

## HOT NEWS OF JAPANESE NUTRITION/HEALTH INDUSTRY

APRIL 1-15, 2005

健康食品の広告・販売に対する取締りが厳しくなっている中、経済産業省は、3月31日付けで、通信販売でダイエット商品を販売していたサッポロ製薬に対して、特定商取引法違反で3ヶ月の業務停止処分を命じた。特定商取引法は、通信販売、訪問販売、連鎖販売取引などの六業態を規制する。同法は、昨年11月に改正され、勧誘や広告の取締りが更に強化された。広告で表示しているダイエット効果に関して、それを実証する十分な根拠がサッポロ製薬によって示されなかったため、経済産業省は、改正特定商取引法第12条の2(不実証広告規制)を初めて適用し、「改善指導」ではなく、一発「業務停止」という重い処分を下した。健康増進法の制定、景品表示法の改正、そして特定商取引法の改正、と消費者保護を重視する法整備が進められている。健康食品業界にとっては、消費者へのメッセージ伝達が更に難しくなっていく。

今年2月末から人気が過熱しているβ-リポ酸だが、早くも供給過多に陥っているようだ。2月後半に健康TV番組でβ-リポ酸が報道された直後は、一時的に店舗からβ-リポ酸商品が消え、各社、原料確保に奔走した。しかし1ヶ月も経たないうちに、店舗にはβ-リポ酸商品が潤沢に見られるようになり、このブームはほんの一瞬にして終わりを遂げる可能性も見られ始めている。

### **NEW PRODUCTS**

#### **キリンウェルフーズ ダイエット食品「リエータ」をリニューアル 食物繊維配合で摂取時の満足感向上**

キリンウェルフーズは、食事代替型ダイエット食品「リエータ」をリニューアルし、4月15日より全国のドラッグストア・薬局・薬店・キリンウェルフーズホームページで発売する。リニューアル商品の主な特長は、まず従来の「リエータ」よりもグルコマンナンなど食物繊維を配合して摂取時の満足感をUPしたこと。次に味覚テストを重ねて多くの女性に満足してもらえる味味を実現したこと。そして厚生労働省が策定した「日本人の食事摂取基準(2005年版)」に基づいて、



栄養成分の配合やバランスをさらに工夫したことなどである。新しくなった「リエータ」は1食(1袋)当たり約169kcalの設計で、1日に必要な栄養素(たんぱく質、ビタミン、ミネラル、食物繊維など)の約1/3をバランスよく配合。食事量の減少に伴うビタミン・ミネラル不足をカバーし、効率よくダイエットを行うのに必要なたんぱく質などを補う。また、美容やダイエットに必要なビタミンB群は、1日分を配合している。(キリンウェルフーズプレスリリース 4月6日)

### 日清ファルマ 高濃度水溶化コエンザイムQ10のハードカプセルサプリメントを発売

日清ファルマは、高濃度水溶化コエンザイムQ10を使用したサプリメント「水溶化Q10ハードカプセル」を、4月20日より、通信販売にて新発売する。今までのCoQ10は、摂取される人の体質や食事の内容により吸収力が影響を受けやすい傾向があった。「水溶化Q10ハードカプセル」では、カプセル皮膜の溶解時間が短いハードカプセルとし、食事の影響を受けにくく安定的に吸収される高濃度水溶化Q10を採用することで、この問題をクリアした。(日清ファルマプレスリリース <http://www.nisshin.com/company/release/details/050414.html> 4月14日)

### 常盤薬品、ローソンと共同開発の女性のレグラインサポートの清涼飲料「ビューパワー メリロート」を発売

常盤薬品工業とローソンは、天然ハーブエキス“メリロート”を配合した清涼飲料水『ビューパワーメリロート』を共同開発し、4月26日より全国のローソンで一斉に発売する。ヨーロッパでレグラインや足のたるさ対策のハーブとして定着している「メリロート」を主成分に、女性の悩み解消をサポートする。これまで「メリロート」は匂いがあり、ドリンクにするのは難しいとされていたが、特殊処理をする事で安定して高配合することに成功した。(常盤薬品プレスリリース 4月15日)



