

世界メンタルヘルスデー 2023

グローバルアドバイザー調査

2023年10月

GAME CHANGERS



ヘッドライン



リンクをクリックすると調査結果にジャンプします。



メンタルヘルスケア不足

**医療制度は心の健康に関して
十分でないと見られている**

78%が心の健康は体の健康と同じくらい重要だと考えている一方で、[自国の医療制度が両者を同等に扱っていると答えたのは、世界全体ではわずか34%](#)に過ぎない。

医療制度が心の健康よりも体の健康を優先していると答えた人の割合が39%と多かった。この調査で、心の健康が体の健康と同じように扱われているという回答が多かったのは、スイスと並んでアジア諸国だけだった。一方メキシコでは、国の医療が心の健康と体の健康を同等に扱っていると答えたのはわずか22%だった。



心の健康より体の健康

**人々は心の健康よりも
体の健康についてより考える**

31か国で58%が自分の心の健康についてよく考えると答え、[71%が体の健康についてよく考えると答えている。](#)

人々が自分の心の健康について最も考えている国を見ると、上位6か国のうち5か国がラテンアメリカ地域である：ブラジル(75%)、コロンビア(72%)、アルゼンチン(71%)、ペルー(69%)、チリ(68%)である。これに南アフリカ(75%)が加わる。

