

## 【健康ハートウィーク特別企画】ミドル世代の健康意識を明らかに～「SNS 映え狙い」 「自己節制意識」が逆に健康リスクを招くかも！？

健康・医療分野の広告メディア事業ならびにマーケティング事業を行う株式会社QLife（キューライフ／本社：東京都港区、代表取締役：有瀬和徳）は、「健康ハートウィーク特別企画」として、35～54歳男女（健康診断や人間ドックで「生活習慣病」「生活習慣病予備軍」と指摘を受けている、または健康診断未受診で、健康・美容を意識して取り組んでいることをSNSに投稿することがある方）を対象にアンケート調査を行った。有効回答数は176名（男性：102名 女性：74名）、調査期間は2022年7月29日（金）～8月1日（月）である。

今回の調査結果から、以下のような現状が示された。

### ■取り組んでいること

- ・ 取り組んでいる人が最も多いのは「ウォーキング・ランニング」（59%）で、次点は「塩分・糖分・脂質の制限」（47%）、「筋力トレーニング」と「ヨガ・ストレッチ・体幹トレーニング」（26%）と続く。
- ・ 性別で見ると、男性は「ウォーキング・ランニング」が最も多く（65%）、女性では「ウォーキング・ランニング」と「塩分・糖分・脂質の制限」が同率で最も多い（51%）。

### ■SNS投稿

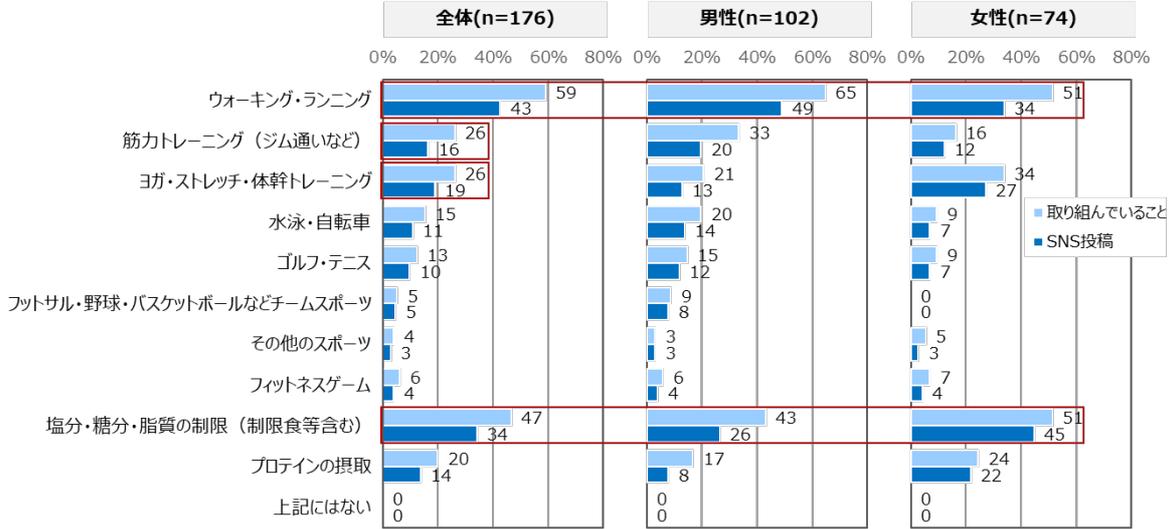
- ・ SNS投稿は、「ウォーキング・ランニング」（43%）が最も多く、次いで「塩分・糖分・脂質の制限」（34%）となっている。
- ・ 性別で見ると、男性は「ウォーキング・ランニング」（49%）が最も多く、女性では「塩分・糖分・脂質の制限」（45%）が最も多い。
- ・ 男性と比較して、女性は「塩分・糖分・脂質の制限」の投稿率が高い傾向にある。

