

ゼロ飲料に関する調査 (2008年7月度)

ゼロ飲料・・・【カロリーゼロ】もしくは【糖類・糖質ゼロ】を特長として発売されている飲料

詳細データを知りたい時は、こちらにアクセス！

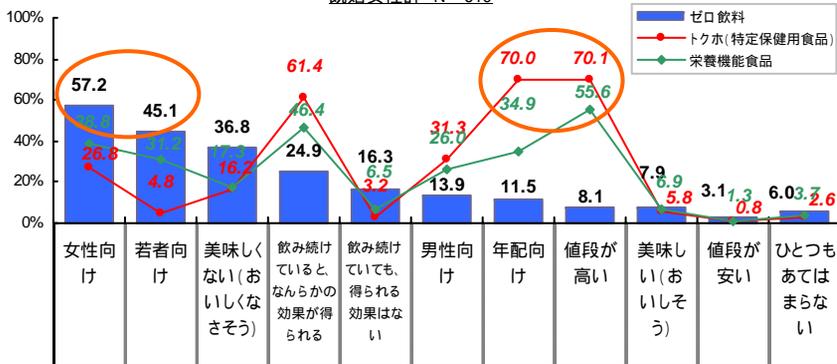
既婚女性全体の【ゼロ飲料】のイメージは、「女性向け」「若者向け」。「値段が高い」「年配向け」などが共通して高かった【トクホ】【栄養機能食品】とは異なる傾向を示す。

【ゼロ飲料】の購入経験は、既婚女性全体の85%に上る。購入ジャンルとしては、「炭酸飲料」「スポーツドリンク」が上位を占めている。

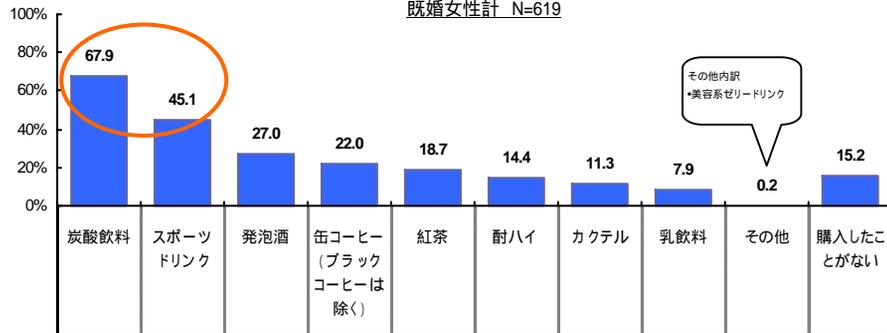
Q. あなたがお持ちになっている【ゼロ飲料】/【トクホ(特定保健用食品)】/【栄養機能食品】に対するイメージをいくつかもお答えください。(MA)

Q. 購入したことのある【ゼロ飲料】のジャンルをすべてお答えください。(MA)

既婚女性計 N=619



既婚女性計 N=619



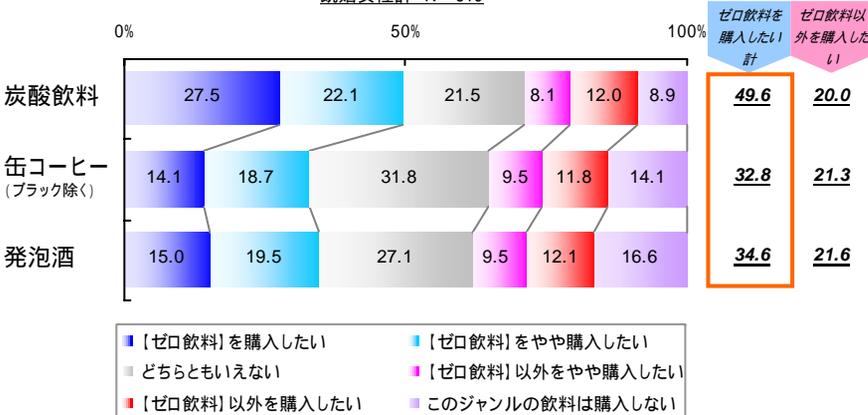
【ゼロ飲料】の方が「それ以外」に比べて購入意向は高い(既婚女性全体)。中でも【炭酸飲料】は、【ゼロ飲料】購入者が約半数見られた。

【ゼロ飲料】の表示基準・表記違いの認知者は、既婚女性全体の2~3割程度であった。

Q. あなたは、以下のジャンルについて【ゼロ飲料】とそれ以外を比べた場合、どちらを購入したいとお考えですか。(SA)

Q. あなたは「100ミリリットル当たりカロリーが5キロカロリー未満」であれば【カロリーゼロ】と表示できる事をご存知でしたか。(SA)
 Q. 「100ミリリットル当たり糖類・糖質が0.5グラム未満」であれば【糖類・糖質ゼロ】と表示できる事をご存知でしたか。(SA)
 Q. あなたは、このアンケートをお答えになる前から、【カロリーゼロ】と【糖類・糖質ゼロ】の2種類の違いをご存知でしたか。(SA)

既婚女性計 N=619



既婚女性計 N=619

