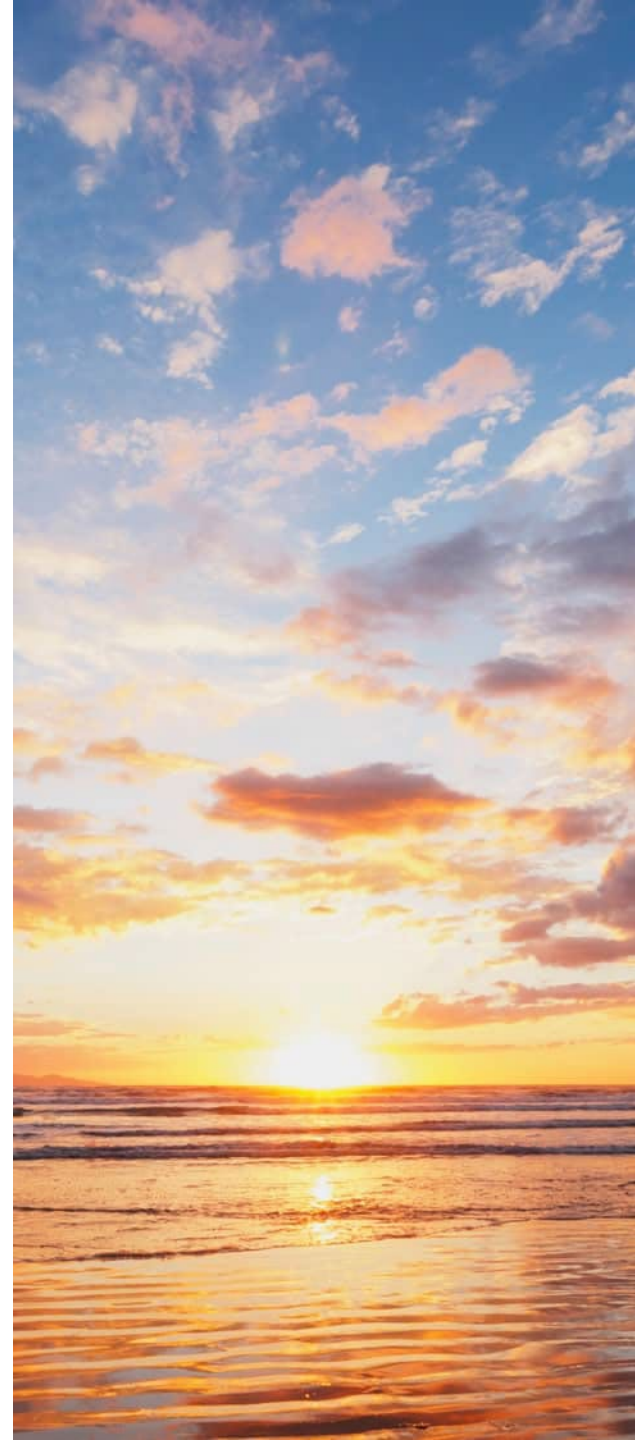


第392回NRIメディアフォーラム

今こそ企業が向き合うべき「孤独・孤立」

株式会社野村総合研究所
コンサルティング事業本部
社会システムコンサルティング部
ヘルスケア・サービス産業コンサルティング部

2025年5月13日



00 はじめに

01 全体調査の結果

02 企業向け調査の結果

03 調査結果まとめ

はじめに

孤独・孤立は誰しもが持ちうる感情・状態で、その要因は複雑化している
人によっては、孤独・孤立に陥っていることやその要因を自己認識できないこともある

”孤独

主観的概念であり、ひとりぼっちと感じる精神的な状態を指し、寂しいことという感情を含めて用いられることがある

”孤立

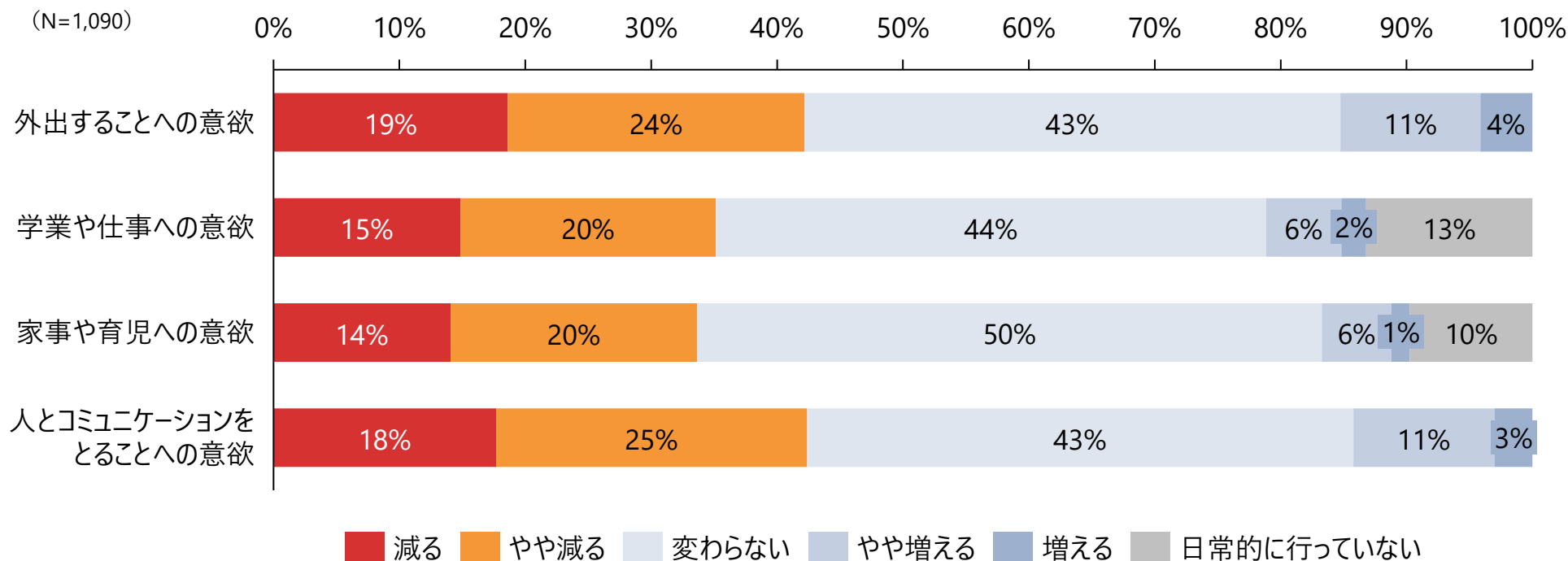
客観的概念であり、社会とのつながりや助けのない又は少ない状態を指す



孤独感は、様々な経済的・社会的活動の意欲を減退させるため、 早期の対応（予防）が必要

- 3-4割程度の回答者が、孤独を感じているときは孤独を感じていないときに比べて、「外出」、「学業・仕事」、「家事・育児」、「人とのコミュニケーション」に対する意欲が減る・やや減ると回答している。

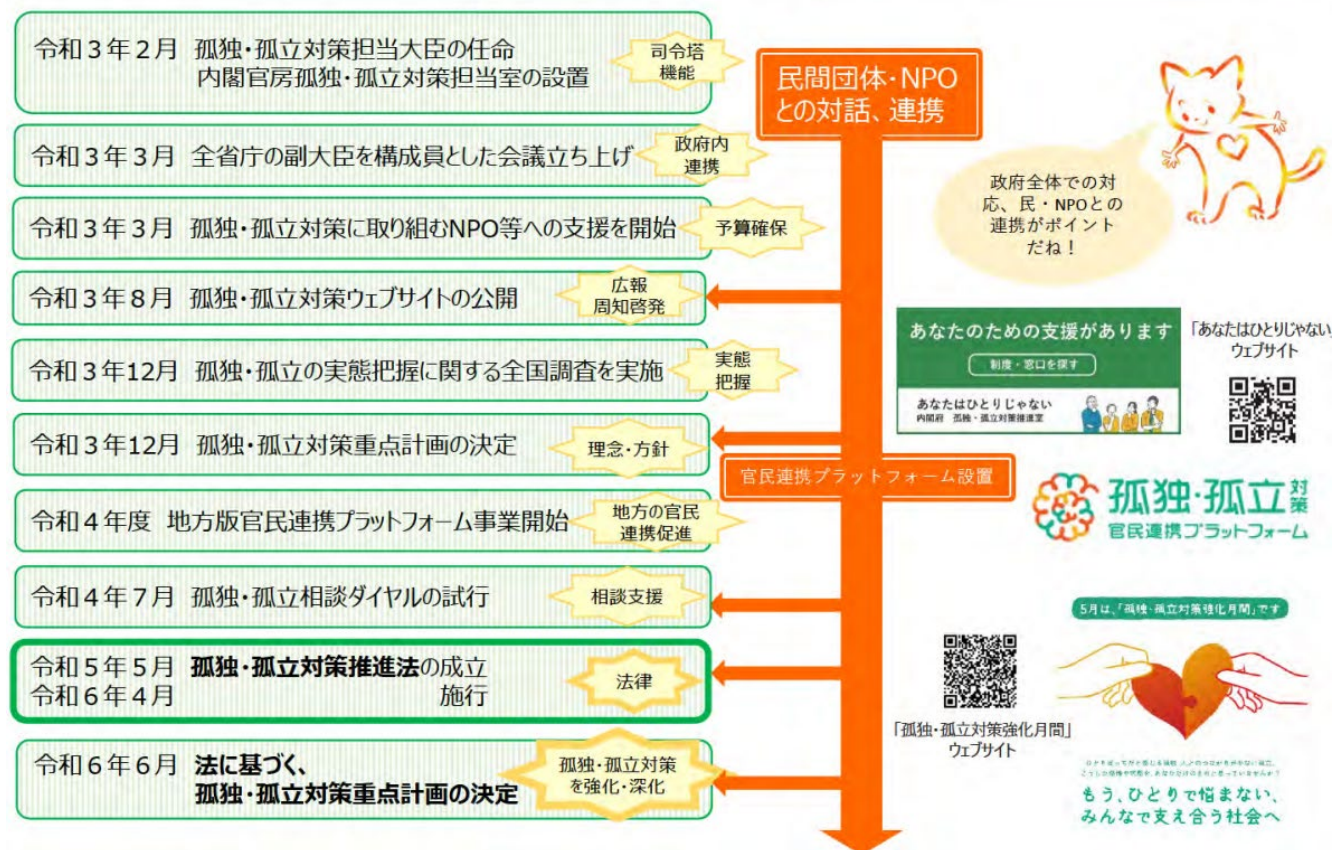
孤独を感じているときとそうでないときを比較した場合の、様々な活動への意欲の変化
(日常において孤独を感じているひとのみ回答)



国としては、2021年に孤独・孤立対策担当大臣を任命し、各種調査や事業を実施 2024年4月には孤独・孤立対策推進法が施行された

- 毎年5月を「孤独・孤立対策強化月間」とし、集中的な広報・啓発活動を実施。
- 初の本格実施となる2024年は、メタバース空間を整備し、メタバース内でセミナー開催を実施する、相談窓口を設置する等、各種のイベント展開した。

国としての政策立案や法の施行



1. 全体調査の結果

1. 全体調査の結果 | 調査概要

NRIは、孤独・孤立担当大臣の設置及び新型コロナウイルス感染症の流行以降、孤独・孤立に関する独自調査を継続的に実施しており、今回が4回目の調査

■ 2024年度の調査結果のポイント

- アフターコロナ期に突入し、新型コロナウイルス感染症の流行前の社会に戻りつつあるなかで、人々の孤独感は2023年と比較して微増傾向にあり、特に**中高年（40～50代）の上昇率が高かった**。

■ 調査の背景

- 2021年2月、英国に次ぐ世界で二番目の孤独・孤立対策担当大臣が我が国に誕生した。また2020年以降、我が国においても新型コロナウイルス感染症が流行することとなった。
- NRIでは、2021年以降毎年1回孤独に関する調査を実施し、孤独を感じる属性、求められる解決策等について継続的に分析を行っている。
- 4回目となる2024年は、孤独の度合の経年変化を確認するとともに、**地域性や地域との関わりによる孤独の感じ方、レジリエンスと孤独の関係性について設問設計し、調査を行った**。

■ 調査の概要

- 調査名：孤独・孤立に関する調査
- 調査実施期間：2024年8月30日～9月1日
- 調査手法：インターネットアンケート
- 調査対象：全国の20代～80代の男女2,060人
 - 内訳：20代、30代、40代、50代、60代以上×男女の10セグメントにおいて各200名程度
 - ※調査結果の数値は、総務省統計局「年齢（5歳階級）、男女別人口（2024年8月概算値）」に基づき、人口構成比に合わせてウェイトバック処理を実施

1. 全体調査の結果 | 過去の調査概要

【参考】過去3年間の調査概要

● 第1回調査

- 調査実施期間：2021年5月7日～5月9日
- 調査手法：インターネットアンケート
- 調査対象：全国の20代～80代の男女2,204人
 - 内訳：20代、30代、40代、50代、60代以上×男女の10セグメントにおいて各200名程度

※調査結果の数値は、総務省統計局「年齢(5歳階級)、男女別人口(2021年4月概算値)」に基づき、人口構成比に合わせてウェイトバック処理を実施

● 第2回調査

- 調査実施期間：2022年3月23日～3月25日
- 調査手法：インターネットアンケート
- 調査対象：全国の20代～80代の男女2,209人
 - 内訳：20代、30代、40代、50代、60代以上×男女の10セグメントにおいて各200名程度

