

F1層のリアルをミュゼマーケティングが調査！

MUSEE MARKETING News Letter

～ヘルスケア編～

ストレスの要因 総合1位は「仕事関係」 20、30代女性のヘルスケア事情

2020年に全世界に広まった新型コロナウイルスパンデミックは、2年経過したいまなお収まらず、オミクロン株の猛威で再び自粛モードも広がっています。さまざまな不安が押し寄せるなか、現在女性は心身の健康とどのように向き合っているのでしょうか。全国20～34歳の女性967名に聞いてみました。

<トピックス> ～ヘルスケア編～

- 半数以上の56%が「婦人科検診を受けていない」と回答
- スマートウォッチの使用率はわずか11%
- ストレスの要因、総合1位は「仕事関係」
- 72%がジェネリック医薬品を希望

【調査概要：ヘルスケア編】

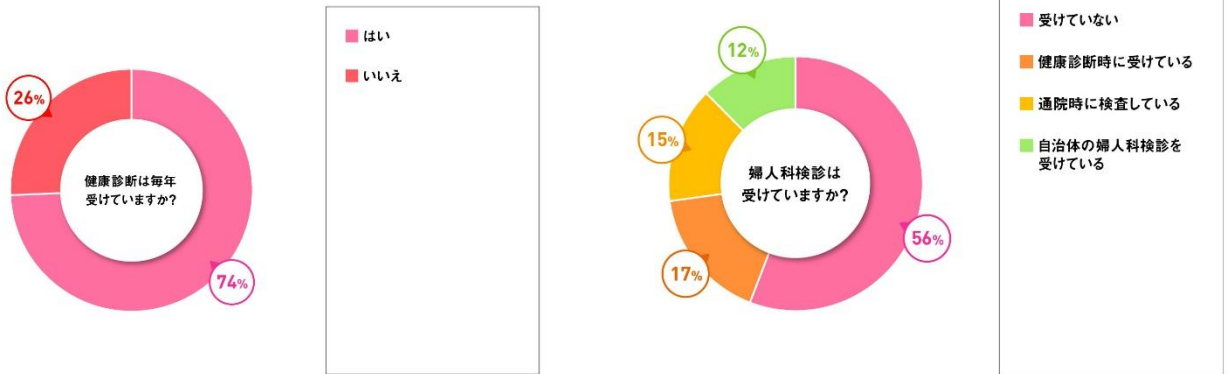
- 調査日 : 2022年1月10日～2022年1月19日
- 調査方法 : インターネット調査
- 調査人数 : 967名
- 調査対象 : 全国20～34歳の女性

※本リリースの調査結果・グラフをご利用いただく際は、必ず【ミュゼマーケティング調べ】とご明記ください。

■ 半数以上の56%が「婦人科検診を受けていない」と回答

はじめに、健康診断を毎年受けているかたずねたところ、全体の74%が「受けている」と回答しました。一方で、職業別にみると、会社員の8%、アルバイト・パートの53%、学生の48%、専業主婦の72%が健康診断を受けておらず、雇用形態による格差が浮き彫りになりました。

次に、子宮頸がん検診や乳がん検診といった婦人科検診についても調査しました。すると、なんと56%の方が「受けていない」と回答。受診率の向上にはまだまだ課題があることが明らかになりました。

