

【オリンパス、7月14日「内視鏡の日」より“家族想いスイッチ”キャンペーンを開始】

離れて暮らす親子関係と 「親子孝行」に関する調査を公開

- 別々に暮らす親の健康状態「正確に把握」= 1割未満 -
- 健康診断と内視鏡検査の受診 = 8割が「子供孝行」と回答 -

オリンパス株式会社は、内視鏡の発展と普及を目指す目的で制定された「内視鏡の日(7月14日)(※1)」を機に、新たな広告キャンペーン「家族想いスイッチ」を開始しました。併せて当キャンペーンのテーマである「離れて暮らす親子関係と親子孝行」に関するアンケート調査を実施、その集計レポートを公開いたします。今回のアンケート調査では、子世代・親世代でそれぞれ3つのグループ(※2)に分け、別々に暮らしている親と子の健康状態やお互いの関心、また健康診断・内視鏡検査の受診状況について聞いた他、親子間のコミュニケーションについて、様々な視点から意見を集めています。子世代・親世代それぞれが考える親子関係について、大変興味深い結果となりましたので、ぜひご紹介ください。また、調査結果はオリンパス企業広告スペシャルサイト(<http://ad.olympus.co.jp/>)でも紹介しています。

(※1) 内視鏡の日とは？

内視鏡医学のさらなる発展と普及を願い、(財)内視鏡医学研究振興財団が7月14日を「内視鏡の日」と制定しました。7と14で「内視(ないし)」と読む語呂合わせから日付が決定され、日本記念日協会より2006年7月に認定を受けています。

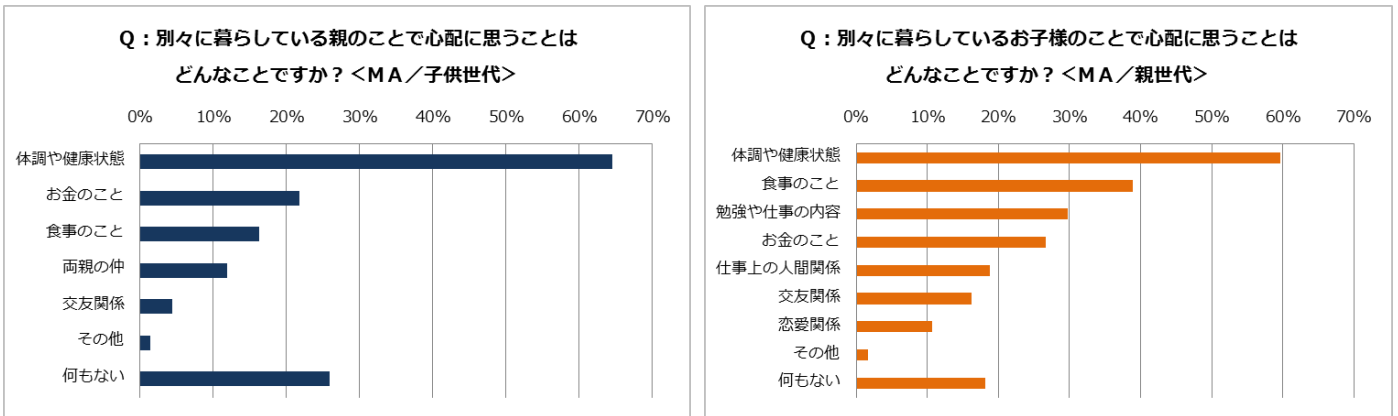
1. 調査結果サマリー (調査結果要旨)

- 1) 別々に暮らしている親・子のことで心配に思うこと: 1位 = 「体調や健康状態」
体調・健康状態を「心配している・心配になる」= 8割
- 2) 体調・健康状態が心配になる反面、「正確に把握している」率はわずか 5.7%
- 3) 親に健康診断を受けて欲しい子供 = 約 8割 / 親に内視鏡検査を受けて欲しい子供 = 約 7割
子供に健康診断を受けて欲しい親 = 約 9割
- 4) 別々に暮らす親・子が健康診断や内視鏡検査を受けることは「孝行だと思う」= 約 8割
子供にとっては「子孝行」となる
- 5) 子どもにとっては、親が健康診断だけでなく「内視鏡検査」も受ける方が安心 = 7割超

