

酵素技術を使い丸ごと製品化

日本ネイチャー&テクノロジー

「日本のまんま」でスタート

㈱日本ネイチャー&テクノロジー（東京都千代田区代表取締役・杉村剛氏）が2月24日、「コラーゲン」と「養生食ダイエット」からなる商品「日本のまんま」を擁してスタートを切った。食材がもっている栄養素を酵素技術を使って丸ごと製品化する「まんま」、古来より「飯や食べ物を表す「まんま」、世界の多くの国でお母さんのことを表す「まんま」。この3つの「まんま」を商品に込めた。

酵素技術は、高橋肇研の自然の摂理に叶った酵素分解技術を利用。素材にやさしい酵素だけで、食材がもつ栄養素をそのまま人間が吸収できるように低分子化した。



「日本の豊かな自然が育んだ素材」「世界に誇るモノづくりの技術」「日本と文化の価値を融合させ、日本にしか作れないものを創造していくブランドと位置付けている。

販売・プロモーション

は、「作った人が責任をもって販売」というスタイルをとる。そのひとつである「JNT直販」では、「生産者と消費者をつなぐ架け橋」という同社の理念を具現化。全員参加型・双方向型のプラットフォームを作り、本物を求める消費者が集う場所を主宰して行く。

「製品作りに関係ある人」も販売に携わる。原料の生産者はもちろん、原料生産地に密着した販売店（地域の物産館など）などがこれに当たる。自分が見た素材の知名度向上、販売増加、地域の知名度向上など、生産者・地域にとってもメリットがある。



杉村剛代表取締役

また、自社で戦略冊子「おはしの国の物語」も刊行。日本の食文化をメインにしたがら、全国各地の人々の暮らしや伝統・文化などを紹介。商品の原料生産地の紹介や各地の良さ、日本らしさを多面的に映し出し、J. P. R. I. D. E. のブランドイメージの構築に役立てる。

「値引きでなく、プラスα」作戦もユニークなプロモーション。正規価格を落とさず、独自のプラスαのサービスで差別化を図る。厳選したノベルティグッズや独自クーポン券、SNSのフル活用

用などを通して「この会社は面白い」と思われる仕掛けを作る。

このほか、販売に関して「ターゲット別のプレスリリース」や「影響力のある人からのクチコミ」「複数購入、家族購入のススメ」「まんま」

「おいヤルカスタープロモーション」を通して「ロイヤルカスターの育成」を目指してお高める施策を多面的に展開して、ロイヤルティの高いコア顧客を増やし、客単価・顧客生涯価値の向上を目指す。具体的には、①年度ごとの購買金額上位者へのポイント還元率をアップする、ポイント制度の上位顧客に対するノベルティや体験ツアー③新商品の発売前モニター等を用意している。

向上を目指す。具体的には、①年度ごとの購買金額上位者へのポイント還元率をアップする、ポイント制度の上位顧客に対するノベルティや体験ツアー③新商品の発売前モニター等を用意している。

第1弾目の商品は「コラーゲン」と「養生食ダイエット」の2品目。「コラーゲン」は、宮崎県米、大豆は、発芽加工の「鶏トサカ」と、石川県尾市産「能登赤なまこ」を原料にしたもので、海と陸とのコラーゲンがコ

原料のエビス若鶏のぶるぶるとサカ養、肝機能向上の「E（Energy）」シリーズ、デトックス向上の「D（Detox）」シリーズで高い評価を受け、加齢による関節対応の「S（Senior）」シリーズ、筋肉に働きかける「A（Athlete）」シリーズが予定されている。



「健康産業流通新聞」2012年3月22日 掲載記事

※事前に同紙のご了承を得た上で配布しております。