

朝日広告社、『ASAKOヘルスケア調査』を実施 健康意識分析により、生活者を7つのクラスタに分類

- 予防対策を促す「17のヘルスケアドライバー™」共感ランキングも発表 -

株式会社朝日広告社（本社：東京都中央区／代表取締役 社長執行役員：福地 献一）は、予防医療におけるヘルスケアマーケティングの支援に注力しています。

この度、全国20～70代男女2,400名を対象に「ASAKOヘルスケア調査」を実施し、予防対策実践の割合・その部位や健康意識、利用商品・サービス等について聴取しました。

さらに、調査の各質問から健康意識に関する共通の因子を抽出し、それをもとに生活者を7つの「ASAKO健康意識クラスタ™」に分類。当社独自の、予防対策を促す「17のヘルスケアドライバー™」を活用し、各クラスタを刺激するインサイトの発見も行いました。

調査結果のサマリーとポイント

- ◆からだや心の不調の予防や対策の実施率は全体で6割弱。
また、健康にかかわる商品・サービスの今後利用意向は3割半ばに留まっている。
- ◆弊社定義により、生活者を7つの健康意識クラスタに分類。
クラスタごとに主に「運動」「食事」「サービス利用」において違いが見られた。
- ◆弊社独自の、予防対策を促す「17のヘルスケアドライバー™」に対する共感度等を調査した結果、各クラスタで有効なスイッチの違いが明らかに。適切なインサイトを刺激することで、行動や商品・サービスの利用を促す可能性が発見された。

予防対策を促す「17のヘルスケアドライバー™」
「共感度の高い」「はじめるきっかけとなる」「習慣化する」TOP3

	共感度の高いドライバー (とても共感できる+やや共感できる)	はじめるきっかけとなるドライバー (複数回答)	習慣化するドライバー (複数回答)
1位	安心したい (71.8%)	家族のため (30.5%)	家族のため (26.0%)
2位	趣味の存在 (70.7%)	不調こそタイミグ (23.3%)	安心したい (22.2%)
3位	家族のため (69.8%)	趣味の存在 (23.3%)	趣味の存在 (21.8%)

【「ASAKOヘルスケア調査」概要】

調査対象：全国20～70代の男女2,400名
調査手法：インターネット調査
調査時期：2023年8月1日～8月2日

「ASAKOヘルスケア調査」 から導いた7つのASAKO健康意識クラスタ™

●健康意識に関する調査項目の因子を抽出しクラスタ化。全部で7つのASAKO健康意識クラスタ™に分類、分析することで様々な知見を得た。

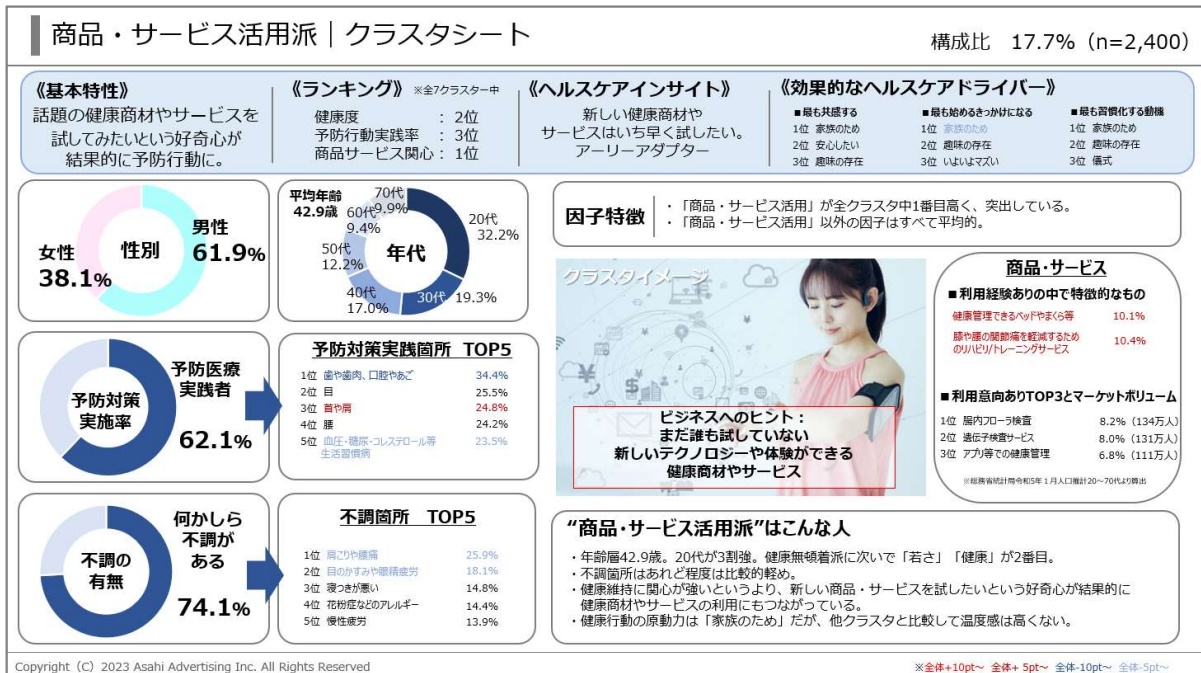
- 各クラスタで平均年齢や性別の傾向の差に加え、食事・運動・サービス利用に違いが見られた。
- 予防対策の実践率と実践箇所、不調の有無と不調の箇所について、各クラスタ間で傾向が大きく異なっている。一例として「商品・サービス活用派」は、全7クラスタ中健康度は2位で、不調箇所も多くないため予防対策実践率は中程度だが、健康商材やサービスへの関心は突出して高くなっている。
- 各クラスタを刺激する「予防行動を促すインサイト」の違いも浮き彫りになった。
- 同時に、予防対策を促す「17のヘルスケアドライバー™」への共感度もクラスタ毎に調査した。

