



<健康診断の受診>

企業や市町村が実施する健康診断を「受けている」54.5%

全国の既婚女性1291人に、今まで毎年企業や市町村が実施する健康診断(人間ドックも含む)を受けてきたかを聞いたところ、「受けている」人が54.5%と半数以上となった(グラフ)。3年～5年に1度、「5年以上受けたことがない」と回答した人の、健康診断を受けない理由は、「面倒だから」43.5%、「費用が掛かるから」34.5%、「忙しいから」24.7%と続く(グラフ)。40代、50代では「面倒だから」と回答した人が半数を超えた。また、60代以上では「何か指摘されるのがいやだから」と回答した人が29.4%と3割近い結果に。

<特定検診>

特定検診を「知っている」19.1%

2008年から40歳～74歳までの全員が、「特定検診」という健康診断を受けることになっていることを知っているか聞いたところ、「知っている」19.1%、「知らない」80.9%となった。「知っている」と回答した人は、年代が上がるほど多くなった。

「知っている」と回答した人に、「特定検診」は何のために、どんな検診を受けるか知っているか聞いたところ、「よく知っている」21.0%、「腹囲を測ることなど部分的に知っている」69.7%、「まったく知らない」9.2%となった。

「特定検診(特定健康診査)」…糖尿病や高脂血症、高尿酸血症などの生活習慣病の発症や重症化を予防する目的で行われる健康診断

特定検診の個別の保健指導を受けないようにするために「普段の食事に注意する」84.9%

「特定検診」であまりよくない結果が出た場合、改善のために個別の保健指導を受けることを知っているか聞いたところ、「よく知っている」6.7%、「聞いたことがある」17.6%、「まったく知らない」75.6%となった。60代以上では「よく知っている」と回答した人が15.4%と、他の年代とくらべて高い数値となった。

保健指導を受けないようにするために努力することは、「普段の食事に注意する」が84.9%と圧倒的。どの年代においても最も高い数値となった。次いで「ウォーキングをはじめ」30.1%、「何もしない」8.6%と続く(グラフ)。60代以上では「ウォーキングをはじめ」と回答した人が半数を超え、また、「フィットネスクラブに通う」と回答した人も他の年代より多かった。

保健指導を受けないようにするために努力することにかかる可能な費用(毎月)は、「お金はかけない」39.8%、「1千円～2千円台」24.4%、「3千円～4千円台」17.6%と続く(グラフ)。年代が上がるほど費用が上がる傾向がうかがえた。

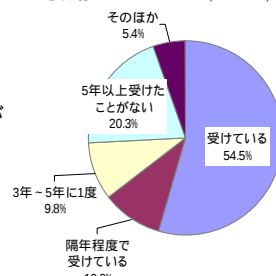
腹囲測定は「よいことだと思う」54.4%

「特定検診」で、メタボリックシンドロームになる可能性をチェックする診断基準のひとつとして、腹囲を測ることについてどう思うかを聞いたところ、「よいことだと思う」54.4%、「あまり効果は期待できないと思う」33.4%、「恥ずかしいのでやめてほしい」10.5%、「そのほか」1.6%となった。

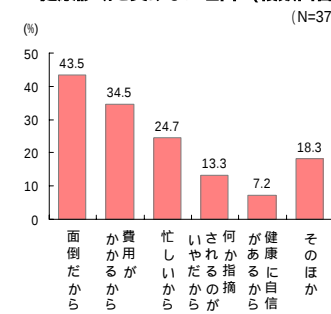
また、腹囲を測るときの希望は、「看護師や保健婦など専門家に測ってもらいたい」62.5%、「サイズを聞かせるように読み上げない」49.2%、「測る人は同性に限る」47.0%と続く(グラフ)。「サイズを聞かせるように読み上げない」と回答した人は、若い年代ほど多かった。

今後「特定検診・保健指導」をしても、改善率が向上しない健康保険組合や市町村には、老人健康保険の拠出金の負担率が重くなるというペナルティが課せられることを知っているか聞いたところ、「知っている」3.5%、「聞いたことがある」7.4%、「知らない」89.1%となり、「知らない」人が約9割となった。

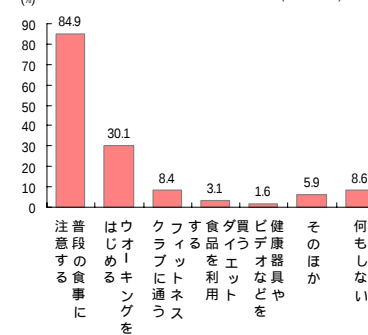
(グラフ) 今まで毎年企業や市町村が実施する健康診断(人間ドックも含む)を受けてきたか (N=1289)



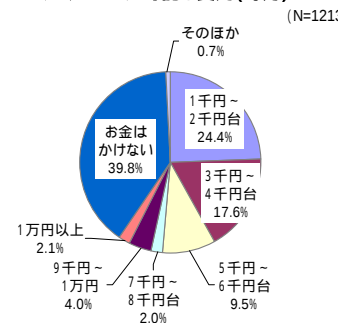
(グラフ) <3～5年に1度>5年以上受けたことがない人のみ>健康診断を受けない理由 (複数回答) (N=377)



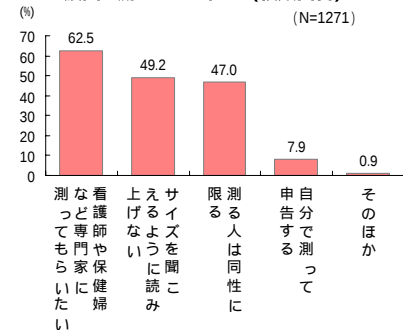
(グラフ) 保健指導を受けないようにするために努力すること (複数回答) (N=1287)



(グラフ) 保健指導を受けないようにする努力にかけることが可能な費用(毎月) (N=1213)



(グラフ) 腹囲を測るときの希望 (複数回答) (N=1271)



<回答者プロフィール>

- 年齢: 20代以下 4.3%、30代 39.6%、40代 32.6%、50代 16.3%、60代以上 7.2%、平均年齢 42.8歳。
- 居住地: 北海道 1.2%、岩手県 0.2%、宮城県 2.1%、秋田県 0.1%、山形県 0.1%、福島県 0.7%、茨城県 0.3%、栃木県 0.5%、群馬県 0.3%、埼玉県 5.0%、千葉県 9.5%、東京都 18.8%、神奈川県 15.8%、富山県 0.1%、石川県 0.3%、福井県 0.2%、長野県 0.2%、岐阜県 0.2%、静岡県 0.7%、愛知県 4.6%、滋賀県 0.8%、京都府 3.2%、大阪府 14.3%、兵庫県 12.4%、奈良県 0.1%、和歌山県 0.9%、鳥取県 0.1%、島根県 0.1%、岡山県 0.6%、広島県 1.4%、山口県 0.1%、徳島県 0.2%、香川県 0.9%、愛媛県 0.4%、高知県 0.1%、福岡県 2.6%、熊本県 1.2%、鹿児島県 0.3%。

<調査実施> リビング新聞(東京)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430