

## HOT NEWS OF JAPANESE NUTRITION/HEALTH INDUSTRY

### AUGUST 1-15, 2005

厚生労働省は、7月25日および8月1日に新たに23品目の特定保健用食品の表示を許可した。内訳を見ると、血圧対応8品、コレステロール低減6品、血糖対応5品、整腸3品、虫歯対応1品であった。今回の特徴のひとつは血圧対応が多いことであるが、商品開発の方向性に疑問を持たざるを得ない。

2003年の特定保健用食品の市場規模は約5,700億円であり、その中で血圧対応商品の割合は1.6%、およそ88億円であった(日本健康栄養食品協会)。2004年の血圧対応特保の売上規模は約10%減少の80億円と推定される(HSC ジャパン)。関与成分には、ラクトリペプチド、杜仲茶配糖体、サーディンペプチド、ガゼインペプチド、かつお節ペプチド、GABAがある。2004年11月には酢酸で初めての特保が、2005年3月にはノリペプチドが許可され、更に今回、ゴマペプチドである。現在も血圧対応の特定保健用食品は伸び悩んでおり、販売中止に追い込まれた商品も少なくない。日本人の4人に1人にあたる約3,100万人が高血圧傾向であると言われている(2002年国民栄養調査)為、潜在市場が大きいと思われ期待されている市場であるが、成功している商品は必ずしも多いとは言えない。この原因は消費者の意識によるものと思われる。実際に通院している高血圧症と呼ばれる患者数は約600万人であるが、この人達は特保のターゲットではない。残りの2,500万人がターゲットでありこれは日本人の1/5に相当する。しかしこの層は血圧だけに問題がある例は少なく、多くは肥満、高コレステロール、高血糖などの問題も抱える生活習慣病予備軍でもある。

血圧対応市場はニッチな上、競争が激しいがアミールSはその中で約7割と言う圧倒的なシェアを誇っている。この理由は血圧対応の特保市場を創造したブランドであり、「血圧＝アミール」というイメージが消費者に浸透している為であろう(実際には血圧対応では2番目の特保)。しかしそのアミールSも2002年を境に毎年売上を落としており、2004年は最盛期から約4割も売上を落としている。アミールSの売上がダウンし始めた2003年には何が起きたのであろうか？我々はアミールS売上ダウンの最大の原因は花王ヘルシアの発売であると考えている。アミールSもヘルシアも生活習慣病予備軍をターゲットにしており、中高年の男性がコアターゲットである。同じ「健康に良い」と言われる商品であれば、消費者は血圧よりも体脂肪、酸味のある飲料よりは緑茶飲料を選んだのであろう。その後ヘルシアは短期間で売上を400億円(アミールSの最盛期の売上の4倍)まで拡大した。「体脂肪が気になる方へ」というメッセージが「血圧が高めの方へ」よりも消費者にとっては魅力的であり、代替可能なベネフィットだったのであろう。あらゆる生活習慣病の入り口が「肥満」であり、ターゲットである中高年男性の琴線に触れるキーワードが「体脂肪」だったのであろう。市場のセグメンテーションは厚生労働省が作った特保のカテゴリーとは異なり、カテゴリー毎に特有の潜在顧客がいるわけではないと言う絶好の事例であろう。

特保開発には膨大な費用と時間が必要である。それにも拘らず「誰」に売るのが明確でないまま商品が開発され、狭くて競争の激しい市場へ参入する企業が増えてきているように思われる。食品や医薬品では優れた商品開発、マーケティングを行っている優良企業が、「健康」食品に関しては目を覆いたくなるような失敗をしている例は少なくない。厚生労働省の作った枠組みに囚われず、消費者のウォンツやマインドを理解し、STP(セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング)というマーケティングの基本中の基本に基づいた商品を開発する事が重要だと思う。

## NEW PRODUCTS

### サッポロビール、機能性スープ「大麦のスープ～低GI設計～」で食品事業に参入

サッポロビール株式会社では、「大麦のスープ～低GI設計～」チリビーンズスープ、きのこチキンのスープ、スープカレーの3品種を、8月29日に首都圏1都3県で発売する。サッポロビールならではの強みを活かした独自の食品事業を展開するため、本年3月に食品事業部を新設し、本商品は、その食品事業部発足後の第一弾商品となる。大麦に含ま



れる食物繊維は、食物に入っている糖質や脂質などの吸収が穏やかで脂肪が蓄積されにくく、血糖値やコレステロール値を下げ生活習慣病の改善に効果があるとされている。また、同商品では、世界でも最大級の水溶性食物繊維(β-グルカン)含有量を誇る「厳選大麦」品種を当社が独占的に使用した。おいしさに加えて、「安全」「安心」「健康」の意識が高い昨今のお客様に、十分ご満足いただけるものと考えている。(8月3日 サッポロビールプレスリリース)

### 資生堂、美容と健康に効果のサプリメント「資生堂 サプレックス α-リポ酸」を発売

資生堂は、2005年4月に「H&BC(ヘルス&ビューティケア)事業部」を設立し、からの内側からの新しい美しさを提案する「生命美(バイタルビューティー)」をテーマに成長著しい健康食品事業への取り組みを強化している。その第1弾商品として「資生堂 サプレックス α-リポ酸」を9月21日より、日本国内の主要デパートと化粧品専門店の約3,000店で発売する。発売後1年間の店頭売上は、約15億円を計画。(8月4日 資生堂プレスリリース)



