

## 調査結果概要

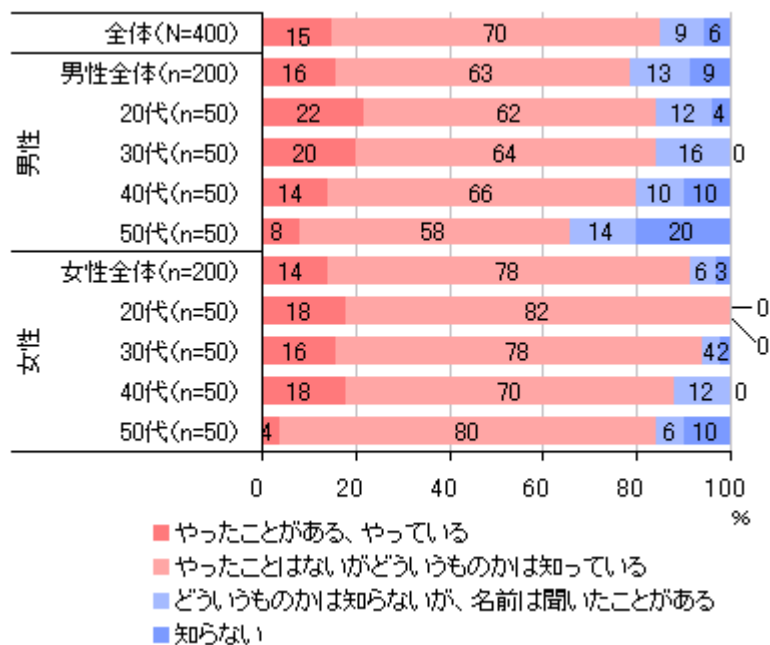
### 「ピリーズブートキャンプ」認知率:男性 79%、女性 92%

「ピリーズブートキャンプ」を「やったことがある、やっている」のは全体の 15%。「やったことはないがどういうものかは知っている」の 70%を足した認知率は、85%にのぼった。また、若い層程認知率が高い傾向にあった。

男女別では、男性 79%、女性 92%と女性の認知率が高く、20代女性で100%、30代女性94%、40代女性88%、50代女性 84%という結果になった。

「ピリーズブートキャンプ」経験者に、始めたきっかけを自由回答形式で聞くと、「テレビで話題になっていたから(専業主婦、20代女性)」「妻が始めたから(会社員、50代男性)」「友人にすすめられたから(無職、40代女性)」といった周囲のブームに乗ったという声が多かった。また、「ダイエット、運動不足解消のため(会社員、30代女性)」「筋肉をつけて人に見せられる体になりたかったから(学生、20代男性)」といった効果に対する期待も挙がっていた。

Q:あなたは、「ピリーズブートキャンプ」をご存知ですか？ [SA]



## 調査概要

調査方法	インターネットによるクローズド調査	
調査対象者	ヤフー・バリュー・インサイトのアンケートパネル、20歳～59歳のインターネットユーザー	
調査期間	2007年7月27～28日(2日間)	
集計回答人数	400人(男性50%、女性50%)	
設問項目	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ダイエット経験の有無</li> <li>2. ダイエットの目的</li> <li>3. 最近2～3年の間に実行したダイエット</li> <li>4. 最近2～3年の間に実行したダイエットの方法別満足度</li> <li>5. 最近2～3年の間におこない、現在も続けているダイエット、その理由</li> <li>6. 最近2～3年の間におこなったダイエットで効果を実感したとき</li> <li>7. 最近2～3年の間におこなったが、現在は続けないダイエット、その理由</li> <li>8. 今後ダイエットをする際に重視したいこと</li> <li>9. 今後のダイエットで重視する項目</li> <li>10. ダイエットに関する情報の入手経路</li> </ol>	<p>以下、「ビリーズブートキャンプ」についての設問</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>11. 認知率</li> <li>12. 認知のきっかけ</li> <li>13. 始めたきっかけ</li> <li>14. 進捗状況</li> <li>15. おこなっている時の気持ち</li> <li>16. 効果の実感度</li> <li>17. おこなった後のダイエットに対する考え方の変化の有無</li> <li>18. 今後の継続意向</li> <li>19. 今後の利用意向</li> <li>20. 魅力を感じるポイント</li> <li>21. エクササイズ以外で魅力を感じるポイント</li> </ol> <p>こちらから調査画面がご覧になれます <a href="http://c-news.jp/Qsheet/070806billy_s1.htm">http://c-news.jp/Qsheet/070806billy_s1.htm</a></p>

