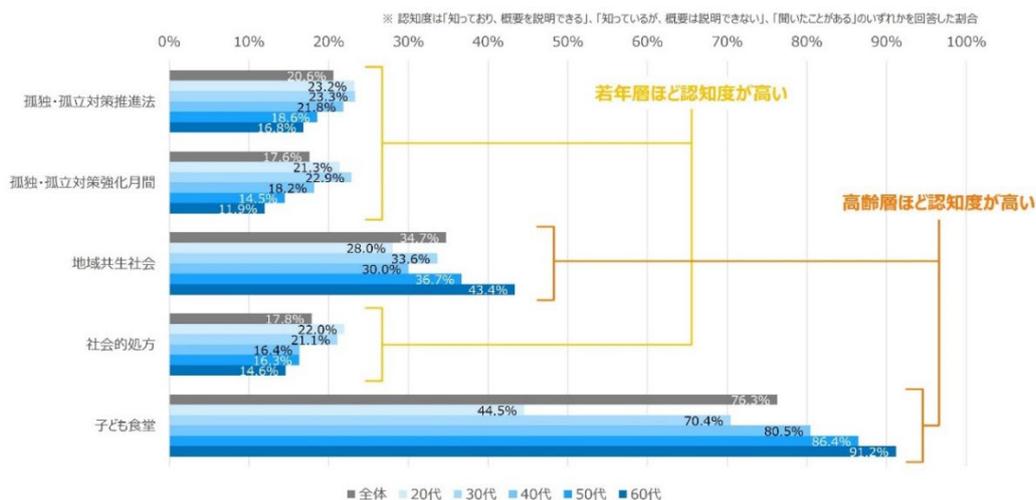


「孤独・孤立対策に関する法律や対策の認知度」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

➤ 年代別

- 年代別では認知度に違いがみられ、年代が上がるにつれて認知度が低くなっている(若年層ほど認知度が高く、高齢層の認知度が低い)。一方で、「地域共生社会」と「子ども食堂」については、年代が上がるにつれて認知度が高くなる傾向がみられた(若年層ほど認知度が低く、高齢層の認知度が高い、図表 2)。

【図表 2】 孤独・孤立対策に関する法律や対策の認知度(年代別)

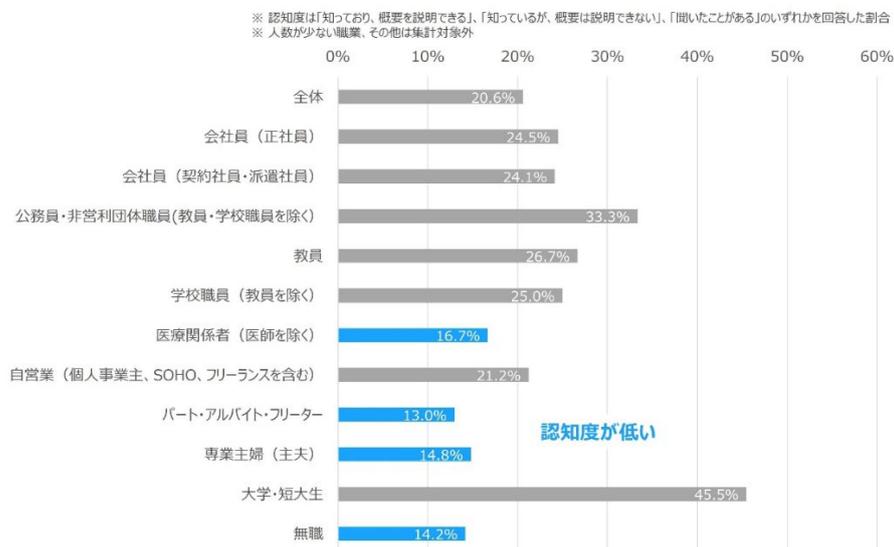


➤ 職業別

- 孤独・孤立対策について、「公務員・非営利団体職員(教員・学校職員を除く)」や「大学・短大生」における認知度は高い一方で、「医療関係者」「パート・アルバイト・フリーター」「専業主婦(主夫)」「無職」における認知度は低い※傾向がみられた(図表 3、4、5、6)。
- 「子ども食堂」の認知度については、「会社員(正社員)」「学校職員(教員を除く)」「医療関係者」「大学生・短大生」が 50.0%~72.7%と他の職業と比較して相対的に低い一方、「専業主婦(主夫)」が 90.1%と最も高く、他の施策とは異なる特徴がみられた(図表 7)。

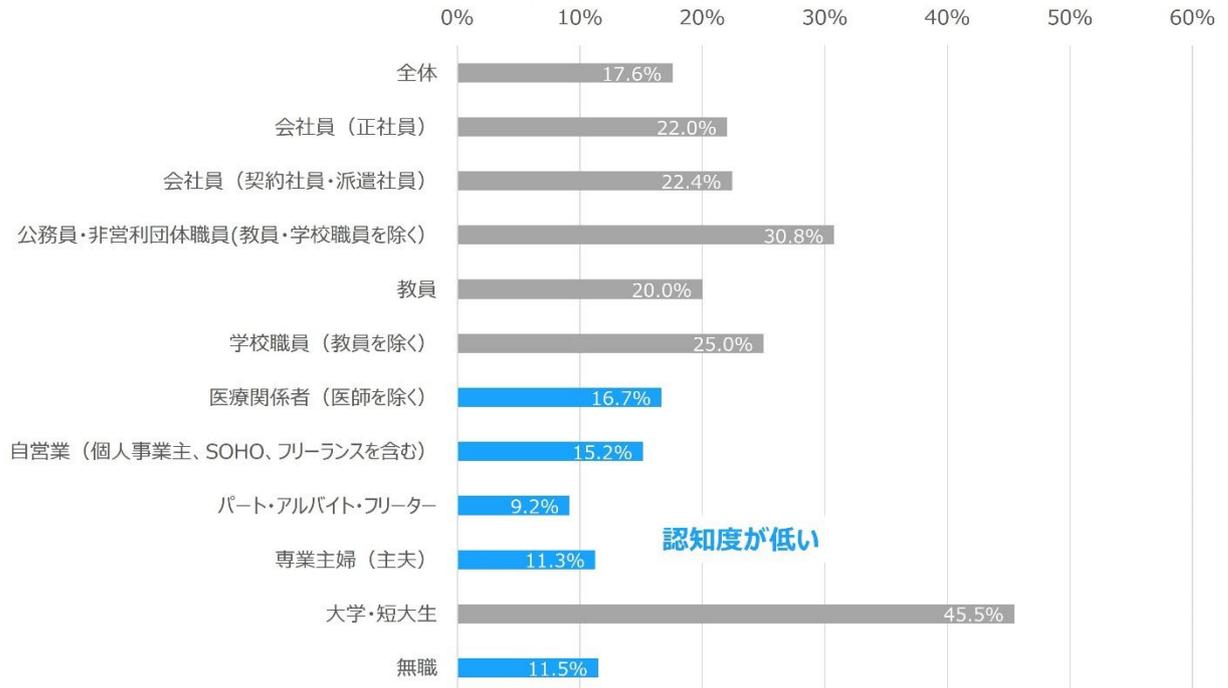
※孤独・孤立対策の各施策のうち5つ中3つ以上が全体平均の認知度を下回る場合

【図表 3】 孤独・孤立対策基本法の認知度(職業別)



【図表 4】 孤独・孤立対策強化月間の認知度(職業別)

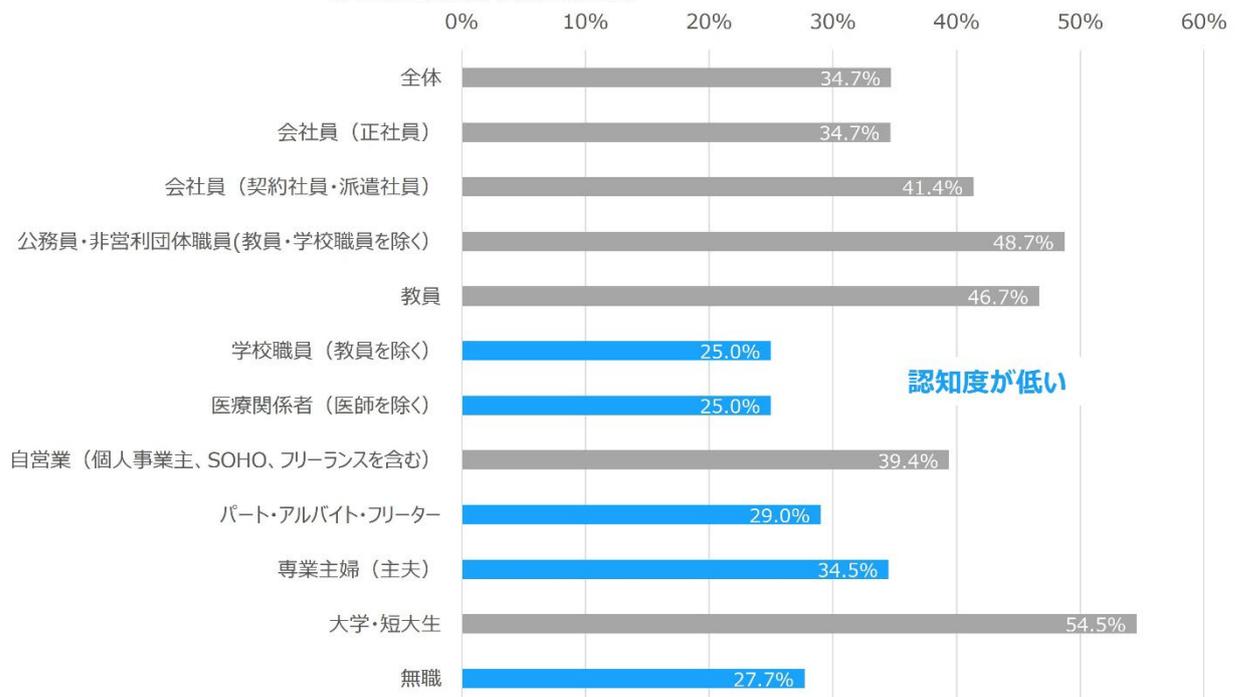
※ 認知度は「知っており、概要を説明できる」、「知っているが、概要は説明できない」、「聞いたことがある」のいずれかを回答した割合
 ※ 人数が少ない職業、その他は集計対象外



「孤独・孤立対策強化月間の認知度(職業別)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

【図表 5】 地域共生社会の認知度(職業別)

