

HOT NEWS OF JAPANESE NUTRITION/HEALTH INDUSTRY**Mar.16-31, 2008**

アサヒビールから植物由来のたんぱく素材の1種に満腹感を長く持続させる効果があることを発見したというニュースがリリースされた。New Nutrition Business 誌は、この「満腹感」が2008年のトレンドのひとつになるであろうと洞察している(詳しくは”10 Key Trends in Food, Nutrition & Health2008”「キートレンド 5 ウェイトマネジメントは減量から維持へ」を参照)。今年に入ってから Danone、Unilever、といった大手食品会社や大手スーパーTesco などから「満腹感」を訴求した乳飲料の発売が続いている。

「満腹感」市場は欧米でも未だにニッチ市場では有るが、将来有望な市場として期待されている。原料も、たんぱく質に限らず、Lipid Nutrition 社の松の実オイル抽出物”Pinno Thin”を採用したスムージーなども登場している。この”Pinno Thin”は2006年に開催されたHi Europeで銀賞を受賞し、早くから注目された原料である。また、米国ではKmin社がポテト抽出物”Slendesta”を展開しており、既に日本でも発売済みである。2004年にはUnilever社が *Hoodia gordonii* のグローバルライセンスを4,000万ドルで獲得しており、今後の動向が注目されている。

従来のダイエット食品のアプローチは、「低カロリー」「脂肪燃焼」「代謝促進」「吸収阻害」であったが、今後はこの「満腹感」訴求の商品も増えるであろう。また、「満腹感」が持続する事は食生活自体の改善にも繋がりがやすく、トクホに多い吸収阻害型の商品とは異なり、本質的なウェイトマネジメント食品となる可能性も秘めている。

NEW PRODUCTS**伊藤園、サプリメント「MASON NATURAL」3品で錠剤タイプを発売**

株式会社伊藤園は、同社が日本で展開するサプリメントブランド「MASON NATURAL」から、錠剤の「MASON NATURAL コラーゲン + ザクロエラグ酸」「同 ウコン」「同 植物性センイ」の3品(各商品とも約1ヶ月分と1週間分の2タイプ)を3月17日に新発売する。同社では、北米を中心に同社の連結子会社が展開している「MASON NATURAL」ブランドを活用して日本独自の製品を開発し、同社の営業網を通じて日本国内で販売している。今回3品発売することにより、同ブランドは全12品となる。「コラーゲン + ザクロエラグ酸」は、1日の摂取目安量あたりコラーゲンを1,000mg、ザクロエラグ酸を8mg含有した美容訴求のサプリメント。「ウコン」は、有機ウコン末を750mg含有。夜の付き合いが多い人を対象としたサプリメント。「植物性センイ」は、ニンジン葉パウダー、抹茶をそれぞれ240mg含有。にんじん葉、緑茶の食物繊維、オリゴ糖の働きにより、毎日のすっきり快調をサポートしている。



(左より)MASON NATURAL(イイソノナチュラル) コラーゲン+ザクロエラグ酸「同」ウコン「同」植物性センイ

(2008年3月18日 株式会社 伊藤園 プレスリリース)

協和発酵、ドリンクタイプの健康食品「リメイクしみわたる爽やかコラーゲン」を発売

協和発酵は、美容成分コラーゲンと3種類のアミノ酸を配合したドリンクタイプの健康食品「リメイクしみわたる爽やかコラーゲン」を同社の100%子会社の株式会社協和ウェルネスを通じて3月17日より通信販売により発売する。同品は、「発酵コラーゲンペプチド」を使用。さらに、コラーゲンの中に多く含まれるアミノ酸を3種類配合した。同品は、コラーゲン特有の味やにおいを「発酵コラーゲン」を使用することでまろやかにした白桃味の飲料。容器には、カート缶(紙製)を使い、リサイクル可能な飲み切りタイプとした。価格は、1ケース(125ml×30本)で6,600円となっている。

(2008年3月17日 協和発酵株式会社 プレスリリース)



