

## HOT NEWS OF JAPANESE NUTRITION/HEALTH INDUSTRY

Mar.1-15, 2019

3月6日から9日まで、カリフォルニア州アナハイムで開催された Natural Products Expo West を視察すると共に、近郊の自然食品店、サプリメントショップ、ドラッグストアなども視察してきた。例年にも増して「KETO」の文字が目立った。本号では、ケトダイエット(ケトンダイエット、ケトン体ダイエット)について整理してみたい。

ケトダイエットとは、高脂肪、低炭水化物をコンセプトとしたダイエット(ウェイトマネジメント)法であり、医療現場ではケトン食糧法として用いられている。ケトン食療法は糖・炭水化物を減らし脂肪を増やした食事で、脂肪が分解されてケトン体が体内で作られ効果を発揮する。食事時の脂肪/(糖+炭水化物+タンパク質)の比率(ケトン指数)を 3~4:1 にするのが一般的である。バランスの偏った食事なので医師と栄養士の指導が必要であるとされている。

米国では、アトキンス・ダイエットに端を発した低炭水化物ダイエット(ローカーボ・ダイエット)がウェイトマネジメントが主流となり、今日に至っている。現在のケトダイエット市場における商品は以下の3つのタイプがある。

1. 低炭水化物、高脂肪のシェイクやバーを用いてケトosis(体内のケトン体が増量した状態)にもっていき、エネルギー源として炭水化物の代わりに脂肪分を使う状態にする
2. 中鎖脂肪酸(MCT:Medium Chain Triglyceride)を積極的に摂取し、血中のケトン体を増量させる
3. 直接ケトン体(BHB:Beta-Hydroxybutyrate、β-ヒドロキシ酪酸)を摂取する

実際には、上記1~3を組み合わせた商品も多くある。

昨年12月、カウンセリング付きダイエット食品宅配サービスで急成長を遂げた Nutrisystem 社の人気部門「South Beach Diet®」は、ケトダイエットに関心が高い消費者に向けて「South Beach Diet Keto-Friendly」プログラムの提供を開始した(詳細は GNG グローバルニュース 2018年12月28日号参照)。

最近では「KETO CERTIFIED」という認証マークまで登場している(少なくとも一昨年の Expo では見かけなかった)。認証は、PALEO FOUNDATION が行っており、食品、食事代替型食品、スナック、調味料それぞれに炭水化物の規格基準が設けられている。

Meals, Meai Replacement	10g 以下/サービング
Snack	6g 以下/サービング
調味料	2g 以下/0.5oz(約 14g)

展示会場では KETO 認証マークの付いた“GOOD TO DO”というスナックバーが展示されていた。バー1本(1.4oz)あたり、炭水化物 3g、脂質 13g 以上、プロテイン 5g 以上となっている。

ケトダイエット市場は、ダイエット(ウェイトマネジメント)を訴求する商品だけでなく、ケトosis、ケトジェニックを訴



【発行元】株式会社グローバルニュートリショングループ

〒171-0021 東京都豊島区西池袋 5-17-11 ルート西池袋ビル 8F

Tel 03-5944-9813 Fax 03-5944-9814

※コメント部分の無断転用はご遠慮ください。

求した商品も多い(“Quick and easy ketosis”、“Helps you stay in ketosis”など)。

米国におけるココナッツオイルの普及は、パレオダイエットにより促進された。パレオダイエットとは、旧石器時代の食事法を再現したダイエット法であり。人工的に手の加えられていない野菜全般、肉、魚、果物、ナッツ、卵を主な食物とする。炭水化物、豆類、砂糖や塩を含む調味料、乳製品、添加物を摂らない。穀物を摂取しないため、油はオリーブオイルやココナッツオイルを使用する。MCT が注目されるようになったのは、2008 年にココナッツオイルによる認知症改善のレポートが米国の医学博士によって発表されたことによる。南フロリダ大学のメアリーニューポート博士が、アルツハイマー病の初期であった夫にココナッツオイルを毎日数杯服用させることで、全く書けなかった時計の文字盤が書けるようになったという症例を報告したことがブームの火付けとなった。そのため、ケトシスは、脂肪燃焼だけでなく、認知機能を活性化するブレインヘルスとしても期待されている。

“Zone Perfect KETO”は体脂肪燃焼を訴求した商品であるが、“KETO ZONE MCT OIL POWDER”には“BRAIN FOOD”、“ENHANCE KETONE LEVELS”、“KETO ZONE MCT OIL SOFTGELS”には、“SUPPORTS MENTAL FOCUS”とも表示されている。