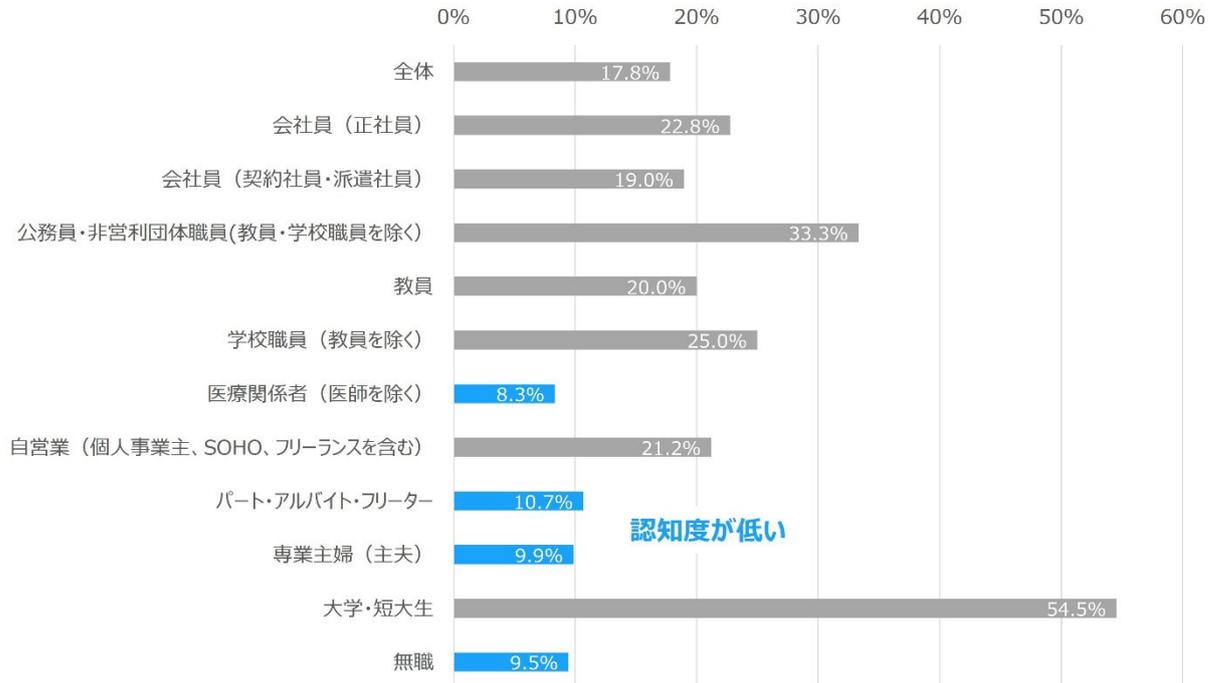
※ 認知度は「知っており、概要を説明できる」、「知っているが、概要は説明できない」、「聞いたことがある」のいずれかを回答した割合
 ※ 人数が少ない職業、その他は集計対象外



「地域共生社会の認知度(職業別)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

【図表 6】 社会的処方への認知度(職業別)

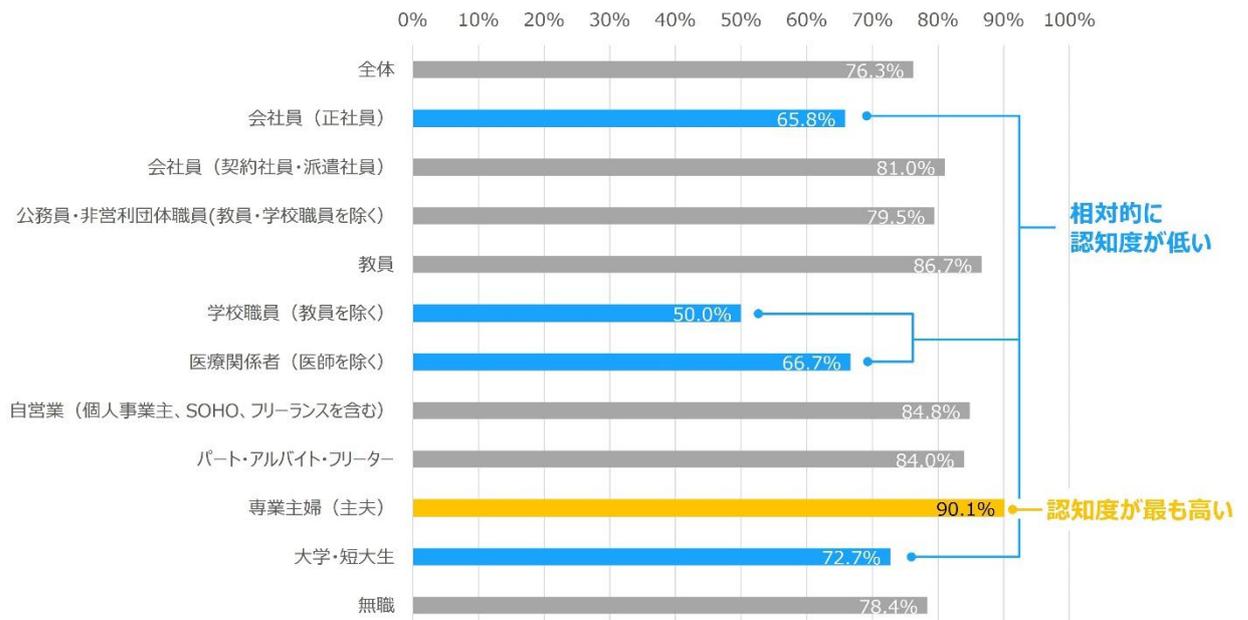
※ 認知度は「知っており、概要を説明できる」、「知っているが、概要は説明できない」、「聞いたことがある」のいずれかを回答した割合
 ※ 人数が少ない職業、その他は集計対象外



「社会的処方への認知度 (職業別)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

【図表 7】 子ども食堂への認知度(職業別)

※ 認知度は「知っており、概要を説明できる」、「知っているが、概要は説明できない」、「聞いたことがある」のいずれかを回答した割合
 ※ 人数が少ない職業、その他は集計対象外



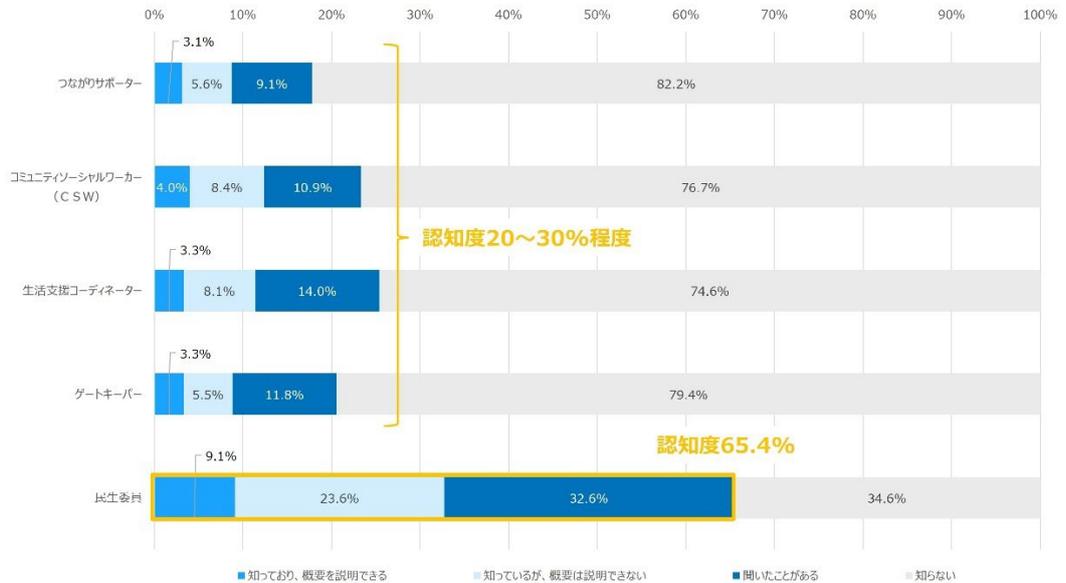
「子ども食堂への認知度 (職業別)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

2-2. 孤独・孤立対策に関する地域のサポーター・専門職の認知度

全体

- 孤独・孤立対策に関する地域のサポーター・専門職について、民生委員の認知度は 65.4% と高い傾向にあるが、その他は 17.8%~25.4% と低いことが確認された(図表 8)。

【図表 8】 孤独・孤立対策に関する地域のサポーター・専門職の認知度



「孤独・孤立対策に関する地域のサポーター・専門職の認知度」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

年代別

- 年代別の認知度には違いがみられ、「つながりサポーター」と「ゲートキーパー」は、年代が上がるにつれて認知度が低くなる傾向にあった(若年層ほど認知度が高く、高齢層の認知度が低い)。一方で、「生活支援コーディネーター」や「民生委員」は、年代が上がるにつれて認知度が高くなる傾向がみられた(若年層ほど認知度が低く、高齢層の認知度が高い、図表 9)。

【図表 9】 孤独・孤立対策に関する地域のサポーター・専門職の認知度(年代別)



「孤独・孤立対策に関する地域のサポーター・専門職の認知度(年代別)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

➤ 職業別

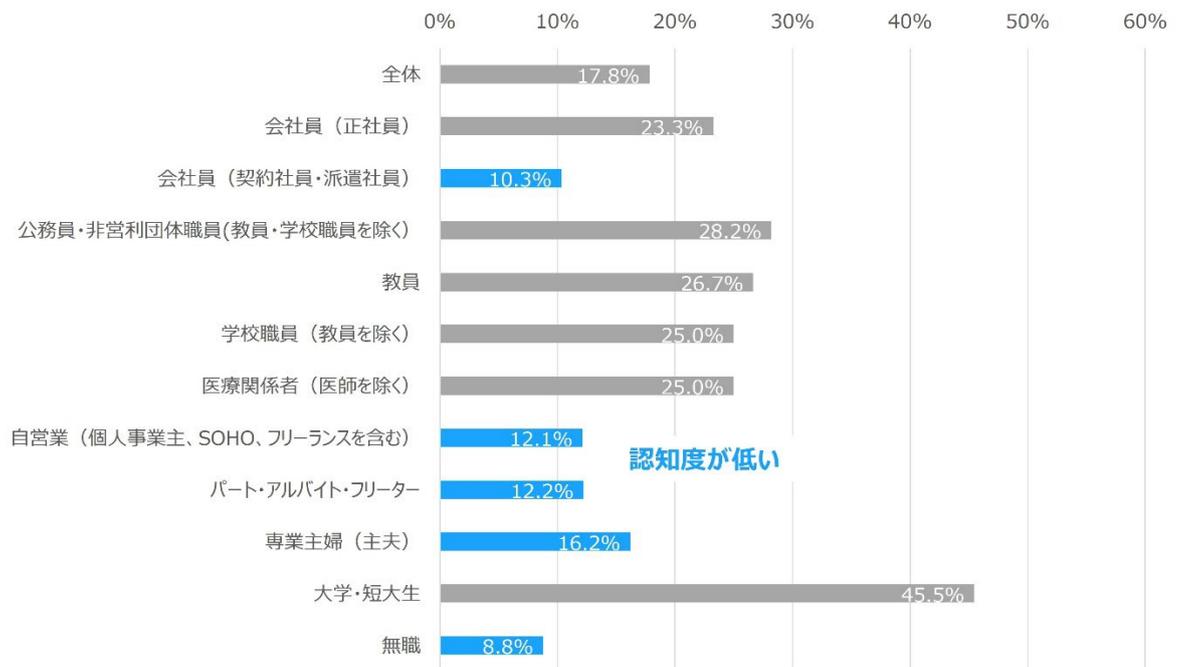
- 各サポーター・専門職について、「公務員・非営利団体職員(教員・学校職員を除く)」「教員」「大学・短大生」における認知度は高く、「会社員(契約社員・派遣社員)」「学校職員(教員除く)」「医療関係者(医師を除く)」「パート・アルバイト・フリーター」「専業主婦(主夫)」※1「無職」における認知度は低い※2 傾向がみられた(図表 10、11、12、13)。
- 一方で、民生委員の認知度については、「学校職員(教員除く)」「会社員(正社員)」「医療関係者(医師除く)」が 50.0%~58.3%と他の職業と比較して相対的に低く、「公務員・非営利団体職員(教員・学校職員除く)」「教員」「自営業(個人事業主、SOHO、フリーランスを含む)」「専業主婦(主夫)」が 75.8%~80.0%と相対的に高いことから、他のサポーター・専門職とは異なる特徴がみられた(図表 14)。

