

解析日本機能保健營養產品市場概況

撰文/農業科技研究院 產業發展中心
張聆真 助理研究員、張峻齊 副研究員
、林恒生 副主任

一、前言

隨著生活壓力增加、人口結構老化、飲食習慣改變，造成現代人長期處於亞健康的生活型態，而因應醫療水準提高與機能素材普及影響，促進全球消費者重新重視健康飲食的訴求，並搭配生物技術發展與網路經濟興起更加速了健康飲食產業推動。在亞洲地區，日本身為注重養生的代表，又為全球平均年齡最長的國家，在銀髮與保健市場的發展程度儼然成為各國學習的標竿。根據 2016 年日本健康營養食品協會調查指出，約有 70% 以上的日本人經常性長期使用保健食品來維持生理機能，矢野經濟研究院調查高齡族群使用加工食品的市場規模，預估 2022 年將突破 830 億日圓，日本政府亦持續推動健康訴求的政策方案，進而帶動整體產業快速成長。

二、日本保健營養品類別

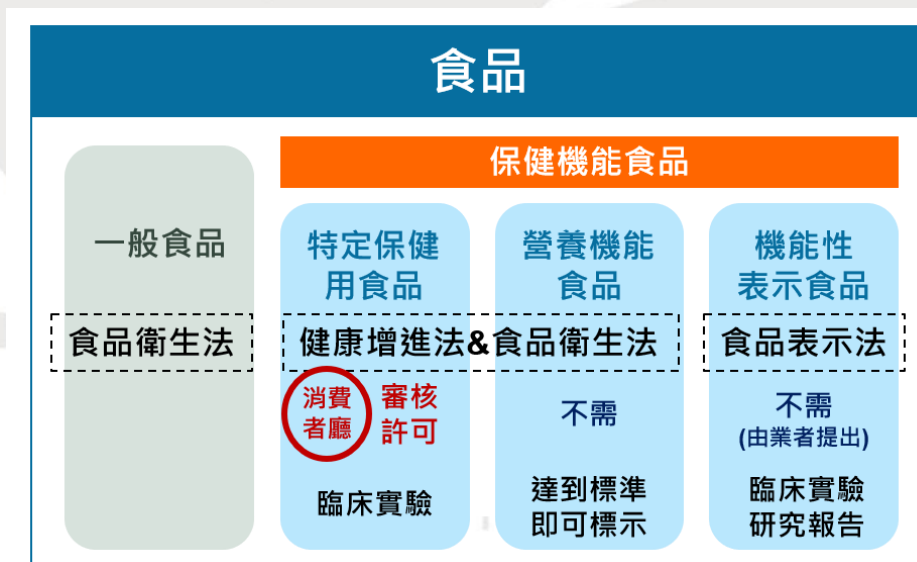
亞洲國家當中，日本對於農業素材應用於機能性食品較為重視，其國民對機能性產品的需求也相對普遍，日本機能性食品的發展源於 1984-1986 年的國家計畫推動，首重研究營養均衡的食品及運動飲料。2000 年後，機能性食品謂為潮流，隨著不同時期營造的熱門話題推出各類食品吸引民眾購買使用。日本健康食品泛指有助於維持和促進健康的食品，定義較為廣義，大致上可分為一般保健營養品與符合厚生勞動省規範-可標示健康宣稱之保健營養品。

該國為了有效管理機能性產品的類型，特別依據其功效驗證標準不同，進行區隔，依據《健康增進法》將保健機能食品分為「特定保健用食品(FOSHU)」、「營養機能食品(FNFC)」以及「機能性表示食品(FFC)」，而一般食品中也涵蓋部分健康食品。

(1) **特定保健用食品(FOSHU)**：簡稱「特保」。與我國健康食品的小綠人標章類似，依據實驗數據及科研報告，能顯著維持或增進健康的保健食品，例如：降低膽固醇吸收率等。產品標榜的保健效用必須經由日本消費者廳(Customer Affairs Agency)審查通過並取得許可證，認證內容包含 8 大功效類別、100 種功效成分，大約需花費 1-2 億日圓並歷經兩年審查，是為門檻最高的審核機制。

(2) **營養機能食品(FNFC)**：每日建議攝取營養品，例如：維他命及礦物質等。在符合厚生勞動省的規範標準的前提下，不需提交相關科學研究報告。目前包含 12 項維他命及 5 項礦物質，產品只要符合規定標準即可販售。

