

# 食品表示に関する調査（第2回） 【自主調査】 － 調査結果報告書 －

2016/06/28  
Rakuten Research Inc.  
<http://research.rakuten.co.jp/>

# I. 調査概要

調査手法	インターネット調査 実施機関：楽天リサーチ株式会社																																																																																																																																																																																																																	
調査実施期間	【事前】2015年4月2日～3日      【事後】2016年4月8日～12日																																																																																																																																																																																																																	
調査エリア	全国																																																																																																																																																																																																																	
調査対象者	20-69歳 男女																																																																																																																																																																																																																	
対象者数	<p>2,000サンプル（※人口推計の構成比に準じて回収・集計を行った）</p> <p>◆回収サンプル数詳細</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th>n</th> <th>男性 20代</th> <th>男性 30代</th> <th>男性 40代</th> <th>男性 50代</th> <th>男性 60代</th> <th>女性 20代</th> <th>女性 30代</th> <th>女性 40代</th> <th>女性 50代</th> <th>女性 60代</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="2">事前全体</td> <td>2000</td> <td>164</td> <td>208</td> <td>223</td> <td>187</td> <td>220</td> <td>156</td> <td>202</td> <td>218</td> <td>190</td> <td>232</td> </tr> <tr> <td rowspan="7">事前</td> <td>【生鮮食品】</td> <td>1435</td> <td>71</td> <td>94</td> <td>131</td> <td>117</td> <td>163</td> <td>112</td> <td>160</td> <td>186</td> <td>176</td> <td>225</td> </tr> <tr> <td>【加工食品】飲料</td> <td>1343</td> <td>114</td> <td>153</td> <td>172</td> <td>124</td> <td>134</td> <td>107</td> <td>134</td> <td>125</td> <td>133</td> <td>147</td> </tr> <tr> <td>【加工食品】菓子類</td> <td>1145</td> <td>81</td> <td>103</td> <td>121</td> <td>90</td> <td>102</td> <td>97</td> <td>142</td> <td>132</td> <td>129</td> <td>148</td> </tr> <tr> <td>【加工食品】乳製品</td> <td>1060</td> <td>58</td> <td>68</td> <td>90</td> <td>81</td> <td>116</td> <td>80</td> <td>127</td> <td>133</td> <td>134</td> <td>173</td> </tr> <tr> <td>【加工食品】調理食品</td> <td>917</td> <td>62</td> <td>79</td> <td>93</td> <td>67</td> <td>94</td> <td>65</td> <td>112</td> <td>118</td> <td>105</td> <td>122</td> </tr> <tr> <td>【加工食品】油・調味料</td> <td>552</td> <td>27</td> <td>40</td> <td>33</td> <td>36</td> <td>65</td> <td>46</td> <td>71</td> <td>67</td> <td>63</td> <td>104</td> </tr> <tr> <td>サプリメント</td> <td>257</td> <td>20</td> <td>21</td> <td>21</td> <td>24</td> <td>27</td> <td>12</td> <td>33</td> <td>26</td> <td>30</td> <td>43</td> </tr> <tr> <td colspan="2">事後全体</td> <td>2000</td> <td>164</td> <td>208</td> <td>223</td> <td>187</td> <td>220</td> <td>156</td> <td>202</td> <td>218</td> <td>190</td> <td>232</td> </tr> <tr> <td rowspan="7">事後</td> <td>【生鮮食品】</td> <td>1435</td> <td>80</td> <td>100</td> <td>129</td> <td>132</td> <td>153</td> <td>115</td> <td>162</td> <td>185</td> <td>165</td> <td>214</td> </tr> <tr> <td>【加工食品】飲料</td> <td>1360</td> <td>120</td> <td>151</td> <td>165</td> <td>136</td> <td>133</td> <td>110</td> <td>142</td> <td>142</td> <td>119</td> <td>141</td> </tr> <tr> <td>【加工食品】菓子類</td> <td>1170</td> <td>85</td> <td>112</td> <td>116</td> <td>96</td> <td>107</td> <td>99</td> <td>139</td> <td>149</td> <td>120</td> <td>147</td> </tr> <tr> <td>【加工食品】乳製品</td> <td>1060</td> <td>62</td> <td>79</td> <td>88</td> <td>87</td> <td>109</td> <td>88</td> <td>125</td> <td>134</td> <td>123</td> <td>165</td> </tr> <tr> <td>【加工食品】調理食品</td> <td>930</td> <td>68</td> <td>82</td> <td>96</td> <td>96</td> <td>89</td> <td>77</td> <td>97</td> <td>110</td> <td>97</td> <td>119</td> </tr> <tr> <td>【加工食品】油・調味料</td> <td>551</td> <td>27</td> <td>41</td> <td>38</td> <td>41</td> <td>51</td> <td>54</td> <td>65</td> <td>70</td> <td>65</td> <td>98</td> </tr> <tr> <td>サプリメント</td> <td>253</td> <td>21</td> <td>20</td> <td>24</td> <td>24</td> <td>27</td> <td>19</td> <td>24</td> <td>33</td> <td>20</td> <td>42</td> </tr> </tbody> </table> <p>※事後調査においては、事前調査に各自購入・自摂食比率を近づけた。</p>			n	男性 20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	男性 60代	女性 20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代	女性 60代	事前全体		2000	164	208	223	187	220	156	202	218	190	232	事前	【生鮮食品】	1435	71	94	131	117	163	112	160	186	176	225	【加工食品】飲料	1343	114	153	172	124	134	107	134	125	133	147	【加工食品】菓子類	1145	81	103	121	90	102	97	142	132	129	148	【加工食品】乳製品	1060	58	68	90	81	116	80	127	133	134	173	【加工食品】調理食品	917	62	79	93	67	94	65	112	118	105	122	【加工食品】油・調味料	552	27	40	33	36	65	46	71	67	63	104	サプリメント	257	20	21	21	24	27	12	33	26	30	43	事後全体		2000	164	208	223	187	220	156	202	218	190	232	事後	【生鮮食品】	1435	80	100	129	132	153	115	162	185	165	214	【加工食品】飲料	1360	120	151	165	136	133	110	142	142	119	141	【加工食品】菓子類	1170	85	112	116	96	107	99	139	149	120	147	【加工食品】乳製品	1060	62	79	88	87	109	88	125	134	123	165	【加工食品】調理食品	930	68	82	96	96	89	77	97	110	97	119	【加工食品】油・調味料	551	27	41	38	41	51	54	65	70	65	98	サプリメント	253	21	20	24	24	27	19	24	33	20	42
