

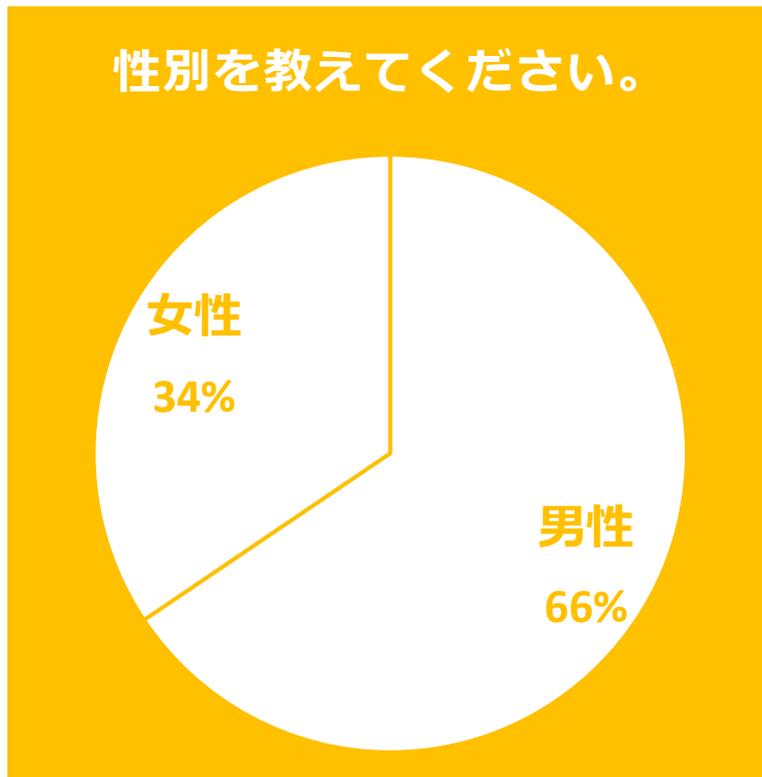


# アンケート結果 「バイタルゲインの利用と消費変化に ついて」

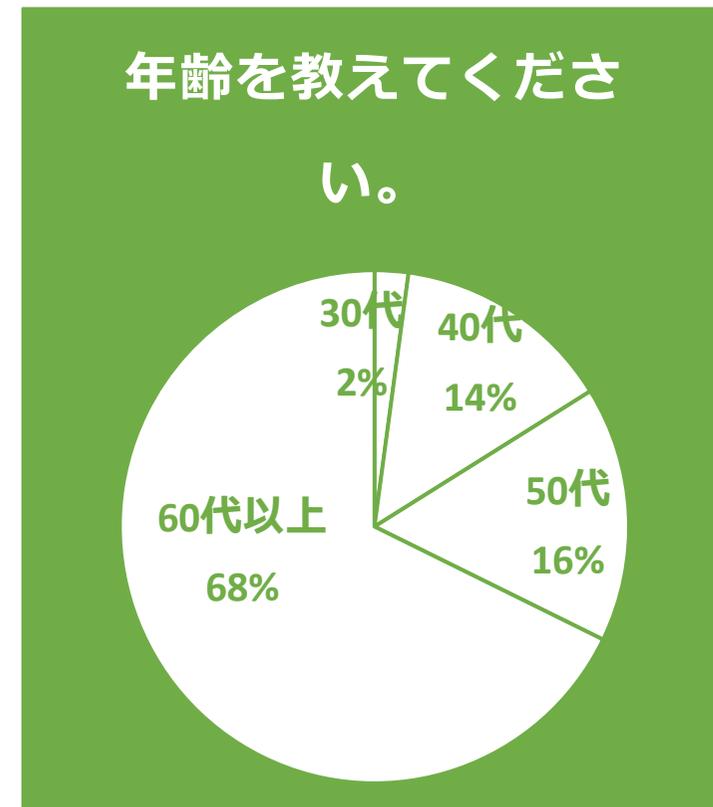
2024年12月

対象者：現在、特定保健指導または介護予防、健康増進でご利用いただき、現在も継続利用中の方  
アンケート実施期間：2024年12月20日～25日  
回答人数：91名

