

報道関係各位

2026年1月22日
株式会社クロス・マーケティング

人間関係リセット経験者は38%、意向者は24%と昨年と変わらず つきあう人は増やさずに、今の相手を大切にしたいが半数

－ 人間関係に関する調査（2026年） －

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長兼CEO：五十嵐 幹）は、2026年1月、全国47都道府県に在住する20～79歳の男女2,400人を対象に「人間関係に関する調査（2026年）」を実施しました。沈んでいるときに救われたり、ストレスにもなる「人間関係」について、リセット経験や意向、リセットした人との間柄、リセットのきっかけと方法、人とのつきあい方の変化と考え方、年賀状送付状況をピックアップし分析をしました。

* 自ら長期的に連絡を絶つことを「人間関係リセット」として聴取

■ 調査結果（一部抜粋）

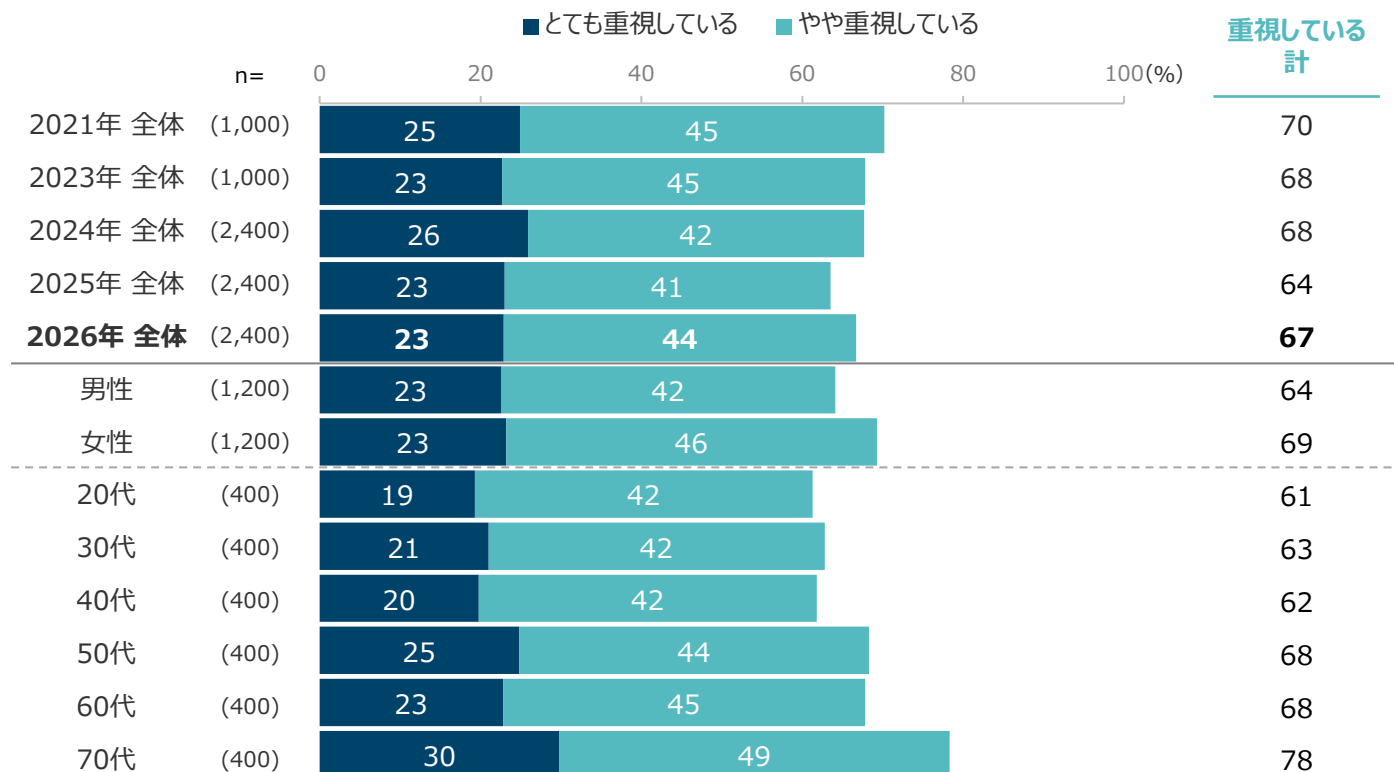
- ✓ **【人間関係リセット経験・意向と人間関係重視度】** 過去に「人間関係をリセットした」経験を持つ人は38%、今後、「人間関係をリセットしたい」人がいる割合は24%と2025年結果と差はない。リセット経験・意向の割合は女性が高い。リセット意向が最も低いのは70代の14%。＜図1＞ 人間関係を「とても重視している」は23%、「やや重視している」は44%、合わせて67%は人間関係を重視している。70代の重視度は78%と最も高く、低いのは20～40代であった。＜図2＞
- ✓ **【リセットした人との間柄・きっかけ・方法】** 実際に人間関係をリセットした間柄では「友人・知人」が最多の56%、次いで「職場の人」「同級生・学生時代の先輩・後輩」が2割台。「友人・知人」はいずれの年代も女性、「職場の人」は男性60代、「同級生・学生時代の先輩・後輩」は男性20～40代でのリセットが多い。＜図3＞ リセットしたきっかけは、友人・知人は「面倒／うとうしい／疲れる」「性格や価値観、考え方が合わない」、職場は「面倒になった／ストレスを感じた」「いじめ／いやがらせにあった」、家族・親戚関係では「遺産相続」「金銭トラブル」という声が聞かれた。＜図4＞ どのようにリセットしたかについては、「電話帳の連絡先を消す」「一時的に音信不通になる」がTOP2。特に20代は、LINEを含むSNSでのリセットが極めて高い。70代は「はがきでの連絡をやめる」が多かった。＜図5＞
- ✓ **【人とのつきあい方の変化と考え方】** 直近3年間の人とのつきあいは「変わらない」が61%、「減った」31%、「増えた」8%。減った割合は年代による差はないが、増えた割合が最も多かったのは20代の14%であった。人とのつきあい方に対する考えは、「つきあう人は増やさずに、今の相手を大切にしていきたい」49%、「あまり人とつきあいたくない」20%、「これからも、いろいろな人とつきあっていきたい」18%。「あまり人とつきあいたくない」は、年代が若いほど増加傾向にあり、20代は28%を占める。＜図6＞
- ✓ **【年賀状の送付状況】** 「年賀状を送った・送る予定」の人は32%、年代が上がるほど「送った・送る予定」の人は多い。過去も含め「年賀状じまいをした」人は62%と、はがきの値上げが響いた2025年結果と大きな変わりはない。＜図7＞

◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/20260122human>

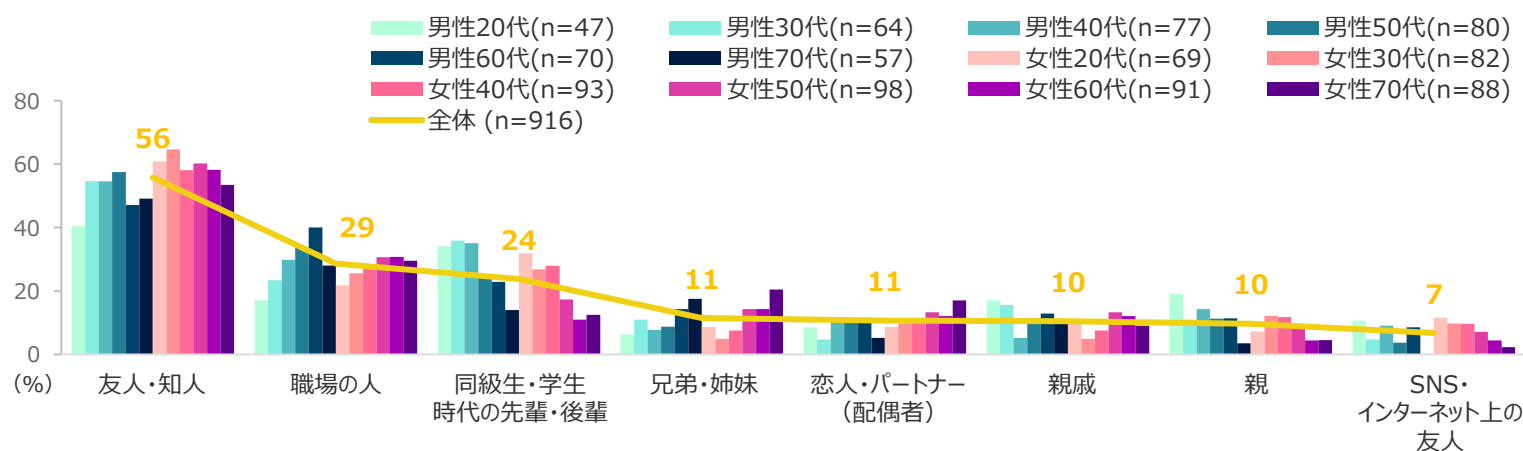
＜図1＞ 人間関係のリセット経験と今後のリセット意向（単一回答）

| | n= | 人間関係リセット経験あり＋今後、リセットしたい人がいる | | | | 人間関係リセット経験あり＋今後、リセットしたい人はいない | | | | リセット経験あり | 今後リセットしたい |
|------------------|----|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|-----------------------------|------------------------------|----------|-----------|
| | | 人間関係リセット経験あり＋今後、リセットしたい人がいる | 人間関係リセット経験あり＋今後、リセットしたい人はいない | 人間関係リセット経験なし＋今後、リセットしたい人がいる | 人間関係リセット経験なし＋今後、リセットしたい人はいない | 人間関係リセット経験あり＋今後、リセットしたい人がいる | 人間関係リセット経験あり＋今後、リセットしたい人はいない | 人間関係リセット経験なし＋今後、リセットしたい人がいる | 人間関係リセット経験なし＋今後、リセットしたい人はいない | | |
| 2024年 全体 (2,400) | | 19 | 22 | 7 | 52 | 41 | 26 | | | | |
| 2025年 全体 (2,400) | | 17 | 21 | 6 | 56 | 38 | 24 | | | | |
| 2026年 全体 (2,400) | | 18 | 20 | 6 | 56 | 38 | 24 | | | | |
| 男性 (1,200) | | 15 | 18 | 7 | 60 | 33 | 22 | | | | |
| 女性 (1,200) | | 20 | 23 | 6 | 51 | 43 | 26 | | | | |
| 20代 (400) | | 18 | 11 | 7 | 64 | 29 | 25 | | | | |
| 30代 (400) | | 19 | 17 | 9 | 55 | 37 | 28 | | | | |
| 40代 (400) | | 21 | 22 | 6 | 52 | 43 | 27 | | | | |
| 50代 (400) | | 21 | 24 | 7 | 48 | 45 | 28 | | | | |
| 60代 (400) | | 17 | 23 | 6 | 54 | 40 | 23 | | | | |
| 70代 (400) | | 11 | 25 | 3 | 61 | 36 | 14 (%) | | | | |

