

「甘味に関する嗜好調査2010」結果の速報

— ダイエットより“甘いもの大好き” —

株式会社日本能率協会総合研究所（代表取締役社長：柴 武男 本社：東京都港区）は、13～69歳の男女を対象に、1996年・2003年に引き続き「甘味に関する嗜好調査2010」を実施いたしました。本調査は、日本人の「甘いもの」に関する嗜好と意識・実態を明らかにするため、①甘味の飲食・購入実態、②甘味の嗜好、③甘味嗜好の質について、④カロリー・ダイエットについて、⑤甘味の表示について、調査いたしました。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.biz/hot/hotanq36.html>)

◆日本人の4人に3人は“甘いもの好き”、

女性30・40代、男性40代で“甘味フリーク”増殖中。

全体では「非常に好き」が31%、「好き」まで合せると4人に3人が“甘いもの好き”、2003年から「非常に好き」が6ポイント、「好き」まで合せると7ポイント“甘いもの好き”な人が増加した。

◆「プリン」「高級アイスクリーム」は万人受けスイーツ、

「メロンパン」「ドーナツ」のファンが増加中。

「プリン」「高級アイスクリーム」は7割を超え、2003年から10ポイント以上増加。「メロンパン」は16ポイント増加して50%の人が好き、次いで「ドーナツ」の15ポイント増。

◆カロリー摂りすぎは気になるけれど、

男性40代で「甘いものについては気にしない」人増加。

「非常に気にしている」が13%、「やや気にしている」を併せて68%。気にしている人は「回数を控える」人が44%と最も多いが10ポイント弱減少、特に男性40代では25ポイント減少。

◆女性30代は甘いものが“幸せ”“ごほうび”、

話題で食べる女子高校生、気にしても食べる女子中学生。

「甘いものがあると幸せ」は57%、女性30代では85%。「自分へのごほうびに甘いもの」も女性30代が65%。「話題になった菓子やデザート」は女子高校生で67%、次いで女性20代62%。「ダイエットは気にしているが、甘いものを食べている」は女子中学生で65%。

【調査概要】

- ・調査エリア： 関東（茨城県・栃木県・群馬県・埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県）
- ・調査対象： 上記エリア在住の13～69歳の男女個人
- ・調査方法： 弊社「モニターリサーチ・システム」利用によるFAX調査
- ・有効回収数： 1,054人（発送数1,400人・有効回収率75.3%）
- ・調査期間： 2010年2月25日（木）～3月2日（火）

※この他の調査結果についてはお問い合わせください。

《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 生活者HOTアンケート事務局 担当：土井
〒100-0004 東京都千代田区大手町2-2-1 新大手町ビル2階
TEL:03-6202-1287 FAX:03-6202-1294 E-mail:info_mlmc@jmar.co.jp

