生きがいを、愛そう。
ソニー生命

2026 年 11 月 17 日
ソニー生命保険株式会社

NEWS LETTER (調査レポート)

ソニー生命調べ／全国の 50～79 歳のシニア男女 1,000 名にアンケート

シニアの生活意識調査 2026

-シニアの楽しみ-

シニアの現在の楽しみ　1 位「旅行」2 位「映画・ドラマ」3 位「グルメ・外食」
楽しみにかけている金額　最も高くなった「旅行」では平均 3.4 万円/月、「推し活」では 0.8 万円/月

-シニアの「推し活」-

シニアの 4 人に 1 人が「推しがいる」と回答　男女ともに推しのジャンル 1 位は「歌手・アイドル」

-シニアの孫消費-

直近 1 年間の孫消費の金額　平均 141,104 円

-シニアの夫婦観-

「生まれ変わっても今の配偶者と結婚したい」61%、70 代男性では 76%

-シニアの資産と相続-

家族と話し合っておきたいと思いながら、まだ十分に話せていないこと
1 位「認知症になったときの財産の管理」

-シニアの今年 1 年-

シニアが選ぶ、今年 1 年を表すと思う漢字　1 位「雨」2 位「高」3 位「災」

ソニー生命では、シニアの生活に対する意識と実態を明らかにするため、今年で 14 回目となる「シニアの生活意識調査」を行いましたので、お知らせいたします。

■ POINT 1

⇒シニアの現在の楽しみ　1 位「旅行」2 位「映画・ドラマ」3 位「グルメ・外食」
楽しみにかけている金額　最も高くなった「旅行」では平均 3.4 万円/月、「推し活」では 0.8 万円/月

全回答者（1,000 名）に、現在の楽しみを聞いたところ、1 位「旅行」（40.8%）、2 位「映画・ドラマ」（34.6%）、3 位「グルメ・外食」（26.2%）、4 位「スポーツ観戦」（23.1%）、5 位「読書」（22.3%）となりました。（p.2）

現在の楽しみで“旅行”、“グルメ・外食”、“孫と過ごすこと”、“学び・習い事”、“推し活”を回答したシニアに、それぞれに対する 1 ヶ月の出費を聞いたところ、“旅行”では「2 万円～5 万円未満」（24.5%）や「1 万円～2 万円未満」（22.8%）に回答が集まり、平均額は 3.4 万円となりました。“グルメ・外食”では、「5 千円～1 万円未満」（34.0%）に多くの回答が集まったほか、「5 千円未満」（21.4%）や「1 万円～2 万円未満」（24.4%）にも回答がみられ、平均額は 1.7 万円でした。“孫と過ごすこと”では、「5 千円未満」（35.0%）に多くの回答が集まったほか、「5 千円～1 万円未満」（25.2%）や「1 万円～2 万円未満」（21.4%）にも回答が集まり、平均額は 1.2 万円でした。“学び・習い事”では、「5 千円未満」（32.9%）に回答が集まったほか、「5 千円～1 万円未満」（24.3%）にも回答がみられ、平均額は 1.2 万円となりました。“推し活”では、「5 千円未満」（43.9%）に回答が集中し、平均額は 0.8 万円となりました。（p.3）

■ POINT 2

⇒シニアの 4 人に 1 人が「推しがいる」と回答　男女ともに推しのジャンル 1 位は「歌手・アイドル」

全回答者（1,000 名）に、“推し”がいるか聞いたところ、「いる（10 年以上前から）」が 12.2%、「いる（ここ 10 年以内）」が 11.4%となり、合計した『いる（計）』は 23.6%でした。また、「以前はいたが、いまはいない」が 10.5%、「いない」が 65.9%となりました。

“推し”がいる人（236 名）に、“推し”のジャンルとしてあてはまるものを聞いたところ、男女ともに 1 位は「歌手・アイドル」（男性 52.0%、女性 57.2%）となり、男性では 2 位「スポーツ選手・チーム」（35.7%）、女性では 2 位「俳優・タレント」（26.8%）となりました。（p.4）

■ POINT 3

⇒直近 1 年間の孫消費の金額　平均 141,104 円

この 1 年間で孫のための出費をしたシニア（299 名）に、孫のために使った金額を聞いたところ、「5 万円～10 万円未満」（25.4%）に回答が多く集まり、平均額は 141,104 円となりました。（p.6）

生きがいを、愛そう。
ソニー生命

2026 年 11 月 17 日
ソニー生命保険株式会社

NEWS LETTER (調査レポート)

■ POINT 4

⇒「生まれ変わっても今の配偶者と結婚したい」61%、70 代男性では 76%

配偶者がいるシニア（658 名）に、生まれ変わっても今の相手（配偶者）と結婚したいと思うか聞いたところ、「非常にそう思う」が 17.9%、「どちらかといえばそう思う」が 43.2%で、合計した『そう思う（計）』は 61.1%、「全くそう思わない」が 17.2%、「どちらかといえばそう思わない」が 21.7%で、合計した『そう思わない（計）』は 38.9%でした。

男女・年代別に、生まれ変わっても今の相手（配偶者）と結婚したいと思う人の割合をみると、男女ともに年代が上がるにつれて高くなる傾向がみられました。また、すべての年代で男性が女性を 10 ポイント以上上回っており、70 代では男性（76.3%）が女性（55.8%）より 20.5 ポイント高くなりました。（p.7）

