

国内外のウェルネスフード産業に精通する食品コンサルタント 武田猛 監修

54の素材・成分、47のヘルスベネフィットを網羅

『ウェルネストレンド白書 Vol.2』発刊

生活者4,600名の“ウェルネスに関する意識・行動”を分析、消費意欲の高いターゲット層とは
三大栄養素への摂取意向を調査—欧米で主流の“ハイファット”は日本で定着するのか

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、20代～70代男女、4,600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.2』（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5月31日に発刊いたします。

『ウェルネストレンド白書』は、性年代別だけではなくクラスタ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分類し、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おります。

昨年発売した『ウェルネストレンド白書 Vol.1』では、7つの健康セグメントの特性を明らかにし、消費者が関心を持つヘルスベネフィットの中で市場ポテンシャルの高いテーマを分析、また、54の素材・成分の「認知率」「特徴理解率」「関心率」「摂取意向率」「摂取率」を算出し、各素材・成分の認知ファネルの特性を明らかにしています。さらに、47のヘルスベネフィットに対する顕在市場・潜在市場を推計し、飲料、食料及び外食産業のマーケティング構築にご活用いただいております。

今回発刊の『ウェルネストレンド白書 Vol.2』では、前号に続き7つの健康セグメントごとに、健康生活度、認知素材数、健康情報源について定量分析を行なっています。トレンドワード、ヘルスベネフィット、素材・成分の認知、理解、関心、摂取意向の認知ファネルを明らかにしています。健康とwell-beingの観点から「健康生活度」と「幸福度」の相関関係も分析しました。また、新たに三大栄養素「糖質」「脂質」「タンパク質」の摂取意向を分析、海外の「ウェイトウェルネス」との比較による考察を行い、さらなる健康セグメント間の意識・行動の違いを明らかにしています。

■三大栄養素の摂取意向

糖質	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
意識して摂るようにしている	4.4%	5.8%	2.7%	3.3%	2.0%	17.1%	1.8%
やや意識して摂るようにしている	7.8%	13.8%	7.4%	7.4%	4.8%	18.8%	3.1%
特に意識はしていない	29.4%	32.2%	39.1%	52.3%	67.4%	30.5%	80.7%
やや意識して控えるようにしている	42.2%	35.7%	39.9%	30.1%	22.0%	21.2%	11.5%
意識して控えるようにしている	16.2%	12.4%	11.0%	6.9%	3.8%	12.5%	3.0%

脂質	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
意識して摂るようにしている	4.5%	6.9%	2.4%	3.5%	1.5%	13.4%	1.9%
やや意識して摂るようにしている	10.2%	14.6%	9.0%	8.3%	5.3%	21.3%	3.4%
特に意識はしていない	32.1%	31.4%	38.6%	54.5%	70.7%	33.3%	80.7%
やや意識して控えるようにしている	40.5%	38.1%	39.8%	28.7%	19.6%	19.4%	9.9%
意識して控えるようにしている	12.7%	9.0%	10.2%	4.9%	2.8%	12.6%	4.1%

タンパク質	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
意識して摂るようにしている	45.2%	34.6%	25.8%	18.1%	9.0%	44.3%	4.9%
やや意識して摂るようにしている	37.1%	38.6%	40.8%	34.1%	25.8%	33.5%	13.5%
特に意識はしていない	16.7%	23.6%	31.7%	45.8%	62.4%	18.7%	79.0%
やや意識して控えるようにしている	0.2%	2.6%	1.2%	1.7%	1.7%	2.1%	1.4%
意識して控えるようにしている	0.8%	0.6%	0.5%	0.3%	1.1%	1.3%	1.2%

出典資料：ウェルネストレンド白書 Vol.2

「お問い合わせ先」

一般社団法人 ウェルネス総合研究所： 小林・武田（貴）・能登
TEL：03-5786-6006 / MAIL：info@wellness-lab.jp

【監修者総括より】(※一部抜粋・編集)

