

2025 年 9 月 24 日

電通シニアラボ、「令和シニア・プレシニアの生き方調査」を実施

― 還暦前の 50 代後半は不安や迷いを抱くも、年齢を重ねるほど人生に前向きに ―

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：佐野 傑）において、超高齢社会における社会課題解決をテーマに、シニアに関する意識や動向の研究、ソリューション開発を行う社内横断プロジェクト「電通シニアラボ※」は、全国の 55～79 歳の男女 1800 人を対象に「令和シニア・プレシニアの生き方調査」（以下、「本調査」）を実施しました。現代のシニアの生き方を把握し、シニアの毎日を豊かにする新商品・サービス開発や社会課題解決の手がかりにすることを目的としています。本調査から得られた主なファインディングスは次のとおりです。

【主なファインディングス】

- ① 「孤独を感じることが多い」「今後の人生の生き方について迷っている」割合は、男女ともに 55～59 歳が最も高く、60 代、70 代と比較すると大きな差がある。
- ② 55～59 歳女性は、約 4 人に 1 人が財産や子どものことなどを気にしなくていいなら「離婚したい」と考えており、他の年代と比べて、パートナーと一緒に時間を過ごしたいという意欲が最も低い。
- ③ 人との付き合いについて、5 割超の男性は「モテたい」と考えるのに対し、6 割超の女性は一緒に遊んだり、おしゃべりしたりする友人・知人が身近にいる。
- ④ 約 8 割が「今あるものを処分したい、整理したい」と考え、特に 60～64 歳女性は 9 割超と割合が最も高い。
- ⑤ 「新しいことに挑戦してみたい」と思う割合は 48.5%で、女性は年代の上昇に伴い、割合も増加。男女ともに、年代が上がると自身で評価する人生の点数も高くなる。

【全体総括】

50 代後半は「孤独」や「離婚」を意識するなど老後に向けて不安や迷いを感じており、反応に男女差はあるものの、人生の転換期における心の揺れが垣間見えます。しかし、高齢でも「新しいことに挑戦したい」シニアは多く、還暦後は「人生の点数」も高得点になり、新しい楽しみや役割を見つけて前向きに過ごすのが令和シニアらしい生き方となっています。

