

2025 年 9 月 29 日
株式会社ビデオリサーチ

「自分に自信がある」人の最新像はワーク・ライフ・バランスや“自分らしさ”重視 「自信がある」人は 10 代女性で 1.6 倍に、一方で 50 代・60 代男性は減少 ～ ビデオリサーチ調べ「自分に自信がある」人 2014 年・2024 年比較～

株式会社ビデオリサーチ（以下：当社）は、2014 年と 2024 年の生活者の「自信」に対する意識の変化を示した調査結果を公開いたしました。

本レターでは、50 年にわたり日本の生活者の意識動向を調査し続けている当社の『ACR/ex（エーシーアール エクス）』データをもとに、「自分に自信がある」と回答した人の 2014 年と 2024 年の性年代別の比較や、意識、行動の変化について明らかにしています。

< 調査サマリー >

■ 2014・2024 年の「自分に自信がある」人性年代別結果：

2014 年は 60 代男性の 2 人に 1 人が「自信がある」と回答、2014 年と比較し 2024 年は 10 代女性が 1.6 倍に

■ 2014・2024 年の生活意識比較：

「自分らしさ」「ワーク・ライフ・バランス」…生活意識は 2014・2024 年で同様の傾向

2024 年は「便利なものを取り入れて時間・手間を節約したい」が 3 位にランクイン

■ 2014・2024 年の意識比較（お金・仕事・くらし）：

現代の「自分に自信がある」人は、お金・仕事などに関する時代や価値観の変化を積極的に受け入れている

■ 2014・2024 年の意識比較（美容・勉強）：

見た目に気を配り、資格取得の勉強も…心身ともに理想に向かって努力する傾向

【クレジット表記のお願い】

本データを記事掲載する際は、下記クレジットを付記の上ご使用くださいますよう、お願い申し上げます。

ビデオリサーチ「ACR/ex」2014・2024 年 東京 50km 圏データより

当社による「自分に自信がある」人の調査データを含む分析記事は、以下からご覧いただけます。

VR Digest+（ビデオリサーチ ダイジェストプラス）

10 年前と違う？データで読み解く「自分に自信がある人」の特徴（2025 年 9 月 29 日公開）

<https://www.videor.co.jp/digestplus/article/consumer250929.html>

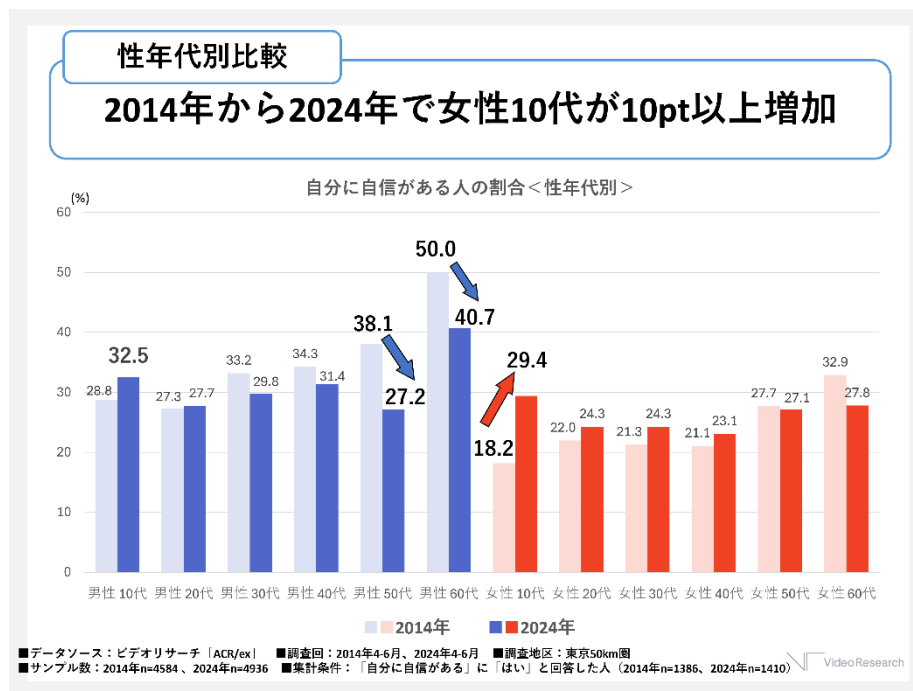
■ ACR/ex（エーシーアール エクス）<https://www.videor.co.jp/service/media-data/acrex.html>

当社が保有する、生活者を「意識」と「利用・購入者」の両側面で捉える日本最大級のマーケティングデータです。同一サンプルに対し、生活者属性、商品関与、メディア接触など網羅的に調査しているため、生活者の実態を多角的にそして客観的に捉えることが可能なシングルソースデータとなっています。仮説立案(0 次プランニング)、ブランド調査、メディアプランニングなどさまざまな用途にご利用いただけます。

