

# 夢中のチカラ

ウェルビーイング向上の鍵！  
“夢中”の可能性をひもとく

調査レポート vol.1

WOWOW



生活者発想技術研究所

夢中のチカララボ

Research!

このレポートについて



## 「夢中」が秘めている可能性を探るべく、 「夢中のチカラ」について最初の探索を実施

株式会社 WOWOW がパーパスに掲げる「夢中」について探究する「WOWOW 夢中のトビラボ」と、株式会社 博報堂のフィロソフィーである「生活者発想」のアップデートと活用を推進する「生活者発想技術研究所」は、「大人の夢中」というテーマについて、共同研究を開始しました。

「大人の夢中」の研究を始めるにあたり、私たちは、「これからの社会に、こんな夢中な大人が増えてほしい」「こんな夢中な大人が増えると、きっと社会がもっとよくなる」という観点から、夢中な大人のあり方について話し合いました。私たちがさまざまに思い描いた“ウェルビーイングな夢中な大人”の「夢中」の共通点は、「他人の評価に左右されない自分軸の好き」を持っていることでした。

本調査では、研究員が議論の中から見出した「他人の評価に左右されない自分軸の好き」という、ウェルビーイングな「大人の夢中」のあり方の仮説を足がかりとして、「夢中」とはなんなのか？「夢中」にはどんなチカラがあるのか？ などについて、最初の探索を行いました。

大人の夢中を  
ひらこう。

WOWOW

# 夢中のトビラボ



夢中のトビラボ。それは「大人の夢中」の扉をひらくラボ。

夢中と、楽しくマジメに向き合う、研究所です。

WOWOWはこれまで、エンターテインメントを通じてさまざまな夢中を届けてきました。

時にはドラマに没頭する夢中を、あるいはスポーツに熱狂する夢中を、

ひとり涙する夢中を、そして誰かを応援する夢中を…。

私たちWOWOWが目指したいのは、

「人生をWOWで満たし、夢中で生きる大人を増やす」こと。

思えば現在、年齢を積み重ねてきた多くの“大人たち”がこの国を支えています。

人生半世紀にして、仕事や家庭とは別のワクワクを見つける大人。

誰かのいいね!に流されず自分の好きを極める大人。

そうした大人たちがどんどん増えれば、日本はもっと元気になれるはず。

大人たちから夢中になって、世の中に夢中のビッグバンを起こしたい!と思うのです。

今まで数えきれないほどの夢中を届けてきたWOWOWだから

見えてくること、できることがある。

誰の中にも眠っている夢中を見つけて、

夢中とはなんなのか? 夢中にはどんなチカラがあるのか?

大人の夢中を調査研究し、ひらいていきます。お楽しみに!

# 生活者発想技術研究所の ご紹介

## 生活者発想技術研究所

クライアント企業の生活者発想を推進するための研究開発を目的に設立された専門組織です。

「未来生活者発想」をコンセプトに、「生活者発想経営」「フォーカス型生活者洞察」「生活者心理・行動」

「ウェルビーイング社会の共創」「生活者発想に基づく創造性」等に関する、研究・開発・教育・発信を行ってまいります。

主要な研究開発領域：

- 生活者発想経営に関する研究開発 — 生活者発想研究／次世代ブランド研究 など
- フォーカス型生活者研究開発 — 若者研究／シニア世代研究 など
- 生活者心理・行動に関する研究開発 — クロスモーダル研究／行動デザイン／買物行動研究 など
- ウェルビーイング社会共創に関する研究開発 — 未来洞察研究／生活者課題解決研究 など
- 生活者発想に基づく創造性に関する研究開発 — アートシンキング研究／組織の創造性研究 など

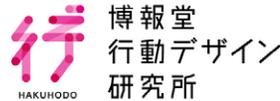
# 生活者発想技術研究所の 特徴ご紹介

## ラボのコレクション

生活者発想技術研究所の傘下に、多彩なラボ・研究開発プロジェクトが集合しています。



### 生活者発想技術研究所



### 未来洞察



## このレポートについて

### Part 1 「夢中」についての定量調査

夢中な人のボリューム

夢中の具体像

夢中のチカラ

「夢中な大人」に対する印象

まとめ

### Part 2 「夢中」についてのインタビュー

### Part 3 「夢中のチカラ」についての仮説

リサーチ/レポート作成 メンバー紹介

制作協力者 一覧&問い合わせ先

P. 01

P. 06

P. 08

P. 16

P. 34

P. 47

P. 51

P. 54

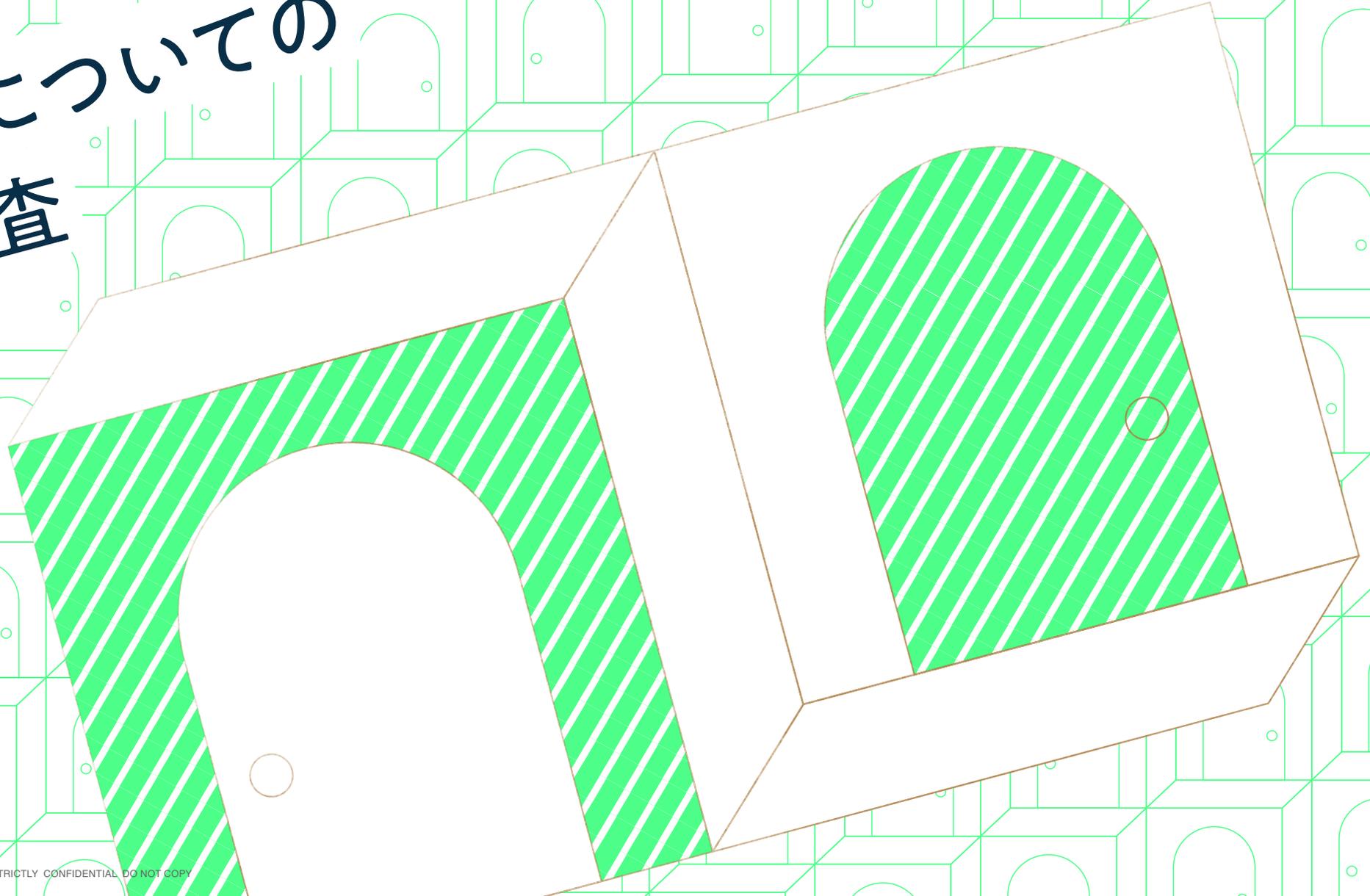
P. 60

P. 66

P. 70

Contents

Part 1  
「夢中」についての  
定量調査



## 目的

「夢中」および「自分軸の夢中」とは  
 どのようなものかについて、実態を探る

## 手法

オンライン調査（パネル：QO株式会社保有）

## 実査日

2025/3/1(土)～2025/3/2(日)

## 対象者

20-74歳男女/全国/関連業種除外（放送業、広告業、調査業）

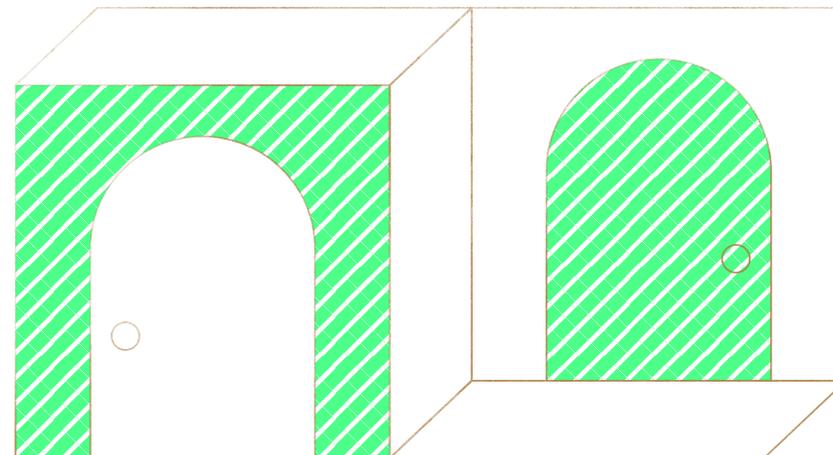
## 割付

男性20代……………500ss	女性20代……………500ss
男性30代……………500ss	女性30代……………500ss
男性40代……………500ss	女性40代……………500ss
男性50-54歳……………1,500ss	女性50-54歳……………1,500ss
男性55-59歳……………1,500ss	女性55-59歳……………1,500ss
男性60-64歳……………1,500ss	女性60-64歳……………1,500ss
男性65-69歳……………1,500ss	女性65-69歳……………1,500ss
男性70-74歳……………1,500ss	女性70-74歳……………1,500ss

計 18,000ss

## 調査主体

株式会社WOWOW WOWOW 夢中のトビラボ  
 株式会社博報堂 生活者発想技術研究所  
 協力：株式会社マーケティングアンドアソシエイツ

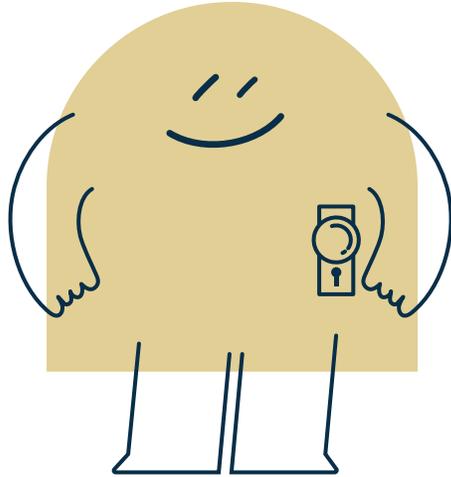


Part 1 「夢中」についての定量調査

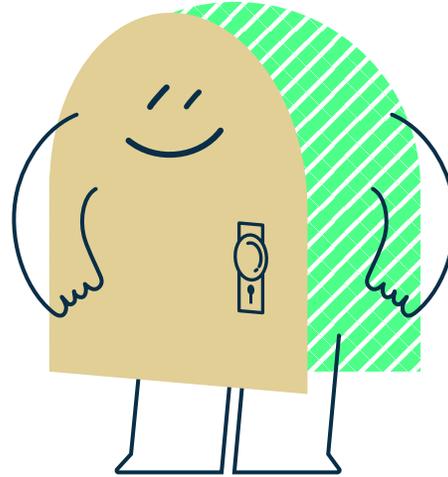
# 夢中な人のボリューム



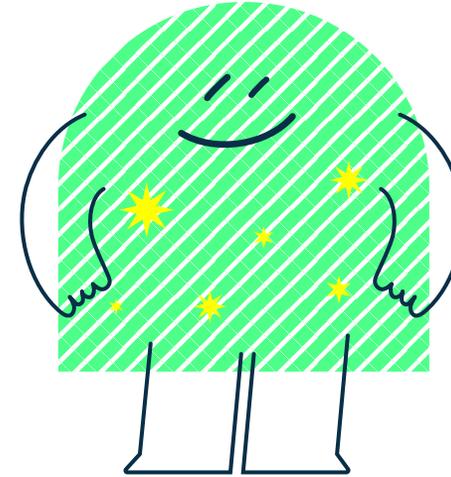
夢中がない



夢中



自分軸の夢中



夢中なものごとがある人(=夢中人)についての調査を実施するにあたり、  
研究員が議論の中から見出した**「他人の評価に左右されない自分軸の好き」**という  
**“ウェルビーイングな大人の夢中”**のあり方の仮説について探究を進めるために、  
**「夢中」と「自分軸の夢中」という2種類の定義を設定**した。

## 夢中の定義

とても好きで、そのためにある程度時間をかけているものごとがある（とてもあてはまる or どちらかというにあてはまる）

## 自分軸の夢中の定義

## 夢中

とても好きで、そのためにある程度時間をかけているものごとがある

（とてもあてはまる or どちらかというにあてはまる）



## 自分軸 以下すべてに該当

（とてもあてはまる or どちらかというにあてはまる）

- ・周りに左右されずに自分が心から好きなものごとを楽しむことは、自分の人生において重要だ
- ・自分の好きなものごとが他の多くの人と異なっていたとしても、自分の「好き」という気持ちは揺るがない
- ・好きなものごとに取り組むとき、他の人の意見や評価よりも、自分が本当に楽しめるかどうかを重視する
- ・好きなものごとに取り組んでいるとき、とても自分らしくいられると感じる
- ・好きなものごとに取り組んでいるとき、自分が大切にしている価値観に従って生きていると実感できる

（どちらともいえない or どちらかというにあてはまらない or 全くあてはまらない）

- ・自分の好きなものごとについて他の人に伝えるとき、相手が自分をどう評価するかが気になる

※ 自分軸条件については、「自己決定理論」において、モチベーションやパフォーマンス、ウェルビーイングなどを高める鍵とされている3要素「自律性」「有能性」「関係性」の概念や尺度を活用した。具体的には、理論の提唱者であるエドワード・デシらが公開している「Basic Psychological Need Satisfaction Scale (BPNSS)」のうち、「自律性」を測る質問項目に盛り込まれている要素、「自分で自由に決める」「自分の意見で決める」「自分らしくいられる」「自分の考えや意見を自由に表現する」を質問項目作成に活用した。

参照: Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2015); Gagné, M. (2003). *Basic Psychological Need Satisfaction Scales (BPNSS)*. (<https://selfdeterminationtheory.org/basic-psychological-need-satisfaction-scales/>)

「夢中」がある人

単位：%		n	TOP2 とても好きで、そのためにあ る程度時間をかけているも のことがある
全体		18,000	51.2
20代		1,000	58.7
30代		1,000	52.9
40代		1,000	45.7
50代		6,000	47.9
60代		5,999	51.1
70代		3,001	55.5
男性計		9,000	53.2
20代		500	61.4
30代		500	54.4
40代		500	51.8
50代		3,000	48.5
60代		2,999	50.5
70代		1,501	56.4
女性計		9,000	49.2
20代		500	55.8
30代		500	51.4
40代		500	39.4
50代		3,000	47.3
60代		3,000	51.6
70代		1,500	54.7

好きなものごとに対して「自分軸」がある人

TOP2		BTM3		「自分軸」条件該当者		
周りの左右されずに自分が 心から好きなものごとを楽 しむことは、自分の人生にお いて重要だ	自分の好きなものごとが他 の多くの人と異なっていた としても、自分の「好き」と言 う気持ちは揺るがない	好きなものごとに取り組む とき、他の人の意見や評価よ りも、自分が本当に楽しめる かどうかを重視する	好きなものごとに取り組ん でいるとき、とても自分らし くいられると感じる		好きなものごとに取り組ん でいるとき、自分が大切にし ている価値観に従って生き ていると実感できる	自分の好きなものごとにつ いて他の人に伝えるとき、相 手が自分をどう評価するか が気になる
67.8	64.2	64.1	59.1	53.9	70.0	22.5
64.9	64.1	63.2	60.4	55.9	50.3	12.5
62.6	61.1	58.8	56.8	54.3	62.3	16.9
63.3	59.2	58.8	52.7	48.7	69.5	17.0
67.1	63.4	63.8	56.0	50.5	76.0	24.6
74.2	68.9	69.8	64.7	57.0	79.7	31.5
78.7	72.8	74.3	70.1	61.8	82.7	36.3
62.9	61.4	60.7	54.8	51.6	69.1	18.3
61.2	62.2	62.0	57.2	54.4	49.4	8.8
58.2	57.8	54.0	50.8	50.6	60.6	11.2
58.2	58.6	57.6	51.0	48.6	67.4	13.6
61.1	59.6	58.8	50.1	47.3	77.1	20.7
69.9	65.3	66.4	60.7	55.0	79.0	28.4
74.6	69.4	70.5	65.3	58.6	83.3	31.6
72.7	67.1	67.4	63.5	56.1	70.8	26.7
68.8	66.2	64.4	63.8	57.4	51.2	16.4
67.2	64.6	63.8	63.0	58.2	64.0	22.8
68.6	59.8	60.0	54.4	48.8	71.6	20.4
73.2	67.2	68.9	62.0	53.7	74.9	28.6
78.4	72.4	73.2	68.7	58.9	80.3	34.4
82.4	75.8	77.8	74.5	64.7	82.1	40.6

「自分軸の夢中」  
がある人

夢中あり×自分軸
17.3
10.8
13.3
12.5
18.6
23.8
28.6
14.6
8.2
9.2
10.4
16.4
21.5
26.0
20.1
13.6
17.6
14.6
20.8
26.0
31.0

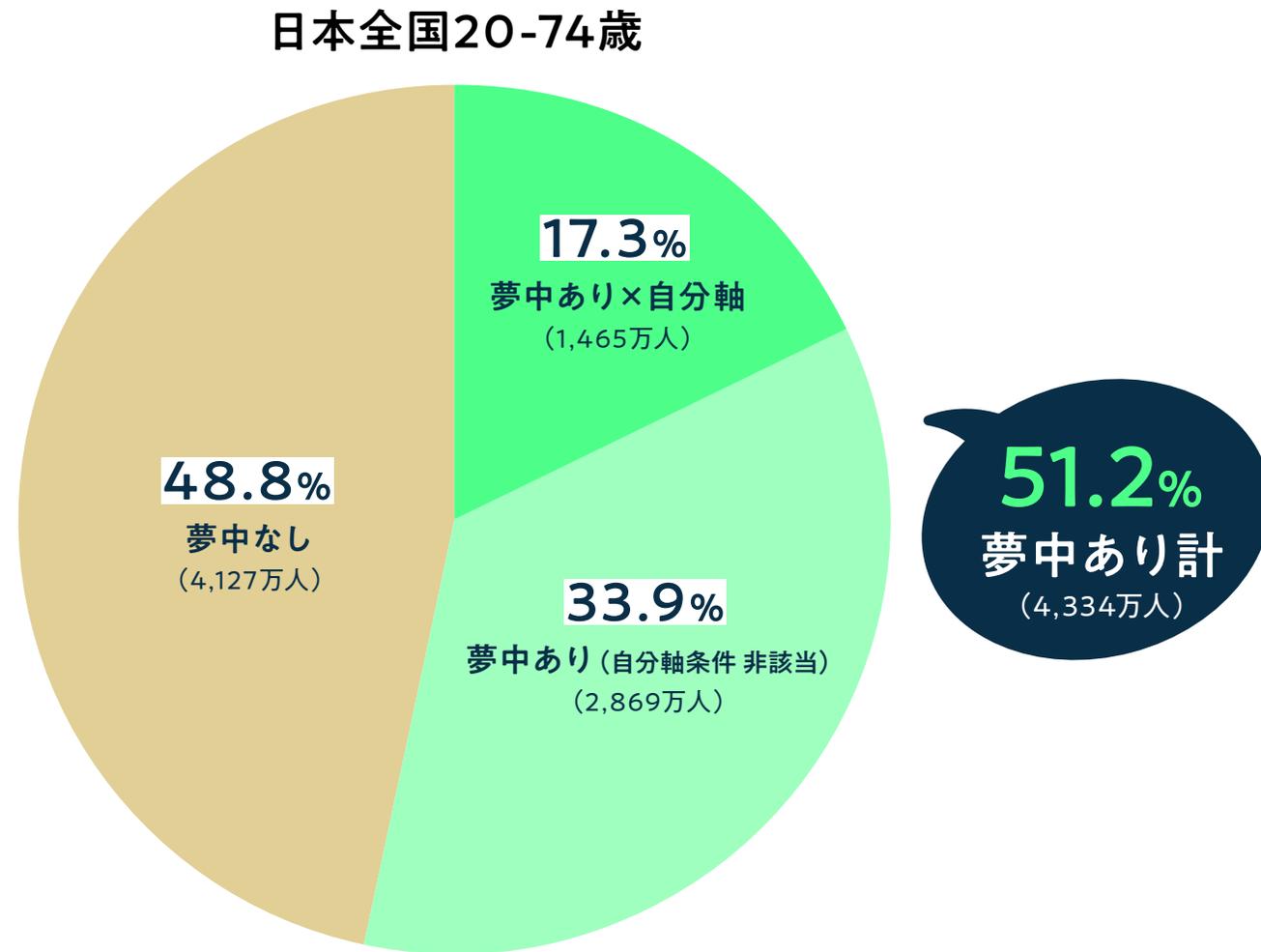


■ 全体比10pt以上 ■ 5pt以上 ■ 5pt以下 ■ 10pt以下

※TOP2 = TOP2/5SD、BTM3 = BOTTOM3/5SDのスコアを掲載  
(そう思う/ややそう思う/どちらともいえない/あまりそう思わない/全くそう思わない)



