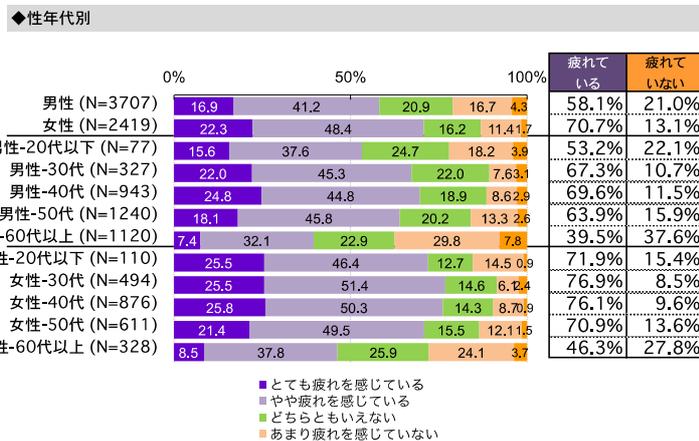
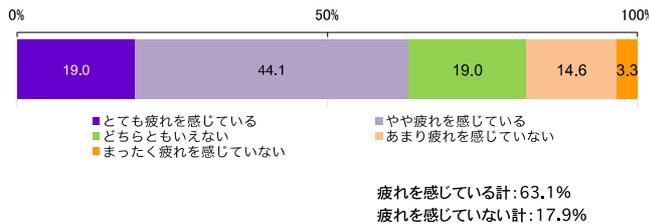


8割以上が“疲労回復”を期待して飲んでいる 栄養ドリンク・エナジードリンクのコアユーザーは、20・30代男性 ～消費者がジャッジした適正価格は、1本300円未満～

株式会社プラネット(所在地:東京都港区、代表取締役社長:田上正勝)は、消費財にまつわるトピックスをお届けする「Fromプラネット」の第9号として、栄養ドリンク・エナジードリンクに関する意識調査の結果をご紹介します。

■日本人の6割以上がお疲れモード……。一方、高齢世代はアクティブ



睡眠不足で体が疲弊している時や深夜残業を頑張りたい時など、さまざまなシチュエーションで手軽に飲まれているのが、栄養ドリンク・エナジードリンクです。最近では、海外製品の流入やターゲットを女性に絞った商品の参入などで、商品のバラエティも豊かになっています。そこで、栄養ドリンク・エナジードリンクについての意識調査をしました。

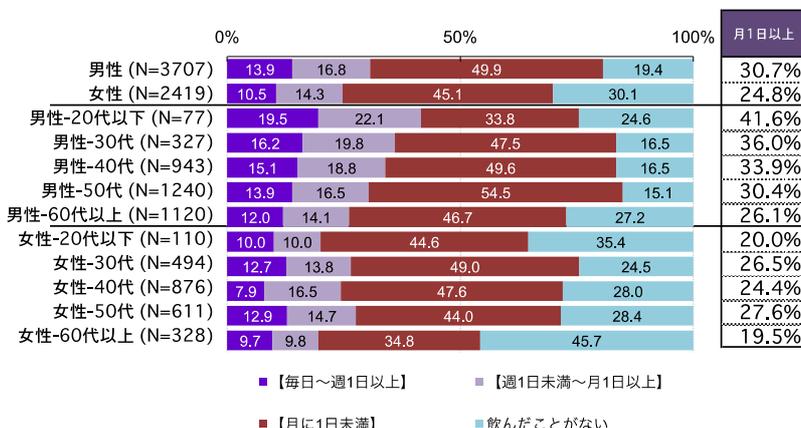
まずは、日本人がどの程度、生活に“疲れ”を感じているかを調べてみました。総計では、「とても疲れを感じている」、「やや疲れを感じている」人が**63.1%**という結果に。性年代別に見て特徴的だったのは、**20～50代の女性の7割以上が疲れを感じていると回答していること**。女性の社会進出が進む一方で、家事・育児は昔と変わらず女性たちが負担しているというのが実情です。彼女たちの悲痛な叫びが感じられる結果となりました。