注）本調査における構成比（％）は小数点第 2 位以下を四捨五入しているため、合計しても 100％にならない場合があります。

※ 電通シニアラボ 公式サイト <https://www.projects.dentsu.jp/seniorlab/>

【各ファインディングスの詳細】

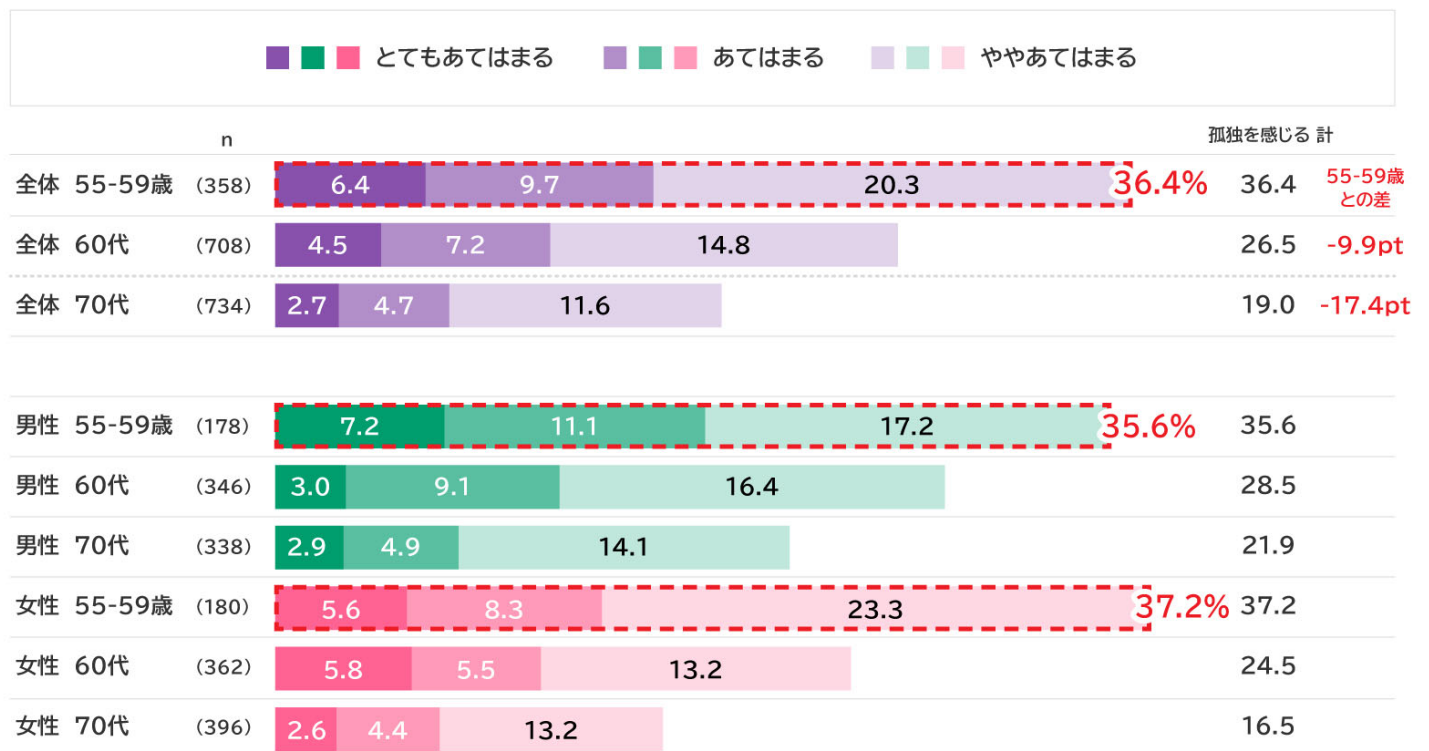
- ① 「孤独を感じることが多い」「今後の人生の生き方について迷っている」割合は、男女ともに 55～59 歳が最も高く、60 代、70 代と比較すると大きな差がある。
- 「孤独を感じるが多い」割合は、55～59 歳男性で 35.6%、55～59 歳女性で 37.2%と、いずれも 55～59 歳が最も高く、60 代（26.5%）とは約 10 ポイント、70 代（19.0%）とは約 17 ポイントの差がある。【図表 1】
 - 「今後の人生の生き方について迷っている」割合も、55～59 歳が最も高く、55～59 歳男性で 53.9%、55～59 歳女性で 52.8%。60 代（38.4%）とは約 15 ポイント、70 代（23.1%）とは約 30 ポイントの差がある。【図表 2】