本リリースは、上記設問項目の中から抜粋して作成しています。

詳細に関しては、右記までお問い合わせください。お問い合わせ先: [info@c-news.jp](mailto:info@c-news.jp)

調査結果データの販売もしております。

【販売価格】 全体集計 : ¥50,000      全体集計+ローデータ : ¥100,000

## 生活者情報マーケティングデータサービス「C-NEWS」について

C-NEWSとは、インターネットという社会インフラを最大限に活用し、市民(Citizen)、消費者(Consumer)といった側面から、生活者の声をタイムリーかつ立体的に社会や企業に伝える、従来にないメディアです。「なぜ、その商品はヒットしたのか?」「活発な消費行動を示す消費者層はどんなプロファイルで、何をどう買っているのか?」C-NEWSはインターネットリサーチの独自性を活かし、こうした疑問に答えるためのデータを提供すると共に、生活者に向けてマーケティング活動を展開する企業や組織に常に新鮮な「視点」や「仮説」を提供します。

### ダイエットに関するその他調査のご案内

- 【ライフスタイル】ダイエット:自分を「太っていると思う」45%、実際は30% 情報源は「テレビ番組」最多
- 【ライフスタイル】スポーツ:観戦は「野球」「サッカー」、参加は「ウォーキング」「水泳」が人気
- 【ライフスタイル】食育:06年と認知度変わらず 「太らないように」88%が意識、実践

## ヤフーバリューインサイト株式会社について

ヤフーバリューインサイト株式会社は、2007年7月1日に(株)インフォプラントと(株)インタースコープが合併し、設立されました。これまで両社が蓄積していったインターネットリサーチノウハウを有効的に活用し、インターネットリサーチ市場において質・量ともにナンバーワンを目指してまいります。

「市場の生活者ニーズを捉え、マーケティング課題を解決し、企業の成長に貢献する価値を提供すること」それが私たちの使命です。リーディングカンパニーとしての実績を誇るマーケティングリサーチを主軸に、データ解析、コンサルティング、生活者情報の配信など、企業のマーケティング活動をワンストップでサポートします。

- 会社名 : ヤフーバリューインサイト株式会社 <http://www.yahoo-vi.co.jp/>  
 所在地 : 東京都中野区中央 1-38-1 住友中野坂上ビル 1F  
 TEL: 03-3367-1967(代表) FAX:03-3367-1961  
 新会社発足日 : 2007年7月1日  
 資本金 : 7億円  
 代表者 : 代表取締役社長 田部 信(たなべ しん)  
 事業内容 : ・マーケティングリサーチ事業  
 ・データ解析事業  
 ・マーケティングコンサルティング事業  
 ・生活者情報データ・コンテンツ事業 [C-NEWS] <http://c-news.jp/>  
 ・メディアサポート事業 [media park] <https://user.mediapark.jp/>  
 所属団体 : ・社団法人日本マーケティング・リサーチ協会(JMRA)  
 ・社団法人日本マーケティング協会(JMA)  
 ・ESOMAR(ヨーロッパ世論・市場調査協会)  
 ・応用統計学会  
 ・社団法人情報処理学会  
 ・日本行動計量学会  
 ・日本消費者行動研究学会

【別紙】

**「ピリーズブートキャンプ」認知率:男性 79%、女性 92%**

「ピリーズブートキャンプ」を「やったことがある、やっている」のは全体の 15%。「やったことはないがどういうものかは知っている」の 70%を足した認知率は、85%にのぼった。また、若い層程認知率が高い傾向にあった。

