

## 健康と食、栄養に関する調査



2018年12月

## はじめに

この調査は大手食品卸企業である国分グループ本社と、全国に管理栄養士・栄養士をネットワークし、食や健康・栄養に関するコンテンツを発信し続ける株式会社リンクアンドコミュニケーションの協力のもとに実施した調査です。

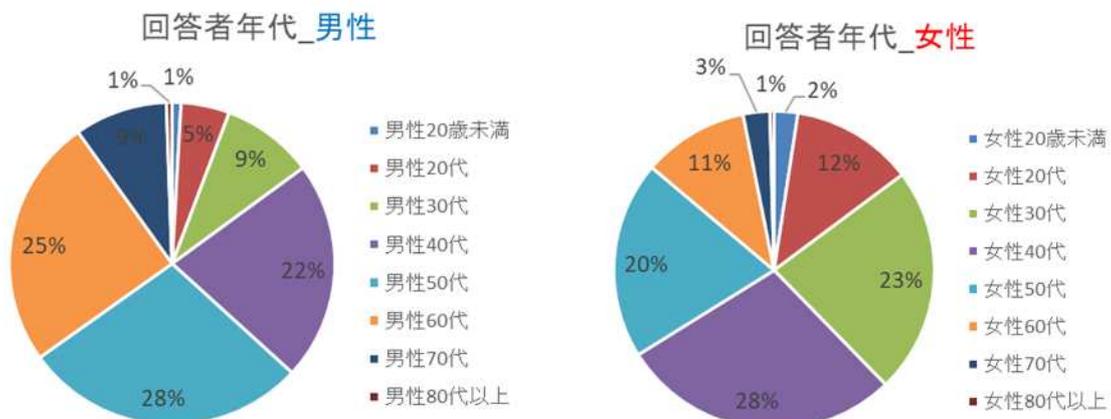
## 調査の目的

本調査は、国民の皆さまが健康や食事、栄養、調理に関してどのようなことを考え、注目し、行動されているのかを調べることにより、食に関わるサービスを提供している私たちの新規サービスの検討や新たな情報提供手法の模索など、様々な形で活用することを目的としております。今年の調査は主にインターネットにより、3,170名の方にご回答いただきました。国民の健康や栄養、調理に関する基礎データとしてご覧いただければ幸いです。

## 調査概要

調査名	食と健康、栄養に関する調査
調査時期	2018年6月11日～7月6日
調査方法	インターネット アンケート調査
調査対象者	ネット調査会員、ぐるっば会員
有効回収数	3,170サンプル（有効回答3,170票）
設問数	全25問
調査主体	株式会社 リンクアンドコミュニケーション
調査協力	国分グループ本社 株式会社

## 回答者の基本属性



アンケートの有効回答者数は3,170名。男女比は男性39.2%、女性が60.8%とやや女性が多い。男女ともに30代～50代が回答者の中心となっている。

## 調査結果をご覧いただくにあたり

本調査の集計にあたっては、全体集計・性年代別集計とあわせて以下の切り口でも集計を行っております。全体集計だけでは見えなかった特徴を見つけ出す切り口として以下の2つの指標を用いたクロス集計も行っています。

本書では、以下の切り口で注目すべき特徴が出た質問に関してのみ結果を掲載しています。

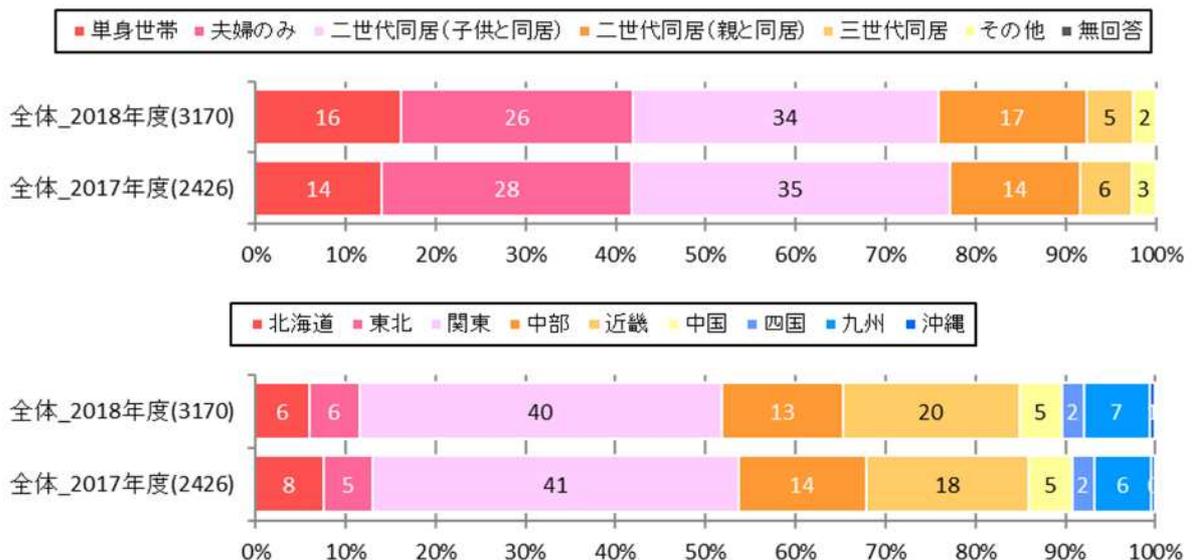
**料理の腕前指標：定番メニュー数と夕食の品数により、以下の4グループを設定**

		定番メニュー数					
		5メニュー以下	6~10メニュー	11~15メニュー	16~20メニュー	21~30メニュー	31メニュー以上
夕食の品数	1~2品が多い	調理力持て余し人 N=721 (23%)					
	3品のことが多い	見習い調理力人 N=586 (18%)	普通調理力人 N=580 (18%)	超調理力人 N=1278 (41%)			
	4品以上のことが多い						

**健康状態指標：ご自身の健康状態と健康への配慮別に、以下の4グループを設定**

		健康への意識				
		積極的に気づかっている	気づかっている	どちらとも言えない	あまり気づかしていない	全く気づかしていない
健康状態	健康だと思う	健康・健康配慮 N=1551 (50%)			健康・健康無配慮 N=630 (20%)	
	どちらかといえば健康だと思う					
	どちらかといえば健康だと思わない	非健康・健康配慮 N=398 (13%)			非健康・健康無配慮 N=527 (17%)	
	健康ではないと思う					

**その他クロス集計ではないが見ている項目：家族構成別 / 地域別**



全編をご覧いただくにあたり、年代別集計で使用している男性の20歳未満、男女ともに80代以上はn数が極端に少ないため参考データとしてご覧ください。

# 注目していただきたい3つのポイント

今年の調査結果より、私達が注目した3つのポイントをご提示します。

- 1) 食 : 商品購入時に成分表の何を気にしている？
- 2) 健康 : 本当のところ、糖質制限は皆いつしているの？
- 3) 他 : 気になる体の症状とその対処法は？

本紙は、上記のそれぞれのテーマに注目してご覧ください！



## 目次



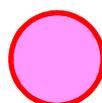
### 食の章 (5～10P)

- ・ 普段の食材の購入場所 … 5P
- ・ 食品のインターネット購入状況 … 6P
- ・ 商品購入時におけるパッケージの注目箇所 … 7P
- ・ 自宅で保有している味噌・砂糖・塩・醤油・油の数 … 8P
- ・ 料理でよく使う調味料 … 9P
- ・ 健康を意識して食べる食材 … 10P



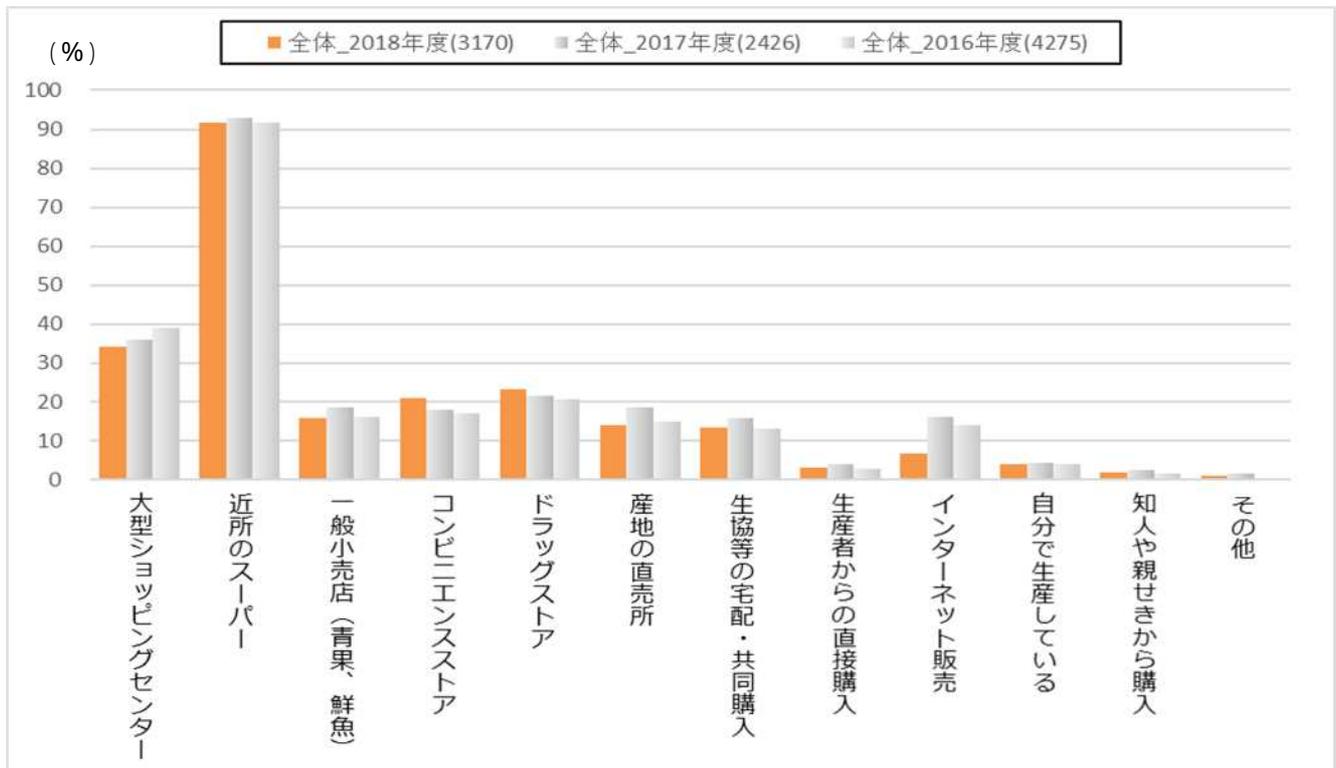
### 健康の章 (11～18P)

- ・ 自分の健康状態と料理の腕前の関係 … 11P
- ・ 気をつけている生活習慣 … 12P
- ・ 注目している栄養素 … 13P
- ・ 機能性表示食品について … 14P
- ・ 機能性表示食品 購入理由 … 15P
- ・ 糖質制限、糖質管理の実施状況 … 16P
- ・ 糖質を気にする場面 … 17P
- ・ 糖質制限に関する情報の入手源 … 18P



