

<ジーコム独自調査レポート No.118>

福岡県居住者の健康食品の利用に関する調査

2018年11月

1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上男女

3. 調査時期

2018年10月5日（金）～10月12日（金）

4. 調査規模

607サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	257	42.3
女性	350	57.7
全体	607	100.0

■年代	件数	構成比(%)
20代	61	10.0
30代	97	16.0
40代	135	22.2
50代	128	21.1
60代以上	186	30.6
全体	607	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡市内	345	56.8
市外都市圏	129	21.3
その他福岡県	133	21.9
全体	607	100.0

■未既婚	件数	構成比(%)
未婚(離死別含む)	161	26.5
既婚	446	73.5
全体	607	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	183	30.1
公務員	16	2.6
団体職員・病院勤務	14	2.3
経営者・会社役員	8	1.3
派遣社員・契約社員	25	4.1
商工自営	35	5.8
農林漁業	1	0.2
学生	13	2.1
パート・アルバイト	89	14.7
主婦(主夫)専業	147	24.2
無職	67	11.0
その他	9	1.5
全体	607	100.0

【報告書の見方】

- ・本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- ・複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- ・報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

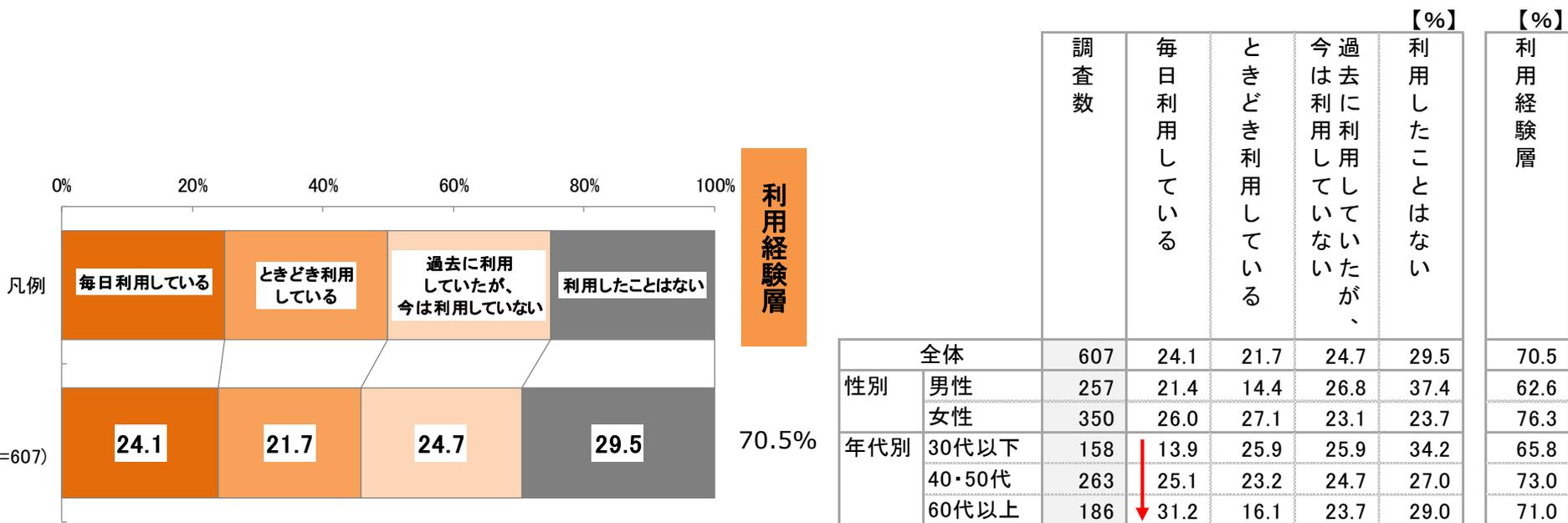
1. 健康食品の利用状況

7割が健康食品の利用経験あり。年代が高くなるほど毎日の利用率は高くなる。

健康食品の利用状況について、全体から「利用したことはない」を引いた利用経験層は70.5%である。

- ・性別では大きな差は見られない。
- ・年代別で見ると、「毎日利用している」の割合は年代が上がるにつれて高くなる。

◆健康食品の利用状況【単一回答】



*利用経験層:「毎日利用している」+「ときどき利用している」+「過去に利用していたが、今は利用していない」

2. 健康食品の利用目的

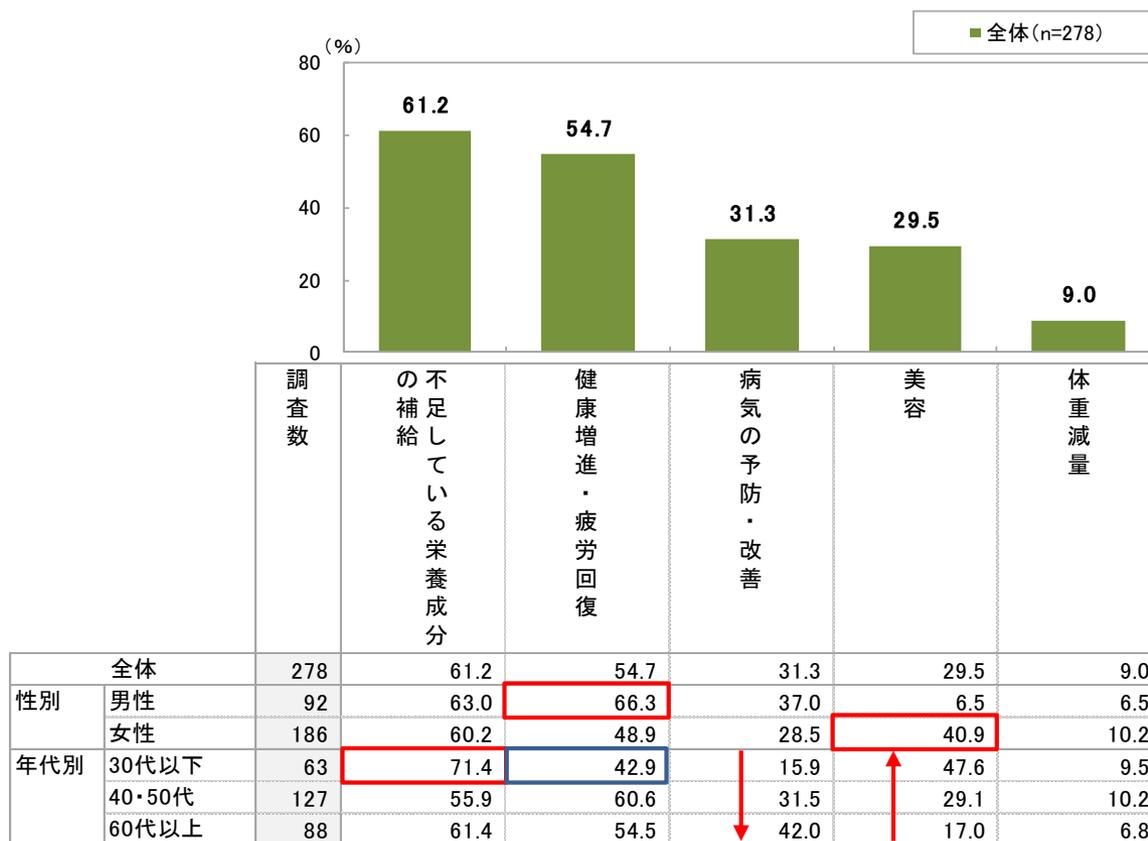
30代以下では栄養補給や美容が目的の中心だが、40代以上となると健康を意識した目的の割合が高くなる。

健康食品の利用目的について、「不足している栄養成分の補給」の割合が61.2%で最も高く、次いで「健康増進・疲労回復」54.7%、「病気の予防・改善」31.3%の順である。

・性別で見ると、男性は「健康増進・疲労回復」の割合が、女性は「美容」の割合が高い。

・年代別で見ると、「病気の予防・改善」の割合は年代が上がるにつれて高くなり、「美容」の割合は年代が下がるにつれて高くなる。また、30代以下は他の年代と比べて「不足している栄養成分の補給」の割合が高く、「健康増進・疲労回復」の割合が低い。

