

自主調査結果のご案内

日本在留10年以上の「定住外国人」ライフスタイル調査

合同会社 サーベイマイ
2026年3月

対象国：日本

対象者条件：15歳以上で日本在留歴10年以上の外国人

質問数：15問

回収数：N=384

回答者構成比：

年齢	男性	女性	非回答
15-19歳	1	6	1
20-29歳	3	4	1
30-39歳	19	20	1
40-49歳	45	49	1
50-59歳	59	51	4
60-69歳	64	30	0
70歳以上	18	4	3

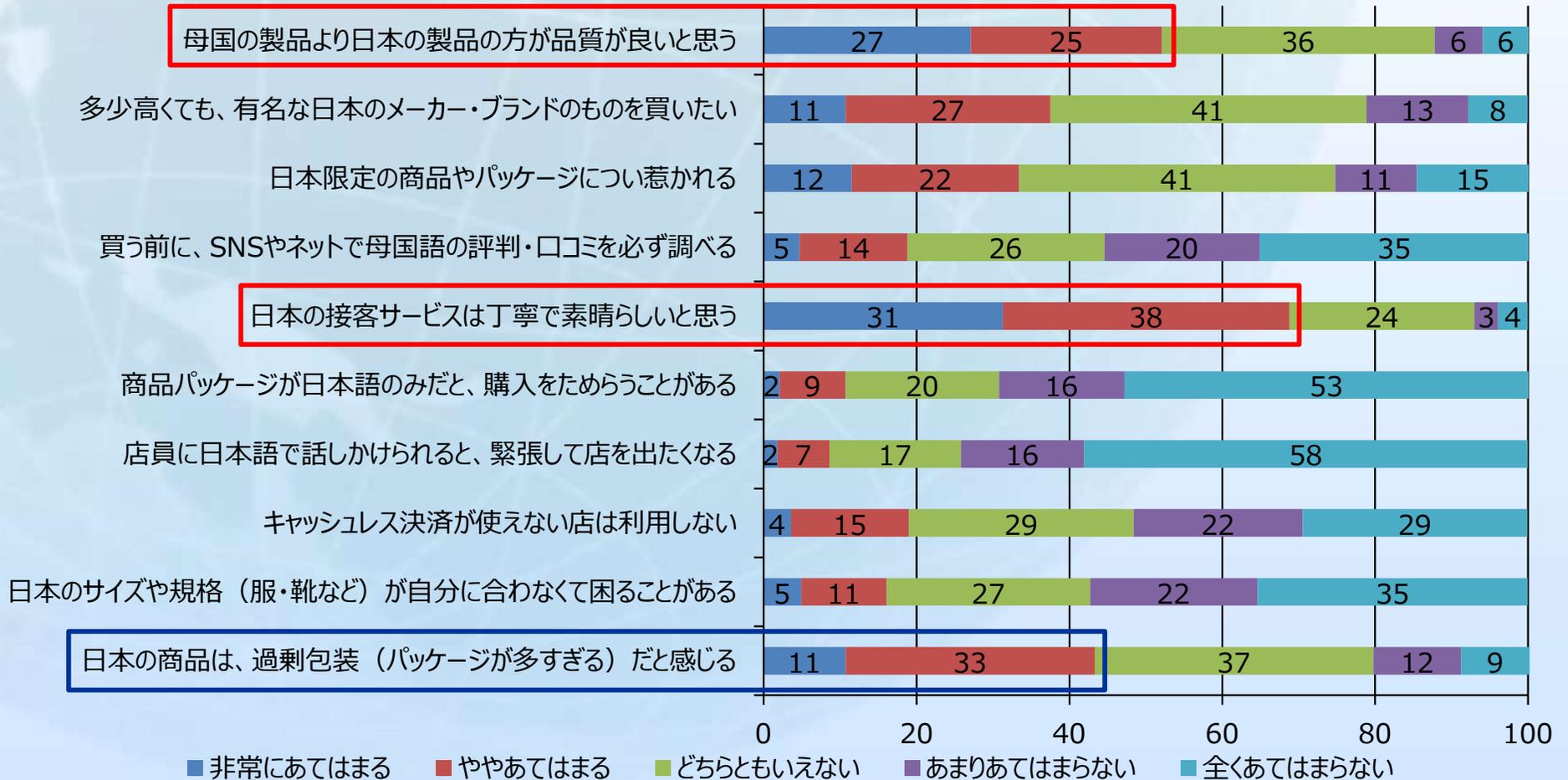
調査期間：2026年1月13日-1月19日

調査実施主体：合同会社サーベイマイ

母国の製品 vs 日本の製品

日本製品は過剰包装との認識がある一方、品質や接客サービスの高さは高く評価されている。

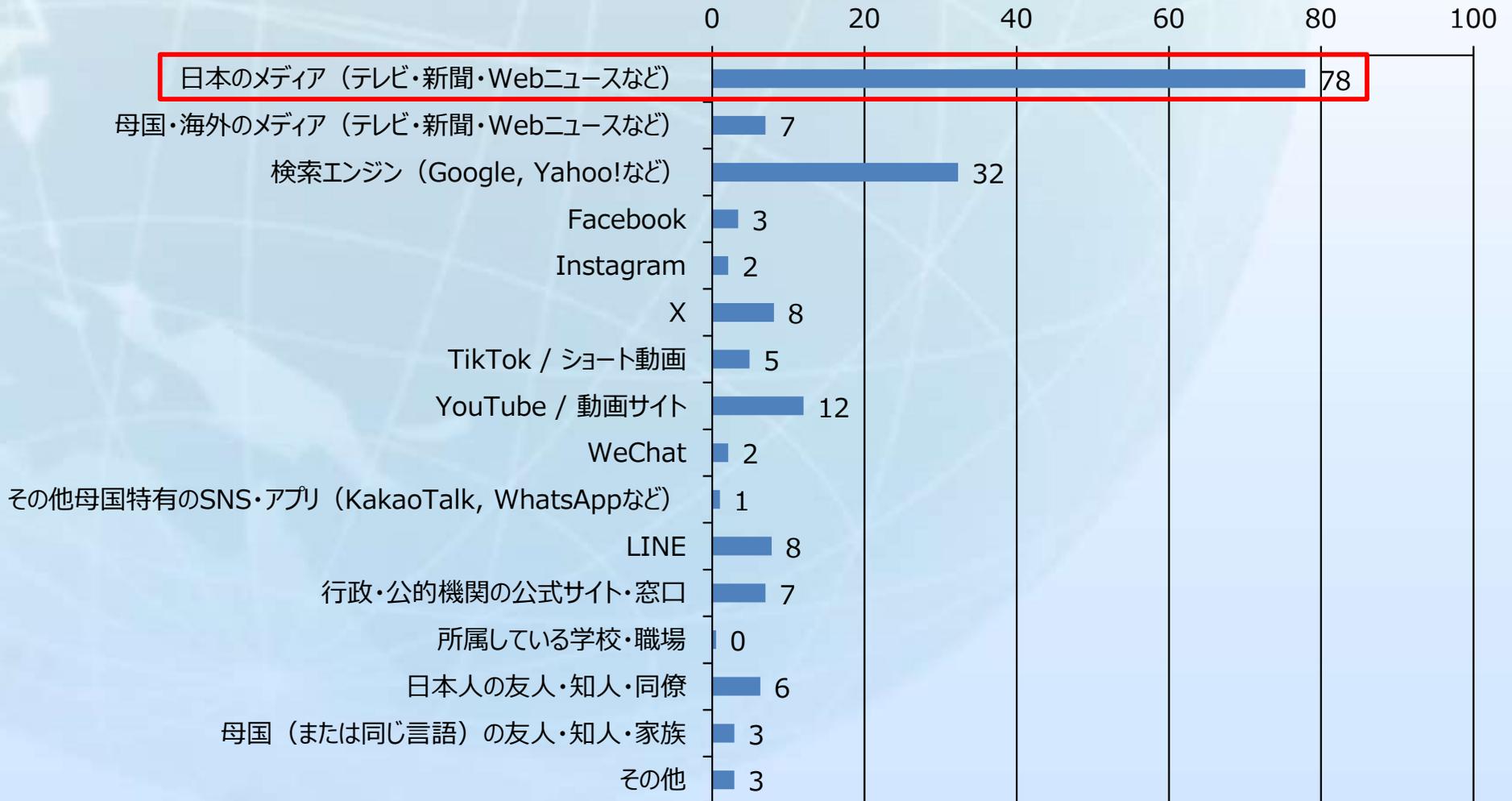
Q. 日本での買い物や商品についての考えとして、あてはまる度合いをお選びください。