(3) **機能性表示食品(FFC)**：於 2015 年始實施，採申報制。廠商向消費者廳申請，受理後將公開於網站上，最短 60 天後可上市販售。申請時必須具備相關科學文獻，證實產品的功效、安全性、使用量等資訊，始可販售，且業者需自行承擔責任與風險，上市後若發現產品不具有宣稱之功效則需立即下架回收，和面臨刑事責任與罰款。



圖一、日本健康食品定義範圍

日本 FFC 食品從 2015 年開始登記，累計至 2019 年已登記 2,500 項，預估至 2020 年達到 3,000 項產品。其中主要的類別前三名為：預防三高(43.2%)、腸胃調節(20.3%)、紓壓/睡眠(15.0%)，根據消費者訴求調查也可以發現日本市場趨勢由乳酸菌/益生菌類產品轉向壓力舒緩、舒眠與情緒穩定的產品訴求，顯示日本已走入高壓的生活型態。

三、日本保健市場蓬勃發展

機能性訴求的產品近年來逐漸被重視，而且保健食品產業的產品種類隨著消費市場的趨勢而改變，其中，針對各種新興訴求的產品也不斷出現，例如植物草本食品、運動補給、視力保健、舒壓等。綜觀日本市場趨勢大致如下：

(一) 銀髮商機持續擴大

產品豐富多元的機能性食品市場中，銀髮族保健產業在日本行之有年，至今仍是為全球高齡產品市場的典範。日本從 2006 年已成為「超高齡社會」，65 歲人口占總數的 20% 以上，而市場為符合銀髮族的需求創造新的商機，針對器官老化、咀嚼困難、關節與記憶力退化等身體機能衰退現象，開發各類型保健/保養品與新型態食物(例如：易咀嚼食品)。根據 Mintel 報告指出，營養充足、容易吸收且具有風味是高齡者重視的飲食核心，功能性食品經常添加保健素材，並廣泛使用農產素材作為機能性原料，例如米的功能開發、膳食纖維、水果釀造與發酵等。相較於臺灣銀髮市場，日本整體產業規劃完善，除了食品原料規範彈性、產品種類多元，於產品銷售上更貼近老年人的生活，例如巴士專車接送銀髮族前往賣場、耐心提供老年人產品諮詢並現場示範、透過網路或電視傳播營養學知識，從顧客服務到觀念建立，打造一條龍的商業模式，消費者也能明確瞭解自身所需、如何補足所需。

(二) 機能性表示食品的崛起

日本進入高齡化社會後加重了各種慢性病造成嚴重的醫療成本負擔，政府希望國民透過日常機能產品的補充，作為預防措施以降低後續用藥成本，因此 FFC 食品類型的發展大多投入在疾病預防、抗疲勞以及運動補給領域應用。

日本政府開始推行機能性表示食品制度之後，放寬健康食品保健功效標示的限制，廠商向主管機關提出產品功效的證明資料，主管機關完成登錄後即可上市，比「特保」的規定寬鬆許多，此一制度使產品可宣稱功效的方式變得更加多元、彈性，加上日本在地特色農產品也個別申請機能性表示宣稱，超市裡的番茄、豆芽、蔬菜等生鮮產品也能成為機能性表示食品，使近 5 年內機能性食品市場快速擴張，未來成長幅度亦值得密切關注。

(三) 功效訴求趨勢

觀察 2019 年日本保健營養品健康宣稱的產品，日本民眾對於功效訴求普遍重視「改善腸胃環境」與「預防代謝症候群」，亦為市場規模最大的兩類。其次則為「抑制中性脂肪、降低膽固醇」。而因應高都市化的生活壓力需求，機能性表示食品也開始發展與壓力症候群有關的訴求，例如訴求減緩緊張感、維持記憶力、幫助睡眠、減輕疲勞等功效。

從保健素材的角度而言，市面上常見的素材相關產品以減重、改善代謝症候群、改善腸胃道(難消化性糊精)的產品最多種類，其中為擴大膳食補充之應用，近年來多將該素材應用於休閒食品中，並標註健康宣稱來吸引顧客，例如在綠茶和薏苡仁為基底的調味茶、巧克力零食中添加難消化的糊精，來提升其應用，並使該類產品迅速躍升成為近 3 年的熱銷產品。其次同樣是標榜降血壓、舒緩緊張及安眠等機能食品。

- ❖ 訴求預防生活疾病的素材，以膳食纖維，GABA，大豆異黃酮，銀杏葉，葡萄糖基神經酰胺和亞麻酸等類為主，並持續成長中。

- ❖ 預防生活疾病的作用依性質可區分為：減少脂肪，降低高血壓，預防癡呆症等。
- ❖ 產品應用趨勢朝向「多重功效組合」之類型，提供更多元的健康訴求，來吸引中年族群的消費者食用，例如：減少脂肪和糖分。對於中年消費者而言更具吸引力。

