

学びのジャンルと実践率

福岡県居住者の「大人の学び」に関する調査

2025年12月

Research & Consulting
G:COM

株式会社ジーコム

1. 調査方法

当社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳～79歳の男女

3. 調査時期

2025年10月24日（金）～10月31日（金）

4. 調査規模

424サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	160	37.7
女性	264	62.3
全体	424	100.0

■年代	件数	構成比(%)
20代	5	1.2
30代	40	9.4
40代	103	24.3
50代	104	24.5
60代	98	23.1
70代	74	17.5
全体	424	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡市	234	55.2
福岡市以外都市圏	91	21.5
その他福岡県	99	23.3
全体	424	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	105	24.8
公務員	12	2.8
団体職員・病院勤務	11	2.6
経営者・会社役員	10	2.4
派遣社員・契約社員	27	6.4
商工自営	19	4.5
農林漁業	0	0.0
自由業	7	1.7
学生	1	0.2
パート・アルバイト	64	15.1
専業主婦(主夫)	100	23.6
無職	66	15.6
その他	2	0.5
全体	424	100.0

■ライフステージ	件数	構成比(%)
独身(離死別含む)	111	26.2
既婚で末子に小学生以下の子ども	69	16.3
既婚で末子に中学生以上の子ども	51	12.0
既婚(子育て終了)	147	34.7
既婚で子どもなし	46	10.8
全体	424	100.0

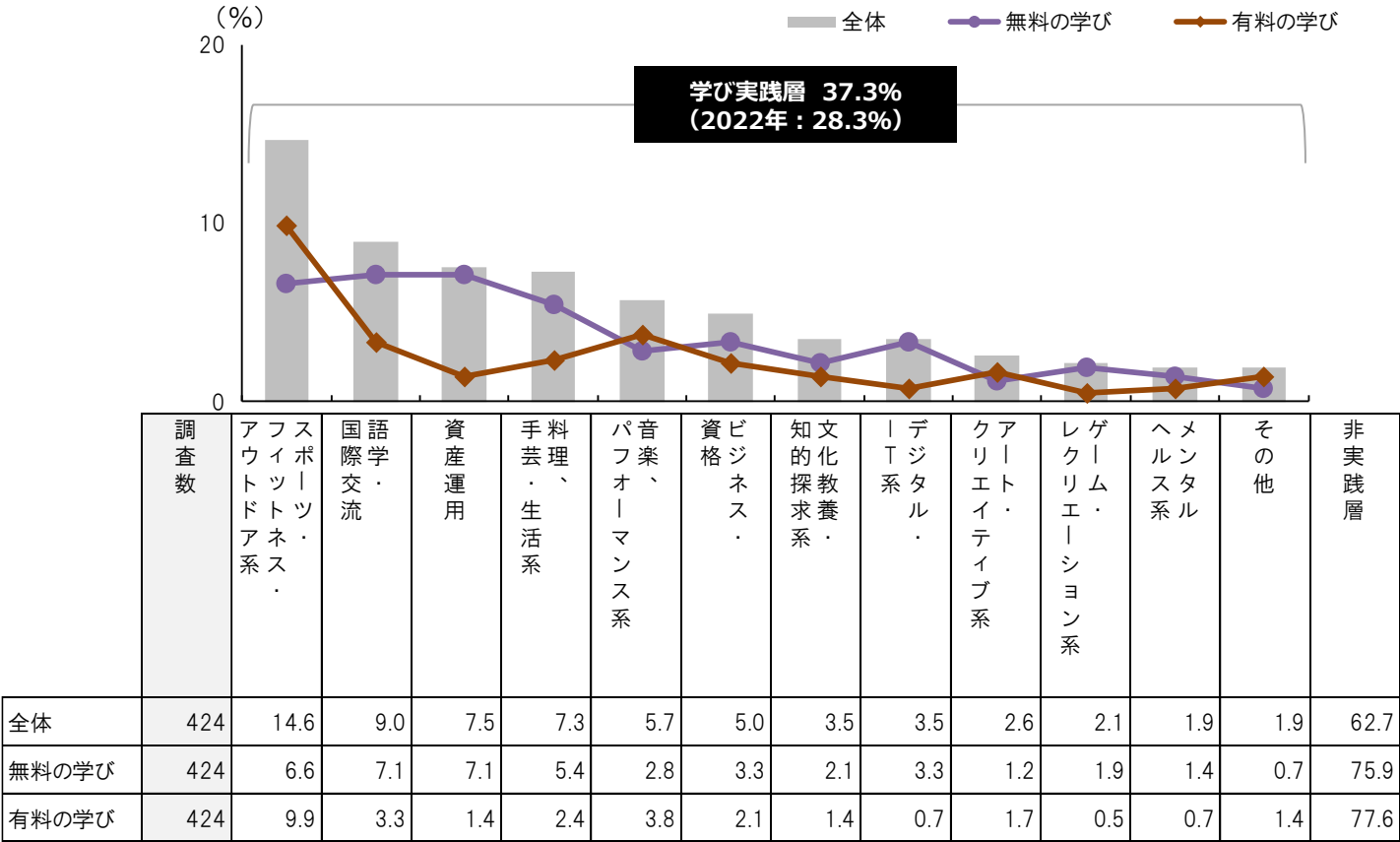
■世帯年収(*学生除く)	件数	構成比(%)
200万円未満	40	9.5
200～300万円未満	56	13.2
300～400万円未満	40	9.5
400～500万円未満	37	8.7
500～600万円未満	49	11.6
600～700万円未満	28	6.6
700～800万円未満	28	6.6
800～900万円未満	24	5.7
900～1000万円未満	10	2.4
1000～1500万円未満	25	5.9
1500万円以上	5	1.2
わからない	81	19.1
全体	423	100.0