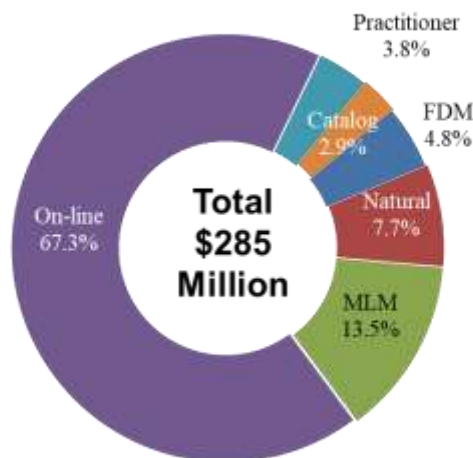
日本ではまだ使用された商品はないが、BHB 市場は、2014 年～2015 年にかけて形成された、比較的新しい市場であり、2018 年の小売市場は約 288 百万ドルである。粉末タイプが主流で、続いてカプセル商品、少ないがリキッド商品もある。MCT オイルとの相乗効果を狙う商品が多く、ミールリプレースメント(食事代替型食品)、運動前・後のサプリメントカテゴリーがメインとなっている。

主要チャネルはオンライン販売で約 7 割を占めており、その約 6 割を Amazon が占めている。ほとんどの商品が「ケトシス促進」を表示・訴求している((ケトシス状態を)“早める”、“簡単にする”、“長くする”など)。その他、“エナジー促進”“集中力を高める”“ダイエット”を訴求する商品もみられる。

BHB 塩は MCT とのコンビネーションにおいて「ケトシスまでの時間を短縮し、血中ケトンレベルを長時間維持できる」というベネフィットが訴求されている。また、カフェインとのコンビネーションも見られる他、スポーツニュートリション商品も関心が高まっている。メディカルフードでの採用はケトンダイエット、脂肪酸酸化異常症の治療で用いられるケースが増えている。

ケトダイエットが話題になることが増えると思われるが、3 つのタイプを理解した上で、トレンドとして取り入れる必要がありそうだ。

2018年米国BHB使用商品チャネル別市場規模



## NEW PRODUCTS

### ヤクルト、5種類の栄養成分を配合した「ヤクルトファイブ」を発売

株式会社ヤクルト本社は、「乳酸菌 シロタ株」と5種類の栄養成分を配合した乳製品乳酸菌飲料「ヤクルトファイブ」を3月18日に全国で発売する。

同品は、ヤクルト独自の「乳酸菌 シロタ株」が1本に300億個含まれている。また、5種類の栄養成分(1本にカルシウム 50mg、ビタミン C 30mg、ビタミン D1 7 µg、ビタミン E1 9mg、食物繊維 1.5g)が配合されている。今回、ヤクルトのブランドカラーである赤色をベースに、付加価値が感じられる金色を使用したデザインを採用した。販売価格は90円/本、80ml(税別)となっている。



関連リンク: <https://www.yakult.co.jp/news/file.php?type=release&id=155108168951.pdf>

(2019年2月28日 株式会社ヤクルト本社 ニュースリリース)

### ハウスウェルネスフーズ、機能性表示食品「C1000 グリーンレモネード」を発売

ハウスウェルネスフーズ株式会社は、日常生活や運動後の疲労感が気になる方に向けた機能性表示食品、「C1000 グリーンレモネード」を3月4日に全国で発売した。

同品は、レモン果汁とクエン酸によるさわやかな酸味が特徴の飲料である。機能性関与成分クエン酸 3000mg が含まれている。また、ビタミン C 1000mg やポリフェノール(モノグルコシルヘスペリジン) 10mg も配合されており、継続的に摂取することで日常生活や運動後の疲労感を軽減する効果が期待できる。販売価格は140円/500ml(税別)となっている。



関連リンク: [https://www.house-wf.co.jp/20190301\\_c1000.pdf](https://www.house-wf.co.jp/20190301_c1000.pdf)

(2019年3月1日 ハウス食品グループ本社株式会社 ニュースリリース)

