

HOT NEWS OF JAPANESE NUTRITION/HEALTH INDUSTRY**Jan.1-15, 2009**

富士経済の調査結果によると、2008年の健康志向食品(機能性食品)市場は対前年でわずかながら減少した。特に生活習慣病予防、ダイエット訴求食品の減少が大きいようである。また、キリンヤクルト・ネクストステージが通販業務から完全撤退する。食事代替型ダイエット食品「リエータ」の不振による影響が大きいようである。

一方、「Wii」などのヒットにより任天堂は経常利益が前期比32%増の5,800億円になるとの見通しである(1月9日 日本経済新聞)。「Wii Fit」の販売数量も300万台を突破した。新聞やTVでは正月太りを自覚させる広告が目立った。

同じメタボリック(ダイエット)市場を狙った商品であるにもかかわらず、明暗がはっきりしつつある。ダイエットのニーズが無くなっている訳ではない。1月3日付日経プラスワンに、「2009年、どんな目標を立てますか」という調査結果が掲載されていたが、「ダイエットをする」が人数で第2位の186人、前年比で56%の増加であった(有効回答数1,030人、複数回答)。

更に「腹筋・背筋など家庭内トレーニング」「ウォーキングを続ける」が続き、それぞれ168人(前年比105%増)、146人(前年比76%増)であった。ダイエットのみでなく運動に対する意欲も増えている事が伺える。

機能性食品やサプリメント業界においても、今までと異なる、「非連続」の発想や展開が必要な時期に来ていると思われる。

NEW PRODUCTS**JT、栄養ドリンク「ラストスパークリン」発売**

JT(日本たばこ産業株式会社)は、栄養ドリンク風味の炭酸飲料「ラストスパークリン」を1月5日から全国で発売開始した。ビタミンB1・ブドウ糖・イチョウ葉エキス・アスパラギン酸(アミノ酸)・イノシトール(ビタミン様物質)・カフェインを配合しており、受験勉強や仕事等で忙しい人、もうひと頑張りしたい人に向けた新製品である。栄養ドリンク風味に炭酸を加えることで、すっきりとした味わいに仕上げている。パッケージは活力やパワー、力強さを表現した配色であり、背景に配置されたランダムな時間はラストスパークリンの緊張感を演出している。1本(350ml)/140円(税別)。

(2008年12月25日 JT プレスリリース)

**ヒガシマル醤油、SPSを含有するサプリメント「四季爽快」を新発売**

ヒガシマル醤油株式会社は、しょうゆ由来のSPS(しょうゆ多糖類)を含むサプリメント「四季爽快」(90粒・税込1,575円)をリニューアル発売した。SPSとは、同社と大学の共同研究で開発をした新

しい健康機能成分。花粉症対策など、季節や環境の変化が気になる方へ勧められている。サプリメントの形状は、水なしで食べられるヨーグルト味のタブレット。1日の摂取目安量は6粒(SPS720mg)であり、1袋は15日分の容量。価格に換算すると1日あたり100円。

(2008年12月29日 ヒガシマル醤油株式会社 プレスリリース)



キリンフードテック、ノンカロリー甘味料「Cafino(カフィーノ)」発売

キリンフードテック株式会社は、甘味料「Cafino(カフィーノ)」(48g(1.6g×30袋)税別480円)を2009年1月より全国発売した。同製品は、2008年9月より関東甲信越地方で先行発売していた。昨今の健康志向の高まりに合わせ“カロリーゼロ”を実現させつつも、“自然な甘さ”を両立させたことが特徴である。後味はすっきりしていてノンカロリー甘味料に多くみられるクセがなく、砂糖のような「自然な甘さ」を実現させている。1袋(1.6g)で砂糖小さじ1杯分(3g)の甘さに相当するがカロリーはゼロであり、ダイエット志向の方に勧められている。同製品の見た目は自然なブラウンシュガータイプの顆粒で、小袋には5種類のパッケージデザインを起用している。

(2009年1月5日 キリンフードテック株式会社 プレスリリース)



日清サイエンス、介護対応食品「パーフェクトドリンクゼリー」を新発売

日清サイエンス株式会社は介護対応(摂食・嚥下領域)の新商品として1月13日に「パーフェクトドリンクゼリー」を発売した。同製品は、日常的な水分補給に適した、くずれにくく再結着性に優れたゼリー状のドリンクである。甘味を抑えているため、甘いものが苦手な方へも勧められるが、好みでガムシロップや牛乳を加えて味を調整することも可能。価格は1パック(500g)税込298円。賞味期限は製造日より180日で、容器にはキャップが付いている。

(2009年1月7日 日清サイエンス株式会社 医療食品部 プレスリリース)

