

# 【報告書】人間関係に関する調査（2025年）

2025年1月15日

株式会社クロス・マーケティング

# 目次

調査設計

… p 2

回答者プロフィール

… p 4

調査結果サマリー

… p 8

調査結果詳細

… p10

人間関係の重視度

… p11

人間関係のリセット意向

… p23

付き合いを継続したい・より大切にしたい／助けたい・相談できる人

… p12

人間関係をリセットしたい人

… p24

今まで通りの付き合い方を継続したい人間関係

… p13

人間関係をリセットしたい方法

… p25

より大切にしたい人間関係

… p14

人間関係をリセットしたいと思う理由・きっかけ（自由回答抜粋）

… p26

困っているときに助けたいと思う人

… p15

配偶者・パートナーとの距離感

… p27

困っているときに相談できる人

… p16

配偶者・パートナーとの空気感

… p28

人間関係のリセット経験／リセット意向

… p17

親との距離感

… p29

人間関係をリセットした人・リセットしたい人

… p18

親との空気感

… p31

人間関係のリセット経験

… p19

友人の人数

… p32

人間関係をリセットした人

… p20

親友の人数

… p33

人間関係のリセット方法

… p21

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変化

… p34

人間関係をリセットした理由・きっかけ（自由回答抜粋）

… p22

2025年の年賀状送付状況

… p35

クロス・マーケティングについて

… p36



## 調查設計

# 調査設計

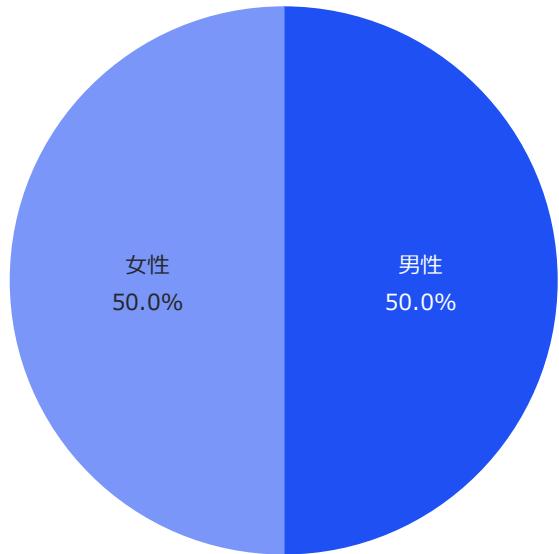
調査目的	本調査は、ストレスの要因の一つでもある「人間関係」について、コロナ禍の影響でコミュニケーションが少なくなった今、「人間関係」をどのように捉えているのか、明らかにすることを目的に実施しました。																																
調査エリア	全国47都道府県																																
調査対象者	20~79歳男女 ※2021年、2023年：20~69歳男女																																
サンプル数・割付	<p>2,400サンプル ※2021年、2023年：1,000サンプル</p> <table><thead><tr><th>割付</th><th>20代</th><th>30代</th><th>40代</th><th>50代</th><th>60代</th><th>70代</th><th>合計</th></tr></thead><tbody><tr><td>男性</td><td>200</td><td>200</td><td>200</td><td>200</td><td>200</td><td>200</td><td>1,200</td></tr><tr><td>女性</td><td>200</td><td>200</td><td>200</td><td>200</td><td>200</td><td>200</td><td>1,200</td></tr><tr><td>計</td><td>400</td><td>400</td><td>400</td><td>400</td><td>400</td><td>400</td><td>2,400</td></tr></tbody></table> <p>※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</p>	割付	20代	30代	40代	50代	60代	70代	合計	男性	200	200	200	200	200	200	1,200	女性	200	200	200	200	200	200	1,200	計	400	400	400	400	400	400	2,400
割付	20代	30代	40代	50代	60代	70代	合計																										
男性	200	200	200	200	200	200	1,200																										
女性	200	200	200	200	200	200	1,200																										
計	400	400	400	400	400	400	2,400																										
調査期間	2025年：2025年1月1日（水） 2024年：2024年1月1日（月） 2023年：2023年1月1日（日） 2021年：2021年12月22日（水）																																
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）																																
調査機関	株式会社クロス・マーケティング																																



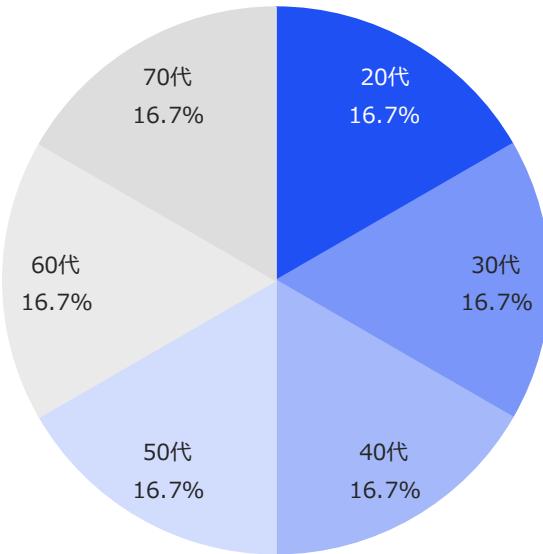
## 回答者プロフィール

# 回答者プロフィール

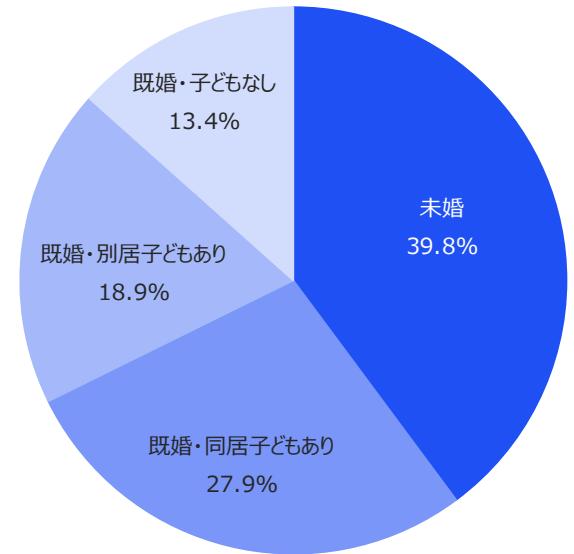
性別



年代



ライフステージ



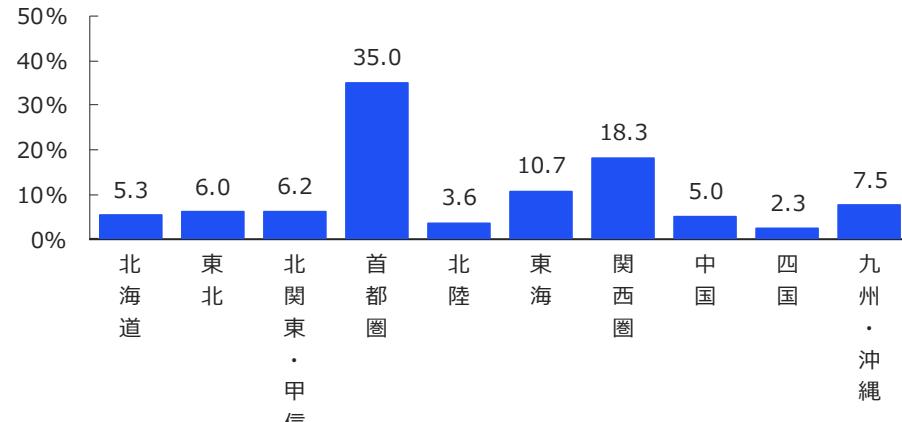
(n=2,400)

(n=2,400)

(n=2,400)

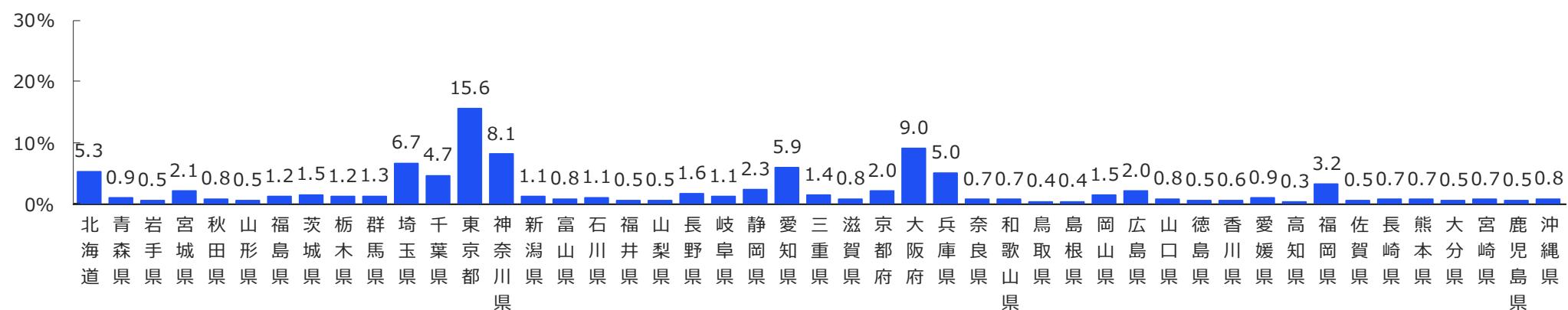
# 回答者プロフィール

## 居住地域



(n=2,400)

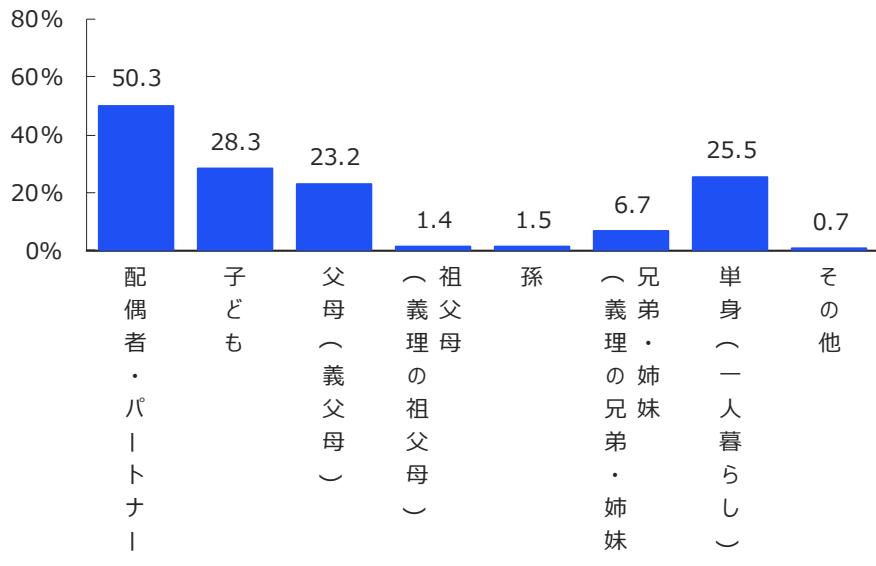
## 居住地



(n=2,400)

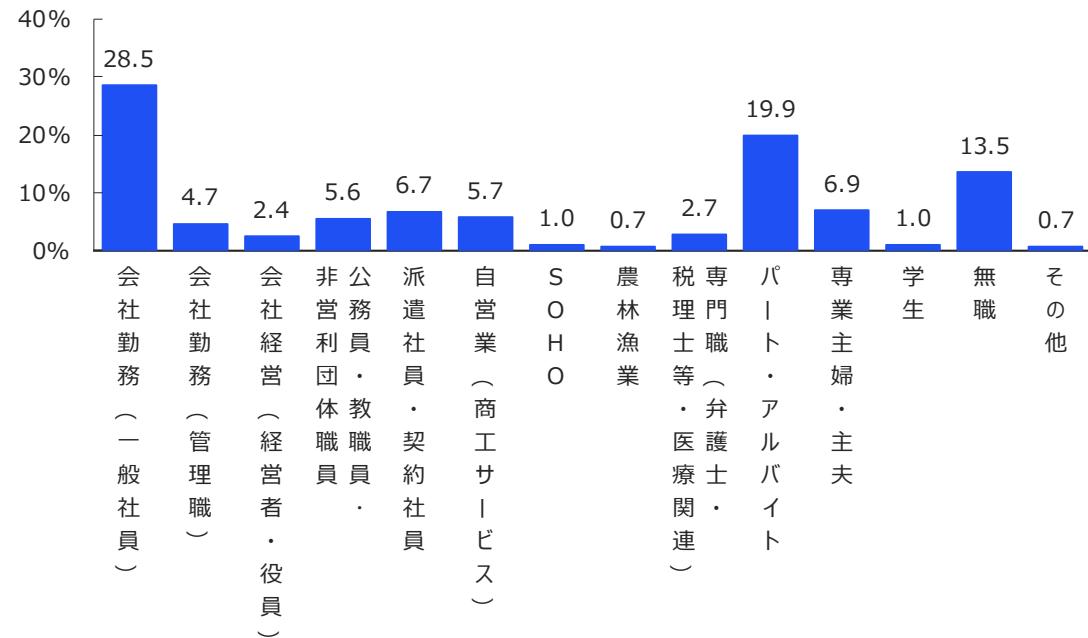
# 回答者プロフィール

## 同居家族



(n=2,400)

## 職業



(n=2,400)



## 調査結果サマリー

# Topic Summary

今回の調査で明らかとなった結果について、以下の一覧に掲載しております。  
トピックの詳細は、参照ページをご覧ください。

01

## 人間関係の重視度

「人間関係」を重視している人は64%と、この4年間で最も低い水準。  
男性70代、女性60～70代の重視度は高い。一方重視度が低いのは、男性30～40代、特に男性30代の重視度は半数に満たない。

参照ページ：p11

02

## 付き合いを継続したい・より大切にしたい／助けたい・相談できる人

付き合いを継続したい関係は「親」「友人・知人」「兄弟・姉妹」で5割台。より大切にしたい関係は「親」「友人・知人」「子供」が上位。  
困っているときに助けたいと思う人は「親」「兄弟・姉妹」「友人・知人」「子供」。相談できる人は「親」「恋人・パートナー」「兄弟・姉妹」と身内の人間。