【調査結果】

■ 2014・2024 年の「自分に自信がある」人性年代別結果：

2014 年は 60 代男性の 2 人に 1 人が「自信がある」と回答、2014 年と比較し 2024 年は 10 代女性が 1.6 倍に 2014 年と 2024 年の「自分に自信がある」と答えた人を性年代別に比較すると（図 1）、2014 年は全年代において女性より男性のほうの割合が高く、特に 60 代男性は 2 人に 1 人（50.0%）が「自分に自信がある」と回答しました。一方 2024 年は、女性の中では 10 代女性の割合が最も高く（29.4%）、2014 年と比較すると 11.2pt 増加（1.6 倍）しています。



【図 1】「自分に自信がある」人の割合 性年代別比較（2014・2024 年）

■ 2014・2024 年の生活意識比較：

「自分らしさ」「ワーク・ライフ・バランス」…生活意識は 2014・2024 年で同様の傾向

2024 年は「便利なものを取り入れて時間・手間を節約したい」が 3 位にランクイン

2014 年と 2024 年において「自分に自信がある」と回答した人の意識項目で、スコアの高かった上位 5 項目を紹介します（図 2）。「自分に自信がある」人の生活意識のうち、最も高いのは「自分らしくいられるものを身に着きたい」（2014 年 93.6%、2024 年 90.9%）でした。そのほか「お金はかけなくてもセンスのいいものを身に着きたい」、「自分の生活が他人に踏み込まれるのはいやだ」など、2014・2024 年どちらでもランクインしている意識項目が多く、同様の傾向がみられます。一方、2024 年の特徴として『「ワーク・ライフ・バランス」のとれた生活をしたい』の意識項目は 2014 年の 3 位から 2 位に上昇したほか、新たに「便利なものを取り入れて時間・手間を節約したい」が 3 位にランクイン。これらのことから、「自分に自信がある」人は約 10 年前も現在も自分の身に着けるものや生活に意識が向いており、特に現代は仕事と生活とのバランスを取り「自分らしさ」を大切にしている傾向があり、コミュニケーションの面では人との適度な距離感を重視している人、ということがうかがえます。

意識項目比較

2014年と2024年で特徴的な意識項目は同様の傾向

< 2014年 >		(%)	< 2024年 >		(%)
1	自分らしくいられるものを身につけたい	93.6	自分らしくいられるものを身につけたい	90.9	
2	お金はかけなくても、センスのいいものを身につけたい	91.0	「ワーク・ライフ・バランス」のとれた生活をしたい	89.4	
3	「ワーク・ライフ・バランス」のとれた生活をしたい	89.6	便利なものは積極的に取り入れて時間や手間を節約したい	87.7	
4	家族とのコミュニケーションを大切にしている	88.7	お金はかけなくても、センスのいいものを身につけたい	87.4	
5	自分の生活が他人に踏み込まれるのはいやだ	87.7	自分の生活が他人に踏み込まれるのはいやだ	86.9	

■データソース：ビデオリサーチ「ACR/ex」 ■調査回：2014年4-6月、2024年4-6月 ■調査地区：東京50km圏
 ■サンプル数：2014年n=4584、2024年n=4936
 ■集計条件：「自分に自信がある」に「はい」と回答した人（2014年n=1386、2024年n=1410）

【図2】「自分に自信がある」人 意識項目比較 生活意識（2014・2024年）

■ 2014・2024年の意識変化比較（お金・仕事・くらし）：

現代の「自分に自信がある」人 お金・仕事などに関する時代や価値観の変化を積極的に受け入れている

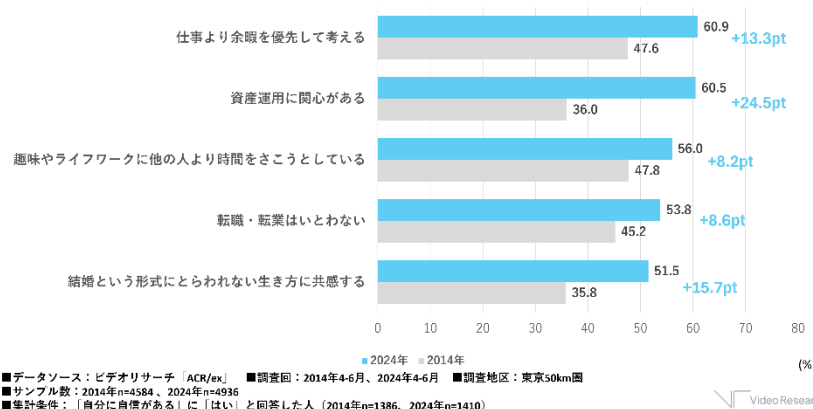
2014年と2024年で「自分に自信がある」と答えた人の意識に特に大きな変化があった項目を一部紹介します。図3では、お金や仕事などライフスタイルに関連する項目で特に変化があったものについて、2024年の割合が高い順に示しています。※以降（ ）内は2014年との差分

