

# 飲み物総合調査

～お茶・ジュースからドリンク剤まで、  
誰が・どんなシーンで・何を飲んでいるのか～

**飲料の商品開発・マーケティング活動のための  
基本的なデータベースとしてご活用いただけます。  
老若男女の飲み物に関するTPO総合調査です。**

誰もが1日に何度となくいろいろな飲み物を口にしています。自分でいれるお茶やコーヒー、買って飲む清涼飲料、冷蔵庫に入っている麦茶、外食で、自宅で…。一般男女を対象に、飲み物の総合実態調査を実施いたします。日常、誰が、どんなシーンで、どんな飲み物を飲んでいるのか、飲み物のTPOを把握します。

18カテゴリーの飲み物について (1)飲むタイプ、(2)飲む頻度、(3)飲むシーン、(4)よく飲むようになったもの

< A.茶葉などからいれた日本茶・中国茶 >

< B.茶葉などからいれた紅茶など >

< C.レギュラーコーヒー >

< D.インスタントコーヒー >

< E.市販のお茶飲料 >

< F.缶コーヒーなど >

< G.コーラ炭酸飲料 >

< H.サイダー >

< I.炭酸ジュース >

< J.天然果汁100%ジュース >

< K.低果汁ジュース >

< L.トマト・野菜ジュース >

< M.牛乳・乳飲料 >

< N.乳酸菌飲料 >

< O.ミネラルウォーター >

< P.栄養ドリンク >

< Q.スポーツドリンク >

< R.機能性ドリンク >

その他の調査項目

・48のフレーバーについて:(1)好きな果物・食品、(2)ジュースとして飲みたい味や香り

・よく飲むその他の飲み物(ソフトドリンク・アルコール飲料)

・飲み物についての意識と行動

・飲み物の購入チャネル(スーパー・コンビニ・自動販売機・ドラッグストア・テイクアウト・その他)

## 【調査概要】

・調査対象：首都圏の15～69歳の男女個人

・調査方法：「J-FAXリサーチ」システム利用によるFAX調査

・調査サンプル数：有効回収数1,138人(発送数1,400人・回収率81.3%)

・調査期間：2002年11月5日(火)～12日(火)

【調査購入のご案内】本調査は、弊社自主企画の調査のアウトプット一式を複数企業にご購入いただく方式です。

・調査購入費用：定価 450,000円

MDBメンバー価格 380,000円 (消費税別)

・調査のアウトプット

(1)調査報告書：A4判・83ページ・2002年12月発刊

(2)集計結果表：A4判・2分冊合計734ページ・2002年11月発刊

(3)集計データ(CD-ROM)：クロス集計、ローデータ、他一式

本調査の報告書はご参加いただいた企業以外は入手できません。また、データのご利用は社内に限らせていただきます。

**MDB** 株式会社日本能率協会総合研究所  
マーケティング・データ・バンク

[http://www.jmar.co.jp/MDB/hot\\_anq/](http://www.jmar.co.jp/MDB/hot_anq/)

