

ネットリサーチDIMSDRIVE
第340回公開調査
「トクホ飲料のイメージ」に関するアンケート

2014年7月23日
インターワイヤード株式会社

インターワイヤード株式会社が運営するネットリサーチのDIMSDRIVEでは、「トクホのコーラ」についてアンケートを行い、トクホのお茶との比較、他の炭酸飲料とのイメージなどを比較し、まとめました。

調査は2014年6月13日～6月27日にかけて実施し、DIMSDRIVEモニター6,716人から回答を得ています。

調査結果の詳細 <http://www.dims.ne.jp/timelyresearch/2014/140723/>

調査概要

調査方法	インターネットを利用したアンケート調査				
調査期間	2014年6月13日～6月27日				
調査対象者	全国男女 DIMSDRIVEモニター6,716人				
回収方法	DIMSDRIVEのモニターサイトにURL記載(配信なし)				
性別	N	%	年代	N	%
男性	3958	58.9	10代	11	0.2
女性	2758	41.1	20代	220	3.3
			30代	996	14.8
			40代	2024	30.1
			50代	1939	28.9
			60代	1084	16.1
			70代以上	442	6.6

TOPICS

- 半数以上が「ダイエットの必要性を感じる」
- トクホ飲料・・・お茶は27.9%が、コーラは22.5%が飲用
- 好きなものを我慢せず、一石二鳥。トクホ飲料を飲む理由
- トクホコーラは「気休め感」が武器！？【イメージ分析】
- トクホコーラ飲用率、「キリンメッツコーラ」13.8%、「ペプシスペシャル」9.6%

半数以上が「ダイエットの必要性を感じる」

■ 3割がダイエット中

「現在ダイエット中である」と回答した人は28.7%で、約3割がダイエット中である事が分かった。
これまでにダイエット経験がある人は56.6%で、半数を超える。

<性年代別>

「現在ダイエット中である」の回答については、全ての年代で女性の方が割合が高い。
女性は年代が若いほど割合が高く、【30代以下の女性】では4割以上がダイエット中である。
男性は【40代】が最も割合が高く、29.1%がダイエット中である。

■ 半数以上が「ダイエットが必要」

『ダイエットの必要性を感じる』と回答した人は54.6%で、半数以上がダイエットの必要性を感じている。
うち、「ダイエットをしなければ健康に差し障る状況」という人は8.9%である。
一方、「体重・脂肪を増やしたい」という人は6.4%存在している。

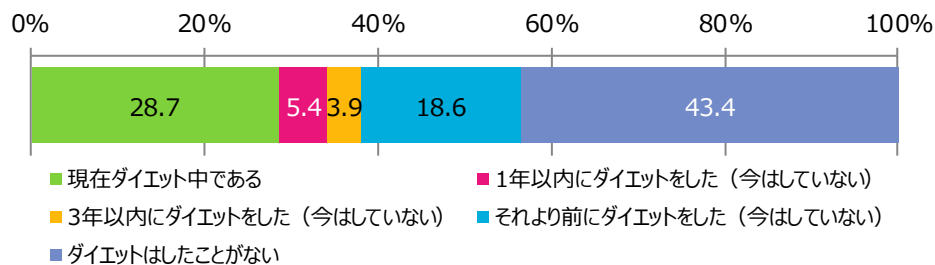
<性年代別>

50代以下の女性は、60%以上が『ダイエットの必要性を感じる』と感じている。
男性については、40・50代男性の10%以上が「ダイエットをしなければ健康に差し障る状況」と回答。
一方で30代以下の男性では10%以上が「体重・脂肪を増やしたい」と回答している。

