

報道関係各位

2024年5月13日
株式会社クロス・マーケティング

**ネガティブに考えがち、自己肯定感が低い、意欲・やる気がないは20代が多い
今後摂取したいサプリメント、女性は「鉄分」60代は「腸内環境」**

－ 2024年4月 新型コロナウイルス生活影響度調査（健康編） －

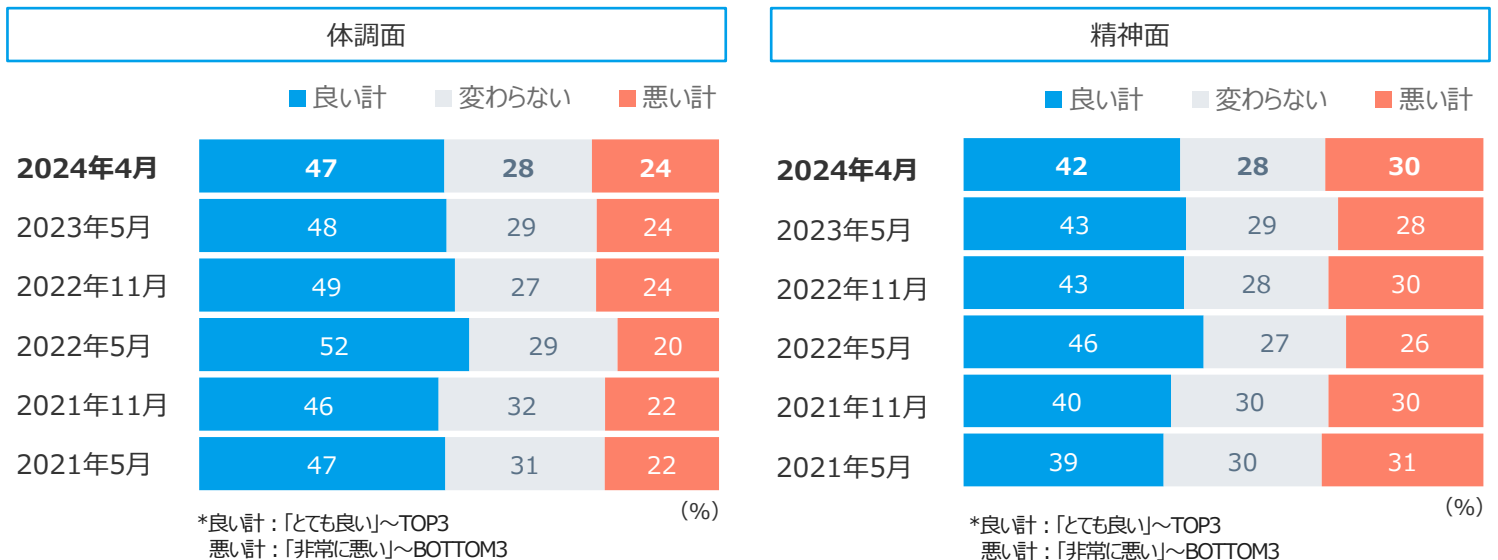
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、新型コロナウイルスが消費者の行動や意識に与える影響の把握を目的として、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女2,500人を対象に「新型コロナウイルス生活影響度調査」を第1回（2020年3月12日～13日）から定期的実施しています。2024年4月は、感染症法上の5類に移行してから1年近く経つ4月26日～29日に調査を行い、人々の意識・行動について分析しました。

