

時代・年代とともに変わる健康意識

～健康行動と健康意識に関する調査結果 vol.1～
『“健康行動”共同調査データ』より

2015年度に発足した健康行動研究会は、様々な領域の企業とともに活動を進めてきました。日本の生活者の健康行動の実態やメカニズムを調査研究によって把握し、その結果を参加企業の事業に活用しながら、幅広い領域で生活者の「健康」に貢献しています。

このたび、2017年8月に20～70代の男女約5000人を対象に行った健康に関する調査の結果を、2015年度に行った調査時からの変化を含めて、ご報告いたします。

全2回シリーズでのリリースを予定しています。今回のリリースでは多種多様な現代の「健康」の在り方そのものをクローズアップしていますが、次回リリースでは、現代の社会における新たな経済の仕組みという異なる切り口から、「健康」への示唆を考えていきます。

今回の調査のポイント

健康行動の変化

- ・「コンビニ・インスタント食は体に悪い」はもう古い！？

これからは生活習慣よりも積極的な食事バランス・運動

2015年からの健康行動の変化を見ると、運動や無添加の食品の選択が増えており、歯磨きや手洗いなどの生活習慣や、コンビニ・インスタント食を食べない行動が減少しています。

- ・若年層は手洗いうがい、高齢層は規則正しい生活に特徴

若年と高齢の健康行動の傾向の違いは、若年の清潔意識、高齢の規則正しい生活習慣にありそうです。

年代別の健康意識

- ・20代より70代のほうが「健康」！？

70代の方が20代より慢性的な病気のある人は多いに関わらず、「自分は健康だ」と思う人が多いです。

- ・健康のための工夫を楽しむ70代

70代は、他の年代に比べて健康に気を使っているだけでなく、健康によい行動を楽しんで行っています。

お問い合わせ先

“健康行動”研究会事務局 株式会社応用社会心理学研究所 担当：田中
〒540-0031 大阪市中央区北浜東1-8 北浜東森田ビル5F
Tel 06-6941-2171 Fax 06-6941-2081
<http://www.aspect-net.co.jp>

■ “健康行動”研究会とは

健康日本21などの政府の健康政策の推進や、数々の健康関連商品・サービスの新発売など、近年ますます人々の健康への関心は高まっているようです。健康は食事や運動、あるいは趣味など、様々な領域と関連しています。健康についてよりよく理解するためには、何かひとつの領域の「健康」について考えるだけでなく、様々な領域を俯瞰して考えるべきなのではないか。

そのような考えのもと、食品・飲料、家電、日用品、化粧品、衣類、医薬品、広告・出版など、幅広い業種の企業が集まることによって、2015年より、「健康行動研究会」を発足し研究活動・情報発信を行っています。人によって捉え方の違う「健康」の正体を明らかにし、その知見を参加企業が自社のマーケティングに応用することで、さらに人々にとって必要とされる「健康商品・サービス」を提供していけるよう、健康行動研究会独自のアプローチで邁進しています。

2017年度には、「健康行動」に関する大規模調査を実施しました。その結果の一部をここに報告します。

- ・現在（第4期）参画企業（五十音順）
 - 株式会社 応用社会心理学研究所
 - 株式会社 学研イノベーション
 - キューサイ株式会社
 - コカ・コーラボトラーズジャパン株式会社
 - 宝ヘルスケア株式会社
 - 日清食品株式会社
 - ミサワホーム株式会社

…など（その他企業については非公開）

■ “健康行動”共同調査の概要

- 調査目的：健康行動の実施実態と、その背後にある人々の健康に対する思い・考え方を明らかにする
- 調査方法：インターネット調査
- 調査企画設計：株式会社応用社会心理学研究所