参照ページ：p12-16

03

## 人間関係のリセット経験

過去に人間関係を自らリセットした人は38%。特に女性40代は51%と半数を超えた。リセットした人は「友人・知人」が60%と昨年より6.7pt増加、次いで「職場の人」「同級生、先輩・後輩」で2割台。リセット方法は「一時的に音信不通になる」「電話帳の連絡先を消す」「はがきでの連絡をやめる」が2割台。リセットのきっかけは「面倒」「合わない」、身内では「金銭問題」など。

参照ページ：p17-22

04

## 人間関係のリセット意向

人間関係のリセット意向は24%。女性40～50代は3割台と意向が高い。リセットしたい人は「友人・知人」「職場の人」で3割台。  
リセットするならば「一時的に音信不通になる」「電話帳の連絡先を消す」「メールの返事をしない」が2割台。リセットしたい理由は「面倒」「関わりたくない」「性格の不一致」という声があがった。

参照ページ：p17-18、23-26

05

## 友人・親友の有無と人数

友人がいると回答した人は68%で、平均人数は7.0人。男性70代、女性60～70代は、友人がいる人の割合が7割を超える。  
親友がいる人は45%と半数を下回る。平均人数は2.6人。友人と同様に、男性70代、女性60～70代の親友がいる人は5割を超え高い。

参照ページ：32-33

06

## 年賀状送付状況

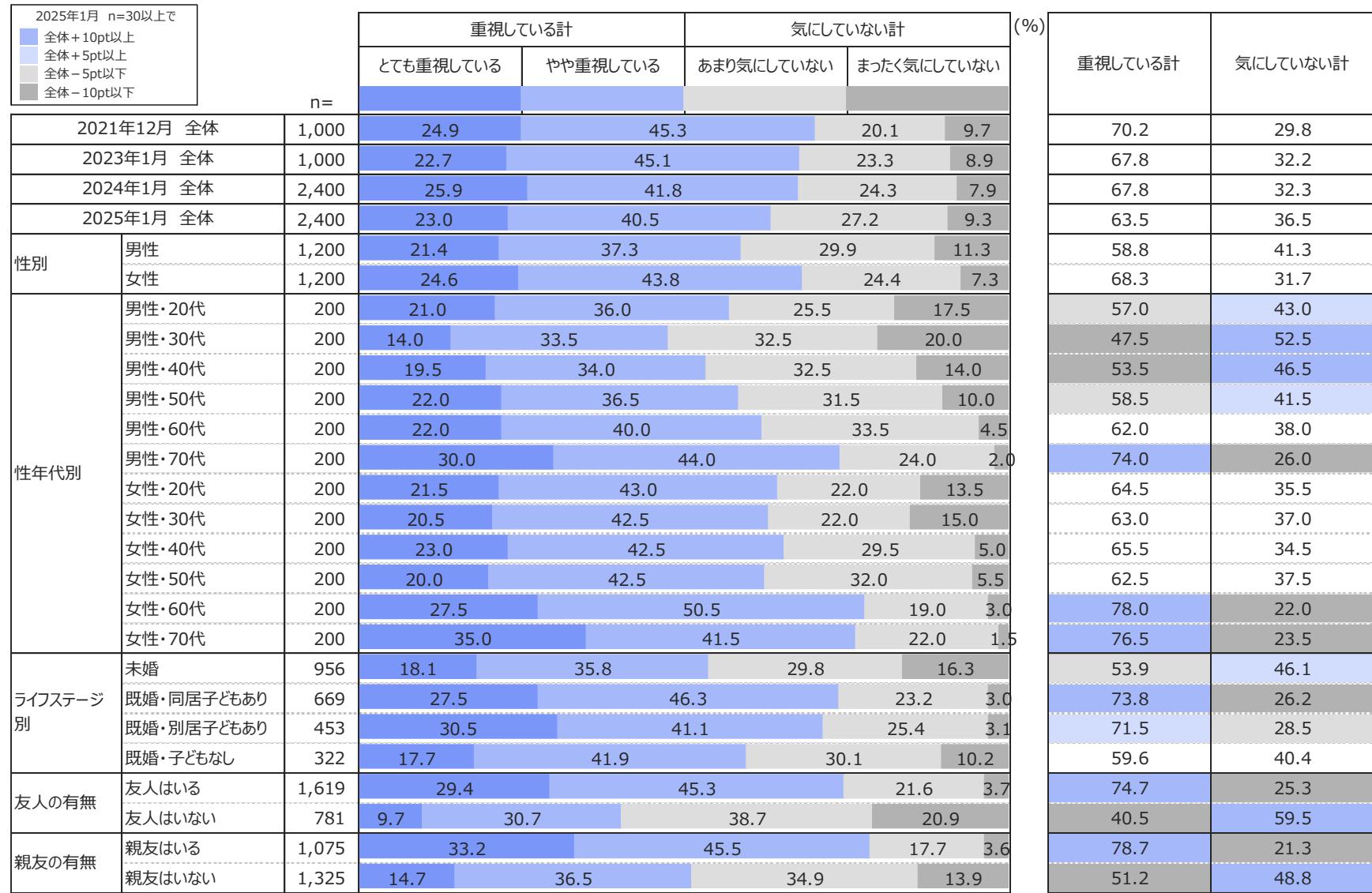
「2025年の年賀状を送った・送る予定」の人は33%。男性70代のみ60%と半数を上回る。男性20～30代、女性20代は2割に達しない。  
過去も含め「年賀状じまいをした」人は62%と、昨年より9.3pt増加。2024年10月よりはがきが22円アップの85円となつたことも遠因と推察される。

参照ページ：p35



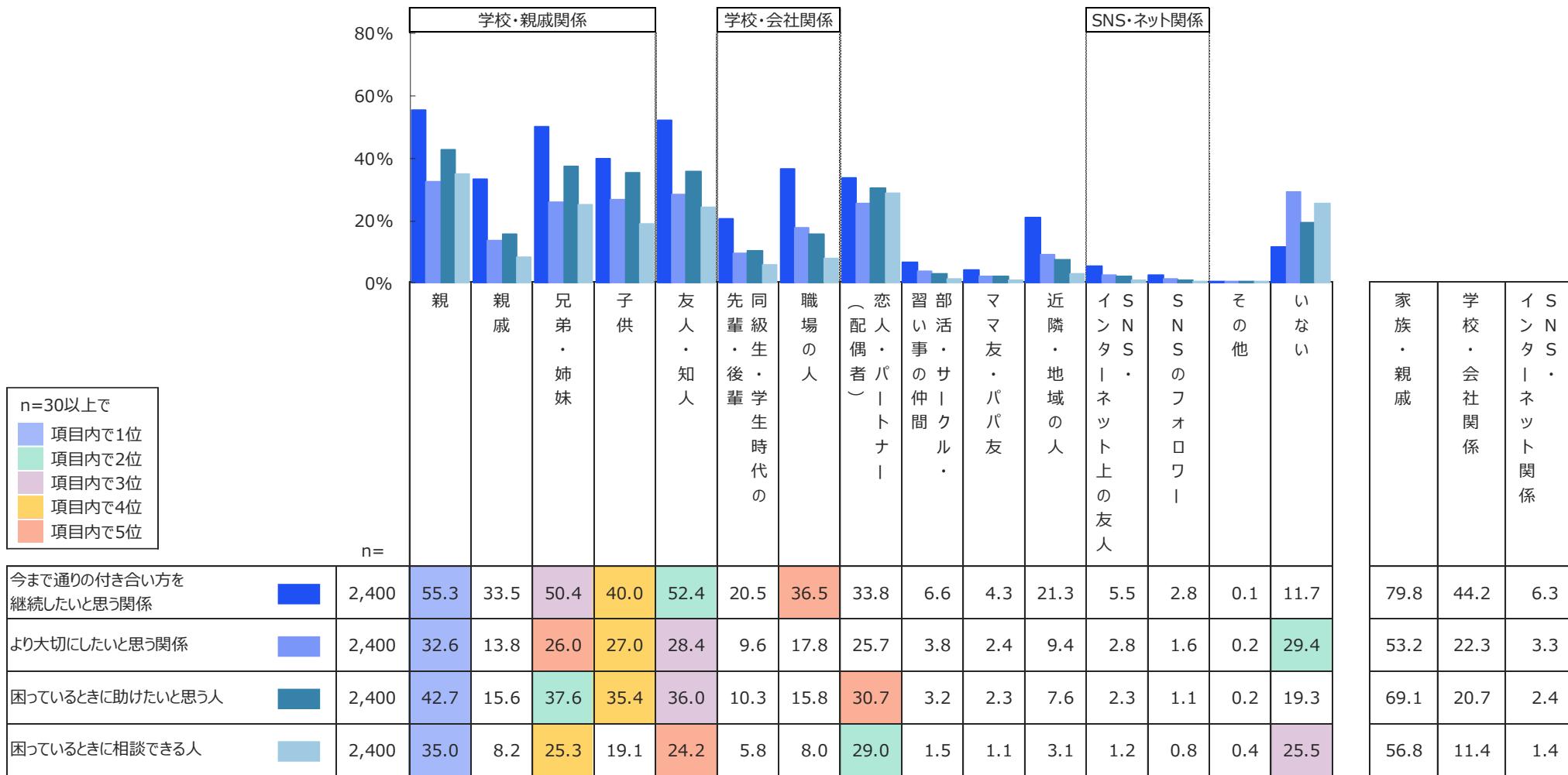
## 調査結果詳細

# 人間関係の重視度



Q6 あなたの現在の「人間関係」について、どの程度重視していますか。以下の中から最も近いものを1つだけお知らせください。(SA)

# 付き合いを継続したい・より大切にしたい／助けたい・相談できる人



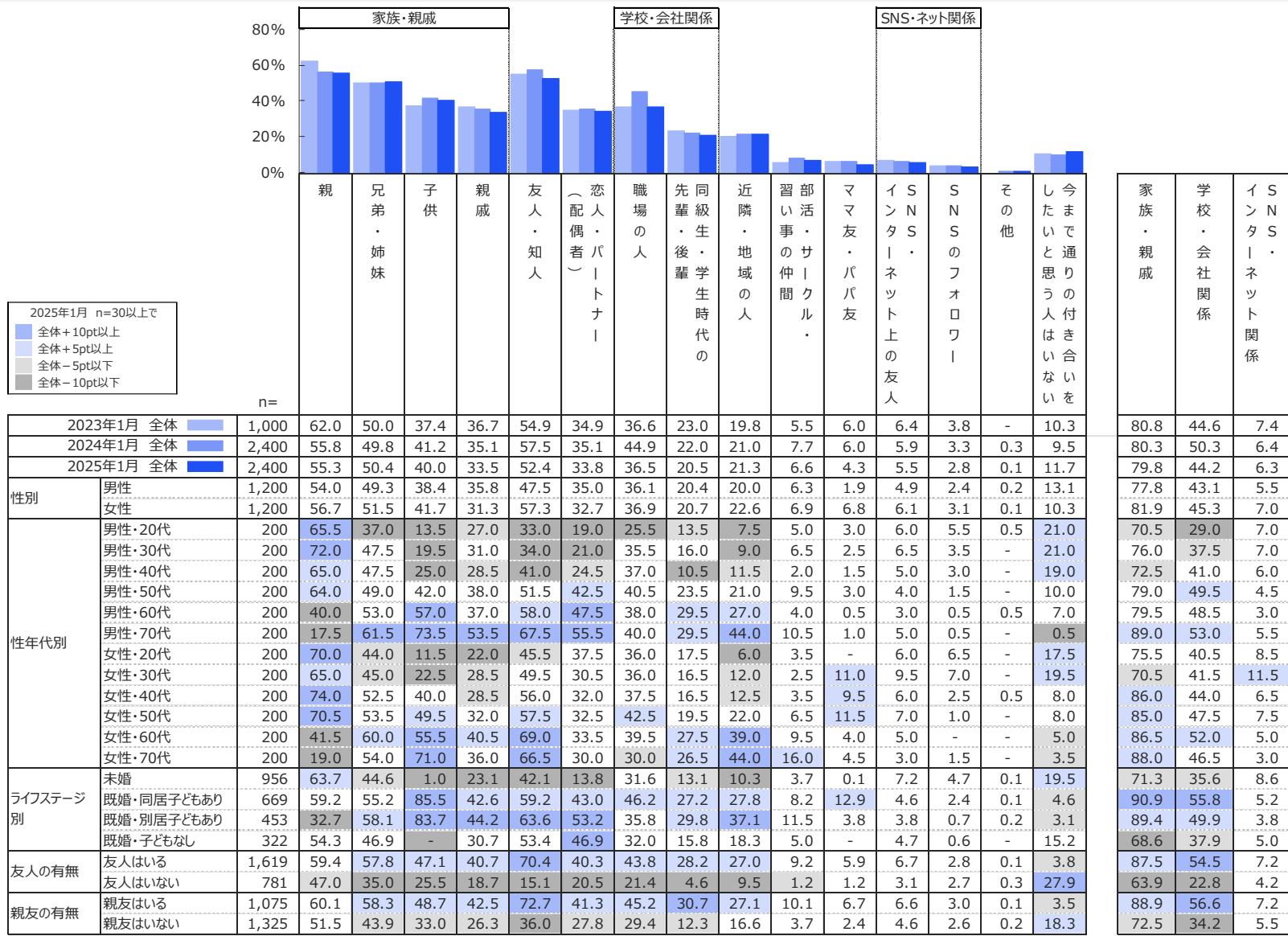
Q7 2025年を迎え、あなたご自身の「人間関係」で、今まで通りの付き合い方を継続したいと思うのは、誰との関係でしょうか。(MA)

Q8 2025年を迎え、あなたご自身の「人間関係」で、新しい関係も含めより大切にしたいと思うのは、誰との関係でしょうか。(MA)

Q9 あなたは、相手の人が困っているときに、相談にのったり、助けたりしたいと思う人はいますか。(MA)

