株式会社ADKホールディングス
経営企画本部
〒105-6312 東京都港区虎ノ門 1-23-1
Tel 03-6830-3855 Fax 03-5253-6456 www.adk.jp

2026 年 11 月 27 日

友人との飲食などにこづかいを使う 70 代女性は約半数、20 代女性に近い水準。
ADK マーケティング・ソリューションズ、『今どきシニアの最新調査結果 2026』を発表。

～シニア世代のデジタルサービス利用浸透や、“一人を楽しむ”意識への兆しも明らかに～

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、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ています。このたび「ADK 生活者総合調査」より『今どきシニアの最新調査結果 2026』を発表しました。



近年、高齢者人口が増加し続けるなか、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消費意識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、今年度の調査では、友人との飲食などにこづかいを使うと回答した割合は 70 代女性で 48.4%となり、20 代女性の 50.7%に近い水準であることが分かりました。また、シニアの 53.1%がネットバンキングを利用しており、「子ども」をよりどころとして挙げたシニア世代の割合が低下。その他、2024～2026 年の 3 年比較により「一人の時間を楽しく過ごす」シニア世代の傾向が見えてきました。

＜サマリー＞

- 70 代女性の 48.4%が「友人との飲食など」にこづかいを使用。20 代女性に近い水準。
- シニア世代の 53.1%が「ネットバンキング」を利用。70 代男性は「ネットショッピング」、70 代女性は「キャッシュレス決済」が昨年より上昇。
- シニア世代の「よりどころ」から昨年よりも「子ども」が減少。
- シニア世代が「お金をかけている商品・サービス」では、一昨年比で「家族と楽しく過ごす」ための消費意向が低下し、「一人の時間を楽しく過ごす」ための消費意向が上昇傾向に。

株式会社ADKホールディングス
経営企画本部
〒105-6312 東京都港区虎ノ門 1-23-1
Tel 03-6830-3855 Fax 03-5253-6456 www.adk.jp

■ シニア世代の「こづかい」事情。70 代女性の「48.4%」が友人との飲食などにこづかいを使用。20 代女性に近い水準。

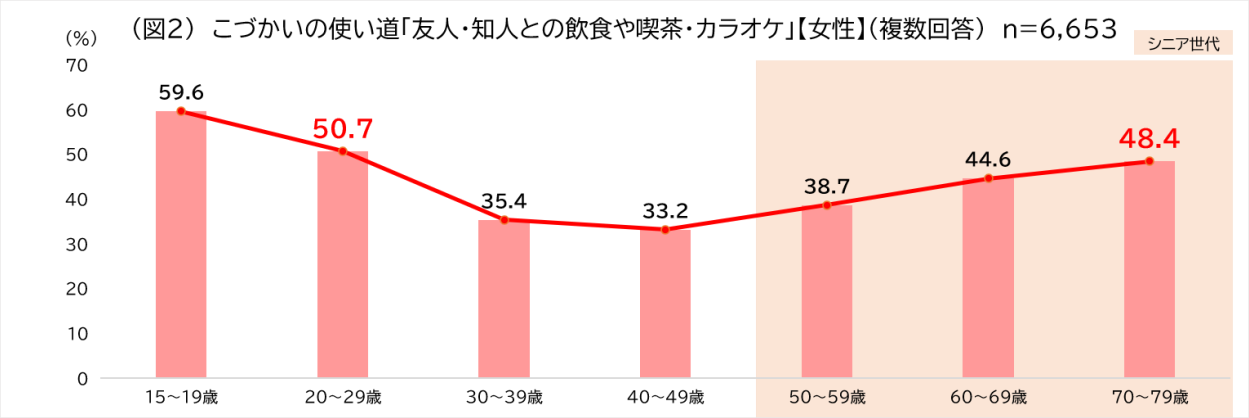
「1 か月に自由に使えるこづかいの使い道」を複数回答で尋ねたところ、シニア世代全体で回答が多かったのは、「外での飲食代・喫茶費」（36.6%）、「友人・知人との飲食や喫茶・カラオケ」（32.8%）、「趣味・娯楽費」（30.6%）の順で、49 歳以下でも上位 3 項目の順番は同じでした。（図 1）

