

4060 TREND REPORT 2023

제로음료

4060 제로음료 조사 결과 보고서

4060 TREND REPORT에 대하여

신중년 라이프트렌드 No.1 (주)임팩트피플스가 제공하는 프리미엄 콘텐츠입니다.

에이풀은 4060 소비트렌드조사를 통해 콘텐츠를 개발하고 높은 프라이드와 도전적인 삶의 욕구를 지닌 신중년의 라이프스타일과 최신정보를 공유합니다.

국내 핵심소비층이자 많은 인구를 차지하는 오팔세대(액티브시니어)의 이야기를 듣고 그들의 트렌드를 모두 모아 인사이트를 제공합니다.

신중년의 트렌드를 빠르게, 한 눈에 -

Table of Contents

• —————

01

조사개관

• —————

02

응답자 프로파일

• —————

03

조사결과

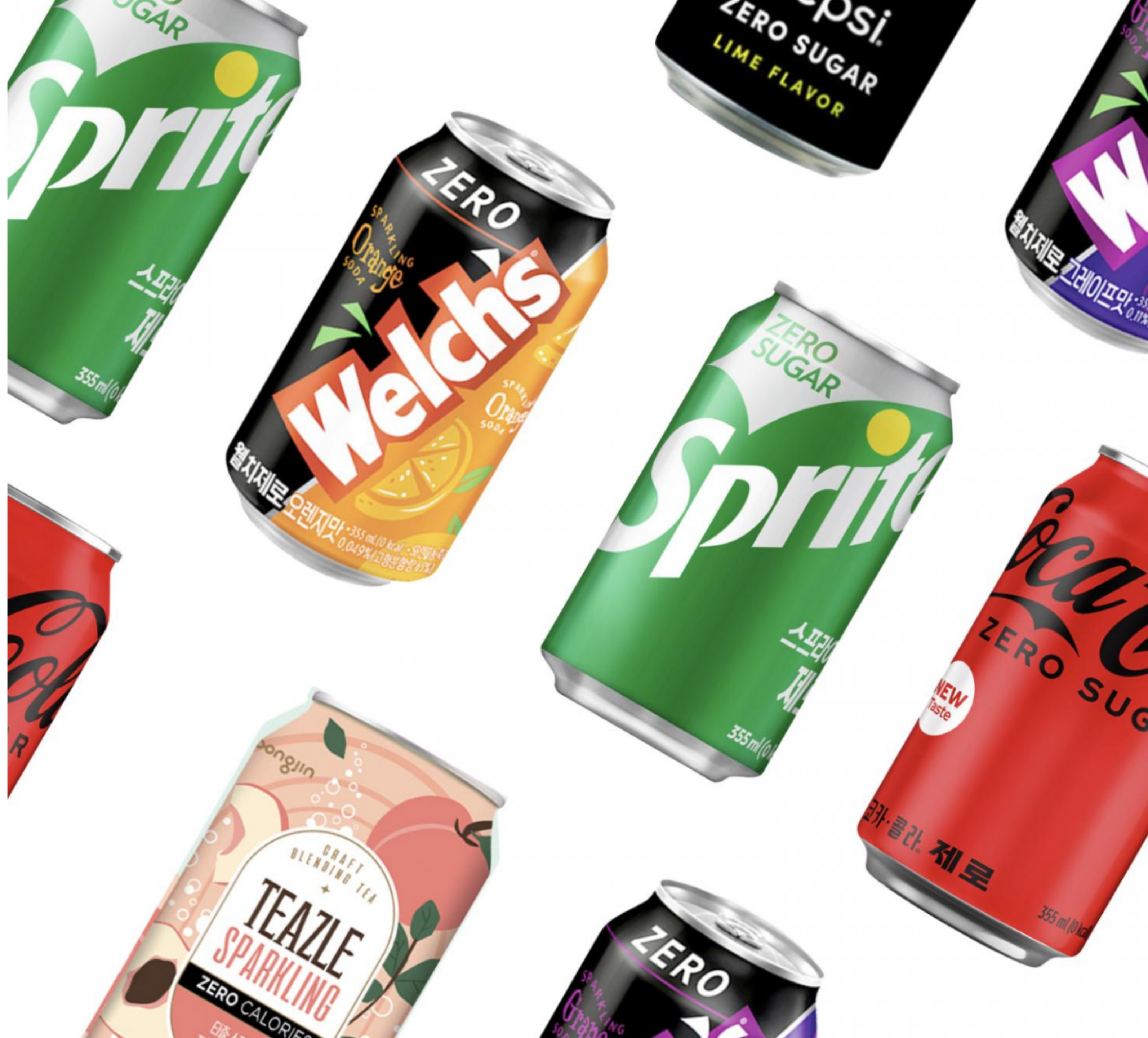
들어가며

건강을 생각하는 소비자들이 늘어나면서 식음료업계에 불기 시작한 제로 슈거, 0칼로리 음료에 열풍이 크게 불고 있는데요.

제로 슈거 제품은 설탕이 아닌 감미료를 첨가해 맛을 내므로 혈당과 칼로리 걱정을 덜어준다고 합니다. 맛에 있어서도 기존 제품과 큰 차이가 없다 보니 음료를 고를 때만큼은 무가당 제품을 선택하는 4060 신중년들도 많아지고 있는것 같은데요.

과연, 4060 신중년은 제로음료에 대해 어떤 의견을 갖고 있을까요? 어떤 제로음료 브랜드를 선호하는지와 그이유에 대해 조사하였습니다.

그 결과를 '제로음료 4060 트렌드'를 통해 분석된 데이터를 확인할 수 있습니다.



01 조사개관

조사개관 : 설계 및 실행

조사 지역	전국
조사 기간	2022.12.02 ~ 2022.12.14
조사 대상	4060 남녀
수집 정보	제로 음료 섭취 트렌드
참여자 경품	기본 70p(비대상자 5p), 베스트리뷰 작성자 1,000p
기타	소수점 둘째 자리에서 반올림하여 오차가 발생할 수 있음

- Abstract -

조사대상자
이용자 인구통계

제로 음료 브랜드
및 이용행태

제로 음료 브랜드
만족도 및 이유

2022년 12월 2일부터 2022년 12월 14일까지 진행된 장보러 갈 때 [설탕을 뺀 제로음료, 어떤 것 선호하
세요?]의 조사의 결과이다. 4060 신중년의 제로 음료 섭취 트렌드를 알아보고자 진행되었다. 총 390명이
조사에 참여하여 유효 데이터를 확보하였으며, 이를 토대로 결과를 분석하였다.

