

「健康と食生活に関する調査」結果の速報

普段の食事と睡眠が健康の元！

株式会社日本能率協会総合研究所（代表取締役社長：榮 武男 本社：東京都港区）の運営する情報提供サービス機関マーケティング・データ・バンク（MDB）は、首都圏に在住する15～69歳の男女個人を対象に、「健康と食生活に関する調査」を実施いたしました。本調査は、食生活における健康を意識した行動を明らかにするため、健康と食に関する意識全般、生活習慣病について、ダイエットについて、体調について、食生活について、栄養素や健康食品素材について、総合的な調査を実施し、その結果、下記のような実態が明らかになりましたので、ご報告いたします。

(http://www.jmar.co.jp/MDB/hot_anq/hotanq24.html)

男女とも加齢とともに「普段の食事」を大切に、

女性30代で目立つ「サプリメント」と「出したい」意識

女性30代は、「サプリメントで補う」「普段の食事を工夫」が共に約5割、「溜まったものを出したい」が27%と各年代中最も高い。「普段の食事を工夫」は40代で急増、さらに60代で85%に。男性は、60代になると「普段の食事を工夫」が6割を超える。

生活習慣病予防の行動は、食と眠りの日常的な心がけ

サプリメントを利用したり、病院へ行く段階の人も

「普段の食事の中で気をつかう」人が51%、「健康にいい食品を食べる」人が37%。「休息・安眠への心がけ」も48%、「サプリメント・健康食品」「お茶や飲料」「トクホ」といった“サプリ”領域の食品を利用する人も多い。「医療機関や処方薬」を利用している治療の必要な段階の人も13%に達する。

美容と女性特有の症状に、「カルシウム」「鉄」に加え、

「大豆イソフラボン」「コラーゲン」「コエンザイムQ10」が特に女性に高人気

摂取意向のトップは「カルシウム」で、女性の84%、男性の67%が積極的に摂りたい。男女差が最も大きいのは「コラーゲン」で、男性20%に対し女性は53%と差は30ポイント以上。続いて「大豆イソフラボン」の24ポイント差、「鉄」の22ポイント差、「コエンザイムQ10」の18ポイント差。

【調査概要】

- ・ 調査対象 : 首都圏在住の15～69歳の男女個人
- ・ 調査方法 : 日本能率協会総合研究所「J-FAXリサーチ」システム利用によるFAX調査
- ・ 有効回収数 : 1,026人(発送数1,400人、有効回収率73.3%)
- ・ 調査実施日 : 2005年9月29日(木)～10月4日(火)

