

ピックアップレポート

2015 年 1 月 23 日

「脂肪の吸収を抑えたい」、トクホ利用の最大の理由が明らかに フードクリエイター・岩田氏が語るその魅力とは!?

サントリー「ペプシスペシャル」プレゼントキャンペーンをピックアップ

いま注目の商品・サービスや企業の取り組みを紹介する、トレンド総研(東京都渋谷区、URL: <http://www.trendsoken.com/>)の「ピックアップレポート」では、多様化するトクホ(特定保健用食品)市場に注目し、サントリー食品インターナショナル株式会社の「ペプシスペシャル」が展開中のプレゼントキャンペーンに注目しました。さらに、消費者へのアンケート調査とフードコーディネーター岩田麻奈未氏への取材を通じて、近年のトクホ市場の動向や売上好調な「ペプシスペシャル」の人気の要因を探ります。

※ 本リリースの情報は、URL: <http://www.trendsoken.com/report/food/1223>よりダウンロードすることができます。

※ 画像データを含む、本プレスリリースの情報については、メディア関係者の方のご利用が可能です。

■ 売上 No.1*トクホコーラ「ペプシスペシャル」のプレゼントキャンペーンに注目!

今年 2015 年 4 月には食品表示に関するルールの改訂が予定される中で、今後の動向が注目されるトクホ(特定保健用食品)市場。「健康に寄与する効果が科学的に証明された食品や飲料」として、消費者庁により認定されるこれらの商品は、1991 年の制度制定以来、2012 年には許可件数が 1,000 品目を超えました。近年では、保健効果の幅が広がったり、同ブランドから多数のフレーバーが展開されたりと、そのラインナップはいっそう多様性を増しています。

そんなトクホ市場の多様化を象徴する商品の一例が「トクホコーラ」です。「コーラなのにトクホ」という意外性から、2012 年末から 2013 年にかけて大きな話題を呼びました。そのトクホコーラ市場の中でも、サントリーの「ペプシスペシャル」は、売上 No.1*を誇る商品です。今回ピックアップするのは、そんな「ペプシスペシャル」が 2015 年 1 月 6 日(火)より展開している「その場で当たりが分かる! シアトル発! 全米で大人気の超高級ポップコーンプレゼント!」キャンペーンです。

キャンペーン名: その場で当たりが分かる! シアトル発! 全米で大人気の超高級ポップコーンプレゼント!

発売開始当時、ピザやハンバーガーをほうばりながら商品を手に取る CM が話題となった、サントリーの「ペプシスペシャル」。難消化性デキストリンと呼ばれる食物繊維を含み、「食事で摂取した脂肪の吸収を抑え、排出を促す」という効果を備えます。食べ応えのある食品とともに飲まれることの多いコーラですが、本商品を利用すれば、これらのメニューの脂肪対策を行うことも可能です。一緒に楽しむ食事により、その魅力がさらに引き出されるというのも、「ペプシスペシャル」の 1 つの特長だと言えるでしょう。



今回のキャンペーンでは、2014 年 7 月に日本上陸したばかりの超高級ポップコーン専門店「POP! gourmet popcorn(ポップグルメポップコーン)」のグルメポップコーンを抽選でプレゼントします。「コーラとポップコーン」と言えば、映画館での定番の組み合わせ。今回プレゼントされる、シアトル生まれの超高級ポップコーンも、「ペプシスペシャル」との相性は抜群です。また、「POP! gourmet popcorn」のポップコーンは、全ての素材が高品質であることにこだわり抜き、化学調味料や保存料を一切使用していません。健康を意識する人には、こうした点も嬉しいところでしょう。

本キャンペーンの応募方法は、商品を購入し、その首掛けの裏面をめくるだけです。当たりが出れば、この超高級ポップコーンがプレゼントされます。

「ペプシスペシャル」では、2 月には、カルビー株式会社の「カルビーライト!」とのタイアップ企画も予定しています。従来品の美味しさはそのままに、油分やカロリーカットした「カルビーライト!」の魅力は、「ペプシスペシャル」と組み合わせれば、より引き立てられるでしょう。「ペプシスペシャル」の今後の展開にも、注目したいところです。

URL: <http://www.pepsi.co.jp/campaign/index.html>

実施期間: 2015 年 1 月 6 日(火)~3 月 31 日(火)

サントリーキャンペーン事務局・電話番号: 0120-310-883

受付時間: 9:00~17:30(土・日・祝日を除く)

■ トクホユーザーの実態を調査、「トクホ商品の多様性」が市場拡大の要因!?

