

ポスカ成分？ えっ、知らな～い・・・。



製菓メーカー業界十三班

1年…伊藤桐子 井上理恵 上松実央 加藤康平 竹野翔一 鶴岡泰太郎 松田至弘

ファシリテーター（2年）…織田 真梨子 スーパーバイザー（3年）…石井 洋祐

目次

1. はじめに

- ①ガム用語の確認
- ②キシリトールとポスカ成分の比較

2. 現状分析

- ①市場の現状
- ②競合ガムとポスカム

3. 現状分析から導き出されるポスカムの問題点

4. 目標設定

5. 政策提言

6. 参考にしたもの

1. はじめに

少子高齢化の影響で着実に縮小が進むガム市場。その中でも高いシェアを誇っているデンタルガム。今やキシリトールの大ヒットで、これ以上発展が見込めないように思える。しかし、成分が認知されないために深海に眠っていたデンタルガムが我ら十三班のマーケティングによって、今まさに目を覚まそうとしている…。その名は江崎グリコ社のポスカム！
ポスカ成分を武器に、圧倒的なシェアを誇るロッテ・キシリトールガムを脅かす…！！

① ガム用語の確認

日頃よく聞く**チューインガム**とはガムベースに味や香りをつけ、かむことで風味や口あたりを楽しむ菓子の総称である。チューインガムのうち、砂糖以外の甘味料を使ったものを**デンタルガム**と呼ぶ。

② 競合ガムとポスカム…

デンタルガム業界の主な商品を挙げる。(すべてのガムにキシリトールは含まれる。)

キシリトールガム (ロッテ)



…1997年に国内初のキシリトール配合ガムとして発売された。おそらくコンビニなどで一番よく見かけるのではないだろうか。

キシリッシュ (明治製菓)



…同じく1997年に発売。キシリトールガムに先手をとられた。福山雅治・木村拓也・沢尻エリカといった大物をCMに起用。これも店でよく見かける。

ポスカム（江崎グリコ）



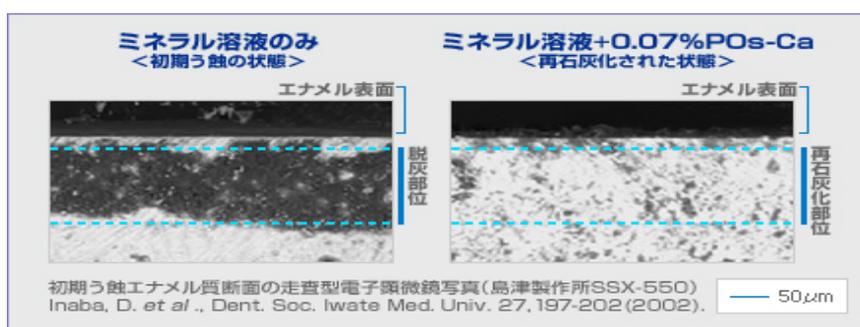
…2003年に発売。再石灰化を促し、初期虫歯を完治させるポスカ成分を含む。コンビニなどではあまり見かけられない。

③キシリトールとポスカ成分との比較

(i)キシリトール…1997年4月17日、厚生省（現厚生労働省）によって、食品添加物として使用すること許可される。**虫歯の原因になる歯垢や酸を作らない新たな甘味料**として注目された。

(ii)ポスカ成分（オリゴ糖カルシウム）…歯垢や酸を作らないことに加えて、**歯の再石灰化効果も含む。初期虫歯（歯の表面のエナメル質が溶け、歯に穴が開く一歩手前）の段階では完治が可能。**

