

産業トレンド

トクホの未来

～ 拡大が見込まれる特定保健用食品市場～

第一生命 株式部 川畑 菜穂

(要旨)

トクホ(特定保健用食品、以下トクホ)の2003年の市場規模は5,886億円、1997年からの6年間で4倍に拡大している。

背景には、疾病の一次予防という考え方の導入により、高騰する医療費を抑制したいという政府の狙いがある。2002年に政府が作成したバイオテクノロジー戦略大綱において、2010年にトクホを含む健康食品の市場規模を現状の1.3兆円から3.2兆円にするというシナリオが描かれている。今後も政策の追い風を受け、順調な拡大が見込めよう。

今後の市場拡大への課題として、トクホ、栄養機能食品とそれ以外の健康補助食品の違いの明確化、効能表示の統一化など環境整備が挙げられる。今年の12月を目途に、厚生労働省の検討会においてトクホを含む健康食品全体の運用の制度についての提言がまとまる見込みである。

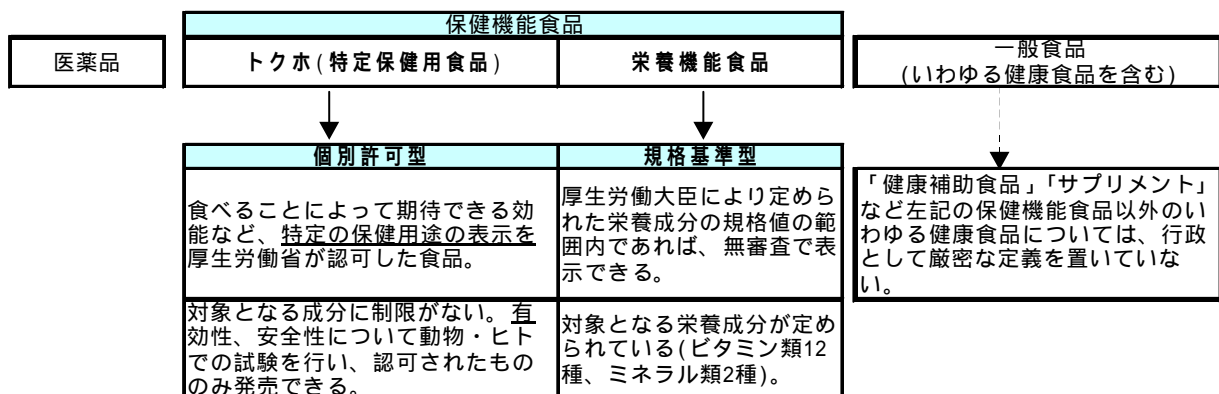
成長市場であり高付加価値で利益水準の高いトクホ市場の拡大は、売上拡大の見込みにくい食品メーカーにとって数少ないチャンスの一つと言えよう。

トクホ市場が注目を浴びている。人々の健康に対する関心の高まりに目を付け、食品メーカーに加え、最近では大衆医薬品メーカー、化学メーカーなど多業種が高付加価値・高単価のトクホ市場に続々と参入している。

1. トクホ市場の現状

(1) トクホとは

資料1 トクホの定義



(出所) 厚生労働省資料より第一生命株式部作成

トクホとは、一般の食品と医薬品の中間に位置する保健機能食品で、1991年に食品衛生法に基づいて制度化され、国による厳しい審査(申請から認可まで平均6.9ヶ月)を通過して健康促進など

の効果を表示することを許可された食品である（資料1）。

同じ保健機能食品の「栄養機能食品」は、対象となる栄養成分を規定の量含有していれば無審査でメーカーが表示できる制度であり、栄養成分も限定されている上、効能についてパッケージや宣伝広告で示すことはできない食品である。また、いわゆる「健康補助食品」については国の規制外で表示はメーカーの自由であり、効能についても裏付けがあるわけではない。

（2）拡大するトクホ市場

1997年からの6年間、トクホ市場は1,315億円から5,886億円と4.3倍まで拡大している（資料2）。内訳を見ると、整腸関連（ヨーグルトなど乳酸菌、食物繊維等）が牽引役となり、市場構成の50%以上を占めている。それに加え、2001年から歯（キシリトールガム）、中性・体脂肪（食用調理油）、血糖値（カテキン入緑茶）など生活習慣病に関わる商品が急拡大していることが分かる。

1999年以降、年度毎のトクホ許可件数がそれまでの平均15～30件/年から平均60件/年に上昇している。2003年度累計許可件数は339件に達しており、トクホ市場の拡大の一因として参入企業の増加が挙げられよう。

2．トクホ市場拡大の背景

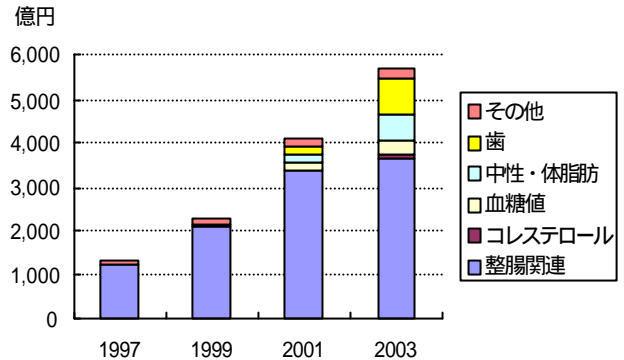
（1）医療費の上昇

メーカーの参入が進み、市場が拡大する背景には、高騰する医療費の抑制を図りたいという政府の思惑がある。2001年度の医療費は約32兆円、うち薬剤費（生産額ベース）は6.5兆円である（資料3）。医療費は20年前のおよそ2.6倍、薬剤費は1.9倍の水準に達しており、今後、高齢化が進むにつれ益々医療費が増加することは明らかである。

