

特集Ⅲ

特集 グリーンフーズ

風味、機能性、ストーリーリー性などで差別化進む

健康食品の定番である青汁や藻類などのグリーンフーズ市場は、本紙推計で1200億円を超える見られている。従来のターゲットは中高年が中心だったが、最近ではグリーンスムージーのブームで女性を中心に若年層にも人気が拡大。一方でメーカー各社からは市場が飽和状態に近いとの声もあり、飲みやすさや素材のストーリー性、エビデンスなどいかに差別化を図れるかが今後のカギとなるだろう。

青汁

既存商品との差別化がカギ

大麦若葉、ケール、明日葉、桑葉など、健康食品の定番である青汁の人気は依然として高く、市場も安定した成長が続いている。素材別では、大麦若葉が505億円の市場規模を誇り、次いでケールが255億円(本紙推計)。大手通販会社などの製品にも数多く採用実績を持つが、一方で市場は飽和状態になってきている見方もある。そのため、明日葉、桑葉、クマザサ、ポタノボウフウ、金時草、青花ワサビ葉、ニガウリ、イグサといった差別化素材への引き合いも顕著で、素材の新規性や産地、ストーリー性に加え、エビデンスも重要な差別化ポイントとなっている。キトサンや難消化性デキストリンなどと配合することでトクホを取得している商品や、乳酸菌コーラゲン、グルコサミン

といった知名度の高い素材と抱き合わせた商品も多く、訴求に合わせた販路は通信販売が半分近くを占めているが、ドラッグストア、薬局、スーパー、コンビニ、アイエット中の栄養補給など、幅広い世代への商品拡大傾向に



OM提案を行う企業もあ。販路は通信販売が半分近くを占めているが、ドラッグストア、薬局、スーパー、コンビニ、アイエット中の栄養補給など、幅広い世代への商品拡大傾向に

藻類

一般食品への採用も顕著に

ある。近年、若い女性を中心に「グリーンスムージー」がブームになっていることも市場の成長を後押ししており、今後は若年層へのアプローチも重要となりそうだ。ビタミン、ミネラル、アミノ酸などを豊富に含み、野菜不足の解消やダイエット中の栄養補給など、幅広い世代への商品

市場規模は1200億円突破 「スムージー」ブームで若年層にも拡大

胡麻若葉

「アクトオシド」を高含有

わたまんサイエンス

わたまんサイエンス(京都府京丹波郡)は、原料供給、OEM受託のほかに、自社製品「アクトオシド」をドラッグストア、スーパー、コンビニ、アイエット中の栄養補給など、幅広い世代への商品拡大傾向に



原料の胡麻若葉には、抗酸化成分「リグナン」を豊富に含む「アクトオシド」を使用しており、若葉に含まれるポリフェノール「アクトオシド」の含有率が通常の2倍に達している。

わたまんサイエンス(京都府京丹波郡)は、原料供給、OEM受託のほかに、自社製品「アクトオシド」をドラッグストア、スーパー、コンビニ、アイエット中の栄養補給など、幅広い世代への商品拡大傾向に

わたまんサイエンス(京都府京丹波郡)は、原料供給、OEM受託のほかに、自社製品「アクトオシド」をドラッグストア、スーパー、コンビニ、アイエット中の栄養補給など、幅広い世代への商品拡大傾向に

提案が活発化している。ユークレナは、大手食品メーカーの製品に数多く採用されたことで、知名度が急速に拡大。サプリメントでの売り上げも急速に伸びている。スヒルナも豊富な栄養を含む「スーパーフード」としてテレビや雑誌に頻繁に取り上げられ、カフェやレストランなど食系ルートからの採用も進んでいる。肝機能改善や免疫対応、抗糖質ならく各種エビデンスが充実していることも強みだ。本紙推計で200億円の市場を形成しているクローラは根強いファンも多く、市場は安定して推移。東南アジアなど海外への進出も活発になっている。