

恋愛満足度

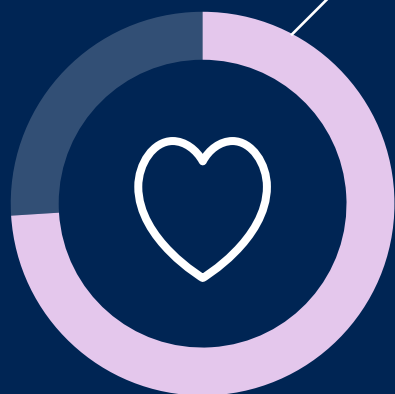
31カ国によるグローバル・アドバイザー調査

2024年2月

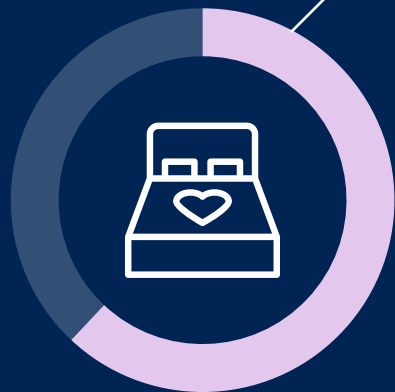
GAME CHANGERS



主な調査結果



世界平均で
74%が
「愛されている」と感じている。
これはコロンビアとペルーで最も高く（ともに86%）
日本で最も低い（51%）



62%
(31カ国平均)
は、恋愛や性生活に満足していると回答

83% 

既婚者やパートナーがいる人のうち、関係性に満足していると答えた人の割合

82% 

既婚者やパートナーがいる人のうち、愛されていると感じることに満足している人の割合。一方、既婚ではない、またはパートナーがいない人での割合は68%。

67% 

ミレニアル世代（現在30代が中心）のうち、自分の恋愛や性生活に満足している割合。これはZ世代の59%、X世代の61%、ベビーブーマー世代の59%を上回っている

37% 

日本人が恋愛や性生活に満足している割合で、これは31カ国中最下位となる

85% 

高所得世帯の人のうち、パートナーや配偶者との関係に満足している割合*一方低所得世帯では78%が満足していると回答

*調査対象は、既婚者またはパートナーがいる人に限る

世界的な恋愛満足度

Q.総合的に、あなたの人生においてそれぞれの要素にどの程度満足していますか？

非常に、またはやや満足している割合
(31カ国平均)

愛されていると感じること	74%	昨年との比較 +2pp	最も高いのは： 既婚者（82%） 高所得者（80%） ベビーブーマー世代（77%）	最も高い国は： コロンビア（86%） ペルー（86%） インド（84%） オランダ（82%）
パートナーや配偶者との関係	83%	-1pp	高所得者（85%） 高学歴層（84%） ベビーブーマー世代（84%） ミレニアル世代（84%）	タイ（92%） オランダ（91%） インドネシア（88%） ペルー（88%） マレーシア（88%） ニュージーランド（88%）
恋愛や性生活	62%	-1pp	既婚者（74%） 高所得者層（70%） ミレニアル世代（67%）	インド（76%） メキシコ（76%） 中国（75%） タイ（75%）

