

HOT NEWS OF JAPANESE NUTRITION/HEALTH INDUSTRY**Aug 1-31, 2007**

通販新聞社、日本流通産業新聞社からそれぞれ通販市場、訪販市場(含む MLM、宣伝講習販売)の調査結果が発表された。その調査結果では、通販・通教売上高は対前年 9%増の 3 兆 5,473 億円、訪販企業総売上高は対前年 5.7%増の 1 兆 9,548 億円であった。2006 年の百貨店売上が対前年-1.3%の 8 兆 6,439 億円、スーパーマーケット売上が対前年 0.02%増の 12 兆 5,000 億円、コンビニエンス・ストアが 0.5%増の 7 兆 3,990 億円(経産省「商業販売統計」)であった事から考えると、不調なマス・マーケットを尻目に無店舗販売が堅調に成長していると思われる。

しかし、販売チャネルの選定のみが企業の成否を分けている訳ではなく、同一チャネル内にも「勝ち負け」が見られる。健康食品(サプリメント、機能性食品)においては特にその傾向が強く見られる。特徴的なのはその増減率が非常に大きい事である。多くの企業が対前年 2 桁の増減である(1 桁の場合でも 2 桁に近い 1 桁)。

7月25日日経新聞では、コンビニエンス・ストアの売上伸長が過去最低となった記事と外食産業好調の記事とが掲載されていた。この事実から、物販からサービスへ消費者が動いているのではないかと考える事が出来る。

無店舗販売の場合は、単なる物販だけではなく付帯サービスも選択基準となる場合が多い。商品からサービスへ、消費者の選択眼がより厳しくなっており、それに応える事が出来た企業が大きく成長できている、そのように調査結果から考える事も出来るのではないだろうか。

NEW PRODUCTS**J-オイルミルズ、女性向けサプリメント「豊年レディファイト」を発売**

株式会社 J-オイルミルズは、日頃休めない女性を応援する「がんばるわたしの元気サプリ」「豊年レディファイト」(2,940 円 / 90 粒)を全国の薬局、薬店、ドラッグストアで発売する。仕事や家事などに忙しい 40~60 代女性をターゲットにし、休めない女性を応援するサプリメントとしている。アジアの伝統的な植物に注目し、元気の素とされる「にんにく」をはじめ「高麗人参」「生姜」「ヒハツ」の 4 つの成分を配合している。

(2007 年 8 月 1 日 株式会社 J-オイルミルズ プレスリリース)

**日本ミルクコミュニティ コラーゲン入り美容飲料「きらぷる」を発売**

日本ミルクコミュニティ(株)は、N-アセチルグルコサミンとコラーゲン入り美容系飲料「きらぷる」(120 円 / 120ml)を 9 月 25 日より北海道を除く地域で新発売する。配合されている N-アセチルグルコサミンは焼津水産化学工業が量産化に成功した食品素材で(NAG)は、保湿成分ヒアルロン酸の構成成分として知られている。同品は、500mg の NAG と 1000mg のコラーゲンを配合している。

(2007 年 8 月 2 日 日本ミルクコミュニティ(株) プレスリリース)



サッポロエージェンシー、パウダータイプの飲料サプリメント「はずんでキレイ」を発売

サッポロビール株式会社の100%出資子会社である株式会社サッポロエージェンシーでは、9月10日、パウダータイプのサプリメント「はずんでキレイ」(3,000円/60g)を新発売する。同品にも、焼津水産化学工業の「N-アセチルグルコサミン(NAG)」が500mg配合されている。N-アセチルグルコサミンのほかにもコラーゲン1000mg、大豆イソフラボンヒアルロン酸が含まれている。

(2007年8月2日 株式会社 サッポロエージェンシー プレスリリース)



雪印乳業、保湿成分「N-アセチルグルコサミン」入りスキムミルクを発売

雪印乳業株式会社は、9月1日よりN-アセチルグルコサミン、コラーゲン入りのスキムミルク「雪印グルコサミン500スキム」(400円/80g)を発売する。同品に配合されているN-アセチルグルコサミンも焼津水産化学工業の素材である。

(2007年8月2日 雪印乳業株式会社 プレスリリース)