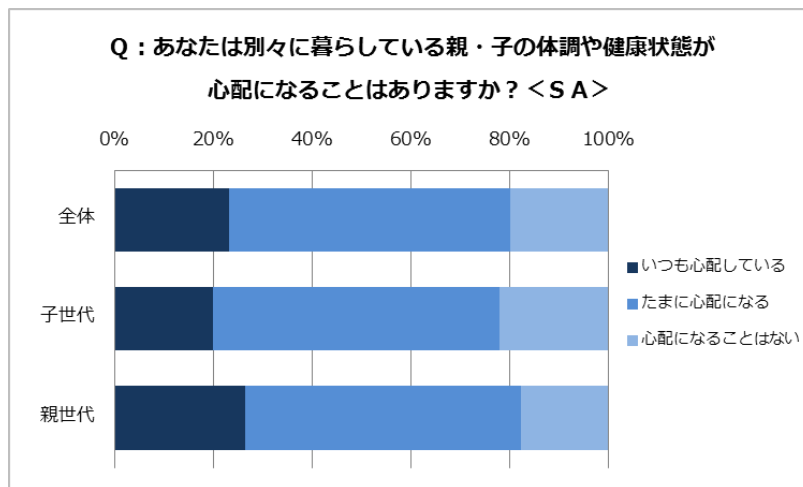
II. 調査結果詳細

1) 別々に暮らしている親・子のことで心配に思うこと：ダントツ 1 位＝「体調や健康状態」 体調・健康状態を「心配している・心配になる」＝8 割

はじめに、別々に暮らしている親・子のことで「心配に思うこと」を子供世代・親世代それぞれに複数回答で聞いてみたところ、両世代共に、「体調や健康の状態」が圧倒的1位(子供世代＝64.4%、親世代＝59.7%)となりました、2位以降は世代別に差が出ましたが、いずれも子供世代に比べて親世代の方が高い結果となりました。相手の体調や健康を想う気持ちは親・子とも高いですが、それ以外のことについては、親が子供を心配していることの方が多く、また心配している率も高い傾向が浮き彫りとなりました。

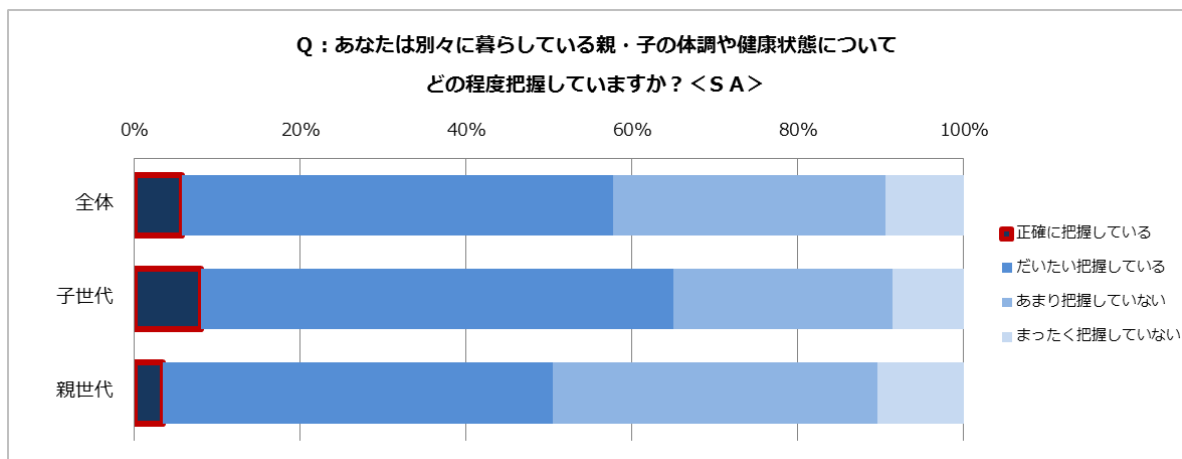


別々に暮らしている親・子供の体調や健康状態が気になるかどうかについても聞いてみたところ、「心配している」率は、全体の約 8 割(※「いつも心配している(23.1%)」と「たまに心配になる(57.0%)」の合計)と、圧倒的多数となりました。この結果は子供世代・親世代ともにほぼ同様の結果です。



