

清涼飲料自販機 意識調査 2013

1. 調査目的

清涼飲料自販機、および清涼飲料に対する意識や飲用実態を把握する

2. 調査対象

全国に住居する15～59歳の男女。合計700人

3. 調査方法

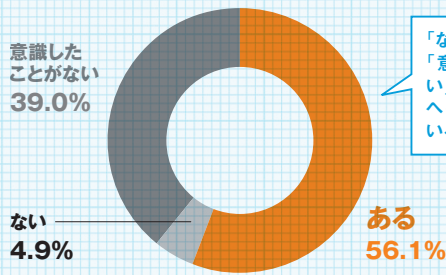
インターネット調査

4. 調査期間

2013年4月27日～4月29日

今年4月、全清飲は全国の15～59歳の男女を対象に清涼飲料自販機に対する意識調査を実施しました。大規模調査で見えてきた、ユーザーが抱く自販機への本音に迫ります。

Q1 清涼飲料自販機があつてよかったと思つたことはありますか？



「ない」は5%未満。「意識したことがない」の多さも、生活への浸透を表しているといえる。

【代表的なご意見】

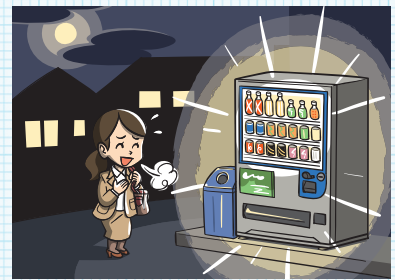
夏の大会帰りに持参した飲みものが切れ、のどが渇いて危なかった時。(10代・女性) / 過疎地に住んでいるので、その地区に1台ある自販機がオアシスに感じます。(30代・男性) / 旅行先など土地勘がない場所でお店が見当たらず困っていた時、自販機を発見して嬉しかったです。(30代・女性) / 地震の時、ミネラルウォーターなどの飲みものを調達できました。(40代・女性) / 外出の際、寒くて温かいものを飲みたい時。(50代・女性)



周辺に飲みものを売っている店がない時、自販機を発見してあつてよかったと思つました。(10代・男性)

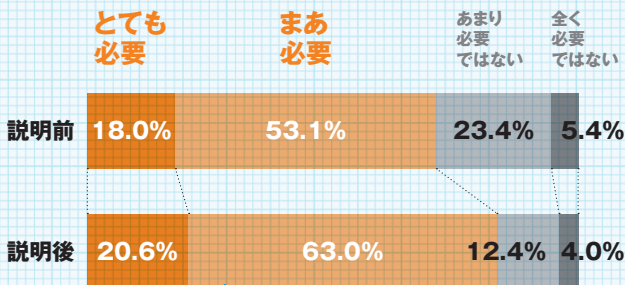


夏場に持参した飲みものが空になり熱中症になりかけた時、水分補給にとつても助かりました。(30代・男性)



暗い夜道に自販機があると、明かりがついていて安心感があります。(40代・女性)

Q3 清涼飲料自販機の対策や取り組みを知つて、改めて「生活に必要」だと思ひますか？



「とても必要」「まあ必要」を合わせて、71.1%から83.6%と12.5ポイント上昇した。

今回の特集でもご紹介した、清涼飲料自販機の省エネ、節電、環境配慮、社会貢献などの取り組み。これらを説明する前と、説明した後とで「清涼飲料自販機は生活に必要か」と質問したところ、「必要」と思う人の割合が12.5%上昇しました。清涼飲料自販機についての周知活動のさらなる推進が必要であることがうかがえます。

Q2 今よりもっと進化してほしい、あればいいと思う機能やシステムはありますか？

- 1位 太陽光などによる自家発電
- 2位 災害時の飲料提供
- 3位 犯罪通報システム
- 4位 災害時などの情報発信・中継機能
- 5位 空缶・空ペットボトルつぶし、収納機能
- 6位 景観に合った色・デザイン
- 7位 携帯電話などによるキャッシュレス
- 8位 ニュース・天気予報など情報提供機能
- 9位 近所案内などナビゲーション機能
- 10位 外気温・湿度表示

災害支援機能、情報発信機能への関心が高かった。

第1位となった「太陽光などによる自家発電」を挙げた人は52.7% (複数回答) で全体の半数以上。そのほか、災害支援に関わる機能が上位にランクインしています。ここに挙げられた機能、システムの多くはすでに実用化が進んでおり、清涼飲料自販機の開発がユーザーのニーズに応えていることを示す結果となりました。