

HOT NEWS OF JAPANESE NUTRITION/HEALTH INDUSTRY**Dec. 1-15, 2007**

食事代替型ダイエット食品の市場環境が大きく変化している。通販新聞 12 月 27 日号の記事によると、サニーヘルスの 2007 年 7 月期の売上が前期比 53.2%減の 147 億 6,000 万円であった。ピーク時には 700 億円あった市場規模も 2007 年には半分程度になると思われる (GNG 推定値)。2007 年後半には食事代替型ダイエット市場から撤退する企業も相次いでいる。また、ドラッグストアなどにも流通在庫が増加しているとも言われている。

2006 年には「豆乳クッキー」(健康コーポレーション)の台頭、2007 年には「ビリーズ ブートキャンプ」(オークローンマーケティング)のブレイクがあり、食事代替型ダイエット食品ユーザーの多くがスイッチしたものと考えられる。また、より簡便なソリューションであるこれらの商品に新規客も奪われる形となり、市場がシュリンクした。2007 年の健康コーポレーション、オークローンマーケティングの売上高はそれぞれ 96 億円、130 億円(富士経済)と見込まれており、使用者ベースで換算すると食事代替型ダイエット食品ユーザーの減少数とほぼ一致する。また、2007 年は大塚製薬「ソイジョイ」などのヒット商品もあり、少なからぬ影響があったと考えられる。消費者が求めるものは「穴」であり、「ドリル」ではない事を改めて学ばされる事例である。

一方、コンビニエンスストアは、「バランス弁当」の発売やカロリー表示方法の変更など、新しい試みが増えている。ダイエット(ウェイトロス)を含めてウェイトマネジメントとは、結局毎日の食習慣をコントロールする事に他ならない。言い古された言葉では有るが、バリューデリバリーシステムを顧客視点で再構築する事が急務である。

NEW PRODUCTS**味の素、通販限定サプリメントを発売**

味の素株式会社は、体調が変化する冬や季節の変わり目に健康を維持するサプリメント、味の素 KK 健康基盤食品「抵抗活力アミノ酸 シスチン&テアニン」(5,250 円 / 30 本)を 12 月 4 日より通信販売限定で新発売する。同社は、長年にわたるアミノ酸研究の中でアミノ酸「シスチン」と「テアニン」をくみあわせて補給することで「抵抗活力」が高まることを発見し、特許を取得した。1 スティックにアミノ酸「シスチン」700mg と「テアニン」280mg、ビタミン C50mg が配合されている。



「グルコサミン & コンドロイチン」(4,725 円 / 240 粒)も通販限定で同日発売される。

主原料として、同品 8 粒中に、軟骨成分である「グルコサミン」を 1,500mg、「コンドロイチン」を 170mg、「ヒドロキシチロソール」を 10mg 配合している。50 代以上の消費者をターゲットとした製品となっている。



また、9種類の必須アミノ酸を含んだ初めての低カロリー栄養食品「ADIET」も6種類のメニューで通販限定発売される。同社は、「ADIET」に含まれている9種類のアミノ酸のうち3種類のBCAA(分岐鎖アミノ酸)は、筋肉に直接働きかけやすく、もどりにくいカラダづくりに役立つとしている。また、購入者限定のプログラム「Studio ADIET」では、Webで食事診断、低カロリーレシピなどを提供し、ユーザーのダイエットをサポート。「味の素 KK アディエットお客様係」では、専任のダイエットカウンセラーが電話での相談に答えるサービスを提供していく。価格は、「2週間体感コース(1箱)」が13,300円、「2カ月間継続コース(4箱)」が39,900円となっている。同品の1食当たりのカロリーは230kcalとなっている。
(2007年12月3日 味の素株式会社 プレスリリース)



江崎グリコ、キャンディ「L-92 乳酸菌はなのど飴」を発売

江崎グリコ株式会社は、カルピス社の保有する「L-92 乳酸菌」を配合したキャンディ「L-92 乳酸菌はなのど飴」を20~40代の女性をターゲットに2008年1月8日より全国で発売する。同品には、「L-92 乳酸菌」が一袋あたり63mg配合されている。
(2007年12月4日 江崎グリコ株式会社 プレスリリース)



