

「健康ニーズ基本調査 2016」結果の速報

— 基本的な食生活重視の意識が回復、“プチブーム”の食材に期待 —

株式会社日本能率協会総合研究所（代表取締役社長：加藤文昭 本社：東京都港区）は、2016年10月に、首都圏在住の15～79歳の男女個人を対象に、『健康ニーズ基本調査 2016』を実施いたしました。本調査は、1998年から継続的に実施している、一般男女の健康に対するニーズを明らかにする総合的な調査です。01年～07年頃の健康ブームの時代と比較すると、消費者全体としては健康意識や購買意欲が低下しているのが実態ですが、16年は回復傾向の項目がいくつか現れ、詳しくみると、各属性に特徴的な健康意識、活発な消費行動が明らかになりました。本リリースではその一部をご紹介します。
(http://www.jmar.biz/report/life/16_health.html)

◆「バランスのよい食事」を実行する人が増加中、

シニアほど気づかひが増え、女性70代は8割近く。

「朝食は必ず食べる」「バランスのよい食事」「乳製品を食べる」「緑黄色野菜を食べる」「肉を食べる」は5年間で増加傾向、特に「バランスのよい食事」は15～16年で8ポイント増加した。

◆“ベジ・ファースト”は手軽なダイエット法として定着。

“糖質”制限よりも、女性50代はお菓子を、男性50代は主食を節制。

「夜遅く食べない」「野菜を最初に食べる」「腹八分目」が3割以上、「野菜を最初に食べる」は女性50代で最も高い。女性50代で「甘いもの」、男性50代で「炭水化物」の節制が目立つ。

◆健康志向食品は15年の増加が16年には14年以前の水準に、

男性60・70代では何かしら定期摂取する人が拡大中。

何らかの健康志向食品摂取は54%。12年～14年は55%前後、15年は60%に増加、16年は元の水準に戻った。そのような中、男性60代・70代は12年から13ポイント以上増加。

◆「血液サラサラ」が気になる健康キーワードとして再注目、

女性70代が最も高く、男女とも20代&シニアが増加を牽引。

12年から15年で微減が続いて35%前後だったが、15年から16年で11ポイントの増加。女性70代は22ポイント増と最も大きく、男女とも20代・50代・60代で10ポイント以上の増加。

◆多様な“プチブーム”、健康のために食べる食品・飲料が増加。

「チョコレート」「はちみつ」増加、「甘酒」「チアシード」にも注目。

「チョコレート」は20%から26%へ6ポイント増。「チョコレート」「はちみつ」は16年で一気に増加。「甘酒」は1割未満ながら1年で倍増、「チアシード」は6%に過ぎないが2倍以上。

【調査概要】

- ・調査対象：首都圏在住の15～79歳の男女個人
- ・調査方法：日本能率協会総合研究所「モニターリサーチ・システム」利用によるFAX調査
- ・有効回収数：1,280人(発送数1,800人、有効回収率71.1%)
- ・調査実施日：2016年9月28日(水)～10月4日(火)

《本件についてのお問い合わせ先》

株式会社日本能率協会総合研究所 消費者研究部 担当：土井
〒100-0004 東京都千代田区大手町2-2-1 新大手町ビル2階
TEL:03-6202-1287 FAX:03-6202-1294 E-mail:info_mlmc@jmar.co.jp