Q10 あなたご自身が困っているときに、実際に相談できる、助けを求められる人はいますか。(MA)

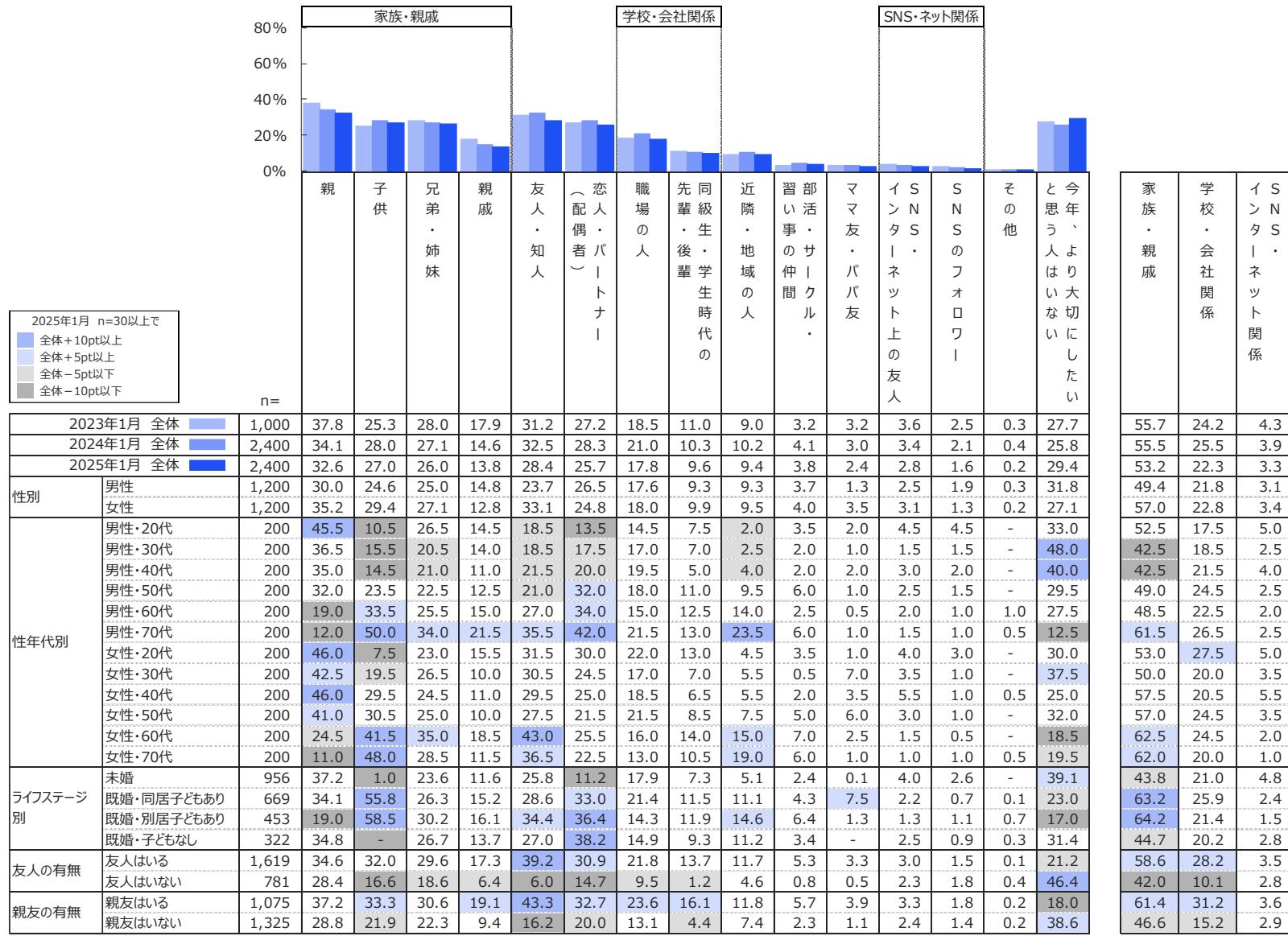
# 今まで通りの付き合い方を継続したい人間関係



※項目ごとに全体の値を基準に降順並び替え

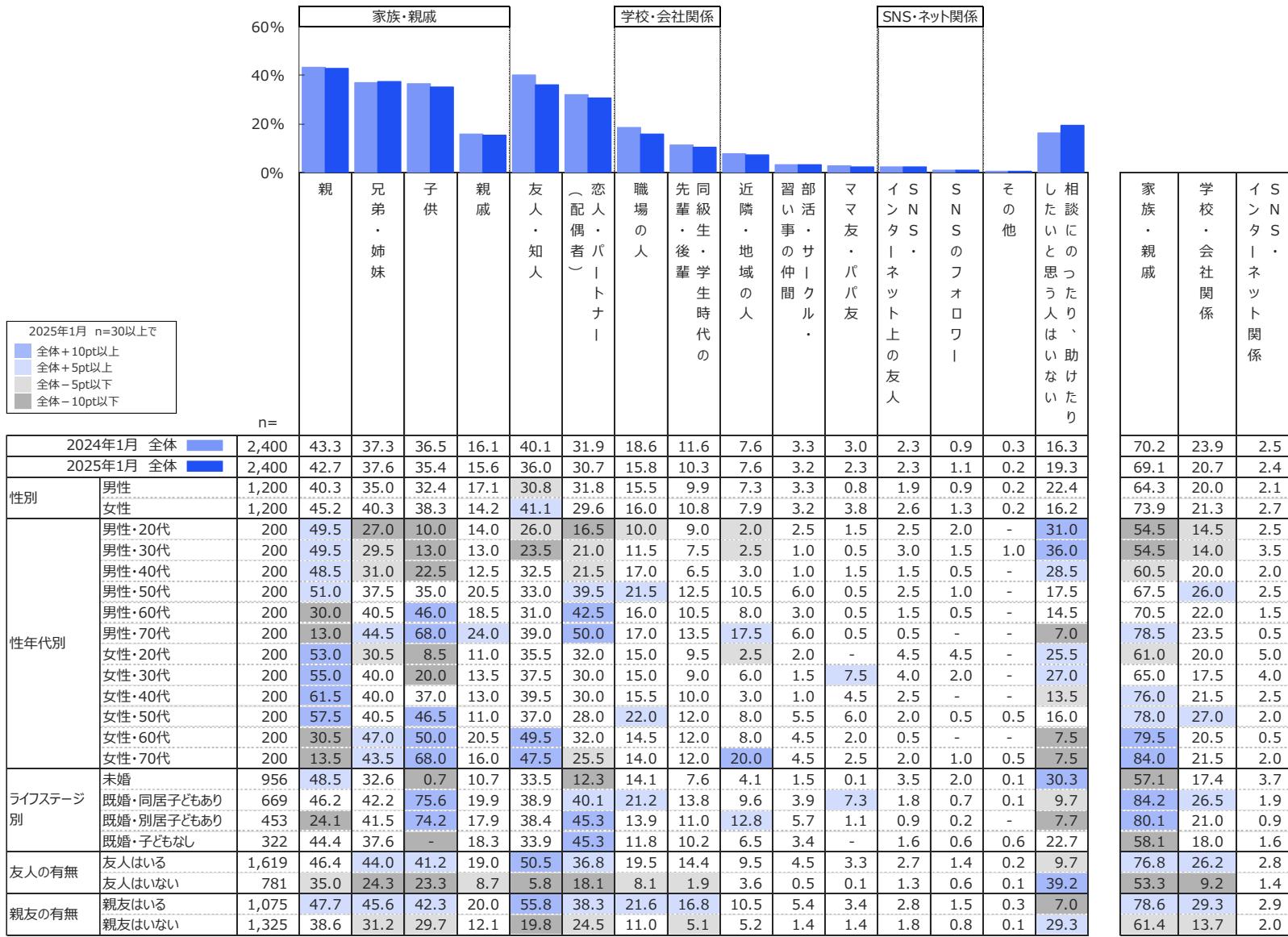
Q7 2025年を迎えるあなたご自身の「人間関係」で、今まで通りの付き合い方を継続したいと思うのは、誰との関係でしょうか。(MA)

# より大切にしたい人間関係



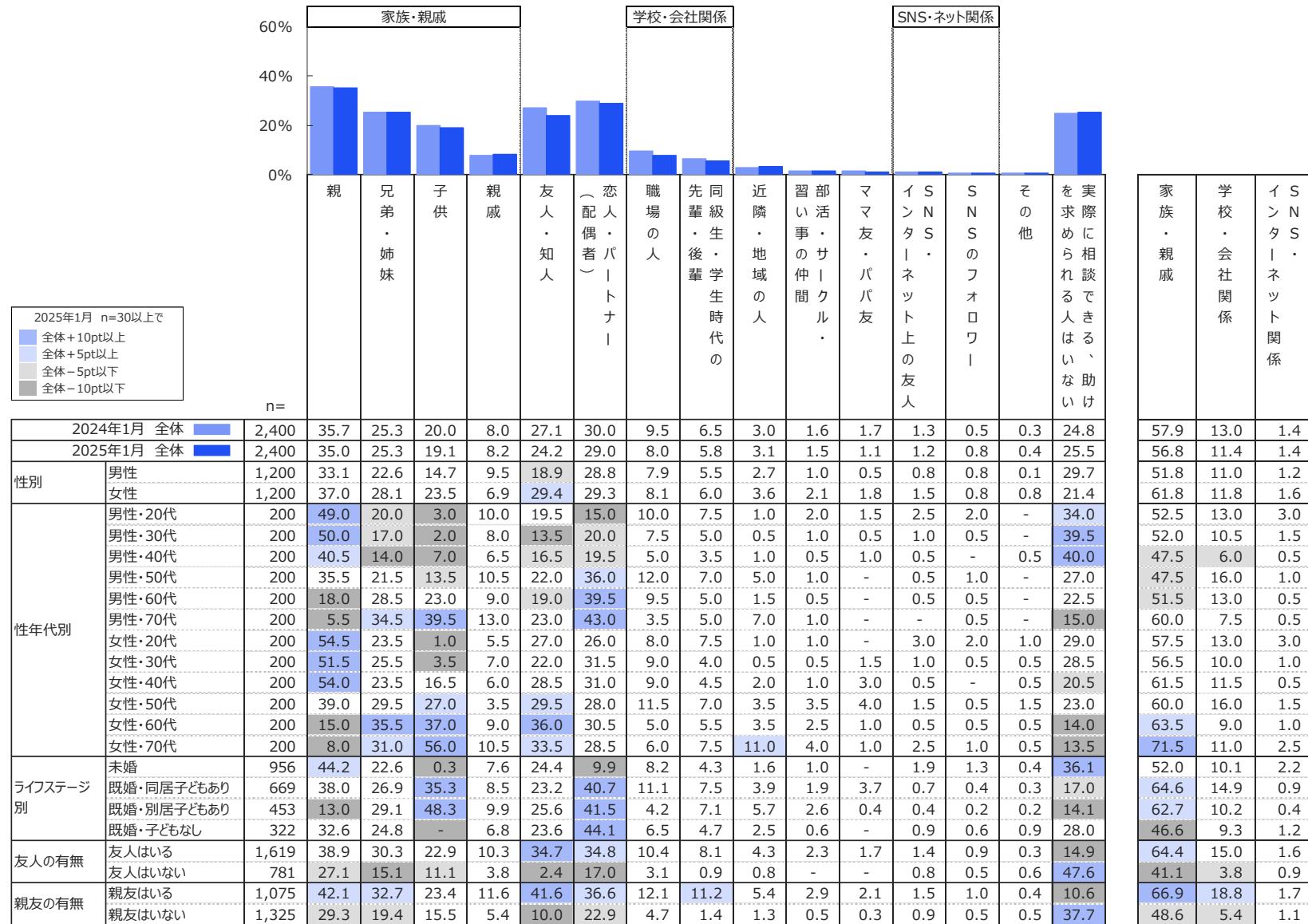
Q8 2025年を迎えるあなたご自身の「人間関係」で、新しい関係も含めより大切にしたいと思うのは、誰との関係でしょうか。(MA)

# 困っているときに助けたいと思う人



Q9 あなたは、相手の人が困っているときに、相談にのったり、助けたりしたいと思う人はいますか。(MA)

# 困っているときに相談できる人



Q10 あなたご自身が困っているときに、実際に相談できる、助けを求められる人はいますか。(MA)

