

ウェルビーイングに対する生活者の意識と行動

ウェルビーイングという概念が登場したのは、前述のとおり世界保健機関（WHO）設立時と言われている。それから80年弱たった今、少しずつ広まってきているが、一般生活者にはまだまだ馴染みが薄い言葉である。そこで、ここでは、WHOの定義である「ウェルビーイング＝肉体的、精神的、そして社会的に、満たされた状態」について要素分解をして、それらに対する意識と行動について調査した結果を示す。

〔調査概要〕

対象：20～60代 男女（均等割付）
 回収数：2,000人
 調査方法：インターネット調査

1. 「生活全体」の充実感に影響が特に高い要素は、「家計・収入」「精神的健康」「身体的健康」

図表1は、ウェルビーイングの各構成要素に関する充実意識を見たものである。「生活全体」の充実度と各要素の相関関係は、どれも高くなったが、特に高くなったのは、「家計・収入」「精神的健康」「身体的健康」。その次に高くなったのが、「睡眠」「家族関係」「その他の人間関係」であった。

また、充実している人より、充実していない人の割合が高いもの（図表1の中で「充実している－充実していない」がマイナス）は、「家計・収入」「社会貢献」となった。

これらの年代別特徴では、『30代以上』で「学び」「社会貢献」、『40代』で「身体的健康」「精神的健康」「睡眠」が特に低くなった。さらに「家族関係」「その他の人間関係」でも、『40代』は他年代より低くなっている。「生活全体」でも、「家計・収入」以外でのこれらの要素が影響して、最も『40代』でマイナスの値が高くなっている。

■図表1 ウェルビーイング要素に関する充実意識（※各要素はそのようなことができる環境にいる人を対象）

要素	人数	充実意識			[生活全体]との相関係数	充実している－充実していない					
		■充実	■どちらともいえない	■充実していない・十分ではない		全体	年代別				
							20代	30代	40代	50代	60代
仕事	(1,445人)	26.5	46.8	26.7	0.48	-0.2%	7.9%	3.3%	-8.6%	-6.8%	2.9%
学び	(1,413人)	17.5	53.5	29.0	0.41	-11.5%	6.9%	-18.3%	-16.3%	-16.2%	-16.7%
趣味	(1,819人)	35.0	43.8	21.2	0.43	13.8%	22.6%	8.5%	6.0%	13.1%	19.0%
家族関係	(2,000人)	42.2	41.9	15.9	0.53	26.3%	22.9%	22.4%	19.2%	28.3%	38.1%
その他の人間関係	(2,000人)	22.4	53.5	24.1	0.53	-1.7%	5.2%	-6.1%	-10.9%	-8.7%	11.2%
コミュニティ	(1,323人)	18.0	55.3	26.8	0.51	-8.8%	2.4%	-14.1%	-15.6%	-19.7%	2.0%
社会貢献	(1,139人)	11.2	58.5	30.4	0.46	-19.2%	-4.4%	-17.6%	-28.9%	-31.1%	-16.5%
運動	(1,480人)	21.4	43.3	35.3	0.42	-13.9%	-2.0%	-17.3%	-16.8%	-18.1%	-14.9%
身体的健康	(2,000人)	21.0	48.3	30.8	0.60	-9.8%	-1.3%	-13.3%	-15.3%	-14.0%	-5.3%
精神的健康	(2,000人)	21.8	46.7	31.6	0.66	-9.8%	-9.0%	-13.8%	-16.5%	-13.3%	3.5%
睡眠	(2,000人)	25.0	43.3	31.8	0.56	-6.9%	-3.8%	-7.0%	-16.8%	-10.3%	3.5%
家計・収入	(2,000人)	13.9	43.9	42.3	0.71	-28.5%	-23.8%	-33.5%	-33.0%	-34.5%	-17.5%
生活全体	(2,000人)	21.5	49.1	29.5	1.00	-8.0%	0.0%	-14.8%	-16.3%	-12.3%	3.5%

