

65歳以上の親を持つ女性420人

65歳以上女性69人

WEBアンケート調査結果

シニアとその子どもに関する アンケート

本調査レポートは、HERSTORYREVIEW10月10日発行の
3点セット(冊子・動画・WEBアンケート調査レポート)の
WEBアンケート調査レポートです。

11
HERSTORY REVIEW
2023年10月号
10月10日発行

3人に1人がシニアとなる2030年問題に向かう着眼点
「不安と意欲」が混在
シニア女性の今を検証

「設計・相談員・しかけ」の3方から
シニア女性の住みやすい不安を解消する
「シニア向け賃貸住宅」の選び方
全館168施設に急拡大中!
「看護」の最新態で個別対応介護事業に就く
「介護」の最新態で個別対応介護事業に就く

Mark-Jinに聞く
「介護」の最新態で個別対応介護事業に就く
「介護」の最新態で個別対応介護事業に就く
正しく働き続けるには?

女性100人へのアンケート
「介護」の最新態で個別対応介護事業に就く
「介護」の最新態で個別対応介護事業に就く

HERSTORY
REVIEW

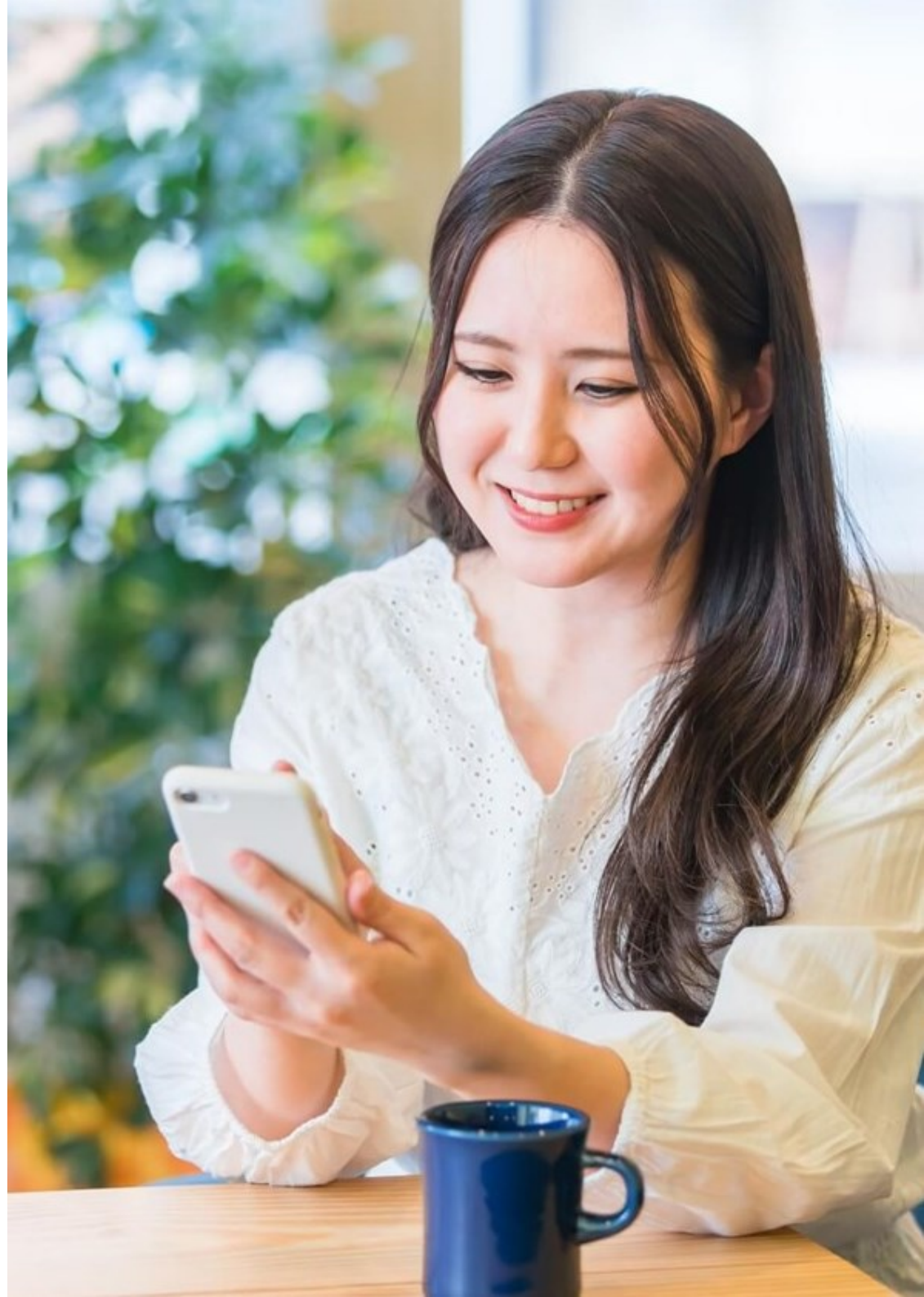
2023
Vol.76

11
月号

3人に1人がシニアとなる2030年問題に向かう着眼点
「不安と意欲」が混在
シニア女性の今を検証

1.調査背景・目的

総務省統計局の「人口推計」によれば、2022年9月時点の総人口は1億2,475万人。うち、65歳以上の人口が3,627万人と、前年（3,621万人）に比べ6万人増加し、過去最多となった。このまま高齢化が進めば、2030年には総人口の約3割を高齢者が占めると予測されている。こうした背景から、今回はシニアのニーズや動向を把握する調査と、シニアを親に持つ子どもと2つの軸から調査を行った。

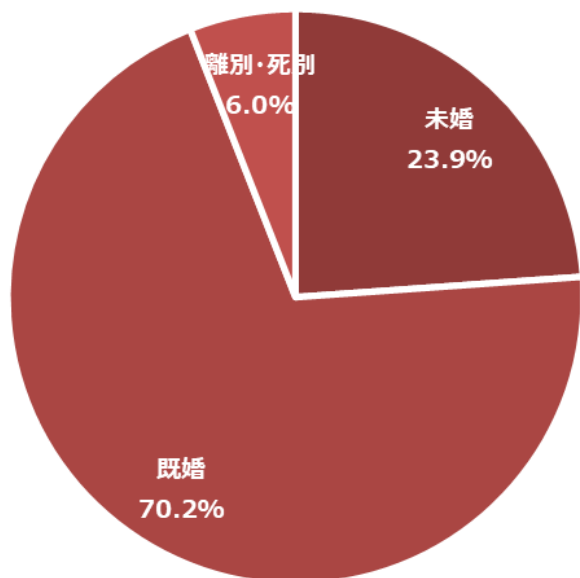


65歳以上の親を持つ女性

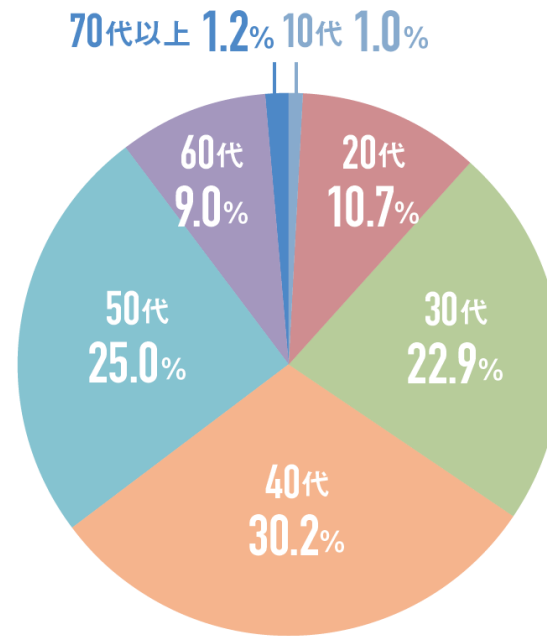
2.調査概要

- 調査期間：2023年8月31日～9月7日
- 調査方法：インターネット調査
- 対象：65歳以上の親を持つ女性420人
- 調査会社：株式会社ハー・ストーリー
<https://herstory.co.jp>

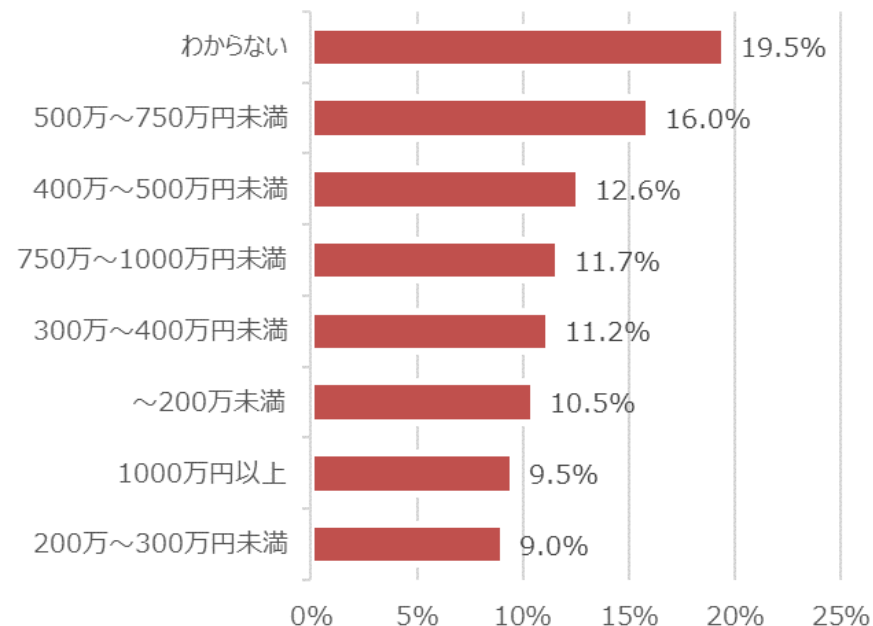
■婚姻状況



■年代



■世帯年収

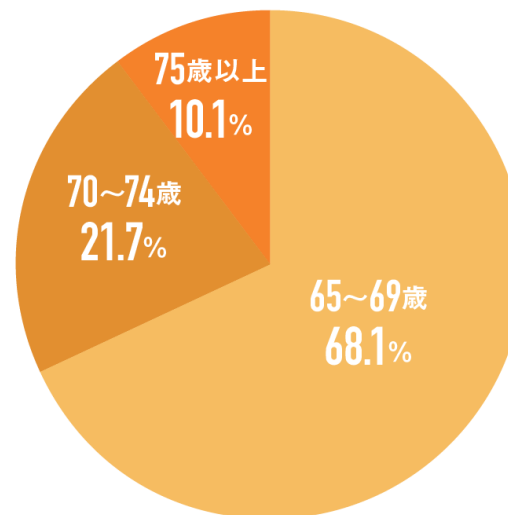


2.調査概要

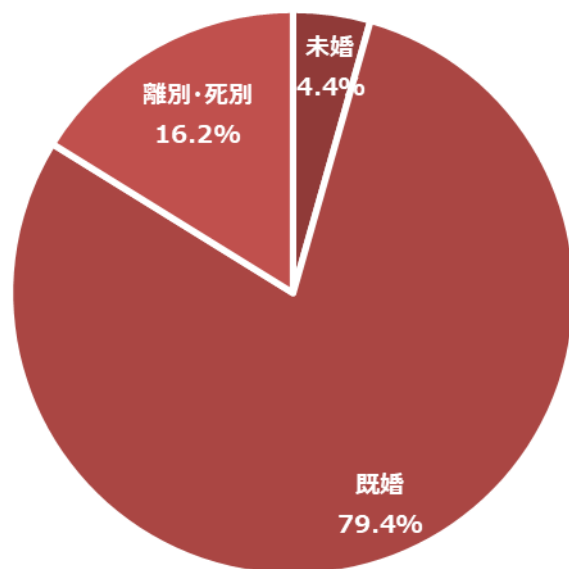
- 調査期間：2023年8月31日～9月7日
- 調査方法：インターネット調査
- 対象：65歳以上の女性69人
- 調査会社：株式会社ハー・ストーリー

