



キリン食生活文化研究所

2014年5月20日
レポート vol.42

～あなたのくらしのアンケート～ くらしの中の色づかい

サマリー

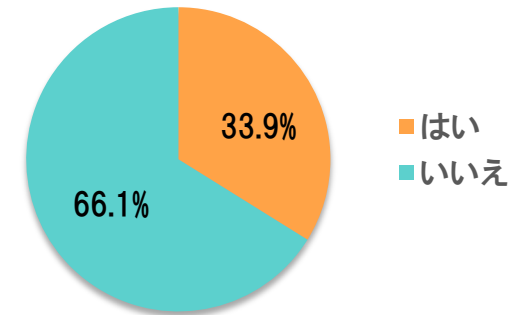
飲みものを購入後、飲む前にラベルをはがす人はどのくらい？

キリン食生活文化研究所は、みなさんのくらしの中の色づかいについて全国ウェブ調査(3月11日～16日)を実施し、8,526名の方に回答頂きました。85%と大多数の方が、くらしの中で壁やカーテン、家具、小物などの色づかいを意識していました。一方、飲みもののパッケージの色やデザインにこだわる人は34%でした。

部屋の色づかいとして意識していることは、「統一感」が男女ともに最も多いようです。特徴として、女性では「自分の好きな色」「ありがたい気持ちの色」といった意識は年代が上がるにつれ減り、その一方で「色をあまり使わない」ことを意識する人が増える傾向が見られました。女性が色に対して意識しているポイントは、年代とともに変わっていくようです。

また、飲みものの購入の際、色やデザインが気に入って購入した人の傾向として、若年層では「可愛い感」が、年長層では「おいしさ感」が重視されているようです。一方、色やデザインが気に入らず購入をやめた人は全体で13%で、少数ですが、購入後に気にして「ラベルをはがす」人も4%いました。飲みものにおいても、パッケージの色やデザインを工夫する余地がまだまだあるのかもしれません。

