

連載

中国・健康食品ビジネスで成功するポイント ～市場の検証と参入への心得～ その12(完)

上海潤東バイオテクジャパン(株) 代表取締役社長 陳建君

中国「食品安全法」が2009年に実施されて以来、食品安全問題は国の最優先課題となった。国務院では乳製品、保健食品、食品添加剤など6種類を今年の食品安全管理強化の主要対象にしている。食品安全関連の政策や法規の策定・調整が加速し、今年前半で中国衛生部(MOH)と国家食品薬品监督管理局(SFDA)は保健食品関連政策法規9件、食品関連法規4件、公告11通を公布した。

保健食品:「保健食品監督管理条例」が多方面からの意見徴収を通じて、年内に施行される予定。「保健食品登録管理方法(試行)」が施行後6年経ち、見直す作業も始まった。SFDAは関連検査機関や専門家を集めた部会を開催し、保健効能の表示と試験内容および測定方法等の改定を検討している。その動向は多くの企業の重大な関心事になっている。現在中国で売られている保健食品の多くは、2005年7月以前に許可されたもので、新法規に基づく保健食品のバリデーションが強行されれば、保健食品市場に必ず大きな変化をもたらす。古い保健食品の多くは市場から姿を消し、2005年7月以降の商品がより注目されるようになる。新興企業や最近許可された食品にとっては、市場拡大の良いチャンス到来である。

食品安全:「食品安全法」が実施されて以来、MOHが新たに公布した食品安全国家基準は176個に上り、その中に乳製品安全国家基準、食品添加剤、マイコトキシン限量、個包装食品、ラベルなどに関する基準が含まれている。さらに、MOH

はこれから食品添加剤製品基準、食品包装材料基準などの改訂作業を加速させていく。食品安全関連法規の健全



化につれて、中国での食品輸入規制はますます厳しくなるだろう。

栄養・健康市場:中国の健康食品市場は刻々と変化している。医薬品企業は医薬品の規制が厳しくなり、開発が難しくなる中で、その高い技術力・開発力やドラッグストアなどの販売網を活用し、強い勢いで健康食品分野に参入している。消費者の健康志向が高まる中、消費者はより健全な食品を求めようになり、個々の健康課題を解決するためのソリューション提案が必要とされている。これらを背景に、保健食品を中心とする販売専門店やチェーン店などが急速に広がりつつある。

食品企業も消費者ニーズに叶う健康食品の開発を強化し、一般食品と同じように多チャネルの販売戦略や販売網を活用して保健食品を普及させており、中国保健食品の「日常化」が急速に進んでいる。

中国は14億近くの人口を擁し、7割以上が半健康状態だといわれている。それに加え、経済成長の好影響により、業界専門家、学者、企業は中国の栄養健康産業の未来を楽観視している。今後5年間にわたって、GDPに占める保健消費額の割合は現在の2.5%から持続拡大し、栄養健康産業は経済成長を担う重要な産業となるとみている。

中国健康食品政策と市場の展望