

I. 普段の生活アクティブ度

1. デジタルデバイスの利用状況
2. インターネット利用状況、使いこなし度
3. 情報感度・関心分野
4. 普段の活動・行動

【調査概要】

- ◇調査方法
- ◇調査期間
- ◇調査対象
- ◇回答者数

インターネットによるアンケート調査

2025年7月31日～8月4日

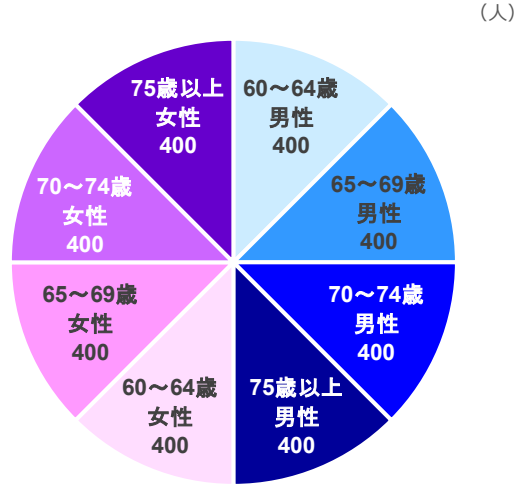
日本国内在住の60歳以上の男女

3,200名（内訳：各年代区分、男女400名ずつ）

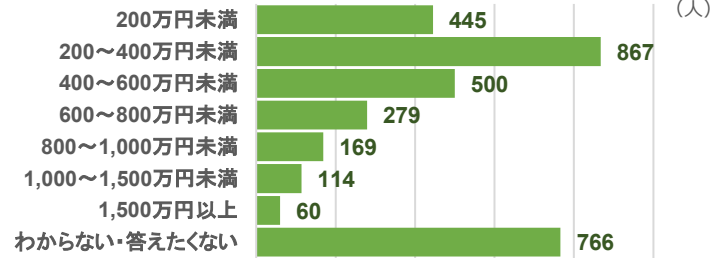
*年代区分（60～64歳、65～69歳、70～74歳、75歳以上の4区分）

本調査の対象者

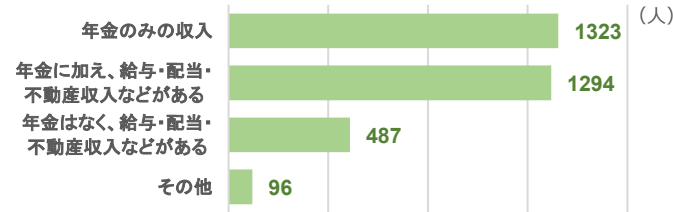
◇ 性・年代



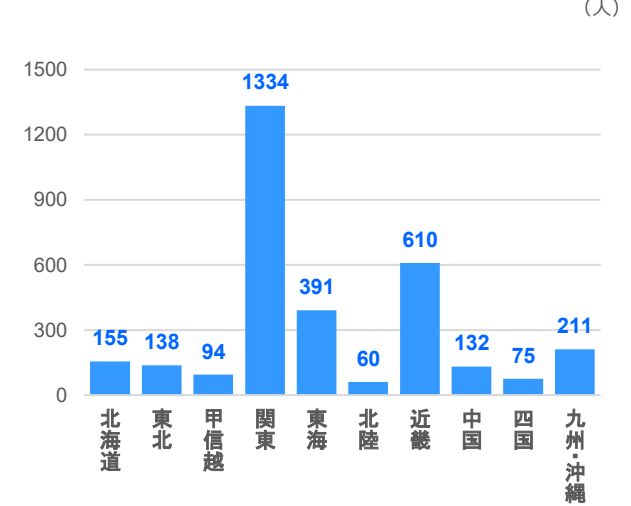
◇ 世帯の収入



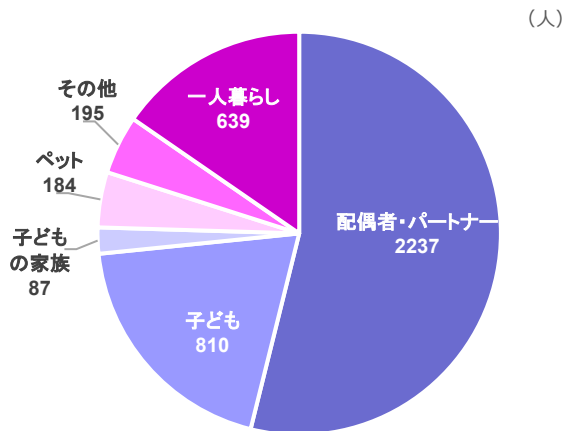
◇ 収入源



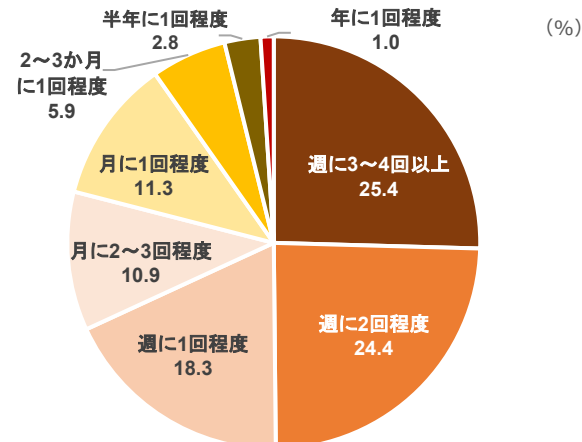
◇ 居住エリア



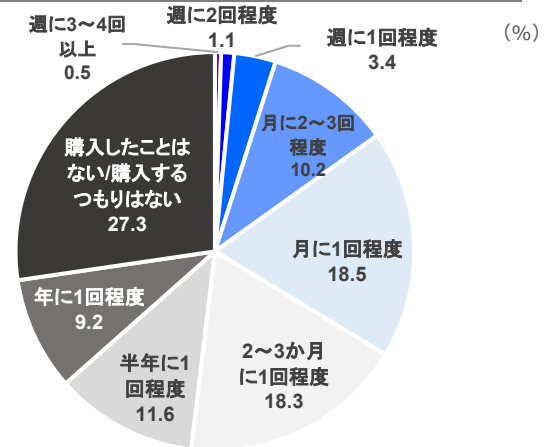
◇ 同居の状況



◇ 直近1年間の実店舗での買物頻度



◇ 直近1年間のインターネットでの買物頻度



本調査での商品カテゴリ

オーラルケア	歯磨き、ハブラシ、洗口液、マウスウォッシュ など
ヘアケア・ヘアメイク	シャンプー、コンディショナー、トリートメント、ヘアカラー、白髪染め、ヘアスプレー、ヘアワックス、ヘアスタイリング剤、頭皮ヘア など
ボディケア・ボディウォッシュ	ボディシャンプー、石鹸、ボディクリーム、ハンドクリーム、入浴剤、脱毛、除毛 など
衛生用品	ティッシュペーパー、マスク、手指消毒剤、ハンドソープ、生理用品、ショーツ など
日用雑貨	台所用品、洗濯用品、掃除用品、風呂用品、トイレ用品、フレグランス、殺虫剤、防虫剤、除湿剤、芳香剤、使い捨てカイロ など
スキンケア・UVケア	クレンジング、洗顔料、フェイスマスク、日焼け止め、制汗剤、汗拭きシート など
