

「シニア女性と孫の関係に関する意識と実態調査」

孫との関係はデジタルがカギ

「スマホ・PCの使い方」「ネット・SNS情報」など孫からデジタル関連の情報を教わっている。

この1年で孫に使ったお金は、平均14.3万円

女性誌販売部数 No.1 (※1) の雑誌「ハルメク」をグループで発行する(株)ハルメクホールディングス(本社：東京都新宿区、代表取締役社長：宮澤 孝夫)のハルメク 生きかた上手研究所は、55～85歳の女性452名を対象に「シニア女性と孫の関係に関する意識と実態調査」をWebアンケートにて実施いたしました。

(※1) 日本ABC協会発行社レポート(2022年7月～12月)

【 調査サマリ 】

■孫がいるシニア女性について、2018年調査の62.7%と比べ、2023年調査では52.9%と約10ポイント低下
また、1人当たりの孫の平均人数は、前回調査の1.8人から1.6人に減少しており少子化の進行がうかがえる結果に

⇒前回調査(※2)62.7%(195人)、今回調査は52.9%(239人)で、9.8ポイント減。

⇒1人当たりの孫の平均人数は1.6人と、前回(2018年調査)の1.8人から減少している。

■シニア女性が孫ととるコミュニケーション手法として、「LINEやメール」などの以前のデジタルツールだけでなく、「zoom」などの新たな手法で孫と関わるようになってきている(※3)

⇒主なコミュニケーションは、「直接会う」99.2%で前回調査99.0%同様、高水準。「電話」71.1%。「LINEやメール」57.7%、「zoomなどのオンライン通話」52.3%と続き、デジタル活用でのやりとりも5割超。

⇒コミュニケーション手法として前回調査と比べ、「LINEやメール」が10.5ポイント、「オンライン通話」が20.5ポイント増加している。

■シニア女性から孫に何かを教える割合は56.4%、孫から何かを教わる割合は43.6%で、孫から教えてもらう内容は「最近の学校教育・知識」、「ゲーム」「アニメ・マンガ」の他、「スマートフォンやパソコンの使い方」「ネット・SNSの情報」と孫からデジタル関連の情報を入手している実態が明らかに

⇒孫から教えてもらうことは、「最近の学校教育・知識」34.7%、「ゲーム」30.5%、「アニメ・マンガ」30.5%、「スマートフォンやパソコンの使い方」20.9%、「ネットやSNSの情報」18.4%と上位にデジタル系がランクイン。

■孫のために使った総額は、年間平均14.3万円。孫消費は日常的

⇒この1年で孫のために使った総額は、平均14.3万円。(※4)

⇒「お年玉・お盆玉」「誕生日や入学・卒業祝」などのイベントだけでなく、会うたびに「お小遣い」「食事代」「交通費」を出すケースも少なくない。また「習い事の月謝」「本」「発表会」など、教育熱心な様子もうかがえた。

■「孫との関係性」満足度は9割超。コロナ禍を経て、微増。デジタルコミュニケーションの影響がみられる

⇒孫との関係に93.3%が満足と回答。前回調査の91.8%よりも満足度が高まっている。

⇒孫との接触での良いことは「元気をもらえる」77.8%、「楽しい」73.2%、「孫の将来の楽しみが得られる」51.5%。

⇒孫とどう関わりたいかに関しては「LINEを通して互いに影響し合いたい」「遠方で直接会えないのでSNSやLINEを活用してコミュニケーションをとりたい」というデジタルに関する自由記述がみられた。

■こども家庭庁の認知は約7割。しかし期待は3割強にとどまる

⇒こども家庭庁の認知度は69.0%、こども家庭庁に期待する人は34.7%。

⇒期待内容は、「いじめ・不登校対策」「保育所などの子育て環境の整備」「子どもの貧困対策」「子どもの安全確保」。

【調査背景】

ハルメク 生きかた上手研究所は、長年にわたりシニア女性のインサイトについて調査・分析を行っています。孫がいるシニア女性について、2018年調査の62.7%と比べ、2023年調査では52.9%と約10ポイント低下しており、約5年前と比べて少子化の進行がうかがえる結果になりました。

また、コロナ禍を経て、シニア女性の孫との関係性はどのように変化したのでしょうか。孫との接し方・コミュニケーションのあり方に関する意識と実態を探るべく、本調査を実施しました。

