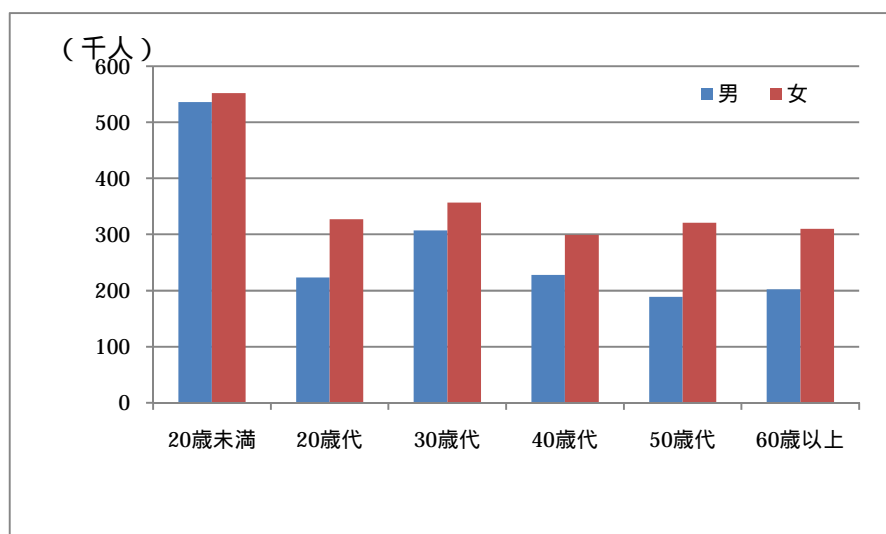


HOT NEWS OF JAPANESE NUTRITION/HEALTH INDUSTRY**May1-30, 2008**

特定健診・保健指導制度がスタートして約 2 ヶ月。「メタボリックシンドローム」予防への対応を迫られる国民はどんな変化を示したか。5月27日付日経新聞に興味深い記事が掲載されていた。限られた時間を効率よく運動に使う「家でフィットネス」派や「朝からフィットネス」派が増えているとの事である。

出勤前の時間にスポーツクラブに通う社員が増加しており、コナミスポーツクラブ大森山王では昨年より 15%の増加である。その為、早朝から利用できる施設を四割以上増やした。一方、「Wii Fit」は発売後半年で二百万本以上売れた(ピリーズブートキャンプは約百万本)。



グラフはスポーツクラブの会員数の内訳であるが(出所:SSF 笹川スポーツ財団「スポーツライフに関する調査 2004」)、従来利用率の低かった 50 代 60 代男性の会員が増加している。また、Wii も 20 代後半から 40 代の客が多いという。ピリーズブートキャンプのヒットからダイエット関連市場に大きな変化が起きている事は間違いない。

2 年連続でマイナス成長をしているダイエット食品市場(食事代替型、サプリメント)だが、その規模感を米国市場と比較してみる。

| | |
|------------------------------|----------|
| ・Health Club | \$17.60B |
| ・Weight Loss Center | \$3.33B |
| ・Meal Replacement ,Diet Pill | \$2.61B |
| ・Home Delivery Service | \$1.06B |

(2006 年、出所:”THE U.S. Weight Loss and Diet Control Market”)

日本のフィットネスクラブ市場は約 4,000 億円と言われており米国の 1/4 程度、ダイエット食品約 660 億円でやはり 1/4 程度。まだ顕在していないのがダイエットセンター、顕在化はしているがまだまだ市場規模が小さい食事型ダイエット食品(通販、訪販、宅配)。