回答者：全員

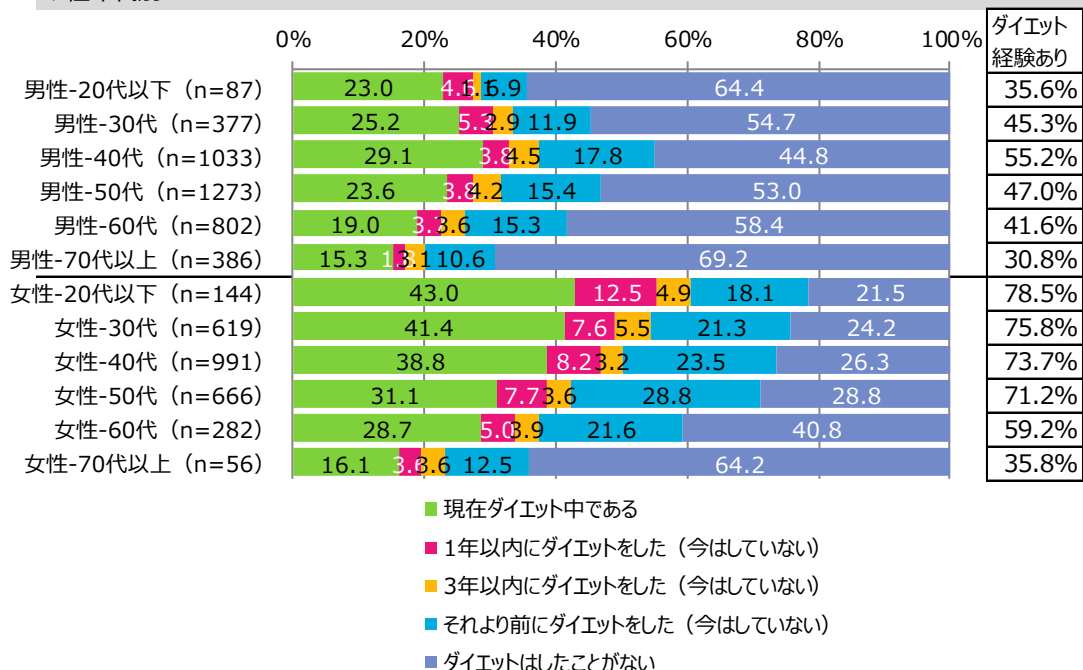
N=6,716

Q1：あなたは、現在「ダイエット」をしていますか。（単一回答）



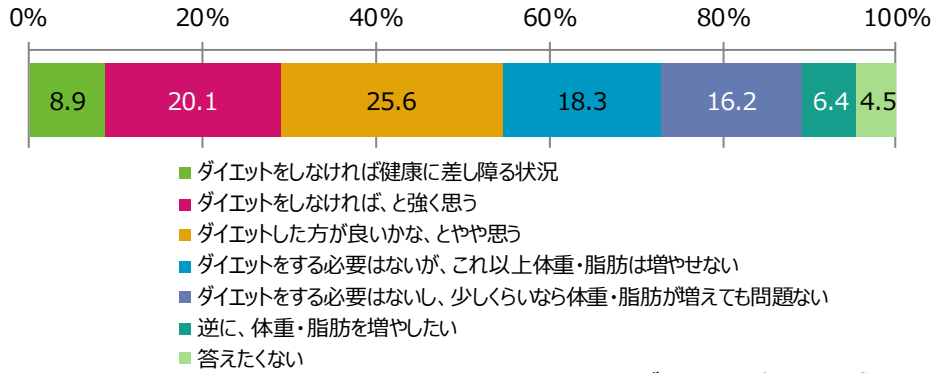
ダイエット経験あり 計：56.6%

◆ 性年代別



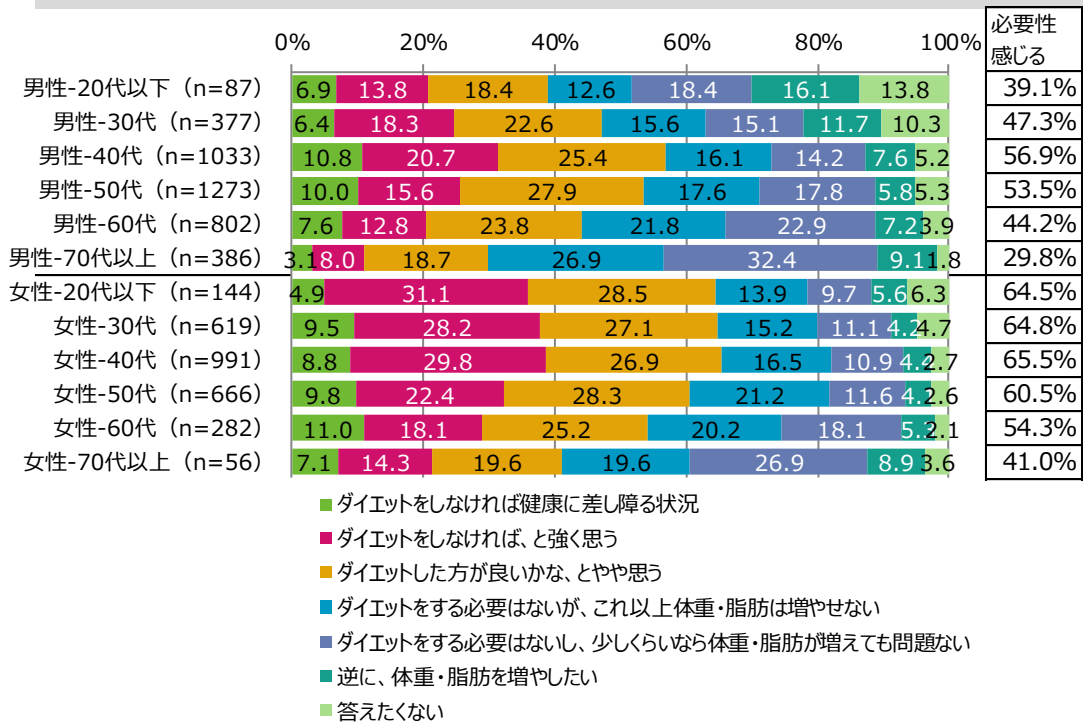
回答者：全員 N=6,716

Q2：あなたご自身について、「ダイエット」をする必要性を感じていますか。(単一回答)



