

「健康ニーズ調査 2017」結果の報告

— 高齢者で“肉”、若年層で“ストレス”への関心増 —

株式会社 日本能率協会総合研究所（代表取締役社長：譲原正昭 本社：東京都港区）は、2017年10月に、首都圏在住の15～79歳の男女個人を対象に、『健康ニーズ調査 2017』を実施いたしました。さらにその回答者への二次調査として実施した、男性対象の『男性のセルフケア実態調査』、女性対象の『家族の健康ニーズ 2017』の結果についても併せて、本リリースでその一部をご紹介します。

(http://www.jmar.biz/report/life/17_health.html)

◆若年層で「ストレス」、女性で「ダイエット」への関心が増加。

健康の三大要素“食・睡眠・運動”は減少気味。

「ストレスをためない」は女性20代で20ポイント近く増加。「ダイエット」は7ポイント増加。「食事・食生活」67%「睡眠・休養をとる」56%「身体を動かす」44%が5ポイント以上減少。

◆健康を意識して「肉を食べる」人が増加、

男女とも高齢者60代・70代で急増し半数以上に。

「肉を食べる」は、男女とも60代で5割超、男性70代6割、女性70代7割弱。16年→17年で男性60代29ポイント、70代27ポイント、女性50代・60代・70代で20ポイント前後増加。

◆子供のために「野菜」「朝食」「三食」「バランス」の気づかい、

家族のためには「手作り」、夫のためには「塩分」「和食」も意識。

子供への気づかい、1位「野菜を多くする」2位「朝食は必ず食べる」7割超、3位「三食欠かさない」4位「バランスのよい食事」6割超。夫へは「塩分」「和食」の配慮が20ポイント以上高い。

◆男性の家事参加は日常のルーチンワークを中心に増加傾向。

60代で鍋の片付け、30代で食器洗いが多いが、食事作りは少数派。

12年→17年で71項目中63項目が増加。「使った鍋や道具を洗う・片付ける」「食器を手洗いする」「掃除：自分の寝室」「ゴミを出す」「生ゴミの始末」「洗濯物を畳む」が12ポイント以上増加。

◆“メタボブーム”から10年、男性の体型意識は高水準で定着。

男性40代でピークとなる、太っている自覚・やせたい意識。

太っている自覚は08年37%、12年に減少し、18年は持続。男性40代で47%。やせたい意識は08年6割、12年に52%まで減少し、17年は横ばい。男性40代で65%。

【『健康ニーズ調査 2017』調査概要】

- ・調査対象：首都圏在住の15～79歳の男女個人
- ・調査方法：日本能率協会総合研究所「モニターリサーチ・システム」利用によるFAX調査
- ・有効回収数：1,507人(発送数2,200人、有効回収率68.5%)
- ・調査実施日：2017年9月27日～10月5日

【『男性のセルフケア実態調査』調査概要】

- ・調査対象：『健康ニーズ調査 2017』回答者の男性
- ・有効回収数：497人
- ・調査実施日：2017年10月13日～18日

【『家族の健康ニーズ 2017』調査概要】

- ・調査対象：『健康ニーズ調査 2017』回答者の女性
- ・有効回収数：548人
- ・調査実施日：2017年10月12日～17日

《本件についてのお問い合わせ先》

株式会社 日本能率協会総合研究所 経営・マーケティング研究部 担当：土井
〒105-0011 東京都港区芝公園3-1-22
TEL:03-3578-7607 FAX:03-3578-7614 E-mail:info_mlmc@jmar.co.jp

◆若年層で「ストレス」、女性で「ダイエット」への関心が増加。

健康の三大要素“食・睡眠・運動”は減少気味。

健康について関心を持っていることについて、上位3項目まで選んでもらいました。1位は「食事・食生活」67%、2位は「睡眠・休養をとる」56%、3位は「身体を動かす」44%ですが、前回15年と比較していずれも5ポイント以上減少していました。

