

7つの健康セグメントにより生活者の“ウェルネスに関する意識・行動”を分析**『ウェルネストレンド白書 Vol.4』発刊****若者より中年男性のほうが健康意識が低い？
40～50代男性の約2割が「健康無関心層」で、趣味の数や幸福度も低い傾向に**

一般社団法人ウェルネス総合研究所（本社：東京都渋谷区、代表理事：波多野 誠、以下「ウェルネス総研」）は、20代～70代男女、4,531名の生活者の健康・ウェルネスに関する意識と行動分析に基づき、今後予測されるヘルス・トレンドシナリオを洞察した調査レポート『ウェルネストレンド白書 Vol.4』を7月10日に発刊いたします。

『ウェルネストレンド白書』は、性年代別だけではなく健康意識や行動の因子分析を行い、生活者を7つの健康セグメントに分類し、各セグメントによる興味関心を51のヘルスベネフィット、57の素材・成分の観点から分析しております。

今回発刊の『ウェルネストレンド白書 Vol.4』では、新たな試みとして、7つの健康セグメント分析だけでなく、若年層、ミドル層、シニア層といった世代ごとの健康意識についての分析を行いました。健康セグメントと掛け合わせ多角的に分析をすることで、一般的に言われるヘルスケアマーケティングにおける世代認識とは少し違う実態が明らかになりました。

さらに生活者の幸福度を、食や趣味・嗜好、そして「3つの幸福」の視点をもって分析しました。直接的な健康行動だけでなく、ライフスタイルやウェルビーイングの視点で考察を行っております。

**■【令和の世代別健康意識】****健康に一番無関心なのは若者ではなく40～50代男性?! 自分の身体の「老化度合」について、20～30代のほうが関心が高いという結果に**

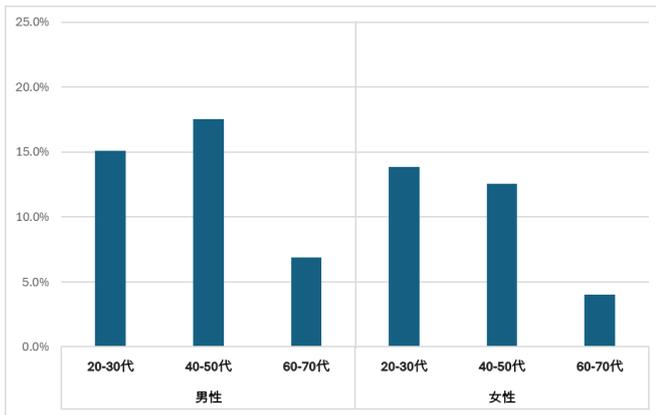
これまで20～30代前半の若者層は健康課題が少ないため、健康意識や行動は他世代と比べて低いと思われていました。

しかし、本調査で明らかになったのは、健康課題が出てきているであろう40～50代、特に男性が、若者より健康意識が低いという点です。健康セグメントの中でも健康関与度が低いとされる「健康無関心層」の割合が最も高いのが40～50代男性であり、この層は「幸福とを感じる瞬間」について「特にない・分からない」と答えた人が最も多くいました。

