

第125回NRIメディアフォーラム

“日本が変わる、エッジが変える”
エッジ産業分析レポート（第2回）
～ 医療・介護用食品産業 ～

2010年2月22日

株式会社野村総合研究所
サービス事業コンサルティング部
副主任コンサルタント

新美 佑

〒100-0005
東京都千代田区丸の内1-6-5 丸の内北口ビル

目次

1. はじめに

2. 業界のポテンシャル

3. BtoB市場における課題

4. BtoC市場における課題

5. 参考資料

1.はじめに:医療・介護用食品とは

「見た目が良い」、「美味しい」、「栄養バランスに優れる」、「調理の手間が省ける」のが特長

医療・介護用食品のメリット

要介護者、病者のメリット



- 美味しい
- 見た目が良い
- 栄養バランスに優れる
- 咀嚼能力の回復に繋がる



食事の提供

介護者、病院・施設、給食事業者のメリット



- 調理の手間が省ける(コスト削減)
- 「食べている」ことを実感させてあげられる

1.はじめに:医療・介護用食品とは

具体的には「流動食」、「病者食」、「介護食」、「とろみ調整剤・ゲル化剤」といった医療・介護向けの**加工食品**を指す

医療・介護用食品の概要

区分	詳細	2008年販売額 ・構成比	商品例
流動食	<ul style="list-style-type: none">● 食品規格上の濃厚流動食● 咀嚼・嚥下機能が低下している高齢者向け	46,400 (百万円) (48.5%)	「カラダしっかり いちご風味」 ホリカフーズ
病者食	<ul style="list-style-type: none">● 厚生労働省が定める特別用途食品および、たんぱく質、ナトリウム、カロリー等の調整をした調整食	28,900 (百万円) (28.8%)	「減塩習慣」 大正製薬
介護食	<ul style="list-style-type: none">● 要介護者向けの食品● 咀嚼・嚥下機能レベルにより、キザミ・ミキサー食、ソフト・ムース食等が存在	12,650 (百万円) (12.3%)	「おじや 親子丼風」 キューピー
とろみ調整剤 ・ゲル化剤	<ul style="list-style-type: none">● 食べ物・飲み物が旨く飲み込めず、咽せ、誤嚥(ごえん)を起こす人のために、食べ物・飲み物にとろみを付けるもの	10,800 (百万円) (10.5%)	「トロミーナ」 ウエルハーモニー

目次

1. はじめに

2. 業界のポテンシャル

3. BtoB市場における課題

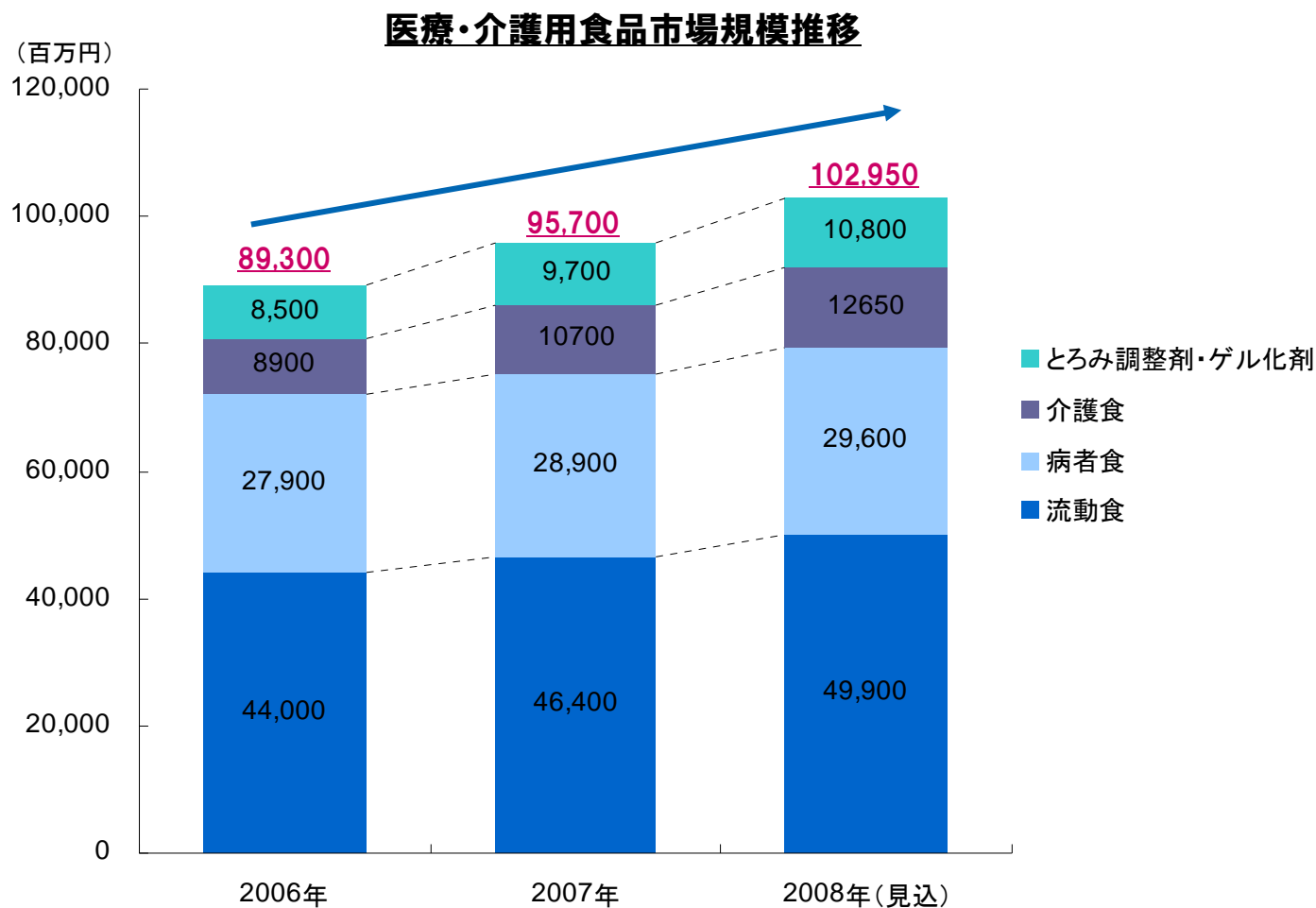
4. BtoC市場における課題

5. 参考資料

2.業界のポテンシャル

医療・介護用食品市場は年7-8%で成長中

- 医療・介護用食品市場は増加の一途。最も伸びが大きいのは介護食で2006年から2008年の間で約25%の増加



2.業界のポテンシャル

外部環境の点からも在宅市場を中心に今後の成長が予測される

- 高齢者にとって住みやすい社会作りと共に、一方で医療費や社会保障費の抑制が求められており、政府は在宅医療・介護政策を推進している

外部環境要因

詳細

政策

- 介護保険法の改正(2006.4)により、**医療費・社会保障費の抑制方針が鮮明に**
 - 施設における**居住費・食費は全額自己負担**に(2005.10)
- 第4次介護保険事業計画の制定(2009.3)により、**在宅医療の支援を強化**
- 介護保険改定(2005.10)、診療報酬改定(2006.4)にて、施設における介護食に対する栄養基準を強化
 - 高齢者施設の「栄養管理体制加算」「栄養マネジメント加算」「経口移行加算」が新設
さらに、「栄養管理実施加算」も新設
- 特別用途食品制度の改定(2009.4)により、**流動食等の在宅向け販売を促進**

