

情報掲載解禁日：
2020年10月30日

MY ROUTINE MAX

ITI（国際味覚審査機構）にて「優秀味覚賞」を受賞した プロテイン新商品『MY ROUTINE MAX』がまた快挙！ メンズビューティー誌『FINEBOYS+plus BEAUTY』 第1位を獲得

～タンパク質量、コスパ、継続意向度など3冠王の注目商品が早くも若者の支持を得る～

フレグランス、時計、ファッション雑貨等のブランド商品を取り扱う専門会社である株式会社ウエニ貿易（本社：東京都台東区、代表取締役社長：宮上光弘）は、11月16日（月）一般発売のホエイプロテインシリーズ「マイルーティーン MAX」のパワーチョコレート風味が日之出出版『FINEBOYS+plus BEAUTY vol.2』（10月23日発売）の「プロテインテイasting大賞2020AW」にて第1位を獲得しました。コロナ禍の“家トレ”用の摂取にも最適な、他社商品をタンパク質量などの3分野で上回る、画期的なプロテインがモデルや識者などの専門家に支持されました。

【受賞内容】

対象商品：「マイルーティーン MAX」パワーチョコレート風味
賞名：「FINEBOYS+plus BEAUTY プロテイン テイasting大賞」
年度：2020年AW
部門名：チョコレート味
順位：第1位
審査方法：ファッション業界人及び識者がプロテインを味の試食評価



《受賞要因》弊社で考える受賞要因は以下のとおり。

- ① タンパク質量が1食あたり25.4gという高水準の配合量であること
- ② 一般的にタンパク質量が多くなると美味しさが損なわれる傾向にあるが、ITIで「優秀味覚賞」二つ星を受賞したことからわかるように世界に認められた味であること
- ③ 11種類のビタミンやプロテインの効果を高めることが期待されるHMB成分も配合していること

【商品概要】

- ・商品名：マイルーティーン MAX
- ・フレーバー：パワーチョコレート風味／ストイックバニラ風味
マッスルストロベリー風味／ストロングバナナ風味
- ・容量：各1,050g
- ・価格：オープン価格
- ・発売日：11月16日（月）
- ・場所：スーパー、バラエティショップ、スポーツショップで販売。
※WEBサイトにて先行販売中



【トピックス】国際味覚審査機構（ITI）「優秀味覚賞」二つ星を受賞

世界800社以上の食品・飲料品メーカーが「美味しさ」を追求するシェフ・ソムリエによる審査会のInternational Taste Institute（国際味覚審査機構）2020年度に出品し、「マイルーティーン MAX パワーチョコレート風味」が美味しさの認定「優秀味覚賞」（二つ星）を受賞しました。

日本のプロテイン商品の中では最高位の、名誉ある賞を受賞することができ、**プロテイン商品の味が、世界で活躍するシェフやソムリエから高く評価されました。**



ご取材・記事・
サンプルの
お問い合わせ

株式会社ウエニ貿易
コスメティック事業部
PR担当 森 滋孝
E-MAIL : mori.shigetaka@ueni.jp

〒110-0008 東京都台東区池之端1-6-17
TEL : 03-5815-5707 / 080-6257-5133
FAX : 03-5815-5305
URL : <https://ueni.co.jp/>

<参考資料1> 「マイルーティーン MAX」について

【商品概要】

[商品名] マイルーティーン MAX
[フレーバー] 4種類→パワーチョコレート風味
スティックバニラ風味
マッスルストロベリー風味
ストロングバナナ風味

[容量]1,050g ※製造：日本

[価格]オープン価格

[発売日・販売場所]11月16日(月)よりスーパー、バラエティショップ、スポーツショップで販売。
※WEBサイトにて先行販売中

[商品内容] ①日本人の食生活・体型から、プロテイン（タンパク質）は**1食あたり20~25g以上の摂取が理想的**とされています。本商品は日本の製品では最大級の、1食あたりタンパク質量25g以上、**最大26.8g摂取できる配合量**を実現しています。（フレーバーにより異なります。）
②ホエイプロテイン（WPC）100%使用。吸収スピードが早い特徴があり、またHMB成分を1,000mg/袋配合しプロテインの効果をより高めます。さらに、**11種のビタミンを配合し、1日3食で各種ビタミン1日推奨量**が摂取できます。
③プロテインを初めて飲まれる方にも抵抗なく飲みやすい**4つの味**（バニラ・チョコ・ストロベリー・バナナ）で継続していく中でも味を変えることで飽きずに続けられます。
[ブランドサイト] <https://www.myroutine.jp>



【開発背景】

新型コロナウイルスの感染対策の影響によるテレワークや外出自粛により家トレの意向が高まりました。この家トレとして、身体を動かすことに加え、いかに**効率的な食生活**ができるか、という点が注目されています。数年前から既に**ブームであるタンパク質**、プロテインがさらに増加傾向にあります。

