

# 高齢者ライフスタイル構造基本調査 2018年



高齢者 60~90 歳 2,500 人を対象とした郵送調査  
アクティブシニアを対象としたネット調査ではわからない  
高齢者マーケット全体を理解することができます

◆分析視点：加齢とともに直面する、高齢者の様々な変化にフォーカスし、それに伴って生まれる様々なニーズを探る

## 家族・住まい

- ・性別・年齢
- ・未既婚・同居家族
- ・住宅・地域、...

## 仕事・お金

- ・仕事の有無・雇用形態・頻度
- ・年収・資産・家計
- ・経済的なゆとり、...

## 健康・老い

- ・日常生活の自立状況
- ・慢性疾患・衰え
- ・健康意識・対策、...

## 買い物

- ・購入品・購入チャネル
- ・考え方や行動
- ・積極的な出費、...

## 生活・価値観

- ・日課・趣味
- ・心配・検討していること
- ・価値観・生活満足度、...

## 情報

- ・インターネットの利用・利用機器・利用内容・頻度
- ・メディア接触(情報源)、...

## 60歳～90歳の「6090世代」2,500人のライフスタイル

人生 100 年時代と言われるようになり、平均寿命が男女ともに 90 歳近くに達しています。90 歳までは現役消費者・現役生活者と捉えるべきだと考え、60 歳から 90 歳の高齢者を「6090 (ロクマルキューマル) 世代」と呼び、注目していきます。本レポートは、高齢者市場での新しいマーケティング戦略のための、基本的なライフスタイル調査です。「加齢に伴う変化」を重視し、年齢が高まるにつれ、身体の状態が変わり、考えが変わり、生活が変わることを捉えます。このことにより、新しいニーズの発見につながるヒントになるものと考えています。本レポートが、貴社の高齢者マーケティング検討の一助となれば幸いです。

# 「高齢者ライフスタイル構造基本調査」調査項目

## Chapter 1 家族・住まい

- ◇性別
- ◇年齢
- ◇未既婚
- ◇同居家族：配偶者／親、義父母／子、子の配偶者／孫／兄弟姉妹・義兄弟姉妹／親戚／その他／同居の家族はいない
- ◇同居家族構成：配偶者と二人暮らし／配偶者と子ども（子どもの配偶者含む）／配偶者と子ども夫婦と孫／子ども（子どもの配偶者含む）／子ども夫婦と孫／その他／一人暮らし
- ◇同居家族人数
- ◇同居家族の有無
- ◇住居形態：持家一戸建て／持家マンション／賃貸一戸建て／賃貸マンション・アパート
- ◇居住地域タイプ：都市部／都市部近郊／郊外・田舎
- ◇家電製品・住宅設備・車両等 ①保有 ②購入してみたい：デスクトップパソコン／ノートパソコン／プリンター／タブレット（iPad など）／家庭用テレビゲーム機／4K・8K対応テレビ／DVD・ブルーレイ対応テレビ／ブルーレイ・DVD再生機・録画機／音楽再生プレイヤー・スピーカー／ロボット掃除機／システムキッチン・ビルトインキッチン／食器洗い乾燥機／スチーム機能付きレンジ／ワインセラー／加湿器・空気清浄機／床暖房／温水洗浄便座付きトイレ（ウォシュレットなど）／多機能体重計（体脂肪率など、体重以外も計測できる）／住宅用太陽光発電パネル／自動ブレーキ機能が付いている自家用車／自動運転機能（自動追尾機能など）が付いた自家用車／上記以外の通常の自家用車／電動アシスト自転車

