

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見ると、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。製造品出荷額で見ると、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的食品の現状と課題

①文献やデータ等から見る食料品製造業の現状

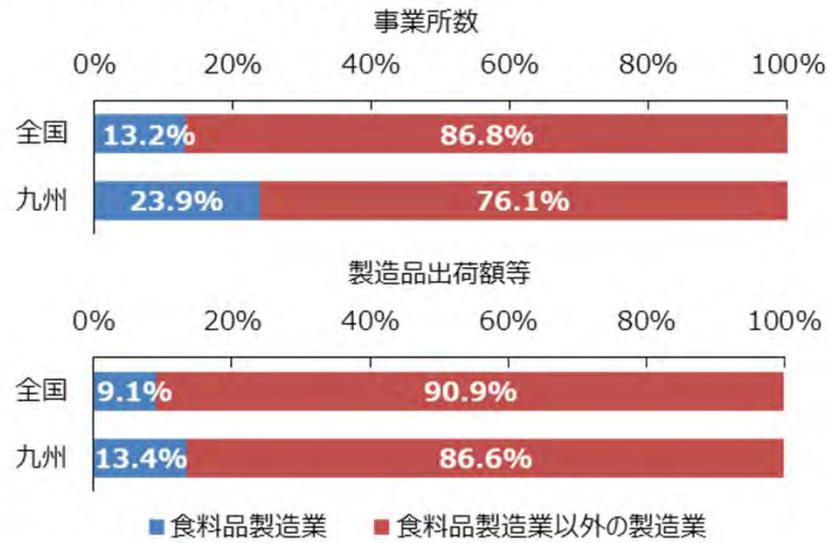
■調査結果

- 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。

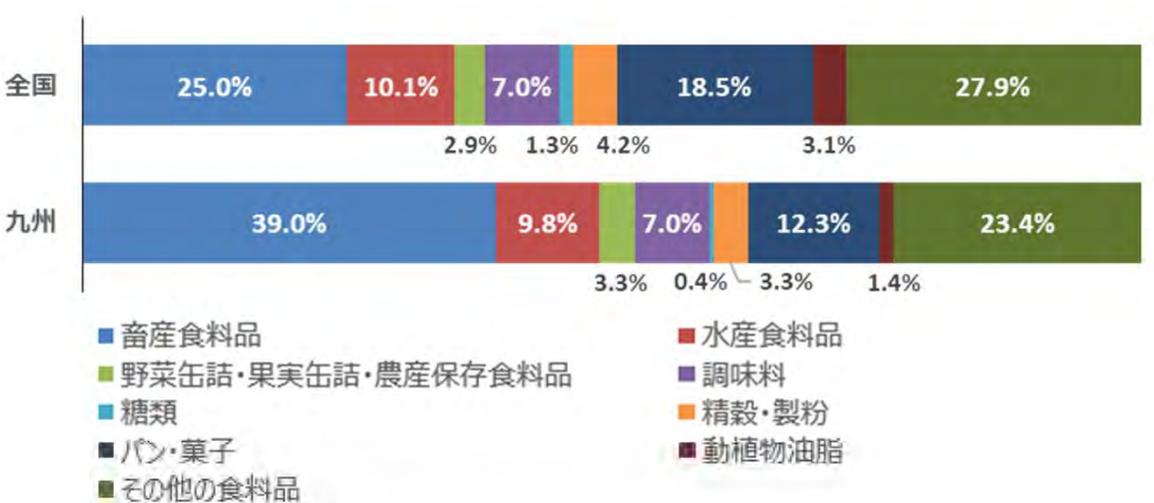
<製造業の製造品出荷額および事業所数（2017年実績）>

	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的食品の現状と課題

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

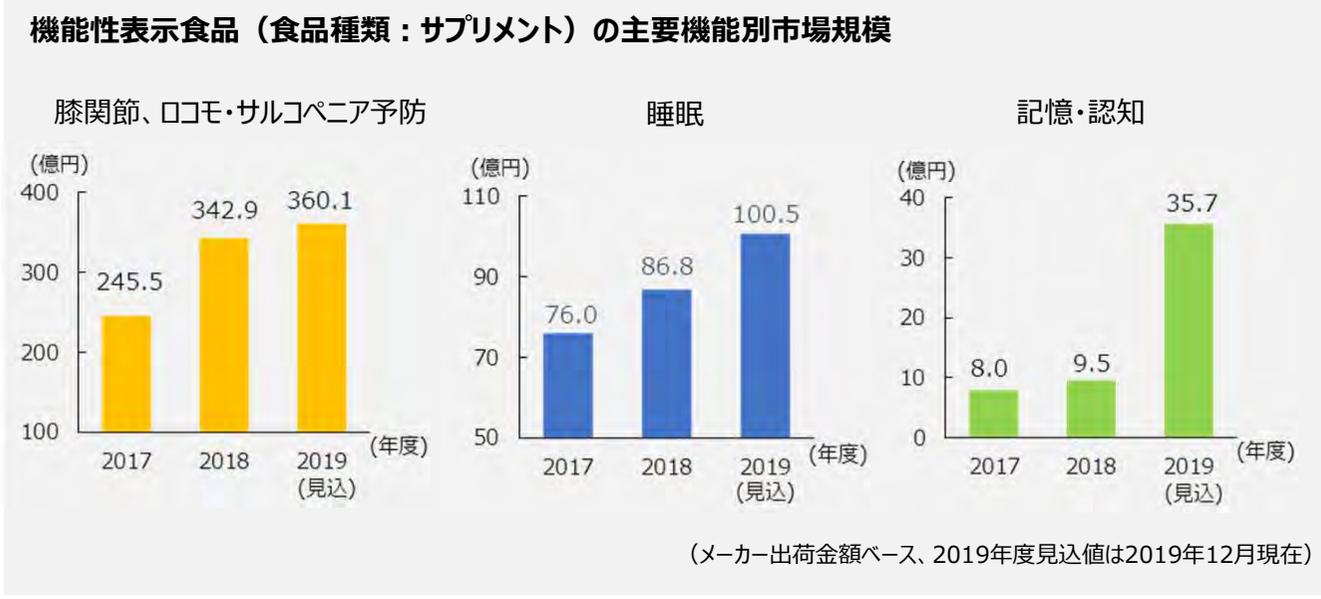
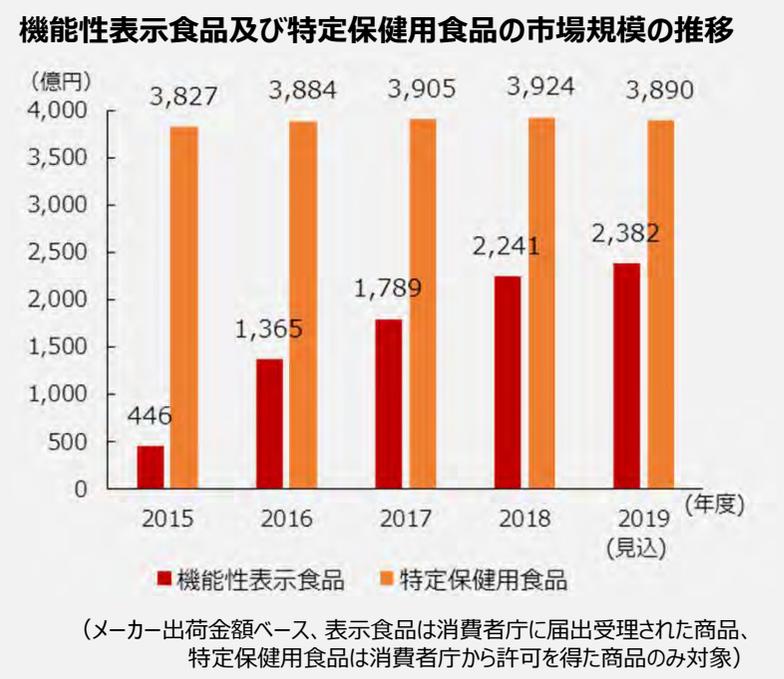
（保健機能食品市場のトレンド）