02 응답자 프로파일

응답자 프로파일

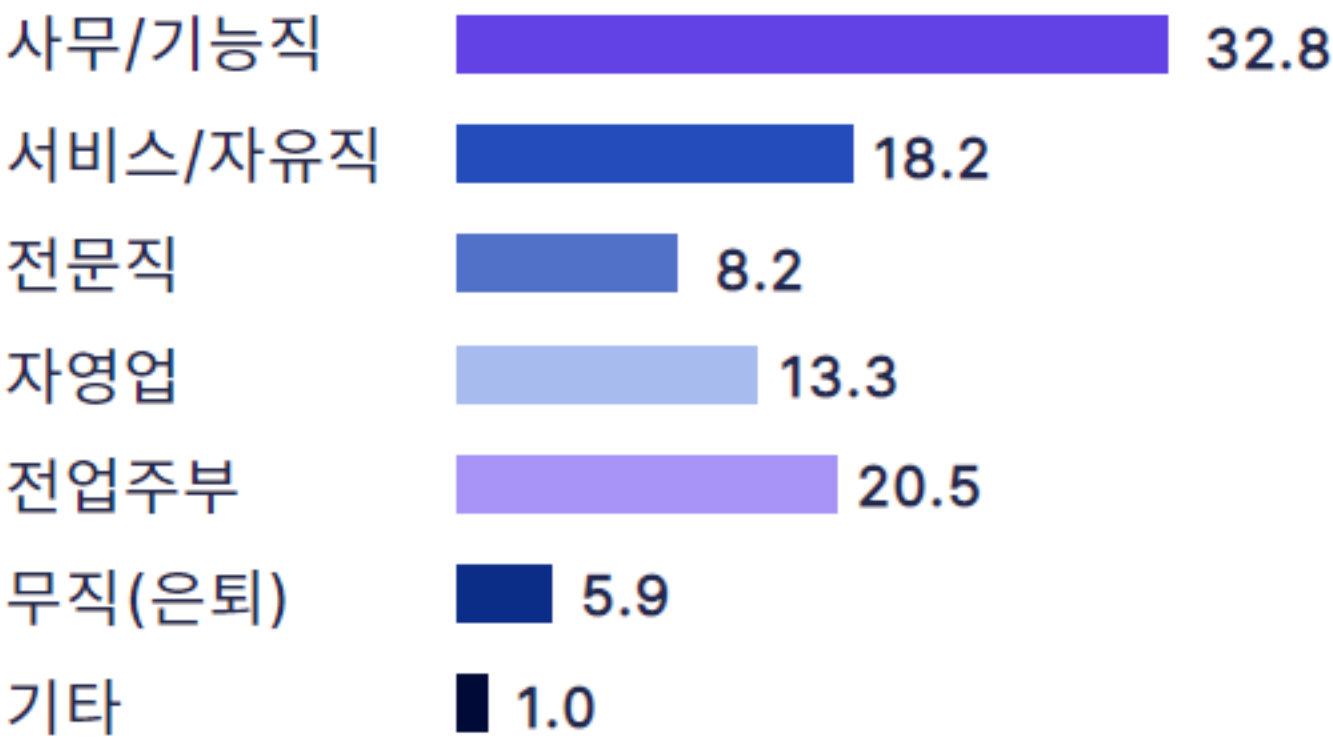
응답자 프로파일 현황

(Base: 전체, N=390, 단일응답, 단위:%)

