

奥力榨油化株式会社计划在保健品市场实现健康地增长

因为日本料理中使用了天然的、富含维生素的食材，所以长期以来，日本料理一直与健康饮食联系在一起。不过，日本将食物视为药品的古老理念，这也让日本及其创新型制造商自然而然地在日益增长的保健品市场中胜出。



“我们已经向全世界引进了樱花提取物 (Sakura Extract) 和岩藻黄质 (Fucoxanthin)。”

Hironichi Murai,
President & CEO, Oryza Oil
& Fat Chemical Co., Ltd.

在过去十年左右的时间里，全世界对日本食品日益增长的胃口似乎永远无法满足。不难理解为什么典型的日本菜不仅以其独特的味道而闻名，而且还以其食物相对健康而闻名。日本料理令人难以置信的受欢迎程度也是不足为奇的，相对较近期的日本食物的流行正好赶上了一个口味转向更注重健康的饮食习惯的时代。随着人们变得更加富裕，这种健康饮食的趋势在各大洲流行开来，日本食品被称为“健康食品”的形象也在逐渐扩大。因此，其受欢迎程度越来越高。

然而，在日本，人们对健康食品的欣赏和偏好并不是那么的现代化，而是一种根深蒂固的古老哲学。“和西方国家相比，日本对事物有着非常不同的视角和态度。” Oryza(奥力榨)总裁村井弘道 (Murai Hironichi) 解释说。Oryza 是生产健康食品原料和其他保健品的企业。其健康食品原料是从植物或食物来源提取的含

有更多健康益处的实物产品。

“对我们来说，食物是人类健康的重要组成部分。比如说，在欧洲，当你生病了你会去医院，接着你拿到药物，并遵循一个循序渐进的方法去治疗。但在日本，人们对消费的东西有一种特殊的态度，我们认为这些东西可以让我们保持健康，从而起到预防作用。”

“在西方，食物就是食物，药物就是药物，两者是不叠加地起到治愈作用。” Oryza 的总裁进一步强调了利用上的差异，“但在我们公司，在日本，我们认同药物的可治愈性。同时，我们的食品产品也可以被视为‘药品’。”

东南亚——一个绝佳的机会

有了这样的理念，日本在健康食品市场迅速成为全球领导者是有道理的。据估计，到2027年，这一市场将发展成为一个价值7230亿美元的产业。这一增长的主要趋势将是亚太地区对健康饮食的认识不断提高，亚太地区人口和收入的增加直接增加了人们对健康生活方式的需求和支出能力。

村井先生说：“由于人口等问题，日本市场的增长不会超过2005年的峰值，但在其他地方还是有增长空间的。”“中国和东南亚对日本功能性食品和食品的消费和兴趣正在急剧增加，因为他们的文化与日本相似，而且他们喜欢日本制造的品质。”

出于这个原因，该公司最近在泰国开设了一家子公司，村井先生认为这是通向其他地区的桥梁。他说：“我们之所以选择在泰国开设子公司，实际上不仅是因为它靠近日本，而且泰国与马来西亚、中国和印尼都非常友好，这些国家都有庞大的人口，并且是我们产品销售的巨大潜在市场。”

从米糠到越桔

Oryza最重要的产品是天然米糠油——一种有助于保护细胞的天然维生素E来源，村井先生将营养食品·保健品描述为“公司的命脉”。大多数情况下，营养食品被归为膳食补充剂、药用食品或功能食品——这一类型保健品包含了天然食品 and 已被强化的饮食成分，这些成分可以降低慢性疾病的风险，并提供比其所含的传统营养成分更多的健康益处。

“世界上还有很多未被发现的天然和非天然食品，它们在全球范围内对人类有巨大的潜力，这也是我们努力去发现的，”村井先生说，“像马奇果和北欧的越桔等许多食物，是无法在日本种植的。因

此，为了运送来自世界各地的资源，我们与当地农民合作，满足我们在国内无法获得的起始原料的需求。我们的产品目录展示了我们广泛的全球供应链，包含大约300种不同的食品和化妆品原料，以创造最好的产品。”

“我们已经向全世界引进了樱花提取物 (Sakura Extract) 和岩藻黄质 (Fucoxanthin, 一种来自昆布和裙带菜的日本海藻的提取物)。”我们不仅要引进，而且还要考虑如何使产品在国外有吸引力。

“展望未来，我的梦想是让 Oryza 成为世界上最顶尖的生产商，能够提供多种基于科学证据的大批量的保健品和健康营养食品成分。”

Bringing undiscovered possibilities to the future through the union of nature and technology

Oryza

ORYZA OIL & FAT CHEMICAL CO., LTD.

www.oryza.co.jp/