

報道関係各位

平成28年6月23日
株式会社クロス・マーケティング

認知症への不安感はあるものの、対策を取る人は少数 介護意識は女性の方が高い傾向

— 認知症に関する意識・実態調査 —

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:五十嵐 幹)は、全国47都道府県に在住する20~69歳の男女を対象に「認知症に関する意識・実態調査」を実施しました。

■調査背景・目的

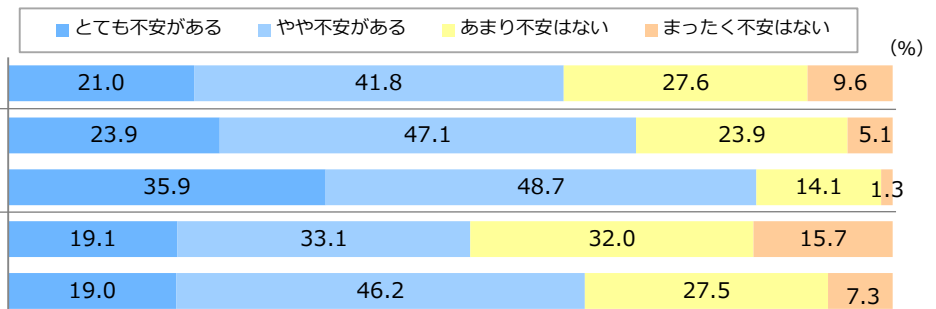
高齢化社会が進行し、介護は今後ますます身近な問題となっていくと見られます。近年、主な介護要因として脳血管疾患や認知症、心疾患が挙げられていますが、なかでも24時間の見守りが必要となる認知症は介護をする家族に非常に大きな負担を強いることがあります。そこで本調査では、認知症に対する不安感の有無や予防対策への意識についてなどを調査し、認知症患者を家族に持つ人との比較を行い、その実態について明らかにしました。

◆自主調査レポートの続きはこちらへ ⇒ <http://www.cross-m.co.jp/report/dm20160623/>

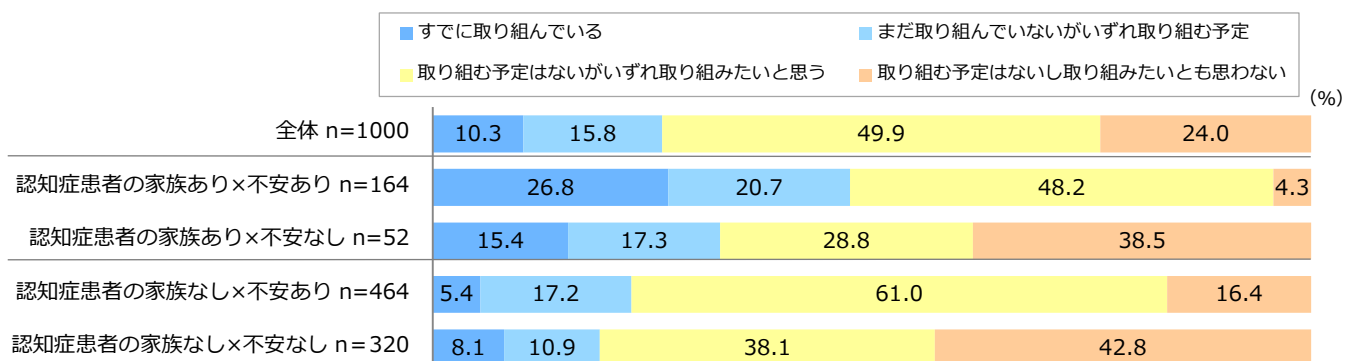
■調査結果 (一部抜粋)

