

基礎研 レター

健康関連サービス・商品、継続利用の ポイントは？

保険研究部 准主任研究員 村松 容子 e-mail: yoko@nli-research.co.jp
生活研究部 主任研究員 井上 智紀 e-mail: tomoki@nli-research.co.jp

3月に出された緊急事態宣言から8か月が経過した。新型コロナウイルスの感染拡大にともなう外出自粛、就労環境の変化等によって、よく眠れない、運動不足を感じる、食べ過ぎる・・・等、生活の乱れを感じている人がいるのではないだろうか。中にはこれを機に、トレーニングや、食生活の見直し、睡眠の改善を始めた人もいるかもしれない。

近年の健康志向の高まりの中、健康増進に向けたサービスや商品はあふれるほどある。健康の維持・向上は、長期的に改善に取り組むことで効果が得られるものが多い。また、サービス・商品の提供側も、長期に利用してもらうことで情報が蓄積され、新たなサービスの開発や提供につなげることができる。しかし、健康習慣の改善が継続できない、他の手段に切り替える等の実態が多く、一つのサービスや商品を長期に継続利用している人は少ない、といったことも聞かれる。

そこで、本稿では、ニッセイ基礎研究所が2018年に実施した「健康サービスに対する調査¹」を使って、どういった条件で健康関連サービスが継続利用されるのか分析を行った。

1——健康関連サービス・商品の利用状況

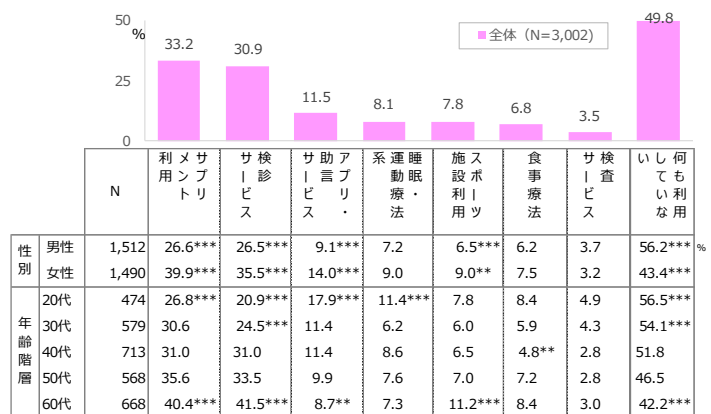
まず、23種類の健康関連サービスや商品を示し、現在利用中のものを選んでもらった。簡素化のため、23種類のサービス・商品を因子分析の結果をもとに²、「サプリメント利用」「検診サービス」「アプリ・助言サービス」「睡眠・運動療法」「スポーツ施設利用」「食事療法」「検査サービス」の7つに分類したうえで利用状況をみると、もっとも高かったのが「サプリメント利用（33.2%）」、次いで「検診サービス（30.9%）」だった（図表1）。一方、何のサービス・商品も利用していないのは全体の56.2%と、過半数を占めた。

¹ 2018年7月に実施。インターネット調査。対象は、全国に住む20～69歳の男女個人（学生、現在入院中または自宅療養中の人を除く）。有効回答数3,002。

² 詳細は、図表5を参照のこと。

男女を比較すると、「サプリメント利用」「検診サービス」「アプリ・助言サービス」「スポーツ施設利用」で女性が男性を上回った。年齢別にみると、何かしらのサービス・商品を利用しているのは高齢者に多かった。利用者についてみると、「サプリメント利用」「検診サービス」「スポーツ施設利用」は60歳代で、「アプリ・助言サービス」「睡眠・運動療法系」は20歳代で利用が多かった。

図表1 利用している健康関連サービス・商品
(各サービスの詳細は参考図★をご参照ください)



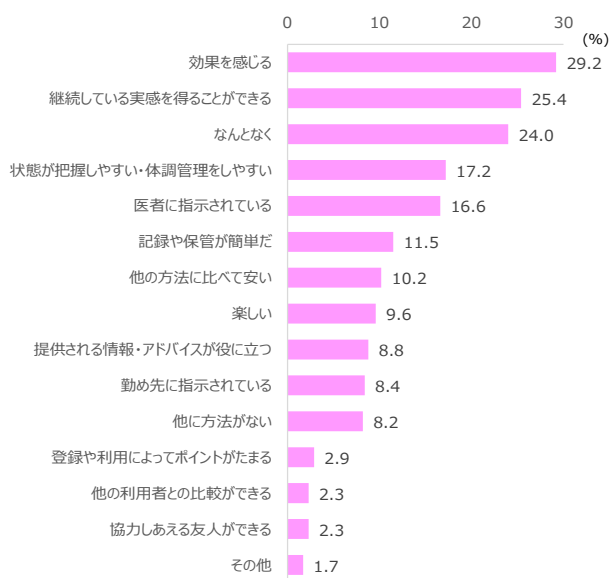
(注意) 全体と差がある数値 ***p<0.01, **p<0.05
(出典) ニッセイ基礎研究所「健康サービスに対する調査」(以下、同じ)