2017年		2015年
調査期間	調査は前半・後半（①・②）に分け2段階で実施 ① 2017年8月4日(金)～8月6日(月) ② 2017年8月19日(土)～8月23日(水)	調査は前半・後半（①・②）に分け2段階で実施 ① 2015年7月4日(土)～7月8日(水) ② 2015年7月16日(木)～7月28日(火)
質問項目数	① 26問 ② 16問	①20問 ②15問
調査対象者	日本全国の20代～70代の男女	日本全国の20代～60代の男女
有効回答数	① 4968サンプル② 4686サンプル	① 5076サンプル ② 4363サンプル

性・年代別サンプル数：①（②）

年代	男性	女性
20代	305(222)	316(236)
30代	407(357)	406(372)
40代	495(476)	484(478)
50代	412(402)	414(414)
60代	474(474)	500(500)
70代	344(344)	411(411)

回答者の性別・年代の比率は日本の人口比率（総務省統計局／H27国勢調査人口等基本集計）に合わせて回収している。

性・年代別サンプル数：①（②）

年代	男性	女性
20代	495(387)	507(401)
30代	498(441)	514(423)
40代	506(433)	511(441)
50代	505(444)	513(462)
60代	512(464)	515(467)

H22年国勢調査人口等基本集計に基づき、性別・年代・居住エリアの人口比に合わせて回答の重みづけを行ったものを報告する。

健康行動の変化（1）

「コンビニ・インスタント食は体に悪い」はもう古い！？ これからは生活習慣よりも積極的な食事バランス・運動

今回、多様な領域（食事・運動・休養・メンタル・環境など）にわたる74個の健康行動について実態を調査し、そのうち52個について、2015年度の調査結果と比較を行っています。

