

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 2023

-シニアの楽しみ-

1位「旅行」2位「テレビドラマ」3位「グルメ」4位「映画」5位「読書」
シニアが旅行のためにかけている金額の平均は2.9万円/月

-シニアの孫消費-

1位「おこづかい・お年玉・お祝い金」2位「一緒に外食」3位「ファッション用品」
孫消費の金額 平均108,134円/年、昨年から11,279円減少

-シニアの夫婦観-

「老後も配偶者と一緒に暮らしたい」男性87.9%、女性83.0%
「生まれ変わっても今の配偶者と結婚したい」男性72.5%、女性56.0%

-シニアが選んだ〇〇ランキング-

好きな芸能人 1位「綾瀬はるかさん」
シニアの心に響いた歌 1位「愛の花」2位「アイドル」3位「糸」

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11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

⇒シニアの楽しみ 1位「旅行」2位「テレビドラマ」3位「グルメ」4位「映画」5位「読書」

シニアが旅行のためにかけている金額の平均は2.9万円/月

全国のシニア(50歳～79歳)の男女1,000名(全回答者)に、現在の楽しみを聞いたところ、1位「旅行」(39.9%)、2位「テレビドラマ」(38.4%)、3位「グルメ」(27.1%)、4位「映画」(25.6%)、5位「読書」(23.3%)となりました。(p.2)

現在の楽しみを“旅行”と回答したシニア(399名)に、旅行に対する1ヶ月の出費を聞いたところ、平均額は2.9万円となりました。過去の調査結果と比較すると、平均額は2022年2.4万円→2023年2.9万円と、昨年と比べて0.5万円増加しました。(p.3)

■ POINT 2

⇒シニアの孫消費 1位「おこづかい・お年玉・お祝い金」2位「一緒に外食」3位「ファッション用品」

孫消費の金額 平均108,134円/年、昨年から11,279円減少

孫がいるシニア(314名)に、この1年間で、孫のためにどのようなことにお金を使ったか聞いたところ、1位「おこづかい・お年玉・お祝い金」(66.2%)、2位「一緒に外食」(49.7%)、3位「衣類などファッション用品」(33.4%)、4位「おもちゃ・ゲーム」(32.8%)、5位「本・絵本」(23.9%)となりました。

この1年間で、孫のための出費をしたシニア(284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」(27.5%)に回答が集まったほか、「3万円～5万円未満」(18.0%)や「10万円～20万円未満」(14.1%)にも回答がみられ、平均額は108,134円となりました。

昨年の調査結果と比較すると、平均額は2022年119,413円→2023年108,134円と、11,279円減少しました。物価上昇が続く、節約意識が高まっているためか、孫消費は縮小傾向にあるようです。(p.4)

■ POINT 3

⇒「老後も配偶者と一緒に暮らしたい」男性87.9%、女性83.0%

「生まれ変わっても今の配偶者と結婚したい」男性72.5%、女性56.0%

配偶者がいるシニア(682名)に、老後も配偶者と一緒に暮らしたいと思うか聞いたところ、「非常にそう思う」が49.6%、「どちらかといえばそう思う」が36.1%で、合計した『そう思う(計)』は85.6%、「全くそう思わない」が4.7%、「どちらかといえばそう思わない」が9.7%で、合計した『そう思わない(計)』は14.4%となりました。シニアの大多数が、これから先の人生を、配偶者とともに過ごしていきたいと希望していることがわかりました。

男女別にみると、『そう思う(計)』と回答した人の割合は、男性87.9%、女性83.0%と、女性のほうが4.9ポイント低くなりました。

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、『そう思う(計)』は64.8%となりました。

男女別にみると、『そう思う(計)』と回答した人の割合は、男性72.5%、女性56.0%と、16.5ポイントの差がみられました。男性シニアと女性シニアで、配偶者に対する意識に大きなギャップがあることが見て取れる結果となりました。(p.6)

NEWS LETTER (調査レポート)

■ POINT 4

⇒好きな芸能人 1位「綾瀬はるかさん」

シニアの心に響いた歌 1位「愛の花」2位「アイドル」3位「糸」

全回答者(1,000名)に、好きな芸能人を聞いたところ、1位「綾瀬はるかさん」、2位「明石家さんまさん」、3位「木村拓哉さん」となりました。

男女別にみると、男性回答では1位「明石家さんまさん」、2位「綾瀬はるかさん」、3位「加山雄三さん」、女性回答では1位「木村拓哉さん」、2位「天海祐希さん」「福山雅治さん」と、上位の顔ぶれが男女で異なる結果となりました。(p.9)

次に、今年、心に響いた歌を聞いたところ、1位「愛の花(あいみょん)」、2位「アイドル(YOASOBI)」、3位「糸(中島みゆき)」となりました。NHK連続テレビ小説『らんまん』の主題歌である「愛の花」に心を動かされたシニアが多いようです。

男女別にみると、男性回答では1位「アイドル(YOASOBI)」、2位「新時代(Ado)」、3位「愛の花(あいみょん)」「糸(中島みゆき)」となりました。アニメ『推しの子』のオープニング主題歌で、Billboard The Global Excl. U.S.など多数のチャートで1位を獲得した「アイドル」がトップでした。女性回答では1位「愛の花(あいみょん)」、2位「アイドル(YOASOBI)」、3位「Subtitle(Official髭男dism)」となりました。(p.10)

