Cross Marketing

News Release

報道関係各位

2026年11月27日
株式会社クロス・マーケティング

耳の衰えを自覚している人は、前年より増加し51%
年齢のイメージは、高齢者70歳、シニア63歳、おじさんとおばさんは49歳

－健康に関する実態・意識調査（2026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、2026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（2026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、脳の健康への関心度、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52%、合わせて健康であると思っている人は60%と3年連続同水準。20代は「きわめて健康」が高いが、30～70代は「きわめて健康」よりも「きわめて健康ではない」が上回る。＜図1＞

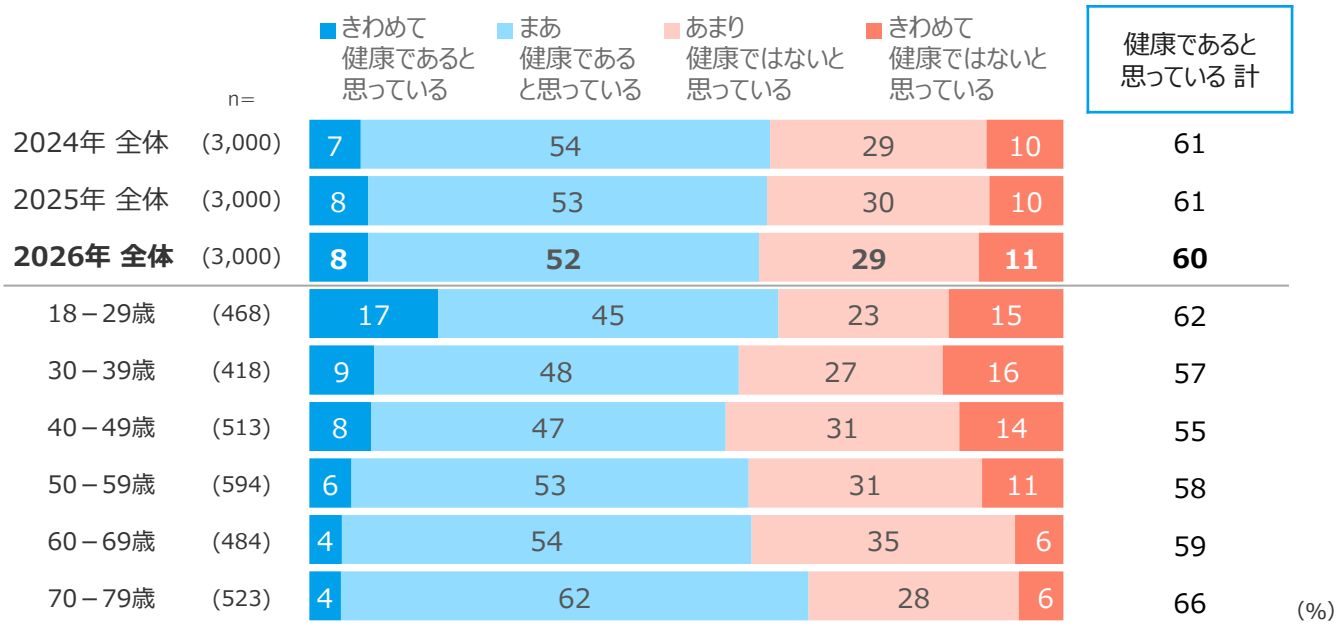
✓ **【疲れとストレスの状況】** 普段の生活で「ほぼ毎日、疲れたと感じる」は25%、「たまに、疲れたと感じる」45%と多くの人が疲れを感じている。毎日の生活でイライラやストレスを「しばしば感じる」は21%、「たまに感じる」38%で合わせて60%はストレスを実感。40～50代は疲れやストレスの度合いがいずれも強い。＜図2＞疲れを感じる理由としては「睡眠時間が足りない」「運動不足」「心配ごとや悩みごとが多い」がTOP3。若い年代ほど、「睡眠時間が足りない」「心配ごとや悩みごとが多い」「物事をネガティブに考えてしまう」の理由が高まる。＜図3＞ストレス解消法は「テレビ・映画・動画を見る」「睡眠を充分にとる」「好きなものを食べる」「音楽を聴く」が2割台。18～29歳は「音楽を聴く」が1位にあがる。＜図4＞

