

報道関係各位

2023年5月18日  
株式会社クロス・マーケティング

**現在の暮らし向き「中の下」または「下」と思う人が46%、30～40代は半数近く「シニア」は64歳、「高齢者」と「お年寄り」は71歳のイメージ**

－ 生活に関する調査（2022年）－

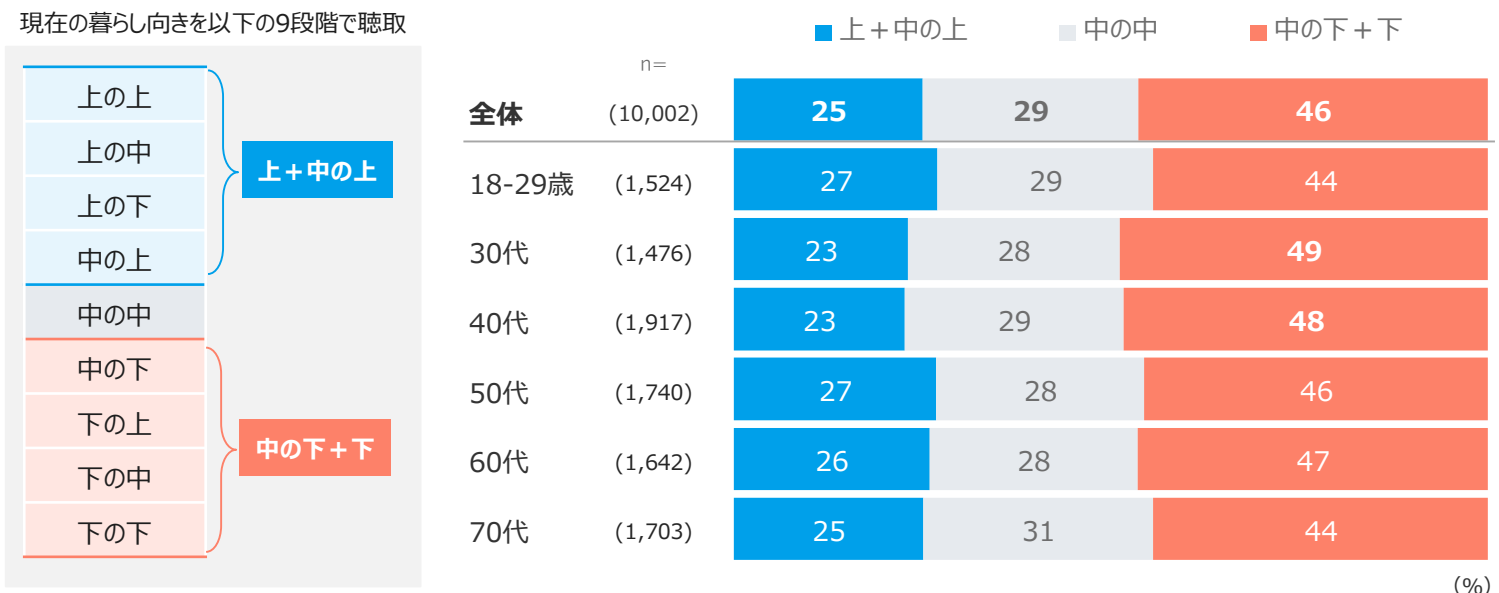
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2022年11月、全国18～79歳の男女10,002名を対象に「生活に関する調査（2022年）」を行いました。本リリースは、暮らし向きやシニア名称の年齢イメージ、情報に対する意識態度に着目し分析をしました。  
\*本調査は、生活に関する満足度や時間のゆとり、貯蓄や老後資産の充足度、健康意識、環境問題に対する意識態度についても聴取しております。こちらの結果は弊社ホームページよりダウンロードできます。