経済

- 2009年1-3月期GDPは実質で前期比4.0%減、年率換算15.2%減で、戦後最大の減少率となった。長引く不況は**医療費・社会保障費の抑制圧力**に

社会

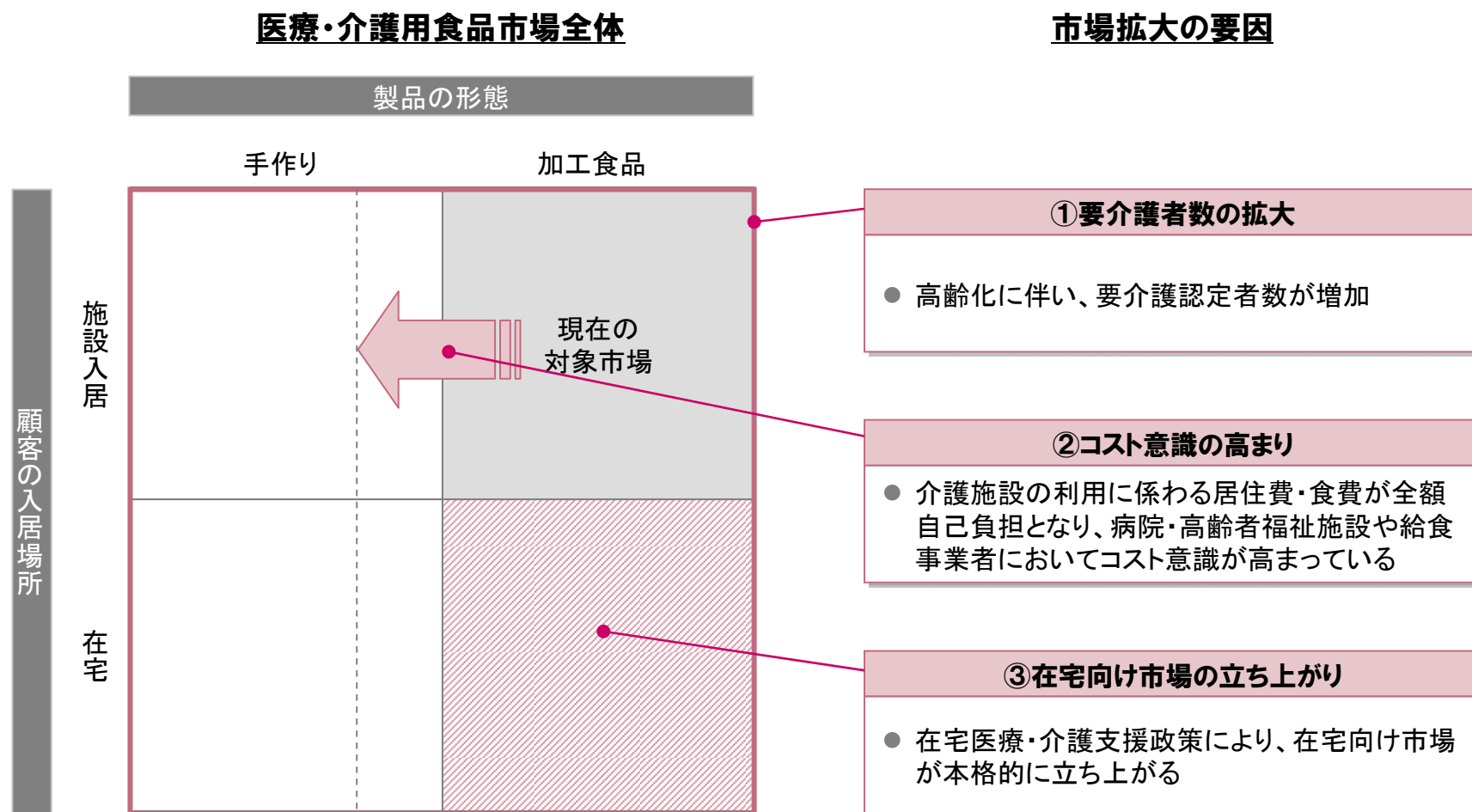
- 2006年より人口減少社会に突入したが、**高齢者(65歳以上)人口は拡大**
- 高齢者人口の増加に伴い、**要介護者の人口は増加する見込み**

技術

- 真空や加圧により様々な食材に各種液体成分を完全浸透させる技術、食品のエキスを逃さずに加工する技術など、**柔らかい食材加工に関する技術が各社で開発されている**