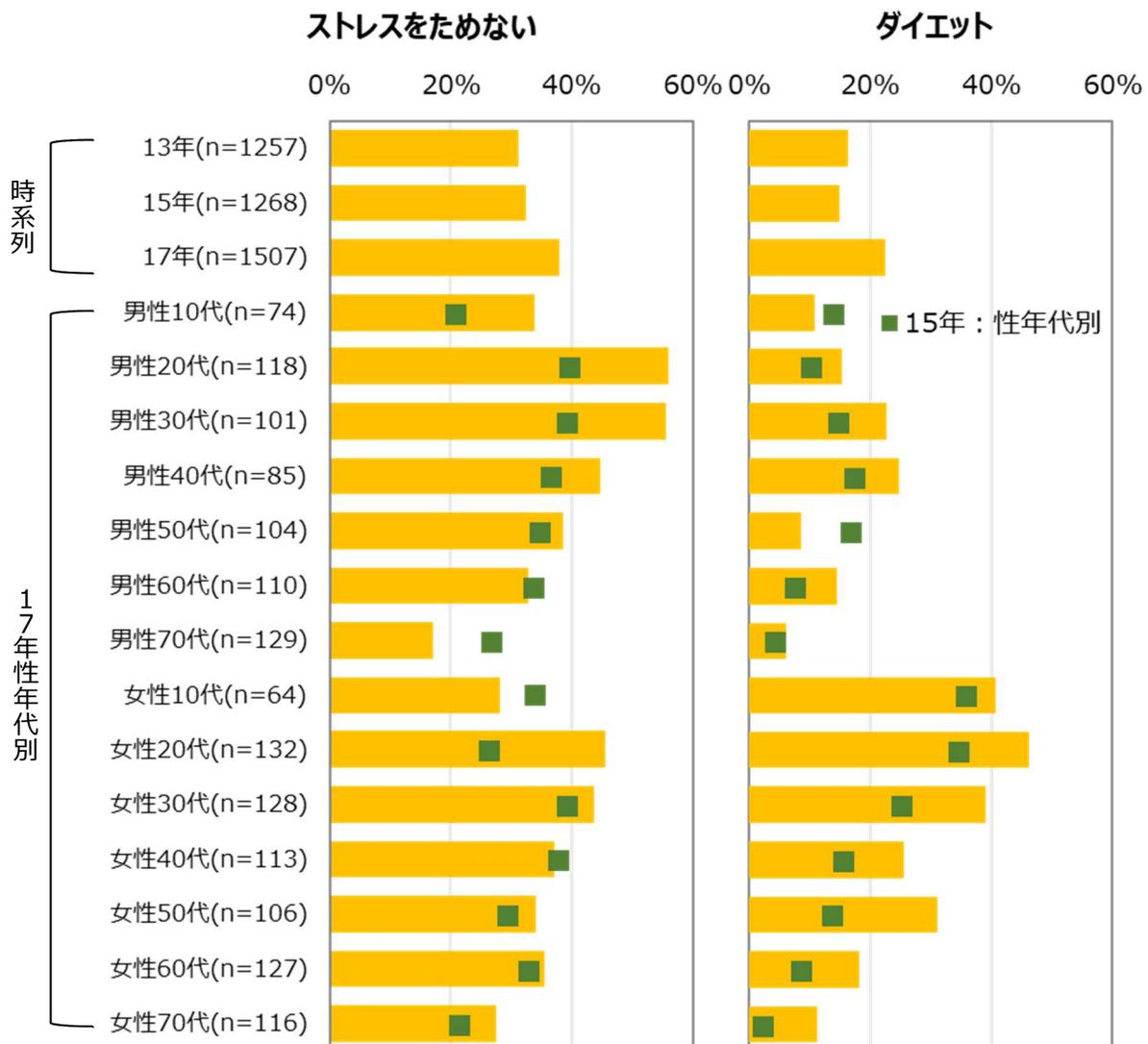
一方、増加が目立ったのが、4位の「ストレスをためない」と5位の「ダイエット」でした。

「ストレスをためない」は、13年から増加傾向が続いており、特に男性20代・30代では半数以上の人が関心を持っていると回答しています。また、女性20代では15年→17年で20ポイント近くの増加が目立ち、男性10代～30代も10ポイント以上の増加でした。

「ダイエット」は、15年→17年で7ポイント増加しました。最も増加したのが女性50代で15ポイント以上の増加、女性10代～30代では4割前後と特に高いのが目立っています。

