

HOT NEWS OF JAPANESE NUTRITION/HEALTH INDUSTRY

April 16-May 7, 2009

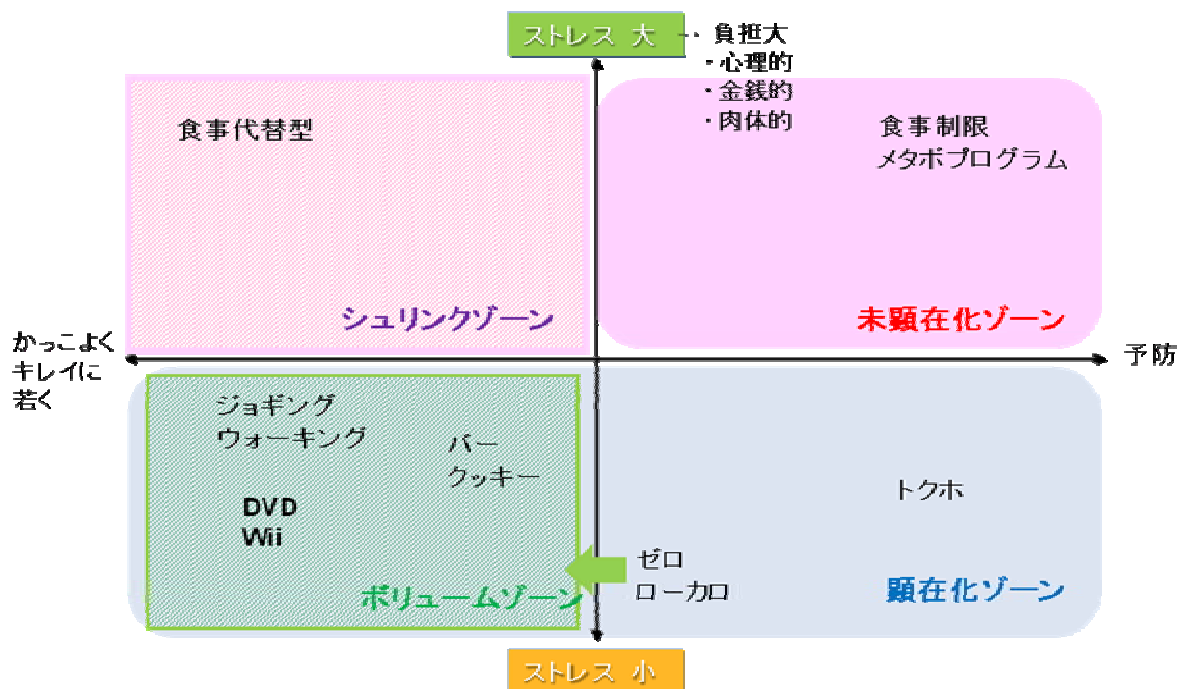
富士経済より発売された『アクティブ&ウェルネスフーズ市場の将来展望 2009』によると、市場全体はスポーツドリンク・機能性清涼飲料が06年から08年まで3年連続して売上減少しているために、その影響を受けてマイナス推移となっている。昨年4月からメタボ検診がスタートしアクティブ&ウェルネス特需が期待されたが、実際には大きな影響はなかったとの事である。

弊社では、2008年から現在に至るまでのメタボ・ダイエット関連のトピックスを整理し、分析をした。期待されながら未だ市場が顕在化していないカテゴリーがある一方で、本来とは異なるターゲット層に受け入れられ市場が形成、成長したカテゴリーもある事が整理できた。

昨年秋、首都圏の男女1,401名を対象に実施された、「気になる健康用語」を尋ねた調査結果によると、メタボというキーワードは一昨年の5位から10位に後退した。「内臓脂肪」、「中性脂肪」といった生活習慣病と直接関連づく言葉が減少する一方、美容や運動関連に人気に戻りつつある。美容をイメージさせる「体脂肪」「皮下脂肪」「かくれ肥満」や、運動系肥満解消用語の「有酸素運動」「基礎代謝」などが復活した(日経MJ2008年11月26日)。

仮説レベルではあるが、下記のような軸で整理すると上手く説明できそうである。

顧客視点のダイエット・メタボ市場 (仮説レベル)



© 2009 GLOBAL NUTRITION GROUP, INC.

