

2024年3月14日（木）

人生100年時代 働く人を対象とした「健康とセルフケアの実態調査 2024」

20～60代の働く人の2人に1人が、「副業・兼業」の意向あり 副業・兼業で大切なことはお金の管理より「健康管理」

副業・兼業継続中の人は、「健康管理」に気を配り、「疲れ」「ストレス」が少ない傾向
コロナ5類移行後、テレワークありの人は、「体力低下」を痛感し、セルフケアの重要性を実感

第一三共ヘルスケア株式会社（本社：東京都中央区）は、自分自身で健康を守り対処する「セルフケア」という考え方が、人生100年時代の日本において重要なテーマになることを見据え、毎年、働く人の「健康とセルフケアの実態調査」を行っています。今回の調査では、働き方が多様化する中、テレワークや副業・兼業などをテーマに加え、健康やセルフケアに関する意識や行動の変化に着目しました。主な調査結果は以下の通りです。

1. 働く人の健康とセルフケアの実態

- 自分自身で健康を守り対処する「セルフケア」、75.8%が認知。実践率は年々低下し、44.4%に。
- セルフケア実践TOP3は「十分な睡眠」「1日3食きちんと食べる」「朝食をきちんと食べる」。
- セルフケア費用は1カ月平均4,173円。20代が4,765円と、最も費用をかけている。
- 7割以上が「今後日本では、セルフケアの重要性が増す」と回答。

2. コロナ5類移行後の変化

- 5類移行後、外食や外出、旅行などの「行動」機会が増加。
- 「テレワークあり」の人は、なしの人に比べ、出社や対面での会議が増加。通勤の混雑をより強く感じ、体力の低下や疲れを感じている人が多い。
- 「テレワークあり」の人は、なしの人に比べ、セルフケアの重要性を実感し、セルフケアの実践度も高い。

【コラム】 コロナ禍で浸透したニューノーマルな衛生習慣は、今？

3. タイパ・スキマ時間とセルフケア

- セルフケアに「タイパ」を意識する人は半数以下だが、約6割が「スキマ時間」に行いたい。
- セルフケアを行いたいスキマ時間は「寝る前」や「昼休み」。

4. 副業・兼業とセルフケア

- 働く人の2人に1人が副業・兼業意向あり。現在副業・兼業中の人は9割以上が継続意向あり。
- 副業・兼業を現在継続中の人は過去にやめた人に比べ、「体調管理」に気を配り、「疲れ」「ストレス」が少ない。
- 副業・兼業で大切なことは、お金の管理より「健康管理」。

「健康とセルフケアの実態調査2024」調査概要

■実施時期：2024年1月19日（金）～22日（月） ■調査対象：全国の20～60代の働く男女1,000人 ■調査手法：インターネット調査

■調査委託先：楽天インサイト株式会社

※グラフの構成比（%）は小数第2位以下を四捨五入しているため、合計しても100%にならない場合があります。

産業医・鄭理香先生に聞く、「働く人に最適！スキマ時間セルフケアのススメ」



1.働く人の健康とセルフケアの実態

■自分自身で健康を守り対処する「セルフケア」、75.8%が認知。

実践率は年々低下し、44.4%に。

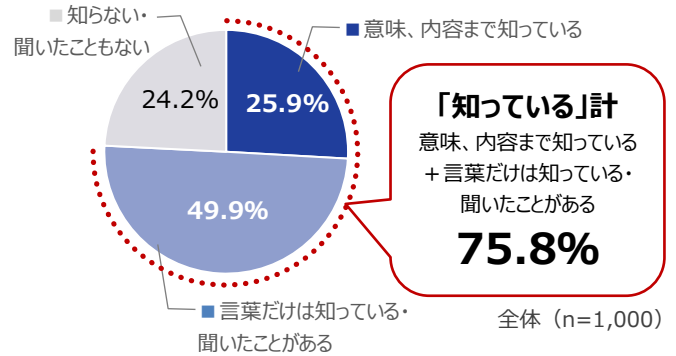
20～60代の働く男女を対象に「セルフケア」（自分自身で健康を守り対処すること）に関する調査を行いました。

まず、セルフケアという言葉の認知について聞くと、75.8%が「知っている」（「意味、内容まで知っている」+「言葉だけは知っている・聞いたことがある」）ことが分かりました [図1]。

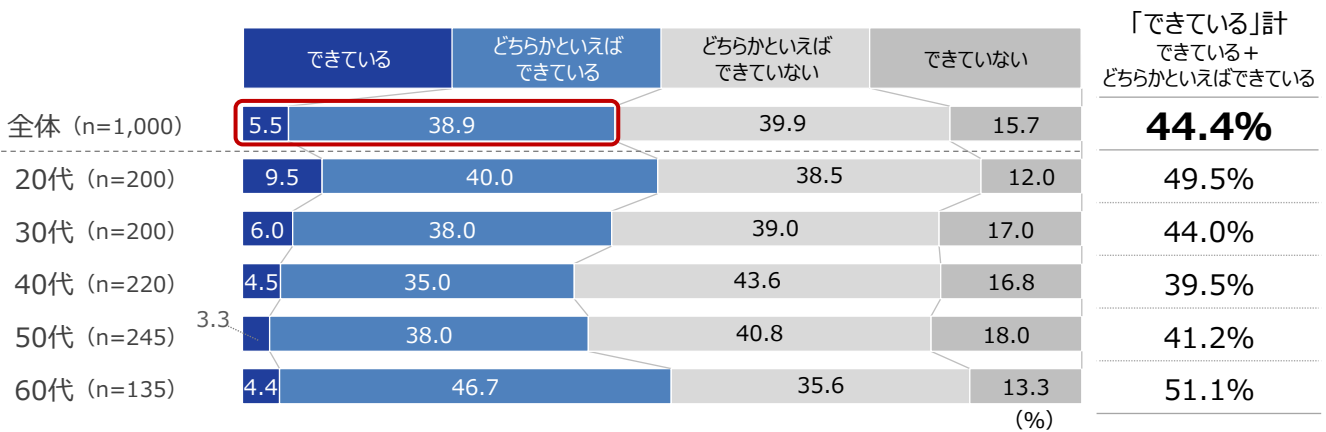
「セルフケアとは、自分自身で健康を守り対処すること」と提示した上で、自身のセルフケアがどの程度できているか聞いたところ、セルフケアができている（できている+どちらかといえばできている）と回答した割合は全体の44.4%でした。

年代別に見ると、実践率が高いのは60代（51.1%）と20代（49.5%）で、約半数が「できている」（「できている」+「どちらかといえばできている」）と回答しています。一方、40代（39.5%）と50代（41.2%）は約4割と低くなっています [図2-1]。