		n	男性 20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	男性 60代	女性 20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代	女性 60代																																																																																																																																																																																																						
事前全体		2000	164	208	223	187	220	156	202	218	190	232																																																																																																																																																																																																						
事前	【生鮮食品】	1435	71	94	131	117	163	112	160	186	176	225																																																																																																																																																																																																						
	【加工食品】飲料	1343	114	153	172	124	134	107	134	125	133	147																																																																																																																																																																																																						
	【加工食品】菓子類	1145	81	103	121	90	102	97	142	132	129	148																																																																																																																																																																																																						
	【加工食品】乳製品	1060	58	68	90	81	116	80	127	133	134	173																																																																																																																																																																																																						
	【加工食品】調理食品	917	62	79	93	67	94	65	112	118	105	122																																																																																																																																																																																																						
	【加工食品】油・調味料	552	27	40	33	36	65	46	71	67	63	104																																																																																																																																																																																																						
	サプリメント	257	20	21	21	24	27	12	33	26	30	43																																																																																																																																																																																																						
事後全体		2000	164	208	223	187	220	156	202	218	190	232																																																																																																																																																																																																						
事後	【生鮮食品】	1435	80	100	129	132	153	115	162	185	165	214																																																																																																																																																																																																						
	【加工食品】飲料	1360	120	151	165	136	133	110	142	142	119	141																																																																																																																																																																																																						
	【加工食品】菓子類	1170	85	112	116	96	107	99	139	149	120	147																																																																																																																																																																																																						
	【加工食品】乳製品	1060	62	79	88	87	109	88	125	134	123	165																																																																																																																																																																																																						
	【加工食品】調理食品	930	68	82	96	96	89	77	97	110	97	119																																																																																																																																																																																																						
	【加工食品】油・調味料	551	27	41	38	41	51	54	65	70	65	98																																																																																																																																																																																																						
	サプリメント	253	21	20	24	24	27	19	24	33	20	42																																																																																																																																																																																																						

