

報道関係者各位  
プレスリリース

2024年2月27日

株式会社 mitoriz

## 運動習慣は「ウォーキング」に次いで、40代まで「自宅筋トレ」が人気！ 20代はシニア世代より「ビタミン剤・漢方薬」を積極的に取り入れている!?

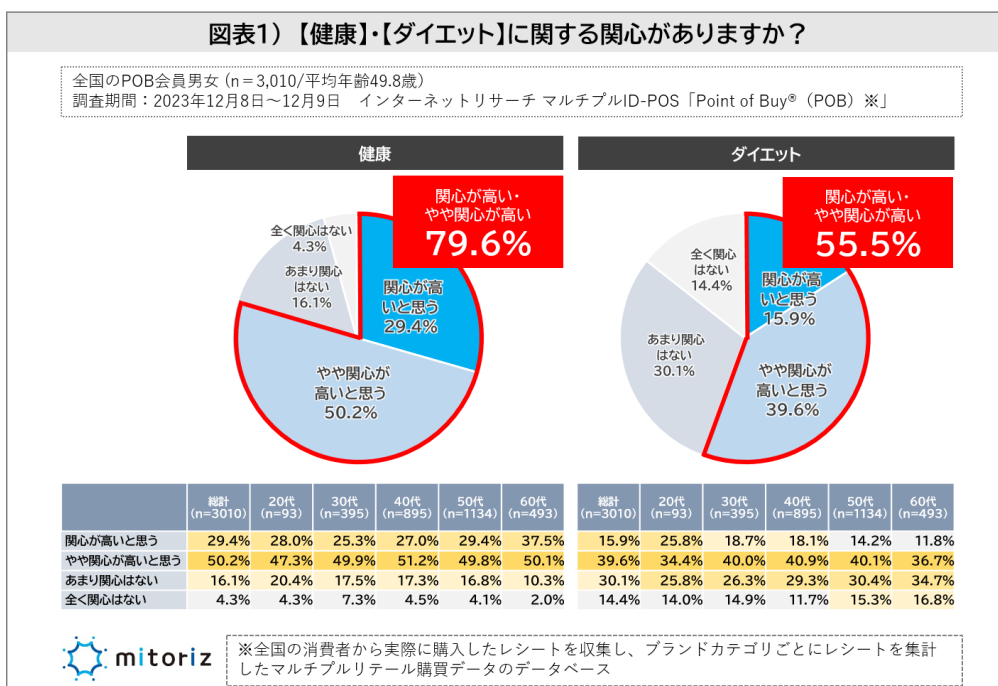
株式会社mitoriz（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、消費者購買行動データサービス「Point of Buy®（以下、POB）」の会員3,010人に「健康とダイエットに関する調査」を実施致しました。

昨今の感染症の流行もあり、人々の健康への意識が高まりを見せる中、「健康」と「ダイエット」をテーマに、関心の度合いや生活に取り入れている運動習慣、食事習慣などを調査しました。

