

報道関係各位

2025年11月26日
株式会社クロス・マーケティング

普段の生活に疲れやストレスを強く感じている40～50代 目の衰えを自覚している人は、18～29歳でも半数

－健康に関する実態・意識調査（2025年11月定点ココロスタイルリサーチ）－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2025年11月、全国18～79歳の男女3,000名を対象に「健康に関する実態・意識調査（2025年11月定点ココロスタイルリサーチ）」を行いました。本調査は、生活者の意識やライフスタイルの変化の兆しを捉えることを目的として、定点で実態・意識調査を実施するものです。今回は健康編として、自分の健康状態、疲れとストレスの状況、疲れを感じる理由、ストレス解消法、身体の衰えの自覚、名称に対する年齢イメージをピックアップし分析をしました。

■調査結果（一部抜粋）

- ✓ 【健康状態】 自分の健康に対し「きわめて健康」は8%、「まあ健康」は53%、合わせて健康であると思っている人は61%と前年と同じ結果である。ほぼすべての年代で「きわめて健康」よりも「きわめて健康ではない」が上回り、若い世代ほど高まる傾向にある。<図1>
- ✓ 【疲れとストレスの状況】 普段の生活で「ほぼ毎日、疲れたと感じる」は24%と「たまに、疲れたと感じる」46%と合わせて70%の人が疲れを実感。毎日の生活でイライラやストレスを「しばしば感じる」は22%、「たまに感じる」39%と合わせて61%はストレスを感じている。40～50代は生活における疲れやストレスの度合いがいずれも強い年代であった。<図2> 疲れを感じる理由としては「睡眠時間が足りない」「運動不足」「心配ごとや悩みごとが多い」がTOP3。若い年代ほど、睡眠時間の不足や心配・悩みごとを疲れの理由としてあげていた。70代は「季節の変わり目」「なかなか寝付けない／夜中に目が覚める」が2～3番手にあがる。<図3> ストレス解消法は「テレビ・映画・動画を観る」「睡眠を充分にとる」「好きなものを食べる」「音楽を聴く」が2割台で上位。18～29歳は「音楽を聴く」が35%と1番手、70代では「散歩など軽い運動をする」が29%と2番手にあがった。<図4>
- ✓ 【身体の衰えの自覚】 身体の衰えを自覚する年代は、18～29歳から「目（視力）」、40代から「記憶力」「歩く力（足腰）」「握力（物をつかむ、ひねる力）」で半数を超えた。目については、18～29歳、30代の若い世代の半数以上が衰えたと自覚している。また、老眼の症状が現れる50代の54%が生活に不便を感じていた。<図5>
- ✓ 【名称に対する年齢イメージ】 名称に対する年齢イメージを実数で確認した。「シニア」は平均で63.4歳、「高齢者」は70.1歳、「お年寄り」は72.0歳。実際の年齢にかかわらず「シニア」の年齢イメージは大きく変わらない。「高齢者」「お年寄り」は55～59歳を境に年齢イメージが高くなる。<図6>

