

MDB ネットサーベイ

# 2003 年「サプリメント」に関する 消費者アンケート調査

< 調査結果報告（抜粋） >

2003年12月

株式会社 日本能率協会総合研究所  
マーケティング・データ・バンク

## 目 次

● 調査概要	4
● 調査結果	
1. サプリメントの利用頻度	6
2. サプリメントの利用目的	7
3. サプリメントの選択重視点	8
4. サプリメントの購入場所	9
5. サプリメント情報の入手先	10
サプリメント情報入手の視聴テレビ番組	11
6. 今後の利用意向	12
7. 効能認知サプリメント	13
8. 過去利用サプリメント	16
9. 現在利用サプリメント	17
10. 今後利用意向サプリメント	18
11. サプリメン非利用者の非利用理由	19
12. サプリメンメーカー・販売会社の認知状況	20
● 調査項目一覧	

# 調 査 概 要

調査方法 : 小社所有の「MDB ネットサーベイ」利用によるインターネットリサーチ調査（WEB による調査）

有効回答数 : 5,190 名  
なお、実査は調査ボリュームの関係から Q11 を 3 分割して行った。  
このため、Q11 のみ母数が異なる。  
ただし、有効回答数、5,190 名には重複はない。

調査対象者 : 全国 20 歳以上の男女

調査実施期間 : 2003 年 10 月 26 日 ~ 11 月 13 日

調査実施機関 : 株式会社 日本能率協会総合研究所

# 調查結果

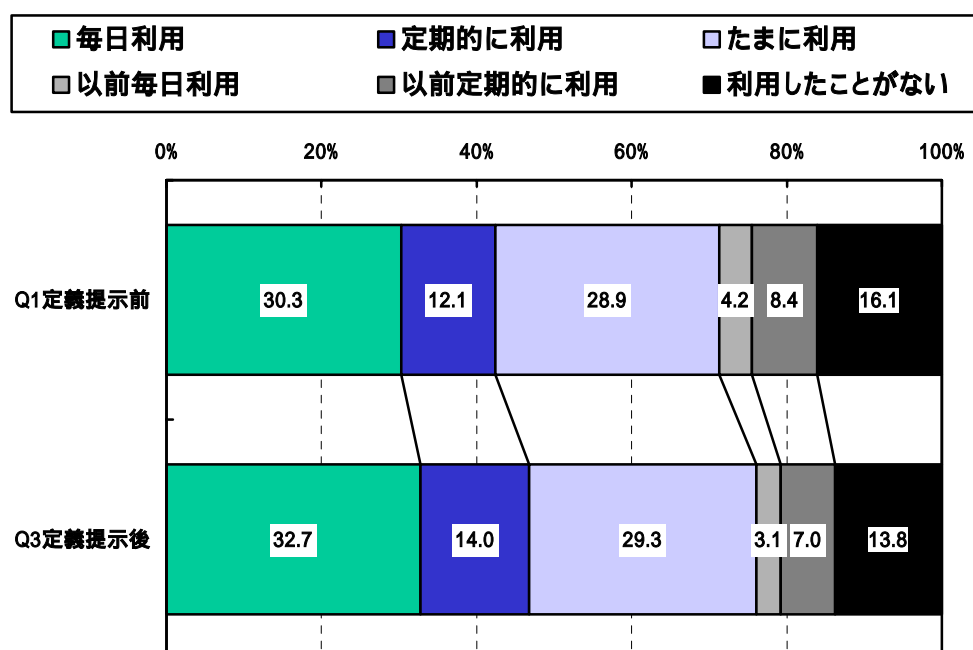
## 1. サプリメントの利用頻度

全体の8割近くが現在、サプリメントを利用。毎日利用している利用者は約30%。

サプリメントの利用頻度を、サプリメントの定義（下記参照）を提示する前後で比較してみると、「毎日利用する」と答えた人は30.3%と、全体の3割以上となっている。また、「毎日ではないが定期的に使用する」（12.1%）、「必要に応じてたまに利用」（28.9%）と合わせると71.3%と、全体の7割以上が現在サプリメントを利用している。

サプリメントの定義を提示後における、サプリメント利用状況は、「毎日利用する」と答えた人は32.7%。「毎日ではないが定期的に使用する」（14.0%）、「必要に応じてたまに利用」（29.3%）と合わせると76.0%と、定義提示後は全体の8割近くが現在サプリメントを利用していると答えている。一方、「利用したことがない」とするのは13.8%にすぎず、9割近くが何らかの形でサプリメントを利用していたという結果となった。

サプリメント利用頻度(SA) n=5190



「サプリメント」とは・・・

「サプリメント」は、英語で「補うこと」を意味する「Supplement」をそのまま使った言葉で、「栄養補助食品」と訳されることもあります。「サプリメント」は、食事などによって十分に摂りきれない栄養素を補うための補助食品を指しており、日本で「健康食品」と言われているものとほぼ同じと考えてよいでしょう。

したがって、「サプリメント」はその形状を問わず、飲料や固形物などすべてを指します。

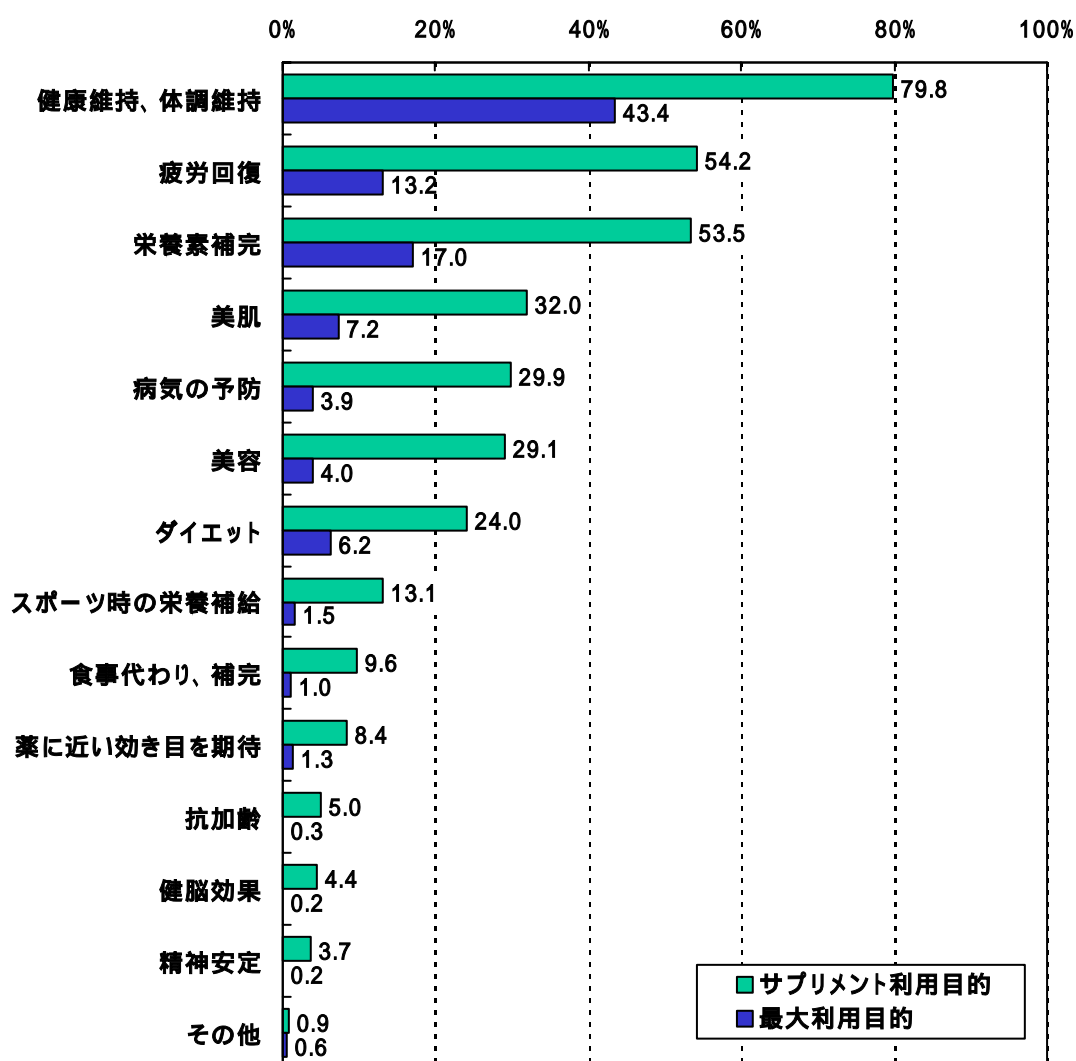
## 2. サプリメントの利用目的

サプリメント利用目的のトップは、「健康維持・体調維持」。  
次いで「疲労回復」、「足りなそうな栄養素を補完するため」。

サプリメントの利用目的についてみると、「健康維持、体調維持」が79.8%でトップとなっている。以下「疲労回復」(54.2%)、「足りなそうな栄養素を補完するため(栄養素補完)」(53.5%)と続いている。

