

<Z世代のキャラクター別チャレンジ意識調査>

Z世代の約7割が“**自称陰キャ**”と判明！“**陰キャ表明**”は「**リスク回避**」の一環!?
他人からの陽キャ認定リスクは**幹事役・飲み会への誘い・人前に立つ役を任される事**
～【30代の目標年収額】陽キャ:612万円/陰キャ:463万円と堅実志向なチャレンジャー～

第一生命保険株式会社(代表取締役社長:隅野 俊亮、以下「第一生命」)の100%子会社である第一スマート少額短期保険株式会社(代表取締役社長:益子 明紀)が展開している、デジタル完結型保険ブランド「デジホ」は、ブランドコンセプトである「今を自分らしく、ちょっとだけアクティブに」をテーマに意識調査を実施しています。

2024年6月に行った調査^{※1}では、Z世代^{※2}がチャレンジをする際は、周囲には直接伝えないもののSNSではアピールする「隠れチャレンジャー気質」ともいえる内向的な傾向が浮き彫りとなりました。そんなZ世代のチャレンジ像を踏まえ、一般的に外交的とされる「陽キャ」と、内向的とされる「陰キャ」を軸に、全国の15～27歳の男女・合計500名を対象に意識調査を実施しました。

※1)世代別でみる新たなチャレンジに関する実態調査 https://dsmart-ins.com/pdf/20240626_digiho.pdf ※2)以下、Z世代=15～27歳の結果として記載。

<調査サマリー>

①【Z世代のキャラクター戦略】陽キャ認定はリスクに繋がる!?

約7割が陰キャを自称し、さらにファッション陰キャの存在も明らかに!

- 約7割が、自身の性格が「陰キャ」と回答。うち1割は“ファッション陰キャ[※]”の可能性あり。
- 約半数が「陽キャ明言」にリスクを感じ、3割は「他者から陽キャ認定される」ことにも抵抗あり。
※他者からは陽キャと判断されているが、自身を陰キャと自称している層

②【Z世代のリスクマネジメント術】陰キャ自称で、飲み会の誘いや幹事・リーダー役を回避中!?

- 陰キャを自称することで、「幹事・リーダー役、人前に立つ役を任されること」や「飲み会の誘い」を回避。
- 一方、「人脈が広がりにくい」「コミュカを低く見られる」「社会的な場に誘われづらい」などのリスクを感じている事も明らかに。

③【キャラクター別交流関係の実態】職場での交流人数に大きな開き。SNSにおける交流にも影響

- 職場でプライベートな話をした人数は、陽キャ:平均17.5人/陰キャ:平均5.7人で約3倍の開き。
- 各SNSを「利用していない」陰キャも多く、フォロワー数にも差が生じる結果に。

④【キャラクター別チャレンジ意向】30代の目標年収について、陰キャの堅実志向が明らかに求めるキャリアパスは、陽キャは出世傾向/陰キャはフリーランス傾向!

- 30代での目標年収の平均値は、「陽キャ:612万円/陰キャ:463万円」。パートナーに求める年収も、男女ともに陽キャの方が高い傾向に。
- 将来的な給与所得の理想像として、陽キャは「上司」や「上層部」を挙げ出世意向が垣間見える一方、陰キャは「フリーランス」意向の高さも明らかに。

実施概要(Z世代のキャラクター別チャレンジ意識調査)	
調査期間	2024年8月9日 ~ 2024年8月10日
調査方法	インターネット調査
調査地域	全国
調査対象	Z世代(15～27歳)男女・500名

