

新どさんこレポート vol.08

テーマ：北海道民の健康に関する意識

道民若年層は男女で健康意識に差があり。
男性は20代から老後を意識？



北海道博報堂「新どさんこ研究所」(新ど研)では、生活者を取り巻く環境の変化にともない、道民意識や行動も変わっていくという仮説のもと、「一步先の道民=新どさんこ」の姿を生活者データの分析や未来予測から提言していきます。

🔍 今回のレポートでは、道民の“健康についての意識”をご紹介します。

データのご紹介

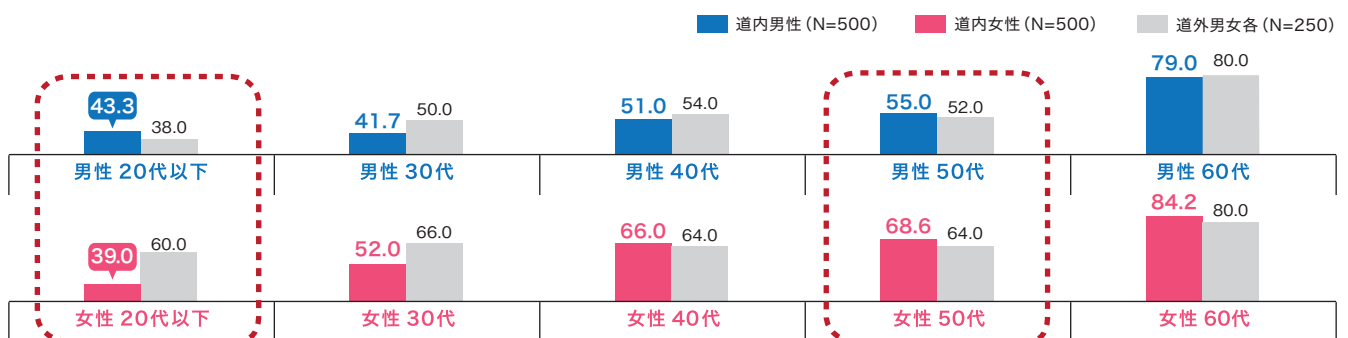
① 健康に気をつけた生活を送っているか

新どさんこ
リサーチ
2016

※サンプル数30以下については参考値

Q. あなたは、以下のような生活をしていますか。

健康に気をつけた生活 (5段階 / 「かなりしている」+「ややしている」の合計)



年代別に比較したところ、道内では男性20代以下を除き、男女ともに年を重ねることに意識が高くなっていました。50代は加齢による健康不安が気になってくる年代と考え、道内では道外よりも、早めに健康への意識が向いているのかも。道内20代以下の男性の意識は43.3%と、30代よりも高くなっています。また、道内20代以下の女性は他年代と比べ、道外との差がもっとも大きく、低くなっています。何故このような差が生まれたのでしょうか？今回はこの道内20代男女に注目し、「健康的な生活」の意識の高さ・低さの理由を調べてみました。



①で「健康に気をつけた生活を送っている」<かなりしている+ややしている>選択者(=健康意識高グループ)<あまりしていない+まったくしていない>選択者(=健康意識低グループ)について、道内20代以下の男女を、同年代の道内外全体の意識と比較しました。

② 自分の老後と自分の体型に関する意識

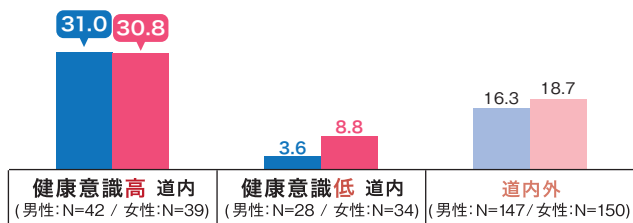
リサーチ
2016

※サンプル数30以下については参考値

老後のことを考えた生活をしている

(5段階/「かなりしている」+「ややしている」の合計)

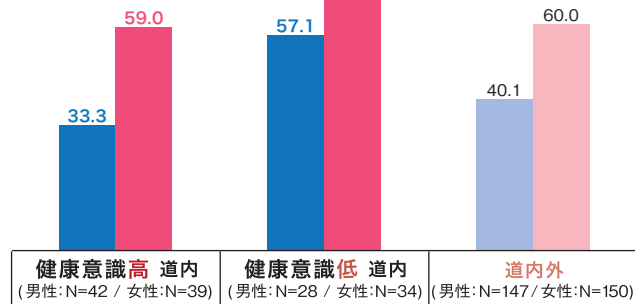
■ 男性20代以下
■ 女性20代以下



自分の体型は太っていると思う

(5段階/「かなりしている」+「ややしている」の合計)

