

健康関連カテゴリーの飲用が増加 男性は野菜系飲料、女性はミネラルウォーター 「東急エージェンシー飲料調査」2007を発表

株式会社東急エージェンシー(本社:東京都港区赤坂4-8-18、代表取締役社長:五十嵐正、資本金:36億3750万円、設立:1961年3月1日)は、このほど2007年版の「東急エージェンシー飲料調査」を発表しましたので、ご案内申し上げます。

■2007年は健康関連カテゴリーの飲用が増加

〈市販飲料平均飲用量伸長ランキング〉

「東急エージェンシー飲料調査」は94年より毎年実施され、今年で14年目となる。

07年の特徴は、健康効果を期待して飲用する飲料の平均飲用量が増加していること。カロリーがなくデトックスで奨励される「水(ミネラルウォーター)」を始め、「天然果汁100%飲料」「野菜系飲料」といった栄養素を摂取できる飲料、「機能性ドリンク」「乳酸菌飲料」といった特定の成分による効果が得られる飲料が増加している。飲料を飲む目的として、食事時の飲用や止渴だけでなく、健康増進が大きくなる予兆が見られる。

伸長 ランキン グ	平均 飲用量 前年差	カテゴリー名称	平均飲用量	
			06年	07年
1	0.35	水(ミネラルウォーター)	2.05	2.40
2	0.25	天然果汁100%飲料	0.73	0.98
3	0.22	野菜系飲料	0.84	1.06
4	0.12	機能性ドリンク・健康飲料	0.43	0.55
5	0.10	乳酸菌飲料	0.47	0.57

平均飲用量:1週間における飲用量(350ml缶を1とする単位)を加重平均により算出

近年、美容・健康に良いという“デトックス”(解毒・老廃物の排出)という概念では、日常的に水を大量に摂取することが推奨されている。飲用量増加は、日常生活の様々なシーンでミネラルウォーターを飲むという新しい生活習慣を取り入れる人の増加を示していると推察される。

■野菜系飲料は男性、ミネラルウォーターは女性の飲用が多く、飲用シーンが拡大

平均飲用量が伸びた飲料について性年代別の飲用量を集計すると、野菜系飲料は20代後半男性、ミネラルウォーターは20代後半の女性で多く、同じ年代の男女差が見られた。野菜系飲料では「仕事などに一息入れて」「疲れたときに」「雑誌を見たり音楽でも聞きながら」といった食事時以外の日常的な飲用が増加している。ミネラルウォーターでは、自宅や仕事先での飲用が高いが「公園や行楽地など」「道を歩きながら」も伸長しており、生活の中で場所を選ばずに飲用する傾向にあると見られる。

(東急エージェンシー飲料調査とは)

■ 多様な分析が可能な飲料34カテゴリーのデータ

「東急エージェンシー飲料調査」はその年の飲料の購買や飲用状況を把握することを目的に、首都圏に在住する中学生～60歳代の男女個人約2142人を対象に、清涼飲料・乳飲料などの市販飲料からレギュラーコーヒーなどの一般飲料まで含めた全34飲料カテゴリー・30ブランドを対象とし、設問内容は飲用頻度、飲用容器・飲用シーンなど多岐に渡る項目を設定している。

このため特定カテゴリーの飲用実態だけでなく、飲料全体をカバーしたカテゴリー間の比較分析もできる調査データとなっている。また毎年同一の設問で調査しているため、時系列分析によるカテゴリーやブランドのマクロトレンドが把握でき、性別・年代別・職業別などの属性別分析をはじめ多様な分析が可能。

このような特徴を持つことから、飲料メーカー各社を始めとして幅広い業界において消費者研究やマーケティング活動の基礎資料として利用され、高い評価を得ている。

■ 東急エージェンシー飲料調査2007 調査概要

調査対象者 : 中学生～69歳男女個人 (2142サンプル)

調査方法 : インターネット調査

調査期間 : 6月上旬

調査対象カテゴリー:

