

お客様の健康を考える

宝酒造では、健康と安心へのお客様のニーズにおこたえするため、清涼飲料分野では“think health”をテーマに独自の高度な技術を生かした商品をお届けしています。

また、不適切な飲酒によるお客様の健康障害を防止するため、未成年者、妊産婦、ドライバーの飲酒の禁止と、適度な飲酒やマナーの必要性を呼びかけています。



天然素材の機能を生かして

毎日を元気に明るい笑顔で暮らすこと。「食」はその基本です。宝酒造は“think health”をテーマに、天然素材にこだわり、素材がもつ機能や成分をそこなわずに、おいしく飲みやすい商品をご提案しています。また、お客様に安心して飲んでいただくために、よりわかりやすい表

示をめざし、積極的に特定保健用食品*の開発を進めていきます。

*特定保健用食品…科学的試験結果に基づいて、食品中の成分が健康に有用な機能性があると厚生労働省が認め、製品に健康表示（健康への効用を認める表現）を許可した食品のこと。

商品大解剖 特定保健用食品「カルシウムパーラー」

宝酒造は、日本人に不足しがちな栄養素を手軽に楽しく摂取できる健康飲料、「パーラーシリーズ」を開発。第1号の「ビタミンパーラー」に次いで発売された「カルシウムパーラー」は、1993年、カルシウム飲料では初の「特定保健用食品」として許可を受けました。

【担当者の声】 お客様に末永く愛される商品を

毎年膨大な数の健康飲料が市場に出回るなか、私たち宝酒造は目先の流行にとらわれることなく、お客様にとって本当に価値ある健康飲料とは何か、をいつも考えています。お子様からご年配の方まで毎日手軽に楽しく飲むこと、健康を維持する生活習慣のひとつとして長く飲み続けられること。そんなコンセプトから生まれた商品に、お客様から喜びの声をいただくことが何より嬉しいですね。これからも、末永く愛される商品を開発していきます。



酒類・食品事業統括本部
機能性食品部 機能性食品営業開発課
加曾利 一樹



成分

成人に必要なカルシウムは1日あたり800mgですが、平均して200mg不足しているといわれています。これを、コップ2杯分（約300ml）で補えるよう、CCM（クエン酸リンゴ酸カルシウム）を配合しました。

機能

からだに吸収されにくいカルシウムを、独自の技術により吸収率を高めました。

味

3種類の果汁をブレンドすることによってフルーツの香りと甘みを加え、牛乳が苦手な方やお子様にも飲みやすくなりました。

ネーミング

ヘルシーでフレッシュな「フルーツパーラー」をイメージし、親しみやすいネーミングとパッケージにしました。

「セルフメディケーション」を飲料でサポート

少子高齢化や医療費の負担など現代の日本の社会を考えると、自分の健康は自分で守ることを考えなければなりません。この「セルフメディケーションの流れ」に対応し、2000年から「黒酢バーモント」などの健康酢飲料を中心に「SELF CAREシリーズ」を販売しています。健康食品として注目される酢や青汁などに果汁を加えておいしく飲みやすく、さらにビタミン補給や

ダイエットなどの機能もプラスして食生活や美容をサポートしています。

また、花粉対策をコンセプトに誕生した機能性飲料「甜茶+しそ」など、季節のニーズに対応する商品開発も行っています。機能や品質だけでなく、ペットボトルに1回分の目安量を目盛りで表示するなど、効果的に摂取していただけるような工夫もしています。



独創的な技術力で、新しい「健康」を提案

お客様の健康志向にいち早くおこたえし、1986年から「TaKaRaバービカン」で“リアルティストドリンク”という新しい飲料のあり方をご提案し、ご好評をいただいています。2004年にはさらにアルコール分0.1%未満で低カロリー・ダイエット志向にこたえる「バービカン<リアルティスト>」を発売

しています。

また、タカラcanチューハイでも、糖質やカロリーを大幅にカットし、アミノ酸やミネラル、食物繊維などの成分をプラスした「バランスプラス」シリーズを展開。良質の素材にこだわり、独自の技術で機能性を付加した商品づくりを進めています。



お酒と上手につきあうために

お酒は、適量であれば、ストレス緩和やコミュニケーションを円滑にするのに役立ちますが、飲みすぎによる健康障害や未成年者飲酒などの問題があることも事実です。宝酒造では、酒類を製造・販売する企業の責任として、適正飲酒の啓発活動にいち早く取り組んできました。



■ 広告を通じて

1985年、マナーをわかまえる適度な飲酒習慣と飲んではいけないときに断る勇気をお正月の新聞1ページ広告で大々的に呼びかけ、「Say No」キャンペーンをスタート。「いい日、いい酒、いいマナー」を提唱し、さまざまなかたちでメッセージを発信しました。



■ 冊子を配布

1986年に適正飲酒を啓発するパンフレット「Say No読本」を発行し、現在も配布しています。これはお酒の正しい知識や飲み方をわかりやすくまとめたもので、ルールを守ってお酒と上手におつきあいいただくことを目的としています。1995年にリニューアルし、現在は「Say No! Press」と名称変更しています。



■ 広告表現、表示への配慮

未成年者飲酒防止のために、不適切な広告表現や表示、テレビCMの放映時間、宣伝活動などについて、厳しく規制しています。2004年7月からは酒類の容器に順次、妊産婦に対する飲酒の注意表示を行っています。