もっとも大きな利用目的についてみると、1位は「健康維持、体調維持」(43.4%)だが、2位は「栄養素補完」(17.0%)、3位は「疲労回復」(13.2%)、4位は「美肌」(7.2%)と、若干順位が入れ替わっている。

S Q3-1・S Q3-2. サプリメントの利用目的(MA)・最大利用目的(SA) n=4472

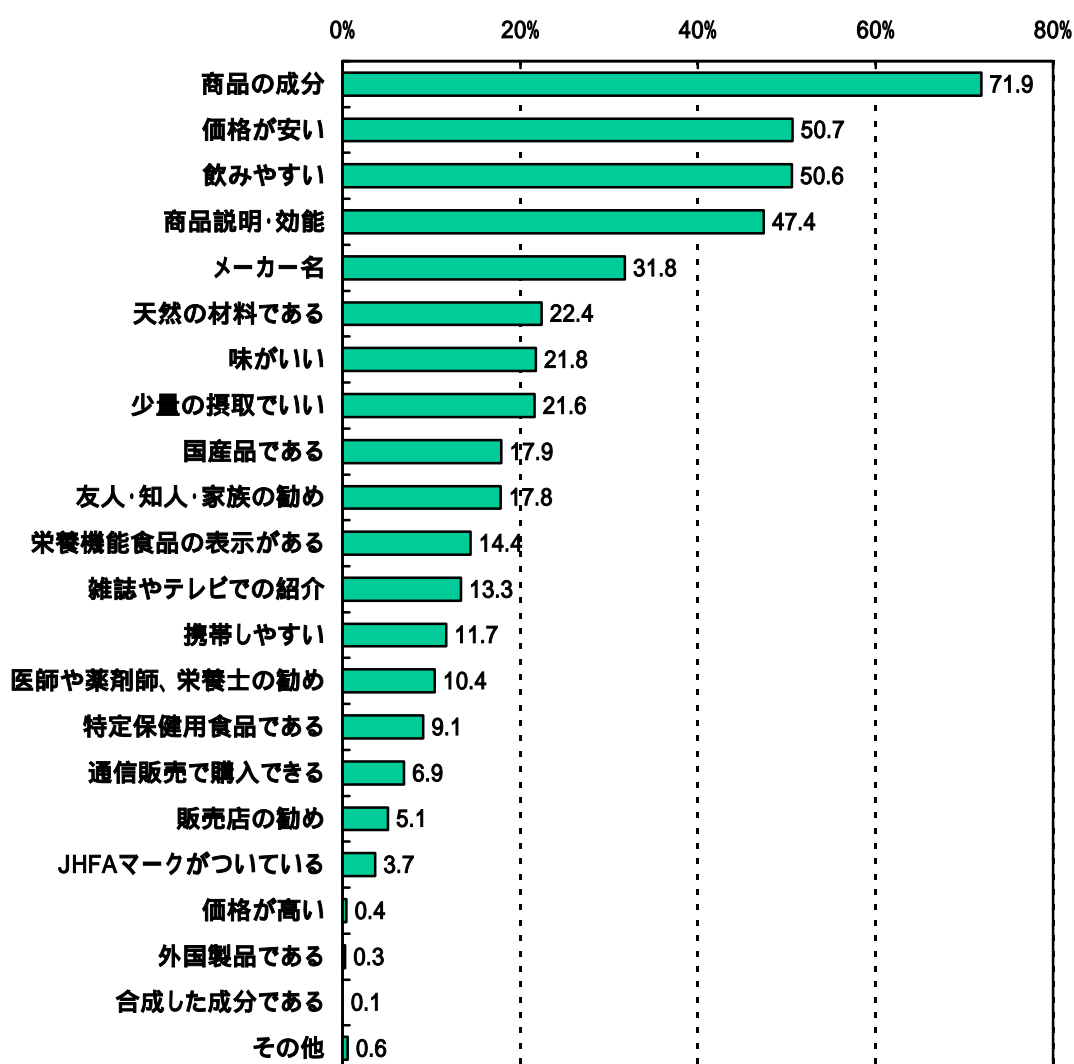


### 3. サプリメントの選択重視点

サプリメント購入の際の重視点は「商品の成分」が7割以上でトップ

サプリメントを選ぶ際に重視する点を見ると、最も多いのは「商品の成分」で、サプリメント利用経験者の7割以上があげている。次いで「価格が安い」、「飲みやすい」、「商品説明・効能」の順となっている。

