

2022年7月27日

【食生活と糖質に関する意識調査】

約7割近くが「糖質」の摂りすぎを気にするも、3人に1人は具体的な対策せず
「適正糖質」への正しい理解で、半数以上が「実践してみたい」と回答
現状の「低糖質食品」にはマイナスイメージも・・・「適正糖質」を行うなら8割超が「おいしさ」を重視
糖質を適正量に抑えながら、おいしさにこだわった「SUNAO」ブランドをご紹介します

江崎グリコ株式会社は、全国の20～60代400名を対象に、『食生活と糖質に関する意識調査』を実施しました。今回の調査では、「糖質」の過剰摂取について気にしていながらも、「糖質」に関する理解の低さ、市販の「低糖質食品」へのマイナスイメージなどから、糖質を意識した生活へのハードルが高いことが明らかになりました。

Glicoでは、「適正糖質」*の基準に沿った糖質量をかなえながら、素材のおいしさを楽しみ、食物繊維がたっぷり摂れることにこだわった食品や菓子、アイスなどを「SUNAO（スナオ）」ブランドとして展開しています。

Glicoグループでは、これらの調査結果を参考にしながら、適正糖質の考え方を多くの方に理解し実践いただくための活動や、おいしく適正糖質を続けられる商品の提供を通して、これからも、みなさまのすこやかな毎日の実現に貢献してまいります。

※「食・楽・健康協会」が提唱する、糖質量を1食あたり20～40g、間食では10g以下に抑えた食生活のこと。

<『食生活と糖質に関する意識調査』 主なトピックス>

■「糖質の摂りすぎ」は気にしていても、3人に1人は具体的な対策せず。「糖質量」理解にはギャップが存在。

- ・「糖質」の過剰摂取が「とても気になる/やや気になる」のは、66.8%で、「カロリー」（68.6%）や「脂質」（66.8%）とほぼ同水準の関心の高さに。男女別に見ると、特に女性で「糖質」を気にしている割合が高い。
- ・糖質の摂取について行っていることを聞くと、およそ3人に1人が「具体的にしていることはない」と回答。
- ・食品や食材に含まれる糖質量については「あまり理解していない/全く理解していない」人が64.5%。

■「我慢が伴いそう」「面倒くさそう」「続けにくそう」といったイメージがある「適正糖質」だが、正しく意味を理解すると、半数以上が「今後はやってみたい」と回答。

- ・「適正糖質」を実践した食生活へのイメージは「我慢が伴いそう」（43.3%）、「糖質の量を記録・計算するのが面倒くさそう」（38.8%）、「続けにくそう」（38.8%）が上位3イメージ。
- ・しかし、「適正糖質」について説明すると、今まで実践したことがない人の半数以上が「今後はやってみたい」と回答。
- ・一方で「どんな食品をどのように摂ればいいのか分からない」といった具体的な実践方法に関する不安の声も。

■4割超が「低糖質食品」に対して「価格が高い」「おいしくない」というイメージ。

直近3か月以内に「低糖質食品」を購入した人は3割程度。

- ・低糖質食品については、通常の食品に比べると「価格が高い」（44.8%）、「おいしくない」（43.5%）というイメージがあり、直近3か月以内で「低糖質」「糖質オフ」「糖質カット」などをうたった食品（飲料を除く）を購入したのは3割程度。

■「適正糖質」の食品、「味のおいしさ」を重視する人は8割超。「主食」や「間食やデザート」にニーズあり。

- ・適正糖質の基準値に沿った食品を選ぶ際、重視したいポイントの1位は「味がおいしいこと」（81.6%）。
- ・あったら生活に取り入れやすそうな適正糖質食品は「ごはん」、「パン」、「めん」などの主食系が上位。次いで「菓子」「チルドデザート」「アイス」と、間食やデザート系が続く。