◆ 「バランスのよい食事」を実行する人が増加中、

シニアほど気づかひが増え、女性 70 代は 8 割近く。

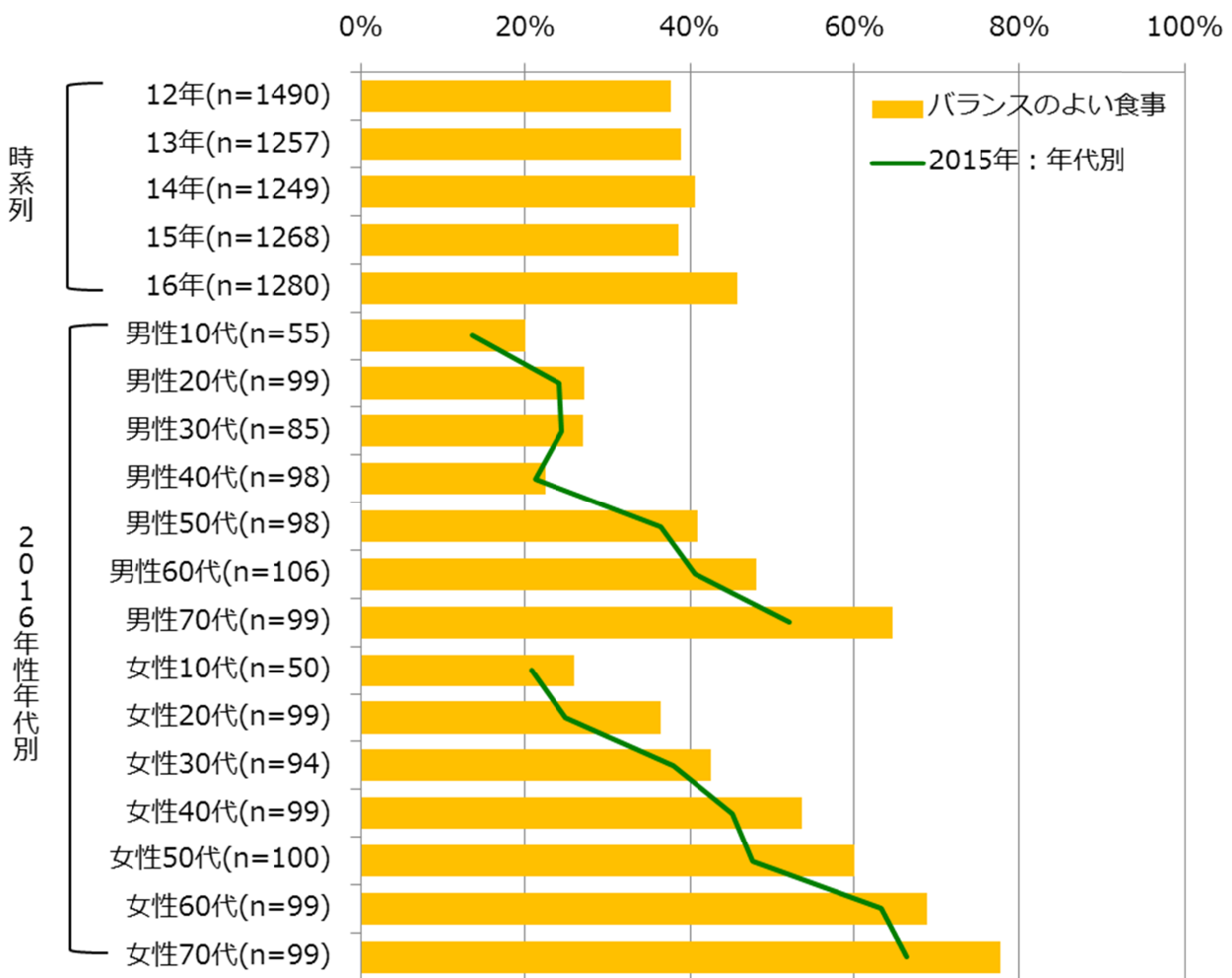
食生活で実行していることについて、33 の選択肢を挙げて聞きました。

ベスト 3 は 1 位が「朝食は必ず食べる」64%、2 位「三食欠かさない」3 位「野菜を多く食べる」がともに 5 割台となっており、次いで 4 位が「バランスのよい食事」46%でした。

時系列でみると、「朝食は必ず食べる」「バランスのよい食事」「乳製品を食べる」「緑黄色野菜を食べる」「肉を食べる」の 5 項目は 12 年～16 年の 5 年間で 4 ポイント以上増加していました。特に「バランスのよい食事」は 12 年～15 年で約 4 割と同水準でしたが、15 年～16 年で 8 ポイント増と一気に増加しました。

