

報道関係者各位
プレスリリース

2022年1月31日

株式会社 mitoriz

(旧 ソフトブレン・フィールド株式会社)

「定期的な運動」若い世代で増加、高齢者では減少傾向 「～40代」29.5% (+3pt増)、「60代以上」38.3% (-3.2pt減) 生活習慣・運動に関するアンケート結果

フィールド・クラウドソーシング事業を展開する株式会社mitoriz（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、全国のアンケートモニター（以下、POB会員）から月間1500万枚のレシートを収集する国内最大規模の（提携サイト含める）、日本初のレシートによる購買証明付き・購買理由データベース「マルチプルID-POS購買理由データPoint of Buy®（以下、POBデータ）」を活用し、生活者の購買行動を分析しています。

コロナ禍で外出機会が減ったことによる運動不足の解消や、年末年始の暴飲暴食など、新年を機に今年こそは生活習慣を改め、一年を健康に過ごしたいを考える人は多いのではないのでしょうか。

そこで今回は、全国のPOB会員2772人を対象に「生活習慣・運動に関するアンケート」を、2022年1月13日～17日に実施をしました。その結果を報告いたします。

=====調査概要=====

- ・「健康のため、新年から生活習慣を改めたい」人は、6割以上（65.7%）。年代別では、「40代（72.6%、N=661人）」が7割を超える。
- ・自身の生活習慣について、気になることを（選択肢・複数回答）で尋ねると、6割近くが「運動不足（全体57.2%）」と回答し、「60代以上」を除く年代では平均値より高い傾向があり、それに次ぐ「食べ過ぎ・飲み過ぎの生活（全体32.4%）」は、「40代～50代（38.3%、N=1729人※40代+50代の合計）」が平均よりも（+5.9pt）高い結果となり、「睡眠不足の生活（全体28.6%）」は、40代～50代が3割を超えた。
- ・「定期的な運動をしている人」は、<前回2018年調査33.0%→今回33.1%>、「定期的な運動をしていない人」は、<前回67.0%→今回66.9%>となり、いずれもほぼ横ばいであったが、年代別では、「～30代」と「40代」で「定期的な運動をしている人」は増加傾向にあり、「～30代：前回24.9%→今回27.9%」、「40代」：前回28.0%→今回31.0%」となり（+3.0pt）上昇。一方で、「60代以上」では、「定期的な運動をしている人」が他年代と比較して4割と高い割合だが、<前回41.5%→38.3%>と（-3.2pt）前回よりも減少傾向で、コロナ禍で、高齢者の外出機会や運動の機会が奪われていることが、浮彫りとなる結果となった。他、定期的な運動をしている期間を調査。

図表1) 健康のため、新年から生活習慣を改めたいと思いますか？

N= 2772人、全国POB会員男女 調査期間：2022年1月13日~1月17日 インターネットリサーチ
 mitoriz調べ マルチプルID-POS「Point of Buy® (POB) ※」

生活習慣を改めたいと
 思わない (34.3%)

健康のため
 生活習慣を改めたい

65.7%



※全国の消費者から実際に購入/利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、
 実際の飲食店ごとのレシートを通して集計したマルチプルリテール購買データのデータベース

まず、「健康のため、新年から生活習慣を改めたい」と思うか尋ねると、6割以上が「生活習慣を改めたい(65.7%)」と回答し、年代別では、「40代(72.6%、N=661人)」が7割を超える結果となりました。

図表2) ご自身の生活習慣について、気になることをすべてお選びください(複数回答)

N= 2772人、全国POB会員男女 調査期間：2022年1月13日~1月17日 インターネットリサーチ
 mitoriz調べ マルチプルID-POS「Point of Buy® (POB) ※」

	全体 2772	~30代 247	40代 661	50代 1068	60代以上 796
運動不足の生活	57.2%	59.9%	58.7%	57.5%	52.8%
食べ過ぎ・飲み過ぎの生活	32.4%	30.8%	39.3%	37.4%	22.1%
睡眠不足の生活	28.6%	28.7%	30.1%	33.5%	22.0%
野菜不足の生活	26.8%	32.4%	30.1%	25.7%	19.0%
偏った食生活	15.4%	18.6%	19.2%	15.4%	8.3%
コロナ太り	10.1%	13.4%	11.3%	10.2%	5.7%



※全国の消費者から実際に購入/利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、
 実際の飲食店ごとのレシートを通して集計したマルチプルリテール購買データのデータベース

次に、ご自身の生活習慣について、気になることを(選択肢・複数回答)で尋ねると、2777人のうち、6割近くが「運動不足(全体57.2%)」と回答し、「60代以上」を除く、年代においては平均値より高い傾向があり、それに次ぐ「食べ過ぎ・飲み過ぎの生活(全体32.4%)」は、「40代~50代(38.3%、N=1729人※40代+50代の合計)」が平均よりも(+5.9pt)高い結果となりました。