「脂肪の吸収を抑え、排出を増加させる」と謳う「ペプシスペシャル」は、一緒に食べるメニューの脂肪対策を行うことができます。ハンバーガーやピザなどの食べ応えのあるメニューと一緒に飲まれることも多いコーラなので、トクホとしての機能性に加えて、利用シーンをイメージしやすいという点も、「ペプシスペシャル」の人気を支えていると言えるでしょう。

こうした利用しやすい商品の登場により、確実にユーザーのすそ野を広げてきたのがトクホ市場です。そこで、今のトクホユーザーたちがどのようにトクホ商品を利用しているのかを明らかにするため、30代～50代の男性を対象に調査を行いました。

【調査概要】 調査名：30～50代の男性の「トクホ商品」に関する意識・実態調査

調査対象：30代～50代の男性 500名

調査期間：2015年1月13日(火)～2015年1月16日(金)

調査方法：インターネット調査

調査実施機関：楽天リサーチ株式会社

◆ 商品の多様性がユーザー拡大のきっかけ、トクホ市場拡大の要因を探る！

はじめに、「トクホ商品を利用し始めた時期」をたずねたところ、「2014年以降」(26%)、「2013年以降」(24%)と回答した人は、合わせて50%。[グラフ1] **およそ半数の人がトクホ商品を利用し始めたのは、この2年間のこと**のようです。トクホのユーザー層が広がった期間だと言えるでしょう。

実は、トクホ市場は2007年以降2012年頃にかけて一時低迷しています。その後、「トクホコーラ」に代表される多様なトクホ商品が登場し、トクホの利用の幅は広がり、再び市場拡大していきます。こうした**トクホ商品の多様性は、新たなユーザーを着実に獲得してきた**ことが、今回の調査結果からも見受けられます。

それでは、どのようなトクホ商品が利用されているものなのでしょうか。それを探るために、2つの質問を行いました。

まず、「**トクホ商品を使い始めたきっかけは何ですか？**」と複数回答形式で聞きました。この質問に対して**最も多かったのは、「トクホで健康に良さそうだったから」(20%)という回答**です。僅かにではありますが、2位以下の「脂っぽいものを食べたり、食べ過ぎたりするから」(19%)、「メディアで紹介されていたから」(16%)といった回答を上回り、美味しさやメディアの影響力といった要因よりも、トクホ本来の健康に寄与する効果を期待して、トクホ商品の利用を始めるという人が多いことが分かりました。

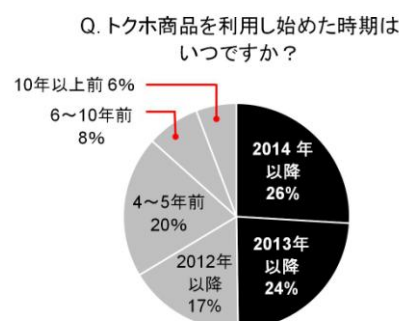
しかし、その一方で、「**現在利用しているトクホ商品に満足しているポイント**」について聞いたところ、前述のトクホ商品使用のきっかけとは対照的に、2位「健康への効果」(25%)を上回り、**最も多かった回答は、34%が選んだ「美味しさ」**でした。3位にも、他の食事に合う、日常的に利用しやすいといった「取り入れやすさ」(23%)がランクイン。[グラフ2] やはり、たとえ魅力的な保健効果を備えて機能的に優れたトクホ商品だとしても、美味しさや取り入れやすさに劣るものでは、継続的に利用し続けることは難しいでしょう。**利用され続けるトクホ商品には、機能性以外にもその商品ならではの魅力**が求められるようです。

