

健康成分「βグルカン」

関連品、30～40代女性が支持

健康食品の分野では様々な新成分が登場し、はやり廃りのサイクルも早い。そんな中でもしっかり定着しているものは、マーケティングの力もさることながら、最終的にその良さや効果を買った消費者が実感し、口コミが絶えない製品である。

ブレーク寸前にある新成分として注目したいのが、「βグルカン」だ。食物繊維の一種で、キノコや大麦などに含まれる。日本人は昔から口にしてきており、免疫調節効果や抗アレルギー効果、血糖値抑制などの効果があるとされる。

ADEKAは大麦や黒酵母由来のβグルカンの研究・開発、製造に取り組んでいる。同社は業務用の加工油脂製造が得意。大豆アレルギーに悩む人も食べられるマーガリンを開発する過程で、予防という観点から

探していた成分のひとつとしてβグルカンがあったという。

βグルカンは研究するほどにいろいろな機能を持つ成分であることがわかってきたが、消費者の認知度はまだ低い。素材を利用した商品のマーケティングはやりにくい。商品化しなければそのまま埋もれてしまう可能性もある。そこでADEKAは「まずは商品をつくってみよう」とβグルカン入りの黒酢ドリンク（720ミリ入り1本3000円、写真）などの健康食品を開発し、自社サイトでの通信販売を始めた。



モニターに飲んでもらって意見を聞く以外に、特別な販促はしていない。それでもインターネット上の口コミなどで次第に認知度が高まり、繰り返し買うようになった30～40代女性が増加。販売は右肩上がりだ。ADEKAには飲んだ人から「疲れにくい」「お通じがよくなった」などの感想が寄せられ、意を強くしているという。

健康食品の国内市場は約1兆円といわれるが、ヒットしているとされる青汁系商品でも約600億円。βグルカン関連商品は100億円にも満たないとされる。ADEKAは青汁並みの市場をつくれる注目成分として今後、βグルカン関連商品の開発・販売に力を入れていくという。

（カフェグローブ・ドット・コム社長 矢野貴久子）