

「健康ニーズ基本調査2008」結果の速報

— “メタボ” ブーム失速か? —

株式会社日本能率協会総合研究所（代表取締役社長：榮 武男 本社：東京都港区）は、2008年9月～11月にかけて、首都圏在住の15～69歳の男女個人を対象に、『健康ニーズ基本調査2008』『女性対象・二次調査：家族の健康ニーズ調査』『男性対象・二次調査：男の“見た目”ケア調査』を実施いたしました。本調査は、一般男女の健康に対するニーズを明らかにするため、①健康状態と健康観、②健康情報と気になる症状、③健康に関する行動、④食生活に関する行動、⑤栄養素・健康食品素材の認知・摂取意向等について、さらに女性の①夫の健康管理とメタボ対策、②子供の健康管理と食育、他について、男性の①体型に対する意識、②身だしなみに対する意識と実態、③メタボ意識と対策、他について、調査いたしました。この調査の中から、下記のような実態が明らかになりましたのでご報告いたします。

(<http://www.jmar.biz/hot/hotang31.html>)

◆健康用語「メタボリックシンドローム」、言葉のパワーは失速気味。

「体脂肪」が66%と1位、以下「血液サラサラ」「内臓脂肪」「疲労回復」「有酸素運動」が4割台。「メタボリックシンドローム」は2006年から2007年で12ポイント上昇し39%が、34%に低下。

◆注目の健康機器は、「トレーニングできるゲーム機」と「骨密度計」。

使用意向は、「マッサージチェア」33%、「体脂肪計」30%、「空気清浄器」「トレーニングできるゲーム機」同率22%、「骨密度計」21%の順。

◆夫のためには「野菜」「和食」「魚」「塩分カット」、

子供のためには「朝食」「三食」「好き嫌いなく」で食育。

「夫のため」が目立ったのは、「野菜を多く」「和食中心」「魚を食べる」「塩分を摂らない」、「子供のため」が目立ったのは、「朝食は必ず」「三食欠かさない」「好き嫌いをなくす」。

◆男性中高年、「野菜」ニーズは上昇傾向、「食の節制」意識は停滞気味。

「野菜を多く食べる」は男性全体で50%、加齢とともに増加し、30代から40代で20ポイント急増。

◆男性の身だしなみは「清潔感」が主目的、

加齢と共に「おしゃれ」→「仕事」→「不快感防止」へ。

「清潔に見られる」68%、「他人に不快感を与えない」52%、「仕事上の印象をよく」35%と続く。

【 本調査：調査概要 】

- ・ 調査対象 : 首都圏に居住する15～69代の男女個人
- ・ 調査方法 : 日本能率協会総合研究所「J-FAXリサーチ」システム利用によるFAX調査
- ・ 有効回収数 : 1,401人(発送数2,000人、有効回収率70.1%)
- ・ 調査実施日 : 2008年9月25日(木)～10月1日(水)