＜図2＞ 人間関係の重視度（単一回答）



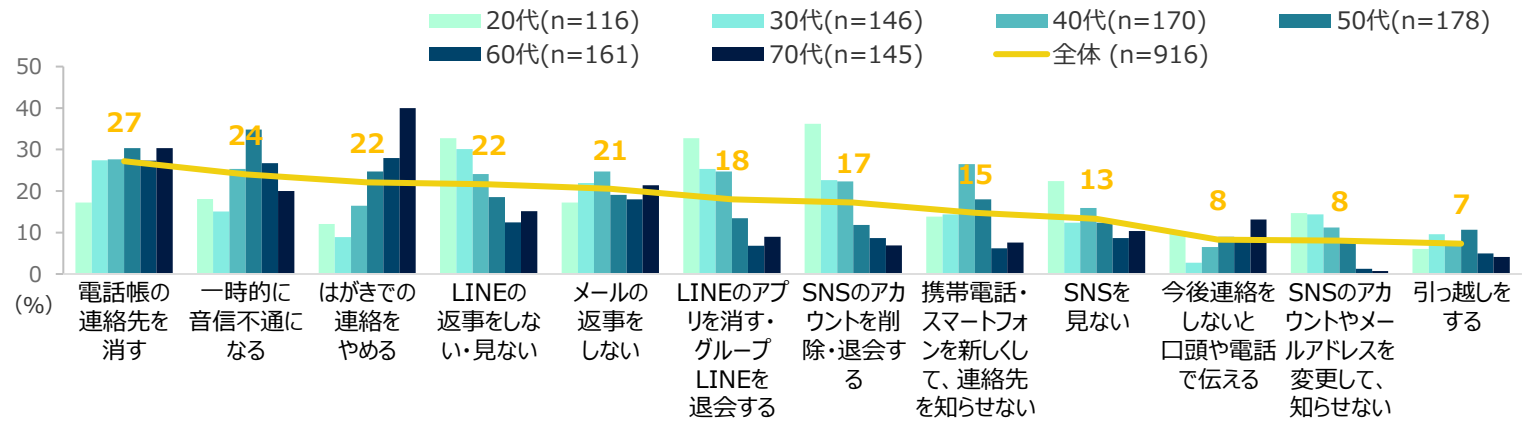
＜図3＞ 人間関係をリセットした人（複数回答） ※ベース：人間関係をリセットした経験がある人／上位8項目を抜粋