### その他の章 (19～22P)

- ・ 気になる体の症状と発症時期 … 19P
- ・ 気になる体の症状への対処法と満足度 … 20P
- ・ 体の症状と対処法の不満度合いMAP … 21P
- ・ おまけ：注目の栄養素ネクストブレイクは？ … 22P



### 【食材購入場所に関する注目箇所】

全体傾向としてはこれまで同様、「近所のスーパーマーケット」と「大型ショッピングセンター」に票が集まっているのは変わらない。  
各データの経年変化に注目（2016年、2017年、2018年の比較）。

上図において、オレンジの棒グラフが今年の結果。昨年、一昨年と今年のトレンドを比較をすると興味深い。

「大型のショッピングセンター」で食材を買うという人は年々減少している様子。

その他では「近所のスーパー」は変わらず。

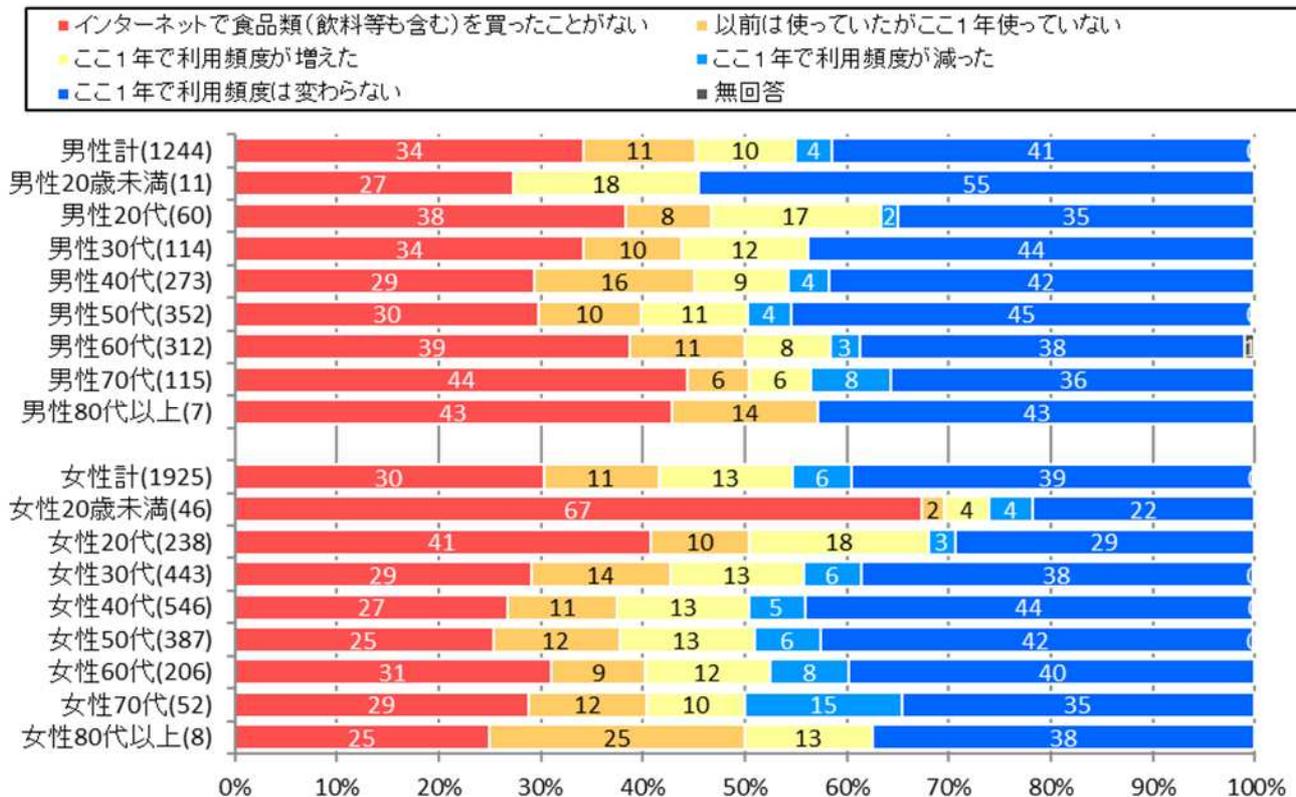
「コンビニ」、「ドラッグストア」が着実に票を伸ばしている。

「大型ショッピングセンター」で買い物をしていた人たちが、それ以外の場所で買い物をするようになったということか。

### 【その他の指標や切り口から】

- ✔ 料理の腕前において、「料理の腕前の高い人群（超調理力人）」で「産地の直売所」、「小売り店」、「生協」が有意に高い。食材にもこだわる傾向か。
- ✔ 単身世帯では「コンビニ」の利用が多く、夫婦だけの世帯では「産地の直売所」の利用が多い。

## インターネット購入は30代女性がもっとも活用している



## 【インターネット購入に関する注目箇所】

上図の赤はインターネットで食品を購入していない、オレンジはここ1年使っていない。つまり、赤+オレンジがこの1年でインターネットで食品を買っていない層ということになる。

男性の34%程度がインターネットで食品を買っていないのに対し、女性では30%とわずかながら女性のほうが積極的に使っている傾向。

男性は60代を境に購入の傾向が変わる(60代・70代は買ったことがない人+ここ1年使っていないが半数におよぶ)が、女性は30代~70代まではどの年代もさほど大きな差が出ていない。

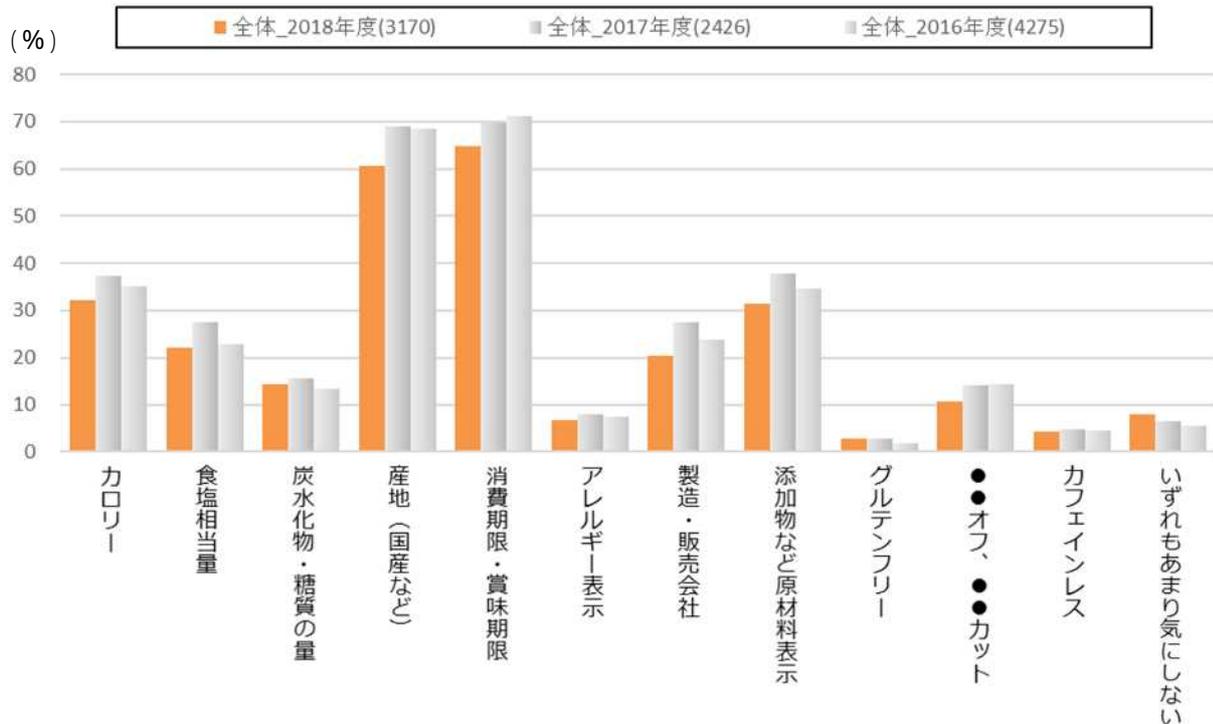
質問が「食品を買ったことがありますか?」だったため、20代未満男女(特に女性)は自分で食品を購入していないのかもしれない。

## 【その他の指標や切り口から】

- ✓ 地域別にみると今回の調査では「東北地方」の回答者が、「インターネットで食品を購入しない」比率が高い。
- ✓ 健康状態と健康への配慮でみると、「非健康・健康配慮」タイプがもっともネットを活用し、この一年での利用頻度も上がっている。

# 食

## 商品パッケージで見えるのは産地、賞味期限、添加物



### 【商品パッケージの注目箇所】

全体としては「賞味期限」と「産地」に多くの票が集まった。今年例年よりも男性の回答者比率が高かったためか、全体的にオレンジの棒（2018年）が伸びていない。

昨年よりもおしなべて票が伸びない中で健闘しているように見えるのは、「炭水化物・糖質の量」。2012年頃から継続している糖質制限が一過性のブームではなく、定着してきたとみて良いか。

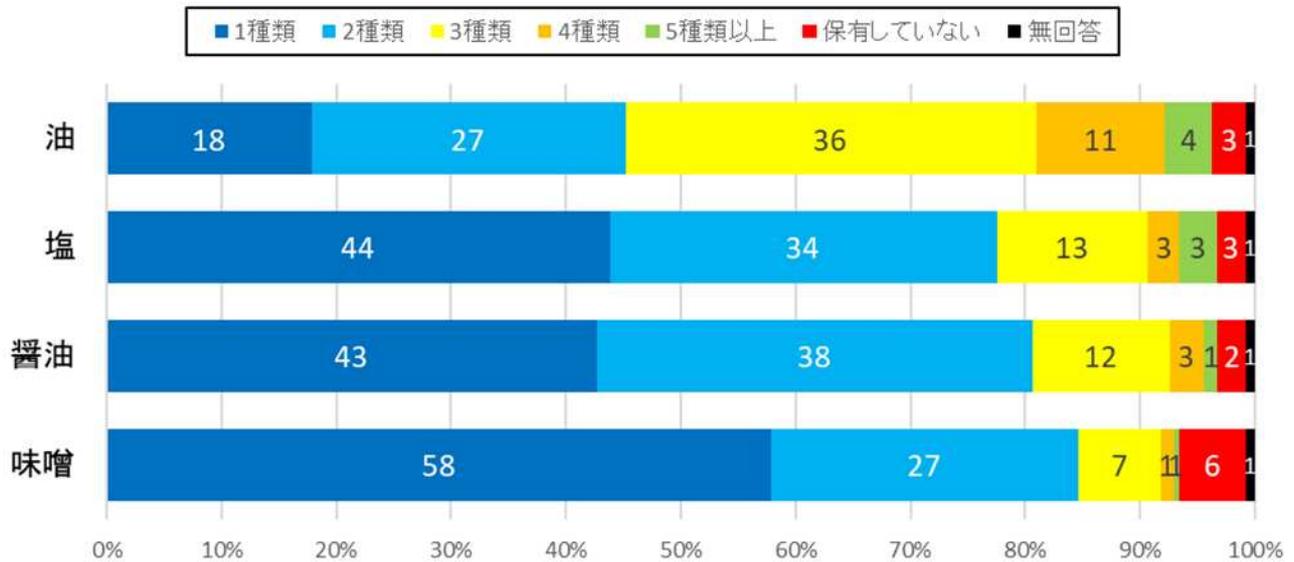
「カフェインレス」、「グルテンフリー」などは3年前からあまり注目度が上がらないが、お店における売り場自体は増えてきているような印象もあり、今後の動きに注目したい。