2) 別々に暮らしている親・子の体調・健康状態が心配になる反面、 「正確に把握している」率はわずか 5.7%

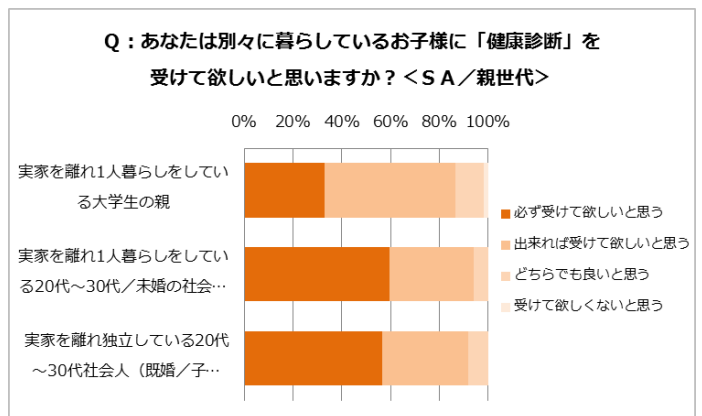
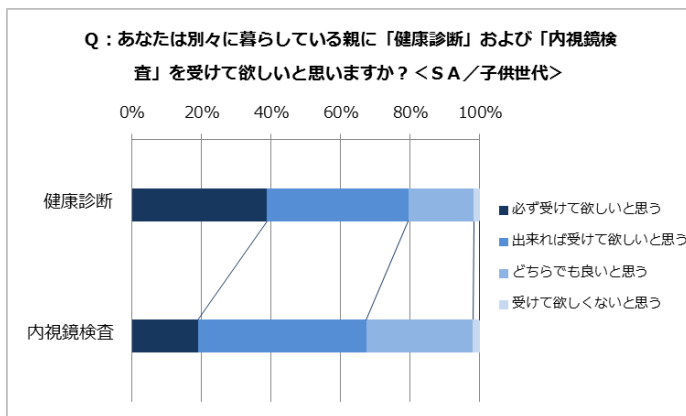
別々に暮らしている親・子の多くが、お互いの体調や健康状態を心配していることがわかりましたが、実際にはどの程度、お互いの体調や健康状態を把握しているのでしょうか。「正確に把握している」「だいたい把握している」「あまり把握していない」「まったく把握していない」の4段階評価で聞いてみたところ、「正確に把握している」は全体のわずか 5.7%で、「だいたい把握している」は 52.0%と「把握している」率の合計でも 6 割未満(57.5%)に留まりました。この結果を子供世代・親世代で比較してみると、以下のグラフの通り子世代の方が「正確に把握している」、「だいたい把握している」率ともに高い結果となりましたが、子供世代・親世代ともに、お互いの体調や健康状態を「心配している」実態に反して、把握状況は低いことがわかりました。