「バランスのよい食事」を年代別にみると、男性は 10 代～40 代で 2 割台と低水準ですが、50 代で 4 割を超え、60 代で 5 割弱、70 代で 6 割を超えます。女性は 10 代でも 4 人に 1 人と同年代の男性より多くなっていますが、年代が上がるとともに実行する人がほぼ正比例で増加し、70 代では 8 割近くに達します。15 年と比較すると、男性 70 代・女性 20 代・50 代・70 代は 10 ポイント以上増加しました。この 5 年間でみると、女性 70 代は 24 ポイントの大幅増、50 代では 14 ポイントの増加でした。男女とも、高齢になるほど食事のバランスに気をつけており、この 5 年でその意識はさらに高まっているといえます。

図表 1 食生活で実行していること『バランスのよい食事』(MA)



◆“ベジ・ファースト”は手軽なダイエット法として定着。

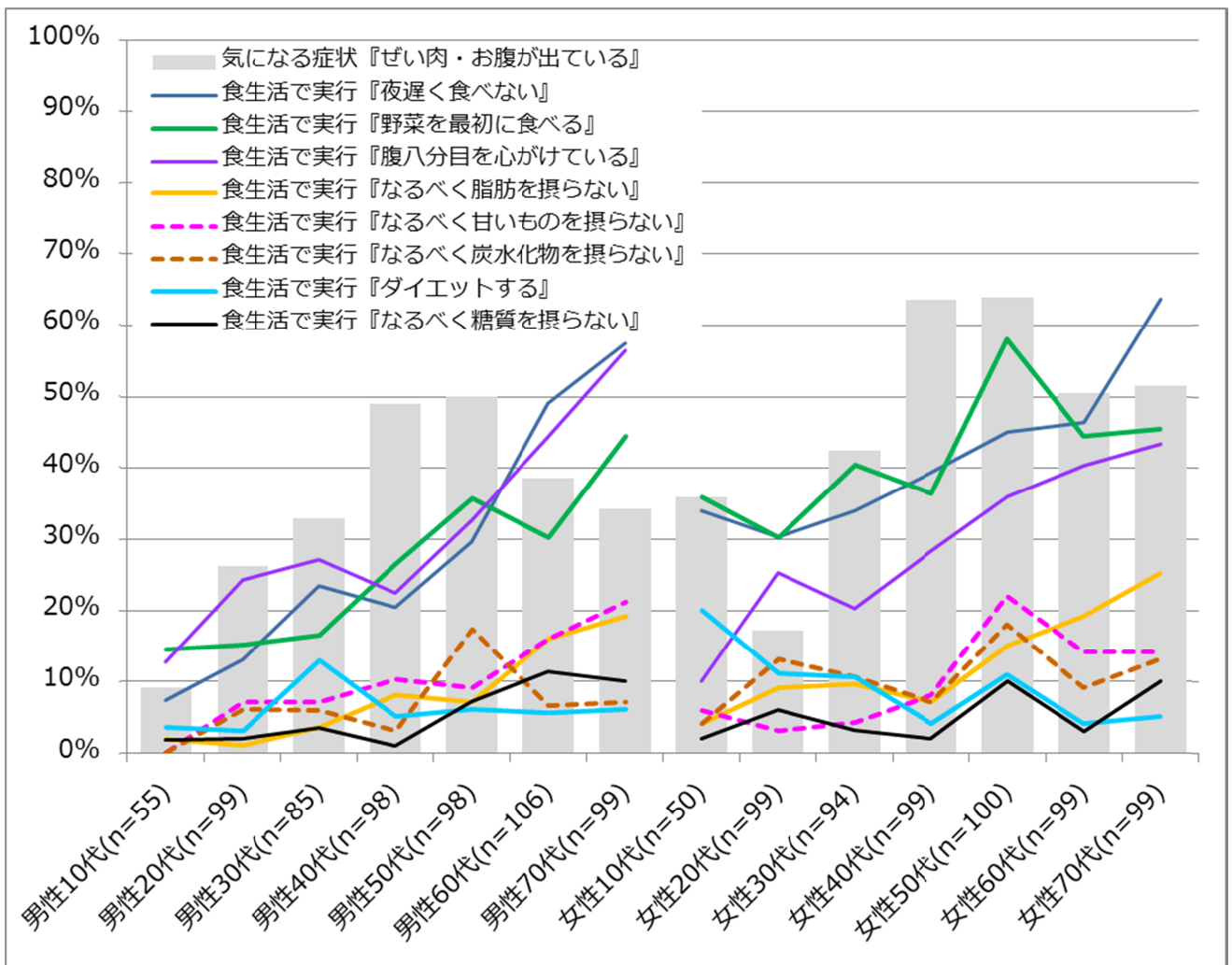
“糖質”制限よりも、女性 50 代はお菓子を、男性 50 代は主食を節制。

気になる症状の 1 位は「運動不足」51%、2 位は「ぜい肉・おなかが出ている」42%でした。「ぜい肉・おなかが出ている」を気にしている人の 4 人に 3 人が改善したいと思っており、体型の崩れを何とかしたいニーズの高さがうかがえます。特に男女とも 40 代・50 代で気にしている人が多く、この年代で特に体型崩れが気になるようでした。

食生活で実行していることについて聞いた中から、体型改善につながるダイエット関連の選択肢についてみてみました。「夜遅く食べない」「野菜を最初に食べる」「腹八分目」が 3 割以上と、実行している人の多いメジャーな行動でした。そのうち「夜遅く食べない」「腹八分目」は男女とも 70 代が一番高く、体型改善のためというよりは健康的な食習慣という意味合いが強そうです。一方「野菜を最初に食べる」は女性 50 代で最も高く、体型の崩れを何とかしたいというニーズに対して、非常に手軽に実行できる方法として定着したようです。

話題の“糖質制限食”に関連する選択肢をみると、「なるべく糖質を摂らない」は男女とも 50 代～70 代で比較的多いものの、多い年代でも 1 割程度に過ぎません。そのような中、女性 50 代で「なるべく甘いものを摂らない」、男性 50 代で「なるべく炭水化物を摂らない」が目立っています。体型が気になる年代では、“糖質”というより、女性は甘いものからイメージするお菓子、男性は炭水化物からイメージする主食を節制しているようです。

図表 2 食生活で実行していること：ダイエット関連の選択肢 (MA)



