報道関係各位　　2014.7.31

20代～50代のビジネスマン400人に聞く、エナジードリンク調査

エナジードリンク飲用時間は「朝」がトップ

エナジードリンク飲用頻度は約半数が「増加」傾向に

購入場所は「職場近くのコンビニ」が約6割

カフェインやアルギニンなどを含み、エネルギー補給を謳う炭酸入りの「エナジードリンク」。新規参入が相次ぎ、市場規模は約400億円とも言われ、急激に拡大しています。数年前の登場時には、若い男性を中心に人気を集めてきたエナジードリンクですが、今年に入って女性向けやビジネスマン向けの商品も登場し、エナジードリンクブームが到来しているようです。

フリーマガジン「R25」を発行する株式会社メディア・シェイカーズのM1・F1総研®は、このエナジードリンクに注目し、20代～50代の男性ビジネスマン1万人を対象にエナジードリンクの飲用経験を聞き、その中から月1回以上エナジードリンクを飲用する400名を対象に、エナジードリンクの飲用実態やブランド認知について調べました。

①ビジネスマンが「朝」飲むドリンク

●エナジードリンクは「朝・午前中」に飲まれる傾向
●「元気・活力」「気合」「やる気」がほしいとき
●職場近くのコンビニで購入、飲用頻度は増加傾向

- 1万人のビジネスマンの61.9%がエナジードリンクの経験アリ
- エナジードリンクの飲用時間は「朝」(34.8%)がトップ
- 疲れて飲むのではなく、「元気・活力を出したい」ときに飲む
- 約6割が職場近くのコンビニでエナジードリンクを購入

②仕事に意欲的な30代・40代

●ビジネスマンがやる気を高めたいのは「始業前」
●仕事に意欲的なのは、実は30代・40代
●ワークライフバランスの理想は、仕事とプライベートが「5:5」

- 30代・40代の7割が「始業前」にやる気を高めたい
- 30代・40代の7割が「仕事には起動力が大事」
- 30代の93.0%が「効率的に働きたい」
- 30代の77.0%が「仕事を通じて成長したい」
- 40代の72.0%が「時間は有効に使いたい」

③エナジードリンク 2014夏の陣

●業界のパイオニア「レッドブル」に挑む新興勢力
●各社エナジードリンクのイメージ

- 認知率1位は「レッドブル」、2位は「リゲイン エナジードリンク」3位は「モンスターエナジー」
- 元気になれそうな「レッドブル」
- 若者向けの「レッドブル」、「モンスターエナジー」
- 即効性がありそう、働く人向けの「リゲイン エナジードリンク」

【調査実施概要】

◆調査手法:　インターネット調査　　◆調査機関:マクロミル
◆調査地域:　一都三県　　◆実施日時: 2014年7月12日(土)～15日(火)
◆調査対象:　月1回以上エナジードリンクを飲む20代～50代の男性ビジネスマン　400名(各年代100名ずつ)

①エナジードリンクは、ビジネスマンが「朝」飲むドリンク

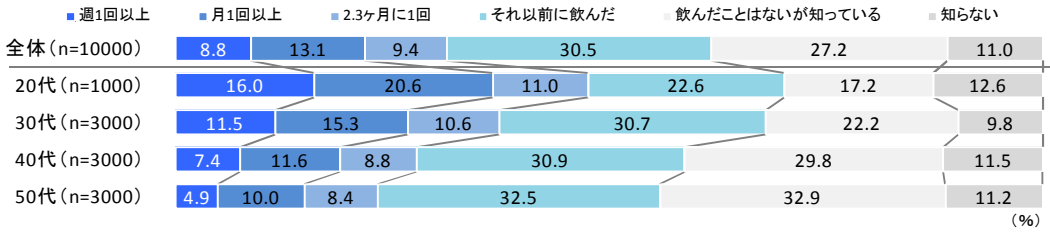
ビジネスマンがエナジードリンクを飲むのは「元気・活力を出したい」とき。
購入場所は「職場近くのコンビニ」で、1年前より飲む頻度は「増加」傾向に。