まとめ： 主要統計



78%

が心の健康と体の健康は同じくらい重要だと考えているが、



自国の医療制度がそのような扱いをしていると考えているのは**34%**に過ぎない。



58%

が自分の**心の健康**についてよく考えると答えている。



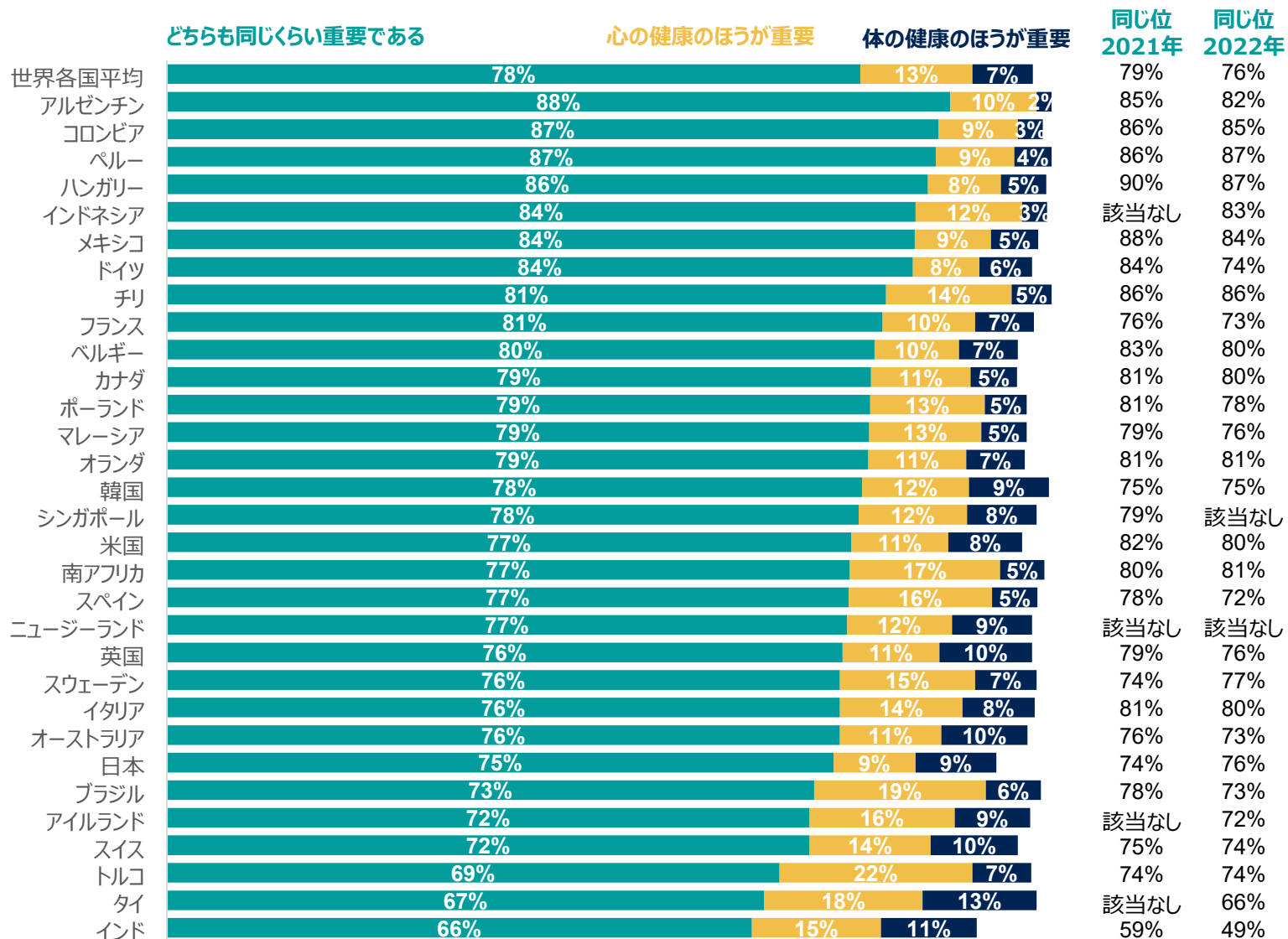
71%

が自分の**体の健康**についてよく考えると答えている。

