

2 0 0 4 年 8 月 4 日

株式会社 富士経済

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町

2-5 F・Kビル

TEL.03-3664-5811 FAX.03-3661-0165

広報部 03-3664-5697

mail address : koho@fuji-keizai.co.jp

有望な特定保健用食品と健康美容食品(H・Bフーズ)成分市場を予測

2 0 0 5 年 予 測

特定保健用食品市場は、3 7 8 9 億円超の規模に成長(対03年比20%増)

健康美容食品の有望成分

カテキンは、1 3 3 3 億円の規模(03年から73%増)

大豆ペプチドは、8 5 億円の規模(03年から21倍に成長)

総合マーケティングビジネスの㈱富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 原 務 03-3664-5811)は、今年6月から7月にかけて、特定保健用食品と今後有望視される健康美容食品(H・Bフーズ)の成分の市場動向を調査した。

この調査では、

(1) 特定保健用食品は、実証データを使用してその効能効果を訴求することが許されている。その優位性を販売上発揮しているカテゴリー、商品は何か、

(2) 次々に現れる多様な成分の中で健康美容食品として将来性を期待できる成分は何か、を明らかにした。

このほどその報告書「特定保健用食品&有望成分市場2004」をまとめた。

< 調査のまとめ >

1. 特定保健用食品の市場動向

(1) 全体市場

この市場を訴求効能によって(1)整腸効果(さらにオリゴ糖、乳酸菌、食物繊維に分ける)(2)コレステロール改善(3)高血圧予防(4)ミネラル吸収(5)虫歯予防(6)血糖値改善(7)中性脂肪改善の7分野に分類して分析した。

2 0 0 3 年

特定保健用食品市場は3 1 6 7 億円、対前年比118.3%と好調であった。1 8 9 5 億円と規模の最も大きい整腸効果食品は、食物繊維食品の落ち込みが影響し02年に比べ微増にとどまった(対前年比100.7%)。以下、虫歯予防食品が5 0 3 億円(対前年211.7%)と大幅に増加し、中性脂肪改善食品の3 5 0 億円(対前年210.1%)とともども高い伸び率を示して全体の伸びに貢献した。

2 0 0 5 年 予 測

特定保健用食品市場は3 7 8 9 億円(対03年比119.6%、前年比106.8%)に市場拡大する。

2 0 0 4 年は10%台の好調な成長が見込まれるが、カテゴリー間の差が明確になり、特定保健用食品をうたえばすべて販売実績に結びつく市場ではなくなり、2 0 0 5 年に向けてその市場の成長は鈍化する。食品全体の「健康食品化」が進む中で従来の様な訴求力を維持できない商品が増えて、鈍化に転じる領域が増えるためである。

最も販売規模の大きい整腸効果分野は、1 9 9 2 億円と03年に比べ5%伸びる。乳酸菌の持つさまざまな機能が紹介されて消費者の関心が高まっており、乳酸菌市場が1 8 2 1 億円と03年に比べ6%増と予測される。中性脂肪改善分野が6 7 5 億円(03年対比93%増)とほぼ売り上げ倍増し、虫歯予防分野も6 3 1 億円(03年対比25%増)と高い伸びを示す。

(2) 注目される効能別市場

中性脂肪改善市場 2 0 0 5 年 予 測 6 7 5 億円(対03年比192.9%、前年比118.7%)

99年の花王の「健康エコナ(食用油)」によって開拓された市場で、02年ころからこの商品の伸び率がやや鈍りこの市場の拡大ペースも穏やかになった。花王「ヘルシア緑茶」が2 0 0 3 年に発売され、中性脂肪改善(体脂肪)

のインパクトで一気に売り上げを拡大。当初から特定保健用食品として開発され初の100億円突破を記録した。2004年も販売チャネルをCVSに加えて量販店、ドラッグストアにも展開、販売エリアの拡大により急成長が見込まれ、トップブランドになることが確実視される。食用油からマヨネーズに続くマヨネーズタイプドレッシングの商品開発や、茶系飲料の販路拡大などにより、市場全体もさらに拡大が見込まれるが、将来的に安定した推移を続けるかどうか注目される。

整腸効果のうち乳酸菌市場 2005年予測 182.1億円（対03年比106.8%、前年比100.7%）

1996年に既存のヨーグルト商品などが表示許可を取得し特定保健用食品になることで市場が生まれた。明治乳業「ブルガリアヨーグルト」に代表されるブランド力が大きく販売規模も大きな商品が特定保健用食品になることで規模が一気に拡大し、2001年には1500億円を突破した。ヤクルト本社、森永乳業、明治乳業の大手3社が大半を占めるこの市場は2002年のヨーグルト効果ブームによる急成長の反動を越えて2004年は回復の兆しが見られる。日本ミルクコミュニティの「ナチュレPRO GB」の実績が03年7月より再び特定保健用食品として加わり、再び実績は増加に転じると予測される。