健康の三大要素である“食・睡眠・運動”への関心は減少気味ですが、一方、若年層では「ストレスをためない」、女性では「ダイエット」への関心の高まりが目立ちました。

図表1 健康についての関心領域（3つまで）：『ストレスをためない』『ダイエット』の回答



◆健康を意識して「肉を食べる」人が増加、

男女とも高齢者 60代・70代で急増し半数以上に。

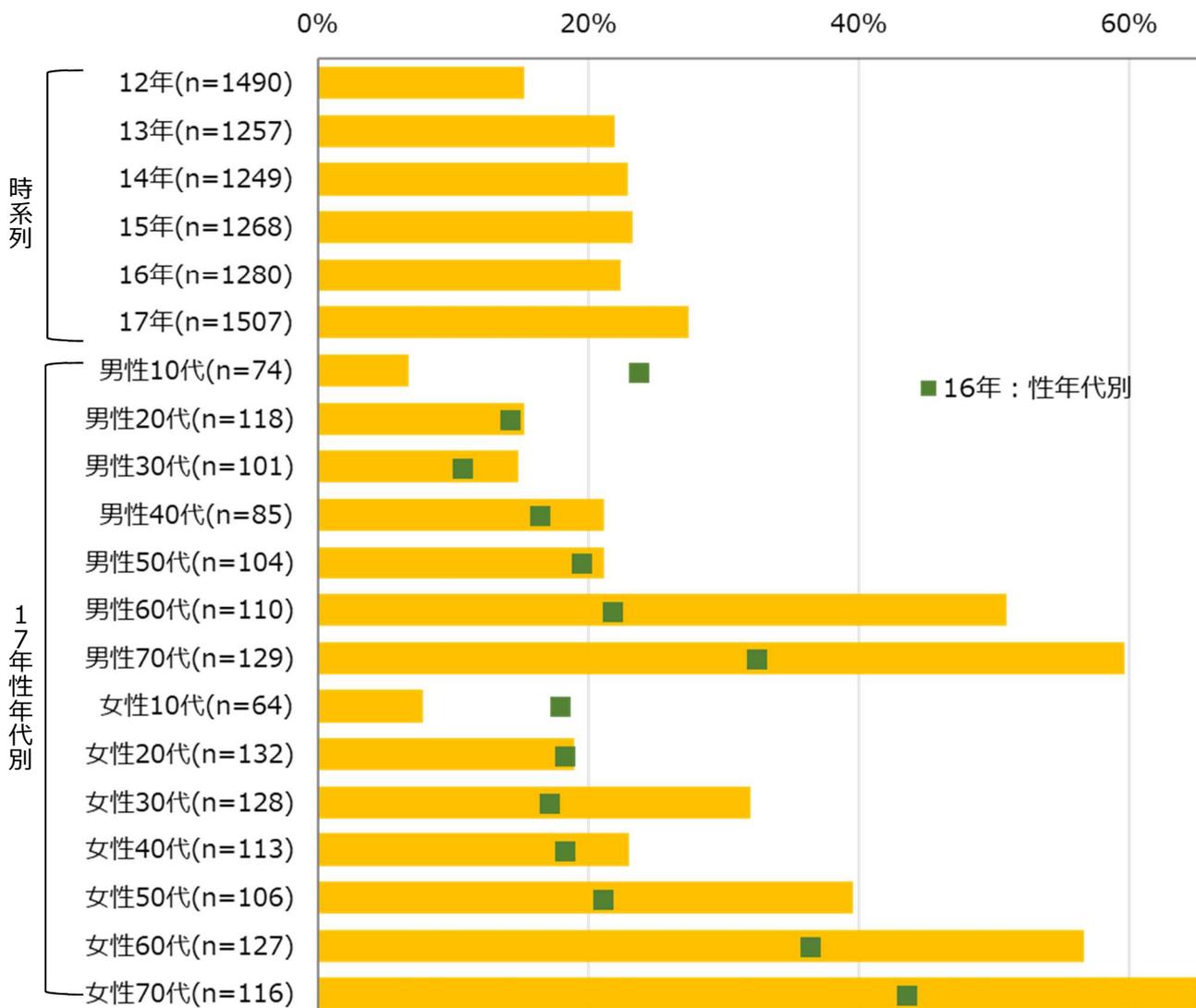
食生活で、健康を意識して積極的に実行していることについて、35の選択肢を挙げて聞きました。