<https://herstory.co.jp>

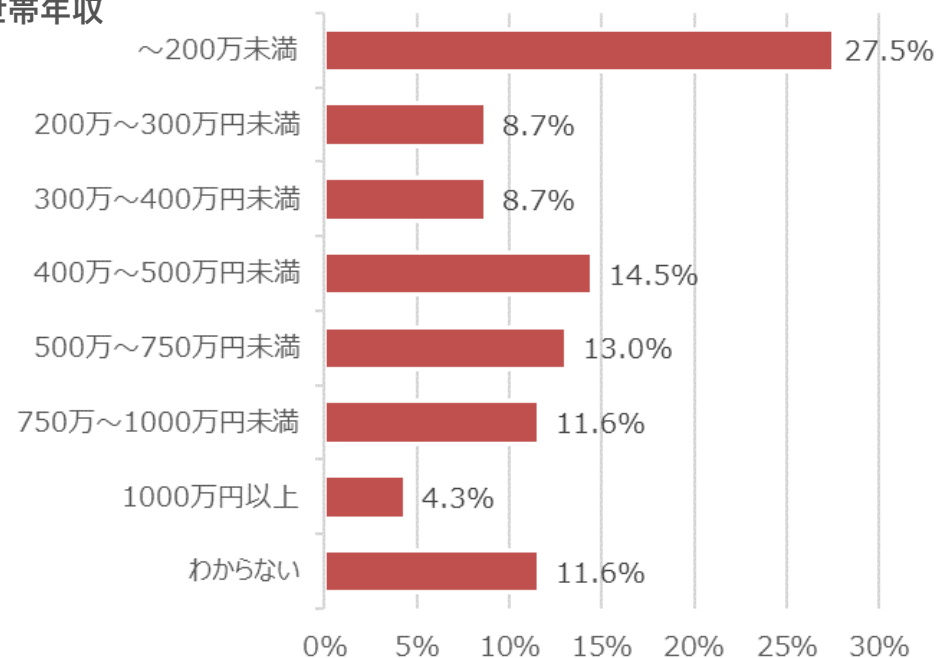
■年代



■婚姻状況



■世帯年収



調査の主な質問項目

- Q1. 「終活」をする意向はありますか？
- Q2. 「終活」という言葉を知っていますか？
- Q3. どういった理由で「終活」を行おうと思いますか？当てはまるものを全て教えてください。
- Q4. ご自身の老いを受け止められますか？
- Q5. どういった理由で老いに「向き合えていない」または「受け止められない」と思いますか？
- Q6. 親と一緒に取り組んでおかないと困るものに当てはまるものを全て教えてください。
- Q7. 現在、一緒に取り組んでいるものを全て教えてください。
- Q8. 「人生の終わりに向けた準備」について、取り組めていない理由を教えてください。
- Q9. ご自身の現在の健康状態として当てはまるものを教えてください
- Q10. ご両親の健康状態として当てはまるものを教えてください。
- Q11. 親のために健康に良い商品やサービスを渡した（贈った）ことはありますか？
- Q12. 最近購入して良かった商品・サービスがあれば具体的に教えてください。（旅行やお出かけなどでも構いません。）
- Q13. どんなときに親と会ったり、連絡を取ったりしますか？当てはまるものを全て教えてください。
- Q14. 利用しているSNSがあれば全て教えてください。当てはまるものを全て教えてください。
- Q15. 親とのコミュニケーション手段について当てはまるものを全て教えてください。
- Q16. 現在の楽しみは何ですか？当てはまるものを全て教えてください。
- Q17. 今後、学び直しをしたいと思いますか？
- Q18. どのようなことを学び直ししたいと思いますか？当てはまるものを全て教えてください。
- Q19. 学び直しをしたいと思った理由として、当てはまるものを全て教えてください。

[ターゲットや年代ごとの詳細な内容のローデータはこちら](#)

キーワード

3人に1人がシニアの時代へ

拡大を続ける シニアマーケット

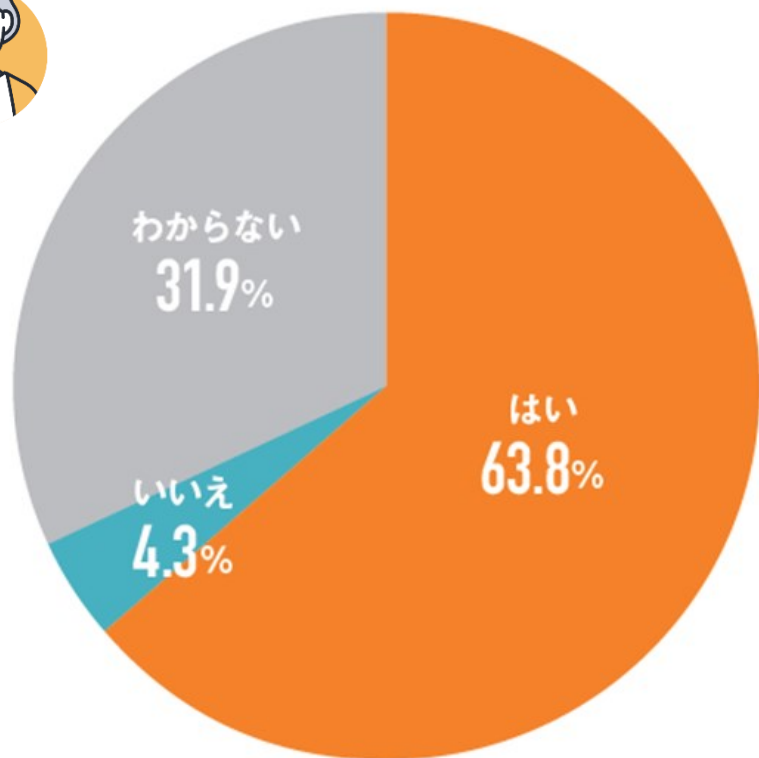


[HERSTORYREVIEW掲載]調査分析・解説

[ターゲットや年代ごとの詳細な内容のローデータはこちら](#)

終活の必要性や重要性を理解していないシニアも

Q1. 「終活」をする意向はありますか？



65歳以上の
調査結果



65歳以上の親を
持つ子どもの調査結果

- ・ 終活の必要性や重要性を理解していない人がいる
- ・ 終活の具体的な内容や方法がわからない人がいる
- ・ 終活に踏み切れない人がいる

■予想されるインサイト

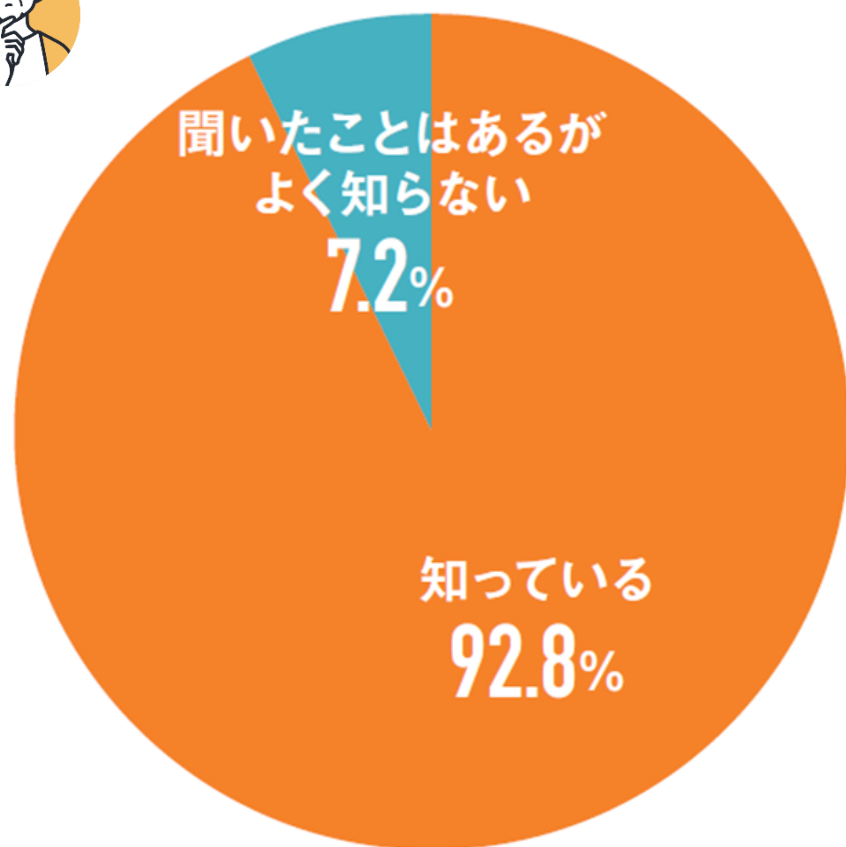
- ・ まだ元気なので終活を行う必要性はない
- ・ 終活には資産整理、遺言書作成、葬儀準備などさまざまな内容があり、
- ・ 一人でどう行えばいいのかわからない、不安
- ・ 人生の終末期を準備するという、ネガティブなイメージを持っており、考えたくない

<施策の提案>

- ・ 終活をすることで、自分の人生を振り返り、自分らしく生きるためのヒントが得られる重要性を伝える
- ・ 家族や友人と協力して行えるような共有アプリやタスク管理などの開発・終活に関するセミナーや講座の開催、パンフレットやリーフレットを作成し啓蒙活動を実施する