n=13,408（単位:%）

（順位）	（図1） 1か月に自由に使えるこづかいの使い道（複数回答）	シニア全体（50歳以上）	男女49歳以下	差分
1	外での飲食代・喫茶費	36.6	37.3	-0.7
2	友人・知人との飲食や喫茶・カラオケ	32.8	36.6	-3.8
3	趣味・娯楽費	30.6	33.5	-2.9
4	美容・理容・化粧品	27.9	24.4	3.5
5	衣料・アクセサリー・小物	27.7	26.1	1.6
6	映画・演劇・コンサート・スポーツ観戦など	24.0	20.8	3.2
7	家族との外食	23.0	19.1	3.9
8	日帰りのレジャー・国内旅行	21.6	17.8	3.8
9	宿泊を伴う旅行	20.8	17.0	3.8
10	嗜好品（酒・タバコなど）	19.9	12.7	7.2

（図 1）1 か月に自由に使えるこづかいの使い道＜TOP10＞

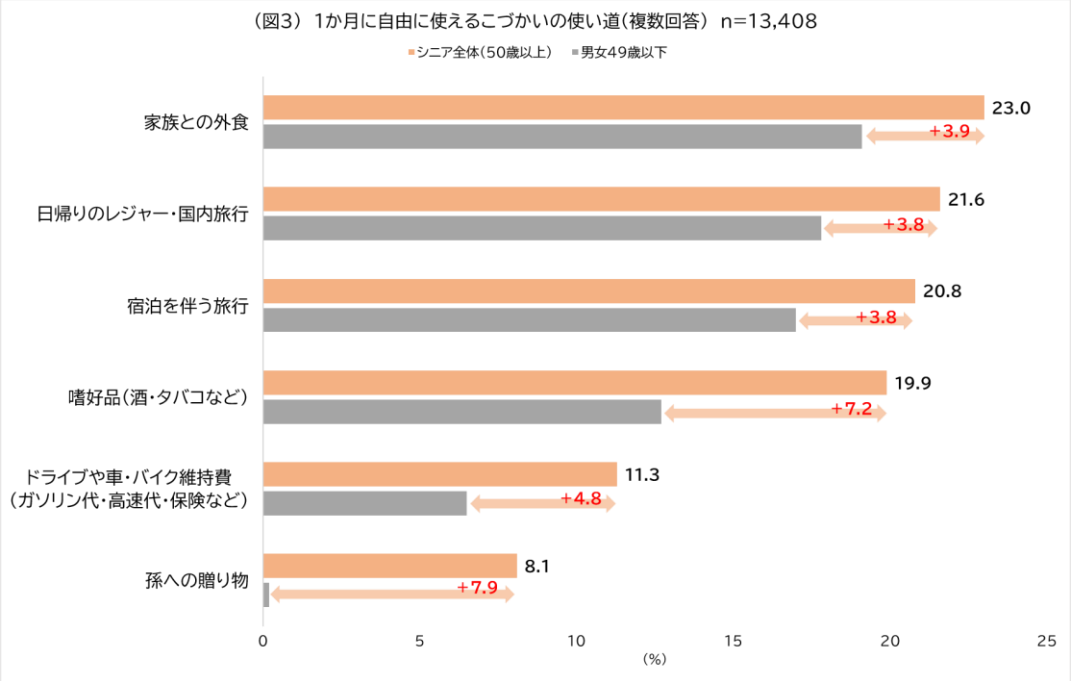
さらに年代全体で 2 番目に多くの回答を集めた項目「友人・知人との飲食や喫茶・カラオケ」について女性の年代別に比較すると、70 代の回答（48.4%）が 20 代の回答（50.7%）とほぼ同等の結果になっており、70 代女性が 20 代女性と同じくらい、友人との付き合いにお金を充てていることが明らかになりました。（図 2）



