

報道関係各位

2024年11月26日  
株式会社クロス・マーケティング

## 4人に1人が貯蓄や将来の備えに「全然満足していない」 視力と記憶力は30代から、歩く力と握力は40代から衰えを実感

－健康に関する実態・意識調査（2024年11月定点ココロスタイルリサーチ）－

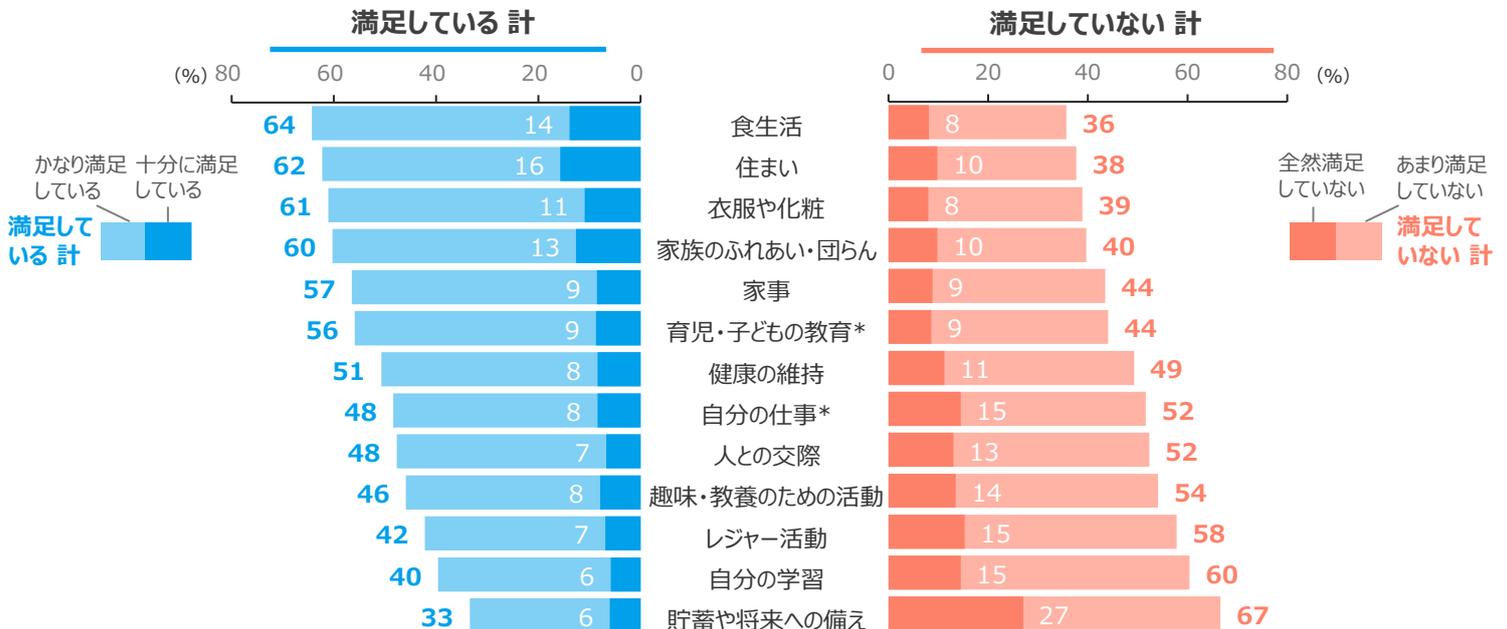
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2024年11月、全国18～79歳の男女3,000名を対象に「健康に関する実態・意識調査（2024年11月定点ココロスタイルリサーチ）」を行いました。本調査は、生活者の意識やライフスタイルの変化の兆しを捉えることを目的として、定点で実態・意識調査を実施するものです。今回は健康編として、生活への満足度、現在や将来への生活価値観・意識、現在の暮らし向き、自分の健康状態、身体の衰えの自覚、名称に対する年齢イメージをピックアップし分析しました。

