

【介護に関する意識・実態調査】

**「自分は自宅で」「家族は施設で」 介護の理想と現実のギャップが浮き彫りに
介護経験の有無や年代によって、介護の備えや受けたい介護意識に差が広がる**

販売部数 No.1 (※1) 雑誌「ハルメク」などのマーケティングやリサーチのコンサルティングを通じて、50 代以上のインサイトを日々探求する、ハルメク 生きかた上手研究所は、50～87 歳のハルトモ（ハルメクのモニター組織）の女性 474 名を対象に「介護に関する意識・実態調査」を WEB アンケートにて実施しました。

(※1) 日本 ABC 協会発行社レポート(2024 年 7 月～12 月)

調査結果のポイント

- 自分が介護される場合、生活を送りたい場所のトップは「自宅」で約 4 割。一方、家族を介護する場合は約 7 割が「施設」を希望
- 介護経験者は備えの意識が高く、外部サービスへのありがたみも感じている
- 利用したい介護サービス・商品は、デイサービスや配食サービス・代行業系が全年代共通で高いが、介護の新しい形である、AI やスマート家電の活用は 50 代で高い

【調査背景】

ハルメク 生きかた上手研究所は、シニアのインサイトについて調査・分析を行っています。2025 年に団塊世代が後期高齢者となり介護シーンが今後増加していくことから、今回は介護される側・介護する側両方の観点から介護場所、利用サービスなどについて調査しました。

【調査概要】

調査方法：WEB アンケート

調査対象・有効回答者数：50～87 歳の全国のハルトモ（ハルメクのモニター組織）女性 474 名

調査実施日：2025 年 9 月 24 日（水）～9 月 29 日（月）

調査主体：株式会社ハルメク・エイジマーケティング ハルメク 生きかた上手研究所

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

※ 本リリースの内容を掲載いただく際は、出典として「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。

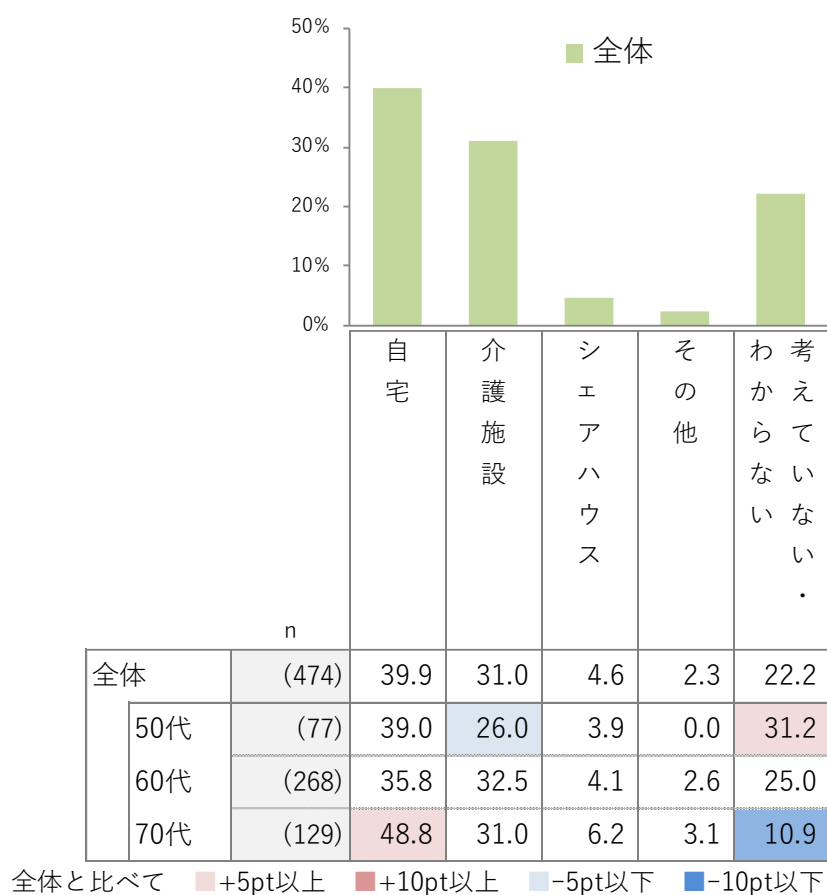
※ 調査主体の「ハルメク 生きかた上手研究所」所長への取材、コメント提供も可能です。