ナチュラルローソン「しっかり食べよう！ バランス弁当」を発売

株式会社ローソンが展開するナチュラルローソンは、女子栄養大学と共同開発したお弁当「しっかり食べよう！ バランス弁当」(550円)を12月4日から発売する。厚生労働省と農林水産省が推進する「食事バランスガイド」に沿った商品で、女子栄養大学の学生の専門知識やアイデアが盛り込まれている。この商品を開発した学生は、「見た目は可愛く、栄養面を考え豆を取り入れた。食事バランスガイドを理解してもらいやすいように副菜や主菜をマス目にいれて料理区分をわかりやすくした」とコメントしている。
(2007年12月4日 株式会社 ローソンプレスリリース)



JT、ゼリータイプの機能性コーヒー飲料「GABA 夜集中」を発売

JTは、「GABA」を100mg配合したゼリータイプの機能性コーヒー飲料「GABA 夜集中」(190円/180g)を12月17日より発売する。これまでのパウチゼリー飲料が、朝食や栄養補給を訴求している製品が多い中、同社では、現代人のニーズを分析し、残業、勉強、ドライブなど夜のシーンに特化した製品を発売することで差別化を図りたいとしている。
(2007年12月5日 日本たばこ産業(株) プレスリリース)



カゴメ、リコピン高含量の生鮮トマト「KAGOME 高リコピントマト」を発売

カゴメ株式会社は、新たな生鮮トマトシリーズとして「KAGOME 高リコピントマト」を12月から全国で順次発売する。同社は、98年4月から生鮮トマト事業に参入した。同社のトマトは抗酸化物質であるリコピンとグルタミン酸を豊富に含むことが特徴で01年10月から「こくみトマト」のブランド名で販売を開始している。今回発売する「KAGOME 高リコピントマト」は、同社「こくみトマトラウンド」比1.5倍のリコピンを含有しており、昨年首都圏を中心にテスト販売を実施している。価格は、400～500円/320g前後を予定している。



(2007年12月5日 カゴメ株式会社 プレスリリース)

サントリー、中味・パッケージを改良した「自然のちから 黒酢にんにく」を発売

サントリー株式会社は、健康食品「サントリー 自然のちから」シリーズの「自然のちから 黒酢にんにく」(1,680円/60粒)の中身・パッケージをリニューアルし、12月10日から通信販売にて新発売する。黒酢は、鹿児島県霧島市で江戸時代から壺造りで黒酢を作り続けている黒酢の老舗「坂本醸造」の「黒酢もろみ」を使用。「にんにく」は青森県の「福地ホワイト6片」種のみを限定して使用している。無臭加工をしており、においを気にしないで食べられる。今回のパッケージは、黒をベースに「黒酢」「にんにく」2つの素材を表すデザインとした。



無臭加工をしており、においを気にしないで食べられる。今回のパッケージは、黒をベースに「黒酢」「にんにく」2つの素材を表すデザインとした。

(2007年12月10日 サントリー株式会社 プレスリリース)

アムスライフサイエンス、植物エキス配合の「ムズノン」を発売

アムスグループ各社では、ホップ水抽出物と緑豆エキスを主成分とした「ムズノン」を発売する。同品は、グループ会社である本草製薬株式会社が培ってきた漢方の知識を活かし企画、開発を行った商品。緑豆には、



良質なたんぱく質が豊富に含まれており、中国や台湾では健康食材として長い伝統がある。ホップ水抽出物には、低温の水で抽出された「ホップフラボノール」が含まれている。1日分(3粒)に緑豆エキス300mg、ホップ水抽出物が150mg含まれている。「10日間集中お試しパック」として1,980円/30粒にて販売される。

(2007年12月11日 株式会社 アムスライフサイエンス プレスリリース)