「糖質の摂りすぎ」は気にしていても、3人に1人は具体的な対策せず。「糖質量」理解にはギャップが存在。

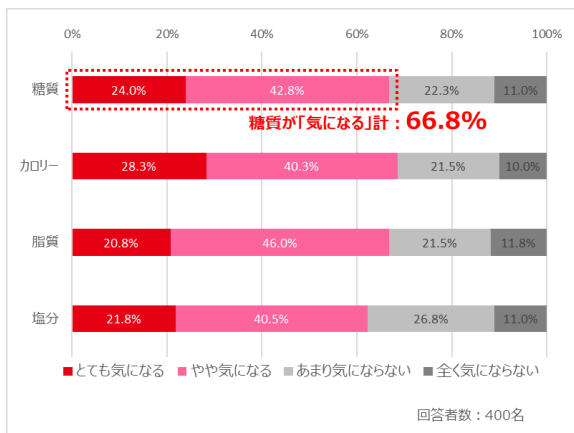
20～60代の男女へ「糖質」「カロリー」「脂質」「塩分」それぞれの摂りすぎがどのくらい気になるかを質問したところ、「糖質」「カロリー」「脂質」の過剰摂取が「とても気になる」もしくは「やや気になる」と答えたのはそれぞれ65%を超え、関心が持たれていることが分かりました。中でも「糖質」は、男女で比較した際に、男性では糖質の摂りすぎが気になる方が60.5%であるのに対し、女性では73.0%と、女性の方が10ポイント以上高くなりました。【図1】【図2】

続いて、糖質の摂取について普段行っていることを聞くと、およそ3人に1人は「具体的に行っていることはない」と回答。糖質を「全く摂らないようにしている」という方は1%未満であり、また「適正量を摂るようにしている」「なるべく控えるようにしている」方はそれぞれ3割程度でした。【図3】

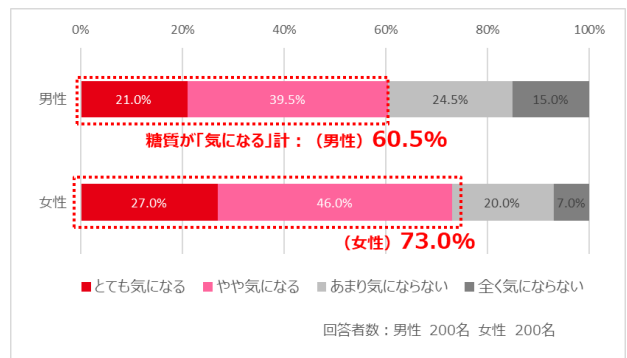
なお、食品や食材に含まれる糖質量について、「ほぼ理解している」という方は4.3%と低く、「あまり理解していない」もしくは「全く理解していない」という方をあわせると64.5%でした。【図4】

糖質の摂りすぎへの関心が高い一方で、食品や食材の糖質量についての理解は十分とはいえず、糖質を意識した食生活を実践する上でのハードルにもなっていることがうかがえます。