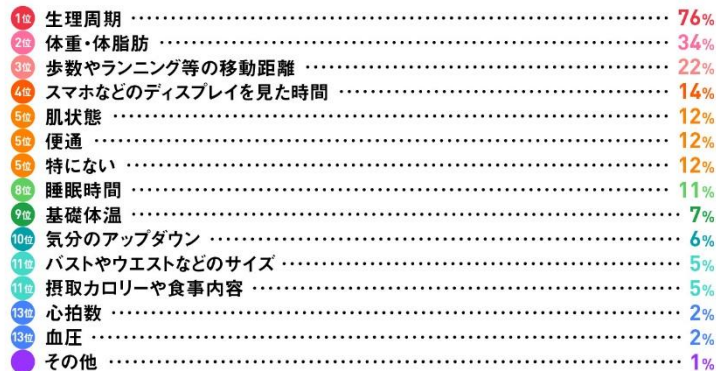


■ スマートウォッチの使用率はわずか11%

健康のためには日頃から体のコンディションを把握しておくことも必要です。そこで、普段から自分の体について計測・記録している指標について調べると、76%の方が「生理周期」を記録していました。これは「体重・体脂肪」や「歩数やランニング等の移動距離」など他の指標に比べて非常に高い割合でした。

Q 普段から体について記録していることはありますか？

※複数回答可

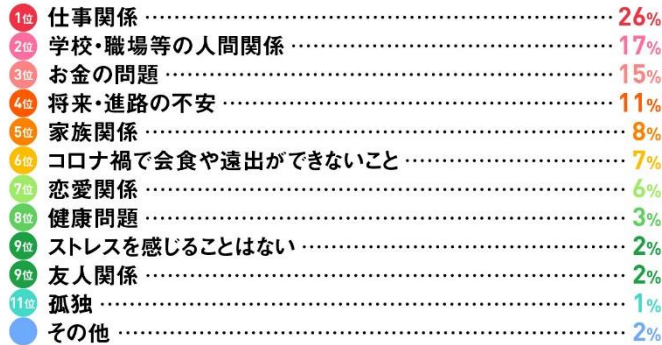


また、手首に装着することで心拍数や消費カロリーなどの計測もできるスマートウォッチの使用状況についてたずねると、使用していると回答したのはわずか11%でした。

■ ストレスの要因、総合1位は「仕事関係」の問題

体の健康と同じくらい大事にしたいのが心の健康。そこで、現在もっともストレスを感じる要因は何かをたずねたところ、1位が「仕事関係」、2位が「学校・職場等の人間関係」、3位が「お金の問題」でした。こちらも職業別に見てみると、会社員の1位は「仕事関係（36%）」、アルバイト・パートと専業主婦の1位は「お金の問題（それぞれアルバイト・パートの26%、専業主婦の33%）」、学生の1位は「将来・進路の不安（31%）」となり、職業やライフステージとストレスとの密接な関係がうかがえました。

Q 現在もっともストレスを感じる要因は何ですか？

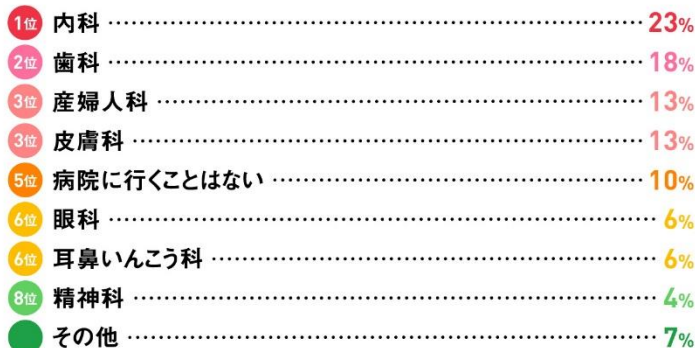


さらに、精神的につらいとき、最初に相談するのは誰かたずねると、一番多かったのは「恋人・パートナー（30%）」、2位は「友人（23%）」、3位は「親（17%）」という結果に。一方で、「誰にも相談しない」という意見も11%ありました。

■ 72%がジェネリック医薬品を希望

現在通院する頻度を調査したところ、30%の方が「1年に1回以下」と回答。次いで「年に2~3回（27%）」「3カ月に1回（19%）」という結果が続きました。もっともよく行く診療科は1位が「内科」、2位が「歯科」、3位は「産婦人科」でした。さらに、処方薬についてジェネリック医薬品を希望しているか質問したところ、72%が「している」と答えました。