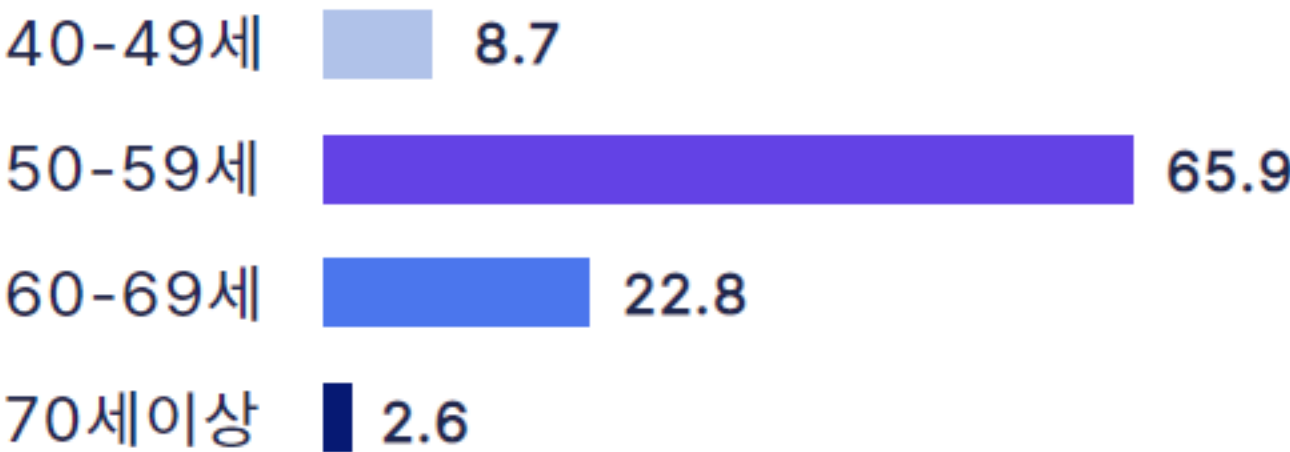
성별



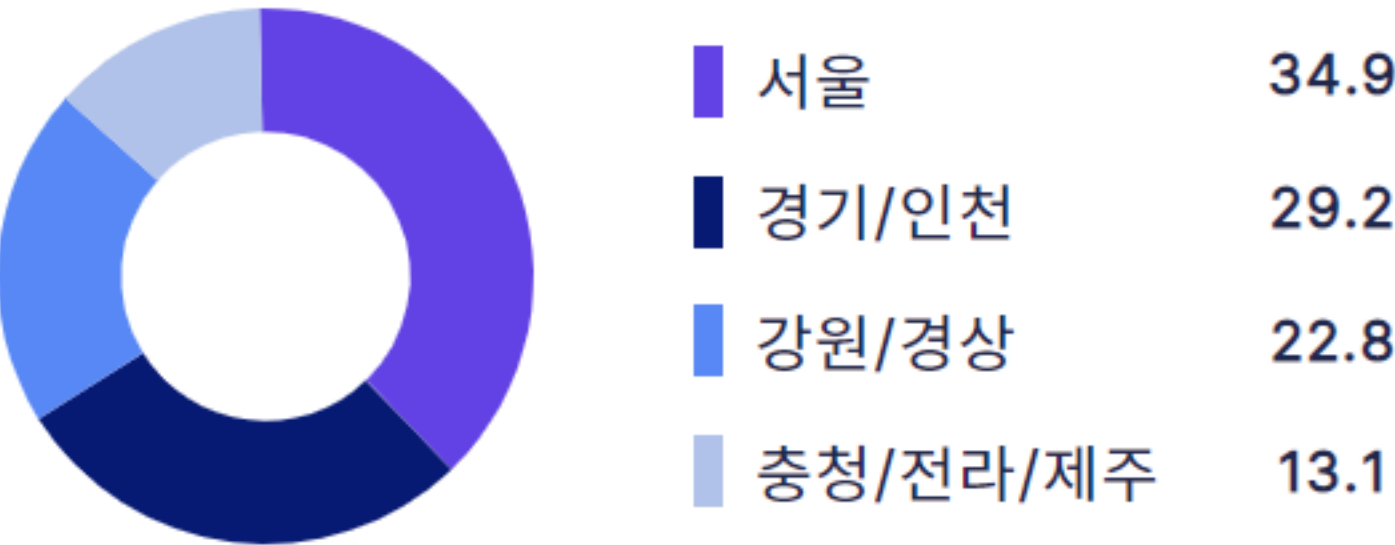
직업



연령



지역



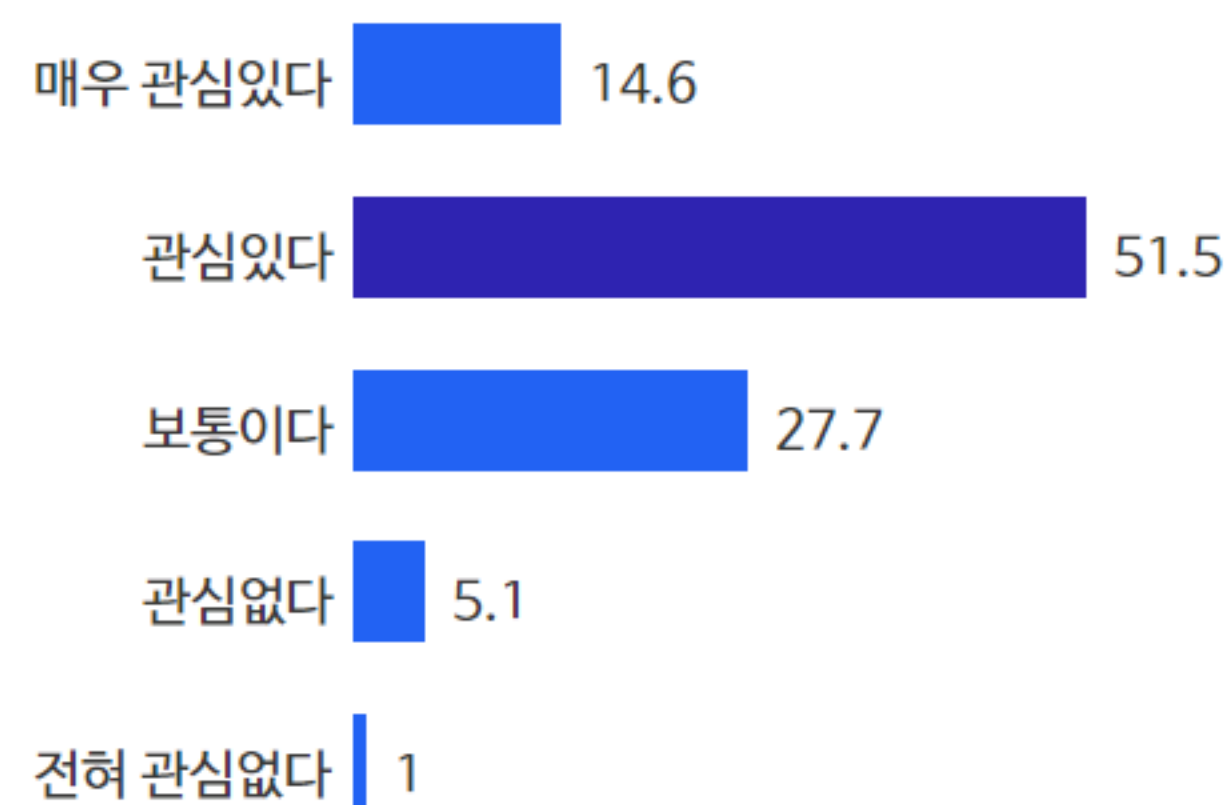
03 조사결과

조사결과1

4060 신중년의 제로음료에 대한 관심정도는 **전체의 66.1%가 제로음료에 대해 관심이 있는 것으로** 나타났으며, **전체의 70.5%가 제로음료에 대해 긍정적인 것으로** 나타났다. 해당 긍정평가를 간 이유는 **'당섭취를 줄일 수 있을 것 같아서'**가 53.6%로 가장 높게 나타났다.

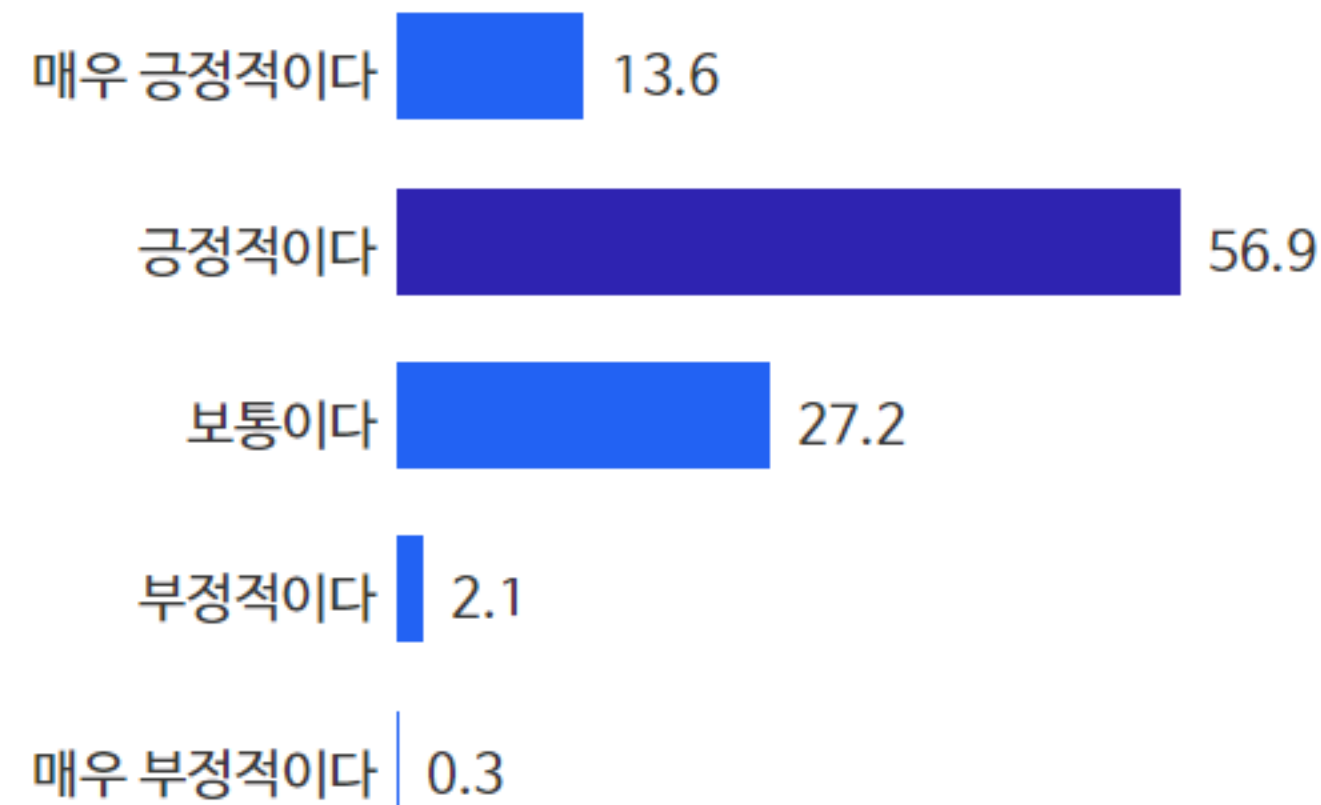
4060 제로 음료에 대한 관심도

(Base: 전체, N=390, 단일응답, 단위: %)