3) 親に健康診断を受けて欲しい子供＝約 8 割 / 親に内視鏡検査を受けて欲しい子供＝約 7 割 子供に健康診断を受けて欲しい親＝約 9 割

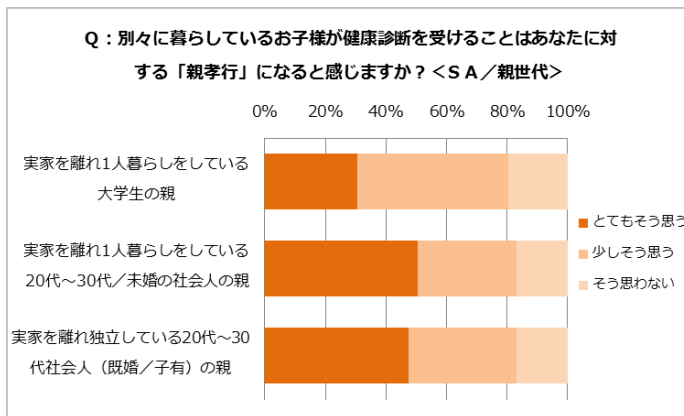
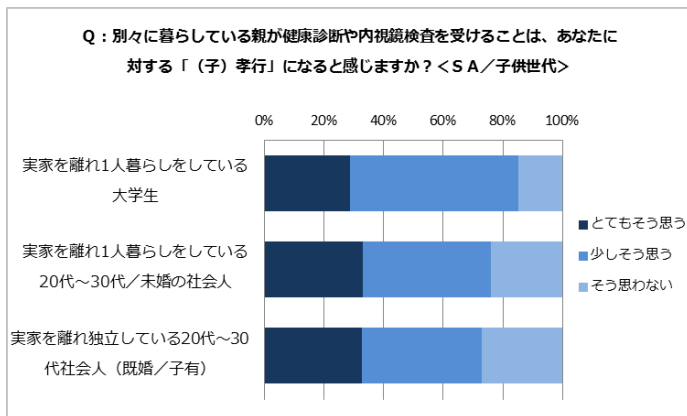
別々に暮らしている親・子は、健康診断や内視鏡検査について、相手にどの程度「受けて欲しい」と考えているのでしょうか。まず、子供世代に対して、別々に暮らしている親に健康診断や内視鏡検査を受けて欲しいと思うかどうかについて聞いてみたところ、「必ず受けて欲しいと思う」「出来れば受けて欲しいと思う」の合計が、健康診断で 79.6%（※「必ず受けて欲しいと思う(39.0%)」、「出来れば受けて欲しいと思う(40.6%)」）、内視鏡検査で 67.4%（※「必ず受けて欲しいと思う(19.1%)」、「出来れば受けて欲しいと思う(48.3%)」）と、いずれも圧倒的多数となりました。

親世代に対しても、別々に暮らしている子供に健康診断を受けて欲しいと思うかどうかについて聞いてみたところ、実に全体の 9 割以上が「受けて欲しい」と回答しました（※「必ず受けて欲しいと思う(49.9%)」、「出来れば受けて欲しいと思う(40.9%)」）。お互いの体調や健康状態を「心配している」率が高い反面、正確に把握している率は低いことから、健康診断や内視鏡検査を受けて欲しい意向を強く持っていることがわかります。



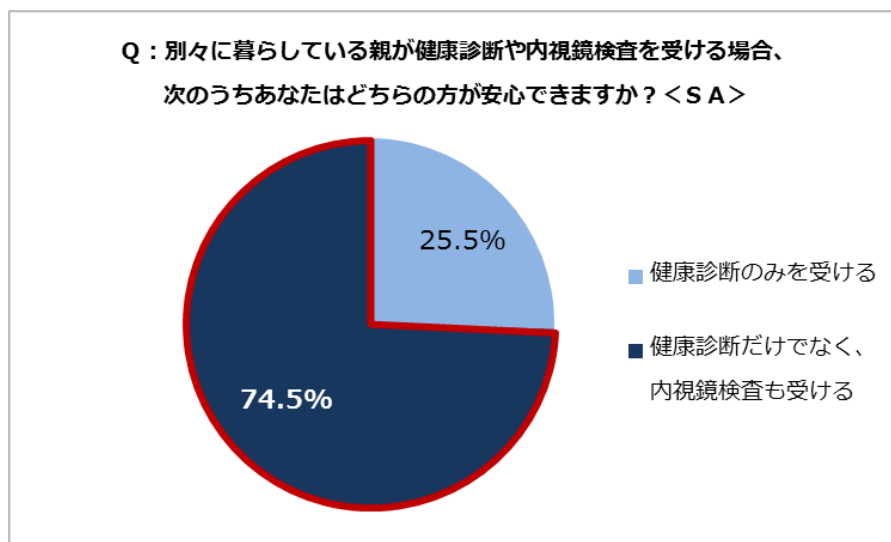
4) 別々に暮らす親・子が健康診断や内視鏡検査を受けることは「孝行だと思ふ」＝約 8 割 子供にとっては「親から子への孝行」となる