情報収集方法: 災害、緊急ニュース

災害・緊急時も8割弱が日本のメディアを利用しており、日本人と近い情報行動を取っている。

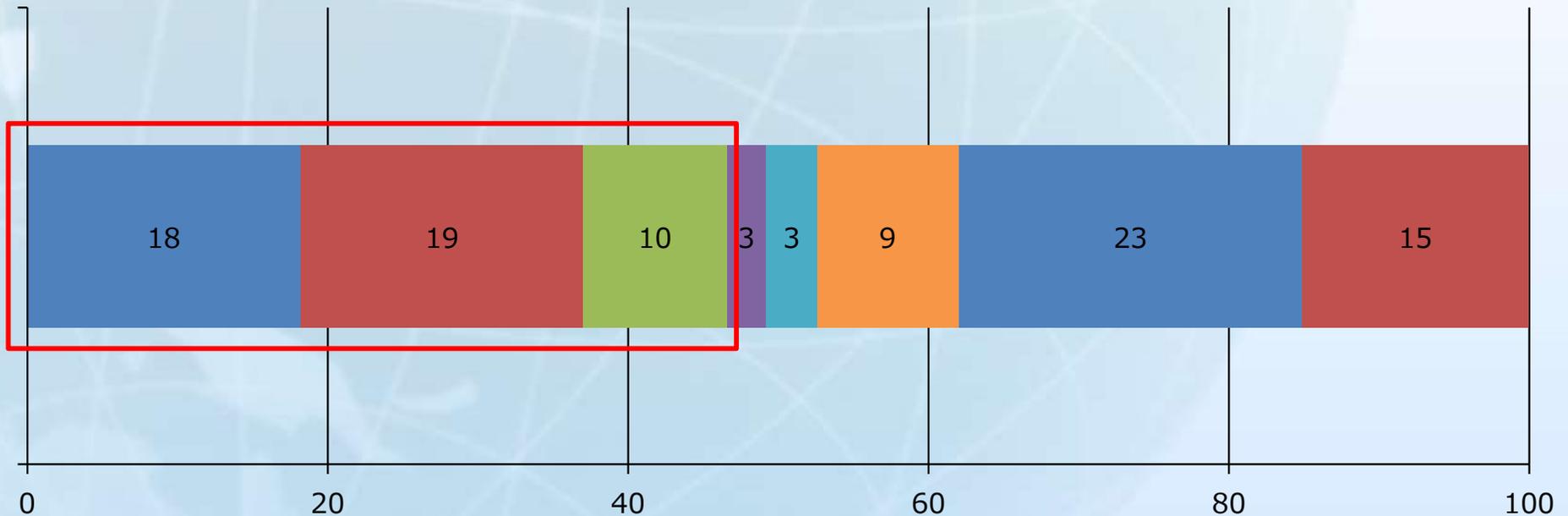
Q. 地震や台風などの災害、緊急ニュースを知りたい時: 情報を得るために利用するもの(上位3つまで)をお選びください。



日本での住居形態

5割弱が日本国内に住宅を所有しており、
定住・資産形成段階に入っている層が多い。

Q. あなたの現在の日本の住居について、所有状況や今後の購入意向に最も近いものをお選びください。

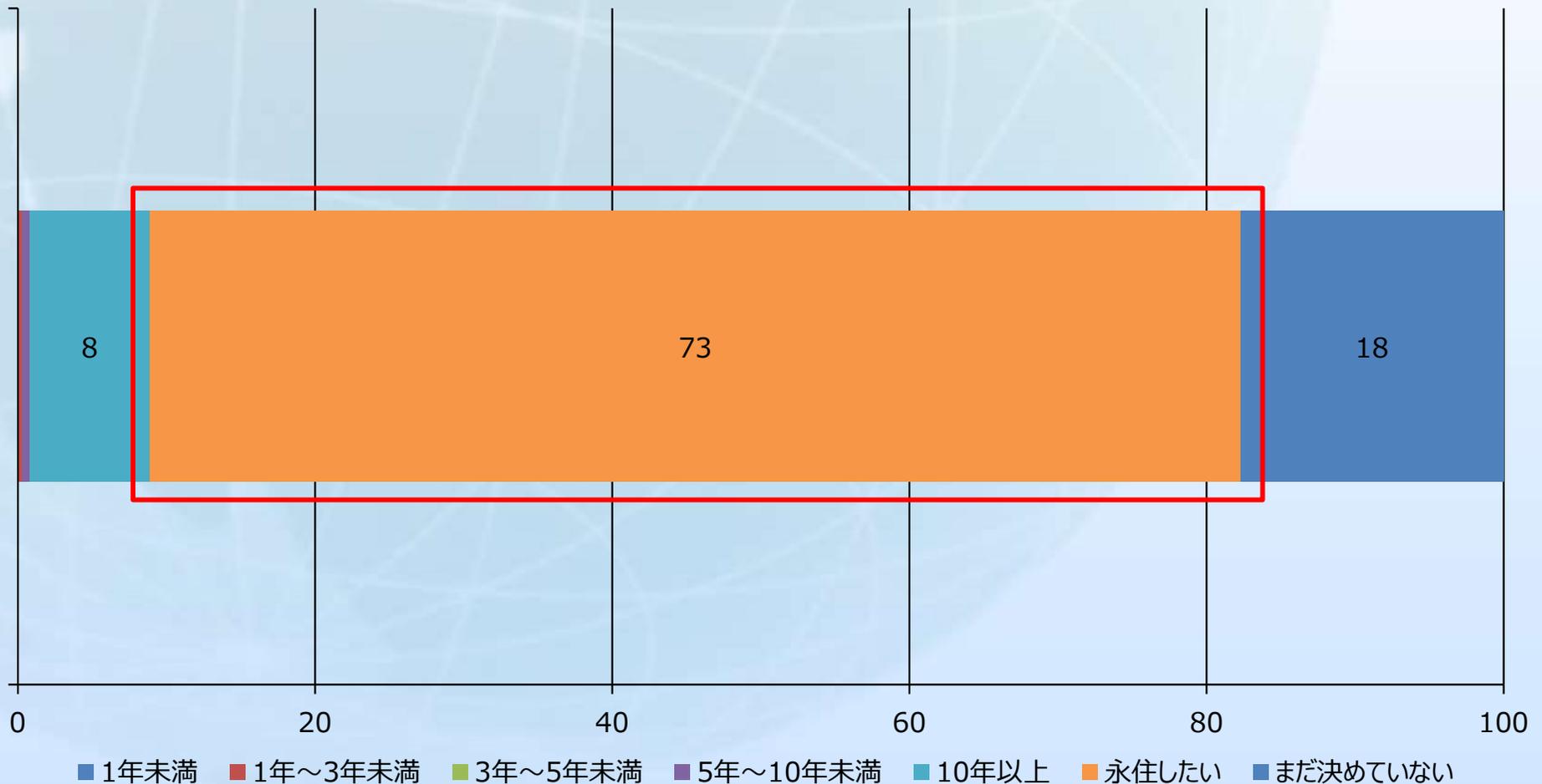


- 日本で持ち家（一戸建て、マンション、アパート含む）に住んでおり、さらに別の不動産（投資用・別荘など）も日本国内に持っている
- 日本で一戸建てを購入して住んでいる（日本国内に別の不動産は持っていない）
- 日本でマンション（アパート含む）を購入して住んでいる（日本国内に別の不動産は持っていない）
- 現在は賃貸（または寮・社宅）に住んでいるが、日本国内に別の不動産を持っている
- 現在は賃貸（または寮・社宅）だが、日本国内に具体的な購入予定がある
- 現在は賃貸（または寮・社宅）だが、日本国内に購入することに興味はある
- 現在は賃貸（または寮・社宅）で、購入する予定はない
- 以上のどれもなし

希望滞在期間

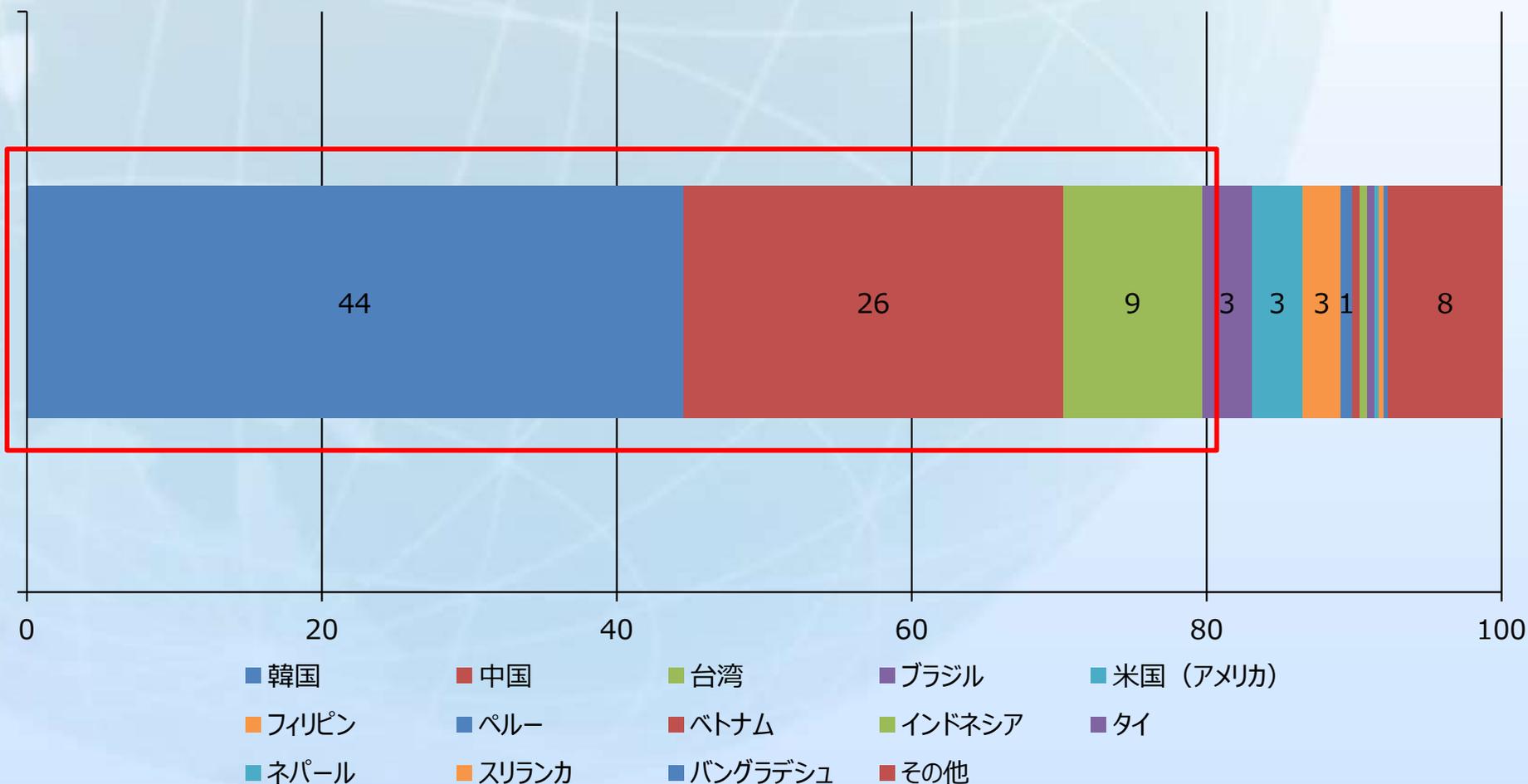
永住希望者が7割を占め、
将来的な生活基盤形成を前提に日本で暮らしている層が多数。

