

食事に気遣う人は「栄養バランス」を最も意識 食の制限に対する悩みの対応方法は、 雑誌・ネットで情報取得する人が約4割で最多

<食意識に関するアンケート>

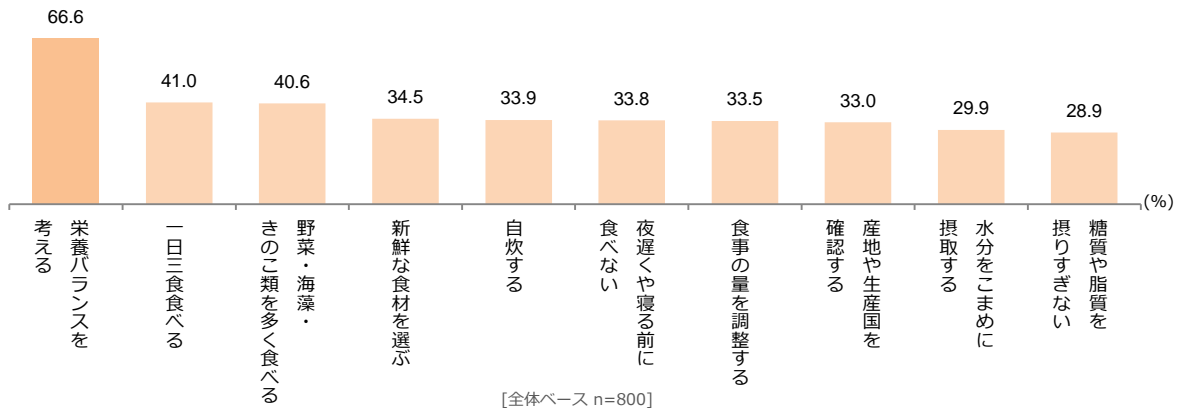
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国47都道府県に在住する20歳～59歳の男女を対象に「食意識に関するアンケート」を実施しました。

◆自主調査レポートの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/cromegane/si20170925/>

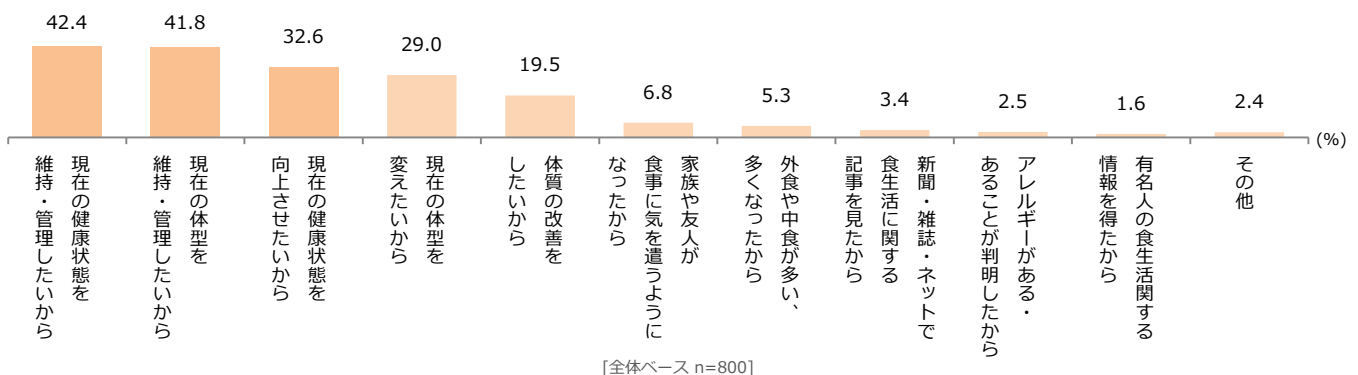
■ 調査結果（一部抜粋）

- ☑ 普段の食生活に気を遣っている人800人に、どのようなことを気遣っているか聞いたところ「栄養バランスを考える」が67%で最多となり、次いで「一日三食食べる」や「野菜・海藻・きのこ類を多く食べる」が約41%となった。気遣うようになったきっかけは「現在の健康状態の維持・管理」や「現在の体型の維持・管理」が42%と多く「現在の健康状態の向上」や「現在の体型を変えたい」など、より良くしたいという意識がきっかけという声もみられた。<図1-1> <図1-2>
- ☑ 食事シーン別の食品・食材の制限に対する悩みや不安点では、外食・中食では「食べられるメニューが限られる」が最も多く、内食では「使う食材が偏る」が最も多い結果となった。<図2>
- ☑ 食事の悩みや不安点がある人に、その対応方法をどうするかと聞いたところ「雑誌やネットの記事を見る」が37%で最多。次いで「テレビ番組で情報を得る」「専門の書籍を読む」となり、情報取得での対応方法が多い傾向がみられた。<図3>