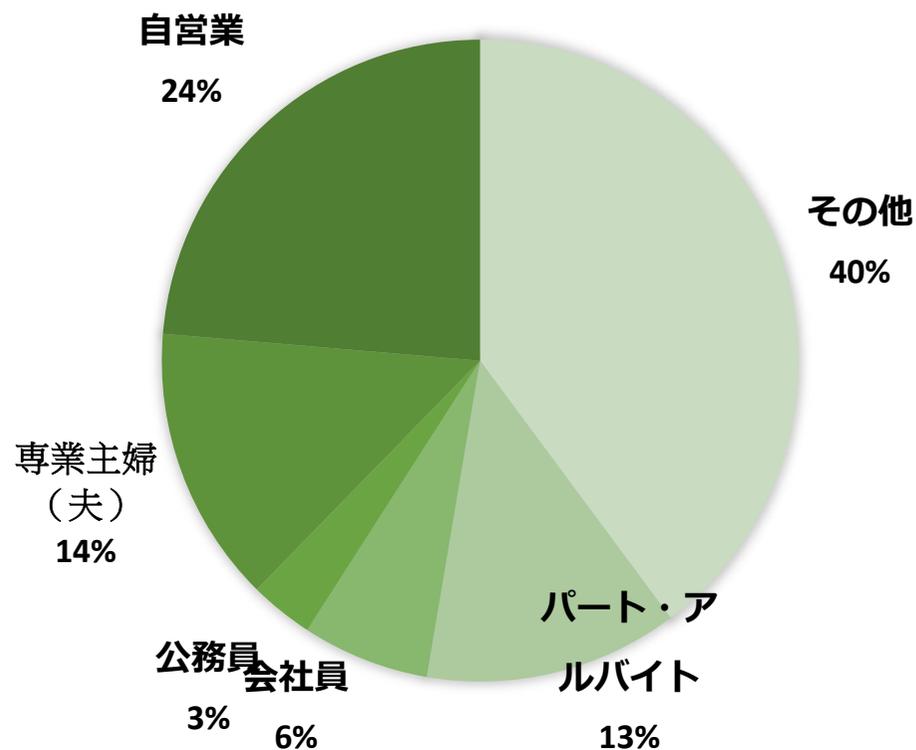
## 男女比率



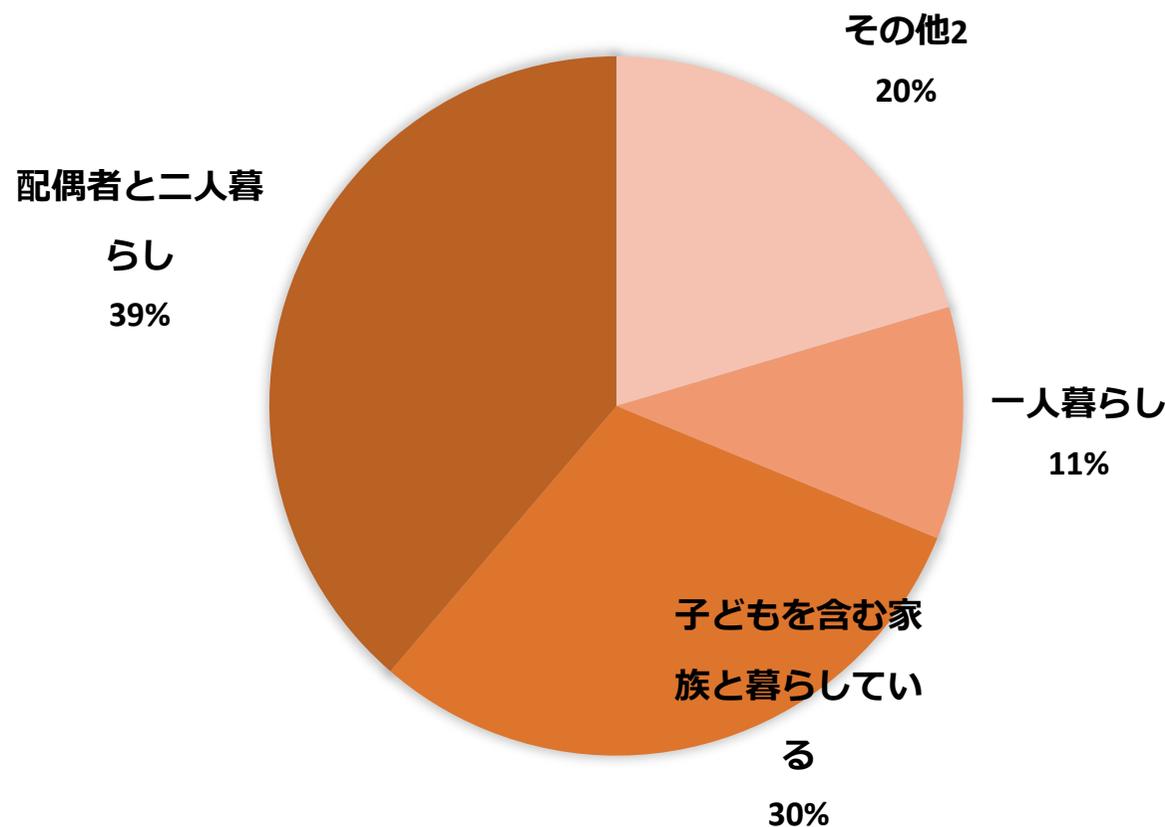
## 年代別



現在の職業を教えてください。



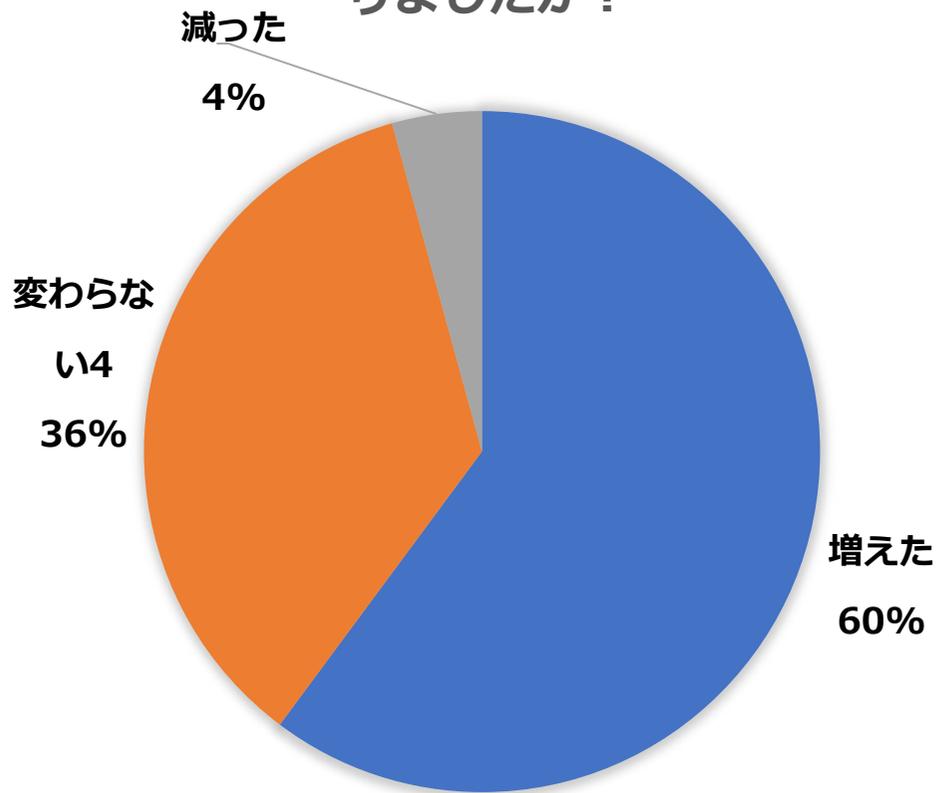
家族構成を教えてください。



全国の単身世帯率平均は38%、※東京は約50%に対して、単身者の参加率が11%は極端に低いことがわかります、

## 1週間あたりの運動頻度はどう変わ

りましたか？