# II

---

## 調査結果要約

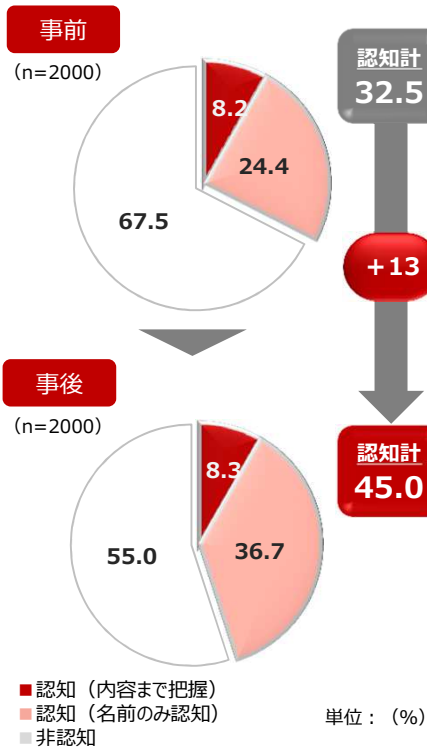
---

# 調査結果要約 (1)

## 【機能性表示食品】の制度の認知変化・摂食経験

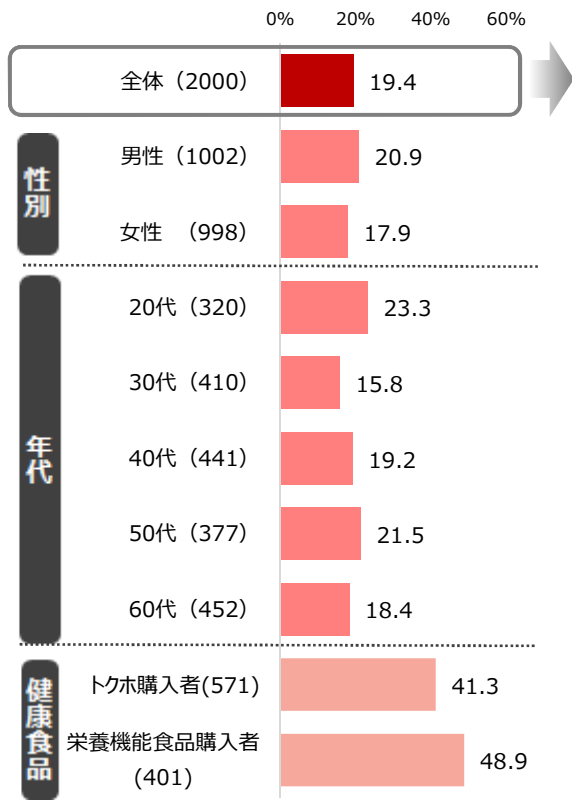
- ◆ 【機能性表示食品制度】は現在45%が認知しており、1年前の調査と比較して13pt上昇した。
- ◆ 摂食経験者は約2割、「ヨーグルト」「清涼飲料」「サプリメント」の摂食経験が高い。
- ◆ 【トクホ購入者】のうち【機能性表示食品】摂食経験は4割、【栄養機能食品購入者】では5割弱と、健康食品に関心がある層に響いている。

