

報道関係各位

4人に1人が実は階段派？日常生活の中にある「サステナブル・エクササイズ」を応援！

“日本一深い地下鉄の駅”大江戸線六本木駅が舞台。

花王ヘルシア緑茶

「ヘルシーへの階段！」全階段ジャック広告を実施！

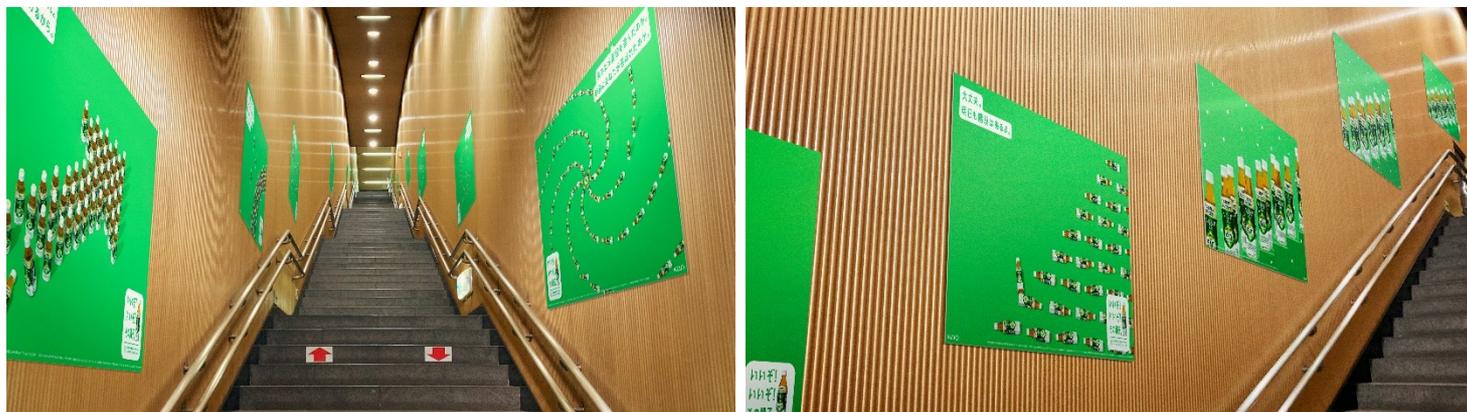
発売20周年を記念した「ヘルシア・メッセージング6本セット」も登場

花王株式会社の飲料ブランド「ヘルシア」は、2023年の今年、発売20周年を迎えます。それに伴い3月27日(月)～4月2日(日)の期間、“日本一深い地下鉄の駅”である大江戸線六本木駅のホームから改札に至るすべての階段を舞台に「あえて長い階段をのぼる」人たちへの応援メッセージ広告を掲出いたします。これは、日常生活の中に存在する「いつでもできる・続けられる運動＝サステナブル・エクササイズ」をヘルシアが推進・応援していくもので、コロナ禍により、多くの方が実感するようになった日常の中のささいなサステナブル・エクササイズの必要性に寄り添い、内臓脂肪減少を助けるヘルシア緑茶の機能性をかけあわせることで、皆さまのより健やかな日常生活に貢献したいと考えております。

▼都営大江戸線六本木駅広告



▼掲出イメージ



ヘルシア交通広告について

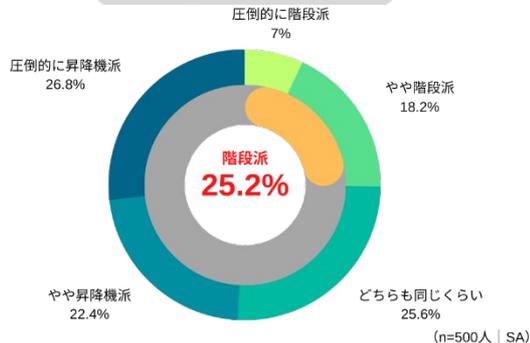
ヘルシア緑茶は、体脂肪減少を助けるお茶として2003年に発売されました。以来、名前の由来である“ヘルシーをアシストする”の通り、ブランド「ヘルシア」は内臓脂肪をはじめとした健康の悩みに寄り添い、多くの方をサポートしてきた実績を持ちます。そんなヘルシアが発売20周年を迎えるにあたり、より多くの方に日常生活の中でささやかな健康行動を継続する大切さを知っていただくべく、東京・都営大江戸線六本木駅の階段、大阪・阪急大阪梅田駅のムービングウォークに、サステナブル・エクササイズを楽しんでいただくための、様々な応援メッセージ広告を掲出します。