基礎化粧品	化粧水、乳液、化粧パック、ファンデーション、ニキビクリーム、リップクリーム、美白乳液、化粧小物、コットン など ※男性用化粧品含む
メイクアップ化粧品	口紅、アイブロー、アイライナー、アイシャドウ、マスカラ、チーク、ネイルケア など
医薬品・医療用品	風邪薬、胃腸薬、痛み止め、便秘薬、下痢止め、整腸剤、目薬、口中薬、鼻炎薬、痔の薬、肩こり・腰痛・筋肉痛薬、ドリンク剤、ビタミン剤、殺菌・消毒、包帯、サポーター、絆創膏、コンタクトケア用品、綿棒、避妊用品、冷却用品、体温計 など
健康補助食品	サプリメント、ダイエット食品、コラーゲン、プロテイン、健康茶、栄養機能食品 など

デジタルデバイスの利用状況

Q. あなた、普段どのようなデジタル機器を利用されていますか？

1. デジタルデバイスの利用状況

普段デジタルデバイスの利用状況について調査した。

「スマートフォン（iPhone、Androidなど）」の利用は圧倒的な9割

デジタルデバイスの利用について、全体では、「スマートフォン（iPhone、Androidなど）」が（92.8%）とトップで、年代別でみると、特に65～69歳においては、96.8%と非常に高い利用率となった。

次いで「パソコン」が（73.0%）となっており、60歳以上のシニア世代においても、スマートフォンやパソコンは広く活用されていることが分かった。特に、年齢が高い層ほどパソコンを使いこなしているという結果だった。

「スマートウォッチ」の利用率は、全体では8.7%で、特に60代の男性に利用者が多い。

スマートフォンの普及が進む一方、年齢が上がるほど「ガラケー」の利用率も高くなる傾向が見られる。

「電子書籍リーダー」の利用率は、全体では2.1%程度と、あまり普及していない状況がうかがえる。

「男女の傾向が異なる」

男女別でみると、「パソコン」や「スマートウォッチ」では、男性の利用率が女性を大きく上回り、デバイスによって男女差が見られるのも特徴だ。

I. 普段の生活アクティブ度

1. デジタルデバイスの利用状況

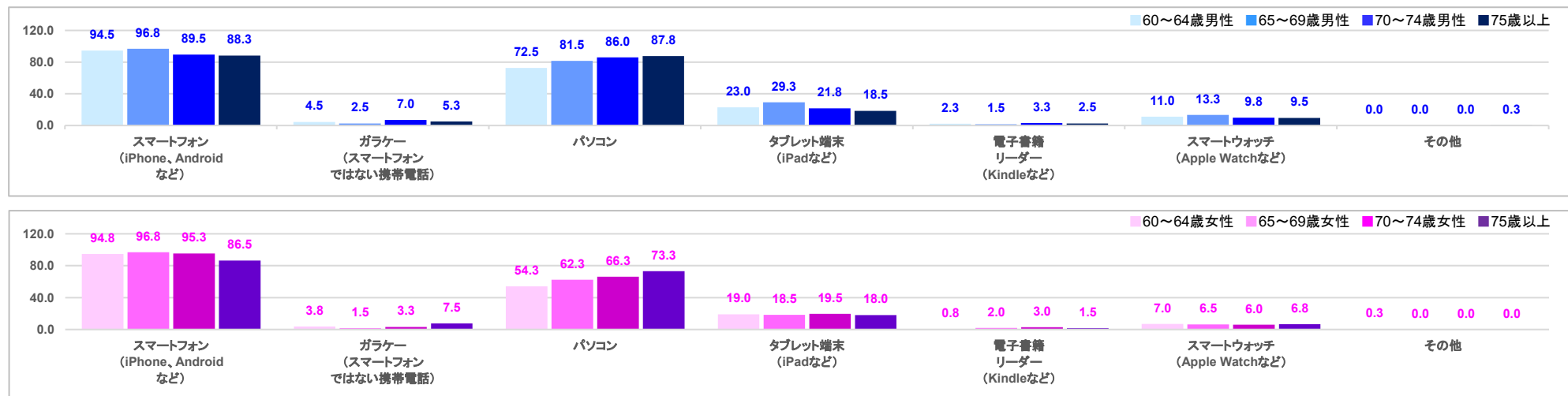
Q1. あなたは普段、どのようなデジタル機器を利用されていますか。あてはまるものがあれば、すべて教えてください。(MA)

(%)