■ POINT 5

⇒家族と話し合っておきたいと思いながら、まだ十分に話せていないこと 1 位「認知症になったときの財産の管理」

全回答者（1,000 名）に、家族と話し合っておきたいと思いながら、まだ十分に話せていないことを聞いたところ、「認知症になったときの財産の管理」（25.3%）が最も高く、次いで「自分に介護が必要になったとき、誰にみてもらいたいか」（24.9%）、「自分に介護が必要になったとき、自宅でか施設でか」（23.7%）、「医療・延命治療をどこまで望むか」（20.7%）となりました。（p.12）

■ POINT 6

⇒シニアが選ぶ、今年 1 年を表すと思う漢字 1 位「雨」2 位「高」3 位「災」

全回答者（1,000 名）に、今年 1 年を表すと思う漢字（1 字）を聞いたところ、1 位「雨」、2 位「高」、3 位「災」、4 位「苦」、5 位「楽」となりました。

漢字を選んだ理由についてみると、「雨」では「長雨や台風が多くあちこちで被害が出た」、「災」では「地震や台風などの災害が多かった」など、長引いた雨や頻発した台風による影響が印象に残っていることがうかがえるほか、「高」では、「あらゆるものが値上がりして『高い』と感じるから」、「苦」では「物価が高くて生活が苦しい」など、止まらない物価上昇に関する回答も多く挙がりました。（p.16）

◆エコノミストのコメント◆

ソニーフィナンシャルグループ株式会社
金融市場調査部長
チーフエコノミスト
渡辺 浩志



人生 100 年時代、シニアのお金を考えるうえで大切なのは、資産を増やし、残すことだけではありません。お金は使うことで、人生の楽しみや大切な人との思い出に変わります。今回の調査から見えてくるのは、「いまを楽しむ」「将来に備える」「次世代につなぐ」という三つをバランスよく考えることの重要性です。

まずは、お金を「使う」ことです。現在の楽しみでは「旅行」が 40.8%で首位となり（図 1）、旅行への支出は月平均 3.4 万円でした（図 2）。また、孫がいるシニアの 91.7%がこの 1 年間に孫のためにお金を使い（図 6）、支出した人の平均額は年間 14 万円を超えています（図 7）。資産をただ貯めるのではなく、元気なうちに旅行などの経験や家族との時間に振り向ける。それもお金の大切な役割でしょう。

一方、「備える」面では課題も浮かびます。認知症などで判断できなくなった場合に資産がどうなるか「考えたことがない」人は 36.2%に上りました（図 14）。家族と十分に話せていないことのトップも「認知症になったときの財産の管理」です（図 15）。せっかく蓄えた資産を自分のために有効活用できるよう、判断能力が低下した場合も含め、お金を使い続けられる仕組みを元気なうちから考えておくことが重要です。

そして最後が「つなぐ」ことです。相続経験者が事前にやっておけばよかったことの上位には、「預貯金や保険の所在を把握しておく」「本人の希望を聞いておく」「財産の一覧を作っておく」が並びました（図 11）。介護と相続の両方を経験した人では、自身の財産を試算した割合が 51.2%と、どちらも未経験の人の約 2 倍でした（図 17）。介護や相続の経験者ほど、自身の資産への備えが進んでいることがうかがえます。

お金は、ただ多く残せばよいものではありません。人生を豊かにするために「使う」、長寿や認知症に「備える」、そして残った資産を自分の意思とともに家族へ「つなぐ」。この三つを早めに考えることが、資産形成の本当の仕上げではないでしょうか。

2026 年 11 月 17 日
ソニー生命保険株式会社

NEWS LETTER (調査レポート)

注：本調査レポートの百分率表示は小数点第 2 位で四捨五入の丸め計算を行っているため、合計しても 100%とならない場合がございます。
また、属性別集計において抜粋して表示している場合は、n 数を合計しても全体と一致しないことがございます。

《調査概要》

◆調査タイトル　：シニアの生活意識調査2026

◆調査対象　：ネットエイジアリサーチのモニター会員を母集団とする全国の50歳～79歳の男女

◆調査期間　：2026年10月8日～10月9日

◆調査方法　：インターネット調査

◆調査地域　：全国

◆有効回答数　：1,000サンプル（有効回答から性別×年代区分がほぼ均等になるように抽出）
（内訳）

	50代	60代	70代	計
男性	167s	167s	166s	500s
女性	166s	167s	167s	500s

◆調査協力会社　：ネットエイジア株式会社

■■報道関係の皆様へ■■

本ニュースレターの内容の転載にあたりましては、

「ソニー生命調べ」と付記のうえご使用いただきますよう、お願い申しあげます。

■■本調査に関するお問い合わせ窓口■■

ソニー生命保険株式会社　調査広報部　広報課
電話番号　：　03-5290-6228
メールアドレス　：　press@sonylife.co.jp

■■会社概要■■

会社名　：ソニー生命保険株式会社
代表者名　：代表取締役社長　坪田　博行
設立　：1979（昭和 54）年 8 月
所在地　：東京都千代田区大手町 1-9-2　大手町フィナンシャルシティ グランキューブ
業務内容　：生命保険業