Q. 今後の日本での希望滞在期間



回答者の8割弱が東アジア出身で、在留外国人の中でも近隣国出身者が中心。

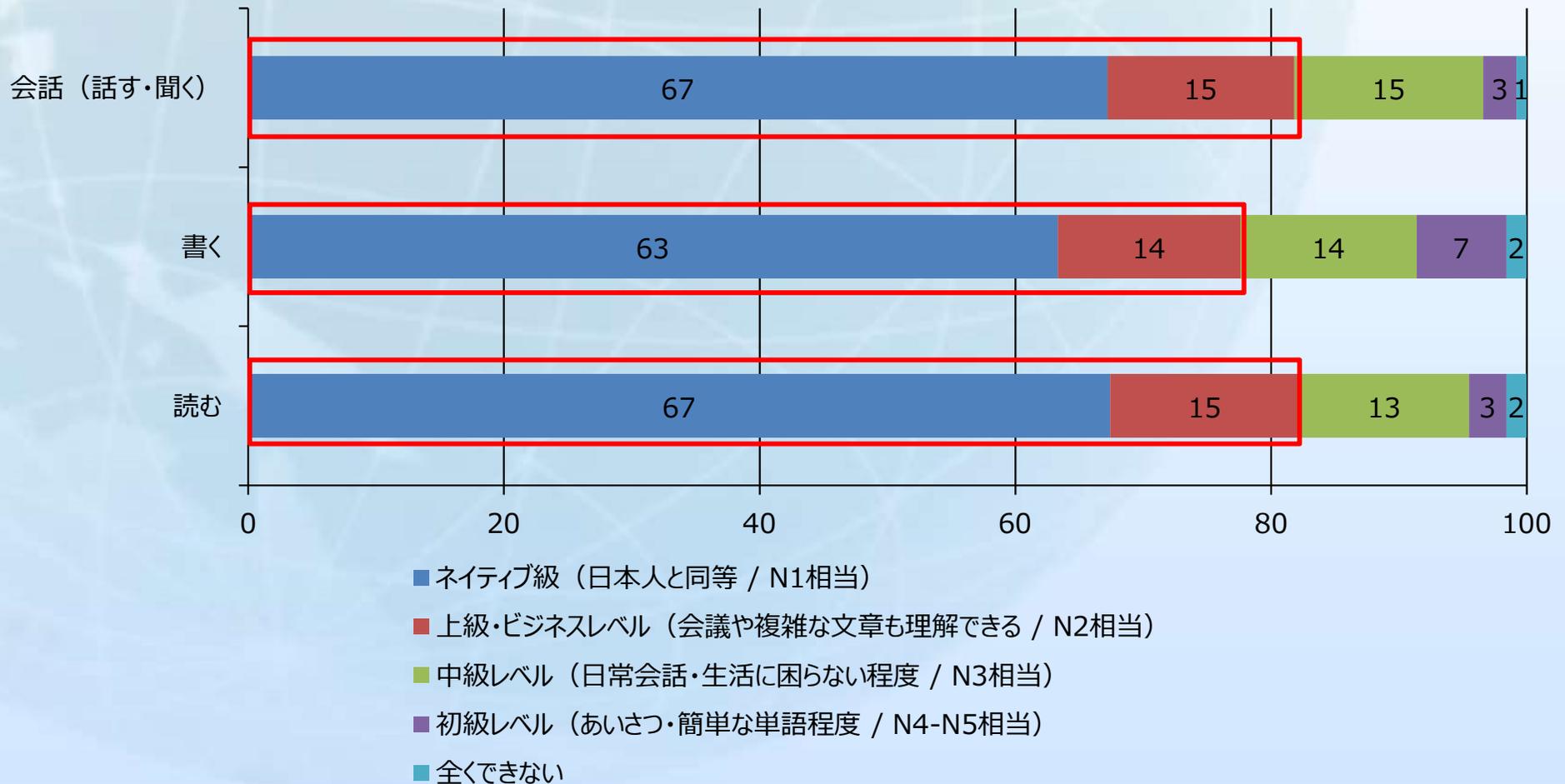
Q. あなたの国籍をお選びください。



日本語習得レベル

日本語上級レベル以上が7割を超え、日常生活から手続きまで日本語で完結できる層が中心。

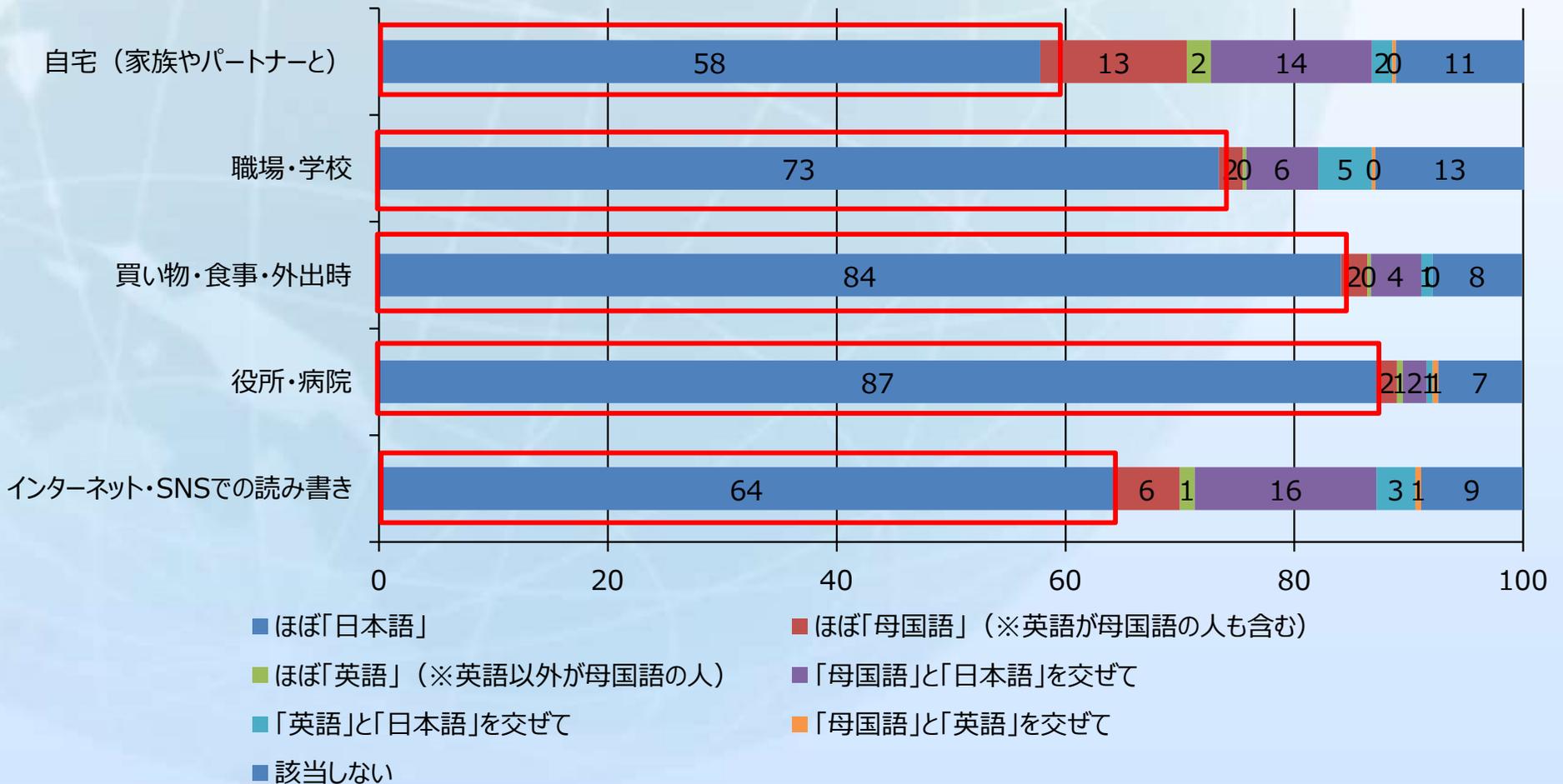
Q. 「主に使う言語」として、最も近い状況をお選びください。



主使用言語