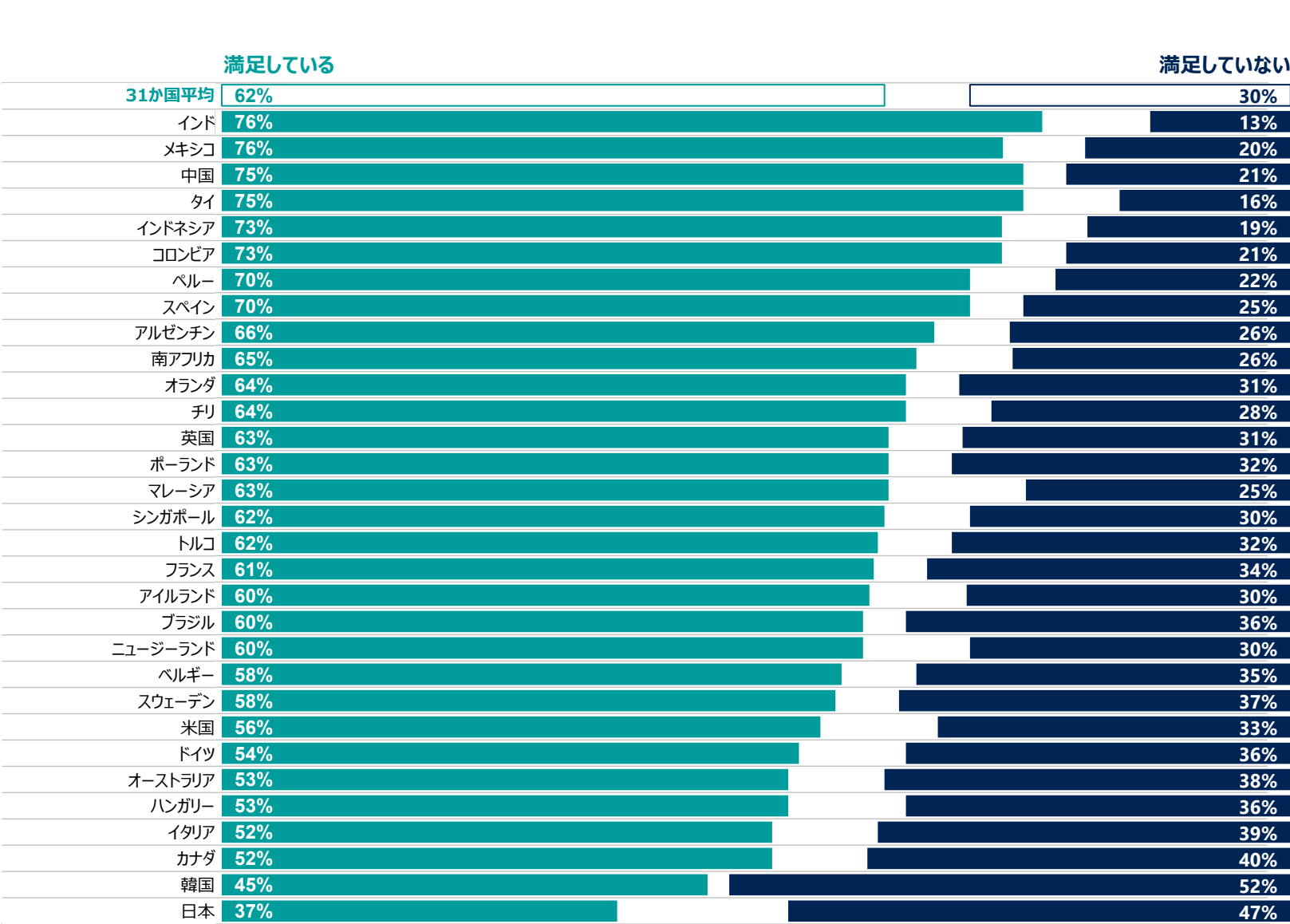
*調査対象は、既婚者またはパートナーがいる人に限る

ベース:31カ国のオンライン上の成人24,269人
「31カ国平均」は、調査を実施したすべての国や市場の平均値である。各国・市場の人口規模に合わせて調整されておらず、総合的な結果を示すものではない。
ブラジル、チリ、中国、コロンビア、インドネシア、アイルランド、マレーシア、メキシコ、ペルー、シンガポール、南アフリカ、タイ、トルコのサンプルは、一般人口に比べより都市部に住み、教育水準が高く、裕福である。