■ 調査結果 （一部抜粋）

- ✓ **【現在の暮らし向き】** 現在の暮らし向きを上中下の9段階で聴取し、3つのグループにまとめた。「中の下 + 下」は46%と多くを占め、「中の中」は29%、「上+中の上」は25%であった。30代と40代は「中の下 + 下」が48～49%とほぼ半数。<図1>
- ✓ **【シニア名称の年齢イメージ】** シニア名称の年齢を実数で確認した。「シニア」は平均で63.6歳、「高齢者」は71.0歳、「お年寄り」は71.4歳であった。年代別にみると、「シニア」は60代までは63～64歳、70代では64.6歳と若干高くなるものの、さほど大きな認識差はみられない。「高齢者」と「お年寄り」は、同程度の年齢イメージで推移しており、年代が上がるにつれて年齢イメージも高くなる傾向がみられた。<図2> 60歳から5歳刻みでみた累積結果では、年代別にみると年齢イメージの差がより顕著に現れる。「高齢者」と「お年寄り」イメージは、18-29歳は「65歳」でほぼ半数、30～60代においては「70歳」でほぼ半数以上となる。70代は「75歳」でようやく半数を越え、自分の年齢より下は「高齢者」、「お年寄り」と認識しない人が多くみられた。<図3>
- ✓ **【情報関連の意識態度】** 情報についての考え方や態度（非常にそう思う + ややそう思う）では、「新しいことをするときには事前に十分に情報を収集して検討する」が69%と最も多く、「いつでも連絡や情報が送られてくるのはわずらわしい」57%、「他の人の意見や提案よりも、自分の意見や経験で物事を決めることが多い」55%、「政治・経済など社会の動きに非常に興味がある」54%、「どちらかといえば大勢の人の意見に合わせる」52%が上位である。年代による格差が最も大きいのは「政治・経済など社会の動きに非常に興味がある」で、年代が上がるほど割合が増加する。その傾向は「新しいことをするときには事前に十分に情報を収集して検討する」「他の人の意見や提案よりも、自分の意見や経験で物事を決めることが多い」にもみられる。一方、「専門家や他の人の意見や提案に従って物事を決めることが多い」「役に立つ情報なら発信者がわからなくてもかまわない」「最後まで自分の考えを押し通す」は、若い年齢ほど割合が高まる。<図4>

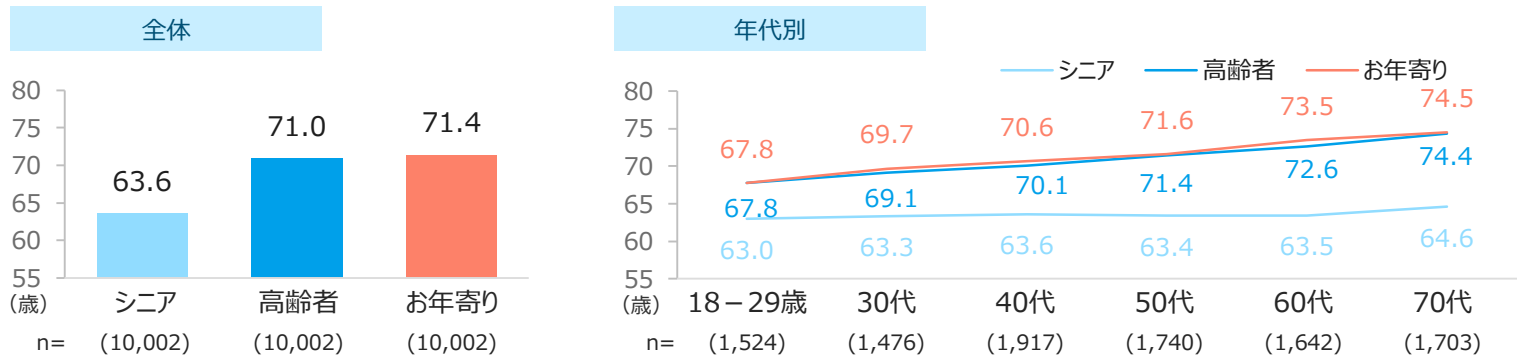
◆詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20230518lifeconsciousness/>