※1 集計の修正に伴い、「専業主婦(主夫)」を 2024 年 12 月 23 日に追記

※2 地域のサポーター・専門職のうち 5 つ中 3 つ以上が全体平均の認知度を下回る場合

【図表 10】 つながりサポーターの認知度(職業別)

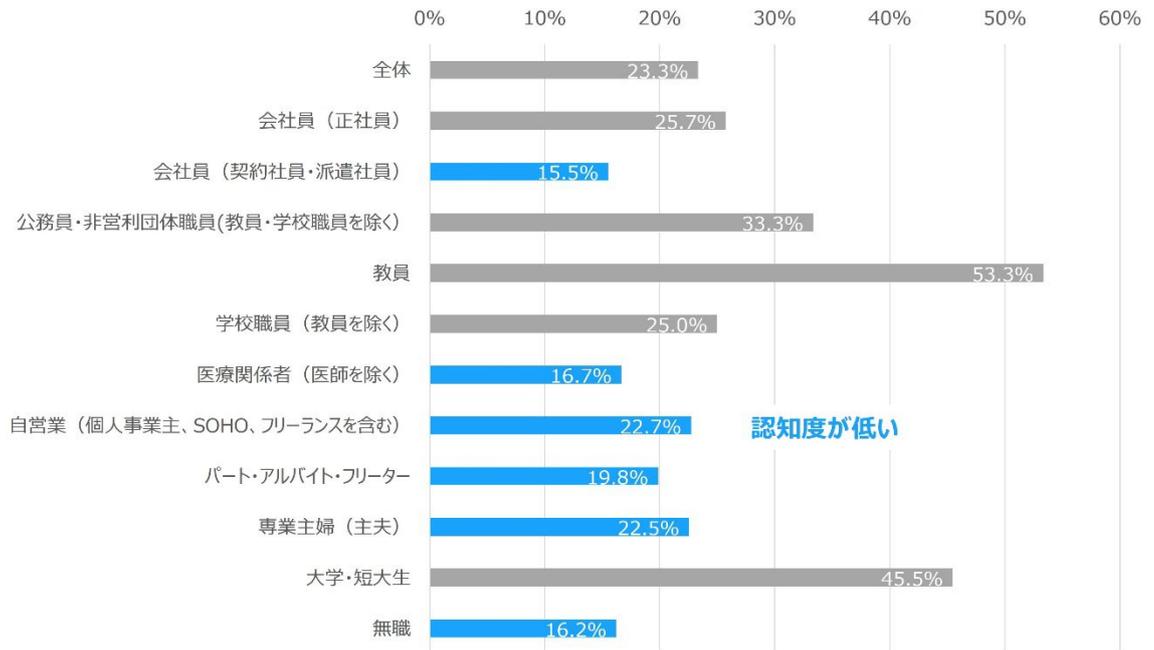
※ 認知度は「知っており、概要を説明できる」、「知っているが、概要は説明できない」、「聞いたことがある」のいずれかを回答した割合
 ※ 人数が少ない職業、その他は集計対象外



「つながりサポーターの認知度 (職業別)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

【図表 11】 コミュニティソーシャルワーカーの認知度(職業別)

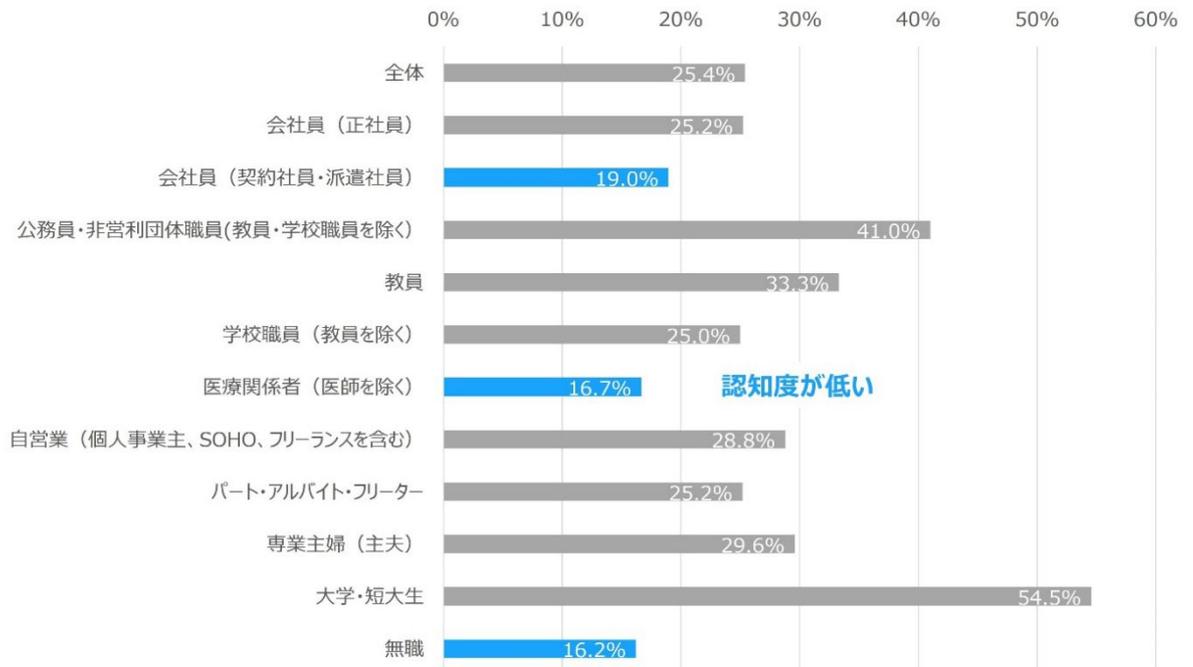
※ 認知度は「知っており、概要を説明できる」「知っているが、概要は説明できない」「聞いたことがある」のいずれかを回答した割合
 ※ 人数が少ない職業、その他は集計対象外



「コミュニティソーシャルワーカーの認知度 (職業別)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

【図表 12】 生活支援コーディネーターの認知度(職業別)

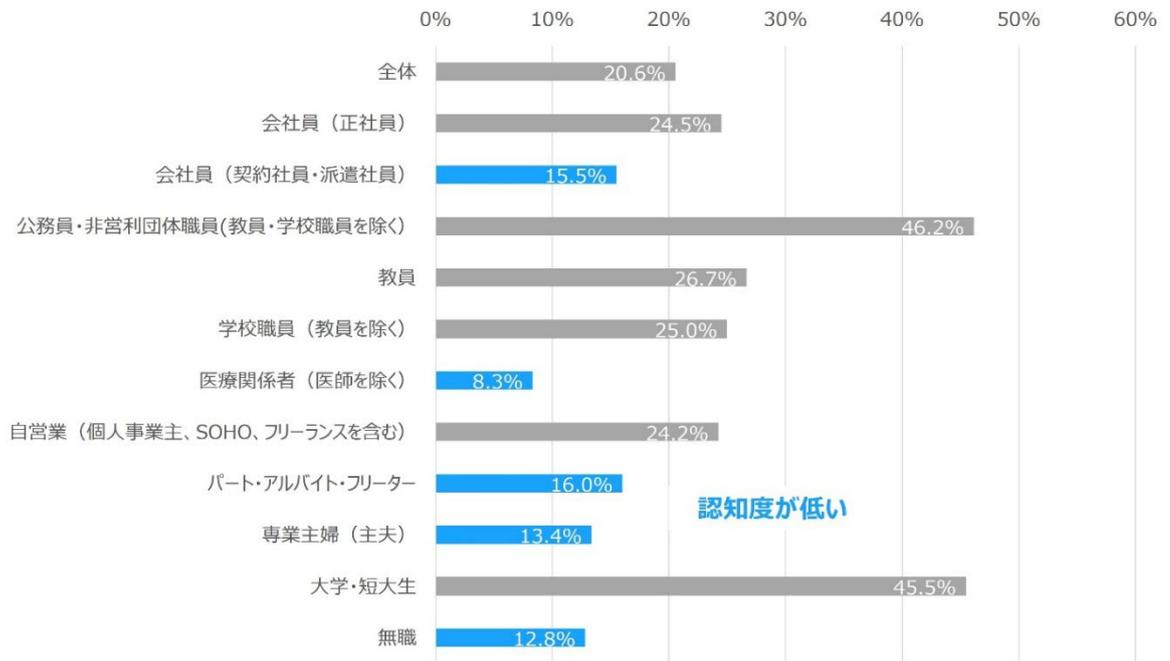
※ 認知度は「知っており、概要を説明できる」「知っているが、概要は説明できない」「聞いたことがある」のいずれかを回答した割合
 ※ 人数が少ない職業、その他は集計対象外



「生活支援コーディネーターの認知度 (職業別)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

【図表 13】 ゲートキーパーの認知度(職業別)

