

報道関係各位

2026年6月17日  
株式会社クロス・マーケティング

## 女性の4割は健康食品・サプリを摂取 目的は「栄養素の補充」と「肌や髪などの美容」のため

－健康食品・サプリメントに関する調査（2026年）－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長兼CEO：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「健康食品・サプリメントに関する調査（2026年）」を実施しました。市場が拡大し商品の選択肢が急増する健康食品・サプリメント。錠剤やカプセルだけでなく、グミやゼリーなど手軽に摂取できる形状の商品が相次いで登場しています。今回は、健康食品・サプリメントの利用実態から、摂取する目的・成分、利用者と非利用者それぞれの意識について調査しました。

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20260617supplement>

### ■調査結果

- ✓ **健康食品・サプリメントを利用している人は約3人に1人。**  
男性の利用率は26.4%であるのに対して、女性は39.8%と男女で13.4ptの差がみられる。年代別では30～40代が高く、20代が最も低い。〈図1〉
- ✓ **利用している健康食品・サプリメントの剤型は、「錠剤タイプ」が58.8%で圧倒的に多い。**  
「グミタイプ」「ゼリータイプ」などは1割台にとどまるものの、食べるタイプも一定数みられる。〈図2〉
- ✓ **利用目的は、「食事で不足する栄養素を補うため」が37.4%でトップ。次いで「疲労回復・だるさ対策のため」「腸内環境を整えるため」が続く。**  
女性は「肌・髪など見た目の美容のため」が2番手にあがる。〈図3〉
- ✓ **摂取している成分は、「ビタミンC」「マルチビタミン・マルチミネラル」「ビタミンB群」のビタミン類がTOP3。**  
男性は「マルチビタミン・マルチミネラル」「亜鉛」「DHA・EPA」、女性は「ビタミンC」「鉄分」「コラーゲン」が高く、成分によって男女差が大きい。〈図4〉
- ✓ **健康食品・サプリメントの利用者のうち、「本当に効いているのか、正直よくわからない」人は29.4%。**  
「効果は分からないが、お守りのように摂取している」は26.9%、「特に深く考えず、なんとなく摂取し続けている」は14.8%と、効果実感より習慣や安心感で継続している実態がうかがえる。〈図5〉
- ✓ **利用していない人では「サプリメントにあまり関心がない」が20.8%と最も多く、「本当に効果があるのか信じられない」が16.0%が続く。**〈図6〉

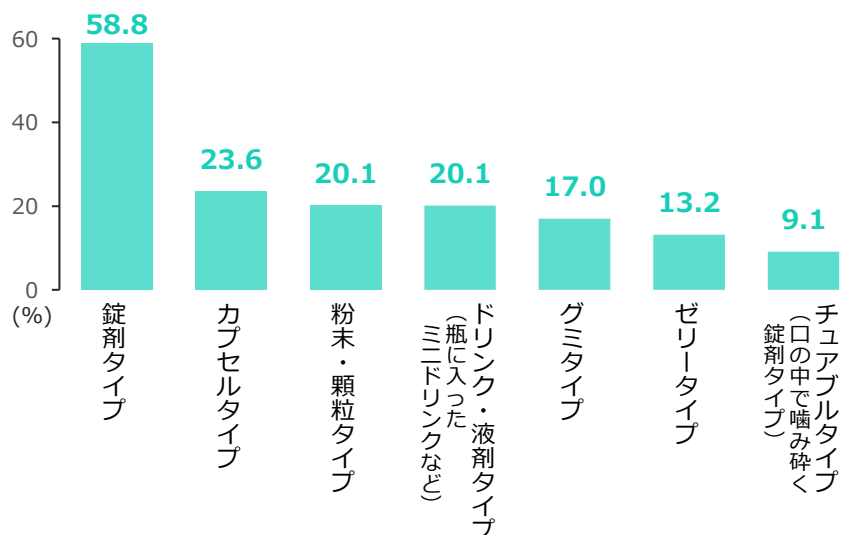
〈図1〉健康食品・サプリメント利用率  
(単一回答：n=1,100)

|     | n=      | 利用している | 利用していない |
|-----|---------|--------|---------|
| 全体  | (1,100) | 33.1   | 66.9    |
| 男性  | (550)   | 26.4   | 73.6    |
| 女性  | (550)   | 39.8   | 60.2    |
| 20代 | (220)   | 26.4   | 73.6    |
| 30代 | (220)   | 37.3   | 62.7    |
| 40代 | (220)   | 39.1   | 60.9    |
| 50代 | (220)   | 29.5   | 70.5    |
| 60代 | (220)   | 33.2   | 66.8    |

