

報道関係者各位  
プレスリリース

2017年5月16日  
ソフトブレン・フィールド株式会社

## 注目の“乳酸菌入り食品”は新しい健康習慣に

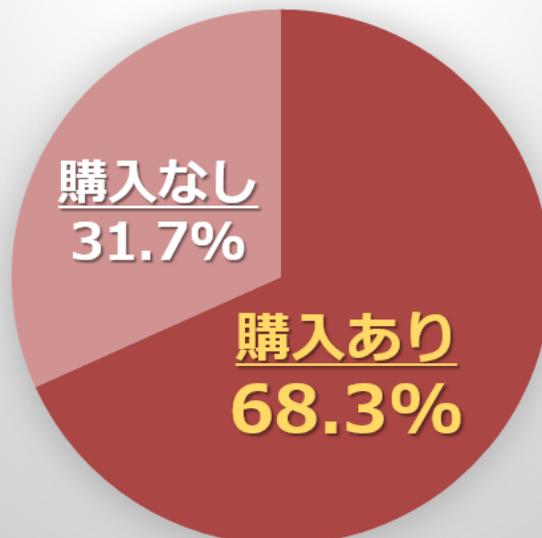
～乳酸菌入り食品の購入に関するアンケート～

フィールド・クラウドソーシング事業を展開するソフトブレン・フィールド株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、株式会社クレディセゾンとの共同事業として運営している「レシートで貯める」（<https://aqfpob.com/>）の20代～60代のアンケートモニターを対象に、「乳酸菌入り食品（以下全て、乳製品は除く）の購入に関するアンケート」を2017年5月3日に実施しましたので、その結果をご報告いたします。

### 【調査実施概要】

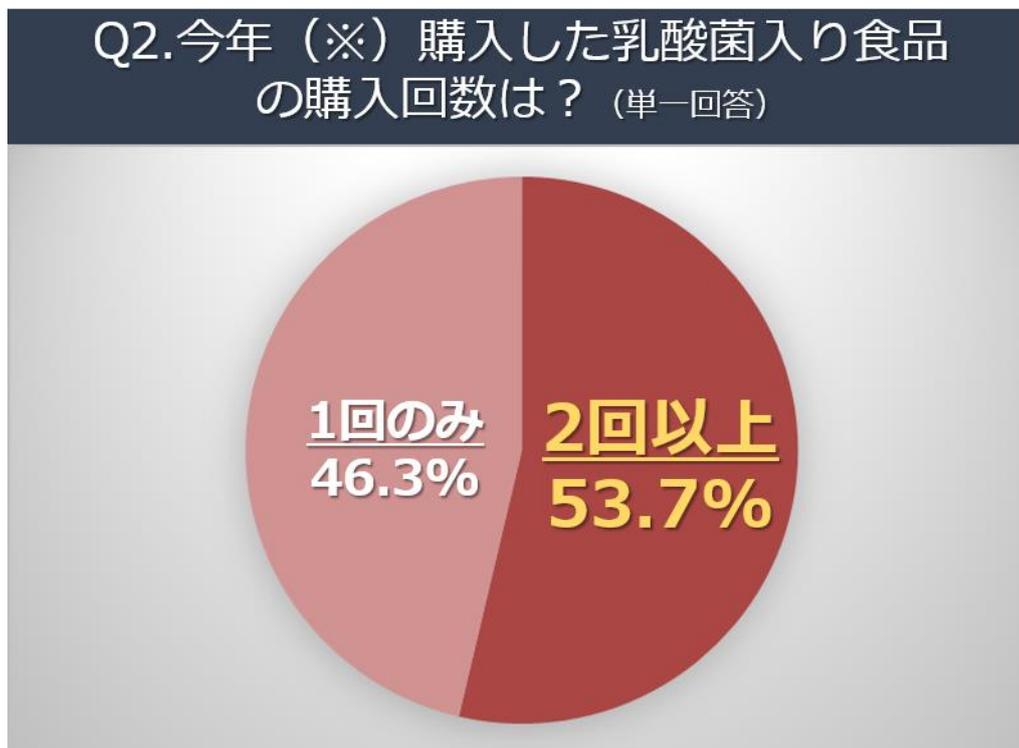
|        | 20代                 | 30代 | 40代   | 50代 | 60代以上 | 総計    |
|--------|---------------------|-----|-------|-----|-------|-------|
| 男性     | 55                  | 343 | 731   | 483 | 221   | 1,833 |
| 女性     | 30                  | 117 | 416   | 492 | 391   | 1,446 |
| 総計 (N) | 85                  | 460 | 1,147 | 975 | 612   | 3,279 |
| 調査方法   | インターネットを利用したアンケート調査 |     |       |     |       |       |
| 調査日    | 2017年5月3日           |     |       |     |       |       |
| 調査対象   | 「レシートで貯める」アンケートモニター |     |       |     |       |       |