1位「朝食は必ず食べる」が6割台、2位「野菜を多く食べる」が5割台、3位「三食欠かさない」が4割台、4位「バランスのよい食事」が4割弱でした。

時系列で見ると、「野菜を多く食べる」「肉を食べる」は16年→17年で5ポイント以上増加していました。特に「肉を食べる」は、12年→13年でも5ポイント以上増加しており、12年→17年で12ポイント増加していました。

「肉を食べる」を年代別にみると、男性は10代～50代で2割程度以下と低水準ですが、60代で5割を超え、70代で6割に達します。女性は30代で3割を超えて目立つほか、50代で4割、60代で5割を超え、70代で7割弱に達します。16年→17年で、男性60代で29ポイント増、男性70代で27ポイント増と増加しているのが目立ちます。女性50代・60代・70代でも20ポイント前後増加しました。12年からの6年間でみると、健康を意識して「肉を食べる」という人は12年→13年と16年→17年の2回にわたって増加しており、それを支えているのが高齢者の男女でした。

図表2 食生活で実行していること (MA) : 『肉を食べる』の回答



◆子供のために「野菜」「朝食」「三食」「バランス」の気づかい、

家族のためには「手作り」、夫のためには「塩分」「和食」も意識。

食生活で、健康を意識して積極的に実行していることについて、女性の回答を分析しました。

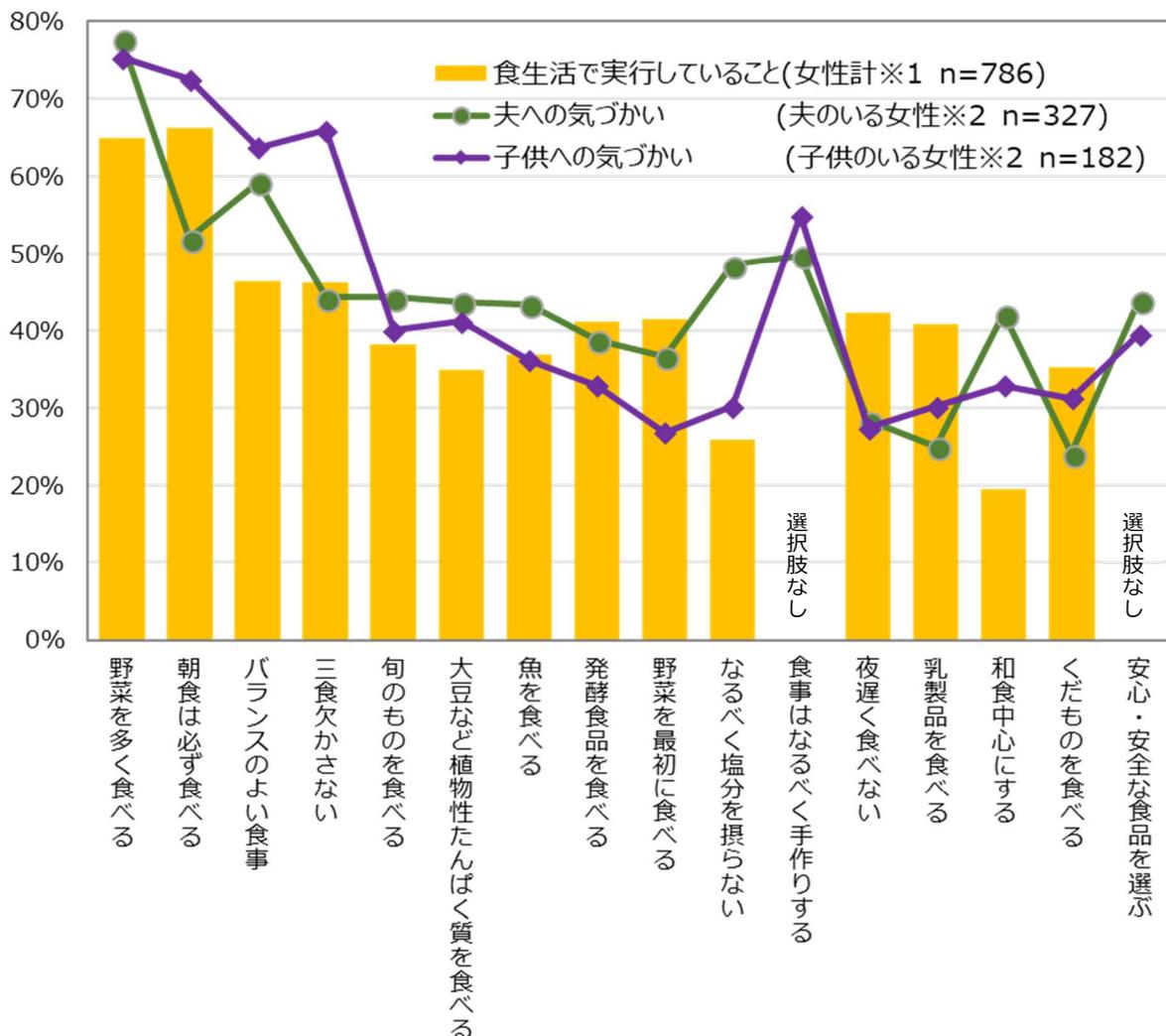
自分自身の健康を意識した回答では、女性計の1位「朝食は必ず食べる」2位「野菜を多く食べる」がおおよそ3人に2人、3位「バランスのよい食事」4位「三食欠かさない」がともに4割台でした。