知ってはいるものの、自分事ではない

Q2. 「終活」という言葉を知っていますか？



- 知っているが9割。「終活」という言葉の認知度は高い
- Q1の結果から、認知度は高いものの、終活を実際に行おうとする割合は低い

■予想されるインサイト

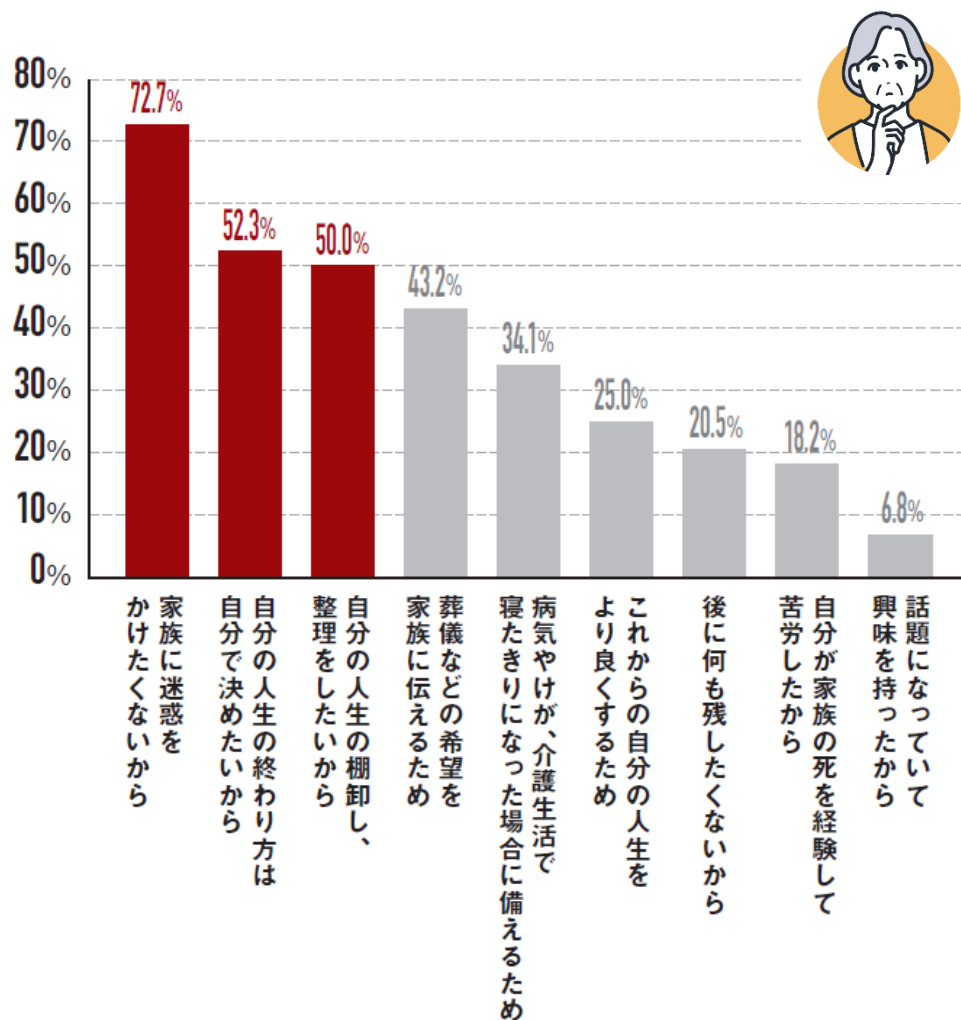
- まだ自分には縁のないこと、自分事ではない
- 漠然と知ってはいるものの、何をすればいいのかわからない

<施策の提案>

- 終活に関する情報交換や相談を行えるイベントを提供する
- 終活に関する情報の発信を強化する

終活の目的は「家族に迷惑をかけないため」

Q3. どういった理由で「終活」を行おうと思いますか？ 当てはまるものを全て教えてください。



- 終活の主な目的は、家族や周囲の人の負担を減らすこと、自分の意思を尊重してもらうこと、自分自身で納得のいく人生を送ることなど

■ 予想されるインサイト

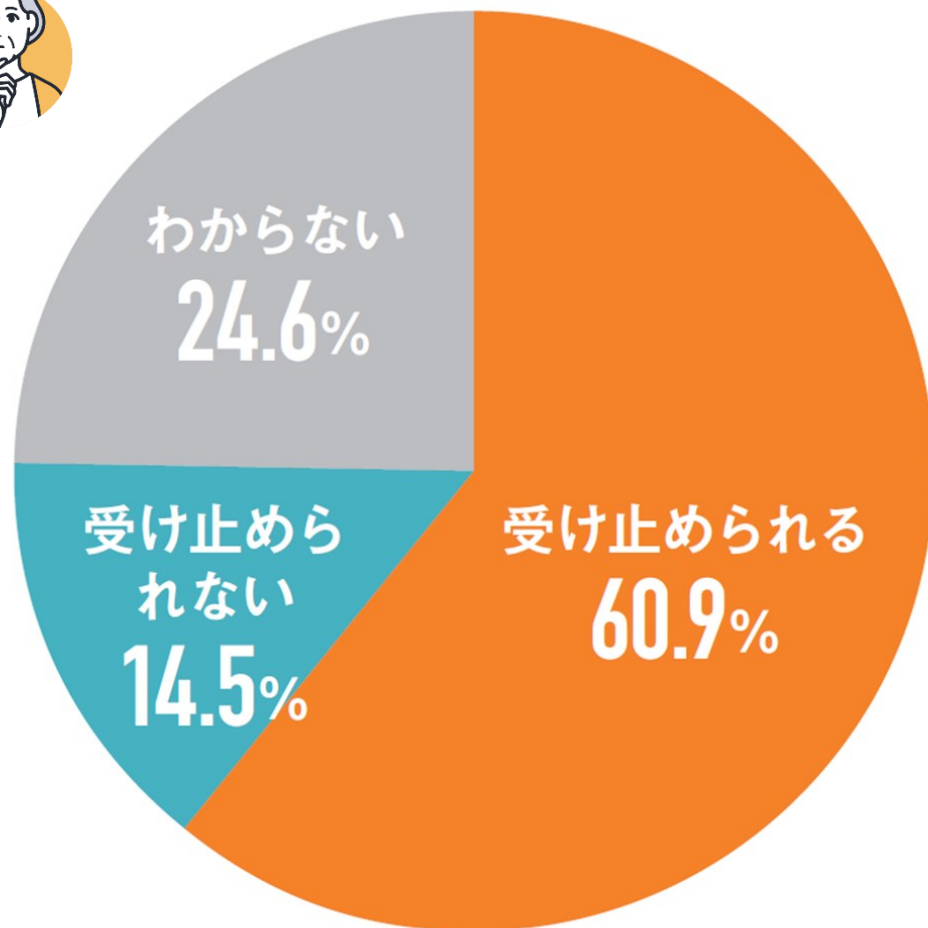
- 迷惑はかけたくない反面、人生の終わりにについては向き合いたくない

< 施策の提案 >

- 自分自身や家族、周囲の人々のために、前向きに取り組むべきものであると、社会全体で理解を深めていく必要がある

「老いに向き合えない」は4割

Q4.ご自身の老いを受け止められますか？



- ・ 6割が老いを「受け止められる」と回答
- ・ 老化を受け入れられない

■予想されるインサイト

- ・ 老化はマイナスなこと
- ・ まだまだ衰えていない。こんなはずではない
- ・ 年をとっても社会的な役割を果たしたい

<施策の提案>

- ・ 老化に対する社会的な意識を高めるキャンペーンを実施する
- ・ 老いを学ぶための講座やイベントの開催
- ・ 生きがいづくりのための活動支援

向き合えない理由は、「こんなはずでは」など



Q5. どういった理由で老いに「向き合えていない」または「受け止められない」と思いますか？

体力が衰えてきたことは認識しているのですが、こんなはずではないと思う方が強い。

(大阪府 75歳以上)

私は生涯現役でいたいので、老いや死を考えることは避けていきたい。

(岐阜県 74歳)

やはり気分が沈むことですからあまり考えたくないです。

(大阪府 66歳)

親の介護をしないといけないので、自分の事は後回しだから。

(岡山県 66歳)

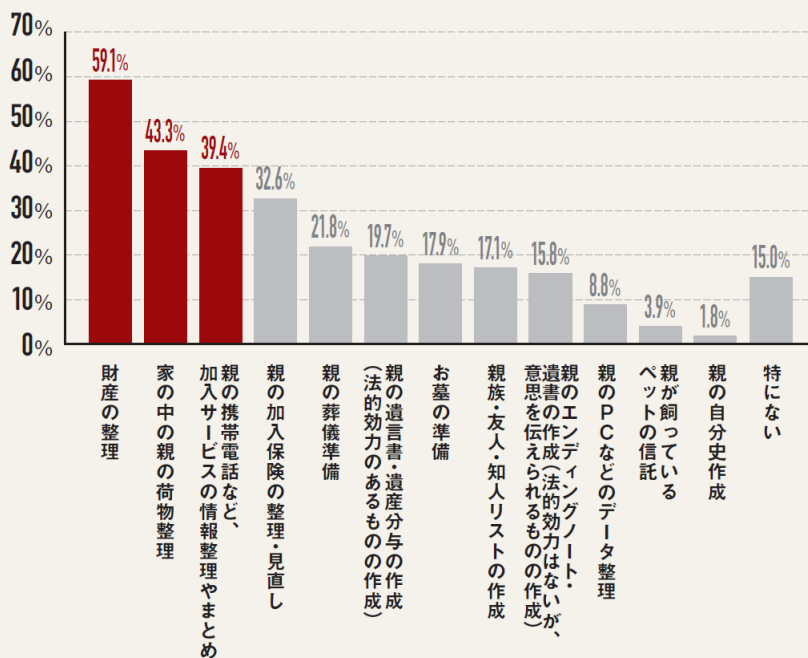
困るとわかりつつ、終わりに向けた準備は後回しに



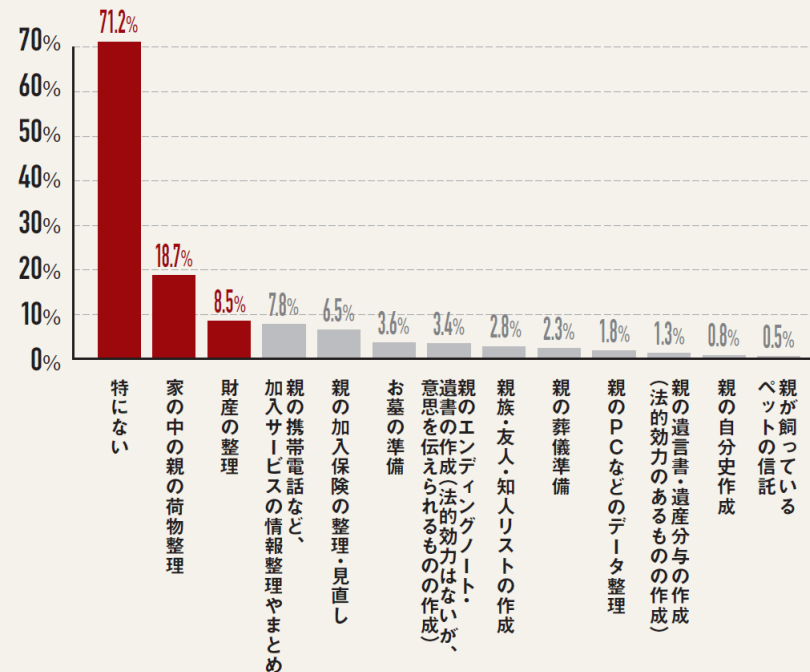
Q6.親と一緒に取り組んでおかないと困るものに当てはまるものを全て教えてください。



Q7.現在、一緒に取り組んでいるものを全て教えてください。



実際は…



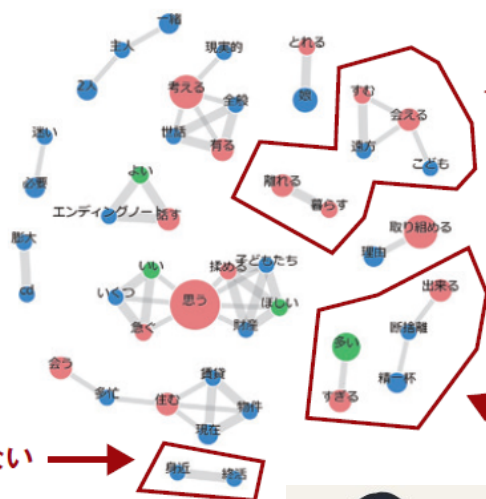
- ・ 人生の終わりに向けた準備の必要性や重要性に対する認識が不足している
- ・ 人生の終わりに向けた準備をどのように進めればいいのかわからない
- ・ 人生の終わりに向けた準備に必要な時間が十分に確保できない

<施策の提案>

- ・ 親子の定期的な会話を促す
- ・ 親子で人生の終わりについて話し合うための機会を提供する
- ・ 親子で人生の終わりに向けた準備を進めるためのワークショップやプログラムを提供する

