

調査結果について

<調査概要>

1. 調査対象：gooリサーチ登録モニターおよびgooユーザ
2. 調査方法：公開型インターネットアンケート
3. 調査期間：平成18年7月26日(水)～平成18年7月31日(月)
4. 有効回答者数：28,818名
5. 回答者の属性：
【性別】男性：47% 女性：53%
【年齢】10代：2% 20代：21% 30代：39% 40代：25% 50歳以上：13%
6. 「健康食品の定義」
本調査では、「健康食品」を次のように定義した。

健康の保持増進に資する食品として販売・利用されるもののうち、消費者が自らの判断によるもの。ただし、医薬品は含まない。

7. その他

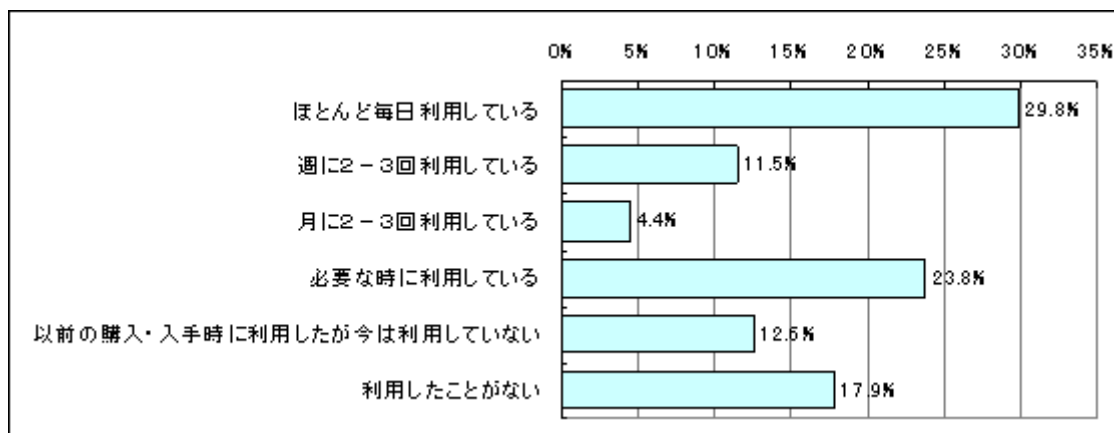
本調査は、別途報道資料として配付している「新型インフルエンザに関する3万人の意識調査」庭用一般製品のトラブル情報に関する調査」と同時に行ったものである。

調査結果データ

(1)「健康食品」の利用状況

過去の利用経験まで含めると、約8割以上の回答者に「健康食品」の利用経験があった。この年8月に東京都民を対象とした同様の調査と概ね同じ傾向を示している。

【図1】「健康食品」の利用状況(n=28,818)