### 【その他の指標や切り口から】

- ✔ 「料理の腕前の高い人」はおしなべて商品パッケージへの注目も高い。
- ✔ 同様に、「健康で健康にも配慮している人」もおしなべて商品パッケージをよく見ているようだ。

# 食

## 油は3種類、塩や醤油は1~2種類、味噌は1種類保有



### 【自宅で保有している調味料の注目箇所】

味噌は家には1種類しかないという答えが圧倒的な第一位で58%の人が回答。あわせて、保有していないが6%あることも注目。

醤油と塩は1種類または2種類保有している人が近い比率で存在する様子。

油については他と異なり3種類持っているという人が第一位という結果となった。

傾向としては過去2年と大きな違いはなかった。

油の保有種類が多いのは、

- ・ 種類別の絶妙な味の違い (サラダ油 / オリーブオイル / ごま油)
- ・ 用途の違い (加熱用 / 非加熱用、揚げる / かけるなど)
- ・ 素材の違い (オリーブ / しそ / ごま / 米など)
- ・ 栄養素の違い (飽和 / 不飽和、一価不飽和 / 多価不飽和など)

これらをうまく訴求できている成果か。

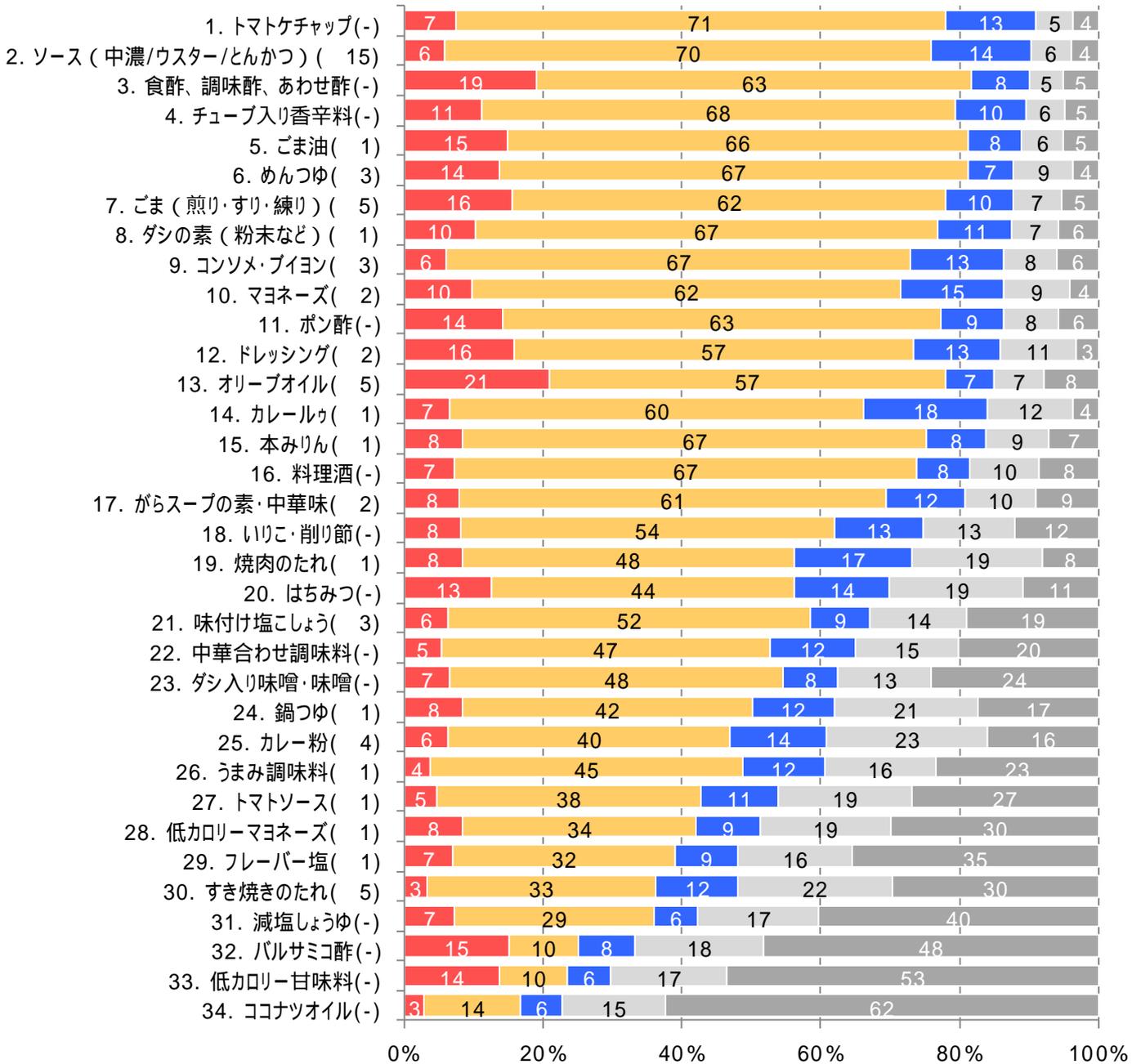
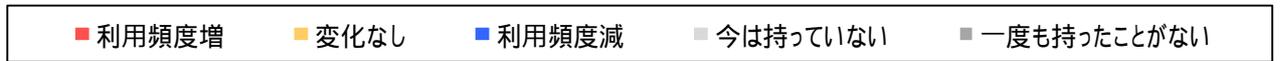
### 【その他の指標や切り口から】

- ✔ 性・年代別にみると油はどの年代もまんべんなく複数種類を使っている。醤油・塩は年代が上がると2種類持つ人が増えるようだ。減塩商品か？
- ✔ 料理の腕前があがると調味料の保有種類も多くなる傾向にあるが、味噌だけは、最も料理の腕前が高い人 = 超調理力人だけが保有種類が増える。他のグループの人 (多少料理をする程度の人) でも使わせる努力が必要そう。



## オリーブオイルは好調、カレールウの減少傾向が止まらない

以下は調味料を保有している順で並べています。



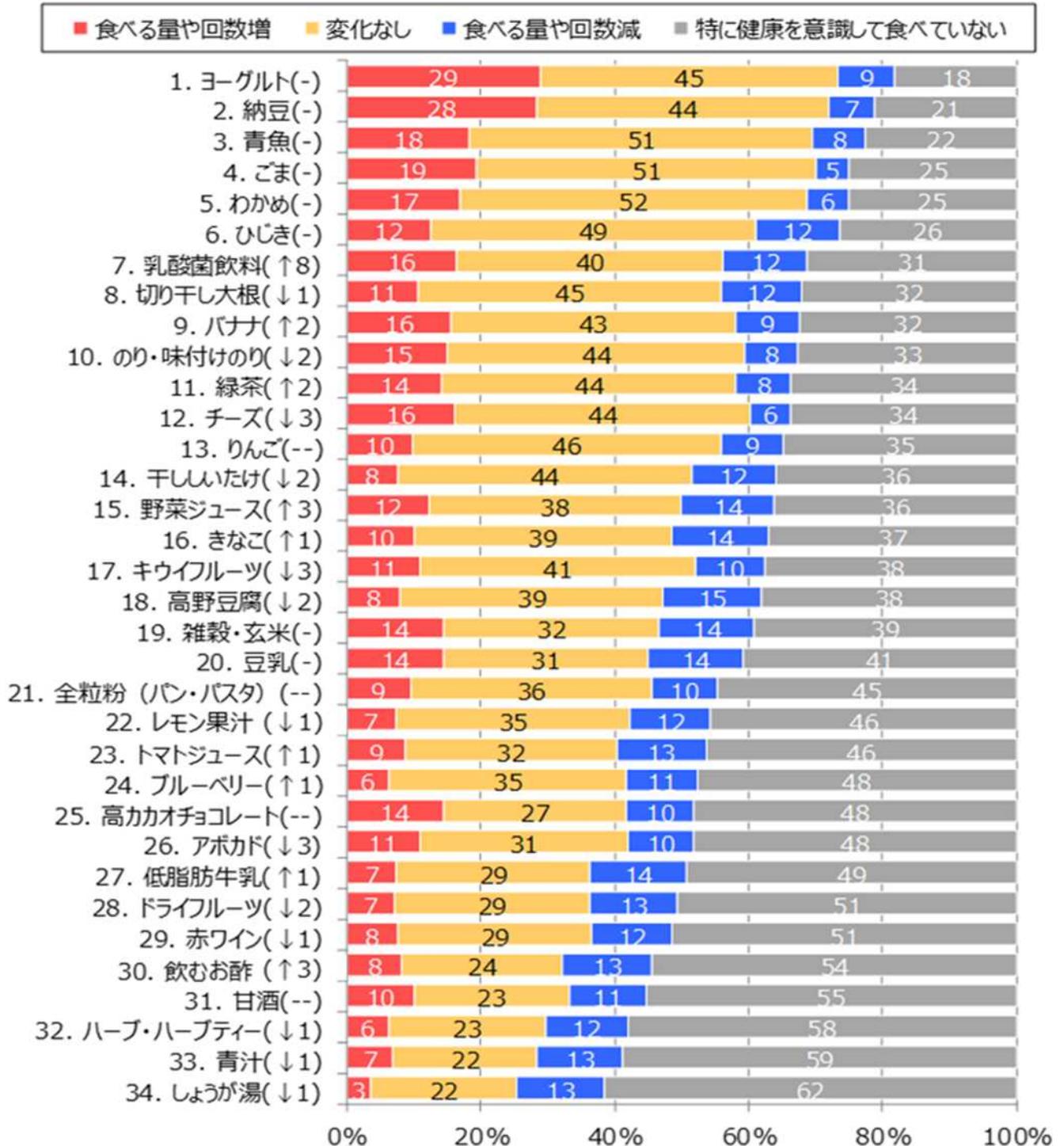
### 【よく使う調味料の注目箇所】

上図の( )内の数字は前回と今回のランキングの変動を示す。  
 調味料ではトマトケチャップが前回に続き第一位。ソースが躍進したのは男性回答者の多さと関係しそう。トマトケチャップは利用頻度が減っているのがすこし  
 気がかり。