## 睡眠の質や時間に変化はあり

ましたか？

良くなった

36%

悪くなった

6%

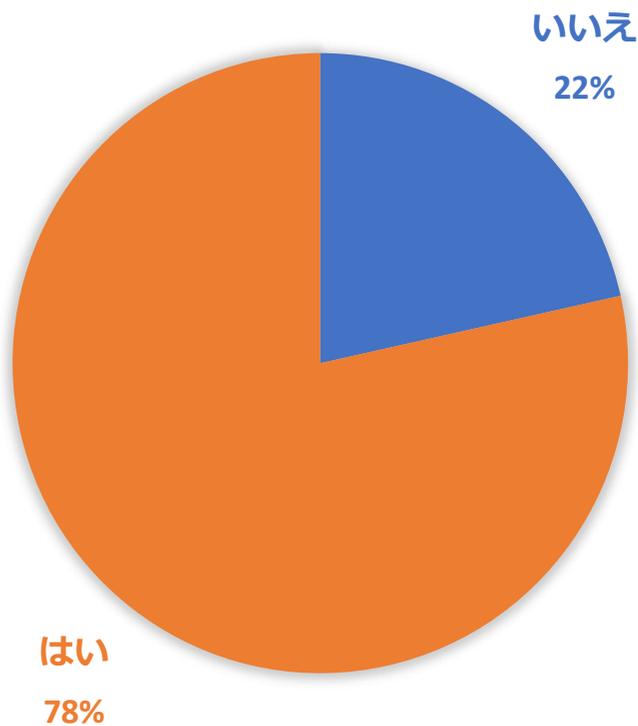
変わらない

5

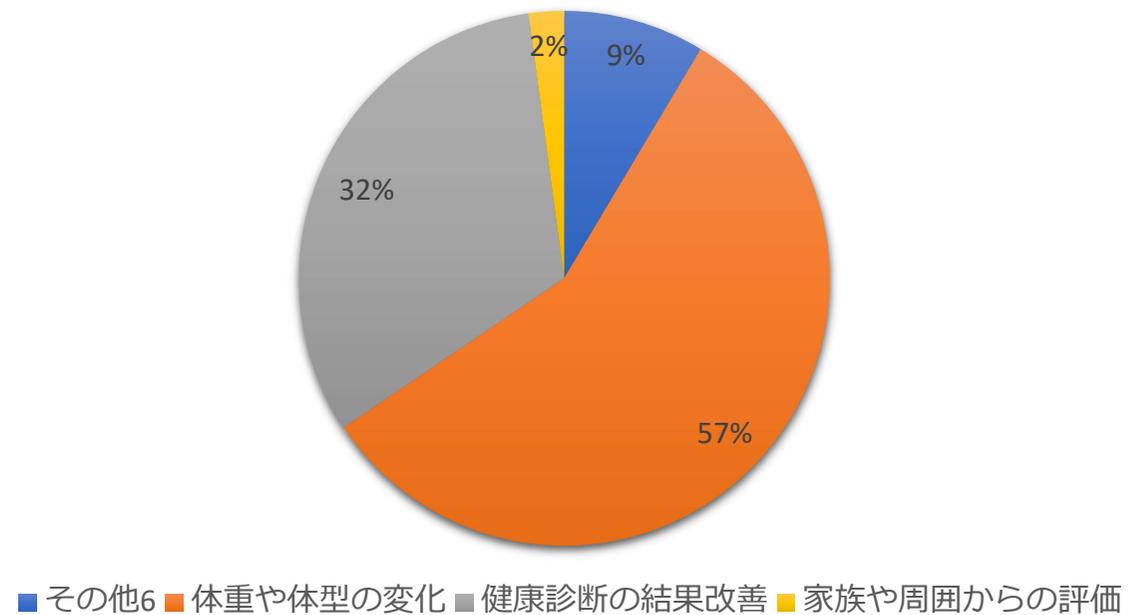
58%

参加者の60%の方は運動習慣が増え、睡眠の改善が出来ている方は36%になった。

保健指導を通じて、新しい健康的な習慣が身につきましたか？

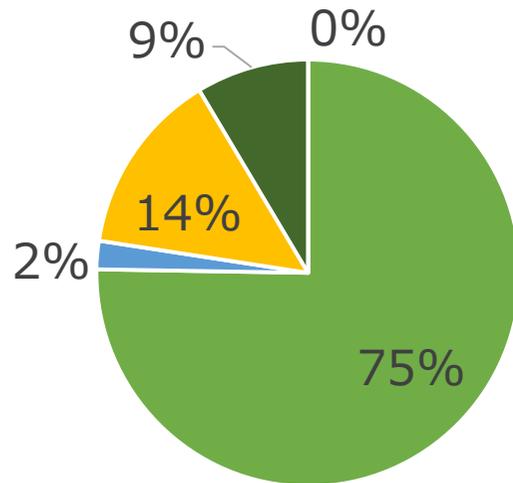


健康的な行動変容を続けるモチベーションとして最も重要な要因は何ですか？



