

HOT NEWS OF JAPANESE NUTRITION/HEALTH INDUSTRY**September 1-15, 2006**

9月10日は展示会が目白押しであるが、健康産業にとって今秋最大の話題は「メタボリックシンドローム」である。各展示会においても「メタボリックシンドローム・エリア」が設けられるほどの盛り上がりである。5月に厚生労働省から「40～74歳の人のうち940万人がメタボリックシンドロームの強い疑い、1,020万人が予備軍と考えられ、男性の2人に1人、女性の5人に1人が、危険水域に該当する」との発表があり次第、各方面で活発な動きがみられた。

このムーブメントに水をさすつもりは無いが、過去何度も繰り返された一過性のブームに終わらない事を期待したい。その為に、単に商品の販売を行うだけでなく、消費者にとっても、企業にとっても、国にとってもメリットがあるビジネス・モデルを考える事を提言したい。

ヨーロッパに進んだ事例がある。New Nutrition Business 誌が発行した「10 Key Trends in Functional Foods 2006」に詳しく述べられているが、オランダとフランスにおいて民間の保険会社が、機能性食品を購入した保険加入者に対して、一定額の払い戻しを行うという世界でも類を見ない試みである。Unilever社の植物ステロールを原料としたコレステロールを低下させるPro.activブランド商品を購入した保健加入者に対して、年間40ユーロを上限に払い戻しを行っている。これは保健会社にとって経済的なメリットがなければ提供しないサービスである。機能性食品の経済的貢献度が評価された、歴史的な事例である。

日本は国民皆保険という世界でも類を見ない制度であるため、なかなか実現しにくいかもしれない。しかし、生命保険会社も三大疾病を対象にしたサービスを提供しているし、メタボリックシンドロームにも強い関心を示している(産経新聞9.12)。近い将来、日本でも機能性食品(トクホ?)が保険料払い戻しの対象になる事も十分考えられる。それは単なるブームで終わる事なく、「本当に」効果のある機能性食品が真に評価されるという新しい時代の幕開けになるであろう。

NEW PRODUCTS**エイボンJ、美肌サプリメント「エイボン インナー バランス アスタキサンチン+E」を発売**

エイボン・プロダクツ株式会社は、肌の悩み「くすみ」「乾燥」「紫外線」「毛穴」に着目し、ビタミンEの約550倍の抗酸化力があるといわれている、抗酸化成分「アスタキサンチン」を配合した美肌サプリメント「エイボン、インナーバランスアスタキサンチン+E」を9月27日より発売する。アスタキサンチンのほかにも、ビタミンEの1種で、通常のビタミンEである「トコフェロール」よりも抗酸化力が高い「トコリエノール」も配合。30代以上の女性をターゲットにした製品となっている。



(2006年9月1日 エイボン・プロダクツ(株) プレスリリース)

ユニチカ、「ココロとカラダのサプリメント」シリーズ3品を発売

ユニチカ株式会社は、9月1日より、「ココロとカラダのサプリメント」シリーズとして「まいにちねばねば」、「アスパラ醗酵ギャバ」「ほっと生活」の3つの新商品を同社の通信販売により発売する。「まいにちねばねば」は、納豆、メカブ、ヤマイモの3種類のねばねば食品をブレンドし、1日わずか2粒で、半パック分の納豆を食べると同様のナットウキナーゼが補える。「アスパラ醗酵ギャバ」は、アスパラガス醗酵抽出物を主成分とした商品。同社は、様々な野菜の中でも特にギャバ(GABA= アミノ酪酸)を多く含むことを確認した。また、日本人に不足しがちのビタミンB1、B2、C、亜鉛も配合した。「ほっと生活」は、東南アジアの植物で健康維持に役立つ「ヒハツ」と日本人になじみが深く健康によいさまざまな特有成分がある「しょうが」を配合し、女性に不足しがちな鉄、ビタミンE、また、油分としてEPA(エイコサペンタエン酸)を配合した。

(2006年9月1日 ユニチカ株式会社 プレスリリース)

カルピス、機能性アミノ酸が補給できる栄養ドリンク「アルギンZゴールド」を発売

カルピス株式会社は、機能性アミノ酸であるアルギニンやアラニンを主成分に、マカエキス、カフェイン、ビタミンB群を配合した栄養ドリンク「『アルギンZ』ゴールド」を9月25日から新発売する。「アルギンZ」は、昭和54年に発売したアミノ酸(アルギニン)を主成分とした栄養ドリンクであるが、新製品「『アルギンZ』ゴールド」は、「アルギンZ」ブランドを活用し、ターゲットである40代以上の男性に向けて、機能性アミノ酸などの健康成分を複数含んだ製品とした。「『アルギンZ』ゴールド」は、「アルギンZ」に比べ、アルギニンの量を強化し(1000mg)、アラニン(2000mg)、マカエキス(10mg)、カフェイン(50mg)を新たに配合した。