<図1> 現在の主観的な暮らし向き（単一回答：n=10,002）



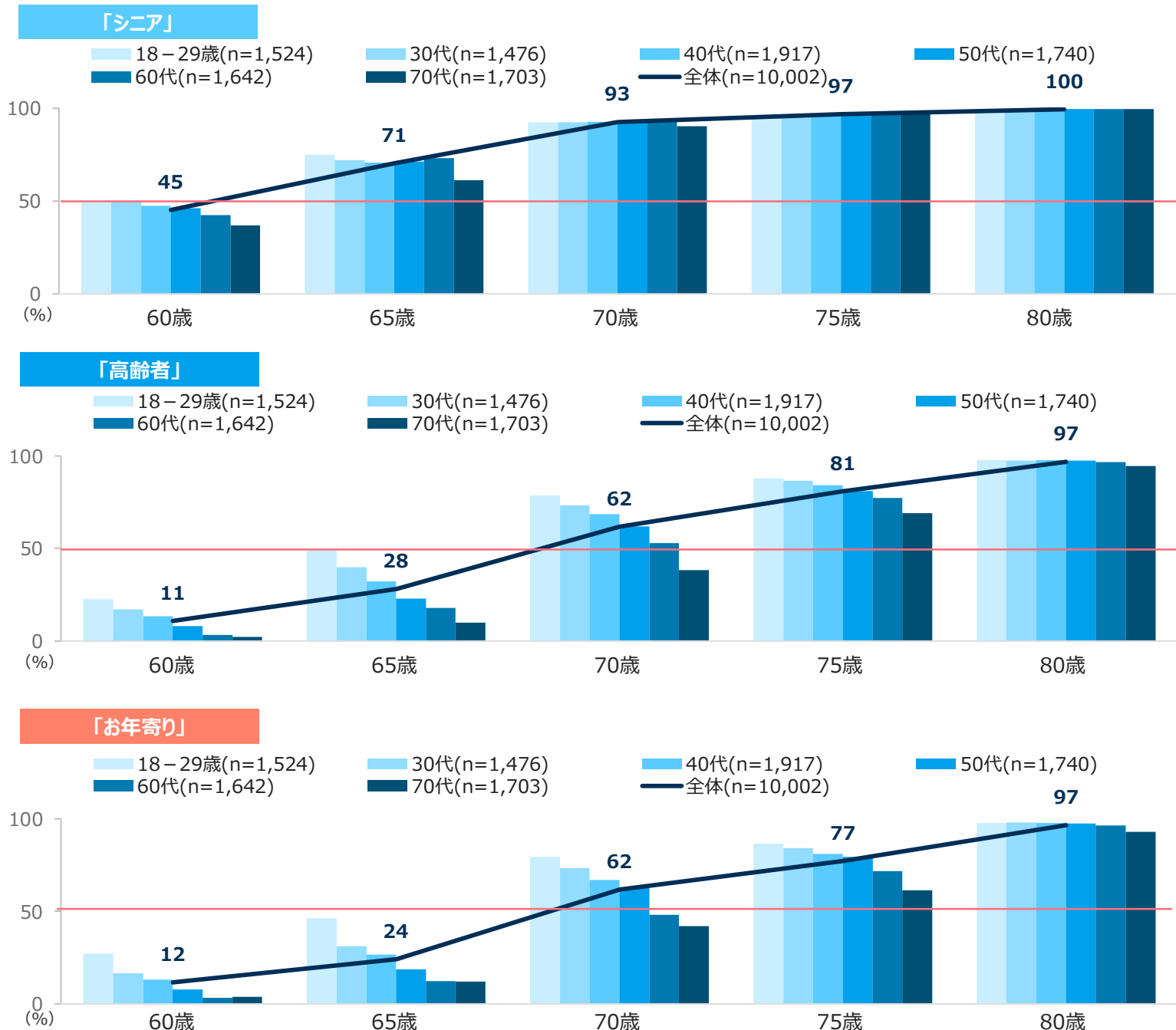
<図2> シニア名称の年齢イメージ/各年代での平均年齢 (実数記述：n=10,002)