しかし、プロテインは自分に合った摂取の適量が分かりにくい、食事+アルファで**お金がかかる、飲むのが面倒、美味しくない**、など、幾つかの**欠点**もありました。

そこで、気軽に**飲みやすく、続けやすい商品**を開発しました。既存の商品にはない、日本人に合った**最大級の1食あたりタンパク質配合量**で、購買者に**人気の味のバリエーション**を揃えたプロテインに仕上げました。さらに**継続しやすいコストパフォーマンス**を実現しました。

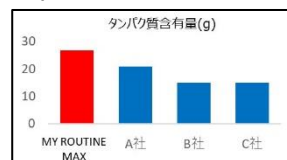
【商品の特徴】

コロナ禍で、**70%もの人が筋肉量減少**を感じる中※1、プロテインを選ぶにあたり重要な3つの特徴で優れた、**3冠王のプロテイン**です。※1 Web調査 自社調べ。習慣的に筋トレをしている男性(n=435)

●タンパク質摂取率No.1※2

日本の市場で売上げ上位を占めるプロテインシリーズの1食あたりのタンパク質量を比較。本商品の**26.8gはNo.1!**

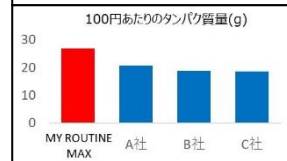
※2 各メーカー1食目安量をスティックバニラ風味で比較（自社調べ）



●コストパフォーマンスNo.1※3

100円当たりのタンパク質量を比較。本商品は**26.8gはNo.1!**

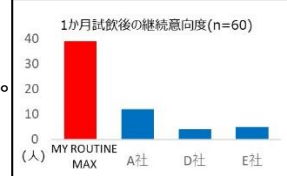
※3 2020年9月17日 楽天価格自社調(スティックバニラ風味で比較)



●継続意向度No.1※4

“タンパク質を多くとれる”、“毎日飲める味”、“毎日飲める価格”の総合評価No.1!

タンパク質を20g以上含有する商品を、商品名を隠しブラインドテスト。タンパク質含有量・1食あたり価格を開示し、1か月継続飲用（4種）、その後の継続意向を調査。※4 東京・六本木 パーソナルジム FIT AVENUE調べ



ご取材・記事・
サンプルの
お問い合わせ

株式会社ウエニ貿易
コスメティック事業部
PRチーム 森 滋孝
E-MAIL : mori.shigetaka@ueni.jp

〒110-0008 東京都台東区池之端1-6-17
TEL : 03-5815-5707 / 080-6257-5133
FAX : 03-5815-5305
URL : <https://ueni.co.jp/>

メンズビューティー誌『FINEBOYS+plus BEAUTY』について

『FINEBOYS』（ファインボーイズ）は、日之出出版が発行している10代～20代の男性向け月刊ファッション誌で、キレイめ・カジュアルなスタイリングを提案。

『FINEBOYS+plus BEAUTY』は、その関連ムック本として不定期で発行されているビューティー専門誌である。「美容」や「健康」に特化した内容で支持を得ている。18年4月にはweb版、『FINEBOYS Online』をスタート。その他関連ムックとして、『FINEBOYS+plus おしゃれヘアカタログ』、『FINEBOYS+plus 靴』、『FINEBOYS+plus 時計』、『FINEBOYS+plus SUIT』などがある。

■世界的な味覚の品評会に800社以上の食品・飲料品メーカーがエントリーする 2020年度 International Taste Institute（国際味覚審査機構）とは何か？

ベルギーのブリュッセルに拠点を置く International Taste Institute（国際味覚審査機構）が、世界中の食品・飲料品の味の評価および認定を行います。毎年開催する審査会へ世界中から多くの食品・飲料品メーカーのエントリーがあります。

本年も新型コロナウイルス感染症拡大の中にもかかわらず、世界800社以上の食品・飲料品メーカーが「美味しさ」を追求するためシェフ・ソムリエによる審査会に出品がありました。

本審査会では、コロナ禍中ということから例年以上に衛生面への配慮や社会的距離の確保しながらヨーロッパ調理師・ソムリエ協会所属の著名なシェフ・ソムリエによる厳正なる目隠し方式に基づいた官能評価で審査を実施。本審査結果により、美味しさの認定「優秀味覚賞」を授与。

「優秀味覚賞」は、官能評価において総合評定が70%以上の製品にのみ授与されることから、美味しさが認められる製品であることの証明となります。その中でも「二つ星」は「特記に値する」と評価されています。

■ International Taste Institute

2005年に設立。ベルギーのブリュッセルに拠点を置く International Taste Institute は、世界中の食品・飲料品の味の評価および認定を実施。その審査員は、15のヨーロッパの調理師・ソムリエ協会所属の200人を超える著名なシェフとソムリエで構成されており、これまで16000点を超える製品が認定されてきました。当審査員団の中には、下記のシェフ・ソムリエが含まれます。