■-15%以下

2. 充実を重視している時間は、「家で過ごす時間」「趣味の時間」「一人で過ごす時間」

「ワークライフバランス」はよく言われる言葉であるが、その他の時間バランスについて聞いた結果が図表 2-1、2-2 である。

「仕事時間」と「家事・育児の時間」の比較では、現在、今後ともに、「どちらも同程度」が最も多い項目となった。

一方、「趣味の時間」「一人で過ごす時間」「家で過ごす時間」の充実を重視する人は、現在、今後ともに、どの年代でも高くなった。コロナで余儀なくされた「おうち時間」は、コロナ5類移行後も、

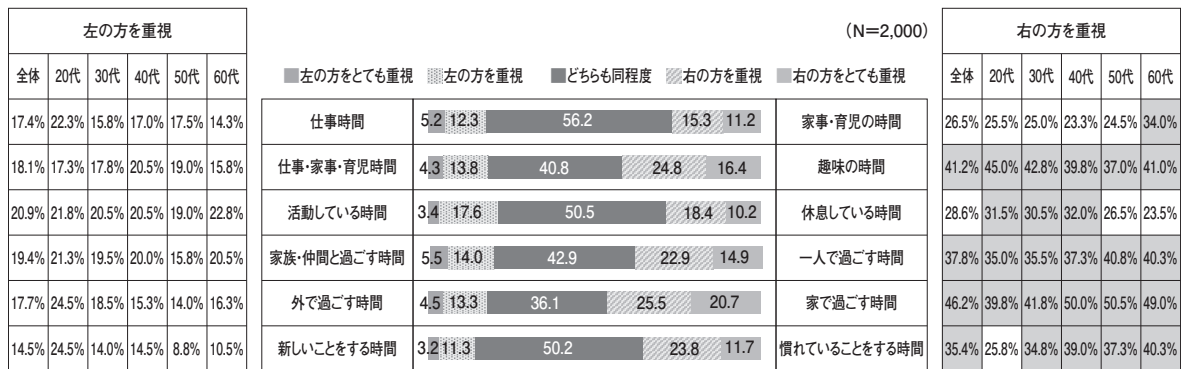
定着してきていることが窺える。

また、現在と今後を比較すると、今後の割合が高まっているのは、「新しいことをする時間」「外で過ごす時間」「活動している時間」。

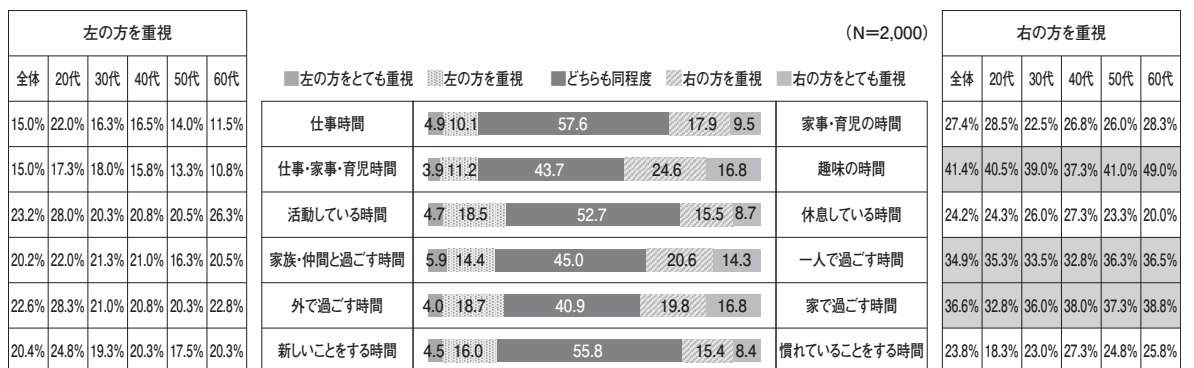
特に、「新しいことをする時間」と「慣れていることをする時間」の比較では、「慣れていることをする時間」が、今後では現在より10ポイント以上下がり、「どちらも同程度」「新しいことをする時間」がどの年代でも増えている。