NEW PRODUCTS

ノエビア、3種の味が楽しめる食事置換え型ダイエット食品「ノエビア ダイエットリゾット」を発売

株式会社ノエビアは、15日間1日1食を置き換えるだけで手軽にカロリーコントロールができる「ノエビア ダイエットリゾット」を4月25日より発売した。同製品は食事置換え型のダイエット製品で、和風(1食当たり78.0kcal)、中華(同77.2kcal)、カレー(同95.7kcal)の3食が5パックずつ入った15日間分のセットになっている。また、たんぱく質、ビタミン、ミネラルなど20種類の栄養素も入っており、ダイエット時に不足しがちな栄養バランスにもこだわっている。希望小売価格は1箱15パック入りで10,500円(税込)、訪問販売や通信販売での販売となる。(4月9日 株式会社ノエビア プレスリリース)



ポッカ、ミネラル補給飲料「ポッカ 1L用粉末タイプ 塩 JOY サマー」など発売

株式会社ポッカコーポレーションは、発汗時に失われるナトリウムと水分に注目し暑さ対策のためのミネラル補給飲料「ポッカ 1L用粉末タイプ 塩 JOY サマー(エンジョイサマー)」、「ポッカ 495PET 塩 JOY サマー(エンジョイサマー)」を発売する。2008年より販売する「暑さ対策」に特化した同製品シリーズのリニューアル、および粉末タイプの新規投入となる。粉末タイプは1袋が1L容量分で水に溶かすタイプ。飲料タイプは容量増量で凍結販売も可能になっている。両製品とも塩分濃度換算0.2%のナトリウムを配合。粉末タイプは1袋(20g)が5袋入って希望小売価格が575円(税抜)、4月27日(月)に販売開始、飲料タイプは495mlペットボトルで同140円(税抜)、5月25日より全国で発売開始となる。



(4月16日 株式会社ポッカコーポレーション プレスリリース)

アサヒ飲料、サプリメントウォーター「マルチビタミン1日分緊急補給! PET500ml」を発売

アサヒ飲料株式会社は、『アサヒ マルチビタミン1日分緊急補給! PET500ml』を、2009年5月5日(火)より全国で新発売する。同製品は、1日分のマルチビタミンのほか、シトルリンやミネラル(カリウム)を配合したサプリメントウォーターだ。マルチビタミンには、ビタミンC、ビタミンE、ビタミンB1、ビタミンB6、ナイアシンを配合した。グレープフルーツ味の500mlで希望小売価格は140円(税抜)。



(4月20日 アサヒ飲料株式会社 プレスリリース)

サントリー食品、4種類のハーブ素材を使用した「ブレンド茶 ハーバルクリア」を発売

サントリー食品株式会社は、「ブレンド茶 ハーバルクリア」を5月26日(火)から全国で発売する。

同製品は、大麦やハトムギなどの厳選した 28 種類の素材に、「ハニーブッシュ」「レモンバーム」「カモミール」「ローズヒップ」の 4 種類のハーブ素材をバランスよくブレンドしたドリンクだ。ハーブ由来の天然フラボノイドによる、キレのある爽やかな後味が特長となっている。500ml ペットボトルで希望小売価格は 140 円(税抜)。

(4 月 21 日 サントリー食品株式会社 ニュースリリース)



伊藤園、「引き締った味 カテキン緑茶」(特定保健用食品)リニューアル発売

株式会社伊藤園は、「LDL(悪玉)コレステロールを低下させる」という許可表示で、厚生労働省より表示許可を得た特定保健用食品「引き締った味 カテキン緑茶」をリニューアル発売する。同製品は昨年 3 月に発売開始したが、当時の許可表示は「コレステロールを低下させる」という内容だった。今回のリニューアルで表示を「LDL(悪玉)コレステロール」と切り替えることで、消費者に価値を分かりやすくしたのが狙い。同製品にはガレート型カテキンが 90%と高配合で含有されている。これは一般的な緑茶飲料に比べ約 2.5 倍の含有量である。

(4 月 23 日 株式会社伊藤園 ニュースリリース)



自然共生、アサイーエキスを 3,000mg 配合したコラーゲンドリンク「アサコラ」を発売

株式会社自然共生は、ブラジルアマゾンを生産とし、抗酸化力が非常に高いとされるスーパーフルーツ、アサイーベリーのエキス 3,000mg を配合したコラーゲン美容ドリンク「アサコラ」を発売開始した。アサイーは、ポリフェノール含有量が赤ワインの 10 倍、ブルーベリーの 5 倍と言われ、その他にもアミノ酸、ビタミン、ミネラルを豊富に含む。同製品ではアサイーベリーを日本で初めてエキス化することに成功し、低分子コラーゲン(豚由来) 10,000mg と配合した新しいタイプの美容ドリンクとなっている。その他の成分として、カムカム果汁、コラーゲンの吸収を良くするビタミン C、カシスエキス、ビタミン B など高配合している。販売は通販、基本価格は 10 本セットで 5,250 円(税込)、初回限定でお試し 3 本セット(1,470 円、税込)も購入できる。

