

報道関係各位

平成27年3月25日
株式会社 クロス・マーケティング

話題沸騰中の「第3のミルク」 アーモンドミルク・ライスミルクの認知度は低め 内容や効果の訴求で飲用意向アップなるか

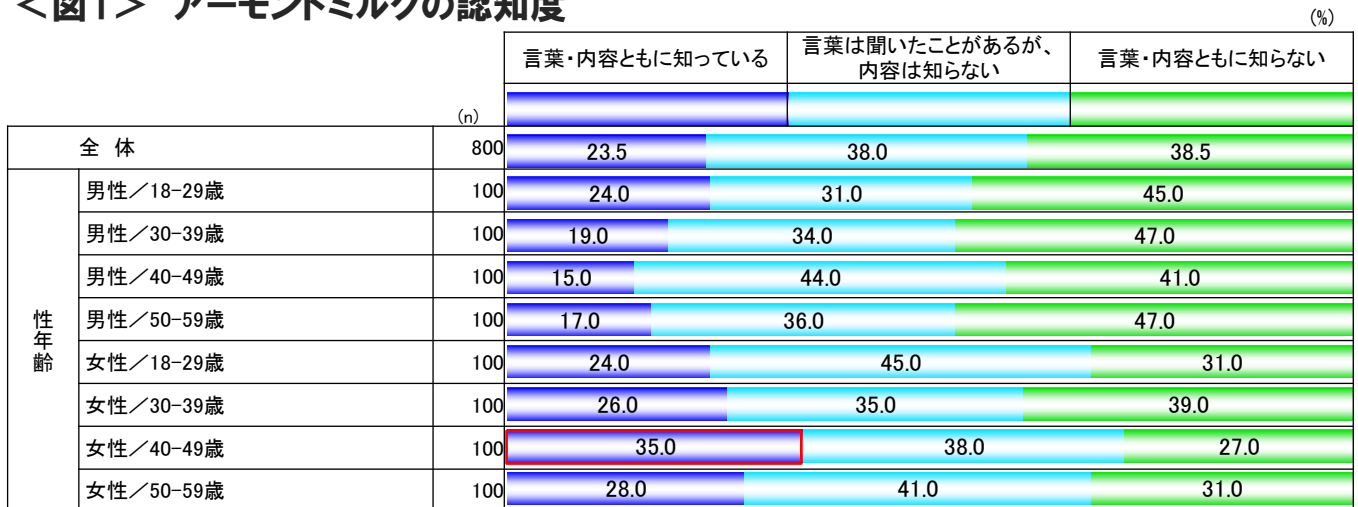
＜第3のミルクに関する調査＞

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:五十嵐 幹)は、東京都に在住する18歳～59歳の男女を対象に、「第3のミルクに関する調査」を実施しました。

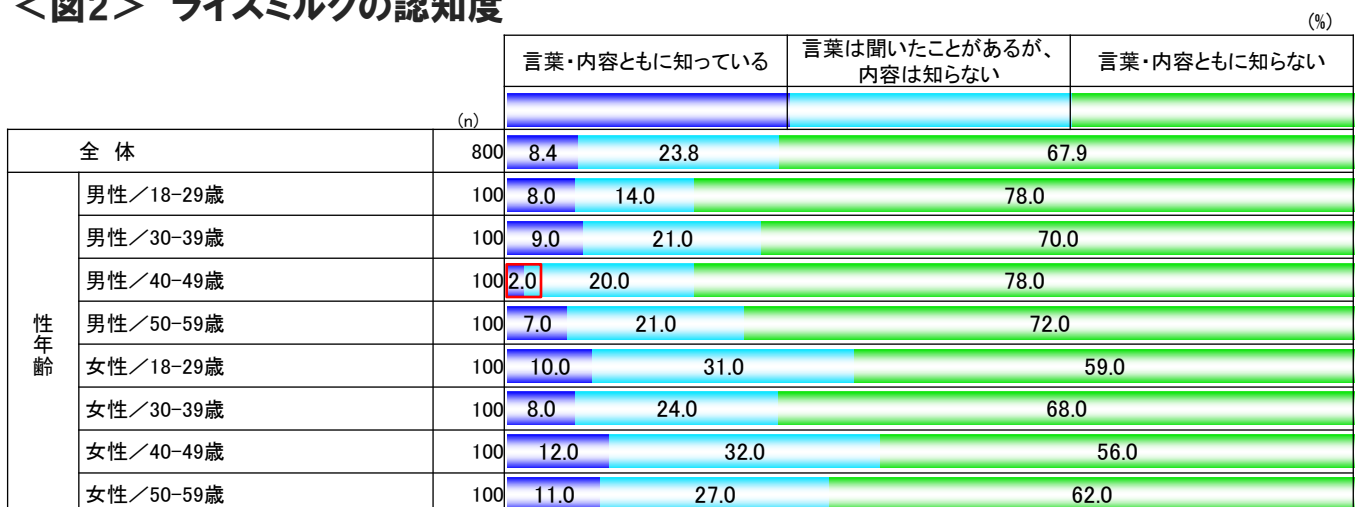
■調査結果

- ✓ アーモンドミルクの内容認知度(言葉・内容ともに知っている)は全体の23.5%で、言葉のみ聞いたことがあったり、言葉も内容も知らなかったりと認知度は低い。しかし、女性40代では内容理解度が35.0%と全体より10%以上高い結果になった <図1>
- ✓ ライスミルクの内容認知度(言葉・内容ともに知っている)は全体の8.4%とかなり低い。男性40代に至っては2.0%しかおらず、製品内容や効果の訴求に課題があると見られる <図2>
- ✓ アーモンドミルク/ライスミルクそれぞれの飲用意向では、内容や効果を知った上で飲んでみたいと回答した人はアーモンドミルクで52.5%、ライスミルクで40.7%となった。性別で見ると、男性よりも圧倒的に女性の飲用意向が高いことが窺えた <図3>