### ■ 調査結果（一部抜粋）

- ✓ **【生活への満足度と価値観・意識】** 生活への満足度を項目ごとに聴取したところ、「食生活」「住まい」「衣服や化粧品」「家族のふれあい・団らん」が6割台で高め。一方、満足していないが多いのは「貯蓄や将来への備え」「自分の学習」「レジャー活動」であり、特に貯蓄や将来への備えに対し「全然満足していない」は27%を占める。＜図1＞ 現在や将来への生活価値観・意識では「今の世の中は貧富の差が大きくなっている」「消費者物価の上がり方は今後ますます高くなる」「国民の生活が苦しくなることを考えると、消費税を上げるべきではない」がTOP3で、60～70代の割合が高い。＜図2＞ ここ数年間続いている物価上昇に賃金上昇が追いつかず、将来への不安も見える結果となった。
- ✓ **【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47%を占め、「中の中」は29%、「上+中の上」は24%であった。30代と40代は「中の下+下」が49～50%とほぼ半数を占めた。＜図3＞
- ✓ **【健康状態と身体の衰え】** 自分の健康に対し「きわめて健康」は7%、「まあ健康」は54%、合わせて健康であると思っている人は61%である。18～29歳は「きわめて健康」が13%に対し「きわめて健康でない」が17%と上回る。「きわめて健康でない」割合は、若い世代ほど高まる傾向にあった。＜図4＞ 身体の衰えを自覚する年代は、30代から「目（視力）」「記憶力」、40代から「歩く力（足腰）」「握力（物をつかむ、ひねる力）」で半数を超えた。特に目は50代から半数以上が生活に不便を感じるまでに達する。＜図5＞
- ✓ **【名称に対する年齢イメージ】** 名称に対する年齢イメージを実数で確認した。「シニア」は平均で62.7歳、「おじさん」49.8歳、「おばさん」49.6歳であり、おじさんとおばさんの性差はない。「シニア」のイメージ年齢は実年齢による大きな差はなかった。おじさんとおばさんのイメージ年齢は、実年齢60歳以上から年を重ねるほどに、おじさん・おばさんとシニアの年齢イメージの年の差が縮まり、実年齢75～79歳のおじさん・おばさんは57.0歳、シニア年齢は63.2歳と6歳の差となった。70代は、自分より少し下の年代がおじさん・おばさんのイメージでとらえられていた。＜図6＞