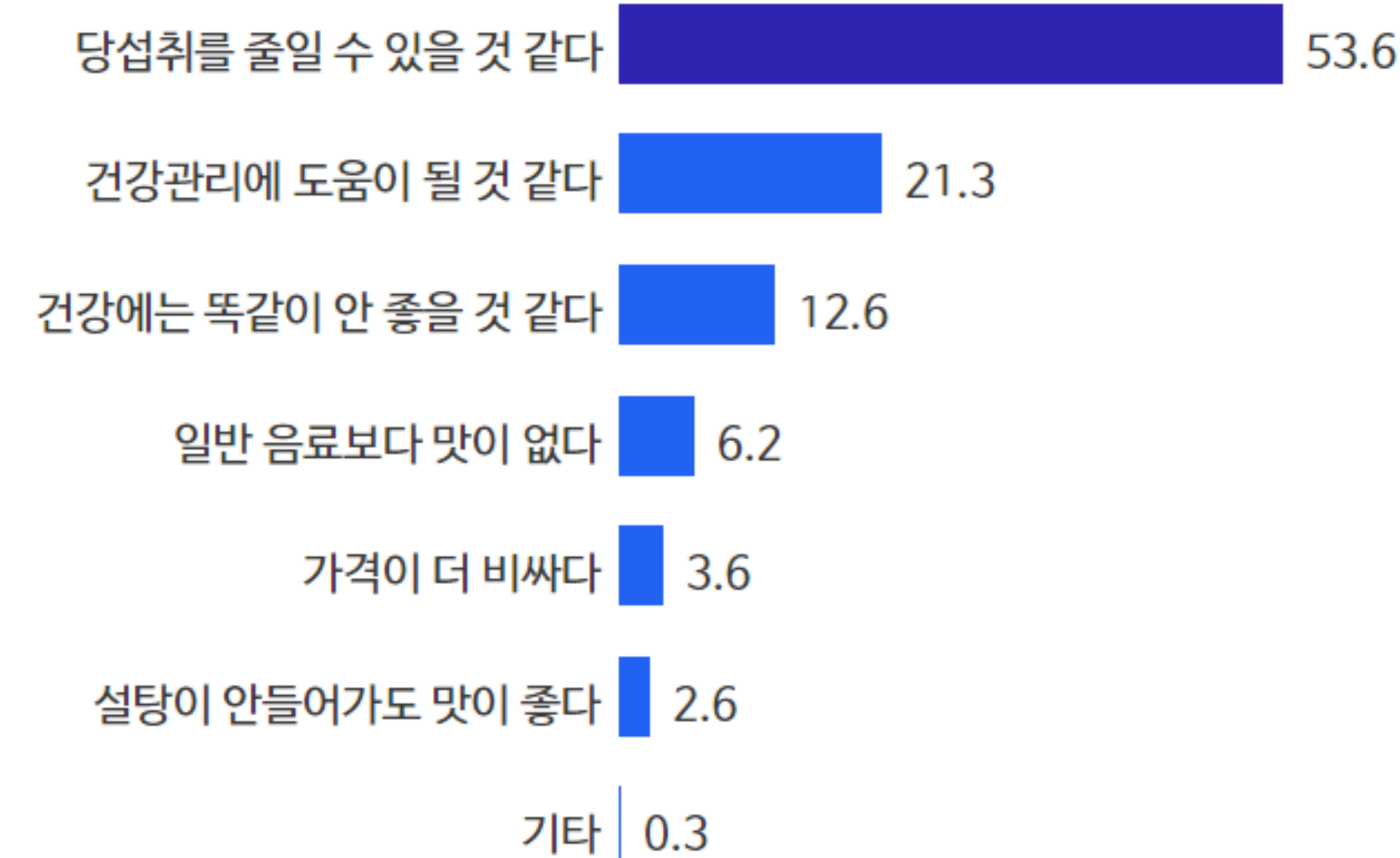
4060 제로 음료에 대한 긍정도

(Base: 전체, N=390, 단일응답, 단위: %)



4060 해당 긍정 평가 이유

(Base: 전체, N=390, 단일응답, 단위: %)

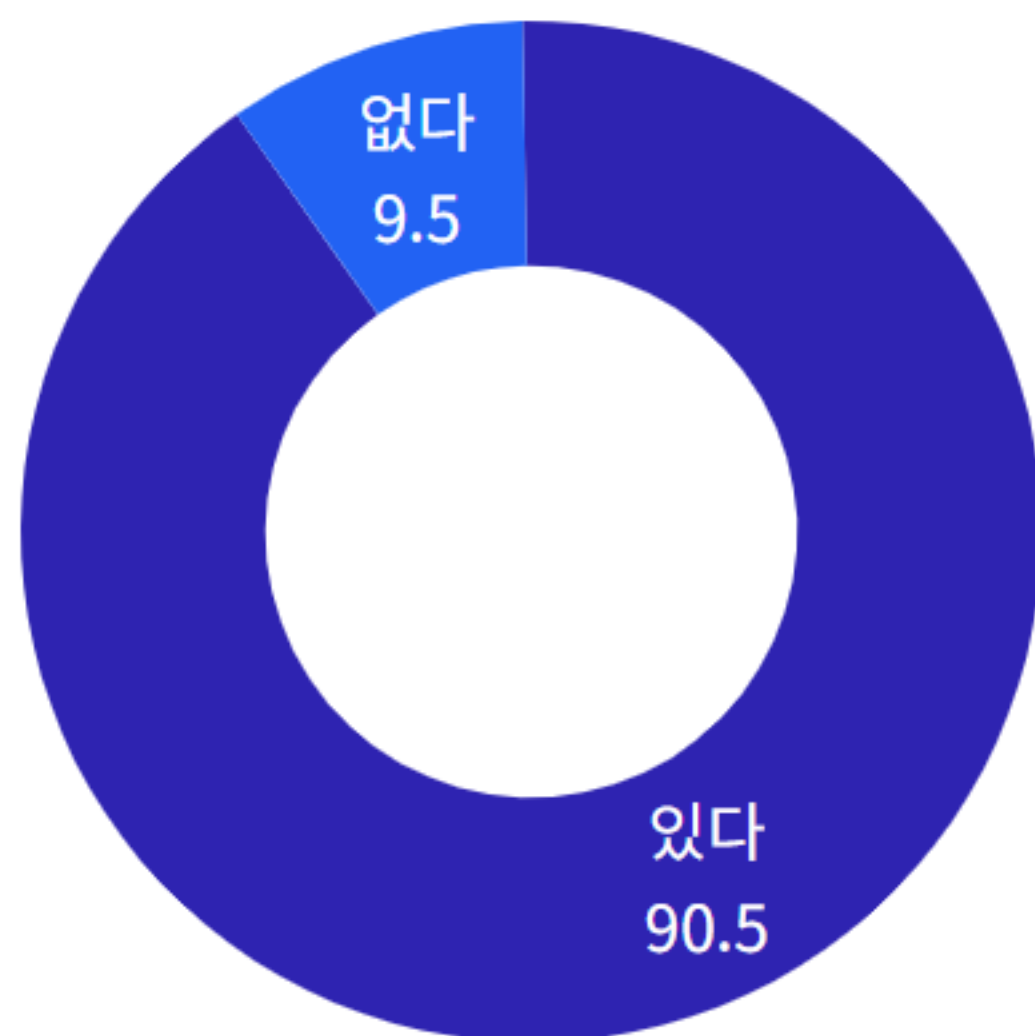


조사결과2

4060 신중년의 제로음료 구매경험 비중은 **전체의 90.5%**가 제로음료를 마셔 본 경험이 있다고 응답하였다. 제로음료를 마시는 이유 1위는 '**건강관리를 위해서(47.3%)**', 2위는 '**다이어트를 위해(47%)**'로 나타났다. 섭취하는 제로음료의 종류로는 **콜라 > 사이다 > 과일탄산음료** 순으로 높게 나타났다.

