

2020年3月23日

## カラダに悪そうだけど、頑張りたいから飲みたい…エナジードリンクのジレンマ ヘビーユーザーの約 6 割が「飲みすぎ」を不安視 日本初<sup>※1</sup>！ トリプルゼロ<sup>※2</sup>で罪悪感なしのエナジードリンク その秘密は「エネキストラ」にあり!?

生活者の意識・実態に関する調査をおこなう「トレンド総研」（東京都渋谷区）は、このたびエナジードリンクブランド「RAIZIN（ライジン）」（大正製薬／東京都豊島区）と共同で、「エナジードリンク」をテーマにした調査を実施しました。今回の調査では、エナジードリンクを週に1回以上飲んでいる方を「ヘビーユーザー」と定義。一都三県在住で20～40代のエナジードリンクヘビーユーザー男女500名を対象に、その飲用実態についてアンケートをおこないました。

※1：炭酸飲料として

※2：カフェインゼロ、カロリーゼロ、糖類ゼロ

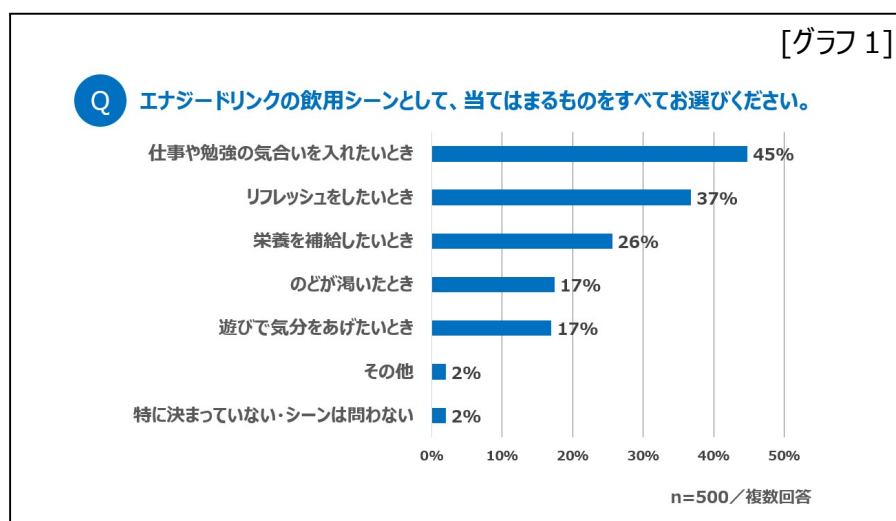
### <調査概要>

- ・調査名：「エナジードリンク」に関する調査
- ・調査期間：2020年3月5日～6日
- ・調査対象：一都三県在住（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県） 20～40代男女500名  
※事前調査でエナジードリンクを週に1回以上飲んでいると答えた方（性別均等割付）
- ・調査元：「トレンド総研」（「RAIZIN」との共同調査として実施）
- ・調査方法：インターネット調査

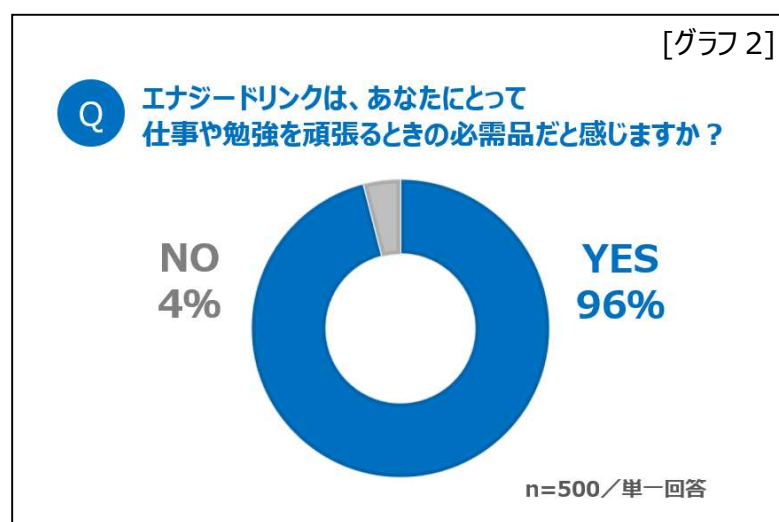
## ■ エナジードリンクは「仕事や勉強の必需品」、ユーザーの9割超が回答

はじめに、どのような人がエナジードリンクを愛飲しているのかを把握するため、ヘビーユーザーたちの職業を聞いたところ、「会社員」が63%で最多に。中でも、「IT業界」（17%）で働く人が最多となりました。