一方、男女ともに60代以上は、疲れを感じている人が5割以下という結果に。このアンケートからも、60代以上の高齢世代は非常にアクティブだということがわかりました。

表 1:「あなたは日ごろの生活に疲れを感じていますか」についての回答

出典: インターワイヤード株式会社が運営するネットリサーチ『DIMSDRIVE』が実施したアンケート「栄養ドリンク・エナジードリンク」。
調査期間: 2014年12月12日～12月26日、DIMSDRIVE モニター6,126人が回答。表2～表7の出典も同アンケートです。

■コアユーザーは、エナジードリンク世代の20・30代男性



次に、栄養ドリンク・エナジードリンクをどれぐらいの頻度で飲むかを聞いてみました。全体では、「週に1回以上」は12.6%、「月に1回以上」が28.4%、最も多かった回答が「1年に1日未満」の28.7%という結果に。この結果から栄養ドリンク・エナジードリンクの消費は、コアユーザーが支えているのではないかと推測されます。

さらに、性年代別を見ると、利用頻度が高いのは20代男性41.6%と30代男性36.0%。20・30代は、エナジードリンクが身近な存在の世代で、清涼飲料水感覚で消費しているのではないかと推測されます。一方、生活に疲れを感じている女性たちは、栄養ドリンクの利用頻度が低いことがわかりました。

表 2:「あなたは普段、栄養ドリンク(エナジードリンクを含む)をどれぐらいの頻度で飲みますか」についての回答

■ 意外と知らない？ 栄養ドリンクとエナジードリンクの違い

なお、今回の調査の前提として、“栄養ドリンク”を以下のように分類しました。

	栄養ドリンク (注) (医薬品・医薬部外品)	清涼飲料水
主な商品	<ul style="list-style-type: none"> ・リポビタン ・チオビタ ・エスカップ など 	<ul style="list-style-type: none"> ・オロナミンC ・デカビタ ・レッドブル など
成分	タウリンを含む	タウリンを含まない