【図1】セルフケア認知率（2024年）

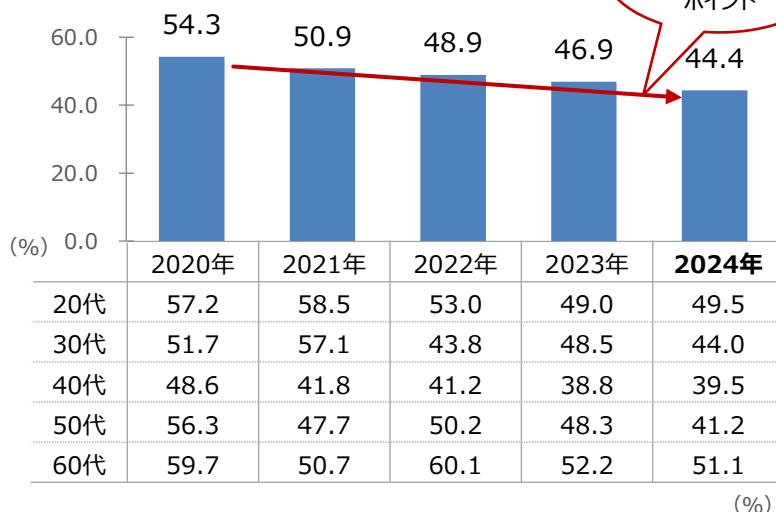


【図2-1】セルフケア実践率（2024年）



セルフケア実践率について2020年からの経年推移を見ると、セルフケアの実践率は年々低下傾向を示し、過去4年間で約10ポイントも下がっています [図2-2]。

【図2-2】セルフケア実践率（経年推移）

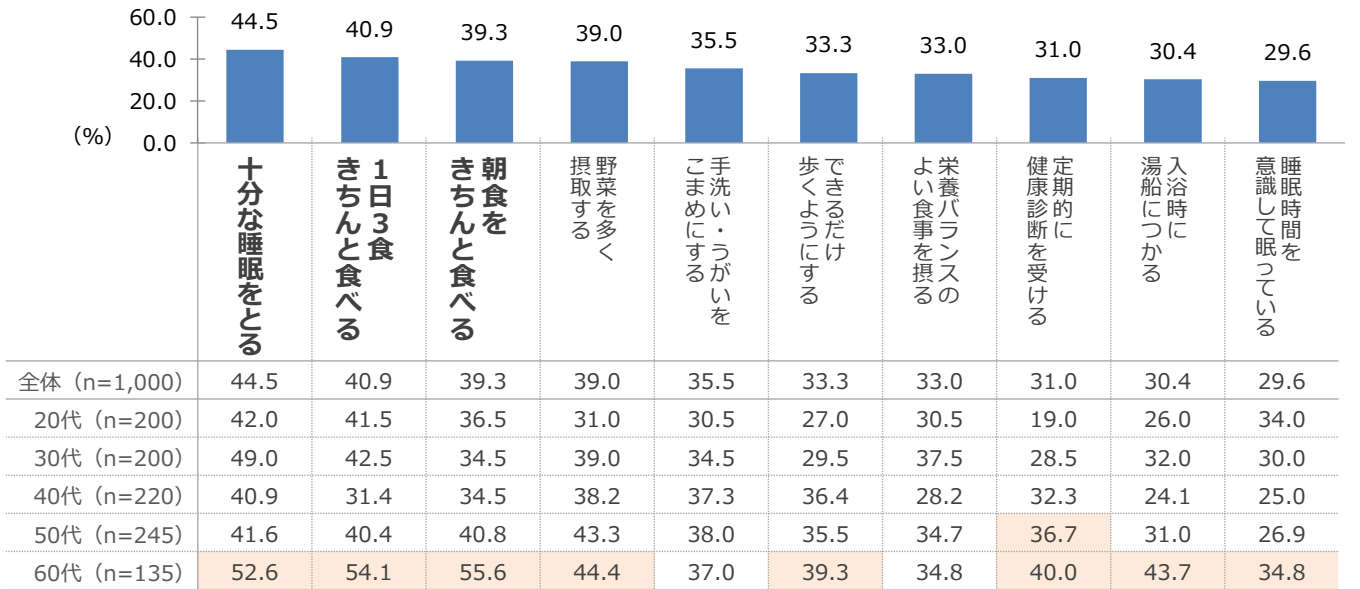


- 2020年 全体：n=1,000、20代：n=201、30代：n=207、40代：n=218、50代：n=240、60代：n=134
- 2021年 全体：n=1,000、20代：n=200、30代：n=203、40代：n=220、50代：n=243、60代：n=134
- 2022年 全体：n=1,000、20代：n=200、30代：n=203、40代：n=221、50代：n=233、60代：n=143
- 2023年 全体：n=1,000、20代：n=200、30代：n=202、40代：n=224、50代：n=236、60代：n=138
- 2024年 全体：n=1,000、20代：n=200、30代：n=200、40代：n=220、50代：n=245、60代：n=135

■セルフケア実践TOP3は「十分な睡眠」「1日3食きちんと食べる」「朝食をきちんと食べる」。

セルフケアとして行っていることとしては、「十分な睡眠をとる」(44.5%)、「1日3食きちんと食べる」(40.9%)、「朝食をきちんと食べる」(39.3%)、「野菜を多く摂取する」(39.0%)、「手洗い・うがいをこまめにする」(35.5%)が上位に入りました。年代別で見ると、全体的に60代において高い傾向が見られます [図3-1]。

【図3-1】セルフケアとして行っていることTOP10 (全体) (複数回答)



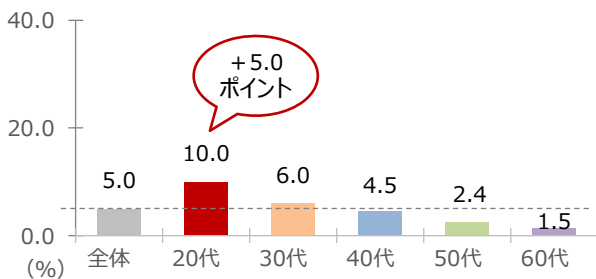
■ = 全体平均より5ポイント以上高い (%)

また、項目別で見ると、全体平均に比べて高いのは、20代は「サウナなどで整える」、30代は「筋トレ・ストレッチなど体を動かす」、50代・60代は「定期的に健康診断を受ける」、60代は「日常的に血圧を測定・チェックする」でした [図3-2]。

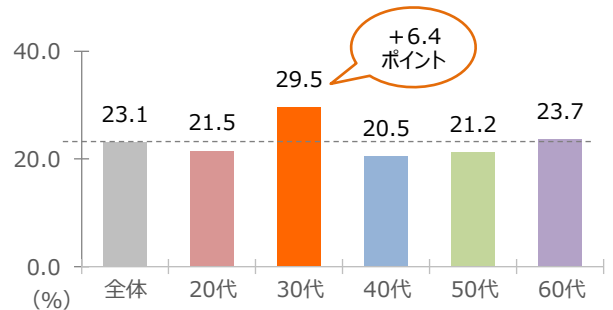
ライフステージごとに、セルフケアの内容に特徴があることが分かります。

【図3-2】セルフケアとして行っていること (項目別)