ダイエットの必要性を感じる 計：54.6%

◆ 性年代別



トクホ飲料・・・お茶は27.9%が、コーラは22.5%が飲用

■トクホ飲料の飲用率

市販の飲みものを、普段飲んでいるかどうか。また、好きで飲んでいるかどうか。種類別に尋ねた。

トクホの飲料では、

【トクホのお茶類】は飲用率27.9%、【トクホのコーラ】は22.5%、【トクホの炭酸飲料】は20.0%、【トクホのコーヒー】は16.3%である。

【トクホのお茶】については、4.1%は「好きなわけではなく、義務的に飲んでいる」と回答。身体のために頑張って継続していることが伺える。

【（普通の）コーラ】の4.7%、【（普通の）炭酸飲料】の4.1%が「飲みたいのを我慢して、飲んでいない」と回答。トクホやゼロカロリー等でないコーラ・炭酸飲料については、飲むのを我慢している人もいることが分かった。

<ダイエット必要度別：トクホ飲料の飲用率>

ダイエット必要度別に“トクホ飲料の飲用率”を見てみると、

ダイエットを必要と感じる割合が高いほど飲用率が高い傾向にある。

ただ、【ダイエットをする必要はないし、少しくらいなら体重・脂肪が増えても問題ない】人よりも、【逆に、体重・脂肪を増やしたい】人の方が4種類とも飲用率が高いという結果に。

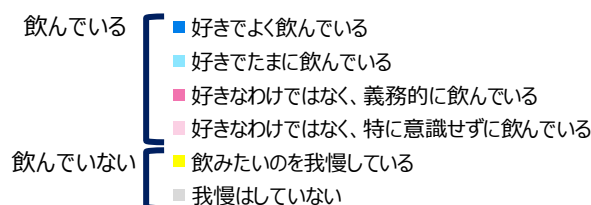
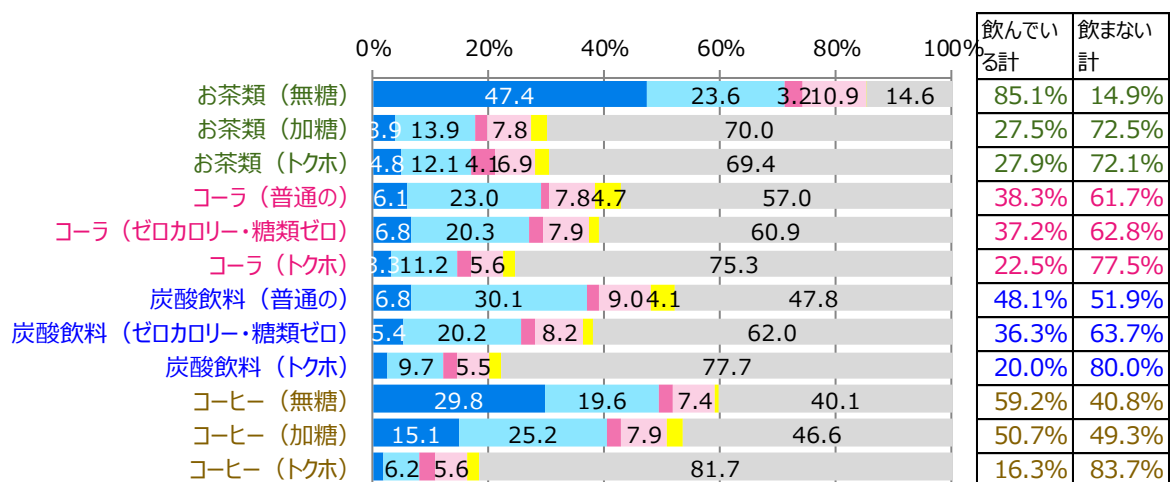
「お茶類（トクホ）」に関しては、ダイエットの必要性を感じている人といない人での飲用率の差が大きい。