# 人間関係のリセット経験／リセット意向

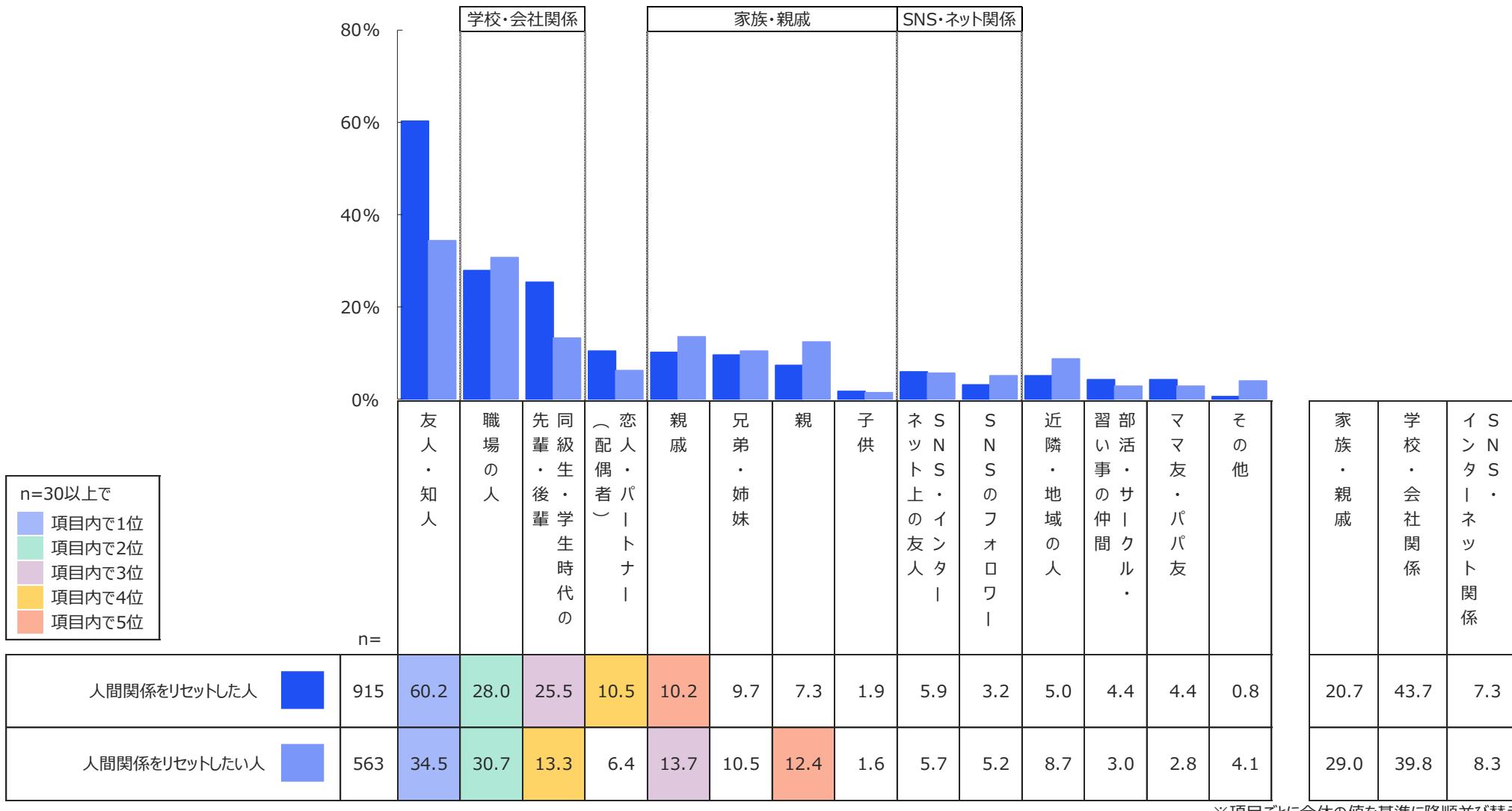
		人間関係リセット経験あり+ 今後、リセットしたい人がいる	人間関係リセット経験あり+ 今後、リセットしたい人はいない	人間関係リセット経験なし+ 今後、リセットしたい人がいる	人間関係リセット経験なし+ 今後、リセットしたい人はいない
n=		(%)			
2024年1月 全体		2,400	19.3	21.7	6.9
2025年1月 全体		2,400	17.3	20.8	6.2
性別	男性	1,200	13.9	18.3	6.1
	女性	1,200	20.7	23.4	6.3
性年代別	男性・20代	200	11.0	15.5	9.0
	男性・30代	200	15.5	18.0	6.5
	男性・40代	200	12.0	18.5	5.0
	男性・50代	200	18.5	14.0	3.5
	男性・60代	200	17.0	16.5	7.5
	男性・70代	200	9.5	27.0	5.0
	女性・20代	200	18.5	15.5	6.0
	女性・30代	200	21.5	22.5	5.5
	女性・40代	200	27.0	23.5	5.5
	女性・50代	200	21.0	24.5	12.5
	女性・60代	200	21.5	26.5	4.5
	女性・70代	200	14.5	28.0	3.5
ライフステージ別	未婚	956	20.3	19.5	7.1
	既婚・同居子どもあり	669	17.8	20.3	4.6
	既婚・別居子どもあり	453	12.6	24.3	6.0
	既婚・子どもなし	322	14.0	21.1	6.8
友人の有無	友人はいる	1,619	16.1	23.0	4.9
	友人はいない	781	19.8	16.3	8.7
親友の有無	親友はいる	1,075	16.4	22.0	4.7
	親友はない	1,325	18.0	19.8	7.4

Q11 ところで、あなたご自身は、人間関係をリセットした経験はありますか。※ここでいう「人間関係のリセット」とは、自ら長期的に連絡を絶つこととしてお考え下さい。(SA)

Q15 今後あなたは、人間関係をリセットしたいと思いますか。※ここでいう「人間関係のリセット」とは、自ら長期的に連絡を絶つこととしてお考え下さい。(SA)

※ここでいう「人間関係のリセット」とは、自ら長期的に連絡を絶つこととしてお考え下さい。

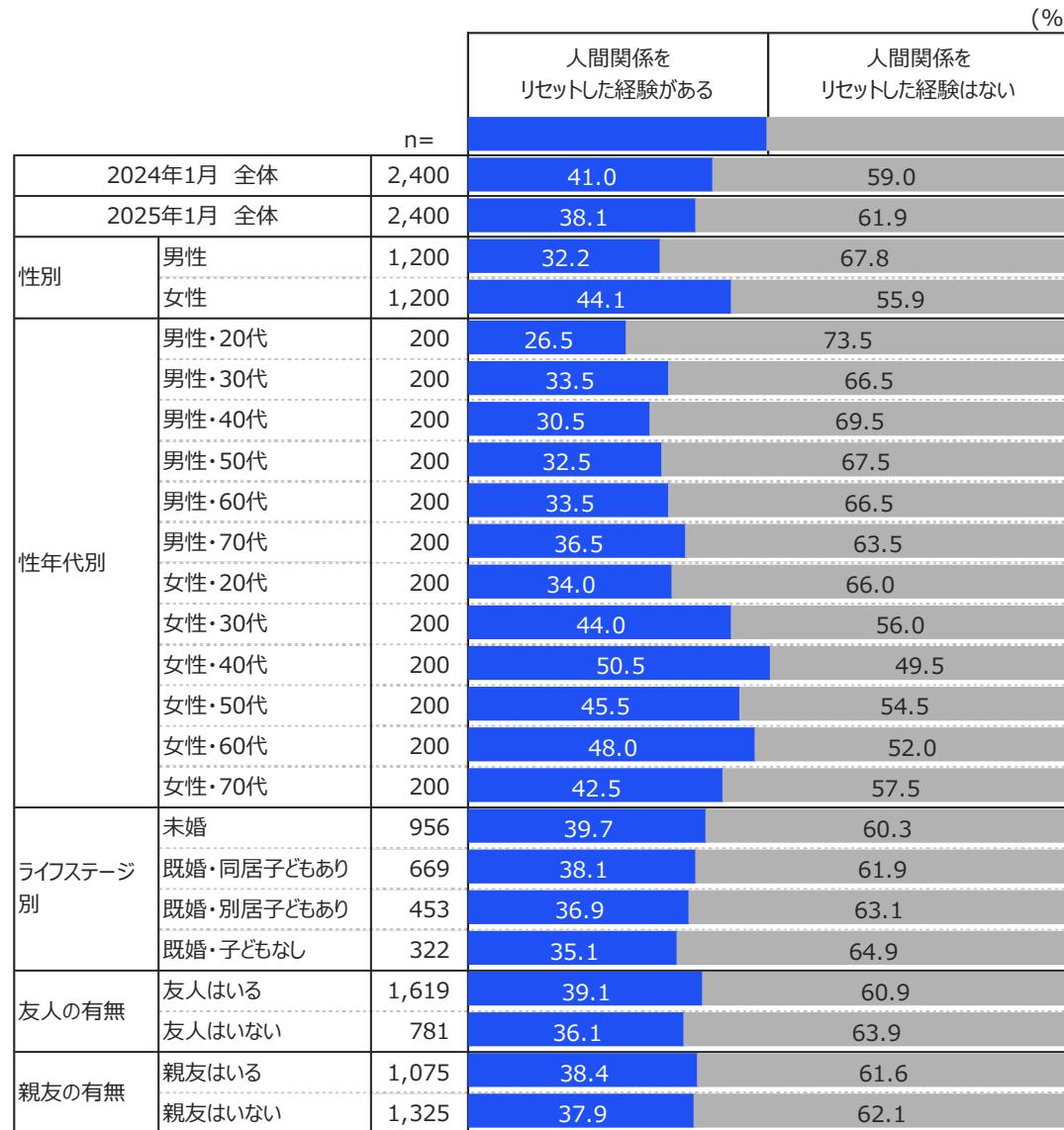
# 人間関係をリセットした人・リセットしたい人



Q12 人間関係をリセットしたのは、誰との人間関係でしたか。(MA) 【ベース：人間関係をリセットした経験がある人】

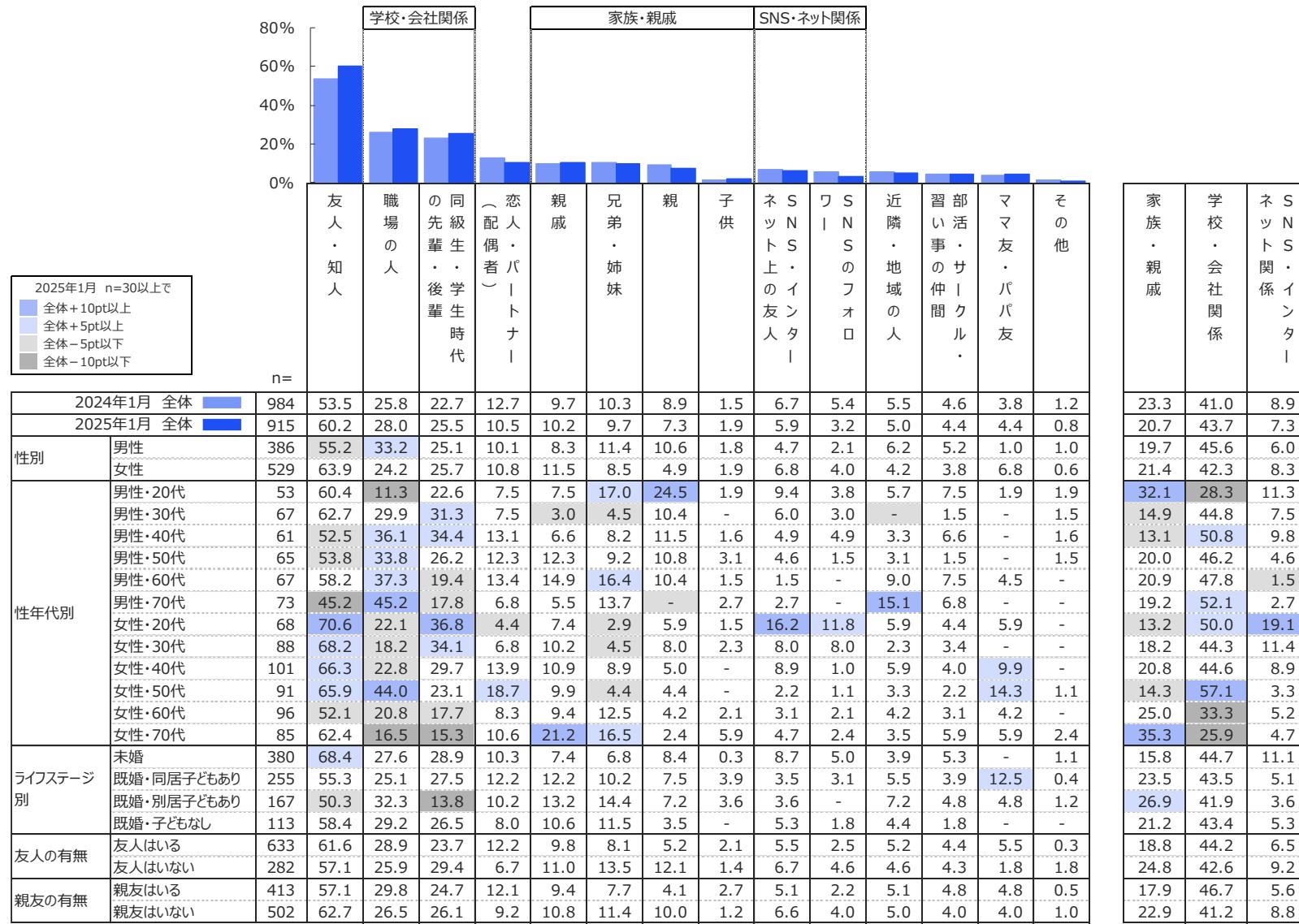
Q16 人間関係をリセットしたいのは、誰との人間関係でしたか。(MA) 【ベース：人間関係をリセットしたい人】 ※ここでいう「人間関係のリセット」とは、自ら長期的に連絡を絶つこととしてお考え下さい。