（図 2）こづかいの使い道「友人・知人との飲食や喫茶・カラオケ」【女性】

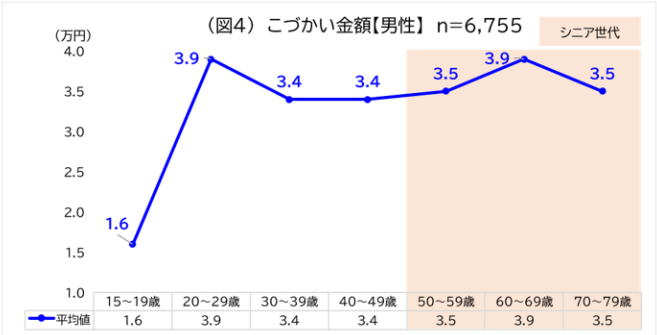
また、シニア世代と 49 歳以下とで差が大きかった回答は、「孫への贈り物」[7.9 ポイント差]、「嗜好品（酒・タバコなど）」[7.2 ポイント差]、「ドライブや車・バイク維持費」[4.8 ポイント差]、「家族との外食」[3.9 ポイント差]、「日帰りのレジャー・国内旅行」および「宿泊を伴う旅行」[共に 3.8 ポイント差]と続きました。（図 3）

株式会社ADKホールディングス
経営企画本部
〒105-6312 東京都港区虎ノ門 1-23-1
Tel 03-6830-3855 Fax 03-5253-6456 www.adk.jp

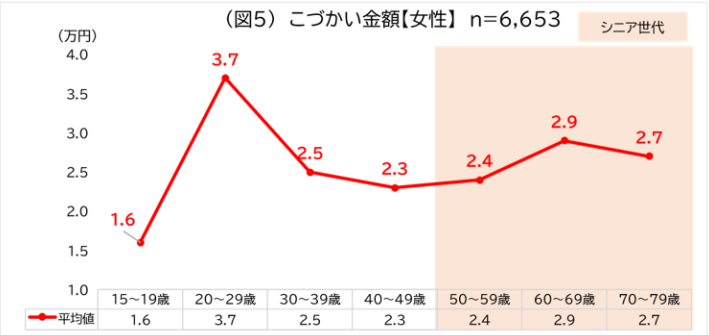


（図 3）1 か月に自由に使えるこづかいの使い道　＜シニア世代との差＞

加えて、「1 か月に自由に使える金額（おこづかいなど）」について尋ねたところ、男女ともに 20 代が最も高く、30 代または 40 代で下降して底を打ち、そこからシニア世代に突入すると上昇する傾向がみられました。（図 4）（図 5）



