

2025 年 11 月 26 日

ADK マーケティング・ソリューションズ、「ADK 生活者総合調査 2025」より
『今どきシニアの最新調査結果 2025』を発表
～70 代の 7 割が政治に関心。スポーツ観戦や終活にも積極的～

株式会社 ADK マーケティング・ソリューションズ(本社:東京都港区、代表取締役社長:大山 俊哉、以下「ADK MS」)は、2008 年より毎年、関東・関西地区の男女 15-79 歳 10,000 名以上を対象としたオリジナル調査「ADK 生活者総合調査」を行っております。この調査ではライフスタイル・消費行動・メディア接触などの多面的視点から生活者の実態を捉えることができます。このたび「ADK 生活者総合調査 2025」より『今どきシニアの最新調査結果 2025』を発表しました。

近年、高齢者人口が増加する中、シニア層の消費行動は市場に大きな影響を与えています。

本調査ではシニア世代の関心やライフスタイルについて、世代別・男女別に分析を実施。その結果、旅行や政治・経済、スポーツ観戦、終活など、幅広い分野でシニア世代の積極的な行動が明らかになり、自らの意思で前向きに取り組むアクティブシニアの姿が浮かび上がりました。

<サマリー>

- 70 代は 7 割が政治に関心。年齢を重ねるほど政治や経済状況への目が鋭く。
- シニア世代、スポーツ観戦に熱中。デジタル利用の広がりも後押しか。
- 終活への考え方はより主体的に。断捨離が意識トップ。

<「ADK 生活者総合調査 2025」調査概要>

対象エリア: 関東(東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県・群馬県・栃木県・茨城県)

関西(大阪府・京都府・兵庫県・奈良県・和歌山県・滋賀県) ※関西地区は 2015 年より調査対象

対象者条件: 15～79 歳の男女(中学生は除く)

サンプル数: 14231 名

調査手法: インターネット調査

調査期間: 2025/5/14(水)～6/2(月)

集計については、国勢調査の人口構成、関東・関西のエリア構成に合わせるため、ウェイトバック集計を実施しています。

※ 引用の際には、出典:「ADK 生活者総合調査 2025」と記載ください。

※ ADK では、50 歳以上を「シニア世代」と定義しています。

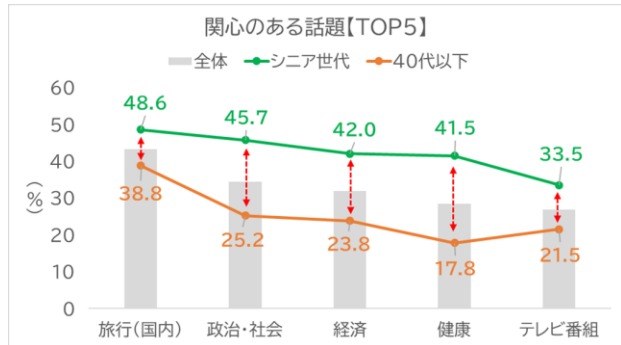
15～19 歳(n=884)、20～29 歳(n=2104)、30～39 歳(n= 2236) 、40～49 歳(n= 2640)、

50～59 歳(n= 3099)、60～69 歳(n= 2300)、70～79 歳(n= 968)

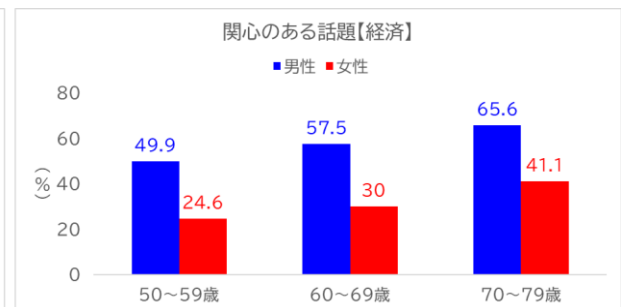
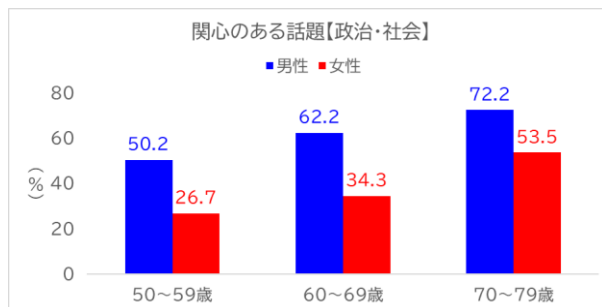
<調査結果>