■ 調査結果 （一部抜粋）

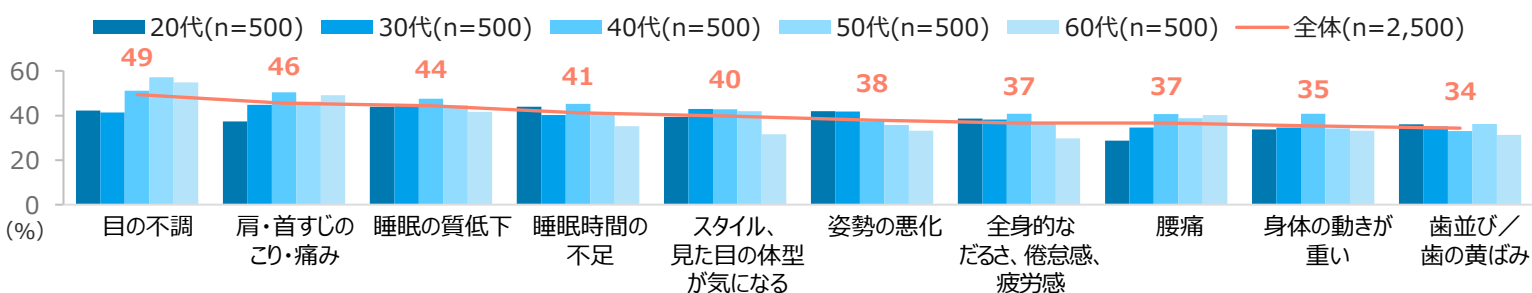
- ✓ **【現在の健康状態】** 現在の健康状態が「良い計（とても良い～非常に悪い／7段階聴取トップ3）」と回答した人は体調面では47%、精神面では42%。一方、「悪い計（ボトム3）」は、体調面が24%、精神面は30%と体調よりも精神面の不調を訴える人が多い。＜図1＞具体的な体調面の不調は「目の不調」「肩・首筋のこり・痛み」「睡眠の質の低下」「睡眠時間の不足」「スタイル、見た目の体型が気になる」が4割台。「目の不調」は50～60代で高い。＜図2＞精神面の具体的な不調は「頭の回転、忘れっぽさを感じる」「ネガティブに考えがち」「自己肯定感が低い」「意欲・やる気がでない」が多い。「頭の回転、忘れっぽさを感じる」以外の項目において、20代の精神面の不調が多く見受けられた。＜図3＞
- ✓ **【健康のために実行している／今後強化したいこと】** 健康管理や体調改善のために、普段の生活で実行していることや今後強化したいことの上位は、「散歩・ウォーキング」の3割台と「ストレッチ」の2割台。＜図4＞ストレス解消やモチベーション強化など内面的な健康のために行っていることは、「睡眠をしっかり取る」「テレビ・映画・動画を見る」「ゆっくり休息をとる」「美味しいものを食べる」「散歩・ウォーキング」で3割台。今後強化したいことは、「睡眠をしっかり取る」「散歩・ウォーキング」「ゆっくり休息をとる」など。＜図5＞
- ✓ **【サプリメント】** 現在摂取しているサプリメントは、「ビタミンC」「マルチビタミン」、今後摂取したいのは「鉄分」「腸内環境を整える」が上位。男性20代、40代は「プロテイン」、男性30代「マルチビタミン」「睡眠の質向上」、男性50代「亜鉛」、女性20～50代「鉄分」、男女60代は「腸内環境を整える」が摂取意向のTOPにあがり、性別や年代による意向の違いが見られた。＜図6＞サプリメントに対しては、「以前と同様に、興味関心がない」39%、「以前と同様に興味関心がある」29%が多く、いずれも年代が上がるほど高まる傾向にある。＜図7＞サプリメントに興味関心のある層では、「コロナ後遺症」「更年期」「妊娠・出産」「PMS（月経前症候群）」など身体の変化に伴いサプリメントの必要性を感じている人が目立った。興味関心のない層では「安全性」「信頼性」などへの不安、「価格の高さ」「効果」に疑問をもつ声も聞かれた。＜図8＞
- ✓ **【新型コロナウイルスに対する不安・ストレス度】** 定点指標の「直近1週間の不安度」と「将来に対する不安度」は、先々月より3ptの減。「直近1週間のストレス度」は、2023年8月より横ばいの48%。＜図9＞

◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/health/20240513corona/>

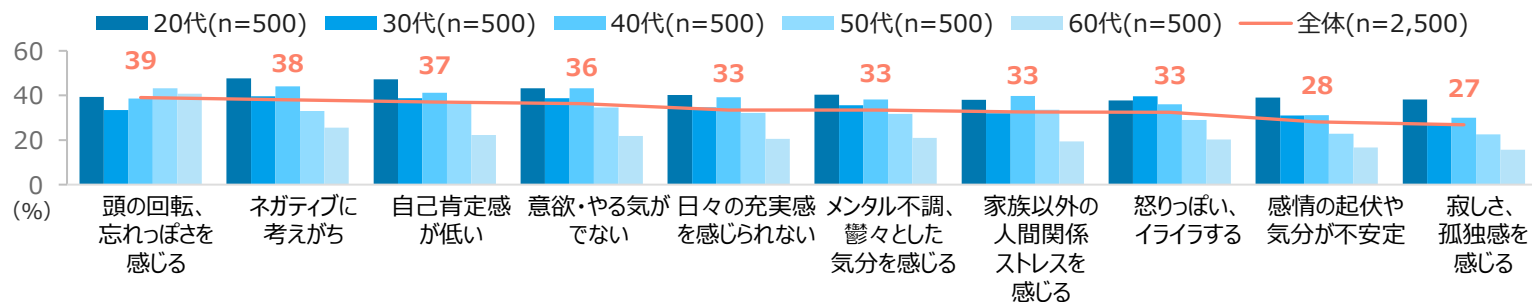
＜図1＞ 現在の健康状態（単一回答：n=2,500）



＜図2＞現在の体調面の具体的な不調（各項目単一回答）※各項目あてはまる計（あてはまる+ややあてはまる）をグラフ化／上位10項目を抜粋

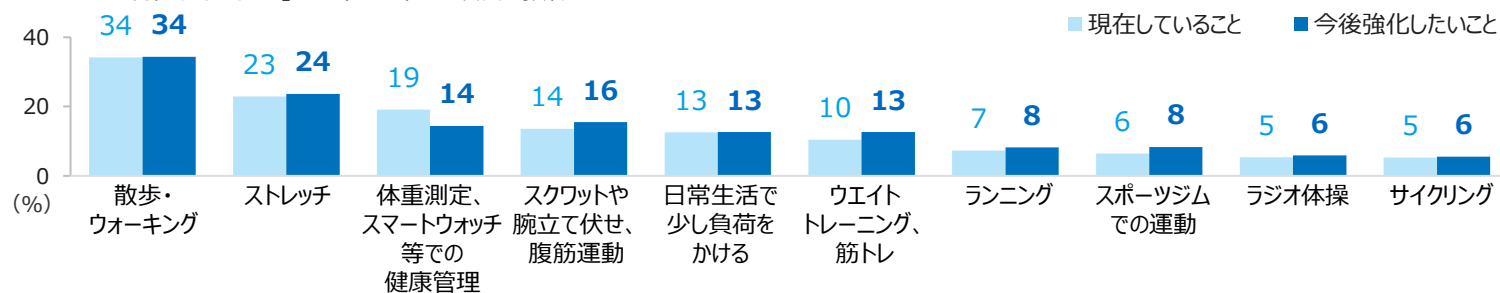


＜図3＞現在の精神面の具体的な不調（各項目単一回答）※各項目あてはまる計（あてはまる+ややあてはまる）をグラフ化／上位10項目を抜粋



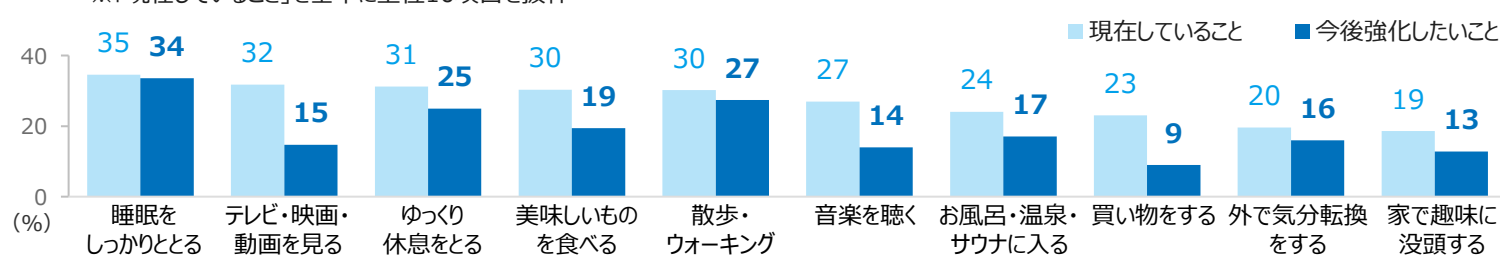
＜図4＞健康管理や体調改善のために実行していること／今後強化したいこと（複数回答：n=2,500）

※「現在していること」を基準に上位10項目を抜粋

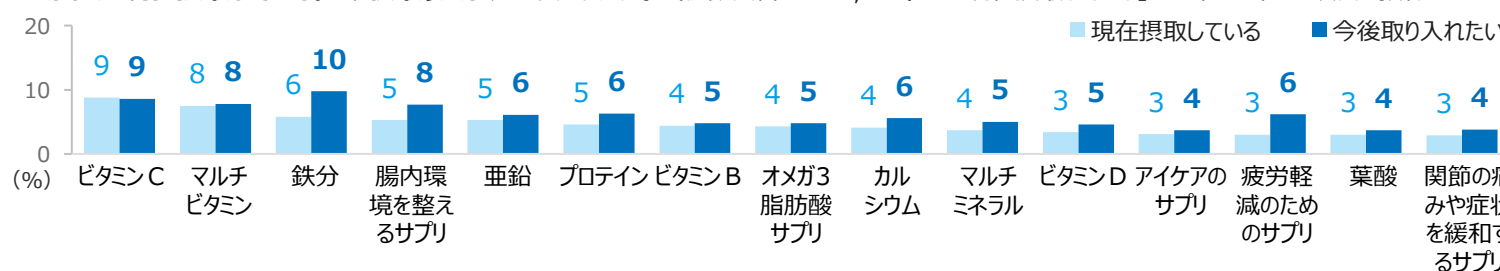


＜図5＞ストレス解消やモチベーション強化など内面的な健康のために実行していること／今後強化したいこと（複数回答：n=2,500）

※「現在していること」を基準に上位10項目を抜粋



＜図6＞現在摂取している／今後取り入れたいサプリメント（複数回答：n=2,500）※「現在摂取している」を基準に上位15項目を抜粋