31か国のほぼ5人に4人が、心の健康は体の健康と同じくらい重要だと答えています。特にアルゼンチン、コロンビア、ペルーのラテンアメリカ3か国がそう回答しています。

国別データ

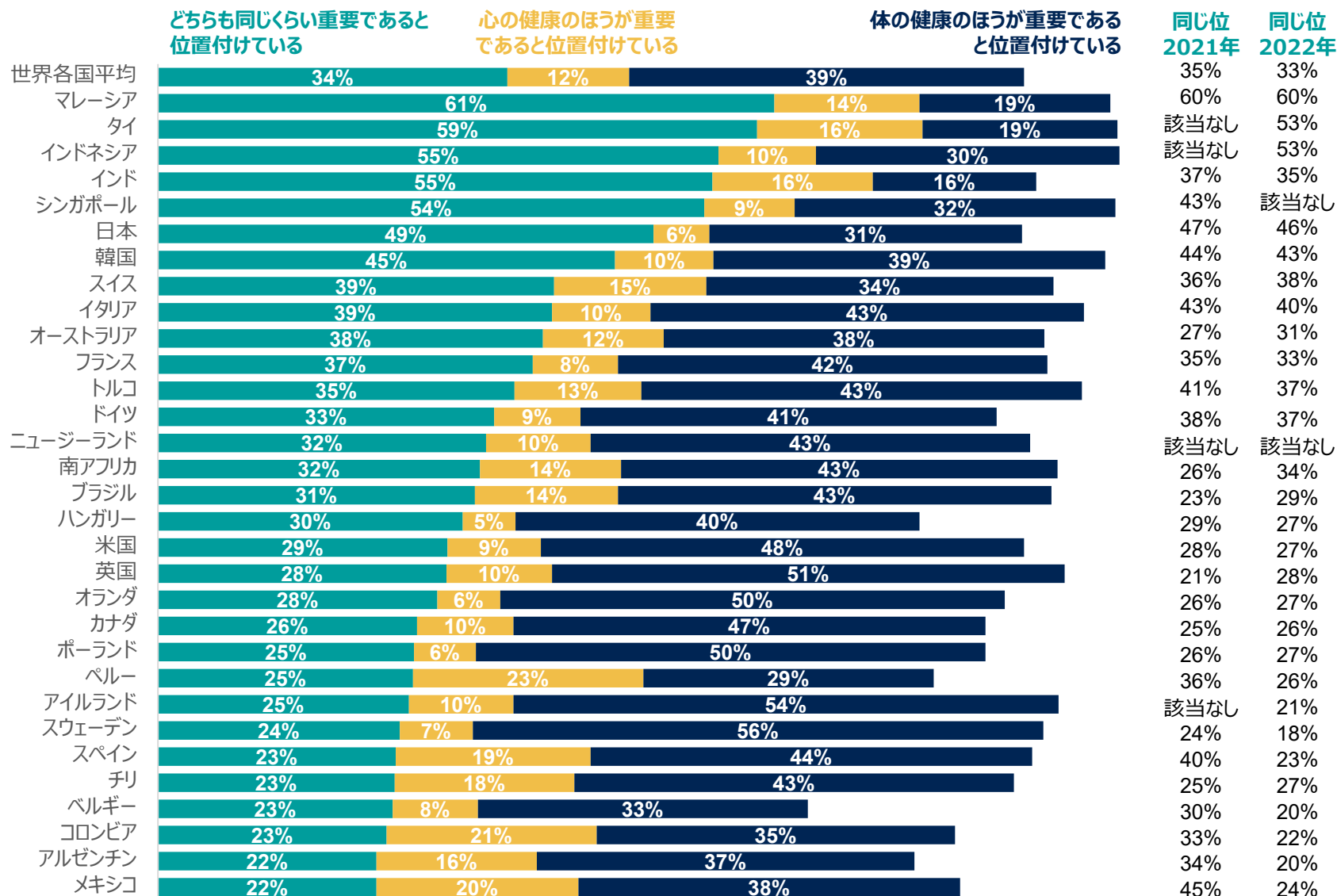
Q：ご自身の健康に関して、心の健康と体の健康はどちらが重要だと思いますか。



大多数が心の健康は体の健康と同じくらい重要だと答えていますが、多くの国ではそれが自国の医療制度に反映されていないと考えています。ラテンアメリカ諸国では、同等に扱われていると考える割合が最も低い傾向にあります。

