

「リードプチ圧力調理バッグ」で ライオン 手作り料理を食卓に

ライオンは2月22日、材料と調味料を入れて電子レンジで加熱するだけで、じっくり煮込んだように美味しい一品が短時間で作れる調理バッグ「リードプチ圧力調理バッグ」(5枚入、3月7日発売)の利便性をアピールすべく、メディアセミナーを開催した。



子育て中の有職主婦の約7割が調理を負担と考
え、帰宅後の夕食作りを
ストレスと感じているも
の、9割以上が「調理
はちゃんとしたい」と回
答するなど、時間や手間
が掛からない簡単な調理
で美味しい夕食をつくり
たいというニーズが根強
いことがわかった。(2
017年同社調べ、n=2
58名、Webアンケート)
今回開発したおかずが
簡単に作れる調理バッグ
が、

「ごはんを食べる時間
がバラバラな家庭や働い
ていて夕飯を作る時間が
ない母親層などへ簡単に
作れて美味しいおかずを
食べることが出来る調理
バッグとしてアピールし
氏)

「シンプリス」に脂質対策サプリ

MNC New York

MNC New York
は4月24日、食事に含
まれる余分な油をカット
し、ダイエットをサポート
するサプリメント「シン
プリスパーフェクトリ
ポカット」(30袋880
0円)を発売する。

食生活では良質な油を
適量摂ることが望まし
く、オメガ6を減らし、
オメガ9とオメガ3を積
る。本品には1袋(5粒)



以後ラインアップを強化
してきた。「スキンケア
との併売が進んだ結果、
両カテゴリーの売上はほ
ぼ同規模になった」(同
社)という。

「シンプリス」からサ
プリメントが初登場した
のは2010年3月で、
「N.O.U」は、「脳」
と「腸」を良好な状態に
保つことが身体の健康に
つながるとの考えから
「脳腸相関」に着目し、
健康状態に自分の行動を
制限されず、アクティブ
な生活を通じて美しく暮
らしたいと感じている女
性のサポートを目指す。

資生堂

資生堂は4月
21日、ヘルシー
ライフを楽しむ
アクティブな40
代以降の女性を
対象にした総合
サプリメント
ブランド「N.O.U (エヌオ
ユー)」(健康
補助食品)3品
目3品種、機能
性表示食品2
品目2品種、ノ
ープリントブラ
イス)を発売す
る。販売チャネ
ルは、化粧品専
門店を中心に約
2000店を予



「基礎アイテム」「機
能アイテム」「生活習慣
アイテム」の3群を配置
しており、個々のヘル
シーライフに合わせて選
択することができる。
「Healthy &
Go!」のキャッチコピー
のもと、モデルのRI
NAを起用し、Web、
SNS、新聞折込みなど
で4月中旬よりプロモ
ーションを実施する。
健康補助食品/ザ・サ
プリ(180粒)▽ヘル
シーティ(2.5g×
15バッグ)▽ヘルシー
ビネガー(125ml)
機能性表示食品/サプ
リフローライザー(1・
5g×30包)▽サプリ
ジョイナー(60粒)

40代女性を対象に 髪に関する 意識調査を実施

サンスター

その結果、82・8%
の人が年齢による髪質
変化を実感しているも
の、加齢によ
るハリ・コ
シの減少を感
じている人の
73・2%が「年
齢とともに髪
質が変化して
できなくなっ
た」「顔立ち
や体形に似合
わないから」
「手入れが面
倒だから」と
いった理由で、理想の
髪型を諦めていること
がわかった。

また、理想の髪型が
実行できていないと回
答した女性に「髪質が
若い頃に戻れば
どんなことをし
てみたいか」を
尋ねたところ、
「髪をのばした
いロングヘア
にしたい」など
の希望を持つて
おり、加齢によ
る髪の変化が理
想の髪型への障
壁になっている
ことが推察され
た。

同社では、加齢によ
り髪質が変化する原因
として、

「リードプチ圧力調理バ
ッグ」は、100℃以上
の蒸気をバッグ内で対流
させるため、加熱ムラが
なく、蒸気によるプチ圧
力効果で短時間で味をし
みこませて、食材を短時
間で柔らかくすることが
でき、じっくりと煮込ん
だように美味しいできた
ての料理を作ることがで
きる。

