

HOT NEWS OF JAPANESE NUTRITION/HEALTH INDUSTRY NOVEMBER 1-15, 2005

FLPジャパンの新商品『アクティブプロバイオティック』に使用されている腸まで届く乳酸菌のマイクロカプセルは森下仁丹の技術である。日本発の技術が米国企業に採用され、日本に逆輸入された形である。米国ではプロバイオ市場はこれから成長が期待されているカテゴリーであるが、その市場で日本の技術が採用された事は注目に値する。一方、日本の特保は海外からも注目されており、技術移転も始まっている。今年の6月にはカルピスのアミールペプチドがユニリーバ社に採用され、ポルトガルを皮切りにヨーロッパ各国でテストマーケティングが開始されている。欧米市場は成熟しており、コモディティ化が進んでおり、激しい価格競争が繰り広げられている。その中で日本の技術は独自性を発揮し、差別化しやすい為、海外企業も興味を示すのであろう。今後も日本の技術を導入する海外企業は増えるであろう。

NEW PRODUCTS

コカ・コーラ、CoQ10 入りドリンクの販売を全国のセブンイレブンに拡大

コカ・コーラシステムは、9月21日より1都3県のセブンイレブンで先行販売を開始していた「the Wellness FROM Coca-Cola コエンザイムQ10」の販売地域を、全国のセブンイレブン10,981店舗(9月末時点)へ11月9日より拡大する。同商品(100mL)は、コエンザイムQ10を60mgおよびビタミンCを100mgを配合した「飲むサプリメント」で、発売以来売上は好調だ。(2005年11月1日 コカ・コーラ プレスリリース)



ロッテスノー、美容素材配合のアイスを発売

ロッテスノー株式会社は、健康・美容をテーマとした「Healthy & Beauty (H & B)」シリーズを立ち上げた。その第1弾商品として、アイスクリーム『H & B美ごち海洋性コラーゲン』と『H & B美ごちコエンザイムQ10』を、11月22日から全国のスーパー、コンビニエンスストアで新発売する。同商品では、美容素材として注目されている「海洋性コラーゲン」と「コエンザイムQ10」を配合し、それぞれ一緒にとると効果的といわれているビタミン(「海洋性コラーゲン」にはビタミンC、「コエンザイムQ10」にはビタミンEを配合)を一日の必要摂取量加えた栄養機能食品となっている。(2005年11月1日 ロットスノー プレスリリース)



ロッテスノー、体に脂肪がつきにくい「ヘルシーセッタ」を使用したアイスを発売

ロッテスノー株式会社は、健康・美容をテーマとした「Healthy & Beauty (H & B)」シリーズを立ち上げた。その第1弾商品として『H & B 植物STYLE バニラ/チョコ/抹茶』を11月22日から全国のスーパー、コンビニエ



ンスストアで新発売する。今回発売するアイスクリームは、植物由来の素材を中心に使用することで、ヘルシーにおいしく食べられるよう工夫をした。ベースには豆乳、そしてアイスで初めて、体に脂肪がつきにくいことを特徴とする日清オイリオグループの「ヘルシーリセッタ(中鎖脂肪酸入り)」を使用している。(2005年11月1日 ロッテスノー プレスリリース)

ローソン、健康に配慮した「十二穀パンサンド」シリーズを発売

株式会社ローソンは、「健康」が気になる30～40代の男性や「健康」に気を配る女性を対象としたサンドイッチ「十二穀パンサンド」シリーズを全国のローソン8,205店舗(9月末時点)で11月8日より発売する。同サンドイッチシリーズの特徴は、12種類の穀物を使用したパンを使用し、野菜摂取を心掛ける方のためにレタスを増量し(通常商品比130%)、脂分が気になる方のために「キューピーカロリーーフマヨネーズ」を使用していることだ。(2005年11月2日 ローソン プレスリリース)