※小数点第二位を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。 ※性別均等割付

※本調査結果や分析をご掲載の際は『第一生命グループの第一スマート少額短期保険株式会社調べ』と明記ください。

【Z世代のキャラクター戦略】

Z世代の約7割が「陰キャ」を自称。うち1割は、他人からは陽キャに見える“ファッション陰キャ”と判明。約半数が、「自身を陽キャと明言するのはリスク」と回答。

Z世代(15~27歳・500名)を対象に、『自認する性格と、他人から見た性格』について伺ったところ、**69.2%**が自称する性格を「陰キャ」と回答しました。

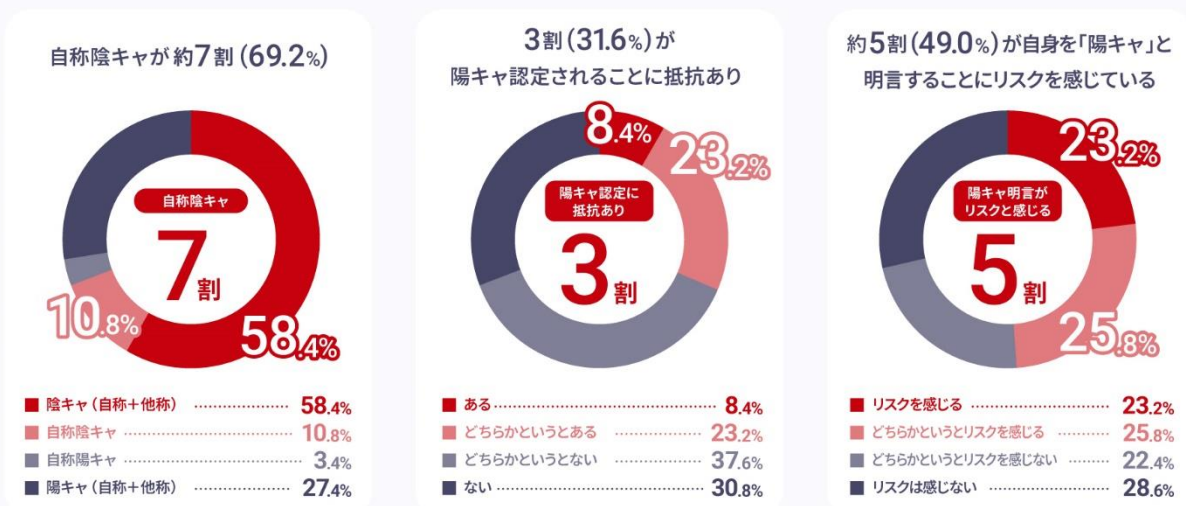
自身を「陰キャ」と感じたシーンについては、「大人数の集まりで気疲れした時(77.5%)」、「人前で話す時(75.3%)」、「大人数の前に立つ時(74.9%)」が上位にあがりました。

陰キャを自称する人(n=346)のうち、他人からは陽キャと見られているが陰キャを自称する層(=ファッション陰キャ層)が**10.8%**ほど存在することも明らかになりました。

そのうえで、Z世代全体の**31.6%**が『陽キャとカテゴライズされる』ことに「抵抗がある」と判明。さらに、全体の半数に迫る**49.0%**が「自身を陽キャと明言することはリスク」と回答しました。

これらの結果から、Z世代は他人からの”安易な陽キャ認定”にリスクを感じており、自身の性格を周囲の評価以上に陰キャとする“ファッション陰キャ”層の存在など、全体的に陰キャであることを好む傾向にあることが伺えました。

Z世代の陽キャ・陰キャの実態！ 自称陰キャが約7割、“陽キャ”認定されることはリスク？



Z世代のキャラクター別チャレンジ意識調査 | 第一スマート少額短期保険株式会社 | 全国 Z世代 (15~27歳) 男女: 500名 ※男女均等

【Z世代のリスクマネジメント術】

陰キャを自称することで回避できるリスクを、仕事とプライベートシーン別に調査。「幹事・リーダー役、人前に立つ役を任されること」や「飲み会の誘い」を回避する一方で、「人脈が広がりにくい」懸念も。

全体を対象に、『陰キャを自称することで回避できるリスク』をシーン別(仕事・プライベート)に伺ったところ、両シーンで「幹事やリーダー役をやらされる(仕事:22.8%/プライベート:15.6%)」「飲み会に誘われる(仕事:18.8%/プライベート:12.6%)」に回答が集まり、最も共感を得る結果となりました。