### 森永製菓、「inゼリー エネルギー ストロング」を発売

森永製菓株式会社は、「inゼリー」ブランドから新たに「inゼリー エネルギー ストロング」を3月19日に発売する。

同品は、アミノ酸 1,600 mg、クエン酸 1,200mg、ローヤルゼリー 200 mgを配合し、疲れがたまっていると感じる時や、もうひと頑張りするための元気を補給したい時の摂取を想定して開発された。栄養ドリンクを想起させる味わいと、飲みやすいスムーズな食感が特徴で、およそおにぎり1個分のエネルギーをすばやく補給できる。販売価格は250円/180g(税別)となっている。



関連リンク: <https://www.morinaga.co.jp/public/newsrelease/web/fix/file5c78981e194ad.pdf>

(2019年3月1日 森永製菓株式会社 ニュースリリース)

## カンロとキリン、コラボ商品「ピュレサプリグミ iMUSE プラズマ乳酸菌」を発売

カンロ飴やピュレグミなどでおなじみのカンロ株式会社とキリン株式会社は、カンロのグミブランドであり、大人の女性に向けたグミ市場を創り上げた「ピュレグミ」と、キリンの独自素材であるプラズマ乳酸菌を使用したブランド「iMUSE(イミューズ)」のコラボレーションにより、「ピュレサプリグミ iMUSE プラズマ乳酸菌」を共同開発し、4月2日に全国の量販店やドラッグストア等で販売する。同品は、おいしくプラズマ乳酸菌を摂取できるサプリメントのような小粒タイプのピュレグミである。プラズマ乳酸菌を1袋あたり1,000億個、コラーゲンを4,000mg、ビタミンCを60mgそれぞれ配合した。甘酸っぱい味わいのフルーツ&ヨーグルトグミで、iMUSE ブルーを全面にあしらったグミ売り場で映えるコラボレーションデザインを採用した。販売価格はオープン価格/59g(約32粒入り)となっている。



カンロは同品のコラボレーションにより、好調なグミ市場のさらなる活性化を、キリンは iMUSE ブランドのユーザー層拡大を目指す。

関連リンク: [https://www.kanro.co.jp/files/topics/844\\_ext\\_05\\_0.pdf](https://www.kanro.co.jp/files/topics/844_ext_05_0.pdf)

(2019年3月5日 カンロ株式会社 ニュースリリース)

## ブルボン、栄養バランスを考えたバータイプクッキーを発売

株式会社ブルボンは、栄養やおいしさ、腹持ち感にこだわったバランス栄養調整食品「スローバードブルベリー」を、3月12日に新発売する。



同品は、バータイプのクッキーにクランベリーとブルーベリーの果肉を加え、ほのかな酸味を効かせたソフト食感のクッキーである。ゆっくり消化吸収される糖類パラチノース®を配合し、エネルギーをしっかりと補給しながら、すばやく食べても満足感や腹持ち感が長続きする。また、10種類のビタミンと1/3日分のカルシウムと鉄、食物繊維3gも配合した。パッケージには、ゆっくり消化吸収される糖質(パラチノース®)配合と、腹持ち感が持続する「おいしく栄養、満足長持ち」のロゴマークをデザインした。販売価格は100円/40g、1本(税別)となっている。

関連リンク: <https://www.bourbon.co.jp/static/pdf/20190307/slowbardoubleberrypressrelease.pdf>

(2019年3月7日 株式会社ブルボン ニュースリリース)

## キリン、KW 乳酸菌サプリメント「Noale(ノアレ)」を発売

キリン株式会社は、ヤクルトヘルスフーズ株式会社が販売している KW 乳酸菌を配合したサプリメント「Noale(ノアレ)」を譲り受け、4月1日にオンラインショップを中心に発売する。グレープフルーツ味のチュアブルタブレットで、販売価格は2,000円/37.5g、30粒入り(税別)となっている。



キリングroupは、長期経営構想「キリングroup・ビジョン 2027(以下、KV2027)」を策定し、「食から医にわたる領域で価値を創造し、世界の CSV(Creating Shared Value:お客様や社会と共有できる価値の創造)先進企業となる」ことを目指している。また、KV2027の実現に向けて、既存事業の「食領域」(酒類・飲料事業)と「医領域」(医薬事業)の中間領域にあたる「医と食をつなぐ事業」を立ち上げ、育成している。今回、KW 乳酸菌を配合した同サプリメントを譲り受けたことにより、乳酸菌事業をさらに拡大し、多様化する健康ニーズに対応することで、「医と食をつなぐ事業」のさらなる育成につなげていく。