### 《調査サマリー》

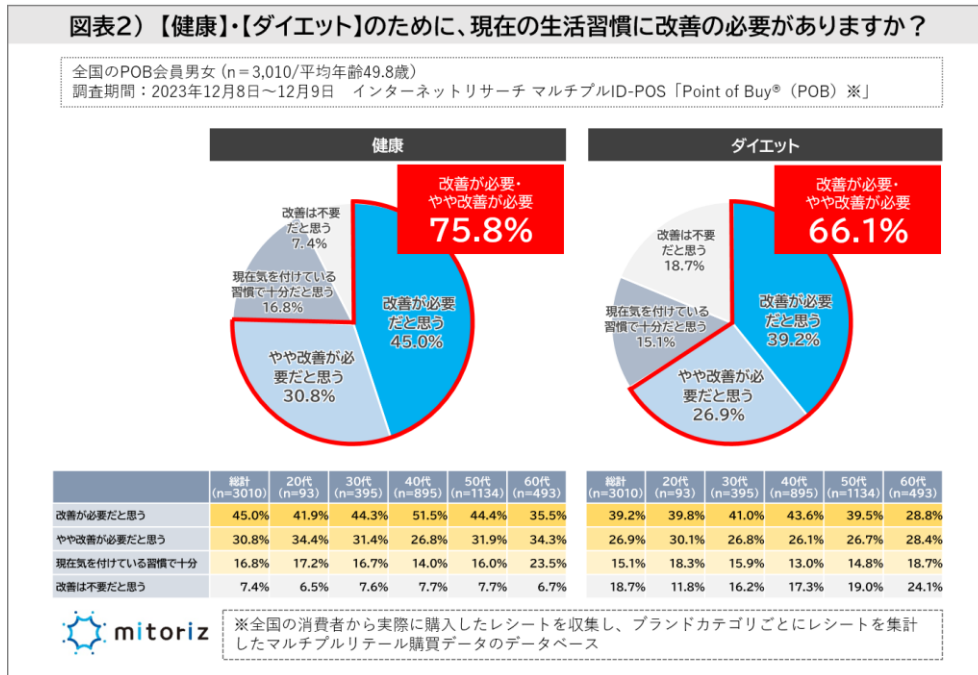
- ・健康に対しては8割、ダイエットに対しては6割弱の人が関心を持っている
- ・ダイエットに関心があまりない人も生活習慣を改善する必要性を感じている人は多い
- ・7割が運動習慣を取り入れており、内容は「ウォーキング」が圧倒的多数
- ・気を付けている食事習慣は「栄養バランス」が圧倒的。次いで「食事の回数・量」「食事の時間」と続く
- ・「健康」「ダイエット」に関心がある人が最も取り入れているのは「カルシウム」
- ・【レシート分析】人気プロテイン商品のブランド別構成比分析

### 健康に対しては8割、ダイエットに対しては6割弱の人が関心を持っている



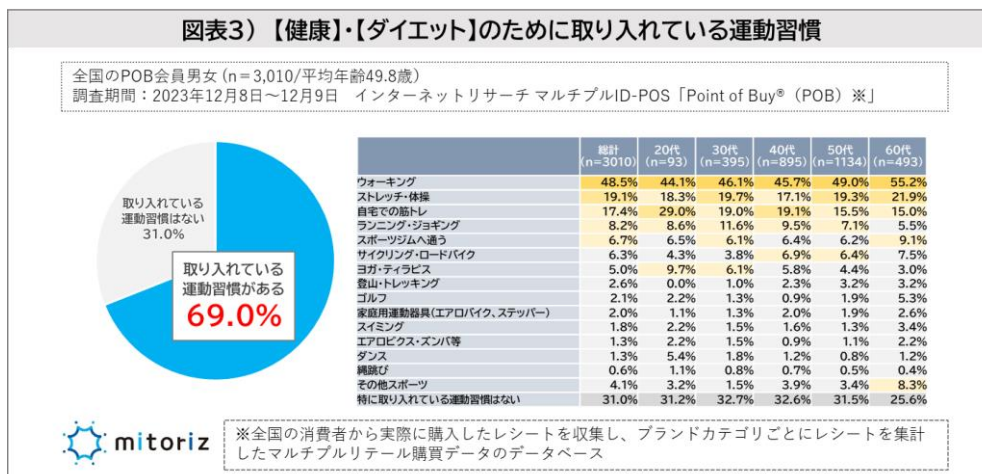
「健康・ダイエットへの関心」をそれぞれ調査したところ、「健康」に関しては回答者の79.6%が「関心が高い・やや関心が高い」と回答しています。年代が上がるにつれて比率は高くなっており、20代・30代はほぼ同率ですが、40代から健康への関心がより高まっている様子が見て取れます。一方、「ダイエット」に関しては55.5%が「関心が高い・やや関心が高い」と回答しており「健康」と比較すると控えめな結果となりました。また「健康」とは対照的に、若い年代ほど関心が高い傾向が見られました（図表1）。

