

MY ROUTINE MAX

先行・テスト販売でプロテイン新商品『マイルーティーン MAX』が快挙！
初月・月間販売数の記録を1000%更新！(※)

人気の理由は「味・コスパ・タンパク質量」の三冠王

(※ 他社新ブランド初月販売数実績比)

フレグランス、時計、ファッション雑貨等のブランド商品を取り扱う専門商社である株式会社ウエニ貿易（本社：東京都台東区、代表取締役社長：宮上光弘）は、11月16日(月)一般発売のホエイプロテインシリーズ「マイルーティーン MAX」を先行・テスト販売した結果、他社商品の新発売時と比較して初月で10倍の販売数を記録、さらに1か月間の販売数が他社商品の通年売り上げ数も上回りました。

【テスト販売概要】

対象商品：「マイルーティーン MAX」

対象店舗：大手ディスカウントショップ K店

期間：10/9-11/8実績（※マイルーティーン MAX。比較の他社商品はそれぞれの発売後1か月間）

【スタッフが予感した“通説を覆す期待”を見事に証明】

“ブランドの認知がされていない新しいプロテイン商品が、発売開始直後から売れる事はない。”“新ブランドは、なかなか定番化しない。”これが今までの通説でした。今回テスト販売を行った店舗のスタッフも、同じ実感を持っていました。なぜなら、過去に、発売開始直後の1か月間の販売数は、A社商品（2020年2月）で10袋、B社商品（2019年4月）もわずか2袋という実績があったからです。それにもかかわらず、今回マイルーティーン MAXが「1か月間で100袋以上売れた人気の理由」を聞きました。

K店におけるプロテイン 新ブランド3商品の販売数

商品	初月 販売数	フレーバー数
弊社商品 (マイルーティーンMAX)	101袋	4
A社商品	10袋	8
B社商品	2袋	6

【店舗スタッフに取材】

「マイルーティーン MAXの発売に先駆けてテスト販売することとなり、最初は期待していませんでしたが、商品を手に取り、考えが変わりました。」

特長とする「味・コスパ・タンパク質量」がこれまでにないもので、“売れる、定番商品化する”と予感しました。モチベーションも高まり、販売に際し、これまでの記録を大幅に上回る目標を立てて販売に臨みました。

まずはこれまでの実績の3倍くらいをクリアできれば、と見込んでいましたが、結果、目標100袋を見事達成しました。」

【人気の理由①】

「プロテイン初心者も買っていく美味しさと手に取りやすい価格。初心者でも期待が持てるタンパク質量に納得できたのだと思います。今回のお客様がどれだけリピートしてもらえるかが楽しみです。売れる予感が正しかったと証明できました。」

【商品概要】

- ・商品名：マイルーティーン MAX
- ・フレーバー：パワーチョコレート風味／スティックバニラ風味
マッスルストロベリー風味／ストロングバナナ風味
- ・容量：各1,050g ・価格：オープン価格 ・発売日：11月16日(月)
- ・取扱店：総合スーパー、バラエティショップ、スポーツショップで販売。

※WEBサイトにて先行販売中



【人気の理由②】

A社商品は8フレーバーもありながら、初月販売数は10袋。マイルーティーン MAXは4フレーバーで同101袋。ブランドとして、奇をてらわず、選びやすい人気の味に絞った事も功を奏しました。

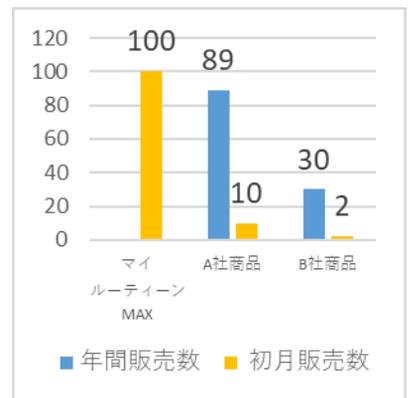
A社商品の販売数は通年で89袋（2/21-11/7）、月間の最高記録も18袋。B社商品は通年で30袋（4/12-9/27）、月間でも12袋。マイルーティーン MAXはそれらを大きく更新。わずかひと月でA社商品の通年販売数も上回りました。

マイルーティーン MAXは今後、11/16(月)の発売日以降、扱い店舗数を増やし、全国どこでも買える体制を整備していきます。



(左から) パワーチョコレート風味 / スティックバニラ風味 / マッスルストロベリー風味 / ストロングバナナ風味

K店におけるプロテイン新ブランド3商品の販売数



【商品の特長】

①日本人の食生活・体型から、プロテイン（タンパク質）は**1食あたり20~25g以上の摂取が理想的**と言われています。本商品は日本の製品では最大級の、1食あたりタンパク質量25g以上、**最大26.8g摂取できる配合量**を実現しています。（フレーバーにより異なります。）

②ホエイプロテイン（WPC）100%使用。吸収スピードが早い特徴があり、またHMB成分を1,000mg/袋配合しプロテインの効果をより高めます。さらに、**11種のビタミンを配合し、1日3食で各種ビタミン1日推奨量が摂取**できます。

③プロテインを初めて飲まれる方にも抵抗なく飲みやすい**4つの味**（バニラ・チョコ・ストロベリー・バナナ）。チョコレート風味は味の国際評価の二つ星を受賞しています。

【ブランドサイト】 <https://www.myroutine.jp>



国際味覚審査機構（ITI）「優秀味覚賞」二つ星受賞

【3冠を獲得】

コロナ禍で、**70%もの人が筋肉量減少を感じる中**※1、プロテインを選ぶにあたり重要な3つの特長で優れた、**3冠王のプロテイン**です。※1 Web調査 自社調べ。習慣的に筋トレをしている男性(n=435)