本件の連絡先

株式会社日本能率協会総合研究所 マーケティング・データ・バンク
「生活者HOTアンケート」事務局 担当：土井

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-4-2 東銀ビル9F

TEL:03-6212-9135 FAX:03-6212-9132 E-mail:haruko_doi@jmar.co.jp

男女とも加齢とともに「普段の食事」を大切に、 女性30代で目立つ「サプリメント」と「出したい」意識

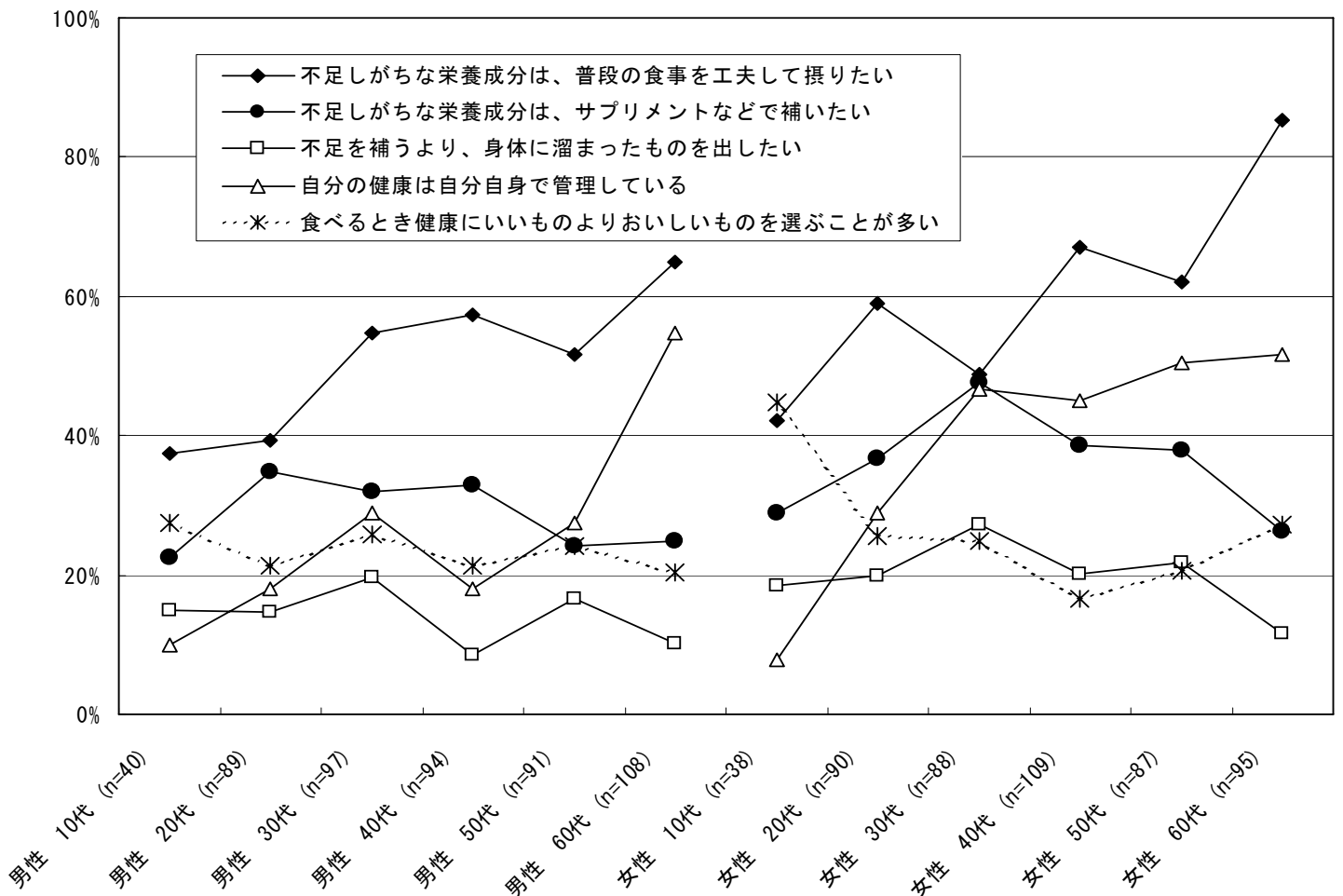
健康と食に関する様々な意識について、あてはまるものを選んでもらいました。男女別に年代による比較をしたのが下のグラフです。

男女で比較すると、ほとんどの項目で、女性の方が健康意識の高いことがわかります。

女性は、10代では「健康にいいものよりおいしいもの」が最も高い一方、「自分自身で健康管理」が最も低く、女性の中では健康意識がまだまだ育っていません。20代から30代にかけて、「自分自身で健康管理」「サプリメントで補う」「普段の食事を工夫」が増加していき、健康意識の高まりが見えます。特に女性30代は、「サプリメントで補う」が各年代中最も高く、「普段の食事を工夫」と同程度の約5割に達しており、また「溜まったものを出したい」という今話題のデトックス意識も27%と最も高いという特徴があります。40代になると、「普段の食事を工夫」が急増して「サプリメントで補う」と30ポイント差になります。60代に向けて、さらに、「普段の食事を工夫」が85%に急増、「自分自身で健康管理」も増加します。女性は、年と比例して健康意識が高くなる傾向が顕著でした。

男性は、「サプリメント」に頼る意識は、20代で最も高く、30代・40代働き盛りのあまり時間の無い年代まで続きます。また、30代になると、「普段の食事を工夫」「自分自身で健康管理」の意識が高まりをみせますが、40代・50代では停滞・減少傾向で、日常の健康管理まで思うようにできないようです。それが、60代になると、「自分自身で健康管理」が急増して女性のほとんどの年代よりも高くなります。また、「普段の食事を工夫」も6割を超え、リタイアと共に健康に気づかう様子が見えてきます。

図表1 健康と食に関する意識の年代比較(MA)



生活習慣病予防の行動は、食と眠りの日常的な心がけ サプリメントを利用したり、病院へ行く段階の人も

今の健康ブームは、主に、“怖い生活習慣病” “楽にダイエット” “身体の不調や機能の衰え” という3つのテーマに支えられているようです。この「生活習慣病予防」「体型」「体調」という3つの健康目的別に、実際にどのような行動を行っているのか聞いてみました。

