

薬日本堂がレシピ開発に協力 米国版Sokenbicha (そうけんびちゃ)が発売開始

漢方相談薬局のパイオニアであり、リーディングカンパニーの薬日本堂株式会社(本社:東京都港区、代表取締役:河端敏博)が開発協力を行った、米国向け「Sokenbicha」五種類が、2010年9月より、ザ コカ・コーラ カンパニー(本社:米国ジョージア州アトランタ)より発売されました。

米国版「Sokenbicha」は、陰陽五行理論(※)をコンセプトに、「REVIVE」「SKIN」「DEFEND」「PURIFY」「SHAPE」の五種類の製品から構成されています。
薬日本堂ではこの5種類の商品の開発について、ザ コカ・コーラ カンパニーに協力しました。「爽健美茶」および米国版「Sokenbicha」に関する詳細は、添付のザ コカ・コーラ カンパニー発信プレスリリースをご参照ください。

(※)陰陽五行理論:全ての事象は単独で存在するのではなく、「陰」と「陽」という、相反する2つが存在するという考え方である「陰陽思想」と、万物は「木火土金水(もっかどこんすい)」という五つの要素により成り立つとするという考えの、「五行思想」を組み合わせた理論。

薬日本堂

1969年創業・漢方の考え方をベースに、自然なもので生活する健康ライフスタイルを提案する相談薬局を全国に展開。2002年には、漢方の健康ライフスタイルをよりお洒落に伝える「漢方ブティック」を青山にオープン。翌年には、漢方スクール・レストラン・セラピーをそなえた「漢方ミュージアム」を品川にオープンし、「一に養生、二に漢方」のポリシーでお客様に健康なライフスタイルを提案している。最近では、日本コカ・コーラ社「からだ巡茶」の開発協力や、他業種ともコラボレートなどしている、日本最大の漢方相談薬局。2010年3月には東洋の漢方と西洋のアロマを融合させた新ブランド「KAGAE」を丸の内オープンした。

【薬日本堂ホームページ】 <http://www.nihondo.co.jp/>



NIHONDO
KAMPO MUSEUM



K A M P O
B O U T I Q U E



薬日本堂

本件に関するお問合せ先

- ・薬日本堂社について:薬日本堂(株) 広報担当:北村・金谷(TEL:03-3280-2016、press@nihondo.co.jp)
- ・Sokenbichaおよび爽健美茶について:日本コカ・コーラ(株) 広報担当:森野(TEL:03-5466-8120)

2010年11月
日本コカ・コーラ株式会社

ブレンド茶の日本国内 No.1 ブランド(*1) 「爽健美茶」が、米国で新発売 米国版「Sokenbicha」が5種類のフレーバーでデビュー

日本のブレンド茶のNo.1 ブランドである「爽健美茶」が、2010年9月より、有機野菜や有機食品を主に扱う米国の高級食品スーパーマーケットチェーン「WHOLE FOODS MARKET(ホールフーズマーケット)」にて、全米で発売を開始しました。

「爽健美茶」は、植物素材をブレンドすることで爽やかで豊かな味わいを楽しめ、健やかな体と心を引き出してくれるお茶です。1994年に日本で誕生以来、「爽やかさ、健やかさ、美しさをもたらしてくれるブレンド茶」というコンセプトのもと、男女問わず幅広い層の方々に親しまれ、無糖茶の定番として愛されています。米国版「Sokenbicha」は、日本の「爽健美茶」と製品コンセプトが同様ですが、製品設計などが異なります。製品の開発にあたっては、日本発無糖茶ブランド「からだ巡茶(からだめぐりちゃ)」で製品設計について開発協力を得た漢方薬局の最大手・薬日本堂株式会社(本社:東京都港区、代表取締役:河端 敏博氏)の協力を得ました。

*1) 日刊経済通信社調べ。2008年ブレンド茶カテゴリー販売量シェア。



米国版「Sokenbicha」製品画像
左から、Defend, Skin, Revive, Purify, Shape

ザ コカ・コーラ カンパニー ベンチャリング & エマージング・ブランド 爽健美茶担当ディレクターのシャノン・ワトキンス(Shannon Watkins)は次のように述べています。

「『Sokenbicha』は、爽やかさを提供する本格的なブレンド茶として米国で高い評価を得ることでしょう。植物素材を新しい形で取り入れる、というこのブランドについて、米国の消費者の理解や支持を得られるものと考えています。」