【図表 1】

Q. あなたの気持ち・考え・行動として、それぞれあてはまるものをひとつお選びください。

選択肢「孤独を感じるが多い。」

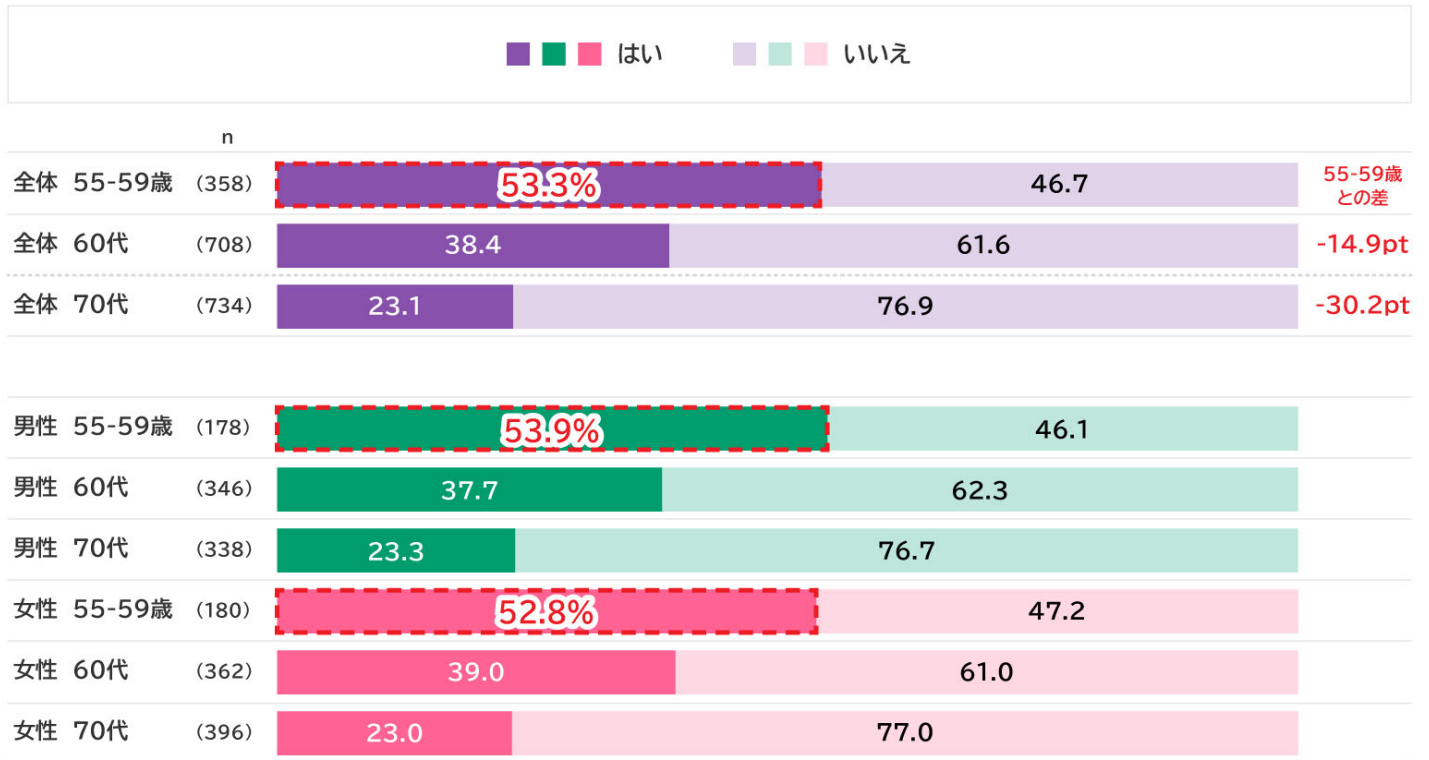
※「とてもあてはまる」「あてはまる」「ややあてはまる」の合計。



【図表 2】

Q. あなたの働き方や暮らし方について、それぞれあてはまるものをひとつお選びください。

選択肢「今後の人生の生き方について迷っている。」



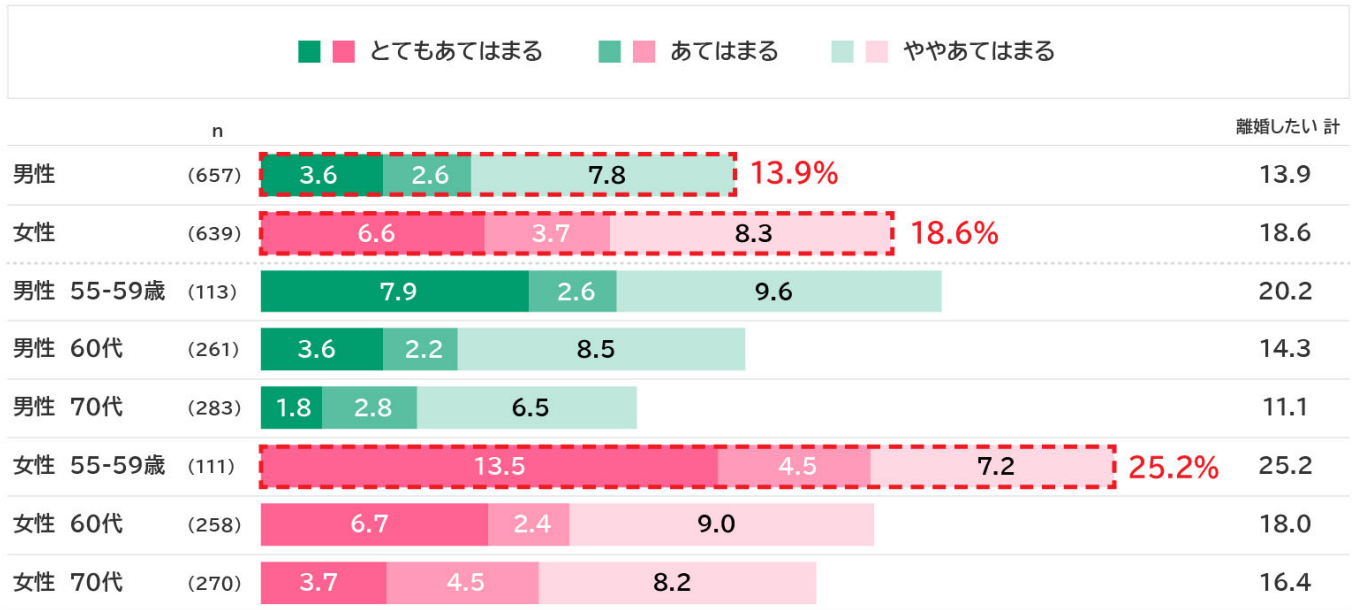
- ② 55～59 歳女性は、約 4 人に 1 人が財産や子どものことなどを気にしなくていいなら「離婚したい」と考えており、他の年代と比べて、パートナーと一緒に時間を過ごしたいという意欲が最も低い。
- 「財産や子どものことなど一切気にしなくて良いなら、いまのパートナーと離婚したい」と回答した男性は 13.9%、女性は 18.6%。どの年代においても女性の方が割合が高く、55～59 歳女性は 25.2%と最も高い。【図表 3】
 - 「妻／夫／パートナーとの時間を大切にしたい」という男性は 76.9%に対し、女性は 62.6%。割合が最も高いのは、70 代男性（79.8%）で、最も低いのは 55～59 歳女性（56.1%）。【図表 4】

