

報道関係者各位

ファンケル健康食品の「チカラ」 其の二、『グローバルのチカラ』

【ファンケル健康食品の「チカラ」とは】

当社の健康食品の特長や大切にしていることをまとめ、定期的に発信していくニュースレター。
製販一貫体制で研究から販売まで自社で行っている当社ならではの取り組みを、「〇〇のチカラ」という切り口でご紹介します。

株式会社ファンケルは、創業 50 周年を迎える 2030 年度に目指す姿として「VISION2030」を策定し、海外売上比率を 25%まで引き上げるという目標を定めています。また今年度から開始した第 3 期中期経営計画「前進 2023」では、チャレンジする項目の一つとして「本格的なグローバル化の推進」を掲げています。

そこで当社の健康食品におけるグローバルの取り組みを、「コト」「モノ」「サービス」の 3 つにまとめてご紹介します。

【コト】

◆健康食品のグローバル展開の歴史

2017 年、中国最大の医薬品企業のグループ会社である中国国際医薬衛生有限公司(国薬国際)と販売代理店契約を締結しました。国有企業である国薬国際と販売代理店契約を締結することで、現地の法制度などを的確に把握することができ、健康食品事業を着実に展開することを目的としています。

2018 年 10 月末からは、販売代理店を通じて越境ECでのサプリメント販売を開始しました。2020 年 12 月より、保健食品としての届出が受理された製品が中国国内店舗でも順次展開が始まっています。

高齢化が進む中国市場にて、2023 年度に「越境EC」と「一般貿易販売」で売上高 60 億円を目指します。



2017 年 6 月 販売代理店との契約調印式の様子

【参考:中国市場の特長】

中国は日本同様、高齢化が進んでいます。中国は日本以上に生活習慣病患者が多く、成人の 2 人に 1 人は生活習慣病とその予備軍であると言われています。中国政府も「健康中国 2030^{※1}」を掲げ、健康的なライフスタイルの普及を目指す中で、生活習慣病予防を優先的に取り組むと宣言。そのような背景から、中国でのサプリメント市場は年率 10%での成長が見込まれており、大変有望な市場です。現状、サプリメントの一人当たりの支出額は日本の 5 分の 1 程度で年間約 2,000 円と低く、今後飛躍的に成長する可能性があります。

※1 健康中国 2030

中国政府が 2016 年に打ち出した国家戦略。2020 年までに全国民を対象とする医療・衛生制度と健康サービス体系の整備、効率的な医療・衛生サービスとスポーツ・健康増進サービスの提供、多様性・合理的な構造を持つ健康産業体系の形成等を図り、2030 年までに主要健康指標の高所得国水準の達成と 79 歳までの平均寿命の延伸等を図るとの目標を設定したもの。

【モノ】

◆越境ECでの製品展開

越境ECでは、約 50 品目のサプリメントを販売しています。人気があるのは、年代・性別ごとに厳選した成分をワンパックにした「年代別サプリメント」です。

今後は、越境ECの主要利用者である 20～30 代の女性に親和性の高い「ビューティサプリ」を強化していきます。また、その女性のお客様の家族にもご利用いただけるよう、生活習慣対策サプリメントの強化も図っていきます。将来的には中国専用品の開発も視野に入れています。

「越境 EC」人気ランキング	
1 位	30 代からのサプリメント 女性用
2 位	ビタミンB群
3 位	ウコン革命EX 10 包
4 位	40 代からのサプリメント 女性用
5 位	ビタミンC

*2021 年 1 月～6 月の出荷実績



30 代からのサプリメント
女性用

◆保健食品の展開

保健食品とは、「中国国家市場監督管理総局(以下、SAMR)」の認可を受けた、中国国内で販売できる健康食品のことです。中国で健康食品として機能や栄養素を表示して販売するには、「SAMR」の認可が必要です。最低でも数百万円の費用と 3 カ月以上の審査期間を要し、許認可取得までに数年の期間を要する場合も少なくありません。日本と比較して、機能を表示して販売するための許認可取得が非常に難しいのが特徴です。

届出が受理されるのに苦戦する企業が多い中、当社は 5 品目「鉄」「亜鉛」「カルシウム」「ビタミンC」「ビタミンE」の届出が受理され、中国国内で展開しています。2021 年度中に、ビタミン、ミネラル製品を 15 品目まで拡充することを目指しています。2024 年度には、独自の機能を有するサプリメントの販売を予定しています。

【サービス】

◆「中国版SDIシステム」の展開(サプリと薬の飲み合わせサービス)

「SDIシステム^{※2}」とは、当社の健康食品と薬の飲み合わせをご案内するサービスです。当社では 2004 年に日本で初めて本サービスを開始し(当社調べ)、国内のお客様の「このサプリメントとこの薬と一緒に摂っても体に影響がないだろうか?」という不安なお気持ちを解消してきました。

2020 年 1 月、中国のお客様にも安心してサプリメントを摂取していただきたいという想いから、中国国内で販売されている約 11 万種類の薬との飲み合わせを検索できるよう開発しました。現在、アプリ「WeChat」内でサービスを展開しており、医師監修のもと当社の専門部署「学術・SDIグループ」が、常に最新の学術文献などを基に情報を更新しています。

今後も、中国版SDIシステムなどをさらに改良し、健康食品を安心・安全にご利用いただくためのサービスを強化していきます。

※2 SDI: Supplement(サプリメント) & Drug(薬) Interactions(相互作用)の略称

◆中国でのライブショッピング

当社製品への理解を深めていただくことを目的に、当社の販売代理店である国薬国際にて、ライブショッピングを実施しています。製品の説明を中心に進行し、祝日・イベント前のライブショッピングでは、約 3 万人の方に視聴いただきました。

2021 年 6 月 17 日(木)日本時間 21 時には、海外事業本部の陳怡君が出演し、当社の健康食品事業のこだわりを直接説明しました。今後も定期的に中国でのライブショッピングに出演し、当社のファンづくりに販売代理店と共に取り組んでいきます。



中国でのライブショッピングの様子

海外事業本部 海外事業戦略部 アジア開発グループ 陳 怡君 コメント

初めてのライブショッピングは、国薬国際様と協力しながら進めていきました。事前に競合他社などのライブショッピングを分析し、中国のお客様に向けて分かりやすく情報が配信できるよう工夫しました。これからは中国のお客様にファンになってもらえるよう、ファンケルのサプリメントの優位性や品質、技術力、こだわりなどを伝えていきたいです。

私は中国人のため、言葉の壁もなく中国事情も理解しているという強みがあります。中国健康食品事業に貢献していきたいと思っています。



海外事業本部 陳 怡君

本件に関する報道関係者の皆様からのお問合せ先
株式会社ファンケル 経営企画室 広報部 森貴英・三澤敬之
TEL:045-226-1230 FAX:045-226-1202 / <https://www.fancl.jp/>