### 【機能性表示食品】制度の認知

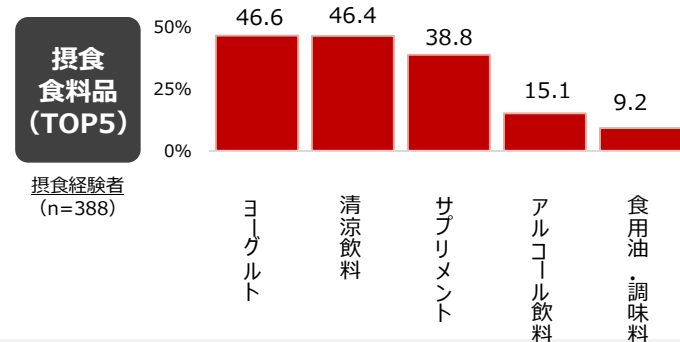


※本案件については説明文を呈示し、【機能性表示食品制度】の認知を聴取した。

### 【機能性表示食品】摂食経験



### 【機能性表示食品】摂食経験者内 【機能性表示食品】摂食食品カテゴリー



#### 摂食食品 (年代別TOP3)

年代	食品カテゴリー	割合 (%)
20代 (n=74)	清涼飲料	53.7
	ヨーグルト	43.4
	サプリメント	29.7
30代 (n=65)	清涼飲料	51.0
	サプリメント	39.9
	ヨーグルト	33.2
40代 (n=85)	ヨーグルト	44.1
	サプリメント	41.8
	清涼飲料	41.5
50代 (n=81)	ヨーグルト	47.4
	サプリメント	46.0
	清涼飲料	40.6
60代 (n=83)	ヨーグルト	61.7
	清涼飲料	47.2
	サプリメント	36.0

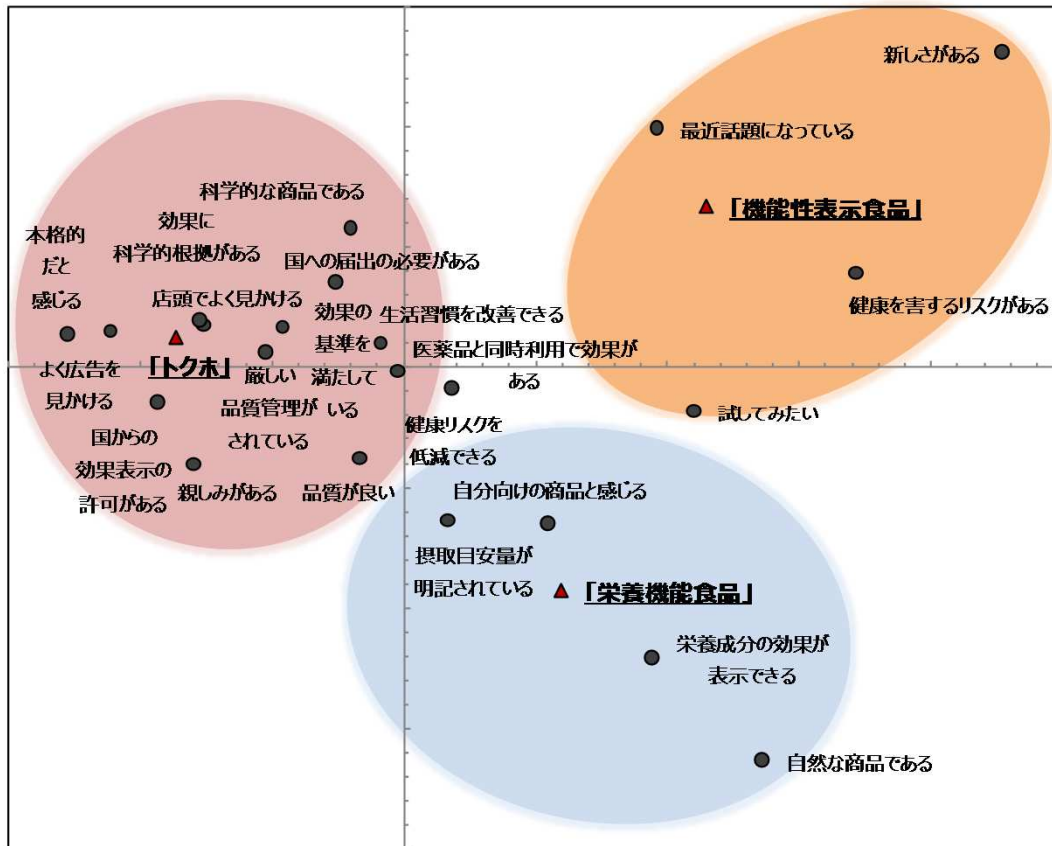
※トクホ計: 「お茶系の飲料」「炭酸飲料」「乳飲料・乳酸菌飲料」「コーヒー飲料類」「果実・野菜飲料」「シリアル食品」「その他の商品」の計  
 ※栄養機能食品計: 「サプリメント」「乳飲料・乳酸菌飲料」「果実・野菜飲料」「シリアル食品」「ゼリー」「その他の商品」の計  
 ※認知計「内容まで把握」「名前のみ認知」の計

