

眼の健康を促進する栄養補助食品市場は有望である

ことが新しい調査で明らかに

ケミンフーズが委託した調査により、英国では、眼の健康を促進する栄養補助食品の需要が高いことが明らかになった。

この調査は、英国の一般市民の中からサンプリングを行って調査対象とし、眼の健康をテーマに考え方や意識を明らかにして、眼の健康維持における栄養の役割を明らかにしようとしたものである。

消費者の 35.6%が目によい栄養補助食品についてもっと知りたいと考えており、製造業者にとっては市場として有望であることを示している。他にも、消費者の 56%はルテインとその加齢黄斑変性症(AMD)予防における役割について、もっと知りたいと考えていることがわかった。

ルテインは、もともと目の黄斑色素に存在するカロテノイドであり、加齢黄斑変性症(AMD)をはじめ、白内障などの加齢に伴う眼疾患予防に効果があることは、すでにわかっている。ただ、目そのものはルテインを生成することができないため、この天然の抗酸化物を日頃の食事から摂取することが、視力の維持に重要な役割を担っている。

2001年、英国での FloraGLORルテイン発売後、その製造業者であるケミンフーズは、専門家教育プログラムや一般市民の意識を高めるキャンペーンのほか、製品の研究開発や臨床試験に資金を投じるなど、ヨーロッパの栄養補助食品市場拡大に投資を続けている。

英国での調査結果から、回答を求めた人々の 82%が、栄養や食事は目の健康の維持、改善に重要な役割を担っていると考えており、ルテイン補助食品をはじめ目によい補助食品全般は有望な市場であることがわかる。この数字は、AMD や白内障など、眼疾患の発症リスクが高い 45～54 歳のグループではさらに高くなっている。

ビタミンEや カロチンなど、以前から目の健康によいとされてきた栄養補助食品について、関心が乏しいことが際立っていたことに興味を持たれる。このことから、消費者に対して教育が必要であることがわかるが、裏を返せば、主力の目玉商品が登場して「目の健康」部門の独占的地位をつかむチャンスでもある。ケミンフーズのマーケティング・マネージャー、ペドロ・ヴィエイラ氏は、ケミンが市場に投資を行うことによって、FloraGLORのルテインがこの主力商品になることを期待している。

上の調査結果を受けて、同氏は「この調査結果をみる限り、見通しは明るい。これは、我々の教育への努力と投資とが、ルテインや AMD の意識向上となって報いられているだけでなく、消費者が栄養や栄養補助の眼疾患予防に果たす役割を理解しつつあることを示すものです。私はこれを確信しており、これに対して製造業者らは興味を持っています。我々は、1995年に FloraGLORルテインを売り出し、現在英国で実施しているようなバックアップや販促キャンペーンを実施しました。現在の英国でのルテイン認知レベルは、調査により明らかになったように 14%と期待がもてる数字であり、米国市場が拡大していった道りに似ていると思います。我々が調査を開始した 1999 年には、米国内での認知レベルをほぼゼロでしたが、調査開始から6年が経過した現在では44%に増大しており、市場は栄養補助食品の枠を超え、強化シリアルやフルーツジュースなどの機能性食品へと発展してきました。我々の取り組みによって、英国をはじめヨーロッパ各国でも、米国と同じくビジネスチャンスが拡大することを願っています」と語った。