



Press Release

【報道関係各位】

## 新成人 500 人調査

～「日本の政治」に期待が 57%、2.7 倍に急増。スマホ検索に「ChatGPT」が 6 割超え。

「お酒が飲めることが嬉しい」55%、過去 10 年で最高～（マクロミル調べ）

2026 年 1 月 7 日

株式会社マクロミル

株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表取締役社長 CEO：佐々木徹 以下、当社）は、2026 年の「二十歳の集い（成人式）」の対象者 500 人に意識調査を実施し、その結果を発表します。

本調査は、新成人の関心ごとや価値観、各種デジタルサービスの利用実態などを明らかにするもので、今回で 19 回目となる定点調査です。今年の新成人は、高校 3 年生時に ChatGPT が登場し、AI 普及の渦中で学生時代を過ごしました。「AI ネイティブ世代」である彼らならではのライフスタイルを浮き彫りにしています。

### ■ 2026 年のトピックス

1. 日本の政治や未来への“期待感”が急上昇。  
「日本の政治に期待できる」が 56.6%で前年の 2.7 倍、「日本の未来は明るい」も 45.2%で 1.6 倍に
2. 関心ニュースの第 1 位は「経済・金融政策」で 44.2%、前年比 2.8 ポイント増。  
背景には物価高と賃金低迷
3. 資産運用方法、上位から「預貯金」51.6%、「新 NISA」15.6%、「タンス預金」12.4%。  
「新 NISA」が「タンス預金」を上回る
4. 新成人の価値観、「自分らしさを大切にする」が 47.8%で最多。  
上昇率 1 位は「タイパを重視」で 27.0%、2 年で 1.5 倍に
5. 「結婚願望あり」は 71.0%。うち 77.8%が「子どもが欲しい」
6. スマホ検索サービス、利用率 1 位は「Google」87.5%。2 位「ChatGPT」62.3%。  
「ChatGPT」が前年比 31.5 ポイントの急増
7. 「生成 AI」活用が加速。使用頻度は「ほぼ毎日」～「週に数日」が半数強
8. SNS は「ショート動画」と「リアル」を支持。  
人気急増は「TikTok」利用率 68.6%（6 年で 5.6 倍）と、「BeReal.」利用率 37.8%（2 年で 2 倍）
9. 成人式への参加意向が反転増、「参加する」が 68.2%に回復
10. 二十歳になって嬉しいこと、1 位は「お酒が飲める」55.2%、過去 10 年で最高

## ■ 調査結果

### 1. 日本の政治や未来への“期待感”が急上昇。

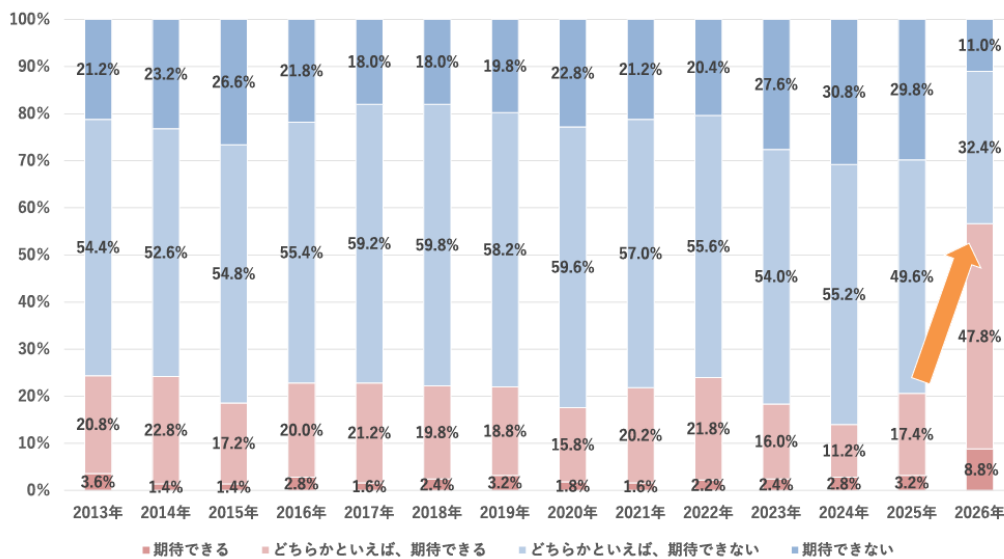
**「日本の政治に期待できる」が 56.6%で前年の 2.7 倍、「日本の未来は明るい」も 45.2%で 1.6 倍に**