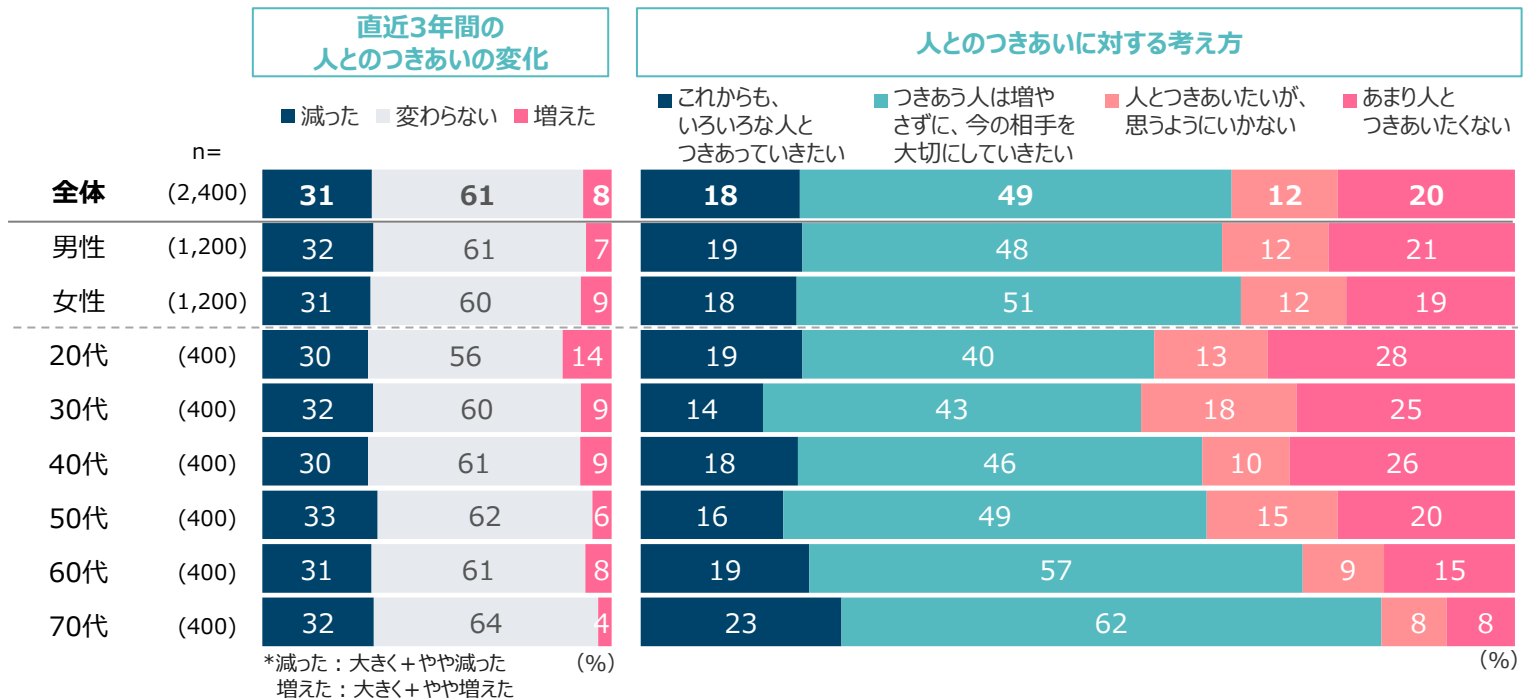
＜図4＞ 人間関係をリセットしたきっかけ（自由回答一部抜粋）

| 友人・知人 | 職場の人 | 家族・親戚関係 |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 面倒／うっとうしい／疲れる ● 性格や価値観、考え方が合わない ● 金銭トラブル ● いじめ／悪口を言われた ● 自分勝手／都合のよいように使われる ● 約束を守らない／裏切られた ● 自分にとってマイナスとなる ● 相手にマウントをとられたから ● 自分や相手がうつ病になったので | <ul style="list-style-type: none"> ● 面倒になった／ストレスを感じた ● いじめ／いやがらせにあった ● 退職、転職、転勤がきっかけ ● 