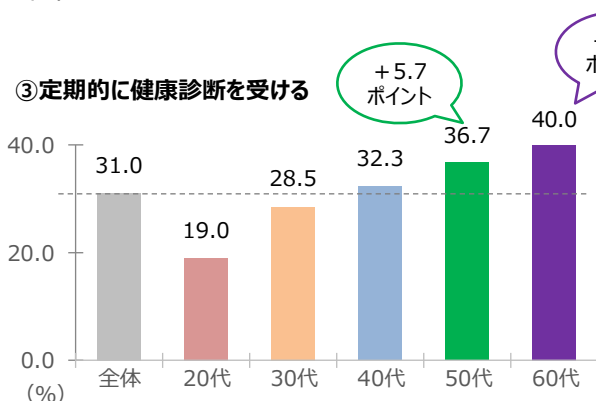
①サウナなどで「整える」



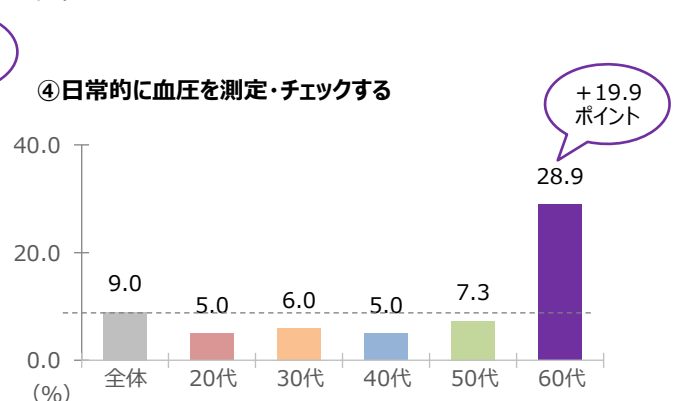
②筋トレ・ストレッチなど体を動かす



③定期的に健康診断を受ける



④日常的に血圧を測定・チェックする

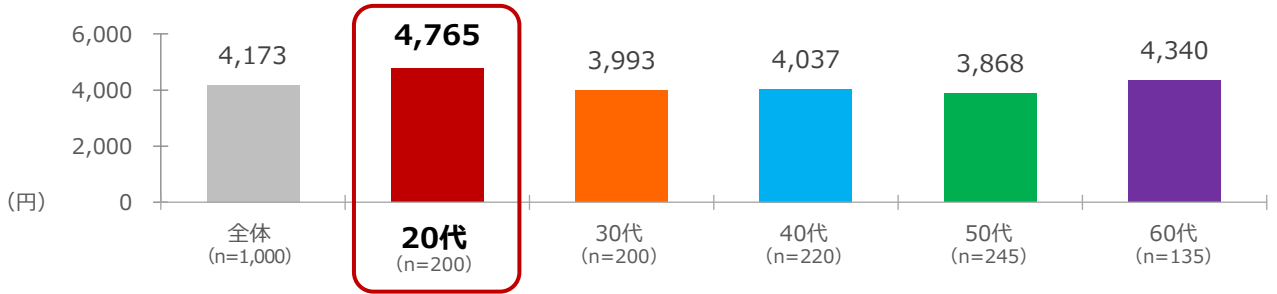


全体 (n=1,000) 20代 (n=200) 30代 (n=200) 40代 (n=220) 50代 (n=245) 60代 (n=135)

■セルフケア費用は1カ月平均4,173円。20代が4,765円と、最も費用をかけている。

セルフケアにかけている金額は、1カ月平均で4,173円でした。年代別で見ると、20代が4,765円と最も高くなっています [図4]。

【図4】セルフケア費用（1カ月当たり）



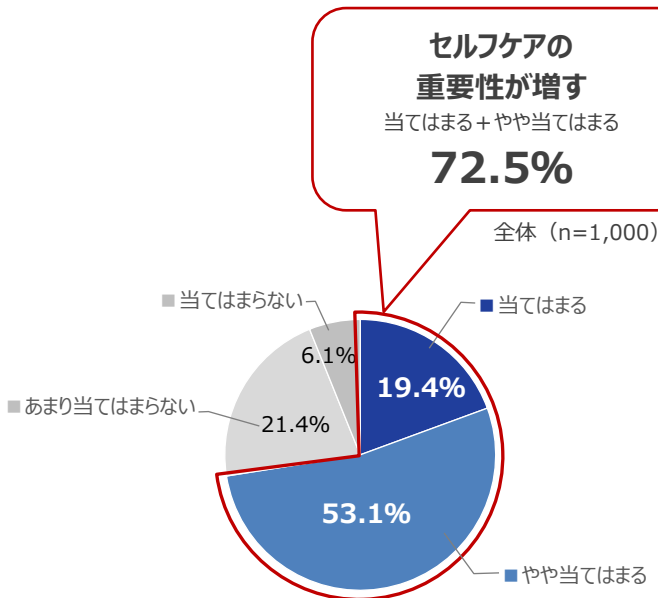
■7割以上が「今後日本では、セルフケアの重要性が増す」と回答。

セルフケアに対する意識について聞いたところ、「今後日本では、セルフケアの重要性が増す」と思う人の割合は、72.5%に上りました。また、セルフケアの有用な手段の一つである市販薬の活用については、「今後日本では、病院に行かず市販薬を使う機会が増える」と思う人の割合が54.5%と半数以上を占めています [図5]。

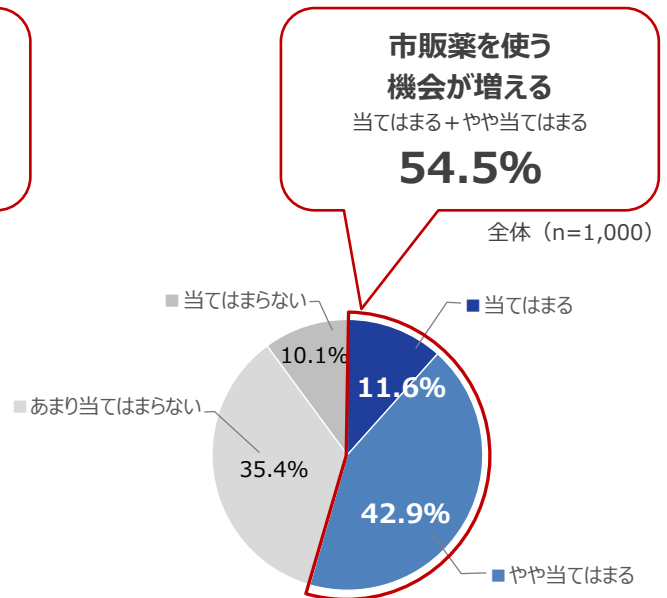
このようにセルフケアに対する意識は高いものの、セルフケアの実践率（図2-2）は低下していることから、意識と実践の間に隔たりがあることが浮き彫りになりました。