コカ・コーラ、マルチビタミン入りファンタ「ふるふるチャージ」を発表

日本コカ・コーラ株式会社は、2008年に発売した「ファンタ ふるふるシェイカー」に続き、「ファンタふるふるチャージ」をエネルギーチャージ飲料として2月16日に発売する。同新製品では、2種の新フレーバー(グレープフルーツ、グリーンアップル)が提供され、いずれもマルチビタミンを含む。グレープフルーツ味の製品には9種のビタミン(ビタミンCは1日分に相当)、グリーンアップル味の製品は7種のビタミン(ビタミンB12は1日分に相当)が配合されている。冷やしてから10回ほど強く振ることで、炭酸のシュワシュワとした感覚と、ゼリーのプルンとしたユニークな食感が同時に味わえることが特徴。1缶(190ml)あたりのカロリーは135kcalで、価格は税込147円。

(2009年1月7日 日本コカ・コーラ株式会社 プレスリリース)

コネクト、「花通信スッキリ編」「春物語パッチリ編」ハーブティーを期間限定で新発売

株式会社コネクトは、春先を快適に過ごすことをテーマにした新商品のハーブティー2種類を発売する。そのうちのひとつである「花通信スッキリ編」は、7種のハーブ(ペパーミント/ローズヒップ/エルダーフラワー/ネトル/オレンジ/レモンバーム/ マーシュマロウ)をブレンドした爽快な香りが特徴。もう一方の「春物語パッチリ編」は、古くから欧米で目の健やかさに活用されてきたアイブライトを使用し、さらにその働きをサポートする12種のハーブ(ダンディライオンルート/ローズヒップ/オレンジ/エルダーフラワー/ ネトル/ビルベリー/エリカ/マリーゴールド/レモンマートル/ブラックベリー/ マレイン/ヤーバサンタ)をブレンドしている。販売価格は100gあたり各3,150円(税込)。同社が提供するボタニカルズ直営店舗ならびにオンラインショップにて、2009年1月17日~3月31日の期間限定で発売される

(2009年1月7日 株式会社コネクト プレスリリース)

JT、アミノ酸を配合したニアウォーター「ペルシャざくろ」発売

JT(日本たばこ産業株式会社)は、ざくろにアミノ酸を配合したニアウォーター「ペルシャざくろ」を1月19日から全国で新発売する。同製品にはペルシャで採れたざくろ果汁を使用し、アミノ酸(プロリン・グリシン)を配合している。ざくろは一般的に、酸味が強く飲みにくいとされているが、ほのかな甘さと適度な酸味のすっきりとした味わいに仕上げている。また、100mlあたり14kcalというカロリーオフ設計になっている。1本(350ml)/140円(税別)。

(2009年1月8日 JT プレスリリース)



AGF、マンノオリゴ糖を配合した「ブレンディ プラス」シリーズを新発売

AGF(味の素ゼネラルフーズ株式会社)は、2月20日に特定保健用食品「ブレンディ プラス」シリーズを新発売する。同シリーズに配合されている特徴的な成分は、脂肪の吸収を抑えるコーヒー豆マンノオリゴ糖である。「インスタントコーヒータイプ」は、冷たいお水にも溶けやすいため、ホットのみでなくアイスコーヒーにも適している。スティックの目安は1日2袋(2杯)とされ、味はブラックと微糖の2種類が販売される。「ボトルコーヒー」は、1日1本が目安の280mlサイズ(味:ブラック)、1日375mlが目安の1000mlサイズ(味:ブラック、微糖)から成る。また、ミルクのほんのりとした甘さが特徴のコーヒー&ミルクは、1日1本(275g)を目安としている。いずれの製品も、体脂肪が気になる方へ継続的に摂取することが勧められている。

(2009年1月9日 味の素ゼネラルフーズ株式会社 プレスリリース)

味の素、ハイポトニック粉末清涼飲料「アミノバイタル」ウォーターを新発売

味の素株式会社は、粉末清涼飲料「アミノバイタル®」ウォーターを2月23日に新発売する。同製品には、5種類のアミノ酸(分岐鎖アミノ酸・BCAA、グルタミン、アルギニン)に加えて、ミネラル(ナトリウム、カリウム)が配合されており、スポーツ時の水分補給に適している。さらに、カラダの浸透

圧(約 300mOsm)より低い 199mOsmのハイポトニック設計で、
吸収性にも優れている。水に溶かして飲む粉末清涼飲料であり、
1ℓ用と、スティック形状の 500ml用の 2 つのタイプで販売さ
れる。1ℓ用には 1袋(29.4g)あたり 3000mg、500ml用には 1袋
(14.7g)あたり 1500mgのアミノ酸が配合されている。希望小売価
格は未設定。



