

HOT NEWS OF JAPANESE NUTRITION/HEALTH INDUSTRY**September 16-30, 2006**

昨年、健食通販に本格的に参入した味の素から第2番目の新商品「カプシエイト ナチュラ」が発売された。「カプシエイト」は、久しぶりの独自性がありサイエンスに裏づけされた新素材である。京都大学による新種のトウガラシ「CH-19 甘」の発見から新規成分「カプシエイト」を発見、栽培方法、抽出方法の確立、有効性・安全性の立証など、多大の時間と費用が投入されている。昨今、多くのダイエット素材が現れては消えていったが、「カプシエイト」はそれらとは筋の違う別次元の素材である。将来的にはトクホ取得も視野に入れている。

日経新聞の記事によると、来年には米国展開を開始する。久々の大型素材「カプシエイト」が CoQ-10 のように、日本発世界商品となる事を、心から応援したい。

NEW PRODUCTS**キリン ヤクルト ネクストステージ おなかのバランスサポート食品 「BBcube」発売**

キリン ヤクルト ネクストステージ株式会社は、おなかのバランスをサポートする新商品「BBcube(ビービーキューブ)」を10月2日より全国で販売する。「BB cube」は、キリングループとヤクルト本社が「食と健康」領域での共同事業化を目指して10月1日に設立するキリン ヤクルト ネクストステージ株式会社の新商品第一弾で、2006年内は、キリンウェルフーズ株式会社が販売者として販売している。「BB Cube」は、キリンビール社とヤクルト本社が共同開発を進め、両社が保有する素材の良さを併せ持った商品で、ヤクルト本社が持つビフィズス菌とキリンビール社が持つ上質な食物繊維であるBYCを組み合わせた。販売は、キリンウェルフーズ社が持つ通信販売で行うが、首都圏では、ヤクルトグループが持つ訪問ルートも活用する。同品は、主に30-40代の女性をターゲットにしている。また、この「BB cube」発売とあわせてユーザーをサポートするオフィシャルサイトをオープンし、携帯とパソコンを使ったオリジナルサービスを提供していく。



(2006年9月15日 キリン ヤクルト ネクストステージ 株式会社 プレスリリース)

資生堂 美容サプリメント 「資生堂デトキシング(C)」と「資生堂 リチューニング」発売

(株)資生堂は、美容サプリメント「資生堂 デトキシング(C)」と「資生堂 リチューニング」を10月1日よりドラッグストアを中心に新発売する。両品は、デトックスのニーズの高まりを背景に、体と有害ミネラルの関係に着目したサプリメント。単にマイナスするだ



けではなく、必須ミネラルやビタミンを補給することで、排出後のキレイを生かす力をサポートする。「資生堂 デトキシング(C)」は、女性を取り巻くさまざまな環境により、「美しく健やかになる力」を閉じ込めている不要なものを「フィチン」「リポ酸」によって「キシロオリゴ糖」が外に押し出す力をサポートする独自の処方を採用したサプリメント。また、「資生堂 リチューニング」は、不要なものをマイナスした後の、からだに必要なものをプラスするマルチミネラル&ビタミンサプリメントで、必須ミネラルとビタミンをバランスよく配合している。2品のサプリメントを一緒に摂取することにより、「自ら美しく健やかになる力」をサポートする、新しい発想のサプリメントである。

(2006年9月19日 (株)資生堂 プレスリリース)

日清ファルマ、働く女性の悩みを解消するサプリメント「リフレライン」を発売

日清製粉グループの日清ファルマ株式会社は、カラダのハリを感じる働く女性のためのサプリメント「リフレライン」を10月2日から全国のドラッグストアで発売する。日清ファルマは、「美的生活シリーズ」として、働く女性の悩みを解消するサプリメントの開発を進めている。そのシリーズの第一弾として『リフレライン』を新発売する。働く女性に多いカラダのハリ感、立ち仕事やデスクワーク、運動不足などが重なって起こると考えられている。働く男女を対象にしたモニター調査(1日6粒10日間、19名が摂取)では、74%の人が「改善された」と回答した。