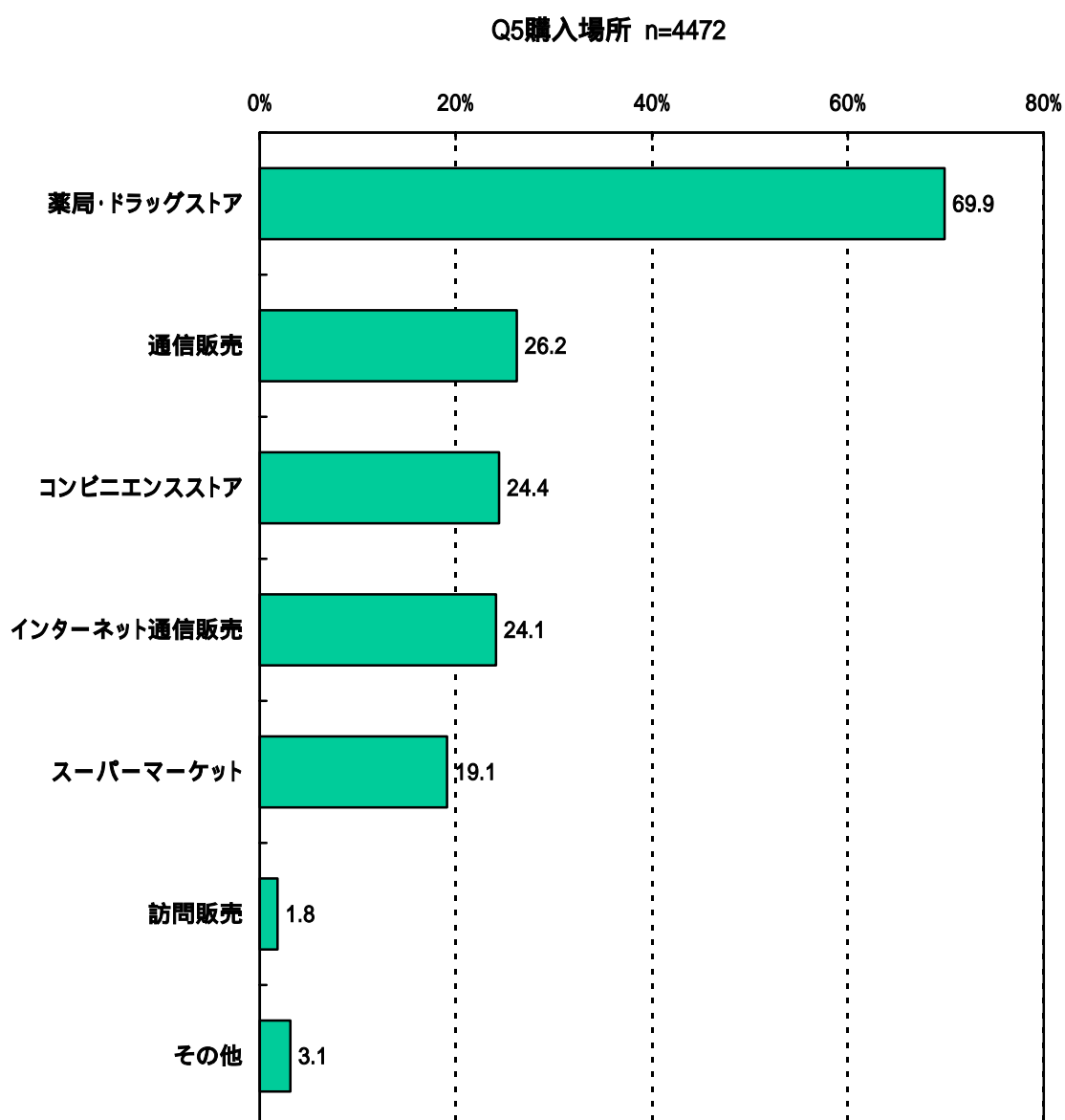
Q4.選択の際の重視点 n=4472



#### 4. サプリメントの購入場所

サプリメント購入場所は、「薬局・ドラッグストア」が約7割でもっとも多い。

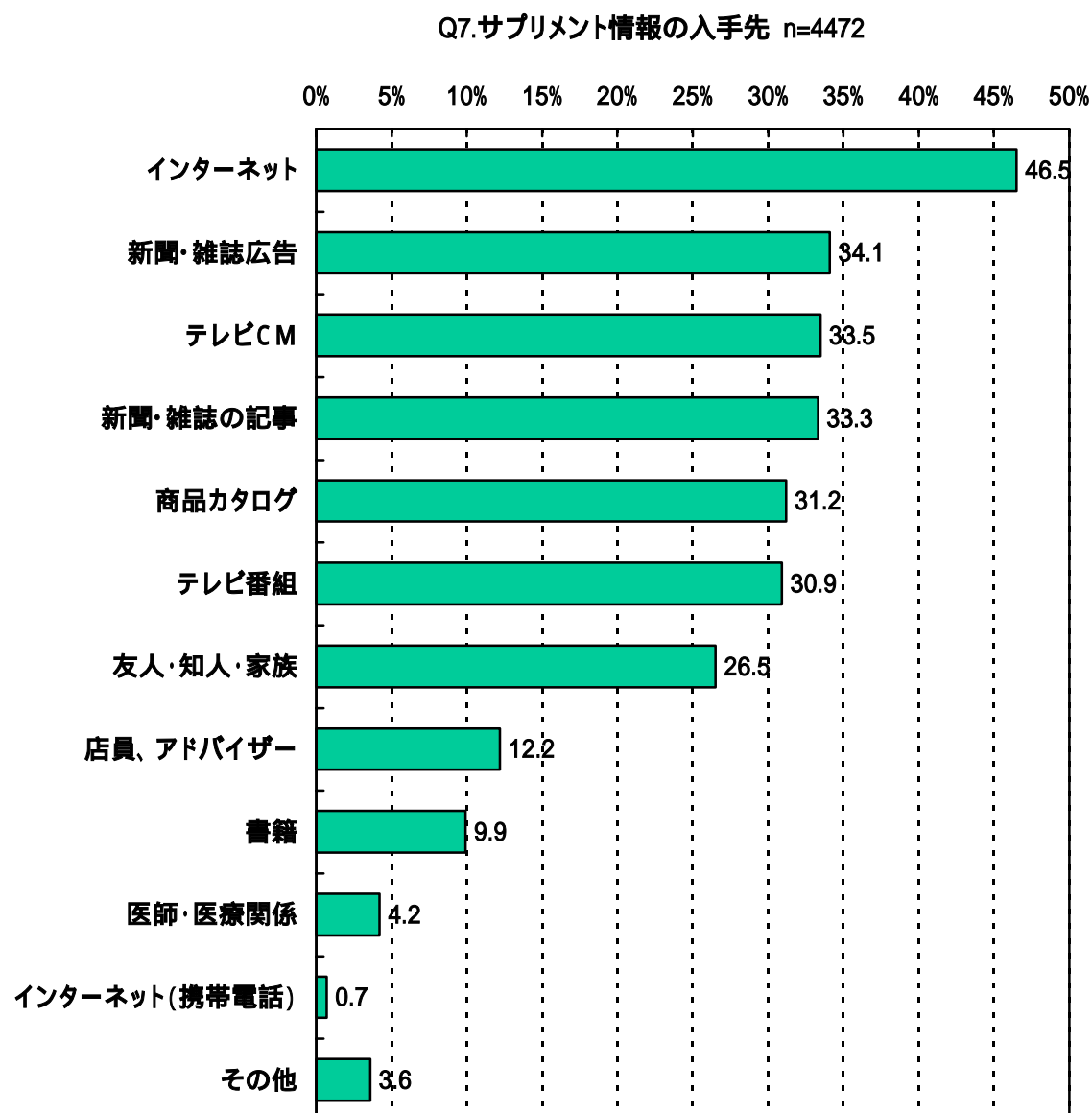
サプリメントの購入場所としては「薬局・ドラッグストア」が最も多く、サプリメント利用経験者の約7割があげている。2位は「通信販売」、3位は「コンビニエンスストア」となっている。なお、「インターネット通信販売」は、「通信販売」とともに、それぞれ利用経験者の約4分の1となっており、通販が大きなチャネルとなっていることがうかがえる。



## 5 . サプリメント情報の入手先

サプリメント情報の入手先は「インターネット」が約半数でトップ

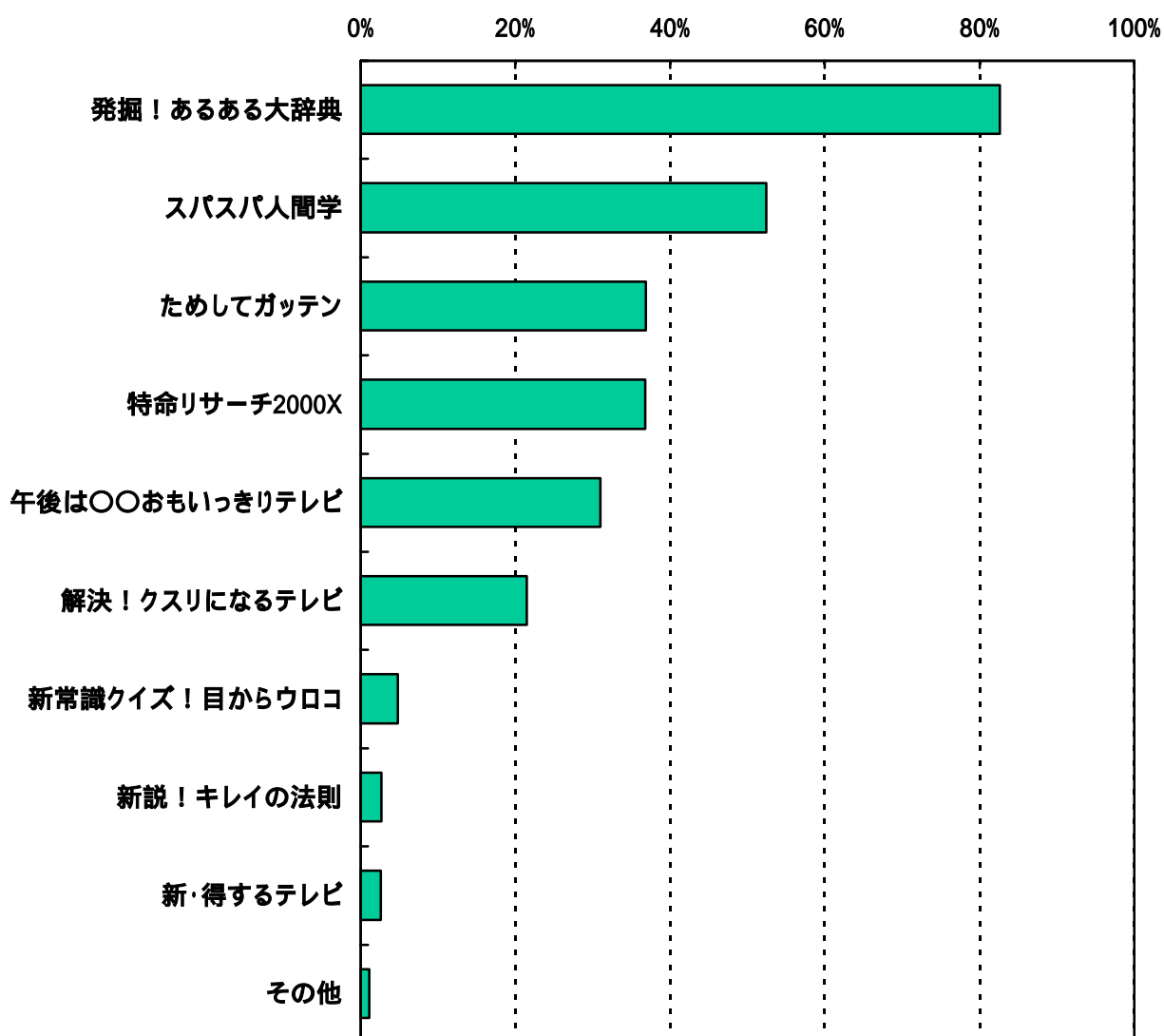
サプリメント情報の入手先についてみると、「インターネット」が最も多く、サプリメント利用経験者の約半数があげている。以下、「新聞・雑誌広告」、「テレビCM」、「新聞・雑誌の記事」の順となっている。



