

HOT NEWS OF JAPANESE NUTRITION/HEALTH INDUSTRY**January 1-20, 2006**

2006年はブルーベリーで終わり、2007年は高麗人参で始まった。そして先週の納豆騒動である。直接関係はないが、不一家事件を含め、消費者から不信感をかう事件が相次いでいる。2007年のスタートは、何やら雲行きが怪しそうだ。

複数の資料から推計すると、日本の食品産業全体の売上(2005年小売)は約34兆円、その内健康食品(サプリメント+機能性食品)の売上は約3兆4,000億円で、構成比は約10%である。一方、米国の食品産業の売上は約5,520億ドル、健康食品(サプリメント+機能性食品)の売上は約265億ドルで、構成比は約5%である(数字はNBJレポートより引用、2005年小売ベース)。この数字から何が窺えるか。日本の食品産業は健康志向が米国よりも進んでいる、と考えることができる。多くの専門家が日本食そのものの健康志向を語っているが、消費者は更に健康(食)を望んでいるのであろうか。

消費者の健康志向を逆手に取った、偏った情報の発信は健全な市場の形成を阻害するだけで何のメリットもないはずである。世界第2位の市場を有する日本の健康産業が、世界に向かって胸を張れる、健全な市場、尊敬される市場となれるか、業界に携わる者として襟を正される思いである。

NEW PRODUCTS**ファンケル「グッドチョイス 40 活」「グッドチョイス 40 華」を発売**

(株)ファンケルは健康に対する意識が高く、生活習慣病も気になる年代向けにファンケルで人気のあるサプリメント7種類を1回分のアソートパック

にした「グッドチョイス 40」シリーズを発売した。同シリーズは、年齢による生活習慣、目の疲労感、身体の衰えをサポートする成分に加えて男性、女性別に身体に必要な成分7種類を厳選し1パックにした。ブルーベリー&ルテイン、COQ10、ビタミンB、Cなどは両製品に含まれているが、男性用にはマカやウコン、女性用にはHTCコラーゲン、大豆サポニンなどを配合している。

(2006年12月19日 株式会社 ファンケル プレスリリース)

**ファンケル、パウダータイプのサプリメント「HTC コラーゲンパウダー」を発売**

(株)ファンケルは、現在発売中の「HTC コラーゲン」のパウダータイプ「HTC コ

ラーゲンパウダー」を1月19日よりファンケル通信販売、直営店舗にて新発売する。本品は、食事に混ぜてコラーゲンを摂りたい、パウダータイプも試してみたいというユーザーの声に応え、外出先でも手軽に摂ることができるように便利なスティックタイプの製品とした。1ス



ティックにコラーゲン 2,600mg(肌のコラーゲン量増加に関して有効データ実績のある量)が含まれている。

(2006年12月20日 (株)ファンケル プレスリリース)

森永乳業、「しっかり緑黄色野菜1日分とヨーグルトハンディスタイル」を発売

森永乳業は、スプーンを使わずにヨーグルトが食べられるハンディスタイルヨーグルトシリーズから緑黄色野菜120g分の濃縮野菜汁を使用した「しっかり緑黄色野菜1日分とヨーグルトハンディスタイル」を1月16日より発売する。厚生労働省が「健康日本21」で1日の目標摂取量とした緑黄色野菜1日分(120g)を1本(150g)で摂取することができる製品となっている。同製品には、15種類の野菜と3種類の果物が含まれている。



(2006年12月25日 森永乳業株式会社 プレスリリース)

ファンケル、4種類の果実原料のサプリメント

ファンケルは、天然素材のサプリメント原料にこだわる人を対象に「天然果実ビタミンC」を発売する。ビタミンCを多く含むオレンジ、アセロラ、ローズヒップ、カムカムの4種類の果実の濃縮果汁を原料に使用。果実そのものから抽出してつくるために希少性が高く、フルーツの香りや色を生かした商品となっている。1日目安量である6粒で310mgのビタミンCが摂れる。ビタミンC以外でも果実そのものが持つ有機酸やミネラルなどの成分も含まれている。



(2007年1月 ファンケル ホームページ)