## 調査結果要約 (2)

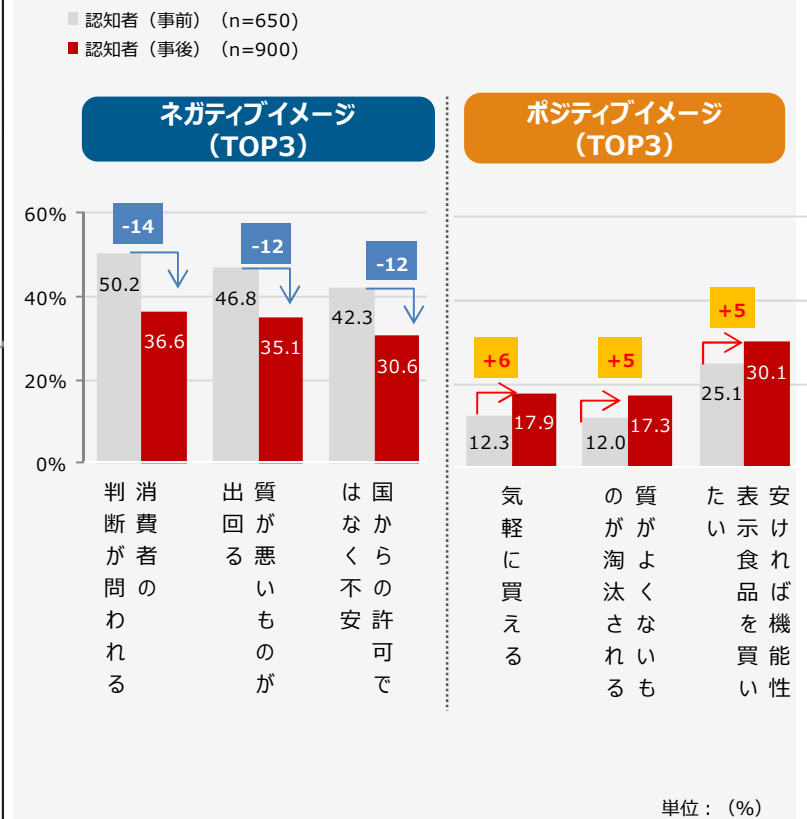
### 【機能性表示食品】現在のイメージとイメージ変化

- ◆ 【機能性表示食品】に対して「新しさ」「最近話題」というイメージに加え「試してみたい」というポジティブな意見もある。一方、「健康を害するリスクがある」という不安感があり、【トクホ】に比べて健康への安心感と効果効能のイメージが弱い。
- ◆ 前年度調査と比較して「消費者の判断が問われる」「質が悪い物が出回る」「国からの許可ではなく不安」という不安面の改善傾向はみられた。