◆健康食品の利用目的【複数回答】 ※現在利用層限定



3. 健康食品購入時の重視ポイント

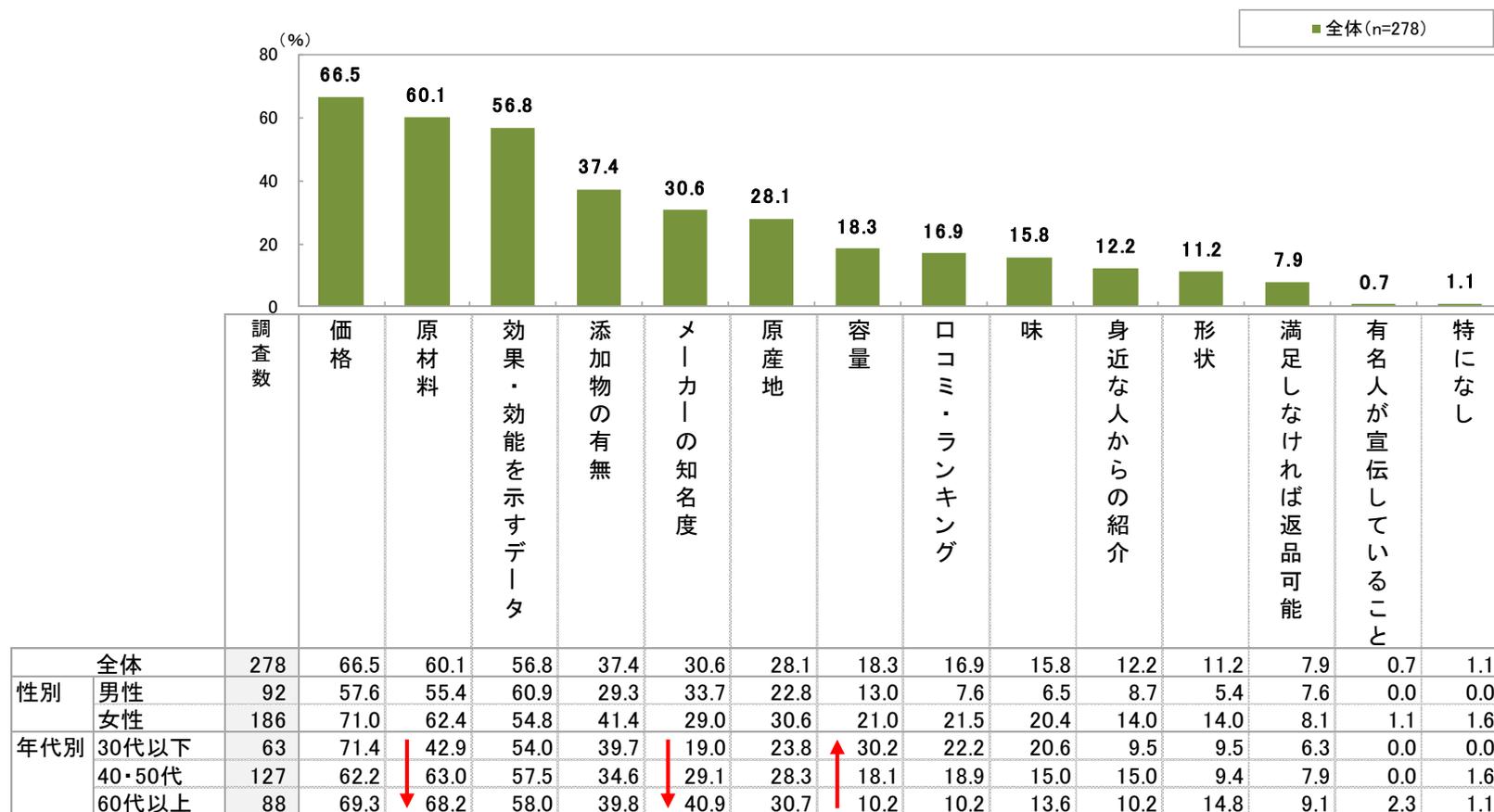
若年層では容量がポイントとなるが、高齢層では原材料やメーカーの知名度など安心感がポイントとなる傾向がある。