国別データ

Q：現在の医療制度では、心の健康と体の健康の重要性をどのように位置付けていると感じますか。

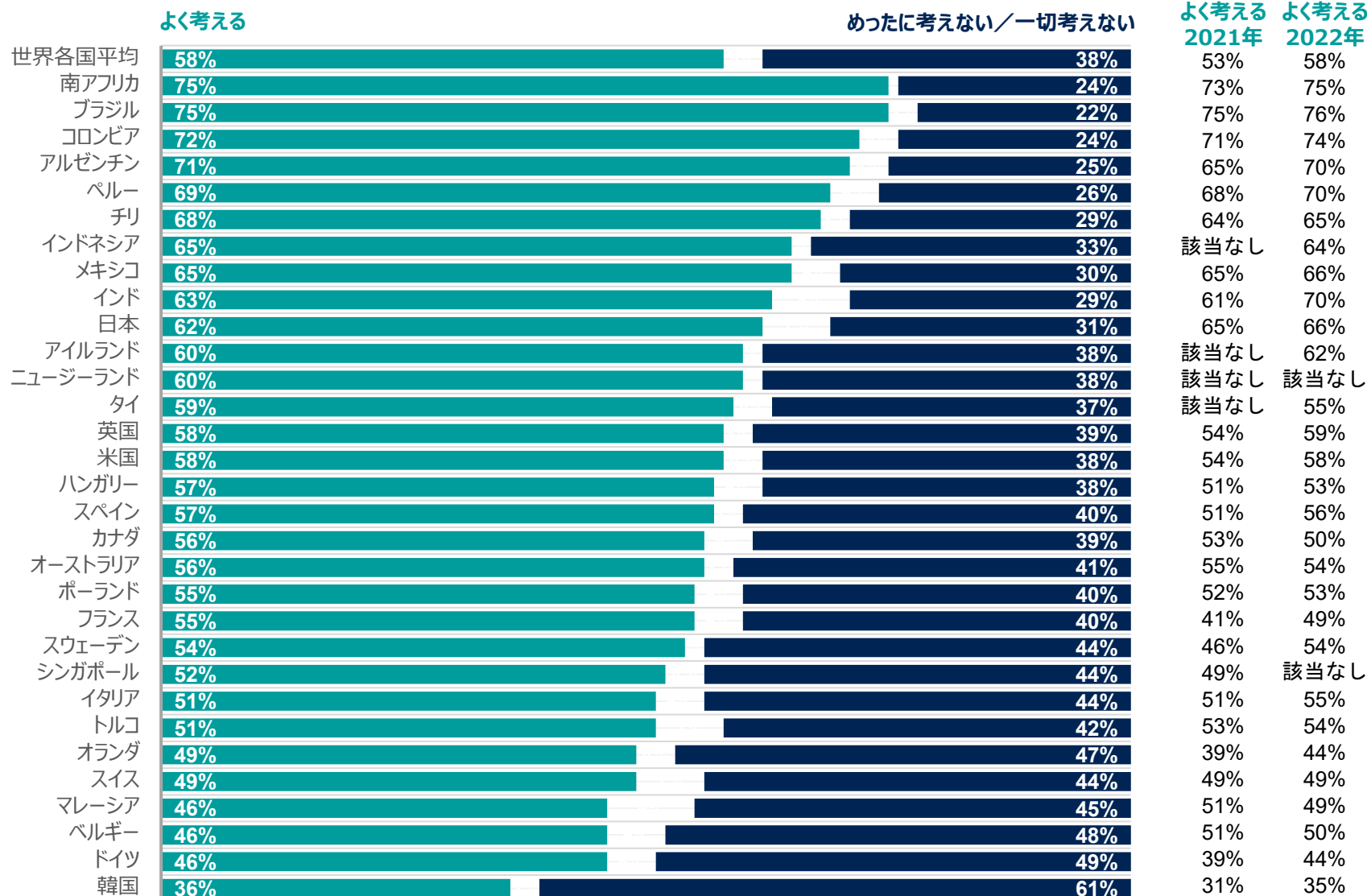


58%が自分の心の健康状態についてよく考えると答えています。南アフリカとブラジルで最も高く回答されています。一方、韓国は、自分の心の健康状態についてあまり考えないと答える人が多い唯一の国という結果になりました。

国別データ

Q：あなたは以下のことについてどのくらい考えていますか。

自分の心の健康状態
(精神的な健康)

