

2022年4月1日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

## 男女1,000人に聞いた老後への希望や不安と備え

**「老後」だと思える年齢は平均65歳！**

**約80%が老後生活に不安を抱えているものの、備えをしている人は35%に留まる**

共通ポイントサービス「Ponta（ポンタ）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：長谷川 剛、以下「LM」）は、人生100年時代といわれている現代における、老後への希望や不安を聴取した「老後に関する調査」（実施期間：2022年1月19日～1月25日）の結果をご報告いたします。

### 【調査結果】

#### ・TOPICS 1

老後だと思える年齢は平均65歳。回答者の年齢が低いほど、老後だと思える年齢も低くなる傾向

#### ・TOPICS 2

老後の生活への希望がない人が、全体では半数以上、特に40代は60%以上と多い

#### ・TOPICS 3

80%近くが老後生活に不安を抱えており、特に女性が老後に不安を感じている傾向

#### ・TOPICS 4

老後生活への備えを実施もしくは意向ありは94%、そのうち実際に備えをしている人は35%に留まる

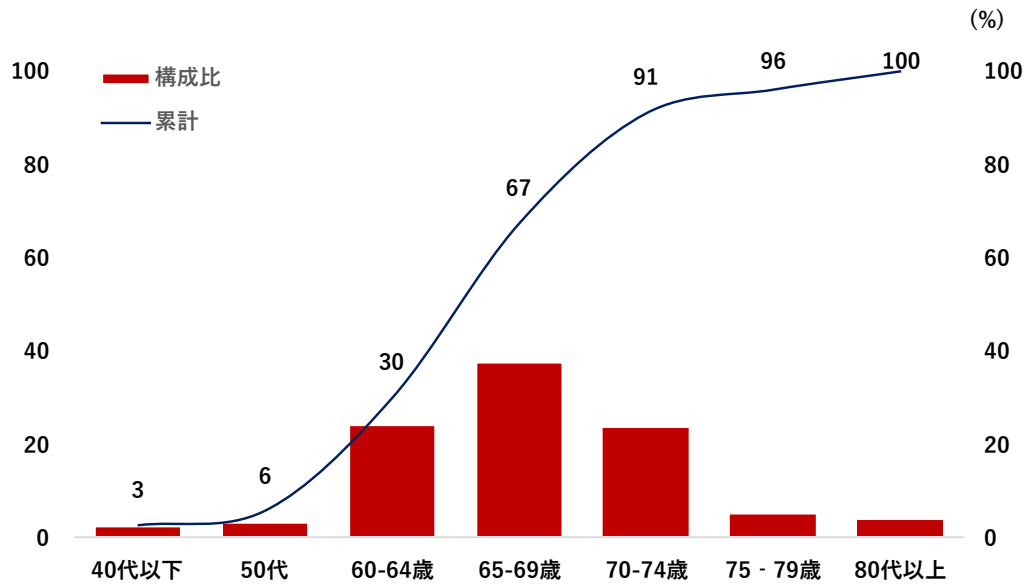
### 【調査結果詳細】

#### ■TOPICS 1

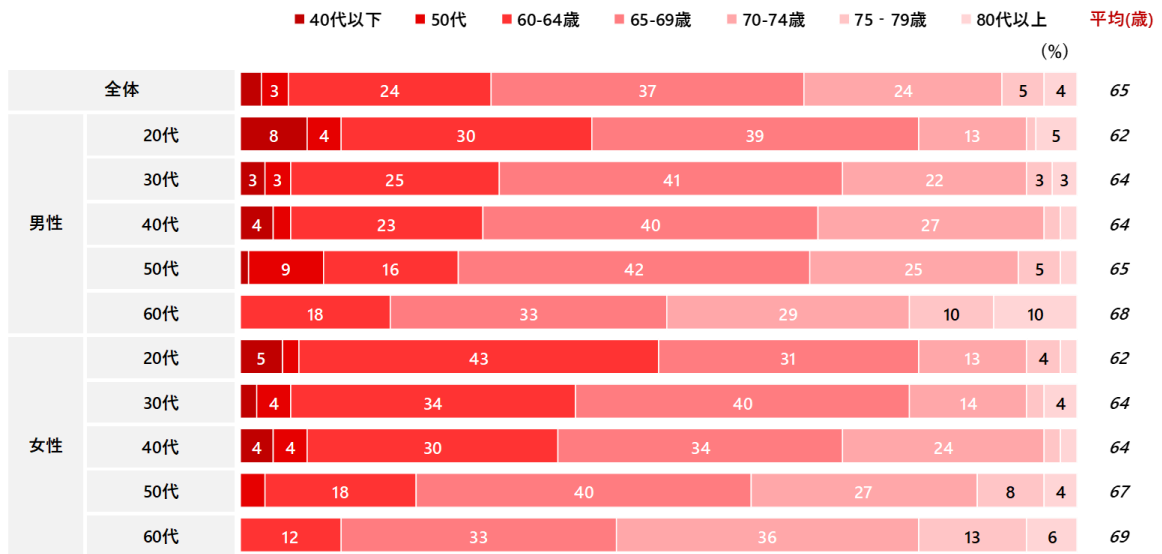
老後だと思える年齢は平均65歳。回答者の年齢が低いほど、老後だと思える年齢も低くなる傾向

老後は何歳からだと思えるか聴取したところ、平均値、最頻値ともに65歳となった。5歳刻みで回答結果を確認すると、「65～69歳」が37%、次いで「60～64歳」「70～74歳」が続く。累計では「74歳以下」が全体の約90%を占めている。性年代別にみると、回答者の年齢が低いほど、老後だと思える年齢も低くなる傾向がみられた。

