

2006年12月1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  
 URL: http://www.group.fuji-keizai.co.jp/  
 URL: http://www.fuji-keizai.co.jp/  
 広報部 03-3664-5697

## 健康志向食品に関する市場調査を実施 健康志向食品は2007年に1兆2,269億円予測

総合マーケティングビジネスの(株)富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 代表取締役 阿部英雄 03-3664-5811)は、このほど健康美容食品市場を効能・効果別に15分野に分類して市場の構造や特性、トレンドについての調査・分析を行った。その結果を調査報告書「H・Bフーズマーケティング便覧 2007 No.1」にまとめた。本報告書では、機能より味覚面を重視する健康志向食品の分野を食品(明らかな食品)と飲料(ドリンク類)に分けて分析した。

### <健康志向食品>

健康志向食品とは、機能より味覚面を重視した商品である。健康志向食品は明らかな食品とドリンク類に分類される。明らかな食品：一般加工食品と呼ばれる「通常の形態をした日常的に食べられる食品」に機能成分を添加、強化して商品の機能性を訴求する商品群を対象とする。

ドリンク類：飲料分野に属するものは、医薬品/新・医薬部外品のドリンク剤と区分するために本報告書では食系ドリンク類と呼ばれるものを対象とする。

### <調査結果の概要>

#### 1.健康志向食品市場

種類別	2006年見込み	2007年予測	前年比
明らかな食品	5,277億円	5,393億円	2.2%増
ドリンク類	6,958億円	6,876億円	1.2%減
合計	1兆2,235億円	1兆2,269億円	0.3%増

2006年の市場は前年比2.2%増の1兆2,235億円になると見込まれる。明らかな食品が栄養バランス食品や口臭予防食品での増加推移を受けて順調に販売を拡大しているのに対し、ドリンク類は減少推移が続いており、健康志向食品の成長を促すためにも早い回復が待たれる。

効能別の動向を見ると、栄養バランス食品が大塚製薬「ソイジョイ」の登場やブロックタイプ以外の新たなバリエーションが増えた事で消費者の支持を得て拡大している。美肌効果食品ではコラーゲンドリンクが急拡大し、整腸効果食品では、高機能型を含めたヨーグルト類が好調に推移している。口臭予防食品では舌の汚れに注目した江崎グリコ「BREO」や、口臭予防だけでなく味覚やおしゃれ感も兼ね備えたロッチェ「ACUO」など新概念商品が登場し話題を集めている。視覚改善作用食品はヨーグルト類でのブルーベリー人気の高まりが要因となり好調な推移となっている。2005年に大幅に減少した生活習慣病予防食品とマルチバランス食品に関しても、それぞれ食生活に密着したアイテムが好調に推移している事などから落ち込み幅が縮小することが見込まれる。

#### 2.注目訴求効能別市場

**栄養バランス食品 2006年見込み 817億円 2007年予測 855億円(前年比 4.7%増)**

栄養バランス食品は、5大栄養素のたんぱく質、脂質、炭水化物、ビタミン、ミネラルを配合した食品を対象としている。栄養バランス食品は食事代替を基本コンセプトに拡大してきたが、ブロックタイプ、ゼリー飲料でそれぞれビジネスシーン、スポーツシーンでの使用を提案しており、食事代替以外の訴求により新たな需要開拓が図られている。また、食感を工夫したり、フルーツ・穀物類を使用するなど味覚面での商品バリエーションの充実が重要視される傾向にある。今後も商品アイテムの追加が積極的に行われ、競争が激化していくことが予想される。

**視覚改善食品 2006年見込み 151億円 2007年予測 157億円(前年比 4.0%増)**

視覚改善食品市場は、フレーバー的な位置付けで使用されていたブルーベリーが健康素材として認知されたことにより形成され、順調なペースで拡大を遂げている。2005年はカシスを配合した明治製菓「カシス i」が発売され、ブルーベリーに続く素材の誕生によって市場が広がった。2006年もブルーベリーの更なる人気の高まりと「カシス i」の続伸により市場は拡大が続いている。パソコンの使用機会が増えていることなどにより視覚改善作用に対するニーズは今後も高まるとみられる。市場の中心となるヨーグルト類に関しては、ヨーグルトの健康性とブルーベリーの持つ機能性・良好なイメージがあいまって更なる需要の拡大が見込め安定的な成長が期待される。

**覚醒効果食品 2006年見込み 203億円 2007年予測 209億円(前年比 3.0%増)**

覚醒効果市場はガムを主体とする市場構造が続いたが即効性のあるドリンク類が登場したことで活性化しており、今後もドリンク類が牽引する形で市場はプラス推移していくと見られる。ドリンク類は、従来の夜間帯の購入に加えて日中の眠気対策としての需要を拡大しつつあり、各企業の利用シーンの提案が着実に実績に結びついている。利用シーンの広がりにより、CVSにおける取り扱いが増えるものとみられるが、陳列スペースが限られていることもあり、医薬部外品のドリンク剤等との競争が激化するとみられる。

<調査対象分野・成分>

1. 滋養・強壮
2. 美肌効果
3. 整腸効果
4. ダイエット
5. 生活習慣病予防
6. 免疫賦活作用
7. 栄養バランス
8. 骨強化
9. 貧血予防・改善
10. 覚醒効果
11. のどの不快感除去
12. 虫歯予防
13. 口臭予防
14. 視覚改善作用
15. マルチバランス

<調査方法>

富士経済専門調査員によるヒアリング調査および各種公開資料等による文献調査

<調査期間>

2006年9月～10月

以上

資料タイトル:「H・Bフーズマーケティング便覧 2007 No.1」

体 裁 : A4判 233頁

価 格 : 100,000円(税込み 105,000円)

調査・編集 : 富士経済 東京マーケティング本部 第2事業部

TEL:03-3664-5831 (代) FAX:03-3661-9778

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

TEL03-3664-5811 (代) FAX 03-3661-0165 e-mail:info@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/>

URL:<https://www.fuji-keizai.co.jp/>