※調査結果の数値は、総務省統計局「年齢(5歳階級)、男女別人口(2022年3月概算値)」に基づき、人口構成比に合わせてウェイトバック処理を実施

● 第3回調査

- 調査実施期間：2023年4月14日～4月18日
- 調査手法：インターネットアンケート
- 調査対象：全国の20代～80代の男女2,206人
 - 内訳：20代、30代、40代、50代、60代以上×男女の10セグメントにおいて各200名程度

※調査結果の数値は、総務省統計局「年齢(5歳階級)、男女別人口(2023年3月概算値)」に基づき、人口構成比に合わせてウェイトバック処理を実施

調査実施時期と新型コロナウイルス感染症の流行の関係性



1. 全体調査の結果 | 過去の調査結果

【参考】過去3年間の主な調査結果

	第1回調査	第2回調査	第3回調査
実施時期	2021年5月 (第3回目の緊急事態宣言中)	2022年3月 (まん延防止措置の解除直後)	2023年4月 (マスク着用の緩和、感染症法上の5類感染症への移行が発表された1か月後)
調査結果のポイント	<u>新型コロナウイルス流行後、若者や既婚者にも潜在的な孤独が存在する。</u> ✓ 20～30代の若年層の2人に1人が日常において孤独を感じている。 ✓ 既婚者や一人暮らしでない人も3人に1人が日常において孤独を感じている。 ✓ 女性の中でも、一人暮らしの女性や既婚の女性が、コロナ禍で孤独を感じることが増えている。	<u>コロナ禍が長引く中、潜在的な孤独層が増加している。</u> ✓ 第1回調査と比較して、全ての性年代において孤独を感じる割合が増加している。 ✓ 孤独を感じている人のうち、「そもそも相談したいと思っていない」と回答する人が増えている。 <u>軽度な孤独であっても、それが蓄積されると、経済的・社会的影響を及ぼす可能性がある。</u>	<u>アフターコロナ期に突入する中で人々の孤独感は改善傾向にあるものの、依然として孤独の問題は継続している。</u> ✓ 孤独を感じる割合は第2回調査と比較して低下傾向にあるが、依然として約4割の人が日常において孤独を感じている。

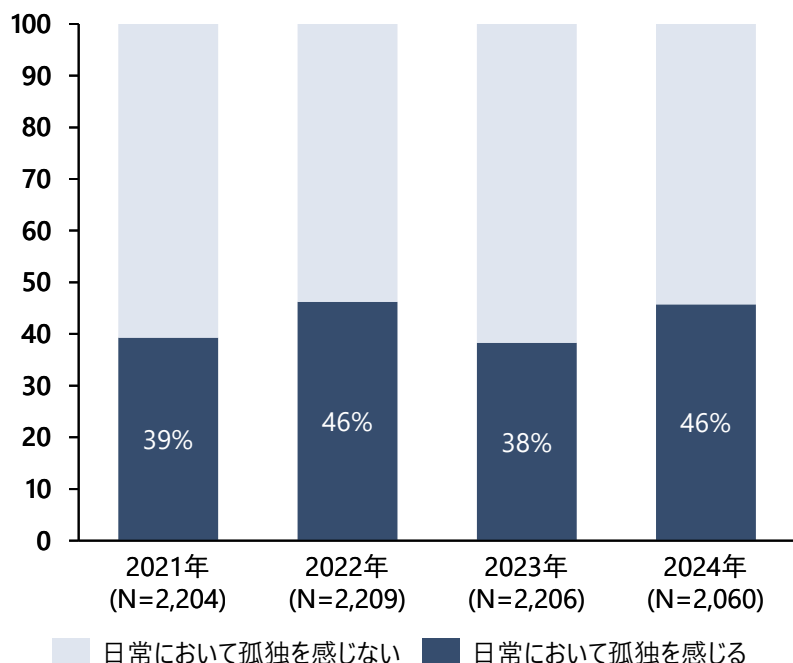
1. 全体調査の結果 | 全体傾向

孤独を感じる割合は前年調査と比較して微増傾向で、依然として4割以上が孤独 特に中高年（40-50代）の孤独を感じる割合の高まりが顕著

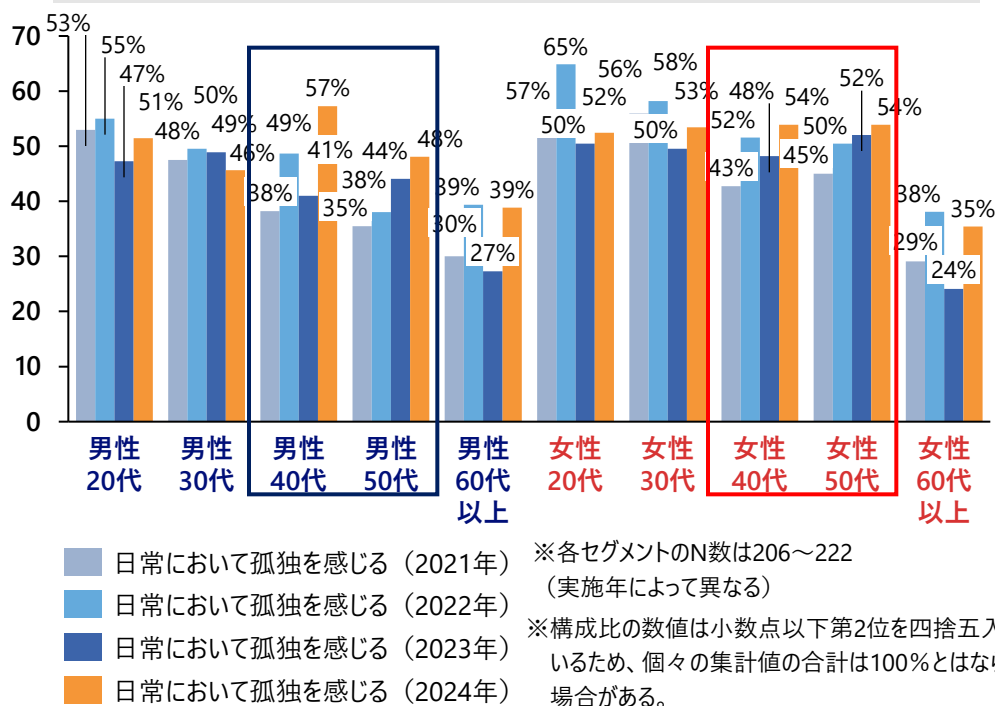
■ 孤独を感じる割合を全体でみると、調査を実施した4年間を通して増減を繰り返していることがわかる。

- 特に、マスクの緩和、5類感染症への移行が発表された1か月後に実施した2023年調査と比較すると、2024年調査では中高年（40-50代）が孤独を感じる割合を上昇させている。

孤独の状況（2021年～2024年）



性年代別 孤独の状況（2021年～2024年）



👉 若者の孤独も未だに根深く残るものの、今回は元の生活に戻ったはずの2024年に「日常において孤独を感じる」割合を上昇させた中高年（40-50代）の孤独にフォーカスし、分析結果を紹介する。

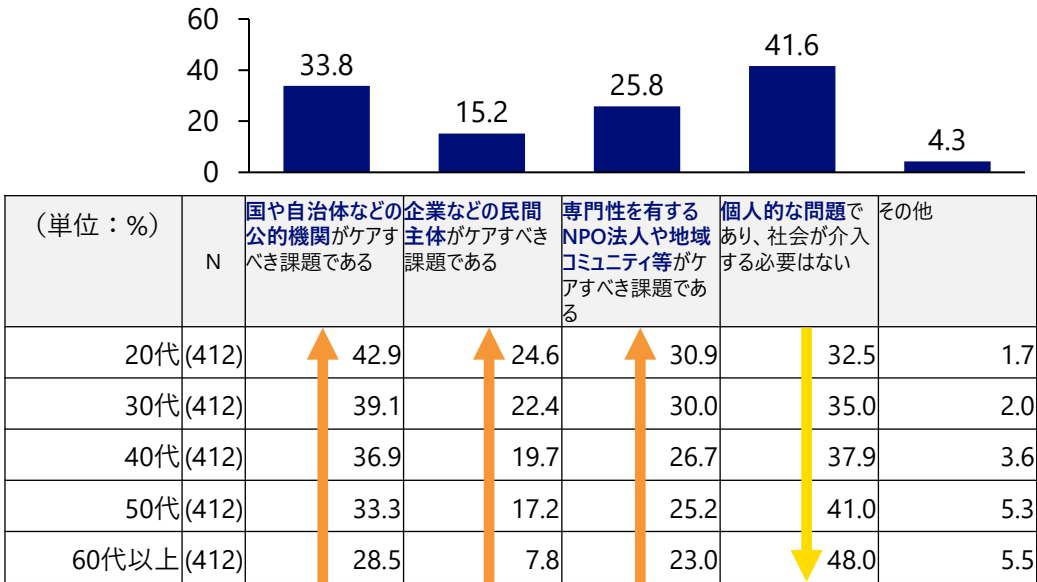
1. 全体調査の結果 | 「孤独・孤立」は誰がケアすべき課題か

年齢が上がるほど「孤独・孤立」を個人的な問題として捉えがち
各方面に頼ることができていないのではないか

- 20-30代の約4割が、国や自治体などの公的機関、約3割が専門性を有するNPO法人や地域コミュニティ等がケアすべき課題として「孤独・孤立」を認識している。若年の方が、社会的なケアの必要性を認識している。
- 一方で、50代以上の4割以上は、「個人的な問題であり、社会が介入する必要はない」と考えているため、公的機関や専門家に頼るという発想が生まれ難いのではないかと推察される。

年代別「孤独・孤立」は誰がケアすべき課題か

※複数回答

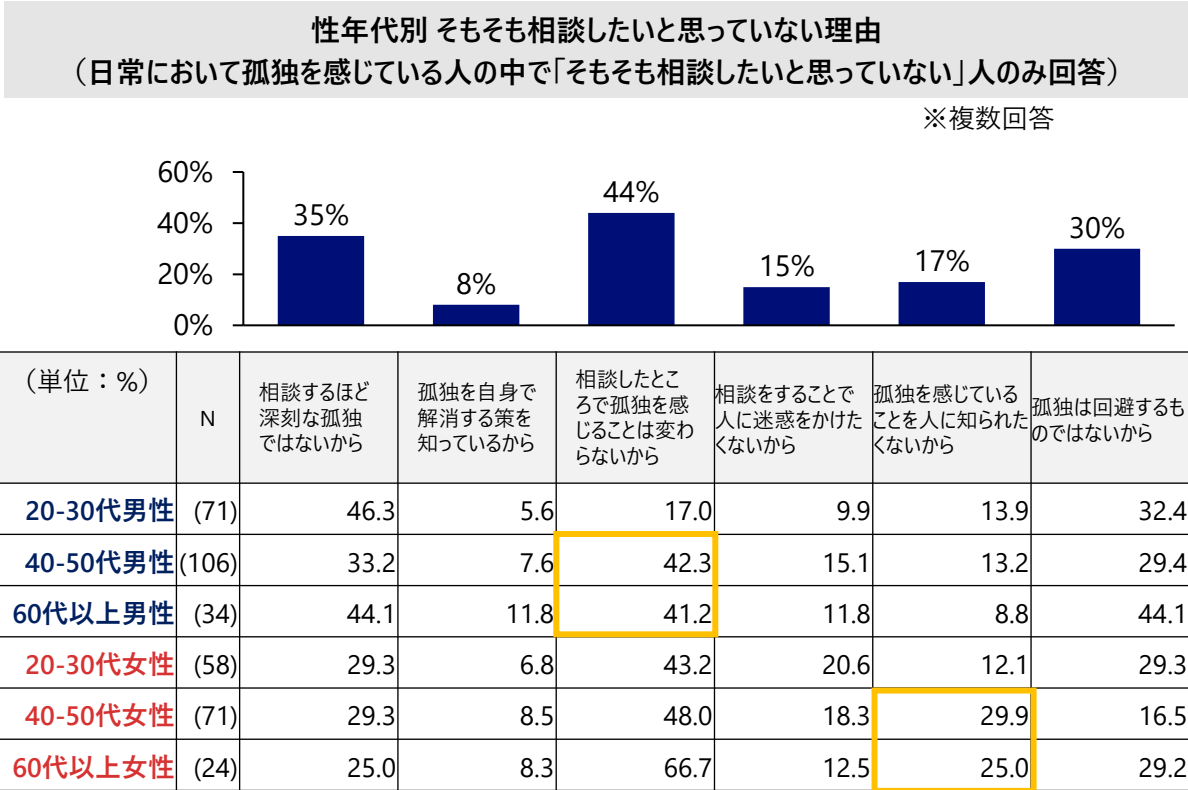
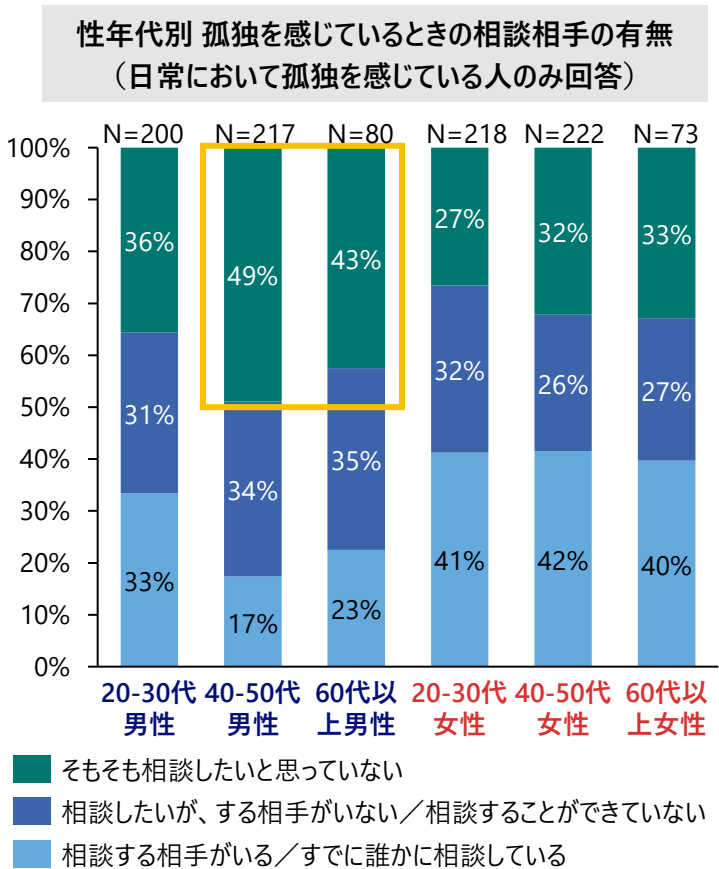