一方、「一人で過ごす時間」「趣味の時間」は今後も充実を重視する割合は現在と変わらず、これらの時間の確保は、今後も重要な要素となることが読み取れる。

■図表 2-1 現在、充実を重視している時間（時間バランス）



■図表 2-2 今後、充実を重視していきたい時間（時間バランス）



3. 肯定的な関係性が、こころとカラダの健康や意欲に大きく影響

図表3は、こころとカラダ、人との関わりと健康の関係を見たものである。

「こころが前向き（肯定的に考えること）」は、「カラダの健康」と大きく関わってくる。また、「人との関係の中で健康維持の意識が高まる」と感じる人も、6割以上となっており、特に『60代』で高くなっている。

前項では「一人での時間の充実」を重視している人が多くなっていたが、その時間は大切にしつつも、「他の人との関係性の中で、自己を肯定的にとらえる機会」があることが重要であると読み取れる。

さらに、それらの肯定的な関係性と達成感の実

際を見たものが図表4である。

「ポジティブに考える」「他者と良好な関係を高める」ことを、大半の人がそうしたいと考えているが、半数の人は「そのようにしたいがなかなか出来ない」としている。「目標を決めて達成感を高める」「より次元の高いものや新しいことに挑戦する」も、「そのようにしたい」と7～8割の人が感じているが、「そのようにしたいがなかなか出来ない」がそのうち、半数を占めている。

また、「ポジティブに考える」「他者と良好な関係を高める」と、「目標を決めて達成感を高める」「より次元の高いものや新しいことに挑戦する」との相関係数は各々0.5以上となっており、これらからも、肯定的な関係性と達成感は大きく関係していることがわかる。

■図表3 こころ、カラダ、健康、人との関わりとの肯定的な関係性

■70%以上

	こころが前向きだと、カラダも元気(健康)になると思う	カラダが健康だと、こころも健康になると思う	とても+まあそう思う							
			全体	20代	30代	40代	50代	60代		
こころとカラダの関係	28.3	41.7	27.2	2.9	70.0%	62.0%	61.5%	71.8%	72.5%	82.0%
	27.4	41.3	27.1	4.3	68.6%	62.3%	62.0%	69.0%	68.5%	81.3%
人との関わりと健康の関係	19.5	46.2	29.7	4.7	65.7%	63.8%	59.5%	64.0%	66.5%	74.5%
	19.1	45.6	29.8	5.7	64.6%	60.0%	58.5%	65.0%	64.8%	74.8%
	13.8	39.9	37.8%	8.6	53.7%	54.8%	51.0%	52.5%	50.3%	57.8%

■図表4 肯定的な関係性と達成感

■そのようにしたくて、ある程度出来ている
 ■そのようにしたいが、なかなか出来ない
 ■そのようにしたいとは思わない

(N=2,000)

	そのようにしたくて、ある程度出来ている	そのようにしたいが、なかなか出来ない	そのようにしたいとは思わない	相関係数
ポジティブに考える	41.3	49.5	9.3	0.54
他者と良好な関係を高める	38.4	46.6	15.0	0.54
目標を決めて達成感を高める	27.4	52.1	20.6	0.53
より次元の高いものや新しいことに挑戦する	25.4	49.0	25.7	0.50

4. 健康の維持・向上策は、したいと思うが十分出来ていない。特に「疲労の回復力」「免疫力」「抗体力」「ストレス発散」が高い

図表5は、健康を維持・向上するために行っていることを聞いた結果である。

どの項目も、「そのようにしたいと思うが十分出来ていない」が多くなっている。特に高くなっているのは、「疲労の回復力を高める」「免疫力を高める」「ウイルスに対する抗体力を高める」「ストレスはためないように発散する」。どの年代でも高くなったのは「ウイルスに対する抗体力を高める」。「免疫力を高める」は、『40代』以上で特に

