



カゴメと伊藤園の 「野菜ジュース」のレビュー比較



井村ゼミナール 阿部、大井、佐野、森、若松

もくじ

- 問題意識
- 「KAGOME」基本情報
- 「伊藤園」基本情報
- 野菜ジュース市場
- 収集データ
- 分析結果(KAGOME)
- 分析結果(伊藤園)
- 結果のまとめと比較
- 考察
- 最後に



問題意識

日本人は、野菜が不足気味！

「野菜が手軽に摂れる」ことで、
「野菜ジュース」を手にする機会が増えてきている！

類似した商品が数多く店頭に並べられているが、
消費者はどういった点に惹かれて
「その」野菜ジュースを選ぶのか？



「KAGOME」基本情報

社名:カゴメ株式会社
代表取締役社長:寺田 直行
創業:1899年(明治32年)
設立:1949年(昭和24年)
本社:愛知県・東京都
資本金:19,985百万円
従業員数:2,621名
(平成28年12月期)

企業理念

時代を経ても変わらずに継承される「経営のこころ」
「感謝」

私たちは、自然の恵みと多くの人々との出会いに感謝し、
自然生態系と人間性を尊重します。

「自然」

私たちは、自然の恵みを活かして、
時代に先がけた深みのある価値を創造し、
お客様の健康に貢献します。

「開かれた企業」

私たちは、おたがいの個性・能力を認め合い、
公正・透明な企業活動につとめ、
開かれた企業を目指します。

野菜ミックスジュース
46.7%

国内シェア

KAGOME ホームページ(2017/10/12閲覧)
<http://www.kagome.co.jp/company/>



「伊藤園」基本情報

社名：株式会社伊藤園

代表取締役社長：本庄 大介

設立：1966(昭和41)年8月22日

本社：東京都

資本金：19,912,300,000円

従業員数：5,398名

経営理念

お客様を第一とし、
誠実を売り努力を怠らず
信頼を得るを旨とする

「お客様第一主義」

お客様の定義

消費者の皆様、株主の皆様、販売先の皆様、
仕入先の皆様、金融機関の皆様、
地域社会の皆様

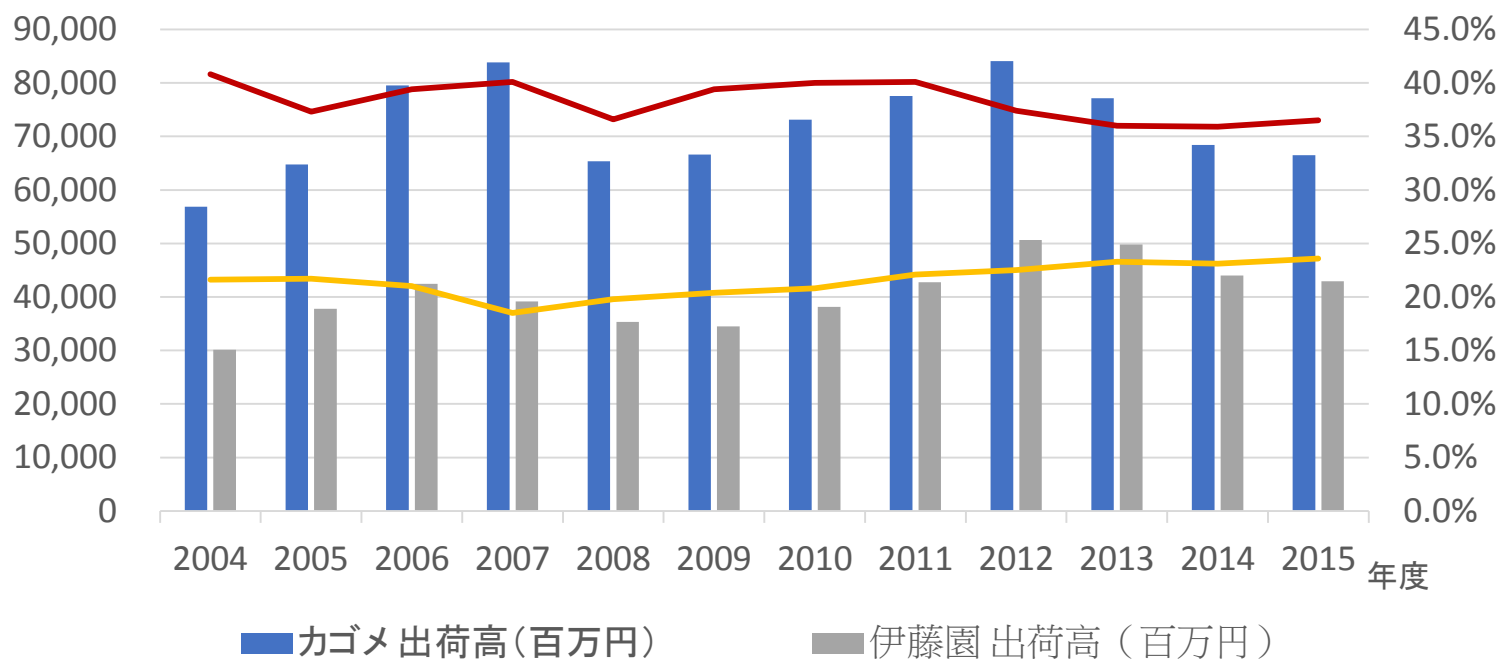
伊藤園 ホームページ(2017/10/12閲覧)