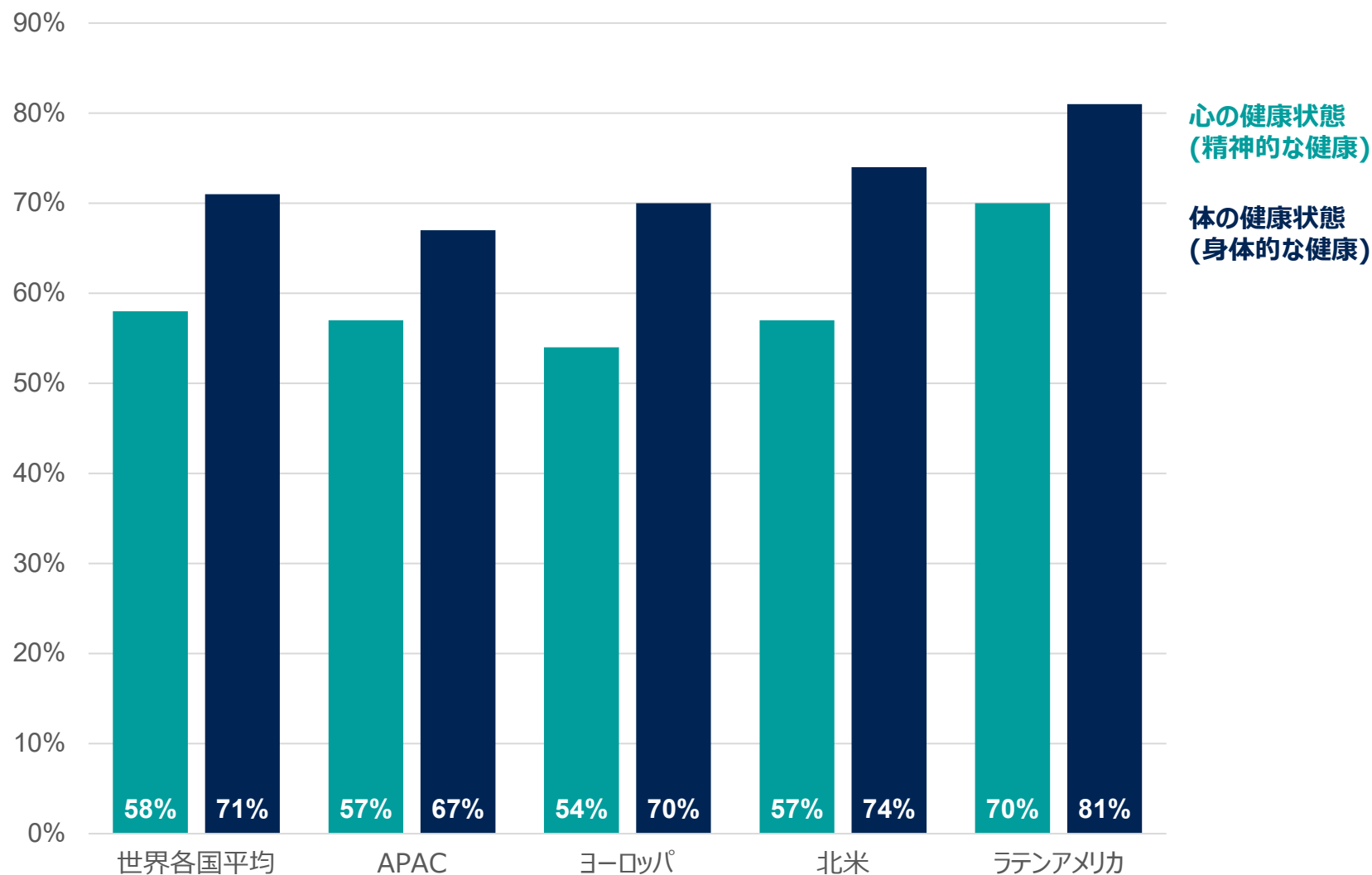


ラテンアメリカの人々は、他の地域の人々よりも心と体の健康について考えているようです。31か国平均の58%に比べ、ラテンアメリカ地域では70%が自分の心の健康状態についてよく考えると答えています。

地域データ

