

商品化まで10年のシニア向けサプリメントが、 売上目標10億円を達成見込み!! 味の素(株)「アミノエール®」好調の理由とは・・・

2013年に発売したシニア向けサプリメント「アミノエール®」は、発売当初より高齢者の方を中心に大変ご好評いただき、通信販売商品として2013年11月に発売し、2014年度は売上高10億円を達成する見込みです。この「アミノエール®」販売好調の理由を商品担当者の声とともにご紹介します。

【「アミノエール®」について】

商品名： 味の素(株)健康基盤食品「アミノエール®」
発売日： 2013年11月20日
容量／価格： スティック30本入箱（約30日分）／5,400円(消費税込、送料無料)
ターゲット： 『生涯自立した生活を送りたい』、『姿勢が良く若々しくいたい』といったニーズを持つアクティブシニア世代



■ 超高齢社会を迎えた現代において健康寿命の延伸が大きな課題

日本人の平均寿命は男性80.2歳、女性86.6歳と著しく延長(2013年)し、高齢者と定義される65歳以降に20年以上の人生を送る方々が増えています。そのため近年は、「健康寿命の延伸」(健康上の問題がなく日常生活を送ることができる状態)が重要な課題となっています。医療費の抑制にも関係しますが、何よりも高齢者自身のQ O L (生活の質)の向上に関係してくる問題です。今からおおよそ10年前は、現在ほど「健康寿命の延伸」の重要性が認識されていませんでしたが、「いつまでもアクティブに動きたい」、「やりたいことにチャレンジして人生を楽しみたい」、「姿勢良く若々しくいたい」という高齢者の潜在的なニーズを実現するために、当社は「アミノエール®」の開発を開始しました。

商品開発にあたり、さまざまな分野の専門家や研究者からお話をうかがったところ、高齢者では「動かす力」「支える力」が加齢とともに減少することがわかり、この点に着目して研究開発を行いました。

こうして誕生した「アミノエール®」は、当社の100年にわたるアミノ酸研究で培った知見をベースに独自に開発したロイシン高配合必須アミノ酸混合物「Amino L40®」が配合されたサプリメントです。いつまでも健康で自立した生活を送りたいと考えるすべての方々の、年齢に負けない「動かす力」と「支える力」をサポートします。



■ シニアの「食」の課題に着目した、当社ならではのソリューション

「アミノ酸技術で人類に貢献する」ことをビジョンとして掲げている味の素グループは、従来より、基礎研究や長期的な研究に力を入れており、そこから生まれた商品やサービスは、現在では、日常生活における食事から医療の現場まで、幅広く活用されています。「アミノエール®」の開発においても、これまでのアミノ酸研究で得られた知見から「**筋肉成分たんぱく質**」のもとになる最適なアミノ酸配合バランスを実現した「アミノ L40」を見出し、商品に活かしました。

この「アミノ L40」は、体内で作りだせない9種類の必須アミノ酸から成り、中でも、重要な働きをする「ロイシン」を40%配合しています。「筋肉成分たんぱく質」のもとになる栄養素であるアミノ酸を効率的に補給できる栄養成分です。

当社では、シニア層の「食」そして「栄養」の課題に着目し、加齢とともに衰えがちな「動かす力」と「支える力」を維持するために、普段の食事だけでは十分に摂ることが難しく、また体内で作ることができない必須アミノ酸を毎日無理なく、効率よく補うことができるよう、研究開始から実に**10年以上の年月をかけて**、「アミノエール®」を商品化しました。

「アミノエール®」には、当社が100年にわたるアミノ酸研究をもとに開発した栄養成分「アミノ L40」を、**たっぷり3000mg**配合しています。

■ 名前の由来とパッケージに込められた想い

商品名の「アミノエール®」は、シニア層に元気になってもらいたいとの思いを込めて、英語の「Amino acid（アミノ酸）」と「フランス語の「Aile（エール：翼）」から命名しました。また、パッケージデザインは、「元気」、「前向き」をイメージワードとして、そのイメージを連想できる100にのぼる案の中から、「元気を感じる」カラーと「動かす力」をイメージした曲線的なデザインを選びました。お客様に毎日、手にとってお飲みいただくものだからこそ、スティックのデザインにもこだわり、使い勝手の良い個別包装、サイズ感を追求しました。パッケージからも「アミノエール®」にかけた当社の思いや元気で若々しいイメージを伝えたいと考えています。

■ 栄養だけでなく、生活を楽しむための健康知識も提供

当社では、「アミノエール®」を定期的にご購入いただいているお客様に、商品だけではなく、小冊子やカレンダーなどの形式で健康に役立つ情報も毎月お届けしています。



■ 商品として長く続けてもらえるように、味、飲みやすさ、携帯性に対する徹底的なこだわり

「動かす力」と「支える力」を維持するには、「アミノエール®」を長く続けていただくことが重要だと考えています。そのためには、味と飲みやすさはとても大切な要素です。

必須アミノ酸のロイシンは非常に苦いため、飲みにくく、それが商品化する上で大きな障壁となりました。この障壁も、当社の食品開発技術のノウハウを活か、何度となく試作・試食を繰り返すことで解消し、毎日飲み続けることができる美味しさを実現しました。また、常に持ち歩けるよう、1日の目安量を個別に包装したスティックタイプにしました。



★ 2014年12月にリニューアル～”より口どけよく”、”より美味しく”し、飲みやすさをアップ～

有用成分の配合量はそのままに、1本当たりの容量を減らし、また口どけを一層よく、味付けをさわやかなりんご味に変更することで後味もマイルドにし、さらに継続的にご利用いただきやすくなるようリニューアルしました。

▽パッケージデザイン

- 商品のイメージワードは、「若々しい」、「元気」など
- 見て元気・前向きになるような色使い

▽成分

- 味の素(株)の100年にわたるアミノ酸研究をもとに開発した独自配合「アミノL40」を3000mg配合。
- 健康維持に大切な働きをする栄養素として注目が集まるビタミンDも800IU配合。

▽その他

- 食事や生活のリズムを邪魔せず、普段の生活にプラスしやすいようサイズに配慮。
- カロリーにも配慮し、1本あたり13.3kcal
- 食品メーカーとしてのノウハウを活かし、苦みのある「ロイシン」をストレスなく飲むことができるよう味付け。

商品企画担当者のご紹介



斉藤 典子

味の素株式会社
健康ケア事業本部
ダイレクトマーケティング部専任課長
略歴
食品関係の部署を経て現職へ。
「アミノエール®」の商品開発を担当。

<本案内に関するお問い合わせ先>

味の素(株) 健康ケア事業本部 広報担当 金子

TEL : 03-5524-5068 FAX : 03-5250-0108