それでは、ヘビーユーザーたちはどのようなときにエナジードリンクを飲んでいるのでしょうか。「エナジードリンクの飲用シーン」について聞くと、「仕事や勉強の気合いを入れたとき」（45%）や「リフレッシュをしたいとき」（37%）が多い結果となりました。仕事・勉強を頑張りたいときや、合間のリフレッシュなどに飲んでいる人が多いと言えます。[グラフ1]



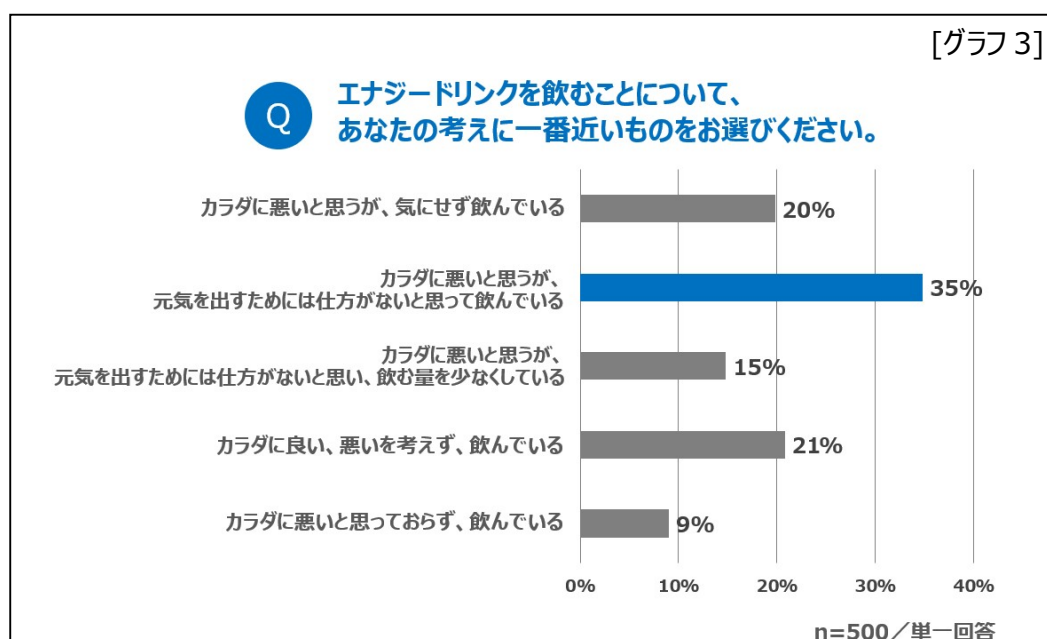
そこで、「エナジードリンクは、あなたにとって仕事や勉強を頑張るときの必需品だと感じますか？」と聞くと、実に**96%が「そう感じる」と回答**。[グラフ 2] 仕事や勉強のシーンにおいて、エナジードリンクが無くてはならない存在になっている人が大多数のようです。



## ■ カラダに悪そう、でも頑張りたいから飲みたい…ユーザーたちのジレンマとは？

続いて、ヘビーユーザーたちが「エナジードリンクに対して抱いているイメージ」について質問しました。すると、「元気になる」（34%）というポジティブな回答を、「飲みすぎるとよくない」（58%）、「糖類が多い」（36%）などのネガティブな回答が上回る結果に。エナジードリンクの飲みすぎによるリスクを懸念している人が多い様子が見えてきます。

