

課題名:アンチエイジングケアジュースの事業化可能性調査

実施機関 ホリカフーズ(株)

連携機関 (株)アンチエイジングサイエンス、新潟巧測(株)

➤ はじめに

果実、野菜は生鮮物としての利用を主目的に生産され、生産物の一部が6次産業化に利用されている。これらの加工では、生産者が中心となるか、加工業者に一部の加工を委託するなどの方法がとられており、その加工技術の範囲と規模は限定的となっている。

「すりおろし」及び「高温・短時間殺菌」「無菌包装」という加工技術を組み合わせる方法により、果実、野菜をすりおろしたての品質を常温で1年間保持できるため、本事業ではこの加工技術を前提に原料面、加工面、流通・販売面の各分野において更に付加価値を高めながら連携する新しい6次産業化の可能性調査を実施した。

➤ 事業化可能性調査の実施体制

新潟巧測(株)は原料と一次加工及びセミナー参加者調査を担当し、ホリカフーズ(株)が機能性素材と加工を、(株)アンチエイジングサイエンスがアンチエイジングの機能性評価に係る調査を担当し、さらに3社とも自社の得意分野における市場性調査を担当した。委員会は3社を中心に構成し、アンチエイジング研究者である白澤卓二氏、一次加工については新潟ゆうき(株)、アンチエイジング素材では素材メーカーと適宜、情報共有化を図った。

➤ 事業化可能性調査の取組

果実と野菜等を組み合わせ新加工技術、設備を活用した新商品「すりおろしジュース」のアンチエイジング効果に関わる市場性調査を行うために、事業見本の原料としてりんご(山形県産)、にんじん(新潟県産)を使用し、さらに中鎖脂肪酸を添加して試供品として調整した。賞味期間は、中鎖脂肪酸による品質確認が終了している常温で6ヶ月と設定した。この試供品のラベル表記については、商品名、説明文などの表示上の問題から、当初の品名案「アンチエイジングすりおろしジュース」から、「エイジングセーク」(Fig. 1)となり、表示の検討には事前に十分な時間的余裕が必要であることが分かった。

アンチエイジングケア目的で果物・野菜の生産と高度加工技術が連携するビジネスモデル調査のために、委員会では国産の多様な果物と野菜などの二次原料(未利用資源)の高付加価値化の可能性調査について生産地、一次加工業者に聞き取り調査を行った。



Fig. 1 エイジングセーク

また、デパートの生ジューススタンドで販売されているようなフレッシュ感がありながら常温で流通でき、アンチエイジングなど高機能性素材の組み合わせの可能性を調査した。

さらにアンチエイジングに関係する展示会、セミナーなどに参加する想定顧客を対象に組織化を通じた会員制の通信販売、および生産者ブランドなどでの販売、また輸出可能性についても可能性を調査した。

➤ 事業化可能性調査の成果と課題

原料については「もも」の生産地のJA及び「洋ナシ」生産者に規格外品の取り扱いについて聞き取り調査した。その結果、国産果実・野菜は秀・優・良・加工用と分類し、生食市場での評価向上に取り組んでおり、加工用は規格外品としてJAの関与は少なかった。生産地としての付加価値向上対策としては、高品質(形、色など)、機能性成分付加、無農薬などに注力しており、生食市場対策が中心となっていた。また、高齢化によって収穫、選別、洗浄作業などの労働力不足が課題となっていた。加工品は6次産業化により加工品アイテムは増加しているが、製品種類はジャムやジュース、ゼリーなどの加工品に偏り、加工品開発の遅れ、競争激化などに課題があると考えられた。また、加工品による高付加価値化は望んでいるが、単独の生産者だけでは取り組むことは難しく、酒米のように加工用途の果実・野菜の委託生産という方法など新たな取り組みと加工専門業者との連携が必要と考えられた。今後は規格外品の利用レベルではなく、生産者と加工者の連携による高付加価値化が求められている。

「すりおろし加工」の原料として、果実・野菜の不可食部を除去し、5~10mmにカット後、ブラッシングし冷凍保管する必要がある。このため、一次加工費、冷凍保管経費、往復の運賃が発生し、処理量や生産地との距離などによって負担割合が増大してコストアップになるこ

とが課題であると判明した。また、一次加工業者は数が少なく小規模な事業者が多いため、「すりおろし加工」の生産ロットとの調整が必要となり、コストアップ対策が必要と考えられた。また、多くの果実・野菜は年一回の収穫であるが、加工品は年間製造が可能である。加工品の賞味期間が一年以上の場合は、収穫に合わせた加工が可能であるが、その後一年間の販売量を正確に推定した原料手当ての必要がある。しかし、発売前、初期の段階で正確に年間販売量を推定することは難しいため、対策として賞味期間の一年以上の延長又は一次加工後に一定期間、冷凍保管する必要があることが判明した。