視聴テレビ番組は「発掘！あるある大辞典」が8割以上でトップ

サプリメント情報入手先として「テレビ番組」をあげた人に視聴テレビ番組について尋ねたところ、「発掘！あるある大辞典」が最も多く、8割以上があげている。以下、「スパスパ人間学」、「ためしてガッテン」、「特命リサーチ 2000X」の順となっている。

SQ7-1視聴テレビ番組 n=1384



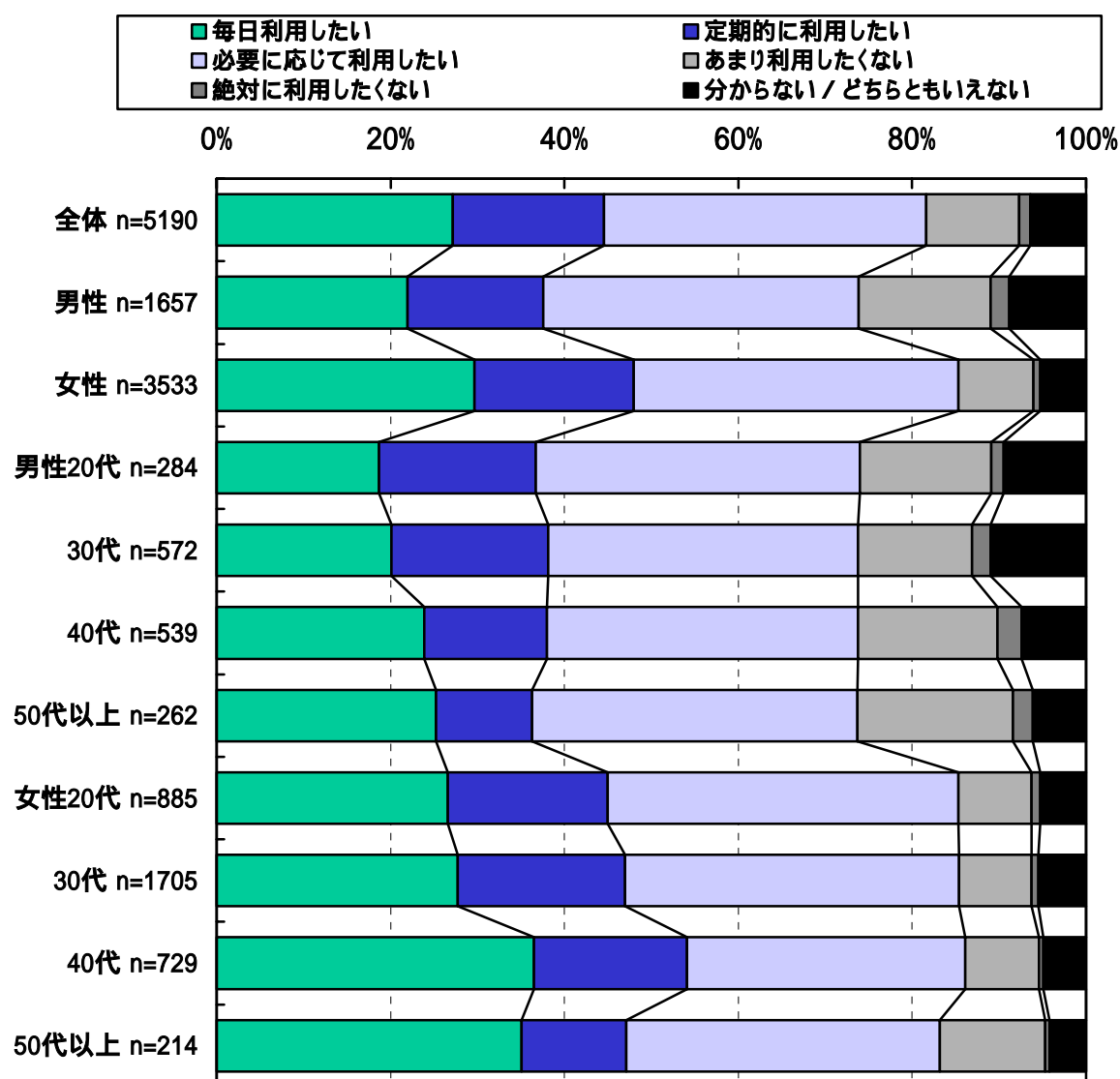
## 6 . 今後の利用意向

今後のサプリメント利用意向は全体の8割以上

今後のサプリメントの利用意向をみると、「毎日利用したい」、「定期的にご利用したい」、「必要に応じて利用したい」を合わせると、全体の8割以上が利用意向を示している。

『女性』は『男性』と比較して、利用意向は10ポイント以上高い利用意向となっている。  
男女ともに「毎日利用したい」割合は、年齢が高くなるほどその割合が高くなる傾向にある。