男女別では、男性 79%、女性 92%と女性の認知率が高く、20代女性で100%、30代女性94%、40代女性88%、50代女性84%という結果になった。

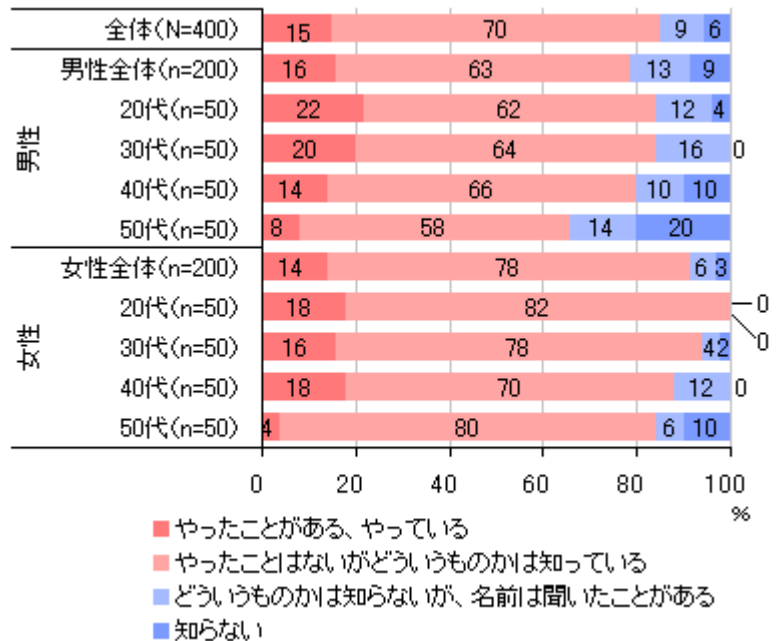
「ピリーズブートキャンプ」経験者に、始めたきっかけを自由回答形式で聞くと、「テレビで話題になっていたから(専業主婦、20代女性)」「妻が始めたから(会社員、50代男性)」「友人にすすめられたから(無職、40代女性)」といった周囲のブームに乗ったという声が多かった。また、「ダイエット、運動不足解消のため(会社員、30代女性)」「筋肉をつけて人に見せられる体になりたかったから(学生、20代男性)」といった効果に対する期待も挙がっていた。

**経験者の 48%がダイエット効果を実感**

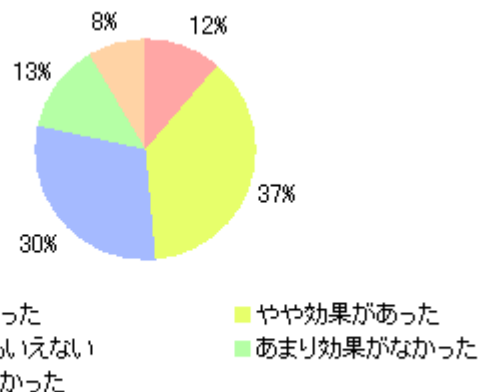
「ピリーズブートキャンプ」を少しでも利用経験がある 60 名にダイエット効果をたずねると、「効果があった」12%、「やや効果があった」37%となった。

また、実際に「ピリーズブートキャンプ」をやっているときの気持ちを自由回答形式で聞いたところ、「辛いけど楽しいハイな気分になる(会社員、40代男性)」「次の日に筋肉痛になるが、効果を期待できそうでとても楽しい(専業主婦、30代、女性)」「ハードでつらいが達成感がある(会社員、20代女性)」といった声が目立った。

Q:あなたは、「ピリーズブートキャンプ」をご存知ですか？[SA]



Q:あなたは、「ピリーズブートキャンプ」をやってみて、実際に体が引き締まったり、体重が減ったりするなど、ダイエット効果がありましたか？[SA]



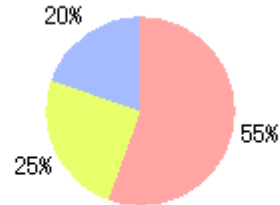
※「ピリーズブートキャンプ」をやったことがある人ベース(n=60)

