

九州素材を活用した機能性食品の創出及び 新分野参入に向けた競争環境整備調査

報告書

2020年3月



調査の目的・背景・内容

第1章 全国・九州地域における機能性食品の現状と課題

- ①文献やデータ等から見る食料品製造業の現状
- ②データ等から見る機能性食品の現状
- ③先進地域の取組の現状と課題

第2章 九州地域企業の機能性表示食品への競争促進に向けた現状と課題

第3章 ヘルスケア関連産業など新分野参入にあたっての方向性

第4章 機能性食品の創出及び新分野参入に向けた競争促進策の検討

第5章 まとめ

～新たな機能性食品の創出及び新分野参入に向けた今後の展開方向性～

調査の目的と背景

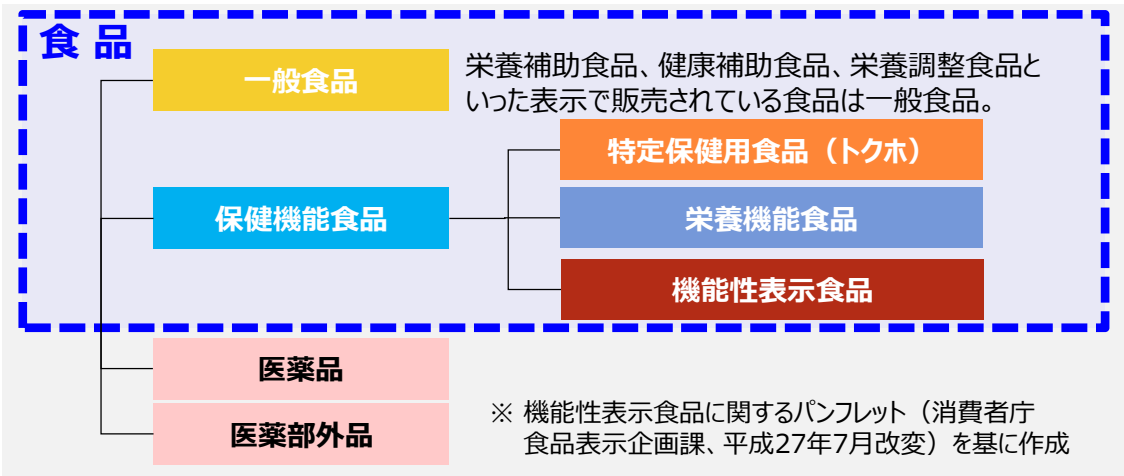
■ 調査の目的

- 本調査では、食に対して高いポテンシャルを持つ九州の特長を活かし、食品産業を成長産業としていくことを目的とし、機能性食品に対する九州地域企業の参入障壁を整理するとともに、新たな機能性食品の創出や新分野参入に向けた今後の展開方向性を検討した。

※ 本報告書において、九州地域は、福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県のことを指す。

■ 調査の背景

- 九州地域の食料品製造業は、全製造業における製造品出荷額の13%、事業所数の24%、従業員の23%を占める基幹産業であり（平成30年工業統計）、地域経済で重要な役割を果たしている。しかしながら、原料供給の性格が強く、地域内で付加価値を高めつつ成長産業化することが課題となっており、機能性食品やヘルスケア領域への参入が重要である。
- 近年、健康志向の高まりから食品の市場は年々拡大しており、保健機能食品においては1991年の「特定保健用食品」、2001年の「栄養機能食品」創設に続き、2015年には新たに「機能性表示食品届出制度」が創設された。機能性表示食品の市場規模は毎年増加傾向にあり、2019年度は2,382億円と前年度比6.3%増になると見込まれている。
- 健康関連の食品としては、国が定める保健機能食品以外に、栄養補助食品や健康補助食品などの表示で販売されている一般食品もある。



九州地域の「食品産業」を成長産業としていくためには、保健機能食品に限らず健康関連食品市場全体において、さらなる競争力の強化が必要である。

■ 本調査における“機能性食品”の定義

以上を踏まえ、本調査では、保健機能食品に限定せず、機能性を有する食品を広く“機能性食品”と称し、対象とする。

調査内容

■ 調査内容

- 全国・九州地域における機能性食品の現状調査
 - ・食料品製造業及び機能性食品の現状（文献調査、データベース調査）
 - ・先進地域の取組の現状と課題（ヒアリング調査）
- 九州地域企業の機能性表示食品への競争促進に向けた現状と課題（アンケート調査、ヒアリング調査）
- ヘルスケア関連産業など新分野参入にあたっての方向性（アンケート調査、ヒアリング調査）
- 機能性食品の創出及び新分野参入に向けた競争促進策の検討（有識者会議）

（参考） 保健機能食品について

- 保健機能食品は、パッケージに機能性を表示することが認められており、認証方式や対象となる成分などの違いから、特定保健用食品（トクホ）、栄養機能食品、機能性表示食品の3つに区分される。

	特定保健用食品	栄養機能食品	機能性表示食品
認証方式	国による個別認可	自己認証 (国への届出不要)	自己認証 (販売前に国への届出が必要)
対象成分	体の中で成分がどのように働いているか、という仕組みが明らかになっている成分	ビタミン 1 3 種類 ミネラル 6 種類 脂肪酸 1 種類	体の中で成分がどのように働いているか、という仕組みが明らかになっている成分（栄養成分を除く）
可能な機能性表示	健康の維持、増進に役立つ、又は適する旨を表示（疾病リスクの低減に資する旨を含む） 例：糖の吸収を穏やかにします	栄養成分の機能の表示（国が定める定型文） 例：カルシウムは、骨や歯の形成に必要な栄養素です	健康の維持、増進に役立つ、又は適する旨を表示（疾病リスクの低減に資する旨を含む） 例：Aが含まれ、Bの機能があることが報告されています

※ パッケージ表示に関する普及啓発パンフレット（消費者庁表示対策課食品表示対策室、平成29年1月版）を基に作成

第1章 全国・九州地域における機能性食品の現状と課題

- 製造業全体に占める食料品製造業の割合を事業所数でみると、全国では13.2%、九州では23.9%となっており、全国より九州の方が10ポイント以上高い。製造品出荷額でみると、全国では9.1%、九州では13.4%の割合を占め、全国より九州の方が約4ポイント高い。事業所数と比べ製造品出荷額では全国との差が小さいことが特徴。【6ページ】
- 機能性表示食品の届出状況は、全国2,536件（うち九州255件）で、九州は全国3位。全国平均に比べ加工食品（サプリメント形状）の割合が高い。【9ページ】
- 機能性食品に関する地域版認証制度を有する地域が全国4箇所あり、これまでに多くの認証商品を輩出。届出支援からヒト介入試験まで、一貫した支援体制の構築や、認証企業の付加価値向上、といった効果がある一方、企業および消費者ともに地域版認証制度自体の認知度不足や、新たな機能性素材の創出等の課題を抱えているところ。【12-15ページ】

（※【 】内は詳細情報の掲載ページを示す。以下同じ。）

第1章 全国・九州地域における機能性食品の現状と課題

①文献やデータ等から見る食料品製造業の現状

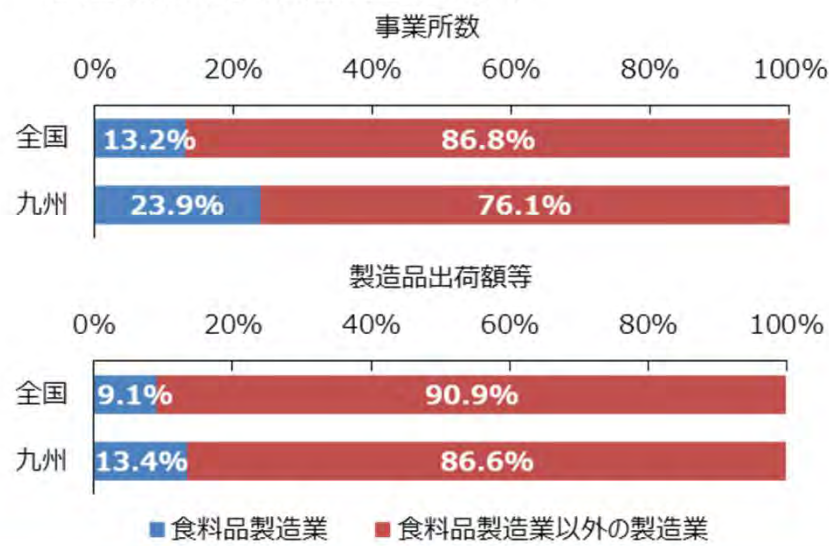
■調査結果

- 2017年の全国の食料品製造業事業所数は24,892事業所で、製造業全体に占める割合は13.2%。九州は3,607事業所（全国比14.5%）で、製造業全体に占める割合は23.9%。全国に比べ九州は10ポイント以上高い。
- 製造品出荷額でみると、食料品製造業は29.1兆円で、製造業全体に占める割合は全国は9.1%。九州は3.2兆円（全国比11.1%）で、製造業全体に占める割合は13.4%。全国に比べ九州は約4ポイント高いが、事業所数と比べると全国との差は小さい。
- 食料品製造業の製造品出荷額内訳をみると、九州は畜産食料品の割合が39.0%と全国平均より14ポイント高いことが特徴的である。

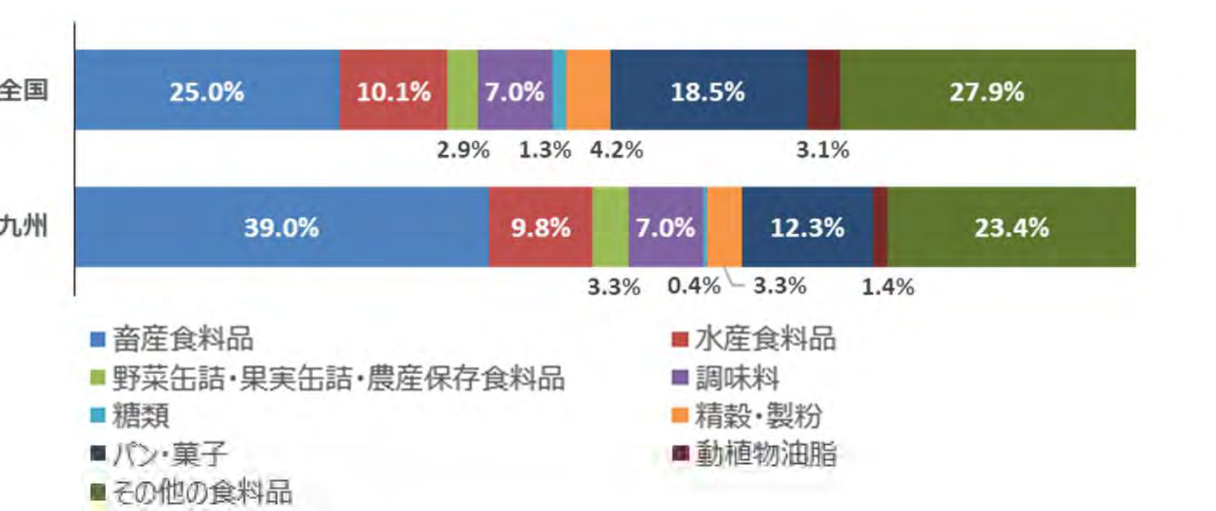
＜製造業の製造品出荷額および事業所数（2017年実績）＞

	食料品製造業				食料品製造業以外の製造業				製造業全体			
	事業所数		製造品出荷額（百万円）		事業所数		製造品出荷額（百万円）		事業所数		製造品出荷額（百万円）	
		構成比		構成比		構成比		構成比		構成比		構成比
九州	3,607	14.5%	3,238,644	11.1%	11,503	7.0%	20,870,650	7.2%	15,110	8.0%	24,109,294	7.6%
九州以外	21,285	85.5%	25,817,287	88.9%	151,854	93.0%	269,109,258	92.8%	173,139	92.0%	294,926,545	92.4%
全国	24,892	—	29,055,931	—	163,357	—	289,979,908	—	188,249	—	319,035,839	—

＜製造業に占める食料品製造業の割合＞



＜食料品製造業の製造品出荷額内訳＞



出所：平成30(2018)年工業統計表 地域別統計表データ（2017実績値）より作成

第1章 全国・九州地域における機能性食品の現状と課題

①文献やデータ等から見る食料品製造業の現状（健康食品市場のトレンド）

■調査結果

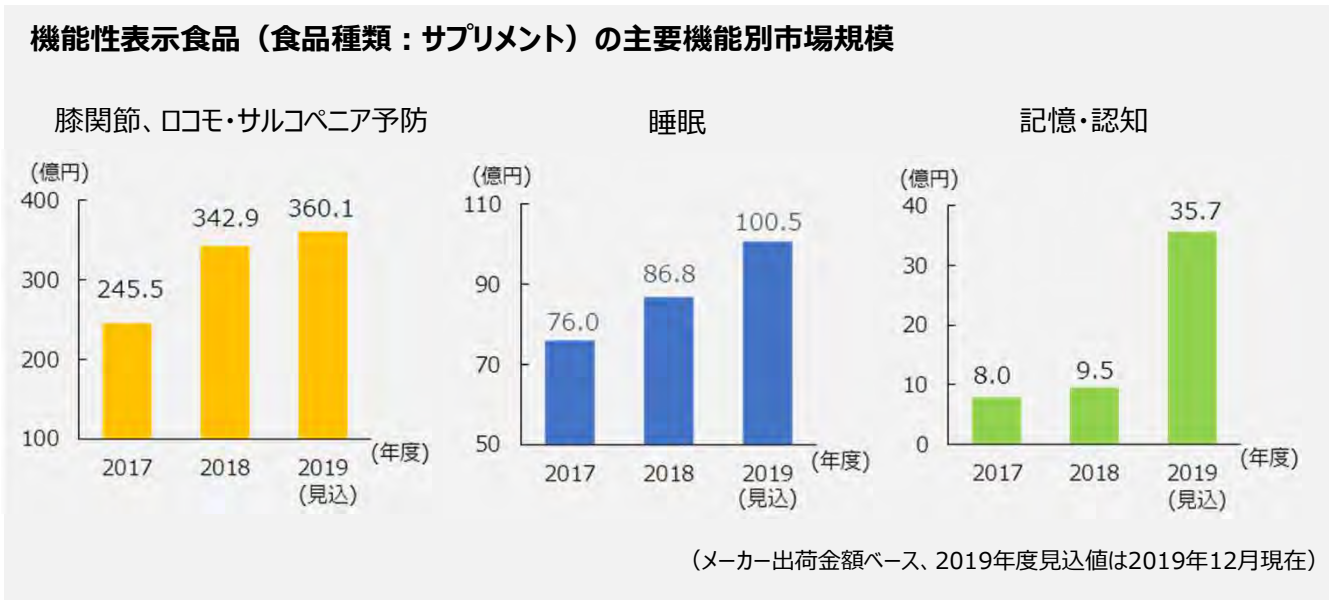
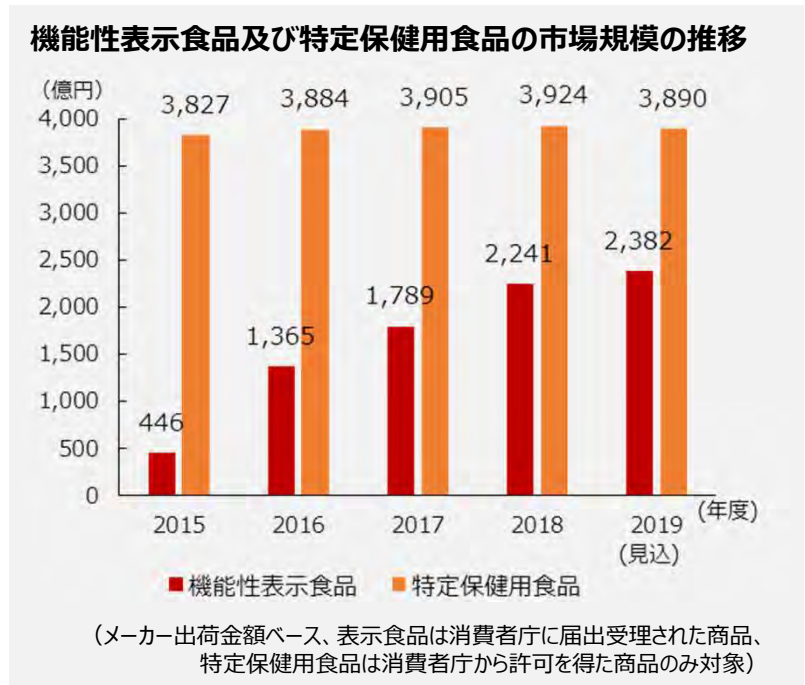
（保健機能食品市場のトレンド）