あらゆる生活場面で日本語使用が主流となっており、日本語での生活が概ね可能な層が中心。

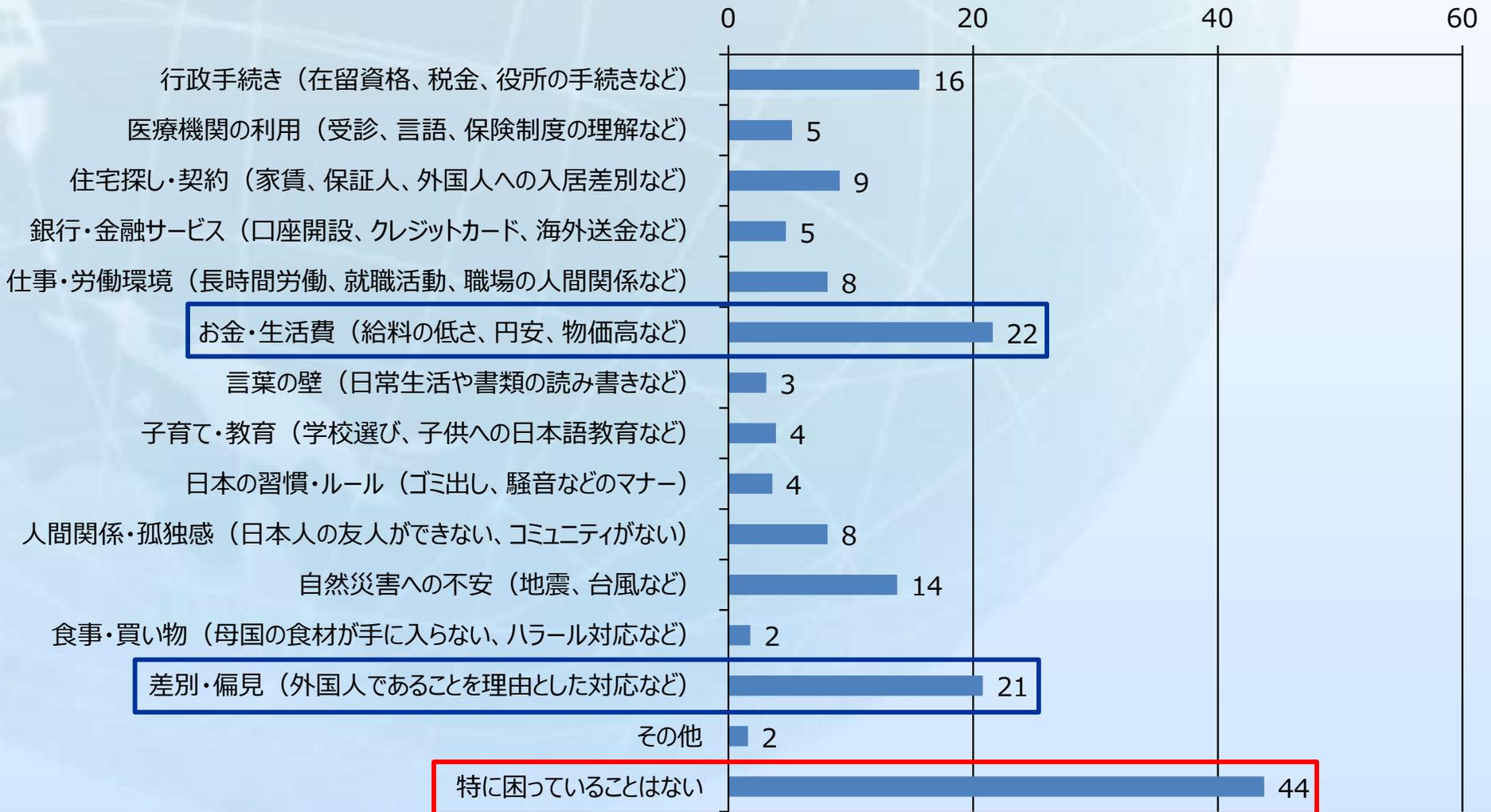
Q. 以下の場面で「主に使う言語」として、最も近い状況をお選びください。



生活のストレス

生活面で「特に困っていない」が4割強と最多で、言語ストレスは3%と少数。
一方、生活費や差別・偏見への不安は一定数存在。

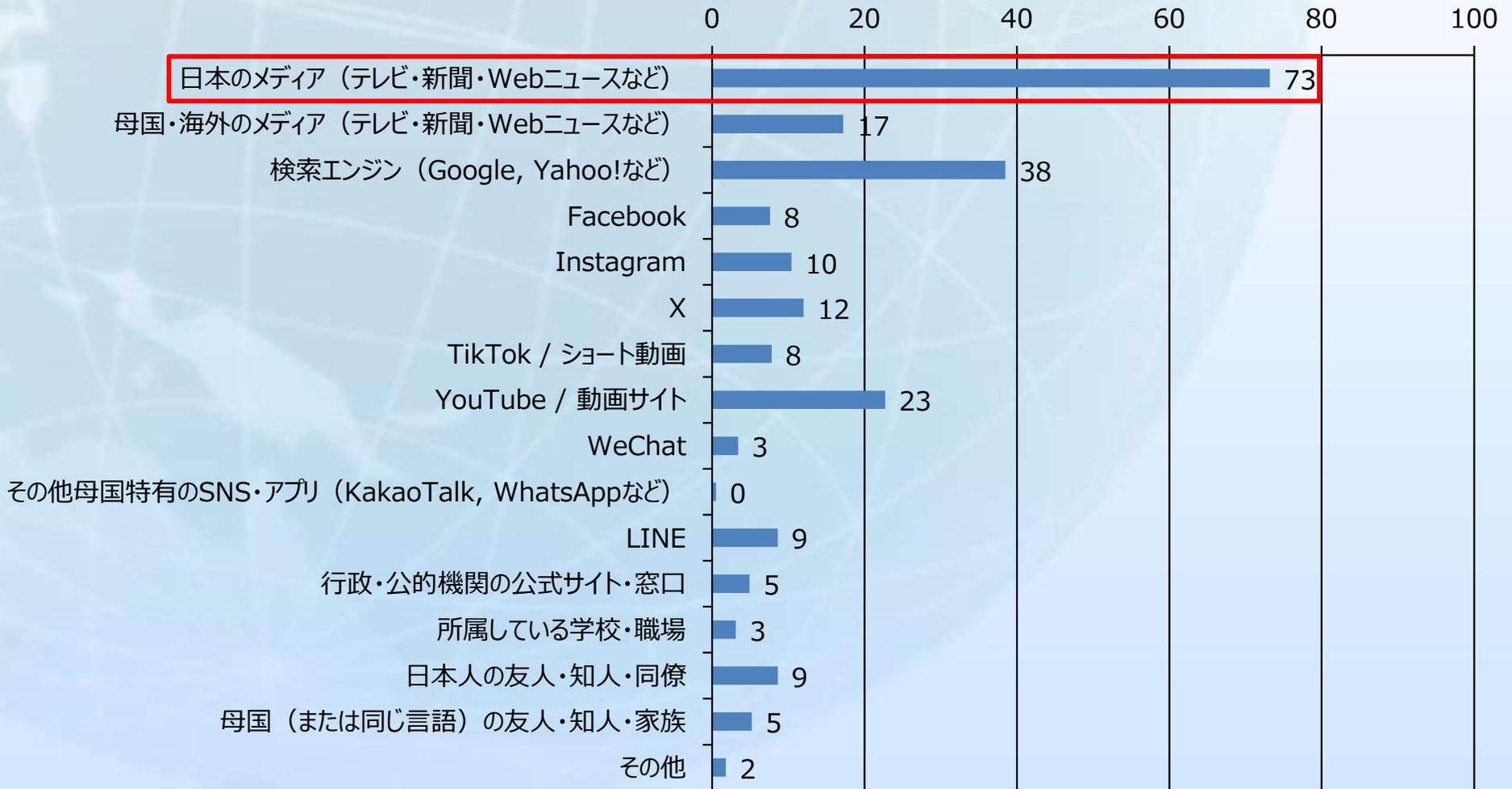
Q. 日本での生活において、ストレスを感じることや困っていること(最大3つまで)をお選びください。