- ✓ 認知症に対する不安感の有無では、全体的に『不安がある・計』(とても不安がある+やや不安がある)と回答した割合が高いが、女性においては【認知症患者の家族なし】でも、『不安がある』が高く、男性よりも女性の方が認知症に対する不安が全体的に大きいことがうかがえる。一方、認知症予防のための対策意識では、認知症患者の家族あり・なしに関わらず、認知症に対して【不安あり】としていても、予防のための対策を【取り組む予定はないがいずれ取り組みたいと思う】【取り組み予定はないし取り組みたいとも思わない】としている人が多く、不安感と対策意識にギャップがみられた <図1-1><図1-2>
- ✓ 今後行いたい予防策では、【経済的負担が大きいことを行いたい】(47.7%)が約半数と最も高い結果に。認知症患者の家族ありとなしを比較すると、【効果やエビデンス(根拠)があることを行いたい】で約13ptも差があり、認知症患者の家族ありとした人は予防策に対して効果や根拠を重視している傾向がうかがえる <図2>
- ✓ 知っている予防策・具体的に取り組みたい予防策のTOP10ランキングでは、全体的に【ウォーキングをする】【人とよく話をする】が多くランクインしている。知っている予防策では、運動系や【日記や手紙、メールなど文章を書く】【計算をする】といった項目の割合が高いが、具体的に取り組みたい予防策では【緑茶を飲む】【チョコレートを食べる】などの食事系の割合が多くなり、知っている予防策と取り組みたい予防策で違いがみられた <図3>

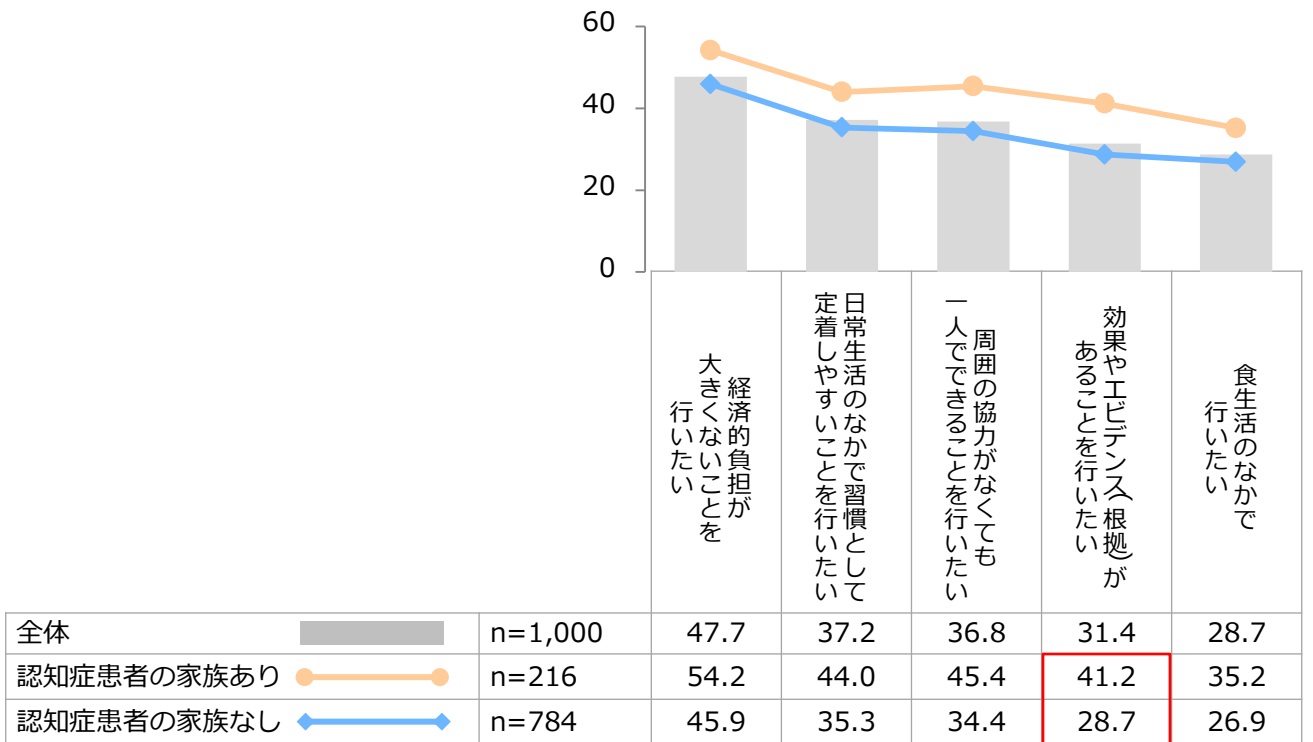
<図1-1> 認知症に対する不安感の有無



<図1-2> 認知症予防のための対策意識



<図2> 今後行いたい予防策（各項目に対して「そう思う」と回答した割合）



(%)