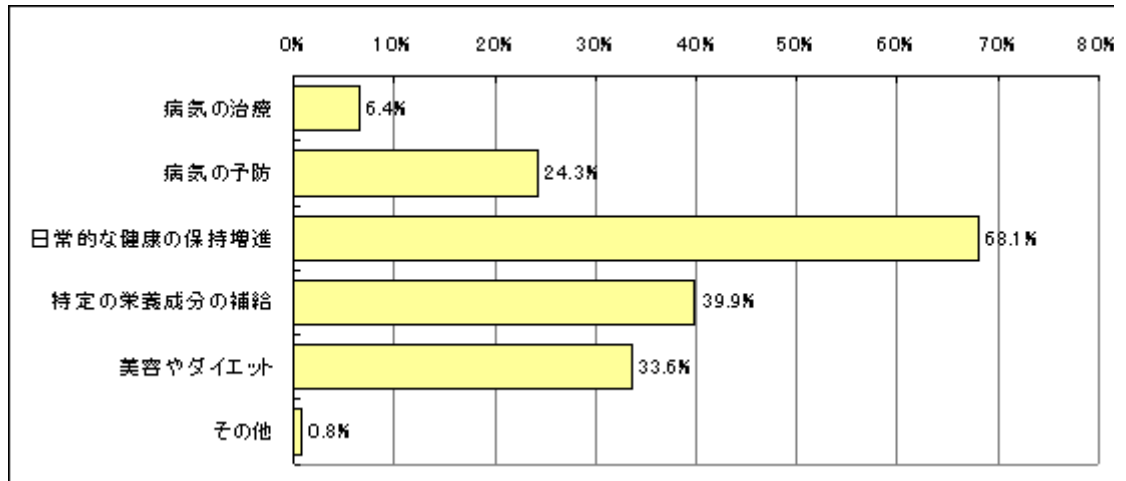


(2) 「健康食品」の利用目的

利用目的の第一位は、「日常的な健康の保持増進」(68.1%)で、過半数の利用者が健康食品を正しく理解していることが分かる。2位以下は「特定の栄養成分の補給」(39.9%)、「美容やダイエット」(33.6%)がそれに続いた。一方、「病気の治療」という回答も6.4%あり、一部の消費者が「健康食品のようにとらえている状況が明らかとなった。

利用目的の傾向についても、東京都民を対象とした調査と大きな違いはなかった。

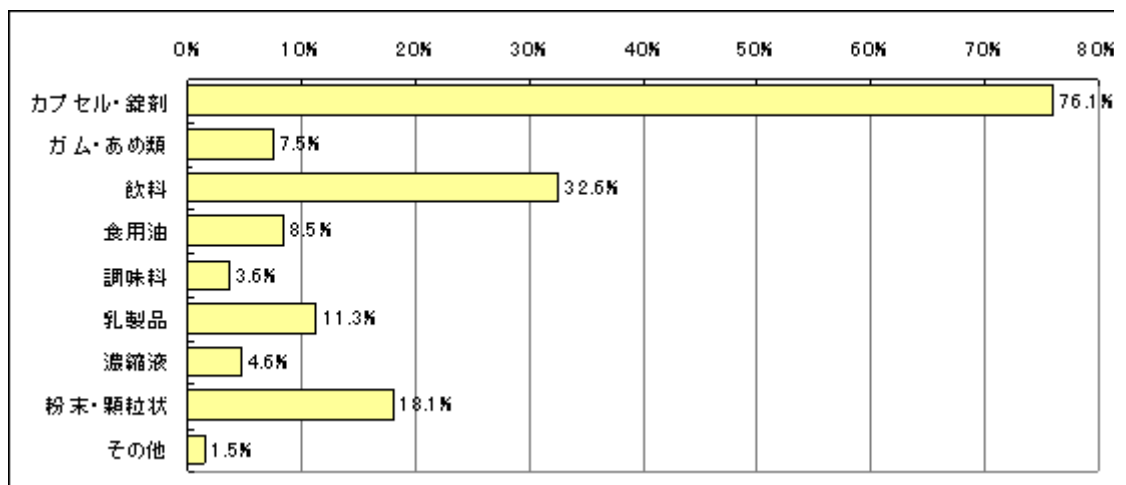
【図2】「健康食品」の利用目的(※過去の利用経験も含む)(複数回答)(n=23,671)



(3) 利用している「健康食品」の形態

利用している「健康食品」の形態については、「カプセル・錠剤」(76.1%)が最も多く、サプリメントした摂取形態であることが分かる。2位以下は「飲料」(32.6%)、「粉末・顆粒状」(18.1%)がそれに続いた。健康食品の形態についても、東京都民を対象とした調査の傾向と概ね同じで、同調査では「カプセル」(74.9%)、「飲料」(33.2%)、「粉末・顆粒状」(19.0%)の順であった。