【女性対象・二次調査：調査概要】後述

【男性対象・二次調査：調査概要】後述

《本件についてのお問い合わせ先》

＝2009年4月6日より移転しました＝

株式会社日本能率協会総合研究所 生活者HOTアンケート事務局 担当：土井

〒100-0004 東京都千代田区大手町2-2-1 新大手町ビル2階

TEL:03-6202-1287 FAX:03-6202-1294 E-mail:info_mlmc@jmar.co.jp

◆話題の健康用語「メタボリックシンドローム」、 言葉のパワーは07年をピークに失速気味。

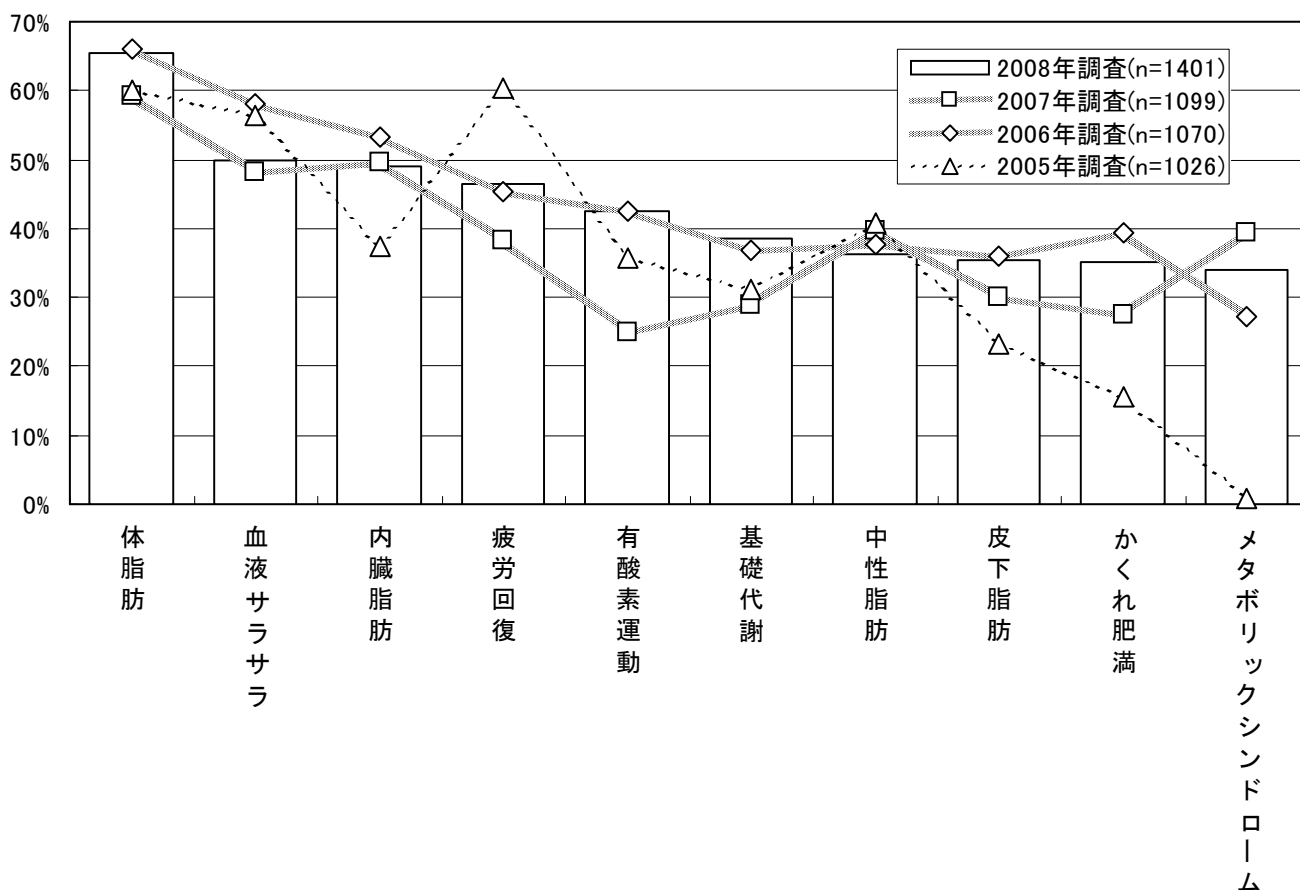
最近の健康に関する用語を20項目挙げ、気になっているものを選んでもらいました。

今年の結果は、「体脂肪」が66%と1位、以下「血液サラサラ」「内臓脂肪」「疲労回復」「有酸素運動」が4割台で続きました。

話題をさらに流行語ともなった「メタボリックシンドローム」という言葉は、2007年の5位から10位まで後退しています。2006年から2007年にかけて12ポイント上昇し、39%に達した大出世用語だったのですが、2008年は34%に低下してしまったのです。「メタボ診断」開始をきっかけに盛り上がった雑誌やテレビなどの報道も、既に一巡してしまったものと思われます。

上位は脂肪関連の用語が目立ちますが、2007年と比較すると、「内臓脂肪」「中性脂肪」といった生活習慣病と直接関連づく言葉よりも、「体脂肪」「皮下脂肪」「かくれ肥満」といった美容イメージの言葉の伸びが目立ちます。また、「有酸素運動」「基礎代謝」といった運動系肥満解消用語も浮上しています。昨年、「メタボ」ブームに直接関連付かず減少した美容系・運動系の用語が2006年水準に復活し、再び関心が戻りつつあるようです。