Q10.今後の利用意向 (SA) n=5190

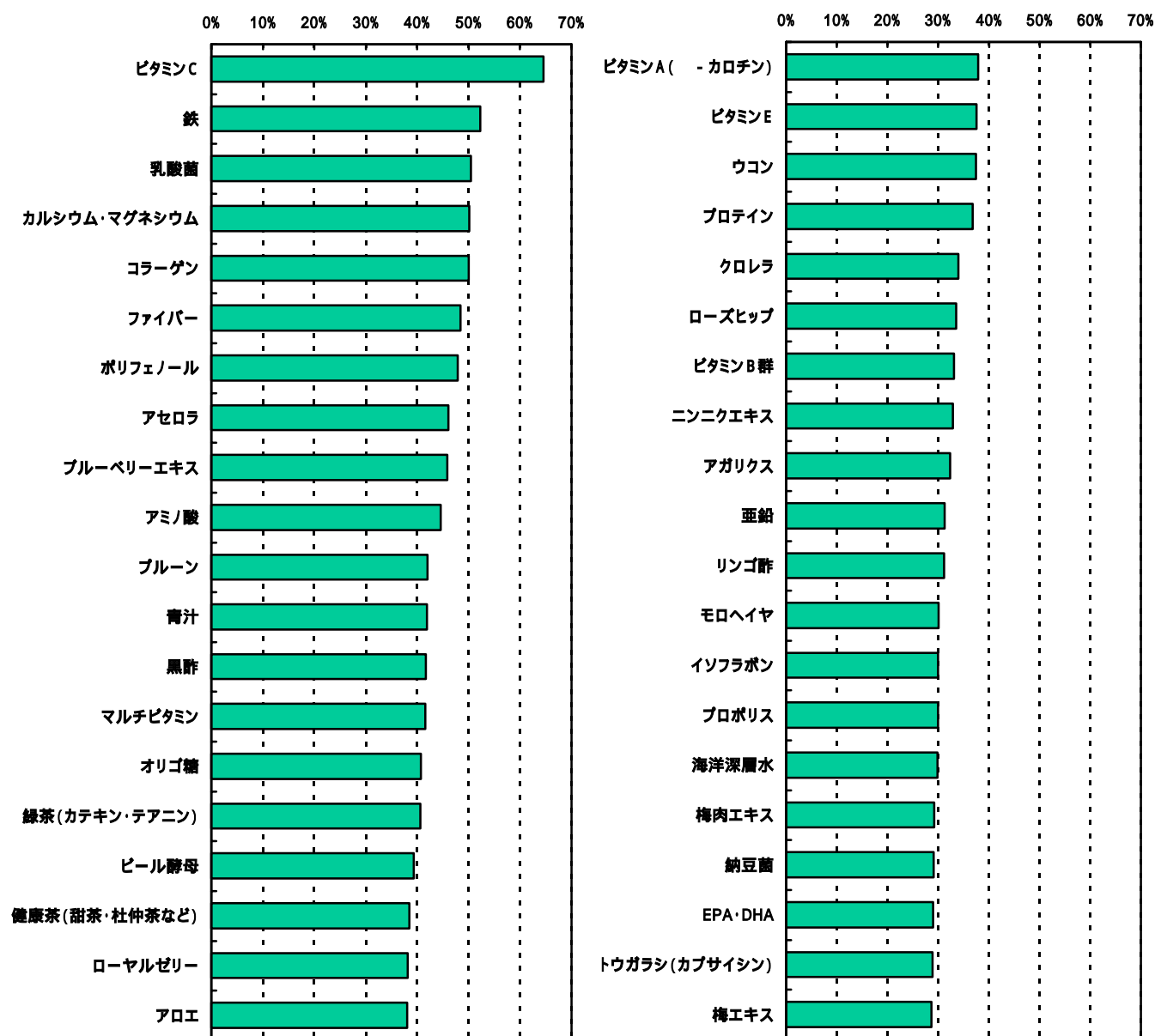


## 7. 効能認知サプリメント

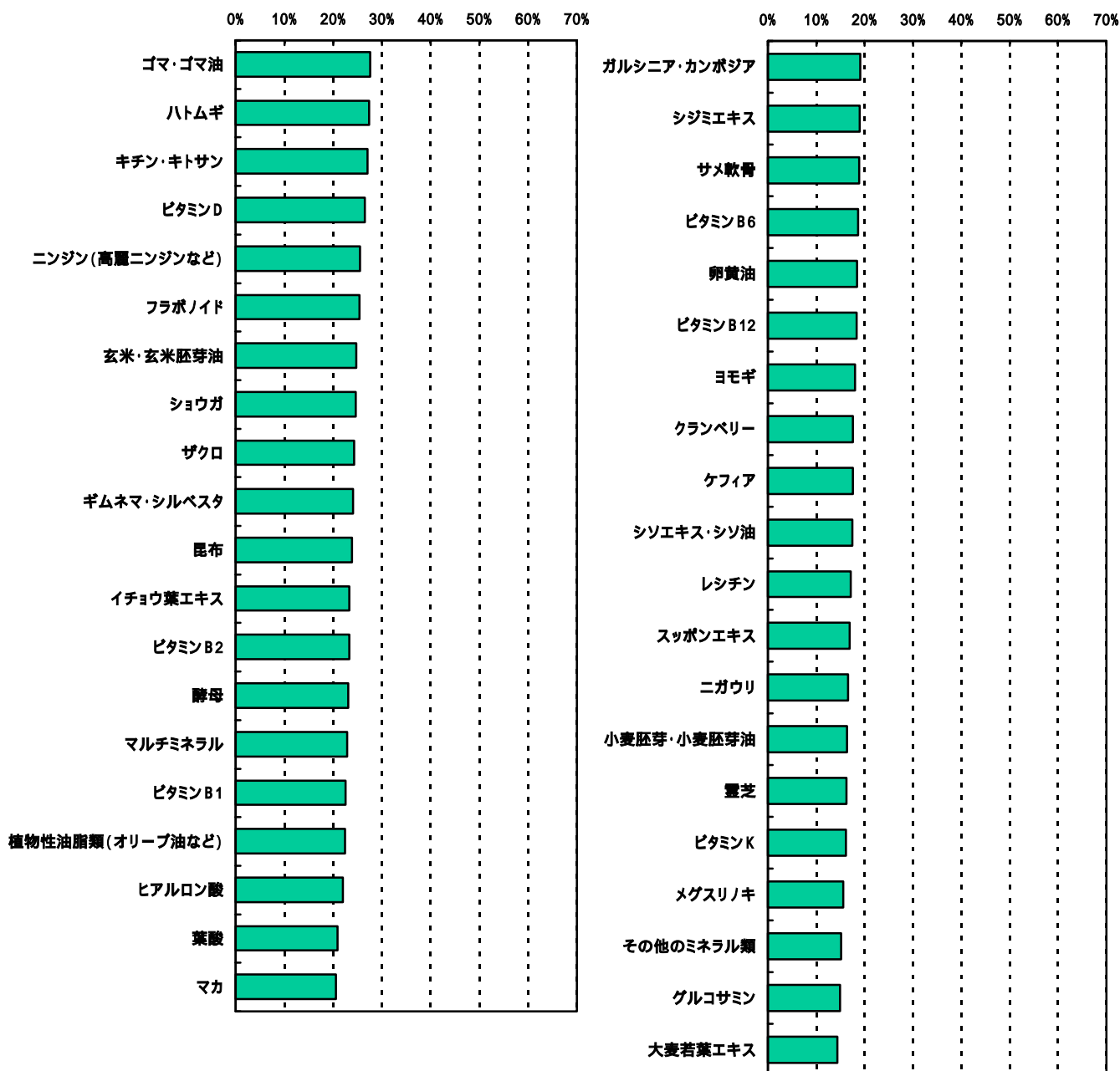
効能認知サプリメント トップ3は「ビタミンC」、「鉄」、「乳酸菌」

効能を認知しているサプリメントで、最も多いのは「ビタミンC」で、全体の6割以上があげている。次いで「鉄」、「乳酸菌」、「カルシウム・マグネシウム」、「コラーゲン」の順となっている。