＜今後取り入れたいサプリメント 上位1位／性年代別＞ ※括弧内の数値は%

男性					女性				
20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代
プロテイン (11)	マルチビタミン／睡眠の質を向上させるためのサプリ (9)	プロテイン (9)	亜鉛 (9)	腸内環境のためのサプリ (10)	鉄分 (18)	鉄分 (18)	鉄分 (14)	鉄分 (10)	腸内環境を整えるサプリ (10)

<図7> サプリメントに関する興味関心 (単一回答)

n=	■ 以前よりも、興味関心が高くなった	■ 以前と同様に、興味関心がある	■ 以前と同様に、興味関心がない	■ 以前よりも、興味関心が低くなった
全体 (2,500)	9	29	39	23
20代 (500)	13	27	38	22
30代 (500)	10	30	36	23
40代 (500)	8	29	41	22
50代 (500)	7	28	42	23
60代 (500)	5	32	40	23

(%)

<図8> サプリメントの興味関心理由 (自由回答抜粋)

以前よりも興味関心が高くなった理由 (n=220)

- 更年期の症状が出てきたから
- 妊娠、出産をして、サプリでの栄養補給のありがたみを再確認した
- PMS (月経前症候群) による体調・精神面への影響が大きい
- コロナの後遺症で味覚障害があり、亜鉛が良いと聞き飲む
- プロテインなどで身体を鍛え、栄養を整えたい