- 機能性表示食品の市場規模は、毎年増加傾向にあり、2019年度は2,382億円と前年度比6.3%増になると見込まれている。
- 特定保健用食品の市場規模は、2015年度以降2018年度までは前年度比0.5～3.6%の微増で推移してきたものの、2019年度は3,890億円と前年度比0.9%減になると見込まれている。機能や表示の幅の点から機能性表示食品での展開へ移行が進んでいる。
- 機能性表示食品の中でも特に伸張している機能の一つが睡眠関連であり、2019年度の市場規模は100億5,000万円と見込まれる（前年度比15.8%）。

（健康食品(※)市場のトレンド）

- 健康食品市場は今後も緩やかな成長基調が続くことが予想される。高齢層の健康長寿への関心の高まり、中年層の生活習慣病や加齢に伴う身体変化への対策、アンチエイジング意識の高まり、若年層の身体づくりや健康・美容への配慮など意識の高まりが予想されるほか、機能性表示食品の機能の拡大により、健康維持の選択肢としての認知が進むことが期待される。
- 機能性表示食品（食品種類はサプリメント、一般食品・生鮮食品を含まない）における機能別の市場規模を見ると、膝関節やロコモ・サルコペニア予防など全身への総合的なアプローチが大きな市場であるが、近年では睡眠関連や記憶・認知関連も堅調に伸びている。

（※）健康食品の定義は、「錠剤、粉末、カプセル、ミニドリンク等の医薬品形状をした、健康維持・増進、美容等を目的とした食品」



※出所：矢野経済研究所『健康食品市場に関する調査（2020年）』2020年1月30日発表
グラフは上記を基に作成

第 1 章 全国・九州地域における機能性食品の現状と課題

②データ等から見る機能性食品の現状

データベース調査概要	
データ取得元	消費者庁「機能性表示食品制度届出データベース」 https://www.fld.caa.go.jp/caaks/cssc01/
データ取得日	2019年11月25日
データ件数	全国2,536件（うち九州255件）

■ 調査結果（サマリー）

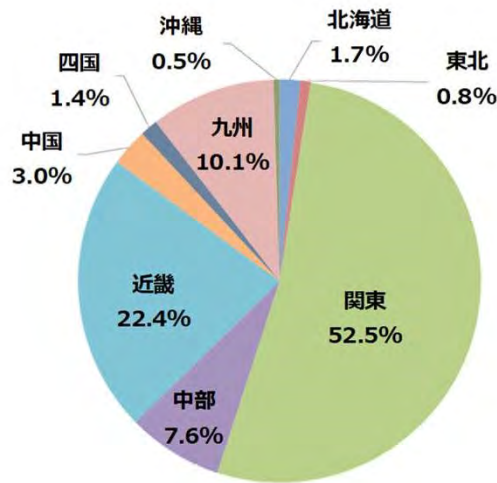
- 全国の届出件数の52.5%を関東、22.4%を近畿が占める。九州は届出件数255件で全体の10.1%である。
- 届出商品の食品の区分をみると、九州、沖縄では全国平均に比べ加工食品（サプリメント形状）の割合が高い。
- 九州の届出件数は福岡県がトップで、九州全体の69.8%を占める。
- 福岡、熊本、大分、鹿児島 の 4 県で届出が多く、佐賀、長崎、宮崎では少なく、二極化の傾向が見られる。
- 九州において、届出事業者 1 者あたりの届出件数は、従業員数301人以上の企業で突出して多い。

第1章 全国・九州地域における機能性食品の現状と課題

■調査結果（全国と九州の比較分析）

- 届出件数は全国で2,536件である。関東が1,332件で最も多く、全体の52.5%、次いで近畿が22.4%を占める。九州は255件で、全体の10.1%である。
- 食品の区分は、全国では加工食品（サプリメント形状）が1,267件で全体の50.0%、加工食品（その他）が1,225件で48.3%を占める。
- 全国では2016年以降、毎年500件以上の届出がされている。2019年は11月25日時点で723件と、2018年までに比べ急増している。

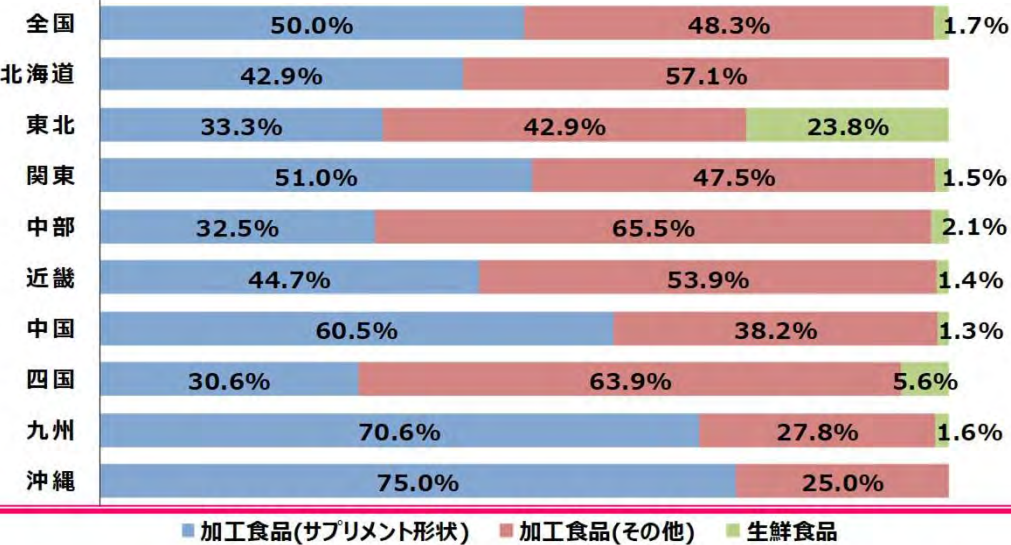
届出件数の割合(n=2,536)



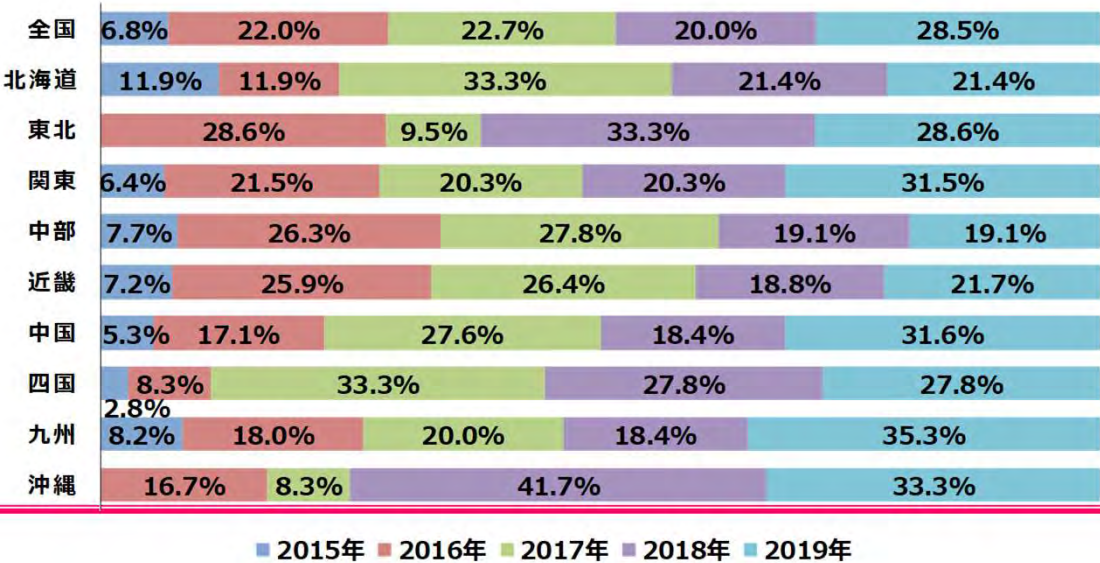
全国の届出件数

地域	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	計
全国	172	559	576	506	723	2,536
北海道	5	5	14	9	9	42
東北	0	6	2	7	6	21
関東	85	286	271	270	420	1,332
中部	15	51	54	37	37	194
近畿	41	147	150	107	123	568
中国	4	13	21	14	24	76
四国	1	3	12	10	10	36
九州	21	46	51	47	90	255
沖縄	0	2	1	5	4	12

食品の区分別 届出件数の割合(n=2,536)



届出年別 届出件数の割合(n=2,536)

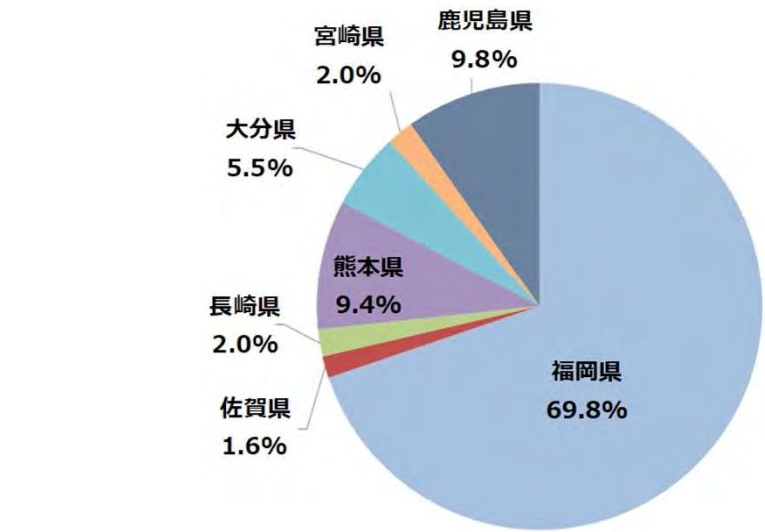


第1章 全国・九州地域における機能性食品の現状と課題

■分析結果（九州内における分析）

- 届出件数は福岡県が178件で最も多く、全体の69.8%を占める。次に鹿児島県が25件で9.8%、熊本県が24件で9.4%と続いている。
- 食品の区分を九州全体でみると、加工食品(サプリメント形状)の割合が180件で70.6%と高い。次に加工食品(その他)が71件で27.8%である。
- 2015年は福岡県、熊本県、鹿児島県で計21件の届出があり、2016～2018年は毎年50件前後の届出がされている。2019年は90件と急増している。

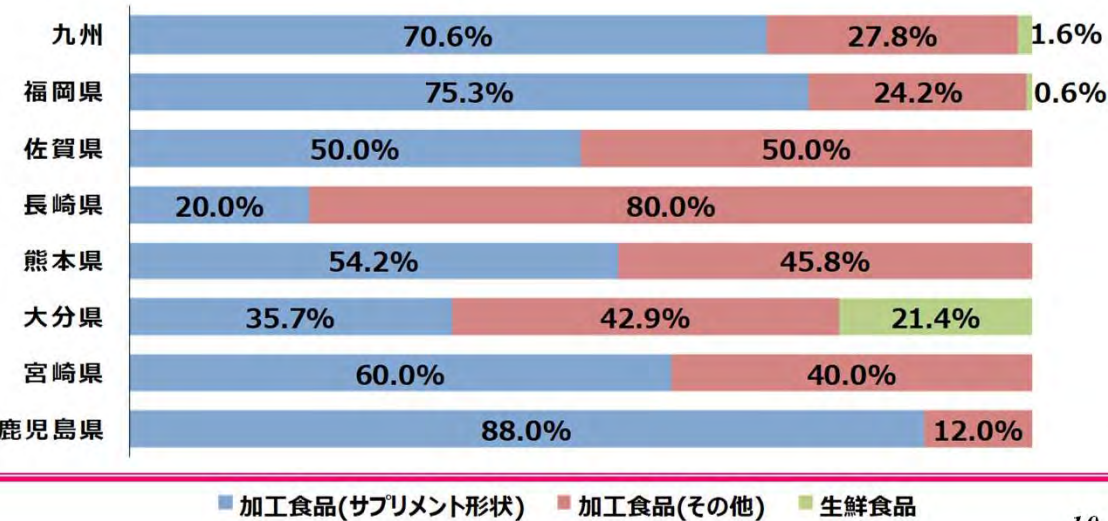
届出件数の割合(n=255)