自分が介護される場合、生活を送りたい場所のトップは「自宅」で約 4 割

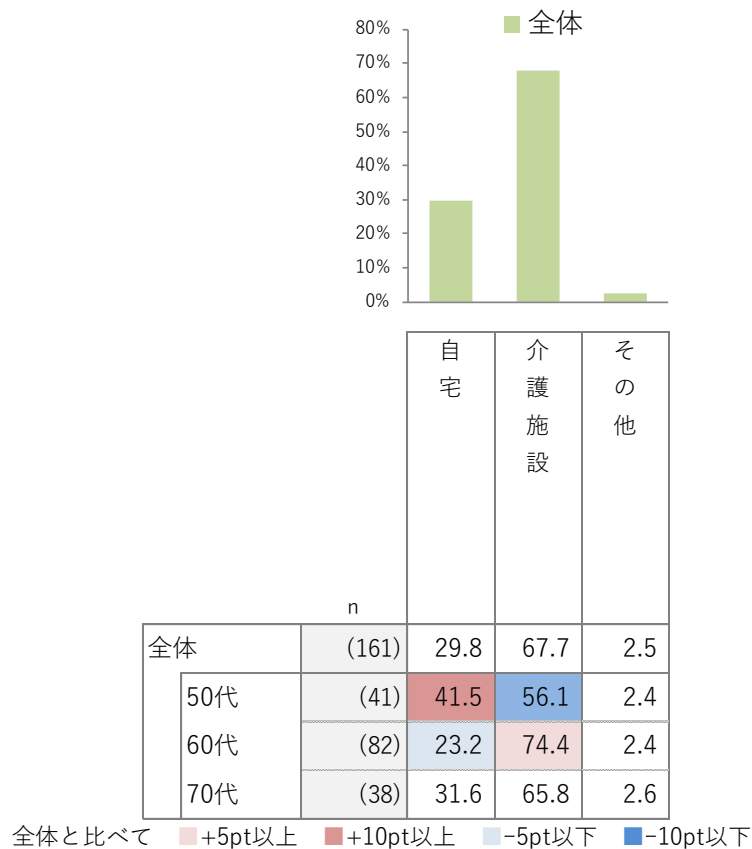
一方、家族を介護する場合は約 7 割が「施設」を希望

- ・ 自身の介護が必要になった際に生活を送りたい場所 1 位は「自宅」で約 4 割。「考えていない・わからない」は若いほど割合が高い傾向。
- ・ 一方、家族の介護が必要になった際に生活を送ってもらいたい場所 1 位は「介護施設」で約 7 割。年代による差が大きく、50 代は約 10 ポイント以上全体より少なく、その分「自宅」が多い。
- ・ 自身の介護は主に「ヘルパーなどの第三者」にされたいという回答が 62.2%で 1 位。次いで「配偶者、パートナー」「自分の娘」。年代が下がるとその傾向は弱くなっており、50 代では「配偶者、パートナー」の割合が高い。

