

2022年5月19日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

With コロナにおける普段の食生活と健康意識や行動を調査

普段の食生活で健康を意識している層は70%以上。

「カロリー管理」や「食事の記録」は意識したくてもできていない結果に

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、普段の食生活における健康意識や行動を聴取した「健康と食に関する調査」(実施期間：2022年3月4日～3月8日)の結果をご報告いたします。

【調査結果】

・TOPICS 1

70%以上が普段の食生活で健康を意識。意識したいができていないことは「カロリー管理」や「食事の記録」

・TOPICS 2

食生活において「メニューのレパートリーの少なさ」「食費」といった悩みが多い

・TOPICS 3

健康のために食べたい食品は「ナッツ」、成分は「鉄」「DHA・EPA」「コラーゲン」となり、需要が期待できる

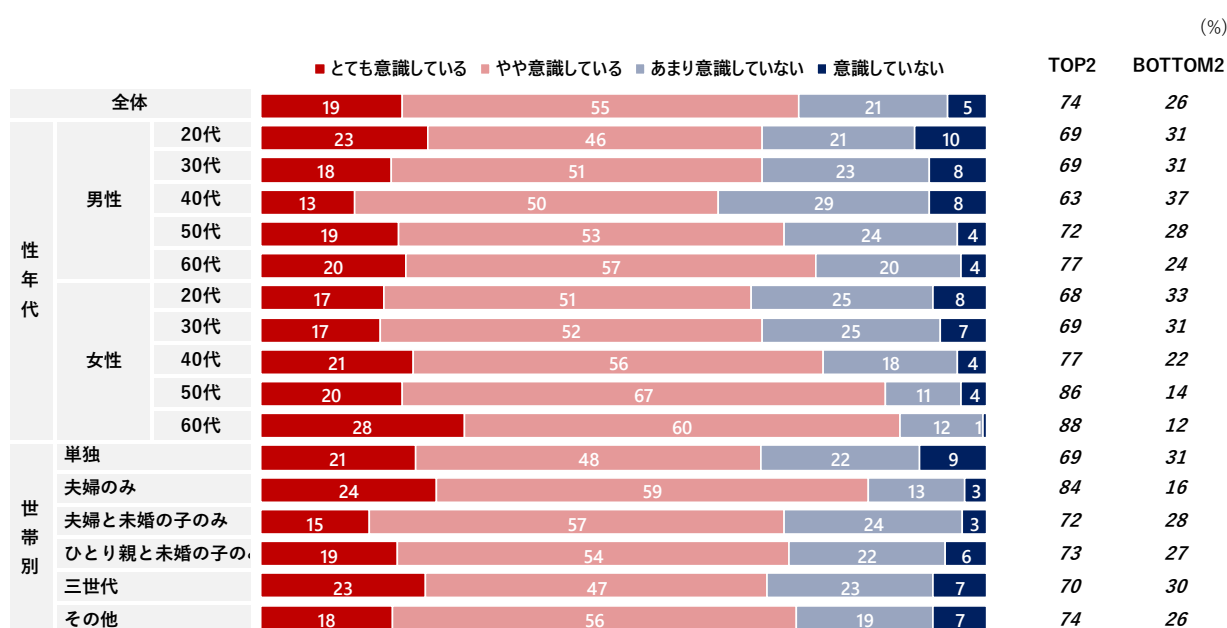
【調査結果詳細】

■TOPICS 1

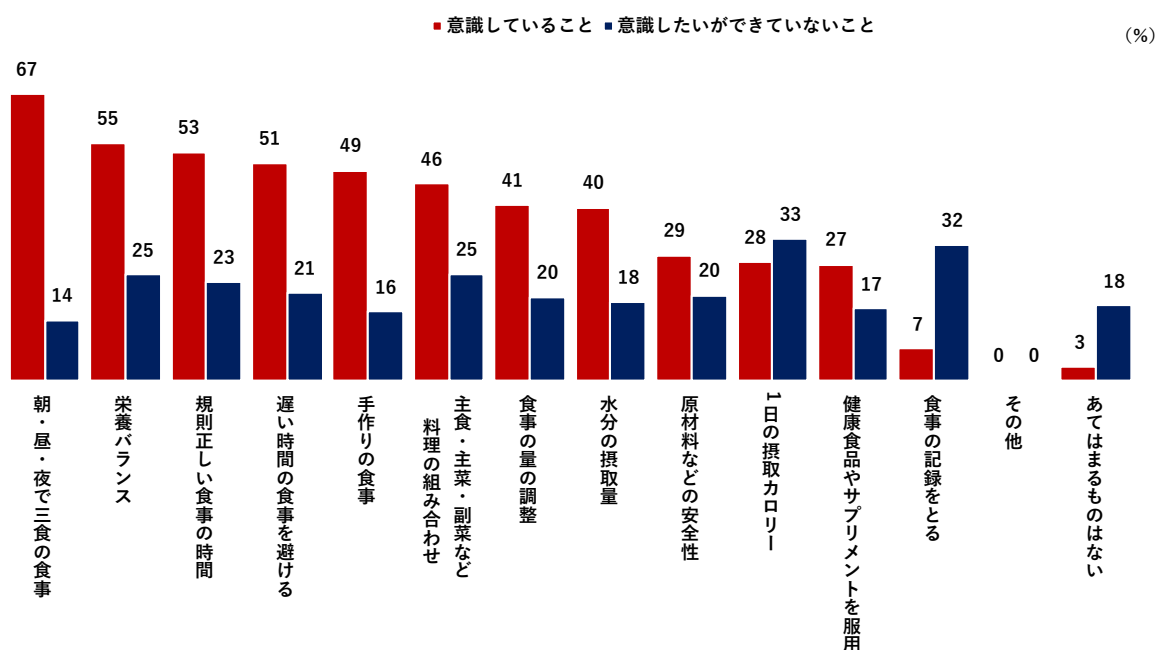
70%以上が普段の食生活で健康を意識。意識したいができていないことは「カロリー管理」や「食事の記録」