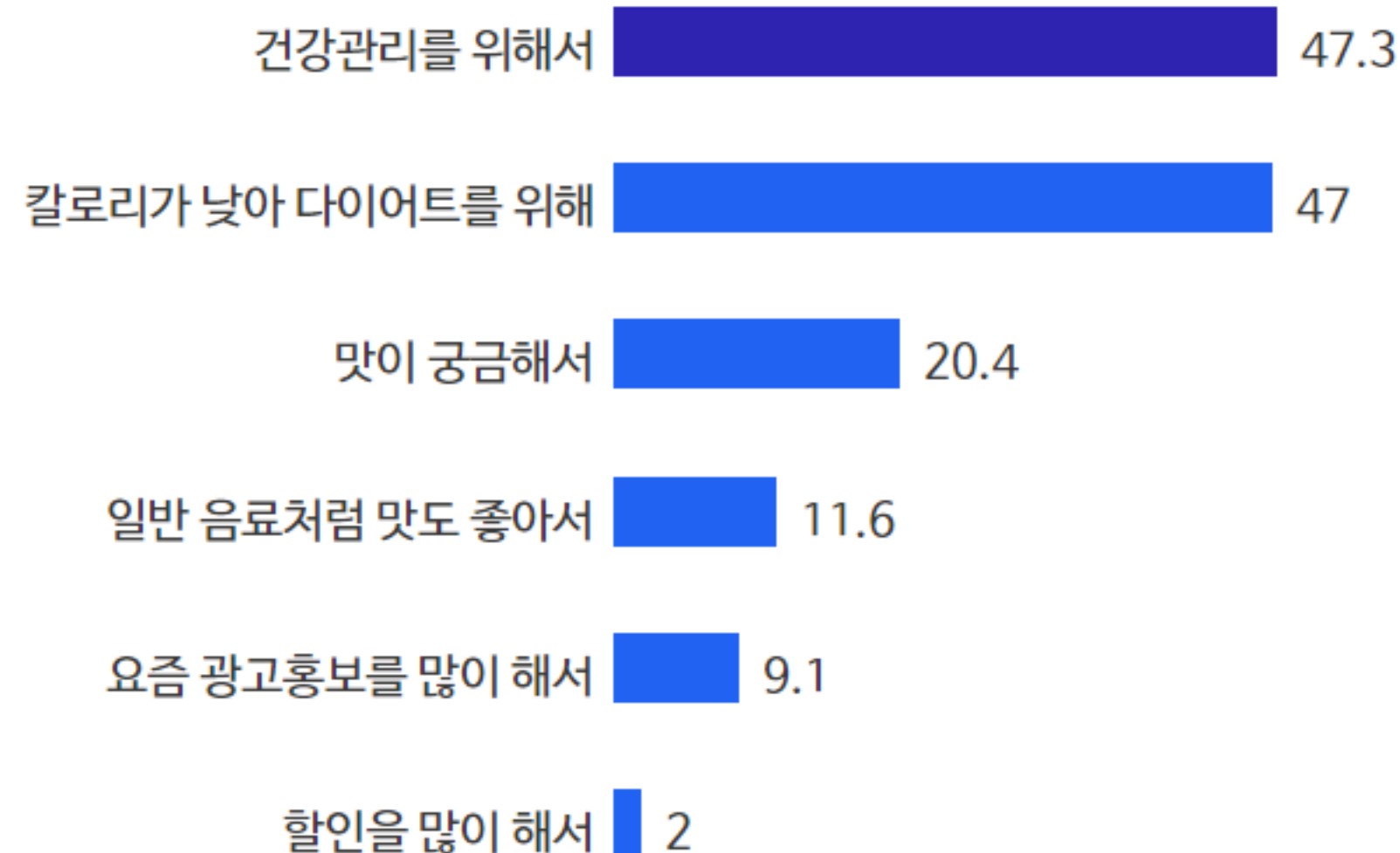
4060 제로음료 구매경험

(Base: 전체, N=390, 단일응답, 단위: %)



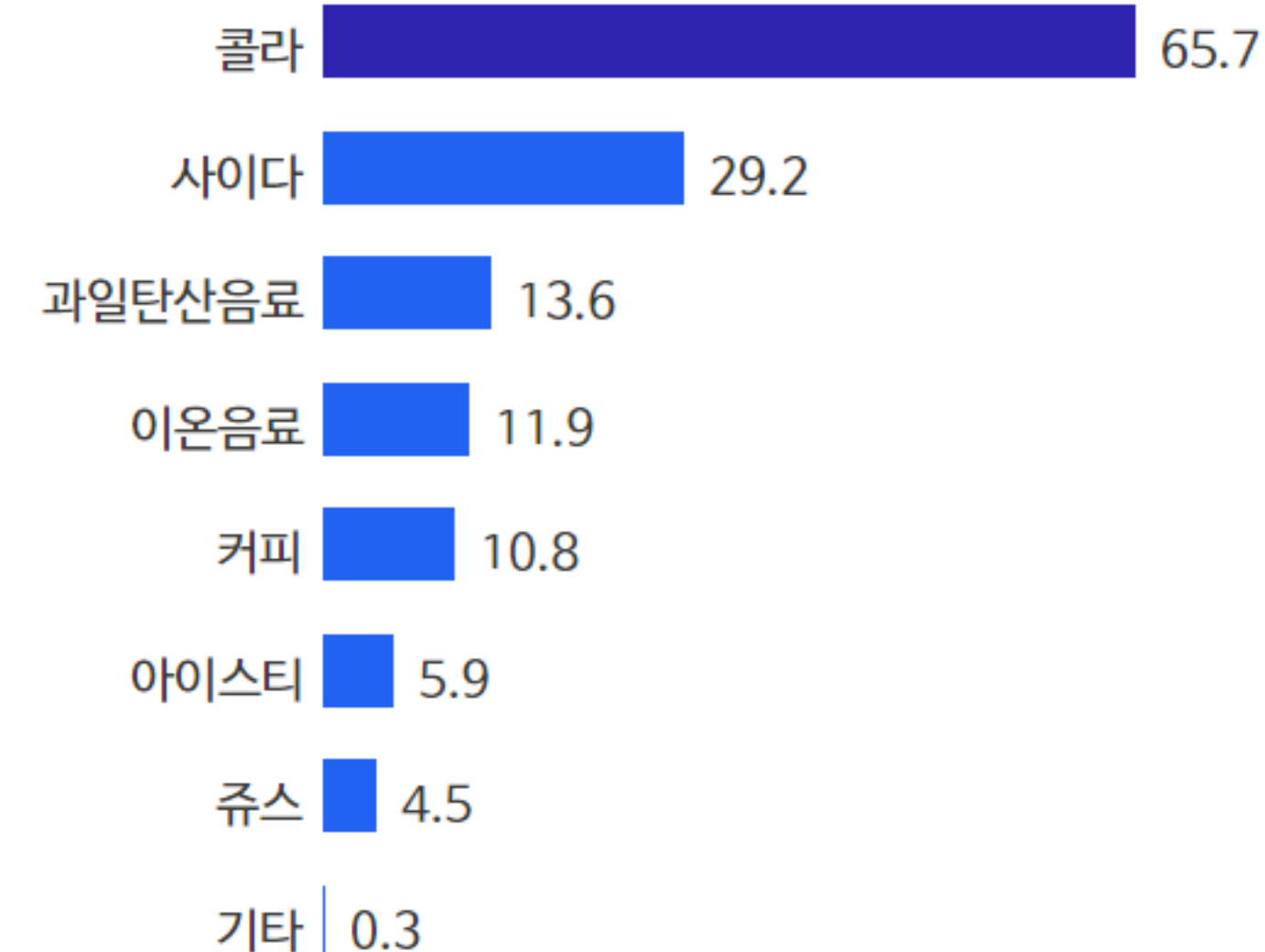
제로음료를 마시는 이유

(Base: 제로음료구매자, N=353, 복수응답, 단위: %)



섭취하는 제로음료의 종류

(Base: 제로음료구매자, N=353, 복수응답, 단위: %)

