2003年8月22日

報道関係各位

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

「甘味に関する嗜好調査2003」結果の速報

― 日本人の９割は甘いもの好き！！―

株式会社日本能率協会総合研究所(代表取締役社長:榮　武男　本社:東京都港区)の運営する情報提供サービス機関**マーケティング・データ・バンク**は、関東（一都六県）に在住する13～69歳の男女を対象に、「甘味に関する嗜好調査2003」を実施しました。

その結果、下記のような実態が明らかになりました。

(http://www.jmar.co.jp/MDB/hot_anq/hotanq18.html)

◆日本人の９割近くは”甘いもの”好き。女子大学生の過半数、女性30代・10代の４割は「非常に好き」な”甘いものフリーク”。

甘いものが「非常に好き」「好き」と回答した人は合わせて68%、「どちらかというと好き」まで合わせると87%。「非常に好き」は女子大学生が56%、30代・10代女性がそれぞれ約４割。

◆「甘い飲料」「あめ」の好みはより弱い甘さ。「チョコレート」は強い甘さも好まれるアイテム。

「甘い飲料」は「甘さを抑えたもの」「ほのかな甘さのもの」が共に4割以上、「あめ」は「甘さを抑えたもの」「ほのかな甘さのもの」が共に4割弱とほぼ同率。「チョコレート」は、「甘いもの」に次いで「甘さを抑えたもの」が3割あった一方、「とても甘いもの」を好きな人が16%で、6アイテム中一番多かった。

◆人気の素材は「生の果物」「生クリーム」「カスタードクリーム」。年配好みの「あんこ」「黒糖」「はちみつ」。

トップは「生の果物」で64%、以下、「生クリーム」「カスタードクリーム」の順。10～40代の若い世代の好みは「生クリーム」「カスタードクリーム」「メープルシロップ」「ミルクチョコ」といったケーキや洋風デザートによく使われる素材、50～60代の年配の世代の好みは「あんこ」「黒糖」「はちみつ」といった和風の素材であった。

【調査概要】

- 調査対象　：関東（一都六県）在住の男女（13～69歳）
- 調査方法　：日本能率協会総合研究所「Ｊ－ＦＡＸリサーチ」システム利用によるＦＡＸ調査
- 有効回収数　：1,181人(発送数1,400人、有効回収率84.4%)
- 調査実施日　：2003年6月12日～6月18日

《本件についてのお問い合わせ先》
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　担当：土井・加納
〒105-0011　東京都港区芝公園３－１－３８　秀和芝公園３丁目ビル４Ｆ
TEL:03-3434-7508　FAX:03-3578-7506　E-mail:info_mlmc@jmar.co.jp