# 人間関係のリセット経験



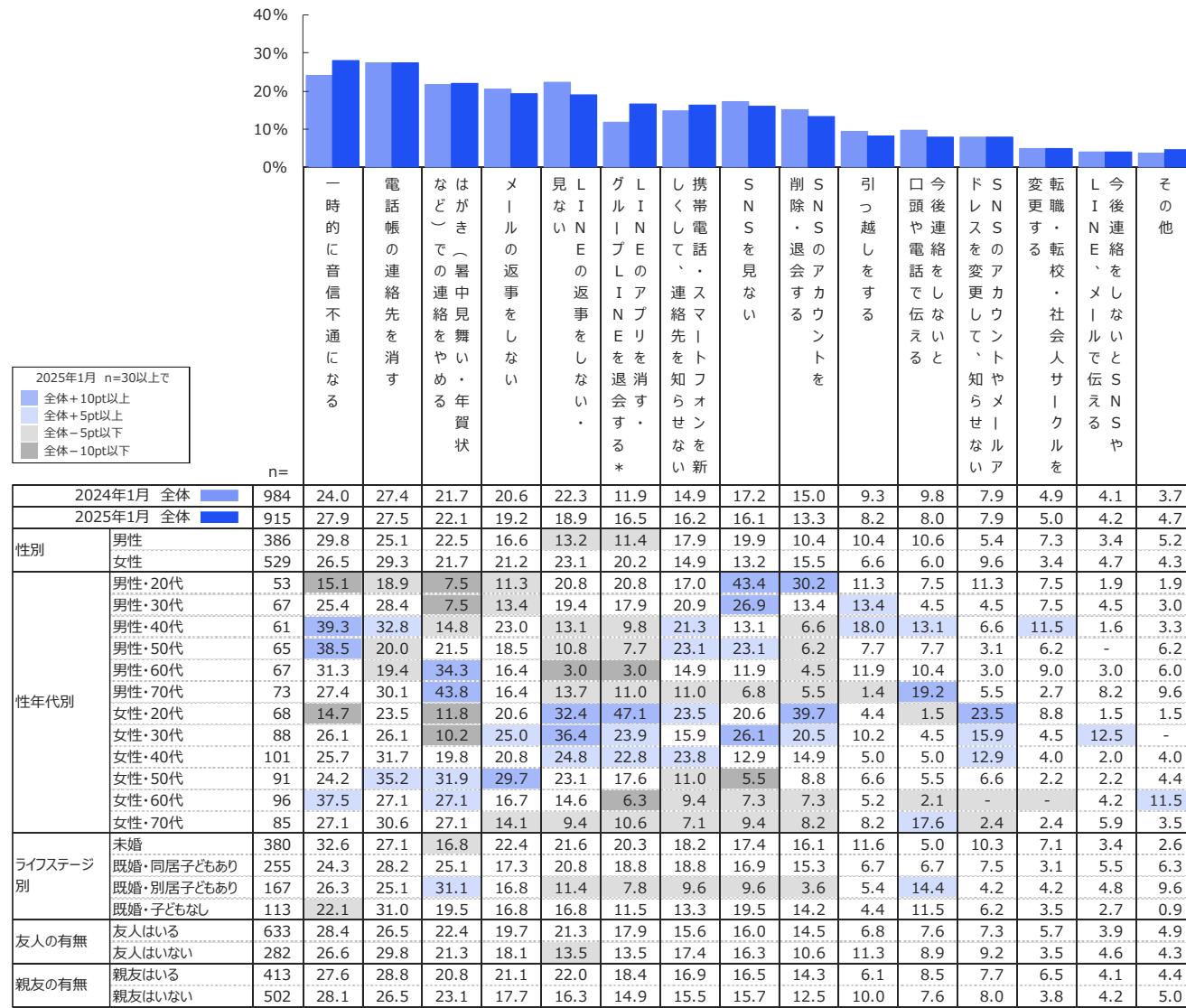
Q11 ところで、あなたご自身は、人間関係をリセットした経験はありますか。(SA) ※ここでいう「人間関係のリセット」とは、自ら長期的に連絡を絶つこととしてお考え下さい。

# 人間関係をリセットした人



Q12 人間関係をリセットしたのは、誰との人間関係でしたか。(MA) 【ベース：人間関係をリセットした経験がある人】※ここでいう「人間関係のリセット」とは、自ら長期的に連絡を絶つこととしてお考え下さい。

# 人間関係のリセット方法



※全体の値を基準に降順並び替え

\*2024年1月は「LINEのアプリを消す・退会する」で聴取

Q13 人間関係のリセットは、どのように行いましたか。(MA) 【ベース：人間関係をリセットした経験がある人】※ここでいう「人間関係のリセット」とは、自ら長期的に連絡を絶つとしてお考え下さい。

# 人間関係をリセットした理由（きっかけ）（自由回答抜粋）

\* 人間関係をリセットした経験がある人（n=915）

## 【友人・知人】

- ・ 面倒／うとうしい／嫌になった
- ・ 性格や価値観、考え方が合わない
- ・ 金銭トラブル
- ・ 喧嘩をした
- ・ ライフスタイルや生活環境が変わったから
- ・ 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

## 【職場の人】

- ・ 面倒になった
- ・ パワハラ／いじめ／いやがらせにあった
- ・ 退職、転職、転勤がきっかけ
- ・ ありもしないことを吹聴し陥れられた
- ・ 無能な人間だという言い方や接し方をしてきたため
- ・ うつ病になり人間関係が煩わしくなった
- ・ 公の場で誹謗中傷されたから
- ・ 仕事仲間に裏切られたので信じられなくなった
- ・ 職場でのコミュニケーションが取れなくなってしまった

## 【親／子ども／兄弟・姉妹／親戚】

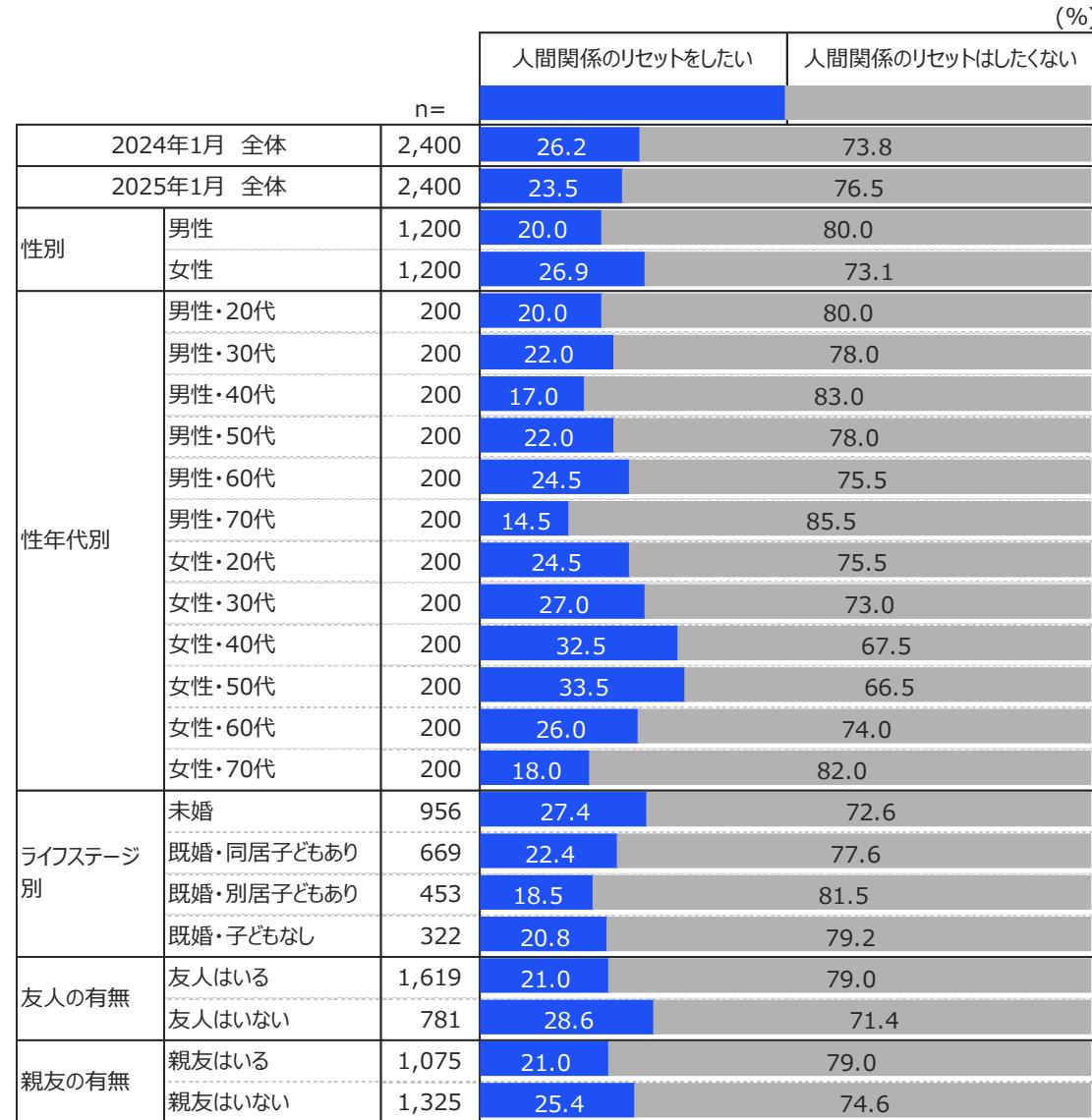
- ・ 金銭／遺産相続トラブル
- ・ 子どもの頃から不仲
- ・ 同居し面倒を見ていた母親に対する扱いが悪いと言われた
- ・ 義母の金使いが荒かったため
- ・ 妻と私の両親との関係が悪くなり、絶縁を要望された
- ・ 借金を返済せずに度重なる金の無心にあきれ果てた
- ・ 姉の言動への小さい頃からの積み重ねの不満

## 【配偶者（恋人・パートナー）】

- ・ 相手が金銭トラブルを起こしたから
- ・ 岐路に立った時に方針が異なった
- ・ 一緒にいても時間の無駄、疲れると感じた
- ・ 考え方が合わない、裏切られた
- ・ 疲れた
- ・ 不誠実、信用出来ない／夫のDV
- ・ 相手の言動などで良好な関係性を継続するのは困難と感じたため

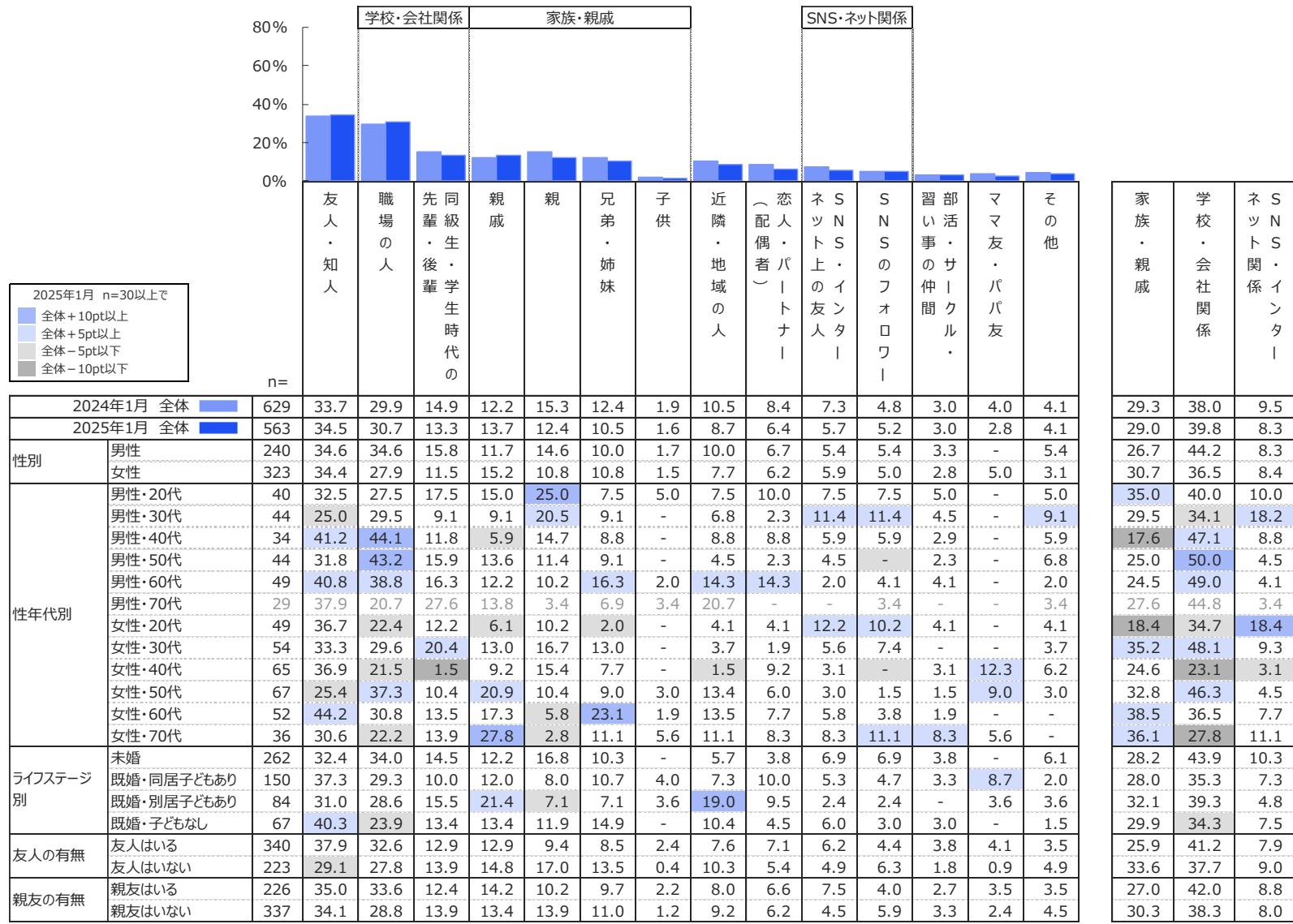
Q14 人間関係をリセットした理由（きっかけ）をお教えください。（FA）【ベース：人間関係をリセットした経験がある人】

