

## 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

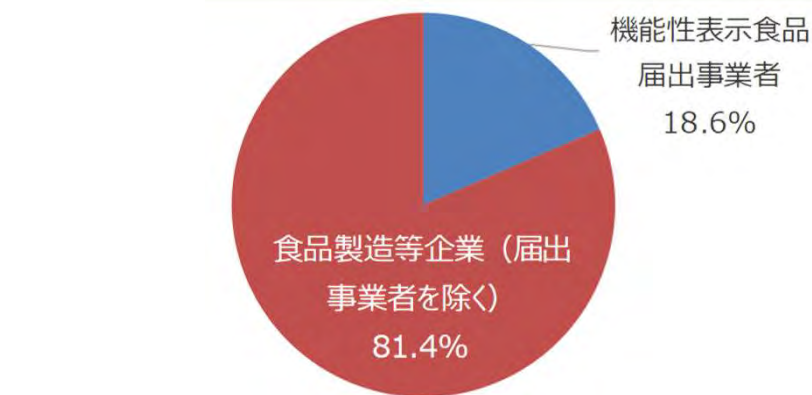
| 調査名称   | 機能性表示食品への取組に関するアンケート                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 調査対象   | <div>1. 九州地域の機能性表示食品届出事業者（73社）</div> <div>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）</div> <div>※届出事業者を除く</div> <div>※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。</div> <div>産業中分類「09：食料品製造業」、「10：飲料・たばこ・飼料製造業」。</div> <div>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。</div>                                                          |
| 調査期間   | 2019年11月22日～2019年12月6日                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 調査方法   | <div>送付：郵送</div> <div>回収：郵送、FAX、WEB入力</div>                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 回収状況   | <div>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%）。</div> <div>【内訳】</div> <div>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%）</div> <div>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%）</div>                                                                                                                                  |
| 主な調査項目 | <div>&lt;届出のない事業者向け&gt;</div> <div>・機能性表示食品の認知度、関心</div> <div>・機能性表示食品に期待するメリット</div> <div>・機能性表示食品に取り組む場合の課題、必要な支援</div> <div>&lt;届出のある事業者向け&gt;</div> <div>・機能性表示食品の取組のきっかけ</div> <div>・機能性表示食品によるメリット</div> <div>・届出過程で苦労したこと、解決方法</div> <div>・公的機関による支援の利用経験 等</div> <div>&lt;共通&gt;</div> <div>・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</div> |

