

媒体名

日本流通産業新聞

掲載日

2009年3月26日

タイトル

特集「健康食品小ロット OEM」

ニュートリション・ア

小ロット受注を機に5年の付き合いも

開発力と商品教育力に自信

健康食品のOEM製造などを行うニュートリション・アクト(本社東京、石川雅仁CEO、☎03-5475-7313)は、商品開発力・提案力と商品教育力の充実によって、顧客企業に対して満足度の高いサービス提供を行っており、高いリピート率を得ている。

小ロット受注をきっかけに始まった取り引きが、5年以上にわたって続くことも少なくないという、「だいたい時間を重ねるごとに当社に任せたいだけでなく品目数も増えていく。顧客企業に、当社が満足度の高いサービスを提供できていること

国内の素材では代替できない特殊な素材については、①エヒテンスがしっかりしている②安全基準をクリアしている③食経験がある④独自性が高い」などの基準に照らしたうえで、海外から調達することもしている。

また、国内の健康食品素材については社内データベースを完備しており、クライアントの顧客の年齢層、性別、セグメント、要望などに応じて、同DBを活用することで、最適な製品レシピの提案を行うことができる。

国内の素材では代替できない特殊な素材については、①エヒテンスがしっかりしている②安全基準をクリアしている③食経験がある④独自性が高い」などの基準に照らしたうえで、海外から調達することもしている。

もつひとつ自信を持つているのが、商品教育。小売店やエステサロン、ネットワークビジネス、宣伝講習販売などの現場の販売員に対して、同社の栄養士が直に商品の特徴や優位性について説明を行う。

同社では最終製品を製造する自社工場を持っていない。「だからこそ自社設備の内容などによらず、ドリンク、顆粒、クッキーなど、顧客企業にとってベストな形状の商品を提案することができ」のだという。健康食品のブランド化・シリーズ化の提案も得意とするところだ。

現場の販売員に「なぜその商品を扱うのか」「どうしてその商品が効果的なのか」が明確に伝わることで、販売員の自信やモチベーションの向上に大きく役立つところだ。