(4 月 1 日 株式会社自然共生 リリース)



上島珈琲、女性向けに乳化オリゴ糖を配合した「UCC miss beauté」(特定保健用食品)を発売

UCC 上島珈琲は、腸内環境改善をサポートする特定保健用食品「UCC miss beauté」を 4 月 27 日より発売した。本製品は「カラダの中からキレイに」をコンセプトとした特保コーヒー。乳化オリゴ糖の働きにより、腸内環境の改善効果が期待できる。イメージキャラクターにモデルの押切もえさんを起用、20 代から 30 代の女性をターゲットとするなど、特保製品としては異例のブランド展開が見られる。300mlPET、希望小売価格は 168 円(税込)でド



ラッグストアを中心に販売する。

(4月24日 UCC 上島珈琲 ニュースリリース)

日本ミルクコミュニティ、宅配専用商品「アスタキサンチンパワー」を発売

日本ミルクコミュニティ株式会社は、「アスタキサンチンパワー」(100ml)を5月16日(土)から全国で宅配専用商品として新発売する。

本製品はアスタキサンチンを毎日手軽に摂取できる、トマト・にんじんベースの飲料。アスタキサンチンとは、藻由来のカロテノイド色素で様々な健康効果が知られるが、本製品で使用するのはヘマトコッカス藻由来のもので4mg配合されている。瓶装の宅配専用商品として全国のメグミルク販売店にて販売する。



(4月28日 日本ミルクコミュニティ株式会社 ニュースリリース)

COMPANY NEWS

味の素、カプシエイト類の1つである「ジヒドロカプシエイト」が米FDAからGRASを取得

味の素株式会社は、2009年3月9日、新規食品素材ジヒドロカプシエイトに関するGRAS (Generally Recognized As Safe:一般に安全と認められる食品)評価を米国FDAより取得した。ジヒドロカプシエイトは、カプシエイト類の1つで、エネルギー代謝を亢進させる作用があるとされており、米国の食品市場での利用において新規素材として新たなビジネス展開が期待されている。

日本国内では、辛みのない唐辛子から抽出した天然成分、「カプシエイト®」を使用したサプリメント製品が開発、販売されている。

(4月21日 味の素株式会社 プレスリリース)

日本水産、グループ全体の競争力向上へファインケミカル事業を拡大

日本水産株式会社は、2009年4月1日に日本化学飼料株式会社より事業譲渡を受け「北海道ファインケミカル株式会社」として事業を開始、また2009年3月26日には、タイユニオングループとの共同出資により新会社「TN Fine Chemicals Co. Ltd」を設立した。

両社共、ファインケミカル事業の生産拠点として同社保有の鹿島工場、つくば工場、境港工場と連携しながら事業の質的変革・量的拡大を担う。北海道ファインケミカル株式会社は、主として魚油貯蔵・機能性脂質製造等を、TN Fine Chemicals Co. Ltdはパートナーであるタイユニオングループの水産加工副産物を原料にファインケミカル素材の製造を行う。

この投資は、新TGL計画(中期経営計画:2006年度~2011年度)に沿って実施しており、機能性油脂事業での資源調達力と加工機能を強化するという戦略に基づき、グループ全体の競争力をさらに高めることを目的としている。

(4月24日 日本水産株式会社 プレスリリース)

キリン HD、豪ライオンネイサン社の完全子会社化に基本合意

キリンホールディングス株式会社と、同社が46.13%の株式を保有する連結子会社の豪ライオンネイサン社(以下、LN社)は、LN社株式のうち、同社未保有分287,786,220株(発行済株式総数の53.87%)の取得について、4月26日に基本合意した。これにより、LN社は同社の100%子会社となる。買付価格は1株につき11.5豪ドル(約799円)、総買収金額は、約33億豪ドル(約2,300億円)となった。

LN社は、オセアニアにおける2大ビールメーカーの一角を占めており、継続した成長と、安定的な事業収益確保を続ける優良企業である。今回、LN社を100%子会社化することで、同社が同地域で展開する乳事業および飲料事業とのグループシナジー創出を加速させると同時に、総売上高56億豪ドルを超えるオセアニアで最大規模の総合飲料食品グループによる新たなグループ経営を開始する。

(4月27日 キリンホールディングス ニュースリリース)

