

容器に着目！

リキャップ型チルド飲料のニーズ調査

サンプル

		SQ3 あなたはここ一年くらいの間に、下記画像のような紙パックのチルド飲料を飲用したことがありますか？それぞれお答えください。 ※ご自身で購入したものについてお答えください。 【紙パックのチルド飲料(キャップが付いているもの)】			
		全体	飲用したことがある	飲用したことがない	覚えていない
全体		7963 100.0	3705 46.5	3425 43.0	833 10.5
性別	男性	3771 100.0			
	女性	4192 100.0			
年代別 (AC)	10代	1462 100.0			
	20代	1393 100.0			
	30代	1399 100.0			
	40代	1319 100.0			
	50代	1285 100.0			
	60代	1105 100.0			
職業別 (AC)	会社員・ 公務員	2753 100.0			
	専業主婦 (主夫)	1419 100.0			
	パート・ア ルバイト	962 100.0			
	自営(由) 業	466 100.0			
	学生	1577 100.0			
	その他	241 100.0			
	無職	545 100.0			

《飲用実態》

①1年以内のリキャップ型チルド飲料の飲用経験

☞ 1年以内に関リキャップ型チルド飲料を飲用したことがある人は、
全体の46.5%であった。

		Q3 あなたは、リキャップ型チルド飲料をどのくらいの頻度で飲んでいますか？ 該当するもの一つだけお答えください。※ご自身で購入したものについてお答えください。								
		全体	ほとんど毎日	週に3~4回程度	週に1~2回程度	月に2~3回程度	月に1回程度	2~3ヶ月に1回程度	それ以下	
全体		624 100.0	31 5.0	49 7.9	110 17.6	139 22.3	104 16.7	107 17.1	84 13.5	
性別	男性	312 100.0								
	女性	312 100.0								
年代別 (AC)	10代	104 100.0								
	20代	104 100.0								
	30代	104 100.0								
	40代	104 100.0								
	50代	104 100.0								
	60代	104 100.0								
職業別 (AC)	会社員・公務員	222 100.0								
	専業主婦(主夫)	116 100.0								
	パート・アルバイト	71 100.0								
	自営(由)業	40 100.0								
	学生	117 100.0								
	その他	17 100.0								
	無職	41 100.0								
	容器別 (AC)	キャップ付きブリズマ								189 100.0
		テトラ・トッ プ型								241 100.0
キャップ付きゲーブ		141 100.0								
キャップ付きブリック		53 100.0								

②リキャップ型チルド飲料の飲用頻度

👉 週に1回以上リキャップ型チルド飲料を飲用する人は、**全体の30.4%**であった。

		Q7 あなたがリキャップ型チルド飲料を飲むのはどんな時間帯が多いですか？ あてはまるものをすべてお答えください。(いくつでも)※ご自身で購入したものについてお答えください。											
		全体	朝食前	朝食時	午前(朝食後～昼食前まで)	昼食時	午後(昼食後～夕食前まで)	夕食時	夕食後	就寝前	その他		
全体		624 100.0	67 10.7	118 18.9	166 26.6	159 25.5	366 58.7	39 6.3	131 21.0	42 6.7	6 1.0		
性別	男性	312 100.0											
	女性	312 100.0											
年代別 (AC)	10代	104 100.0											
	20代	104 100.0											
	30代	104 100.0											
	40代	104 100.0											
	50代	104 100.0											
	60代	104 100.0											
	職業別 (AC)	会社員・ 公務員											222 100.0
専業主婦 (主夫)		116 100.0											
パート・ア ルバイト		71 100.0											
自営(由) 業		40 100.0											
学生		117 100.0											
その他		17 100.0											
無職		41 100.0											
容器別 (AC)		キャップ付 きブリズマ											189 100.0
		テトラ・トッ プ型											241 100.0
		キャップ付 きゲーブ											141 100.0
	キャップ付 きブリック	53 100.0											

③リキャップ型チルド飲料を飲む時間帯

☞ リキャップ型チルド飲料を飲用する時間帯は、**午後(昼食後～夕食前まで)**が最も多いという結果であった。

この他、《飲用実態》に関しては、

- 1年以内に飲用したりキャップ型チルド飲料の種類及び容器
 - 1年以内に飲用したりキャップ型チルド飲料の商品・ブランド
 - 飲用場所及び飲用シーン、他
- などを調査・分析しています。