情報収集方法：生活全般・世の中の出来事

7割が日本のメディアを利用し、日本の生活環境に適応した情報行動。

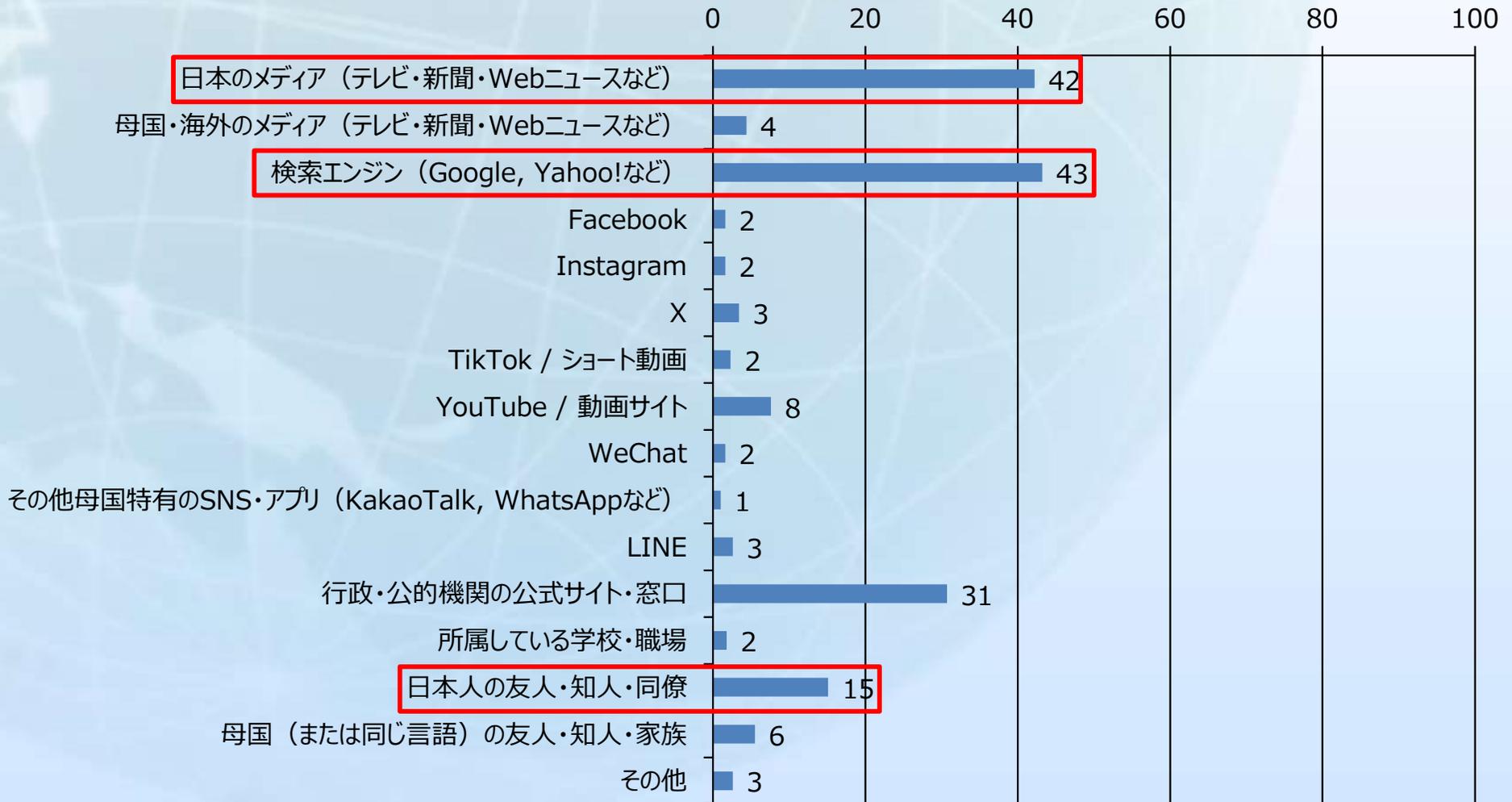
Q. 普段の生活全般や、世の中の出来事を知りたい時：情報を得るために利用するもの(上位3つまで)をお選びください。



