ヘルシア緑茶のマーケティング戦略

西村　直記

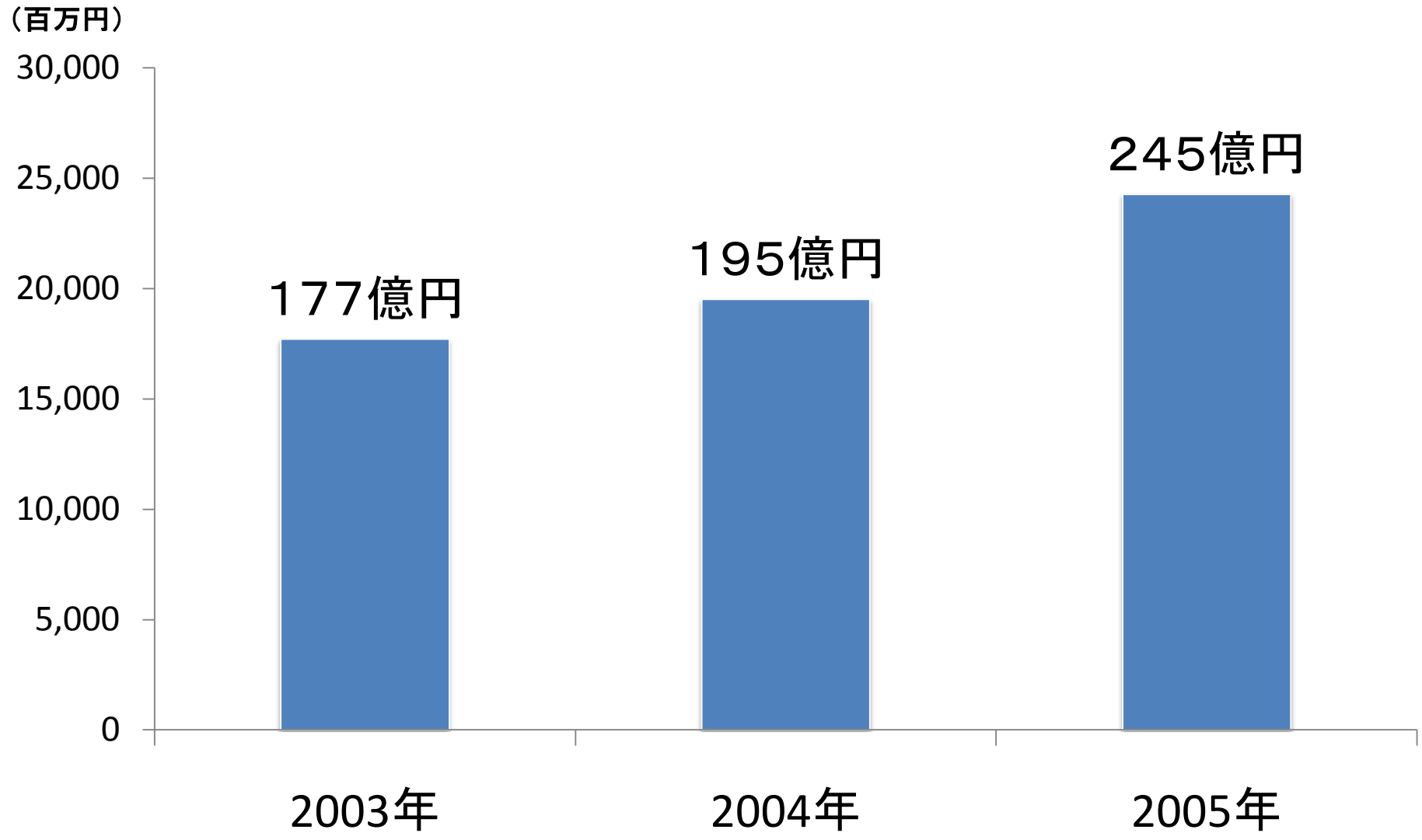
簡単に。。。

ヘルシア緑茶とは？

- 美容・健康メーカー「花王」の出した初めての飲料水
- 健康を第一に考えたお茶（特定保健用食品）

発売当初からの売り上げ推移

ヘルシア緑茶の売上推移



特定保健用食品の市場分析調査

売れた！！

なぜ？？？

ヘルシア緑茶（詳しく。。）

- 健康メーカー「花王」の商品である
  （「花王」にとっては初の飲料水）
- 史上初「特定保健用食品」の認定
- 成分：茶カテキン540mg
  （一般の緑茶の3～4倍）
- 効能：脂肪消費の促進
  →脂肪をエネルギーとして消費しやすくする
- 2003年発売
- 350ml、180円