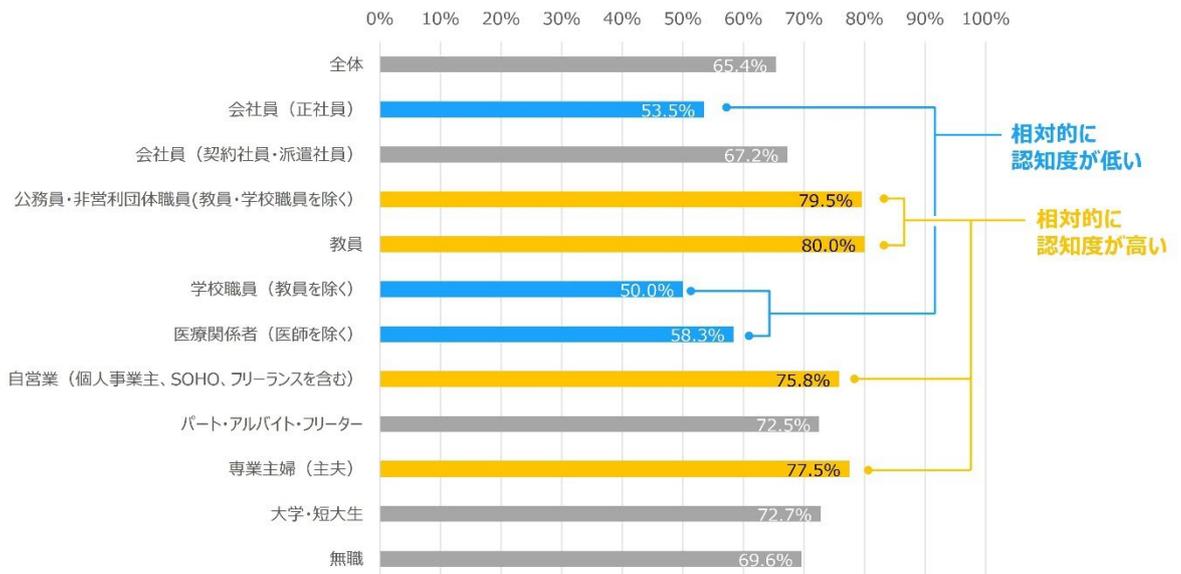
※ 認知度は「知っており、概要を説明できる」、「知っているが、概要は説明できない」、「聞いたことがある」のいずれかを回答した割合
 ※ 人数が少ない職業、その他は集計対象外



「ゲートキーパーの認知度 (職業別)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

【図表 14】 民生委員の認知度(職業別)

※ 認知度は「知っており、概要を説明できる」、「知っているが、概要は説明できない」、「聞いたことがある」のいずれかを回答した割合
 ※ 人数が少ない職業、その他は集計対象外



「民生委員の認知度 (職業別)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

3. 孤独・孤立に対するイメージ

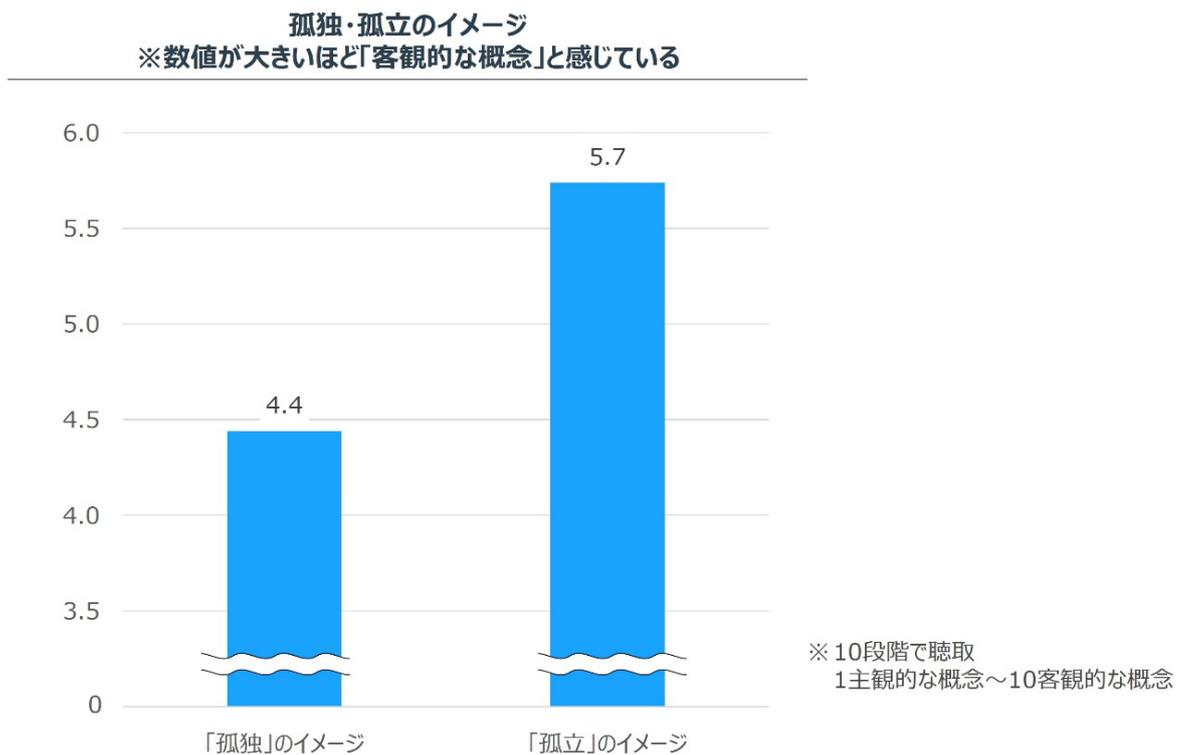
回答者が「孤独」と「孤立」に対してどのようなイメージを持っているのか調査を行った。これらのイメージが「主観的」か「客観的」か、また「ポジティブ」か「ネガティブ」か、といった傾向を把握することを目的とした。

調査の結果、「孤独」は主観的な概念、「孤立」は客観的な概念と相対的に感じる人が多い。また、「孤立」よりも「孤独」の方が相対的にポジティブなイメージを持っている人が多いことが明らかになった。

3-1. 孤独と孤立に対するイメージ①(主観的な概念か客観的な概念か)

- 「孤独」は主観的な概念であり、「孤立」は客観的な概念である、と相対的に感じる人が多いことが確認された(図表 15)。

【図表 15】 孤独・孤立に対するイメージ①



「孤独・孤立に対するイメージ① (主観的な概念か客観的な概念か)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

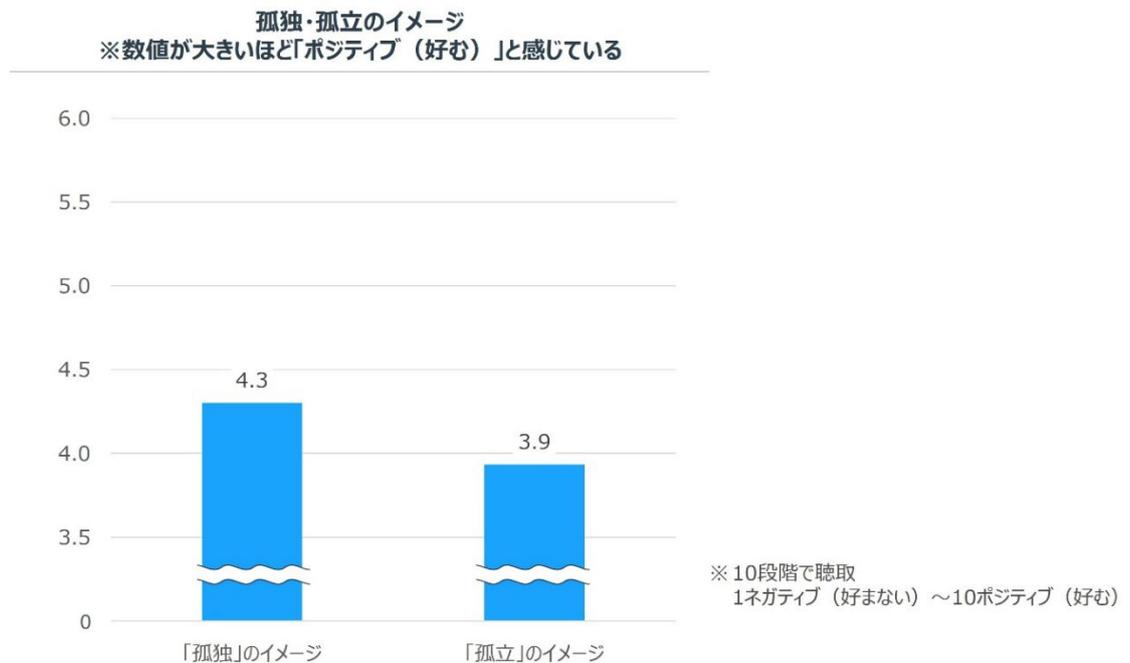
3-2. 孤独と孤立に対するイメージ②(ネガティブな印象かポジティブな印象か)

- 孤独・孤立[※]のいずれもネガティブ(好まない)傾向にあったが、「孤立」よりも「孤独」の方が相対的にポジティブなイメージを持っている人が多いことが確認された(図表 16)。

※一般に「孤独」は主観的概念で、ひとりぼっちと感じる精神的な状態を指し、「孤立」は客観的概念であり、社会とのつながりや助けがない、または少ない状態を指す。

- ・ 社会とのつながりが少なく「孤立」しており、不安や悩み、寂しさを抱えて「孤独」である場合
 - ・ 社会とのつながりが一定程度あり「孤立」していないが、不安や悩み、寂しさを抱えて「孤独」である場合
 - ・ 社会とのつながりが少なく「孤立」しているが、不安や悩み、寂しさを抱えていないため「孤独」でない場合
- など、当事者や家族などが置かれる具体的な状況は多岐にわたり、孤独・孤立の感じ方や捉え方も人によって多様である¹¹。

【図表 16】 孤独・孤立に対するイメージ②



「孤独・孤立のイメージ②(ネガティブな印象かポジティブな印象か)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

¹¹ 内閣府Web サイト「[孤独・孤立対策](#)」

4. 援助規範意識と孤独・孤立の関連性

「人助け」「寄付」「ボランティア」などの人助け行動や援助規範意識が、孤独・孤立対策の認知度にとどのように関連するのか調査を行った。アンケートでは、「過去1カ月間における人助け行動の有無」「孤独・孤立対策やサポーター・専門職の認知度」「孤独・孤立に不安を有する人と日常生活で接する頻度」について確認した。

調査の結果、「人助け」「寄付」「ボランティア」などの人助け行動を実際に行っている割合は少ないことが明らかになった。具体的には、「人助け」行動を実施している割合が高いのは40代、「寄付」行動を実施している割合が高いのは30代、「ボランティア」行動を実施している割合が高いのは60代であった。

また、援助規範意識¹²は年代が上がるにつれて高くなる傾向にあり、援助規範意識が高い人ほど人助け行動を起こす傾向がみられた。さらに、人助け行動を実施している人や孤独・孤立を有する人と接する機会がある人、また援助規範意識を持っている人は、孤独・孤立対策および地域のサポーター・専門職の認知度、政策や施策への関心が高い傾向が確認された。