【図表 3】

Q. あなたの恋愛や結婚、パートナーに対する考え方について、下記の項目がどの程度あてはまるか、ひとつお選びください。

選択肢「財産や子どものことなど一切気にしないで良いなら、いまのパートナーと離婚したい。」

※「とてもあてはまる」「あてはまる」「ややあてはまる」の合計。

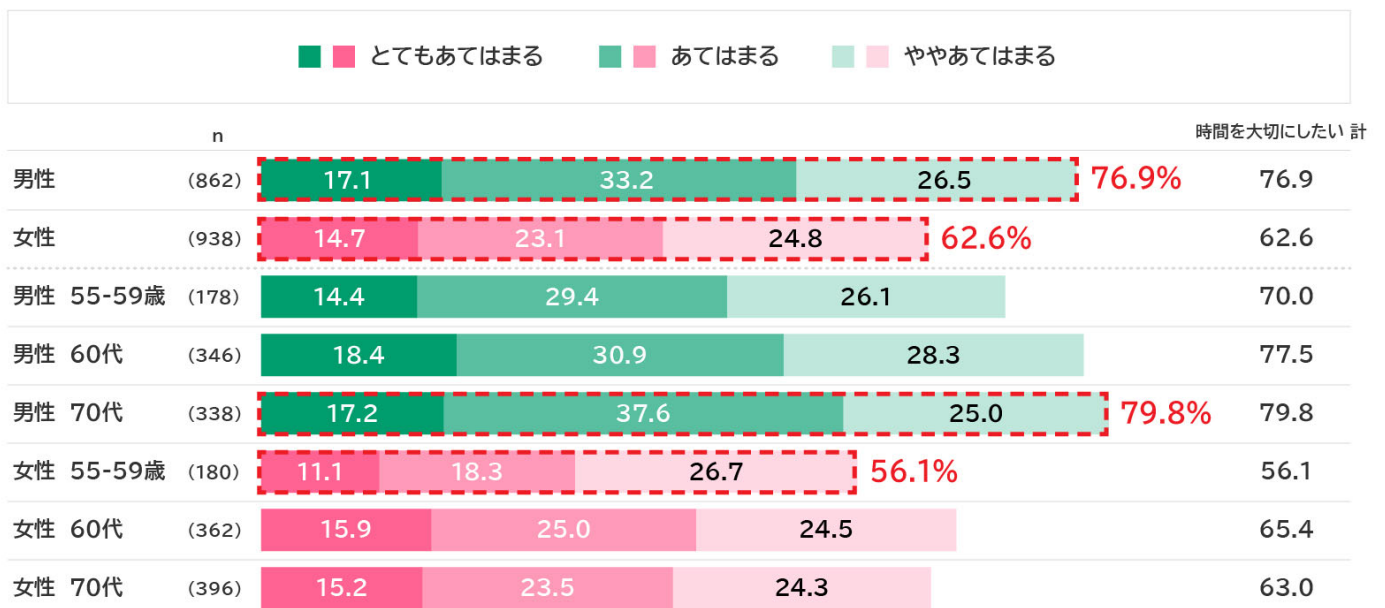


【図表 4】

Q. 次にあげた人との付き合い方に関する考え方や意識・行動について、今のあなたのお気持ちとしてどの程度あてはまりますか。

選択肢「妻／夫／パートナーとの時間を大切にしたい。」

※「とてもあてはまる」「あてはまる」「ややあてはまる」の合計。



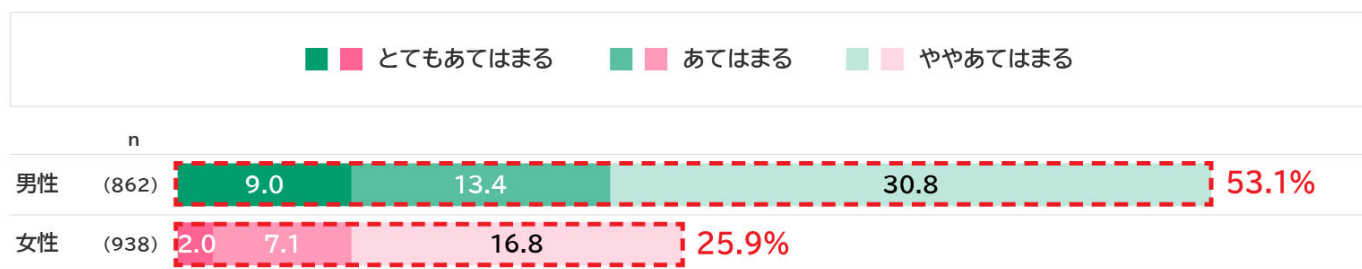
- ③ 人との付き合いについて、5 割超の男性は「モテたい」と考えるのに対し、6 割超の女性是一緒に遊んだり、おしゃべりしたりする友人・知人が身近にいる。
- 「モテたい」と思う男性は 53.1%なのに対し、女性は 25.9%と男性の半数以下にとどまる。【図表 5】
 - 「一緒に遊んだり、出かけたり、おしゃべりしたりする友人・知人がいる」割合は、男性が 47.6%、女性は 67.3%。【図表 6】