（図 4）1 か月で自由に使えるこづかい金額【男性】



（図 5）1 か月で自由に使えるこづかい金額【女性】

■ シニア世代にもデジタル活用が浸透中。70 代男性は「ネットショッピング」、70 代女性は「キャッシュレス決済」が昨年より上昇。

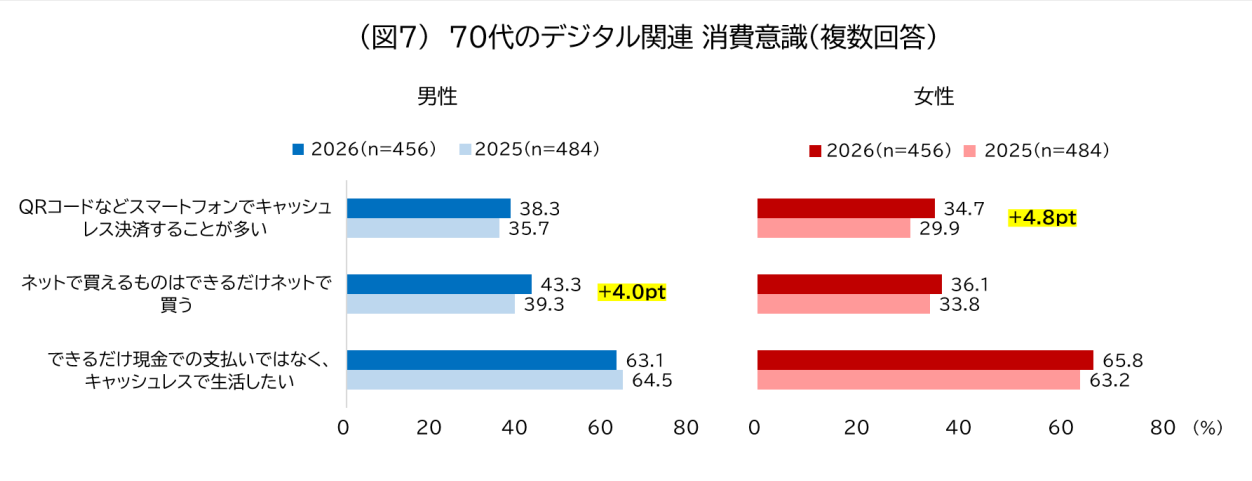
「自身が現在利用している商品・サービス」を複数回答で尋ねたところ、シニア世代では「ネットバンキング（ネット取引）」が 53.1%で、最も高い結果となりました。保険商品のほか「株式・国公社債・投資信託などの金融商品」「株・証券などのネット取引」など金融商品・サービスが上位にランクインしていることから、金融商品におけるネット取引の浸透と連動して「ネットバンキング」の利用も浸透している様子が窺えます。（図 6）

株式会社ADKホールディングス
経営企画本部
〒105-6312 東京都港区虎ノ門 1-23-1
Tel 03-6830-3855 Fax 03-5253-6456 www.adk.jp

（順位）	（図6） 自身が現在利用しているサービス（複数回答）【シニア世代】n=6,059	（%）
1	ネットバンキング（ネット取引）	53.1
2	火災保険・地震保険	45.7
3	生命保険（ネット以外で加入）	41.7
4	医療・ガン保険（ネット以外で加入）	37.1
5	株式・国公社債・投資信託などの金融商品	28.9
6	自動車保険（ネットで加入）	24.1
7	株・証券などのネット取引	24.0
8	新NISA	23.1
9	ふるさと納税	21.3
10	自動車保険（ネット以外で加入）	18.6

（図 6）自身が現在利用しているサービス【シニア世代】

70 代のデジタル関連の消費意識を 2025 年と比較すると、男性で「ネットで買えるものはできるだけネットで買う」にあてはまると回答した割合は、39.3%から 43.3%へ 4.0 ポイント上昇。女性では「QR コードなどスマートフォンでキャッシュレス決済することが多い」が、29.9%から 34.7%へ 4.8 ポイント上昇しました。
一方、70 代男女ともに「できるだけキャッシュレスで生活したい」は 6 割を超えましたが、「QR コードなどスマートフォンでキャッシュレス決済することが多い」と答えた割合は、70 代男女ともに 3 割台でした。（図 7）