### 【トクホ】【栄養機能食品】【機能性表示食品】のイメージ



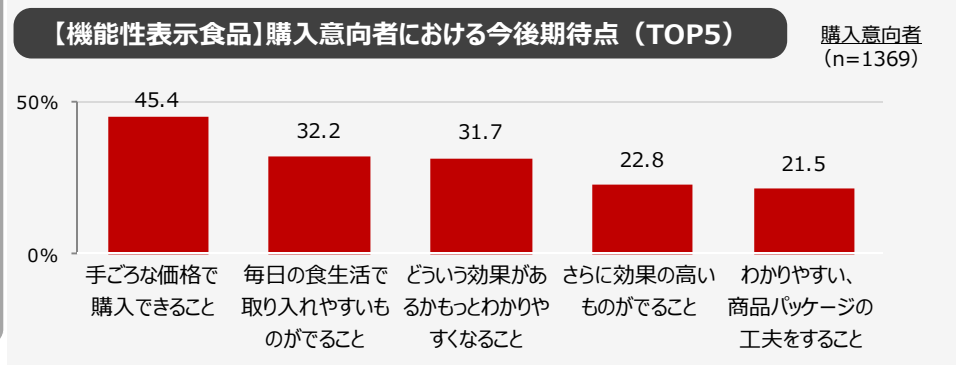
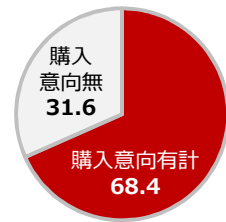
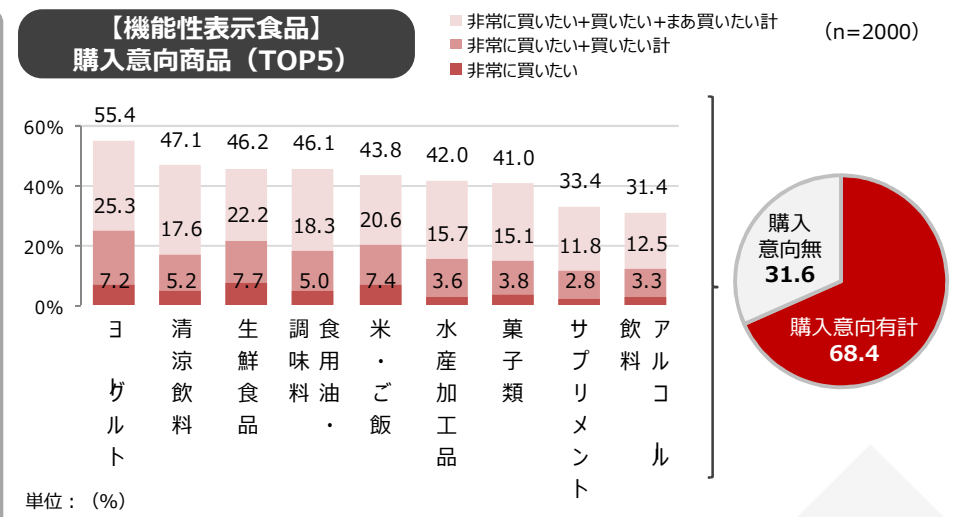
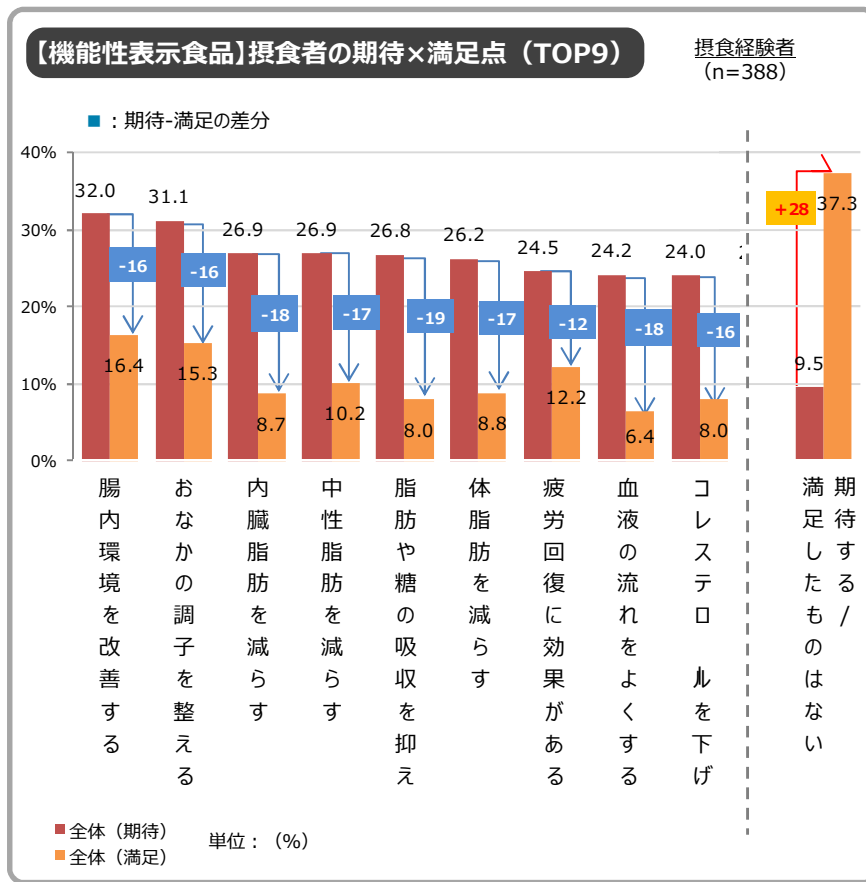
### 【機能性表示食品】認知者イメージ変化比較