米国とは諸事情が異なるのも事実であるが、市場や業界を再定義することにより新しいビジネスチャンス発見のきっかけになるであろう。

NEW PRODUCTS

ニチレイフーズ、実体験型食生活改善サポートツール「気づき食」を発売

ニチレイフーズは、2008年7月1日より実体験型食生活改善サポートツール「気づき食」を医療保険者や特定指導受託期間向けに発売する。2008年4月より、40歳以上75歳未満の人を対象に特定健康診査、特定保健指導制度がスタートするが、この制度では生活習慣病予防の観点から本人の「行動変容」(生活習慣が変化すること)に焦点をあてたアプローチが求められている。今回発売する「気づき食」は、この行動変容を支援する仕組みづくりに着目しており、食べて気づき、カロリーや塩分、食材のバランスといった目指すべき方向性を実感できるという意味で行動変容の重要なプロセスを支援していく。「気づき食」には、4種類の「食事教材」「目盛り付き茶碗」、2冊の「体験 Book」がセットになっており、「食事教材」は主菜、副菜、味付けのバランス等を考慮したおかずのセットであり、理想とされる食事内容(カロリーや塩分を制限した量、味付け等)を体験することができる。また、「目盛り付き茶碗」を使うことで、今まで食べてきたご飯の量の多さに対象者自身で気が付くことができる。また同セットは、保健指導者などの専門家も客観的な食習慣情報を得ることができるようになっており、目指すべき食事例として対象者へ伝えやすく、指導に役立つ内容となっているという。



(2008年4月30日 株式会社 ニチレイフーズ プレスリリース)

ニチレイフーズ、特定保健指導プログラム「LiSM10」を販売

ニチレイフーズは、4月からスタートした特定健康診査・特定保健指導制度開始にあたり、医療保険者や特定保健指導受託機関向けに、特定保健指導プログラム「LiSM10!(R)(リズムテン!(R))」の本格的な販売を開始する。「LiSM10!(R)」(Life Style Modification 10!)は、NPO 法人国際生命科学研究機構健康推進協力センターのProject PAN(Physical Activity and Nutrition)のプログラムの1つとして開発された。Project PAN は、ニチレイフーズをはじめ、味の素株式会社、サントリー株式会社、明治乳業株式会社のサポートを得て運営されているプロジェクトで肥満をはじめとする生活習慣病を予防し、高齢者の介護予防のための科学的根拠に基づいた運動と栄養プログラムを開発している。同社は、2003年よりProject PAN に参画し、生活習慣病予防を目的として特定保健指導プログラム「LiSM10(R)」を共同開発した。「LiSM10(R)」は、カウンセリングに有効なベースライン調査(アンケート)を行い、それを基に行動ステージ、セルフエフィカシーに基づいた定期的な個別カウンセリングを行なう。個別カウンセリングでは、自己決定を基本としており、自己管理能力向上を目的とする内容になっている。単なるダイエットプログラムとは異なり、対象者の行動変容を促すことで長期的に自己で維持、管理することが期待できるプログラムとなっている。

(2008年4月30日 株式会社 ニチレイフーズ プレスリリース)

ロッテ、大豆素材を焼き菓子にチョコレートをコーティングした「ソイヤー」2品を発売

株式会社ロッテは、大豆素材から作ったサクサク香ばしい焼き菓子をチョコレートをコーティングしたチョコスナック「ソイヤー(まるやかミルク)、(すっきりピター)」(150円/31g)の2アイテムを発売する。同品は、納豆や豆乳にも含まれる大豆タンパクが1箱あたり2.6g含まれており、30~40代のビジネスマンを主なターゲットとしている。

(2008年5月7日 株式会社 ロッテ プレスリリース)



ヤクルト、メンタルリラックス飲料「レモリア 微炭酸」などを発売

株式会社ヤクルト本社では、メンタルリラックス飲料「レモリア」の風味、パッケージデザインをリニューアルするとともに、シリーズ品「レモリア 微炭酸」(124円/300ml ボトル缶容器)を6月2日から全国で発売する。「レモリア」は、緑茶の旨み成分の一種である「テアニン」と7種類のハーブエキスの働きによるメンタルリラックス飲料という独自のコンセプトで2001年に発売した。その後、容器のバリエーション化やシリーズ品の導入により「レモリア」ブランドの育成を図ってきたことで「メンタルリラックス飲料」という新しいカテゴリーを創造した。