会社概要

会　社　名	花王株式会社
設　　立	1940年（昭和15年）5月
連結売上高	13,185億円（2008年3月期）
連結売上純利益	665億円（2008年3月期）
従業員数	5,742名
事業内容	ビューティーケア事業、ヒューマンケア事業、ファブリック＆ホームケア事業、ケミカル事業

そもそも、、（開発のきっかけ）

- 開発当初（2000年初め）、30～60代男性と60歳以上の女性の3人に1人が肥満

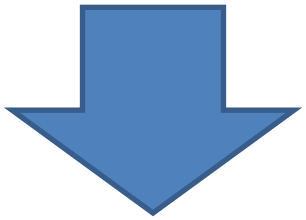
ターゲットは肥満に悩む中高年！

肥満の解消なしに現代人の健康はあり得ない！と考えた。

そもそも、、②（注釈）

花王は、初めからお茶を開発しようとしていたわけではなく、何か新しい健康価値商品を開発しようとしていた

どうしたら売れるか？



手軽さ　　新しさ

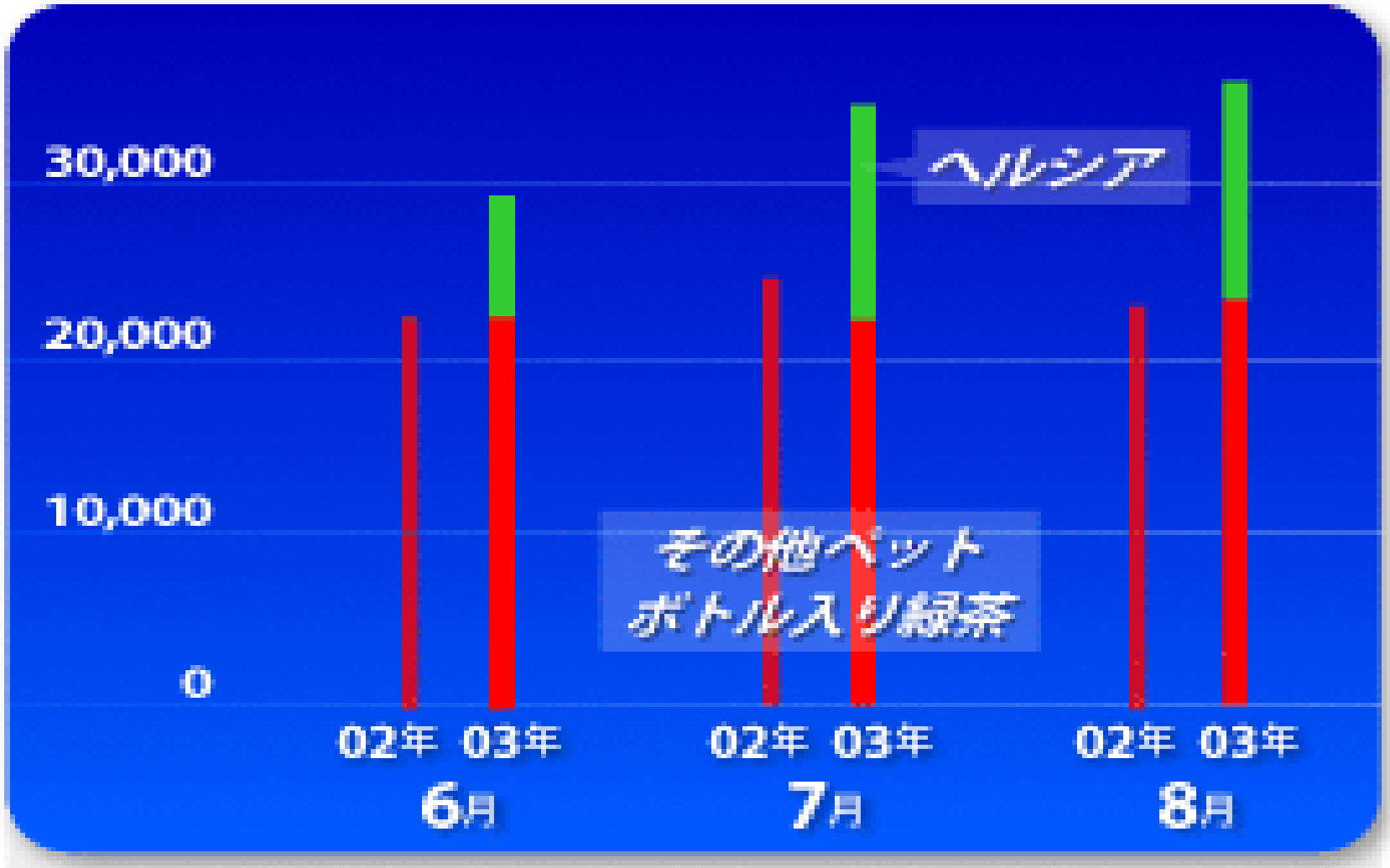
強みである栄養代謝の研究（1980～）を生かし、手軽に利用できる、新しい健康価値商品（市場）を求めた