◆アナリストのコメント◆

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
シニアアナリスト
石川 久美子



今年で11回目となる「シニアの生活意識調査」。今回の調査結果では「インフレの影響」が強めに目撃されるように見受けられます。

昨年はコロナ禍を背景とする行動制限の解除に伴い、前回の当調査における「現在の楽しみ」に対する回答については、「旅行」「グルメ」「スポーツ」「子ども/孫」といった、アウトドアや人々との触れ合いに関連する項目の回答割合が増加したことが特徴でした。今回調査でもこれら順位は大きく変わっていません。ただ、NEXCO 東日本・NEXCO 中日本・NEXCO 西日本・本四高速の4社が8月17日に発表してお盆期間(8月9～16日)の高速道路の混雑状況(速報)を見ると、当該期間の1日当たりの平均交通量は前年比+7%、30km以上の渋滞回数は+40%だったとのこと。人々の移動は昨夏よりも今夏のほうが多かったのではないかと推察されます。新型コロナウイルスの5類移行後初めての夏となった今年のほうが、昨夏よりもアクティビティや人とのコミュニケーション部分において楽しめた方が多かったと考えられます。

ただし、シニアが旅行のためにかけている金額は平均月額2.9万円と、昨年から0.5万円の増加(図3)の一方、楽しみを「旅行」と回答する人の割合は昨年から減少(45.3%→39.9%)。また、「現在の楽しみ」を「貯蓄」と回答したシニアの月額平均貯蓄額も減少(5.2万円→4.4万円、図4)、最近1年間の「孫消費」の平均金額も昨年から減少しました(119,413円→108,134円、図6)。世界的なインフレが問題となる中、日本においても消費者物価指数(除く生鮮食品・エネルギー)が4月以降は前年比4%を超える水準で推移するなど、物価高が意識される場面が増えました。人の動きが活発化し、宿泊施設の逼迫や料金の高騰で旅行にかかる費用も増加し、一部、「楽しみ」から一旦は旅行を除外する動きが出ている可能性や、生活費の高騰で「貯蓄」や「孫消費」にかけられる余力が低減している可能性があります。

当社は、財価格の下落に加えて、米国の金融政策の転換を背景に円安傾向にも歯止めがかかってくると見ている上、日本は他の先進国などと違い、インフレに長期的に上昇圧力を加える継続的な「賃金インフレ」が起こる可能性は低いと見ていることから、今後はインフレが減速傾向になると見えています。見通し通りであれば、ひょっとすると次回調査では、今回消費が減少してしまった項目について、再度増加がみられるかもしれません。もうしばらく我慢をされるシニアの方も多いかもしれませんが、来年の夏はもっと楽しみを満喫していただければ良いですね。

NEWS LETTER (調査レポート)**シニアの生活意識調査 2023**

このたび、ソニー生命保険株式会社(代表取締役社長 高橋 薫)は、2023年7月27日~7月28日の2日間、全国のシニア(50歳~79歳)の男女に対し、今年で11回目となる「シニアの生活意識調査」をインターネットリサーチで実施し、1,000名の有効サンプルの集計結果を公開しました。(調査協力会社: ネットエイジア株式会社)

【シニアの楽しみ】

シニアの現在の楽しみ 1位「旅行」2位「テレビドラマ」3位「グルメ」4位「映画」5位「読書」

男性シニアの3位は「スポーツ」、女性シニアの1位は「テレビドラマ」

「旅行」を現在の楽しみとするシニアの割合が昨年より5ポイント下降

シニアが旅行のためにかけている金額の平均は2.9万円/月、昨年より0.5万円増加

シニアが貯蓄のためにかけている金額の平均は4.4万円/月、2年連続で減少

【シニアの孫消費】

最近1年間の“孫消費” TOP3 は「おこづかい・お年玉・お祝い金」「一緒に外出」「ファッション用品」

“孫消費”として「一緒に外出」に出費した人の割合が昨年より6ポイント上昇

最近1年間の“孫消費”の金額 平均は108,134円、昨年より11,279円減少

シニアが今後、孫としたいこと TOP5 は「外出」「会話」「旅行」「公園で遊ぶ」「散歩」

【シニアの夫婦観】

「老後も配偶者と一緒に暮らしたい」男性シニアでは88%、女性シニアでは83%

「生まれ変わっても今の配偶者と結婚したい」男性シニアでは73%、女性シニアでは56%

シニアが今後、配偶者としてほしいこと 1位「旅行」2位「外出」3位「会話」4位「散歩」5位「ショッピング」

女性シニアの5位は「ドライブ/ツーリング」

【シニアのスマホ利用】

シニアが日頃スマホで行っていること 1位「インターネット検索」2位「メール」3位「天気予報チェック」

「メッセージアプリ」の利用率 男性シニアでは48%、女性シニアでは66%

シニアのスマホでの「メール」「通話」利用率が昨年より大幅下降

【シニアが選んだ〇〇ランキング】

シニアが好きな芸能人 1位「綾瀬はるかさん」2位「明石家さんまさん」3位「木村拓哉さん」

今年、シニアの心に響いた歌 1位「愛の花」2位「アイドル」3位「糸」

NEWS LETTER (調査レポート)

