

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収集整理、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。