■ 男性20代以下
■ 女性20代以下



「老後のことを考えた生活をしている」については、健康意識高グループ男女は道内外の同年代と比較して高い傾向。

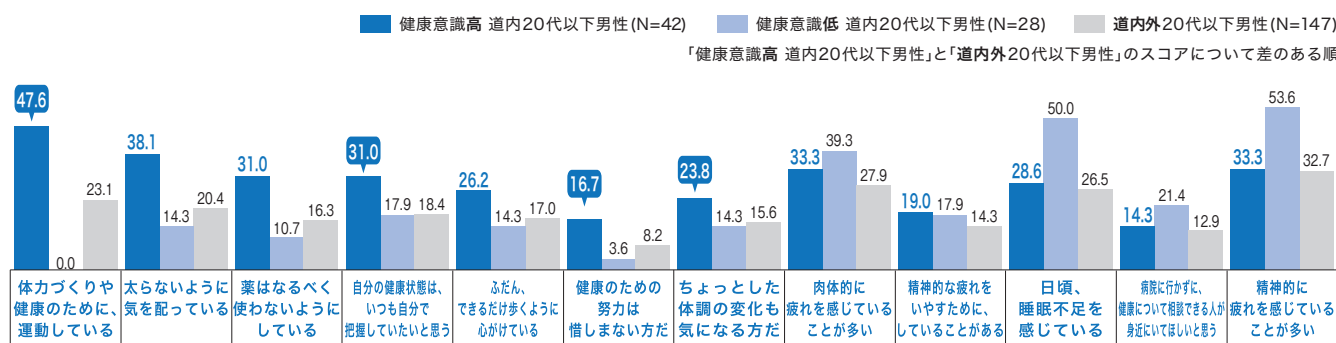
「自分の体型は太っていると思う」については健康意識低グループ女性については7割が自身を「太っていると思う」と回答。道内20代以下男女ともに健康意識が低いほどに老後のことを考える人が少なく、自分の体型は太っている、と感じている人が多いことが分かりました。

③ 健康に対する意見

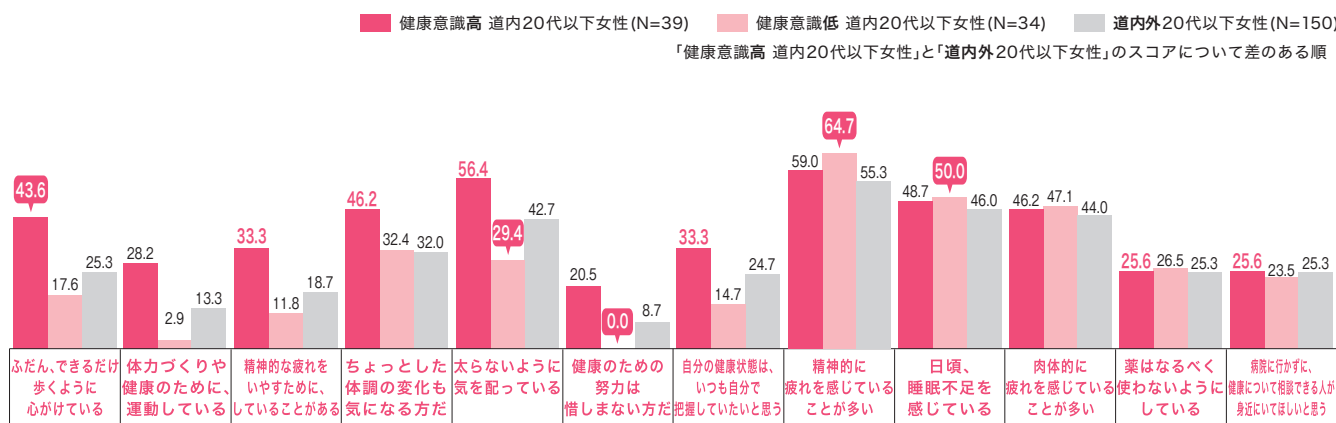
リサーチ
2016

※サンプル数30以下については参考値

道内20代以下男女の健康意識高グループ/低グループがそれぞれ、健康に対してどのような意見をもっているのかを深掘りしてみました。



健康意識高グループで高く、同年代の道内外男性と比較してもっとも差のあった項目は「体力づくりや健康のために、運動をしている」。その他、「健康のための努力は惜しまない方だ」と、健康維持のための行動はポジティブに捉えている様子。また、「自分の健康状態は、いつも自分で把握していきたいと思う」「ちょっとした体調の変化も気になる方だ」など、自分の体調に対する関心が道内外男性と比較して飛びぬけていました。



