

HOT NEWS OF JAPANESE NUTRITION/HEALTH INDUSTRY FEBRUARY 16-28, 2006

森永乳業から宅配専用新商品が2商品発売される。森永乳業の宅配専用特保「カルダス」は乳製品乳酸菌飲料市場では「ヤクルト400」を抑えトップシェアである。乳業メーカー特有の宅配チャネルを有効に活用し、専用商品を開発する事で量販店やCVSなどのマスチャネルとの棲み分けを実現している。乳製品全体の販売チャネル別の売上シェアを見てみると、量販店49.4%、CVS20.4%、その他30.2%となっており、特に乳製品乳酸菌飲料ではそのほかが66.5%も占めている(ヤクルトも「その他」に分類される)。昨年来大手食品メーカーが直販(主に通信販売)を試みるようになってきたのは、小売のバイイングパワーによる価格交渉力や短期売上主義による商品育成が困難な事などが挙げられる。独自の販売チャネルを有する事は商品の育成が可能であり、多大な時間とお金を投入する新商品開発費の回収も可能となる。一時は存亡の危機にあった牛乳販売店ルートであるが、魅力的な商品を投入することで再び見直されつつある。Oisix(無農薬減農薬栽培野菜、無添加加工食品)がウェブ通販のみではなく、牛乳販売店との協業により事業拡大の実現ができた事は有名な話である。商品の価値を適切に伝える為には販売チャネルの選定は重要な要素であるが、機能性食品、サプリメント、オーガニック食品などの高付加価値商品ほど直販チャネルが必要とされるようである。

NEW PRODUCTS

味の素、「アミノバイタル」から小中学生とビジネスマン向けゼリードリンクを発売

味の素株式会社は、「アミノバイタル」ゼリードリンクから小中学生向けに「Club J」(クラブジェイ)、ビジネスマン向けに「ゴールドゼリー」を3月20日より新発売する。小中学生向けの「Club J」には、筋肉等のエネルギーとなるアミノ酸(アスパラギン酸、アラニン、BCAA)1500mg、育ち盛りに大切なカルシウム(130mg)と「カルテイク」(味の素のポリグルタミン酸の登録商標)を配合している。また、容量が250gと通常の1.4倍にボリュームアップし、カロリーも1個でバナナ2本分強(200kcal)を摂取できるので、運動の際の栄養補給に最適である。30~40歳台ビジネスマン向けの「ゴールドゼリー」には、すばやく燃焼されエネルギーとなるアミノ酸(アスパラギン酸、アラニン)1500mgとカフェイン50mg、ビタミンB群を配合し、「栄養ドリンクを飲みたい」と同時に「小腹を満たしたい」という2つのニーズに応える。2006年度の「アミノバイタル」ゼリードリンクの売上目標は90億円(消費者購入ベース)。(2006年2月17日 味の素 プレスリリース)



小林製薬、野菜不足が気になる人向けに栄養補助食品「緑の栄養源」を発売

小林製薬株式会社は、栄養豊富な緑の食材、スピルリナ、クロレラ、ケールを1:1:1の割合でミックスした「緑の栄養源」を2月20日より、通信販売限定で新発売する。スピルリナは、タンパク質やビタミンミネラル類を数多く含んでおり、青色色素(フィコシアニン)が特徴。クロレラは、タンパク質、葉緑素、各種ビタミンミネラルを含んでいる。ケールは、ビタミンミネラルをバランスよく豊富に含有しており、緑黄色野菜の王様と言われている。しかも、必須アミノ酸とカロチノイドやルテインを含んでいる。ケールを配合することにより、食物繊維も摂取できる。野菜不足が気になる方、スピルリナ、クロレラの単成分を摂りたい方にもおすすめである。(2006年2月20日 小林製薬 プレスリリース)