(2006年9月5日 カルピス株式会社 プレスリリース)

大塚製薬、パーティタイプの栄養食品「SOYJOY」の新フレーバー2品を発売

大塚製薬株式会社は、パーティタイプの栄養食品「SOYJOY」に新しくマンゴ

- ココナッツとアップルの2アイテムを追加し、10月3日より全国で発売する。「SOYJOY」マンゴーココナッツは、大豆の自然な甘みにマンゴー、パパイア、パイナップル、ココナッツを加え、「SOYJOY」アップルには、チーズ、アップル、パイナップル、クルミを加えた。「SOYJOY」は、大豆のヘルシーさを特徴とした4月に発売されたパーティタイプの栄養食品。今回2アイテムを加え、6アイテムのシリーズとなった。



(2006年9月5日 大塚製薬 プレスリリース)

キリンウェルフーズ、ダイエット食品「野菜のごちそう リエータスープ」を通販限定発売

食事代替カテゴリーのトップブランド「リエータ」を製造、販売するキリンウェルフーズ株式会社は、昨年 11 月に発売した「リエータスープ」の新シリーズとして通信販売限定「野菜のごちそう リエータスープ」を 9 月 28 日より通販専用で発売する。「野菜のごちそう リエータスープ」は、定番のポタージュ 3 フレーバー(コーン、ポタージュ、かぼちゃ)に中華とトマト風味を加えて、1 箱に 5 種類の味をパックした。カロリーは、1 食(1 袋)当たり、平均約 170kcal で、18-49 歳の女性が 1 日に必要とする栄養素(たんぱく質、ミネラル、ビタミンなど)の約 1/3 量をバランスよく配合。食事量の減少に伴うビタミン、ミネラル不足をカバーし、ダイエットを効率よく行うのに必要なたんぱく質などを補う。購入後は、リエータユーザーのコミュニティサイト「リエータカフェ」で仲間と一緒にダイエットを続けられるサポート体制も整っている。



(2006 年 9 月 7 日 キリンウェルフーズ(株) プレスリリース)

アイケイ、低カロリーの「お菓子」を発売

生協ルートを通じた通販代行業を手がけるアイケイは、8 月末から、低カロリーのまんじゅうやアイスなどの「お菓子」の販売を開始した。昨夏から、本格的に販売を開始した独自の低カロリー食品シリーズ「ローカロ生活」から新たに発売したのは、「ローカロアイス」と「和菓子三昧」。アイスは、砂糖を使用せず、複数のカロリーの低い甘味料を組み合わせ使用し、牛乳の代わりに豆乳を使用するなどで、「甘さはそのまま」に通常のアイスの約半分のカロリーとした。また、和菓子は、還元麦芽糖と呼ばれる甘味料などを用いて、砂糖を使用する通常の和菓子よりも 30%程度カロリーをカットした。商品は、まず同社が運営する低カロリー食品に特化した通販コミュニティサイトで販売し、将来的には、他のシリーズと同様に生協やドラッグストアへの卸なども展開していく方針。同社では、お菓子の販売は、まだ「テスト段階」とし、今回の結果などから判断して継続的に新商品を開発していくとしている。



(2006 年 9 月 7 日 通販新聞)

協和発酵、食後の血糖値上昇を抑制する特定保健用食品「リメイク緑茶」を発売

協和発酵は、自社健康食品ブランドの「リメイクシリーズ」の新アイテムとして『リメイク緑茶』を 9 月 15 日より、通信販売にて発売する。販売窓口は、同社の 100%子会社である(株)協和ウェルネスとなっている。特定保健用食品『リメイク緑茶』の関与成分である「難消化性デキストリン」には、糖の吸収をおだやかにする働きがあるため、食事時に飲むことで、食後の急激な血糖値上昇を抑制する効果がある。飲みやすい粉末緑茶で、飲みきりサイズの分包なので、携帯にも便利な製品となっている。



(2006 年 9 月 11 日 協和発酵 プレスリリース)