		合計	スマートフォン (iPhone、Android など)	ガラケー (スマートフォン ではない携帯電話)	パソコン	タブレット端末 (iPadなど)	電子書籍 リーダー (Kindleなど)	スマートウォッチ (Apple Watchなど)	その他
性別	全体	3200	92.8	4.4	73.0	20.9	2.1	8.7	0.1
	男性	1600	92.3	4.8	81.9	23.1	2.4	10.9	0.1
年齢	女性	1600	93.3	4.0	64.0	18.8	1.8	6.6	0.1
	60～64歳	800	94.6	4.1	63.4	21.0	1.5	9.0	0.1
	65～69歳	800	96.8	2.0	71.9	23.9	1.8	9.9	0.0
	70～74歳	800	92.4	5.1	76.1	20.6	3.1	7.9	0.0
	75歳以上	800	87.4	6.4	80.5	18.3	2.0	8.1	0.1
性年代	60～64歳 男性	400	94.5	4.5	72.5	23.0	2.3	11.0	0.0
	65～69歳 男性	400	96.8	2.5	81.5	29.3	1.5	13.3	0.0
	70～74歳 男性	400	89.5	7.0	86.0	21.8	3.3	9.8	0.0
	75歳以上 男性	400	88.3	5.3	87.8	18.5	2.5	9.5	0.3
	60～64歳 女性	400	94.8	3.8	54.3	19.0	0.8	7.0	0.3
	65～69歳 女性	400	96.8	1.5	62.3	18.5	2.0	6.5	0.0
	70～74歳 女性	400	95.3	3.3	66.3	19.5	3.0	6.0	0.0
	75歳以上 女性	400	86.5	7.5	73.3	18.0	1.5	6.8	0.0

【性年代別】

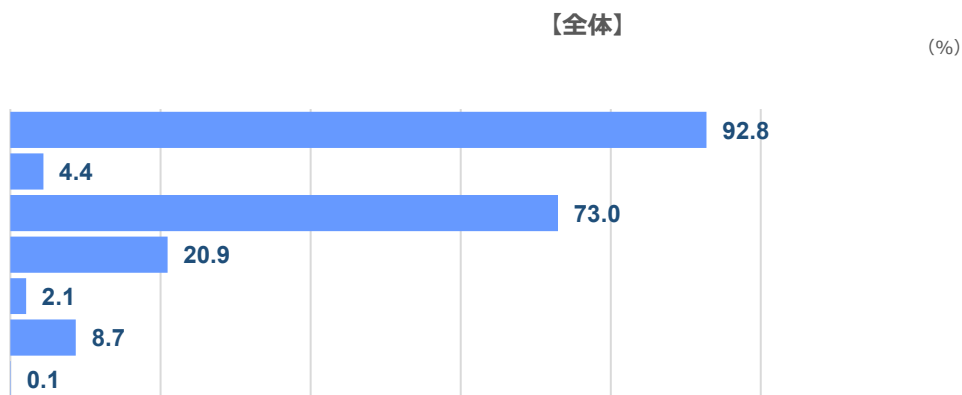
(%)



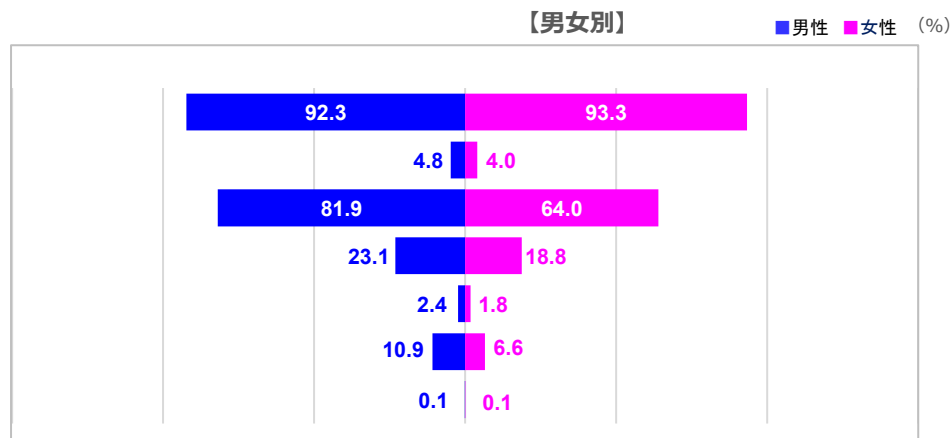
I. 普段の生活アクティブ度

1. デジタルデバイスの利用状況

	人数（人） n = 3,200	%
スマートフォン（iPhone、Androidなど）	2969	92.8
ガラケー（スマートフォンではない携帯電話）	141	4.4
パソコン	2335	73.0
タブレット端末（iPadなど）	670	20.9
電子書籍リーダー（Kindleなど）	67	2.1
スマートウォッチ（Apple Watchなど）	279	8.7
その他	2	0.1



	男性(%)	女性(%)
スマートフォン（iPhone、Androidなど）	92.3	93.3
ガラケー（スマートフォンではない携帯電話）	4.8	4.0
パソコン	81.9	64.0
タブレット端末（iPadなど）	23.1	18.8
電子書籍リーダー（Kindleなど）	2.4	1.8
スマートウォッチ（Apple Watchなど）	10.9	6.6
その他	0.1	0.1



インターネット利用状況・使いこなし度

Q. あなた、普段インターネットをどのように利用されていますか？

普段インターネットの利用状況・使いこなし度について調査した。

「情報収集（ニュース、記事、天気予報など）」が断トツの1位

普段インターネットの利用状況・使いこなし度について、全体では、「情報収集（ニュースや天気予報など）」が（94.4%）で、最も利用しており、次いで、「ショッピング（ネットショップ、ネット予約など）」が2位で、全体の65.6%が利用しており、生活に密着した使い方をされていることがわかる。特に女性の利用率が男性を上回っている。「コミュニケーション（友人・家族との連絡など）」が（55.5%）、「エンタメ（動画・マンガ視聴、ゲーム、音楽など）」（40.8%）という順になった。

アクティブシニア層にとって、インターネットはニュースなどの情報を得るための必要不可欠なツールであると同時に、ショッピングやコミュニケーションなど、生活を豊かにするためにも幅広く活用されていることがうかがえる。