### ■総論

- ・ 本アンケートにより、健康に対する関心があり運動習慣が定着していることが示された。一方、健康診断・人間ドックで「生活習慣病」・「生活習慣病予備軍」と指摘されて医療機関を受診していない人に理由をたずねたところ、「深刻でないと思ったから」が42%で最も多く、生活習慣病への過小評価傾向がうかがえる。健康志向があり運動習慣が定着しているミドル世代でも、医療機関の受診には足踏みしている現状がわかった。
- ・ 生活習慣病リスクのある方に対し、検査結果を過小評価せず受け止めること、適切な医療機関の受診、といった啓発が今後望まれる。

## 図 健康・美容を意識して取り組んでいること、SNS 投稿しているもの

男性はウォーキング・ランニングが多く、女性はそれとともに塩分・糖分・脂質の制限（制限食等含む）が多いことがわかる。SNS に投稿している割合も女性は食生活についてが最も多いことがわかった。

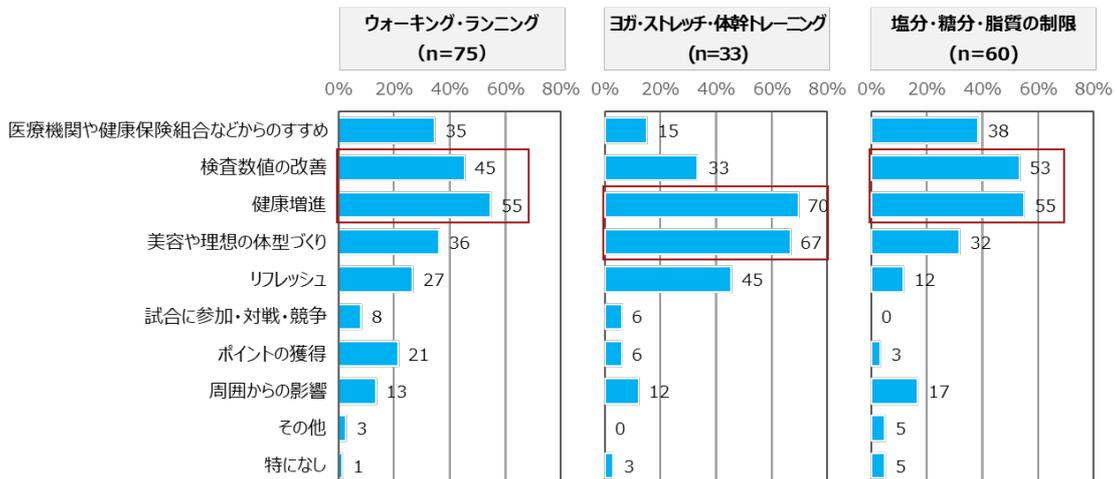


## 取り組みを始めるきっかけは、健康志向や美容だけでなくリフレッシュの面も

今回のアンケート調査で、SNS に投稿する取り組みの上位 3 つについて、取り組みを始めたきっかけを聞いたところ、「ウォーキング・ランニング」では「健康増進」（55%）に次いで「検査数値の改善」（45%）が多かった。「塩分・糖分・脂質の制限」では「健康増進」（55%）、「検査数値の改善」（53%）が多く、「ヨガ・ストレッチ・体幹トレーニング」では「健康増進」（70%）、「美容や理想の体型づくり」（67%）、「リフレッシュ」（45%）となっている。健康志向が高いことが示された一方、美容やリフレッシュ等の側面もあることが示された。

## 図 SNS に投稿する取り組みを始めたきっかけ

健康増進が 3 項目すべてで 1 位になっていることがわかった。また、ウォーキング・ランニングをしている人の 3 割弱は塩分・糖分・脂質の制限／プロテイン摂取もしており、運動と食事の両面から取り組んでいる人もいることが示された。ウォーキング・ランニングでポイントを貯めている人が 21%おり、アプリ等のプログラムが豊富かつ投稿しやすいことが人気を裏付けていると考えられる。