「日本の政治に期待できる」<sup>(※1)</sup> と回答した人は 56.6%で、前年の 2.7 倍へと急増しました。また、「日本の未来が明るい」<sup>(※2)</sup> も 45.2%で、前年の 1.6 倍となり、日本の政治や未来への期待感が急上昇しました。これらの回答者にその理由を自由記述で尋ねたところ、「政治体制の変化」や「新政権への期待」が多く挙げられました。

(※1) 「期待できる」「どちらかといえば、期待できる」の合計

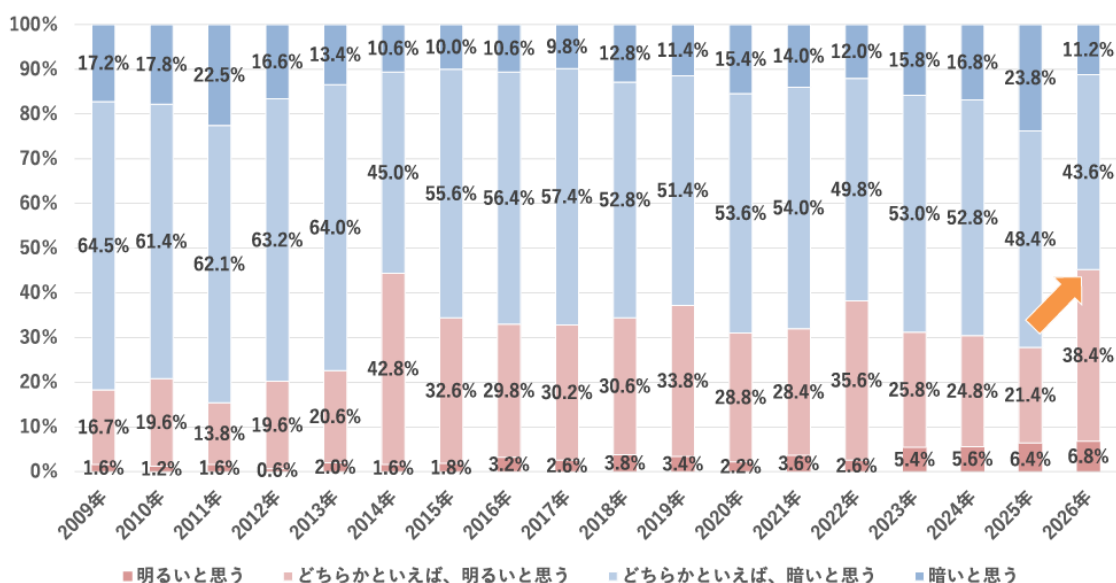
(※2) 「明るいと思う」「どちらかといえば、明るいと思う」の合計

Q. あなたは、これからの「日本の政治」に、どの程度期待できますか。  
回答者：全体 (n=500) / 単一回答



【図表 1】「日本の政治」への期待

Q. あなたは「日本の未来」について、どのようにお考えですか。当てはまるものをお知らせください。  
回答者：全体 (n=500) / 単一回答



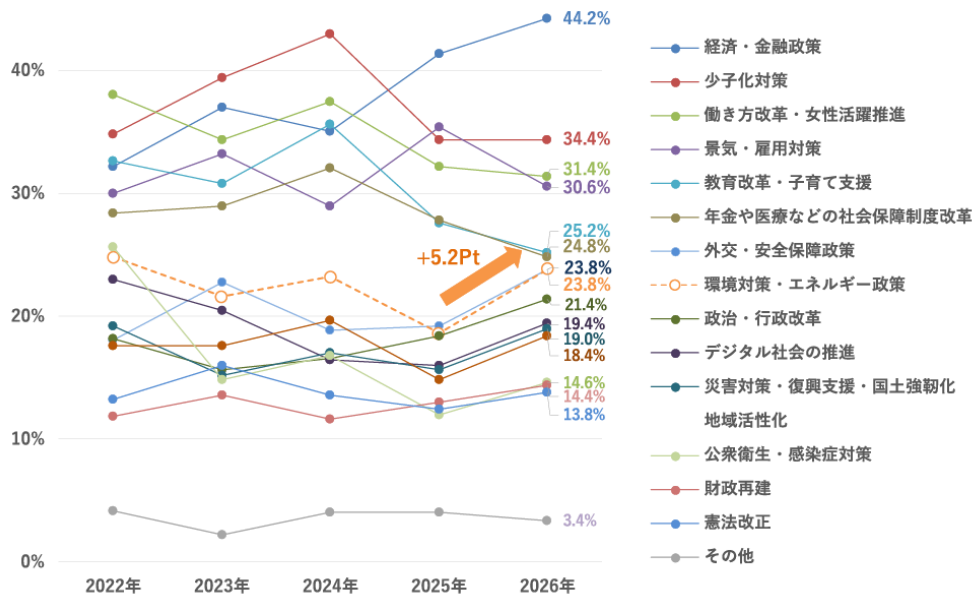
【図表 2】「日本の未来」への考え