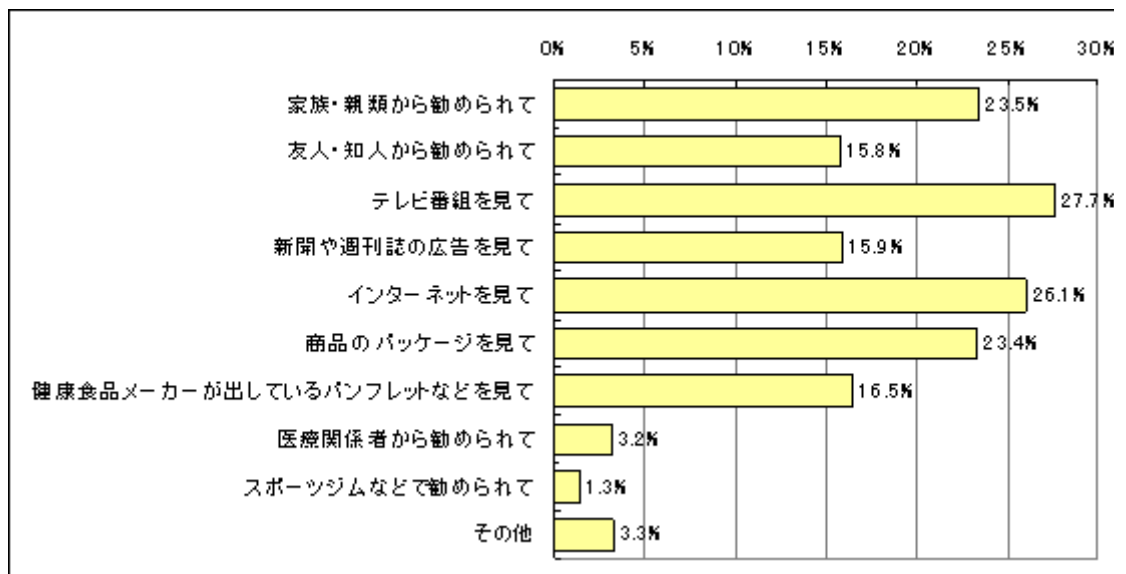
【図3】利用している「健康食品」の形態(複数回答)(n=23,671)



(4) 「健康食品」に関する情報の伝達経路

「健康食品」を利用するきっかけとなった情報源は、「テレビ番組を見て」(27.7%)、「インターネット」(26.1%)、「家族・親類から勧められて」(23.5%)、「商品のパッケージを見て」(23.4%)が上位を占め、民を対象とした調査と同様に、「テレビ番組を見て」という回答が最も多かったが、本調査では「ネットを見て」との差が約5%縮小しており、「口コミ(家族・親類から勧められて、友人・知人から)」と共に重要な情報源であることが分かる。

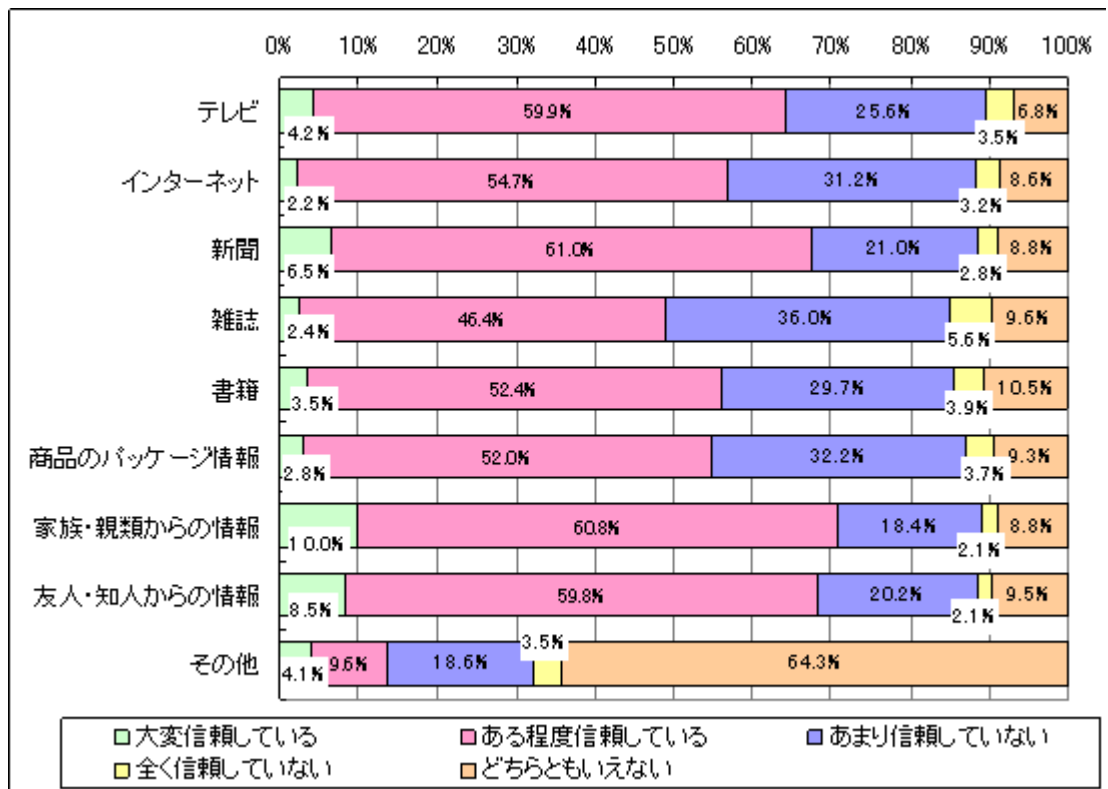
【図4】「健康食品」に関する情報の伝達経路(複数回答)(n=23,671)



