

ω 3の市場動向

編集部

米国で急伸長し、いまや11億ドル超えの規模を誇る ω 3市場、日本では米国よりスピードこそ劣るものの着実に拡大しつつある。世界中で ω 3に関する科学的知見が続々と発表されているが、日本ではヘルスクレームなどの表記が認められていないため、その有効性が消費者まで届いていないことが伸長のスピードを妨げている要因の一つである。

今後は米国のように ω 3が“健康維持に不可欠な必須栄養素”であることの認知を拡げ、機能性の訴求点の絞り込みが鍵となってくる。

本稿では、 ω 3素材の最新動向をレポートする。

なぜ日本では伸びないのか

体内で合成されず、食物から摂取しなければならない必須脂肪酸。必須脂肪酸はDHA、EPA、 α -リノレン酸などの ω 3脂肪酸、リノール酸などの ω 6脂肪酸に分類される。日本人の食事摂取基準(2010年版)では、 ω 6は1日9g前後、 ω 3は1日2g程度の摂取が適正とされている。 ω 3と ω 6の理想的な摂取比率は1:1~1:4などと言われているが、現代の欧米化しつつある食生活などでは、魚の摂取が減少し、リノール酸の豊富な植物油を多く使用した食品の摂取が増えていることから、 ω 6が過剰摂取傾向にあり、 ω 3が不足していると考えられている。

米国では毎年およそ25%の成長率を遂げるほどの人気市場である ω 3。米国は医療費が日本よりも高く、死因として心臓疾患が上位にあることなどから、心臓の健康を自分で守ることへの関心が高く、さらにFDAによって「フラックス(亜麻仁)に多く含まれる ω 3は心臓病リスクを低減する」、「EPA・DHAを含む一般食品について、冠状動脈心疾患のリスクを低減する」というヘルスクレームが認められており、 ω 3が体によいという情報がヘルスクレームなどを通じ、消費者にきちんと伝達されている。そのため、ビタミンと並んで健康維持に欠かせない必須栄養素としての認知が進み、実際店頭では、ビタミン類のコーナーの一角に陳列される栄養素としてのポジションが定着している。

日本では消費者庁が11年度に実施した食品機能性評価モデル事業でn-3系脂肪酸(EPA・DHA)は「心血管疾

病リスク低減」「血中中性脂肪低下作用」「関節リウマチ症状緩和」において最高のA評価を受けた。しかしヘルスクレームなどへの反映はできないため、一般消費者への認知の広がりにはそれほどつながらず、業界関係者としては“確かなエビデンスのある素材”を扱っているにも関わらず効果をうたえないもどかしさを感じている。

海外から見る日本市場 (GOEDセミナーより)

このような中、今年5月に ω 3の世界的な業界団体GOEDが日本市場を活性化すべく6月20日に都内で「第1回GOED日本セミナー」を開催。 ω 3の重要性を呼びかけた。GOED(Global Organization for EPA and DHA Omega-3s)はEPA・DHA ω 3の世界的普及活動を行っているグローバル業界団体。

会員企業数150社(13年5月時点)を超えるGOEDの設立に携わり、現在代表を務めているアダム・イズマイル氏は、 ω 3が医療や栄養関係などで学術論文が活発に発表されており世界的に研究の進んでいる成分の一つで、2,700件のヒト臨床試験が実施されていることを説明。その有用性から、世界中のさまざまな政府や科学団体が

EPA・DHAの摂取を推奨しているとした。12年の消費者のEPA・DHA油含有製品の世界的支出の推定額は254億ドル(医薬品含む)。

一方、日本の現状をみると、EPA・DHAの推奨摂取量を先進国で最大の1日1,000mgに設定(フランス500mg、ノルウェー450mg、イギリス・ドイツ250mg、アメリカ未設定)し、世界をリードしているように思えるが、実際の摂取量は目標値よりも350mg以上少なく、大幅に下回っており、推奨量と現状が見合っていないことを指摘。日本政府はこの問題を理解しているが、国民全体の認知率が低く、国を挙げて取り組む必要性があるとした。

グローバルニュートリショングループ代表の武田猛氏は、「日本のオメガ3市場の現状」と題して日本の現状について詳細な説明を行った。アメリカと日本のEPA・DHAの市場規模は、01年ではアメリカが約1億ドルで日本が約0.95億ドル(ドル=100円換算)と大差なかったが、10年後の11年にはアメリカは約

図1 日米DHA/EPAサプリメント市場規模推移