仕事上のトラブル、対立 ● 代表や上司のパワハラ／モラハラ／セクハラ ● 職場の人間関係の悪化や疲れ ● プライベートなことをしつこく聞いてくるから ● メンタル不調になったから ● 退職することで嫌な記憶を消したかった | <ul style="list-style-type: none"> ● 遺産相続でもめたから ● 遺産相続での詐欺行為 ● 金銭トラブル ● 育ってきた環境が悪かったため、その延長線 ● 義弟が礼儀を欠いている上に、お金に汚い ● 兄弟に親と自分のお金を持ち出しされた ● 親の介護問題 ● 親の葬儀をきっかけに意見が対立して嫌気がさした |

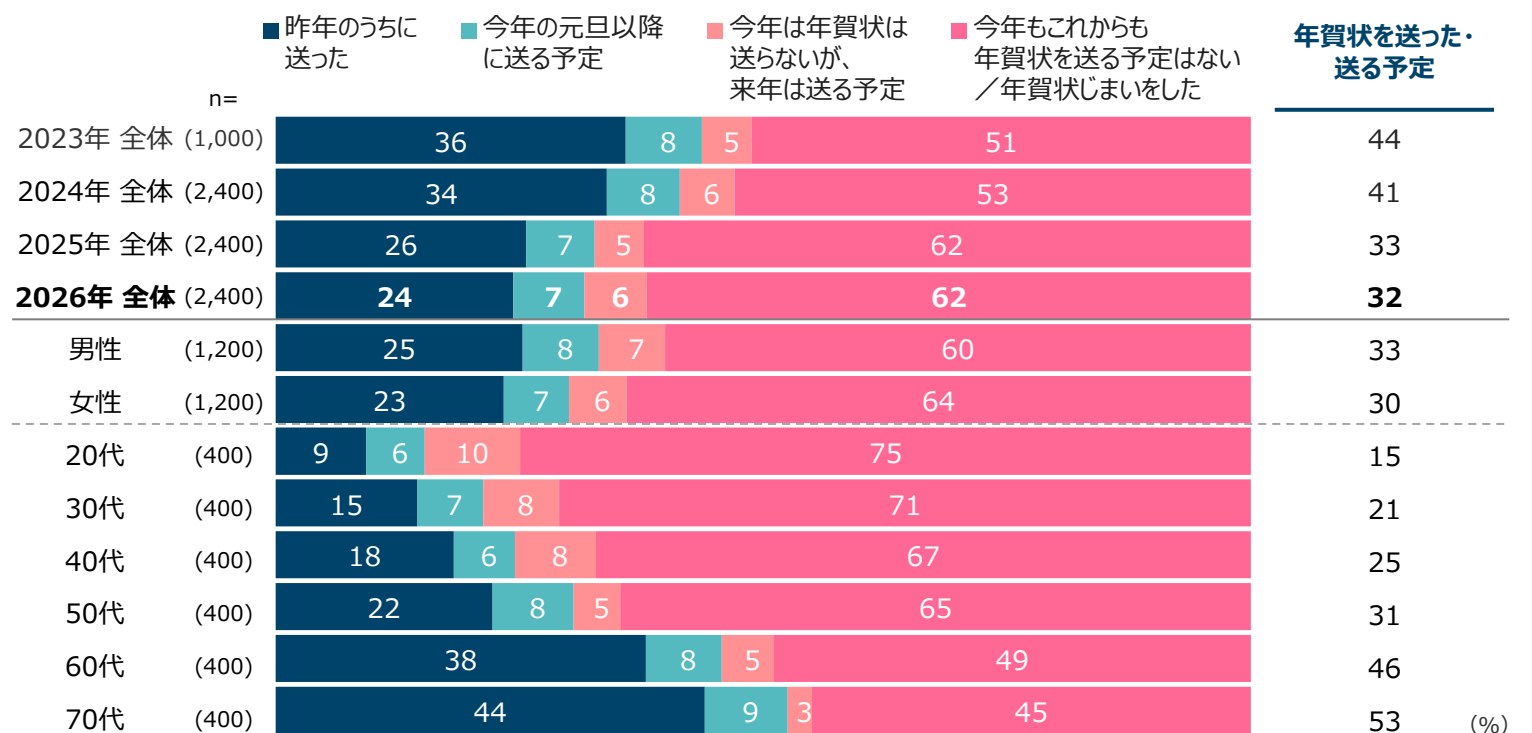
＜図5＞ 人間関係のリセット方法（複数回答）※ベース：人間関係をリセットした経験がある人／上位12項目を抜粋