Q

総合的に、あなたの人生において、それぞれの要素にどの程度満足していますか？

恋愛や性生活



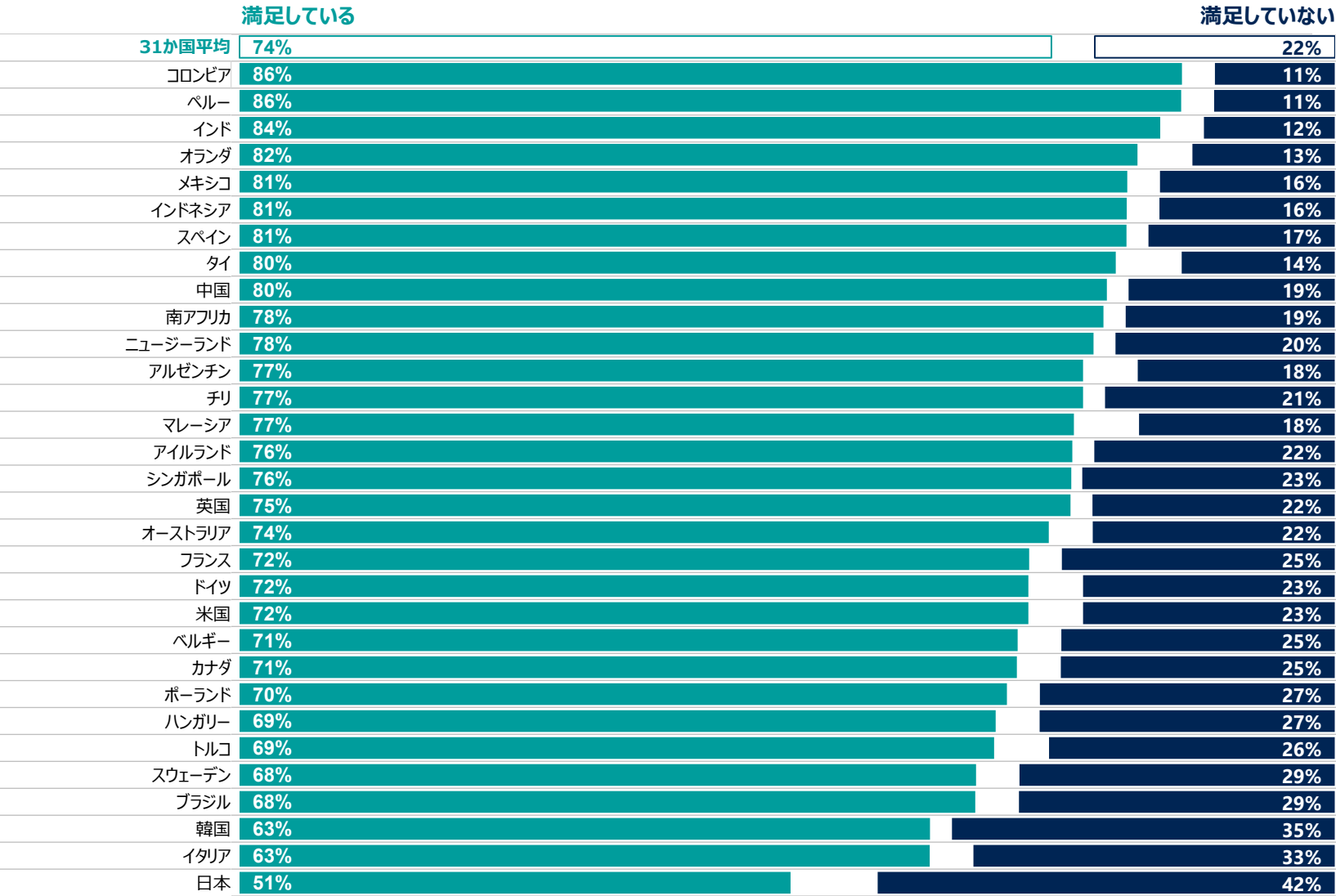
ベース:31か国のオンライン上の成人24,269 人
「31か国平均」は、調査を実施したすべての国や市場の平均値である。各国・市場の人口規模に合わせて調整されておらず、総合的な結果を示すものではない。
ブラジル、チリ、中国、コロンビア、インドネシア、アイルランド、マレーシア、メキシコ、ペルー、シンガポール、南アフリカ、タイ、トルコのサンプルは、一般人口に比べより都市部に住み、教育水準が高く、裕福である。