●ビジネスマンの6割はエナジードリンク経験、5人に1人は月1回以上愛飲中
お疲れ対策というよりも、「元気を出したい朝」に飲むスタートダッシュドリンク

20代～50代の働く男性1万人を対象にエナジードリンクの飲用経験を聞くと、61.8%が飲用し、5人に1人は「月1回以上」(21.9%)飲んでおり、ビジネスマンにとってエナジードリンクは身近な存在となっています(表①)。

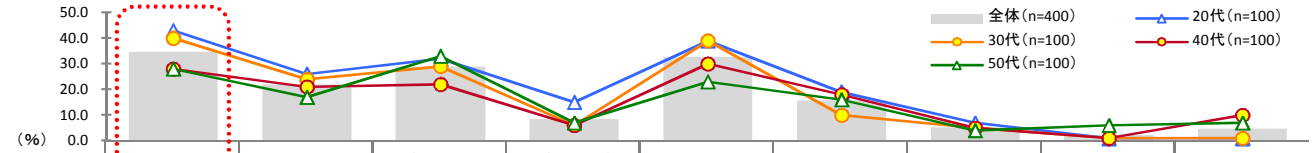
次に、エナジードリンクを「月1回以上飲む」と答えた20代～50代の働く男性400人を対象に、エナジードリンクの飲用実態を調べました。平日にエナジードリンクを飲む時間帯は「朝」(34.8%)が最多で(表②)、飲むシーンは「元気・活力を出したい」(45.0%)「気合を入れたい・テンションを上げたい」(34.3%)「仕事でやる気を高めたい」(29.0%)とき。「疲れがたまったと感じた」(26.8%)ときにクスリ的に飲むよりも、もっと前向きになるためのプラス思考で選ばれています(表③)。ビジネスマンにとってのエナジードリンクは、仕事のやる気を高める朝に飲むスタートダッシュドリンクと位置づけられているようです。

【表①】エナジードリンクの飲用経験



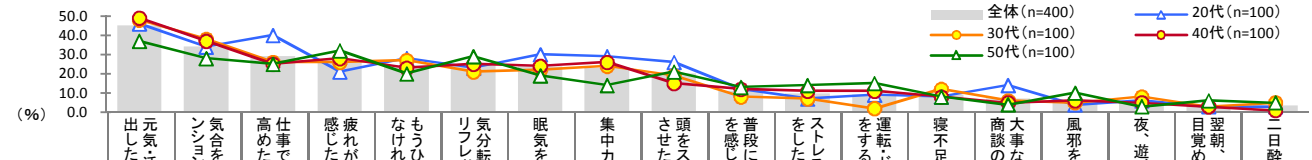
	飲用経験アリ	月1回以上飲用
全体(n=10000)	61.8	21.9
20代(n=1000)	70.2	36.6
30代(n=3000)	68.1	26.8
40代(n=3000)	58.7	19.0
50代(n=3000)	55.9	14.9

【表②】平日のエナジードリンクを飲む時間帯



	朝・午前中	昼・午後	仕事の合間の休憩時	仕事での運転移動の時	夕方～夜	夜～深夜	スポーツ・運動時	その他の時間帯	平日は飲まない
全体(n=400)	34.8	22.0	29.0	8.5	32.8	15.8	5.3	2.3	4.8
20代(n=100)	43.0	26.0	32.0	15.0	39.0	19.0	7.0	1.0	1.0
30代(n=100)	40.0	24.0	29.0	6.0	39.0	10.0	5.0	1.0	1.0
40代(n=100)	28.0	21.0	22.0	6.0	30.0	18.0	5.0	1.0	10.0
50代(n=100)	28.0	17.0	33.0	7.0	23.0	16.0	4.0	6.0	7.0

