

**HOT NEWS OF JAPANESE NUTRITION/HEALTH INDUSTRY****March16-31, 2007**

通販新聞社の調査では、昨年の健食通販市場は(恐らく初めての)マイナス成長であった。この数年、大手企業を中心に健食通販への参入が続いたが、市場はシュリンクしている。この事実をどう受け取れば良いのか。

富士経済が実施した消費者調査結果によると、通販利用客の割合が大きく減少している。健康食品の購入場所が変化してきていると思われる。その背景には商品形態の多様化、が考えられる。健康食品=サプリメント=カプセル、錠剤という構図が変わりつつあるのではなかろうか。健康食品へのニーズは減るところか、むしろあらゆる食品が健康志向を訴求し始めている。いずれ、健康(志向)食品以外の食品は姿を消す、とも言われている。その時、主流の商品形態は、主要な販売チャネルは、を今から考えておく事も重要であろう。

欧米の健康食品市場はそれぞれ特徴があり、特に商品形態についてはお国柄が良く出ている。米国はカプセル、錠剤を中心としたサプリメントの売上が大きく、欧州は機能性食品が進んでいる。日本はどちらとも異なった市場であるが、どちらかと言うと欧州型に近いと思われる。また、米国市場も機能性食品開発が昨年来のDHAや抗酸化素材、大豆ブームも手伝って、機能性食品の開発が活発化している。

2007年も既に四半期が経過した。相変わらず(サプリメント)業界内は元気がない(全ての企業がという訳ではないが)。その原因は、或いは商品形態にあるのではなかろうか。安易にカプセルや錠剤にするのではなく、日本企業が長年得意としてきた食品への応用技術を見直してみるのも、新しい機会の発見に繋がる可能性があるのではなかろうか。そして、それに相応しい新しい販売チャネルの模索も必要となるであろう。

**NEW PRODUCTS****伊藤園、茶葉をまるごと砕いた粉末茶「有機栽培緑茶 手軽にカテキン」を発売**

株式会社伊藤園は、茶葉をまるごと砕いて粉末状にした茶葉製品「有機栽培緑茶 手軽にカテキン」を3月19日より全国で発売する。同品は、カテキンをはじめとする緑茶の健康成分を含む茶葉をまるごと粉碎した粉末タイプの茶葉製品であり、原料となる茶葉には、「有機 JAS 規格」の認証を受けた有機栽培緑茶を100%使用している。また、生産者は同社の契約農家(6農家)のみに限定し、化学合成農薬や化学肥料を使用していない茶葉を原料としている。



(2007年3月14日 株式会社伊藤園 プレスリリース)

### ロッテ、栄養補給型キャンディ「ゴールド パワータブレット」を発売

株式会社ロッテは、「頑張る人への応援タブレット」をコンセプトに開発した「栄養補給型」キャンディ「ゴールドパワータブレット」を3月20日より発売する。本品には、スポーツドリンクやエナジー系ドリンクにも使用されているD-リボース 900mgとマカエキス 20 mgが配合されており、20-30代のビジネスマン、受験勉強中の学生をターゲットとしている。  
(2007年3月15日 株式会社 ロッテ プレスリリース)



### 明治製菓、血糖値に影響しない糖を利用した製品を発売

明治製菓は、血糖値に影響しない新しい糖「GF2」を配合した健康志向食品3製品とスティックタイプ甘味料を開発、新発売した。新製品は、「GF2 続けるココア」「GF2糖とた



たかう甘薯若葉青汁」「GF2 コーヒーゼリー」「GF2 顆粒スティックタイプ」で通信販売で発売される。「GF2 続けるココア」は、GF2 にカカオポリフェノールとラクトリペプチドを配合、「GF2糖とたかう甘薯若葉青汁」には、無農薬の国産甘薯若葉末と GF2 を配合した青汁、「GF2 コーヒーゼリー」は、アラビカ種のコーヒーをブレンドしている。GF2 は、砂糖に近い甘みがありながら、血糖値にまったく影響しない唯一のオリゴ糖で、糖尿病患者の連続摂取試験により、血糖値に影響しないことが確認されている。

(2007年3月16日 明治製菓 HP)

### 大正製薬、健康志向の栄養補助食品「リビタ大麦若葉青汁」を発売

大正製薬株式会社は、大麦若葉に水溶性食物繊維、カルシウム、オリゴ糖、セサミ(黒ゴマ)の4つの健康素材を加えた健康志向の補助食品「リビタ大麦若葉青汁」を3月26日より発売開始する。本品は、九州地区の契約農家で農薬を使わずに栽培した大麦若葉を主原料に4つの健康素材を加えた健康志向の青汁であり、現代人に不足しがちな食物繊維やカルシウムを手軽に補給できる商品となっている。



(2007年3月19日 大正製薬株式会社 プレスリリース)