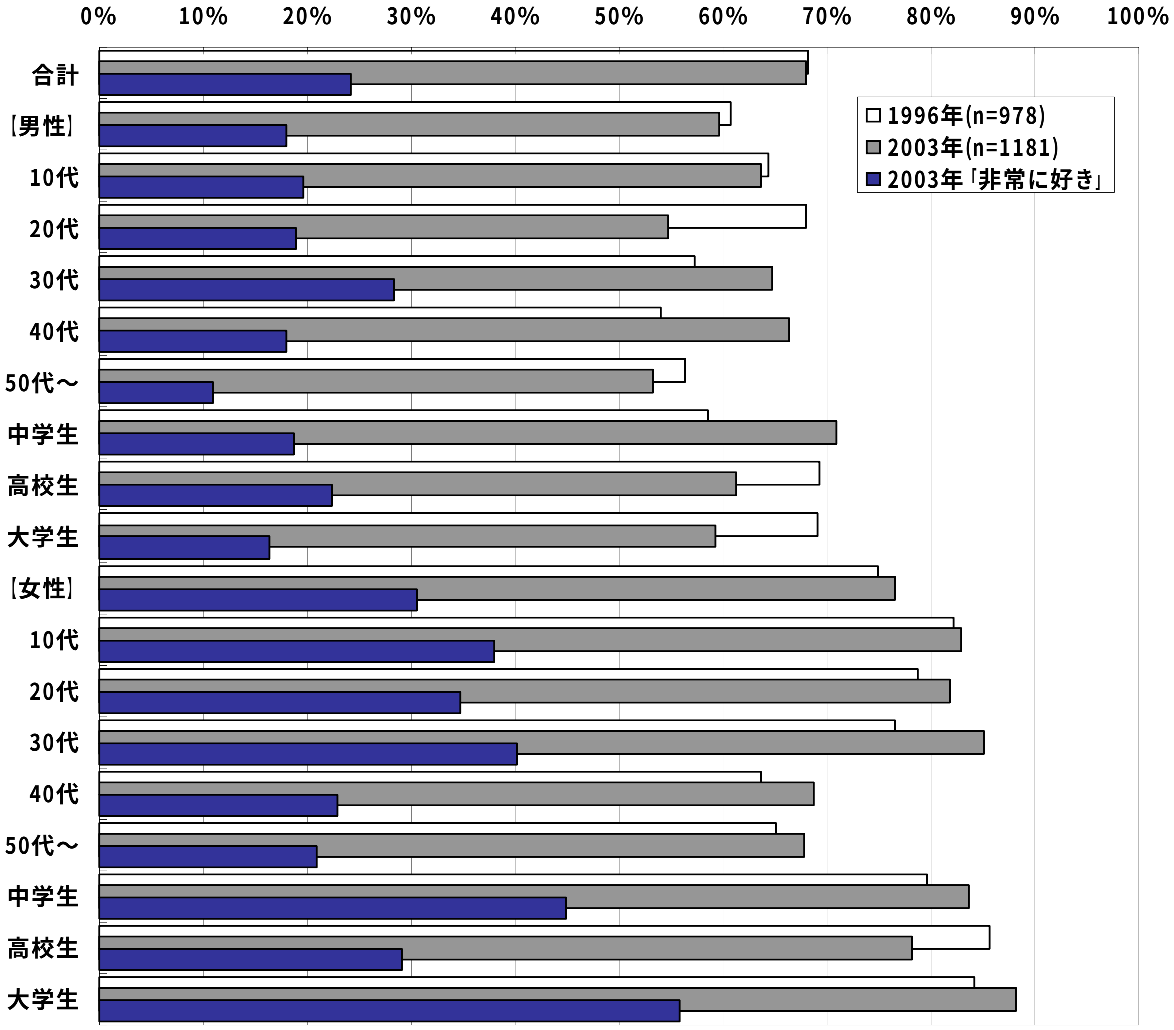
◆日本人の９割近くは ”甘いもの ”好き。
女子大学生の過半数、女性30代・10代の４割は
「非常に好き」な ”甘いものフリーク ”。

”甘いもの ”について好きかどうか聞いたところ、全体では、「非常に好き」「好き」と回答した人は合わせて68%と3人に2人、「どちらかというと好き」まで合わせると87%の人が ”好き ”と回答しています。中でも、「非常に好き」と答えた人は24%と４人に１人いました。一方、「非常に嫌い」「嫌い」「どちらかというと嫌い」と回答した人は合わせて5%に過ぎません。日本人の9割は甘いもの好き、４人に１人は ”甘いものフリーク ”ということができます。

「非常に好き」＋「好き」と答えた人の合計を年代別にみてみました。一番多かったのは、女性30代の85%、次いで女性10代の83%、女性20代の82%の順でした。属性別には女子大学生の88%、女子中学生の84%が多い層でした。中でも、「非常に好き」という回答は、女性30代・10代が約4割、女子大学生が56%、女子中学生が45%と多いのが目立っています。男性では、「非常に好き」＋「好き」の合計で、男子中学生が7割を超えています。