Z世代による陰キャ的リスクマネジメント Z世代が陰キャを演じることで回避しているリスクTOP5

仕事編



プライベート編



Z世代のキャラクター別チャレンジ意識調査 | 第一スマート少額短期保険株式会社 | 全国Z世代 (15~27歳) 男女: 500名※男女均等

なお、『陽キャにカテゴライズされることで不利になる場面』としては、仕事・プライベート共に「期待をされすぎてプレッシャーを感じる(仕事:30.6%/プライベート:16.0%)」「無理に社交的な行動を求められる(仕事:21.6%/プライベート:18.2%)」「交流がふえることでプライベートな時間や空間が侵害される(仕事:19.6%/プライベート:18.6%)」などの場面に回答が集まりました。

さらに、「実際に性格を陽キャに取り繕ったことによる失敗談」からも、自身を陽キャと演出することのリスクが垣間見られる結果となりました。

Z世代の「実際に性格を陽キャに取り繕ったことによる失敗談」

- ありとあらゆるイベントの主導役をやらされた。 . . . (23歳)
- 最初うまく話せたが、後々話せなくなった。 . . . (24歳)
- 無理に自分を演じようとして、気疲れしてしまった。 . . . (27歳)
- 飲み会が増える。 . . . (23歳)

Z世代のキャラクター別チャレンジ意識調査 | 第一スマート少額短期保険株式会社 | 全国Z世代 (15~27歳) 男女: 500名※男女均等

一方で、陰キャと判断されることにもネガティブな意見はあり、『陰キャであることで損をすること』を伺ったところ、「人脈が広がりにくい(30.0%)」「コミュニケーション能力が低く見られる(26.8%)」「社交的な場に誘われづらい(21.4%)」などの懸念を感じている事も分かりました。

【キャラクター別交流関係の実態】

自称陽キャ／陰キャでは、友人との接点に差がない一方、職場の交流人数は3倍もの開きが発生。各種SNSでのフォロワー数や利用状況においても、陰キャの方が少ない傾向に。

自己認識のキャラクター別(陽キャ:n=154/陰キャ:n=346)に、『直近1カ月で会った友人の人数』を伺ったところ、「陽キャ:平均4.1人/陰キャ:平均5.0人」と、プライベートで直接友人に会う機会には差がない結果となりました。

一方で、『職場でプライベートな話をした同僚・上司の人数』では「陽キャ:17.5人/陰キャ:5.7人」と、職場での交流においては約3倍の差が確認できました。

さらに、オンライン上での人との交流を示す『各種SNS上でのフォロワー数^{※3}』を伺ったところ、全てのSNS(X、Instagram、LINE、TikTok、BeReal)で陽キャの方がフォロワー数を多く抱えており、特にXとInstagramの300人以上フォロワーを抱える層に割合において、大きな差が開く結果となりました。また、**全てのSNSにおいて陰キャの方が利用率が低い傾向にあることが分かりました。**

※3)複数アカウントを所持している場合は、最も多いフォロワー数

Z世代の「陽キャ・陰キャ別」 主要SNSにおけるフォロワー数の分布

		利用率	各フォロワー数別の割合 (%)					
			100人以下	101~200人	201~300人	301~500人	501~1000人	1001人以上
X	陽キャ	72.7	31.2	14.3	8.4	8.4	7.1	3.2
	陰キャ	65.6	43.6	8.4	6.1	4.0	2.9	0.6
Instagram	陽キャ	75.3	26.6	16.2	13.0	7.8	7.1	4.5
	陰キャ	65.6	42.5	11.0	6.1	2.9	2.0	1.2
LINE	陽キャ	82.5	40.3	27.3	10.4	1.9	1.3	1.3
	陰キャ	81.2	59.8	15.0	4.0	1.4	0.6	0.3
TikTok	陽キャ	52.6	35.7	9.7	3.2	1.9	0.0	1.9
	陰キャ	39.0	33.2	2.6	1.2	1.2	0.9	0.0
BeReal	陽キャ	30.5	16.2	7.8	5.2	0.0	0.6	0.6
	陰キャ	14.5	11.0	1.2	1.4	0.0	0.6	0.3

