



高齢者6090レポートシリーズ

# 高齢者“お金”調査2023年

高齢者60～90歳を対象とした「お金の使い方」の実態調査



「お金」にまつわる高齢者の意識・行動実態を把握  
あわせて、今後の消費傾向・方針も捉えます。



# 高齢者“お金”調査2023年 レポートの特徴

Feature

## 01 高齢者60～90歳対象の 国内唯一の大規模郵送調査

高齢者60～90歳2,500名を対象とした大規模郵送調査。郵送での実施の為、インターネットを利用しない高齢者やインターネット調査ではあまり出現しない80代の実態を把握できます。

## 02 1ヶ月あたりの消費金額を 12項目別に把握

高齢者が実際に、どのジャンルにいくら支出しているかの実態を把握します。ジャンルは、食品から、アルコール類、菓子・スイーツ類、美容、趣味等の12項目。各々について1ヶ月の消費額を聴取。

## 03 商品ジャンル12項目別の 商品選び意識をおさえる

1ヶ月の消費額をおさえた商品ジャンル12項目別の商品選び意識を捉えます。品質志向・価格志向の2つの価値観についてどちら寄りの考え方が明らかになります。

## 04 高齢者が今後購入したい 高額商品や最新トレンド商品

直近3年以内の高額支出および、今後3年以内に予定している高額支出、加えてスマートウォッチやペットロボット等の最新家電やその他サブスクリューブス等についての利用意向を聴取します。

## 05 加齢による消費行動・お金の 意識実態の変化を把握

高齢者60～90歳までを対象としているため、性年齢5歳刻みで回答結果をグラフ化。加齢とともに変化する消費行動やお金に対する意識を詳細に把握することができます。

## レポートの 活用シーン <<<

**1 商品開発担当者様**  
社内で仮説を通す  
説得材料として活用  
▶ 開発プロセスを効率化!

**2 営業企画担当者様**  
消費者ニーズの  
裏付けデータとして  
▶ プレゼン時の説得力UP!

**3 ブランドマネージャー様**  
各部門で消費者を理解する  
ナレッジ共有に  
▶ ニーズを踏まえたブランド管理を実現

**4 営業担当者様**  
取引先との商談資料、  
提案補足資料として活用  
▶ ご案内・交渉時の説得力UP



Case



# 高齢者“お金”調査2023年

# 調査項目

Survey item

## Chapter1 家族・住まい

- ◇性別 ◇年齢
- ◇婚姻状況  
既婚／未婚／離別／死別
- ◇同居家族 ◇同居家族人数
- ◇同居家族構成
- ◇近居家族の有無
- ◇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／その他
- ◇住まいの地域タイプ  
都市部／都市部近郊／郊外・田舎

## Chapter2 経済状況・健康

- ◇就業状況
- ◇個人収入 ◇世帯年収 ◇保有資産
- ◇経済的なゆとり  
あると思う～あると思わない(5段階)
- ◇インターネット利用状況
- ◇外出頻度
- ◇身体の状態  
話し声や音が聞き取りづらくなった  
濃い味付けでないと味を感じ取れなくなってきた  
食べる量が減った...etc

## Chapter3 買い物行動・消費実態

- ◇食品・生活用品の主な購入者
- ◇店舗・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...etc
- ◇生活費の財源
- ◇家計簿使用状況
- ◇生活費以外に自由に使えるお金
- ◇ジャンル別1ヶ月あたりの消費金額
  - ①食品(生鮮・惣菜・加工食品等※外食除く)
  - ②飲料(牛乳・ジュース等※アルコール除く)
  - ③菓子・スイーツ類(お取り寄せ含む)
  - ④アルコール類 ⑤健康食品・サプリメント類
  - ⑥外食(※1人または同居家族との食事)
  - ⑦交際費(つきあい・飲み会・飲食代)
  - ⑧日用品(ティッシュ・洗剤・シャンプー等)
  - ⑨衣類・ファッション小物(服・靴・バッグ等)
  - ⑩美容(美容院・散髪・化粧品・髭剃り等)
  - ⑪趣味・レジャー(旅行を除く)
  - ⑫習い事(ヨガ教室・小唄・楽器等)
 上記12項目に対してそれぞれ消費額を聴取。

## Chapter4 お金の意識実態

- ◆消費実態で設定した12項目に対して、
- ◇商品選び意識  
A：お金がかかったとしても高品質の商品を買いたい  
B：品質に問題がない範囲で、できるだけ安いものを買いたい
- ◇商品購入・サービス利用・イベント支出への考え  
※下記2項目を追加  
⑬国内旅行 ⑭海外旅行
- ◇3年以内に購入した高額商品・サービス
- ◇今後3年以内に購入予定のある高額商品・サービス  
住居の購入(戸建・マンション)／住居全体の建替・リノベーション／お風呂のリフォーム／テレビ／洗濯機・ドラム式洗濯乾燥機／自動車／国内旅行...etc
- ◇購入・利用を検討したい商品・サービス  
見守りサービス／スマートウォッチ／スマートスピーカー／ペットロボット...etc
- ◇お金に対する意識  
Aに近い～Bに近い  
<1>使用意識：A.旅行イベント重視／B.日々重視  
<2>将来への備え：A.今を楽しむ／B.将来重視  
<3>資産運用：A.興味あり／B.興味なし  
<4>購買意識：A.高くても買う／B.高いと諦める  
...7項目について聴取
- ◇今後の生活に対する金銭不安
- ◇イノベーター理論判定



# 調査概要・ご案内



Overview

## ■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 (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**: 2023年9月下旬

## ■調査のアウトプット

- **調査報告書**: PDFデータ (2023年12月完成予定)
  - **集計データ**: Excelデータ  
(性別・年齢別/家族別/居住地域タイプ・居住エリア別/経済的なゆとり別など)
- ※アウトプットは、全て電子データにてご提供します。「調査報告書」の紙媒体でのご納品は別途費用にてお承り致します。

## ■調査購入のご案内

「高齢者“お金”調査2023年」 定価330,000円(税別)

- ◆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)】※2023年単年のローデータです。
- ◆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のでお問い合わせください。)

※本調査の成果物の著作権は、株式会社日本能率協会総合研究所が保有します。  
 ※本調査をご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。

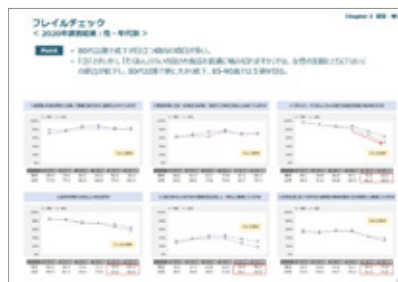
## ご案内

調査の説明を聞きたい・調査票を確認したいなどございましたら、

お気軽に下記の連絡先までお問い合わせください。

## 2 アウトプットのパッケージ例

Output




連絡先

株式会社 日本能率協会総合研究所  
 経営・マーケティング研究部 (担当: 山口・荒木)  
 〒105-0011 東京都港区芝公園3-1-22

TEL. 03-3578-7607

e-mail. info\_mlmc@jmar.co.jp