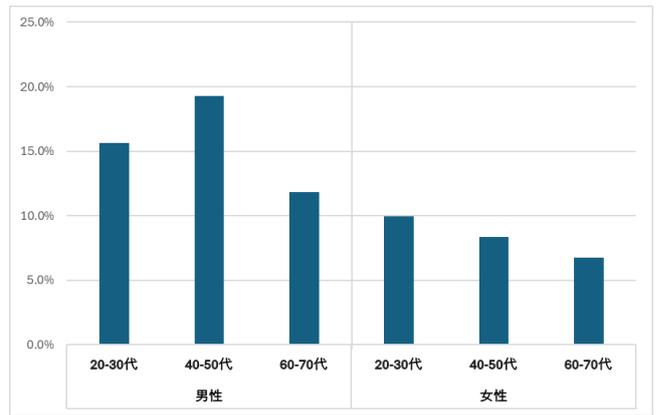
「お問い合わせ先」

一般社団法人 ウェルネス総合研究所： 小暮・角田・平林
TEL：03-5786-6006 / MAIL：info@wellness-lab.jp

「健康無関心層」性年代別構成比



幸福と感じる瞬間「特にない・わからない」回答率



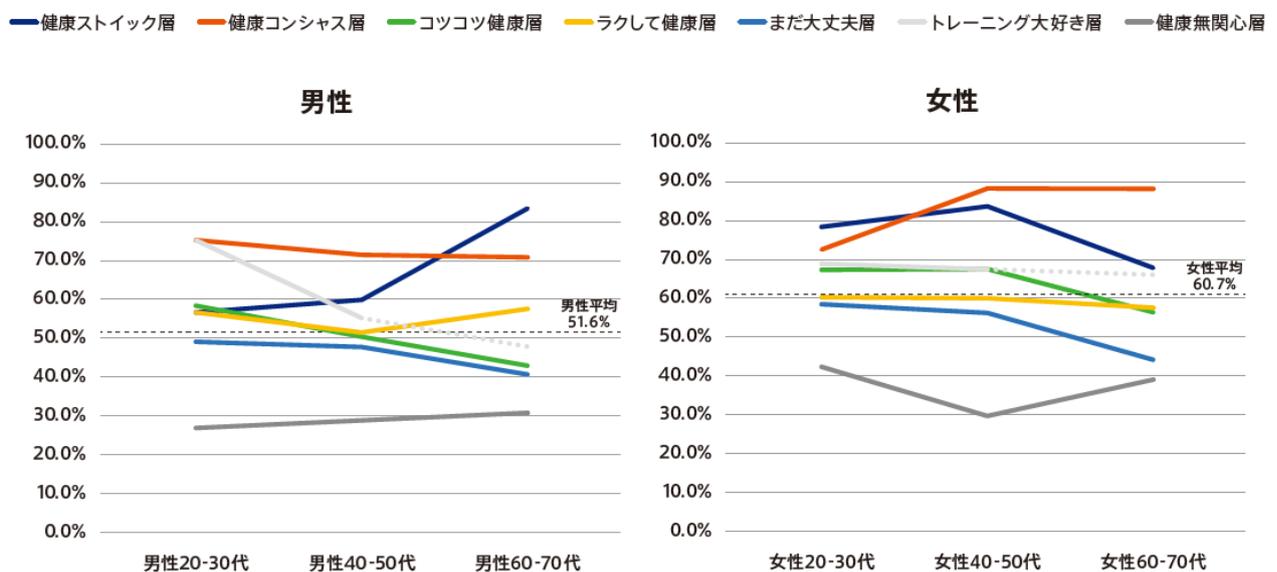
このように、世代による健康意識・行動が従来の世代感と異なってきていることが本調査で明確となりました。

DNA を解析し、自分の身体の「老化度合」を評価する技術である「エピジェネティック・クロック」に対する関心度も、40～50 代の男性よりも 20～30 代の男性の方が総じて高いという結果が出ています。

女性は若干傾向が異なり、健康関心度が高い「健康ストイック層」「健康コンシャス層」の人たちは年齢とともに関心があがっていくものの、「コツコツ健康層」以下のセグメントをみると 20～30 代が最も関心が高いという傾向になりました。

デジタルデバイスを使った診断や計測が身近な存在である 20～30 代の若者層にとって、こういった新しい技術は受け入れられやすいのではないのでしょうか。

エピジェネティック・クロックに対する関心度



性年代と健康セグメント、そして背景にある各世代が育った時代について鑑みると、必ずしも加齢のみによって健康意識や行動が比例して高くなるとは言えないことがわかります。

10 年後、今の 40～50 代がシニアと呼ばれる年齢になった時、現在の 60～70 代と同じ健康意識や行動傾向を持つとは限りません。この点を考慮しながら、商品設計やマーケティング戦略を検討していくことにも意義があると考えられます。

「お問い合わせ先」
 一般社団法人 ウェルネス総合研究所： 小暮・角田・平林
 TEL：03-5786-6006 / MAIL：info@wellness-lab.jp