Q

総合的に、あなたの人生において、それぞれの要素にどの程度満足していますか？

愛されていると感ずること

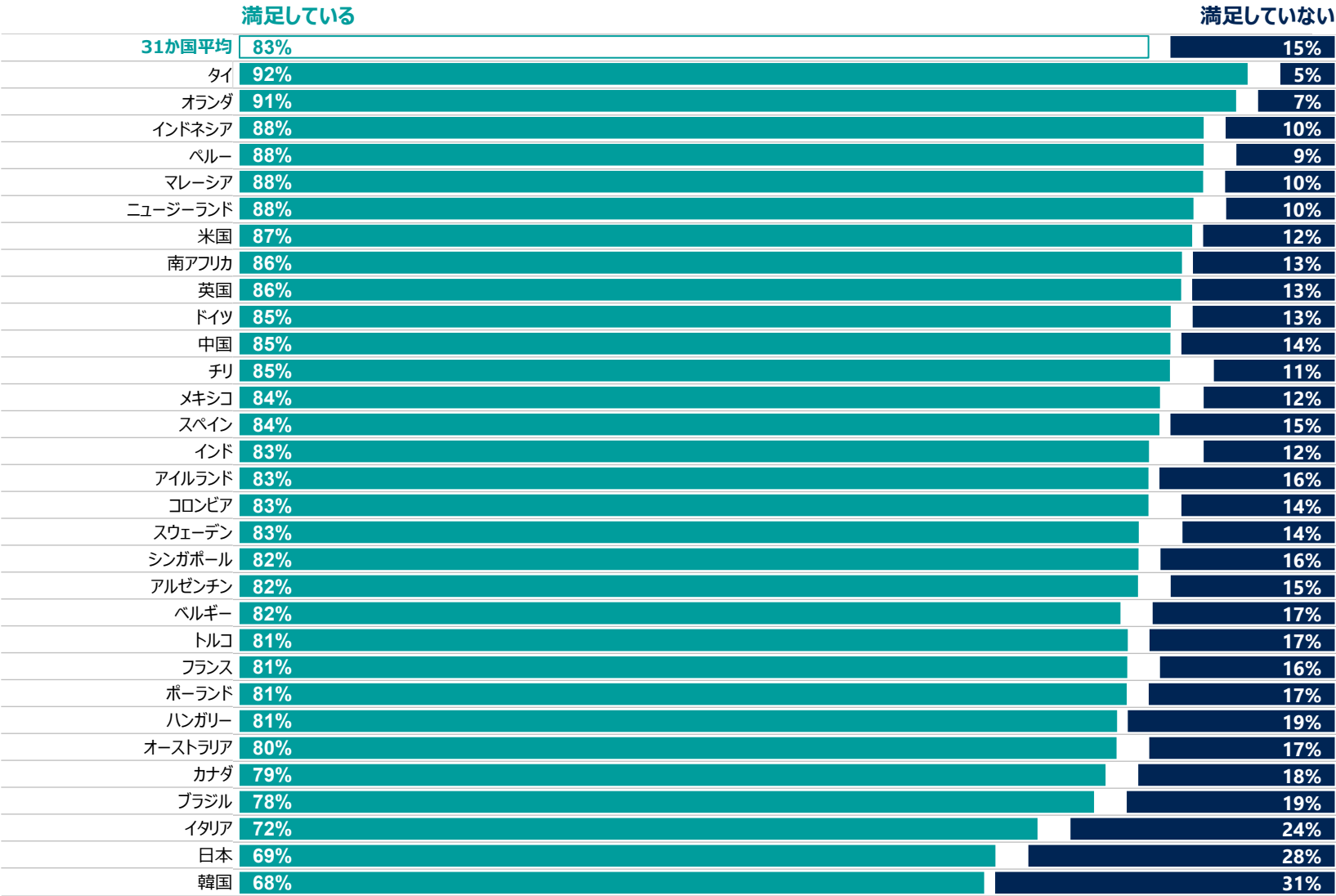


ベース:31か国のオンライン上の成人24,269人
「世界各国平均」は、調査を実施したすべての国や市場の平均値である。各国・市場の人口規模に合わせて調整されておらず、総合的な結果を示すものではない。
ブラジル、チリ、中国、コロンビア、インドネシア、アイルランド、マレーシア、メキシコ、ペルー、シンガポール、南アフリカ、タイ、トルコのサンプルは、一般人口に比べより都市部に住み、教育水準が高く、裕福である。

Q

総合的に、あなたの人生において、それぞれの要素にどの程度満足していますか？

パートナーや配偶者との関係



*調査対象は、既婚者またはパートナーがいる人に限る

ベース: 31か国のオンライン上の成人24,269人
「世界各国平均」は、調査を実施したすべての国や市場の平均値である。各国・市場の人口規模に合わせて調整されておらず、総合的な結果を示すものではない。
ブラジル、チリ、中国、コロンビア、インドネシア、アイルランド、マレーシア、メキシコ、ペルー、シンガポール、南アフリカ、タイ、トルコのサンプルは、一般人口に比べより都市部に住み、教育水準が高く、裕福である。





男性と女性



韓国人女性の配偶者やパートナーへの満足度が高い

パートナーや配偶者との関係に満足している人の割合は、世界平均で男性（83%）と女性（82%）がほぼ同じである*。

調査対象の31カ国のうち、恋愛関係に最も満足していないのは韓国人であったが、韓国人女性の73%が満足していると答えているのに対し、男性は64%で、男女間の満足度に差がある。

一方、パートナーや配偶者との関係に最も満足していると答えたのはタイで、男性（94%）も女性（91%）も満足度はほぼ同じだった。



コロンビアやペルーの男女は、愛されていると実感

