

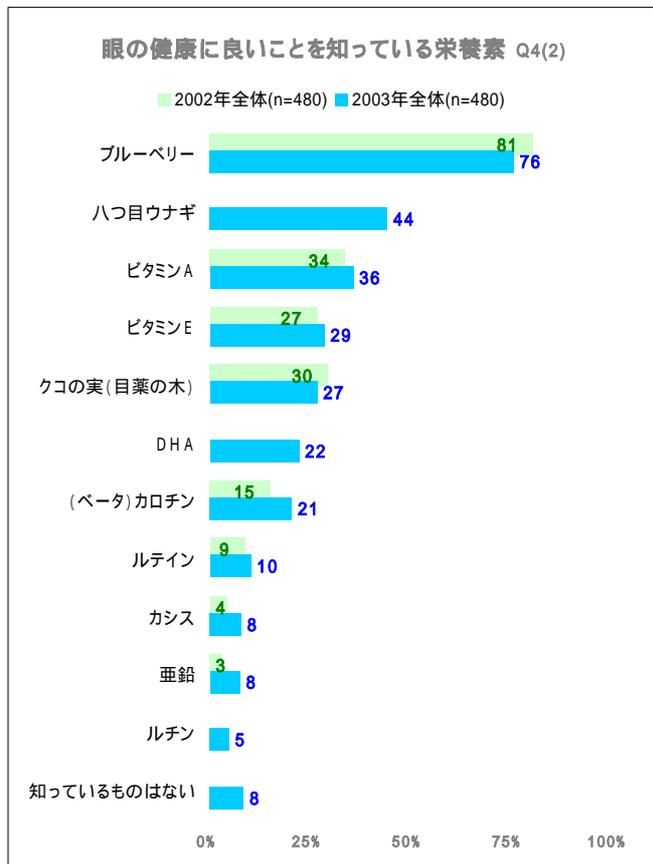
アイケア素材として注目の栄養素「ルテイン」、 消費者調査による認知度は35%に

米国ケミンフーズ社(アイオワ州デモイン)はこのほど、アイケア素材として注目を集めている栄養素「ルテイン」に関する国内の消費者認知度調査の結果をまとめました。ルテイン、ビタミンA、ビタミンE、ブルーベリー、カロチンなど11種類の栄養素を挙げそれぞれの認知度を測定したところ、ルテインについて効果効能まで知っている人は全体の5%で、名前を知っている人までを含めると、45%の人がルテインを認知しているとの結果が得られました。

ルテインが眼に良い栄養素である点を説明した上で、ルテインの名前とその特性をどの程度認知していたかを測定。名前・ルテインの特性のいずれも知っていた人(A)は全体の5%、名前は知っていたが特性は知らなかった人(B)は30%にのぼりました。昨年行った同様の調査では、(A)と(B)の合計が26%であったことから、ルテインに対する一般の認知度が堅調に伸びていることが今回の調査で明らかになりました。

一方、ルテインの特性を説明する前と後では、説明後の認知度が10%下がったことから、ソバに含まれる成分の「ルチン」とルテインを混同している人が多いのではないかと推測されます。

また、各栄養素の摂取率は、ブルーベリーが最も高く(84%)、ルテインは9%と最も低い数値を表しました。しかし摂取後の満足度を尋ねたところ、「非常に満足」と「やや満足」と答えた人は、ルテインが最も高く摂取経験者の39%に上り、ブルーベリーは29%となりました。



この調査結果を受け、ケミンフーズ社では「ルチン」との混同が見受けられるが、2割を超える人がルテインをきちんと認識していると予測しています。今後もこうした認知度調査による実態調査を続ける方針です」と話しています。

* 調査の対象は、東京、神奈川、埼玉、千葉の一都三県に居住する20歳以上の男女480人(うち男性240人、女性240人)。今年6月~7月の約1ヶ月間に渡って、眼の症状・病気、栄養成分、市販の食品、飲料、サプリメントの購入実態、ルテインとルテイン配合サプリメントなどについての質問調査を行ったものです。

ルテインと「FloraGLO®(フローラグロー)ルテイン」について

「ルテイン」とは、脂溶性抗酸化物質であるカロテノイドの一種で、ホウレンソウやブロッコリーなど緑色葉菜に多く含まれる成分です。近年の研究により、人間の眼の黄斑部と水晶体に存在するカロテノイドはルテインとその関連物質であるゼアキサンチンだけであることがわかり、ルテインは眼の働きに重要な役割を果たす栄養素として大きな注目を集めています。

ケミンフーズ社では、独自の特許製法を用いてこのルテインをマリーゴールド (*tagetes erecta*) から抽出・精製することに成功、「FloraGLO®ルテイン」として製品化しています。自然界に存在する天然のルテインと同じ成分を製品化したことは米国の独立した第三者機関によって高く評価され、FloraGLO®ルテインは GRAS (一般に安全とみなされる) 物質であると認められています。同社では、日本、米国、カナダ、EU など世界 13 カ国・地域で製法特許を取得しており、すでに 120 種類以上のビタミン剤やサプリメントといった栄養補助食品、食品、パーソナルケア商品などに FloraGLO®ルテインが利用されています。現在日本でも 30 社以上がこの FloraGLO®ルテインを製品に採用しています。

ルテインに関する詳細は「ルテイン情報局」ウェブサイト <http://www.luteininfo.jp> をご参照ください。

ケミンフーズ社(Kemin Foods, L.C.)について

米国アイオワ州デモインに本社を置くケミンフーズ社は、世界 60 カ国以上で事業を展開しているケミンググループの一員として、食品や補助食品、パーソナルケア向け天然成分の製造販売を手がけるグローバル企業です。同社はアジア地域における拠点として 2000 年にケミン・ジャパン(株)を設立。国内における販売パートナーである(株)光洋商会とともに、FloraGLO®ルテインの普及活動に取り組んでいます。