アサヒフードアンドヘルスケア、「スリムアップエイド くるんでスルリ」など2品を発売

アサヒフードアンドヘルスケア株式会社は、「スリムアップエイド くるんでスルリ」「スリムアップエイド 0kcal スイーツ」を4月7日より全国のドラッグストアで新発売する。「スリムアップエイド」は、ダイエットサポート&美容ケア食品「スリムアップ スリム」の姉妹ブランドとして、ダイエット初心者にも手軽に楽しめるということをコンセプトに開発した商品。「スリムアップエイド くるんでスルリ」(1,500円/25g×10袋)は、水無しで飲めるタイプのジュレ状のサプリメント。5種の植物由来の食物繊維(とうもろこし由来の難消化デキストリン、りんご、サイリウム、チコリ、寒天)を組み合わせた「スルリ繊維」5.4g(レタス約2.3個分)、植物ステロール200mg、杜仲葉エキス10mgを1袋あたりに配合している。「スリムアップエイド 0kcal スイーツ」は、うつおいジュレ(1個あたりヒアルロン酸5mg配合)のなかに「キレイ成分」としてビタミンB1、ビタミンB6、ナイアシンを含んでいる。

(2008年3月17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)



ヤクルト、新デザインの紫いも搾汁100%飲料 ヤクルト「アヤマラサキ」を発売

株式会社ヤクルト本社は、九州地区限定で販売してきた、紫いも搾汁100%飲料、ヤクルト「アヤマラサキ」(120円/125ml)をデザインリニューアルし、4月1日から全国発売する。同社では、紫いもの搾汁に多く含まれるアントシアニンの多様な機能性に着目し、2003年より九州地区限定で同品を販売してきた。同品は、アヤマラサキ由来のアントシアニンを118mg、さつまいも由来の天然食物繊維を0.4g含有している。甘みは、さつまいも由来のもので、砂糖等の甘味源は一切使用していない。アヤマラサキに含まれるアントシアニンには、肝機能改善効果があることから、パッケージに「お酒が好きな方に」と表示し、ターゲットをより明確にするとともに、機能性の高い飲料であることが伝わるデザインとなっている。

(2008年3月18日 株式会社 ヤクルト本社 プレスリリース)



ロッテ健康産業、美容飲料「コラーゲン10000+ビタミンC」シリーズをリニューアル発売

ロッテ健康産業では、「コラーゲン10000+ビタミンC」シリーズの品質とパッケージをリニューアルし、3月24日より順次切り替える。今回のリニューアルでは、ロッ



テオリジナル技術「真空クリア製法」(特許出願中)により、コラーゲン独特のにおいを低減、パッケージも、ピンクの基調はそのままに、より女性のしなやかさを表したデザインにリニューアルした。イメージキャラクターは、引き続き韓国の女優、チェ・ジウを起用する。

(2008年3月18日 株式会社 ロッテ健康産業 プレスリリース)

日清ファルマ、3つのミルク成分配合サプリメント「ほっと美るく」を発売

日清製粉グループの日清ファルマ株式会社は、ミルクを飲んだ赤ちゃんの安らかな顔をヒントに開発したミルク由来成分配合のサプリメント「ほっと美(み)るく」(1,365円/30粒)を4月1日よりドラッグストアで発売する。同品は、赤ちゃんがミルクを飲んだ後に体内で生成するリラックス成分「ラクティウム(TM)」(ミルクペプチド)のほか、ミルクカルシウム、ミルクセラミドという3つのミルク由来成分を配合した、ほのかに甘いミルク風味の食べるタブレットとなっている。

(2008年3月19日 日清ファルマ株式会社 プレスリリース)

兼松ウェルネス、フランス産ハーブ「レモンバーム(抽出物)」から作ったサプリメントを発売

兼松ウェルネスは、日本で初めてのフランス産ハーブであるレモンバーム(抽出物)から作ったサプリメント「ウェルネスレモンバーム」(5,040円/60粒)を新発売する。同品で使用されている原料は、フランスにある Naturex 社製のレモンバーム抽出素材「Cyracos(シラコス)」。天然の薬草植物の生産地として有名なフランス、ロワール川流域のアンジュー地方で栽培された芳香植物であるハーブであり、日本でもハーブティーとしてリラックスや癒しの目的で飲まれており、フランスでは、リラックス、安眠、ダイエットのための抗ストレスを訴求した一般の食品やサプリメントの素材として配合されている。