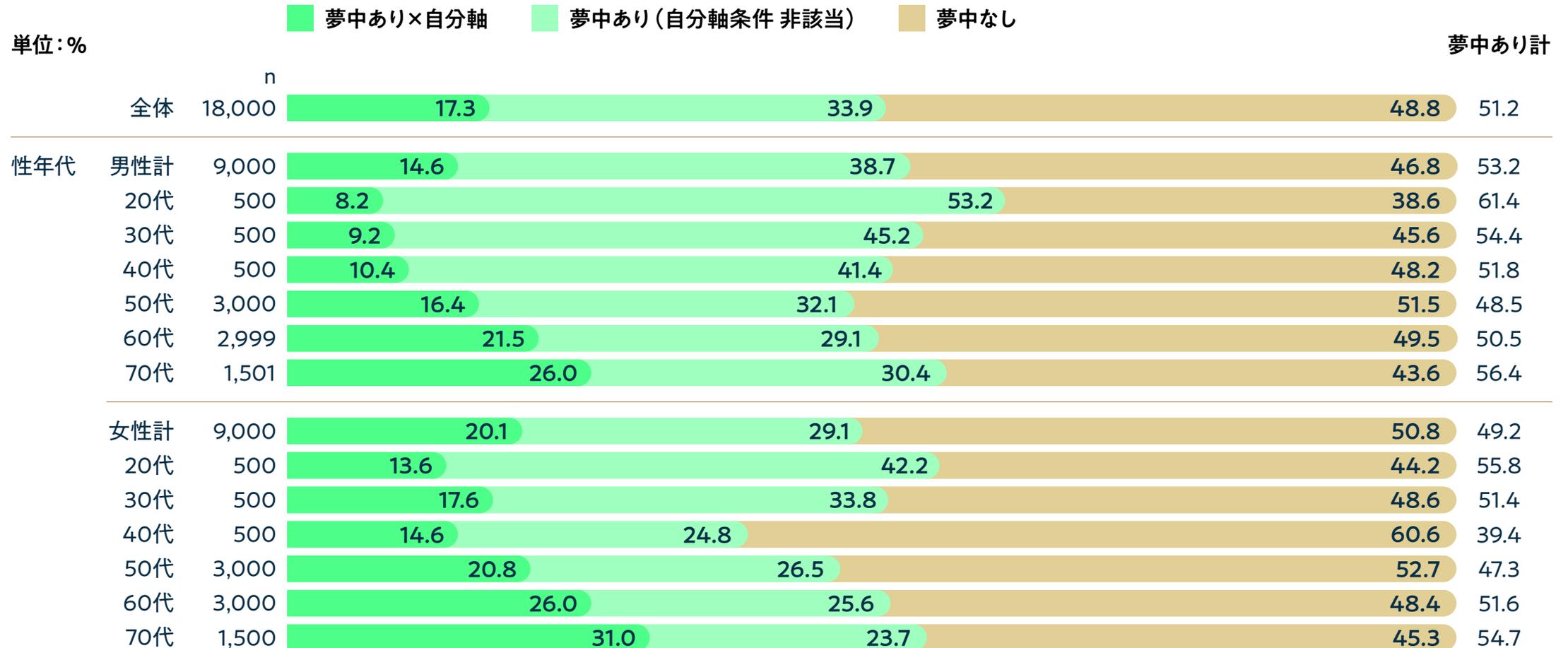
- 本調査における「夢中」の定義  
「とても好きで、そのためにある程度時間をかけているものごとがある」にあてはまる人は、日本全国の20-74歳の約2人に1人（51.2%）で、人口に換算すると約4,334万人。
- さらに「自分軸の夢中」がある人（夢中あり×自分軸）に絞ると、日本全国の20-74歳の17.3%が該当し、人口に換算すると約1,465万人。



※ e-Stat「人口推計」(2024年4月公開データ)に基づいて、推計人口を計算  
(データ出典：<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?tclass=000001007604&cycle=7&year=20230>)

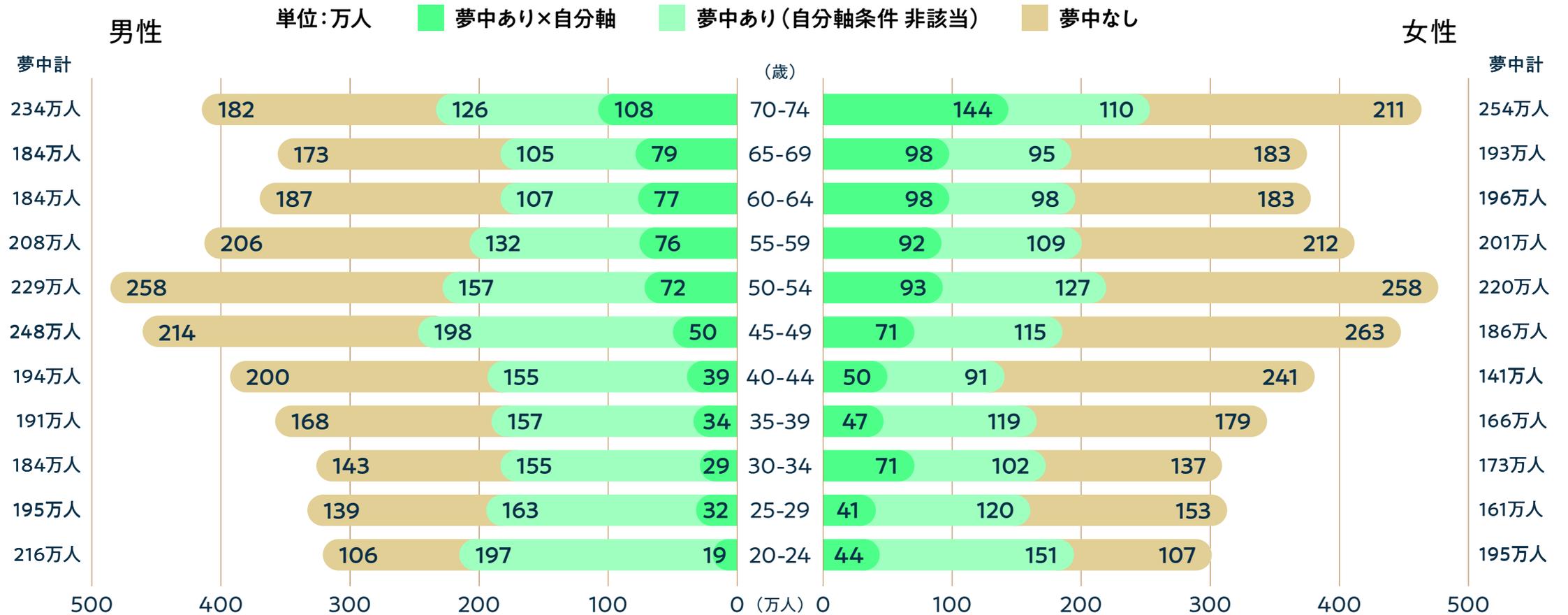
# Part 1 | 夢中な人の分布（性年代別）

- ・ 男女いずれも「夢中あり計」の構成比は、若年層とシニア層において高い傾向（＝中間層のスコアが低いおわん型）。
- ・ 「夢中あり×自分軸」は年齢が上がるほど出現率が高まる傾向。そのうち、30代女性のみ前後の世代より多く出現。



# Part 1 | 夢中な人の分布（性年代別・推計人口）

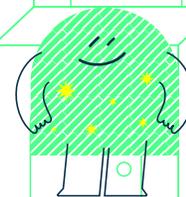
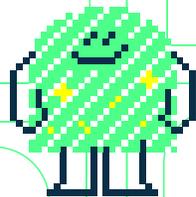
- ・ 人口に換算しても、「夢中あり×自分軸」のボリュームは年齢に比例して増加。
- ・ そのうち、「30-34歳 女性」のみ、前後の世代よりも出現率が高い。



※ e-Stat「人口推計」(2024年4月公開データ)に基づいて、推計人口を計算  
 (データ出典: <https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?tclass=000001007604&cycle=7&year=20230>)

Part 1 「夢中」についての定量調査

# 夢中の具体像



「夢中あり」の人たちは具体的にどんなものごとが好きなのかを把握するために、事前に設定した以下の選択肢のうち、どれが多く選ばれるのかを聴取した。

	コンテンツ鑑賞系	テレビ、ドラマ、ラジオ、アニメ、映画、家で音楽を聴く、Youtube鑑賞
	旅行系	国内旅行、海外旅行、温泉
	グルメ系	料理、飲食店めぐり
	読書系	読書、雑誌、マンガ
	お買い物系	ウィンドウショッピング、アウトレットモールに行く、オンラインショッピング
	歩く系	ウォーキング、散歩
	鑑賞系	美術館、博物館、動物園、水族館等
	音楽・パフォーマンス系	楽器、バンド、カラオケ、ダンス等
	デジタルゲーム系	テレビゲーム、モバイルゲーム、スマホゲーム、PCゲーム
	リラックス系	お風呂、サウナ、マッサージ、鍼灸、瞑想

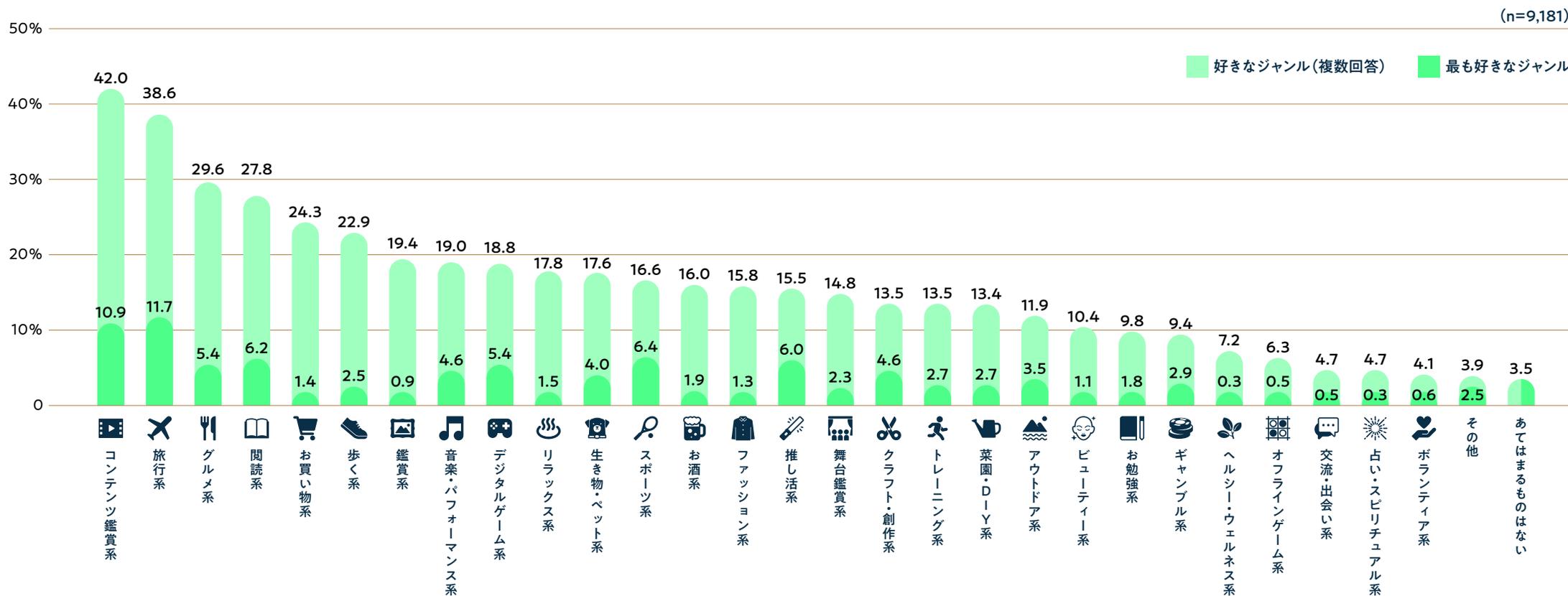
	生き物・ペット系	犬、猫、熱帯魚
	スポーツ系	ランニング、テニス、ゴルフ、プロレス、水泳等
	お酒系	(クラフト)ビール、ワイン、ウイスキー
	ファッション系	ファッション、時計、靴、バッグ、装飾品
	推し活系	韓流・K-POP、2.5次元、アイドル、キャラクター
	舞台鑑賞系	落語、演劇、歌舞伎・能、ミュージカル、ライブ、フェス
	クラフト・創作系	イラスト、絵画、写真、陶芸・木工、手芸、分冊百貨(ディアゴスティーニ等)
	トレーニング系	スポーツジム、ヨガ・ピラティス、筋トレ、(運動を目的とした)ダンス、ストレッチ
	菜園・DIY系	家庭菜園、ガーデニング、盆栽、DIY
	アウトドア系	ハイキング、登山、キャンプ、サーフィン、釣りなど

	ビューティー系	メイク、スキンケア、ヘアケア、エステ、美容医療、脱毛、ダイエット
	お勉強系	料理教室、茶道、書道、資格取得、学校に通う、通信講座
	ギャンブル系	パチンコ、競馬、競輪
	ヘルシー・ウェルネス系	自然食、ダイエット、睡眠改善、腸活
	オフラインゲーム系	麻雀、囲碁、将棋、ボードゲーム
	交流・出会い系	SNS、恋愛、婚活
	占い・スピリチュアル系	占い、パワースポット、クリスタル
	ボランティア系	ボランティア活動、子ども食堂など

# Part 1 | 夢中のジャンル

- ・複数回答における上位は、「コンテンツ鑑賞系 🎬 (42.0%)」「旅行系 ✈️ (38.6%)」「グルメ系 🍴 (29.6%)」「読書系 📖 (27.8%)」「お買い物系 🛒 (24.3%)」。
- ・最も好きなジャンルの上位は、「旅行系 ✈️ (11.7%)」「コンテンツ鑑賞系 🎬 (10.9%)」「スポーツ系 🏀 (6.4%)」「読書系 📖 (6.2%)」「推し活系 🖋️ (6.0%)」。

SC3 以下の様々なジャンルの中で、あなたの「好きなものごと」として該当するものはどれですか。それぞれあてはまるものをお選びください。/[1]あてはまるもの(すべて)[3]最もあてはまるもの(ひとつだけ)



# Part 1 | 夢中のジャンル(世代比較)

- ・「20-40代」と「50-70代」で傾向の違いを見ると、20-40代に多い夢中のジャンルは「デジタルゲーム系 🎮 (26.8%)」「推し活系 🖋️ (22.1%)」。
- ・一方、50-70代に多い夢中のジャンルは「旅行系 ✈️ (44.5%)」「歩く系 🚶 (28.1%)」「菜園・DIY系 🌱 (19.7%)」。

SC3 以下の様々なジャンルの中で、あなたの「好きなものごと」として該当するものはどれですか。それぞれあてはまるものをお選びください。/[1]あてはまるもの(すべて)

単位:%	n	コンテンツ鑑賞系	旅行系	グルメ系	閲読系	お買い物系	歩く系	鑑賞系	音楽・パフォーマンス系	デジタルゲーム系	リラックス系	生き物・ペット系	スポーツ系	お酒系	ファッション系	推し活系	舞台鑑賞系	クラフト・創作系	トレーニング系	菜園・DIY系	アウトドア系	ビューティー系	お勉強系	ギャンブル系	ヘルシー・ウェルネス系	オフラインゲーム系	交流・出会い系	占い・スピリチュアル系	ボランティア系	その他
全体 (20-74歳)	9,181	42.0	38.6	29.6	27.8	24.3	22.9	19.4	19.0	18.8	17.8	17.6	16.6	16.0	15.8	15.5	14.8	13.5	13.5	13.4	11.9	10.4	9.8	9.4	7.2	6.3	4.7	4.7	4.1	3.9
20-40代	1,571	44.4	32.9	30.8	26.4	26.8	17.9	17.0	19.7	26.8	17.3	16.8	17.8	15.6	19.5	22.1	14.7	12.5	14.5	7.5	11.4	14.4	10.4	10.2	8.1	8.8	6.6	5.4	3.6	3.3
50-70代	7,610	39.4	44.5	28.2	29.4	21.6	28.1	21.9	18.3	10.4	18.3	18.5	15.4	16.5	11.8	8.6	14.8	14.7	12.4	19.7	12.4	6.1	9.2	8.4	6.3	3.7	2.7	3.9	4.5	4.7

【差分】 (50-70代)-(20-40代)  
 ※全体で降順ソート

-5pt +12pt -3pt +3pt -5pt +10pt +5pt -1pt -16pt +1pt +2pt -2pt +1pt -8pt -14pt +0pt +2pt -2pt +12pt +1pt -8pt -1pt -2pt -2pt -5pt -4pt -1pt +1pt +1pt

- ・「夢中」の内容を自由記述形式で質問した結果、回答数は平均2.2個/人(回答者数 9,181名 / 回答数 19,792個)。
- ・回答傾向をAIで分析すると、選択肢になかったジャンルや、選択肢とは異なる区分けが見出された。  
(スポーツ観戦、カフェ、お菓子づくり、投資・資産運用、家族との時間、音楽鑑賞とライブ鑑賞と音楽演奏、スポーツとフィットネス など)

SC2 ここからは、「とても好きで、そのためにある程度時間をかけているものごとがある」と、お答えいただいたあなたの「好きなものごと」についてお伺いします。(該当のものごとをイメージしながらお答えください) あなたの「好きなものごと」の具体的な内容(カフェ巡りをする、映画館で映画を観る等)として、思い浮かぶものを全てお知らせください。以下の記入欄に思いつく順にお書きください。※空欄を10個提示

## 20-40代 男性

回答者数 ..... 838  
回答数 ..... 1,541 (1.8個/人)

1	ゲーム	9.8%
2	スポーツ観戦	9.5%
3	旅行	5.1%
4	映画鑑賞	4.9%
5	音楽・ライブ鑑賞	4.7%
6	グルメ・外食	4.6%
7	読書	3.7%
8	アニメ鑑賞	3.4%
9	推し活	2.4%
10	投資・資産運用	0.8%

## 20-40代 女性

回答者数 ..... 733  
回答数 ..... 1,559 (2.1個/人)

1	推し活	12.9%
2	カフェ・飲食店巡り	10.6%
3	旅行	6.5%
4	読書	5.9%
5	映画鑑賞	5.6%
6	アニメ・漫画	5.1%
7	ゲーム	5.1%
8	スポーツ観戦	3.8%
9	料理・お菓子づくり	3.8%
10	音楽鑑賞	3.3%

## 50-70代 男性

回答者数 ..... 3,821  
回答数 ..... 7,451 (2.0個/人)

1	スポーツ・フィットネス	13.0%
2	旅行	11.4%
3	音楽・ライブ鑑賞、演奏	9.4%
4	読書	4.8%
5	映画	4.6%
6	グルメ・外食	4.1%
7	創作活動(プラモ・DIYなど)	3.4%
8	ゲーム	1.9%
9	投資・資産運用	1.5%
10	ペットと過ごす	1.4%

## 50-70代 女性

回答者数 ..... 3,789  
回答数 ..... 9,241 (2.4個/人)

1	旅行	11.0%
2	映画・ドラマ鑑賞	9.3%
3	音楽・ライブ鑑賞	8.4%
4	料理・外食	7.4%
5	読書	7.1%
6	フィットネス、スポーツ観戦	7.0%
7	家庭菜園・ガーデニング	5.8%
8	創作活動(手芸・絵画など)	5.3%
9	推し活	5.0%
10	家族と過ごす	2.5%

・ひとつめに挙げられた自由記述回答(回答者数 9,181名 / 回答数 9,181個)のみを用いて回答傾向をAIで分析したところ、

「全ての回答」の場合の分析結果とは異なる、選択肢にはなかったジャンルや区分けが見出された。

(家でゆっくりする、車・バイク、韓国文化 など)

SC2 ここからは、「とても好きで、そのためにある程度時間をかけているものごとがある」と、お答えいただいたあなたの「好きなものごと」についてお伺いします。(該当のものごとをイメージしながらお答えください) あなたの「好きなものごと」の具体的な内容(カフェ巡りをする、映画館で映画を観る等)として、思い浮かぶものを全てお知らせください。以下の記入欄に思いつく順にお書きください。※空欄を10個提示

### 20-40代 男性

回答者数 ..... 838  
回答数 ..... 838 ※ひとつめのみ

- 1 スポーツ観戦・参加 15.6%
- 2 ゲーム・アニメ 11.5%
- 3 音楽・ライブ鑑賞 7.0%
- 4 旅行 5.9%
- 5 グルメ・食べ歩き 5.2%
- 6 映画鑑賞 4.7%
- 7 フィットネス 3.8%
- 8 読書 2.9%
- 9 創作活動(プラモ・DIYなど) 2.4%
- 10 家でゆっくりする 0.3%

### 20-40代 女性

回答者数 ..... 733  
回答数 ..... 733 ※ひとつめのみ

- 1 推し活 12.1%
- 2 読書 6.6%
- 3 音楽・ライブ鑑賞 6.5%
- 4 ゲーム 5.9%
- 5 旅行 4.9%
- 6 スポーツ観戦 4.5%
- 7 カフェ巡り 4.5%
- 8 ドラマ鑑賞 4.3%
- 9 映画鑑賞 4.2%
- 10 創作活動(手芸・DIYなど) 2.2%

### 50-70代 男性

回答者数 ..... 3,821  
回答数 ..... 3,821 ※ひとつめのみ

- 1 スポーツ観戦・参加 16.5%
- 2 旅行 10.2%
- 3 音楽・ライブ鑑賞、演奏 10.0%
- 4 車・バイク 6.3%
- 5 DIY・園芸 5.8%
- 6 アウトドア 5.0%
- 7 読書 4.6%
- 8 映画鑑賞 3.5%
- 9 ゲーム 2.3%
- 10 投資・資産運用 1.5%

### 50-70代 女性

回答者数 ..... 3,789  
回答数 ..... 3,789 ※ひとつめのみ

- 1 旅行 12.1%
- 2 音楽・ライブ鑑賞、演奏 11.5%
- 3 スポーツ観戦・参加 10.0%
- 4 創作活動(手芸など) 9.2%
- 5 映画・ドラマ鑑賞 8.9%
- 6 読書 8.0%
- 7 推し活 6.4%
- 8 家庭菜園・ガーデニング 6.1%
- 9 ペットと過ごす 4.3%
- 10 韓国文化(ドラマ・語学など) 0.6%

- ①AIを使って自由記述回答からジャンル選択肢(P. 17参照)に該当する回答を除外し、残った回答で上位ランキングを作成
- ②ジャンル選択肢と上述の上位ランキングに含まれない回答を個別に確認し、複数出現するものを性年代別で多い順に抜粋

SC2 ここからは、「とても好きで、そのためにある程度時間をかけているものごとがある」と、お答えいただいたあなたの「好きなものごと」についてお伺いします。(該当のものごとをイメージしながらお答えください) あなたの「好きなものごと」の具体的な内容(カフェ巡りをする、映画館で映画を観る等)として、思い浮かぶものを全てお知らせください。以下の記入欄に思いつく順にお書きください。※空欄を10個提示

## ①選択肢外の出現・上位ランキング

## 20-74歳 全体

回答者数 ..... 9,181  
該当回答数 ..... 2,655/19,792

- 1 ドライブ・車関連 13.6%
- 2 家族や孫との時間 7.8%
- 3 スポーツ観戦 7.2%
- 4 投資・資産運用 5.9%
- 5 神社仏閣巡り 4.6%
- 6 バイク関連 3.6%
- 7 ポイ活 3.4%
- 8 プログラミング・PC関連 2.2%
- 9 ネットサーフィン 1.2%
- 10 懸賞応募 0.6%