<https://www.itoen.co.jp/about/>

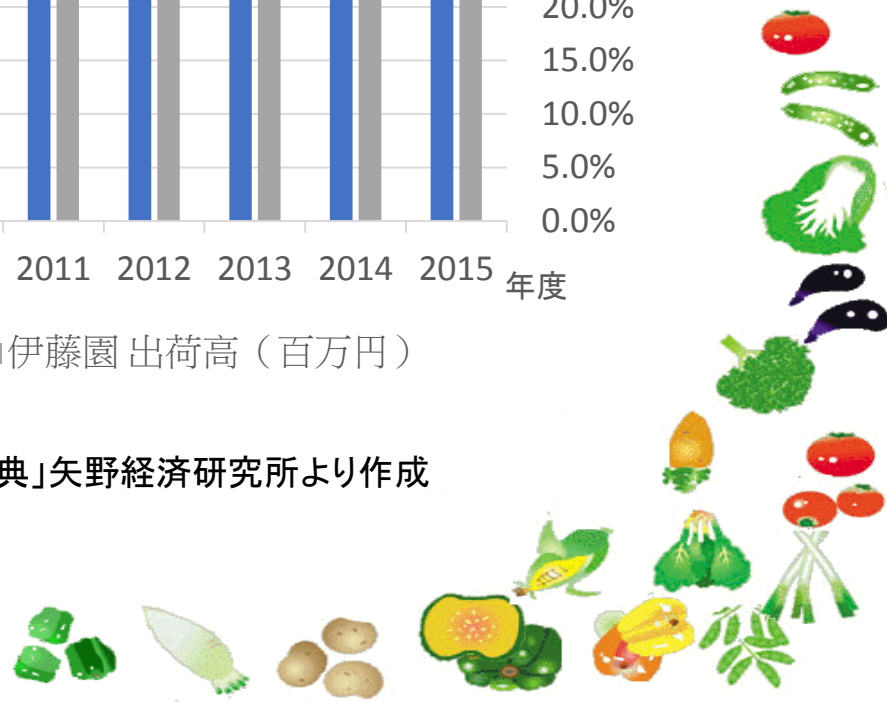


野菜ジュース市場

「野菜ジュース」企業別出荷高とシェア



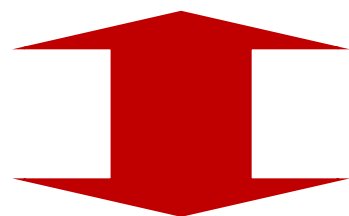
「2017年度版 日本マーケットシェア事典」矢野経済研究所より作成



収集データ

Amazonのレビュー

KAGOMEの「野菜一日これ一本」200ml × 24本
全657件のレビュー



比較

伊藤園の「一日分の野菜」200ml × 24本
全882件のレビュー

※AmazonのHPより
2017年10月6日(金)に収集



収集データ

KAGOME	項目	伊藤園
全657件/1595文	レビュー総数(件数/文章量)	全882件/2087文
427件/1024文	★5(レビュー件数/文章量)	561件/1319文
160件/400文	★4(レビュー件数/文章量)	227件/563文
49件/95文	★3(レビュー件数/文章量)	74件/142文
14件/48文	★2(レビュー件数/文章量)	7件/18文
7件/28文	★1(レビュー件数/文章量)	13件/45文

