

# 高齢者ライフスタイル構造基本調査 2020年



\* 「高齢者 6090 (ロクマルキューマル) レポートシリーズ」は「6090リサーチ®」モニターを活用した調査シリーズです。

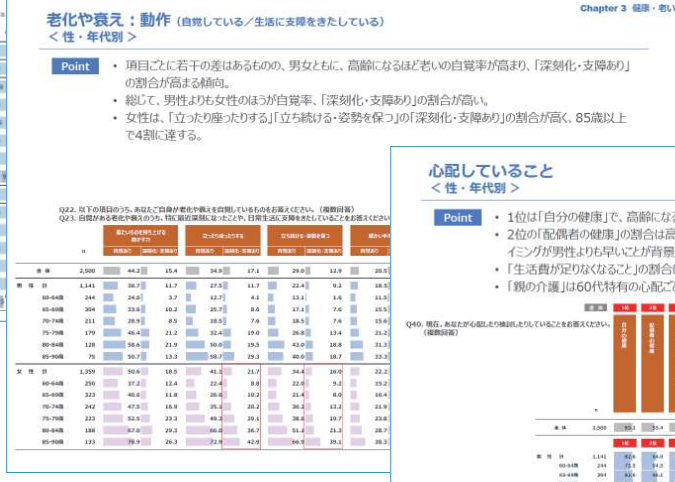
高齢者 60 ~ 90 歳 2500 名を対象とした、国内唯一の高齢者大規模郵送調査  
with コロナの時代における、高齢者の新しいライフスタイル・生活価値観・消費行動を  
3年前のデータとの比較をととして詳細分析。

◆分析視点： コロナ禍がもたらした変化のインパクトを正確に捉えるため、性年代別に時系列分析を実施  
with コロナを前提に、これから生まれる消費行動の変化について兆しを捉える

設問カテゴリ	分析イメージ
<b>家族 住まい</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・未既婚・同居家族</li> <li>・近居家族の有無・行き来の増減★</li> <li>・住宅・地域</li> <li>・家電・住設機器の保有・購入意向</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・家族の状況に変化はあるのか？</li> <li>・別居している家族とのコミュニケーションの実態は？</li> <li>・保有が増えた世帯財、購入意向が増えた世帯財は何？</li> </ul>
<b>仕事 お金</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・仕事の有無・雇用形態・頻度</li> <li>・年収・資産・生活費の原資</li> <li>・経済的なゆとり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・テレワークなど働き方の変化はどのくらいあったのか？</li> <li>・収支・資産・家計への影響は？</li> <li>・ゆとり意識・節約意識への影響は？</li> </ul>
<b>健康 老い</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・介護認定★・介護サービス★・フレイルチェック★</li> <li>・外出頻度（現在／1年前★）</li> <li>・コロナ禍による生活上の困りごと・不安★</li> <li>・慢性疾患・自覚している衰え</li> <li>・健康意識・健康のための行動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・外出頻度が減少した実態は？</li> <li>・悪化した慢性疾患・自覚症状はどの程度？</li> <li>・健康意識の考え方と行動の変化は？</li> </ul>
<b>買い物</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・普段よく購入するモノ・購入チャネル</li> <li>・新製品に興味を持ちやすい商品</li> <li>・買い物意識</li> <li>・積極的にお金を使いたい対象</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コロナ禍で定着した新たな買い物スタイルは？</li> <li>・買い物について拡大したのはどのような意識？</li> <li>・消費意欲が高まった商品は何？</li> </ul>
<b>生活 価値観</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日課・趣味・始めたり増えた趣味★</li> <li>・心配・検討していること</li> <li>・生活価値観・人生観</li> <li>・生活満足度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「旅行」に代わる趣味は何？何が楽しみ？</li> <li>・どのような不安・心配が拡大したのか？</li> <li>・どのように生活価値観・人生観は変化した？</li> </ul>
<b>情報</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インターネットの利用状況</li> <li>・ネットを利用している機器・利用サービス</li> <li>・ネットショッピングで購入する商品★</li> <li>・メディア接触</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・いよいよネットを利用し始めた高齢者はどのような人？</li> <li>・増えたネット利用・減ったネット利用はどのような分野？</li> <li>・高齢者のネットショッピングの実態は？</li> </ul>

★印：2020年の新設設問

60歳～90歳の「6090世代」2,500人のライフスタイル



**【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<sup>®</sup>」モニターを活用した郵送調査
- サンプル数：2,500 サンプル
- 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：2020年10月15日（木）～26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 590,000 円（税別）・MDBメンバー価格 570,000 円（税別）