※調査主体の「(株)ハルメクホールディングス ハルメク 生きかた上手研究所」 所長への取材、コメント提供も可能です。

【調査概要】

調査の方法：WEB アンケート

調査の対象：55～85歳の全国の女性

有効回答数：452名

調査実施日：2023年3月17日（金）～3月20日（月）

調査主体：(株)ハルメクホールディングス ハルメク 生きかた上手研究所

本リリース内容を掲載いただく際は、出典「ハルメク 生きかた上手研究所調べ」と明記をお願いいたします。

※2 前回調査は2018年7月23日～26日、55～84歳シニア女性311名を対象にWebアンケートを実施

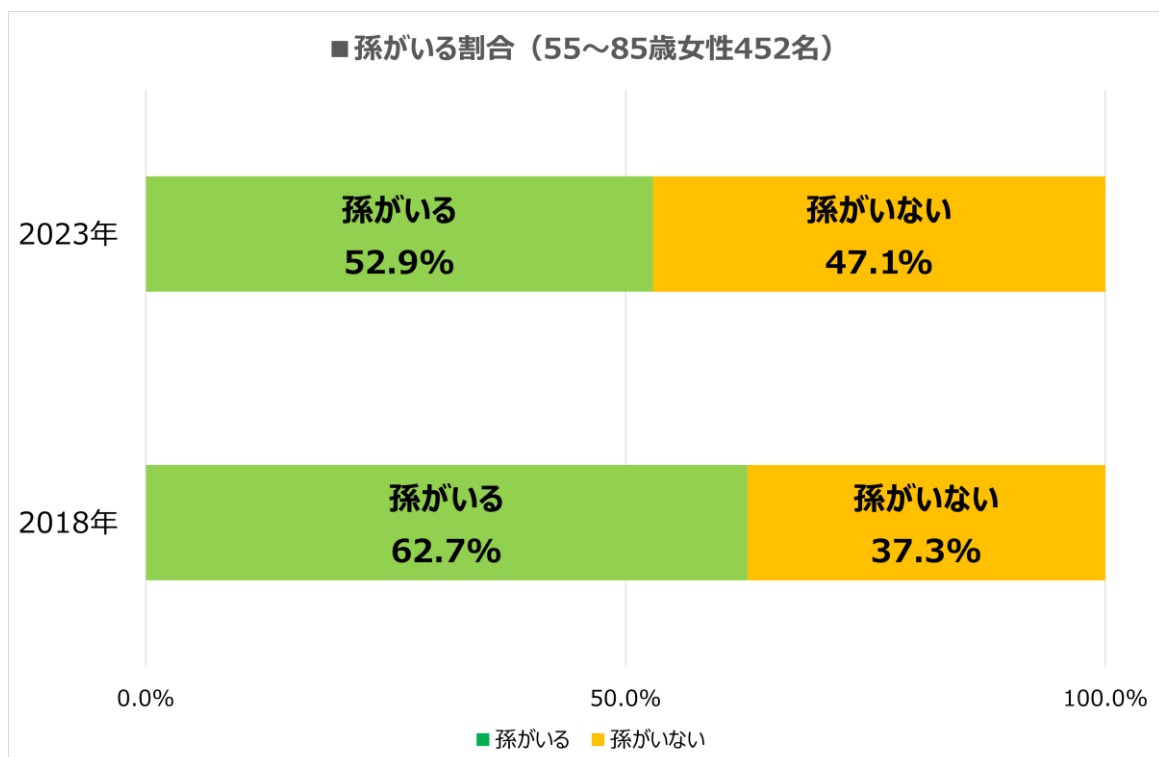
※3 前回調査は、スカイプなどのビデオ通話など動画で見てのやり取り

※4 「0円」も含めて平均金額を算出

※5 調査結果のパーセンテージは、小数点以下第2位を四捨五入しているため、総数と内訳の合計が一致しないことがあります

**孫がいるシニア女性について、2018年調査の62.7%と比べ、
2023年調査では52.9%と約10ポイント低下
また、1人当たりの孫の平均人数は、前回調査(※2)の1.8人から1.6人に減少しており
少子化の進行がうかがえる結果に**

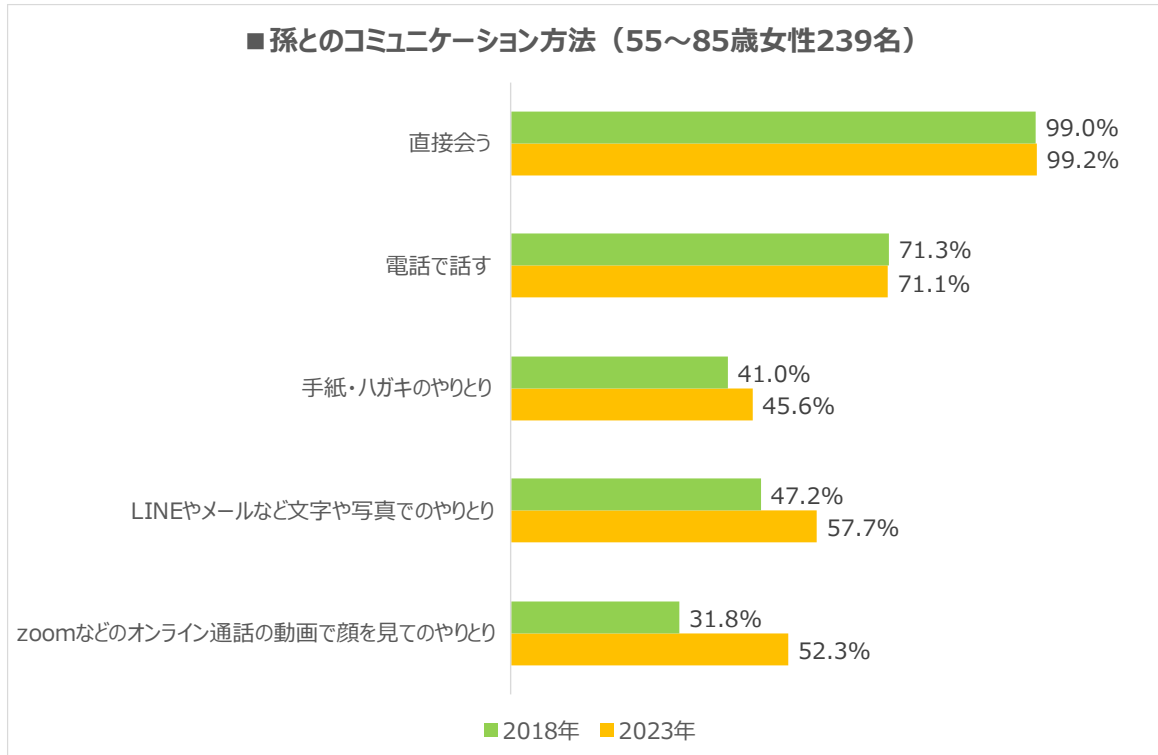
- ・ 前回調査が62.7%（195人）、今回調査は52.9%（239人）で、9.8ポイント減。
- ・ 1人当たりの孫の平均人数は1.6人。前回（2018年調査）の1.8人から減少している。



