

2025 年 05 月 21 日

博報堂 生活者発想技術研究所×WOWOW 夢中のトビラポ「夢中のチカラ調査」

夢中なものごとを持つ人は 20-70 代の 51.2%

夢中なものごとを持つ人は、持たない人よりも人生満足度が約 2 倍のスコア
キードライバーとなるのは、他人の評価に左右されない「自分軸の夢中」

株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：名倉健司）の生活者発想のアップデートと活用を推進する「生活者発想技術研究所」と、株式会社 WOWOW（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：山本 均）の大人の夢中について探究する「WOWOW 夢中のトビラポ」は、今般、大人の夢中に関する共同研究を行う運びとなりました。日本では人口の 2 人に 1 人が 50 歳以上となり、人生後半戦のウェルビーイングに対する注目度が高まっています。大人、特に人生の後半戦を迎える 50 代以上のウェルビーイングを向上するヒントが「夢中」にあるという仮説のもと、共同研究の第一弾として、20-70 代までの生活者 1.8 万人に対して、夢中の実態や影響を明らかにする「夢中のチカラ調査」を行いました。

調査結果によると、20-74 歳の 2 人に 1 人（51.2%）が夢中^{*1}になれるものごとを持っており、17.3%は「他人の評価に左右されない、自分軸^{*2}の夢中」を持っていることが分かりました。また、自分軸の夢中を持つ人の人生満足度^{*3}のスコアが、夢中なものごとを持たない人と比べて約 2 倍も高いという結果が得られ、夢中なものごとを持つことが、その人のウェルビーイングを大きく推進している可能性があることが分かりました。

今後の共同研究では、さらなる定量調査や、生活者や有識者に対するインタビューなど、さまざまなリサーチとインプットに基づいて、大人の夢中を通じて人生後半戦をよりよく生きるヒントを探る、夢中のチカラに関する研究活動・情報発信を定期的に行ってまいります。



【調査結果サマリー】

① 夢中な人のボリューム

日本全国の 20-70 代のうち、夢中なものごと（とても好きで、そのためにある程度時間をかけているものごと）を持つ人は 51.2%。人口に換算すると、夢中なものごとを持つ人は約 4,334 万人存在する。さらに、他人の評価に左右されない「自分軸の夢中」を持つ人は 20-70 代の 17.3%で、約 1,465 万人存在する。

【調査結果サマリー続き】

② 夢中の具体像

夢中なものごとを持つ人は、平均して 4.9 個の夢中ジャンルを持っている。また、月平均で 18 回夢中なものごとに取り組み、月平均で 3.4 万円を支出している。「自分軸の夢中」を持つ人の方が、夢中ジャンルの個数（5.5 個）および取り組む回数（19.5 回/月）がやや多い。

③ 夢中のチカラ

夢中なものごとがある人は、夢中なものごとがない人よりも、人生満足度が高い。「自分軸の夢中」がある人はさらにスコアが高く、ほとんどの項目において、夢中がない人の 2 倍以上に達している。

人生満足度	自分軸の夢中 あり	夢中あり	夢中なし
私はこれまで、自分の人生に求める大切なものを得てきた	66%	57%	30%
私は人生に満足している	62%	54%	29%
私の人生は、とても素晴らしい状態だ	52%	45%	22%
ほとんどの面で、私の人生は理想に近い	33%	34%	16%
もう一度人生をやり直せるとしても、ほとんど何も変えないだろう	29%	34%	21%

*¹ 夢中の定義： とても好きで、そのためにある程度時間をかけているものごとがある …「とてもあてはまる」「どちらかというにあてはまる」いずれかを選択

*² 自分軸の定義： 以下の全てに該当

「とてもあてはまる」「どちらかというにあてはまる」いずれかを選択

- ・ 周りに左右されずに自分が心から好きなものごとを楽しむことは、自分の人生において重要だ
- ・ 自分の好きなものごとが他の多くの人と異なっていたとしても、自分の「好き」と言う気持ちは揺るがない
- ・好きなものごとに取り組むとき、他の人の意見や評価よりも、自分が本当に楽しめるかどうかを重視する
- ・好きなものごとに取り組んでいるとき、とても自分らしくいられると感じる
- ・好きなものごとに取り組んでいるとき、自分が大切にしている価値観に従って生きていると実感できる