【図5】セルフケアに対する考え方

① 今後日本では、セルフケアの重要性が増すと思う



② 今後日本では、病院に行かず市販薬を使う機会が増えると思う



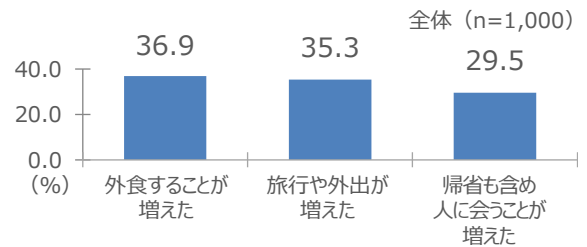
2.コロナ5類移行後の変化

2023年5月に新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが2類相当から「5類」へと移行され、それまでのさまざまな制約が緩和されました。このことにより、働く人の生活や意識がどのように変化したのかを調査しました。

■5類移行後、外食や外出、旅行などの「行動」が増加。

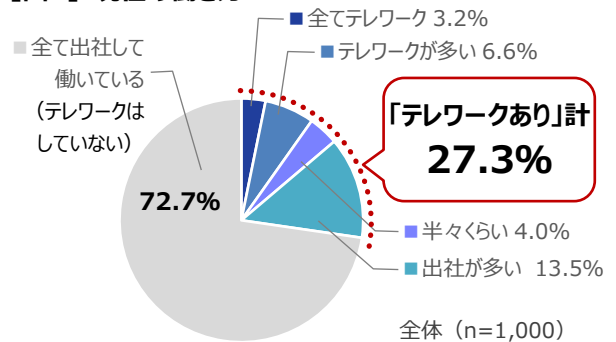
まず、コロナ5類移行後の生活における変化を聞くと、「外食することが増えた」(36.9%)、「旅行や外出が増えた」(35.3%)、「帰省も含め人に会うことが増えた」(29.5%)と回答した人が多く、外出や人と直接会う機会が増えていることがうかがえます〔図6〕。

〔図6〕 5類移行後の生活変化 (複数回答)



コロナ禍においてテレワーク (リモートワーク) を導入した企業が増えたといわれていますが、今回の調査対象者に、現在 (2024年1月時点) のテレワーク状況を聞くと、「全て出社して働いている (テレワークはしていない)」と答えた人が72.7%を占め、「テレワークをしている」と答えた割合は27.3%でした。また、「テレワークあり」であっても、内訳を見ると「出社が多い」が最も多い結果となりました〔図7〕。

〔図7〕 現在の働き方



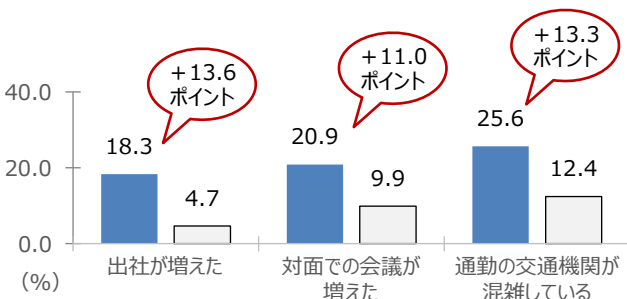
■「テレワークあり」の人は、なしの人に比べ、出社や対面での会議が増加。通勤の混雑をより強く感じ、体力の低下や疲れを感じている人が多い。

現在、「テレワークあり」の人と「テレワークなし」の人で、コロナ5類移行後の生活における変化を比較しました。その結果、「テレワークあり」の人は、コロナ禍のときに比べて「出社が増えた」「対面での会議が増えた」「通勤の交通機関が混雑している」と感じる人が、「テレワークなし」の人より大きく増加していることが分かりました。「テレワークあり」の人の多くが、出社と在宅のハイブリッドワークのため、「テレワークなし」の人に比べ、毎日の変化が大きいことが推測されます。また、コロナ禍以前 (2019年頃) に比べ、「体力の低下を感じる」「疲れやすい、疲れを感じる」と回答した人も多くなっています。一方、「自分の体調変化に敏感になった」と感じる割合も、「テレワークあり」の方が高くなっています〔図8〕。

〔図8〕 5類移行後の生活変化 (テレワークあり・なし比較)

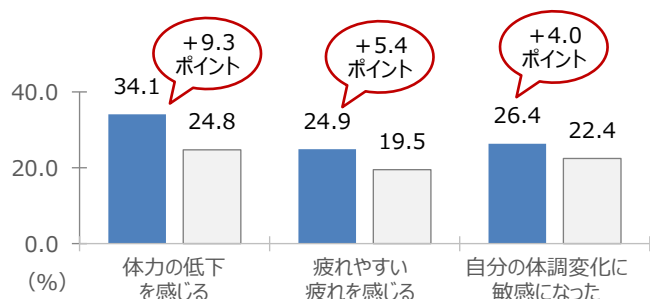
●コロナ禍に比べて…

■ テレワークあり (n=273) □ テレワークなし (n=727)



●コロナ禍以前 (2019年頃) に比べて…

■ テレワークあり (n=273) □ テレワークなし (n=727)



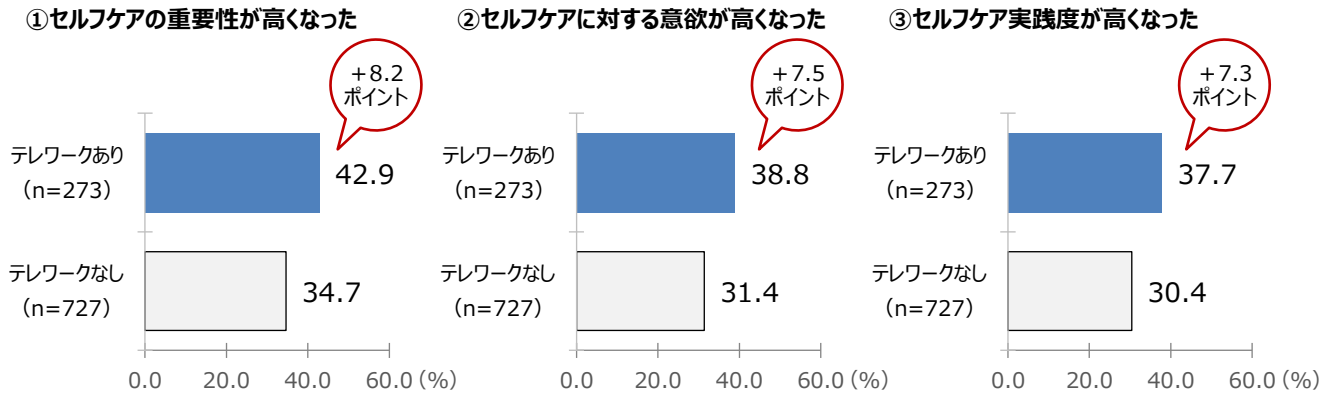
■「テレワークあり」の人は、なしの人に比べ、セルフケアの重要性を実感し、セルフケアの実践度も高い。