< 市販飲料 > 24カテゴリー

天然果汁100%飲料 / 果汁飲料 / 果肉入り飲料 / トマトジュース / 野菜飲料 / コーラ / 透明炭酸 / 炭酸フレーバー / 缶コーヒー / コーヒードリンク / コーヒー牛乳 / 紅茶ドリンク / 緑茶ドリンク / 麦茶ドリンク / ウーロン茶ドリンク / その他お茶ドリンク / 水 / スポーツドリンク / 機能性ドリンク・健康飲料 / 栄養ドリンク / 豆乳 / 牛乳 / ドリンクヨーグルト / 乳酸菌飲料

< 一般飲料 > 10カテゴリー

レギュラーコーヒー / 簡易抽出コーヒー / インスタントコーヒー / プレミックスコーヒー / 紅茶 / 緑茶 / 麦茶 / ウーロン茶 / その他お茶 / ココア

< ブランド >

市販飲料主要ブランド

調査内容:

家庭内外それぞれにおける飲料の飲用実態、飲用容器

飲料の銘柄選定時の行動、重視点、自己関与

今後の購入意向

飲料カテゴリーのイメージ

純粹想起飲料ブランド、ブランド別飲用動向

ブランドイメージ など

■ この件に関するお問い合わせ先

株式会社東急エージェンシー

広報部 高橋・西脇

03-3475-9382

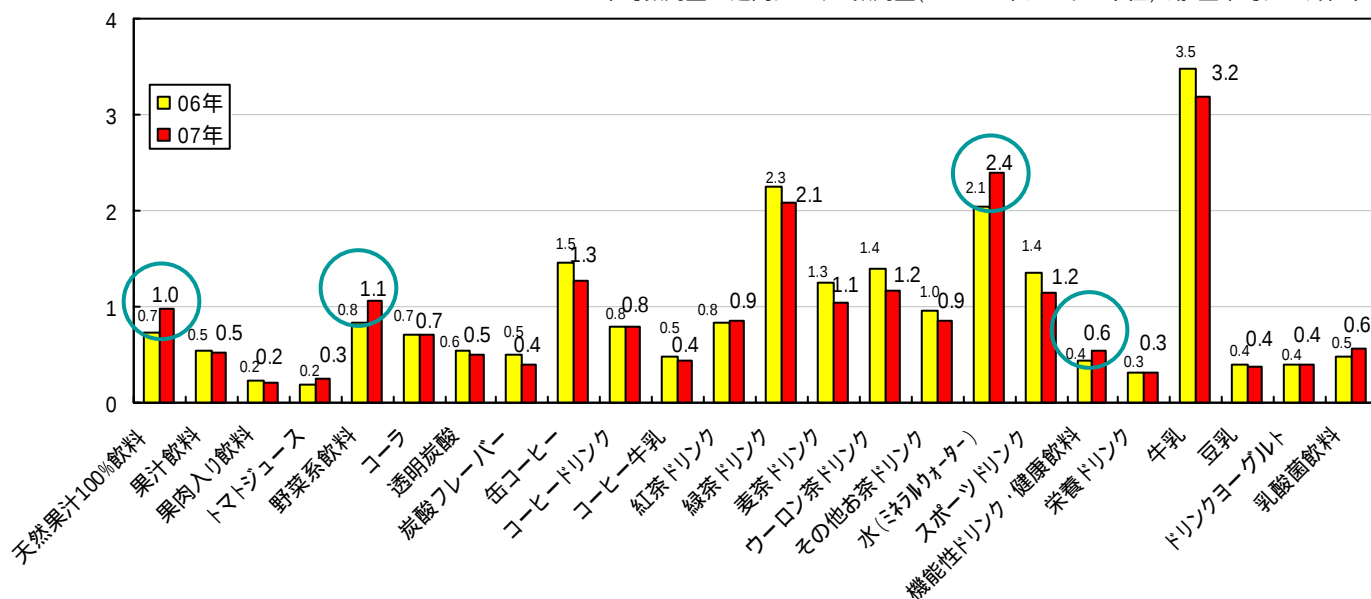
添付資料1：市販飲料カテゴリー別平均飲用量／性年代別平均飲用量

■健康関連カテゴリーの飲用が増加

市販飲料の飲用率を前年と比較すると、「天然果汁100%飲料」「野菜系飲料」「水(ミネラルウォーター)」「機能性ドリンク・健康飲料」「乳酸菌飲料」といった、健康効果を期待して飲用する飲料が増加している。

