

2012年8月3日

報道関係各位

GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社

GMO ジャパンマーケットインテリジェンス 『健康食品に関する調査』を日本・中国で実施

GMO インターネットグループでインターネットリサーチ事業を展開する GMO リサーチの連結会社、GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社(東京都渋谷区 代表取締役社長 細川 慎一 以下、GMO JMI)は、GMO JMI が保有する日本・中国のモニターおよび提携モニターを対象に「健康食品に関する調査」を実施しました。

- 調査対象:20代~40代の男女 2,186名
- 調査期間:2012年6月14日~2012年6月21日
- 調査方法:インターネット調査
- 調査国:日本、中国

【まとめ】

■中国では、8割以上が「健康食品」の購入経験有り(図1、2)

- ・健康食品の購入経験があると回答した人は、日本が約4.5割だったのに対して、中国では8割を超え、非常に多くの人が健康食品購入経験を持っている。
- ・健康食品を購入するきっかけは、日本・中国共にインターネット上の情報と回答する人は約5割と多いが、中国の場合は、親族や友人などからの紹介が6割を超え、また医師などの専門家や販売員からの推奨を購入のきっかけとする人も、日本と比較して圧倒的に多く、信頼度の高い情報を重視して購入する傾向にあるといえる。

■中国では「健康食品」の効果に対する期待が大きい(図3、4)

- ・健康食品を購入する際に重視するポイントは、日本では価格および期待できる効果と半数以上回答し最も重視されるポイントとなっているが、中国では期待できる効果が約7割、配合成分が約6.5割という回答で、最も重視されるポイントとなっている。
- ・中国では販売業者・店舗の信頼性や知人・友人からの情報という回答が価格と答える人と同じく4割を超え重視されている。このことから、様々な点から健康食品の評価を確認し、購入に至っていることがうかがえる。
- ・現在摂取している健康食品に対して期待する効果は、日本では「疲労回復」や「栄養バランスの改善」「肌状態の改善」と回答する人が多いが、中国では「疲労回復」が約3.5割で他2つは3割以下という結果になった。
- ・中国では「免疫力向上」が6割を超え最も多く、続いて「疲労回復」「栄養バランスの改善」が5割を超えた。
- ・日本と中国との大きな違いとしては、摂取している健康食品に対して、日本では「免疫力向上」「ストレス緩和」「睡眠改善」は少ないが、中国ではそれらが大きく占める結果になっている。

【総論】

今回の調査結果から、日本と中国における健康食品に対する意識の違いが明らかになりました。中国では日本に比べて健康食品の購入経験を持つ人が非常に多く、さらに健康食品を購入する際には摂取効果や重要視するポイントを「期待できる効果」や「配合成分」と回答しており、効能に対してシビアに判断している様子がうかがえます。一方、日本では摂取効果に加え、価格が重視されていますが、価格を重視する割に効能に対しては中国ほどシビアではなく、健康食品はあくまで栄養補助であり、気軽に摂取するものと捉えていると考えられます。

こうした健康食品に対する両国の違いは、それぞれの抱える健康問題と比例するとは一概にいえず、特に中国の場合は、漢方発祥の地であることが要因の一つにあると考えられます。様々な効果を求めて健康食品を摂取していることにも顕れているように、中国には日常的に健康に気使い、健康食品を摂取する習慣が土台にあると GMO JMI は

考えます。

【調査背景】

海外既存市場での売上拡大、あるいはアジア新興国への進出といった日本企業の海外進出で日本企業が成長を遂げるためには、各市場のニーズの把握など、詳細な市場理解が不可欠です。GMO JMI では GMO リサーチと共同でアジアの市場理解を目的に、2011 年 4 月から定期的にオンラインアンケート調査を実施しています。

今回は、テレビや雑誌、インターネットなどで頻繁に取り上げられている「健康食品」について、日本と中国における利用状況や利用意識の違いを明らかにすることを目的に、両国のインターネット利用者を対象にアンケート調査を実施しました。

【GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社について】

GMO インターネットグループの GMO リサーチの連結会社で、市場調査・分析および調査データを基にしたコンサルティングサービスを提供しております。従来通りの市場調査手法はもちろん、ソーシャルメディアリサーチやMROC、アイトラッキングなど、最先端の技術と手法を駆使したGMO JMIの市場調査サービスは、企業の迅速かつ最適な意思決定のお手伝いをいたします。