(2009年1月9日 味の素株式会社 プレスリリース)

COMPANY NEWS

ライオン、機能性食品の通販を強化

ライオンは1日付で組織を改正し、通販事業部傘下に機能性食品事業室を置き、通販向けに開発からマーケティングまで一貫して対応する体制を整えた。売れ筋である通販限定のラクトフェリンや新商品のトマト酢などの素材を軸に展開し、09年は派生品を含め新製品数点を投入する計画である。ラクトフェリンを配合した製品の08年の売上高は10億円を突破した。継続利用を推進するため、定期的に商品を届けるコースを中心としている。口腔衛生など、他分野で研究が進んでいる素材を含め新規素材も検討している。また、医薬品の製剤化技術や味覚の研究成果を生かし、目的に応じた製品開発を進める計画である。

(2009年1月7日 日刊工業新聞)

キリンヤクルトネクストステージ、通販事業から撤退

キリンヤクルトネクストステージは、通販サービスを1月31日付で終了することを発表した。2007年12月期の通販売上は前年比12%減の約7億5000万円であり、さらなる売上の縮小が続くと判断した結果のようである。ドラッグストア等の販売は継続するものの「リエータ アソート」「リエータ モーニングセット」「朝のフルーツ青汁」「BB cube」「プログラミール」など十数商品の製造が終了する。昨年12月にキリンHDが保有するキリンヤクルトネクストステージ全株式をヤクルトに売却した。ヤクルトの訪販ルートへの商品供給は続ける。

(2009年1月15日 通販新聞)

MARKET NEWS

通販新聞社の 2008 年度調査、市場規模は 5.2%増で拡大

通販新聞社が実施した「第五十一回通販・通教売上高ランキング調査」の結果によると、市場規模は 3 兆 8172 億円となり、前年比 5.2%伸張した。テレビ・インターネットが大きく伸ばす一方、カタログ通販は苦戦を強いられた。千億円超の最大手企業にジュピターショップチャンネルが仲間入りし、1社増しの 9 社となった。ネット販売による低価格訴求が可能であるという見方もあり、半数の企業は 2009 年も通販市場は成長すると回答している。

(2009 年 1 月 1 日 通販新聞)

富士経済、健康志向食品市場は 1 兆 2282 億円で 0.4%減

富士経済の健康志向食品の調査結果報告によると、昨年の市場規模は 1 兆 2282 億円で、前年より 0.4%減少したとの見込みである。骨・関節サポート市場は大きく伸ばし、大人向けカルシウム訴求商品が牽引した結果、1,115 億円と前年より 7.6%伸張したという。2009 年も、市場は引き続き縮小傾向を辿る見通しであり、0.9%減の 1 兆 2167 億円(明らか食品が 0.5%減の 5178 億円、ドリンク類が 1.2%減の 6989 億円)との予測を示した。市場全体は、05 年に前年割れしてから、06・07 年は肝機能改善、高血圧予防などで増加に転じたものの、08 年は再び規模が縮小した。最も構成比の高い整腸効果は実績を伸ばしているが、生活習慣病をはじめ、美肌効果、ダイエット、栄養バランス、喉の不快感除去などの減少が、市場縮小の要因であると分析されている。個別商品では、「エコナ」(花王)など健康油が実績を拡大し、前年比 0.8%増の 616 億円と見込まれている。「森永カルシウムの達人」(森永乳業)や「ネスレミロ180グラム」など大人向けを切り口とした商品が実績を伸ばし、5年ぶりにプラス成長した。「ソイジョイ」(大塚製薬)が大豆原料、低GI(血糖上昇指数)食品という新訴求点をアピールし、積極的な宣伝攻勢をかけたことで分野全体を底上げした。「クロレッツアイス」(キャドバリー・ジャパン)のヒットや「ブレスケア」(小林製薬)の好調も目立った。アイケア市場はブルーベリー素材が大半を占め、その認知度も高まっており、とりわけ同素材配合のヨーグルトが大きく増えた。

(2009 年 1 月 7 日 富士経済 報告書)

消費者庁の設置で法制化される健康食品業界

1 月 5 日に開催される通常国会では衆議院内に「消費者問題に関する特別委員会」が設置される。食品表示が消費者庁で管掌されることによって手続きの合理化・明確化が図れるほか、知識の積み重ねによるサプリメント法の立法化に向けての一步前進ともなる。健康食品は国民に幅広く利用されているにもかかわらず、位置づけとして不透明な部分が多いため、消費者を第一に考えた消費者庁で行なわれる今後の議論の行方が注目される。

(2009 年 1 月 7 日 健康食品新聞)