終活は一人で取り組むのが難しく、 取り組むハードルの高さあり

Q8. 「人生の終わりに向けた準備」について、取り組めていない理由を教えてください。



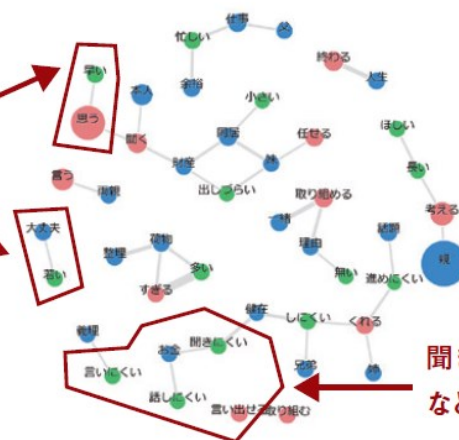
遠方に住んでいる、子どもが忙しい、夫がそういう話を好まないなどの理由で、家族や周囲の理解や協力を得られない

荷物が多すぎる、今生活してるだけで精一杯で断捨離も出来ない

まだ終活を身近に感じていない



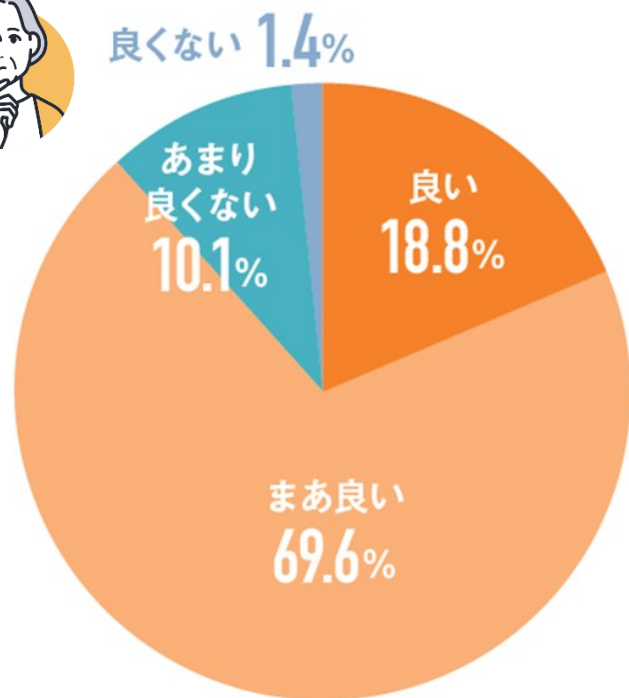
まだ早いと思ってしまう、認めたくない、など本人や家族の心理的要因



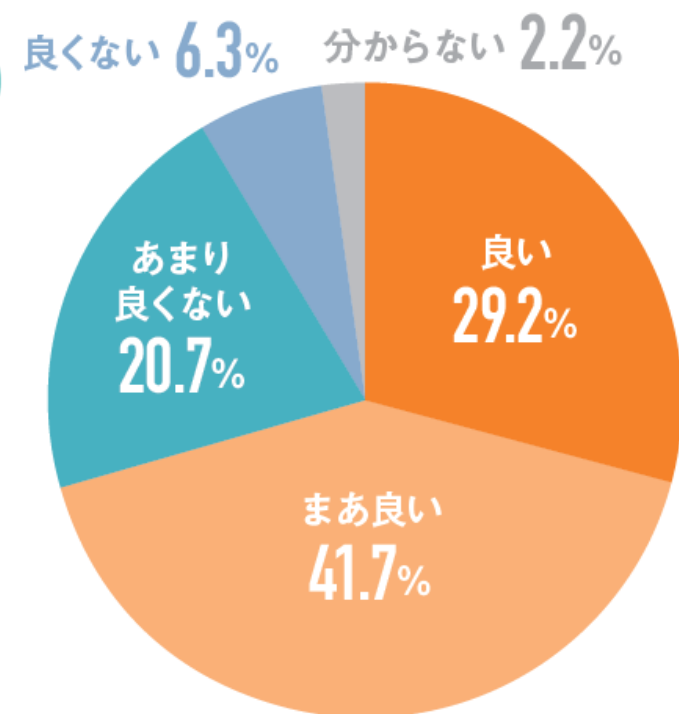
聞きにくい、話題にしづらい、などのコミュニケーション不足

自身の健康状態に子どもとの認識に差がある

Q9.ご自身の現在の健康状態として当てはまるものを教えてください



Q10.ご両親の健康状態として当てはまるものを教えてください。



本人と子どもとの認識に差がある



- 本人の健康状態の認識不足
- 子どもの健康状態の認識不足
- 親と子どもの価値観の違い

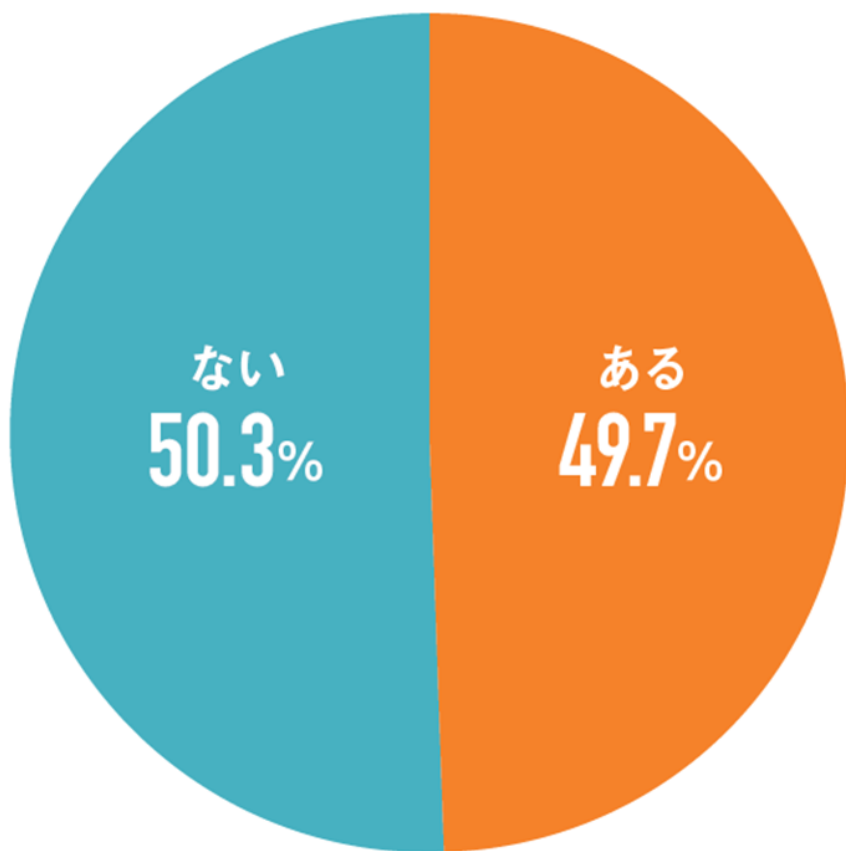
<施策の提案>

- 本人と子どもが定期的に健康状態について話し合える場や健康状態を共有できるアプリなどの開発

親の健康についての関心・意識低い可能性



Q11.親のために健康に良い商品やサービスを渡した（贈った）ことはありますか？



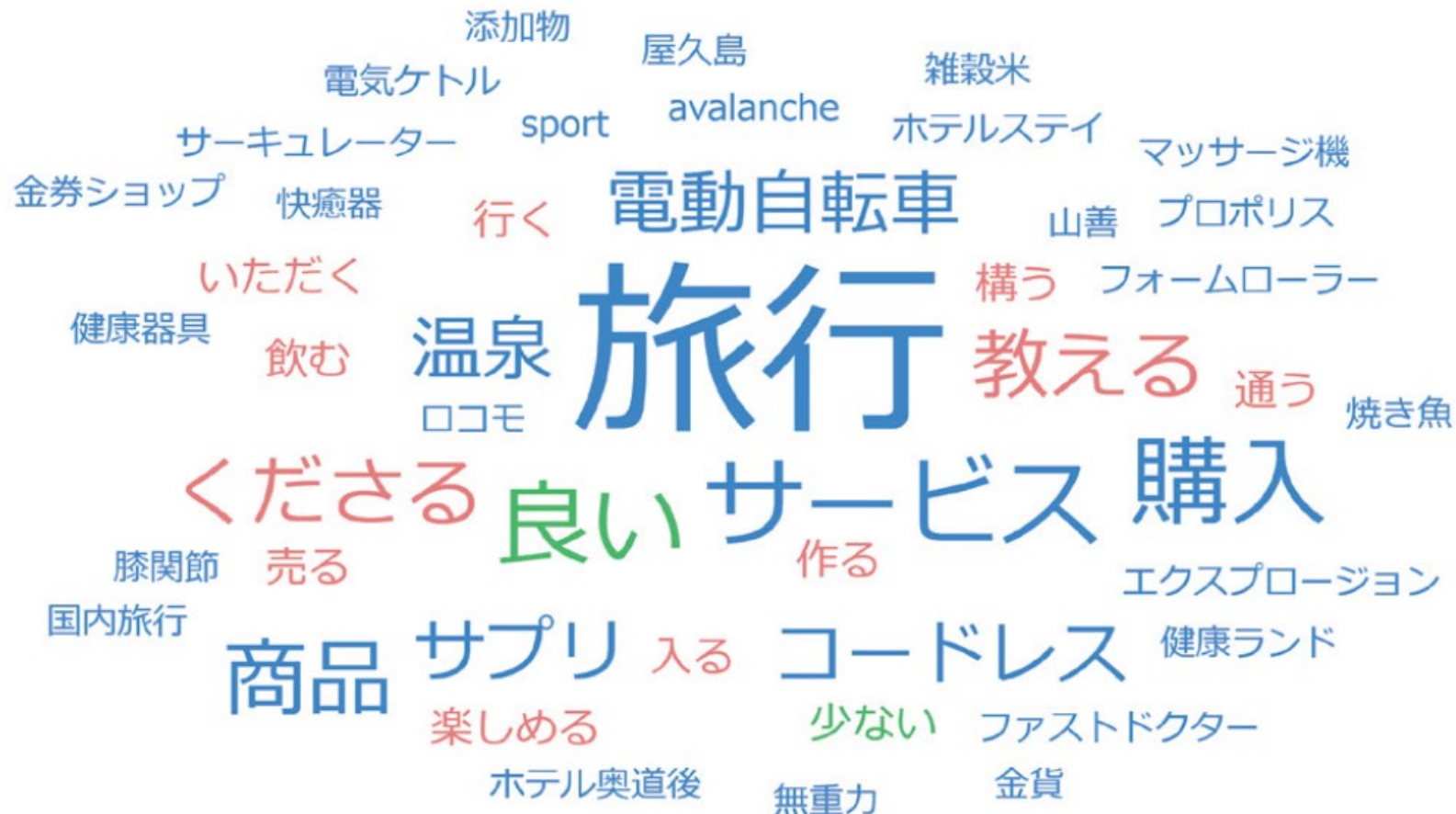
- 半数が「ない」と回答。親の健康に対する関心や意識が低い
- 親の健康状態やニーズを把握しにくい
- 健康に良い商品やサービスの選択肢が少ない