# 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

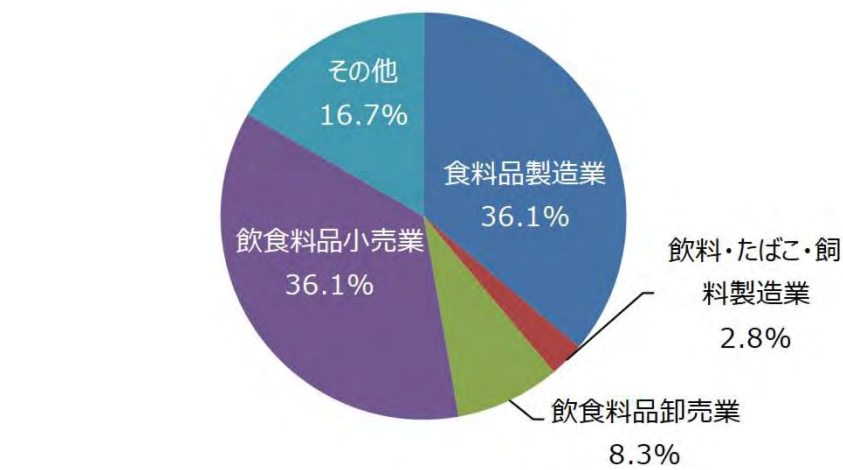
## ■アンケート回答企業の属性

- 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）

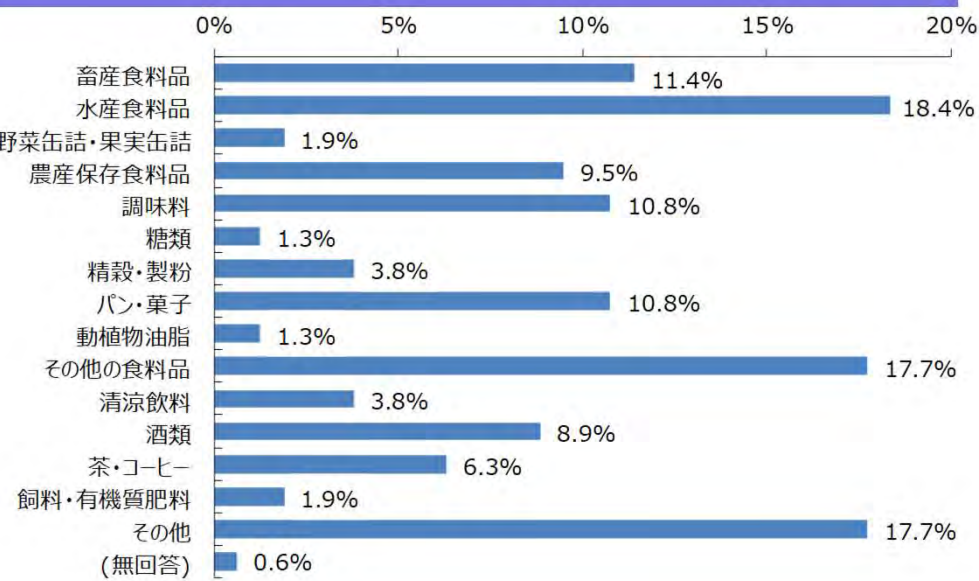


### ■機能性表示食品届出事業者の業種（n=36）



※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）



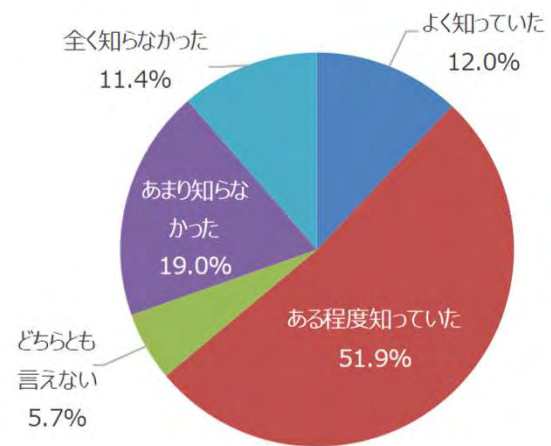
※その他の内訳は、冷凍食品・レトルト食品（7件）、健康食品（3件）、菓子（3件）、カット野菜（3件）等

# 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

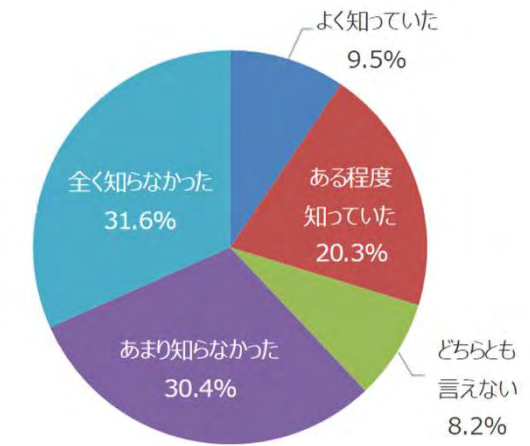
## ■（届出のない事業者向け）制度の認知度、関心

- 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。

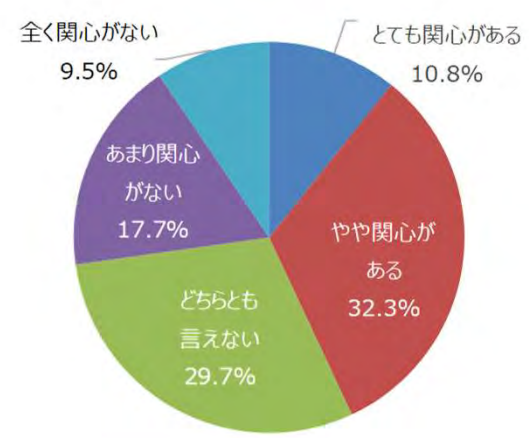
■ 機能性表示食品が、健康の維持・増進に役立つ又は適するという食品の機能性を表示できることを知っていたか。（n=158）



