

報道関係者 各位

2024年5月8日

ライフログテクノロジー株式会社

【カロミルモニター調査】

「カロミル」で食事記録2週間 × 「キッコーマン 大豆麺」シリーズ7食以上

「食事習慣改善チャレンジ」モニターキャンペーン結果

キャンペーン達成者の86%がカラダのポジティブな変化を実感！

食事・運動・体重管理アプリケーション（以下アプリ）「カロミル」の開発・提供をするライフログテクノロジー株式会社（東京都中央区、代表取締役：棚橋繁行、以下LLT）は、キッコーマン食品株式会社（東京都、代表取締役社長：中野 祥三郎、以下キッコーマン）の低糖質・高たんぱく麺「キッコーマン 大豆麺」シリーズを用い、「食事習慣改善チャレンジ」モニターキャンペーンを、2023年12月～2024年3月に実施しました。

「カロミル」で2週間を目安に食事記録をし、期間中7食以上「キッコーマン 大豆麺」シリーズを食生活に取り入れるキャンペーンです。応募者数はLLTのこれまで行ったキャンペーンで過去最多でした。

キャンペーンの結果、達成者（*1）の86%が、目標体重に近づけた等のカラダのポジティブな変化を実感したと答えました。

また、キャンペーン期間中の食生活の変化として、達成者（*1）の52%が、「食事をガマンしなくても、工夫すればおいしく食事ができることがわかった」と答えました。



■「食事習慣改善チャレンジ」モニターキャンペーンの趣旨

「食事習慣改善チャレンジ」モニターキャンペーンは、「カロミル」に2週間を目安に食事を記録し、その間、低糖質・高たんぱく麺「キッコーマン 大豆麺」シリーズを7食以上食生活に取り入れる企画です。「カロミル」アプリ上で自身の摂取栄養バランスを「見える化」し、「キッコーマン 大豆麺」を定期的に献立に組み込むことで、糖質やたんぱく質などの栄養管理をサポートしました。食事記録に加えて、糖質やたんぱく質をコントロールする工夫を知ること、おいしく食事をしながら食習慣を改善できることを体験いただきました。

■「食事習慣改善チャレンジ」モニターキャンペーン結果の概要

応募者数はLLTの行ったキャンペーンで過去最多でした。キャンペーン結果概要は以下の通りです。

<事前アンケート結果（*2）> (n=2,585)

- ・ 応募理由の73%が「理想のカラダづくりを目指す」こと
- ・ 糖質摂取量を抑えるために苦労している点として、68%が主食や嗜好品を「ガマンしている」と回答
- ・ 95%が「麺類は好き」と回答。しかし62%が「麺類は好きだが、ダイエットのために普段の食事から控えている」と回答

<事後アンケート結果（*1）> (n=166)

- ・ カラダのポジティブな変化を感じたユーザーが86%いた
- ・ 52%が「食事をガマンしなくても、工夫すればおいしく食事ができることがわかった」と回答

<報道関係者お問い合わせ先>

ライフログテクノロジー株式会社 広報：pr@calomeal.com

人生 100 年時代を見据え、健康寿命の延伸が重要となるなか、食事のバランスや、若年層の痩せなど、食と健康に関してまだまだ多くの課題があります。LLT は、「健康寿命を、太く長くする」をミッションに掲げ、テクノロジーでライフログをスマートに記録し、健康に向けたカラダづくりをサポートしています。今回、ダイエット等のカラダづくりの際に、過度な食事制限をするのではなく、「カロミル」で食事を“見える化”しながら、カラダのポジティブな変化を感じてもらいたいという思いから、キッコーマンの協力を得て、低糖質・高たんぱく麺「キッコーマン 大豆麺」シリーズとの取り組みを実施しました。

LLT は、今後もカロミルに蓄積されたデータと様々な企業とのコラボレーションを通じて、ユーザーのカラダづくりに有益な情報を発信し、世の中の健康寿命延伸に貢献してまいります。

(*1) 2024 年 2～3 月 カロミル調査 n=166 名 (モニターキャンペーン参加者の 298 名のうち、カロミルで 2 週間食事記録をつけ、大豆麺を 7 食以上喫食し、アンケートに回答した参加者)

(*2) 2023 年 12 月～24 年 1 月 カロミル調査 n=2,585 名 (モニターキャンペーン応募者への事前アンケート)

