

「特水（とくすい）」（機能性表示食品） 水ならではの幅広いニーズを捉えて販売好調！

- 2025年は計画に対して1.3倍の着地 —
- 軽運動時や就寝前など、飲用シーンを選ばずユーザー拡大 —



この高解像度画像は <https://www.suntory.co.jp/softdrink/news/> に掲載しています。

サントリー食品インターナショナル（株）が、2025年10月21日（火）に新発売した、「特茶」※ブランド初の水カテゴリー商品となる機能性表示食品「特水（とくすい）」について、25年10月～12月の販売数量が、計画に対して1.3倍と好調に推移しました。

植物由来のポリフェノールである機能性関与成分「HMPA」が持つ、“内臓脂肪を減らすのを助ける”という機能に加え、水ならではの価値である“ほぼ無味無臭・無色”の中味を実現したこと、通常の水と同じように日常的に美味しく飲めて、手軽に健康習慣を取り入れられる点を評価いただいています。

※特定保健用食品 サントリー緑茶「特茶（申請名：特茶s）」

[許可表示]

本品は、脂肪分解酵素を活性化させるケルセチン配糖体の働きにより、日常の身体活動による脂肪を代謝する力（脂肪の分解・消費）を高め、体脂肪を減らすのを助けます。また、健康づくりのために、歩数を増やすことが推奨されています。歩行などの活動を日々の生活に追加する時にも、本品を飲用することで体脂肪を減らすのを助けます。体脂肪が多めの方に適しています。

[1日当たりの摂取目安量] 1日500mlを目安にお飲みください。

[摂取上の注意]

多量摂取により疾病が治癒したり、より健康が増進するものではありません。

食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。

■販売好調要因

①水ならではの飲用シーン・ユーザー拡大

これまで「特茶」は、40～50代の男性を中心に、通勤時にご購入いただいたり、オフィスで仕事中にお飲みいただいたりするのが象徴的なシーンでした。

対して「特水」は、それに加えて、普段から水をよく飲まれている20～30代の男女や、軽運動時や就寝前など、「特茶」以上に幅広い年代の方に、時間やシーンを選ばずお飲みいただいている。

またノンカフェインであることから、カフェイン量を気にされている方にもご支持いただいている。

② “水×機能”商品に対する意外なニーズ

声優・音楽業界など、喉を気遣って普段から水を飲まれている方々の間でも、“こんな商品を待っていた！”と話題に。特に声優業界では、Xでの投稿をきっかけとして多くの方に注目いただき、収録スタジオにてスタッフの方が商品を提供されるなど、飲用機会が広がっていきました。

〈お客様からいただいた好評のお声（一部抜粋）〉

◇ “特茶の水”がトライアルに

「商品の『特』と『内臓脂肪を減らすのを助ける』から、『特茶』シリーズだと分かりました。“水が出たんだ！”と、思わず手に取りました。」（30代女性）

「電車広告で“特茶ブランドから水が出た”と知りました。水なので苦味などがなく、飲みやすいのではと思いました。」（50代男性）

◇幅広いシーンにマッチ

「日常の水分補給として飲んでいます。食前、食後、日中に関わらず、水なのでいつ飲んでも良いと思っています。」（40代男性）

「身体を動かしている時に飲むとさらに良いと思っているので、ウォーキングの時に飲むようにしています。」（50代女性）



この高解像度画像は <https://www.suntory.co.jp/softdrink/news/>に掲載しています。

上記のように、“ほぼ無味無臭・無色”かつ“内臓脂肪を減らすのを助ける”という機能を併せ持った、水ならではの価値を多くの方々にご理解、ご支持いただいている。

さらに、「HMPA」は、加熱したり凍らせたりしても、成分に変化がないことを確認しています。カップなどに移して温めて、白湯としてお飲みいただくなど、ぜひ幅広い飲み方でお楽しみください。

■新発売の背景

人々の健康意識の高まりから、トクホ・機能性表示食品市場が年々伸長する中、「特茶」はトクホ飲料史上で初めて“脂肪の分解”に着目した、“体脂肪を減らすのを助ける”特定保健用食品として、無糖茶を軸とした商品展開で、多くのお客様にご好評いただいている。

そのような中、“健康でありたい”という意欲を持つ方々により一層寄り添うべく、健康志向を背景に飲用者が増加し、拡大する水市場に着目。まだ機能性表示食品がほとんど存在しない本カテゴリーにおいて、“内臓脂肪を減らすのを助ける”という新たな価値を提案することで、より多くの方の健康にお役立ちしたいと考えました。

(ニュースリリース No.SBF1624 参照)

今後も「特水」ならびに「特茶」ブランドをより一層ご愛飲いただくべく、マーケティング活動に注力していきます。

▼「特茶」ブランド ホームページ

<http://suntory.jp/tokucha/>

▽本件に関するお客様からの問い合わせ先

サントリーお客様センター <https://www.suntory.co.jp/customer/>

水と生きる SUNTORY

以 上

自然と水の恵みに生かされる企業として、貴重な水資源を守ること。
さまざまな企業活動を通じて社会に潤いをもたらし、社会にとっての水であること。
社員一人ひとりが水のように自在にしなやかに挑戦できる会社であること。
「人間の生命（いのち）の輝き」をめざす想いを、「水」に託して伝えるメッセージです。