

**HOT NEWS OF JAPANESE NUTRITION/HEALTH INDUSTRY****March.16-31, 2009**

「カロリーゼロ」「ノンカロリー」「ローカロリー」「脂肪ゼロ」の新商品が多い中、ビーエイチエヌから食欲抑制効果を有する素材「酵母ペプチド DNF-10」が発売された。同社では「アンチハングリー」を訴求する次世代ダイエット素材として積極的な販売を行っていく。

同ポジションの素材では、Kemin 社の Slendesta、DSM 社の Fabuless、Lipid Nutrition 社の Pinno Thin などがあるが、既に欧米市場での展開が進んでいる。

GNG では、Weight Loss 原料をメカニズムにより「代謝促進」「吸収阻害」「徐脂肪体重増加」「満腹感 (Satiety)」の4つのカテゴリーに分類、整理している。これらの原料は「満腹感」カテゴリーに含まれる。先般発売したレポート『ウエイトマネジメント分野におけるトレンドと戦略』にも、欧米の成功事例や失敗事例がケーススタディとして掲載されている。2005 年には満腹感訴求原料の市場規模(金額ベース)が米国の10分の1程度しかなかったヨーロッパで、2006年頃から満腹感訴求の新商品発売が活発になった。米国のようにサプリメント中心ではなく、飲料、乳製品、ベーカリーなど一般食品での応用がほとんどである。深刻な肥満の問題を抱える消費者ではなく、『健康な肥満傾向の消費者』をターゲットにした事が市場を顕在化したと分析されている。

日本に Slendesta や Fabuless が紹介されて既に数年を経ているが、現在このカテゴリーの市場が顕在化しているとは必ずしも言えない。有効量当たりのコストや物性(加工適性)にもよるが、米国スタイルを目指すのか、欧州スタイルを目指すのか、或いは日本独自のスタイルが生まれるのか、大変興味深い。

**NEW PRODUCTS****AGF、脂肪の吸収を抑えるコーヒー豆マンノオリゴ糖を配合した缶コーヒー「ブレンディ プラス」(特定保健用食品)を新発売**

AGF(味の素ゼネラルフーズ株式会社)は、特定保健用食品の缶コーヒー「ブレンディ プラス」を4月14日に新発売する。

「ブレンディプラス」は、脂肪の吸収を抑えるコーヒー豆マンノオリゴ糖を配合しており、体脂肪が気になる人に適したコーヒー飲料だ。1本(185g)当たりコーヒー豆マンノオリゴ糖を3,000mg配合しており、1日に1本を目安とする。同成分を配合した「ブレンディプラス」にはすでにペットボトル、インスタントタイプも発売しており、好みに合わせてタイプが選べる。

(3月16日 味の素ゼネラルフーズ株式会社 プレスリリース)



## エスエス製薬、L-カルニチンやコエンザイムQ10 を配合した清涼飲料水「快善生活メタボーイ」を発売

エスエス製薬は、3月23日より「快善生活メタボーイ」(清涼飲料水)を全国のコンビニエンスストア、スーパーなどで発売開始した。同製品は現代人の健康に着目し、L-カルニチン、コエンザイムQ10をはじめとする運動サポート系、ヘルシー系成分を配合している。1本(75mlボトル)でノンカロリーのレモン風味、希望小売価格280円(消費税込み)で販売されている。

(3月17日 クラシエフーズ プレスリリース)



## 明治乳業、脂肪ゼロタイプの「明治ゴクゴク脂肪0」ほか新発売

明治乳業は、3月30日より全国にて「明治ゴクゴク脂肪0」(1000ml)、また3月31日より全国にて「明治深みあじわい」(1000ml)を新発売する。

「明治ゴクゴク脂肪0」は、メタリックシンドロームへの関心やカロリー、脂肪分を抑えたいという消費者の意識に応えた製品だ。無脂肪乳でありながら、カルシウムを強化しており、コップ1杯半(300ml)で1日の基準値700mgのカルシウムを摂ることができる。

一方で、特濃タイプのカテゴリーも、牛乳がもつ健康感だけでなく濃厚な風味を楽しむことから、一定の市場を形成している。そこで北海道産の良質な生乳と乳原料を使用した特濃ミルク「明治深みあじわい」も同時発売する。まるやかで味わい深いコクと生乳のほのかな甘みを楽しむ。

(3月18日 明治乳業株式会社 ニュースリリース)