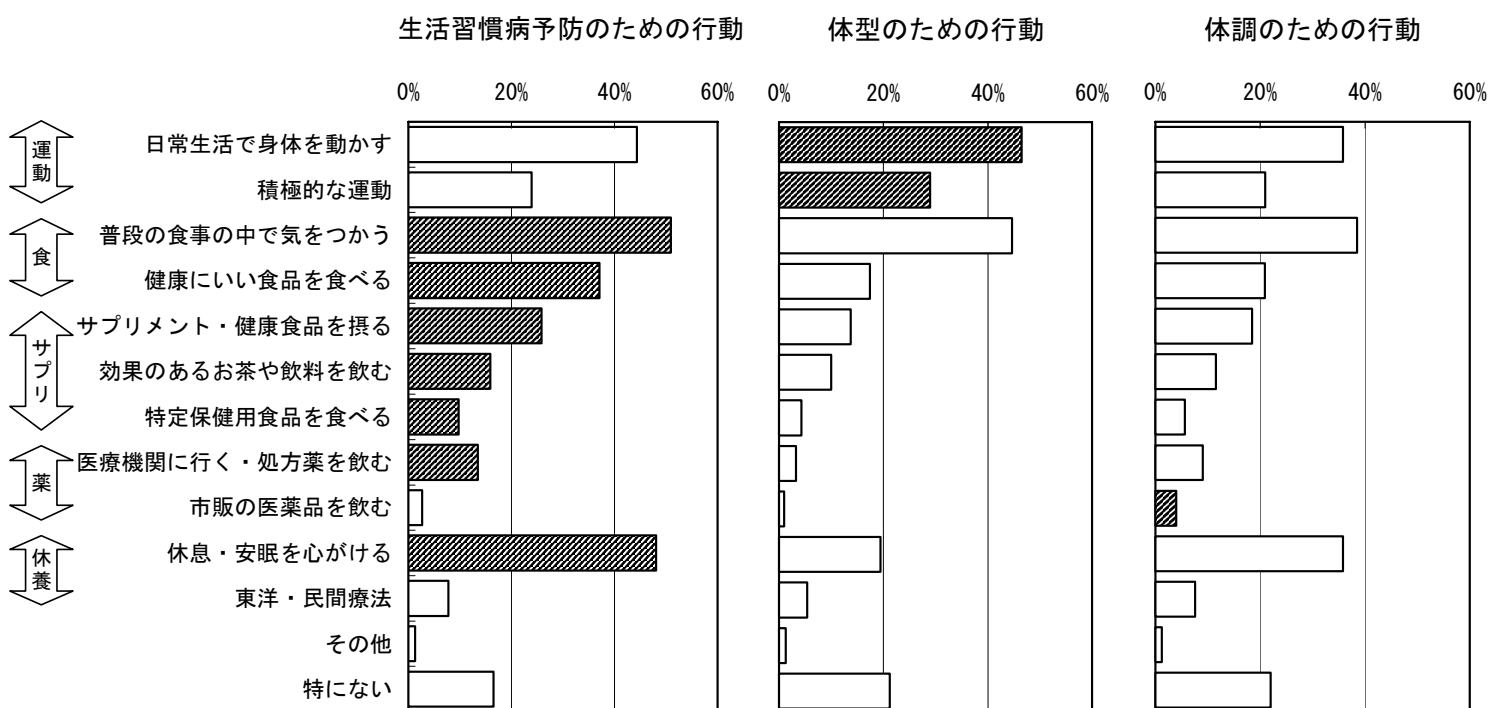
全体では、「生活習慣病予防」「体型」「体調」いずれのためにおいても、「日常生活で身体を動かす」「普段の食事の中で気をつかう」「休息・安眠を心がける」の3項目が突出しています。健康のためには、日頃から身体を動かし、食事に気をつかい、よく寝ること、とすることができます。

生活習慣病予防のための行動は、全項目中7項目が他の目的と比べて多く、一番行動を実行に移しやすい健康目的でした。特に“食”領域の行動では、「普段の食事の中で気をつかう」人が51%と半数を超え、同時に「健康にいい食品を食べる」人が37%と、食事の内容にも気をつけています。「休息・安眠への心がけ」も48%と他の目的と比べて最も多く、「サプリメント・健康食品」「お茶や飲料」「トクホ」といった“サブリ”領域の食品を利用する人も最も多くなっています。また、「医療機関や処方薬」を利用しているという予防というより治療の必要な段階の人も13%に達しています。

