

**HOT NEWS OF JAPANESE NUTRITION/HEALTH INDUSTRY****Sep 15-30, 2007**

9月29日付徳島新聞によると、大塚製薬『ソイジョイ』の販売が絶好調との事である。『ソイジョイ』は国内のみならず、米国、中国、台湾、韓国で販売されており、現在は国内、中国、米国で生産されている。国内の既存工場だけでは生産が追いつかない為、新たに新工場の増設を開始するとの事である。

『ソイジョイ』は2006年4月に発売され、発売当初から大規模なマス広告とサンプリングを実施し話題となった。富士経済のデータによると、2006年の売上は56億円。バー市場全体が約300億円と言われており、トップの『カロリーメイト』(182億円)が圧倒的なシェアを占めており2位の『バランスアップ』(38億円:アサヒフードアンドヘルスケア)以下を大きく引き離していた。この市場には、明治製菓、江崎グリコ、ハウス食品など大手食品、製菓企業が参入していたが、『カロリーメイト』の牙城を崩す事は出来なかった。『ソイジョイ』は発売年にいきなり『バランスアップ』の売上を抜き去り第2位のシェアを確保するに留まらず、2007年の売上は150億円を見込んでいるとの事である(徳島新聞)。2007年にはバー市場は約400億円に成長すると予測され、上位2ブランドを大塚製菓が占め市場の8割を同社が占有する事になる見通しである。

NBJによると、2005年の米国のバー市場は\$2,000M(約2,300億円)、トップブランドの"Powerbar"(Nestle)が\$210M(約240億円)である。市場規模では日本のバー市場は米国市場の2割程度であるが、米国2位"BalanceBae"(Kraft)が\$136M(約156億円)、3位Clif Barが\$110M(約126億円)である事を考えると、ブランド別の売上でみると『カロリーメイト』『ソイジョイ』は米国企業に匹敵する売上を達成している。

自らがガリバーのポジションを確保している製品市場に対して、カニバリのリスクが高いにも関わらず参入し、市場全体を拡大させなおかつ自社のシェアも増大する事に成功した大塚製菓の戦略から得られる教訓は多い。みのもんたを登用したTVCM、大規模サンプリング、など膨大な先行投資も成功要因の一つであるが、『カロリーメイト』という大切なブランドを守る事ではなく新しいブランドを投入するという攻めの発想やリスクを恐れない意思決定ができた事が最大の成功要因であろう。また、海外に多く見られるM&Aによるブランド買収ではなく、自らブランド創造を行った事も特筆すべき事である。

**NEW PRODUCTS****森永製菓、プレッシャーに強いサプリメント発売**

森永製菓株式会社では、ウイダ - ブランドから、プレッシャー対策成分「テアニン」を高含有したスポーツサプリメント「ウイダ - テアニンタブレット」(2,940円/40粒)を9月より新発売する。主成分のテアニンは、プレッシャー社会を生きる現代人の「こころのサポート」成分として注目されて



いるが、同品は、このテアニンを「スポーツの時のプレッシャー対策」として利用した新発想の商品である。「ウイダー」は、従来のからだづくりのサプリメントに加え、新商品「ウイダー テアニンタブレット」を発売することにより、アスリートの「からだ」と「こころ」を両面からサポートし、スポーツサプリメントのトップブランドを目指していく方針である。

また、同ブランドから、バータイプの「ウイダー プロテインバー ウェファータイプ」と「ウイダー プロテインバー チョコウェファータイプ」(126 円 / 23g)の 2 品も 24 日より発売される。ウェファータイプは新発売、チョコウェファータイプは昨年首都圏限定発売を経て全国発売となる。プロテイン 7g とビタミン B 群 7 種類が配合されている。  
(2007 年 9 月 森永製菓株式会社 プレスリリース)



### **ピルボックスジャパン、体臭、口臭ケアサプリメント「エチケットローズ」発売**

ピルボックスジャパン株式会社は、体臭、口臭ケアサプリメント「エチケットローズ」(315 円 / 5 カプセル)を全国のローソンで 17 日より新発売する。同品は、ブルガリア産ローズオイルを日本初の液体用ハードカプセルに配合したサプリメントである。