- 機能的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的表示食品での展開へ移行が進んでいる。
- 機能的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、機能的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。
- 機能的表示食品（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、ミドリッ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）

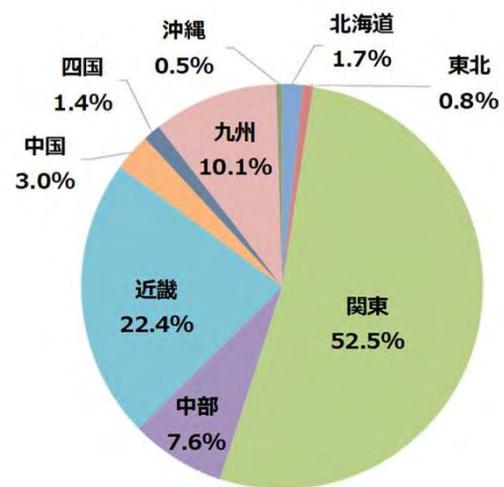
- 全国の届出件数の52.5%を関東、22.4%を近畿が占める。九州は届出件数255件で全体の10.1%である。
- 届出商品の食品の区分をみると、九州、沖縄では全国平均に比べ加工食品（サプリメント形状）の割合が高い。
- 九州の届出件数は福岡県がトップで、九州全体の69.8%を占める。
- 福岡、熊本、大分、鹿児島 の4県で届出が多く、佐賀、長崎、宮崎では少なく、二極化の傾向が見られる。
- 九州において、届出事業者1者あたりの届出件数は、従業員数301人以上の企業で突出して多い。