【図表 5】

Q. あなたの恋愛や結婚、パートナーに対する考え方について、下記の項目がどの程度あてはまるか、ひとつお選びください。

選択肢「モテたい。」

※「とてもあてはまる」「あてはまる」「ややあてはまる」の合計。

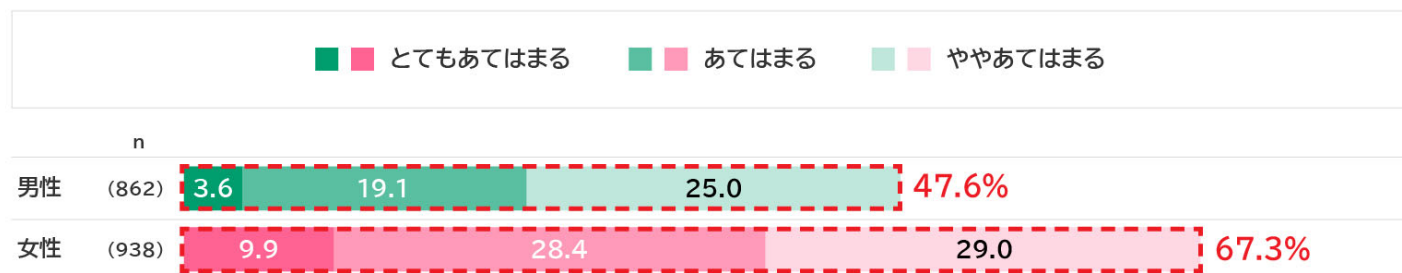


【図表 6】

Q. あなたの気持ち・考え・行動として、それぞれあてはまるものをひとつお選びください。

選択肢「一緒に遊んだり、出かけたり、おしゃべりしたりする友人・知人がいる。」

※「とてもあてはまる」「あてはまる」「ややあてはまる」の合計。



④ 約 8 割が「今あるものを処分したい、整理したい」と考え、特に 60～64 歳女性は 9 割超と割合が最も高い。

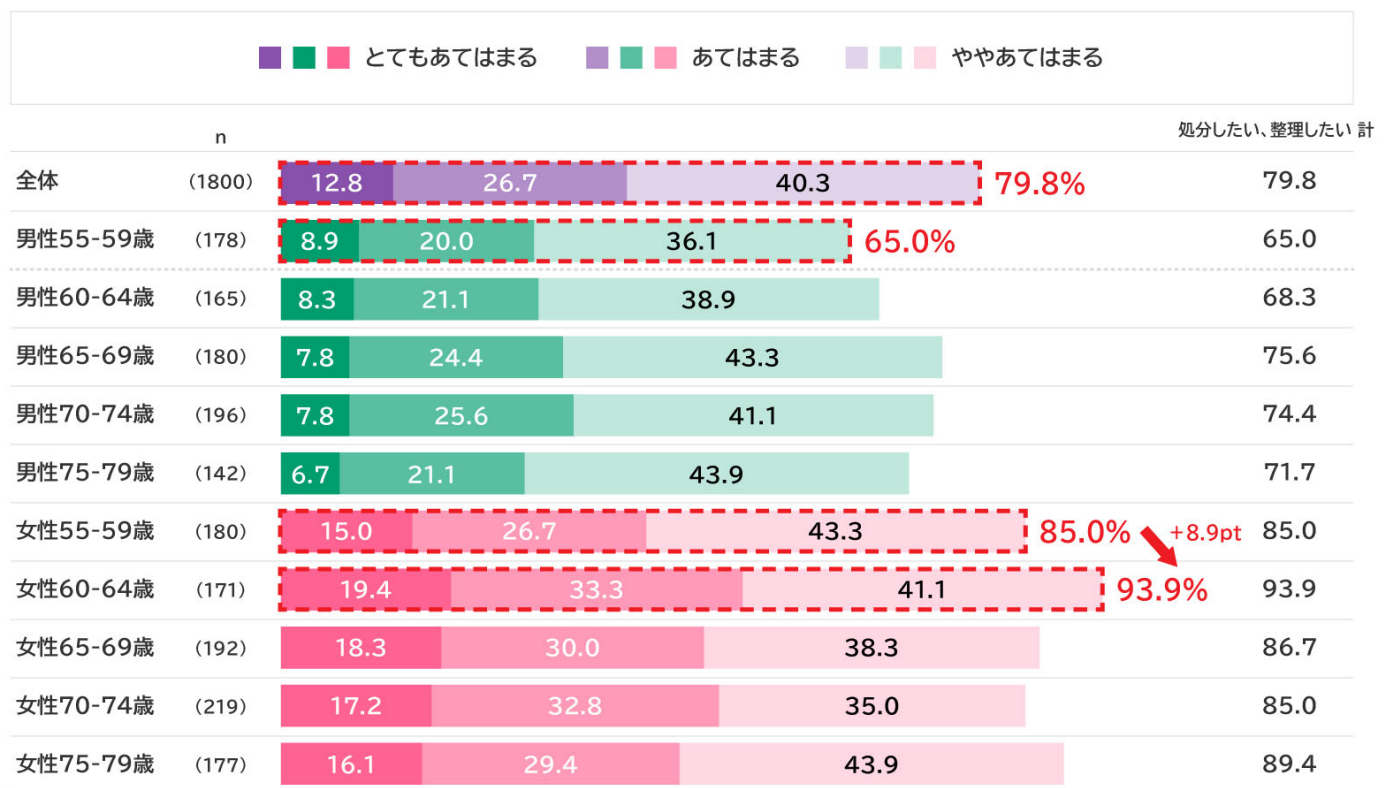
- 「今あるものを処分したい、整理したい」と回答した割合は、全体で 79.8%。女性は 60～64 歳女性（93.9%）で片づけたい意欲がピークを迎え、55～59 歳女性（85.0%）と比較すると 8.9 ポイント増加する。最も意欲が低いのは 55～59 歳男性（65.0%）。【図表 7】
- 「今後の人生をもっと良いものに変えたいと思っている」シニアの割合は 78.9%で、60 代（82.8%）でピークを迎える。「多少高くても自分の気に入ったものを買いたい」という割合は 73.2%と、年代とともに増加し、人生をより良くし、そのために消費をしたい意向がうかがえる。【図表 8】【図表 9】