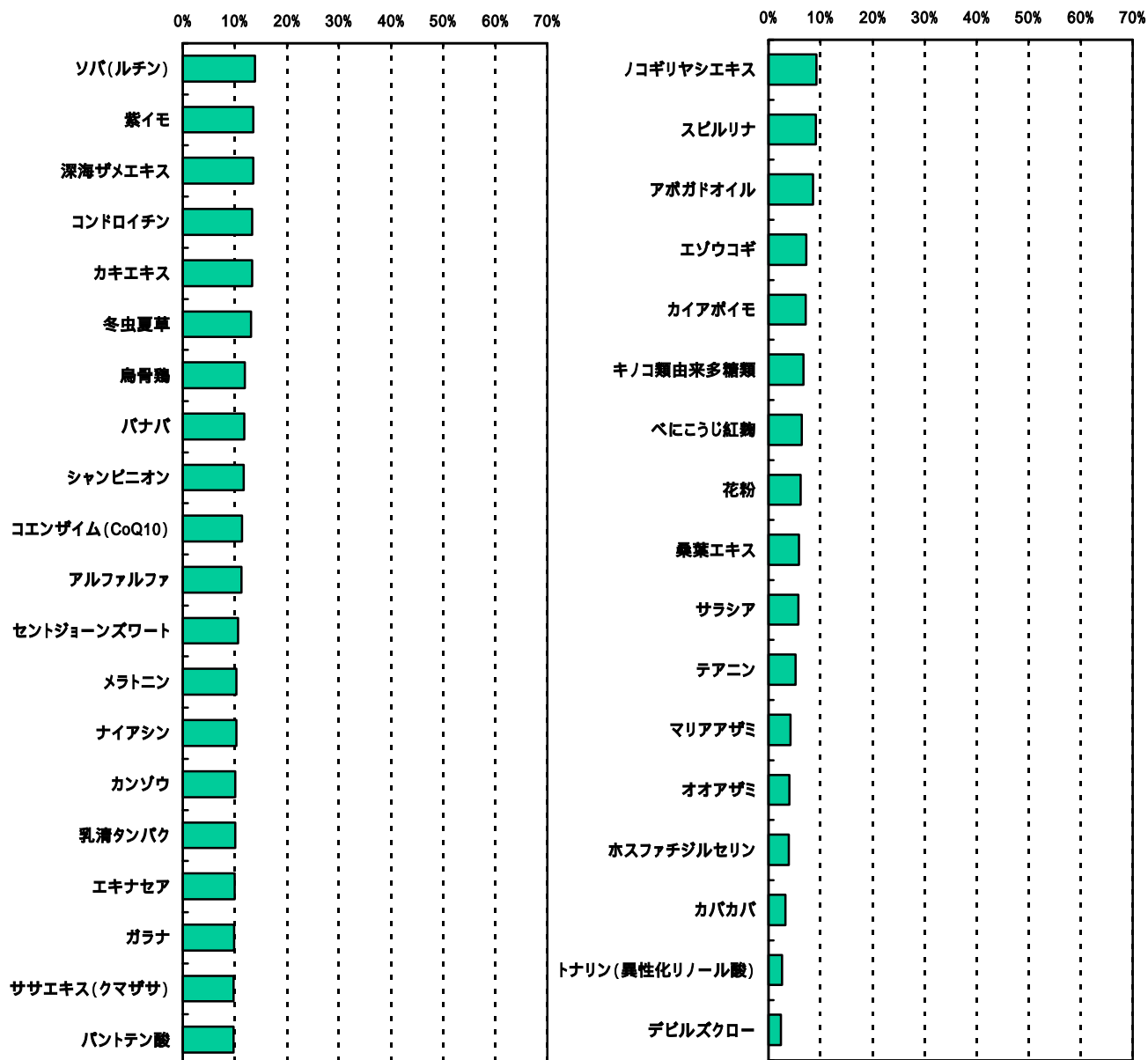
Q11-1.効能認知サプリメント



Q11-1.効能認知サプリメント



Q11-1.効能認知サプリメント

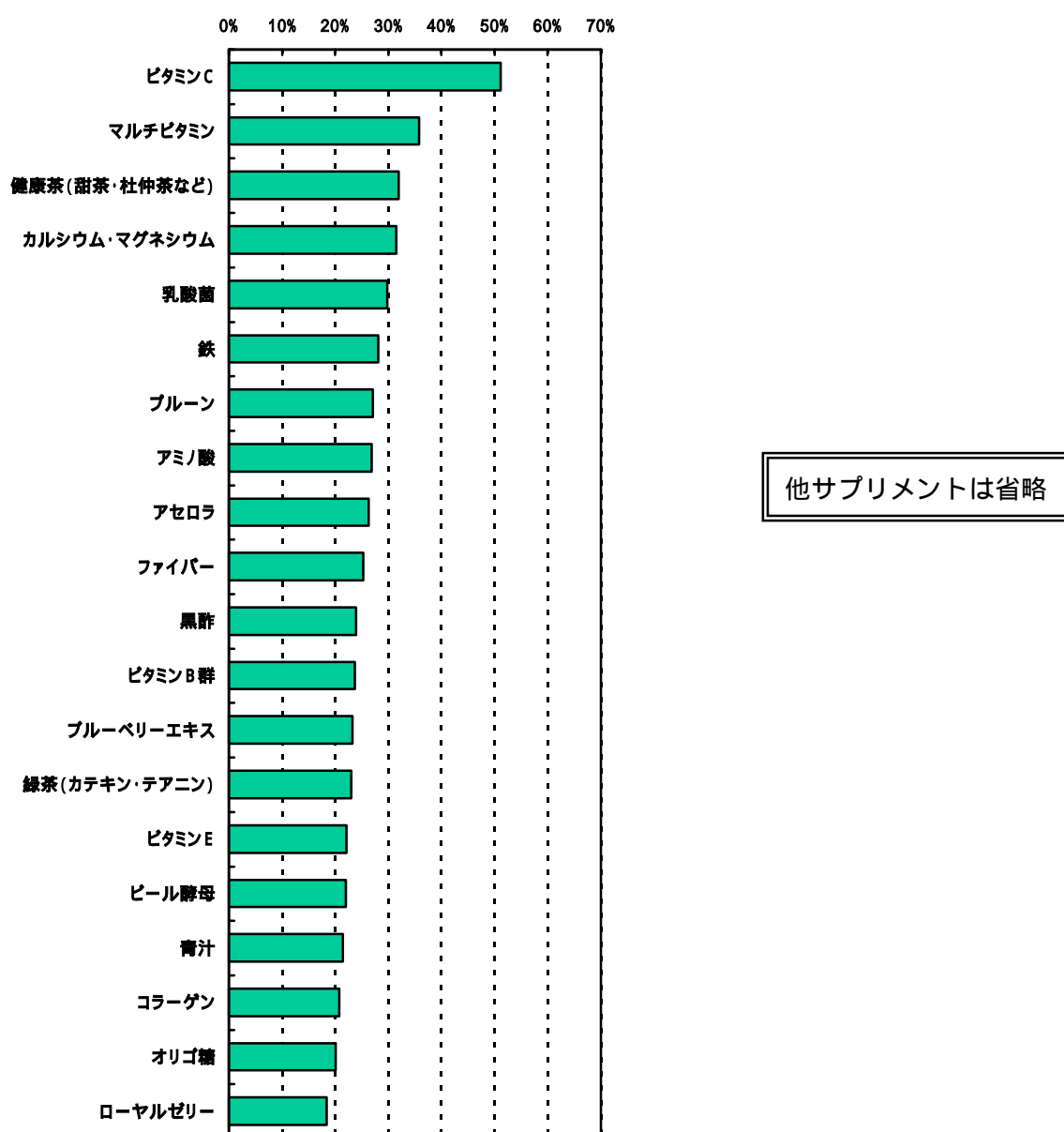


## 8. 過去利用サプリメント

過去利用サプリメント トップ3は「ビタミンC」、「マルチビタミン」、「健康茶」

過去に利用したことがあるサプリメントをみると、最も多いのは「ビタミンC」で、全体の半数以上があげている。次いで2位は「マルチビタミン」、3位は「健康茶（甜茶・杜仲茶など）」の順となっている