※2 前回調査は2018年7月23～26日、55～84歳シニア女性311名を対象にWebアンケートを実施。

**シニア女性が孫ととるコミュニケーション手法として、
「LINE やメール」などの以前のデジタルツールだけでなく、
「zoom」などの新たな動画コミュニケーション手法で孫と関わるようになってきている**(※3)

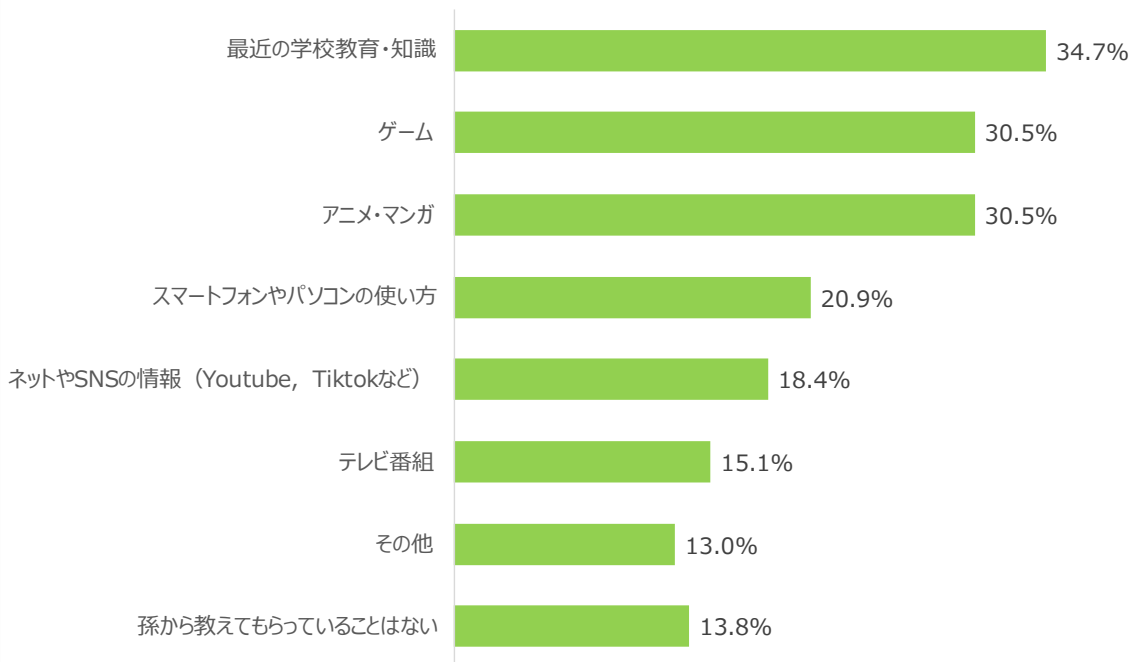
- ・主なコミュニケーションは、「直接会う」99.2%で前回調査 99.0%同様、高水準。「電話」71.1%。「LINE やメール」57.7%、「zoom などのオンライン通話」52.3%と続き、デジタル活用でのやりとりも5割超。
 - ・コミュニケーション手法として前回調査と比べ、「LINE やメール」が10.5ポイント、「オンライン通話」が20.5ポイント増加している。
- ※3 前回調査は、スカイプなどのビデオ通話など動画で見てのやり取り



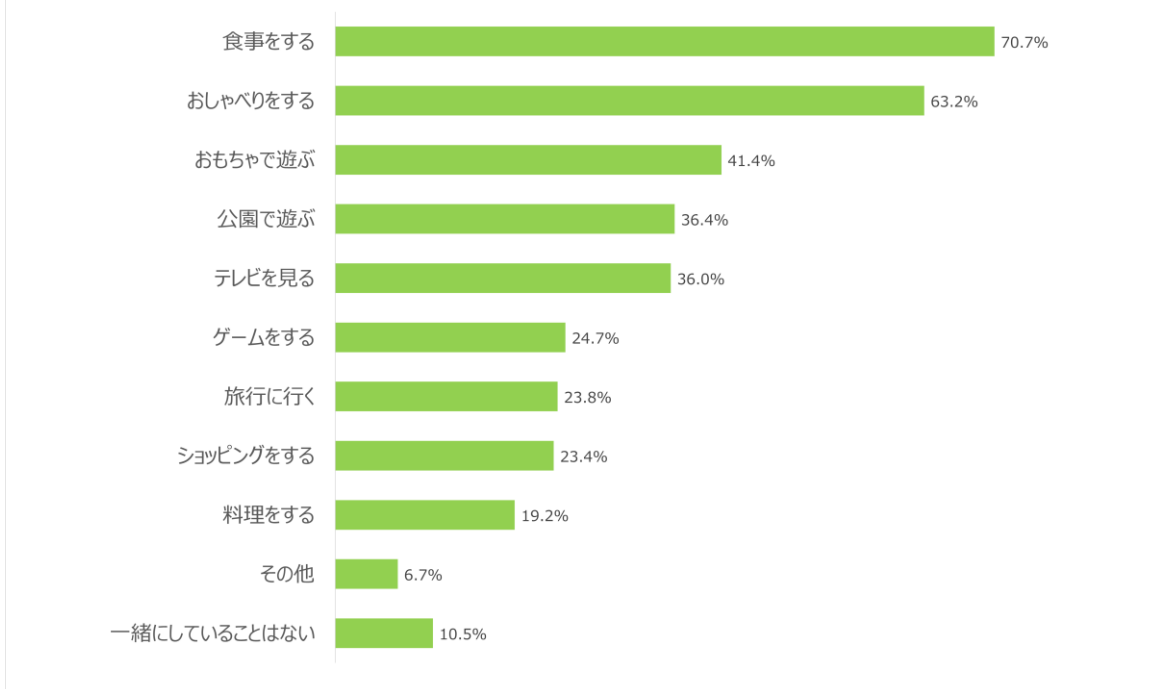
**シニア女性から孫に何かを教えてあげる割合は56.4%、
孫から何かを教わる割合は43.6%で、孫から教えてもらう内容は「最近の学校教育・知識」、
「ゲーム」「アニメ・マンガ」の他、「スマートフォンやパソコンの使い方」、
「ネット・SNSの情報」と孫からデジタル関連の情報を入手している実態が明らかに**