▼老後は何歳からだと思うか ※自由記述による聴取



▼老後は何歳からだと思うか (性年代別) ※自由記述による聴取



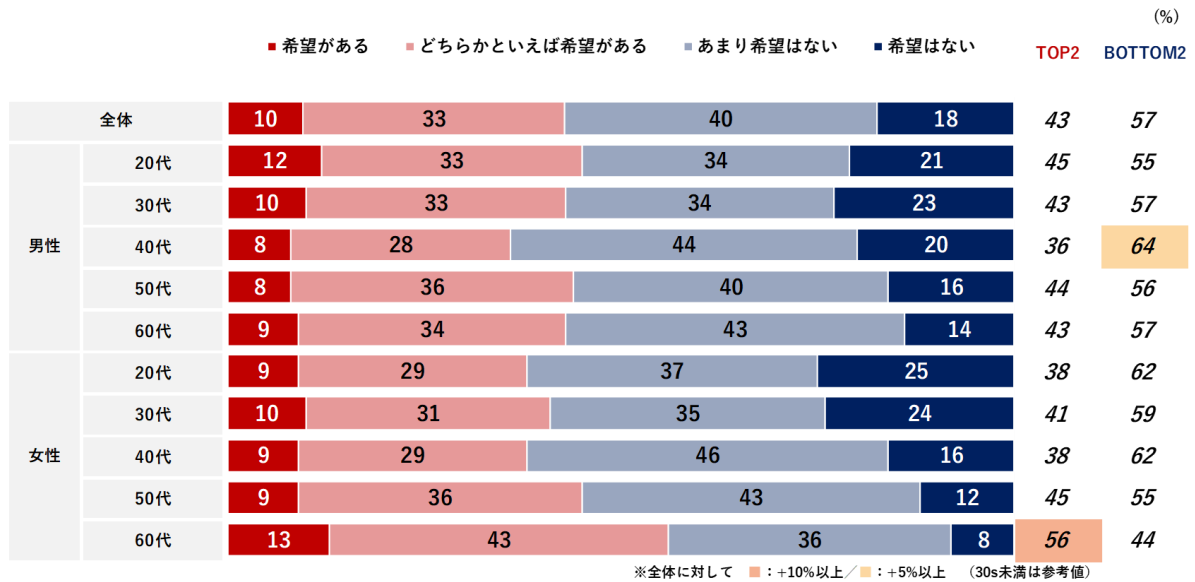
## ■TOPICS 2

### 老後の生活への希望がない人が、全体では半数以上、特に40代は60%以上と多い

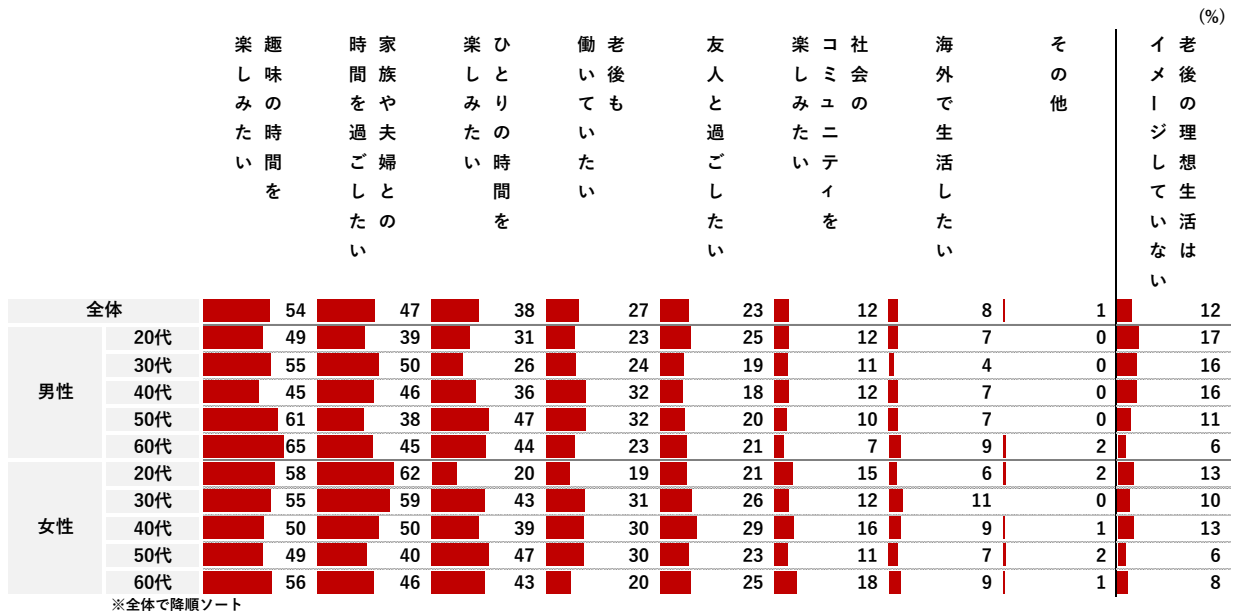
老後の生活に希望がある（「希望がある」「どちらかといえば希望がある」の合計）と回答したのは43%となった。その他の半数以上が、老後生活に希望がない（「あまり希望はない」「希望はない」の合計）と回答した。性年代別にみると、男女ともに40代は希望がない層が60%以上と特に高い。一方で、女性60代は希望がある層が56%と唯一半数を超えていた。

また、老後の理想の生活は「趣味の時間を楽しみたい」「家族や夫婦との時間を過ごしたい」「ひとりの時間を楽しみたい」が上位となった。性年代別でみると、「趣味の時間を楽しみたい」は全体的に高く、特に男性50代以上は60%を超えている。「家族や夫婦との時間を過ごしたい」は女性20~30代が60%前後と高くなっている。