【表③】エナジードリンクを飲むシーン



	元気・活力を出したい	気合を入れたい・テンションを上げたい	仕事でやる気を高めたい	疲れがたまったと感じた	もうひと頑張りしなければいけない	気分転換・リフレッシュしたい	眠気を覚ましたい	集中力を高めたい	頭をスッキリさせたい	普段にない疲れを感じた	ストレスの解消をしたい	運転・ドライブをする	寝不足	大事な会議や商談の前	風邪をひいた	夜、遊びに行く	翌朝、元気に目覚めたい	二日酔い
全体(n=400)	45.0	34.3	29.0	26.8	24.5	24.5	23.8	23.3	20.3	11.3	9.8	9.3	9.0	7.3	6.3	5.5	3.8	3.5
20代(n=100)	46.0	34.0	40.0	21.0	28.0	23.0	30.0	29.0	26.0	12.0	7.0	9.0	8.0	14.0	4.0	6.0	3.0	3.0
30代(n=100)	48.0	38.0	26.0	26.0	27.0	21.0	22.0	24.0	19.0	8.0	7.0	2.0	12.0	6.0	5.0	8.0	3.0	5.0
40代(n=100)	49.0	37.0	25.0	28.0	23.0	25.0	24.0	26.0	15.0	12.0	11.0	11.0	8.0	5.0	6.0	5.0	3.0	1.0
50代(n=100)	37.0	28.0	25.0	32.0	20.0	29.0	19.0	14.0	21.0	13.0	14.0	15.0	8.0	4.0	10.0	3.0	6.0	5.0

●エナジードリンクの購入場所は「職場近くのコンビニ」

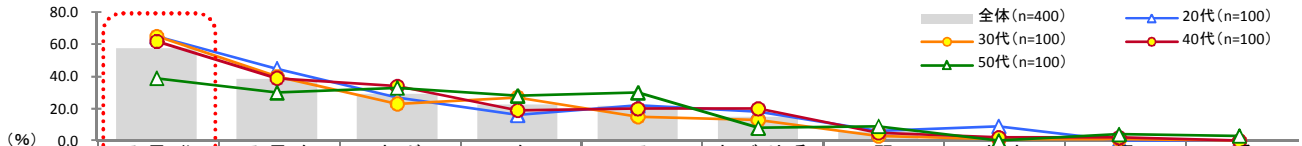
ビジネスマンの約半数が1年前よりエナジードリンクを飲む頻度が「増加」

普段の朝、仕事のやる気アップのためにエナジードリンクを飲むビジネスマン。

エナジードリンクの購入場所は、「職場近くのコンビニエンスストア」(57.8%)が多く、仕事のときに購入されていることがわかります(表④)。

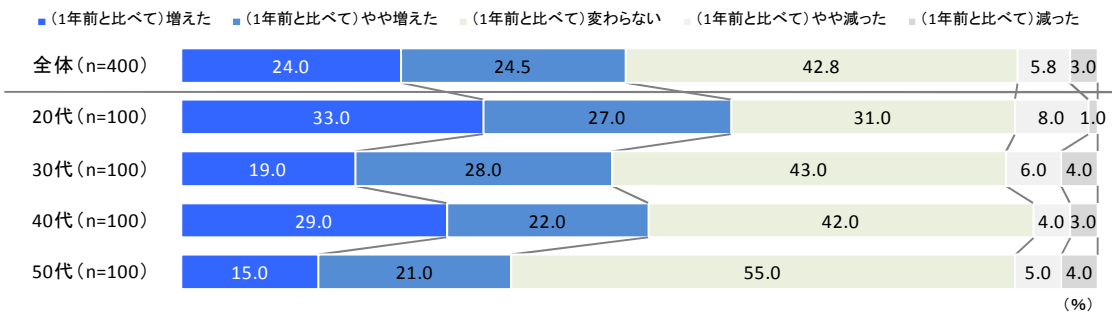
また、エナジードリンクの飲用頻度は、1年前と比べて「増えた」(増えた24.0%＋やや増えた24.5%)が48.5%と多く、「減った」(減った3.0%＋やや減った5.8%)はわずか8.8%。エナジードリンクがビジネスマンに支持されていることがわかります。年代別では、20代が飲用機会が「増えた」(60.0%)と答えた人が最も多くなっています(表⑤)。

