

HOT NEWS OF JAPANESE NUTRITION/HEALTH INDUSTRY**Jan. 15-Jan.31, 2008**

カゴメより「ラブレ」サプリメントが新発売される。2006年3月の発売以来、初年度の広告宣伝費が35億円(テレビ広告は13,000CRPを投入)、中高年の男女に圧倒的な好感度の高い女優である吉永小百合を起用し、大きな話題となった。乳酸菌に「動物性」「植物性」という軸を持ち込み、全く新しい土俵を作り上げた。乳業会社に対して、「腸内生残率が10倍以上」と挑戦状を叩きつけた広告は発売当初から注目を集めた。キャッチコピーは「ご存知でしたか? 乳酸菌にも動物性のもので植物性のものであるっていうこと」と、植物性乳酸菌の認知率を徹底的に高める事に徹した(2007年6月現在、植物性乳酸菌の認知率は50%となっている)。その後TV広告は12月より「実感! ラブレ」シリーズに変更し、女優吉永小百合と共に、ユーザーも登場させ「朝すっきりを感じて下さい」と訴求した内容に変更した。継続摂取を狙った内容である。その結果、2006年の売上高は85億円(富士経済)となり、乳酸菌飲料市場に新しい市場を創造したとして、国内外共に話題となった。

2007年7月より「ラブレ ヨーグルトタイプ」を発売し、ヨーグルト市場へ参入した。以前から消費者から強い要望のあったタブレットタイプが昨年の秋から発売予定であったが、2008年2月まで延長となっていた。2007年7月1日から「ラブレ毎日続けてスッキリ! キャンペーン」を開始し、携帯用タブレットのプレゼントを開始した。多くの体験者を生み出しておこうとの考えであろう。

食品からサプリメントへのブランドエクステンションは珍しい例である。しかし、行政からの圧力が高まる今日、効能認知の高いブランドを活用する事は、新しい戦略として有望であろう。ただし、「ラブレ」の場合、通販と店販の併用であり、チャンネル政策についてはやや疑問が残る。

NEW PRODUCTS**協和発酵、吸収性の高いルテインを配合したサプリメント「リメイク 噛んで爽快ルテイン」を発売**

協和発酵株式会社はルテインを主成分とする健康食品『リメイク 噛んで爽快ルテイン』(1,200円/60粒・約10日分)を1月18日から新発売する。同社100%子会社の株式会社協和ウェルネスを通じた通信販売。本製品に使用されるルテインは通常のルテイン(フリー体ルテイン)よりも吸収の高いエステル体で、マリーゴールドの花弁から抽出した天然由来成分である。



(2008年1月15日 協和発酵株式会社 プレスリリース)

アサヒ飲料、清涼飲料水「アサヒ ぎゅぎゅっとしみこむコラーゲンウォーターPET350ml」を発売

アサヒ飲料株式会社は、水感覚で手軽にコラーゲンを摂取できる清涼飲料水『アサヒ ぎゅぎゅっとしみこむコラーゲンウォーターPET350ml』(150円/350ml)を中味・パッケージともに刷新し、2月5日より全国で新発売する。コラーゲン2,000mg配合とノンシュガー・ノンカロリー設計はそのままに、体の中でコラーゲン生成をサポートする「ビタミンC」を新たに配合した。フレーバーは「ピーチ味」とした。



(2008年1月15日 アサヒ飲料株式会社 プレスリリース)

サニーヘルス、「マイクロダイエット デイリーメニュー レトルト」を通販で発売

サニーヘルス株式会社は、カレーなどの主菜とコンソメなどのスープを組み合わせ、240kcalに抑えた通常食タイプの「マイクロダイエット デイリーメニュー レトルト」を2月1日より通販・ネットで発売開始する。マイクロダイエット正規取扱店でも順次発売する予定。薬膳の考え方を取り入れたレシピを採用し、美容成分であるヒアルロン酸 50mgとCoQ10 4mgを配合。



(2008年1月16日 サニーヘルス株式会社 プレスリリース)

エイボン、フルーツ味の植物発酵飲料「エイボンインナーバランスヴィタリータ自然のはぐくみ」を発売

エイボンプロダクツ株式会社は、独自の特許製法による、フルーツ味の植物発酵飲料「エイボンインナーバランスヴィタリータ自然のはぐくみ」(8,900円/720ml)を、2月27日より新発売する。伝統的な知恵と、豊饒な熊本の大気がはぐくんだ産物を中心とした100種の素材を、独自の製法によって3年もの歳月をかけ、じっくり発酵・熟成させたこだわりの製品。

(2008年1月16日 エイボン・プロダクツ株式会社 プレスリリース)