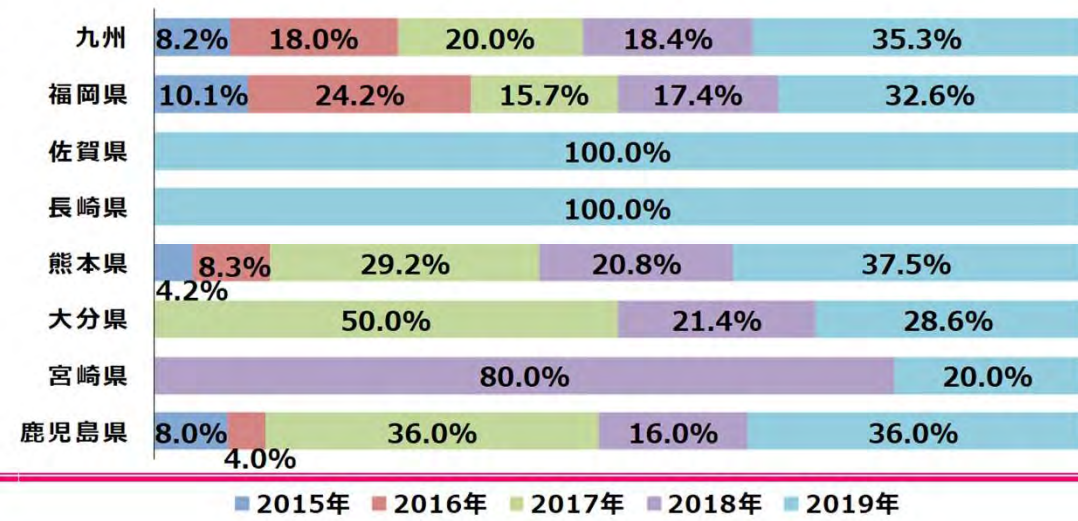
九州地域内の届出件数

県	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	計
九州	21	46	51	47	90	255
福岡県	18	43	28	31	58	178
佐賀県	0	0	0	0	4	4
長崎県	0	0	0	0	5	5
熊本県	1	2	7	5	9	24
大分県	0	0	7	3	4	14
宮崎県	0	0	0	4	1	5
鹿児島県	2	1	9	4	9	25

食品の区分別 届出件数の割合(n=255)



届出年別 届出件数の割合(n=255)

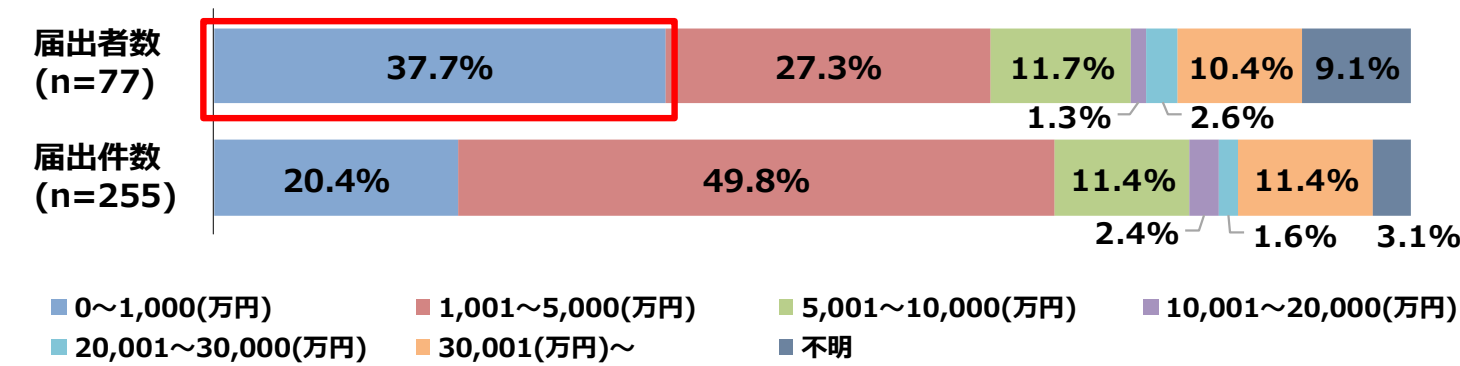


第1章 全国・九州地域における機能性食品の現状と課題

■分析結果（九州内における企業規模別分析）

- 届出者数を資本金別にみると、1,000（万円）以下が37.7%である。1 者あたりの届出件数は、資本金規模が大きい企業が必ずしも件数が多いとはいえない。
- 届出者数を従業員数別にみると、300人以下の合計が全体の52%を占める。1 者あたりの届出件数をみると、301人以上の企業で1者あたりの届出件数が多いことがわかる。

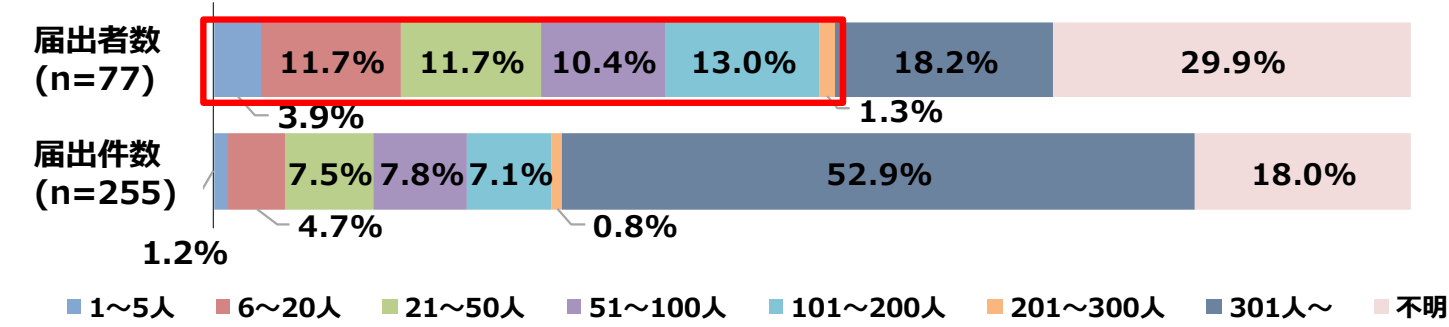
資本金規模別 届出者数・件数の割合



資本金規模別 1者あたりの平均届出件数

資本金（万円）	届出者数（者）	届出件数（件）	1者あたりの平均届出件数
全体	77	255	3
0～1,000	29	52	2
1,001～5,000	21	127	6
5,001～10,000	9	29	3
10,001～20,000	1	6	6
20,001～30,000	2	4	2
30,001～	8	29	4
不明	7	8	1

従業員規模別 届出者数・件数の割合



従業員数別 1者あたりの平均届出件数

従業員数（人）	届出者数（者）	届出件数（件）	1者あたりの平均届出件数
全体	77	255	3
1～5	3	3	1
6～20	9	12	1
21～50	9	19	2
51～100	8	20	3
101～200	10	18	2
201～300	1	2	2
301～	14	135	10
不明	23	46	2

第1章 全国・九州地域における機能性食品の現状と課題

③先進地域の取組の現状と課題（制度の概要 北海道・新潟）

地域	制度名称	制度概要	制度の対象(抜粋)	認定文言	実施体制	認証数
北海道	北海道食品機能性表示制度（ヘルシーDo）	全国発の「自治体版の機能性表示制度」として北海道庁が平成25年4月に開始。健康でいられる体づくりに関する科学的な研究が行われた事実を北海道が認定。認定商品のパッケージ等に北海道庁が認定する「ヘルシーDo」のマークを表示することが可能。特定保健用食品（トクホ）等とは異なり、効果効能を表示することはできない。	【対象となる食品】 ○加工食品 【要件】 ○商品に含まれる機能性素材が北海道で製造されていること ○北海道で製造された商品であること（※北海道での加工が困難な一部の工程については、道外での加工を認められる場合がある） ○制度の認定を受けた日から、6か月以内に販売する予定であること 【研究対象】 ○単一成分、組成物	この商品に含まれる〈成分名〉については、『健康でいられる体づくりに関する科学的な研究』が行われたことを北海道が認定したものです。（この表示は、北海道フード・コンプレックス国際戦略総合特区における国との協議に基づき、北海道内で製造された製品に限り認められたものです。）	【実施主体】 ○北海道 【審査機関】 ○北海道食品機能性表示制度懇談会 【連携機関】 ○北海道食産業総合振興機構（フード特区機構） ○北海道科学技術総合振興センター（ノーステック財団） ○北海道バイオ工業会 ○北海道情報大学 健康情報科学研究センター	115商品 ※2019年9月時点
新潟	新潟市健幸づくり応援食品認定制度	新潟市健幸づくり応援食品認定制度は、機能性に関する科学的な報告がある成分を含む食品や、健康づくりに配慮された食品を新潟市が認定する独自の認証制度である。 国家戦略特区の区域方針に「農産物・食品の高付加価値化の実現」が目標として定められたことから創設したもので、本制度により農産物・食品の高付加価値化とともに、市民の健康維持・増進を目指している。	【対象となる食品】 ○生鮮食品又は加工食品（サプリメントを除く） 【要件】 ○市内で製造又は生産されたもの、もしくは主な原材料に市内産農産物を使用したものの。 ○加工食品においては、日本食品標準成分表に掲載の同種の食品が含有する食塩相当量（ナトリウム含有量）を原則超えないこと。ただし、日本食品標準成分表に同種の食品の掲載がない場合、加工・製造過程で食塩又は食塩を含む原材料を添加していないこと。 ○対象栄養成分の含有量を基準とするパターンAと、含有する関与成分を基準とするパターンBの2種類を設けている。 【事業者】 ○市内に本社、支店、営業所、農場等を有する製造者、農業者（JA等の団体を含む） ○卸売業、小売業者は申請できない。	（パターンA） 健康な身体づくりのために〈対象栄養成分〉の含有量を新潟市が認定したものです。（本品〈単位〉あたり：対象食品に含まれる対象栄養成分の含有量）、日本食品標準成分表の同種の食品〈単位〉あたり：〈日本食品標準成分表に掲載の同種の食品における対象栄養成分の含有量〉） （パターンB） この食品が含有する〈関与成分〉は、「健康な身体づくりのための科学的な報告」があることを新潟市が認定したものです。	【実施主体】 ○新潟市 【審査機関】 ○新潟市健幸づくり応援食品認定制度推進委員会 【連携機関】 ○新潟農業活性化研究センター ○新潟バイオリサーチパーク ○新潟市産業振興財団ビジネス支援センター	13食品 ※2019年10月29日時点

参考：実施主体等のホームページや各種資料、ならびにヒアリングで得られた情報を基に整理

第1章 全国・九州地域における機能性食品の現状と課題

③先進地域の取組の現状と課題（制度の概要 四国・沖縄）

地域	制度名称	制度概要	制度の対象(抜粋)	認定文言	実施体制	認証数
四国	四国健康支援食品制度（ヘルシー・フォー）	四国の産学官の連携により全国初の広域民間認証制度として平成29年6月に開始。四国内で製造された食品、あるいは四国内で製造された機能性素材等を配合した食品が対象。	【対象となる食品】 ○四国内で製造された食品、あるいは四国内で製造された機能性素材等を配合した食品。（四国内製造には、四国内に本店を置く企業が四国外で委託製造させた場合も含む） 【素材】 ○単一成分、組成物（単一の化学物質及び動植物由来の抽出物など複数の化学物質から組成される複合体） 【申請要件】 ○評価を受けようとする食品が上記「対象食品」であること ○評価を受けようとする食品が、安全性ならびに法律的に問題のないことが事業者自らの責任において確認できていること。これには、必要に応じて行う食品表示等に関する行政の所掌部局への事前照会を含む。 ○四国健康支援食品普及促進協議会の正会員（年会費3万円）であること。	この食品に含まれる＜素材名＞については、『健康でいられる体づくりに関する科学的な研究』が行われたことを四国健康支援食品評価会議が認めたものです。（素材名・・・科学的研究が行われた素材の具体的な名称を記載）	【評価機関】 ○四国健康支援食品評価会議 【審査機関】 ○四国健康支援食品審査委員会 【普及広報機関】 ○四国健康支援食品普及促進協議会 【連携機関】 ○環瀬戸内自然免疫ネットワーク（NPO-LSIN） ○四国産業・技術振興センター（STEP） ○四国健康支援食品制度推進委員会 ○自然免疫制御技術研究組合	4商品 ※2017年10月24日時点
沖縄	沖縄県産健康食品ブランドWELLNESS OKINAWA JAPAN認証制度	沖縄の自然、伝承、文化の恵みを健やかな暮らしを願う人々に届けたい思いから、良品選択の一つの目印として「機能的価値」「情緒的価値」「安全安心」の“三拍子基準”を満たす優れた商品を提供。消費者ニーズの観点から高い訴求力を持つと評価されるものに対してPREMIUM認証が与えられる。	【機能的価値】 ○科学的根拠に基づいた機能性成分や素材、または栄養特性を有することで健康維持に役立つ商品設計となっていること 【安全・安心】 ○食品安全や消費者保護の観点から、安全な健康素材が採用され、適切な品質管理と公正な商品表示がなされていること 【情緒的価値】 ○沖縄独自の歴史文化や自然風土など背景にしたストーリー性があり、それがデザインや文言等によって感性的に表現されていること	ブランド認証制度の一環であり、認定文言は規定されていない。 審査結果に基づき、一般認証とプレミアム認証に区別される。	【実施主体】 ○沖縄県健康産業協議会 【審査機関】 ○有識者で構成される審査委員会 【連携機関】 ○トロピカルテクノプラス ○沖縄TLO	19商品 ※2020年2月20日時点

参考：実施主体等のホームページや各種資料、ならびにヒアリングで得られた情報を基に整理

第1章 全国・九州地域における機能的食品の現状と課題

③先進地域の取組の現状と課題（ヒアリング 北海道・新潟）

制度名称	制度導入の経緯 制度の特徴	効果	課題	制度利用企業等の意見
北海道食品機能的表示制度 (ヘルシーDo)	● 国際総合特区の指定(略称:フード特区)を契機に、研究開発基盤の拡充支援を目的として設立。 ● 食の機能的性について「ヒトを被験者とした機能的性に関する試験」が行われている(一定水準の科学的な根拠があること)。 ● 既に研究が行われた機能的成分を活用して認定を受けられる(必ずしも自社で研究する必要がなく、道内企業が参入しやすいこと)。 ● 特定保健用食品等とは異なり、効果効能を表示することはできない。	● 江別モデルによる市民ボランティア登録者数は、10000人を超えている。健康状態のチェックが出来ることが、ボランティア参加のメリットとして受け止められている。 ● 道庁では、商品づくりの人材研修(フード塾)を実施して、今ではフード塾OBIは150人を超えて、有志による自主団体も設立され、コラボ商品の創出も見られている。	● 簡単に添加できて、ひとつの素材でバリエーション豊富に展開できる素材の発掘(オリゴノールに続く素材) ● 健康カード事業や、e-ヘルステーションにおけるAIの活用。さらにこれらのデータを蓄積、活用して、地域住民の健康増進の実現に資する「新しいヘルスケア産業の技術シーズの創出」	● 素材提供メーカーではあるが、最終的な売り先を把握するようにしている。 ● 今後は医科向けに描写が使えるサプリメントの開発を目指している。
新潟市健幸づくり応援食品認定制度	● 平成26年5月に国家戦略特区の指定を受けた際に「食品機能的表示を用いた食品・農産品の高付加価値化」を区域方針に盛り込んだことをきっかけに検討を開始して、平成28年9月に運用を開始。 ● 市民の健康寿命の延伸に寄与することを目指すことを制度の目的としているため、サプリメントは対象外としている。 ● 新潟市が推進する「ちよいしおプロジェクト」という減塩の取組と連携しており、塩分含有量を要件に設けている。	● 国の制度に手が届かないが健康食品産業に参入したい人達の受け皿になれている。	● 消費者側、企業側のどちらも制度の認知度は高くないことが課題	● 売上高が増えた。市のお墨付きがあることに興味を持たれることがある。今後、給食は可能性があるかもしれない。 ● 国の機能的表示には高額な費用がかかり中小企業には難しい。新潟市の制度は我々が取り組める制度である。しかし、成分分析を自社で行う程度のノウハウのある事業者でないと、取り組むのは難しいかもしれない。 ● 食品製造の業界をあげて取り組むのがよいと思う。そこに対して行政が支援(補助金等)をする流れが望ましい。