年代別では、「情報収集（ニュースや天気予報など）」や「ショッピング（ネットショップ、ネット予約など）」は、75歳以上でも高い利用率を維持している。

男女で利用目的に違い

男女別でみると、男性は、「仕事・ビジネス（リモートワーク、オンライン会議など）」での利用（18.1%）が、女性（6.6%）の約3倍と顕著に高い。一方で、女性は、「コミュニケーション（友人・家族との連絡など）」（58.5%）、「ショッピング（ネットショップ、ネット予約など）」（66.2%）で男性を上回る結果だった。

I. 普段の生活アクティブ度

2. インターネット利用状況・使いこなし度

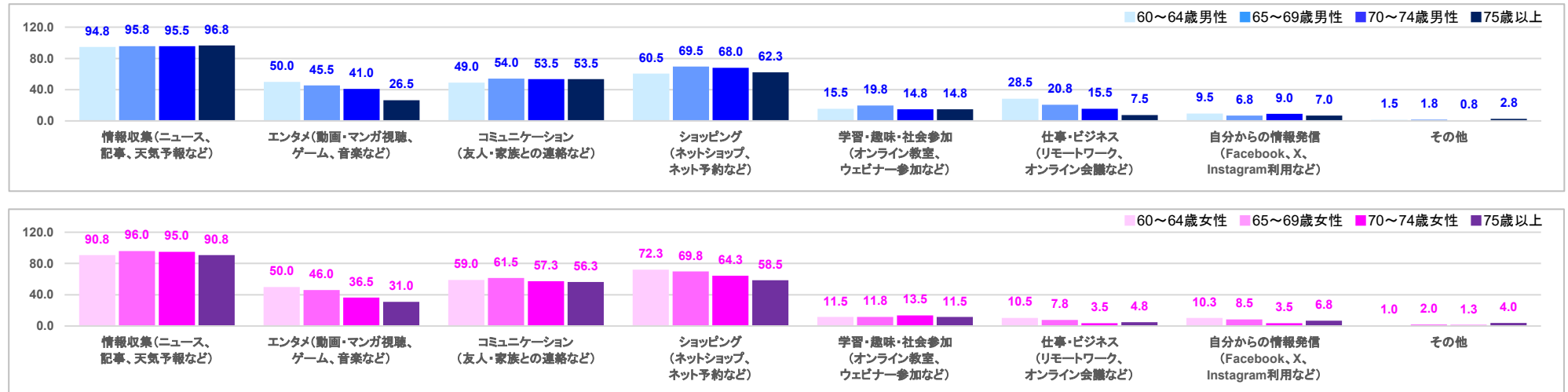
Q2. あなたは普段、インターネットをどのように利用されていますか。日常的にしていることをすべてお知らせください。(MA)

(%)

	合計	情報収集 (ニュース、記事、 天気予報など)	エンタメ(動画・ マンガ視聴、 ゲーム、音楽など)	コミュニケーション (友人・家族との 連絡など)	ショッピング (ネットショップ、 ネット予約など)	学習・趣味・社会 参加(オンライン教室、 ウェビナー参加など)	仕事・ビジネス (リモートワーク、 オンライン会議など)	自分からの情報発信 (Facebook、X、 Instagram利用など)	その他
全体	3200	94.4	40.8	55.5	65.6	14.1	12.3	7.7	1.9
性別									
男性	1600	95.7	40.8	52.5	65.1	16.2	18.1	8.1	1.7
女性	1600	93.1	40.9	58.5	66.2	12.1	6.6	7.3	2.1
年齢									
60～64歳	800	92.8	50.0	54.0	66.4	13.5	19.5	9.9	1.3
65～69歳	800	95.9	45.8	57.8	69.6	15.8	14.3	7.6	1.9
70～74歳	800	95.3	38.8	55.4	66.1	14.1	9.5	6.3	1.0
75歳以上	800	93.8	28.8	54.9	60.4	13.1	6.1	6.9	3.4
性年代									
60～64歳 男性	400	94.8	50.0	49.0	60.5	15.5	28.5	9.5	1.5
65～69歳 男性	400	95.8	45.5	54.0	69.5	19.8	20.8	6.8	1.8
70～74歳 男性	400	95.5	41.0	53.5	68.0	14.8	15.5	9.0	0.8
75歳以上 男性	400	96.8	26.5	53.5	62.3	14.8	7.5	7.0	2.8
60～64歳 女性	400	90.8	50.0	59.0	72.3	11.5	10.5	10.3	1.0
65～69歳 女性	400	96.0	46.0	61.5	69.8	11.8	7.8	8.5	2.0
70～74歳 女性	400	95.0	36.5	57.3	64.3	13.5	3.5	3.5	1.3
75歳以上 女性	400	90.8	31.0	56.3	58.5	11.5	4.8	6.8	4.0

【性年代別】

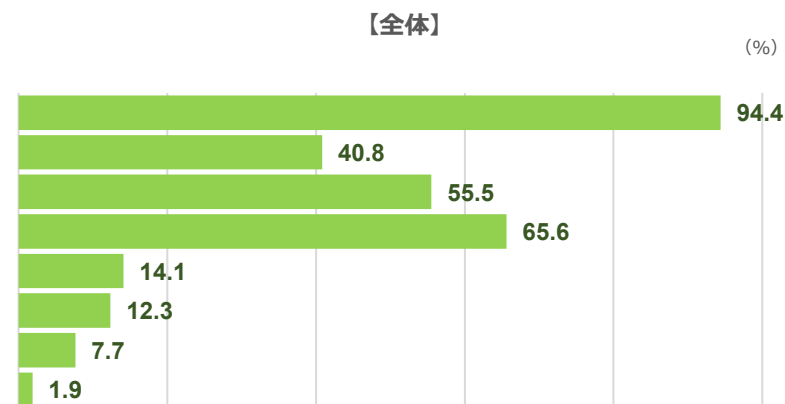
(%)



