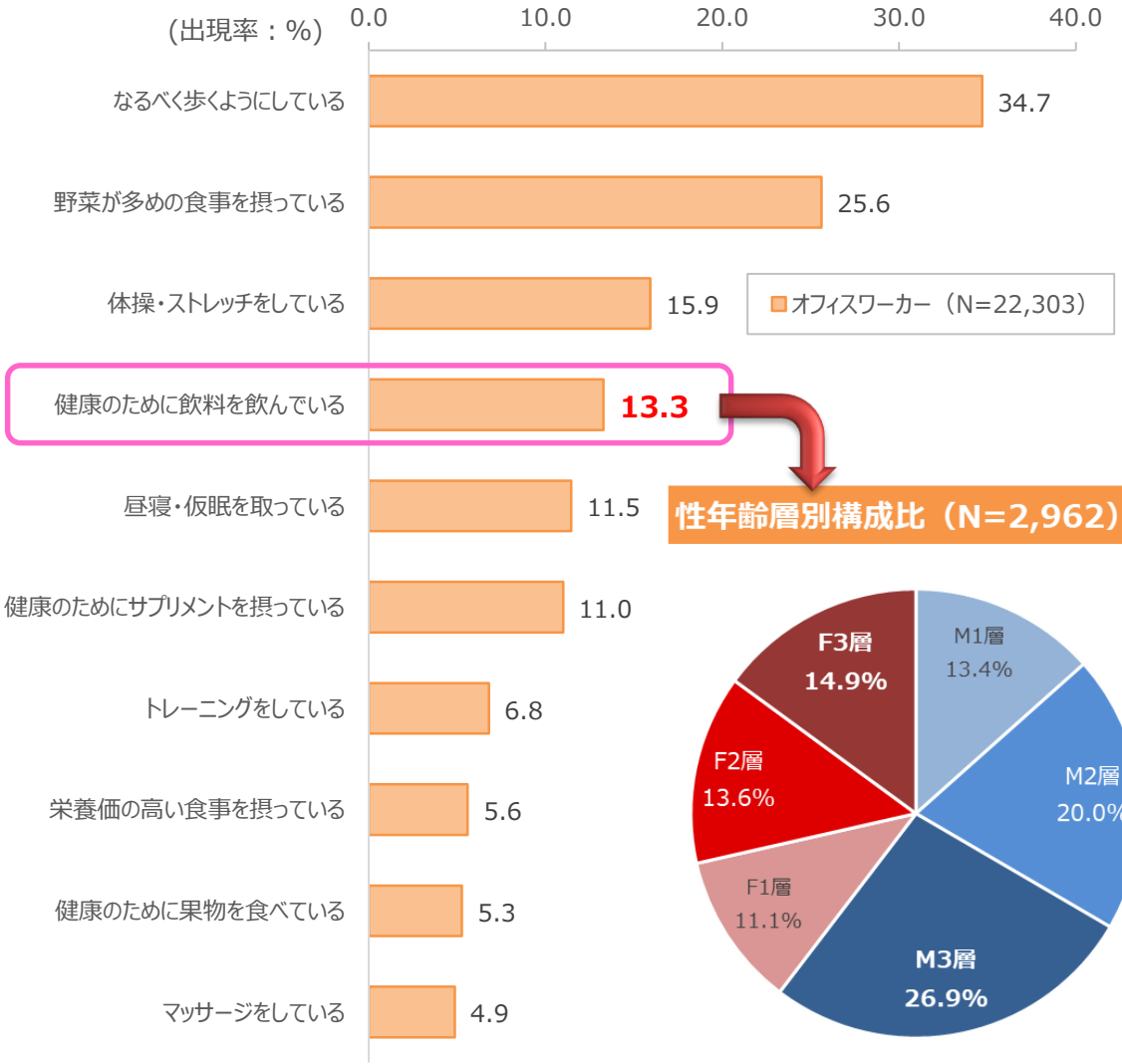
オフィスで飲む健康ドリンクの受容性調査

ーサンプルー

オフィス・事務所で普段から健康を意識して行っていること

オフィス・事務所で普段から健康を意識して行っていること



性年齢層別構成比（N=2,962）

Q　現在お仕事をされている場所で、自身の健康を意識して普段から行っていることはありますか。（MA）

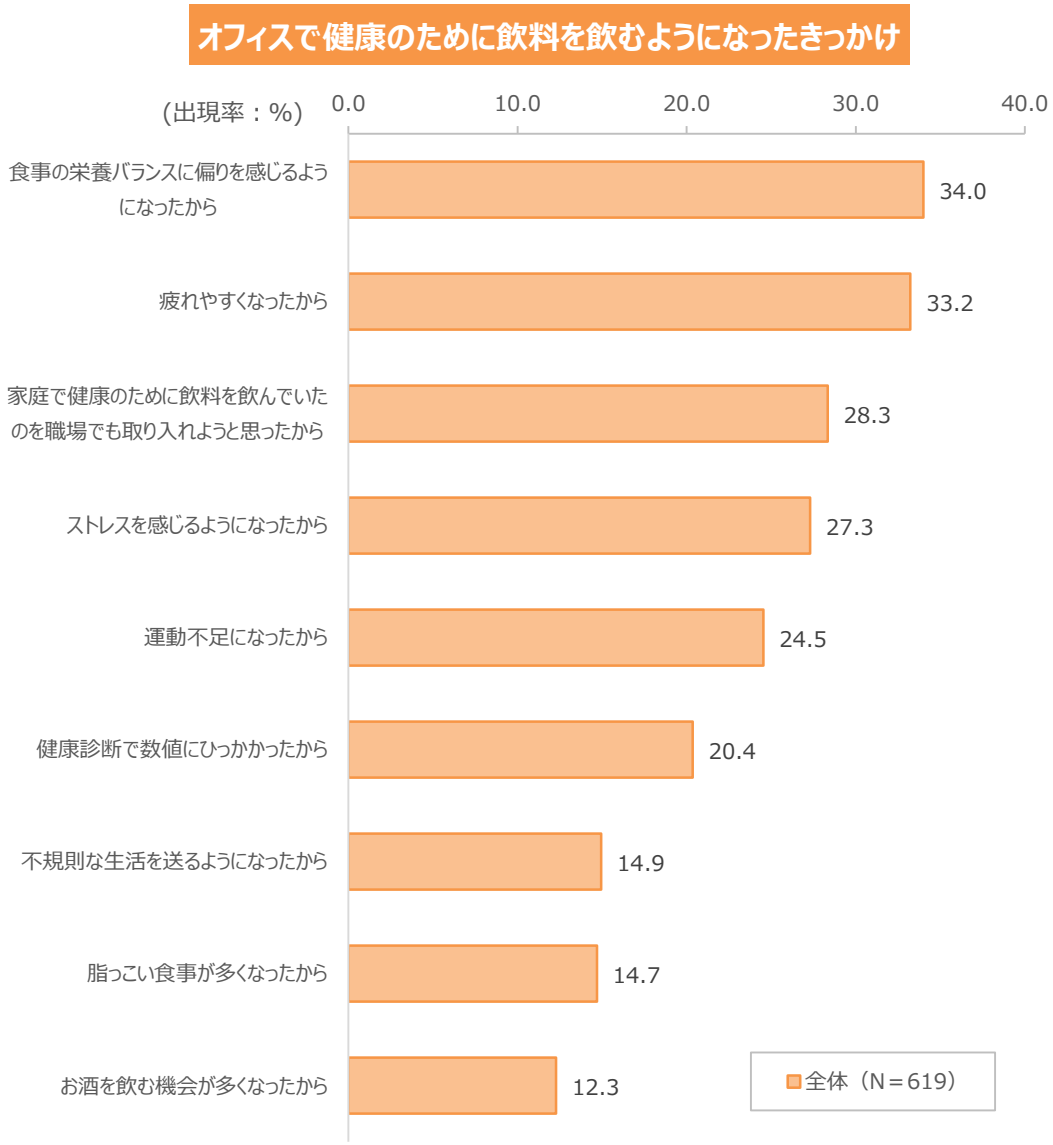
- 現在の仕事場で、自身の健康を意識して普段から行っていることを聞いたところ、オフィスワーカー2万2,303人の回答は「なるべく歩くようにしている」が34.7%でトップとなった。以下、「野菜が多めの食事を摂っている」が25.6%、「体操・ストレッチをしている」が15.9%、「健康のために飲料を飲んでいる」が13.3%で続いています。
- 当レポートの対象となる「健康のために飲料を飲んでいる」について着目すると、その内訳は性別を問わず年齢が上がるほど構成比が高くなっています。
- すなわち、「健康のために飲料を飲んでいる」というセルフケアをオフィスで行っているオフィスワーカーは男女ともに高年層の人でより多いことがわかりました。