(%)

〈図2〉利用している健康食品・サプリメントの剤型

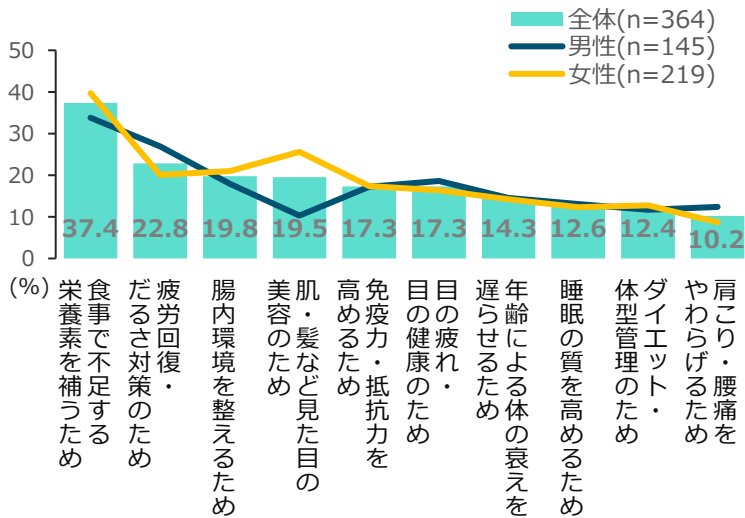
(複数回答：n=364) ※健康食品・サプリメントを利用している人ベース



<図3> 健康食品・サプリメントを利用する目的 TOP10

(複数回答：n=364)

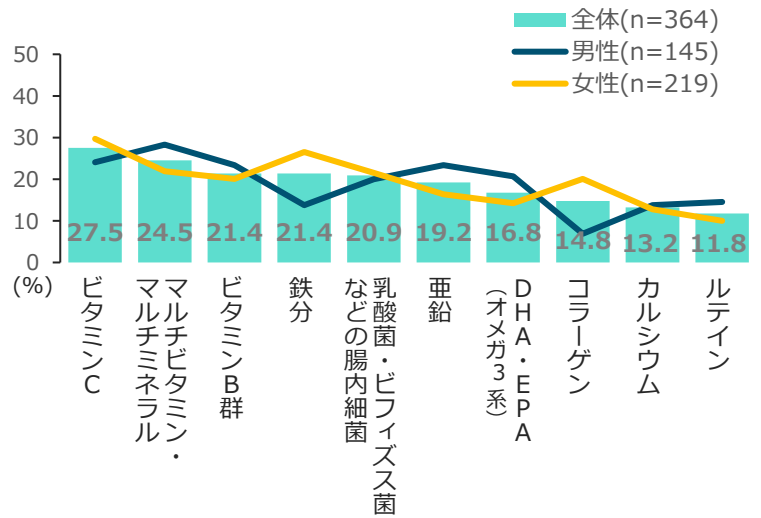
※健康食品・サプリメントを利用している人ベース



<図4> 健康食品・サプリメントで摂取している成分 TOP10

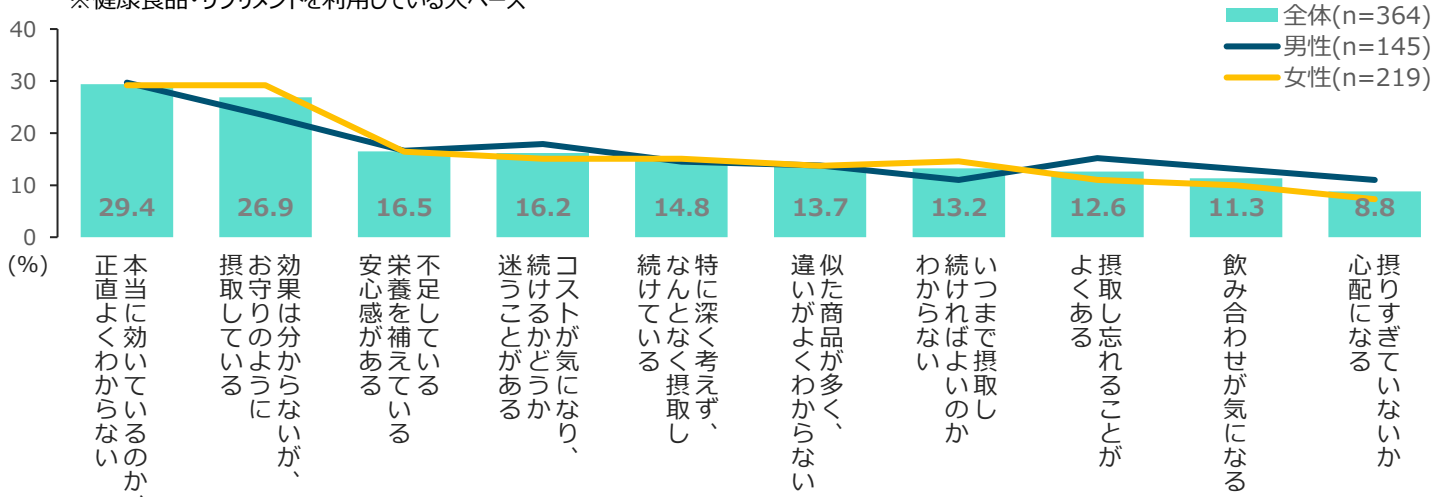
(複数回答：n=364)