ここでも、男性（74%）と女性（75%）の「愛されている」と感じる事への満足度に世界的なレベルでの差はほとんどない。

恋愛に対する満足度が最も高い国（コロンビアとペルーでともに86%）では男女の差はほとんどなく、コロンビアでは男性の86%、女性の87%が満足している。ペルーでも同様に、男性の86%、女性の85%が愛されていると感じることに満足している。

一方、愛されていると感じる事への満足度が最も低い日本では、男性（45%）と女性（56%）の満足度に11ポイントの差がある。



日本人男性の3人に1人以下が恋愛や性生活に満足

世界レベルでは、男性（62%）、女性（62%）の5人に3人強が、恋愛や性生活に満足している。

最も満足度が高いのは、メキシコとインド（ともに76%）で、インドでは男性（74%）と女性（78%）の満足度にほとんど差はないが、メキシコでは大きく異なる。

（女性の81%が恋愛や性生活に満足しているのに対し、メキシコ人男性は71%）

一方、日本人は31カ国中最も恋愛や性生活に満足しておらず、日本の女性（42%）と男性（31%）の間には9ポイントの差がある。

*調査対象は、既婚者またはパートナーがいる人に限る



Q

総合的に、あなたの人生において、それぞれの要素にどの程度満足していますか？



愛されていると
感じる事

男性

74%

女性

75%



パートナーや配偶
者との関係

男性

83%

女性

82%



恋愛や性生活

男性

62%

女性

62%

ベース:31カ国のオンライン上の成人24,269人
「世界各国平均」は、調査を実施したすべての国や市場の平均値である。各国・市場の人口規模に合わせて調整されておらず、総合的な結果を示すものではない。
ブラジル、チリ、中国、コロンビア、インドネシア、アイルランド、マレーシア、メキシコ、ペルー、シンガポール、南アフリカ、タイ、トルコのサンプルは、一般人口に比べより都市部に住み、教育水準が高く、裕福である。



