

健康食品の3か月以内の購入率は50%以上。日常生活に浸透している様子が見えてくる
一方で若い年代ほど金銭的な負担感が導入・継続のハードルになっている

インパクトホールディングス株式会社の完全子会社で、マーケティングリサーチ事業を展開する株式会社 RJC リサーチ（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：村松 篤、以下「RJC リサーチ」）は、お仕事紹介サイト「MediF」に登録しているスタッフ、全国のメディアクルー482人（20歳～79歳男女）に対して「健康食品に関する意識調査」を実施いたしました。

今年5月に新型コロナウイルスは5類に引き下げられましたが、新型コロナウイルスの流行によって私たちの生活を取り巻く環境は大きく変化しました。ここ数年の健康意識の高まりは、今後も継続すると予想されます。その中で健康をサポートする健康食品 ※1 がどのように取り入れられているのか調査を実施いたしました。

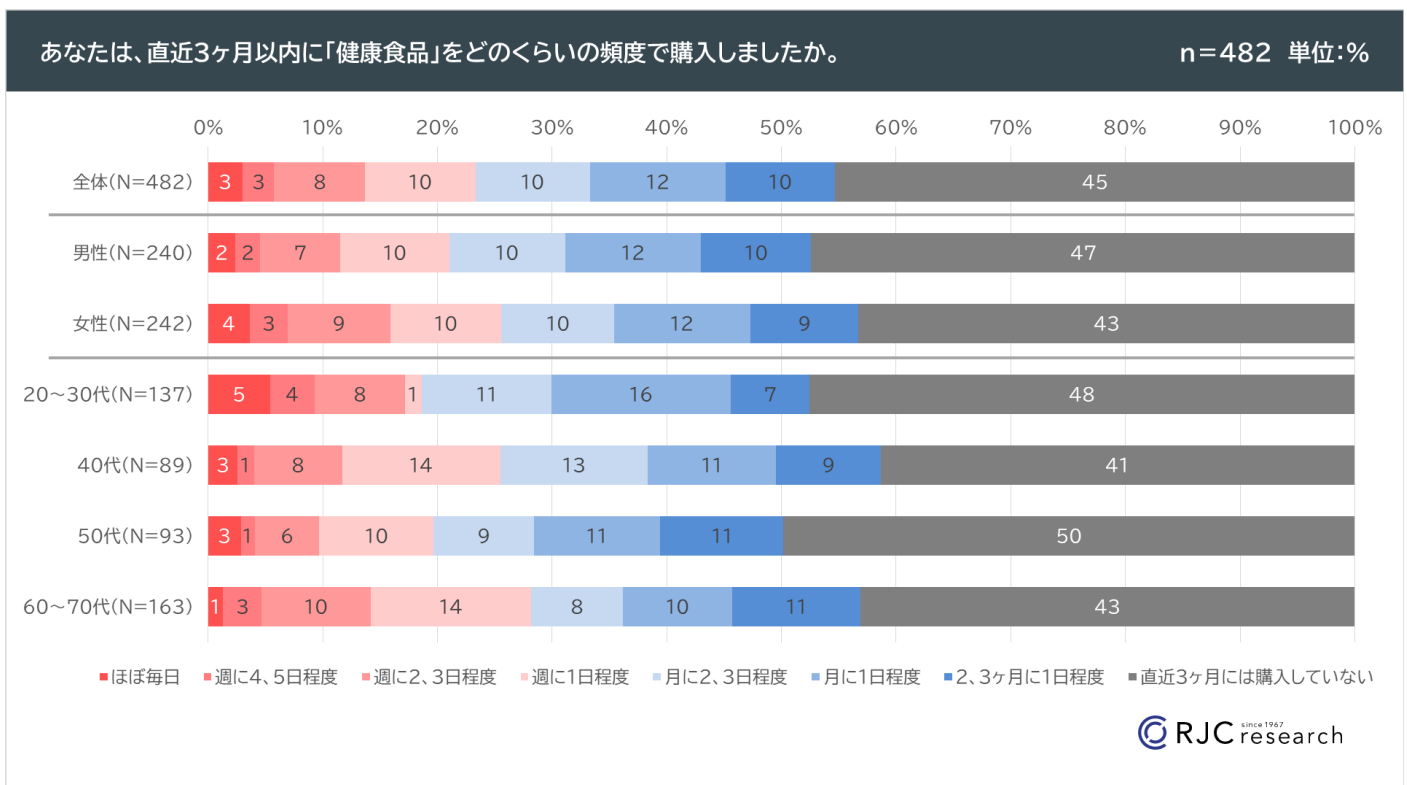
※1 通常の食品よりも健康に良いと称して売られている食品

【調査結果サマリー】

- 健康食品の直近3か月以内の購入率は55%で、多くの人が普段の生活の中に健康食品を取り入れている。
- 購入しているカテゴリーは、「発酵食品（納豆、ヨーグルト等）」「サプリメント・ビタミン剤」「栄養ドリンク」が上位に挙がっている。
- 女性や60～70代は、「毎日の続けやすさ」が他の属性より重視されている傾向が見られる。若い年代ほど「金銭的な負担感」を感じる割合が高く、非購入/中断のきっかけとなっている。

◆ 健康食品の購入頻度

半数以上が3か月に1日以上、健康食品を購入しており、多くの人が普段の生活に健康食品を取り入れている様子が見えてくる。性別、年代で多少のばらつきは見られるものの、2～3割弱は週に1回以上と高い頻度で健康食品を購入している。