(2007 年 9 月 ピルボックスジャパン HP)



### **タカラバイオ、活力サポートサプリメント「クーガイモ」、ボタンボウフウのサプリメント「サクナミジン」を発売**

タカラバイオ株式会社は、「ヤムスゲニン(TM)」含有クーガイモサプリメントシリーズの新たなラインナップとして「クーガイモ」(5,040 円 / 360 粒)を 9 月 19 日より発売する。クーガイモは、ヤマノイモ科ヤマイモ属の一種で、南方原産のヤマイモ。沖縄ではクーガイモと呼ばれており日本で栽培されているヤマイモの中で「ジオスゲニン配糖体」を多く含むことを特長としており、栽培量は極めて少ない。同品は、屋久島と沖縄で栽培されたクーガイモを使用しており、ローヤルゼリー、高麗人参エキス、青森県産ニンニクエキスを配合している。



また、ボタンボウフウのサプリメント「サクナミジン(TM)」(5,040 円 / 360 粒)も同時発売される。ボタンボウフウは、セリ科の多年草で沖縄では「サクナ」や「長命草」と呼ばれており、その葉は和え物や天ぷらなどとして常食されている。屋久島産ボタンボウフウには、有用成分であるクマリン類が含まれており、同社ではこのクマリン類を「サクナミジン(TM)」と命名し、様々な機能性の研究を進めている。

(2007 年 9 月 18 日 タカラバイオ株式会社 プレスリリース)



### コカ・コーラシステム、「野菜と果実の健康レシピ ビューティーミックス」を発売

コカ・コーラシステムは、アンチエイジングをテーマとした科学研究を実施しているアンチエイジングサイエンス社の協力のもと、今までの野菜飲料にはない新たな健康価値を提供する「野菜と果実の健康レシピ ビューティーミックス」(136 円 / 280ml)を「ミニッツメイド」ブランドから、9 月 24 日より発売する。本品には、1 日分の緑黄色野菜に加え、ビタミン C、ビタミン E、β-カロテン、ポリフェノールが配合されている。同社は、上記 4 種の健康成分を配合することで、食生活が偏りがちな現代人の野菜不足を補うだけでなく、新しい健康価値を提案していきたいとしている。

(2007 年 9 月 19 日 日本コカコーラ株式会社 プレスリリース)



ミニッツメイド「野菜と果実の健康レシピ ビューティーミックス」  
(280ml PETボトル)希望小売価格136円(消費税別)  
(280ml PETボトル)希望小売価格136円(消費税別)

### ユニチカ、健康補助食品「ハナピラタケ倶楽部」6 商品を発売

ユニチカ株式会社は、新ブランドの健康補助食品「ハナピラタケ倶楽部」シリーズ 6 商品(各 4,200 円 / 月)を 9 月 25 日より全国の薬局、薬店、ドラッグストア、通信販売にて発売する。「ハナピラタケ倶楽部」は、同社の豊橋プラントで栽培するキノコ「ハナピラタケ」をベースとした健康補助食品。中高年が気になる部分をほぼサポートする商品群として展開していく。シリーズ 6 種類全てに健康成分として β-グルカンを含む「ハナピラタケ」を主成分として配合しており、様々な悩みに合わせた成分をプラス配合している。新発売される製品は、「ハナピラタケ倶楽部」グルコサミン、ブルーベリー、ウコン、ノコギリヤシ、ヒハツ、マカの 6 種類となっている。

(2007 年 9 月 20 日 ユニチカ株式会社 プレスリリース)



### ファミリーマート、伊藤園と共同開発で「おとなの野菜 For MEN」を発売

株式会社ファミリーマートは、株式会社伊藤園と共同開発で健康を気遣う男性層をメインターゲットとした野菜飲料「おとなの野菜 For MEN」(105 円)を 9 月 25 日より全国のファミリーマートで発売する。本品は、野菜飲料の購入比率の高い 30 ~ 40 代の男性層をターゲットにしたファミリーマートオリジナル商品。野菜飲料の定番食材であるにんじん、トマトのほかにゴーヤ、オクラ、にんにく、生姜、ほうれん草といったスタミナ系の野菜を配合している。砂糖、食塩無添加、野菜 50%、果汁 50%の飲料となっている。