キリンヤクルトネクストステージ、「元気な畑」ブランドから「青汁のめぐり」「ケールのめぐり」を発売

キリン ヤクルト ネクストステージ株式会社は、青汁シリーズ「元気な畑」ブランドの新商品として「青汁のめぐり」(2,100円/30袋)と「ケールのめぐり」(6,300円/30袋)を9月4日から新発売する。同品は、「カラダの中から元気とキレイ」をコンセプトに開発された新しいタイプの青汁である。両製品とも青汁にヤクルト独自の素材(ガラクトオリゴ糖)と食物繊維(「ケールのめぐり」は、キリンの独自素材 B.Y.ファイバー)を配合している。30~40代の主婦層を中心に幅広い年代をターゲットにしている。青汁情報を提供している同社の「元気な畑」コミュニティサイトは商品の発売に伴い9月3日にリニューアルされる。

(2007年8月7日 キリン ヤクルト ネクストステージ株式会社 プレスリリース)



ファンケル、ビフィズス菌を増やして腸内環境を整える「おなかピオ」を発売

株式会社ファンケルは、特定保健用食品「おなかピオ」(2,940円/90粒)を8月21日よりファンケルの通信販売、直営店舗にて新発売する。主成分としてスイスの伝統的なエメンタルチーズを作るときに利用されているプロピオン酸菌により乳清を発酵させた乳清発酵物を配合している。

(2007年8月10日 株式会社 ファンケル プレスリリース)



ピジョン、介護予防ブランド「リクープ」から葉酸と乳酸菌のサプリメントを発売

ピジョン株式会社は、介護予防ブランド「リクープ」の第1弾として葉酸と乳酸菌のサプリメント「リクープ 葉酸」(5,250円/60粒)を8月20日より全国で新発売する。同品に含まれる葉酸は食品中に含まれるプテロイルポリグルタミン酸とは異なり、体内に吸収されやすいプテロイルモノグルタミン酸の状態となっており効果的に葉酸を摂取することができる。

(2007年8月16日 ピジョン株式会社 プレスリリース)



アテニア、「グルコサミン+コンドロイチン」をリニューアル発売、「マカ」を新発売

アテニアは、「グルコサミン+コンドロイチン」(2,620 円 / 180 粒)を 8 月 21 日リニューアル新発売する。加齢とともに特に減少する A 型のコンドロイチン硫酸を補給できるようにし、Ⅱ型コラーゲンの配合量も増量した。また、同日、女性の輝きをバックアップするサプリメントとして「マカ」(2,100 円 / 90 粒)を発売する。1 日あたり 375mg のマカエキス、セレン、亜鉛を配合している。

(2007 年 8 月 17 日 株式会社 アテニアプレスリリース)



ロッテ、女性向けに和漢植物素材を配合した新習慣飲料「紅(BENI)」を発売

ロッテ健康産業は、6 年根高麗人参を使用した「紅参(こうさん)」をメインに「内から元気」というコンセプトでハイビスカス、ナツメ、ベニバナ、クコの実といった和漢植物素材を配合した女性のための飲料「紅(BENI)」(248 円 / 100ml)を 9 月 3 日より発売する。メインターゲットとして、自分の体に対するセルフコントロール意識が芽生え始める 30 歳前後の働く女性を想定している。

(2007 年 8 月 20 日 株式会社ロッテ プレスリリース)



協同乳業、食物繊維配合の「プロバイオティクス + おなかきれいにヨーグルト」を発売

メイトーブランドの協同乳業株式会社はプロバイオティクスをプラスした「プロバイオティクス + おなかきれいにヨーグルト」(105 円 / 150g)を 8 月 21 日より発売する。同品に使用されている「LKM512」は耐酸性があり生きて腸まで届く生存型のビフィズス菌であり、他にも食物繊維 6g とオリゴ糖も配合している。

また 28 日には「プロバイオティクス カロリー 1 / 2 ヨーグルト」(105 円 / 150g)を発売する。同品は、同社商品比 1 / 2 カロリー (80kcal) で脂肪分は 0% となっている。20 ~ 30 代の女性をターゲットにしている。

上記の他に、9 月 18 日には、フルーツ入りの「プロバイオティクス + きれいにダイエットヨーグルト ストロベリー」など 3 品を、25 日には無脂肪ヨーグルト「プロバイオティクス + 脂肪 0 ヨーグルト」(200 円 / 500g) など 2 品を発売する。

(2007 年 8 月 20 日、22 日 協同乳業株式会社 プレスリリース)



小林製薬、パソコンなどをよく使う人向けの栄養補助食品「アスタキサンチン」を発売

小林製薬株式会社は、栄養補助食品「アスタキサンチン」(1,900 円 / 30 粒)を 8 月 20 日より通販限定で発売する。ヘマトコッカス藻を原料としたアスタキサンチンを 1 粒あたり 63mg 含有しておりパソコンなどをよく使う人向けのサプリメントとしている。

