

ヨーグルトを習慣化にしている20～40代の女性の
8割以上がダイエットで「食事制限・カロリーコントロール」を実施、
「腹持ちの良い」「味の濃い」ヨーグルトに注目

江崎グリコ株式会社（本社：大阪府大阪市、代表取締役：江崎 勝久、以下グリコ）は、NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役：塚本 良江、以下NTTコムリサーチ）と共同で20～40代の女性320人（月1回以上ヨーグルトを食べている人）を対象とし、ヨーグルト購入に関するアンケートを実施しました。「整腸作用に期待」、「おいしいから」、「小腹満たしによい」など、健康志向にプラスな食品としてヨーグルトを消費者が求めている調査結果となりました。リニューアルした「おいしいカスピ海」は乳成分を高めたミルクを使用することで、ねっとり感、濃厚さがアップ。腹持ちの良さも特徴となっています。

TOPIX

- ヨーグルト購入の目的は「健康によい」「整腸作用に期待」「おいしい」に続いて「小腹満たしによいから」
- 消費者がヨーグルトの今後に抱く期待は「整腸作用を良くする」などの高い健康志向の他に、
「腹持ちが良い」「味が濃い」など満足度の向上も
- ヨーグルト購入者の約7割が週1回以上購入
- ヨーグルトの人気サイズはファミリータイプ→個食タイプの複数パックの順
- 過半数がプレーンヨーグルトを選択し、続く果肉入りヨーグルトは約2割
- ダイエットに関心がある回答者は8割、その方法は食事コントロールが7割以上

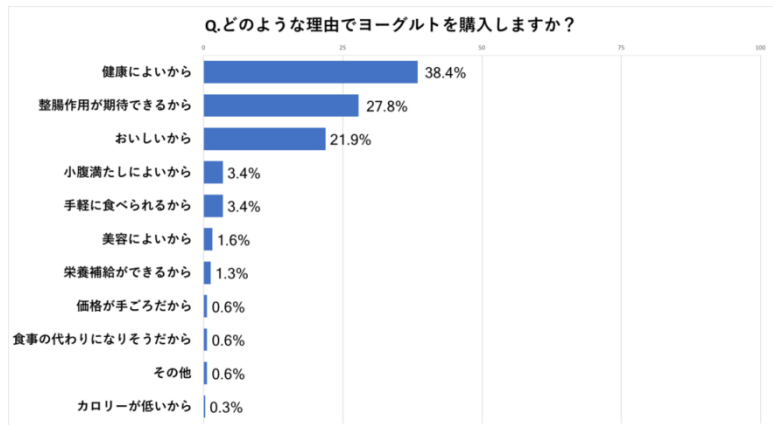
【調査概要】

- 調査方法：インターネット調査
- 調査対象：20代～40代の女性
- 回答者数：320名
- 調査期間：2017年2月9日～13日

『ヨーグルト』に関する調査結果

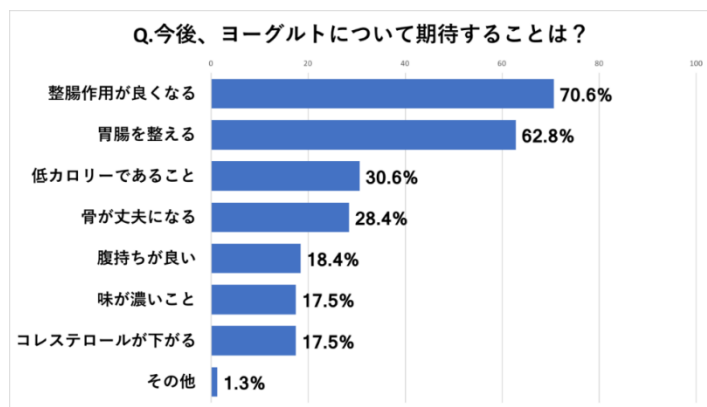
■ ヨーグルト購入の目的は「健康によいから」「整腸作用に期待」が多数

ヨーグルトを購入する目的として1位「健康によいから」(38.4%)、2位「整腸作用に期待」(27.8%)と健康面、特に腸を整える効果を期待しての購入が6割以上という結果となりました。3位以下は「おいしいから」(21.9%)、同率4位で「小腹満たしによいから」「手軽に食べられるから」(3.4%)、「美容によいから」(1.6%)、「栄養補給ができるから」(1.3%)といった回答が続きました。