### 経験者の利用継続意向は55%

利用経験者に今後の利用意向を聞くと55%が「続けたいと思う」と回答し、継続利用意向を示した。

理由(自由回答形式)としては、「嫁さんが続ける限り負けれない(会社員、40代)」といった家族で取り組むことでの脱落抑止効果がうかがえたほか、「つらいけど、運動不足を解消するにはうってつけだと思う(会社員、30代男性)」「とても楽しかったし 続ければ効果が出そうだから(パート・アルバイト・40代女性)」という効果に対する期待が目立った。

Q:あなたは、今後も「ピリーズブートキャンプ」を続けたいと思いますか？ [SA]



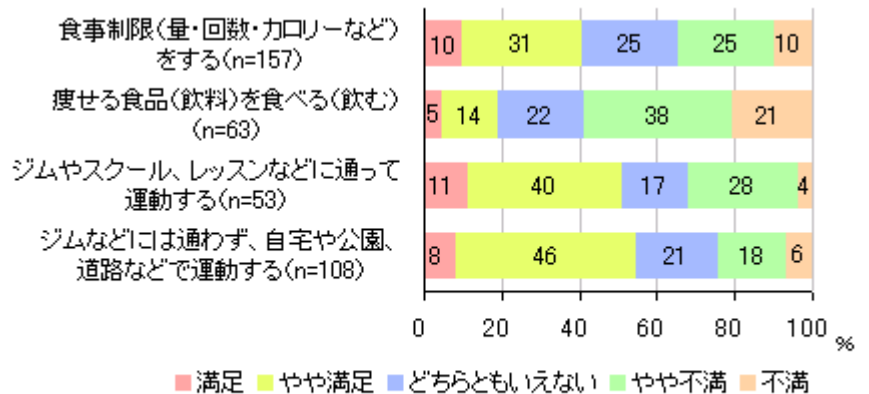
■ 続けたいと思う ■ どちらともいえない ■ 続けたいと思わない  
※「ピリーズブートキャンプ」をやったことがある人ベース(n=60)

### 満足度の高いダイエット方法は「運動」

最近2~3年の間に行ったダイエット方法別の満足度を聞いたところ、「満足」「やや満足」を合わせた満足度は、「ジムなどには通わず、自宅や公園、道路などで運動する」が54%、「ジムやスクール、レッスンなどに通って運動する」が51%で運動が上位に並んだ。

最近2~3年の間に行ったダイエット方法のトップだった「食事制限(量・回数・カロリーなど)をする」が満足度では41%で3位となった。

Q:あなたは、最近2~3年程の間に行ったダイエット方法に、どの程度満足していますか？ それぞれお答えください。 [MA]



■ 満足 ■ やや満足 ■ どちらともいえない ■ やや不満 ■ 不満  
※最近2~3年程の間に、ダイエットを行ったことのある人ベース

**今後のダイエットは「効果があること」「自由な時間にできること」**

今後ダイエットをする際に重視するポイントは、「効果があること」がトップで48%。続いて「自由な時間にできること」が45%、「お金がかからないこと」が38%、「楽しみながらできること」が29%、「ひとりでできること」が27%。

これからのダイエット手法には、「お金」と「効果」という“費用対効果”が求められるほか、自分の意志でいつでもどこでも取り組める“自由度”や“楽しさ”などが求められているようだ。

「ピリーズブートキャンプ」は、話題性の高さやプログラムの新しさから楽しく運動ができ、さらに自宅で気楽にできるという自由度をあわせ持った商品でもある。このような特徴が生活者の求めるダイエット方法ともマッチしていたため、ヒット商品になったと考えられるだろう。

Q:今後ダイエットをする際に、あなたが重視したいことを3つまでお選びください。[MA]

今後ダイエットをする際に、重視したいこと		
1位	効果があること	48%
2位	自由な時間にできること	45%
3位	お金がかからないこと	38%
4位	楽しみながらできること	29%
5位	ひとりでできること	27%
6位	短期間で効果が出ること	24%
7位	体を動かすタイプのものであること	19%
8位	長い期間をかけてじっくりやるものであること	14%
9位	そろえなくてはいけないものが少ないこと	13%
10位	自由な場所でできること	12%

※今後をやってみたいダイエットがある人ベース(n=285)