

**健康の維持・増進に関する食の意識調査****ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」と共同調査****約6割が、食生活で「健康に良い」とされるものにお金を使う****トクホ・機能性表示食品の摂取頻度は20代が1位。若年層が重視する効果は「睡眠の質向上」**

共通ポイントサービス「Ponta（ポンタ）」を運営する株式会社ロイヤリティマーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：長谷川剛、以下「LM」）は、10～60代の方を対象に調査した「健康の維持・増進に関する食の意識調査」（実施期間：2024年4月25日～4月27日）の結果をご報告いたします。本調査は、TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」（毎週日曜 6:00～6:30 放送）との共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」として実施しました。

**【調査結果】**

## ・TOPICS①

約6割が、食生活で「健康に良い」とされるものにお金を使う。年代の高い層において意向が高い

## ・TOPICS②

健康食を「意識している」は全体の65.0%。60代では69.6%

## ・TOPICS③

トクホおよび機能性表示食品の摂取頻度は20代が最も高く、およそ半数が摂取している

## ・TOPICS④

トクホや機能性表示食品に対して重視する効果は、「免疫力向上」がトップ。若年層では「睡眠の質向上」が高い

## ・TOPICS⑤

ラベル表示や説明の信頼度は「トクホ」が57.2%、「機能性表示食品」が49.1%

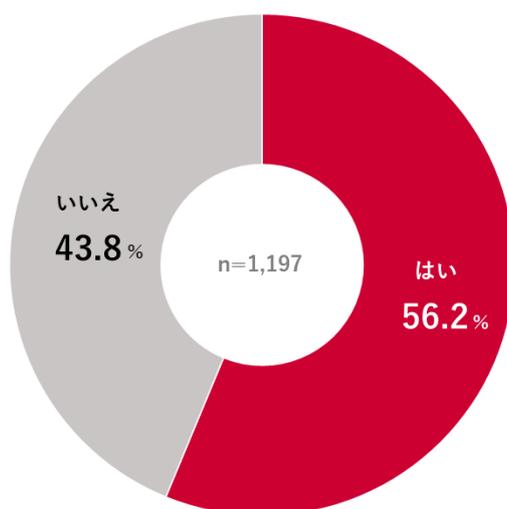
## 【調査結果詳細】

### ■TOPICS①

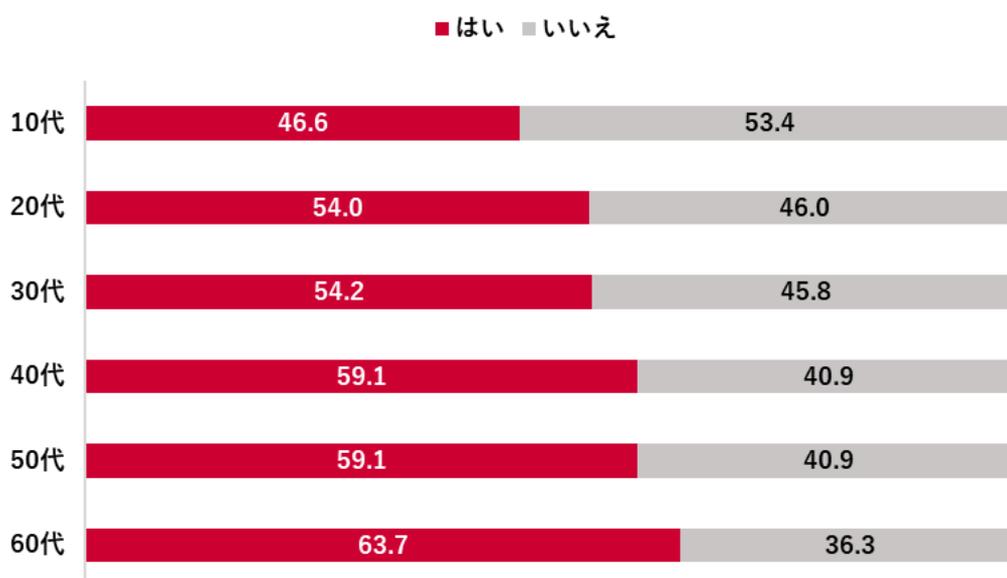
#### 約 6 割が、食生活で「健康に良い」とされるものにお金を使う。年代の高い層において意向が高い

食生活で「健康に良い」とされるものにお金を使うかを聴取したところ、全体の約 6 割が「はい」と回答した。年代の高い層において健康の維持・増進を目的とした食にお金を使う傾向が高く、60代で63.7%だった。

