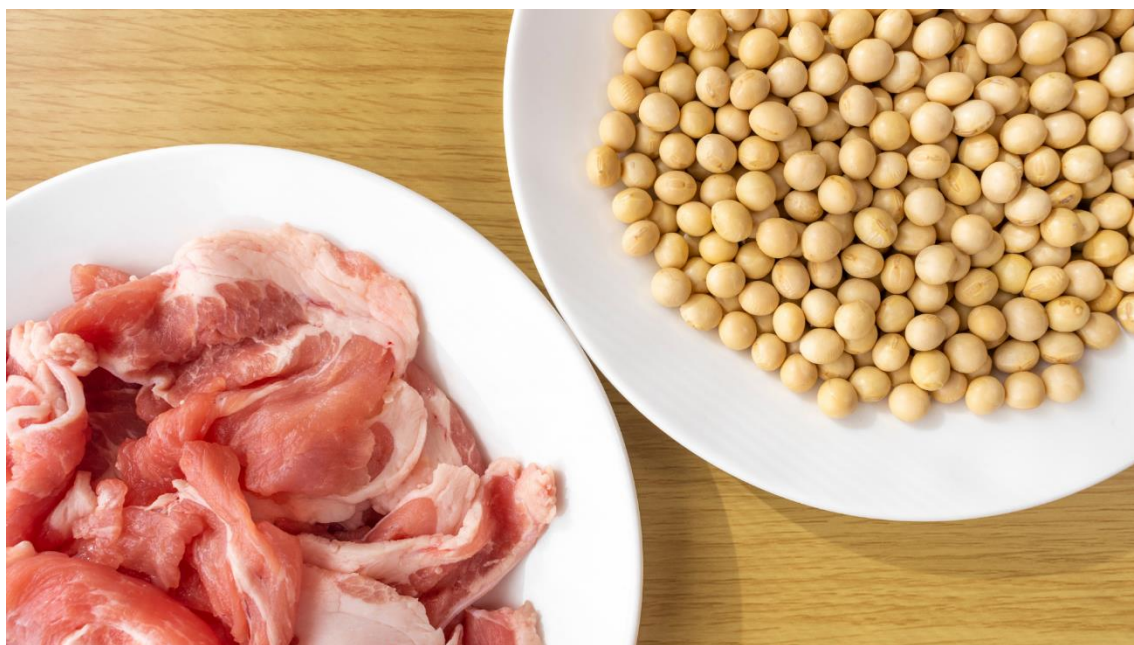


代替食品・飲料（米粉や大豆ミート、オーツミルクなど） についての意識調査 「健康に良さそう」「価格が高そう」「美味しくなさそう」

【調査結果サマリー】

1. 代替食品・飲料へのイメージは「健康に良さそう」、「価格が高そう」
2. 代替食品・飲料を購入したことがある63%、購入理由は「健康に良さそうだったから」
3. 代替食品・飲料を購入したくないのは「美味しくなさそうだから」



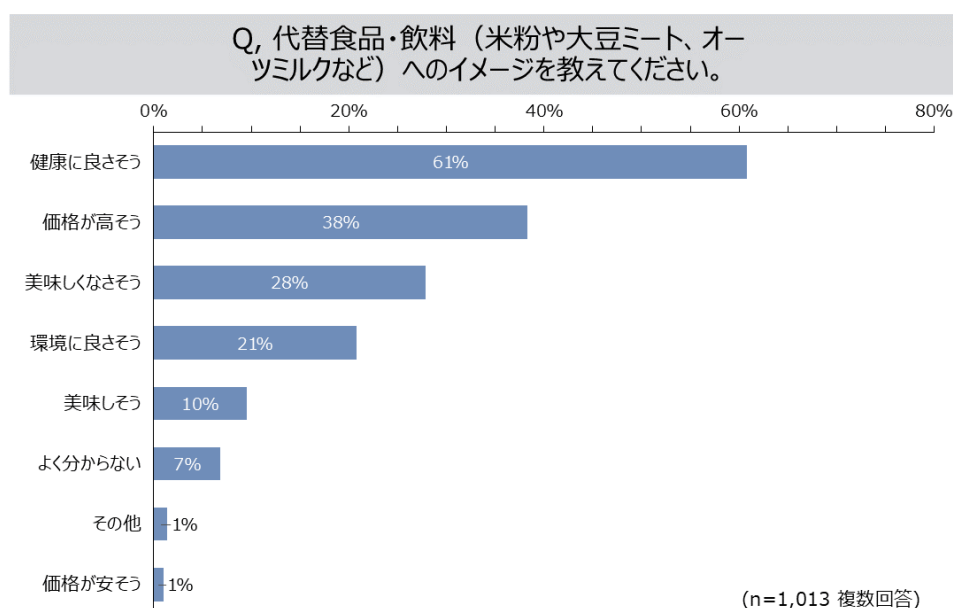
日本最大級の体験型情報サイト「ファンくる」を運営する株式会社ファンくる（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：山口敬人）は、「ファンくる」会員を対象に、定期的に消費者の意識調査を実施しています。今回は代替食品・飲料について、代替食品・飲料へのイメージや購入経験などを「ファンくる」会員1,013名（男性227名、女性786名）に調査を実施しました。