## アサヒフードアンドヘルスケア、カロリーゼロのカップゼリー「スリムアップエイド 0kcal スッキリスイーツ」を新発売

アサヒフードアンドヘルスケアは、ダイエットサポート食品「スリムアップエイド」より、カップ入りのゼリー「0kcal スッキリスイーツ」を発売する。「スリムアップエイド」は、「スリムアップスリム」シリーズの姉妹ブランドで、ダイエット中の食べたいという欲求に勝てない時に、カロリーコントロールの継続を応援するアイテムだ。今回カップ入りゼリーの第2段として、オレンジ&マンゴー味とピーチ&ライチ味の2種類を投入し、甘いものが好きな人のダイエットをサポートする。1カップ108gで、食物繊維1,000mg、植物性乳酸菌5mgも配合されている。

2種類の味が2個ずつの4個セットで希望小売価格680円(消費税別)。

(3月18日 アサヒフードアンドヘルスケア ニュースリリース)



### アサヒ飲料とカゴメ、野菜を使用した新タイプのスポーツドリンク「アサヒ&カゴメ Spo-Vege(スポベジ)」を発売

アサヒ飲料とカゴメは、共同開発による野菜を使用したスポーツドリンク「アサヒ&カゴメ Spo-Vege(スポベジ)」を4月7日より全国で発売開始する。また発売に先駆けて、同製品2本セットを1万名にプレゼントするWEB限定のサンプリングキャンペーン(3月29日終了)を行った。今日の健康トレンドと清涼飲料市場のトレンドを踏まえ、「野菜を使用したナチュラル派のスポーツドリンク」をコンセプトに、両社が互いの強みを生かした。広告には人気タレントの「吹石 一恵」を起用し、今後も両社間で共同販促を積極的に実施していく予定だ。

(3月19日 アサヒ飲料株式会社 ニュースリリース)



### コカ・コーラシステム、女性向けの「リアルゴールド カロリー1/3」を発売

コカ・コーラシステムは、エネルギー飲料「リアル」シリーズより、初の女性向け製品「リアルゴールド カロリー1/3」を発売する。同製品は、カロリーを18kcal/100mlと、従来品(56kcal/100ml)の1/3以下に抑えたほか、ポリフェノール、ローヤルゼリーや、ビタミンB2、ビタミンB6、ビタミンC、アミノ酸、など、健康や美容への意識が高い女性には嬉しい成分が多数含まれている。パッケージはラベル、キャップにピンクを採用しながら、「リアル」の象徴である雷のマークとゴールドカラーを残し、エネルギーチャージのイメージも表現。「カロリー1/3」「ベリーフレーバー」といった本製品の長を分かりやすく女性ターゲットに訴求している。広告には人気K-1選手「魔裟斗」を起用、店頭設置用に等身大のしゃべる人型POPを導入するなど販促活動も大々的に行う予定だ。希望小売価格120円(容量120ml)で、3月23日より全国で発売開始している。

(3月23日 コカ・コーラシステム ニュースリリース)



### 赤穂化成、汗に近いミネラルバランスのノンカロリー飲料を発売

赤穂化成は、汗に近いミネラルバランスで体を守るノンカロリー飲料「熱中対策水 レモン味」(容量500ml/税込価格147円)を、3月30日より全国のスーパー、ドラッグストアで販売開始する。昨年5月より販売している「熱中対策水」シリーズ第3弾となる。本製品は、あつさ対策に重要な水分と塩分を手軽に補給することが可能な飲料で、汗に近いミネラルバランスである、ナトリウム:カリウム:カルシウム=33:10:1を再現し、汗によって体内から失われた成分を補給する。塩分には同社の「天塩」が採用されている。

(3月24日 赤穂化成株式会社 ニュースリリース)



## アサヒビールグループ、植物性乳酸菌を使用した野菜ヨーグルトを発売

アサヒビールグループ会社でチルド飲料・デザートなどを製造販売する株式会社エルビーは、“生きて腸まで届く”植物性乳酸菌を使用した『おいしく野菜ヨーグルト』（75g/75g×3）を4月21日より、関東甲信越地区と東北地区、中部、近畿地区の1都2府23県で新発売する。同製品は、ニンジンを中心とした21種類の野菜と、アサヒビールグループが独自に選択した植物性乳酸菌「LbPI(エルビーピーエル)-4」を使用している。「LbPI-4」は、アサヒビール(株)とアサヒ飲料(株)商品開発研究所での耐性試験によって胃液や腸液に強く、生きて腸まで届く強い菌であることが確認されている。



(3月24日 赤穂化成株式会社 ニュースリリース)