另外最具成長力的素材則是具護眼功能的「葉黃素」與能改善認知功能的「銀杏葉」最為顯著。值得注意的是，眾多食品原料中出現了幾種「藥食同源」的食材，然而臺灣因法規繁複且嚴格，在原料的應用上多受限制，進而影響市面上的產品種類與產業的發展。

四、結論與建議

綜觀日本保健食品市場趨勢，目前社會邁向高齡化與排解生活壓力是民眾最關注的方向，相應的產品便順勢登上熱銷排行榜，而年輕人所關注的健身與瘦身議題也成為近年來的主流商品，其中運動營養品更拿下 80%市場占有率，主打增肌減脂，蛋白質和胺基酸產品，亦發展出穀物棒、能量蛋白餅乾、巧克力等多樣態的休閒保健食品。而日本作為全球第二大保健食品市場，行銷策略透過物流業者深入市場核心，於連鎖便利商店推銷品牌、發行專業雜誌、配合營養師說明產品功效，多管道擴散資訊，提高日本民眾對於健康概念的認知與需求，提升整體健康產業和企業的銷售額。

保健食品市場屬高變化特性的產業，透過瞭解他國發展歷程、市場需求以及法規修訂趨勢，能探索臺灣未來發展方向、調整研發生產及至通路銷售策略，以宏觀的角度思考產業鏈之布局與缺口，除了跟進國際趨勢，亦應考慮拓展本土素材原料之應用，行銷臺灣的農產原料，以產品差異化取得競爭優勢。



日本FFC食品從2015年開始登記，累計至2019年已登記2,500項，預估至2020年將3,000項產品

1. 預防三高(43.2%)
2. 腸胃調節(20.3%)
3. 紓壓/睡眠(15.0%)

❖ 快速成長趨勢

動物
來源

運動促進、美容及腦部功能提升

乳蛋白

膠原蛋白

DHA/EPA

非動物
來源

減醣、預防慢性病(如三高)

茄紅素

菊苣纖維

茶葉萃取

新興機能
訴求

四大
成長中

★賀爾蒙平衡(更年期與不孕患者)

★腦部功能(記憶力與認知理解力)

★精神保健(壓力/睡眠/憂鬱)

★運動促進(增肌、快速補充能量)

★減緩老化(抗關節及肌肉退化)

圖 1、日本機能性表示食品應用趨勢變化

❖ 參考資料：

1. 機能性食品發展國際研討會

http://www.biotaiwan.org.tw/mag/image_doc/47/08%E6%A9%9F%E8%83%BD%E6%80%A7%E9%A3%9F%E5%93%81%E7%99%BC%E5%B1%95%E5%9C%8B%E9%9A%9B%E7%A0%94%E8%A8%8E%E6%9C%83%E7%B4%80%E5%AF%A6.pdf

2. 日本機能性食品相關管理制度

http://www.functionalfood.org.tw/f_board/%E6%97%A5%E6%9C%AC%E6%A9%9F%E8%83%BD%E6%80%A7%E9%A3%9F%E5%93%81%E7%9B%B8%E9%97%9C%E7%AE%A1%E7%90%86%E5%88%B6%E5%BA%A6%E4%B9%8B%E6%BC%94%E9%80%B2%E5%B0%8D%E7%94%A2%E6%A5%AD%E7%99%BC%E5%B1%95%E4%B9%8B%E5%BD%B1%E9%9F%BF.pdf

3. 日本銀髮族養生保健產業發展

http://cgjhsc.cgu.edu.tw/data_files/CGJ8-2-03.pdf

4. 全球高齡化現象 銀髮食品成產業新藍海

<https://www.hao-shi.org/news/detail/KRV282801571>

5. Foodaily 每日食品網：以日本、台灣為例，從藥食同源看國內功能食品的發展趨勢

<https://kknews.cc/health/bp3oa9o.html>

6. 日本健康產業發展與健康宣稱管理制度現況 (食品工業發展研究所，2019 年 12 月)

7. 高齡食品全球市場及產業趨勢 (食品工業發展研究所，2019 年 11 月)

8. 日本保健市場明星潛力原料之應用 (食品工業發展研究所，2019 年 12 月)

9. 透視日本保健營養品市場現況 (DCB 產資組 ITIS 研究團隊，2020 年 2 月)

10. 農業科技研究院：日本保健食品及農業素材市場趨勢調查報告