Q もっともよく行く診療科は何科ですか？

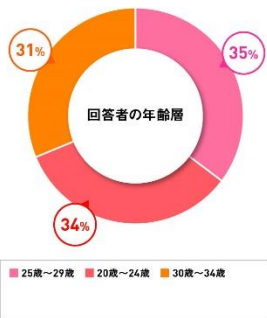


最後に、ヘルスケアに関する情報元として、もっとも参考にしているものは何かたずねました。結果は「特にない（20%）」と回答した方がもっとも多かったものの、「ネット上の口コミ（19%）」「テレビ（13%）」「一般人のブログやSNS（11%）」という結果となりました。

▶記事詳細はこちら：<https://musee-marketing.com/topic/healthcare/>

※本リリースの調査結果・グラフをご利用いただく際は、必ず【ミゼマーケティング調べ】とご明記ください。

■ データ一覧 ～ヘルスケア編～



回答者の職業

会社員	57%
アルバイト・パート	16%
学生	15%
専業主婦	4%
その他	8%

Q 普段から体について記録していることはありますか？

※複数回答可

1位	生理周期	76%
2位	体重・体脂肪	34%
3位	歩数やランニング等の移動距離	22%
4位	スマホなどのディスプレイを見た時間	14%
5位	肌状態	12%
6位	便秘	12%
7位	特にない	12%
8位	睡眠時間	11%
9位	基礎体温	7%
10位	気分のアップダウン	6%
11位	バストやウエストなどのサイズ	5%
12位	摂取カロリーや食事内容	5%
13位	心拍数	2%
14位	血圧	2%
15位	その他	1%

Q 食生活で気をつけている・取り入れていることはありますか？

※複数回答可

1位	水をたくさん飲む	47%
2位	特にない	31%
3位	白湯を飲む	29%
4位	冷たいもの避ける	20%
5位	プロテインを摂る	13%
6位	無添加（化学調味料等をなるべく避ける）	7%
7位	カフェインレス	7%
8位	グルテンフリー	4%
9位	菜食（ヴィーガン・ベジタリアンなど）	3%
9位	シュガーフリー（精製糖を避ける）	3%
9位	オーガニック	3%
9位	薬膳・漢方	3%
9位	その他	7%

Q 定期的に運動している方。ここ半年で継続している運動は何ですか？

※複数回答可

1位	散歩	44%
2位	筋トレ	40%
3位	ストレッチ	38%
4位	ランニング・ジョギング（マシン含む）	18%
5位	ヨガ	11%
6位	球技	8%
7位	サイクリング（マシン含む）	6%
8位	ピラティス	3%
8位	フィットネスゲーム	3%
10位	水泳	2%
10位	縄跳び	2%
10位	エアロビクス	2%
10位	その他	13%

『ミュゼマーケティング』について

美容意識の高い女性を中心とした会員層を有し、自社デジタルメディアと全国169(※)店舗のサロンによるクロスメディアアプローチが特徴のメディアサービスです。店頭サンプリング、商品モニター、リサーチ、デジタル広告やメールマガジンによるサービス告知などを提供しています。

F1層をコアとした全国410万人以上(※)の会員さまへ向け、自社サービスの認知拡大、継続的な収益モデルを検討したい企業様は、ミュゼマーケティングへお問い合わせください。

▶サービスの詳細・資料ダウンロードはこちら：<https://musee-marketing.com/>

MUSÉE
MARKETING

美容脱毛サロン『ミュゼプラチナム』について

“全ての女性のキレイをお手伝いしたい”との想いを込め、2003年に誕生した、高品質の美容脱毛サロン。多くの女性の支持を受け、現在では全国に169(※)店舗を展開中。

▶ミュゼプラチナム ホームページはこちら：<https://musee-pla.com/>

(※) 2022年1月末日時点

MUSÉE
PLATINUM
ミュゼプラチナム