2. 業界のポテンシャル

①要介護者の拡大、②コスト意識の高まり、③在宅向け市場の立ち上がりにより、市場は拡大するものと考えられる



目次

1. はじめに

2. 業界のポテンシャル

3. BtoB市場における課題

4. BtoC市場における課題

5. 参考資料

3. BtoB市場における課題：BtoB市場のバリューチェーンとプレイヤー

病院・施設向けのBtoB市場で商品が届けられるプロセスは、病院・施設が調理を内製している場合と、給食事業者に外注している場合で異なる

バリューチェーン

原材料

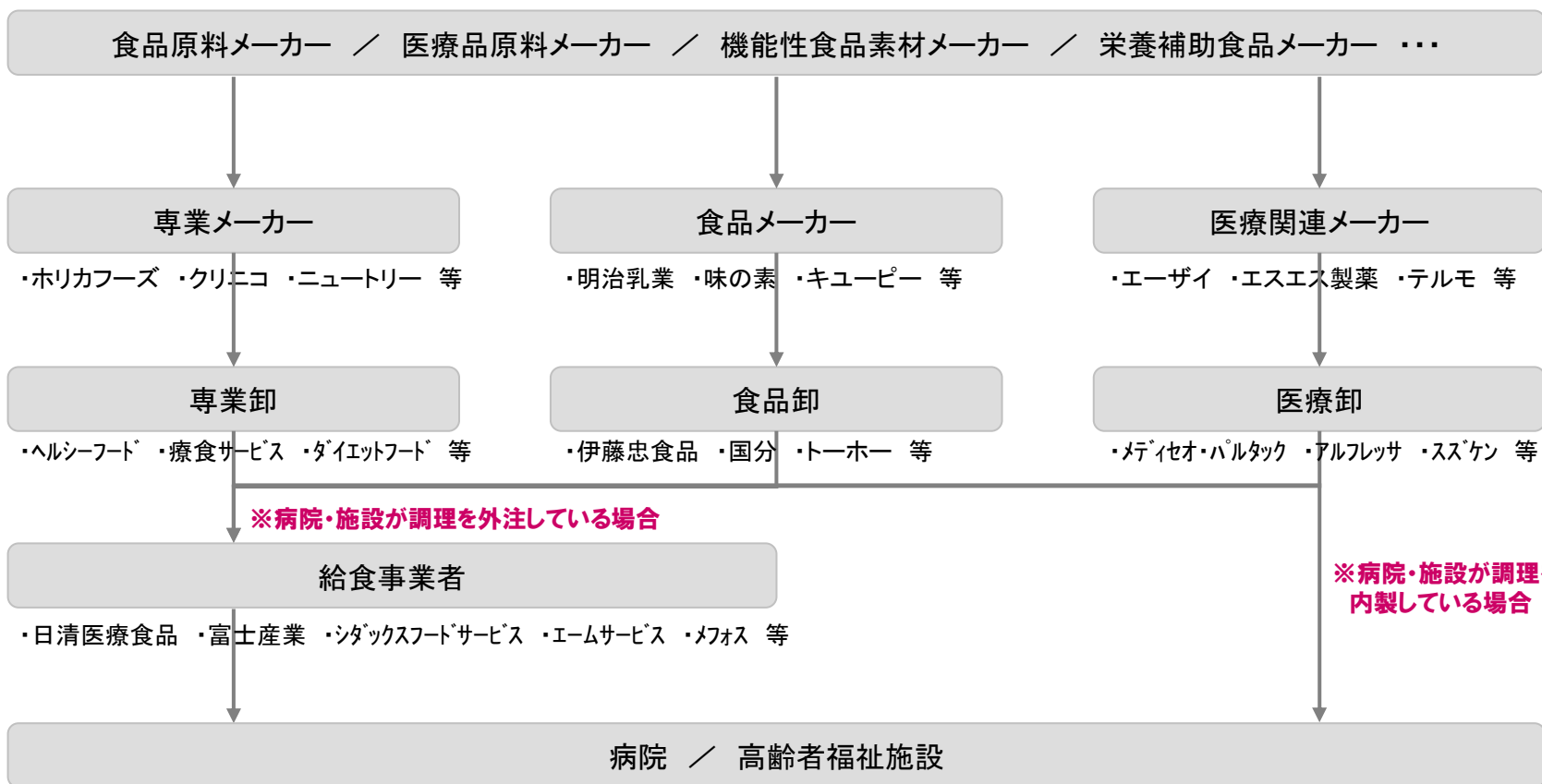
製造

卸

販売

利用者

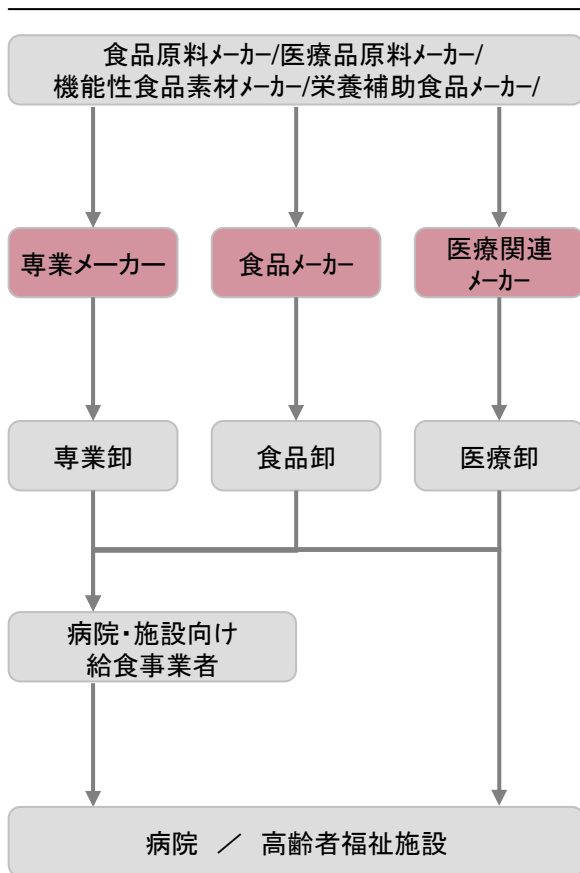
プレイヤー



3.BtoB市場における課題

専門メーカー、加工食品メーカー、医療関連メーカーが30社以上参入し、鎧を削っている。近年は食品メーカーを中心に、新規参入・重点領域化が相次いでいる

プレイヤー



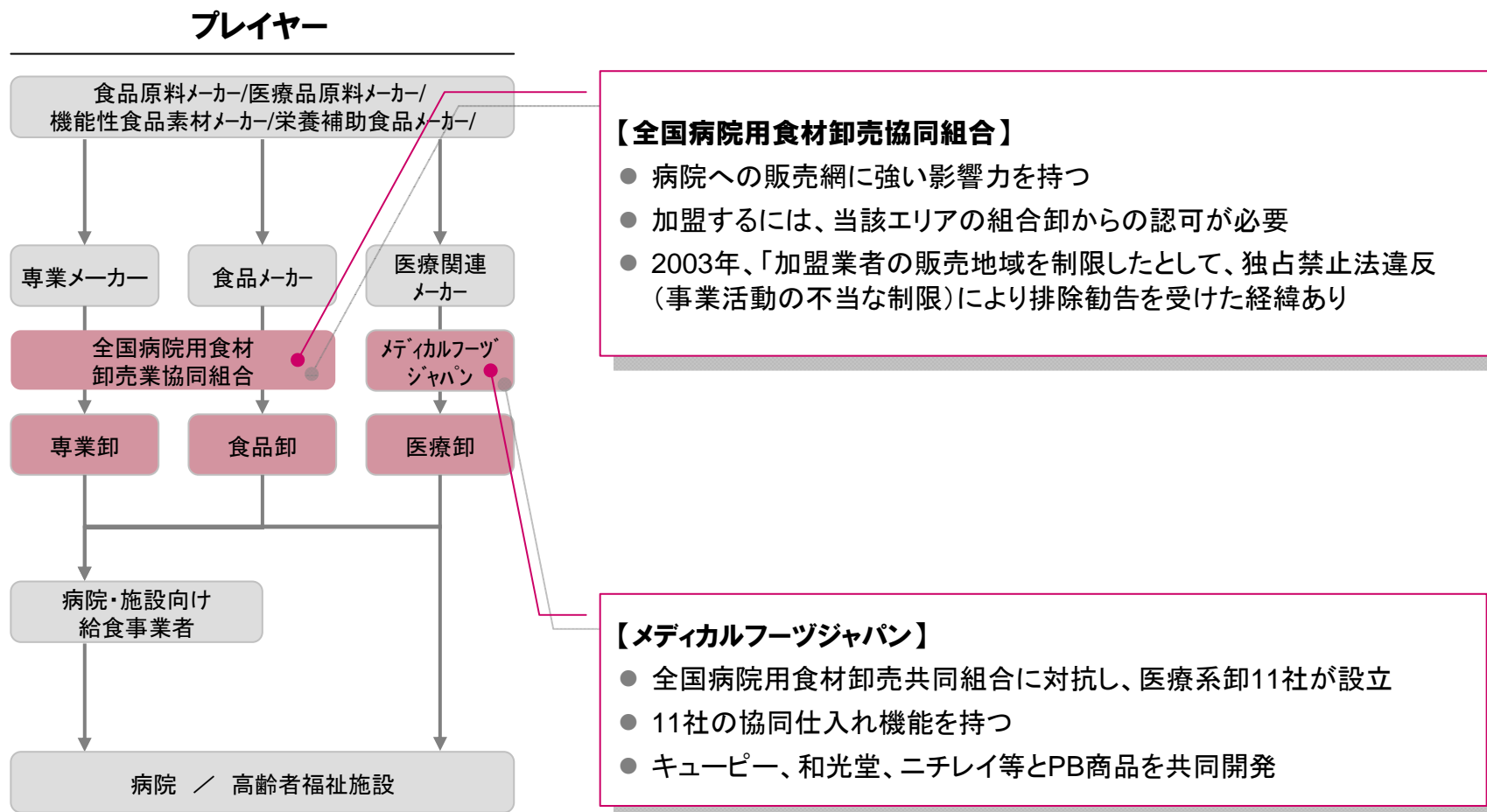
主要参入メーカー一覧

医療・介護用食品 専門メーカー	クリニコ	加工食品メーカー	明治乳業
	ホリカフーズ		キューピー
	ニュートリー		日清オイリオ
	フードケア		味の素ファルマ
	宮源		マルサンアイ
