

マヌカが百貨店で売上拡大

MGOが指標成分 コサナ

2009年から本格的に、ニュージーランドのマヌカヘルス社製マヌカハニーを取扱う(株)コサナ。百貨店を主要販

路に自社製品を賞格層や著名人をターゲットにして販売。この戦略が奏功し、これまで複数のTV番組や雑誌に取り

上げられたほか、著名人のSNSでも紹介され、認知度及び売上は増加しているという。

マヌカハニーはビロリ菌などに對する抗菌作用を持つとして知られるが、コサナが扱うマヌカハニーは抗菌物質

を食物メチルグリオキサール(MGO)と特定し、世界で初めて指標成分にしたもの。

同社ではこれをハチミツや医薬部外品のマウスウォッシュなど複数製品で販売。マスコミへの露出も影響し、今ではこれら製品を含めたマヌカハニーの売上が、同社売上全体の25%以上を占めるまでに成長したという。

マヌカハニーの機能性研究にも注力する同社では、αシ

クロデキストリン(CD)との組合わせによる腸内環境改善作用を強調する。腸内悪玉菌への影響を調査した試験では、マヌカハニー中のMGO

は悪玉菌の足とされるタンパク質で作られた鞭毛や繊毛を糖化し、移動不能にする。一方、αCDは悪玉菌の細胞膜を形成しているリン脂質の一部を包接作用で取り込むことで、細胞膜に穴を開け細胞を壊すことを確認した。これら

結果により両素材の組合わせは、マヌカハニーが悪玉菌の動きを止め、αCDが効率的に殺菌する相乗効果が生じると同社では説明する。

他方、善玉菌にはMGO、αCDともに餌となり、増殖効果を持つという。寺尾啓二社長は両素材の組合わせについて「腸内環境改善素材のシンギュラリティ(技術的特異点)」と訴え、OEM供給にも力を入れる。