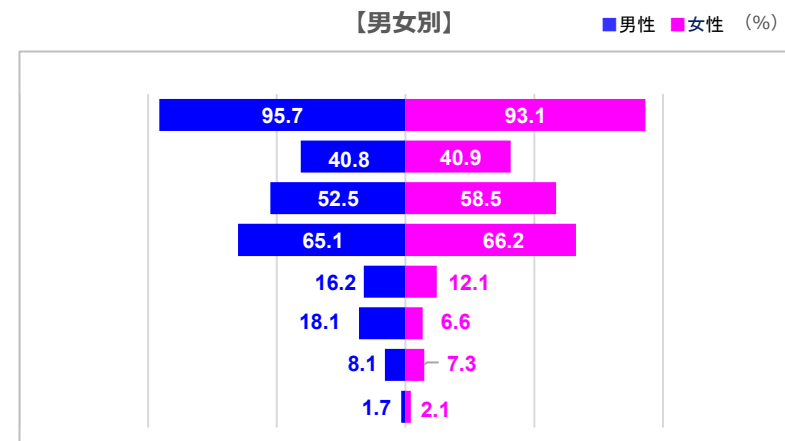
I. 普段の生活アクティブ度

2. インターネット利用状況・使いこなし度

	人数（人） n = 3,200	%
情報収集（ニュース、記事、天気予報など）	3021	94.4
エンタメ（動画・マンガ視聴、ゲーム、音楽など）	1306	40.8
コミュニケーション（友人・家族との連絡など）	1776	55.5
ショッピング（ネットショップ、ネット予約など）	2100	65.6
学習・趣味・社会参加（オンライン教室、ウェビナー参加など）	452	14.1
仕事・ビジネス（リモートワーク、オンライン会議など）	395	12.3
自分からの情報発信（Facebook、X、Instagram利用など）	245	7.7
その他	60	1.9



	男性(%)	女性(%)
情報収集（ニュース、記事、天気予報など）	95.7	93.1
エンタメ（動画・マンガ視聴、ゲーム、音楽など）	40.8	40.9
コミュニケーション（友人・家族との連絡など）	52.5	58.5
ショッピング（ネットショップ、ネット予約など）	65.1	66.2
学習・趣味・社会参加（オンライン教室、ウェビナー参加など）	16.2	12.1
仕事・ビジネス（リモートワーク、オンライン会議など）	18.1	6.6
自分からの情報発信（Facebook、X、Instagram利用など）	8.1	7.3
その他	1.7	2.1



情報感度・関心分野

Q. あなたは普段、世の中のどんな出来事・流行に興味を持っていますか？

普段どんな情報感度・関心分野に興味を持っているかについて調査した。

最大の関心事は「国内外の最新ニュース・動向（政治・経済・外交など）」

「普段どんな出来事・流行に興味を持っていますかを聞いたところ、「国内外の最新ニュース・動向（政治・経済・外交など）」と回答した人は、全体（64.6%）で、全ての性年代で最も高い関心を集めており、年齢が上がるにつれてさらに高まる傾向がある。特に75歳以上では、（69.6%）が関心を持っているという結果だった。

ついで、「スポーツ（プロ野球、大リーグ、サッカー、相撲など）」は、全体（42.7%）、「食・料理（新しい食材・レシピ、人気飲食店など）」全体（41.3%）、「娯楽・エンタメ（映画・ドラマ・舞台・ポップミュージックなど）」（40.0%）という順だった。

アクティブシニア層は、年齢を重ねるにつれて、個人の楽しみ（エンタメ、ファッション）から、より広い関心事（ニュース、健康、社会問題）へと興味の対象がシフトしていく傾向が明確に読み取れる。

男女で関心事に明確な違い

男女別でみると、男性は、「スポーツ（プロ野球、大リーグ、サッカー、相撲など）」全年代で50%超と「国内外の最新ニュース・動向（政治・経済・外交など）」への関心が女性を圧倒している。

女性は、「おしゃれ・ファッション（流行デザイン、トレンドカラーなど）」「食・料理（新しい食材・レシピ、人気飲食店など）」「健康増進（フィットネス、サプリメント、メンタルヘルスなど）」といったライフスタイル関連のテーマに強い関心を示している。

I. 普段の生活アクティブ度

3. 情報感度・関心分野

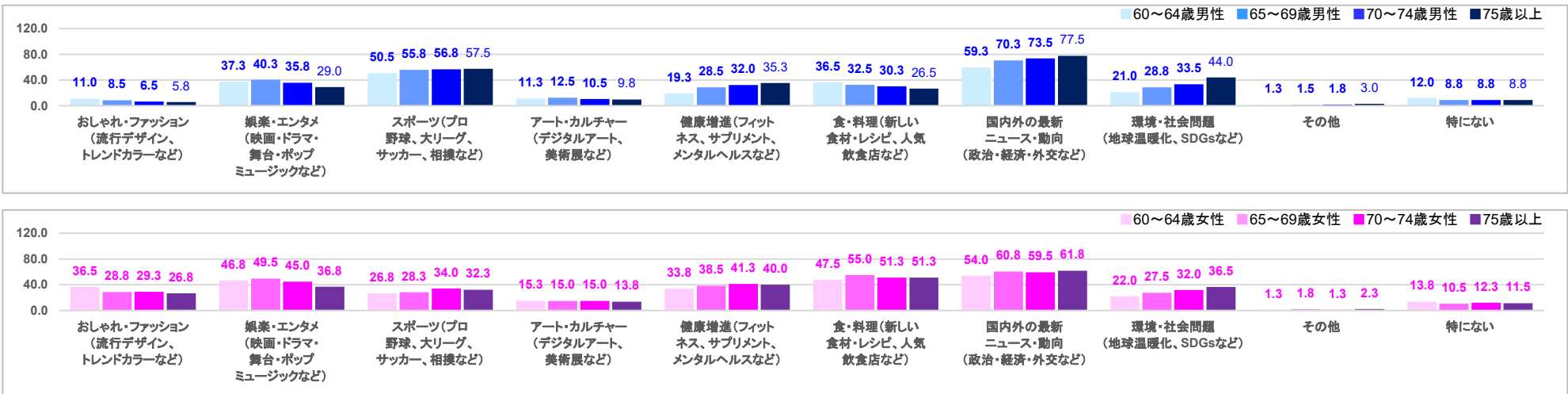
Q3. あなたは普段、世の中のどんな出来事・流行に興味を持っていますか。(MA)