ファンケル、水なしで食べられる「噛んですっきりサプリ」を通販限定販売

株式会社ファンケルは、水なしで手軽に食べられるチュアブルタイプのサプリメント「噛んですっきりサプリ」(1,365円/15日分)を12月19日よりファンケルの通信販売と全国の直営店舗にて10,000個数量限定発売する。「噛んですっきりサプリ」は、春先に向けてムズムズが気になる季節に最適な、甜茶エキスやシソ種子エキス、シソ葉エキスなどの成分を配合した噛んで食べるチュアブルタイプのサプリメントとなっている。



(2007年12月12日 株式会社 ファンケル プレスリリース)

江崎グリコ、スポーツをする子どもや初心者向けの飲用粉末プロテイン「マイファーストプロテイン」3品を発売

江崎グリコ株式会社は、スポーツをする子供やプロテインを初めて利用する人を対象に味にこだわった飲用粉末プロテイン「マイファーストプロテイン」3品<バニラ味、イチゴミルク味、チョココーヒーマ味>(2,100円/300g)を12月21日より全国で発売する。スポーツを通じた健康的な



体づくりには、運動量にあわせた栄養補給が重要なポイントであるが、従来のスポーツ用サプリメントは、より専門的な競技者を対象としているために子供や初心者には利用しにくい面もあったことから、同社では手軽に利用してもらうよう「飲料としておいしく飲める商品づくり」を目指し「マイファーストプロテイン」を開発した。同社では、競技者用サプリメント「パワープロダクション」シリーズを99年に発売しているが、今回発売した「マイファーストプロテイン」を追加発売することで競技者、愛好者向け食品の裾野拡大を図っていききたいとしている。

(2007年12月13日 江崎グリコ株式会社 プレスリリース)

アサヒ飲料、健康緑茶「アサヒ ベにふうき緑茶 PET350ml」を発売

アサヒ飲料株式会社は、「メチル化カテキン」を豊富に含む茶品種「べにふうき」の茶葉を使用した独立行政法人 農業・食品産業総合研究機構 野菜茶業研究所との共同研究開発商品「アサヒ ベにふうき緑茶 PET350ml」を2008年1月15日より全国で新発売する。また、インターネットによる通信販売も継続し、アサヒ飲料のHP内「アサヒ飲料ショップ」にて12月14日より先行予約の受付を開始する。同品は、契約栽培による国産の「べにふうき」茶葉を100%使用。有効成分であるメチル化カテキンが豊富に含まれており、現代人の春先のストレス対策をターゲットとしている。今回、全国発売が可能な生産体制が整ったことで、販売価格従来の200円から160円(350ml入り)に引き下げている。

(2007年12月13日 アサヒ飲料株式会社 プレスリリース)

COMPANY NEWS

大正製薬、伊勢丹と共同で健康飲料「ハーブ濃縮飲料」の開発に着手

大正製薬株式会社は、株式会社伊勢丹と共同で「ハーブ濃縮飲料」の開発に着手した。同社は、新規事業の推進と新規チャネルの開拓に取り組んでおり、その中でイギリスの伝統的な健康飲料である「ハーブ濃縮飲料」に着目し、店頭でのカウンセリング販売する高付加価値で特長のある製品の拡充を検討している伊勢丹と共同開発することとなった。今回開発する製品は、伝統的な西洋ハーブに日本人に馴染みのある東洋ハーブ(和漢植物)を配合し「ジンジャー」と「クランベリー」をベースにした2つの製品となる。「ハーブ濃縮飲料」とは、イギリスの伝統的な健康飲料でハーブや果物などをシロップに漬けた濃縮液(コ

ーディアル)」を水やお湯などで希釈して飲むノンアルコール飲料のことである。
(2007年12月5日 大正製薬株式会社 プレスリリース)

ファミリーマート、ごはんとおかずのカロリー個別表示を開始

株式会社ファミリーマートは、「幕の内タイプ」のお弁当に関して、「ごはん」と「おかず」のカロリーを個別に記載するサーマルラベル表記に12月18日から全国のファミリーマート店舗約700店で順次切り替えていく。従来は、ご飯とおかずの合計カロリー表記をしていたが、来年4月から始まる特定健康診査を鑑み、コンビニエンスストアで初めて幕の内タイプの弁当について「ごはん」と「おかず」を分けてカロリー表記を開始することとした。