# 飲み物総合調査 調査項目 一覧

## 【18 カテゴリーの飲み物について】

普段1ヶ月に1回以上飲む飲み物のタイプ

- < A . 茶葉などから入れた日本茶・中国茶 > 煎茶/抹茶/玉露/玉緑茶(ぐり茶)/番茶/ほうじ茶/茎茶/粉茶/芽茶/玄米茶/冷たい麦茶(自家製)/温かい麦茶(自家製)/中国茶(ウーロン茶等)/その他のお茶
  - < B . 茶葉などから入れた紅茶など > ホットのミルクティ(砂糖入り)/ホットのミルクティ(砂糖なし)/ホットのレモンティ(砂糖入り)/ホットのレモンティ(砂糖なし)/ホットのストレートティ(砂糖入り)/ホットのストレートティ(砂糖なし)/アイスミルクティ(砂糖入り)/アイスミルクティ(砂糖なし)/アイスレモンティ(砂糖入り)/アイスレモンティ(砂糖なし)/アイスストレートティ(砂糖入り)/アイスストレートティ(砂糖なし)/アップルティ/シナモンティ/その他フレーバーティ/ハーブティ
  - < C . レギュラーコーヒー > ホットのブラック(甘さなし)/ホットの砂糖だけ/ホットのミルク・クリームだけ/ホットの砂糖とミルク・クリーム入り/アイスのブラック(甘さなし)/アイスの砂糖だけ/アイスのミルク・クリームだけ/アイスの砂糖とミルク・クリーム入り/1杯分のカセット・ドリップ式
  - < D . インスタントコーヒー > ホットのブラック(甘さなし)/ホットの砂糖だけ/ホットのミルク・クリームだけ/ホットの砂糖とミルク・クリーム入り/アイスのブラック(甘さなし)/アイスの砂糖だけ/アイスのミルク・クリームだけ/アイスの砂糖とミルク・クリーム入り/1杯分のスティックタイプ
  - < E . 市販のお茶飲料 > 緑茶(日本茶)飲料/麦茶飲料/紅茶飲料(無糖)/紅茶飲料(加糖)/紅茶飲料(加糖・ミルク入り)/ウーロン茶飲料/ジャスミン茶飲料/中国緑茶飲料/ブレンド茶飲料/その他茶飲料
  - < F . 缶コーヒーなど > ホットのブラック(甘さなし)/ホットの砂糖だけ/ホットのミルク・クリームだけ/ホットの砂糖とミルク・クリーム入り/アイスのブラック(甘さなし)/アイスの砂糖だけ/アイスのミルク・クリームだけ/アイスの砂糖とミルク・クリーム入り/ペットボトルのアイスコーヒー/ペットボトルのホットコーヒー/紙パックのアイスコーヒー/カップ容器(要冷蔵)のアイスコーヒー(「カフェラッテ」等)
  - < G . コーラ炭酸飲料 > コーラ炭酸飲料
  - < H . サイダー > 「三ツ矢サイダー」「スプライト」など サイダー
  - < I . 炭酸ジュース > 「ファンタ」「CCレモン」など オレンジ味の炭酸ジュース/グレープ味の炭酸ジュース/乳類風味の炭酸ジュース(「カルピスソーダ」など)/ジンジャーエール/その他の味の炭酸ジュース
  - < J . 天然果汁100%ジュース > オレンジ100%ジュース/りんご100%ジュース/グレープフルーツ100%ジュース/その他の果物100%ジュース
  - < K . 低果汁ジュース > 「Qoo」「なっちゃん」「Gokuri」など オレンジ味のジュース/グレープフルーツ味のジュース/レモン味・はちみつレモン味のジュース/その他の味のジュース
  - < L . トマト・野菜ジュース > トマトジュース/野菜ジュース/トマトジュース(食塩無添加)/フルーツ・野菜混合飲料
  - < M . 牛乳・乳飲料 > 白い牛乳/ローファット・低脂肪乳/濃厚・特濃牛乳/低温殺菌牛乳/LL(ロングライフ)牛乳/カルシウム等を加えた機能性強化牛乳/コーヒー牛乳/いちご牛乳/フルーツ牛乳/その他の牛乳
  - < N . 乳酸菌飲料 > ヨーグルトドリンク(プレーン)/ヨーグルトドリンク(その他フルーツ味など)/乳酸菌飲料(「ヤクルト」「マミー」など)/薄めて飲む乳酸菌飲料(「カルピス」など)
  - < O . ミネラルウォーター > ミネラルウォーター/発泡性ミネラルウォーター
  - < P . 栄養ドリンク > 「オロナミンC」「リポビタミンD」など 小瓶の炭酸入り栄養ドリンク/小瓶の炭酸なしの栄養ドリンク/小瓶のドリンク剤(医薬品・医薬部外品のもの)
  - < Q . スポーツドリンク > 水分の吸収を助けるスポーツドリンク(「ポカリスエット」「アクエリアス」など)/からだのミネラルや栄養素のバランスを保つドリンク(「DAKARA」「アミノサプリ」など)/本格的なスポーツのためのスポーツドリンク(「ヴァーム」「アミノバイタル」など)/水に溶かす粉末タイプのスポーツドリンク
  - < R . 機能性ドリンク > 「ファイブミニ」「C1000タケダ」「ウイダーinゼリー」など ビタミン入りドリンク/ファイバー(食物繊維)入りドリンク/ミネラル(カルシウム・鉄など)入りドリンク/美容・ダイエットのためのドリンク/その他の機能性ドリンク/ゼリー飲料(「ウイダーinゼリー」など)
- < A > ~ < R > の18カテゴリーの飲み物を飲む頻度
- < A > ~ < R > の18カテゴリーの飲み物を飲むTPO・シーン
- < 飲む時間帯 > 朝・朝食時/午前中/昼食時/午後/夕食時/夜・夜中
- < 飲む場所 > 自宅/学校・職場/車中・移動中/飲食店で
- < 飲む場面 > 食事中に/食後に/お弁当と一緒に/おやつに/甘いものと一緒に/タバコと一緒に/お酒の席で/お酒を飲んだ後/家族団らんの時/仲間や友人のおしゃべりの時/一人の時/仕事中・勉強中/休み時間・休憩中/テレビを見ている時/風呂上がりに/寝る前/スポーツ中/スポーツの後/レジャー・旅行の時
- < 飲む時 > のどが渇いた時/お腹が空いた時/汗をかいた時/疲れ・ストレスを感じた時/眠気を覚めたい時/気分をリフレッシュしたい時/栄養バランスや健康を考えた時/店頭・自動販売機で見かけた時/暑い時/寒い時
- < その他 > 常に手元において少しずつ飲む/その他
- < A > ~ < R > の18カテゴリーの飲み物のうち、2~3年前と比べてよく飲むようになったもの