#### ▼食生活で「健康に良い」とされるものにはお金を使いますか？ | 全体



#### ▼食生活で「健康に良い」とされるものにはお金を使いますか？ | 年代別 (%) (n=1,197)

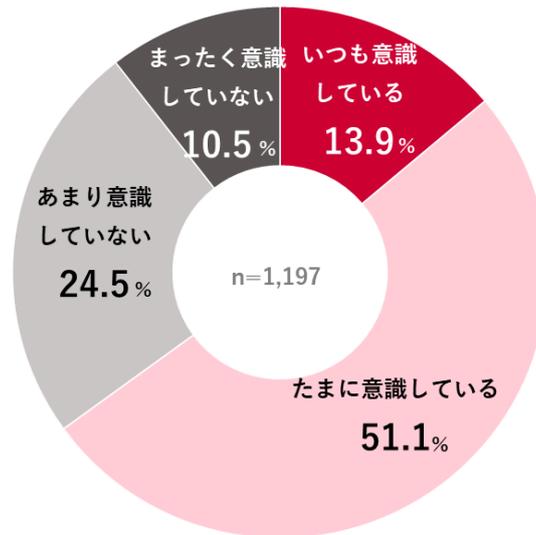


## ■TOPICS②

### 健康食を「意識している」は全体の65.0%。60代では69.6%

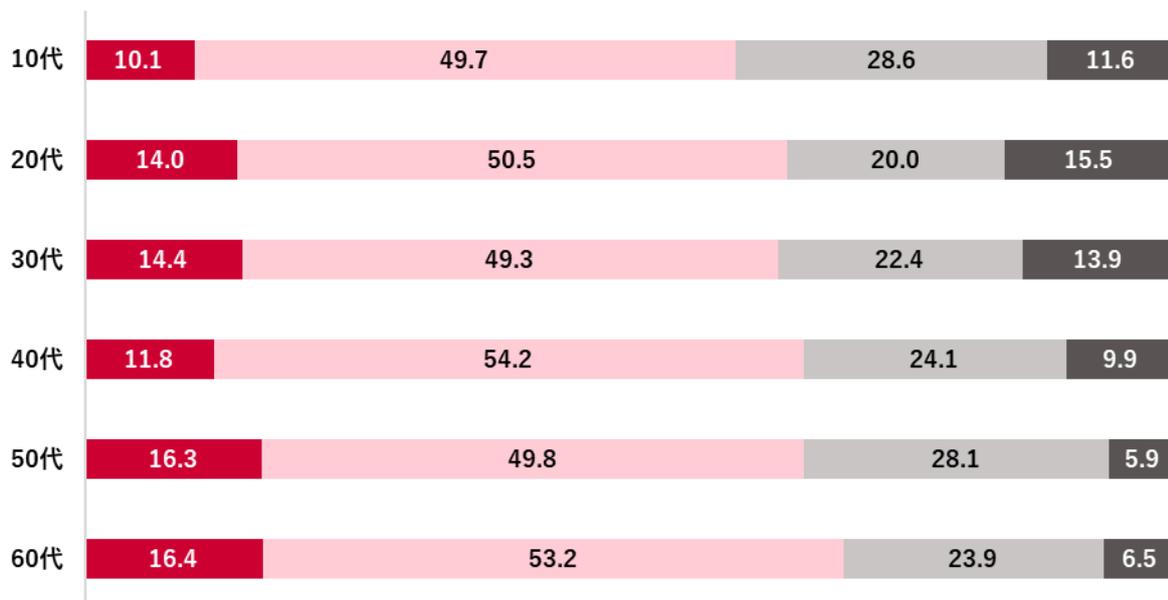
健康食への意識について聴取したところ、「いつも意識している」と「たまに意識している」を合わせた「意識している」は65.0%だった。年代別で見ると、60代の69.6%が最も高い。

▼「健康食」について、どの程度意識していますか？ | 全体



▼「健康食」について、どの程度意識していますか？ | 年代別 (%) (n=1,197)