図表1 気になる健康用語 (MA)



◆注目の健康機器は、

「トレーニングできるゲーム機」と「骨密度計」。

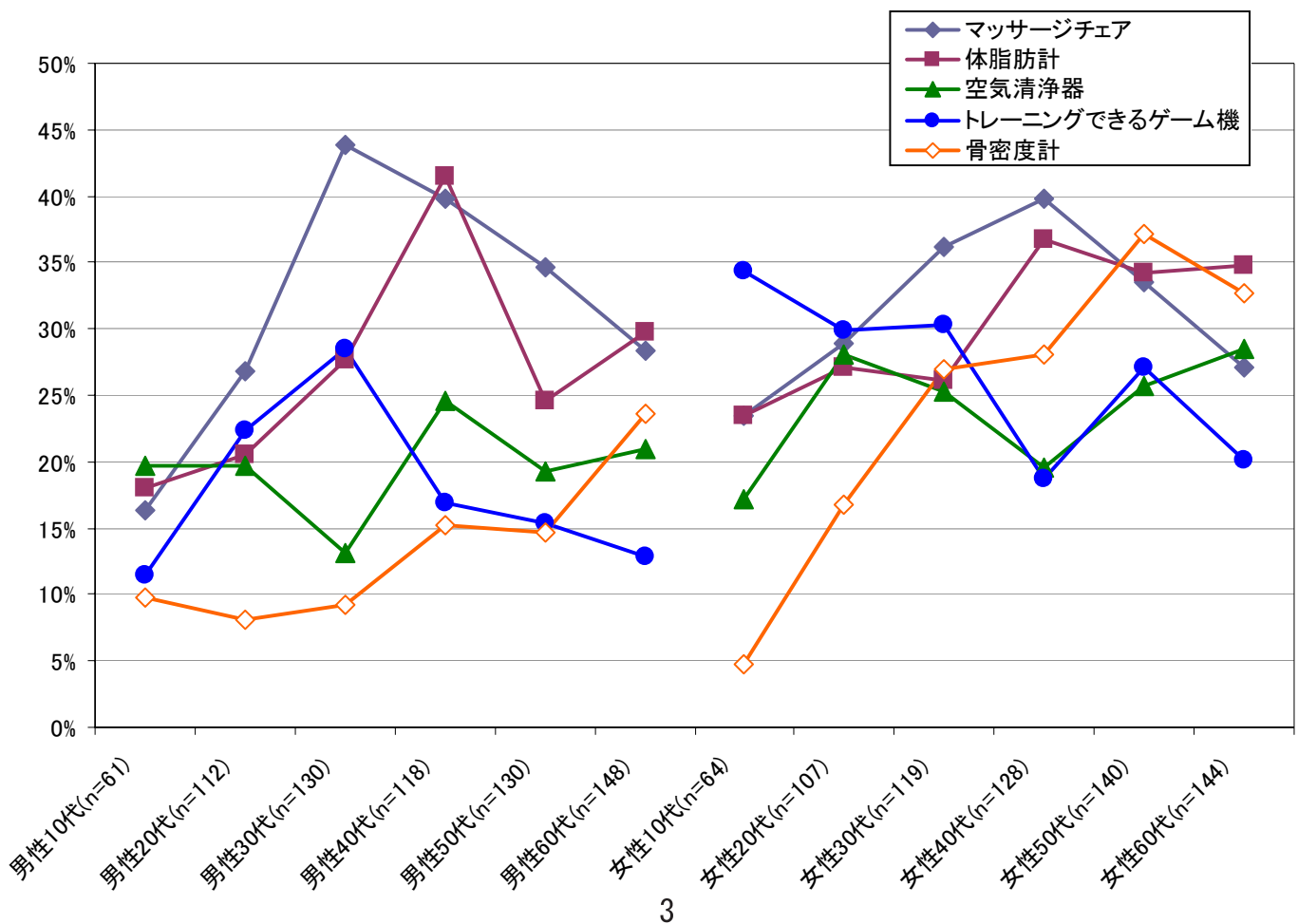
健康機器について25項目をあげ、日常的に使っているものと、今後使ってみたい機器を聞きました。使用率の上位は、「体重計」73%、「体脂肪計」48%、「浄水器」43%、「体温計」39%、「空気清浄器」29%の順でした。一方、使用意向の上位は、「マッサージチェア」33%、「体脂肪計」30%、「空気清浄器」「トレーニングできるゲーム機」同率22%、「骨密度計」21%の順でした。