1. 全体調査の結果 | 相談相手の有無

40代以上男性では “孤独を相談したところで変わらない”との回答が、若年層より顕著
自己解決または未解決のまま放置の傾向にあると考えられる

- 40代以上男性の4割以上が「そもそも相談したいと思っていない」と回答。その理由として、「相談したところで孤独を感じることは変わらないから」と回答する傾向が、若年層男性と比して顕著である。
- 40代以上の女性は、「孤独を感じていることを人に知られたくないから」と回答する割合が高く、孤独の*スティグマの解消が求められる。

*「スティグマ」とは、特定の事象・対象に対して、偏見や差別的な扱いがなされることを指す



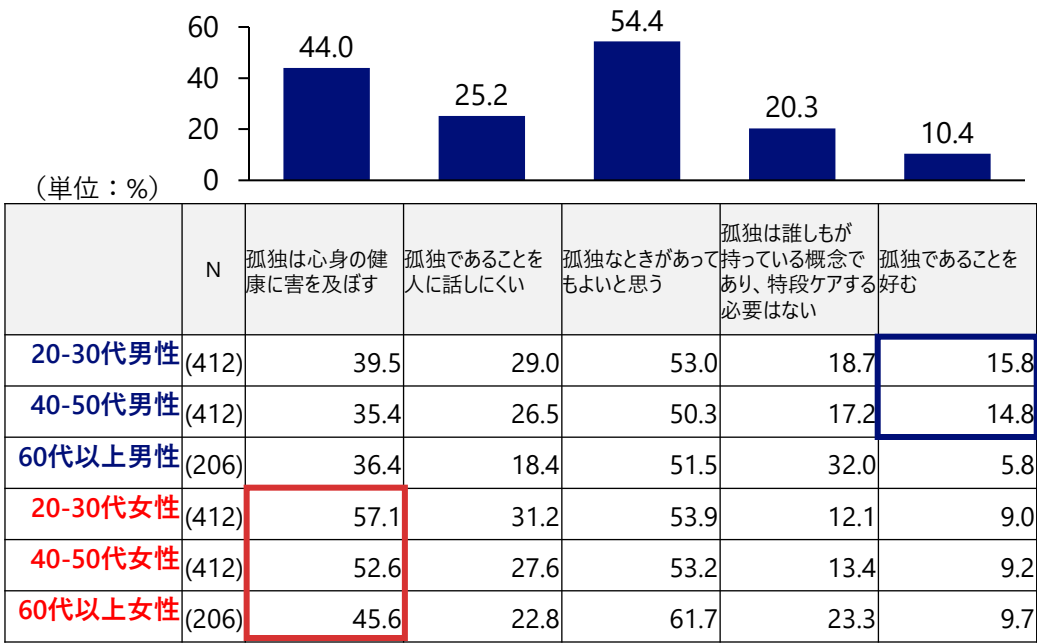
1. 全体調査の結果 | 「孤独・孤立」に対する考え方

20-50代の男性は、「孤独であることを好む」回答が同年代女性より多い

- 「孤独であることを好む」という回答は、他の選択肢と比較して最も回答率が低い（10.4％）ものの、20～50代の男性は、同年代の女性と比較して回答率が高い。
- 孤独は誰しもが持つものであり、「あってもよいと思う」との回答率が全体の半数以上（54.4％）いる一方で、「孤独は心身の健康に害を及ぼす」と答える人も約4割存在する。特に女性の方が男性と比較して、孤独と心身の健康の関係に危機感を抱いていると推察される。

性年代別「孤独・孤立」に対する考え方

※複数回答



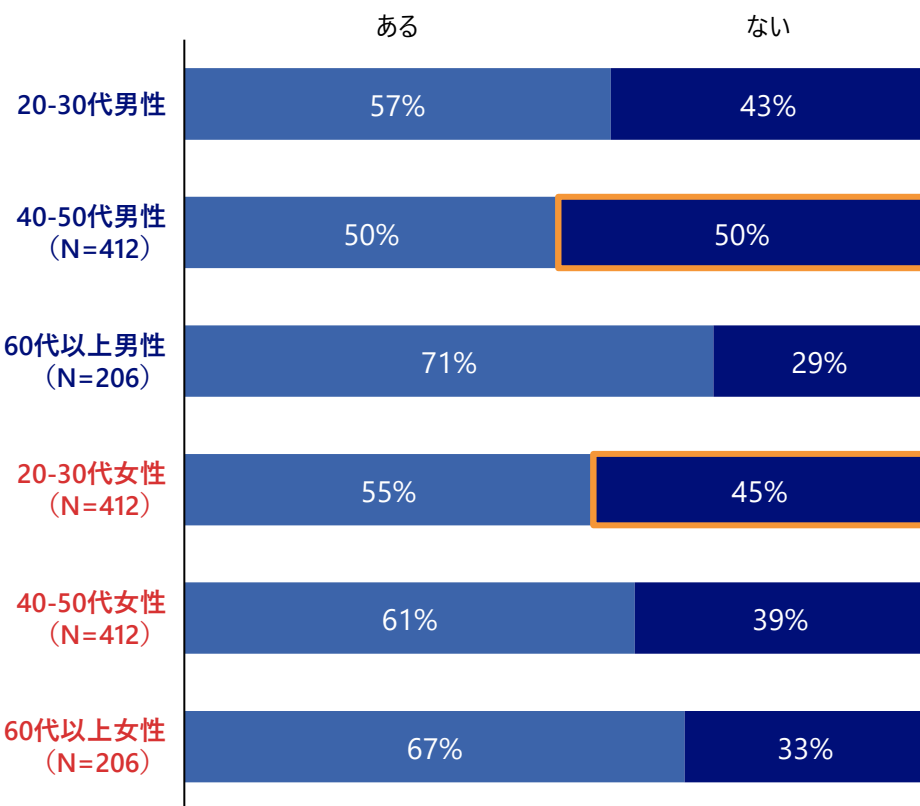
1. 全体調査の結果 | レジリエンスの有無

40-50代男性は、他世代と比較して「自分にはレジリエンス*がない」との回答率が高い
20-50代男性の約4人に1人が「困難や壁を乗り越えられない」と感じている

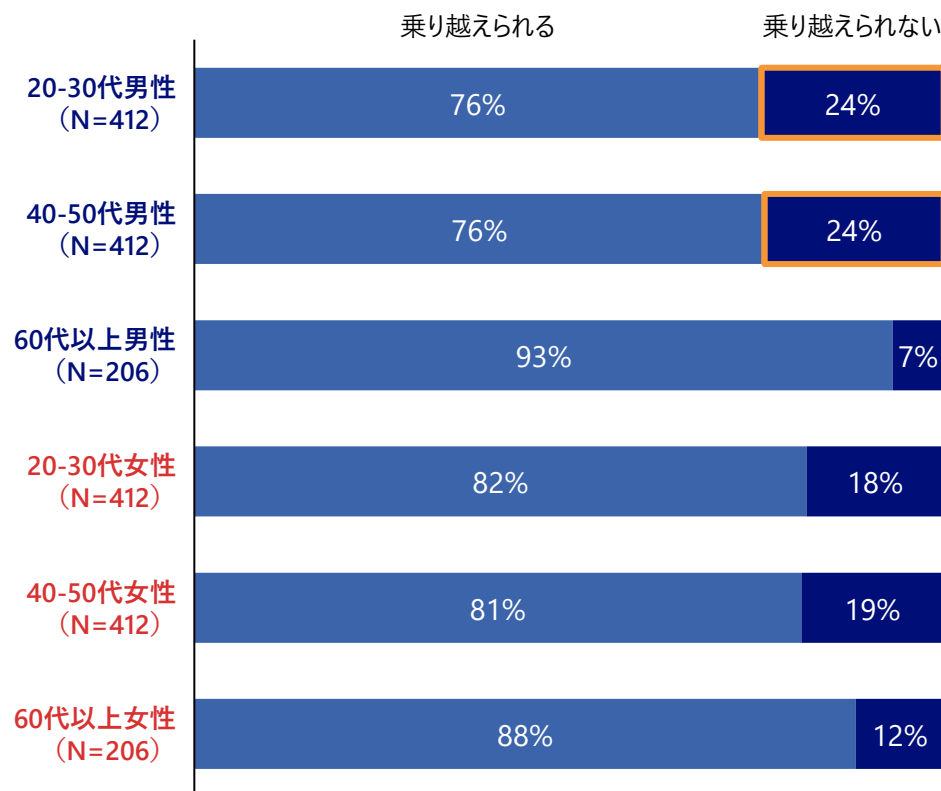
*「レジリエンス」とは、困難や壁に直面したとき、ストレスを抱えたとき、それを自分で乗り越える力を指す

- 40-50代男性、20-30代女性の約2人に1人が「レジリエンスがない」と回答し、他の属性よりも回答率が高い。
- 男性（20-50代）の約4人に1人が「困難や壁を乗り越えられない」と回答し、女性と比較してレジリエンスが低い。

性年代別 レジリエンスの有無



性年代別 困難や壁を乗り越えられるかどうか

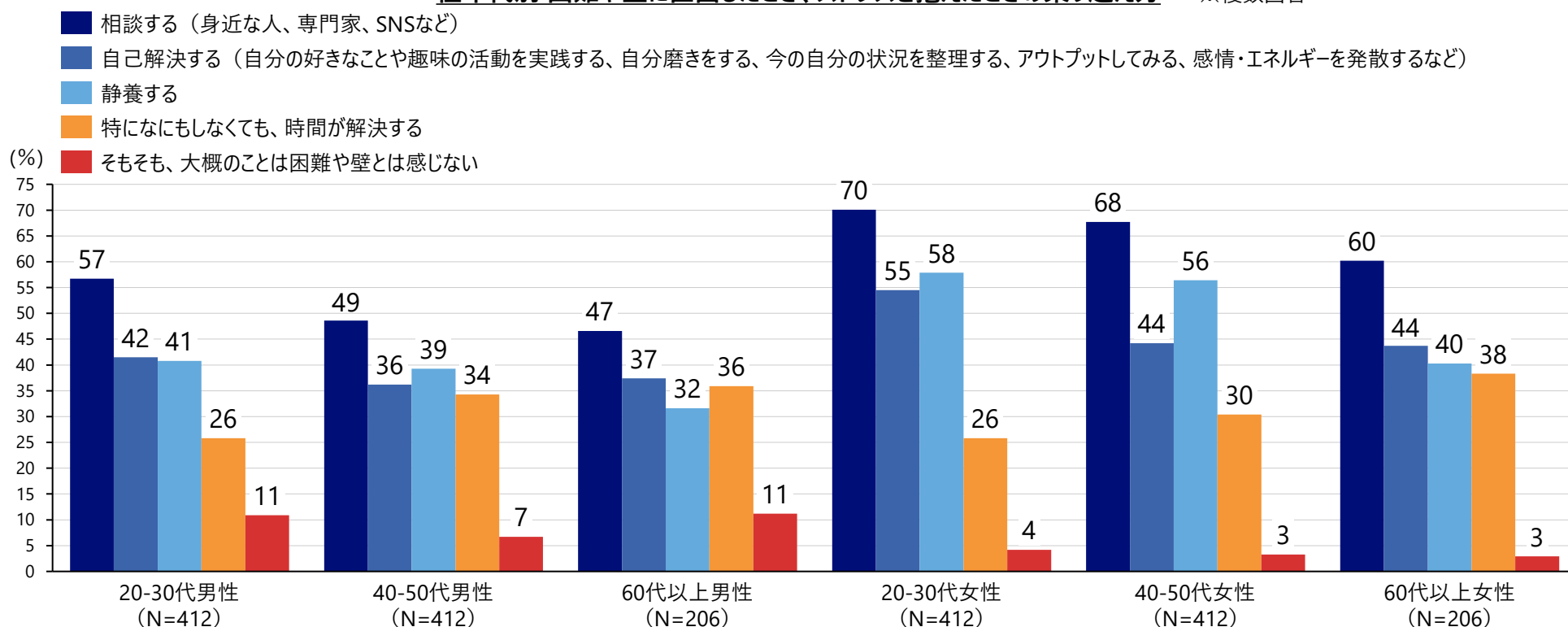


1. 全体調査の結果 | 困難や壁を乗り越える方法

困難や壁に直面した時などに、男性は乗り越え方のレパートリーが女性と比較して乏しい 男性は、相談先となる外との関わりや発散方法の選択肢を増やす必要がある

- 困難や壁、ストレスの乗り越え方について尋ねたところ、全ての性別・年代において、身近な人に相談すると答えた人が多かった。特に女性は6割以上が身近な人に相談すると回答している。
- 女性は、相談する・自己解決する・静養するといったいくつかの乗り越え方を、男性と比較して能動的に試みているものと推察される。一方で、高年齢の男性はいくつかの乗り越え方についての回答率と同程度に、「特になにもしなくても、時間が解決する」と回答していることにもみられるように、時間が解決するのを待つ傾向にあると推察される。