◆ 直近 3 か月で購入した健康食品

直近 3 か月で購入した健康食品は、「発酵食品(納豆、ヨーグルト等)」「サプリメント・ビタミン剤」「栄養ドリンク」の割合が高い。1 位、2 位の順位の入れ替わりはあるものの、性別、年代別でも同様の傾向がみられる。

あなたが健康食品を購入しているまたは過去購入した際の理由として、
 あてはまるものをすべてお選びください。 n=374 単位:%

1位 2位 3位	サンプル数	健康の維持や 増進のため	体に 良いものを 摂取しようと 感じたため	見た目 に 気を使おうと 感じたため	毎日 続けやすいと 感じたため	魅力 を感じる効果 があったため	家系的 に 病気になる やすいから	自分 の 憧れの人が 摂取して いるから	周りの評判	その他
全体	374	82	51	24	24	22	4	2	2	1
男性	178	86	51	23	18	15	3	2	2	1
女性	196	79	52	25	29	27	5	3	2	0
20~30代	108	81	43	34	21	21	2	4	2	0
40代	66	72	57	30	29	30	4	5	6	1
50代	72	83	52	22	25	28	5	1	2	1
60~70代	128	88	55	14	23	14	5	1	1	1

RJC research

◆ 健康食品の購入/非購入(中止)理由

購入理由は、性別・年代問わず「健康維持・増進のため」「体に良いものを摂取」が上位に挙がっている。「見た目に気を使って」は男性と 40 代以下の層、「毎日続けやすい」は女性と 60~70 代の層で上位に挙がり、性年代によって購入のポイントが若干異なっている。

あなたが健康食品を購入しているまたは過去購入した際の理由として、
 あてはまるものをすべてお選びください。 n=374 単位:%

1位 2位 3位	サンプル数	健康の維持や 増進のため	体に 良いものを 摂取しようと 感じたため	見た目 に 気を使おうと 感じたため	毎日 続けやすいと 感じたため	魅力 を感じる効果 があったため	家系的 に 病気になる やすいから	自分 の 憧れの人が 摂取して いるから	周りの評判	その他
全体	374	82	51	24	24	22	4	2	2	1
男性	178	86	51	23	18	15	3	2	2	1
女性	196	79	52	25	29	27	5	3	2	0
20~30代	108	81	43	34	21	21	2	4	2	0
40代	66	72	57	30	29	30	4	5	6	1
50代	72	83	52	22	25	28	5	1	2	1
60~70代	128	88	55	14	23	14	5	1	1	1

RJC research

健康食品を購入しない、購入をやめた理由は、「金額が高い」「効果を感じられない」が上位に挙がっている。金銭的な負担感を感じる割合は若い年代ほど多く、効果への不満を示す割合は上の年代ほど多くなっている。

あなたが健康食品を購入していない、または購入をやめた際の理由を、以下の中からすべて選択してください。

n=366 単位:%

1位 2位 3位	サンプル数	金額が高いため	効果を感じられないため	通常の食事で十分だと思うから	美味しくないため	食事にそもそも気を使わないから	病気をしにくい家系だから(自分の家族や親族など)	その他
全体	366	62	54	24	9	4	4	1
男性	179	68	56	25	7	6	3	1
女性	187	57	51	23	11	1	4	2
20~30代	98	70	35	30	6	3	6	0
40代	70	61	49	18	16	6	3	3
50代	72	59	55	23	11	3	2	3
60~70代	126	59	69	23	7	3	3	1

RJC research

◆ 調査概要

調査手法：インターネット調査

調査地域：全国47都道府県

調査対象：お仕事紹介サイト「MediF」に登録している20歳~79歳男女

※年代構成比は2020年度実施国勢調査データをベースにウェイトバック集計しております。

調査期間：2023年8月9日(水)~16日(水)

有効回収数：482サンプル

※ 図表の数字は、四捨五入による端数を調整していないため、内訳と計は必ずしも一致しません。

※ 詳細な調査結果資料(その他の質問(普段の情報源、食品・飲料購入場所、健康意識等)、属性別クロス集計データ、自由回答データ)をご希望の方は当社ホームページのお問い合わせフォームよりお気軽にご連絡ください。

【転載・引用に関する注意事項】

本レポートの著作権は、RJCリサーチが保有します。

調査レポートの内容の一部を転載・引用される場合には、事前にRJCリサーチまでご連絡ください。

お問い合わせの際には、以下の内容をお知らせください。

1. 転載・引用したい調査レポートとその範囲。
2. 用途・目的 なお、内容によっては、転載・引用をお断りする場合がございます。

※本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

例：「株式会社RJCリサーチが実施した調査によると…」

※以下の行為は禁止いたします。

- ・ データの一部または全部を改変すること
- ・ 本レポートを販売・出版すること
- ・ 出所を明記せずに転載・引用を行うこと

◆ 会社概要

会 社 名：株式会社 RJC リサーチ（インパクトホールディングス株式会社 完全子会社）

代 表 者：代表取締役社長 村松 篤

設 立：1967 年 7 月 ※2017 年 12 月に分社化により新会社として設立

本 社 所 在 地：東京都渋谷区渋谷 2 丁目 12-19 東建インターナショナルビル 6F

事 業 内 容：市場調査、世論調査、社会調査等の企画設計、実施、集計分析、報告書作成、

リサーチ・コンサルティング（最適な企画設計・分析手法のご提案）、各種統計資料、一般資料の収集と分析等

W e b U R L：<https://www.rjc.co.jp/>

RJC リサーチでは、覆面調査員やアンケートモニターを募集しています。

あなたも覆面調査のお仕事やアンケートに回答してみませんか？

W e b U R L：<https://medif.jp/>

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社 RJC リサーチ TEL:03-5937-1501 / E-mail:info@rjc.co.jp