## ②選択肢と上位ランキングにあてはまらない回答のうち、複数出現したもの(多い順に抜粋)

## 20-40代 男性

回答者数 ..... 838  
該当回答数 ..... 72/1,541

- 収集
- 育児
- 動画制作
- 仕事
- インテリア
- 自転車
- ミリタリー
- 友人との集まり
- ⋮
- ⋮
- ⋮

## 20-40代 女性

回答者数 ..... 733  
該当回答数 ..... 73/1,559

- 収集(キャラクターなど)
- 育児
- 友人との集まり
- 家事・断捨離
- 書き物(手帳など)
- テーマパーク
- クイズ・パズル
- 自然鑑賞
- ⋮
- ⋮
- ⋮

## 50-70代 男性

回答者数 ..... 3,821  
該当回答数 ..... 431/7,451

- 収集(模型・切手など)
- 仕事
- 鉄道
- 史跡・建築巡り
- 自然鑑賞・天体観測
- オーディオ
- 自転車
- 動画制作
- アマチュア無線
- 修理・機械いじり
- 飛行機・ヘリコプター・ドローン
- 友人との集まり
- ガジェット・電子工作
- 学問・研究
- クイズ・パズル
- 育児
- 宗教
- ミリタリー
- 書き物(自伝・日記など)
- インテリア
- ⋮

## 50-70代 女性

回答者数 ..... 3,789  
該当回答数 ..... 349/9,241

- 友人との集まり
- 自然鑑賞・天体観測
- 家事・断捨離
- クイズ・パズル
- インテリア
- 仕事
- 収集(キャラクターなど)
- ジグソーパズル
- 学問・研究
- 史跡・建築巡り
- 書き物(ブログ・手帳など)
- 宗教
- 貯金・節約
- 俳句・川柳
- テーマパーク
- 着物
- フリマ・フリマサイト
- 育児
- 動画制作
- 文具
- ⋮

# Part 1 | 夢中の重なり

- ・出現率トップの「コンテンツ鑑賞系 🎬」は、全ジャンルと4~6割強重複しており、相対的に取り組みやすい印象。
- ・逆に、出現率下位の「ボランティア系 🤝」「占い・スピリチュアル系 ✨」「交流・出会い系 💬」などは、出現率下位のものを含む他ジャンル全般との重複率が相対的に高く、興味関心領域の裾野が広い人が取り組んでいる印象。

SC3 以下の様々なジャンルの中で、あなたの「好きなものごと」として該当するものはどれですか。それぞれあてはまるものをお選びください。/[1]あてはまるもの(すべて)

単位:%	n	コンテンツ鑑賞系 🎬	旅行系 ✈️	グルメ系 🍴	読書系 📖	お買い物系 🛒	歩く系 👟	鑑賞系 🖼️	音楽・パフォーマンス系 🎵	デジタルゲーム系 🎮	リラクセス系 🧘	生き物・ペット系 🐾	スポーツ系 🏃	お酒系 🍷	ファッション系 👗	推し活系 📌	舞台鑑賞系 🎭	クラフト・創作系 ✂️	トレーニング系 🏃	菜園・DIY系 🌱	アウトドア系 🏕️	ビューティー系 💆	お勉強系 📚	ギャンブル系 🎰	ヘルシー・ウェルネス系 🌿	オフラインゲーム系 🎮	交流・出会い系 💬	占い・スピリチュアル系 ✨	ボランティア系 🤝
全体	9,181	42.0	38.6	29.6	27.8	24.3	22.9	19.4	19.0	18.8	17.8	17.6	16.6	16.0	15.8	15.5	14.8	13.5	13.5	13.4	11.9	10.4	9.8	9.4	7.2	6.3	4.7	4.7	4.1
コンテンツ鑑賞系	3,690	100.0	43.0	36.6	41.7	34.8	28.1	30.2	26.7	30.6	25.3	23.3	16.2	21.2	22.3	22.9	23.5	17.3	16.0	13.8	12.5	14.6	12.8	11.3	10.6	9.8	7.2	7.1	4.4
旅行系	3,920	46.8	100.0	47.0	33.1	35.7	34.5	32.7	21.4	17.4	30.1	22.7	21.0	23.9	22.6	16.4	21.4	15.6	18.9	18.1	19.5	14.6	14.6	10.5	11.6	6.4	6.5	6.4	6.5
グルメ系	2,626	51.9	61.3	100.0	33.7	45.8	32.9	29.3	24.8	21.6	33.6	27.1	20.1	30.6	27.8	18.4	23.0	16.5	18.8	17.5	17.6	19.2	15.1	11.9	13.5	9.0	8.5	7.9	6.6
読書系	2,637	62.8	45.9	35.8	100.0	32.9	33.6	37.6	26.1	29.4	26.7	22.8	17.9	22.5	21.4	19.2	24.2	21.1	18.7	17.2	13.0	12.9	18.5	10.0	12.0	9.9	5.6	7.1	6.1
お買い物系	2,056	60.1	56.7	55.8	37.7	100.0	34.5	32.9	27.2	28.1	38.3	30.2	20.0	26.9	43.3	24.5	24.5	19.3	20.4	16.8	16.9	27.0	16.4	12.1	16.2	9.9	10.6	11.2	6.2
歩く系	2,419	51.6	58.3	42.5	40.9	36.6	100.0	35.2	24.5	22.4	32.1	27.1	24.9	25.8	24.8	15.5	20.1	19.5	25.5	23.7	22.4	14.7	15.9	11.6	16.1	9.0	7.9	8.3	8.7
鑑賞系	1,934	65.5	65.2	44.7	54.1	41.2	41.6	100.0	32.5	24.9	34.7	31.6	19.4	25.5	31.6	21.9	38.5	27.0	21.9	21.6	19.4	19.1	21.5	10.6	16.0	10.7	9.2	11.3	9.8
音楽・パフォーマンス系	1,708	59.1	43.4	38.6	38.2	34.8	29.5	33.2	100.0	23.8	28.0	27.2	18.7	21.8	26.0	23.2	27.5	22.5	18.7	17.9	15.0	19.1	15.9	10.2	13.5	10.7	10.0	10.9	6.9
デジタルゲーム系	1,195	68.2	35.6	34.0	43.5	36.2	27.2	25.6	24.0	100.0	22.5	27.1	21.1	21.4	20.0	26.0	15.0	20.2	18.4	12.6	12.7	13.6	13.0	16.3	10.0	20.9	9.1	7.8	4.9
リラクセス系	1,664	59.8	65.2	55.9	41.8	52.3	41.3	37.8	29.9	23.8	100.0	31.2	23.2	31.9	34.7	22.1	27.2	20.2	28.0	20.5	21.3	26.8	21.1	12.7	23.3	10.3	11.9	14.1	9.2
生き物・ペット系	1,676	55.4	49.6	45.3	35.9	41.5	35.1	34.7	29.2	28.9	31.5	100.0	21.1	25.1	27.5	21.5	22.2	22.7	20.5	22.8	19.3	19.7	14.4	12.4	15.3	9.7	10.1	12.1	6.6
スポーツ系	1,452	41.0	48.7	35.8	30.0	29.2	34.2	22.6	21.4	23.9	24.9	22.4	100.0	25.7	21.5	14.5	15.3	11.8	31.5	16.2	24.2	11.3	14.2	15.3	11.7	11.9	9.7	6.6	8.2
お酒系	1,504	55.6	57.6	56.5	39.1	40.9	36.9	30.9	25.8	25.2	35.4	27.7	26.7	100.0	28.5	16.5	21.6	14.9	24.9	19.0	23.1	17.8	14.9	19.3	16.0	14.6	11.5	7.9	8.8
ファッション系	1,194	59.3	55.3	52.1	37.8	66.6	35.9	38.8	31.3	23.8	39.1	30.8	22.7	28.9	100.0	25.5	27.6	19.5	28.2	17.5	18.0	43.4	18.0	11.7	20.4	10.6	12.3	13.9	7.6
推し活系	1,001	61.9	40.7	35.1	34.4	38.3	22.9	27.3	28.4	31.5	25.3	24.4	15.5	17.0	25.9	100.0	30.5	18.9	16.0	10.1	11.4	22.5	15.8	11.0	12.4	10.8	9.5	9.5	7.2
舞台鑑賞系	1,362	66.6	55.8	46.0	45.6	40.2	31.1	50.4	35.3	19.1	32.7	26.4	17.2	23.4	29.4	32.1	100.0	21.1	20.8	15.5	15.3	20.3	19.5	9.7	15.5	8.7	11.1	12.1	10.3
クラフト・創作系	1,313	53.5	44.5	35.9	43.5	34.7	32.9	38.7	31.5	28.1	26.5	29.6	14.4	17.6	22.7	21.6	23.0	100.0	17.1	33.1	18.9	14.7	22.7	7.6	14.0	10.0	7.7	13.1	10.2
トレーニング系	1,168	49.6	53.8	41.1	38.5	36.7	43.1	31.5	26.3	25.6	36.9	26.8	38.7	29.6	32.9	18.4	22.8	17.2	100.0	18.8	25.9	21.5	19.2	14.3	21.7	12.4	11.7	9.1	10.5
菜園・DIY系	1,611	43.1	52.0	38.5	35.6	30.4	40.3	31.2	25.4	17.7	27.1	29.9	20.0	22.6	20.5	11.7	17.0	33.4	18.9	100.0	23.4	11.6	19.2	11.5	14.5	7.9	7.6	8.2	11.2
アウトドア系	1,127	44.3	63.2	43.9	30.4	34.7	43.1	31.7	24.0	20.2	31.9	28.8	33.8	31.2	24.0	14.9	19.0	21.6	29.5	26.5	100.0	12.8	17.3	15.0	15.6	13.1	11.0	11.4	11.6
ビューティー系	691	59.0	54.0	54.5	34.4	63.0	32.3	35.5	34.9	24.6	45.8	33.3	18.0	27.4	65.9	33.6	28.8	19.2	27.9	15.0	14.5	100.0	20.0	9.5	26.5	9.6	15.4	19.0	7.4
お勉強系	855	54.8	57.4	45.6	52.6	40.5	37.1	42.5	30.7	25.0	38.2	25.9	24.1	24.4	28.9	25.1	29.4	31.4	26.5	26.2	20.9	21.3	100.0	12.0	23.2	12.9	12.4	15.8	16.0
ギャンブル系	795	50.5	43.0	37.5	29.7	31.3	28.2	21.9	20.7	32.9	24.1	23.4	27.2	32.9	19.7	18.2	15.4	11.1	20.6	16.5	18.9	10.5	12.5	100.0	11.9	23.1	14.6	8.0	10.3
ヘルシー・ウェルネス系	603	61.5	61.9	55.4	46.2	54.5	51.2	43.0	35.5	26.2	57.6	37.4	27.0	35.5	44.8	26.8	31.8	26.4	40.7	27.0	25.7	38.3	31.5	15.5	100.0	14.0	15.6	22.7	15.1
オフラインゲーム系	417	65.7	39.0	42.1	43.7	38.2	32.8	33.0	32.3	62.5	29.2	27.3	31.3	37.2	26.5	26.8	20.5	21.5	26.7	17.0	24.6	15.9	20.0	34.4	16.1	100.0	17.4	13.9	13.9
交流・出会い系	311	64.6	52.9	53.7	33.2	54.5	38.6	37.7	40.2	36.5	44.8	37.8	34.1	39.2	41.3	31.3	34.7	22.1	33.7	21.8	27.8	34.0	25.8	29.0	23.9	23.2	100.0	23.0	18.8
占い・スピリチュアル系	381	63.9	52.7	49.6	42.2	58.2	40.5	46.5	44.1	31.4	53.3	45.3	23.3	27.1	46.8	31.4	38.1	37.7	26.3	23.3	28.7	42.2	33.1	15.9	34.9	18.6	23.1	100.0	17.1
ボランティア系	403	45.2	61.5	47.9	41.9	37.2	49.1	46.6	32.3	22.8	40.2	28.7	33.6	34.7	29.6	27.6	37.4	33.9	34.8	37.0	33.8	18.9	38.5	23.7	26.7	21.5	21.8	19.8	100.0

■ 60%以上 ■ 50%~60% ■ 40%~50%

- ・ AIを使って自由記述回答（平均2.2個/人）をジャンル選択肢（P. 17参照）に振り分け、一緒に回答されやすい組み合わせのランキングを作成。

※ランキング化にあたり、回答数の偏りの影響（回答数が多いジャンルの影響と、出現が少なすぎる“一緒に回答される組み合わせ”）を除く操作を実施。

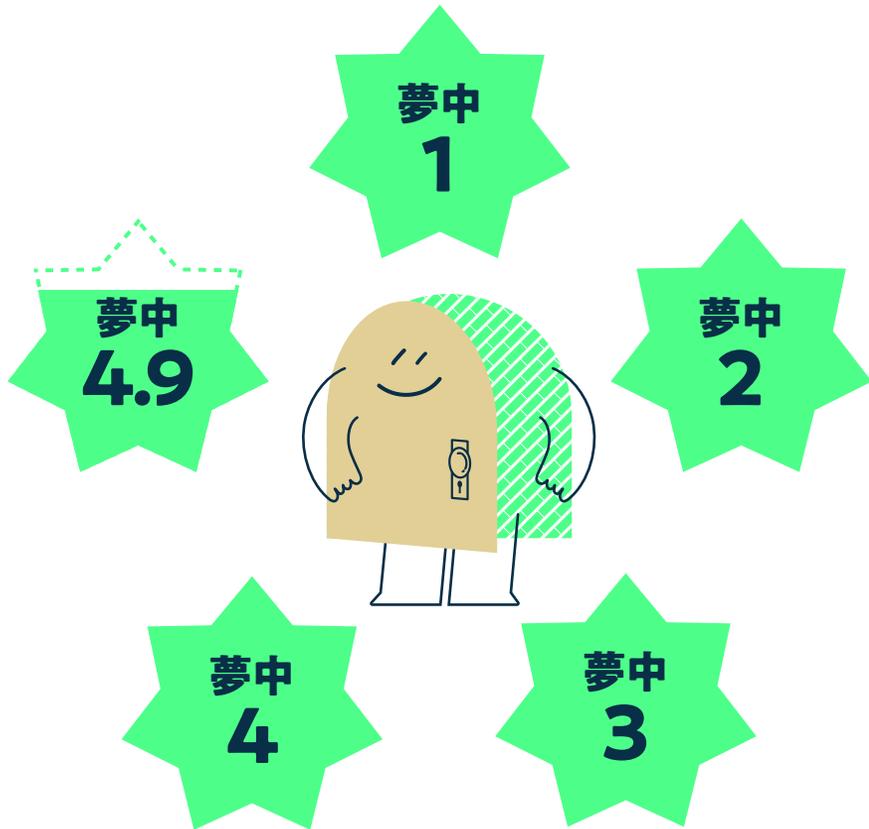
SC2 ここからは、「とても好きで、そのためにある程度時間をかけているものごとがある」と、お答えいただいたあなたの「好きなものごと」についてお伺いします。（該当のものごとをイメージしながらお答えください）あなたの「好きなものごと」の具体的な内容（カフェ巡りをする、映画館で映画を観る等）として、思い浮かぶものを全てお知らせください。以下の記入欄に思いつく順にお書きください。※空欄を10個提示

1	 お買い物系	×	歩く系 	8	 グルメ系	×	リラックス系 	15	 コンテンツ鑑賞系	×	ファッション系 
2	 お買い物系	×	グルメ系 	9	 グルメ系	×	交流・出会い系 	16	 歩く系	×	読書系 
3	 舞台鑑賞系	×	鑑賞系 	10	 お買い物系	×	コンテンツ鑑賞系 	17	 コンテンツ鑑賞系	×	読書系 
4	 お酒系	×	グルメ系 	11	 鑑賞系	×	読書系 	18	 クラフト・創作系	×	菜園・DIY系 
5	 オフラインゲーム系	×	読書系 	12	 クラフト・創作系	×	鑑賞系 	19	 デジタルゲーム系	×	読書系 
6	 グルメ系	×	歩く系 	13	 トレーニング系	×	歩く系 	20	 コンテンツ鑑賞系	×	鑑賞系 
7	 歩く系	×	鑑賞系 	14	 グルメ系	×	旅行系 				

# 「夢中生活」データ

## 4.9個人

※好きなものごとのジャンルとして、選んだ選択肢の個数の平均

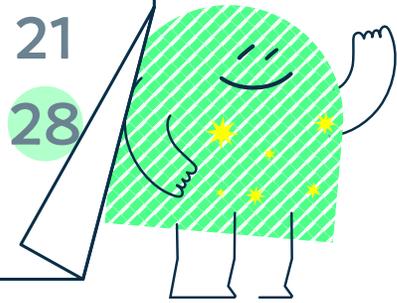


## CALENDAR

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

## 18回/月

※1人の回答者の上位3つ(以内)の夢中ジャンルのうち、最も頻度が高いもの1つの平均



## 3.4万円/月

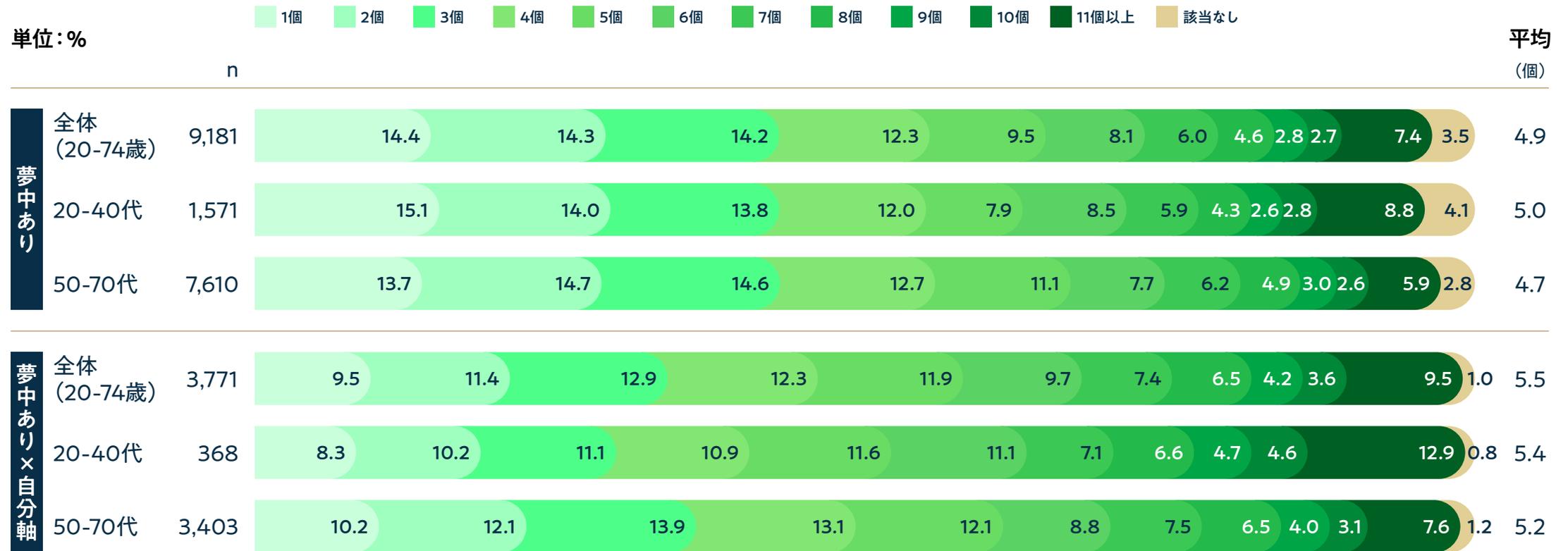
※1人の回答者の上位3つ(以内)の夢中ジャンルのうち、最も金額が高いもの1つの平均



# Part 1 | 夢中の個数

- ・「夢中」がある人全体における、好きなものごとのジャンル(=夢中)の平均個数は4.9個。
- ・「自分軸の夢中」がある人全体における平均個数は5.5個で、「夢中」な人よりもやや多い。

SC3 以下の様々なジャンルの中で、あなたの「好きなものごと」として該当するものはどれですか。それぞれあてはまるものをお選びください。/[1]あてはまるもの(すべて)

