市販の茶飲料における
消費実状

—— 市販の茶飲料に関するお伺い ——

株式会社ウィズプランニング

←元のページに戻る

対象者プロフィール

(1)職業　N=496

	３０代		４０代		計	
自営業	5	2.0%	5	2.0%	10	2.0%
家業手伝	3	1.2%	3	1.2%	6	1.2%
専業主婦	157	63.3%	124	50.0%	281	56.7%
フルタイム勤務	20	8.1%	5	2.0%	25	5.0%
パートタイム勤務	59	23.8%	102	41.1%	161	32.5%
その他	4	1.6%	9	3.6%	13	2.6%
計	248	100.0%	248	100.0%	496	100.0%

(2)店頭モニタリング実施スーパーチェーン名　N=500

	３０代		４０代		計	
西友	70	27.9%	75	30.1%	145	29.0%
ダイエー	77	30.7%	61	24.5%	138	27.6%
ダイエーグルメシティ	5	2.0%	4	1.6%	9	1.8%
ダイエートポス	1	0.4%	2	0.8%	3	0.6%
Ｄマート	8	3.2%	1	0.4%	9	1.8%
ダイエーハイパーマート	1	0.4%	2	0.8%	3	0.6%
ジャスコ	24	9.6%	18	7.2%	42	8.4%
コープかながわ	17	6.8%	30	12.0%	47	9.4%
いなげや	33	13.1%	36	14.5%	69	13.8%
東急ストア	66	26.3%	91	36.5%	157	31.4%
ライフ	53	21.1%	37	14.9%	90	18.0%
カスミ	6	2.4%	2	0.8%	8	1.6%
東武ストア	10	4.0%	5	2.0%	15	3.0%
コモディイイダ	13	5.2%	2	0.8%	15	3.0%
とりせん/ビックジョイ/サントリ	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
オリンピック	30	12.0%	26	10.4%	56	11.2%
大丸ピーコック	32	12.7%	77	30.9%	109	21.8%
ベイシア	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Ａコープ	2	0.8%	1	0.4%	3	0.6%
オザム	2	0.8%	3	1.2%	5	1.0%
京王ストア	6	2.4%	5	2.0%	11	2.2%
ミヤスズ	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
クィーンズ伊勢丹	1	0.4%	11	4.4%	12	2.4%
イズミヤ	6	2.4%	1	0.4%	7	1.4%
イトーヨーカドー	106	42.2%	83	33.3%	189	37.8%
マイカルサティ	20	8.0%	13	5.2%	33	6.6%
マイカルポロロッカ	5	2.0%	3	1.2%	8	1.6%
長崎屋	9	3.6%	6	2.4%	15	3.0%
マルエツ	57	22.7%	52	20.9%	109	21.8%
そうてつローゼン	22	8.8%	22	8.8%	44	8.8%
Ｆｕｊｉ	13	5.2%	14	5.6%	27	5.4%
スーパー三和	16	6.4%	28	11.2%	44	8.8%
京急ストア	9	3.6%	20	8.0%	29	5.8%
ベルク	1	0.4%	0	0.0%	1	0.2%
全体	251	100.0%	249	100.0%	500	100.0%

(3)家族構成

	３０代	４０代	全体
平均家族数	3.90人	4.03人	3.96人
平均年齢（本人）	35.5歳	44.1歳	40.2歳
平均子供数	1.72人	1.89人	1.80人
平均子供年齢	6.8歳	13.9歳	10.6歳

茶飲料の消費について

(4)1.5又は2リットル茶飲料の買い置き

N=498

	３０代		４０代		計	
１年中買い置きをしている	30	12.0%	43	17.3%	73	14.7%
夏場のみ買い置きをしている	24	9.6%	23	9.3%	47	9.4%
ストックせず、都度１本ずつ買っている	126	50.4%	129	52.0%	255	51.2%
ほとんど買わない	70	28.0%	53	21.4%	123	24.7%
計	250	100.0%	248	100.0%	498	100.0%