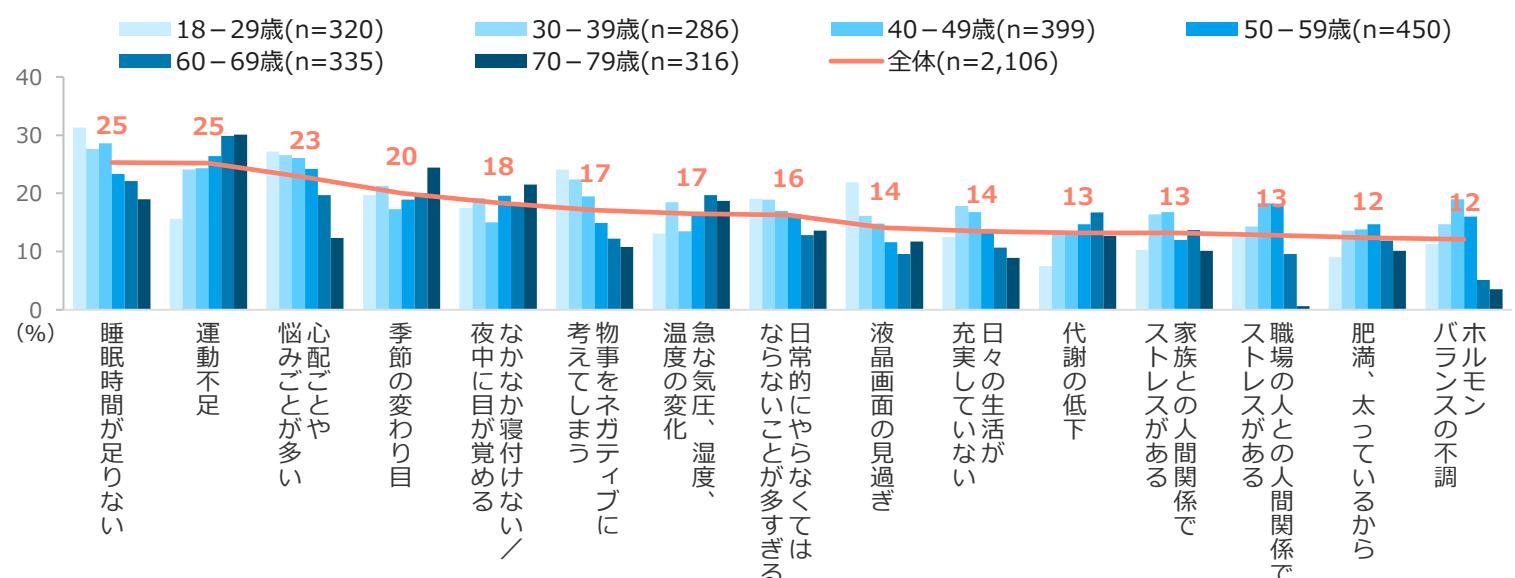
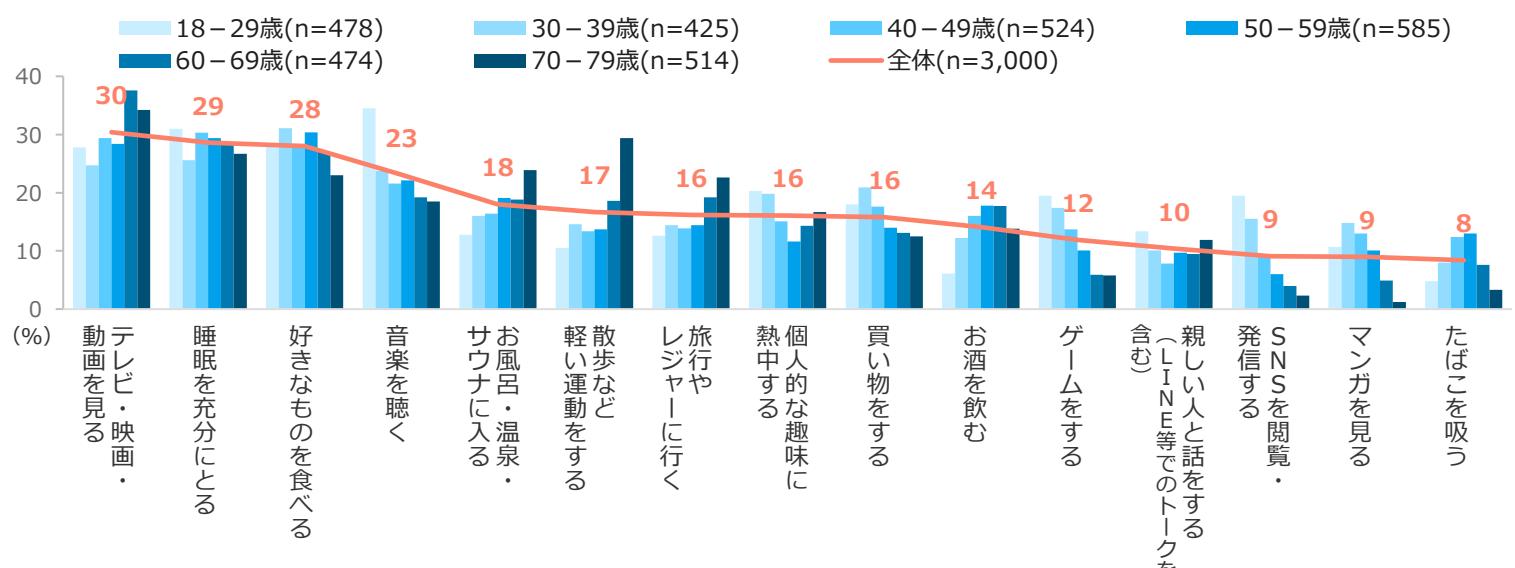
◆詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/20251126kokoro>