Z世代のキャラクター別チャレンジ意識調査 | 第一スマート少額短期保険株式会社 | 全国Z世代 (15~27歳) 男女: 500名※男女均等

【キャラクター別チャレンジ意向】

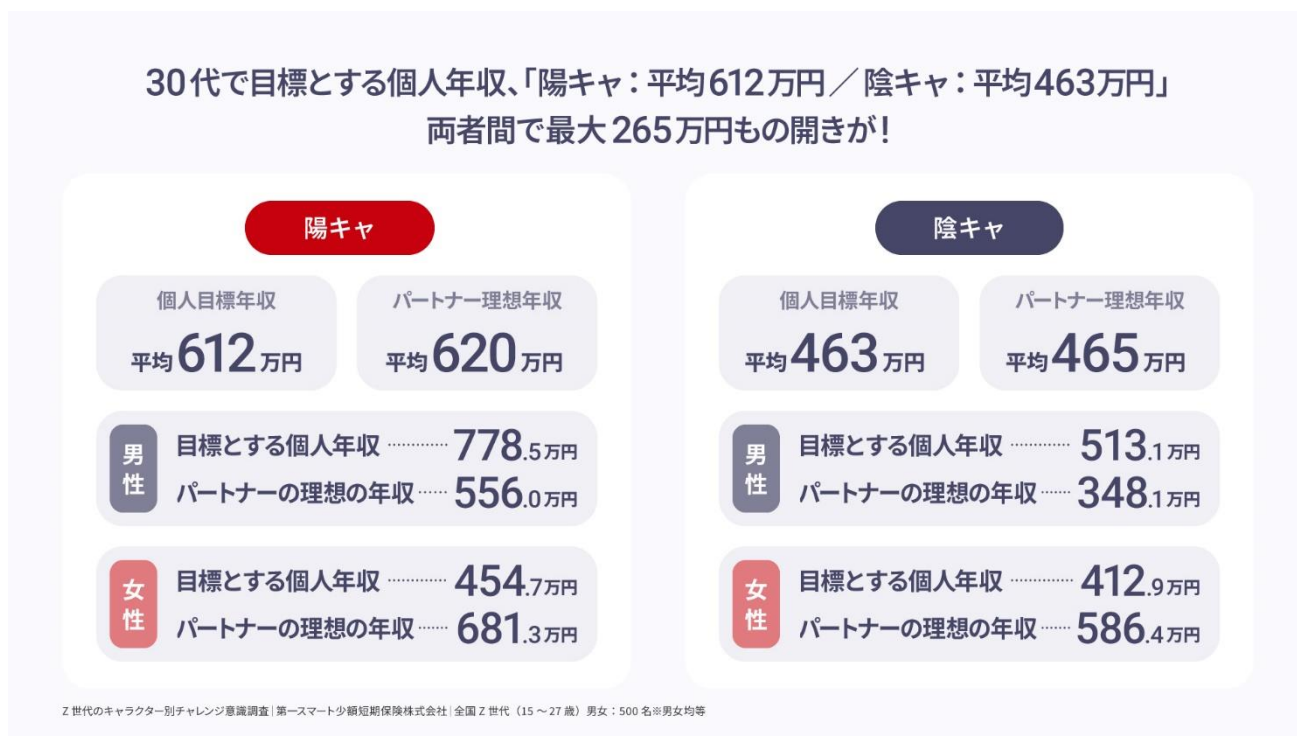
30代での個人年収とパートナーに求める年収の理想は、男女共に陽キャの方が高い一方、陰キャの堅実志向が明らかに。両者間で最大265万円もの開きがあることが明らかに。

同じくキャラクター別に、『30代になった時に目標とする個人年収およびパートナーに求める年収』を伺ったところ、個人年収は「陽キャ:平均612万円/陰キャ:平均463万円」、パートナーに求める年収は「陽