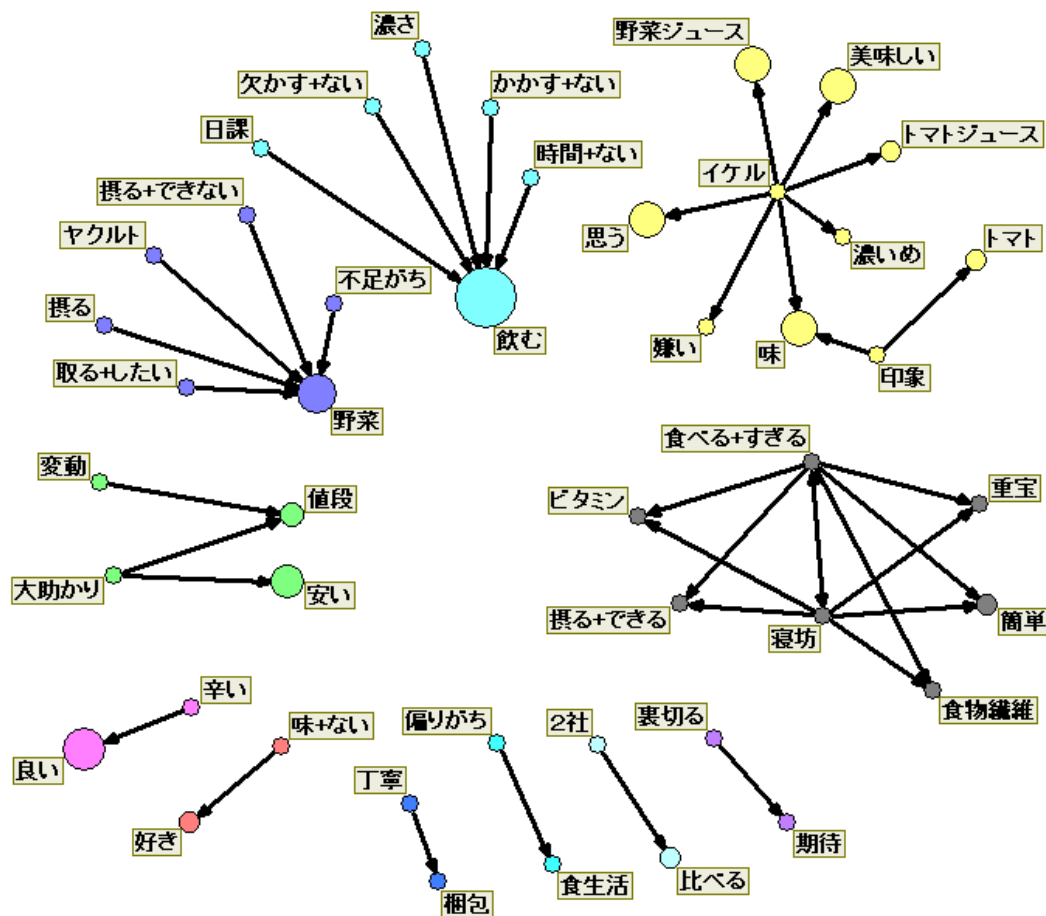
※AmazonのHPより
2017年10月6日(金)に収集



分析結果 (KAGOME)