		Q14 ここの一年くらいの間にあなたが購入してきたリキャップ型チルド飲料についてお聞きます。 それぞれ該当するものを一つだけお答えください。				
		全体	ほぼ同じ 商品・ブランド	時々商品・ブランド を変えている	ほぼ毎回 商品・ブランドを変えている	わからない
全体		624 100.0	234 37.5	265 42.5	53 8.5	72 11.5
性別	男性	312 100.0				
	女性	312 100.0				
年代別 (AC)	10代	104 100.0				
	20代	104 100.0				
	30代	104 100.0				
	40代	104 100.0				
	50代	104 100.0				
	60代	104 100.0				
職業別 (AC)	会社員・公務員	222 100.0				
	専業主婦(主夫)	116 100.0				
	パート・アルバイト	71 100.0				
	自営(由)業	40 100.0				
	学生	117 100.0				
	その他	17 100.0				
	無職	41 100.0				
容器別 (AC)	キャップ付きプリズマ 型	189 100.0				
	テトラ・トップ型	241 100.0				
	キャップ付きゲージブル トップ型	141 100.0				
	キャップ付きブリック型	53 100.0				

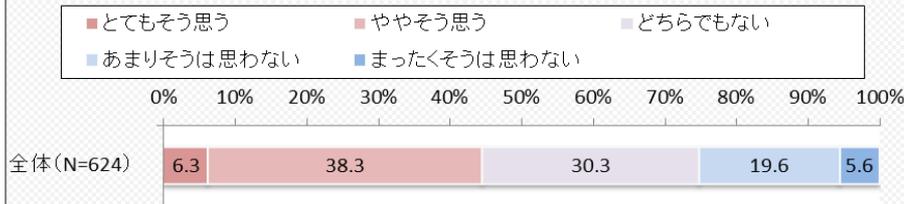
《購入実態》

①1年以内のリキャップ型チルド飲料のブランドスイッチ状況

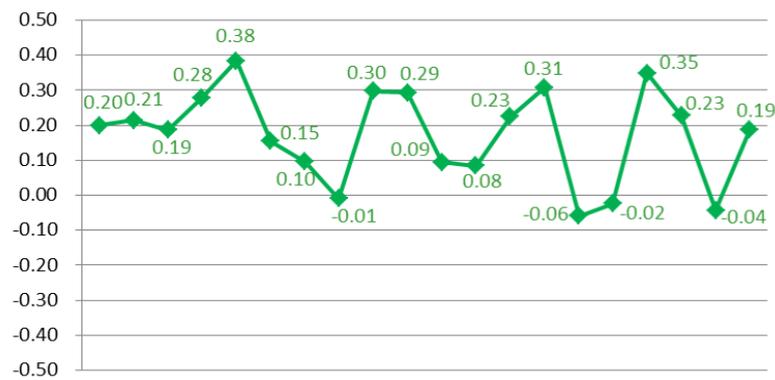
☞ リキャップ型チルド飲料のブランドスイッチ状況を聞いたところ、**全体の51.0%にあたる318人**が商品・ブランドを変えていることがわかった。

大サービス♪資料の一部を抜粋しました♪

“リキャップ型の容器”が購入の決め手か(SA)



(ウエイト平均)