■上記1～3選択者の購入時の決め手

N=375

		３０代		４０代		計	
価格が安い		140	77.8%	147	75.4%	287	76.5%
容量	1.5リットル	7	3.9%	7	3.6%	14	3.7%
	2リットル	71	39.4%	91	46.7%	162	43.2%
		75	－	96	－	171	－
お茶の種類	緑茶	33	18.3%	40	20.5%	73	19.5%
	ウーロン茶	91	50.6%	110	56.4%	201	53.6%
	ブレンド茶	117	65.0%	108	55.4%	225	60.0%
	麦茶	33	18.3%	44	22.6%	77	20.5%
	その他	8	4.4%	7	3.6%	15	4.0%
		153	－	167	－	320	－
メーカー		12	6.7%	30	15.4%	42	11.2%
ブランド		11	6.1%	17	8.7%	28	7.5%
家族の好み		95	52.8%	124	63.6%	219	58.4%
本人の好み		63	35.0%	50	25.6%	113	30.1%
新製品		37	20.6%	32	16.4%	69	18.4%
チラシのセール商品		73	40.6%	72	36.9%	145	38.7%
店長のおすすめ品		3	1.7%	5	2.6%	8	2.1%
ＴＶＣＭでよく見る商品		36	20.0%	44	22.6%	80	21.3%
味がわかっている商品		83	46.1%	94	48.2%	177	47.2%
その他		2	1.1%	1	0.5%	3	0.8%
全体		180	100.0%	195	100.0%	375	100.0%

■最も重視している購入時の決め手 N=361

	３０代		４０代		計	
価格が安い	57	32.9%	46	24.5%	103	28.5%
容量	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
お茶の種類	32	18.5%	39	20.7%	71	19.7%
メーカー	1	0.6%	1	0.5%	2	0.6%
ブランド	1	0.6%	1	0.5%	2	0.6%
家族の好み	40	23.1%	61	32.4%	101	28.0%
本人の好み	14	8.1%	8	4.3%	22	6.1%
新製品	2	1.2%	0	0.0%	2	0.6%
チラシのセール商品	10	5.8%	9	4.8%	19	5.3%
店長のおすすめ品	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
ＴＶＣＭでよく見る商品	2	1.2%	2	1.1%	4	1.1%
味がわかっている商品	12	6.9%	21	11.2%	33	9.1%
その他	2	1.2%	0	0.0%	2	0.6%
計	173	100.0%	188	100.0%	361	100.0%

(5)家族が好んで飲用する茶飲料の種類 N=1,444

	本人		ご主人		子供		その他		計	
緑茶	63	25.1%	114	27.0%	67	9.6%	43	58.1%	287	19.9%
ウーロン茶	73	29.1%	146	34.6%	167	24.0%	9	12.2%	395	27.4%
ブレンド茶	102	40.6%	111	26.3%	250	35.9%	8	10.8%	471	32.6%
麦茶	26	10.4%	48	11.4%	218	31.3%	5	6.8%	297	20.6%
その他	15	6.0%	27	6.4%	59	8.5%	9	12.2%	110	7.6%
全体	251	100.0%	422	100.0%	697	100.0%	74	100.0%	1,444	100.0%

○○茶について

(6)認知状況 N=500

	３０代		４０代		計	
知っていた	240	95.6%	231	92.8%	471	94.2%
知らなかった	11	4.4%	18	7.2%	29	5.8%
計	251	100.0%	249	100.0%	500	100.0%

(7)認知者の購入経験 N=470

	３０代		４０代		計	
ある	93	38.9%	86	37.2%	179	38.1%
ない	146	61.1%	145	62.8%	291	61.9%
計	239	100.0%	231	100.0%	470	100.0%

(8)2リットルペットボトルの購入経験とそれぞれの理由　N=500

	３０代		４０代		計	
有	37	14.7%	39	15.7%	76	15.2%
無	214	85.3%	210	84.3%	424	84.8%
計	251	100.0%	249	100.0%	500	100.0%

■「有」の人の理由　N=76

	３０代		４０代		計	
ＴＶＣＭを見て	26	70.3%	27	69.2%	53	69.7%
価格が安い	8	21.6%	7	17.9%	15	19.7%
店頭で目立った	7	18.9%	6	15.4%	13	17.1%
デザインが気に入った	3	8.1%	5	12.8%	8	10.5%
おまけ付き	5	13.5%	2	5.1%	7	9.2%
新製品	9	24.3%	10	25.6%	19	25.0%
すでに500mlﾍﾟｯﾄや350ml缶を買い気に入っていた	7	18.9%	8	20.5%	15	19.7%
中国茶である	10	27.0%	10	25.6%	20	26.3%
ブレンド茶である	7	18.9%	6	15.4%	13	17.1%
ネーミングが気に入った	4	10.8%	3	7.7%	7	9.2%
友人のすすめ	3	8.1%	0	0.0%	3	3.9%
家族のすすめ	3	8.1%	4	10.3%	7	9.2%
今回のモニタリング活動がきっかけ	3	8.1%	7	17.9%	10	13.2%
その他	3	8.1%	0	0.0%	3	3.9%
全体	37	100.0%	39	100.0%	76	100.0%