# 人間関係のリセット意向



Q15 今後あなたは、人間関係をリセットしたいと思いますか。(SA) ※ここでいう「人間関係のリセット」とは、自ら長期的に連絡を絶つこととしてお考え下さい。

# 人間関係をリセットしたい人

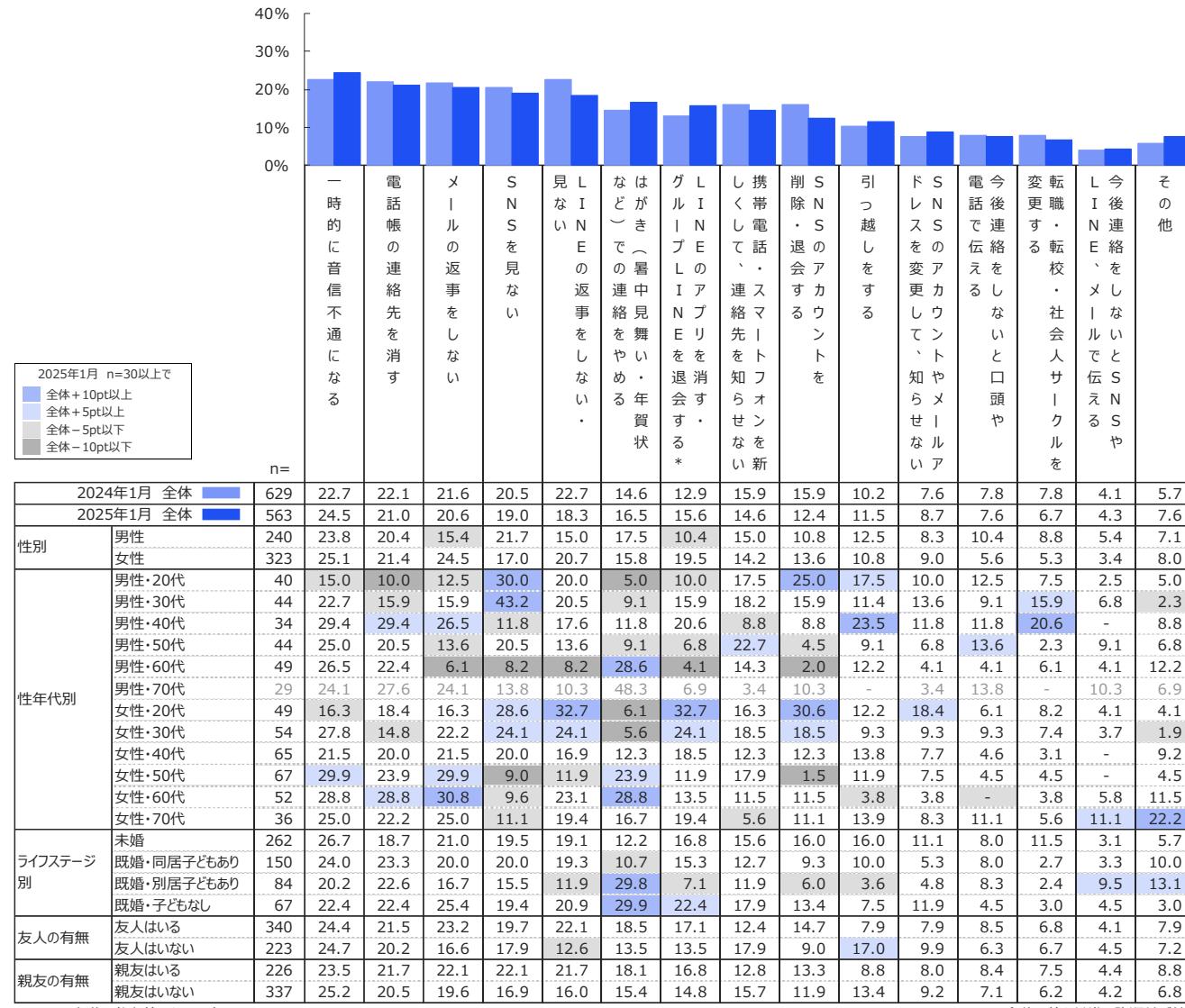


※n=30未満は参考値のため灰色。

※項目ごとに全体の値を基準に降順並び替え

Q16 人間関係をリセットしたいのは、誰との人間関係でしたか。(MA)【ベース：人間関係をリセットしたい人】※ここでいう「人間関係のリセット」とは、自ら長期的に連絡を絶つこととしてお考え下さい。

# 人間関係をリセットしたい方法



※n=30未満は参考値のため灰色。

※全体の値を基準に降順並び替え

\*2024年1月は「LINEのアプリを消す・退会する」で聴取

Q17 人間関係をリセットするときは、どのように行いたいと思いますか。(MA)【ベース：人間関係をリセットしたい人】※ここでいう「人間関係のリセット」とは、自ら長期的に連絡を絶つこととしてお考え下さい。

# 人間関係をリセットしたいと思う理由（きっかけ）（自由回答抜粋）

\* 人間関係のリセットをしたい人がいる人（n=563）

## 【友人・知人】

- ・ 面倒くさくなった／うつとうしくなった
- ・ SNSを見ていて嫌な気持ちになったから
- ・ 会うことでストレスがたまる
- ・ 一緒に出かけたり、ご飯食べたりするのが面倒になった
- ・ 気を遣うことに疲れた
- ・ 考え方の違い
- ・ 歳をとって関わりがわずらわしくなった
- ・ 相手の我が強すぎる
- ・ 理不尽な裏切りがあった

## 【職場の人】

- ・ 面倒くさい／関わりたくない／わずらわしい
- ・ いじめられた／つらい思いをした
- ・ 陰口を言う人がいる
- ・ 仕事を辞めたらリセットしたい
- ・ 人のプライベートに勝手に踏み込んで来るし、興味のない相手の家族の話を一日中聞かされる
- ・ 所詮他人で上辺だけの付き合いなので、うっとおしい
- ・ 都合のいいように使われるから
- ・ 職場関係は、昔と違い付き合いは強要されたくない

## 【親／子ども／兄弟・姉妹／親戚】

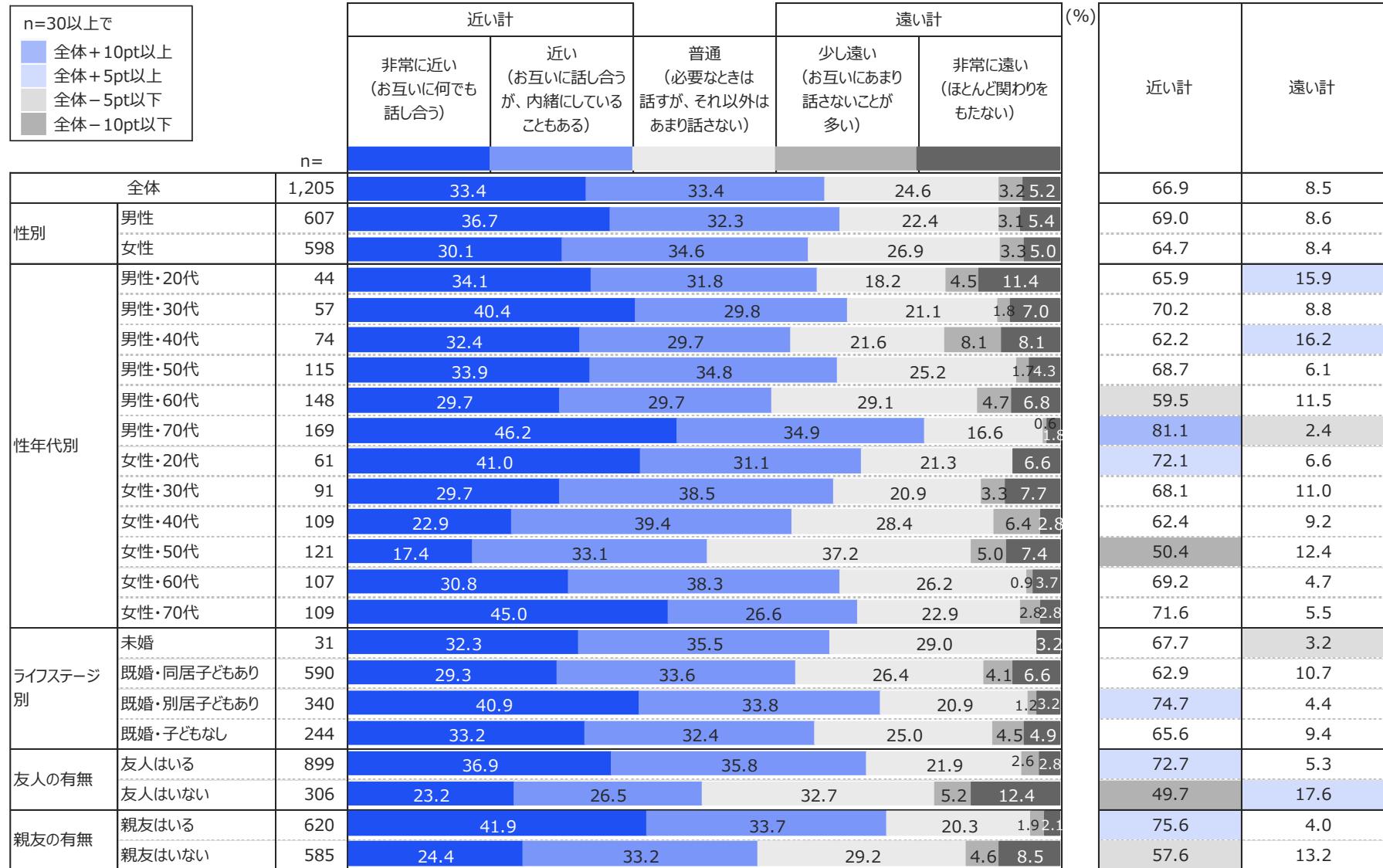
- ・ 面倒くさい／関わりたくない
- ・ 親がいなくなり、形だけの付き合いは必要ない
- ・ もう歳なので、親戚付き合いを辞めたい
- ・ 親の介護にも一切関わらなかったのに、お金のことになると連絡してくるため
- ・ 親がアポ無しで自宅に訪問してくるので、うんざりしている
- ・ 弟が両親の他界とともに彼の連れ合いと一緒に私の遺産について、文句を言ってきたため

## 【配偶者（恋人・パートナー）】

- ・ 性格の不一致
- ・ 考え方が違う過ぎて一緒にいても自分がつらいだけ
- ・ 自由に生きたいから
- ・ 人生をやり直したいです
- ・ 配偶者のDV
- ・ 婚姻関係の継続が困難と思えるから
- ・ もともと大嫌い、親のために結婚したが、もう辞めたい
- ・ 根本的に合わない子供いなかつたら、離婚している

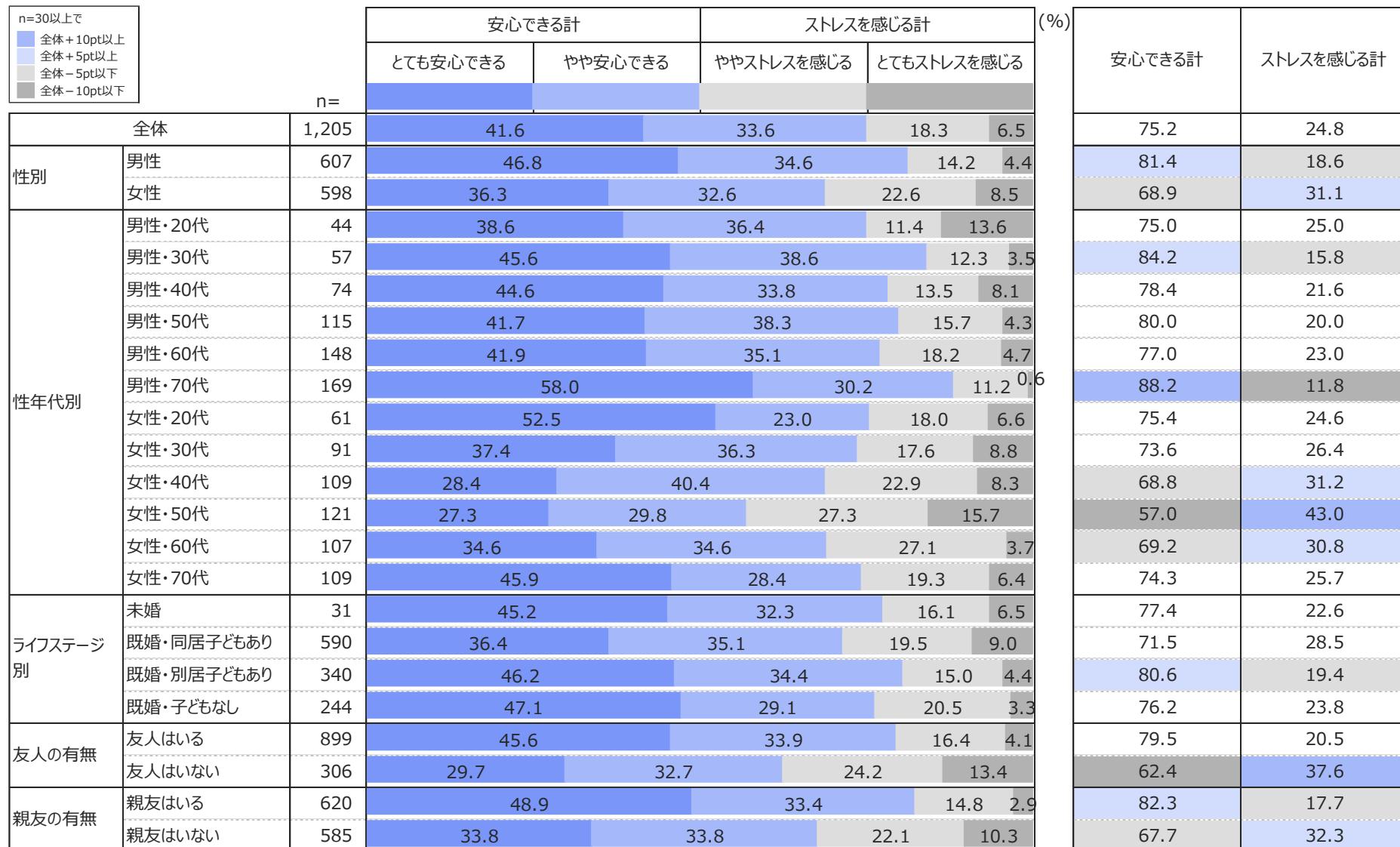
Q18 人間関係をリセットしたいと思う理由（きっかけ）をお教えください。（FA）【ベース：人間関係をリセットしたい人】

