

「高校生お小遣い実態調査 2024」

今年のお小遣い平均金額は「5,279円」と昨年から329円アップ
高校生の消費行動は、モノ消費よりも「コト消費」や推し活などの「トキ消費」

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘）が提供する進路情報メディア『スタディサプリ進路』は、スタディサプリ編集部が高校生エディター&公式 LINE 登録者を対象に“お小遣い”についてアンケートを実施致しました。また、こちらのアンケートの詳細は『スタディサプリ進路』内の「#高校生なう」でお知らせしています。

URL: <https://shingakunet.com/journal/fromsapuri/20240604000012/?vos=scrmot00085>

■2024年最新版！高校生のひと月のお小遣い平均金額は「5,279円」、物価上昇に伴う金額アップか

今年で3回目となったお小遣い実態調査。高校生がひと月にもらっているお小遣いの2024年の平均金額は「5,279円」となりました。これは、昨年の4,950円よりも329円アップ、また一昨年の5,582円よりも303円ダウンという結果です。

昨年のフリーコメントで、近頃、日々手に取るお菓子やファストフードが小さくなったり量が減っていると、物価上昇の影響を高校生自身が感じている様子が分かりましたが、今回の金額アップは、まさにこの物価上昇に伴う必要不可欠なものだったのではないのでしょうか。

＜ひと月のお小遣い平均金額＞

	平均金額
2024年	5,279円
2023年	4,950円
2022年	5,582円

329円
アップ

632円
ダウン

(数値回答/2024年 n=682、2023年 n=644、2022年 n=1,000)

■友達付き合い・自分自身の生活で削りたくない消費上位に「イベント・ライブ・映画・テーマパーク」ファッション・コスメなどのモノ消費よりも、限定性のある経験や体験の「トキ・コト消費」が主

現役高校生の消費に対する価値観を知るべく、「友達付き合い」「自分自身」に関連することで、それぞれにおいて他の何かを我慢することになったとしても削りたくない消費を聞きました。すると、飲食は当然ですが、どちらもTOP3に「イベント・ライブ・映画・テーマパーク費用」がランクイン。ファッションやコスメといったいわゆる「モノ消費」を抑え、その日・その場でしか体験できないイベントやライブといった「トキ消費」、また映画・テーマパークなどの体験にお金を払う「コト消費」がメインであることが分かりました。

また、これまでの買い物・お金の使い方満足度が最も高かったと感じたエピソードには、「1万円くらいでディズニーに行くと、ずっと思い出として話せたり写真や物が残ったり、金額以上の価値があると感じるから」（東京都/高2女子）、「今まで貯めたお金で思い切って食べたかった高めのスイーツをお店で食べたとき。2,000円くらい。とてもおいしくて頑張ってお金を貯めてきて良かったなと思った」（新潟県/高3女子）などがありました。

Q.「他の何かを我慢することになったとしても、これはお金をかけていいな、使う額を減らしたくないな」と思うものは？

順位	「友達付き合い」で削りたくない消費	割合	順位	「自分自身」で削りたくない消費	割合
1	友達/恋人との飲食代 (ランチやカフェ)	53.5%	1	自分の趣味のイベント・ライブ・ 映画・テーマパーク費用	30.5%
2	友達/恋人と行くイベント・ライブ・ 映画・テーマパーク費用	43.1%	2	個人の飲食代 (ランチやカフェ)	28.2%
3	友達/恋人へのプレゼント代	33.9%	3	自分の趣味の課金(ゲーム・推し活)	27.0%

(どちらも複数回答/n=682)

■編集長コメント

必要十分な金額を貴重な体験価値に賢く消費する高校生たち
景気と家計の悪化にその機会が奪われる可能性も



『スタディサプリ進路ブック』
編集長
金剛寺 千鶴子
(こんごうじちづこ)

今回実施した「高校生お小遣い実態調査 2024」では、前回調査と比較して、多少その額がアップしたことが影響しているのか、もらっている金額に対して「満足している」という回答も前回より少しアップ(59.1%・前回差+4.0pt)という結果に。さらにお小遣いが余ることはないという高校生は半数以上であり、上記の結果にもあるような体験価値に対して賢く消費している様子がうかがえました。

また、「普段の生活の中で、世の中の景気が自分のお小遣いに影響していると感じることがある？」の問いに対して、7割の高校生がNOと回答した一方、「親に物価上がってるからお小遣いあげないって言われた」「お小遣いの値上げ交渉をしたときに、景気が良かったら応じてくれたらいいなと感じた」「4月になって食品などが値上がりしているのを聞くと、お小遣いもらう時申し訳なく思う」という、シビアな家計の現状に直面した高校生のコメントも見られ、今後の景気の先行き次第では、高校生の今しかできない貴重な「コト」や「トキ」の体験にも影響が出るかもしれません。

【アンケート概要】

- 調査時期：2024年4月5日(金)～4月10日(水)
- 調査方法：インターネットリサーチ
- 調査実施機関：株式会社リクルート
- 調査対象：全国高校生男女（『スタディサプリ進路』の高校生エディター/公式LINE登録者）
- 有効回答数：682件（男子214件、女子457件、性別を選択しなかった人11件）

■『スタディサプリ進路』について

『スタディサプリ進路』は、1970年に創刊した『リクルート進学ブック』に始まり、2020年に50周年を迎えた、リクルートグループにおいて就職支援に次いで歴史の長い事業です。“「学びたい」「学んでよかった」がもっと増えていく世界の実現”をコンセプトに、変化が激しい社会の中で生徒が生き抜くために、「なりたい自分」と「自己実現できる学校」を発見し、「自分に合った進路選択の実現」を可能にするためのサービスを提供しています。高校3年間を通して、「自己理解」「職業観育成」「学びの内容理解」「学校研究」に対応するさまざまな教材ラインアップを無料で提供しています。

（詳細：<https://shingakunet.com/rnet/column/rikunabi/index.html?vos=conttwnowother00010>）

■“スタサブ編集部”について

全国3,000人以上の現役高校生からなる「スタサブ高校生エディター」と共に、高校ライフにフィットするコンテンツを作る編集部。進路や受験勉強のノウハウはもちろん、夜食レシピやメンタルを支える名言などの多様なコンテンツを、Webサイト『#高校生なう』、年8回発行の情報誌『スタサブ進学マガジン』、アプリ『スタディサプリ for SCHOOL』、会員向けメールマガジン、各種SNSで配信中。

なお、今回のアンケート結果をさらに詳しく分析した記事は『#高校生なう』の下記URLにて公開中。

<URL：<https://shingakunet.com/journal/fromsapuri/20240604000012/?vos=scrmot00085>>

また、スタサブ編集部では、毎月LINEでアンケートを配信し、読者の高校生・保護者の皆さまから頂くご意見を記事に反映しています。現在も、今後のより良い記事制作に向けてLINEお友達を絶賛募集中です！ご興味をお持ちの方は、ぜひご登録ください。

<LINE URL：<https://lin.ee/LbRvueT>>

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>