ハーブに最適な土壌で育つアンジュー地方のレモンバーム



(2008年3月19日 兼松ウェルネス株式会社 プレスリリース)

エイボン、サプリメント「エイボン インナー バランス メタブロック」を発売

エイボン・プロダクツ株式会社は、健康的なダイエットをサポートするサプリメント「エイボン インナー バランス メタブロック」(5,250円/60包み)を4月23日より新発売する。同品は、「防ぐ」「燃やす」「溜めない」「追い出す」というダイエットの4大アプローチに着目して開発された。ガルシニアエキス、コレウスフォルスコリ、L-カルニチンなど16種類の成分を配合、健康的なダイエットを促進する製品であるとしている。



エイボン インナー バランス メタブロック

(2008年3月24日 エイボン・プロダクツ株式会社 プレスリリース)

アサヒフードアンドヘルスケア、ドリンクタイプの粉末サプリメント「朝しみこむ力」全4品を発売

アサヒフードアンドヘルスケア株式会社は、素材が体にしみこむイメージをストレートに表現したドリンクタイプの粉末サプリメント「朝しみこむ力」(1,280円/20袋)全4品を4月7日よ



青汁21種の朝しみこむ力、ブルーベリー朝しみこむ力、ポリフェノール朝しみこむ力、グルコサミン朝しみこむ力

り新発売する。健康食品「朝しみこむ力」は、飲みやすさと美味しさにこだわり、より食事に近い形で飲めるように開発した。「青汁と21種類の野菜」を基軸とし、「濃縮ブルーベリーとルテイン」「ポリフェノールとノニ」「グルコサミンとヒアルロン酸」の4種類で展開する。いずれの商品も少量(50-100ml)の水や牛乳などに溶かして飲むことができる。

(2008年3月24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)

資生堂、酵素処理ビタミンP配合ドリンク、「ホワイト アップデート」発売

資生堂薬品は、4月1日、紫外線の季節のための美容ドリンク「ホワイト アップデート」(210円/50ml)を発売する。同品は、ビタミンCを主成分とする(1,200mg配合)に、酵素処理ビタミンP、ビタミンE、甘草、ハトムギ、セラミド、GABAの7種の成分を配合。酵素処理ビタミンPは、酵素処理によってビタミンPの吸収性を高めた素材で、同品にはヘスペリジンを用いている。ビタミンCの吸収を助けるとともに、消耗の抑制を作用サポートし、ビタミンCを体内で十二分に働かせる成分となっている。



(2008年3月 楽天市場 HP)

アサヒフードアンドヘルスケア、タブレット「シーズケース しみこむビタミン」を発売

アサヒフードアンドヘルスケア株式会社は、「シーズケース」シリーズから「シーズケース しみこむビタミン」を4月7日より全国で新発売する。同品には、1製品につきレモン200個分のビタミンC4,000mgとビタミンB2,B6,B12を配合したシュガーレスのビタミンCタブレット。40粒189円で販売する。



(2008年3月25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)

日清オイリオグループ、ビスケットタイプの特定保健用食品「きちんとキトサンビスケット」を発売

日清オイリオグループ株式会社は、「健康」をキーワードとする食品を同社コア事業の1つと位置づけているが、4月21日にキトサンを配合したビスケットタイプの特定保健用食品「きちんとキトサンビスケット」(14袋入り2,100円)を発売する。同社はメタボリックシンドローム対策商品のリーディングカンパニーとして、特定保健用食品のラインアップを強化している。血糖対策商品「食事のおともに食物繊維入り緑茶」、血圧対策商品「マリンペプチド」、体脂肪対策商品「ヘルシーリセッタ」に加えて、健康オイル「ヘルシーコレステ」に次ぐコレステロール対策商品が揃ったことになる。