	合計	おしゃれ・ファッション (流行デザイン、 トレンドカラーなど)	娯楽・エンタメ (映画・ドラマ・ 舞台・ポップ ミュージックなど)	スポーツ (プロ 野球、大リーグ、 サッカー、相撲など)	アート・カルチャー (デジタルアート、 美術展など)	健康増進 (フィット ネス、サプリメント、 メンタルヘルスなど)	食・料理 (新しい 食材・レシピ、人気 飲食店など)	国内外の最新 ニュース・動向 (政 治・経済・外交など)	環境・社会問題 (地球温暖化、 SDGsなど)	その他	特にな
全体	3200	19.1	40.0	42.7	12.9	33.6	41.3	64.6	30.7	1.8	10.8
性別											
男性	1600	7.9	35.6	55.1	11.0	28.8	31.4	70.1	31.8	1.9	9.6
女性	1600	30.3	44.5	30.3	14.8	38.4	51.3	59.0	29.5	1.6	12.0
年齢											
60～64歳	800	23.8	42.0	38.6	13.3	26.5	42.0	56.6	21.5	1.3	12.9
65～69歳	800	18.6	44.9	42.0	13.8	33.5	43.8	65.5	28.1	1.6	9.6
70～74歳	800	17.9	40.4	45.4	12.8	36.6	40.8	66.5	32.8	1.5	10.5
75歳以上	800	16.3	32.9	44.9	11.8	37.6	38.9	69.6	40.3	2.6	10.1
性年代											
60～64歳 男性	400	11.0	37.3	50.5	11.3	19.3	36.5	59.3	21.0	1.3	12.0
65～69歳 男性	400	8.5	40.3	55.8	12.5	28.5	32.5	70.3	28.8	1.5	8.8
70～74歳 男性	400	6.5	35.8	56.8	10.5	32.0	30.3	73.5	33.5	1.8	8.8
75歳以上 男性	400	5.8	29.0	57.5	9.8	35.3	26.5	77.5	44.0	3.0	8.8
60～64歳 女性	400	36.5	46.8	26.8	15.3	33.8	47.5	54.0	22.0	1.3	13.8
65～69歳 女性	400	28.8	49.5	28.3	15.0	38.5	55.0	60.8	27.5	1.8	10.5
70～74歳 女性	400	29.3	45.0	34.0	15.0	41.3	51.3	59.5	32.0	1.3	12.3
75歳以上 女性	400	26.8	36.8	32.3	13.8	40.0	51.3	61.8	36.5	2.3	11.5

(%)

【性年代別】

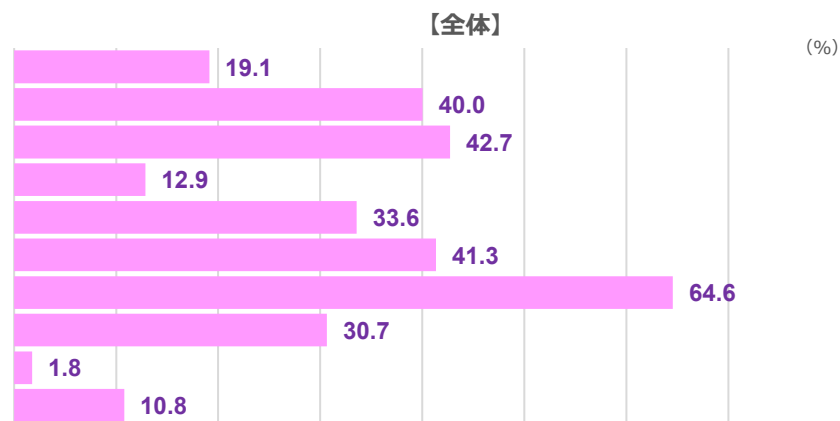
(%)



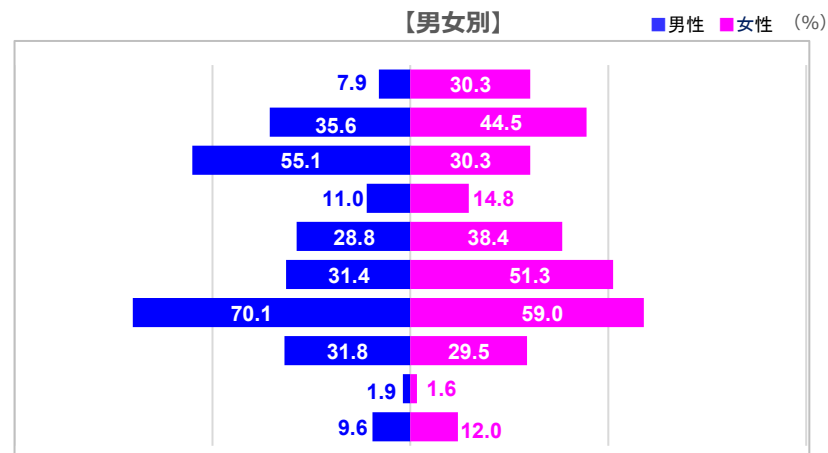
I. 普段の生活アクティブ度

3. 情報感度・関心分野

	人数（人） n = 3,200	%
おしゃれ・ファッション（流行デザイン、トレンドカラーなど）	612	19.1
娯楽・エンタメ（映画・ドラマ・舞台・ポップミュージックなど）	1281	40.0
スポーツ（プロ野球、大リーグ、サッカー、相撲など）	1367	42.7
アート・カルチャー（デジタルアート、美術展など）	412	12.9
健康増進（フィットネス、サプリメント、メンタルヘルスなど）	1074	33.6
食・料理（新しい食材・レシピ、人気飲食店など）	1323	41.3
国内外の最新ニュース・動向（政治・経済・外交など）	2066	64.6
環境・社会問題（地球温暖化、SDGsなど）	981	30.7
その他	56	1.8
特になし	345	10.8