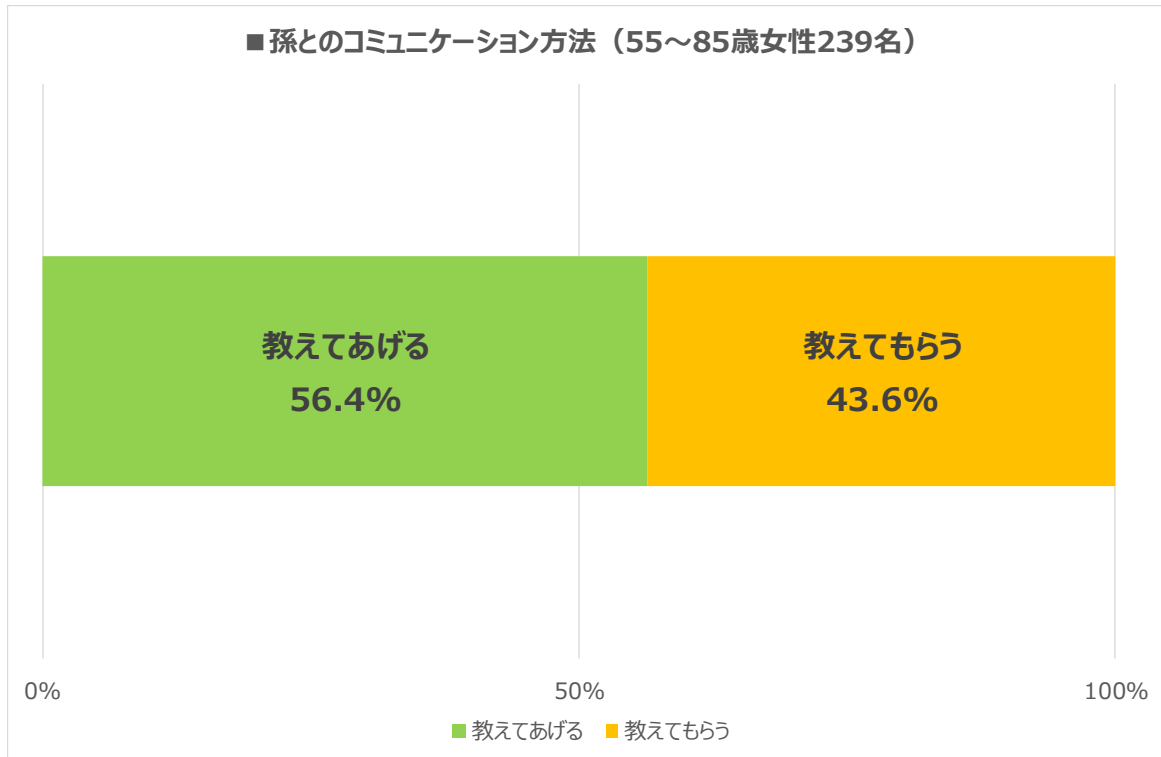
- ・孫から教えてもらうことは、「最近の学校教育・知識」34.7%、「ゲーム」30.5%、「アニメ・マンガ」30.5%、「スマートフォンやパソコンの使い方」20.9%、「ネットやSNSの情報」18.4%と上位にデジタル系がランクイン。
- ・孫とは「食事」70.7%、「おしゃべり」63.2%、「おもちゃで遊ぶ」41.4%、「公園遊ぶ」36.4%、「テレビを見る」36.0%、を一緒に行っている。また、4人に1人(24.7%)は、「ゲーム」も一緒に行っている。
- ・なお、「自分が教える」か「孫から教えてもらう」かの割合(100%の内訳)は、56.4%：43.6%。