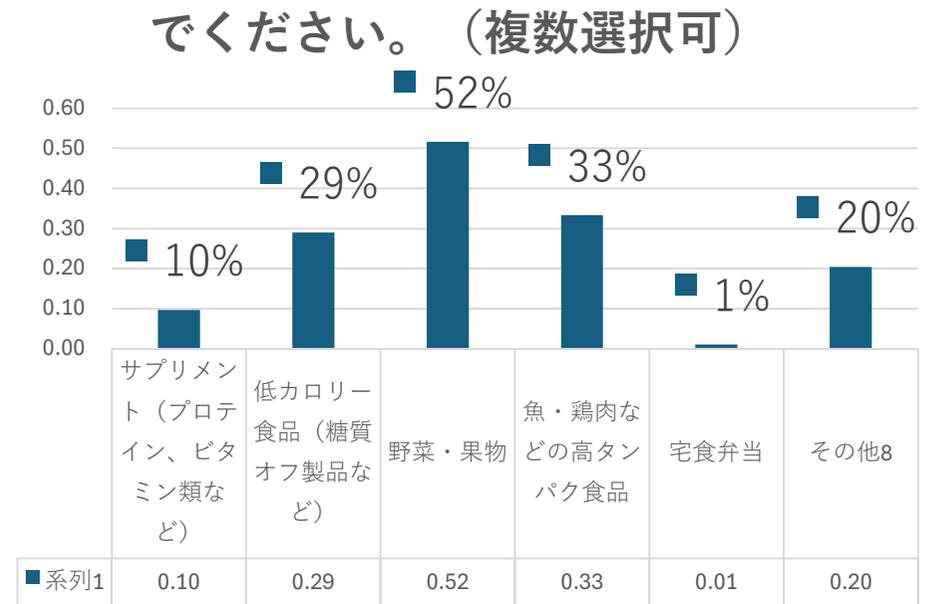
約78%の方が健康的な習慣が身に付いたと回答。  
モチベーション維持は身体的変化が89%に。

## 食費の月額はどう変化しましたか？



- 変わらない
- 大幅に減った (20%以上)
- 少し減った (5~20%)
- 少し増えた (5~20%)
- 大幅に増えた (20%以上)

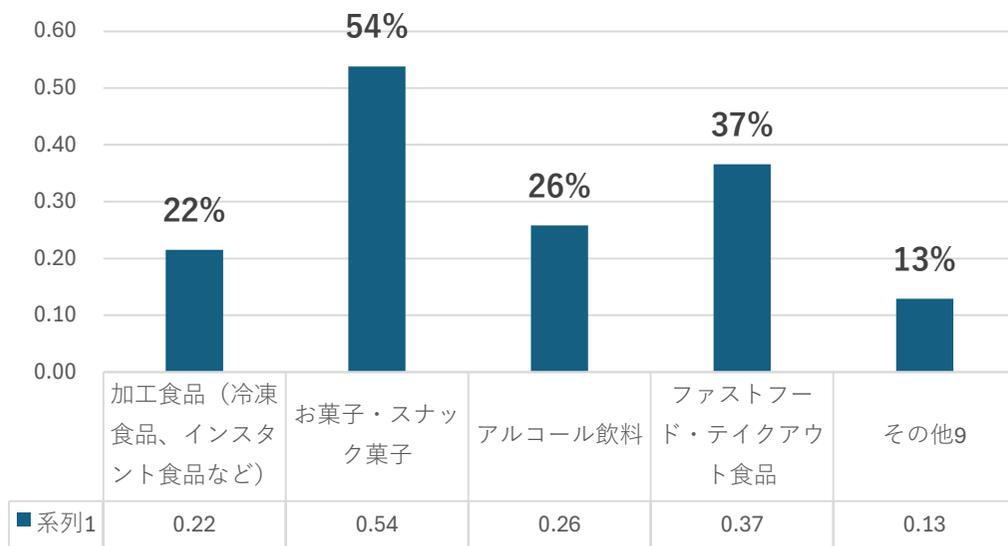
## 食品購入で「増えた」項目を選んでください。(複数選択可)