◆ トクホ商品の人気の秘訣は… 58%が「脂肪の吸収を抑えたい」

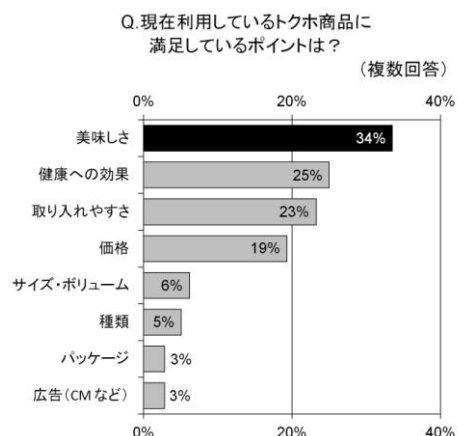
次に、カテゴリー別に「利用したことがあるトクホ商品」を聞きました。その結果、「コーラ系の飲料」は、32%の人が「利用したことがある」と回答し、その喫食経験者の割合は「お茶系の飲料」(47%)に続く2位となりました。[グラフ3] 同様に、「好きなトクホ商品」としても、「お茶系の飲料」(22%)に続く、2位の支持率を集めたのが、「コーラ系の飲料」(16%)。特に、30代においては1位となり、**若い世代を中心にした「コーラ系の飲料」のトクホ商品への支持率の高さが明らかになりました**。トクホ市場において、「コーラ系の飲料」はすでに大きな地位を占めていると言えます。

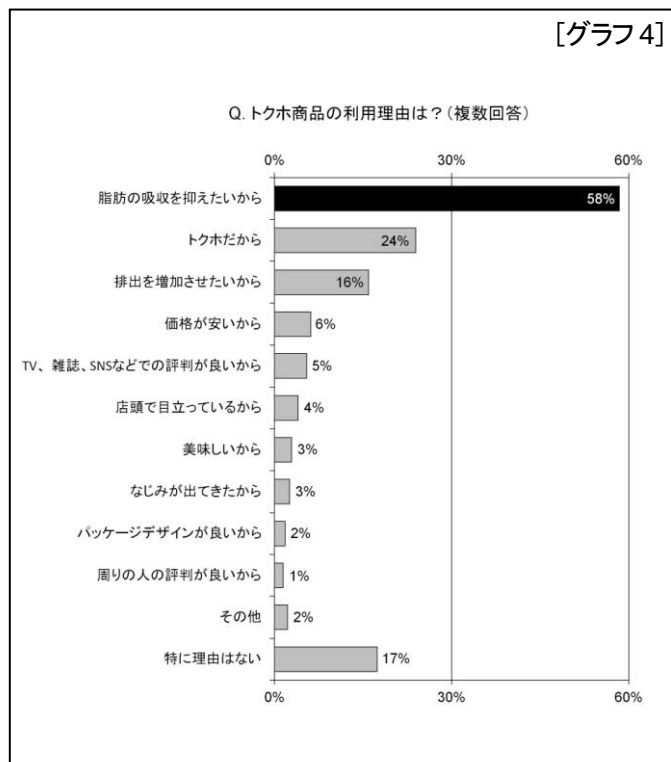
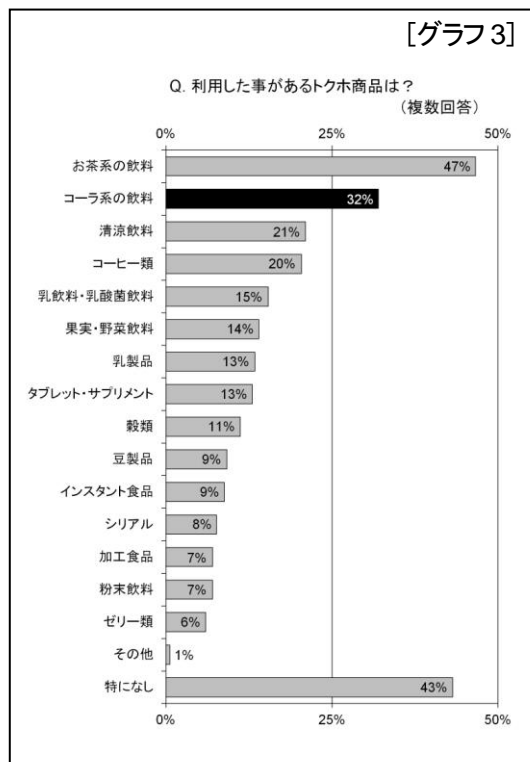
また、その「コーラ系の飲料」の中で売上 No.1*を誇るのが、今回フォーカスした「ペプシスペシャル」です。その人気の高さを裏付けるのが、「**トクホ商品の利用理由**」をたずねた次の質問への回答結果です。**様々な理由を上回り最多の回答となったのが、「脂肪の吸収を抑えたいから」(58%)**でした。[グラフ4] これは「ペプシスペシャル」に認められた効果と通じます。「ペプシスペシャル」は、こうした人々のニーズをつかんだ商品だと言えるでしょう。