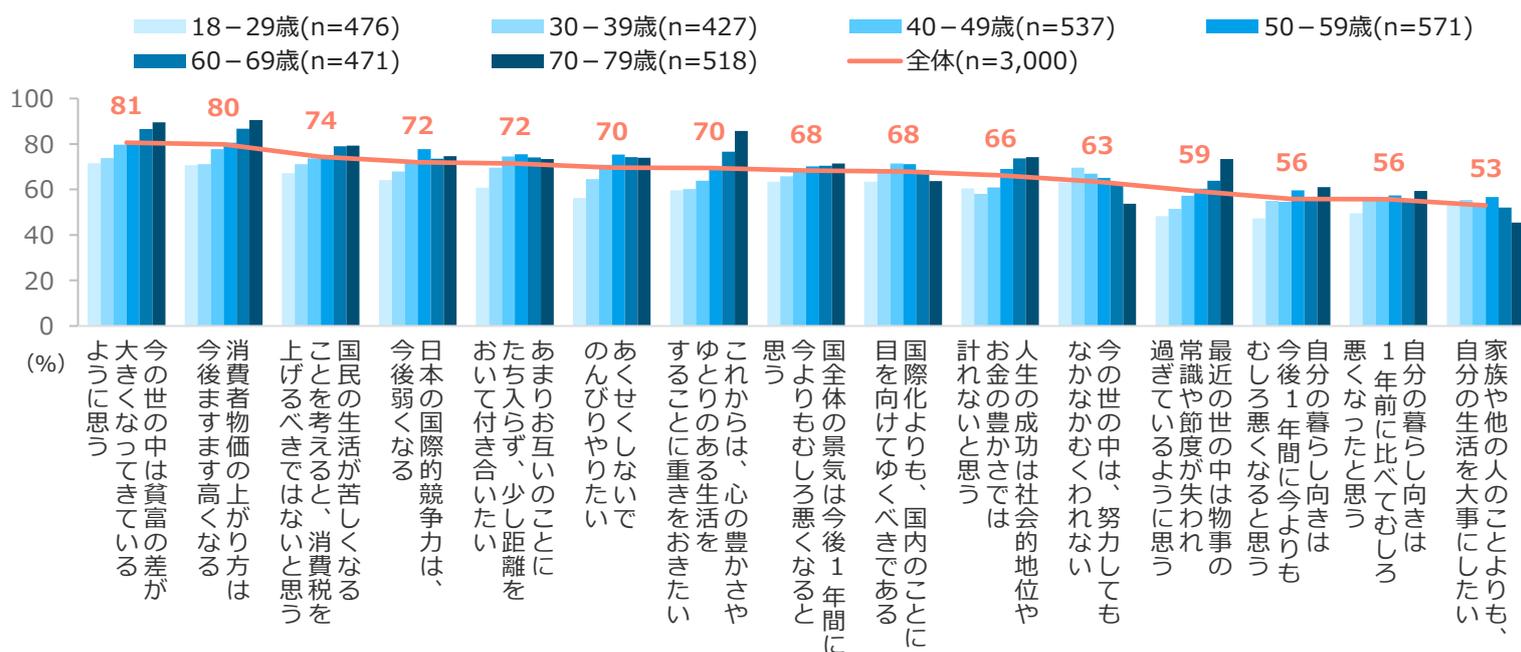
◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20241126kokoro/>

＜図1＞ 生活領域別満足度（単一回答：n=3,000）



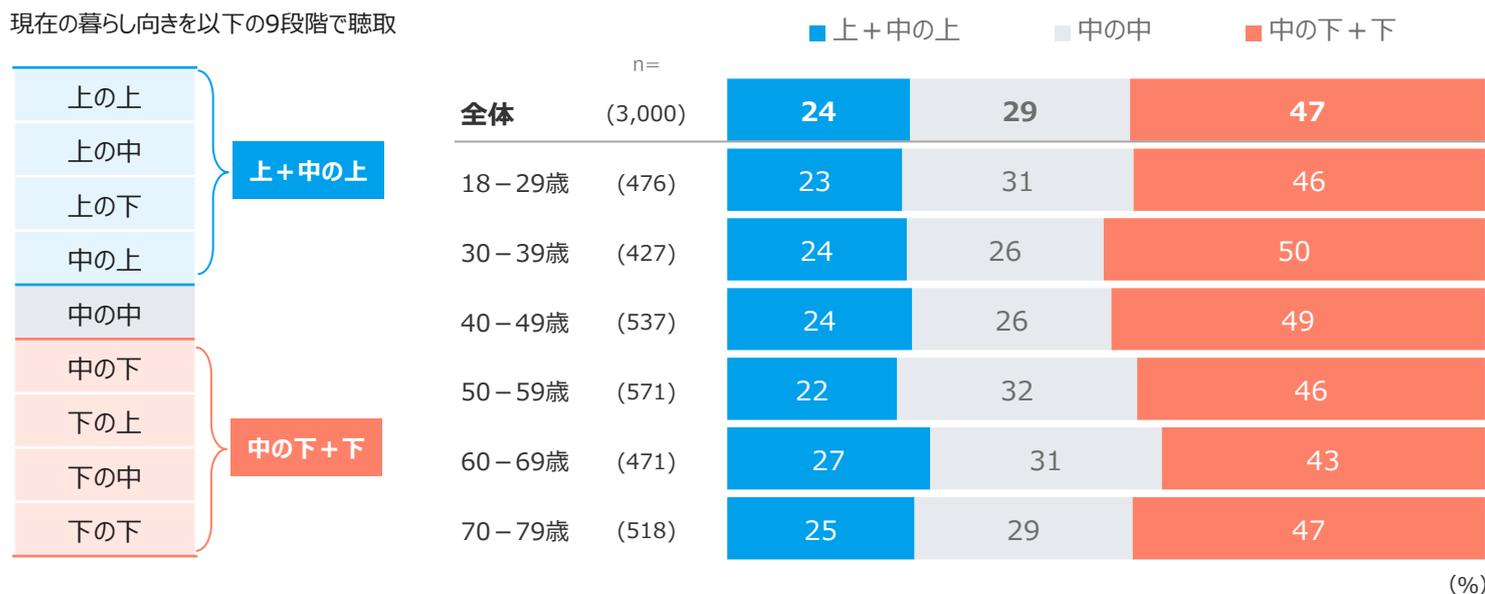
\*「育児・子どもの教育」ベース：同居している子どもがいる人（n=526）／「自分の仕事」ベース：有職者（n=1,892）