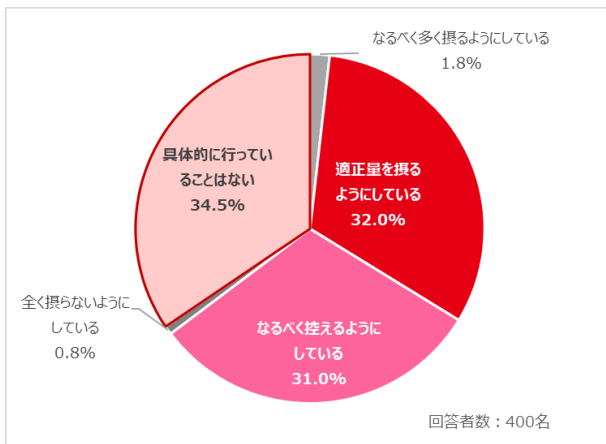
【図1】摂りすぎが気になるもの



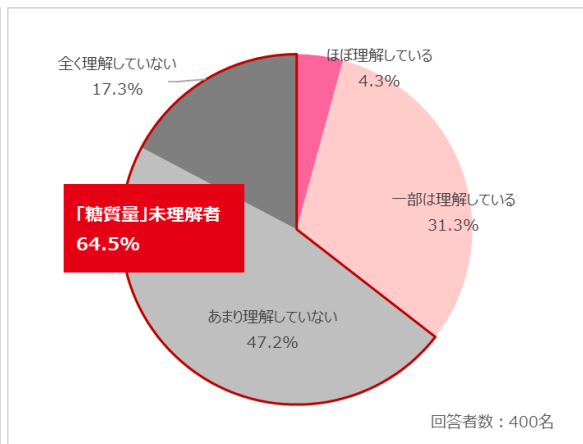
【図2】「糖質」の摂りすぎに対する意識の男女差



【図3】糖質の摂取について行っていること



【図4】食品や食材に含まれる糖質量への理解度

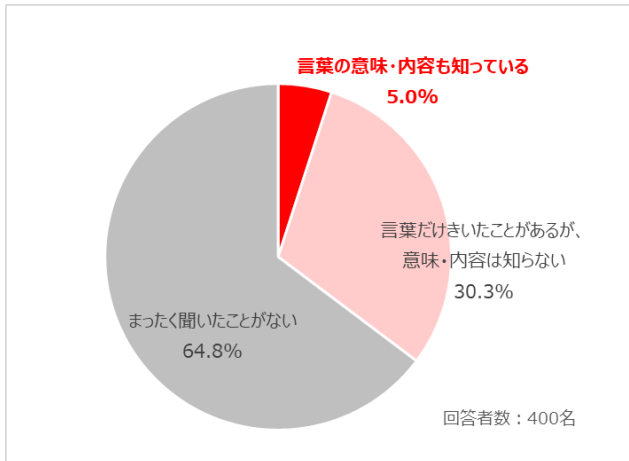


「我慢が伴いそう」「面倒くさそう」「続けにくそう」といったイメージがある「適正糖質」だが、正しく意味を理解すると、半数以上が「今後はやってみたい」と回答。

「食・楽・健康協会」では、1食あたりの糖質量を20～40g、間食では10g以下とし、1日の糖質量を70～130gに抑える食事法を「適正糖質」として推奨していますが、この「適正糖質」という言葉について、「意味・内容も知っている」と答えたのはわずか5.0%でした。【図5】

さらに、1食や1日あたりの糖質量を提示した上で、「適正糖質」を実践した食生活へのイメージを聞くと「我慢が伴いそう」（43.3%）、「糖質の量を記録・計算するのが面倒くさそう」（38.8%）、「続けにくそう」（38.8%）が上位3イメージとなりました。【図6】

【図5】「適正糖質」という言葉の認知・理解度



【図6】「適正糖質」を実践した生活へのイメージ（複数回答）

1	我慢が伴いそう	43.3%
2	糖質の量を記録・計算するのが面倒くさそう	38.8%
	続けにくそう	38.8%
4	おいくなさそう	24.5%
5	体によさそう	24.5%
6	意識高い人が取り組んでそう	24.0%
7	痩せそう	11.5%
8	続けやすそう	4.8%
9	簡単そう	3.3%
-	その他	0.8%

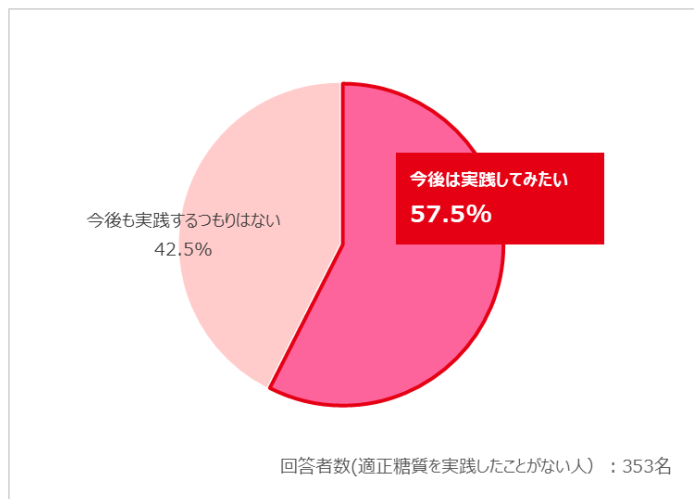
回答者数：400名

続いて、適正糖質の補足説明として、「肉や魚などのおかずは積極的に食べて良いこと」「間食についても糖質10g以内であれば摂っても差し支えないこと」「適正糖質を意識しながら『おいしく、楽しく食べて、健康になる』ことが推奨されていること」を追加で示した後に適正糖質の実践意向を聞いたところ、未経験者の半数以上、57.5%が「今後は実践してみたい」と回答し、「これなら自分にもできそう（30代男性）」「ストレスなく続けられそう（50代女性）」といった前向きな声が見られました。【図7】

一方で、「どの食品をどのように摂ることが適正糖質につながるのかよく理解できない（60代男性）」「糖質10g以内の間食だとかなり食品が限られてしまう印象（40代女性）」など、実践に対する不安の声も複数挙がりました。

「適正糖質」をより多くの方に生活に取り入れていただくには、単に考え方が周知されるだけでなく、手軽に取り入れやすい商品や実践法の提供が求められていると言えます。

【図7】「適正糖質」について補足説明した後の実践意向



**4 割超が「低糖質食品」に対して「価格が高い」「おいしくない」というイメージ。
直近 3 か月以内に「低糖質食品」を購入した人は 3 割程度。**

糖質への関心の高まりを受け、「低糖質」「糖質オフ」「糖質カット」などをうたった食品が複数販売されていますが、未購入者も含めてこれらの低糖質食品に対するイメージを聞いたところ、「通常の食品よりも価格が高い」(44.8%)、「通常の食品よりもおいしくない」(43.5%)などの項目が上位に挙がりました。【図 8】