ことばネットワーク

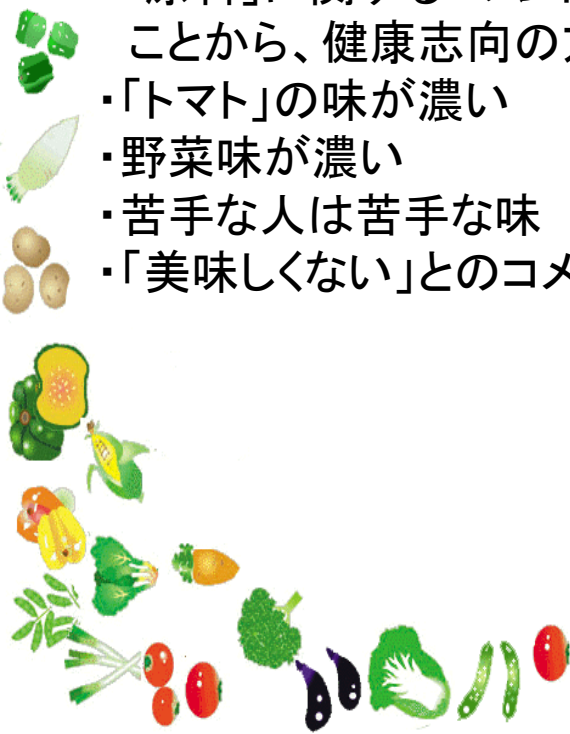
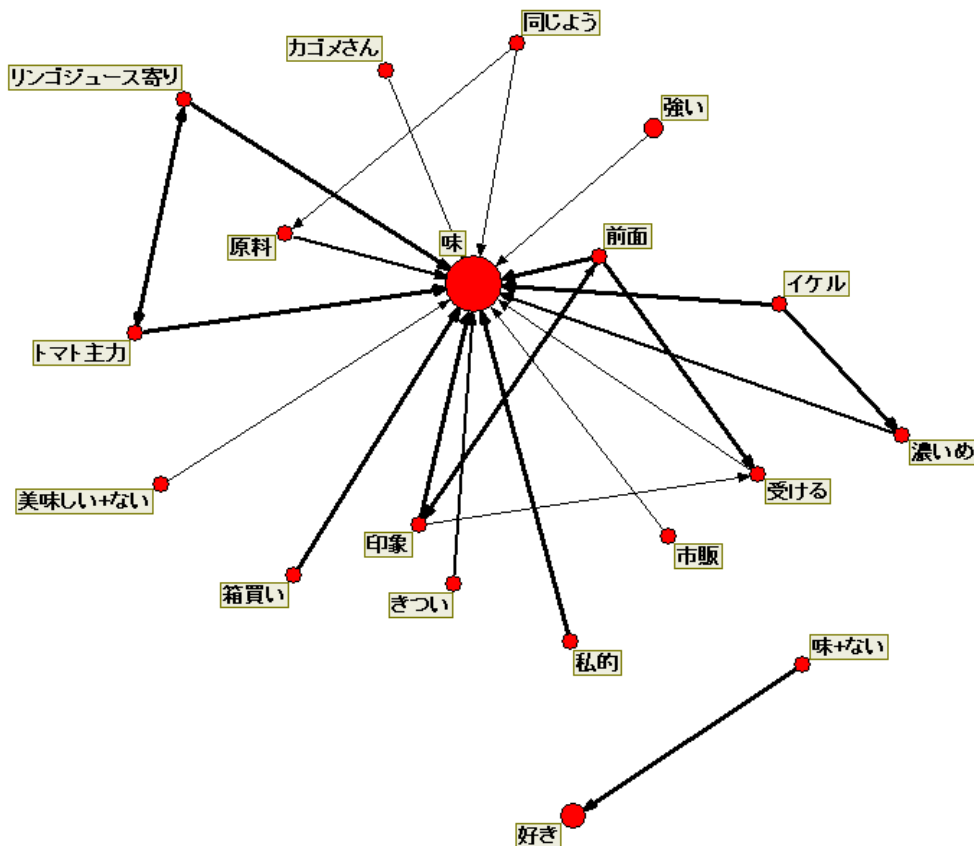
- ・「味」へのコメントが多い
- ・体調管理のために飲んでいる
- ・毎日の日課でかかさず飲んでいる
- ・朝の忙しい時間帯に手軽に野菜を摂取できる



分析結果 (KAGOME)