<図1> 自分の健康状態（単一回答）

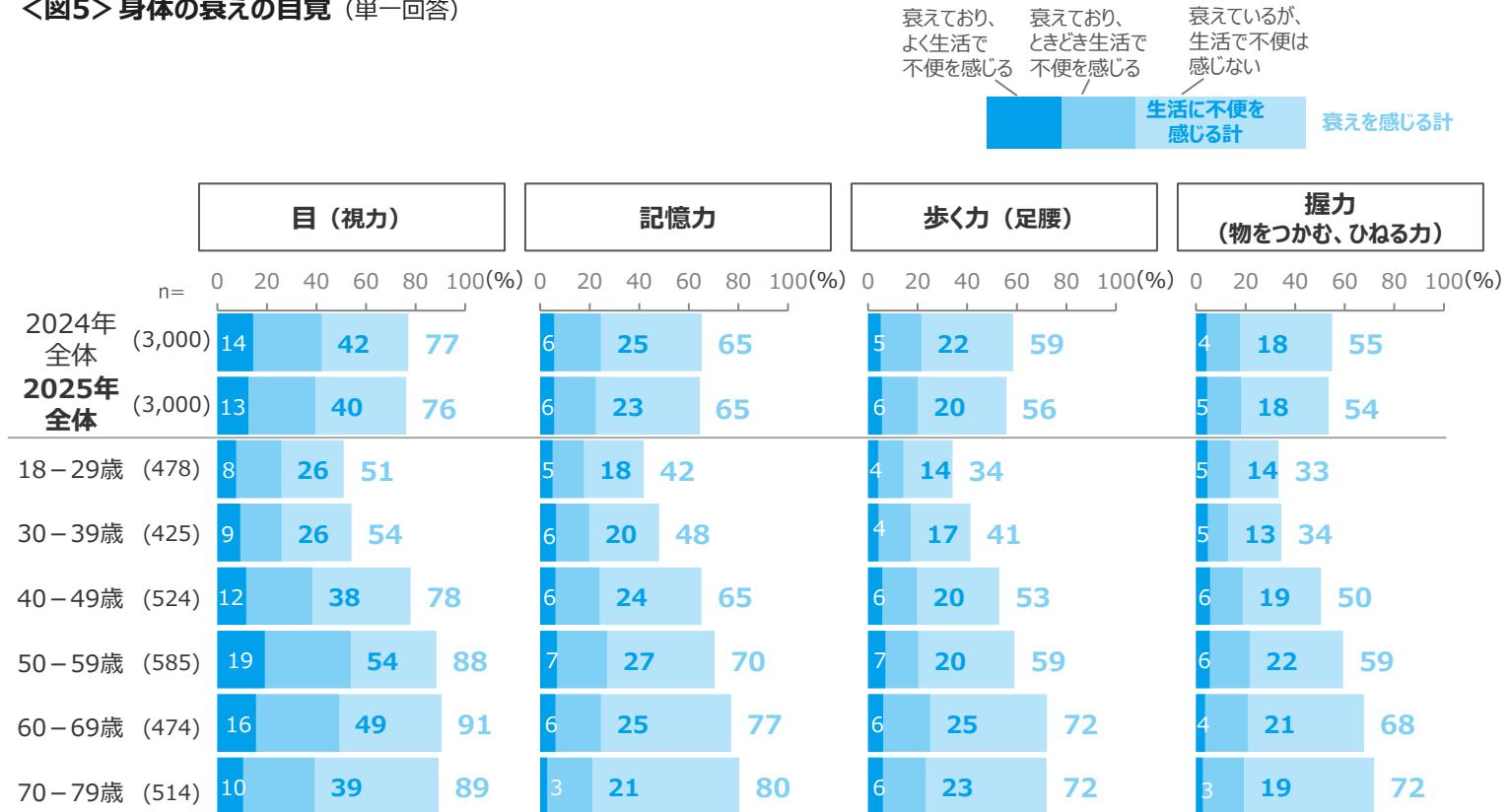
	n=	きわめて 健康である と思っている	まあ 健康である と思っている	あまり 健康ではない と思っている	きわめて 健康ではない と思っている	健康である と思っている 計
2024年 全体	(3,000)	7	54	29	10	61
2025年 全体	(3,000)	8	53	30	10	61
18～29歳	(478)	12	49	26	14	61
30～39歳	(425)	12	48	29	11	60
40～49歳	(524)	9	49	32	10	58
50～59歳	(585)	7	53	30	10	60
60～69歳	(474)	4	55	33	8	59
70～79歳	(514)	4	63	27	6	67
						(%)