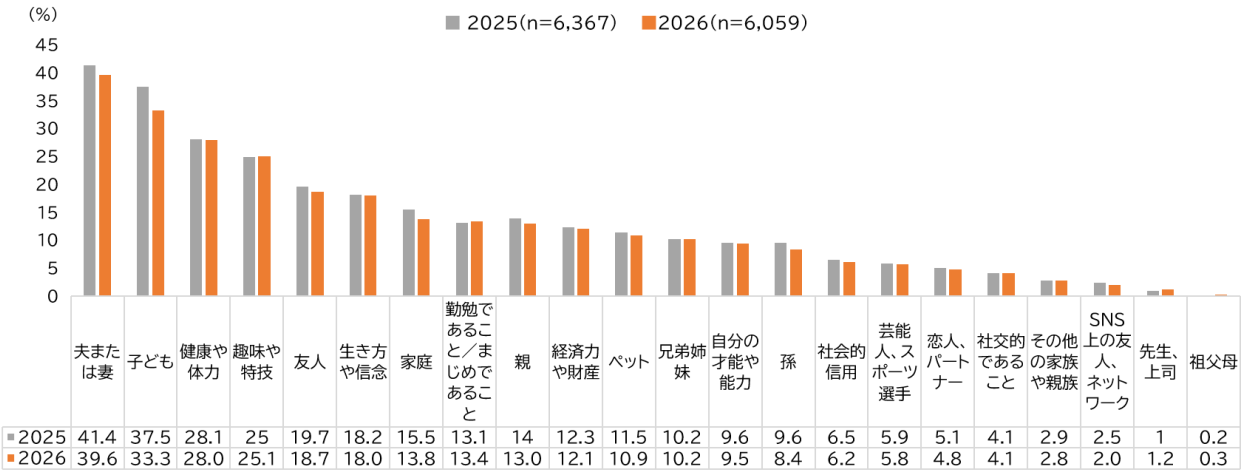
（図 7）70 代のデジタル関連 消費意識

株式会社ADKホールディングス
経営企画本部
〒105-6312 東京都港区虎ノ門 1-23-1
Tel 03-6830-3855 Fax 03-5253-6456 www.adk.jp

■ シニア世代の「よりどころ」から昨年よりも「子ども」が減少。

「よりどころにしているもの」を複数回答で尋ねたところ、シニア世代では「夫または妻」が 39.6%で最も多く、次いで「子ども」（33.3%）、「健康や体力」（28.0%）、「趣味や特技」（25.1%）、「友人」（18.7%）でした。上位 5 項目の順位は 2025 年と同じでしたが、「子ども」と回答した人の割合は前年の 37.5%から 4.2 ポイント低下しました。（図 8）

（図8） よりどころにしているもの（複数回答）【シニア世代】



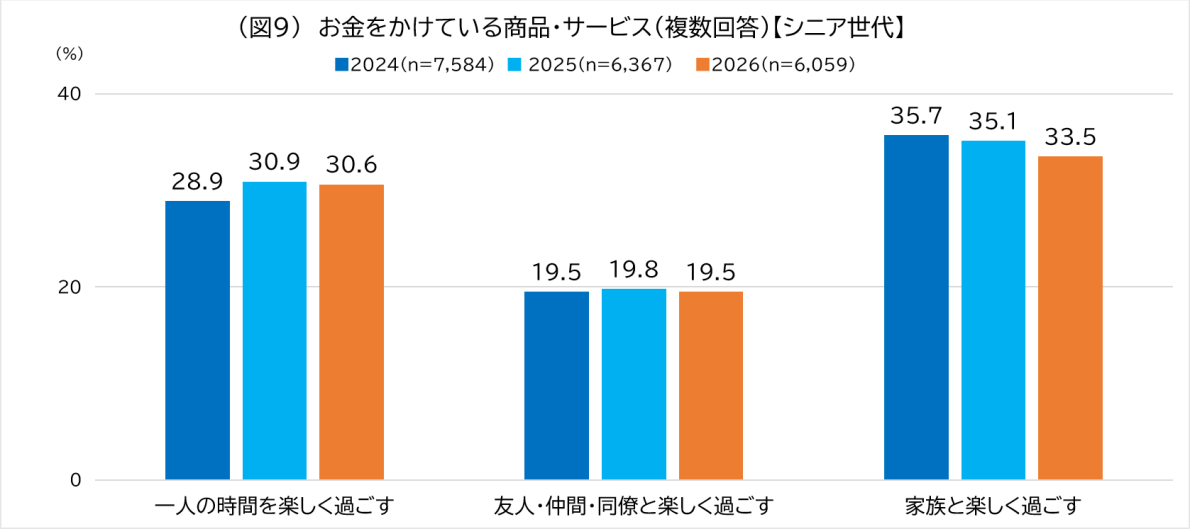
	夫または妻	子ども	健康や体力	趣味や特技	友人	生き方や信念	家庭	勤勉であること／まじめであること	親	経済力や財産	ペット	兄弟姉妹	自分の才能や能力	孫	社会的信用	芸能人、スポーツ選手	恋人、パートナー	社交的であること	その他の家族や親族	SNS上の友人、ネットワーク	先生、上司	祖父母
2025	41.4	37.5	28.1	25	19.7	18.2	15.5	13.1	14	12.3	11.5	10.2	9.6	9.6	6.5	5.9	5.1	4.1	2.9	2.5	1	0.2
2026	39.6	33.3	28.0	25.1	18.7	18.0	13.8	13.4	13.0	12.1	10.9	10.2	9.5	8.4	6.2	5.8	4.8	4.1	2.8	2.0	1.2	0.3