「どちらともいえない」「どちらかというにあてはまらない」「全くあてはまらない」いずれかを選択

- ・ 自分の好きなものごとについて他の人に伝えるとき、相手が自分をどう評価するかが気になる

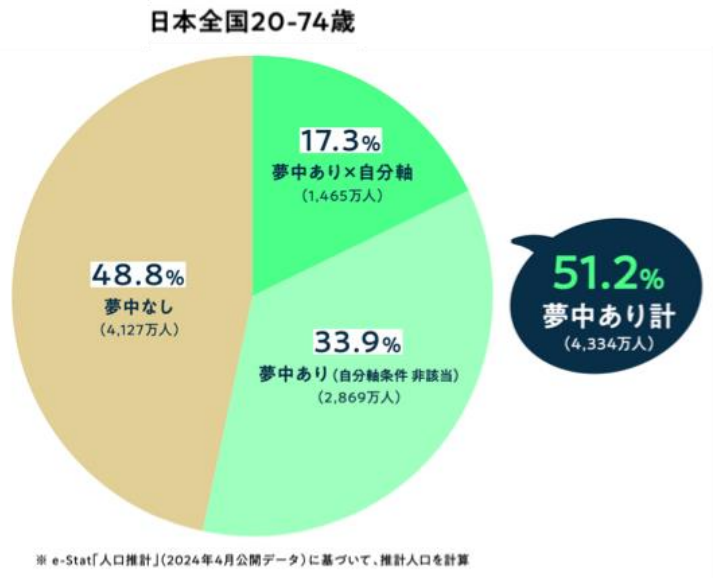
*³ 人生満足度について：主観的ウェルビーイングを測定するために広く用いられている「人生満足度尺度」を参考に質問項目を作成

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 三矢・高橋 koho.mail@hakuhodo.co.jp

結果詳細①【夢中な人のボリューム】

■ 日本全国の 20-70 代のうち、夢中なものごと（とても好きで、そのためにある程度時間をかけているものごと）を持つ人は 51.2%。人口に換算すると、夢中なものごとを持つ人は約 4,334 万人存在する。さらに、他人の評価に左右されない「自分軸の夢中」を持つ人は 20-70 代の 17.3%で、約 1,465 万人存在する。



【夢中な人ボリューム：世代特徴】

性年代別に見ると、男女いずれも「夢中あり計」の構成比は若年層とシニア層において高い傾向（中間層のスコアが低いおわん型）。「夢中あり×自分軸（自分軸の夢中）」は、年代が上がるほど出現率が高まる傾向。

		夢中あり×自分軸		夢中あり(自分軸条件 非該当)		夢中なし		夢中あり計	
単位: %									
		n							
全体		18,000	17.3	34.2	48.5	51.5			
性年代	男性計	9,000	14.4	39.0	46.6	53.4			
	20代	500	7.7	55.0	37.3	62.7			
	30代	500	9.1	45.6	45.3	54.7			
	40代	500	10.4	41.2	48.4	51.6			
	50代	3,000	16.4	32.1	51.5	48.5			
	60代	2,999	21.5	29.1	49.5	50.5			
	70代	1,501	26.0	30.4	43.6	56.4			
	女性計	9,000	20.1	29.4	50.4	49.6			
	20代	500	13.9	44.0	42.2	57.8			
	30代	500	18.1	33.7	48.2	51.8			
	40代	500	14.6	24.8	60.6	39.4			
	50代	3,000	20.8	26.5	52.7	47.3			
	60代	3,000	26.0	25.6	48.4	51.6			
	70代	1,500	31.0	23.7	45.3	54.7			