# 食

## 健康を意識して食べる食材は全体的に「意識」が高まっている

以下は健康を意識して食べている順で並べています。



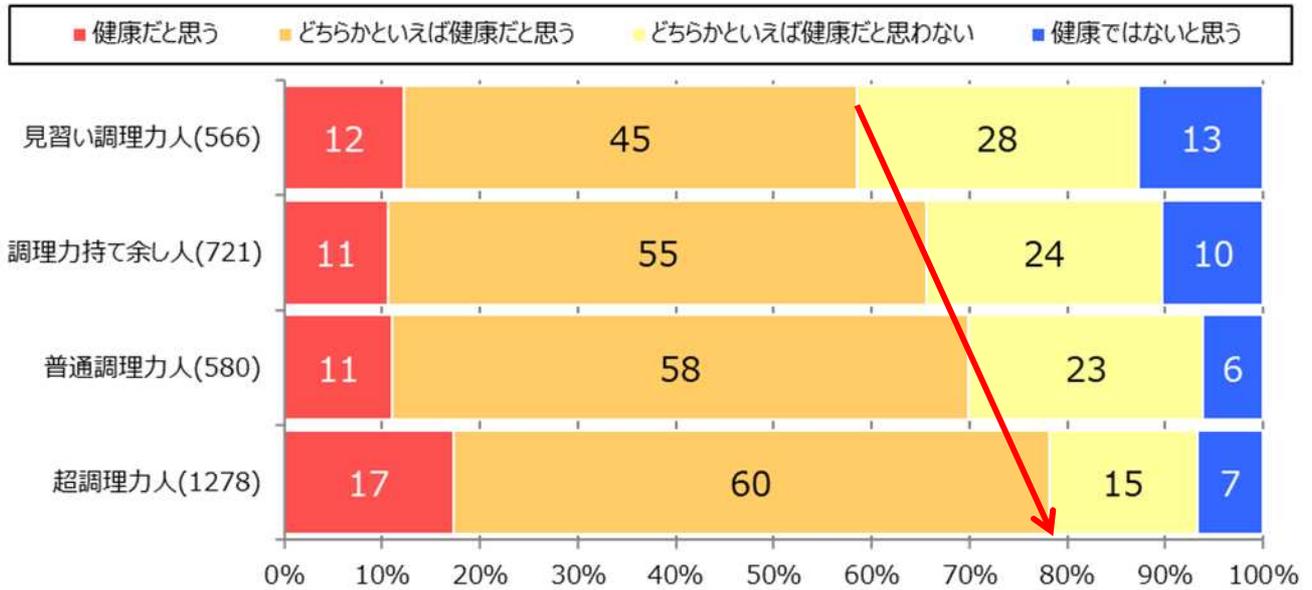
### 【健康を意識して食べる食材の注目箇所】

上図の( )内の数字は前年と今年のランキングの変動を示します。

ヨーグルト・納豆の赤色の伸び方がすごい。

ヨーグルト(=乳酸菌)は大手食品メーカーも新たに競争に加わり市場が活性化したか。納豆は根強い人気と発酵食品としての地位を築いている。

自分を健康だと感じている人 = 料理の腕前が高い！



【自分の健康状態に関する注目箇所】

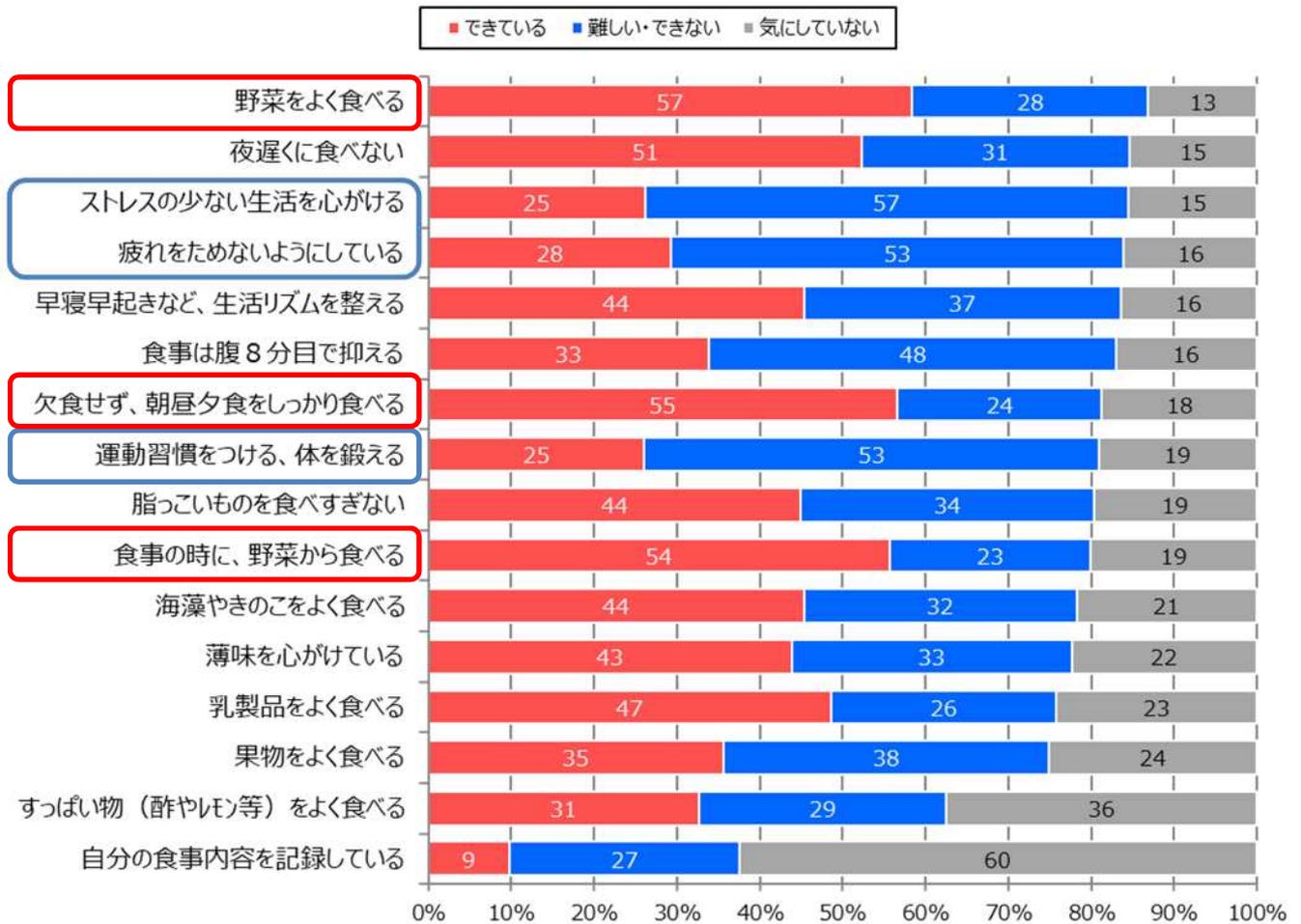
自分を健康だと思う人（赤）+ どちらかといえば健康だと思う人（オレンジ）は矢印の傾きを見れば明らかなように、料理の腕前が上がるにつれて上がっていく。

この傾向は長く調査を続けているが常に変わらない。  
料理の腕前が健康状態と相関することは間違いなさそうだ。

【その他の指標や切り口から】

- ✔ 男性は30代・40代において、自分は健康ではないという回答が有意に高い。女性も20代・30代において、同様の回答傾向がでている。反対に男性は60代・70代が自分は健康であるという回答が有意に高く、女性は50代・60代で同じ傾向にある。
- ✔ 世帯構成では、一人暮らしと親と同居している人に健康ではないが高く、夫婦のみで同居、子供と同居において、自分は健康だという回答が多い。
- ✔ 健康への気遣いで見ても男性の60代・70代は健康に気遣っている様子がみとれる。
- ✔ 料理の腕前が低い人は健康への気遣いをしていないという回答が有意に高く、料理の腕前が高い人は、健康へも気遣っているようだ。

野菜をよく食べて、三食きちんと食べるのが健康の秘訣



【普段の生活で気をつけている健康習慣に関する注目箇所】

上図は普段の健康習慣について尋ねた質問。

赤い は「実践できている」のTOP3。

青い は「実践が難しい、出来ていない」のTOP3。

3食きちんと食べることに、野菜を食べる、野菜を先に食べるが実践できている。ストレスの少ない生活、疲れをためないは自分自身でコントロールしにくい。運動習慣をつけるも毎年青色の棒が伸びる項目。

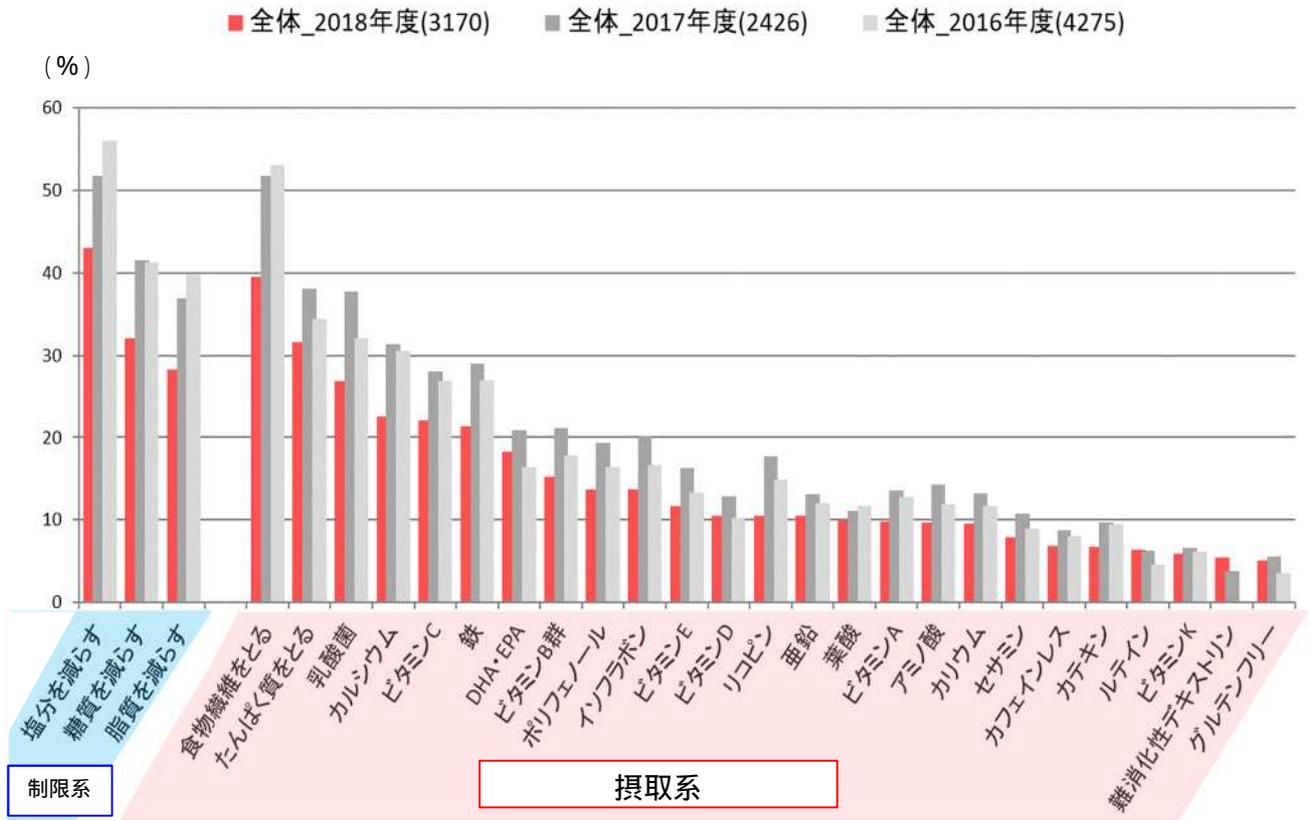
昨年よりはおしなべて「気にしていない」が増えているのは、今年から調査パネルを変更した影響か。