代替食品・飲料（米粉や大豆ミート、オーツミルクなど）へのイメージとして最も多かったのは「健康に良さそう」で61%、次いで「価格が高そう」38%、「美味しくなさそう」

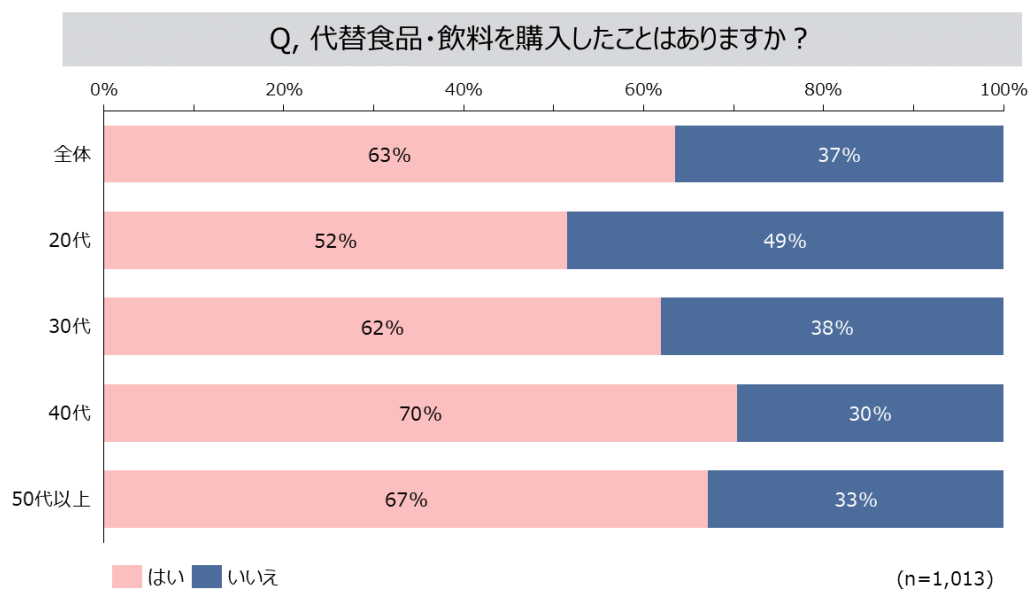
28%と続いています。代替食品・飲料を購入したことがある方は63%でした。購入理由は「健康に良さそうだったから」が63%と最多で、次いで「購入時話題になっていたから」27%、「美味しそうだったから」21%となりました。一方、代替食品・飲料を購入したくない理由は「美味しくなさそうだから」が74%と最も多く、「価格が高いから」が43%と続いています。