【図表 7】

Q. 次にあげたお買い物・消費に関する考え方や意識・行動について、今のあなたのお気持ちとしてどの程度あてはまりますか。

選択肢「今あるものを処分したい、整理したい。」

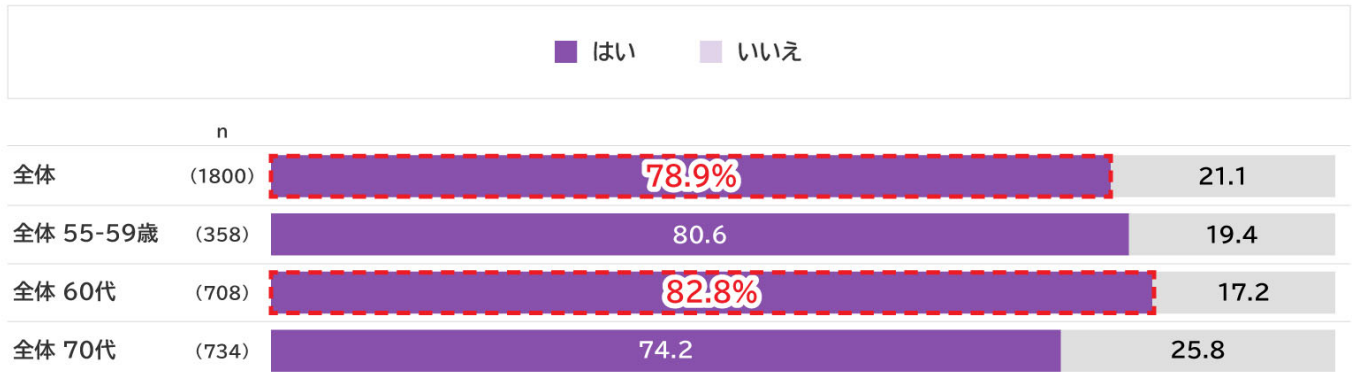
※「とてもあてはまる」「あてはまる」「ややあてはまる」の合計。



【図表 8】

Q. あなたの働き方や暮らし方について、それぞれあてはまるものをひとつお選びください。

選択肢「今後の人生をもっと良いものに変えたいと思っている。」

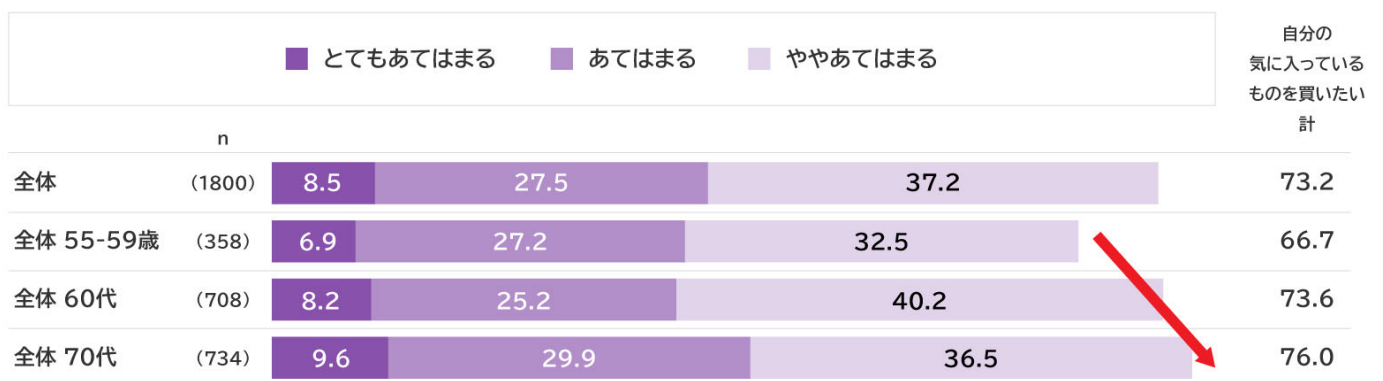


【図表 9】

Q. 次にあげたお買い物・消費に関する考え方や意識・行動について、今のあなたのお気持ちとしてどの程度あてはまりますか。

選択肢「多少高くても自分の気に入っているものを買いたい。」

※「とてもあてはまる」「あてはまる」「ややあてはまる」の合計。



⑤ 「新しいことに挑戦してみたい」と思う割合は 48.5%で、女性は年代の上昇に伴い、割合も増加。男女ともに、年代が上がると自身で評価する人生の点数も高くなる。

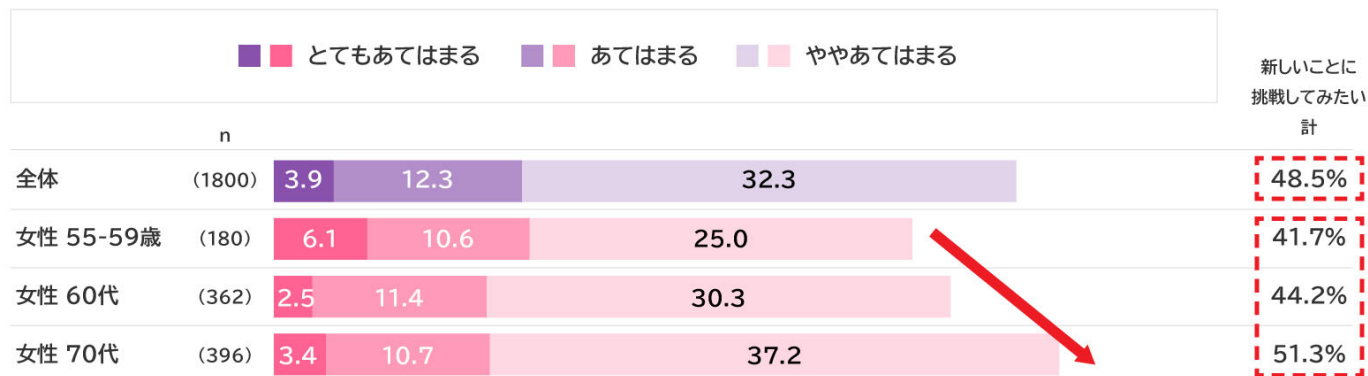
- 「新しいことに挑戦してみたい」と思う割合は、48.5%。女性は、55～59 歳では 41.7%と後ろ向きだが、60 代では 44.2%、70 代は 51.3%と年代の上昇に伴い増加する。【図表 10】
- 自分の人生に点数を付けるとしたら、「80-100 点」と回答した割合は、55～59 歳で 23.6%、60 代で 32.8%、70 代で 39.2%と、年代とともに高くなる。【図表 11】