### 森永乳業、宅配専用ヨーグルト「ラクトフェリンとビフィズス菌おなかに配達ヨーグルト」など2品を発売

森永乳業は、宅配専用商品として、「ラクトフェリンとビフィズス菌おなかに配達ヨーグルト」「ラクトフェリンとビフィズス菌いきいき元気のむヨーグルト」の2品を全国でリニューアル発売する。リニューアルした2品は、ラクトフェリンの配合量(100mg)はそのままに、ビフィズス菌の数を12億個から100億個に増やしている。



(2007年3月19日 森永乳業株式会社 プレスリリース)

### ニチレイ、早摘みした緑のアセロラを使用した飲料「アセロラ早摘み C」を発売

株式会社ニチレイフーズは、早摘みした緑のアセロラを使用した飲料「アセロラ早摘み C」を5月12日より全国で発売する。1986年に発売したアセロラドリンクは、赤いアセロラを使用している。赤いアセロラ果実は、開花後約21日で収穫するが、今回発売する「アセロラ早摘み C」に使用する緑のアセロラは、約14日で収穫する。ビタミンCの含有量が、従来の赤いアセロラ果実(100gあたり1,700mg)比べて、早摘み果実(100gあたり約2,500mg)のほうが高いことが特徴となっている。

(2007年3月19日 株式会社ニチレイフーズ プレスリリース)



### キリンビバレッジ、「キリン アミノサプリ」のラインナップを一新

キリンビバレッジ株式会社では、「キリン ロイヤルゼリーのアミノサプリ」を新発売するとともに、「キリン アミノサプリ」をリニューアルし、4月3日より全国で発売する。「キリン ロイヤルゼリーのアミノサプリ」は、働く人をターゲットに、元気系アミノ酸と古くから栄養補給として使われてきた自然素材であるロイヤルゼリー200mgを配合したアミノ酸飲料。「キリン アミノサプリ」は、アスリート向けにアミノ酸BCAAを1,000mg配合し、手軽に水分と栄養が補給できるアミノ酸飲料とした。

(2007年3月20日 キリンビバレッジ株式会社 プレスリリース)



### 小林製薬、栄養補助食品「抗源力 ラクトフェリン」を発売

小林製薬株式会社は、「抗源力 ラクトフェリン」を3月22日より通信販売限定で発売する。同品は、母乳成分「ラクトフェリン」を600mg/4粒(1日目分量)と豊富に含んだサプリメントであり、主成分であるラクトフェリンは動物を用いた試験で確認された原料を使用している。体本来の力で健康増進を目指したい人、生活習慣が気になる人などをターゲットとしている。

(2007年3月22日 小林製薬株式会社 プレスリリース)



### カプセル・ジャパン 魚由来カプセル「OceanCaps(オーシャンキャップス)」を発売

カプセル・ジャパン株式会社は、フィッシュ・ゼラチン・カプセル OceanCaps を3月28日より新発売する。オーシャンキャップスは、ゼラチン・ハード・カプセルで魚由来のゼラチンのみを使用している。同社は、海藻由来・魚由来原料素材(コンドロイチン、フコイダン、フィッシュコラーゲンなど)を使った製品など、素材や原料にこだわる現代の消費者のニーズに応えていくとしている。

(2007年3月23日 カプセル・ジャパン株式会社 プレスリリース)



---

## 富士フィルム、スリム系成分などを配合したサプリメントドリンク「エフ キューブ アイ 12」を発売

富士フィルム株式会社は、機能性食品「エフ キューブ アイ」シリーズに脂肪燃焼メカニズムに働きかけるドリンク「エフ キューブ アイ 12」を4月21日より発売する。同品には、代謝を促進させる有効成分として、L-カルニチン、コエンザイム Q10、生コーヒーエキスとカフェイン、ビタミン B 群が配合されている。また、美容、抗酸化成分として、アスタキサンチンを配合している。

(2007年3月26日 富士フィルム株式会社 プレスリリース)



## ユニチカ、ダイエットサポート食品「アラビニスト」シリーズ4品種を発売

ユニチカ株式会社は、ダイエットサポート食品「アラビニスト」シリーズ4品種を、4月2日より全国の薬局、薬店、ドラッグストアにて発売開始する。「アラビニスト」は、同社が独自に開発した甜茶由来のL-アラビノースと食物繊維の組み合わせによって砂糖や炭水化物の吸収抑制効果が相乗的に高まる(特許第3659631号)ことを応用したダイエットサポート食品。現在のダイエット食品の主流である低カロリー食品、飲料とは異なり、これまでどおりの食事やデザートと一緒に「アラビニスト」を水やお湯に溶かして飲むだけでダイエットをサポートする食品となっている。

(2007年3月29日 ユニチカ株式会社 プレスリリース)



## 伊藤園、米国で茶の新ブランド

伊藤園は、米国で4月中旬にお茶の新ブランドを立ち上げる。既存の緑茶飲料「TEAS' TEA」ブランドよりも健康意識の高い消費者向けの商品とした新ブランドは中身などにこだわる消費者層向けに売り込む。新ブランドは、「Weil for tea(ワイル・フォー・ティー)」。米国における総合医学研究の第一人者のアンドリュー・ワイル博士が監修するブランドを活用した。同ブランドでは、伊藤園以外の他社が現地でサプリメントや化粧品などを販売しているが、お茶は初めてとなる。商品は日本から輸出する。全米の量販店などで、17品目を発売する。飲料製品は、245ml入りの缶で「ウコン」「ダージリン」緑茶と白茶のブレンドの「グリーンホワイ」、ジャスミン茶と白茶のブレンドの「ジャスミンホワイ」「ギョクロ」の5品となっている。