## TECHNOLOGY UPDATES

### レチノールを微小カプセル化、シワ対策の強力コスメ、ロート製薬が6月にも発売へ

ロート製薬とLTT バイオファーマは、レチノールの皮膚への浸透量を20倍に高めるカプセル化技術を共同開発した。ナノサイズの固形カプセルにレチノールを封じ込めたのは世界初の技術。この技術を生かしたレチノール配合コスメを、ロート製薬が6月にも発売する。レチノールコスメはシワ対策コスメとして一時大ブームになったが、刺激により皮膚が赤くなる、レチノールの安定化が難しいことから最近製品数が大幅に減っていた。今回のカプセル化技術を使うと従来の弱点がなくなり、有効性も高まる。このため、レチノールが再びアンチエイジングコスメの主流に躍り出る可能性が高まった。ロート製薬は、同技術を使ったコスメ「オバジ パーフェクトリフトAA (Obagi Perfect Lift AA)」を6月にも発売する予定。(日経 FOOD・SCIENCE 4月8日)

### 米UCLA、湧永、熟成ニンニク抽出液 1年間摂取が冠動脈のプラーク蓄積を抑制

米UCLA-Harbor医学センターのM.J.Budoff准教授らは、熟成ニンニク抽出液(AGE)の摂取が、アテローム性動脈硬化症の進展を遅らせることを、23人の患者を対象とした無作為比較・二重盲検比較試験で見出した。23人のうち試験を完了した19人という少人数の試験ながら、統計的有意差をもって効果を確認できたことから、250人規模に拡大した試験を行うべく、NIHに研究費を申請したことを明らかにした。この成果は米Washington D.C.のGeorgetown大学で開かれている第4回ニンニク国際会議「Significance of Garlic and its Constituents in Cancer and Cardiovascular Disease」で2005年4月10日に発表された。(日経 FOOD・SCIENCE 4月11日)

## COMPANY NEWS

### キリンウェルフーズ ダイエットサポートのコミュニティサイト「LietaCafe」をリニューアルオープン

キリンウェルフーズは、メイプル及びNTTデータと共同開発で、ダイエット食品「リエータ」ユーザー向けの女性専用サイト「Lieta Cafe」(www.lieta-cafe.com)を、ブログを使ったコミュニティサイトとして4月12日よりリニューアルオープンする。情報発信だけでなく、ダイエット仲間が作れる環境を提供し、仲間同士の交流によるダイエット生活の向上のサポートや専属の栄養管理栄養士や料理研究家からのアドバイスなどにより、リエータユーザーのサポートを強化する。(NTTデータプレスリリース

<http://www.nttdata.co.jp/release/2005/041200.html> 4月12日)

### 大栄トレーディング サプリメントオーダーメイドショップ開設

大栄トレーディングは4月1日、京王百貨店新宿店8階に、サプリメントオーダーメイドショップ『OSOM(オーソム)』をオープンした。『OSOM』とは、Original Supplement Order Maidの頭文字が由来。店舗には、コラーゲンやウコン、シルク、真珠など美容訴求素材が30種類以上、雲南田七人參や大麦若葉、アガリクス、コンドロイチン+グルコサミンなど健康維持訴求素材は50種類以上を揃え、すべて量り売りする。販売は栄養士2人が担当し、サプリメントに関する相談に対応。年内には店舗規模拡大も視野に入れている。(健康産業新聞 4月13日)

### 食品・飲料分野 6社共同で「食物せんいプロジェクト」を始動

アサヒ飲料、アサヒフードアンドヘルスケア、敷島製パン、日本製粉、ロツテ、ロート製薬の6社は共同で、「食物せんいプロジェクト」をスタートする。食物繊維の1日当たりの推奨摂取量は20~27g(20歳~49歳)だが、実際の平均摂取量は14.2gで、一日に6g以上もの食物繊維が不足している。「食物せんいプロジェクト」の参加企業6社は、多忙な現代人が日常生活の中で不足している「6g以上」の食物繊維を色々な製品から無理なくバランスよく摂取できるよう、共同で食物繊維入りの商品を展開し、5月18日「ファイバーの日」を中心にプロモーションを行う。また、各社の製品パッケージには、食物繊維を「6g以上」含有していることを認識しやすいように、共通ロゴマークを表記する。(アサヒ飲料プレスリリース

[http://www.asahiinryo.co.jp/newsrelease/topics/pick\\_0420.html](http://www.asahiinryo.co.jp/newsrelease/topics/pick_0420.html) 4月14日)

### キリンウェルフーズ 通販を強化

キリンビール子会社で健康食品の製造・販売を手掛けるキリンウェルフーズは、通信販売をテコ入れする。2005年中に購買履歴などを記録・分析できる顧客管理システムを整備するほか、通販専用商品も開発する。(日経産業新聞 4月14日)