性年代別 困難や壁に直面したとき、ストレスを抱えたときの乗り越え方 ※複数回答



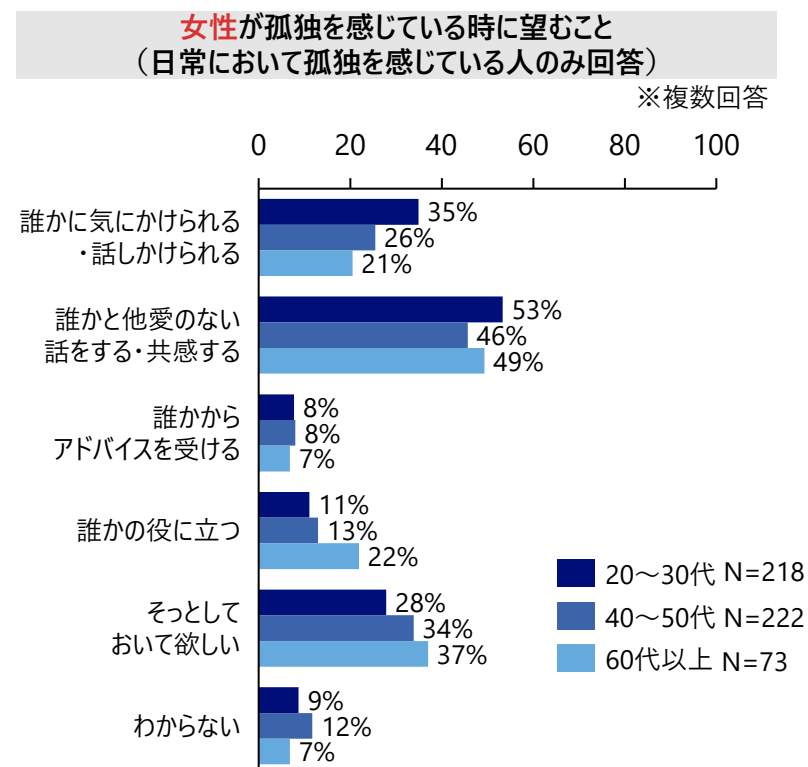
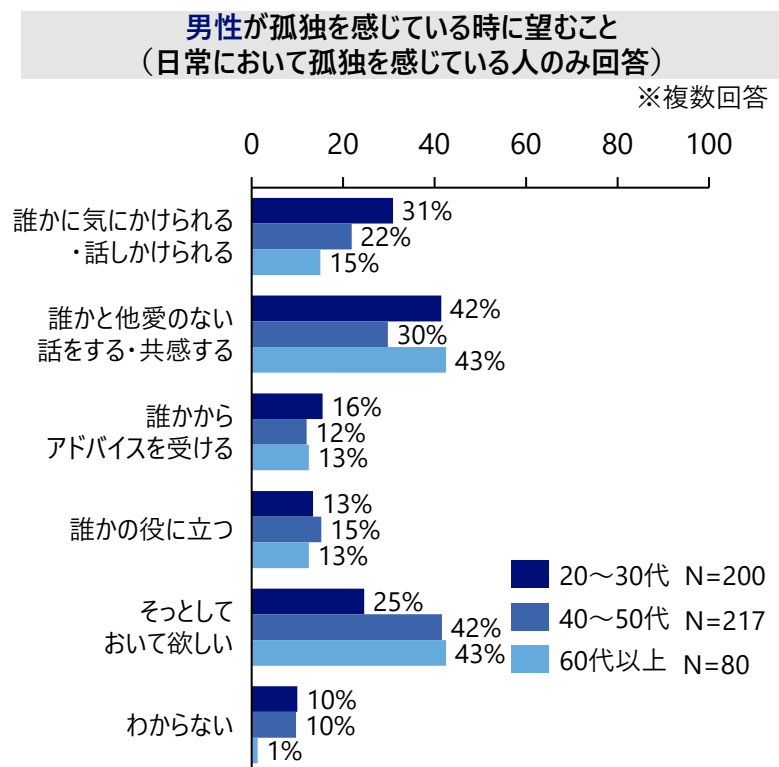
注) 「その他」は除いている。
出所) NRI「孤独・孤立に関する調査 (2024年)」

1. 全体調査の結果 | 求める解決策

孤独を感じている時に望むことの男女差は大きい

高年齢男性は「そっとしておいて欲しい」、女性は「誰か和他愛のない話をする」との回答が多い

- 若年層は「気かけられる・話しかけられる」といった姿勢が他世代と比較して強く、また「他愛のない話をする」ことを希望していることから、相談の一手手前の気軽なコミュニケーションを求めているものと推察される。
- 40代以上の男性は他の選択肢と比較して「そっとしておいて欲しい」の回答率が高く、女性では世代を問わず「誰か和他愛のない話をする」という回答率が相対的に多い結果となった。

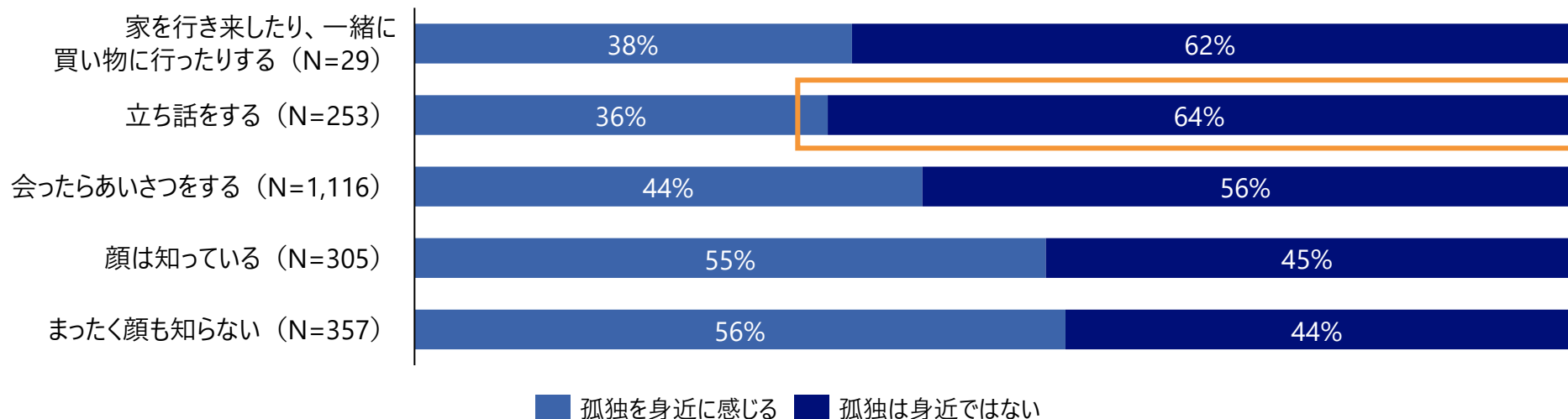


1. 全体調査の結果 | 孤独・孤立と、地域社会・近所付き合い

「隣近所との付き合い」という要素が孤独・孤立に影響を及ぼす可能性がある
「立ち話をする」ような一歩踏み込んだ付き合いをする人は、孤独を感じにくい傾向がある

- 隣近所の人と「立ち話をする」以上の関係にまで踏み込んでいる人は、「孤独を身近に感じない」という割合が高い。一方で「顔は知っている」・「全く顔も知らない」程度の付き合いの人の約6割が孤独を身近に感じている。
- 踏み込んだ近所付き合いをしているから孤独・孤立を感じにくいのか、孤独・孤立を感じていないからこそ隣近所との関係性を構築できているのか、原因と結果の関係については、より深い調査が必要である

隣近所との付き合いの程度と、孤独を身近に感じるか否かの関係

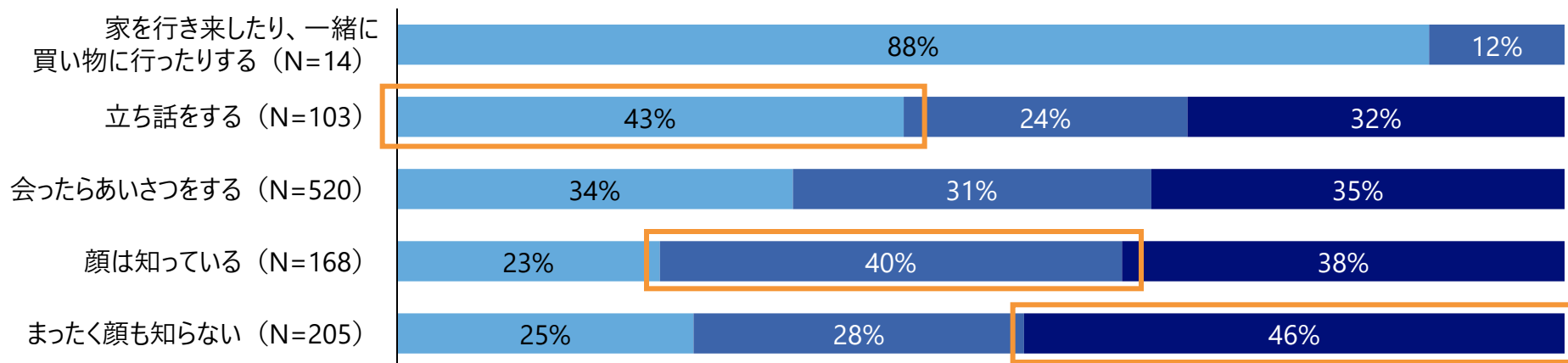


1. 全体調査の結果 | 孤独・孤立と、地域社会・近所付き合い

近所付き合いの深さと相談相手の有無・相談欲求の充足には、相関関係がある

- 日常で孤独を感じていたとしても、近所づきあいが活発な人は相談相手がいる傾向が相対的に高い。
- 一方で、日常において孤独を感じることもある人の中でも、隣近所と「顔は知っている」程度の付き合いの人は、「相談したいが、相談することができていない」との回答率が相対的に高い。また、隣近所の「まったく顔も知らない」人は、「そもそも相談したいと思っていない」との回答率が高い。
- 近所づきあいの活発さが、相談相手の有無・相談欲求の充足に影響を与えている可能性があるが、因果関係があるかどうかについては、今後、より深い調査が必要である。

隣近所との付き合いの程度と、孤独を相談する相手の有無（日常において孤独を感じている人のみ回答）の関係



孤独を相談する相手がいる／すでに誰かに相談している

孤独は相談したいが、する相手がない／相談することができていない

そもそも相談したいと思っていない

1. 全体調査の結果 | 内閣府による取り組み例：「つながりサポーター」の養成

近所付き合いが希薄化し、身近な相談相手が限られてきている現代社会において、
国は「声を上げやすい社会」の構築に向けて、「つながりサポーター」養成に力を入れている

- 国では、孤独・孤立についての理解・意識や気運を社会全体で高めていくため、**孤独・孤立の問題について知識を身につけ、身の回りの人に関心をもち、できる範囲で困っている人をサポートする「つながりサポーター」の養成をすべく、令和5年度に自治体・企業・学校等で講座を試行実施。令和6年度から自治体の募集等、全国展開を進めている。**

国における孤独・孤立対策の基本方針と施策・取組事例

基本方針①

孤独・孤立に至っても支援を求める
声を上げやすい社会とする

孤独・孤立の実態把握、ポータルサイト構築
・情報発信、声を上げやすい・かけやすい環境整備
(啓発・教育・**つながりサポーター養成**等)

基本方針②

状況に合わせた切れ目のない
相談支援につなげる

相談支援体制の整備(支援機関の連携・24時間
対応等)、人材育成等の支援(福祉・保健・教育等の
専門知識や資格取得、支援者の心理的負担の軽減、
サポーター養成等)

基本方針③

見守り・交流の場や居場所を確保し、人と人との
「つながり」を実感できる地域づくりを行う

居場所の確保(NPO・ボランティアによる居場所づくり
等)、アウトリーチ型支援体制の構築、
分野横断の連携や地域の包括的支援体制の推進
(保健・医療・福祉・教育・就労等)

基本方針④

孤独・孤立対策に取り組むNPO等の活動をきめ
細かく支援し、官・民・NPO等の連携を強化する

NPO等への支援(先駆的な取組の情報提供)、対話
推進(提言の反映等)、プラットフォーム形成(官・民・
NPO連携の分科会や情報共有、普及活動等)

つながりサポーター養成講座の標準テキスト

つながりサポーター養成講座

標準テキスト



	項目	時間目安
1	はじめに	5分
2	孤独・孤立の何が問題か	13分
3	つながりを考えてみよう	5分
4	調査結果からわかること	8分
5	困ったときどうする？	12分
6	相談窓口を知ろう	12分
7	地域の活動を知ろう	3分
8	最後に	2分
	参考資料	

1. 全体調査の結果 | 地方公共団体による取り組み例

【参考】豊田市は、孤独・孤立を疑似体験できるゲームを株式会社力ヤックと共同制作
ゲームをきっかけとしたつながりづくり、声を上げやすい地域社会の実現に取り組んでいる

- 豊田市では、広く孤独・孤立に関する理解を促進するためのツールとして、老若男女が**楽しみながら孤独・孤立について学ぶことができるボードゲーム「コドクエ」**を制作した。
- ゲーム中に自然と会話が発生する仕掛けもあり、身近な人とゲームを楽しむこと自体が、**地域住民のつながりを強化し、孤独・孤立対策**につながることを企図している。

「コドクエ」の概要



2. 企業向け調査の結果

2. 企業向け調査の概要

過去3年間の孤独・孤立に関する調査研究を踏まえて、 企業に勤める正社員を対象を絞った孤独・孤立に関する調査を行った

■ 調査結果のポイント

- **正社員の約4割**が孤独を感じており、20代、次いで40代が孤独を感じる割合が高い。また、**20代の約3人に1人が「抱える孤独が深刻」と回答**し、企業として対策すべき状況にある。
- 雑談や冗談を言えたり、上下関係なく対話できる職場の方が孤独を感じる人の割合は低く、フランクなコミュニケーションが生まれやすい職場づくりが必要であり、**対話が生まれやすいカフェスペースの活用、懇親のための補助等**が効果的と考えられる。