◆日本人の4人に3人は“甘いもの好き”、
女性30・40代、男性40代で“甘味フリーク”増殖中。

甘いものが好きか嫌いかを聞きました。

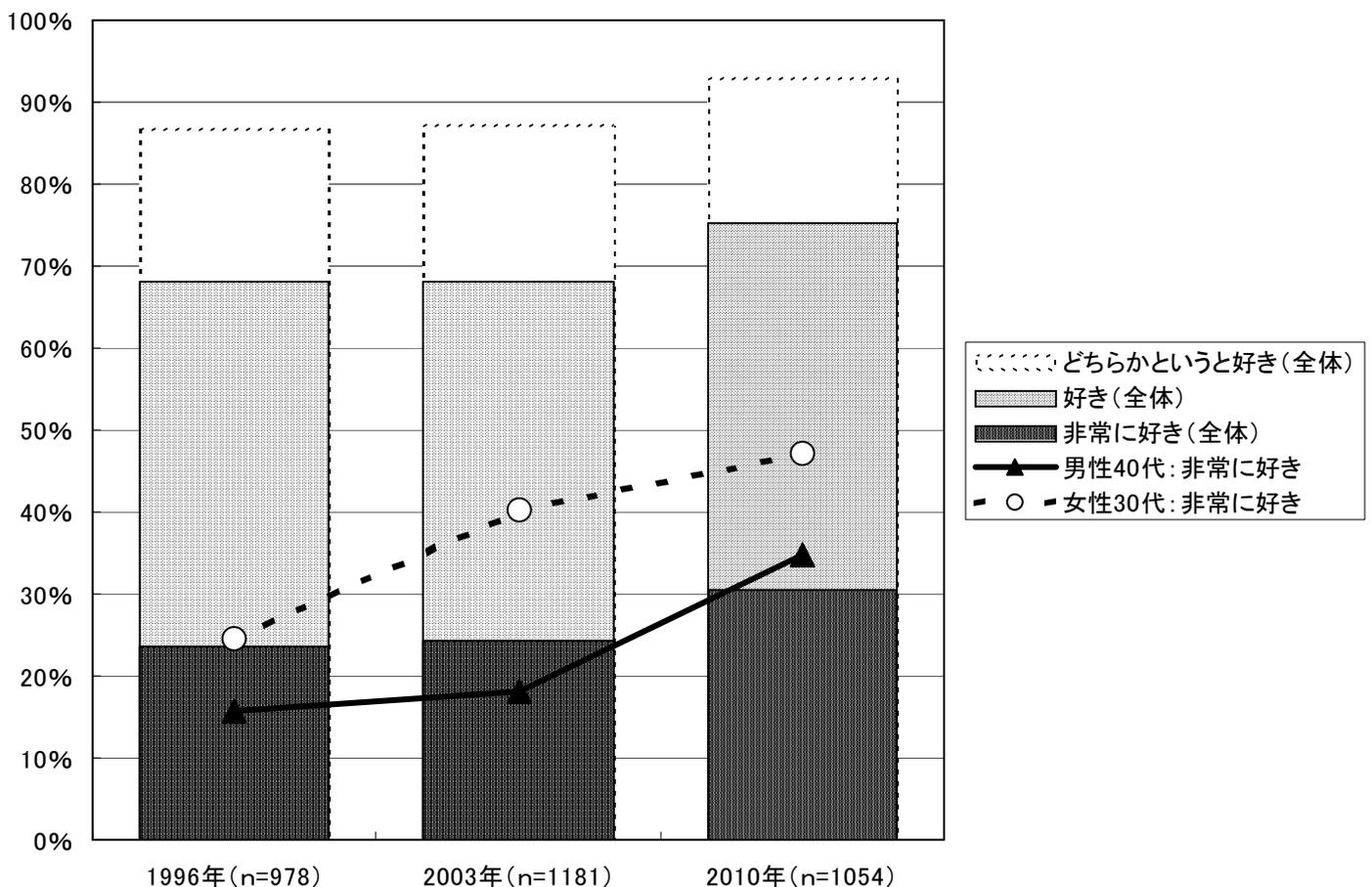
全体では「非常に好き」と答えた人が31%と3割は“甘いものが大好き”な人でした。「好き」まで合せると4人に3人が“甘いもの好き”、「どちらかという好き」まで合せると9割以上の日本人が好きという結果でした。

過去の調査と比較すると、1996年から2003年にかけては、「非常に好き」が4分の1、「好き」まで合せて7割弱とほとんど変化がなかったのですが、この7年間では「非常に好き」が6ポイント、「好き」まで合せると7ポイント“甘いもの好き”な人が増加しています。

日本人の“甘さ離れ”が言われて久しく、1970年代をピークに砂糖の消費量等の凋落傾向が続いていたのですが、ここに来て“甘さに回帰”というトレンドが顕著になってきたようです。

「非常に好き」と答えた人は、男性2割に対し女性4割と、女性のほうが“大好き”な人がちょうど倍という結果でした。男性の中では、40代が35%で最も多く、2003年からの増加率も最も高い年代でした。女性の中では、30代が47%と最も多く、40代は2003年から18ポイント増と増加率が最も高い年代でした。中年男女を中心に、“甘いもの大好き”な人が増殖中です。

図表1 甘いものの好き嫌い (SA)