## Q1.今年（※）乳酸菌入り食品を 購入しましたか？（単一回答）



N=3,279（※）2017年1月1日～5月3日まで

乳酸菌入り食品の購入経験については、約 7 割近くの方が「購入経験があり」と回答がありました。様々な“乳酸菌入り”食品が発売されたことや、“乳酸菌”がアレルギー症状の緩和や、インフルエンザなどの感染症対策にも効果的であることが消費者の間で広まり、実際の購入に結びついたと考えられます。



N=2,238（Q1で、「購入あり」と回答した人）※2017年1月1日～2017年5月3日まで

乳酸菌入り食品の購入回数については、57.3%が、「2回以上購入経験がある」と回答し、一時的な購入ではなく、リピートして購入をする傾向が高いと考えられます。

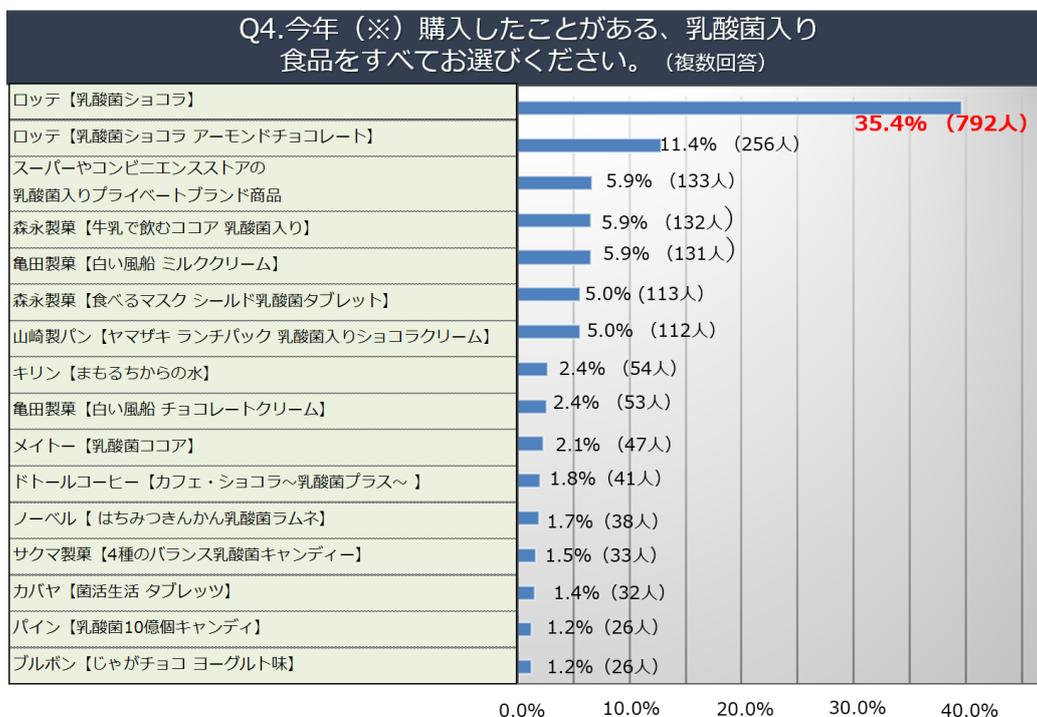
### Q3.乳酸菌入り商品（乳製品は除く）の購入理由で最も近いものを1つお選びください（単一回答）

|    |                   |        |
|----|-------------------|--------|
| 1  | 店頭で気になったから        | 16.2%  |
| 2  | 整腸作用を期待           | 14.8%  |
| 3  | “乳酸菌入り”という言葉に惹かれて | 13.2%  |
| 4  | TVやCMで観て気になったから   | 13.1%  |
| 5  | 免疫力を高めるため         | 9.2%   |
| 6  | 通常より安く販売されていたから   | 4.4%   |
| 7  | 味が気になったから         | 3.8%   |
| 8  | アレルギー症状緩和を期待      | 3.0%   |
| 9  | パッケージが気になったから     | 1.6%   |
| 10 | 話題性があるから          | 1.3%   |
| 11 | その他               | 3.0%   |
| 12 | 特になし              | 16.4%  |
| 総計 |                   | 100.0% |