※健康食品・サプリメントを利用している人ベース



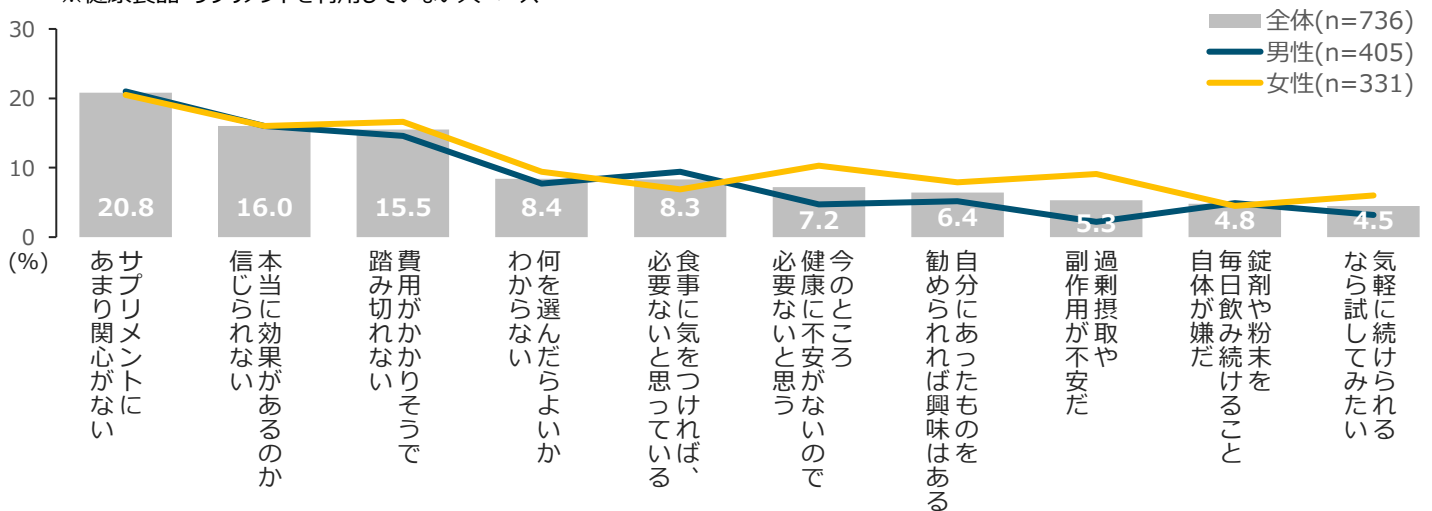
<図5> 健康食品・サプリメント利用者の意識 TOP10 (複数回答：n=364)

※健康食品・サプリメントを利用している人ベース



<図6> 健康食品・サプリメントを利用していない人の意識 TOP10 (複数回答：n=736)

※健康食品・サプリメントを利用していない人ベース



## ■ 調査項目

- |  |                                   |
|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 属性設問                | <input type="checkbox"/> 摂取している成分 |
| <input type="checkbox"/> 健康食品・サプリメントの利用状況・剤型 | <input type="checkbox"/> 利用者の意識   |
| <input type="checkbox"/> 利用目的                | <input type="checkbox"/> 非利用者の意識  |

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20260617supplement>

## ■ 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 セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)  
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 : 2026年6月12日 (金) ～13日 (土)  
有効回答数 : 本調査1,100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 <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ィング

## ◆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](mailto: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・・・」