回答者：全員

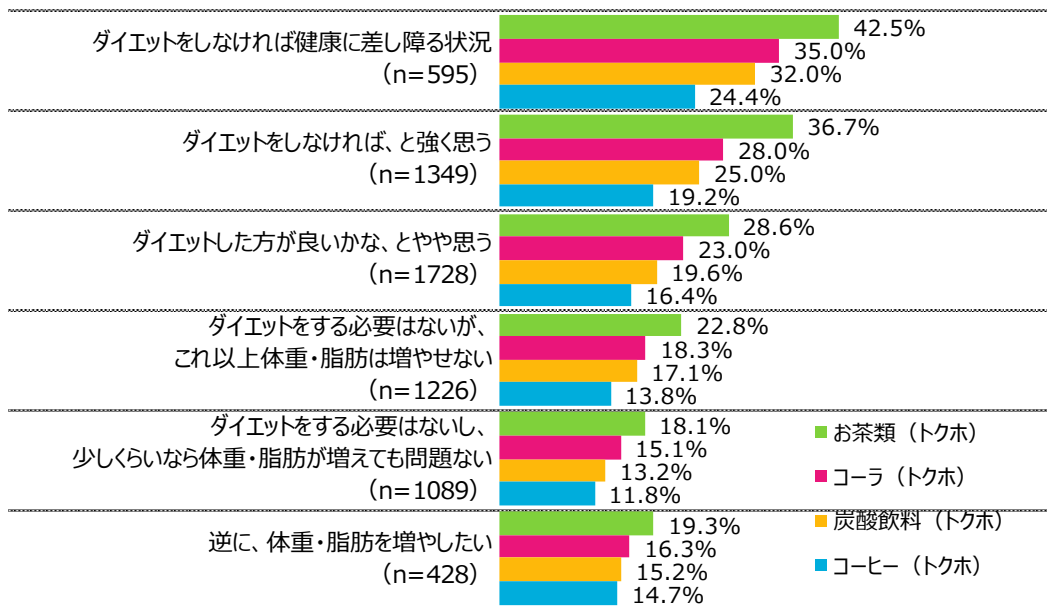
N=6,716

Q3：次の市販の飲みものについて、普段どの程度飲んでいますか。

その飲みものが「好きかどうか」と併せて、最もあてはまるものをお選びください。（各単一回答）



◆ダイエット必要度別：「トクホお茶」「トクホコーラ」「トクホ炭酸飲料」「トクホコーヒー」の飲用率



好きなものを我慢せず、一石二鳥。トクホ飲料を飲む理由

■ トクホのお茶を飲む理由

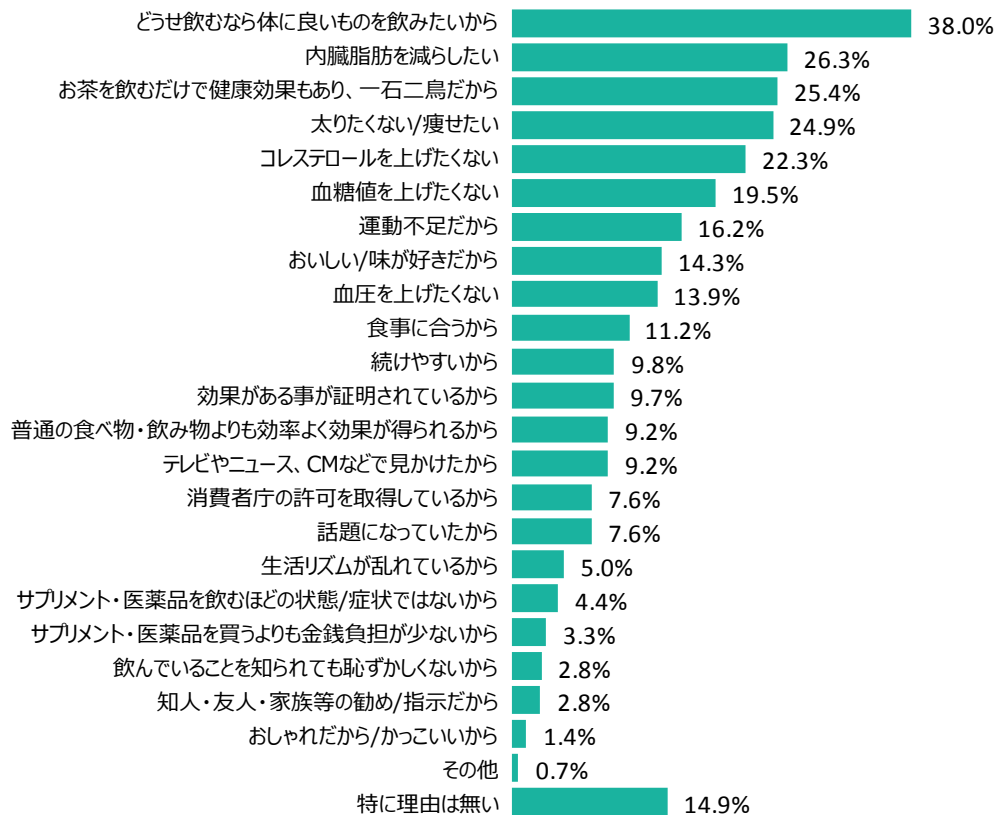
最も多かったのは「どうせ飲むなら体に良いものを飲みたいから」38.0%であった。

次いで「内臓脂肪を減らしたい」26.3%、「お茶を飲むだけで健康効果もあり、一石二鳥だから」25.4%、「太りたくない/痩せたい」24.9%、「コレステロールを上げたくない」22.3%、「血糖値を上げたくない」19.5%と続いた。