## 2. 関心ニュースの第1位は「経済・金融政策」で44.2%、前年比2.8ポイント増。背景には物価高と賃金低迷

最も関心が高かったニュースは「経済・金融政策」で44.2%（前年比2.8ポイント増）でした。長引く物価高騰と実質賃金の伸び悩みを背景に、若年層にとっても経済・金融政策が生活に直結する課題として捉えられているようです。

一方、前年からの上昇率で見ると、1位は「環境対策・エネルギー政策」で23.8%（同5.2ポイント増）でした。気候変動や緊迫する国際情勢によるエネルギー価格変動といった外部環境の変化が意識されていると推察されます。

Q. あなたが関心を持っている政治・経済・社会のニュースは何ですか。（いくつでも）  
回答者：全体（n=500）／複数回答

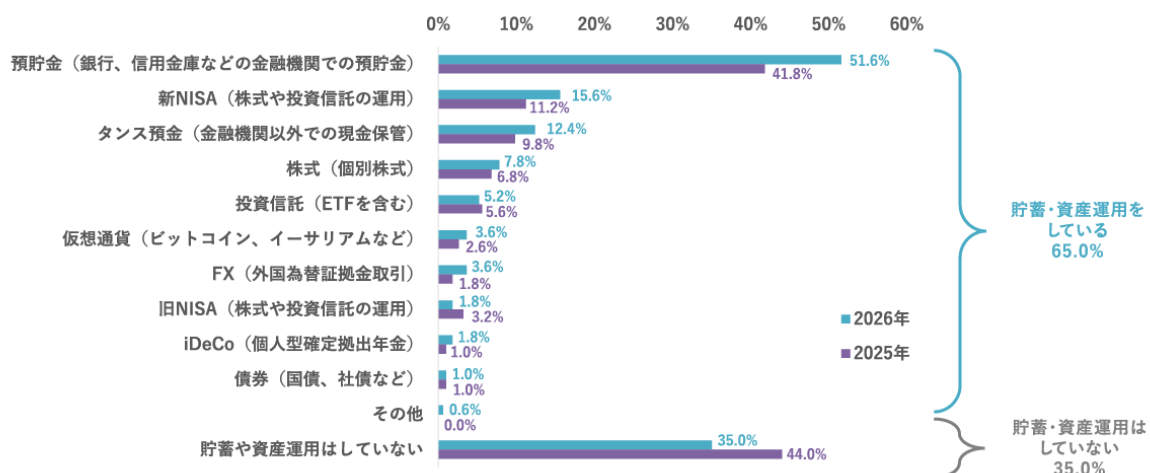


【図表3】関心がある政治・経済・社会のニュース

## 3. 資産運用方法、上位から「預貯金」51.6%、「新NISA」15.6%、「タンス預金」12.4%。「新NISA」が「タンス預金」を上回る

貯蓄・資産運用をしている人は65.0%で、前年比9.0ポイント上昇しました。運用方法は「預貯金」が最多の51.6%で前年比9.8ポイント増加しました。続いて、「新NISA」が15.6%、「タンス預金」が12.4%となりました。政府が推進する「新NISA」の活用率は前年比4.4ポイント上昇し、「タンス預金」を上回りました。