◆健康志向食品は15年の増加が16年には14年以前の水準に、

男性60・70代では何かしら定期摂取する人が拡大中。

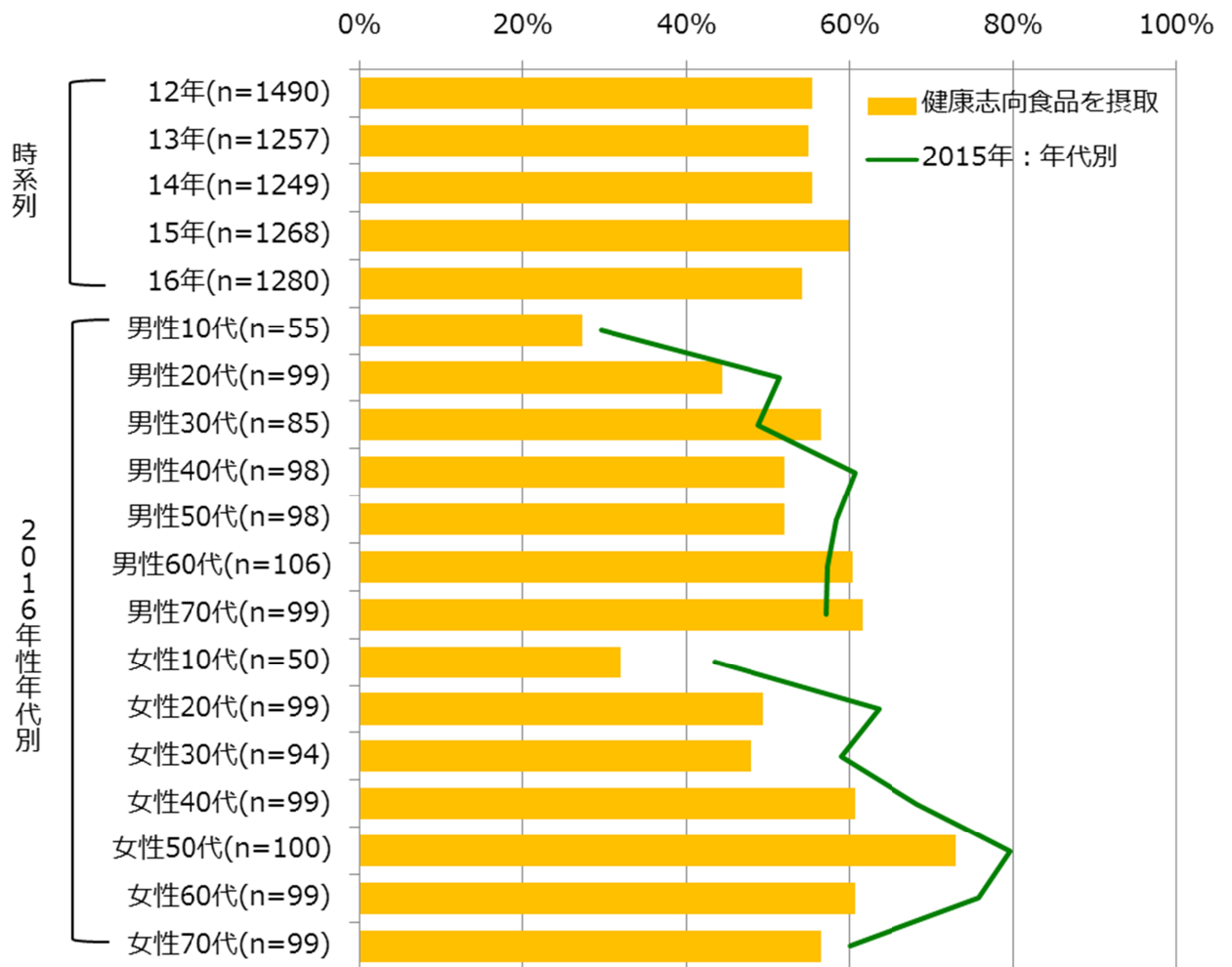
健康志向食品について11の選択肢を挙げ、健康維持のために定期的に摂取しているものを聞きました。最も多かったのは「サプリメント（栄養素を補う錠剤型の食品）」が30%、次いで「栄養ドリンク（滋養強壮のためのドリンク剤）」「特定保健用食品（トクホ）」が1割台でした。11項目中1項目以上選んだ、何らかの健康志向食品を定期的に摂取している人は、全体の54%でした。

年代別にみると、男性60代・70代、女性40代～60代で6割を超えて高く、中でも女性50代は73%と最も高い年代でした。

時系列でみると、12年～14年は55%前後で推移していましたが、15年は60%に増加と、機能性表示食品解禁の影響からか、健康志向食品全体の拡大がみられました。しかし16年には、元的水準に戻りました。

年代別に15年と比較すると、女性60代で15ポイントと最も減少しており、女性10代～30代も10ポイント以上の減少でした。そのような中、男性70代・60代ではそれぞれ5ポイント・3ポイント増加しており、12年と比較するといずれも13ポイント以上増加と、年々何らかの健康志向食品を摂取する人が拡大していました。健康志向食品を摂取している人が6割を超える年代も、男性では15年の40代から16年では60代・70代にシフトしていました。

