

Premium Quality Water
& Beverage Partners

ストーンポイント社の酸素水

2002年1月に、ストーンポイント社はライフ02スーパー酸素技術のアジア独占権利を獲得しました。特許取得の製造過程と機材によって、通常の水に見られるものより15倍以上の酸素含有量をボトルウォーターや飲料に充填することができます。（通常の水は、平均で8ppmの酸素を含有）

ライフ02スーパー酸素過程と機材は、食物内の酸素含有量増加が人間の健康におよぼす効用についての20年以上の研究から生まれたものです。1980年代に行われたリサーチによって、旧ソビエト連邦の入院患者のエネルギー量が、酸素を増やすことによって上がることがわかったのです。この結果に興味を引かれた、ハンガリーの医師、ラズロ・ベルツェニイとマリア・ゾルタイの二人は、さらに研究を続けました。その結果、二人は共同で水の酸素含有量を過飽和状態にできる方法論と機材を完成させたのです。

二人の医師の初期のリサーチから、酸素の濃度を高くした水を飲むと、ハンガリーオリンピックチームを含む、テストグループのアスリートの成績が上がりました。たとえば、高濃度酸素水を飲んだ選手の心拍数は（運動中と運動後の両方で）、高濃度の酸素なしの疑似水を飲んだ選手の心拍数よりも、かなり低かったのです。

その後のテストでも同じ結果がでたので、1994年にベルツェニイ医師とゾルタイ医師は、北米の投資者達とジョイントベンチャーを設立しました。新設された会社の目的は、スーパー酸素水の特許を取得し酸素水を商品化することでした。そして、ライフ02ブランドとその技術を開発、位置づけすることにより、新しい高度な飲料分野を世界的展開に向けて開拓させることに成功しました。

当初から、ビジネス戦略は使用認可による製造と流通を通しての国際的な拡張でした。担当チームは、特に競争の激しいボトルウォーター業界で、マーケティングにおいてパッケージが非常に重要であることを認識していました。製品のストーリー、パッケージ、その他の関連材料は、広範な消費者層に向けてのリサーチに基づいたメッセージを世界的規模で伝達できるよう、デザインされました。

その会社は1998年、ジョージア州アトランタ市でのスポーツ製品スーパーショーで、「世界初のスーパー酸素水」とライフ02使用認可制度を発表しました。ライフ02の

Premium Quality Water
& Beverage Partners

商品発表と、このブランドのテスト市場であったハワイとコロラドでの成功は、マスコミにとっても注目されました。ライフ02ブランドは300回以上もマスコミの放送で取り上げられ、数多くの記事が書かれ、飲料業界では重要な飲料ネットワーク（BevNet）紙上でA級指定を受け、そして、1998年の国際ボトル水協会アクア賞の「ベスト・オブ・ショー」を受賞しました。その結果、使用認可制度を22カ国にまで拡張することができ、その中には日本の日本食研株式会社との販売流通認可契約も入っています。

日本食研株式会社は、愛媛県今治市に本社がある食品製造、流通総合会社であり、カナダのブリティッシュ・コロンビア州のスプリングウォーターを使用し、バランスデイトウォーター+02というブランド名のスーパー酸素水を製造する使用認可契約を取り交わしました。バランスデイトは日本食研株式会社の健康食品ラインであり、7千種以上に上る日本食研株式会社の製品のひとつです。日本に合わせたマーケティング販売戦略に従って、バランスデイトウォーター+02は1999年6月に発表されました。

日本食研株式会社とストーンポイント社の初期の会議期間に形成されたパートナー関係は、当社がアジアのライフ02権利とビジネスを獲得するにいたっての重要な役割を担いました。その後、両社のビジネス関係はさらに強固になり、事業協力への努力が、ブランド商品の現在の売り上げ量に至った大きな要因です。日本食研株式会社との事業成功を踏まえて、当社は、スーパー酸素水を、他のアジア諸国の戦略的パートナーと共に展開するべく、ただいま活発に事業チャンスを探索しています。