(2007 年 9 月 20 日 株式会社 ファミリーマート プレスリリース)



### ハウスウェルネスフーズ、機能性炭酸飲料「さらら生活」を発売

ハウスウェルネスフーズ株式会社は、「さらら生活」(124 円 / 140ml)を 9 月 24 日より全国で新発売する。本品は、「梅果汁(1%)」をベースに「黒酢(5ml)」と「イチョウ葉エキス」「ヒハツエキス」を配合した健康サポート飲料となっている。

(2007 年 9 月 21 日 ハウスウェルネスフーズ株式会社 プレスリリース)



### 日本製粉、最高級 6 年根の高麗人参を使用した健康食品 5 品を発売

日本製粉は、韓国の高麗人参市場で No.1 企業である(株)韓国人参公社と日本導入について合意し、最高級 6 年根の高麗人参である紅参を使用した健康食品を開発、販売する。韓国でよく知られている「正官省」ブランドの使用は健康食品では日本初となる。発売するのは、「高麗紅参ゼリー」(1,470 円 / 8 個)、「高麗紅参茶」(4,725 円 / 90g)、「高麗紅参粒」(7,875 円 / 150 粒)「高麗紅参エキス」(9,975 円 / 30g、15,750 円 / 50g)の 5 製品となる。



(2007 年 9 月 21 日 日本製粉株式会社 プレスリリース)

### 花王、新風味の緑茶飲料「ヘルシア緑茶 まろやか」を発売

花王株式会社は、10 月 11 日、特定保健用食品として体脂肪に関する表示許可を取得した「ヘルシア緑茶」から新しく「ヘルシア緑茶 まろやか」(189 円 / 350ml)を新発売する。「ヘルシア」ブランドは、2003 年「ヘルシア緑茶」を、2006 年には「ヘルシアウォーター」を発売し、生活習慣病予防のための肥満改善意識の高まりを背景にヒット商品となってきた。同社では、「ヘルシア緑茶」に加えて味のバリエーションを増やすことで消費者の飲用機会を広げていきたいとしている。



(2007 年 9 月 25 日 花王株式会社 プレスリリース)

### アサヒ飲料、「アサヒ ぎゅぎゅっとしみこむコラーゲンウォーター ホット」を発売

アサヒ飲料株式会社は、手軽にコラーゲンを摂取することができる清涼飲料水「アサヒ ぎゅぎゅっとしみこむコラーゲンウォーター ホット PET275ml」(124 円 / 275ml)を 10 月 30 日より全国で新発売する。同品は、1 日分のコラーゲン 2,200mg に、美容成分としてローズヒップとローヤルゼリーが配合されている。



(2007 年 9 月 25 日 アサヒ飲料株式会社 プレスリリース)

### アサヒフードアンドヘルスケア、手軽に栄養補給できる「飲むシリアル」を発売

アサヒフードアンドヘルスケア株式会社は、シリアル栄養分を飲んで補給できる「飲むシリアル」(2,520 円 / 箱(125ml x 18 本))を 9 月 28 日より通信販売限定で新発売する。同品は、忙しい朝食時に手軽に栄養補給ができることをコンセプトとして開発された初めての「飲む」シリアル。主原料は、スウェーデン産 100%のオーツ麦である。同品 1 本で、食物繊維 6g を補うことができる。1 日の必要量の約 1/3 の鉄、カルシウム、7 種類のビタミンが含まれており、コレステロール 0、64kcal の飲料となっている。オンラインショップ限定、10,000 箱の数量限定商品として販売する。この 10,000 箱を対象に 3 割引の特別価格(1,764 円)が適用される。



(2007 年 9 月 27 日 アサヒフードアンドヘルスケア株式会社)



### 浅田飴、健康食品 2 品を通販限定にて発売

浅田飴は、「ローヤルゼリー 180 粒」(2,940 円 / 180 粒)と「カンカ」(7,980 円 / 180 粒)を通販限定で発売する。「ローヤルゼリー」はローヤルゼリーをベースに、-リポ酸とヒアルロン酸を配合している。1 日の摂取目安(6 粒)中にローヤルゼリー1,000mg 配合している。「カンカ」には、カンカ(砂漠人参)の他エゾウコギ、高麗人参のエキスが配合されている。



