

2007年10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
 URL: <http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>
 URL: <https://www.fuji-keizai.co.jp/>
 広報部 03-3664-5697

特定保健用食品と有望な健康食品成分の市場を調査

- 2007年、特定保健用食品市場は3,623億円、前年比3.7%増の見込み -

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 社長 阿部 界 03-3664-5811)は、特定保健用食品と有望な健康食品成分・コンセプト市場の調査を6~8月にかけて行った。その結果を調査報告書「特定保健用食品&有望成分市場 2007」にまとめた。

健康食品市場は成熟期を迎えつつあり、素材の目新しさや話題性だけでは需要の確保することが難しくなっている。06年は、アガリクス問題、大豆イソフラボンやコエンザイムQ10の摂取上限値問題などに見舞われ、広告表現や商品名を巡っては規制強化の動きも見られた。一方で、メタボリックシンドロームの3要因(高脂血症、高血圧、高血糖)への対応や医療費の節減をするために未病向け健康食品の活用を模索する動きが徐々に強まり、中長期の需要が拡大する要因も見受けられる。

健康食品の安全性が取り沙汰されている中で、安全性と健康効能を併せ持った食品・成分に人気が集まるのは自然の流れともいえ、既存素材を新たな切り口で商品化して需要獲得を目指す動きが当分続くと見られる。

<調査結果の概要>

06年の特定保健用食品の市場は僅かに前年実績を上回って3,493億円となり、さらに07年は3.7%、130億円拡大すると見込まれる。

特定保健用食品の表示許可商品は1991年の制度発足以来着実に増加し、07年6月末現在、許可商品数689、承認商品数2の合計691となり、前年同月と比べ約100増加した。

1. 特定保健用食品市場

訴求効能	2006年	前年比	2007年見込	前年比
整腸効果	1,774億円	94.1%	1,787億円	100.7%
コレステロール改善	128億円	105.8%	134億円	104.7%
高血圧予防	95億円	95.7%	150億円	157.9%
ミネラル吸収	88億円	91.2%	65億円	73.9%
虫歯予防	581億円	102.3%	589億円	101.4%
血糖値改善	140億円	112.5%	139億円	99.3%
中性脂肪値改善	688億円	124.1%	760億円	110.5%
合計	3,493億円	101.3%	3,623億円	103.7%

06年、訴求効能では、中性脂肪値改善、血糖値改善、コレステロール改善や、整腸効果のうちオリゴ糖(前年比18.1%増)などが高い伸びを示した。特に中性脂肪値改善分野は、サントリー「黒烏龍茶」のヒットで、前年比24.1%と大幅に市場が拡大し、メタボリックシンドロームへの関心の高まりを裏付けた。また、コレステロール改善のマヨネーズタイプ調味料が順調に成長して日常の食事シーンに定着しつつある。

07年には中性脂肪値改善分野では味の素ゼネラルフーズのボトルコーヒー「ブレンディ香るブラック」、サントリー「黒烏龍茶」の躍進が見込まれ、高血圧予防の分野ではヤクルト本社「プレティオ」、サントリー「胡麻麦茶」が売上を伸ばすと見込まれる。

特定保健用食品の注目市場

中性脂肪値改善 (07年6月末現在の許可商品数 41件)

2006年 688億円 2007年見込 760億円(前年比 110.5%)

花王が健康油「エコナ」で需要を拓き、今メタボリックシンドロームへの関心の高まりから市場が拡大している。03年には、花王「ヘルシア緑茶」が発売され、翌年、市場は600億円に達した。その後“緑茶戦争”で売上は

急激に減少し、市場も縮小に転じた。06年は、サントリーがウーロン茶重合ポリフェノールを関与成分とした「黒烏龍茶」をヒットさせて市場も再び増加に転じた。効果的メディアミックスの宣伝活動により商品認知・機能認知が一気に高まっており、メタボリックシンドロームへの関心の高まりと相俟って、07年は200億円を超える売上が見込まれる。07年には味の素ゼネラルフーズがボトルコーヒー「ブレンディ香るブラック」を発売して、更に市場拡大が見込まれる。

日清オイリオグループは中鎖脂肪酸を関与成分とした健康油「ヘルシーリセット」と、この商品を原料としたファットスプレッド「リセットソフト」(業務用)を展開し、07年は「ヘルシーリセット」のパッケージリニューアルとWebサイトの販促活動により更に売上拡大を狙っている。