■ いつも意識している ■ たまに意識している ■ あまり意識していない ■ まったく意識していない



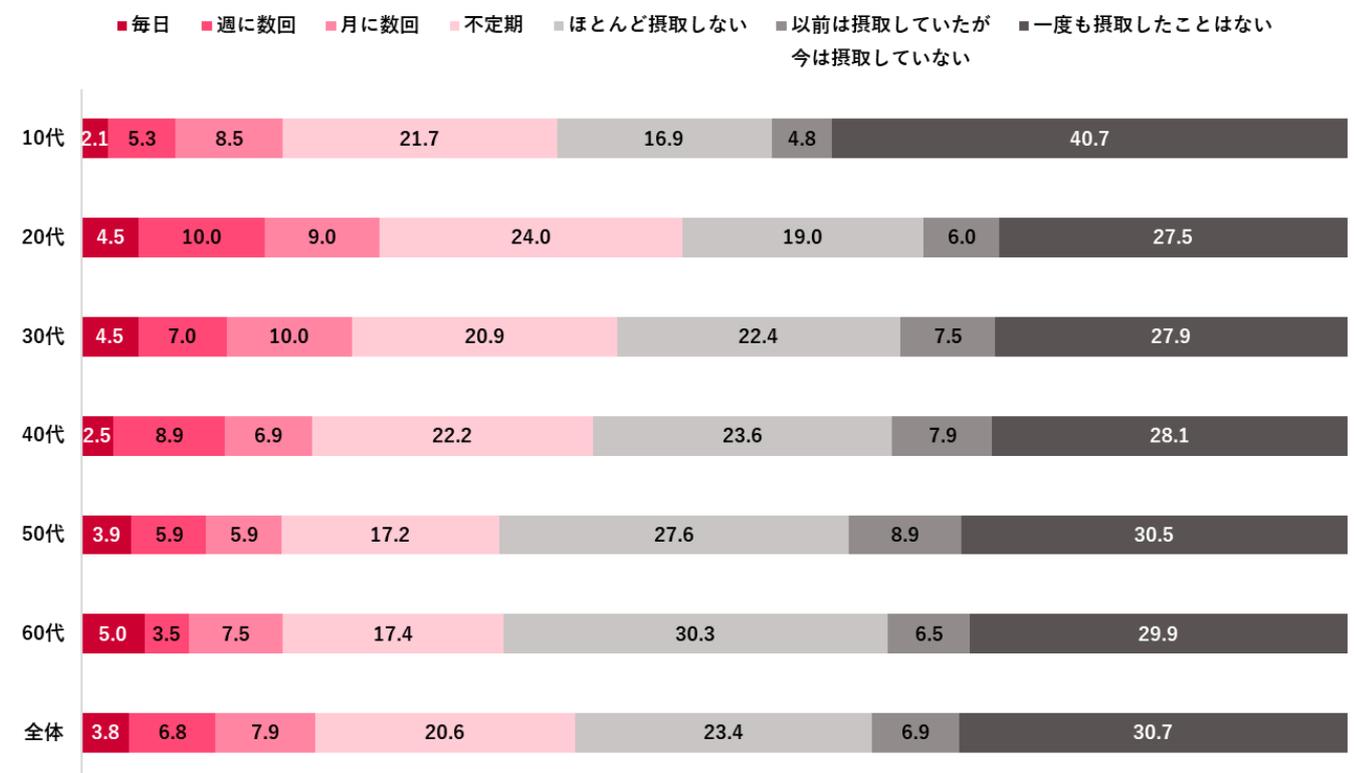
### ■TOPICS③

#### トクホおよび機能性表示食品の摂取頻度は20代が最も高く、およそ半数が摂取している

特定保健用食品（以下「トクホ」と機能性表示食品それぞれの摂取頻度について、年代別で見ると、どちらも20代が最も高かった。「毎日」「週に数回」「月に数回」「不定期」を合わせると、トクホが47.5%、機能性表示食品が46.5%となり、それぞれ20代のおよそ半数が摂取している。