【その他の指標や切り口から】

✔ 食べ物に関連する項目は、料理の腕前が高い人とそうでない人で実践度合いが最大で31%も差が開くようだ。

✔ 「健康に配慮していて自分は健康だ」と答えている人は、「野菜をよく食べる」の赤い が80%を超え、「欠食せずに3食食べる」が70%を超える。

栄養素は積極的に摂取する傾向？



【注目している栄養素に関する注目箇所】

全体としては「塩分を減らす」、「食物繊維をとる」、「糖質を減らす」がTOP 3。そこに「脂質を減らす」、「たんぱく質をとる」、「乳酸菌の摂取」が僅差で続いている。

2016年、2017年と比較すると、今年は全体的に栄養素の摂取が控えめに見えるが、調査パネルの変更で男性回答者が増えた影響と考えている。

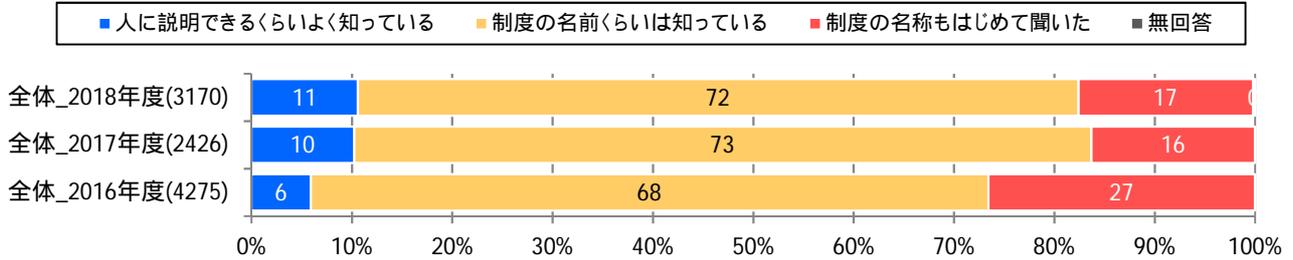
今回の質問の選択肢に含まれていたグルコサミン・コンドロイチン・GABAは少数意見だったため上図より削除している。

【その他の指標や切り口から】

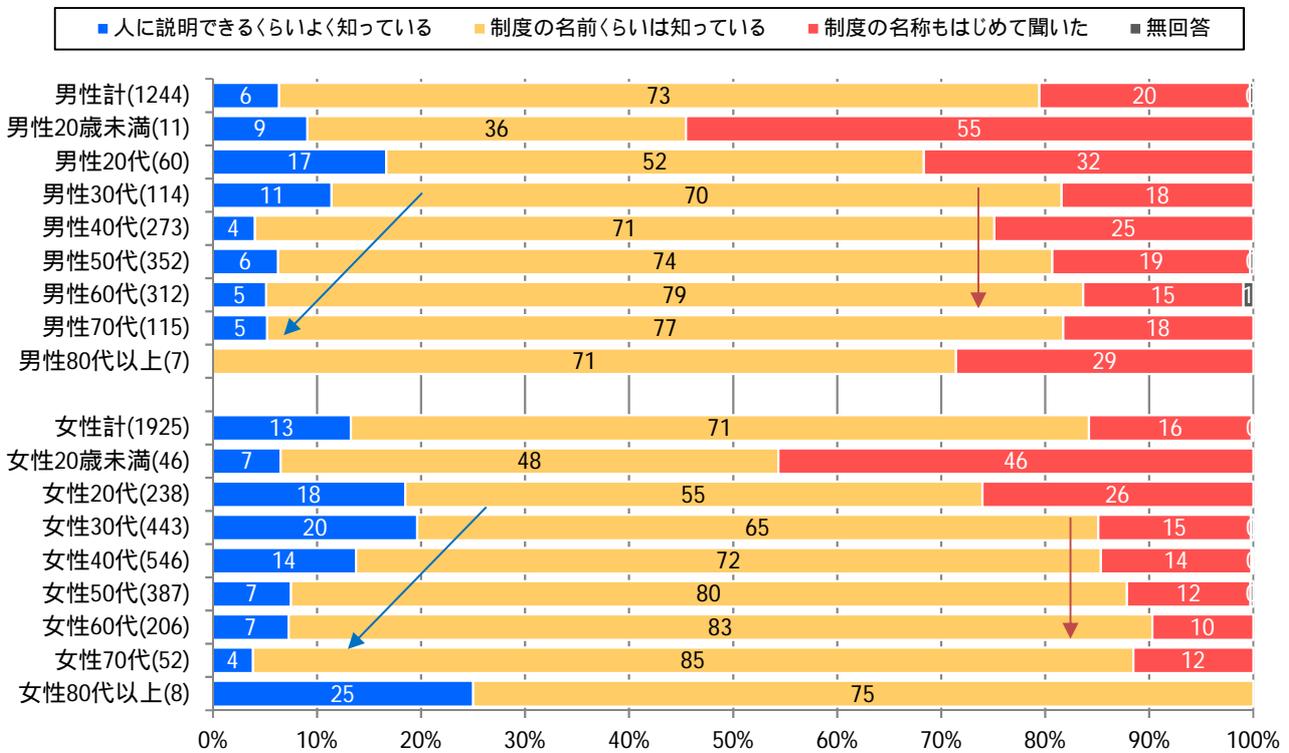
特に20代・30代の女性の注目度が有意に高かった栄養素	葉酸、鉄、カフェインレス、難消化性デキストリン
特に50代・60代の女性の注目度が有意に高かった栄養素	脂質を減らす、食物繊維をとる、カルシウム、カテキン、イソフラボン、乳酸菌、リコピン、セサミン

「機能性表示食品」認知は8割超、若い人ほど詳しく知っている

機能性表示食品制度 認知



機能性表示食品制度 認知（年代別）



【機能性表示食品に関する注目箇所】

制度の認知については、「はじめて聞いた」という人が今年17%程度、人に説明できるくらいよく知っているも11%と2年続けてほぼ同じ傾向になった。

制度の認知が世間に浸透してきたか。

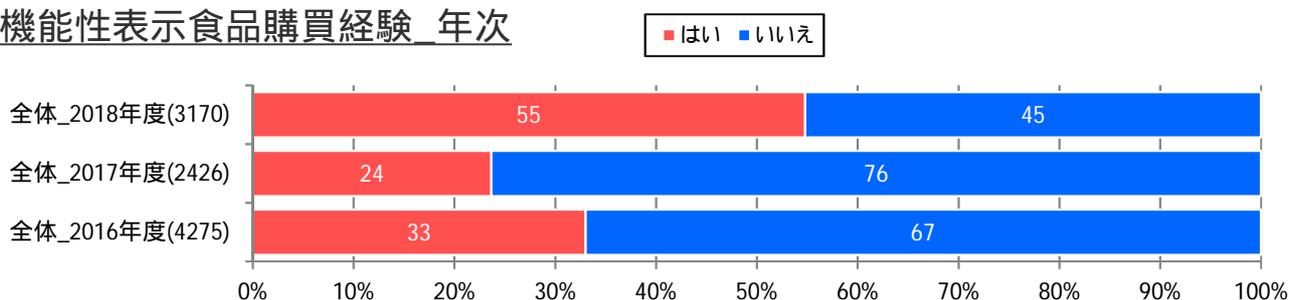
性年代別のデータでは、若い人ほど制度に精通しているようだ。これも昨年・今年と同様の傾向になっており、情報感度の高さなどが影響しているか。

【その他の指標や切り口から】

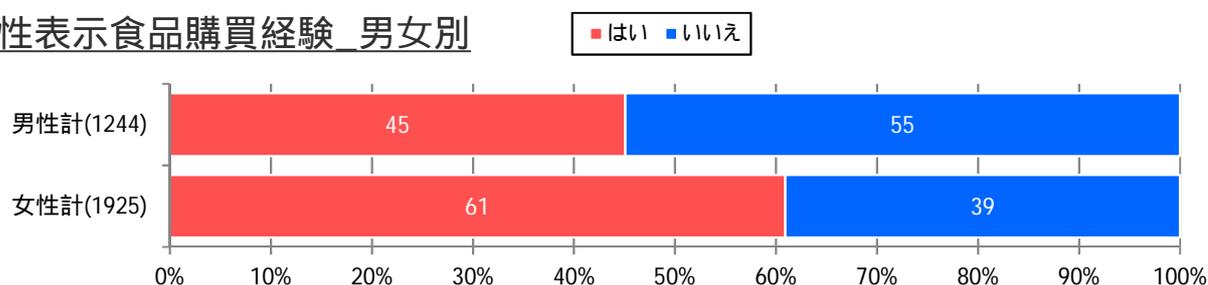
- ✓ 制度の認知は料理の腕前が高い人ほどよく知っているようだ。
- ✓ 家族構成では、親と同居の二世帯世帯で制度の認知が弱い傾向が見える。