Q.飲料購入の際、色やデザインが気に入って買うことがありますか？

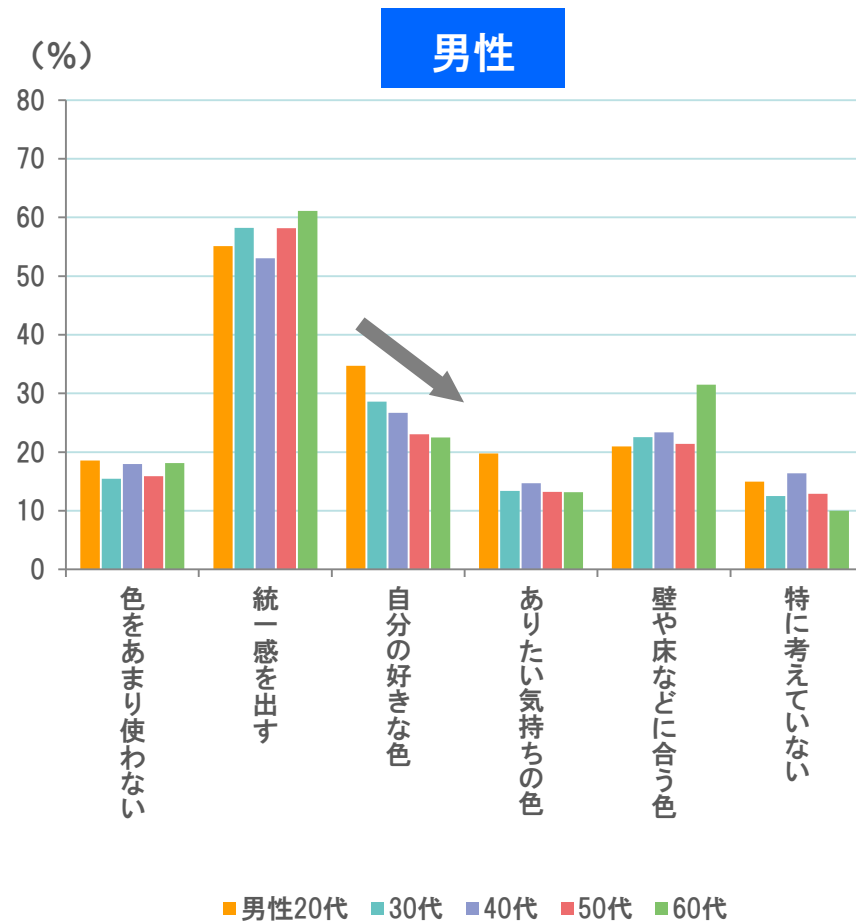
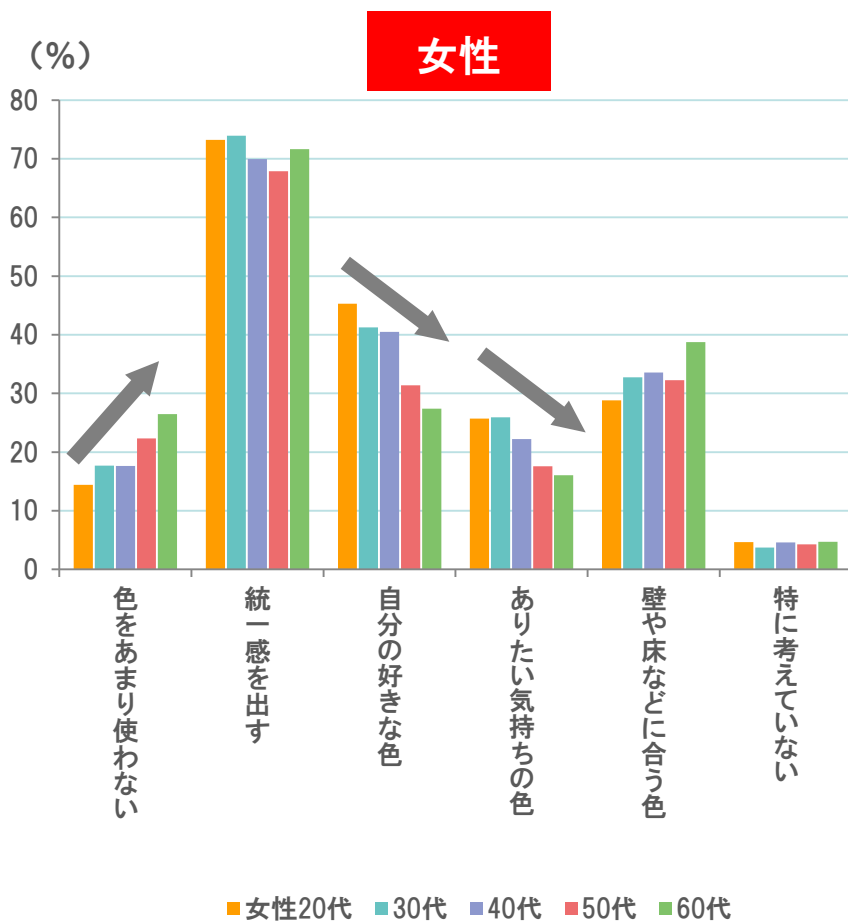


■ はい
■ いいえ

Q.部屋全体の色づかいとして、どのようなことを意識していますか。

部屋の色使いとして「統一感を出す」が64%と最も多かった。若い人ほど「自分の好きな色」「ありがたい気持ちの色(特に女性)」を意識している。また女性では、年代が上がるにつれて「色をあまり使わない」ことを意識する傾向がみられた。「特に考えていない」は女性よりも男性で多かった。