医療関連メーカー	エーザイ		焼津水産化学工業
	テルモ		フクシマフーズ
	大塚製薬工場		日清ファルマ
	興和創薬		ネスレニュートリション
	キッセイ薬品工業		和光堂
	三和化学研究所		旭松食品
	旭化成ファーマ		日東ベスト
	エスエス製薬		マルハニチロ
	アボットジャパン		ヤヨイ食品
	イーエヌ大塚製薬		マルハチ村松
H+B ライフサイエンス	ハウス食品		
	江崎グリコ		
	カセイ食品		

3.BtoB市場における課題

卸売業者は、組合を組成することで収益を確保している

- 卸売業者は地場系の中小企業が多い。組合を組成し、エリア内での過度な競争を回避することで、収益を確保している

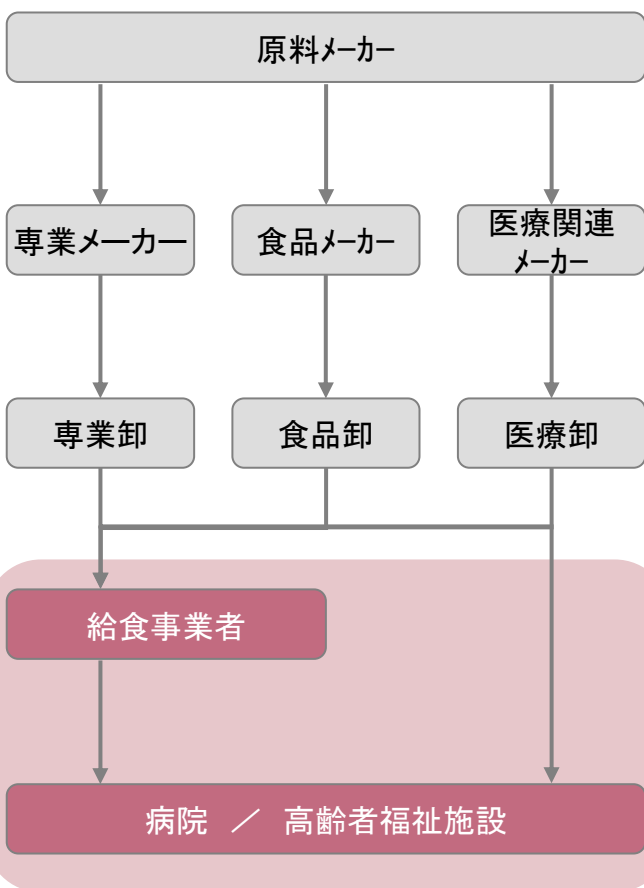


3.BtoB市場における課題：市場の成長を阻害する要因

ユーザーサイドが抱えている不満は

「価格が高いこと」、「導入しても大きな負荷削減にはならないこと」

バリューチェーン上のプレイヤー



ユーザーサイドにおける不満

① 価格が高い

- 給食事業者：
「今後の成長のためには、加工食品の取扱を増やし、人件費も含めた経済コストの低減が必須と考えている。しかし、**現状加工食品は価格が高く、導入してもコストアップに繋がる。**」
- 病院・施設：
「利用者からは好評だが、**単品の価格が高い。**」