Q. あなたは貯蓄や資産運用をしていますか。実施しているものすべてお選びください。（いくつでも）  
回答者：全体（n=500）／複数回答



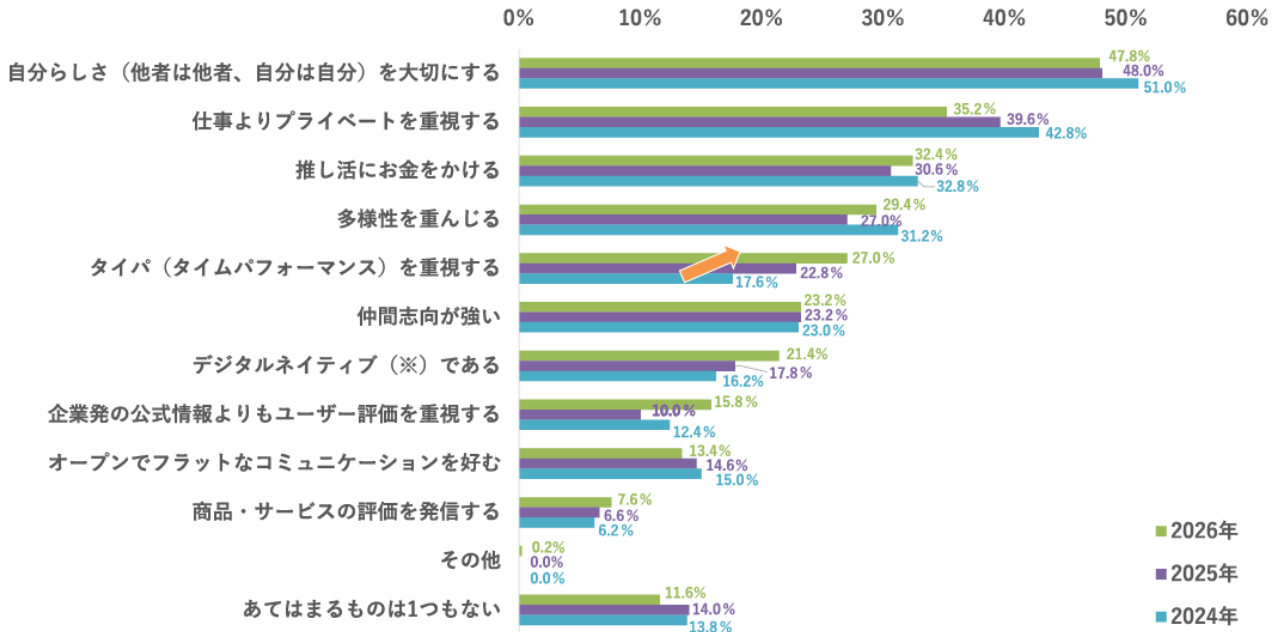
【図表4】貯蓄・資産運用状況

#### 4. 新成人の価値観、「自分らしさを大切にする」が 47.8%で最多。上昇率 1 位は「タイパを重視」で 27.0%、2 年で 1.5 倍に

価値観では、昨年に引き続き「自分らしさを大切にする」が 47.8%で最多でした。上昇率を見ると、1 位は「タイパを重視する」で 27.0%（前年比 4.2 ポイント増）となり、2 年で 1.5 倍になりました。

Q. 以下の項目のうち、あなたご自身にあてはまると思う特徴をすべてお選びください。

回答者：全体（n=500）／複数回答



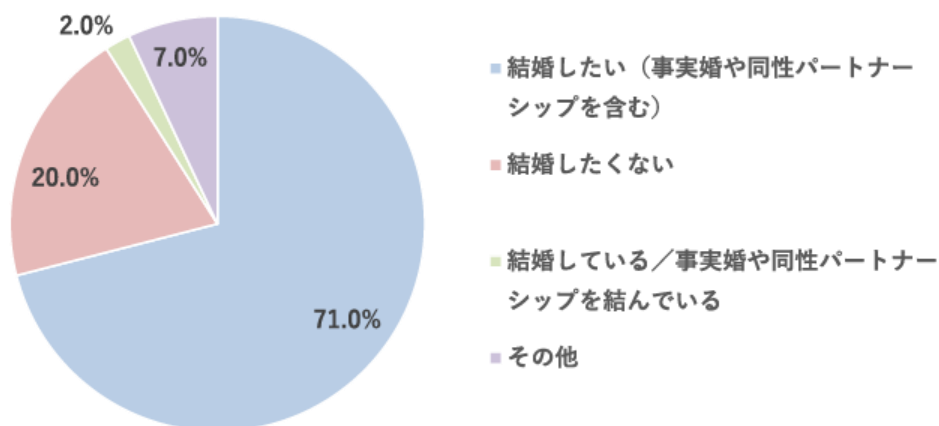
【図表 5】新成人の価値観

#### 5. 「結婚願望あり」は 71.0%。うち 77.8%が「子どもが欲しい」

結婚したいと答えた人は 71.0%でした。結婚したいと答えた人に理想の結婚について聞くと、「子どもが欲しい」が 77.8%でした。近年、少子化問題がクローズアップされますが、家族形成への意欲が高い結果となりました。