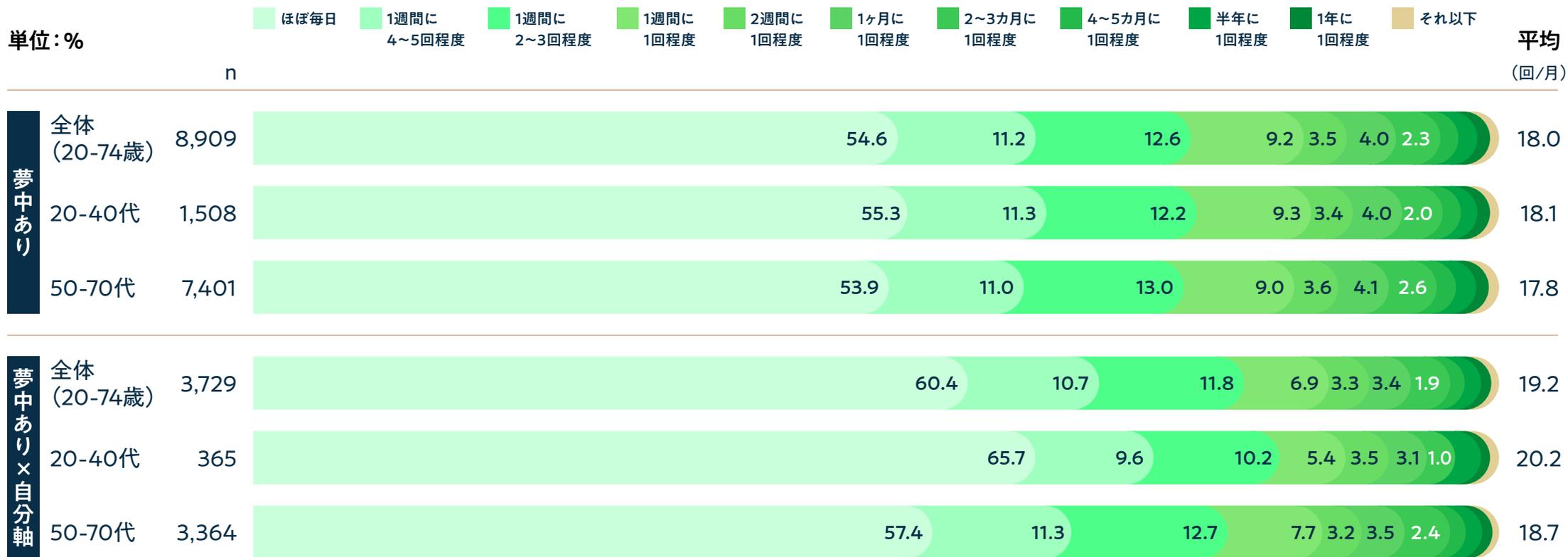


※夢中ありベース

# Part 1 | 夢中にかかる頻度・時間・お金

- ・「夢中」なものごと1ジャンルあたりに取り組む頻度は、平均18.0回/月(4.5回/週)。
- ・「ほぼ毎日」取り組む人が、夢中あり全体の54.6%。

SC4 先ほど以下に該当する「好きなジャンル」をお選びになりましたが、それぞれの「好きなものごと」に関して、どのくらいの頻度で取り組んでいますか。



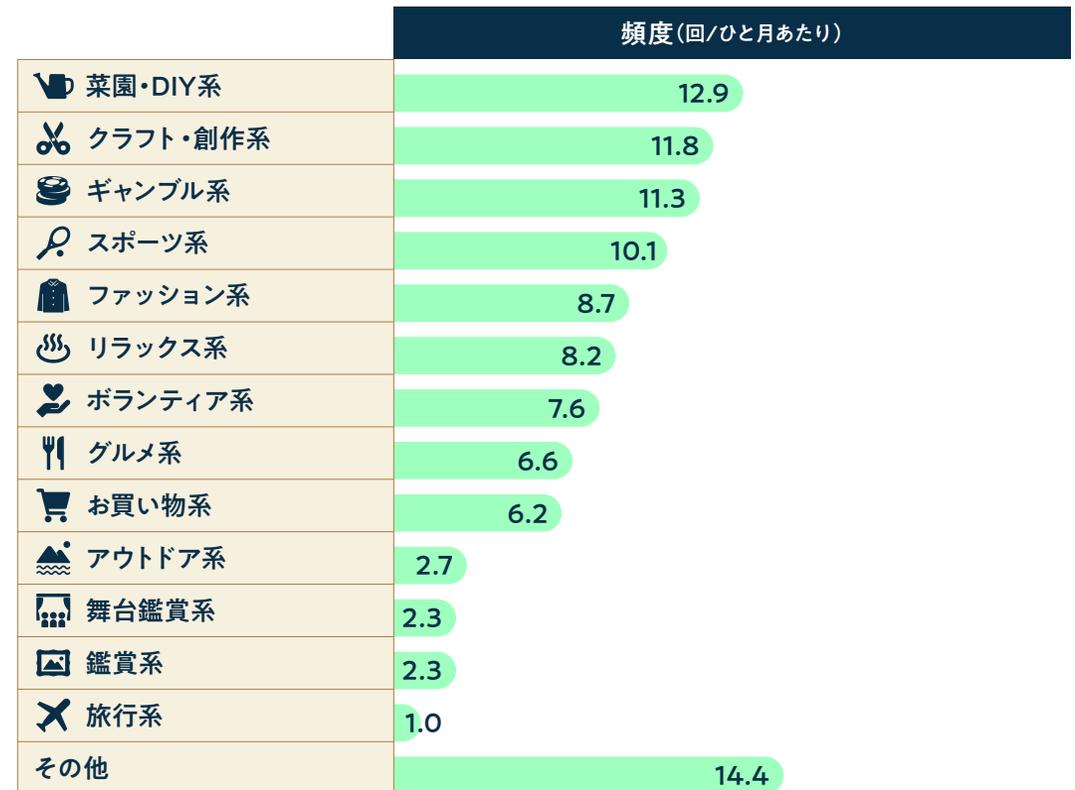
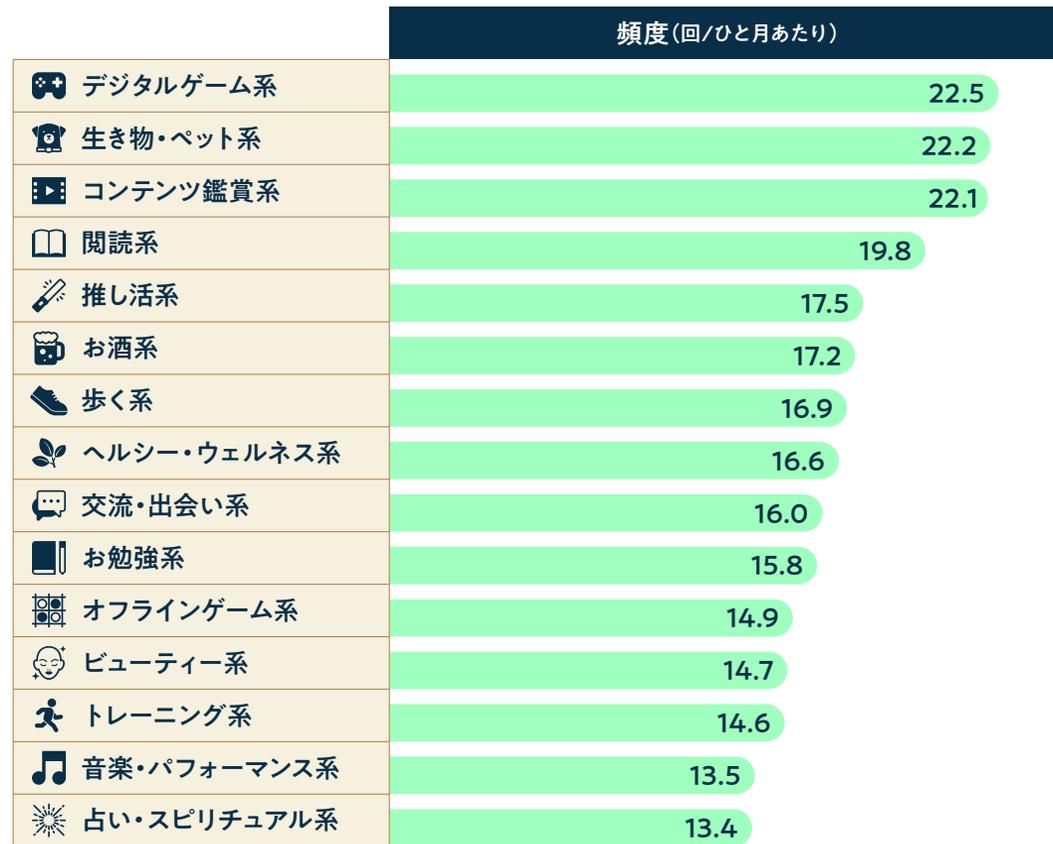
※SC3.2 夢中ジャンル3LAいずれか回答者ベース

※回答者1人につき、好きなジャンルの上位3つ(以内)について回答した中で、最も頻度が高かったジャンル1つを用いて集計

# Part 1 | 夢中にかかる頻度・時間・お金(ジャンル別)

・ジャンル別の頻度を見ると、上位は「デジタルゲーム系 🎮 (22.5回/月)」「生き物・ペット系 🐾 (22.2回/月)」「コンテンツ鑑賞系 📺 (22.1回/月)」。

SC4 先ほど以下に該当する「好きなジャンル」をお選びになりましたが、それぞれの「好きなものごと」に関して、どのくらいの頻度で取り組んでいますか。



# Part 1 | 夢中にかかる頻度・時間・お金

- ・「夢中」なものごと1ジャンルあたりにかける時間は、平均5.8時間/回。
- ・「夢中あり」全体の上位は「2-3時間程度(30.5%)」と「12時間以上(22.6%)」で、かける時間にばらつきが見られる。

SC5 先ほど以下に該当する「好きなジャンル」をお選びになりましたが、それぞれの「好きなものごと」に取り組む日は、一回につきどのくらいの時間をかけているか教えてください。



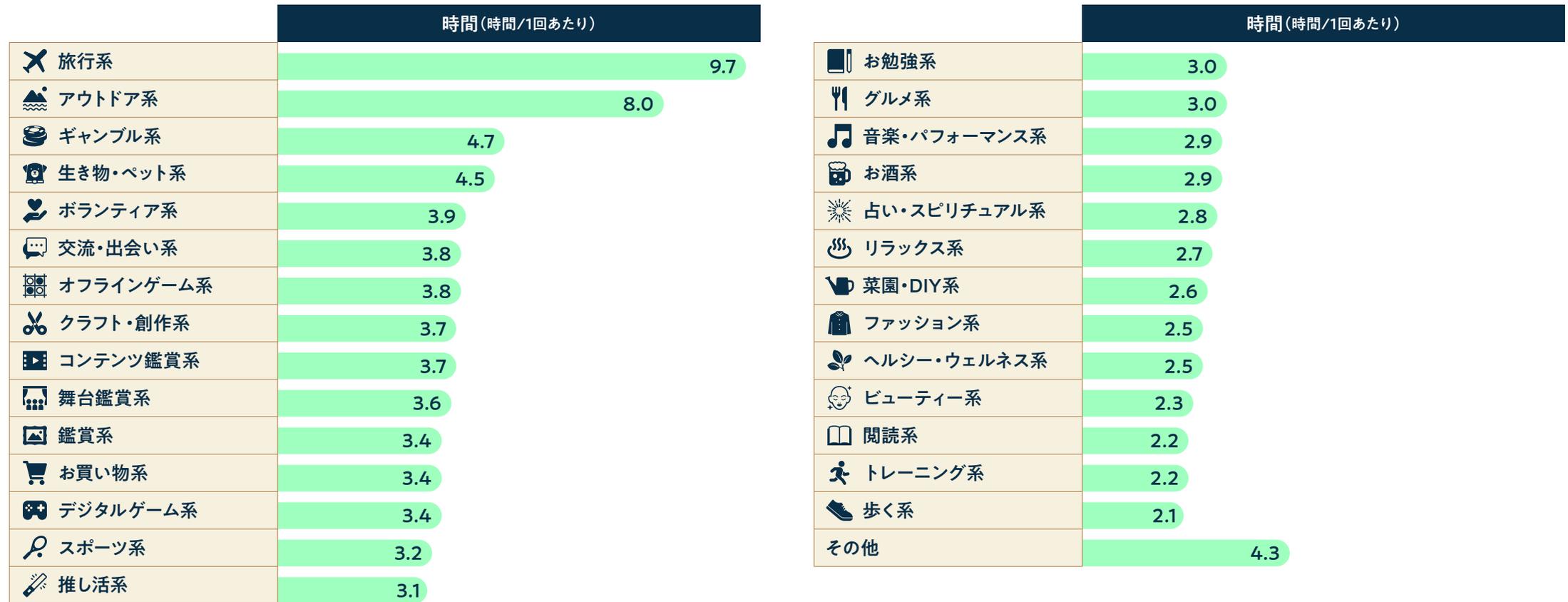
※SC3.2 夢中ジャンル3LAいずれか回答者ベース

※回答者1人につき、好きなジャンルの上位3つ(以内)について回答した中で、最も時間が長かったジャンル1つを用いて集計

# Part 1 | 夢中にかかる頻度・時間・お金(ジャンル別)

・ジャンル別の時間を見ると、上位は「旅行系 ✈️(9.7時間/回)」「アウトドア系 🏕️(8.0時間/回)」「ギャンブル系 🎰(4.7時間/回)」。

SC5 先ほど以下に該当する「好きなジャンル」をお選びになりましたが、それぞれの「好きなものごと」に取り組む日は、一回につきどのくらいの時間をかけているか教えてください。

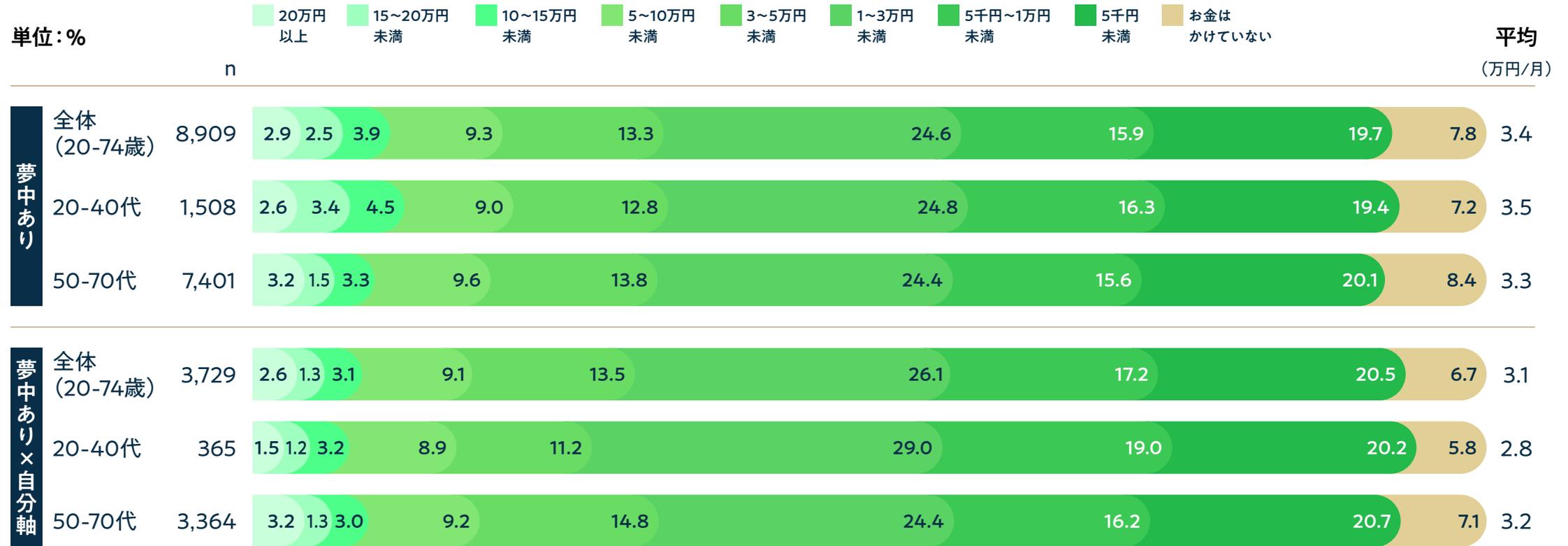


# Part 1

## 夢中にかかる頻度・時間・**お金**

- ・「夢中」なものごと1ジャンルあたりにかけるお金は、平均3.4万円/月。
- ・「自分軸の夢中」がある人全体における平均は、3.1万円/月。

SC6 引き続きお伺いします。それぞれ、ひと月あたりにかける金額をお選びください。



※SC3.2 夢中ジャンル3LAいずれか回答者ベース

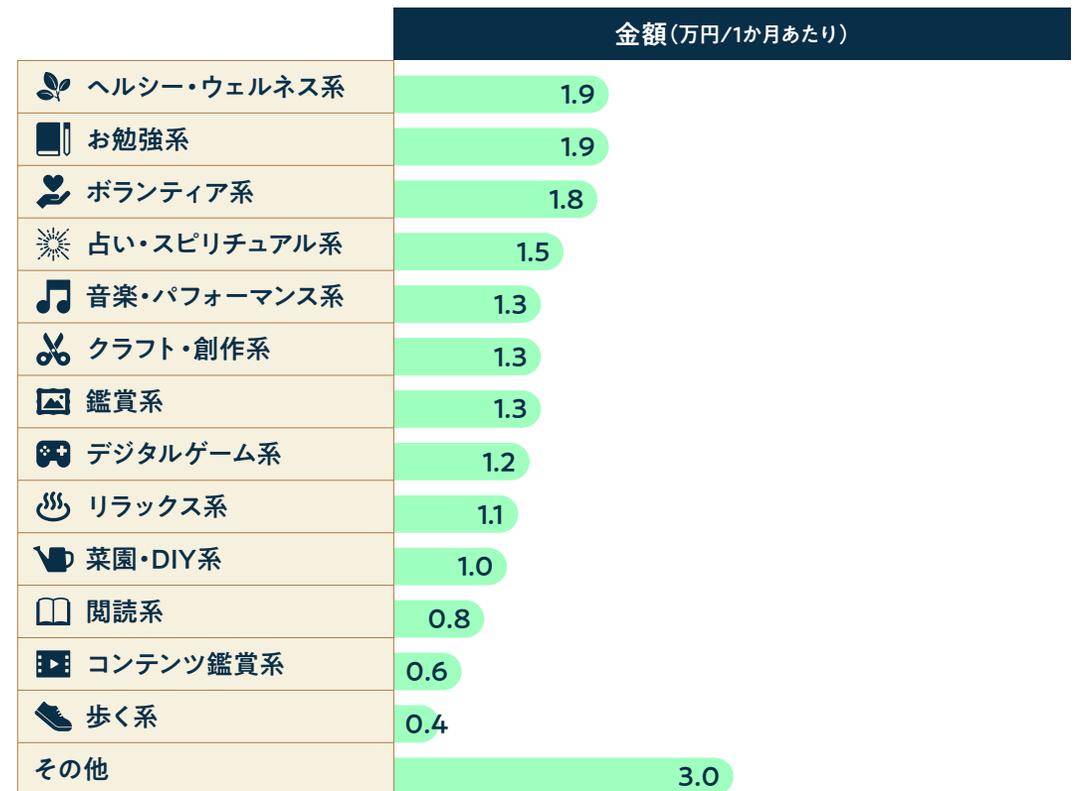
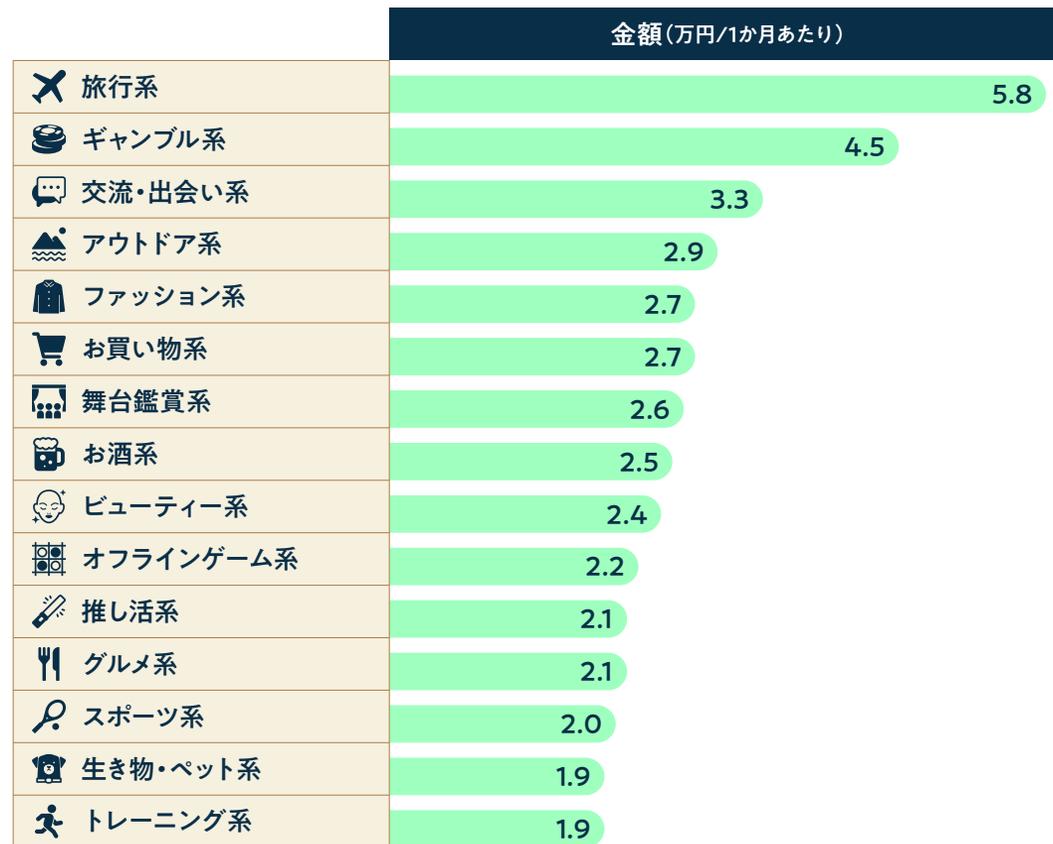
※回答者1人につき、好きなジャンルの上位3つ(以内)について回答した中で、最も金額が高かったジャンル1つを用いて集計

# Part 1

## 夢中にかかる頻度・時間・**お金**(ジャンル別)

・ジャンル別のお金を見ると、上位は「旅行系 ✈️(5.8万円/月)」「ギャンブル系 🎰(4.5万円/月)」「交流・出会い系 💬(3.3万円/月)」。

SC6 引き続きお伺いします。それぞれ、ひと月あたりにかける金額をお選びください。



# Part 1

## 夢中にかける頻度・時間・お金(一覧)

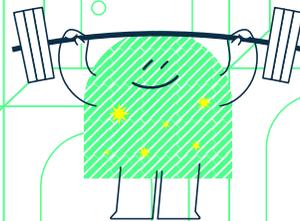
n = 9,181

	コンテンツ鑑賞系	旅行系	読書系	グルメ系	デジタルゲーム系	スポーツ系	推し活系	音楽・パフォーマンス系	生き物・ペット系	歩く系	クラフト・創作系	お買い物系	菜園・DIY系	お酒系	トレーニング系	アウトドア系	舞台鑑賞系	ギャンブル系	鑑賞系	リラククス系	ファッション系	お勉強系	ビューティー系	オフラインゲーム系	ボランティア系	交流・出会い系	ヘルシー・ウェルネス系	占い・スピリチュアル系
出現率 ※上位3つ以内に限定 (%)	25.7	24.2	15.3	14.9	11.5	10.5	10.3	9.7	8.4	8.2	7.9	7.2	6.9	6.8	6.5	6.1	5.8	5.5	5.3	5.3	4.9	3.6	3.6	2.1	1.3	1.2	1.2	1.0
頻度:平均 (回/月)	22.1	1.0	19.8	6.6	22.5	10.1	17.5	13.5	22.2	16.9	11.8	6.2	12.9	17.2	14.6	2.7	2.3	11.3	2.3	8.2	8.7	15.8	14.7	14.9	7.6	16.0	16.6	13.4
時間:平均 (時間/回)	3.7	9.7	2.2	3.0	3.4	3.2	3.1	2.9	4.5	2.1	3.7	3.4	2.6	2.9	2.2	8.0	3.6	4.7	3.4	2.7	2.5	3.0	2.3	3.8	3.9	3.8	2.5	2.8
金額:平均 (万円/月)	0.6	5.8	0.8	2.1	1.2	2.0	2.1	1.3	1.9	0.4	1.3	2.7	1.0	2.5	1.9	2.9	2.6	4.5	1.3	1.1	2.7	1.9	2.4	2.2	1.8	3.3	1.9	1.5

1位-9位 10-19位 20-28位

Part 1 「夢中」についての定量調査

# 夢中のチカラ





「夢中」や「自分軸の夢中」を持つ人のくらしや価値観について、  
以下のどれが当てはまるでしょうか？

生活が充実している

幸せ・人生に前向き

つながりがある・  
孤独じゃない

挑戦したい・  
自己効力感が高い

歳を重ねることに前向き

貢献したい・役に立ちたい



正解は、  
全部!