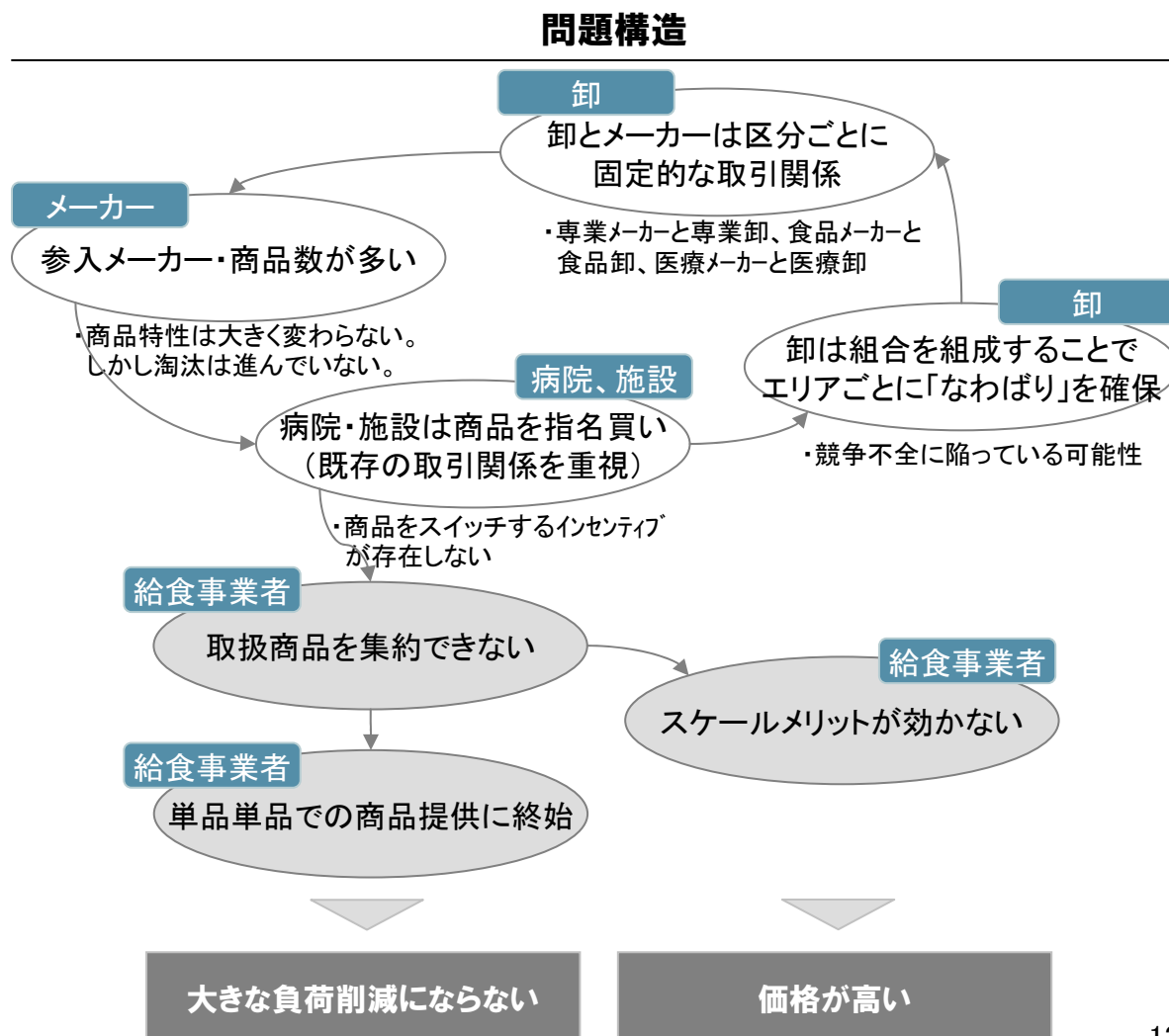
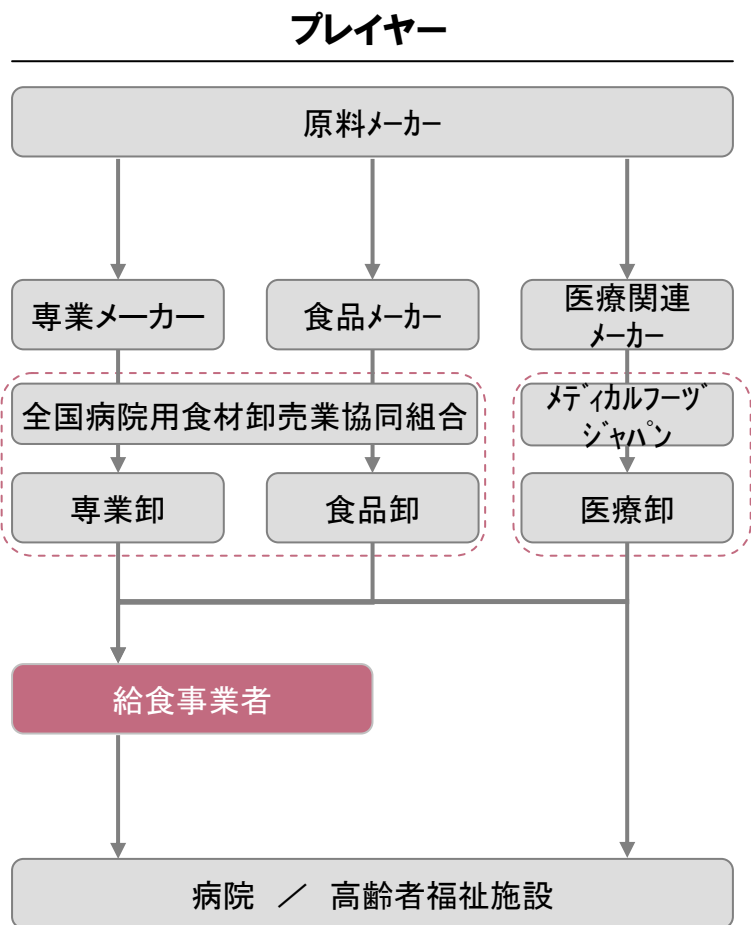
② 大きな負荷削減にならない

- 給食事業者：
「加工食品を導入することで、どの程度人員効率が上がるのか、シミュレーションを行なった。しかし、**1、2品を加工食品に代える程度では、調理時間短縮効果は極めて限定的だった。**」
- 病院・施設：
「調理に要する時間というのものもあるが、「配膳」に要する時間も大きい。加工食品への代替が進んだとしても、**一つ一つの品を並べる手間が削減されないと大きくは時間短縮とはならない。**」

