

業界初の試みにチャレンジした 清涼飲料水を開発、年明けに発売

㈱ミロヴィーナス

㈱ミロヴィーナス（東かがわ市川東四七五一四 小西 覚社長）は、自社企画開発商品を平成20年1月中旬に発表する。

四千億円市場と言われるフィットネス業界に注目した企画で、シエイトプアブ、スボット、ダイエットをサポートする成分を配合した「シエイトプルーダ」は、濃縮液20㎖入り×5袋。希望小売価格九九九円。

スティック状のアルミパック入り



濃縮液は25倍希釈タイプで、いま全国で目覚ましく販売数を伸ばしているミネラルウォーターのペットボトル（500㎖）を活用しシエイトプルーダで完成する。市販のミネラル水の売上人氣に便乗しようという販売戦略だ。錠剤や顆粒が主体の同分野で、市販ペットボトルミネラルを活用したフィットネス目的の希釈型濃縮液ドリンクは国内初となる。

1袋あたり新陳代謝を改善するアミノ酸を三六〇〇㎎、解毒作用を持つクエン酸五〇〇㎎、マグネシウム二七〇㎎、シヤンピニオンエキス10㎎など全18成分を配合している。マスクのように風味が、口当たり・どこしといった清涼飲料水である。

滋養強壮向け清涼飲料水「燃える夜狼」は、なんと30㎖入りドリンクと、4粒のサプリメントを1パッケージにダブルセット。ダブルの元気を望む男性が欲しくなりそうな商品に仕上がっている。ドリンク+錠剤を組み合わせたこちらも業界初の試みだ。

ドリンクはマカエキス、トンカッ

トアリが主成分、錠剤もマカエキス、トンカットアリを主成分とした。希望小売価格八七七円。



「消費流通が落ち込み、一〇〇〇円を超える商品は受け入れられなくなっており、九九九円、八七七円という設定にした。」

少子高齢化時代の今、拡大する高齢者層に喜んでもらえる企画開発を進めたという「小西社長」

両商品ともに平成20年2月1日に発売予定。ドラッグストア、コンビニ、インターネット、スーパーなどで展開する。商品デザインは、これまで数々のヒットデザインを生んだミロヴィーナスをサポートしてきた

葵紙業㈱（東かがわ市吉田）が今回も担当した。

販売元はミロヴィーナスと中堅飲料メーカーの合弁会社である、げん

氣㈱（東京）が行う。げん氣㈱は、坂本龍馬をパッケージに採用したドリンク類、サプリメントを大手ドラッグで流通させており、市場での認知度は高いものがある。出荷配送体制についても関東で構築済み。なおミロヴィーナスは昨年よりマ

1ヶテイング事業部を立ち上げ、民間企業では非常に珍しい自社グループの資産運用業務に軸足を置いた経営を進めている。機関投資家として海外投資信託での運用を地銀・メガバンク・証券中心に行い、現在では月に推定10億円ほどの売買取引を続けているようである。

近く国内における経済流通は縮小の一途をたどり続け、未だ資源のある新興国経済が世界の柱となり、5年後には今の2割を測している。

行われるとの予測をしている。そのため健康食品群については自社ブランド商品の流通は当面行わず、あくまでも今回のようなスタイルで企画・開発分野に限定する考えだ。

東大の月尾名誉教授を迎え 桜井高で情報化セミナー

香川マルチメディアビジネスフォーラム（穴吹英隆会長）は、かがわ情報化推進協議会、県立桜井高校との共同事業として、11月7日(水)に情報化セミナーを開催した。

セミナー会場は、創立記念月である11月に講演会等の記念行事を毎年実施、また地域に開かれた学校運営を目指している桜井高校。

フォーラムおよび協議会の会員らは、まず9時45分から同校2時限目



の授業に特別参加。各教室が約40名で授業を体験した。現役高校生に混じり熱心メモを取り、教師の一言一語に耳を傾ける姿が見られ、音楽・美術・家庭などを選択した参加者は実技に積極的に加わっていた。

授業体験の後、全校生徒が加わり同校体育館でセミナーを開いた。講師はメディア政策を専門に様々な分野で活躍している、東京大学名誉教授の月尾嘉男氏。

月尾氏は「若者未来塾」と未来のユビキタス社会を生きる君たちへ」をテーマに、1時間あまり講演。ユビキタス社会に至るまでの歴史紹介から、今後の情報化社会のあり方、将来の展望などを語った。

落合総合保険事務所

◆本社：高松市松岡町三四番地三
◆フリーダイヤル：0120-67-1100
◆丸亀支店：丸亀市大手町丁目四三三
◆ゆめあんしんクラブゆめタウン高松階内