2024年で回答率が高かった「資産運用に関心がある」60.5%（+24.5pt）、「転職・転業はいとわない」53.8%（+8.6pt）、「結婚という形式にとらわれない生き方に共感する」51.5%（+15.7pt）などは、近年、社会的にも変化してきている意識であり、現代の「自分に自信がある」人は時代や価値観の変化を積極的に受け入れていると考えられます。

意識項目比較

自信がある人は時代に対応して価値観が変化

自分に自信がある人の10年前と比較して変化した意識（お金・仕事・くらし）



【図3】「自分に自信がある」人 意識項目比較 価値観（お金・仕事・くらし、2014・2024年）

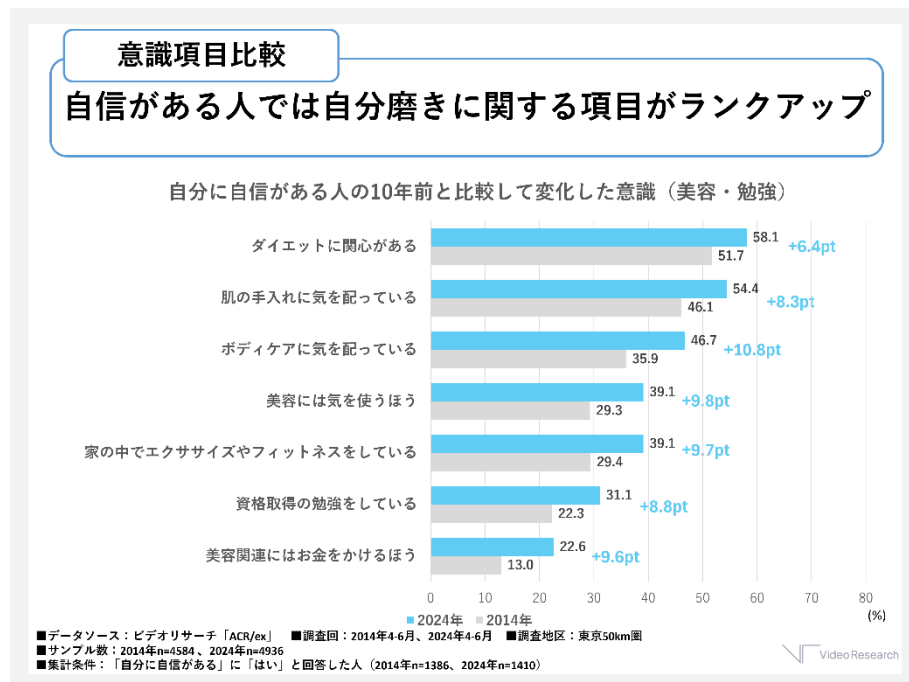
■ 2014・2024 年の意識変化比較（美容・勉強）：

見た目に気を配り、資格取得の勉強も…心身ともに理想に向かって努力する傾向

2014 年と 2024 年で「自分に自信がある」と答えた人の意識に特に大きな変化があった項目のうち、図 4 は美容・勉強に関する項目で 10 年前と比べて変化が大きかったものを、2024 年の割合が高い順に示しています。

※以降（ ）内は 2014 年との差分

「肌の手入れに気を配っている」54.4%（+8.3pt）、「ボディケアに気を配っている」46.7%（+10.8pt）、「美容には気を使うほう」39.1%（+9.8pt）など、「自分に自信がある」人は見た目に気を配る割合が高まっていることが分かります。さらに、「資格取得の勉強をしている」も 31.1%と 2014 年から 8.8pt 上昇していることから、見た目に限らず“自分はどうありたい”という姿があり、それに向かって努力する特徴もあると言えるかもしれません。



【図 4】「自分に自信がある」人 意識項目比較 価値観（美容・勉強、2014・2024 年）

調査概要

サービス名：ビデオリサーチ「ACR/ex」

調査期間： 2014 年（4 月～6 月）、2024 年（4 月～6 月）

調査対象： 男女 12～69 歳のうち「自分に自信がある」に「はい」と回答した人

対象地区： 東京 50 km圏

サンプル数： 2014 年 1,386s、2024 年 1,410s

■ 株式会社ビデオリサーチ <https://www.videor.co.jp/>

株式会社ビデオリサーチは、テレビを含む動画ビジネスを支えるデータ&システム会社です。1962 年にテレビ視聴率データを提供する調査機関として設立され、日本国内におけるテレビ視聴率調査や各種メディアデータ、マーケティングデータを提供しています。公正なデータと信頼性の高い指標を基盤に、企業のマーケティング課題解決をトータルサポートし、知恵と情熱でデータ&システムを駆使するソリューションカンパニーとして、企業の意思決定を支援しています。