アンチエイジングジャパン(平成27年9月7日～9日、東京ビックサイト)では、来場者への試供品の試食、プレゼンテーションを行うとともにアンケート調査を実施した。その結果、品質では高評価が得られ、購入価格は300円/180g 袋という意見が多かった。認知症の家族と介護経験のある回答者は認知症を切実な問題としてとらえており、認知症への機能性の期待は高いと感じられた。また、骨折、便秘などに機能性のある製品への期待も高いことが分かった。国産果実・果物をすりおろした介護用の製品をうまさぎっしり新潟商談会、第三回ファベック関西2015などの展示会などにおいて、一般業務用市場における評価調査及び市場開拓のために展示し試食提供を行った。また、日本病態栄養学会及び日本静脈経腸栄養学会において、ビタミンやミネラルを強化した総合栄養補給飲料の試食・展示を行い、栄養強化についての情報を収集した。これらの活動を通じて、一般市場においても介護や医療分野で開発されている栄養強化した製品が求められていることが判明した。

平成27年7月1日白澤卓二氏による「アンチエイジング」講演会(新潟県)の参加者のうち、希望者に試供品を家庭で継続的に使用する前提で提供し、アンケート調査を実施し82名からの回答を得た。その結果、品質は概ね良好という評価であり(Fig. 2)、希望小売価格は300～400円が最も多く、販売方法は業務用、インターネット通販を希望する回答者が多かった。

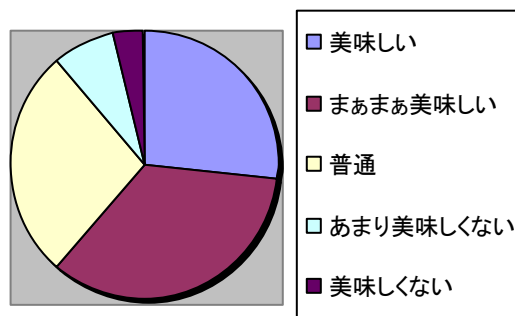


Fig. 2 試供品のアンケート調査結果

なお、このアンケートにより、お腹が緩くなる利用者

が発生していることが判明した。その他の意見として、味、容器、性状の改良を望む意見があった。また、種類では飽きるため、年間商材とするには果実・野菜の種類を増やしてシリーズ化を図る必要のあることが判明した。

「すりおろしジュース」の性状は、果物売り場に併設などされている生ジューススタンドの商品と同様な品質である。このため、これらの売り場での国産原料の使用例、複数の果物のブレンド例、機能性素材の添加などについて東京、大阪などで調査した。その結果、国産の果物は産地、品種を表記し、ヨーグルトや野菜と組み合わせで飲料として販売されていた。また、それらの種類は多く、美容、健康的なイメージづくりがなされ、販売価格はMサイズで250～350円と比較的高額で販売されていた。

現状の容器はパウチを使用しており、袋状となっている。利用者は内容物が「すりおろし状」のため、パウチからカップに移す必要があり、パウチでは利便性に欠けるという指摘があった。このためカップ状容器に変更できれば、現在CVSなどで要冷蔵販売されている果物飲料を常温製品とすることができる。今後、容器の開発と無菌充填と密封システムの開発に課題があることが判明した。販売面では、賞味期間が長い輸出品目となる可能性が高く、日本産の高品質の果実・野菜の加工品として、連携した販売により市場を拡大させることができると期待された。

➤ 今後の取組の方向性

試供品については、「お腹が緩くなる」「油脂分の品質変化が分かりやすい」「コストダウンの必要性」などに課題があると指摘されたため、中鎖脂肪酸の配合割合を変更していく予定となっている。また、収穫が年一回であることと海外市場を想定すると賞味期間の延長が課題である。また、毎日飲む必要のある商品として販売する場合、りんごと人参の一種類だけでは飽きが来るとの指摘から、果実と野菜の組み合わせをシリーズとして検討する必要が生じており、一次加工場が分散するなどの課題も合わせて検討する。

既存の専用加工設備を前提とする場合、一定量の原料確保は不可欠であり、国産の生鮮出荷を前提の生産では量的確保に課題がある。このため、生産者単位ではなく一定規模の産地と加工目的で連携する取り組みが大切であり、生産・加工・健康分野の連携を具体的に進めることが不可欠となっている。

【お問い合わせ】

実施機関名称：ホリカフーズ㈱
 担当者： 経営戦略室 別府 茂
 TEL： 025-794-2211
 e-mail： s.beppu@foricafoods.co.jp