7年前の調査と比較してみると、全体で「非常に好き」＋「好き」が7割弱、「どちらかというと好き」まで合わせると9割弱が ”好き ”という比率は1996年とほとんど変わりません。好き・嫌いの意識の上では、日本人の ”甘さ離れ ”の傾向はほとんど認められませんでした。性・年代・属性別にみて ”甘さ離れ ”が目立ったのが、男性20代、男子大学生、男子・女子高校生でした。逆に「非常に好き」＋「好き」と答えた人の増加が目立ったのが、男性40代、男子中学生、女性30代でした。

あなたは甘いものが好きですか(SA)
（「非常に好き」+「好き」の合計）



◆「甘い飲物」「あめ」の好みはより弱い甘さ。
「チョコレート」は強い甘さも好まれるアイテム。

「ケーキ」「アイスクリーム」「デザート」「チョコレート」「あめ」「甘い飲物」の6アイテムについて、どのような甘味がいいと思うか、32の選択肢を用意してきいてみました。その中から、甘味の強さについての選択肢で比較したのが下のグラフです。

「ケーキ」は「甘さを抑えたもの」がいいと思う人が55％と、6アイテム中一番多く、次いで「甘いもの」が3割弱でした。

「アイスクリーム」は「甘いもの」と「甘さを抑えたもの」が共に4割弱で並んでいます。

「デザート(プリン・ゼリー・ヨーグルトなど)」は「甘さを抑えたもの」がいいと思う人がちょうど半数、次いで「ほのかな甘さのもの」です。

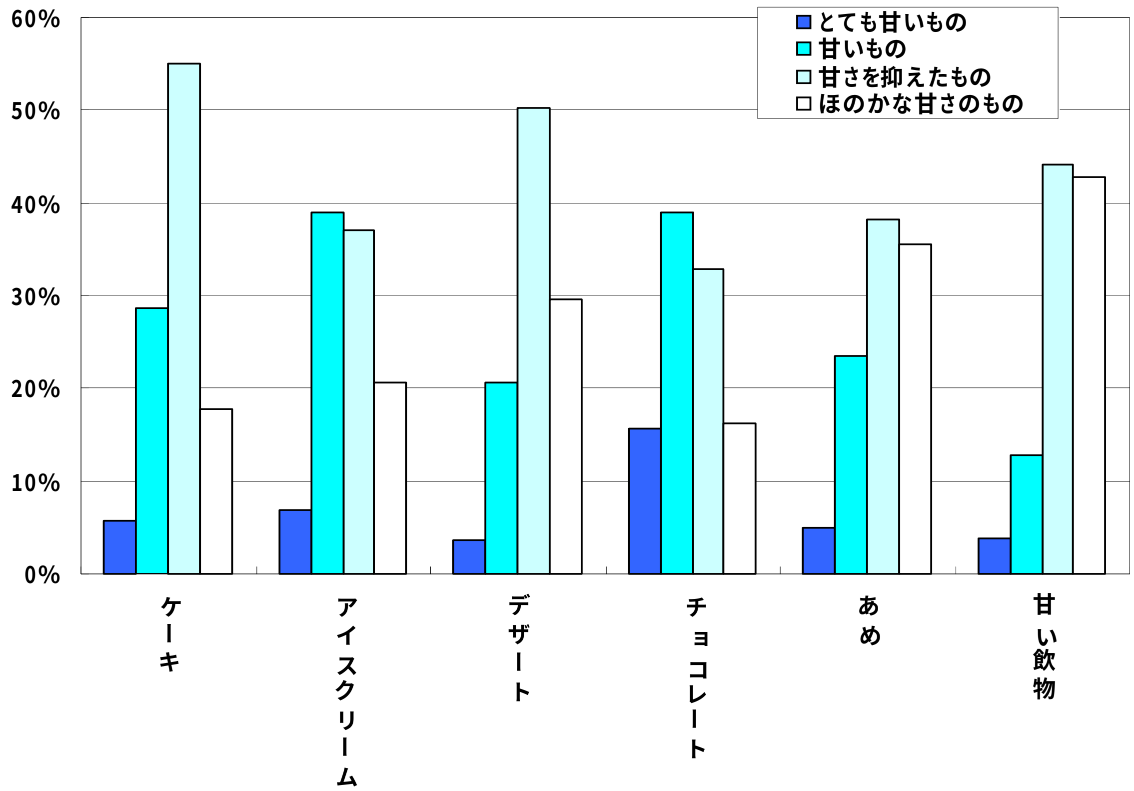
「チョコレート」は「甘いもの」に次いで「甘さを抑えたもの」が共に3割台ですが、「とても甘いもの」を好きな人が16％と、6アイテム中一番多いのが特徴です。