凡例	ウエイト値
とてもそう思う	2
ややそう思う	1
どちらでもない	0
あまりそうは思わない	-1
まったくそうは思わない	-2

②“リキャップ型の容器”が購入の決め手になっているのか

- 次に、リキャップ型チルド飲料を購入する際に“リキャップ型の容器”ということが購入の決め手となっているかを聞いた。その結果、「とてもそう思う」とした人が6.3%、「ややそう思う」とした人が38.3%で、合わせて44.6%の人が“リキャップ型の容器”であることが購入の決め手になっている。一方、「あまりそうは思わない」「まったくそうは思わない」という人は25.2%であった。
- すなわち、**1年以内にリキャップ型チルド飲料を飲用したことがある人の中で、“リキャップ型の容器”であることが購入の決め手となっていると感じる人は4割強を占めていることがわかった。**
- 属性別のウエイト平均は左図の通り。男女別では、「男性」が0.21、「女性」が0.19で、「男性」の方が若干高い。年代別では、「20代」が0.38で最も高く、「60代」が0.30、「10代」が0.28と続いている。
- 職業別では、「学生」が0.31で最も高く、「会社員・公務員」が0.29、「自営(由)業」が0.23と続いている。容器別にみると、「キャップ付きプリズマ型」ユーザーが0.35で最も高い。
- 上記のことから、**リキャップ型チルド飲料を購入する際に、その容器が購入の決め手となっているのは、「10～20代」「60代」「会社員・公務員」「学生」「キャップ付きプリズマ型」ユーザーでより多いといえる。**

		Q16 では、リキャップ型チルド飲料の購入機会は、1年前と比較して増えましたか？ 該当するものを一つだけお答えください。					
全体		増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	
全体		624 100.0	52 8.3	219 35.1	325 52.1	24 3.8	4 0.6
性別	男性	312 100.0					
	女性	312 100.0					
年代別 (AC)	10代	104 100.0					
	20代	104 100.0					
	30代	104 100.0					
	40代	104 100.0					
	50代	104 100.0					
	60代	104 100.0					
職業別 (AC)	会社員・公務員	222 100.0					
	専業主婦(主夫)	116 100.0					
	パート・アルバイト	71 100.0					
	自営(由)業	40 100.0					
	学生	117 100.0					
	その他	17 100.0					
	無職	41 100.0					
容器別 (AC)	キャップ付きプリズマ型	189 100.0					
	テトラ・トップ型	241 100.0					
	キャップ付きゲープルトップ型	141 100.0					
	キャップ付きブリック型	53 100.0					

③1年前と比較して、リキャップ型チルド飲料の購入機会の増減

☞ 1年前と比較して、リキャップ型チルド飲料の購入機会が「(やや)増えた」とした人は43.4%、「(やや)減った」とした人は4.5%となっており、**購入機会に変化のあった人の中では、購入機会が増えた人の方が圧倒的に多いことがわかった。**

この他、《購入実態》に関しては、

- リキャップ型チルド飲料の購入場所、購入金額、購入ポイント
- リキャップ型チルド飲料のブランドスイッチした理由
- 他容器からリキャップ型チルド飲料へのスイッチ状況とその理由、他

などを調査・分析しています。

《リキャップ型チルド飲料の評価》

①リキャップ型チルド飲料についての評価を一部抜粋しました😊

👉「その商品のブランドが好きである」のウエイト平均は高く、**リキャップ型チルド飲料のブランドに対して多くの人が好印象を持っている**といえる。

👉一方で、「商品の中味に対して価格が割高に感じる」「商品を置いている店が少ない」も「そう思う」傾向にあることから、**リキャップ型チルド飲料の“価格面”“店舗での取扱い状況”に不満を感じている**ことがわかった。

凡例	ウエイト値	Q24 リキャップ型チルド飲料について、評価をお聞きします。以下の質問にそれぞれお答えください。						
		全体	とてもそう思う (+2.00)	ややそう思う (+1.00)	どちらでもない (+0.00)	あまりそうは思わない (-1.00)	まったくそうは思わない (-2.00)	ウエイト有効ケース数
【その商品のブランドが好きである】	2	624 100.0	[Redacted]				624	0.61
【品揃えが豊富である】	1	624 100.0					624	0.21
【賞味期限が長い】	0	624 100.0					624	0.21
【商品の中味に対して価格が割高に感じる】	-1	624 100.0					624	0.32
【商品を置いている店が少ない】	-2	624 100.0					624	0.26