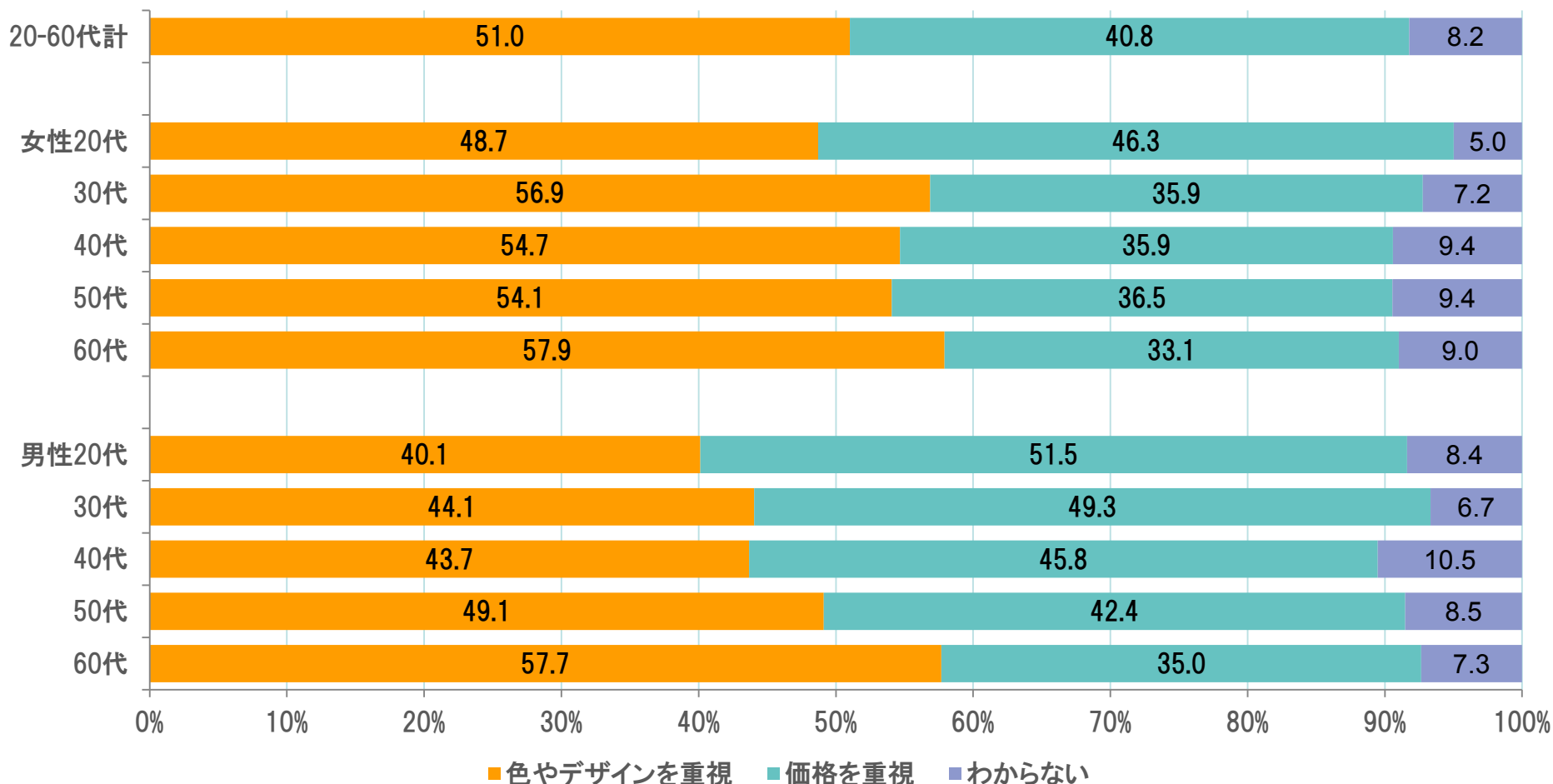
部屋の色づかいで意識すること



Q.家具を購入する際に、価格と、色やデザインどちらを重視しますか。

家具を購入する際に「色やデザイン」を重視する人は全体の51%。性年代別で見ると女性はその年代においても「色やデザイン」を選んだ割合が多かった。一方男性は、年代が上がるとともに「色やデザインを重視」する割合が増えている。