2008年のヒット商品「Wii Fit」に代表される「トレーニングできるゲーム機」を使っている人は6%にすぎませんが、ゲーム機の身近さと、手軽に運動不足を解消できそうなイメージから、使ってみたいという意欲は22%と高いものがありました。特に女性10代～30代・男性30代に人気があります。子供の時からゲームで遊んで育った世代でもあり、慢性的な運動不足を感じており、自身の健康について向き合い始める年代だけに、今後も開拓の余地が大きそうです。

「骨密度計」も使用意向が21%と高く、2002年と比較して4ポイント増加と年々増えています。現在、家庭用の骨密度計はほとんどなく、使用率は2%どまり。とはいえ、骨密度低下による骨粗しょう症は寝たきりにつながる怖い病気と思われており、特に女性50代を中心に、女性のニーズはシニアになるほど増加し、骨密度をきちんと測りたいという要望は根強いものがあります。

使用意向1位の「マッサージチェア」は、高額で場所をとる商品なので、実際に家庭で使っている人は10%と低く、過去と比較してもほぼ同様の使用率です。使ってみたい人は毎回3割を超えて1位となっており、特に男性30代（44%）と男・女40代（同率40%）にニーズが高い傾向です。仕事や家事にストレスがかかり運動不足や肩こりに悩み、ゆっくり体をもみほぐしたいという声が聞こえてくるようです。

図表2 年代別健康機器の使用意向 (MA)



◆夫のためには「野菜」「和食」「魚」「塩分カット」、
子供のためには「朝食」「三食」「好き嫌いなく」で食育。

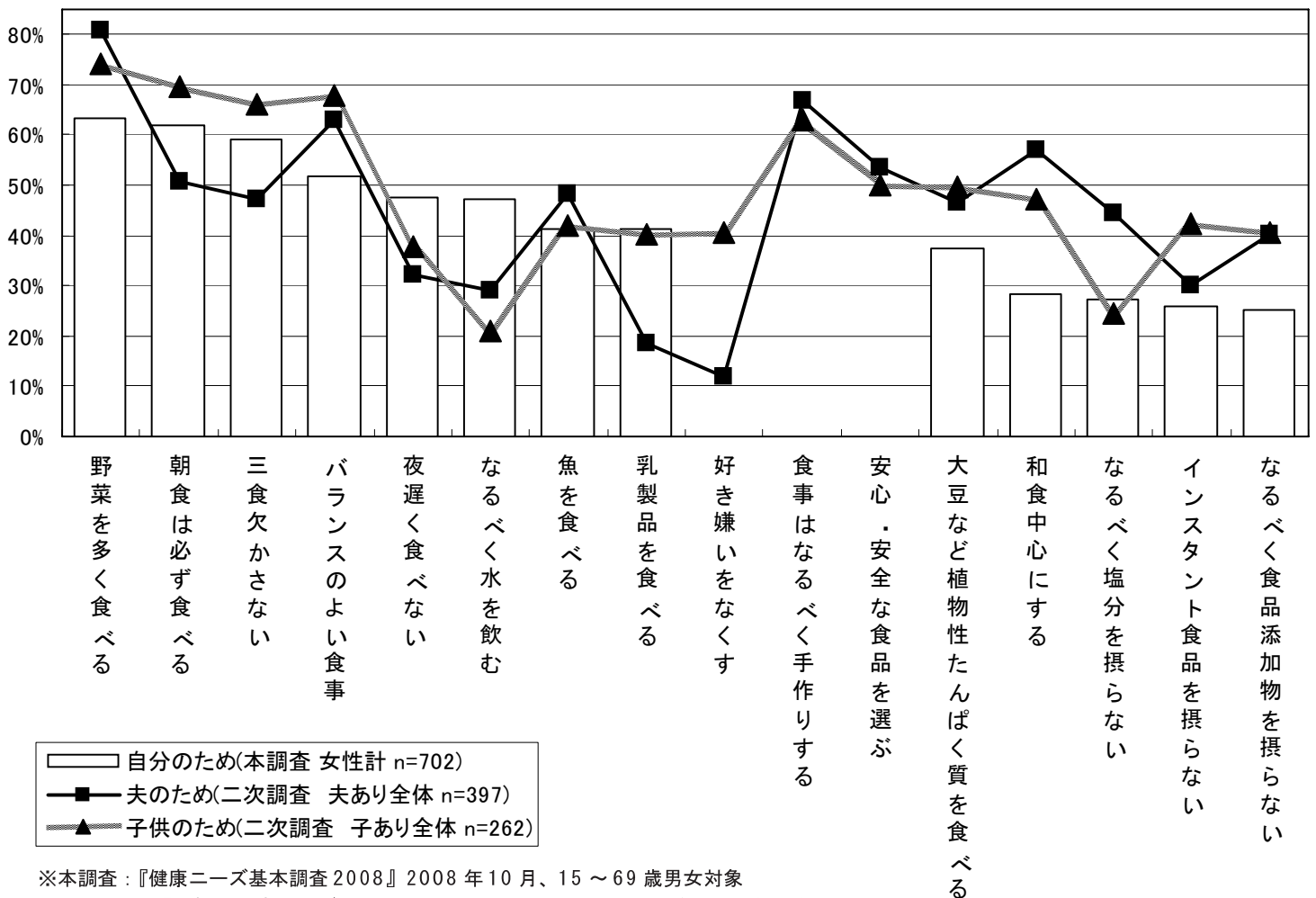
女性を対象に、『二次調査：家族の健康ニーズ調査』を実施し、「夫の健康対策のため」「子供の健康対策のため」、食生活で積極的に実行していることを聞きました。本調査で自分の健康対策として聞いた結果の女性計と比較してみたのが図表3です。