関連リンク: [https://www.kirin.co.jp/company/news/2019/0308\\_02.html](https://www.kirin.co.jp/company/news/2019/0308_02.html)

(2019年3月8日 キリン株式会社 ニュースリリース)

## 明治、「明治おいしい低脂肪乳」「明治おいしいミルク カルシウム」を発売

株式会社 明治は、牛乳類市場トップシェアである「明治おいしい牛乳」ブランドより、おいしさにこだわり抜いた「明治おいしい低脂肪乳」を4月2日に全国で、「明治おいしいミルク カルシウム」を4月2日に北海道、東北、関東地区で先行して発売する。



近年、その健康価値やおいしさが改めて注目されることにより、減少傾向であった牛乳類市場は微増傾向にある。また、牛乳類を購入する人の多くが、健康のために「低脂肪乳・カルシウム強化乳」を購入した経験があることが同社調査により明らかとなった。とはいえ、その風味への不満から購入を中止、または購入量を減らしたことも分かっている。

今回、「新鮮な生乳のおいしさをご家庭までお届けすること」をコンセプトとして、同品を発売した。世界初の氷点濃縮製法を採用した乳原料を使用することで、従来の低脂肪乳やカルシウム強化乳では実現が困難であった「新鮮なミルクの香り」「豊かなコク」を実現した。販売価格はオープン価格で、容量は900mlと200mlの2種類となっている。

関連リンク：[https://www.meiji.co.jp/corporate/pressrelease/2019/detail/20190308\\_02.html](https://www.meiji.co.jp/corporate/pressrelease/2019/detail/20190308_02.html)

(2019年3月8日 株式会社明治 ニュースリリース)

## アサヒグループ食品、「1本満足バー チョコタルト/チーズタルト/バナナタルト」の3品をリニューアル

アサヒグループ食品株式会社は、バータイプの栄養調整食品「1本満足バー」のタルトシリーズより、「1本満足バー チョコタルト」「1本満足バー チーズタルト」「1本満足バー バナナタルト」の3品をリニューアルし、3月18日に全国で発売する。



「1本満足バー」は、満腹感をサポートする食物繊維(グルコマンナン)と、栄養をサポートする5種のビタミン(V.B1、V.B2、V.B6、V.B12、V.E)を配合した栄養調整食品である。



「1本満足バー チョコタルト」は、チョコチップを練り込んだしっとり濃厚なチョコレートケーキ生地とサクリとしたビスケット生地を合わせて2層仕立てにし、香ばしいアーモンドをトッピングした。



「1本満足バー チーズタルト」は、クリームチーズとブルーベリー果肉を練り込んだしっとり濃厚なチーズケーキ生地とサクリとしたビスケット生地を合わせて2層仕立てにし、チーズクラッシュをトッピングした。

「1本満足バー バナナタルト」は、完熟バナナピューレとチョコチップを練り込んだしっとりバナナケーキ生地とサクリとしたカカオビスケット生地を合わせて2層仕立てにし、キャラメルをかけたアーモンドをトッピングした。

3品とも、「しっとり」×「サクリ」の2種類の食感を楽しめるように開発されている。今回のリニューアルでは、内容量を当社従来品比で10%増量して食べ応えをアップした。価格は、オープン価格/46g、1本となっている。

関連リンク：<https://www.asahi-gf.co.jp/company/newsrelease/2019/0308/>

(2019年3月8日 アサヒグループ食品株式会社 ニュースリリース)

## 雪印メグミルク、「プルーン Fe 1 日分の鉄分ヨーグルト」を発売

雪印メグミルク株式会社は、栄養機能食品「プルーン Fe 1 日分の鉄分ヨーグルト」を 3 月 19 日に全国で新発売する。

不足しがちな栄養素として知られる鉄分は、女性を中心に摂取意向がある。このたび、鉄分を飲むヨーグルトで手軽に摂取できる「プルーン Fe 1 日分の鉄分」シリーズから、朝食を中心とした食シーンを想定して、食べるタイプのヨーグルトを新たにラインナップに加える。1 日分の鉄分(6.8mg)、1 日分の 1/2 の葉酸(120 μg)とビタミン B12(1.2 μg)を摂取できる。販売価格は、105 円/100g、1 個(税別)となっている。



関連リンク: <http://www.meg-snow.com/news/2019/pdf/20190311-1553.pdf>

(2019 年 3 月 8 日 雪印メグミルク株式会社 ニュースリリース)

