

F1層のリアルをミュゼマーケティングが調査！ MUSEE MARKETING News Letter ～食生活編～

F1層の6割が「栄養が摂れていない」と実感 働く女性の食生活についてリサーチ

2018年9月、日本政策金融公庫は消費者に意識調査を行い、国民の健康志向が高まっている傾向にあると発表しました。そこで、全国363万人(※)のミュゼプラチナム女性会員組織を活用し、F1層のマーケティングに特化したミュゼマーケティングが「働く女性の食生活」に関するアンケート調査を実施。食事の際に意識するポイントや外食の頻度、普段の食事から栄養は摂れているかなど、20～34歳の働く女性1,852人にリサーチしました。

<トピックス>

～食生活編～

- 4割の人が「朝食を食べない」。理由は「時間がないから」が最多
- 85%の人が「平日の夜でも自炊する」。外食は「週に1回」程度
- 一人暮らし女性は、70%以上が「食事からきちんと栄養が摂れていない」と回答
- パッケージに記載されていて気になるキーワード、1位は「ビタミン」「食物繊維」

【調査概要：食生活編】

- 調査日 : 2019年5月24日～2019年5月31日
- 調査方法 : インターネット調査
- 調査人数 : 1,852名
- 調査対象 : 全国20～34歳有職者の女性

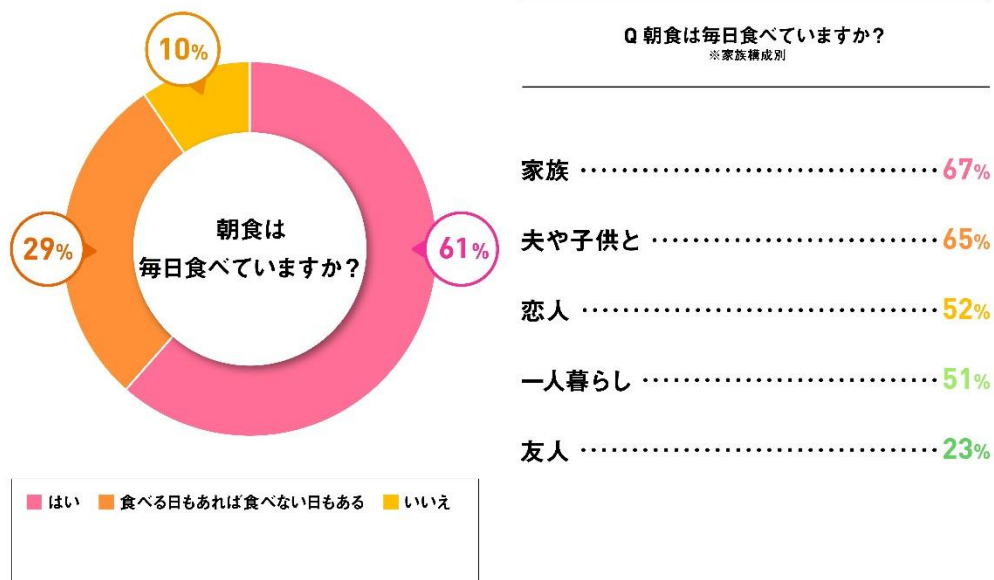
※本リリースの調査結果・グラフをご利用いただく際は、必ず【ミュゼマーケティング調べ】とご明記ください。

■ 4割の人が「朝食を食べない」。理由は「時間がないから」が最多

アンケート回答者の家族構成は、家族と同居している人が57%、一人暮らしが25%、夫や子どもと住んでいる人が12%、恋人と同棲している人が5%、友人と住んでいる人が1%でした。

毎日朝食を食べているかという質問では、全体で62%の人が「食べている」と回答。家族構成別に割合を見ると、家族と同居している人では67%、夫や子どもと住んでいる人は65%、恋人と同棲している人は52%、一人暮らしは51%、友人と住んでいる人は23%という結果に。やはり家族と住んでいる人ほど朝食を食べる傾向があるとわかります。