保健指導期間中の食費はほとんど変化なしと回答が75%  
食品購入で増えたものは野菜果物、タンパク質が増加

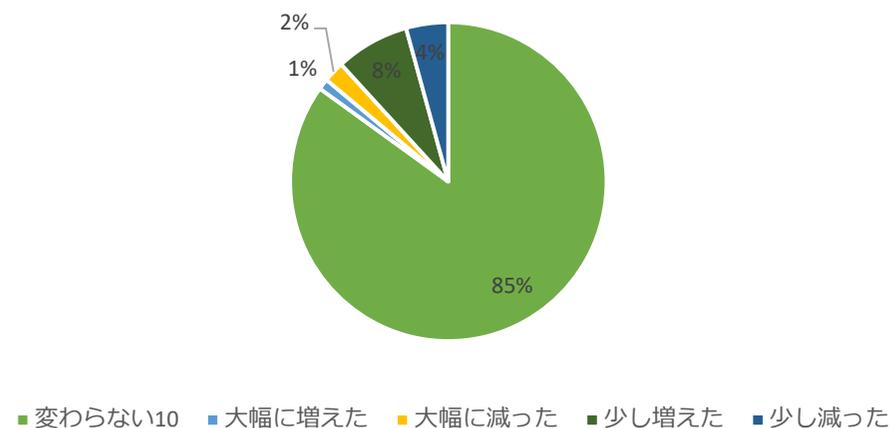
食品購入で「減った」項目を選んでください。

(複数選択可)