図8のとおり、「テレワークあり」の人は、なしの人に比べ、「自分の体調変化に敏感になった」と回答した人の割合が多くなっています。そこで、セルフケアに対する意識の違いについて比較しました。

まず、自分自身における「セルフケアの重要性」について、コロナ禍以前（2019年頃）に比べて現在の方が高くなった人の割合を見ると、「テレワークなし」の人が34.7%であるのに対し、「テレワークあり」の人は8.2ポイント高い42.9%に上りました。

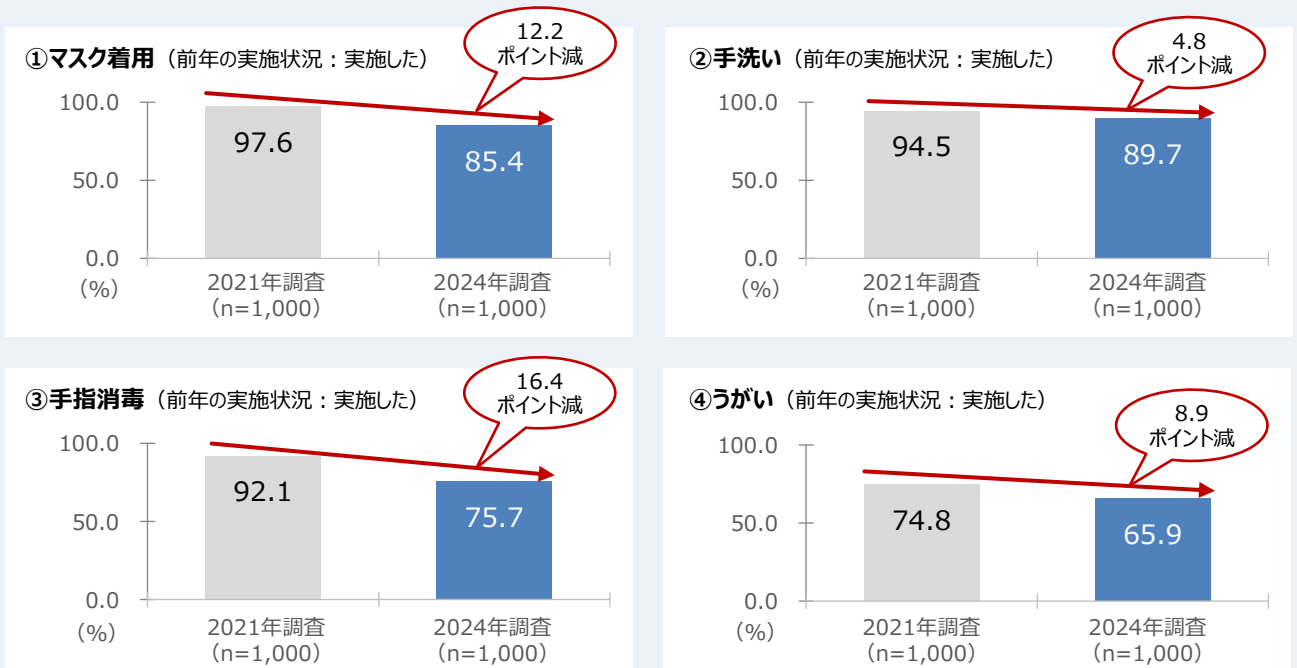
また、「テレワークあり」の人は「テレワークなし」の人に比べて「セルフケアに対する意欲」も7.5ポイント高く、同様に「セルフケア実践度」も7.3ポイント高い結果となっています〔図9〕。

【図9】 コロナ禍以前（2019年頃）と比べた自身のセルフケア意識の変化（テレワークあり・なし比較）



【コラム】 コロナ禍で浸透したニューノーマルな衛生習慣は、今？

日本の新型コロナウイルス感染症は、2020年1月15日に最初の感染者が確認され、2023年5月8日に感染症法上の位置付けが5類へと移行しました。コロナ禍においては、マスク着用、うがい、手洗い、手指消毒などの対策が呼びかけられました。そこで、各対策の実施有無について、コロナ禍が始まった2020年と5類に引き下げられた2023年とで比較すると、「実施した」（しっかり実施した+まあまあ実施した）と回答した人はいずれも減少しています。特に手指消毒は16.4ポイント減、マスク着用も12.2ポイント減と、大きな変化が認められます。



3. タイパ・スキマ時間とセルフケア

「タイパ」という言葉を耳にすることが増えました。タイパはタイムパフォーマンスのことで、日本語では「時間対効果」と訳され、短時間で高い効果や満足度が得られた場合は「タイパが良い（高い）」と評されます。

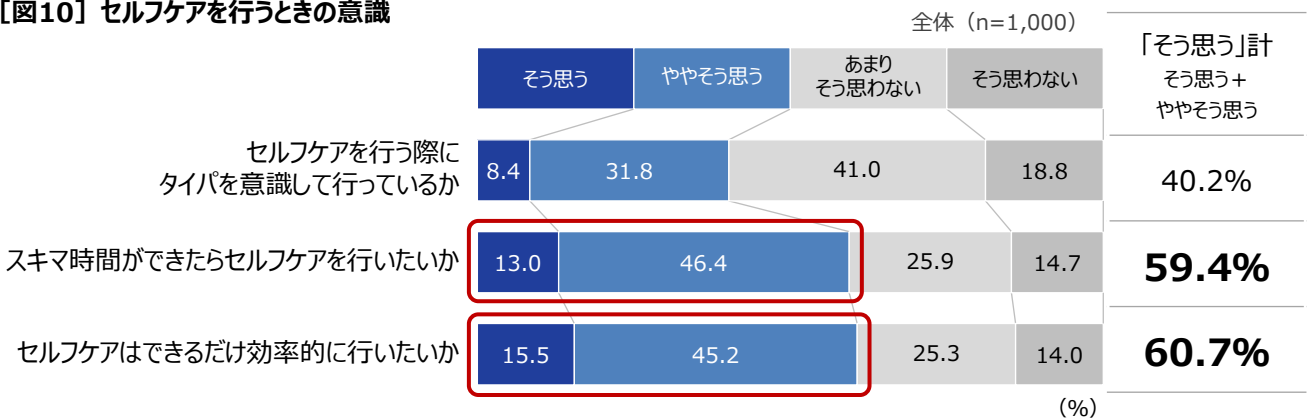
セルフケアにもタイパが求められているのか、その意識を調査しました。

■セルフケアに「タイパ」を意識する人は半数以下だが、約6割が「スキマ時間」に行いたい。

「セルフケアを行う際にタイパを意識して行っているか」と聞いたところ、「そう思う」（そう思う＋ややそう思う）と回答した人の割合は半数以下（40.2%）でした。一方、意向については、日常生活の中のちょっとした空き時間の有効活用として「スキマ時間ができたらセルフケアを行いたい」と思っている人は59.4%（そう思う＋ややそう思う）、「セルフケアはできるだけ効率的に行いたい」と思っている人は60.7%（そう思う＋ややそう思う）と、それぞれ全体の約6割を占めています〔図10〕。