●タンパク質摂取率No.1※2

No.1 日本の市場で売上げ上位を占めるプロテインシリーズの1食あたりのタンパク質量を比較。本商品の**26.8gはNo.1!**

※2 各メーカー1食目安量をスティックバニラ風味で比較（自社調べ）

●コストパフォーマンスNo.1※3

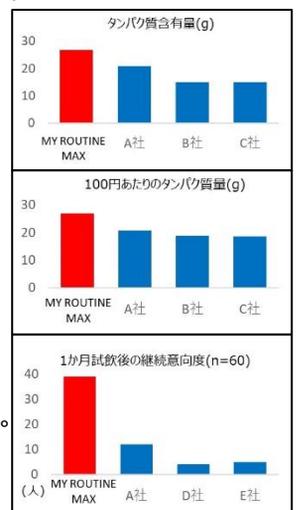
No.1 100円当たりのタンパク質量を比較。本商品は**26.8gはNo.1!**

※3 2020年9月17日 楽天価格自社調(スティックバニラ風味で比較)

●継続意向度No.1※4

No.1 “タンパク質を多くとれる”、“毎日飲める味”、“毎日飲める価格”の総合評価**No.1!**

タンパク質を20g以上含有する商品を、商品名を隠しブラインドテスト。タンパク質含有量・1食あたり価格を開示し、1か月継続飲用（4種）、その後の継続意向を調査。※4 東京・六本木 パーソナルジム FIT AVENUE調べ



ご取材・記事・
サンプルの
お問い合わせ

株式会社ウエニ貿易
コスメティック事業部
PRチーム 森 滋孝
E-MAIL : cosme.pr@ueni.jp

〒110-0008 東京都台東区池之端1-6-17
TEL : 03-5815-5707 / 080-6257-5133
FAX : 03-5815-5305
URL : <https://ueni.co.jp/>

<参考資料3> ヒットメーカー小淵清次の開発ストーリー

ヒットメーカー小淵は「家トレ」ブームに着目！

石鹸の香りブームを巻き起こし大ヒット商品「アクアシャボン」を企画開発した小淵清次は、プロテイン商品の開発にあたり、新型コロナウイルスの感染対策の影響によるテレワークや外出自粛により活動の機会が減ったことを受け、健康管理として運動の「家トレ」に着目しました。

家トレ市場は現在は必須で、市場は急拡大！

現在、家の中で運動や器具、食品などに関連するものが“家トレ〇〇”として注目されています。厚生労働省、厚生労働大臣から外出自粛中の家や庭先などでの運動、食により免疫力を上げることなどのメッセージを発信しています。普段から筋肉トレーニングをする層ばかりではなく、今や老若男女問わず“家トレ”が必要とされています。

家トレの意向が高まったという調査結果をインターネット上でも多く見かけるようになってきました。また、大手検索エンジンによるワード検索数でも、「筋トレ」の約 105,000,000 件について「家トレ」が約 79,900,000 件と、常に検索の多かった「プロテイン」の約 56,800,000 件を抜いており、「家トレ動画」では約 51,000,000 件とプロテインに迫る勢いです。コロナ禍の影響から、その注目の高さがうかがえます。（9/17時点）

しかし家トレも課題あり！

家トレは、室内で身体を動かし運動をするのですが、運動と同様に、いかに**効率的な食生活**ができるか、が重要になってきます。限られた場所、時間の制約があるなかで運動するため、体を動かしても必要以上にカロリーを摂ると太ってしまいます。そのため家トレは食事にも、これまでになく注意を払う必要があります。

そこで、2017年くらいから**ブームになっていたタンパク質（プロテイン）**市場はコロナ禍でさらに注目が集まっています。市場規模も、2020年は急拡大傾向にあります。その要因は家トレを実行するビジネスマンをはじめシニア層、女性のダイエット目的の摂取だといわれています。

ウエニ貿易で家トレに適したプロテインを開発し成功！

しかし、既存のプロテイン商品はマーケティング、リサーチの結果、①自分に合った摂取の適量に分かりにくく、②食事+αでお金がかかる、③飲むのが面倒、④さらに美味しくないと、幾つもの欠点がありました。

そこで、小淵の指揮のもとに商品開発を開始し数年間の試行錯誤の上、“**タンパク質の1食あたりの摂取量が高く、コストパフォーマンスが良い、さらには味もおいしく、理想的なバランスの、市場には無い商品**”を創り上げました。

弊社ならではのファッション、美容、健康をサポートするべく、気軽に**飲みやすい、続けやすい商品**が完成しました。これまでの大手メーカーの商品にはない、日本人に合った**最大級の1食あたりタンパク質配合量**、市場で人気の味のバリエーションを揃え、さらに**継続しやすいコストパフォーマンス**も実現しました。

【開発者コメント】

コスメティック事業部統括部長
Health & Beauty推進プロデューサー 小淵 清次

いち早く商品を開発するため、市場で売れているものからヒントを探し、バイヤーや競合から徹底的に情報収集もし、研究の日々でした。商品の開発と同時に、代理店としても商品を取り扱う中で、どういったポイントが消費者にささるのか？なども検証しました。そして、「プロテインの基本は、どこまで行っても“タンパク質量”である」、また、プロテイン売り場で、今求められているのは「タンパク質摂取量」「コスパ」「味」と結論し、そこからさらに妥協のない商品開発を重ね、この度の「マイルーティーン MAX」の商品化に至りました。



ご取材・記事・
サンプルの
お問い合わせ

株式会社ウエニ貿易
コスメティック事業部
PR担当 森 滋孝
E-MAIL : cosme.pr@ueni.jp

〒110-0008 東京都台東区池之端1-6-17
TEL : 03-5815-5707 / 080-6257-5133
FAX : 03-5815-5305
URL : <https://ueni.co.jp/>