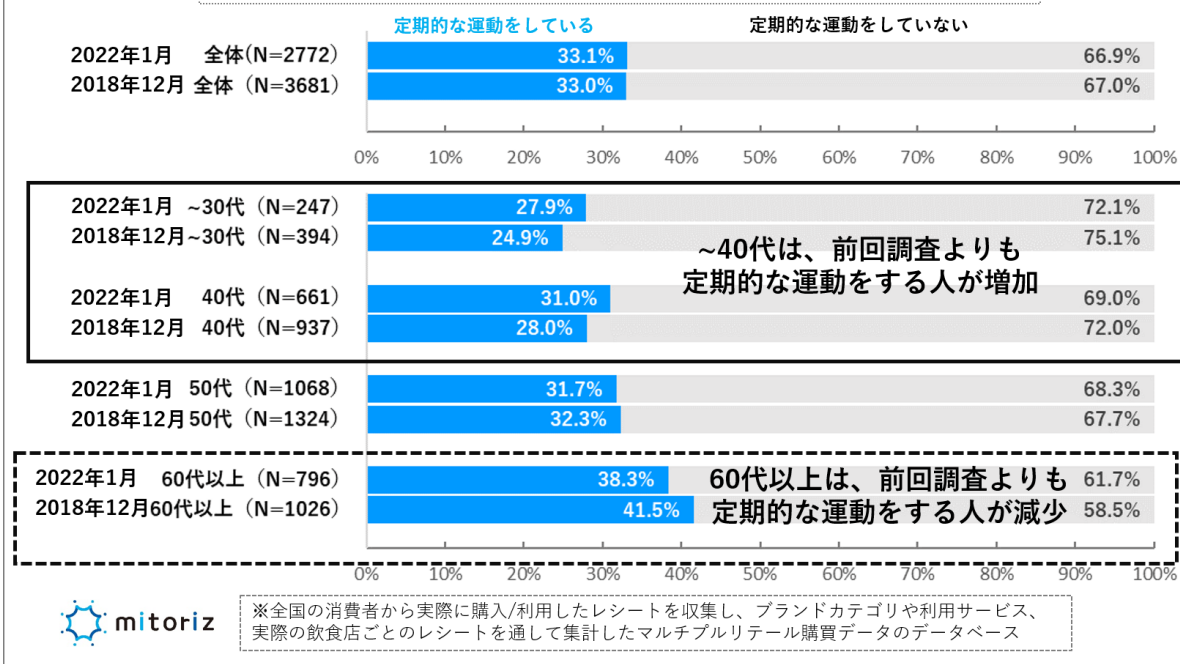
コメントをみると、ライフスタイルの変化が影響し「在宅勤務で家を出る機会が減っているから運動しなきゃと思う(20代女性)」、「自宅でお酒を飲む機会が増えてしまったのでノンアルコール飲料に置き換えて体重を減らしたい(50代男性)」といった声がありました。

他にも、「睡眠不足の生活(全体28.6%)」は、40代~50代が3割を超え、「スマホをいじるより、読書や睡眠をとりたい(40代男性)」「睡眠不足が慢性化している(50代男性)」といった声や、「野菜不足(全体26.8%)」、「偏った食生活(全体15.4%)」は、若い年代ほど気にする傾向が高いことがわかりました。

次からは、健康維持のための運動について調査を進めていきます。

図表3) 現在、健康維持のために定期的な運動はしていますか？

N= 2772人、全国POB会員男女 調査期間：2022年1月13日~1月17日 インターネットリサーチ
 mitoriz調べ マルチプルID-POS「Point of Buy® (POB) ※」



図表3は、「現在、健康維持のために定期的な運動をしているか」尋ね、今回 (N=2772人) と、前回2018年12月 (N=3681人) の調査結果を比較したものです。

その結果、「定期的な運動をしている人」は、<前回33.0%→今回33.1%>、「定期的な運動をしていない人」は、<前回67.0%→今回66.9%>となり、いずれもほぼ横ばいという結果となりましたが、年代別に変化がみられました。