夫のいる女性に夫への気づかいを聞いたところ、1位「野菜を多くする」78%、2位「バランスのよい食事」3位「朝食は必ず食べる」がともに5割を超えました。また、「塩分」「和食」への配慮が、女性全体より20ポイント以上高いのが目立っています。

子供のいる女性に子供への気づかいを聞いたところ、1位「野菜を多くする」2位「朝食は必ず食べる」がともに7割を超え、3位「三食欠かさない」4位「バランスのよい食事」も6割以上と高率でした。「三食」「バランス」「和食」「野菜」は、女性全体より10ポイント以上上回っています。

夫または子供への気づかいをたずねる設問での選択肢「食事はなるべく手作りする」が、子供のためには5割以上が心がけ、夫のためにも約5割が気づかっており、家族のために「手作り」が意識されるのも特徴的です。

図表3 食生活で実行していること/夫への気づかい/子供への気づかい (MA)



※1:「健康ニーズ調査 2017」より

※2: ※1の回答者の女性を対象とした二次調査「家族の健康ニーズ調査 2017」より

◆男性の家事参加は日常のルーチンワークを中心に増加傾向。

60代で鍋の片付け、30代で食器洗いが多いが、食事作りは少数派。

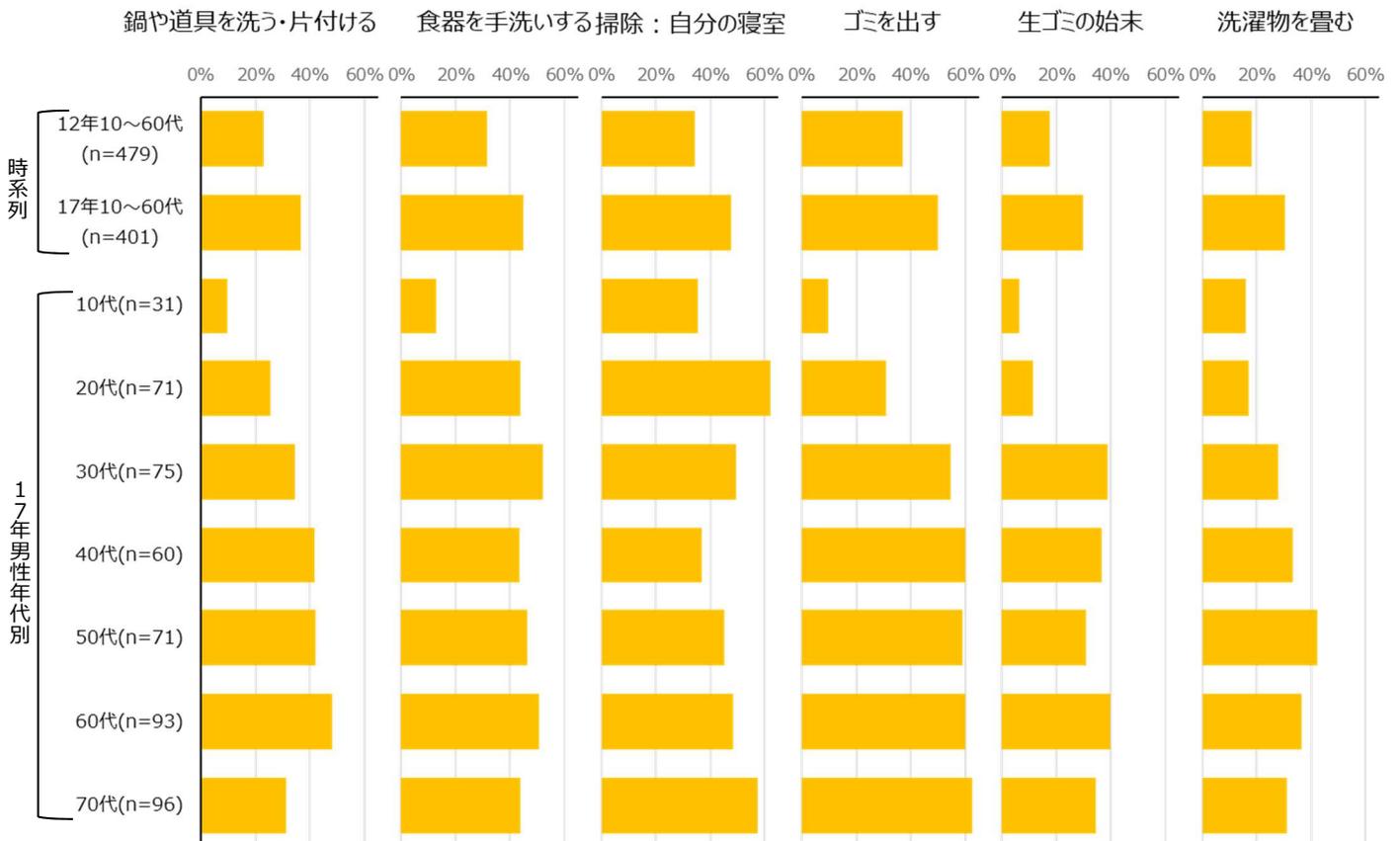