Q11-2.過去利用サプリメント

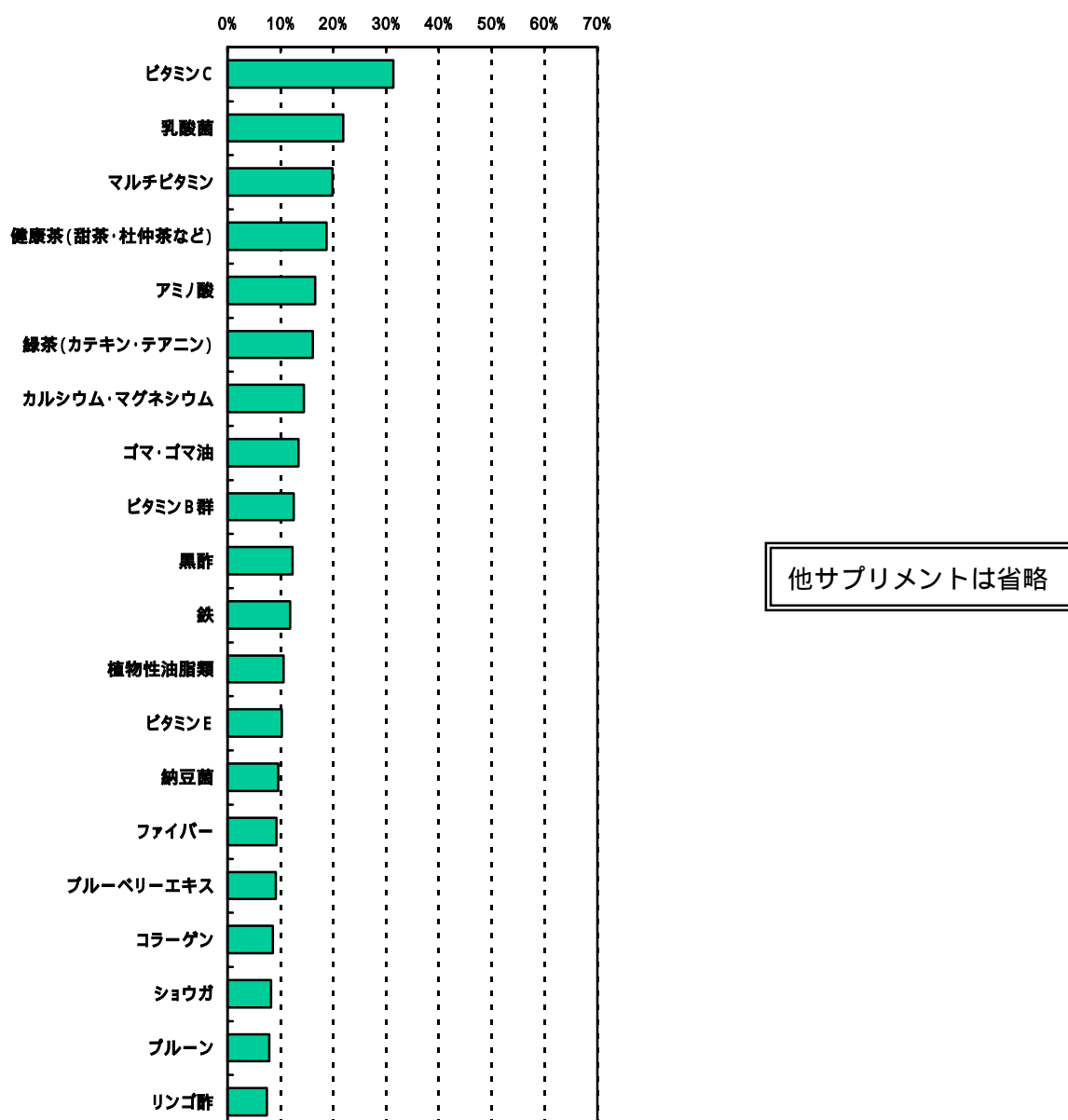


## 9. 現在利用サプリメント

現在利用サプリメント トップ3は「ビタミンC」、「乳酸菌」、「マルチビタミン」

現在利用しているサプリメントで最も多いのは「ビタミンC」で、全体の3割以上となっている。次いで「乳酸菌」、「マルチビタミン」の順となった。

Q 11-3.現在利用サプリメント

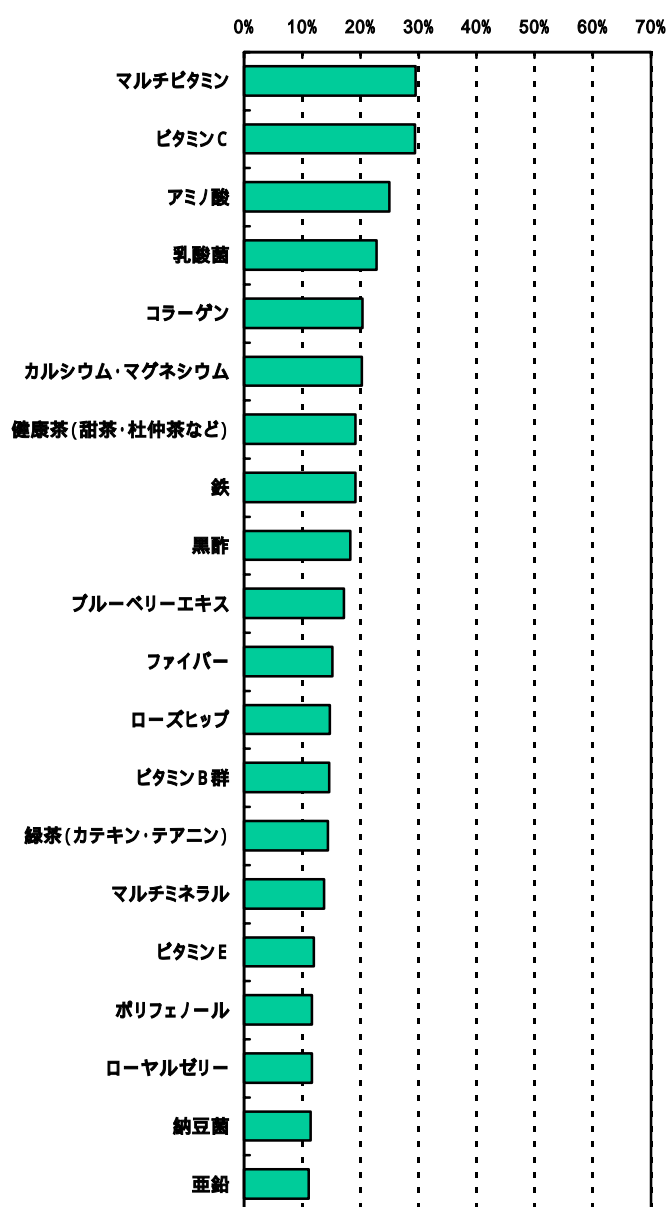


## 10. 今後利用意向サプリメント

今後利用したいサプリメント トップ3は「マルチビタミン」、「ビタミンC」、「アミノ酸」

今後利用したいサプリメントとしてあげられる割合が最も高かったのは「マルチビタミン」。以下、「ビタミンC」、「アミノ酸」、「乳酸菌」、「コラーゲン」の順となっている。

Q 11-4.今後利用したいサプリメント

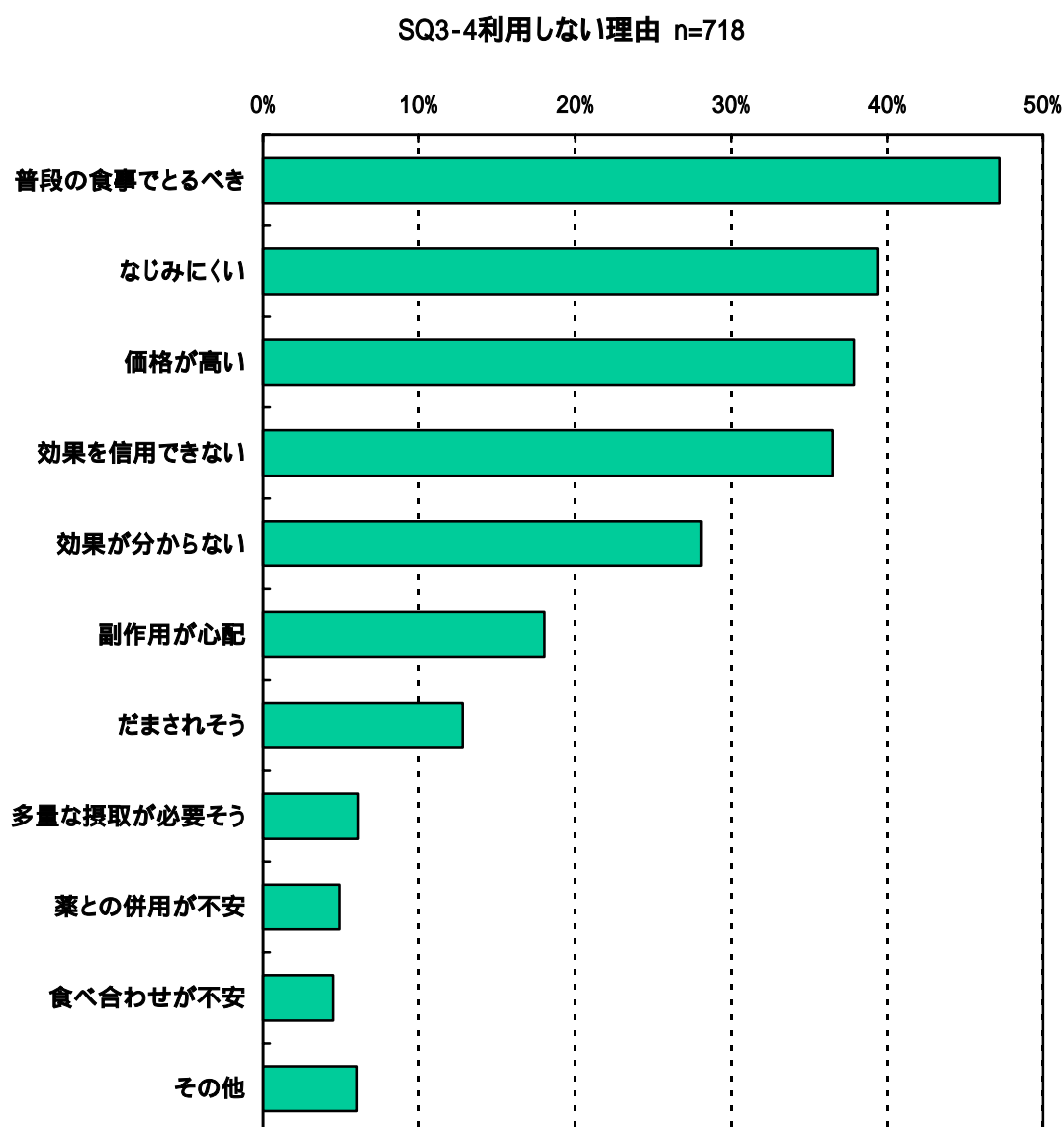


他サプリメントは省略

## 11. サプリメント非利用者の非使用理由

サプリメントを利用しない人の理由のトップは「ふだんの食事で取るべきだから」

サプリメントを利用しない人の理由のトップは「ふだんの食事で取るべきだから」ほぼ半数近くの人があげ、トップとなっている。次いで、「薬のようでなじみにくい」、「価格が高いから」と続く。