虫歯予防市場 2005年予測 63.1億円（対03年比125.4%、前年比121.1%）

2000年までは小規模な市場に留まっていたが、2001年にロッテの「キシリトール+2」の参入から市場が一気に拡大し、同年には早くも100億円を突破した。2002年は、特定保健用食品表示のメリットを実感して、ロッテとキャドバリージャパンの2社が商品のラインアップを拡充したことにより急激に市場が拡大し、200億円の大台をクリアした。2003年には江崎グリコが「ボスカム」で参入し、市場規模は500億円を突破。今後も虫歯予防の特定保健用食品市場がガムの市場全体にも大きな影響を与えることになり、高い成長率を維持すると予測される。

2. 健康美容食品の有望成分市場

有望成分は、弊社「H・Bフーズマーケティング要覧」の最新調査、およびその後の調査で新たに注目したものを加え、以下の14成分を取り上げた。

1. アミノ酸
2. カテキン
3. コエンザイムQ10
4. 大豆ペプチド
5. もろみ酢
6. 黒酢・香醋
7. ヒアルロン酸
8. マカ
9. ホスファチジルセリン
10. クエン酸
11. 松樹皮エキス
12. L-カルニチン
13. ノニ
14. ギャバ

2003年

市場規模順に見ると、機能性ニアウォーターとして爆発的にヒットしたアミノ酸が需要を拡大して116.9億円を売り上げ、カテキン77.0億円、ノニ26.0億円、黒酢・香醋23.8億円、そしてもろみ酢、コエンザイムQ10、クエン酸の順となった。

2005年予測

市場規模予測では、カテキンに入れ替わり133.3億円、アミノ酸が成分や商品への理解度を深めて安定し113.2億円で続き、ノニ31.7億円、黒酢・香醋27.7億円、クエン酸26.7億円などの市場が続く。

大幅な成長が予想されるのは、大豆ペプチド、クエン酸、松樹皮エキス、L-カルニチンである。

注目される有望成分

(1) カテキン 133.3億円（対03年比173%）

カテキンはお茶の抽出成分で、日本人に馴染みの深い緑茶に含まれる成分として、古くから知られている。強い抗酸化作用を初め抗菌、抗腫瘍作用などさまざまな機能が認められている。2003年の花王「ヘルシア緑茶」が高濃度カテキン含有で体脂肪抑制を訴求して一躍巨大市場を形成した。今後もダイエット効果がイメージとして浸透し、高濃度カテキン飲料の牽引で着実に成長していくと予測する。

(2) 大豆ペプチド 8.5億円（対03年比2125%）

大豆の機能性成分のひとつでエネルギー代謝および運動能力増強効果が期待できる。この成分を含む商品は、スポーツアスリート向けが中心となってきたため、市場規模は小さかった。2004年にアミノ酸ブーム後の商品と

して期待され、新製品の登場が相次いだ。セブン-イレブン・ジャパンと不二製油、森永製菓、カルピスが共同開発した商品は、セブン-イレブン・ジャパンの共同開発商品としては機能性を初めて訴求した食品であり今後が期待される。さらにコカ・コーラボトラーズもC V S限定新商品を7月に投入し、次ぎつぎとC V Sを中心に新たな成分や商品が登場する中で、消費者が成分、内容をどう受け入れるか、アミノ酸との違いをどう認めるかなどが課題として残るが期待は大きい。

(3) クエン酸 267億円(対02年比635%)

クエン酸は、酸性に傾きやすい現代人の体を弱アルカリ性に保つ働きがある。基礎代謝を高めてコレステロールや体脂肪、乳酸の分解を促進し肥満を防止し疲労回復に作用する。2000年頃から、市場を形成しはじめ2004年に大手飲料メーカー、コカ・コーラボトラーズとキリンビバレッジから大型商品が投入されたことで市場は一気に200億円を超える規模となる。今後も大手メーカーから手軽に摂取できる飲料タイプの新製品投入が見込まれ、健康増進や美容、ダイエット、スポーツなど訴求ポイントの拡大によってさらに市場が躍進すると期待される。

<調査の背景>

特定保健用食品制度は1991年にスタートした。

消費者は健康保持増進に対する関心を年々高め、健康食品に求める機能も細分化、多様化している。健康に関連する食品市場は、健康に関する情報が氾濫し商品数も膨大になり、混沌としつつ更なる発展をめざしている。

社会環境を背景に、健康に関連する機能を持つ食品に対するニーズは今後もいっそう増えるだけに、景表法の見直しが進められ、条件付特定保健用食品の導入に向けての検討が行われるなど市場制度を整備する新たな動きも出ている。

<調査方法>

弊社専門調査員による参入企業への直接ヒアリングをベースに、各種公的データ、既存刊行資料を参考にして分析した。

調査は、2004年6月～7月に実施

以上

タイトル	: 「特定保健用食品&有望成分市場 2004」
体裁	: A4判 187頁
価格	: 100,000円(税込み105,000円) CD-Rセット価格110,000円(税込み115,500円)
調査・編集	: 富士経済 東京マーケティング本部 ヘルシアグループ TEL03-3664-5831 FAX03-3661-9778
発行所	: 株式会社 富士経済 〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2-5 F・Kビル TEL 03-3664-5811 (代) FAX 03-3661-0165 e-mail:koho@fuji-keizai.co.jp
この情報はホームページでもご覧いただけます。URL : http://www.group.fuji-keizai.co.jp	