■4人に1人が階段派。しかし大江戸線六本木駅では

階段利用率わずか4.3%！

インターネット調査では、エスカレーターやエレベーターがある場所でも、意外にも4人に1人が階段を選ぶと回答。しかし“日本一深い地下鉄の駅”である大江戸線六本木駅において通勤時間帯（平日朝）に実地調査をしたところ、ホームから改札まで階段を使う人は全体のわずか4.3%（2023年3月ヘルシア調べ）という結果に。多くの方にとって、大江戸線六本木駅での階段利用はハードルが高いという結果が得られました。

日常生活の中で、駅や商業施設、学校や会社で、階段とエスカレーターまたはエレベーター(昇降機)があった場合、どちらを選ぶことが多いですか？



■“日本一深い地下鉄の駅”、そのすべての階段に応援メッセージを掲出。ヘルシアがずっと寄り添います。

今回、大江戸線六本木駅のホームから改札に至る、通常は広告枠ではない場所も含めたすべての階段を、ヘルシアによる全60種の応援メッセージでジャック。

ヘルシアたちが集まって「矢印」や「ハート」「顔」などと自由に形を組み替えながら、「改札まで運動をする方は、この先の長い階段をどうぞ。」と階段利用を促すとともに、「人生を変えるドラマはいつだって小さな階段へ踏み出すところからはじまります。」「階段、それは無料の運動器具！」「あえて階段をのぼるあなたのことが好き。大好きです。」といった様々なメッセージで、最大198段の階段をのぼる皆さんの健康行動を、楽しく、後押しするものとなっています。合言葉は「いいぞ！いいぞ！その調子。」です。

<都営大江戸線六本木駅掲出広告の一部>

・掲出期間：2023年3月27日(月)～4月2日(日)