## 「機能性表示食品の購入理由」女性は今、男性は将来重視

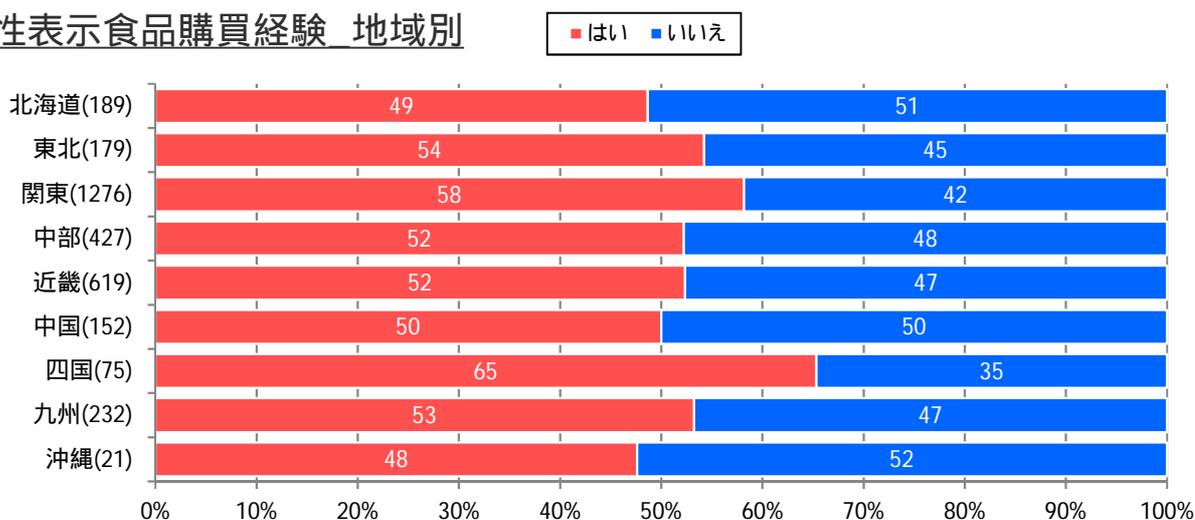
### 機能性表示食品購買経験 年次



### 機能性表示食品購買経験 男女別



### 機能性表示食品購買経験 地域別



#### 【機能性表示食品の購入理由に関する注目箇所】

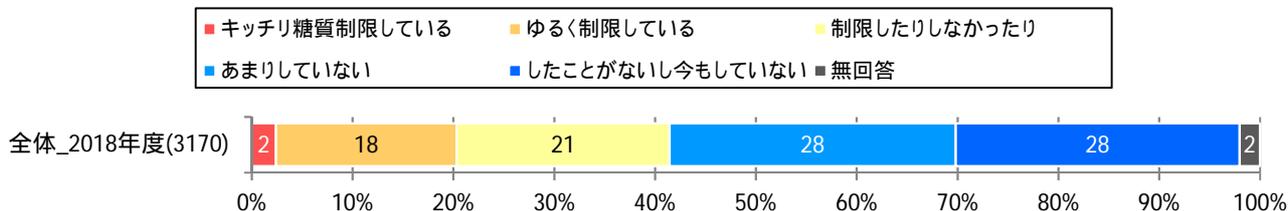
2018年実績では購入したことがあるという人の数値が50%を超えた。調査パネルの違いはあるが、商品購入が増えているのはメーカーの努力の成果が。

#### 【その他の指標や切り口から】

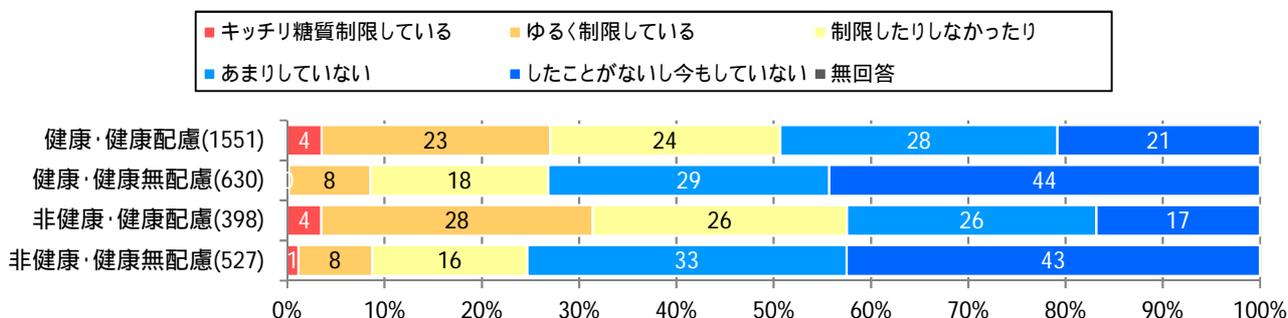
- ✔ 年代別に見ると、男女ともに30代の購入が他よりも5~10point程度高い。
- ✔ 健康に配慮するグループと配慮しないグループでは20point近くの差をつけて健康に配慮している人が商品を購入しているようだ。

## 糖質制限は約2割の人が継続的に実施中

### 糖質制限の実施状況



### 糖質制限の実施状況 健康状態・健康配慮別



#### 【糖質制限の実施状況に関する注目箇所】

糖質制限の実施状況については、キッチリ制限している人は2%程度。ゆるく制限しているの18%を足して、約20%の人が継続的に糖質制限をしているようだ。

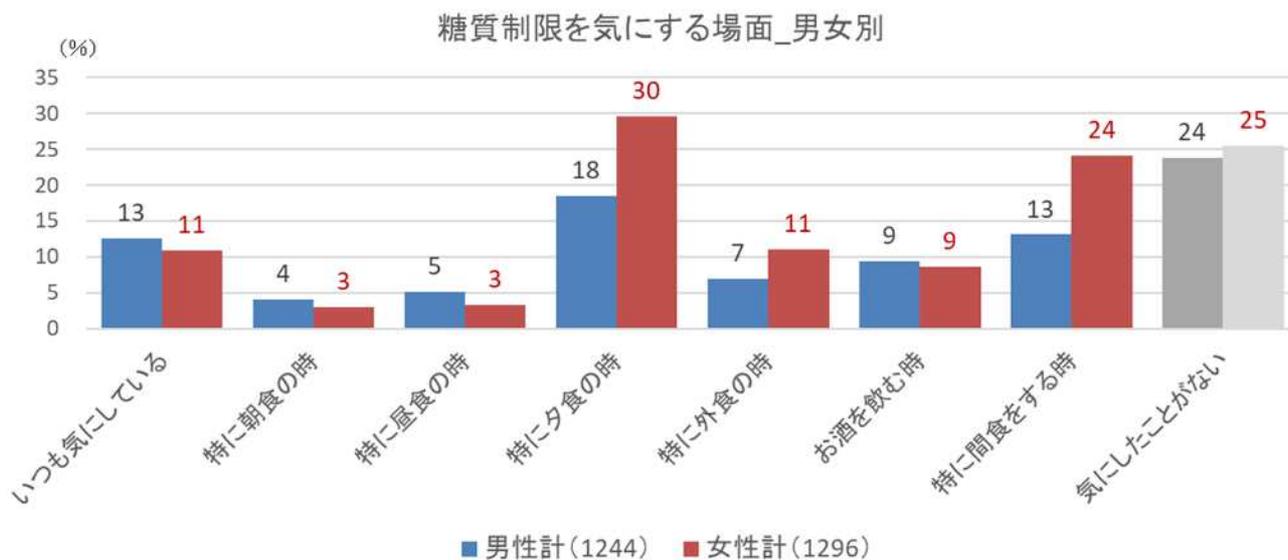
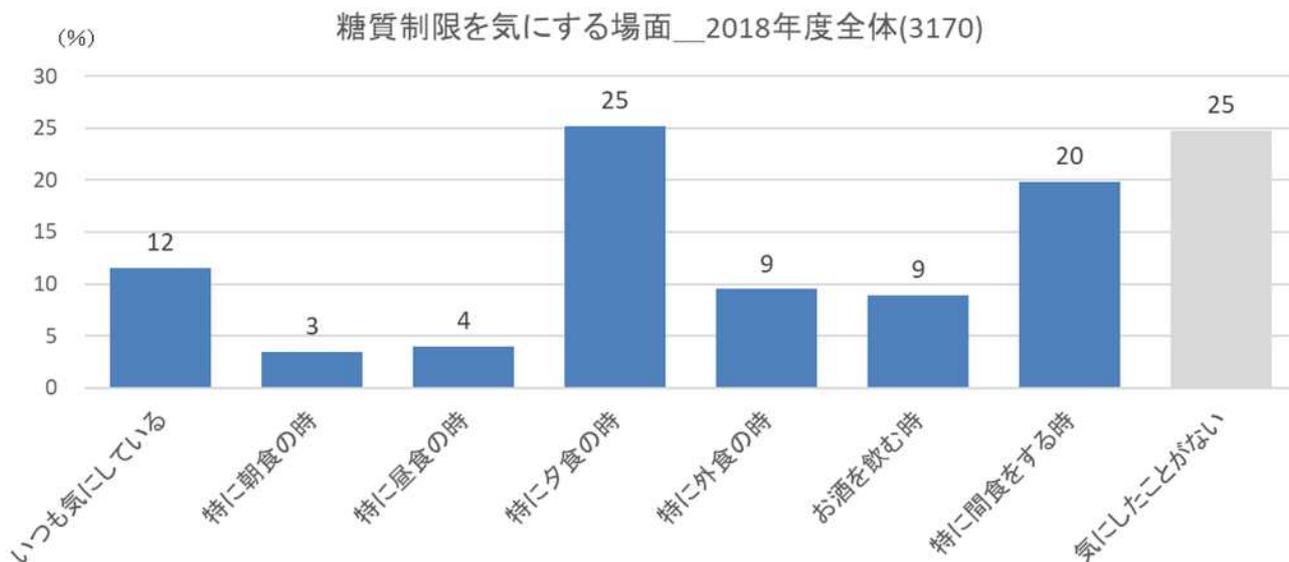
糖質制限の実施状況を健康状態・健康配慮別にみると、健康に配慮している人とそうでない人で大きな差が出ていることがわかる。健康配慮の人は継続的に糖質制限している人が30%に近づき、健康に配慮しない人では10%程度。ここで20point近くの開きが出ている。

多くの項目で健康配慮と無配慮のグループで差は出るが、この項目は顕著に差が出た回答項目の1つにあげられる。現在は、ある意味、「健康に配慮する」の象徴が「糖質を気にしている」というようにシンボリックに扱われているのかもしれない。

#### 【その他の指標や切り口から】

- ✔ 年代別に見ると、男女ともに若い年代（20代）がキッチリ制限の票が伸び、50代以上になるとゆるく制限しているの票が伸びる傾向が見える。
- ✔ 地域別では関東と近畿で制限している人がやや多い傾向があるが、顕著であるというほどの差は出ていなかった。