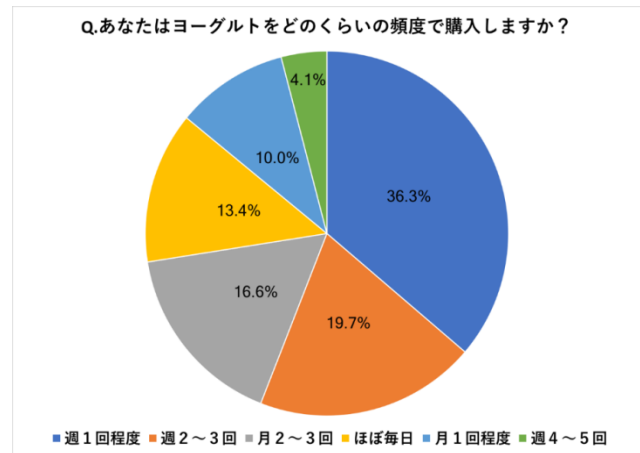
■ 消費者がヨーグルトの今後に抱く期待は「整腸作用を良くする」など高い健康志向

ヨーグルトについて消費者が今後期待すること(複数回答可)において回答者の70.6%が「整腸作用が良くなる」ことを、また62.8%が「胃腸を整える」ことに期待を大きく寄せていることがわかりました。また、「低カロリーであること」(30.6%)、「骨が丈夫になる」(28.4%)、「腹持ちが良い」(18.4%)、「味が濃いこと」「コレステロールが下がる」(17.5%)など、体内の健康面への関心の高さがうかがえます。



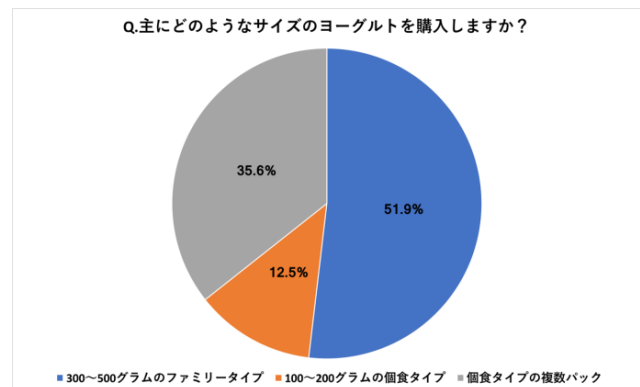
■ ヨーグルト購入者の約7割が週1回以上購入

ヨーグルトを月1回以上購入している回答者に対し、ヨーグルトの購入頻度について尋ねたところ、「週1回程度」が36.3%と最も回答が多い結果となりました。続く2位が「週2～3回」(19.7%)、3位が「月2～3回」(16.6%)となっています。また、「ほぼ毎日」購入するが13.4%、「週4～5回」購入するが4.1%と、回答者の73.5%もの女性が習慣的にヨーグルトを購入しているという結果となりました。



■ ヨーグルトの人気サイズはファミリータイプ→個食タイプの複数パックの順

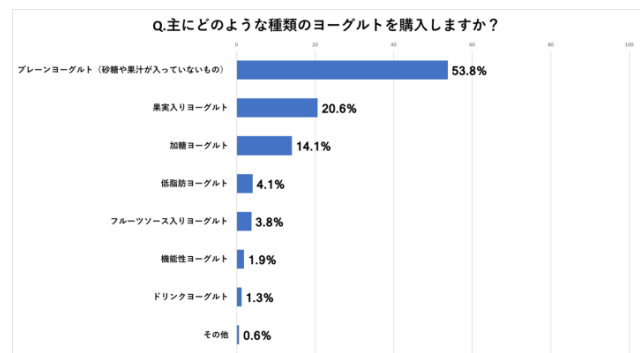
ヨーグルトの購入サイズについて質問したところ、回答の中で最も多かったのは「300～500グラムのファミリータイプ」(51.9%)となりました。また、「個食タイプの複数パック」との回答も35.6%という結果となっており、ヨーグルトを食べることが習慣となっていることがわかります。



■ 過半数がプレーンヨーグルトを選択し続く果肉入りヨーグルトは約2割

購入するヨーグルトの種類については「プレーンヨーグルト(砂糖や果汁が入っていないもの)」が53.8%となり、2位の「果肉入りヨーグルト」(20.6%)と比べて30ポイント以上高い結果となった。