健康意識高グループで高く、同年代の道内外女性との差がもっとも大きいのは「ふだん、できるだけ歩くように心がけている」。健康意識低グループの方が低く、同年代の道内外女性との差がもっとも大きいのは「太らないように気を配っている」で13ポイントの差。健康意識低グループでは「健康のための努力は惜しまない方だ」についての選択者はいませんでした。逆に、健康意識低グループの方が高かったのは「精神的に疲れを感じていることが多い」、「日頃、睡眠不足を感じている」など。普段から自身の不調については気になってはいるものの、運動などの行動のハードルは高いと感じている様子です。

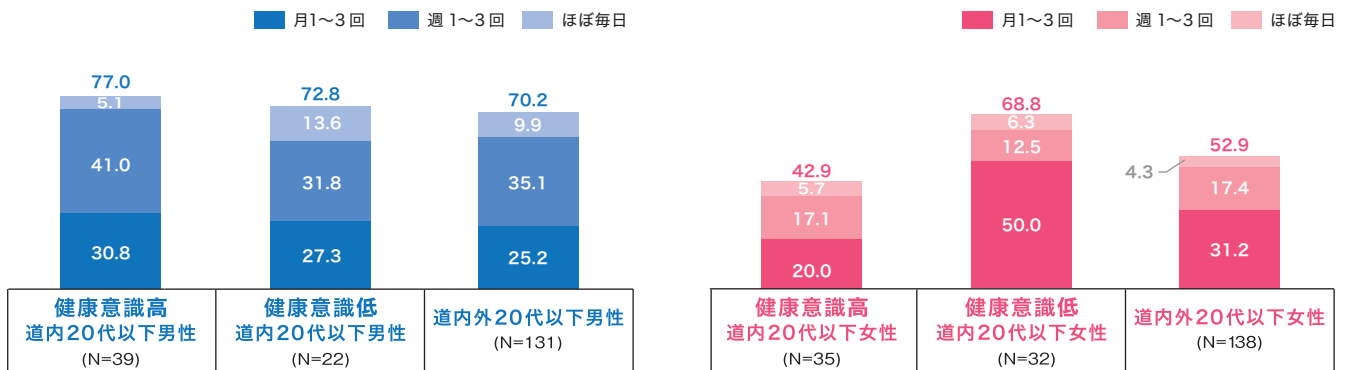
4 飲酒の頻度

新しき人
リサーチ
2016

※サンプル数30以下については参考値

健康意識による飲酒の頻度に差はあるのでしょうか？

Q. 1カ月に1回以上の飲酒のある人 ※20歳以上



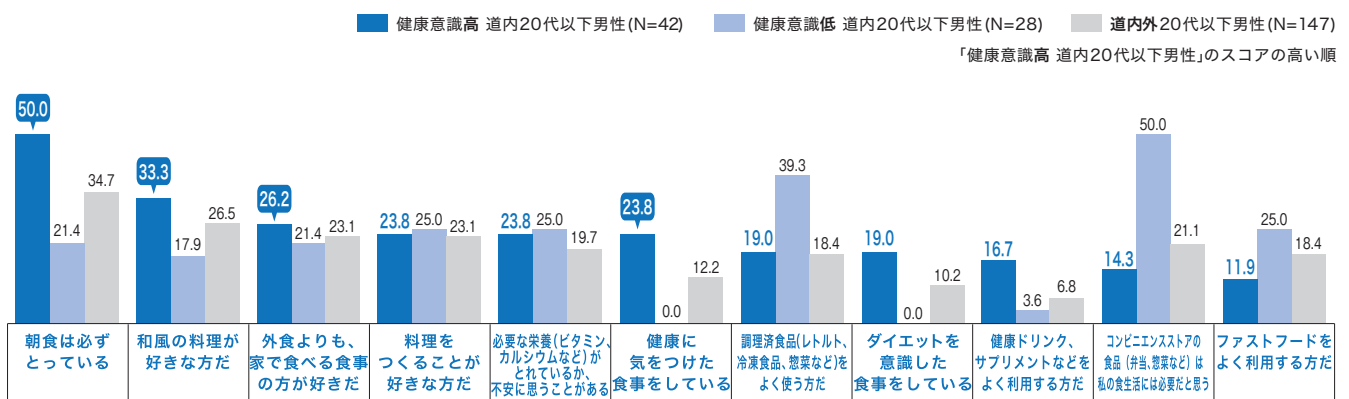
健康意識による飲酒の頻度は男女で差が出ました。男性の健康意識高グループについては道内外の同年代よりも飲酒頻度が高いという結果でした。一方、女性については健康意識が高いほど飲酒頻度が低い傾向で、健康意識高グループと低グループの差が大きかったです。