世代を超えた愛

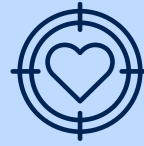


ミレニアル世代の輝き

世界レベルでは、ミレニアル世代（67%）が恋愛や性生活に最も満足しているが、若い世代（Z世代 59%）と上の世代（X世代 61%、ベビーブーマー世代 59%）は満足度がやや低い。

総合的に最も満足度が高いのはインドとメキシコで、インドではミレニアル世代が79%でトップ、次いでZ世代が76%、X世代が74%、ベビーブーマー世代が69%で、恋愛や性生活に満足していると答えている。

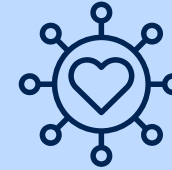
メキシコでは様相が異なり、ベビーブーマーの97%、Z世代の76%、X世代の75%、ミレニアル世代の72%が恋愛や性生活に満足していると答えている。



愛はどこに

全体として、世代別にはほぼ一貫した傾向が見られる。愛されていると感じることに満足していると回答したのは、ベビーブーマー世代（世界平均77%）が最も多く、次いでミレニアル世代（75%）、X世代（74%）、Z世代（72%）と僅差で続く。

しかし、国による違いもある。例えば、愛されていると感じることに満足していると答えた人は、日本が最も少なく、ベビーブーマー世代（56%）とX世代（46%）では、愛されていると感じる度合いに10ポイントの差がある。日本の若い世代は、Z世代（50%）とミレニアル世代（48%）の約半数しか、愛されていると感じることに満足していないと回答している。



多数決

既婚者やパートナーがいる人が、パートナーや配偶者に満足していると感じるかどうかは、世代間でほとんど差がない（ベビーブーマー世代とミレニアル世代はともに84%、X世代は81%、Z世代は80%）。

調査対象の31カ国の中で、恋愛関係に最も満足していないのは韓国である。韓国では、ミレニアル世代（71%）とZ世代（61%）のパートナーや配偶者に対する満足度には10ポイントの差があるが、ベビーブーマー世代（68%）とX世代（67%）の満足度はほぼ同じである。



Q

総合的に、あなたの人生において、それぞれの要素にどの程度満足していますか？



愛されていると
感じることに



パートナーや配偶
者との関係に



恋愛や性生活



ベース:31カ国のオンライン上の成人24,269人
「世界各国平均」は、調査を実施したすべての国や市場の平均値である。各国・市場の人口規模に合わせて調整されておらず、総合的な結果を示すものではない。
ブラジル、チリ、中国、コロンビア、インドネシア、アイルランド、マレーシア、メキシコ、ペルー、シンガポール、南アフリカ、タイ、トルコのサンプルは、一般人口に比べより都市部に住み、教育水準が高く、裕福である。



調査方法

これは、イプソスが2023年12月22日（金）から2024年1月5日（金）にかけて、Global AdvisorのオンラインプラットフォームおよびインドではIndiaBusのプラットフォームで実施した30カ国調査の調査結果である。今回の調査では、イプソスはインドの18歳以上、カナダ、アイルランド共和国、マレーシア、ニュージーランド、南アフリカ、トルコ、米国の18～74歳、タイの20～74歳、インドネシアとシンガポールの21～74歳、その他の国の16～74歳の成人計24,269人に調査を実施した。