(5) 「健康食品」に関する情報の信頼度

「大変信頼している」と「ある程度信頼している」をあわせると、最も信頼度が高いのは「家族・親類からの情報」(70.8%=10.0%+60.8%)であった。「友人・知人からの情報」(68.3%=8.5%+59.8%)と「新聞」(61.0%)がそれに続いている。「健康食品」利用のきっかけとして上位に位置した、「テレビ」(64.7%+59.9%)と「インターネット」(56.9%=2.2%+54.7%)の信頼度は、これら3つに続く結果となった。

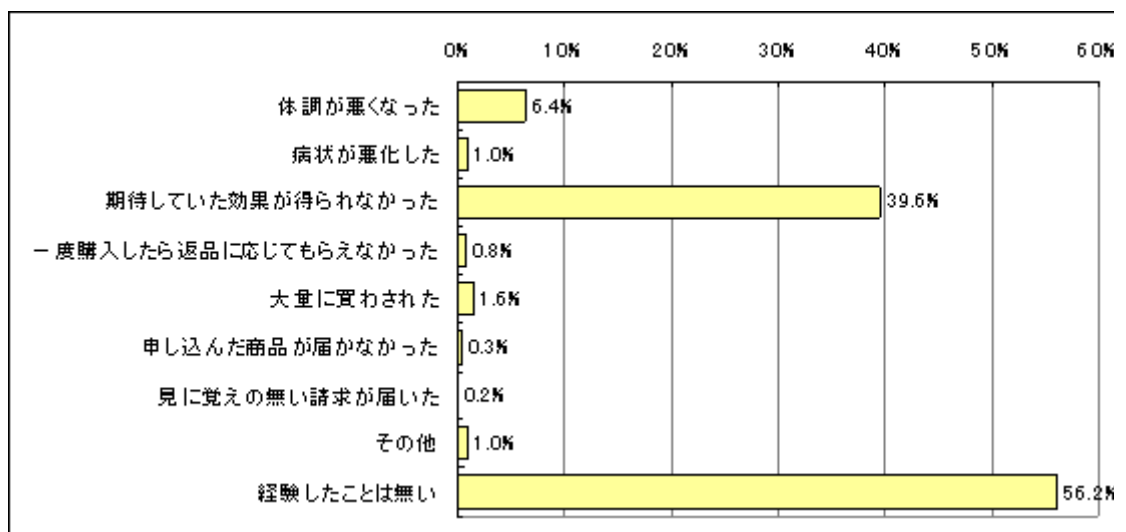
【図5】「健康食品」に関する情報の信頼度(n=23,671)



(6) 「健康食品」に関する不具合・不満

「健康食品」の利用に関する不具合・不満の経験を質問したところ、半数以上の経験者は特にの経験が無いと回答した。その一方で、「期待していた効果が得られなかった」が39.6%と約4割た。「体調が悪くなった」という回答は6.4%であった。今後の「健康食品」の更なる普及や適切な上で、消費者への正確な情報提供がより一層重要になると考えられる。