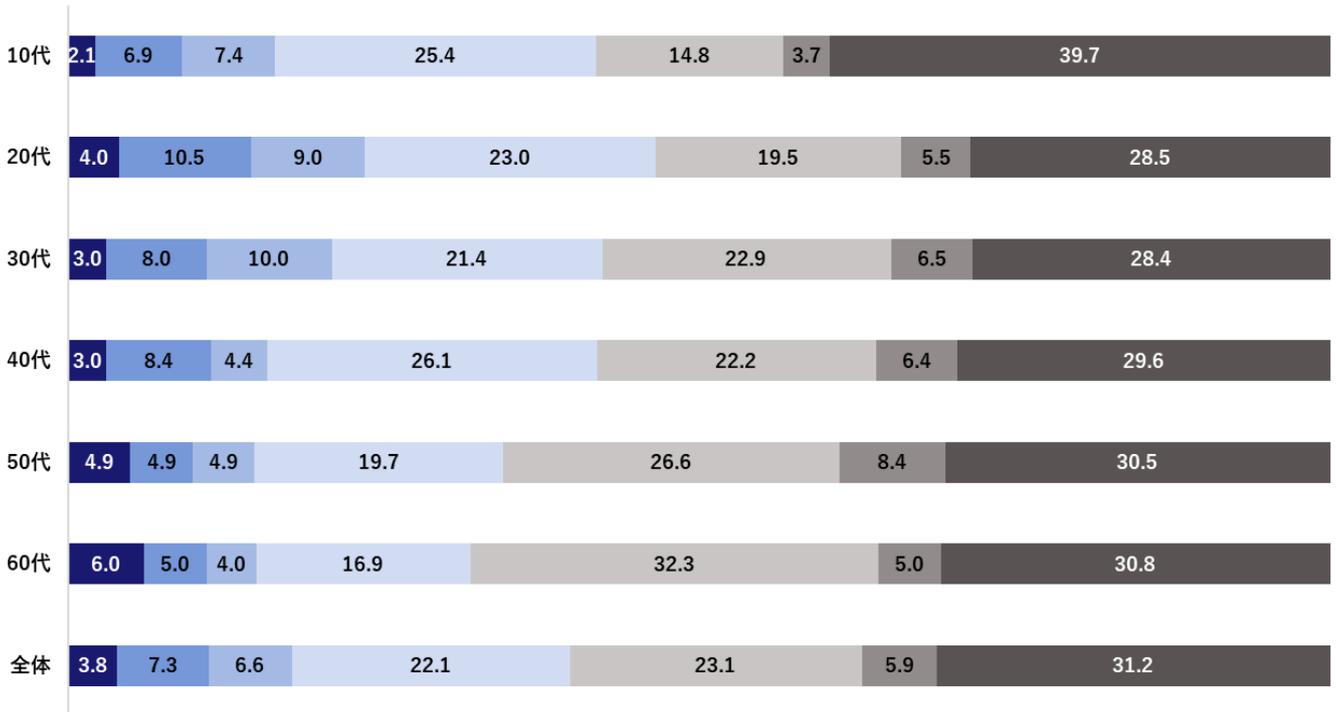
トクホまたは機能性表示食品の摂取歴がある方を対象に、商品の種類ごとに摂取頻度を聴取したところ、トクホでは「フード（バー、グミ、クッキーなどの食品）」、機能性表示食品では「サプリメント（錠剤・カプセルなど）」が高かった。

▼トクホの摂取頻度（%）(n=1,197)



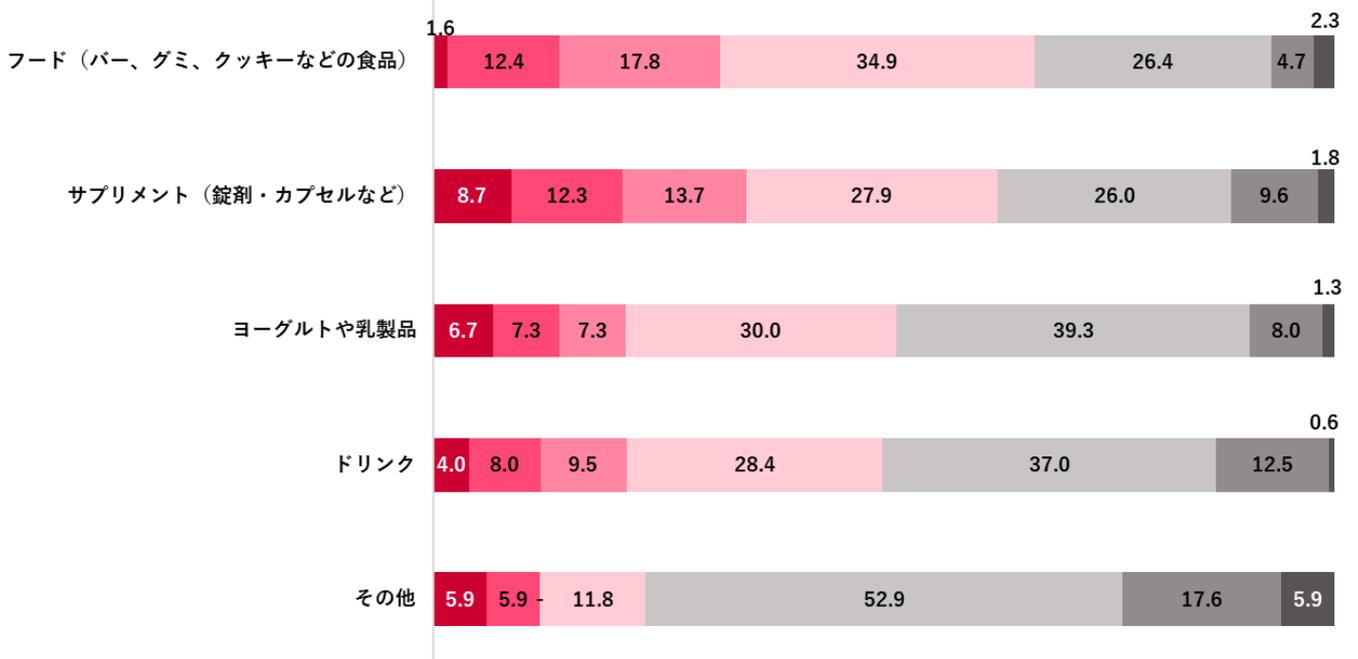
▼機能性表示食品の摂取頻度 (%) (n=1,197)