何かと忙しい今日、セルフケアにおいては、日常生活の中のスキマ時間を有効活用することで、タイパを高めたい意識が垣間見えます。

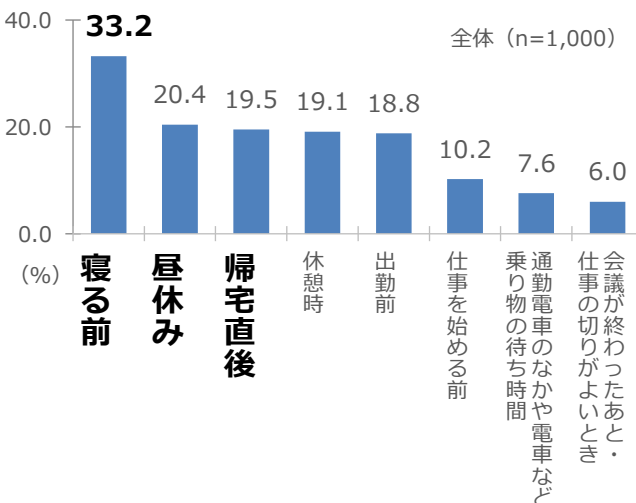
【図10】セルフケアを行うときの意識



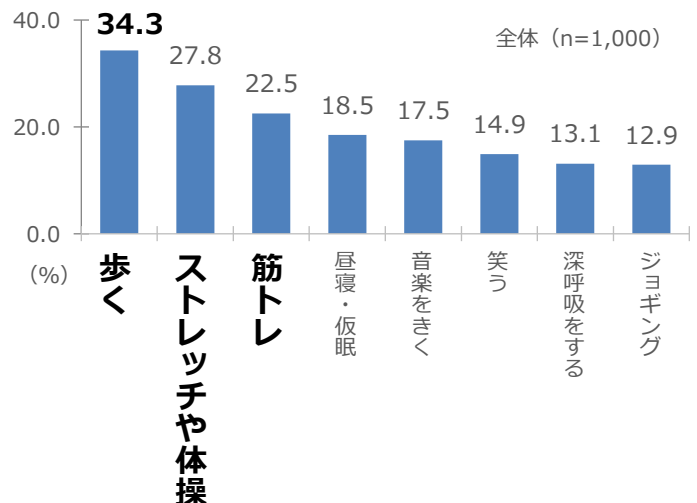
■セルフケアを行いたいスキマ時間は「寝る前」や「昼休み」。

セルフケアを行いたいスキマ時間を聞いたところ、上位に「寝る前」（33.2%）、「昼休み」（20.4%）、「帰宅直後」（19.5%）が挙がりました〔図11〕。また、スキマ時間に行うセルフケアとしては、「歩く」（34.3%）、「ストレッチや体操」（27.8%）、「筋トレ」（22.5%）が挙がりました〔図12〕。

【図11】セルフケアを行いたいスキマ時間（複数回答）



【図12】スキマ時間に行いたいセルフケア（複数回答）



4.副業・兼業とセルフケア

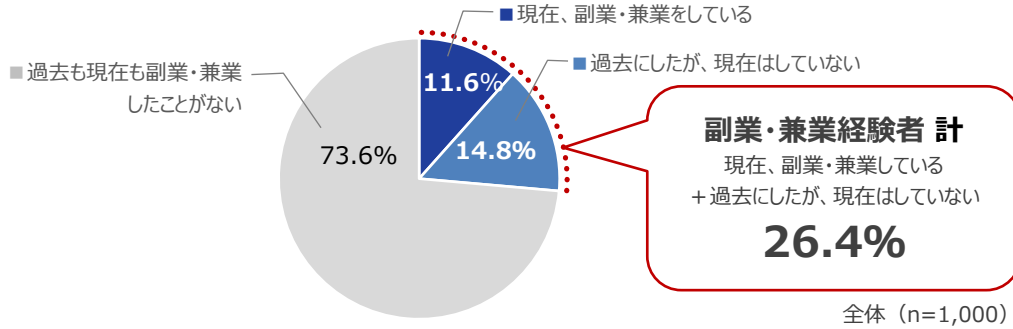
次に副業・兼業とセルフケアの関係について調査しました。

2023年7月に発表された総務省「令和4年就業構造基本調査」*によると、「非農林業従事者のうち副業がある人は305万人と5年前に比べ60万人増加」と報告されています。 * <https://www.stat.go.jp/data/shugyou/2022/pdf/kall.pdf>

