

生活者を健康セグメントごとに分類し、今とこれからの健康意識と行動を分析 『ウェルネストレンド白書 Vol.1』発刊

一般社団法人ウェルネス総合研究所（本社：東京都渋谷区、代表理事：萩原千史、以下「ウェルネス総研」）は、10代～70代、4,800名の生活者の健康・ウェルネスに関する意識と行動分析に基づき、今後予測されるヘルス・トレンドシナリオを洞察した調査レポート『ウェルネストレンド白書 Vol.1』（監修：武田猛 株式会社グローバルニュートリショングループ 代表取締役／ウェルネス総研 理事）を12月7日に発刊いたします。

本白書ではプロファイリング分析により、生活者を7つの健康セグメントに新たに分類。各健康セグメントの特性を明らかにするとともに、各セグメントによる興味関心をヘルスベネフィット、素材・成分の観点から分析しています。

健康セグメントの全体像

- 健康ストイック層
- 健康コンシャス層
- コツコツ健康層
- ラクして健康層
- まだ大丈夫層
- トレーニング大好き層
- 健康無関心層

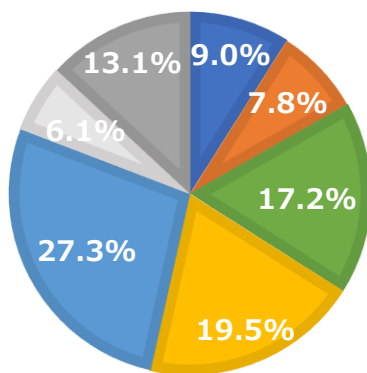


図 1:健康セグメントの全体像

健康に関して何らかの意識を持つ“健康高関与層”（「健康ストイック層」「健康コンシャス層」「コツコツ健康層」「ラクして健康層」）は全体の6割を占めることが、分析からわかりました。一方、明らかに健康に対して意識が低い“健康低関与層”は全体の1割強となりました。

「認知素材数」「情報源の数」ともに、最も多いのが「健康ストイック層」であり、最も少ないのが「健康無関心層」で、「情報源の数」は2.5倍、「認知素材数」は1.5倍と大きな差が付いています。健康意識の違いが健康情報への関心の違いを、関心の違いが素材・成分の認知の違いに繋がっていると考えられます。

「お問い合わせ先」

一般社団法人 ウェルネス総合研究所： 小暮・芹澤

TEL：03-5786-6006 / MAIL：info@wellness-lab.jp

各健康セグメントの具体的な特徴は次のようになります。

健康 ストイック層	「健康に良い」と言われる食品・飲料を、積極的に摂るだけでなく、不健康につながる食品・飲料は極力控える。食事や生活習慣に気を遣ったり、適度な運動を続けることを 面倒だとは思わず、意識高く習慣的に実践 しているため、健康に関する知識も蓄積している
健康 コンシャス層	食品添加物や成分表示を気にして食材を選んだり、なるべく自然由来・無添加のものを食べるだけでなく、より自分にあった/続けやすい健康方法や食品がないか、ネットやSNSなどを通じて情報収集を行い、積極的に取り入れたいと考えている
コツコツ健康層	添加物の多いものや、インスタント食品やファーストフードを控えるなど、不健康につながる食品・飲料を控えつつ、なるべく野菜を食べるといった健康的な行動を、 まずできることからコツコツ積み重ねていこうという前向きな意識 をもつ
ラクして健康層	食べたいものを我慢したり、運動するよりもラクして健康を維持・増進したい と考えており、なるべく野菜を食べる、納豆やゴマなどの体に良いと言われている食品を食べるといった、手軽にできる行動に留まる
まだ大丈夫層	不健康な生活であるという自覚があり、今のままではいけないとは思いつつも、健康のために食事に気を付けたり、定期的な運動をすることが面倒だと思っているため、「 まだ大丈夫 」という 考えのもと、ただちに行動に移せない
トレーニング 大好き層	理想的な身体を手に入れるためには、ハードなトレーニングを行うことも苦にならない と感じている。時にはトレーナーからアドバイスを受け、運動後にはプロテインを飲むなど、トレーニング効果を高めるための行動には積極的である一方で、その他の健康意識はやや低い
健康無関心層	不健康な生活であるという自覚はあっても、今の生活を改善しようとは思っていない。 健康のために意識して行動を行うことそのものへの関心が低い

図 2：健康セグメントの特徴一覧

【『ウェルネストrend白書』 発刊の背景】

健康・ウェルネス市場は、国内において長期的な視点で見ると継続的な成長が見込まれています。人生 100 年時代にあって、「できるだけ長く心身ともに健康に過ごしたい」という生活者の健康ニーズは今後ますます高まっていくでしょう。一方で生活者の健康志向は性別や年齢などの属性だけでなく、ライフスタイルや健康情報へのリテラシーなどの影響で、より細分化されたセグメントを形成する傾向が見られます。また、長引くコロナ禍に代表される社会状況や欧米など海外におけるヘルス・トレンドも国内の生活者の健康ニーズに大きな影響を与えています。

その機運をうけて、2015 年 4 月スタートした機能性表示食品制度も 6 年半をむかえ、10 月 27 日時点の届出件数は 4,162 件となっています（届出撤回件数は含まず）。非常に急増した機能性表示食品届出ですが、一方それだけで売れている商品はほとんどないのが現状です。ヘルスクレームは商品のメリットを伝える手段ではありますが、そのメッセージが消費者の必要としている課題解決につながっていないければ意味をなさないものになります。エビデンス、商品設計、ヘルスクレーム、マーケティングコミュニケーションによるメッセージを統合的な消費者視点のストーリーとして設計し実行することで、はじめてその商品の価値が消費者の求めるものであると気づいてもらうことができるのです。