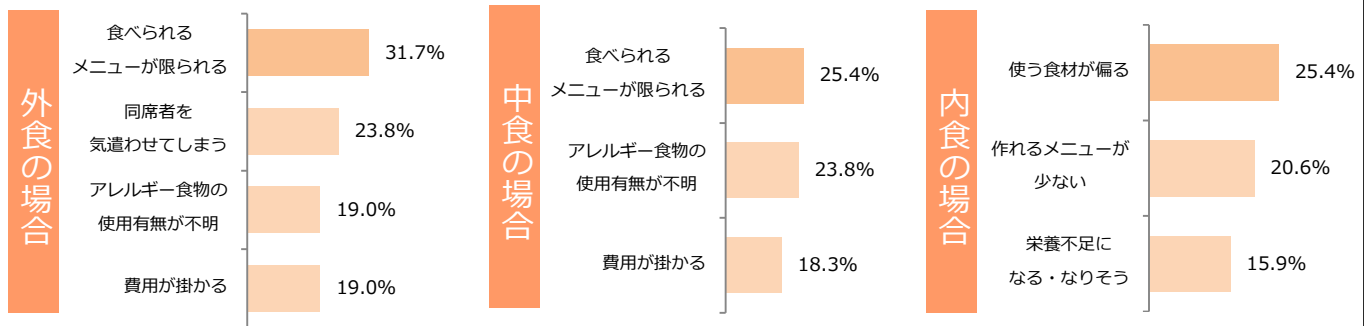
<図1-1> 食事の気遣い内容 TOP10



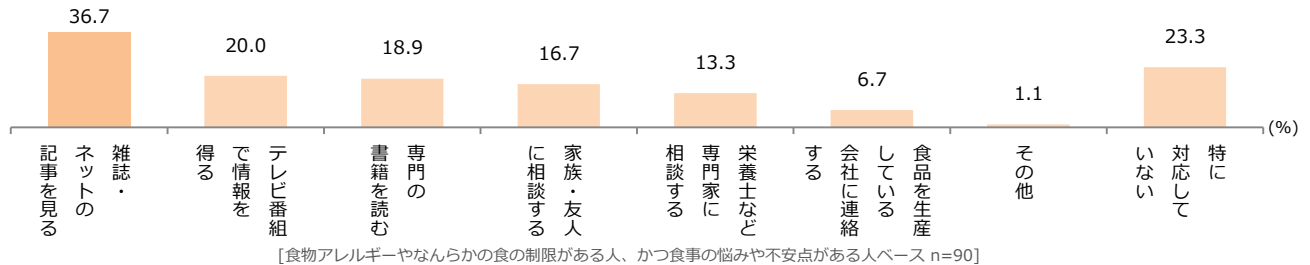
<図1-2> 食事を気遣うようになったきっかけ



<図2> 食事シーン別 食品・食材の制限に対する悩みや不安 TOP3 [食物アレルギーやなんらかの食の制限がある人 ベース 各n=126]



<図3> 食事の悩みや不安点の対応方法



■ 全調査項目

- 属性設問 (性別・年代・居住地・婚姻状況・子の有無・同居者・職業・個人年収)
 - 食物アレルギーの有無
 - 機能性表示などの記載の重視有無
 - 食の主義に対する認知
 - 食の主義の実践有無
 - 食の主義の実践意向
 - 食事の気遣い内容
 - 食生活を気遣うにあたって気にしていること
 - 食事を気遣うようになったきっかけ
 - 食事を気遣うようになってからの心身の変化
 - 普段の主な食生活
 - 食品・食材の制限に対する悩みや不安点_外食の場合
 - 食品・食材の制限に対する悩みや不安点_中食の場合
 - 食品・食材の制限に対する悩みや不安点_内食の場合
 - 食事の悩みや不安点の対応方法
 - 食品・食材を主に購入する場所
 - 食品や食材を購入する際に重視するキーワード
 - 食物アレルギー対応をしていると良いと思う食品・食材
- ◆全調査項目結果DLはこちら ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/cromegane/si20170925/>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング アンケートモニター使用)
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20~59歳の男女、普段の食生活を気遣っている人
 調査期間 : 2017年9月5日 (火) ~9月6日 (水)
 有効回答数 : 800サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

■ 会社概要

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆ 本件に関する報道関係からのお問い合わせ先 ◆

広報担当 : 東海林(しょうじ) TEL : 03-6859-2252 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp お問い合わせ : https://www.cross-m.co.jp/cromegane/cromegane_media/
 <<引用・転載時のクレジット表記のお願い>>
 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> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」