図表3 健康志向食品の摂取（MA）



◆ 「血液サラサラ」が気になる健康キーワードとして再注目、

女性 70 代が最も高く、男女とも 20 代&シニアが増加を牽引。

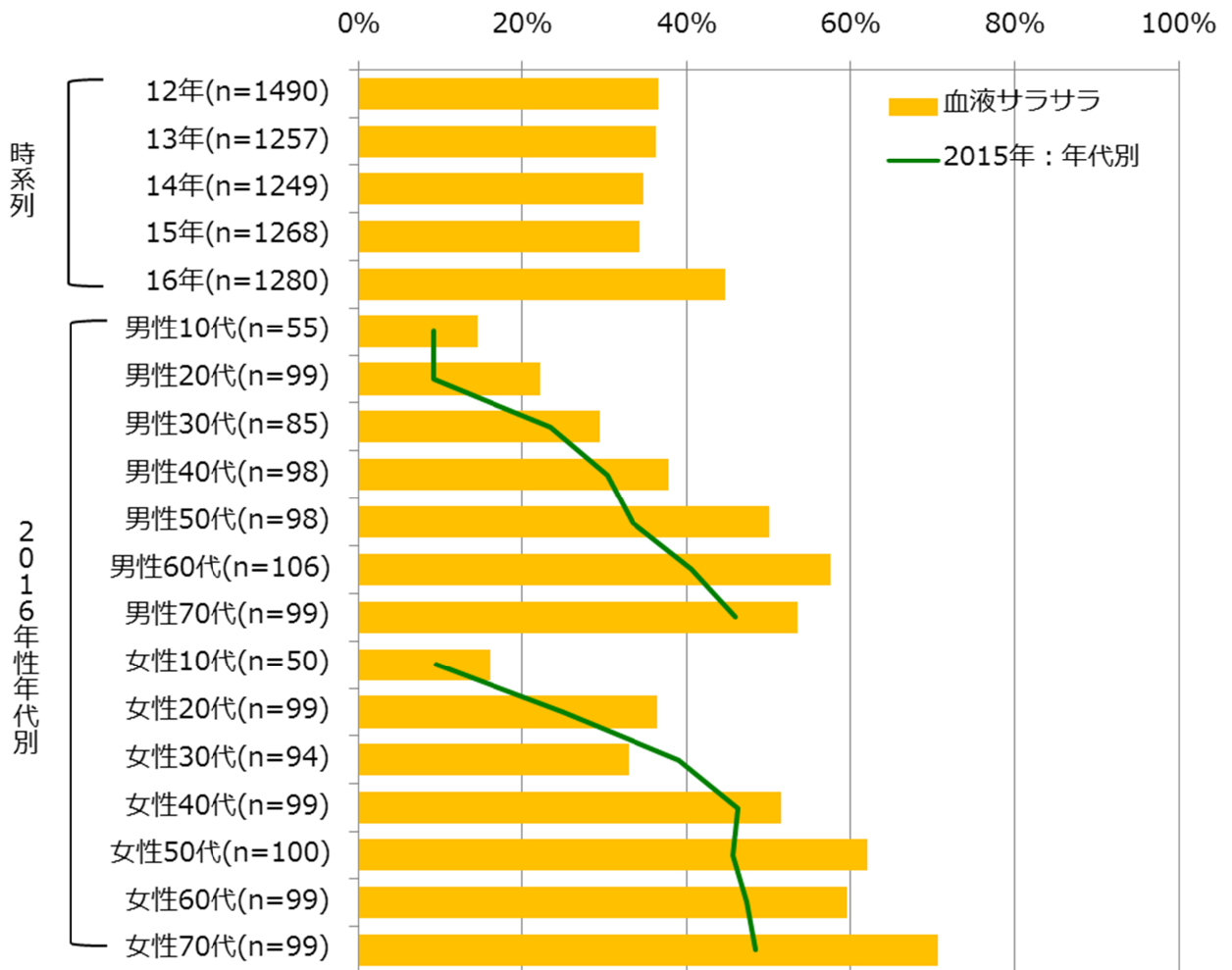
気になる健康用語は、「体脂肪」が 58%とトップ、次いで「血液サラサラ」が 45%、「疲労回復」「有酸素運動」「内臓脂肪」「免疫力」「基礎代謝」が 3 割台後半で続きます。このうち、「血液サラサラ」「疲労回復」「免疫力」が 15 年と比較して 5 ポイント以上増加していました。

「血液サラサラ」は、12 年から 15 年にかけて微減が続き 35%前後でしたが、15 年から 16 年で 11 ポイントの増加と目立っていました。過去の調査対象の 10~60 代合計で長期的にみると、最初に健康用語を聞いた 02 年で 56%、ピークは 04 年で 63%でしたが、07 年で 4 割台に、11 年で 3 割台になり、その後も緩やかに減少が続きました。ピーク時から 30 ポイント減となっていたのが、16 年で一気に回復に転じたのです。

年代別にみると、男女ともシニア層ほど関心が高まる傾向で、男性では 60 代が 6 割弱と最高、女性では 70 代で 7 割を超えて最も高く、50 代・60 代でも約 6 割でした。

年代別に 15 年と比較すると、ほとんどの年代で増加しており、女性 70 代では 22 ポイント増と伸び幅も最も大きいほか、男女とも 20 代・50 代・60 代で 10 ポイント以上の増加でした。