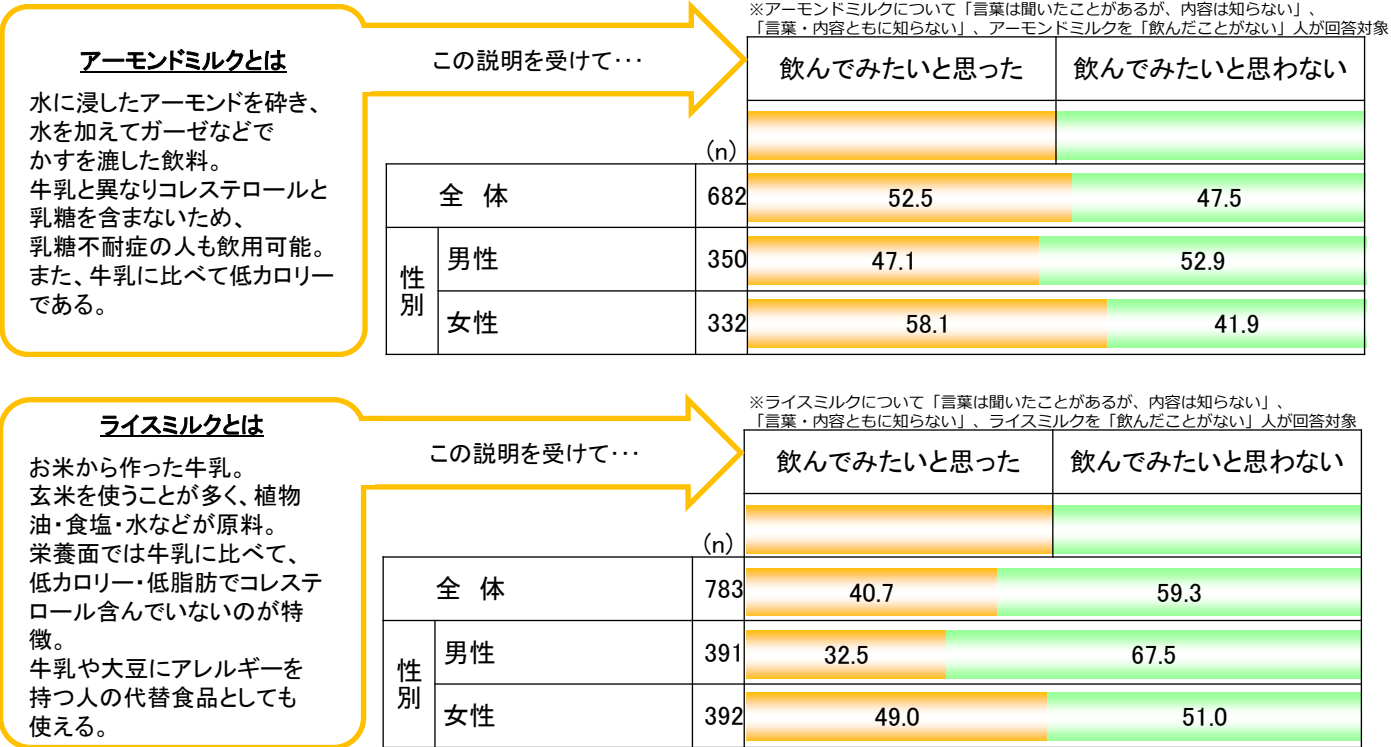
<図1> アーモンドミルクの認知度



<図2> ライスミルクの認知度



<図3> アーモンドミルク／ライスマルクの飲用意向



■調査内容

- 属性設問(性別・年齢・居住地・職業・婚姻状況・子どもの有無・同居している子どもの有無・業種)
- アーモンドミルクという飲料を知っているかどうか(SA)
- アーモンドミルクに対するイメージ(FA)
- アーモンドミルクという飲料を飲んだことがあるかどうか(SA)
- アーモンドミルクを飲んでみたいと思うかどうか(SA)
- アーモンドミルクを飲む、もしくは飲んでみたいと思うシーン(MA)
- アーモンドミルクを飲む、もしくは飲んでみたいと思う理由(SA)
- アーモンドミルクを飲む頻度(SA)
- ライスマルクという飲料を知っているかどうか(SA)
- ライスマルクに対するイメージ(FA)
- ライスマルクという飲料を飲んだことがあるかどうか(SA)
- ライスマルクを飲んでみたいと思うかどうか(SA)
- ライスマルクを飲む、もしくは飲んでみたいと思うシーン(MA)
- ライスマルクを飲む、もしくは飲んでみたいと思う理由(SA)
- ライスマルクを飲む頻度(SA)

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ(クロス・マーケティング アンケートモニター使用)
 調査地域 : 首都圏(東京、神奈川、千葉、埼玉)
 調査対象 : 18～59歳の男女
 調査期間 : 2015年3月18日(水)～3月19日(木)
 有効回答数 : 800サンプル

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当: 東海林(しょうじ) TEL : 03-6859-2252 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」