

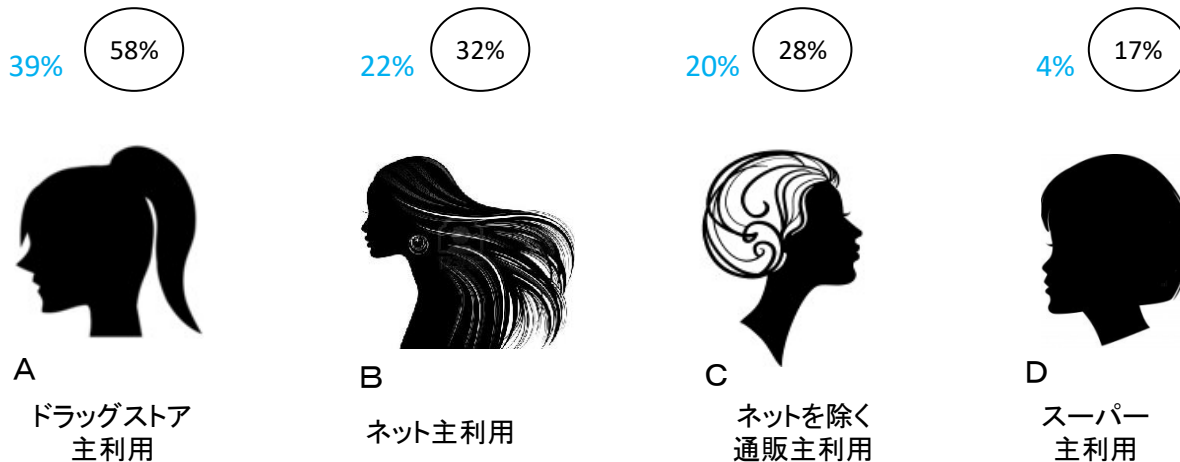
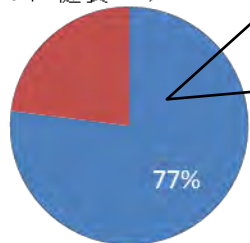
WPモニターデータ活用資料 (サプリメント購入チャネルクロス)

サプリメント定期的ユーザー比率 → ユーザーのチャネル別比率

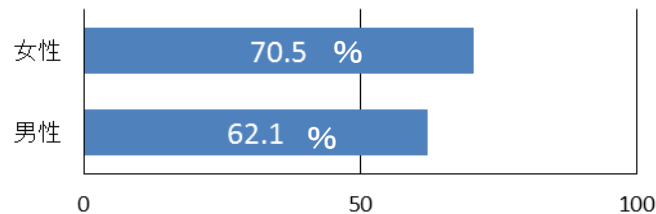
○ は利用率

2018年当社データ N=440

■ サプリメント・健食ユーザー



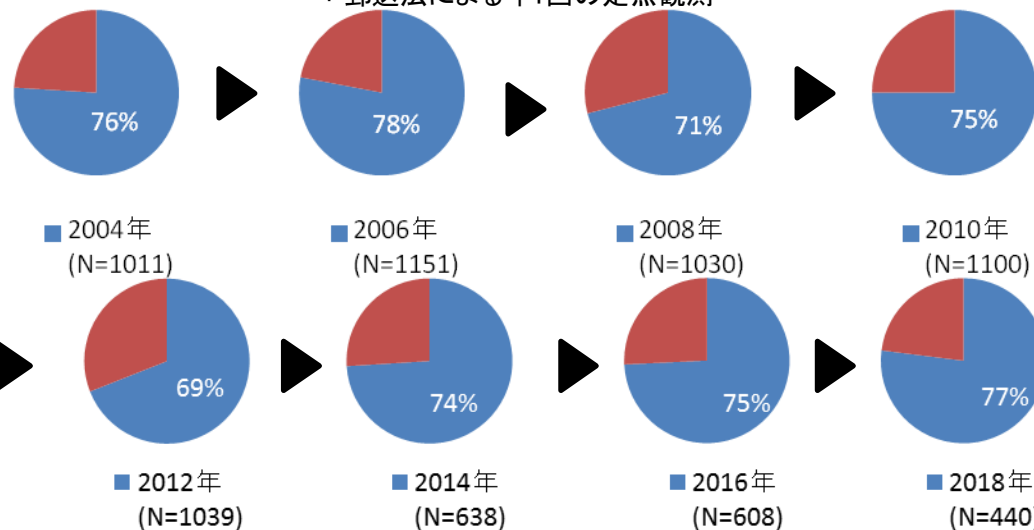
2016年東京都福祉保健局データ
(サプリメント・健食1年以内利用率ユーザー) N=6000(予備調査)