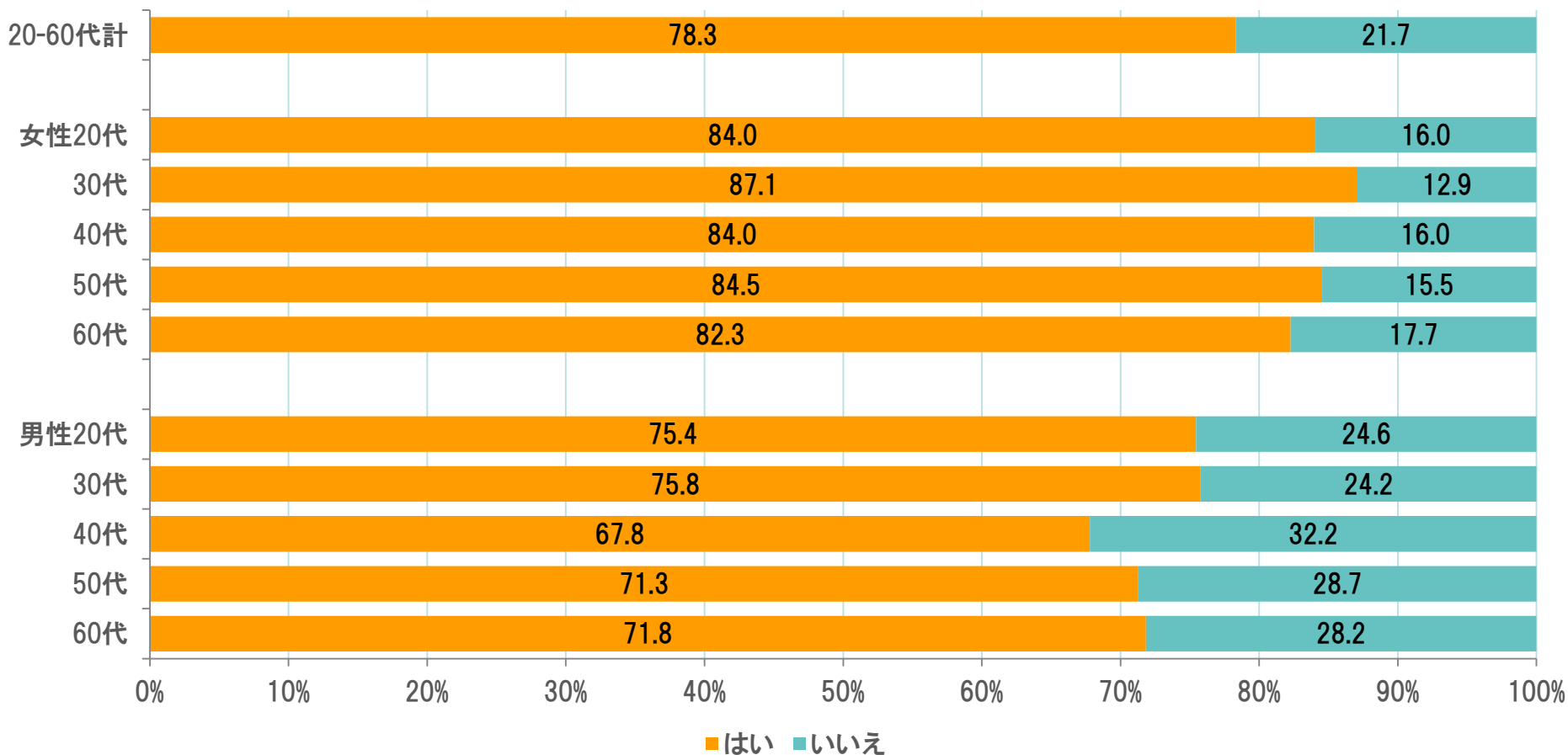
家具を購入する際に重視する点



Q.雑貨や小物を購入する際に、部屋との色合いを気にしますか？

雑貨や小物を購入する際に、部屋との色合いを気にする人は全体の78%と多かった。年代ごとの差はあまり見られなかったが、男性よりも女性の方が気にかける傾向があることがわかった。