項目	クラスタ						
	商品・サービス活用派	運動はイヤ派	医療活用・自助努力派	健康無頓着派	とにかくウォーキング派	食事運動バランス派	ポジティブ運動派
割合	17.7%	17.4%	16.9%	13.3%	12.9%	11.2%	10.6%
イメージ							
基本特性	話題の健康商材やサービスを試してみたいという好奇心が結果的に予防行動に。	不調は色々あるけれど、運動は苦手なので食事で健康維持したい。	健康診断等の数値をもとに出来ることは積極的に実践して改善していきたい。	健康ゆえの無頓着。健康に関する商品・サービスは今のところ関心が低め。	無理せずこつこつ「ウォーキング」で健康を維持したい願。	「食事」と「運動」に勝るものなし！予防に積極的にアタック。	食べたいものは我慢せず、その分しっかり運動する。ストレスは溜めない主義。
男女比	男性>女性	男性<女性	男性>女性	男性>女性	男性<女性	男性<女性	男性>女性
平均年齢	42.9歳	52.7歳	58.5歳	41.6歳	52.0歳	50.6歳	48.1歳
予防医療実践率	62.1%	53.6%	80.0%	18.5%	53.7%	78.8%	58.4%
不調あり率	74.1%	84.0%	84.2%	71.8%	86.1%	82.5%	77.3%
健康商品・サービス関心ランキング	1位	5位	2位	7位	4位	3位	6位

【クラスタのご紹介「商品・サービス活用派」クラスタシート】

全7クラスタ中17.7%を占める最多層。平均年齢は2番目に若く、からだの不調箇所が多くないためか、予防対策実践率も高くはない。しかしながら、「新しい商品・サービスをいち早く試したい」タイプであり、その傾向は健康商品・サービスにも当てはまる。この層の健康行動を刺激するインサイトは“新しいテクノロジーや体験ができる”が有効。関心がある商品・サービスは「腸内フローラ検査」や「遺伝子検査サービス」など。

<ASAKO健康意識クラスタ™概要>



他のクラスタシートも「ASAKOヘルスケア調査報告書」でご提供いたします。

ASAKO ヘルスケア・ソリューション

予防医療の「行動できない」を「行動できる」へ

人生100年時代。健康寿命延伸の鍵は、予防医療。しかし、予防医療の実践には高い壁があります。そんな予防医療の「行動できない」を「行動できる」へ。貴社のヘルスケア・マーケティングを動かすヒントがここにあります。

ASAKO HealthCare ACTIVATION™

貴社の商品・サービス×17のヘルスケアドライバー

17のヘルスケアドライバーを活用し、貴社の商品・サービスに導く
仮説シナリオを複数作成。精度の高いコミュニケーションを検討していきます。



■ その他調査結果詳細資料のご提供について

その他の調査結果に関しては、朝日広告社コーポレートサイト内「ASAKOが解決できること」から無償でダウンロードして頂けます。

「ASAKOが解決できること」<https://www.asakonet.co.jp/download/>



- 調査結果
- サマリ
- 因子・クラスタ分析
- 調査結果（クラスタ別）
- クラスタシート

【本件に関するご相談・お問い合わせ先】

株式会社朝日広告社
サステナラボ : 横尾、川津、西、浅野
戦略ビジネスチーム : 大倉、西牧、吉田
E-mail : senryaku-bt@m.asakonet.co.jp

[報道関係者様]お問い合わせ先
経営企画室 : 高山、白石
Tel : 03-3547-5450
<https://www.asakonet.co.jp>