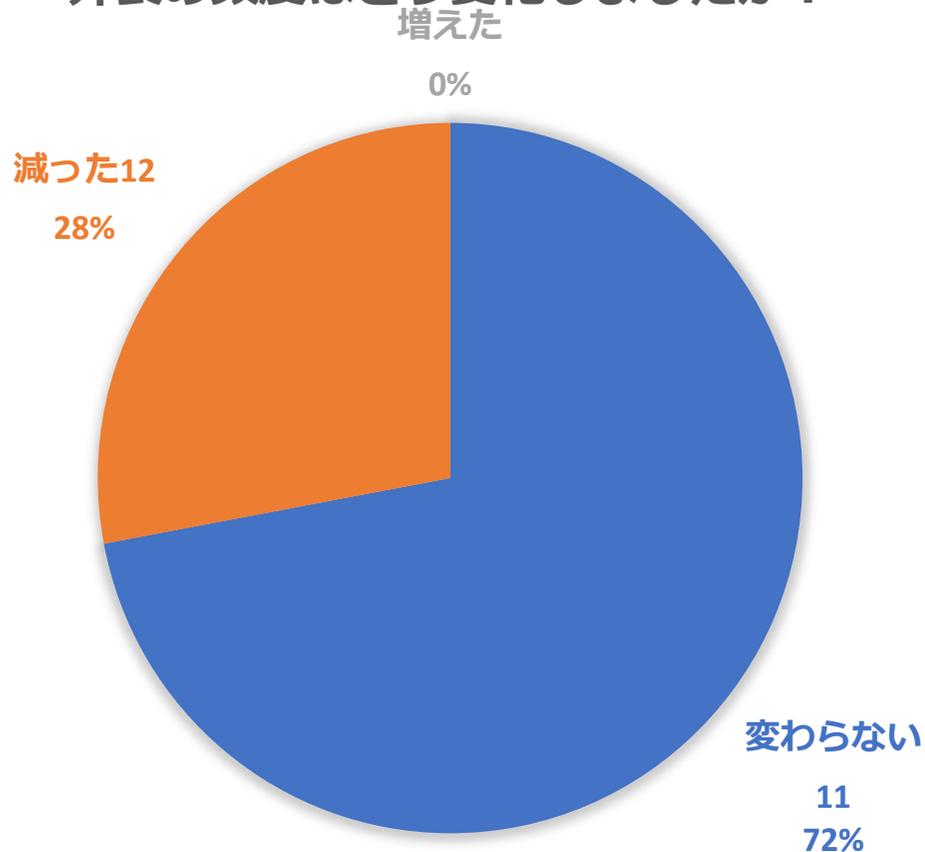
サプリメントの購入頻度はどう変化しましたか？

か？

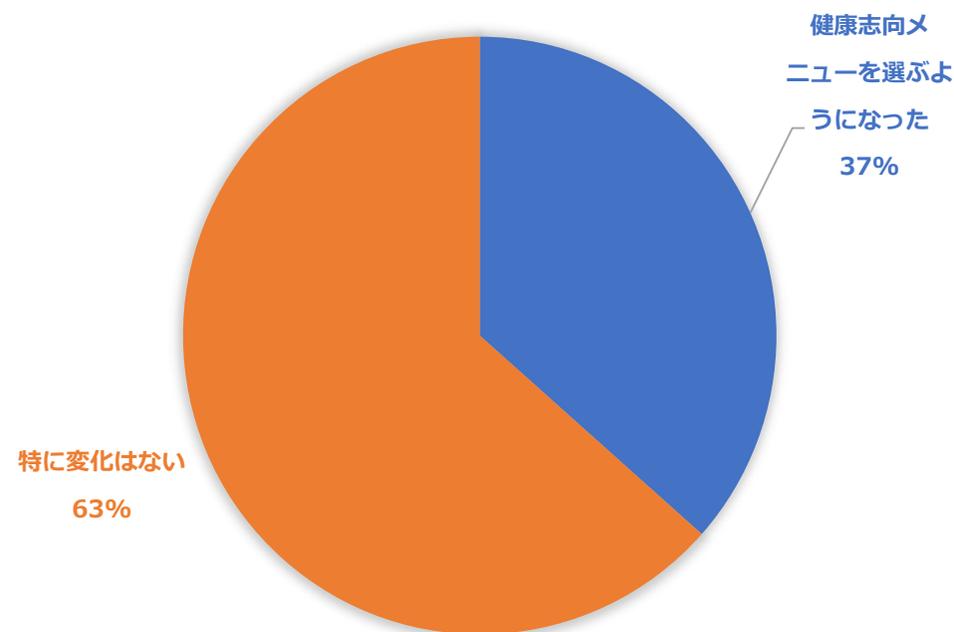


減量に取り組むこと際には、お菓子類、ファストフード、アルコールなどを控える結果へサプリメントの購入に関しては、大幅に増えた、少し増えたの層は約10%程度に。

## 外食の頻度はどう変化しましたか？



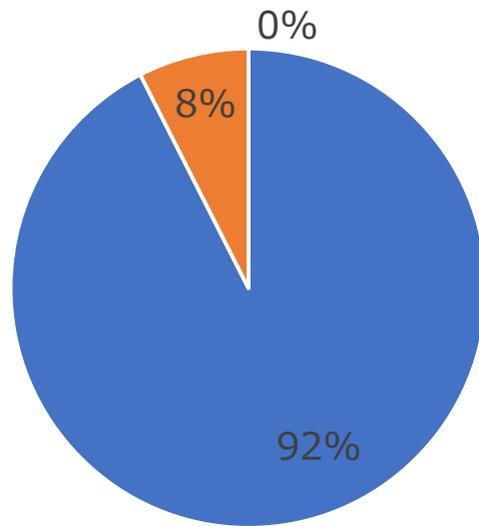
## 外食の際、選ぶメニューに変化はありましたか？



外食の頻度は28%の方は控えることができ、外食したとしても37%の方は健康志向メニューを選ぶようになった。

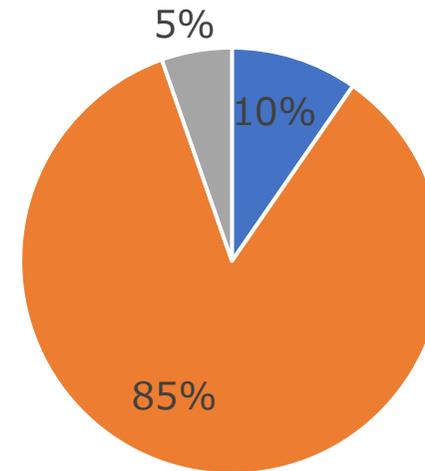
外食の頻度の減少は28%程度減少。37%の人は、メニュー選択の変化が見られた。

冷凍宅食サービスの利用頻度はどう  
変化しましたか？