5 食意識

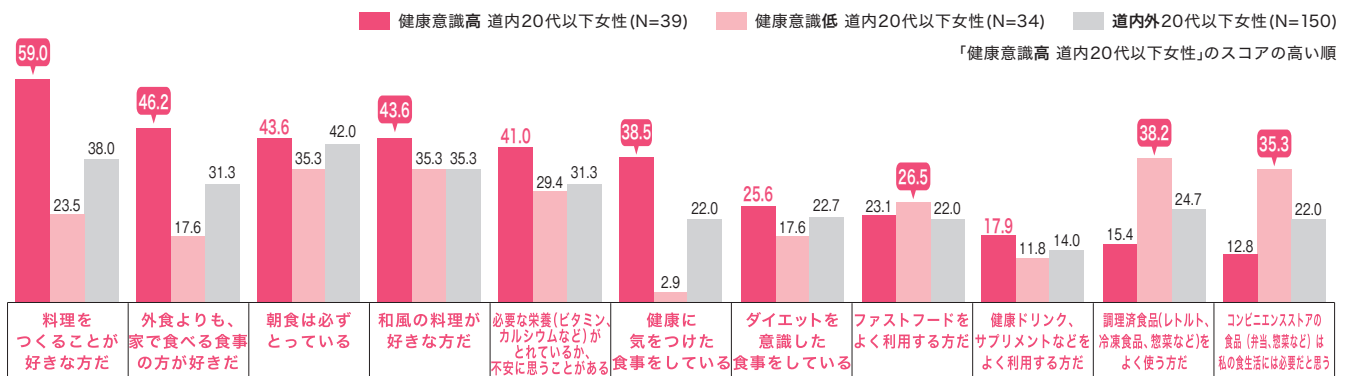
新しき人
リサーチ
2016

※サンプル数30以下については参考値

Q. 以下にあげる考えや意見の中で、あなたご自身にあてはまるものをお選びください。



健康意識高グループでもっとも高かったのは「朝食は必ずとっている」で、同年代の道内外男性と比較すると15ポイント以上高くなりました。その他、「和風の料理が好きな方だ」「外食よりも、家で食べる食事の方が好きだ」「健康に気をつけた食事をしている」等のスコアが、同年代の道内外男性と比較すると高い傾向。



健康意識高グループでもっとも高かったのは「料理をつくらることが好きな方だ」。健康意識高グループについては他に男性同様、「外食よりも、家で食べる食事の方が好きだ」「和風の料理が好きな方だ」「健康に気をつけた食事をしている」などの項目が高くなっています。反対に、健康意識低グループに関しては、「ファストフードをよく利用する方だ」「調理済食品をよく使う方だ」などの項目が同年代の道内外女性や健康意識高グループに比べて高くなっていました。



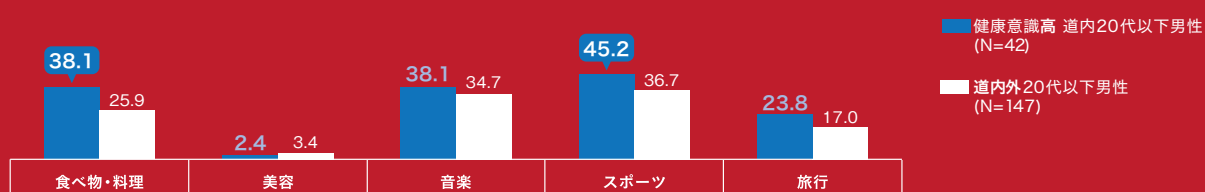
今回の発見の
ポイント

道内若年層の健康意識は ゴウカイ女子の「あるがまま主義」と ひたむき男子の「努力主義」

【健康に気がつけた生活】について年齢別にみると、道内外ともに60代がもっとも高く8割前後。これは、自身の加齢や、家族や友人・周囲などでも健康意識が向上する年齢であることが原因と推測されますが、今回特に注目したのは道内の若者・20代以下男女の健康意識です。