■ 毎日 ■ 週に数回 ■ 月に数回 ■ 不定期 ■ ほとんど摂取しない ■ 以前は摂取していたが今は摂取していない ■ 一度も摂取したことはない



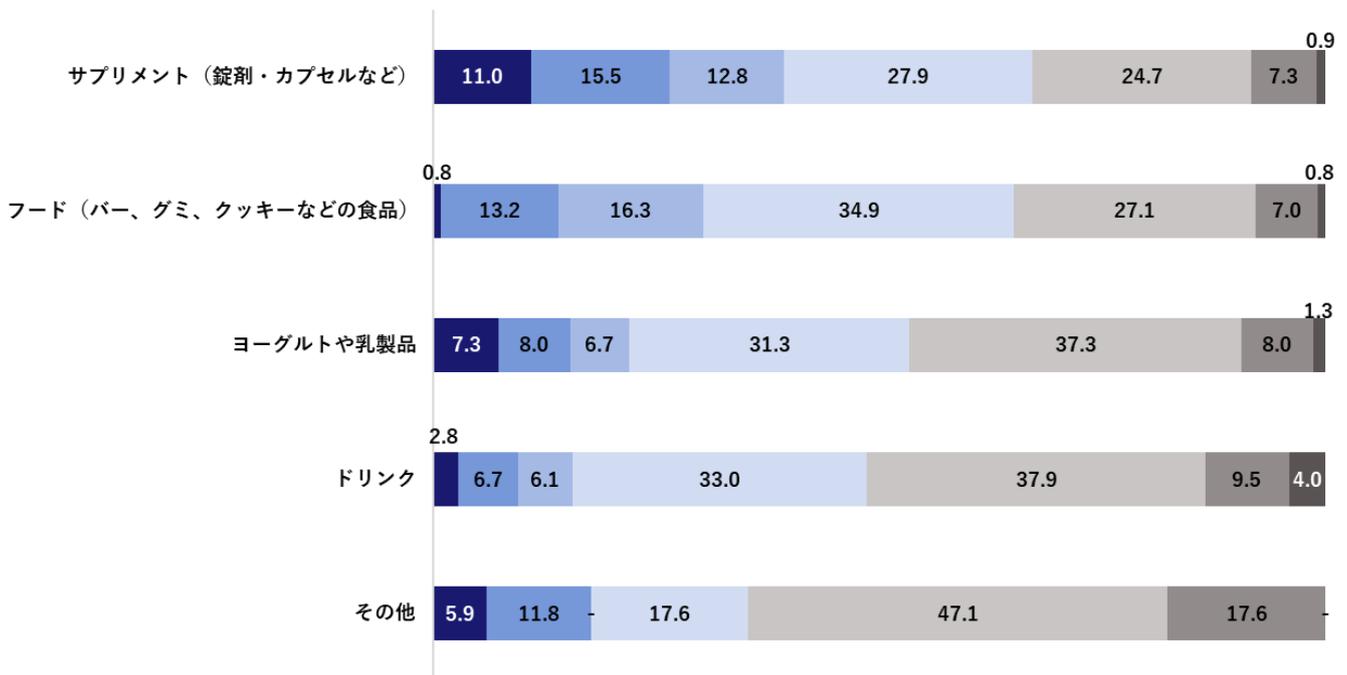
▼トクホの摂取頻度 | 商品の種類別 (%) (n=842)