◆ 「プリン」「高級アイスクリーム」は万人受けスイーツ、
「メロンパン」「ドーナツ」のファンが増加中。

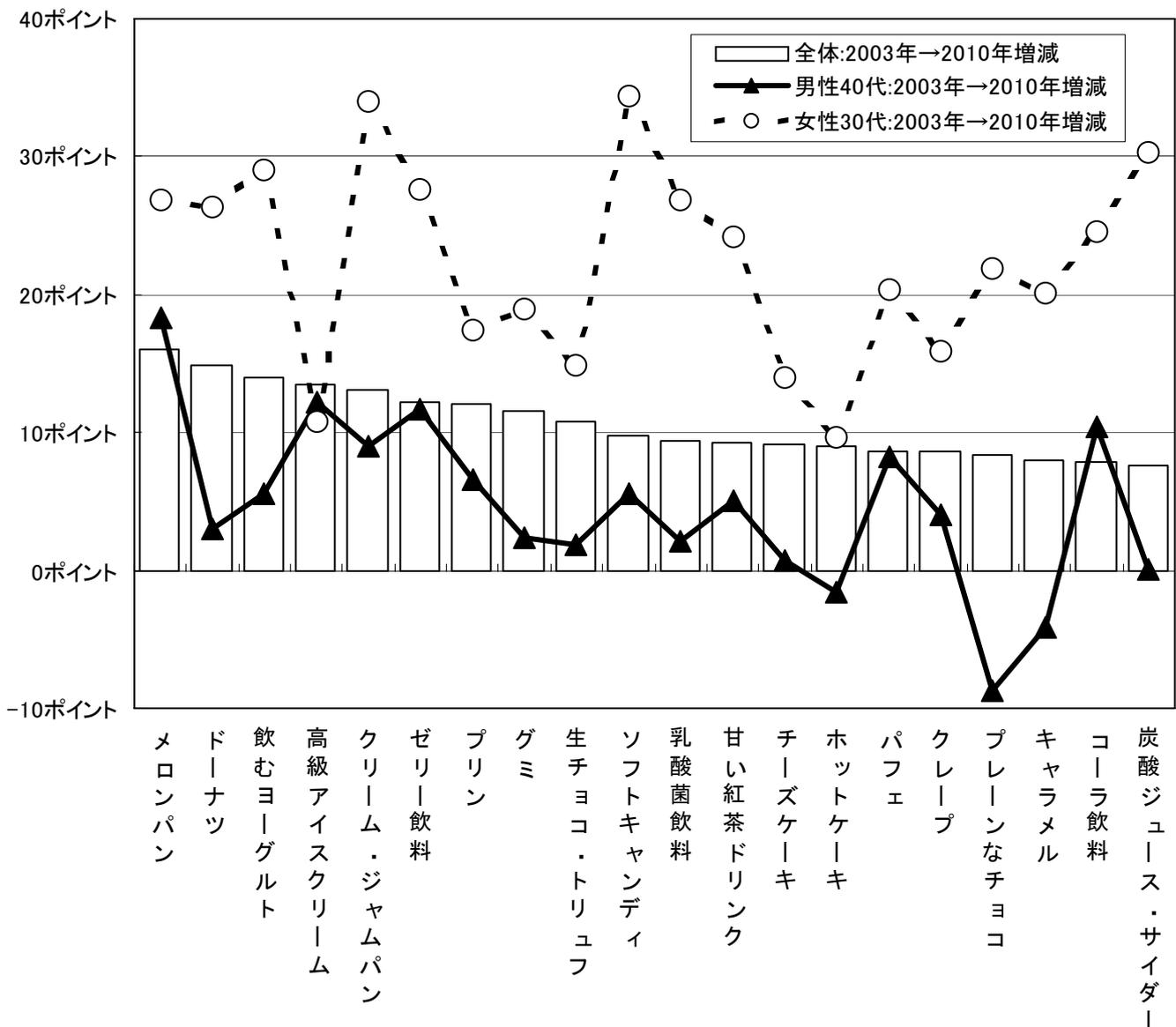
75項目のデザート・菓子・甘い飲み物を挙げ、好きなものを答えてもらいました。2003年と比較可能な55項目のうち、増加したのが47項目、減少したのが8項目と、大多数の甘いものは好きな人が増えているという結果でした。増加した上位20項目をランキングにしたのが図表2です。

「プリン」「高級アイスクリーム」は、好きな人が7割を超え、全75項目中の1位・2位で、2003年から10ポイント以上増加しています。誰もが好きで、その裾野も拡大しているスイーツです。

増加率が最も大きかったのが「メロンパン」で、全体で16ポイント増加して50%の人が好きと答えました。次いで「ドーナツ」の15ポイント増、「飲むヨーグルト」の14ポイント増と続きます。

甘いもの好きが最も多い女性30代では、12項目が20ポイント以上増加し、特に「ソフトキャンディ」「クリームパン・ジャムパン」「炭酸ジュース・サイダー」は30ポイント以上増加したのが目立っています。男性の中で甘味フリークの多かった男性40代では、「メロンパン」が18ポイント増加し、「コーラ飲料」が10ポイントと全体の増加率を上回ったのが目立ちます。

図表2 好きな甘いもの増加率ベスト20 (MA)