図表 4 気になる健康用語「血液サラサラ」(MA)



◆多様な“プチブーム”、健康のために食べる食品・飲料が増加。

「チョコレート」「はちみつ」増加、「甘酒」「チアシード」にも注目。

健康のために食べたり飲んだりしている食品・飲料について 173 品目の選択肢を挙げて聞いたところ、上位は、「納豆」「ヨーグルト」が約 60%、「牛乳」「豆腐」「トマト」が 5 割台でした。

16 年は 15 年と比較すると、前年と比較できる 169 品目のうち、1 ポイント以上増加したのは 75 品目、1 ポイント以上減少したのは 13 品目となり、プラスの方が圧倒的に多いという結果でした。プラスの品目数は 12 年比の 13 年で 65 品目ありましたが、14 年で 37 品目、15 年で 18 品目と減少していたのが、16 年はプラスのほう主流に転じました。

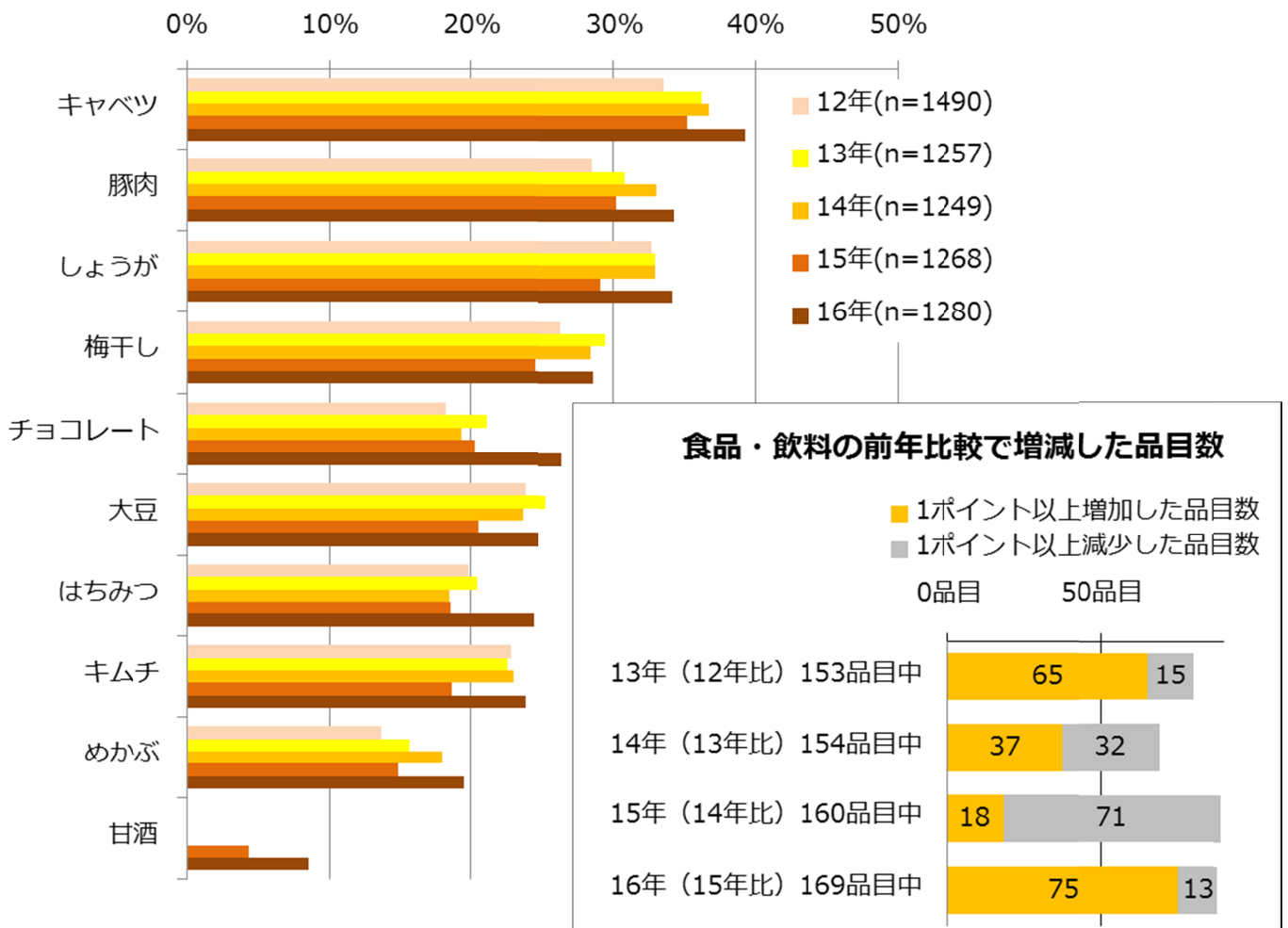
そのうち 4 ポイント以上増加したのは 10 品目で、「チョコレート」は 20%から 26%と最も高い 6 ポイント増でした。次いで増加幅が大きかったのは、「はちみつ」「キムチ」「しょうが」「めかぶ」「大豆」「甘酒」「梅干し」「キャベツ」「豚肉」の順です。