## 糖質制限は夕食と間食で！特に女性は顕著な傾向



### 【糖質制限を気にする場面に関する注目箇所】

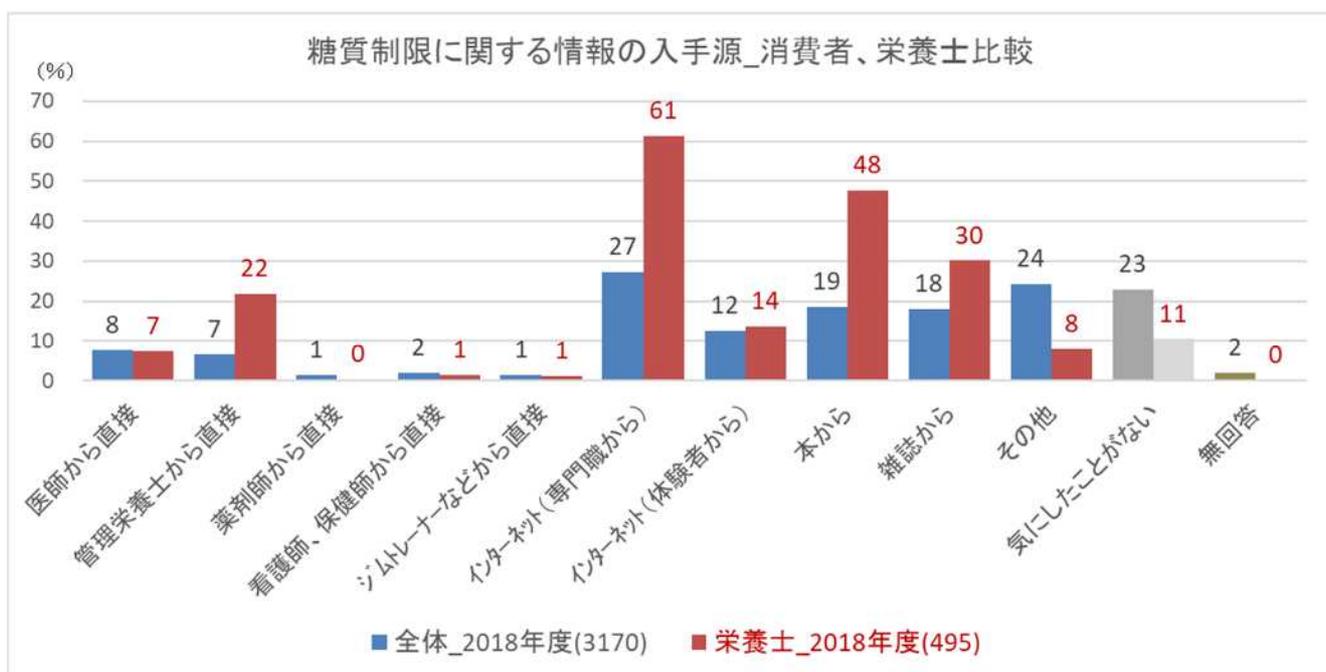
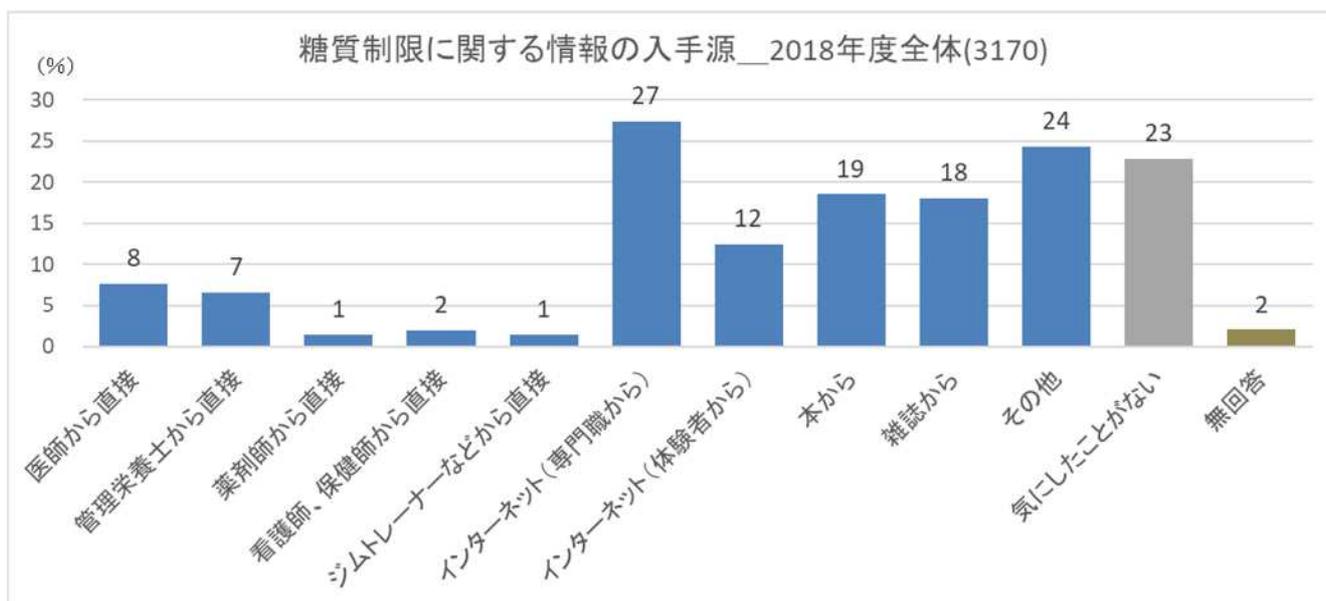
糖質制限を気にする場面について、男性と女性を比較すると、以下の2つのシーンで男女で大きくpointの開きがあることがわかる。

- ・夕食は男性よりも女性の方が平均して12pointも気にしている人が多い。
- ・同じく間食も女性の方が11pointほど気にしている人が多い。

### 【その他の指標や切り口から】

- ✔ 料理の腕前別にみると、料理の腕前が上がると外食シーンの糖質を気にする。
- ✔ 全体的に健康に配慮する人の方が糖質を気にするが、健康配慮がある人は、「いつも気にしている」の比率が全体と比較して2倍以上の差がある。