アンケート調査結果

【シニアの楽しみ】

◆シニアの現在の楽しみ 1位「旅行」2位「テレビドラマ」3位「グルメ」4位「映画」5位「読書」

男性シニアの3位は「スポーツ」、女性シニアの1位は「テレビドラマ」

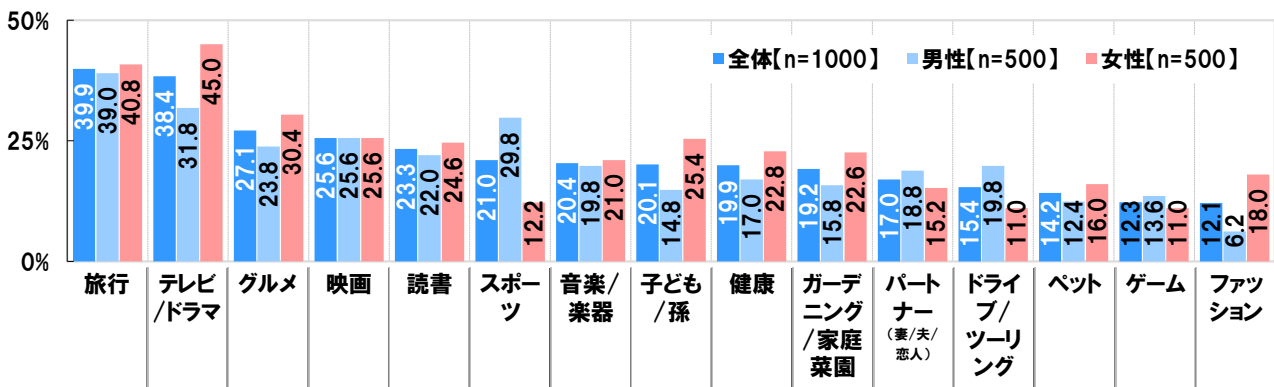
◆「旅行」を現在の楽しみとするシニアの割合が昨年より5ポイント下降

全国のシニア(50歳～79歳)の男女1,000名(全回答者)に、現在の楽しみを聞いたところ、1位「旅行」(39.9%)、2位「テレビドラマ」(38.4%)、3位「グルメ」(27.1%)、4位「映画」(25.6%)、5位「読書」(23.3%)となりました。

男女別にみると、男性では1位「旅行」(39.0%)、2位「テレビドラマ」(31.8%)、3位「スポーツ」(29.8%)、4位「映画」(25.6%)、5位「グルメ」(23.8%)、女性では1位「テレビドラマ」(45.0%)、2位「旅行」(40.8%)、3位「グルメ」(30.4%)、4位「映画」(25.6%)、5位「子ども/孫」(25.4%)でした。(図1)

(図1)

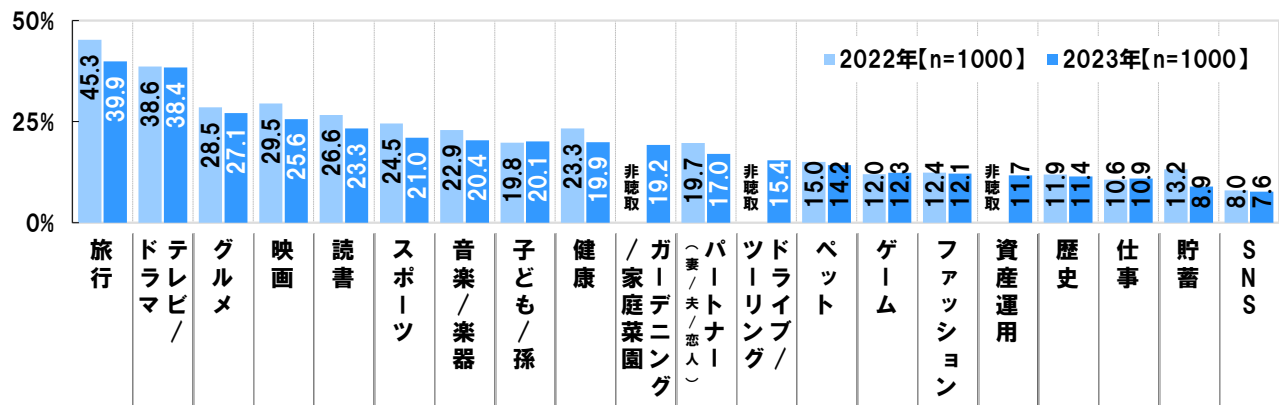
◆現在の楽しみ【複数回答形式】※上位15項目を表示



昨年の調査結果と比較すると、「旅行」は2022年45.3%→2023年39.9%と5.4ポイント下降、「貯蓄」は2022年13.2%→2023年8.9%と4.3ポイント下降しました。止まらない物価上昇による家計負担の増加を受け、大型出費を伴う旅行や、余剰資金による貯蓄を楽しめる人が減少したのではないのでしょうか。(図2)

(図2) 経年調査

◆現在の楽しみ【複数回答形式】※2023年の上位20項目を表示



NEWS LETTER (調査レポート)

◆シニアが旅行のためにかけている金額の平均は2.9万円/月、昨年より0.5万円増加

◆シニアが貯蓄のためにかけている金額の平均は4.4万円/月、2年連続で減少

シニアが楽しみのために使っているお金について質問しました。

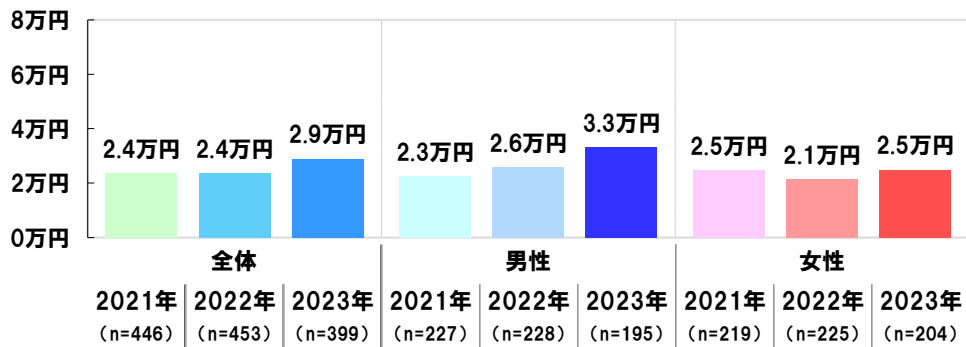
現在の楽しみを“旅行”と回答したシニア(399名)に、旅行に対する1ヶ月の出費を聞いたところ、平均額は2.9万円となりました。過去の調査結果と比較すると、平均額は2022年2.4万円→2023年2.9万円と、昨年と比べて0.5万円増加しました。