(2006年9月19日 日清ファルマ(株) プレスリリース)

日清ファルマ、トップアスリート向けスポーツサプリメント「ウイグライプロ」を発売

日清ファルマ株式会社は、スポーツ医学の泰斗である順天堂大学 澤木 啓祐教授と共同開発したトップアスリート向けスポーツサプリメント「ウイグライプロ(WGH Pro)」を9月25日に新発売する。「ウイグライプロ」は小麦グルテン加水分解物を主成分としてトップアスリート向けに開発された飲みやすい顆粒状のスポーツサプリメント。同教授は、スポーツ医科学に基づいたアスリートの科学的マネージメントの大家で、順天堂大学箱根駅伝チームをはじめ、アテネ五輪・日本陸上競技選手団の指導者としても有名である。



(2006年9月20日 日清ファルマ(株) プレスリリース)

ヤクルト「プレティオ」パッケージデザインをリニューアル、店頭チャネルでの販売を開始

株式会社ヤクルト本社では、血圧が高めの人向けの特定保健用食品「プレティオ」のパッケージデザインをリニューアルする。併せて宅配チャネルで7本パックを9月15日から導入するとともに、店頭チャネルでは、10月3日から3本パックの販売を開始する。「プレティオ」は、乳酸菌由来の アミノ酪酸(GABA)を関与成分とする「血圧が高めの人に適した」特定保健用食品として2004年より宅配チャネルで販売してきたが、今回商品特徴を消費者により明確に伝えるために、パッケージデザインを変更し、「血圧が高めの人に」をより強く訴求していく方針である。



(2006年9月20日 ヤクルト本社 プレスリリース)

アサヒフードアンドヘルスケア、11種類美容成分を配合したサプリメントを発売

アサヒフードアンドヘルスケア株式会社は、うるおいとハリが気になる女性向けに11種類美容成分を合わせたサプリメント「うるおいアシスト ヒアルロン酸&コラーゲン」を10月1日より通信販売限定で新発売する。同品は、グレープフルーツ風味の顆粒タイプの美容サプリメントで、うるおいを保つヒアルロン酸 60mg 配合し、うるおいを助けるセラミドとナイアシンをプラスした。また、ハリと弾力に欠かせないコラーゲン、エラスチンとビタミン C をプラスしている。さらに COQ10 と 4 種類のビタミン B 群 (VB1,VB2,VB6, パントテン酸) も配合している。



(2006年9月20日 アサヒフードアンドヘルスケア プレスリリース)

アサヒフードアンドヘルスケア、バータイプのバランス栄養食「1本満足バー シリアルチョコ」を発売

アサヒフードアンドヘルスケア株式会社は、チョコレートにコーンフレークと小麦パフを加えたバランス栄養食「1本満足バー シリアルチョコ」「1本満足バー シリアルホワイト」を2006年10月9日より全国で新発売する。バランス栄養食市場では、現在バー形態の商品が多く発売されて注目が集まっている。一方、最近のチョコレート商品は、「朝チョコ」や「機能チョコ」など嗜好品を越えて食べる用途が多様化してきている。同社では、こうした点に着目して「夕方からの頑張りに！」をコンセプトに1本でしっかり小腹を満たす「1本満足バー」を開発した。同品は、コーンフレークと小麦パフ入りのザクツとした食感が特長のシリアルチョコバーで、1本に食物繊維、5種類のビタミンが入っている。



(2006年9月21日 アサヒフードアンドヘルスケア株式会社 プレスリリース)

味の素、新規天然成分「カプシエイト」を活用したサプリメント「カプシエイト ナチュラ」を発売

味の素株式会社は、同社が特許を保有する新規天然成分「カプシエイト」を活用した味の素KK健康基盤食品「カプシエイト ナチュラ」を2006年9月27日通信販売限定で新発売する。「カプシエイト ナチュラ」は、辛くない新種のトウガラシから抽出した「カプシエイト」が主成分のサプリメントで、「燃やしてためないカラダづくり」をサポートする。刺激が少ないためカラダに負担をかけず、毎日続けられるのが特長。カプセルには、植物性ソフトカプセルを使用しており、価格は90粒で7,875円となっている。「カプシエイト ナチュラ」の主成分である「カプシエイト」は、通常のトウガラシに含まれる辛味成分カプサイシンと似た成分であるが、その辛さは約1/1000という刺激の少ないものであり、新種の辛くないトウガラシ1トンから約100gしか抽出できない希少成分で、今回同社は、このカプシエイトを活用したサプリメントを世界で初めて商品化した。「カプシエイト ナチュラ」は、この成分「カプシエイト」を1粒あたり1mg含んだサ