朝食を「食べない」と答えた人にその理由を聞くと、「時間がないから」が64%と最も多く、「お腹が空いていない」「ダイエットのため」と回答する人もいました。

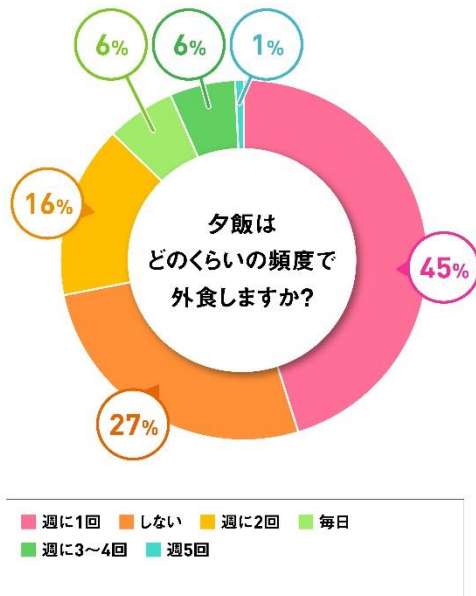


■ 85%の人が「平日の夜でも自炊する」。外食は「週に1回」程度

仕事の日の昼食は、お弁当を持参する人が最も多く49%、コンビニや弁当屋で購入する人が21%、社食を利用する人が18%でした。

平日の夕食は、自炊する人が85%にもおよび、コンビニや弁当屋で購入する人は8%、外食する人は6%にとどまりました。夕飯に外食する頻度については、全体で最も多かったのが「週に1回」で45%、次に多かったのが「(外食)しない」で。

1か月にかかる1人分の食費についてそれぞれ聞いたところ、全体では「1万円～2万円」という回答が最も多く36%でした。



Q 1か月の食費1人分はおよそどれくらいですか？

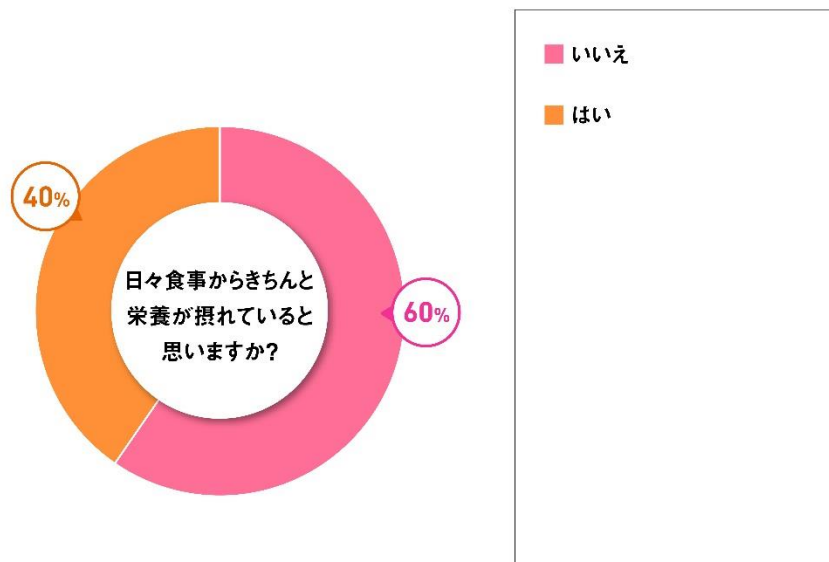


■ 一人暮らし女性は、70%以上が「食事からきちんと栄養が摂れていない」と回答

毎日の食生活における健康への意識についても聞きました。「毎日の食生活のなかで、健康を意識しているか？」という質問には、「意識するが最優先事項ではない」と答えた人が最も多く37%、次に「意識しているが行動に移せていない」と答えた人は31%でした。

「意識している」と答えた人に、どのように意識しているか聞くと、一番多かった回答は「栄養のバランスに気を配る」、2位が「食べ過ぎない」、3位が「野菜を多めに食べる」でした。

「食事からきちんと栄養が摂れている」と答えた人は全体で40%。摂れていないと答えた人は60%です。「栄養が摂れている」と答えた人を家族構成別に見ると、家族と同居している人の場合は46%、夫や子どもと住んでいる人の場合は40%、一人暮らしの場合は29%という結果に。家族と同居している場合と一人暮らしの場合では、顕著な開きが出ています。