#### ▼老後生活への希望



#### ▼老後の理想の生活



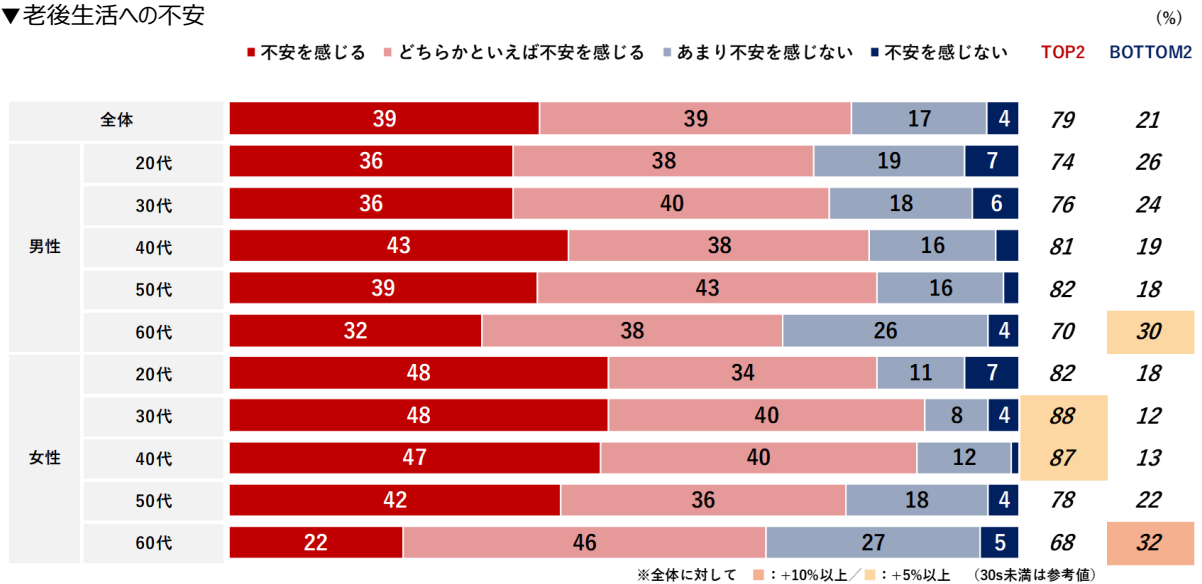
### TOPICS 3

#### 80%近くが老後生活に不安を抱えており、特に女性が老後に不安を感じている傾向

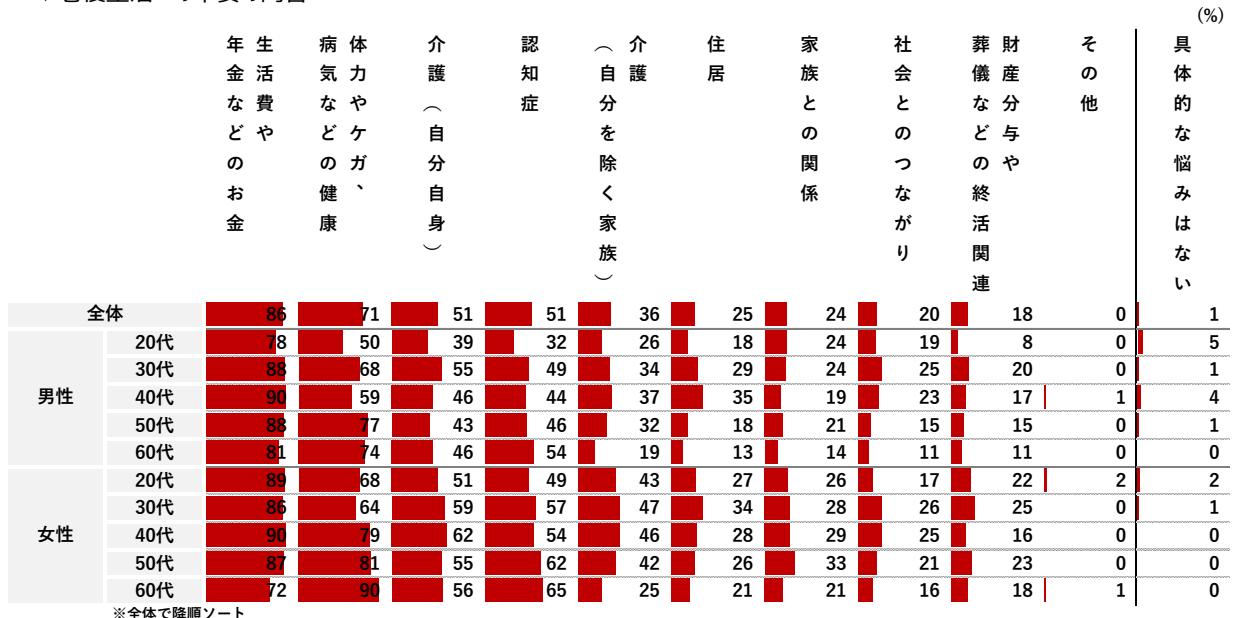
老後の生活について 80%近くが不安を感じている（「不安を感じる」「どちらかといえば不安を感じる」の合計）結果となった。また、20～40代では男性より女性のほうが不安を感じている人が多い。性年代ごとに見ると、男性は40～50代が80%以上、女性は30～40代が85%以上と高くなっていた。一方、男女ともに60代は「あまり不安を感じない」「不安を感じない」の合計が30%以上となっており、他の年代よりも老後への不安感が少ないことがわかる。