第1章 全国・九州地域における機能性食品の現状と課題

③先進地域の取組の現状と課題（ヒアリング 四国・沖縄）

制度名称	制度導入の経緯 制度の特徴	効果	課題	制度利用企業等の意見
四国健康支援食品制度 (ヘルシー・フォー)	● 平成23年度から、四国の食産業の振興に向けて、四国健康支援食品制度の創設に取り組んできて、平成29年6月に制度開始。 ● 自然免疫に関する啓蒙普及活動を目的に設立されたNPO法人環瀬戸内自然免疫ネットワークや、その後立ち上げられた自然免疫グループの活動が、制度の立ち上げに大きく寄与。 ● ヒト介入試験に先立って実施される倫理委員会で審査され、査読付き論文になっていることが求められる。	● ひとつの旗印ができることで、OEMを受ける機会が増加。 ● 認証されたことが、日経新聞に掲載されて、問い合わせが3倍増。これが、最も効果があったと感じる。ヘルシー・フォーとして展示会に出展することで、信用度が上がり、大手ユーザーとのつながりもできた。	● ヘルシー・フォー自体の認知度がまだ低い状況であるが、今後、認知度を上げていくことで、マークによる付加価値を上げていきたい。 ● 認証マークを持った1社1社が、それぞれ単独で行動してもうまくいかない。制度自体のPR、ブランド化が必要。機能性表示食品制度ではできない、全体でPRしていくことが、地域認証制度として大事。	● ヘルシーDo、ヘルシー・フォーに続く、ヘルシー・〇〇のが各地域で生まれていくことで、独自認証制度の認知度向上につながる。 ● 機能性表示食品制度は、一度チャレンジしたが、ハードルが高く、これ以上はできないと思っている。時間とコストの面から中小企業には難しい。 ● 観光産業とネットワークを構築して、グリーンツーリズムなどのような形で、PRしていくことが出来ればと思う。
沖縄県産健康食品ブランド WELLNESS OKINAWA JAPAN 認証制度 (WOJ認証制度)	● 県協議会として、エビデンスの共有と届出支援の二つを行う仕組みを作っていくべきだと検討され、独自認証制度の構築を開始した。 ● 沖縄はどこにも真似できない歴史や文化や自然という沖縄らしさがあり、それを模倣困難性として基準に入れた。	● 沖縄TLOで臨床試験を実施して論文を作成して、その論文をトロピカルテクノプラスがシステマチックレビューの素材として使用する流れ。そうすることで、結果としては、WOJ認証にも機能性表示制度にも対応できるようにしている。	● 機能性があると言われているが、研究されていないものがたくさんあり、その安全性を保障する調査が不足している。またそれを拾い上げる部分に入りこめていない。エビデンスの調査する範囲を広げることが重要。	● 量販店からは、WOJの取組を共感してもらうことで機会創出につながっている。共感してもらうためのひとつのツールとしてWOJの認証がある。 ● 認証制度がはじまって1年ということで、県民の方々の認知度がまだまだと感じている。 ● 3つの基準などの説明することで、商品の中身の魅力を感じてくれて購入につながる

第2章 九州地域企業の機能性表示食品への競争促進に向けた現状と課題

- 九州地域の中小企業等の機能性表示食品制度に対する認知度は6割超であるものの、手続きについて知らない企業が多い。【19ページ】
- 機能性表示食品について約4割の企業が関心をもっており、届出による売上の増加や新たな販路開拓に期待する一方、機能性等の科学的根拠情報や届出書類作成など届出過程での課題を抱えている。【19-20ページ】
- 消費者庁への機能性表示届出にあたっては、社員1～3名が、既存業務と並行して取り組むケースが多くみられたが、なかには、社員数2～3名の小規模事業者で届出を行っているケースもみられた。【23ページ】
- 届出を行っても売上げや利益には直結していないというケースが多い一方で、新たな販売先との取引、会社の信頼性やブランド価値の向上の声が聞かれる。【23ページ】

第2章 九州地域企業の機能性表示食品への競争促進に向けた現状と課題

■ アンケート調査概要

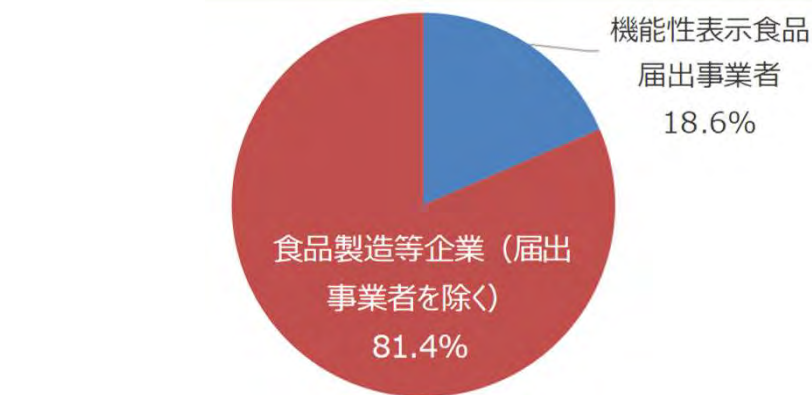
調査名称	機能性表示食品への取組に関するアンケート
調査対象	1. 九州地域の機能性表示食品届出事業者（73社） 2. 九州地域に所在する食料品製造業等企業（※）のうち、任意に抽出した中小・小規模事業者（691社） ※届出事業者を除く ※食料品製造業等企業は、日本標準産業分類が以下に該当する企業を対象とした。 産業中分類「09：食料品製造業」、「10：飲料・たばこ・飼料製造業」。 ただし、「10：飲料・たばこ・飼料製造業」のうち小分類「製氷業、たばこ製造業」は除外。
調査期間	2019年11月22日～2019年12月6日
調査方法	送付：郵送 回収：郵送、FAX、WEB入力
回収状況	764社に送付し、199社より回収（回収率26.0%）。うち、有効回答は194社（25.4%）。 【内訳】 1. 届出事業者73社中、回答者数36社（回収率49.3%） ※有効回答36社（49.3%） 2. 食料品製造業等企業691社中、回答社数163社（回収率23.6%） ※有効回答158社（22.9%）
主な調査項目	<届出のない事業者向け> ・機能性表示食品の認知度、関心 ・機能性表示食品に期待するメリット ・機能性表示食品に取り組む場合の課題、必要な支援 <届出のある事業者向け> ・機能性表示食品の取組のきっかけ ・機能性表示食品によるメリット ・届出過程で苦労したこと、解決方法 ・公的機関による支援の利用経験 等 <共通> ・共同研究、九州産素材の活用、ヘルスケア領域との融合可能性

第2章 九州地域企業の機能性表示食品への競争促進に向けた現状と課題

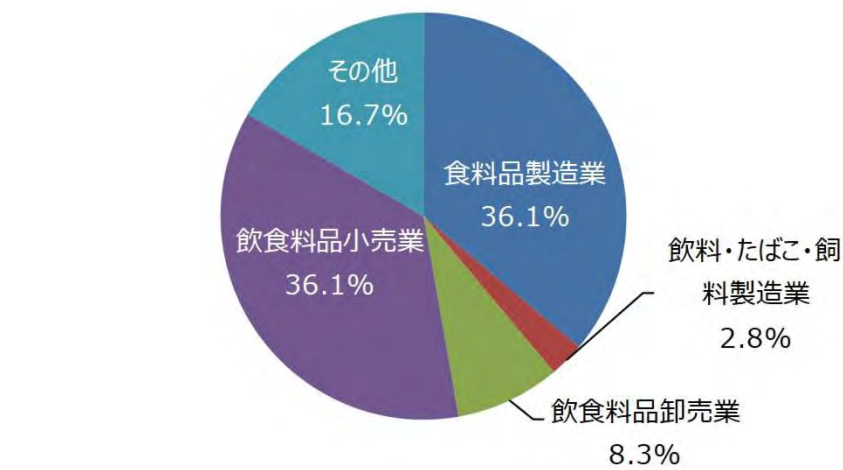
■アンケート回答企業の属性

- 回答者のうち、18.6%が機能性表示食品届出事業者、81.4%が届出事業者を除く回答企業（食料品製造業等企業）であった。
- 機能性表示食品届出事業者の業種は、食料品製造業、飲食料品小売業ともに 36.1%の割合で最も高い。
- 届出事業者を除く回答企業の主な取り扱い商品は、水産食料品（18.4%）、その他の食料品（17.7%）、その他（17.7%）の割合が高い。

■回答状況（n=194）

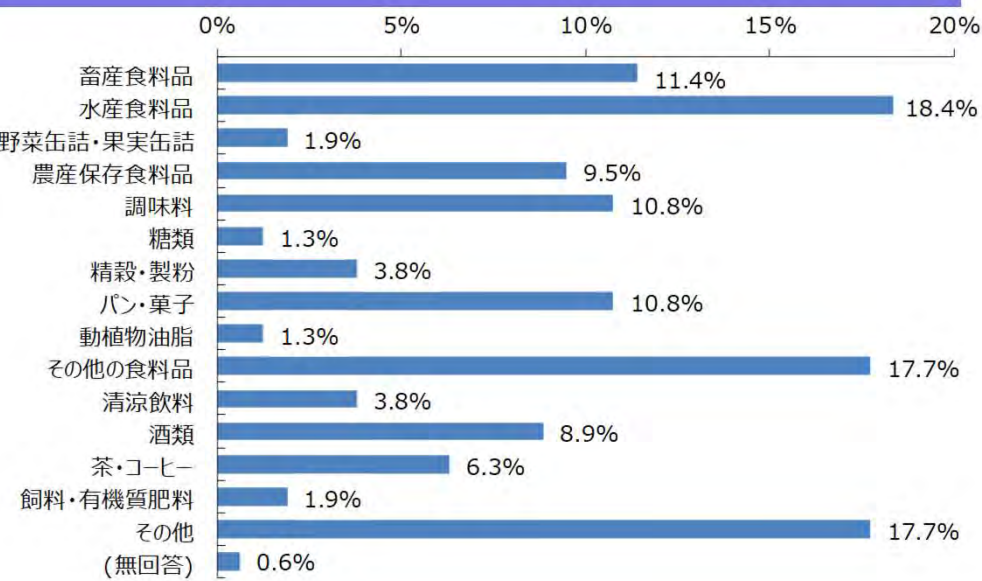


■機能性表示食品届出事業者の業種（n=36）



※その他の内訳は、健康食品・サプリメント（14件）、カット野菜・冷凍野菜・乳製品等（5件）

■届出事業者を除く回答企業（食料品製造業等企業）の主な取り扱い商品（複数回答）（n=158）



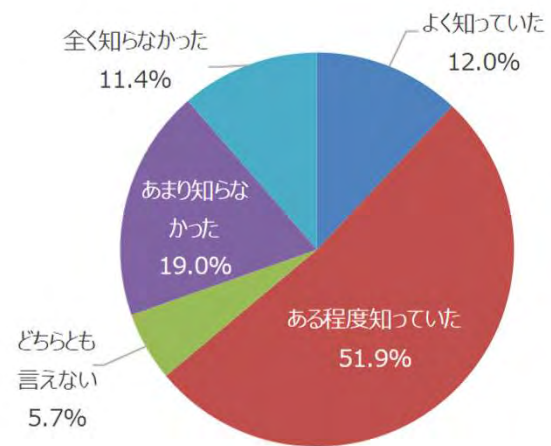
※その他の内訳は、冷凍食品・レトルト食品（7件）、健康食品（3件）、菓子（3件）、カット野菜（3件）等

第2章 九州地域企業の機能性表示食品への競争促進に向けた現状と課題

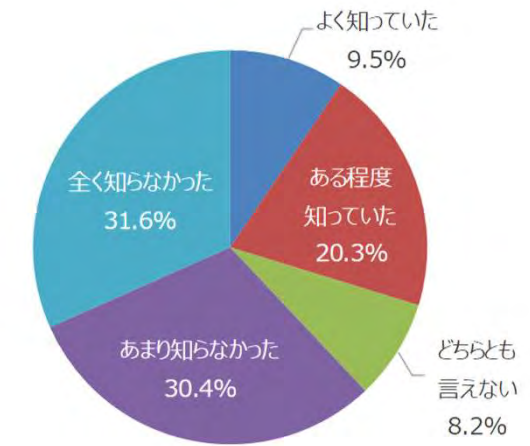
■（届出のない事業者向け）制度の認知度、関心

- 制度の認知度について、機能性表示食品が食品の機能性を表示できることを知っていた（よく知っていた＋ある程度知っていた）のは63.9%である。一方、消費者庁長官の個別の許可を受けないことを知っていたのは29.8%と、手続きに関わる内容は知らなかった割合が高い。
- 機能性表示食品への関心について、43.1%が関心がある（とても関心がある＋やや関心がある）。関心がない（全く関心がない＋あまり関心がない）と回答した人の理由は、制度そのものに関する知識が十分でないの割合が55.8%と最も高い。

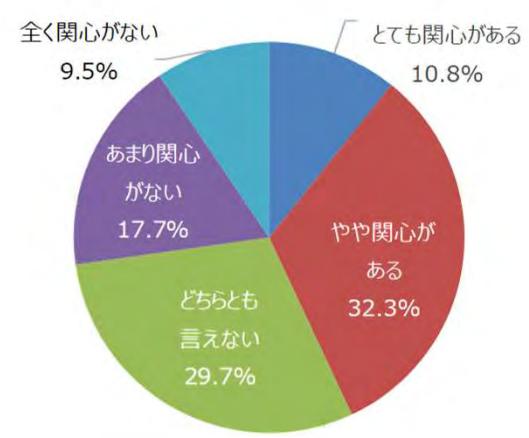
■ 機能性表示食品が、健康の維持・増進に役立つ又は適するという食品の機能性を表示できることを知っていたか。（n=158）