旭松食品、おなかの調子を整える特定保健用食品「おなか納豆」を発売

旭松食品株式会社は、特定保健用食品に認定された新商品「おなか納豆」を、2月1日より全国のスーパー、コンビニエンスストアなどで発売を開始する。

同品は、独自に開発した納豆菌「Bacillus subtilis K-2株」により発酵させた納豆で、“おなかの調子を整える”ことが認められ、納豆としては初の特定保健用食品。



(2008年1月18日 旭松食品株式会社 プレスリリース)

キューピー、植物性ステロール配合の「シーザーサラダドレッシング セパレート」を発売

キューピー株式会社は、植物性ステロールを配合した、セパレートタイプのシーザーサラダドレッシング(380円/200ml)を2月15日新発売する。同品はアクティブシニア層をターゲットに、ヒアルロン酸、植物性ステロールを配合した「キラキラ元気&」シリーズのラインアップに追加された。



(2008年1月18日 キューピー株式会社 プレスリリース)

明治乳業、宅配専用の乳飲料「明治軽快グルコサミン」を発売

明治乳業株式会社は、宅配専用の乳飲料「明治軽快グルコサミン」(120円/100ml)を2月1日より全国で新発売する。軟骨を構成する成分の一つであるグルコサミンを1本あたり1,500mg配合したほか、軟骨の主成分であるコラーゲンと、ビタミンCも配合した。



(2008年1月18日 明治乳業株式会社 プレスリリース)

ニチレイフーズ、3月にアセロラドリンクを全面刷新

ニチレイグループの株式会社ニチレイフーズは、2008年3月にアセロラドリンクを全面リニューアルする。同品は、レモンの34倍のビタミンCを含有するアセロラドリンクとして、1986年に発売。これまでは、「健康」を軸に幅広い年齢層へのプロモーション活動を展開してきたが、今回のリニューアルとともに商品パッケージも大幅に刷新し、20代～30代の女性をターゲットにした「美容」を軸としたコミュニケーション活動をスタート、「私を磨こう」をキャッチフレーズとして使っている。1月21日より、本社ビルの受付周辺の装飾を全面アセロラー色に統一、また、3月に開催される「第6回 東京発 日本ファッション・ウィーク」の公式ドリンクにも決定したことから、ファッションモデルなどへの積極的なサンプリング(期間合計20万本)の実施も予定している。4タイプのシリーズで展開(アセロラドリンク、アセロラウォーター、アセロラビタミンC、アセロラビタミンCゼリー)され、アセロラドリンクは、200ml紙パック100円で販売される。



(2008年1月21日 株式会社ニチレイフーズ プレスリリース)

カゴメ、「植物性乳酸菌ラブレ」のタブレットとカプセルを発売

カゴメ株式会社は、「植物性乳酸菌ラブレ」のタブレットとカプセルの2品を2月1日より通信販売で、タブレット1品を2月上旬から全国で発売する。今回のタブレットとカプセルタイプは、腸で生きぬく力が強いラブレ菌を凍結乾燥している。タブレットタイプは、3粒で60億個のラブレ菌を摂ることができ、カプセルタイプは「ラブレ菌そのものを摂取したい」と考える人向けに菌数が多い設計とし、1粒で100億個のラブレ菌を摂ることができる。タブレットタイプは3,500円/90粒、カプセルタイプは4,500円/30粒で販売される。



(2008年1月22日 カゴメ株式会社 プレスリリース)

サントリー、甘さ控えめの野菜果汁飲料「野菜カロリー計画」を発売

サントリー株式会社は、野菜をまるごと使用し、糖質20%オフの野菜果汁飲料「野菜カロリー計画」を3月25日より発売する。同品は、糖質低めの8種類の野菜(にんじん、かぼちゃ、トマト他)と4つの果実(オレンジ、グレープフルーツ、りんご、レモン)を配合している。200ml入り紙パック(200円)から930gPET(340円)まで、4タイプのパッケージで販売する。



(2008年1月24日 サントリー株式会社 プレスリリース)

ファンケル、ビューティーサプリメントのドリンクタイプ「ホワイトアドバンスドリンク EX」を販売

株式会社ファンケルは肌色メラニンを育てるというコンセプトのビューティーサプリメント「ホワイトアドバンス」のドリンクタイプ「ホワイトアドバンスドリンク EX」(250円/50ml)を3月20日よりファンケルの通信販売と全国の直営店舗にて8月末までの春夏限定で新



発売する。本品には、肌色メラニンを育てるヒドロキシチロソールとL-シスチンが配合されている。
(2008年1月25日 株式会社 ファンケル プレスリリース)