70代は7割が政治に関心。年齢を重ねるほど政治や経済状況への目が鋭く。

「関心のある話題」について複数回答で尋ねたところ、シニア世代では1位「国内旅行」48.6%、2位「政治・社会」45.7%、3位「経済」42%、4位「健康」41.5%、5位「テレビ番組」33.5%という結果になりました。これら上位5項目は、40代以下と比較するとすべての項目でシニア世代の関心が高いことが分かりました。



特に2位の「政治・社会」と3位の「経済」への関心は、男女ともに年齢が上がるほど高まる傾向が見られました。また、いずれの年代でも女性より男性の関心が高く、男女差は「政治・社会」で50代 23.5ポイント、60代 27.9ポイント、70代 18.7ポイント。「経済」では50代 25.3ポイント、60代 27.5ポイント、70代 24.5ポイントとなりました。



「関心のある話題」で1位となった「国内旅行」について、別データ「日頃行っている趣味・スポーツ」(複数回答)の結果をみると、「散歩・散策・ウォーキング」(40.5%)に次いで「1泊以上の国内旅行」が37.4%で2位、「日帰りの国内旅行」は30.2%で5位となりました。

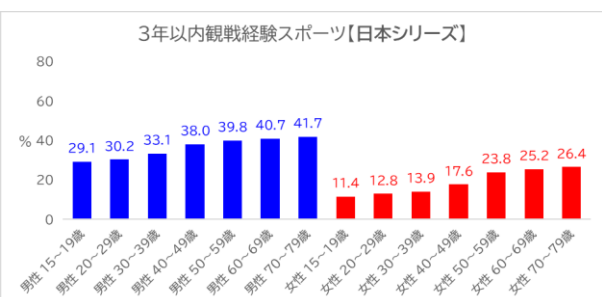
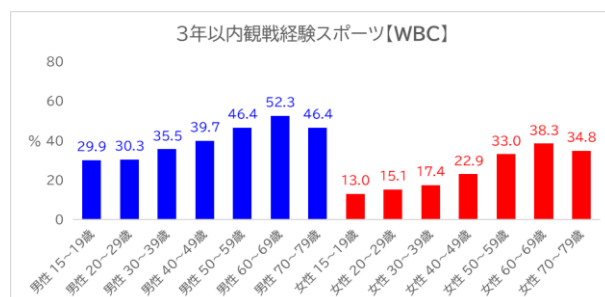
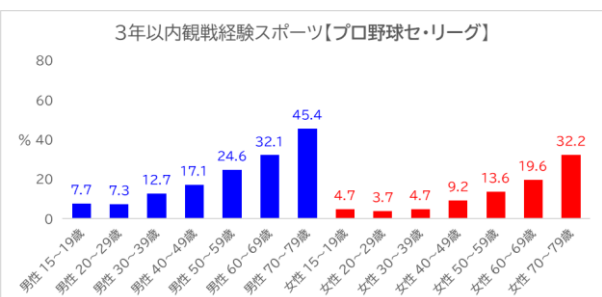
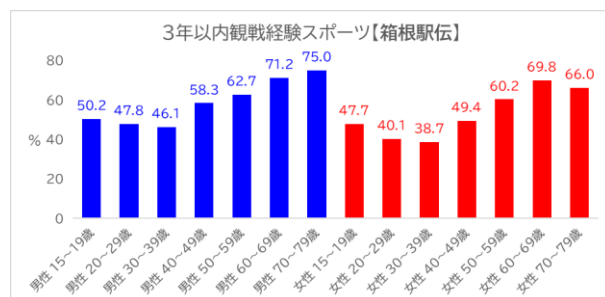
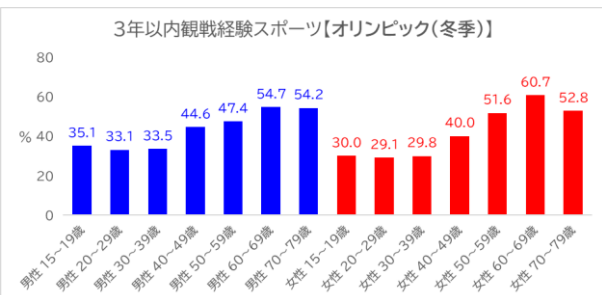
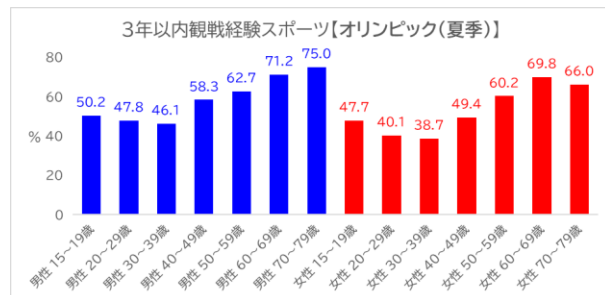
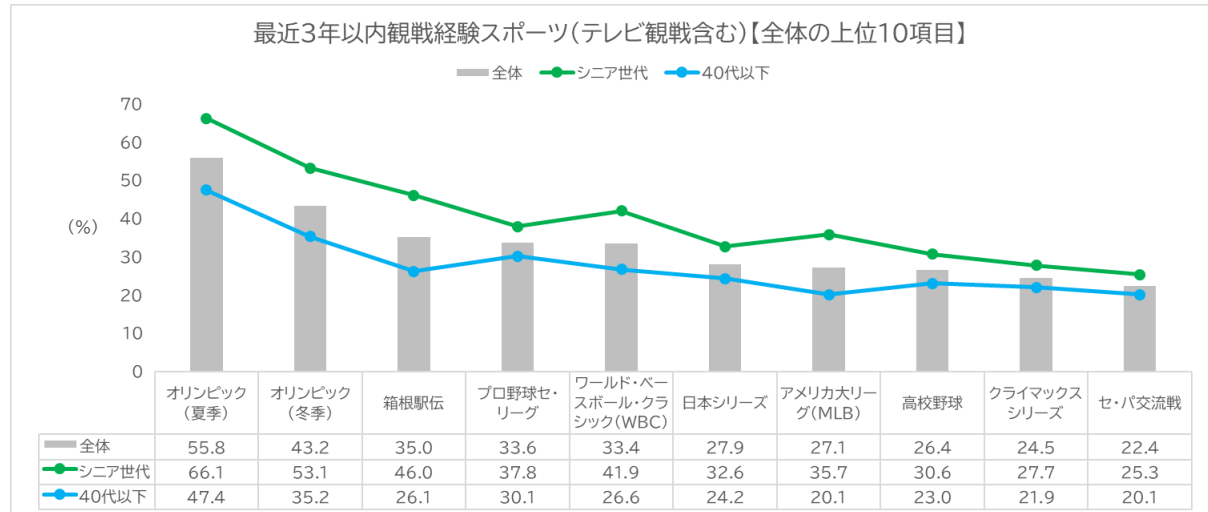
「1泊以上の国内旅行」は、コロナ禍前の2019年から2025年にかけて、2019年 44.9%〈1位〉、2024年 37.8%〈2位〉、2025年 37.4%〈2位〉と推移しており、長年にわたり高い実施率を維持しています。

一方、「日帰りの国内旅行」は2019年 40.7%〈2位〉、2024年 32.1%〈3位〉、2025年 30.2%〈5位〉と減少傾向にあり、近年は“宿泊を伴うしっかりとした旅行”に時間とお金をかけたい、という志向がうかがえます。

