

'09. 8. -3

βグルカン消費者心理学的分析  
(株)ADEKA

(株)ADEKAの新規事業推進室はβグルカンを含んだ黒酢ドリンクをモニターに飲んでもらい、アンケートを実施し、その回答に対して心理的な情動分析をおこなった。同社によると、βグルカンに対する分析は例がないという。

βグルカンは健康維持に役立つ上に免疫系に大きく影響することが分かっているが、健康機能食品の中で知名度は低く、その認知度は同社の調査でも一〇・五%しかないという。しかし今回の分析によると、①消費者として意識の高い人のほうがβグルカンの効果を感じやすい、②過去に一般の黒酢を飲んだことのある人のほうがその効果を感じやすい、③健康食品に対して意識の高い消費者がその効果を感じている、といった結果が出たもので、意識の高い人ほどβグルカンの効果を感じやすいと分析している。

βグルカンは食物繊維の一つで血中コレステロールの低下、血糖値上昇の抑制など色々な効果期待されており、メタボの予防、改善にも効果が期待されている。ADEKAでは二〇〇四年四月にはこのβグルカンについて、天然大麦からの抽出品「大麦βグルカン」と、微生物発酵品「発酵βグルカン」の二つのタ

イブの商品化に成功しており、「大麦βグルカン」は、機能的が発揮しやすい低分子βグルカンであり、「発酵βグルカン」は水溶性に優れ透明で無色・無味・無臭となっており、ともに食品、化粧品に適しており、両者の組合せで相乗効果も期待できるとしている。またその後もβグルカンはヘルスケアを将来の事業の柱として強化しており、認知度を高めるために、ウェブサイト上に、「βグルカン総合研究所」を設立したり、セミナーを開催するなど積極的な啓蒙活動も行っている。