「あめ」は「甘さを抑えたもの」と「ほのかな甘さのもの」が共に4割弱で並んでいますが、次いで「甘いもの」が好きな人も4人に1人いました。

「甘い飲物」は「甘さを抑えたもの」と「ほのかな甘さのもの」が共に4割以上で並んでおり、他を大きく引き離しています。

「甘い飲物」「あめ」「デザート」はより弱い甘さが好まれる傾向のアイテムです。「ケーキ」は「甘さを抑えたもの」が好まれながらも、「甘いもの」を好む人も少なからずいるアイテム、「アイスクリーム」は「甘いもの」と「甘さを抑えたもの」の人気が二分するアイテムです。そして、「チョコレート」は強い甘さを好む傾向が一番大きいアイテムでした。

あなたはどのような甘味のものがいいと思いますか（ＭＡ）



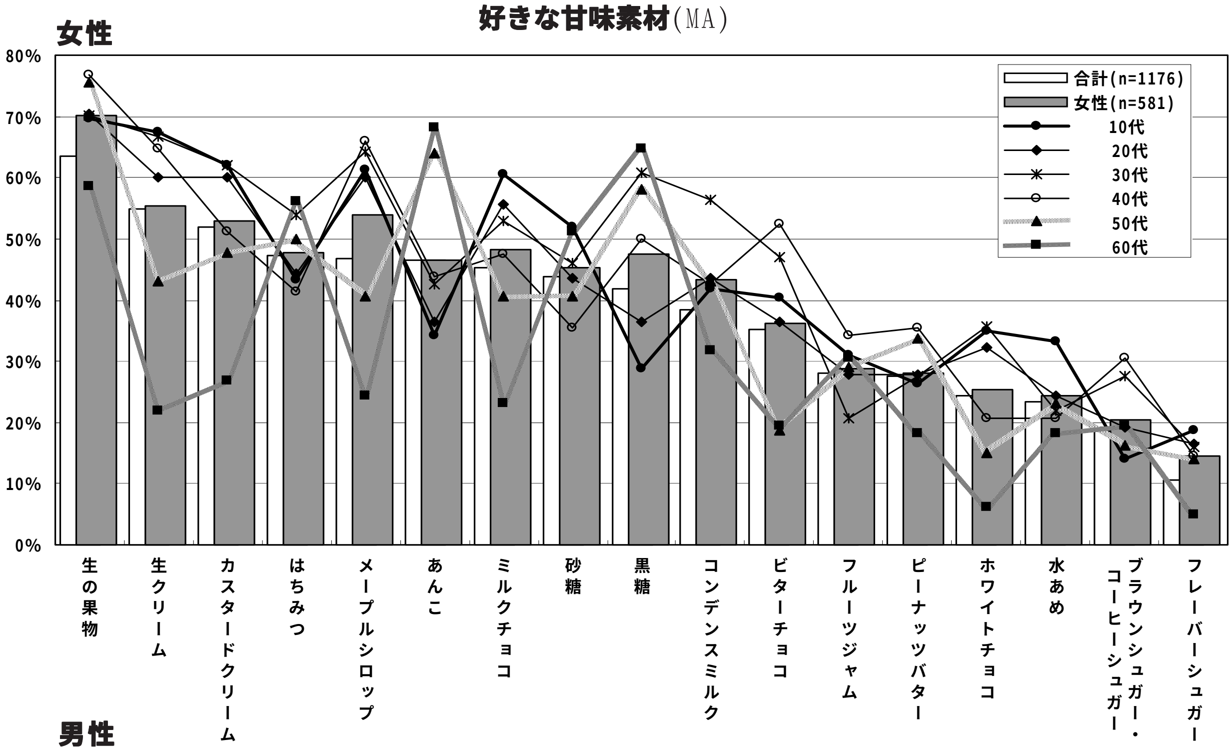
◆人気の素材は「生の果物」「生クリーム」「カスタードクリーム」。年配好みの「あんこ」「黒糖」「はちみつ」。