男女別にみると、平均額は男性では2022年2.6万円→2023年3.3万円と、昨年と比べて0.7万円増加しました。(図3)

(図3) 経年調査

◆「旅行」に対する1ヶ月の出費(※平均額を表示)

対象:現在の楽しみを旅行と回答した人



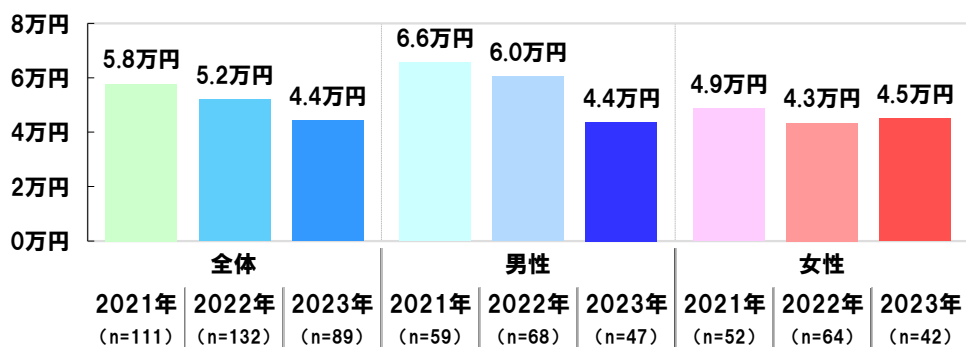
また、現在の楽しみを“貯蓄”と回答したシニア(89名)に、貯蓄に対する1ヶ月の出費を聞いたところ、平均額は4.4万円となりました。過去の調査結果と比較すると、平均額は2021年5.8万円→2022年5.2万円→2023年4.4万円と、2年連続で減少しました。

男女別にみると、平均額は男性では2022年6.0万円→2023年4.4万円と、昨年と比べて1.6万円の大幅減少となりました。(図4)

(図4) 経年調査

◆「貯蓄」に対する1ヶ月の出費(※平均額を表示)

対象:現在の楽しみを貯蓄と回答した人



NEWS LETTER (調査レポート)

【シニアの孫消費】

- ◆最近1年間の“孫消費” TOP3 は「おこづかい・お年玉・お祝い金」「一緒に夕食」「ファッション用品」
- ◆“孫消費”として「一緒に夕食」に出費した人の割合が昨年より6ポイント上昇
- ◆最近1年間の“孫消費”の金額 平均は108,134円、昨年より11,279円減少

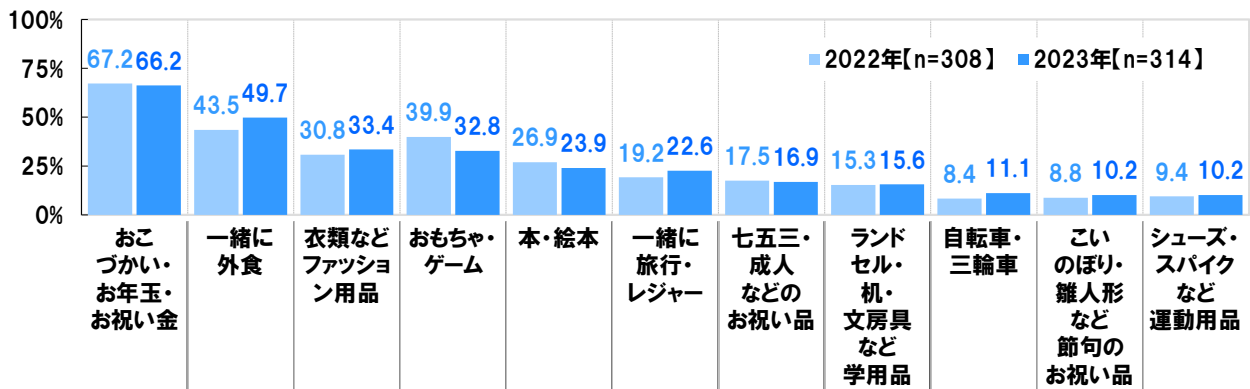
シニアの“孫消費”について質問しました。

孫がいるシニア(314名)に、この1年間で、孫のためにどのようなことにお金を使ったか聞いたところ、1位「おこづかい・お年玉・お祝い金」(66.2%)、2位「一緒に夕食」(49.7%)、3位「衣類などファッション用品」(33.4%)、4位「おもちゃ・ゲーム」(32.8%)、5位「本・絵本」(23.9%)となりました。

昨年の調査結果と比較すると、「一緒に夕食」は2022年43.5%→2023年49.7%と6.2ポイント上昇し、「一緒に旅行・レジャー」は2022年19.2%→2023年22.6%と3.4ポイント上昇しました。新型コロナウイルス関連の行動制限が緩和され、孫との外出に出費をするシニアが増加したのではないのでしょうか。
 (図5)