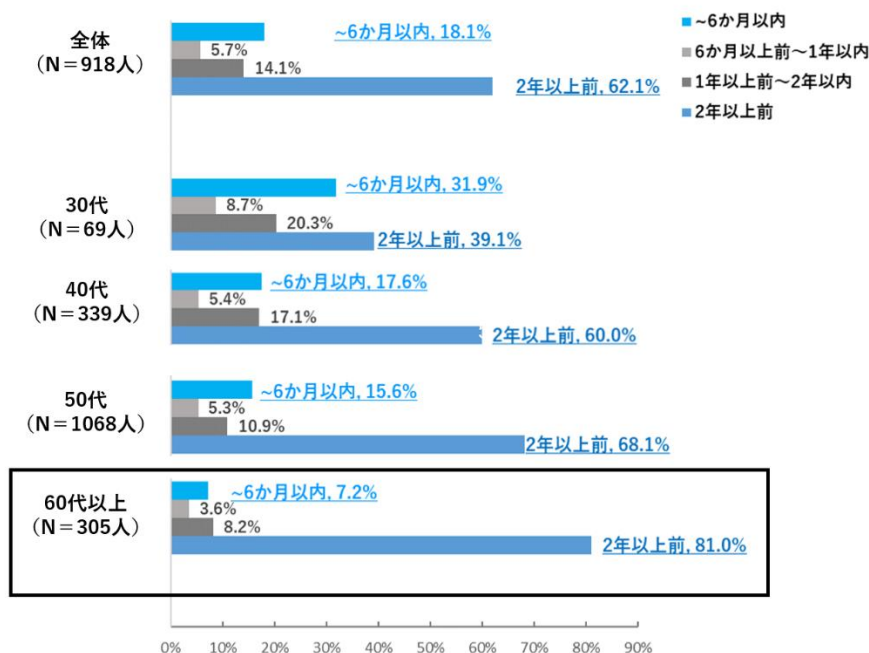
まず、「定期的な運動をしている人」が前回よりも増加傾向にあった年代は、「~30代」と「40代」で、「~30代」では、<前回24.9%→今回27.9%>、「40代」では、<前回28.0%→今回31.0%>となり、どちらも (+3.0pt) 上昇し、1年以内に運動を始めた人からは、「テレワークで運動不足、太ってしまったので運動をはじめた (40代女性)」「外出自粛で適正体重をオーバーしているため、体重を元の適正体重に戻りたいから (30代女性)」といった声がありました。

「50代」では、<前回32.3%→今回31.7%>で微減となりました。

一方で、「60代以上」では、「定期的な運動をしている人」が他年代と比較すると4割近くで高い割合ですが、<前回41.5%→今回38.3%>と (-3.2pt) 減少傾向があり、「コロナ禍で、家に居ることが多くなってあまり動かなくなっている (70代女性)」、「コロナでジムも解約したので、運動不足。自宅で、身体の為に、運動をしなければと思っている (70代女性)」など、感染拡大により、高齢者の外出機会や運動の機会が奪われていることが、浮彫りとなる結果となりました。

図表4) 定期的な運動はいつから行っていますか？

N= 918人、現在定期的な運動をしていると回答した全国POB会員男女 調査期間：2022年1月13日~1月17日
インターネットリサーチ mitoriz調べ マルチプルID-POS「Point of Buy® (POB) ※」



※全国の消費者から実際に購入/利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、実際の飲食店ごとのレシートを通して集計したマルチプルリテール購買データのデータベース

図表4は、定期的な運動をしていると回答した918人に、「いつから運動を行っているか」を尋ね、年代別でまとめたものです。その結果、6割以上が「2年以上前（全体62.1%）」となり、およそ4割が「~2年以内（全体37.9%）」に始めていることから、コロナ禍で運動を始めた人よりも、コロナ感染拡大前から運動を始めた人のほうが、多いことがわかりました。

年代別でみると、「60代以上」では、「2年以上前（81.0% N=305人）」が、平均値を大きく上回り、一方で「30代」では、4割が「~1年以内（40.6%）」となり、若い年代ほど、最近運動を始めた人が多く、「週に数回ウォーキング、Switchのリングフィット（30代男性）」、「自宅でラジオ体操と軽い筋トレ、計30分ぐらいを毎日するようにしている（30代女性）」など、自宅や近所で手軽に継続できる運動を挙げる人が多くみられました。

今回の調査で心配されるのは、運動不足を半数以上の人が感じていることや、高齢者の方が運動をする場だけではなく、そこで生まれていた友人や地域の人とコミュニケーションが減り、心の健康にも影響を及ぼすことが懸念されることです。高齢者が安心して運動や交流が持てる場や、心身共に健康に過ごすための情報発信など、自治体や地域の人が協力し積極的に取り組むことが必要なのではないかと考えさせられる結果となりました。