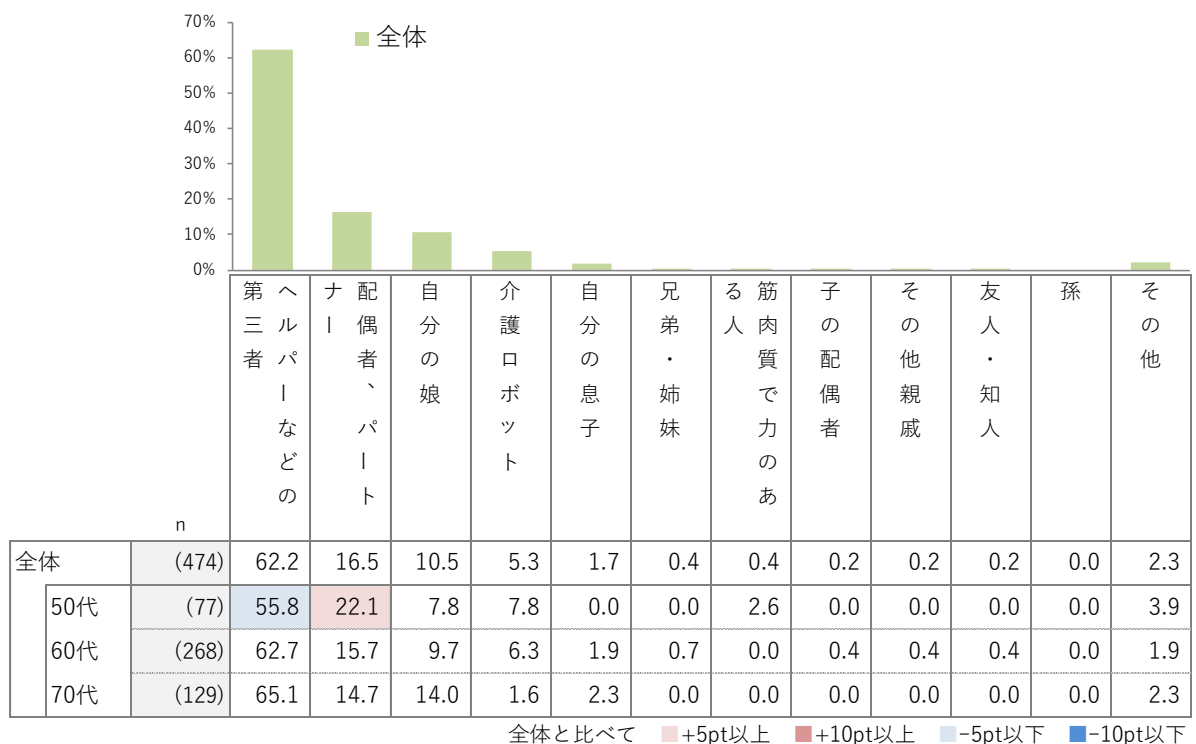
■自身の介護が必要になった際に生活を送りたい場所（％）



■家族の介護が必要になった際に生活を送ってもらいたい場所（％）



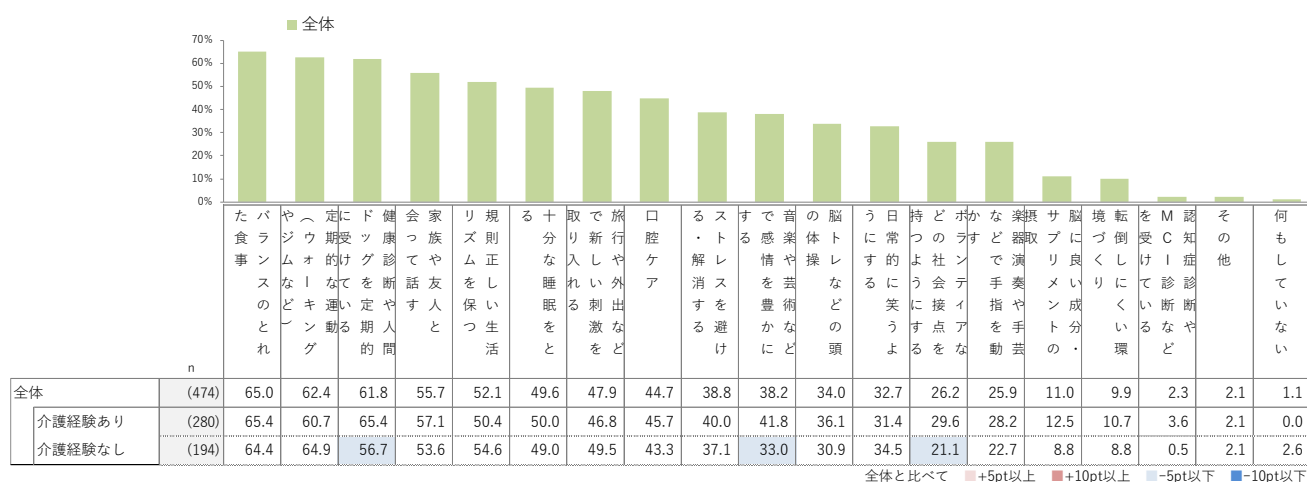
■自身の介護が必要になった際、主に誰に介護されたいか（％）



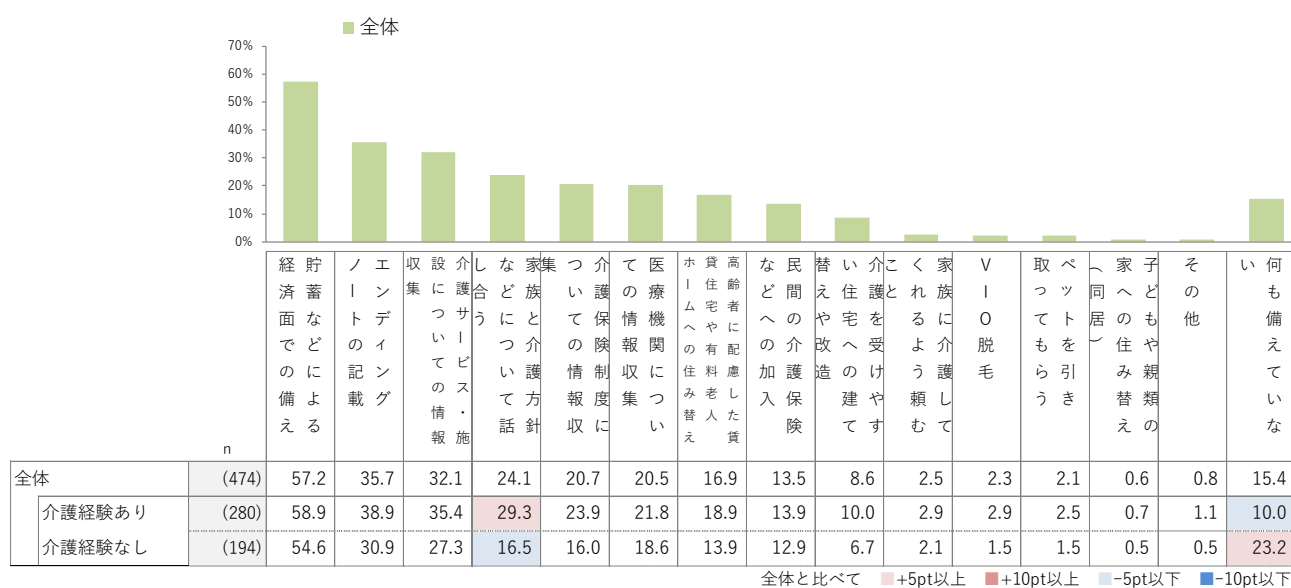
介護経験者は備えの意識が高く、外部サービスへのありがたみも感じている

- ・ 自身が介護状態にならないためにしていることは、食事・運動・健康診断が 6 割超。ほとんどの項目で「介護経験あり」の方が割合は高いが、特に健康診断は約 9 ポイントの差が付いている。
- ・ 介護のために備えていることは「貯蓄などによる経済面での備え」が 1 位で 57.2%。全項目で「介護経験あり」の割合が高く、「家族と介護方針などについて話し合う」は約 13 ポイント高かった。
- ・ 介護経験者に聞いた体験談では、辛かったことや大変だったこと、後悔していることが多い一方で、外部サービスや周囲の人たちへの感謝の声もみられた。