●健康管理アプリ「カロミル」について

<https://youtu.be/I5D8o4D4TiA>

食事・運動・体重管理アプリです。食事記録に関しては、写真 1 枚で毎日の食事を記録し、AI (人工知能) の画像解析技術によって自動で栄養価を割り出し登録します。カロリーだけでなく、たんぱく質、脂質、炭水化物、塩分、糖質、食物繊維、ビタミン、ミネラルなど 28 種類の栄養素の計算・記録もできるので、ダイエットのみならず、栄養バランスを考慮した健康管理が可能です。また、食事記録だけでなく運動・バイタルの管理機能もそなえ、「健康のトータルマネジメント」を実現しています。会員数は 350 万人を超えました (2024 年 5 月時点)。

●「キッコーマン 大豆麺」シリーズについて(キッコーマン提供)

「大豆麺」は、大豆を 50% 配合した低糖質・高たんぱくで、のどごしなめらかな麺です。2022 年 8 月に、麺とスープやソースをセットにした“新しい主食”として 1 袋 1 人前入りで発売しました。2024 年 2 月に、麺のみのタイプ「大豆麺 細麺 3 人前」がラインアップに加わり、お好みの麺の代わりに使って、さまざまなメニューを楽しめるようになりました。全部で 6 種類のラインアップです。



① 大豆を 50% 配合しており、のどごしなめらかな麺です。(麺には小麦も使用しています。)

② 低糖質・高たんぱくな麺です。

ー糖質は、乾燥うどんと比較し、40%カット (*4) しています。

<報道関係者お問い合わせ先>

ライフログテクノロジー株式会社 広報：pr@calomeal.com

ーたんぱく質を麺1食(62g)当たり、19g含みます(*5)。

乾燥うどんの約3倍で、鶏むね肉(1食分・100g)とほぼ同等です。

③ 麺は電子レンジで簡単に調理できます。小鍋やフライパンでゆでて調理することもできます。

(*4) 日本食品標準成分表2020年版「干しうどん 乾」との比較です。

(*5) 日本食品標準成分表2020年版「にわとりむね皮つき」100gのたんぱく質は19.5g、「干しうどん 乾」62gのたんぱく質は5.3gです。

【キャンペーン概要】

■実施期間：

① 募集期間：2023年12月22日～2024年1月末

② モニター期間：2024年2月2日～2024年3月4日

■調査対象者数：

① 事前アンケート：本モニターキャンペーン応募者(健康管理アプリ「カロミル」ユーザー内の2,585名)

② モニターキャンペーン参加者：①の応募者のうち、ランダム抽出したモニター298名

■調査実施方法：

①事前アンケート：アプリ特設サイト上でのアンケート調査を実施。

②モニターキャンペーン事後アンケート：モニター参加者298名に「キッコーマン大豆麺」シリーズ7品を送付。モニターは、期間中「カロミル」で2週間を目安に食事記録をし、「大豆麺」シリーズを喫食。キャンペーン参加後、アプリ上でモニター参加者へアンケート調査を実施し、期間中7食以上「大豆麺」シリーズを喫食したモニター参加者166名に絞って調査。

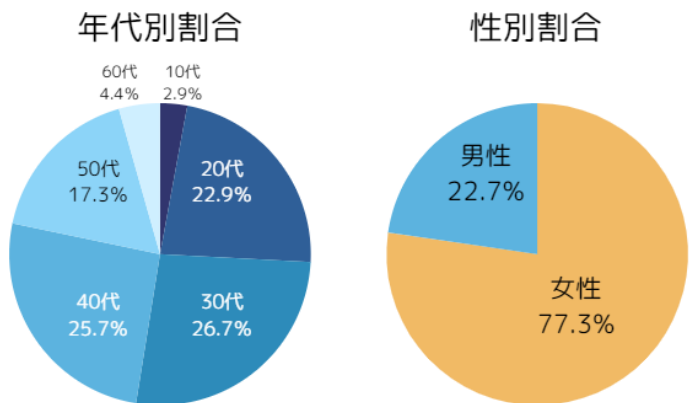
【モニターキャンペーン結果】

- ・モニターキャンペーン応募者 2,585名
- ・モニターキャンペーン参加者 298名
- ・モニターキャンペーン達成者 166名

モニター応募者は2,585名、モニター参加者は298名と過去最多になりました。

【事前アンケート結果(2,585名)】

- ・事前アンケート回答者の割合

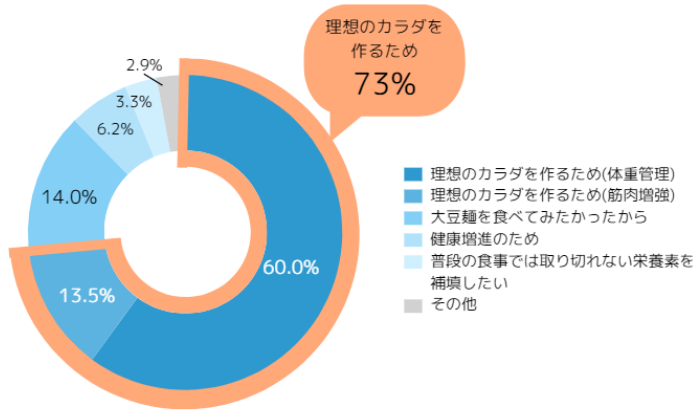


事前アンケートの回答者(n=2,585)の割合は、30代が26%と最も多く、続いて40代が25%、20代が22%、50代が17%となりました。男女比は女性が77%でした。

