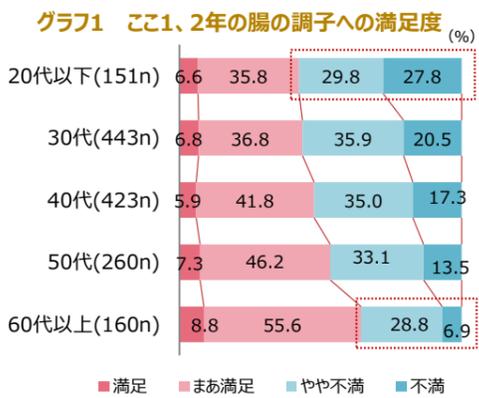


01 Woman's Trend

“腸活”優等生=60代のおなかは今日もカイチョー・・・その一方で、 20代はおなか弱い!? 6割が自分の『腸』に不満あり



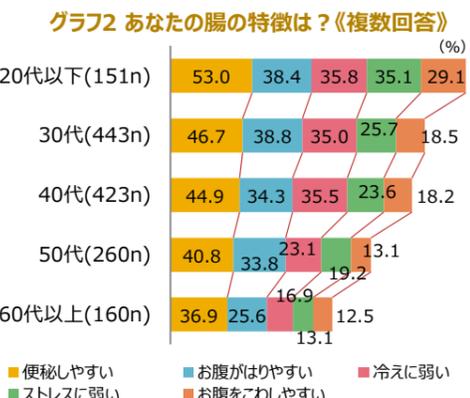
“幸福物質”セロトニンの分泌や、免疫力との関わりなど、腸の働きが今、注目されている。そこで今回のテーマは「腸」。1437人の女性が回答した「健康的な食生活」についての調査から、腸への意識や腸活の傾向などを年代別に分析した。

実は、若い年代ほど自分の腸の状態に不満がある。ここ1、2年の腸の調子に満足しているか聞いたところ、60代は「不満」が7%で、「やや不満」と合わせても36%。一方、20代は「不満」が28%で、「やや不満」との合計は58% (グラフ1)。

腸の特徴を聞いた設問でも、若い世代ほど不調の項目を多く選ぶ傾向。特に20代はおなかに自信がなく、「便秘しやすい」「おなかをこわしやすい」「ストレスに弱い」が他よりも多い (グラフ2)。

次に、腸内環境の悪化が引き起こす健康リスクのうち、知っているものを聞いた。認知度が高いのは「便秘」(86%) や「肌荒れ」(74%) で、「大腸がんなどがんの発症」(53%) や「免疫力の低下」(48%) は半数前後。グラフ3で示した、最も防ぎたい健康面のリスクでは、1位は全年代で

「便秘」だが、2位は20代が「肌荒れ」、30代～50代が「免疫力の低下」、60代は「がんの発症」と、年代による関心の差が出た。



腸内環境の改善のため、「日ごろ行っていることがある」人は7割弱 (グラフ4)。その内容を選択肢を挙げて聞いたところ、「乳酸菌などの善玉菌をとる」が全体の79%と特に多く、2位「食物繊維をとる」は67%。腸の満足度が特に高い60代は、この5項目すべてがほかの年代を上回る「腸活」の優等生だ。中でも、「食物繊維」の割合が78%と高い点は特徴的 (グラフ5)。

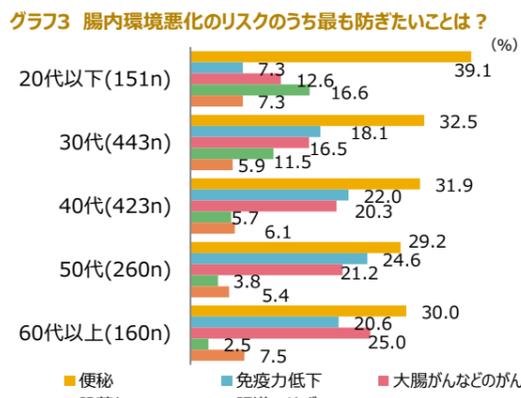
さらに、この行動に効果を感じている人は7割に上る。最も感じているのは、「善玉菌」の効果だが、「食物繊維」をとる率が多い60代は、効果の面でも「食物繊維」が「善玉菌」に迫る勢いだ (グラフ6)。

森永乳業広報部の見上亮さんによれば、「当社の『ビヒダスヨーグルト』の喫食が高いのは50代・60代の女性。年代が上がるにつれ、腸内環境を意識して食べる方が多いと思う。しかし、若い人

も腸内環境に対する関心は高いため、興味関心があるワードや媒体を、年代別に分けて情報発信をする取組みをしている」とのこと。

例えば若い人には、腸内環境の悪化が便秘だけでなく、肌荒れなども起こすリスクがあることを、Webで発信するのに対し、年代が高い人には新聞などで、加齢と共にビフィズス菌が減る事実なども含めた情報発信をしているそう。今回の調査結果に、「20代の腸への自信のなさを踏まえると、今の取り組みに加えて、若い世代へのアプローチの量・質を検討する余地はある」と、見上さん。