【報告書の見方】

- ・本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- ・複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- ・報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

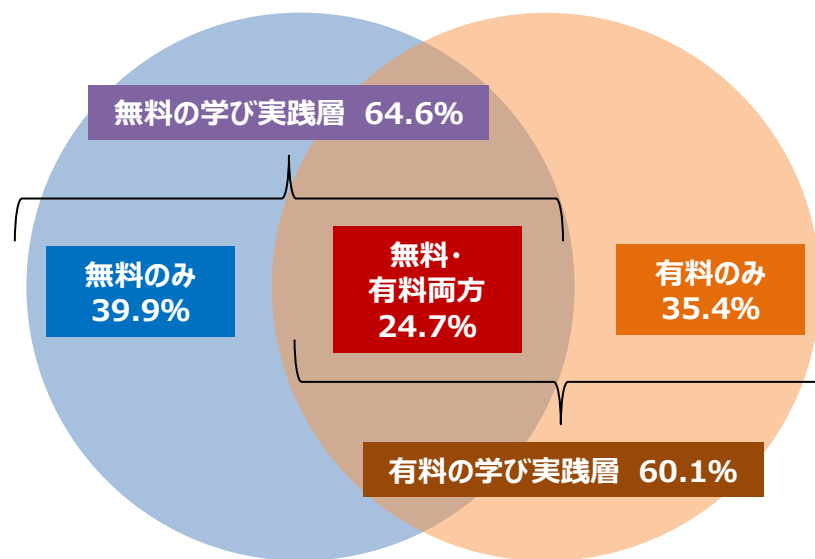
- 大人の学び実践状況について、実践層の割合は 4 割弱であった。ジャンル別では、「スポーツ・フィットネス・アウトドア系」が最も高く、次いで「語学・国際交流」「資産運用」「料理、手芸・生活系」の順である。
- 2022年10月実施の調査では学び実践層は 3 割弱と、3 年前から増加した。当時の調査では今後学びたい・習いたいもののトップが「資産運用」となっており、実践層が増えたジャンルの一つと考えられる。

◆ 学びのジャンル



- 学び実践層に占める無料／有料実践率は、無料が6割半ば、有料が6割である。インターネットサイトや動画など、無料でも学べる環境は広がっており、無料で学ぶ層とお金をかけて学ぶ層の割合は同程度となっている。
- また、無料・有料の学びを両方実践している層は、およそ25%と一定数見られる。