**【アウトプット】**

- 調査報告書（冊子、A4版・約150ページ）：2020年12月発行予定
- 集計表（電子データ、性別・年齢別/家族別/居住形態/居住地域別/仕事・経済別/健康別 クロス集計表一式）：2020年12月発行予定
  - ◆集計表にないクロス集計をご希望の際は、オーダーメイド集計にてお承りいたします。【都度お見積りさせていただきます】
  - ◆ローデータ（Excelファイル）は別売りとなります。【一式15万円（税別）】
  - 2020年単年のローデータ販売となります。

※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、及び発行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定させていただきます。

**【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 高齢者マーケティング研究室
- 〒105-0011 東京都港区芝公園3-1-22
- TEL 03-3578-7607 FAX 03-3578-7614
- URL <<https://www.jmar.biz/>>
- 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2020年」⇒  購入する  興味がある（説明が聞きたい、調査票が見たい）  
 別売りのローデータを購入する 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			
TEL	FAX			
郵便番号	〒	—	e-mail	
住所				
連絡事項	ご請求金額		お支払予定日	
	円		年 月 日	
	(消費税別)			

# 「高齢者ライフスタイル構造基本調査 2020年」調査項目

★印：2020年の新設設問・選択肢

## 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
- ◇近居家族の有無 ★有⇒最近の行き来の増減：減った／変化ない／増えた
- ◇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 ◇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／DVD・ブルーレイ再生機・録画機／音楽再生プレイヤー・スピーカー／A Iスピーカー・スマートスピーカー★／ロボット掃除機／ロボットペット・ペット型ロボット★／システムキッチン・ビルトインキッチン／IHクッキングヒーター★／食器洗い乾燥機／スチーム機能付きレンジ／ワインセラー／大型家具（ソファ・ダイニングテーブルなど）★／マッサージチェア／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／環境にやさしいエネルギー設備（エコキュート・エコジョーズなど）★／自動ブレーキ機能が付いている自家用車（サポカー）／自動運転機能（自動追尾機能など）が付いた自家用車（サポカー）／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 ◇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 ◇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