アサヒ飲料、スッキリとした味わいの緑茶飲料「アサヒ べにふうき緑茶」を発売

アサヒ飲料株式会社は、「メチル化カテキン」を多く含むことで注目されている茶品種「べにふうき」の茶葉を使用した、独立行政法人 農業・食品産業技術総合研究機構 野菜茶業研究所との共同研究開発商品「アサヒ べにふうき緑茶 PET350ml」を1月24日より通信販売にて発売する。また、2月7日より、関東を中心とした1都10県において数量限定で新発売する。「アサヒ べにふうき緑茶 PET350ml」は、メチル化カテキンを豊富に含む国産の「べにふうき」茶葉を100%使用した無香料、無着色の緑茶飲料。同品は、2005年よりインターネットでテスト販売を開始、昨年までは、インターネットと電話による通信販売のみの展開であったが、2007年は、さらに販売チャネルを拡大し、スーパーマーケットやコンビニエンスストア、ドラッグストアなどの店舗にて数量限定で発売する。



(2007年1月9日 アサヒ飲料株式会社 プレスリリース)

味の素 <アミノバイタル>他 各種 アミノ酸製品を新発売

味の素株式会社は、新規ユーザー獲得の為にトライアル品種として、また、より飲みやすく携帯性に優れた品種として、スティックタイプのアミノ酸サプリメント「アミノバイタル(R)」ワンデーパック、「アミノバイタル(R)」ワンデーパック プロを新発売する。それぞれ、スティック3本入りで、「アミノバイタル」ワンデーパックには、スティック1本当たりアミノ酸2,200mg、「アミノバイタル」ワンデーパック プロにはスティック1本当たり3,600mgのアミノ酸が含まれている。



又、アミノ酸摂取機会の拡大を図るために、アミノ酸含有のクッキータイプの栄養機能食品である「アミノバイタル(R)」 SPORTS CUBE を同日新発売する。栄養バランス食品を使用している消費者の間で、スポーツ中の休憩時間などの食事、間食としてのニーズに答えるために開発した商品。「アミノバイタル」SPORTS CUBE はスポーツ時にかかせないBCAA他、カルシウム、鉄分、ビタミンB2が含まれており、バナナ2本分のカロリーを摂取することができる。



アミノ酸ゼリードリンク「いつもアミノ酸ゼリー」も新発売する。燃焼アミノ酸「リジン」を含む「リジン&カロリー0」、コラーゲンとなる「プロリン」と「ヒアルロン酸」を含む「プロリン+ヒアルロン酸」の2品種がある。特に、「リジン&カロリー0」は、ダイエット中の人の食事代わりになるように、同社の従来品(180g)より大きなサイズ(250g)となっている。それぞれの製品には、高品質アミノ酸が合計で1,500mg含まれている



更に、アミノ酸健康食品「amino de Kan pai <アラニン 5000>」も、新発売される。本製品は、2006年2月に発売した同シリーズの粉状商品に続く、ドリンクタイプ。「amino de Kan pai <アラニン 5000>」は、アラニンを5000mg配合しており、紀州南高果汁入りで、30-50代の消費者をターゲットとした製品となっている。



(2007年1月9日 味の素株式会社 プレスリリース)

カゴメ、果物12種類のゼリー飲料「朝のフルーツこれ一本 のむゼリー」を発売
カゴメ株式会社は、「朝のフルーツこれ一本」シリーズから「朝のフルーツこれ一本 のむゼリー」180gを1月30日より全国で発売する。12種類のフルーツをブレンドした果実ミックスジュースを100%使用したゼリー飲料で、1日に必要とされるビタミンC100mgのほか食物繊維6gが配合されている。本製品は、フルーツを摂取する機会の少ない20-30代の女性をターゲットとしている。



(2007年1月17日 カゴメ株式会社 プレスリリース)

COMPANY NEWS

大正製薬 「リビタシリーズ」 トクホの開発と取得を進める

大正製薬は製薬メーカーのノウハウを生かし「リビタ」ブランドとして特定保健用食品の開発と許可の取得を進める。セルフメディケーションの一環としてメタボリックシンドローム対策に注力している同社では、コレステロール、血糖値、血圧の各訴求ごとに飲料製品を中心にリビタシリーズとしてトクホ製品の開発を進めてきた。平成14年に飲料の「コレスケア」での取得を皮切りに、各訴求ごとにタブレット、飲料、粉末スティックタイプなどの新商品を発売。現在13アイテムにまで拡大している。このうち6アイテムがトクホ製品。シリーズ全体の売り上げも順調に推移しており、今期は28億円を見込んでいます。同社は一昨年、東洋新薬と合弁会社を設立、昨年には、ヤヨイ食品と業務提携しており、トクホを含む健康食品分野での共同商品企画開発を手がけていくことで合意している。

