

2014年12月9日

報道関係各位

東和薬品株式会社

**「ワタシの、センタク。」調査**  
全国 10,000 人の来年のチャレンジ意欲はいかに？  
**2015 年、未年生まれは他の干支より意欲的！**  
～男性は「ダイエット・体づくり」、女性は「貯蓄」が1位～

東和薬品株式会社（本社：大阪府門真市、代表取締役社長：吉田逸郎）は、今春から展開している「ワタシの、センタク。」プロジェクト活動の一環として、全国 10,000 人に 2015 年に向けたチャレンジ意欲やこれまでの人生のセンタク（転機）、さらに、2015 年の干支である「未年」生まれの 300 人を対象に「ワタシの、センタク。」調査を実施いたしました。ここに調査結果がまとめられましたので、ご報告いたします。

調査結果の主なトピックスは以下の通りです。

#### 【未年調査】

- ◆ 未年生まれは 2015 年の自分の干支に意欲を燃やす！「2015 年に新しいことに挑戦したい」意欲は 73%と、他の干支と比べてもっとも高く、一番低い亥年と比べると 8.8 ポイント高い。
- ◆ 安心・安定志向の未年が、「2015 年挑戦したいこと」はお金関連と体づくり！男性は「ダイエット・体づくり」、女性は「貯蓄」が 1 位。50 代の未年の男性の 1 位は「語学の勉強」、50 代の女性の 1 位は「健康のためのケア」。未年男性は自分磨きに力を入れる？
- ◆ 未年生まれの 2014 年の自己評価は 100 点満点中 58 点。50 代女性が 68 点で最も高く、30 代男性が 49 点と最も低い点数に。

#### 【10,000 人調査】

- ◆ 2015 年に向けたチャレンジ意欲を聞いたところ、67.9%の方が「2015 年は新しいことに挑戦したい」と回答。20 代の女性が 80.3%と最も高い結果であった。
- ◆ 50 代は人生と体の曲がり角？  
「自分の人生は自分で選んできた」と考える 50 代以上は 70%以上。また、50 代に入ると体重・体脂肪・血圧などのチェックや定期健診の受診などが 40 代以下に比べると 10 ポイント前後高くなり、健康や体に関する関心が高まっている。また、50 代以上の女性が「人生をやり直したい時期」を「結婚してから」と回答した方が多いのも特徴的である。
- ◆ 50 歳を越えると医療費問題に関心がわき、当事者意識を持つ。一方で関心が薄い人は、「健康で、病院に行く必要がない」「高齢社会なので仕方ない」「自分とは関係がない」などをあげている。

#### 【調査概要】

- ◆ 調査方法・地域・時期：インターネット調査・全国・2014 年 11 月中旬
- ◆ 調査対象とサンプル数：  
20 代～60 代の男女各 5,000 人合計 10,000 人、未年生まれの 20～50 代の男女各 150 人合計 300 人

## 未年生まれは 2015 年の自分の干支に意欲を燃やす！

- 未年生まれは 2015 年の自分の干支に意欲を燃やしている！「2015 年に新しいことに挑戦したい」意欲が 73%と、他の干支と比べてもっとも高く、一番低い亥年と比べると 8.8 ポイントも高い。

2015 年のチャレンジ意欲（干支別）



注) 数値は全国の 20 代～60 代の男女 10,000 人を 100 とした%

- 未年生まれの 2014 年の自己評価は 100 点満点中 58 点。最も高いのは 50 代の女性で 68 点。50 代男性と比べて 15 点も高くなっている。反対に、点数が最も低かったのは 30 代の男性で 49 点。