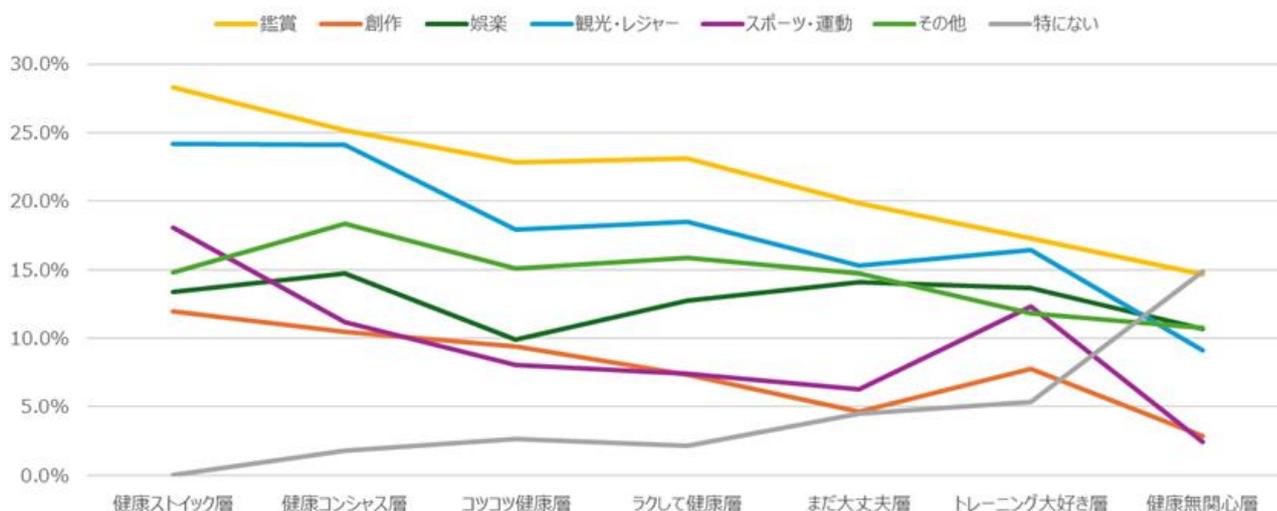
■【幸福分析】

健康意識・行動が高い人たちほど、趣味の数が多く、外交的・創作的な趣味が多い傾向に

「ウェルネストレンド白書 Vol.3」でも健康意識・行動と幸福度の関係について分析をしていましたが、今回の調査では調査項目を追加し、各健康セグメントがどのようなライフスタイルなのか、価値観だけではなく「趣味」についても聴取しました。健康セグメントごとに、どのような趣味が多いのかを段階的に把握することで、健康意識・行動と組み合わせでセグメントの特徴が把握できるようになっています。

健康セグメントと趣味の関係性で興味深い結果の一つが、健康意識・行動が高いセグメントほど、「鑑賞」「観光・レジャー」「創作」「スポーツ・運動」カテゴリの選択率が高い傾向がみとれます。また、総じて趣味の数も多いという結果が出ました。一方、「健康無関心層」は、「特にない」の選択率が顕著に多く、趣味・好きなこと上位 10 項目に唯一「SNS 投稿・閲覧」が入ってくるなど、受動的で内向的な趣味を持つ傾向が強いと言えるでしょう。

健康セグメントごとの趣味カテゴリ



■各健康セグメントの特徴

健康セグメントは、日本全国の男女 20 代から 70 代を、健康意識や健康行動から 7 つのセグメントに分類したものです。これまでの調査でも構成比が突然大きく変わらない、再現性の高いセグメント設計になっています。

健康ストイック層	「健康に良い」と言われる食品・飲料を、積極的に摂るだけでなく、不健康につながる食品・飲料は極力控える。食事や生活習慣に気を遣ったり、適度な運動を続けることを面倒だとは思わず、意識高く習慣的に実践しているため、健康に関する知識も蓄積している。
健康コンシャス層	食品添加物や成分表示を気にして食材を選んだり、なるべく自然由来・無添加のものを食べるだけでなく、より自分にあった/続けやすい健康法や食品がないか、ネットやSNSなどを通じて情報収集を行い、積極的に取り入れたいと考えている。
コツコツ健康層	添加物の多いものや、インスタント食品やファーストフードを控えるなど、不健康につながる食品・飲料を控えつつも、なるべく野菜を食べるといった健康的な行動を、まずできることからコツコツ積み重ねていこうという前向きな意識をもつ。
ラクして健康層	食べたいものを我慢する、運動をするといった自身に負荷がかかる行動をとるよりも、ラクして健康を維持・推進したいと考えており、なるべく野菜を食べる、納豆やゴマなどの体に良いと言われている食品を食べるといった、手軽にできる行動に留まる。
まだ大丈夫層	不健康な生活であるという自覚があり、今のままではいけないとは思いつつも、健康のために食事に気を付ける、定期的に運動するなど積極的に行動することが面倒だと思っているため、「まだ大丈夫」という考えのもと、ただちに行動に移せない。
トレーニング大好き層	理想的な身体を手に入れるためには、ハードなトレーニングを行うことも苦にならないと感じている。時にはトレーナーからのアドバイスを受け、運動後にはプロテインを飲むなど、トレーニング効果を高めるための行動には積極的である一方、その他の健康意識はやや低い。
健康無関心層	不健康な生活であるという自覚はあっても、今の生活を改善しようとは思っていない。健康のために意識して行動することそのものへの関心が低い。

