

「ウーマンリサーチ」～機能性チョコレートについてのアンケート～

女性が選ぶ「機能性チョコレート」ランキング 利用率第1位は「明治 チョコレート効果」、 満足度第1位は「森永製菓 カレ・ド・ショコラ」

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/3710745

◆今回のテーマは機能性チョコレートに関するランキング

2019年12月に実施した「機能性チョコレートについてのアンケート」において、「明治 チョコレート効果」が**利用率第1位**、「森永製菓 カレ・ド・ショコラ」が**利用満足度第1位**となりました。

※機能性チョコレート…特定の健康効果をうたったチョコレート



受賞ロゴ

▼「明治 チョコレート効果」 <https://www.meiji.co.jp/sweets/chocolate/chocokoka/>

▼「森永製菓 カレ・ド・ショコラ」 https://www.morinaga.co.jp/carre_de/

◆種類が増えている「機能性チョコレート」、人気なのは？

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暮らしHOW研究所では、全国のWeb会員約428,000人を対象に「機能性チョコレート」についての調査を実施。回答者2053人中、普段チョコレートを食べている人は94.1%と、ほとんどの人が日常的にチョコレートを食べています。機能性チョコレートを「購入している」人も65%と多数にのぼりました。各メーカーから発売されている種類も増えている今、「午後のおやつ」（63.9%）や、「夕食後」（11.2%）に食べているという機能性チョコレートについて、購入目的や重視しているポイントなど、詳しく聞きました。

リビング暮らしHOW研究所 ウェブサイトはこちら⇒ <https://www.kurashihow.co.jp>

◆女性が選ぶ機能性チョコレートランキング、利用率トップ3は「チョコレート効果」「カレ・ド・ショコラ」「乳酸菌ショコラ」、利用満足度トップ3は「カレ・ド・ショコラ」「LIBERA (リベラ)」「アーモンド効果」

機能性チョコレートで女性が1番購入しているもの第1位は「明治 チョコレート効果」、第2位は「森永製菓 カレ・ド・ショコラ」、第3位は「ロッテ 乳酸菌ショコラ」という結果に（表1）。また、利用満足度は第1位が「森永製菓 カレ・ド・ショコラ」、第2位は「江崎グリコ LIBERA」、第3位は「江崎グリコ アーモンド効果」という結果になりました（表2）。

女性が選ぶ機能性チョコレートランキング 利用率	
第1位	明治 チョコレート効果
第2位	森永製菓 カレ・ド・ショコラ
第3位	ロッテ 乳酸菌ショコラ

（表1）

女性が選ぶ機能性チョコレートランキング 利用満足度	
第1位	森永製菓 カレ・ド・ショコラ
第2位	江崎グリコ LIBERA
第3位	江崎グリコ アーモンド効果

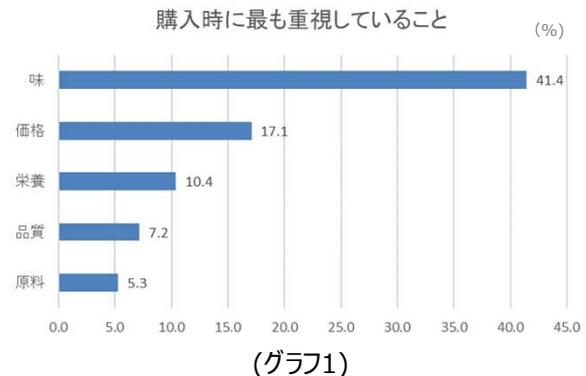
（表2）

2019年12月23日
株式会社サンケイリビング新聞社

◆購入理由は「おいしい」「健康のため」、重視しているポイントは「味」「価格」

購入した理由について聞いたところ、「おいしいから」が50.6%と最も多く、次いで「健康のため」「好きだから」という結果になりました。

購入時に最も重視するポイントは、「味」が41.4%と最も多く、次いで「価格」「栄養」という結果に（グラフ1）。「機能性チョコレートは味が落ちるイメージがあったが、美味しいとわかり、迷わず購入しています」（30代女性）、「チョコだが健康に気を使っている感がある」（40代女性）、「チョコを食べると言う罪悪感が消える」（40代女性）、「ちょっとお値段が高いけどプラスアルファの効果が得られるなら続けたい」（50代女性）など、普通のチョコと変わらずおいしく、かつ健康効果が期待できることが、機能性チョコレートを選ぶポイントになっているようです。



◆ビターと個包装が人気！好きな味とパッケージタイプは？

好きなチョコレートの「味」について聞いたところ、「ビター」が38.1%、「ミルク」が33%と続きました。「ミルクが好きですが、ホワイトやビターなど種類があるのでその時の気分で選べるのが嬉しい」（20代女性）と、味の種類が豊富なこともポイントに。また1番良いと思うパッケージタイプを聞いたところ、「個包装」が68.5%と大多数。「サイズが小さい個包装タイプは、職場でのおやつにぴったり。同僚にもお裾分けしやすい」（30代女性）など、食べやすさやシェアのしやすさも重視されているようです。

【調査概要】 期間：2019.12.4～12.8／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 2053人／調査対象商品：江崎グリコ アーモンド効果、明治 おいしいoff、明治 オリゴスマート、森永製菓 カレ・ド・ショコラ、ノースカラズ 血糖値スマートライフ チョコレート、森永製菓 シールド乳酸菌チョコ、ロッテ ゼロ、明治 チョコレート効果、COCO 乳酸菌入りRawTablet、ロッテ 乳酸菌ショコラ、ロッテ ポリフェノールショコラ、江崎グリコ メンタルバランスチョコレートGABA、江崎グリコ LIBERA

【回答者プロフィール】 エリア：全国／年代：20代以下9.9%、30代29.1%、40代30.3%、50代以上30.6%／独身29.1%、既婚70.9%／子どもあり60.0%、なし40.0% データは小数点2位以下四捨五入

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、幅広くご利用いただけます。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】

- ・人形・ドール https://mrs.living.jp/woman_research/topics/3683762
- ・ドライブレコーダー https://mrs.living.jp/woman_research/topics/3687619
- ・甘酒 https://mrs.living.jp/woman_research/article/3698638
- ・ヘアドライヤー https://mrs.living.jp/woman_research/article/3704337
- ・加湿器 https://mrs.living.jp/woman_research/article/3707610

■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