きちんとキトサンビスケット

(2008年3月26日 日清オイリオグループ株式会社 プレスリリース)

日本製粉、生活習慣病が気になる人向け特定保健用食品「ナチュラルナ」など4品を発売

日本製粉は、4月1日、特定保健用食品として「ナチュラルナ」(3,150円/30袋)「キトサン明日葉青汁日和」(3,150円/30袋)「ペプチドオブサーデン」(5,250円/30袋)「じんわり香るあったかスープ」(2,835円/15袋)の4品を発売する。商品は、血糖値、血圧、血中コレステロール値など生活習慣病にかかわる指



標に訴求した品揃えとなっており、いずれも毎日続けられることを基本コンセプトに、生活に取り入れやすい商品設計となっている。

(2008年3月28日 日本製粉株式会社 プレスリリース)

SCIENCE NEWS

アサヒ、「植物性タンパク」の中から満腹感を長く持続する素材を発見

アサヒビール株式会社の「健康おいしさ研究所」は、植物由来のたんぱく素材の1種に満腹感を長く持続させる効果があることを発見し、3月26-29日開催の日本農芸化学会で発表する。同社による消費者調査から、「ダイエットを中止したくなる要因」として「空腹に耐えられないとき」56%、「口寂しさに耐えられないとき」46%が上位に挙げられており、「空腹感を克服」することが特に重要な要素であると考えられている。同研究所では、この「空腹感を克服」というテーマに対して、「満腹感を持続することができる素材」をテーマとし、様々な食品素材を探求してきた。今回の学会では、満腹感への寄与が大きい栄養素として特に「たんぱく質」に注目して行った研究結果を発表する。同社のラットを使った動物実験により、たんぱく素材を配合した飼料を与えると、標準飼料を与えたときに比べ、摂取量を15%以上低く抑える植物由来のたんぱく素材を発見したため、同社ではその素材を「満腹たんぱく」と命名した。また、同社では、一般人15人による実証試験も実施、「満腹たんぱく」を配合した試験食品を摂取した後は、対照食品摂取後と比べて有意に満腹度が高い状態が続いていることが分かり、これは「満腹たんぱく」により自覚的な満腹感が長く維持することを示しているとの見解を発表している。同社では、今後も「満腹たんぱく」のさまざまな応用を探っていく方針である。

(2008年3月24日 アサヒビール株式会社 プレスリリース)

伊藤園、TTCと共同でにんじん100%飲料摂取の摂取が肌の保湿に効果などを確認

株式会社伊藤園の中央研究所は、株式会社TTCとの共同研究で、にんじん100%飲料の摂取がコラーゲンやヒアルロン酸の産出促進に作用し、肌の保湿効果に有効であることを確認した。あわせて色素沈着を抑制する作用についても確認し、この研究成果の詳細を3月26日(水)に日本薬学会第128年回で発表した。今回の実験は、20歳以上39歳以下の健康な女性33名を対象に、β-カロテンを約13.2mg(200mlあたり)含むにんじん100%飲料とミネラルウォーターをそれぞれ1日400ml、9週間に渡って摂取させて行なった。肌の水分量を測定した結果、にんじん100%飲料摂取群の摂取前後での比較で優位な増加が見られた。アンケート結果から、「肌の乾燥」「肌のうるおい」「化粧もち」など美肌に関連する複数の項目でにんじん100%飲料摂取群のほうがミネラルウォーター摂取群より多く改善を実感していることを確認した。以上の結果からにんじん100%飲料の摂取により、肌にうるおいを与え肌への色素沈着を抑制して明るい肌を保つ美肌効果をもたらすことが期待されている。

(2008年3月27日 株式会社伊藤園 プレスリリース)

カゴメ、リコピンとビタミンEの組み合わせで美白効果とリコピンの吸収性向上を確認

カゴメ株式会社総合研究所は、細胞評価において、リコピンがシミやそばかすなどの色素沈着の原因となるメラニン生成を抑制する効果を持ち、さらにビタミンEと組み合わせることでその効果が高まることを