## 明治、とろみ調整食品「明治かんたんトロメイク らくらく BOX」を発売

株式会社 明治は、いつもの食事に混ぜるだけで、誰でも簡単にトロミづけができる「明治かんたんトロメイク」シリーズより、「明治かんたんトロメイク らくらく BOX」を 3 月 22 日に全国のドラッグストアや薬局、大型スーパーなどで発売する。



2025 年には、日本人の 5 人に 1 人が 75 歳以上という超高齢社会に突入するため、在宅医療や在宅介護に関連する市場は拡大することが予想される。こうした市場背景の中、同社が販売してきたとろみ調整食品「明治かんたんトロメイク」は、いつもの食事に混ぜるだけで誰でも簡単にトロミづけができ、時間が経ってもトロミの状態が変わらず、食品本来の「味・色・香り」を損ないにくい为消费者の支持を得てきた。

しかしながら、とろみ調整食品の一般的な大袋容器に対して「ジッパーの開け閉めがしづらい」「計量がしづらい」「移し替えが手間」などの容器に不満をもっている利用者もいることが分かった。そこで今回、ワンタッチで開封でき、取り出し口が広く、移し替え不要で、付属スプーンで簡単に計量できる使いやすい容器の同品を発売することとして。これにより同社は、とろみ調整食品使用者の利便性向上に貢献していく。販売価格は、2,580 円/500g(税別)となっている。

関連リンク: [https://www.meiji.co.jp/corporate/pressrelease/2019/detail/20190311\\_01.html](https://www.meiji.co.jp/corporate/pressrelease/2019/detail/20190311_01.html)

(2019 年 3 月 11 日 株式会社明治 ニュースリリース)

## 江崎グリコ、「パピコ 毎日おいしくプラス」と「パナップ 毎日おなかに笑顔」を全国で発売

江崎グリコ株式会社は、アイスのロングセラーブランド「パピコ」と「パナップ」の新ラインナップとして、一部地域限定で販売していた「パピコ 毎日おいしくプラス」と「パナップ 毎日おなかに笑顔」を、3 月 11 日から全国で発売開始する。

「パピコ 毎日おいしくプラス」は、子どもに不足しがちな栄養素(ビタミン B1、鉄分、カルシウム)の 1 日不足分を摂取できるアイスである。6 歳以下の子どもはパピコ 1 本で、7 歳以上 14 歳以下のお子様はパピコ 2 本で、ビタミン B1、鉄分、カルシウムの 1 日不足分を摂ることができる。フローズンスムージーの食感でと 3 つの味(イチゴオレ、バナナオレ、りんごヨーグルト味)で 10 本入りで発売する。



「パナップ 毎日おなかに笑顔」は、子どもが好きなフルーツ(いちご、りんご、白桃)のソースと、さわやかなヨーグルト風味の味わいが特徴のアイスである。フルーツソースにはフルーツ由来の殺菌済み乳酸菌が入っている。また、アイスには乳酸菌とオリゴ糖が入り、1カップで1日分(2g)のガラクトオリゴ糖を摂ることができる。



子どものおやつ定番であるアイスには、子供たちが安心して食べられるものが求められており、最近では特においしさと健康の両立した商品に注目が集まっている。同社はこうした要望に応えるため、昨年9月から関東甲信越エリア限定で限定で発売してきた同品を全国で展開することとした。

関連リンク:

<https://www.glico.com/jp/product/ice/papico/25333/>

<https://www.glico.com/jp/product/ice/panapp/25337/>

(2019年3月12日 江崎グリコ株式会社 商品紹介ページ)

## 日清ファルマ、機能性表示食品「ビフィコロン」をビフィズス菌 55 億個の「ビフィコロン S」にリニューアルして発売

日清製粉グループの日清ファルマ株式会社は、腸内環境が気になる人向けの機能性表示食品「ビフィコロン」を、1カプセルあたりビフィズス菌が55億個含まれる「ビフィコロンS」としてリニューアルし、3月19日に日清ファルマダイレクト(<https://www.nisshin-pharma.com/>)にて通信販売限定で発売する。



同品は2012年の発売以来、累計販売個数100万個を突破し、多くの消費者に支持されてきた。この度、新たに特許を取得した新配合で、より多くのビフィズス菌を生きのまま大腸に届ける「ビフィコロンS」としてリニューアル発売する。今回のリニューアルにより、1カプセルあたりのビフィズス菌数が、従来の50億個から55億個になる。販売価格は、4,000円/30カプセル入り(税別)となっている。