飲料分野でオフィスワーカーの健康需要を開拓するには、高年層のニーズを把握するのが重要！

当レポートでは、「健康のために飲料を飲んでいる」というセルフケアを「週に1日以上」行っている人を本調査の対象としています。

© TPC Marketing Research

オフィスで健康のために飲料を飲むようになったきっかけ



Q　あなたが普段からオフィス・事務所で健康のために飲料を飲むようになったきっかけは何ですか。（MA）

- 全体では「食事の栄養バランスに偏りを感じるようになったから」とした人が34.0%で最も多く、次いで「疲れやすくなったから」が33.2%と3割台で続いてます。
- 以下、「家庭で健康のために飲料を飲んでいたのを職場でも取り入れようと思ったから」が28.3%、「ストレスを感じるようになったから」が27.3%、「運動不足になったから」が24.5%、「健康診断で数値にひっかかったから」が20.4%などとなっています。

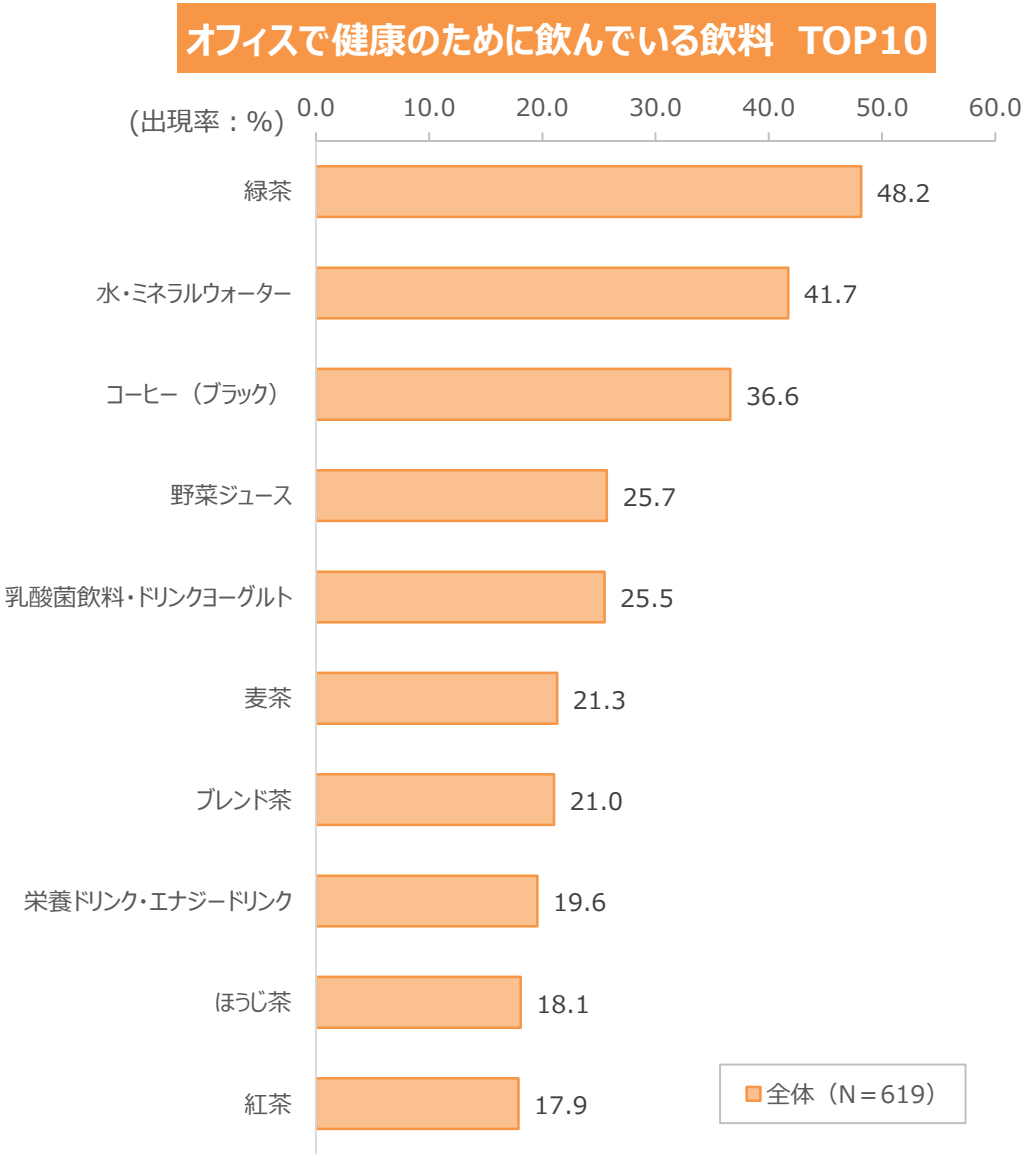
↓

- 性年齢層別にみると、「食事の栄養バランスに偏りを感じるようになったから」は「　　層」、「疲れやすくなったから」は「　　層」、「家庭で健康のために飲料を飲んでいたのを職場でも取り入れようと思ったから」は「　　層」でより多くなっています。
- また、男女ともに年齢が若いほど「　　」「　　」「　　」の出現率が高くなる傾向がみられました。