■ パッケージに記載されていて気になるキーワード、1位は「ビタミン」「食物繊維」

パッケージに記載されていたら気になるキーワードは「ビタミン」「食物繊維」が同率1位、3位が「糖質ゼロ」という結果に。また、食品購入時、「特定保健用食品（トクホ）」や「栄養・機能」の表示を重視する人は全体で30%います。

間食の頻度について聞くと、約半数の46%がほぼ毎日間食すると回答。つつい買ってしまってお菓子1位は「チョコレート」、2位が「ポテトチップスなどのスナック菓子」、3位が「アイス」でした。

Q 商品購入時に、パッケージに記載されていたら気になるワードは何ですか？

※複数回答可

1位	ビタミン	16%
1位	食物繊維	16%
3位	糖質ゼロ	13%
3位	カロリーゼロ	13%
5位	コラーゲン	11%
6位	腸内環境	10%
7位	コレステロール	7%
8位	緑黄色野菜	5%
9位	ポリフェノール	3%
9位	水分補給	3%
11位	血糖値	2%

データ一覧 ～食生活編～

Q 朝食には何を食えることが多いですか？

※複数回答可

1位	パン	30%
2位	ご飯	24%
3位	ヨーグルト	14%
4位	シリアル食品	7%
4位	卵料理	7%
6位	フルーツ	6%
7位	サラダ	4%
8位	スムージー	3%
9位	肉料理	2%
9位	菓子類	2%
11位	麺類	1%
11位	魚料理	1%

データ一覧 ～食生活編～

Q サプリメントを購入したことがない理由は何ですか？

1位	高額だから	37%
2位	効果がないと思うから	30%
3位	怖いイメージがある	15%
4位	その他	14%
5位	販売会社の信用がない	4%

Q 自炊をしない理由は何ですか？

※複数回答可

1位	家族や恋人が作ってくれるから	36%
2位	時間がないから	17%
3位	料理が面倒だから	15%
4位	仕事で帰宅が遅いから	9%
5位	片付けが面倒だから	7%
6位	自分で作ってもおいしくないから	5%
6位	食材の買い出しや賞味期限などの管理が面倒	5%
8位	コンビニやスーパーの総菜の方が安いから	2%

Q レシピを探すときは何を利用しますか？

※複数回答可

1位	クックパッド	38%
2位	クラシル	13%
3位	DELISH KITCHEN	11%
3位	ネット検索	11%
5位	料理本を見る	6%
5位	Instagram	6%
7位	自炊はしない	4%
8位	Twitter	3%
9位	その他	2%
9位	食品メーカーの企業HP	2%
9位	料理番組を見る	2%
12位	料理ブロガーなどのブログ	1%

データ一覧 ～食生活編～

Q 働き出してから体重の変化はありますか？

1位	ほぼ変わらない	44%
2位	2～5kg増えた	25%
3位	2～5kg減った	16%
4位	6～9kg増えた	7%
5位	10kg以上増えた	5%
6位	6～9kg減った	3%
7位	10kg以上減った	1%

※本リリースの調査結果・グラフをご利用いただく際は、必ず【ミュゼマーケティング調べ】とご明記ください。

『ミュゼマーケティング』について

美容意識の高い女性を中心とした会員層を有し、自社デジタルメディアと全国198(※)店舗のサロンによるクロスメディアアプローチが特徴のメディアサービスです。店頭サンプリング、商品モニター、リサーチ、デジタル広告やメールマガジンによるサービス告知などを提供しています。

F1層をコアとした全国363万人以上(※)の会員さまへ向け、自社サービスの認知拡大、継続的な収益モデルを検討したい企業様は、ミュゼマーケティングへお問い合わせください。

▶サービスの詳細・資料ダウンロードはこちら：<https://musee-marketing.com/>

MUSÉE
MARKETING

美容脱毛サロン『ミュゼプラチナム』について

“全ての女性のキレイをお手伝いしたい”との想いを込め、2003年に誕生した、高品質の美容脱毛サロン。多くの女性の支持を受け、現在では全国に198(※)店舗を展開中。

▶ミュゼプラチナム ホームページ：<https://musee-pla.com/>

MUSÉE
PLATINUM
ミュゼプラチナム

(※) 2019年6月末日時点