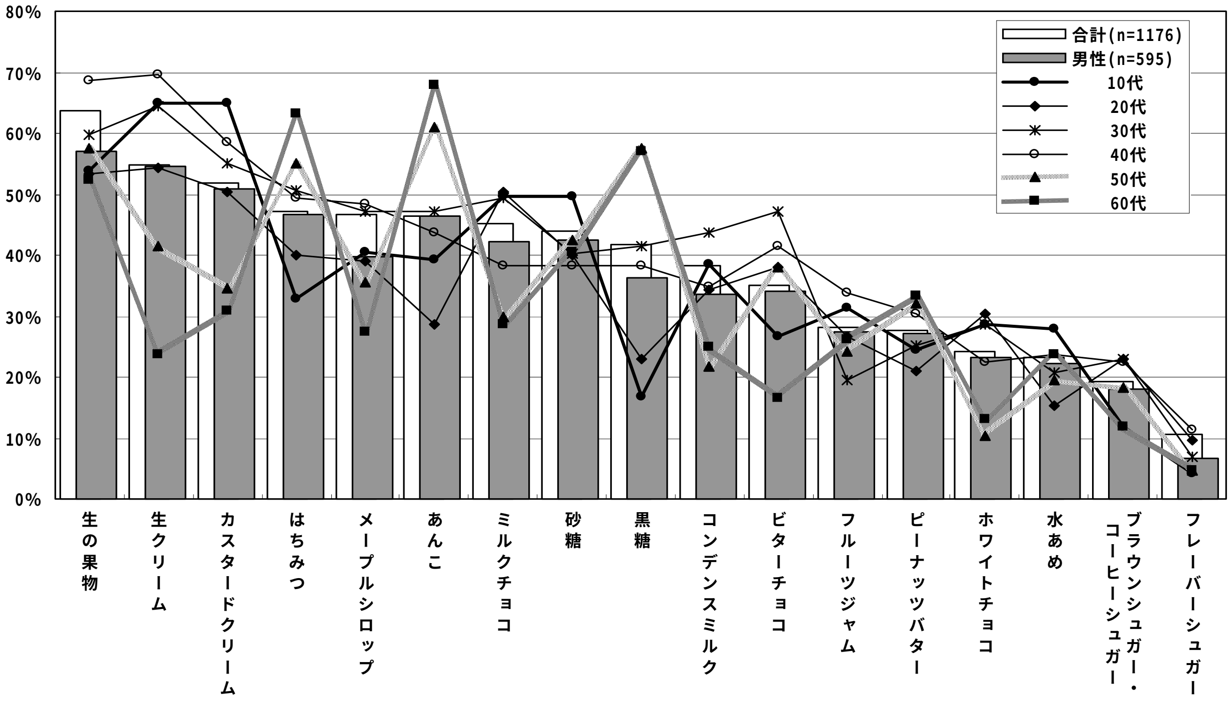
甘いものに使われる素材について、好きなものを聞いてみました。全体でのトップは「生の果物」で64％。以下、「生クリーム」「カスタードクリーム」「はちみつ」と続きます。