日本ミルクコミュニティ、「牛乳配合」の宅配飲料「グルコサミンパワー」を発売

日本ミルクコミュニティ株式会社は、「グルコサミンパワー」(宅配専用軽量ビンオープン価格/100ml)を2月4日から全国でリニューアル発売する。本品は、2003年に発売した商品で「天然型 N-アセチルグルコサミン」を配合している。今回のリニューアルは、砂糖類を12%カットし、牛乳を配合、よりすっきりとした後味の乳飲料とした。

(2008年1月29日 日本ミルクコミュニティ株式会社 プレスリリース)



アサヒ飲料、食物繊維を手軽に摂れる健康炭酸飲料「アサヒ 超ファイバー10,000」を発売

アサヒ飲料株式会社は、1本で手軽に食物繊維を摂れる健康炭酸飲料「アサヒ 超ファイバー10,000 PET500ml」(140円/500ml)を2月12日より全国で新発売する。本品は、昨年5月に発売した「アサヒ 超ファイバー10,000」をカロリー0にリニューアルして発売するもの。パッケージは中央に商品名「アサヒ 超ファイバー10,000」を大きく配することで商品特徴をわかりやすくし、「カロリーゼロ」と強調することでリニューアルポイントを明確にして訴求していく方針である。

(2008年1月29日 アサヒ飲料株式会社 プレスリリース)



カネボウ化粧品、50代女性向けサプリメント「エビータ ローヤルサブリ ホワイト」を発売

カネボウ化粧品は、3月1日に50代向けサプリメント「エビータ ローヤルサブリ」シリーズからディオスコレア、ビタミンC、ローヤルゼリーなど50代女性に必要な健康、美容成分をバランスよく配合したサプリメント「エビータ ローヤルサブリ ホワイト」(300mg×180粒)を発売する。今回配合している「ディオスコレア」は中南米原産のヤマノイモ科の植物。美容に良い成分とされており、欧米では加齢による悩みを持つ女性向けの健康維持のサプリメントに応用されている。

(2008年1月29日 株式会社 カネボウ化粧品 プレスリリース)



COMPANY NEWS

イトーヨーカ堂、高齢者向けに専門店開設

イトーヨーカ堂は、3月から高齢者向けのサービスや商品を総合的に扱う専門店を開設する。専用フィットネスジムや介護関連の相談センター、独自に開発した健康食品売り場などを組み合わせた複合型で自社スーパー内に毎年10店程度を設ける。新型専門店の名称は、「健康・快適あんしんサポートショップ」で1号店は市原店となる。(千葉県市原市)その後は足立区など導入するスーパーを順次増やしていく。高齢者向けジムは理学療法士が常駐し、機器を使用した介護予防などのトレーニングができる。高齢者向けサプリメントや健康食品、介護食の売り場では、管理栄養士が買い物をアドバイスする。

(2008年1月29日 日本経済新聞)

サントリー、08年12月期健食通販、売上高9%増の317億円計画

サントリーは、今期、健康食品事業全体売上高で前期比10%増の335億円、うち健食通販で同9%増の317億円を計画している。主な施策としては、「セサミン E プラス」「DHA&EPA + セサミン E」「グルコサミン & コンドロイチン」を重点商品と位置づけ拡販を促進。「セサミン」グループについては、全体売上で同15%増の191億円、うち通販で同19%増の182億円を計画している。また、既存の通販基幹商品の拡販と平行して、美容関連など新商材の投入や海外企業との連携を通じた商材拡充への可能性を検討していく方針であるという。

(2008年2月7日 通販新聞 第1160号)

SCIENCE NEWS

ニチモウとハーバード大、「アグリコン型イソフラボン」に関する共同研究を実施

ニチモウ株式会社とニチモウバイオティクス株式会社は、同社の開発素材である発酵大豆胚芽抽出物、アグリコン型イソフラボン「Aglymax®」が女性の更年期におけるホットフラッシュ(ほてりやのぼせ)の頻度および度合いの低減に効果的であることを米ハーバード大学との共同研究で確認した。同大学との共同研究は、2001年より行なっており、動物実験、パイロット試験を経て、2003年6月より共同臨床試験を行なってきた。この臨床試験は約4年間にわたる大規模なもので、その研究論文が、米国の更年期医学医療雑誌「Menopause1月号」に掲載された。同社の「AglyMax®」は、大豆胚芽をニチモウ独自の麹菌発酵技術によってアグリコン型イソフラボンにして抽出、濃縮した発酵大豆胚芽抽出物。吸収性の高いイソフラボンであること、ダイゼン比率が70%とダイゼンリッチであることが特徴となっている。

(2008年1月21日 ニチモウ株式会社/ニチモウバイオティクス株式会社 プレスリリース)