(図5) 経年調査

◆この1年間で孫のためにお金を使ったこと [複数回答形式] 対象:孫がいる人 ※2023年の上位10項目を表示

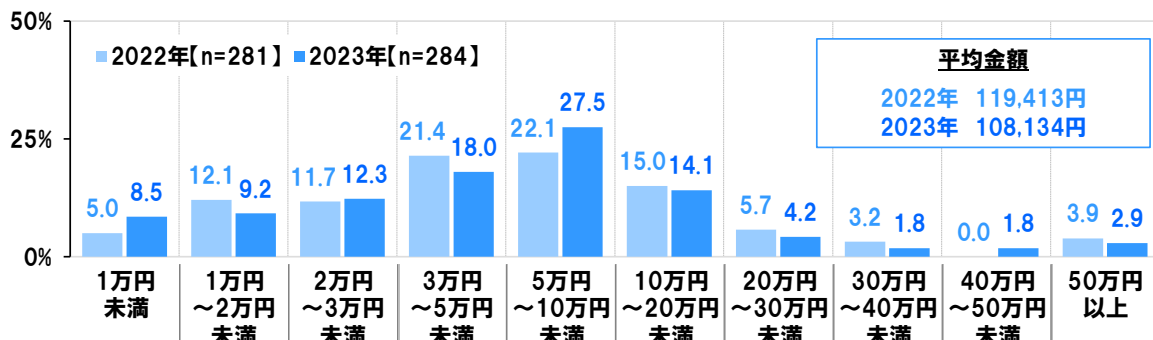


この1年間で、孫のための出費をしたシニア(284名)に、孫のために使った金額を聞いたところ、「5万円～10万円未満」(27.5%)に回答が集まったほか、「3万円～5万円未満」(18.0%)や「10万円～20万円未満」(14.1%)にも回答がみられ、平均額は108,134円となりました。

昨年の調査結果と比較すると、平均額は2022年119,413円→2023年108,134円と、11,279円減少しました。物価上昇が続き、節約意識が高まっているためか、孫消費は縮小傾向にあるようです。
 (図6)

(図6) 経年調査

◆この1年間で孫に使った金額 [単一回答形式] 対象:この1年間で孫のための出費をした人



NEWS LETTER (調査レポート)

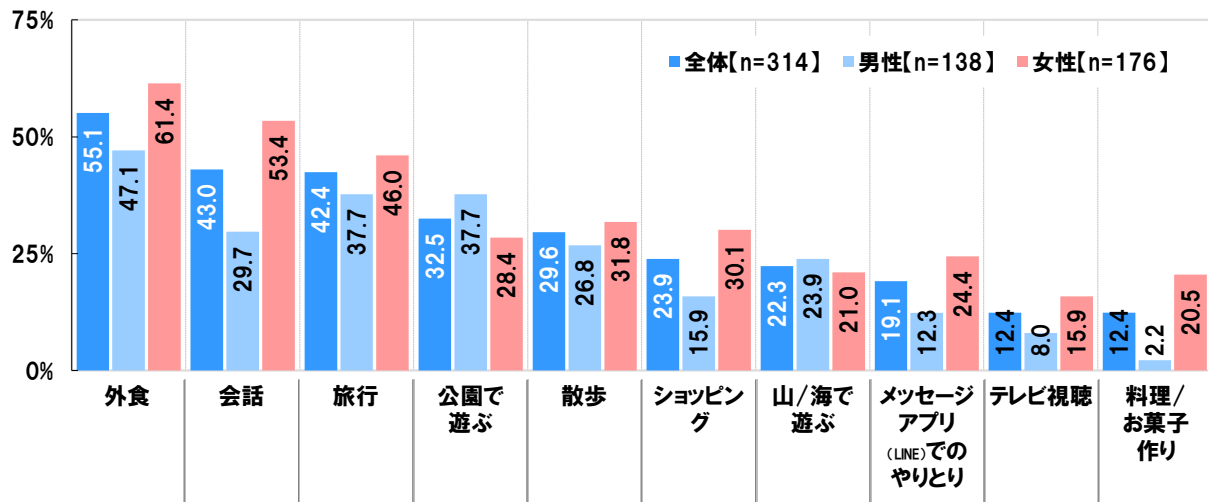
◆シニアが今後、孫としたいこと TOP5 は「外食」「会話」「旅行」「公園で遊ぶ」「散歩」

孫がいるシニア(314名)に、今後、孫とどのようなことをしたいと思うか聞いたところ、1位「外食」(55.1%)、2位「会話」(43.0%)、3位「旅行」(42.4%)、4位「公園で遊ぶ」(32.5%)、5位「散歩」(29.6%)となりました。

男女別にみると、「公園で遊ぶ」(男性37.7%、女性28.4%)は、女性と比べて男性のほうが9.3ポイント高くなりました。男性シニアには、屋外の公園で、孫と思いっきり遊びたいと考える人が多いようです。他方、「会話」(男性29.7%、女性53.4%)は、男性と比べて女性のほうが23.7ポイント高く、また、「メッセージアプリ(LINE)でのやりとり」(男性12.3%、女性24.4%)は、男性と比べて女性のほうが12.1ポイント高くなりました。女性シニアは、男性シニアに比べて孫とおしゃべりやメッセージアプリでのやりとりなどコミュニケーションを取りたいと思う人が圧倒的に多いと思われます。(図7)

(図7)

◆今後、孫としたいこと [複数回答形式] 対象:孫がいる人 ※上位10項目を表示



NEWS LETTER (調査レポート)