Q：あなたは以下のことについてどのくらい考えていますか。

よく考える(%)



若者は、年配の人たちよりも自分の心の健康について考えているようです。

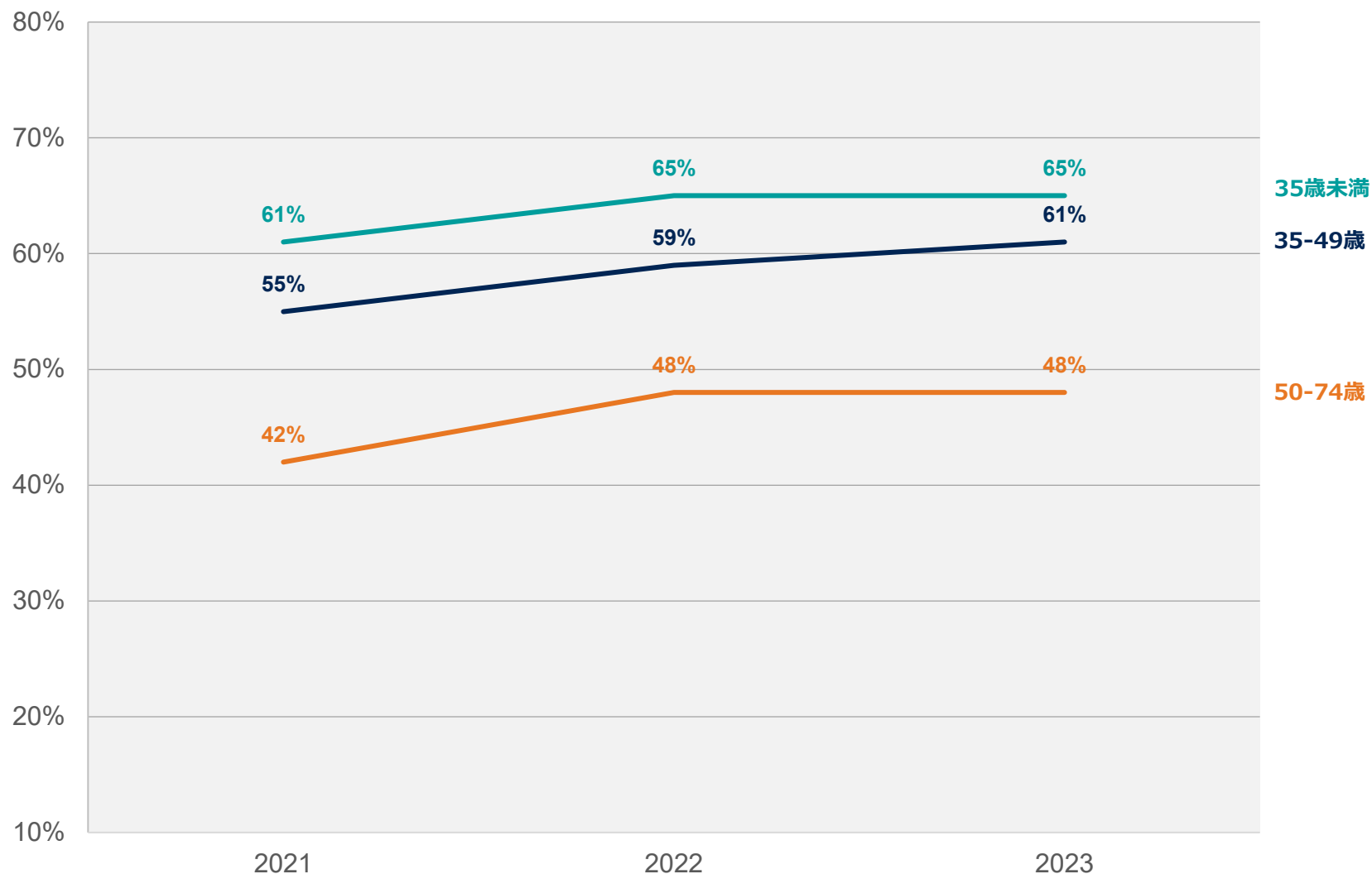
すべての年齢層が2021年よりも心の健康状態について考えるようになっていますが、過去1年では大きな変化はありません。