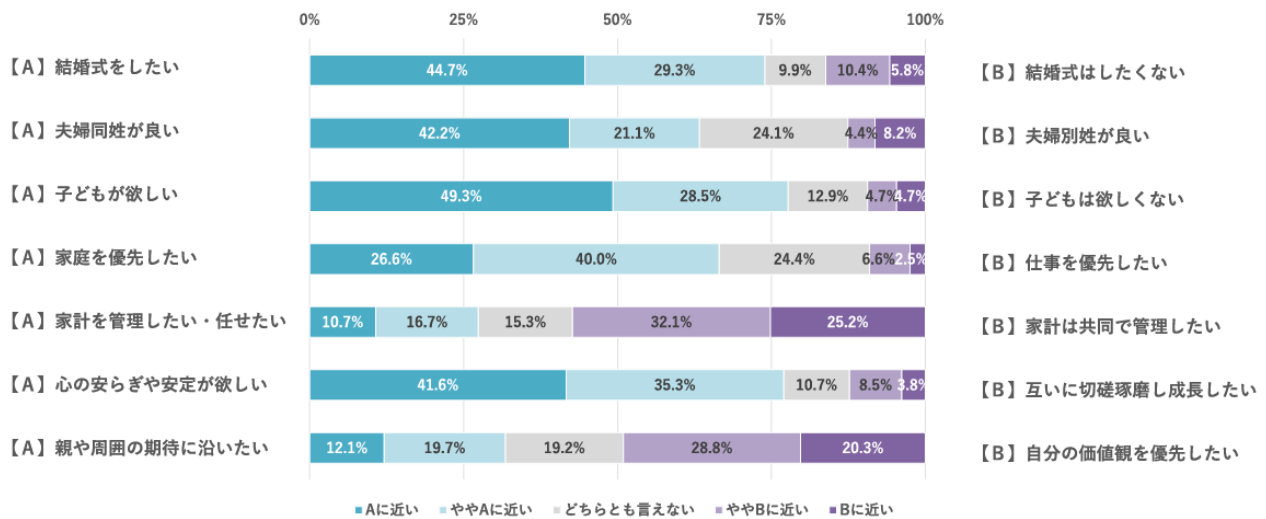
Q. あなたは結婚したいですか。ここでの結婚には、事実婚や同性パートナーシップを含みます。

回答者：全体（n=500）／単一回答



【図表 6】結婚願望

Q.あなたの「理想の結婚」は、以下のAとBのどちらに近いですか。あてはまるものを1つお選びください。  
回答者：「結婚したい」「結婚している」と答えた人（n=365）