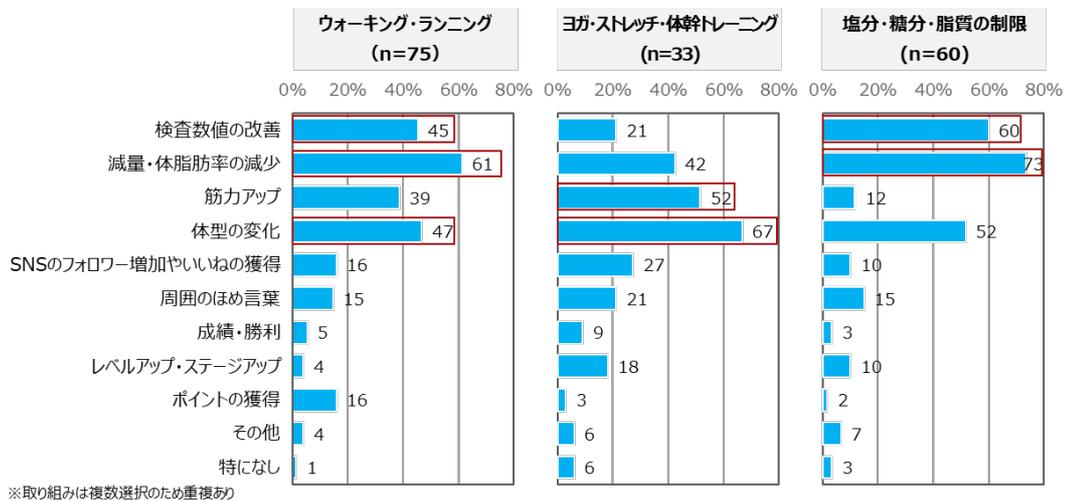
※取り組みは複数選択のため重複あり

## 目に見える効果がモチベーションにつながる

次に SNS に投稿する取り組みの上位 3 つについて、現在のモチベーションについて結果を示す。「ウォーキング・ランニング」では「減量・体脂肪の減少」(61%) が最も多く、「体型の変化」(47%)、「検査数値の改善」(45%) が続いている。「塩分・糖分・脂質の制限」では、「減量・体脂肪率の減少」(73%)、次いで「検査数値の改善」(60%) となっている。「ヨガ・ストレッチ・体幹トレーニング」では、「体型の変化」(67%) が最も多く、次いで「筋力アップ」(52%) が続く。体重や数値、見た目といった、実感しやすい効果がモチベーションにつながっていることが示唆される。

### 図 SNS に投稿する現在のモチベーション

SNS に投稿するならば見た目の変化を求める人が多いことがわかった。

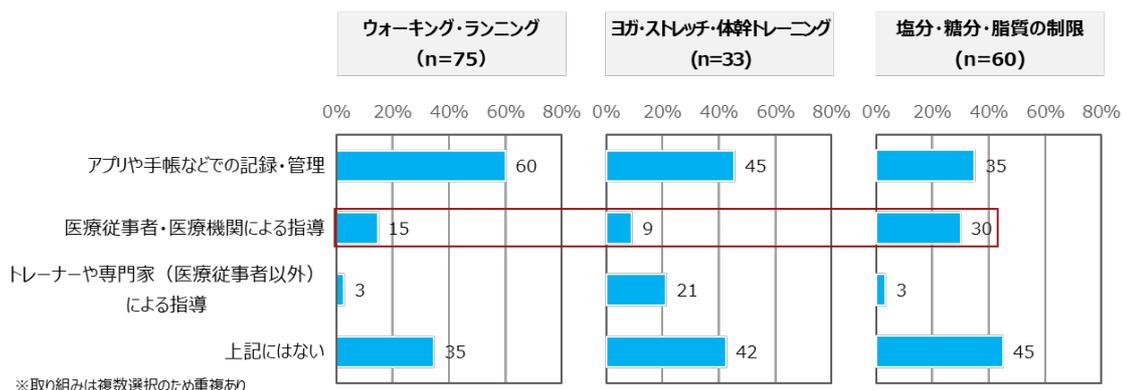


### 医療従事者の指導を受けながら取り組んでいる人は少ない

SNS に投稿する取り組みの上位 3 つについて、医療従事者・医療機関による指導を受けて取り組んでいる人の割合は、「ウォーキング・ランニング」で 15%、「塩分・糖分・脂質の制限」で 30%、「ヨガ・ストレッチ・体幹トレーニング」で 9% であり、割合としては少なかった。