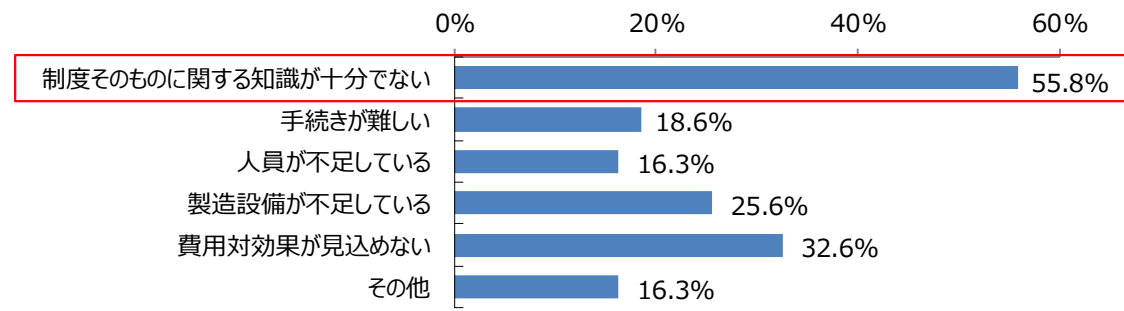
■ 機能性表示食品が、販売前に消費者庁へ届け出る必要があるが、トクホとは異なり消費者庁長官の個別の許可は受けないことを知っていたか。（n=158）



■ 機能性表示食品に関心があるか。（n=158）



■ 機能性表示食品への関心がない理由（複数回答）（n=43）

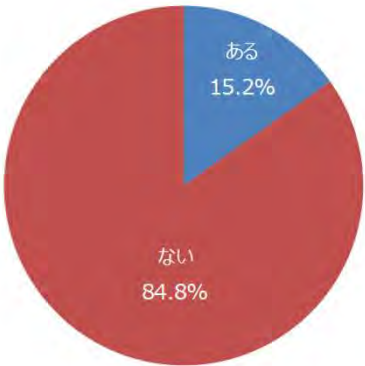


※機能性表示食品に関心がない（全く関心がない＋あまり関心がない）と回答した企業について集計

第2章 九州地域企業の機能性表示食品への競争促進に向けた現状と課題

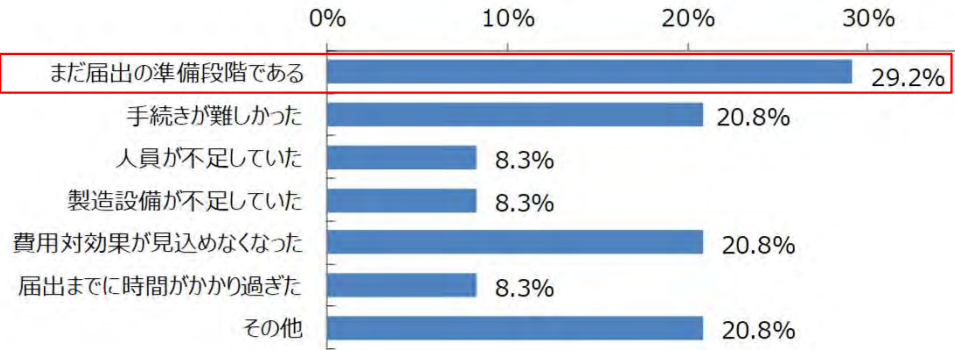
- （届出のない事業者向け）制度への取組経験、期待するメリット、想定される課題
- 届出をしていない企業のうち、機能性表示食品に取り組んだことがあるのは15.2%である。取り組んだことがある企業が届出をおこなっていない理由は、届出の準備段階であるとの割合が最も高い。
- どんなメリットがあれば機能性表示食品に取り組みたいかでは、売上高の増加が56.3%と最も高く、次に利益の増加、新たな販路の開拓の割合が高い。
- 取り組む場合の課題は、安全性・機能性の証明（機能性等の科学的根拠情報）が47.5%と最も高く、次に届出に係る書類作成、商品開発の割合が高い。

■ 機能性表示食品に取り組んだことがあるか。（n=158）



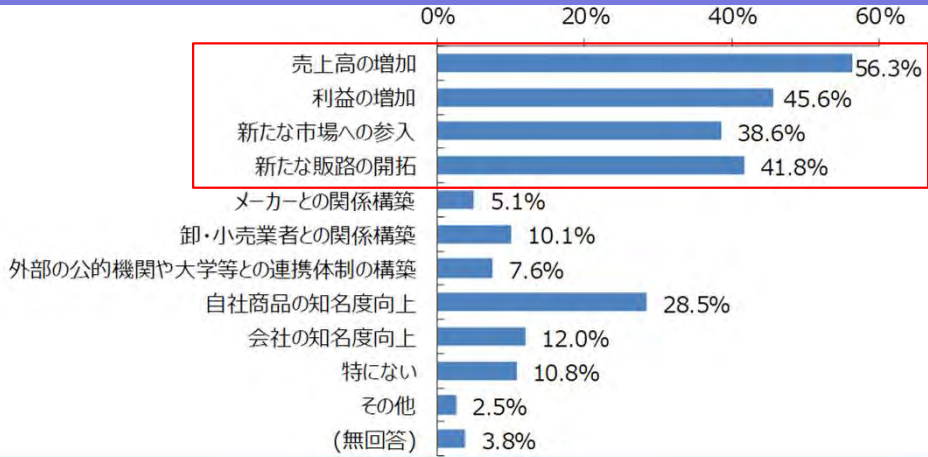
※届出に向け準備中、取り組んだが届出に至らなかった、OEM等による受託製造も含む。

■ 取り組んだことのある企業が、届出をおこなっていない理由（n=24）

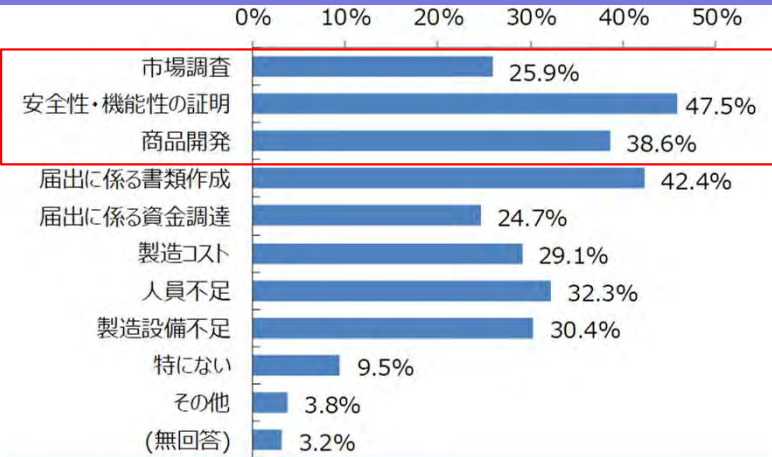


※機能性表示食品に取り組んだことがあると回答した企業について集計

■ どんなメリットがあれば機能性表示食品に取り組みたいと思うか。（複数回答）（n=158）



■ 機能性表示食品に取り組む場合、何が課題になると思われるか。（複数回答）（n=158）

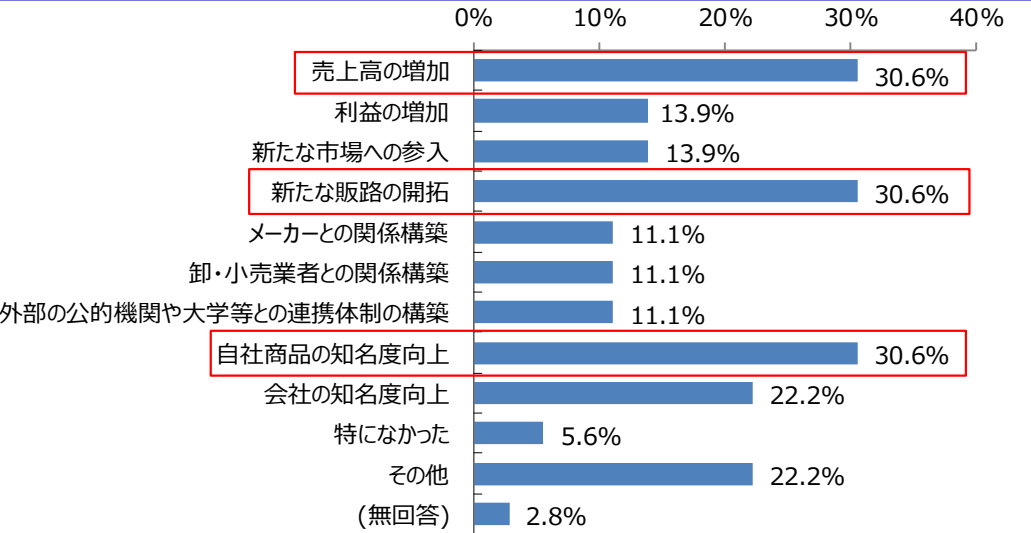


第2章 九州地域企業の機能性表示食品への競争促進に向けた現状と課題

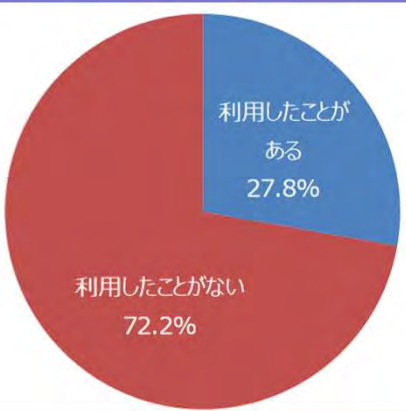
■（届出のある事業者向け）届出のメリット、苦勞、公的支援の活用について

- 機能性表示食品届出のメリットは、売上高の増加、新たな販路の開拓、自社商品の知名度向上の割合が高く、30%を超えている。
- 取組の過程で苦勞したことは、届出書類に係る書類作成の割合が最も高く、80%を超えている。次に、安全性・機能性の根拠（機能性等の科学的根拠情報）の明確化で47.2%である。
- 約30%が公的支援を利用したことがあり、機能性成分の調査や分析、補助金、届出書類の作成、商品開発・試作などが利用されている。

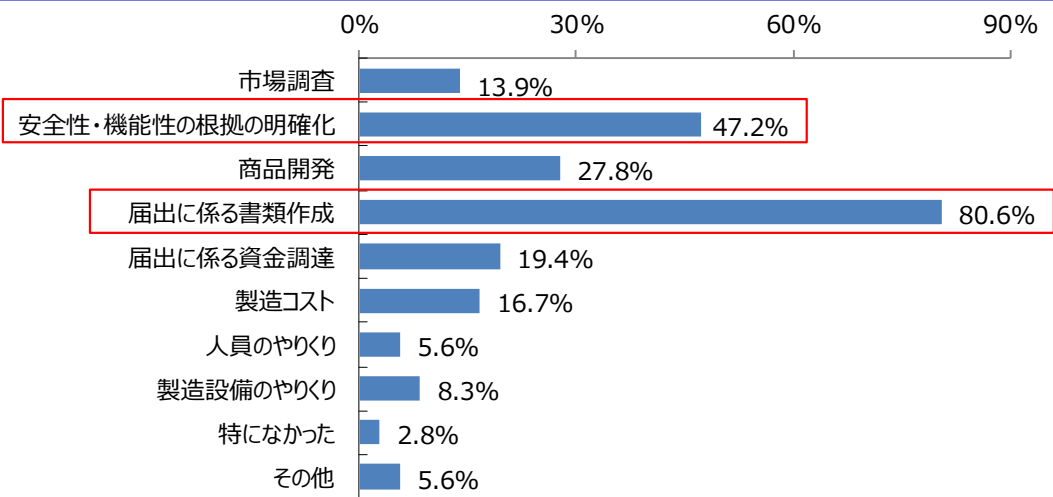
■ 機能性表示食品届出のメリット（複数回答）（n=36）



■ 公的支援の利用経験（n=36）



■ 取組の過程で苦勞したこと（複数回答）（n=36）



■ 利用した公的支援

- 提出書類等の作成、成分分析等、県の助成金、新商品開発（雇用促進事業）（崇城大学、熊本県産業技術センター）
- 届出費用の補助、S Rの作成費用の補助（佐賀県）
- 機能性成分の目利き調査、届出全般のサポート（株式会社久留米リサーチ・パーク）
- 試作、研究開発支援事業（鹿児島県・中小製造業者創業新分野進出等支援補助金）
- 機能性表示食品支援制度（目利き調査）（福岡県バイオ産業拠点推進会議）
- 研究レビューに係る支援、届出書類作成の支援（農研機構）

第2章 九州地域企業の機能性表示食品への競争促進に向けた現状と課題

■ 共同研究、九州産素材の活用、ヘルスケア領域との融合可能性について（自由記述より抜粋）

■ 共同研究先や連携先にどのような役割を期待するか

情報提供に関すること

- 何の成分があるか知りたい。情報の正確性

機能性等の科学的根拠情報、成分分析に関すること

- SRとなりうる文献収集とSRの構築およびSRの支援、ヘルスクレームの妥当性確認の支援
- ヒト試験や研究レビューの提供

消費者庁への届出に関すること

- 届出に係るトータル的な支援、届出後の支援
- SRがとれた素材の提供、またはSRそのものを持つ素材の拡大

商品開発に関すること

- 商品力の向上、データの蓄積と提示
- 原料の機能性、それを生かすためのレシピ、使用方法等

その他

- 共同研究先の費用負担や設備共有
- 相乗効果、既存品の品質向上

■ 九州産の素材を活用した機能性食品に関する意見

関心が高い立場からの意見

- ハードルが低ければ、是非取り組みたい。
- 自社がもつ素材を生かして機能性食品の開発に力を入れたいが、素材のもつ成分量や市場ニーズがあるのか、市場への展開方法が課題

関心が低い立場からの意見

- 九州の中小企業では、機能性を表示することに対してメリットを感じていない印象を受ける。
- 九州素材でなければならない、九州にしか存在しない、といったことがない限り九州にこだわるメリットを感じない。

その他、課題などに関する意見

- どのような市場価値が作り出していけるのか、事例があれば、弊社でも取り組めるか判断できる
- 運用や申請フォーマットが頻繁に変わるため、変更申請で戸惑うことが多いのが現状
- 産地限定すると供給に問題が生じないかが不安。また、開発に時間や費用がかかるため、採算がとれるか懸念される。

■ ヘルスケア領域との融合可能性に対する意見

関心が高い立場からの意見

- ヘルスケア分野のニーズを知りたい。事例を紹介してほしい。
- 医療、介護、スポーツ分野での機能性表示食品の拡大は十分見込めると考えている。医療や介護分野は医療費や介護費の削減のためにも薬に頼らない対策として、スポーツ分野はドーピング薬物にあたらな
- 自社がもつ素材を生かして機能性食品の開発に力を入れたいが、素材のもつ成分量や市場ニーズがあるのか、市場への展開方法が課題
- 興味はあるが、実際の手段・方法が分からない。