キャ:平均620万円/陰キャ:465万円」となりました。

また、同結果を男女別に見ると、全ての項目において陽キャの方が自他ともに求める理想額が高い結果となりました。一方で、陰キャは堅実な年収額を目標としていることが伺え、国税庁が発表している給与実態の「平均年収458万円」※4と比べても同水準の年収を目指していることが判明しました。

※4)出典:「令和4年分 民間給与実態統計調査」国税庁



Z世代の理想キャリアパスは、ワークライフバランスを保ちつつ確実な給与アップを目指す、手強いチャレンジ傾向!?陽キャは「出世意欲」、陰キャは「フリーランス意向」が強い傾向も明らかに。

キャラクター別に、『キャリアパスを考える際に重視するポイント』を伺ったところ、1位「ワークライフバランスが整った環境(陽キャ:35.1%/陰キャ:46.5%)」、2位「現在より収入や給与が確実に上がる(陽キャ:27.9%/陰キャ:26.9%)」など、陽キャと陰キャ共に堅実な選択肢が支持されました。

3位以降の回答についてはキャラクター別で差が開き、陽キャは「現在より収入や給与が下がらないこと(23.4%)」、陰キャは「興味をもてる業界や職種であること(24.9%)」の選択肢に票が集まりました。

また、『将来的な給与所得の理想像』も伺ったところ、陽キャ/陰キャ共に「親(共に15.6%)」が1位となりました。次いで、陽キャは「所属する会社の上司(10.4%)」「所属する会社の役員・幹部などの上層部(9.7%)」となりました。

一方、陰キャは「所属する会社の上司(9.5%)」に次いで「フリーランスで仕事をしている人(8.4%)」が続く結果となり、陽キャは給与重視で出世意欲が高い一方、Z世代の約7割を占める陰キャは自身の内面(やりがい)重視でフリーランス意向が強い傾向が垣間見える結果となりました。

堅実志向なチャレンジャーの“新たな一歩”をサポートするデジタル完結型保険ブランド「デジホ」!

リスクヘッジに敏感なZ世代に寄り添い、安心して挑戦できる環境を支援

今回の調査では、Z世代はリスクマネジメントに敏感な陰キャ傾向であることがわかりました。特に約7割を占める陰キャの人たちは、30代の目標年収が堅実な一方でキャリアパスとしては興味をもてる業界・業種であることなど、堅実さを持ち合わせながらも自分らしい働き方を求めてチャレンジしている姿が垣間見られました。

デジタル完結型保険ブランド「デジホ」は、「今を自分らしく、ちょっとだけアクティブに」をブランドコンセプトにかかげ、Z世代やミレニアル世代といわれる未来を担う若者たちが、安心して一歩ふみだせるように応援するデジタル完結型保険ブランドです。

チャレンジを始める第一歩を踏み出したいとき、スマホやパソコンからいつでもアクセスしていただくことで、デジホはあなたの挑戦を応援し未来への一歩をサポートします。

<「デジホ」概要>



デジホは一人でも多くの人が自由にポジティブに、そして、アクティブになれる社会の実現を目指し、第一生命保険株式会社と第一スマート少額短期保険株式会社が提供するデジタル完結型保険です。

- 第一スマート少額短期保険株式会社 HP :<https://dsmart-ins.com/>
- 「デジホ」ブランドサイト :<https://digiho.com/>
- 公式Xアカウント(@digiho_d) :https://x.com/digiho_d
- 公式LINEアカウント(@737fsqdi) :<https://liff.line.me/1645278921-kWRPP32q/?accountId=737fsqdi>

<「デジホ」サービスpoint>

- スマホで申し込みが可能
スマホやパソコンからの入力のみで手続きが完了。
必要になったときに、24時間いつでも申し込みできます。
- ピンポイントに申し込める
必要な保障内容にだけピンポイントで申し込みできます。
- 第一生命グループの商品だから安心
第一生命の約120年の歴史と実績をもとに、多様なライフスタイルで活躍する方々がさらにアクティブに能力を発揮できるようサポートします。

<取扱商品>

医療保険／家事代行費用保険／所得保障保険／定期保険

以上