<図3> 知っている予防策・具体的に取り組みたい予防策 TOP10

認知症患者の家族あり n=216				認知症患者の家族なし n=784							
知っている予防策		具体的に取り組みたい予防策		知っている予防策		具体的に取り組みたい予防策					
1	ウォーキングをする	53.7	1	ウォーキングをする	46.3	1	人とよく話をする	46.6	1	ウォーキングをする	41.6
2	人とよく話をする	52.3	2	野菜や果物をとる	44.0	2	ウォーキングをする	41.8	2	新聞や本を読む	34.6
2	新聞や本を読む	52.3	3	新聞や本を読む	41.7	3	新聞や本を読む	40.6	3	野菜や果物をとる	33.4
4	計算をする	45.8	4	納豆や豆腐を食べる	39.8	4	計算をする	38.9	4	納豆や豆腐を食べる	29.8
5	青魚を食べる	44.0	4	緑茶を飲む	39.8	5	青魚を食べる	33.8	5	人とよく話をする	29.2
6	日記や手紙、メールなど文章を書く	40.7	6	計算をする	37.5	6	日記や手紙、メールなど文章を書く	30.0	6	緑茶を飲む	28.2
7	納豆や豆腐を食べる	39.4	7	青魚を食べる	37.0	7	ゲームをする	29.7	7	青魚を食べる	27.9
8	野菜や果物をとる	36.1	8	チョコレートを食べる	35.6	8	納豆や豆腐を食べる	28.4	8	チョコレートを食べる	27.0
9	同時に複数の物事を進める（ながら動作）	34.3	9	人とよく話をする	30.1	9	野菜や果物をとる	26.8	9	新しいことにチャレンジする	25.9
10	ゲームをする／緑茶を飲む	33.3	9	新しいことにチャレンジする	30.1	10	同時に複数の物事を進める（ながら動作）	24.5	9	昼寝をする	25.9

(%)

■調査内容

- 属性設問(性別・年齢・居住地・職業・家族構成／同居の有無)
- 現在の生活に関する不安の有無(SA)／その内容(MA)
- 認知症患者の家族の有無(MA)
- 非同居者で認知症患者の家族の世話をしている人(SA)
- 認知症患者の家族について(SA)
- 家族以外の認知症患者と接した経験の有無(MA)
- 将来について不安に感じる頻度(SA)
- 将来の生活の中で不安に感じること(SA)
- 認知症になることへの不安(SA)／恐怖心の有無(SA)
- 認知症予防策の取り組み状況(SA)
- 認知症予防策で今まで取り組んだことのある内容(MA)
- 認知症予防策で取り組んでいること(MA)
- 認知症予防策を行わない理由(MA)
- 認知症予防策で取り組んでみたいもの(MA)／行いたいこと(SA)
- 取り組みやすい認知症予防策(SA)
- 認知症予防策について感じること(SA)
- 認知症予防に関する情報源(MA)
- 認知症患者の家族に対して心配していること(SA)
- 認知症患者の家族が行方不明・迷子になった経験(SA)
- 認知症患者の家族が行方不明・迷子になった時の解決方法(MA)
- 認知症患者の家族が行方不明・迷子にならない予防策(MA)
- 家族が認知症になったことでの生活の変化

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ
調査地域 : 全国47都道府県
調査対象 : 20～69歳の男女
調査期間 : 2016年6月7日(火)～2016年6月8日(水)
有効回答数 : 1,000サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
設立 : 2003年4月1日
代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆
広報担当 : 東海林(しょうじ) TEL : 03-6859-2252 FAX : 03-6859-2275
E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

◀引用・転載時のクレジット表記のお願い▶
本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
◀例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」