（2）生活習慣病の予防

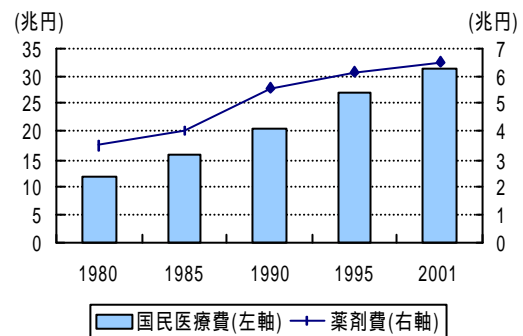
厚生労働省の国民栄養調査、糖尿病実態調査など各種調査によると、生活習慣病の患者が増加しているのに加え、病気の疑いが強いが通院していない層も含めた「潜在患者数」は、高脂血症（コレステロール、中性脂肪など血清脂質値の上昇）2,200万人、糖尿病1,370万人、高血圧3,000万人と推定されている（資料4）。特に高脂血症については、男性は

資料2 トクホ市場規模



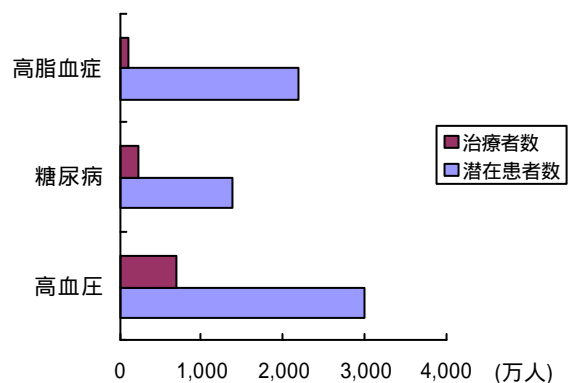
（出所）日本健康・栄養食品協会

資料3 国民医療費と医薬品生産額の推移



（出所）厚生労働省「国民医療費」、「薬事工業生産動態統計年報」

資料4 生活習慣病の潜在患者数



（出所）厚生労働省「国民栄養調査」、「糖尿病実態調査」、「患者数調査」より第一生命株式会社作成

30代から、女性は50代からほぼ2人に1人が血中の基準値の範囲を超える状態にあると推定されており、潜在患者から治療者へのシフトが進むにつれ、医療費の拡大に歯止めがかからなくなることが容易に想像できる。

(3) 疾病予防の一環として今後も拡大見込み

前述のような状況を受けて、政府は疾病の早期発見や治療にとどまらず、疾病を予防する「一次予防」の推進に力を入れ始めている。2001年の「医療制度改革大綱」の中では疾病予防の推進と法的基盤を含めた環境整備の必要性が指摘され、更に2002年の「バイオテクノロジー戦略大綱」では、医療・医薬品、微生物・バイオプロセスと並び、機能性食品・農業バイオが重点投資の対象として挙げられている。具体的には「より分かりやすい食品表示への改善や保健機能食品の普及啓発を進めます。これにより価値に見合った価格が市場で形成されることも期待します」という行動計画のもと、健康食品(トクホ、栄養機能食品、健康補助食品)市場が、現在の1.3兆円から2010年には3.2兆円に拡大する見通しであると明記している。政策の追い風を受け、今後もトクホ市場は順調な拡大が見込めよう。

3. 混在する制度は見直しの方向へ

1.で記述した通り、トクホ、栄養機能食品、健康補助食品など複数の基準による商品が市場に混在し、消費者にとって違いが分かりにくいのが現状である。2001年12月に厚生労働省「健康日本21」の推進支援団体が行った「トクホに関する認知・実態調査」では、「トクホ(特定保健用食品)」という名称に対する認知度がまだ30%と半数に満たない状況であるという結果が出ている。このような現状を踏まえ、今年6月に厚生労働省で行われた「健康食品に係る制度のあり方に関する検討会」は、健康食品全般の制度見直しについて、12月を目途に提言をまとめる方針を打ち出している。

主要な論点は

米国の制度などを参考に、効能についての科学的根拠を数ランクに分けて表示する

既にトクホの許可件数の多い成分を含む食品で許可の申請が出た場合は規格基準型とし、表示を迅速に行えるようにする

効能表示のうち疾病リスク低減表示を容認する

現状のトクホの審査基準を緩和する方向で見直す、の4点である。

特に 効能の表示については消費者の混乱のないよう、トクホ、栄養機能食品、健康補助食品にまたがって統一することが急務であり、今後の市場拡大におけるポイントとなる。

4. 終わりに

食生活の乱れによる栄養の偏り、肥満や生活習慣病の増加、高齢化の進行などにより人々の健康に対する関心は高まっている。仮に2010年の健康食品全体の市場規模が政府の試算通りとなった場合、トクホは1.5兆円程度の規模と推定され、食品業界の市場規模の6%を占めるカテゴリーに成長する可能性がある。価格競争、人口の減少により売上拡大の見込みにくい食品メーカーにとって、数少ない成長カテゴリーと言える。特にトクホは、効能表現について最上位のランクが付されることが予想されるため、認知度の向上、効能の明確な表示といった問題点をクリアすれば、高付加価値商品として利益水準の高い商品の売上の伸長は、各社の業績にプラスのインパクトを与えよう。

かわばた なお(一般職員)