## Chapter 2 仕事・お金

- ◇仕事の有無：現在、仕事をしている／現在はしていないが、今後仕事をする予定がある／現在も今後も、仕事はしない
- ◇雇用形態・立場：正社員／契約社員・嘱託社員／派遣社員／パート・アルバイト／会社経営者／個人事業主・自営業
- ◇仕事の頻度
- ◇仕事を何歳くらいまで続ける予定か
- ◇自身の年収
- ◇同居家族全員の年収合計
- ◇自身・配偶者の保有金融資産
- ◇自身の生活費の原資：自分で働いた収入／同居している家族が働いた収入／別居している家族からの仕送り等／年金／自分自身の預貯金／資産運用（不動産・株等）／その他の収入
- ◇世帯の家計単位：自分（と配偶者）のみ／同居している子世帯や親世帯と一緒に家計
- ◇経済的なゆとりの有無：あると思う～あると思わない

## Chapter 3 健康・老い

- ◇日常生活の状態：日常生活はほぼ自立しており、独力で外出できる／屋内での生活は概ね自立しているが、介助なしには外出しない（外出が難しい）／屋内での生活は何らかの介助を要し、日中もベッド上での生活が主体であるが、座位を保つ／1日中ベッド上で過ごし、排泄、食事、着替において介助を要する
- ◇外出頻度
- ◇商品・サービスの利用状況・今後の意向①補聴器／②杖／③キャリーカート／④車いす／⑤高齢者向けシューズ／⑥大人用おむつ／⑦手すり（お風呂場、トイレなど）／⑧介護ベッド／⑨自家用の福祉車両／⑩福祉タクシー／⑪高齢者向け宅食サービス／⑫入浴や食事、着替などの介助サービス／⑬家事代行サービス／⑭見守りサービス
- ◇慢性疾患 A. 症状の程度 B. 日常生活への影響：①高血圧／②高脂血症／③糖尿病／④痛風／⑤変形性関節症／⑥腰痛・椎間板ヘルニア／⑦認知症／⑧不安症・うつ病／⑨不眠症／⑩喘息・COPD・慢性気管支炎／⑪胸やけ・逆流性食道炎／⑫頻尿・尿もれ／⑬排尿障害（尿が出にくい）／⑭がん
- ◇老化や衰え ①自覚 ②特に最近深刻になったこと：聴力の衰え（聞こえにくい）／視力の衰え（文字が見づらい）／嗅覚の衰え／味覚の衰え／食欲の衰え／飲食時によく噛めない、噛む力が弱い／飲食時に飲み込みにくい、むせやすい／重たいものを持ち上げる・動かす力／立ったり座ったりする／立ち続ける・姿勢を保つ／細かい手先の動作／身体の柔らかさ（関節の動き）／身体全体としての体力・持久力／歩くスピード／体型の変化（たるみ・適正体重の維持等）／姿勢の変化（腰が曲がった・身長が縮んだ）／肌の変化（シミ・しわ・ハリ・乾燥等）／髪の変化（白髪が増えた・細い・薄い・抜け毛等）／記憶力／発想力／物事を論理的に考える力／素早く判断する力／テンポよく話す力（言いよどまない）／気力が続かない／睡眠の質（眠りが浅い、寝つけない、寝起きが悪い等）／だるい・昼間も眠い／排尿（おしっこ）の不安／排便の不安
- ◇自身の体力への満足度：とても満足している～まったく満足していない
- ◇ふだんの健康への気づかひ度：積極的に気づかっている～まったく気づかしていない
- ◇健康維持・老化予防のため日頃行っていること：十分な休息や睡眠をとるようにしている／ウォーキング・体操など軽い運動で体を動かすようにしている／本格的な運動・スポーツをしている／普段の食事の栄養バランスに気をつけている／体に良いとされる食品や飲料を積極的に食べるようにしている／特定保健用食品（トクホ）や機能性表示食品などを優先して摂取している／サプリメントを摂取している／老化予防のための遊びやゲーム（脳トレなど）を行っている／肌をケアするためのスキンケア用品を使っている／髪をケアするためのヘアケア用品を使っている／体のゆがみ、曲がりをケアするための器具を利用している／歯や口の中をきれいにしている
- ◇健康維持・老化予防のため60歳以降に経験したこと：メタボ健診／骨密度検査／認知症検査／脳ドック／検査入院／肺炎球菌ワクチンの接種／鍼（ハリ）・灸・カイロプラクティックなどの民間療法／エステティックサロンや美容外科クリニック／薄毛治療での通院／ED治療（バイアグラ等の服薬）で通院
- ◇健康や老化防止、美容などにお金を使うことへの考え：効果があると思えば、積極的にお金を使う／一定の範囲内であればお金を使う／できればお金を使いたくない