■ 調査の背景

- 過去3年間の孤独・孤立に関する調査の中で、**職種の種類（正社員、パート等）に関わらず、60代以上の高齢層と比較して、20-50代の就労が見込まれる層の孤独・孤立が目立った。**
- また、就労者は生活の中の多くの時間を職場で過ごしており、病気等の表面的な問題が生じるまで医療や行政的な支援を受けにくい状況にある。また、「就労している」という行為自体が、**健康上問題ない（そのため、働くことができています）と捉えられがちがあるが、表面的には問題が発生していないように見えても、潜在的な孤独を抱えている就労者が存在するのではないかと考えられる。**
- 上記を踏まえて、あらゆる職場の中でも、まずは企業における正社員の孤独・孤立の実態を把握し、予防、対策の手法について研究することを目的として設問設計し調査を行った。

■ 調査の概要

- 調査名：企業における孤独・孤立に関する調査
- 調査実施期間：2024年8月30日～9月1日
- 調査手法：インターネットアンケート
- 調査対象：全国の20-60代の、企業の正社員として勤める男女1,648人
 - 内訳：20代、30代、40代、50-60代×男女の8セグメントにおいて各200名程度

2. 企業向け調査の概要 | 設問設計

【参考】アンケート調査では、以下のような設問を設計した

■ 企業に勤める正社員の孤独・孤立の状況

- 孤独・孤立を感じることもあるか
- 孤独・孤立の深刻度
- 孤独・孤立を感じるシチュエーション
- 孤独・孤立が軽減するシチュエーション
- 主な悩み
- 相談するか、相談相手は誰か

■ 企業に勤める正社員の生活実態

- 就労期間
- 転職有無
- キャリアに対する考え方
- 職場の状況・雰囲気
- 職場の問題
- 時間の使い方・家事分担
- 交友関係・子供の有無・養育の有無
- 世帯構成・年収

■ 職場のコミュニケーション促進の活動の状況

- コミュニケーション促進の活動の有無と種類
- コミュニケーション促進の活動に対する考え
- コミュニケーション促進の活動への参加状況とその理由

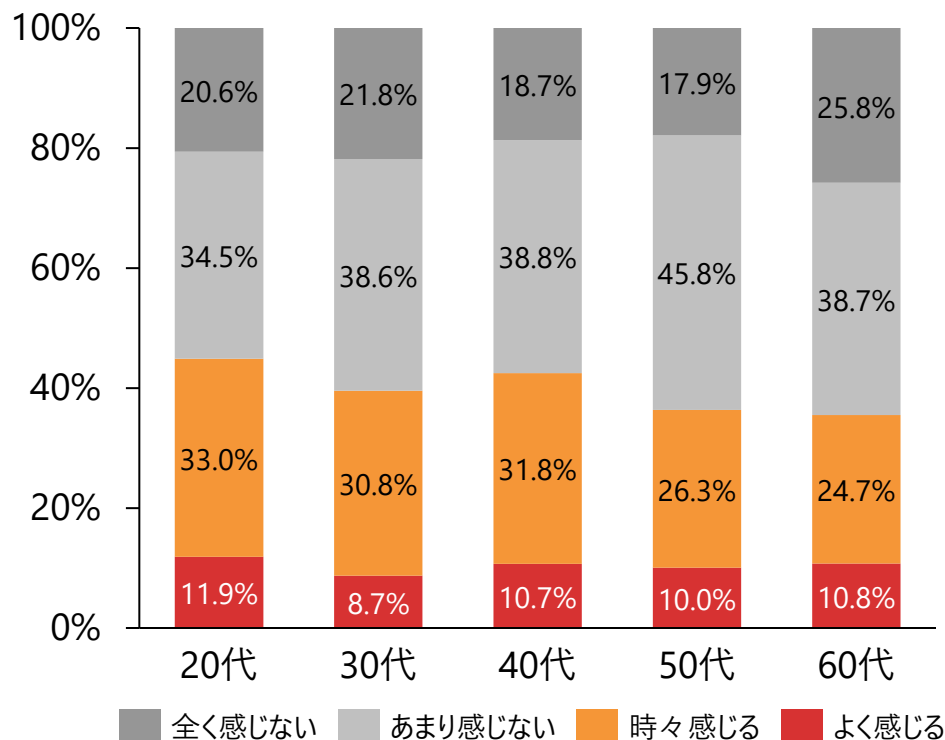
2. 企業向け調査の概要 | 企業における孤独の実態

正社員の約4割が孤独を感じている

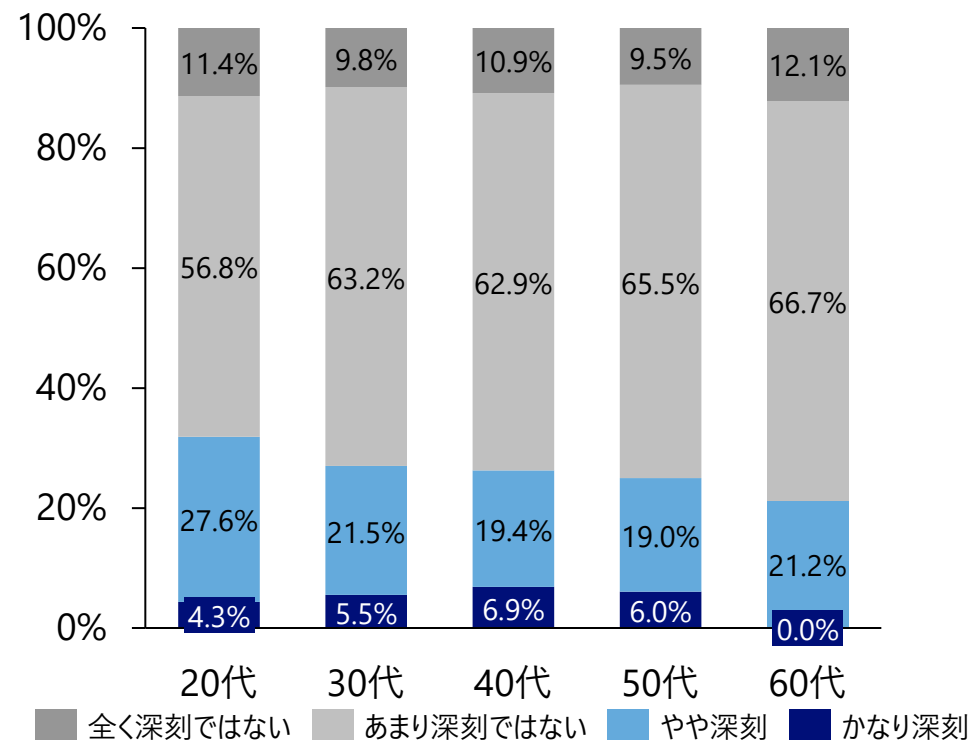
20代の3割以上が「抱える孤独が深刻」と回答し、企業として対策すべき状況と考えられる

- 孤独を感じる割合では、20代が44.9%と最も多く、次いで40代が42.5%、30代の39.5%の順で多い。
- 孤独の深刻さでも、20代の31.9%が深刻であると回答しており、年代が若いほど深刻であると回答する人が多い。

年代別 正社員の孤独の状況



年代別 正社員の孤独の深刻度



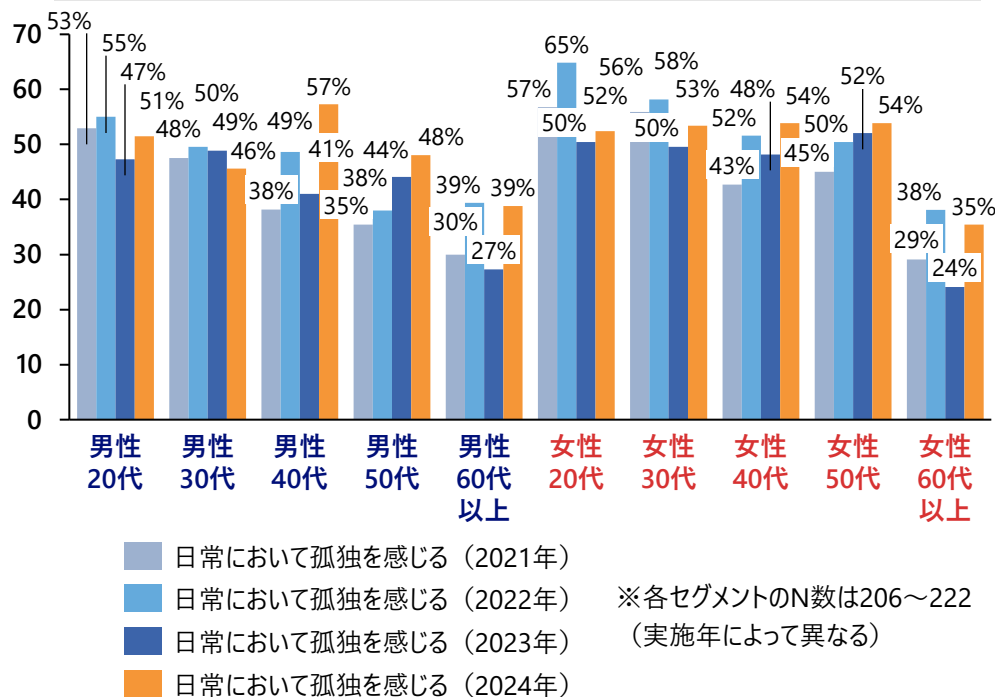
(N | 20代=412、30代=412、40代=412、50代=319、60代=93)

出所) NRI「企業における孤独・孤立に関する調査 (2024年)」

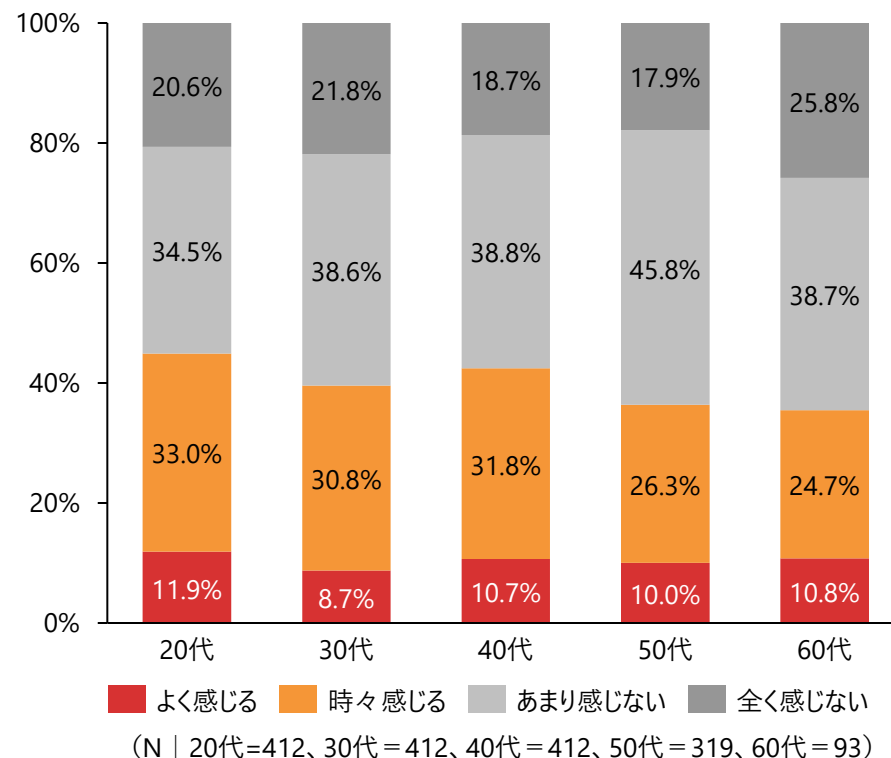
2. 企業向け調査の概要 | 企業における孤独の実態

全体調査でも依然として約2人に1人が孤独である20代
20代では、企業の正社員に限定してみても、孤独を感じる割合が高い

再掲 性年代別 孤独の状況（2021年～2024年）



再掲 年代別 正社員の孤独の状況

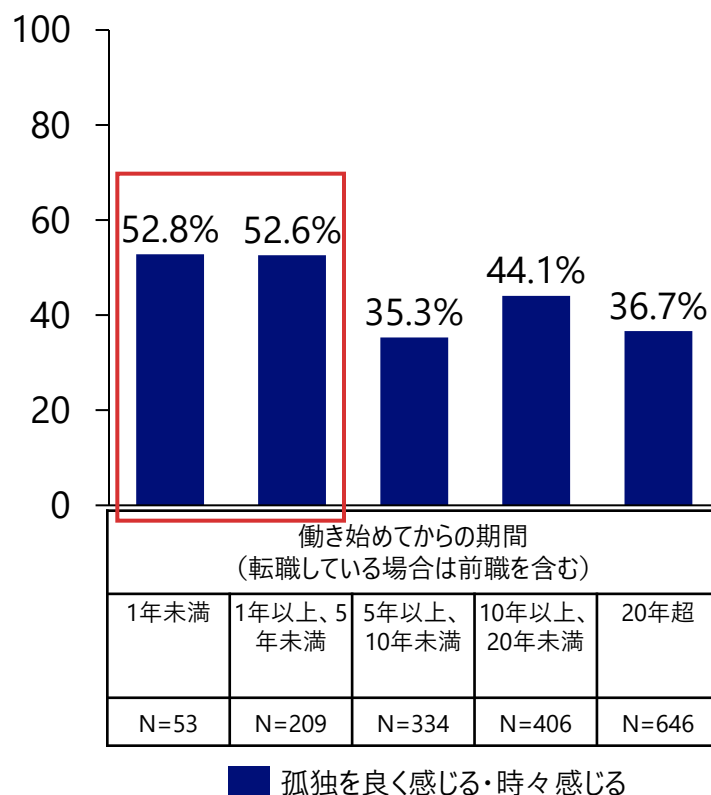


全体調査では、2023年と比較して孤独を感じる割合が上昇した中高年（40-50代）にフォーカス。
正社員を対象にした企業向け調査では、孤独を感じる割合が最も高く、深刻度も高い20代に焦点を当てて、以降分析結果を紹介する。