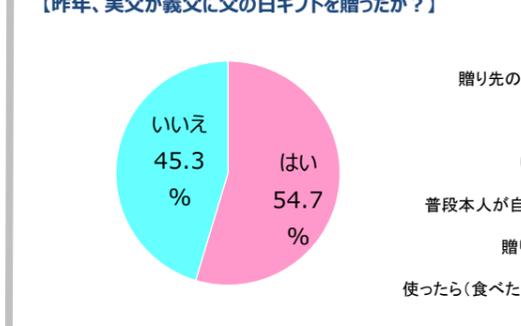
これほど多くの人が日々調子を気にしている腸は、身体の中でも最も意識されている臓器の一つといえそうだ。7割もが効果を実感できる“生活改善”もそうはないだろう。調査からは、次々アップデートされる情報に関心を持ち、自分の腸とのより良いつき合い方を見つけようと、試行錯誤する女性達が見えてきた。年代と共に上がっていく腸への満足度は、その長い努力のプロセスと成果を表しているように思える。(所長・滑川恵理子)



最も防ぎたい健康面のリスクでは、1位は全年代で「免疫力低下」(39%)、2位は「大腸がんなどのがん」(25%)、3位は「便秘」(7%)、4位は「肌荒れ」(7%)、5位は「肥満・メタボ」(7%)。

腸内環境改善のために日頃していることの有無 (グラフ4)

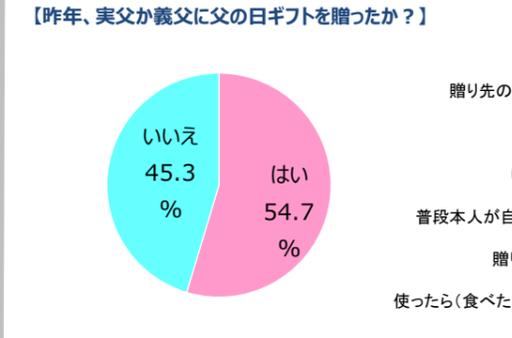
年代	ある	まあある	あまりない	ない
全体	22.9	44.7	25.7	6.7
20代以下(151n)	20.5	39.7	31.1	8.6
30代(443n)	24.8	43.3	24.2	7.7
40代(423n)	20.3	45.6	27.2	6.9
50代(260n)	23.8	46.2	24.6	5.4
60代以上(160n)	25.0	48.1	23.1	3.8



2018.03.28~04.01 リビングWeb・シティリビングWeb・あんふあんWebのWeb調査 集計数: 女性1437人 平均年齢: 43.7歳 内訳: 専業主婦32.6% フルタイム35.8% パート・アルバイト25.3%、その他6.3% / 20代以下10.5% 30代30.8% 40代29.4% 50代18.1% 60代以上11.1% / 既婚73.0% 独身27.0% / 子ども: いる59.5% いない40.5% *本文の数字は小数点以下四捨五入

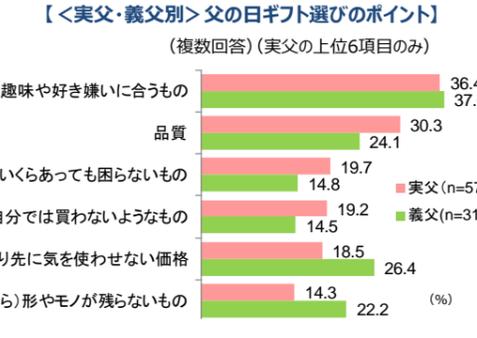
03 Seasonal Data

「母の日ギフト贈った」72.5%に対し「父の日ギフト贈った」は54.7% 実父・義父別、父の日ギフト選びのポイント



昨年の父の日に、贈り物をした女性は54.7%。同時期にとった「母の日アンケート」の「ギフトを贈った女性の割合」が72.5%なのに対し、20ポイントほどマイナスした。ただし半数以上の参加率は、まずまずの盛り上がりといえそうだ。

贈ったギフトは実父・義父ともに「飲料・お酒」と「衣服」がワンツートップで、「デパート」と「オンラインショップ」が2大購入場所。実父の方が「デパート」で購入した割合が少し多かった。



商品選びのポイントを聞くと、実父へは「品質」「いくらあっても困らないもの」「普段本人が自分では買わないようなもの」、義父へは「贈り先に気を使わせない価格」「使ったら(食べた)ら形やモノが残らない」「無難な定番品」「父の日当日に届けてもらえる」の割合が比較的高め。実父にはサプライズ感のあるギフトで冒険もできるが、義父には定番品や、もらっても迷惑にならない消えモノで無難に・・・という距離感が窺える。

2018.03.28~04.01、全国の女性を対象としたWeb調査 集計数: 1255人 平均年齢: 45.5歳

02 Working Woman's Real

【フルタイムワークの独身女性(20代・30代)の仕事観】 結婚・出産したとしても今の会社で働く! 目指すは収入アップ・ストレス少なく

フルタイムワークの独身女性(20代・30代)に、収入を得る仕事をいつまで続けたいかを聞くと、少なくとも60歳までは働きたい人が7割近くいる。結婚・出産を機に辞めたいという人は約1割と少ない。

また、今の勤め先に対する意識については「働き続けたい」54.3%が最多。次いで、「転職したい」が19.7%、「独立したい」が13.9%。

多くの人が、仕事をする上で目指していることは「収入アップ」80.7%、「自分の成長」58.3%、「仕事の質アップ」52.9%。こういった仕事を通じて得られる成果がポイントを集めた一方で、「できるだけストレスなく働きたい」71.3%、「なるべく定時で終わらせたい」45.7%、「社内でよい人間関係をつくる」42.6%と、働きやすさへの関心も高い。

現在の会社で長く働き続けたいという人が多い中、「やりがい」と「働きやすさ」のバランスは、今後ますます重視されるだろう。



2018.1.31~2.4、全国の働く独身女性(20代・30代)を対象としたWeb調査 集計数: 223 平均年齢: 32.4歳