また、不安の内容としては「生活費や年金などのお金」が最も多く、次いで「体力やケガ、病気などの健康」が多い。性年代別で見ると、女性30代以上の60%前後が「介護（自分自身）」にも不安を感じている。また、女性60代は「生活費や年金などのお金」が72%だったのに対して「体力やケガ、病気などの健康」が90%と高い。女性20～50代では、健康面よりもお金に関する不安が高い結果となったが、60代では逆転しており、年代によって不安を感じる内容が異なることがわかる。

#### ▼老後生活への不安



#### ▼老後生活への不安の内容



■TOPICS 4

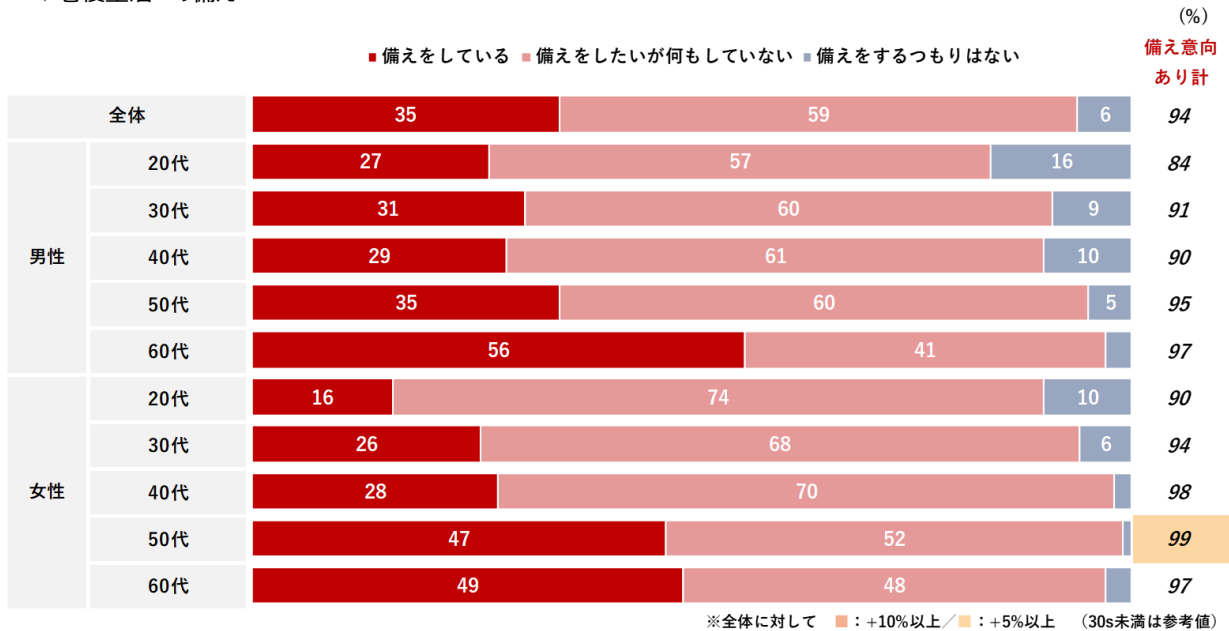
老後生活への備えを実施もしくは意向ありは94%、そのうち実際に備えをしている人は35%に留まる