■ 変わらない13 ■ 減った14 ■ 増えた15

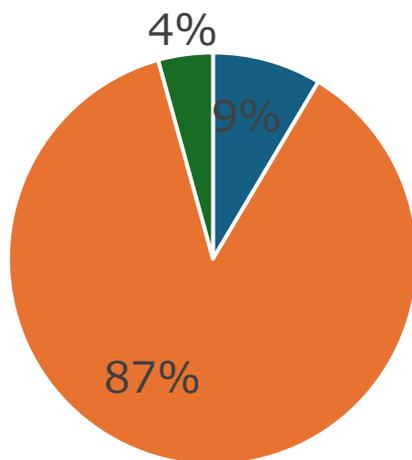
健康食品やスムージーパウダーの購入  
頻度はどう変化しましたか？



■ 増えた16 ■ 変わらない17 ■ 減った18

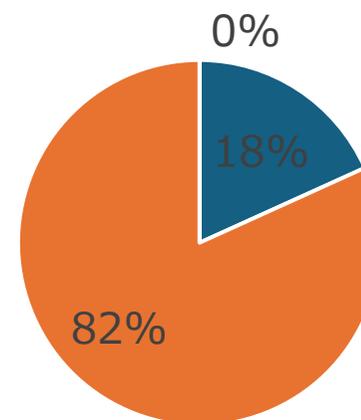
宅食サービスの利用頻度はほぼ変わらず、健康食品の購入は10%程度増加しました。

## ICT機器や健康管理機器の購入は増えましたか？



■ 増えた19 ■ 変わらない20 ■ 減った21

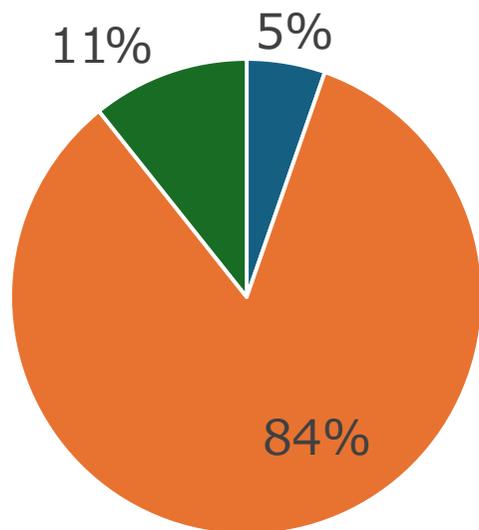
## スポーツ関連商品の購入（シューズ、ウェアなど）は増えましたか？



■ 増えた22 ■ 変わらない23 ■ 減った24

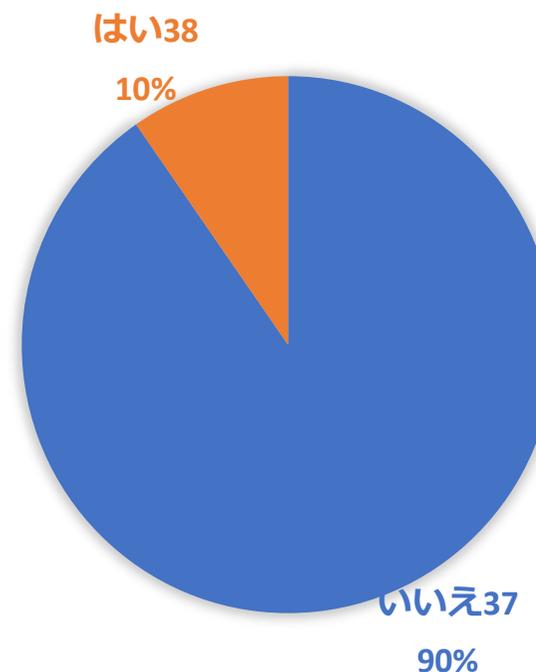
保健指導開始により、約9%の方は健康機器を購入し、更にスポーツ関連商品の購入が18%増加