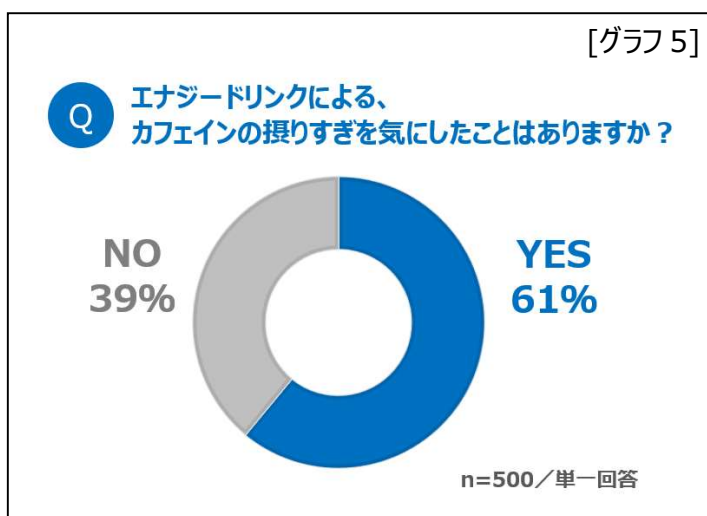
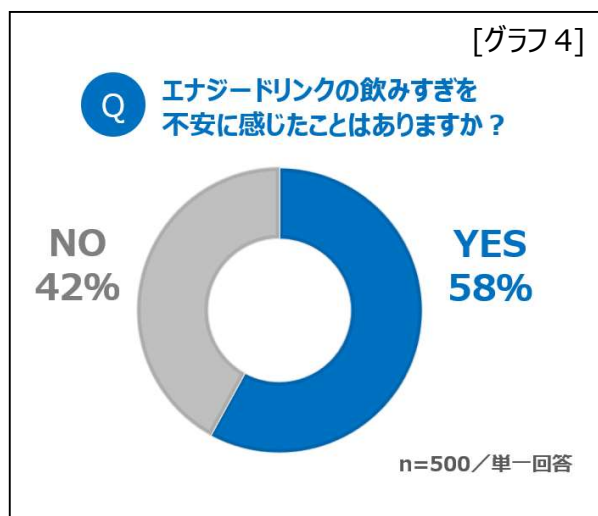
実際に、エナジードリンクに対する考えについて聞いた質問でも、「カラダに悪いと思うが、元気を出すためには仕方ないと思って飲んでいる」（35%）が最多となり、「カラダに良い、悪いを考えず、飲んでいる」（21%）、「カラダに悪いと思うが、気にせず飲んでいる」（20%）などを上回りました。[グラフ3] 調査結果からは、ヘビーユーザーの多くが、エナジードリンクに「カラダに悪い」イメージを持ちつつも、元気を出すためには手放せないというジレンマを抱えていることがわかります。



## ■ ユーザーの約6割が不安を感じる、エナジードリンクの「飲みすぎ」

そこで、あらためてヘビーユーザーたちに「エナジードリンクの飲みすぎを不安に感じたことはありますか？」と聞くと、実に約6割（58%）が「ある」と回答。[グラフ4] 具体的には、「よく飲むので糖類の摂りすぎが心配」（36歳・男性）、「カロリーが高いので太りそう」（25歳・女性）といった糖類やカロリーを気にする回答のほか、「カフェインの摂りすぎが不安」（48歳・男性）、「カフェインを摂取しすぎることになるので、健康に悪そう」（39歳・男性）など、カフェインの摂りすぎを気にする声が目立ちました。

さらに、「エナジードリンクによる、カフェインの摂りすぎを気にしたことはありますか？」という質問でも、ヘビーユーザーの6割超（61%）が「ある」と回答。[グラフ5] 仕事や勉強の必需品となっているエナジードリンクですが、そこに含まれるカフェインの過剰摂取を気にしている人は少なくないようです。また、カフェインを気にして、「エナジードリンクを飲んだらコーヒーやコーラなどのカフェインが多いものは飲まないようにしている」（33歳・男性）、「本当は毎日でも飲みたいが、健康のことを考えて1日置きにしている」（43歳・女性）など、他の飲み物やエナジードリンクを飲む量を減らしている人も見受けられました。



## ■トレンドの専門家も注目！ 罪悪感なく楽しめる、新・エナジードリンクとは？

今回の調査からは、ヘビーユーザーの多くが、エナジードリンクの飲みすぎを不安視している実態が明らかになりました。そこで今回は、こうしたアンケート結果をふまえ、現在のエナジードリンク市場の潮流について、トレンドの専門家である商品ジャーナリストの北村森さんにお話をうかがいました。

### <専門家プロフィール>

#### 北村 森 / 商品ジャーナリスト

1966年富山県生まれ。『日経トレンド』編集長を経て、2008年に独立。現在は、中日新聞など8媒体でコラムを執筆するほか、NHKラジオ第1「Nらじ」をはじめとするテレビ・ラジオ番組で活躍。また、日本経済新聞社の未来ショッピング「NIPPON PRIDE」、ANA国内線「北村森の『ふか堀り』」で監修を務めるなど、地域おこし事業にも数々参画している。著書の『途中下車』（河出書房新社）は、NHK総合テレビにてドラマ化された。サイバー大学IT総合学部教授（商品企画論、地域マーケティング論）。