プレリメントとなっている。

(2006年9月26日 味の素(株) プレスリリース)

ファーマフーズ、女性向け機能性卵「葉酸たまご」を営業展開

ファーマフーズでは、女性のためのたまごの新しいカテゴリーとして「葉酸たまご」の本格的な営業を行う。同社製品の「葉酸たまご」は、同社のバイオ技術により、通常卵の約3倍の葉酸を含有することに成功し、現在は、「栄養機能食品」として販売している。現在、「葉酸たまご」は、関西地区において百貨店、通信販売等で販売されており、今後は、さらなる製品展開を行うために、プリン、シュークリーム等あらゆる卵製品への応用を目指し、本格的な全国営業展開を行っていく方針である。

(2006年9月26日 (株)ファーマフーズ プレスリリース)

伊藤園、美容飲料「ヒアルロン酸とビタミンC・1000」を発売

株式会社伊藤園は、美容を気にする人に人気の「ヒアルロン酸」を30mg、健康をサポートする「ビタミンC」を1,000mg含有した美容飲料「ヒアルロン酸とビタミンC・1000」を10月2日に新発売する。ヒアルロン酸は、特に20-40代の女性の間で高い認知を得ており、これまでは、化粧品に多用されてきた成分であるが、近年は、食品においても使用される機会が増え市場は伸長傾向にある。「ヒアルロン酸とビタミンC・1000」は、レモン果汁に加え、ビタミンCを豊富に含むカムカム果汁を使用した。カムカムとは、ペルー、アマゾン川流域原産の果実で、果実に含まれるビタミンCはレモンの約27倍に相当する。



(2006年9月28日 (株)伊藤園 プレスリリース)

COMPANY NEWS

キリングループとヤクルトグループの「食と健康」領域での共同事業化が実現

キリン ヤクルト ネクストステージ社を設立

キリンビール株式会社とヤクルト本社は、新時代の健康・機能性食品事業を展開するキリンヤクルトネクストステージ株式会社を合併で設立し、10月1日より営業を開始する。新会社には、キリンビール社が55%、ヤクルト本社が45%をそれぞれ出資し、あわせて両社の共同開発商品の第一弾として、おなかが求めるバランスサポート食品「BB cube」(「New Products」で紹介)を10月2日より全国で発売する。また、2007年1月1日には、キリンビール社のグループ会社で健康食品事業を展開しているキリンウェルフーズ株式会社を分割し、主な事業をKYNSが継承する。また、ヤクルト本社からも健康食品の一部を移管するほか、キリンウェルフーズ社を中心にヤクルト本社やキリンビバレッジ社から幅広く人材を登用し、商品開発、製造、マーケティング、販売までを一貫して行う体制を整える。両グループが持つ高い研究開発力および顧客関係力を結集することで、「食と健康」をテーマにした新たな価値を創造し、

消費者ニーズにあった安全でおいしさと機能を兼ね備えた商品やサービスの提供を目指している。キリングループでは、長期経営構想「キリン・グループ・ビジョン 2015」(KV2015)の中で、健康・機能性食品事業を酒類、飲料、医薬に次ぐ第4の柱としており、KYNS社はその中核会社として位置づけている。ヤクルトグループでも同様に、今回の新会社設立により、健康・機能性食品事業領域への取り組みを強化し、企業価値向上に努めていく方針である。

(2006年9月14日 キリンビール株式会社 プレスリリース)