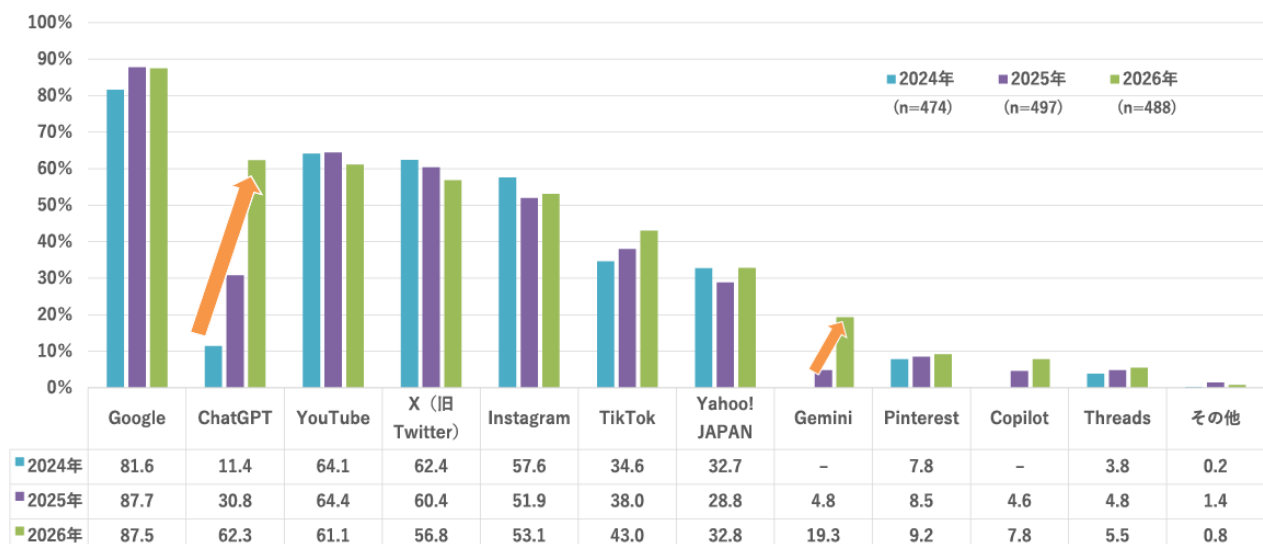


【図表 7】理想の結婚について

## 6. スマホ検索サービス、利用率 1 位は「Google」87.5%。2 位「ChatGPT」62.3%。「ChatGPT」が前年比 31.5 ポイントの急増

スマホで調べものをする際に利用するサービスの 1 位は「Google」87.5%で、利用率は前年から横ばいでした。第 2 位は生成 AI の「ChatGPT」62.3%で、前年比 31.5 ポイントの大幅増、同じく生成 AI の「Gemini」も 19.3%（前年比 14.5 ポイント増）で、検索手段として生成 AI が大きく台頭していることが分かります。

Q. スマートフォンから何かを調べる際（検索する際）に利用するメディアをすべてお選びください。（いくつでも）  
回答者：スマートフォンを持っていると回答した人／複数回答

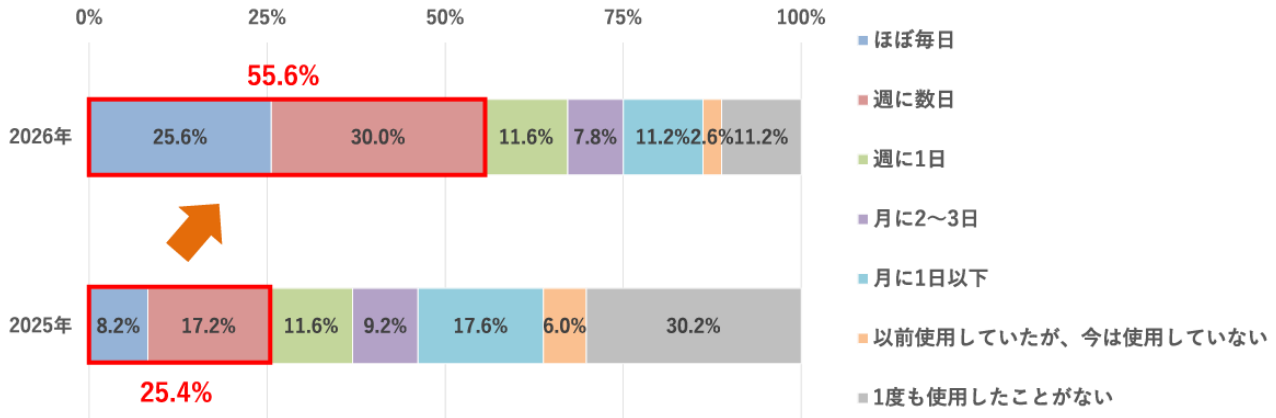


【図表 8】スマホでの検索時に利用するメディア

## 7. 「生成 AI」活用が加速。使用頻度は「ほぼ毎日」～「週に数日」が半数強

生成 AI を「ほぼ毎日」利用する人は 25.6%、「週に数日」は 30.0%で、いずれも前年から大幅上昇しました。合計すると 55.6%に達し、生成 AI の活用が加速していることが分かります。