ポスカ成分による歯の再石灰化の効果の様子（ポスカム公式ホームページより）



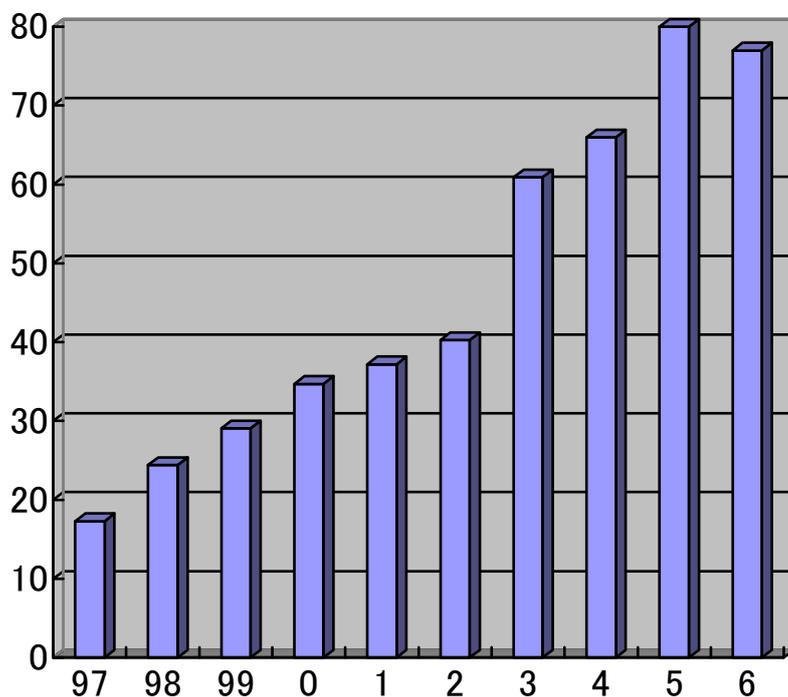
POs-Ca は初期う蝕に対して、再石灰化作用を有します。

人工う蝕歯をミネラル溶液に浸漬する際に、POs-Caの有無による再石灰化への影響を調べる試験を実施しました。その結果、POs-Caはエナメル質の初期う蝕に対して再石灰化作用があることがわかりました

2. 現状分析

① 市場の現状

ガム市場全体におけるキシリトール配合ガムのシェア (%)