今回のリニューアルでは従来のコンセプトを活かしつつ、甘味を減らすことで後口をすっきりさせ、爽快感を高めた味わいにリニューアルした。またパッケージもよりレモンのフレッシュ感やハーブの印象を高められるデザインにリニューアルしている。

(2008年5月8日 株式会社 ヤクルト本社 プレスリリース)



オルビス、乳酸菌など高配合の腸内環境サプリメント「ビフィズスEX」を発売

オルビス株式会社は、生きて腸まで届くビフィズス菌を高配合し、強力な有孢子性乳酸菌2億個(1日目安1袋あたり)も採用した「ビフィズスEX」を発売する。この2つの善玉菌のほかに、母乳含有成分であるラクトフェリンも配合された複合的な腸内環境サプリメント。同品は、水なしで飲めるヨーグルトパイン味の微粉末タイプであり、1,680円/20袋で販売される。

(2008年5月9日 オルビス株式会社 プレスリリース)



ヤクルト、30~40代女性向け乳酸菌飲料「ヤクルト SHEs(シーズ)」を発売

株式会社ヤクルト本社では、主に30~40代女性のための乳製品乳酸菌飲料「ヤクルト SHEs(シーズ)」(225円/3本)を6月2日より全国の店頭で新発売する。同品は、美容や抗加齢に対する意識が高い30、40代女性を対象にした乳酸菌飲料として「カルシウム」「鉄」「コラーゲン」など女性に魅力的な成分と甘さを控えた風味にしている。

(2008年5月9日 株式会社 ヤクルト本社 プレスリリース)



ハウス食品、1日分の緑黄色野菜摂取目標値の1/3が入った「シーザーサラダ オー・ザック」を発売

ハウス食品は、特許バブリング製法によるザクツとした食感と、豊かなポテト風味のハウス「オー・ザック」シリーズに、緑黄色野菜が入ったサラダ感覚の新アイテム、ハウス「シーザーサラダ オー・ザック」を5月26日から全国で発売する。同品には、「健康日本21」で指定されている成人1日あたりの目標値(緑黄色野菜 120g 以上)の1/3が含まれている。120 円 / 55g で販売されている。



(2008 年5月9日 ハウス食品株式会社 プレスリリース)

「ヘルシアウォーター アセロラ味」夏季期間限定で新発売

花王株式会社は、5月22日、脂肪を消費しやすくする「ヘルシアシリーズ」から「ヘルシアウォーター アセロラ味」を夏季期間限定で新発売する。ほのかな酸味が特徴で後味がすっきりするように工夫している。500ml 入り 189 円で販売される。



(2008 年5月9日 花王株式会社 プレスリリース)

ヤクルト、乳製品乳酸菌飲料「BF-1 / ビーエフワン」を地域限定で発売

株式会社 ヤクルト本社では、独自のビフィズス菌「ビフィドバクテリウム ビフィダム BF-1 株」を摂取できる乳製品乳酸菌飲料「BF-1 / ビーエフワン」(120 円 / 100ml)を6月2日より東北地区、関東地区、信越地区の一部地域限定で新発売する。同社では、創業以来、予防医学の考えに基づき有用微生物利用に関する研究を続けてきたが、その結果、現代のストレス社会に向けて、胃にとどく独自のビフィズス菌「B.ビフィダム BF-1 株」の培養に成功した。今回発売する「BF-1 / ビーエフワン」には「B.ビフィダム BF-1 株」が10億個以上含まれている。



(2008 年5月13日 株式会社 ヤクルト本社 プレスリリース)

日清ファルマ、専属栄養士がアドバイスする6週間ダイエットプログラム「ワタシラシク」スタート

日清ファルマ株式会社は、メールを通じて専属栄養士が、食生活のアドバイスをしてくれるダイエットサポートプログラム、「MY 栄養士つきっきり6週間ダイエット「ワタシラシク」」を5月15日よりスタートする。同プログラムは、健康的なダイエットを実践するために特別に開発した