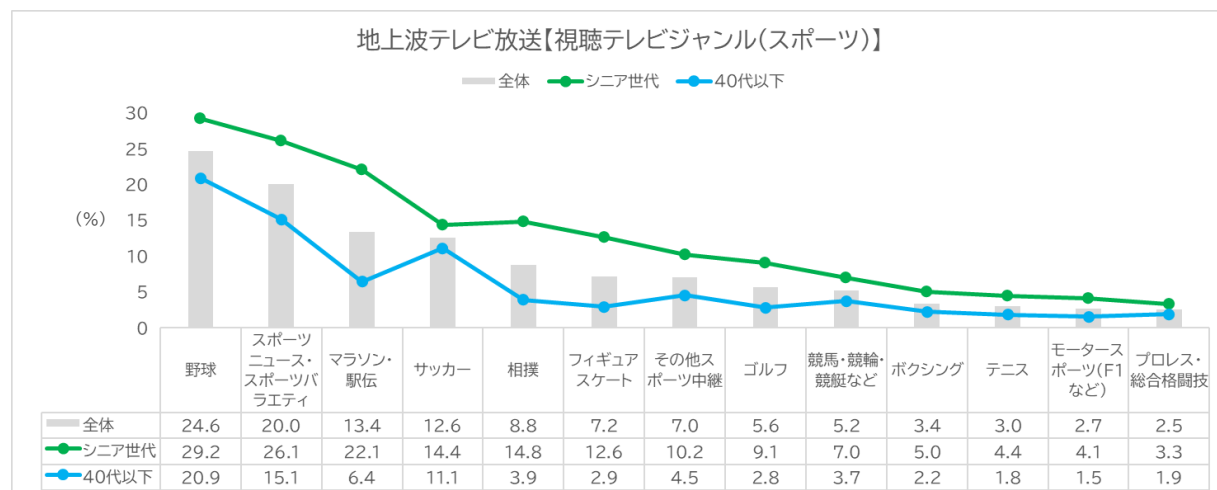
2019年 (N=5,833)		(%)	2024年 (N=7,997)		(%)	2025年 (N=6,367)		(%)
1	1泊以上の国内旅行 (出張は除く)	44.9	1	散歩・散策・ウォーキング	42.2	1	散歩・散策・ウォーキング	40.5
2	日帰りの国内旅行 (出張は除く)	40.7	2	1泊以上の国内旅行 (出張は除く)	37.8	2	1泊以上の国内旅行 (出張は除く)	37.4
3	散歩・散策・ウォーキング	39.8	3	日帰りの国内旅行 (出張は除く)	32.1	3	DVD、動画サイトなどの映画・ドラマ鑑賞	30.5
4	映画館での映画鑑賞	27.8	4	DVD、動画サイトなどの映画・ドラマ鑑賞	30.2	4	音楽鑑賞 (J-POP)	30.2
5	DVD、動画サイトなどの映画・ドラマ鑑賞	27.6	5	音楽鑑賞 (J-POP)	28.3	5	日帰りの国内旅行 (出張は除く)	30.2

シニア世代、スポーツ観戦に熱中。デジタル利用の広がりも後押しか。

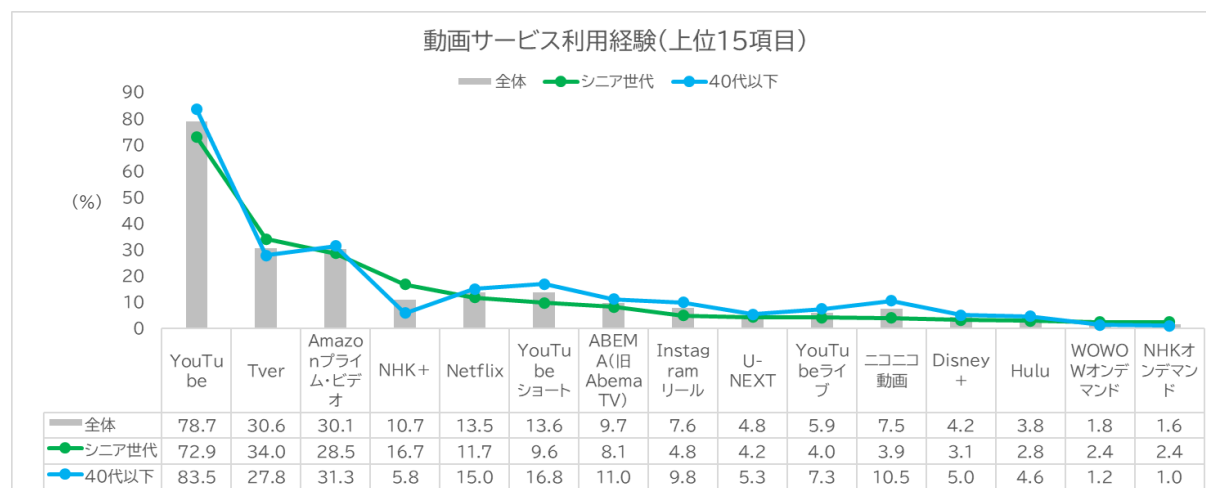
「最近3年以内の観戦経験スポーツ(テレビ観戦を含む)」について複数回答で尋ねたところ、上位10項目すべてにおいて、40代以下よりもシニア世代の観戦経験が多いことが分かりました。また、上位6項目を性年代別に見ると、いずれのスポーツでも年代が上がるほど観戦経験が多い傾向が見られました。