<図2> 生活価値観・意識 (各単一回答：2択質問で聴取) ※上位15項目を抜粋

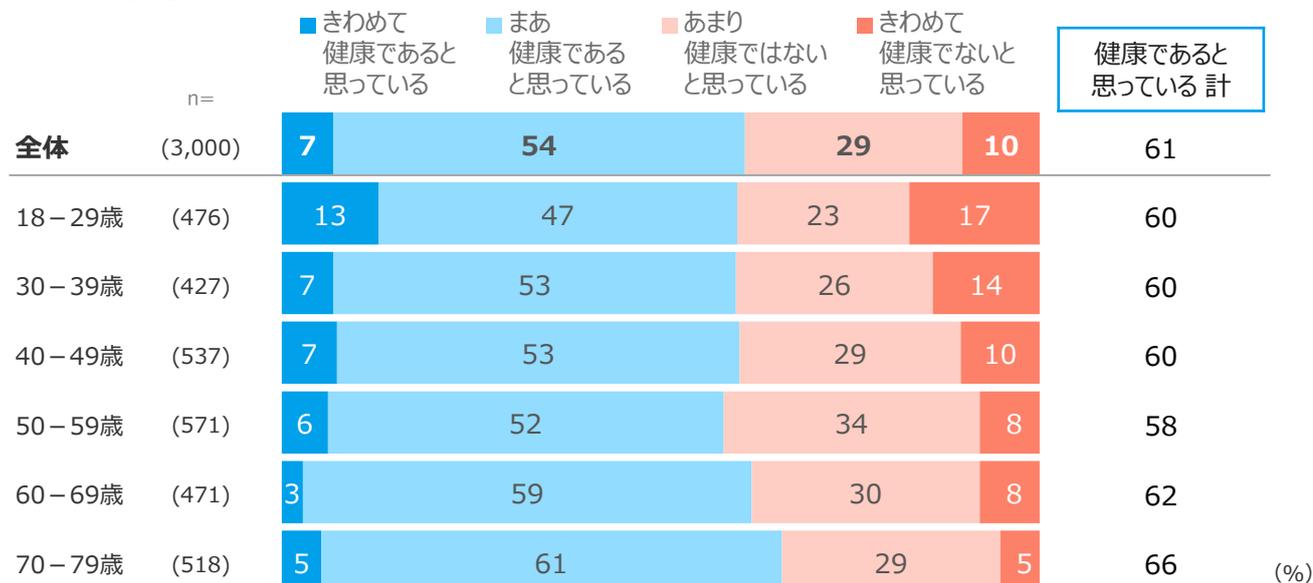


<図3> 現在の暮らし向き (単一回答：9段階で聴取)

