

日本 • 含纖維質的健康食品 • 大發利市

纖維食品在日本是成長最為快速，而且廣受歡迎的項目。1988年度之風雲商品即為纖維食品，銷售額高達88億新台幣，消費者喜愛它的自然、健康及流行。

在節食的流行風潮中，健康食品市場顯現一片活絡景象。近年來小甜餅乾、點心類的節食食品大發利市。新的和纖維質有關的商品也已陸續應市，使原已順暢的健康食品市場更顯得欣欣向榮，和纖維質有關的節食食品之所以受到消費者歡迎，主因具備健康性及藥用品兩種功能所致。

(1) 年輕人樂於採購

暢銷商品如海帶根、纖維食品、低熱量甜味料、飲食湯汁等，其中年輕婦女對海帶根之採購甚為踴躍，初中、高中學生以至大半的職業婦女，都注重採購纖維食品以及節食用湯汁。節食食品旺銷期間為3月至6月。

(2) 錠劑型持續成長

據日本健康食品公司透露，節食的風潮開始後該公司小甜餅乾市況略呈滯銷，纖維食品則甚為暢銷，特別是錠劑型纖維食品已急遽成長，節食需求已由原來以中高齡階層而移向以年輕人為中心。

(3) 新商品有吸引力

日本健康食品公司營業員曾針對節食食品現況表示，近來訴諸消費者健康意願及具有吸引力的新產品已陸續應市，就其形勢而言，市場規模必為繼續擴大，細察暢銷商品前5名，無不被開發為適合現代女性需求的產品，且各廠商對銷售員的教導有方，以致能正確掌握並穩固消費者需求。

資料來源：健康產業新聞（日文）

譯者：邱仁榮

美國 • 科學研究纖維質 • 過猶不及

美國實驗生物學會（FASEB）最近接受FDA委託，研究食品纖維之生理學與健康上之影響。據報告建議，健康之成人每日應自糙米類製品、果實、豆類、蔬菜類等

食品中攝取20~35公克之食品纖維，但攝取過多將阻碍消化過程中礦物質之吸收，食品纖維對健康之功效雖然屢被喧染，但對於減少肥胖症、糖尿病、冠狀動脈症、高血壓、膽結石、腸炎、結腸癌之機能，目前為止尚未能獲得明確之立證。

在各大學或食品企業內對纖維質食品之研究方興未艾，並且擴大至利用多量常用之食品纖維創造具有更多營養功能之新材料。其中最顯著者有大麥之研究，最近威斯康辛大學與農業部發見大麥脂肪中含有2種物質具有膽固醇抑制作用，其他亞油酸等不飽和脂肪酸之特性亦值得重視。

資料來源：農林水產物の貿易（日文）

譯者：楊裕彬

台灣 纖維飲料方興未艾

自去(78)年金車公司推出第一種纖維飲料“法船”以來，纖維飲料開始風行，尤以年青上班族為主要消費對象。在歐美、日本不僅飲料中含有纖維素，就連餅乾、糖果、冰淇淋甚至速食麵都逐量添加，但目前國內這種風氣尚未形成。

目前台灣的纖維飲料供應廠商共有6家，包括金車（法船／博萊）、統一（晨光）、維他露（千維）、葡萄王（纖寶）、光邑（蓬勃）及味丹最近推出的綠力纖維飲料共有7種，都是易開罐裝，350cc，售價為18元。

國內纖維飲料主要以聚糊精（polydextrose）為主要原料再加上香料及水，聚糊精是一種難消化性多醣類，由89%葡萄糖，10%已六醇及1%檸檬酸合成，為無味之白色粉末，1公克只含1卡熱量，目前，台灣市售之纖維飲料每瓶聚糊精含量5公克。

在美國及日本在兩年前就興起經由加工食品攝取食物纖維，美國多利用它有減肥的功能，而日本人基於國民纖維攝取量日益減少，認其效果與天然纖維無異，而有刺激腸道蠕動，防止便秘降低膽固醇的功能。但據研究，如攝取過多，一次食用量超過15公克時，對敏感的人可能會引起腹瀉，但了解其含量及性質後，飲用過量的機率應不致於太大。

資料來源：市場與行情