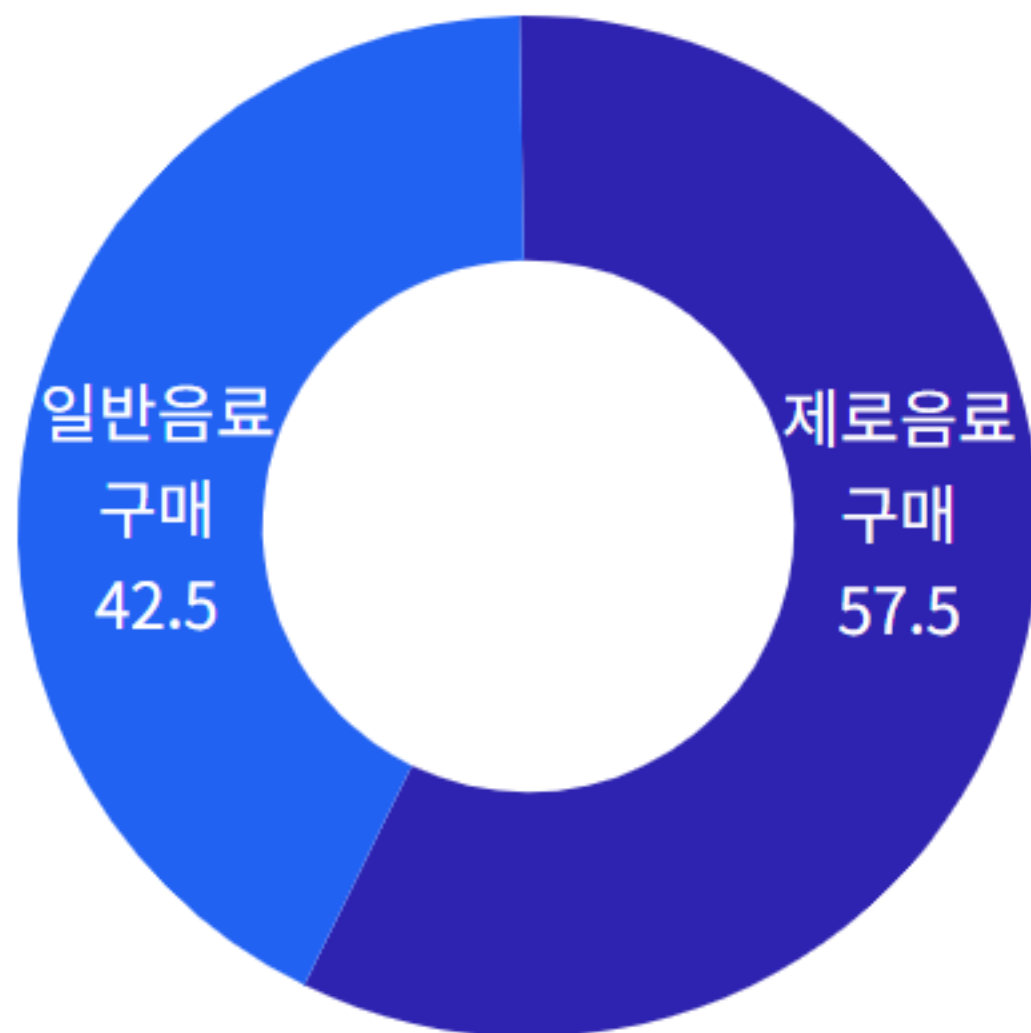


조사결과3

음료 구매 시 일반음료 대비 '제로음료'의 구매에 대한 비중이 57.5%로 나타났으며, 음료에 표시되는 설탕 '제로' 표시에 따라 구매에 영향을 미친다고 응답한 비율은 63.7%였으며, 제로음료 구매 시 색소, 보존료, 향 등의 '첨가물(69.1%)'에 대해 가장 많이 고려하는 것으로 나타났다.

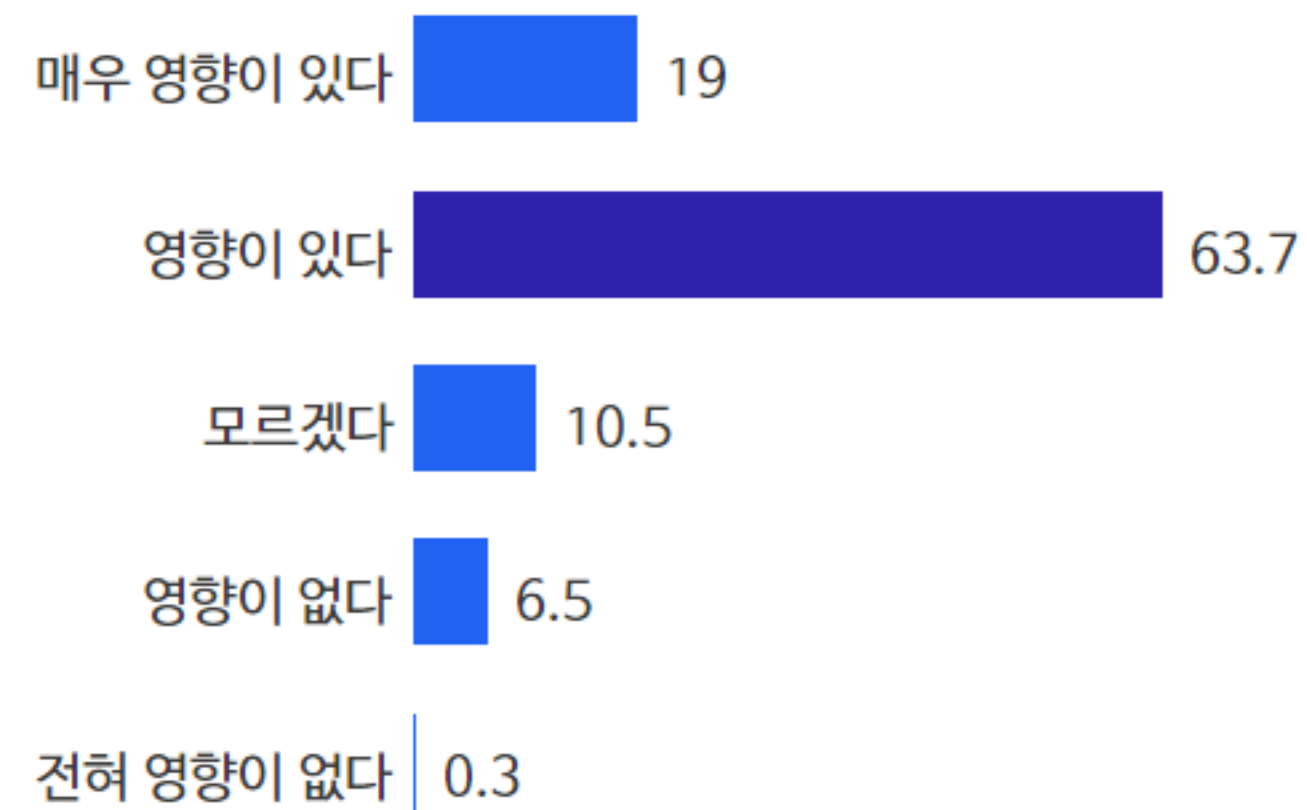
음료구매 시, 일반음료 vs 제로음료 소비비중

(Base: 제로음료구매자, N=353, 단일응답, 단위: %)