ダイエットサポートプログラム。「ラシク・ダイエット」の各商品と食事を組み合わせ、専属栄養士の食事アドバイスのもとで6週間ダイエットに取り組みながら健康的な食習慣を身につけられるように設計されたプログラムとなっている。プログラム参加者は毎回の食事をカメラ付き携帯電話などで撮影したメールを送ると専属栄養士から食事のバランスや内容などに関するアドバイスを週3回受けることができる。「ワタシラシク」は、「糖質デザイン スープ」5箱、「ファイバ - サポートゼリー」1箱、「燃焼サポートサプリ」1箱が入って29,800 円で販売される。5~7月の期間限定販売で、1カ月あたり50名限定となっている。

(2008 年5月15日 日清ファルマ プレスリリース)

アサヒ飲料、「アサヒ スリムアップエイド デイリーダイエット PET345g」を発売

アサヒ飲料株式会社は、アサヒフードアンドヘルスケア社の「スリムアップエイド」ブランドとのコラボ商品「アサヒ スリムアップエイド デイリーダイエット PET345g」を5月20日より全国で新発売する。同品は「間食コントロール&ダイエット」をコンセプトに開発したPETボトルに入ったゼリー飲料。食物繊維5,500mgに加え、りんごポリフェノール、カルニチンといった健康素材を配合、100gあたり4kcalの低カロリー設定となっている。152円/350mlにて販売される。

(2008年5月14日 アサヒ飲料株式会社 プレスリリース)



小林製薬、豚肝臓エキスなど配合の栄養補助食品「シイタゲン- (ガンマ)」を発売

小林製薬株式会社は、小林製薬の栄養補助食品「シイタゲン- (ガンマ)」(9,975円/30袋)を5月19日よりリニューアルし、通信販売限定で発売する。同品には、栄養豊富な椎茸を生み出す椎茸菌糸エキスを配合している。また、今回のリニューアルに際し、栄養価の高い豚肝臓エキスを新たに配合した。同品1袋あたり600mg配合されている。また、豚肝臓エキスは国産豚の肝臓より抽出したものを採用している。豚肝臓エキスは豚から水溶性成分を抽出したビタミン群が豊富に含まれる高栄養価のエキスとなっている。同品は、着色料、香料、保存料を一切使用しておらず、配合成分、含有量を100%表示している。

(2008年5月19日 小林製薬株式会社 プレスリリース)



ロート製薬、お茶の花抽出エキス配合食品「茶花美人」を限定発売

ロート製薬は、新素材お茶の花抽出エキスを配合したダイエットサポート食品「茶花美人」を近畿地区限定で発売する。お茶の花抽出エキスはコラボ型研究拠点「ロートリサーチビレッジ京都」において日本コカ・コーラと協働プロジェクトを通じ技術面での情報交換を重ねてきた新素材。同品は、お茶の花抽出エキス粉末を初めて使用したタブレットで、食事の脂肪が気になる人向けのダイエットサポート食品となっている。

(2008年5月20日 ロート製薬株式会社 プレスリリース)



カゴメ、「野菜生活 100 野菜とヨーグルトマンゴー & パッションフルーツ」など2品を発売

カゴメ株式会社は、同社の野菜飲料ブランド「野菜生活」から、「野菜生活 100 野菜とヨーグルトマンゴー & パッションフルーツ」「野菜生活 100 野菜とヨーグルトカシス & ブルーベリー」各200mlを6月17日より全国で発売する。両品は、野菜汁50%+果汁45%+ヨーグルト5%の配合となっており、それぞれ21種類の野菜と5種類が使用されており、食塩、砂糖、保存料は不使用となっている。

(2008年5月27日 カゴメ株式会社 プレスリリース)