Q. あなたは生成AIをどのくらいの頻度で使用していますか。  
回答者：全体（n=500）／単一回答

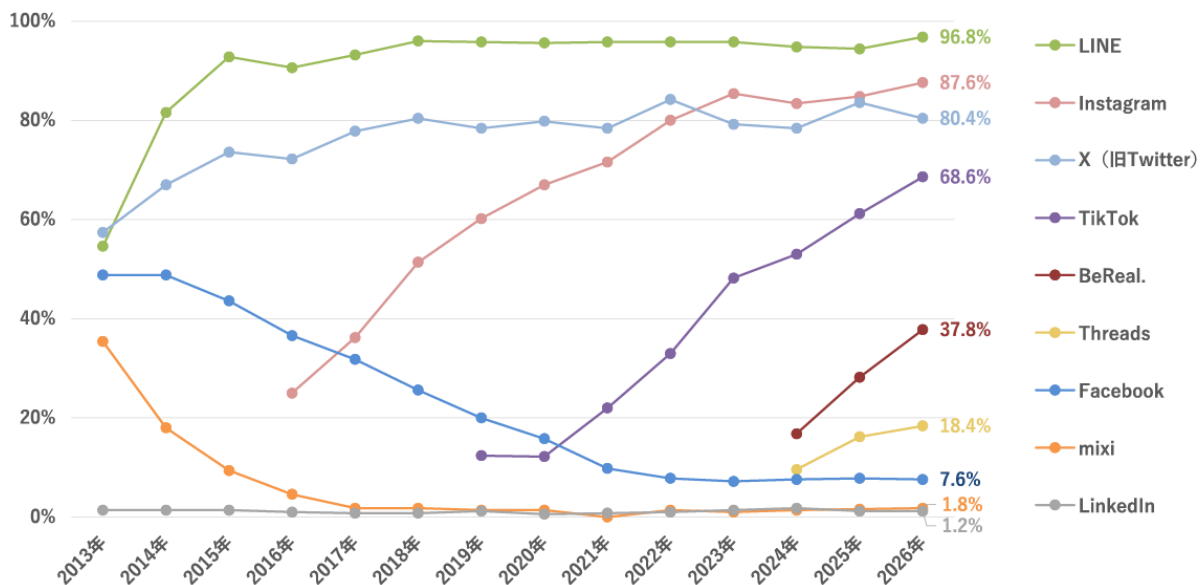


【図表 9】生成 AI の利用頻度

## 8. SNS は「ショート動画」と「リアル」を支持。人気急増は「TikTok」利用率 68.6%（6 年で 5.6 倍）と、「BeReal.」利用率 37.8%（2 年で 2 倍）

SNS の利用率では、「TikTok」が 68.6%、6 年で 5.6 倍、日常を加工なしで投稿する「BeReal.」が 37.8%、2 年で 2 倍と、人気上昇しています。タイパ重視の傾向を背景に、「ショート動画」や「リアル」の SNS が支持を集めている様子がうかがえます。