マイクロダイエット・アンテナショップ オープン、大阪なんばマイル店

サニーヘルス株式会社は、9月22日にオープンする大阪なんばマイル店に食事代替型のダイエット食品「マイクロダイエット」のアンテナショップをオープンし、それぞれの消費者にフィットしたダイエットサポートを始める。同社がオープンするアンテナショップでは、高性能体組成計を使って計測した体脂肪などのデータや日常生活習慣などをベースにダイエットの必要性や具体的な進め方を消費者にアドバイスするほか、マイクロダイエットの無料試飲や商品紹介を行う。マイクロダイエットを使用している顧客に対しては、ダイエットカルテを作成し、担当スタッフによるアフターフォローも行っていく。同社では、マイクロダイエット販売とダイエットサポートを通じたノウハウを活用し、このアンテナショップを個々の顧客に対するダイエットサポートの場と位置づけている。

(2006年9月14日 サニーヘルス株式会社 プレスリリース)

アサヒビールとエルビー 健康飲料で共同開発推進 9月にブルーベリー飲料上市

アサヒビールは、昨年子会社化したエルビーとの健康飲料の共同開発を推進している。4月には、同社の第三のビール原料である大豆ペプチドを高含有した粉末タイプの健康飲料「朝飲むペプチド」を宅配専用商品として市場に投入したが、9月には、第二弾として、ブルーベリー飲料「ルテイン3mgが入ってとってうれしいブルーベリー」を発売する予定。同品には、ルテインを3mg配合。タブレットが主流のアイケア市場では、珍しい飲料タイプの商品。出荷数は15万箱を見込んでおり、今後も「年に2製品ぐらいのペースで商品開発を続けたい」としている。

(2006年9月8日 健康産業流通新聞)

SCIENCE NEWS

BASF、アレルギーフリーのビタミンA発売、サプリ向けに

BASFは、アレルギーフリーでベジタリアンに対応していることを容器のラベルなどに標記できるビタミンAを開発、サプリメント向けに販売活動を始めた。高密度で粒径が整った顆粒の製品でこれを打錠するだけで製品化もできる。同社は、ビタミンD3やK1、β-カロテンですでに同種の製品を投入しており、ビタミンAの販売によって製品群を広げる。BASFが開発した

アレルギーフリーなどを表記できるビタミンAの商品名は「Dry Vitamin A Acetate 250 DC/GFP」。アレルギーフリーやベジタリアンに向けたビタミンに対するニーズが高まっていることから開発した。同製品は、アレルギーフリーでベジタリアン向けであると同時に、遺伝子組み換え作物を使わず、酸化防止剤のブチルヒドロキソトルエンやグルテンなどを含まないイスラム教の食品規格のハラールやユダヤ教の食品規格のコーシャなどにも対応した製造方法を採用しており、世界の市場に幅広く提供できるように設計している。

(2006年9月21日 化学工業日報)

MARKET NEWS

06年のトクホ市場、2%増の3,497億円に、富士経済が調査

富士経済は、特定保健用食品(トクホ)、健康食品の有望成分の市場調査結果をまとめた。2006年トクホ市場は、高血圧や高血糖など生活習慣病の予防改善商品が10%程度成長し、全体では、3,497億円と前年比2%増の見通し。有望成分として、コエンザイムQ10のブームが一段落し、コラーゲン、アスタキサンチンといったアンチエイジング素材が注目を集めそうである。トクホ市場では、整腸効果やミネラル吸収関連の商品が前年実績を割る一方、コレステロール改善、高血圧予防、血糖値改善、中性脂肪改善関連がそれぞれ10%前後成長する見通しである。健食成分では、コラーゲンが41%増の225億円、アスタキサンチンが倍増の8億円、ギャバが41%増の141億円で、コラーゲンは、美容系ドリンク、ギャバは、ストレスへの対応、快眠、生活習慣病予防に対応可能な素材として市場拡大が見込まれている。最も伸び率が大きいアスタキサンチンは化粧品のヒット商品の登場により話題性も高まった。食品分野でも05-06年にかけて新規商品投入が相次ぎ、市場を本格的に形成し始めている。

(2006年9月20日 化学工業日報)