【表④】エナジードリンクの購入場所



	職場近くのコンビニエンスストア	自宅近くのコンビニエンスストア	ドラッグストア・薬局	自動販売機	スーパー	その他のエリアのコンビニエンスストア	駅の売店	ホームセンター	通信販売	その他
全体(n=400)	57.8	38.5	29.3	22.5	21.8	14.8	5.8	3.0	1.8	0.8
20代(n=100)	65.0	45.0	27.0	16.0	22.0	18.0	6.0	9.0	0.0	0.0
30代(n=100)	65.0	40.0	23.0	27.0	15.0	13.0	3.0	1.0	1.0	0.0
40代(n=100)	62.0	39.0	34.0	19.0	20.0	20.0	5.0	2.0	2.0	0.0
50代(n=100)	39.0	30.0	33.0	28.0	30.0	8.0	9.0	0.0	4.0	3.0

【表⑤】1年前と比較したエナジードリンクの飲用頻度の増減



	増えた	減った
全体(n=400)	48.5	8.8
20代(n=100)	60.0	9.0
30代(n=100)	47.0	10.0
40代(n=100)	51.0	7.0
50代(n=100)	36.0	9.0

②仕事に意欲的な30代・40代。「始業前」がやる気のアゲどき

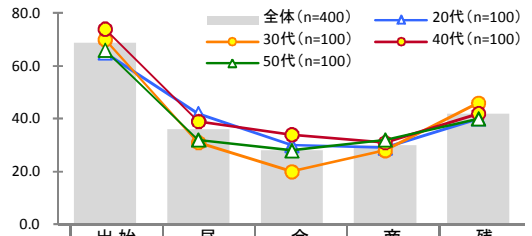
仕事に意欲的なのは、実は30代・40代。「効率」や「起動力」を重視。
理想的なワークライフバランスは、仕事とプライベートが「5:5」

●ビジネスマンがやる気を高めたいのは、エナジードリンクタイムの「始業前」
7割が心がけるワークライフバランス。理想と現実にはまだまだギャップ有り

エナジードリンクで仕事のやる気をチャージしているビジネスマン。仕事時間でやる気を高めたいときを聞くと、「始業前・出社時」(68.8%)がダントツ。中でも、30代(70. 0%)・40代(74.0%)が始業前のやる気アップに最も意欲的です(表⑥)。やる気を高めたい仕事前にエナジードリンクで　気合を入れる、ビジネスマンのそんな姿が浮かびます。

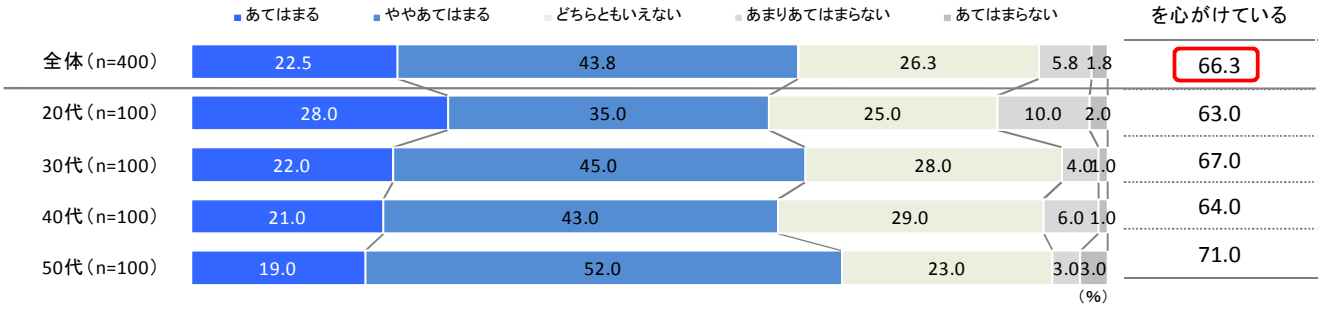
次に、ワークライブバランスについて聞くと、約7割が「心がけている」(66.3%)と答えており(表⑦)、仕事とプライベートの理想的な割合は「5:5」(37.3%)が最も多くなっています。しかし、現実は7割強が「仕事の比率が5以上」(73.0%)と高く、仕事とプライペートが「5:5」(17.8%)のワークライフバランス派は2割にも届いていません。年代別に見ると、30代が最も仕事の比重が重く(78.0%)、ワークライフバランスのとれた「5:5」は14.0%と全世代中最下位です(表⑧)。