男性に、自身で行う事が多い家事について、71項目の選択肢を挙げて聞いたところ、1位「電球等の交換」が60%、2位「ゴミを出す」3位「掃除：自分の寝室」がともに約半数でした。

時系列で比較すると、12年→17年で71項目中63項目が増加していました。増加幅が大きかった順に、「使った鍋や道具を洗う・片付ける」「食器を手洗ひする」「掃除：自分の寝室」「ゴミを出す」「生ゴミの始末」「洗濯物を畳む」で、この6項目が12ポイント以上の増加でした。

年代別に見ると、「使った鍋や道具を洗う・片付ける」「生ゴミの始末」は男性60代、「洗濯物を畳む」は男性50代、「ゴミを出す」は男性70代で最も高く、「食器を手洗ひする」は男性30代、「掃除：自分の寝室」は男性20代で最も高いという結果でした。

男性の家事参加は、この5年間で着実に増えました。そして増加したのは、頻度の低い「電球等の交換」ではなく、片付け、掃除、洗濯、ゴミ出しといったルーチンワークとなる日常の家事でした。しかしながら、食事作りの領域では「炊飯器でご飯を炊く」「切って盛り付けるだけ」といったごく簡単な家事が9ポイント弱増加していましたが、それでも行っている人は3割に満たないと、まだまだ少ないのが現状です。また、働き盛りの男性40代の協力率の低さが目立ちます。

図表4 男性が自分で行う家事 (MA)