## 【その他の飲み物について】

飲み物の味や素材について (1)好きな果物・食品 (2)ジュースとして飲みたい味や香り

みかん/夏みかん/オレンジ/グレープフルーツ/ピンクグレープフルーツ/レモン/いちご(ストロベリー)/カシス/パイナップル/りんご(アップル)/メロン/スイカ/なし(梨)/洋なし(ラ・フランスなど)/ピーチ(桃)/さくらんぼ(チェリー)/ブルーベリー/クランベリー/ラズベリー/バナナ/キウイフルーツ/巨峰/マスカット/その他のぶどう/マンゴー/パパイア/ザクロ/カリン/梅/ゆず/いちじく/あんず/ブルー/アセロラ/びわ/グアバ/パンプキン(かぼちゃ)/マロン(栗)/サツマイモ/アロエ/トマト/にんじん/セロリ/パセリ/モロヘイヤ/キャベツ/ほうれん草/ゴーヤ

普段1ヶ月に1回以上飲むその他の飲み物

<ソフトドリンク> ココア/豆乳/青汁/ビネガードリンク/甘酒/ノンアルコールビール/シャンメリー

<水など> 水道水/浄水器の水/井戸水や湧き水/スーパーなどの量り売りの水

<ビール・低アルコール飲料など> ビール/発泡酒/チューハイ/カクテルドリンク

<ワインなど> 赤ワイン/白ワイン/ロゼワイン/スパークリングワイン(シャンパン等)

<その他アルコール飲料> 日本酒(冷酒)/日本酒(燗酒)/甲類焼酎/乙類焼酎/ウイスキー/バーボン/ブランデー/ジン・ウォッカ・ラム等/梅酒/中国酒(紹興酒等)/薬用酒