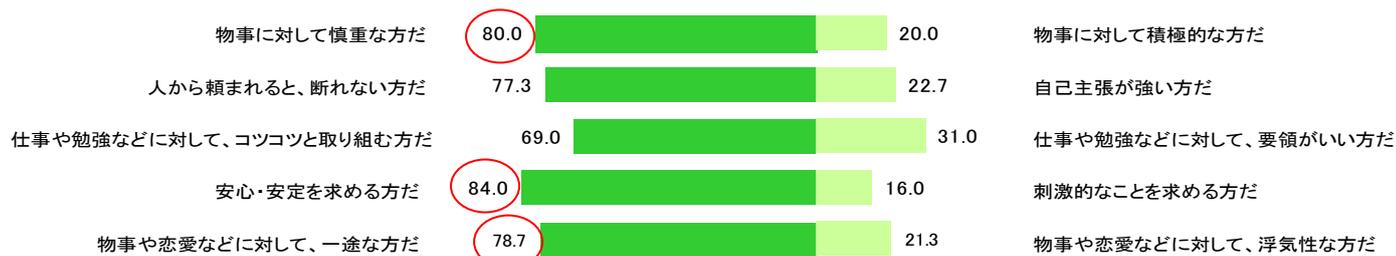
未年生まれが採点する 2014 年の点数（100 点満点）

	男性		女性	
	N	平均(点)	n	平均(点)
20 代	38	56	37	56
30 代	37	49	38	66
40 代	38	58	37	59
50 代	37	53	38	68
合計	150	54	150	62
全体合計	300 人 58 点			

## 安心・安定志向の未年の男女が行き着くところは・・・

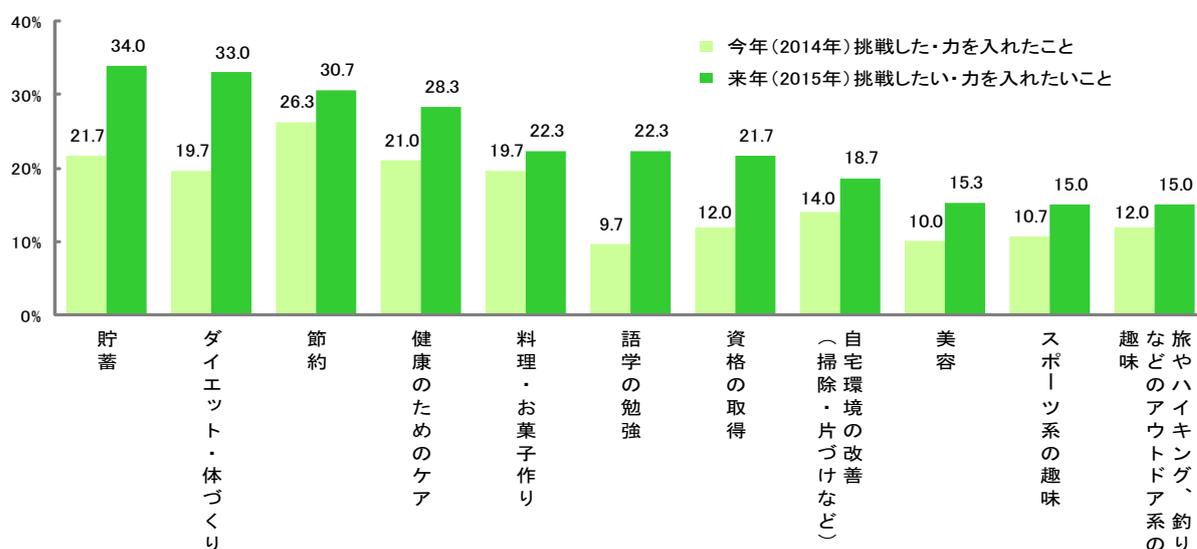
- 2014 年の自己評価が 100 点満点中 58 点であった未年は、自分自身を「物事に対して慎重な方だ」「安心・安定を求める方だ」「物事や恋愛などに対して、一途な方だ」と捉えている。その未年が 2015 年に挑戦・力を入れたいことは、1 位「貯蓄」、2 位「ダイエット・体づくり」、3 位「節約」という結果に。

未年生まれの特徴 \* (N=300)



\* 未年自身が考える自分の特徴の結果より抽出

未年が2014年に挑戦した・力を入れたこと／2015年に挑戦したい・力を入れたこと (N=300)  
(2015年に挑戦したい・力を入れたことの上位10位)



注) 数値は全国の未年生まれを100とした%

- 未年が「2015年挑戦したいこと」を年代別で見ると、男性の50代は「語学の勉強」が1位。女性は、20代は「貯蓄」、30代は「節約」、40～50代になると「健康のためのケア」と移っていく。全体的な傾向として、女性は男性よりも「貯蓄」や「節約」などに力を入れたいという傾向が高い一方で、男性は「語学の勉強」や「ダイエット・体づくり」など自分磨きにチャレンジしたい傾向があげられる。

性・年代別にみた2015年に挑戦したい・力を入れたこと (ベスト3)