「夢中」や「自分軸の夢中」を持つ人のくらしや価値観について、  
以下のどれが当てはまるでしょうか?

生活が充実している

幸せ・人生に前向き

つながりがある・  
孤独じゃない

挑戦したい・  
自己効力感が高い

歳を重ねることに前向き

貢献したい・役に立ちたい

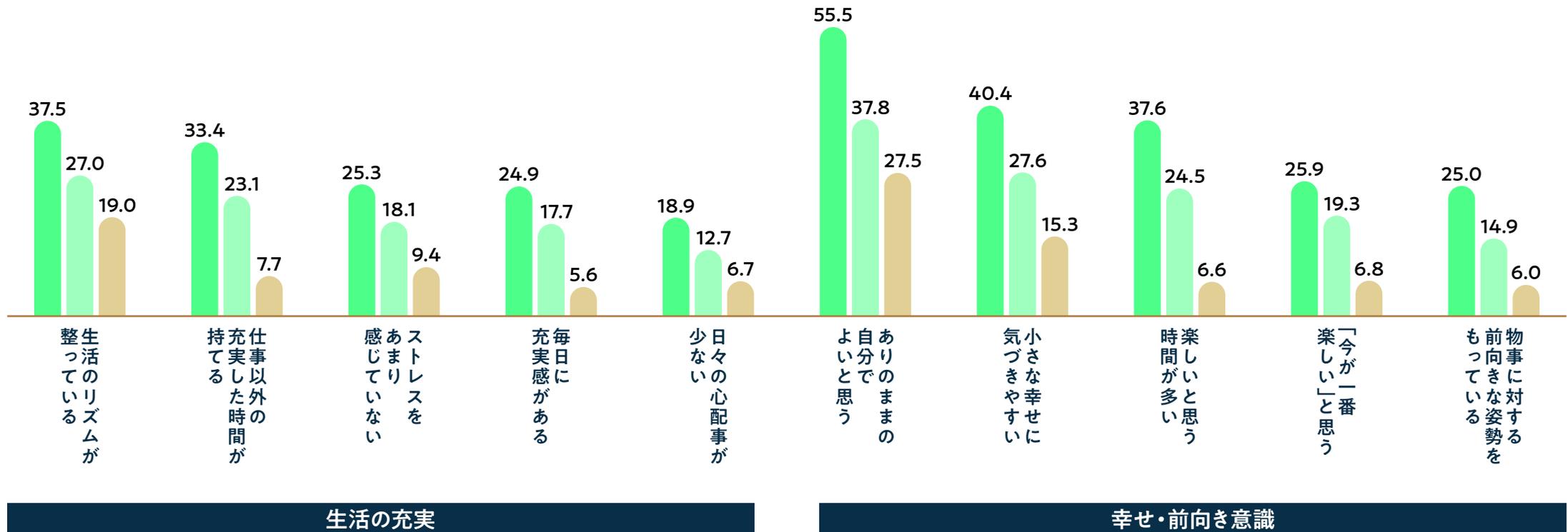
# Part 1 | 暮らしのあり方やものごとの捉え方

- ・ ウェルビーイングに関わる「暮らしのあり方やものごとの捉え方」について様々な角度から質問を行なったところ、全般的に「夢中あり」の方が「夢中なし」よりもスコアが高いという結果が得られた。
- ・ さらに、「夢中あり×自分軸」においては、よりスコアが高くなる傾向が見られた。

SC7 今のあなたの状態や考え方についてお伺いします。以下について、ご自身の当てはまると思うものをすべてお選びください。

単位：%

■ 夢中あり×自分軸 (n=3,771)   ■ 夢中あり (n=9,181)   ■ 夢中なし (n=8,819)

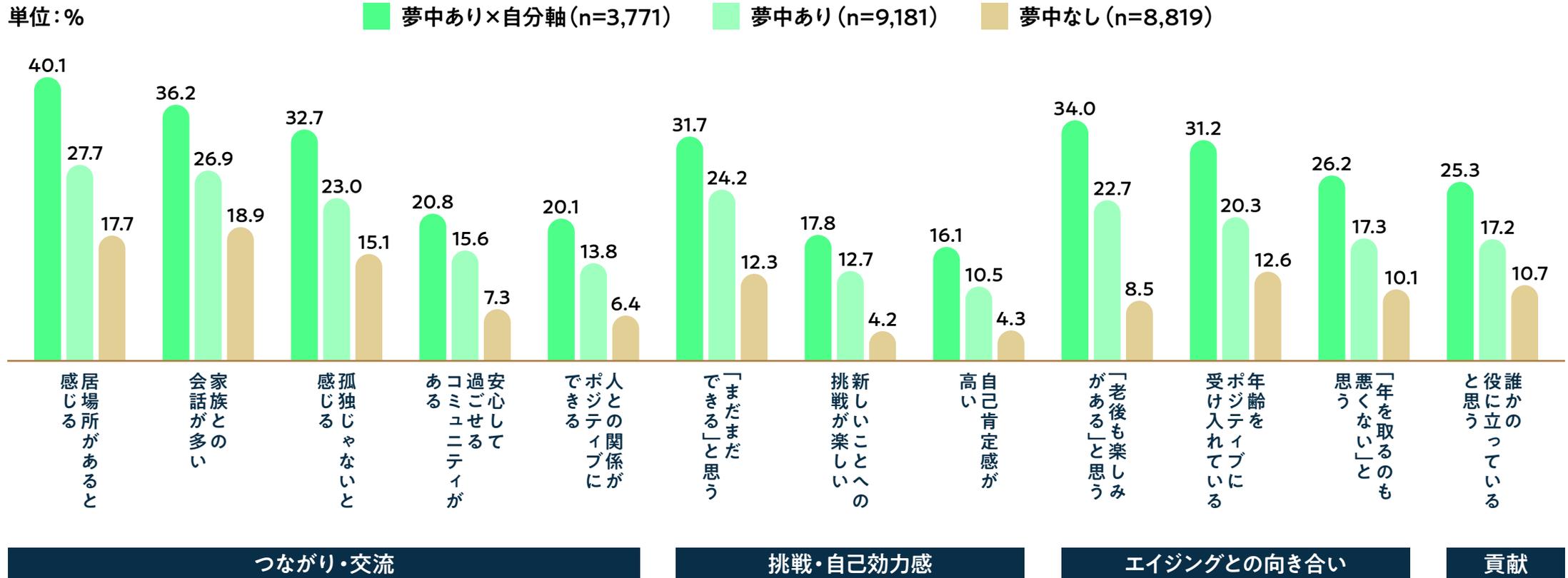


生活の充実

幸せ・前向き意識

- ・「つながり・交流」「挑戦・自己効力感」「エイジングとの向き合い」「貢献」に関わる項目でも、前ページと同様に、「夢中×自分軸」「夢中あり」「夢中なし」の順に、スコアが高いという結果が得られた。

SC7 今のあなたの状態や考え方についてお伺いします。以下について、ご自身の当てはまると思うものをすべてお選びください。



# Part 1 | 暮らしのあり方やものごとの捉え方(世代比較)

- ・「20-40代」と「50-70代」を比較すると、50-70代の方が、「夢中あり」「夢中あり×自分軸」いずれもスコアが高い傾向が見られた。
- ・つまり、「夢中」や「自分軸の夢中」がある50-70代は、同様の若い世代よりもさらに生活が充実し、つながりも多く、年齢をポジティブに受け入れ、幸せ・前向き意識や自己効力感が高いという可能性が見出された。

SC7 今のあなたの状態や考え方についてお伺いします。以下について、ご自身の当てはまるところをすべてお選びください。

単位:%	n	生活の充実					幸せ・前向き意識					つながり・交流					挑戦・自己効力感			エイジングとの向き合い			貢献
		生活のリズムが整っている	仕事以外の充実した時間が持てる	ストレスをあまり感じていない	毎日に充実感がある	日々の心配事が少ない	ありのままの自分でよいと思う	小さな幸せに気づきやすい	楽しいと思う時間が多い	「今が一番楽しい」と思う	物事に対する前向きな姿勢をもっている	居場所があると感じる	家族との会話が多い	孤独じゃないと感じる	安心して過ごせるコミュニティがある	人との関係がポジティブにできる	「まだまだできる」と思う	新しいことへの挑戦が楽しい	自己肯定感が高い	「老後も楽しみがある」と思う	年齢をポジティブに受け入れている	「年を取るのも悪くない」と思う	誰かの役に立っていると思う
全体(20-74歳)	18,000	23.1	15.6	13.8	11.8	9.8	32.8	21.6	15.8	13.2	10.5	22.8	23.0	19.1	11.5	10.2	18.4	8.6	7.5	15.8	16.5	13.8	14.0
夢中なし	8,819	19.0	7.7	9.4	5.6	6.7	27.5	15.3	6.6	6.8	6.0	17.7	18.9	15.1	7.3	6.4	12.3	4.2	4.3	8.5	12.6	10.1	10.7
夢中あり	9,181	27.0	23.1	18.1	17.7	12.7	37.8	27.6	24.5	19.3	14.9	27.7	26.9	23.0	15.6	13.8	24.2	12.7	10.5	22.7	20.3	17.3	17.2
夢中あり×自分軸	3,771	37.5	33.4	25.3	24.9	18.9	55.5	40.4	37.6	25.9	25.0	40.1	36.2	32.7	20.8	20.1	31.7	17.8	16.1	34.0	31.2	26.2	25.3
20-40代	3,000	18.1	15.1	9.4	11.3	6.8	24.8	17.2	14.4	13.1	7.5	18.2	21.2	15.6	11.9	8.8	16.2	8.1	7.0	9.6	10.4	11.1	10.2
夢中なし	1,429	14.7	7.6	5.8	5.8	3.7	19.2	12.1	6.4	6.9	3.9	13.5	17.6	12.1	7.6	5.5	9.6	4.3	4.1	5.4	7.1	7.8	7.9
夢中あり	1,571	21.2	22.0	12.8	16.4	9.8	29.9	22.0	21.9	18.8	10.9	22.6	24.7	18.9	16.0	11.9	22.3	11.6	9.6	13.4	13.5	14.2	12.3
夢中あり×自分軸	368	29.9	35.3	16.9	24.0	14.8	47.8	34.6	37.8	26.0	20.0	37.2	40.1	28.6	24.2	17.6	31.3	15.9	14.2	19.2	22.1	22.3	19.5
50-70代	15,000	28.2	16.2	18.4	12.3	12.8	41.1	26.1	17.2	13.3	13.6	27.5	24.8	22.8	11.1	11.7	20.7	9.0	8.0	22.2	22.8	16.6	18.0
夢中なし	7,390	23.2	7.8	12.9	5.3	9.8	36.0	18.6	6.9	6.6	8.1	21.9	20.2	18.1	7.0	7.3	15.0	4.0	4.4	11.6	18.1	12.4	13.6
夢中あり	7,610	33.2	24.3	23.8	19.1	15.8	46.0	33.5	27.3	19.8	19.0	33.1	29.2	27.3	15.1	15.8	26.3	13.9	11.4	32.6	27.4	20.7	22.3
夢中あり×自分軸	3,403	41.8	32.4	29.9	25.4	21.2	59.7	43.7	37.4	25.8	27.8	41.7	34.0	35.0	18.8	21.5	31.9	18.8	17.1	42.3	36.3	28.4	28.6

■ 全体比10pt以上 ■ 5pt以上 ■ 5pt以下 ■ 10pt以下



「自分軸の夢中」がある人は  
ウェルビーイング度も高い!



# Part 1 | ウェルビーイングの測定について

ウェルビーイング研究において個人のウェルビーイングを測定する際には、その人の人生や生き方に対する満足度や心の状態に対する主観的な評価を測定することが多く、それらを「主観的ウェルビーイング」と呼んでいます。

本調査では、主観的ウェルビーイングを測定するために、幸福研究の先駆者であるエド・ディーナーらが開発した以下の2種類の尺度（主観的ウェルビーイング①）と、「World Happiness Report（世界幸福度報告書）」などにおいて世界中で測定されている、「キャントリルのハシゴ（Cantril Ladder / Cantril Self-Anchoring Striving Scale）」と呼ばれる、生活の満足度を立っているハシゴの位置にたとえる尺度（主観的ウェルビーイング②）を用いました。

## 主観的ウェルビーイング①の概要

### 人生満足度尺度（Satisfaction with Life Scale）

心理学者のエド・ディーナーらが1985年に発表した、主観的ウェルビーイングを測定する代表的な尺度。

Diener et al. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49 (1), 71–75.

#### 質問項目

私はこれまで、自分の人生に求める大切なものを得てきた

私は自分の人生に満足している

私の人生は、とてもすばらしい状態だ

ほとんどの面で、私の人生は理想に近い

もう一度人生をやり直せるとしても、ほとんど何も変えないだろう

### フラリッシュ尺度（Flourishing Scale）

同じくエド・ディーナーらが2009年に発表した尺度。人生の充実を、人間関係、自己肯定感、人生の目的、楽観性など細分化した項目で測定する。

Diener et al. (2009). New measures of well-being: Flourishing and positive and negative feelings. *Social Indicators Research*, 39, 247–266.

#### 質問項目

私は日々の活動に熱心に取り組み、関心を持っている

私は目的を持って有意義な人生を送っている

私は良い人間であり、良い人生を送っている

自分の未来について楽観的である

私の社会におけるつながりは、サポートと充実感をもたらしてくれる

私は自分にとって重要な活動において、能力があり有能である

私は周りから尊重されている

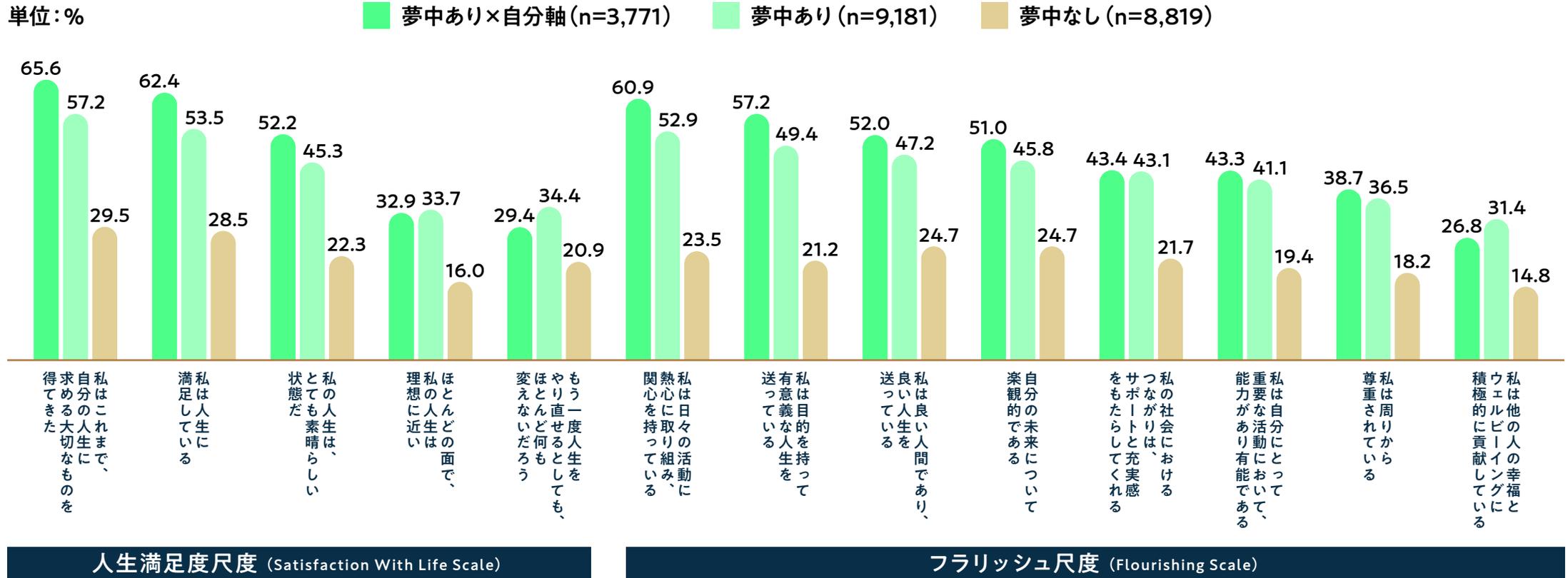
私は他の人の幸福とウェルビーイングに積極的に貢献している

参照: 渡邊 淳司・ドミニク・チェン. (2023). ウェルビーイングのつくりかた「わたし」と「わたしたち」をつなぐデザインガイド. BNN.

# Part 1 | 主観的ウェルビーイング①

- 主観的な人生の満足度や充実度を測る「人生満足度尺度」と「フラリッシュ尺度」の測定結果を、質問項目別に「夢中あり×自分軸」「夢中あり」「夢中なし」で比べたところ、「夢中あり×自分軸」「夢中あり」は、「夢中なし」よりも概ね2倍程度（「夢中あり×自分軸」においては、ほとんどの項目で2倍以上）スコアが高いという結果が得られた。

SC9 あなたの考え方についてお伺いします。以下の項目について、あなたがもっとも当てはまると思うものをそれぞれお選びください。※各項目TOP3/7SDスコアを掲載（非常によく当てはまる／だいたい当てはまる／少し当てはまる／どちらともいえない／あまり当てはまらない／ほとんど当てはまらない／まったく当てはまらない）

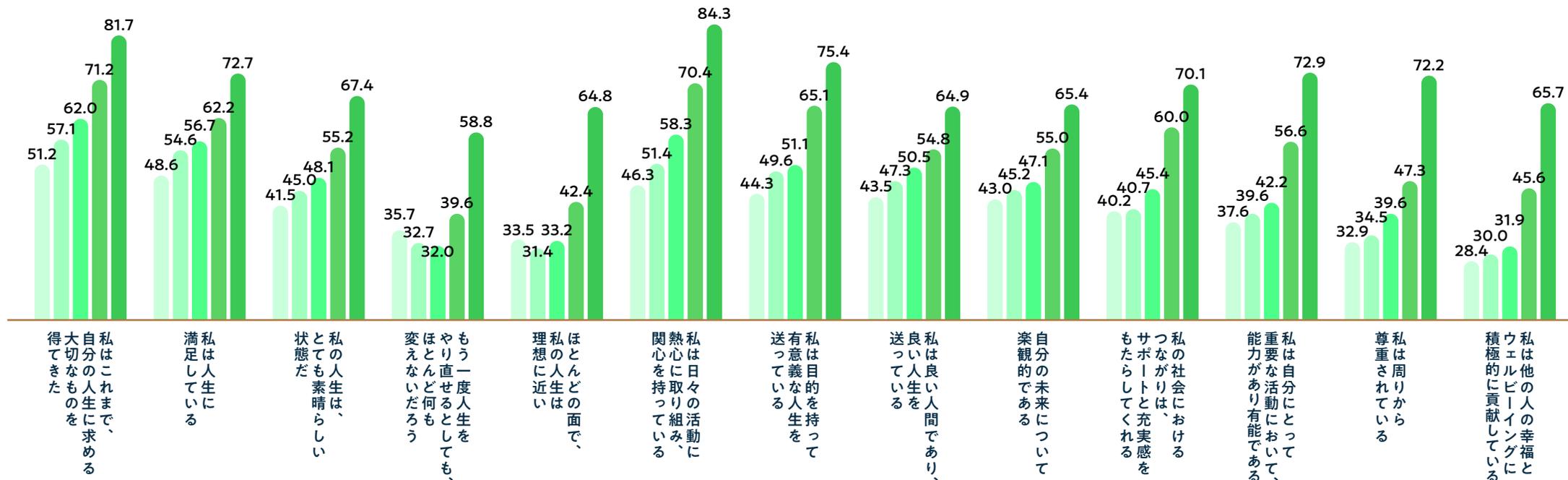


- ・また、「人生満足度」「フラリッシュ尺度」の項目別のスコアは、好きなものごと(夢中)のジャンルの個数が多いほど、比例して高くなるという傾向が見られた。

SC9 あなたの考え方についてお伺いします。以下の項目について、あなたがもっとも当てはまると思うものをそれぞれお選びください。※各項目TOP3/7SDスコアを掲載(非常によく当てはまる/だいたい当てはまる/少し当てはまる/どちらともいえない/あまり当てはまらない/ほとんど当てはまらない/まったく当てはまらない)

単位:%

1~2個(n=2,624) 3~5個(n=3,461) 6~10個(n=2,239) 11~15個(n=471) 16個以上(n=114)



人生満足度尺度 (Satisfaction With Life Scale)

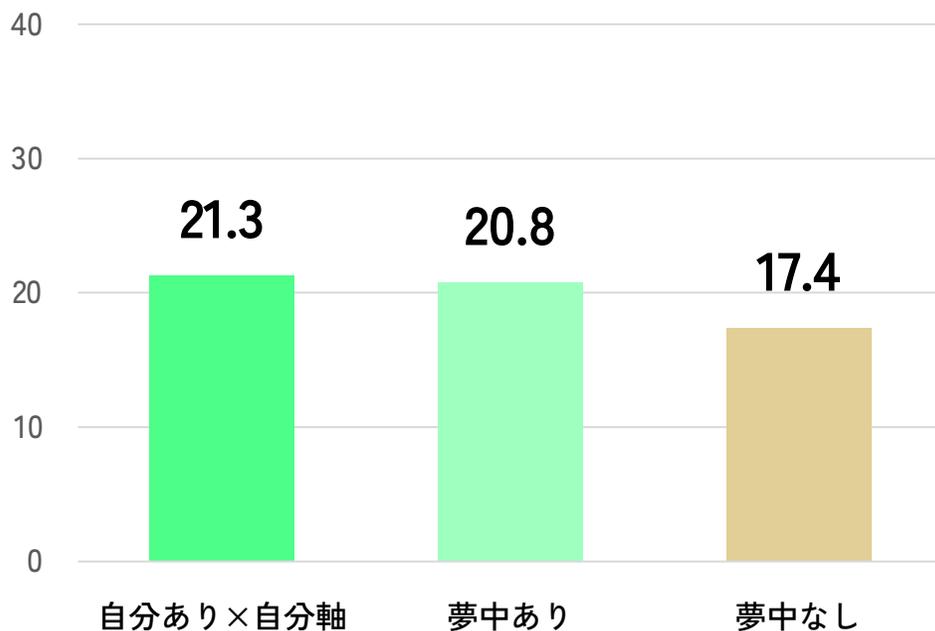
フラリッシュ尺度 (Flourishing Scale)