(注) 栄養ドリンクは、用法・用量が決まっています。
詳細は商品についているラベルをご確認ください。

栄養ドリンクとは・・・肉体疲労時の栄養補給などを目的に販売されている飲料であり、ドリンク剤とも呼ばれます。日本では、大きく以下の3つに分類されています。

① 医薬品・・・配合されている有効成分の効能や効果が認められている「ユンケル※」「ゼナ」「チョコラBB※」「チオビタドリンク」など。

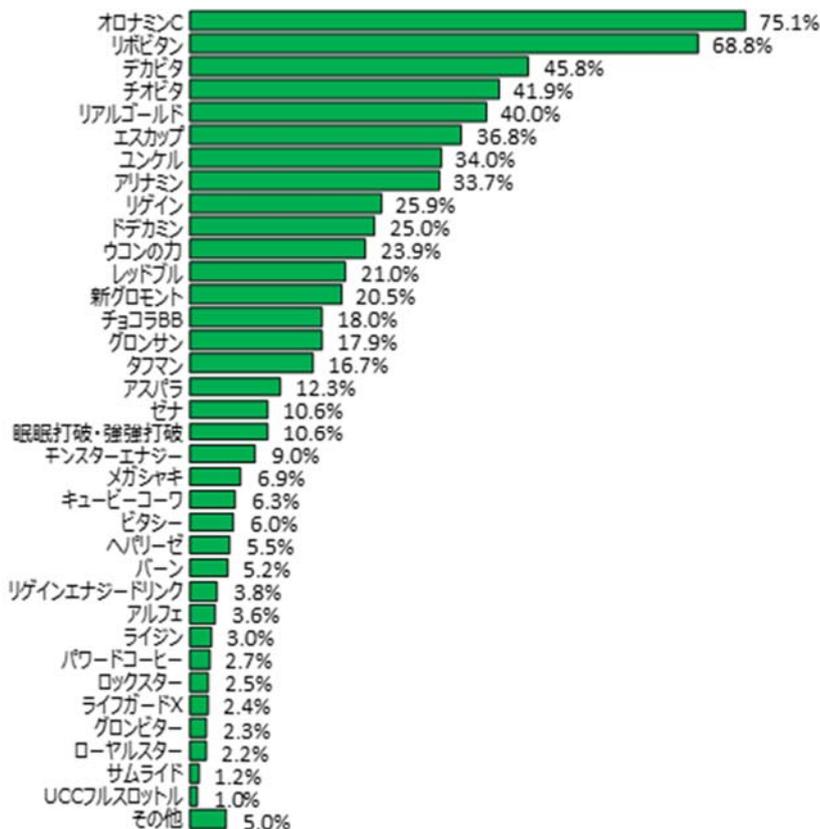
※種類によっては医薬部外品となるものもあります。

② 医薬部外品・・・医薬品ではないが、医薬品に準ずるもので「リポビタン」「アリナミン」「エスカップ」「リゲイン」など。

③ 清涼飲料水・・・上記2つには分類されない「オロナミンC」「デカビタ」「眠眠打破」「メガシャキ」「ウコンの力」など。また昨今話題の『エナジードリンク(「レッドブル」「バーン」「モンスターエナジー」など)』も分類としてはここに入ります。

栄養ドリンクと言われるものは、①医薬品と②医薬部外品に分類されるドリンクです。その根拠になるのが、含まれる成分。代表的な栄養ドリンクと清涼飲料水の成分を比較してみると、必須アミノ酸・タウリンの含有に違いがありました。タウリンは肝臓の働きを促す作用(アルコール分解を早める)や、胆汁酸の分泌を促しコレステロールの排出を助けるなどの効能がある成分です。以上のように、身体への効能がある成分が含まれているかどうかの違いで、栄養ドリンクと清涼飲料水は分類されています。しかし、エナジードリンク類にも炭酸、カフェインで気分がスッキリする効果があります。体調や好みに合わせて利用するのが理想的なのかもしれません。

■ 栄養ドリンク類、エナジードリンクの知名度TOP3を発表



それでは、今まで飲んだことがある栄養ドリンク類・エナジードリンクについて聞いてみました。

上位の「オロナミンC」「リポビタン」は圧倒的な知名度、次いで「デカビタ」「チオビタ」「リアルゴールド」「エスカップ」「ユンケル」「アリナミン」がランクインしました。