回答者：トクホのお茶飲料を飲んでいる人（Q3より抽出）

N=1,869

Q：あなたが、トクホのお茶を飲む理由は何か。（複数回答）



■ トクホのコーラを飲む理由

最も多かったのは「どうせ飲むなら体に良いものを飲みたいから」27.2%で、「トクホのお茶を飲む理由」と同じである。次いで「コーラを飲むだけで健康効果もあり、一石二鳥だから」23.6%と続いた。

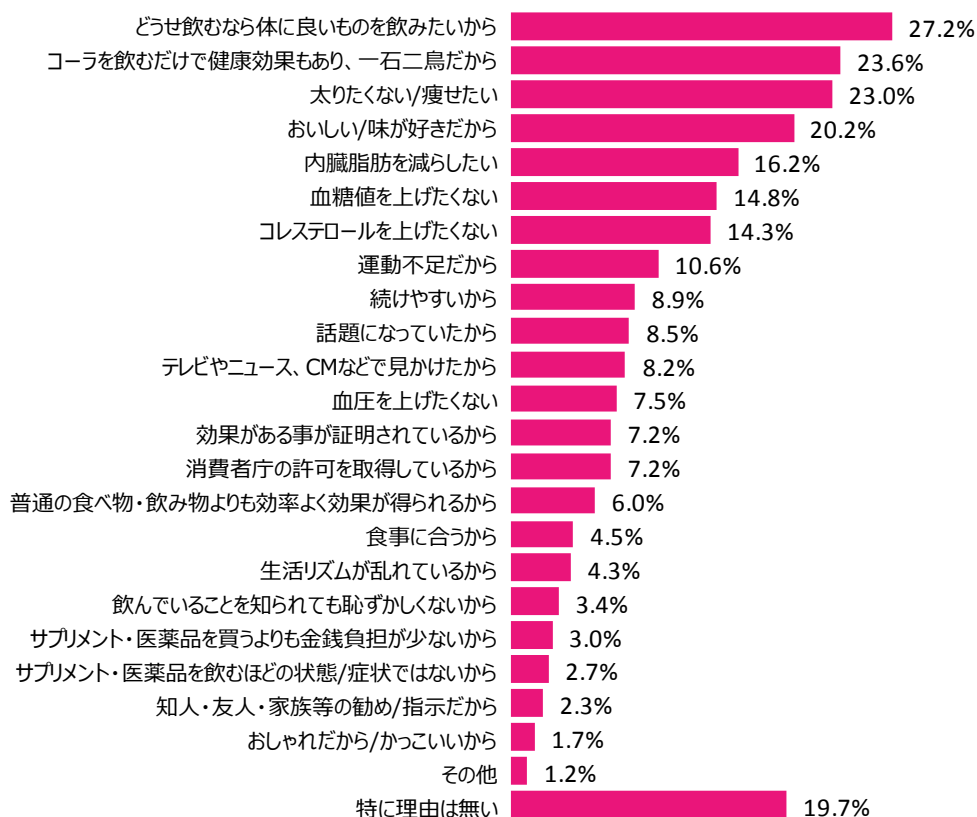
お茶、コーラ共に「いつもの嗜好・習慣を変えずにプラスαで効果を得られる」点に惹かれて飲んでいる人が多く、習慣を変えたり、好きなものを控えるといった『我慢はしたくない』という気持ちが伺える。

「おいしい/味が好きだから」に関しては、【トクホのお茶】が14.3%だったのに対し、【トクホのコーラ】では20.2%と、【トクホのコーラ】に関しては味を気に入って飲んでいる人が【トクホのお茶】より多い事が分かった。

また、「血圧を上げたくない」7.5%、「血糖値を上げたくない」14.8%など、商品では謳っていない効果を期待して飲んでいる人もいることが分かった。

回答者：トクホのお茶飲料を飲んでいる人（Q3より抽出） N=1,510

Q：あなたが、トクホのコーラを飲む理由は何ですか。（複数回答）



トクホコーラは「気休め感」が武器！？【イメージ分析】

■ 飲料に対するイメージ…コレスポンデンス分析

トクホのコーラ、トクホのお茶、ゼロカロリーの炭酸飲料…など、この調査における飲料に対して、それぞれ“どのようなイメージを持っているか”をコレスポンデンス分析にかけ、マッピングをした。（分析に使用した飲料の種類、イメージ項目は下記を参照ください）

<p>【マッピングの手順】</p> <p>① 下記飲料×イメージ項目の「クロス集計」結果の中から、1つの数値をピックアップ （どの数値をピックアップしても結果は同じになる）</p> <p>② 他の各数値について、“ピックアップした数値からの距離”を算出、マッピング</p> <p>③ 縦・横の“軸”の基準を決める（マップから読み出せそうなものを“軸の見方”として設定する）</p>
<p>【マップの見方】</p> <p>オレンジの■ & 赤字→飲みもの ブルーの● & 黒字→イメージ項目</p> <p>・飲みものは、各々のマークが近いほど、似たイメージを持たれている。 ・飲みものの各々のマークが右に近いほど“身体に悪い”イメージ ・飲みものの各々のマークが上に近いほど“価格が高い・プレミアムな”イメージ</p>