内臓脂肪的には、
エスカレーターがチョコキなら
階段って、ゲー。



いいぞ!
いいぞ!
その調子。

KAO

運動するって決めないと、
なかなか運動できないのが、
大人ですから。



いいぞ!
いいぞ!
その調子。

KAO

ヘルシアは日本で最も高濃度の
茶カテキン540mgであなたの内臓脂肪減少を
応援します。



いいぞ!
いいぞ!
その調子。

KAO

最後まで階段をのぼってきた
あなたを誇りに思います。



いいぞ!
いいぞ!
その調子。

KAO

くだりも
お待ちしております。



いいぞ!
いいぞ!
その調子。

KAO

いいぞ!
いいぞ!
その調子。

この広告は1週間くらいで
なくなりますが、
あなたの健康行動が
ずっと続いていくことを
願ってやまないヘルシアです。



KAO

いいぞ!
いいぞ!
その調子。

日本で最も高濃度の茶カテキン540mgで、
あなたの内臓脂肪減少を応援します。



KAO

お近くのコンビニ・スーパー・ドラッグストア等で
ずっとお待ちしております。



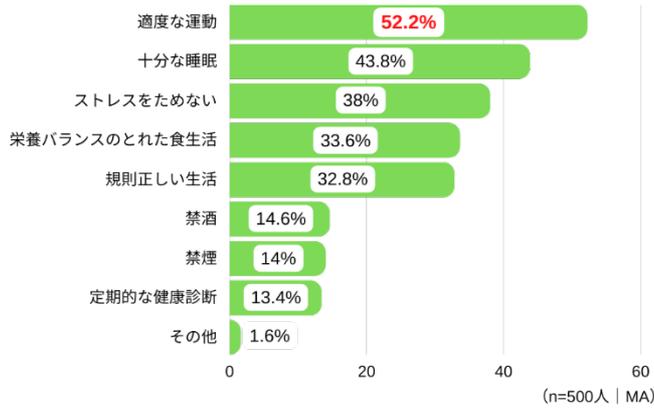
いいぞ!
いいぞ!
その調子。

KAO

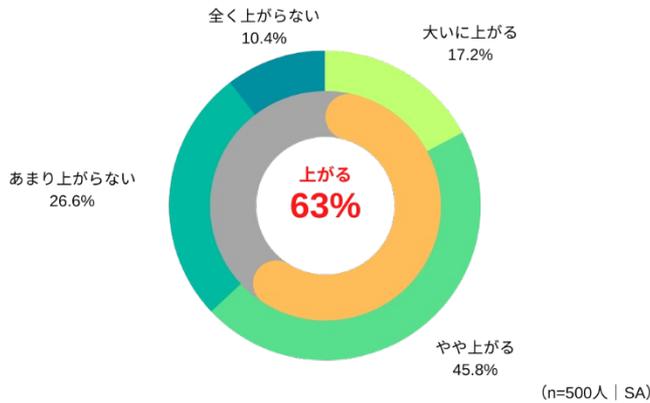
調査では、半数を超える人が「健康増進のために大切だと思いつながら実践できていないこと」という質問に「適度な運動」と回答。「誰かに応援されると運動モチベーションが上がるか」という質問には63%の方が上がると答え、その対象は「家族からの応援」が66.7%で1位。続いて「友人から」「恋人から」という回答が得られました。

大切な運動機会でありながら身近な人の応援を得づら日常での外出・通勤時だからこそ、ヘルシアが「最も身近な応援パートナー」となってサステナブル・エクササイズを後押しすることで、皆さんの運動モチベーション向上に寄与したいと考えています。

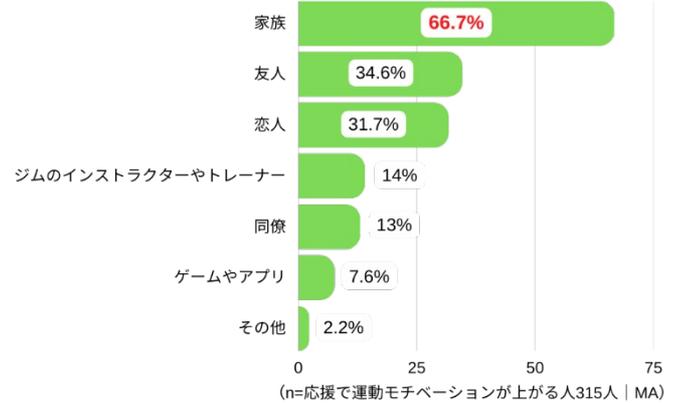
健康増進のために大切だと思いつながら実践できていないことは何ですか？



誰かに応援されると運動モチベーションは上がりますか？



誰に応援されると運動モチベーションが上がりますか？



■阪急大阪梅田駅ムービングウォークでは全長約44メートルの広告でウォーキングを応援

大阪では、日本での動く歩道「実用化第1号」と言われる、阪急大阪梅田駅と阪急百貨店をつなぐムービングウォーク横で全長約44メートルの応援メッセージ広告を実施。動く歩道を利用せず「あえてウォーキング」している方たちへ、巨大かつ無数のヘルシアたちが「ムービングウォークの横でウォーキングウォーク！」「ちょっとした運動の、ちょっとした、が大切だと痛感したら、もう立派な大人です。」といったメッセージで、歩行者の皆さんをチャームに応援します。

＜阪急大阪梅田駅ムービングウォーク掲出概要＞

・掲出期間：2023年3月27日(月)～4月2日(日)



ヘルシア6本セットのパッケージでもメッセージ発信

3月27日(月)より、一部のスーパー・ドラッグストア等で20周年「メッセージング6本セット」を発売します。「ヘルシア6本セットを持って帰ることも運動。」「あ、健康診断、いつですか？」など、購買接点である店頭でも、ヘルシアから皆さんへのメッセージをお届けします。



■メッセージング6本セット概要

販売開始：2023年3月27日(月)より／メーカー希望小売価格：900円(税抜)／販売場所：スーパー・ドラッグストア・EC

健康意識と応援に関する意識調査を実施

健康意識と応援に関する意識調査を実施。自身の健康満足度や運動習慣、この春の新習慣についてや、応援と運動モチベーションの関係など、健康習慣と運動に関する様々な意識が見えてきました。

