

## 国民総健康？ブームにのるトクホ飲料に迫る！

巷でブームの“トクホ”ってナニ？その効果とは？

第 4 号  
発行日 2008年 1月



2007年2月に東京都心で開かれたのが市民30000人が参加した大イベントの東京マラソン。東京に待望されていた都市型マラソンイベントであり、また日本人の健康志向を体現したマラソンブームを象徴するようなイベントであったことは記憶に新しい。

このように、日本人の健康志向は生活の様々な側面に浸透している訳だが、その代表格が、いわゆるトクホ＝特定保健用食品であろう。トクホとは「特定の保健目的により摂取した時、その効果が期待できる旨を表示することを国が認めた食品」のことである。日本人の食生活を変えた！とまで言われる、このトクホ。その許可を受けるまでのハードルも高く、マーケティング的な視点からすれば言わば選りすぐりの商品ということが出来るだろう。実際にトクホと名乗れるかどうかで、健康食品の売上は大きく差が開くのである。そこで今回のブログスフィアニュースレターでは、このトクホに関する口コミブログを解析してみた。



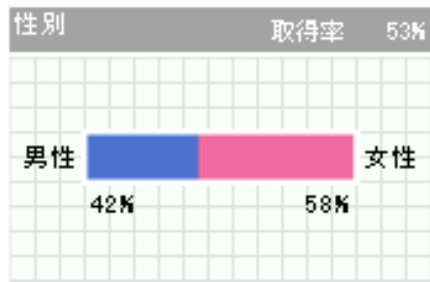
### どういった時に使えばいいの？ブログスフィアの“お役立ち”活用術

よく皆さんからいただくご質問に“ブログスフィアで得られたリサーチ結果って、信頼性はどのなんですか”というものがあります。そんな時には“ブログスフィアは検証用リサーチツールよりも仮説発見用ツールですよ”とお答えしています。むしろ、ブログスフィアの本当の強みは検証すべき“仮説の源(気付き)を発見すること”にあるのです。

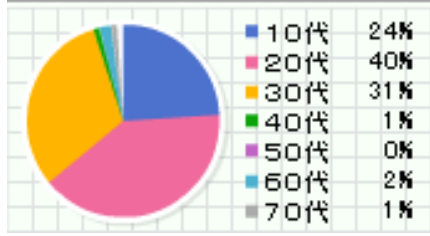
## 属性解析機能で迫る！“ヘルシア緑茶”と“黒烏龍茶”人気の深層

さて身近なトクホと言えば、やはり飲料であろう。特にメタボリック症候群という言葉がにわかに話題になり始めた2004年に花王より発売されたヘルシア緑茶はその代名詞的存在だ。また、2006年に発売され、黒いパッケージで瞬間に人気商品となったのがサントリーの黒烏龍茶。この2つの商品名をキーワードとしてブログスフィアで属性を解析してみた結果が以下のグラフであり、その右側のランキングは黒烏龍茶ブロガーの好きな番組だ。2007年1月で放映打ち切りとなったトップの“あるある大辞典”。そのメインスポンサーが花王であったことは、なんとも皮肉な結果である。

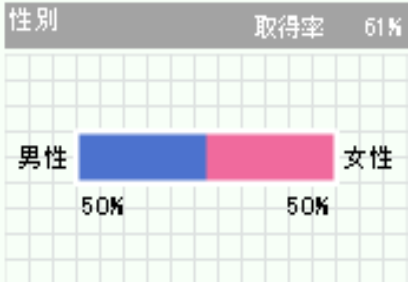
黒烏龍茶(サントリー)のブロガー



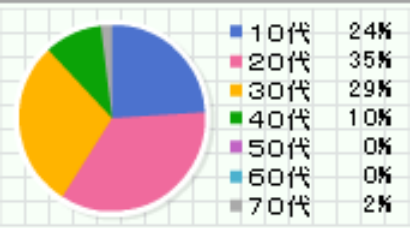
年代



ヘルシア緑茶(花王)のブロガー



年代



テレビ番組名	ポイント
1位	あるある大辞典 33pt
2位	笑っていいとも! 24pt
3位	サザエさん 17pt
4位	ポケットモンスターDP 16pt
5位	ミュージックステーション 14pt
6位	のだめカンタービレ 14pt
7位	めざましテレビ 14pt
8位	西遊記 12pt
9位	時効警察 11pt
10位	カウントダウンTV 11pt