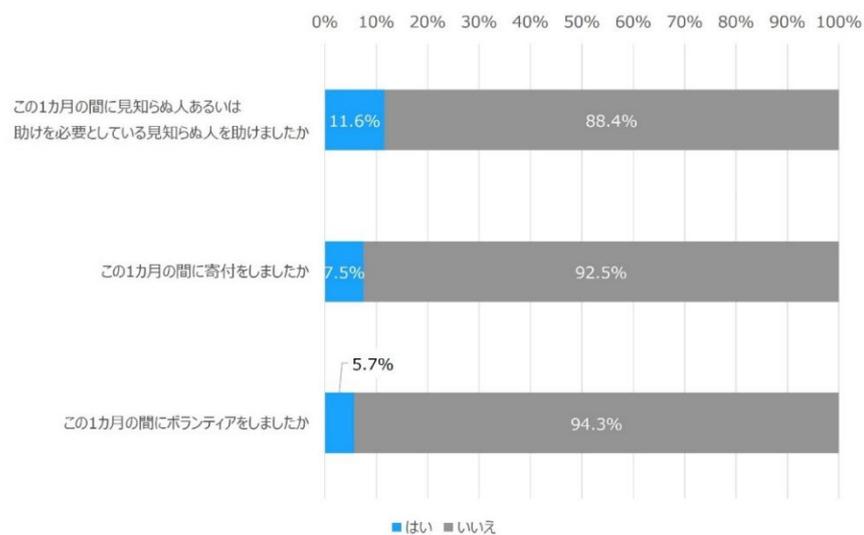
孤独に対してポジティブな感情を持っている(孤独選好性がある)人は、孤独選好性がない人と比較して、「孤独」にはよりポジティブな印象を持つ一方で、「孤立」にはネガティブな印象を持つ傾向があった。

4-1. 人助け行動の実施割合と援助規範意識の傾向

➤ 全体

- アンケート調査実施日の過去1カ月間(以下、「1カ月間」)に、見知らぬ人あるいは助けを必要としている見知らぬ人を助けた割合は11.6%、寄付をした割合は7.5%、ボランティアをした割合は5.7%であった(図表17)。

【図表 17】 人助け行動の実施割合



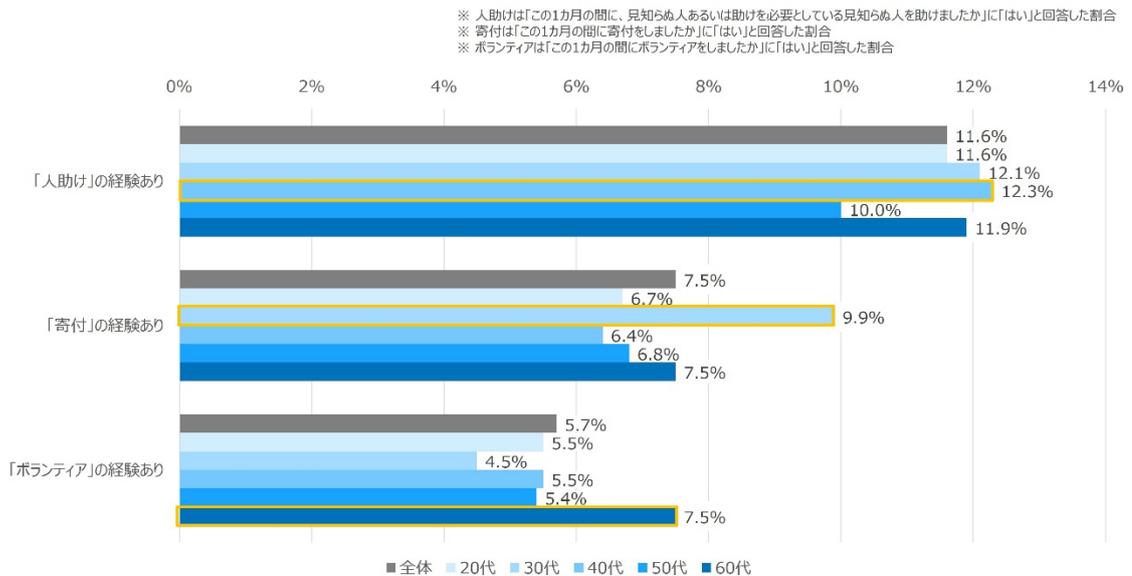
「人助け行動の実施割合」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

¹² 「援助規範意識」とは、他人を助けるべきだという、社会の中で学習し自分の中に深く根付いた考え方や価値観のことを指す。本調査では、「返済規範」、「自己犠牲規範」、「交換規範」、「弱者救済規範」の4カテゴリーからなる計20問の設問からスコア化した。参考文献：箱井英寿「援助規範意識の性別、年代、および、世代間の比較」(社会心理学研究, 1987年)

➤ 年代別

- 1カ月間において、「人助け」行動が多い割合は40代の12.3%、「寄付」行動が多い割合は30代の9.9%、「ボランティア」行動が多い割合は60代の7.5%であった(図表18)。
- 年代が上がるにつれて、援助行動に対する規範化意識が高くなる傾向がみられた(図表19)。

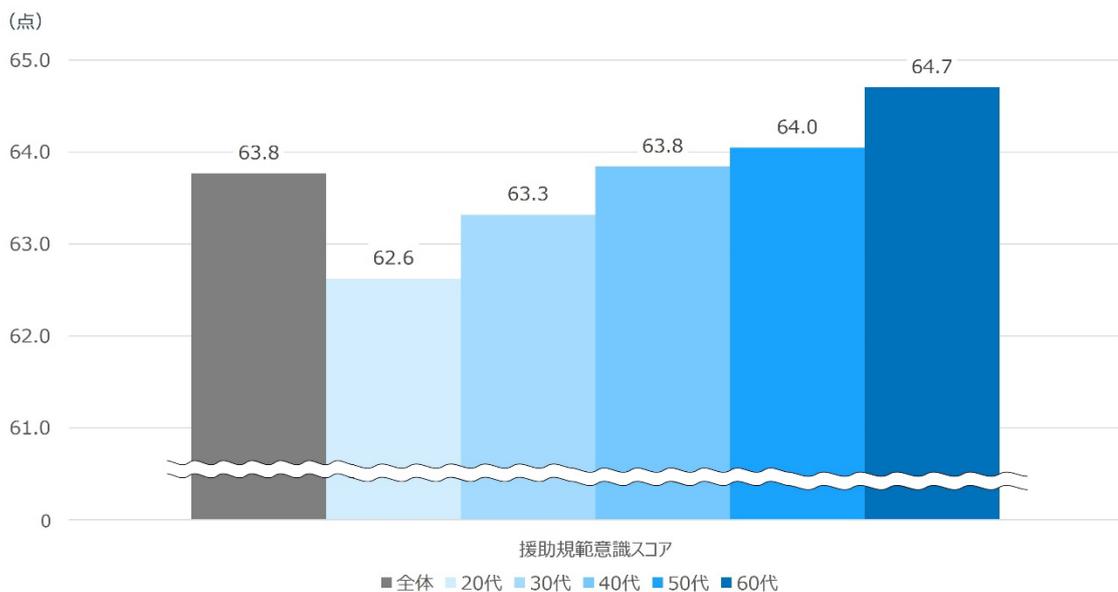
【図表 18】 人助け行動の実施割合(年代別)



「人助け行動の実施割合(年代別)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

【図表 19】 援助規範意識の傾向(年代別)

※ 援助規範意識は、「返済規範」、「自己犠牲規範」、「交換規範」、「弱者救済規範」の4カテゴリーからなる計20問の質問紙(箱井ら、1987年)
 ※ 点数が高いほど、援助行動を規範化する意識が強い



「援助規範意識の傾向(年代別)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

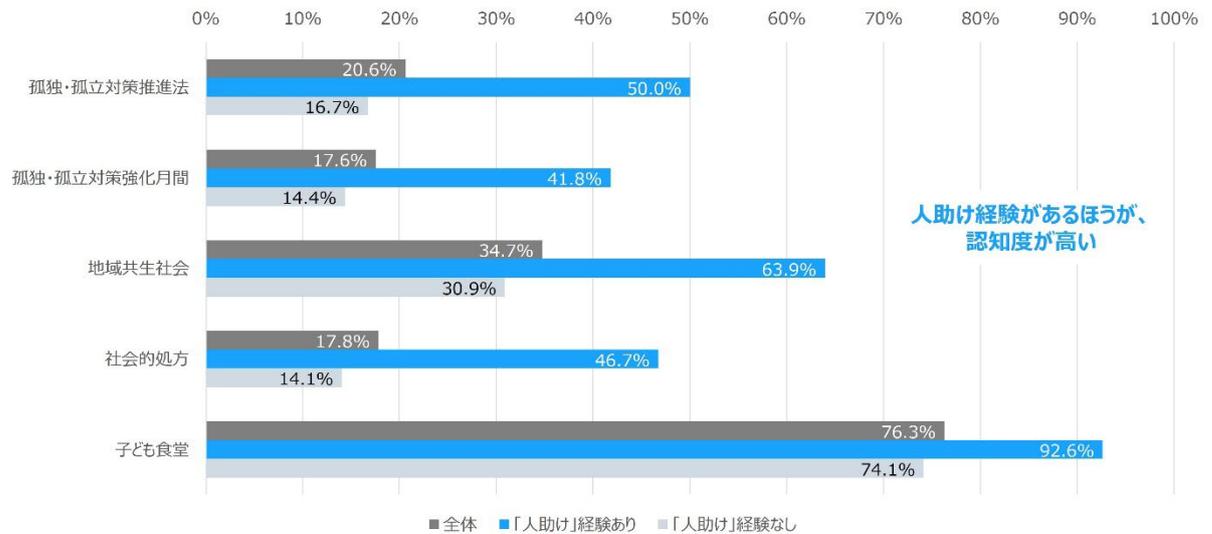
4-2. 援助規範意識と孤独・孤立対策の認知度

➤ 「人助け」行動と孤独・孤立対策との関連

- 1 カ月間に「見知らぬ人を助ける」「寄付する」「ボランティアをする」などの行動をしている人は、孤独・孤立対策の認知度が高い傾向がみられた(図表 20、21、22)。

【図表 20】 人助け行動の実施と孤独・孤立対策の認知度との関連性①(人助け経験)