年齢層別データ

Q：あなたは以下のことについてどのくらい考えていますか。

自分の心の健康状態
(精神的な健康)

よく考える(%)

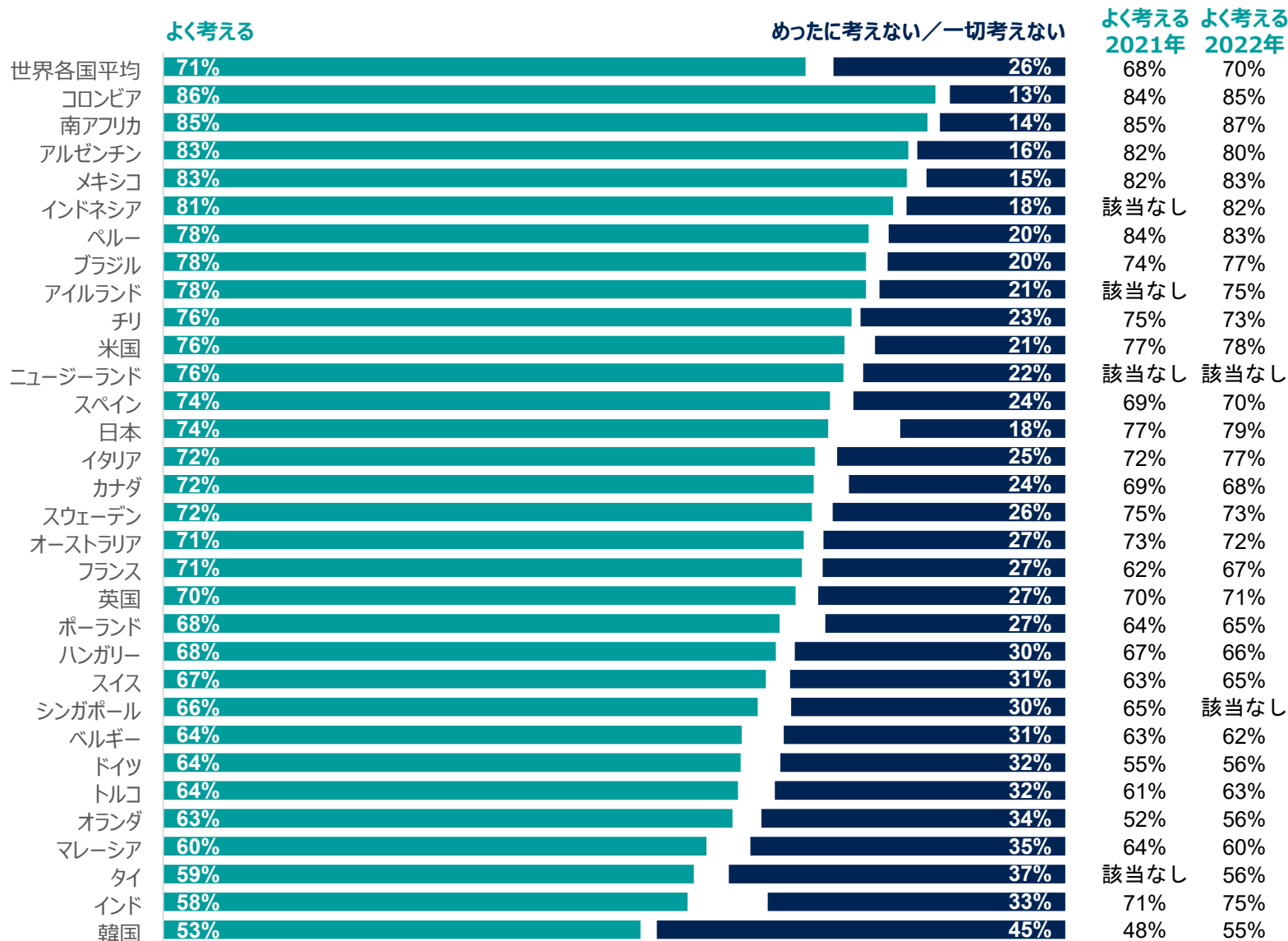


31か国にて、心の健康に比べて、体の健康について考える傾向が高い結果となりました。71%が自分の体の健康についてよく考え、と答えています（心の健康についてよく考えるのは58%）。

国別データ

Q：あなたは以下のことについてどのくらい考えていますか。

自分の体の健康状態
(身体的な健康)





調査方法

このレポートは、イプソスがオンライン調査プラットフォーム「Global Advisor」と、インドではプラットフォーム「IndiaBus」で、2023年7月21日(金)から8月4日(金)にかけて実施した31か国の調査結果である。今回の調査では、インドの18歳以上、カナダ、アイルランド、マレーシア、ニュージーランド、南アフリカ、トルコ、米国の18～74歳、タイの20～74歳、インドネシアとシンガポールの21～74歳、その他の国の16～74歳の成人計23,274人に調査を行った。

サンプル数は、オーストラリア、ブラジル、カナダ、フランス、ドイツ、英国、イタリア、日本、ニュージーランド、シンガポール、スペイン、米国で約1,000人、アルゼンチン、ベルギー、チリ、コロンビア、ハンガリー、インドネシア、アイルランド、マレーシア、メキシコ、オランダ、ペルー、ポーランド、南アフリカ、韓国、スウェーデン、スイス、タイ、トルコで約500人となっている。

インドのサンプル数は約2,200人で、そのうち約1,800人が対面調査、約400人がオンライン調査となっている。

アルゼンチン、オーストラリア、ベルギー、カナダ、フランス、ドイツ、英国、ハンガリー、イタリア、日本、オランダ、ニュージーランド、ポーランド、韓国、スペイン、スウェーデン、スイス、米国のサンプルは、その国の75歳未満の一般成人人口を代表しているとみなすことができる。

ブラジル、チリ、コロンビア、インドネシア、アイルランド、マレーシア、メキシコ、ペルー、シンガポール、南アフリカ、タイ、トルコのサンプルは、一般人口に比べて、より都会に住み、教育水準が高く、裕福である。これらの国の調査結果は、より「コネクテッド」な層の意見を反映していると思われる。

インドのサンプルは、社会経済クラスA、B、Cと、国内の4つのゾーンにまたがる都市階級ティア1～3という、都市人口の大きなサブセットを代表している。

データは、各国のサンプル構成が最新の国勢調査データによる成人人口の人口動態を最もよく反映するように重み付けされている。

「世界各国平均」は、調査が実施されたすべての国・市場の平均値を反映している。各国・各市場の人口規模に合わせて調整されておらず、総合的な結果を示すものではない。

パーセンテージの合計が100にならない場合、または「差」が実際の計算結果よりも±1%ポイント程度大きくまたは小さく見える場合は、四捨五入、複数回答、「わからない」または未回答が除外されている可能性がある。

イプソスのオンライン世論調査の精度は、1,000人の世論調査の精度を±3.5%ポイント、500人場合は±5.0%ポイントの信頼区間を用いて計算されている。イプソスを使用する信頼区間に関する詳細は、イプソスのウェブサイトを参照のこと。

本調査結果の公表は現地の規則に従う。

ABOUT IPSOS

Ipsos is the third largest market research company in the world, present in 90 countries and employing more than 18,000 people.

Our research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. We serve more than 5000 clients across the world with 75 business solutions.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com



GAME CHANGERS

In our world of rapid change, the need of reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, countries and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder.

Ultimately, success comes down to a simple truth:

You act better when you are sure.

“**Game Changers**” – our tagline – summarises our ambition to help our clients to navigate more easily our deeply changing world.