### ダイエットに関心があまりない人も生活習慣を改善する必要性を感じている人は多い



「現在の生活習慣に改善の必要性」について尋ねたところ、「健康」については「改善が必要だと思ふ・やや改善が必要だと思ふ」を合わせ、75.8%は改善が必要であると感じています。79.6%が健康への関心ありと回答していたものの、改善の必要性を感じている比率は少し下がる結果となりました。「ダイエット」については「改善が必要だと思ふ・やや改善が必要だと思ふ」を合わせて66.1%の人は改善が必要だと感じており、関心ありと回答した55.5%を大きく上回る人が改善の必要性を感じているようです（図表2）。

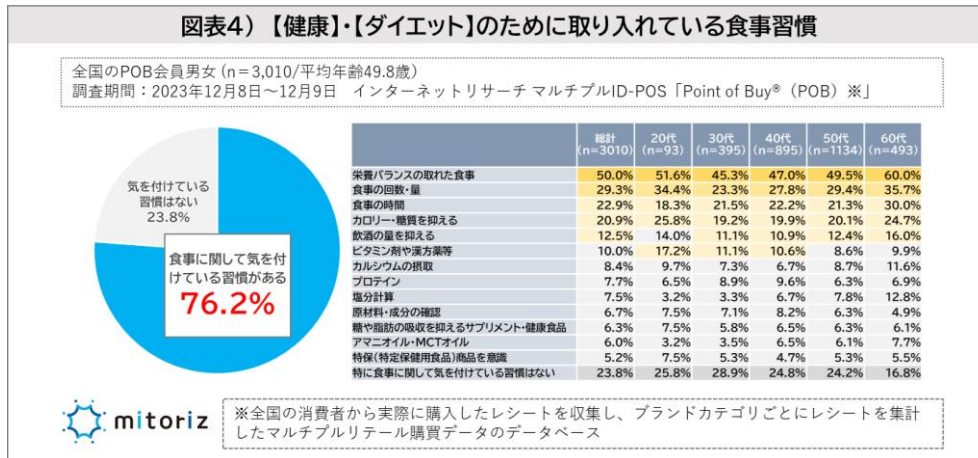
### 「健康」「ダイエット」のために7割が運動を取り入れており「ウォーキング」が圧倒的



健康・ダイエットのための「運動習慣の有無」と「運動の内容」について尋ねました。その結果、69.0%が

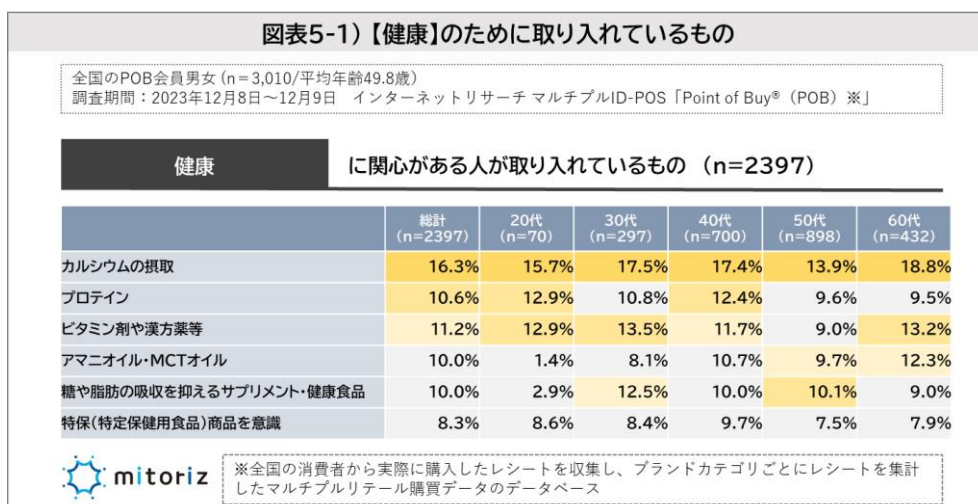
運動習慣を取り入れており、取り入れている運動は「ウォーキング（48.5%）」が圧倒的でした。以降「ストレッチ・体操（19.1%）」、「自宅での筋トレ（17.4%）」、「ランニング・ジョギング（8.2%）」「スポーツジムへ通う（6.7%）」と続きます。年代別で見ると、20代は「スポーツジムへ通う」「ランニング・ジョギング」よりも「ヨガ・ティラピス」の比率が高く、40代以上から「サイクリング・ロードバイク」の比率が高くなるなど特徴が出ています。60代以上は「その他」の比率も高く、内容としてはテニスなど好きなスポーツや孫と遊ぶといった回答があげられました（図表3）。