以上を踏まえて、知名度のある栄養ドリンク類のTOP3は、

オロナミンC／リポビタン／デカビタという結果になりました。

また、エナジードリンクの知名度TOP3は、

レッドブル／モンスターエナジー／バーンとなりました。

※今回は、正確には清涼飲料水に分類されるドリンクも、一般的に栄養ドリンクと認知されていることを鑑みて、“栄養ドリンク類”としてランキングしました。

表3:「あなたが今までに飲んだことのある栄養ドリンク・エナジードリンクをお答え下さい」についての回答

■ 疲れた時や空腹の時も飲んで!? 栄養ドリンク・エナジードリンクの活用法

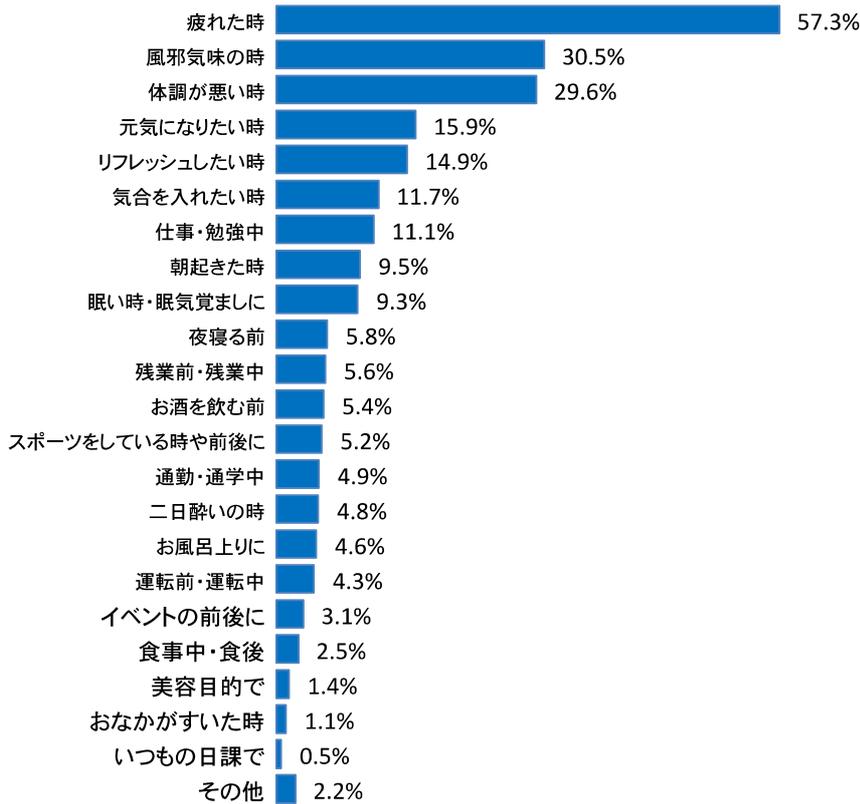


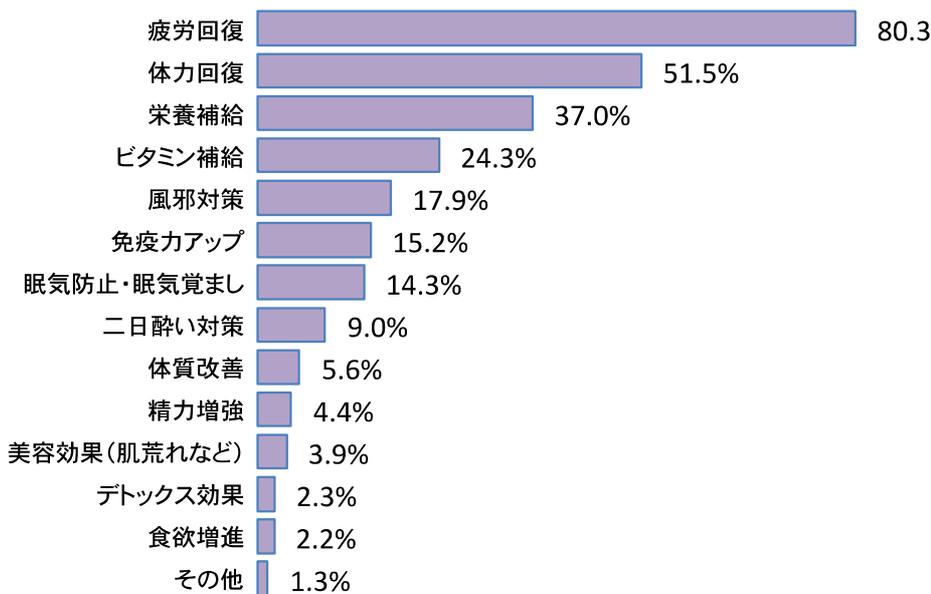
表 4:「あなたは、どんな時に栄養ドリンク・エナジードリンクを飲みますか」についての回答

次に、栄養ドリンク・エナジードリンクをどんな時に飲むかについて調査をしました。

半数以上の人が答えた「疲れた時」57.3%や「風邪気味の時」30.5%、「体調が悪い時」29.6%、「元気になりたい時」15.9%などの回答は、栄養ドリンクの目的に叶ったもので、納得の回答ではないでしょうか。

少数派ですが、「お酒を飲む前」にや、「二日酔いの時」になど、飲酒の状況で活用している人も見受けられました。他に、栄養ドリンク・エナジードリンクに含まれるビタミン類を意識した「美容目的で」や、炭酸と甘みが空腹を満たしてくれるのか「おなかがすいた時」といった、興味深い回答も得られました。

■ 飲めば改善するかも…… 期待するのは、栄養補給、健康予防、美容効果など



また、栄養ドリンク・エナジードリンクに求める・期待する効果・効能についても聞いてみました。

上のアンケート結果とシンクロするように、「**疲労回復**」80.3%、「**体力回復**」51.5%、「**栄養補給**」37.0%という結果が得られました。

他に「風邪対策」や「免疫力アップ」、「二日酔い対策」など、健康予防策として期待しているという意見も興味深いのではないでしょうか。

さらに、女性の意見と推測される「美容効果(肌荒れなど)」、「デトックス効果」の回答からは、美容に効果があって欲しいと願いながら飲んでいる、女性の心理が浮き彫りになりました。