《お問い合わせ先》

一般社団法人 ウェルネス総合研究所： 小暮・角田・平林
TEL：03-5786-6006 / MAIL：info@wellness-lab.jp

【『ウェルネストレンド白書』概要】

レポート名	ウェルネストレンド白書 Vol.4
納品物	サマリーレポート+データ集、PDF 形式
仕様	約 300 ページ、カラー
価格	一式：25 万円（税別）
発売日	2025 年 7 月 10 日
発行	一般社団法人ウェルネス総合研究所
購入	『ウェルネストレンド白書 Vol.4』 購入申し込みフォーム https://form.wellness-lab.org/form/paper_4

● 調査・分析概要

調査の目的	①ウェルネス領域における生活者の実態、意識、今後の動向の把握 ②これからのウェルネス市場のトレンド予測や、企業・団体の事業創造・マーケティングの支援
調査時期	2025 年 3 月 7 日（金）～ 2025 年 3 月 8 日（土）
調査方法	インターネット調査（株式会社マクロミル）
調査対象	日本国内在住の 20-79 歳男女（調査業、広告代理業、医療業など指定業種除外）
有効回答数	4,531 件 性別×年代（10 歳刻み）の 12 セルに対して、各セル 400 サンプル以上となるよう割付を設定して回収 合計 4,944 サンプルの中から、不適当な回答を除外した 4,531 サンプルを有効回答として得た
補正内容	日本国内在住の 20-79 歳の人口構成比（性別×年代）にあわせて、有効回答者の構成比 補正を実施 出典：総務省統計局 令和 2 年国勢調査

【発刊記念セミナーのご案内】

『ウェルネストレンド白書 Vol.4』の発刊を記念いたしまして、以下セミナーを開催いたします。

本白書の分析・レポートを担当した首席アナリストが登壇し、本白書の調査結果の一部を特別にご紹介しながら、現代の生活者の健康志向の特性や、これからのマーケティングに必要な観点・シナリオについて考察・お話しします。

さらに、ゲストに健康医療ジャーナリストとして国内外のヘルスケアトレンドに精通する西沢邦浩氏をお招きし、調査から得られた洞察をこれからのウェルネスマーケティングにどう生かしていくべきか議論します。

タイトル	～ウェルネストレンド白書 Vol.4 発刊記念～ 「7 つの健康セグメントから読み解く 現代の「健康意識と行動」と市場拡大の方向性」
主催	一般社団法人ウェルネス総合研究所
協力	株式会社インテグレート、株式会社グローバルニュートリショングループ、 株式会社 RD サポート/株式会社アイメック RD
日時	2025 年 7 月 4 日（金） 16:00～17:00（受付開始：15:30～）
会場	株式会社インテグレート 4F ガイア 〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷 1-20-1 パークアベニュー
受講料	無料
お申込み	下記、セミナー申し込みフォームよりお申込みください https://form.wellness-lab.org/form/seminar250704 締め切り：6 月 27 日(金)23：59

《お問い合わせ先》

一般社団法人 ウェルネス総合研究所： 小暮・角田・平林
TEL：03-5786-6006 / MAIL：info@wellness-lab.jp

＜ウェルネス総合研究所 概要＞

ウェルネス総研は、独自の視点で健康・ウェルネスに関する情報の調査・集積・発信を行なっている一般社団法人です。情報発信プラットフォーム型メディア「ウェルネス総研レポート online」の運営、白書の発刊をはじめとした専門性の高い情報発信のほか、人々の健康や QOL 向上を助ける食品・医薬品・化粧品・運動などに関わる団体・企業に向けたコンサルティングも実施しており、人々の健康維持・改善を実現する、健康・ウェルネス産業の発展に寄与してまいります。

【団体名称】 一般社団法人ウェルネス総合研究所

【代表理事】 波多野 誠

【所在地】 東京都渋谷区千駄ヶ谷 1-20-1 パークアベニュー

【設 立】 2020 年 8 月

◆一般社団法人 ウェルネス総合研究所 WEB サイト：<https://wellness-lab.org/>

◆ウェルネス総研レポート online WEB サイト：<https://wellnesslab-report.jp/>

＜お問い合わせ先＞

一般社団法人 ウェルネス総合研究所： 小暮・角田・平林
TEL：03-5786-6006 / MAIL：info@wellness-lab.jp