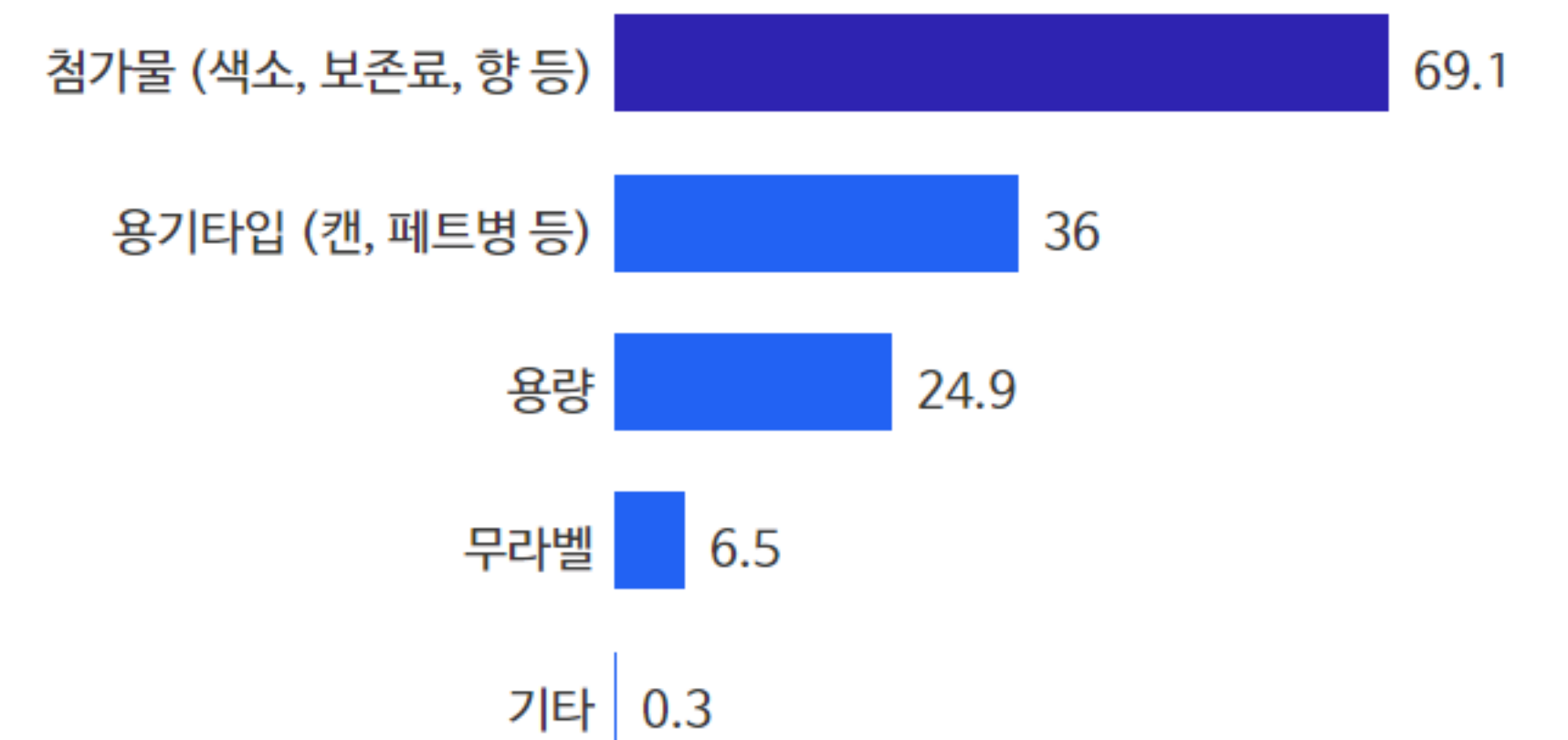
설탕 '제로' 표시에 따른 구매영향도

(Base: 제로음료구매자, N=353, 단일응답, 단위: %)



제로음료 구매 시, 고려사항

(Base: 제로음료구매자, N=353, 복수응답, 단위: %)

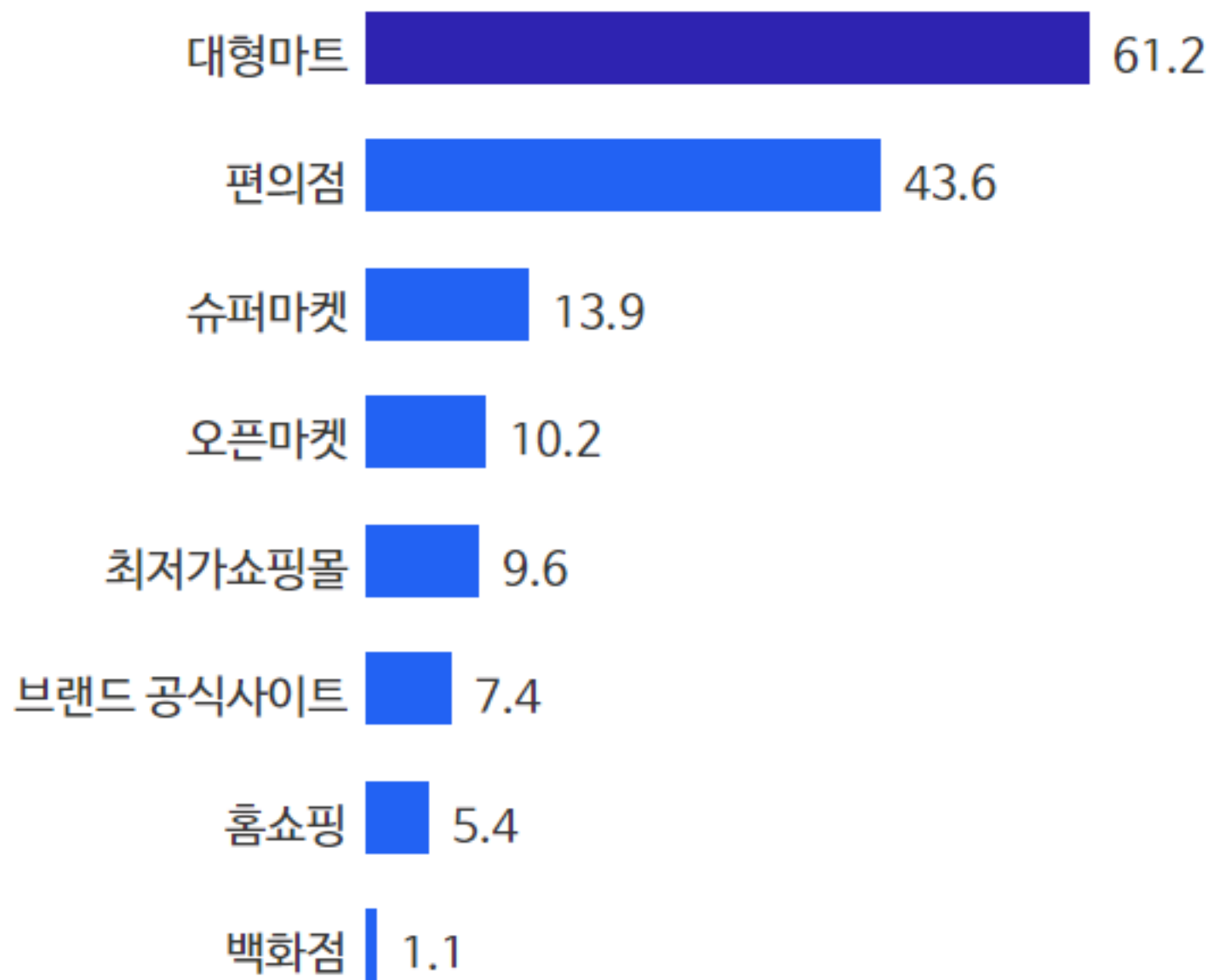


조사결과4

제로음료 구매 경로로는 '대형마트(61.2%)'가 가장 많은 응답율을 보였으며, 가장 선호하는 제로음료 브랜드 1위는 '코카콜라 제로(46.5%)'로 나타났다. 그 이유로는 '맛이 좋다(38.5%)', '제조사를 신뢰한다(26.9%)' 등이 높게 나타났다.