※「シニアとは」「高齢者とは」「お年寄りとは」何歳以上の人があてはまると思うかを聴取し、その回答の平均年齢をグラフ化

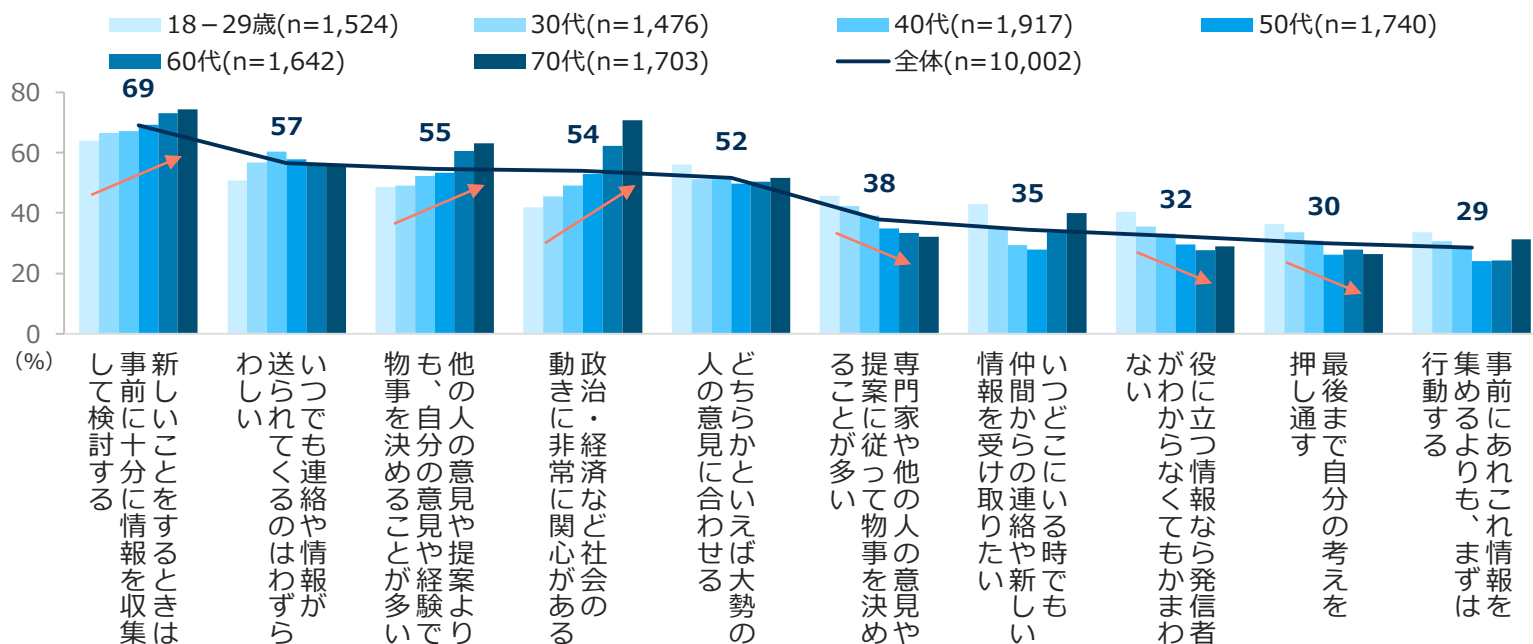


<図3> シニア名称の年齢イメージ該当割合/累積 (実数記述：n=10,002)

※「シニアとは」「高齢者とは」「お年寄りとは」何歳以上の人があてはまると思うかを聴取し、「60歳」「65歳」「70歳」「75歳」「80歳」に達した割合をグラフ化



<図4> 情報に関する意識態度 (各単一回答 : n=10,002) ※4段階で聴取し、「非常に+ややそう思う」の数値をグラフ化



### ■レポート項目一覧

属性設問 (性別/年代/未婚/居住地/同居家族/同居子ども有無/職業/世帯年収/ポテンシャル・ニーズ・クラスター判別結果)

#### ▼調査結果詳細

- |                                    |                                       |  |
|------------------------------------|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 自分の時間のゆとり | <input type="checkbox"/> 生活満足度 (点数記述) | <input type="checkbox"/> シニア名称の年齢イメージ (シニア/シルバー世代/高齢者/お年寄り/老人) |
| <input type="checkbox"/> 収入の余裕     | <input type="checkbox"/> 主観的な暮らし向き    |  |
| <input type="checkbox"/> 貯蓄や財産の充足度 | <input type="checkbox"/> 情報に対する意識態度   |  |
| <input type="checkbox"/> 老後資産の充足度  | <input type="checkbox"/> 環境問題の意識態度    |  |
| <input type="checkbox"/> 健康意識      |                                       |  |

#### ▼参考資料

- ポテンシャル・ニーズ・クラスター (PNCL) について

◆レポートのダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20230518lifeconsciousness/>

### ■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ  
 調査期間 : 2022年11月16日 (水) ~11月21日 (月)  
 調査地域 : 全国47都道府県  
 有効回答数 : 本調査10,002サンプル  
 調査対象 : 18~79歳の男女

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

#### 【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>  
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F  
 設立 : 2003年4月1日  
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

#### ◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275  
 E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

#### ◀引用・転載時のクレジット表記のお願い▶

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。  
 <例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」