【調査サマリー】

■健康意識や運動習慣について

- ・現在の自身の健康状態満足度は平均63.6%、9割以上が今より健康になりたい。
- ・健康増進のために大切だと思いながら実践できていないこと1位「適度な運動」。
- ・階段 or 昇降機（エスカレーターやエレベーター）のどちらを主に日常利用しているか、階段派は25.2%。
- ・通常の歩道 or 動く歩道のどちらを主に日常利用しているか、通常の歩道派は30.4%。

■この春の新習慣について

- ・この春、半数以上が新習慣を身につけたい、身につけたい習慣の圧倒的1位は「運動習慣」。
- ・適度な運動習慣が身につけている人は約4割。

■応援と運動モチベーションについて

- ・6割以上の方が、応援されると運動モチベーションが上がる。
- ・応援されると運動モチベーションが上がる相手は1位「家族」2位「友人」。

【調査概要】 調査対象：全国の20代～60代の男女500人

調査方法：インターネット調査

調査機関：楽天インサイト株式会社

調査期間：2023年2月28日(火)～3月1日(水)

※調査結果の数値は小数点以下を適宜四捨五入して表示しているため、積み上げ計算すると誤差がでる場合があります。

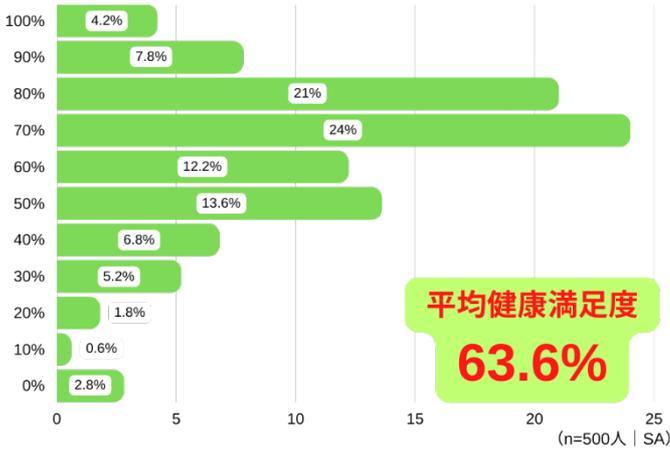
※調査結果をご紹介いただく際は「花王ヘルシア調べ」と注釈をご記載ください。

健康意識や運動習慣について

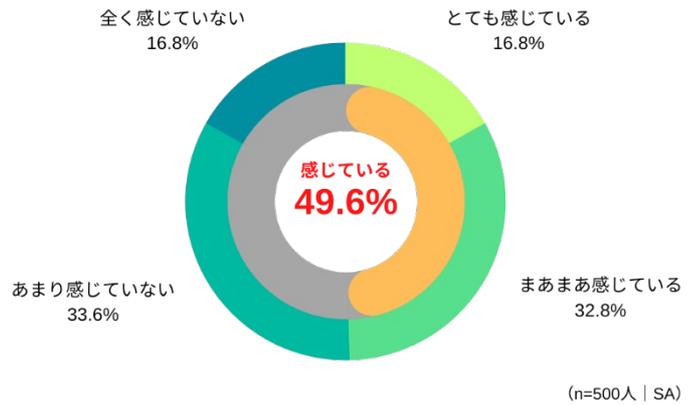
現在の「自身の健康状態についてどの程度満足しているか」という質問に対して、満足度「50%」以下の人が3割以上おり、平均では満足度63.6%という結果に。また、49.6%がコロナ禍での在宅勤務の増加などで身体の鈍りを感じており、93.2%が現在より健康になりたいと考えていました。多くの人が健康増進に対する高い意識を持っていることがわかります。

「健康増進のために大切だと思うこと」1位は「適度な運動」79.6%。同時に、「健康増進に大切だと思いながら実践できていないこと」の1位も「適度な運動」52.2%でした。その中で、日常生活の中で階段と昇降機（エスカレーターやエレベーター）があった場合、主に階段を選ぶ人がおよそ4人に1人の25.2%いるなど、高い健康意識と運動への課題感を持つことで、「サステナブル・エクササイズ」を日々の生活に取り入れようとしている姿勢も垣間見える結果となっています。