以前よりも興味関心が低くなった理由 (n=563)

- サプリメントの安全性に不安がある
- 金額は高いし、あまり効果を感じないので
- 本当に体に良いものなのかよくわからない
- 運動が一番大切だと思うようになったから
- 飲用していたが、どれも効果がわからなかった

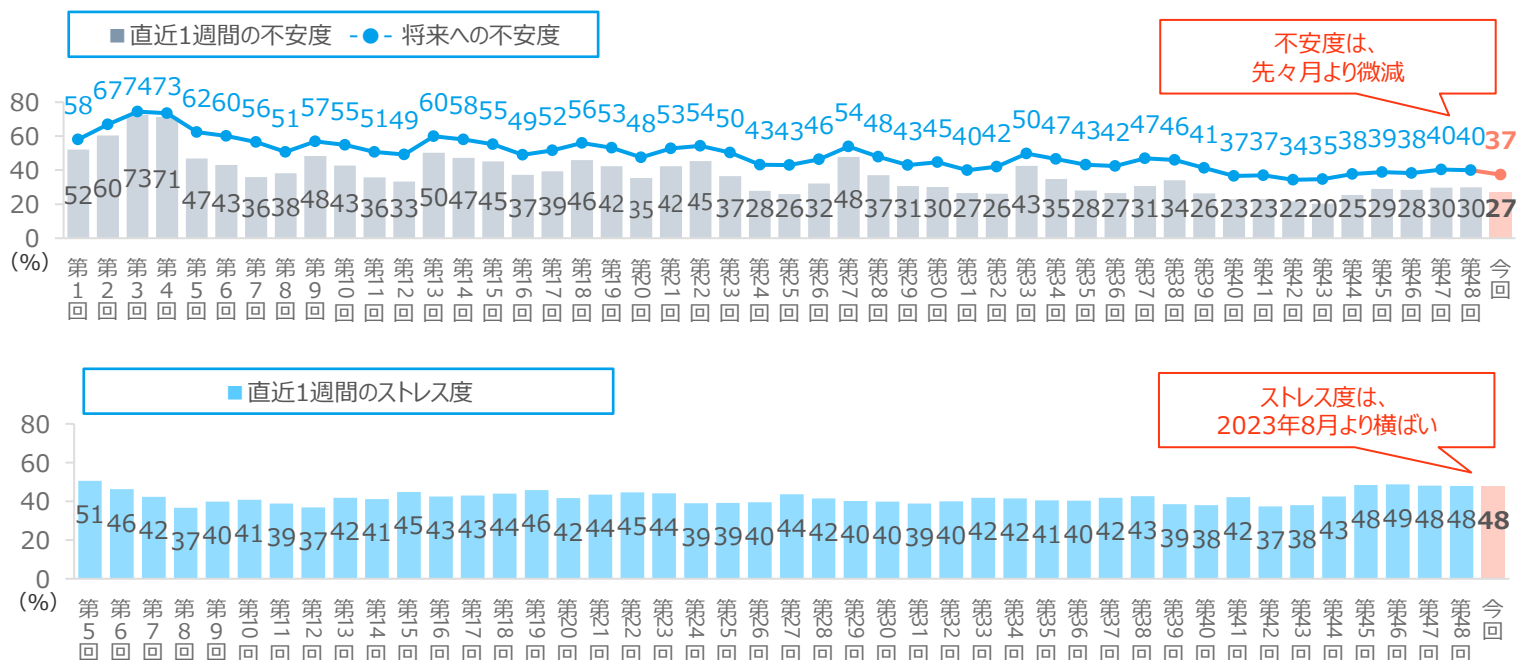
以前と同様に興味関心がある理由 (n=733)

- 貧血防止のため鉄分は取り続けたい
- 痩せたいから
- 目のかすみがかひどくなってから
- 食料の値上げによって、摂取出来ない栄養素を補うため
- 年齢的な衰えが見え始めたから

以前と同様に興味関心がない理由 (n=984)