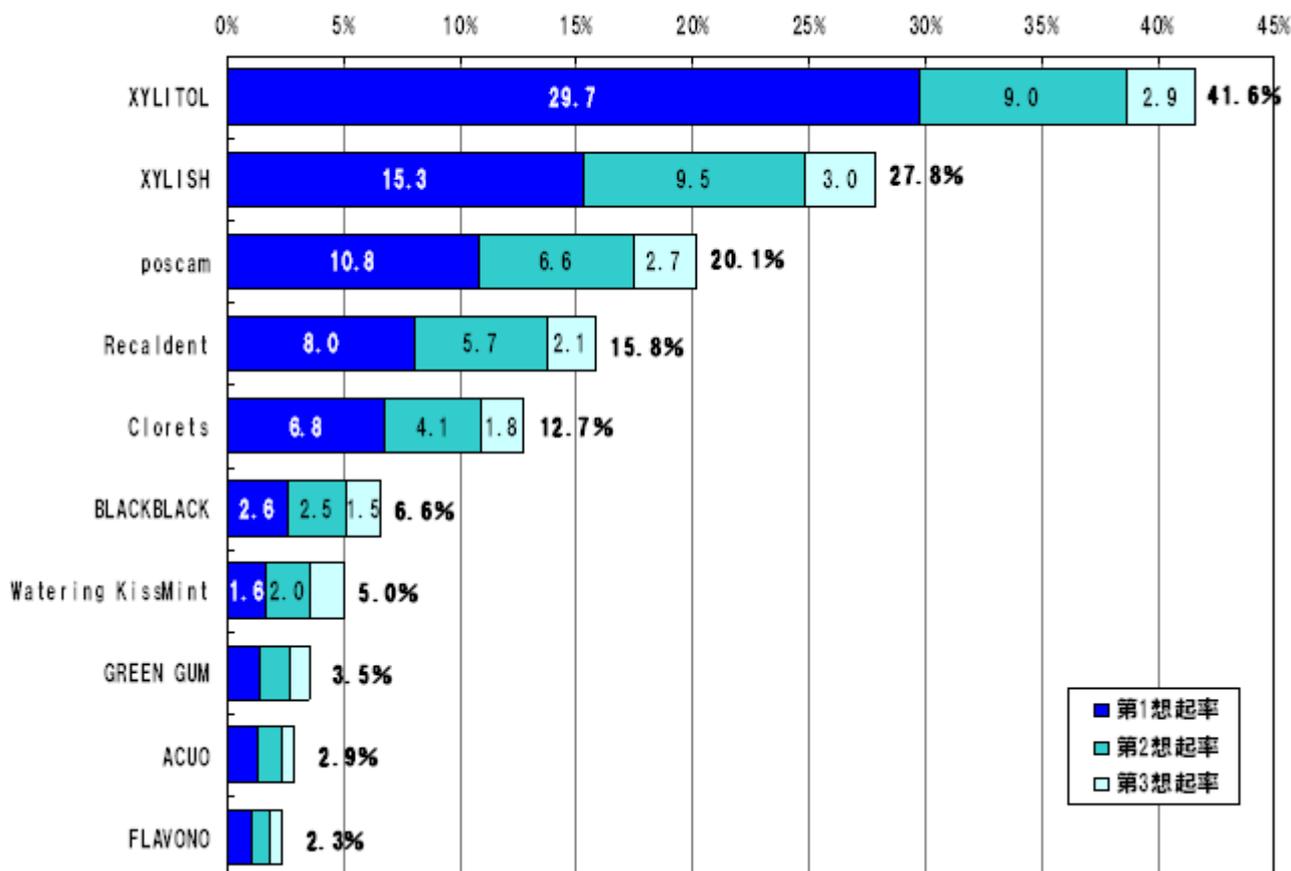


97年にキシリトールが食品添加物として承認されて以来、うなぎ上りにシェアが伸びている。2005年にはついにガム市場の80%を占めた。

最近の傾向として、デンタルガム＝キシリトール配合という方式が定着しすぎて、市場に若干のマンネリが生じている。(06年にはシェアが3%落ち、77%になった。)

② 商品ごとの想起率のデータ

※右端の数字は、第1想起率～第3想起率の合計比率。合計比率の降順でソート。



商品ごとに見れば、ポスカムはキシリトールガムの41.6%の約半分の20.1%と高い認知度を持っている。どこのメーカーが出しているのかは認知されていないが、ポスカムという商品自体は消費者によく知られている。

次にキシリトールガムとポスカムに含まれる成分の具体的比較をする。

③ 「キシリトール」と「ポスカム」の成分と認知度

| 成分表示 | キシリトールガム | ポスカム |
|---------------------|-----------|-----------|
| 熱量 | 43 キロカロリー | 45 キロカロリー |
| 炭水化物 | 16.9 グラム | 16.3 グラム |
| ナトリウム | 0 ミリグラム | 6 ミリグラム |
| 糖類 | 0 グラム | 0 グラム |
| キシリトール | 9.0 グラム | 8.8 グラム |
| ポスカ成分(リン酸オリゴ糖カルシウム) | -- | 0.41 グラム |

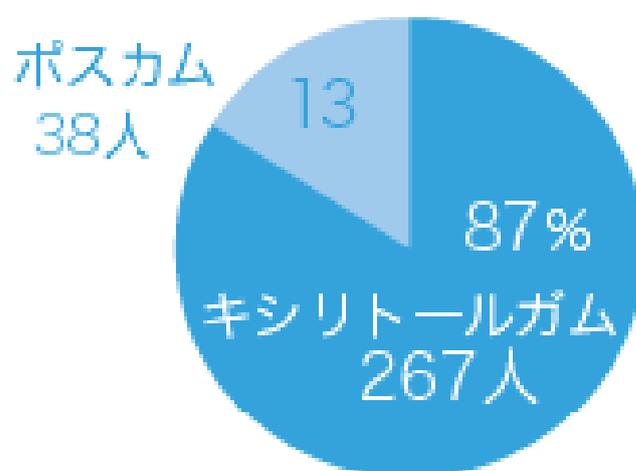
キシリトールはキシリトールガムとポスカムには9.0 グラム対8.8 グラムとほぼ同等に含まれている。さらにポスカムには再石灰化を促すリン酸オリゴ糖カルシウムが含まれている。

→デンタルガムとして、ポスカムはキシリトールガムよりも優れている。

では、その成分の詳細は世間に知られているのだろうか？

④ 成分認知度の比較

Q. 上の1パックあたりの成分表示を読んだ場合、どちらが歯の健康に良さそうだと思いますか？(%)



想起率ではポスカムはキシリトールガムの約半分の数値を持っており、商品の認知度ではキシリトールと圧倒的大差はなかった。しかしどちらが健康に良さそうかという点では回答者の約9割がキシリトールガムと答え、ポスカムに圧倒的な差を付けている。上記の図が示しているように、市場・顧客ともにポスカ成分に関してはあまり認知していないようだ。

ポスカ成分の認知度が低い原因を4Pの観点からキシリトールガムとポスカムを比較して探り出す。

⑤ コンビニエンスストアにおける各ガムの陳列数

日本でガムの販売実績が最も多いとされているコンビニエンスストア。
大手137店舗で各ガムの陳列数を調べた。

結果は…

| | 合計（列） | 平均（列） |
|---------|-------|-------|
| XYLITOL | 917 | 7.641 |
| XYLISH | 873 | 7.275 |
| ポスカム | 25 | 0.208 |