「気を付けている食事習慣は「栄養バランス」が圧倒的。次いで「食事の回数・量」「食事の時間」と続く



健康・ダイエットのために「気を付けている食事習慣の有無」と「食事の内容」について尋ねました。食事習慣を取り入れていると回答した人は76.2%で、運動習慣（69.0%）よりも高い数値となりました。最も多く取り入れられている習慣は「栄養バランスの取れた食事（50.0%）」次に「食事の回数・量（29.3%）」「食事の時間（22.9%）」「カロリー・糖質を抑える（20.9%）」「飲酒の量を抑える（12.5%）」と続きました。年代別で見ると20代は他年代と比較して「ビタミン剤や漢方薬等」の比率が高く、食事以外での栄養摂取に積極的なことがわかります。60代以上は他年代よりも全体的に数値が高く、特に「栄養バランスの取れた食事」は10%近く高い結果となっており、食事習慣への関心が高いことがみてとれます。また「塩分計算」や「カルシウムの摂取」等の項目も他年代よりも高くなっています（図表4）。

「健康」への関心が高い人が取り入れているものは「カルシウム」と「プロテイン」



健康への関心が高い人が取り入れているものは「カルシウム（16.3%）」が最も多く、次いで「プロテイン（10.6%）」「ビタミン剤や漢方薬等（11.2%）」と続きました。30代は「プロテイン」より「ビタミン剤や漢方薬等」「糖や脂肪の吸収を抑えるサプリメント・健康食品」が取り入れられ、50-60代は「アマニオイル・MCTオイル」が高くなっています（図表5-1）。

「ダイエット」への関心が高い人は「カルシウム」と「糖や脂肪の吸収を抑えるサプリ」を取り入れている

**図表5-2) 【ダイエット】のために取り入れているもの**

全国のPOB会員男女 (n = 3,010/平均年齢49.8歳)  
調査期間：2023年12月8日～12月9日 インターネットリサーチ マルチプルID-POS「Point of Buy® (POB) ※」

ダイエット	に関心がある人が取り入れているもの (n=1671)					
	総計 (n=1671)	20代 (n=56)	30代 (n=232)	40代 (n=528)	50代 (n=616)	60代 (n=239)
カルシウムの摂取	15.3%	17.9%	14.7%	17.0%	11.7%	20.9%
糖や脂肪の吸収を抑えるサプリメント・健康食品	12.6%	1.8%	14.2%	12.9%	12.5%	13.4%
ビタミン剤や漢方薬等	12.5%	14.3%	12.9%	12.9%	9.6%	18.4%
プロテイン	11.7%	12.5%	10.8%	13.8%	10.4%	10.9%
アマニオイル・MCTオイル	11.3%	0.0%	8.6%	11.2%	11.2%	17.2%
特保(特定保健用食品)商品を意識	10.2%	10.7%	10.3%	11.4%	8.8%	10.9%

※全国の消費者から実際に購入したレシートを収集し、ブランドカテゴリごとにレシートを集計したマルチプルリテール購買データのデータベース

ダイエットへの関心が高い人も「カルシウム（15.3%）」を最も取り入れており、次に「糖や脂肪の吸収を抑えるサプリメント・健康食品（12.6%）」「ビタミン剤や漢方薬等（12.5%）」が続きました。「糖や脂肪の吸収を抑えるサプリメント・健康食品」は20代はかなり低く、30代から取り入れられているようです。50-60代は他世代より「アマニオイル・MCTオイル」の順位が高くなっています（図表5-2）。