■ 孫から教えてもらうこと（55～85歳女性239名）



■ 孫と一緒にやっていること（55～85歳女性239名）

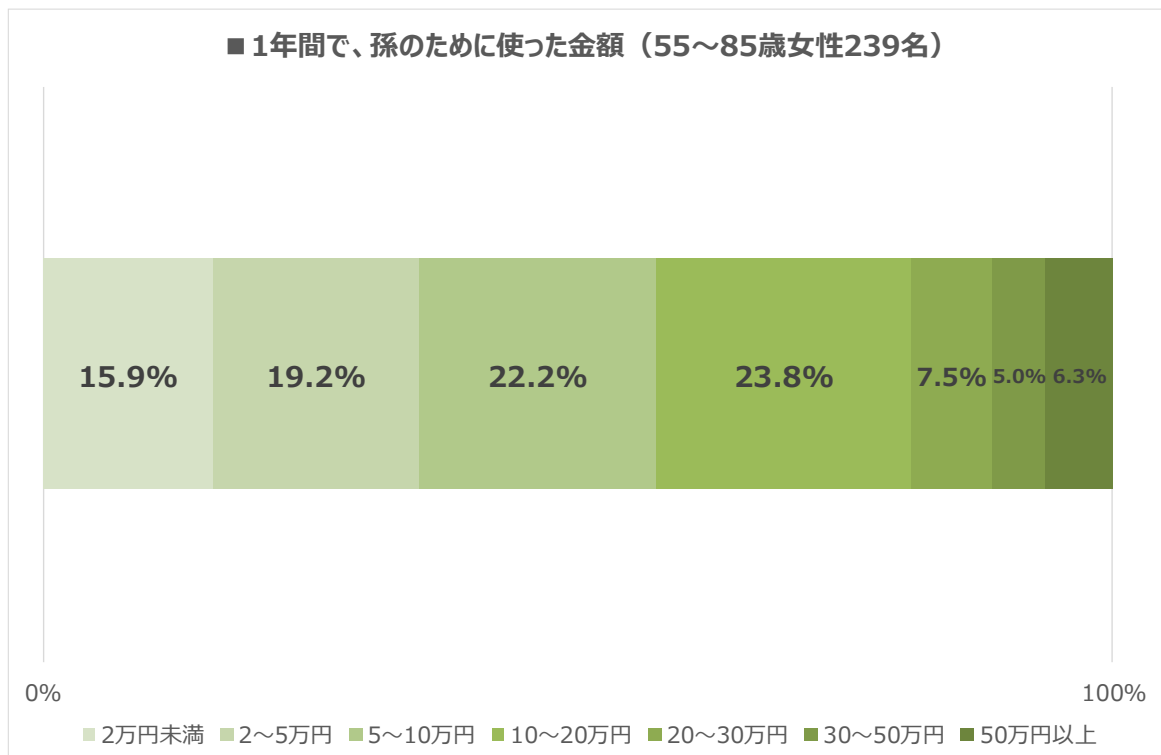




※全体の割合を100%としたときの「自分が教えてあげる」「孫から教えてもらう」の割合

孫のために使った総額は、年間平均 14.3 万円。“孫消費”は日常的

- ・この1年で孫のために使った総額は、平均 14.3 万円。
- ・「お年玉・お盆玉」「誕生日や入学・卒業祝」などのイベントだけでなく、会うたびに「お小遣い」「食事代」「交通費」を出すケースも少なくない。また「習い事の月謝」「本」「発表会」など、教育熱心な様子もうかがえた。