情報収集方法：役所・生活上のトラブル

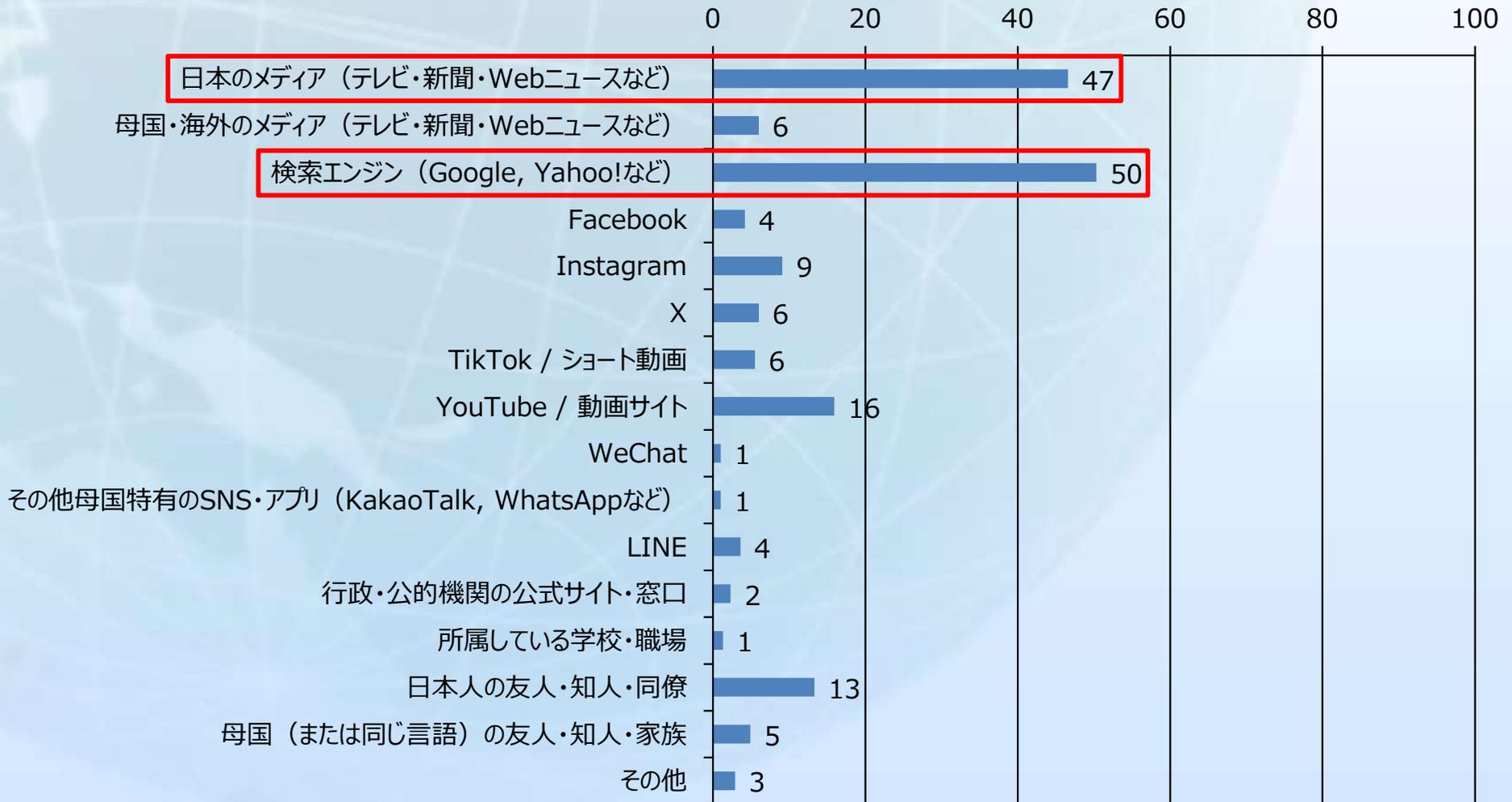
検索エンジン・日本のメディアに加え、日本人の知人を活用する層も一定数。

Q. 役所の手続きや、生活上のトラブル(病気など)を解決したい時：情報を得るために利用するもの(上位3つまで)をお選びください。



検索エンジン・日本のメディアが中心で、日本市場向け情報を活用。

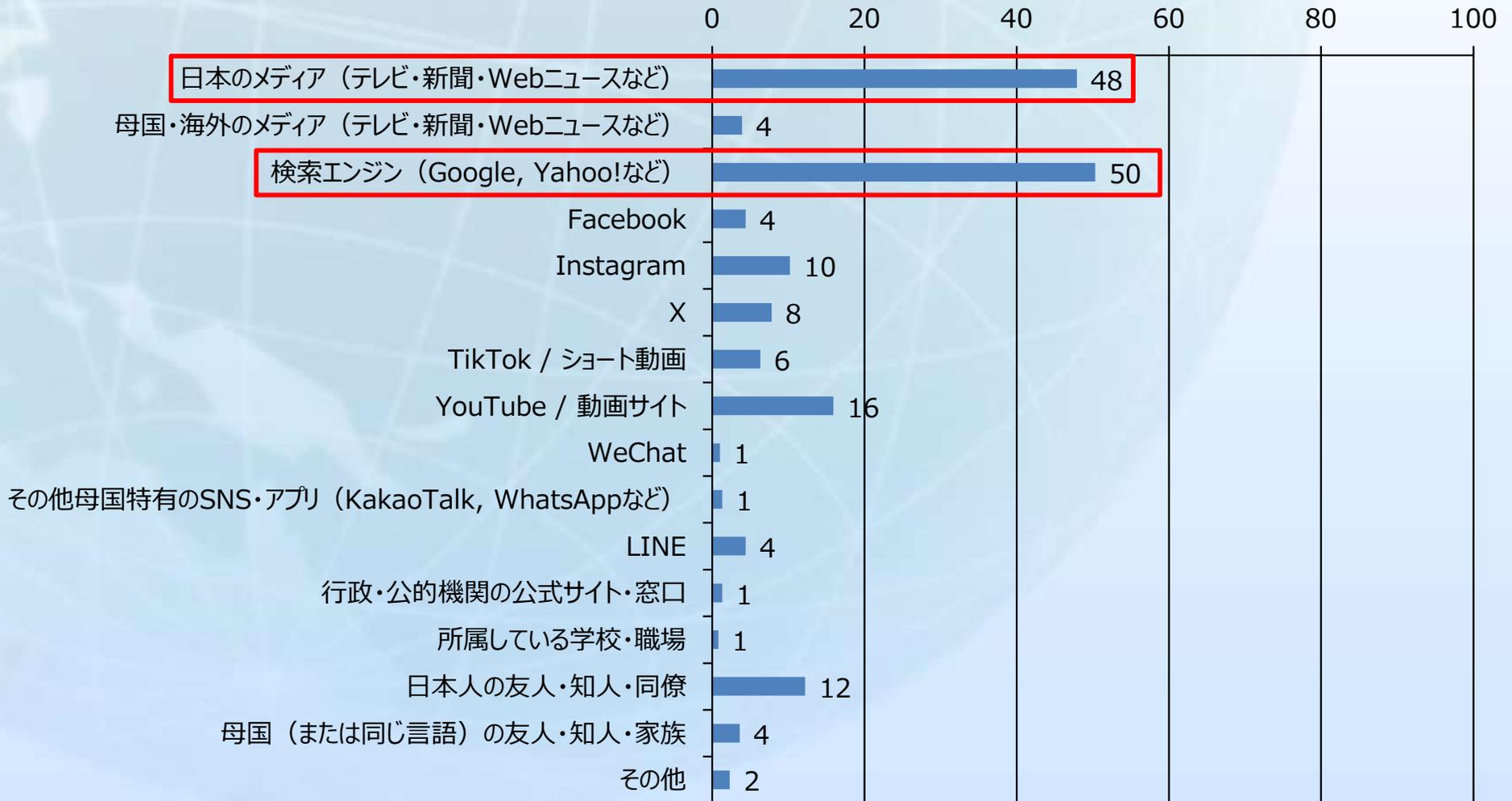
Q. 国内旅行、休日の遊び場、レストランなどの情報を探す時:情報を得るために利用するもの(上位3つまで)をお選びください。



情報収集方法：買い物・日本のトレンド

検索エンジン・日本のメディアが中心で、日本市場向け情報を活用。

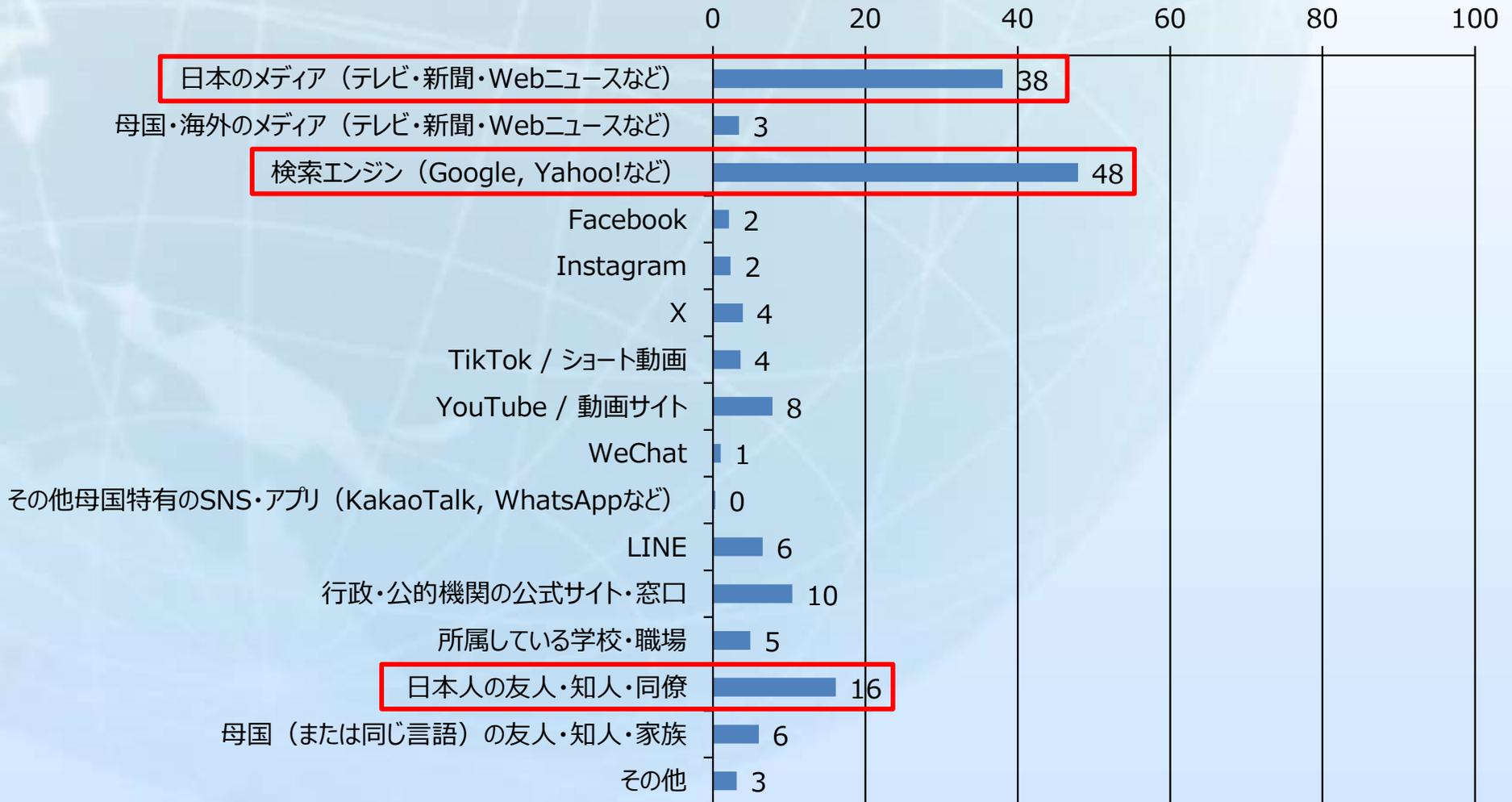
Q. 欲しい商品や買い物情報、日本のトレンドを知りたい時：情報を得るために利用するもの(上位3つまで)をお選びください。



