

2026 年 7 月 24 日

博報堂生活綜研・上海 「中国生活者の健康意識と行動」に関する研究成果を発表

守りの健康から、心地よく、持続可能で、人とつながるウェルビーイングへ

「自己防衛」の枠を超えて、毎日を楽しみ、無理なく続け、外の世界へと広がる新しい健康のカタチを実践する中国生活者

博報堂の中国におけるシンクタンクである博報堂生活綜研・上海は 7 月 24 日、「生活者の健康意識と行動に関する研究 2026」について、オンライン成果発表会（中国語にて実施）を開催いたします。

中国において「健康」は今や、政策、産業、社会全体が注目する最も重要なテーマのひとつです。AI やスマートデバイスが日常に浸透するにつれ、生活者の健康に対する認識や実践のあり方が大きく変わりつつあります。こうした時代の変化を前に、博報堂生活綜研・上海は、「生活者が健康を求めるのは、健康指標をクリアし、心身に問題がない状態を保つためだけなのか。健康の意義は、すでに『病気にならないための自己防衛』という枠組みを超えているのではないか。」という仮説に基づき調査研究を行いました。

今回の調査では、20～59 歳を対象とした定量調査とデプスインタビュー、さらに「健康情報の収集行動」といった日常の記録データも組み合わせながら、現代の生活者における健康意識と行動の最新の変化を体系的に整理し、その背後にある生活者の欲求を読み解きました。

調査結果からは、直近 1 年で健康への重視度の高まりや、関連支出の増加が確認されたほか、生成 AI が健康知識を得るための主要な情報源になっていることなどが確認されました。また、生活者が健康に求めるものは、もはや「長生きすること」だけではなく、健康な心身で外の世界と前向きに関わり、人生の豊かさを見出すことが新たな目的となっている兆しがうかがえました。本リリースでは定量調査のポイントおよび、今回の研究発表のポイントについて、以下にお知らせいたします。

<定量調査結果概略>

【健康重視度】直近 1 年間で健康意識が高まった生活者は約 9 割

【健康関連支出の状況】健康関連の支出が増加した生活者は 8 割。最も増加したカテゴリは「食事の栄養バランス」

【健康情報の主な取得情報源】情報源の 1 位は AI ツール（47%）、2 位はショート動画（43%）

【今後生成 AI を活用したい健康行動】健康情報・知識収集が 1 位（83%）。40 代以上では、健康商品の推奨や、心身の健康へのサポート意向も高い

【健康で重視する分野の変化】2～3 年前と比較して、直近では性格や環境、交友関係等を重視する人が増加

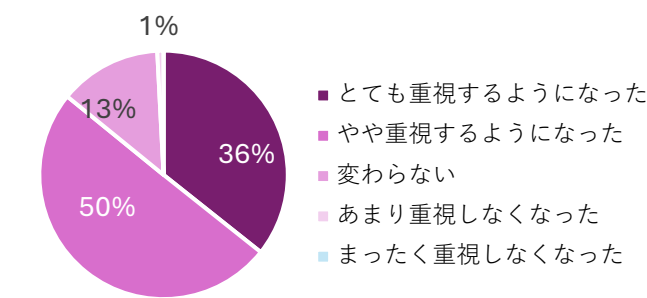
< 定量調査結果詳細 >

■ 生活者の健康重視度と支出の変化

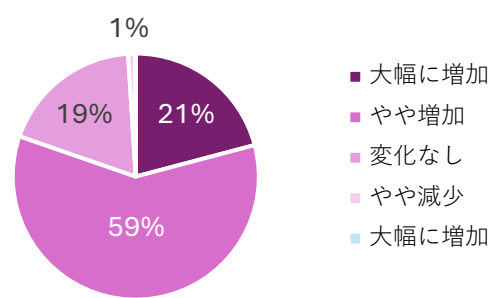
直近 1 年間で健康意識が高まった生活者は約 9 割に上り（データ 1）、この意識変化と連動する形で、健康関連の支出が増加した生活者も 8 割に達しました（データ 2）。健康は、現在の中国生活者にとって「重点投資領域」と言えるでしょう。