健康食品の購入時の重視ポイントは「価格」の割合が66.5%で最も高く、次いで「原材料」60.1%、「効果・効能を示すデータ」56.8%の順である。

・性別では大きな差は見られない。

・年代別で見ると、「原材料」「メーカーの知名度」の割合は年代が上がるにつれて高くなり、「容量」の割合は年代が下がるにつれて高くなる。

◆健康食品購入時の重視ポイント【複数回答】※現在利用層限定



4. 健康食品に対する不満・不安点

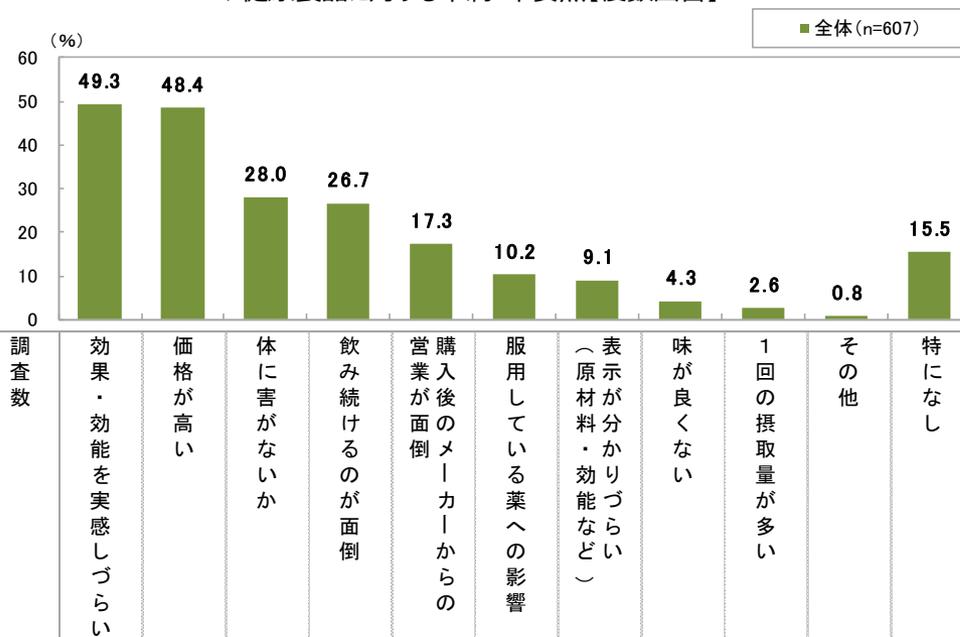
効能や価格面の他に、飲み続ける「手間」が健康食品利用の中断要因となっている。

健康食品に対する不満や不安点について、「効果・効能を実感しづらい」の割合が49.3%で最も高く、次いで「価格が高い」48.4%、「体に害がないか」28.0%の順である。

・性別や年代別では大きな差は見られない。

・健康食品利用別で見ると、利用中止層は「効果・効能を実感しづらい」「価格が高い」「飲み続けるのが面倒」の割合が高い。

◆健康食品に対する不満・不安点【複数回答】



調査数		効果・効能を実感しづらい	価格が高い	体に害がないか	飲み続けるのが面倒	購入後のメーカーからの営業が面倒	服用している薬への影響	(表示が分かりづらい(原材料・効能など))	味が良くない	1回の摂取量が多い	その他	特になし	
全体	607	49.3	48.4	28.0	26.7	17.3	10.2	9.1	4.3	2.6	0.8	15.5	
性別	男性	257	43.6	47.9	21.4	23.7	17.5	10.5	7.4	5.4	1.6	0.4	20.6
	女性	350	53.4	48.9	32.9	28.9	17.1	10.0	10.3	3.4	3.4	1.1	11.7
年代別	30代以下	158	39.9	48.1	24.7	35.4	15.8	3.8	7.6	5.7	2.5	0.0	13.9
	40・50代	263	50.2	48.3	31.9	25.5	17.1	10.6	11.0	4.9	3.0	0.8	15.2
	60代以上	186	55.9	48.9	25.3	21.0	18.8	15.1	7.5	2.2	2.2	1.6	17.2
健康食品利用別	現在利用層	278	50.4	46.4	31.3	23.0	16.9	8.3	11.5	3.2	4.3	1.1	12.2
	利用中止層	150	59.3	58.7	26.7	38.0	18.0	12.0	8.0	7.3	2.0	0.0	2.0
	非利用層	179	39.1	43.0	24.0	22.9	17.3	11.7	6.1	3.4	0.6	1.1	31.8

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4丁目1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221

FAX 092-761-0228

URL：<https://www.gcom-net.co.jp/>

E-mail：inq@gcom-net.co.jp