関心が低い立場からの意見

- ヘルスケア（医療、介護）に関しては薬以下にしかならない。薬を服用しない人が薬より高額な「食品」を継続して購入するか疑問。

その他、課題などに関する意見

- スポーツ分野に展開すると、ドーピング問題とセットになると思う。
- ヘルスケア分野とのパイプ・販路が弱い
- 健康産業市場は、商品よりマーケティングで売り上げが決まる状況なので、新規参入は難しい状況と思う。
- ヘルスケア分野での機能性成分と効果が見込まれる関係、知識、情報が欲しい。

第2章 九州地域企業の機能性表示食品への競争促進に向けた現状と課題

■ヒアリング結果

- 九州地域内の機能性表示届出を行っている企業7社にヒアリングを実施。

取組体制	● 社内の人員体制としては、1名～3名の担当者が既存業務と並行して取り組むケースが多い。社員数2～3名弱の小規模事業者が届け出を行っているケースも見られた。 ● 商品開発では、大学と連携して取り組むケースも見られた。 ● SRについては、原料メーカーが提供するSRの利用、農研機構のSRの利用、民間のコンサルタントに依頼するケースがある。 ● 届出書類は自社で作成するケースと民間のコンサルタントに外注するケースが多い。公的機関の支援制度を活用するケースも見られた。
取組期間	● 着手から届出までに要する期間は、3ヶ月～2年程度と企業によりバラつきがみられる。 ● 時間を要したフェーズとしては、SRの精査、書類作成における表現の統一の精査、商品開発などが挙げられる。
届出によるメリット	● 売上げや利益への貢献にはすぐに結びつかないという意見が多い。一方で、ドラッグストアなど従来取引のなかった販売先との取引が新たに始まったというケースもみられた。 ● 製品の安全性が高まることで、会社の信頼性やブランド価値の向上し、販促効果があがった、また海外展開の加速化につながったというケースもみられた。
中小企業が取り組む際の課題や障壁	● SRのハードルが高く、中小企業自身では取り組みにくいという意見が多い。また、自社で取り組む場合においても、届出商品の有意性を証明すること等の難易度が高いという意見が聞かれた。 ● 届出の流れを把握することも難しいとされ、届出書類の作成においては、書類間での表現の統一や、パッケージに記載する文言の適切な表現などが挙げられている。
期待される公的支援	● 中小企業にとってはSRのハードルが最も高いため、様々な成分のSRを公的機関から出してもらいたいという声が聞かれた。また、農産物に含まれる成分が有する機能性や、その成分を研究している研究機関等の一覧化を求める意見もある。 ● 中小企業が大学や研究機関へアクセスしやすくする仕組みや、協力企業等とのマッチング支援も求められている。また、支援スタッフが企業に入り込み書類作成を支援する等の、伴走型の支援の必要性も挙げられた。 ● 届出後にもサポートしてもらえる支援や、1ヶ所の相談先で情報を網羅的に得ることのできる仕組みへのニーズもある。
その他	● 大学と組み学生を活用することによる企業支援や、機能性表示届出制度へのハードルをさげるような啓蒙活動を行って欲しいとの意見が挙げられた。

第2章 九州地域企業の機能性表示食品への競争促進に向けた現状と課題

(参考) 九州地域内で特徴のある機能性表示食品の商品例

企業名	業種	届出商品名 【関与成分】	届出商品	届出商品詳細
株式会社アマーサ 【熊本県】	飲食品 小売業	モリンガ GABA (ギャバ) <パウダータイプ> 【GABA】		100%オーガニックの熊本天草産“モリンガ”を使用し、モリンガを主原料とした全国初の機能性表示食品 - 機能性の評価方法 … 機能性関与成分に関する研究レビュー - 表示しようとする機能性… 本品には、GABAが含まれます。GABAには仕事や勉強による一時的な精神的ストレスを緩和する機能や、血圧が高めの方の血圧を下げる機能があることが報告されています。
三和酒類株式会社 【大分県】	酒類/ 食料品 製造業	大麦若葉青汁 大麦のちから 【GABA】		機能性表示食品として全国初！新ヘルスクレーム 「一時的に落ち込んだ気分を前向きにする」で受理 - 機能性の評価方法 … 機能性関与成分に関する研究レビュー - 表示しようとする機能性… 本品にはGABAが含まれます。GABAには、一時的に落ち込んだ気分を前向きにする(積極的な気分にする、生き生きとした気分にする、やる気にするなどの)機能があることが報告されています。
株式会社 ジェイエイフーズ みやざき 【宮崎県】	食料品 製造業	宮崎育ちの ほうれんそう 【ルテイン】		全国初！全国初の冷凍野菜の機能性表示食品 - 機能性の評価方法 … 機能性関与成分に関する研究レビュー - 表示しようとする機能性… 本品にはルテインが含まれています。ルテインは、光による刺激から目を保護するとされる網膜(黄斑部)色素を増加させることが報告されています。

第3章 ヘルスケア関連産業など新分野参入にあたっての方向性

- 医療機関、老人ホーム、薬局・ドラッグストア等のヘルスケア関連企業及びスポーツサービス等企業における機能性表示食品の認知度は7割超と高いものの、取扱い状況は約3割と低い。特に、医療機関では認知度の高さに比べ取扱いが低いのが特徴的。【27ページ】
- 機能性表示食品の提供や販売を行う際に重要となるポイントは「価格」、次いで「製造元の技術力」 。【29ページ】
- 薬局・ドラッグストア及びスポーツサービス等企業では、商品開発への関心度が高い。【30ページ】
- ヘルスケア領域に対しては、業種に応じて参入に対する課題や展開方法はさまざまである。それぞれの事情に合わせて、関連する業者（病院食の業者や卸業者など）を巻き込んだ取組が必要。【31ページ】

第3章 ヘルスケア関連産業など新分野参入にあたっての方向性

■アンケート調査概要

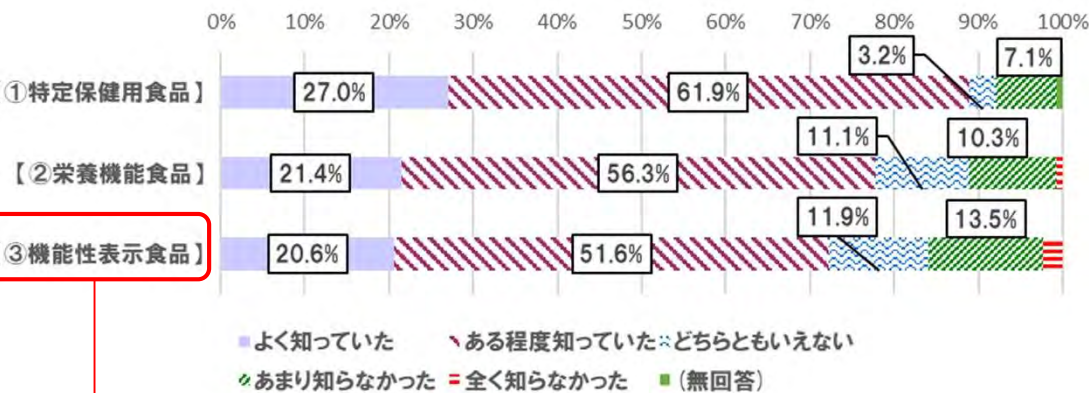
調査名称	機能性表示食品に関する意識調査										
調査対象	九州地域の医療機関（252社）、老人ホーム（50社）、薬局・ドラッグストア（約200社）、スポーツサービス等企業（20社）										
調査期間	2019年11月29日～2019年12月25日										
調査方法	送付：郵送、メール 回収：郵送、FAX、WEB入力										
回収状況	約522社に送付し、126件の回収（回収率24.1%）。 ※薬局、ドラッグストアは、それぞれ（一社）日本保険薬局協会、日本チェーンドラッグストア協会を通じて、会員企業へ展開したため、配布数は推計値となる。										
	【内訳】 医療機関 75件 老人ホーム 15件 薬局・ドラッグストア 32件 スポーツサービス等企業 4件 回答企業の業種 <table border="1"><caption>回答企業の業種</caption><thead><tr><th>業種</th><th>割合</th></tr></thead><tbody><tr><td>医療機関</td><td>59.5%</td></tr><tr><td>薬局・ドラッグストア</td><td>25.4%</td></tr><tr><td>老人ホーム</td><td>11.9%</td></tr><tr><td>スポーツサービス等企業</td><td>3.2%</td></tr></tbody></table>	業種	割合	医療機関	59.5%	薬局・ドラッグストア	25.4%	老人ホーム	11.9%	スポーツサービス等企業	3.2%
業種	割合										
医療機関	59.5%										
薬局・ドラッグストア	25.4%										
老人ホーム	11.9%										
スポーツサービス等企業	3.2%										
主な調査項目	・保健機能食品の認知度、取り扱い状況 ・機能性に対する関心 ・機能性表示食品を提供や販売する際に、重要となるポイント、課題 ・機能性表示食品について、今後知りたいこと ・商品開発に関する関心 ・九州産の素材を活用した機能性表示食品の関心										

第3章 ヘルスケア関連産業など新分野参入にあたっての方向性

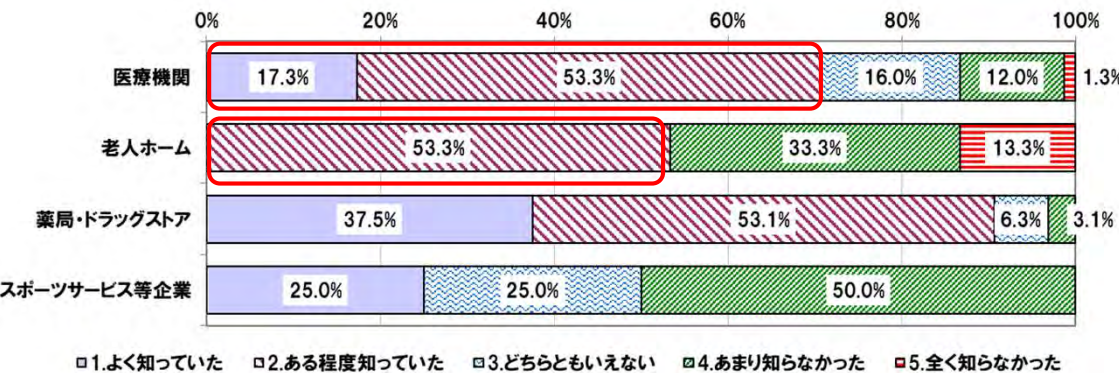
■ 特定保健用食品、栄養機能食品、機能性表示食品の認知度、取り扱い状況

- 認知度は、特定保健用食品が最も高く（88.9%）、栄養機能食品（77.7%）、機能性表示食品（72.2%）とつく。
- 取り扱い状況は、栄養機能食品が最も高く（50.8%）、特定保健用食品（44.4%）、機能性表示食品（33.3%）とつく。
- 機能性表示食品に関して、医療機関、老人ホームの認知度は高いが、取り扱い状況は低いことが特徴的である。