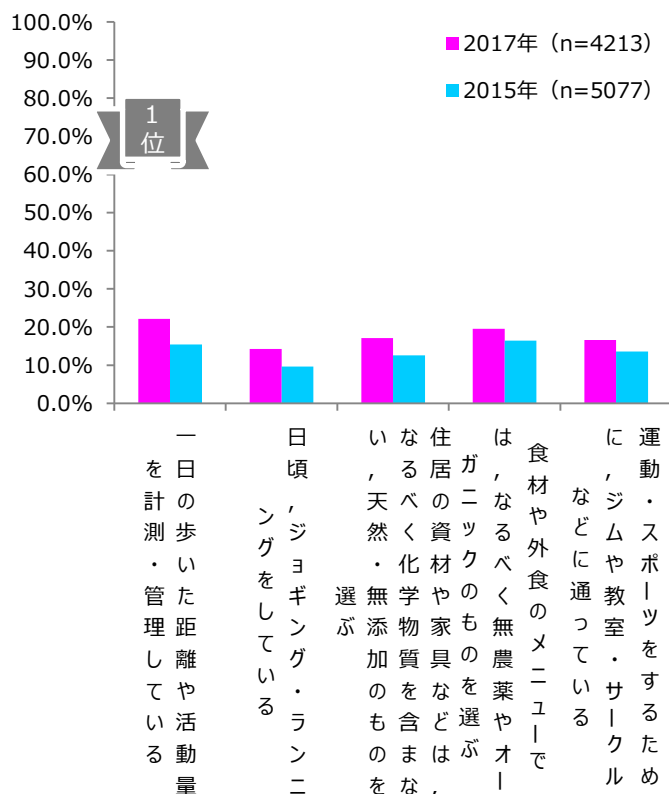
＜「コンビニ・インスタント食を食べない」という人は大幅に減少。＞

インスタント食品や弁当の場合、以前に比べて糖質を減らす、野菜の量を増やしたものが発売されるようになるなど健康を意識している食品が増えているからかもしれません。

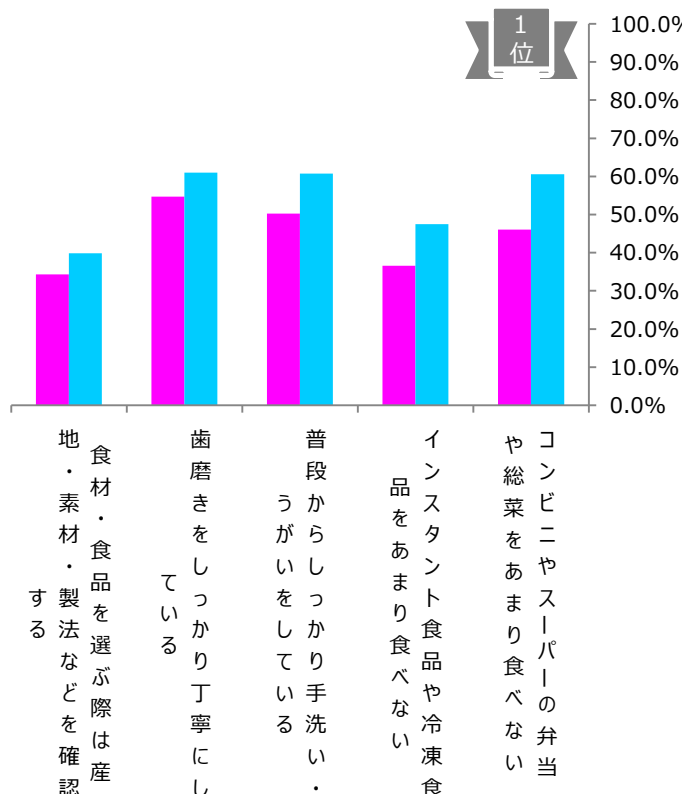
＜増加傾向にあるのは運動（活動量計測やジョギング）や自然派（住居の無添加素材、無農薬など）。＞

スマートフォンのアプリなどで活動量を測れるものが増えていることや、野菜の宅配などの拡大によって無農薬の食材が手に入れやすくなったことと関係しているのかもしれない。

2015年に比べて実施率が増加した項目トップ 5



2015年に比べて実施率が減少した項目トップ 5



※実施率：ここでは、各項目に「非常にあてはまる」「ややあてはまる」と答えた人の割合で示している

※増加、減少の順位づけは、2か年の値の差の大きさに基づいている

※ここでは、両年ともに20～60代のデータを用いて比較している

※「コンビニやスーパーの弁当や総菜をあまり食べない」は「コンビニやスーパーの弁当や総菜をよく食べる」について、「インスタント食品や冷凍食品をあまり食べない」は「インスタント食品や冷凍食品をよく食べる」について、それぞれ「あまりあてはまらない」もしくは「まったくあてはまらない」と回答した人の割合を示している。

健康行動の変化（２）

若年層は手洗いうがい、高齢層は規則正しい生活に特徴

<年代による、重視する健康行動の違い>

20代と60代の健康行動の傾向が違うのかを見てみると、よく実施している項目の多くは共通しています。その中で、「生活のリズムを規則正しくしている」、という項目は20代ではトップ5に入っていませんが、60代では3位に入りました。一方で「手洗い・うがいをよくしている」の項目は20代でのみトップ5に入っています。若年層と高齢層では、大事にしている健康のポイントが違いそうです。

ただし、20代60代ともに、2年間でトップ5の項目に変化は見られませんでした。これらの健康行動はある程度安定して行われていると言えます。

<全体的な実施率の変化>

健康行動の実施率は全体に低下しています。特に、20代で60代より顕著です。メディアや政策の「健康」重視はどんどん高まっている一方で、世の中的な「健康」意識はそんなに高まっていないのかもしれない。

多くの人が行う健康行動は世代・時代を超えてある程度共通していることを考慮したうえで、世代によって異なる項目はなぜ異なるのかを検討していく必要があります。そうすればこれからの新しい「健康」もわかるかもしれません。