✓ **【脳の健康への関心度・身体の衰えの自覚】** 脳の健康は、運動機能、感覚機能、思考・学習・記憶などの認知機能が適切に保たれている状態として聴取した。脳の健康への関心度は、「関心がある」23%、「やや関心がある」40%で、合わせて63%は関心を示した。年代が高まるほど関心度は高まり、60代は73%、70代は81%に達する。＜図5＞身体の衰えを自覚するものとしては、「目（視力）」76%、「記憶力」66%、「歩く力（足腰）」57%、「握力（物をつかむ、ひねる力）」55%、「耳（聞こえ）」51%と5項目は半数を超えた。耳のみ前年より5pt増加し、それ以外の衰えに関しては3年間同様な数値で推移している。＜図6＞

✓ **【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。「高齢者」は平均で70.0歳、「シニア」は63.2歳、「おじさん」は49.1歳、「おばさん」は49.0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。実年齢が60～64歳を過ぎてからは「シニア」と「おじさん」「おばさん」の年齢イメージの差が縮まる結果となった。＜図7＞

◆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/20261127kokoro

＜図1＞自分の健康状態（単一回答）

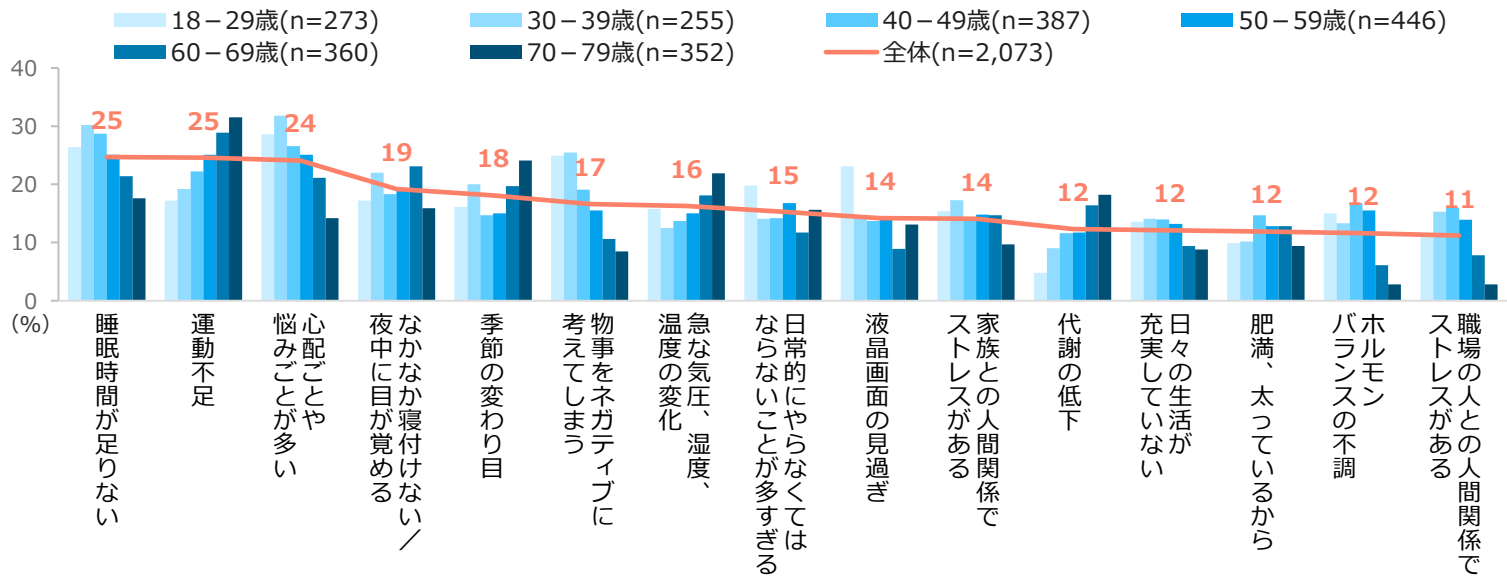


<図2> 疲れとストレスの状況（単一回答）

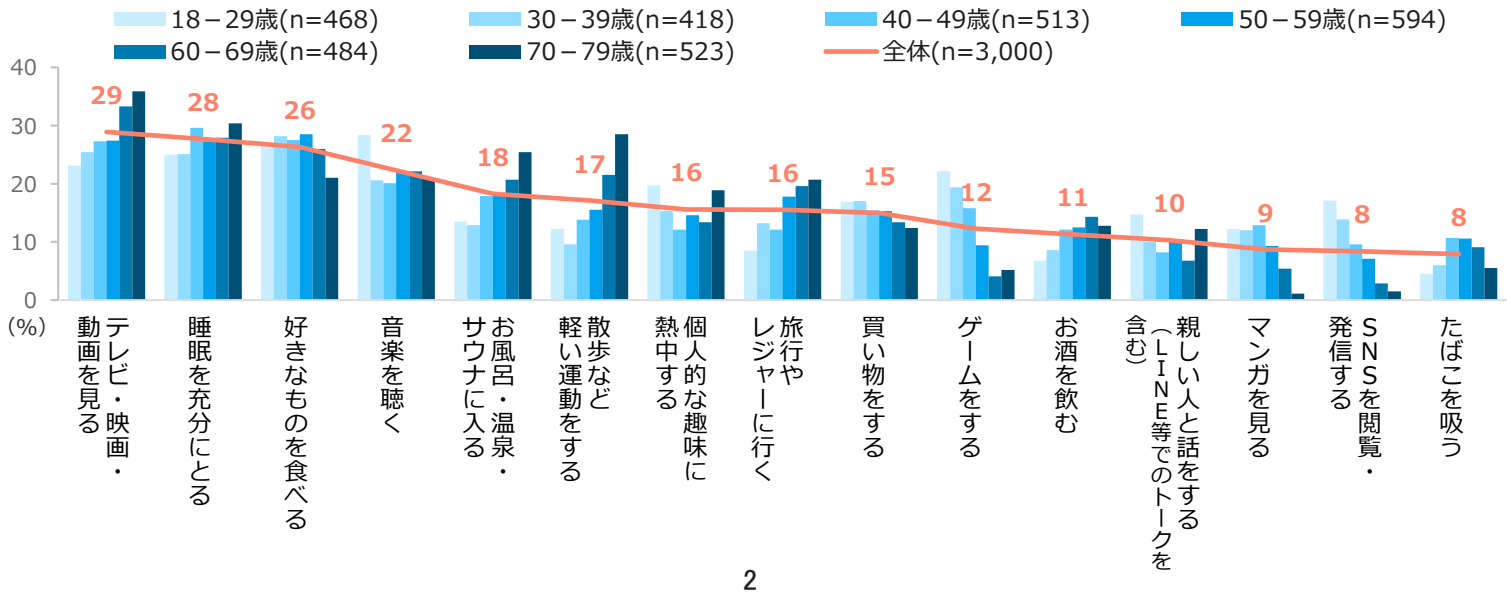
	n=	疲れの状況 ほぼ毎日、疲れたと感じる	たまに、疲れたと感じる	あまり、疲れは感じない	ほとんど疲れは感じない、全く疲れは感じない	感じる計	ストレスの状況 しばしば感じる	たまに感じる	あまり感じない	ほとんど感じない、全く感じない	感じる計
2025年 全体	(3,000)	24	46	18	12	70	22	39	23	16	61
2026年 全体	(3,000)	**25**	**45**	**18**	**13**	**69**	**21**	**38**	**22**	**18**	**60**
18－29歳	(468)	24	35	16	26	58	21	33	18	28	54
30－39歳	(418)	27	34	17	22	61	24	30	18	28	54
40－49歳	(513)	32	43	11	14	75	29	38	14	19	67
50－59歳	(594)	29	46	15	10	75	28	40	19	13	68
60－69歳	(484)	21	54	19	7	74	17	47	24	12	64
70－79歳	(523)	14	53	28	5	67	8	40	39	13	48

(%)　(%)