普段の食生活において健康を意識している人（「とても意識している」「やや意識している」の合計）は74%となった。意識していることは「朝・昼・夜で三食の食事」が67%と最も高く、次いで「栄養バランス（55%）」「規則正しい食事の時間（53%）」が続く。一方で、意識したいができていないことは「1日の摂取カロリー（33%）」「食事の記録をとる（32%）」が高い結果となった。

▼食生活における健康意識



▼健康のために食生活で意識していること／意識したいができていないこと



■TOPICS 2

食生活において「メニューのレパートリーの少なさ」「食費」といった悩みが多い

食生活における悩みは「メニューのレパートリーが少ない」が37%で最も多く、「食費(33%)」「料理に時間や手間がかかる(26%)」が続く。性年代別でみると、「悩みはない」と回答した人が男性は25%前後、女性は15%前後と、男性より女性のほうが食生活で悩みを抱えていることが分かった。どの性年代も「メニューのレパートリーが少ない」「食費」の回答が高くなっており、コロナ禍による内食機会の増加や、昨今の原材料の高騰の影響があるのではないかと考えられる。

▼食生活における悩み

	メニューのレパートリーが少ない	食費	料理に時間や手間がかかる	料理から必要な栄養素の摂取量が	必要な食材や成分が	自分や家族に必要な食材や成分が	食べ過ぎ/小食	間食が多い	安全な食品を探すのが面倒	食べ物の好き嫌い	偏食	孤食	アレルギー	その他	食事に関する悩みはない	
全体	37	33	26	19	18	17	15	14	13	8	4	3	0	20		
性年代	20代	21	22	17	10	17	9	11	11	7	6	2	4	0	35	
	30代	35	33	27	20	21	14	13	15	11	7	4	4	0	19	
	男性	40代	27	31	24	12	11	15	10	8	8	9	5	4	0	28
		50代	32	32	17	19	18	20	13	17	12	6	4	3	0	21
		60代	30	19	18	21	18	13	10	15	9	3	4	1	1	30
	女性	20代	46	44	32	24	19	22	18	14	19	11	7	1	0	12
30代		48	44	37	26	25	14	17	15	13	13	3	6	0	13	
40代		48	39	37	22	22	22	21	17	17	12	2	4	0	12	
50代		44	36	33	20	22	20	22	17	19	10	5	4	0	12	
60代	36	30	21	14	13	19	17	11	12	4	2	4	1	17		