● 調査概要

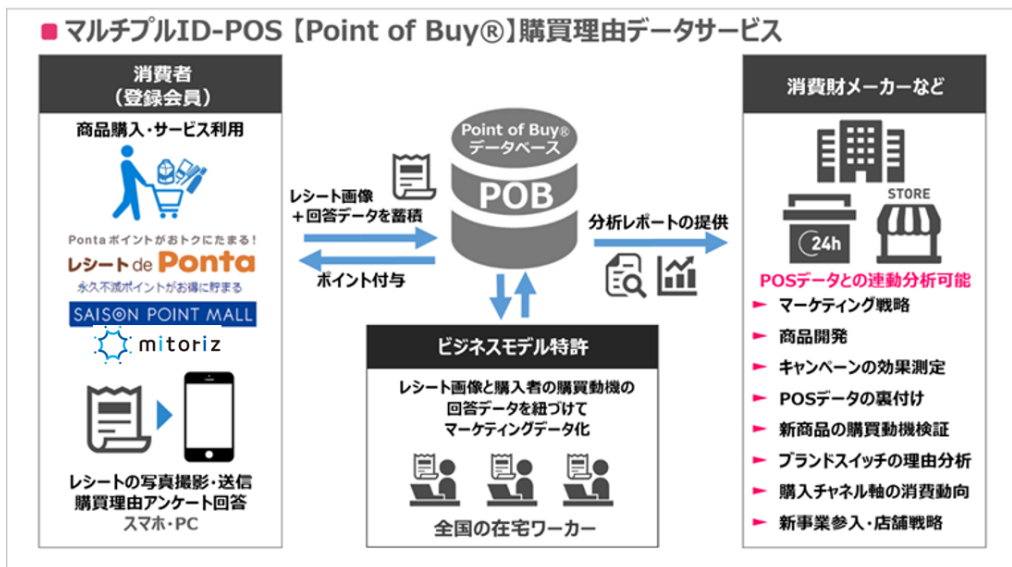
年代	~30代	40代	50代	60代以上	計
女性	166	426	555	291	1438
男性	81	235	513	505	1334
総計	247	661	1068	796	2772
(%)	8.9%	23.8%	38.5%	28.7%	100.0%

2022年1月13日~1月17日
インターネットリサーチ
調査期間：株式会社mitoriz

【報道関係お問い合わせ先】

株式会社mitoriz 石井（いしい）/山室（やまむろ）

TEL：03-6328-3883 FAX：03-6328-3631 MAIL：press@mitoriz.co.jp



Point of Buy®データベースは、全国の消費者から実際に購入/利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、実際の飲食店利用者ごとのレシート(利用証明として)を通して集計したマルチプルリテール購買データです。同一個人(シングルソース)から「消費行動」に関わる複数種類のデータを収集しており、ショッパーの行動結果からリアルなショッパーの実態に直接迫り、マーケティング戦略に不可欠なデータを、“より精度を高く”企業・メーカーに提供します。集計対象は、消費財カテゴリ68種類 約6,000ブランド、飲食利用カテゴリ10種類約200チェーン(2018年1月現在)。全ての利用証明に購入/利用理由(フリーコメント)がデータ化されています。

■ 当事業の特長：

- 日本初のレシートによる購買証明付き購買理由データ
- 「セゾンポイントモール」会員と、「Ponta Web」会員、「履歴書情報」のある当社登録会員「キャスト」で構成された約80万人

人のネットワークに基づく本人認証度の高いデータを提供

- 700企業以上のチェーン情報を公開
- ビジネスモデル特許による全チェーン共通オリジナルブランドマスター(※JICFS/IFDBベース)を生成
詳細はこちら <https://www.sbfield.co.jp/press/20170222-10722>
※JICFS/IFDB：JANコード統合商品データベース (一財)流通システム開発センター

■ サービス詳細参照ページ：

- ・「マルチプルID-POS購買理由データPoint of Buy®」 <https://www.sbfield.co.jp/multi-idpos>
- ・「O2Oマーケティング マストバイ」 <https://www.sbfield.co.jp/must-buy/>

【株式会社mitoriz】 <https://www.mitoriz.co.jp/>

株式会社mitorizは、ソフトブレン株式会社(本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文)のグループ会社として2004年7月に設立(ソフトブレン・フィールド株式会社)。2022年1月1日に、ソフトブレン・フィールド株式会社から株式会社mitorizに社名変更。全国の主婦を中心とした10万人を超える登録スタッフネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など222,828店舗以上をカバーし、営業支援(ラウンダー)や市場調査(ミステリーショッパー、店頭調査など)を実施しています。キャスト・データ・ネットワークを活用して、新たなつながりを創出し、人やモノの潜在価値を顕在化し、社会に新たな価値を提供します。そして、社会課題をビジネスを通じて解決し、持続可能な社会の実現に貢献していきます。本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月 / 資本金：151,499,329円 代表取締役社長：木名瀬 博