女性の上位をみると、「メープルシロップ」が54％と3位に躍進するのが特徴です。年代別の傾向では、10～40代と50～60代で素材の好みが大きく分かれます。より若い世代に好まれている素材は、「生クリーム」「カスタードクリーム」「メープルシロップ」「ミルクチョコ」といったケーキや洋風デザートによく使われる素材。より年配の世代に好まれている素材は、「あんこ」「黒糖」「はちみつ」といった和風の素材でした。50代の中心はすでに "団塊の世代" ですが、甘いものについては "和" が好みのようです。

男性も同様に、若い世代は「生クリーム」「カスタードクリーム」、年配の世代は「あんこ」「黒糖」「はちみつ」を好んでいます。

好きな甘味素材(MA)





今回の「甘味に関する嗜好調査」は、

◆菓子・飲料・デザート他、老若男女の「甘いもの」の嗜好に関する総合データ集です。
1996年「甘味に関する嗜好調査」の継続調査です。

◆甘いものを食べるときは？　何を？　どのような甘さを？
ケーキ・アイスクリーム・プリン・ゼリー・ヨーグルト・菓子パン…
チョコレート・クッキー・あめ・キャラメル・ガム・清涼菓子・和菓子…
炭酸飲料・ジュース・缶コーヒー・スポーツ飲料・ココア・チューハイ…
=>> 求められている甘さの < 質 > は？　好みの < 味 > は？

◆1996年→2003年、「甘さ離れ」は進んだ？　太る？　歯のため？
甘いものは好き？　カロリーを気にして？　ダイエットを気にして？　虫歯を気にして？
甘いものの増減は？　減っているのは何故？　代わりに何を食べている？
<好き・食べたい>と<太る・虫歯>の現実は？　意識のバランスは？

◆<砂糖><甘味料>のイメージ、パッケージ表現の視点を徹底検証！
<砂糖>の良いイメージ・悪いイメージ、<甘味料>の知識・イメージ…
気にするキャッチフレーズ、注意して見る品質表示・栄養成分表示…

【調査入手のご案内】

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　400,000円／ＭＤＢメンバー価格　360,000円　(消費税別)

・調査のアウトプット
(1)調査報告書：A4判・54ページ・2003年8月発行
(2)集計結果表：A4判・449ページ・2003年7月発行
(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。

本調査は菓子・飲料・デザート等のマーケティングの基礎データとして必要不可欠な調査です。今回はその中から、**「甘いものの好意度」「アイテム別甘さの好み」「甘いものの素材の好み」**に焦点を当て結果の速報を報告いたしております。
(http://www.jmar.co.jp/MDB/hot_anq/hotanq18.html)

【マーケティング・データ・バンクとは】

マーケティング・データ・バンクは、社団法人日本能率協会グループのシンクタンク、株式会社日本能率協会総合研究所（社長：榮　武男　本社：東京都港区）が運営する、国内最大級のメンバー制ビジネス情報提供サービス機関です。　(**http://www.jmar.co.jp/MDB/**)。

開設以来30年以上、日本を代表する様々な業種の企業約2,000社の企画／調査／営業／技術部門の方々にご利用いただいております。官庁統計、公開調査資料、業界紙、各種民間企業発表資料など約12万点の蔵書を有し、独自の検索システムを構築いたしております。

各種業界事情に通じ検索手法をマスターしたスタッフにより、さまざまなビジネスデータを提供することが可能です。

電話1本で必要な情報を入手できるシステムとして、年間約12万件のお問い合わせに的確・迅速に対応し、情報収集のパートナーとして高い評価をいただいております。

《本件についてのお問い合わせ先》
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　　担当：土井・加納
〒105-0011　東京都港区芝公園３－１－３８　秀和芝公園３丁目ビル４Ｆ
TEL:03-3434-7508　FAX:03-3578-7506　E-mail:haruko_doi@jmar.co.jp

本件引用の際は、お手数ですが、上記あて掲載紙をご送付ください。