老後生活に備えた取り組みは94%が実施もしくは意向があると回答した。そのうち、実際に備えをしている層が35%、備えをしたいが何もしていない層が59%だった。性年代別で見ると、「備えをしている」は、男性60代、女性50代以上で50%前後と多い。一方、女性20代は16%と他の性年代に比べて少ない。

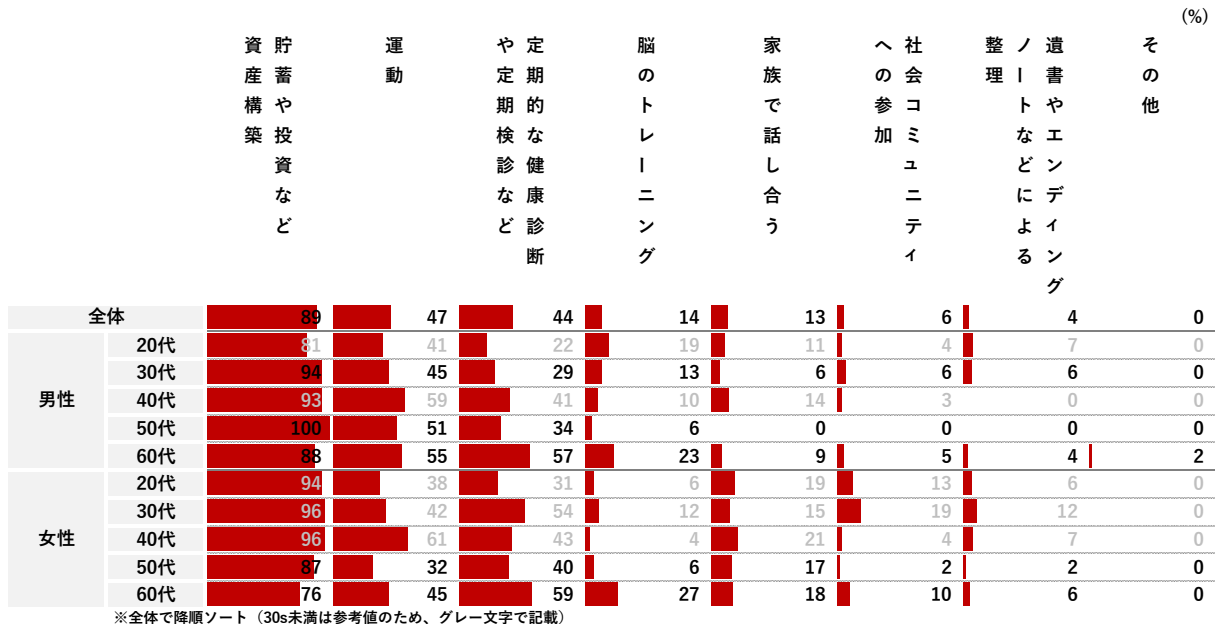
備えをしている人の具体的な取り組み内容としては「貯蓄や投資など資産構築」が89%と最も高く、次いで「運動」「定期的な健康診断や定期検診など」が続く。

取り組みの開始時期（意向含む）としては「50～54歳」が最も高く、次いで「40～44歳」となっており、平均年齢は46歳だった。男女ともに年代が高くなるほど開始年齢も高くなっていった。