Q. 以下のSNSについて、あなたが現在利用しているものをすべて教えてください。  
回答者：全体（n=500）／複数回答



【図表 10】SNS の利用状況

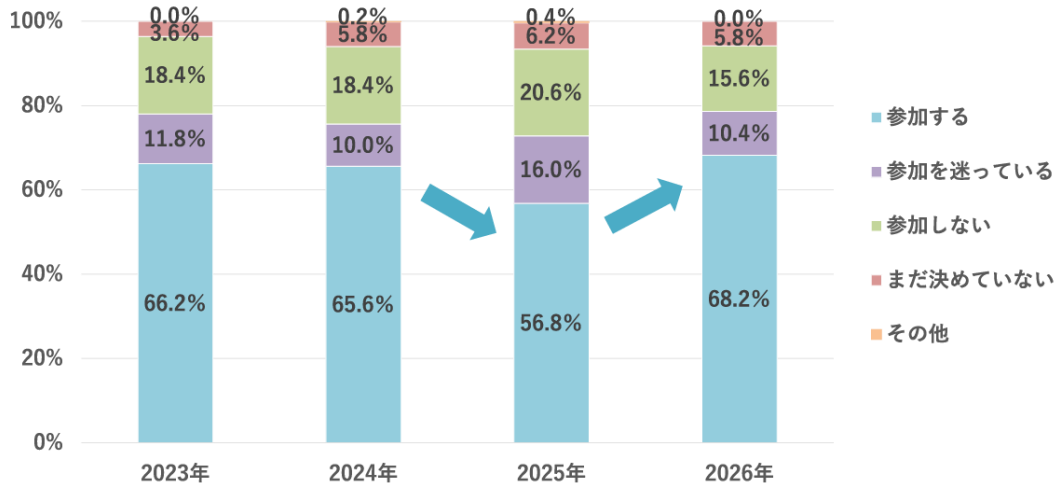
※「その他」「利用していない」は非表示



## 9. 成人式への参加意向が反転増、「参加する」が 68.2%に回復

成人式（二十歳の集い）に「参加する」と答えた人は前年から 11.4 ポイント増加し 68.2%となり、減少傾向から一転して回復しました。

Q. 2026年（令和8年）1月の「成人の日」を祝うつどい（成人式）への参加について教えてください。  
回答者：全体（n=500）／単一回答

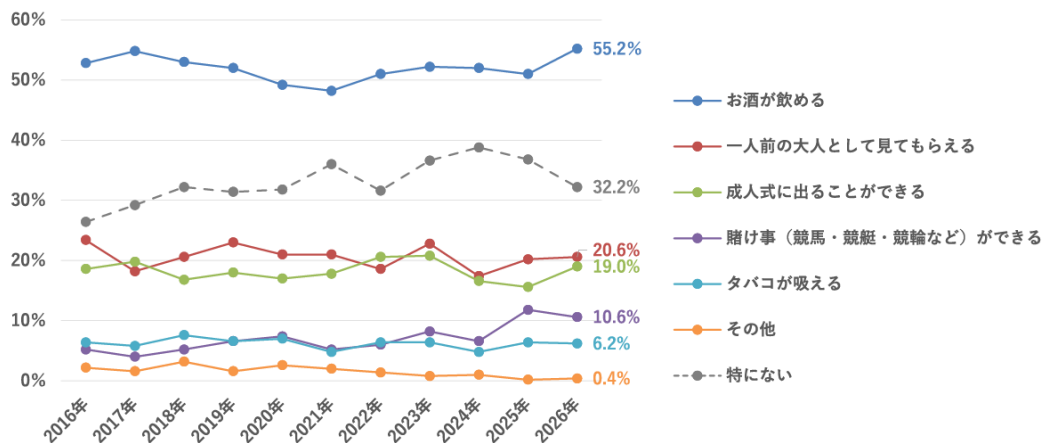


【図表 11】成人式への参加意向

## 10. 二十歳になって嬉しいこと、1 位は「お酒が飲める」55.2%、過去 10 年で最高

二十歳になって嬉しいことの 1 位は、「お酒が飲める」が 55.2%（前年比 4.2 ポイント増）に達しました。「若者の酒離れ」と言われる昨今ですが、2016 年の調査開始以降、過去最高を記録しました。

Q. 二十歳になって（なったら）嬉しいと思うことを、下記の中からすべてお選びください。  
回答者：全体（n=500）／複数回答



【図表 12】二十歳になって嬉しいこと

今年は、日本の社会や将来に対する新成人の期待感が大きく向上しました。「政治に期待できる」「未来は明るい」という回答はいずれも前年から大幅に増加しており、社会の変化を肯定的に捉える姿勢が鮮明になっています。こうした意識の変化は、経済・金融政策や新 NISA への関心の高まり、結婚・出産への前向きな展望、成人式への参加意向の回復などにも表れています。自身の生活や将来をポジティブに描き、社会との接点を主体的に持とうとする世代の姿が浮き彫りとなりました。



## 全調査結果の無料レポート（グラフ集）

当調査にご興味を持たれた方は、全設問のグラフ集を以下よりダウンロードいただけます。

<https://www.macromill.com/service/report/research-report-154/>

### ■ 調査概要

調査主体：マクロミル

調査方法：インターネットリサーチ

調査対象：全国、2026 年成人式の参加対象者

※2005 年 4 月 2 日～2006 年 4 月 1 日生まれで、2026 年（令和 8 年）1 月の成人式の対象年齢

割付方法：男性 250 人、女性 250 人／合計 500 人

調査期間：2025 年 12 月 4 日（木）～2025 年 12 月 11 日（木）

以上

### ■ 株式会社マクロミルについて

マクロミルは「Build your Data Culture」をビジョンに掲げ、創業以来培ってきたデータネイティブな発想を活かし、お客様のビジネスに成功をもたらす Data Culture 構築の原動力となることを目指しています。世界 90 以上の国と地域で 1.3 億人、日本国内では 3,600 万人に及ぶ業界トップクラスの規模と品質を誇るパネルネットワークを強みに、リサーチをはじめとする多様なデータから生活者の深いインサイトを導き出し、マーケティング課題に対する最適なソリューションを提供します。

#### 【株式会社マクロミル 会社概要】

代表者：代表取締役社長 CEO 佐々木徹

本社：東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー 11F

設立：2000 年 1 月 31 日

事業内容：マーケティングリサーチおよびデジタル・マーケティング・ソリューションの提供

URL：<https://www.macromill.com>

#### ※引用・転載時のお願い

本リリースの著作権は、株式会社マクロミルが保有します。引用・転載される際は、必ず「マクロミル調べ」と出典を明記いただけますようお願い申し上げます。またその際は、掲載先・掲載内容について以下お問い合わせ先までご一報ください。

#### － 本件に関するお問い合わせ先 －

株式会社マクロミル 広報・ブランドマネジメント部 金子、度會

TEL：03-6716-0707 MAIL：[press@macromill.com](mailto:press@macromill.com)

URL：<https://www.macromill.com>