### ◆スマートかつカジュアルなイメージが若者に支持されている「エナジードリンク」

日本においてエナジードリンクに注目が集まったのは2000年代半ば頃。海外発のエナジードリンクが日本に上陸したのをきっかけに注目度が急上昇しました。

エナジードリンクがここまで大きな市場になった要因としては、その「イメージの良さ」が挙げられるでしょう。エナジードリンクは、近い存在である「栄養ドリンク」と比較して、価格、売り場、パッケージ、味などの自由度が高いというメリットがあります。だからこそ、スタイリッシュで手をのびしやすい商品が次々と登場し、「栄養ドリンク」にはあまり反応していなかった若い世代からも支持されるようになりました。こうしたスマートかつカジュアルな「イメージの良さ」がエナジードリンクカテゴリ全体の大きな強みであると言えます。

### ◆一方で、カフェインの過剰摂取による懸念も広がるように…

しかし、市場に登場した頃はポジティブなイメージの強かったエナジードリンクですが、その存在が定着するにつれて、飲みすぎによるリスクが指摘されるようになってきました。

特に、近年問題視されることが増えているのが、エナジードリンクによる「カフェイン」の摂りすぎです。昨今の健康意識の高まりもあり、エナジードリンクに限らずカフェインの摂りすぎを不安に感じる人が目立つようになりました。また、エナジードリンクには、カフェインだけでなく、糖類やカロリーが多く含まれるものも多いため、健康上心配という声も多くみられます。

### ◆新素材「エネキストラ」の登場で、エナジードリンクは新しいフェーズに

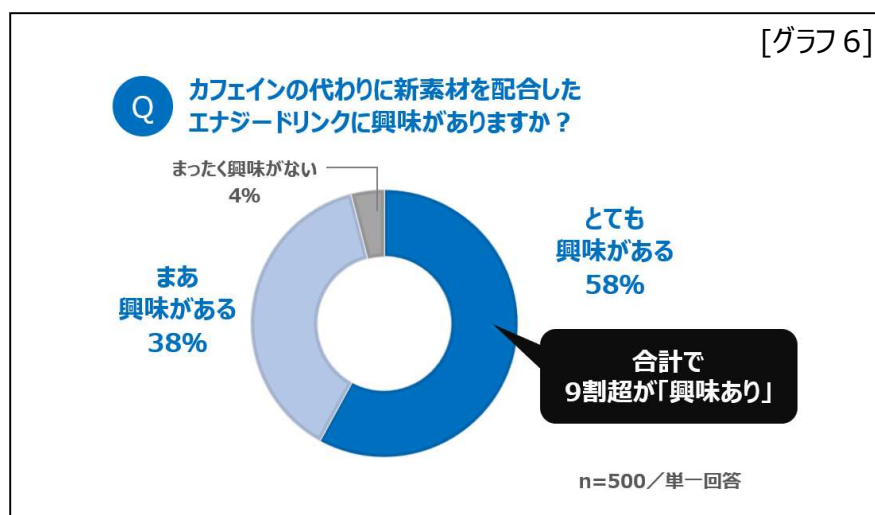
こうした中で、今新たに注目されているのが、**カフェインの代わりに新素材「エネキストラ」を配合したエナジードリンク**です。「エネキストラ」とは、**ガラングルというショウガ科の地下茎由来原料**。エナジードリンクの配合素材をカフェインから「エネキストラ」に置き換えることにより、**カフェインの摂りすぎ防止**にもつながります。

なお、この「エネキストラ」は、「Vitafoods Europe」「Vitafoods Asia」といった世界的な食品素材展でも表彰されるなど、**近年大きな注目を集めている新素材**です。海外ではすでに「エネキストラ」配合のエナジードリンクも登場しています。**消費者の「カフェイン」への不安を払しょくする「エネキストラ」は、エナジードリンクのカテゴリ全体を新しいフェーズにけん引する存在**になっていくでしょう。

また、日本でも2020年3月に、**大正製薬からカフェイン・シュガー・カロリーがすべてゼロの「トリプルゼロ」で、罪悪感なく楽しめる「エネキストラ」配合エナジードリンクが登場予定**です。個人的には、世界的に注目されている新素材が使われているエナジードリンクが、成分に知見のある企業から発売されるという安心感にも注目しています。