※「健康ニーズ調査 2017」の男性の回答者を対象とした二次調査「男性のセルフケア実態調査」より。時系列は12年の調査対象に揃えて10~60代で比較しました。

◆“メタボブーム”から 10 年、男性の体型意識は高水準で定着。

男性 40 代でピークとなる、太っている自覚・やせたい意識。

男性に、体型についての自覚を聞いたところ、「太っている方」「どちらかという太っている方」を合わせ 33%と、3 人に 1 人に太っている自覚がありました。

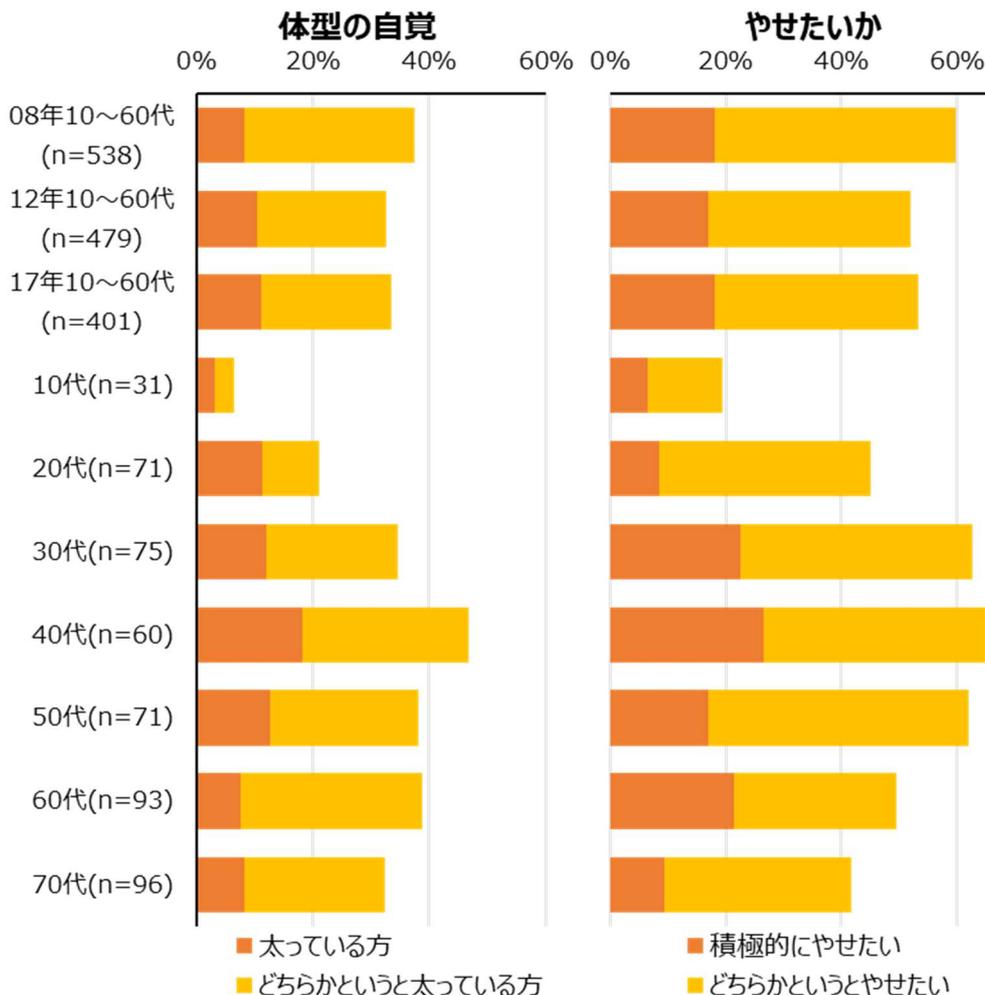
時系列でみると、08 年に自覚は 37%に達していたのが 12 年に減少し、17 年はほぼ持続です。年代別にみると、男性 40 代で太っている自覚は 47%とピークになります。

やせたいか太りたいかを聞いたところ、「積極的にやせたい」「どちらかというやせたい」を合わせ、50%以上の男性にやせたい意識がありました。

時系列でみると、08 年では 6 割の男性にやせたい意識があったのですが、12 年に 52%まで減少し、17 年はほぼ横ばいです。年代別にみると、男性 30 代～50 代では 6 割以上と高水準でやせたい意識があり、男性 40 代では 65%とピークでした。