<施策の提案>

- 親と子どものコミュニケーションを促進するツールの開発
- 親の健康状態やニーズを定期的に確認できる商品やサービスの開発

旅行と健康関連商品への関心が高い

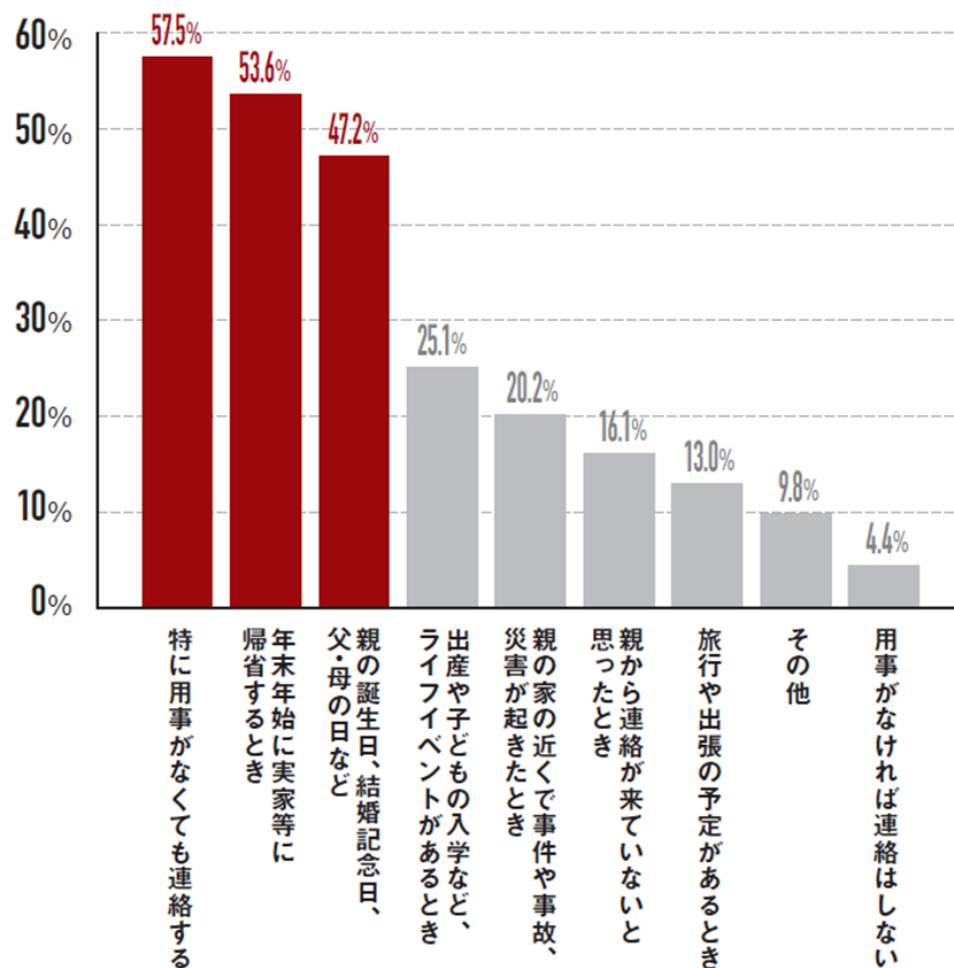
Q12.最近購入して良かった商品・サービスがあれば具体的に教えてください。（旅行やお出かけなどでも構いません。）



約6割「特に用がなくても親に連絡する」



Q13.どんなときに親と会ったり、連絡を取ったりしますか？当てはまるものを全て教えてください。



- およそ6割近くの女性たちは用事がなくても親とコミュニケーションを図っている
- コミュニケーションは取っているものの、
- 重要な内容などは伝えづらい可能性

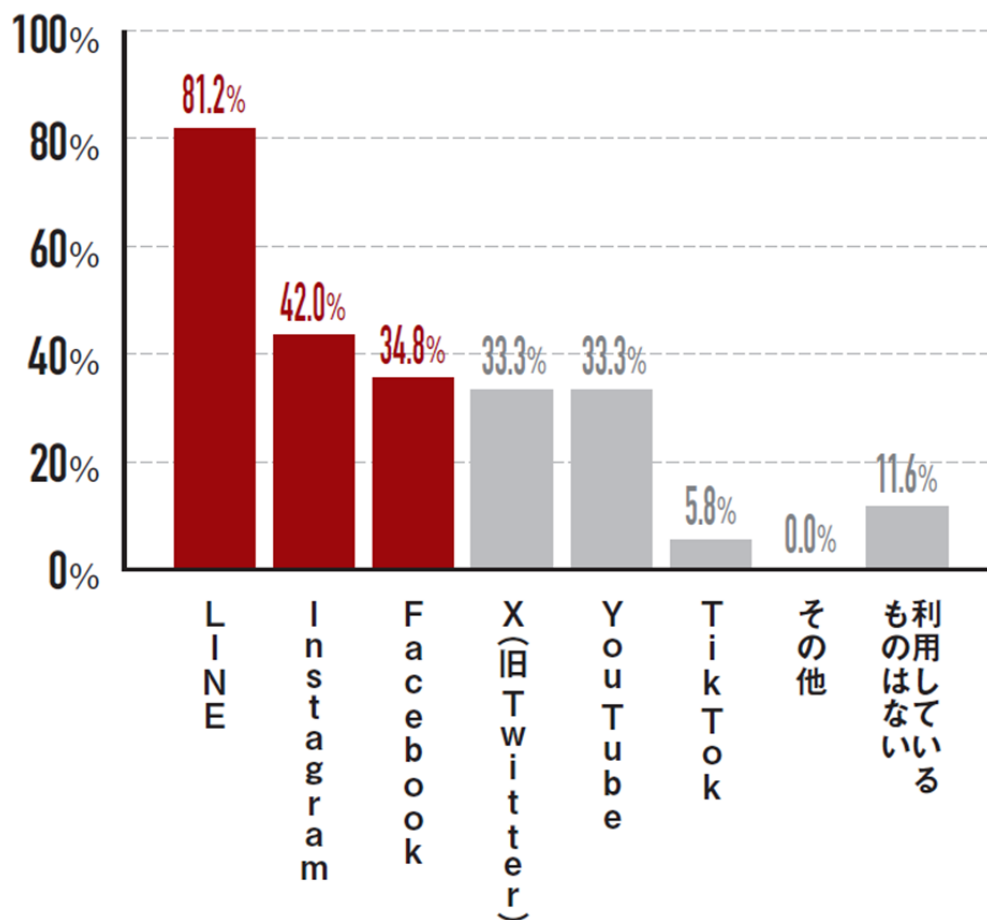
< 施策の提案 >

- 親子で食事や旅行などを楽しむための機会を提供
- 65歳以上にも操作がしやすいビデオ通話やチャットなどのツールやサービスを提供

65歳以上のLINEの利用が8割



Q14.利用しているSNSがあれば全て教えてください。当てはまるものを全て教えてください。



- ・ 8割がLINEを利用。Instagramに関してもおよそ4割が利用
- ・ スマートフォンの普及、ネット利用・活用が進んでいる

< 施策の提案 >

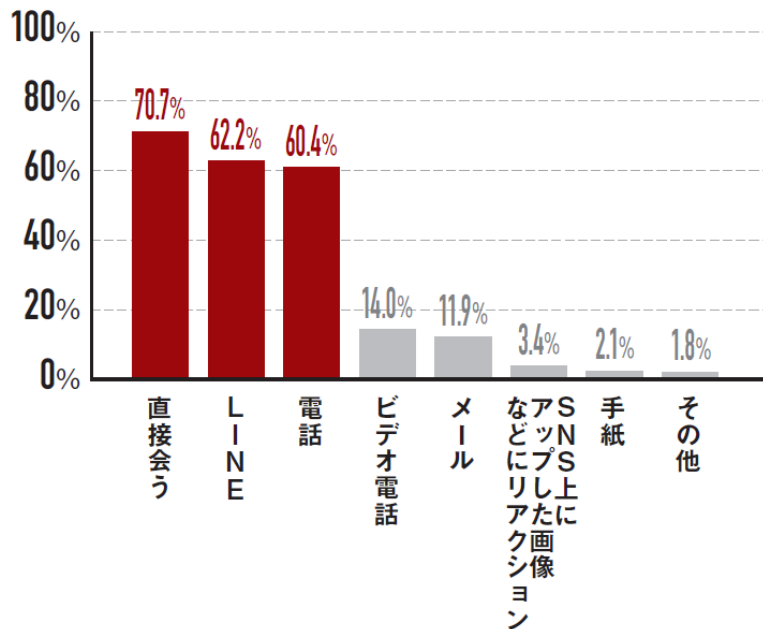
- ・ 健康管理や介護支援などシニア層向けのサービスを持ち合わせたSNSの開発・提供
- ・ デジタル教室の開催や、SNSの使い方をわかりやすく解説したコンテンツの提供

子どもを介したコミュニケーションが発生

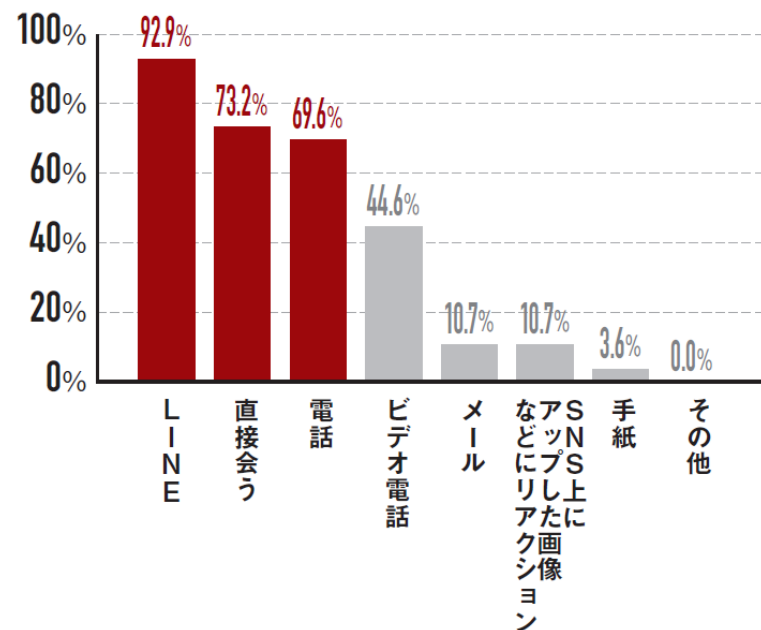


Q15.親とのコミュニケーション手段について当てはまるものを全て教えてください。

全体



乳幼児期
ママ



- ・ 乳・幼児期ママ層ではコミュニケーション手段としてLINE、ビデオ通話、SNS上にアップした画像などにリアクションが特徴的
- ・ 子どもを介したコミュニケーションが図られていると予想
- ・ 電話やLINEなどのコミュニケーションツールが主流となっているが、高齢者によっては使いこなせないこともある