メタボリックシンドロームへの関心から中性脂肪値改善ニーズは今後も拡大が予測され、市場は順調な成長が見込まれる。ただ、このドリンク類は非特定保健用食品を含め競合が激しいこと、調味料類は一般食品との価格差が大きいことが安定した需要を確保する上でネックとなる。商品価値や機能を浸透させ、価格に見合う差別化が継続的な利用を促すための課題である。

高血圧予防 (07年6月末現在の許可商品数 85件)

2006年 95億円 2007年見込 150億円(前年比 157.9%)

競合が激化して03年頃から減少し始めた市場は05年に前年発売のヤクルト本社「プレティオ」により再び上向いた。07年はサントリー「胡麻麦茶」が「黒烏龍茶」に続いてこの市場でシェアを拡大する見込みで、ヤクルト本社「プレティオ」も量販店チャネルの販売開始により実績増加が見込まれる。

高血圧予防市場は、量販店に販売チャネルを拡大したヤクルト本社「プレティオ」の拡販とサントリー「胡麻麦茶」の新商品効果による伸びと今後の競合推移による動向が注目される。

コレステロール改善 (07年6月末現在の許可商品数 102件)

2006年 128億円 2007年見込 134億円(前年比 104.7%)

02年に味の素製油(現・J・オイルミルズ)「健康サララ」で、食用油のコレステロール摂取を気にする潜在需要を顕在化させ、日清オイリオグループ「ヘルシーコレステ」、味の素「ピュアセレクト サラリア」、キューピー「ディフェ」などで勢いを増し、この市場は05年には前年比50%近く伸びて120億円を突破した。06年は、大豆イソフラボン摂取の上限値問題により豆乳類が苦戦したが、「健康サララ」や調味料類は概して順調に推移し、市場トータルで伸び率は前年と比較して鈍化したが増加している。06年、不二製油グループはヨーグルト「豆乳で作ったヨーグルト」と豆乳「おいしさスッキリ調整豆乳」、「大豆農場の調製豆乳」(宅配専用)を展開して、コレステロール改善市場でシェアトップとなった。

「健康サララ」は、天然成分使用と特定保健用食品であることが支持され順調に伸びている。味の素の調味料「ピュアセレクト サラリア」は06年に発売した小袋タイプが個食対応や携帯性に優れることから、新しい利用シーン提案に貢献して好調に伸びている。

需要開拓が一定レベルに達すると特定保健用食品というだけでは拡大を続けることが難しくなることも予想され、好調な推移の調味料類も、次なる価値を訴求する方法を用意することが必要な段階になりつつある。

2.有望成分・コンセプト市場

訴求効能	2006年	前年比	2007年見込	前年比
野菜サプリメント	316億円	124.0%	375億円	118.7%
ノニ	315億円	104.1%	321億円	101.9%
コラーゲン	265億円	165.6%	316億円	119.2%
DHA	142億円	101.4%	151億円	106.3%
植物性乳酸菌	109億円		210億円	192.7%
白金ナノコロイド	15億円		26億円	173.3%
ブレンド雑穀	74億円		93億円	125.7%

有望成分としては上記の他、アスタキサンチン、ギャバ、グルコサミン、マカ、快眠訴求食品、食事型カロリー調整食品を加えた13品目を取り上げ、市場の現状と将来性について調査・分析を行った。

07年の市場規模が拡大すると見込まれる成分は、野菜サプリメントの375億円、ノニの321億円、コラーゲンの316億円などである。コエンザイムQ10のような目立った新規有望成分は登場していない。従来から存

在する素材・成分を新たな切り口で商品化して需要を開拓した分野があり、今回はそのような市場に着目した。

有望成分・コンセプトの注目市場

植物性乳酸菌

2006年 109億円 2007年見込 210億円(前年比 192.7%)

90年代半ばに通信販売で登場し、06年に乳酸菌飲料や野菜飲料が相次いで発売されて市場が拡大した。なかでも06年にカゴメが「植物性乳酸菌ラブレ」で40-50歳代女性の新規需要を開拓し、便通改善効果からリピート需要も順調で消費者の植物性乳酸菌に対する認知が急上昇した。07年は大幅な実績増加が見込まれる。