- フェラン・センテルス（エルプリ財団のソムリエ長）
- マヌエル・ヒメネス（2017年度スペイン最優秀ソムリエ）
- アラン・ノンネット（36年間ミシュラン星取得）
- ガエターノ・ラグーニ（イタリア・ボキューズドール2017年度優勝者）
- アラン・コクソン（フード/ドリンクの英国アンバサダーおよびBBCテレビシェフ）
- クリステイーナ・フィゲイラ（ミシュラン一つ星）など

株式会社ウエニ貿易

時計、ファッション雑貨、フレグランス等のブランドを取り扱う専門商社です。

海外ブランド品の輸入卸において業界ナンバーワンのシェア（※）を持っています。

輸入卸として長年培ってきた実績とノウハウを礎に、日本正規代理店・オリジナルブランドの事業も展開。フレグランスではサムライやジャガー、グレの総代理店を務める一方、メーカーとしてアクアシャボンブランドの開発や、多方面の一流タレントと商品を共同開発する等、幅広いビジネスモデルで多数のブランドを展開しています。

（※自社調べ）

<参考資料3> ヒットメーカー小淵清次の開発ストーリー

ヒットメーカー小淵は「家トレ」ブームに着目！

石鹸の香りブームを巻き起こし大ヒット商品「アクアシャボン」を企画開発した小淵清次は、プロテイン商品の開発にあたり、新型コロナウイルスの感染対策の影響によるテレワークや外出自粛により活動の機会が減ったことを受け、健康管理として運動の「家トレ」に着目しました。

家トレ市場は現在は必須で、市場は急拡大！

現在、家の中で運動や器具、食品などに関連するものが“家トレ〇〇”として注目されています。厚生労働省、厚生労働大臣から外出自粛中の家や庭先などでの運動、食により免疫力を上げることなどのメッセージを発信しています。普段から筋肉トレーニングをする層ばかりではなく、今や老若男女問わず“家トレ”が必要とされています。

家トレの意向が高まったという調査結果をインターネット上でも多く見かけるようになってきました。また、大手検索エンジンによるワード検索数でも、「筋トレ」の約 105,000,000 件について「家トレ」が約 79,900,000 件と、常に検索の多かった「プロテイン」の約 56,800,000 件を抜いており、「家トレ動画」では約 51,000,000 件とプロテインに迫る勢いです。コロナ禍の影響から、その注目の高さがうかがえます。（9/17時点）

しかし家トレも課題あり！

家トレは、室内で身体を動かし運動をするのですが、運動と同様に、いかに**効率的な食生活**ができるか、が重要になってきます。限られた場所、時間の制約があるなかで運動するため、体を動かしても必要以上にカロリーを摂ると太ってしまいます。そのため家トレは食事にも、これまでになく注意を払う必要があります。

そこで、2017年くらいから**ブームになっていたタンパク質（プロテイン）**市場はコロナ禍でさらに注目が集まっています。市場規模も、2020年は急拡大傾向にあります。その要因は家トレを実行するビジネスマンをはじめシニア層、女性のダイエット目的の摂取だといわれています。

ウエニ貿易で家トレに適したプロテインを開発し成功！

しかし、既存のプロテイン商品はマーケティング、リサーチの結果、①自分に合った摂取の適量に分かりにくく、②食事+αでお金がかかる、③飲むのが面倒、④さらに美味しくないと、幾つもの欠点がありました。

そこで、小淵の指揮のもとに商品開発を開始し数年間の試行錯誤の上、“**タンパク質の1食あたりの摂取量が高く、コストパフォーマンスが良い、さらには味もおいしく、理想的なバランスの、市場には無い商品**”を創り上げました。

弊社ならではのファッション、美容、健康をサポートするべく、気軽に**飲みやすい、続けやすい商品**が完成しました。これまでの大手メーカーの商品にはない、日本人に合った**最大級の1食あたりタンパク質配合量**、市場で人気の味のバリエーションを揃え、さらに**継続しやすいコストパフォーマンス**も実現しました。

【開発者コメント】

コスメティック事業部統括部長
Health & Beauty推進プロデューサー 小淵 清次

いち早く商品を開発するため、市場で売れているものからヒントを探し、バイヤーや競合から徹底的に情報収集もし、研究の日々でした。商品の開発と同時に、代理店としても商品を取り扱う中で、どういったポイントが消費者にささるのか？なども検証しました。そして、「プロテインの基本は、どこまで行っても“タンパク質量”である」、また、プロテイン売り場で、今求められているのは「たんぱく質摂取量」「コスパ」「味」と結論し、そこからさらに妥協のない商品開発を重ね、この度の「マイルーティーン MAX」の商品化に至りました。