サンプルは、日本で約2,000人、オーストラリア、ブラジル、カナダ、中国、フランス、ドイツ、英国、イタリア、ニュージーランド、スペイン、米国の各1,000人、アルゼンチン、ベルギー、チリ、コロンビア、ハンガリー、インドネシア、アイルランド、マレーシア、メキシコ、オランダ、ペルー、ポーランド、シンガポール、南アフリカ、韓国、スウェーデン、タイ、トルコの各500人からなる。インドのサンプルは約2,200人で、そのうち約1,800人が対面インタビュー、約400人がオンライン調査を受けている。

アルゼンチン、オーストラリア、ベルギー、カナダ、フランス、ドイツ、英国、ハンガリー、イタリア、日本、オランダ、ニュージーランド、ポーランド、韓国、スペイン、スウェーデン、米国のサンプルは、その国の75歳未満の一般人口を代表しているとみなすことができる。ブラジル、チリ、中国、コロンビア、インドネシア、アイルランド、マレーシア、メキシコ、ペルー、シンガポール、南アフリカ、タイ、トルコのサンプルは、一般人口に比べて、より都市部に住み、教育水準が高く、裕福である。これらの国の調査結果は、人口のうち、より「コネクテッド」な層の意見を反映していると言えるだろう。

インドのサンプルは、社会経済クラスA、B、Cと、国内の4つのゾーンにまたがる都市階級ティア1～3という、都市人口の大きなサブセットを代表している。

データは、各国のサンプル構成が最新の国勢調査データによる成人人口の人口動態を最もよく反映するように重み付けされている。「31か国平均」は、調査が実施されたすべての国・市場の平均値を反映している。各国・各市場の人口規模に合わせて調整されておらず、総合的な結果を示すものではない。

パーセンテージの合計が100にならない場合、または「差」が実際の計算結果よりも±1%ポイント程度大きくまたは小さく見える場合は、四捨五入、複数回答、「わからない」または未回答が除外されている可能性がある。

イプソスのオンライン世論調査の精度は、1,000人の世論調査の精度を±3.5%ポイント、500人場合は±5.0%ポイントの信頼区間を用いて計算されている。イプソスを使用する信頼区間に関する詳細は、イプソスのウェブサイトを参照のこと。

本調査結果の公表は現地の規則に従う。

IPSOSについて

イプソスは世界第3位の市場調査会社であり、90カ国に拠点を持ち、18,000人以上の従業員を擁しています。

当社のリサーチ・プロフェッショナル、アナリスト、科学者は、市民、消費者、患者、顧客、従業員の行動、意見、動機に関する強力な洞察を提供する独自のマルチスペシャリスト能力を構築しています。私たちは、75のビジネスソリューションで世界中の5000社以上のクライアントにサービスを提供しています。

1975年にフランスで設立されたイプソスは、1999年7月1日からユーロネクスト・パリに上場しております。当社はSBF120およびMid-60インデックスに属しており、Deferred Settlement Service (SRD) の対象です。

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com



GAME CHANGERS

変化の激しいこの世界では、確信に満ちた決断を下すために信頼できる情報がますます必要となっています。

イプソスでは、クライアントのみなさまが必要としているのはデータサプライヤー以上のものであり、正確で関連性の高い情報を作成し、実行可能な真実へと変えることのできるパートナーであると考えています。

だからこそ、私たちの好奇心旺盛な専門家たちは、最も正確な測定を提供するだけでなく、それを形にして、社会、国家、そして人々に対する真の理解を提供しています。

これを実現するために、私たちは科学、技術、ノウハウの粋を集め、安全性、簡索性、迅速性、実質性の原則をすべての行動に適用しています。

クライアントのみなさまがより速く、より賢く、より大胆に行動できるように。

結局のところ、成功はこの単純な真実に帰結します。

You act better when you are sure.

確信があれば、より良い行動ができる。

私たちのタグラインである『**Game Changers**』は、深く変化しているこの世界を、クライアントのみなさまがより容易に航行できるようお手伝いしたいという私たちの野心を要約したものです。