【表⑥】やる気を高めたいとき

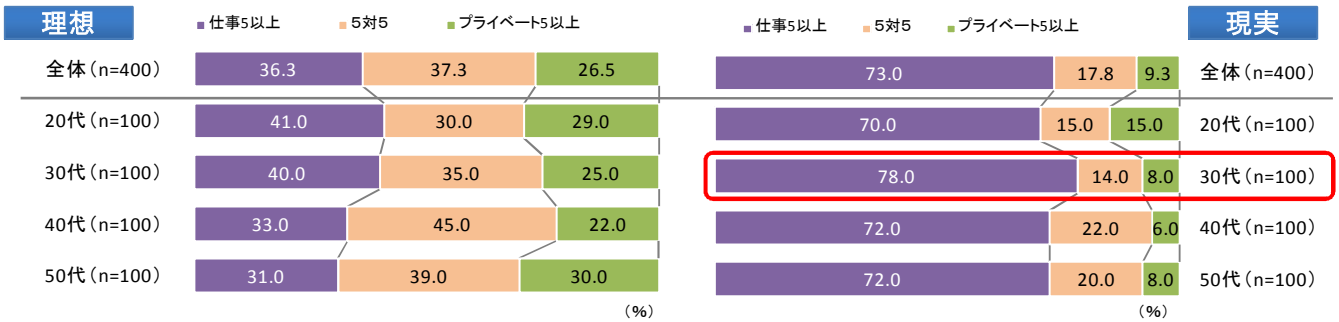


(%)	始業前 出社時	昼食後	会議前	商談前	残業時
全体(n=400)	68.8	36.0	28.0	30.0	42.0
20代(n=100)	65.0	42.0	30.0	29.0	40.0
30代(n=100)	70.0	31.0	20.0	28.0	46.0
40代(n=100)	74.0	39.0	34.0	31.0	42.0
50代(n=100)	66.0	32.0	28.0	32.0	40.0