別々に暮らしている親・子は、相手が健康診断や内視鏡検査を受けてくれることを、どのように感じているのでしょうか。まず、子供世代に対して、別々に暮らしている親が健康診断や内視鏡検査を受けることは、「子孝行」になると思うかどうかについて聞いてみたところ、全体の約 8 割(77.9%)が「そう思う」と回答しました（※「とてもそう思う(31.5%)」、「少しそう思う(46.4%)」）。同様に、親世代に対しても、別々に暮らしている子供が健康診断を受けることは「親孝行」になると思うかどうかについて聞いてみたところ、こちらも全体の 8 割以上が「そう思う」と回答しました（※「とてもそう思う(42.3%)」、「少しそう思う(39.5%)」）。この結果は子供世代・親世代共にグループ別で比較しても大きな差は無く、親・子のほとんどが、お互いの健康状態を把握することを「孝行」と感じていることがわかりました。



5) 子供にとっては、親が「健康診断だけでなく内視鏡検査も受ける」方が安心=7割超

さらに、子供世代に対して、別々に暮らしている親が健康診断や内視鏡検査を受ける場合、「健康診断のみを受ける」か、「健康診断だけでなく内視鏡検査も受ける」のどちらの方が安心できるかどうかについても聞いてみたところ、全体の74.5%が「健康診断だけでなく内視鏡検査も受ける」を選択しました。この3つの結果から、離れて暮らす親子関係において、健康意識を持つことがお互いの「孝行」に繋がると強く意識している実態が浮き彫りとなりました。



今回のアンケート調査で、実家を離れて別々に暮らしている親子の関係において、お互いの体調や健康状態を想う気持ちの大きさや理解度、また健康診断や内視鏡検査を受けて欲しい想いや、受けることが相手にとっての「孝行」に繋がっている様子が明確になりました。今回の調査結果をぜひ参考にいただき、親・子それぞれの「孝行」をご検討されてみてはいかがでしょうか。

III. オリンパス新広告キャンペーン「家族思いスイッチ」

当、広告キャンペーンは「内視鏡の日(7月14日)」をきっかけに、ご家族の間で「内視鏡検査」についてご検討いただくことを目的とし、全国紙面・交通機関・インターネットを中心に展開いたします。キャンペーンテーマである「家族思いスイッチは、みんなの心の中にある」に込めたメッセージと、広告展開イメージは以下の通りです。

■ キャンペーンメッセージ

大切な家族には、健康でいてほしい。

大切な家族のために、健康でいたい。

だから愛する人に「内視鏡検査」を。

7月14日は「内視鏡の日」

■ 広告展開イメージ

大切な家族には、健康でいてほしい。
大切な家族のために、健康でいたい。
だから、愛する人に「内視鏡検査」を。

カラダの中を直接診る。カラダに負担の少ない手術をサポートする。それが内視鏡。だから、胃がんや大腸がんなど初期段階では症状が出にくい病気でも、内視鏡検査なら、早期で発見し治療できる可能性が高まります。1950年、内視鏡の前身である実用的な胃カメラを、医師とともに世界に先駆けて開発したオリンパスは、内視鏡の可能性を追求し、その世界を広げ続けています。もしもあなたの大切な人の健康を守るために、オリンパスの内視鏡技術がお役に立てばこんなにうれしいことはありません。