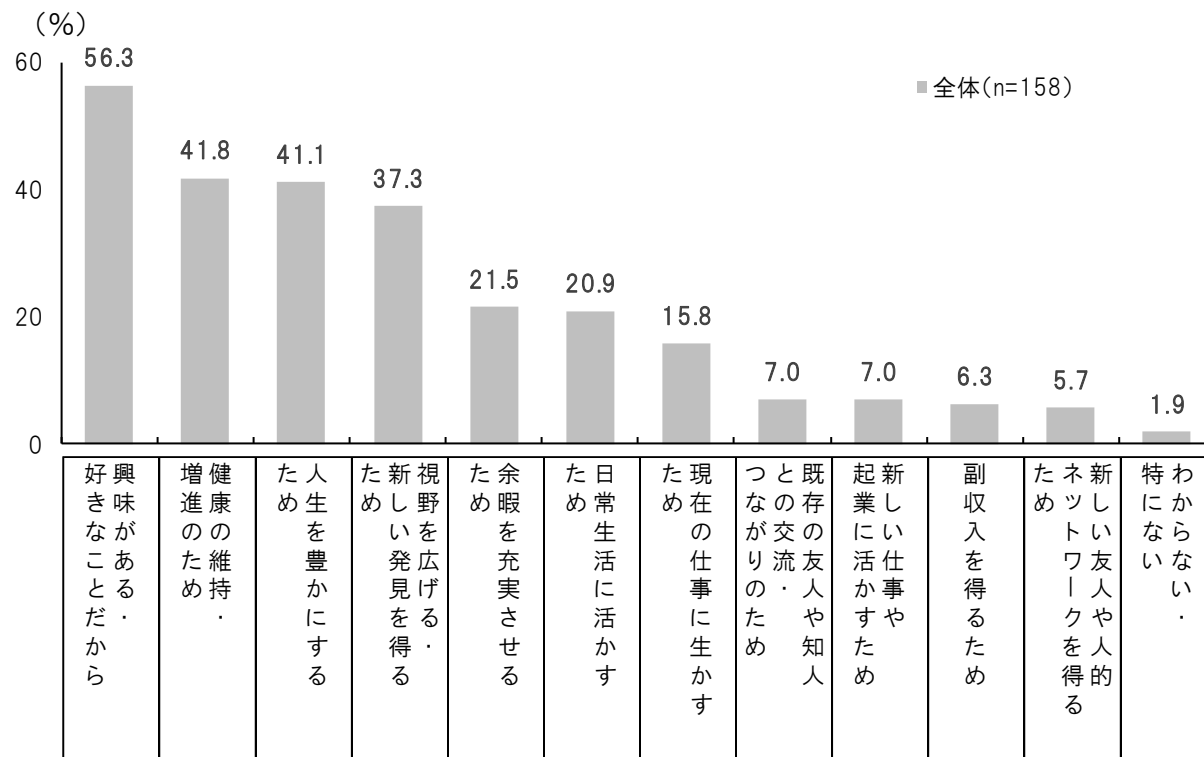
◆無料／有料の学び実践率 ※実践層ベース



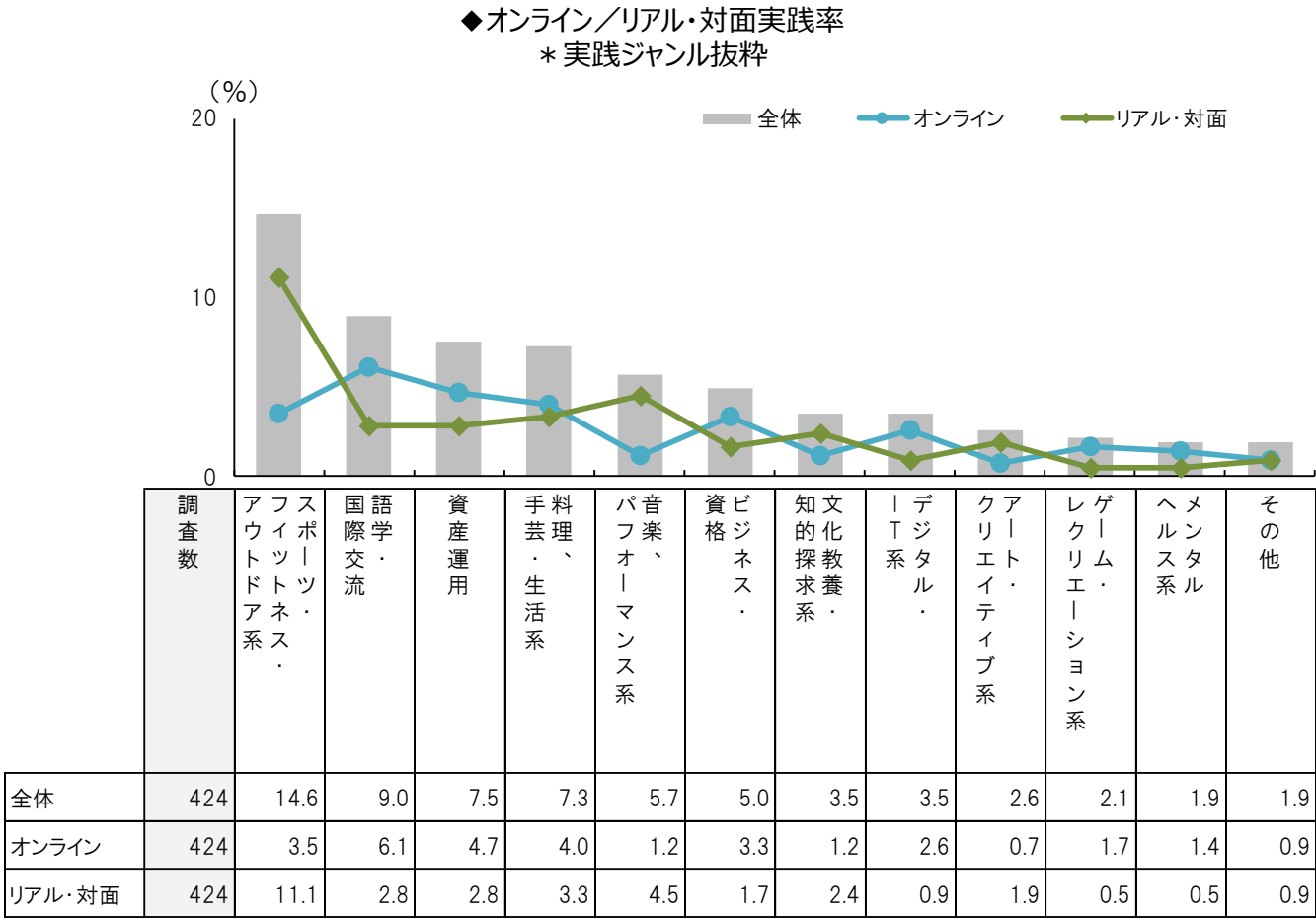
全体
n=158

- 学び実践層の動機は「興味がある・好きなことだから」がトップ。何かに活かすよりも、まず興味関心事の追求が学びの源泉となっているようだ。
- 次いで「健康の維持・増進のため」「人生を豊かにするため」「視野を広げる・新しい発見を得るため」が4割前後と高い。学ぶことで充実感や刺激を受け、心身の健康を保ちたい意識がうかがえる。

◆学びの動機 ※学び実践層限定



- ジャンル別にオンライン／リアル・対面実践率を見ると、「スポーツ・フィットネス・アウトドア系」「音楽、パフォーマンス系」「文化教養・知的探求系」「アート・クリエイティブ系」はリアル・対面がオンラインを上回った。特に「スポーツ・フィットネス・アウトドア系」で差が大きい。
- 「語学・国際交流」はオンラインがリアル・対面を3 pt以上上回った。オンラインの、距離を気にせず遠方の人と接触できる点がメリットとなっていることが考えられる。



*リアル・対面実践率：全体の実践率からオンライン実践率を減じた割合

**マーケティングリサーチからコンサルティングまで
福岡・九州の生活者マーケティングは、株式会社ジーコム**

1986年の創業以来、35年以上福岡・九州で
「マーケティング・リサーチ」と「ビジネスコンサルティング」の専門会社として、
顧客視点に基づく科学的なアプローチによつて的確な課題解決策を導き出し、
マーケティングサポートを行っています。

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4-1-1 第7明星ビル7F
TEL 092-761-0221 FAX 092-761-0228
<https://www.gcom-net.co.jp/>
inq@gcom-net.co.jp