- ◇★介護認定の有無：要支援1／要支援2／要介護1／要介護2／要介護3／要介護4／要介護5／介護認定は受けていない
- ★介護認定有⇒利用している介護サービス：ホームヘルプサービス／その他訪問サービス／デイサービス／デイケア／ショートステイ／福祉用具貸与／特定福祉用具販売／住宅改修費支給／居宅療養管理指導／居宅介護支援
- ◇★フレイル診断項目：ほぼ同じ年齢の同性と比較して健康に気を付けた食事を心がけていますか／野菜料理と主菜（お肉またはお魚）を両方も毎日2回以上は食べていますか／「さきいか」、「たくあん」くらいの固さの食品を普通に噛み切れますか／お茶や汁物でむせることがありますか／1回30分以上の汗をかく運動を週2日以上、1年以上実施していますか／日常生活において歩行または同等の身体活動を1日1時間以上実施していますか／ほぼ同じ年齢の同性と比較して歩く速度が速いと思いますか／昨年と比べて外出の回数が減っていますか／1日に1回以上は、誰かと一緒に食事をしますか／自分が活気に溢れていると思いますか／何よりも、物忘れが気になりますか
- ◇外出頻度 ◇★昨年同時期の外出頻度
- ◇★コロナ禍による生活上の支障度・困りごとの有無：とても支障がある～ほぼ支障はない
- ◇★コロナ禍による生活上の支障・困りごとの程度：①運動不足／②体力・筋力が低下したと感じる／③食事への関心が薄れた／④買い物に行けない・買い物に行く頻度が減った／⑤通院できない・通院する頻度が減った／⑥公共の交通機関（バス・電車等）の利用時に、感染しないか不安になる／⑦家族や親族との交流ができない・減った／⑧友人や知人との交流ができない・減った／⑨外出の自粛によって漠然としたストレスを感じている／⑩外出せずに自宅で楽しめる娯楽を見つけようとしているが見つからない／⑪マスク着用や消毒など、感染予防対策をすることに疲れている／⑫買い物や宅配注文等ができるインターネットサービスを使いたいが、方法がわからない／⑬収入面で家計のやりくり不安を感じている／⑭新型コロナウイルスに便乗した詐欺や悪質商法の被害にあわないか不安／⑮将来についての漠然とした不安に襲われることがある／⑯コロナに感染することを想像して、強い恐怖・ストレスを感じることもある
- ◇商品・サービスの利用状況・今後の意向：①老眼鏡・シニアグラス★／②補聴器／③杖／④キャリーカート／⑤車いす／⑥高齢者向けシューズ／⑦大人用おむつ／⑧尿もれ用失禁パッド★／⑨手すり（お風呂場、トイレなど）／⑩介護ベッド／⑪自家用の福祉車両／⑫福祉タクシー／⑬高齢者向け宅配サービス／⑭入浴や食事などの介助サービス／⑮家事代行サービス／⑯見守りサービス／⑰薬時間お知らせサービス★
- ◇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／立ち座り／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／外出時のトイレ不安★
- ◇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～まったく気づかいていない
- ◇健康維持・老化予防のために日頃行っていること：十分な休息や睡眠／ウォーキング・体操など軽い運動／本格的な運動・スポーツ／普段の食事の栄養バランス／体に良いとされる食品や飲料を積極的に食べる／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／サプリメントを摂取／老化予防のための遊びやゲーム（脳トレ）／肌をケアするためのスキンケア用品／髪をケアするためのヘアケア用品／体のゆがみ、曲がりやをケアするための器具／歯や口の中をきれいに／洗口液・歯間ブラシなど通常の歯磨き以外のオーラルケア用品を利用★
- ◇★体力の維持・増進のために積極的に摂るようにしている栄養素：たんぱく質／脂質／炭水化物／カルシウム／食物繊維／鉄／ビタミンA／ビタミンB1／ビタミンB2／ビタミンB12／ビタミンC／ビタミンD／ビタミンE／ビタミンK／亜鉛／葉酸／ミネラル／マグネシウム／乳酸菌／ビフィズス菌／ガルコサミン／ポリフェノール／コンドロイチン／カロテノイド／コエンザイムQ10／セサミン／DHA／EPA／コラーゲン
- ◇健康や老化防止、美容などの考え：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 2020年」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：生鮮野菜★／精肉★／鮮魚★／カット野菜／食肉加工品（ハム・ソーセージなど）★／水産加工品（ツナ・カニカマ・魚肉ソーセージなど）★／大豆加工品（納豆・豆腐・豆乳など）★／冷凍食品／チルド食品（冷蔵保存の餃子・シューマイ・肉まんなど）★／牛乳★／チーズ★／コンビニのお弁当・お惣菜／スーパーのお弁当・お惣菜★／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・ミールキット／パン★／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／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／②大型ショッピングセンター・モール／③コンビニ／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／⑨生協等／⑩インターネット通信販売／⑪通信販売（ネット通販以外）／⑫訪問販売★
- ◇新製品に対して興味を持ちやすい商品群：：パン★／乳製品（牛乳・ヨーグルト・チーズなど）★／カップ麺・インスタント食品／レトルト食品／冷凍食品／チルド食品（冷蔵保存の餃子・シューマイ・肉まんなど）★／食肉加工品（ハム・ソーセージなど）★／水産加工品（カニカマ・魚肉ソーセージなど）★／大豆加工品（納豆・豆腐・豆乳など）★／弁当・総菜／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／キッチン用消耗品（洗剤・ラップなど）／化粧品類／ヘアケア用品／オーラルケア用品（歯磨き・洗口液・歯間ブラシなど）★／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／キッチン雑貨・調理家電★／理美容器具・理美容家電★／生活家電（空調機器・洗濯機・掃除機など）★／自動車／園芸・ガーデニング・家庭菜園★／DIY用品★／書籍／雑誌／模型などを組み立てていく雑誌（分冊百科・パーツワークなど）
- ◇店舗やサービスを利用する際の考え方や行動
  - ①より良い商品を求めて、これまで買ったことがない商品を試し買いすることが多い
  - 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、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／ペットフード・ペット用品★／通信機器・通信関連費★／セキュリティ関連／預金・貯金／投資

## 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（化粧水・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 ①現在 ★②最近始めた・回数が増えた：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／食べ歩き・グルメ／バー、スナック、飲み屋など家以外の飲酒／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・庭いじり・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過ごし方：A.家族友人とにぎやかに・B.一人で静かに
  - ③住環境：A.自然に囲まれた静かな環境・B.都会的な環境
  - ④老い：A.老いていく自分を受容・B.積極的に老化防止
  - ⑤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
  - ⑥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
  - ⑦身体的自立：A.家族や介護サービス利用・B.運動等で自立した生活
  - ◇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

## Chapter 6 情報

- ◇インターネットの利用状況：自分ひとり、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／キーワード検索して調べる／ニュースサイト／Youtubeなどの動画サイト／クックパッドなどの料理のレシピサイト／ぐるなびなどの飲食店の情報がわかるサイト／天気や交通機関の乗り換え情報／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／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／オンラインで家族や友人とおしゃべりする（テレビ電話）★
- ★ネットショッピング利用者⇒購入商品：食料品／飲料／衣類・履物／日用品／介護用品／化粧品／書籍／音楽・映像ソフト／家具・インテリア用品／家電／サプリメント／ペットフード・ペット用品／贈答品／保険サービス ◇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