■ 毎日 ■ 週に数回 ■ 月に数回 ■ 不定期 ■ ほとんど摂取しない ■ 以前は摂取していたが今は摂取していない ■ 一度も摂取したことはない



▼機能性表示食品の摂取頻度 | 商品の種類別 (%) (n=842)

■毎日 ■週に数回 ■月に数回 ■不定期 ■ほとんど摂取しない ■以前は摂取していたが今は摂取していない ■一度も摂取したことはない



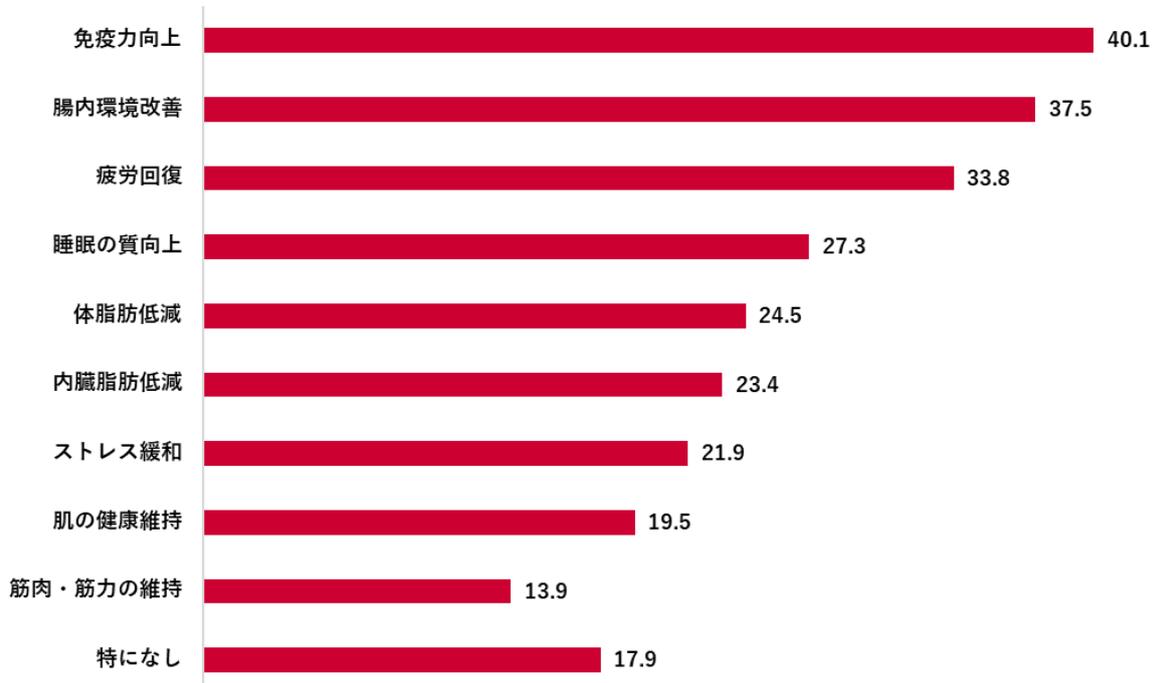
■TOPICS④

トクホや機能性表示食品に対して重視する効果は、「免疫力向上」がトップ。若年層では「睡眠の質向上」が高い

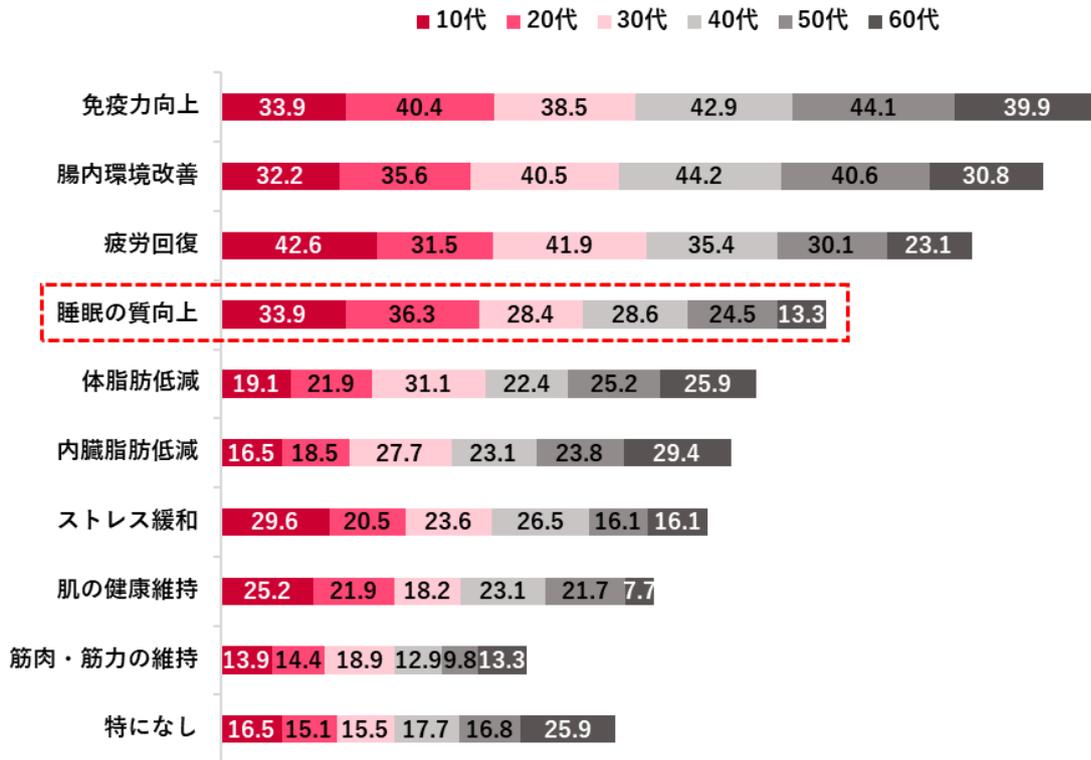
トクホや機能性表示食品に対して重視する効果は、「免疫力向上」が 40.1%、「腸内環境改善」が 37.5%、「疲労回復」が 33.8%で上位だった。

年代別で見ると、摂取頻度の高い 20 代では「免疫力向上」(40.4%) がトップ、次いで「睡眠の質向上」(36.3%)、「腸内環境改善」(35.6%) が続いた。「睡眠の質向上」は、30 代~60 代が 10~20%台だったのに対して、10 代と 20 代では 30%を超えており、若年層で高かった。

▼トクホや機能性表示食品に対して重視する「効果」 | 全体 (上位 10 位まで表示) ※複数回答 (%) (n=842)



▼重視するトクホや機能性表示食品の「効果」| 年代別（上位 10 位まで表示） ※複数回答（%）(n=842)