2—継続利用の理由

続いて、もっとも長く継続利用している健康関連のサービスや商品の継続理由を尋ねたところ、全体では、「効果を感じる (29.2%)」が最も高く、次いで「継続している実感を得ることができる (25.4%)」「なんとなく (24.0%)」が続いていた (図表2)。

これらの継続理由は、因子分析によって「利便性」「娯楽性」「実効性」の3種類に分類することができた (図表3)。「利便性」は記録や保管の簡単さや状態の把握・体調管理のしやすさ等サービス利用上の利便性に対する評価を表すもの、「娯楽性」は一緒に協力しあえる友人ができることや楽しさ、ポイントが付与されることなどサービス利用に伴って副次的に生じる娯楽性の高さに対する評価を表すもの、「実効性」はサービス利用の本質的な効果や継続することの価値を実感できることについての評価を表すものと解釈できる。図表2では、上位に実効性、次いで利便性が重視されていた。

図表2 継続利用の理由



図表3 継続利用の分類 (因子分析)

	因子1 利便性	因子2 娯楽性	因子3 実効性	共通性の 推定値
記録や保管が簡単だから	0.821	0.053	-0.006	0.677
状態が把握しやすいから・体調管理をしやすいから	0.380	-0.005	-0.001	0.145
協力しあえる友人ができるから	-0.011	0.355	0.068	0.131
楽しいから	0.036	0.353	0.208	0.169
登録や利用によってポイントがたまるから	-0.026	0.346	-0.067	0.125
他の利用者との比較ができるから	0.018	0.271	0.009	0.074
他の方法に比べて安いから	0.022	0.237	-0.007	0.057
効果を感じるから	-0.101	-0.022	0.484	0.245
継続している実感を得ることができるから	0.081	0.058	0.436	0.200
医者に指示されているから				
動め先に指示されているから				
提供される情報・アドバイスが役に立つから				
他に方法がないから				
なんとなく				
その他				
固有値	1.445	1.330	1.214	
累積寄与率 (%)	16.055	30.836	44.327	

継続理由のうち、いずれの因子に対しても負荷量が低い項目や、複数の因子に高い負荷量を示す項目は最終的な分析からは除外しているため、右表中では数値が記載されていない。

3—1年以上の継続利用への寄与要因

長期間継続利用の継続理由をさぐるため、1年以上の継続利用の有無に対する、7分類のサービス・商品の種類と3種類の継続理由、および費用の寄与を一般化線形モデルで推計した。性別、年齢は調整変数として投入した。

その結果、1年以上の継続利用にプラスに寄与する要素として、利用しているサービス・商品が「サプリメントの利用」であること、継続理由が「実効性」で1年以上継続している傾向があった。サービス・商品と継続理由との交差項をみると、食事療法系は「娯楽性」で、スポーツ施設利用では「利便性」と「実効性」で、それぞれ継続する傾向があった。なお、費用は1年以上継続するかどうかへ影響していなかった。年齢が高いほど継続しており、男性より女性で継続する傾向があった。

図表4 サービスの1年以上の利用継続の有無に対するサービス種類と継続理由の寄与（一般化線形モデル）

	主効果	交互作用	
(切片)	1.047 ****	アプリ・助言サービス * 利便性	-0.132
アプリ・助言サービス	0.186	アプリ・助言サービス * 娯楽性	-0.124
食事療法系	-0.216	アプリ・助言サービス * 実効性	0.004
サプリメント利用	0.236 **	食事療法系 * 利便性	0.090
SAS・運動療法系	-0.249	食事療法系 * 娯楽性	0.404 *
検査サービス	0.076	食事療法系 * 実効性	0.168
スポーツ施設利用	0.614	サプリメント利用 * 利便性	0.112
検診サービス	0.162	サプリメント利用 * 娯楽性	0.101
利便性	-0.056	サプリメント利用 * 実効性	0.143
娯楽性	0.149	SAS・運動療法系 * 利便性	0.196
実効性	0.375 *	SAS・運動療法系 * 娯楽性	-0.164
初期費用	0.000	SAS・運動療法系 * 実効性	-0.203
月間費用	0.000	検査サービス * 利便性	-0.195
性別	-0.215 **	検査サービス * 娯楽性	-0.146
年齢	0.009 ***	検査サービス * 実効性	-0.234
		スポーツ施設利用 * 利便性	3.054 *
		スポーツ施設利用 * 娯楽性	-0.267
		スポーツ施設利用 * 実効性	0.428 *
		検診サービス * 利便性	-0.025
		検診サービス * 娯楽性	-0.143
		検診サービス * 実効性	-0.268
-2log likelihood	-473.76		
AIC	1,019.52		
CAIC	1,256.37		