明らかにした。また、リコピンとビタミン E を組み合わせることで、リコピンの細胞への取組みも上昇することを明らかにした。以上のことから、リコピンとビタミン E を組み合わせることで美白効果及びリコピンの吸収性の向上が期待できる。同研究内容は、「リコピンと α-トコフェロールとの併用によるメラニン生成抑制効果」として第 107 回日本皮膚科学会総会にて発表する。

(2008 年 3 月 28 日 カゴメ株式会社 プレスリリース)

COMPANY NEWS

明治製菓、自社開発「GF2」入りチョコなど自主回収へ

明治製菓は、19 日「GF2」と呼ばれるオリゴ糖の一種を使用したチョコレートなど 16 品目を自主回収すると発表した。食品衛生法で定められている申請手続きを経ずに GF2 を使っていたため。同社は「安全性は確認しており健康被害の報告もない」と説明している。回収対象は、「GF2 チョコレート」「GF2 顆粒」「GF2 糖とたたかう甘藷青葉青汁」「ダイエット&コラーゲンバー」など。GF2 は明治製菓が開発した素材で、製造過程で使用する酵素は食品衛生法で厚生労働省への申請が義務付けられていた。

(2008 年 3 月 19 日 明治製菓株式会社プレスリリース)

MARKET NEWS

07 年度トクホ市場調査 10 年連続伸長。中性・体脂肪関連好調

日本健康・栄養食品協会は、07 年度の特定保健用食品(トクホ)の市場規模について、6,798 億円に上るとの推計値を公表した。推計値は、1997 年から隔年で行なっている調査の第 6 回目を基にしたもので、前回調査の 05 年度の 6,299 億円から金額で 499 億円、比率で 7.9%の増加となった。07 年 12 月末現在の表示許可、承認総数は 755 品目となっており、06 年 1 月～07 年 12 月の年間実質許可品目数は 186 品目あった。そのうち 07 年は 128 品目と過去最大を記録した。保健の用途別規模では、中性脂肪・体脂肪関連が 03 年度に驚異的な伸張を示し、07 年度も 05 年度比 182.4%の 1,606.6 億円と好調であった。トクホ市場調査を開始以来、10 年連続の市場拡大傾向が続いている。

(2008 年 3 月 財団法人 日本健康・栄養食品協会 HP)

コンビニ、スーパー各社、健康食品に注力

メタボリック症候群対策の一環として 4 月から特定健康診査、特定保健指導が義務付けられるのに合わせて、コンビニ各社から健康志向食品の発売が相次ぐ。業界最大手のセブン-イレブン・ジャパンは、4 月 1 日より黒豆や黒米を混ぜ、食物繊維が豊富に取れるおむすび「黒豆入りさつま芋のおむすび」「黒米入りしそひじきおむすび」2 種を投入。ファミリーマートでは「春カラダフェア」を開催、4 月は健康をテーマにした商品として発芽玄米を使用したおむすびを発売するとともに健康チェックができるゲームソフトなどが当たるキャンペーンを実施する。サークル K サックスでは、「カラダ快適、新生活フェア」と題し、特定保健用食品の飲料 30 本分の無料引換券や健康を題材としたゲームソフトなどが当たるフェアを開催する。



同社の既存ブランド「THINK BODY」からは、「バランス食堂 発芽米入り筍ご飯弁当」(500kcal/500円)、「豆乳プリン」(158円)などを発売、健康関連食品の品揃えを強化する。スーパー各社でも、専用売り場を設け、肥満防止に役立つ食品の販売を強化する。イトーヨーカドーでは、「健康フェア」を開催、カロリーが半分のジャム、黒酢など別々の売り場にあったカロリー、コレステロール、脂質控えめなどの50商品を集め、メタボ対策食品売場を設ける。サミットも主要店舗で4月上旬から、特定保健用食品、低カロリー食品を1ヶ所に集めた売り場を作る。東急ストアは、全店の3割にあたる27店で24品の特保飲料を専用コーナーで販売する。



(2008年3月19日 セブン-イレブンジャパン、24日 ファミリーマート、25日 サークルKサンクス プレスリリース、29日 日本経済新聞)