

# 商品開発委員が教える 「新商品のススメ」

No. 4



## 藍活 オリゴ&ファイバー



商品開発委員長  
仲程 俊介

選定品をはじめとして、協励会員に紹介される新商品は数多い。  
見過ごしてしまいがちな新商品のなかには、  
売上げの戦力となるものも多く存在している。そこで商品開発委員の皆さんに、  
新商品の特長と売り方をご指導いただく。(総務室・広報委員会)

今回紹介する商品は、「藍活<sup>あいかっ</sup> オリゴ&ファイバー」です。この商品がナガセヴィータ(株)(前(株)林原)から商品開発委員会に提案されたのが2021年(令和3年)9月でした。それから1年以上にわたり何度も協議を重ね、2022年(令和4年)12月に選定品として商品化することが決定。その後健康食品として発売に向けてさまざまな課題をクリアし、晴れて2024年(令和6年)5月に新発売となりました。

商品コンセプトは、脳と腸の健康には相関関係があり、脳と腸をトータルでサポートすることで健康維持に役立つ、となっています。

当初商品名は商品コンセプトが明確に伝わるようなストレートな名称を検討しましたが、選定品には取り扱いのない藍エキスの良さをアピールすること、そして藍エキスで健康になる活動につなげるという意味

を含め「藍活 オリゴ&ファイバー」に決まりました。

ターゲットについても長い時間をかけ、メーカーと委員会で協議しました。「生活習慣病予防をターゲットにすると対象が曖昧になってしまう。食藍は選定品にはないのでターゲットを絞ったらどうか」「慢性炎症では既存商品と重複してしまう」「リーキーガット症候群はまだ知名度が低いのでは」などのさまざまな意見を踏まえた結果、藍エキスの作用をメインとしました。

パッケージにもこだわり、商品を並べる場所や棚の幅にも合わせやすいように縦横どちらでも並べられるダブルパッケージにしました。商品コンセプトである脳と腸の相関関係のイメージが湧くように矢印で頭とおなかがつながるようなデザインにし、藍24mg、乳果オリゴ糖100mg、水溶性食物繊維65mg、発

酵オタネ人参25mgの文字をタデ藍の葉をイメージした枠に入れるなど工夫しました。メーカーがこだわったのは、藍活の「藍」のデザインです。藍の漢字のなかにタデ藍の葉のイメージが隠れています。夢の国で隠れミッキーを探すより簡単に探せますので、ぜひ先生方、見つけてください。

商品コンセプトにある脳と腸の相関関係をイメージしながら藍エキスで健康になる“藍活”を多くのお客さまにぜひご紹介ください。また、噛んで摂取することでオーラルフレイルケアにもおススメでき、幅広く提案できると考えています。

「藍活 オリゴ&ファイバー」は1日2~3粒摂取、100粒で約30~50日分、希望小売価格は税込み4,860円です。若甦、レバコールと一緒に推売できる商品だと思います。多くのお客さまにご紹介ただいて末永く愛される商品に育てていきましょう!

### 「藍活 オリゴ&ファイバー」の 四つの素材を紹介

#### 【藍(食用タデ藍)】

徳島県阿波地域のタデ藍を使用しています。日本では古くから染料としてだけではなく、健康成分としても利用されていました。さまざまな働きが知られていますが、特に消化器にお悩みがある方におすすめです。

#### 【乳果オリゴ糖】

#### 【水溶性食物繊維(イソマルトデキストリン)】

健康はおなかから。おなかに不安がある方、便通に不満がある方に摂ってほしい素材です。

#### 【発酵オタネ人参】

オタネ人参を乳酸菌で発酵させています。健康維持には欠かせない休息に注目し、ストレスや睡眠が気になる方におすすめです。