具体的な健康支出のカテゴリを見ると、最も増加したのは「食事の栄養バランス」でした。年代別の特徴を見ると、20 代は運動（39%）や美容（22%）への支出でアクティブに自分を磨く一方、30 代では食事（56%）や睡眠（43%）による「疲労リセット」へと関心が移ります。40 代ではサプリメント（51%）や AI（35%）を活用した効率的な「数値管理」が中心となり、50 代は健康情報の学習・収集（32%）を行いながら「無理のない現状維持」を図る傾向が見られます（データ 3）。

< データ 1 > 直近 1 年の健康意識の変化



< データ 2 > 直近 1 年の健康支出増減



< データ 3 > 健康のために支出が増えた項目（紫色塗りは TOTAL 比+5pt 以上、水色塗りは-5pt 以上）

	TOTAL	20代	30代	40代	50代
食事の栄養バランス	49%	45%	56%	52%	43%
サプリメント	41%	30%	45%	51%	40%
睡眠の改善	36%	33%	43%	36%	34%
日常運動	33%	39%	36%	35%	22%
レジャー・ストレス解消	32%	36%	34%	30%	30%
中国式養生	31%	22%	36%	36%	29%
日常のすきま時間ケア	31%	33%	32%	34%	24%
健康診断・先端医療	29%	21%	28%	37%	31%
デジタルヘルスツール	27%	28%	27%	33%	22%
AI健康管理	27%	20%	22%	35%	31%
健康情報の学習・収集	27%	18%	20%	37%	32%
仕事・生活環境の健康	23%	25%	26%	24%	18%
人との交流	19%	20%	21%	19%	17%
メンタルヘルスケア	19%	21%	19%	17%	20%
美容・体型管理	17%	22%	17%	17%	13%
デジタルデトックス	9%	8%	10%	11%	8%

■ 生活者の健康情報の主な取得情報源

現在、AI は生活者が健康情報を取得するための情報源の第 1 位となっています（データ 4）。AI を利用した健康行動は、全体として知識やアドバイスの取得が主な目的ですが、40 代以上では、意思決定そのものに AI を関与させる傾向が強まっています（データ 5）。その背景には、AI が持つ膨大なデータの裏付けに加え、AI の回答がもたらす「安心感」があります。健康不安に直面する生活者は、解決策を求めると同時に、自分の話に耳を傾け、理解してもらうことも期待しているのです。

今回の「関心のある健康情報」に関する調査結果も、同様の傾向を示しています。簡潔で分かりやすく、実践しやすい情報。不安を煽らず、前向きな感覚を伝えるコンテンツ。そして、情緒的な価値や寄り添いを感じさせてくれる情報発信者。こうしたものが、生活者からより好まれる傾向にあります。

<データ 4> 健康情報の主な情報源（紫色塗りは TOTAL 比+5pt 以上、水色塗りは-5pt 以上）

	TOTAL	20代	30代	40代	50代
AIツール（「豆包」「螞蟻阿福」など）	47%	47%	53%	48%	40%
ショート動画プラットフォーム（「抖音」など）	43%	48%	44%	45%	35%
家族、友人、同僚など身近な人からの共有・口コミ	42%	41%	46%	42%	41%
医師や医療機関	35%	36%	33%	33%	37%
WeChat公式アカウントやモーメンツ	32%	31%	35%	30%	33%
小紅書（RED）	27%	35%	36%	23%	14%
ニュース・情報アプリ/ミニプログラム（「今日頭条」など）	26%	21%	23%	31%	29%
薬局・ドラッグストア、健康食品専門店	24%	21%	19%	29%	29%
管理栄養士などの健康分野のプロ	24%	21%	20%	26%	30%
ヘルスケアアプリ/ミニプログラム（「薄荷健康」など）	23%	34%	29%	20%	9%
検索エンジン（Baidu、Googleなど）	21%	27%	22%	22%	15%
動画配信プラットフォーム（「bilibili/B站」など）	20%	29%	26%	17%	9%
EC・ショッピングプラットフォーム（「淘宝」など）	18%	17%	17%	19%	20%
健康関連の書籍、雑誌、新聞	12%	5%	8%	18%	18%
健康関連のチャットグループ（WeChat、QQなど）	12%	3%	3%	19%	23%
テレビ、ラジオ	9%	6%	5%	14%	11%