(2006年12月28日 健康産業流通新聞)

MARKET NEWS

特定保健用食品利用58%に急上昇 「健康不安」背景に

特定保健用食品(トクホ)を「利用している」と答えた人がこの1年で3.7%から58.3%に急上昇というアンケート結果を医薬品やトクホの治験支援会社、ヒューマが公表した。この調査は先月、同社の治験ボランティア登録者3万1,454人にインターネットを通じて実施した。「どのトクホを利用したいか」という問いに対しては、女性が低骨密度、鉄分欠乏など。男性は高血圧、高血糖などを挙げ男女差が大きかった。また、「健康に不安があるか」の問いに「かなりある」と答えた人の割合も、2005年の16.2%から27.4%に急上昇し、健康不安がトクホの利用者増に繋がった側面もあるとしている。2006年の特定保健用食品の市場規模は、前年比6%増の6,700億円となった。昨年の許可数は、12月15日までに73品目となり、2005年の88品目より減少している。サントリーの「黒烏龍茶OTPP」が大ヒットしたが、花王のヘルシアウォーターや無糖茶トクホも堅調な売り上げを確保している。

(2006年12月21日 毎日新聞)

厚生労働省 初の中高年齢者縦断調査 50代の2割がサプリ利用

厚生労働省は先月19日、全国の50代の男女を対象に行った「中高年齢者縦断調査(中高年齢者の生活に関する継続調査)」の結果を公表した。それによると50代の2割が、日ごろの健康維持のために、錠剤、カプセル、ドリンク状のビタミンやミネラルを摂取していることがわかった。本調査は、平成16年国民生活基礎調査の調査地区から無作為に抽出した2,515地区内の男女を対象に実施された。それによると、現在の健康状態については、「よい」と答えた人は全体の80%を占めた。「医師から診断されている病気の有無」を調べたところ「高血圧」(17%)が最も多く、次いで「高脂血症」(8.5%)、「糖尿病」(7%)と生活習慣病が上位になっている。日ごろの「健康維持のために心がけてい

ること」に関しては、「ストレスをためない」「適度な食事、運動」に続いて、約 2 割の人が「ビタミンやミネラルの摂取」をあげた。

(2006 年 12 月 厚生労働省 ホームページ)

高麗人参商品、成分量にばらつき国民生活センター調べ

国民生活センターは、10 日、滋養強壯の効果があるとされるドリンク剤や錠剤などで 1 日の摂取量を守っても下痢や発疹がでる恐れがあるとして注意をよびかけた。有効成分の量が商品によって極端なバラつきがあり、多いものでは、医薬品を越えるものもあった。中国や朝鮮半島が原産の高麗人参は滋養強壯、血圧調整などの効果があるとされ医薬品だけではなく、健康食品にも含まれている。しかし、ここ数年で利用者からの苦情も増えており、2001 年 4 月から 2006 年 11 月まで、全国の消費者生活センターに 1497 件の苦情があった。国民生活センターが 18 銘柄について、商品テストを行った結果、高麗人参の有効成分であるジンセノサイドの量が医薬品より多く含まれた健康食品がある一方で、この成分がふくまれない銘柄も一つあった。同センターは、業界に対して有効性分量の表示について統一の規格を作り、多量摂取についての注意はすべての商品に掲載することを要望した。

(2007 年 1 月 10 日 国民生活センター プレスリリース)

<あるある大辞典>「納豆ダイエット」はねつ造

関西テレビは、20 日、今月 7 日にフジテレビ系で全国放送したテレビ番組「発掘！あるある大辞典」で事実とは異なる内容が含まれていたことを発表した。「納豆を食べるとダイエットができる」との内容であったが、研究者のコメントや被験者の検査データをねつ造していた。同テレビは、社内に調査委員会を設け原因の究明を行うとともに、過去の放送分についても検証を行い番組を継続するかどうかも含めて検討する。同テレビは、(1)被験者がやせていたことを示すのに別人の写真を使用 (2)米の大学教授の発言の日本語訳の一部をねつ造 (3)被験者の一部の中性脂肪値が正常値になったとしたが、測定していない (4)納豆を朝 2 パックまとめて食べた場合と朝晩 1 パックずつ食べた場合の比較で被験者の血中イソフラボンの濃度の結果をねつ造 (5)被験者の血中の DHEA 量検査のデータをねつ造 また、許可を得ずグラフを引用、していたことを発表した。

(2007 年 1 月 あるある大辞典 HP)