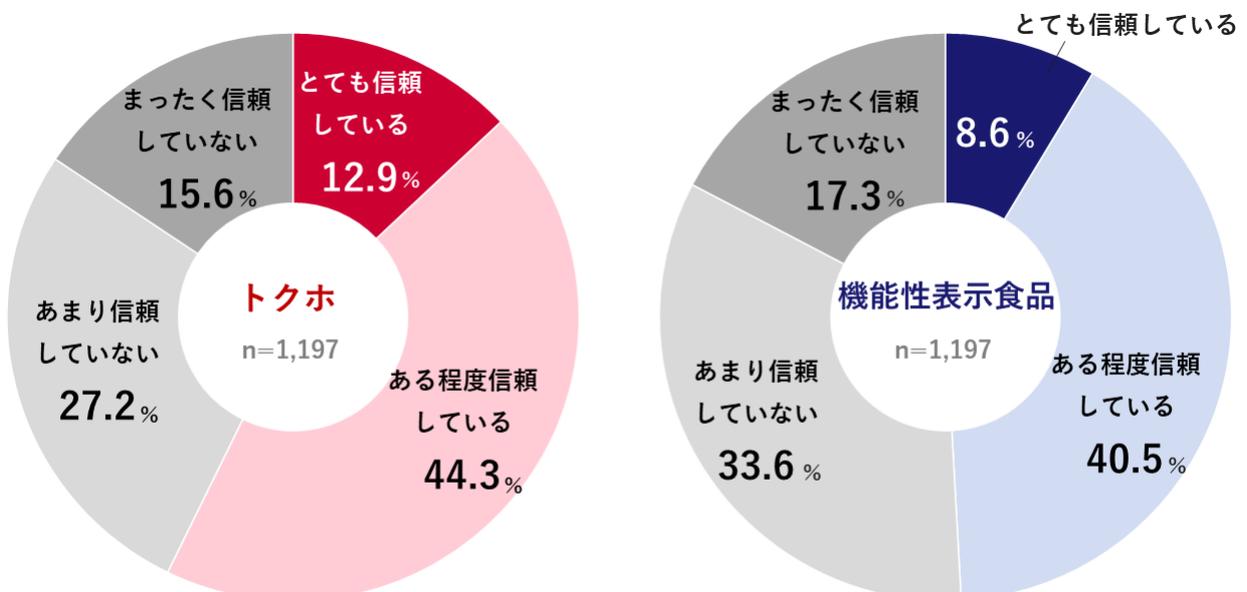
■TOPICS⑤

ラベル表示や説明の信頼度は「トクホ」が 57.2%、「機能性表示食品」が 49.1%

トクホおよび機能性表示食品におけるラベル表示や説明の信頼度を聴取した。「とても信頼している」と「ある程度信頼している」を合わせた信頼度は「トクホ」が 57.2%、「機能性表示食品」は 49.1%だった。

また、好きな商品を自由回答で聴取したところ「Yakult（ヤクルト）1000」「伊右衛門 特茶」「ロッチェキシリトールガム」などが挙がった。

▼トクホおよび機能性表示食品のラベル表示や説明の信頼度



【ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」パーソナリティのコメント】

・馬淵磨理子氏（経済アナリスト）

物価高で実質賃金がマイナスの状況であっても「健康に良い食品にはお金を使う」人が約 6 割という結果。世のトレンドもあるが、単に、健康意識が高まり、付加価値の高いモノを消費するだけでは説明しきれない背景があるのではないか。特に、機能性表示食品の摂取頻度は 20 代が最も高い結果から、人生 100 年時代と言われ自分の健康を自分で守らなければといった漠然とした将来不安が、こうした商品の購買動向に繋がっている可能性がある。

・渡辺広明氏（消費経済アナリスト）

超高齢化社会が加速する中、食に関しては 60 代など高齢者が益々健康を意識する傾向を表したアンケート結果になっている。そしてマーケットボリュームが大きい高齢者に引っ張られるカタチで若年層の健康意識も醸成されており、トクホまたは機能性表示食品の摂取頻度が高く、摂取している人がおよそ半数と最も高くなっているのは象徴的な結果だろう。そんな中、発生した小林製菓の紅麹サプリの健康被害問題は、機能性表示食品において、国による安全性に対する基準の見直しが必要不可欠であるという事を再認識させるものとなった。健康被害が生じた際の報告ルールの明確化、機能性表示食品の信頼性を高めるためのチェック導入、そして表示見直しなど、国として早急に方針を示す事が求められ、ひいては国民が求める健康増進にも大事なポイントとなっていきそうだ。

以上

【調査概要】

調査方法 : インターネット調査

調査期間 : 2024 年 4 月 25 日～4 月 27 日

パネル : 「Ponta リサーチ」会員

(Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をいただいている方)

調査対象 : 国内在住 10～60 代の方

有効回答数 : 1,197 名

※調査結果は小数点第 2 位を四捨五入しています

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「Ponta リサーチ」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

## ■共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」について



2023年5月より TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」の提供スポンサーとして LM が参画しています。「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」は、世の中の最新ニュースからパーソナリティの経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が生活者に調査したいトピックについて、LM が「Ponta リサーチ」で聴取する調査です。調査結果を番組内で紹介する他、LM のマーケティング紹介サイトのコラムで紹介しています。

## ■TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」について

パーソナリティをつとめる経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が世の中の最新ニュースをそれぞれの視点で分かりやすく解説しています。ビジトピとは、“ビジネストピックス”の略！ 30 分ながら聴きするだけで、資産運用の話から、マーケティング用語、最新ヒット商品まですぐあなたの役に立つビジトピが身につきます。

放送日時 : 日曜 6:00~6:30

出演者 : 馬淵磨理子 (経済アナリスト)、渡辺広明 (消費経済アナリスト)

番組 HP : <https://www.tfm.co.jp/biztopi/>

AuDee : <https://audee.jp/program/show/61907>

Twitter : [https://twitter.com/biztopi\\_tfm](https://twitter.com/biztopi_tfm)

## ■関連 URL

株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング詳細紹介サイト : <https://biz.loyalty.co.jp/>

公開レポート (自主調査結果を掲載) : <https://biz.loyalty.co.jp/report/>

公開データ : <https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/>

コラム : <https://biz.loyalty.co.jp/column/>

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先  
広報部にご連絡をお願い申し上げます。