「自分のため」ということでは、「野菜を多く」63%、「朝食は必ず」62%、「三食欠かさない」59%と、6割の人が意識していました。

「夫のため」では、「野菜を多く」が81%と8割を超え、次いで「食事は手作り」67%、「バランスのよい食事」63%の順で6割以上が3項目、「子供のため」では、「野菜を多く」74%、「朝食は必ず」70%、「バランスのよい食事」68%、「三食欠かさない」66%、「食事は手作り」63%の順で6割以上が5項目と、夫より子供のための食生活への配慮の方が高水準でした。

「夫のため」が子供や自分のためより目立ったのは、「野菜を多く」「和食中心」「魚を食べる」「塩分を摂らない」と、生活習慣病を意識した項目です。「子供のため」が目立ったのは「朝食は必ず」「三食欠かさない」「好き嫌いをなくす」と、基本的な食習慣を身に付けさせようとしている“食育”への配慮でした。

図表3 家族のための健康対策 (MA)



※本調査：『健康ニーズ基本調査2008』2008年10月、15～69歳男女対象
 ※二次調査：『家族の健康ニーズ調査』2008年11月、本調査に回答した女性対象

◆男性中高年は食生活改善も重視、 「野菜」ニーズは上昇傾向、「食の節制」意識は停滞気味。

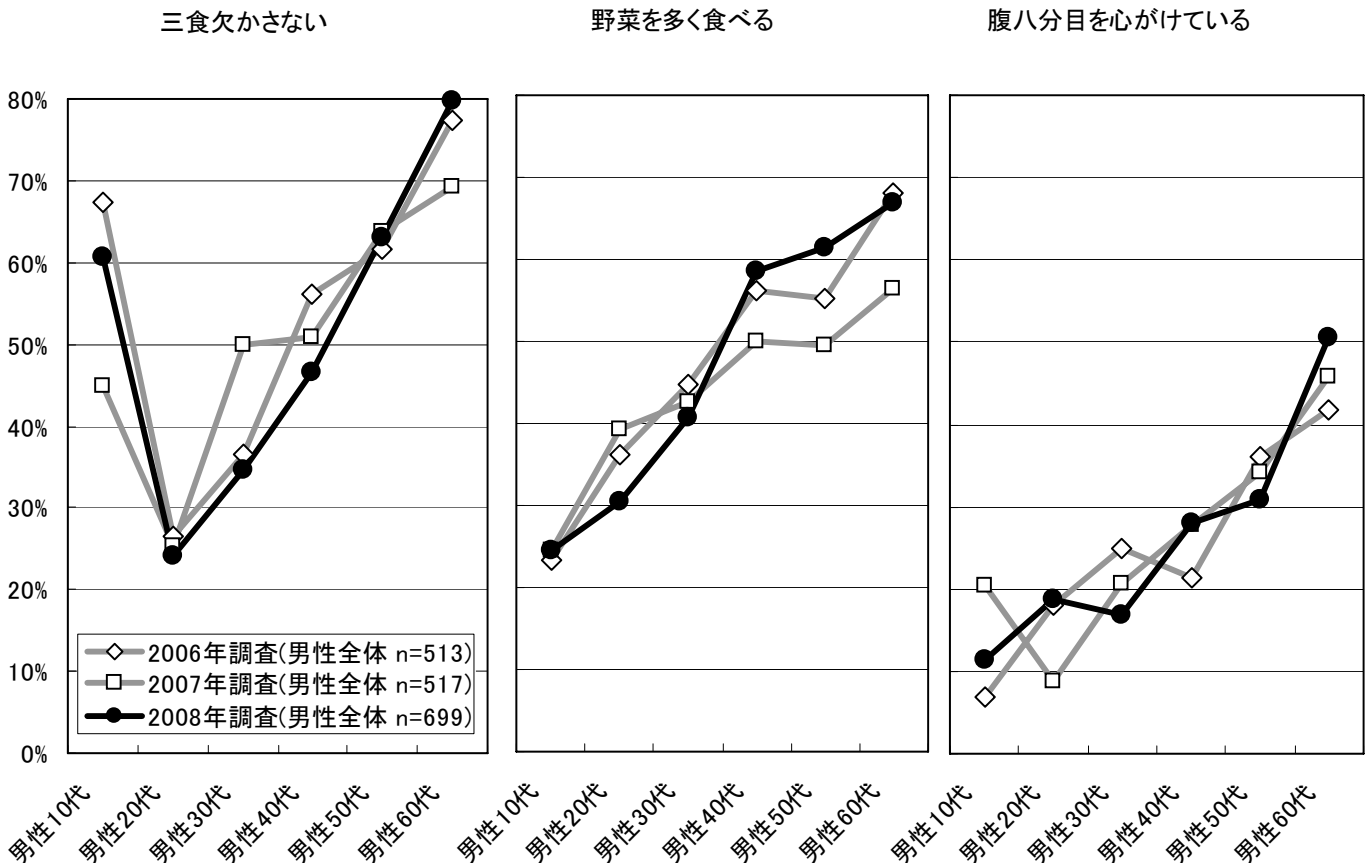