茶市場に健康食品として乗り込む！

お茶なら手軽に利用できるということで、脂肪消費効果のある茶カテキンに目をつけ、健康食品としての緑茶の開発を開始する。

新市場を上乗せした「ヘルシア」

ペットボトル入り緑茶飲料の売り上げ



日経POS情報でデータ収集しているコンビニ店が対象。
左軸目盛りは来店客千人当たりの販売金額(円)。

茶市場

- 緑茶
- ウーロン茶
- 紅茶
- ブレンド茶
- 麦茶

茶市場

- 普通の茶
  - etc..
  - 緑茶
  - ウーロン茶
  - 紅茶
  - ブレンド茶
  - 麦茶
- 健康茶（特定保健用食品）
  - etc..
  - 緑茶 ←

- ウーロン茶

このように、茶市場に新たなグループを作り出した！！

特定保健用食品とヘルシア

「健康価値」 → 「特定保健用食品」

特定保健用食品とは
・生活習慣病予防に役立つ食品
厚生労働省の審査

科学的に有効性・安全性が
明らかにされたものが表示許可

820品目

黒ウーロン茶
（サントリー）

カテキン緑茶
（伊藤園）

ポスカム
（グリコ）

リカルデントガム
（リカルデント）

花王

花王ヘルスケア食品研究所

テスト結果

体重1.3kg・全脂肪面積24.5㎠減少
2年以上の月日・600人以上の協力

2003年「特定保健用食品」の許可がおりる

健康茶（特定保健用食品）

花王
「ヘルシア緑茶」

サントリー
「黒烏龍茶」

伊藤園
「カテキン緑茶」

ヘルシア緑茶（花王）

- 350ml、180円
- 効能：脂肪消費の促進
- 2003年発売
- 茶カテキン540mg
- 特定保健用食品

ライバル商品①
黒烏龍茶（サントリー）

- ヘルシアの3年後、2006年発売
- 350ml、168円
- 効能：脂肪吸収の抑制
- ウーロン茶重合ポリフェノール70mg
- 特定保健用食品

ライバル商品②
カテキン緑茶（伊藤園）

- ヘルシア緑茶の5年後、2008年発売
- 350ml、168円
- 効能：悪玉コレステロールを低下させる
- 茶カテキン197mg
- 特定保健用食品

花王
「ヘルシア緑茶」

350ml、180円

脂肪消費の促進

サントリー
「黒烏龍茶」

350ml、168円

脂肪吸収の抑制

伊藤園
「カテキン緑茶」

350ml、168円

悪玉コレステロールの低下

もたらした価値（市場創造）

新しい茶系飲料市場

今までになかったニーズの獲得

市場創造

特定保健用食品市場

- 続々と特保認定商品が発売
- 6800億円という巨大市場

考察

肥満人口は確実に増加する

健康意識が高まり健康飲料が
食事中のお茶などの代用品になる

健康食品を新たな切り口で商品化し
ニーズを獲得する動きが当分続く

参考文献

http://www.kao.co.jp/花王株式会社ホームページ

http://www.stat.go.jp/index.htm統計局ホームページ

http://www.j-sda.or.jp/index03.htm（社）全国清涼飲料工業会

http://www.nikkei.co.jp/needs/analysis/04/a040428.html日経NEEDS

http://telecom21.nikkei.co.jp/nt21/service/CMN1000 日経テレコン21