AGF、特定保健用食品「ブレンディ 香るブラック 甘さひかえめ」チルドカップを発売

AGF(味の素ゼネラルフーズ株式会社)は、コーヒー豆から抽出した「コーヒー豆 マンノオリゴ糖(コーヒーオリゴ糖)」配合の特定保健用食品の「ブレンディ 香るブラック 甘さひかえめ」チルドカップコーヒーを6月3日に新発売する。同品は、脂肪の吸収を抑えるコーヒー豆から抽出した高濃度オリゴ糖を3g配合し、体脂肪が気になる人に適した特定保健用食品。カロリーは、1本あたり19kcalでチルドコーヒーとしては、初めての体脂肪トクホとなっている。



(2008年5月27日 味の素ゼネラルフーズ株式会社 プレスリリース)

タカラトミーウェルネス、健康補助食品「島耕作 接待中!」「商談中!」「燃烧中!」を発売

特定保健用食品(トクホ)取得数日本一の株式会社東洋新薬とタカラトミーの合併会社として昨年12月に設立、3月より事業を開始したタカラトミーグループの会社となっている株式会社 タカラトミーウェルネスは、「サラリーマンサプリ(TM)シリーズ」第1弾として、健康補助食品「島耕作 接待中!」「島耕作 商談中!」「島耕作 燃烧中!」の3品を6月23日に発売する。同シリーズは、日々生懸命働くサラリーマンに日常生活及びビジネスシ



ーンのシチュエーションに応じたサプリメントを提供することによって応援するために企画、開発した。同品には、「週刊モーニング」に掲載されている主人公「島耕作」をキャラクターとして起用しており、おまけとして同漫画に登場するキャラクターの「名刺」を1枚封入している。「島耕作 接待中!」には、葛の花エキスとウコン、「商談中!」には、フラバンジェノール+シャピニオンエキス、「燃烧中!」には、青トウガラシ発酵エキス+L-カルニチンが含有されている。

(2008年5月28日 株式会社 タカラトミー プレスリリース)

ハウスウェルネスフーズ、機能性飲料「ブラッシーPET」を期間限定で発売

ハウスウェルネスフーズ株式会社は、「ブラッシー(R) PET」(130円/350ml)を6月16日より全国で期間限定で発売する。同品は、ビタミンCが補給できる機能性飲料の先駆として1958年に発売され、今年発売50周年を迎えた。そこで、今回発売50周年を記念して、現代版「ブラッシー(R)」としてPETボトルにて新発売することになった。同品は、温州みかん果汁10%にみかんに含まれる5種類のビタミンを配合、昔の味のイメージを残しつつ、現代風にアレンジしたドリンクとなっている。



(2008年5月30日 ハウスウェルネスフーズ株式会社 プレスリリース)

COMPANY NEWS

やずや、08年3月期、売上高18.1%減の285億円

やずやの2008年3月期業績は売上高が前期比18.1%減の285億円となっており、商品ラインナップの見直しや主力商材である「香醋」の売上減少が影響した。同社では、06年に売上高400億円を突破して以降、2期連続の減少となった。前期より、「香醋」に次ぐ柱商材の育成に力を入れており、「雑穀」「ケフィア」など育成に力を入れるとともに、顧客サービスレベルの向上を推進、物流体制の見直しも進めていくとしている。

(2008年5月22日 通販新聞)

大塚製薬、仏ミネラルウォーター大手ALMA社の株式49%を1,200億円で取得

大塚製薬株式会社は、仏ミネラルウォーター大手のALAM社とALMA社の株式の49%を総額7億5千万ユーロで取得する契約を5月26日に締結した。ALMA社は、ミネラルウォーターを製造販売するネプチューン社などを傘下にするALMAグループのホールディングスカンパニー。同グループはヨーロッパ各国に34工場を持ち、「クリスタリン」など多くのブランドを製造、販売しており、同グループの年間の売上は約7億8千万ユーロとなっている。大塚製薬は、スポーツ飲料「ポカリスエット」、「カロリーメイト」など同社の機能性食品の拡販には欧州など先進国市場の開拓が必要と判断し、今回の出資に踏み切った。

(2008年5月28日 大塚製薬株式会社 プレスリリース)