食生活で、健康を意識して積極的に実行していることを聞きました。男性にとっても、食生活の改善は重視されているようで、その中の3項目について、年代別に比較してみたのが図表4です。

「三食欠かさない」という最も基本的な食習慣については、男性全体で52%の人が心がけています。10代では6割以上が意識していますが、20代で24%に激減します。学生・社会人へと生活が変化し、基本的な食生活が乱れている様子です。それが、30代以降は年齢が上がるにつれ食習慣の改善がみられました。

「野菜を多く食べる」という意識は、男性全体で50%ですが、加齢とともに増加します。30代から40代にかけ、41%から59%へと20ポイント近く急増します。50代以上でさらに増加し、過去の結果と比べても年々野菜を食べることを重視するようになりました。健康を意識して食を見直す時に真っ先に思い浮かぶのが野菜であり、外食などでも、男性中高年向けの野菜が充実したメニューが望まれているのでしょう。

「腹八目を心がけている」という食の節制については、男性全体では28%の人が意識しています。20代よりも30代で減少し、それが40代で10ポイント以上増え、50代で停滞、60代で20ポイント増加と、増加のカーブが階段状になりました。昨年の“メタボブーム”の反動からか30代と50代では意識が減った半面、メタボ健診の当事者となった40代は逆に深刻さを増したのか意識されるようになったようです。

図表4 男性の食生活での健康対策 (MA)