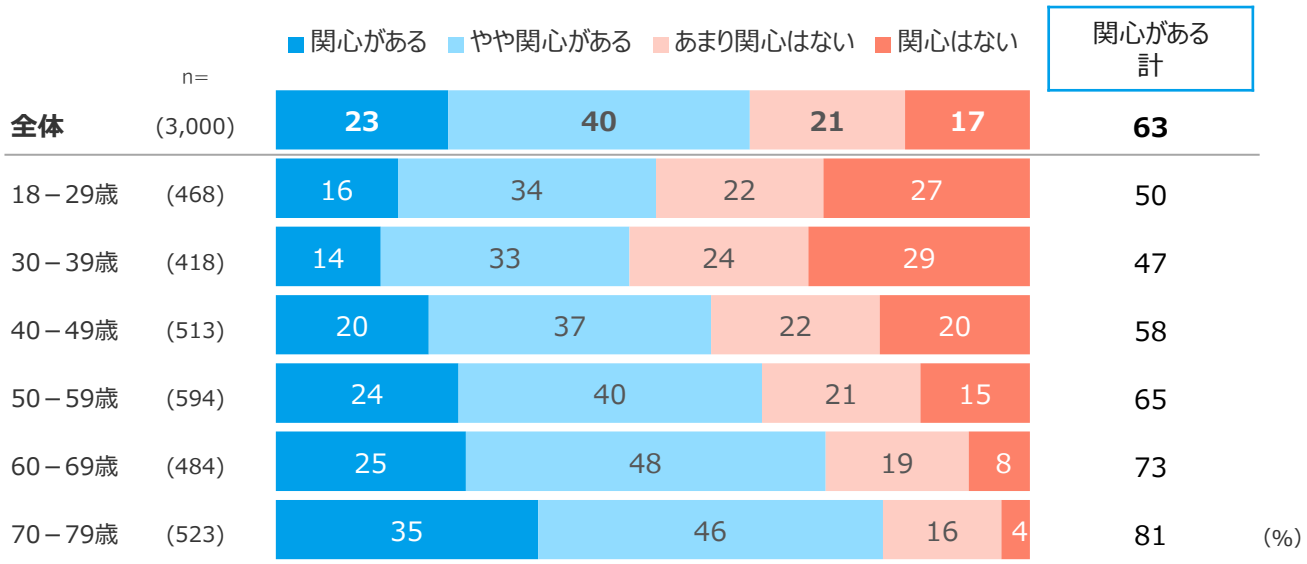
<図3> 疲れを感じる理由（複数回答）※ベース：疲れたと感じる人／上位15項目を抜粋



