

ヨーグルトの常識を改めた人気番組 「食物繊維と「乳酸菌生産物質」が長寿の秘訣

去

る11月20日放送の人
気生活情報番組「善
玉菌倍増計画」編で、ヨー
グルト全商品を棚に並べ
て、「ヨーグルト全メーカ
ーを敵に回す」という前置
きと共に「善玉菌のエサに
なると思われていたヨーグ
ルトの常識を変えなければ
いけない」との司会者の
発言があった。

体外から摂取したヨーグ
ルト由来の乳酸菌は「通過
菌」で、腸内の善玉菌のエ
サにはならず、通過する時
に出す良い物質が「常在菌」
の助けになる「お助けマン」



村田 公英 社長

の役割。だから腸内に棲み
付かないヨーグルトは食べ
続けることが大切だ。一方
善玉菌倍増をもたらず「育
菌」に繋がるエサとなるの
は、海藻や芋などに含まれ
る水溶性食物繊維。実際に、
体質的に海藻を分解する腸
内細菌を多く持つ日本人の
中でも特に、伝統的に海藻
を多く食べている京丹後地
方では100歳以上の人の
割合が全国平均の2.7倍、
大腸がんの罹患率は2分の
1という長寿地域だ。

京丹後の例からも分かる
ように腸内細菌パワーを覚
醒するのは水溶性食物繊維
であって、ヨーグルトは脇
役として食物繊維を含む果
物などに添えて食べるのが
好ましい、というのが番組
を通しての趣旨だった。

だが、ヨーグルトが腸内

を通過する時に出す良い物
質が微量故に「お助けマン」
に過ぎないのであって、そ
の代謝物質が多種類で適量
にあれば、その効果はより
大きくなるのではないか。

「乳酸菌入り」「体に良い」の 違いは「体感」が証明する

そこで登場するのが、各
種乳酸菌群の共棲培養法の
研究を続けて創業50年の歴
史を持つ株式会社光英科学
研究所(村田公英社長)が
提供する「乳酸菌生産物質」
だ。これは、同社が腸内細
菌から厳選した16種・35株
の乳酸菌・ビフィズス菌群
が体外の工場で生成した物
質で、健康な人の腸内で腸
内細菌が生成している健康
増進物質と同様のもの。

これまで数多くのサプリ
メントメーカーに原料とし



腸能力開発。KOEI SCIENCE

「腸能力開発。」が同社のテーマ



埼玉県和光市の本社・工場

て供給され、その物質配合
の商品は「体感」が良いこ
とから長年の愛用者が多
く、リピート率も高いと業
界でも評価が定着している。
自社商品にも力を入れて
おり、大豆由来の食物繊維
をブレンドしたソフトカプ
セル「ピファイン」は、ロ
ングラン商品として多くの
愛用者を獲得している。

「乳酸菌入り」を謳う飲料・
食品が市場を賑わす昨今だ
が、近年では、配合乳酸菌
数を競うあまり、より扱い
やすい殺菌乳酸菌を添加す
る商品が増えている。

これらは、「乳酸菌入り」
「体に良い」という一般消
費者間で独り歩きしている

漠然としたイメージを逆手
にとったもので、「体感」が
望めないため早晚市場から
消えることになるだろう。
この状況を「乳酸菌信仰」
と名付ける村田社長は、「誤
った「乳酸菌信仰」から早
く脱却し、乳酸菌を正しく
理解し、その代謝物の重要
性に気付いて欲しい」と、
と、語っている。(木)

【会社データ】

本社 埼玉県和光市新倉
5-1-25

☎048-467-3345
創業 1969年4月
資本金 1000万円

事業内容 Ⅱ乳酸菌生産物質
の製造・販売、研究・開発
<http://www.koei-science.com>