※数値はβ ****:p<.001 ***:p<.01 **:p<.05 *:p<.1

4—効果継続の実感を与えるサービス

昨今の健康志向ブームの中、健康関連サービスや商品は多く、半数弱の人が何等かのサービス・商品を利用していった。しかし、健康習慣の改善にむけた取り組みが継続できない、他の手段に切り替える等の実態が多く、一つのサービスや商品を継続利用している人は少ない、といったことが聞かれる。

今回の調査では、どういったサービス・商品においても、効果を感じられることや継続している実感を得られることといった「実効性」が継続のためには重要であることが改めて確認できた。サービス・商品との組み合わせでみると、これに加えて、食生活の改善のための料理教室や身体や健康に関する情報提供等の食事療法系では、協力しあえる友人ができる、楽しい、ポイントが貯まるといった「娯楽性」が、また、スポーツ施設利用においては、記録・保管が簡単、状況が把握しやすい等の「利便性」が求められることがわかった。

健康状態の改善には時間を要するため、改善効果を感じる前に利用を中断してしまうケースも多いであろう。それまでの期間において、「娯楽性」や「利便性」の要素にも留意しつつ、いかに飽きさせずに継続の実感を与えることができるかがポイントとなるであろう。

図表5（参考）健康関連サービス・商品の分類（因子分析）結果

回転後の因子行列^a

	因子1 アプリ・助 言サービス	因子2 食事療法 系	因子3 サプリメント 利用	因子4 SAS・運 動療法系	因子5 検査サー ビス	因子6 スポーツ施 設利用	因子7 検診サー ビス	共通性の 推定値
（職場や自治体の健康診断のほか）医療機関等での人間ドックやオプション健診	0.049	0.022	0.058	0.017	0.012	0.026	0.453	0.212
（職場や自治体の健康診断のほか）医療機関等でのがん検診	0.046	0.123	-0.017	0.076	0.001	0.002	0.523	0.296
（むし歯の治療目的以外の）歯科健診やメンテナンス	0.042	0.027	0.225	-0.021	0.099	0.164	0.355	0.217
郵送等による生活習慣病検査	0.083	0.103	0.017	0.077	0.352	0.061	0.012	0.152
郵送等によるがん検査	-0.017	0.093	0.064	0.063	0.603	0.046	0.025	0.384
遺伝子検査	0.041	0.182	0.041	0.005	0.244	0.070	0.029	0.102
体重・体脂肪記録のためのアプリや助言サービス利用	0.792	0.018	-0.023	-0.006	0.088	0.032	-0.031	0.637
血圧記録のためのアプリや助言サービス利用	0.218	0.234	0.002	0.005	0.121	0.059	0.036	0.122
歩数・活動量記録のためのアプリや助言サービス利用	0.358	0.098	0.095	0.263	-0.027	0.040	0.046	0.220
睡眠記録のためのアプリや助言サービス利用	0.243	0.050	0.041	0.725	0.047	-0.006	0.059	0.595
（女性のみ）基礎体温記録のためのアプリや助言サービス利用	0.285	0.017	0.015	0.077	0.008	0.019	0.081	0.094
食事・摂取カロリー記録のためのアプリや助言サービス利用	0.282	0.226	-0.004	0.245	0.154	0.082	0.034	0.222
エアロバイクやルームランナーなどの運動機器の記録のためのアプリ使用・会員登録・健康助言サービス利用	0.078	0.228	-0.012	0.181	0.119	0.185	0.103	0.150
身体や健康に関する情報（有料サイト等）の閲覧・セミナー聴講	0.066	0.361	-0.022	0.074	0.177	0.086	0.033	0.180
専門家・カウンセラーへの相談	0.034	0.240	-0.069	0.163	0.164	0.094	0.112	0.138
ダイエットを目的とする定期的なスポーツ施設利用	0.054	0.079	0.051	0.051	0.097	0.497	0.029	0.272
筋トレ（筋力増強）を目的とする定期的なスポーツ施設利用	0.037	0.054	0.105	0.081	0.050	0.567	0.073	0.351
リハビリを目的とする定期的なスポーツ施設利用	0.009	0.080	0.016	0.277	0.106	0.156	0.007	0.119
食生活改善（特定の疾病対策としての）料理教室	-0.007	0.659	0.064	0.041	0.079	0.029	0.049	0.450
栄養補充のためのサプリメント（医療機関で処方）利用	0.056	0.290	0.242	0.052	0.029	-0.022	0.057	0.153
栄養補充のためのサプリメント（市販品）利用	-0.011	0.011	0.588	0.030	0.006	0.079	0.078	0.359
美容目的でのサプリメント利用	0.038	0.024	0.588	0.007	0.070	0.069	0.036	0.358
固有値	2.881	1.584	1.424	1.256	1.212	1.112	1.061	
累積寄与率（%）	13.097	20.295	26.766	32.477	37.985	43.039	47.859	

因子抽出法：最尤法

回転法：Kaiser の正規化を伴うバリマックス法