【表⑦】ワークライフバランスを心がけているか？



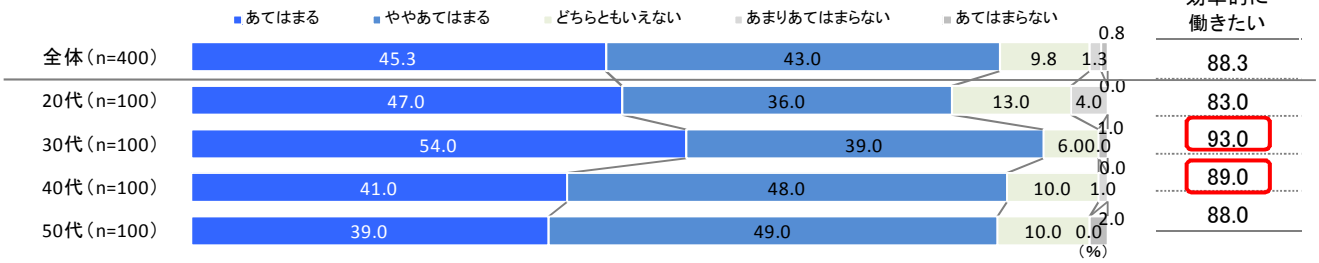
【表⑧】仕事とプライベートのバランス　理想と現実



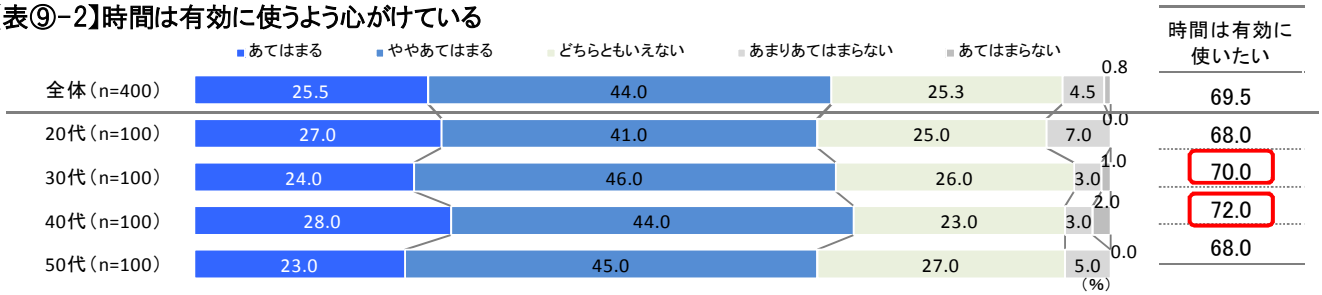
●仕事に対して意欲的な30代・40代。
時間は効率的に有効に使い、仕事を通じて成長したい。

ワークライフバランスは実現できていないものの、日本のビジネスマンの仕事意識は高く、中でも30代・40代は超前向き。全体の88.3%が「効率的に働きたい」中、30代は93.0%とさらに意識が高く(表⑨-1)、「時間は有効に使う」も40代が72.0%と世代中トップ(表⑨-2)、「仕事を通じて成長したい」のも30代(77.0%)・40代(71.0%)が意欲的で(表⑨-3)、「仕事には起動力が大事」と考えるのも30代(72.0%)・40代(71.0%)です(表⑨-4)。仕事への意欲はすこぶるポジティブな、まさに働き盛りといえる30代・40代です。