# 配偶者・パートナーとの距離感



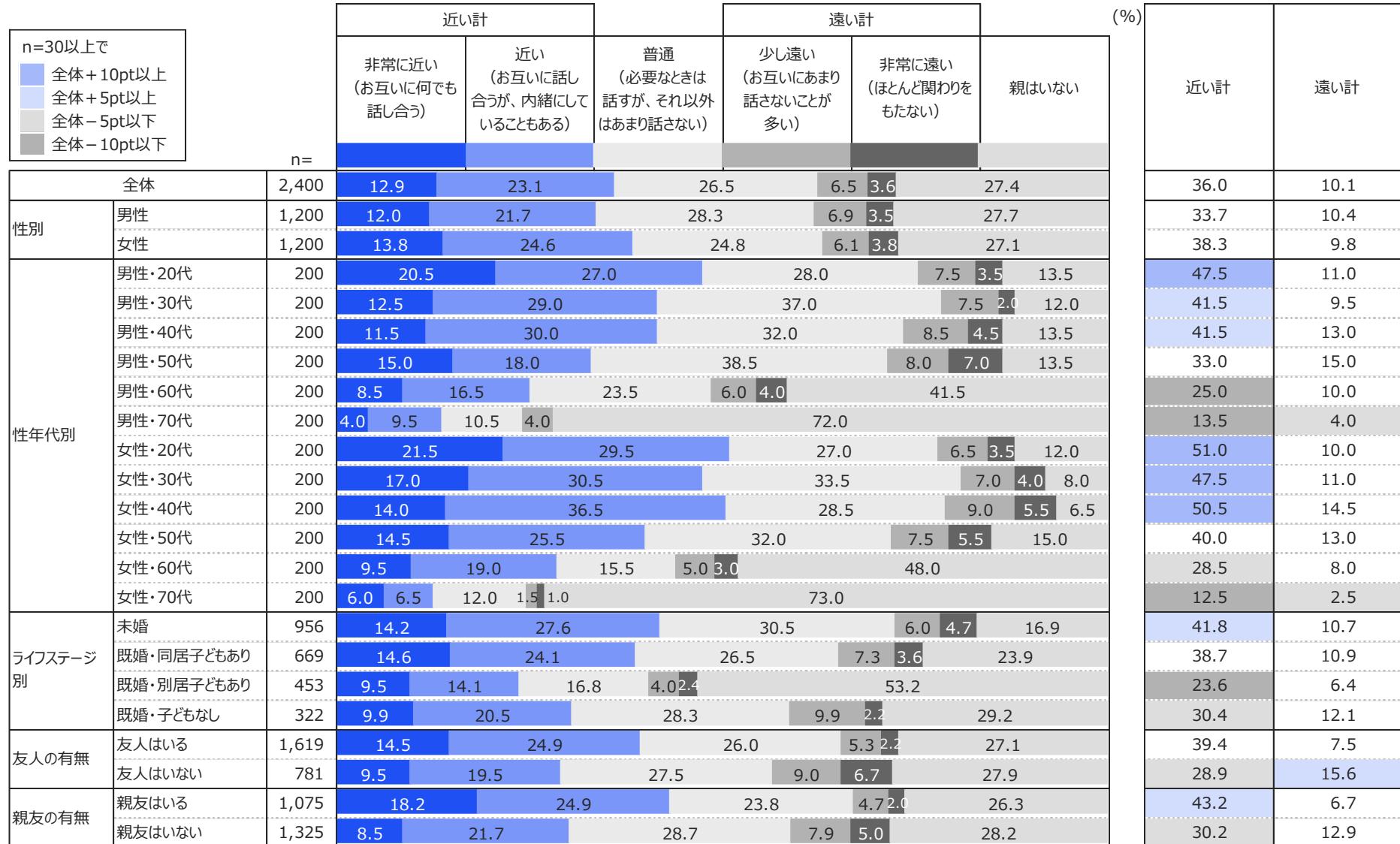
Q19 あなたと配偶者・パートナーの方との距離感は、以下のどれにあてはまりますか。(SA) 【ベース：配偶者・パートナーと同居している人】

# 配偶者・パートナーとの空気感



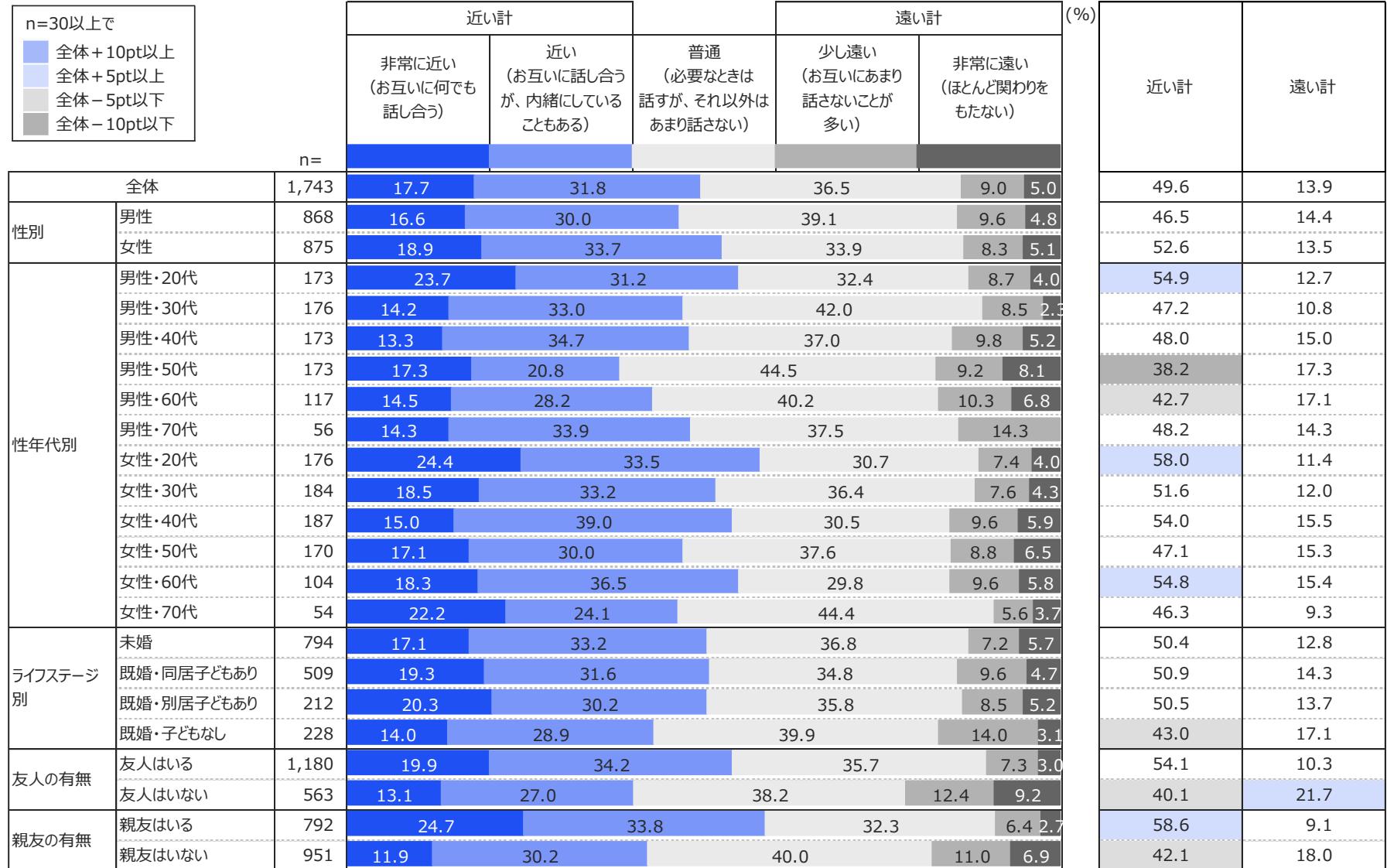
Q20 あなたと配偶者・パートナーの方と一緒にいるときの空気感は、以下のどれにあてはまりますか。(SA) 【ベース：配偶者・パートナーと同居している人】

# 親との距離感



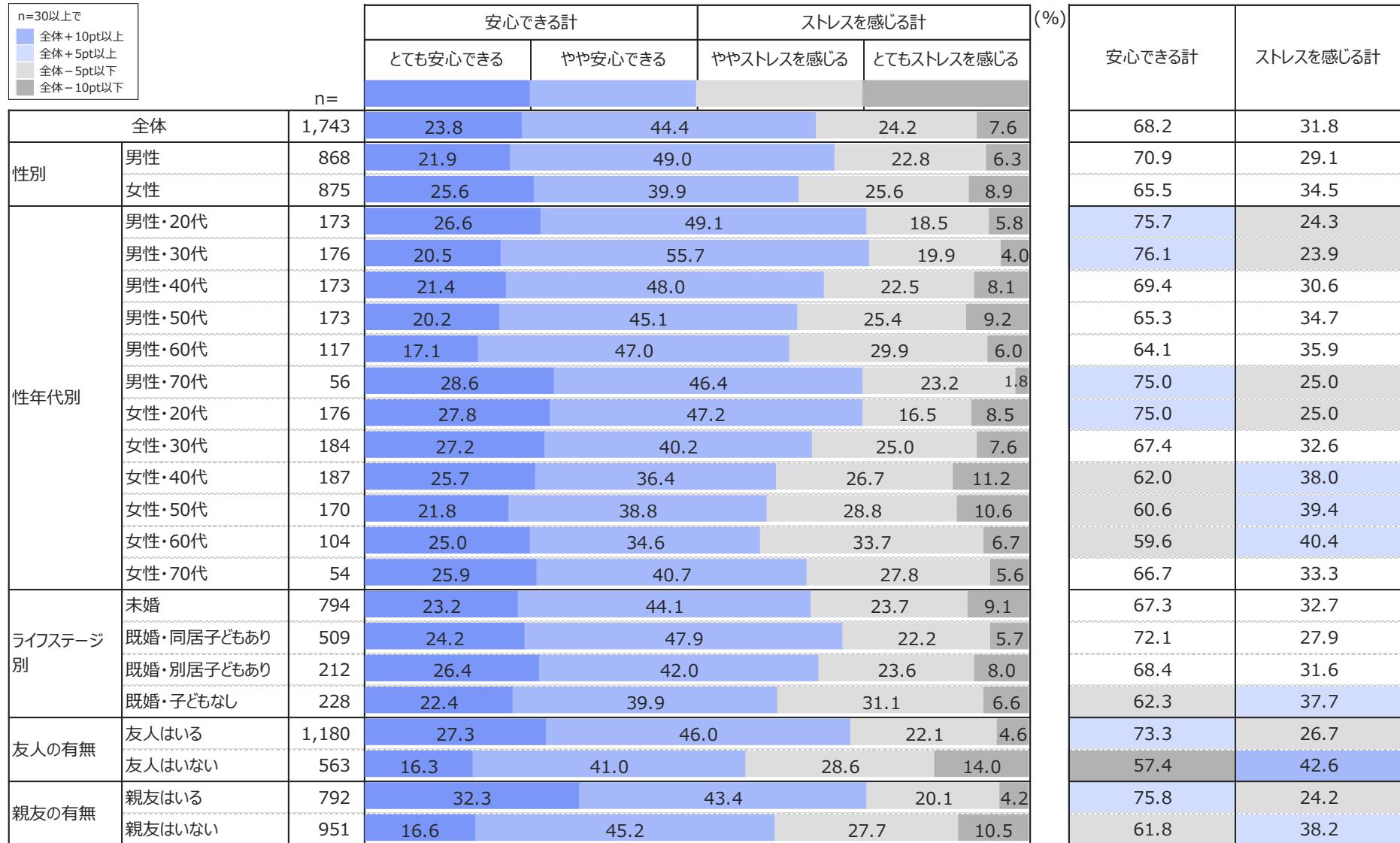
Q21 あなたの親との距離感は、以下のどれにあてはまりますか。(SA)

# 親との距離感



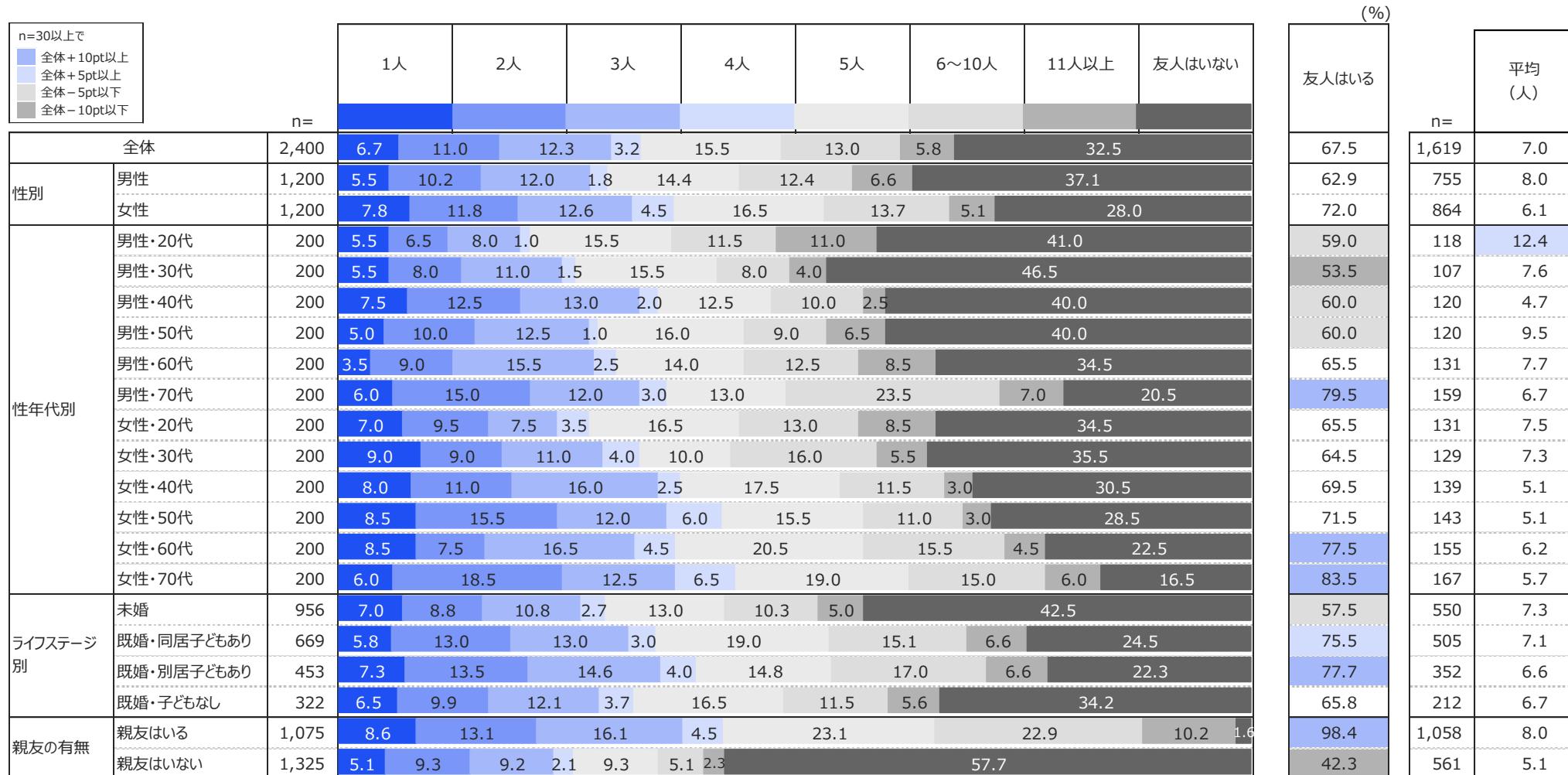
Q21 あなたの親との距離感は、以下のどれにあてはまりますか。(SA) 【ベース：親がいる人】