関連リンク:<https://www.nisshin.com/uploads/190312.pdf>

(2019年3月12日 株式会社日清製粉グループ本社 ニュースリリース)

## サントリー食品、日本限定商品「ペプシ ジャパンコーラ」を発売

サントリー食品インターナショナル株式会社は、「PEPSI」ブランドより新たな主力商品として「ペプシ ジャパンコーラ」を、4月9日に全国で新発売する。

同品は、コーラ飲料本来の飲みごたえとキレのある後味をさらに高めるべく、「PEPSI」ブランド史上初めて、塩と和柑橘フレーバーを隠し味に使用することで、ジャパンオリジナルテイストに仕上げた。スイカの甘みを引き立てる塩、和菓子の後味をさっぱりさせる柚子、といった、日本の食文化から着想を得て開発した。今回、レギュラー有糖タイプとゼロカロリータイプの2種類を発売する。販売価格は、140円/490ml ペットボトル(税別)となっている。



関連リンク:<https://www.suntory.co.jp/softdrink/news/pr/article/SBF0822.html>

(2019年3月12日 サントリー食品インターナショナル株式会社 ニュースリリース)

## COMPANY NEWS

### カゴメ、野菜摂取量の充実度推測機器を開発

カゴメ株式会社は、皮膚のカロテノイドレベルなどを光学的に測定することで野菜摂取量の充足度が推定できる測定器を、ドイツの Biozoom services 社と共同開発した。



野菜の摂取は各種疾病の予防につながる事が知られており、その目標値は 1 日 350g 以上とされる。しかし、日本人の平均的な野菜摂取量はおよそ 288g で、60g 程度不足しているのが現状である。

今回開発された同機器は、センサーに手のひらを乗せて数十秒で、皮膚のカロテノイドレベルなどから野菜の摂取量の充足度を推定するため、利用者にその場で結果を簡単に伝えることができる。2019 年夏以降、健康経営を推進している企業や健康増進施策の強化を図る自治体向けに、販売やレンタルおよび同機器を活用した健康サービスの販売を開始する予定である。さらには、健康診断の現場での食事指導への応用も予定している。

同社は、健康サービスを利用する人たちに、同機器で野菜摂取量の充足度について「気づき」を与えらるとともに、野菜の上手な摂り方を学べるセミナーなどを開催することで、野菜の摂取量を増やすことを通じた健康増進および健康経営推進のサポートを行っていく。

関連リンク:<https://www.kagome.co.jp/library/company/news/2019/img/20190301777.pdf>

(2019 年 3 月 1 日 カゴメ株式会社 ニュースリリース)

### 日本水産、黒瀬水産の養殖ブリの加工品が機能性表示食品として受理

日本水産株式会社(以下「ニッスイ」)のグループ会社である黒瀬水産株式会社が生産する養殖ブリの加工品(冷凍品、区分上は「生鮮品」)が、機能性表示食品として受理された。

ニッスイでは、機能性素材「EPA」を使用した機能性表示食品のブランド「海から、健康 EPAlife(エパライフ)」を、缶詰やフィッシュソーセージ、ちくわといったすり身製品およびサプリメントなどで展開しており、このたび受理された同品はその 1 品として想定している。

EPA および DHA には、中性脂肪を下げる機能や記憶力を維持する機能が認められており、同品はこれらが気になる人に向けた機能性表示食品として申請した。

関連リンク:<http://www.nissui.co.jp/news/20190314.html>

(2019 年 3 月 14 日 日本水産株式会社 ニュースリリース)



## MARKET NEWS

### 矢野経済研究所、健康・機能性食品素材に関する消費者アンケート調査(2018年)結果を発表

株式会社矢野経済研究所は、健康・美容が機能として期待される食品素材のうち 37 の素材や成分を選出し、各々の素材に対して、認知度や摂取状況、今後の摂取意向等について消費者アンケート調査を実施した。