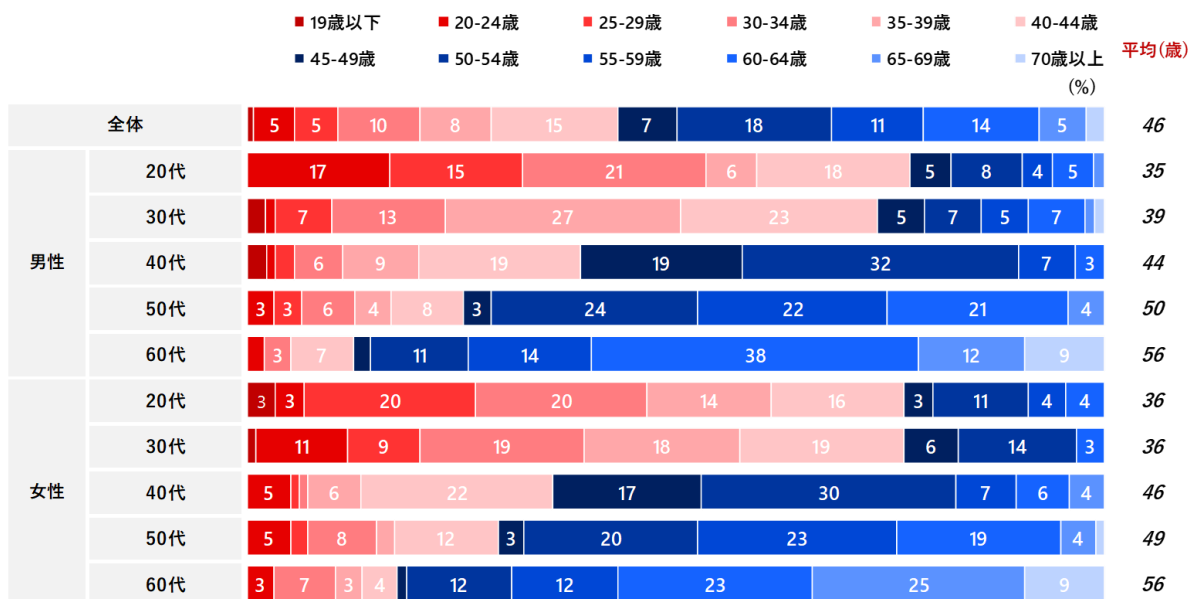
▼老後生活への備え



▼老後生活に備えた取り組み内容



▼老後生活への備え開始時期 ※備え意向あり含む



以上

【調査概要】

- 調査方法 : インターネット調査
- 調査期間 : 2022年1月19日～1月25日
- パネル : 「Pontaリサーチ」会員  
(Ponta会員で「Pontaリサーチ」の会員登録をされている方)
- 調査対象 : 国内在住 20～60代の方
- 有効回答数 : 1,000名 ※性年代ごとに各100サンプル回収

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「ロイヤリティ マーケティング」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

【追加レポートにつきまして】

本資料に記載した内容に加えて、下記の内容も併せて聴取しています。

- ・職業
- ・年収
- ・保有資産
- ・老後生活に備えたお金に関する取り組み内容
- ・老後生活に備えた貯蓄および資産の目標金額
- ・現在の目標金額の進捗

性年代別や職業別、年収別に分析が可能です。

マーケティング施策立案にお役立ていただける、より詳細な追加分析レポートをご希望の方は、株式会社ロイヤリティ マーケティング ビジネスデザイン部リサーチ担当部局までお問い合わせください。

lm-sales-research@loyalty.co.jp

■関連 URL

株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング詳細紹介サイト：<https://biz.loyalty.co.jp/>  
公開レポート（自主調査結果を掲載）：<https://biz.loyalty.co.jp/column/>

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先

広報・コーポレートコミュニケーション部にご連絡をお願い申し上げます。