- サプリではなく食事や運動で健康管理したい
- 自分自身に適したサプリメントの存在を知らないため
- サプリメントにどんな成分が含まれているかわからない
- サプリメントに対して信頼感がない
- お金がかかるから

<図9> 新型コロナウイルスに対する不安度・将来への不安度、ストレス度 (単一回答 : n=2,500)



■レポート項目一覧

- 属性設問（性別/年代/居住地/婚姻状況/子ども有無/同居家族/同居子ども/世帯年収/職業）
- 調査結果トピックス（時系列比較まとめ・トピックスまとめ）

▼第1章 不安・行動の変化、ストレスについて

- 直近1週間の不安度/将来の不安度/ストレス度
- 現在の気持ち、項目別の不安度
- 現在困っていること
- 直近1週間に実施したこと/習慣化しそうなこと

▼第2章 新型コロナウイルスのマスク着用意識/検査について

- 家の外や外出時におけるマスク着用意向/マスク非着用者への反応
- 活動シーン別のマスク着用意向
- 風邪症状があった場合のPCR・抗原検査の意向

▼第3章 新型コロナウイルスの流行を経た現在の健康について

- 人との関わり方（友人/同僚やクラスメイト/地域住民/家族/夫婦関係）
- 現在の健康状態
- 体調面と精神面の不調
- 健康管理や体調改善のために現在実行・今後強化していきたいこと
- 食生活で現在取り入れていること・今後強化していきたいこと
- 食生活の改善・強化目的
- 内面的な健康のために現在実行・今後強化していきたいこと
- コロナ5類移行時期と比較した体重増減の実態
- ダイエットの取り組み状況
- 行っている/今後行いたい・今後も継続したいダイエット方法
- 現在摂取している・今後取り入れていきたいサプリメント
- サプリメントに対する興味関心
- サプリメントに対する興味関心理由（自由回答抜粋）

▼参考資料（調査結果詳細）

- 各項目の詳細分析

◆レポートのダウンロードはこちらから

<https://www.cross-m.co.jp/report/health/20240513corona/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20～69歳の男女

調査期間 : 2024年4月26日（金）～ 29日（月）
 有効回答数 : 本調査2,500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

<調査実施時期>

▼2020年

- 第1回 (3/12-13)
- 第2回 (3/27-29)
- 第3回 (4/13-14)
- 第4回 (4/24-26)
- 第5回 (5/15-17)
- 第6回 (5/29-31)
- 第7回 (6/12-14)
- 第8回 (6/26-28)
- 第9回 (7/17-19)
- 第10回 (8/21-23)
- 第11回 (9/18-20)
- 第12回 (10/16-18)
- 第13回 (11/20-22)
- 第14回 (12/11-13)

▼2021年

- 第15回 (1/22-24)
- 第16回 (2/19-21)
- 第17回 (3/26-28)
- 第18回 (4/23-25)
- 第19回 (5/28-30)
- 第20回 (6/25-27)
- 第21回 (7/30-8/1)
- 第22回 (8/27-29)
- 第23回 (9/24-26)
- 第24回 (10/22-24)
- 第25回 (11/26-28)
- 第26回 (12/24-26)

▼2022年

- 第27回 (1/28-30)
- 第28回 (2/25-27)
- 第29回 (3/25-27)
- 第30回 (4/28-5/1)
- 第31回 (5/27-29)
- 第32回 (6/24-26)
- 第33回 (7/22-24)
- 第34回 (8/26-28)
- 第35回 (9/22-25)
- 第36回 (10/28-30)
- 第37回 (11/25-27)
- 第38回 (12/23-25)

▼2023年

- 第39回 (1/27-29)
- 第40回 (2/27-28)
- 第41回 (3/24-26)
- 第42回 (4/28-30)
- 第43回 (5/26-28)
- 第44回 (6/23-25)
- 第45回 (8/25-27)
- 第46回 (10/27-29)
- 第47回 (12/22-24)

▼2024年

- 第48回 (2/22-25)
- 第49回 (4/26-29)

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://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、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

≪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・・・」