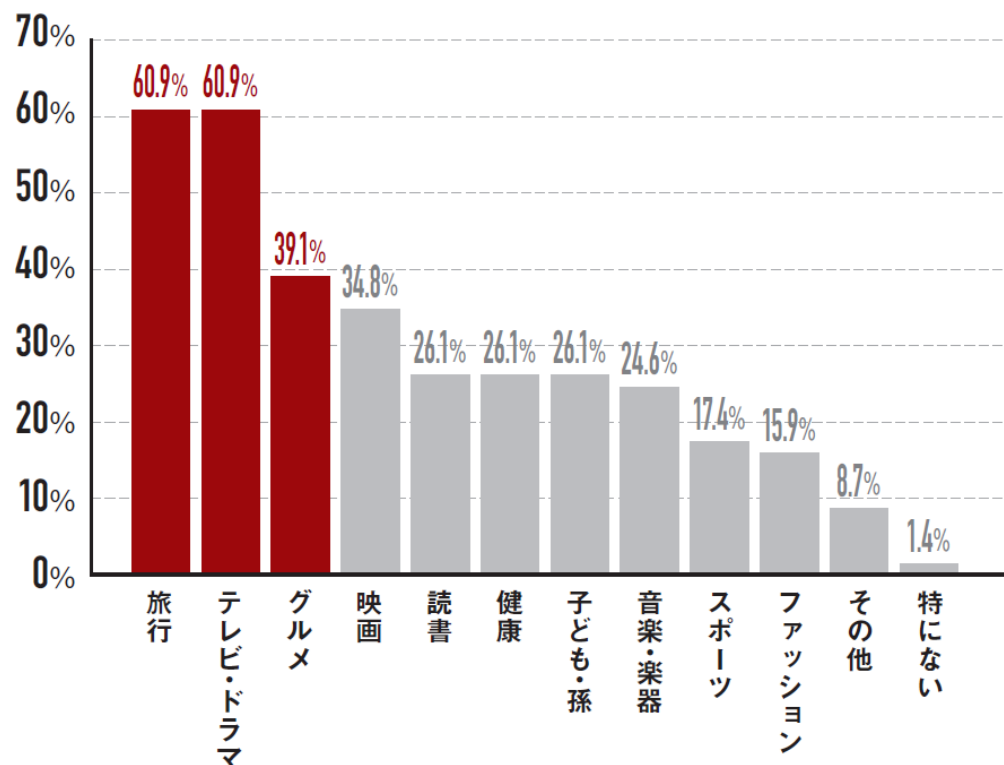
< 施策の提案 >

- ・ 高齢者が使いやすいコミュニケーションツールやサービスを開発
- ・ 子どもの成長記録を写真や動画で簡単に共有できるアプリやサービスを提供する

楽しみが多様化している可能性 ターゲットにより訴求方法を検討



Q16.現在の楽しみは何ですか？当てはまるものを全て教えてください。



- ・ シニアの楽しみは多様化している
- ・ 旅行がトップにあるが、体力や健康状態によっては、楽しみを制限される可能性がある

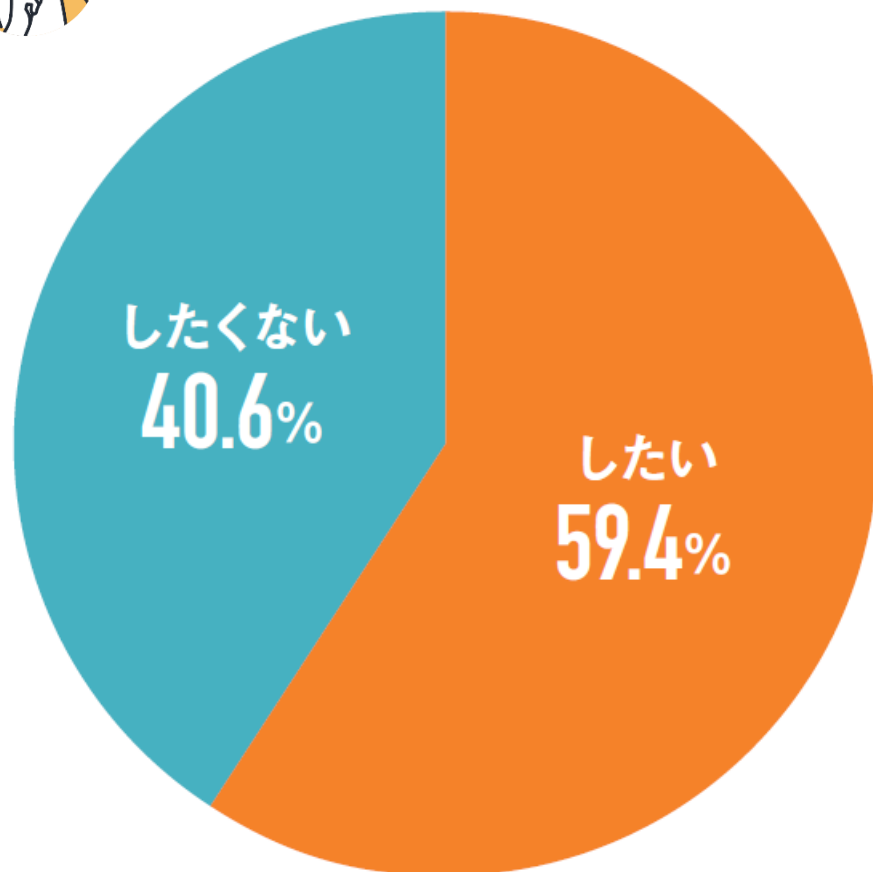
< 施策の提案 >

- ・ バリアフリーな施設やサービスの提供
- ・ 高齢者が利用しやすい施設を整備する
- ・ アクティブに動く楽しみ方と、自宅などでゆっくりと過ごす需要があり、ターゲットにより訴求方法を検討する必要がある

多様なライフスタイルに合わせた プロモーションが必要



Q17.今後、学び直しをしたいと思いますか？るものを全て教えてください。



- 「したい」が6割だが、4割は「したくない」
- やりたいことに対し、活発に取り組む層と、ゆっくりと時間を過ごしたい層がいる可能性
- 学び直しに対する経済的負担、体力や時間の制約がある

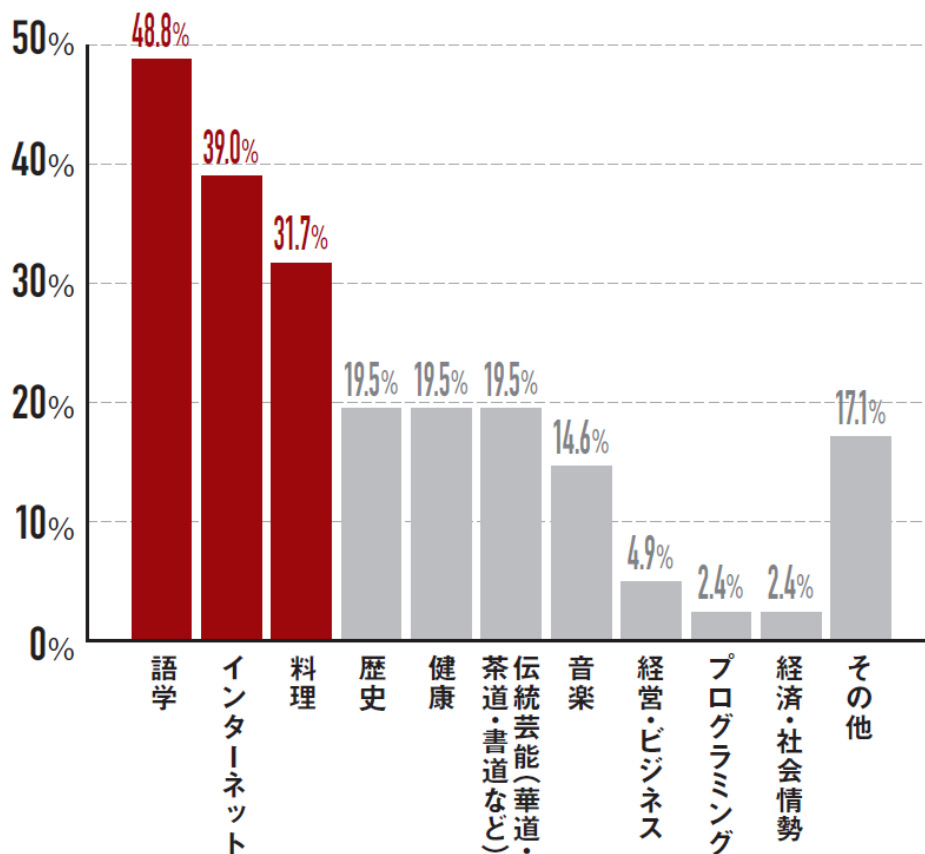
<施策の提案>

- 多様なライフスタイルに合わせたプロモーションの開拓
- オンライン講座など、学び直しをしやすい環境を整備する

語学やインターネットなど幅広い分野に興味あり



Q18.どのようなことを学び直したいと思いますか？当てはまるものを全て教えてください。



- 幅広い分野に興味がある
- 海外旅行や留学に興味のある可能性
- 日常生活や社会活動において、パソコンやインターネットの活用が必要
- シニア世代のパソコンやインターネットのスキルが不足している

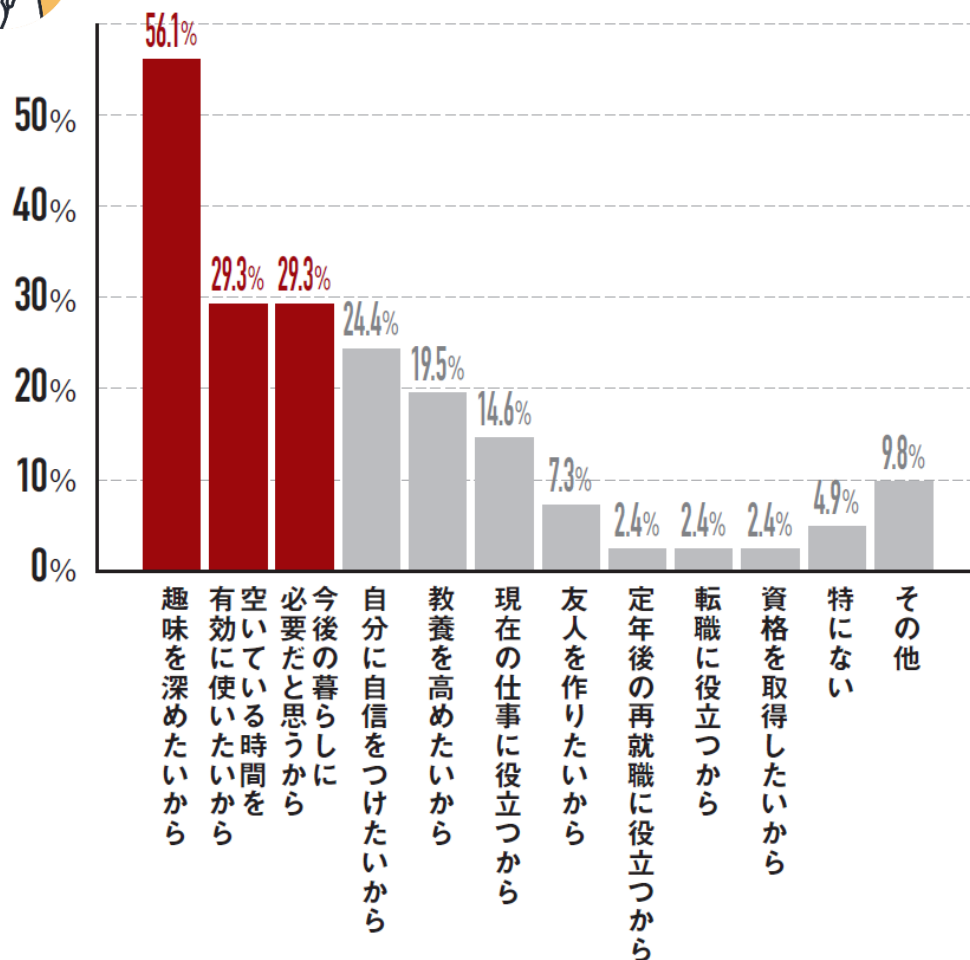
<施策の提案>

- バリアフリーな施設やサービスの提供
- 高齢者が利用しやすい施設を整備する
- アクティブに動く楽しみ方と、自宅などでゆっくりと過ごす需要があり、ターゲットにより訴求方法を検討する必要がある