さらに、テレワークが普及したことで働き方の多様化が加速し、今後も副業・兼業人口が増加することが予想されます。

今回の調査対象者に副業・兼業の経験を聞くと、副業・兼業経験者は26.4%でした [図13]。

【図13】 副業・兼業の経験

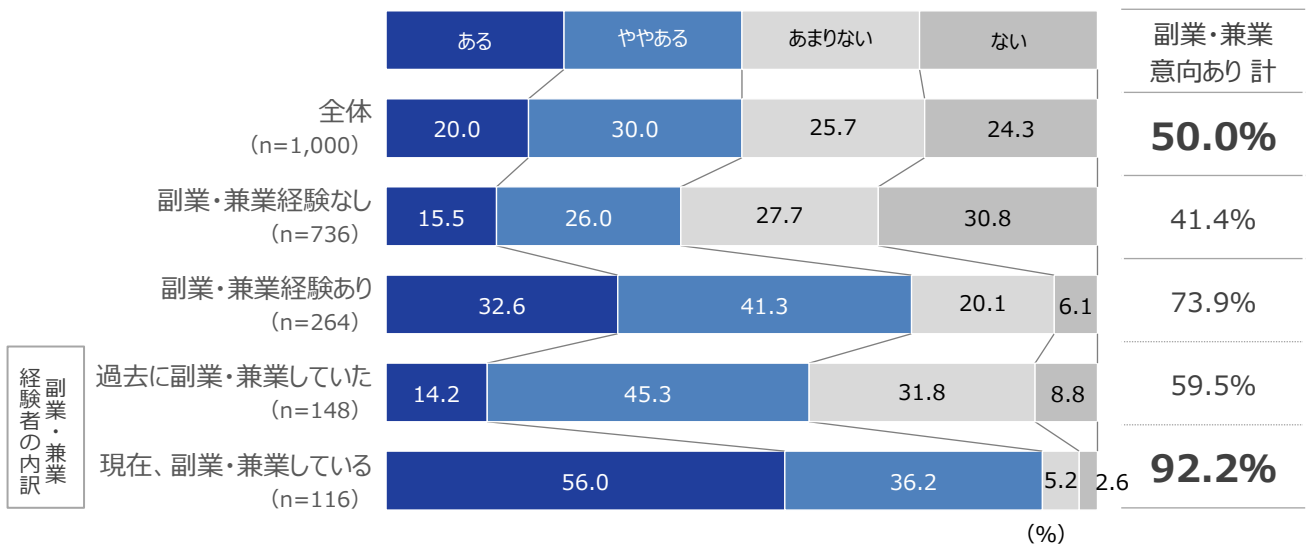


■働く人の2人に1人が副業・兼業意向あり。現在副業・兼業中の人は9割以上が継続意向あり。

今後の副業・兼業について聞くと、その意向がある割合は50.0%（ある+ややある）を占めることが分かりました。

副業・兼業の経験別に見ると、副業・兼業経験者では73.9%（ある+ややある）、経験がない人でも41.4%が副業・兼業の意向が「ある」（ある+ややある）と回答しています [図14]。

【図14】 今後の副業・兼業意向

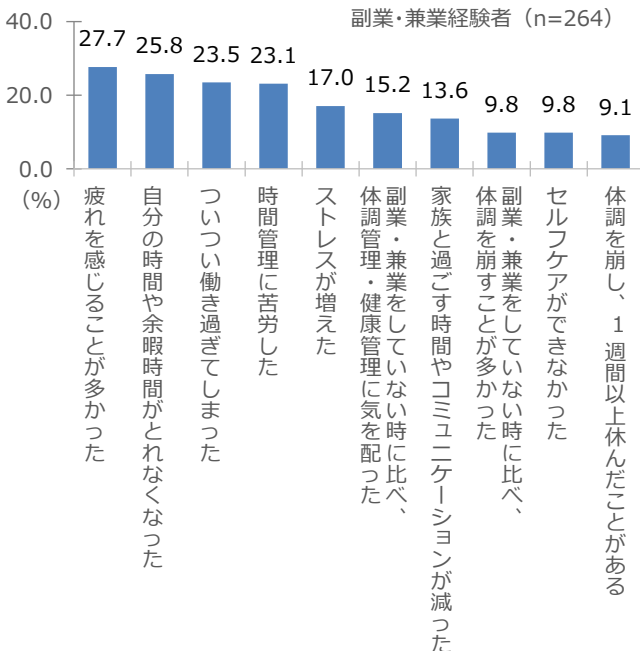


■副業・兼業を現在継続中の人は過去にやめた人に比べ、「体調管理」に気を配り、「疲れ」「ストレス」が少ない。

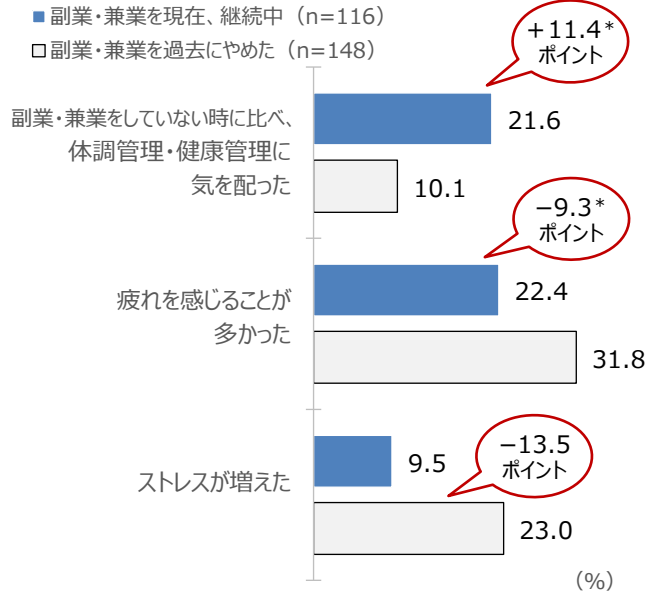
副業・兼業経験者264人に副業・兼業をしていたときに感じたことを聞きました。すると、「疲れを感じるが多かった」(27.7%)、「自分の時間や余暇時間がとれなくなった」(25.8%)、「ついつい働き過ぎてしまった」(23.5%)が上位に挙がりました〔図15-1〕。これを副業・兼業を現在も継続している人と過去にやめた人で比較すると、継続している人は「体調管理・健康管理に気を配った」と回答した割合が21.6%と多く、やめた人(10.1%)より11.4ポイントも高くなっています。

この結果に呼応するように、「疲れ」は9.3ポイント、「ストレス」は13.5ポイントも、副業・兼業を現在も継続している人の方が低くなっています〔図15-2〕。体調管理は、副業・兼業を長く続けるため大切な要素であることがうかがえます。

【図15-1】 副業・兼業時に感じたこと (複数回答)



【図15-2】 副業・兼業時に感じたこと (継続中・過去にやめた比較)

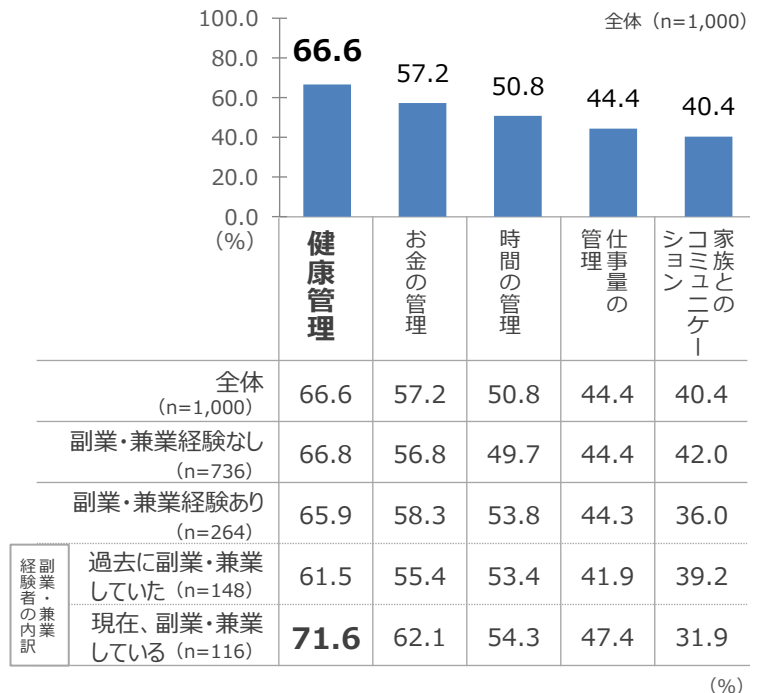


*小数第2位以下を四捨五入した計算結果

■副業・兼業で大切なことは、お金の管理より「健康管理」。

全員に、副業・兼業をする際に気遣う大切なことについて聞きました。その結果、「お金の管理」(57.2%)、仕事を含めた生活全般の「時間の管理」(50.8%)を抑え、トップは「健康管理」(66.6%)でした。現在、副業・兼業をしている人では、「健康管理」と回答した人の割合が71.6%に上り、最も高くなっています〔図16〕。