3.BtoB市場における課題：市場の成長を阻害する要因

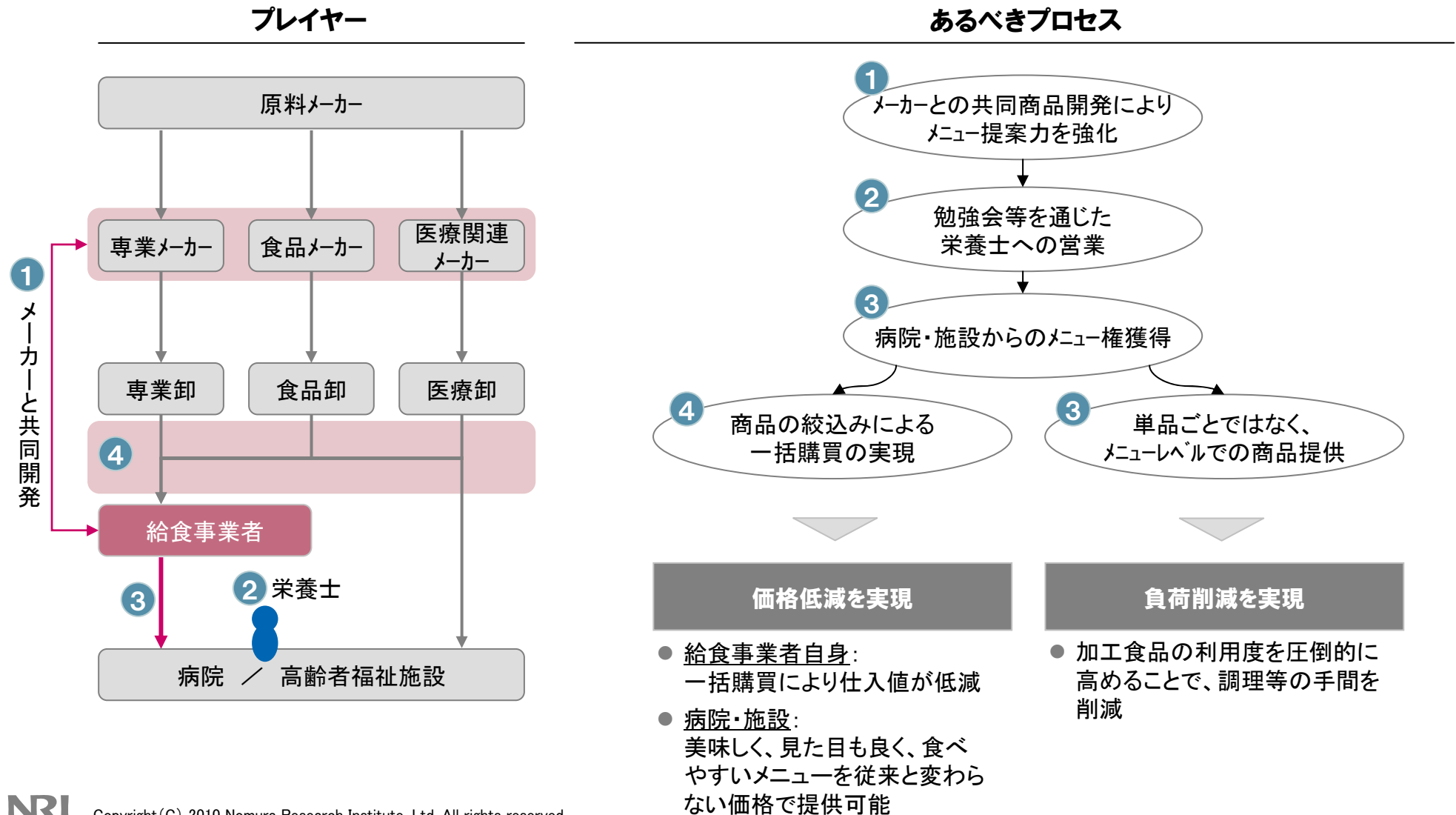
成長の阻害要因は給食事業者がバイイングパワーを発揮できていないこと

- メーカー・商品数が多すぎることで、卸を中心とした固定的な取引関係等により、給食事業者がバイイングパワーを発揮できていない



3.BtoB市場における課題：打ち手の方向性

大規模プレイヤーによる、メニューレベルでの商品提供と、一括購買によるコストダウンをより進めていく必要があるものと考えられる



目次

1. はじめに

2. 業界のポテンシャル

3. BtoB市場における課題

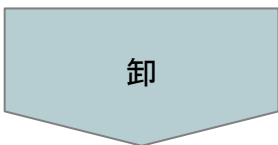
4. BtoC市場における課題

4.BtoC市場における課題：BtoC市場のバリューチェーンとプレイヤー

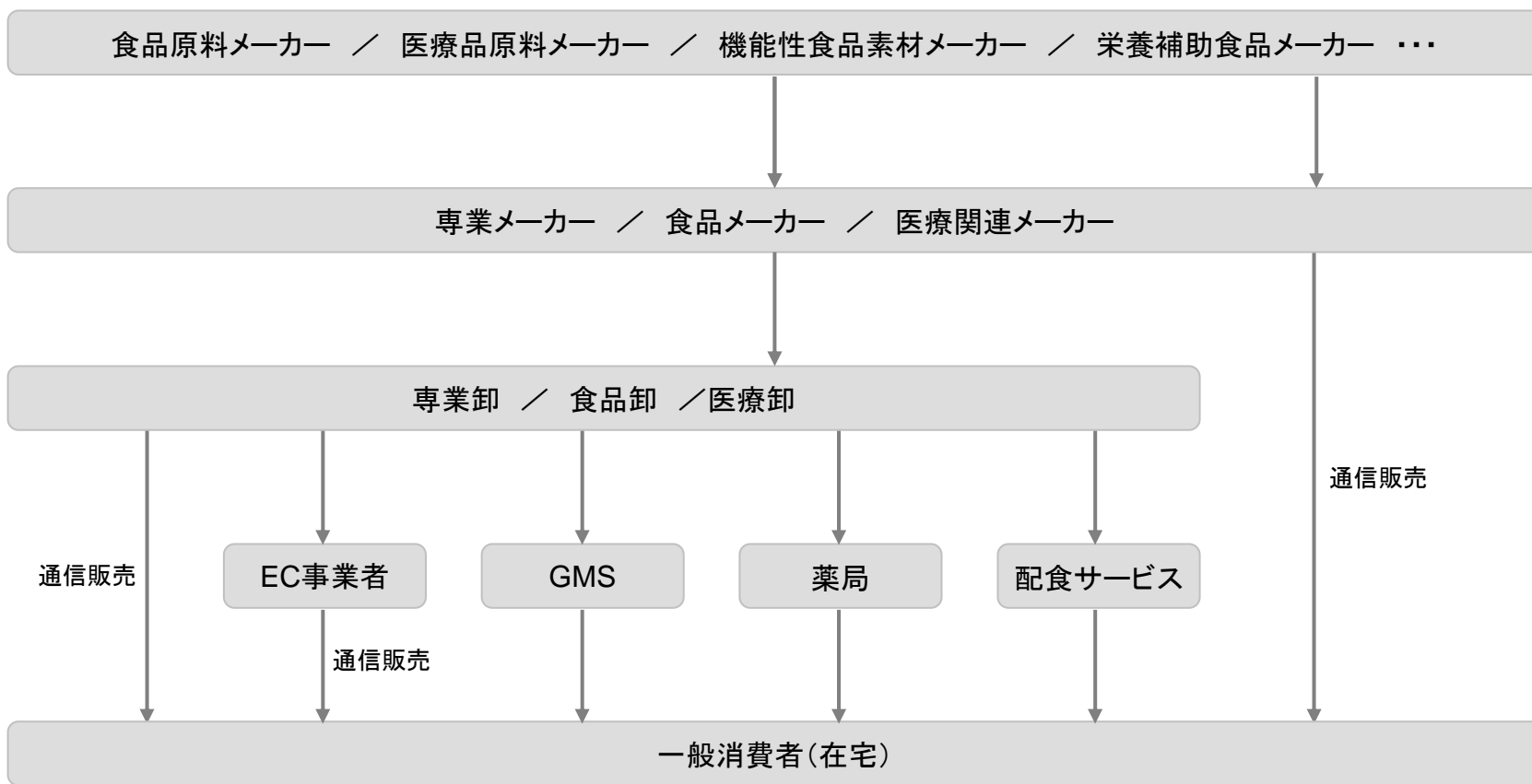
BtoC市場はBtoB市場と比べて1/10程度の規模であり、市場としては未発達の状態