# 「高齢者ライフスタイル構造基本調査」調査項目

## Chapter 4 買い物

- ◇食品や生活用品などの主な購入者：主に自分／主に自分以外の家族、自分も関わる／主に自分以外の家族、自分はほとんど関わっていない
- ◇自身が週に1回以上購入しているもの：スナック菓子／チョコレート／あめ・ガム／おせんべい・米菓／ヨーグルト／ゼリー・プリン／アイスクリーム／お団子・ようかんなどの和菓子／ペットボトル入りのお茶／調理を簡略化するためのソースやレトルト食品（パスタソース、レトルトカレーなど）／市販の食材セット（1食分の生鮮食品や調味料がそろったもの）／冷凍食品／コンビニのお弁当・お惣菜／カット野菜／アルコール類／たばこ（電子たばこ含む）
- ◇店舗やサービスの利用頻度：①スーパーマーケット／②大型ショッピングセンター・モール／③コンビニエンスストア／④ドラッグストア／⑤ホームセンター／⑥100円ショップ／⑦デパート・百貨店／⑧近所の個人商店（八百屋、魚屋など）／⑨生協等の協同購入・個人宅配／⑩インターネット通信販売／⑪通信販売（インターネット通販以外）
- ◇1年に1回以上利用している店舗やサービス：ユニクロ／ニトリ／しまむら／成城石井／イケア／大型家電量販店（ヤマダ電機、ビックカメラなど）／ディスカウントショップ（ドン・キホーテなど）／テレビショッピング／ラジオショッピング／駅ビル・駅の中のお店
- ◇新製品に対して興味を持ちやすい商品群：カップ麺・インスタント食品／レトルト食品／冷凍食品／弁当・惣菜／お菓子・デザート／清涼飲料水・ソフトドリンク／お酒・アルコール飲料／サプリメント・健康食品／キッチン用品・キッチン雑貨／化粧品類／ヘアケア用品／パソコン・周辺機器／携帯電話・スマートフォン／オーディオ・ビジュアル機器／家電製品（調理用・家事用など）／自動車／書籍／雑誌／模型などを組み立てていく雑誌（分冊百科・パートワーク）
- ◇店舗やサービスを利用する際の考え方や行動
  - ①より良い商品を探して、これまで買ったことがない商品を試し買ひすることが多い
  - ②テレビCMやチラシなどの広告で、新商品の情報をチェックしている
  - ③商品選びに迷ったとき、周りの人がすすめる商品を買うことがある
  - ④買い慣れた商品を購入することが多い
  - ⑤いくつかある商品の中から、どれが最も良いか検討するのがおっくうだ
  - ⑥メーカーやブランドにはこだわらず、できるだけ価格の安いものを選ぶ
  - ⑦有名ブランド・大企業のブランド商品を買っておけば間違いないと考えている
  - ⑧多少価格が高くても、品質ができるだけ良いものを買いたい
  - ⑨より高価なものや、他の人がなかなか買えないものを手に入れたい
  - ⑩商品の品質と価格が見合っているかじっくり検討する
  - ⑪高齢者向けの商品に抵抗を感じる
  - ⑫自分のライフスタイルにあったものをこだわって選ぶ
  - ⑬できるだけ長く使えるものを買う
- ◇生活費のほかに自由に使える金額
- ◇今後、積極的にお金を使っていきたいもの：食品（健康食品を除く）／健康食品・健康飲料／清涼飲料／アルコール類／外食／衣類、ファッション／化粧品／美容サロン・エステなど／フィットネス・ヨガなど／スポーツ／映画・音楽・美術鑑賞／家電製品／家具、インテリア、寝具／家のリフォーム／医療サービス、医薬品／自動車／国内旅行／海外旅行／子ども世帯とのつきあい・交際費／友人とのつきあい・交際費／セキュリティ関連／預金・貯金／投資
- ◇1年以内で購入した最も高価な買い物 ①自由回答 ②購入額