【分析・マップから】

- ◆ 飲みものの“種類”については、
 «お茶系»と、«コーラ系»・«炭酸飲料系»の間ではマークが離れているが、
 «コーラ系»と«炭酸飲料系»の間では非常にマークが近い。
 «コーラ系»と«炭酸飲料系»は似通ったイメージを持たれており、«お茶系»は違ったイメージを持たれている。
- ◆ コーラと炭酸飲料については、オレンジの■マークを見ると、コーラと炭酸飲料の2個が“セット”で固まっている。（マップ参照）

上記の事から、

«コーラ»と«炭酸飲料»の間では、
 【ふつうの】か、【ゼロカロリー・糖類ゼロ】か、【トクホ】か…におけるイメージの違いはあるが、
 «コーラ»と«炭酸飲料»という“種類”の間に、イメージの違いは無いことが分かる。

＜コーラ・炭酸飲料について…体に悪いが、気休め的＞

- ・マークが右側に寄っており、
 お茶系に比べてコーラ・炭酸飲料は**全般的に「身体に良くない」イメージ**を持たれていることが分かる。
 【トクホ】<【ゼロカロリー・糖類ゼロ】<【ふつうの】…の順で、身体に良くないイメージを持たれている。
- ・【トクホ】のコーラ・炭酸飲料に関しては、<気休め>のイメージが強い。
 また、【一般的なコーラ・炭酸】→【ゼロカロリー・糖類ゼロ】→【トクホ】と、<気休め感>が強くなっている。

『体に良くないと思っているコーラ・炭酸飲料ではあるが、ゼロカロリーやトクホになると、気休めとしてちょっと手が出やすくなる』というイメージが持たれていることが伺える。

＜お茶系飲料について…デイリーか、プレミアムか＞

- ・【一般的なお茶】も【トクホのお茶】も、どちらもマップが左側に寄っており、
 付加価値があろうが無かるうが、“身体に悪いことはない”というイメージである。
- ・ただ、【トクホのお茶】と【一般的なお茶】ではマップの上⇔下での差が大きく、
 『価格が高く、付加価値（効能）がついた“プレミアム”』か、『安価で日頃からゴクゴク飲む、“デイリー”なもの』か…に分かれているように思われる。

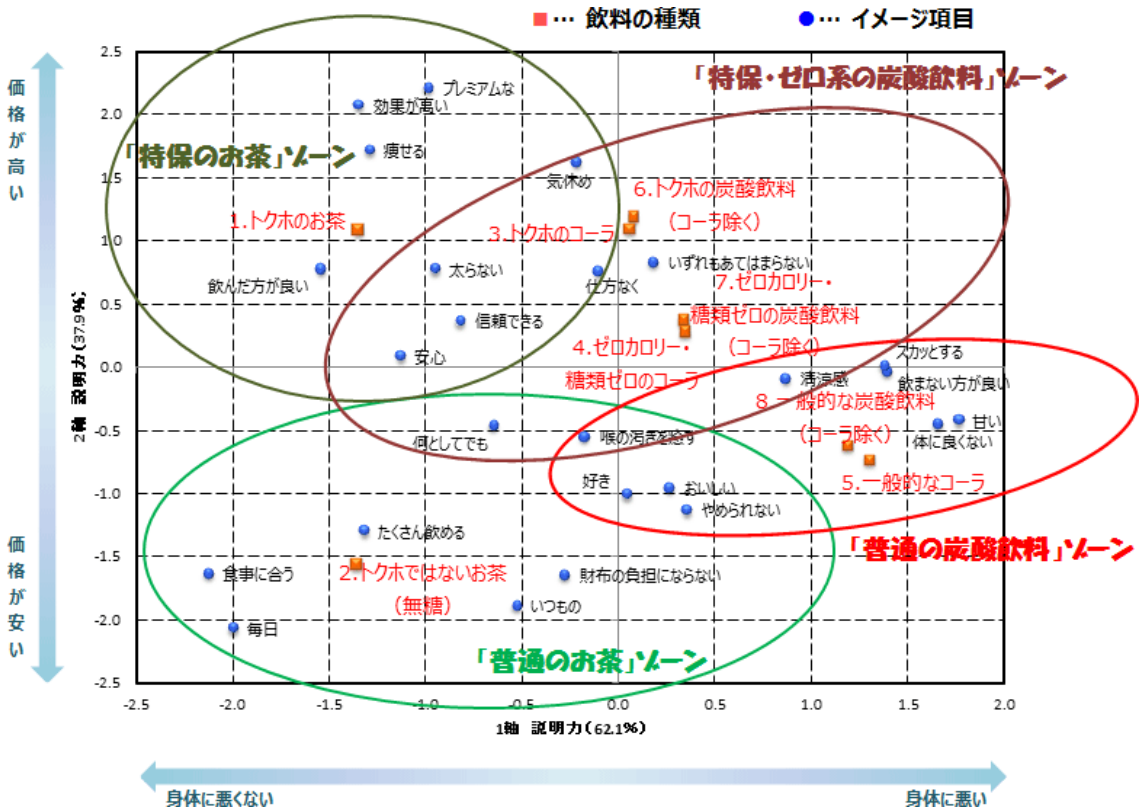
コーラ・炭酸飲料にとって、【トクホ】は『マイナスイメージの緩和』であり、
 お茶系飲料にとっての【トクホ】は、『プラスαの付加価値』である…と考えることができそうである。