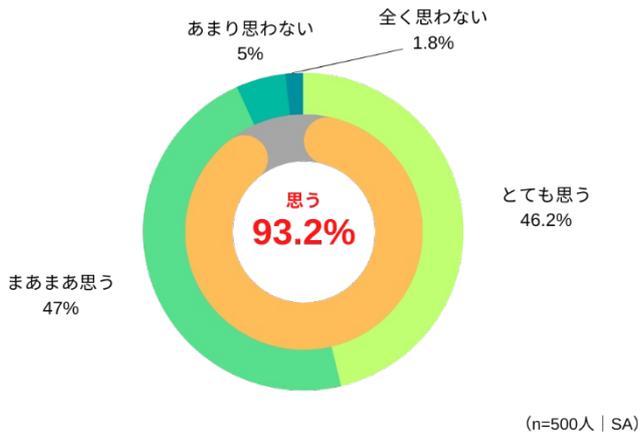
現在のご自身の健康状態にどの程度満足していますか？



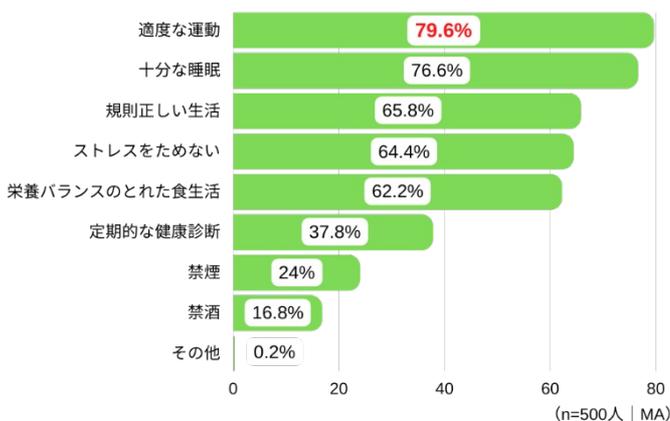
コロナ禍で在宅勤務などが増えたことで、身体の鈍りを感じていますか？



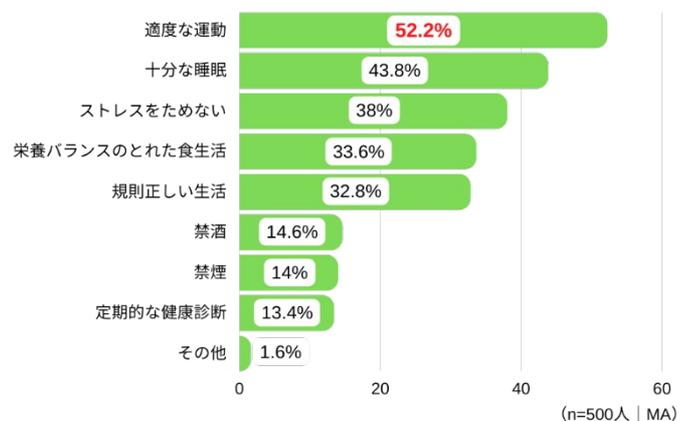
現在より健康になりたいと思いますか？



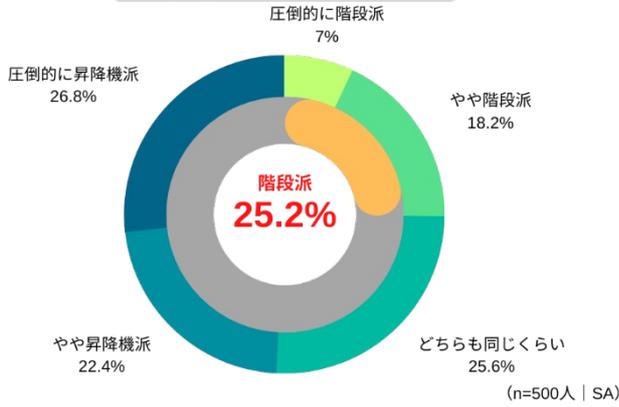
健康増進のために大切だと思うことは何ですか？



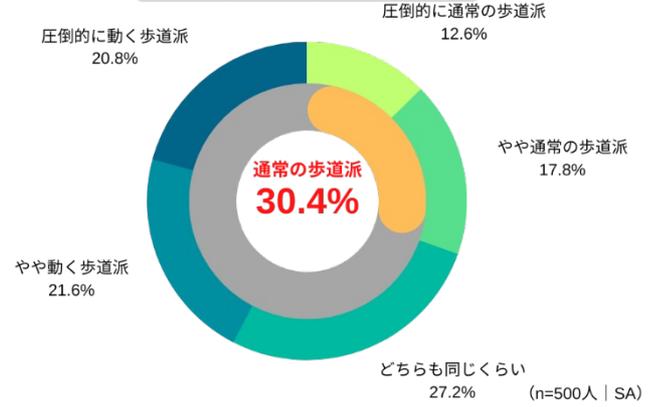
健康増進のために大切だと思いながら実践できていないことは何ですか？