## Chapter 5 生活・価値観

- ◇ほぼ毎日行っている事柄：顔を洗う／普段着に着替える／朝食を食べる／朝歯磨きする／髪型を整える／髭をそる・整える／顔のスキンケア（化粧品・乳液など）／お化粧をする／昼食を食べる／昼歯を磨く／昼寝をする／おやつ・間食を食べる／お茶の時間をもつ（お茶やコーヒーを飲む）／たばこを吸う／テレビを見る／ラジオを聴く／新聞を読む／家族と話す／友人・知人と話す／食事を作る／食後の片付け・食器を洗う／洗濯をする／掃除をする／買い物に行く／散歩をする／ペットの散歩・世話／庭や草木の手入れ・水やり／夕食を食べる／夜歯を磨く／お酒を飲む／お風呂に入る／髪の毛を洗う／寝間着・パジャマに着替える
- ◇趣味：旅行／ドライブ／温浴施設（温泉・サウナなど）／散歩・ウォーキング／ハイキング・登山など／体操・トレーニング／ゴルフ／スポーツジムに行く／その他のスポーツ・運動／買い物・ウィンドウショッピング／映画・観劇・音楽会・美術鑑賞／食歩き・グルメ／バー、スナック、飲み屋など家以外での飲酒／ギャンブル（パチンコ・競馬・競輪・競艇など）／ボランティア活動／絵画・書道・文芸・写真など／手芸・模型工作／茶道・華道など／コレクション（骨董・絵画・ビンテージ商品など）／読書／学習、調べもの／囲碁・将棋・麻雀など／クイズ・パズル／園芸・庭いり・家庭菜園・ガーデニング／料理（日常的な食事作りは除く）／日曜大工・DIY／カラオケ／テレビゲーム（家庭での）／スマートフォン・タブレットなどのゲーム／ビデオ鑑賞／テレビ視聴／音楽鑑賞／ペットを飼う
- ◇現在心配していること：自分の健康／配偶者の健康／配偶者の介護／親の介護／家族との人間関係／近所の人との人間関係／友人・知人と疎遠になること／天涯孤独（ひとりぼっち）になること／生活費が足りなくなること／資産運用／事故や詐欺等に遭うこと／自分が車の運転をすること／何にお金を使ったらいいかわからない／時間の使い方がわからない・時間を持て余している
- ◇現在検討していること：老後資金の運用の見直し／保険の見直し／家全体の改築・改修／水回り（バス・トイレ・キッチン）のリフォーム／身の回りの物の処分／現在の住まいからの引っ越し（住み替え）／子ども世帯との同居／介護付き施設への引っ越し／不動産の相続・処分／金融資産の相続・処分／その他の財産の相続・処分／遺言書の作成／運転免許証の返納
- ◇価値観：Aに近い～Bに近い
  - ①食事：A.健康志向・B.好きなもの優先
  - ②これからの生活の楽しさ：A.楽しみが減っていく・B.年を取っても楽しめる
  - ③過ごし方：A.家族友人とにぎやかに・B.一人で静かに
  - ④お金：A.今を楽しむために使いたい・B.将来に備えて今は節約
  - ⑤住環境：A.自然に囲まれた静かな環境・B.都会的な環境
  - ⑥身体的自立：A.家族からの支援や介護サービスを利用・B.運動等により自立した生活
  - ⑦家：A.住み慣れた自宅重視・B.これまでこだわらず
  - ⑧老いについての他者比較：A.同年代に比べて若い方・B.同年代と比べて老いている方
  - ⑨老い：A.老いていく自分を受容・B.積極的に老化防止
- ◇現在の生活の満足度：とても満足している～まったく満足していない ◇「自分はまだまだこれからだ」と思うか：そう思っている～まったく思っていない