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。

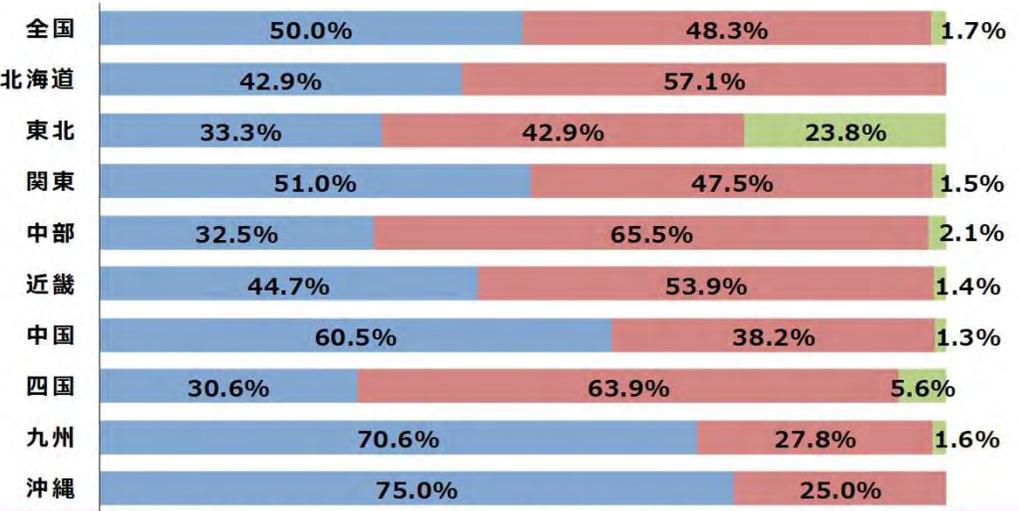
届出件数の割合(n=2,536)



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)

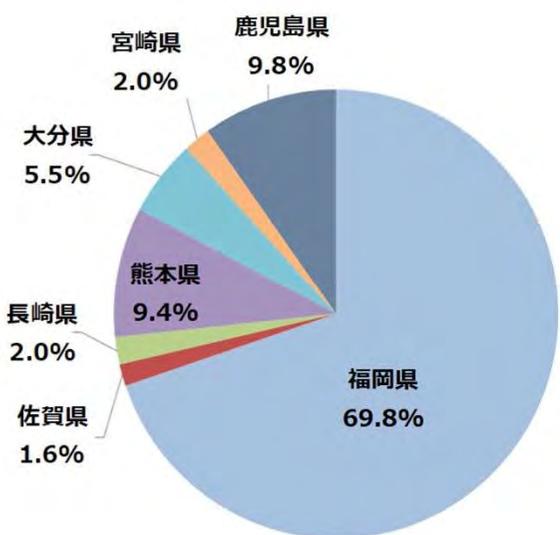


第1章 全国・九州地域における機能性食品の現状と課題

■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見ると、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。

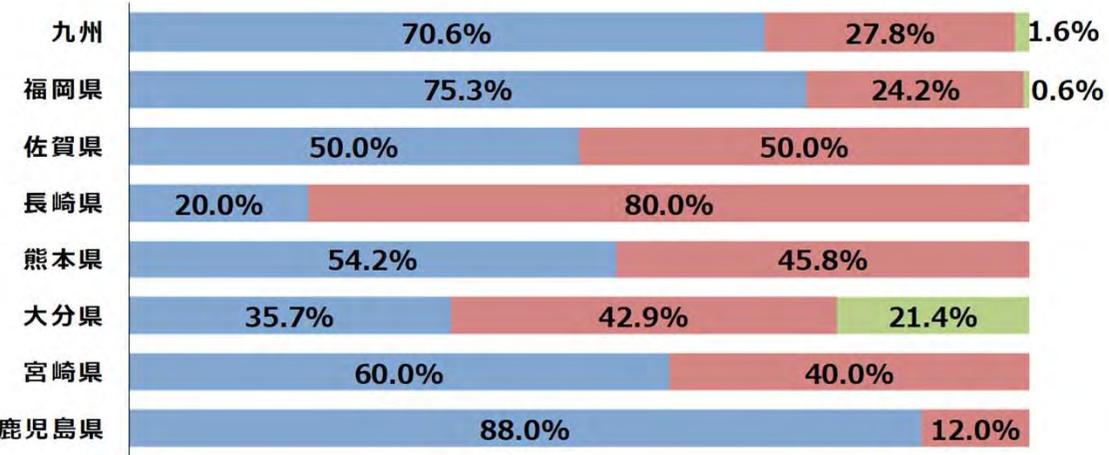
届出件数の割合(n=255)