回答者：全員

N=6,716

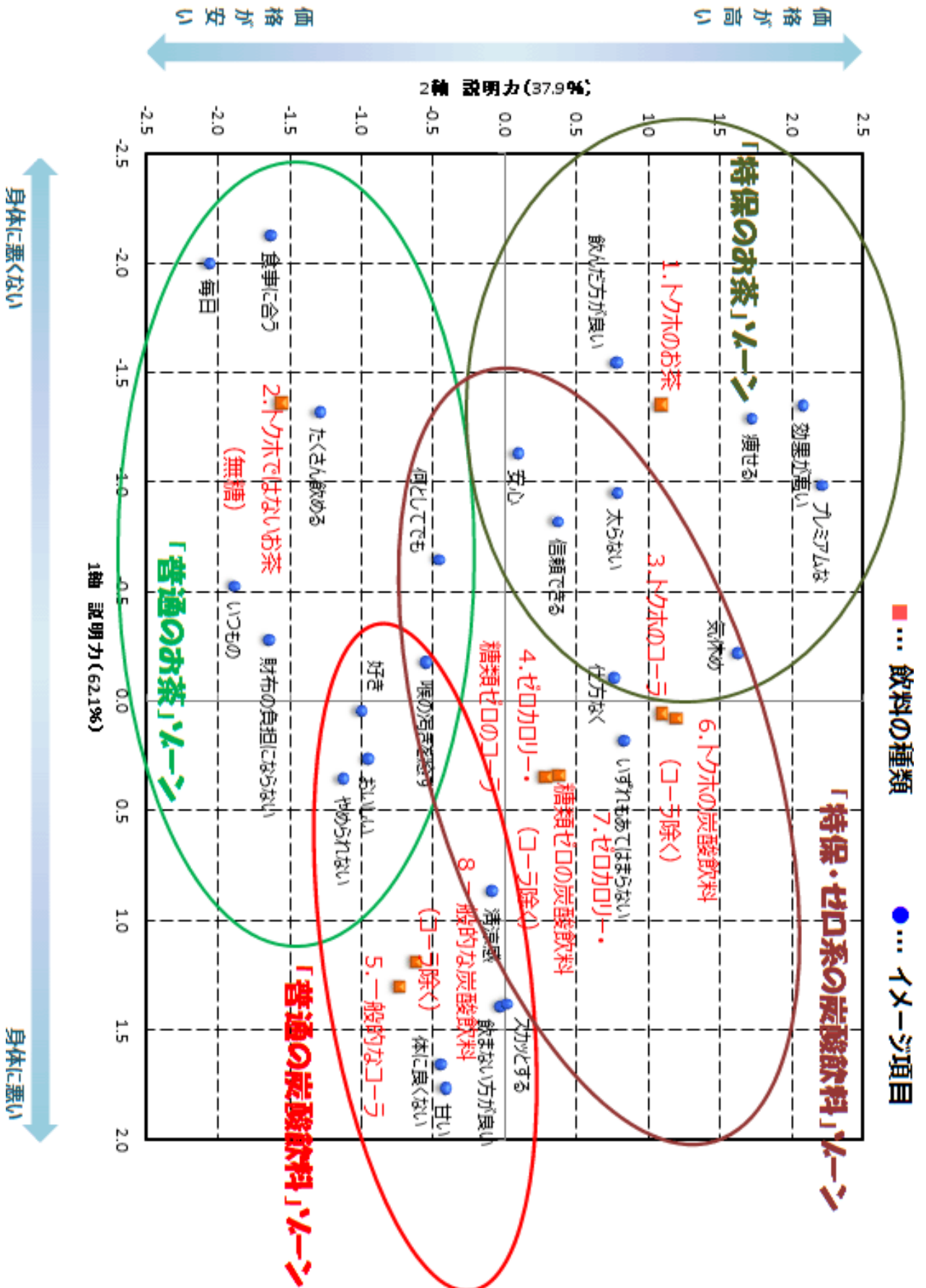
Q: 次の飲みものに対して、あなたご自身はどのようなイメージ・印象を持っていますか。(各複数回答)