全体(n=1000)		男性(n=500)		女性(n=500)	
1 DHA・EPA	19.1%	1 青汁	19.2%	1 コラーゲン	23.8%
2 青汁	19.0%	2 DHA・EPA	19.2%	2 DHA・EPA	19.0%
3 ブルーベリー(ビルベリー)	15.9%	3 ブルーベリー(ビルベリー)	15.4%	3 青汁	18.8%
4 コラーゲン	14.8%	4 乳酸菌(サブジメト)	13.6%	4 ブルーベリー(ビルベリー)	16.4%
5 乳酸菌(サブジメト)	13.1%	5 グルコサミン	11.2%	5 乳酸菌(サブジメト)	12.6%
6 グルコサミン	10.7%	6 プロテイン	10.4%	6 グルコサミン	10.2%
7 ルテイン	9.4%	7 ルテイン	8.8%	7 ルテイン	10.0%
8 プロテイン	8.3%	8 ウコン	8.2%	8 ヘム鉄	7.6%
9 大豆イソフラボン	6.2%	9 コラーゲン	5.8%	9 大豆イソフラボン	6.8%
10 ウコン	5.9%	10 大豆イソフラボン	5.6%	10 ヒアルロン酸	6.6%

注：調査時期：2018年7月。調査対象：日常的に(ほぼ毎日/必要に応じて)健康食品を摂取している30代~70代の男女1,000名(年代、性別共に均等に配分し、各年代200名、男女別500名の合計1,000名)。調査方法：インターネットアンケート。複数回答。回答比率の高い順に上位10素材までを掲載

2018年7月に実施した、日常的に(ほぼ毎日/必要に応じて)健康食品を摂取している30~70代の男女1,000名に対する健康・機能性食品素材に関する消費者アンケート調査によると、本調査対象37素材のうち、30~70代の男女全体(1,000名)において、摂取率(現在摂取しているとの回答比率)が10%以上の素材は6素材(DHA・EPA、青汁、ブルーベリー(ビルベリー)、コラーゲン、乳酸菌、グルコサミン)であった。

また摂取率の高い上位6素材に関して、素材別に認知している機能を聞いたところ、第一位に上がったのは、DHA・EPAでは「記憶力の維持、改善」、青汁では「健康維持、増進」、ブルーベリー(ビルベリー)では「眼の疲れ」、コラーゲンでは「肌のハリ、シワ、シミの改善」、乳酸菌では「整腸」、グルコサミンでは「関節痛の軽減、緩和」であった。

上記の表で示すとおり、本調査対象37素材のうち、摂取率(現在摂取しているとの回答比率)が10%以上の素材は全体(1,000名)で、DHA・EPA(19.1%)、青汁(19.0%)、ブルーベリー(ビルベリー)(15.9%)、コラーゲン(14.8%)、乳酸菌(13.1%)、グルコサミン(10.7%)であった。

そのうち女性(500名)では、摂取率の高い順に、コラーゲンが23.8%と2割を超え、次いでDHA・EPA 19.0%、青汁 18.8%、ブルーベリー(ビルベリー) 16.4%、乳酸菌 12.6%と続く。女性の6位以下には、グルコサミン、ルテイン、ヘム鉄、大豆イソフラボン、ヒアルロン酸が続き、加齢に伴う対策素材や美容関連素材など、女性に関心の高い素材が上位10位以内にランキングされている。

また、男性(500名)では、青汁とDHA・EPAが同率の19.2%を占め、次いでブルーベリー(ビルベリー) 15.4%、乳酸菌 13.6%、グルコサミン 11.2%であった。

男性の6位以下は、プロテイン、ルテイン、ウコン、コラーゲン、大豆イソフラボンと続き、身体づくりや眼のピント調節、アルコール対策などの機能が明確な素材のほか、コラーゲンや大豆イソフラボンなど、女性の摂取率が高いものもある。本調査結果から、男性の摂取率の高い上位素材のなかには、配偶者と共に摂取していることが示唆される素材もあると考えられる。

関連リンク：[http://www.yano.co.jp/press-release/show/press\\_id/2102](http://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2102)

(2019年3月5日 株式会社矢野経済研究所 ニュースリリース)

## RESEARCH NEWS

### コーヒーポリフェノールに皮膚乾燥低減作用

国立研究開発法人 医薬基盤・健康・栄養研究所は、コーヒーポリフェノールに皮膚乾燥の低減作用が確認されたとする臨床試験の結果を、3月1日に素材情報データベースに掲載した。

同試験では、重度の皮膚乾燥と鱗屑を有する成人女性31名(試験群16名、平均31.1±3.7歳、日本)を対象とした二重盲検無作為化プラセボ比較試験において、クロロゲン酸類を主成分とする生豆由来コーヒーポリフェノール297.8mg/日を4週間摂取させたところ、顔面頬部の皮膚の乾燥度の低減が認められた。一方で、口周囲部の乾燥度、皮膚の滑らかさの主観評価および寒冷ストレス後の皮膚温度の回復に影響は認められなかったという。