## MLM COMPANY NEWS

### タヒチアンノニ 福岡と名古屋にカフェオープン

タヒチアンノニインターナショナル日本支社は、4月21日新宿にある「タヒチアンノニカフェ」をリニューアルオープンする。また、同25日には福岡・博多にカフェ第2号店をオープン、名古屋には年内にカフェをオープ

ンする。フィル・ウェルチ日本支社長によると、「タヒチ色やヘルシーなイメージを強め」、「ブランドイメージを統一することで、どの店舗へ行っても同じ感覚で利用できるようにする」と言う。日本支社では、カフェ展開を今期の重点戦略と位置づけており、カフェによる一般消費者への PR とディストリビューター支援を進める構えである。(訪販ニュース 4月7日号)

### 日本アムウェイ 健康食品が売上全体の 35%に

日本アムウェイは、2004年9月から12月までの4ヶ月間の変則決算の概要を発表した。売上高(ディストリビューターへの卸ベース)は384億9500万円と前年同期を僅かに上回った。当事業年度のテーマを前年度と同様に「Growing Beautiful Together(ともに美しい明日へ)」として栄養補給食品と化粧品に注力したことにより、栄養補給食品が売上全体の35.0%を占めて最も多く、パーソナルケア製品が32.8%でこれに次いだ。更新ディストリビューター数は約69万組、買うだけクラブメンバーの数は約34万組となった。(訪販ニュース 4月14日号)

### ネイチャーケア・ジャパン 若手の獲得が課題

ネイチャーケア・ジャパンが現在抱えている問題は、老舗の MLM 他社と同様で、会員の高齢化、販売組織のビジネス意欲の低下(営業力の低下)、売上の伸び悩みの三点である。ネイチャーケアの売上高は、最盛期の1980年代の半分以下の80億円前後で推移している。会員数は減少傾向にあるため、売上高の現状維持も難しい状況に陥る可能性が強い。こうした背景を受けて、新マーケティングプランを採用し、販売組織の抜本的な改革を図り、ビジネス会員の増加、特に若手会員の獲得を狙う。(訪販ニュース 4月14日号)

### FLP ジャパン 「フォーエバーダイエツククリーン&リーン」を戦略商品に

FLP ジャパンは、3月29日に開催した「FLP アワードフェスタ」、翌30日に開催した「スペシャルセッション」で、新商品「フォーエバーダイエツククリーン&リーン」を戦略商品として前面に打ち出した。同商品(セット)には、既存の3商品「アロエベラジュース」「ビーポーレン」「ビープロポリス」と新商品2アイテムから構成される。新商品の「アクティブバイオティック」はピフィズス菌や乳酸菌など6種類の有用菌をカプセル化したもので、もう1商品「フォーエバーライトウルトラ」は乳清タンパクを主原料とし、ビタミン・ミネラルを含む。同プログラムの特徴は、パートナー(夫婦、親子、恋人、友人同士)を組んで励ましあう取り組みを推奨していることである。(訪販ニュース 4月14日号)

### ニューウェイズ ダイエット商品を近日発売

ニューウェイズジャパンインクは、近く、不飽和脂肪酸のリノール酸などを配合したダイエット食品「プロマス」を発売するという。(訪販ニュース 4月14日号)

## REGULATORY NEWS

### 経産省がサッポロ製薬に3ヶ月間の業務停止命令

経済産業省は、「奥様美容で酢BT」を通信販売しているサッポロ製薬に対して、3月31日、特定商取引法違

反(虚偽・誇大広告、広告表示義務違反)を認定し、3ヶ月間の業務停止を命じた。サッポロ製菓は、全国で配布した約500万部の新聞折込み広告で、「食後に飲むだけで健康的に痩せられる」、「『痩せる喜び』を、あなたも実感して下さい!!」、「毎日続けて、理想的なダイエットを。リバウンドも防ぎ、毎日きちんと食べてもう太らない!!」、「とにかく痩せます!!」といった広告表示を行なった。経産省は、この広告で表示された痩身効果に対して、合理的な根拠を示す資料の提出を求めたが、サッポロ製菓が提出した資料には合理的な根拠がないと判断し、今回の措置が命じられた。(経済産業省

<http://www.meti.go.jp/press/20050401001/050401sapporo.pdf> 4月1日)

#### **国立健康・栄養研究所 特保の科学根拠を一般公開**

国立健康・栄養研究所は4月11日から、特定保健用食品の許可の根拠を製品ごとにまとめたデータベース「『健康食品』の安全性・有効性情報」(<http://hfnet.nih.go.jp/main.php>)の一般公開を始めた。製品化の際に行われた臨床試験や関連する研究の出典を提示している。(日経サブリ&機能性食品 4月14日)