男性計 (N=150)			男性20代 (N=38)			男性30代 (N=37)			男性40代 (N=38)			男性50代 (N=37)		
1位	ダイエット・体づくり	23.3%	1位	資格の取得	36.8%	1位	ダイエット・体づくり	35.1%	1位	ダイエット・体づくり	23.7%	1位	語学の勉強	24.3%
2位	語学の勉強	22.7%		2位		貯蓄	32.4%	2位		節約		18.9%		
3位	貯蓄	21.3%	3位	スポーツ系の趣味	28.9%	3位	資格の取得/転職	21.6%	3位	夫や妻との関係づくり	21.1%	3位	転職/スポーツ系の趣味/ダイエット・体づくり/自宅環境の改善	13.5%

女性計 (N=150)			女性20代 (N=37)			女性30代 (N=38)			女性40代 (N=37)			女性50代 (N=38)		
1位	貯蓄	46.7%	1位	貯蓄	59.5%	1位	節約	52.6%	1位	健康のためのケア	54.1%	1位	健康のためのケア	52.6%
2位	健康のためのケア	44.7%	2位	料理・お菓子作り	54.1%		2位	ダイエット・体づくり		50.0%	2位		節約	48.6%
3位	節約	43.3%	3位	美容	51.4%	2位	貯蓄		3位	ダイエット・体づくり/貯蓄	45.9%	3位	ガーデニング・家庭菜園	28.9%

注) 数値は全国の未年生まれを100とした%

## 未年が 2015 年挑戦したいこととは？！（自由回答）

### 20 代

- ◆ **トランペット**を買った。まずは一曲！（女性）
- ◆ 夏までに**痩せて水着を着る**こと、**彼が好きなショートパンツを綺麗に履く**ことが目標！（女性）
- ◆ **オーラがある、男女からモテる人**になりたい（女性）
- ◆ **東日本大震災でボランティアに行ったところをもう一度訪**れたい（男性）

### 30 代

- ◆ **フラダンス**をもっと上手に踊れるようになりたい（女性）
- ◆ 酒量を減らし、**休肝日**を週1くらいで設けたい（女性）
- ◆ いらぬものを**捨てる**！（女性）
- ◆ **内職の量を増やし、自分の使えるお**金を増やしたい（女性）
- ◆ 体づくりとダイエットを両立させた。ランニングやウォーキングを長く続けたい。**目標は 10 キロの減量**（男性）

### 40 代

- ◆ 新しいことに挑戦できる企業に**転職**したい（男性）
- ◆ **そろそろ結婚**も考えないと・・・（男性）
- ◆ **江戸川乱歩賞**に応募する（女性）
- ◆ 趣味の**ノコギリ演奏**の機会を増やしたい（女性）
- ◆ 夫婦関係に問題が生じ、矯正中。**家族がお互いに理解**していくことが課題（男性）

### 50 代

- ◆ **山岳ツアーコンダクター**に挑戦したい（男性）
- ◆ 継続的に**写経**に取り組みたい（男性）
- ◆ もともとできる**ラオス語**をさらに磨く（男性）
- ◆ もう一度**キナバル登山**をしたいので**マレーシア語**をマスターしたい（女性）
- ◆ **終末ノート**を作りたい（男性）

## 【10,000人調査の結果】

### 2015年のチャレンジ意欲は？

- 10,000人に来年のチャレンジ意欲を聞いたところ、67.9%の方が「2015年は新しいことに挑戦したい」と回答。特に20代は8割前後に上り、中でも20代の女性が80.3%と最も高い数値であった。

