

**HOT NEWS OF JAPANESE NUTRITION/HEALTH INDUSTRY****February 16-28, 2007**

大手流通企業のイオンが健康志向食品のプライベート・ブランド(PB)商品を発売した。グループ 1,500 店舗で取り扱いを開始し、本年度中に 100 品目に拡大する方針という。

従来からの PB である「トップバリュ」のシリーズではあるが、「トップバリュ」のロゴは小さく「ヘルシーアイ」を大きく掲げている事が特徴である。管理栄養士監修の下、「へらす」「なくす」「おぎなう」という消費者にとって解りやすいコンセプトを前面に打ち出している。

商品は野菜飲料やビタミン添加グミ、カルシウム入りクッキーなど「明らかな食品」であり、トクホやそれに準ずるエビデンスを有する機能性食品は今のところ含まれていないが、将来的には製販連携の可能性はあると考えられる。

流通による独自商品開発は特にコンビニエンスストアを中心に行われてきたが、昨年 11 月にセブンイレブンが低価格の独自飲料の発売を開始してから、ローソン、ファミリーマートも追随している。

流通の PB 商品は基本的に低価格戦略である。昨今のメーカー通販ブームの反動とは言えないが、流通企業の動向からは目を離せない。海外の健康・栄養産業にも PB 対 NB の多くの先例があり、大手流通の M&A による規模拡大や垂直統合の事例は参考になる。

**NEW PRODUCTS****サニーヘルス、各種低カロリー製品を発売**

サニーヘルス株式会社は、低カロリーのアイスクリームやシャーベットなどのデザート、ちょっとした空腹感を満たす低カロリーの間食を「マイクロダイエット サポートシリーズ」として、2月15日に発売する。同社は、同シリーズが、食べることを我慢する苦しさをともなうダイエットの中、つらさを和らげダイエットの成功を後押しする商品となることを目指している。また、ダイエット中の人だけでなく、摂取カロリーを気にしている人、体重調整中の人にも利用できるように幅広く商品ラインアップをそろえた。各商品のカロリーは、アイスクリームが 25kcal、シャーベットがゼロカロリー、フルーツが 40kcal となっている。



手軽にカロリー調整ができる食材、おかず料理「1/2カロリーシリーズ」も同日、オンライン(通販、ネット)で発売する。ハンバーグやシチューなどの洋食系はカロリーが高く、手作りではカロリーを減らしにくいために、カロリーの調整を図りたい人を対象に油や小麦粉の使用を極力抑え、カロリーを通常の半分におさえた食材、おかずとして販売する。カロリーは、ビーフシチューが、89kcal、野菜ハンバーグが 125kcal と



なっている。

また、新しいマイクロダイエットメニューを2月15日より通販で、3月1日より取扱店にて発売する。今回新発売するのは、パスタ、シリアル、スープ、ドリンク、レトルトの5種類。パスタ、シリアルは1食あたり260kcal、スープ、ドリンクは各170kcalとなっている。



(2007年2月15日 サニーヘルス株式会社 プレスリリース)

### アサヒフードアンドヘルスケア、「バランスアップ クリーム玄米ブラン」4品を発売

アサヒフードアンドヘルスケア株式会社は、不足しがちな栄養素を手軽に補給できるバランス栄養食「バランスアップ」シリーズから、「バランスアップ おいしい大豆 プレーン」など2品を3月5日から、「バランスアップ クリーム玄米ブラン ブルーベリー」など4品を3月12日より全国で新発売する。同シリーズは、朝食や間食にも適しており、1袋に食物繊維、カルシウム、鉄、10種類のビタミンが配合されている保健機能食品となっている。



(2007年2月16日 アサヒフードアンドヘルスケア株式会社 プレスリリース)



### カルビー、食物繊維が豊富な「デリオ ハニーテイス」を静岡県や首都圏で先行発売

カルビーは、オーツ麦を使用し食物繊維を豊富に含んだシリアル「デリオ ハニーテイス」を2月26日より首都圏限定(静岡県を含む)で先行発売する。同品は、米国で最も人気のあるリング型のシリアルである。

(2007年2月19日 カルビー株式会社 プレスリリース)



### 明治製菓、栄養機能食品「カシス-i A50」を発売

明治製菓株式会社は、「カシス-i」シリーズに、カシスアントシアニンを凝縮した「カシス-i A50」を追加し、3月6日よりドラッグストアで発売する。同製品は、カシスアントシアニン50mgを2粒に凝縮し、カロチンも配合した栄養機能食品となっている。

(2007年2月19日 明治製菓株式会社 プレスリリース)



### コカコーラ 20-30代女性を対象にした新製品「アクアセラピー ミナクア」を発売

日本コカコーラは、ライフスタイルに合わせて選べる水をベースにした3種類の飲料「アクアセラピー ミナクア」を3月26日より発売する。ミナクアは、天然水「ナチュラルミネラルウォーター」、アロマ成分を配合した「アロマモーメント」、食物繊維が入った「モーニングサイクル」の3種類。20~30代女性をメインターゲットとし、生活習慣や時間で飲み分けられるようにした。アロマモーメントには、高級茶葉に含まれる「テアニン」を配合し、健康機能性だけでなく、女性のメンタル面にも配慮した製品とした。



(2007年2月21日 日本コカコーラ株式会社 プレスリリース)