7月14日は、内視鏡の日。7.14
企業広告スペシャルサイト公開中! 家族思いスイッチ 検査

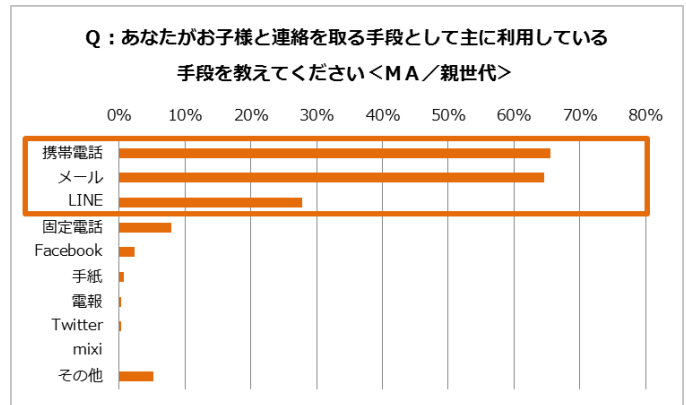
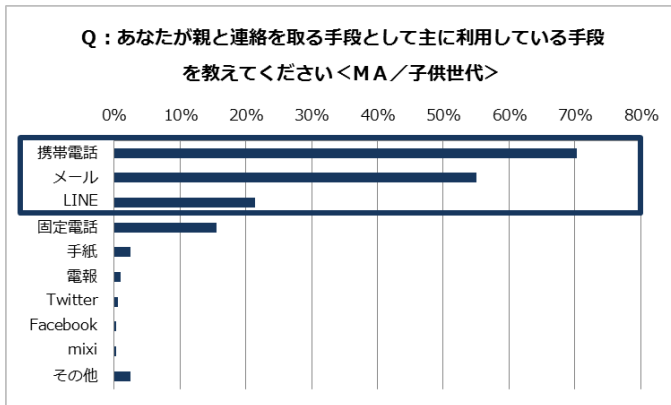
ココロとカラダ、にんげんのぜんぶ オリンパス

■ 「家族思いスイッチ」に関するアンケート調査結果のご紹介

今回、実施しました「離れて暮らす親子関係と「親子孝行」に関する調査」の中で、「家族思いスイッチ」に関する調査も行いましたので、その結果をご紹介します。別々に暮らす親子のコミュニケーション状況やお互いを想う気持ち、そして、子供が親を想う気持ちが強くなる(スイッチする)タイミングまでが明確になりました。興味深い結果が出ておりますので、こちらもぜひご一読ください。

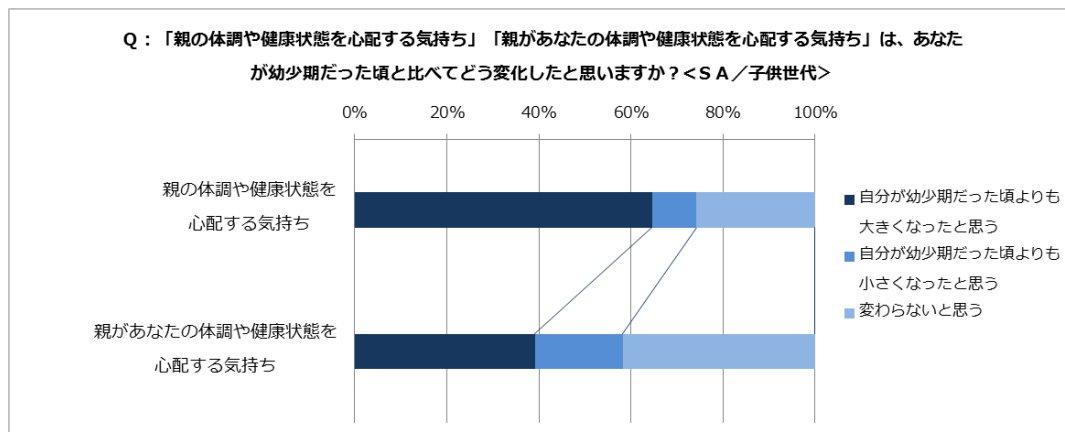
1) 別々に暮らす親・子と連絡を取り合う頻度＝約 8 割が「月 1 回以上」、4 割が「週 1 回以上」 連絡を取るための三大手段：子供世代・親世代共に「携帯電話」、「メール」、「LINE」