入社後5年未満の人の半数以上が孤独を感じており、ケアが必要

- 働き始めてから5年未満の若手の半数以上が孤独を感じている。
- 入社5年以上を過ぎると、孤独度は格段に下がることから、在籍年数による職場環境や通勤への慣れ、長期的な人間関係の醸成が、テレワーク増加による労働者の働き方への意識の変化は考慮しつつも、孤独を感じる割合に影響を及ぼす可能性があると推察する。

入社後の期間別の孤独の状況

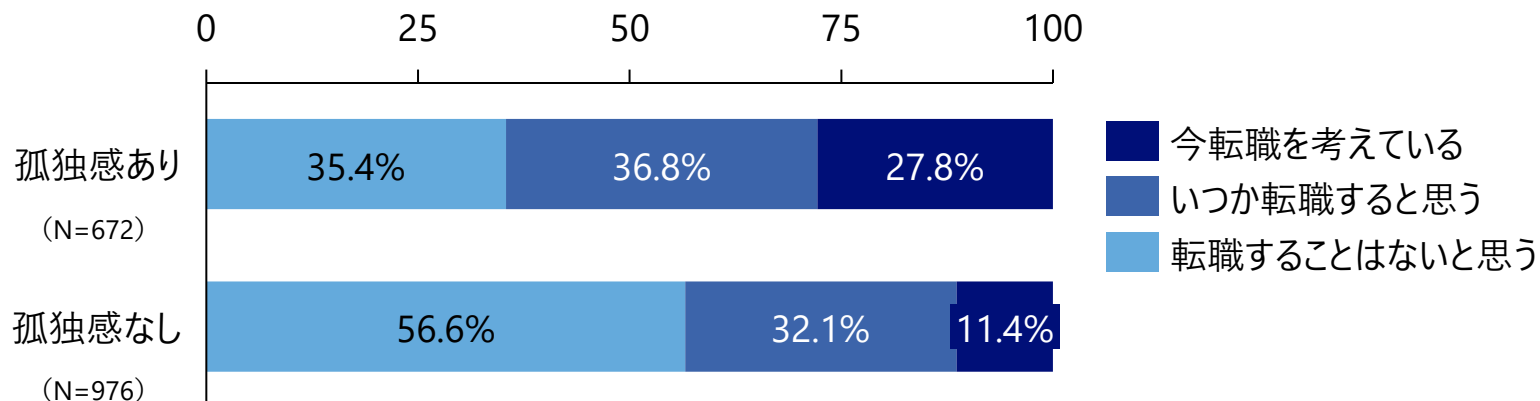


2. 企業向け調査の概要 | 企業における孤独の実態

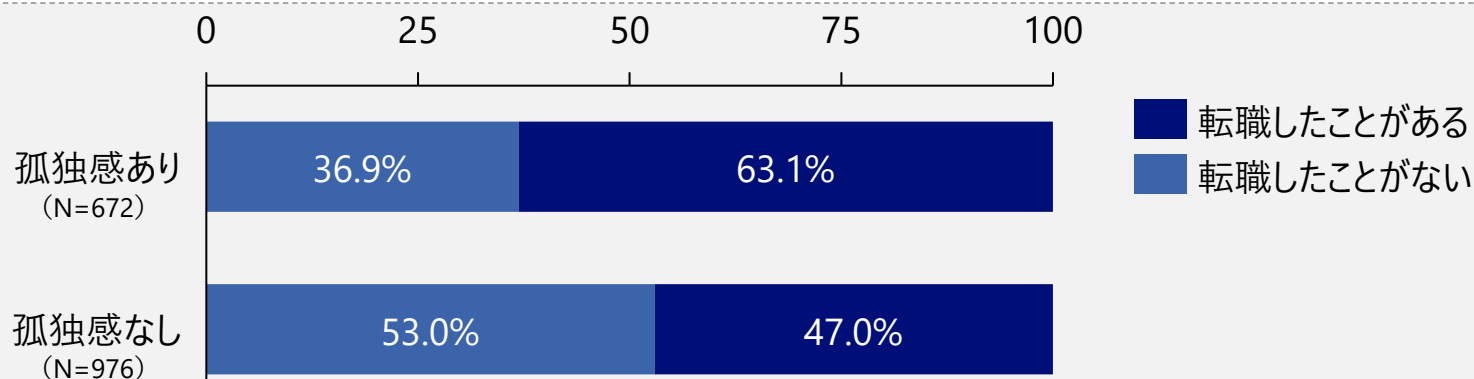
孤独感のある人では転職意向が高く、人材流出につながる恐れもある

- 孤独を感じている人では27.8%が転職を検討しており、36.8%がいつか転職すると思うと回答しており、孤独を感じていない人と比較して転職意向が高い。
- ただし、転職経験のある人が孤独を感じやすいため、そもそも転職意向が高い層が孤独を感じている可能性もある。

転職意向・経験別 孤独の状況



(参考)

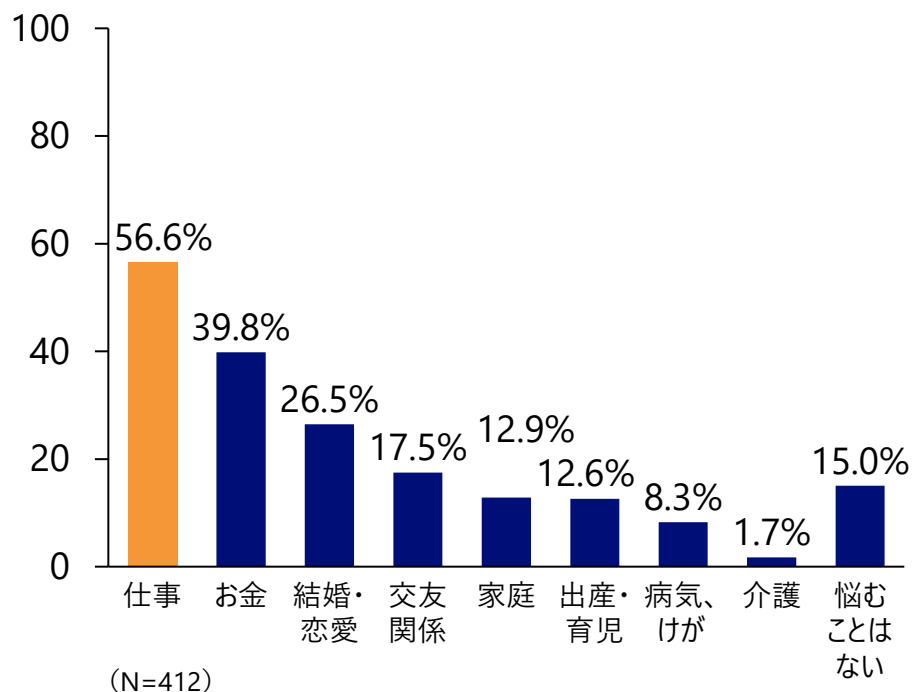


2. 企業向け調査の概要 | 20代が孤独を感じる背景

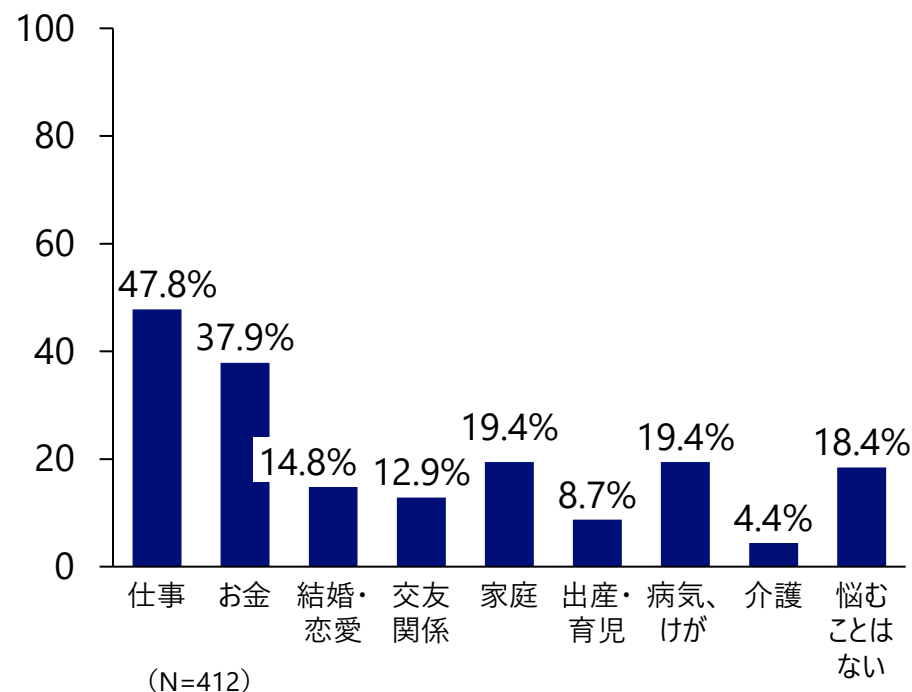
20代の悩みは「仕事」が最も多く、職場で悩みを解消・緩和できる可能性がある

- 40代正社員を比較対象とすると、20代正社員の悩みでは、他のテーマを差し置いて「仕事」と回答する人が半数以上を占め、次いで「お金」が39.8%、「結婚・恋愛」が26.5%の順が多い。
- 【参考】40代は20代と比較して、「病気、けが」、「介護」の割合が高い。

20代が悩むことが多いテーマ
(複数回答、最大3つまで)



40代が悩むことが多いテーマ
(複数回答、最大3つまで)

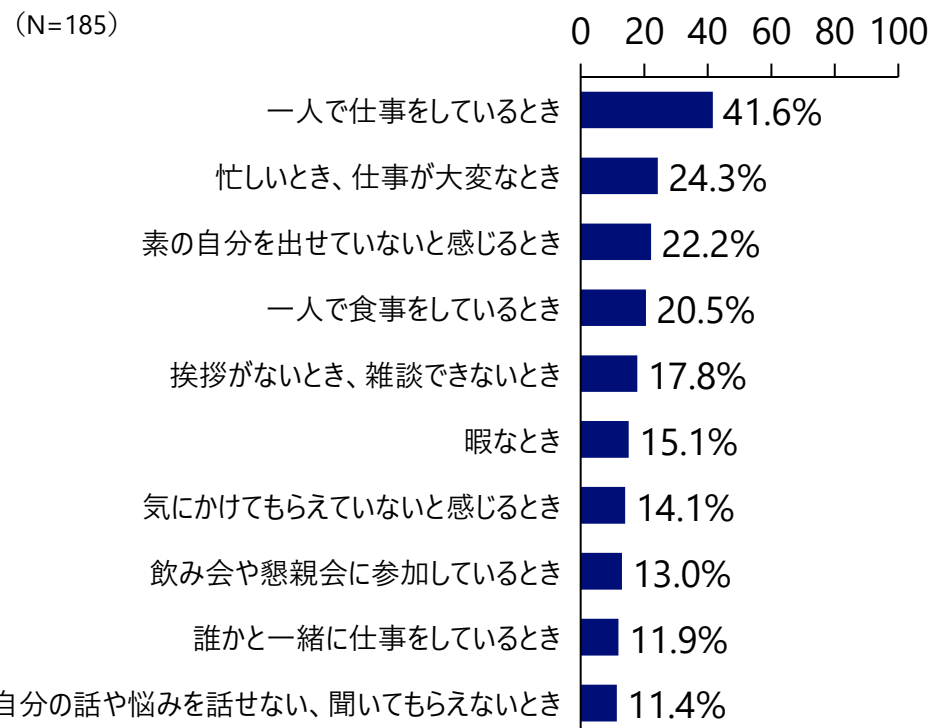


2. 企業向け調査の概要 | 20代が孤独を感じる背景

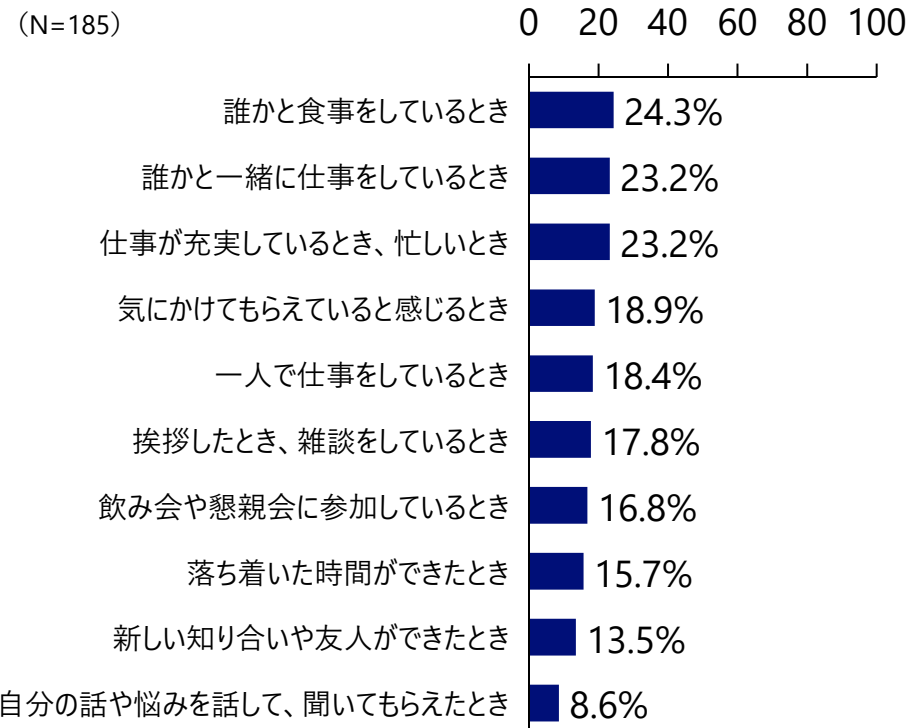
20代では一人で仕事をしているときに孤独を感じる人が4割を超えている 食事や仕事など誰かと行動することが孤独を軽減させると考えられる