性・年代別にみた2015年のチャレンジ意欲（挑戦したい計）



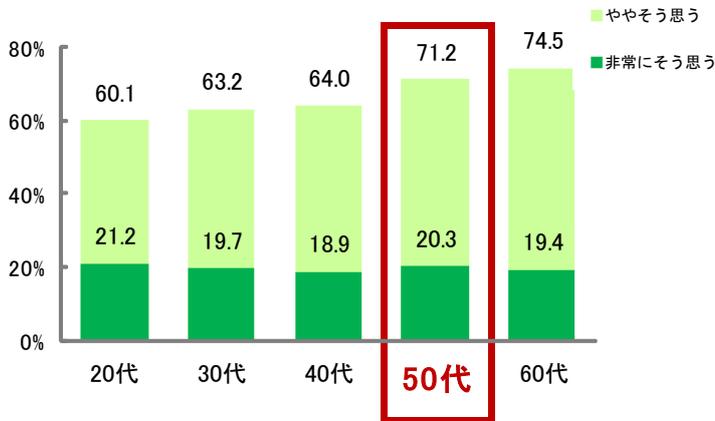
注) 数値は全国の20代~60代の男女10,000人を100とした%

### 50代は人生と体の曲がり角？

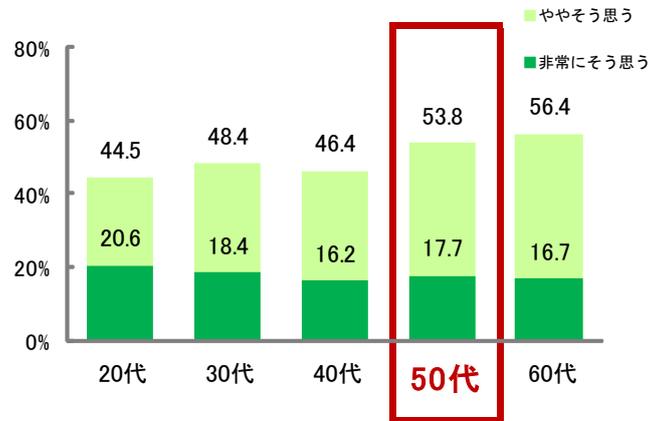
- 「自分の人生は自分で選んできた」と回答した方は、20~40代が60%台であるのに対し、50代以上は70%以上。「一生に一度の大きな選択をしたことがある」と回答した方は、20~40代では40%台、50代以上では50%以上と、50代を境に上がっている。年齢を重ねることで、自分の責任で選択する経験も積み重ねており、その分岐点として40代から50代へのステップがあることがうかがえる。
- 「これまでの人生に満足している」と回答した方は、20~50代までは40%前後であるのに対し、60代では54%。「人生をやり直したいと思ったことがある」も同様に、20~50代までは60%台であるのに対し、60代は50.4%と60代が特徴的な数値となっている。
- 50代に入ると、健康のために心がけていることが全般的に高くなり、60代でさらに高くなっている。40代まではそこまで強く意識せずにやって来られたところも、50代に入ると「古い」を心身ともに意識する年代なのかもしれない。

人生でのセンタク状況 (N=各 2,000)

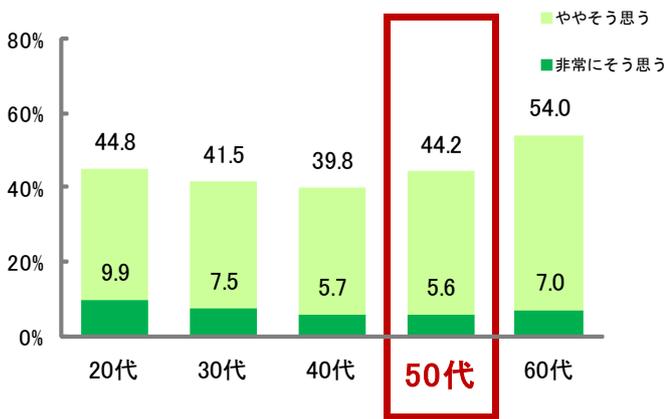
〔自分の人生は自分で選んできた〕



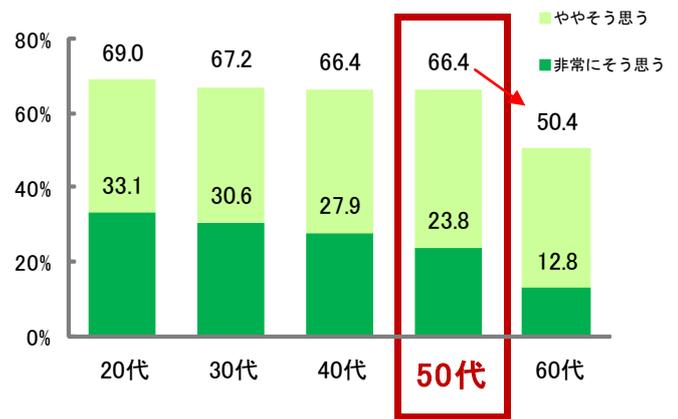
〔一生に一度の大きな選択をしたことがある〕



〔これまでの人生に満足している〕



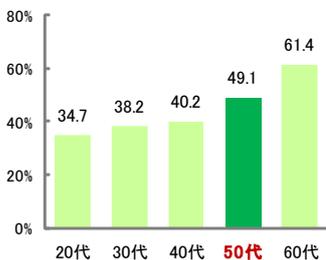
〔人生をやり直したいと思ったことがある〕



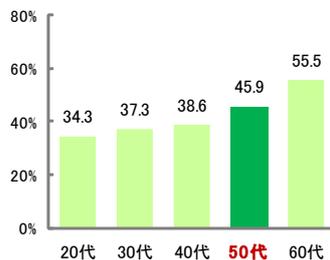
注) 数値は全国の20代~60代の男女10,000人を100とした%

健康のために普段心がけていること (N=各 2,000)

