



Vol.5

「サプリメント(栄養補助食品)」

プリメックスケミカル株式会社 田中 善弘

1. 米国の一般状況

一般食品を含む健康に良い食品を健康食品と言う。今回はサプリメント(栄養補助食品)について述べる。世界一の健康食品大国の米国では、巨大な店舗で多種多様のサプリメントが販売されている。サプリメント販売好調の背景には、健康志向と高齢化によるアンチエイジング、スキンケア、心臓、消化器、肥満解消、抗酸化、スポーツ機能向上等々への関心の高まりがある。現在米国で主に販売されているサプリメントは下記の3種類である。

1) ビタミン・ミネラル類を原料とするもの(約40%市場シェア)：

主な製品は、各種ビタミン剤、オメガ3、DHA、フィッシュオイル、グルコサミン、キトサンなどで、比較的高年齢層の消費者が多く、特定の目的に消費される傾向がある。ビタミン剤などは早くから販売されており、伝統的なサプリメントといえる。

2) ハーブ類(約20%市場シェア)：

イチヨウ葉、アロエ、ウコンなど多様なハーブからの抽出物で、サプリメントの形状は錠剤、パウダー、液状のものがあり、種類も増えている。

3) その他のサプリメント(約40%市場シェア)：

スポーツ栄養ドリンク、食事代替用、体重抑制、精神安定を目的とするもの。これらその他に属するサプリメントの需要が一番増えている。

【販売方法】

- (1)スーパー、ドラッグストアなどの一般店舗販売
- (2)ヘルスケア専門店販売
- (3)オンライン、通販、マルチレベルマーケティング販売

2. 法的規制

サプリメントは食品のカテゴリーに分類され、一般食品と同様の規制を受けている。しかし次のような一般食品と異なる要求がされている。一般食品の規定である21CFR(Title 21 of the Code of Federal Regulation)に準拠することに加えてDSHEA(Dietary Supplement Health and Education Act)に準拠すること。

1) サプリメントは一定の条件下で下記強調表現が認められている。

【条件】

- (1)表示内容が事実であり、誤解されるものではない証拠を有していること
- (2)製品販売後30日以内に米国食品医薬局(FDA)に届け出ること

【表示可能内容】

- (1)栄養欠乏症に対する効果
- (2)ヒトの構造・機能に影響を与える栄養成分の役割説明
- (3)ヒトの構造・機能に影響を与える栄養成分の仕組み、メカニズム

(4)一般的な健康上のメリット

【具体的例として】

- (1)カルシウムは強い骨を作ります。
- (2)正常なコレステロールの維持を助けます。
- (3)リラックスに役立ちます。
- (4)月経前症候群における正常で健康的な状態をサポートします。

健康強調表現については、ラベル記載の言語は英語であり、栄養補助成分ごとに表現方法が異なるため、専門家のアドバイスを受けて決定することが望ましい。

2) 栄養補助成分

一般食品とは異なるラベル表示が求められる。一般食品には栄養成分表示が求められている。サプリメントの場合は一般食品では表示が要求されない栄養補助成分を表示する必要がある。

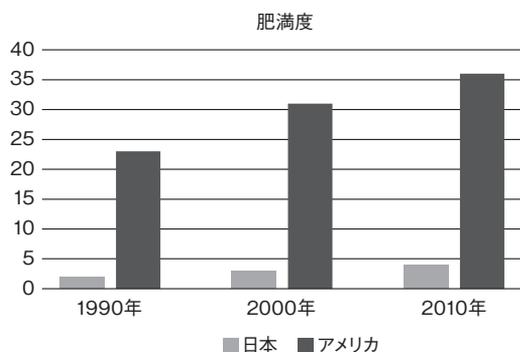
- 3) サプリメントはc-GMP (Current Good Manufacturing Practice) に準ずる製造が求められている。
- 4) サプリメントの違反に関する消費者からの報告のために、ラベルには米国の連絡先の住所・電話番号の記載が求められている。

3. 米国向サプリメントの可能性および問題点

1) 米国市場の可能性:

米国の市場の大きさは世界一であり、非常に有望であることは言うまでもない。健康関連の一人当たりの消費支出は日本との比較で約2倍である。サプリメント市場は日本の5-6倍あると想定される。健康志向の高まりもあり、肥満者割合の多い米国は輸出市場として有望である。圧倒的に米国の肥満割合は高い。(グラフを参照)

高機能で安全性の高い日本のサプリメントメーカーにとって、米国は輸出先として有望な市場である。サプリメントの大手製造工場も多数あり、安定的な輸出を目指すことのできる市場である。



2) 輸出の問題点

これまで述べたように米国は有望な市場であるが、輸出に際して障害の大きい市場でもある。

【輸出の障害】

(1) FDAのサプリメント規制

米国輸出を躊躇する要因にラベル表記、製造法、成分などのFDA規制が周知されていないことがある。

(2)米国の輸出ルート:

販売先であるスーパー、ドラッグストア、オンライン、通信販売のルートが確立されておらず、継続的な輸出実績が少ない。

現状はこれらの問題がネックとなり市場への参入者が少ない。米国の消費者には日本食が健康に良く安全であることは周知されており、日本からのサプリメント輸出には大きな可能性がある。これまでも一般食品売込みのために、多くの会社が米国の見本市に出展している。健康食品に特化した見本市も多く開催されており、サプリメントメーカーにとっても見本市への参加は輸出のきっかけを掴む良い方法である。

たなか・よしひろ

プリメックスケミカル株式会社 社長

1974～2004年、兼松株式会社。2004年、プリメックスケミカル設立、社長に就任。2007～2015年、ジェトロ食品専門家。2008年、米国Registarcorp日本代表。FDAのサービス開始。