## ■新素材配合のエナジードリンク、ヘビーユーザーの9割超が興味アリ！

さらに今回は、前述のアンケートに回答したエナジードリンクのヘビーユーザーを対象に、**新素材を配合したエナジードリンクへの興味度についても調査**を実施しました。その結果、「カフェインの代わりに新素材を配合したエナジードリンクに興味がありますか？」という質問に対し、調査対象者の58%が「とても興味がある」、38%が「まあ興味がある」と回答。[グラフ6] **合計9割超のヘビーユーザーが新素材配合のエナジードリンクに関心を寄せる結果**となりました。具体的には、「今まで飲む回数を抑えていたので、エナジードリンクを飲みたいタイミングで飲めそう」（47歳・男性）、「カフェインの量を気にしなくて良くなるため、好きなコーヒーを控えなくて済むのが嬉しい」（34歳・男性）などの声があがっています。また、新素材を配合したエナジードリンクは、「**カフェインを配合した従来のエナジードリンクに比べて、手に取りやすい**」と答えた人が93%、「**今後人気が高まりそう（トレンドになりそう）**」と答えた人も94%にのぼっています。



さらに今回、調査に回答したヘビーユーザーの中でも、特にどのような価値観を持つ人が新しいエナジードリンクに興味を持ちやすいかを調べたところ、自身の考え方や性格について「想像力がある」と答えた人の興味度が最も高く、「とても興味がある」と回答した人の割合が73%となりました。「エネキストラ」配合のエナジードリンクは、**想像力が豊かなクリエイティブな気質の人からの支持が特に高い**ようです。

また、調査対象者を健康意識の高さによってグループ分けをしたところ、健康意識が低いグループでは、新素材のエナジードリンクに「とても興味がある」と回答した人の割合が41%となったのに対して、健康意識が高いグループでは、同じ回答をした人が66%と、25ポイントもの差が生じました。「エネキストラ」配合のエナジードリンクは、**健康意識が高い人ほど興味を持ちやすいことがわかります**。

## ■ カフェインに代わる新素材「エネキストラ」配合のエナジードリンクが日本初登場※1！



大正製薬は、2020年3月24日（火）より、カフェインに代わる新素材「エネキストラ」を日本で初めて※1配合したエナジードリンク（炭酸飲料）「RAIZIN HARD GINGER（ライジンハードジンジャー）」と「RAIZIN FRUITY THUNDER（ライジンフルーティーサンダー）」を新発売します。

「エネキストラ」は、ショウガ科の植物「ガランガル（Alpinia Galangal）」の地下茎から抽出した素材で、カフェインに代わる新しい機能性素材。世界的な食品素材展「Vitafoods Europe」、「Vitafoods Asia」にて、アワードを受賞※3するなど、世界的な評価を得ています。「RAIZIN」は、大正製薬がこれまでの知見を活かしながら、この新素材を取り入れて開発した、メイドインジャパンのエナジードリンクです。

さらに、今回の調査では、エナジードリンクによる「カフェイン」の摂りすぎを気にしたことがある人が61%にのぼただけでなく、「糖類」（67%）や「カロリー」（62%）の摂りすぎを気にしている人もそれぞれ6割台になりました。**新しくなった「RAIZIN」は、カフェインだけでなく、糖類・カロリーも不使用の「トリプルゼロ」。**カフェインや糖類の摂りすぎが気になる方も、罪悪感なくエナジードリンクをお楽しみいただくことができます。

「エネキストラ」配合の新商品は、**強い刺激感のあるジンジャー風味の「RAIZIN HARD GINGER（ライジンハードジンジャー）」と、王道のエナジードリンク系で、エッジの効いたフルーツソーダ風味の「RAIZIN FRUITY THUNDER（ライジンフルーティーサンダー）」の2種類。**新素材「エネキストラ」に加え、イチヨウ葉エキス、脱蛋白ローヤルゼリー、ビタミン（ビタミンB<sub>6</sub>、B<sub>2</sub>）、アミノ酸（ヒスチジン、イソロイシン）、イノシトールなどを配合し、「RAIZIN」の世界観を象徴するジンジャーと組み合わせました。内容量は飲みごたえのある245mlで、全国のコンビニエンスストア※4およびAmazon.co.jp他にて発売いたします。エナジードリンクに欠かせない「キレ味」を、新たなポテンシャルで対応したエナジードリンクを、ぜひお楽しみください。

※1：炭酸飲料として

※3：商品自体ではなく「エネキストラ」が受賞したものです

※4：一部取扱いの無い店舗がございます

### <商品概要>

- ・商品名：「RAIZIN HARD GINGER」、「RAIZIN FRUITY THUNDER」
- ・名称：炭酸飲料
- ・希望小売価格：1本 190円（税抜）
- ・内容量：245ml
- ・商品発売日：2020年3月24日（火）

■このリリースに関するお問い合わせや取材、資料を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：山口

TEL：03-5774-8896 / FAX：03-5774-8872 / mail：[info@trendsoken.com](mailto:info@trendsoken.com)