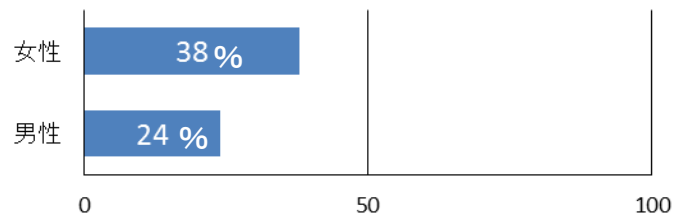
* 世帯モニターによる実状収集中

当社データのサプリメント・健食ユーザー率の推移

* 郵送法による年1回の定点観測



2015年日本能率協会総研
(サプリメント・健食定期的ユーザー) N=1268

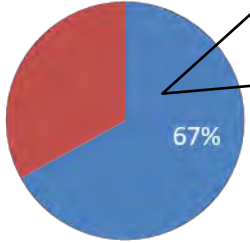


サプリメント定期的ユーザー比率 → ユーザーのチャネル別比率

○ は利用者率

2022年当社データ N=307

■ サプリメント・健食ユーザー



15%

47%



①

ドラッグストア
主利用

9%

40%



②

ネット主利用

4%

20%



③

ネットを除く
通販主利用

1%

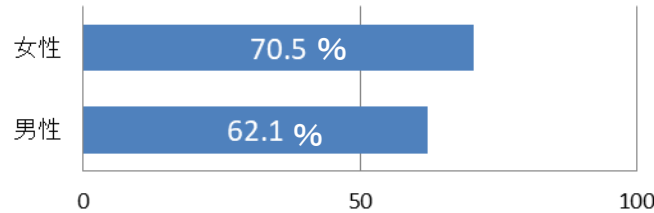
13%



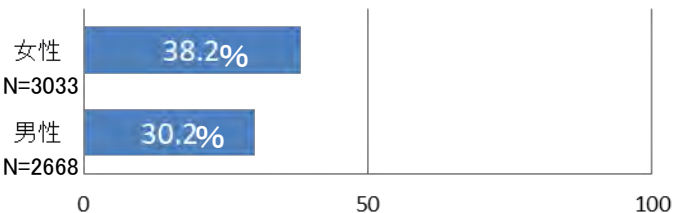
④

スーパー
主利用

2016年東京都福祉保健局データ
(サプリメント・健食1年以内使用率ユーザー) N=6000(予備調査)



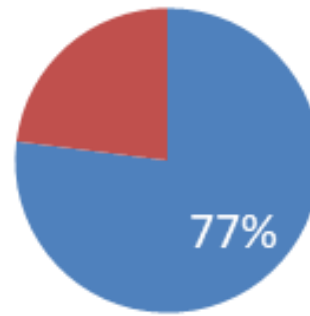
2019年厚生労働省国民健康・栄養調査
(サプリメント・健食ユーザー) N=5701



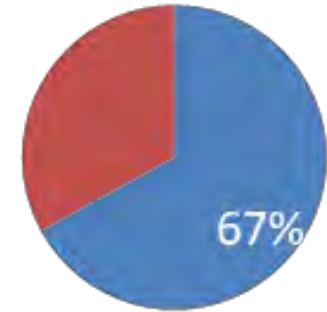
* 世帯モニターによる実状収集中

当社データのサプリメント・健食ユーザー率の推移

* ZOHOによる2年に1回の定点観測



■ 2020年
(N=336)



■ 2022年
(N=307)