飲み物についての意識と行動

1. 飲み物を選ぶ時には、価格を意識している
2. 飲み物を選ぶ時には、容量・大きさを意識している
3. 飲み物を選ぶ時には、カロリーを意識している
4. 飲み物を選ぶ時には、添加物を意識している
5. 飲み物を選ぶ時には、容器がリサイクルできるかを意識している
6. 飲み物を選ぶ時には、健康にいいものかを意識している
7. 飲み物を選ぶ時には、健康に悪いものが入っていないことを意識している
8. 食事と一緒に水やお茶など飲み物を飲むことが多い
9. 食事と一緒にみそ汁やスープなど汁物を食べる人が多い
10. 食事と一緒に特に水分は摂らないことが多い
11. 食後にはお茶やコーヒーなどを飲む
12. おやつを食べる習慣がある
13. 冷蔵庫にはいつも自家製の麦茶などが冷えている
14. 冷蔵庫にはお茶の大型(1.5~2リットル程度)のペットボトルを冷やしてある
15. 自動販売機でカップ入りのコーヒーをよく買う
16. 喫茶店でコーヒーをよく飲む
17. セルフサービスのコーヒーショップでコーヒーをよく飲む
18. 飲み物の新製品をよく試してみる
19. 家族から勧められた飲み物をよく試してみる
20. 友人から勧められた飲み物をよく試してみる
21. 自宅では家族が買ってきた飲み物を飲むことが多い

飲み物のチャンネルごとの購入頻度

- (1)スーパー (2)コンビニエンスストア (3)飲料の自動販売機  
(4)ドラッグストア (5)飲食店の飲み物のテイクアウト(「マクドナルド」「ドトール」「スターバックス」等)

飲み物を、月に1回以上購入するその他の店

酒屋/酒専門のディスカウントストア/ディスカウントストア/食品・雑貨などの個人商店/販売店(キヨスクなど)/ホームセンター/100円ショップ/高級・輸入食材中心のスーパー/生協の店/生協の共同購入・宅配/通信販売・カタログ販売/インターネットショッピング/自宅への宅配/職場などへの移動販売/スポーツクラブ・ジムなど/スポーツ用品量販店/あてはまるものはない

フェイスシート

- F1.性別 F2.年齢 F3.未既婚:未婚/既婚/離別・死別  
F4.職業・身分:中学生/高校生/大学生・短大・専門学校生/フルタイム勤務(座っている仕事)/フルタイム勤務(身体を動かす仕事)/パート・アルバイト/自営業/専業主婦/無職/その他  
F5.家族構成:一人暮らし/夫婦のみ/夫婦+子供のみ(核家族)/夫婦+子供+祖父母(3世代)/その他  
F6.1日に飲み物を飲む量:( )リットルくらい  
F7.あなたの生活であてはまること:お酒をよく飲む方/お酒はたしなむ程度に飲む/お酒は飲めない方/タバコを吸う/食事が不規則/食べ物の好き嫌が多い/外食が多い/インスタント食品をよく食べる/スナック菓子をよく食べる/自分で普段の食事を用意する/定期的にスポーツをしている/たまにスポーツをしている/普段から体を動かすようにしている/健康には気づかっている/ダイエットしている

**第16弾 健康ニーズ基本調査2002**

健康マーケティングのための必携バイブル

～老若男女の健康意識・ニーズ・行動実態を網羅～

からだに、何を摂り込み・何を排除したい？  
 気になる症状・改善したい症状、気になる健康用語？  
 実行している健康法・健康機器や健康志向食品の利用は？  
 健康のために食べる食品・栄養素は？

- ・調査対象：首都圏の15～69歳の男女個人
- ・有効回収数：1,075人(発送数1,400人・有効回収率76.8%)
- ・調査期間：2002年9月24日～10月1日
- ・価格：定価400,000円(MDBメンバー価格360,000円) 消費税別