情報収集方法:仕事・アルバイト

検索エンジンが中心だが、日本人ネットワークも補完的に活用。

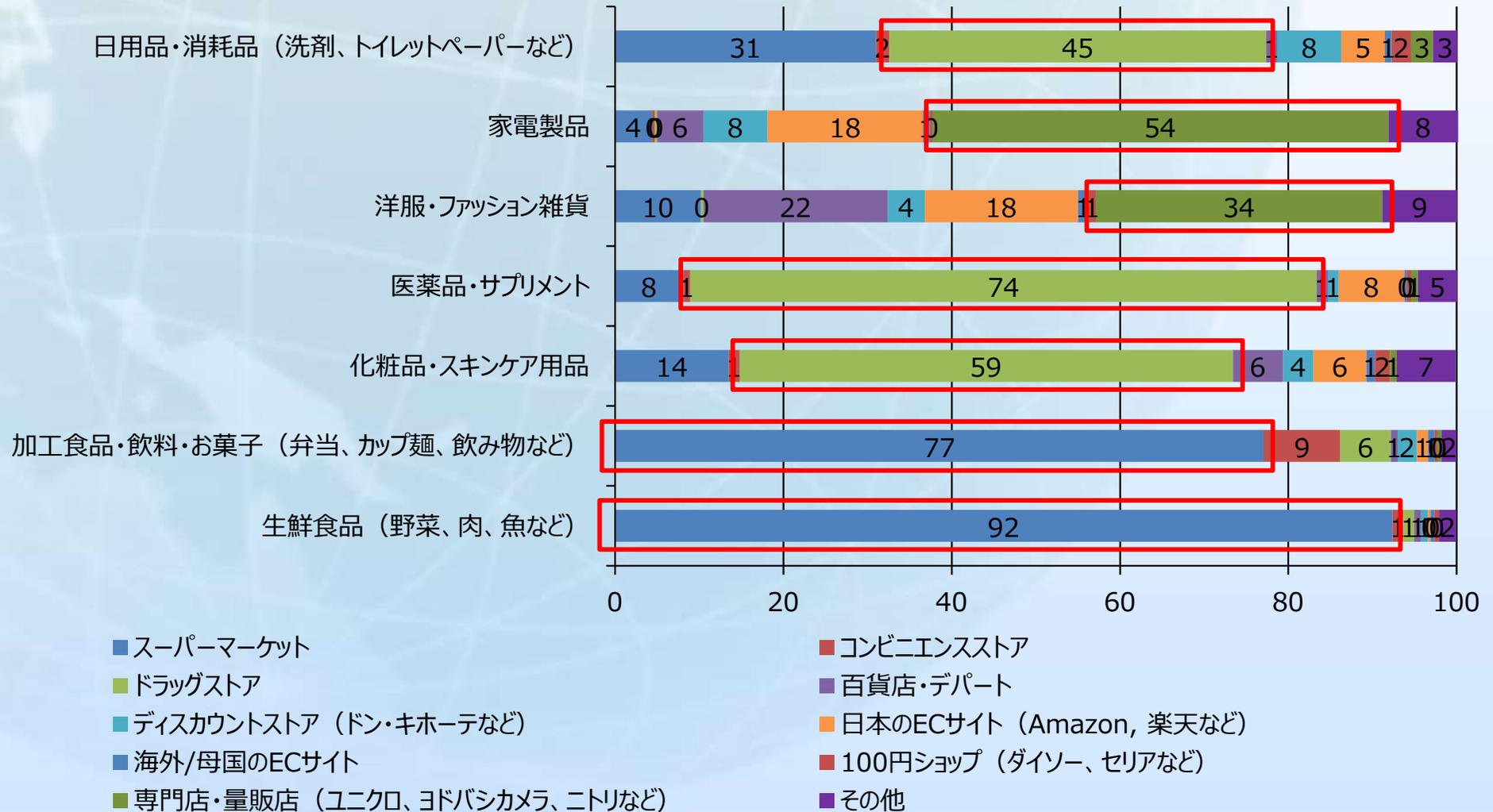
Q. 仕事、アルバイト、キャリアに関する情報を探す時:情報を得るために利用するもの(上位3つまで)をお選びください。