## Part 1 | 主観的ウェルビーイング① (スコア計算)

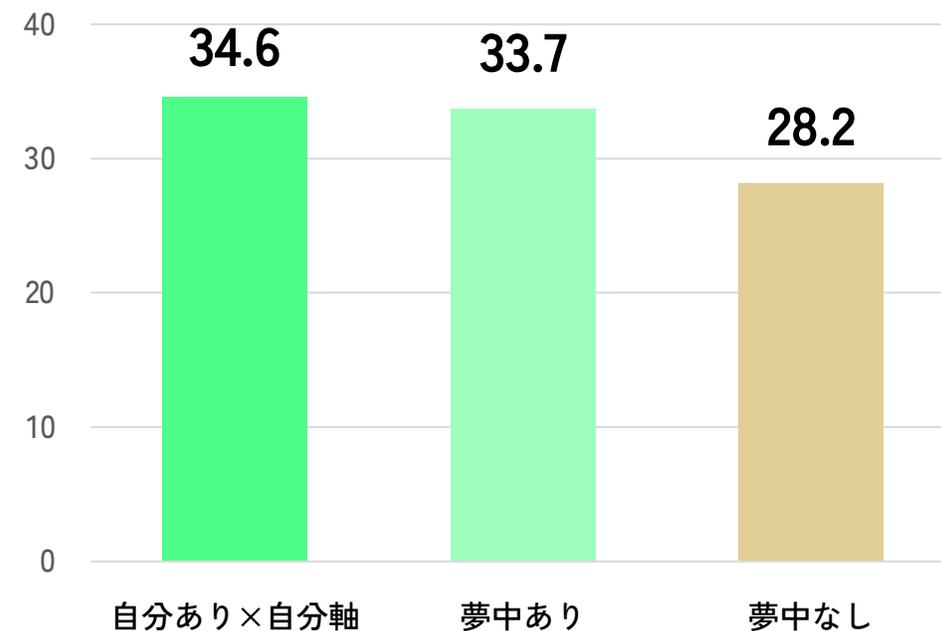
- 質問項目の個別のスコア比較に加えて、正規の計算方法に則って「人生満足度尺度 (SWLS)」 「フラリッシュ尺度 (FS)」それぞれのスコアを計算し、「夢中あり×自分軸」 「夢中あり」 「夢中なし」で比較を行った。
- 両尺度ともに「夢中あり×自分軸」のスコアが最も高く (SWLS 21.3点、FS 34.6点)、「夢中あり」がそこからわずかに (SWLS 0.5点、FS 0.9点) 下がり、「夢中あり」と「夢中なし」の間には SWLS 3.4点、FS 5.5点の差が見られた。

### 【スコア計算方法】

- 各質問項目に対する回答を以下のように点数化し、回答者 1人 1人の各尺度における合計点を算出した後、「夢中あり×自分軸」 「夢中あり」 「夢中なし」それぞれの平均点を算出。
- 非常によく当てはまる ... 7点 / だいたい当てはまる ... 6点 / 少し当てはまる ... 5点 / どちらともいえない ... 4点 / あまり当てはまらない ... 3点 / ほとんど当てはまらない ... 2点 / まったく当てはまらない ... 1点
- 人生満足度尺度 (質問項目数 5) : 最低 5点 - 最高 35点    • フラリッシュ尺度 (質問項目数 8) : 最低 8点 - 最高 56点



人生満足度尺度 (Satisfaction With Life Scale / SWLS)

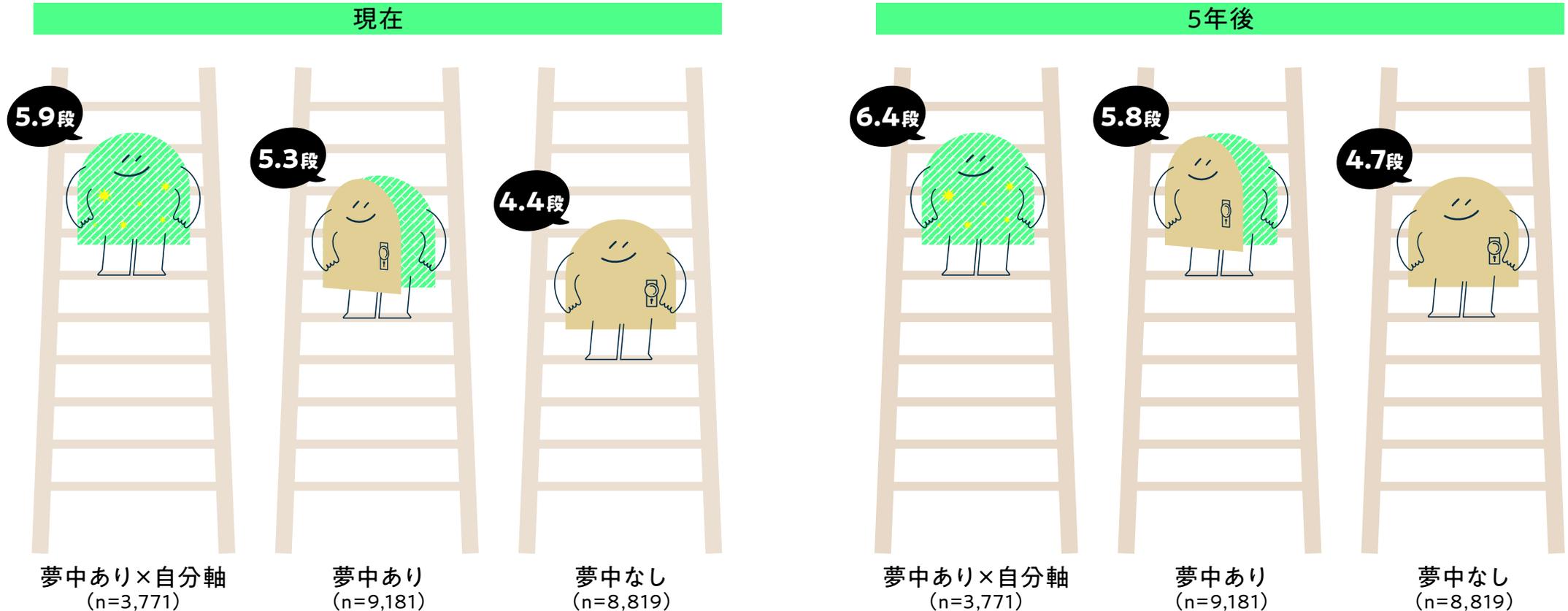


フラリッシュ尺度 (Flourishing Scale / FS)

## Part 1 | 主観的ウェルビーイング②

- ・「キャントリルのハシゴ」と呼ばれる生活の満足度を立っているハシゴの位置にたとえる尺度においても、「夢中あり×自分軸」「夢中あり」「夢中なし」の順に高い平均スコアが得られた。
- ・5年後にいる位置の見通しは、「夢中あり×自分軸」「夢中あり」で0.5段、「夢中なし」で0.3段上昇した。

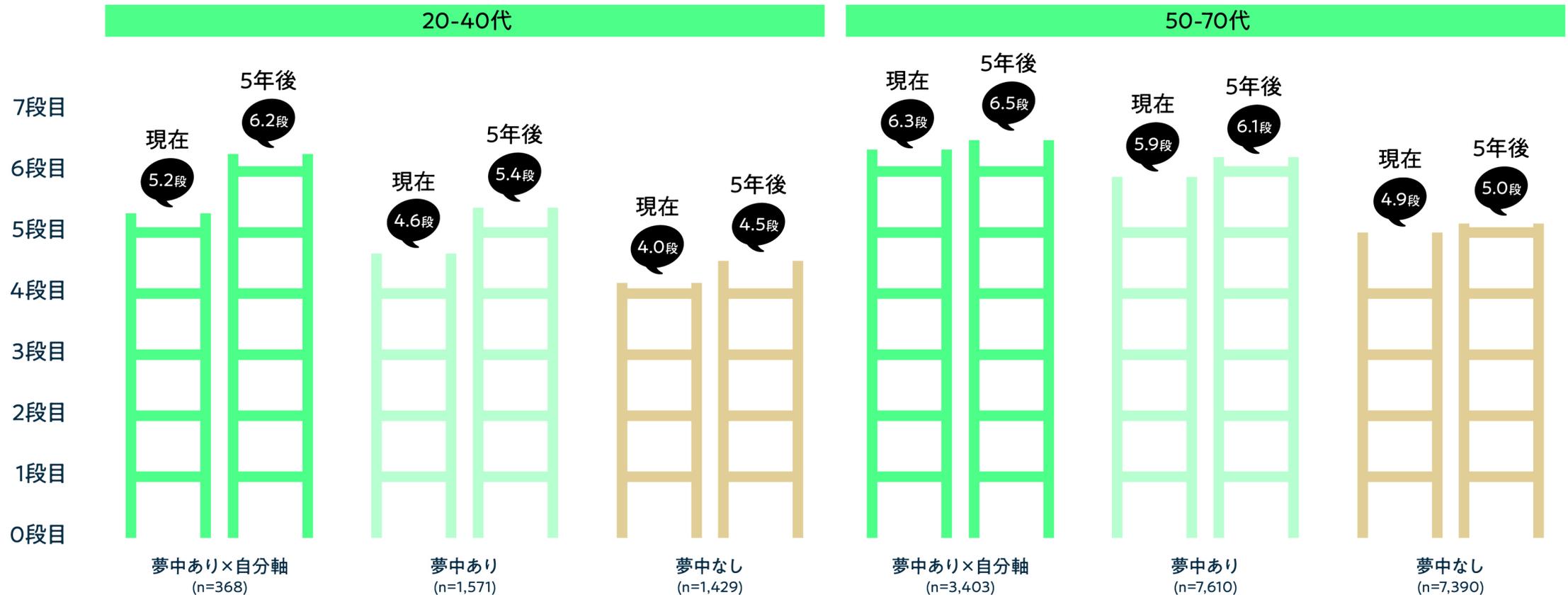
SC10 一番下は0、一番上には10と数字がついたハシゴを想像してください。一番上の10があなたにとって最も理想的な生活で、一番下の0が最悪の生活を表すと考えたときに、あなたは今現在、ハシゴのどの段に立っていると感じますか。また、あなたの想像では、5年後に自分はどの段に立っていると思いますか。あてはまるものをそれぞれお選びください。



# Part 1 | 主観的ウェルビーイング②(世代比較)

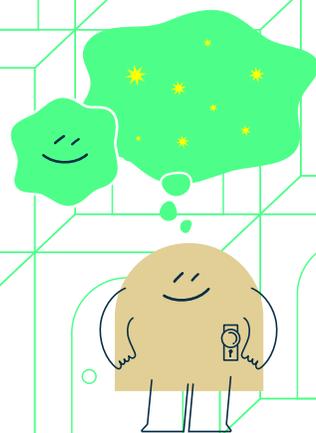
- ・ 現在から5年後にかけての生活満足度の上昇見通しの上がり幅を、「20-40代」と「50-70代」で比較したところ、「50-70代」は上がり幅が小さく(0.1-0.2段)、「20-40代」は相対的に大きい(0.5-1.0段)という結果が得られた。
- ・ また、20-40代においては、「夢中なし(上がり幅 0.5段)」よりも「夢中あり(0.8段)」「夢中あり×自分軸(1.0段)」の方が上がり幅が大きかった。

SC10 一番下は0、一番上には10と数字がついたハシゴを想像してください。一番上の10があなたにとって最も理想的な生活で、一番下の0が最悪の生活を表すと考えたときに、あなたは今現在、ハシゴのどの段に立っていると感じますか。また、あなたの想像では、5年後に自分はどの段に立っていると思いますか。あてはまるものをそれぞれお選びください。



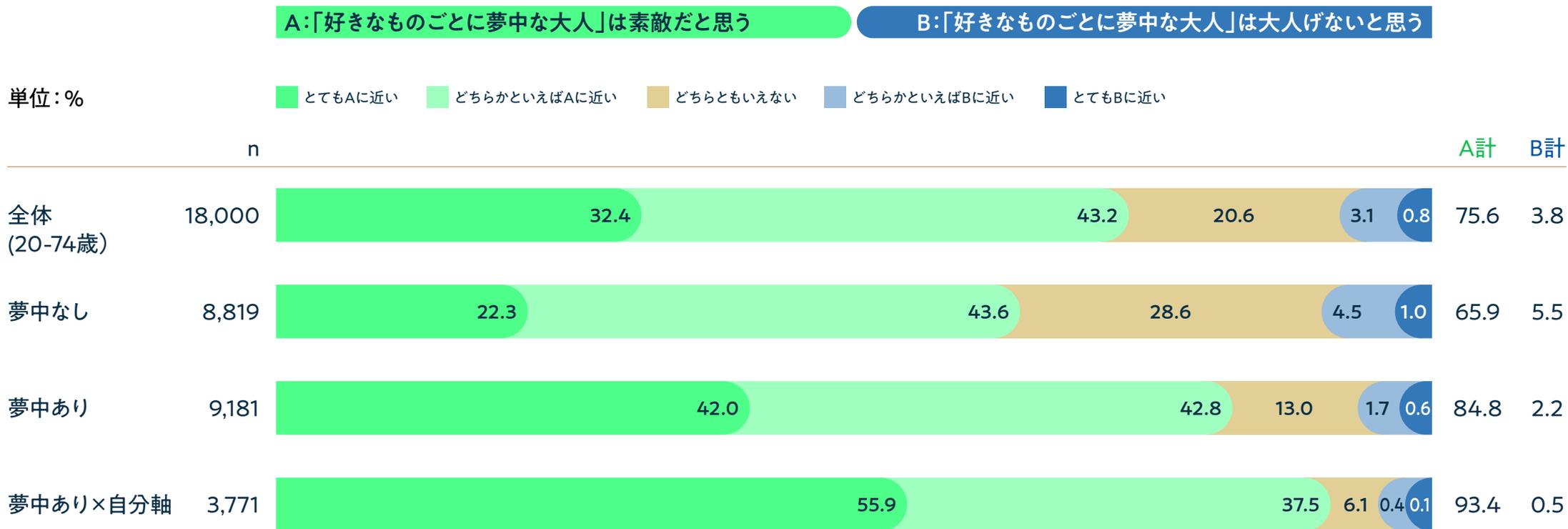
Part 1 「夢中」についての定量調査

# 「夢中な大人」に対する印象



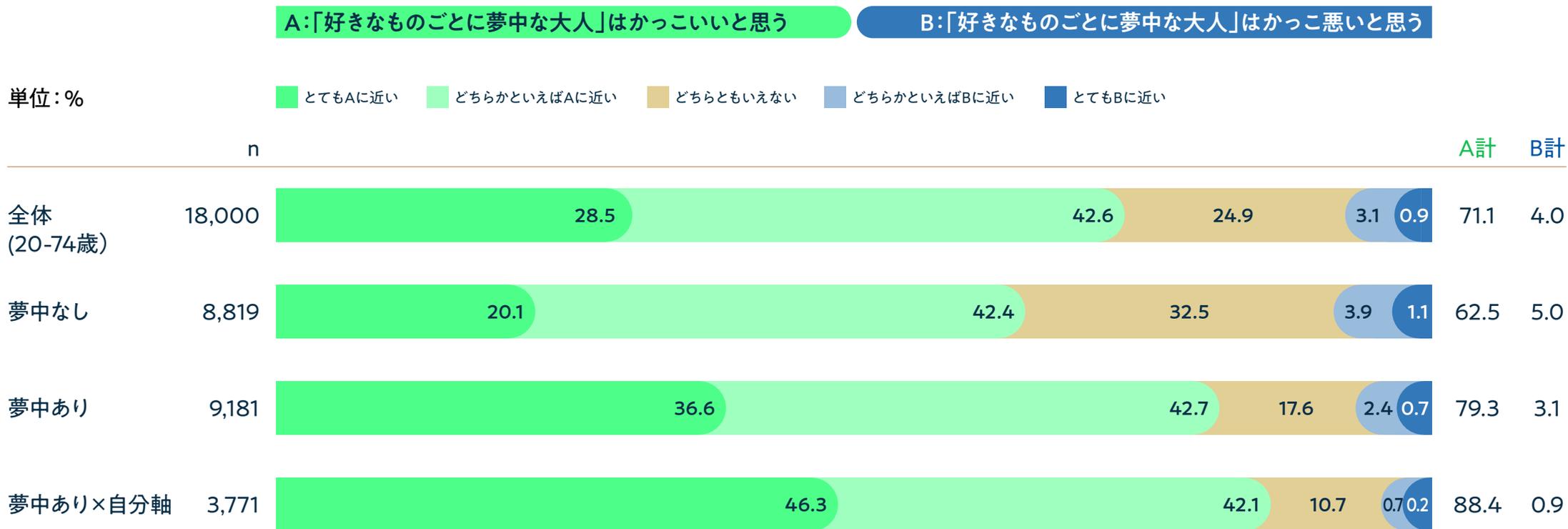
- ・ 20-74歳全体の回答において、「好きなものごとに夢中な大人」を「素敵だと思う」の合計は75.6%、「大人げないと思う」の合計は3.8%。  
「どちらともいえない」は20.6%で、「素敵だと思う」が多数派という結果が得られた。
- ・ 20-74歳全体の「夢中なし」層においても、65.9%が「素敵だと思う」と回答した。

SC11「好きなものごとに夢中であること」に対するあなたの意識・考え方として、以下の項目ごとにあてはまるものをお選びください。



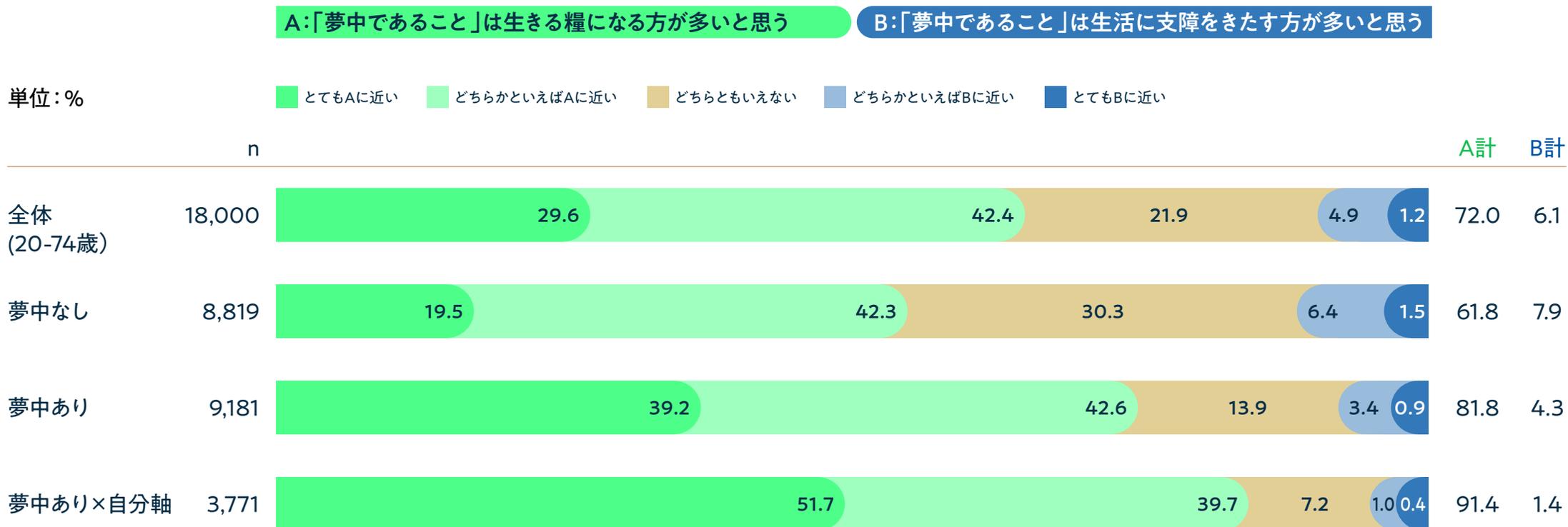
- ・ 20-74歳全体の回答において、「好きなものごとに夢中な大人」は「かっこいいと思う」の合計は71.1%、「かっこ悪いと思う」の合計は4.0%。  
「どちらともいえない」は24.9%で、「かっこいいと思う」が多数派という結果が得られた。
- ・ 20-74歳全体の「夢中なし」層においても、62.5%が「かっこいいと思う」と回答した。

SC11「好きなものごとに夢中であること」に対するあなたの意識・考え方として、以下の項目ごとにあてはまるものをお選びください。



- ・ 20-74歳全体の回答において、「夢中であること」は「生きる糧になる」の合計は72.0%、「生活に支障をきたす」の合計は6.1%。  
「どちらともいえない」は21.9%で、「生きる糧になる」が多数派という結果が得られた。
- ・ 20-74歳全体の「夢中なし」層においても、61.8%が「生きる糧になる」と回答した。

SC11「好きなものごとに夢中であること」に対するあなたの意識・考え方として、以下の項目ごとにあてはまるものをお選びください。



Part 1 「夢中」についての定量調査

# まとめ

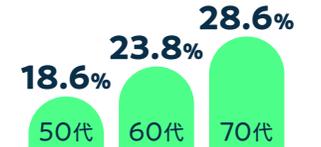


## 夢中な人のボリューム

**2人に1人** **20-74歳の51.2%** が  
**「夢中」** とても好きで、そのためにある程度時間をかけているものごと **を持っている**

「自分軸の夢中」がある人は、20-74歳の **17.3%**

年代が上がるほど、「自分軸の夢中」がある人の割合が高まる

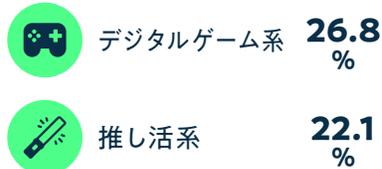


## 夢中の具体像

### 夢中のジャンル上位は



### 20-40代に特徴的に多いジャンルは



「夢中」がある人が持っている、夢中のジャンルの平均個数は

**4.9個**

### 1ジャンルあたりの平均は



※1人の回答者の上位3つ(以内)の夢中ジャンルのうち、頻度/時間/金額のそれぞれにおいて、最も数字が大きいもの1つの平均

### 50-70代に特徴的に多いジャンルは



ジャンル別の上位は



## 夢中のチカラ

### くらしのあり方やものごとの捉え方

「生活の充実」「幸せ・前向き意識」

「つながり・交流」「挑戦・自己効力感」

「エイジングとの向き合い」「貢献」の全般において、

**「夢中あり」の人は「夢中なし」の人よりも顕著に**

**スコアが高かった。**

また、「夢中あり×自分軸」の人は、そこからさらに

**スコアが高かった。**

### 主観的ウェルビーイング①

ウェルビーイング研究で広く用いられている

主観的ウェルビーイングを測る尺度

(人生満足度尺度、フラリッシュ尺度)に

おいては、質問項目別に見ると、

**「夢中あり」「夢中あり×自分軸」の人は、**

**ほとんどの項目で「夢中なし」の人よりも**

**概ね2倍程度のスコアだった。**

### 主観的ウェルビーイング②

生活満足度を立っているハシゴの位置にたとえる

尺度(キャントリルのハシゴ)においても、スコアの平均値は

「夢中あり×自分軸」

5.9  
段目

「夢中あり」

5.3  
段目

「夢中なし」

4.4  
段目

の順だった。

## 「夢中な大人」に対する印象

好きなものごとに夢中な大人を  
「素敵だと思う」人は

合計

**75.6%**

好きなものごとに夢中な大人を  
「カッコいいと思う」人は

合計

**71.1%**

夢中であることは  
「生きる糧になることが多い」  
と思う人は

合計

**72.0%**

Part 2 「観音」の  
インターネットの

## インタビュー概要

## 「夢中」とは何か？ どのようにして新たな「夢中」を見つけていくのか？について 有識者とともに探求する

本パートでは、「夢中」の定量調査とあわせ、「夢中とは何なのか？」について  
さまざまな研究者や専門家の視点で語っていただくことで、研究における重要なヒントを探していきます。

