

エフアイNEWS 〈シリーズトコトン77〉

トコトン求める。

源泉 100%
かけ流し
にこだわっています

岐阜県 奥飛騨温泉郷



〈訪問者〉
営業部 祖父江勇氣

↑山々広がる奥飛騨温泉郷でスッポンを成育します。

奥飛騨生まれ・源泉育ち 奥飛騨スッポン

2億年前に地球に誕生して以来、その姿かたちを一切変えていないスッポン。その様子からシラカンスやカブトガニと同じ「生きた化石」と呼ばれています。寿命100年を越すとされる生命力を持つスッポンは、美と健康に非常に優れた食材であることが知られています。「スッポン鍋」でおなじみのコラーゲンの他にも、豊富なアミノ酸やDHA等の脂肪酸、ビタミン、

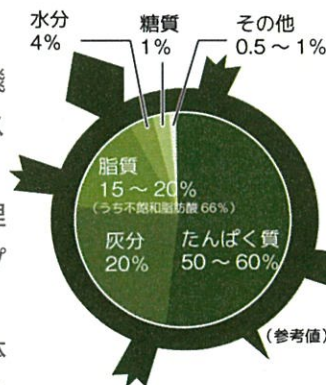
ミネラルといった老若男女問わず嬉しい成分が凝縮されています。

北アルプスの源泉かけ流し

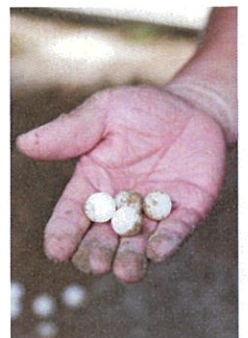
暖かい地域を好むスッポンですが、この奥飛騨スッポンは、山々に囲まれ冬は雪深くなる岐阜県飛騨地方で育てられています。一見スッポンの成育には向いていないかと思われがちですが、栄養豊富な奥飛騨の温泉水で育てることにより、上質なスッポンの成育が可能になります。抗生物質などの薬剤を一切使用せず、静かでストレスのない環境の中、源泉100%かけ流しで育てられた奥飛騨スッポン。出荷前には1週間ほど北アルプスの伏流水の中で泳がせエサ抜きをします。そうすることで、臭みが少なく身の柔らかいスッポンに仕上がります。

奥飛騨スッポン末&スッポン卵末

当社ではスッポンの内臓を取り除き、酵素処理後粉末化した「奥飛騨スッポン末」と、希少なスッポンの卵をまるごと粉末化した「スッポン卵末」の2種類を、健康食品用原料として開発し、販売を開始する予定です。大自然の恵みを受けて育ったスッポンを酵素処理することにより、良質なタンパク質が吸収しやすいアミノ酸・ペプチドへと分解され、体感性の高い素材として生まれ変わりました。温泉育ちというストーリー性の高さに加え、近年ではすっぽん自体が滋養強壮だけでなく美容素材としても知名度が高まっているため、奥飛騨スッポンは他社商品との差別化に最適です。詳細につきましては、是非お気軽にお問い合わせくださいませ。



有用な成分をバランスよく含有する奥飛騨スッポン。



スッポンの卵は手のひらサイズ。



「食品開発展2019」に弊社も出展

10月2日(水)～4日(金)に東京ビッグサイトで開催される食品開発展2019にて『価格競争に巻きこまれない付加価値あるサプリのヒット商品の開発と製造の提案』をコンセプトに、

- ①オリジナル加工 サプリの食べ方新提案！炭酸タブレット
 - ②オリジナル原料 奥飛騨発『奥飛騨スッポン・スッポン卵末』
 - ③オリジナル原料 高麗人参の果実『ジンセンベリーエキス末』
- などをご紹介します。皆様のご来場を心よりお待ちしております。

①オリジナル加工：炭酸タブレット



サプリの新しい食べ方提案として、「炭酸タブレット」をご紹介します。“水なしでもおいしい”だけではない、炭酸タブレットならではの機能性を展示致します。

②オリジナル原料：奥飛騨スッポン末／スッポン卵末



奥飛騨発！源泉かけ流しで育った栄養豊富なスッポン。たんぱく質やアミノ酸をはじめ豊富な栄養が含まれているスッポンをまるごと使用。

③オリジナル原料：ジンセンベリーエキス末



高麗人参の果実「ジンセンベリー」。根である高麗人参に殆ど含まれない、美容効果の高いサポニンを含んでいるなど、女性にうれしい人参果実です。

<無料セミナー開催のお知らせ>

ヒット商品開発のヒント大公開！ 会場にて無料セミナーを開催！

ご多忙中かとは存じますが、多くの皆様にご来場いただけましたら幸いと存じます。どうぞよろしくお願い申し上げます。



「これからの売れる
機能性表示食品の秘訣」
<講師>弊社特別顧問 柿野 賢一氏
10/3 (木) 12:00～12:30
会場：アトリウム2階プレゼンルームL

「水なしでおいしく毎日食べるサプリ 炭酸タブレットの商品開発提案」

(株)エフアイコーポレイション
営業部企画開発課
管理栄養士 松久 千咲音
10/4 (金) 12:30～12:50
会場：アトリウム2階プレゼンルームK



エフアイ栄養コラム

機能性飲料で存在感増す 「エナジードリンク」



ここ10年で20倍以上に市場が拡大しているエナジードリンク。カフェインや炭酸の強さを売り物としていますが、スポーツドリンクなどと同様の“

満を持して登場した「コココーラ エナジー」は、発売わずか5週間で販売本数2,000万本を突破。

機能性飲料”に属します。エナジードリンクに明確な基準はありませんが、カフェインやアミノ酸の一種であるアルギニンを含み、炭酸が入った甘い飲料とされています。今まであった栄養ドリンクは、体調が優れない時に飲むイメージがありましたが、エナジードリンクはCMの効果もあり“やる気”を出す飲料というイメージが浸透してきています。

このエナジードリンク市場は「レッドブル」と「モンスターエナジー」の2品がけん引してきましたが、イオンや西友、マツキヨ、コココーラも参入し始めています。現在エナジードリンク



はイメージ戦略も相まって若者中心の顧客層となっていますが、各社が新商品を投入することで顧客層が広がることも考えられます。エナジードリンクというイメージが今後どう変化していくのが注目的です。