【シニアの夫婦観】

◆「老後も配偶者と一緒に暮らしたい」男性シニアでは 88%、女性シニアでは 83%

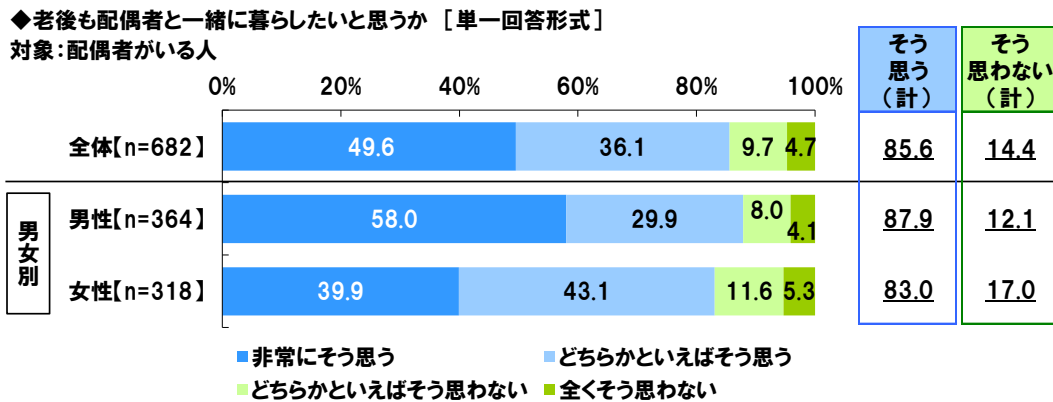
◆「生まれ変わっても今の配偶者と結婚したい」男性シニアでは 73%、女性シニアでは 56%

シニアの夫婦観について質問しました。

配偶者がいるシニア(682名)に、老後も配偶者と一緒に暮らしたいと思うか聞いたところ、「非常にそう思う」が49.6%、「どちらかといえばそう思う」が36.1%で、合計した『そう思う(計)』は85.6%、「全くそう思わない」が4.7%、「どちらかといえばそう思わない」が9.7%で、合計した『そう思わない(計)』は14.4%となりました。シニアの大多数が、これから先の人生を、配偶者とともに過ごしていきたいと希望していることがわかりました。

男女別にみると、『そう思う(計)』と回答した人の割合は、男性 87.9%、女性 83.0%と、女性のほうが4.9ポイント低くなりました。(図8)

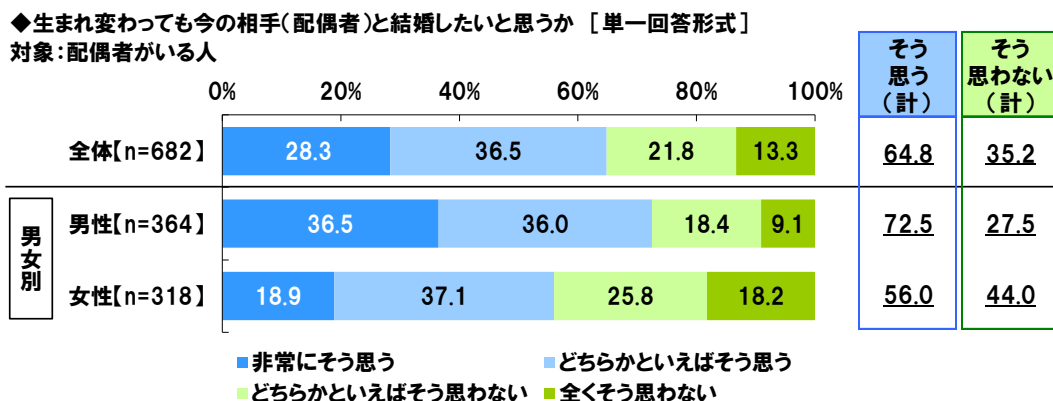
(図8)



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、『そう思う(計)』は64.8%となりました。

男女別にみると、『そう思う(計)』と回答した人の割合は、男性72.5%、女性56.0%と、16.5ポイントの差がみられました。男性シニアと女性シニアで、配偶者に対する意識に大きなギャップがあることが見て取れる結果となりました。(図9)

(図9)



NEWS LETTER (調査レポート)

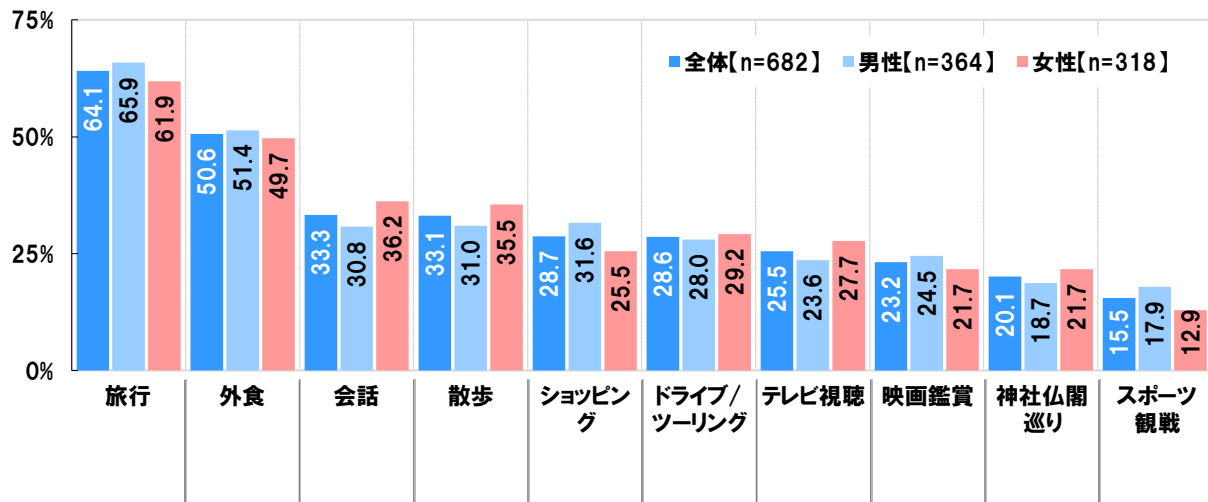
◆シニアが今後、配偶者としたいこと 1位「旅行」2位「外食」3位「会話」4位「散歩」5位「ショッピング」 女性シニアの5位は「ドライブツーリング」