《市販飲料平均飲用量》

平均飲用量：1週間における飲用量(350ml缶を1とする単位)を加重平均により算出



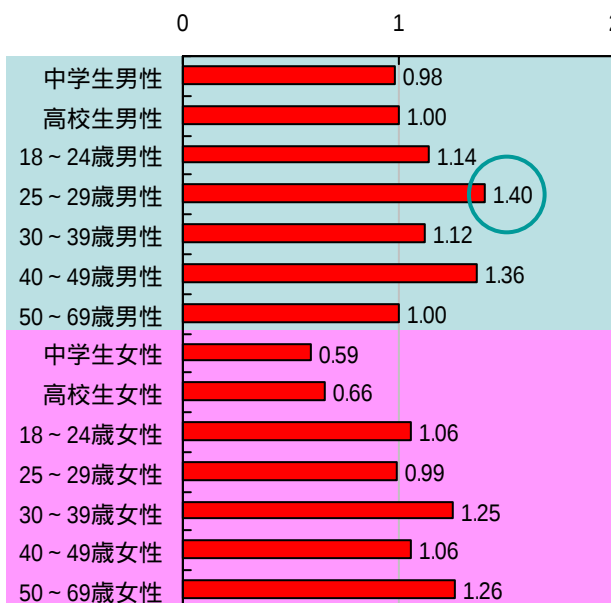
■野菜飲料は男性、ミネラルウォーターは女性

平均飲用量が伸びた健康関連飲料について性年代別の飲用量を集計すると、野菜系飲料は20代後半男性が最も飲む層で、ミネラルウォーターを最も飲むのは20代後半女性であり、飲用カテゴリーによって同じ年代の男女差が見られた。