また、食材を入れた状
態のまま冷凍・冷蔵
保存ができるため、鍋や
フライパンを使わずに電
子レンジ加熱するだけ
で、1~2人分の手作り
料理を簡単につくること
ができる。

総合サプリメントブランド「N.O.U」を発売

「ごはんを食べる時間
がバラバラな家庭や働い
ていて夕飯を作る時間が
ない母親層などへ簡単に
作れて美味しいおかずを
食べることが出来る調理
バッグとしてアピールし
氏)

「基礎アイテム」「機
能アイテム」「生活習慣
アイテム」の3群を配置
しており、個々のヘル
シーライフに合わせて選
択することができる。
「Healthy &
Go!」のキャッチコピー
のもと、モデルのRI
NAを起用し、Web、
SNS、新聞折込みなど
で4月中旬よりプロモ
ーションを実施する。
健康補助食品/ザ・サ
プリ(180粒)▽ヘル
シーティ(2.5g×
15バッグ)▽ヘルシー
ビネガー(125ml)
機能性表示食品/サプ
リフローライザー(1・
5g×30包)▽サプリ
ジョイナー(60粒)

「ごはんを食べる時間
がバラバラな家庭や働い
ていて夕飯を作る時間が
ない母親層などへ簡単に
作れて美味しいおかずを
食べることが出来る調理
バッグとしてアピールし
氏)

「基礎アイテム」「機
能アイテム」「生活習慣
アイテム」の3群を配置
しており、個々のヘル
シーライフに合わせて選
択することができる。
「Healthy &
Go!」のキャッチコピー
のもと、モデルのRI
NAを起用し、Web、
SNS、新聞折込みなど
で4月中旬よりプロモ
ーションを実施する。
健康補助食品/ザ・サ
プリ(180粒)▽ヘル
シーティ(2.5g×
15バッグ)▽ヘルシー
ビネガー(125ml)
機能性表示食品/サプ
リフローライザー(1・
5g×30包)▽サプリ
ジョイナー(60粒)

「ごはんを食べる時間
がバラバラな家庭や働い
ていて夕飯を作る時間が
ない母親層などへ簡単に
作れて美味しいおかずを
食べることが出来る調理
バッグとしてアピールし
氏)

「基礎アイテム」「機
能アイテム」「生活習慣
アイテム」の3群を配置
しており、個々のヘル
シーライフに合わせて選
択することができる。
「Healthy &
Go!」のキャッチコピー
のもと、モデルのRI
NAを起用し、Web、
SNS、新聞折込みなど
で4月中旬よりプロモ
ーションを実施する。
健康補助食品/ザ・サ
プリ(180粒)▽ヘル
シーティ(2.5g×
15バッグ)▽ヘルシー
ビネガー(125ml)
機能性表示食品/サプ
リフローライザー(1・
5g×30包)▽サプリ
ジョイナー(60粒)

「ごはんを食べる時間
がバラバラな家庭や働い
ていて夕飯を作る時間が
ない母親層などへ簡単に
作れて美味しいおかずを
食べることが出来る調理
バッグとしてアピールし
氏)

「基礎アイテム」「機
能アイテム」「生活習慣
アイテム」の3群を配置
しており、個々のヘル
シーライフに合わせて選
択することができる。
「Healthy &
Go!」のキャッチコピー
のもと、モデルのRI
NAを起用し、Web、
SNS、新聞折込みなど
で4月中旬よりプロモ
ーションを実施する。
健康補助食品/ザ・サ
プリ(180粒)▽ヘル
シーティ(2.5g×
15バッグ)▽ヘルシー
ビネガー(125ml)
機能性表示食品/サプ
リフローライザー(1・
5g×30包)▽サプリ
ジョイナー(60粒)

「ごはんを食べる時間
がバラバラな家庭や働い
ていて夕飯を作る時間が
ない母親層などへ簡単に
作れて美味しいおかずを
食べることが出来る調理
バッグとしてアピールし
氏)