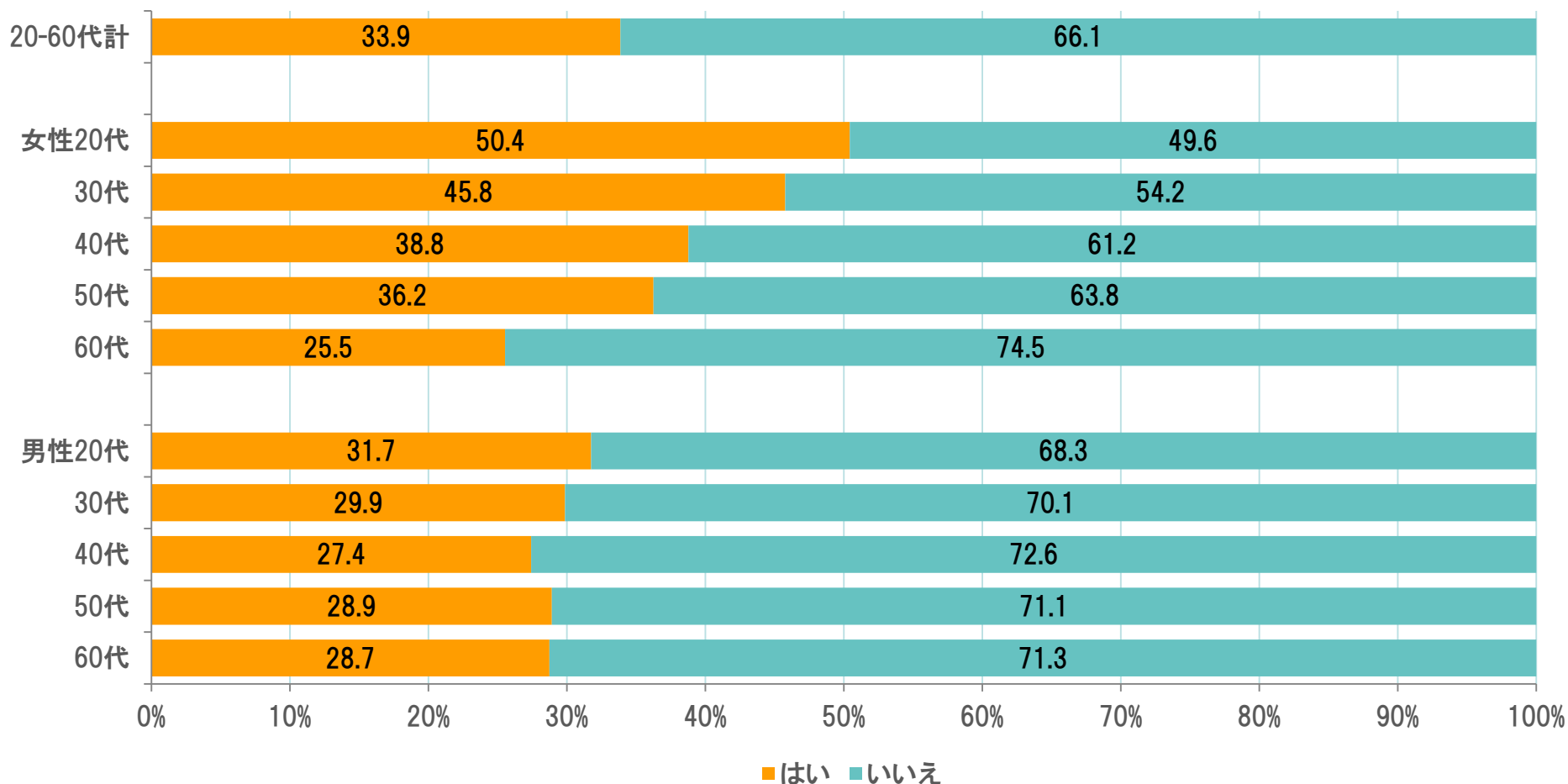
雑貨購入時に部屋との色合いを気にする



Q.飲料購入の際、色やデザインが気に入って買うことがありますか。

飲料の色やデザインが気に入って買うことがある人は、全体の34%であった。女性は年代が低いほど、色やデザインが気に入って買う人が多い。一方男性は年代による差がほとんど見られなかった。

飲料購入時に色やデザインが気に入って買うことがある



Q.飲料の色やデザインで気に入ったポイント(自由回答)

気に入ったポイントとして「可愛い」「おいしさ」「お洒落」が多かった。女性に絞って集計してみると、「可愛い」は若い人ほど高かった。また「おいしさ感」は、年代が上がるにつれ高くなる傾向があった。

「気に入ったポイント(自由回答集計)」

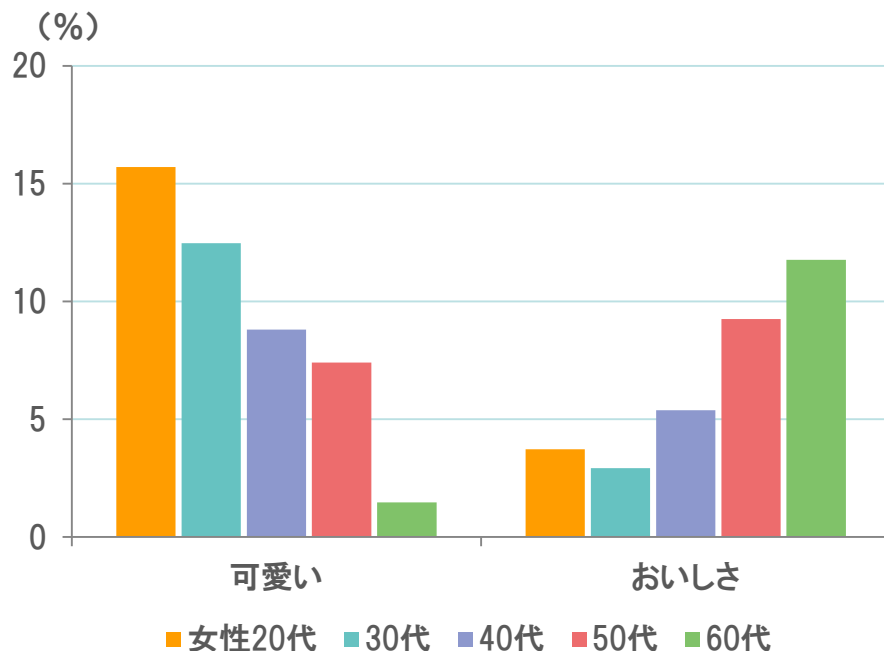
1	可愛い	159件
2	おいしさ	113件
3	お洒落	90件
4	季節	54件
5	持ちやすさ	51件
6	きれい	50件
7	爽やか	49件
8	限定	38件
9	自然・ナチュラル	34件
10	シンプル	32件