※4「0円」も含めて平均金額を算出。

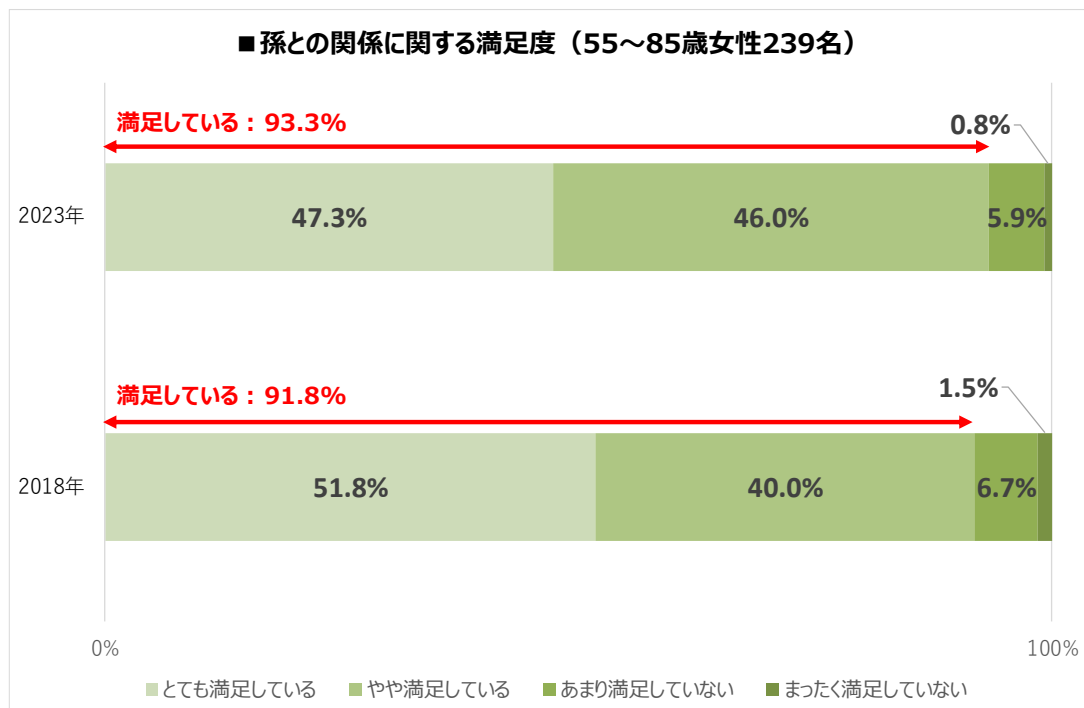
■この1年間における「孫へのお金の使いかた」（自由回答）

※回答者数 192 名から抜粋

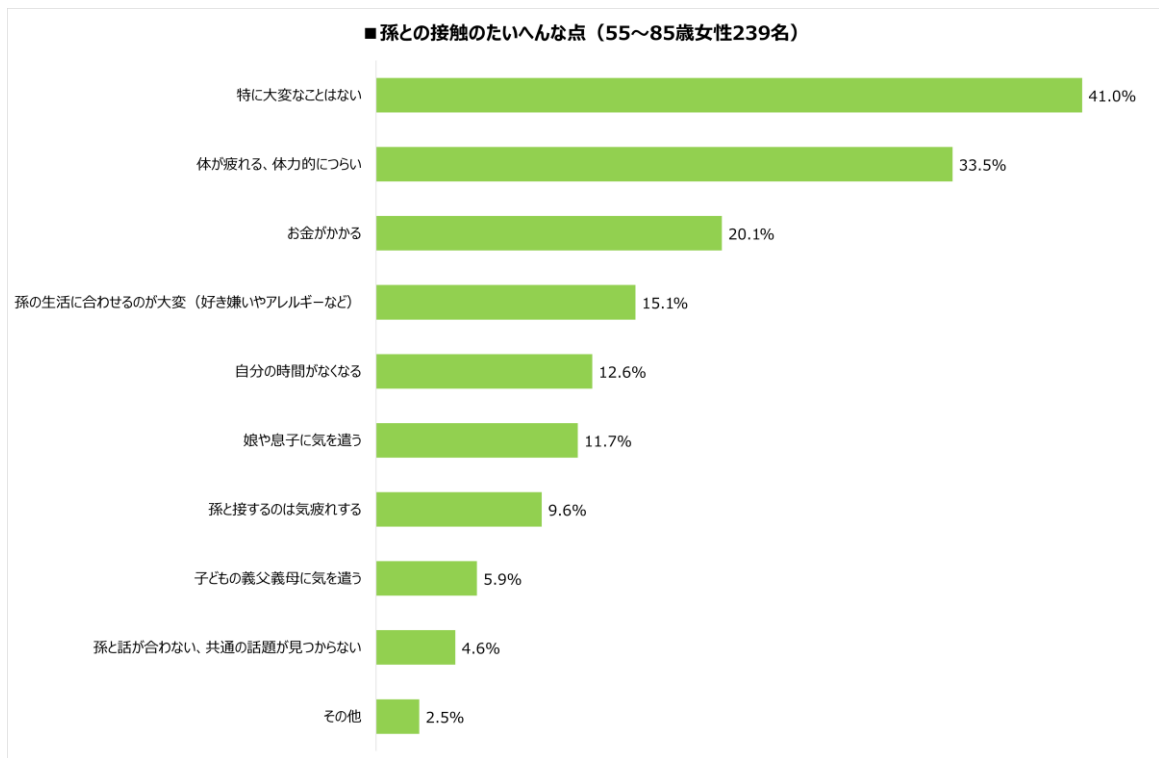
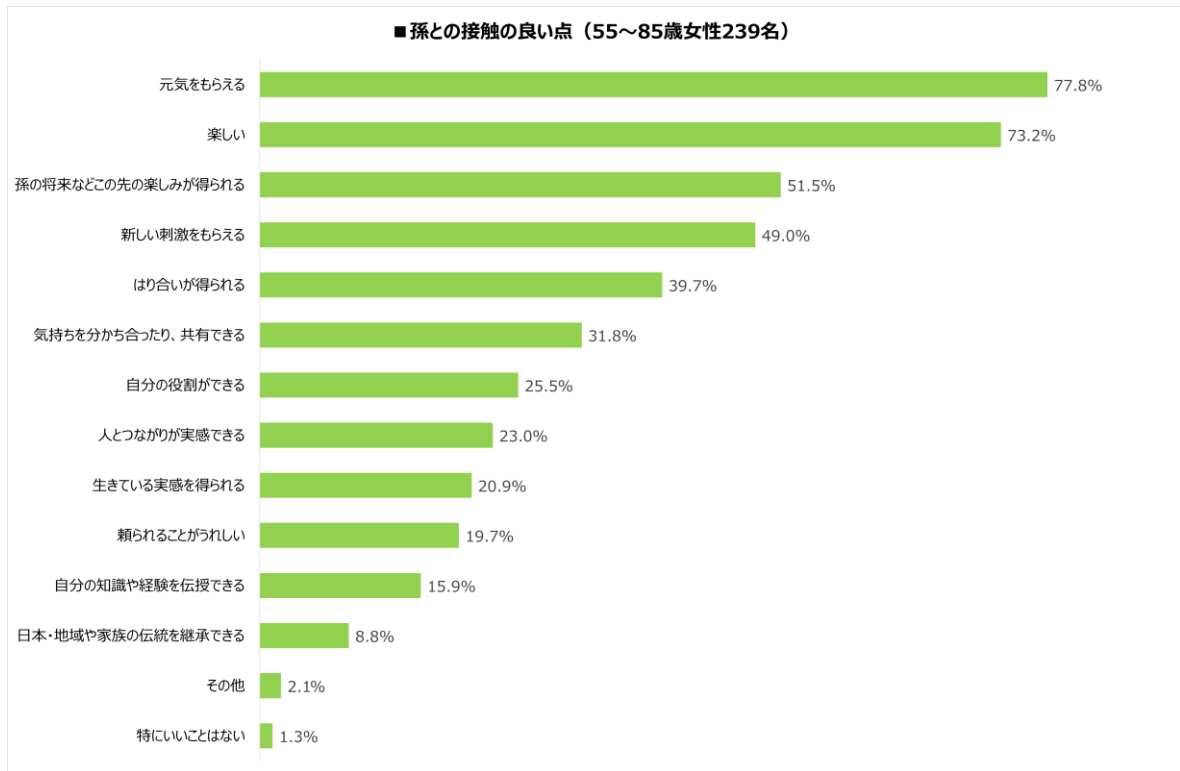
- ・「誕生日祝い、お宮参り祝い、百日祝い、クリスマスプレゼント、お年玉、兜飾り、洋服、おもちゃ」（55 歳）
- ・「お宮参り、お年玉、お誕生日、東京への交通費」（62 歳）
- ・「お年玉、誕生日、七五三、こどもの日、ひな祭り、会う時にいつも本や図鑑を渡す」（64 歳）
- ・「誕生日、クリスマスのプレゼント、一緒に過ごした際の遊園地、交通費、食事代など。20 万円程」（65 歳）
- ・「お年玉、誕生日プレゼント、節句飾り、食事代、産直店からの季節のフルーツや野菜、出産祝いなど」（66 歳）
- ・「グランピングの費用。絵本」（67 歳）
- ・「お年玉 誕生日プレゼント 果物 習い事の月謝 外食」（69 歳）
- ・「お年玉、食事代、書籍、遊び道具」（70 歳）
- ・「孫 4 人の合計金額 30 万～40 万円 お年玉、お誕生日、入学祝い、卒業祝、お雛様、こどもの日、ピアノ発表会、バレエ発表会、旅行、食事会」（71 歳）
- ・「入学祝い、ランドセル購入、お年玉、誕生日の小遣い 春休み、夏休み、冬休みの小遣い、食事代 会った都度お小遣いを渡す」（73 歳）
- ・「お年玉、お盆玉、会った都度渡す、旅行代」（74 歳）