三大栄養素について

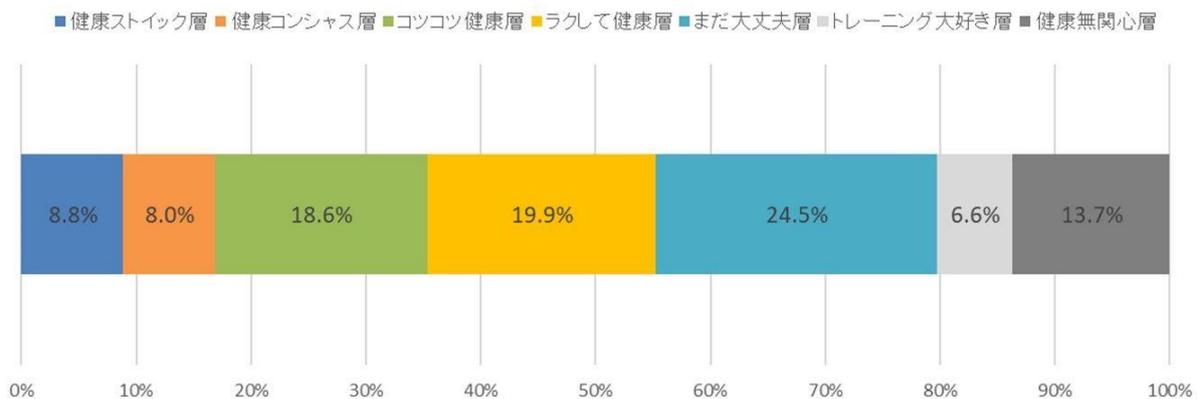
- 欧米では「ローファット」から「ハイファット」へとトレンドがシフトし、よりナチュラルな素材をオンする傾向にあるが、いまだ「ローファット」が主流の日本の三大栄養素の摂取意向を読み解くと、健康セグメント間での違いが顕著にみられ、三大栄養素のバランスによる食事法を提案する際は、価値観や共感ポイントの異なる健康セグメントを意識したターゲティングやコミュニケーションが有効であると思われる。

トレンドワードについて

- トレンドワードでは、総じて「発酵食品」「雑穀食・雑穀米・雑穀シリアル」「腸活」が認知率の上位を占めており、複数のトレンドに後押しされていることが分かるが、パンデミックにより「ムードフード」や「マインドフルネス」、「well-being」といったトレンドワードの認知率が上昇傾向にあり、今後コロナの状況が変化するにつれ、健康意識やヘルスベネフィットはますます変化していくだろう。
- 「ムードフード」や「脳腸相関」など、比較的新しい概念についての認知率が他の健康セグメントより高い「トレーニング大好き層」は、20～30代がおよそ6割を占めており、新しいウェルネストrendのアーリーアダプターとしての特性を備えており、着目したい。

■ 各健康セグメントの構成比

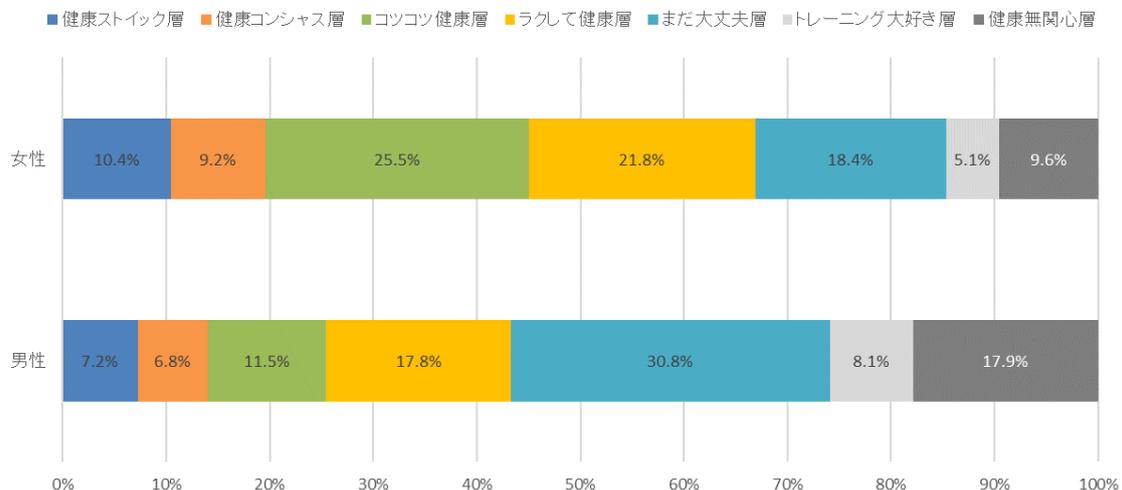
本白書の特徴である、各健康セグメントの構成比は、前回の調査回答者とはほぼ同様の比率となり（調査回答者は重複しない）、現在の日本の健康セグメントを示していると考えられる。