【図16】 副業・兼業のために大切なこと (複数回答)



産業医・鄭理香先生に聞く、「働く人に最適！スキマ時間セルフケアのススメ」

■ セルフケア実践率が減少しているのは、セルフケアが定着し日常化したことの表れでは？

調査結果を見ると、セルフケアの実践率は年々減少していますが、新型コロナが5類になって実際はセルフケアを行う機会が減ったわけではなく、コロナ禍と比べるとそれほど意識はしていない、または必要以上のことはしないという状況ではないでしょうか。臨床の現場でも、セルフケアができていない人が増えたという印象はなく、コロナ禍を経て体調管理に対する意識はぐっと高まり、それが日常的な行動として定着してきたように感じます。とはいえ、時間とともに意識が薄れる懸念はあるので、しっかりと習慣化していただきたいです。

■ テレワークという働き方の選択肢が、セルフケアを高めるきっかけに

調査結果から、「テレワークあり」の人は、なしの人と比べると、セルフケアを重要だと考える傾向が強く見られました。テレワークという働き方を選択する機会があることで、毎日の体調に注意を払い、気分になるときは出社から在宅に切り替えるなど、自分の体調変化に目を向けて健康意識がより醸成されることも、セルフケアの重要性を感じる一因だと考えます。テレワークという働き方の選択肢が、セルフケア意識を高めた結果といえるでしょう。

■ 体調がすぐれないときのセルフケアに役立つ「OTC医薬品」

とはいえ、テレワークができないお仕事の方も大勢います。テレワークはできないし体調はすぐれない、そのようなとき、役に立つのがOTC医薬品です。OTC医薬品は市販薬ともいわれ、医師に処方してもらう「医療用医薬品」ではなく、薬局やドラッグストアなどで自分で選んで買える医薬品のことです。病院に行くほどでもないが調子がすぐれないときは、OTC医薬品をうまく活用することも有効です。

OTC医薬品を使い自分の体調管理がスムーズにできるようになると、日々のメンテナンスも続けやすくなります。今まで経験したことのない症状には医師の診療が必要ですが、OTC医薬品を活用できる場面があれば、自分自身で健康を守り対処する術として上手に活用していただきたいですね。

■ セルフケアは続けることが大事。わざわざ時間をつくるのではなくスキマ時間を使うことが継続のコツ

調査結果によると、スキマ時間ができたらセルフケアを行いたいと約6割の人が考えています。セルフケアは「日々継続」がポイントですから、毎日のちょっとしたスキマ時間にセルフケアを行うことは、わざわざ時間をつくる必要がないので、継続するためのコツと言えます。寝る前にストレッチをしてリラックスしたり、昼休みに軽く筋トレして気分を切り替えたり、今あるスキマ時間で自分がやってみたいセルフケアを無理せずに行ってみてください。今日ではできてよかったと思えることが達成感となり、継続の好循環が生まれます。

例えば「笑う」という行為には、ストレス緩和や免疫力アップなどさまざまな効果があるといわれています。仕事の休み時間に面白い動画を見て笑ったり、好きな写真をスマホの画面に設定してほっこりしてみたり、ちょっとした時間のできるプチ気晴らしを取り入れていくのも効果的です。昼休みに空を眺めるだけでも、気持ちが楽になりますよね。

スキマ時間をうまく使って、セルフケアを楽しみながら続けてみてください。



第一三共ヘルスケア産業医 鄭理香（チョン・リヒャン）先生

産業医 精神保健指定医 日本精神神経学会専門医 日本児童青年精神医学会認定医

株式会社Ds'sメンタルヘルス・ラボ 代表取締役社長

東京女子医科大学病院、東京都立梅ヶ丘病院、東京都立松沢病院などを経て、東京大学職場のメンタルヘルス専門コース（TOMH）を修了し、現職。臨床診療を行うとともに、産業医・顧問医・研修講師として、さまざまな職場（企業や教育機関）のメンタルヘルス対策に従事。

セルフケアに役立つ第一三共ヘルスケアの取り組み

① 情報提供サイト「くすりと健康の情報局」について

第一三共ヘルスケアでは、長年製薬事業に携わってきた経験と知識を生かし、「くすりと健康の情報局」を運営しています。気になる症状があればすぐスマートフォンで検索する時代に合わせ、身近な症状の原因・予防・対策や市販薬の役割などを紹介しています。症状が起こったときだけでなく、日頃から症状の特徴や薬に関する知識を深めるコンテンツをご用意し、情報を正確かつ分かりやすく伝え、セルフケア実践の一助となるサイトを目指しています。



くすりと健康の情報局

by 第一三共ヘルスケア

<https://www.daiichisankyo-hc.co.jp/health/>

② セルフケア情報メディア「健康美塾」について

「健康美塾」は季節やトレンド、ライフステージごとで気になる症状の情報を毎月配信しているセルフケア情報メディアです。スキンケア・風邪の対処といった日常生活におけるセルフケアや、生理痛・更年期をはじめとした女性特有の健康課題などについて、医師や薬剤師、美容家による専門的な情報と実践的なスキルや解決法などを紹介しています。

忙しく過ごしていると後回しになりがちな自分自身の「からだ」について、少し立ち止まり向き合っていくために、共に考え、道しるべとなる場所として、楽しさや学び、新たな発見とともにセルフケア情報をお届けしています。

健康美塾[®]

by 第一三共ヘルスケア

URL : www.daiichisankyo-hc.co.jp/kenko-bijuku/

■ 第一三共ヘルスケアについて

第一三共ヘルスケアは、第一三共グループ*の企業理念にある「多様な医療ニーズに応える医薬品を提供する」という考えのもと、生活者自ら選択し、購入できるOTC医薬品の事業を展開しています。

現在、OTC医薬品にとどまらず、機能性スキンケア・オーラルケア・食品へと事業領域を拡張し、コーポレートスローガン「Fit for You 健やかなライフスタイルをつくるパートナーへ」の実現に向けて取り組んでいます。

こうした事業を通じて、自分自身で健康を守り対処する「セルフケア」を推進し、誰もがより健康で美しくあり続けることのできる社会の実現に貢献します。

* 第一三共グループは、インベティブ医薬品（新薬）・ジェネリック医薬品・ワクチン・OTC医薬品の事業を展開しています。