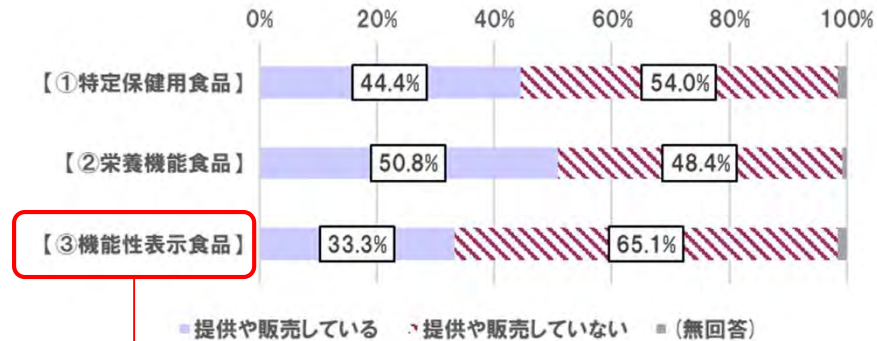
■ 認知度（n=126）



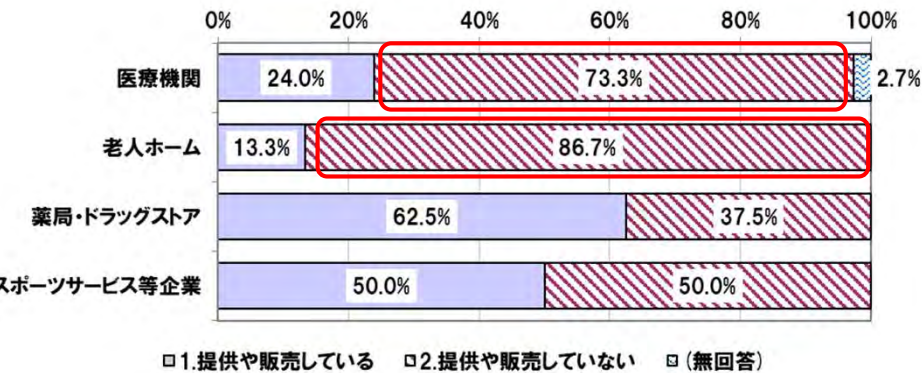
■ 機能性表示食品 業種別の認知度（n=126）



■ 取り扱い状況（n=126）



■ 機能性表示食品 業種別の取り扱い状況（n=126）



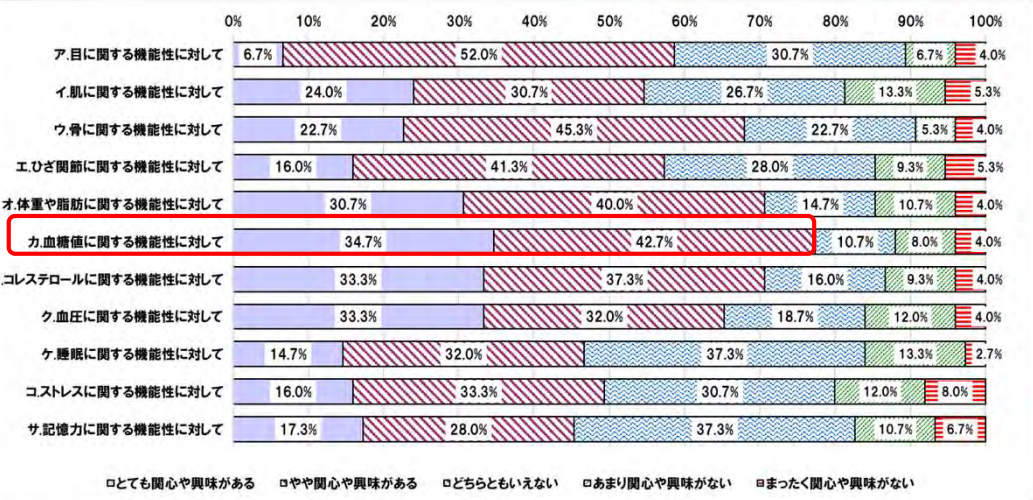
第3章 ヘルスケア関連産業など新分野参入にあたっての方向性

■機能性に対する興味、関心、要望

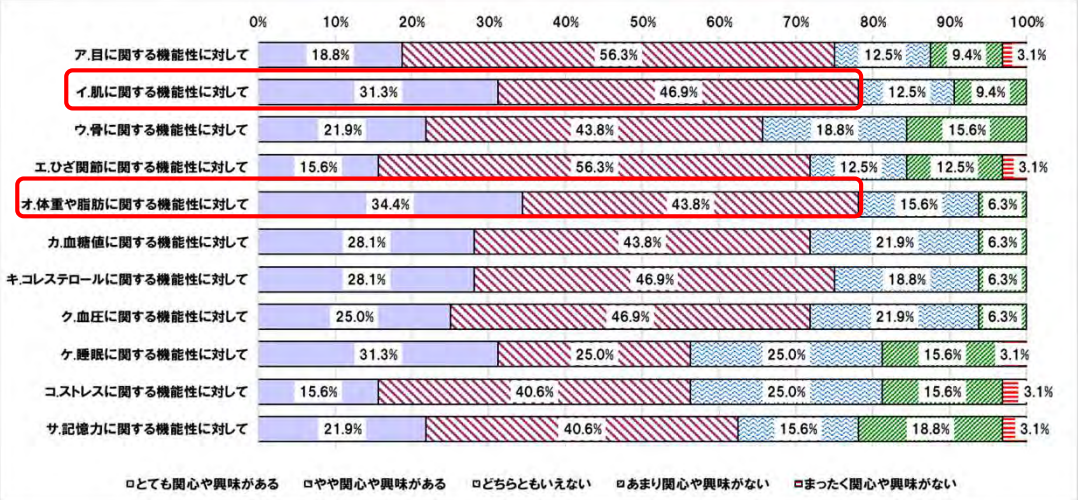
- 現在の機能性に対する関心度は全般的に高い。業種別に見ると、最も関心が高い機能性に特徴が見られる。

■業種別の機能性に対する興味や関心

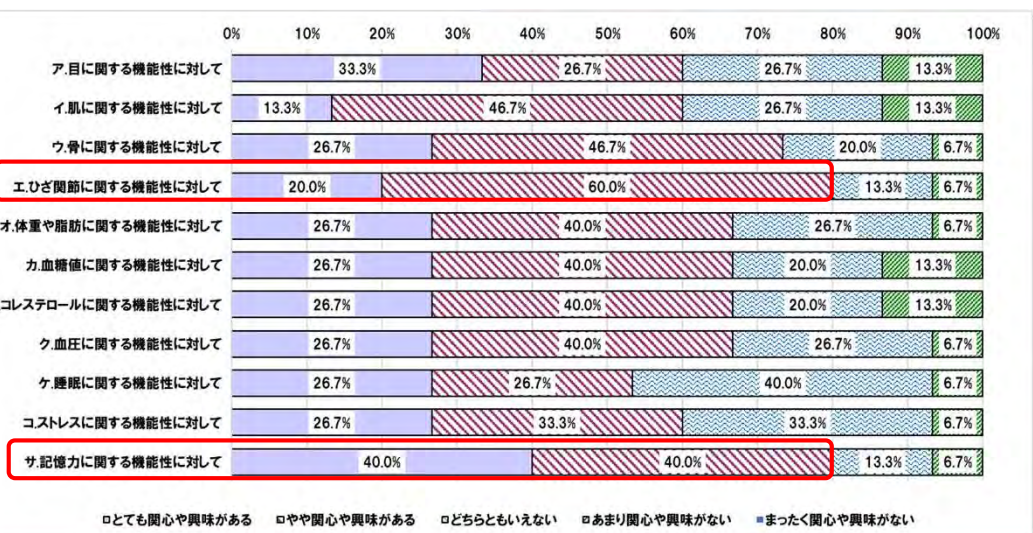
医療機関



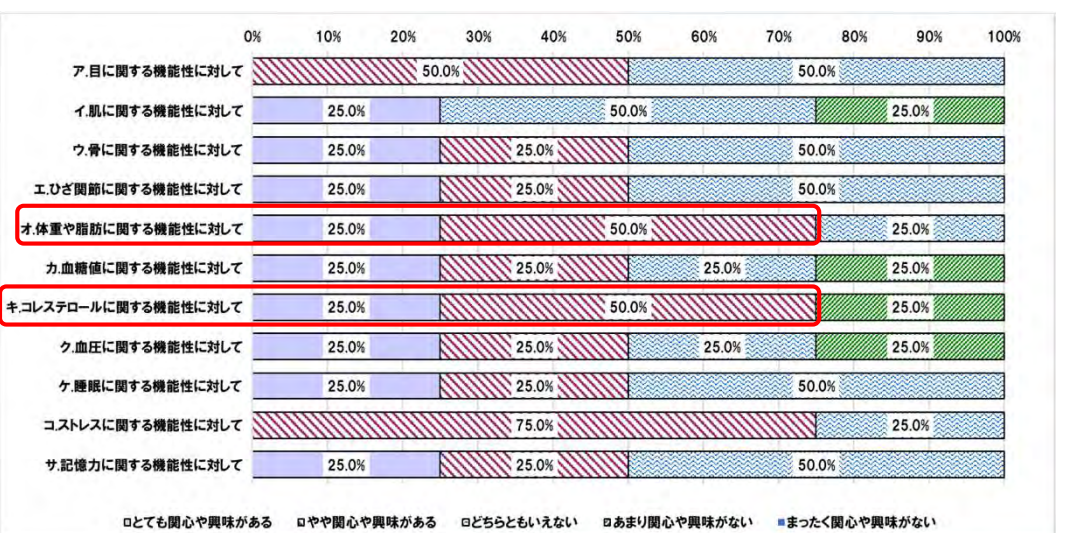
薬局・ドラッグストア



老人ホーム



スポーツサービス等企业

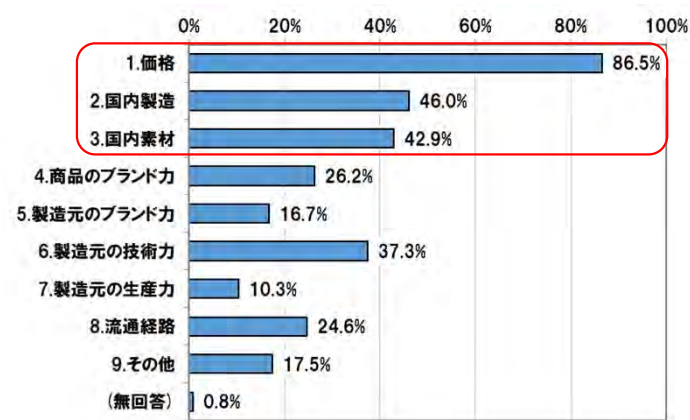


第3章 ヘルスケア関連産業など新分野参入にあたっての方向性

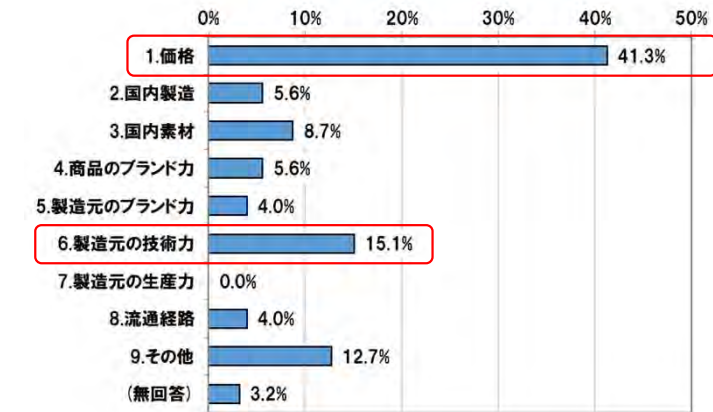
■機能性表示食品を提供や販売を行う際に、重要となるポイントや課題

- 重要となるポイント（複数回答）は、「価格」が最も多く（86.5%）、「国内製造」（46.0%）、「国内素材」（42.9%）とつく。
- その中で、最も重要なポイントをひとつ選択した場合は、最も多いのが「価格」（41.3%）であることに変わりはないが、2番目が「製造元の技術力」（15.1%）となっていることが特徴的である。

■ 重要となるポイント（複数回答）（n=126）



■ “最も”重要となるポイント（n=126）



■ 想定される課題等の意見（自由記述より抜粋）

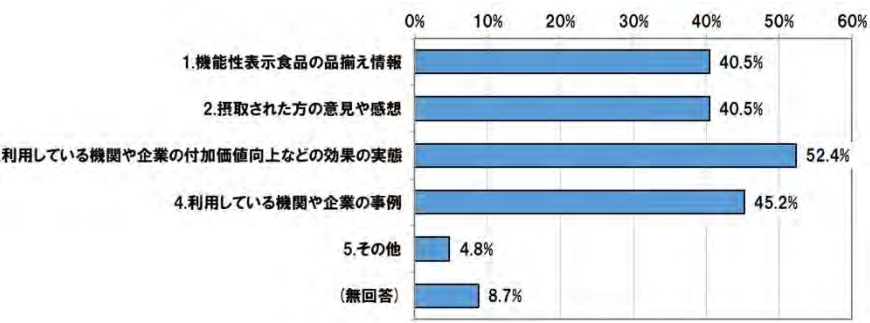
- 売店等で栄養補助食品の取り扱いがあるため、販売も考えられる。（医療機関）
- 医療者が特定の食品を患者に勧めることはできないが、院内の売店の責任者と相談すれば販売は可能かと思われる。（医療機関）
- 委託先の売店に卸をしてもらえれば販売は可能。患者に対して栄養指導の傍ら、商品の説明をするのは仕事効率的に難しくなるため、P R 方法が課題。（医療機関）
- 価格や条件、販売のフォロー等が課題になるかと思う。（薬局・ドラッグストア）
- 単品であれば他の商品に埋もれてしまう可能性もあるため、ブランドイメージが統一された商品群であれば検討をしてみたいと思う。（薬局・ドラッグストア）
- 薬や他の食品との食べ合わせ、飲み合わせについての安全性が課題。（医療機関）
- 薬は副作用があるが、副作用出現のない（少ない）食品から改善ができるのであればすすめたい。（医療機関）
- 想定される課題としては、消費者が商品に、薬剤の様な即効性を求め、効き目がないというクレームが出た場合の対策。（医療機関）

第3章 ヘルスケア関連産業など新分野参入にあたっての方向性

■ 今後知りたいこと、商品開発に対する関心

- 今後知りたいことは、機能性表示食品に関する情報から、提供や販売している機関の事例まで、幅広く求められている。
- 商品開発に関しては、ドラッグストア、薬局が関心が高い一方で、医療機関や老人ホームでは関心が低い。

■ 機能性表示食品について、今後知りたいこと（複数回答）

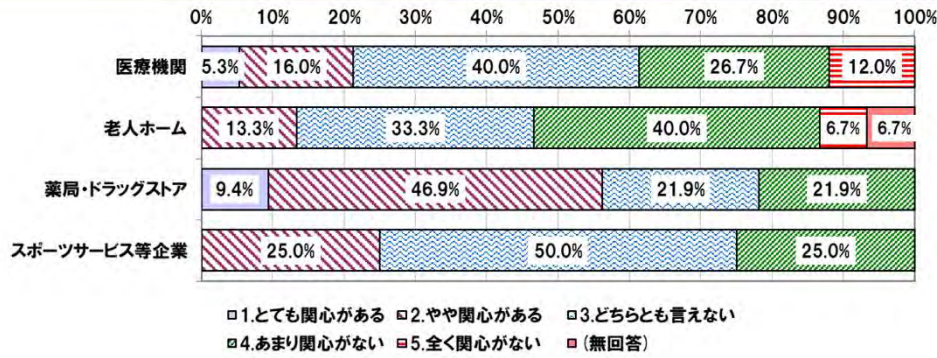


■ 九州産素材や機能性食品に対する意見

■ 九州産の素材を活用した機能性食品に関する意見（自由記述より抜粋）

- 九州産素材でトマト・ほうれん草・南瓜などの抗酸化・ポリフェノールに注目してはどうか。（医療機関）
- 九州産の素材を生かした物であれば、原材料の生産者にとっても有益となるよう開発を進めてほしい。（医療機関）
- 地元の物を使うと、身近に感じられて、安心感もあるため良いと思う。（医療機関、薬局・ドラッグストア）
- 購入者の立場からすると、九州産だからというよりは、その食品の価値（栄養価や価格）次第とも思う。いかに九州産素材にメリットがあるかがポイントだと思う。（老人ホーム）
- 九州産は、安心感を得やすいと思うが、機能性が十分に認められるのであれば、国産であれば特に気にならない。（老人ホーム）
- 素材の恒常的な生産と品質管理が大事だと思う。できれば工場はGMP認定が望ましい。（薬局・ドラッグストア）

■ 商品開発に対する関心



■ 機能性食品について感じていること等、その他の意見（自由記述より抜粋）

- トクホや栄養機能性食品は念頭にあるが、機能性表示食品への認知度は低いように感じる。（医療機関）
- 機能性があるのは分かるが、高齢者が続けることが難しいような価格が多い。（医療機関）
- 健康を保つ基本は規則正しく、バランスのとれた適量摂取の食生活。機能性表示食品はあくまでも補助的な位置付けという事を強調すべきであると考える。（医療機関）
- 内容や効果についての問合せ先を充実してほしい。（医療機関）
- 開発の観点で時間、費用ともハードルが高くなっていると感じる。（薬局・ドラッグストア）
- 機能性表示食品としての特徴を打ちし、それなりに広告等をしている商品が売れていると思う。機能性の良さだけではお客様にリーチするのは難しいカテゴリーだと感じてる。（薬局・ドラッグストア）

第3章 ヘルスケア関連産業など新分野参入にあたっての方向性

■ヒアリング結果（業種別に複数社にヒアリングを実施）

- ヘルスケア領域に対しては、業種に応じて参入に対する課題や展開方法はさまざまである。それぞれの事情に合わせて、関連する業者（病院食の業者や卸業者など）を巻き込んだ取組が必要。