■自身が介護状態にならないためにしていること（％・複数回答）



■自身の介護のために備えていること・これから準備していくこと（％・複数回答）



■介護体験談（自由回答抜粋）

- ・ 夜中に尿意のために起こされることが辛かったです。いつまで続くか不安になりました。
（74 歳）
- ・ 実母の介護が必要となり、兄との介護方針に差異があった。母も私たちに気を遣い、どちらの意見にも合わせ本心が分からず、最期は「ありがとう」と言葉は聞けたが、これで良かったのかなあと今でも思う事があります。（68 歳）
- ・ 実母は父の他界後 1 人暮らしになったので週 1 で私が通っていました。ホームヘルパー、デイサービス、配食サービス、訪問看護をお願いしていました。 コロナをきっかけに私の家に同居しました。認知症が進んできたことで、主治医の勧めがあり、現在はグループホームにお世話になっています。同居中はデイケアとショートステイを利用していました。主治医が認知症を専門にしていたことが心強かったです。現在のグループホームは週に 1 回面会に行っていますが、皆さん明るく笑顔が絶えない雰囲気なのでプロの介護は適切で良かったと思っています。（70 歳）
- ・ 主人がステージ 4 で最期まで見届けましたが、ケアマネージャーの方が親身になって相談に乗ってくださり、すぐに来てくださって助かった。（76 歳）
- ・ いろいろ大変なことはあったが、自宅訪問医療の先生や看護師の方々、ケアマネージャーおよびデイケアの方々が心を込めてサポートしてくれたので、満足な介護ができたと思う。
（69 歳）

利用したい介護サービス・商品は

**デイサービスや配食サービス・代行業系が全年代共通で高いが、
介護の新しい形である、AI やスマート家電の活用は 50 代で高い**

- ・ 介護の際に利用したいサービス・商品は、「デイサービス・デイケア」を筆頭に代行業系など生活基盤を支えるもの。最新技術を活用したサービスへの支持はまだ低い。
- ・ ただし、年代別に見てみると 50 代では「AI やロボットによる介護サポート」「スマート家電による介護支援」「ペット型ロボットなどによる癒し・見守り」の利用意向が他年代に比べて高い。

■自身の介護が必要になった際に利用したいサービス・商品（％・複数回答）



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 年から現職。年間約 900 人のシニアへの取材やワークショップを通じて、誌面づくりや商品開発、広告制作に役立てている。時代や世代も捉えて、半歩先の未来を予測・創造している。著書に『消費の主役は 60 代 シニア市場最前線』（同文館出版）など。



「家族で介護」はもう過去？ プロとテクノロジーが担うこれから

「自分が介護される立場」と「家族を介護する立場」には、くっきりとした意識のズレがありました。自分が介護される場合、最も多いのは「自宅での生活を望む人」で約 4 割。一方、家族を介護する場合は約 7 割が「施設を希望」しています。いざ自分ごとになると「住み慣れた家で過ごしたい」という情緒が強くなる一方、家族を介護する立場になると「施設に任せたい」という合理的判断が働く。理想と現実、情と理のはざまにあるギャップが浮かび上がりました。

「誰に介護されたいか」という問いでも、この傾向が際立ちます。突出していたのは「ヘルパーなど第三者」で 62.2%。「配偶者・パートナー」16.5%、「自分の娘」10.5%を大きく上回りました。血縁よりもプロへの信頼が高いことが明らかです。

介護経験の有無でも、意識に差が見られました。経験者ほど現実的な介護観が育まれており、外部サービスの重要性や健康への備え意識が高い傾向があります。自由記述でも、グループホームやケアマネージャーなど、家族以外の第三者に助けられている様子が伝わってきます。

自身が利用したい介護サービス・商品の上に挙げたのは、「デイサービス」「入浴介助」「買い物代行」など生活基盤を支えるものが中心です。テクノロジー活用は「見守りセンサー・緊急通報」こそ約 4 割の支持を得たものの、「AI ロボット」や「スマート家電」は 2 割台にとどまり、まだ普及途上です。

一方で、50 代の意識には未来の介護像が垣間見えます。仕事と介護の両立リスクを抱える「ビジネスケアラー予備軍」として、AI やスマート家電といったテクノロジー活用への関心が高く、次世代の介護スタイルをけん引する存在になりそうです。

家族介護を前提とした社会設計はすでに転換点を迎えています。今後、プロとエイジテック（介護テクノロジー）がどう現場を支えるかが、シニア世代の暮らしの質を左右する鍵になるでしょう。

■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。