### 【レシート分析】人気プロテイン商品のブランド別構成比分析

**図表6) レシート分析：POB会員が購入するプロテイン商品 構成比**

レシート分析期間：2022年12月～2023年11月（全業態）  
レシート枚数：421,396枚

順位	カテゴリ	ブランド名	構成比
1	乳飲料	明治 ザバス ミルクプロテイン	51.5%
2	健康食品	森永製薬 inゼリー プロテイン	13.7%
3	健康食品	アサヒグループ食品 1本満足バー プロテイン	12.1%
4	健康食品	明治 ザバス プロテイン	10.6%
5	健康食品	森永製薬 ウイダーinバー プロテイン	2.6%
6	健康食品	トップバリュ プロテインバー	1.8%
7	健康食品	明治 ザバス ソイプロテインバー	0.9%
8	シリアル類	カルビー グラノーラ プラスプロテインin	0.7%
9	健康食品	明治 ザバス ジュニアプロテイン	0.6%
10	健康食品	ブルボン プロテインバー	0.4%

※全国の消費者から実際に購入したレシートを収集し、ブランドカテゴリごとにレシートを集計したマルチプルリテール購買データのデータベース

POB会員が投稿した「プロテイン商品」のレシートからブランド別の構成比を分析しました。1位は「明治 ザバス ミルクプロテイン（乳飲料/48.4%）」で、そのまま飲用でき、飲み切りタイプのため購入頻度が高く、全体の約半数を占めています。プロテインは運動時に飲用されるだけでなく、日ごろからプロテイン商品を取り入れる人のコメントを見ると、栄養補助食品としての側面があることも伺えます。近頃は、美容や健康を目的に活用する人も増え、目的にあった商品タイプが購入されているようです（図表6）。



## 【アンケート調査概要】

調査期間：2023年12月8日～12月9日

調査対象：mitorizの消費者購買行動レポートデータサービス「Point of Buy®」の登録会員（POB会員）  
POB会員（平均年齢49.8歳）

調査方法：インターネットによる自社調査（有効回答数：3,010件）

## 消費者購買行動データサービス「Point of Buy®」

国内最大級の消費者購買DBを活用し、メーカーや小売りなどのマーケティングを支援するサービスです。レシートに記載された購買情報を活用しているため、POSやID-POSデータで開示されていない小売りチェーンのデータや、個のユーザー（シングルソース）に紐づいた、業態を横断した購買行動や併売商品など断続的な購買行動を把握できます。

Point of Buy®：<https://www.mitoriz.co.jp/lp/pob/>

サービスページ：<https://www.mitoriz.co.jp/business/service/digitalmarketing-multi-idpos/>

### 【転載・引用に関する注意事項】

本レポートの著作権は、株式会社mitorizが保有します。調査レポートの内容の一部を転載・引用される場合には、事前に弊社までご連絡ください。

お問い合わせの際には、以下の内容をお知らせください。

1. 転載・引用したい調査レポートとその範囲

2. 用途・目的 なお、内容によっては、転載・引用をお断りする場合がございます。

※本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます

例：「株式会社mitorizが実施した調査によると…」

※以下の行為は禁止いたします。

- ・データの一部または全部を改変すること
- ・本レポートを販売・出版すること
- ・出所を明記せずに転載・引用を行うこと

## 【報道関係お問い合わせ】

コーポレート本部 経営管理部 田中（たなか）

TEL：03-6328-0052 FAX：03-6328-3631 MAIL：[press@mitoriz.co.jp](mailto:press@mitoriz.co.jp)

## 【会社概要】

会社名：株式会社mitoriz

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月 / 資本金：1億円

代表取締役社長：木名瀬 博

HP：<https://www.mitoriz.co.jp/>

全国の主婦を中心とした60万人を超える登録スタッフネットワーク（アンケート会員含む）を活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など227,537店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。

キャスト・データ・ネットワークを活用して、新たなつながりを創出し、人やモノの潜在価値を顕在化させ、社会に新たな価値を提供し、ビジネスを通じて社会課題を解決していきます。