(2007年3月30日 日経産業新聞)



---

## COMPANY NEWS

### 東洋新薬、健康食品、特保等の販売で、伊藤忠食品と合併会社

健康食品受託製造大手の東洋新薬は、酒類、食品卸大手の伊藤忠食品との合併による健康食品等の販売会社「ティーエスアイ」を6日設立した。東洋新薬は、特定保健用食品の許可取得件数が最多で従来のメーカーへの製品供給に加えて新たに小売業への販路開拓を検討しており、そのための物流インフラや卸機能等を求めていた。一方の伊藤忠食品でも、特定保健用食品等の機能性食品の取り扱いと健康関連産業への事業拡大を模索していたために、合併会社を設立することで合意した。新会社では、東洋新薬が生み出す特保をはじめとする高付加価値商品や消費者ニーズを反映した健康食品等を伊藤忠食品の持つ流通チャネルへ展開していく方針である。

(2007年2月28日 株式会社東洋新薬、伊藤忠食品株式会社 プレスリリース)

### 大塚製薬、パーティップの大豆栄養食品「SOYJOY」を全米で販売開始

大塚製薬株式会社の米国現地法人であるファーマバイト社は、パーティップの大豆栄養食品「SOYJOY」を全米にて3月上旬より販売を開始した。米国での商品は、日本と同様に「SOYJOY」と表記され、パッケージデザインも日本の商品とほぼ同じ、味も4種類で展開する。米国のパーティップの栄養食品の市場は巨大であるため、新しくFruit Soy Barを提案することで市場構築を進めていく方針である。

(2007年3月20日 大塚製薬株式会社 プレスリリース)

### ライオン、機能性食品の通販事業へ参入

ライオン株式会社は、4月3日より機能性食品の通販事業に乗り出すことを発表した。パームなど天然油脂などでの研究成果を生かした通販の機能性食品ブランド「LION ウェルネスダイレクト」を立ち上げる。第一弾として、40代の女性をターゲットとしたサプリメント3品を発売する。第一弾のサプリメントは、「ナイスリムエッセンス ラクトフェリン」「太陽生まれのサラサラエッセンス



パームカロテン」「アイ Q クリアエッセンス DHA・クロセチン+パームカロテン」。これらの商品に配合されているパームフルーツ油から抽出した「パームカロテン」や内臓脂肪を減らす研究で見出した「ラクトフェリン」などの成分はいずれも、同社の研究成果がベースとなっている。

(2007年3月27日 ライオン株式会社 プレスリリース)

### エスビー、「激辛唐辛子」で新事業、医薬素材や食品原料に

エスビー食品は、タカノツメより10倍以上の辛さを持つ唐辛子の新品種「SB カブマックス」を自社で開発、医薬品素材やダイエット用品に活用した新事業の検討に入った。カブマックスは、同社が1980年代半ばから開発を手がけ、2004年に農水省へ品種登録した新品種唐辛子で辛味成分カ

---

プサイシンの含有率が非常に高くなっている。同含有率は、タカノツメで通常 0.2-0.3%程度であるが、カプマックスは約 4%である。カプサイシンは、血行促進やエネルギー代謝活発化の効果があるとされており、同社はカプマックスを少量でカプサイシンを効果的に配合できる素材として、温シップ用素材として外販したりダイエット用のサプリメントに加工していく構想である。こうした新事業にさきがけ、同社のカレーなどにカプマックスを利用し今までにない辛さの商品を年内を目処に開発するとしている。

(2007年3月30日 日経産業新聞)

## MARKET NEWS

### 健食通販市場、3,274 億円、成長ペースは鈍化傾向

通販新聞社が3月に実施した調査によると、健康食品通販実施主要50社の合計売上額は、3,274億円となり、前年比1.3%の減少であった。競争激化などを背景に、健食通販市場の成長ペースの鈍化傾向が明らかとなった。売上げ第1位は、400億円規模のやずや。他の200億円以上の企業は、ディーエイチシー、サントリー、山田養蜂場、サニーヘルス、ファンケルの5社であった。好調だったのは、サントリーで、同社の主力商品「セサミン」を中心に二桁成長を維持した。一方、食事代替型ダイエット食品市場の競争激化に伴いサニーヘルスは、減収となった。相次ぐメーカーの新規参入を背景とした競争激化で、前回調査でも市場の成長に鈍化傾向が見られたが「コエンザイムQ10」ブームの収束や「アガリクス」問題、ダイエット食品分野での競争激化といった要素も加わり、苦戦した企業も多かったが、メーカーの健康食品通販参入の動きは依然として活発な状況である。

(2007年3月22日 通販新聞)