# 調査結果要約 (3)

## 【機能性表示食品】ニーズと購入意向

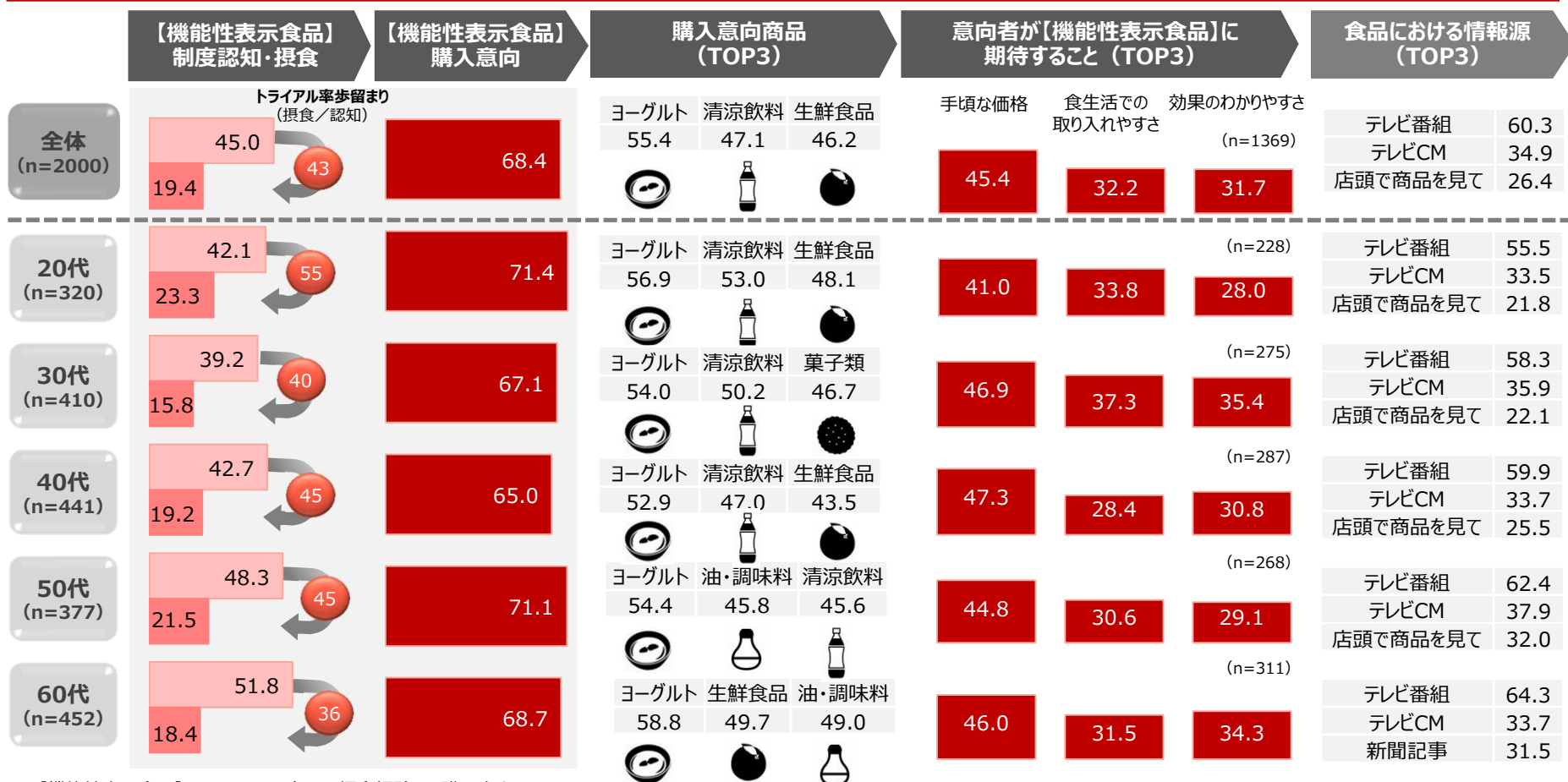
- ◆ 【機能性表示食品】摂食時において「整腸」「脂肪減」について効果の期待が高い。しかし摂食者のうち4割弱が「満足したものが無い」と効果に対して期待外れだったとの回答が高く、特に「脂肪減」の項目では実感が少ない結果となった。
- ◆ しかし【機能性表示食品】について7割弱が購入意向を示し、「ヨーグルト」「清涼飲料」「生鮮食品」が上位となった。
- ◆ 【機能性表示食品】の今後の期待点では「手ごろな価格」「毎日の食生活での取り入れやすさ」「効果のわかりやすさ」が購入意向者からあげられた。



# まとめと今後の方向性

20代は認知と摂食の差が最も小さく、認識すればトライアルしやすい。  
50代以上は知識として認知しているものの、トライアル（摂食）には至りにくい。  
効果の分かりやすさをいかに伝えるかが重要。

現在【機能性表示食品制度】の認知は45.0%、60代が認知が最も高く5割を超えるが、摂食には至らず2割を下回る。対して20代では摂食経験が最も高い。  
【機能性表示食品】の今後購入意向では同様に20代が高く7割、次いで50代・60代の購入意向が高い。また、どの年代においても「ヨーグルト」の購入意向が高く、今後のニーズとしては「手頃な価格」「効果のわかりやすさ」「取り入れやすさ」などが上位となった。今後【機能性表示食品】において効果のわかりやすさを工夫し、ターゲットの求める期待点を、メディア広告に加え店頭での商品の視認性を高めることで商品の訴求をすすめていくことが重要と思われる。



【機能性表示食品】についての ■ 認知 ■ 摂食経験 ■ 購入意向

(image) ※どの年代においてもTOP 3が上記3項目