「チョコレート」「はちみつ」は、12 年から 15 年まであまり変化がなかったのですが、16 年で一気に増加しています。「めかぶ」「キャベツ」「豚肉」は、年々増加傾向（15 年を除く）で、12 年と比べると 5 ポイント以上の増加となりました。

15 年に選択肢に加えた「甘酒」は、1 割未満ながら 1 年後には倍増しました。このほか、「チアシード」は 6%に過ぎませんが、2 倍以上に増加して目立っていました。

ひとり一人に“プチブーム”があり、様々な食品を健康のために積極的に食べるという実態が全体的に増加したようです。

図表 5 健康のために食べている食品・飲料 (MA)



「健康ニーズ基本調査 2016」は、首都圏在住の 15～79 歳の男女個人を対象に、一般男女の健康に対するニーズを明らかにする総合的な調査です。本リリースではその一部をご紹介します。

【調査の内容】

- 1) 健康状態と健康観
 - ①現在の健康状態 ②健康への気づかい
 - ③健康についての関心領域 ④健康に関する意識と行動
- 2) 健康情報と気になる症状
 - ①健康に関する情報源 ②気になる健康用語
 - ③気になる症状（体調／自覚症状／体型など／病気に対する不安など／その他）
- 3) 健康に関する行動
 - ①健康のために行っていること（生活習慣／運動／健康管理／リラクゼーション等）
 - ②健康施設・サービスの利用 ③健康機器の使用率と使用意向
- 4) 食生活に関する行動
 - ①健康のために食生活で行っていること
 - ②健康のために食べているもの（野菜／くだもの／飲料／畜産・海産物／加工食品）
 - ③健康志向食品の摂取
- 5) 栄養素・健康食品素材の認知・摂取意向

本調査は、健康マーケティングのための基礎データです。今回はその中から、「バランスのよい食事の実行」「ダイエット関連の実行」「健康志向食品の摂取」「血液サラサラへの注目」「健康のために食べている食品・飲料」に焦点をあて、結果の速報を報告しております。
http://www.jmar.biz/report/life/16_health.html

【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。

・調査のアウトプット

- (1) 調査報告書：A4判・62ページ・2016年11月発行
- (2) 集計結果表：A4判・2分冊1,068ページ・2016年10月発行
- (3) 集計データ（CD-ROM）：クロス集計、ローデータ、他一式

・購入費用：定価 440,000 円(税別)／M D Bメンバー価格 390,000 円(税別)

※本調査の成果物の著作権は（株）日本能率協会総合研究所が保有します。

※弊社は、本調査にご参加・購入いただいた企業（法人・個人）以外には、成果物を提供いたしません。ただし、本調査を告知するための限定的な利用、及び発刊から一定期間経過後はこの限りではありません。

※本調査の成果物のご利用はご参加・購入いただいた企業（法人・個人）の内部でのご利用のみに限らせていただきます。

《本件についてのお問い合わせ先》

株式会社日本能率協会総合研究所 消費者研究部 担当：土井
〒100-0004 東京都千代田区大手町 2-2-1 新大手町ビル 2階
TEL:03-6202-1287 FAX:03-6202-1294 E-mail:info_mlmc@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。