「孫との関係性」満足度は 9 割超。コロナ禍を経て、微増。 デジタルコミュニケーションの影響がみられる

- ・孫との関係に 93.3%が満足と回答。前回調査の 91.8%よりも満足度が高まっている。
- ・孫との接触での良いことは「元気をもらえる」77.8%、「楽しい」73.2%、「孫の将来の楽しみが得られる」51.5%、「新しい刺激をもらえる」49.0%。
- ・孫とどう関わりたいかに関しては「LINE を通して互いに影響し合いたい」「遠方で直接会えないので SNS や LINE を活用してコミュニケーションをとりたい」というデジタルに関する自由記述がみられた。



※前回調査（55～84 歳女性 195 名）と比較



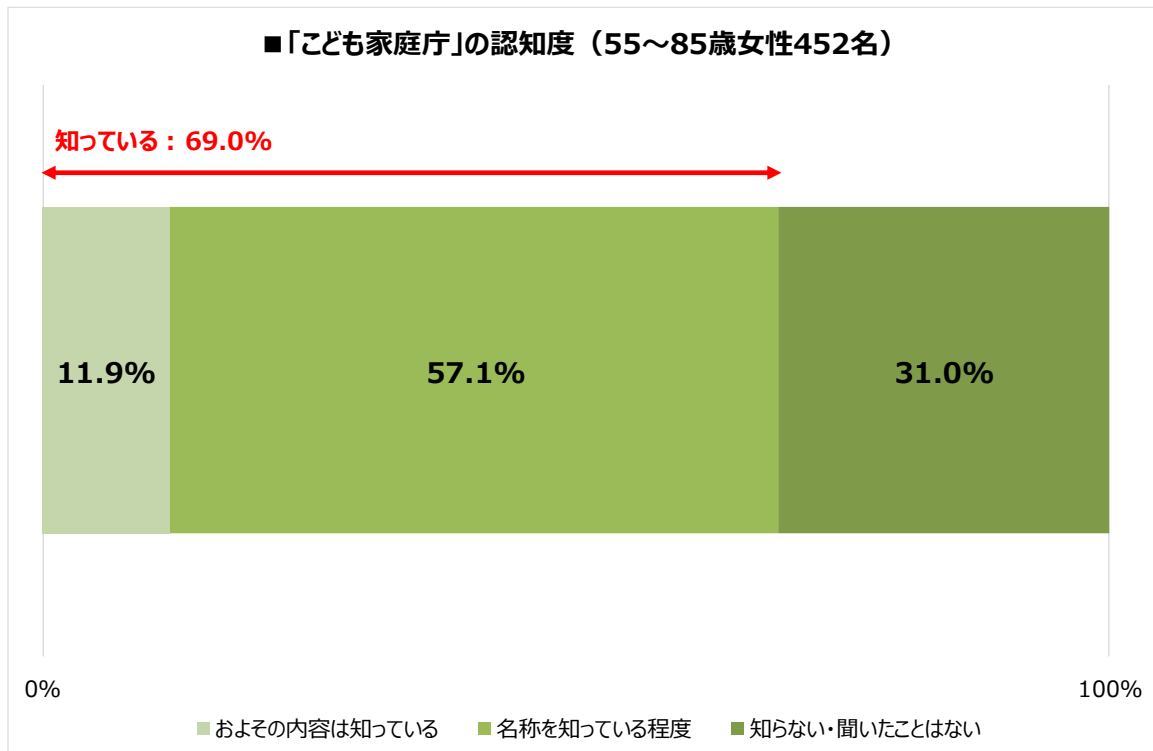
■孫とどうかかわりたいか（自由回答）

※回答者数 239 名から抜粋

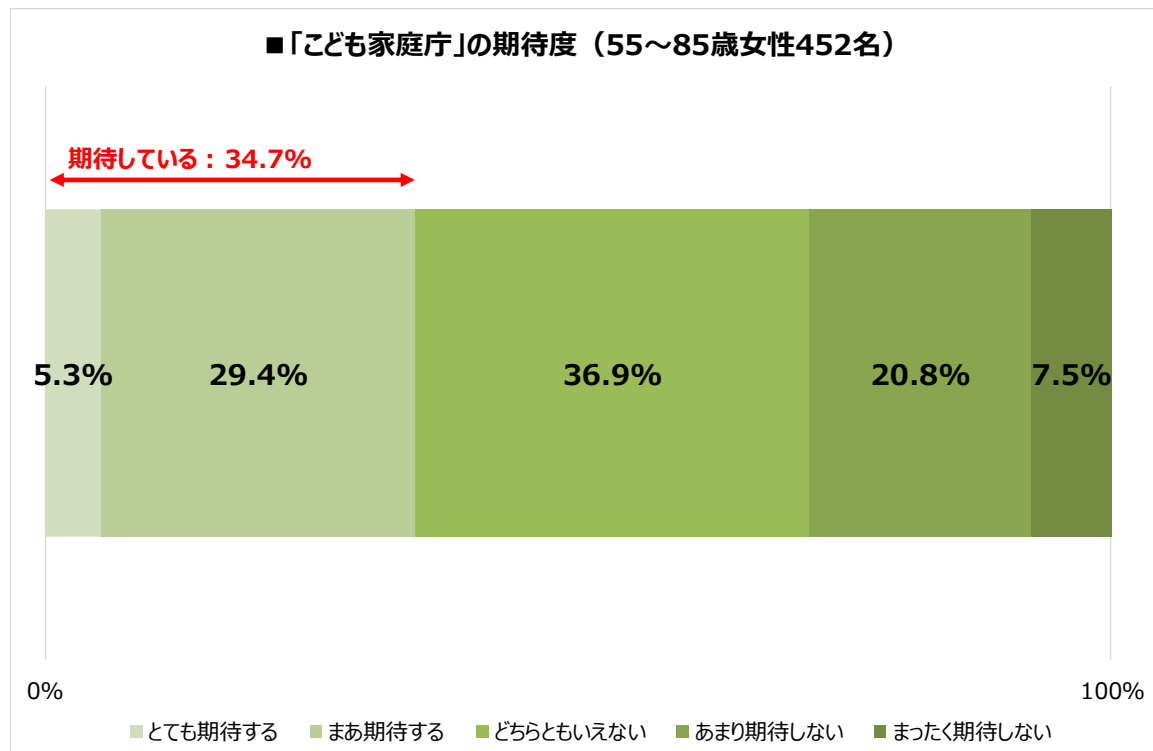
- ・「離れているのであまり会えない もっと LINE 電話など顔見て話をしたい」（61 歳）
- ・「今までもそうだったように遠方に住んでいてなかなか直接会えないので、SNS や LINE を活用してリアルにコミュニケーションをとっていきたい。会えた時は、一緒に出掛けたり遊んだりして楽しく過ごしたい」（64 歳）
- ・「直接会う時間は減ると思いますが、LINE や電話で気持ちを伝え合いたい」（71 歳）
- ・「孫がスマホを持つようになったら LINE でやり取りしたい」（72 歳）
- ・「今は親である娘を通して関わることが多いが大きくなるにつれ直接 LINE 等を通して関わり、互いに影響し合いたい」（72 歳）

こども家庭庁の認知は約7割。しかし期待は3割強にとどまる

- ・こども家庭庁の認知度は69.0%、こども家庭庁に期待する人は34.7%。
- ・期待内容は、「いじめ・不登校対策」「保育所などの子育て環境の整備」「子どもの貧困対策」「子どもの安全確保」。



※認知度は「こども家庭庁」という言葉のみ提示、期待度は「複雑化する子供の社会課題を解決し、『こども真ん中社会』を目指す新たな司令塔として創設されます」という説明をしてから確認



[訂正 2026年4月28日] 「1人当たりの孫の平均人数」の数値に誤りがあったため、修正いたしました。

【専門家の見解】

ハルメク 生きかた上手研究所 所長 梅津 順江（うめづ ゆきえ）

2016年3月から現職。主に年間約900人のシニアを対象にインタビューや取材、ワークショップを実施



令和の「孫とのコミュニケーション」にデジタルは必然？

少子化が進んでいました。認識はしていたものの、5年前と比べて10ポイントも孫がいるシニア女性が減っているなんて・・・「5年で、ここまでかぁ」とため息が漏れました。