### 大正製薬、血圧が高めの人に適した特定保健用食品「ナチュラルケア」を発売

大正製薬株式会社は、血圧が高めの人に適したブレンド茶タイプの特定保健用食品「ナチュラルケア」を2月22日より発売開始する。同品に含まれる関与成分「サーデンペプチド」は、イワシのたんぱく質由来のペプチドで、血圧を上昇させるアンジオテンシン変換酵素(ACE)を阻害し、血圧上昇の原因物質(アンジオテンシン)の生成を抑制することで血圧を抑える働きがある。同社は、これまでに、高コレステロールに対応した「コレスケア」、高血糖に対応した「グルコケア」を発売



している。今回「ナチュラルケア」を発売することで、動脈硬化のリスクファクターとなる3つの状態(高血圧、高血糖、高コレステロール)に対応する製品が揃ったことになる。

(2007年2月22日 大正製薬 プレスリリース)

### 小林製薬、サプリメントシリーズに「ダイエットアミノ酸」を追加発売

小林製薬株式会社では、サプリメントシリーズ「小林製薬の栄養補助食品」から「ダイエットアミノ酸」を追加し、2月22日より全国の薬局、薬店などで発売する。同品には、燃焼成分として認知度の高いL-カルニチンと7種類のアミノ酸を配合しており、動いて燃やす健康ダイエットのための粉末タイプの栄養補助食品となっている。



(2007年2月22日 小林製薬株式会社 プレスリリース)

### 明治製菓、「ザバスアクア」のドリンクとゼリーを発売

明治製菓株式会社は、2006年7月に発売した「ザバスアクア」シリーズに、手軽で飲みやすい「ドリンク」と「ゼリー」タイプを追加し、2月26日より発売する。同社は、ドリンクやゼリータイプを導入することで、今までプロテインを使用したことのない人にも「ザバスアクア」の飲みやすさを実感してもらい、ユーザ-の拡大とプロテイン市場の活性化を図る。ドリンクタイプには、プロテイン 15g とクエン酸 1000 mg、ゼリータイプには、プロテイン 10g と糖質 30g を配合している。



(2007年2月26日 明治製菓株式会社 プレスリリース)

### 明治乳業、スポーツゼリー飲料「ヴァームゼリー for ビューティー」など2品を発売

明治乳業株式会社は、スポーツ栄養ゼリー飲料「ヴァーム for ビューティー」「ヴァームゼリースムースサポート」を3月19日より新発売する。運動時の体脂肪燃焼をサポートする独自バランスの17のアミノ酸素材にビタミンB2、B6、セラミドを加え若い女性に向けた「ヴァーム for ビューティー」、関節を構成する成分の1つであるグルコサミンを加え、中高年男女に向けた「ヴァームゼリースムースサポート」の2品は、軽く体を動かす習慣をサポートすることを目的としている。



(2007年2月26日 明治乳業株式会社 プレスリリース)

## COMPANY NEWS

### イオン健康志向の PB 食品を展開

イオンは、2月20日より、脂肪分や塩分などを抑えた健康志向食品のPB(プライベートブランド)商品を発売する。まず、ヨーグルトや飲料など25品目をグループ1,500店で扱い、2007年度中に100品目に拡大する方針。ブランド名は「トップバリュ ヘルシーアイ」で各容器にカットした成分や食物繊維などの補う成分を明記する。今後は、健康関連の衣料品や家庭用品も揃えていく方針を打ち出している。



(2007年2月16日 日本経済新聞)

### 森下仁丹、ターゲット層を絞った商品を展開

森下仁丹株式会社は、昨年、アガリクスの影響で落ち込んだ通販事業の業績回復に向けた取り組みとして、より食品に近い形の商品を開発し、高齢者向けに特化した商品を展開していく方針を打ち出しているが、その第一弾商品として「田子の越冬黒にんにく」を2月13日に発売する。同社は、ターゲットを高齢者層に絞り込むために、およそ70アイテムあった商品を約3割削減するほか、ニーズが見込めるメタボリック症候群対応の商品、より食品に近い形の商品などを開発していくという。今回発売する「田子の越冬黒にんにく」は、健康によいというイメージが定着した黒にんにくを使用。青森産田子町産のにんにくを無添加発酵させたものを使用している。産地限定、また産地名を商品名に組み入れることで、商品に対する信頼感を高めていく。これまで、同社は、新聞広告や折込みチラシを中心に、広告展開を行ってきたが、健食通販の競合激化や新聞購読世帯の減少を背景に新規の顧客の獲得が難しくなっていることから、今後は、高齢者向けセミナー等で商品の説明、展示を行い、低コストで効率的に商品の告知を行っていく方針である。



(2006年2月25日 森下仁丹株式会社 プレスリリース / 2月22日 通販新聞)

## MARKET NEWS

### メビックス、メタボリック予防ネットで支援

臨床試験支援のメビックスは、医療機関や健康保険組合向けに、インターネットを活用して健康指導を支援する事業を始める。第一弾として、4月をめぐりに、ジャパンメディカルアライアンスが運営する人間ドックに、歩数計、血圧計、体脂肪計などを貸与し、1-2週間のデータを計測するコースを開設する。メビックスが、機器の貸し出しからデータの集計までを担う。通常の間ドックでは、半日や一日で検査するだけであるが、期間を長くすることで、日常生活を反映させた診断が可能になる。2008年度から40歳以上の組合員への保健指導が義務づけられる健康保険組合や健康指導を強化したいフィットネスクラブに売り込んでいく方針である。同社は、個人の履歴が分かるようにデータを集計、提供するために、効率的な指導ができるとしている。

(2007年2月28日 日本経済新聞)