コレスポンデンス分析 マップ



飲料の種類	イメージ項目	
トクホのお茶	太らない	毎日
トクホではないお茶（無糖）	痩せる	好き
トクホのコーラ	おいしい	体に良くない
ゼロカロリー・糖類ゼロのコーラ	気休め	効果が高い
一般的なコーラ	安心	飲んだ方がよい
トクホの炭酸飲料	仕方なく	飲まない方がよい
ゼロカロリー・糖類ゼロの炭酸飲料	何としてでも	甘い
一般的な炭酸飲料	やめられない	スカツとする
	信頼できる	清涼感
	プレミアムな	喉の渇きを癒す
	いつもの	食事に合う
	たくさん飲める	いずれもあてはまらない
	財布の負担にならない	

※大きなマップは次頁をご参照ください



トクホコーラ飲用率、「キリンメッツコーラ」13.8%、「ペプシスペシャル」9.6%

■ 普段飲んでいるコーラ・炭酸飲料の銘柄

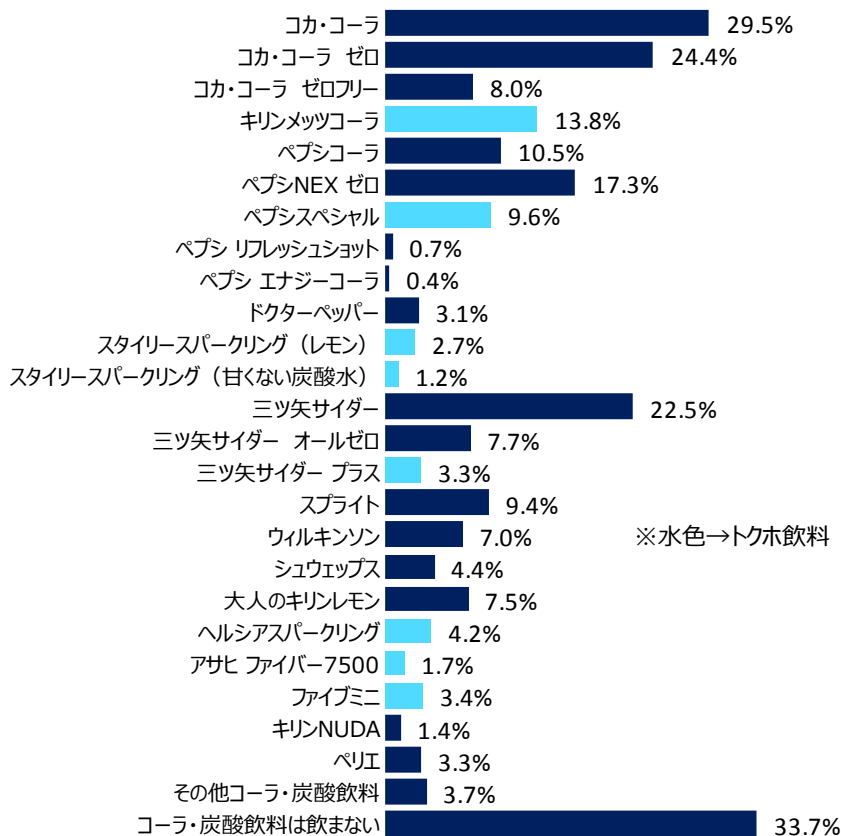
コーラについて見ると、トクホである「キリンメッツコーラ」は13.8%、「ペプシスペシャル」は9.6%である。ゼロカロリー・糖類ゼロのコーラについては、「コカ・コーラ ゼロ」24.4%が最も多く、「ペプシNEX ゼロ」17.3%、「コカ・コーラ ゼロフリー」8.0%と続く。

炭酸飲料についてはグラフを参照ください。

回答者：全員

N=6,716

Q:次の中から、あなたが普段からよく飲んでいる**コーラ・炭酸飲料**の銘柄を全てお選びください。(複数回答)



■ ネットリサーチのDIMSDRIVEについて ■

インターワイヤード株式会社が運営する『DIMSDRIVE』は、全国に18万人のモニターを擁し、インターネットリサーチを通じて調査企画・設計から分析・提案までを提供する、マーケティングのトータルソリューションサービスです。

広告効果測定やライフスタイル分析など、目的に応じた調査でお客様の戦略立案をサポートしています。

◆ DIMSDRIVE ホームページ

<http://www.dims.ne.jp/>

■ インターワイヤード株式会社について ■

<所在地>

東京都品川区東品川2-2-25 サンウッド品川天王洲タワー3F

<TEL>

03-5463-8255

<代表者>

斉藤 義弘

<事業内容>

ネットマーケティングリサーチサービス「DIMSDRIVE」運営

● 調査結果に関するお問い合わせは ●

インターワイヤード株式会社 DIMSDRIVE事務局(ディムドライブ事務局)

TEL: 03-5463-8256

Email: timely@dims.ne.jp