- チャンネルとしては、通信販売がほとんどを占める。メーカー、卸がそれぞれ自社webサイトにて販売することも珍しくない

バリューチェーン



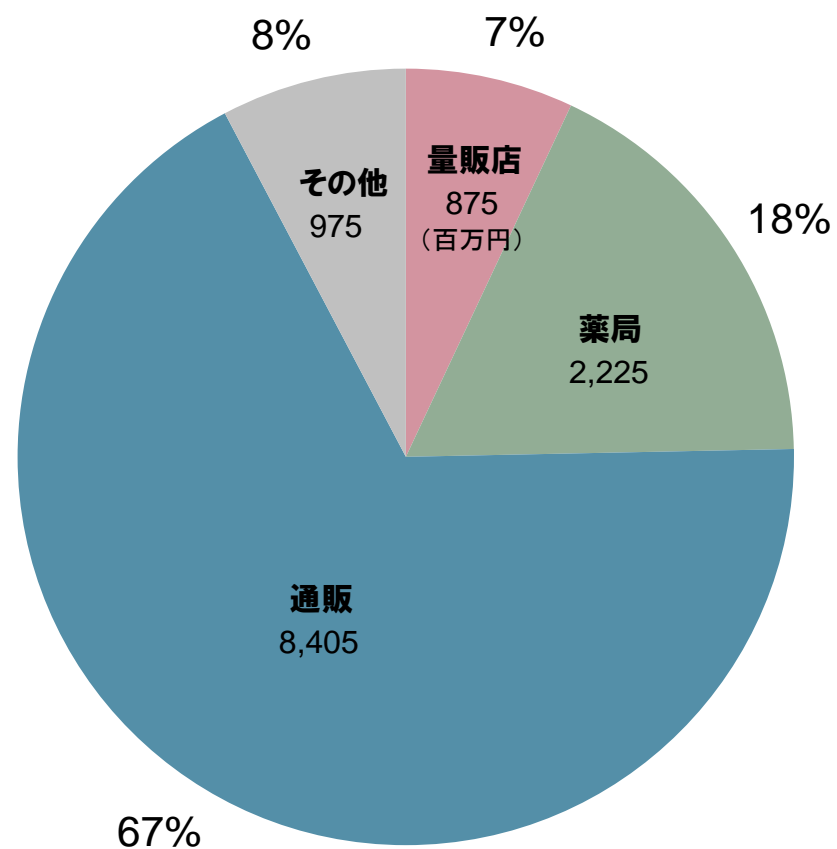
プレイヤー



4.BtoC市場における課題：BtoC市場のバリューチェーンとプレイヤー

チャネル構成比は現状、通販が約7割を占める

医療・介護用食品の家庭向けチャネル別販売額構成比(08年見込)

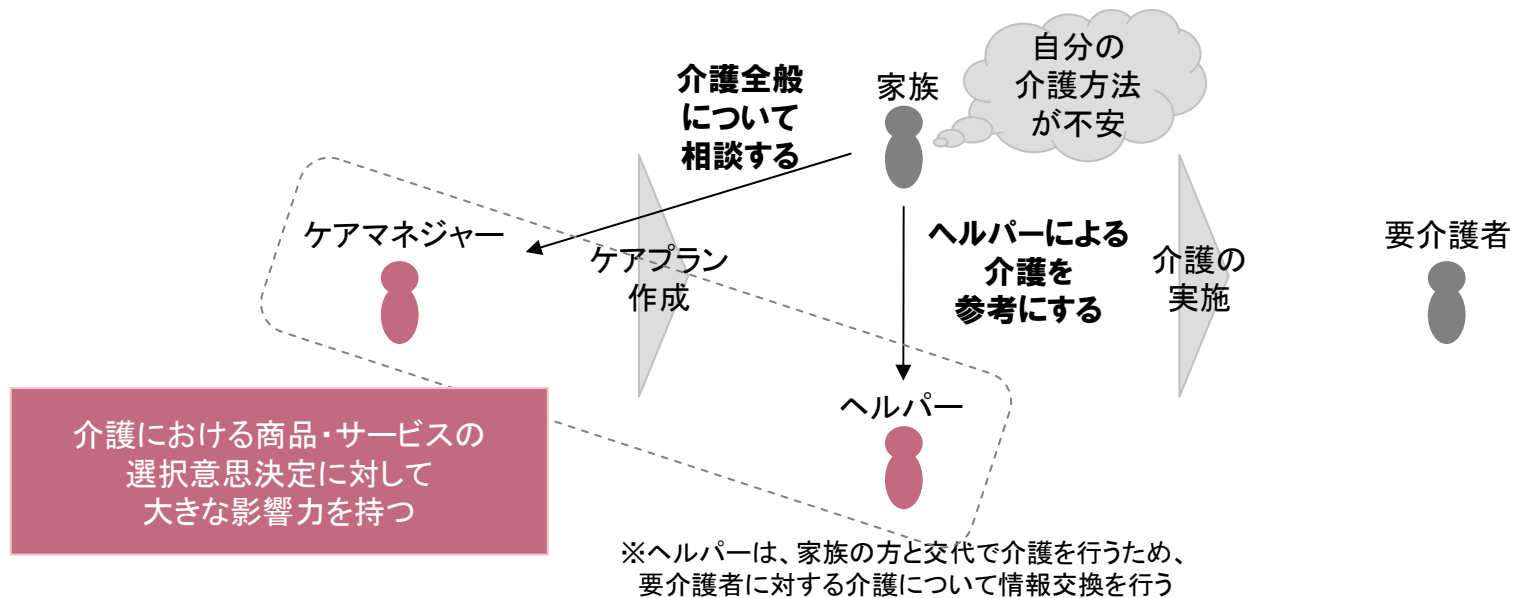


4. BtoC市場における課題: BtoC市場のバリューチェーンとプレイヤー

在宅介護における商品・サービスの選択意思決定はヘルパー・ケアマネジャーに大きく依存している

- 要介護者の介護は、家族に加えて、介護サービス事業者のヘルパーが行なうケースも多い
- 食事等に係る意思決定は、介護サービス事業者のヘルパー、ケアマネジャーに依存する部分が多い