<データ 5> 今後、生成 AI を活用したい健康行動（紫色塗りは TOTAL 比+5pt 以上、水色塗りは-5pt 以上）

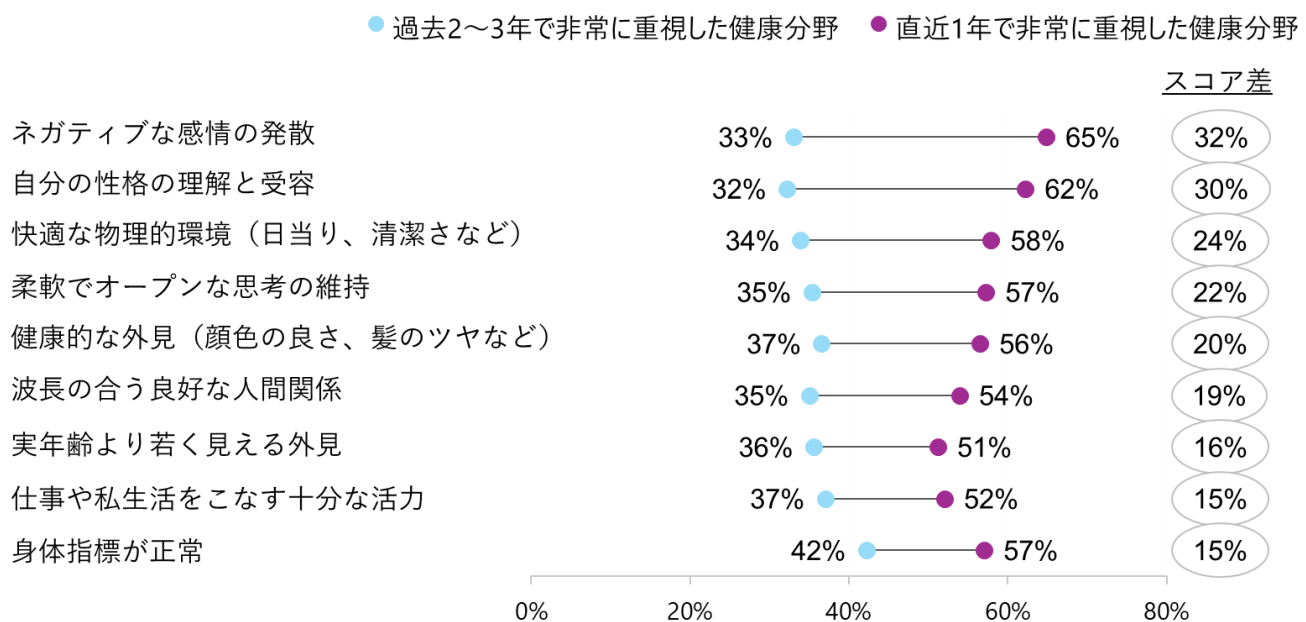
	TOTAL	20代	30代	40代	50代
健康情報・知識の収集	83%	82%	82%	86%	85%
食事プランの提案・調整	79%	79%	76%	81%	81%
健康生活計画の作成・アドバイス	78%	76%	77%	83%	79%
健康商品の口コミ収集・整理	78%	73%	75%	83%	81%
個人健康データの記録・管理	77%	75%	76%	82%	78%
健康商品の製品・ブランド推薦	72%	65%	67%	78%	78%
症状の簡易判断・受診アドバイス	70%	64%	64%	76%	74%
メンタルサポート	65%	60%	58%	70%	72%
健康商品の購入意思決定サポート	64%	56%	57%	69%	73%

博報堂生活総研・上海「健康行動および消費に関する定量調査」（n=1,600）

■ 生活者の健康意識・行動・欲求の変化

これまで生活者が健康において最も重視していたのは「身体的指標」でした。しかし、各健康要素に対して「非常に重視している」と答えた割合を直近1年間と過去2～3年間で比較すると、「性格」、「環境」、「認知」、「容姿」、「交友関係」の増加幅が、「身体的指標」を上回っていることが分かりました。健康の捉え方は、身体や感情といった従来の枠組みを超えて多面的な領域へと広がり、「統合的なセルフマネジメント」へと進化している様子がうかがえます（データ6）。

<データ6> 健康重視分野の変化



博報堂生活総研・上海「健康行動および消費に関する定量調査」（n=1,600）

こうした統合的な思考の下、健康行動のあり方も変化しています。生活者の健康行動は、「無理して耐えるもの」から「心地よく、自分らしく楽しむもの」へと大きく変化しているようです。博報堂生活総研・上海では一連の調査結果を踏まえて、この変化を、具体的に以下の5つの潮流に整理しました。