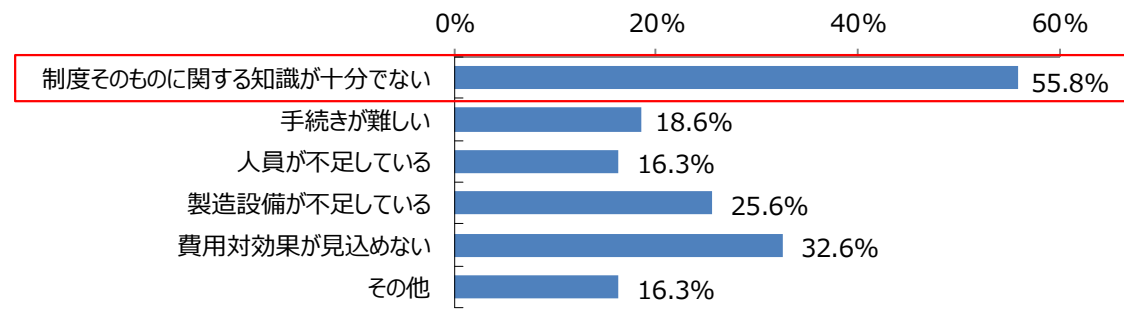
■ 機能性表示食品が、販売前に消費者庁へ届け出る必要があるが、トクホとは異なり消費者庁長官の個別の許可を受けないことを知っていたか。（n=158）



■ 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）



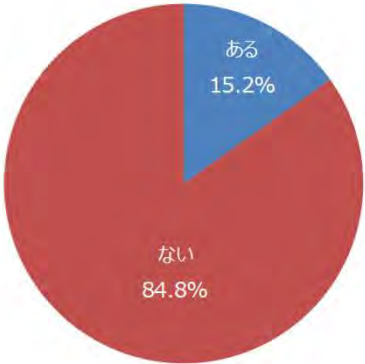
※機能性表示食品に関心がない（全く関心がない＋あまり関心がない）と回答した企業について集計



# 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

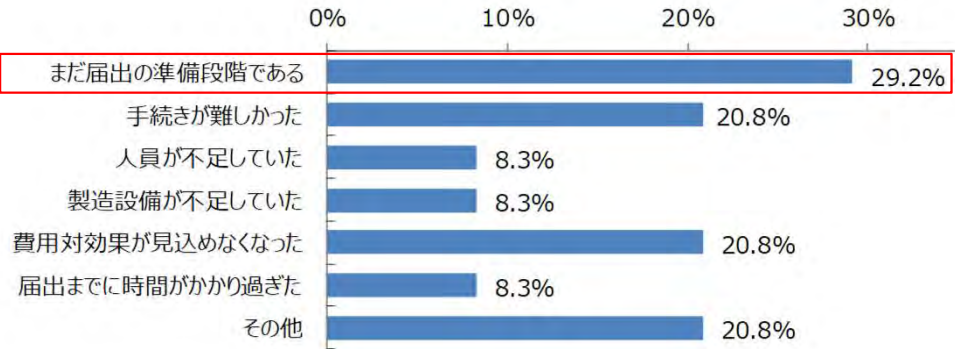
- （届出のない事業者向け）制度への取組経験、期待するメリット、想定される課題
- 届出をしていない企業のうち、機能性表示食品に取り組んだことがあるのは15.2%である。取り組んだことがある企業が届出をおこなっていない理由は、届出の準備段階であるとの割合が最も高い。
- どんなメリットがあれば機能性表示食品に取り組みたいかでは、売上高の増加が56.3%と最も高く、次に利益の増加、新たな販路の開拓の割合が高い。
- 取り組む場合の課題は、安全性・機能性の証明（機能性等の科学的根拠情報）が47.5%と最も高く、次に届出に係る書類作成、商品開発の割合が高い。

■ 機能性表示食品に取り組んだことがあるか。（n=158）



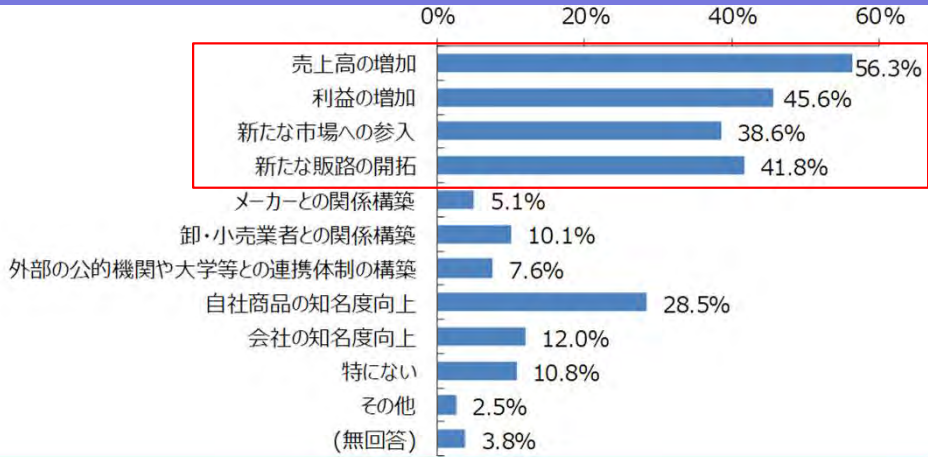
※届出に向け準備中、取り組んだが届出に至らなかった、OEM等による受託製造も含む。