20代と60代における実施する健康行動トップ5

20代				60代			
2017年 順位	行動	実施 率・%	2015年順位 (実施率 /%)	2017年 順位	行動	実施 率・%	2015年順位 (実施率 /%)
➡ 1	毎日朝食をしっかりとっている	57.3%	1 (64.2%)	➡ 1	毎日朝食をしっかりとっている	83.5%	1 (89.1%)
➡ 2	歯磨きをしっかりと丁寧にしている	50.6%	2 (59.2%)	↑ 2	積極的に野菜をたくさん食べている	65.1%	3 (68.6%)
➡ 3	普段からしっかりと手洗い・うがいをしている	49.1%	3 (58.6%)	↑ 3	生活のリズムを規則正しくしている	62.7%	4 (67.6%)
↑ 4	積極的に野菜をたくさん食べている	43.3%	5 (47.9%)	↑ 4	歯磨きをしっかりと丁寧にしている	62.5%	5 (66.0%)
↓ 5	コンビニやスーパーの弁当や総菜をあまり食べない	35.3%	4 (50.1%)	↓ 5	コンビニやスーパーの弁当や総菜をあまり食べない	61.6%	2 (73.3%)

※表中の矢印は前回からの変動を表す

※前回は70代は調査対象としていなかったため、高齢層として60代を用いて比較している

年代別の健康意識（１）

20代より70代のほうが「健康」！？ 年代によって違う、自分の健康の捉え方

若い人と年を取った人だと、どちらが「健康」だと思いますか？

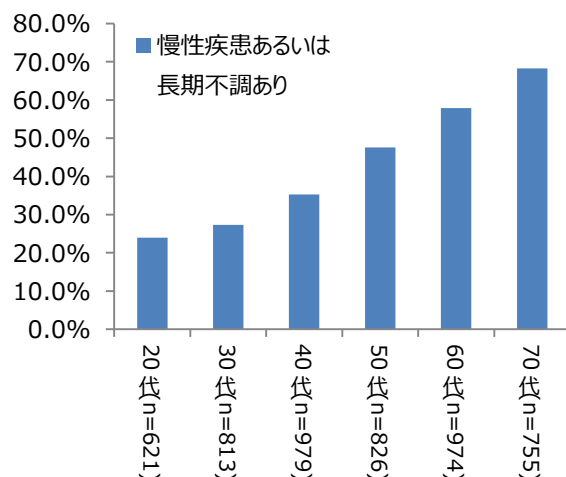
ほとんどの人が若い人と答えると思います。確かに、年代と長期的な病気や不調があるかの関係を見ると、年代が上がるにつれて、病気や不調を抱える人の割合が高くなるのがわかります。

ところが意外なことに、自分の健康状態の評価については、年代が上がるにつれて、より健康だと認識する傾向があることもわかりました。

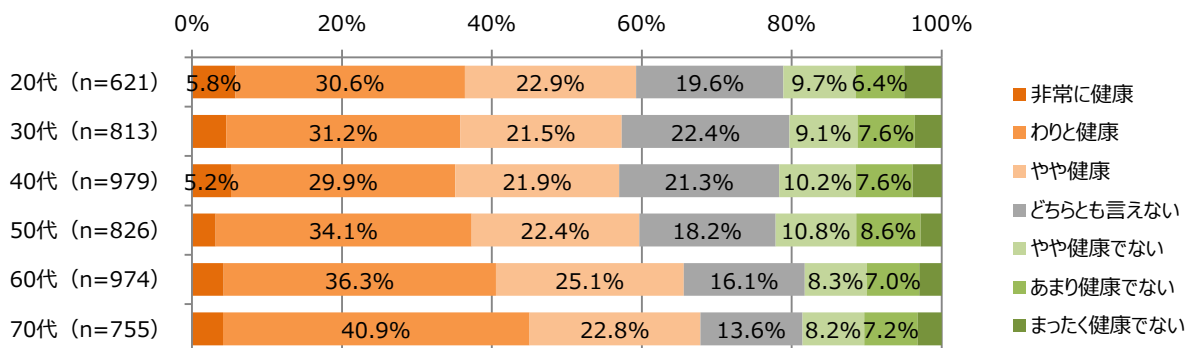
特に、長期的な病気や不調がある人に限って自分の健康状態の評価をみると、年代の差は著しく、70代では、病気や不調がある人の中でも、自分のことを「どちらかといえば健康」だと考えている人が6割に及びます。

