

- 食に関する健康意識 - (エヌピーディー・ジャパン 調べ)

～ 消費者の健康意識に答えきれない外食・中食業態 ～

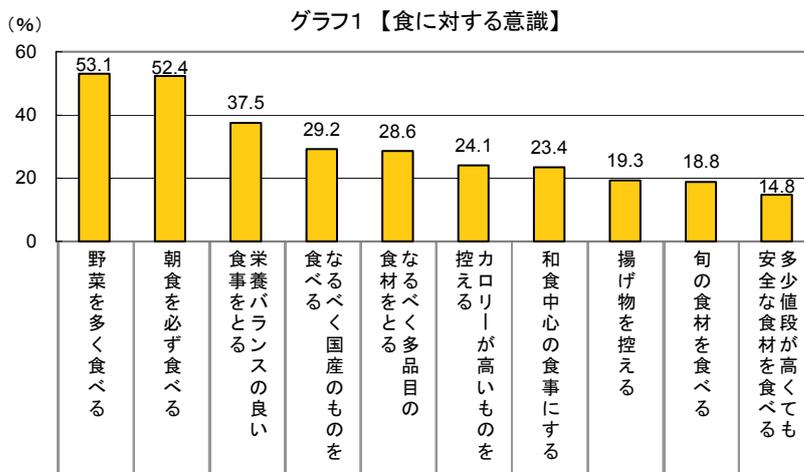
【東京、2010年7月20日】現在、日本人の3分の2が生活習慣病によって亡くなっていると言われており(厚生労働省ホームページより)、その予防策として、普段のバランスのよい食事が大切な要素であると考えられている。では、毎日の食事において消費者はどの程度健康を意識しているのだろうか。

グラフ1は、エヌピーディー・ジャパンが提供する外食・中食市場データサービス CREST* より抜粋した、男女 15-59 才(首都圏+京阪神圏)の食に関する意識である。この調査によると、「野菜を多く食べる」(53.1%)、「朝食を必ず食べる」(52.4%)ことを意識している消費者は多く、生活習慣病予防の要素としても大事な「栄養バランスの良い食事をとる」(37.5%)も4割弱の消費者が普段から意識しているという結果であった。

しかしながら、実際に外食・中食をする際の店舗選択理由を CREST からみると、「体によいメニューを提供」しているからという理由は、わずか 2.1%であり(表 1)、外食・中食をする際には、「便利な・利用しやすい場所」(50.4%)や「価格が手頃」(35.3%)などの立地や価格への意識が高くなり、健康意識は二の次になってしまう傾向がみられる。

「体によいメニューを提供」の割合が高い業態をみると(表 2)、「定食屋」(10.6%)、次いで「和風ファミリーレストラン」(6.4%)、「弁当・惣菜専門店」(5.1%)などの、健康的な食事とされる“和食”や、“野菜”を多く摂れるメニューを提供している業態である。その一方で、大手チェーンが多い「ハンバーガー系ファストフード」(0.9%)や「コンビニエンスストア」(0.9%)、「洋風ファミリーレストラン」では 1%前後であり、定食屋などに比べると、これらの業態では消費者の食に関する健康意識ニーズに答えきれないともいえる。

益々進む高齢化社会の中で、健康を意識した外食・中食店選びという視点は高まっていくと考えられる。外食・中食業態が消費者の健康意識にいかに応えられるかが今後の課題の 1 つであるともいえよう。(小野智沙)



(エヌピーディー・ジャパン株) CREST* より データ期間: 2009年6月-2010年5月
 ※上記10項目に関してそれぞれ「あてはまる」と回答した人の割合

表 1【店舗選択理由トップ3 + 健康意識理由】

1	便利な・利用しやすい場所	50.4%
2	価格が手頃	35.3%
3	料理がおいしい	19.6%
～		
-	体によいメニューを提供	2.1%

表 2【店舗選択理由「体によいメニューを提供」の割合が高い業態
トップ3 + 洋風ファミリーレストラン、ハンバーガー系ファストフード、コンビニエンスストア】

1	定食屋	10.6%
2	和風ファミリーレストラン	6.4%
3	弁当・惣菜専門店	5.1%
～		
-	洋風ファミリーレストラン	1.5%
-	ハンバーガー系ファストフード	0.9%
-	コンビニエンスストア	0.9%

* **CREST(クレスト)**とは、約 20,000 人／月のサンプル数を誇る、2003 年より開始したサービスであり、
 外食・中食市場において 'いつ、誰が、どこで、何を、どのように食べ、どの程度満足したか' という情報を
 1 年 365 日、直接消費者から収集し、データベース化した情報サービスです。

The NPD Group について

The NPD Group は、信頼性の高い消費者／小売り情報を幅広い産業に提供している、リサーチ
 業界のリーディング・カンパニーです。現在では、製造業／小売業／サービス業を営む 1,800 社以
 上のお客様に対し情報サービスを提供しており、様々な場面でお客様のビジネスにおける意思決
 定をサポートしています。日本には 5 つの事業部(フードサービス、スポーツ、アパレル、テクノロ
 ジー、ディスプレイサーチ事業部)があり、お客様の新たなビジネス機会の発見や商品開発、マー
 ケティング・営業活動、マーチャンダイジングに貢献しております。

お問合せ先／メールの配信・解除は以下のアドレスまでご連絡お願い致します。

npdjapan.info@npd.com

担当: 小野 雄大

エヌピーディー・ジャパン株式会社

〒108-0074 東京都港区高輪 3-23-17 品川センタービルディング 13 階

TEL: (03) 5798 - 7663 / FAX: (03) 5798 - 7665

www.npdjapan.com