

ウコン

酒サプリの定番素材へ 高吸収・低価格^{など}差別化進む

は、9月8日に放送された日本テレビ系列のTV番組「世界一受けたい授業」で順天堂大学の白澤卓二教授がフレイノフードとしてウコンを紹介。クルクミンがアルツハイマーの原因となる老人斑を抑制するという試験結果を報告。老人斑は人間の脳にも確認されており、クルクミンを摂取することでボケの予防につながる可能性を示唆した。

ウコンは、お酒のサプリとして健康食品市場において抜群の認知度を誇る。研究分野においても肝機能改善に関するエビデンスが多数報告され、実用性が十分周知されている。そのため、ウコンの市場は05年ごろから急成長。現在、最終商品市場は500億円を突破し、円熟期を迎えた。今後、肝機能以外でのプロモーションがカギを握ると思われる。

さらにクルクミンをおいしく摂取する方法としてカレーを提案。もともとクルクミン(ウコン)はカレー粉の中に含まれており、インド人とアメリカ人のアルツハイマー病発症率を比べたところ4倍の差が見られた。

率^が300倍になると発表した。全国のTVで肝機能以外の機能がピックアップされるということは、肝機能改善作用の認知がすでに深い事の裏返しとも考えられる。また、この放送後の1〜2週間、楽天、ケンコーコム、各メーカーのダイレクト通販サイトなどではウコンサプリの売れ行きが通常比25倍程度を記録していた。

現在、ウコンを配合した健康食品・一般食品の市場規模は約500億円。簡単な内訳は「ウコンのチカラ」を販売するハウス食品が300億円超、残りを1億〜2億ほどの売上で分け合っているという構図だ。今も大手企業から新商品が投入される一方、ウコンサプリのみを取り扱う販社も出てきており、市場は拡大を続けている。こうしてウコンの認知度が高まりを見せている反面、メーカー側では差別化と価格の競争が激化。サプリメント

各社では、高吸収・高含有を筆頭にナノ化、還元型、国産、有機JASなどで差別化。インド系やアーユルヴェーダ・漢方素材を取り扱うメーカーでは、自社素材と組み合わせさせてオリジナル処方^を提案することで訴求力の強化を狙っている。原料市場は約30億円規模と推定。通常タイプのウコン粉末が1万5000〜2万円。前述した高吸収などの差別化タイプが2万円半から3万円代。もっとも高価格なアイテムもある。どちらかという^と差別化タイプの方が販売量を伸ばしている印象が強いことから、ウコン市場は円熟期を迎えた様子だ。

主な取扱いメーカーは、アルファリンク、オムニカ、公知貿易、サピンサジャパンコーポレーション、セティ、セラバリューズ、日本スタング、日本粉末薬品、バイオアクテイブスジャパン、丸善製薬、モナ、横浜油脂工業など。