「基礎アイテム」「機
能アイテム」「生活習慣
アイテム」の3群を配置
しており、個々のヘル
シーライフに合わせて選
択することができる。
「Healthy &
Go!」のキャッチコピー
のもと、モデルのRI
NAを起用し、Web、
SNS、新聞折込みなど
で4月中旬よりプロモ
ーションを実施する。
健康補助食品/ザ・サ
プリ(180粒)▽ヘル
シーティ(2.5g×
15バッグ)▽ヘルシー
ビネガー(125ml)
機能性表示食品/サプ
リフローライザー(1・
5g×30包)▽サプリ
ジョイナー(60粒)

「ごはんを食べる時間
がバラバラな家庭や働い
ていて夕飯を作る時間が
ない母親層などへ簡単に
作れて美味しいおかずを
食べることが出来る調理
バッグとしてアピールし
氏)

「基礎アイテム」「機
能アイテム」「生活習慣
アイテム」の3群を配置
しており、個々のヘル
シーライフに合わせて選
択することができる。
「Healthy &
Go!」のキャッチコピー
のもと、モデルのRI
NAを起用し、Web、
SNS、新聞折込みなど
で4月中旬よりプロモ
ーションを実施する。
健康補助食品/ザ・サ
プリ(180粒)▽ヘル
シーティ(2.5g×
15バッグ)▽ヘルシー
ビネガー(125ml)
機能性表示食品/サプ
リフローライザー(1・
5g×30包)▽サプリ
ジョイナー(60粒)

「ごはんを食べる時間
がバラバラな家庭や働い
ていて夕飯を作る時間が
ない母親層などへ簡単に
作れて美味しいおかずを
食べることが出来る調理
バッグとしてアピールし
氏)

「基礎アイテム」「機
能アイテム」「生活習慣
アイテム」の3群を配置
しており、個々のヘル
シーライフに合わせて選
択することができる。
「Healthy &
Go!」のキャッチコピー
のもと、モデルのRI
NAを起用し、Web、
SNS、新聞折込みなど
で4月中旬よりプロモ
ーションを実施する。
健康補助食品/ザ・サ
プリ(180粒)▽ヘル
シーティ(2.5g×
15バッグ)▽ヘルシー
ビネガー(125ml)
機能性表示食品/サプ
リフローライザー(1・
5g×30包)▽サプリ
ジョイナー(60粒)

「ごはんを食べる時間
がバラバラな家庭や働い
ていて夕飯を作る時間が
ない母親層などへ簡単に
作れて美味しいおかずを
食べることが出来る調理
バッグとしてアピールし
氏)

「基礎アイテム」「機
能アイテム」「生活習慣
アイテム」の3群を配置
しており、個々のヘル
シーライフに合わせて選
択することができる。
「Healthy &
Go!」のキャッチコピー
のもと、モデルのRI
NAを起用し、Web、
SNS、新聞折込みなど
で4月中旬よりプロモ
ーションを実施する。
健康補助食品/ザ・サ
プリ(180粒)▽ヘル
シーティ(2.5g×
15バッグ)▽ヘルシー
ビネガー(125ml)
機能性表示食品/サプ
リフローライザー(1・
5g×30包)▽サプリ
ジョイナー(60粒)

「ごはんを食べる時間
がバラバラな家庭や働い
ていて夕飯を作る時間が
ない母親層などへ簡単に
作れて美味しいおかずを
食べることが出来る調理
バッグとしてアピールし
氏)

「基礎アイテム」「機
能アイテム」「生活習慣
アイテム」の3群を配置
しており、個々のヘル
シーライフに合わせて選
択することができる。
「Healthy &
Go!」のキャッチコピー
のもと、モデルのRI
NAを起用し、Web、
SNS、新聞折込みなど
で4月中旬よりプロモ
ーションを実施する。
健康補助食品/ザ・サ
プリ(180粒)▽ヘル
シーティ(2.5g×
15バッグ)▽ヘルシー
ビネガー(125ml)
機能性表示食品/サプ
リフローライザー(1・
5g×30包)▽サプリ
ジョイナー(60粒)