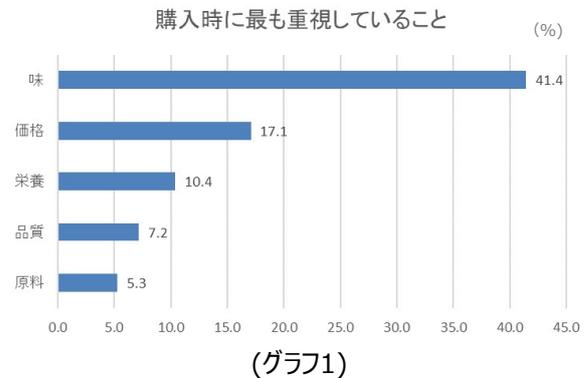


2019年12月23日
株式会社サンケイリビング新聞社

◆購入理由は「おいしい」「健康のため」、重視しているポイントは「味」「価格」

購入した理由について聞いたところ、「おいしいから」が50.6%と最も多く、次いで「健康のため」「好きだから」という結果になりました。

購入時に最も重視するポイントは、「味」が41.4%と最も多く、次いで「価格」「栄養」という結果に（グラフ1）。「機能性チョコレートは味が落ちるイメージがあったが、美味しいとわかり、迷わず購入しています」（30代女性）、「チョコだが健康に気を使っている感がある」（40代女性）、「チョコを食べると言う罪悪感が消える」（40代女性）、「ちょっとお値段が高いけどプラスアルファの効果が得られるなら続けたい」（50代女性）など、普通のチョコと変わらずおいしく、かつ健康効果が期待できることが、機能性チョコレートを選ぶポイントになっているようです。



◆ビターと個包装が人気！好きな味とパッケージタイプは？

好きなチョコレートの「味」について聞いたところ、「ビター」が38.1%、「ミルク」が33%と続きました。「ミルクが好きですが、ホワイトやビターなど種類があるのでその時の気分で選べるのが嬉しい」（20代女性）と、味の種類が豊富なこともポイントに。また1番良いと思うパッケージタイプを聞いたところ、「個包装」が68.5%と大多数。「サイズが小さい個包装タイプは、職場でのおやつにぴったり。同僚にもお裾分けしやすい」（30代女性）など、食べやすさやシェアのしやすさも重視されているようです。

【調査概要】 期間：2019.12.4～12.8／サンケイリビング新聞社公式サイト「リビングWeb」「あんふあんWeb」「シティリビングWeb」各Web会員へのアンケート／調査対象：女性 2053人／調査対象商品：江崎グリコ アーモンド効果、明治 おいしいoff、明治 オリゴスマート、森永製菓 カレド・ショコラ、ノースカラズ 血糖値スマートライフ チョコレート、森永製菓 シールド乳酸菌チョコ、ロッテ ゼロ、明治 チョコレート効果、COCO 乳酸菌入りRawTablet、ロッテ 乳酸菌ショコラ、ロッテ ポリフェノールショコラ、江崎グリコ メンタルバランスチョコレートGABA、江崎グリコ LIBERA

【回答者プロフィール】 エリア：全国／年代：20代以下9.9%、30代29.1%、40代30.3%、50代以上30.6%／独身29.1%、既婚70.9%／子どもあり60.0%、なし40.0% データは小数点2位以下四捨五入

今後もサンケイリビング新聞社では、様々なテーマで調査を実施、報告してまいります。第1位を受賞された企業には、受賞ロゴ・調査データ活用のご提案もしております。受賞ロゴは店頭ツール・商談資料・ブランドサイト・検索エンジン等、幅広くご利用いただけます。詳しくはお問い合わせください。

【ウーマンリサーチ 過去のランキング】

- ・人形・ドール https://mrs.living.jp/woman_research/topics/3683762
- ・ドライブレコーダー https://mrs.living.jp/woman_research/topics/3687619
- ・甘酒 https://mrs.living.jp/woman_research/article/3698638
- ・ヘアドライヤー https://mrs.living.jp/woman_research/article/3704337
- ・加湿器 https://mrs.living.jp/woman_research/article/3707610

■本リリースに関するお問い合わせ先

株式会社サンケイリビング新聞社 新規事業開発室 担当：濱村
E-mail：hmmrnozo@sankeiliving.co.jp