

## マレーシアの健康食品市場の成長可能性

バンコク事務所副所長 東 智子

### 1. マレーシアの生活習慣病の概況

マレーシアは2025年までの高所得国入りを目指しているが、同国が抱える社会課題の一つが国民の生活習慣病だ。18歳以上の人口の22.4%が肥満状態（BMI30以上）で、ASEAN6カ国の中で最も肥満率が高く、日本の約4.5倍である<sup>1</sup>。20歳から79歳までの人口に占める糖尿病患者の割合も、2021年は19.0%と非常に高く、10年前の12.1%から悪化している<sup>2</sup>。これらの要因として砂糖や食用油を大量に使用する食品の摂取、運動不足等があげられる。

ASEAN6カ国・日本の肥満率（2022年）  
BMIが30以上の人の18歳以上人口に占める割合

国名	肥満率(%)
マレーシア	22.4
タイ	14.5
シンガポール	13.5
インドネシア	11.5
フィリピン	8.7
日本	4.9
ベトナム	2.1

WHOのデータをもとに筆者作成

### 2. マレーシア政府による国民の健康促進の取組

マレーシア政府は2020年に健康習慣普及政策「国家健康計画（ANMS2020-2030）」を発表し、毎年9月をウェルネス月間と定め、ヘルスリテラシー<sup>3</sup>を高める行事を行っている<sup>4</sup>。また砂糖の過剰摂取による肥満や糖尿病を防ぐため、2019年から基準値超の砂糖含有量飲料に対し1Lあたり0.5リンギ（約17円）の物品税を課税している。これにより砂糖入り飲料の全国消費量が9.25%減少した<sup>5</sup>。

しかし、依然として肥満率及び糖尿病の罹患率が高いため、首相自らが国民に対し過剰な糖分摂取の危険性を唱える等、国民の行動変化が求められている<sup>6</sup>。

### 3. マレーシアの健康食品市場の現状

TPCマーケティングリサーチ株式会社の調査によると、マレーシアの健康食品市場は2018年の1,315.5億円から2023年の1,656億円と約30%増加した<sup>7</sup>。現

<sup>1</sup> WHO「THE GLOBAL HEALTH OBSERVATORY」 <https://www.who.int/data/gho>(参照 2024-10-7)

<sup>2</sup> The World Bank Group「World Bank Open Data」 <https://data.worldbank.org/> (参照 2024-10-7)

<sup>3</sup> ヘルスリテラシーとは、健康や医療に関する情報を入手し、理解し、活用する能力のこと。

<sup>4</sup> Majlis Keselamatan Negara「BULAN MALAYSIA SIHAT SEJAHTERA (WELLNESS MONTH)12 September 2024」  
<https://www.mkn.gov.my/web/ms/2024/09/12/bulan-malaysia-sihat-sejahtera-wellness-month/> (参照 2024-10-7)

<sup>5</sup> NNA POWER ASIA「砂糖入り飲料税、25年度予算案に盛り込み」2024年9月12日  
<https://www.nna.jp/news/2704501>(参照 2024-10-9)

<sup>6</sup> WEEKLY MTOWN「首相、国民に糖分摂取の危険性唱える＝糖尿病対策で」2024.09.09  
<https://www.mtown.my/news/politics/20240909-001/>(参照 2024-10-9)

<sup>7</sup> TPCマーケティングリサーチ株式会社「2024年 東南アジアの健康食品市場」

在、健康食品はスーパー、ドラッグストア、ECプラットフォーム（Shopee や Lazada）等で販売されるほか、地下鉄駅構内にはサプリメント自販機も設置されている。生活習慣病やダイエットを目的とした商品へのニーズが高く、例えば糖質や脂質の代謝を助けるビタミンB群サプリメントや腸内環境整備を助ける善玉菌入り商品等の体重減少をサポートするもの、関節の動きをサポートするコンドロイチンやグルコサミン入り商品の売れ行きが好調だ。



(写真) 駅構内のサプリメント自販機

現地食品事業者に伺ったところ、「中華系を中心に健康意識は高まっている。健康酢や粉末青汁等の日本製健康食品は、摂取メリットと価格に納得すれば継続購入する」「健康食品に関心を持つ人が増えた。プロテインを飲み、ジムに行くようになってきた」とマレーシア人の健康意識と健康食品への関心の高まりを感じているとのことであった。

#### 4. 県内企業にとってのビジネスチャンス

マレーシアでは今後、生活習慣病患者が多いことや高齢化の進展<sup>8</sup>等により国民の健康意識が更に高まることが予想され、健康食品の市場拡大が期待できる。既に健康意識の高まりに着目し、ビジネス展開を検討・実施する日本企業が増えているという話を聞く。例えば、バイオベンチャーの株式会社ユーグレナは現地企業と提携し、ハラル認証付きのバランス栄養代替食品「Dr. Kengo」を販売する<sup>9</sup>。この商品は、「日常生活に必要な 59 種類の必須栄養素を含み、痩身と体重減少に効果的」と謳う。



(写真) ドラッグストアのサプリメント売場

他方、現地食品事業者からは「日本製健康食品のパッケージに記載の効果をそのままマレーシアで記載しても良いか入念な確認が必要」との助言を受けた。また、現在の日本産食品の主な購入者は中華系の中・高所得者層のため、ハラル認証取得は必須ではない。一方、ハラル認証機関の政府機関 JAKIM（マレーシア・イスラーム開発局）の認証は国際的に高い評価を得ているため、同認証が取得できれば、人口の6割以上がイスラム教徒であるマレーシアでの販路拡大に加え、イスラム教が多い他国への輸出にも取り組みやすくなる。

当事務所では、引き続きマレーシアでの健康食品に関する情報収集にも取り組んでいくので、関心があれば問い合わせいただきたい。

※為替レート 1 リンギ=34.8 円、1 ドル=152.2 円

<https://www.tpc-osaka.com/c/health/mr220240627> (参照 2024-10-9)

日経新聞「TPC マーケティングリサーチ、東南アジア 5 カ国の健康食品市場について調査結果を発表」  
2020 年 3 月 25 日 [https://www.nikkei.com/article/DGXLRSP531650\\_V20C20A3000000/](https://www.nikkei.com/article/DGXLRSP531650_V20C20A3000000/) (参照 2024-10-9)

<sup>8</sup> JETRO ビジネス短信「マレーシアの高齢者人口、2030 年までに年平均 4.5% 拡大」2023 年 11 月 16 日

<sup>9</sup> SIREH EMAS MARKETING SDN BHD「Dr. Kengo」<https://drkengo.com/> (参照 2024-10-10)