現在のシニア世代は、テレビや新聞などを通じて長年スポーツに親しんできた世代です。別データの「地上波テレビ放送での視聴テレビジャンル(スポーツ)」(複数回答)でも、シニア世代は40代以下に比べてスポーツ番組を視聴する割合が高く、国民的娯楽として、日常的にスポーツ観戦を楽しんでいる様子が見えられます。



さらに近年では、シニア世代でもスマートフォンやタブレット、PCを利用して、YouTube/TVer/Amazon プライム・ビデオなどの動画配信サービスを活用する人が増えています。「動画サービスの利用経験」(複数回答)を40代以下と比較しても、大きな差は見られません。こうしたデジタル利用の広がりも、シニア世代におけるスポーツ観戦経験の増加につながっていると考えられます。

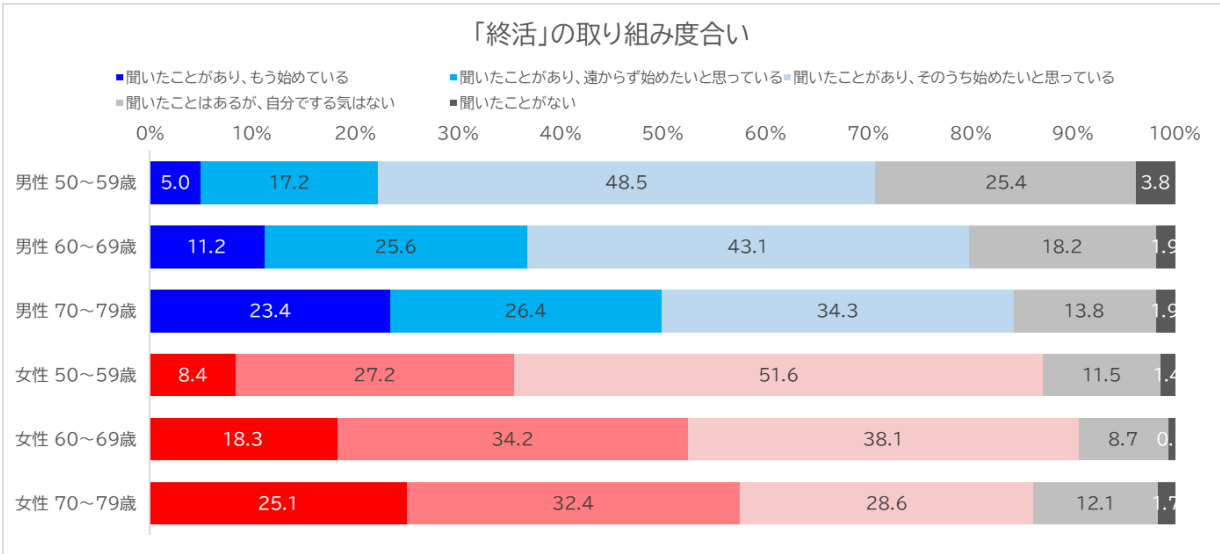
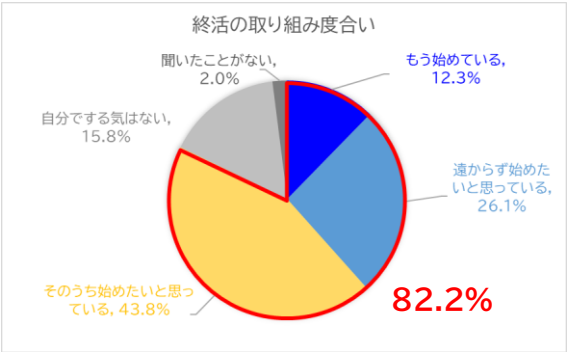


