



3社合同のマスコミ向け発表会も行われた。

アサヒ飲料×資生堂薬品×ロッテ シトルリン健康プロジェクト

アサヒ飲料と資生堂薬品、ロッテの3社は、「シトルリン」を使ったそれぞれの商品を4月22日に同時発売した。アサヒ飲料からは「アサヒ シトルリンウォーター」、資生堂薬品からは「シトルリン サイクルエナジー」、ロッテからは「シトルリンガム」が発売された。「シトルリン」は、2007年から食品での使用が認可され、注目を集めているアミノ酸で、消費者の健康への意識の高まりを背景に、各社強みを活かした商品が展開されている。

3社は、合同で「シトルリン健康プロジェクト」を発足。各商品ともに、大きなCの文字をシンボルとした共通のロゴマークをパッケージに表示しているほか、合同での商品発表会も実施した。今後もPRや売り場作りにより一体となって取り組み、認知度アップに向けた活動を積極的に展開していきたいという。



3社から発売された「シトルリン」配合の新商品とシトルリン健康プロジェクトのロゴ。各社のロゴを商品パッケージに記載している。

サントリーは3月4日に、糖質ゼロの新しい発泡酒「ゼロナマ」を新発売。現在、俳優の藤岡弘さんを起用した「カラダのことが気になるけれど、発泡酒をおいしく飲んで楽しみたい」人を応援するテレビCMをオンエア中だ。

また4月からは、メタボリック症候群に着目した新健診制度が施行されるタイミングに合わせ、日清オイリオグループ・日清フーズと共同で販促活動を実施。「食いしん坊応援団」というスローガンのもと、サントリーの「ゼロナマ」や「ダイエット(生)」と、日清の食用油・から揚げ粉を組み合わせた売り場を全国約2000店の店頭で展開した。

第1弾は、「から揚げ」がテーマで、今後も「お好み焼き」「天ぷら」といったテーマで、「ゼロナマ」と一緒に楽しめる、おいしい食事メニューを順次提案していくという。



共同での販促活動展開イメージ。

サントリー× 日清オイリオグループ・ 日清フーズ 共同販促活動展開



「ゼロナマ」発売時の記者発表会の様子。

視点③「プラス健康」でプロモーション 各社は「健康」をどう活用している？ 健康関連キャンペーン一覧

3月、4月には「健康」を切り口にしたプロモーションやイベントが各社で相次いだ。ここでは、各社の展開とその概要を紹介する。



森永製菓

「栄養・トレーニング」サポートプロジェクト

森永製菓は、「ウイダーinゼリー」をはじめとしたウイダーブランドにおいて、浅田真央選手に対する「栄養・トレーニング」サポートプロジェクトを、2008年4月より開始した。今年は、同社が1983年に米国・ウイダー社と事業提携を結んで25周年目を迎える年。これを記念し、2年後のオリンピックなどに向けた浅田選手の栄養管理やトレーニング面におけるサポートを行う。

専属の管理栄養士の派遣や「ウイダーinゼリー」やプロテインの有効な利用方法のアドバイスなどを行う「栄養サポート」。専属のストレンクス&コンディショニングコーチを派遣し、最適なトレーニングメニューやトレーニング環境を提供する「トレーニングサポート」を行うほか、ウイダーのブランドスローガンである「Power Your Life.」を体現する存在として、テレビCMやWEBサイト、パンフレット、ポスターなどの広告物に浅田選手が出演する。

「ウイダーinゼリー」は、理想的なからだづくりを実現するためにウイダーが生み出した独自の栄養補給の考え方「トライアングル理論」に基づいて開発された商品。現在テレビCMに出演している浜田雅功さん、浜崎あゆみさん、山下智久さんに加えて浅田選手が登場し、より強く商品コンセプトがメッセージとして発信されそうだ。



「栄養・トレーニング」サポートプロジェクト記者発表会の様子。

キャドバリー・ジャパン

「いつだってガムで健康! さあ、噛むタイム」キャンペーン

菓子メーカーのキャドバリー・ジャパンは、2008年5月12日~6月30日まで、「いつだってガムで健康! さあ、噛むタイム」キャンペーンを実施している。

ガム市場は2005年以降3年連続でマイナス成長が続き、停滞する市場の活性化を図ろうと行うもので、ガムを噛む頻度の向上と消費量拡大を目指すという。キャンペーンでは、「噛むこと」には多くの健康効果があるとされていることに注目。味が長持ちし、「噛むこと」をより楽しめる「クローゼツXP」と「リカルデント」を対象製品とし、日常のガムを噛むさまざまなシーンを提案することで、ガムを噛むことの意識付けや習慣化を促すという。

プレゼントには、任天堂の人気ゲーム機Wiiと40種以上のトレーニングをゲーム感覚で楽しみながら健康管理できるゲームソフトWii Fitのセットを用意。同社では、「噛むこと」と「健康」の関係を意識してもらいたいと考えている。



「いつだってガムで健康! さあ、噛むタイム」キャンペーン告知グラフィック。