【図6】「健康食品」の利用に関するトラブルの経験(複数選択) (n=23,671)

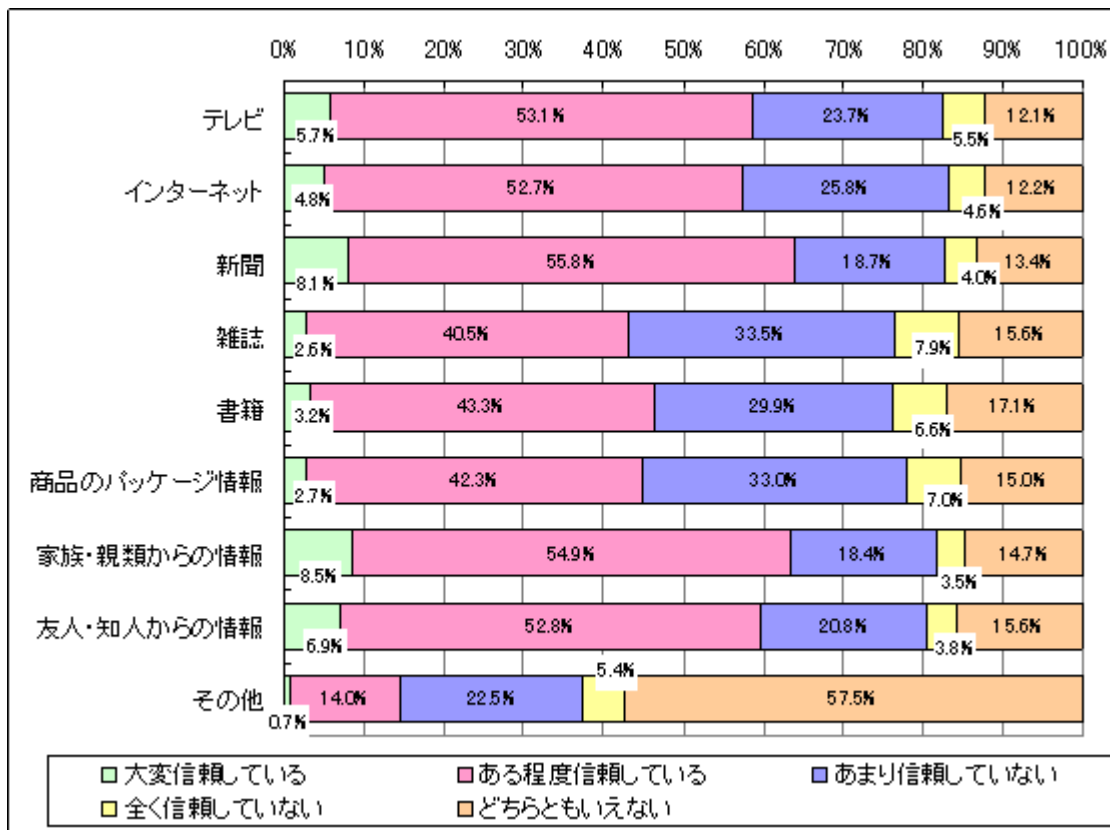


(7) 「健康食品」に関する不具合等を予防するための情報源

「健康食費」に関する不具合等の防止に関して信頼できる情報源は、「健康食品」に関して信

報源(図5)と概ね同様の傾向の結果となった。なお、不具合等に関しては、「新聞」の情報が、「している」(8.1%)と「ある程度信頼している」(55.8%)の合計が63.9%と最も高かった。

【図7】「健康食品」に関するトラブルを予防するための情報源(n=23,671)