実際に、調査時点より直近 3 か月でのこれらの食品（飲料を除く）の購入状況について聞いたところ、購入経験があるのが約 3 割という結果に。【図 9】

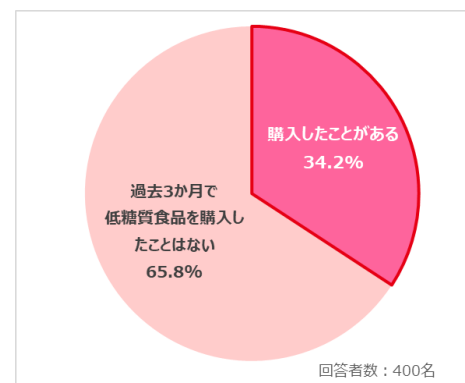
低糖質食品は、価格や味が通常の商品に劣るというイメージが、購入機会の減少につながっているようです。

【図 8】「低糖質」「糖質オフ」「糖質カット」などをうたった食品（飲料を除く）へのイメージ（複数回答）

1	通常の食品よりも価格が高い	44.8%
2	通常の食品よりもおいしくない	43.5%
3	通常の食品よりも味やメニューの種類が少ない	15.0%
4	通常の食品よりもボリュームが少ない	12.5%
5	通常の食品よりも手に入りにくい	9.3%
6	通常の食品よりも腹持ちが悪い	8.8%
7	通常の食品よりも見た目がおいしそうではない	7.0%
-	上記にあてはまるものはない/イメージはない	20.5%

回答者数：400名

【図 9】「低糖質」「糖質オフ」「糖質カット」などをうたった食品（飲料を除く）の直近 3 か月の購入経験



「適正糖質」の食品、「味のおいしさ」を重視する人は 8 割超。「主食」や「間食やデザート」にニーズあり。

「適正糖質」を実践にするにあたり、どのような食品があると生活に取り入れやすいか質問したところ、「ごはん（おにぎり、米、リゾットなど）」(49.5%)、「パン」(45.3%)、「めん（パスタ、中華麺、うどんなど）」(41.3%)の主食系がいずれも 4 割を超えました。「菓子（チョコレート、ビスケット、スナックなど）」(33.5%)、「チルドデザート（プリン、ヨーグルト、ケーキなど）」(23.5%)、「アイス」(23.5%)などの間食やデザート系が、その後に続きます。【図 10】

【図 10】「適正糖質」を実践するにあたり、どのような食品があったら生活に取り入れやすいか（複数回答）

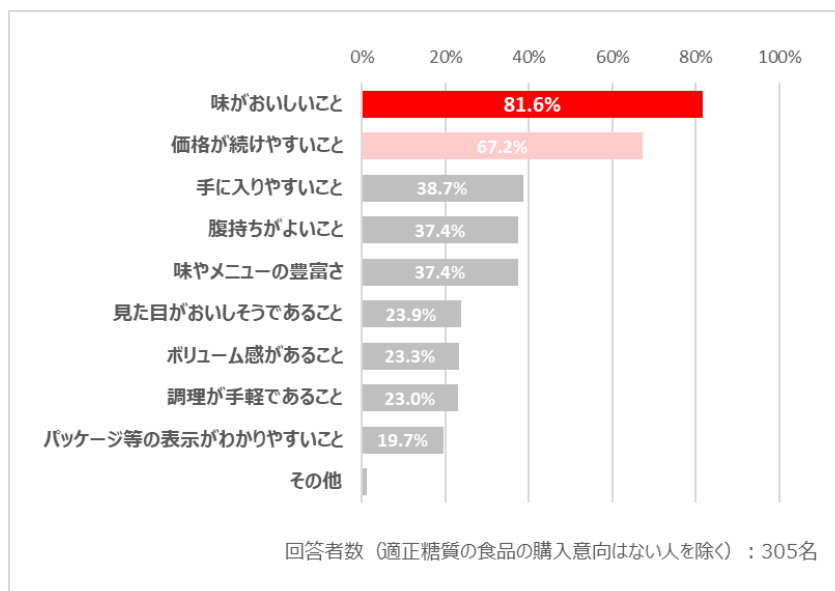
1	ごはん（おにぎり、米、リゾットなど）	49.5%
2	パン	45.3%
3	めん（パスタ、中華麺、うどんなど）	41.3%
4	菓子（チョコレート、ビスケット、スナックなど）	33.5%
5	チルドデザート（プリン、ヨーグルト、ケーキなど）	23.5%
	アイス	23.5%
7	おかず、総菜	20.5%
8	カレー、シチュー	15.0%
9	加工肉（ハム、ソーセージなど）	13.0%
10	スープ、汁物	12.5%
11	シリアル	11.0%
12	調味料	9.5%
-	その他	0.5%
-	適正糖質の食品を買いたいと思わない	23.8%