# 親との空気感



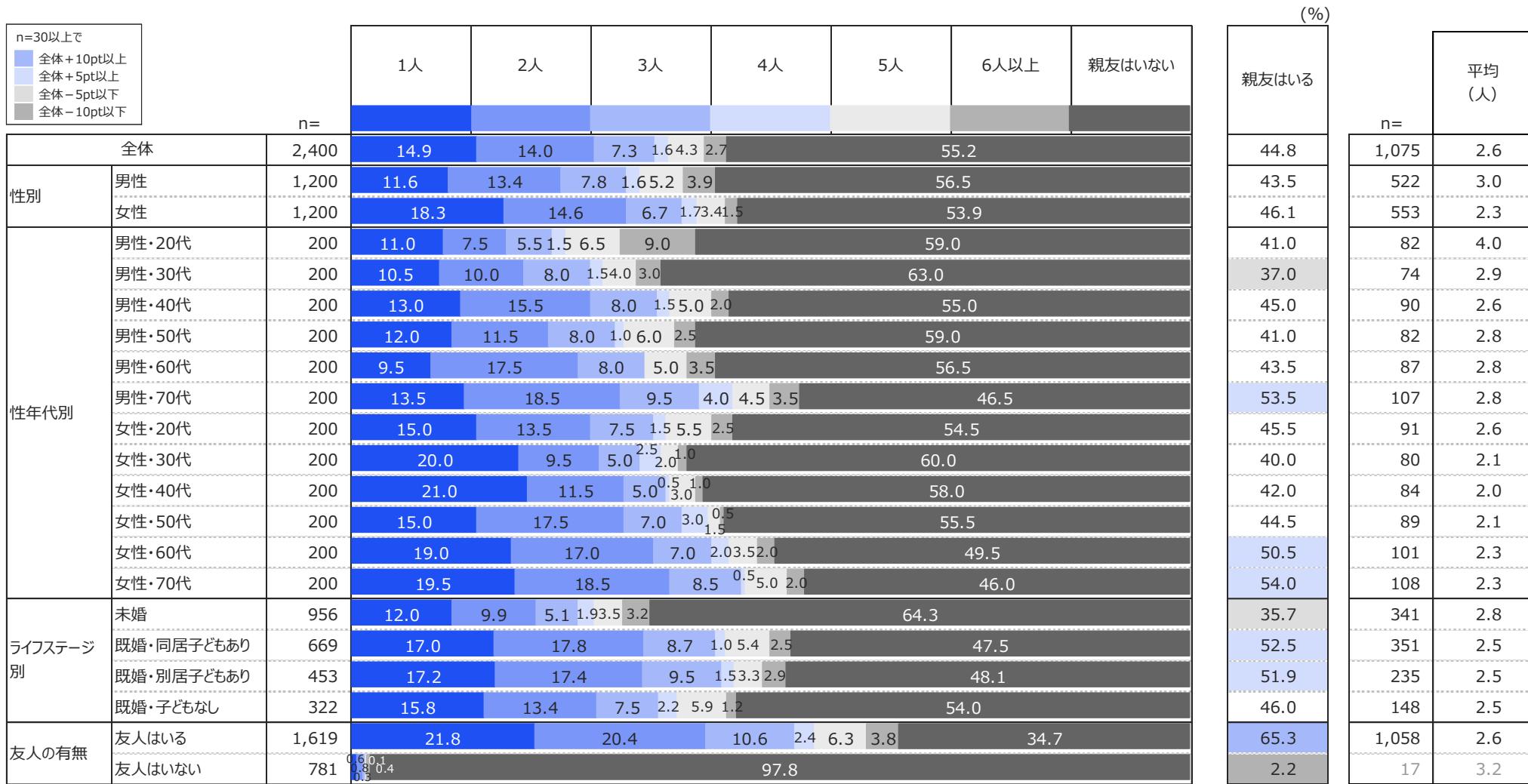
Q22 あなたの親と一緒にいるときの空気感は、以下のどれにあてはまりますか。(SA) 【ベース：親がいる人】

# 友人の人数



Q24 友人は何人いますか？(SA)

# 親友の人数



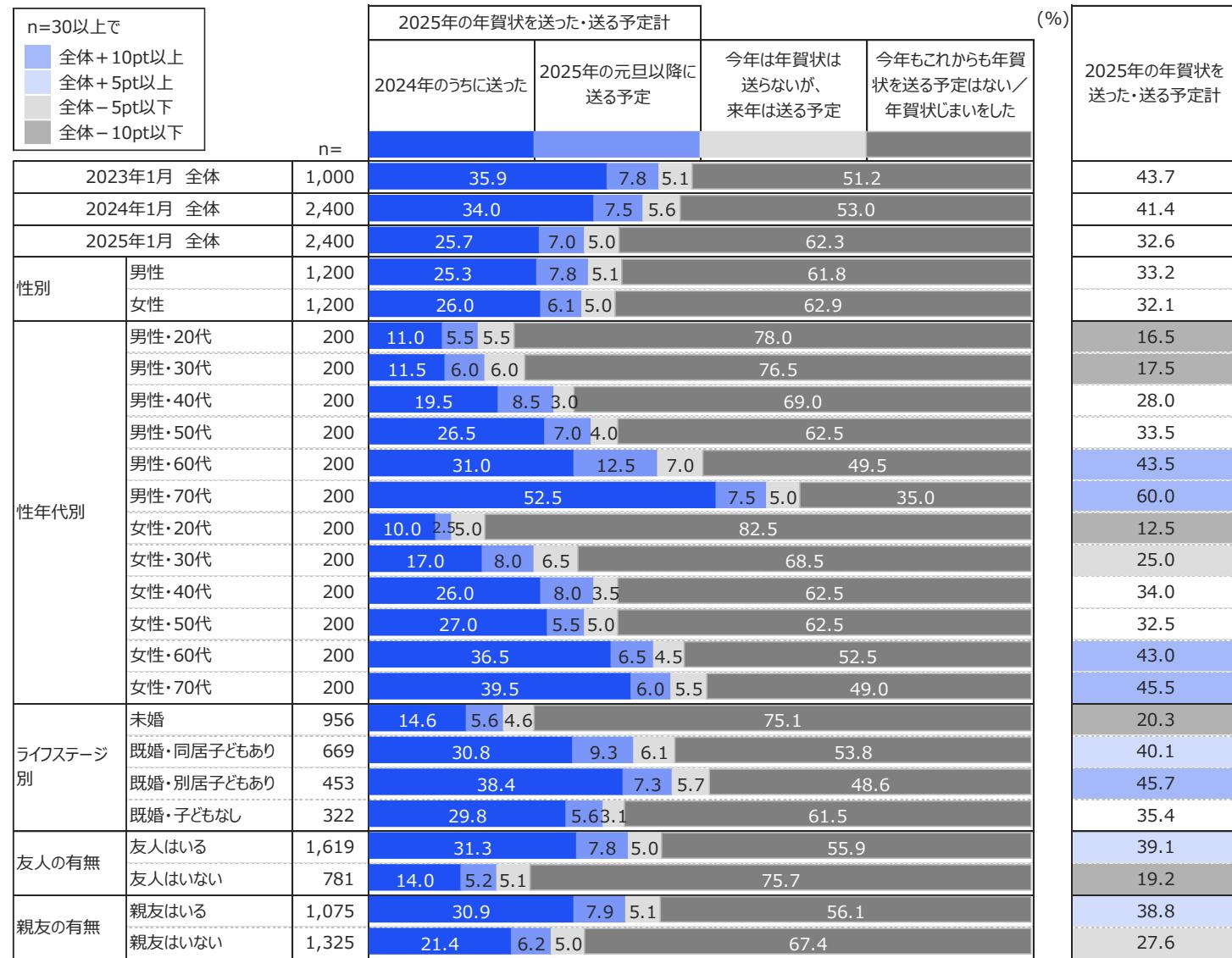
Q26 親友は何人いますか？(SA)

# 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

n=30以上で		n=	減少している計			(%)(%)
			対面でのコミュニケーションは、とても減少している	対面でのコミュニケーションは、やや減少している	対面でのコミュニケーションは、変わらない	
全体	2,400	19.6	25.1	55.3		44.7
性別	男性	1,200	18.6	25.0	56.4	43.6
	女性	1,200	20.6	25.2	54.3	45.8
性年代別	男性・20代	200	15.0	25.0	60.0	40.0
	男性・30代	200	16.5	27.5	56.0	44.0
	男性・40代	200	18.5	28.0	53.5	46.5
	男性・50代	200	17.5	18.0	64.5	35.5
	男性・60代	200	23.0	26.0	51.0	49.0
	男性・70代	200	21.0	25.5	53.5	46.5
	女性・20代	200	16.0	27.5	56.5	43.5
	女性・30代	200	20.0	28.5	51.5	48.5
	女性・40代	200	27.0	25.0	48.0	52.0
	女性・50代	200	22.5	20.5	57.0	43.0
ライフステージ別	女性・60代	200	20.5	27.0	52.5	47.5
	女性・70代	200	17.5	22.5	60.0	40.0
	未婚	956	17.7	24.0	58.4	41.6
	既婚・同居子どもあり	669	20.9	26.2	52.9	47.1
友人の有無	既婚・別居子どもあり	453	20.1	26.7	53.2	46.8
	既婚・子どもなし	322	21.7	23.9	54.3	45.7
親友の有無	友人はいる	1,619	21.0	28.9	50.1	49.9
	友人はいない	781	16.6	17.2	66.2	33.8
	親友はいる	1,075	21.4	29.4	49.2	50.8
	親友はない	1,325	18.1	21.6	60.3	39.7

Q27 SNSやオンラインツールを利用して、対面でのコミュニケーションが減っていると感じますか。(SA)

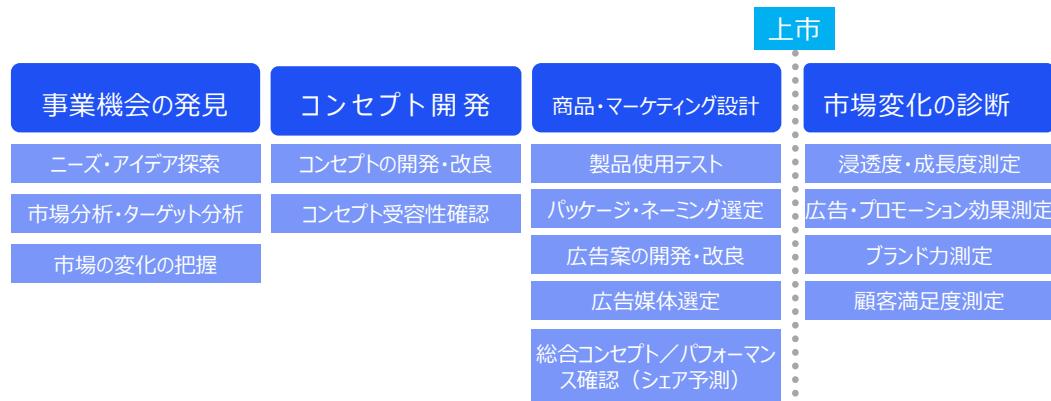
# 2025年の年賀状送付状況



Q28 あなたは、2025年の年賀状を送りましたか。(SA)

# クロス・マーケティングについて

## クロス・マーケティングは マーケティングにおけるあらゆる局面での課題解決をサポートします。



### クロス・マーケティングの特長

<b>特長 1</b> 【人】	セールス、リサーチャー、ディレクター。お客様と接する全ての担当者が課題解決に向けてお手伝いする、充実したサポート体制を組んでいます。	<b>特長 2</b> 【クオリティ】	「回答負荷軽減を意識した画面づくり」「的確なターゲット選定のための配信設定」「精度の高いデータクリーニング」を実施し、高いクオリティを維持しています。
<b>特長 3</b> 【スピード】	高機能なアンケートシステムのため、画面作成・配信・データ納品までスピーディに対応。お急ぎのアンケートなど最短24時間で納品します。	<b>特長 4</b> 【モニター】 【Panel】	180万人超の国内最大規模のアンケートモニターを保有。モニターは、基本属性だけでなく、シニア/携帯電話利用/自動車保有/化粧品利用といった約20のカテゴリーに分類されています。対象者を限定した調査もスムーズに実施します。

### 会社概要

社名： 株式会社クロス・マーケティング  
(英文社名 : Cross Marketing Inc.)

設立： 2003年4月1日

所在地： 【本社】  
〒163-1424  
東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F  
(代表) TEL : 03-6859-2251 / FAX : 03-6859-2273

### 【西日本営業所】

〒530-0001  
大阪府大阪市北区梅田3-4-5 毎日新聞ビル4階  
(代表) TEL : 06-6451-1260 / FAX : 06-6451-1261

代表： 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ーション

親会社： 株式会社クロス・マーケティンググループ  
(東京証券取引所プライム市場 証券コード3675)



## 本件に関する お問い合わせ先

株式会社クロス・マーケティング  
東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F  
TEL : 03-6859-1192 E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto: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…」