「こんな回答もありました」

新しい形状や、珍しい形状
(30代男性)

瓶が美しいので、飲まずに飾った
(40代女性)

可愛い・おいしさの出現率(女性自由回答集計)



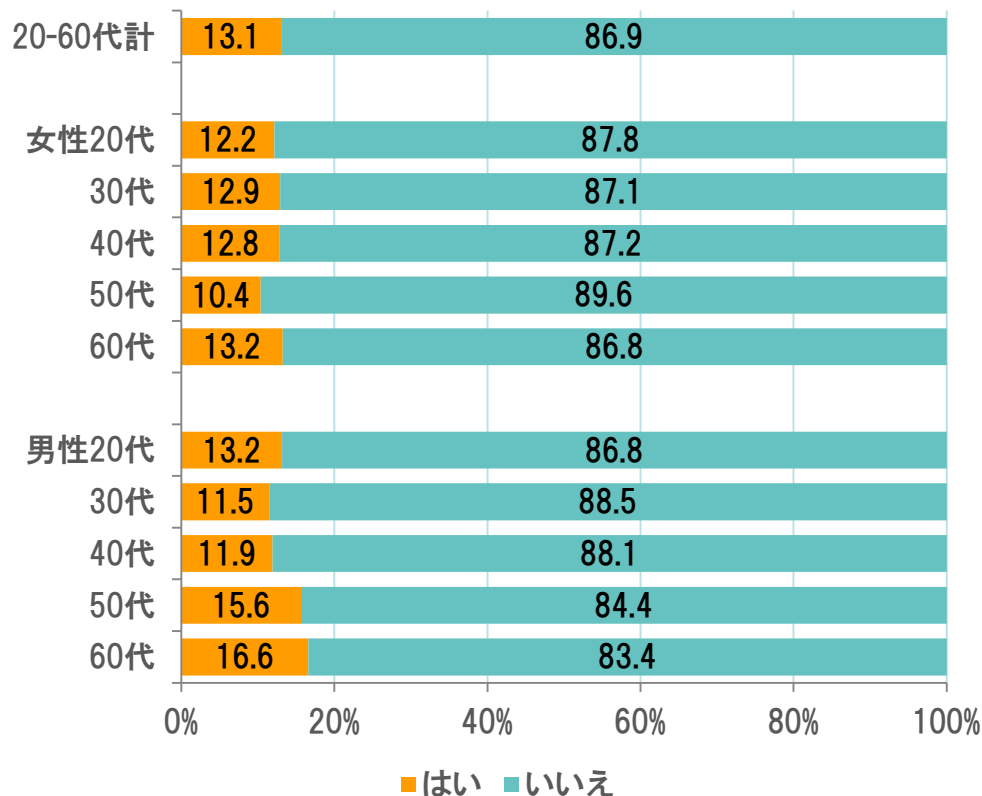
エクササイズするのにちょうど良い形
(30代女性)

コミケの限定ラベル
(40代男性)

Q.飲料購入の際、色やデザインが気にいらず買わないことはありますか？

飲みものの色やデザインが気に入らず買わないことがある人は、全体の13%と少数だった。性年代別での差はほとんどなかった。気にいらなかったポイントを自由回答で聞くと、「美味しなさそう」が最も多く、ついで「派手」「キャラクター」「着色料」といった回答が挙げられた。

色やデザインが気に入らず 買わないことがある



「気にいらなかったポイント(自由回答集計)」

1	美味しなさそう	65件
2	派手	34件
3	キャラクター	31件
4	着色料	27件
5	商品イメージとあわない	22件
6	ごちゃごちゃ	21件
7	どぎつい	19件
8	安っぽい	19件
9	けばけばしい	18件
10	暗い	18件

Q.市販飲料を家で飲むときに、色やデザインを気にして工夫すること

飲料を家で飲むときに色やデザインを気にして「グラスに移す」人は全体で8%。「ラベルをはがす」は4%、「カバーをかける」は3%であった。性年代別とみると、男女ともに20代30代が何か工夫することがある傾向がみえた。

色やデザインを気にして工夫すること