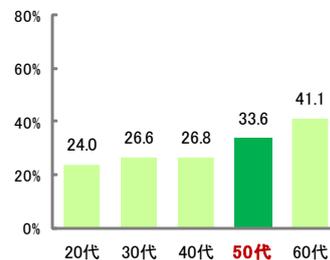
〔1日3食きちんと食事をとる〕口



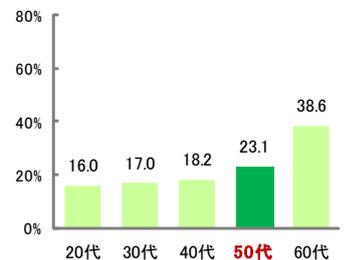
〔野菜を積極的に食べる〕口



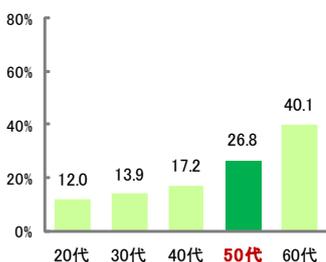
〔栄養のバランスを考えた食生活を送る〕口



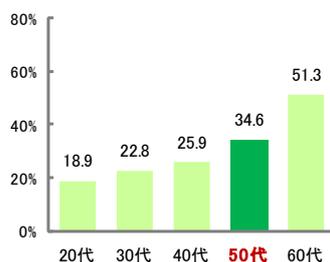
〔日頃から適度な運動をする〕口



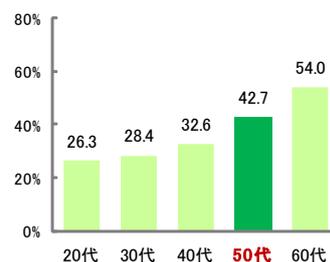
〔塩分控えめの食事をする〕口



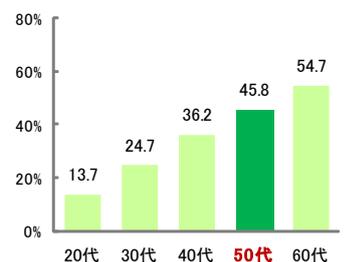