■ 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）

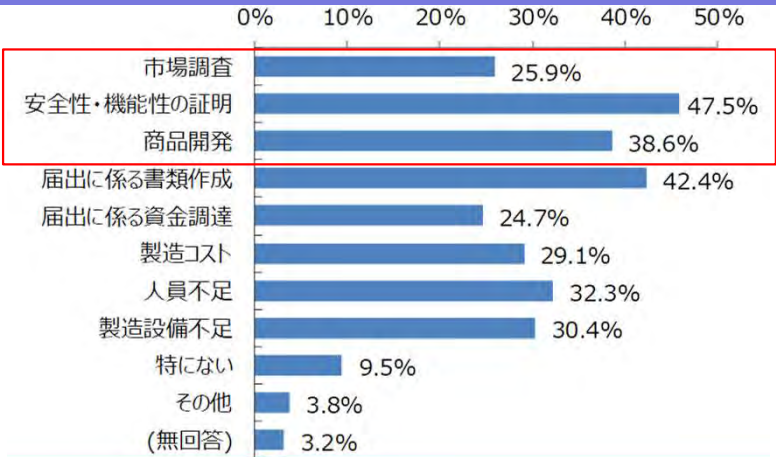


※機能性表示食品に取り組んだことがあると回答した企業について集計

■ 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）

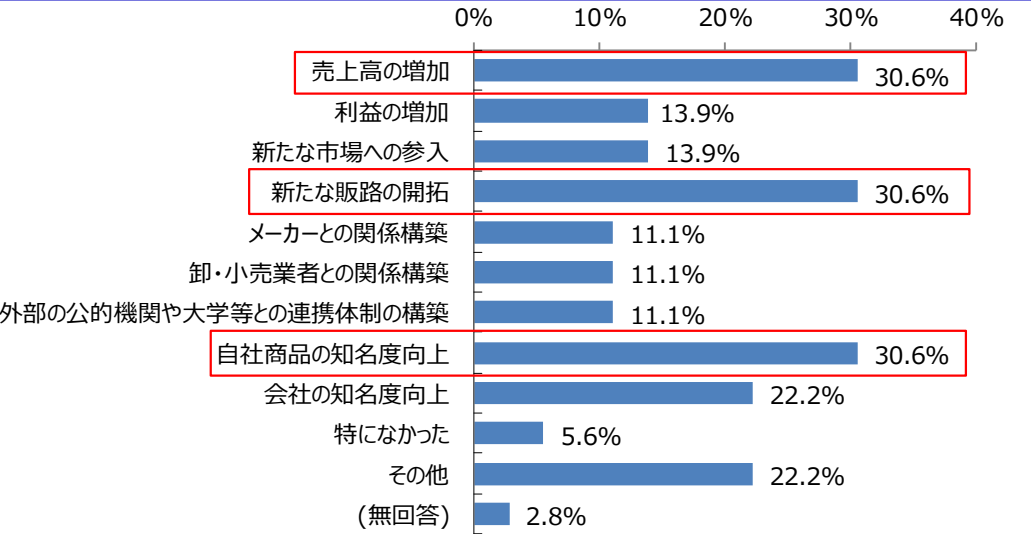


# 第2章 九州地域企業の機能性表示食品への競争促進に向けた現状と課題

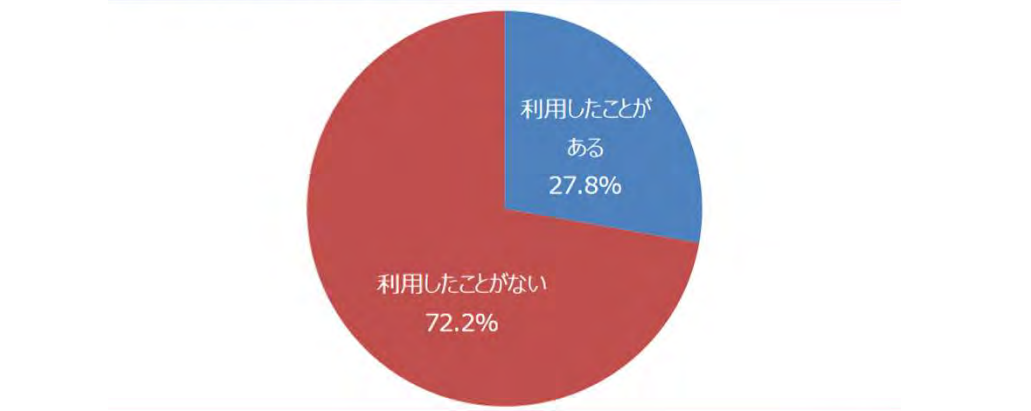
## ■（届出のある事業者向け）届出のメリット、苦勞、公的支援の活用について

- 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。

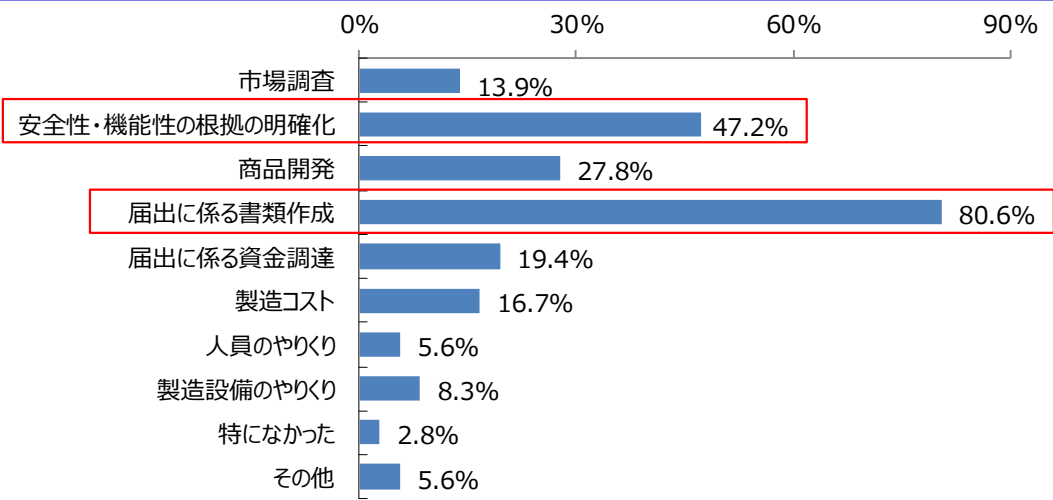
■ 機能性表示食品届出のメリット（複数回答）（n=36）



■ 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             | <ul style="list-style-type: none"><li>● 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。</li><li>● 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。</li><li>● 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。</li><li>● 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。</li></ul>                            |
| 取組期間             | <ul style="list-style-type: none"><li>● 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。</li><li>● 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。</li></ul>                                                                                                                                                                                     |
| 届出によるメリット        | <ul style="list-style-type: none"><li>● 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。</li><li>● 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。</li></ul>                                                                                                                           |
| 中小企業が取り組む際の課題や障壁 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 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。</li><li>● 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。</li></ul>                                                                                                               |