◆男性の身だしなみは「清潔感」が主目的、
加齢と共に「おしゃれ」→「仕事」→「不快感防止」へ。

男性が自らの健康に気をつかうようになったと同時に、身だしなみも重視するようになってきました。男性を対象に、『二次調査：男の“見た目”ケア調査』を実施し、身だしなみの目的について聞きました。

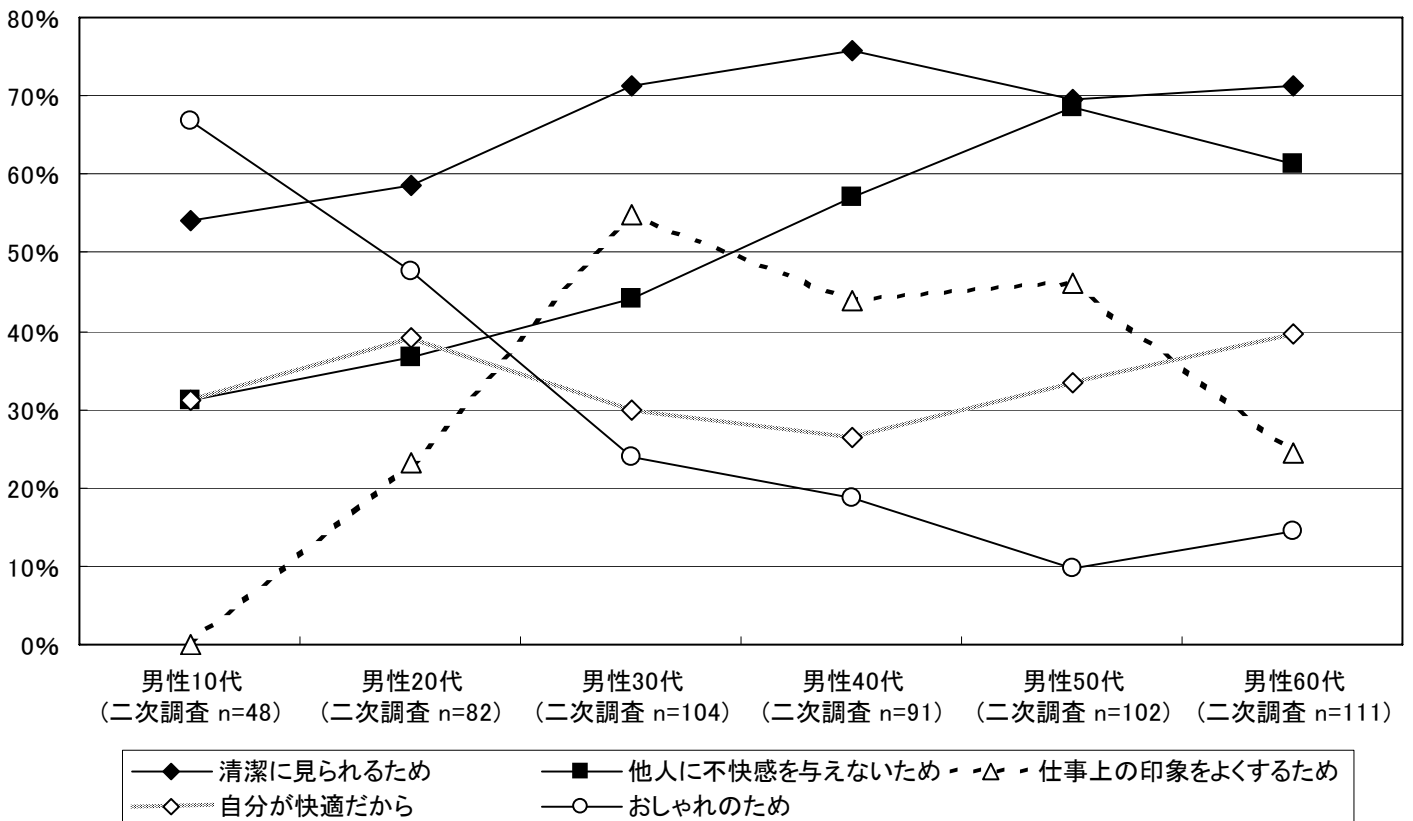
全体では「清潔に見られるため」が68%と他を引き離して1位。次いで「他人に不快感を与えないため」52%、「仕事上の印象をよくするため」35%、「自分が快適だから」34%、「おしゃれのため」26%と続きます。