終活への考え方はより主体的に。断捨離が意識トップ。

「終活の取り組み度合い」を単一回答で尋ねたところ、シニア全体で「終活を始めたいと思っている」層は8割を超える結果となりました。

年代別に見ると、年齢が上がるほど終活への意識が高まり、実際に行動へ移している人も増えています。

また、男女別ではどの年代でも女性の方が「すでに終活を始めたい」と回答する割合が高い傾向が見られました。



さらに、「終活に対する考え方」を複数回答で尋ねたところ、「終活の一環として『断捨離』は積極的にやりたい」という項目は、2024 年には「終活ではできるだけ家族に迷惑をかけたくない」(45.7%)に次ぐ 44.9%で 2 位でしたが、2025 年は 1.2 ポイント上昇し 46.1%となり、1 位に浮上しました。

この結果から、家族への配慮よりも“自らの意思で前向きに終活へ取り組む”シニアが増えていることがうかがえます。

【2024】終活に対する考え方(TOP5)複数回答	%	【2025】終活に対する考え方(TOP5)複数回答	%
終活ではできるだけ家族に迷惑をかけたくない	45.7	終活の一環として「断捨離(だんしゃり)」は積極的にやりたい	46.1
終活の一環として「断捨離(だんしゃり)」は積極的にやりたい	44.9	終活ではできるだけ家族に迷惑をかけたくない	46.0
自分の葬儀は親しい人だけで慎ましくやってほしい	42.2	自分の葬儀は親しい人だけで慎ましくやってほしい	41.3
悔いのない人生を終えたい	39.8	悔いのない人生を終えたい	40.2
手遅れになり悔いを残さないように、終活は元気なうちからはじめるべきだと思う	35.3	手遅れになり悔いを残さないように、終活は元気なうちからはじめるべきだと思う	35.0

ADK MS では今後も ADK 生活者総合調査において様々なデータを活用し、ターゲットプロファイリングや新商品開発、メディアプランニングなど、みなさまのビジネスの課題解決に貢献してまいります。

＜ADK 生活者総合調査について＞

2008 年度より ADK が毎年関東・関西エリア在住の男女 10,000 名以上を対象に行っている、独自の大規模生活者調査。意識/価値観・消費行動・メディア接触などの多岐にわたる項目を、同一のサンプルに聴取したシングルソースデータとなっており、生活者の意識・行動からメディア接触まで一貫した分析が可能です。また、ADK MS では東京大学、早稲田大学、武蔵大学と「データサイエンス領域」で連携し、教育・研究用に過去の生活者総合調査データを無償で提供しています。

＜株式会社 ADK マーケティング・ソリューションズ 会社概要＞

マーケティング領域全般における統合的なソリューションをフルファネルで提供。2021 年に始動した事業ブランド「ADK CONNECT」がフラッグシップとなり牽引するデジタル&データドリブン・マーケティング領域では、専門性の高いスペシャリストが組織横断で集結し、クライアントのビジネス成果に貢献する「価値ある顧客体験」をご提案します。

・ADK MS ウェブサイト <https://www.adkms.jp/>

本件に関する問合せ先

株式会社 ADK マーケティング・ソリューションズ

EX デザイン本部 リレーションシップマーケティングデザイン局 「今どき☆新シニア研究所」 稲葉
株式会社 ADK ホールディングス

経営企画本部 PR・マーケティンググループ 内山 e-mail: mspr@adk.jp