2020年2月6日 株式会社サンケイリビング新聞社

「ウーマンリサーチ」〜栄養ドリンクについてのアンケート〜

20代30代女性が選ぶ栄養ドリンクランキング 利用率・満足度第1位は「大正製薬 リポビタンD」、 リピート率第1位は「大鵬薬品 チオビタドリンク」、 次に購入したい栄養ドリンク第1位は「エーザイ チョコラBB」

女性のための生活情報紙を展開する株式会社サンケイリビング新聞社(所在地:東京都千代田区、代表取締役社長: 細井 英久)では、読者が選ぶお勧めの商品やサービスを様々な切り口で調査し、結果をランキングにして発表するWebコンテンツ「ウーマンリサーチ」を提供しています。 https://mrs.living.jp/woman_research/article/3752070

◆今回のテーマは20代30代女性が選ぶ栄養ドリンク(※)に関するランキング

2020年1月に実施した「栄養ドリンクについてのアンケート」において、「大正製薬リポビタンD」が利用率・利用満足度第1位、「大鵬薬品 チオビタドリンク」がリピート率第1位、「エーザイ チョコラBB」が次に購入したい栄養ドリンク第1位となりました。 ※調査対象栄養ドリンク:指定医薬部外品、疲労回復や肉体疲労時の栄養補給を目的とした商品

- ▼「大正製薬 リポビタンD」 https://brand.taisho.co.jp/lipovitan/lipod/
- ▼「大鵬薬品 チオビタドリンク」 https://www.taiho.co.jp/chc/brand/tiovita/
- ▼「エーザイ チョコラBB」 https://www.chocola.com/tsukare.html



受賞ロゴ

◆栄養ドリンクを飲む20代30代の割合が高い結果に

リビング新聞グループのシンクタンクである株式会社リビングくらしHOW研究所では、全国のWeb会員約428,000人を対象に「栄養ドリンク」についての調査を実施。回答者1555人中、栄養ドリンクを「頻繁に飲む」「たまに飲む」人は48.6%。中でも20代30代の利用が多く、栄養ドリンクを飲む人は52.8%と半数以上にのぼりました。主に疲労回復や肉体疲労時の栄養補給を目的とした栄養ドリンクについて、ユーザーが重視するポイントなど、詳しく聞きました。

◆20代30代女性が選ぶ栄養ドリンク、利用率・利用満足度トップは「リポビタンD」、リピート率トップは「大鵬薬品 チオビタドリンク」、次に購入したい栄養ドリンクトップは「エーザイ チョコラBB」

20代30代の女性が選ぶ栄養ドリンク、利用率第1位は「大正製薬 リポビタンD」、第2位は「エーザイ チョコラBB」、第3位は「大鵬薬品 チオビタドリンク」という結果に(表1)。利用満足度第1位も「リポビタンD」となりました (表2)。また、リピート率第1位は「チオビタドリンク」(表3)、次に買いたい栄養ドリンク第1位は「チョコラBB」となりました(表4)。

20代30代女性が選ぶ 栄養ドリンクランキング 利用率		
第1位	大正製薬 リポビタンD	
第2位	エーザイ チョコラBB	
第3位	大鵬薬品 チオビタドリンク	
(表1)		

20代30代女性が選ぶ 栄養ドリンクランキング 利用満足度		
第1位	大正製薬 リポビタンD	
第2位	佐藤製薬 ユンケル	
第3位	エーザイ チョコラBB	
(表2)		

20代30代女性が選ぶ 栄養ドリンクランキング リピート率		
第1位	大鵬薬品 チオビタドリンク	
第2位	佐藤製薬 ユンケル	
第3位	エーザイ チョコラBB	
(表3)		

20代30代女性が選ぶ 次に購入したい 栄養ドリンク		
第1位	エーザイ チョコラBB	
第2位	大正製薬 リポビタンD	
第3位	大鵬薬品 チオビタドリンク	
(表4)		

サンケイリビング新聞社

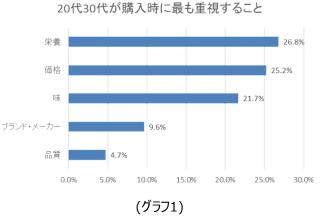
NEWS RELEASE

2020年2月6日 株式会社サンケイリビング新聞社

◆20代30代が購入時に重視するポイントは「栄養」

栄養ドリンクを飲む理由は「疲労回復のため」が最も多く 77.6%。次いで「栄養補給のため」、「疲労予防のため」という結果に。疲労の回復だけでなく、予防も意識していることが うかがえます。

購入の際に最も重視したポイントは、「栄養」が26.8%と最 ブランド・メ も多く、次いで「価格」、「味」という結果に (グラフ1)。継 続して飲んでいくには、「価格」や「味」も重視される結果とな りました。 「栄養がたくさん入っていて元気になれそう」 (30代



女性)、「飲みやすく、おいしい。飲むとなんとなく安心して、もう少しがんばろうという気持ちになれます」(30代女性)など、 疲労回復や栄養補給だけでなく、気持ちの面でもプラスの効果があるようです。

◆改善ポイントは「ビン」。「重い」「捨てづらい」という声が多数。パッケージは女子ウケするデザインを

調査では栄養ドリンクについて困っていることや改善してほしい点について聞いたところ、「ビンはかさばるし重い」「ビンは捨てづらいので紙パックやペットボトルにしてほしい」など、「ビン」についてのコメントが多く寄せられました。

また、「パッケージを女子受けするようにして欲しい。おじさんぽいイメージ」(30代女性)、「パッケージがかわいくないと、効能は良いのに他のかわいいパッケージの栄養ドリンクを買いたくなるときがある」(30代女性)など、手に取る際はパッケージデザインも重要になるようです。

【調査概要】期間:2020.1.8~1.13/サンケイリビング新聞社公式サイト「リビングWeb」「あんふぁん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 1555人 うち、20代30代は629人 / 調査対象商品(指定医薬部外品、疲労回復や肉体疲労時の栄養補給を目的とした商品): 伊丹製薬 バイタルミン3000・エーザイ チョコラBB・エスエス製薬 エスカップ・金陽製薬 Angelica 和漢 ドリンク・興和 キューピーコーワaドリンク・佐藤製薬 ユンケル・第一三共ヘルスケア リゲイン・大正製薬 (リポビタン D・ゼナ)・大鵬薬品工業 チオビタドリンク・武田コンシューマーヘルスケア (アリナミン・ハイシー)・田辺三菱製薬 アスパラドリンクa

【回答者プロフィール】 エリア:全国/年代:20代以下11.4%、30代29.3%、40代30.3%、50代以上29.1%/独身30.9%、既婚69.1%/子どもあり56.0%、なし44.0% データは小数点2位以下四捨五入 ※本リリースは20代30代の集計結果をもとに作成

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、幅広くご活用いただけます。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】

- ・フィットネスクラブ https://mrs.living.jp/woman_research/article/3728979
- ・ストッキング https://mrs.living.jp/woman_research/article/3735430
- ・家事代行サービス https://mrs.living.jp/woman research/article/3742333
- ・トイレ洗浄剤 https://mrs.living.jp/woman_research/article/3746969

■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

サンケイリビング新聞社