65歳以上は趣味をより深く楽しみたい



Q19.学び直しをしたいと思った理由として、当てはまるものを全て教えてください。



- これまでの趣味をより深く楽しみたい
- 趣味に重きを置いている

■予想されるインサイト

- 新たなことに挑戦したり、新しい知識やスキルを身につけたりすることで、人生をより豊かにしたい
- 脳の老化を防ぎ、健康的な生活を送りたい

<施策の提案>

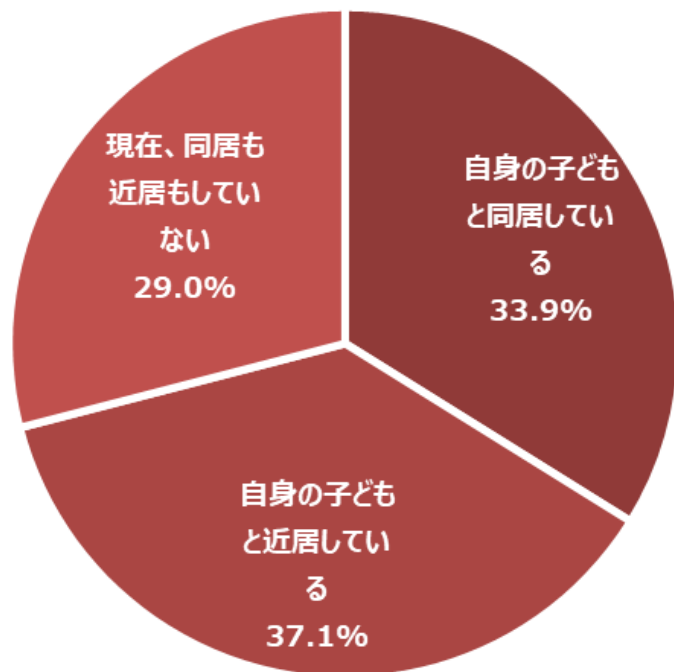
- バリアフリーな施設やサービスの提供
- 高齢者が利用しやすい施設を整備する
- アクティブに動く楽しみ方と、自宅などでゆっくりと過ごす需要があり、ターゲットにより訴求方法を検討する必要がある

[HERSTORYREVIEW未掲載]調査詳細

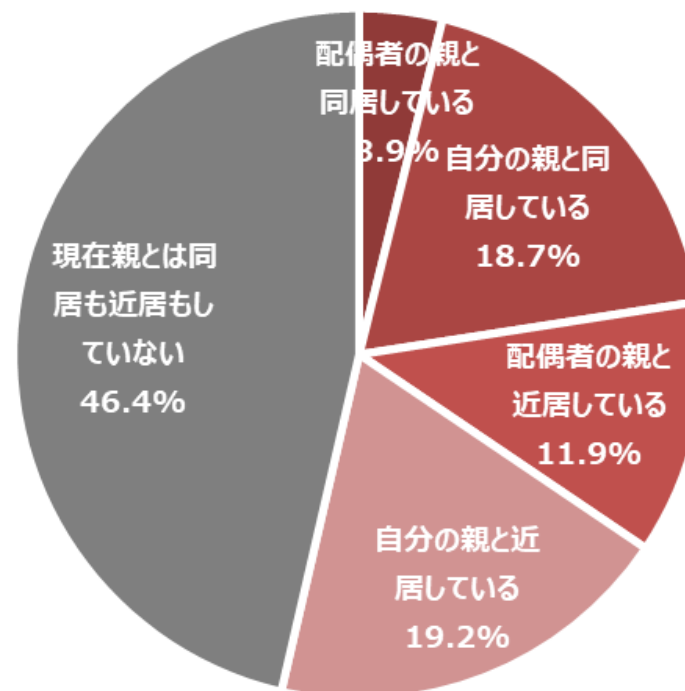
[ターゲットや年代ごとの詳細な内容のローデータはこちら](#)

シニアの孤独や孤立のリスク対策を

Q.ご自身の子どもと同居、近居※していませんか？ ※一時間以内で行き来できる場所



Q.自身・又は配偶者の親と同居、近居※していませんか？ ※一時間以内で行き来できる場所



- 子どもでは親と同居も近居もしていないが最多
- シニアの孤独や孤立のリスクがある

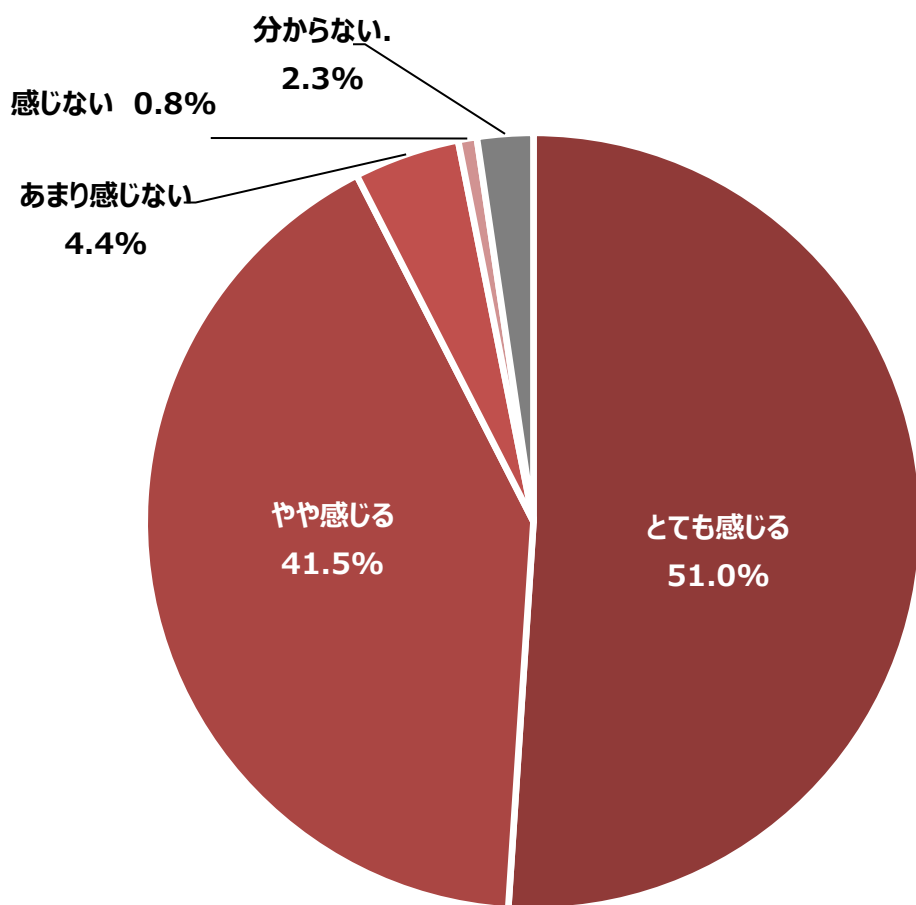
<施策の提案>

- 親子間のコミュニケーションや助け合いを促進する施策を強化する
- シニアの地域コミュニティを活性化する

親の老いについては感じているものの、 体調については認識が薄い可能性



Q.自分の親の老いを感じますか？



- 9割が親の「老いを感じている」と回答
- 老いを感じているものの、健康への関心は低い（Q11健康に関する商品を贈った経験について）
- 親の体調について、親本人とずれがある