## ブログスフィアのバズメーターで見える“トクホ”ファンのライフスタイル



さて今度は、このヘルシア緑茶と黒烏龍茶のブログエントリ数をバズメーターで探ってみることにしよう。青がヘルシア緑茶で、緑が黒烏龍茶だ。この結果は発売新旧の差が出てしまったと言っても過言ではない。

商品の入替が著しい飲料業界において、2004年発売のヘルシア緑茶と2006年発売の黒烏龍茶の両者が競っているだけでもすごいことである。ヘルシア緑茶は、派生商品としてヘルシアウォーターやヘルシア烏龍茶などを発売し、ブランド全体として息の長いヒットにつながっていることがうかがえる。ただしエントリー量についてはやはり、ヘルシア緑茶は“一日の短”があり、黒烏龍茶が多くなっている。あと傾向として少し気になるのが4月終わりから5月にかけてのエントリ数の増加だ。皆さんはこの傾向をどのようにとらえるであろうか。新商品投入？プロモーション効果？だろうか。

その答えは“自然発生”なのだ。皆さんゴールデンウィークは家でゴロゴロ、食っちゃ寝生活を満喫されたようで、その反動で黒烏龍茶に手をだそう、そしてその内容をブログで書こうとする人が増えた、という訳なのである。

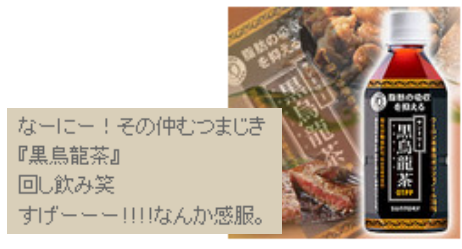
## 拝見！生ブログ！ トクホの切り口で見る、新しい仮説発見！

黒烏龍茶がないと落ち着かない…  
たぶんいぢかわ黒烏龍茶症候群…


しょうがないからカカリ！

このところ、またもや体重増加なワタクシです。休みが続くと、太るのよねえ…動かないのに食べちゃうから(；\_ω\_)oバタ

昨日黒烏龍茶を1ケース買って参りました。



ということで、このトクホ、ブログ解析でいろいろな示唆が見えてくる。特に、生ブログはユニークなものが多い。たとえば左の“黒烏龍茶がないと禁断症状を起こす人”やら“(価格が少々高めな)黒烏龍茶を回し飲み“する高校生、“常にケース買い”する主婦など、今後の同商品のマーケティング全般やパッケージングについての有益な示唆を得られるのである。



いろいろなブログ解析サービスがありますが、やはりブログ解析の真髄は“ブログを読むこと”に尽きる訳ですね。難しい解析・分析はたしかに、ひらめきを助けますが、やはり、最後は“読む”という力技が肝心のポイントとなります。

## 業界注目！ブログマーケティング・サービス、いよいよ開始！

ブログスフィアを、新商品の反応調査のために、まず、その効果を試してみたい、または年間数回の催事における効果検証のためだけにブログスフィアを使いたい、そういうお客様のためにブログスフィアを用いたリーズナブルなマーケティング・サービスが始まります。その名も“ブログスフィア・レポートサービス”。効果を試したい！というお客さまは、当社担当までぜひご連絡ください。

製品・レポートについてのお問い合わせは

エキスパートシステム    ゲーム    情報検索

ヒューマンインターフェース    音声認識    データマイニング

感性処理    画像認識    ニューラルネット    ロボット

機械学習    自然言語理解

推論    知識表現    マルチエージェントプランニング    通信アルゴリズム

最先端テクノロジーをマーケティングへ



株式会社キーウォーカー  
Keywalker

< ご連絡先 / 編集・発行 >  
株式会社キーウォーカー (Keywalker, Inc.)  
〒105-0001 東京都港区虎ノ門3-19-13スピリットビル6F  
mail info@keywalker.co.jp  
TEL 03-5402-8120 (担当)永田,大塚