■「無」の人の理由　N=422

	３０代		４０代		計	
知らなかった	31	14.6%	34	16.3%	65	15.4%
店頭で見ない	68	31.9%	64	30.6%	132	31.3%
価格が高い	12	5.6%	8	3.8%	20	4.7%
味がイメージできない	66	31.0%	59	28.2%	125	29.6%
デザインが気に入らない	4	1.9%	5	2.4%	9	2.1%
おいしそうではないイメージ	14	6.6%	8	3.8%	22	5.2%
いつも決まったものを買う	53	24.9%	66	31.6%	119	28.2%
味を知っているものしか買いたくない	21	9.9%	31	14.8%	52	12.3%
友人や家族に不評だった	4	1.9%	11	5.3%	15	3.6%
2リットル入りは買わない	36	16.9%	20	9.6%	56	13.3%
中国茶は買わない	6	2.8%	8	3.8%	14	3.3%
ブレンド茶は買わない	2	0.9%	0	0.0%	2	0.5%
茶飲料を買わない	35	16.4%	20	9.6%	55	13.0%
その他	26	12.2%	32	15.3%	58	13.7%
全体	213	100.0%	209	100.0%	422	100.0%

（９）○○茶の「7つの素材」の認知状況　N=468

	３０代		４０代		計	
ジャスミンチャ	226	96.2%	222	95.3%	448	95.7%
ウーロンチャ	233	99.1%	229	98.3%	462	98.7%
プーアルチャ	220	93.6%	202	86.7%	422	90.2%
ラフマ	7	3.0%	5	2.1%	12	2.6%
セキショウズ	0	0.0%	5	2.1%	5	1.1%
サンザシ	48	20.4%	47	20.2%	95	20.3%
アマチャヅル	161	68.5%	159	68.2%	320	68.4%
全体	235	100.0%	233	100.0%	468	100.0%

■上記で最も魅力を感じるもの　N=472

	３０代		４０代		計	
ジャスミンチャ	95	39.9%	83	35.5%	178	37.7%
ウーロンチャ	38	16.0%	37	15.8%	75	15.9%
プーアルチャ	72	30.3%	80	34.2%	152	32.2%
ラフマ	4	1.7%	5	2.1%	9	1.9%
セキショウズ	4	1.7%	3	1.3%	7	1.5%
サンザシ	5	2.1%	7	3.0%	12	2.5%
アマチャヅル	20	8.4%	19	8.1%	39	8.3%
計	238	100.0%	234	100.0%	472	100.0%

茶飲料全般について

(10)新製品の茶飲料に対する購入スタイル

■2リットルの場合　N=481

	３０代		４０代		計	
買う	36	14.6%	36	15.3%	72	15.0%
買わない	210	85.4%	199	84.7%	409	85.0%
計	246	100.0%	235	100.0%	481	100.0%

■500mlの場合　N=493

	３０代		４０代		計	
買う	235	94.4%	219	89.8%	454	92.1%
買わない	14	5.6%	25	10.2%	39	7.9%
計	249	100.0%	244	100.0%	493	100.0%

(11)500mlペットボトル茶飲料の「スーパー」における購入　N=498

	３０代		４０代		計	
ある	207	82.5%	202	81.8%	409	82.1%
ない	44	17.5%	45	18.2%	89	17.9%
計	251	100.0%	247	100.0%	498	100.0%

(12)飲料売場のＰＯＰについて　N=497

	３０代		４０代		計	
気にかける	120	48.0%	107	43.3%	227	45.7%
手書きなら気にかける	23	9.2%	25	10.1%	48	9.7%
タレントがでていれば気にかける	26	10.4%	25	10.1%	51	10.3%
気にかけない	81	32.4%	90	36.4%	171	34.4%
計	250	100.0%	247	100.0%	497	100.0%