出典資料: ウェルネストrend白書 Vol.2

■ 各健康セグメントの性別構成比

健康に対して、何らかの意識があるセグメント層は全体の61.8%であったが、性別で見ると、女性の約7割が健康に対して何らかの意識がある一方、男性は「まだ大丈夫層」「健康無関心層」の両方で約5割を占めており、健康に対する意識が低い。



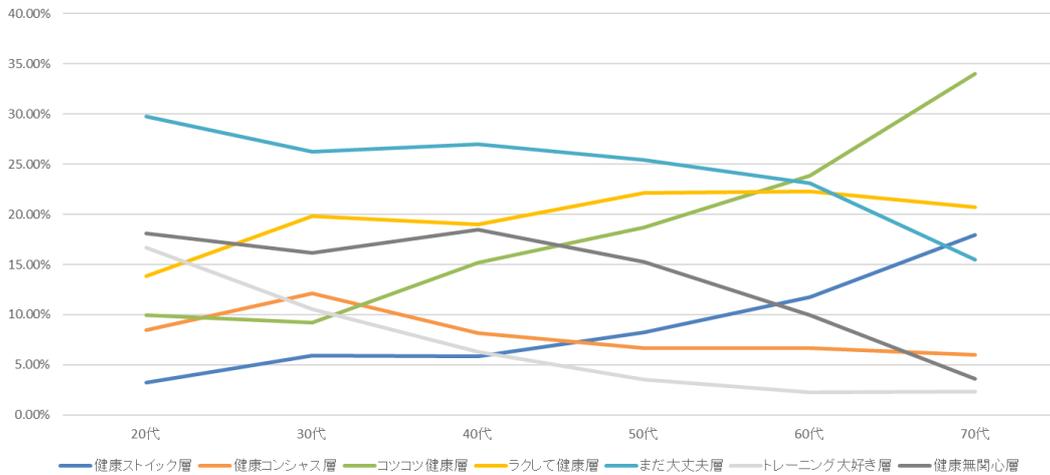
出典資料: ウェルネストrend白書 Vol.2

「お問い合わせ先」

一般社団法人 ウェルネス総合研究所: 小林・武田(貴)・能登
TEL: 03-5786-6006 / MAIL: info@wellness-lab.jp

■年代別各健康セグメントの構成比

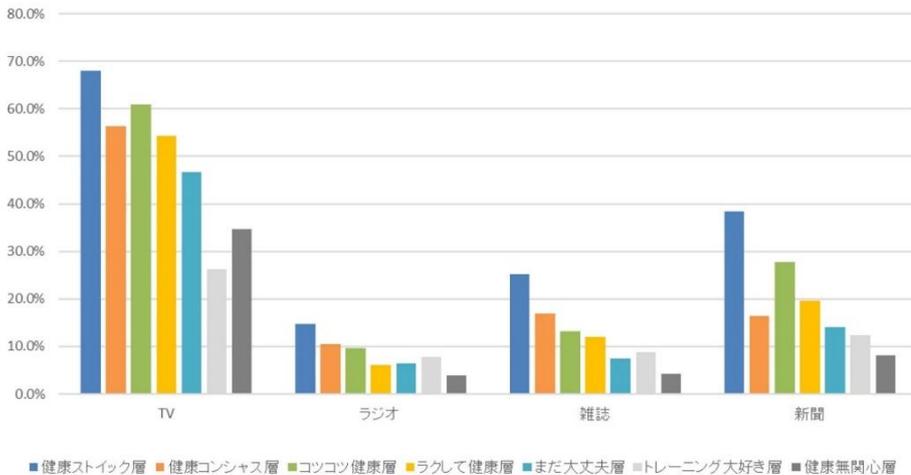
「コツコツ健康層」と「健康ストイック層」は年代が高くなるにつれて構成比が上がっていく一方で、「まだ大丈夫層」、「健康無関心層」、「トレーニング大好き層」は年代が高くなるにつれて構成比が下がっており、健康意識が60代を境に大きく変化している。