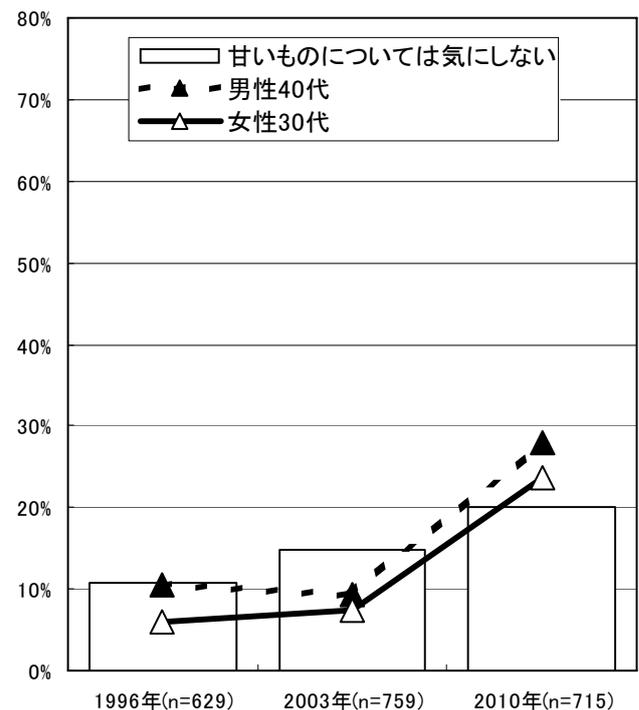
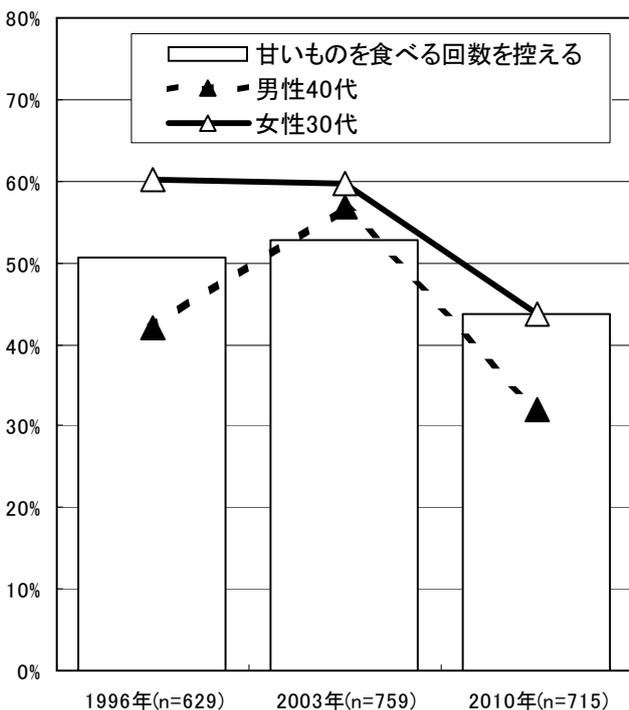
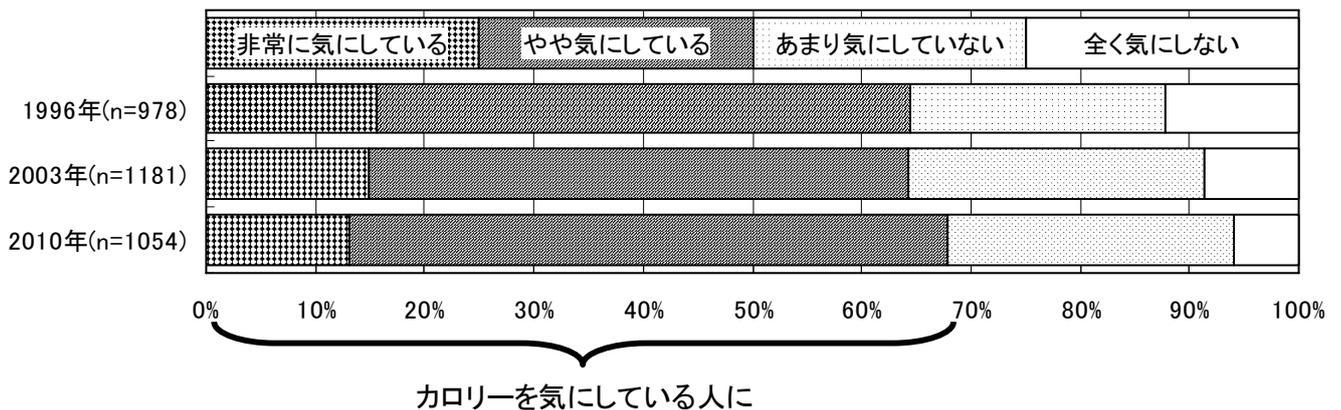
◆カロリー摂りすぎは気になるけれど、
男性40代で「甘いものについては気にしない」人増加。