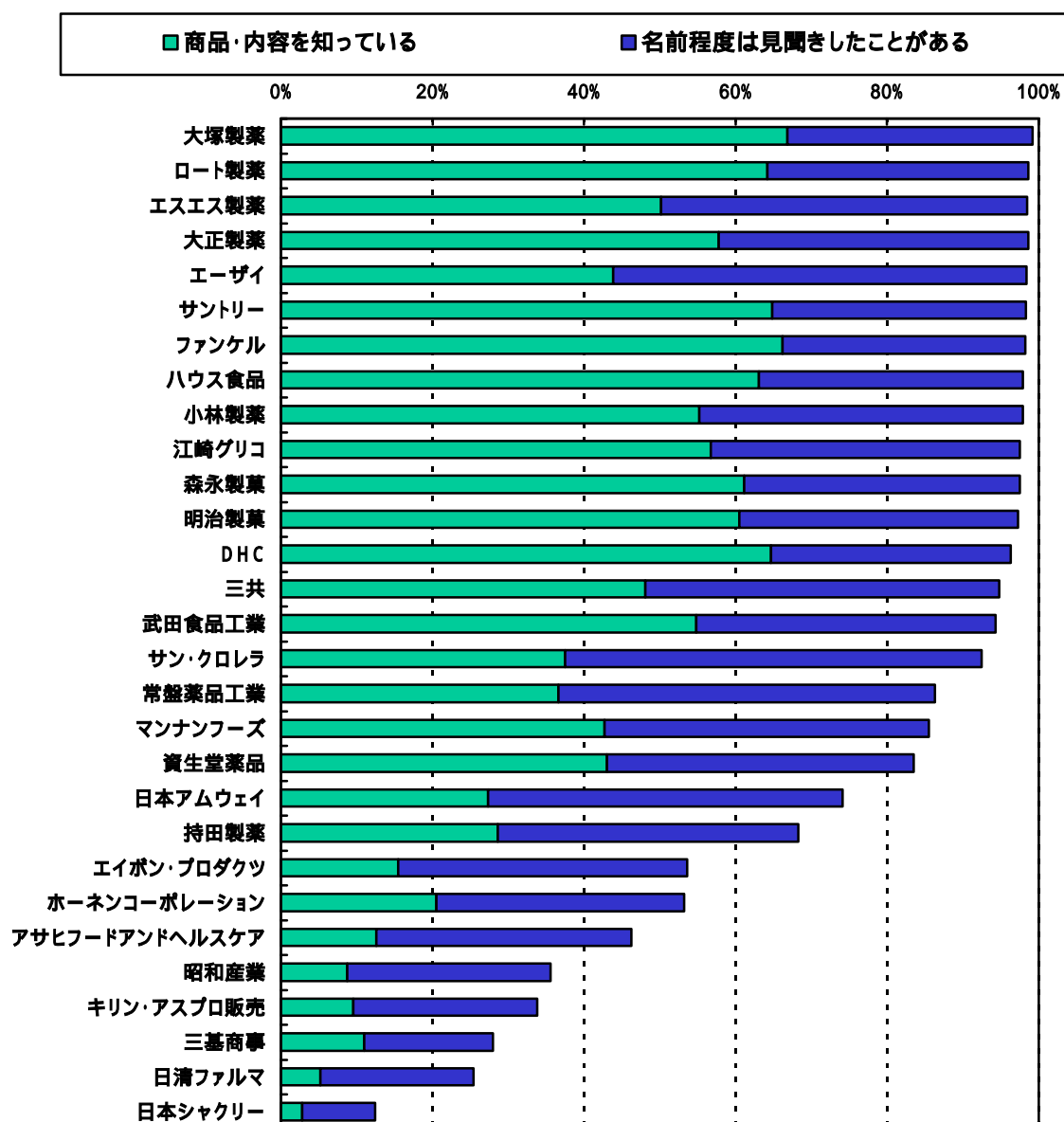
## 12. サプリメントメーカー・販売会社の認知状況

認知率トップ3は「大塚製薬」、「ロート製薬」、「エスエス製薬」

認知率(「名前程度は見聞きしたことがある」+「会社の内容や商品などを知っている」)をみると、認知率が最も高いのは、「大塚製薬」で、100%近くが認知している。以下、「ロート製薬」、「エスエス製薬」、「大正製薬」の順となっている。

「会社の内容や商品などを知っている」割合が最も高いのも「大塚製薬」で、以下、「ファンケル」、「サントリー」、「DHC」と続いている。

Q15.企業認知度合い(SA) n=5190



調查項目

## &lt; 調査内容一覧 &gt;

## . サプリメントの利用状況、利用目的、効果の有無

サプリメントの定義を提示する前とした後の利用状況・頻度、  
サプリメントの利用状況・頻度、利用目的、期待していた効果が上がったかどうか

## . サプリメント購入実態

サプリメントの選択重視点・決め手、購入店舗、1ヶ月当たりの支出額など

## . サプリメント別消費者浸透状況

効能認知、利用経験、現在利用サプリメント、使用意向サプリメント

*マルチビタミン	*ビタミンA ( - カロチン)	*ビタミンD	*ビタミンE
*ビタミンK	*ビタミンB群	*ビタミンB1	*ビタミンB2
*ビタミンB6	*ビタミンB12	*ナイアシン (ニコチン酸)	
*パントテン酸	*葉酸	*ビタミンC	*マルチミネラル
*カルシウム・マグネシウム		*鉄	*亜鉛
*その他のミネラル類 (カリウム・クロム・セレンウム・ヨード)		*プロテイン	*レシチン
*EPA・DHA	*ファイバー (食物繊維)	*アルファルファ	*アミノ酸
*アガリクス	*アセロラ	*うごっけい (烏骨鶏)	*アロエ
*イソフラボン	*イチョウ葉エキス	*エキナセア	*エゾウコギ
*ウコン梅エキス (梅肉エキス)		*大麦若葉エキス	*オリゴ糖
*オオアザミ (マリアアザミ)		*カキエキス	*カバカバ
*カイヤポイモ	*海洋深層水	*カンゾウ	*キチン・キトサン
*ガラナ	*ガルシニア・カンボジア	*クランベリー	*グルコサミン
*キノコ類由来多糖類	*ギムネマ・シルベスタ	*桑葉エキス	*ケール (青汁)
*黒酢	*クロレラ	*玄米・玄米胚芽油	*酵母
*ケフィア (ヨーグルトきのこ)		*小麦胚芽・小麦胚芽油	*コラーゲン
*コエンザイム	*ゴマ・ゴマ油	*ササエキス (クマザサ)	*サメ軟骨
*コンドロイチン	*昆布	*シソエキス・シソ油	*シャンピニオン
*サラシア	*シジミエキス	*スッポンエキス	*スピルリナ
*ショウガ	*深海ザメエキス	*ソバ (ルチン)	*テアニン
*セントジョーンズワート		*冬虫夏草	
*デビルズクロー	*トウガラシ (カプサイシン)	*納豆菌	*ニガウリ
*トナリン (異性化リノール酸)		*ニンジン (高麗ニンジンなど)	
*乳酸菌	*乳清タンパク	*梅肉エキス	*ハトムギ
*ニンニクエキス	*ノコギリヤシエキス	*ヒアルロン酸	*フラボノイド
*バナバ	*ビール酵母	*プロポリス	*紅麹
*ブルーベリーエキス	*ブルーン	*マカ	*紫イモ
*ホスファチジルセリン	*ポリフェノール	*ヨモギ	*卵黄油
*メグスリノキ	*モロヘイヤ	*リンゴ酢	*靈芝
*緑茶 (カテキン・テアニン)		*植物油脂類 (オリーブ油・大豆油・月見草油など)	
*ローズヒップ	*ローヤルゼリー		
*健康茶 (アマチャズル茶・グアバ茶・甜茶・杜仲茶・バナバ茶・ルイボス茶など)			
*ひとつもない			

## . その他

サプリメントに対して持つ不満や不安、必要な情報、意見・要望

サプリメント未経験者の未使用理由

## . プロフィール項目

健康不安点

*疲れやすい	*ストレスを感じている	*眠れない	*目が疲れる
*精力が減退してきた	*冷え性でつらい	*肩がこる	*物忘れが激しい
*肌を美しくしたい	*抜け毛が気になる	*ダイエットしたい	*更年期が心配
*生理痛・生理不順	*トイレが近い	*むくみやすい	*口内炎がしやすい
*食欲がない	*胃が痛い	*胸がやける	*便秘しがち
*下痢しがち	*酒量が多い	*血圧が高い	*血圧が低い
*貧血がみ	*動脈硬化が心配	*タバコをよく吸う	*風邪をひきやすい
*咳が出る	*頭痛もち	*めまいがする	*神経痛が辛い
*アレルギーを何とかしたい	*糖尿が気になる	*肥満	*関節が痛い
*腰が痛い	*骨が弱い	*ガンが心配	*脳卒中が心配
*心臓病が心配	*肝機能が心配	*心機能が心配	*その他 ( )

性別、年齢、未婚、世帯人員、職業・身分、居住地 (都道府県)

**【本件についてのお問合せ先】**

株式会社日本能率協会総合研究所  
マーケティング・データ・バンク  
市場調査室  
(担当) 大木・堀口  
:03-6212-9125  
mail : mdb-net@jmar.co.jp

なお、本調査の調査報告書・集計表(GT・加工)・自由回答データを販売しております。  
お気軽にお問い合わせ下さい。

【定価】 80,000円(消費税別)  
【MDB会員価格】 50,000円(消費税別)