このような自己評価だけを見てみると、むしろ70代の方が20代よりも「健康」だ、ともいえます。

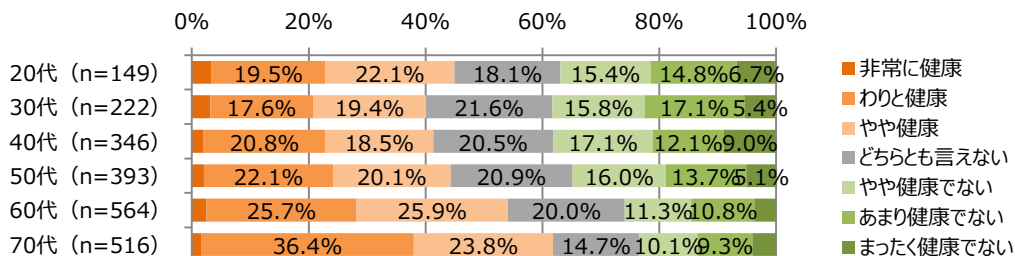
慢性疾患・長期不調の有無



現在の自分の健康について、どう思いますか。



慢性疾患あるいは長期不調のある人に限ると…



年代別の健康意識（２）

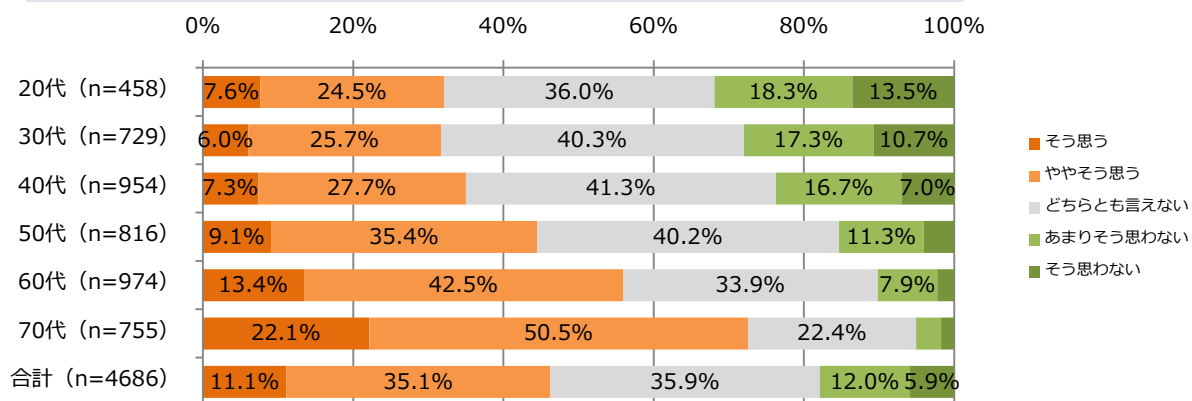
健康のための工夫を楽しむ70代

高齢になるほど、普段から健康に気を使い健康意識が高いのですが、それだけではなく、特に70代は健康行動を楽しんで行っているのがわかります。一方で20代の若年層では「健康のために行動したり生活を工夫したりするのは楽しい」に「あまりそう思わない／そう思わない」と答えている人が4割で、どちらかという健康行動は負担で苦しいイメージだとも読み取れます。

