

第3弾

スムージーの飲用実態と商品ニーズを探る

ーサンプルー



1. どのような素材がメインのスムージーを飲用したことがあるのか

		Q あなたは、今までにどのような素材を使用したスムージーを飲用したことがありますか。あてはまるものをすべてお答えください。						
		全体	緑色の素材 (小松菜やほうれん草、キウイなど)がメインのスムージー	黄色の素材 (黄パプリカやグレープフルーツ、パイナップルなど)がメインのスムージー	赤色の素材 (トマトや赤パプリカ、いちごなど)がメインのスムージー	紫色の素材 (ブルーベリー、アサイーなど)がメインのスムージー	その他	覚えていない
全体		624 100.0	430 68.9	321 51.4	279 44.7	286 45.8	6 1.0	38 6.1
性別	男性	311 100.0						
	女性	313 100.0						
年代別 (AC)	20代	127 100.0						
	30代	175 100.0						
	40代	170 100.0						
	50代	152 100.0						
ユーザー別 (AC)	手作りのスムージー	106 100.0						
	市販のスムージー	412 100.0						
	外食店のスムージー	106 100.0						
飲用状況 別 (AC)	現在飲用者	466 100.0						
	飲用中止者	158 100.0						

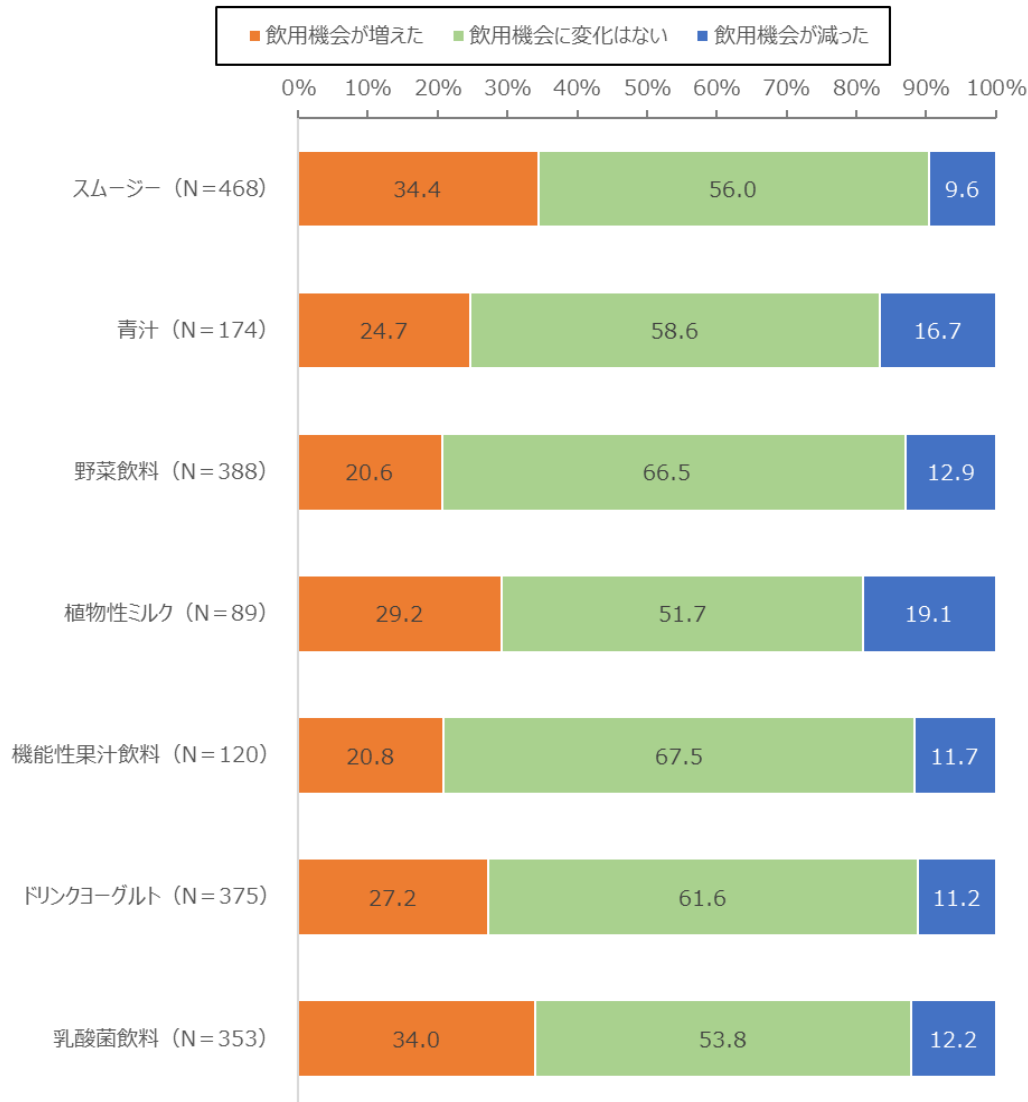
✎ 今までにどのような素材がメインのスムージーを飲用したことがあるのか尋ねたところ、全体では**「緑色の素材(小松菜やほうれん草、キウイなど)がメインのスムージー」とした人が68.9%で最多**となりました。