〔毎日ほぼ決まった時間に食事をとる〕口



〔体重・体脂肪・血圧などを定期的にチェックする〕口



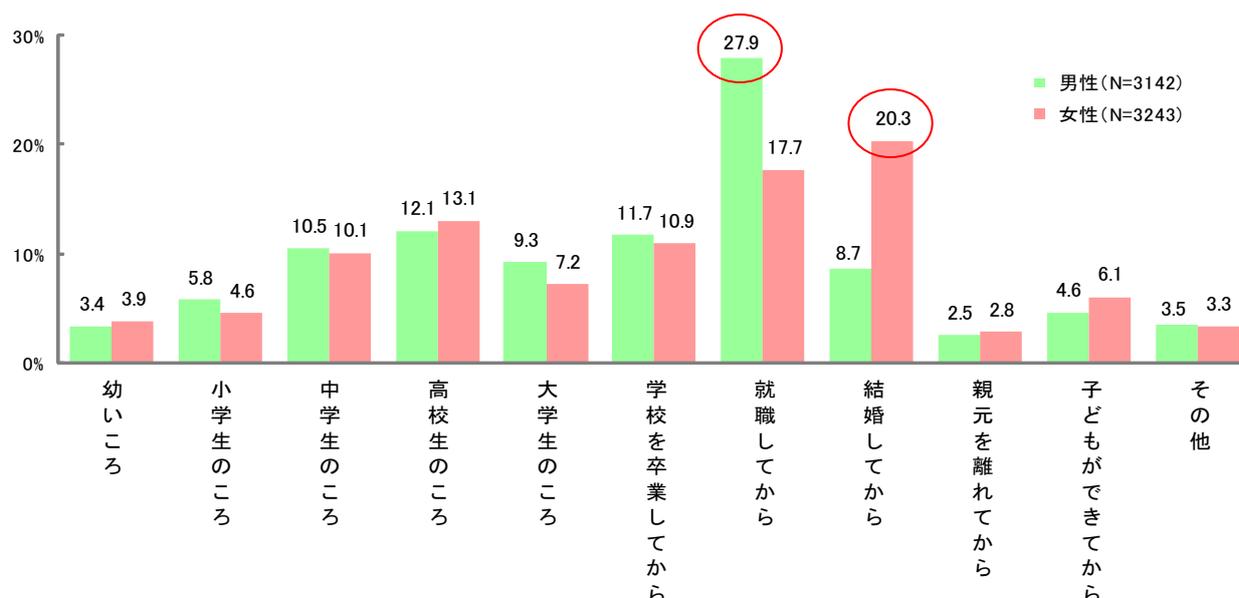
〔定期健診を毎年受診する〕口



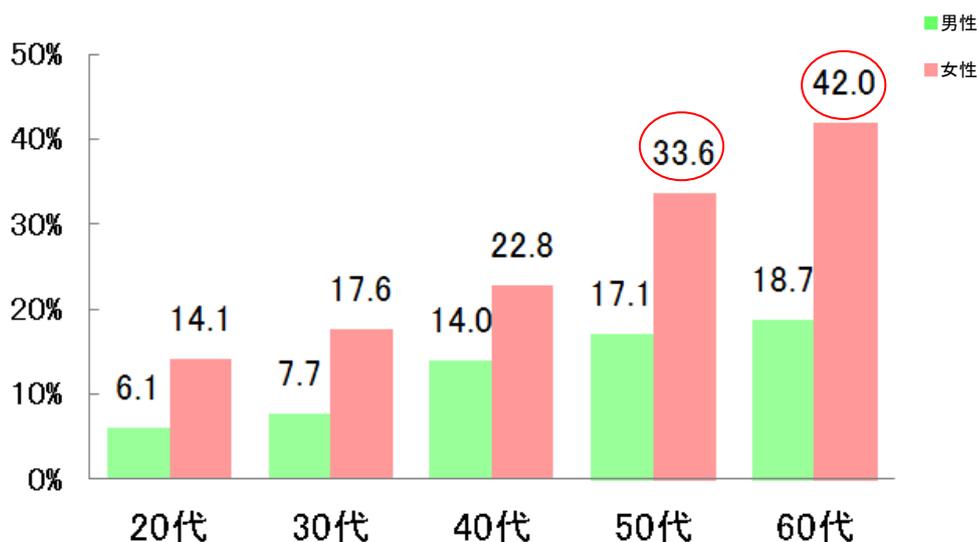
注) 数値は全国の20代~60代の男女10,000人を100とした%

- 「人生をやり直したいことがある」と回答した方の「人生をやり直したいと思った時期」は、男性では「就職してから」、女性では「結婚してから」が1位。「結婚してから」は男女ともに年代が上がるほど高くなっており、特に女性の50代以上で高い。年齢を重ねるとともに人生における「結婚」の意味が大きくなっており、それを強く実感するのも50代以上だと思われる。