とポスカムの陳列数 XYLITOL と XYLISH に比べて圧倒的に少ないことがわかる。

⑥ 4Pの観点から分析

| | キシリトールガム | ポスカム | キシリッシュ |
|-----------|--|--|---------------------------------|
| Product | 市販ガム 歯科専用ガム | 市販ガム 歯科専用ガム | 市販ガム |
| Price | 120円（市販） 860円（市販ボトルタイプ） 997円（歯科専用ボトルタイプ） | 120円（市販） 712円（市販ボトルタイプ） 1102円（歯科専用ボトルタイプ） | 100円（市販） 698円（市販ボトルタイプ） |
| Place | 市場に十分流通している | 不足 | 市場に十分流通している |
| promotion | CM（NO. 1ガム！） 学校給食後に配布 母子手帳と一緒に 宣伝 | CM（岡田准一を起用 →ポスカムという製品の 認知だけで、ポスカ 成分は顧客に伝わって ない。） 歯科医院でサンプリング 幼稚園で健康教室 （どちらも小規模） | CM（木村拓也などの 大物を起用し大規模に 宣伝） |

4Pの観点からの分析で、PlaceとPromotionに弱点が見えた。

3. 現状分析から導き出される

ポスカムの問題点

CMではポスカムという商品名しか認知させられなかった。

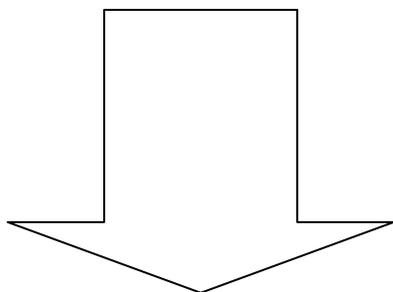
つまり…

ポスカ成分の認知度が低い！！

→市場は、ポスカ成分に着目していないため、ポスカムをオリジナリティに欠ける、新たなチャネルを作るに及ばない商品としか認識せず店頭に置かない。消費者は店頭に置かれていない商品に購買意欲を持とうとしない。