日常生活の中で、駅や商業施設、学校や会社で、階段とエスカレーターまたはエレベーター(昇降機)があった場合、どちらを選ぶことが多いですか？



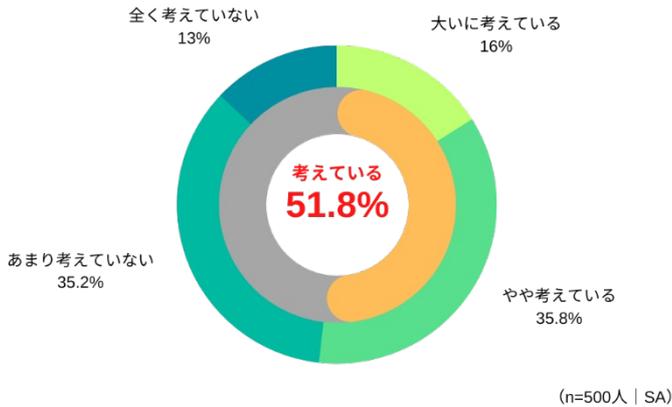
日常生活の中で、駅や空港、商業施設で、通常の歩道と動く歩道があった場合、どちらを選ぶことが多いですか？



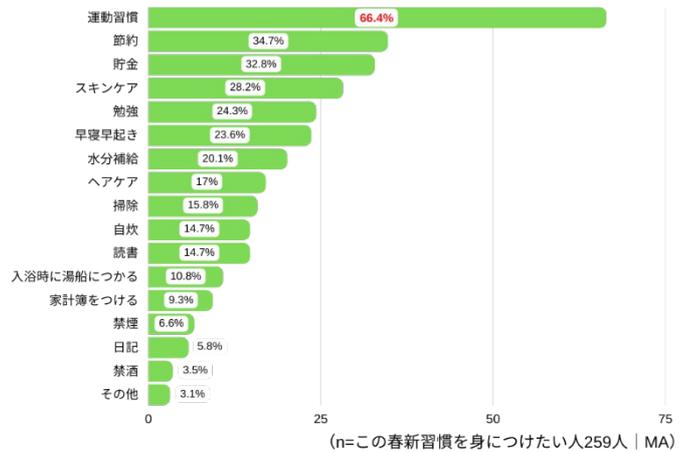
■この春の新習慣について

この春、新習慣を身につけたいと考えている人は半数以上の51.8%で、身につけたい習慣の圧倒的1位は「運動習慣」66.4%でした。一方で、実際に適度な運動習慣が身につけている人は全体の39.8%にとどまりました。