買い物

商品により、多様なチャネルを使い分け。
家電製品やファッション用品はオンラインショッピング利用者が2割ほど。

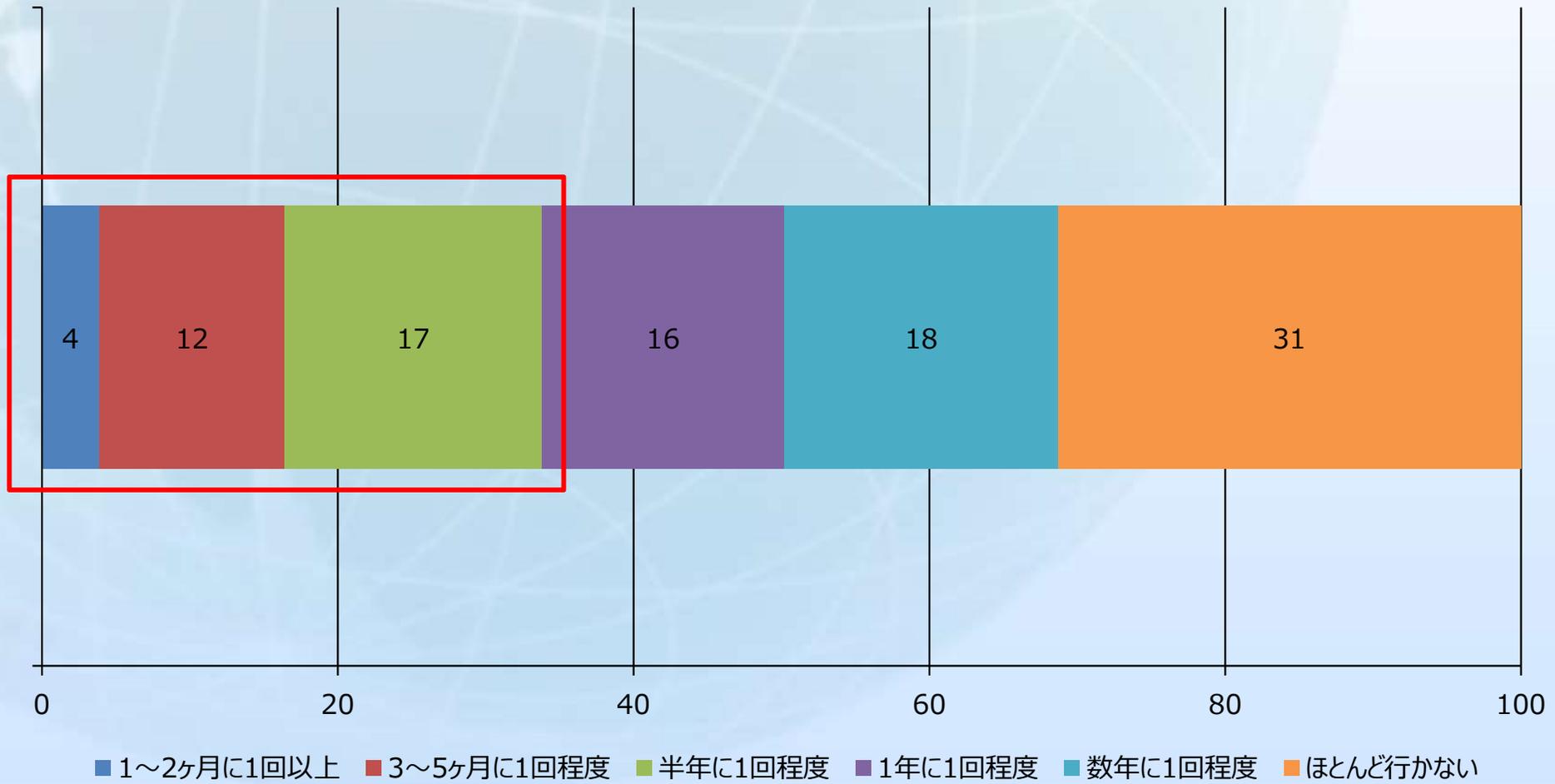
Q. 以下の商品の「最も頻繁に利用する」主な購入場所をお選びください。



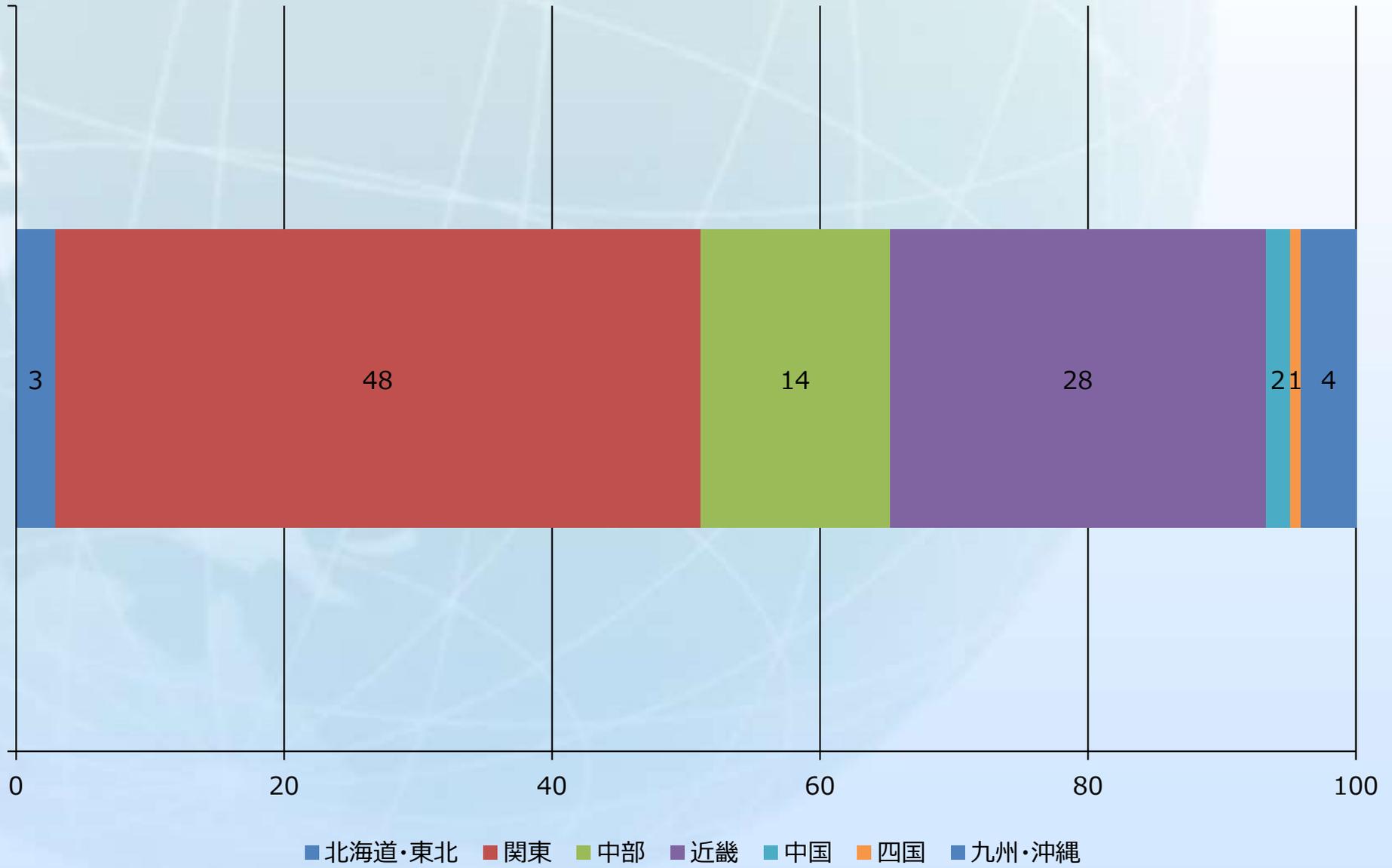
国内旅行の頻度

3割強が半年に1回以上国内旅行をしており、日本国内消費に積極的。

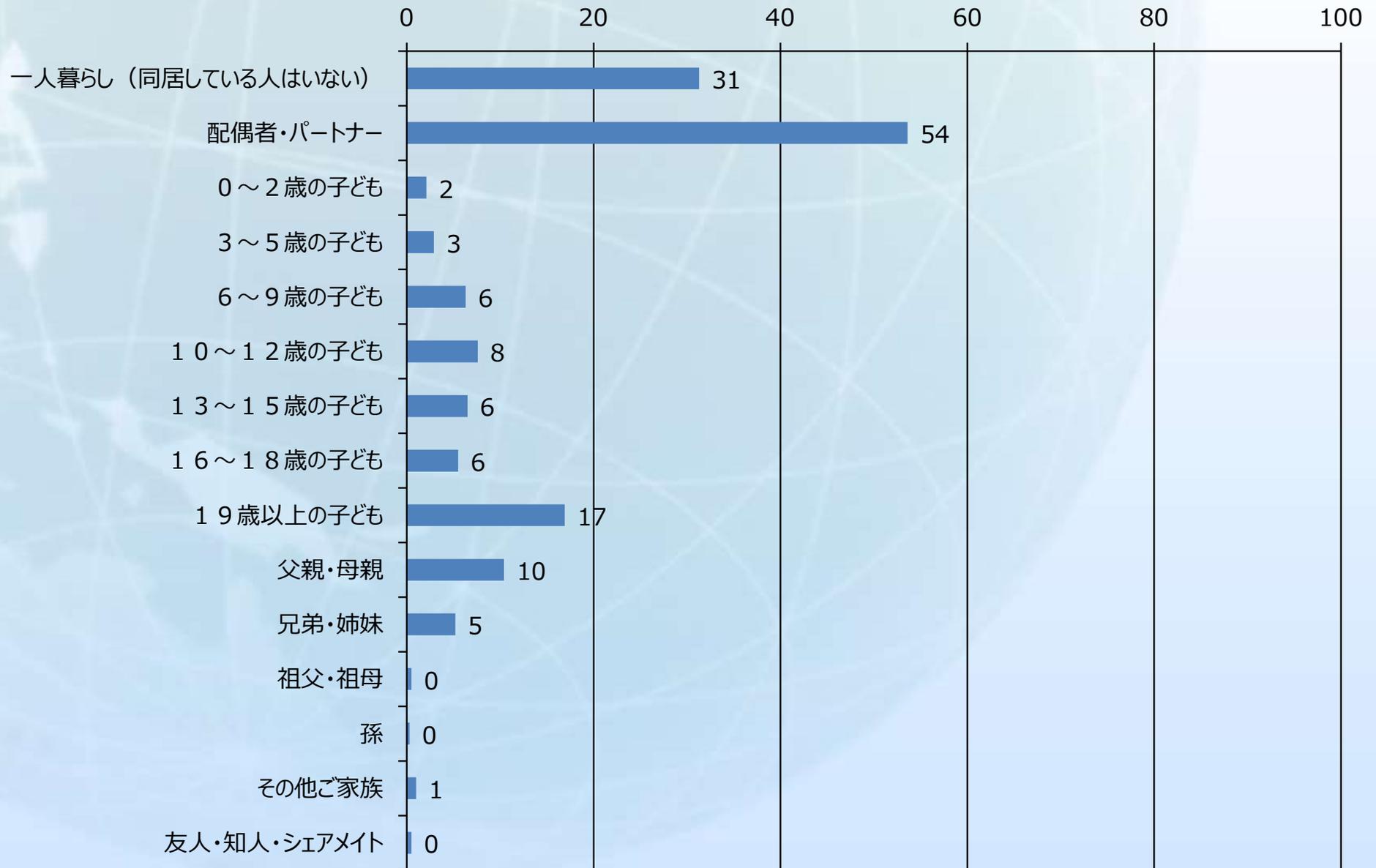
Q. あなたは、観光やレジャーを目的とした日本国内の旅行(宿泊を伴うもの)に、どのくらいの頻度で行きますか？



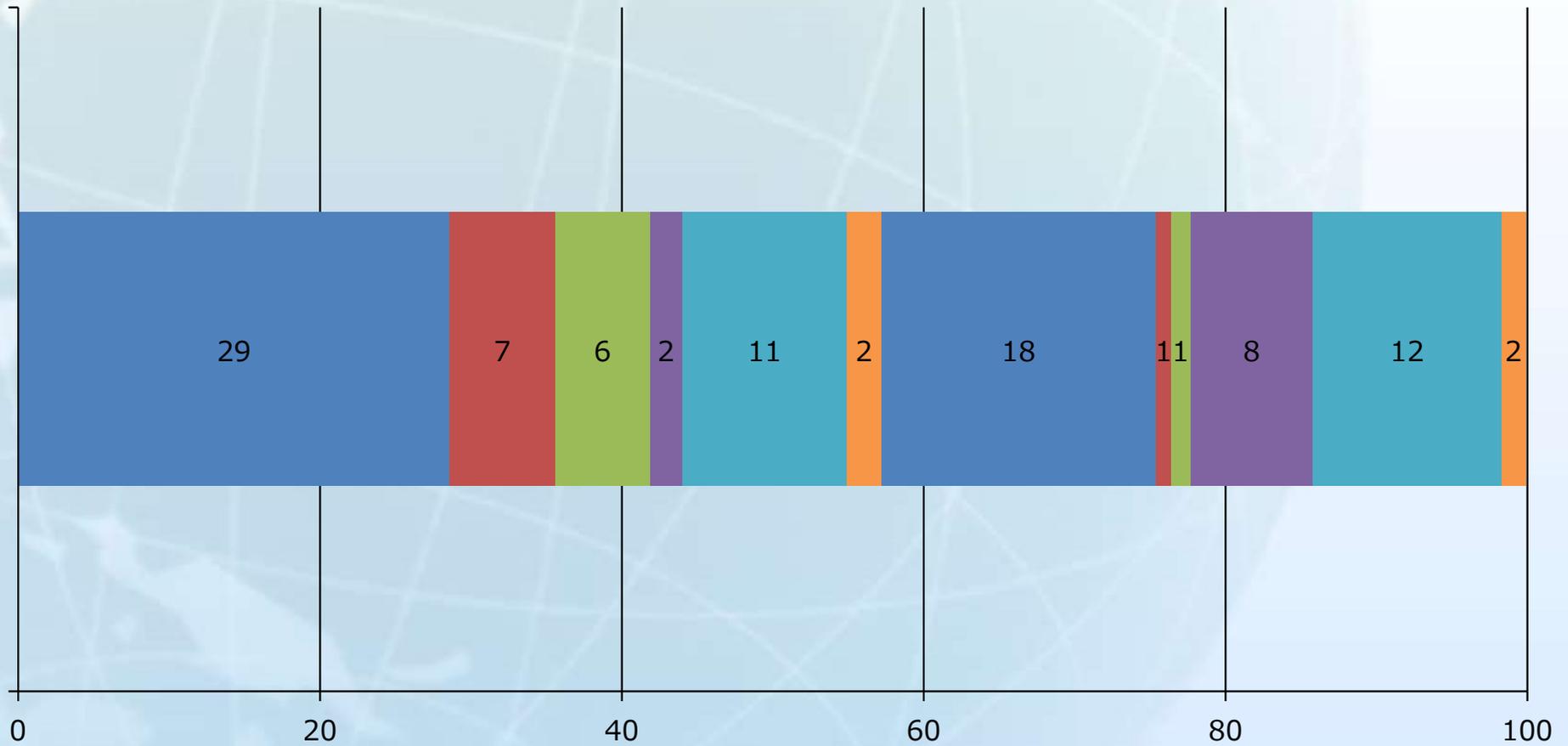
F 居住地



F 同居家族



F 職業



- 会社員（正社員）
- 会社員（契約・派遣社員）
- 会社役員・管理職
- 公務員・団体職員
- 自営業・フリーランス
- 専門職（医師、弁護士、会計士、教員、エンジニアなど）
- パート・アルバイト
- 学生（大学・大学院・専門学校）
- 学生（日本語学校）
- 専業主婦・主夫
- 無職
- その他

F 世帯年収