カロリーの摂りすぎを気にしているか聞いたところ、「非常に気にしている」が13%、「やや気にしている」を併せたカロリーを気にしている人は全体で68%と3人に2人でした。過去の調査と比較すると、気にしている人は増加傾向ですが、「全く気にしない」は減少傾向です。

カロリーを気にしている人に、甘いものの摂取について聞いたところ、「甘いものを食べる回数を控える」人が44%と最も多く、次いで「甘さの程度の低いものを選ぶ」人が3人に1人、「低カロリー甘味料のものを選ぶ」「甘いものについては気にしない」がともに約2割でした。

回数制限する人は、2003年と比較して10ポイント弱減少しており、特に男性40代では25ポイント減少と目立っています。一方、気にしない人は5ポイント増加、男性40代では19ポイント増加し「回数を控える」と同等に約3割という結果でした。ここ数年、「メタボ」と騒がれ、取りすぎでやり玉に挙がったはずの男性40代が、開き直りなのか、堂々と甘いもの好きと宣言するようになったのか、カロリーを気にしながらも甘いものについては気にせず食べているようです。

図表3 カロリーの摂りすぎ感 (SA) と甘いものの摂取 (MA)



◆女性30代は甘いものが“幸せ”“ごほうび”、
話題で食べる女子高校生、気にしても食べる女子中学生。

様々な甘いものについての考え方について、当てはまるものを選んでもらいました。

「甘いものがあると幸せな気分になる」は、全体では57%、女性平均では7割を超えます。特に女性30代では85%にも達します。「自分へのごほうびに甘いもの」も女性30代が最も多く65%でした。

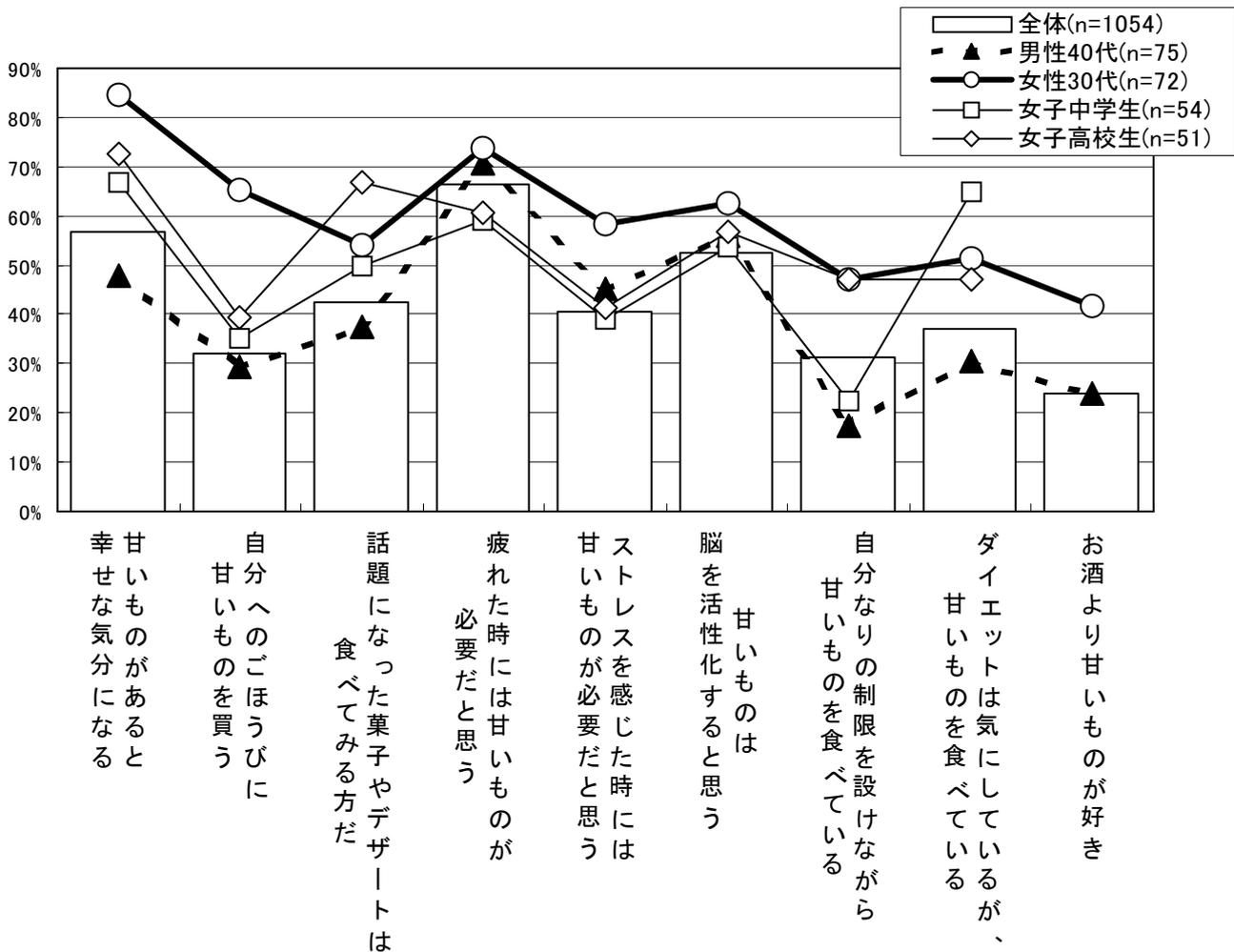
「話題になった菓子やデザートを食べしてみる」は、全体では4割ほどでしたが、女子高校生で最も多く67%、次いで女性20代62%でした。