## 家族や友人との外食やレジャーの 回数は増えましたか？



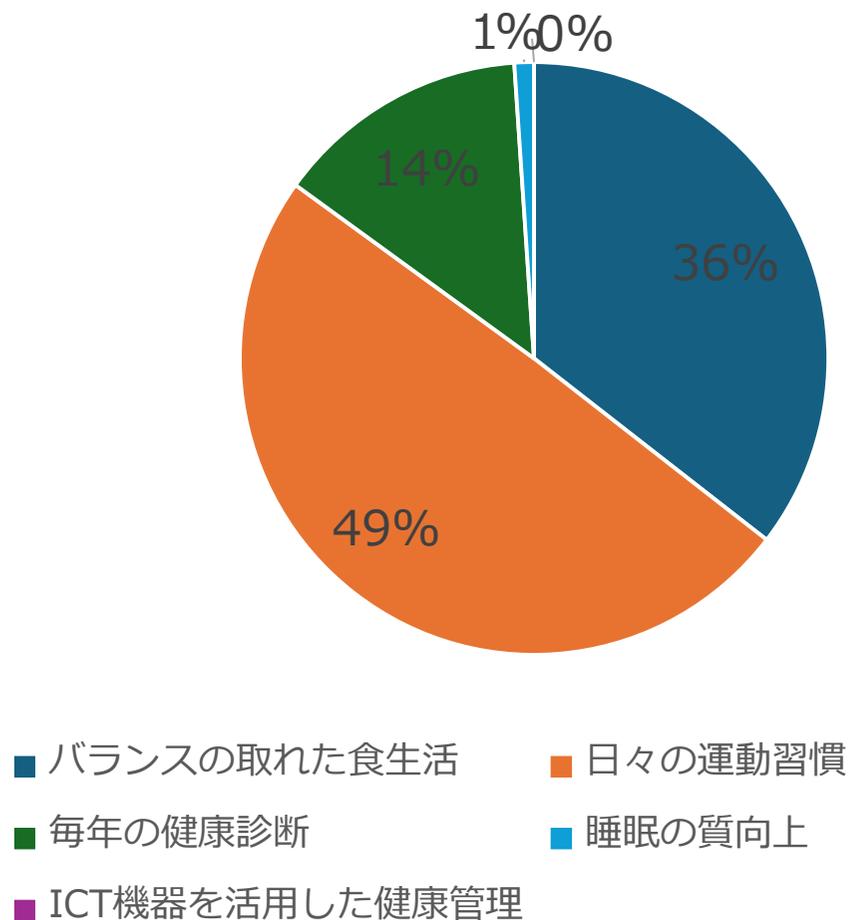
■ 増えた34 ■ 変わらない35 ■ 減った36

## ご褒美消費として何か特別な 買い物をしましたか？



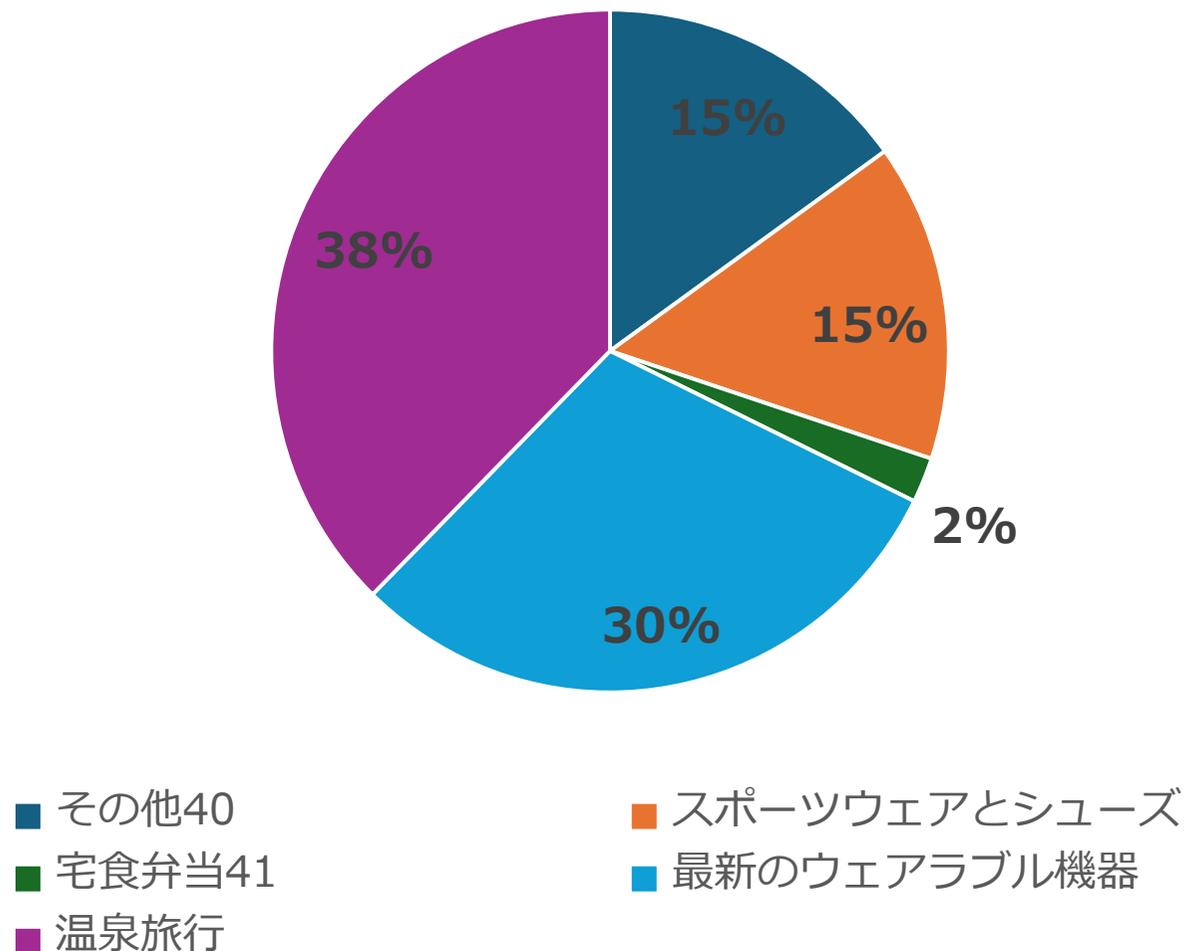
外食やレジャーの回数は約84%の参加者には影響がなかった。保健指導を実施し、アウトカムのご褒美として特別なものを購入した人は痩せなかった人が全く購入しなかったという想定において、痩せた人の14.29%がご褒美を購入したと推定されます。 ※約70%がアウトカムの効果ありの場合

## 健康管理の中で一番大切だと思うことは何ですか？



毎年の健康診断という回答ではなく、約49%の参加者が日々の運動習慣が一番大切と回答し、次に約36%の参加者が毎日バランスの取れた食生活と回答しました。  
※まずはセルフケアによる予防の重要性を理解

目標達成時のインセンティブ（特典）として、  
最も魅力的だと感じるものは何ですか？



参加者は60代中心の保健指導で、魅力的なインセンティブは温泉旅行が高く38%、2位は最新ウェアラブルになり30%となった。