[グラフ1]



[グラフ2]





■ フードコーディネーター・岩田氏に聞く、トクホ商品の魅力

最後に、近年のトクホ市場の動向や「ペプシススペシャル」の魅力について詳しく知るために、中医薬膳師の資格を有し、美養フードクリエイターとして活躍する岩田 麻奈未氏に取材を行いました。

◆ 広がりを見せるトクホ商品の利用シーン、ポイントはトクホ商品の理解

Q. トクホ市場の最近の動向について、お教え下さい。

“健康マニアに意識されているもの”といった存在だったトクホ(特定保健用食品)ですが、今では広く大衆に受け入れられ、様々なシーンで気軽に利用されるようになりました。私自身も食事の際にトクホの飲料を利用することがありますが、せっかく飲むのであれば、身体に良い成分が含まれているものの方が嬉しいですね。

しかし、トクホであれば何でも良いという訳ではありません。トクホ商品に含まれる成分には、それぞれに意味があります。同じ脂肪対策として飲むものでも、運動前など「脂肪を燃焼したい」という時に飲むべきものと、食事前など「脂肪の吸収を抑えたい」という時に飲むものは異なります。**重要なのは、トクホに認められている保健効果を正しく理解し、その役割に合わせた商品を利用することです。**トクホ商品であれば、そのパッケージに効果を謳うフレーズが記載されているでしょう。**パッケージの効果を見ながら、ご自身のスタイルに合わせて、効果的にトクホ商品を利用することをお勧めしたい**と思います。

◆ 足りない、食物繊維を補うメリットも！ 岩田氏の語るペプシススペシャルの魅力とは…!?

Q. 岩田様自身が感じる「ペプシススペシャル」の魅力について、お教え下さい。

「炭酸飲料が好き」という人は多いでしょう。そんな人にとって、どうしても炭酸飲料が飲みたくなる時はありますよね。しかし、炭酸飲料を飲む際の最大の悩みが、糖分です。その糖分をなくし、0kcal に仕上げた「ペプシススペシャル」のメリットは、それだけでも一定数のユーザーの支持を集めることができるものだと思います。

さらに、「ペプシススペシャル」に認められた健康効果は、含まれる難消化性デキストリンにより、「食事で摂取した脂肪の吸収を抑え、排出を促す」というものです。**ハンバーガーなど、脂肪を多く含むカロリーの高いものと一緒に飲まれることの多いコーラなので、一緒に楽しみながら、その脂肪の吸収を抑えることができるというのは、ユーザーにとっても非常に分かりやすいメリット**と言えます。

しかし、そのメリットはこうした健康効果ばかりにとどまりません。炭酸自体も、胃腸を刺激し、消化不良や便秘の改善に一定の効果が期待されます。また、難消化性デキストリンは食物繊維の一種なのですが、厚生労働省によると、食物繊維の1日あたりの摂取目安量は、30～49歳では男性26g、女性20g、50～69歳では男性24g、女性19gです。しかし、日本人の平均摂取量は1日あたり14g程度にとどまると推定され、1日5g～10g程度不足していると考えられます。**「ペプシススペシャル」は食物繊維を5g含むので、不足しがちな食物繊維を補う意味でもちょうど良いトクホ商品**だと言えるでしょう。

岩田 麻奈未(いわた まなみ)

— 美養フードクリエイター・中医薬膳師 —

1975 年 東京都大田区生まれ。料理教室 Manami's Kitchen 主宰。中医薬膳師。

大学卒業後、4 年間のメーカー勤務を経て、料理教室 Manami's Kitchen を開校。

パリの Ecole Ritz Escoffier にてフランス料理を学び、2008 年には中医薬膳師の資格も取得。

美と健康と食の関心に注目し、美味しく食べて心も身体もキレイになる食スタイルを提案する。

多数のメディア出演実績もあり。美肌・美腸レシピには、定評がある。



Manami's Kitchen 公式 HP

<http://www.manamis-kitchen.com/>

美養フードクリエイター 岩田 麻奈未 オフィシャルブログ

<http://ameblo.jp/manamis-kitchen/>

■このリリースに関するお問い合わせや取材、資料ご希望の方は下記までご連絡ください■

トレンド総研 <http://www.trendsoken.com/>

担当: 川浦 真吾(かわうら しんご) TEL: 03-5774-8871 / FAX: 03-5774-8872 / mail: info@trendsoken.com