- 20代正社員では41.6%が一人で仕事をしているときに孤独を感じると回答している。
- 孤独感が軽減するシチュエーションでは、誰かと食事をしているときに24.3%、誰かと一緒に仕事をしているときに23.2%と、誰かと行動をしているときに回答率の上位に挙がった。

20代が孤独を感じるシチュエーション
(複数回答、最大5つまで)



20代の孤独感が軽減するシチュエーション
(複数回答、最大5つまで)



2. 企業向け調査の概要 | 孤立対策に取り組む企業の事例

コミュニケーション促進のきっかけが必要

従業員が利用しやすい仕組みをつくることがポイントとなる

- 孤独感が軽減するシチュエーションとして、誰かと食事をしているとき、誰かと一緒に仕事をしているときなど、誰かと行動しているときの回答率が上位に挙がっている。
- 一方で、誰かを誘うことに心理的なハードルを感じてしまう人も多いため、誰かを気軽に誘うことができ、自然と雑談が続けられるような、従業員が利用しやすい仕組みをつくることが求められる。

事例

サントリーホールディングスでは、社員証を2人で同時にタッチすると飲みたいドリンクをもらえる「社長のおごり自販機」というサービスを開発し、2023年10月末時点で360社が導入している。

- 職場内のコミュニケーション活性化のために、「雑談が生まれる自販機」をキャチコピーとして開発された。
- 無料で飲み物をもらえるうれしさや隙間時間に行える気軽さで、利用率は96%と非常に高い。また、導入企業毎に従業員の利用実績（利用人数、回数、時間帯など）が見える専用ダッシュボードを用意することで、効果の可視化を行っている。
- 導入企業からは、以下のような声が挙がっている。

「コミュニケーションの一環で『今日、社長のおごり自販機やった？』と他部署の方や新しく入ってこられた方に自分から積極的に声を掛けて利用しています。」

「一緒におごり自販機を使う事で、良いアイスブレイクになって、リラックスした雰囲気の中、カジュアルな会話が出来ている気がします。」

「社長のおごり自販機」



2人で社員証を
タッチすると
飲み物がタダに！

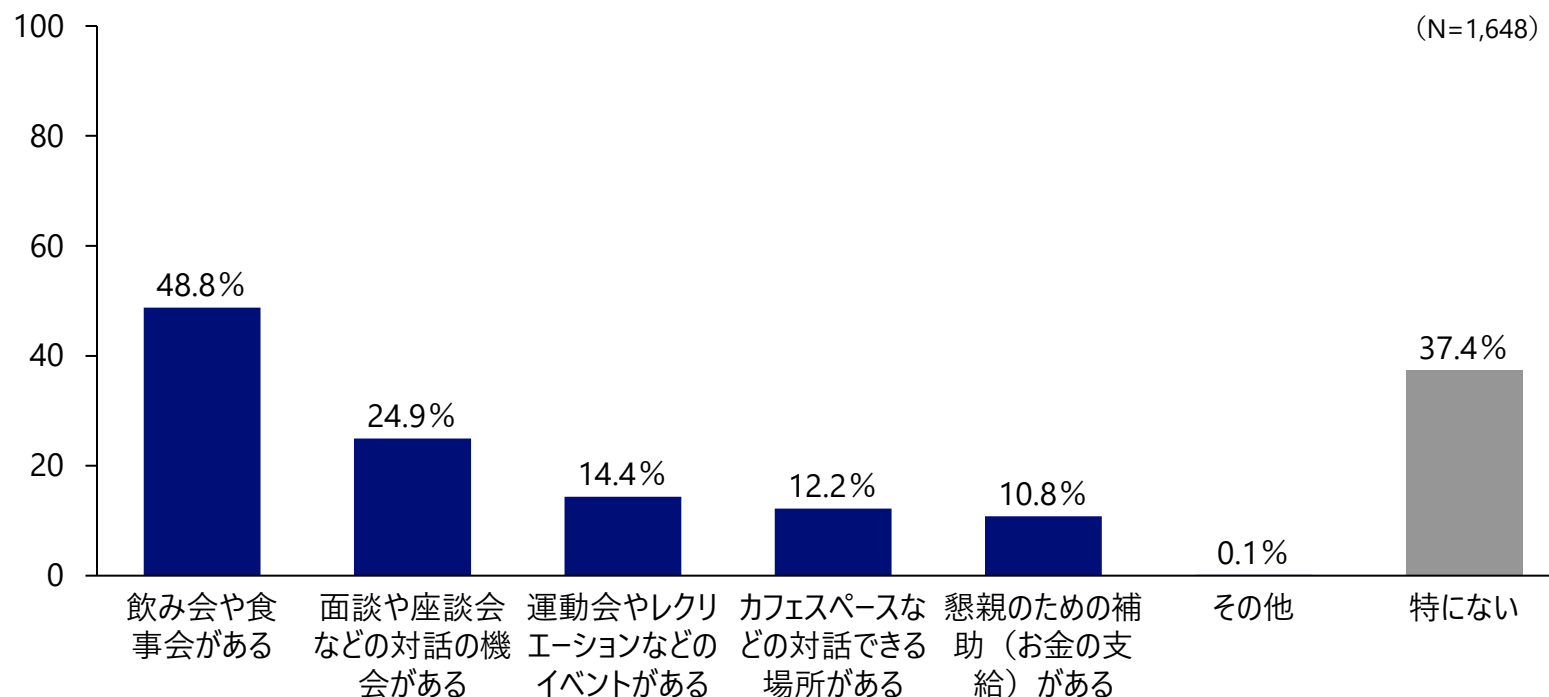


2. 企業向け調査の概要 | 20代が孤独を感じる背景

職場におけるあらゆるコミュニケーション促進の活動の実施率は50%以下 飲み会や食事会が多いが、その他の取組は少なく、取組の多様化を検討すべき

- 職場においてどのようなコミュニケーション促進の活動があるか聞いたところ、37.4%は「特にない」と回答している。
- あると回答した人でもほとんどが「飲み会や食事会」であり、それ以外の取組は促進されていない状況にある。

職場におけるコミュニケーション促進の活動の有無



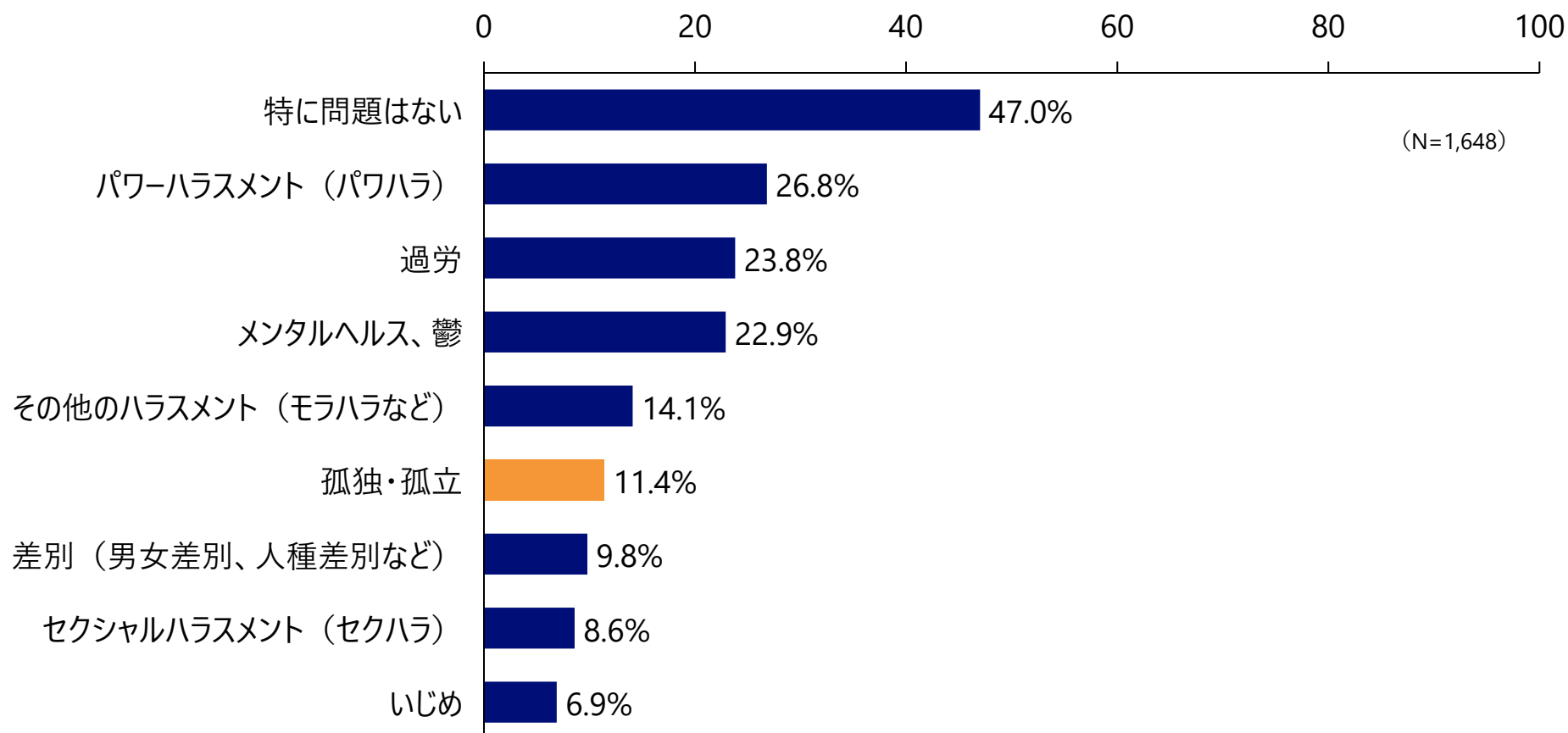
2. 企業向け調査の概要 | 20代が孤独を感じる背景

職場の問題として「孤独・孤立」が認知されていない

生産性や社員の健康に影響を及ぼす一つの要因として「孤独・孤立」を認知することが必要

- 企業に勤める正社員の約4割が孤独を感じているにもかかわらず、社内にある問題として「孤独・孤立」を選択した人は1割程度である。孤独を抱える当事者でさえも、孤独・孤立が職場の問題であると認知していないケースもある。