(2007 年 8 月 20 日 小林製薬株式会社 プレスリリース)



「アスタキサンチン」
30粒・約20日分/1,900円(税込1,995円)

アサヒフードアンドヘルスケア、バランス栄養食「バランスアップ ファイバーブラン」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 ファイバーブラン」(300 円 / 180g)を 8 月 27 日より全国で発売する。1 袋に不足しがちな食物繊維 6g とカルシウム、鉄、10 種のビタミンを配合している。



同時に、「バランスアップ クリーム玄米ブラン カカオ」(150 円 / 2 枚×2 袋)も発売される。今年 3 月発売された「クリーム玄米ブラン」シリーズから新発売されるもので食物繊維、カルシウム、鉄、10 種のビタミンが配合されている。



また、「バランスアップ」シリーズのスティックタイプからも 4 品が発売される。他のシリーズ製品と同様に 10 種類のビタミン、カルシウム、鉄、食物繊維を配合している。



(2007 年 8 月 21 日、22 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)

ポッカ、環境配慮型容器「カートカン」を使用した美容飲料「キレイの味方」2 品を発売

株式会社ポッカコーポレーションは、コラーゲンを配合した「キレイの味方コラーゲン 2500mg」とコエンザイム Q10 を配合した「キレイの味方コエンザイム Q10 30mg」を環境配慮型容器「カートカン」にて 9 月 3 日より発売する。価格は 130 円 / 125ml。30 代～50 代の女性を中心に「環境もカラダにも優しいライフスタイル」を提案していく。使用されている「カートカン」は紙素材でつくられた紙製飲料容器。売上の一部を「緑の募金」に寄付している。同社は 1996 年に飲料メーカーとしては初めてカートカンを採用し、量販店のほかにも官公庁、病院などに「カートカン専用自販機」を展開している。



(2007 年 8 月 23 日 株式会社 ポッカコーポレーション プレスリリース)

ハウスウェルネスフーズ、独自素材配合の健康サポート飲料「うるおい習慣」を発売

ハウスウェルネスフーズ株式会社は、「うるおい習慣」(350ml / 150 円)を 10 月 1 日より全国で新発売する。同品は同社の独自素材である「ニゲロオリゴ糖」と「セラミド」「ヒアルロン酸」を配合した健康サポート飲料。20 代後半以降の男女をターゲットにしグレープフルーツ味のカロリーオフの飲料にした。



(2007 年 8 月 28 日 ハウスウェルネスフーズ株式会社 プレスリリース)

大塚ペパレジ 美容サポートドリンク「サジーエース」を発売

大塚グループの大塚ペパレジ株式会社は美容サポートドリンク『サジーエース』(300 円 / 50ml)を通販限定商品として新発売する。サジーは、中国や西アジアの砂漠や高山などの厳しい環境で生育するタワラグミ科の木になる果実。厳しい環境の中で生きていくために必要な成分を凝縮して貯えているため、「生命の果実」とも呼ばれている。ビタミン、ミネラル、



アミノ酸など200種類以上の成分が含まれていると言われるがなかでも、ビタミンA、C、Eを同時に含有する珍しい果実である。同品は、そのサジー果汁を1本あたり20ml配合している。

(2007年8月28日 大塚ベバレジ株式会社 プレスリリース)

アートネイチャー、カイゲンと共同で昆布の仮根「ガニアシ」が主成分のサプリメントを発売

毛髪に関する総合サービスを提供する株式会社アートネイチャーは、薬品メーカーカイゲンと初の共同開発商品として昆布の仮根「ガニアシ」を主成分とするサプリメント「King of Konbu キング オブ コンブ」- 昆布の王様」(12,600円/120粒)

を9月1日より発売する。ガニアシには、健康成分として注目されているフコダインのほか微量ミネラル、多糖類、食物繊維が豊富に含まれている。

(2007年8月29日 株式会社 アートネイチャー プレスリリース)



健康コーポ、1食で約1日分の栄養素がとれるカロリーコントロール用食品を発売

健康コーポレーション株式会社は、「フルーレダイエット」(5,565円/9袋)を8月30日より発売する。1食(1袋)に約1日分の栄養素を追加した、牛乳と混ぜるだけでできるカロリーコントロール用健康食品。冷たいデザート感覚のダイエット食品でダイエット中でも甘いものが摂取できるように開発した。