＜図6＞ 人とのつきあいの変化と考え方（単一回答）



＜図7＞ 年賀状の送付状況（単一回答）



■レポート項目一覧

- ☐ 属性設問（性別／年代／ライフステージ／居住地／同居家族／職業）
- ☐ 調査結果サマリー

▼調査結果詳細

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 人間関係の重視度 | <input type="checkbox"/> 人間関係をリセットしたい人／リセットしたい方法 |
| <input type="checkbox"/> 今まで通りの付き合い方を継続したい人間関係 | <input type="checkbox"/> 人間関係をリセットしたい理由・きっかけ（自由回答抜粋） |
| <input type="checkbox"/> より大切にしたい人間関係 | <input type="checkbox"/> 配偶者・パートナーとの距離感／空気感 |
| <input type="checkbox"/> 困っているときに助けたいと思う人 | <input type="checkbox"/> 親との距離感／空気感 |
| <input type="checkbox"/> 困っているときに相談できる人 | <input type="checkbox"/> 友人／親友の人数 |
| <input type="checkbox"/> 人間関係のリセット経験 | <input type="checkbox"/> SNS・オンラインツール利用による対面でのコミュニケーションの変化 |
| <input type="checkbox"/> 人間関係をリセットした人／リセット方法 | <input type="checkbox"/> 直近3年間の人とのつきあいの変化 |
| <input type="checkbox"/> 人間関係をリセットした理由・きっかけ（自由回答抜粋） | <input type="checkbox"/> 人とのつきあいに対する考え方 |
| <input type="checkbox"/> 人間関係のリセット意向 | <input type="checkbox"/> 2026年の年賀状送付状況 |

◆レポートのダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/20260122human>

■調査概要

調査手法：インターネットリサーチ（クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用）

調査地域：全国47都道府県

調査対象：20～79歳の男女（2023年・2021年：20～69歳の男女）

調査期間：2026年：1月1日（木）／2025年：1月1日（水）／2024年：1月1日（月）／2023年：1月1日（日）／
2021年：12月22日（水）

有効回答数：本調査2,400サンプル（2023年・2021年：本調査1,000サンプル）

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名：株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
所在地：東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
設立：2003年4月1日
代表者：代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
事業内容：マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当：マーケティング部 TEL：03-6859-1192 FAX：03-6859-2275 E-mail：pr-cm@cross-m.co.jp

「引用・転載時のクレジット表記のお願い」

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」