(2007 年 9 月 浅田飴 HP)

## COMPANY NEWS

### 伊藤園、サプリメント事業に本格参入

株式会社伊藤園は、連結対象子会社 Mason Distributors, Inc.(本社:米国フロリダ州)が北米を中心に展開しているサプリメント「Mason Natural(メイソンナチュラル)」ブランドを日本でも発売する。天然ビタミン C やヒアルロン酸、グルコサミンなどの素材を使用した 5 品(価格:1,230 ~ 1,770 円(1 ヶ月分))を



(左から)「マカ・ニンニク」「天然ビタミンC+10種のビタミン」「ヒアルロン酸+ハトムギ」「高麗人参+2種の和漢薬材」「グルコサミン+キャットクロー」

9 月 25 日より全国で発売開始する。メイソン社は、1967 年の設立以来、サプリメントの製造、販売を中心に事業展開している企業だが、2006 年 6 月、伊藤園の 100%子会社 ITO EN(North America)INC.(本社:ニューヨーク州)が取得し、同社の連結対象の子会社となった。「MASON Natural」は、メイソン社のサプリメントブランドで現在、北米及びその近隣諸国 15 ヶ国で 400 種類以上のアイテムが販売されている。伊藤園は、野菜、茶飲料を中心とした事業を展開してきたが、今後サプリメントという健康食品分野にも本格参入し、「MASON NATURAL」をその基幹ブランドに位置づけドラッグストアやコンビニエンスストアなどを中心に積極的に展開していく方針である。今回は同ブランドから 5 品を発売するが、今後順次アイテムを追加し、ラインアップの充実を図っていく。

(2007 年 9 月 20 日 株式会社伊藤園 プレスリリース)

### カルビー、健康食品に本格参入、- 穀物クッキー、地域限定販売、軽食需要開拓狙う

カルビーは、健康食品事業に乗り出す。第 1 弾としてシリアルをもとに開発した栄養調整食品の穀物クッキーを地域限定で発売。スナック菓子市場が少子化で伸び悩む中、既存商品の製造ノウハウを生かした健康食品で軽食需要など新たな収益源を開拓する。まず、「フルーツグラノーラクッキー」「メープルナッツグラノーラクッキー」の 2 品を 24 日関東甲信越など 1 都 10 県で発売した。既存のシリアル食品「フルーツグラノーラ」をもとに、小麦や玄米の穀物素材にフルーツやアーモンド粒を均等に配合する技術を転用。新たにもち米で粘りを出し、崩れにくい棒状のクッキーとした。



主に 20 代の社会人女性をターゲットにしている。1 食(4 本)あたり 200kcal 以下で鉄分や 10 種類のビタミンを 1 日に必要な摂取量の 1/3 配合している。価格は 160 円前後 / 4 本入りで販売実績を見ながら全国発売を目指していく。

(2007 年 9 月 26 日 日経産業新聞)

### **カネカ、機能性食品素材「天然型 N-アセチルグルコサミン」を本格販売**

株式会社 カネカは、焼津水産化学工業株式会社と同社が製造する機能性食品素材に関する販売契約を締結し、9 月より同社の主力商品である天然型 N-アセチルグルコサミン < 高純度結晶品 > を商品名「ヒアルログルコ(TM)」とし本格販売を開始する。今後、カネカでは、コエンザイム Q10 など培われた販売網も活用して米国をはじめとする海外市場及び国内での新たな市場開拓において積極的に販売していく。また、機能性食品分野における幅広い業務提携を積極的に進めていくことでも基本合意し、両社が得意とする発酵技術、海洋資源開発技術などを使い天然素材にこだわった新規製品の共同開発も実施していく。「ヒアルログルコ(TM)」は、エビやカニの殻より製造された高純度天然型 N-アセチルグルコサミンであり、働く女性や中高年女性をターゲットに市場開発を進めていく。

(2007 年 9 月 27 日 (株) カネカ プレスリリース)