回答者数：400名

また、適正糖質の基準値に沿った食品を選ぶ際に重視したいポイントとして、1位に挙がったのは「味がおいしいこと」で、他のポイントに大きく差をつけ、81.6%の方が重視したいと答えています。【図 11】

特に、主食や間食・デザートのカテゴリーで適正糖質の基準値にそった食品が求められているのと同時に、「糖質量だけではなく、おいしさを重視したい」という声が改めて浮き彫りとなりました。

【図 11】「適正糖質」の基準に沿った食品を選ぶ際に重視したいこと（複数回答）



Glico は、おいしさと適正糖質を両立する「SUNAO（スナオ）」ブランドを展開しています。「SUNAO」が目指しているのは、食べることを素直に楽しみながら、心もからだも健康でいられること。食べたい気持ちに素直になれるブランドとして、2017年にアイス、2018年にビスケット、2020年にはリゾット、2022年にはパスタ（グリコダイレクトショップ限定）をそれぞれ発売し、大変ご好評をいただいております。

適正糖質の実践に際し、ぜひ「SUNAO」を毎日の食生活にご活用ください。

■SUNAO ブランドサイト：<http://cp.glico.jp/sunao/>

■SUNAO Twitter アカウント：https://twitter.com/sunaochan_glico



おいしい SUNAO アイスを届けたい！ 試作数 100 回を超えた挑戦で実現した「本気のアイス」。
江崎グリコ株式会社 商品技術開発研究所 健康事業グループ 堀池知子

糖質が低いだけでなく、よりおいしい商品をお届けしたい。そんな想いで日々商品開発に取り組んでいます。2021年10月にカップアイス3品（バニラ、ストロベリー＆ラズベリー、マカダミア＆アーモンド）のリニューアルを担当しました。味わりに重要な乳成分の配合を見直すと、糖質量があがってしまう原料もある中で、いかに糖質量を抑えながらおいしさを向上させるか。糖質量の少ない食物繊維の選定など、これまでのノウハウを活かしつつ、配合を調整した試作品の数は約100個以上に及びました。結果として、糖質量を抑えながら、コク・濃厚さ・ミルク感が従来品よりもアップした商品が出来上がりました。

これからも、お客様の声を大切にしながら、一層ご満足いただける商品づくりを目指していきます。



生活者のみなさまの毎日に寄り添い、成長する「SUNAO」ブランドへ。

江崎グリコ株式会社 執行役員 健康事業マーケティング部カテゴリーマネージャー 木村幸生

「SUNAO」は、「カロリーコントロールアイス」を前身としながら、「適正糖質」の考え方に着目し、2017年に誕生したブランドです。

当初のラインアップはアイスのみでしたが、ビスケットやリゾットへと展開を拡げ、2022年2月には「グリコダイレクトショップ」でのパスタシリーズの販売を開始しました。今回調査でもお客様からのニーズが高かった「主食」カテゴリでのラインアップ拡充により、「適正糖質」に取り組んでいただくきっかけとなること、そして何より、おいしく続けていただけることを目指しています。

今後も、「適正糖質」を正しく理解いただくための啓発活動や、さまざまな食シーンでご活用いただける商品やサービスの新規開発、おいしさを向上させるための絶え間ない商品開発などを通じて、「SUNAO」ブランドがお客様のすこやかな毎日に貢献できるよう取り組んでまいります。



<調査概要>

調査名：食生活と糖質に関する意識調査

調査方法：インターネット調査

調査対象者：20～60代の男女

調査対象者数：400人

調査地域：47都道府県

調査期間：2022年6月18日（土）～6月19日（日）

調査主体：江崎グリコ株式会社

※本資料に含まれる調査結果をご掲載頂く際は、必ず『江崎グリコ調べ』と明記下さい。