注目語分析 「味」

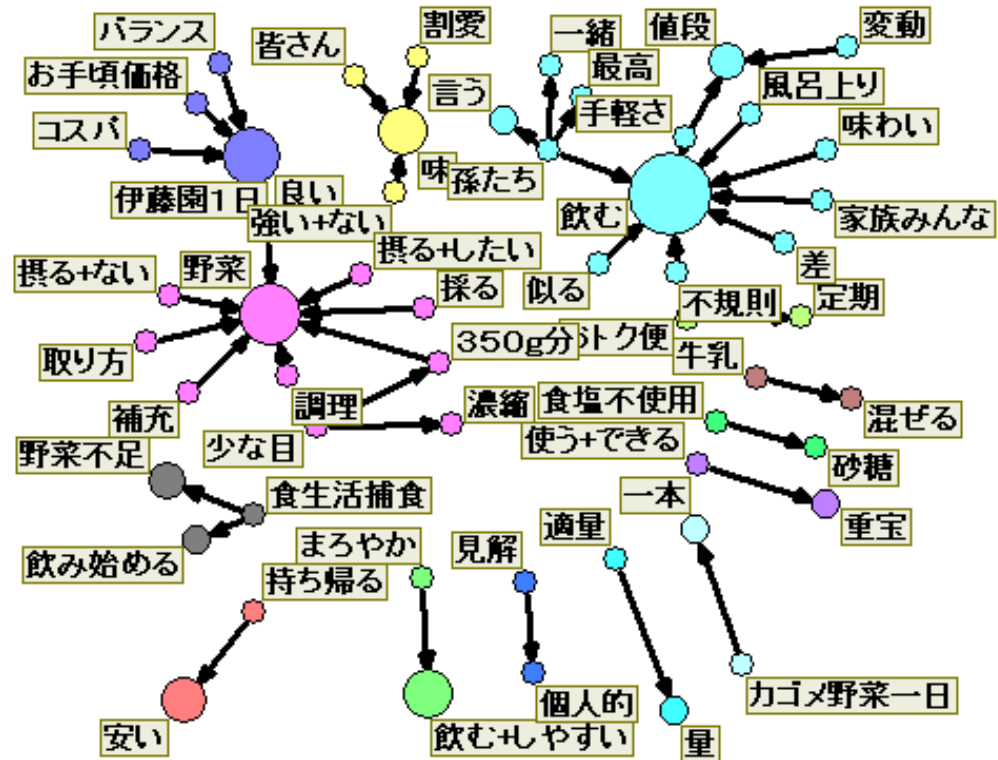
- ・「原料」に関するコメントがあることから、健康志向の方向け
- ・「トマト」の味が濃い
- ・野菜味が濃い
- ・苦手な人は苦手な味
- ・「美味しくない」とのコメント有