## 糖質制限に関する情報の入手源は専門家よりもネットや紙媒体



### 【糖質制限の情報入手源に関する注目箇所】

今回は特別にまったく同じ質問を食の専門家である管理栄養士・栄養士にもしている。その結果を消費者の方のデータと比較したのが下の図。

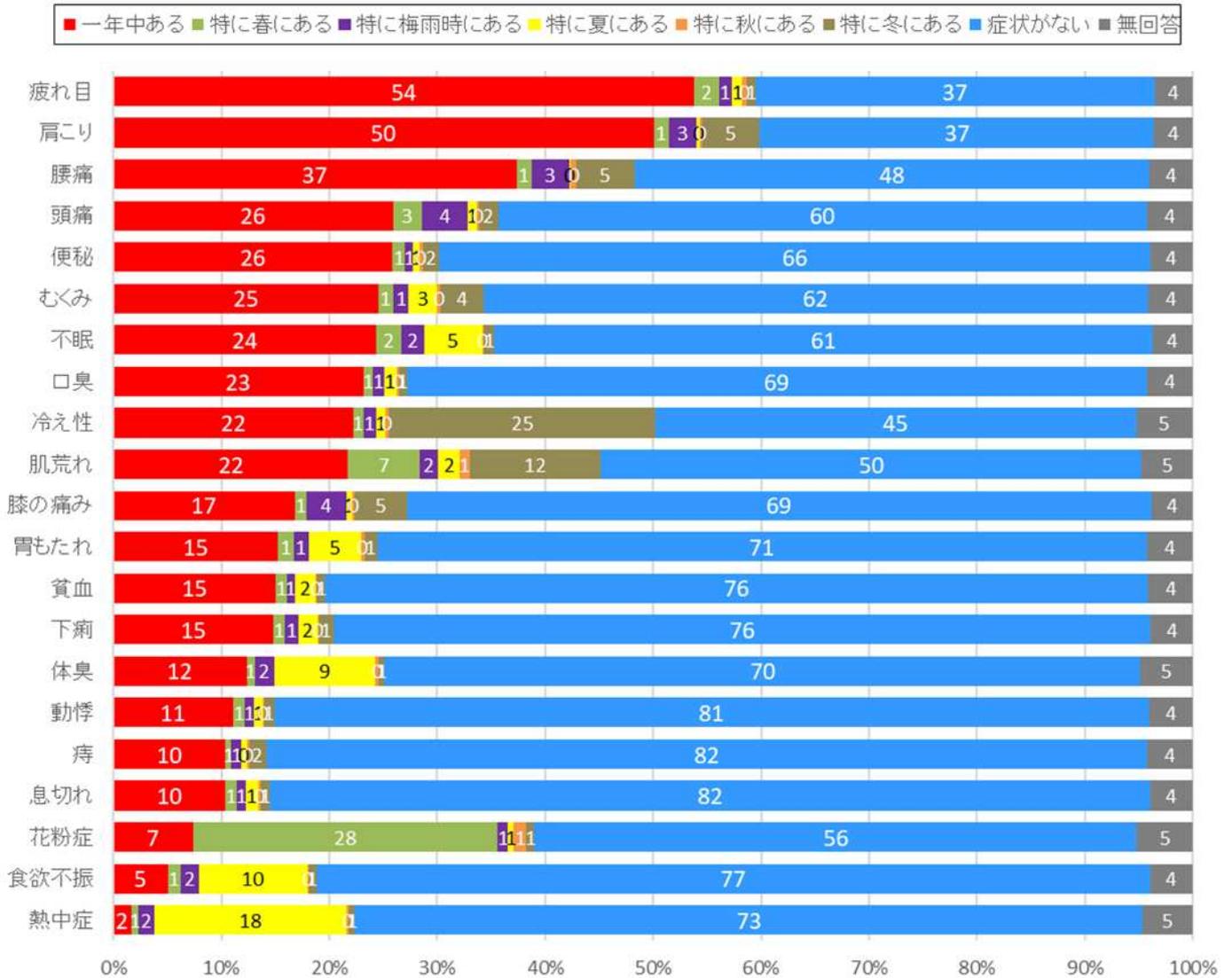
専門家の方がネットや紙媒体を駆使して様々な情報を入手していることがわかった。

また、同じ職種である管理栄養士同士でも糖質制限に関する情報交換が行われているようだ。

消費者の方と対して、食事管理や栄養相談を行う管理栄養士の人たちの方が、聞かれることが多い分、熱心に情報収集をしているということか。

# 他

## 体の症状で一年中悩んでいるのは疲れ目、肩こり、腰痛



### 【体の症状に関する注目箇所】

上の図は赤い の数字が多い順に並べている。通年で体の症状が気になる順ともいえる。

「疲れ目」、「肩こり」、「腰痛」が一年中気になる症状のTOP3。

発症時期で見ていくと、秋はいろいろな症状が落ち着いているようだ。

- ・春に症状が出る：花粉症、肌荒れ
- ・夏に症状が出る：熱中症、食欲不振、体臭
- ・冬に症状が出る：冷え性、肌荒れ

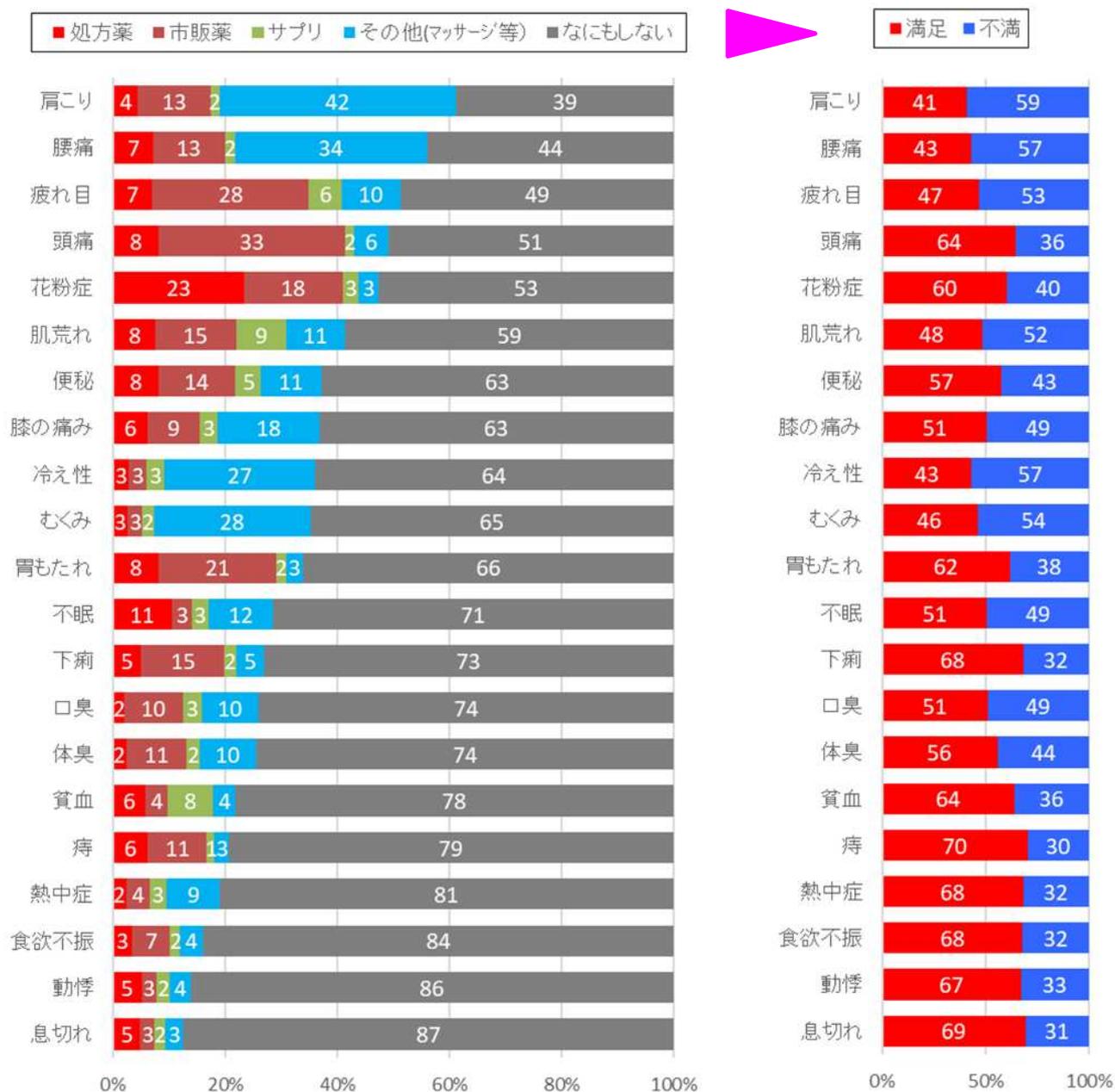
などが目立つ。

### 【その他の指標や切り口から】

- ✔ 疲れ目は全体的に女性の方が10point程度高く症状を感じているようだ。
- ✔ 肩こりは男女ともに60代になると「一年中ある」の数字が急増する。

# 他

## 体の症状への対処法は薬を使うと満足度があがる？



### 【症状への対処法と満足度に関する注目箇所】

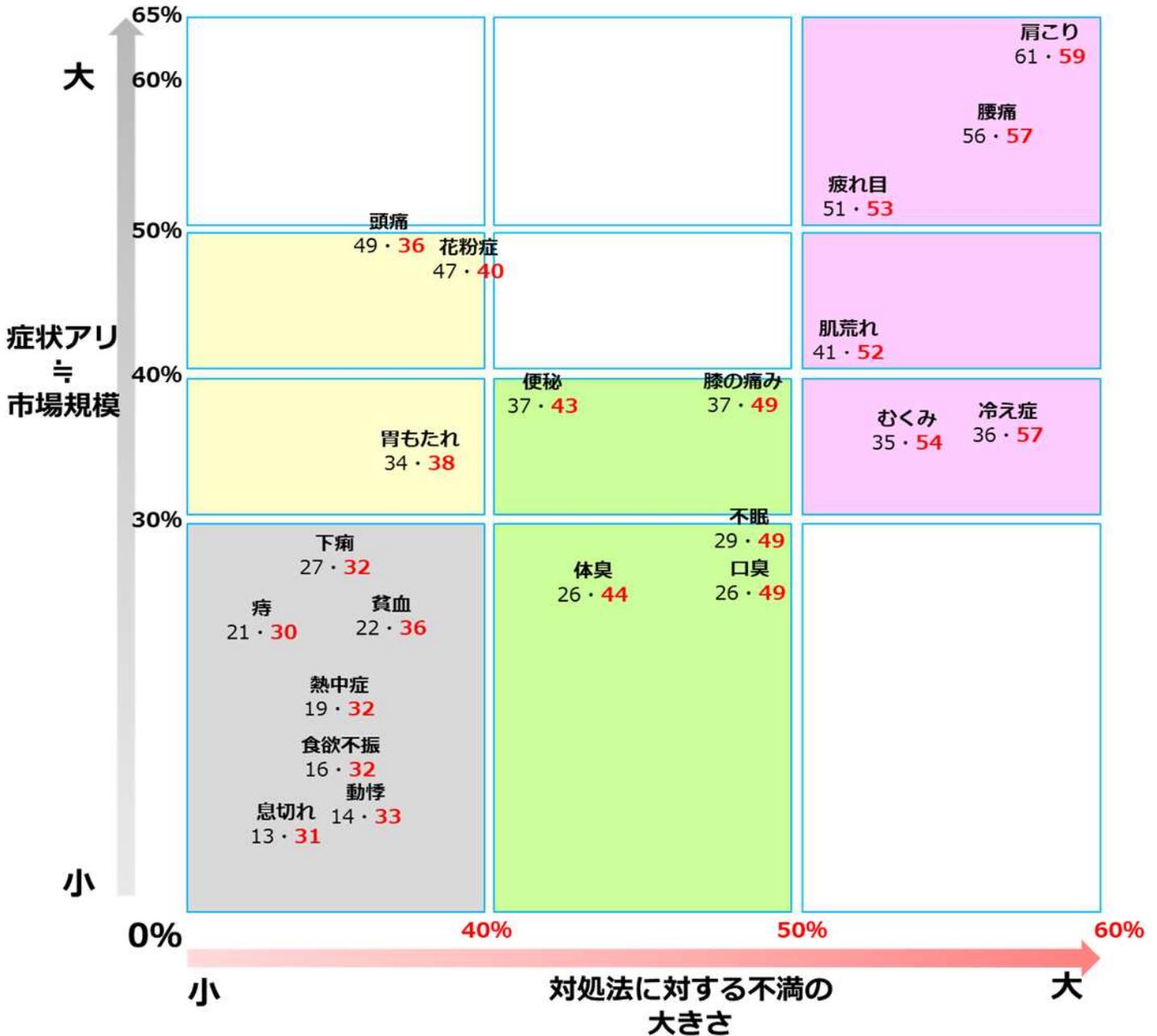
対処法（左図）については、なにかしかの対処をしている順に上から並べている。満足度（右図）については、対処をしている順と同じ並びにした。

処方薬や市販薬を使う比率の高い「疲れ目」、「頭痛」、「花粉症」、「胃もたれ」などはおしなべて満足度が高いように見えるが、その中で「疲れ目」だけが圧倒的に満足度が低いようだ。

機能性表示食品の「えんきん」などのサプリのヒットも記憶に新しいが、食品開発などでは狙い目になるのかもしれない。

# 他

体の症状を市場として捉えてみると・・・

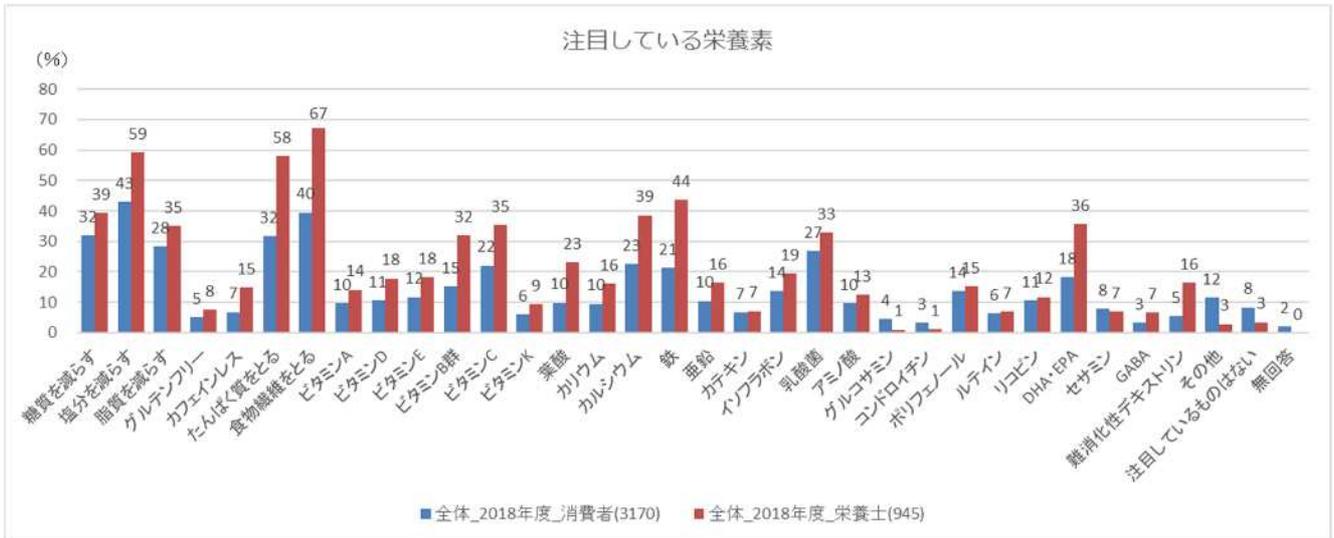


## 【体の症状を市場として見ると】

対処しているということは何かの対価を払うなどの行為が行われているとみなし、それを症状アリ 市場規模として縦軸にプロット。その対処に対しての不満足合いを横軸にプロットした。右上のピンクは市場も大きく、不満足合いも高いので商品開発や販売用の訴求に対して敏感に反応しそうな症状といえるか。

真ん中下部の緑エリアは市場の大きさはさほどではないが、不満は強めなので上手に症状への訴求をしていけば市場の拡大などが見込みやすいところかもしれない。左側の黄色部分は、市場はありそうだが既にある程度、ユーザーが満足している難しいところか。グレー部分は市場も不満も小さい。

おまけ：注目の栄養素のネクストブレイクは？



【注目している栄養素を消費者と栄養士で比較してみました】

上記の青い棒グラフは消費者が注目している栄養素のページでもご紹介したグラフです。ここでは調査した全ての栄養素を掲載しています。

そこに追記されている赤い棒は495名の栄養士調査の結果です。

全体的に青棒よりも赤棒が長いのは注目している栄養素が多いということでもあり、さすが栄養士！という感じです。

ここで注目したいのは、青棒よりも圧倒的に赤棒が長い項目。

食の専門家でもある栄養士の注目度が高いということは、

- ・今後、話題になりそうで、栄養士は一足先に調べ始めている。
- ・消費者から話を聞かれる機会が多い(または多くなった)。
- ・専門家ならではの着目ポイントがある。

などという可能性も感じられます。

【消費者と比較して栄養士の注目度合いが高い栄養素】

① 食物繊維

② たんぱく質

③ 鉄

栄養士の回答者がほぼ全て女性です。鉄は女性票で伸びる可能性もありますが、消費者\_女性全体よりも圧倒的に高い注目度になっています。



## 食と健康、栄養に関する調査

発行：株式会社リンクアンドコミュニケーション  
協力：国分グループ本社 株式会社

2018年 12月吉日