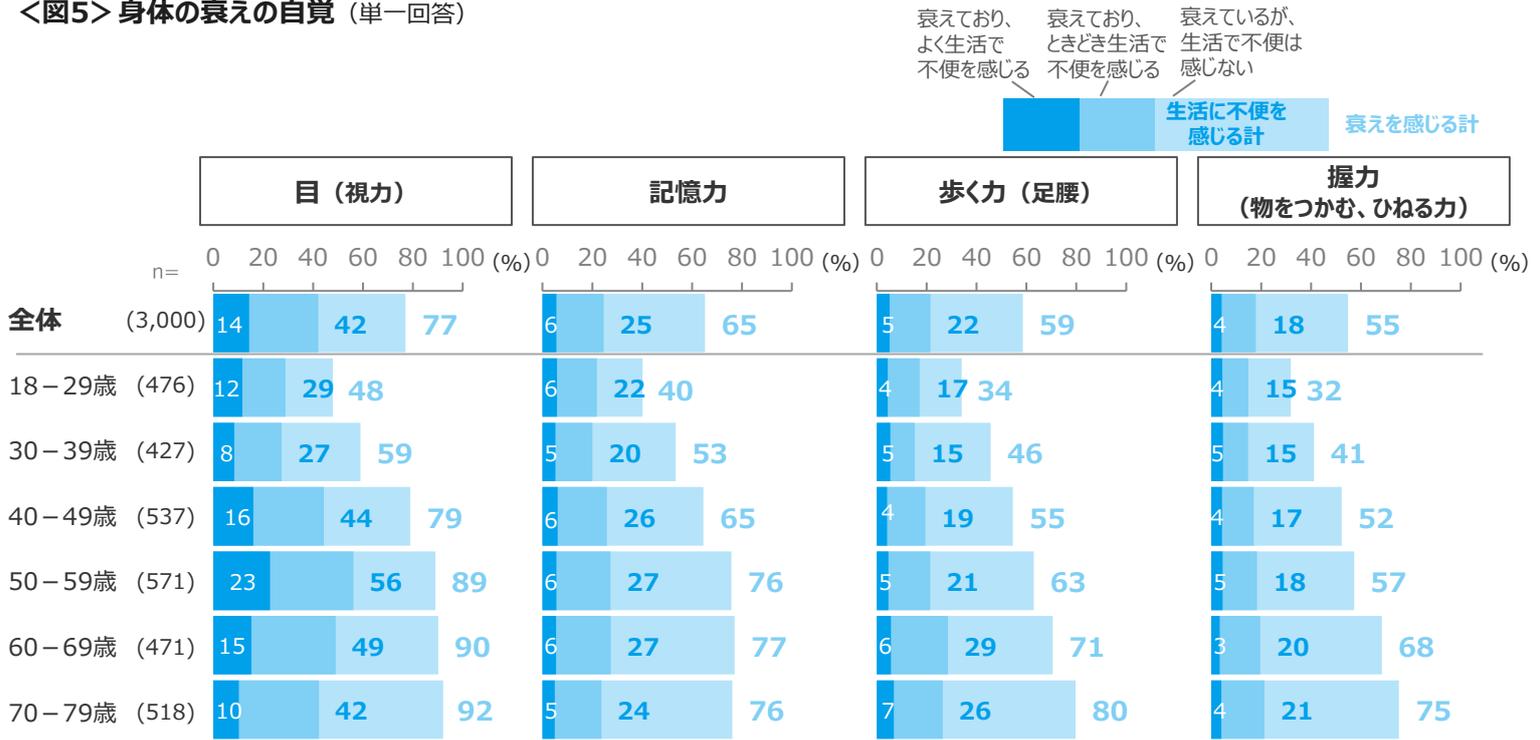
現在の暮らし向きを以下の9段階で聴取



<図4> 自分の健康状態 (単一回答)