(2007年12月5日 株式会社ファミリーマート プレスリリース)

森下仁丹、特定保健指導事業に向けた子会社を設立

森下仁丹株式会社は、平成20年4月から義務化される特定健康診査、特定保健指導に際しての「特定保健指導業務」を新たな事業として開始すべく子会社を設立する。新会社は、事業の第一弾として各企業の健康保険組合を対象にしたものとし、食生活指導サービスのみではなく各提携企業と連携した幅広い専門情報サービスを含めた保健指導を指向し、きめ細かいサービスを提供していくとしている。

(2007年12月6日 森下仁丹株式会社 プレスリリース)

伊藤園が「トクホ茶」参入 来春新製品

緑茶飲料最大手の伊藤園は、5日特定保健用食品(トクホ)の緑茶飲料の新製品を来年4月末に発売する方針を明らかにした。同社がトクホの緑茶飲料を本格販売するのは初めてである。伊藤園は、厚生労働省から今回開発した緑茶飲料について「コレステロール値を下げる」という機能、効用が認められている。

(2007年12月6日 Fujisankei Business)

サニーヘルス、「マイクロダイエット(MD)」不振、赤字に転落

サニーヘルスの2007年7月期売上高は、前期比53.2%減の147億6,000万円だった。主力商品である「マイクロダイエット(MD)」の販売落ち込みや健食グループ企業への移管などが影響し通販売上高も103億3,200万円と半減。3期連続の減収で、利益面でも赤字に陥った。前期は、新規顧客の獲得数が前の期を下回ったことなどから、「MD」の売り上げが低迷。また、健康、ビューティ関連商品の「さわやか元気」への移管が30-40億円程度の減収要因になった。利益面でも当期純損失19億4,300万円と赤字に転落した。同期の売上高販管費率は90%で、20ポイント近く上昇した。(販管費は131億3,100万円)システム投資が高んだほか、市場の急速な縮小に対し、広告宣伝費などの変動費の圧縮が追いつかなかったことを要因にあげている。このほかにも、「MD」販売の不振に伴う在庫処理コストの増加も影響した。新規獲得の苦戦については、メーカー等の参入による競争激化もあるが、同社がそれ以上に影響が大きいと見ているのは、市場の変化である。メタボリックブームを

背景に、各社がダイエット関連の商品、サービスを投入する中、顧客の選択肢が広がり、従来食事型ダイエット食品を利用していた顧客が一般用医薬品や特定保健用食品、フィットネスクラブなどに流れていると考えている。同社では、対応策として商品ラインアップを見直しローカロリーの食品系商材を拡充。ダイエット成功後の体重管理ニーズ等に対応し、売り上げの拡大を図っていく。一方「さわやか元気」は売上高 46 億 3,000 万円、経常利益 9 億 200 万円と順調に推移している。

(2007 年 12 月 27 日 通販新聞)

MARKET NEWS

健康食品の立法化へ、超党派議連が正式発足

超党派の衆参国会議員で組織する「健康食品問題研究会」の設立総会が 4 日衆議院第一議員会館で開かれ議員立法による健康食品の法案づくりに着手した。自民党の石崎議員、民主党の前田議員らが中心となり、月 1 回ペースで会合をもち、1 年程度かけて法案づくりを行うことを目標としている。研究会のメンバーとして 33 人の国会議員が参加しており、国民の健康増進の観点から健康食品の表示規制の在り方と安全性、信頼性を担保する方法について検討していく。現状では、健康食品の法的位置づけが不明確なことから健康食品に特化した法案を目指している。前述の前田議員は「国民の 52% が利用している健康食品なのに、医薬品なのか食品なのかよくわからない。国民の立場にあって立法化し、コンシューマーサイドに法律を引き戻したい。」とコメントしている。

(2007 年 12 月 7 日 健康産業速報)