出典資料: ウェルネストレンド白書 Vol.2

■情報源詳細

どのセグメントもTVが主な情報源になっているが、健康関与度の高いセグメントでは、雑誌や新聞記事が情報源になっている比率が高い傾向がある。



(※) TV、ラジオ：番組+CM / 雑誌、新聞：記事+広告

出典資料: ウェルネストレンド白書 Vol.2

また、デジタル領域における情報源でも、健康セグメントによって異なる傾向がみられる。健康意識が高く健康情報源ではほぼ同じ「健康ストイック層」と「健康コンシャス層」だが、普段アクセスしているデジタルメディアには違いがあることが伺えた。

●健康ストイック層

1位	キュレーションメディア	13.8%
2位	YouTube (企業公式以外の動画)	12.1%
3位	通販サイト	11.4%
4位	Instagram	8.4%
5位	YouTube (企業公式の動画)	7.8%

●健康コンシャス層

1位	YouTube (企業公式以外の動画)	23.4%
2位	Instagram	20.3%
3位	通販サイト	15.4%
4位	Twitter	14.9%
5位	ブログ・掲示板	11.6%

出典資料: ウェルネストレンド白書 Vol.2

「お問い合わせ先」

一般社団法人 ウェルネス総合研究所： 小林・武田(貴)・能登
TEL: 03-5786-6006 / MAIL: info@wellness-lab.jp

■各健康セグメントの特徴

健康 ストイック層	不健康につながる食品・飲料は極力控え、「健康に良い」と言われる食品・飲料は、積極的に摂る。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など、食事に気を遣っている中で、ネットやSNSなどから、健康に関する情報を積極的に取り入れ、 もっと手軽にストレスなく続けられる新しい健康方法や食品を試したい 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	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

出典資料：ウェルネストレンド白書 Vol.2

【『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.2
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	サマリーレポート＋データ集、PDF 形式
仕様	約 250 ページ、カラー
価格	一式：25 万円（税抜き） <早期購入お申し込み特典> 2022 年 5 月 10 日～6 月 2 日の間に購入をお申込みいただきますと、定価より 5 万円オフ
発売日	2022 年 5 月 31 日
発行	一般社団法人ウェルネス総合研究所
購入	『ウェルネストレンド白書 Vol.2』 購入申し込みフォーム https://form.wellness-lab.org/form/paper2

«お問い合わせ先»

一般社団法人 ウェルネス総合研究所： 小林・武田（貴）・能登
TEL：03-5786-6006 / MAIL：info@wellness-lab.jp

● 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	2022年2月21日（月）～2022年2月24日（木）
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	4,663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5,419サンプルの中から、不適当な回答を除外した4,663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

【発刊記念セミナーのご案内】

『ウェルネストrend白書 Vol.2』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。

監修者・武田猛と主席アナリストが登壇し、本白書の調査結果の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、これからのマーケティングに必要な観点・シナリオについて考察・お話しします。

タイトル	～ウェルネストrend白書 vol.2 発刊記念～ 7つの健康セグメントから紐解く マーケティング成功のヒント
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 ／TSO International 株式会社
日時	2022年6月3日（金）13:00～14:00（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、セミナー申込みフォームよりお申込みください https://form.wellness-lab.org/form/wellseminar220603 締め切り：6月1日(水)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： 小林・武田（貴）・能登
TEL：03-5786-6006 / MAIL：info@wellness-lab.jp