体型のための行動は、「日常生活で身体を動かす」人が46%、「積極的な運動」をしている人が29%と、“運動”領域の行動が多いのが特徴です。同時に、「普段の食事の中で気をつかう」人も45%と高く、“運動と食事”でダイエットとすることができます。

体調を整えるためには、「普段の食事」「日常生活で身体を動かす」「休息・安眠を心がける」の3項目が多い行動ですが、どれも4割に達しません。目的別に比較すると、少数ながら、「市販の医薬品」を挙げた人が最も多く、「東洋・民間療法(ヨガ・気功・針灸マッサージ・整体等)」も生活習慣病予防とほぼ同等というのが目立ちます。

図表2 健康目的別の行動の違い(MA)



※ 斜線は各行動を健康目的別に比較したときに一番多かった項目

美容と女性特有の症状に、「カルシウム」「鉄」に加え、 「大豆イソフラボン」「コラーゲン」 「コエンザイムQ10」が特に女性に高人気

104項目の栄養素や成分について選択肢を挙げ、今後積極的に摂りたいと思っているという摂取意向を聞きました。上位12項目を男女別にみたものが下のグラフです。

トップは「カルシウム」で、女性の84%、男性の67%が積極的に摂りたいと答え、全体でも75%に達します。次いで「ビタミンC」(女性68%、男性55%)、「食物繊維」(女性66%、男性53%)の順でした。

いずれの項目においても女性が男性を上回り、健康に対する関心の高さがうかがえます。

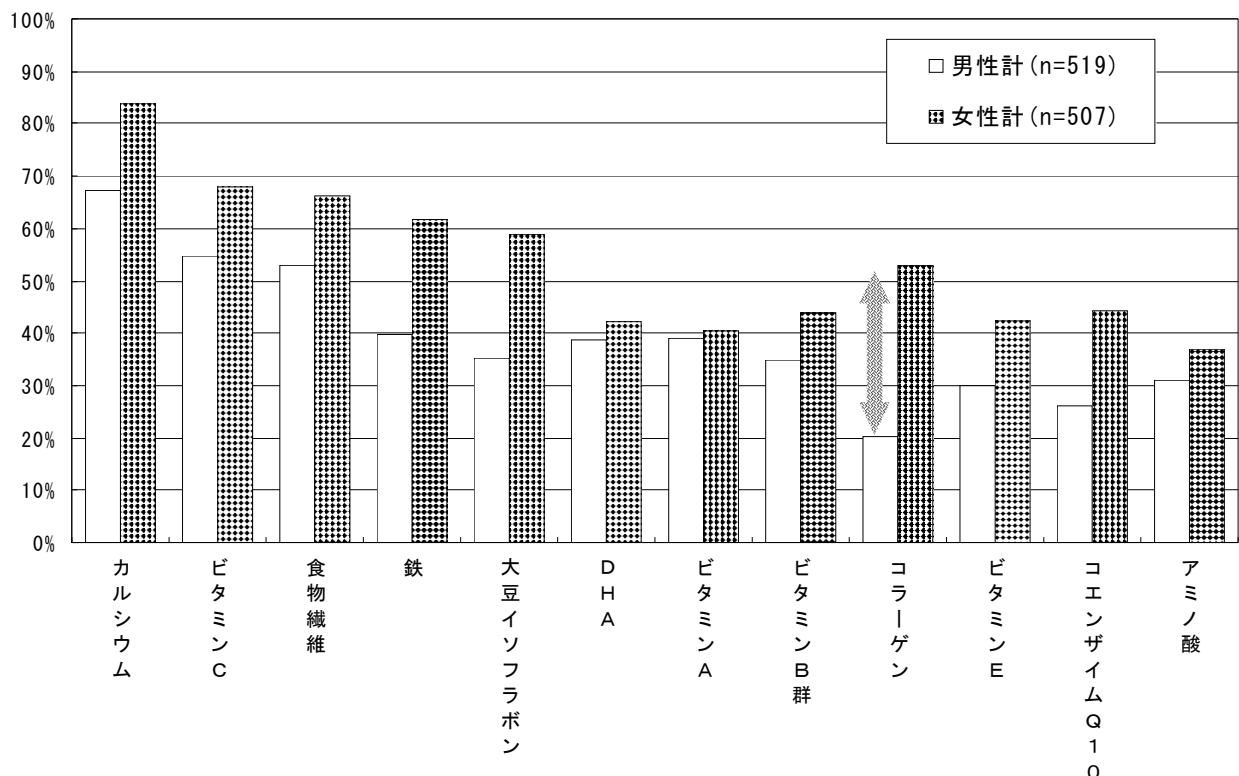
トップ3の「カルシウム」「ビタミンC」「食物繊維」は、いずれも男女差は10ポイント強程度と、大きな差はありません。