### 図 SNS に投稿する取り組みで投稿以外に行っていること

アプリや手帳などで記録・管理している割合は高いが、医療機関に繋がり適切な治療を受けるなどしている人の割合は低いことがわかった。



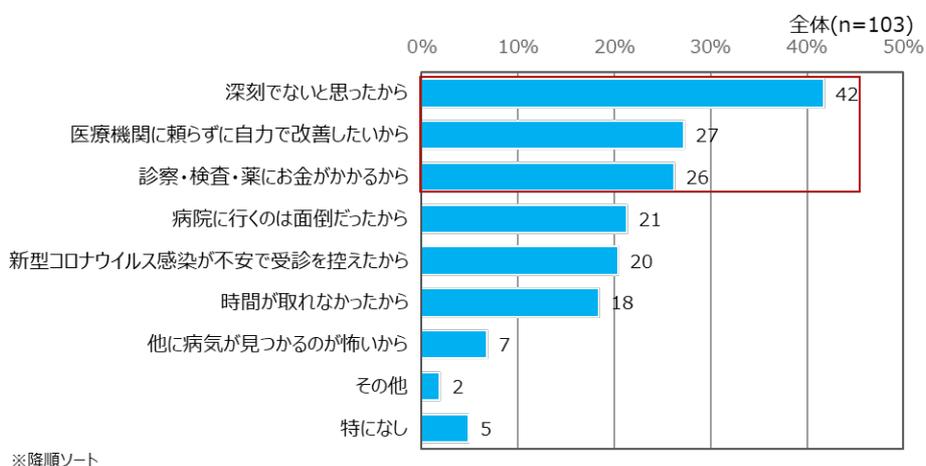
## 生活習慣病の過小評価、自身の取り組みで十分という判断が受診控えにつながっている

健康診断・人間ドックで「生活習慣病」・「生活習慣病予備軍」と指摘されて医療機関を受診していない人に理由をたずねたところ、「深刻でないと思ったから」が42%で最も多かった。

次いで、「医療機関に頼らずに自力で改善したいから」(27%)、「診察・検査・薬にお金がかかるから」(26%)が多かった。この結果から、医療機関にかからず自身の取り組みのみで改善できると考える人が多いのではないかと推察される。

### 図 健診等で「生活習慣病・生活習慣病予備軍」と指摘されても受診しなかった理由

深刻ではないと自分自身で過小評価している割合が高く、医療機関を受診する状況であっても適切な治療へつながない傾向にあることが示された。





#### 【調査概要】

- ・ 調査方法：インターネット調査
- ・ 調査地域：全国
- ・ 対象者条件：以下①、②に該当する 35～54 歳の男女
  - ① 健康診断や人間ドックで「生活習慣病」「生活習慣病予備軍」と指摘を受けている、または健康診断未受診の方
  - ② 健康・美容を意識して取り組んでいることを SNS に投稿することがある方
- ・ 抽出方法：QLife 会員・QLife 治験モニター会員より抽出しアンケート配信
- ・ 有効回答数：176 名（男性：102 名 女性：74 名）
- ・ 調査期間：2022 年 7 月 29 日～8 月 1 日

#### 【関連リンク】

- ・ 健康ハートの日特設 HP (<https://www.kenko810.com/>)

---

#### 【会社概要】

会社名：株式会社 QLife（キューライフ）

所在地：〒105-0001 東京都港区 3 丁目 8-21 虎ノ門 3 3 森ビル 10F

代表者：代表取締役 有瀬和徳 設立日：2006 年（平成 18 年）11 月 17 日

事業内容：健康・医療分野の広告メディア事業ならびにマーケティング事業 URL：<http://www qlife.co.jp>

お問い合わせ先：株式会社 QLife TEL：03-6860-5020/E-mail：[info@qlife.co.jp](mailto:info@qlife.co.jp)