N=2,238（Q1で、「購入あり」と回答した人）※2017年1月～2017年5月3日まで

乳酸菌入り食品の購入理由については、16.2%が「店頭で気になったから」ともっとも回答が多く、「整腸作用を期待」が14.8%、「免疫力を高めるため」が9.2%で、腸内細菌を増やし体質改善を期待した回答が続きました。また、「“乳酸菌入り”という言葉に惹かれて」13.2%、「TV や CM で観て気になったから」13.1%といった回答から、乳製品以外の“乳酸菌入り食品”という新たな食品ジャンルが、消費者に認知され購入するきっかけとなったと考えられます。

それでは、実際にどういった乳酸菌入り食品を購入したことがあるのでしょうか？購入理由と合わせてご紹介します。



N=2,238 (Q1で、「購入あり」と回答した人) ※2017年1月～2017年5月3日まで

35.4%の方がロッテ「乳酸菌ショコラ」の購入したことがあると回答しました。チョコレートで“いつでも、好きなときに乳酸菌を摂取する”をキャッチコピーに2015年10月に発売され、日経トレンディが選ぶ2016年のヒット商品にランクインしたことや、CMなどでも多くの消費者に商品を認知させた結果だと言えます。

#### ▼ロッテ「乳酸菌入りショコラ」購入理由▼

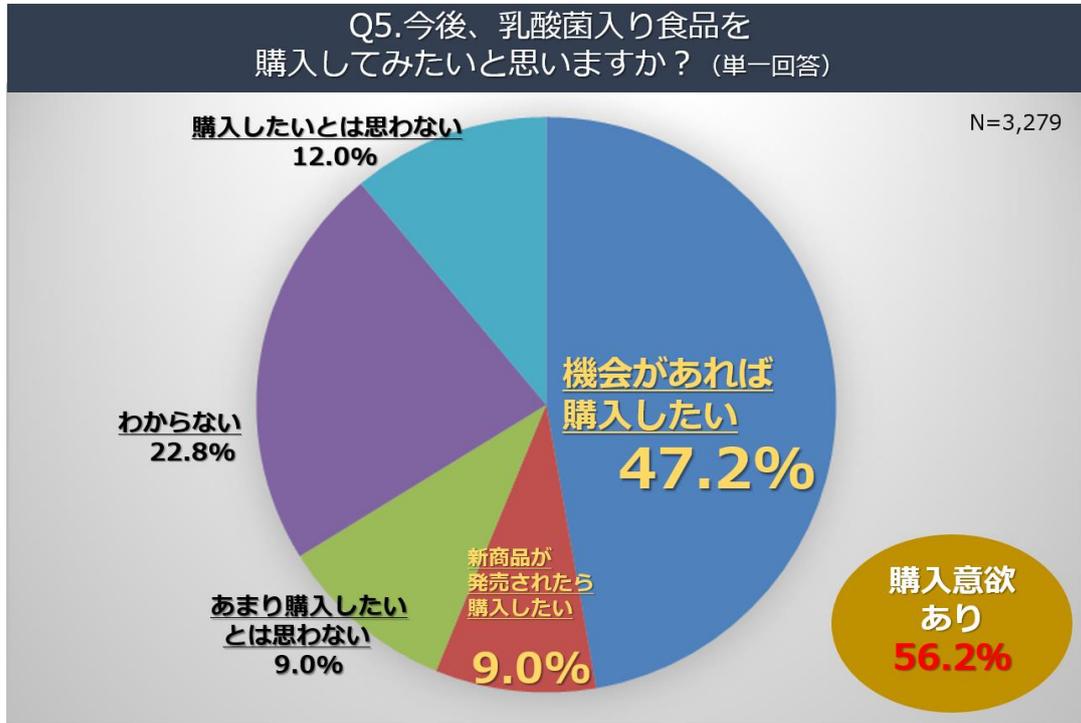
- ・もともとチョコレートが好きで、「乳酸菌入り」で効果的な機能が追加されているから購入している。(30代女性)
- ・乳酸菌入り=ヨーグルトなどの酸っぱいイメージがあったが、チョコレートの味で食べやすい。(40代男性)

また、2016年9月に発売された、森永製菓「食べるマスク シールド乳酸菌タブレット」はユニークなネーミングが注目を浴び、免疫力を高めて体を守ること効果が期待できる「シールド乳酸菌<sup>®</sup>M-1」が配合されたヨーグルト味の錠剤は、子どもでもおいしく手軽に食べることができるため「日本学校保健会推奨用品」に登録されています。特に低年齢のお子さんがあるママ世代の方が「購入したことがある」と回答がありました。