以上

【報道関係お問い合わせ先】

- GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社 社長室 田野
TEL : 03-5784-1100 FAX : 03-5784-1105
E-mail : pr@gmo-research.jp
- GMO インターネット株式会社 グループ広報・IR 部 細田・石井
TEL : 03-5456-2695 FAX : 03-3780-2611
E-mail : pr@gmo.jp

【調査に関するお問い合わせ先】

- GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社
ビジネスディベロップメント部 山田
TEL : 03-5784-1100 FAX : 03-5784-1105
E-mail : takatoshi.yamada@gmo-jmi.jp

【GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社】(URL: <http://www.gmo-jmi.jp/>)

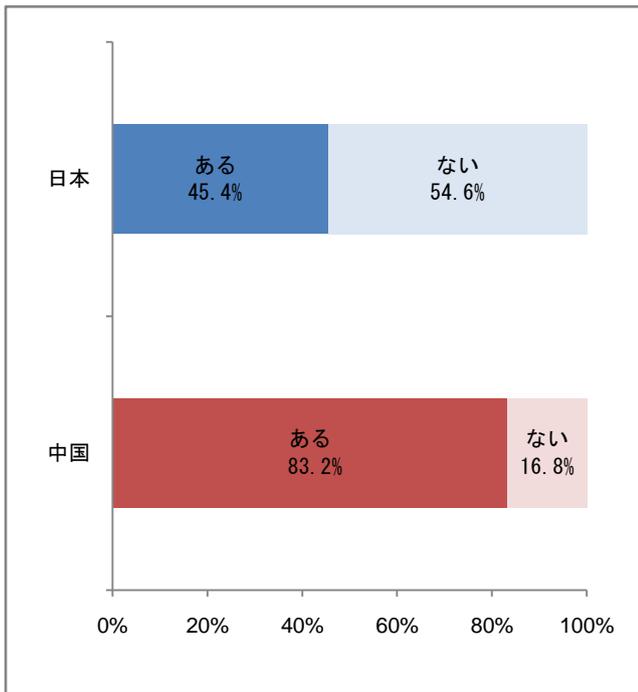
会 社 名	GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社
所 在 地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代 表 者	代表取締役社長 細川 慎一
事 業 内 容	■市場調査分析、広告、宣伝、出版に関する業務 ■市場の調査並びにマーケティング調査に関するコンサルタント業務 ■マーケティングリサーチ及び経営情報の調査、収集、提供 ■各種市場調査の企画、実施
資 本 金	5,000 万円

【GMO インターネット株式会社】(URL: <http://www.gmo.jp/>)

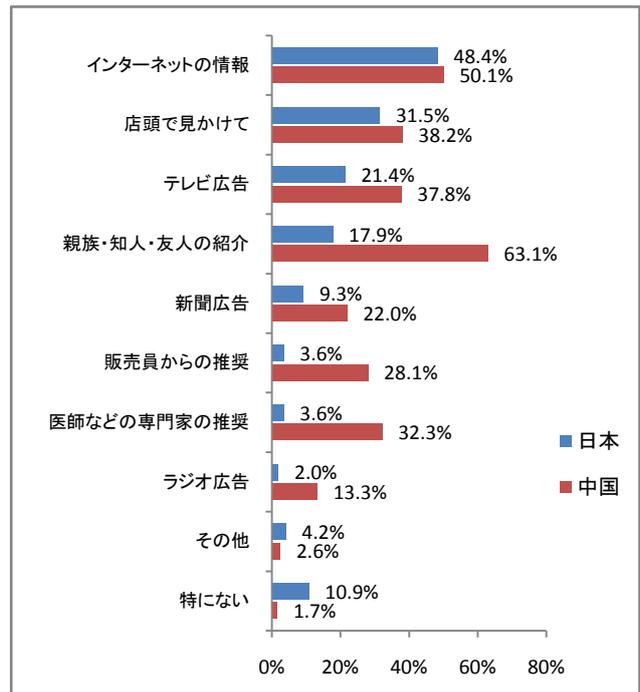
会 社 名	GMO インターネット株式会社 (東証第一部 証券コード:9449)
所 在 地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代 表 者	代表取締役会長兼社長 熊谷 正寿
事 業 内 容	■WEB インフラ・EC 事業 ■インターネットメディア事業 ■インターネット証券事業 ■ソーシャル・スマートフォン関連事業
資 本 金	30 億円