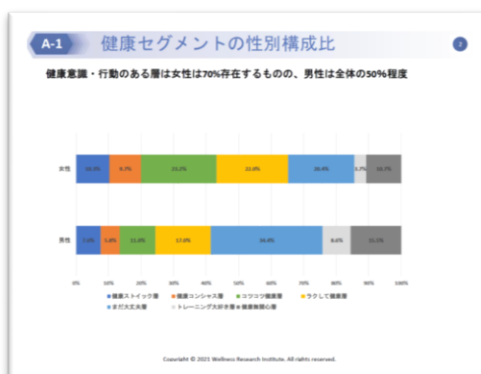
『ウェルネストrend白書 vol.1』は、①生活者の特徴的な健康志向セグメント、②健康食品素材に求めるベネフィット③健康食品素材の認知、摂取意向の 3 つの軸をクロスさせた俯瞰的分析と、今後予測される生活者の健康・ウェルネスのトレンド・シナリオを提示しております。最新の生活者の健康意識と行動の把握を通じて、健康・ウェルネス領域で事業を展開されている企業・団体のマーケティング担当者、研究開発担当者の方々の課題解決やビジネス拡大の一助となれば幸いです。

「お問い合わせ先」

一般社団法人 ウェルネス総合研究所： 小暮・芹澤

TEL : 03-5786-6006 / MAIL : info@wellness-lab.jp

【『ウェルネストレンド白書』 概要】



レポート名	ウェルネストレンド白書 Vol.1
監修	武田 猛 (株式会社グローバルニュートリショングループ 代表取締役／一般社団法人ウェルネス総合研究所 理事)
納品物	調査サマリーレポート+データ集 (PDF)
仕様	全 150 ページ (想定)、カラー
価格	一式：25 万円 (税抜き)
発行	一般社団法人ウェルネス総合研究所
目次	1) はじめに 2) 全体総括 3) 健康セグメント編 4) ヘルスベネフィット編 5) 素材・成分編 6) 素材・成分×ヘルスベネフィット編 7) データ集
購入	『ウェルネストレンド白書 Vol.1』 購入申し込みフォーム https://form.wellness-lab.org/form/paper1

● 調査・分析概要

調査の目的	①ウェルネス領域における生活者の実態、意識、今後の動向の把握 ②これからのウェルネス市場のトレンド予測や、企業・団体の事業創造・マーケティングの支援
調査時期	2021 年 8 月 19 日 (木) ～ 2021 年 8 月 23 日 (月)
調査方法	インターネット調査 (株式会社マクロミル)
調査対象	日本国内在住の 20-79 歳男女 (調査業、広告代理業、医療業など指定業種除外)
有効回答数	4,744 件 性別×年代 (10 歳刻み) の 12 セルに対して、各セル 400 サンプル以上となるよう割付を設定して回収 合計 5,440 サンプルの中から、不適当な回答を除外した 4,744 サンプルを有効回答として得た
補正内容	日本国内在住の 20-79 歳の人口構成比 (性別×年代) にあわせて、有効回答者の構成比補正を実施 出典：総務省統計局 平成 27 年国勢調査

「お問い合わせ先」

一般社団法人 ウェルネス総合研究所： 小暮・芹澤

TEL : 03-5786-6006 / MAIL : info@wellness-lab.jp

【発刊記念セミナーのご案内】

『ウェルネストレンド白書 Vol.1』の発刊を記念いたしまして、以下オンラインセミナーを開催いたします。

本白書の結果のうち一部を特別にご紹介しながら、現代の生活者の健康志向の特性や、2021年のヘルスケアトレンドについて考察・お話しします。

2021年の締めくり、2022年のヘルスケア戦略を考えるにあたり、ぜひご参考にしていただければと思います。

タイトル	ウェルネストレンド白書 発刊記念 ～2021年のヘルスケア市場を捉える～
主催	一般社団法人ウェルネス総合研究所
協力	株式会社インテグレート／株式会社グローバルニュートリショングループ／株式会社アイメック RD
日時	2021年12月07日(火) 11:00～12:00 (受付 入場アクセス開始 15分前～)
参加方法	Zoomを利用したWeb配信による視聴
受講料	無料
お申込み	下記お申込みフォームよりお申込みください https://form.wellness-lab.org/form/wellseminar211207 締め切り：12月03日(金)23:59

<ウェルネス総合研究所 概要>

ウェルネス総研は、独自の視点で健康・ウェルネスに関する情報の調査・集積・発信を行なっている一般社団法人です。情報発信プラットフォーム型メディア「ウェルネス総研レポート online」の運営、白書の発刊をはじめとした専門性の高い情報発信のほか、人々の健康やQOL向上を助ける食品・医薬品・化粧品・運動などに関わる団体・企業に向けたコンサルティングも実施しており、人々の健康維持・改善を実現する、健康・ウェルネス産業の発展に寄与してまいります。

【団体名称】 一般社団法人ウェルネス総合研究所

【代表理事】 萩原 千史

【所在地】 東京都渋谷区千駄ヶ谷 1-20-1 パークアベニュー

【設立】 2020年8月

◆一般社団法人 ウェルネス総合研究所 WEBサイト：<https://wellness-lab.org/>

◆ウェルネス総研レポートonline WEBサイト：<https://wellnesslab-report.jp/>

「お問い合わせ先」

一般社団法人 ウェルネス総合研究所： 小暮・芹澤

TEL：03-5786-6006 / MAIL：info@wellness-lab.jp