配偶者がいるシニア(682名)に、今後、配偶者とどのようなことをしたいと思うか聞いたところ、1位「旅行」(64.1%)、2位「外食」(50.6%)、3位「会話」(33.3%)、4位「散歩」(33.1%)、5位「ショッピング」(28.7%)となりました。配偶者と一緒に、旅行や外食といったお出かけを楽しみたいと考えるシニアが多いようです。

男女別にみると、男女とも1位「旅行」(男性65.9%、女性61.9%)、2位「外食」(男性51.4%、女性49.7%)となり、男性では3位「ショッピング」(31.6%)、4位「散歩」(31.0%)、5位「会話」(30.8%)、女性では3位「会話」(36.2%)、4位「散歩」(35.5%)、5位「ドライブツーリング」(29.2%)と続きました。女性シニアは、配偶者との会話を重視した活動を好む傾向があると思われます。(図10)

(図10)

◆今後、配偶者としたいこと [複数回答形式] 対象:配偶者がいる人 ※上位10項目を表示



NEWS LETTER (調査レポート)

【シニアのスマホ利用】

◆シニアが日頃スマホで行っていること 1位「インターネット検索」2位「メール」3位「天気予報チェック」

◆「メッセージアプリ」の利用率 男性シニアでは48%、女性シニアでは66%

◆シニアのスマホでの「メール」「通話」利用率が昨年より大幅下降

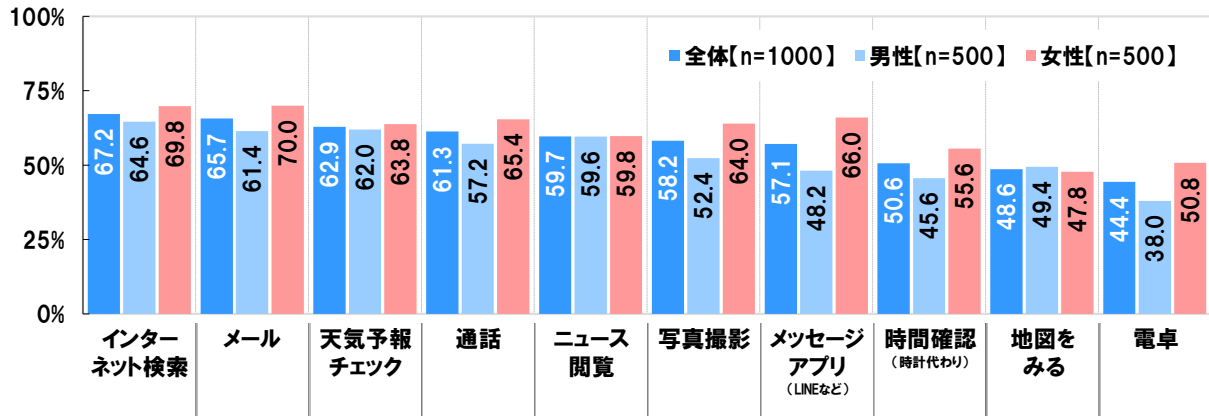
シニアのスマートフォンの使い方について質問しました。

全回答者(1,000名)に、日頃、スマートフォンで行っていることを聞いたところ、1位「インターネット検索」(67.2%)、2位「メール」(65.7%)、3位「天気予報チェック」(62.9%)、4位「通話」(61.3%)、5位「ニュース閲覧」(59.7%)となりました。

男女別にみると、「メッセージアプリ(LINEなど)」(男性48.2%、女性66.0%)は、男性と比べて女性のほうが17.8ポイント高くなりました。女性シニアには、メッセージアプリを日常の連絡手段として利用している人が多いようです。(図11)

(図11)

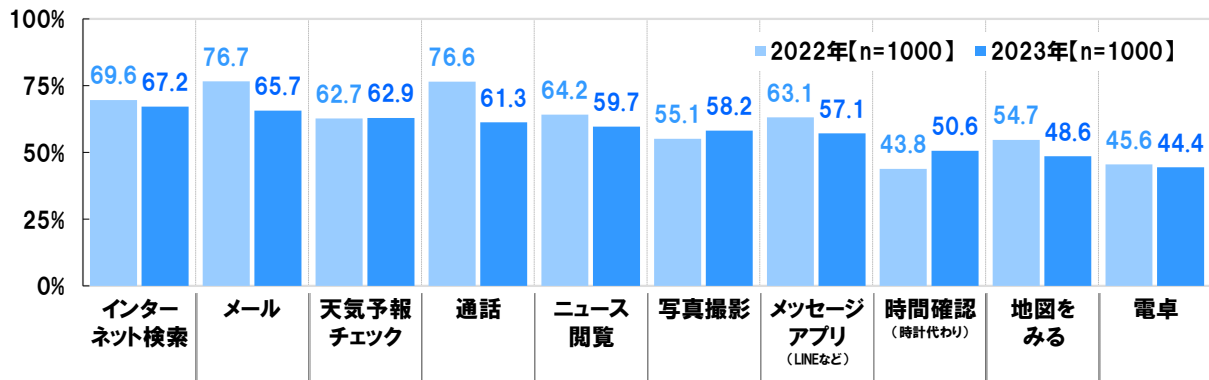
◆日頃、スマートフォンで行っていること [複数回答形式] ※上位10項目を表示



昨年の調査結果と比較すると、「メール」(2022年76.7%→2023年65.7%)は11.0ポイント下降、「通話」(2022年76.6%→2023年61.3%)は15.3ポイント下降し、「メール」は2022年1位→2023年2位、「通話」は2022年2位→2023年4位とそれぞれ順位を下げました。スマートフォンを使って、メールや電話でやり取りをするシニアが減少していることが明らかになりました。他方、「時間確認(時計代わり)」(2022年43.8%→2023年50.6%)は6.8ポイント上昇しました。外出先などで、腕時計の代わりにスマートフォンの表示を見て時間を確認するシニアが増えているのではないのでしょうか。(図12)