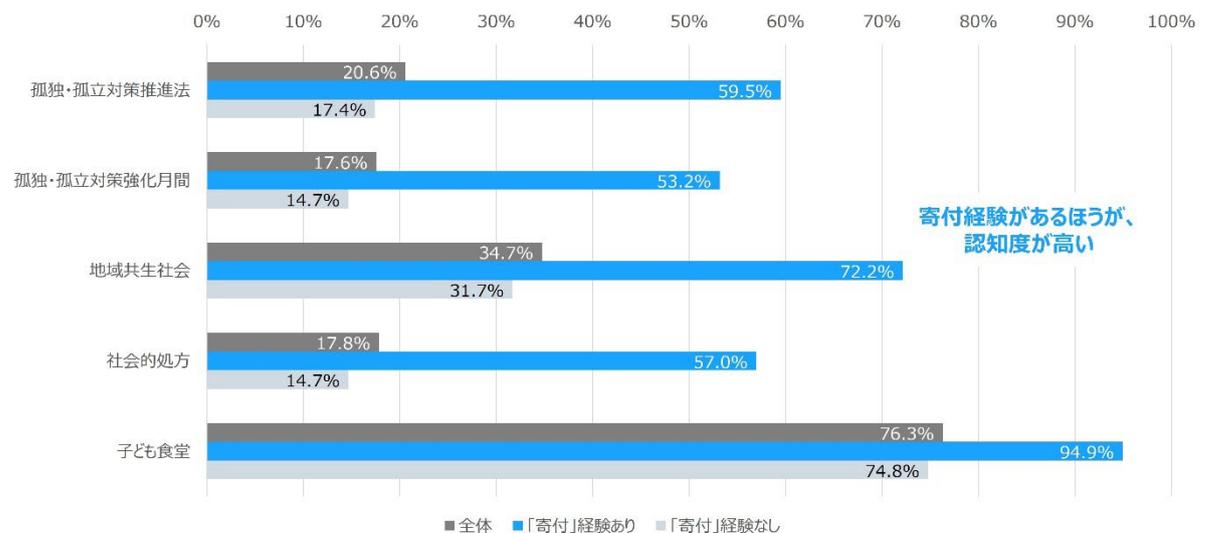
※ 認知度は「知っており、概要を説明できる」、「知っているが、概要は説明できない」、「聞いたことがある」のいずれかを回答した割合
 ※ 人助けは「この1カ月の間に、見知らぬ人あるいは助けを必要としている見知らぬ人を助けましたか」に「はい」と回答した者



「人助け行動の実施と孤独・孤立対策の認知度の関連性①(人助け経験)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

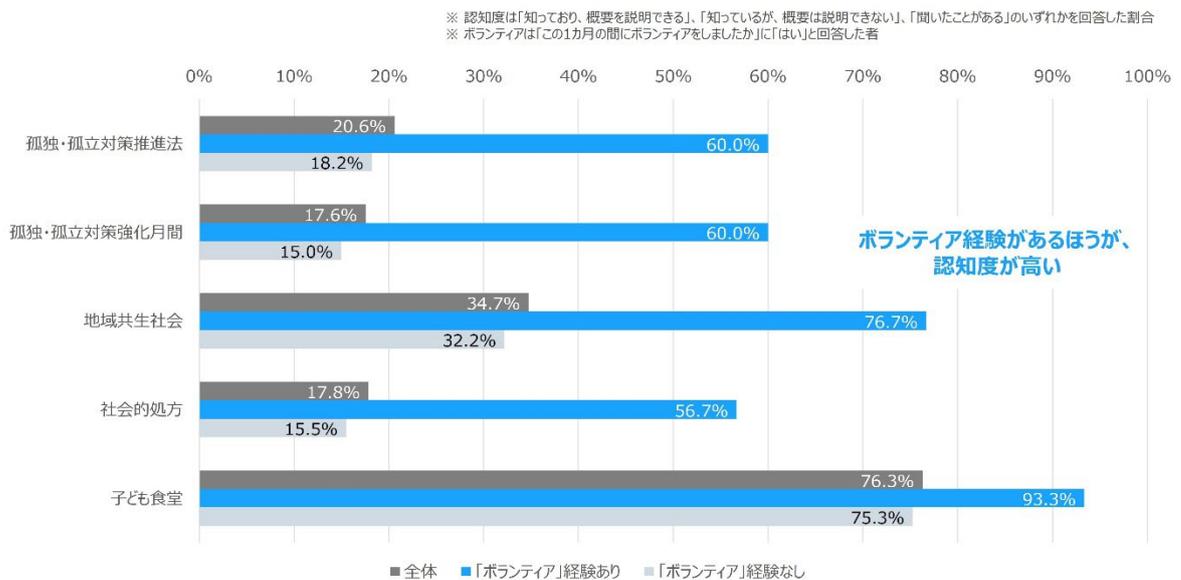
【図表 21】 人助け行動の実施と孤独・孤立対策の認知度との関連性②(寄付経験)

※ 認知度は「知っており、概要を説明できる」、「知っているが、概要は説明できない」、「聞いたことがある」のいずれかを回答した割合
 ※ 寄付は「この1カ月の間に寄付をしましたか」に「はい」と回答した者



「人助け行動の実施と孤独・孤立対策の認知度の関連性②(寄付経験)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

【図表 22】 人助け行動の実施と孤独・孤立対策の認知度との関連性③(ボランティア経験)

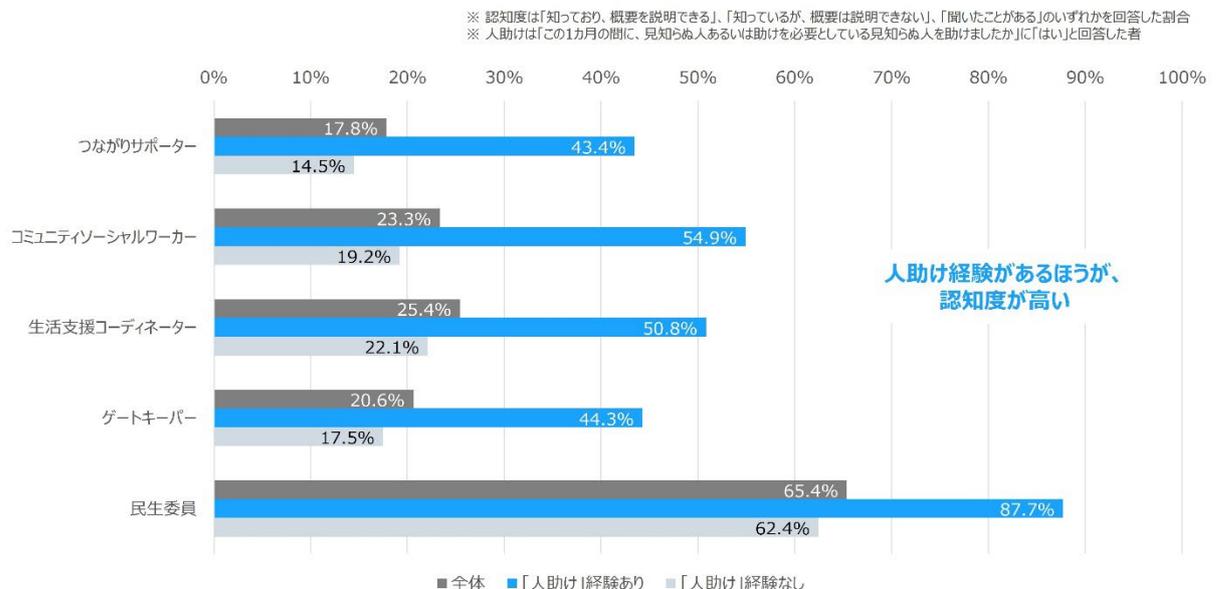


「人助け行動の実施と孤独・孤立対策の認知度の関連性③(ボランティア経験)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

➤ 「人助け」行動と孤独・孤立対策に関わる各サポーター・専門職との関連

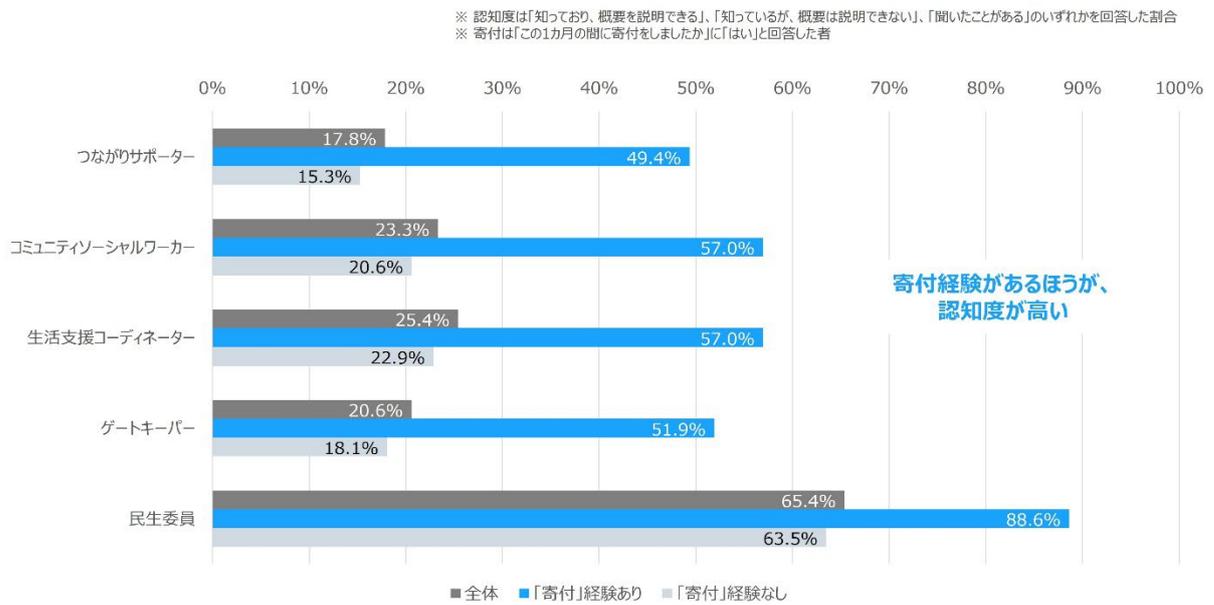
- 1カ月間に「見知らぬ人を助ける」「寄付する」「ボランティアをする」などの行動をしている人は、孤独・孤立対策に関わる地域のサポーター・専門職の認知度が高い傾向がみられた(図表 23、24、25)。

【図表 23】 人助け行動の実施と孤独・孤立対策に関わる専門職の認知度との関連性④(人助け経験)



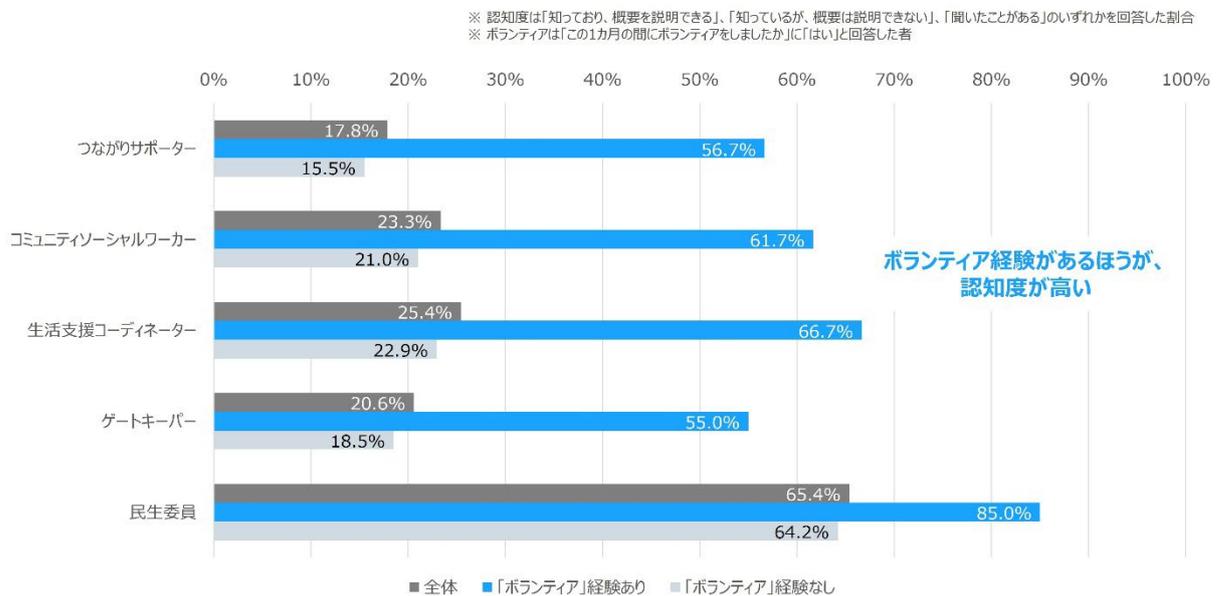
「人助け行動の実施と孤独・孤立対策の認知度の関連性④(人助け経験)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