人生をやり直したいと思った時期



人生をやり直したいと思った時期は「結婚してから」

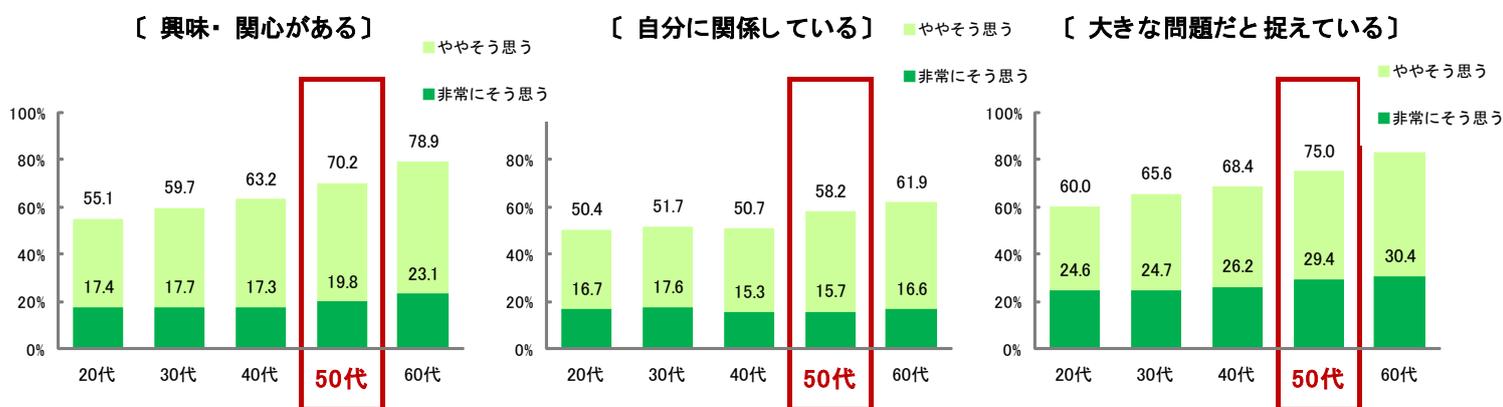


注) 数値は人生をやり直したいと思ったことがある既婚者を100とした%

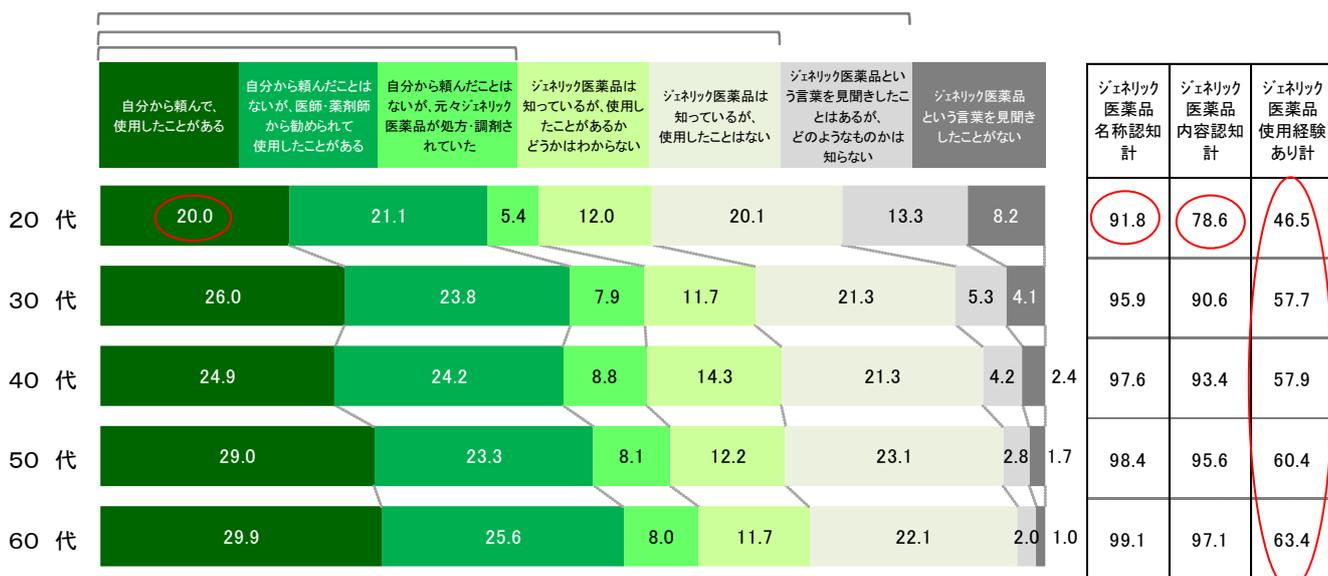
## 50歳を越えると医療費問題に関心がわき、当事者意識を持つ

- 医療費問題に関する意識は年代が上がるほど高くなる傾向にあり、特に50代を境に上がっている。一方で20代は興味・関心を持っている割合も低く、ジェネリック医薬品の内容理解度も他の年代と比べて10ポイント以上低い。20代でジェネリック医薬品を自分で選び、使用した経験がある人は20%という結果に。
- ジェネリック医薬品の認知度は20代でも9割を超えている。使用経験率は全体で5~6割程度。自分から頼んで使用したことがある人は認知度が100%に近い60代でも30%程度に留まっている。

医療費問題への関心 (N=各 2,000)



ジェネリック医薬品認知・利用状況 (N=各 2,000)