この他、《リキャップ型チルド飲料の評価》に関しては、

- 容器に関する満足点及び不満点
- 中味に関する評価

などを調査・分析しています。

凡例		ウエイト値		Q25 今後もあなたはリキャップ型チルド飲料を飲みたいと思いますか？該当するもの一つだけお答えください。					
ウエイト値		全体	飲用したい	やや飲用したい	どちらでもない	あまり飲用したくない	飲用したくない	ウエイト有効ケース数	ウエイト平均
飲用したい	2		(+2.00)	(+1.00)	(+0.00)	(-1.00)	(-2.00)		
やや飲用したい	1								
どちらでもない	0								
あまり飲用したくない	-1								
飲用したくない	-2								
全体		624	132	323	159	8	2	624	0.92
		100.0	21.2	51.8	25.5	1.3	0.3		
性別	男性	312							
		100.0							
	女性	312							
		100.0							
年代別(AC)	10代	104							
		100.0							
	20代	104							
		100.0							
	30代	104							
		100.0							
	40代	104							
		100.0							
	50代	104							
		100.0							
	60代	104							
		100.0							
職業別(AC)	会社員・公務員	222							
		100.0							
	専業主婦(主夫)	116							
		100.0							
	パート・アルバイト	71							
		100.0							
	自営(由)業	40							
		100.0							
学生	117								
	100.0								
	その他	17							
		100.0							
	無職	41							
		100.0							
容器別(AC)	キャップ付きプリズマ型	189							
		100.0							
	テトラ・トッポ型	241							
		100.0							
	キャップ付きゲブルトッポ型	141							
	100.0								
	キャップ付きブリック型	53							
		100.0							

《今後の飲用意向》

① 今後のリキャップ型チルド飲料の飲用意向

👉 今後のリキャップ型チルド飲料の飲用意向について尋ねたところ、「(やや)飲用したい」と回答したのは**全体の72.9%**にあたる455人であった。

		Q28 次に、あなたは今後どの容器のリキャップ型チルド飲料を飲用したいと思いますか？ 上記の画像を参考に、該当するものを一つだけお答えください。				
		全体	キャップ付きプリズマ型	テトラ・トッ プ型	キャップ付きゲーブル トッ型	キャップ付きブリック 型
全体		455 100.0	163 35.8	205 45.1	59 13.0	28 6.2
性別	男性					
	女性					
年代別(AC)	10代					
	20代					
	30代					
	40代					
	50代					
	60代					
職業別(AC)	会社員・公務員					
	専業主婦(主夫)					
	パート・アルバイト					
	自営(由)業					
	学生					
	その他					
	無職					
容器別(AC)	キャップ付きプリズマ型					
	テトラ・トッ型					
	キャップ付きゲーブルトッ型					
	キャップ付きブリック型					

②今後の飲用したいリキャップ型チルド飲料の容器

👉 今後飲用したいリキャップ型チルド飲料の容器を聞いたところ、「**テトラ・トッ型**」が**45.1%で最多**。以下、「**キャップ付きプリズマ型**」が35.8%、「**キャップ付きゲーブルトッ型**」が13.0%、「**キャップ付きブリック型**」が6.2%となっている。

この他、《今後の飲用意向》に関しては、

- 飲んでみたいリキャップ型チルド飲料の種類・容量
- 今後どのような時にリキャップ型チルド飲料を飲用したいか
- リキャップ型チルド飲料に対する要望
- 飲料全般の飲用機会の増減、他などを調査・分析しています。

詳しい【男女別】【年代別】など属性別の分析は、製品版でご確認くださいませ。

当資料では、リキャップ型チルド飲料の飲用実態や商品評価、問題点を分析することで、今後の商品開発及びマーケティング戦略立案のためのデータとして提案します。ご興味・ご関心がお有りでしたら、お気軽にお問い合わせ下さいませ。

容器に着目！リキャップ型チルド飲料のニーズ調査

【調査方法】

- ◆ Webアンケート調査(A4判10枚程度)
- ◆ 調査エリア:全国エリア
- ◆ 調査対象者:1年以内にリキャップ型チルド飲料を飲用したことがある10～60代の男女
- ◆ 有効サンプル:624

【報告書】

- ◆ 発刊日:2016年9月30日
- ◆ 体裁:A4判コピー製本+CD-ROM
約130頁(分析編・集計編・データ編)
- ◆ 価格:360,000円+税

【調査・分析】 (株)総合企画センター大阪

〒550-0013 大阪市西区新町2-4-2 なにわ筋SIAビル TEL:06-6538-5358
FAX:06-6538-6531 フリーダイヤル:0120-30-6531



<http://www.tpc-osaka.com>