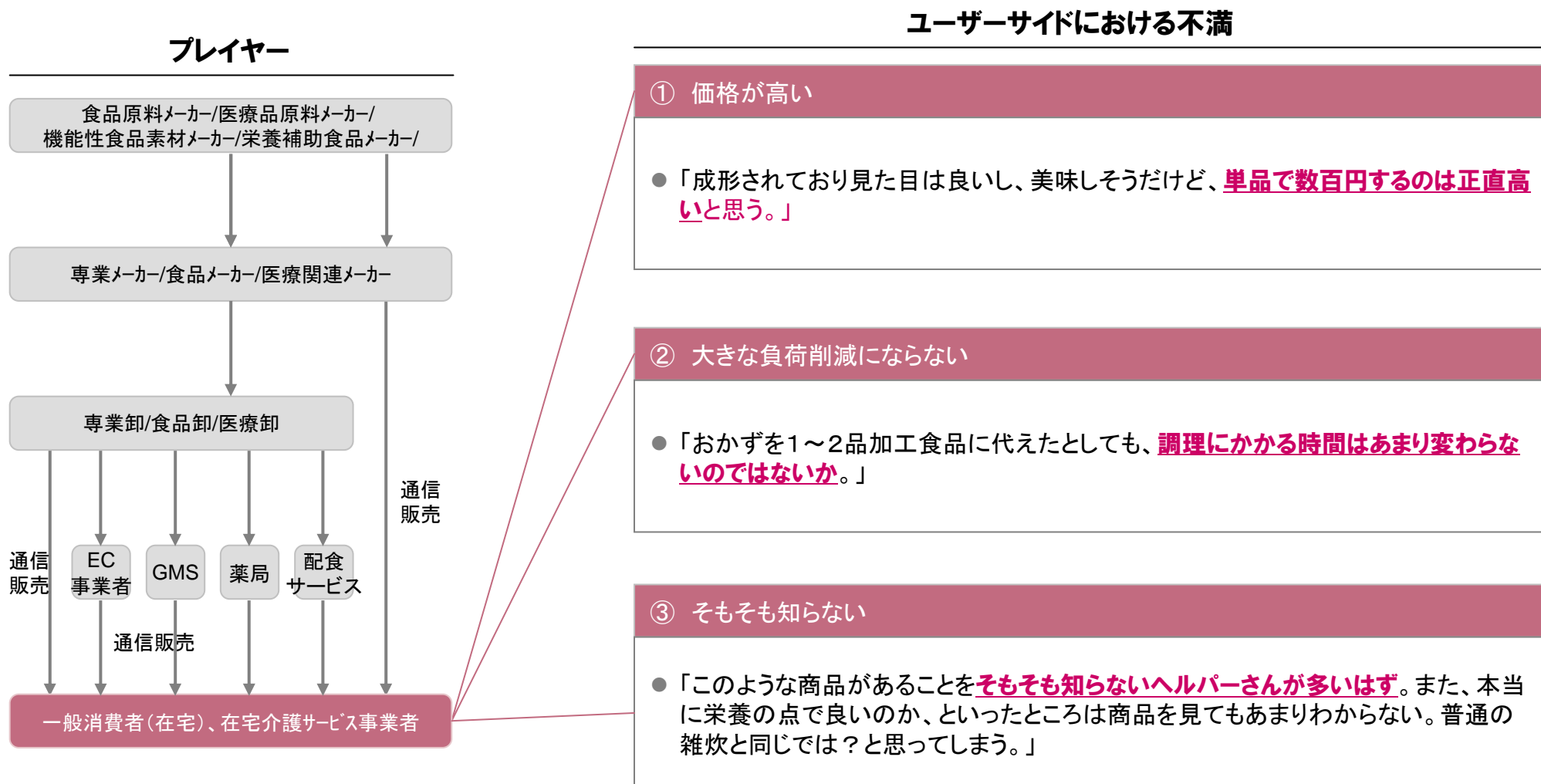
介護プロセスにおける各人とのやり取り



4.BtoC市場における課題

BtoC市場におけるユーザーサイドの不満は、BtoB市場と同様に「価格が高いこと」「大きな負荷削減にはならないこと」。加えて、そもそも認知が進んでいない状況にある

- 価格が高い点、負荷削減にならない点は、BtoB市場と同様

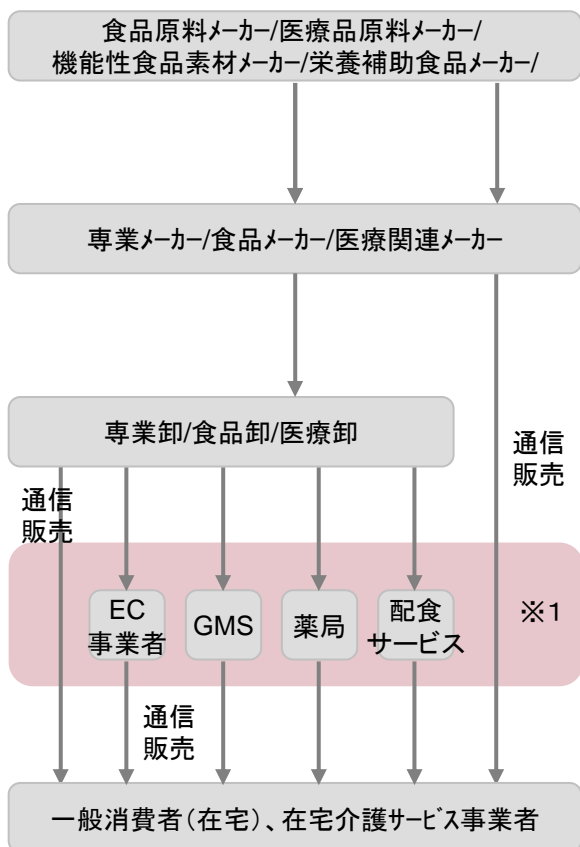


4.BtoC市場における課題

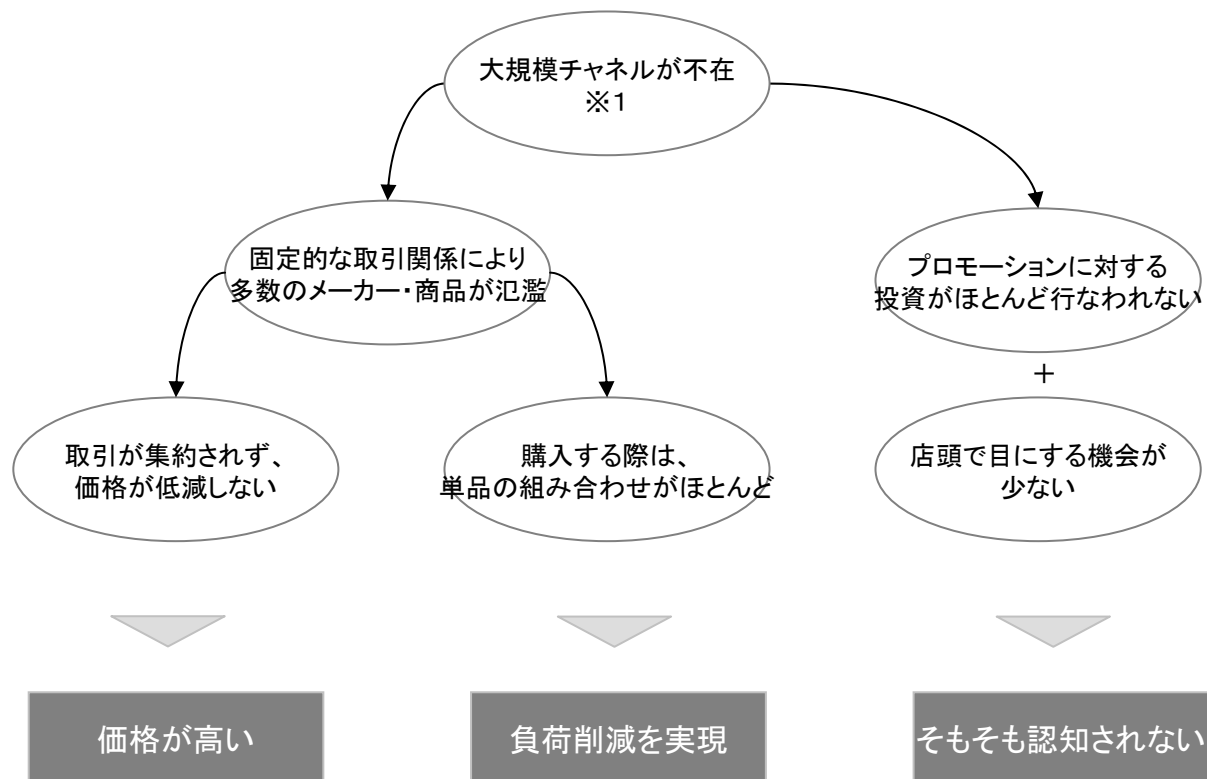
BtoC市場において、調達のスケールメリット実現と、パッケージによる商品提供が可能となる大規模チャンネルプレイヤーが存在しないことが、最大の成長阻害要因

- 基本的な問題構造はBtoB市場と同様。加えて、チャンネル機能を担う大手プレイヤーが存在しないことが市場の成長を阻害する最大の要因

プレイヤー



問題構造



総括

医療・介護用食品市場は、今後も成長が予測される

ポテンシャルの高い同市場の成長を阻害する要因は「価格の高さ」と「利用による負荷低減効果の少なさ」

今後のさらなる成長のためには、大規模プレイヤー主導によるスケールメリットの追求と、単品ではなく一食としてのパッケージ化したメニュー提供が必要となる