■医療機関

- 当院は病院食を直営で運営しているが、多くの医療機関は委託しているケースが多いと思う。直営を生かして、患者様の意見を反映した食事の提供を心掛けている。
- 病院が提供するものであれば、必ず効果があるような印象を持たれてしまうため、栄養士としては導入は難しいと感じている。
- 導入するとしたら、まずは行事食（正月などのイベント食）での利用が進めやすいかもしれない。料理に添加する形が取り扱いやすいと思う。
- 健康教室の際にクローズアップすることで、さらに興味を持ってもらえると思う。
- 近隣の薬局と連携した取り組みも検討している。

■薬局・ドラッグストア

- 調剤薬局だが、OTC医薬品の販売に力を入れている。知識豊富なスタッフが商品案内をすることで、他のドラッグストアなどと差別化を図っている。
- 商品導入については、安定した供給体制と流通ルートの確保が重要。
- さらに、発注ロットや返品時の対応なども、ポイントとなる。
- 卸業者や病院の意向で、商品を導入するケースもある。
- 成分自体の認知度が低い場合、高額では購入してもらえない。
- まだ具体的に動き出してはいないが、将来はPB商品を開発して、店舗のみならずネットでも販売していきたいと考えている。

■老人ホーム

- 食事は外部委託先に依頼しているため、仕入れなど委託先との調整が必須。委託先とは定期的に打合せの場を設けている。
- 高齢者は食べる量が減るため、効果的で添加しやすいものであれば、機能性食品により栄養を摂取する活用も考えられる。
- サプリでなく「食べ物」であることがポイント。食べやすく美味しいもので、機能としては認知症対策への期待が大きい。
- 施設内にあるホールを使って、業者による展示会を開催することも可能。
- 自立型施設の場合、多くの入居者は健在であり、食事に対する要望も多数ある。産地や調理についても、非常に敏感。
- 富裕層向け施設であれば、ある程度のコスト増は許容できる。良いものを提供して満足していただきたい思いの方が強い。

■スポーツサービス等企業

- 選手の食事管理までは、現状行き届いていない。栄養サポートを月に1回行っている程度で、基本的には選手の自己管理に任せているが、将来的には、寮や食堂をつくっていききたいと考えている。
- 選手が常時飲むプロテインに何か機能性を付加できるとよい。
- 小中学生の子どもたちを対象としたスクールを行っている。そういった時に、何かしら提供できる可能性はあるかもしれない。
- チームの運営資金を賄うために、サプリメントの開発に取り組んでいる。原料卸業者にニーズやアイデアを伝え、素材メーカーと共同で成分配合などを試作・検討している。
- サプリメントは、老人の運動補助にも効果的かもしれないとのコメントもあり、今後スポーツ分野以外の展開可能性もありうる。

第4章 機能性食品の創出及び新分野参入に 向けた競争促進策の検討

第4章 機能性食品の創出及び新分野参入に向けた競争促進策の検討

機能性食品の現状整理と創出支援、新分野参入の環境把握と競争促進について方策を検討するため、機能性食品の専門家・支援機関、機能性食品を取り扱う中小企業者、ヘルスケア業界団体等の有識者による会議を行い、意見交換を行った。

■ 委員名簿

50音順・敬称略・◎委員長

氏名	所属・役職
一木 義治	株式会社久留米リサーチ・パーク バイオ事業部 部長
折戸 文夫	国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構理事（事業開発担当）
柿野 賢一	有限会社健康栄養評価センター 代表取締役
田中 一成 ◎	長崎県立大学シーボルト校 看護栄養学部栄養健康学科 教授
野口 愛子	日本有機株式会社 代表取締役社長（九州地域バイオクラスター推進協議会 副会長）
古川 弘和	九州ヘルスケア産業推進協議会 業務部長

第4章 機能性食品の創出及び新分野参入に向けた競争促進策の検討

■ 機能性食品の現状について

- 機能性表示食品の届出企業が福岡と鹿児島で多いが、これは通販事業者が多いためと考えられる。
- 届出件数は多いが販売していない（ダミー申請）企業も多くあるため、販売中止を考慮した分析がよい。
- 地域版の認証制度もあるがなかなか浸透していないケースが多い。トクホと機能性表示食品との三層構造になってしまっている感もあり、価値の客観的判断が必要。地域版認証制度は、機能性表示食品制度スキームとは別の部分で考えるのもよいのではないか。
- 本調査でいう「機能性食品」を定義づけし「機能性表示食品」と区別する必要がある。一般の食品でも少なからず機能性があるため、色々な食品を含めて展開するのがよい。『機能性を有する食品』など表現に注意して対象を広げる。

■ 中小企業における機能性表示食品制度への課題等について

- 中小企業者にとって、相談にのってもらえれば解決できる課題が多い。企業が自力で取り組むのが難しい場合、公的サポートや相談にのることが大切である。
- SRがないため届出できないという意見もあるが、SRがなければヒト臨床試験を行えばよい。ヒト試験はとても効果だと思われがちだが、大学等と連携することで安価で実施できるケースもある。成分分析なども含め大学や公設試験機関等と積極的に連携することで課題解決の糸口に繋がることも多い。
- 各県でシステマチックレビュー、ヒト試験ができるシステムを立ち上げてもらいたい。各県で支援ネットワークを作り中小企業に情報が入れば、機能性表示へ挑戦する企業が増えると思われる。
- 中小企業にそれらの情報を周知する取組も大事。機能性に関する支援をかなりの件数サポートされている機関の取り組みについてもエリアが違くと知らない企業も多く、サポート体制があることを企業にどのように周知するかも重要。

■ 九州素材を活用した機能性食品の創出支援について

- 九州はインバウンドという視点もある。インバウンド視点で機能性表示食品を考えた場合、ホテルへの導入というのも一案。
- 九州全体でとれる素材（例えば、大麦のβ-グルカンなど）を使って、オール九州で「新たな機能性表示食品の創出」を盛り上げていくというプロジェクトは大きな競争促進に繋がるはず。各県が一体となった取組で企業を支援していくことも議論できれば。
- 九州産の素材の価値を調べるためには、まず成分を固定することが必要で、大学等との連携で分析は可能。機能性表示食品届出を行うとなれば時間はかかるが、それまで何もできないわけではなく、産学官連携でうまくPRしていくことはできる。

第4章 機能性食品の創出及び新分野参入に向けた競争促進策の検討

■ ヘルスケア領域との融合可能性について

- 機能性表示食品の枠内で進めるのか、別の概念で進めるのかで大きな差がある。コンセプトを明確にすべき。
- 機能性表示食品制度に引きずられた考え方をすると創造的ではない。機能性表示食品はパッケージ表示の法律だと言え、外食などお皿で提供する場合は表示できないなど使えない制約もある。
- 機能性表示食品は健常者しか相手にしていない。今後の展開先のマーケットとして医療機関は対象外である。
- 特に老人ホームは今後産業として可能性がある。ビジネス的に見てマーケット価値がある。ブランド展開を図る上で一つのモデルになる可能性も。
- ヘルスケア領域では、治療から予防へという流れがある。「予防」「健康増進」というキーワードで議論を進めてはどうか。認知症や骨代謝などフレイル対策についても触れた方がよい。
- 「加齢による～」は殆どが生活習慣に起因する。健康寿命を延ばすために機能性食品の積極的な摂取が大事だとも言える。加齢による何かを予防するための素材は潜在的にあり、うまく商品化、製品化できれば魅力につながる。
- 抗酸化能（ポリフェノール群）はどんな農産物にも含まれており、その機能性を評価する手法はあるため、それらをどう活用するかを考える、というのも一案。九州の農産物の高付加価値化、消費増大にもつながる。

■ オール九州での機能性食品創出支援について

- 九州をモデル地区とした新しい発想があってもいい。地域版の認証制度とのダブルスタンダードにするのではなく、機能性表示食品制度をブランド展開に活かすという方向性など。
- 理想としては、県の枠を取り払ったオール九州の組織を立ち上げて、ワンストップサービスで支援できるような仕組みをつくるのが望ましい。組織を立ち上げずとも、オール九州の情報が集約されて、SRやヒト試験の相談から、マーケティング、宣伝、販売といった出口まで全体をコーディネートできるような大きな枠組み・システムが必要である。
- 機能性表示食品に限らず、幅広く機能性のある素材を使って商品化するための支援をする。制度に規定されていない成分を評価する仕組みを考える、科学的エビデンスを積み上げることをオール九州でやるのも一案。

第5章 まとめ

～新たな機能性食品の創出及び新分野参入に向けた今後の展開方向性～

文献やデータ等に基づく現状分析、アンケートやヒアリングの調査結果、有識者会議での議論を踏まえ、九州素材を活用した機能性食品の創出及び新分野参入に向けた今後の方向性として、以下3つを提言する。

- ① 新たな機能性食品の創出、機能性表示食品届出の促進につながるオール九州での支援体制の確立
- ② 九州の地域特性を活かした機能性食品のブランド化支援
- ③ 参入を目指す新分野の各業種特性を加味した連携方法の検討

なお、調査全体を通じ、「不公正な取引慣行が参入障壁となっている」といった指摘はなかったが、「制度(規制)により新規参入のハードルが高い」と感じている企業が多いということが明らかになったことが、上記提言につながっている。

第5章 まとめ～新たな機能性食品の創出及び新分野参入に向けた今後の展開方向性～

1. 機能性食品の創出、機能性表示食品届出の促進にあたっての方向性

【現状と課題】

機能性食品に対する管内企業の関心度は高いものの、九州内では企業の取組に地域差が見られる。商品開発、機能性等の科学的根拠情報の收集整理、届出書類の作成、販売方法など企業が抱える課題は様々だが、九州地域は食品関連製造業の数が製造業の約24%を占め、その殆どが中小・小規模事業者であり、多くの企業が自助努力で課題解決することは困難である。

各県や大学・公設試験機関等など多様な支援策を有しているがその内容には地域差があり、また、それら支援情報を知らず課題解決できていない企業も多い。

【提言①】 新たな機能性食品の創出、機能性表示食品届出の促進につながるオール九州での支援体制の確立

各県・大学・研究機関等が有する既存の支援策を連携活用するなど、企業の多様な課題解決に向け商品開発から販売支援まで一貫してオール九州で支援できる体制を構築する。あわせて、各種支援情報を企業へ届ける方策を検討する。

オール九州での支援体制の中に、直接的な支援機能とは別に、課題解決の状況を随時チェックする管理機能を設けることも一案である。企業ニーズに合った効率的支援が可能となるほか、企業にとってのワンストップ相談窓口としても機能できる。

【競争促進に向けた施策方針案】

- 既存の「食品機能性コーディネーター(※)」等の取組を拡充し、企業の課題解決に向けた検討と各種支援情報の共有を図る場として再構築するほか、商品開発から販売支援まで一貫して支援管理を行うオール九州での支援システム確立を検討する。
- 個々の企業が抱える課題を把握し、企業活動が自立化するまで寄り添い支援を行うことで、九州地域の企業の取組促進と市場競争力の強化につながる。加えて、九州域外の地域とも連携しつつ、企業ニーズに合った支援の取組を広げていく。

(※)「食品機能性コーディネーター」とは、2019年度から九州経済産業局が取り組んでいるネットワーク構築プロジェクトの中で、機能性食品にかかる有識者として各県1名選定した者。素材の探求から商品開発、販路開拓、機能性表示食品届出支援まで一貫通貫のオール九州での支援体制構築を目指している。

2. 九州素材を活用した機能性食品の創出にあたっての方向性

【現状と課題】

九州地域は豊富な農林水産資源に恵まれており、伝統的な発酵・醸造食品技術の蓄積があることに加え、食品関連の先進的な研究施設等をもつ企業・大学・研究機関が集積している。こうした地域特性を活かしつつ、機能性を有する新商品の創出を目指し、商品の差別化・高付加価値化を図っていくことは、オール九州の取組としての強みである。

保健機能食品で定められている成分以外にも効能を有する成分はあり、まだ機能性等の科学的根拠情報が収集整理されていない素材も多くある。既存の評価基準等に縛られることなく、新しい発想での創出支援を検討することも一案である。

【提言②】 九州の地域特性を活かした機能性食品のブランド化支援

九州素材を活用した機能性食品の創出には、地域産品や技術集積など九州が有する地域資源を活かしつつ、既存制度等とは別の視点で機能性を幅広くとらえ、機能性を有する『九州』素材及び食品の創出支援のモデル化、商品ブランド化を検討する。

【競争促進に向けた施策方針案】

- 食に対するポテンシャルが高い九州の特長を活かし、素材や食品にかかる『九州』ブランドの確立について検討を進め、九州の基幹産業でもある食品産業のさらなる成長促進を目指す。
- アンチエイジングや疲労回復など大半の人々が身近に求める機能で保健機能食品で定められていない成分に着目し、それらを九州の地域素材に見だし、機能性等の科学的根拠情報を収集整理し、機能性食品の開発等に取り組んでいくなど、オール九州での支援モデル構築、『九州』ブランドとしての情報発信を行うことも一案である。「健康」だけでなく「美容」や「スポーツ」など幅広い市場の開拓及び商品の競争力強化につながる可能性がある。

3. 機能性食品のヘルスケア領域への参入にあたっての方向性

【現状と課題】

超高齢化社会の到来により健康寿命延伸が推進される中、ヘルスケア領域では「治療」から「予防」へと重点が変わってきている。生活習慣病や加齢に伴うフレイル対策・認知症対策として、日常生活における「食」の重要性は高まっており、機能性食品のヘルスケア領域への新規参入は、更なる市場拡大と競争力強化につながる可能性をもつ。

健常者をターゲットとする機能性食品は、治療という観点に重きが置かれる業種へは参入が難しい。各業種をマーケットとしてどう見るかが重要で、求められる機能性、顧客層、商流、導入形態など各々の業種特性を把握することも必要である。

【提言③】 参入を目指す新分野の各業種特性を加味した連携方法の検討

機能性食品の新たな市場としてヘルスケア領域を捉えつつ、参入にあたっては、目指す分野を細分化し、ターゲットとする業種の特性を把握するとともに、物販、食事提供、コラボ商品開発など新しいビジネスモデル展開も視野に多様な連携方法を検討する。

【競争促進に向けた施策方針案】

- 『九州健康おやつ(※)』など既にある取組を活用した新分野参入の検討を進めるほか、富裕層向け老人ホームでの物販や食事提供、薬局・ドラッグストアやスポーツサービス等企業とのコラボ商品開発など、業種特性を踏まえた企業の新たな取組を促進する。
- 機能性食品を日常に取り入れることを啓発するセミナーや勉強会など、健康意識の高まりにあわせ「食」の重要性についても意識向上を図る取組を推進する。

(※)『九州健康おやつ』とは、2016年度から九州地域バイオクラスター推進協議会が取り組んでいるプロジェクト。おやつが血糖値の上昇を緩やかにすることに着目し、九州の食材を使って健康増進に寄与するおやつをつくるという試みである。国の栄養強調表示に加え独自基準を設け、現在17社32品が認定を受けている。