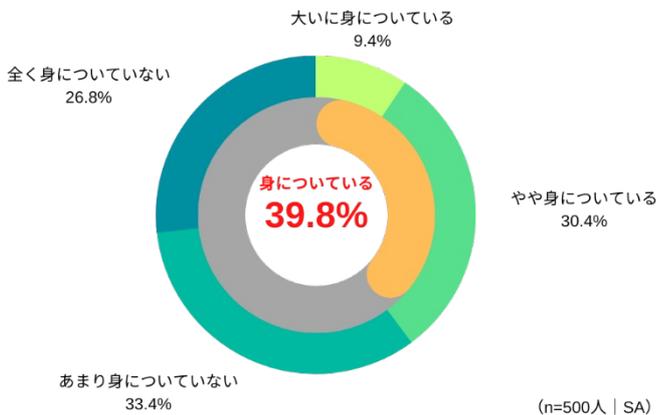
この春、何か新しい習慣を身につけたいと考えていますか？



どんな新習慣を身につけたいと考えていますか？



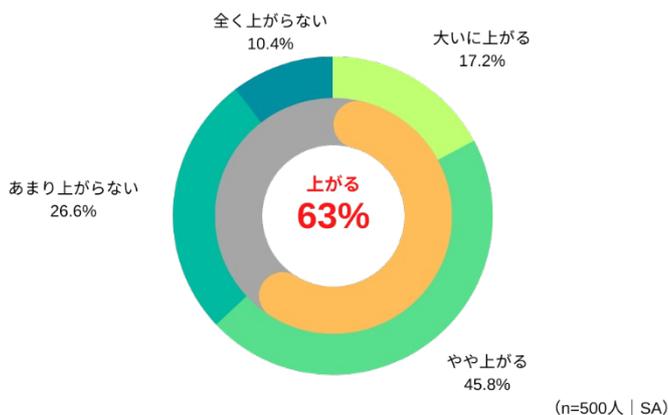
現在、ご自身には適度な運動習慣が身についていますか？



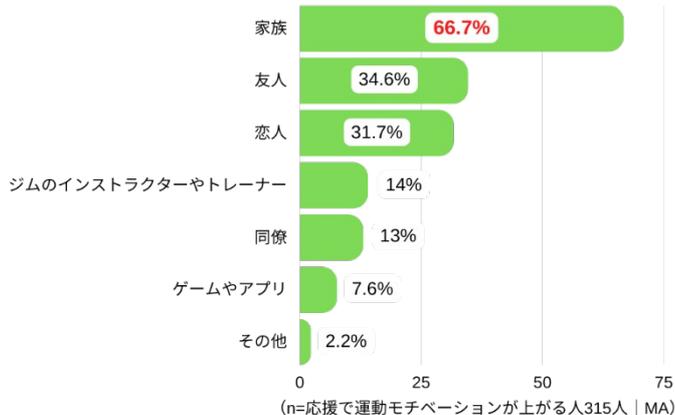
■ 応援と運動モチベーションについて

多くの人が運動を重視している中、63%の人が誰かに応援されると運動モチベーションが上がると回答。誰に応援されると運動モチベーションが上がるかの問いに対しては、1位「家族」66.7%、2位「友人」34.6%、3位「恋人」31.7%という結果になりました。

誰かに応援されると 運動モチベーションは上がりますか？



誰に応援されると 運動モチベーションが上がりますか？



ヘルシアについて

「ヘルシア」は、植物に含まれるポリフェノールが持つ健康機能に着目し、茶カテキンやコーヒー豆由来クロロゲン酸類の力を引き出し、飲料の形でお届けする、特定保健用食品・機能性表示食品シリーズです。継続して飲んでいただくことで、食生活をはじめとする日常の生活習慣の改善を応援します。

<ヘルシア緑茶α>

許可表示：本品は、脂肪の分解と消費に働く酵素の活性を高める茶カテキンを豊富に含んでおり、脂肪を代謝する力を高め、エネルギーとして脂肪を消費し、内臓脂肪を減らすのを助けるので、内臓脂肪が多めの方に適しています。

特定保健用食品。日本人間ドック健診協会推薦。家庭で入れた濃いお茶に近い、緑茶葉の濃く深い味わいが楽しめます。食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。

<ヘルシア緑茶 うまみ贅沢仕立てα>

許可表示：本品は、脂肪の分解と消費に働く酵素の活性を高める茶カテキンを豊富に含んでおり、脂肪を代謝する力を高め、エネルギーとして脂肪を消費し、内臓脂肪を減らすのを助けるので、内臓脂肪が多めの方に適しています。

特定保健用食品。日本人間ドック健診協会推薦。三種の茶葉が織りなすうまみと香りを活かした、淹れたての瑞々しさが楽しめる贅沢な味わい。食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。