<図2> 疲れとストレスの状況 (単一回答)

n=	疲れの状況				感じる 計	ストレスの状況				感じる 計
	ほぼ毎日、疲れたと感じる	たまに、疲れたと感じる	あまり、疲れは感じない	ほとんど疲れは感じない、全く疲れは感じない		しばしば感じる	たまに感じる	あまり感じない	ほとんど感じない、全く感じない	
全体 (3,000)	24	46	18	12	70	22	39	23	16	61
18-29歳 (478)	26	41	13	20	67	23	38	16	23	61
30-39歳 (425)	24	43	14	19	67	24	37	17	23	61
40-49歳 (524)	32	44	12	12	76	33	37	17	14	69
50-59歳 (585)	32	46	15	9	77	24	46	19	12	70
60-69歳 (474)	19	51	23	7	71	17	40	31	12	57
70-79歳 (514)	11	51	31	7	62 (%)	10	37	38	15	47 (%)

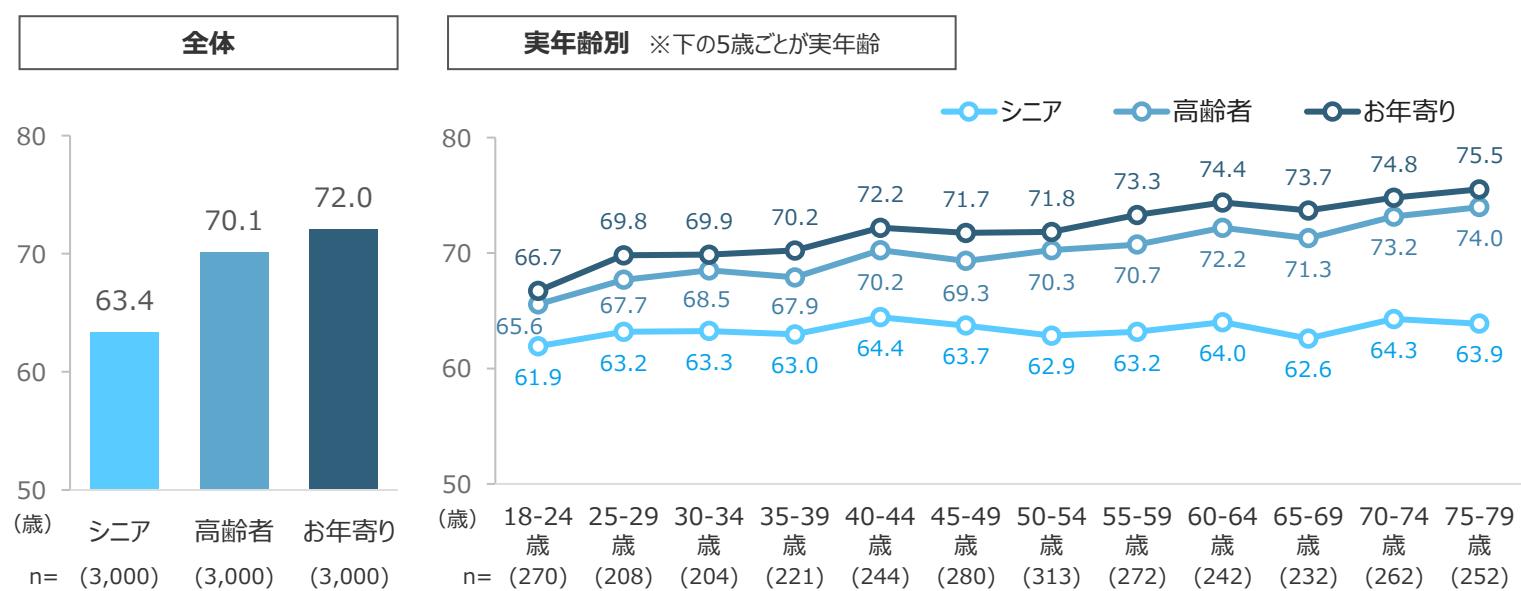
<図3> 疲れを感じる理由 (複数回答) ※ベース: 疲れたと感じる人／上位15項目を抜粋

<図4> ストレス解消法 (複数回答) ※上位15項目を抜粋


<図5> 身体の衰えの自覚（単一回答）



<図6> 各名称の年齢イメージ／各年代での平均年齢 (実数記述: n=3,000)

※「シニア」「高齢者」「お年寄り」は、何歳以上の人があてはまると思うかを聴取し、その回答の平均年齢をグラフ化



■レポート項目一覧

- 属性設問
(性別/年齢/未既婚/居住地/子どもの有無/同居人数/同居家族/同居子ども・孫の学齢/職業/住まい/世帯年収/ポテンシャル・ニーズ・クラスター)
- 調査結果サマリー

▼調査結果：景況感・生活全体の意識

- 生活満足度
- 生活領域別満足度/注力度
- 生活価値観・意識
- 生活関連の意識
- 現在の暮らし向き

▼調査結果：健康について

- 健康状態
- 健康維持・管理のために注意していること