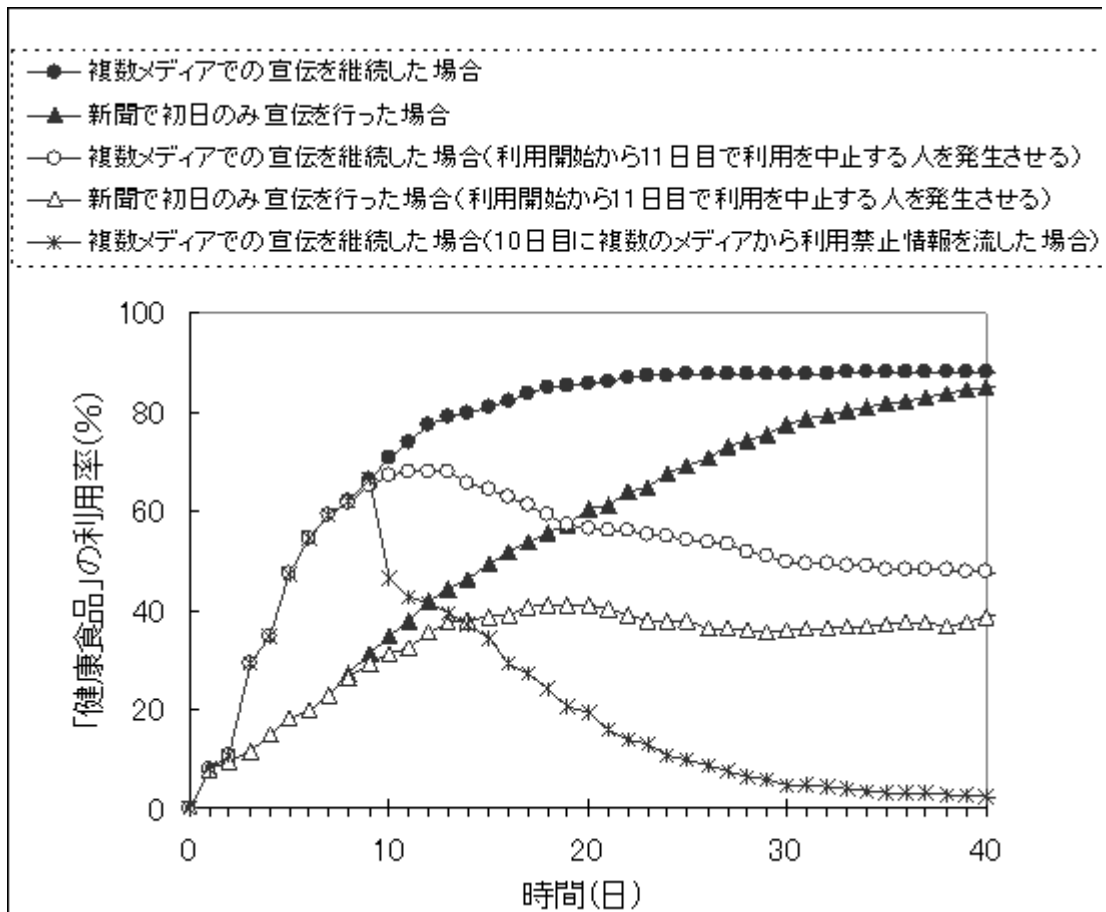


(8) 健康安全に関する情報伝播のシミュレーションモデル

三菱総合研究所では、消費者の間で、健康安全に関する情報伝播のシミュレーションモデルを開発した。モデル構築に際しては、昨年東京都民を対象とした実施した「健康食品」に関するデータを使用した。このモデルでは、「健康食品」の利用率に注目して、様々なメディアによる宣伝の時系列的にシミュレーションを行った。

図8はシミュレーション結果の例で、考慮しているメディアは、「テレビ」、「新聞」、「インターネット」、「パッケージ」、「口コミ」の5種類である。図に示したように、このシミュレーションモデルでは、複数メディアでの情報伝播効果の違いや、健康危害等に関連した利用禁止情報の伝達状況を確認することができる。今後は、今回の調査結果をもとにシミュレーションモデル検証及び高度化を進めたい。

【図8】「健康食品」の利用に関するシミュレーション結果の例
(利用率ゼロの消費者グループに、様々なメディアによる情報を投入した場合の「健康食品」利用の試算例)



※○、△:「健康食品」の利用を開始してから11日目以降に、一定の割合で「健康食品」の利用者を発生させた場合の試算結果

本調査結果の単純集計を無料でご提供させていただきます。
アンケート回収データ・クロス集計サービス・レポートは有料にてご購入いただけます