【図表 10】

Q. あなたの気持ち・考え・行動として、それぞれあてはまるものをひとつお選びください。

選択肢「新しいことに挑戦してみたい。」

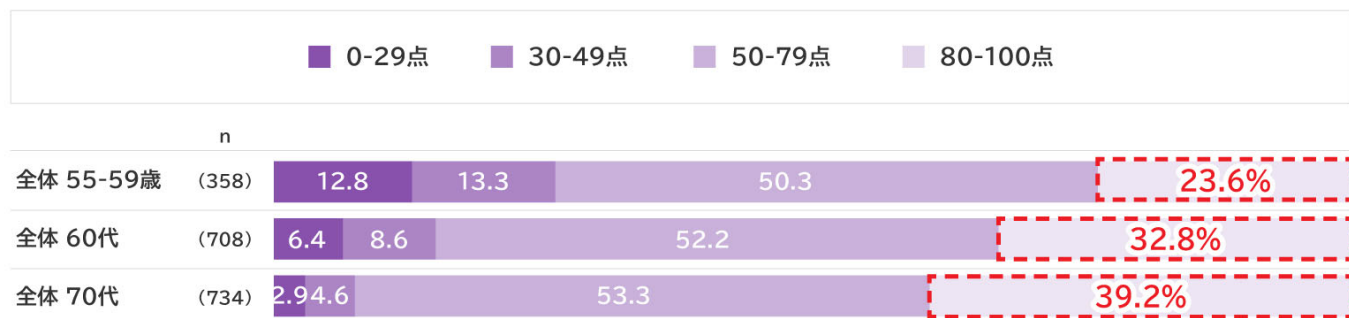
※「とてもあてはまる」「あてはまる」「ややあてはまる」の合計。



【図表 11】

Q. あなたがいま、自分の人生に点数を付けるとしたら何点ですか。100 点満点でお答えください。

選択肢「0—29 点」「30-49 点」「50—79 点」「80—100 点」

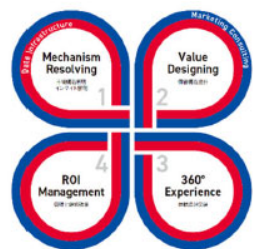


【調査担当者の解説】

今回の調査では、還暦を前に、これからの人生への不安から「何を大切に生きていきたいのか」と悩み迷う50代後半と、還暦でリセットされて、新しい楽しみや自分の役割をつくり、「人生100年時代を満足いくものにしたい」と前向きになる60～70代との差を感じとることができました。シニアは有望な消費ターゲットであると言われる一方で、動かしにくいターゲットともいわれます。年代や性別で異なる価値観やその時々で求めているものを踏まえて丁寧にアプローチすることで、年齢を重ねるほど高まる「人生をよりよくしたい」という情熱に火をつけ、より豊かな人生にいきなうことができるのではないのでしょうか。電通シニアラボでは、今回発見できた令和シニアのリアルな本音や生き方を踏まえつつ、消費行動やメディア接触の分析を進めて、クライアントの活動を支援していきます。

【「令和シニア・プレシニアの生き方調査」概要】

- ・ 目的：現代のシニアの生き方を把握し、シニアの毎日を豊かにする新商品・サービス開発や社会課題解決の手がかりにするために実施
- ・ 対象エリア：日本全国
- ・ 対象者条件：55～79歳
- ・ サンプル数：1800
- ・ 調査手法：インターネット調査
- ・ 調査期間：2025年5月16日～5月18日
- ・ 調査委託先：株式会社電通マクロミルインサイト



「電通シニアラボ」に関する取り組みは、電通が提唱する、事業グロースのための次世代マーケティングモデル「Marketing For Growth」の4つのプロセスのうち、「Mechanism Resolving（インサイト解明）」に該当するサービスです。

「Marketing For Growth」については以下リリースをご確認ください。

<https://www.dentsu.co.jp/news/business/2024/0130-010682.html>

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン ブランディングオフィス 広報室 広報部

河南、内田、長谷川

Email : koho@dentsu.co.jp

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 電通シニアラボ

小磯、中里、古賀、松實

Email : senior-lab@dentsu.co.jp