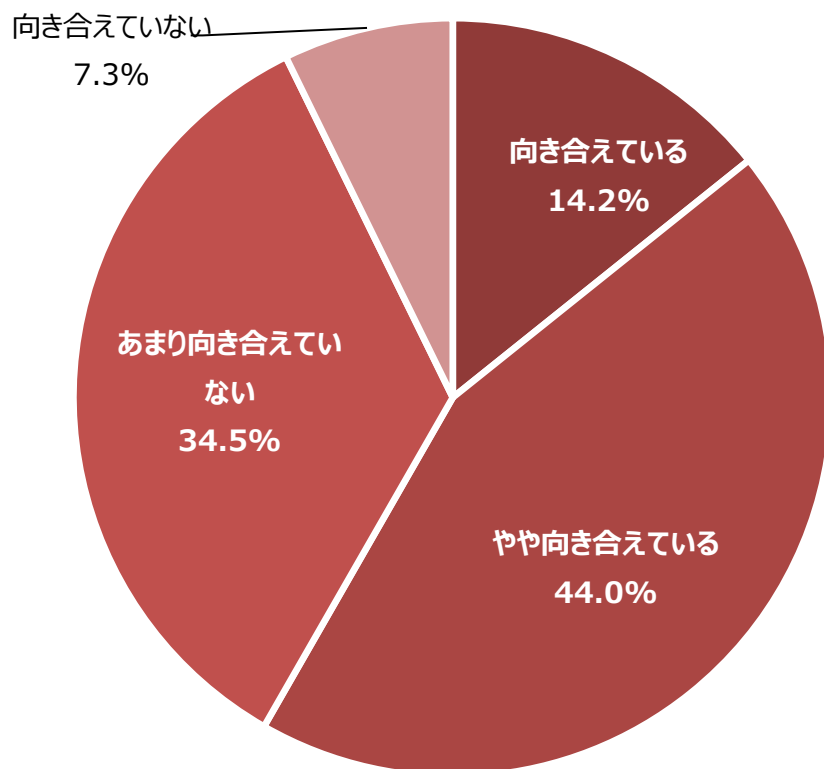
<施策の提案>

- 親と子どものコミュニケーションを促進するツールの開発
- 親の健康状態やニーズを定期的に確認できる商品やサービスの開発

4割「親の老いに向き合えない」



Q.自分の親の老いに向き合えていますか？



・ 親の老いに向き合えているのはおよそ6割

■予想されるインサイト

・ 親の老いは感じているものの、まだまだ元気だろう

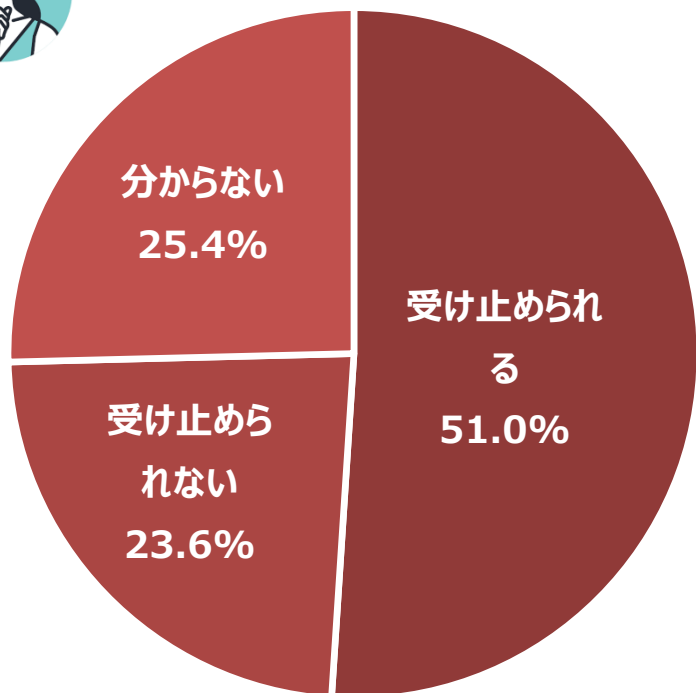
<施策の提案>

- ・ 老いに対する理解や知識を深める
- ・ 親の老いに向き合うイベントや機会を提供し、今後の取り組み方や情報提供などのサポートをする

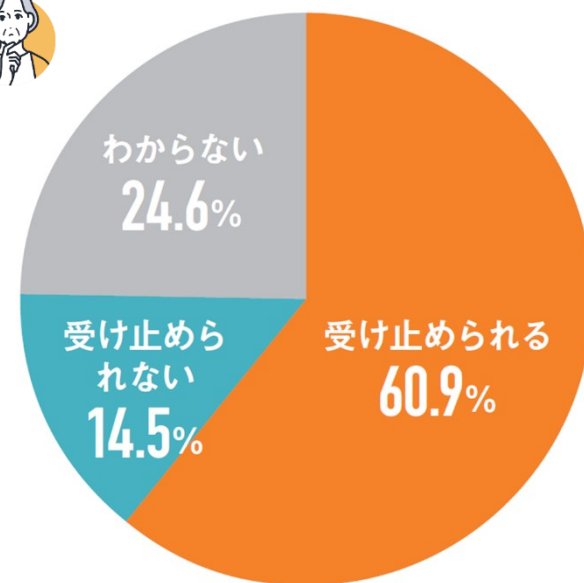
親の老いは子どもの方が「受け止められない」と回答



Q.親の老いを受け止められますか？



Q4.ご自身の老いを受け止められますか？



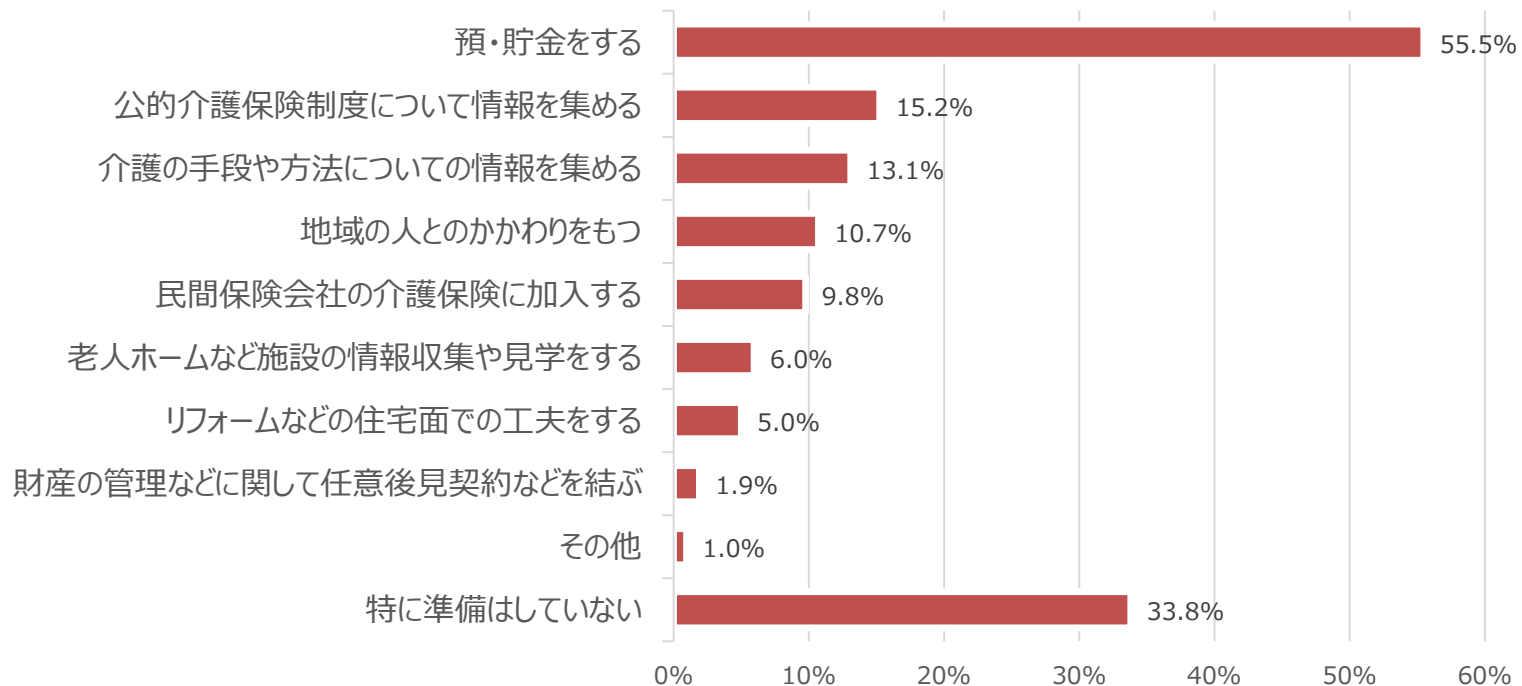
- 半数は受け止められると回答しているものの、残りは「わからない」、「受け止められない」
- 親自身の方が、自分の老いを受け止めている

＜施策の提案＞

- シニア（親）の健康や状態について子どもと理解を深めるためのツールなどの開発

介護のための準備トップは預・貯金

Q.自身に介護が必要になったときのための準備として行っていることはありますか？



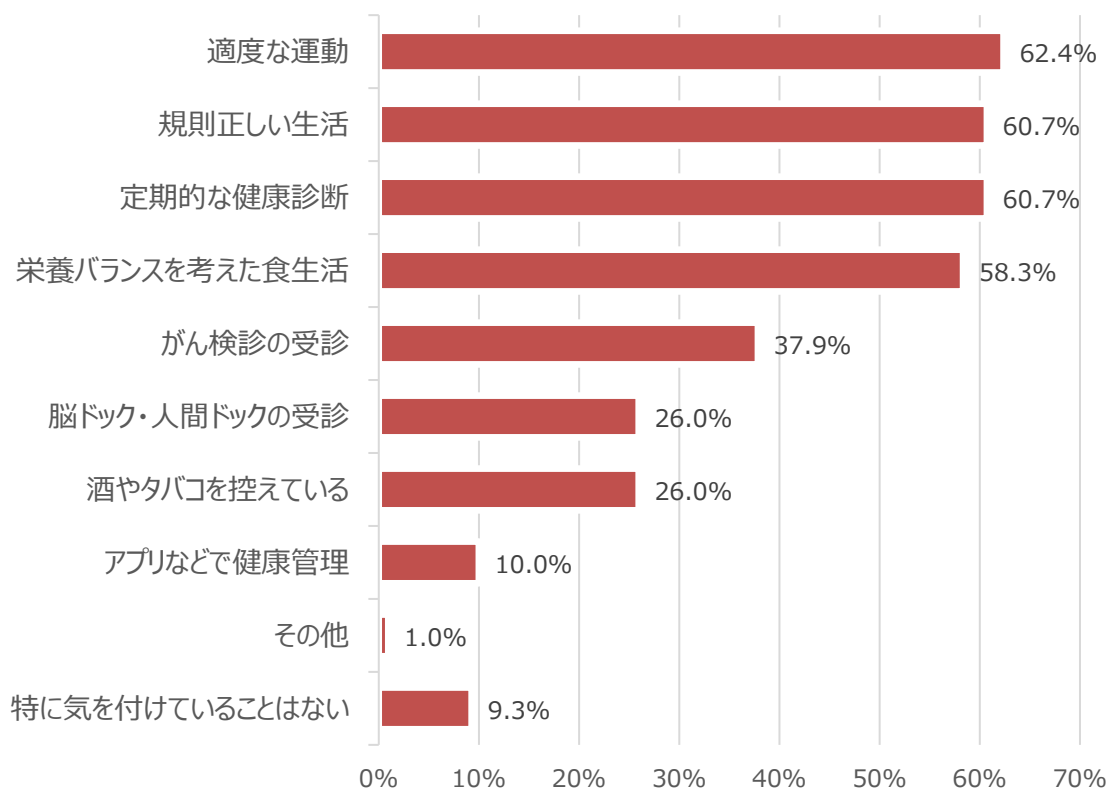
・1位「預・貯金をする」、2位特に準備はしていない

<施策の提案>

- ・将来的に可能性のある介護などについてのお金や準備のシミュレーションができるアプリなどの開発
- ・リスクを軽減させるためのサービスの開発

9割 健康に気を付けた活動を行っている

Q.ご自身が要介護者となるリスクを減らすために、実施しておきたい（している）対策はありますか？
当てはまるものを全て教えてください。



- 「特に気を付けていることはない」はおおよそ1割。9割は適度な運動、規則正しい生活、健康診断など、自身の健康に気を付けている
- アプリなどで日常的に健康を管理している人は少ない

■予想されるインサイト

- できるだけ健康でありたい

< 施策の提案 >

- 継続的に健康状態を記録・管理できるアプリの開発

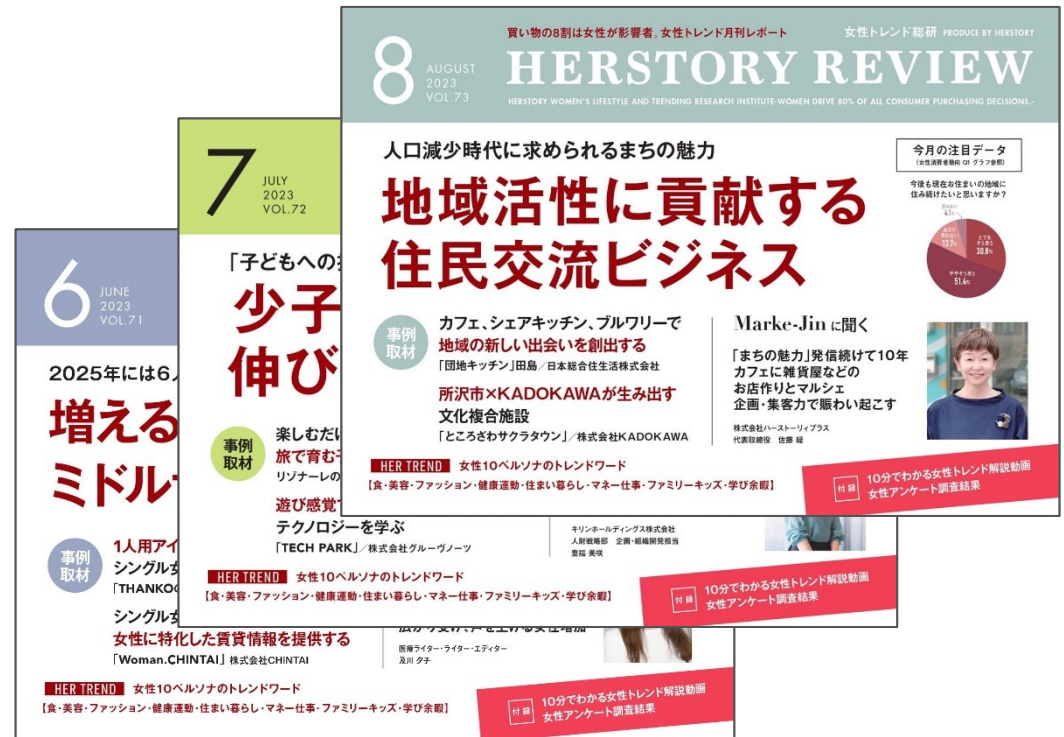
女性トレンドの最新消費動向が毎月届く

1か月ごとの定期購読
月 5,500円

12カ月の契約定期購読
年 54,000円

月あたり 4,500円

約15%
割引



詳細はこちらから