高くなった。

また、「1日3食決まった時間に食事をとる」「生活時間を一定にする」「ストレスはためないように発散する」は、生活・仕事ともに多忙な『40代』で特に高くなっている。

一方、「そのように出来ている」が「そのようにしたいと思うが十分出来ていない」より高いものは、「1日3食、決まった時間に食事をとる」しかない。

「特に必要性を感じない」ものはほとんどなく、そのようにした方がよいが、なかなか習慣として実行するのは難しいと考える人が多くなっていることが読み取れる。

■図表5 健康を維持・向上するために行っていること

					そのようにしたいが出来ていない					
	■ そのように出来ている	■ そのようにしたいと思うが十分出来ていない	■ そのようにした方がよいと思うがしていない	■ 特に必要性を感じない	全体	20代	30代	40代	50代	60代
1日3食、決まった時間に食事をとる	35.0	31.7	21.5	11.9	31.7%	38.5%	43.5%	48.8%	43.3%	37.0%
栄養バランスのとれた食事をとる	29.1	42.2	21.7	7.1	42.2%	37.5%	36.5%	35.3%	29.3%	19.8%
カラダが冷えないように調節する	28.4	39.4	21.8	10.4	39.4%	39.8%	43.8%	43.3%	35.5%	34.8%
生活時間を一定にする	28.0	38.9	24.6	8.6	38.9%	39.5%	39.3%	45.0%	42.3%	40.8%
十分な睡眠をとる	28.0	43.8	22.9	5.4	43.8%	36.8%	40.0%	36.5%	37.3%	33.8%
1日の終わりや休日にはリフレッシュの時間をとる	26.5	40.9	23.8	8.9	40.9%	40.5%	38.0%	43.0%	39.8%	33.3%
ストレスはためないように発散する	24.2	45.3	24.0	6.6	45.3%	40.0%	44.3%	50.8%	44.0%	39.8%
家の中の寒暖差をなくす(ヒートショック予防)	21.1	41.4	26.1	11.6	41.4%	38.3%	39.8%	43.8%	43.0%	39.8%
疲労の回復力を高める	21.1	48.1	23.5	7.4	48.1%	42.0%	45.0%	49.3%	47.8%	42.3%
免疫力を高める	20.9	45.8	25.6	7.8	45.8%	42.0%	42.0%	49.5%	45.3%	50.0%
毎日、適度な運動をする	20.0	36.9	34.1	9.2	36.9%	44.8%	45.5%	49.0%	49.0%	52.0%
ウイルスに対する抗体力を高める	20.0	47.6	23.6	8.9	47.6%	45.0%	47.0%	49.5%	48.0%	49.5%

5. 健康を意識して「乳酸菌」「食物繊維」「ミネラル」「抗酸化作用」が多い食品を摂取

健康を意識した食品の摂取と運動の状況を示した結果が図表6と図表7である。

健康を意識して摂取している人が多いものは、「食物繊維が多い」「乳酸菌が多い」「ミネラルが多い」「抗酸化作用がある」食品。その中でも「食物繊維の多い食品」はどの年代でも高くなった。

食物繊維以外の食品は、『40～50代以上』で高くなった。（ただし、「タンパク質やプロテイン」は『20代』でも多い）

一方、運動については、「自宅でのストレッチなどの軽い運動」「ランニング、ウォーキング」をしている人が25%弱であったが、「したいが出来ていない」人の方が多くなった。また、これらの運動の実施については、年代で大きな差はなかった。