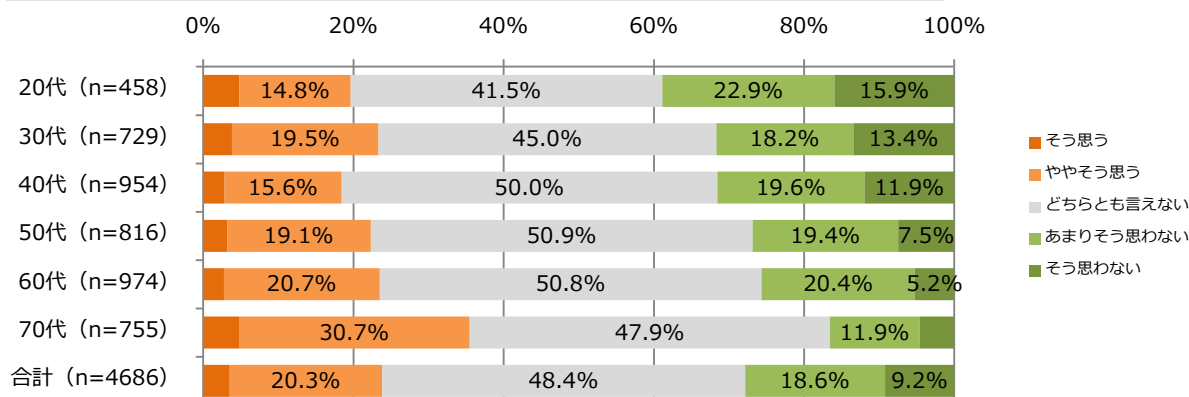
前ページのような、高齢になるほど「自分は健康だ」と思えるようになる背景にも、「楽しいから、きちんとやれる」ということがあるのかもしれませんが。

健康行動をきちんと行っていくためのカギは、「楽しく」行えることにあるのではないのでしょうか。

普段から健康に気を使い、努力している



健康のために行動したり生活を工夫したりするのは楽しい



健康行動研究会の次のリリースでは、今回のような「健康」そのものの問題から少し離れ、現代の社会における新たな経済の仕組みの在り方を通して、「健康」への示唆を考えていきます。

“健康行動”研究会は、 今後も「健康」について明らかにしていきます

■まとめ：“健康行動”研究会の考える「健康」

現代における「健康」は人によってかなり異なっています。

身体的な健康、精神的な健康、あるいは今回の調査で扱ったような社会的な側面での健康…。

私たちは、このような幅広い「健康」を理解するべく、様々な人々の営みについても視野を広げていきます。それによって、現代の人々の生活全体の中に位置づく「健康」を幅広く理解し、それぞれに異なる「健康」への欲求を、どのようにサポートするべきか、総合的に把握することを試みています。

今後も、私たち健康行動研究会は、参加企業が調査結果をもとに商品開発・広告宣伝などに活用することで、様々な領域における、それぞれの人が求めている「健康」を提供していきます。

2018 “健康行動”研究会 の活動

健康行動研究会では、研究会の趣旨に賛同し、共に研究活動を行ってくださる会員企業を募集しております。

また、ここでご報告した内容をはじめとする、生活者の幅広い「健康」や「生活の様子」に関する調査について、結果レポートや調査ローデータを、有償でご提供しています。

ご関心のある方は、詳しいご案内をお送りしますので、下記「研究会事務局」までお問い合わせください。

また、今後も研究会の研究成果は広く発信予定です。

【転載・引用に関する注意事項】

本リリースの内容を転載・引用される場合には、下記問い合わせ先までご連絡ください。
また、転載・引用した資料には、出典として「健康行動研究会」と必ず明記してください。

□□ “健康行動”研究会・“健康行動”共同調査に関するお問い合わせ □□

“健康行動”研究会事務局 株式会社応用社会心理学研究所 担当：田中

Tel 06-6941-2171 Fax 06-6941-2081

Email kenko@aspect-net.co.jp

住所 大阪府中央区北浜東1-8 北浜東森田ビル5F

HP <http://www.aspect-net.co.jp>

リリースで公開しているデータについて、

HP (http://www.aspect-net.co.jp/services/servi04_5/kenko.html) にて詳しく紹介しております。

リリースではわかりやすさのため、実際の調査とは表現を変えているところがあります。

調査上の実際の項目の表現などを確認されたい場合は、HPをご覧になるか、上記までお問い合わせください。