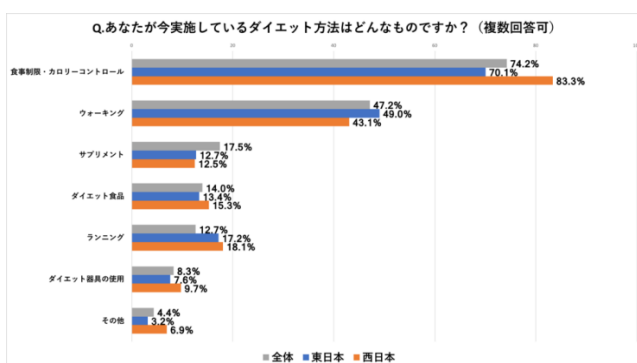
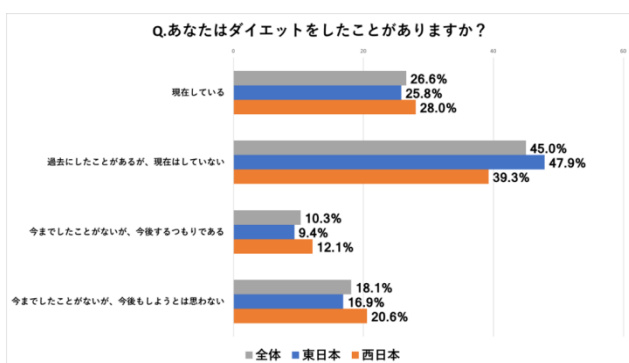
3位に「加糖ヨーグルト」(14.1%)、4位に「低脂肪ヨーグルト」(4.1%)、5位に「フルーツソース入りヨーグルト」(3.8%)と続きました。



『ダイエット』に関する調査結果

■ ダイエットに関心がある回答者は8割、その方法は食事コントロールが7割以上

ダイエット経験に関して尋ねたところ、「過去にしたことがあるが、現在はしていない」が45.0%と最も多く、「現在している」(26.6%)が続く2位に、「今までしたことがないが、今後するつもりである」(10.3%)が3位となりました。また、ダイエット経験において東日本、西日本で分けてみたところ、東日本では73.7%がダイエットを経験(継続中含む)しており、西日本(67.3%)と比べて、東日本在住の方がダイエットに関心が高いという結果となりました。また、ダイエット方法(複数回答可)について尋ねたところ、回答者の74.2%が「食事制限・カロリーコントロール」を挙げており、続いて2位は「ウォーキング」(47.2%)、3位は「サプリメント」(17.5%)、4位は「ダイエット食品」(14.0%)、5位は「ランニング」(12.7%)となりました。最も回答が多かった「食事制限・カロリーコントロール」において東日本、西日本で分けたところ、東日本では70.1%、西日本では83.3%と西日本在住の方が「食事制限・カロリーコントロール」に関心が高いという結果となりました。



【総評】

月1回以上ヨーグルトを購入している人の中で、その7割以上が週1回以上ヨーグルトを購入する習慣があり、回答者の半数以上が大容量サイズのプレーンヨーグルトを選択していることがわかりました。健康面や整腸作用への期待、ダイエットへの取り組みにもヨーグルトは期待を寄せているようです。

また、ダイエットへの取り組みとして「食事制限・カロリーコントロール」への関心が最も高かったことから、上述の期待のほか、「腹持ちの良さ」や、「味の濃さ」にも着目したヨーグルト選びがダイエットを無理なく挫折せずに続けるポイントのひとつとなるでしょう。

< ご参考 >

■『おいしいカスピ海』シリーズ

製品名	おいしいカスピ海 生乳たっぷり 400g	おいしいカスピ海 脂肪ゼロ 400g
製品画像		
製品特長	<ul style="list-style-type: none"> ・“ねっと〜り濃い食感”と深い乳の味わいで腹持ちがよいので、小腹を満たすのにぴったりなおなか満足ヨーグルト。 ・クレモリス乳酸菌CHCC2907株を使用。 ・ジャムや蜂蜜などを加えて自分好みにアレンジできるとともに、様々な料理にも活用することができます。 	
	<ul style="list-style-type: none"> ・生乳を63%使用することで、コク深い乳の味わいをお楽しみ頂けます。 	<ul style="list-style-type: none"> ・脂肪分を気にすることなく“ねっと〜り濃い食感”を楽しみたい方におすすめです。
エネルギー	72kcal/100g当たり	54kcal/100g当たり
ターゲット	罪悪感のないもので、小腹を満たすニーズを有する人	
発売日	2017年1月30日(月)	
内容量	400g	
希望小売価格	オープン価格	

「おいしいカスピ海」紹介サイト：<http://cp.glico.jp/caspikai/>

■お客様のお問い合わせ先
 グリコお客様センター（フリーダイヤル）0120-141-369
 受付時間 月～金 9:00～18:30