資生堂、CoQ10、トコリエノール配合のサプリメント「資生堂 サプレックス T3-Q10」を発売

株式会社資生堂は、コエンザイムQ10を高配合するとともに、「スーパービタミンE」と呼ばれるトコリエノールなどを配合したサプリメント「資生堂 サプレックス T3-Q10」を3月21日より、全国主要デパートと化粧品専門店の約3,000店で発売する。同商品は、CoQ10に加え、トコリエノールを特許製法で抽出した原料(スーパーT3)、ルテイン、セレン、活性型ビタミンB1、黒コショウ抽出物を配合したエネルギーの産生促進、抗酸化に着目した高機能サプリメントである。(2006年2月21日 資生堂 プレスリリース)



明治製菓、カシスポリフェノール配合「カシス-i 顆粒タイプ」を発売

明治製菓株式会社は、昨年8月に発売した「カシス-iドリンク」に加え、「カシス-i 顆粒タイプ」を2月27日より発売する。ヘビーユーザーに応える新形態の投入で、朝のカシス習慣の定着と「カシス-i」ブランドのさらなる飛躍を目指す。(2006年2月21日 明治製菓 プレスリリース)



森永乳業、乳たんぱく質「ラクトフェリン」配合の乳酸菌飲料「森永 マミー」を発売

森永乳業株式会社は、発売41年目を迎えるロングセラー商品「森永 マミー」にラクトフェリンを配合して、3月14日よりリニューアル発売する。ラクトフェリンとは、牛乳や母乳の、特に初乳に多く含まれる成分で、ビフィズス菌を増やす効果があり、健康を維持するたんぱく質と言われている。(2006年2月22日 森永乳業 プレスリリース)



森永乳業、ラクトフェリンと鉄分をプラスした乳酸菌飲料「ラクトフェリンFe」を発売



森永乳業株式会社は、宅配専用商品として「ラクトフェリンFe(エフィー)」を、3月1日より東海以西(静岡を除く)の西日本エリアから順次、新発売する。「ラクトフェリンFe」は、たんぱく質「ラクトフェリン」と日本人に不足がちな「鉄分」、ビフィズス菌BB536を含む、ミルクタイプの飲料。健康志向の高まりと高齢化社会の到来を背景に宅配事業は拡大しており、今後も伸長が見込まれる。森永乳業では、健康に関心の高い顧客ニーズに応える宅配専用商品の充実を図っていく。(2006年2月27日 森永乳業 プレスリリース)

ハウス食品、特定保健用食品「食物せんいのおいしい水」を発売

ハウス食品株式会社は、2003年3月から販売している食物繊維入りの機能水「食物せんいのおいしい水」について、2005年12月に厚生労働省より「お腹の調子を整える」との表示許可を取得、ハウス食品初の特定保健用食品として3月6日から新発売する。「食物せんいのおいしい水」は、1本(500ml)に食物繊維(還元タイプ難消化性デキストリン)が10g入っており、不足がちな食物繊維を簡単に補うことができる。還元タイプ難消化性デキストリンを関与成分とした特定保健食品は、ハウス食品が初めてとなる。(2006年2月23日 ハウス食品 プレスリリース)



ネスレ、スポーツ栄養食品「パワージェル トロピカルフルーツ フレーバー」を発売

ネスレ日本株式会社は、世界30カ国以上で販売されているスポーツ栄養食品のブランド「パワーバー」から「パワージェル トロピカルフルーツ フレーバー」を3月10日に新発売する。「パワージェル」は、エネルギーを即座に補給する目的で開発された、濃縮炭水化物のジェルタイプの製品。新製品の「パワージェル トロピカルフルーツ フレーバー」は、マンゴーやパイナップルをベースにした爽やかな味わいが特長で、すばやくパワーを補給でき、効率の良いエネルギー変換が考えられているので、トライアスロン、マラソンやサッカーなど運動量の多いスポーツ時の他、ウォーキングやトレッキングの行動食としてもおすすめです。(2006年2月24日 ネスレ日本 プレスリリース)



アサヒフードアンドヘルスケア、美容系フルーツキャンディ「赤の果実CoQ10」を発売

アサヒフードアンドヘルスケア株式会社は、CoQ10とγ-リポ酸を配合したフルーツキャンディ「赤の果実CoQ10」を3月6日から新発売する。キャンディは、「カシス」「ラズベリー」「アセロラ」味の3種アソート。(2006年2月24日 アサヒフードアンドヘルスケア プレスリリース)