06 年～07 年に「メタボリックシンドローム」という言葉が流行語となり、08 年頃にはおながが出ていると生活習慣病のリスクが増えて危ないという知識も広がりました。その頃は、特に中年男性でやせなくてはという意識が強かったようです。その意識も 12 年には一段落ですが、10 年が経過した今でも同様の水準で定着しています。男性は 40 代を迎えると BMI の値が 30 代より急増し、体形も変化するためか、そのタイミングで太っている自覚もやせたい意識もピークとなり、特に強く意識されるようです。

図表 5 男性の体型についての意識 (SA)



※「健康ニーズ調査 2017」の男性の回答者を対象とした二次調査「男性のセルフケア実態調査」より。時系列は 12 年の調査対象に揃えて 10～60 代で比較しました。

『健康ニーズ調査 2017』は、首都圏在住の15～79歳の男女個人を対象に、一般男女の健康に対するニーズを明らかにする総合的な調査です。さらにその回答者への二次調査として実施した、男性対象の『男性のセルフケア実態調査』、女性対象の『家族の健康ニーズ 2017』の結果についても併せて、本リリースでその一部をご紹介します。

A; 『健康ニーズ調査 2017』調査の内容】

- 1) 健康状態と健康観
①現在の健康状態 ②健康への気づかい
③健康についての関心領域 ④健康に関する意識と行動
- 2) 健康情報と気になる症状
①健康に関する情報源 ②気になる健康用語
③気になる症状（体調/自覚症状/体型など/病気に対する不安など/その他）
- 3) 健康に関する行動 ①健康のために行っていること（生活習慣/運動/健康管理/他）
- 4) 健康表示について ①健康表示の認知 ②健康表示で選ぶ食品 ③健康志向食品の摂取
- 5) 食生活に関する行動
①健康のために食生活で行っていること
②健康のために食べているもの（野菜/くだもの/飲料/畜産・海産物/加工食品）
- 6) 栄養素・健康食品素材の認知・摂取意向

B; 『男性のセルフケア実態調査』調査の内容】男性対象の二次調査

- 1) 日常生活 ①仕事や日常生活の実態 ②普段の服装 ③普段の運動
- 2) 食生活・家事の実態 ①身の回りのこと ②食生活・家事のスキルと行動
- 3) 身だしなみに対する意識（体型/気づかい/おしゃれ/若さ/悩み）
- 4) 身だしなみケアの実態（ケアの頻度/用品と行動/顔/ボディ/髪/ヒゲ）

C; 『家族の健康ニーズ 2017』調査の内容】女性対象の二次調査

- 1) 食事作りの意識・実態と理想 ①意識・行動 ②食卓シーン ③分担 ④理想と現実
- 2) 健康表示食品の利用について
- 3) 夫の健康管理（年齢・職業・健康状態/生活習慣/気になる症状/気づかい）
- 4) 子供の健康管理と食育（性別・年齢・健康状態/気になる症状/気づかい）

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、「健康についての関心領域」「食生活で実行していること『肉を食べる』」「食生活で実行していること/夫への気づかい/子供への気づかい」「男性が自分で行う家事」「男性の体型についての意識」に焦点をあて、結果の速報を報告しております。（http://www.jmar.biz/report/life/17_health.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にご参加いただく方式で実施し、以下のアウトプット一式を提供いたします。

・調査のアウトプット

- (1) 調査報告書：A4判・A;63頁 B;41頁 C;37頁・2017年11月～12月発行
- (2) 集計結果表：A4判・A;1,068頁 B;720頁 C;926頁・2017年10月～11月発行
- (3) 集計データ (CD-ROM)：クロス集計、ローデータ、他一式

・購入費用：定価 A;440,000円(税別) B;320,000円(税別) C;320,000円(税別) ※セット価格有

※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》

株式会社 日本能率協会総合研究所 経営・マーケティング研究部 担当：土井
〒105-0011 東京都港区芝公園3-1-22
TEL: 03-3578-7607 FAX: 03-3578-7614 E-mail: info_mlmc@jmar.co.jp

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。