

報道関係者各位

平成21年8月3日
株式会社 クロス・マーケティング
(東証マザーズ3629)

「飲料」に関する調査

普段最も飲用するビール系飲料は「ビール」がトップ！しかし、高頻度飲用者では「第3のビール」が4割超える

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都中央区 代表取締役社長:五十嵐 幹)は、全国20～69歳の男女を対象に、「飲料」に関する調査を実施いたしました。

■調査背景・目的

昨今、飲料業界においては、消費者の健康・ダイエット志向が高まる中で、低カロリー商品やカロリーゼロ商品が多く登場しています。また、「第3のビール」の種類が増加するなど、商品ラインナップがめまぐるしく変化しています。そのような状況下で、消費者が飲料を選択する際の基準を探るため調査を実施いたしました。

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング アンケートモニター使用)
調査対象 : 全国20～69歳の男女
調査期間 : 09年7月10日(金)～09年7月12日(日)
有効回答数 : 1,200サンプル(人口構成比に基づいて割付)

■調査結果トピックス

- 普段最も飲用するビール系飲料の種類は「ビール」がトップ。但し、高頻度飲用者では「第3のビール」が4割を超えトップ。
- ビール飲用者の74.0%が「ビール・発泡酒・第3のビールの味は全く違う」と感じるのに対し、第3のビール飲用者では47.8%にとどまる。
- 男性は高年層ほどビールのブランドやメーカーにこだわりが高くなる。
- チューハイは「いつも同じ商品を購入する」が2割を切り、「店内にある商品から購入する」が5割を超えるなど、商品に対するこだわりはあまり高くないといえる。
- 「炭酸飲料」、「機能性飲料」飲用者の4割が低カロリー性を重視。

◆自主調査結果レポートの続きはこちらへ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/request.php>

株式会社クロス・マーケティングについて

株式会社クロス・マーケティングは、国内130万人超の大規模モニターを軸に、生活者の「生」の声を、主にインターネットを活用して収集するマーケティングリサーチ会社です。
生活者の嗜好の多様化や、商品サイクルの短期化に対応するため、ネットリサーチの優位性である「スピード」「コスト」に加え、「品質」を最大限に重視したリサーチサービスを展開しています。
調査企画から設計、実査、集計・分析レポートまで、マーケティングリサーチに関するあらゆるサービスをトータルにサポートいたします。

■本件に関するお問い合わせ先

株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
広報担当: 鷺野(わしの)
Tel: 03-3549-0222 Fax: 03-3549-0221 Mail: pr-cm@cross-m.co.jp

<< 引用・転載時のクレジット表記のお願い >>

本リリースの引用・転載時には、必ずクレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

(例)「クロス・マーケティング調べ」「マーケティングリサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」