日本シャクリー、グローバル製品第一号の免疫サポート商品を発売

日本シャクリーは、10月20日、免疫力をサポートするサプリメント「ニュートリフェロン」を発売した。同商品は、「人と体と自然との調和」について50年以上にわたって研究してきた小島保彦医学博士を中心に開発したもので、カボチャ種子、ベニバナの花、オオバコ種子、スイカズラの花を特別な配合比率でブレンドしている。製品形態は、同社製品の愛用者の声を反映させて、錠剤と顆粒の2タイプとした。これは、同社初の試みである。同製品は、米国で8月に先行発売しており、パッケージも米国と同じにするなど、グローバル製品の第一号となる。(2005年11月3日 訪販ニュース)



伊藤園、天然イソフラボンなど含む豆乳野菜混合飲料を発売

株式会社伊藤園は、健康性を背景に市場が拡大している豆乳飲料と野菜飲料をブレンドした豆乳野菜飲料「1日分の豆乳と緑黄色野菜」を11月14日に発売する。同商品には、「大豆イソフラボン」を含む非遺伝子組み換えの大豆100gと、普段の食事では摂取しづらい緑黄色野菜120gを使用し、200mL紙パック1本に詰め込んだ。緑黄色野菜は、にんじんを中心に合計15種類を使用して濃縮し、砂糖や食塩を一切使用することなく、飲みやすく仕上げている。製品1本に使用している大豆100gと緑黄色野菜120gは、厚生労働省が発表した「21世紀における国民健康づくり運動(健康日本21)」内の『栄養・食生活の目標』項目における、豆類、緑黄色野菜それぞれの1日分の目標摂取量にあたる。(2005年11月11日 伊藤園 プレスリリース)



セティカンパニー、生コーヒー豆エキス「水抽出30%」などを発売

セティカンパニーは、健康食品原料として生コーヒー豆エキスの供給を開始した。ラインアップは、エタール抽出50%と水抽出30%の2種類。特に、水抽出での30%タイプは国内初の製品となる。また、有効成分のクロロゲン酸は50%以上を規格としている。主な訴求ポイントは、ダイエット、抗糖尿である。(2005年11月1日 ヘルスライフビジネス)

SCIENCE UPDATES

伊藤ライフサイエンス、L-カルニチンのダイエット効果を発表

伊藤ライフサイエンスは、自社の「L-カルニチンフマル酸塩」を用いて、女性を対象に減量効果を確認した。同社が実施した試験では、L-カルニチンフマル酸塩(約 430mg)をハードカプセルに入れて朝晩2回を12週間、女性ボランティアに摂取させた。また、一日一万歩を目標に歩く以外は食事制限、運動等は行わなかった。その結果、これまで日本人に対するL-カルニチンの臨床データは少なかったが、L-カルニチンの日本人におけるダイエット効果が確認された(2005年11月4日 ヘルスビジネスマガジン社)

カルピス、L-92乳酸菌のアレルギーに対する作用メカニズムについて新たに2点確認

カルピス株式会社では、同社保有のL-92乳酸菌(ラクトバチルス・アシドフィルス L-92株)を継続飲用することによって、花粉症ならびに通年性アレルギー性鼻炎の症状が緩和されることをヒト試験においてすでに確認している。今回、(1)「L-92乳酸菌」が、免疫細胞のTLR2、TLR4という受容体を介してTh1増加因子IL-12を誘導させることと、(2)「L-92乳酸菌」が、過剰なTh2細胞にアポトーシスを誘導させる可能性があることを確認した。T細胞のアポトーシスに関する研究成果は、乳酸菌分野では世界で初めて確認された作用メカニズムになる。これらの新しい研究成果は日本食品免疫学会第1回学術大会にて発表した(11月9~10日)。(2005年11月9日 カルピス プレスリリース)

カゴメ、植物性乳酸菌「ラブレ菌」発酵物の抗腫瘍作用を確認

カゴメ株式会社は、植物性乳酸菌である「ラブレ菌」(Lactobacillus brevis KB290)で発酵させたニンジンエキス発酵物に強い抗腫瘍作用があることを、動物実験によって確認した。本研究内容は日本食品免疫学会第1回学術大会で発表した。(2005年11月9日 カゴメ プレスリリース)