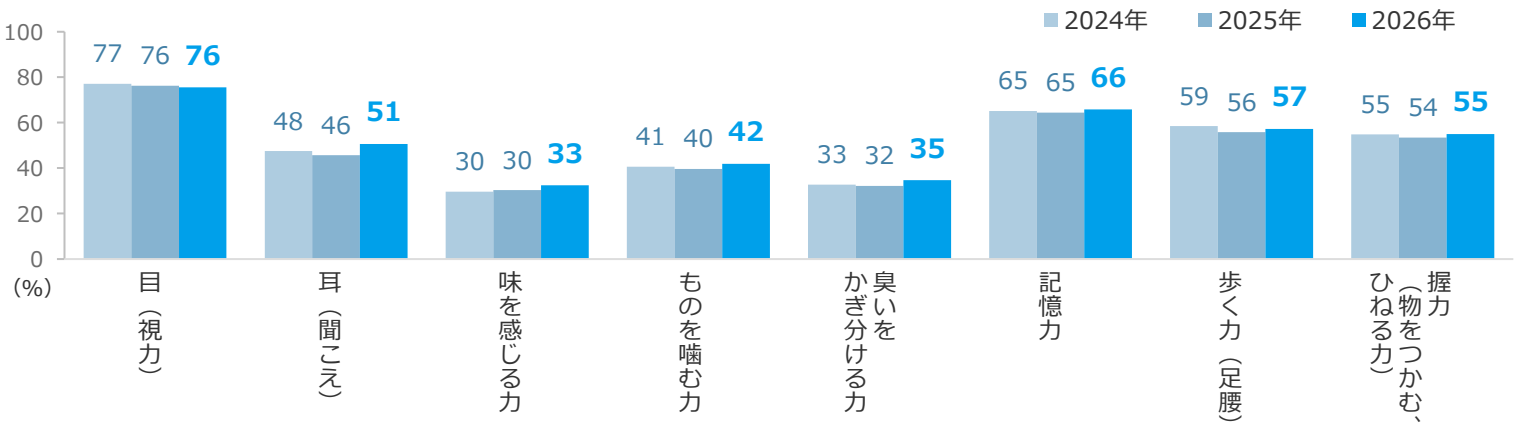
<図4> ストレス解消法（複数回答）※上位15項目を抜粋



＜図5＞脳の健康への関心度（単一回答）
※脳の健康とは、運動機能、感覚機能、思考・学習・記憶などの認知機能が適切に保たれている状態と呈示し関心度を聴取

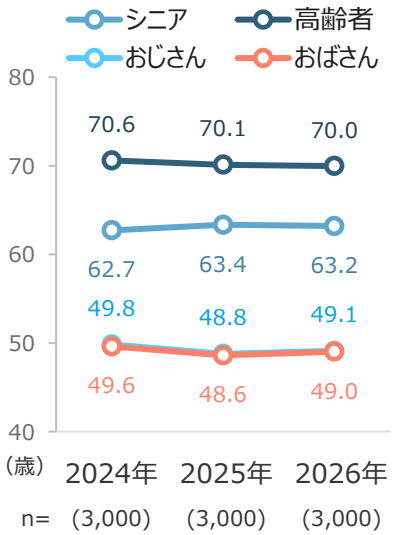


＜図6＞身体の衰えの自覚（各単一回答：n=3,000）
※4段階で聴取／衰えているが、生活で不便は感じない＋衰えており、ときどき生活で不便を感じる＋衰えており、よく生活で不便を感じる割合

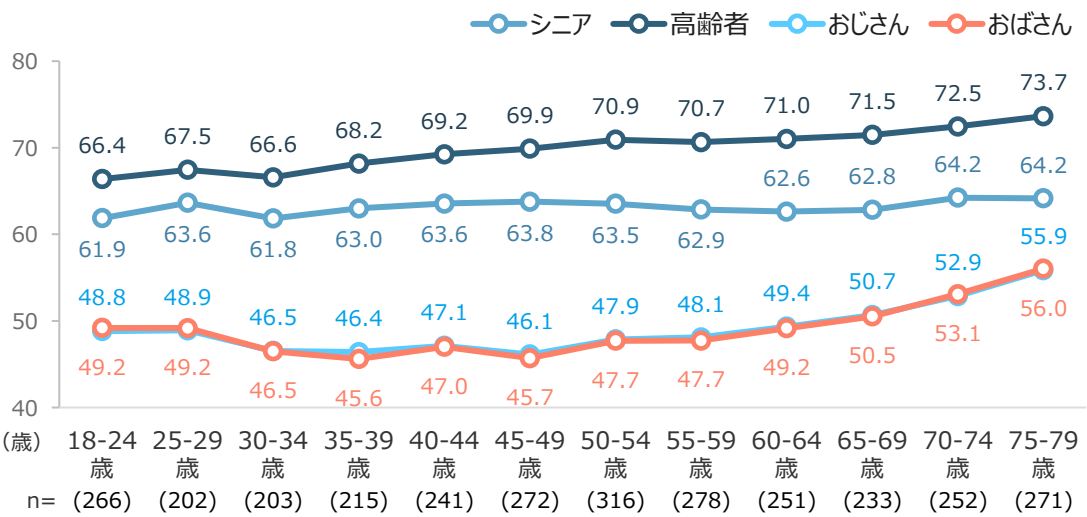


＜図7＞各名称の年齢イメージ／各年代での平均年齢（実数記述：n=3,000）
※「シニア」「高齢者」「おじさん」「おばさん」は、何歳以上の人があてはまると思うかを聴取し、その回答の平均年齢をグラフ化

全体



実年齢別 ※下の5歳ごとが実年齢



■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
□ 脳の健康への関心度
□ 脳の健康維持への取り組み
□ 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/20261127kokoro

■調査概要

調査手法 ： インターネットリサーチ
調査地域 ： 全国47都道府県
調査対象 ： 18～79歳の男女、人口構成比に合わせて割付
調査期間 ： 2026年11月4日（水）～5日（木）
有効回答数 ： 本調査3,000サンプル
※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 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・・・」