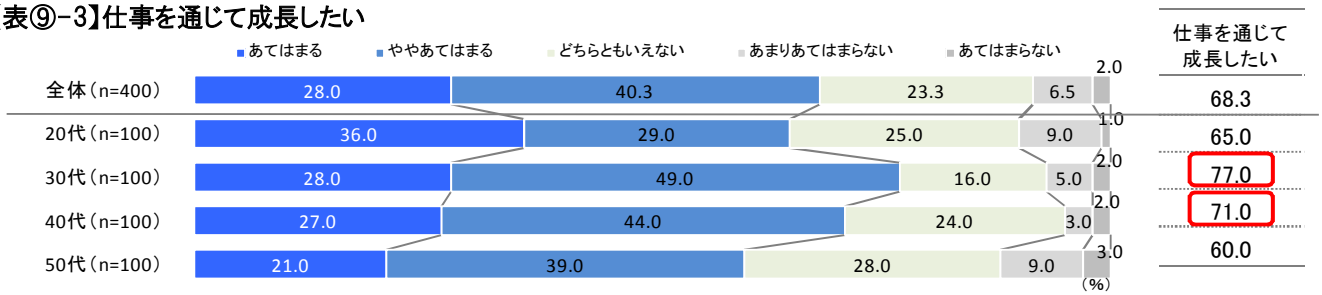
【表⑨-1】できるだけ効率的に働きたい



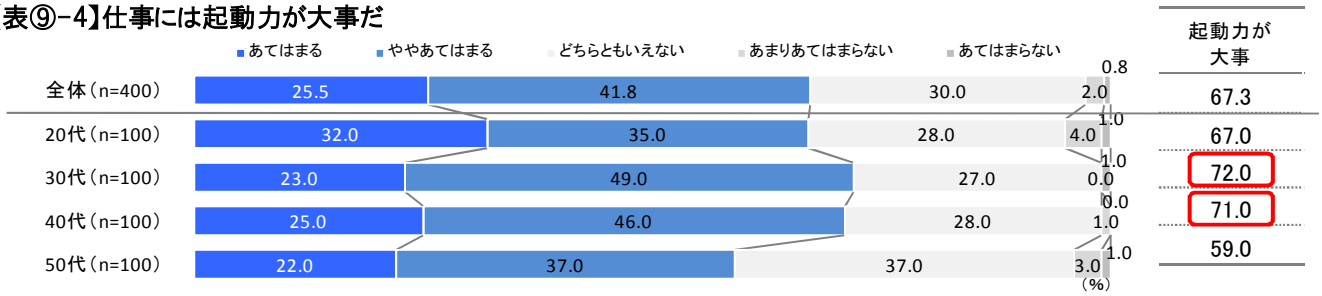
【表⑨-2】時間は有効に使うよう心がけている



【表⑨-3】仕事を通じて成長したい



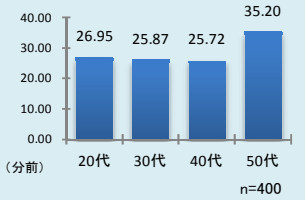
【表⑨-4】仕事には起動力が大事だ



⊙始業前、会社にいちばん早く来るのは誰？

始業時間の「何分前」に出社するかを聞くと、いちばん早く出社するのが50代で始業の約35分前、次が20代で約26分前。最も遅いのが30代・40代で約25分前という結果になりました。始業時間から遅刻して出勤することを「重役出勤」と皮肉を込めて呼びますが、すでに形骸化しているのかも。おもしろいのは、起動力が大事という30代・40代の出社がいちばん遅いこと。人の起動力もパソコンと同様、起動して即稼働するアップタイムの短さが重要なようです。

Q.始業の何分前に出社しますか？



③エナジードリンク 2014夏の陣

業界のパイオニア「レッドブル」に挑む新興勢力
認知率2位は「リゲイン エナジードリンク」、3位は「モンスターエナジー」

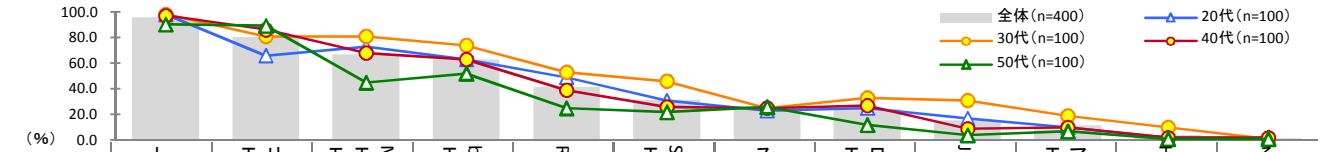
●エナジードリンク認知率　1位「レッドブル」 2位「リゲイン エナジードリンク」
働き盛りの30代･40代は“エナジードリンク世代”

ビジネスマンにとって、やる気を高めたい最も重要な時間が「始業前」。始業前の「朝」、飲むことが多いのがエナジードリンク。ビジネスマンにとって毎朝のエナジードリンクは、気合を入れるひとつの儀式に相当するのかもしれません。では、彼らはどんなエナジードリンクを選んでいるのでしょうか？　ここ数年で種類も増え、市場も拡大傾向にあるエナジードリンクについて聞いてみました。

まず、エナジードリンクのブランド別の認知率を聞くと、「レッドブル」(95.8%)、「リゲイン　エナジードリンク」(80.5%)、「モンスターエナジー／モンスターエナジーカオス」(66.8%)、「バーンエナジードリンク」(63.0%)の順で、日本でエナジードリンク市場を開拓したパイオニアの「レッドブル」(レッドブル･ジャパン)が、全体でも年代別でも認知率は一番高くなっています。次いで認知率が高いのが、今年7月に発売された「リゲイン　エナジードリンク」(サントリー食品インターナショナル)。発売されたばかりにもかかわらず、30代以上の認知率が高く、全体での認知率は8割を超えています。3位は「モンスターエナジー」(モンスタービバレッジ)で、20代の認知率が73.0%と「リゲインエナジードリンク」よりも高く、逆に40代(68.0%)･50代(45.0%)の認知率が低めです。全体的に見ると、50代の認知率が低く、30代･40代の認知率が高くなっています(表⑩)。

やりがいと責任感が増し、仕事の醍醐味を味わう30代･40代。栄養ドリンクのようなマイナスからのリセットではなく、フラットな状態をプラスにするエナジードリンクが仕事のパートナーとして最適なのかも。日本経済を支える30代･40代の働き盛りは、“エナジードリンク世代”と呼べるのかもしれません。