■図表6 健康を意識した食品の摂取状況

■60%以上

	■ 習慣的にとっている ■ とった方がよいと思うがしていない				■ とることもあるが習慣化はしていない ■ 特に必要性を感じない				習慣的+とることもある					
	全体	20代	30代	40代	50代	60代	全体	20代	30代	40代	50代	60代		
乳酸菌の多い食品（ヨーグルトなど）	32.3	31.7	22.7	13.4	64.0%	54.0%	56.3%	66.5%	68.5%	68.5%	74.8%			
食物繊維の多い食品	26.0	42.8	21.8	9.5	68.8%	60.0%	62.0%	70.0%	74.0%	74.0%	77.8%			
ミネラルの多い食品（海藻類など）	14.7	46.2	27.3	11.9	60.9%	55.5%	52.0%	56.5%	67.0%	67.0%	65.3%			
老化を防止する抗酸化作用のある食品（緑黄色野菜など）	15.5	44.6	27.6	12.4	60.1%	59.5%	49.8%	62.8%	66.3%	66.3%	70.0%			
タンパク質やプロテインの多い食品	19.8	40.0	24.5	15.8	59.8%	61.0%	56.8%	57.3%	60.5%	60.5%	63.3%			
DHAやEPAを多く含む食品（サバなど）	12.7	45.6	29.1	12.6	58.3%	55.5%	52.3%	58.8%	60.0%	60.0%	65.0%			
減塩食品	12.6	37.9	29.6	20.0	50.5%	37.0%	44.0%	51.5%	55.3%	55.3%	64.5%			
低糖食品	9.0	40.1	28.9	22.1	49.1%	54.0%	43.5%	51.0%	47.5%	47.5%	49.3%			
低コレステロール食品	8.7	40.1	30.8	20.4	48.8%	54.0%	41.8%	51.8%	45.8%	45.8%	50.8%			
カロリーオフ食品	7.7	37.5	29.4	25.5	45.2%	51.3%	40.5%	47.0%	43.8%	43.8%	43.3%			

■図表7 運動の実施状況

	■ している ■ 良いと思うが、したいとまでは思わない				■ したいが出来ていない ■ 特に必要性を感じない				している					
	全体	20代	30代	40代	50代	60代	全体	20代	30代	40代	50代	60代		
自宅でのストレッチなどの軽い運動	24.5	36.8	25.1	13.7	24.5%	20.8%	25.0%	25.3%	22.8%	22.8%	28.8%			
ランニング、ウォーキング	23.3	32.5	27.1	17.3	23.3%	22.8%	22.8%	20.0%	23.3%	23.3%	27.5%			
自宅での筋トレ	16.5	38.2	27.1	18.3	16.5%	19.3%	19.3%	17.3%	12.3%	12.3%	14.3%			
ジムでのトレーニング	5.9	22.5	29.1	42.6	5.9%	11.0%	6.5%	5.8%	1.8%	1.8%	4.5%			
ジムでのちよいトレ（チョコザップ、カーブスなど）	5.5	23.6	31.7	39.2	5.5%	12.0%	5.8%	5.3%	0.8%	0.8%	3.8%			
その他のスポーツ	7.3	23.2	27.2	42.4	7.3%	11.5%	7.8%	5.3%	5.3%	5.3%	6.5%			

6. 睡眠の質を高める商品は、寝具を中心に潜在的なニーズ・需要が高い

図表8は睡眠の質を高める商品の利用と興味を聞いた結果である。どの商品も、利用している人はまだ多くはなかったが、「利用したいが出来ていない」「興味はある」とした人が多くなった。

年代別に見ると、若年層の方が利用意向は高くなった。年代が高くなるほど、寝具については、これまで慣れ親しんだ習慣もあり、睡眠の質を高める商品だからといって、新しく変えるのは難しいといった背景もあると思われる。

7. 健康向上・健康管理ITサービスは、限定ニーズの中では拡大可能性あり

図表9は、健康向上・健康管理ITサービスの利用と興味を聞いた結果である。どのサービスも利用は少なく、限定層の需要にとどまっている。ただし、「歩いてポイントを貯めるアプリ」は、「興味あり」がどの世代でも3割程度ある。