### 日清ファルマ、タブレット状のマルチサプリメント「マルチV.m.Q10」を発売

日清ファルマ株式会社は、12種類のビタミンと5種類のミネラルに、話題のCoQ10を配合したマルチサプリメント「マルチV.m.Q10」を9月1日より関東1都6県で新発売する。「マルチV.m.Q10」は、ビタミンA・B群・C・D・Eなど12種類のビタミンと、カルシウム・鉄・マグネシウムなど5種類のミネラルに、CoQ10を配合したタブレット状のサプリメントで、一日たった5粒で、健康づくりに大切な12種類のビタミンを100%、不足しがちなミネラル5種を30%以上、加えて一日の摂取量の目安とされるCoQ10(30mg)を補給することができる。また、水溶性CoQ10を原料に使用しているため、食後、空腹時でも時間を選ばずいつ摂取しても速やかに溶け、吸収される。(8月5日 日清ファルマプレスリリース)

### ファンケル、青汁に大豆を配合した「青汁粉末 大豆ミックス ツイントース配合」を発売

株式会社ファンケルでは、飲みやすさと栄養成分の吸収にこだわった青汁に、大豆を配合し「ケール」と「大豆」の2つの優れた栄養素をおいしく手軽に摂れる「青汁粉末 大豆ミックス ツイントース配合」を8月19日より通信販売、直営店舗にて新発売する。同商品は、青汁をよりおいしく飲みたい方のためにケールの青臭さ、苦味を大豆のうまみとまろやかさで飲みやすくし、注目の成分でもあるイソフラボン等の大豆の豊富な栄養も補給できる。さらに、ファンケル独自の成分ツイントースを配合することにより、カルシウムをは



じめとするミネラルの吸収を高めるのはもちろん、女性におすすめの栄養素であるイソフラボンの働きもしっかりサポートする。(8月11日 ファンケルプレスリリース)

### カルピス、糖の吸収をおだやかにする血糖値対応飲料「健茶王」緑茶を発売

カルピス株式会社は、「血糖値が気になる方に」適した特定保健用食品の健康茶「健茶王」緑茶を9月12日より全国で新発売する。カルピスは、2002年9月、「血糖値が気になる方に」適した特定保健用食品として烏龍茶ベースの「健茶王」を発売し、血糖値対応飲料市場でシェア2位を確保している。このたび、緑茶市場が伸長していること、緑茶が食中にもっとも多く飲用されていることから、従来の烏龍茶ベースの「健茶王」に加え、新しい風味の「健茶王」緑茶を新発売する。(8月11日 カルピスプレスリリース)



## TECHNOLOGY UPDATES

### カゴメ、トマトジュース飲用による運動疲労軽減作用を示唆

カゴメ株式会社総合研究所は国際医療福祉大学との共同研究により、運動の合間のトマトジュース飲用が、運動後の疲労を軽減する可能性があることを明らかにした。クエン酸摂取による乳酸代謝促進の報告があるが、トマトジュースに含まれるクエン酸量は、それよりも少ない量であるため、クエン酸以外の成分が関与していると考えられる。今後、他のバイオマーカーの測定を行い、有効成分や詳細なメカニズムについて検討を行っていく。本研究内容は第13回日本運動生理学会(7月30日～31日)において発表した。(7月29日 カゴメプレスリリース)

## COMPANY NEWS

### 三菱ガス化学、新潟工場にプラント新設でコエンザイムQ10の製造能力を年産70トンに増強

三菱ガス化学株式会社は、コエンザイムQ10の製造能力を増強することとした。新潟工場(新潟市)において、年産40トンのプラントを新設することで、既存プラントと併せた生産能力を年産70トンに引き上げるもので、2006年中の完工を目指している。また、急速な需要増大に対応するため、今回予定している増強に加えて、更に第二期工事として同規模の設備増強を行うことも視野に入れている。(8月4日 三菱ガス化学プレスリリース)

### ファンケル、第1四半期連結経常利益が294%増に

ファンケルは2006年3月期第1四半期業績を発表、連結経常利益33億円で前年同期比293.9%増となった。当四半期の売上は229億6000万円で前年比9.6%増、営業利益32億8700万円で同281.2%増、純利益は18億7700万円で同785.3%増だった。収益性が改善した背景には、前年同期に8億4300万円の営業損失が発生していたカタログ通販の「いいもの王国」や青汁事業などの「その他事業」が1800万円の黒字に転換したことが上げられる。通販の総売り上げは140億5600万円で、その内化粧品が59億5700万円で

前年同期比 6.9%増、栄養補助食品が 44 億 7500 万円で同 16.3%増だった。(8 月 4 日 / 11 日 日本流通産業新聞)

## FOSHU NEWS

### 特定保健用食品許可商品数 534 品目へ、サントリーはゴマペプチドで特保取得

厚生労働省は、7 月 25 日および 8 月 1 日に 23 品目の特定保健用食品の表示を許可し、特定保健用食品の総数は 534 品目になった。サントリーは、血圧の高めな方に効果のあるゴマペプチドを関与成分とする初めての特保商品「ゴマペプチ茶」(清涼飲料水)で許可を取得した。(8 月 1 日 厚生労働省)