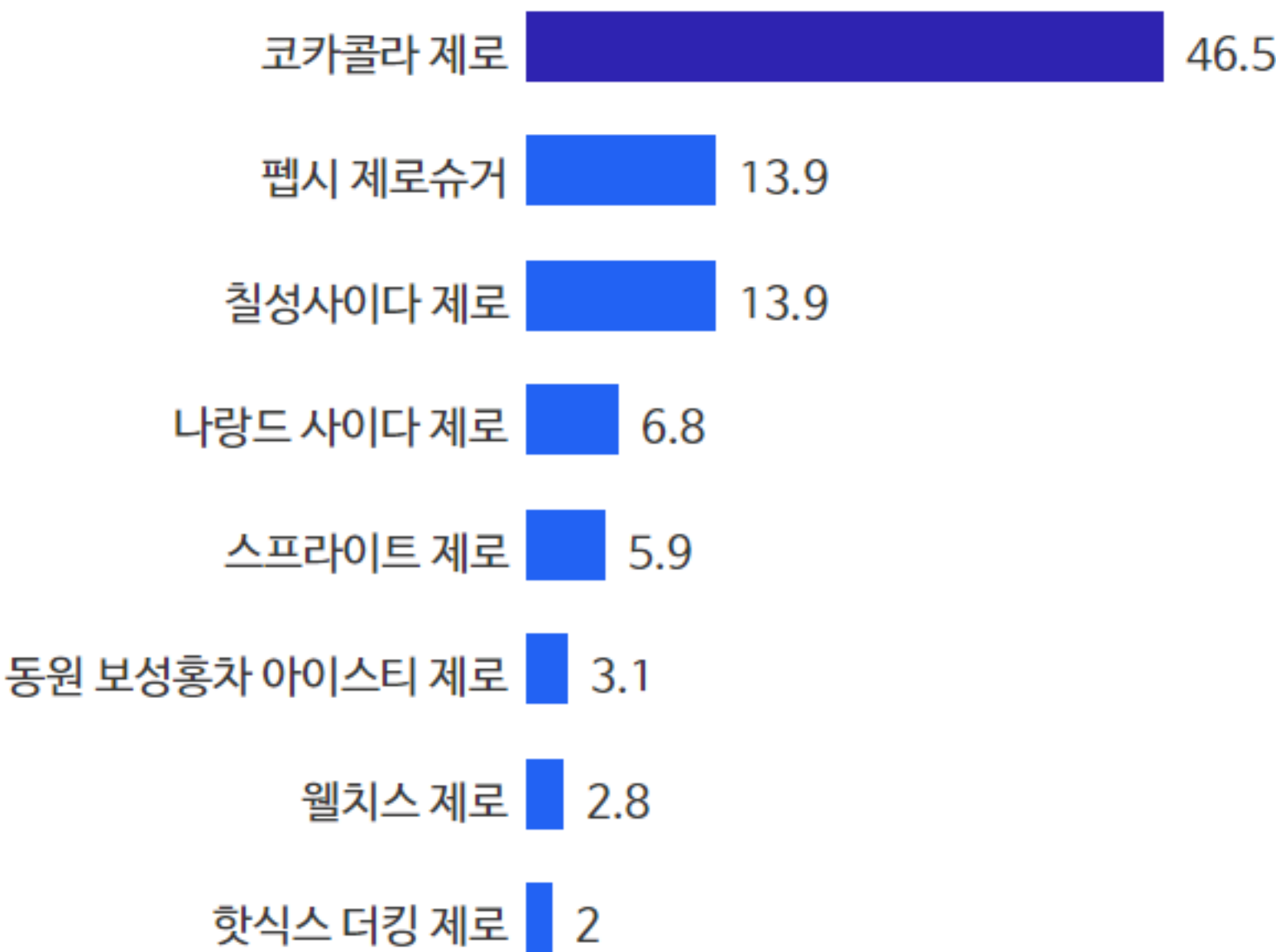
제로음료 구매 경로

(Base: 제로음료구매자, N=353, 복수응답, 단위: %)



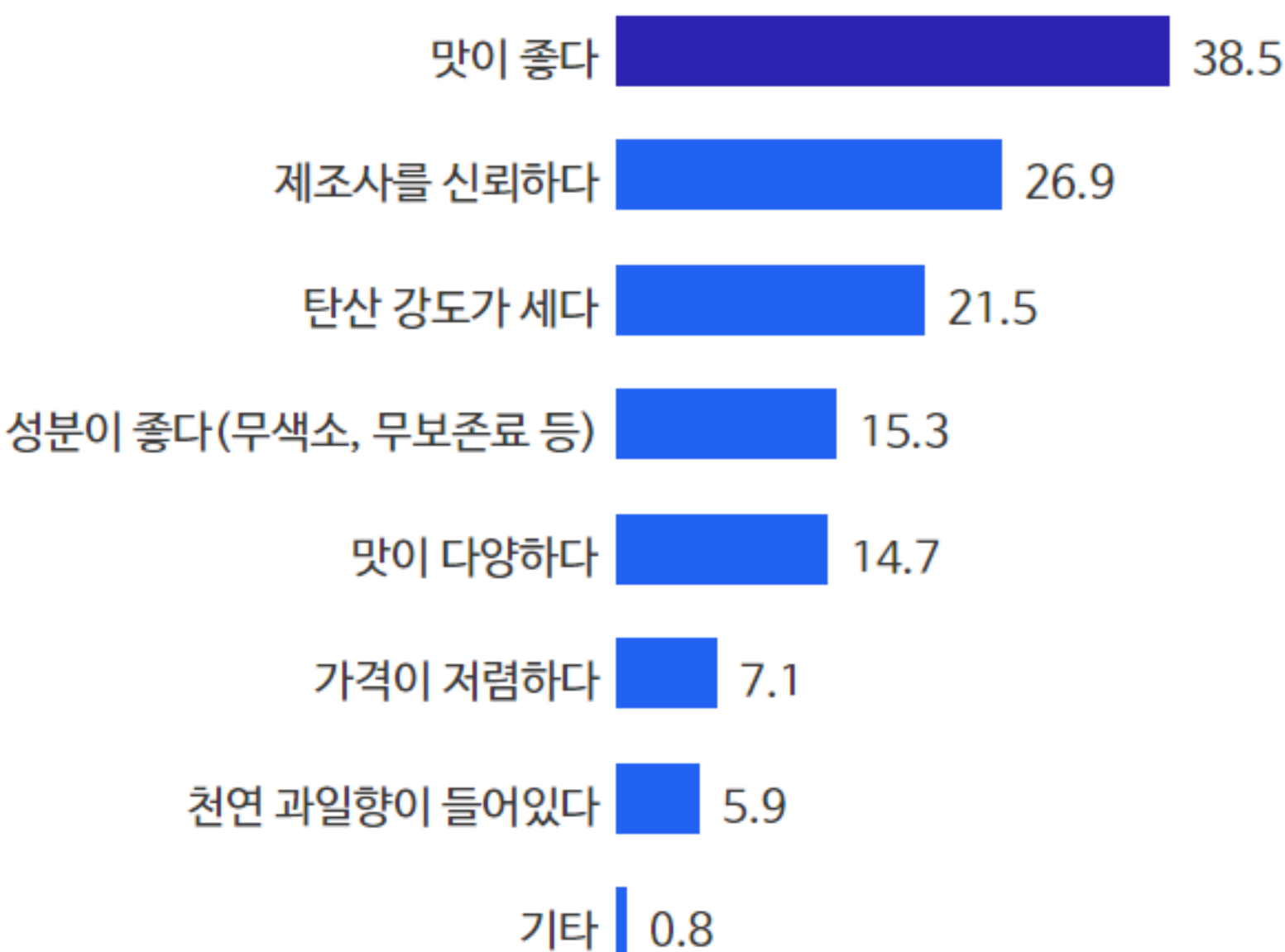
가장 선호하는 제로음료 브랜드

(Base: 제로음료구매자, N=353, 단일응답, 응답율 2% 미만은 제외)



해당 제로음료 가장 선호하는 이유

(Base: 제로음료구매자, N=353, 복수응답, 단위: %)



4060 TREND REPORT

발행처 (주)임팩트피플스
서울시 중구 퇴계로 205, 1층
www.impactpeoples.co.kr

집필진 (주)임팩트피플스 | UX리서치팀

4060 트렌드 리포트의 저작권은 (주)임팩트피플스에 있습니다.
본 리포트의 전체 또는 일부 내용에 대한 상업적 이용은 금지되어 있으며
인용 시에는 반드시 '(주)임팩트피플스 4060 트렌트 리포트'를 밝혀주시기 바랍니다.
본 리포트의 내용에 삽입되어있는 데이터에 대한 문의는 아래로 연락주시기 바랍니다.

(주)임팩트피플스 4060 트렌드 리포트 문의

이메일 impact0217@impactpeoples.co.kr
제휴문의 www.aful.co.kr

Thank you

4060만을 위한 트렌드 리포트

발행 | (주)임팩트피플스