当レポートでは、性年齢層別や消費者のライフスタイル分析から命名したクラスター別など複数の属性でデータを分析しています。詳しくは製品版をご確認くださいませ。

© TPC Marketing Research

オフィスで健康のために飲んでいる飲料の種類



Q　普段からオフィス・事務所で健康のために飲んでいる飲料の種類についてあてはまるものをすべてお答えください。（MA）

- オフィスで健康のために飲んでいる飲料の種類を聞いたところ、トップ10は左グラフの通りとなりました。
- トップは「緑茶」で48.2%、2位は「水・ミネラルウォーター」で41.7%、3位は「コーヒー(ブラック)」で36.6%、4位は「野菜ジュース」で25.7%、5位は「乳酸菌飲料・ドリンクヨーグルト」で25.5%などとなっています。

- 性年齢層別にみると、「緑茶」は「　　」層、「水・ミネラルウォーター」は「　　」層、「コーヒー(ブラック)」は「　　」層、「野菜ジュース」は「　　」層、「乳酸菌飲料・ドリンクヨーグルト」は「　　」層」でより飲用率が高くなっています。
- また、上位5種類のうち、年齢が若いほど「M層」では「　　」、「F層」では「　　」を飲んでいる人が多くなっていることがわかりました。

この他、当レポートでは、**「オフィスでも家庭でも健康のために飲まれている飲料の種類」**や**「家庭では健康のために飲んでいるがオフィスでは飲まない飲料の種類」**についても調査しています。さらに、「家庭では健康のために飲まれている飲料がなぜオフィスでは飲まれないのか？」その理由についても調査・分析しています。詳しくは製品版をご確認くださいませ。

© TPC Marketing Research

就業者の健康を意識した機能性表示食品やオフィス置き型サービスの受容性について

«就業者をターゲットにした機能性表示食品»

現在定期的に購入している商品

1位 「はたらくアタマに　ワンダ　アシストブラック」
(アサヒ飲料)

2位 「ヤクルト1000」
(ヤクルト本社)

3位 「はたらくアタマに　サポートカルピス」
(アサヒ飲料)

この他、

- 商品の購入ポイント
- 各商品コンセプトのイメージ
- 今後購入したいと思うヘルスクレーム

などを調査・分析しています。

詳しくは製品版をご確認くださいませ。

«就業者の健康を意識したオフィス置き型サービス»

職場で導入されているサービス

1位 「オフィスおかん」

2位 「KIRIN naturals」

3位 「TAVENAL」
「オフィス・シュガーレディ」

この他、

- オフィス置き型サービスの利用頻度
- 各サービスの評価
- 各サービスの内容についてのイメージ
- 今後利用したいと思うサービスのコンセプト

などを調査・分析しています。

詳しくは製品版をご確認くださいませ。

© TPC Marketing Research

この他、オフィスで健康のために飲んでいる飲料について、「期待している健康効果」や「求めている機能訴求」などを分析しています。詳しくは製品版をご確認くださいませ。

【調査内容】

1.オフィスで健康のために飲む飲料の摂取実態
2.オフィスで健康のために飲む飲料の今後の受容性
3.就業者をターゲットにした機能性表示食品の受容性
4.就業者の健康を意識したオフィス置き型サービスの受容性
5.被験者のワークスタイル・ライフスタイル

【調査方法】

- WEBによるアンケート調査
- 調査エリア：全国
- 対象：「週に1日以上」オフィス・事務所で「健康のために飲料を飲んでいる」20～60代のオフィスワーカー620サンプル

※上記対象者を抽出するにあたり、20～60代の会社員・公務員の男女4万サンプルを対象とした予備調査を実施している。

※また、“全体の結果≒世の中”と解釈するため、予備調査の結果を元にしたウエイトバック集計を行っている。なお、それに伴いN数や出現率に誤差が生じている。

【販売価格】

◆ 680,000円＋税

【資料体裁】

調査実査日	2019年11月27日～12月5日
発刊日	2019年12月26日
体裁	A4判カラーコピー製本＋CD-ROM版

【サンプル構成】（ウエイトバック集計後）

男女別	サンプル数
男性	376
女性	244
合計	619

年代別	サンプル数
20代	88
30代	129
40代	139
50代	146
60代	118
合計	619

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
www.tpc-cop.co.jp/
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/

IS 598110 ISO27001

© TPC Marketing Research