健康は特別な準備をして身構えるものではなく、食事や日常のスキマ時間に溶け込ませて「楽しむ」ものへと変わっています（変化①）。また、ストイックな制限で自分を縛るのではなく、本能を尊重しながら「適度なゆるさ」で心地よく維持するスタイルが主流になりつつあります（変化②）。

メンタル面においては、感情を外に吐き出して発散するのではなく、何かに没頭したりスローペースで行動したりすることで心を落ち着かせる動きや（変化③）、一時的な気分転換にとどまらず自己修養により「メンタルを根本から作り変える」動きが見られます（変化④）。さらに、一人で黙々と数値を測る「自己完結する健康」から、外見や体型の変化を周囲とシェアして刺激し合う「外へ魅せる健康」へと、健康のあり方自体が外向きになってきています（変化⑤）。

	従来の主流な健康行動	新たな健康行動の兆し	具体的な行動特徴
変化①	身構える健康	楽しむ健康	趣味や毎日の食事、スキマ時間に健康行動を溶け込ませ、ラクに楽しく健康を維持。
変化②	ストイックな制限	適度なゆるさ	悪い習慣を無理に断つのではなく、自分のペースや本能を尊重し、しなやかに心地よく健康を維持。
変化③	感情の足し算	感情の引き算	没頭できること、反復作業、スローペースな行動を通じて感情をリセットし、心の平穏を得る。
変化④	一時的な気分転換	メンタルの根本変革	自己修養を通じて、性格や心のあり方を根本から作り変える。
変化⑤	自己完結する健康	外へ魅せる健康	顔色、体型、エネルギーといった外見や状態を改善し、活力を外に発揮。他者のフィードバックから自分の変化を実感し、さらなる激励へと繋げる。

■ 本研究にあたり実施した調査の概要

① 健康行動および消費に関する定量調査

- ・対象者条件：重大な疾患がなく、健康に対して一定の関心を持つ生活者
- ・調査内容：健康行動、健康指標への関心、健康認知、健康消費などにおける実態を重点的に把握する
- ・対象者数：1,600 名（内訳：男性 800 名、女性 800 名）
- ・対象都市：1 級～4 級都市
- ・対象年齢：20～59 歳
- ・調査時期：2026 年 6 月～7 月

② 健康意識と行動の変化に関するデプスインタビュー

- ・対象者条件：重大な疾患がなく、健康に対して一定の関心を持つ生活者
- ・調査内容：直近 1 年間の健康行動、そのきっかけと影響、健康情報および消費動向を調査し、健康観や行動の変化トレンドを探る。
- ・対象者数：20 名（内訳：男性 7 名、女性 13 名）
- ・対象都市：1 級～3 級都市
- ・対象年齢：20～59 歳
- ・調査時期：2026 年 5 月～6 月

■ 日本語オンラインセミナーのお申し込み、および詳細レポート・追加分析のご案内

博報堂生活総研・上海では本ニュースリリースで公開した内容以外のデータのお問合せや、より踏み込んだ分析レポートの提供および、貴社の課題に合わせた社内勉強会・報告会の実施を受け付けております。お気軽にお問い合わせください。なお、本研究に関する日本語でのオンライン発表会を、8月11日（火）16:00～17:30（日本時間）に開催いたします。ご参加をご希望の方は、博報堂生活総研・上海までお問い合わせください。

メールお問い合わせ先：sei-katsu-sha.info@hakuodo-shzy.cn

■ 博報堂生活総研・上海（Hakuhodo Institute of Life and Living Shanghai）について

博報堂生活総研・上海は、2012年に中国・上海に設立された博報堂グループのシンクタンクです。日本で蓄積してきた生活者研究のノウハウを生かし、中国における企業のマーケティング活動をサポートしていくと同時に、これからの中国の新しい暮らしのあり方を現地で洞察・提言する活動を行っています。

現在の主要業務は、以下の通りです：

- ・生活者の本質的な欲求を洞察し、新しい暮らしのあり方を提言する「生活者“動”察」
- ・自動車、美容などの特定のカテゴリや、若者、富裕層など特定の生活者を分析する「特定テーマ研究」
- ・生活者発想を基盤とした企業のマーケティング活動に対する「コンサルティング」

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 丸山・玉 koho.mail@hakuodo.co.jp