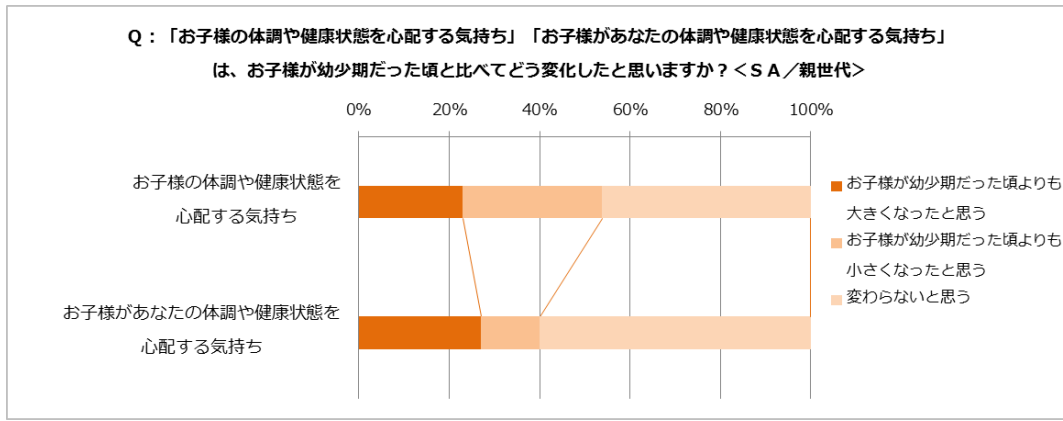
はじめに、子供世代・親世代それぞれに離れて暮らす親・子に連絡を取る頻度について聞いてみたところ、最も多かったのは両世代共に「月 1 回程度」で、全体の 76.8%が「月 1 回以上」と回答しました。「週 1 回以上」の回答は全体の 39.6%となり、親世代よりも子世代の方が連絡を取る頻度が高いことが解りました。また、連絡を取る手段として主に利用している手段を複数回答で聞いてみたところ、1 位～4 位までは子供世代・親世代ともに同様の結果となりました。全体の 1 位は「携帯電話」で 68.0%、2 位は「メール」で 59.7%、以降 3 位「LINE(24.5%)」、4 位「固定電話(11.9%)」と続きました。若年層の利用イメージが強い「LINE」ですが、子供世代よりも親世代の方が高い結果になるなど、子供世代と同様、親世代のコミュニケーション手段も多様化してきている様子がうかがえます。



2) 「親の体調や健康状態を心配する気持ち」：幼少期よりも大きくなった＝64.6% 「子供の体調や健康状態を心配する気持ち」：幼少期と変わらない＝46.2%

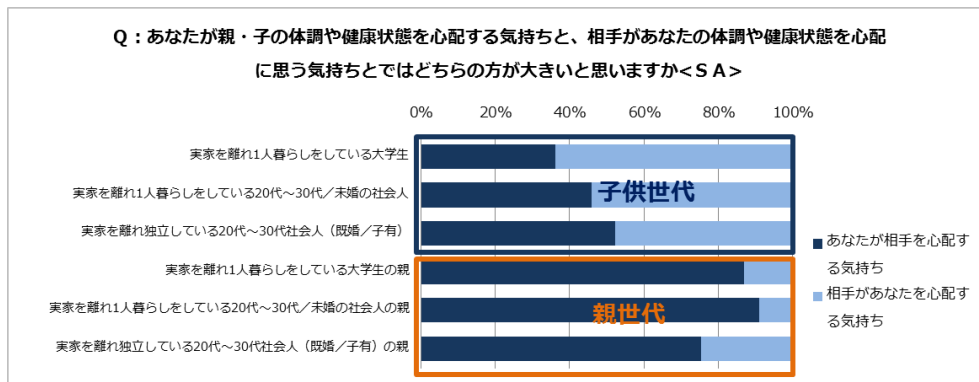
子供世代に対して「親の体調や健康状態を心配する気持ち」と「親が自分の体調や健康状態を心配する気持ち」が、自分が幼少期だった頃と比べてどのように変化したかどうかを聞いてみたところ、「親の体調や健康状態を心配する気持ち」では、「大きくなった」が 64.6%と最多だったのに対して、「親が自分の体調や健康状態を心配する気持ち」では、「大きくなった」は 39.2%に留まり、「変わらない」が 41.8%と最多となりました。同様に、親世代に対しても、「子供の体調や健康状態を心配する気持ち」と「子供が自分の体調や健康状態を心配する気持ち」が、子供が幼少期だった頃と比べてどのように変化したかどうかを聞いてみたところ、「子供の体調や健康状態を心配する気持ち」では「変わらない」が 46.2%で最多、「子供が自分の体調や健康状態を心配する気持ち」でも、「変わらない」が 59.9%と圧倒的多数となりました。この 2 つの結果から、親が考えている以上に、子供が親の体調や健康状態を心配する気持ちが、大きくなっていることが解りました。