- 健康のために摂取したい栄養成分
- 病気など身体の状態
- 医師との関係や治療に対する態度・行動
- 喫煙状況
- 飲酒状況
- 運動の実施状況
- 運動の種類
- 運動する場所

- ストレスの状況
- ストレスの解消方法
- 疲れの状況
- 疲れを感じる理由
- 身体の衰えの自覚
- 実年齢と見た目年齢の差
- 各名称の年齢イメージ（シニア/高齢者/お年寄り/おじさん/おばさん/おじいさん/おばあさん）

▼時系列データ集

▼参考資料

- ポテンシャル・ニーズ・クラスター（PNCL）について

◆レポートのダウンロードはこちらから

<https://www.cross-m.co.jp/report/20251126kokoro>

■調査概要

調査手法	： インターネットリサーチ	調査期間	： 2025年11月5日（水）～7日（金）
調査地域	： 全国47都道府県	有効回答数	： 本調査3,000サンプル
調査対象	： 18～79歳の男女、人口構成比に合わせて割付		※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名	： 株式会社クロス・マーケティング https://www.cross-m.co.jp/
所在地	： 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
設立	： 2003年4月1日
代表者	： 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
事業内容	： マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当：マーケティング部 TEL：03-6859-1192 FAX：03-6859-2275

E-mail：pr-cm@cross-m.co.jp

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

〈例〉「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると…」