職場における問題の認知度

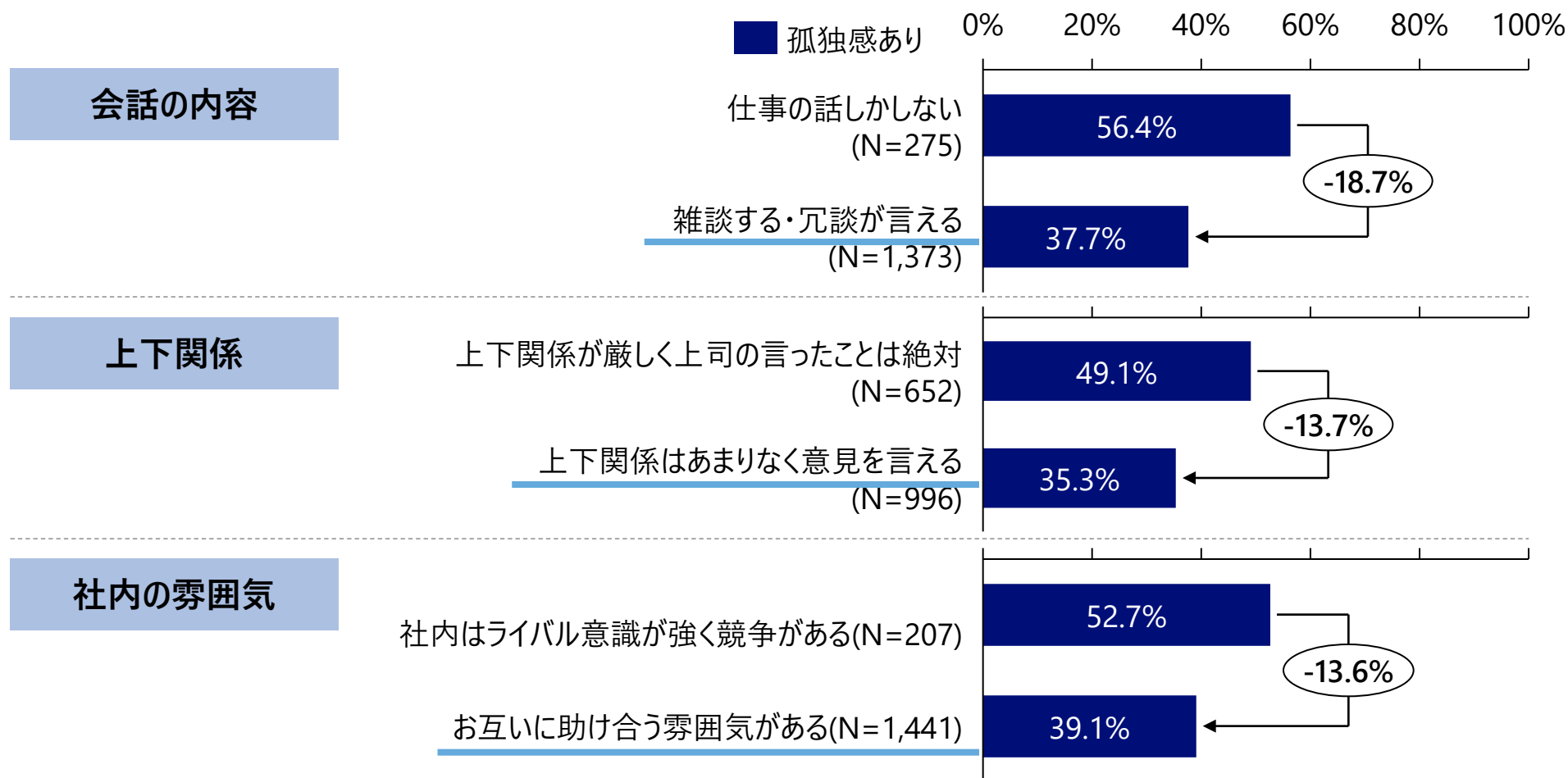


2. 企業向け調査の概要 | 企業における孤独への解決策

雑談や冗談を言えたり、上下関係なく対話できる職場の方が孤独を感じる人は少ない

- 職場の特徴と孤独を感じる人の割合を分析すると、以下の3項目で孤独を感じる割合が高くなった。

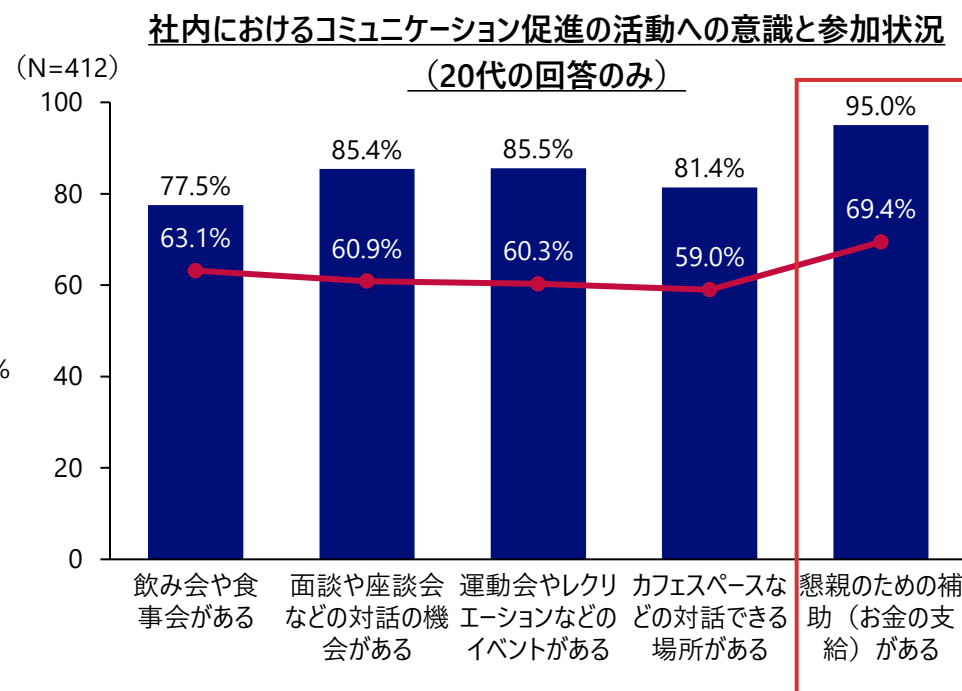
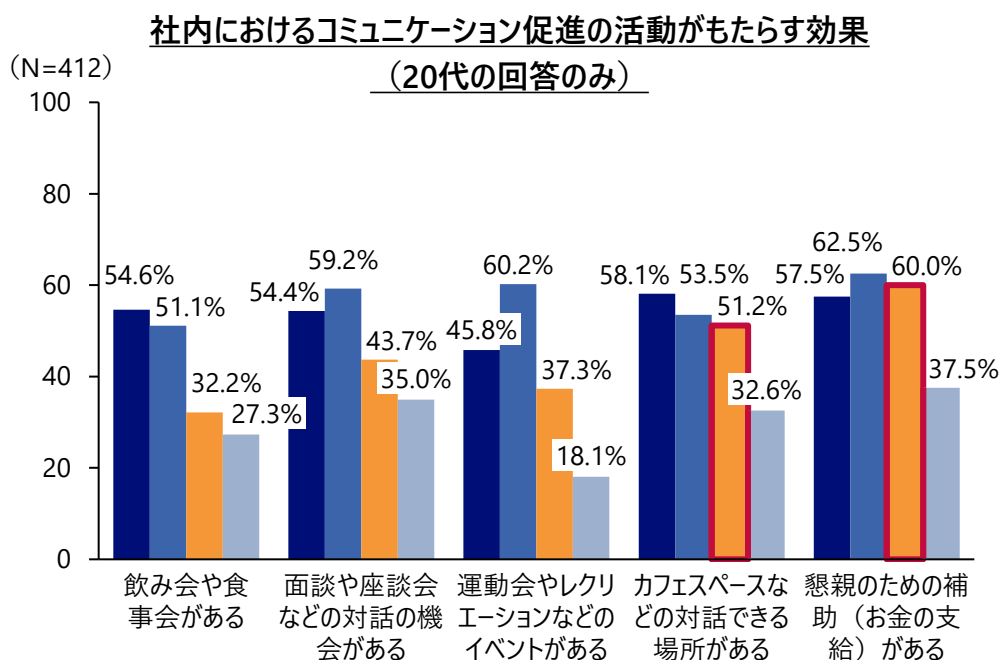
職場の特徴×孤独を感じる人の割合



2. 企業向け調査の概要 | 企業における孤独への解決策

心理的安全性向上には「カフェスペースでの対話」や「懇親への補助」への効果認識が大きい
懇親のための補助には、20代のコミュニケーション推進活動への参加を促す効果もある

- 20代では、仕事の質の向上や社内における人脈形成の効果は、選択肢としたいずれの活動でも半数程度が効果を感じているが、心理的安全性の向上においては、カフェスペースでの対話や懇親のための補助に効果を感じるという回答率が高い。
- また、95%の回答者が、懇親のための補助を必要とする回答となっており、約7割の回答者は懇親のための補助があればコミュニケーション促進の活動に「参加する」と回答している。



■ 仕事の質の向上 ■ 社内における人脈形成 ■ 心理的安全性の向上 ■ 孤独や孤立の防止

● 「参加する」と回答した人 ■ 「必要だと思う」と回答した人

2. 企業向け調査の概要 | 孤立対策に取り組む企業の事例

若手の意見を制度に反映することは、若手の会社へのエンゲージメント向上に繋がる 若手意見の反映に向けて、一部費用を補助するような取組も実施されている

- 社内風土を変えていくことには時間がかかるが、社内風土が現代の若者の価値観に合ったものになっていない場合、若手のエンゲージメント向上が阻害されてしまうリスクがある。
- 若手の意見を収集・反映し、社内風土を自社らしくアップデートしていける仕組みが重要と考えられる。

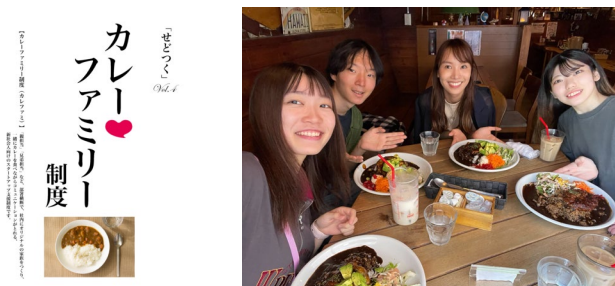
事例

ウエディングパークでは、新卒新入社員が社内制度を立案するコンテスト「せどつく」を通じて、若手の意見を反映した各種施策を社内に生み出している

- 「せどつく」とは、その年に入社した新卒社員を3-5人チームに分け、社内に必要な制度を企画・検討するプログラム。最終的にはプレゼンテーションを行い、役員による評価の結果、最も会社の課題や時流を捉えている案をその場で決裁する。
- これまで「せどつく」では計13の社内制度が生まれている（2025年4月現在）。若手の意見が反映された制度が生まれるといった直接的な成果に加え、新卒社員が自身で会社の文化をつくり上げる体験を通じて、当事者意識・エンゲージメントの向上にも役立っている。

カレーファミリー制度

新入社員のメンター制度。親担当（マネージャー）、兄姉担当（若手社員）、新卒社員で部署横断の3人家族をつくり、カレーを食べ会を開催する



コーシー

オフィス出社時の社内コミュニケーション活性化を目的に、カフェでのコーヒーブレイク代を支給する制度



けっせつ10

入社3年以内の社員が企画者（結節点）となり、入社年次を足して合計で「10」になる社員を集め交流会を開催する制度



2. 企業向け調査の概要 | 孤立対策に取り組む企業の事例

従業員同士の対話を生み出すカフェスペースの導入に際しては、
企業が置かれている状況や目的に合わせた形態を検討することが重要

- 20代の心理的安全性の向上においては、カフェスペースでの対話が効果を感じられやすい。
- カフェスペースは、カジュアルな空間で過ごすことによるリラックス効果をもたらす、普段は接点の少ない社員同士のコミュニケーション促進に繋げる、社員のモチベーションアップやエンゲージメント向上に寄与するなど様々な効果が期待できるため、各企業の状況に合わせて効果を最大化するための工夫が必要となる。

事例

イトーキでは、社員の抱える課題感やカフェスペースの導入に至った経緯などに応じて、複数用途を鑑みたカフェのタイプを企業に提案し、カフェスペースの導入を支援している。

- イトーキでは、リモートワーク併用で交流が減少したといった企業からの悩みの声を聞くなかで、企業の感じている課題に合わせて、オフィスカフェ導入の目的や機能を明確にし、効果的な空間づくりを行うことを目指している。
- 例えば、ある企業では、固定席運用で不足しがちな「流動的な人の動き」を促進し、コミュニケーションの活性化を狙いたいという目的があった。そこで、カフェスペースに人が立ち寄りやすいプリンターやコピー機、ゴミステーションを設置することで、偶発的なコミュニケーションを効果的に創出した。

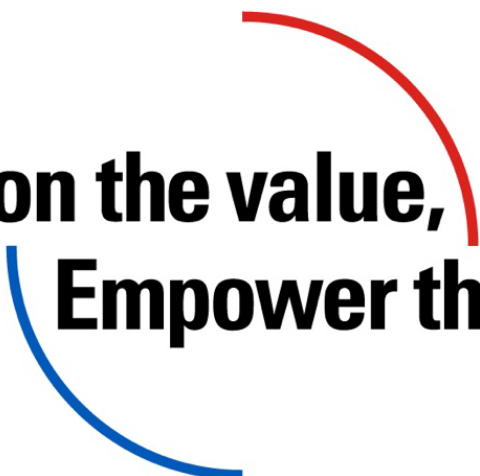


イトーキによるオフィスカフェのタイプと特徴		
タイプ	特徴	用途
ラウンジ型	ソファやテーブルを配置した、ゆったりとくつろげる空間	打ち合わせ、商談、社員同士の交流
カフェテリア型	オフィス内にコーヒーや軽食を提供するカフェコーナーを設けたタイプ	食事、休憩、社員同士のコミュニケーション促進
リフレッシュスペース型	マッサージチェアや仮眠スペースなど、リフレッシュのための設備が充実	気分転換、ストレス解消

3.調査結果まとめ

依然として全体の4割が孤独であるものの、40-50代の孤独を感じる割合の上昇が大きい一方、企業の正社員に限定してみると、20代が最も孤独で、企業における対応が急務。若者の孤独対応では、他愛のない会話が生まれる環境整備や関係性構築の推進が重要

- 2024年度は、若者（20-30代）と比較して中高年（40-50代）の孤独を感じる割合の上昇が目立った。
 - 中高年以上の男性は、4割以上が「そもそも相談したいと思っていない」と回答。また、3割以上が「相談する相手がいない」状態であり、自己解決または未解決のまま放置の傾向にあると推測される。
 - 孤独・孤立を感じているときに望むこととして、「誰かと他愛のない話がしたい」と回答する人が多く、また、「立ち話をする」ような一歩踏み込んだ隣近所との付き合いは、孤独感を減少させることが判明した。普段からの隣近所等との付き合いは、孤独・孤立の対策として有効である可能性がある。
- 企業に勤める正社員の4割が孤独を抱えている。特に、20代が孤独を感じる割合・深刻度合いが最も高い。
 - 入社後5年未満の人は孤独を抱える割合が高い。
 - 孤独感がある人は転職意向が高く、人材流出につながる恐れもある。
 - 孤独・孤立はそもそも課題として認識されておらず、生産性や社員の健康に影響を及ぼす一つの要因として「孤独・孤立」があることの認知向上からスタートする必要がある。
- フランクなコミュニケーションが生まれやすい職場形成には、対話が生まれやすいカフェスペースの活用、懇親のための補助等が効果的。
 - 雑談や冗談を言えたり、上下関係なく対話できる職場の方が孤独を感じる人の割合は低い。
 - カフェスペースでの対話などについては、心理的・時間的な負担も低く20代において求める声が多い。
 - 20代の95%が「懇親のための補助が必要」と回答。また、「懇親のための補助があれば、社内におけるコミュニケーション促進活動に参加しやすい」と回答しており、若者の活動参加を促す効果もあると考えられる。



**Envision the value,
Empower the change**