【図表 24】 人助け行動の実施と孤独・孤立対策に関わる専門職の認知度との関連性⑤(寄付経験)



「人助け行動の実施と孤独・孤立対策の認知度の関連性⑤(寄付経験)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

【図表 25】 人助け行動の実施と孤独・孤立対策に関わる専門職の認知度との関連性⑥(ボランティア経験)

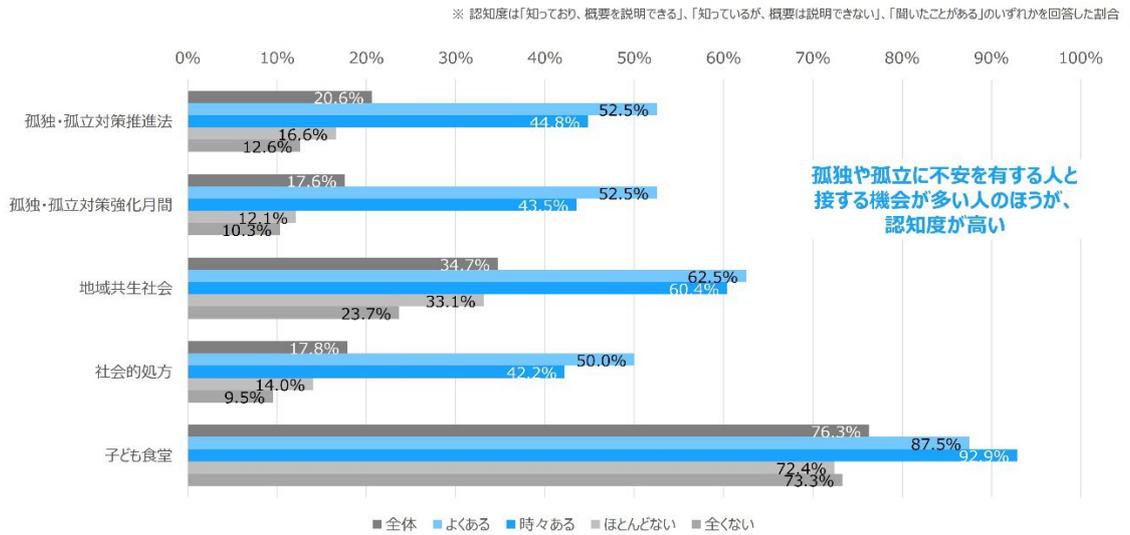


「人助け行動の実施と孤独・孤立対策の認知度の関連性⑥(ボランティア経験)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

4-3. 援助規範意識と孤独・孤立を有する人と接する頻度

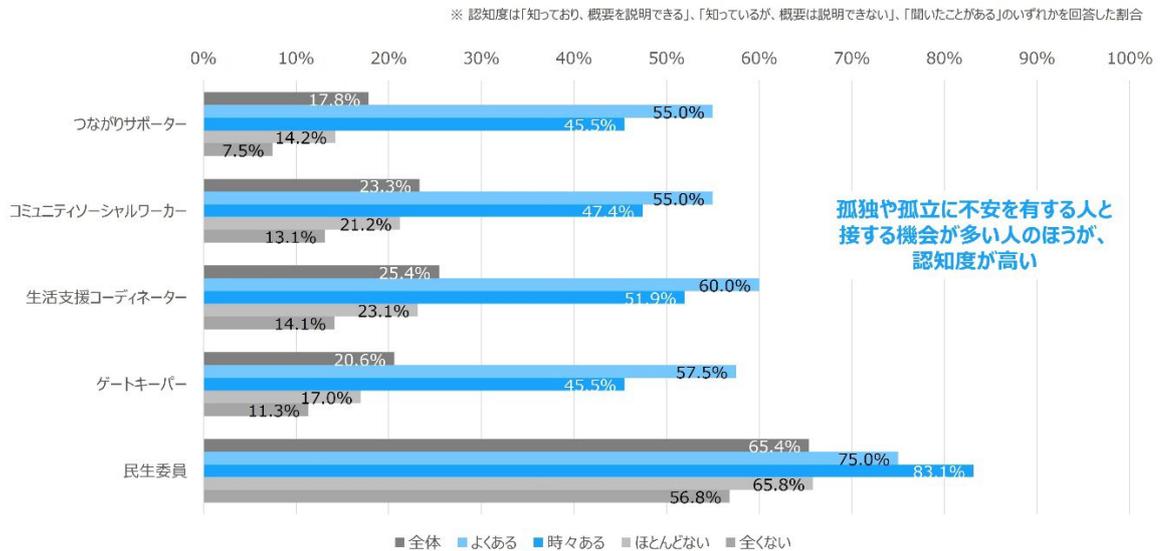
- 孤独・孤立に不安を有する人と日常生活で接する機会が「よくある」「時々ある」と回答した人は、孤独・孤立対策およびそれらに関わる地域のサポーター・専門職の認知度が高い傾向がみられた(図表 26、27)。

【図表 26】 孤独・孤立を有する人と接する頻度と孤独・孤立対策の認知度の関連性①



「孤独・孤立を有する人と接する頻度と孤独・孤立対策の認知度の関連性①」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

【図表 27】 孤独・孤立を有する人と接する頻度と孤独・孤立対策の認知度の関連性②



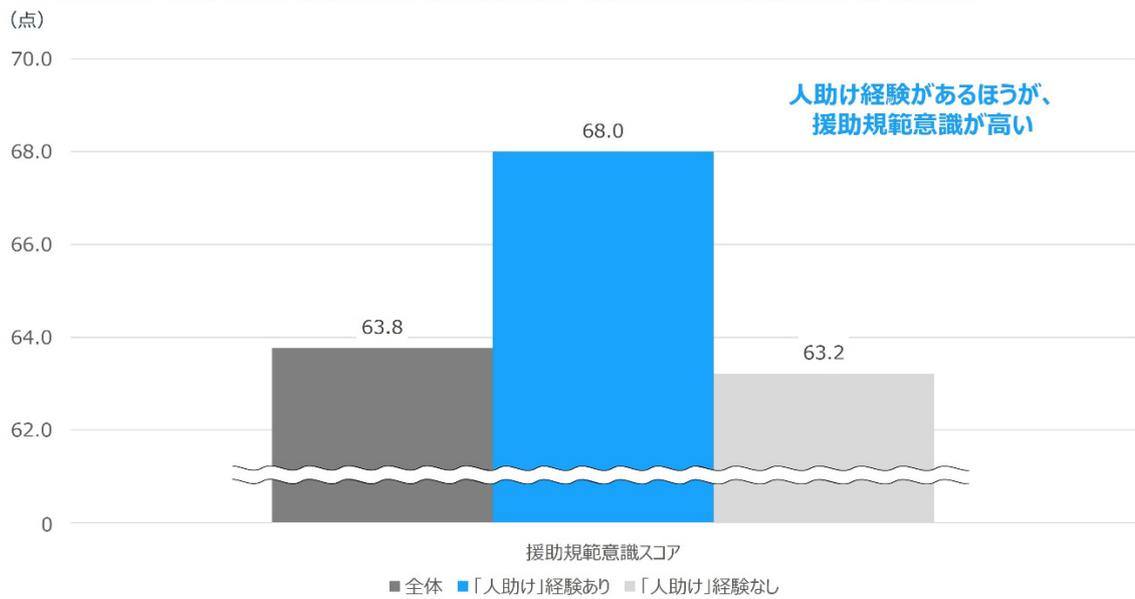
「孤独・孤立を有する人と接する頻度と孤独・孤立対策の認知度の関連性②」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

4-4. 援助規範意識と援助行動の実施

- 援助行動(「人を助けた」「寄付をした」「ボランティアをした」)を実施した人の方が、実施していない人と比較して援助規範意識は高かった(図表 28、29、30)。

【図表 28】 援助規範意識と人助け行動の実施の関連性①(人助け経験)

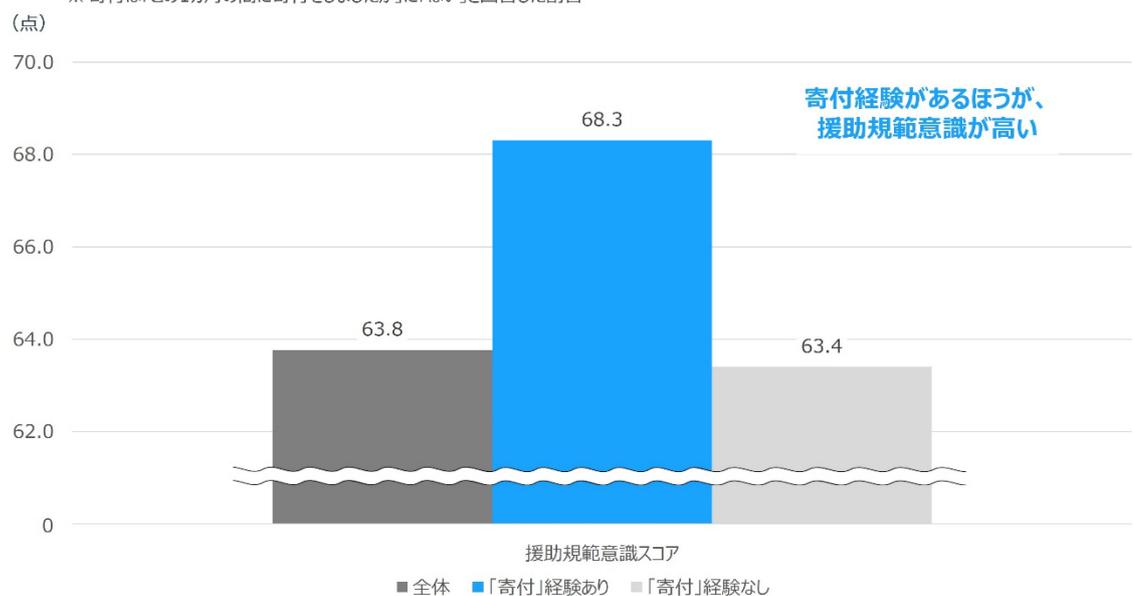
※ 援助規範意識は、「返済規範」、「自己犠牲規範」、「交換規範」、「弱者救済規範」の4カテゴリーからなる計20問の質問紙(箱井ら、1987年)
 ※ 点数が高いほど、援助行動を規範化する意識が強い
 ※ 人助けは「この1か月の間に、見知らぬ人あるいは助けを必要としている見知らぬ人を助けましたか」に「はい」と回答した割合