結果詳細②【夢中の具体像】

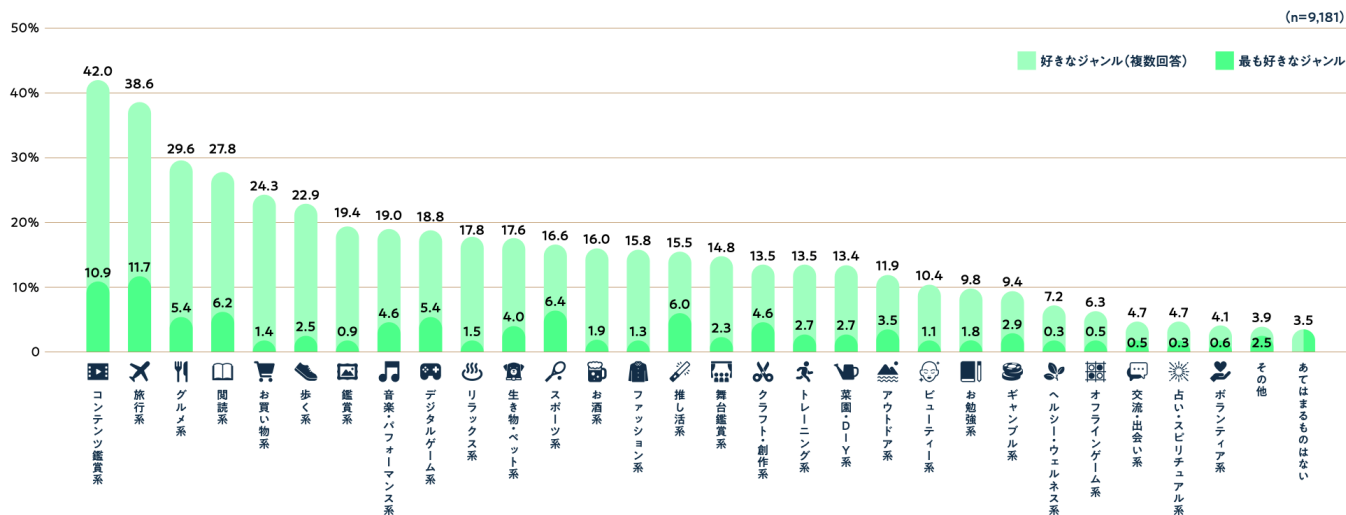
■ 夢中なものごとを持つ人は、平均して 4.9 個の夢中ジャンルを持っている。また、月平均で 18 回夢中なものごとに取り組み、月平均で 3.4 万円を支出している。「自分軸の夢中」を持つ人の方が、夢中ジャンルの個数（5.5 個）および取り組む回数（19.5 回/月）がやや多い。



【夢中の具体像：夢中のジャンル】

夢中なものごとを持つ人が好きなものごとのジャンル上位は、複数回答では「コンテンツ鑑賞系（42.0%）」「旅行系（38.6%）」「グルメ系（29.6%）」「読書系（27.8%）」「お買い物系（24.3%）」。「最も好きなものの上位」は「旅行系（11.7%）」「コンテンツ鑑賞系（10.9%）」「スポーツ系（6.4%）」「読書系（6.2%）」「推し活系（6.0%）」。

以下の様々なジャンルの中で、あなたの「好きなものごと」として該当するものはどれですか。それぞれあてはまるものをお選びください。/[1]あてはまるもの（すべて）[3]最もあてはまるもの（ひとつだけ）