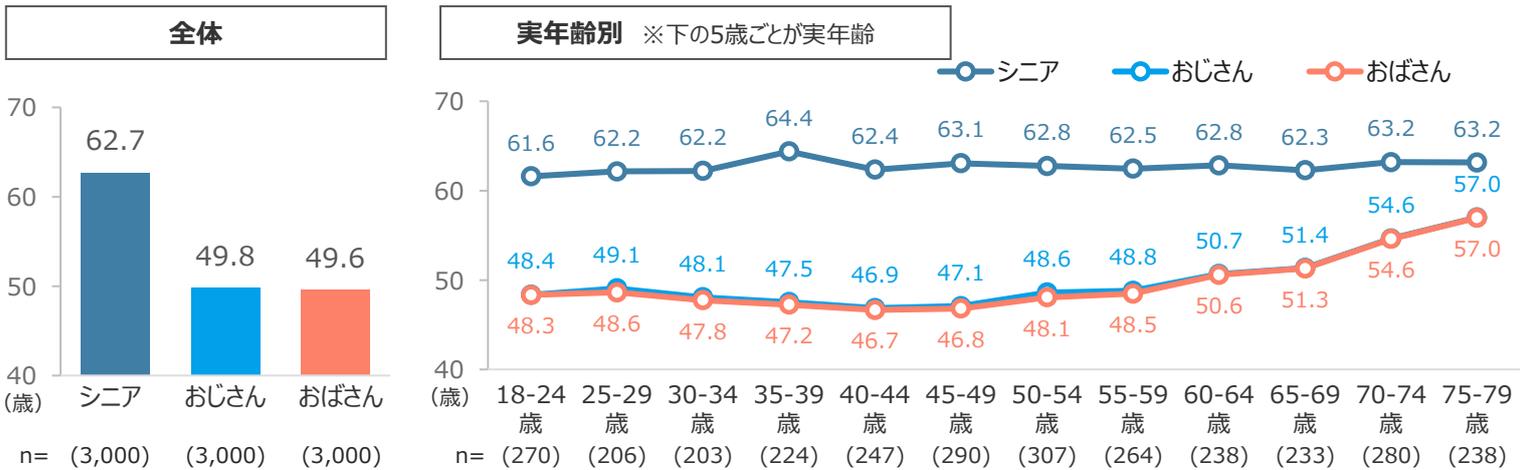


<図5> 身体の衰えの自覚 (単一回答)



<図6> 各名称の年齢イメージ/各年代での平均年齢 (実数記述: n=3,000)

※「シニア」「おじさん」「おばさん」は、何歳以上の方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



■レポート項目一覧

属性設問

(性別/年齢/未婚/居住地/子どもの有無/同居人数/同居家族/同居子ども・孫の学齢/職業/住まい/世帯年収/ポテンシャル・ニーズ・クラスター)

調査結果サマリー

▼調査結果：景況感・生活全体の意識

- 生活満足度
- 生活領域別満足度/注力度
- 生活価値観・意識
- 生活関連の意識
- 現在の暮らし向き

▼調査結果：健康について

- 健康状態
- 健康維持・管理のために注意していること
- 健康のために摂取したい栄養成分
- 病気など身体の状態
- 医師との関係や治療に対する態度・行動
- 喫煙状況
- 飲酒状況
- 運動の実施状況
- 運動の種類
- 運動する場所

- ストレスの状況
- ストレスの解消方法
- 身体の衰えの自覚
- 実年齢と見た目年齢の差
- 各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/おじさん/おばさん)

▼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/20241126kokoro/>

## ■ 調査概要

調査手法	: インターネットリサーチ	調査期間	: 2024年11月6日（水）～7日（木）
調査地域	: 全国47都道府県	有効回答数	: 本調査3,000サンプル
調査対象	: 18～79歳の男女、人口構成比に合わせて割付		※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・・・」