(図12) 経年調査

◆日頃、スマートフォンで行っていること [複数回答形式] ※2023年の上位10項目を表示



NEWS LETTER (調査レポート)

【シニアが選んだ〇〇ランキング】

◆シニアが好きな芸能人 1位「綾瀬はるかさん」2位「明石家さんまさん」3位「木村拓哉さん」

◆今年、シニアの心に響いた歌 1位「愛の花」2位「アイドル」3位「糸」

全回答者(1,000名)に、好きな芸能人を聞いたところ、1位「綾瀬はるかさん」、2位「明石家さんまさん」、3位「木村拓哉さん」となりました。

男女別にみると、男性回答では1位「明石家さんまさん」、2位「綾瀬はるかさん」、3位「加山雄三さん」、女性回答では1位「木村拓哉さん」、2位「天海祐希さん」「福山雅治さん」と、上位の顔ぶれが男女で異なる結果となりました。(図13)

(図13)

◆好きな芸能人 [自由回答形式] ※上位10位までを表示

	全体(n=1000)	名
1位	綾瀬はるか	20
2位	明石家さんま	17
3位	木村拓哉	13
4位	天海祐希	12
	福山雅治	12
6位	タモリ	8
	吉永小百合	8
8位	大泉洋	7
	広瀬すず	7
10位	加山雄三	6
	北川景子	6

	男性(n=500)	名		女性(n=500)	名
1位	明石家さんま	14	1位	木村拓哉	13
2位	綾瀬はるか	11	2位	天海祐希	11
3位	加山雄三	6		福山雅治	11
4位	北川景子	5	4位	綾瀬はるか	9
	タモリ	5	5位	吉永小百合	6
	広瀬すず	5	6位	ディーン・フジオカ	5
	矢沢永吉	5	7位	目黒蓮	4
8位	新垣結衣 / 今田美桜 / 大泉洋 / 川口春奈 / サンドウィッチマン / 浜辺美波 / 吉岡里帆	4	8位	明石家さんま / 赤楚衛二 / アンミカ / 大泉洋 / 佐藤健 / 永瀬廉 / 小田和正 / 菅田将暉 / 竹野内豊 / タモリ / BTS / 中村雅俊 / 松任谷由実	3

NEWS LETTER (調査レポート)

次に、今年、心に響いた歌を聞いたところ、1位「愛の花(あいみょん)」、2位「アイドル(YOASOBI)」、3位「糸(中島みゆき)」となりました。NHK連続テレビ小説『らんまん』の主題歌である「愛の花」に心を動かされたシニアが多いようです。

男女別にみると、男性回答では1位「アイドル(YOASOBI)」、2位「新時代(Ado)」、3位「愛の花(あいみょん)」「糸(中島みゆき)」となりました。アニメ『推しの子』のオープニング主題歌で、Billboard The Global Excl. U.S.など多数のチャートで1位を獲得した「アイドル」がトップでした。女性回答では1位「愛の花(あいみょん)」、2位「アイドル(YOASOBI)」、3位「Subtitle(Official 髭男dism)」となりました。(図14)

(図 14)

◆今年、心に響いた歌 [自由回答形式] ※上位5位までを表示

全体[n=1000]			男性[n=500]			女性[n=500]		
順位	曲名	名	順位	曲名	名	順位	曲名	名
1位	愛の花(あいみょん)	24	1位	アイドル(YOASOBI)	11	1位	愛の花(あいみょん)	20
2位	アイドル(YOASOBI)	17	2位	新時代(Ado)	5	2位	アイドル(YOASOBI)	6
3位	糸(中島みゆき)	7	3位	愛の花(あいみょん)	4	3位	Subtitle(Official 髭男dism)	5
4位	新時代(Ado)	6	4位	糸(中島みゆき)	4	4位	アイノカタチ feat. HIDE(GReeeeN) (MISIA)	4
	Subtitle(Official 髭男dism)	6		マリーゴールド(あいみょん)	4			
	マリーゴールド(あいみょん)	6	5位	オトナブルー(新しい学校のリーダーズ) / 残響散歌(Aimer) / 雪の華(中島美嘉) / マリーゴールド(あいみょん) / メロディー(玉置浩二) / 時代(中島みゆき) / 海 その愛(加山雄三) / 神田川(かぐや姫) / 愛燦燦(美空ひばり/小椋佳) / Let It Be(ビートルズ) / 上を向いて歩こう(坂本九)	2			

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場合がございます。

《調査概要》

- ◆調査タイトル :シニアの生活意識調査2023
- ◆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 :2023年7月27日～7月28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×年代区分が均等になるように抽出)

(内訳)

	50代	60代	70代	計
男性	250s	125s	125s	500s
女性	250s	125s	125s	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、お願い申し上げます。

■■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 斎藤、堀島
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 高橋 薫
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