<報道関係者お問い合わせ先>

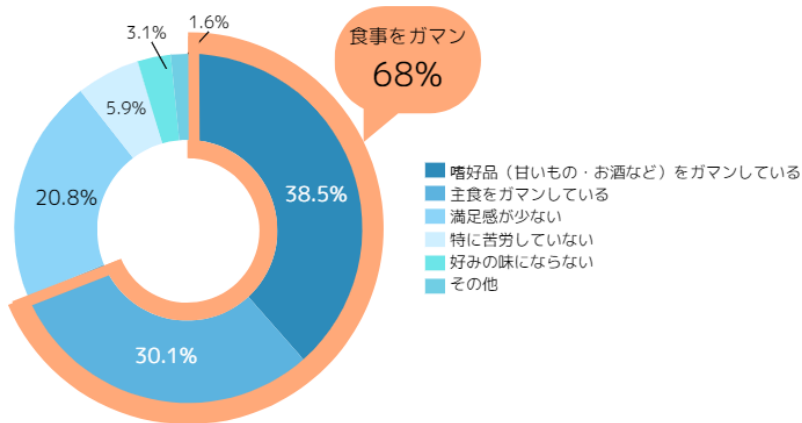
ライフログテクノロジー株式会社 広報：pr@calomeal.com

・設問：今回の「食事習慣改善チャレンジ」に応募頂いた理由を教えてください。



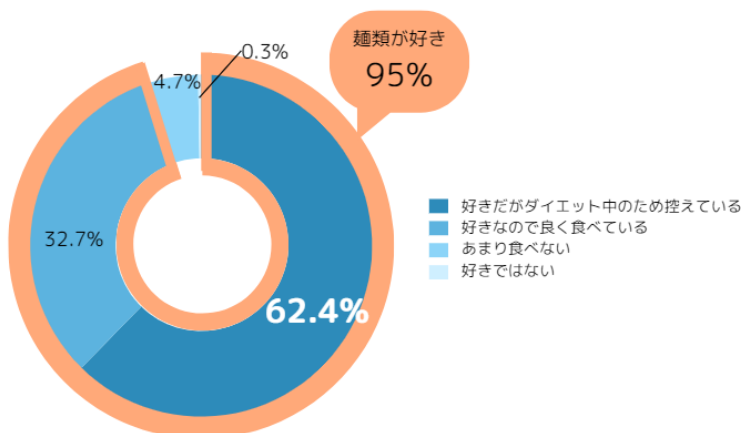
理想のカラダを作るため(体重管理)が 60%、理想のカラダを作るため(筋肉増強)が 13%と、73%が理想のカラダづくりを目指すために応募したことがわかりました。

・設問：糖質摂取量をおさえるのに苦労していることはありますか。



糖質摂取量を抑えるために苦労している点として、嗜好品(甘いもの・お酒など)をガマンしているユーザーが 38%、主食をガマンしているユーザーが 30%と、68%が食事をガマンしていることがわかりました。

・設問：麺類は好きですか？



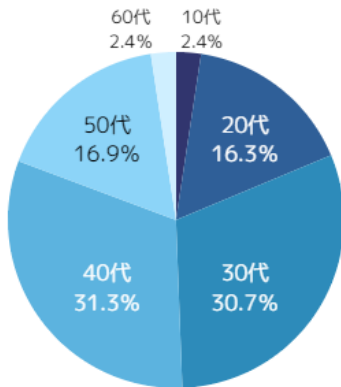
麺類が好きなユーザーは 95%で、麺類は好きだが、ダイエット中のため控えていると回答したユーザーは 62%でした。麺類は糖質量が多いため、控えているユーザーが多いことがわかります。