これまで見てきたように、ウェルビーイングは高めたいと思うものの、自分で高めるのは難しい側面も大きい。そういった意味でも、それらをサポートするITサービスには、今後の伸びが期待される。

■図表8 睡眠の質を高める商品の利用と興味

■ 25%以上

	利用している				利用したいが出来ていない											
	全体	20代	30代	40代	50代	60代	全体	20代	30代	40代	50代	60代				
快眠を促すまくら	12.5	29.2	31.6	26.8	12.5%	8.8%	12.8%	12.5%	16.0%	12.5%	29.2%	28.0%	28.8%	29.8%	23.0%	18.8%
快眠を促すマット	11.5	25.7	33.2	29.7	11.5%	8.8%	9.8%	9.0%	15.3%	14.3%	25.7%	33.3%	31.5%	28.8%	25.5%	26.8%
ホットアイマスク	8.0	21.9	28.4	41.7	8.0%	12.8%	9.3%	8.5%	6.3%	3.3%	21.9%	30.8%	31.3%	27.3%	23.5%	18.5%
快眠を促すパジャマ・リラックスウェア	7.5	26.3	32.3	34.0	7.5%	12.0%	7.0%	5.5%	7.0%	6.0%	26.3%	31.0%	27.0%	21.3%	16.5%	13.8%
耳栓・イヤーマスク	7.5	18.1	25.7	48.8	7.5%	11.8%	9.3%	7.3%	6.0%	3.3%	18.1%	26.5%	20.5%	20.0%	12.8%	10.5%
入眠を促進する音楽	7.0	20.0	27.5	45.6	7.0%	13.8%	6.0%	6.3%	4.8%	4.0%	20.0%	29.5%	26.5%	28.5%	21.5%	19.0%
睡眠測定アプリ・睡眠計	6.0	19.8	28.9	45.4	6.0%	10.8%	7.8%	4.5%	3.3%	3.5%	19.8%	28.8%	23.8%	20.5%	14.8%	11.3%
睡眠の質を高める食品	5.7	25.0	30.8	38.6	5.7%	10.5%	7.8%	4.8%	2.5%	3.0%	25.0%	27.8%	24.0%	20.5%	16.0%	14.3%
入眠を促進するアロマ	5.4	20.5	27.9	46.2	5.4%	9.8%	7.5%	5.3%	2.5%	2.0%	20.5%	28.8%	22.3%	22.3%	14.8%	12.0%

■図表9 健康向上・健康管理ITサービスの利用と興味

■ 25%以上

	利用している				未利用興味あり										
	全体	20代	30代	40代	50代	60代	全体	20代	30代	40代	50代	60代			
歩いてポイントを貯めるアプリ	13.1	28.5	58.5	13.1%	12.1%	13.3%	13.1%	13.6%	13.4%	28.5%	26.6%	33.8%	33.4%	33.1%	34.4%
体組成・活動量・血圧計測定記録管理アプリ	4.9	23.2	72.0	4.9%	4.3%	4.9%	5.3%	3.8%	6.4%	23.2%	20.3%	20.8%	26.0%	25.1%	25.4%
食べたものを管理できるアプリ	2.6	21.5	75.9	2.6%	4.1%	3.4%	2.5%	1.3%	1.8%	21.5%	18.1%	22.9%	19.0%	17.0%	20.0%
心の悩みを何度でも相談できるAIロボット	1.7	20.1	78.3	1.7%	4.3%	2.3%	0.9%	0.8%	0.3%	20.1%	19.5%	24.3%	18.6%	20.5%	20.0%
月額定額オンライン診療	1.5	18.3	80.2	1.5%	4.4%	2.0%	1.0%	0.3%	0.0%	18.3%	17.9%	21.5%	19.3%	19.8%	20.5%