「援助規範意識と人助け行動の実施の関連性①(人助け経験)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

【図表 29】 援助規範意識と人助け行動の実施の関連性②(寄付経験)

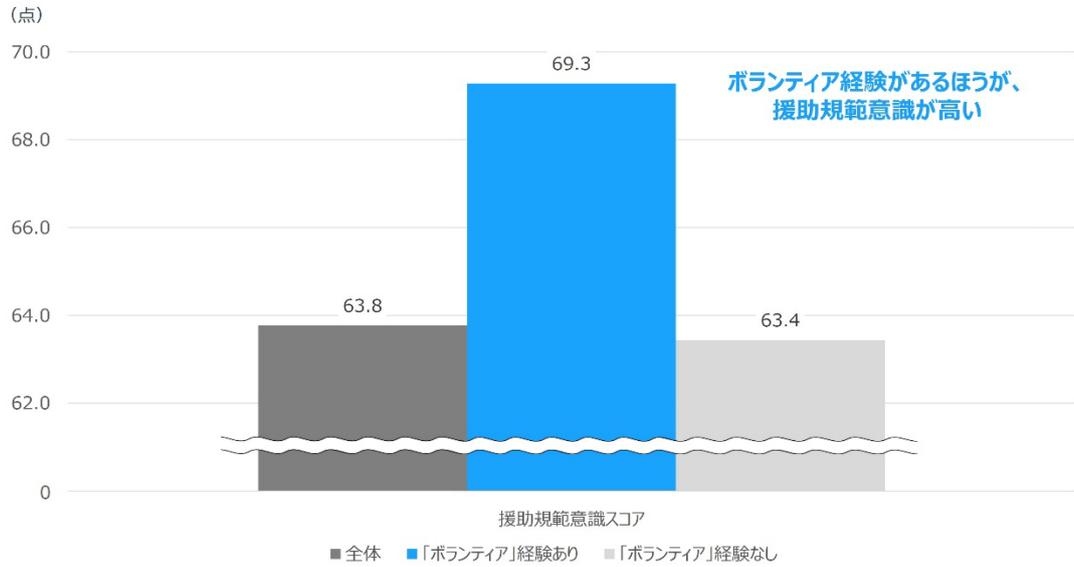
※ 援助規範意識は、「返済規範」、「自己犠牲規範」、「交換規範」、「弱者救済規範」の4カテゴリーからなる計20問の質問紙(箱井ら、1987年)
 ※ 点数が高いほど、援助行動を規範化する意識が強い
 ※ 寄付は「この1か月の間に寄付をしましたか」に「はい」と回答した割合



「援助規範意識と人助け行動の実施の関連性②(寄付経験)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

【図表 30】 援助規範意識と人助け行動の実施の関連性③(ボランティア経験)

※ 援助規範意識は、「返済規範」、「自己犠牲規範」、「交換規範」、「弱者救済規範」の4カテゴリーからなる計20問の質問紙（箱井ら、1987年）
 ※ 点数が高いほど、援助行動を規範化する意識が強い
 ※ ボランティアは「この1か月の間にボランティアをしましたか」に「はい」と回答した割合

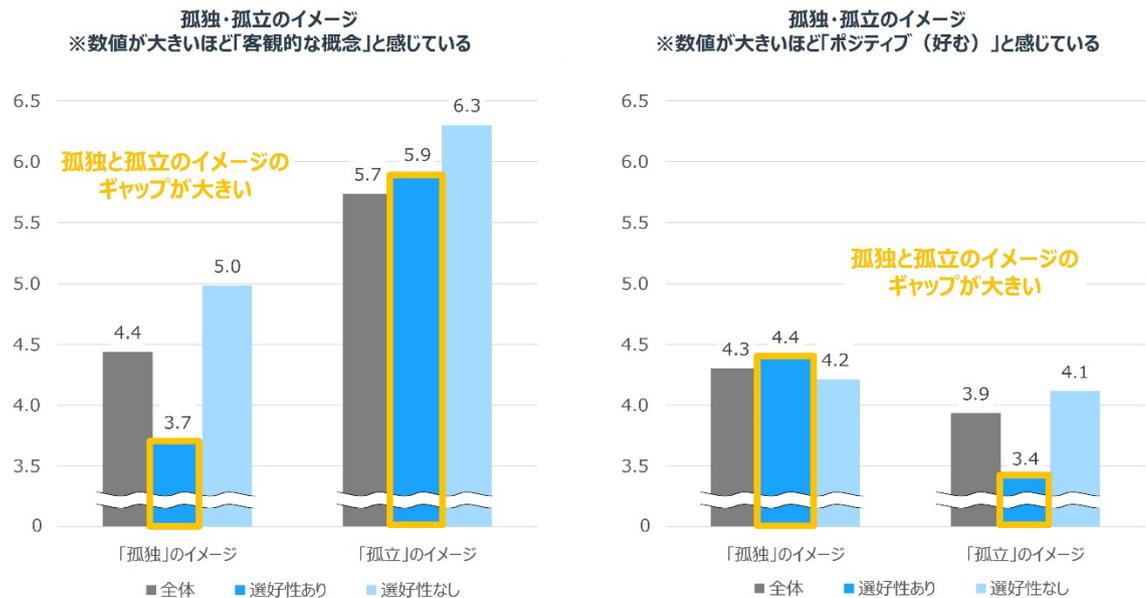


「援助規範意識と人助け行動の実施の関連性③(ボランティア経験)」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

4-5. 孤独と孤立に対するイメージと孤独選好性

- 孤独に対してポジティブな感情を持っている(孤独選好性¹³がある)人は、選好性がない人と比較して、「孤独」と「孤立」に異なるイメージを持っていた(孤独と孤立のイメージの差が大きい)。また、相対的に孤独にはポジティブな印象を持っている一方で、孤立にはネガティブな印象を持っている傾向がみられた(図表 31)。

【図表 31】 孤独・孤立に対するイメージと孤独選好性の関連性



※それぞれ10段階で聴取

1 (主観的な概念) ~ 10 (客観的な概念)

1ネガティブ (好まない) ~ 10ポジティブ (好む)

※孤独選好性は、「孤独の必要性」、「孤独の楽しみ」、「孤独時の生産性」の3カテゴリーからなる計16問の質問紙 (Toyoshima A., et al. 2022) であり、平均値±1SDを「選好性あり」、「選好性なし」とした

「孤独・孤立に対するイメージと孤独選好性の関連性」 © NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

¹³ 「孤独選好性」とは、一人でいることを好む傾向や、他者との交流よりも一人の時間を大切にしたい志向のことを指す。本調査では、「孤独の必要性」、「孤独の楽しみ」、「孤独時の生産性」の3カテゴリーからなる計16問の設問からスコア化した。

参考文献:

Burger JM. "Individual Differences in Preference for Solitude" (Journal of research in personality, 1995)

Toyoshima, A. et al. "Examining the Relationship Between Preference for Solitude and Subjective Well-Being Among Japanese Older Adults" (Innovation in Aging, 2022)

5. まとめ・今後の展望

本調査の結果、孤独・孤立対策に関する法律や対策およびそれに関する地域のサポーター・専門職を認知している回答者の割合は、「子ども食堂」「民生委員」を除いて2～3割程度にとどまり、十分に認知・普及していないことが明らかになった。特に孤独・孤立リスクが相対的に高まる職業、コミュニティが比較的狭まりやすい職業では、その認知度が低い傾向にあった。

また、割合は少ないものの「人助け」「寄付」「ボランティア」などの行動を実施している人や援助規範意識を持っている人は、孤独・孤立対策および地域のサポーター・専門職の認知度、政策・施策への関心が高い傾向も明らかになった。さらに、孤独選好性によって、孤独・孤立の対するイメージの違いがみられた。

孤独・孤立は誰もが当事者になりうる可能性があり、喫緊の課題であるものの、孤独・孤立に対する各々の価値観は多様であるため、慎重に対処しなければならないケースが多く、アウトリーチ・サポートが難しい。日常生活における人助けや援助規範意識と孤独・孤立対策への認知度・関心との相関が示されたことから、日々の些細な援助規範を啓発し、その意識を社会全体で醸成するアプローチが、孤独・孤立対策の認知・関心を高めるうえで有効であると期待される。そして、孤独・孤立リスクが高い人々にできるだけ広くアウトリーチ・サポートできるよう、専門職でなくとも認知・関心を持っている人(地域における“自然発生的な”サポーター)を発掘し、ネットワークを構築していくことが重要であると考える。

また、孤独・孤立対策に関心を持っている人や、援助規範意識は高いものの援助行動には至っていない人に対して、些細な支援から少しずつ行動に移すことができるようなきっかけ(環境整備やソリューション開発等)をデザインすることも重要であり、当社が提供する行動デザインのコンサルティング手法などを活用しながら地域の“自然発生的な”サポーターの仲間づくりをしていくような機運を醸成させることを目指したい。

※行動デザインコンサルティング:<https://www.nttdata-strategy.com/services/social-issues/behavioral-design/>

<調査結果の利用について>

本調査は、株式会社NTTデータ経営研究所とNTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社が共同で行っており、本調査結果の著作権は、株式会社NTTデータ経営研究所とNTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社が保有します。

調査結果の一部を転載・引用される場合は、出所として「NTT データ経営研究所/NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション」または「NTT データ経営研究所/NTTコム リサーチ」と併記した上で、掲載日・掲載媒体・引用箇所などの情報につきましては広報担当までお知らせください。

調査結果について、出所を明記せずに転載・引用を行うこと、データの一部または全部を改変することなどの行為はご遠慮ください。

本アンケート調査の生データは提供いたしかねます。

*本レポートに記載の商品名、会社名、団体名は、各社の商標または登録商標です。

【本件に関するお問い合わせ先】

<p>■ 報道関係のお問い合わせ先 株式会社NTTデータ経営研究所 ブランド推進部 ブランド推進担当 Tel:03-5213-4016 E-mail:webmaster@nttdata-strategy.com</p>	<p>■ 内容に関するお問い合わせ先 株式会社NTTデータ経営研究所 ライフ・バリュー・クリエイションユニット マネージャー 西口 周 シニアコンサルタント 荒川 悠佳 コンサルタント 田島 将太郎 Tel:03-5213-4110 E-mail:nishiguchis@nttdata-strategy.com</p>
---	--