4. 目標設定

ロッテの資本金を考慮し、CM以外の方法で市場にポスカ成分のキシリトールに対する優位性を認知させる。



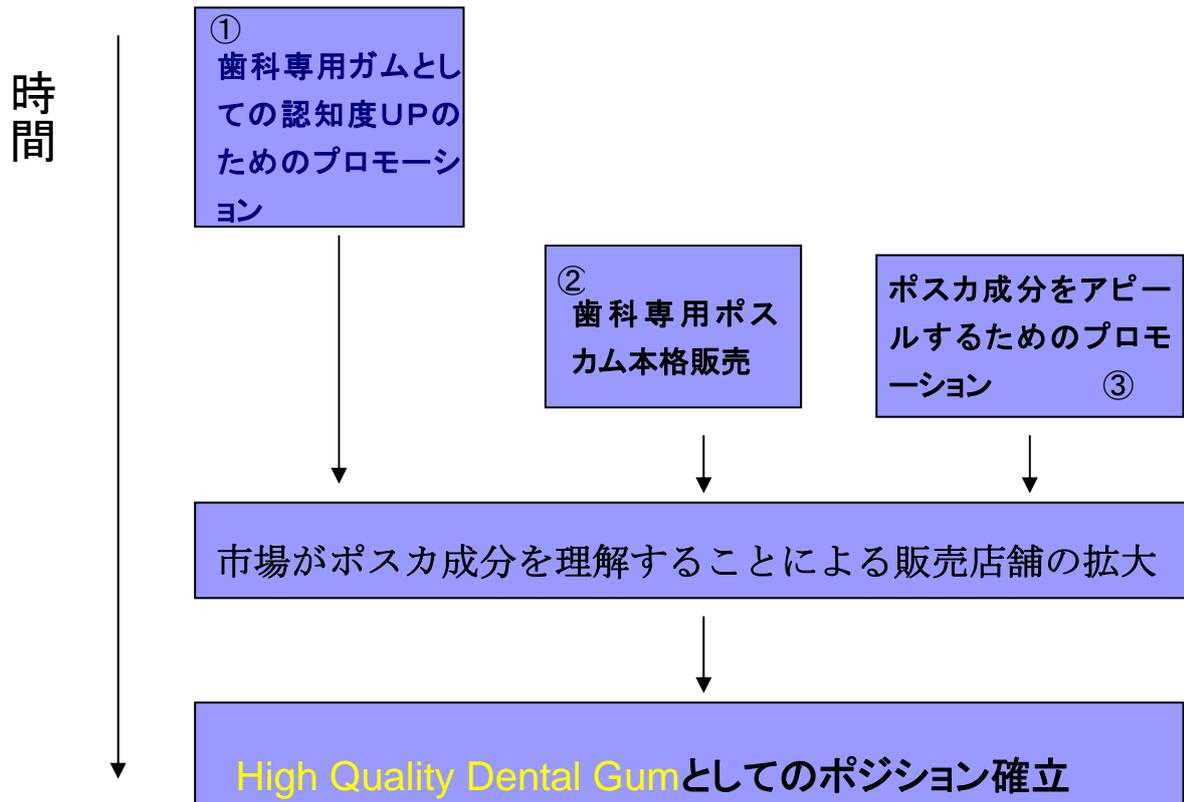
具体的な政策へ移る。

5. 政策提言

そこで私たちは

「歯科専用ポスカムを一般販売すること」を提案します！！

- ※ 歯科専用ポスカムは市販のポスカムの0.4 1グラムに対し、2.9 1グラムのポスカ成分を含んでいる（7倍以上）
- ※ 薬事法・景表法で高濃度配合を禁じられているのはフッ素です。



① (i) 固定型プロモーション

歯磨き粉や口内洗浄液等に、サンプルのポスカムをつけることで、より歯の健康に志向したガムであることをアピールする。

(ii) 移動型プロモーション

ポスカムのサンプルを白衣とメガネをかけた人が配ることで、医療の分野にガムが参入していくことをアピールする。また、これは②で用いる。

② (i) 市場規模

ポスカムを売るにあたってまず重要なのが初期虫歯の人の数＝市場規模ということだ。虫歯の人が総人口の1割で、初期虫歯の人は虫歯に既になっている人の9倍であることを考えると、約1億人が初期虫歯ということになり、十分市場として規模は大きい。

(ii) メインターゲット

初期虫歯の人の中でも特に35歳以上の人はほとんどの人が虫歯になりかけの状態なので35歳以上のビジネスマンをメインターゲットとする。

(iii) ターゲットに対する商品のアプローチ

①の結果、認知度向上した歯科専用ポスカムを次はターゲット・ビジネスマンを絞って集中的に販売。

③ (i) 子供へのアプローチ

初期虫歯に一番なりやすいのは小学校中学年である。よって、その子供たちの保護者も含めて歯について学ぶ場を提供し、給食時にポスカムを配布することで、ポスカ成分の認知度上昇を図る。

(ii) 妊婦へのアプローチ

赤ちゃんが1歳6ヵ月までに虫歯にならないければ将来的に虫歯になりにくいので、お母さんがポスカムを噛み口内環境を整えることで母子感染を防ぐことを妊婦の在宅時間が長いことを考慮し妊婦向けの雑誌等で伝えていく。

政策提言の実現可能性の考察

- ・ 他社とコラボしてのサンプリングなので、他社製品のチャンネルが確保されていれば、**市場へのポスカムのチャンネル構築許可を必要としない。間接的にポスカ成分の優位性を市場・消費者にアピールすることができる。**
- ・ 歯医者に行く手間を掛けることなく、初期虫歯を完治できるという**利便性**がある。
- ・ 実際に歯医者に行くと、初期虫歯の患部にフッ素を塗る。費用は一回1500円～3000円を平均二～三回通院。ポスカムを使うと、一枚五分、一日一パックを一週間噛むと効果が出る。つまり、 $120 \times 7 = 840$ 円。明らかに**コストパフォーマンスが良い**。

政策提言フローチャート

歯医者の口コミを受けたオリジナリティのあるガムとして

① 歯磨き粉など医薬品を出している会社とコラボして、歯科専用ポスカムをサンプリング付属。

②ガム初の医薬品として、市場・消費者の注目を受け、ポスカ成分認知→歯科専用ガムの本格販売開始

③チャンネル増強→陳列数の増加による消費者の購買意欲上昇。

6. 参考にしたもの

- ポスカム公式サイト…<http://poscam.jp/>
- 藤田康人著 かんき出版 『99.9%成功するしかけ』
- お菓子クラブ…<http://www.okashiclub.com>
- 日経 BP コンサルティング…<http://consult.nikkeibp.co.jp/consult/release/bj070801.html>
- Nikkei design …<http://nd.nikkeibp.co.jp/nd/contents/package/2003/09/>
- 久世歯科医院 … <http://www.tsuiteru.com/sh/kuzeshika/index.php>