分析結果（伊藤園）

ことばネットワーク

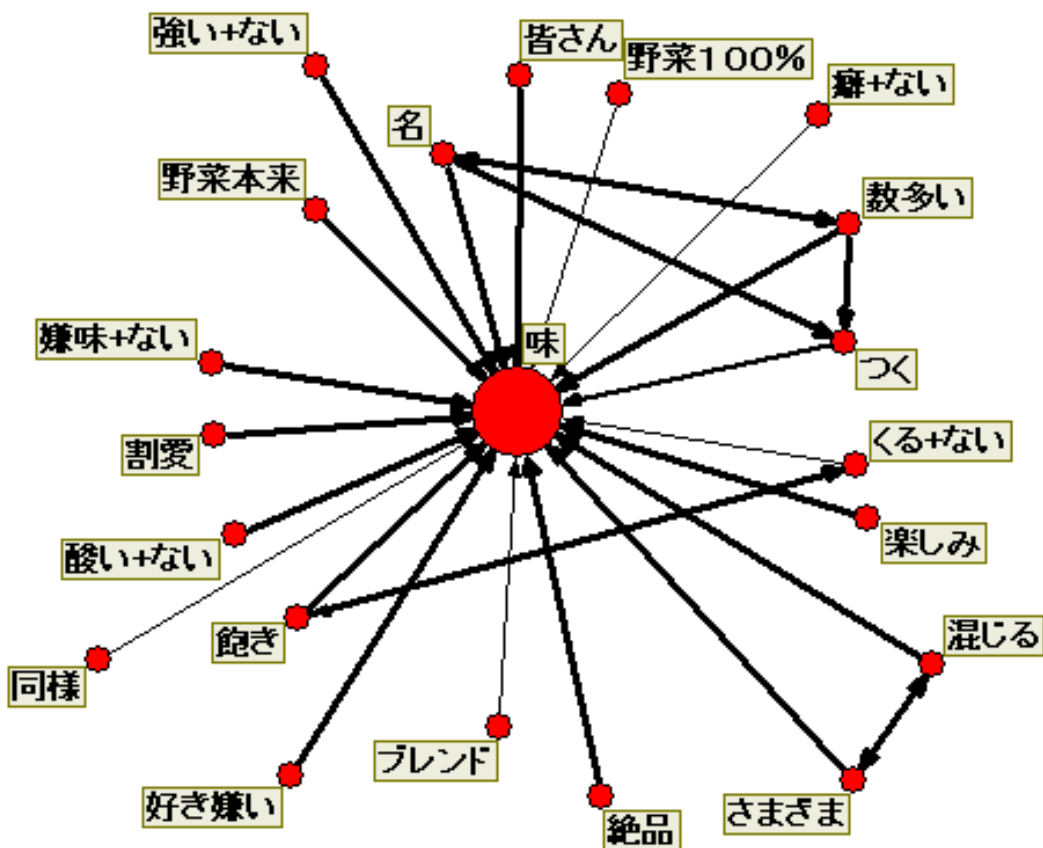
- ・「味」自体へのコメントは少ない
- ・お風呂上がりに、家族皆で、孫たちと、飲む
- ・牛乳を混ぜて飲む
- ・手頃な価格、コスパが良い
- ・野菜が摂れる



分析結果（伊藤園）

注目語分析 「味」

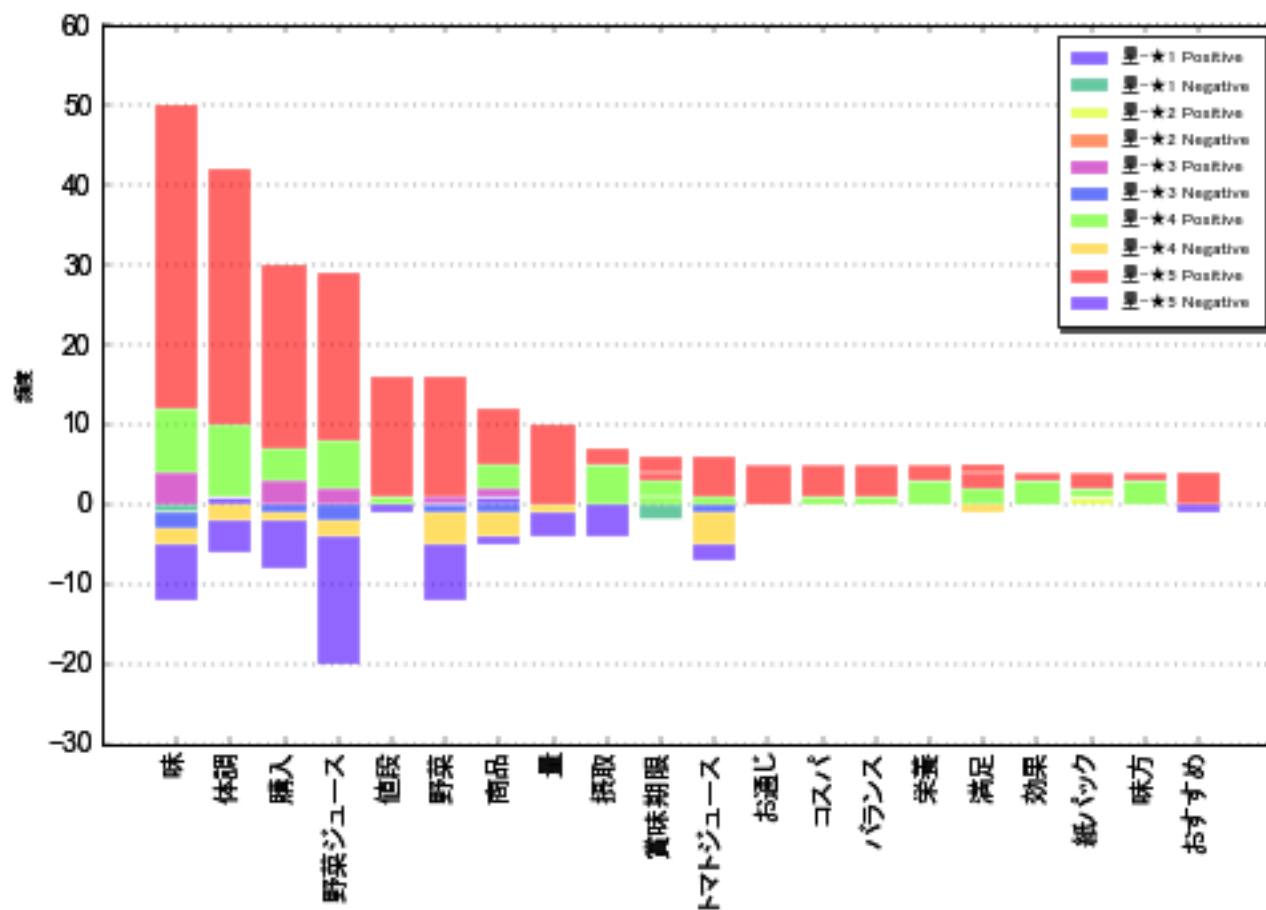
- ・まろやかな味
- ・嫌味のない味
- ・クセがない味
- ・飽きがこない味