年代別にみると、若いほど意識されているのが「おしゃれのため」で、10代～20代では半数が意識しているのに対し、30代で2割前後に激減します。友人や異性を意識しての目的も若い層で高い傾向でした。一方、30代～40代の働き盛りで意識されているのが、「清潔に見られるため」「仕事上の印象をよくするため」でした。交友関係が、若いうちは“おしゃれ”が評価される友人や異性中心なのが、徐々にプライベートからビジネス上の付き合い中心に変化していく現われなのでしょう。

50代～60代とシニア層に意識されているのが「他人に不快感を与えないため」と気づかいへのネガティブな義務感が強くなるようです。

また、「自分が快適だから」と対人関係とは別次元の“自分のため意識”を持つ人が多いのは20代と60代という結果でした。

図表5 男性の身だしなみの目的 (MA)



※二次調査：『男の“見た目”ケア調査』2008年11月、本調査に回答した男性対象

『健康ニーズ基本調査2008』は、一般男女の健康に対するニーズを明らかにするため、首都圏在住の15～69歳男女個人を対象に、下記項目について調査しました。

- ①健康状態と健康観
- ②健康情報と気になる症状
- ③健康に関する行動
- ④食生活に関する行動
- ⑤栄養素・健康食品素材の認知・摂取意向等

『女性対象・二次調査：家族の健康ニーズ調査』は、女性の家族の健康管理ニーズを明らかにするため、本調査に回答した女性を対象に、下記項目について調査しました。

- ①食卓作りの意識・実態と理想
 - ②トクホ食品の利用
 - ③本人のメタボ実態
 - ④夫の健康管理とメタボ対策
 - ⑤子供の健康管理と食育
- 【女性対象・二次調査：調査概要】
- ・調査対象：15～69代の女性（本調査の回答者）
 - ・調査方法：FAX調査
 - ・有効回収数：585人（発送数700人、有効回収率83.6%）
 - ・調査実施日：2008年10月23日（木）～29日（水）

『男性対象・二次調査：男の“見た目”ケア調査』は、男性の“見た目”に対するニーズを明らかにするため、本調査に回答した男性を対象に、下記項目について調査しました。

- ①日常生活の実態
 - ②体型に対する意識
 - ③身だしなみに対する意識
 - ④身だしなみケアの実態
 - ⑤メタボ意識と対策
- 【男性対象・二次調査：調査概要】
- ・調査対象：15～69代の男性（本調査の回答者）
 - ・調査実施日：2008年10月30日（木）～11月5日（水）
 - ・調査方法：FAX調査
 - ・有効回収数：538人（発送数700人、有効回収率76.9%）

本調査は、健康マーケティングのための基礎データです。今回はその中から、「気になる健康用語」「健康機器の使用意向」「家族のための健康対策」「男性の食生活での健康対策」「男性の身だしなみの目的」について結果の速報を報告しております。

(<http://www.jmar.biz/hot/hotanq31.html>)

【調査購入のご案内】

本調査は、弊社自主企画による調査に複数企業をご参加いただく方式で実施し、購入費用32万円（税別）～70万円（税別）にて、アウトプット一式を提供いたします。

※本調査の成果物の著作権は（株）日本能率協会総合研究所が保有します。

※弊社は、本調査にご参加・購入いただいた企業（法人・個人）以外には、成果物を提供いたしません。ただし、本調査を告知するための限定的な利用、及び発刊から一定期間経過後はこの限りではありません。

※本調査の成果物のご利用はご参加・購入いただいた企業（法人・個人）の内部でのご利用のみに限らせていただきます。

《本件についてのお問い合わせ先》

＝2009年4月6日より移転しました＝

株式会社日本能率協会総合研究所 生活者HOTアンケート事務局 担当：土井

〒100-0004 東京都千代田区大手町2-2-1 新大手町ビル2階

TEL:03-6202-1287 FAX:03-6202-1294 E-mail:info_mlmc@jmar.co.jp

<http://www.jmar.biz/hot/>

本件引用の際は、お手数ですが、上記あて掲載紙をご送付ください。