【参考資料】

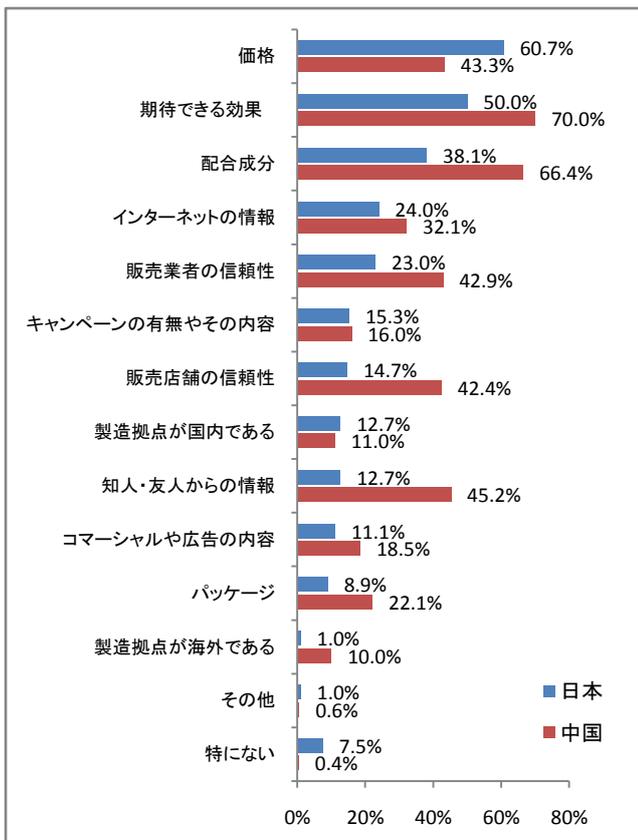
(図1) 「健康食品」の購入経験(単一回答)
ベース: 全員、単位: %



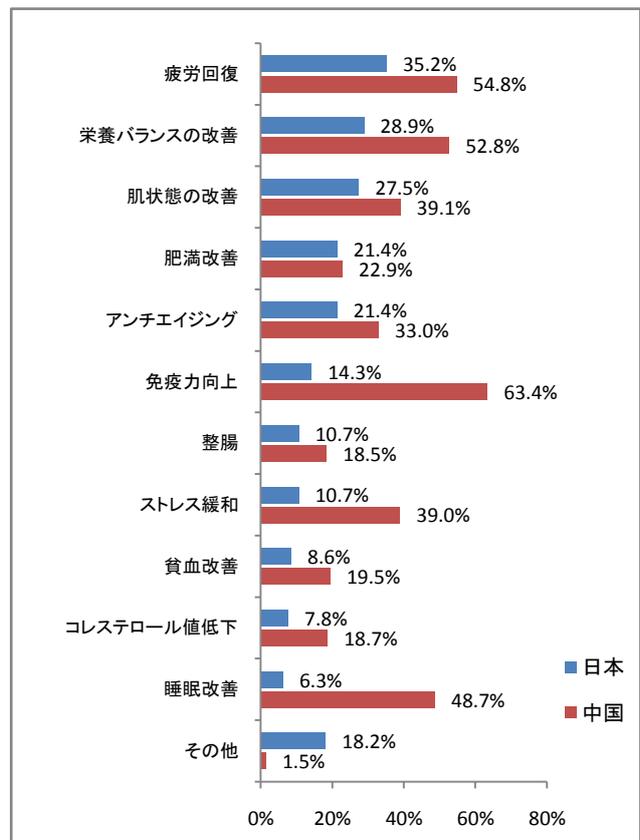
(図2) 「健康食品」を購入するきっかけとなったもの(複数回答)
ベース: 「健康食品」購入経験者、単位: %



(図3) 「健康食品」を購入するにあたり重視するポイント(複数回答)
ベース: 「健康食品」購入経験者、単位: %



(図4) 現在摂取している「健康食品」に対して期待している効果(複数回答)
ベース: 「健康食品」購入経験者、単位: %



【調査概要】

調 査 テ ー マ	健康食品に関する調査
調 査 項 目	健康食品に関する消費者意識について
調 査 手 法	インターネット調査(クローズド調査)
調 査 地 域	日本、中国
調 査 対 象	20代～40代の男女
回 収 サ ン プ ル 数	日本:1109 サンプル 中国:1077 サンプル 合計:2186 サンプル
実 施 日 程	日本:2012年6月14日～6月15日 中国:2012年6月19日～6月21日

※＜健康食品とは＞

本調査における健康食品とは、健康の保持増進に資する食品として販売・利用されるものであり、かつその形状が、錠剤、カプセル、粉末、ミニドリンクタイプの商品。

※本調査結果の引用・転載の際は「GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社調べ」とクレジット記載をお願いいたします。

Copyright © 2012 GMO Japan Market Intelligence, Inc. All Rights Reserved.