次いで女性は、「鉄」「大豆イソフラボン」「コラーゲン」「コエンザイムQ10」と続き、いずれも男女差の大きな栄養素でした。男女差が最も大きいのは「コラーゲン」で、男性20%に対し女性は53%と、その差は30ポイント以上です。続いて「大豆イソフラボン」の24ポイント差、「鉄」の22ポイント差、「コエンザイムQ10」の18ポイント差でした。

男性のトップ3以下は「鉄」「ビタミンA」「DHA」の順、男女差が少ないのは「ビタミンA」「DHA」「アミノ酸」でした。

元々、特に女性に必要な栄養素と言われていた「カルシウム」や「鉄」に加え、美肌のための「コラーゲン」は化粧品などでなじみ深いようです。さらに「大豆イソフラボン」や「コエンザイムQ10」のように最近話題の栄養素も、更年期やアンチエイジングのためと、女性の方が敏感なようです。

図表3 栄養素の摂取意向の男女差(MA)



「健康と食生活に関する調査」は、食生活における健康を意識した行動を明らかにするため、首都圏在住の15～69歳の男女個人を対象に、下記項目について調査を企画・実施いたしました。

- 健康と食に関する意識全般
- 生活習慣病について
- ダイエットについて
- 体調について
- 食生活について
- 栄養素や健康食品素材について

【調査購入のご案内】

本調査は、弊社自主企画による調査に複数企業にご参加いただく方式で実施し、以下のアウトプット一式を提供いたします。

- ・購入費用：定価 400,000 円(税込 420,000 円) / M D B メンバー価格 360,000 円(税込 378,000 円)
- ・調査のアウトプット
 - (1) 調査報告書：A4 判・87 ページ・2005 年 11 月発行
 - (2) 集計結果表：A4 判・2 分冊 737 ページ・2005 年 10 月発行
 - (3) 集計データ (CD-ROM)：クロス集計、ローデータ、他

本調査の報告書はご購入いただいた企業以外は入手できません。また、データのご利用は社内に限らせていただきます。

本調査は、健康マーケティングのための基本データです。今回はその中から、「健康と食に関する意識の年代比較」「健康目的別の行動の違い」「栄養素の摂取意向の男女差」に焦点を当てて結果の速報を報告しております。

(http://www.jmar.co.jp/MDB/hot_anq/hotanq24.html)

【マーケティング・データ・バンクとは】

マーケティング・データ・バンクは、社団法人日本能率協会グループのシンクタンク、株式会社日本能率協会総合研究所（社長：榮 武男 本社：東京都港区）が運営する、国内最大級のメンバー制ビジネス情報提供サービス機関です (<http://www.jmar.co.jp/MDB/>)

開設以来 36 年以上、日本を代表する様々な業種の企業約 2,000 社の企画 / 調査 / 営業 / 技術部門の方々にご利用いただいております。官庁統計、公開調査資料、業界紙、各種民間企業発表資料など約 15 万点の蔵書を有し、独自の検索システムを構築いたしております。

各種業界事情に通じ検索手法をマスターしたスタッフにより、さまざまなビジネスデータを提供することが可能です。

電話 1 本で必要な情報を入手できるシステムとして、年間約 12 万件のお問い合わせに的確、迅速に対応し、情報収集のパートナーとして高い評価をいただいております。

本件の連絡先

株式会社日本能率協会総合研究所 マーケティング・データ・バンク
「生活者 H O T アンケート」事務局 担当：土井

〒100-0005 東京都千代田区丸の内 1-4-2 東銀ビル 9F
TEL:03-6212-9135 FAX:03-6212-9132 E-mail:haruko_doi@jmar.co.jp

本件引用の際は、お手数ですが、上記あて掲載紙をご送付ください。