しかし、新しいコミュニケーションのあり方や明るい兆しも垣間みえます。

コロナ禍を経て、孫との新しいつながりのカタチがみえました。それは「デジタルコミュニケーション」です。LINEやzoomなどのツールを積極的に活用しています。そして、孫との関係に関する満足度は前回も9割超えでしたが、さらに高まっています。「会えない時間が孫との絆を強めた」といってもいいかもしれません。特に注目したいのは、一方向のコミュニケーションではなく、双方向のコミュニケーションが生まれている点。もちろん「元気をもらえる」「楽しい」「孫の将来が楽しみ」「刺激をもらえる」という喜びもありますが、「LINEを通じて互いに影響し合いたい」というwin-winともいえる関係ができていました。「LINE」「zoom」というデジタルツールの活用が進んだことが大きいのでしょう。「アニメ・漫画」「ゲーム」「SNS情報」など、孫の日常にも“おばあちゃん”が自然と入り込んでいる実態には驚きました。

とはいえ、前回（99.0%）と変わらず、ほぼ全員（99.2%）が、主なコミュニケーションに「直接会う」を選択しています。リアルとデジタルを使い分けしているのです。

コロナ禍を経て、孫と“おばあちゃん”の新たなつながり方、楽しみ方が誕生しました。教えるだけでなく、教えられることにも素直な“おばあちゃん”が世の中に増えていくと、よりフラットな世の中になるかもしれません。少子高齢化社会に憂えるばかりでなくて良いのだと、新たな一面にほっこりしました。

■女性誌販売部数No.1！ 50代からの生きかた・暮らしかた応援雑誌「ハルメク」

50代からの女性が前向きに明るく生きるための価値ある情報をお届けしています。健康、料理、おしゃれ、お金、著名人のインタビューなど、幅広い情報が満載です。また、雑誌「ハルメク」の定期購読者には、本誌とともに提供するカタログと、オンラインでの通信販売を行っています。販売している商材は、ファッション・インナー・コスメ・美容・健康など多岐にわたり、独自のシンクタンクである「ハルメク 生きかた上手研究所」を通じて利用者の声を徹底的に調査、反映した商品開発で、多くの女性から支持を得ています。



■ハルメク 生きかた上手研究所のシニアリサーチデータは、[「ハルメク シニアマーケティング LAB」](#)で掲載しています。

「ハルメク シニアマーケティング LAB」は、ハルメク世代（シニア）を顧客とする企業にとって有益な情報をお届けしている情報サイトです。ハルメクグループが提供する定期購読誌や通販等を通じて得たマーケティングデータや記事、シンクタンク「ハルメク 生きかた上手研究所」の調査レポートなど豊富な情報が満載です。