分析結果（伊藤園）

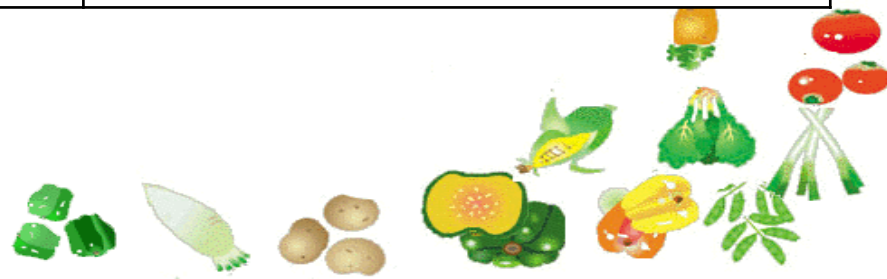
評判語抽出

- ・「飲みやすい味」への好評価
- ・「値段」へのコメント
- ・コスパが良い
- ・紙パックで後処理が楽



結果のまとめと比較

KAGOME	項目	伊藤園
トマトの味が濃い、 野菜本来の味、 好き嫌いが分かれる	味への声	マイルド、酸味が少ない、 嫌味がない、クセがない
ドロっとした舌触り	飲みやすさ	サラツとしている
重視、体調管理のために	体調への声	二の次、その代わりに環境への 配慮の声あり
朝飲まれているイメージ	特徴1	ジュース・おやつ代わり
栄養不足になりがちな、 大人・1人暮らしの人が 体調管理のために飲む	特徴2	家族皆で、 子供から大人まで、 一緒に野菜を補うために飲む



考察

KAGOMEの「野菜一日これ一本」

「健康志向」で「KAGOMEの味が好き」な
栄養不足に陥りがちな「忙しい社会人」「一人暮らしの人」が
「自身の体調管理のために」買う。

伊藤園の「一日分の野菜」

「野菜不足への関心がある人」が、
「子供と一緒に」、「家族と一緒に」、
「野菜不足の解消を共有したい」人が買う。



最後に

同じ「野菜ジュース」でも、
ただ単に「野菜不足を解消したい」という理由だけでなく、
「野菜本来の栄養が欲しい」「子供も一緒に飲める味が良い」
などの「特定のニーズ」や「その人の環境・境遇」によって
「その」野菜ジュースが選ばれている。