明治乳業、手軽に鉄分補給ができる妊産婦用「明治ビオママFeドリンク」2品を発売



明治乳業株式会社は、3月3日より、「明治ビオママFeドリンク」アップルとグレープフルーツを新発売する。近年、女性のダイエットによる食事の偏りや低体重などの健康問題が指摘されている。特に、妊娠・授乳期においては母子の健康のためにも適切な食事が極めて重要だ。そこで明治乳業は、不足しがちな鉄分を手軽にとれる「明治ビオママFeドリンク」を発売する。「明治ビオママFeドリンク」は、1本で食事摂取基準による1日の妊娠女性鉄分摂取推奨量(19.5mg)の1/3を手軽に補える、飲みきりサイズの飲料。

鉄分独特の香りを抑え、機能的で新鮮なスタイルのアルミボトル缶でお母さんの栄養管理をサポートする。(2006年2月27日 明治乳業 プレスリリース)

COMPANY NEWS

明治製菓、サプリメント製造・販売の子会社を解散・清算

明治製菓株式会社は、2月21日開催の取締役会において、同社子会社である株式会社メイブを2006年8月31日をもって解散することを決議した。株式会社メイブは、サプリメントを製造・販売する会社として1982年に設立されたが、競争激化の影響により、業績の低迷が続いているため、解散・清算することとした。(2006年2月21日 明治製菓 プレスリリース)

キリンビール、機能食品カンパニーを改組

キリンビール株式会社は、健康食品事業と調味料事業の両事業で、新たな価値の創造とさらなる成長を図るため、キリンウェルフーズ株式会社と武田キリン食品株式会社を中心に事業の拡大を図っていく。特に、健康・機能性食品事業は今後のグループの柱のひとつとして育成を目指していることから、健康食品事業会社のキリンウェルフーズ社にカンパニーが持つ戦略企画機能や研究開発機能を移管し、商品開発から製造、販売まで一貫した事業展開を強化する。また、ヤクルトグループとの共同事業化を進めるなど、新時代の健康・機能性食品事業の実現に向けた積極的な取り組みを展開していく。(2006年2月17日 キリンビール プレスリリース)

森永乳業と伊藤園の共同開発第2弾、緑茶飲料「賢膳緑茶」を宅配専用商品として発売

森永乳業株式会社と株式会社伊藤園は、2社による共同開発商品である「賢膳緑茶」を2月28日より宅配専用商品として新発売する。賢膳緑茶は、食物繊維(難消化性デキストリン)を含んでおり、血糖値が気になりはじめた方の食生活の改善に役立つ食品として厚生労働省から表示許可された「特定保健用食品」。森永乳業と伊藤園の共同開発品は、2001年に発売した宅配専用商品の『たっぷり食物繊維「充実野菜」』がある。今回の「賢膳緑茶」は、共同開発品の第2弾となる。(2006年2月27日 森永乳業 伊藤園 プレスリリース)



ハウス食品と武田薬品、飲料・食品事業の新会社概要を発表

ハウス食品株式会社と武田薬品工業株式会社は、昨年12月26日の基本合意に基づき、武田食品工業株式会社の飲料・食品事業について、2月27日に合弁契約を締結した。合弁契約に基づき、新しく設立される「ハウスウェルネスフーズ株式会社」(2006年4月3日設立予定)に、ハウス食品が66%、武田薬品が34%出資する。また、ハウス食品は、18ヶ月間の合弁期間満了時に、武田薬品が保有する新会社の株式を全て(34%)取得し、ハウス食品の100%子会社とする。新会社は、ハウス食品の健康食品事業分野における中核事業を担い、武田食品の持つビタミンを主原料とした飲料・食品の開発技術と、ハウス食品の持つ食品加工技術の融合による商品開発力の向上によって、新たな商品戦略を打ち出していく。(2006年2月27日 ハウス食品 武田薬品 プレスリリース)