<報道関係者お問い合わせ先>

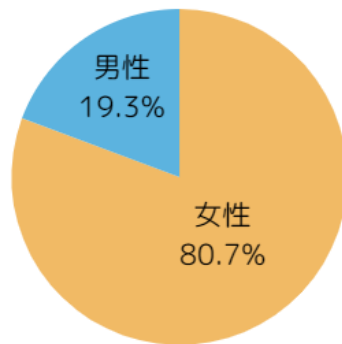
ライフログテクノロジー株式会社 広報：pr@calomeal.com

【事後アンケート（166名）】

年代別割合

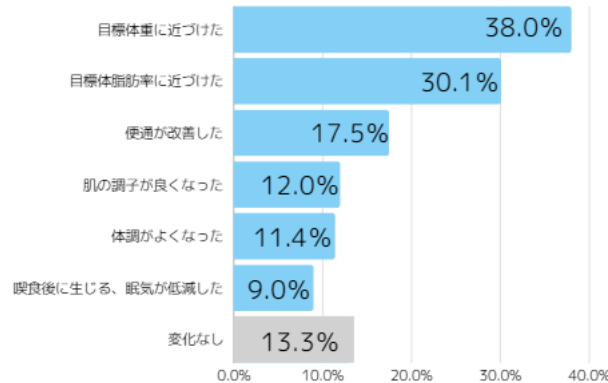
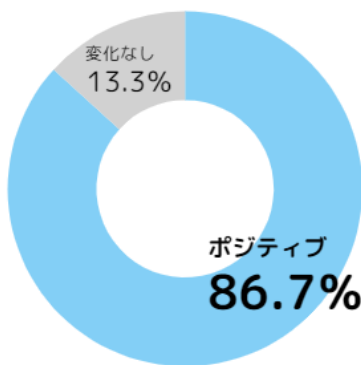


性別割合



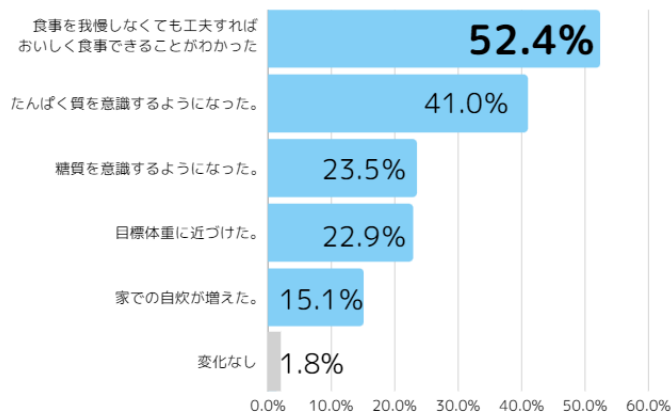
キャンペーン達成者のアンケートの回答者（n=166）の割合は、40代が31%と最も多く、続いて30代が30%、20代が16%、50代が16%となりました。男女比は女性が80%でした。

・設問：モニターキャンペーン期間内で体の変化は感じましたか？（複数回答）



キャンペーン達成者（n=166）の中で、目標体重に近づけたと感じたユーザーが38%いたほか、便通が改善した、目標体脂肪率に近づけた、体調や肌の調子がよくなった、喫食後に生じる、眠気が低減したといったカラダにポジティブな変化を感じたユーザーが見られました。全体でカラダにポジティブな変化を感じたユーザーは86%となりました。

・設問：モニターキャンペーン期間内で食生活に変化は感じましたか？（複数回答）



キャンペーン達成者（n=166）の中で、食事をガマンしなくても工夫すればおいしく食事ができることが分かった、と回答したユーザーが52%いました。

<報道関係者お問い合わせ先>

ライフログテクノロジー株式会社 広報：pr@calomeal.com

【ライフログテクノロジー株式会社について】

<https://calomeal.com/>

管理栄養士、エンジニア、データサイエンティスト、人工知能の研究者で構成されたヘルスケア関連のテクノロジー企業です。2016年2月に創業以来、東京、宮崎の2拠点と、全国からリモートワークで活動するスタッフと共にヘルスケアアプリ「カロミル」の開発・運営を行っています。自社アプリの開発だけでなく、様々な業種の企業や大学、医療研究機関などと健康管理や食生活に関する共同研究、新たなサービスの立上げを行っています。

◆サービスに関するお問い合わせ先◆

ライフログテクノロジー株式会社 info@calomeal.com

◆報道関係の方のお問い合わせ先◆

ライフログテクノロジー株式会社

広報： pr@calomeal.com

社名：ライフログテクノロジー株式会社 (Life Log Technology, Inc)

所在地：〒103-0027 東京都中央区日本橋三丁目2番14号 新槇町ビル別館第一1階

設立：2016年2月

資本金：9億5,459万円（資本準備金含む）

代表者：代表取締役 棚橋繁行

<報道関係者お問い合わせ先>

ライフログテクノロジー株式会社 広報： pr@calomeal.com