関連リンク: <https://hfnet.nibiohn.go.jp/contents/detail1703.html>

(2019年3月1日 国立研究開発法人 医薬基盤・健康・栄養研究所 素材データベース)

### ポーラ化成、肌の酸素量の低下がうるおいや弾力を奪うことを解明

ポーラ・オルビスグループのポーラ化成工業株式会社は、加齢による肌状態の変化を研究した結果、①加齢により肌の酸素量が低下すると、表皮、真皮、皮下組織の構造に悪影響が生じること、②セイヨウハッカ、ゼニアオイ、サボンソウから抽出したエキスが、酸素量の低下により肌にもたらされる悪影響を抑制すること、の2点を発見した。

血液中の酸素量は年齢とともに徐々に減っていくことが知られている。そこで、同社が肌の酸素量を調べたところ、肌の酸素量も年齢とともに減ってしまうことが明らかになった。このことから、酸素量の低下は肌での老化原因のひとつである可能性が考えられる。そこで、表皮、真皮、皮下組織に対する酸素量の影響を、培養細胞を用いた実験で検証した。その結果、酸素量が少ない環境では、うるおいや弾力に関わる重要な構造が悪化していたことから、酸素量の低下がうるおいや弾力の低下につながる可能性が判明した。

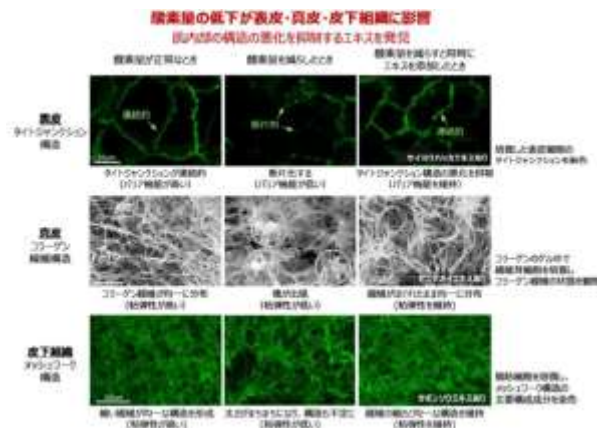


また、酸素量が少ない環境において、表皮、真皮、皮下組織に働きかけて構造の悪化を抑えるエキスを探索した結果、セイヨウハッカ、ゼニアオイ、サボンソウにその作用を見出した。これらのエキスにより構造の悪化を抑制すると、肌の本来持つ機能が維持され、うるおいのある弾むような肌を維持できると期待される。

この成果は、同社が今後提供する商品やサービスに活用される予定である。

関連リンク: [http://www.pola-rm.co.jp/pdf/release\\_20190307\\_2.pdf](http://www.pola-rm.co.jp/pdf/release_20190307_2.pdf)

(2019年3月7日 ポーラ化成工業株式会社 ニュースリリース)



## REGULATORY NEWS

### 消費者庁、特別用途食品の「液体ミルク」2品を許可

消費者庁は、特別用途食品の乳児用調製液状乳(液体ミルク)として2件を許可したと3月5日に発表した。許可されたのは「アイクレオ赤ちゃんミルク」(江崎グリコ株式会社)と、「明治ほほえみ らくらくミルク」(株式会社 明治)である。

江崎グリコ株式会社の「アイクレオ赤ちゃんミルク」は、「母乳は赤ちゃんにとって最良の栄養です。『アイクレオ赤ちゃんミルク』は母乳が不足したり与えられない場合に母乳の代わりをする目的で作られたものです」との表示が許可された。同社は、3月5日午後4時から自社通販サイトで販売を開始した。

株式会社明治の「明治ほほえみ らくらくミルク」は、「『明治ほほえみ らくらくミルク』は母乳が足りない赤ちゃんに安心してお使いいただけます。母乳は赤ちゃんにとって最良の栄養です。」との表示が許可された。同社は、3月15日に詳細の発表を予定している。

関連リンク:

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/food\\_labeling/health\\_promotion/pdf/health\\_promotion\\_190304\\_004.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/health_promotion/pdf/health_promotion_190304_004.pdf)

(2019年3月5日 消費者庁 ニュースリリース)