## COMPANY NEWS

### 森下仁丹、コンタクトセンター業務を受託する子会社を設立

森下仁丹は、長年蓄積してきたコンタクトセンター業務のノウハウを活用し、健康食品の通信販売を主としたコンタクトセンター業務の受託事業を行う子会社を設立する。新会社は薬剤師・管理栄養士・栄養士などのプロスタッフを配置し、相談業務を含む健康関連ビジネスの展開を目指す。新子会社の商号は、「株式会社森下仁丹ヘルスコミュニケーションズ」、本社は大阪、事業開始は2009年4月を予定している。

(3月24日 森下仁丹株式会社 ニュースリリース)

## MARKET NEWS

### ビーエイチエヌ、新世代のダイエット素材「酵母ペプチド」を上市

ビーエイチエヌは、食欲抑制作用を訴求する新世代のダイエット素材「酵母ペプチドDNF-10」の発売を開始する。酵母ペプチドDNF-10の起源原料である酵母 *Saccharomyces cerevisiae* は、パンや清酒の製造で使われる酵母。この酵母を、タンパク分解酵素を用いて可溶化し、平均分子量10,000以下のものを分画して得られたのが酵母ペプチドDNF-10だ。酵母ペプチドに含まれる低分子ペプチドやCHP(Cyclo His-Pro)という成分が脳に働きかけ、食欲を抑制することが示唆されている。

実際の実験結果として、肥満の女子大生20人を対象とした試験では、食欲レベルを5段階評価したところ、食欲の低下傾向が見られ、4週間の継続摂取により平均1.68kgの体重減少、BMI、体脂肪量も低下することが確認された。

同社は、これまでの脂肪カット系、食事代替型などといったコンセプトとは異なる、新世代の「食欲抑制系(アンチハングリー)食品素材」として本製品を位置づけ、積極的な販売を行っていく。また、他のダイエットコンセプトの食品素材と組み合わせることで相乗効果も期待できるとしている。

原料は韓国のニューロタイト社が製造し、ヘルシーナビが輸入、ピーエイチエヌが販売。形状は粉末タイプで、サプリメントのほか、スープなど一般食品にも利用できる。

(3月27日 ピーエイチエヌ プレスリリース)

## RESEARCH NEWS

### 亀田製菓、植物性乳酸菌「K-2」の抗アレルギー効果を確認

亀田製菓株式会社は、新潟大学との共同研究を行い、植物性乳酸菌「K-2」(ラクトバチルス パラカゼイ K-2: 以下「K-2」菌)の抗アレルギー効果を動物とヒト試験によって確認した。花粉症に対するヒト試験では、花粉症状をもつ被験者13名に、花粉症の時期(2月～4月)に「K-2」菌100mgを毎日摂取してもらったところ、花粉の飛散に伴い症状の悪化は見られたが、「K-2」菌を摂取することで症状の悪化が抑えられたとのことだ。近年、日本国内ではアレルギー患者が増加しており、何らかのアレルギーをもつ患者数は国民の30%以上とされている。また増加する大腸ガン予防のために、腸内環境改善効果や抗変異原性効果が期待できる素材として、植物性乳酸菌が注目されてきた。同社では新規米関連ビジネス研究として、植物性乳酸菌の研究を2000年から開始し、植物性乳酸菌「K-1」の研究成果の発表を行うとともに、同乳酸菌を用いた商品や素材を販売していた。主な製品として「植物性乳酸菌ヨーグルト」「500g お米の乳酸菌で発酵した発芽玄米」などがある。

(3月24日 亀田製菓株式会社 ニュースリリース)

### カゴメ、ブロッコリースプラウトエキスが慢性肝障害を抑制することを確認

カゴメは、ブロッコリースプラウト(ブロッコリーの発芽物)から抽出したエキスに慢性肝障害を抑制する効果があることを、動物を用いた試験で確認した。ブロッコリー、キャベツなどアブラナ科野菜の摂取は、がんの発症率低下に寄与していることが疫学研究により示されている。そのうちブロッコリースプラウトはその有効成分であるスルフォラファングルコシノレート(SGS)により、解毒酵素・抗酸化酵素遺伝子を誘導することで、発がん物質などの有害物質の無毒化に関与していることが知られている。本研究結果では、慢性肝障害を誘導されたラットにブロッコリースプラウト由来のSGS含有飼料を自由摂取させたところ、有意な慢性肝障害の抑制作用が確認された。この結果からブロッコリースプラウトを摂取することで肝臓の解毒作用が高まり、肝臓を障害から守ることが期待できる。

(3月25日 カゴメ株式会社 ニュースリリース)