MARKET NEWS

富士経済、2008～9年のスポーツ関連食品・飲料市場調査結果を発表

富士経済より、スポーツサプリメントからダイエット食品まで、2008～9年のスポーツ関連食品・飲料市場の調査結果が発表された。

市場規模推移としては、2005年6,613億円、2008年見込みは5,832億円(前年比-3.91%)、09年予測は5,845億円(前年比+0.2%)。

アクティブ&ウェルネスフーズ市場¹は、半分近くを占めるスポーツドリンク・機能性清涼飲料の市場動向に大きく左右されるため、コカ・コーラシステム「アクエリアス」、大塚製薬「ポカリスエット」のビッグブランドの動向や09年プロテインドリンク市場に参入したサントリー「プロテインウォーター」の動向が注目される。総合的にはスポーツドリンク・機能性清涼飲料が06年から08年まで3年連続で縮小しているためにその影響を受けてマイナス推移となった。しかし、本格的なスポーツ目的の明治乳業「スーパーヴァーム」のヒットに伺えるように、今後は確かな効果を体感できる商品が市場に大きな影響を与えていくと考えられる。

この分野で年々高い伸びを見せているのは、ニュートリションバーである。2006年に大塚製薬が大豆とフルーツの「SOYJOY」を発売し積極的な拡販を展開して大ヒットとなり、結果的にバー菓子の売場自体が拡大するという相乗効果をもたらした。

2009年予測としては、プロテインドリンク活性化が見込まれている(前年比27倍 52億円)。サントリーの新商品でプロテイン再認識が進むと見込まれる。

本調査結果は報告書「アクティブ&ウェルネスフーズ市場の将来展望 2009」にまとめられている。

1:スポーツサプリメントを中心にダイエット食品も含む「運動前」「運動中」「運動後」などスポーツと関連する食品と飲料の総称

(4月23日 富士経済調査データより)

キューピー、20～69歳単身者の食に関する意識調査結果を発表

キューピー株式会社は、20～69歳の単身者1,100人を対象とした、食スタイル、食ニーズに関する意識調査を行った。本調査は主に中食(市販の弁当、惣菜)の利用に関して消費者の行動、意識を調査したもの。調査結果によると、単身者の食生活において全体の約65%が中食(市販の弁当、惣菜)を週1回以上利用しており、中食が単身者に浸透していることが分かった。中食を利用する理由としては、「簡便性」と珍しい食材や新しい食べ方が試すことができる「メニューの幅広さ」の2点が多く見られた。また、女性40代以上では、市販の惣菜を「手持ちの食器に移し変える」「調味料を使って味を調える」「野菜をつけ合わせる」など、ひと工夫している割合が高く、内食にうまく取り入れていることが分かった。中食としてよく利用されているのは、「弁当」「おにぎり」「パン、サンドイッチ」「揚げもの」「サラダ」が挙げられている。中食に対する要望として一番多かったのが、添加物が入っていないもの、国産、無農薬などにこだわったものなど「安全・安心」な食べ物を要求する声が多く挙げられている。その次には「容量」、健康によい素材やカロリーなど「健康」にこだわった製品を求め声も多かった。

(5月1日 キューピー株式会社ニュースリリース)

RESEARCH NEWS

カルピス、Lactobacillus helveticus 発酵乳の摂取がヒト皮膚の角層水分量を増加させることを確認

カルピス株式会社、健康・機能性食品開発研究所は、独自の乳酸菌 Lactobacillus helveticus CM4 株を用いて調製した発酵乳配合飲料の摂取が、ヒト皮膚の角層水分量を増加させることを確認した。同社ではこれまでも「カルピス酸乳」の生理機能研究を続けており、血圧降下作用などを実証している。しかし、発酵乳の皮膚への有用性に関する報告はまだ少なく、不明な点も多かったため、今回ヒト飲用試験を実施し、カルピス酸乳から単離された乳酸菌 Lactobacillus helveticus CM4 株を用いて調製した発酵乳(以下、LH 発酵乳)を配合した飲料の摂取が、皮膚に及ぼす影響を検証した。本試験では、皮膚の状態が季節的に変化することを考慮し、10月～12月および2月～4月に分けて行い、夕食後に水摂取のグループと、LH 発酵乳摂取のグループにおいて8週間後の角質水分量を調査した。その結果、両期間において発酵乳摂取グループに有意な角質水分量増加が見られた。同社は LH 発酵乳が肌に“うるおい”を与える食品として有用であると考え、今後も機能性研究を進めていく。

(4月27日 カルピス株式会社 ニュースリリース)