※全体で降順ソート

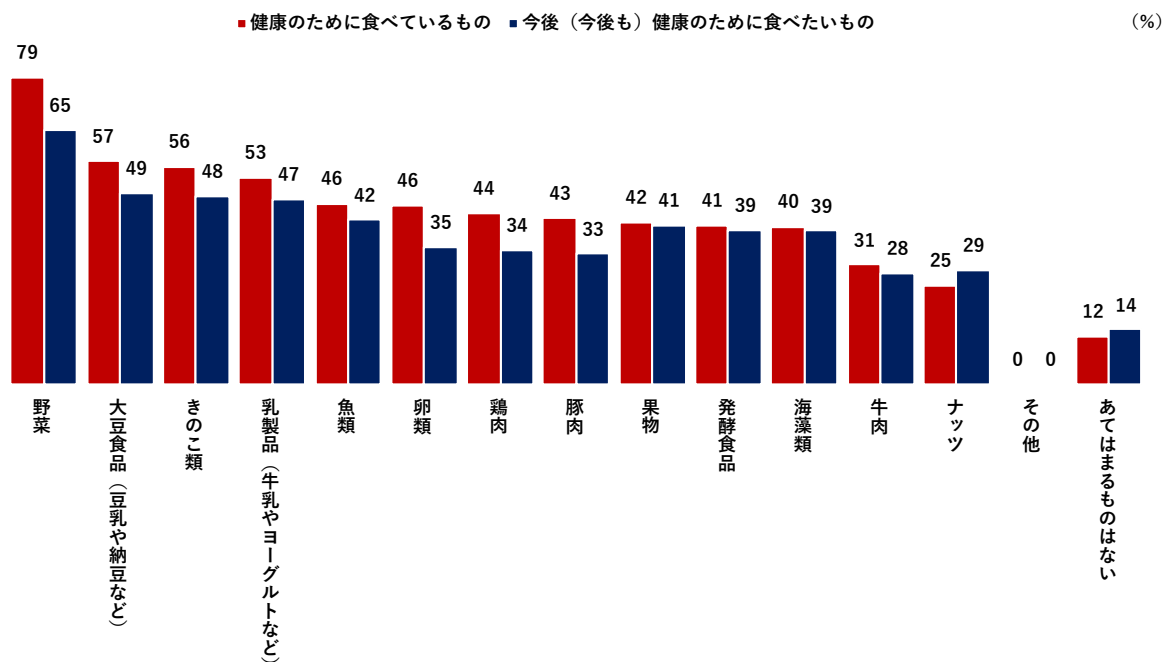
■TOPICS 3

健康のために食べたい食品は「ナッツ」、成分は「鉄」「DHA・EPA」「コラーゲン」となり、需要が期待できる

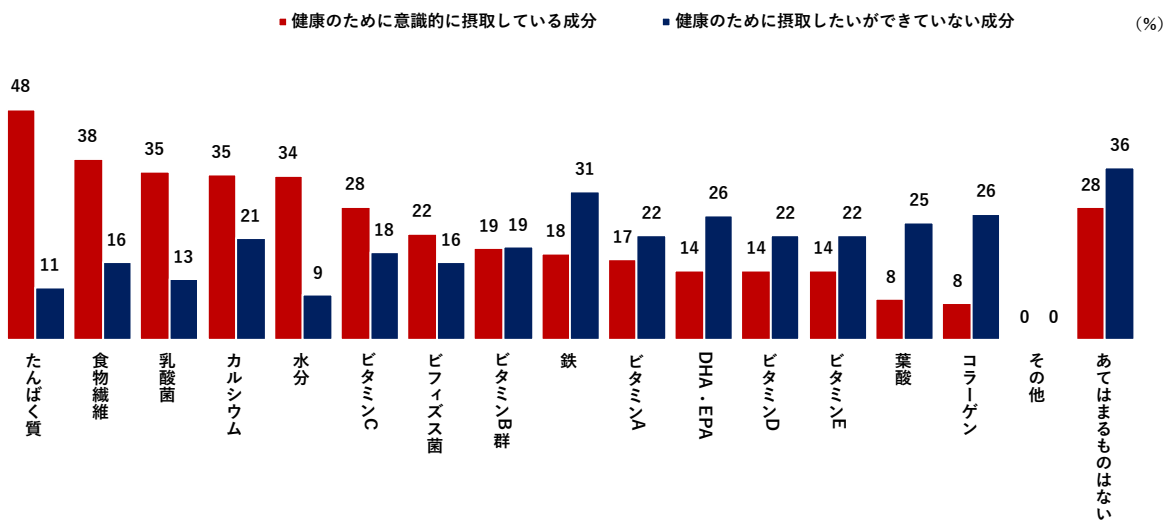
健康を意識して食べているものは「野菜」が79%と最も多い。次いで、「大豆食品(57%)」「きのこ類(56%)」が続く。今後健康のために食べたいものでも「野菜(65%)」「大豆食品(49%)」「きのこ類(48%)」が上位となった。「ナッツ」は「食べている」の回答を「今後食べたい」が上回っており、健康を意識した食品として需要が高まっていくことが考えられる。

また、健康を意識して摂取している成分は「たんぱく質(48%)」が最も多く、「食物繊維(38%)」「乳酸菌(35%)」「カルシウム(35%)」が続く。一方、摂取したいが摂取できていない成分としては「鉄(31%)」「DHA・EPA(26%)」「コラーゲン(26%)」が上位となっており、需要があることがうかがえる。

▼健康を意識して食べているもの／今後食べたいもの



▼健康を意識して摂取している成分／摂取したいが摂取できていない成分



以上

【調査概要】

- 調査方法 : インターネット調査
- 調査期間 : 2022年3月4日～3月8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 20～60代の方
- 有効回答数 : 2,000名 ※性年代ごとに各200サンプル回収

【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、“「ロイヤリティ マーケティング」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。

【追加レポートにつきまして】

本資料に記載した内容に加えて、下記の内容も併せて聴取しています。

- ・健康のために常備している食品
- ・摂取を制限している成分
- ・摂取している成分の摂取手段
- ・今後食べたい興味・関心がある健康フード

性年代別や世帯別に分析が可能です。

マーケティング施策立案にお役立ていただける、より詳細な追加分析レポートをご希望の方は、株式会社ロイヤリティ マーケティング ビジネスデザイン部リサーチ担当部局までお問い合わせください。

lm-sales-research@loyalty.co.jp

■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/>