COMPANY NEWS

キリン健康食品で新会社 ヤクルトとバイオ技術を融合

キリンビールは、月内に、ヤクルト本社と共同出資で健康食品の製造販売会社を設立する。両社のバイオ技術などを融合し、健康食品事業を強化する。年内にも、キリン子会社で健康食品を製造、販売するキリンウェルフーズと合併させ、グループ内の健康食品事業を新会社にまとめる。新会社は、キリンウェルフーズの生産施設や営業部隊を軸にキリン、キリンビバレッジ、ヤクルトの「混成」チームで運営。ヤクルトの商品開発力と販売網を生かすほか、健康食品事業の一元化で経営基盤を強化する。秋から、ヤクルトの乳酸菌技術とキリンのビール酵母由来の成分を組み合わせたタブレットタイプの機能性食品を販売する。2-3年以内に10個前後の商品を開発する。新会社は、キリンウェルフーズの女性向け栄養補助食品「リエータ」やヤクルトの健康食品なども扱う。量販店やドラッグストア向けに販売するほか、ヤクルトの訪問販売ルートも活用する。

(2006年9月8日 日本経済新聞)

富士フィルム ヘルスケア分野に参入しライフサイエンス事業を拡大

富士写真フィルム株式会社は、写真フィルムの縮小に伴う構造改革の一環として医療、ライフサイエンス分野の事業展開を加速する。ヘルスケア分野への参入第一弾として、機能性スキンケア商品「エフ スクエア アイ」シリーズ3品、機能性体内ケア食品「エフ キューブ アイ」シリーズ9品を9月28日より発売する。基礎化粧品「エフ スクエア アイ」シリーズは、アミノ酸の配分などで、写真フィルムの技術を応用しており、30-40代の女性を中心に需要を掘り起こす。また、栄養補助食品「エフ キューブ アイ」にも、フィルム技術を転用しており、配合成分をナノレベルで乳化して吸収力を向上した。新製品は、当面、インターネットや電話による通信販売で販路を広げる方針。独自ブランドとして展開し、2007年度に、30億円、2008年度には100億円の事業に引き上げる計画である。

(2006年9月12日 富士写真フィルム株式会社 プレスリリース)



ライオン、機能性食品事業を強化、09年に20品目 目指す

ライオンは、今年参入した機能性食品事業を強化する。初年度の3製品を上回るテンポで商品を投入して、2009年には、20品目ほどまでラインアップを拡大させる意向である。効果効能の確かな商品として特定保健用食品の認可取得にも力をいれており、来年上期中にも認可が得られた商品を市場に投入する計画である。同社は、今年6月「健美創研」ブランドを立ち上げ機能性食品事業に参入した。安心して使用することのできる天然素材、効果効能の確かなエビデンス、独自技術の3つを柱に製品開発を進めている。現在、メタボリックシンドロームの改善につながるサプリメントなどの開発に取り組んでいる段階で09年までに20品目ほどま

でラインアップを拡大する方針である。特保の取得を急いでいる商品の1つに、7月に歯科医院向けに発売した乳酸菌配合のタブレット『DENT・システム・オーラルヘルスタブレット』がある。消化器系の感染症などの予防手段として注目される「プロバイオティクス」をコンセプトに開発されたもので、細菌のバランスを保つことで歯周病など口腔内の疾患に機能することが期待されている。近々、一般チャネルでも機能性食品として発売を予定している。同社は、機能性食品を、家庭品、一般用医薬品と並ぶ事業分野として開発、育成する方針をあげており、機能性食品事業の貢献度が高まりそうである。

(2006年9月13日 化学工業日報)

SCIENCE NEWS

内臓脂肪、大豆で減らす

京都大学の鬼頭 誠教授と住友病院の松沢 佑次院長は、大豆に生活習慣病を悪化させる内臓脂肪を減らす効果があることを突き止めた。動脈硬化になりやすいメタボリックシンドロームの改善につながるという。メタボリック症候群の95人の男女を2グループに分け、薬の臨床試験と同じ手法で、大豆に含まれるたんぱく質「コングリシニン」の効果を確かめる試験をした。片方のグループには、このたんぱく質5gをもう片方のグループには同量の牛乳たんぱく質を入れた干菓子を毎日食べてもらい、20週目に内臓脂肪を測定した。牛乳たんぱく質のグループは、試験前より平均4.5%増えたが、大豆たんぱく質のグループは5%減った。コングリシニンを5g摂るには豆腐だと800g食べなければならず、今後企業と協力してサプリメントとして製品化を目指す。

(2006年9月9日 日本経済新聞)