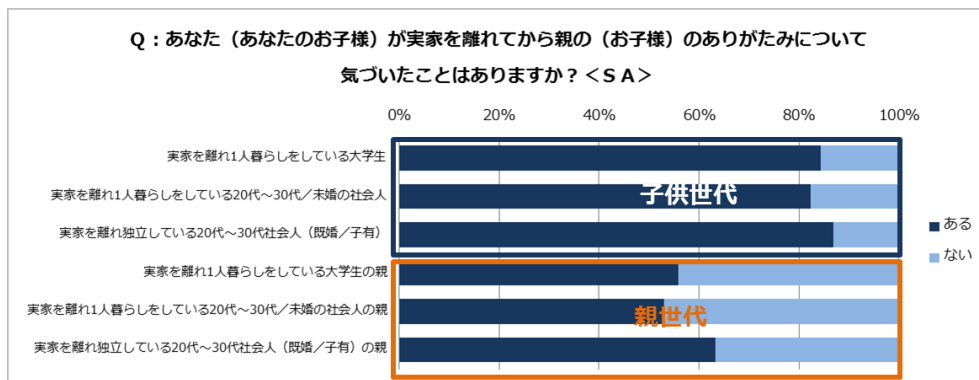


3) 「子供が親の体調や健康を心配する気持ち」は、自分に子供ができるとスイッチする別々に暮らしてみても、「親のありがたみに気づいた」=84.5%、「子供のありがたみに気づいた」=57.4%

子供世代・親世代それぞれに、「自分が相手の体調や健康状態を心配する気持ち」と、「相手が自分の体調や健康状態を心配する気持ち」とでは、どちらの方が大きいかを聞いてみたところ、子供世代では「相手があなたを心配する気持ち」が 55.2%で多数派となりましたが、親世代では「自分が相手を心配する気持ち」が 84.9%で圧倒的多数となりました。何歳になっても、親が子供の健康を想う気持ちの方が強い様子うかがえますが、子供世代の回答率を、グループ別に見てみると、社会的責任が重くなるにつれて「自分が相手の体調や健康状態を心配する気持ち」の回答率が高くなり、子供が生まれた世代においては、52.3%と多数派に転じています。自分自身が親になることで、気持ちがスイッチしている様子うかがえます。



最後に、子供世代・親世代それぞれに、離れて暮らしてみても親・子のありがたみについて気付いたことはあるかどうかを聞いてみたところ、親世代では「ある」の回答が 57.4%に留まったのに対して、子供世代では 84.5%と、大きく上回りました。この結果はグループ別に比較してもほぼ同様の傾向です。この 2 つの結果から、相手を心配する気持ちは子供に比べて親の方が大きく上回っている反面、ありがたみを感じている気持ちは、親よりも子供が大きく上回っている実態が浮き彫りとなりました。



IV.アンケート調査実施概要

調査方法	インターネット調査
調査期間	2015年6月12日～13日
調査エリア	全国（日本国内）
回答グループ（※2）	グループ①:実家を離れ1人暮らしをしている大学生 グループ②:実家を離れ1人暮らしをしている大学生の親 グループ③:実家を離れ1人暮らしをしている20代～30代／未婚の社会人 グループ④:1人暮らしをしている20代～30代／未婚の社会人の親 グループ⑤:実家を離れ独立している20代～30代社会人(既婚／子有) グループ⑥:実家を離れ独立している20代～30代社会人(既婚／子有)の親
有効回答数	719名（男性:69.7%、女性:30.3%） グループ①=16.0%、②=16.4%、③17.4%、④=16.5%、⑤=17.0%、⑥=16.7%

【本件に関するお問い合わせ先】

「“家族想いスイッチ”キャンペーン」PR事務局 株式会社マテリアル内
TEL:03-5459-5490 FAX:03-5459-5491 MAIL:at3@materialpr.jp
担当:遠藤/柴田 お問い合わせは遠藤(080-3004-0454)

本件は株式会社マテリアルが配信代行を行っております。