京都市立芸術大学  
谷川嘉浩先生



### インタビュー目的

夢中に似た「衝動」という概念を軸に、  
大人の夢中の見つけ方について考える

### インタビュー日

2025年3月19日(水)

### プロフィール

1990年生まれ。京都市在住の哲学者。京都大学  
大学院人間・環境学研究科博士後期課程修了。  
博士(人間・環境学)。現在、京都市立芸術大学  
美術学部デザイン科特任講師。企業との協働も  
しばしば。

### インタビュー目的

雑誌『クウネル』の読者層である「マチュ  
ア世代\*」の“ときめき”を軸に、若者と50  
代以上の「夢中」の違いについて考える

### インタビュー日

2025年4月10日(木)

### プロフィール

1989年マガジンハウス入社。『ポパイ』編集部、  
『ブルータス』編集部などを経て、2013年に『&  
Premium』創刊編集長に。2023年12月から常務取  
締役第1編集局 局長兼『クウネル』編集部 編集長。

『クウネル』編集長  
芝崎信明氏



\*マチュア世代:50代~60代の成熟した大人を指す言葉。語源となった英語「Mature」は、「成熟した・  
熟した」といった意味を持っている。

# I 没頭しやすいが注意を分散する刺激が多く 流動的な時代に、 大人が新たに夢中を見つけることは 可能なのか？

京都市立芸術大学  
美術学部デザイン科  
谷川嘉浩先生



京都市立芸術大学講師で哲学を研究している谷川先生の著書『人生のレールを外れる衝動の見つけ方』では、夢中に似た「衝動」という概念についてまとめられています。先生は、衝動を「モチベーションなどの合理的な言葉では説明しきれない、心の奥底から沸々と湧いている欲望」と定義づけています。「衝動」から「夢中」を紐解くべく、お話を伺いました。

語るに値しない日常など存在しない。  
何かを拾い上げる「感受性」がなくなっている危機感

—衝動の研究のきっかけについて教えてください。

理由は2つあります。私は大学勤めなのですが、学生は3回生あたりから就職を意識し始め、徐々に「様子」が変わっていくんですよ。芸大だと一般の大学よりも、多くの学生が表現したいことや挑戦したい気持ちを持っている。それでも、就活の自己分析やインターン経験、周囲からの期待によって、芸術やデザインを志した人が、就活を通して「平凡」になる。そういう不思議な変化を何度も見てきたんです。もう一つは、以前、高校生の塾に勤めていたときの雑談です。運動会や文化祭など大きなイベントがある高校生たちは、最初はうまいこと喋るのですが、そのうちネタが尽きて、何も話せなくなってしまうんです。本当は何もない

ことなんてないんですよね。何かを拾い上げる感受性が働いていないだけで。「今日塾に来る前にコンビニに寄って、久々に買った白熊アイスが美味しかった」で十分いい。そういう日常の場面が本当は尊重されるべきなのに、他人の期待を勝手に先回りして「語るに値しないこと」だと考えてしまう。この2つの事例、どちらもよくないことだと思っているんです。「役に立つ」とか「世間がそう動いている」とかではない原動力を語る言葉を、哲学的に洗練させたいと思っていました。それが、日常の中で感受性を働かせながら「衝動」を見つけるのが大事だという議論につながっていくわけです。

—他者から見たらキラキラはしていないかもしれないけれど、日常の中で自分にとって大事なことが衝動。これは、「自分軸の夢中」にも共通しますね。

今は「没頭しやすい」時代。  
夢中には「摩擦」が必要

—夢中は「楽しい」だけで成り立つのでしょうか。夢中に「苦しみ」は必要だと思いますか？

ソーシャルゲームやSNSで「時間が溶ける」とよく言われるように、没頭は簡単に生まれます。「フロー」と呼ばれる没頭そのものは、珍しいことではないんです。ただ、適度な難しさがあって練習や試行錯誤ができるほうが、努力する分、より没頭しやすいし、記憶にも残りやすい。でも、人間の認知をうまく利用すれば、努力抜きに人を没頭させることができる。それをやっているのがアプリやウェブサイトです。

情報技術は、認知的な負荷を減らし、フリクション（摩擦）を減らして、できるだけスムーズに物事を進める方向に進化していて、その上で私たちを「没頭」させている。

でも、こんな夢中でも何でもないわけです。没頭させられているだけで。活動を通じて自分の自己像を書き換えたり、思った以上に自分のリソースを投入する必要が出てくるほど、努力や手間をかける「摩擦」に満ちた状況でこそ、むしろ夢中は生じると考えた方がいいんじゃないでしょうか。夢中って充実した体験に伴うものですよね。だから、後からその体験を語る時、どれくらいのエピソードを思い出せるかという視点も大事だと思います。充実した体験は、思い出しなくなるタイミングが何度もあるし、思い出せる内容も多い。でも、SNSへの没頭ではそうはいきませんよね。

中年期のアイデンティティ危機と  
「夢中」には親和性を感じる

—大人（50歳以降）になってからも、夢中を見つけられると思いますか？

一般に、年齢を重ねると「自分はこうだ」という像を壊すのは難しいので、感受性がいつも通りにしか働かなくなりやすい。

でも、人生には何度か不安が高くなる時期がしばしばありますよね。思春期とか、就活とか。不安が高い時期は、自己像が揺らぐタイミングでもあります。大人の場合、もしかすると結婚や離婚、退職の経験は、それに相当するのかもしれません。

—40代、50代になって、時間の捉え方が変わり、成長が永遠ではないことや、人生の終わりが見えてくる。そういった揺らぎのタイミングで、これまで比較的安定していた人生が退職を機に多様化していく中、アイデンティティの危機が訪れることがあります。そんな中で、「好き」に向き合い、掘り下げることは、中年期の大人にとってプラスに働かうのかもしれませんがね。

### 「夢中」を見つけるために、 まずは一人で自己との対話を行う

#### —夢中はどのように見つけたらいいのでしょうか？

自分の好きなものについて考えるとき、私たちは無意識に空気を読んで、人に共感されやすいものを挙げがちです。同調的な思考に陥らないために、他人との対話で自己理解を深めるのは、時期を選んだ方がいいと思います。なので、まずは自分自身に話を聞く「セルフインタビュー※」を試すのはどうでしょうか。好きをリスト化するというより、自分の好き嫌いに備わっている規則性やパターンを発見するイメージでインタビューしていきます。

### 「夢中」の深掘りには情報を提供し 導いてくれる他者の存在が重要

#### —夢中を探索していく中で、他者の存在についてはどのようにお考えでしょうか？

私は群れから外れることを肯定するを言いがちですが、実際には本当に一人だけだと持続しづらいですよね。哲学だってそうで、哲学仲間がいるからやっているといるところは。だから、ネットのつながりを否定する必要はないし、仲間との接点もあった方がいいです。それに、スキューバダイビングをするとき「あのスポットがどう」といった情報が大切ですね。コミュニティにいないと、そういう情報網にはアクセスしづらい。仮に情報自体はネットにあったとしても、その情報を妥当な仕方では評価するには、やはり専門的なコミュニティを頼る方がいいですね。

※セルフインタビュー：色々な質問を自分に投げかけ、自分が何を特に楽しみ、何を特に避けたいと思っているかをつまびらかにすること。

### 「夢中」の手始めは 「失敗により違いに気づく」ことから

#### —他にも夢中を見つけるためのポイントはありますか？

新しい「夢中」に取り組む際、重要なのは「失敗」だと思えます。どんな活動もちょっとした違いに気づくことで成り立っていると思うからです。例えば、コーヒー。産地や煎り方などによって味が異なります。その違いをわかったふりをするのは簡単ですが、本当に体感するのは難しいものです。ただそういった解像度が上がっていくと、コーヒーの世界の見え方が変わってもっと楽しくなる。「違いが分からないから分からない、楽しくない」というのはあると思います。だからこそ、失敗を気にせず、「分からない状況」を許容できる環境があるといいですね。浅煎りと深煎りを並べて見比べ、「こっちが浅煎り」とか言って間違える、みたいなことは大事な気がします。それを馬鹿にするんじゃないでね。それから、大げさな違いを感じることも、感受性を鍛える上で有効です。明らかに違う事例に触れたり、時にはすごく悪いものに触れたりすると、「あ、これは全然違う」って思える。最初は些細な違いを示されても、なかなか理解できませんからね。

—家庭菜園やDIYなど、全てが腐ってしまったら、全然実らなかつたりといった大きな失敗が見えやすい活動は、取り組みやすいのかもしれませんがね。

### 物語は世界の見方。 一つを繰り返し見て「見る目を鍛える」ことで 「夢中」に取り憑かれる

—WOWOWの提供する「エンタメ」に関連づけて、「物語」と「夢中」との関係性についてどのようにお考えでしょうか？  
物語は「世界の見方、理解の仕方」のパターンだと思うので、まったく物語ゼロで生きていく人はいないと思います。

物語には因果関係があり、「こうなったからこうなる」というパターン自体は誰も持っているものです。特に海外の強力な宗教風土では、実際に聖書を読んでいなくても、そこから影響を受けた物語のパターンが社会に流通していたりします。日本では特定の信仰を持たない人が多く、宗教が満たすことのできない物語への渴望を、エンタメの物語が満たしているところはありますよね。

一部のこともかもしれませんが、最近、演劇や映画などを繰り返し観るカルチャーが当たり前になっているのは印象的です。反復は、手間をかけ、摩擦を増やすために消費者ができる手近な方法です。繰り返し接すると、前は気づかなかったことに気づくとか、細部に目がいくようになりますよね。

ある細部の工夫に気づけば、鑑賞が一気に深まることもあります。そういう細かな部分に目を向けると、あらずじ以上のものを作品から受け取ることができる。こういう体験が、夢中に育つ種なんだと思います。

#### —本研究所に期待することがあればお願いします。

新しい言葉、新しいカテゴリーをつくることです。例えば「推し」という言葉が普及し始めたとき、私たちは「あれって推しかな？」「あ、これも推しかも！」と思わず考えた。新しい「くり方」は、新しい視点を生み出すんですね。既存のカテゴリーにとらわれず、新しい夢中の捉え方を作ってほしいです。例えば「囲碁・ボランティヤ・ファッション」に共通して見出せる夢中があるとか。そうすると「ありそうな議論」の先が見られるので、今後の展開を期待しています。



## まとめ

### 夢中の見つけ方

- ①セルフインタビューなどで自分自身について深掘りをする
- ②失敗をしてみることで「良いもの」と「悪いもの」の違いがわかるようになる
- ③同じものを繰り返し体験したり視聴して、「見る目」を鍛える

京都市立芸術大学  
美術学部デザイン科

谷川嘉浩

1990年生まれ。京都市在住の哲学者。京都大学大学院人間・環境学研究科博士後期課程修了。博士(人間・環境学)。現在、京都市立芸術大学美術学部デザイン科特任講師。企業との協働もしばしば。著書は、「増補改訂版 スマホ時代の哲学」、「ネガティブ・ケイバビリティで生きる」、「鶴見俊輔の言葉と倫理」など多数。

## II 若者と50代以上の「夢中」の違いは何か？ 「マチュア世代」※1 のときめき という観点から、夢中について考える

雑誌『クウネル』は「マチュア」世代のときめき、全部。」というコンセプトを掲げています。読者にたくさん「ときめき」を届けている『クウネル』の編集長、芝崎さんは、夢中についてどう考えられているのでしょうか？「ときめき」と「夢中」の違いはどこにあるのでしょうか？「夢中な大人はアクティブなのではないか？」という私たちの仮説を前提に、『クウネル』の「アクティブな女性」たちからはどんなヒントを得られるのでしょうか？お話を伺いました。

※1 マチュア世代：50代～60代の成熟した大人を指す言葉。語源となった英語「Mature」は、「成熟した・熟した」といった意味を持っている。

### エネルギーな “マチュア世代”が増えている

—『クウネル』のターゲットである今の“マチュア世代”の特徴について教えてください。

そもそも“マチュア世代”という言葉は2010年くらいから定着してきたマーケティング用語で、『クウネル』では2016年のリニューアル以降に使い始めました。「人生100年時代」を謳った『LIFE SHIFT』という書籍が話題になったのもこの2016年です。

「人生100年時代」を迎え、壮年期から老年期へ移行する期間がどんどん長くなり、その間を指すいい言葉が必要になってきたのだと思います。年を重ねても老け込まず、ずっと活発に生き生きと人生を楽しむ人々に対する、ポジ

ティブで洗練された印象の呼称として編み出されました。この“マチュア世代”は単に年齢層を指すのではなく、特定の価値観やライフスタイル、消費傾向を持つ人々を指します。趣味・旅行・学び直しなど人生を豊かにしたいという欲求が強く、スマホも使いこなし情報収集力が高く、ファッションや美容に積極的で、エシカルな消費傾向があるなどが特徴ではないでしょうか。“マチュア世代”をターゲットとする雑誌の中でも『クウネル』は、コンサバになり過ぎず、カワイイものやクールなものにときめきたいという志向を強く押し出しています。その「ときめき」のせいで実際、読者の方々は、想像以上にエネルギーで若々しい人が多いです。

### 思春期と同じように 「ときめき」を楽しめる世代

「ときめき」というと、思春期にはちょっとしたことにも、ときめいたものですが、大人になると、なかなかときめかなくなっていくと思いませんか。その原因の一つが、仕事や家族のことで責任が増えストレスを抱えることで「余白」や「遊び心」が少なくなり、心に「ときめき」が入ってくる余裕が減るからということらしいです。さらに、大人になるにつれ社会的な役割の中で、感情を安定させる訓練がされていき、心が動いたときでも無意識のうちに感情を抑える癖がついてくるからとも言われています。それが“マチュア世代”になると、責任やストレスが徐々に軽減され、心に「ときめき」が入る余裕が再び生まれてきます。そして感情を安定させることに加え、さらに経験を積んだことで、このくらいは感情を解放してもいいというコントロールもできるようになっていくことで「ときめき」を取り戻しているのではないのでしょうか。“マチュア世代”

※2 思秋期：思春期に対して、大人から老人に移行していく時期（40代～60代）を指す。

はいわゆる「思秋期※2」を過ごしている人々ですが、思春期の若者たちと同じように「ときめき」を楽しんでいる世代です。若々しくエネルギーに見えるのも「ときめき」が理由に違いないでしょう。

### 「ときめき」というきっかけから、 人は深く集中できる“状態”の「夢中」に 足を踏み入れる

—「夢中」と「ときめき」にはどのような関係性があると思いますか？

「夢中」というのは他のものを遮断するくらい熱中・集中できる“状態”で、これを生み出すきっかけが「ときめき」ではないのでしょうか。「夢中」なものは幸福度が高いと言われますが、それは「夢中」という“状態”が、人の脳にとっては心地よいことと言い換えることができるでしょう。「夢中」になることの快感を知ると、人はその方向に自然に向いていくのだと思います。「夢中」という“状態”になりたい、すなわち「ときめき」を探したいと。

—『クウネル』さんは雑誌を通してそういった「ときめき」、つまり「夢中」のきっかけをたくさん提供しているんですね。

“マチュア世代”は「ときめき」を再び取り戻しているから「夢中」になれるものがある人が多いですね。「夢中」というのは他のものを遮断してしまうから、人のことは気にせず我が道を行くところがあります。若い人たちは「夢中」になると猪突猛進しますが、“マチュア世代”は突っ走る具合を上手にコントロールしながら「夢中」を楽しんでいるのではないのでしょうか。わがまま過ぎてもダメなのだろうけど、「ある程度わがままくらいがうまく行く」という感覚が、これまでの経験から養われ、意識しなくても調整できているよう

『クウネル』編集部  
編集長  
芝崎信明氏



に思えます。「節度あるわがまま」で「夢中」になることが、自分も周囲も幸せにすることです。

—若者と“マチュア世代”の「夢中」の違いが気になっていましたが、今のお話でとても腑に落ちました。

### 現地現物の「ときめき」、 妄想の先の「ときめき」

—「ときめき」はどうやって見つけるといいのでしょうか？

まずは「こんなことでときめいてはいけない」と思わないことと、人がときめいているのを見て素直に「いいなあ」と思うことでしょうか。大人気ないとか、いい年をしてとか、自己規制してしまうことで、自分の世界を狭めてしまうのは勿体無いですよ。 「ときめき」は想定外なところにあつたりします。それと他者の「ときめき」をポジティブな気持ちで観察していると、自分の「ときめき」感覚も活性化するように思えます。

今、マガジンハウスのある東銀座には、行列ができているお店がたくさんあるんですよ。「**何でこんなに人が並んでいるんだろう？**」と行列の理由を探ったりするのは、感覚を磨くにはいいかもしれませんね。先日も近くに、長い行列ができていたので、何に並んでいるのかなと、先頭を覗いたら揚げパンのお店でした。どんなに美味しいのか、並んで食べてみるのが編集者としての正解なのですが、列が長過ぎて挫折しました。編集者として失格ですね(笑)。他者が「夢中」になっているものの中に、いろいろなヒントが隠れています。それを情報だけではなく、現地に赴き自分の五感でリアルに感じると、自身の感覚も鋭くなるのではない

でしょうか。

—ときめきの集まりを覗きに行くのは大事ですね。「企画のネタ」もある種の「ときめき」と言えると思うのですが、芝崎さんは普段どのように「企画のネタ」を見つけていますか？先ほどの話と通じるのですが、情報を集めるだけでなく、それを自分で確かめたり、観察したりすることを大切にしています。観察するときも、いろいろな視点で見てみることで新しい切り口が浮かぶことも多いですよ。

また、観察の延長上で、勝手な想像によってコンテンツの切り口やタイトルを考えてみたりもします。例えば、行列のできる揚げパン店に“マチュア世代”に見える方が一人で列に並んでいたら、きっとソコ活で流行りの揚げパン店を食べ歩きしているに違いないと「大人の休日、ソコ活アゲバン倶楽部」といった“妄想”のコピーをつくってみたり。お店でパンを揚げている感じのいいおばあさんだったら「元給食センターで働いていたおばあちゃんのノスタルジック揚げパンに行列」とか。ソコ活食べ歩きも元給食センターも何の根拠もないのですが、「ときめき」を創造するには、**勝手な“妄想”の方が面白い!** 実際にそのまま記事にできるわけではないけれど、企画づくりの発想の仕方として有効です。

—妄想による「ときめき」から、未来はやってくるのかもしれないですね。

### ときめいた大人の集まる 社会の形とは

—“マチュア世代”のような、生きてきた中でときめきの蓄積が多い世代が増えてくると、社会の許容度の範囲も広がっていくと思いますか？

例えば「お父さんが手芸にときめいたりしてもいいよね」と、年齢や性別、家族構成、職業とか属性によって心が動

くことの自己規制をしない人ほど、「ときめき」の経験が多いのかと思います。一人ひとりの自分自身への許容度が高い人が増えると、社会全体もいろいろな面で寛容になり、幸福度も高くなると期待できるのではないのでしょうか。そんな世の中になっていくといいですね。

—本研究所に期待することがあればお願いします。

脳科学の先生に「ときめき」や「夢中」について話を聞いてほしいですね。「ときめき」も「夢中」も同じような脳の変化があるのではないのでしょうか。「ときめき」の瞬間や「夢中」の状態のホルモンの分泌や、それによる快感や幸福のメカニズムを知りたいです。“マチュア世代”が「ときめき」や「夢中」を探すヒントになりそうですね。



## まとめ

- ①「ときめき」をきっかけに「夢中」が生まれる
- ②“マチュア世代”は「節度のあるわがまま」の中で「夢中」になっている
- ③「夢中」を見つけるには「こんなことにときめいては、大人気ない、いい年をして」と自己規制しない
- ④企画を考えるときは、情報を集めるだけでなく、現地現物を観察してみる
- ⑤妄想による「ときめき」から未来は生まれるのかもしれない
- ⑥「ときめき」の蓄積が多い大人が増えると、寛容な社会になるのではないか

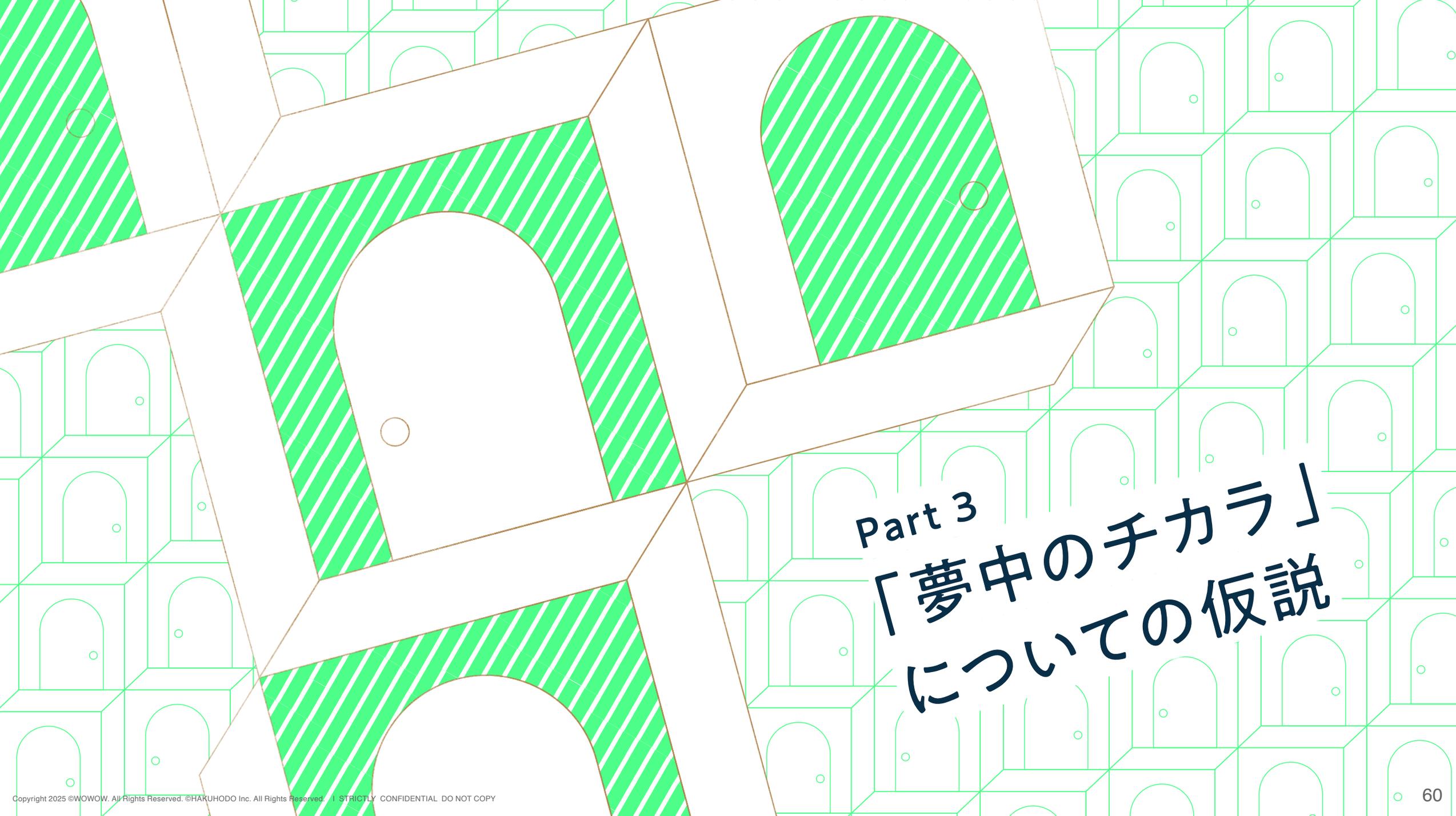
『クウネル』編集部 編集長

## 芝崎信明

1989年マガジンハウス入社。「ポバイ」編集部、「ブルータス」編集部などを経て、2013年に『& Premium』創刊編集長に。2023年12月から常務取締役第1編集局 局長兼『クウネル』編集部編集長。