	男性(%)	女性(%)
おしゃれ・ファッション（流行デザイン、トレンドカラーなど）	7.9	30.3
娯楽・エンタメ（映画・ドラマ・舞台・ポップミュージックなど）	35.6	44.5
スポーツ（プロ野球、大リーグ、サッカー、相撲など）	55.1	30.3
アート・カルチャー（デジタルアート、美術展など）	11.0	14.8
健康増進（フィットネス、サプリメント、メンタルヘルスなど）	28.8	38.4
食・料理（新しい食材・レシピ、人気飲食店など）	31.4	51.3
国内外の最新ニュース・動向（政治・経済・外交など）	70.1	59.0
環境・社会問題（地球温暖化、SDGsなど）	31.8	29.5
その他	1.9	1.6
特になし	9.6	12.0



普段の活動・行動

Q. あなたは普段、どんな行動・活動を積極的にされていますか？

4. 普段の活動・行動

普段、どんな行動・活動を積極的にされているかについて調査した。

全ての年代・性別で「国内外の旅行をする」が断トツの1位

「国内外の旅行をする」は、全体41.5%でトップ。次いで「温泉・サウナを楽しんでいる」（22.1%）、「フィットネス・ウォーキングなどの運動」（22.0%）、「食べ歩き・飲み歩き」が21.3%、「友人・知人と会う」が21.2%と20%を超えており、「寺社・文化財などの探訪」16.7%、「山や湖ど自然を体験している」が14.3%、「テニス・ゴルフなどのスポーツをしている」が9.4%となっており、アクティブに活動している様子がうかがえる。

アクティブシニアシニア層は、「国内外の旅行をする」を最大の楽しみにしつつ、年齢を重ねるにつれて健康（フィットネス・ウォーキングなどの運動）、人との交流、社会参加（ボランティア）といった活動へより積極的に参加していく、非常にアクティブなライフスタイルを送っていることが分かった。特に、60～64歳では「特にない」と答えるのが最も多い（29.4%）ことから、完全なリタイアなどを機に、新しい活動を始めていく人が多いと推測される。

男女で活動内容に違い

男女別でみると、男性は、「ゴルフ・テニスなどのスポーツをしている」や「寺社・文化財などを探訪している」など、趣味性の高い活動を好む傾向がある。女性は、「友人・知人などによく会う」、「趣味の教室（料理・陶芸・手芸・ダンスなど）に通っている」といったコミュニケーションや学びを中心とした活動への参加率が男性を大きく上回る。

I. 普段の生活アクティブ度

4. 普段の活動・行動

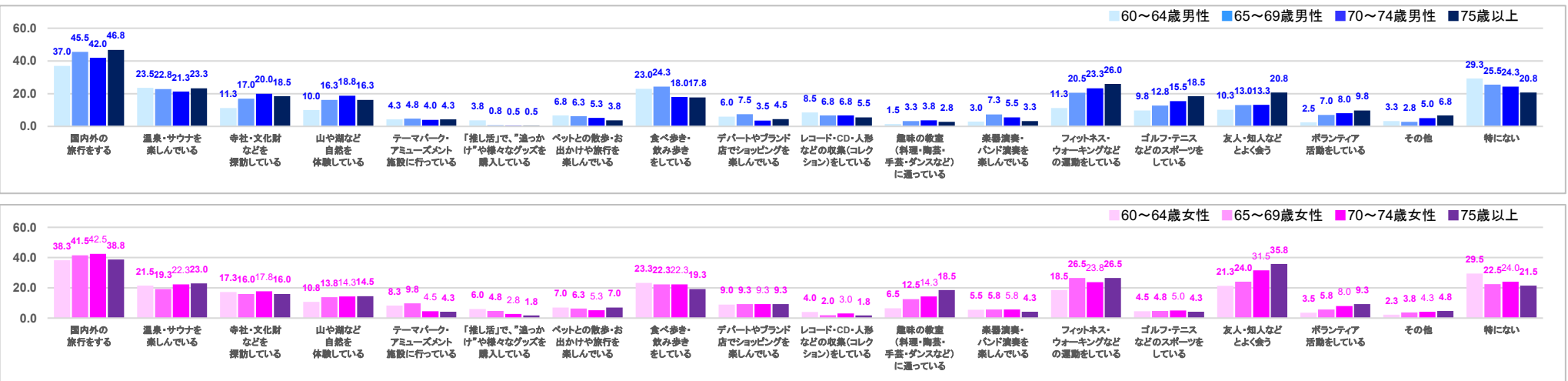
Q4. あなたは普段、どんな行動・活動を積極的にされていますか。(MA)

(%)