（図 8）よりどころにしているもの【シニア世代】

■ シニア世代が「お金をかけている商品・サービス」では、一昨年比で「家族と楽しく過ごす」ための消費意向が低下・「一人の時間を楽しく過ごす」ための消費意向が上昇傾向に。

一方、別の設問で、お金をかけている商品・サービスについて複数回答で尋ねたところ、シニア世代では「家族と楽しく過ごす」が 2026 年も 33.5%で最も多く、「一人の時間を楽しく過ごす」が 30.6%で次点に続きました。「家族と楽しく過ごす」は 2024 年の 35.7%から低下し、「一人の時間を楽しく過ごす」は 2024 年の 28.9%を上回りました。両項目の差は、2024 年の 6.8 ポイントから 2026 年の 2.9 ポイントに縮まっています。

（図9） お金をかけている商品・サービス（複数回答）【シニア世代】



（図 9）お金をかけている商品・サービス【シニア世代】

株式会社ADKホールディングス
経営企画本部
〒105-6312 東京都港区虎ノ門 1-23-1
Tel 03-6830-3855 Fax 03-5253-6456 www.adk.jp

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、クライアント企業のビジネス課題解決に貢献してまいります。

＜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）
対象者条件：15～79 歳の男女（中学生は除く）
サンプル数：13,408 名
調査手法：インターネット調査
調査期間：2026/5/14(木)～6/1(月)

※　当調査では、50 歳以上を「シニア世代」と定義しています。
15～19 歳(n= 836)、20～29 歳(n= 1,972)、30～39 歳(n= 2,105) 、40～49 歳(n= 2,435)、
50～59 歳(n= 2,975)、60～69 歳(n= 2,171)、70～79 歳(n= 912)

※　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 2026」と記載ください。**

＜「ADK 生活者総合調査」とは＞

2008 年度より毎年、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、ADK グループ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＞

「ファングロースパートナー」のビジョンのもと、広告・マーケティング領域に留まらず、事業やブランドのトランスフォーメーション、データアナリティクスやテクノロジープラットフォームの整備等、様々な課題に対しての解決に向けた、最適な戦略提案からアイデア開発、実行までを統合的に支援します。クライアントの商品・サービスにおける「ファン」を起点とした顧客体験の仕組み全体を設計し、さらなるビジネス成長への貢献と、新たな価値の創造を目指します。

・ADK MS ウェブサイト https://www.adkms.jp/

株式会社ADKホールディングス
経営企画本部
〒105-6312 東京都港区虎ノ門 1-23-1
Tel 03-6830-3855 Fax 03-5253-6456 www.adk.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
マーケティングインテリジェンス本部 第 1 プランニング局「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 広報局 PR・マーケティンググループ 内山/丸山 e-mail：mspr@adk.jp