『クウネル』

国の内外を問わず、日々生き生きと輝いて生活する人たちを紹介する新しいライフスタイル誌。ファッションや旅、住まい、カルチャーなど暮らしの中にいつも楽しみを見つけている方々を通して、大切なモノを発見している。



Part 3  
「夢中のチカラ」  
についての仮説

## 発見

「夢中=とても好きで時間を費やしているものごと」があると、主観的ウェルビーイングや関連する生活・意識が大きく向上する。  
「自分軸の夢中=他人の評価に左右されない、とても好きなものごと」があると、それらはさらに向上する。

## なぜ夢中なものごとがあるとウェルビーイングが向上するのか？

## ヒント

夢中の平均個数は4.9個。自由回答のAI分析で、夢中の種類は非常にロングテールであることがわかった。

## 仮説

夢中は個性の在りよう。

- 夢中の在り方はカテゴリーやその組み合わせによって多種多様であることから、夢中は個性の一部として捉えられそう。



## ヒント

夢中なものごとがある人は、よい人間関係やつながりが得られている。

## 仮説

夢中は、個性をリスクなく表現したり共有したりできる手段となっており、自己肯定感の向上や人間関係の充実に寄与して、ウェルビーイングを高めている。

- 夢中なものごとは、比較的リスク少なく個性を表明し、コミュニケーションを円滑にする手段となり、自己肯定感を高めたり、人間関係を充実させるなどして、ウェルビーイング向上に寄与しているのかもしれない。

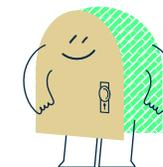
## Part 3 「夢中のチカラ」についての仮説

### 発見

「夢中=とても好きで時間を費やしているものごと」があると、主観的ウェルビーイングや関連する生活・意識が大きく向上する。  
「自分軸の夢中=他人の評価に左右されない、とても好きなものごと」があると、それらはさらに向上する。

## なぜ夢中なものごとがあるとウェルビーイングが向上するのか？

**仮説** 夢中はPERMA理論の全ての要素を満たす、という捉え方もできそう。



**PERMA理論とは？** 心理学者のマーティン・セリグマンによって提唱された理論。ウェルビーイングの構成概念として5つの要素を示す\*。

### PERMA理論の5要素

- Positive Emotion : ポジティブ感情 →
- Engagement : エンゲージメント →
- Relationships : 関係性 →
- Meaning : 意味・意義 →
- Achievement : 達成 →

### PERMAで夢中を解釈する

- **P** 好きなものごとに費やす時間が、ポジティブな感情を生む
- **E** 夢中な時間は、対象に集中・没頭している
- **R** 夢中なものごとを持つ人ほど、良好な人間関係やつながりを持っている
- **M** 夢中なものごとから、生きがいを見出せる
- **A** 夢中なものごとへの取り組みを通じて、達成感が得られる

\*出典: マーティン・セリグマン. (2014). ポジティブ心理学の挑戦 “幸福”から“持続的幸福”へ. ディスカヴァー・トゥエンティワン.

# Part 3 「夢中のチカラ」についての仮説

## 発見

「夢中=とても好きで時間を費やしているものごと」があると、主観的ウェルビーイングや関連する生活・意識が大きく向上する。  
 「自分軸の夢中=他人の評価に左右されない、とても好きなものごと」があると、それらはさらに向上する。

## どうしたら「自分軸」を持つことができるのか？

**ヒント** 年齢が上がるほど、「自分軸の夢中」を持つ人の出現率が増加する。

**仮説** 若いころと比べて価値観が安定したから？

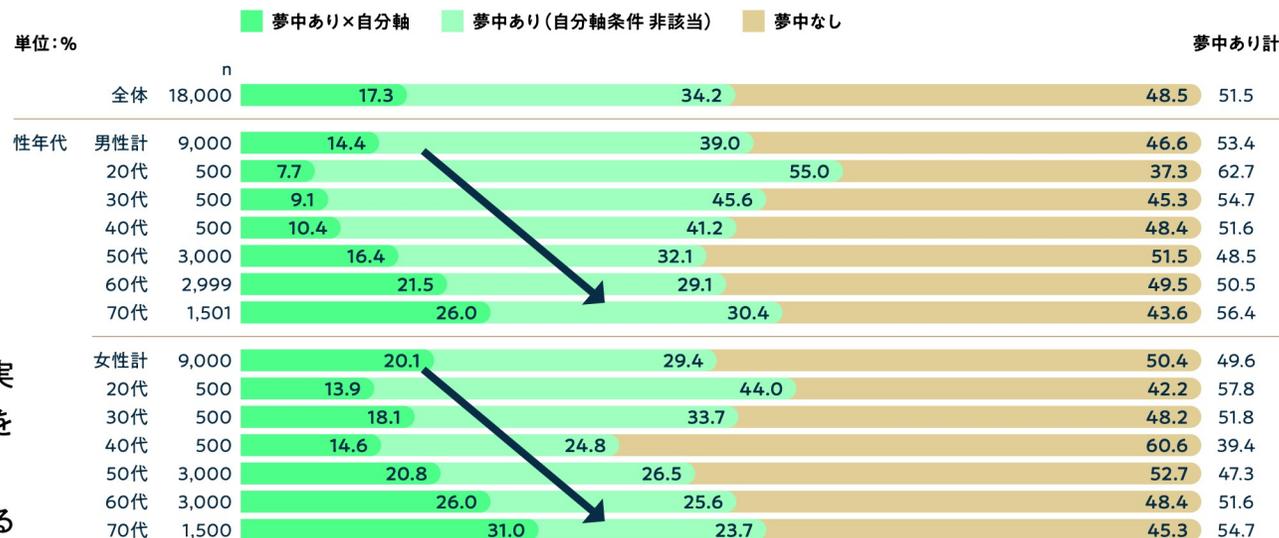
- 人生経験を通じて好みや価値観が安定し、人の意見や視線に左右されにくくなるのかもしれない。

**仮説** 歳を重ねて失敗や挫折を経験したから？

- 歳を重ねるなかで、失敗や挫折を経験し、理想と現実のギャップを感じたり、その中でどのように折り合いをつけるかを模索したりする。このようなプロセスを通じて現状の自分を肯定できるようになるのかもしれない。



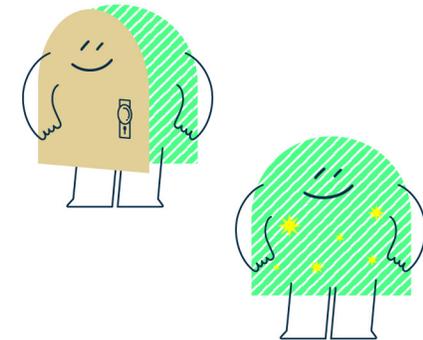
今後の研究テーマとして、「自分軸の夢中」が持つさらなる可能性や、自分軸を持つ方法についても大注目！



### 夢中のチカラは、生活者や社会に対してどのような影響を持つと言えそうか？

**仮説** 若者だけでなく、大人世代（50代以上）こそ夢中なものごとがあったほうが良い。

- 今回の調査においては、夢中なものごとが、主観的ウェルビーイングを向上させるという結果が得られた。
- 具体的には、夢中なものごとが、生活の充実やつながり、年を重ねることに前向きな姿勢をつくることなどに貢献している。
- 歳を重ね選択肢やできることが少なくなる中で、物理的な課題を解決することも大事だが、日々をポジティブな感情で満たし、気持ちの面で豊かさをつくることもウェルビーイング向上においては重要だと考えられる。



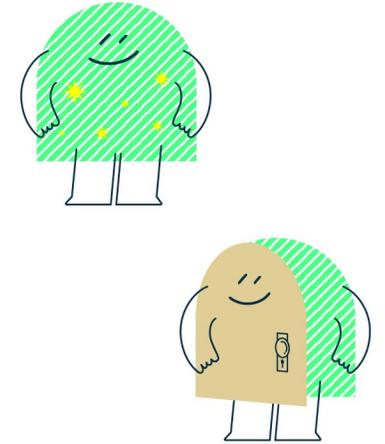
**仮説** 夢中を見つけるハードルは個人の中にあるのかも…？

- 夢中なものごとがない人にとっても、夢中なものごとがあること自体はポジティブに受け入れられていた。
- 夢中なものごとを大人になってからを見つけることに対するハードルは、外圧ではなく、「大人はこうあるべき」「年甲斐もない」といった心の内の固定観念にあるのかもしれない。
- 夢中なものごとを見つけるには、心にある固定観念をいったん傍に置き心の声に耳を傾け、「自分が心から興味のあるものや好きなもの」を探索する作業から始めてみるのがよいのかもしれない。

### 夢中のチカラは、生活者や社会に対してどのような影響を持つと言えそうか？

#### 仮説 夢中になることは性格・才能ではなく、誰でも身につけられるスキル？

- 有識者お二人へのインタビューから、「セルフインタビューが夢中を見つけるきっかけになる」「周りにいる夢中な人が、自分の夢中を見つけるきっかけとなる」という視点をいただいた。
- 夢中および自分軸の夢中を見つけられることは、生まれ持った性格や才能ではなく、その気になれば誰でも身につけられるスキルなのかもしれない。
- 夢中になるプロセスや夢中を見つけるコツが解明できれば、誰もが夢中なものごとを持つことができる可能性が生まれる。



#### 仮説 夢中市場の萌芽？ 夢中を起点に消費やマーケティングを考える

- 特に、大人世代（50代以上）における趣味・推し活市場が大きな注目を集めている。
- 今後は夢中な気持ちや衝動を起点に新たな行動や消費が生まれることが予想される。
- “夢中ドリブン”という視点で眺めると、推し活や趣味だけでなくより多様な領域において新たな市場が生まれる可能性が考えられる。
- マーケティング・ブランディングを夢中起点で考える：  
夢中のプロセスや夢中な生活者の解像度を高め、マーケティングやブランディングに活かすことで、生活者のウェルビーイングを向上させると同時に、ブランドや商品へのエンゲージメントも高まる戦略・施策立案も可能となるかもしれない。

リサーチ /  
レポート作成  
メンバー紹介

# WOWOW 夢中のトビラボ

リサーチ/レポート作成 メンバー

## 河津 孝宏

株式会社WOWOW  
会員事業戦略局 局長  
WOWOW 夢中のトビラボ 所長



- 1994年 WOWOW入社。営業企画部、編成部、映画部などを経て、マーケティングや事業戦略の領域に従事し、25年より会員事業戦略局長。社内に新設された研究所組織「WOWOW 夢中のトビラボ」所長を務める。
- 「WOWOW 夢中のトビラボ」に対する想い：年齢と経験を重ねたからこそ味わえる豊かな時間があると思っていますが、それを若い世代の人も想像できると年を取るのも楽しくなると思うので、加齢や（失敗や挫折も含めた）経験の蓄積に価値を見出すような発信をしていきたいです。自分自身も人生後半戦に突入（してるはず）なので、なによりも自分が今後幸せに暮らすための研究を、夢中になってやりたいと思います。
- 夢中なもの：谷川嘉浩先生のインタビューでお聞きした「衝動」の定義が印象的で、「自分では説明しきれない過剰さ」を内包した意欲や原動力って自分の中にあるのだろうか？と思っていたところ、もう40年くらい日記を毎日書いていることに思い当たりました。目的も義務感もなく日々の出来事をつらつら書いているだけですが、誰にも邪魔されない自分らしい時間のような気もします。興奮したり熱狂したりではないですが、「夢中に」なっているとは言えるのではと最近思っています。

## 市嶋 健太郎

株式会社WOWOW  
会員事業戦略局 CX戦略部  
WOWOW 夢中のトビラボ 運営統括



- 2000年 WOWOW入社。営業から端を発し、本社部門、コンテンツ部門、マーケティング部門と、現在も社内を流転中。
- 「WOWOW 夢中のトビラボ」に対する想い：夢中は、あらゆる人々に平等に与えられる力であって、誰でもその力を引き出すことができると信じていますし、そうであってほしいと思います。夢中のチカラは、格差や断絶を乗り越えるための架け橋としての役割を果たすことができ、誰もが夢中になれる社会を築く可能性を秘めていることを証明したいです。「夢中のチカラ」で新たな地平を切り拓きたいと考えています。
- 夢中なもの：経歴同様、人生の夢中も流転中。現在は、飼犬を連れて津々浦々の突端を目指して回遊中。キラキラ輝く綺麗な砂浜よりも、人気（にんき/ひとけ）のない、草木も生えない荒涼とした断崖絶壁の突端で、水平線の向こう側にあるであろう、地球の息吹を感じることにイキガイを感じています。最新の訪問地は北追岬。

## 岩崎 智紀

株式会社WOWOW  
会員事業戦略局 CX戦略部  
WOWOW 夢中のトビラボ 研究主幹



- 映画館勤務から転職し、放送権購入・映画編成から視聴分析を経て加入分析など調査セクションでの業務歴長め。
- 「WOWOW 夢中のトビラボ」に対する想い：日本は少子化や人口減少に向かっていますが、対策は少子化や人口減少自体を止めることよりも、少子化や人口減少でも社会や経済が回る形を考えることだと思っています。人口動態が変化するなかで、シュリンクしていく市場もある一方、育っていく市場もあります。そうした次の市場を見出していくことが重要で、そのためには現業視点というプロダクトアウトの見方よりも、生活者視点でマーケットイン的に考えていく必要があり、夢中のトビラボがその役目を果たせればと考えています。またこうした市場は一社単独で切り拓くようなものではなく、社会全体のムーブメントとして出来上がっていくものですので、そんな動きに繋がるよう、他の企業・団体・学校などの方々と協業したく、夢中のトビラボがそのハブになればと思っています。
- 夢中なもの：BPM早めでドラムとベースが効いた手数の多い音楽をライブで観賞すること・好みの作品を探すために新刊漫画を手あたり次第に読破すること。

# WOWOW 夢中のトビラボ

リサーチ/レポート作成 メンバー

## 那須 あゆみ

株式会社WOWOW 会員事業戦略局 CX戦略部  
WOWOW 夢中のトビラボ 研究員



- 2021年 WOWOWコミュニケーションズ入社。様々な企業の定性・定量調査を中心としたマーケティング・コミュニケーション支援を担当。2025年4月より、株式会社WOWOWに出向。現在はマーケティング活動、および会員事業戦略の領域に従事。
- 「WOWOW 夢中のトビラボ」に対する想い：人生100年時代と言われる今、将来が楽しみで仕方がないと感じているミレニアル世代はどれほどいるのでしょうか。正直なところ、私自身は楽しみよりも不安の方が大きいと感じています。その一因は、年を重ねていくことのデメリットについての情報は溢れている一方、メリットやポジティブな側面についての情報は少ないからなのでは？と思います。そんな世の中だからこそ、トビラボでは、“年を取ることで案外面白いかもしれない”と思えるような「夢中のトビラ」をたくさん見つけて皆さんにシェアしていきたいです。
- 夢中なもの：2匹の愛猫と遊ぶこと。狩猟本能をくすぐるようなおもちゃの使い方を日々研究中。最近、韓国で購入した猫用おもちゃに夢中になっている姿を見て、海外のペットグッズまで視野を広げ、探索しています。

## 廣本 鞠衣

株式会社WOWOWコミュニケーションズ 営業部  
WOWOW 夢中のトビラボ 研究員



- 2017年 WOWOWコミュニケーションズ入社。外部の企業様向けのSNS運用やWebディレクション業務を担当。2023年4月よりデータマーケティング課に異動し、定量調査を中心としたマーケティング業務を担当。
- 「WOWOW 夢中のトビラボ」に対する想い：夢中が持つ力というのを、私自身も今まで身に染みて感じて来ました。夢中なことがあるだけで、見える世界が輝き、それが活力になり、生きがいになったりもします。年を重ねていくにつれ、感動や幸せを感じる瞬間が少なくなっていくように感じることもあります。その一方で今だからこそ出来ること、感じられることもあると思っています。夢中が秘めている可能性は無限大です。トビラボではその可能性をひもとき、夢中な人々を増やすきっかけになればいいなと思っています。
- 夢中なもの：小学生の頃からずっとアイドルが好きで、ライブなどで非現実的な空間を楽しむことが日々の癒しになっています。食べることも大好きです。最近登山をしました。頂上で食べたカップラーメンと、下山後に食べたホルモン焼きは格別でした。

## 安並 まりや

株式会社 博報堂 生活者発想技術研究所 上席研究員  
博報堂シニアビジネスフォース／新大人研 所長



- 2004年 博報堂入社。マーケティングプランナーとして様々な業種のマーケティング業務に携わったのち2015年よりシニア領域の生活者研究及び実務に従事。2019年より新大人研所長に就任。共著に『イケてる大人 イケてない大人—シニア市場から「新大人市場」へ—』(光文社新書)
- 夢中なもの**: アニメとサウナ。ここ20年ほど深夜アニメを中心に1シーズンにつき10本前後観ています。サウナは1年前くらいから整う感覚を知り、近所のお風呂屋さんから海外まで、サウナチャンスがあれば逃さない日々を送っています。

## 杉本 奈穂

株式会社 博報堂 生活者発想技術研究所  
上席研究員／イノベーションプランニングディレクター



- 2010年 博報堂入社。ブランディング(企業や事業のブランド提供価値体系開発と実装)およびイノベーション領域(未来洞察、事業やサービスのコンセプト開発など)の支援業務や、女性のウェルネス・シニア・若者など各種の生活者ラボ活動に、主に戦略立案と生活者調査の担当として従事。2024年に研究職となり、入社理由でもある生活者研究に邁進。
- 夢中なもの**: 美術館と博物館巡り。特に江戸絵画～昭和初期の日本画が好きで、上村松園と伊藤若冲《動植綵絵》は時間を忘れていつまでも観ていられます。多いと年に200以上の展覧会に行き、展覧会目的であちこちへと(弾丸)移動します。

## 江口 拓臣

株式会社 博報堂 ストラテジックプランニング局  
マーケティングプランナー



- 2018年 博報堂入社。マーケティング・コミュニケーション戦略立案から商品の開発まで幅広く従事。若者や男女問わずの美容、アイドルや二次元等のエンタメコンテンツに関する知見に強く、当該領域業務を得意とする。自らが一生活者として強固なインサイトを発掘し、高い専門性を持って関連業務に取り組む。博報堂「OSHINOMICS Report」編集員。
- 夢中なもの**: K-POP(izna, NJZ, aespa...)やVOCALOID、Vtuberといったコンテンツに没頭し、押し活に勤しむ日々です。それ以外にも幼い頃から好きなゲームを友だちや兄弟と楽しんだり、7年前から始めたメンズメイクを楽しんでいます。

## 松尾 奈奈

株式会社 博報堂 生活者発想技術研究所  
研究員



- 2020年 SEEDATA入社。プライベートブランドの開発支援や消費財の商品開発などを行う。2021年 博報堂に転籍し、ジョイントベンチャーの立ち上げ支援などを経て、現職では生活者調査・未来洞察・ワークショップ開発などを軸に、若者・創造性(アート)・産官学連携プロジェクト等に従事。
- 夢中なもの**: ミニシアターでの映画鑑賞(A24の配給/制作映画は必ずチェック)・旅行(特に国内は瀬戸内、海外は北欧が好きです)・建築(都内や旅先でモダニズム建築/昔の邸宅巡り)・現代アートやデザイン(定期的に展示会に行きます)

## 制作協力者 一覧

### リサーチ/レポート作成

河津 孝宏 (WOWOW)

市嶋 健太郎 (WOWOW)

岩崎 智紀 (WOWOW)

那須 あゆみ (WOWOW)

廣本 鞠衣 (WOWOW コミュニケーションズ)

安並 まりや (博報堂)

杉本 奈穂 (博報堂)

江口 拓臣 (博報堂)

松尾 奈奈 (博報堂)

### リサーチ協力

佐藤 大起 (博報堂)

岩崎 駿太 (マーケティングアンドアソシエイツ)

西村 克久 (Adan AI Solutions)

### 事務局

高木 俊輔 (博報堂)

森 春菜 (博報堂)

### 取材協力

芝崎 信明 (マガジンハウス)

谷川 嘉浩 (京都市立芸術大学)

### アートディレクション

伊勢山 暁子 (博報堂)

### レポートデザイン/インタビュー撮影

齊藤 直純 (博報堂プロダクツデザインスタジオ)

邦高 利佳 (博報堂プロダクツデザインスタジオ)

後藤 千稀 (博報堂プロダクツデザインスタジオ)

渡部 りえ (博報堂プロダクツデザインスタジオ)

秋吉 健 (博報堂プロダクツ)

晴山 寛子 (HARE Photo Studio)

### コピーライティング協力

滝川 修志 (博報堂)

浪岡 沙季 (博報堂プロダクツ)

荒谷 翼 (博報堂プロダクツ)

調査データやレポート記事を  
転載・ご共有される場合は、  
出典の明記をお願いいたします。

## 出典表記

WOWOW 夢中のトビラボ&博報堂 生活者発想技術研究所

「夢中のチカラ 調査レポート vol.1

ーウェルビーイング向上の鍵！ “夢中”の可能性をひもとく」

お問い合わせはこちらまで

WOWOW 夢中のトビラボ  
muchulabo@wowow.co.jp

博報堂 生活者発想技術研究所  
srdi\_contact@hakuodo.co.jp