| 期待される公的支援        | <ul style="list-style-type: none"><li>● 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。</li><li>● 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。</li><li>● 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。</li></ul> |
| その他              | <ul style="list-style-type: none"><li>● 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。</li></ul>                                                                                                                                                                                                                        |



# 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<br>【関与成分】                                  | 届出商品                                                                                 | 届出商品詳細                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------|-------------------|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 株式会社アマーサ<br>【熊本県】                 | 飲食品<br>小売業        | モリンガ<br>GABA<br>(ギャバ)<br><パウダータイプ><br><br>【GABA】 |    | <p><b>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</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>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</li><li>表示しようとする機能性…<br/>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。</li></ul>            |
| 三和酒類株式会社<br>【大分県】                 | 酒類/<br>食料品<br>製造業 | 大麦若葉青汁<br>大麦のちから<br><br>【GABA】                   |   | <p><b>機能性表示食品として全国初！新ヘルスクレーム<br/>「一時的に落ち込んだ気分を前向きにする」で受理</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>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</li><li>表示しようとする機能性…<br/>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。</li></ul> |
| 株式会社<br>ジェイエイフーズ<br>みやざき<br>【宮崎県】 | 食料品<br>製造業        | 宮崎育ちの<br>ほうれんそう<br><br>【ルテイン】                    |  | <p><b>全国初！全国初の冷凍野菜の機能性表示食品</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>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</li><li>表示しようとする機能性…<br/>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。</li></ul>                                                      |