表 5:「あなたが栄養ドリンク・エナジードリンクに求める・期待する「効果・効能」は何ですか」についての回答

■栄養ドリンク・エナジードリンクの適正価格は300円以下

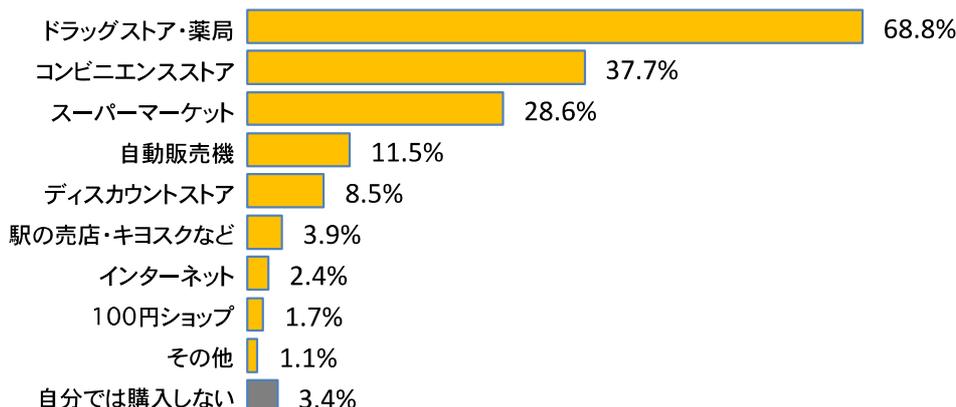


表 6:「あなたは栄養ドリンク・エナジードリンクをどこで購入しますか」についての回答

最後に、栄養ドリンク・エナジードリンクの購入場所と価格帯を調べてみました。

まずは購入場所から、「ドラッグストア・薬局」が圧倒的で、68.8%。次いで、約15年前から医薬部外品の栄養ドリンクが取り扱えるようになった「コンビニエンスストア」37.7%と「スーパーマーケット」28.6%がランクイン。「インターネット」2.4%の人は、常飲しているため、まとめ買いで利用しているのではないかと予想されます。

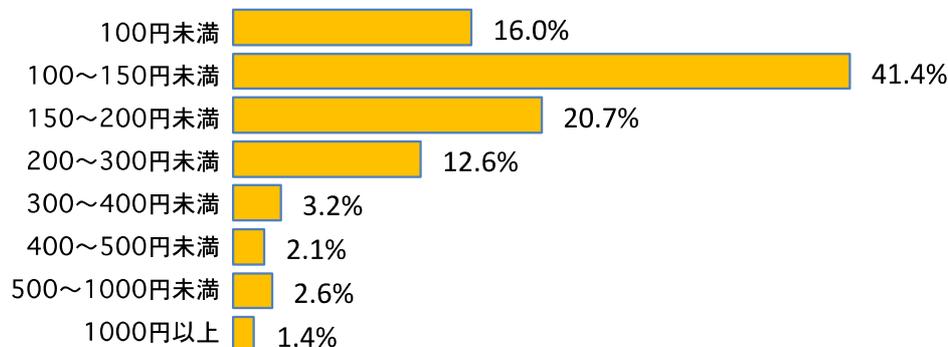


表 7:「あなたがよく購入する栄養ドリンク・エナジードリンクの価格を教えてください」についての回答

さらに、購入価格帯を聞きました。最も多かったのは、100～150円の41.4%、次に150～200円の20.7%となりました。100円未満というのは、まとめ買いした時の価格やディスカウントストアでの価格、100円ショップのプライベートブランド商品などと推測されます。

300円以上になると一気に回答数が減ることから、消費者が思う適正価格は、300円未満といえそうです。

今回の調査で、**栄養ドリンク・エナジードリンクは、男性中心のコアユーザーの利用頻度が高く、それに対して、飲んだこともないという人が2割強、1年に1日未満しか飲まない人と併せると約5割**の人が、栄養ドリンクに馴染みがないということがわかりました。

今後は、7割以上が生活に疲れを感じていると回答する女性たちが、栄養ドリンク・エナジードリンクのコアユーザーになる時代が来るかもしれませんね。

株式会社プラネットとは

メーカー、卸売業、小売業がサプライチェーンとして連携し、生活者へのサービス向上を目指して進化を続ける日本の消費財流通を、情報インフラとしてサポートしている企業です。

From プラネットとは

消費財流通における業務効率化を支えるEDI(電子データ交換)やデータベースサービスを提供する株式会社プラネット(東証JASDAQ上場、証券コード:2391)をご紹介します。旬の消費財にまつわるトピックスです。

本件に関するお問い合わせ先
 株式会社プラネット 管理本部 経営企画部 (小中、岡田)
 Tel : 03-5962-0811 / E-mail : keiei@planet-van.co.jp