	合計	国内外の旅行をする	温泉・サウナを楽しんでいる	寺社・文化財などを探訪している	山や湖など自然を体験している	テーマパーク・アミューズメント施設に行っている	「推し活」で、“推し”や様々なグッズを購入している	ペットとの散歩・お出かけや旅行を楽しんでいる	食べ歩き・飲み歩きをしている	デパートやブランド店でショッピングを楽しんでいる	レコード・CD・人形などの収集（コレクション）をしている	趣味の教室（料理・陶芸・手芸・ダンスなど）に通っている	楽器演奏・バンド演奏を楽しんでいる	フィットネス・ウォーキングなどの運動をしている	ゴルフ・テニスなどのスポーツをしている	友人・知人などとおく会う	ボランティア活動をしている	その他	特にな
全体	3200	41.5	22.1	16.7	14.3	5.5	2.6	5.9	21.3	7.3	4.8	7.9	5.0	22.0	9.4	21.2	6.7	4.1	24.7
性別																			
男性	1600	42.8	22.7	16.7	15.3	4.3	1.4	5.5	20.8	5.4	6.9	2.8	4.8	20.3	14.1	14.3	6.8	4.4	24.9
女性	1600	40.3	21.5	16.8	13.3	6.7	3.8	6.4	21.8	9.2	2.7	12.9	5.3	23.8	4.6	28.1	6.6	3.8	24.4
年齢																			
60～64歳	800	37.6	22.5	14.3	10.4	6.3	4.9	6.9	23.1	7.5	6.3	4.0	4.3	14.9	7.1	15.8	3.0	2.8	29.4
65～69歳	800	43.5	21.0	16.5	15.0	7.3	2.8	6.3	23.3	8.4	4.4	7.9	6.5	23.5	8.8	18.5	6.4	3.3	24.0
70～74歳	800	42.3	21.8	18.9	16.5	4.3	1.6	5.3	20.1	6.4	4.9	9.0	5.6	23.5	10.3	22.4	8.0	4.6	24.1
75歳以上	800	42.8	23.1	17.3	15.4	4.3	1.1	5.4	18.5	6.9	3.6	10.6	3.8	26.3	11.4	28.3	9.5	5.8	21.1
性年代																			
60～64歳 男性	400	37.0	23.5	11.3	10.0	4.3	3.8	6.8	23.0	6.0	8.5	1.5	3.0	11.3	9.8	10.3	2.5	3.3	29.3
65～69歳 男性	400	45.5	22.8	17.0	16.3	4.8	0.8	6.3	24.3	7.5	6.8	3.3	7.3	20.5	12.8	13.0	7.0	2.8	25.5
70～74歳 男性	400	42.0	21.3	20.0	18.8	4.0	0.5	5.3	18.0	3.5	6.8	3.8	5.5	23.3	15.5	13.3	8.0	5.0	24.3
75歳以上 男性	400	46.8	23.3	18.5	16.3	4.3	0.5	3.8	17.8	4.5	5.5	2.8	3.3	26.0	18.5	20.8	9.8	6.8	20.8
60～64歳 女性	400	38.3	21.5	17.3	10.8	8.3	6.0	7.0	23.3	9.0	4.0	6.5	5.5	18.5	4.5	21.3	3.5	2.3	29.5
65～69歳 女性	400	41.5	19.3	16.0	13.8	9.8	4.8	6.3	22.3	9.3	2.0	12.5	5.8	26.5	4.8	24.0	5.8	3.8	22.5
70～74歳 女性	400	42.5	22.3	17.8	14.3	4.5	2.8	5.3	22.3	9.3	3.0	14.3	5.8	23.8	5.0	31.5	8.0	4.3	24.0
75歳以上 女性	400	38.8	23.0	16.0	14.5	4.3	1.8	7.0	19.3	9.3	1.8	18.5	4.3	26.5	4.3	35.8	9.3	4.8	21.5

【性年代別】

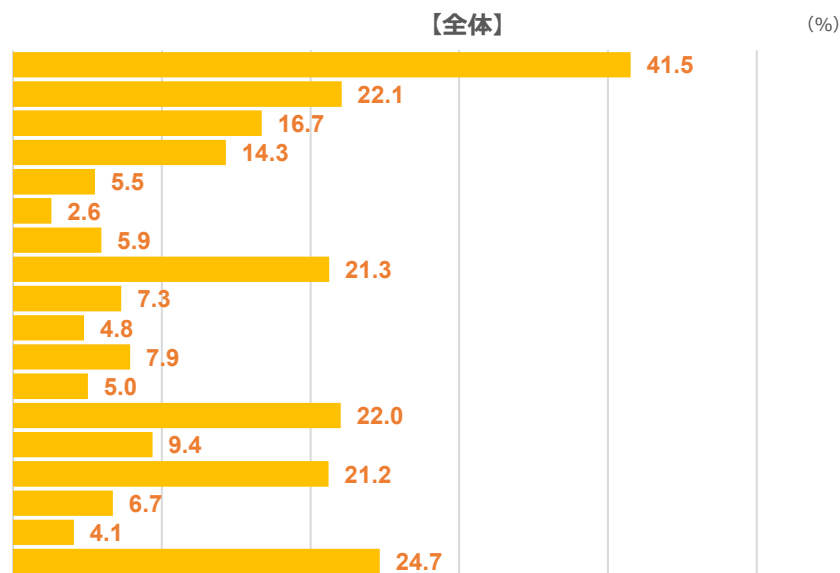
(%)



I. 普段の生活アクティブ度

4. 普段の活動・行動

	人数 (人) n = 3,200	%
国内外の旅行をする	1329	41.5
温泉・サウナを楽しんでいる	707	22.1
寺社・文化財などを探訪している	535	16.7
山や湖など自然を体験している	458	14.3
テーマパーク・アミューズメント施設に行っている	176	5.5
「推し活」で、“追っかけ”や様々なグッズを購入している	83	2.6
ペットとの散歩・お出かけや旅行を楽しんでいる	190	5.9
食べ歩き・飲み歩きをしている	680	21.3
デパートやブランド店でショッピングを楽しんでいる	233	7.3
レコード・CD・人形などの収集（コレクション）をしている	153	4.8
趣味の教室（料理・陶芸・手芸・ダンスなど）に通っている	252	7.9
楽器演奏・バンド演奏を楽しんでいる	161	5.0
フィットネス・ウォーキングなどの運動をしている	705	22.0
ゴルフ・テニスなどのスポーツをしている	300	9.4
友人・知人などよく会う	679	21.2
ボランティア活動をしている	215	6.7
その他	131	4.1
特にな	789	24.7



	男性 (%)	女性 (%)
国内外の旅行をする	42.8	40.3
温泉・サウナを楽しんでいる	22.7	21.5
寺社・文化財などを探訪している	16.7	16.8
山や湖など自然を体験している	15.3	13.3
テーマパーク・アミューズメント施設に行っている	4.3	6.7
「推し活」で、“追っかけ”や様々なグッズを購入している	1.4	3.8
ペットとの散歩・お出かけや旅行を楽しんでいる	5.5	6.4
食べ歩き・飲み歩きをしている	20.8	21.8
デパートやブランド店でショッピングを楽しんでいる	5.4	9.2
レコード・CD・人形などの収集（コレクション）をしている	6.9	2.7
趣味の教室（料理・陶芸・手芸・ダンスなど）に通っている	2.8	12.9
楽器演奏・バンド演奏を楽しんでいる	4.8	5.3
フィットネス・ウォーキングなどの運動をしている	20.3	23.8
ゴルフ・テニスなどのスポーツをしている	14.1	4.6
友人・知人などよく会う	14.3	28.1
ボランティア活動をしている	6.8	6.6
その他	4.4	3.8
特にな	24.9	24.4