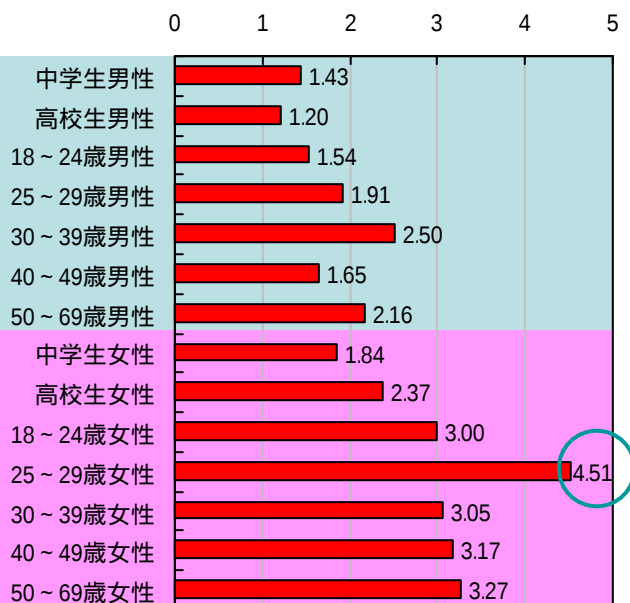
《性年代別平均飲用量 2007》

平均飲用量：1週間における飲用量(350ml缶を1とする単位)を加重平均により算出

野菜系飲料



ミネラルウォーター

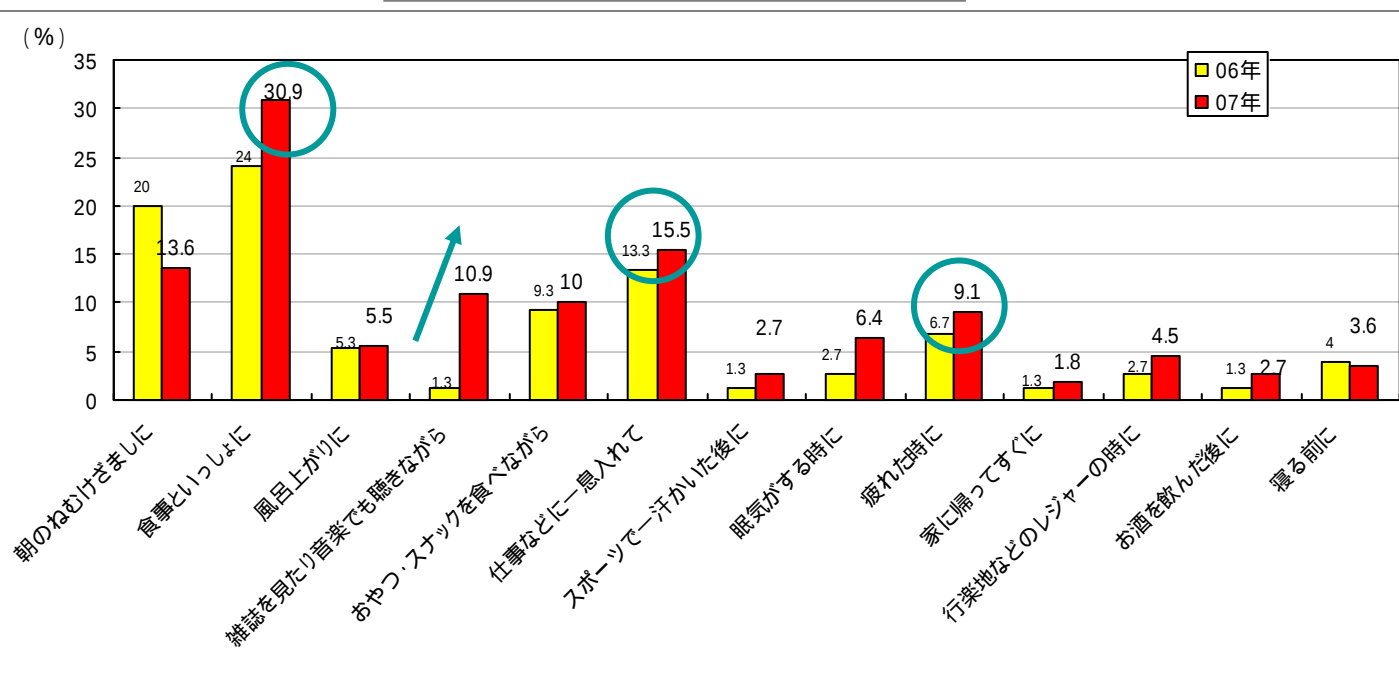


添付資料2：野菜系飲料・ミネラルウォーター・飲料用機会、ミネラルウォーター・飲料用場所

■野菜系飲料は日常の小まめな栄養・エネルギー補給に飲用

「野菜系飲料」の飲用量が最も多い「25-29歳男性」について、飲用機会を前年と比較した。
「食事と一緒に」が最も高く栄養補助の傾向が強いが、「仕事などに一息入れて」「疲れたときに」「雑誌を見たり音楽でも聞きながら」が上昇しており、食事時以外の日常的な飲用が増加している。

《野菜系飲料 飲用機会 25-29歳男性》



■ミネラルウォーターはどこでも飲む飲料に、自宅・仕事場で、歩きながらも飲用

「水(ミネラルウォーター)」の飲用量が最も多い「25-29歳女性」について、飲用場所を前年と比較した。
「自宅」や「仕事先(屋内)」での飲用が多く、かつ伸びている。また「公園や行楽地など」「道を歩きながら」も伸長しており、生活の中で場所を選ばずに飲用する傾向にあると見られる。

《水(ミネラルウォーター) 飲用場所 25-29才女性》