(2007年8月30日 健康コーポレーション株式会社 プレスリリース)



COMPANY NEWS

ヤクルト、米カリフォルニア州で「ヤクルト」を本格販売、ベトナムのホーチミン市では先行販売を開始

株式会社ヤクルト本社は2007年9月から米国のカリフォルニア州で本格的に「ヤクルト」の販売を開始する。米国においては、アメリカヤクルトが1999年に米国西部のカリフォルニア州のアジア系市場で「ヤクルト」の販売を開始し、2002年には東部のアジア系市場にも販売エリアを拡大してきた。2005年からはカリフォルニア州を中心としたヒスパニック系市場でも「ヤクルト」の販売を開始し、2007年7月現在販売店舗数は全米で約700店舗になっている。カリフォルニア州は米国で最も人口が多く、これまでのアジア系市場およびヒスパニック系市場中心の販売展開から全ての店頭市場を対象に「ヤクルト」の本格販売を開始することにより米国西海岸でのヤクルトブランドの認知拡大と販売基盤の確立を目指していく。

また、同社は9月よりベトナムのホーチミン市で「ヤクルト」の先行販売を開始する。ベトナムでは昨年6月にグループプダノンとの戦略的提携契約に基づき合弁でベトナムヤクルト株式会社を設立。現在ベトナム国内に同社の工場を建設中であり2008年4月には生産開始を予定している。今回先行販売するヤクルトは、インドネシアから輸入する。

(2007年8月23日、30日 株式会社 ヤクルト本社 プレスリリース)

MARKET NEWS

通販、売上高ランキング、合計額は3兆5,473億円に、訪販は1兆9,548億円に

通販新聞社が行った「第48回通販、通教売上高調査」によると、上位201社の合計売上高は3兆5,473億円となり、昨年実績と比較すると市場規模は9%の増加となった。インターネット通販は依然として拡大傾向にあるが、これまで通販市場における成長要因とされていた健康食品は鈍化傾向にある。ファンケル(19位)は健食通販の売上高が12%(金額20億円)の減収。やずや(24位)は、昨年7月主力商品の広告表示が「景品表示法違反」として公正取引委員会から受けた排除命令で広告活動を2ヶ月間自粛したことなどが影響し14.6%減の300億円台となった。このほかにもサニーヘルス(36位)、アサヒ緑健(54位)など健康食品やダイエット食品を主力とする各社は健康食品ブームの沈静化などの影響を受け、売り上げを落としている企業が多い。しかし、業績好調の企業もある。77位の健康コーポレーションは、ダイエット向けの「豆乳クッキーダイエット」がヒット中で前期はこれまでのネットを中心とした展開から、紙媒体、テレビショッピングとメディアを広げてアプローチの幅を広げている。豆乳クッキーの販売実績を示す単体売上は前年比294%増の95億7,600万円となった。115位のカゴメも20%増の58億円となり、メーカー系通販では最も高い増収率となった。テレビショッピング(地方局でのインフォーマーシャル)が新規拡大につながったと同社は説明している。また野菜、果物ジュースの定期購入者も安定して増加し、大豆飲料の新製品も順調であったという。

一方訪問販売企業の上位100社の06年度総売上高は1兆9,548億1,300万円で前年よりも5.7%増加した。上位100社中21社が前年を上回る売上を達成しており、マイナス成長となったのは35社、うち18社は2ケタのマイナスを記録した。1位のダスキンは、主力訪問販売事業売上高が0.8%減の1,119億円となり、健康食品や化粧品を販売するヘルス&ビューティ事業については、前年比8%減の24億円となった。2位の日本アムウェイは大型の新製品発売がなかったことが要因となり前期比4.8%減の1,110億円(栄養補給食品396億円)、4位のヤクルト本社は、乳製品が苦戦し前年比2.5%減(824億円)となった。売上を伸ばした企業としては、14位のピュア(宣伝講習)が店舗効率の向上による前年比4%増の356億円、36位のシュガーレディ本社が「ピュアレディ飲むコラーゲン」や「ロイヤルゼリー」が好調で1.5%増の161億円などが挙げられる。MLM企業140社の合計売上高は1兆2,525億(3.9%増)となった。フォーデイズが2桁伸長を達成している一方で、ニュースキンジャパン、フォーエバーリビングプロダクツジャパン、日本シャクリーなど外資系を中心とした5社は2桁の減収を記録している。

(2007年8月16日 通販新聞、8月9日、16日合併号 日本流通産業新聞)