甘いものが「疲れた時必要」「ストレスを感じた時必要」「脳を活性化する」といった考え方は、女性のほうが男性より多いもののその差は少なく、特に男性40代では男性の中で最も多く目立っていました。

「自分なりの制限を設けながら甘いものを食べている」は、女性、特に60代・30代・女子高校生に多く、甘いものの誘惑に負けないよう制限している様子が見受けられます。「ダイエットは気にしているが、甘いものを食べている」は女子中学生で65%と最も多く、太ることは気になるが、まだまだ食欲のままにという様子でしょう。

「お酒より甘いものが好き」は女性30代・20代で4割を超えて特に多かったのですが、男性の中でも20～40代では4人に1人がお酒より甘いものと答えています。

図表4 甘いものについての考え方 (MA)



「甘味に関する嗜好調査2010」は、13～69歳の男女を対象に、菓子・飲料・デザート他、「甘いもの」に関する嗜好と意識・実態を明らかにするため、下記項目について調査しました。

- ①甘味の飲食・購入実態
- ②甘味の嗜好
- ③甘味嗜好の質について
- ④カロリー・ダイエットについて
- ⑤甘味の表示について

また、1996年・2003年に「甘味に関する嗜好調査」を実施しており、本調査はその継続調査です。

本調査は、菓子・飲料・デザート他、「甘いもの」マーケティングのための総合データ集です。今回はその中から、「甘いものの好き嫌い」「好きな甘いもの」「カロリーの摂りすぎ感と甘いもの摂取」「甘いものについての考え方」に焦点をあて、男性40代・女性30代の結果を中心に、速報を報告しております。
(<http://www.jmar.biz/hot/hotanq36.html>)

【調査購入のご案内】

本調査は、弊社自主企画による調査に複数企業にご参加いただく方式で実施し、以下のアウトプット一式を提供いたします。

- ・購入費用：定価400,000円(税込420,000円) /MDBメンバー価格360,000円(税込378,000円)
- ・調査のアウトプット
 - (1) 調査報告書：A4判・57ページ・2010年4月発行
 - (2) 集計結果表：A4判・562ページ・2010年4月発行
 - (3) 集計データ(CD-ROM)：クロス集計、ローデータ、他

※本調査の成果物の著作権は(株)日本能率協会総合研究所が保有します。

※弊社は、本調査にご参加・購入いただいた企業(法人・個人)以外には、成果物を提供いたしません。ただし、本調査を告知するための限定的な利用、及び発刊から一定期間経過後はこの限りではありません。

※本調査の成果物のご利用はご参加・購入いただいた企業(法人・個人)の内部でのご利用のみに限らせていただきます。

《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 生活者HOTアンケート事務局 担当：土井
〒100-0004 東京都千代田区大手町2-2-1 新大手町ビル2階
TEL:03-6202-1287 FAX:03-6202-1294 E-mail:info_mlmc@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。