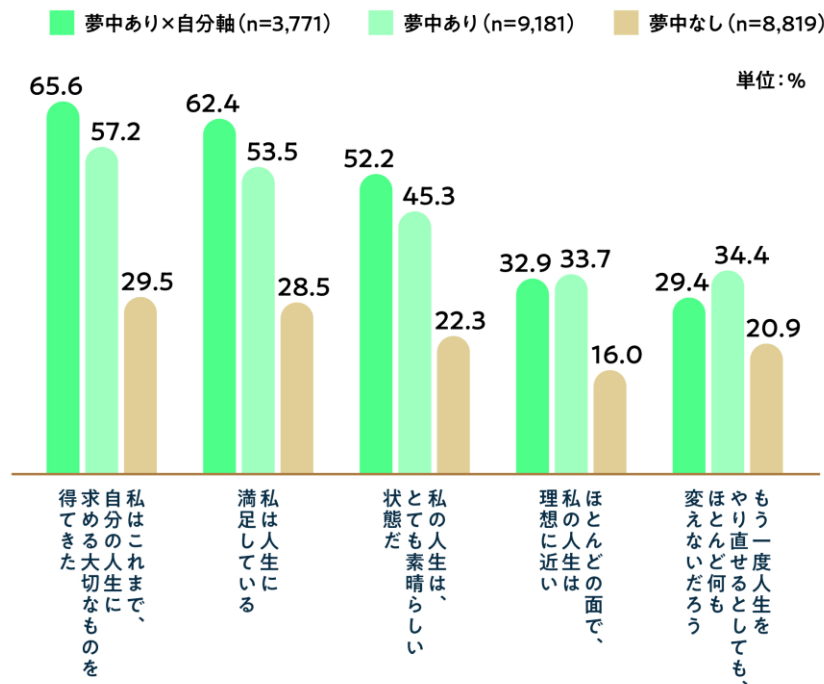


結果詳細③【夢中のチカラ】

■ 夢中なものごとがある人は、夢中なものごとがない人よりも、人生満足度が高い。「自分軸の夢中」がある人はさらにスコアが高く、ほとんどの項目において、夢中がない人の2倍以上に達している。

あなたの考え方についてお伺いします。以下の項目について、あなたがもっとも当てはまると思うものをそれぞれお選びください。
(非常によく当てはまる／だいたい当てはまる／少し当てはまる／どちらともいえない／あまり当てはまらない／ほとんど当てはまらない／まったく当てはまらない)

※各項目TOP3/7SDスコアを掲載



【調査概要】

- 調査名 : 「夢中のチカラ調査」
- 実施期間 : 2025/03/01 (土) ~ 2025/03/02 (日)
- 調査手法 : インターネット調査
- 調査地域 : 全国
- 調査対象 : 20-74 歳 男女 18,000 名
- 調査主体 : 株式会社博報堂 生活者発想技術研究所、株式会社 WOWOW WOWOW 夢中のトビラボ
- 調査実施機関 : 株式会社マーケティングアンドアソシエイツ

【ウェビナー開催のご案内】

「夢中のチカラ調査」の詳細は、博報堂が運営するポータルサイト「BIZ GARAGE」主催のウェビナーにてご説明いたします。ウェルビーイングおよび50代以上の大人世代をテーマにした事業のご担当者様は、ぜひご参加ください。

タイトル： “夢中のチカラ” 調査レポート

ウェルビーイング向上の鍵！ “夢中”の可能性をひもとく

日 時： 2025 年 6 月 19 日（木） 15:00-16:00

参加方法： 事前登録制 ※無料

詳 細： <https://www.bizgarage.jp/webinar/20250619>

【博報堂 生活者発想技術研究所 について】

企業の生活者発想を推進するための研究開発を目的に設立された専門組織です。「未来生活者発想」をコンセプトに、「生活者発想経営」「フォーカス型生活者洞察」「生活者心理・行動」「ウェルビーイング社会の共創」「生活者発想に基づく創造性」等に関する、研究・開発・教育・発信を行っています。

* 「博報堂 生活者発想技術研究所」に関するリリースはこちら：

<https://www.hakuhodo.co.jp/news/newsrelease/111845/>

【WOWOW 夢中のトビラボ について】

WOWOW が掲げるパーパス、「人生を WOW で満たし、夢中で生きる大人を増やす」に資する活動を行うラボ。この国の大人たちと日本を元気にする「夢中のチカラ」を調査研究し、誰もが持つ「夢中のトビラボ」をひらいていくための、様々な発信をしています。

* 「WOWOW 夢中のトビラボ」ウェブサイトはこちら

<https://corporate.wowow.co.jp/company/muchulabo/>