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)



■加工食品(サプリメント形状) ■加工食品(その他) ■生鮮食品

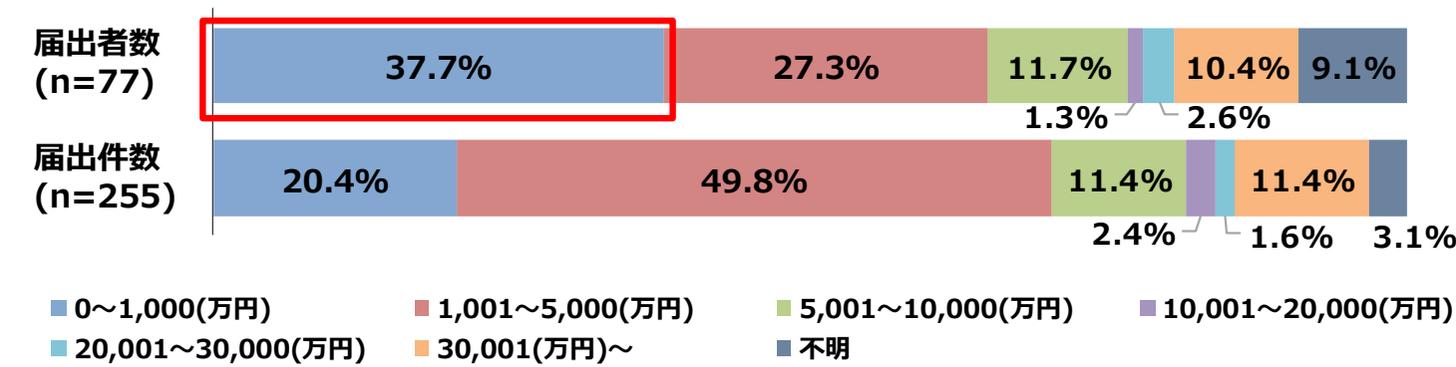
■2015年 ■2016年 ■2017年 ■2018年 ■2019年

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。

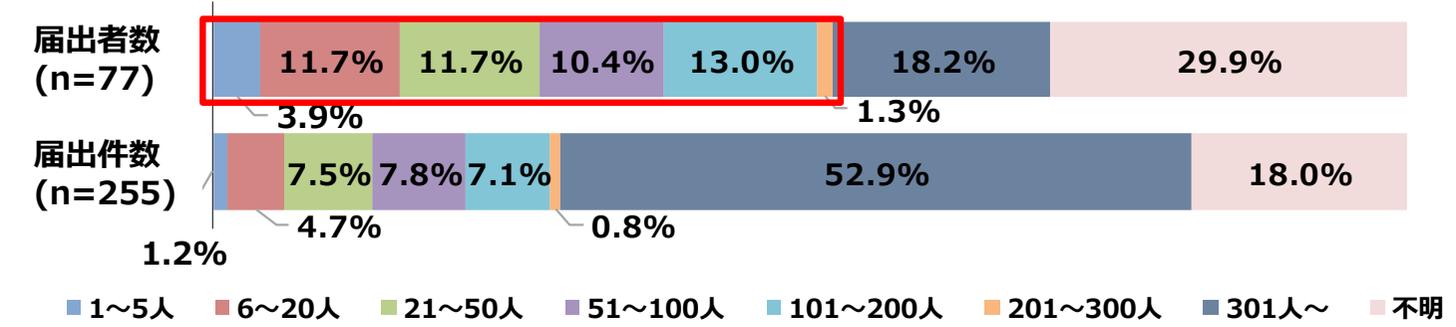
資本金規模別 届出者数・件数の割合



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。 ○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。	<p>【対象となる食品】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○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) <p>【素材】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○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) <p>【申請要件】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○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)	<p>【評価機関】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○四国健康支援食品評価会議 <p>【審査機関】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○四国健康支援食品審査委員会 <p>【普及広報機関】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○四国健康支援食品普及促進協議会 <p>【連携機関】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○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。	<p>【機能的価値】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○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 <p>【安全・安心】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○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 <p>【情緒的価値】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○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。	<p>【実施主体】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○沖縄県健康産業協議会 <p>【審査機関】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○有識者で構成される審査委員会 <p>【連携機関】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○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 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
<p>北海道食品機能性表示制度 (ヘルシーDo)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 ● 食の機能性について「ヒトを被験者とした機能性に関する試験」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性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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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」 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。
<p>新潟市健幸づくり応援食品認定制度</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 平成26年5月に国家戦略特区の指定を受けた際に「食品機能性表示を用いた食品・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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 ● 国の機能性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)	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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)	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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ティ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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 ● 認証制度がはじめて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