男性20代以下の健康意識は道外の同年代男性と比べると高い傾向でした。彼らは日々、体力づくりや健康のために運動をしており、太らないように気を配っているようです。

グラフ① あなたはふたん、どのような情報に関心をお持ちですか。



彼らが普段関心のある情報をみてみると、健康意識高グループは同年代の道内外男性と比べ、食べ物・料理やスポーツにも関心を寄せています(グラフ①)。

お酒も楽しみつつ、自分に合った健康維持の方法を知っているのかもしれない。

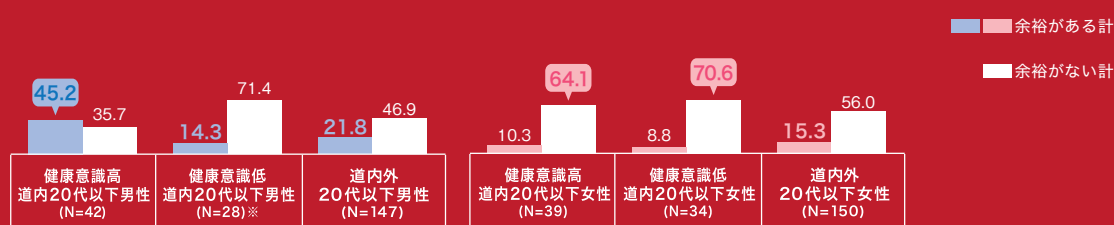
一方、道内20代以下女性については、道外の同年代女性と比べると健康意識が低い傾向でした。

女性の方が自分の体型についての評価が厳しめということもあるかもしれませんが、健康意識低グループについて「自分の体型は太っている」と感じている人は7割以上。食意識についてみると、「ファストフードをよく利用する方だ」「調理済食品をよく使う方だ」などの項目が高くなっていました。道民の「食意識」については vol4 でまとめているのですが、道内20代以下の女性については特にこういった傾向が強く出ており、道内20代以下女性の健康意識は、食意識との結び付きが強いのかもかもしれません。

また、各グループごとの「現在の暮らしの経済状態」についてみると、男性健康意識高グループは「余裕がある」、低グループは「余裕がない」が高くなっていました。女性では、健康意識の高い低いに関わらず「余裕がない」と答えた人が多く、健康意識低グループでは7割を超えました。

20代男女の就労形態や就業状況を考えると、経済状態も、健康への意識の高低に影響を与えているのかもしれない。

グラフ② 現在の暮らしの経済状況



※サンプル数30以下につき参考値

新どさんこ リサーチ 2016

調査目的：北海道の生活者意識を定量的に把握し、道内外や道内地域で比較することで、「新どさんこ」の潮流を見つけることを目的とした、新どさんこ研究所のオリジナル調査。

調査概要：ウェブ調査

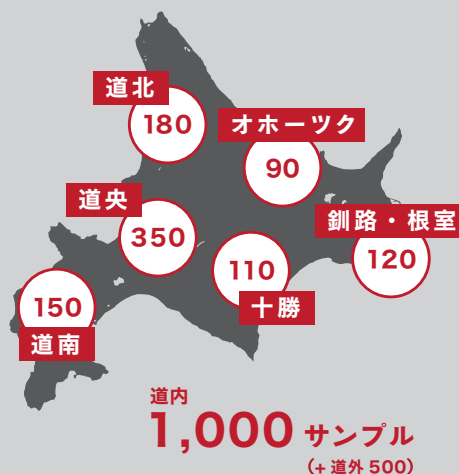
調査期間：2016年11月

調査対象：道内外在住の男女18～69才

サンプル数：1,500（道内エリアは人口構成比で割付）

道内1,000S / 道外500S（割付は下表の通り。）

調査会社：東京サーベイ・リサーチ



道外		道内※	
男性 20代以下	50	男性 20代以下	97
男性 30代	50	男性 30代	103
男性 40代	50	男性 40代	100
男性 50代	50	男性 50代	100
男性 60代	50	男性 60代	100
男性計	250	男性計	500
女性 20代以下	50	女性 20代以下	100
女性 30代	50	女性 30代	100
女性 40代	50	女性 40代	100
女性 50代	50	女性 50代	105
女性 60代	50	女性 60代	95
女性計	250	女性計	500
道外計	500	道内計	1,000

※道内割付	
道央	350
道南	150
道北	180
道東	320
道内計	1,000

新ど研

北海道博報堂「新どさんこ研究所」（新ど研）とは？

生活者を取り巻く環境変化が加速していく中、北海道民も変わっていくという仮説のもと

「一步先の道民=新どさんこ」を生活者データ分析や未来予測から見出す専門組織です。



所長

山岸 浩之 Hiroyuki Yamagishi

2014年北海道博報堂入社。

コミュニケーション戦略局長兼マーケティング部長として、北海道の様々なクライアントの戦略立案やリサーチを担当。

お問い合わせ先

株式会社北海道博報堂
コミュニケーション戦略局マーケティング部
新どさんこ研究所 広報担当：吉川
☎011-251-0178

公式HP

<http://shindoken.com/>

過去のレポートはこちら！