米国版「Sokenbicha」は、東洋に古来から伝わる東洋思想の教えをもとに、日本国内最大手の漢方専門店である薬日本堂の協力を得てブレンドされています。

米国版「Sokenbicha」は、以下の 5 種類のフレーバーで発売されます。

- **Revive** : ザクロ、ラズベリーの香りと、紅茶葉、ローズヒップを加えた、さっぱりとした味わいのウーロン茶ブレンド
- **Defend** : グアバの葉と高麗人参を使用したマイルドな味わいのウーロン茶ブレンド
- **Purify** : カミツレとアロエを使用した香り高い緑茶
- **Shape** : プーアル茶と緑茶の茶葉に桃の花の香りを加えた新しい味わいの麦茶
- **Skin** : シナモンとショウガを使用した味わい深い麦茶

米国版「Sokenbicha」は、植物由来素材を一部(5~30%)使用した次世代型PETボトル「プラントボトル」の 15.2 液量オンス・ボトルサイズ(1 オンス:約 28.35 グラム 15.2 オンス = 約 430ml)で販売されます。プラントボトルは、素材の一部を植物由来とすることで、非再生資源である石油への依存を低減します。従来の PET ボトルと機能との違いは全く無く、従来の PET ボトルと同様、PET ボトルリサイクル工場で 100%リサイクルすることができます。

「Sokenbicha」は、無糖、ゼロキロカロリーで、保存料および合成香料を一切使用していません。詳しくは、Sokenbicha.com をご覧ください。

-米国版「Sokenbicha」製品概要-

製品の味覚設計: 「Sokenbicha」は、純水使用で、ブレンド茶葉と植物素材の豊かな味わいを楽しめる、本格的な茶系飲料。5 種類の各フレーバーは、無糖、ゼロキロカロリーで、植物素材を原料としています。

環境への配慮: 「Sokenbicha」は、パッケージから飲料の開発工程に到るまで、環境のサステナビリティに配慮した製品づくりを行っています。

- 「Sokenbicha」のパッケージには、植物由来素材を一部(5~30%)使用し、従来同様に 100%リサイクル可能な「プラントボトル」を使用。
- 「Sokenbicha」の茶葉は堆肥として使用。さらに製造工程で生じるすべての廃棄物を腐葉土マルチとしてリサイクル。

製品の背景: 日本発ブランド「爽健美茶」は、過去 15 年間で日本の茶系飲料の主力ブランドへと成長し、台湾などのアジア地域での市場展開もスタート。米国版「Sokenbicha」は、東洋に古来から伝わる東洋思想をもとに、漢方専門店の国内最大手である薬日本堂の協力を得てブレンドされている。

ご参考: Sokenbicha.com
Twitter.com/SokenbichaTea

ベンチャリング&エマージング・ブランドについて

ベンチャリング&エマージング・ブランド(VEB)は、北米飲料市場の有望ブランドの調査および開発を担うコカ・コーラ ノースアメリカの専門部署です。VEB ではこの目的を満たすため、社内イノベーション、世界的なブランドの輸入、外部の新ブランドへの投資を行っています。VEB は、ザ コカ・コーラ カンパニーおよびコカ・コーラ システムが有するグローバルなリソースと飲料業界の専門技術に直結した独自の部署として、ザ コカ・コーラ カンパニーの新たな飲料ブランド開発の可能性を最大限に引き出す体制を整えています。

*ご参考:日本の「爽健美茶」ブランド

ブレンド茶シェア 60%以上を占める No.1 ブランドで、中身にもハトムギや玄米などをはじめとする 15 の植物素材を使用しています。2009 年、全国発売から 15 周年を迎え、2010 年 1 月には総出荷本数 150 億本^(*2)を達成しました。「爽やかさ、健やかさ、美しさをもたらしてくれるブレンド茶」というコンセプトのもと、香ばしく、すっきりと飲みやすい味わいで、男女問わず幅広い層の方々に親しまれ、無糖茶の定番として愛されています。また、爽健美茶ブランドの第 2 の柱として 2009 年 8 月に導入した「爽健美茶 黒苺」も男性を中心に大好評を博し、無糖茶新製品平均の約 3 倍の購入者数を獲得しました^(*3)。

*2) 日本コカ・コーラ社調べ。発売後から 2009 年 1 月までの総出荷量容量を基に 500ml PET 換算した場合。

*3) 発売後 5 週間の累計実績。日本コカ・コーラ社調べ

< 本件に関する報道関係者からのお問い合わせ >

SOKENBICHA および爽健美茶について: 日本コカ・コーラ(株) 広報担当: 森野 ([TEL:03-5466-8120](tel:03-5466-8120))

薬日本堂社について: 薬日本堂(株) 広報担当: 北村・金谷 ([TEL:03-3280-2016](tel:03-3280-2016))