#### ▼森永製菓「食べるマスク シールド乳酸菌」購入理由▼

- ・商品のネーミングに惹かれて1度購入して以来、買い続けています。
- シールド乳酸菌というものが目新しく、インフルエンザにかかっても症状を和らげる効果があるそうなので、実感としての効果はまだわかりませんが、小さい子どもが2人いる我が家では毎日欠かさず家族で食べています。(40代女性)
- ・私と主人は、花粉症の症状緩和に、小学2年生の子どもは、インフルエンザ対策に毎日食べています。(30代女性)

Q5. 今後、乳酸菌入り食品を  
購入してみたいと思いますか？（単一回答）



今後、乳酸菌入り食品を購入してみたいと思いますか？という質問に対しては、47.2%が「機会があれば購入したい」、9.0%が「新商品が発売されたら購入したい」と、半数以上の方が今後も購入意欲があると回答しました。

これだけ多くの注目を浴びている、乳酸菌入り食品。消費者の間では、新しい健康習慣として取り入れられ、ブームは一過性ではなく、まだまだ注目度の高い食品ジャンルであると言えます。

■ サービスのご紹介 「Point of Buy®購買理由データ提供サービス」 概要



■ Point of Buy®データベースは、全国の消費者から実際に購入/利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、実際の飲食店利用者ごとのレシート（利用証明として）を通して集計したマルチプルリテール購買データのデータベースです。

同一個人（シングルソース）から「消費行動」に関わる複数種類のデータを収集しており、ショッパーの行動結果からリアルなショッパーの実態に直接迫り、マーケティング戦略に不可欠なデータを、“より精度を高く”を企業・メーカーに提供します。

集計対象は、消費財カテゴリ 64 種類 約 6,000 ブランド、飲食利用カテゴリ 10 種類約 200 チェーン（2017 年 4 月現在）。全ての利用証明に購入/利用理由（フリーコメント）がデータ化されています。

■ 当事業の特長：

- 日本初のレシートによる購買証明付き購買理由データ
- 「永久不滅.com」会員と「履歴書情報」のある当社登録会員「キャスト」で構成された約 18 万人のネットワークに基づく本人認証度の高いデータを提供
- 週次 POS データとの連動分析を可能とする週次購買理由データ

■ サービス詳細参照ページ：<https://www.sbfield.co.jp/service/pob.html>

■ サービス名：「レシートで貯める」

■ URL：<https://aqfpob.com/>

■ 対象者：クレディセゾンのネット会員約 1,300 万人(2017 年 4 月時点)をはじめとした「永久不滅.com」をご利用のお客様

■ サービス利用方法はこちら：<https://aqfpob.com/explanation>

■ 「レシートで貯める」とは？

「レシートで貯める」は、普段のお買い物で購入した食品・飲料などの商品について、購入理由などを回答し、レシート画像を送るだけで、ポイントモール『永久不滅.com』で利用できるアクションポイントが貯まるサービスです。

【ソフトブレン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレン・フィールド株式会社は、ソフトブレン株式会社（市場名：東証1部・4779、本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ約63,000名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など120,000店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。

当社代表の木名瀬博は、2004 年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第 1 号事業として独立しました。「木名瀬 博のフィールド虎の巻」（URL：<https://www.sbfield.co.jp/column/>）

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004 年 7 月 / 資本金：151,499,329円

代表取締役社長：木名瀬 博

URL：<https://www.sbfield.co.jp/>

【会員登録について】

・パソコン用登録 URL：<https://www.sbfield.co.jp/pc/>

・携帯用登録 URL：<https://www.sbfield.co.jp/m/>

会員登録いただくと、当社からお仕事情報を配信いたします。スーパーマーケットやドラッグストアなどの量販店、公共施設や遊戯施設、専門サービスを提供する全国チェーンのお店から飲食店まで、あなたの生活圏がそのままお仕事のフィールドとなります。

【サービスに関するお問い合わせ先】

マーケティングソリューション部

堀（ほり） / 神谷（かみたに）

TEL：03-6328-3883 FAX：03-5561-8599

お問い合わせフォーム：<https://www.sbfield.co.jp/inquirytop/>

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレイン・フィールド株式会社

経営企画部

広報担当 坂本（さかもと）/石井（いしい）

TEL : 03-6328-3630 FAX : 03-6328-3631 MAIL: [solution@sbfield.com](mailto:solution@sbfield.com)