## Chapter 6 情報

- ◇インターネットの利用状況：自分ひとりで、ある程度利用している／利用しているが、誰かの手伝いが必要／利用していない
- ◇インターネット利用機器：自宅のPC／自宅以外のPC／携帯電話／スマホ／タブレット／インターネット対応型テレビ／その他の機器（ゲーム機など）
- ◇インターネットを利用してよく行うこと：メールの送受信／知りたい情報をキーワード検索して調べる／ニュースサイトを見る／Youtubeなどの動画サイトを利用／クックパッドなどの料理のレシピサイトを見る／ぐるなびなどの飲食店の情報がわかるサイトを見る／天気や交通機関の乗り換え情報を調べる／外出先の場所を地図アプリで調べる・外出時に地図アプリを使う／自分の趣味に関連したページを見る／ネットショッピングで商品・サービスを購入／オンラインゲームを利用／ネットバンキングを利用／FacebookやTwitterを利用／LINEを利用／自分のホームページやブログを更新
- ◇インターネットの利用頻度
- ◇日頃よく見たり聞いたりしている情報源：テレビ・テレビCM／新聞（記事・広告含む）／新聞に折り込まれたチラシ／雑誌（記事・広告含む）／ラジオ／屋外広告・交通広告／カタログ通販の冊子、チラシ／インターネット／メールで送られてくる広告・メールマガジン



**【調査概要】**

- 調査対象：全国に居住する**60～90歳**の男女
- 調査方法：日本能率協会総合研究所が保有する「高齢者6090リサーチモニター」を活用した郵送調査
- サンプル数：2,500サンプル（配布数4,000件、回収率62.5%）  
性別・年齢・エリアに基づき母集団人口構成比に準拠して回収
- 調査期間：2017年12月6日（水）～2017年12月18日（月）

**【調査購入のご案内】**本調査は、弊社自主企画による調査に複数企業に参加・購入いただく方式で実施いたします。

- 定価540,000円（税別）
- MDBメンバー価格520,000円（税別）※弊社の会員制情報提供サービス「マーケティング・データ・バンク」にご登録いただいている事業所に限らせていただきます。

**【アウトプット】**

(1) 調査報告書（冊子、A4版・145ページ）：2018年1月発行

(2) 集計表（電子データ、年齢別・職業別・家族構成別・年収別他クロス集計表一式）：2018年1月発行

※弊社は、本調査にご参加・購入いただいた企業（法人・個人）以外には、成果物を提供いたしません。ただし、本調査を告知するための限定的な利用、及び発刊から一定期間経過後はこの限りではありません。

※本調査の成果物のご利用はご参加・購入いただいた企業（法人・個人）の内部でのご利用のみに限らせていただきます。

**【連絡先・申込書ご送付先】**

- （株）日本能率協会総合研究所 経営・マーケティング研究部 リサーチグループ
- 〒105-0011 東京都港区芝公園3-1-22 URL<<http://www.jmar.biz/>>
- TEL 03-3578-7607 FAX 03-3578-7614 e-mail <[info\\_mlmc@jmar.co.jp](mailto:info_mlmc@jmar.co.jp)>

**高齢者“6090”レポートシリーズ●申込書**

※下記にシ印を付け、必要事項をご記入の上、ご送付ください。FAXにてご送信いただいても結構です。

「高齢者ライフスタイル構造基本調査」⇒  購入する  興味がある（説明が聞きたい、調査票が見たい）

20 年 月 日

※下記所定欄にご記入いただくお客様の個人情報は、商品の発送及び小社からの新商品・調査・企画・情報提供サービスのご案内に利用させていただきます。本主旨をご了承賜りご記入くださいますようお願いいたします。

フリガナ					MDBメンバーコード	
会社名						
部 課・ 役 職 名	フリガナ					
	ご担当者名					
T E L	F A X					
郵便番号	〒	—	e-mail			
住 所						
連絡事項	ご請求金額				お支払予定日	
	円 (消費税別)				年 月 日	