**第12弾 新しい味の定着度調査2001**

1996 1998 2001

本格イタリアン、本格中華、エスニックは21世紀の食卓に浸透したか  
 調味料・スパイス・香味野菜・食材などから、

新しい味の家庭の食卓への浸透度を検証します。  
 世界の料理メニューについて、今後の家庭への定着度を占います。  
 首都圏の主婦1,500人を対象に時系列調査を実施、  
 食品マーケットの新商品・ターゲットを見定める基礎データ集。

- ・調査対象：首都圏在住の主婦(20～60代)
- ・有効回収数：1,220人(発送数1,500人、有効回収率81.3%)
- ・調査実施時期：2001年5月31日～6月5日
- ・価格：定価360,000円(MDBメンバー価格320,000円) 消費税別

**第10弾 デザートに関する調査**

果物、ヨーグルト、プリン・ゼリー類、和洋菓子の食用実態を調査  
 どんな味が好まれているのか、フレーバーの嗜好データ情報源

- 【調査カテゴリー】 (1)くだもの (2)プリン・ゼリー  
 (3)ヨーグルト (4)アイスクリーム・シャーベット  
 (5)ケーキ・洋菓子 (6)和菓子

- ・調査対象：首都圏の15～65歳の男女
- ・有効回収数：846人(発送数1,200人、有効回収率70.5%)  
 うち、女性583人/男性263人
- ・調査実施時期：2000年2月22日～3月1日
- ・価格：定価360,000円(MDBメンバー価格320,000円) 消費税別

**<生活者HOTメンバー>登録(無料)のおすすめ**

MDBでは、自主企画による「生活者HOTアンケート」をシリーズ化し、継続的に実施しております。家庭の中の変化に着目し、これから動き出す市場・大きな潮流となるテーマについて、タイムリーな調査を実施しております。

注目市場の基礎データが欲しいが、本格的に自社調査を実施するには時機尚早...このようなテーマを総合的にとらえ、大規模調査を実施し、リーズナブルな費用で傾向値や企画開発のヒントとなる基礎データをご提供しております。

生活者HOTメンバー(無料)にご登録いただければ、新規テーマの調査予告・ご案内と、調査終了のご報告(A4版3～5ページ程度のサマリー)を随時FAXにてご送付させていただきます。

また、生活者HOTメンバーの皆様から調査テーマの募集や調査設計時のご意見募集も随時行なっております。

**FAXフリーダイヤル 0120-881284**

【連絡先・申込書ご送付先】

東京都港区芝公園3-1-38 秀和芝公園三丁目ビル 〒105-0011

(株)日本能率協会総合研究所 MDB

「生活者HOTアンケート」事務局 (担当:土井)

TEL 03-3434-7508 FAX 03-3578-7506

大阪市中央区安土町2-3-13 大阪国際ビル 〒541-0052

(株)日本能率協会総合研究所 MDB大阪

大阪カスタマーセンター (担当:井下)

TEL 06-6261-7610 FAX 06-6261-7612

e-mail <info\_mlmc@jmar.co.jp>

<http://www.jmar.co.jp/MDB/hot\_anq/form.html>

**MDB生活者「HOTアンケート」シリーズ 申込書**

下記にレ印を付け、必要事項をご記入の上、ご送付ください。FAXにてご送信いただいても結構です。

「飲み物総合調査」を購入する。

「飲み物総合調査」に興味がある。(説明が聞きたい、アウトプット・調査票がみたい)

過去のシリーズに興味がある。(説明が聞きたい、調査票がみたい、報告書が見たい)

第16弾 「健康ニーズ基本調査2002」

第10弾 「デザートに関する調査」

第12弾 「新しい味の定着度調査2001」

その他の生活者HOTアンケートシリーズ

<生活者HOTメンバー>に登録する。(登録無料、本シリーズの案内を随時ご送付いたします。)

(MX1001)

200 年 月 日

フリガナ					MDBメンバーコード			
会社名					印			
部課・役職名	フリガナ							
	ご担当者名							
TEL				FAX				
郵便番号	〒	-		e-mail				
住所								
連絡事項	ご請求金額			お支払い予定日				
	円			年 月 日				