第1回アスタキサンチン研究会開催

アスタキサンチン研究会は、11月8日、第1回アスタキサンチン研究会を開催した。同研究会会長である京都府立医科大学の吉川敏一氏はアスタキサンチンについて、「『ビタミンEの1000倍の抗酸化作用』という言葉が一人歩きしている現状だが、研究者、医師などの人々の情報交換の場を提供していくことで、機能性や有用性を科学的に評価していきたい」と述べた。基調講演として茨城キリスト教大学の板倉弘重氏が、生活習慣病予防における抗酸化物の役割について講演したほか、一般講演として北海道大学大学院の大野重昭氏、大神一浩氏、京都府立医科大学の牟 暁陽氏、内藤祐二氏、コーセーの笠 明美氏、富士化学工業の宮川和之氏らがそれぞれアスタキサンチンの研究成果などについて講演を開いた。(2005年11月9日 ヘルスビジネスマガジン社)

COMPANY NEWS

カゴメ 中間決算 通販売上は26億8800万円

カゴメは、2005年9月中間決算を発表、通販部門の売上は26億8800万円となった。通販向けの期間限定ジュースの販売が順調だった。(2005年11月3日 日本流通産業新聞)

FLP ジャパン、ダイエットプログラムの普及に本腰

FLP ジャパンは、今年5月に発売した同社初のダイエットプログラム製品「フォーエバークリーン&リーン」の普及に幅広い取り組みを行なっている。同ダイエットプログラムは、既存商品の アロエベラジュース、ビー・ポーレン、ビー・プロポリスの他に、新製品のビフィズス菌や乳酸菌をマイクロカプセルで包み込んで腸まで届ける アクティブプロバイオティック、および乳清タンパクを主原料とする フォーエバーライトウルトラの5つのアイテムから構成されている。これに、エクササイズシートもついている。同プログラムの大きな特徴はパートナー(会員同士、夫婦、友人など)と一緒にダイエットに取り組むことを基本にしていることだ。これは、パートナーと一緒に取り組むことで励まし合い、喜びを分かち合う環境を作り出すというものである。FLP ジャパンでは、個々の成功事例を会報誌等で伝えて啓発を図ると共に、ブログで会員間の情報交換を行なうことで具体的ノウハウの浸透を図っていく。(2005年11月3日 訪販ニュース)

キューサイ 中間決算 青汁事業が二桁増収増益

青汁大手のキューサイの2005年8月中間決算は、青汁事業の売上が70億3300万円(前年同期比31.2%増)、同営業利益が12億4100万円(同16.4%増)の二桁増収増益となった。「粉末青汁」の通販展開、テレビショッピングによる新規顧客の獲得が順調に進んだ。(2005年11月10日 日本流通産業新聞)

REGULATORY NEWS

経産省、アサヒ産業に特商法違反で業務停止命令

経済産業省は11月2日、健康食品などを通信販売するアサヒ産業に対し、特定商取引法違反(誇大広告等)で3ヶ月間、すべての商品の広告や受注を禁じる業務停止を命じた。問題となったのは、アサヒ産業が昨年11月から今年夏までに全国で約3億8,000万枚配布した「鈴蘭沙棘」の折込みチラシで、「瘦身効果」、「太らない体質への改善効果」、「脂肪燃焼効果」を標榜していた。経産省は、7月に特商法第12条の2に基づき、合理的な根拠の提出を求めた。アサヒ産業は、定められた期限内に根拠と主張する10ページ超の資料を提出したが、内容は原料であるサジーの栽培マニュアルや中国語のホームページを翻訳した体験談などで経産省はチラシの表示の根拠とは認めず、特商法違反とした。アサヒ産業の売上高は2004年11月期に7億6000円だったが、今期は5月までにおよそ50億円を売り上げ、2004年8月から2005年7月の間に約50万人の顧客を獲得していた。さらに、神奈川県警は、薬事法違反容疑で

同社を捜査しており、既に家宅捜索を行なった模様。幹部などが、同法違反容疑で立件される可能性もある。(2005年11月10日 通販新聞)