【調査結果】

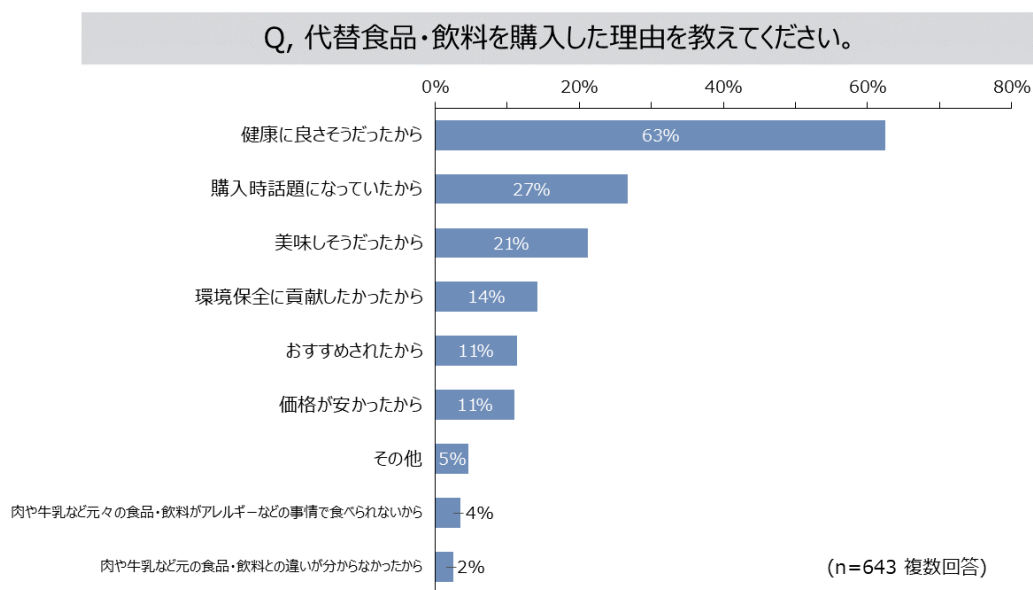
1. 代替食品・飲料へのイメージは「健康に良さそう」、「価格が高そう」



2. 代替食品・飲料を購入したことがある 63%、購入理由は「健康に良さそうだったから」

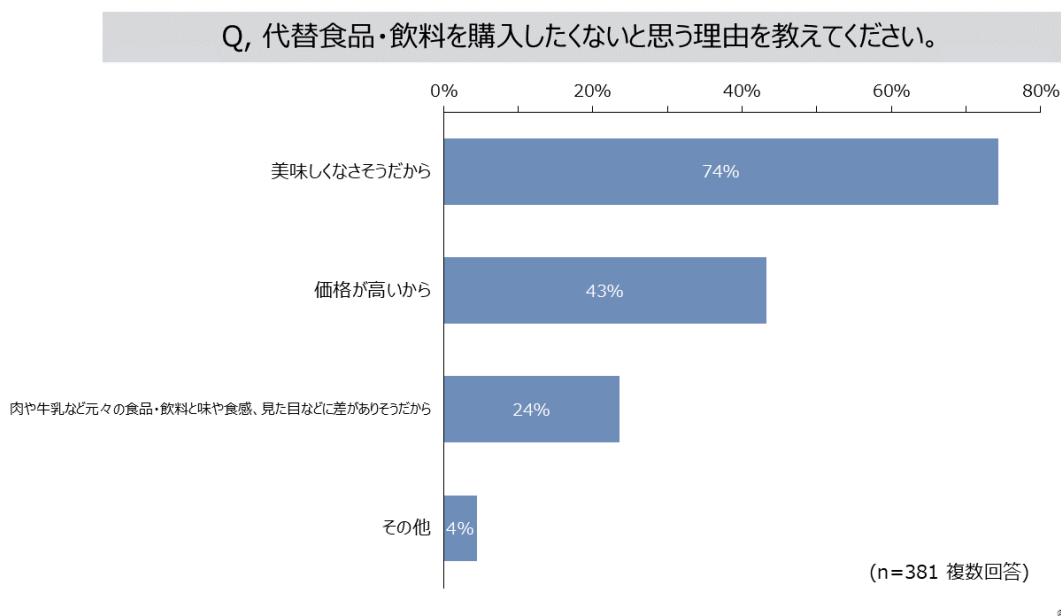


©Fancree Inc.



©Fancree Inc.

3. 代替食品・飲料を購入したくないのは「美味しくなさそうだから」



本調査ではこれ以外に代替食品・飲料の購入意欲や、購入したことのある代替食品・飲料の種類など全 17 問で回答を得ています。

【調査概要】

調査方法：インターネット調査

調査対象：一般消費者

回答者：「ファンくる」に登録している全国 140 万人のユーザー

回答者数：1,013 名（男性 227 名、女性 786 名）

調査時期：2024 年 7 月 2 日～7 月 12 日

調査項目：代替食品・飲料についての意識調査

設問数：17

※本調査の全結果をご希望の方は、ぜひ当社までご連絡ください。

※本調査結果引用時のお願い

本調査結果の引用時には、以下のご対応をお願い申し上げます。

クレジットに「株式会社ファンくる（Fancrew Inc.）調べ」と明記してください。

WEB 上で引用いただく際には、「ファンくる」(<https://www.fancrew.jp>) リンク付与をお願いいたします。

【ファンくるについて】



オペレーションレベルでの現場改善や、ブランド戦略やメニュー開発など経営レベルの戦略立案にお役立ていただける顧客体験（CX）マネジメント SaaS サービスです。当社が運営する登録者 140 万人の体験型情報サイト「ファンくる」から派遣するモニターや来店客へのアンケートから収集されたレポート等を、独自の手法で感情を定量化（特許取得済）し、当社が保有するビッグデータや様々な外部データソースとともに精緻に分析することによって顧客体験（CX）全容を捉え、顧客満足の改善優先度の特定や競合比較を安価にフィードバックすることができます。

【会社概要】

- 会社名：株式会社ファンくる
- 代表者：代表取締役社長 山口敬人
- 資本金：1 億円
- 創業：2004 年 8 月 26 日
- 所在地：東京都千代田区岩本町 1-10-5 TMM ビル 4F
- TEL：03-4400-6630
- FAX：03-5809-1468
- URL：<https://www.fancrew.co.jp/>
- 事業内容：来店客調査「ファンくる CR」の運用・開発
消費者モニター調査「ファンくる MR」の運用・開発
販促・店頭調査「ファンくる PR」の運用・開発
従業員満足度調査「ファンくる ES」の運用・開発
体験型情報サイト「ファンくる」の運用・開発
インターネットリサーチ/マーケティング支援

【本件に関するお問い合わせ】

- 株式会社ファンくる（担当：広報、Email：pr@fancrew.co.jp）