✎ 男女別にみると、「男性」は「 の素材」、「女性」は「 の素材」をより飲用していることがわかりました。

✎ 年代別にみると、「 代」は様々な種類のスムージーをより飲用していることがわかりました。

2.この1年間(2017年4月～2018年4月)の健康系飲料の飲用機会の増減

健康系飲料の飲用機会の増減 (SA)



✎ この1年間(2017年4月～2018年4月)の健康系飲料の飲用機会の変化を尋ねたところ、「スムージー」の「飲用機会が増えた」とした人は34.4%でした。

✎ 「スムージー」以外の健康系飲料では、「乳酸菌飲料」で「飲用機会が増えた」とした人が34.0%で最も多い結果となりました。

✎ すなわち、**スムージー飲用経験者は「スムージー」以外に「乳酸菌飲料」の飲用機会が増えたケースが多い**といえそうです。

- ✎ また、健康系飲料の飲用機会が増えたことで、逆に飲用機会が減った健康系飲料があるのかといったことも聴取しているのです、健康系飲料間でのシフト状況が把握出来ます。

		Q その健康系飲料の飲用機会が増えたことで、逆に飲用機会が減った健康系飲料飲料はありますか。								
		全体	スムージー	青汁	野菜飲料	植物性ミルク	機能性果汁飲料	ドリンクヨーグルト	乳酸菌飲料	その他
飲用機会が増えた健康系飲料 (AC)	スムージー									
	青汁									
	野菜飲料									
	植物性ミルク									
	機能性果汁飲料									
	ドリンクヨーグルト									
	乳酸菌飲料									

✎ 他にも、健康系飲料それぞれどのような目的で飲用しているのかを聴取しているので、「スムージー」と他の健康系飲料の飲用目的に違いがあるのかということも明らかにしています。

		Q 主にどのような目的でその健康系飲料を飲用していましたか。 以下の選択肢より、それぞれ該当するものをすべてお選びください。																			
		全体	美肌	健康の維持管理	体質改善	アンチエイジング	デトックス	ダイエット	メタボ対策	食事代替	デザート、スイーツとして	リラックス・気分転換	小腹満たし	便秘解消	アレルギー対策	生活習慣病予防	止渴（喉の渇きを潤す）目的	免疫力向上	野菜不足の解消	ビタミン補給	栄養補給
飲んだことがある健康系飲料 (AC)	野菜メインのスムージー																				
	果物メインのスムージー																				
	ナッツ類・シード類メインのスムージー																				
	青汁																				
	野菜飲料																				
	植物性ミルク																				
	機能性果汁飲料																				
	ドリンクヨーグルト																				
乳酸菌飲料	8																				

また、スムージーの飲用実態や市販のスムージーの評価、市販のスムージーに対する今後の意向などを「男女別」「年代別」に細かく分析しています。詳しくは製品版をご確認くださいませ。

【調査内容】

1. スムージーの飲用状況
2. 市販のスムージーの評価
3. 健康系飲料の飲用状況
4. 今後の市販のスムージーの商品像

【調査方法】

- WEBによるアンケート調査
- 調査エリア：全国
- 対象：スムージーの飲用経験がある20～50代の男女
626サンプル（現在飲用者468人/飲用中止者158人）

【販売価格】

◆ 360,000円+税

【資料体裁】

調査実査日	2018年4月11日～4月13日
発刊日	2018年5月11日
体裁	A4判カラーコピー製本+CD-ROM版

【サンプル構成】

男女別	サンプル数	男女別	サンプル数
男性	313	20代	128
女性	313	30代	176
合計	626	40代	170
		50代	152
		合計	626



【CD-ROM収録内容】

- 1) 本文PDF
- 2) 本文パワーポイント
- 3) データ編（基本クロス集計・単純集計・ローデータ・調査票・FAリスト）

【調査・分析】 TPCマーケティングリサーチ株式会社

〒550-0013 大阪市西区新町2-4-2 SIA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

TPCビブリオテック（online shop）：<http://www.tpc-osaka.com/>