注) 数値は全国の20代~60代の男女10,000人を100とした%

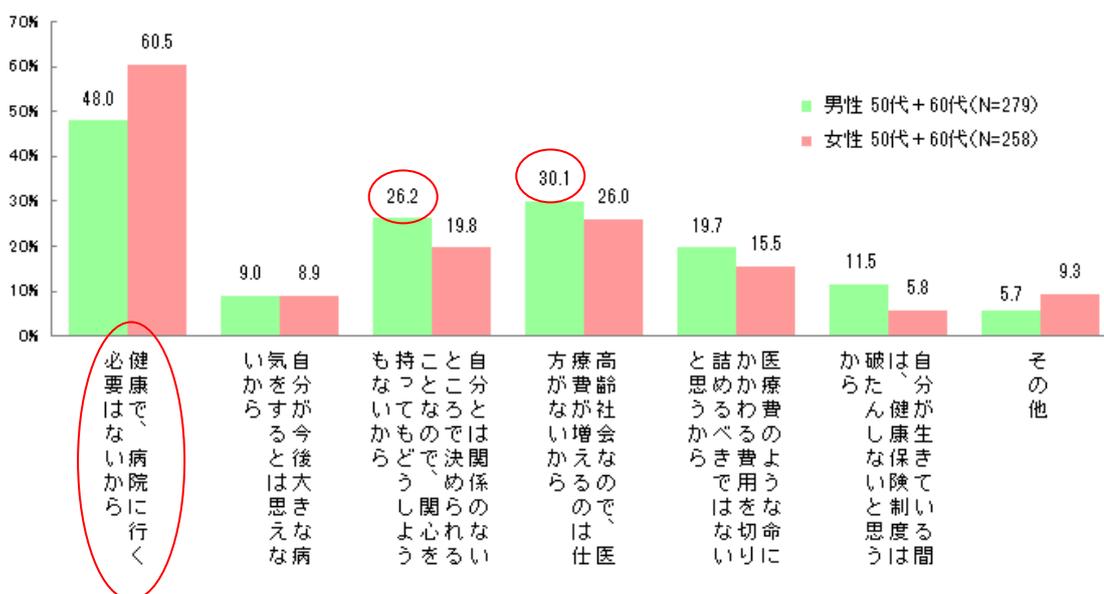
## 50～60代でも医療費問題に関心が薄い理由は

**「健康で、病院に行く必要がない」**

**「高齢社会なので仕方ない」「自分とは関係がない」**

- 医療費問題に興味・関心の高かった50～60代だが、その中で医療費問題に対して「自分に関係するとは思わない」人にその理由を聞いたところ、男女ともに「健康で、病院に行く必要はないから」がトップであり、女性で圧倒的に高くなっている。男性は「高齢社会なので、医療費が増えるのは仕方ないから」「自分とは関係のないところで決められることなので、関心を持ってもしようもないから」も3割前後と高い結果になった。

医療費問題に対して当事者意識がない理由



注) 数値は「医療費問題が自分に関係している」と思わない人を100とした%

## ■「ワタシの、センタク。」プロジェクト 今後の活動予定

当社は今春から、「ワタシの、センタク。」プロジェクトと銘打ち、生活、健康、キャリアなど、さまざまな人生の“センタク”を迫られる50代を中心に、参考となる情報コンテンツの提供やイベントの開催などの活動を通じて、人々の“センタク”を応援するキャンペーンを展開しています。

ワタシの、  
センタク。

- ◎ TV-CM「くすりの、センタク。」篇（30秒）
  - ◎ 「ワタシの、センタク。」ウェブサイト（<http://towa-sentaku.jp>）
  - ◎ 「ワタシの、センタク。」小冊子
  - ◎ 国内開催のイベント等で小冊子、ジェネリック医薬品希望シールなどの配布活動
  - ◎ 南こうせつさんがラジオパーソナリティを務めるコーナー展開（ニッポン放送ほか）
  - ◎ 雑誌での定期的なタイアップ記事掲載
- など、今後も継続的な情報発信を行ってまいります。



TV-CM「くすりの、センタク。」篇（30秒）



ウェブサイトトップページ



小冊子 vol.3

### <調査に関する報道関係者からのお問い合わせ先>

株式会社 電通パブリックリレーションズ 関西支社  
担当：藤田・碓山  
TEL：06-6342-3369 FAX 06-6342-3377

### <東和薬品に関するお問い合わせ先>

東和薬品株式会社 広報室  
〒571-8580 大阪府門真市新橋町2番11号  
TEL：06-6900-9102 FAX：06-6908-6060