【表⑩】エナジードリンクのブランド認知率



	レッドブル	リゲインエナジードリンク	MONSTER(モンスター)エナジー／モンスターエナジーカオス	burn(バーン)エナジードリンク	RAIZIN(ライジン)	SAMURIDE(サムライド)エナジードリンク	スパークリングユンケル	ロックスター・エナジードリンク	Joma(ジョマ)	マッドクロックエナジーコーラ	Hacco(ハッコ)	その他
全体(n=400)	95.8	80.5	66.8	63.0	41.5	31.3	24.8	24.3	15.3	11.5	3.8	1.5
20代(n=100)	98.0	66.0	73.0	63.0	49.0	31.0	23.0	25.0	17.0	10.0	2.0	2.0
30代(n=100)	98.0	81.0	81.0	74.0	53.0	46.0	25.0	33.0	31.0	19.0	10.0	1.0
40代(n=100)	97.0	86.0	68.0	63.0	39.0	26.0	25.0	27.0	9.0	10.0	2.0	2.0
50代(n=100)	90.0	89.0	45.0	52.0	25.0	22.0	26.0	12.0	4.0	7.0	1.0	1.0

●遊びに行くとき、若者に支持されるオールマイティーな「レッドブル」
働く人向けの「リゲイン エナジードリンク」

最後に、エナジードリンクのイメージを聞いてみました。

元気になれそうなのは「レッドブル」(36.5%)がトップで、次いで「リゲイン エナジードリンク」(29.8%)。即効性がありそうなのは「リゲイン エナジードリンク」(14.3%)か「レッドブル」(13.5%)。働く人向けなのは「リゲイン エナジードリンク」(11.3%)に対し、若者向けなのは「レッドブル」(15.3%)か「モンスター」(10.8%)。仕事で飲みたいのは「レッドブル」(9.3%)か「リゲイン エナジードリンク」(9.0%)。一方、遊びに行くときに飲みたいのは「レッドブル」(6.8%)か「モンスター」(4.5%)という結果になりました(表⑪)。

「レッドブル」は働く人にも若者にも、仕事にも遊びにもオールマイティーに効きそうなイメージがあるのに対し、働く人に効くイメージがあるのは「リゲイン エナジードリンク」という結果に(5p表⑨参照)。

【表⑪】エナジードリンクのイメージランキングTOP5

順位	元気になれそう		即効性がありそう		働く人向け	
1位	レッドブル	36.5	リゲイン エナジードリンク	14.3	リゲイン エナジードリンク	11.3
2位	リゲイン エナジードリンク	29.8	レッドブル	13.5	レッドブル	7.5
3位	モンスターエナジー モンスターエナジーカオス	21.8	burn(バーン)エナジードリンク	9.0	スパークリングユンケル	6.5
4位	burn(バーン)エナジードリンク	19.5	スパークリングユンケル	8.3	burn(バーン)エナジードリンク	6.3
5位	ロックスター・エナジードリンク	17.5	モンスターエナジー モンスターエナジーカオス	7.3	モンスターエナジー モンスターエナジーカオス	4.8

順位	若者向け		仕事前・仕事中に飲みたい		遊びに行くときに飲みたい	
1位	レッドブル	15.3	レッドブル	9.3	レッドブル	6.8
2位	モンスターエナジー モンスターエナジーカオス	10.8	リゲイン エナジードリンク	9.0	モンスターエナジー モンスターエナジーカオス	4.5
3位	ロックスター・エナジードリンク	8.3	スパークリングユンケル	3.5	burn(バーン)エナジードリンク	3.5
4位	burn(バーン)エナジードリンク	7.3	burn(バーン)エナジードリンク	3.0	RAIZIN(ライジン)	3.0
5位	SAMURIDE(サムライド) エナジードリンク	6.0	モンスターエナジー モンスターエナジーカオス	2.8	ロックスター・エナジードリンク	2.8

(%)