キッコマンは「ラクベジ」シリーズで果汁入り野菜飲料が人気を得ており、07年は大幅な実績拡大が見込まれる。参入メーカーが「植物性乳酸菌」の啓発活動を積極的に展開しており、新商品の投入が見られる注目市場となっており、今後も拡大が予想される。

ブレンド雑穀

2006年 74億円 2007年見込 93億円(前年比 125.7%)

ブレンド雑穀は、アワ、キビ、黒米、赤米、ヒエ、ハトムギ、アマランサス、キヌア、など複数の品種をブレンドして、家庭で混ぜて炊き上げるタイプの商品である。雑穀には、食物繊維、ビタミン、ミネラルなどの栄養分が豊富なことや、それぞれの品種ごとに抗酸化作用、コレステロール低下、免疫力向上などの作用があるといわれている。ブレンド雑穀は各品種の炊き上がりの状態を均一にし、味のバランスなども改良して15種類以上の品種をブレンドすることを可能にしている。04年にハウス食品が15種、やずやが16種ブレンド商品を発売した。07年には、エスピー食品が18種の商品を発表しており、今後はブレンドする品種数での差別化が進み競合が激化すると共に、市場拡大の可能性も高まる。

はくばくは、06年に「十六穀ごはん」を発売し、精麦商品や「骨太家族」などの米飯関連商品の実績から量販店の販売ルートを確認して販売実績を高めた。07年に品揃えの強化と販促活動に力を注ぎ好調な伸びが見込まれる。やずやは、07年にブレンド雑穀「発芽十六雑穀米」を発売しTVCM投下、チラシ、無料試食セットと商品の情報小冊子配布キャンペーンなどによって、販売実績を大幅に拡大する見込みである。

DHA (ドコサヘキサエン酸 略称DHA 生体にとって重要な不飽和脂肪酸化合物)

2006年 142億円 2007年見込 151億円(前年比 106.3%)

DHAはカツオやマグロの眼窩に多く含まれ、人間の体内で生成できないことから必須脂肪酸といわれる。脳の働きを良くする成分として認知度が一気に高まり、成分内容までよく理解された成分として発展してきた。既に定着した成分であるが、高齢化が進む環境で、コレステロールや中性脂肪値改善、動脈硬化予防などの効能の再認識を促せば、更に市場は拡大する余地がある。また08年度から特定健診/保健指導の義務化によって、メタボリックシンドロームへの対策の必要性が高まることが必至であるだけに、この波を利用して市場を拡大することも可能である。

05年はシリーズサプリメント事業を拡大するサントリーの中核商品として実績が伸び、06年もこの傾向が続いた。07年の市場拡大は、サントリーの続伸と05年に特定保健用食品「DHA入りリサーラソーセージ」を発売したマルハの実績増加が貢献すると見られる。

この市場で30%を超えるシェアのサントリーは、「自然のちから DHA&EPA+セサミンE」を健康食品事業の主力商品「セサミンEプラス」に次ぐ商品に位置づけており、07年もこの両商品の好調な伸びが続く見込みである。

主要有望成分の期待効能

白金ナノコロイド	細胞障害を起こす活性酸素を除去して、エイジングケア
アスタキサンチン	強力な抗酸化力によるエイジングケアや生活習慣病予防
ノニ	学名「モリンダシトリフォリア」でがん予防効果
植物性乳酸菌	生きて腸内に達して整腸効果
DHA	コレステロール改善、中性脂肪低下
野菜サプリメント	栄養バランス
マカ	ホルモンバランス、滋養強壮

< 調査の概要 >

調査期間 2007年6月～8月

調査方法 富士経済専門調査員による参入企業へのヒアリング

調査品目

特定保健用食品 (7品目)	整腸効果(オリゴ糖、乳酸菌、食物繊維)、コレステロール改善、高血圧予防、ミネラル吸収、虫歯予防、血糖値改善、中性脂肪値改善
有望成分 (13品目)	白金ナノコロイド、アスタキサンチン、ギャバ、植物性乳酸菌、ノニ、コラーゲン、DHA、野菜サプリメント、グルコサミン、マカ、ブレンド雑穀、快眠訴求食品、食事型カロリー調整食品

資料タイトル:「特定保健用食品&有望成分市場 2007」

体裁 : A4判 208頁

価格 : 100,000円(税込み105,000円)

CD-ROM付 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 第二事業部

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/>