

スポーツサプリメントからダイエット食品まで

2008 - 9年のスポーツ関連食品・飲料市場を調査

09年予測

プロテインドリンク活性化 前年比27倍 52億円 サントリーの新商品でプロテイン再認識

総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 阿部 界 03-3664-5811)は、08年12月から今年3月にかけて、スポーツ関連食品・飲料の市場と販売ルート进行调查した。

今回は、品目別市場分析と今後の展望や、08年の業界動向、販売ルートの動向、加工食品値上げラッシュによる市場の変化、小売企業・スポーツクラブなど30社の販売状況などを分析した。その結果を報告書「アクティブ&ウェルネスフーズ市場の将来展望 2009」にまとめた。

「アクティブ&ウェルネスフーズ」とは、スポーツサプリメントを中心にダイエット食品も含む「運動前」「運動中」「運動後」などスポーツと関連する食品と飲料の総称である。スポーツサプリメントは、アミノ酸やプロテインが中心となっており、アミノ酸ブーム後は厳しい環境が続いているが、スポーツを日常的に行う習慣の広がりにより着実に定着している。

1. 調査結果の概要

(1) 市場規模推移

05年 6,613億円 08年見込5,832億円(前年比97.1%) 09年予測5,845億円(前年比100.2%)

アクティブ&ウェルネスフーズ市場は、半分近くを占めるスポーツドリンク・機能性清涼飲料の市場動向に大きく左右されるため、コカ・コーラシステム「アクエリアス」、大塚製薬「ポカリスエット」のビッグブランドの動向や09年プロテインドリンク市場に参入したサントリー「プロテインウォーター」の動向が注目される。

アクティブ&ウェルネスフーズ総市場は、スポーツドリンク・機能性清涼飲料が06年から08年まで3年連続で縮小しているためにその影響を受けてマイナス推移となっている。しかし、本格的なスポーツ目的の明治乳業「スーパーヴァーム」のヒットに伺えるように、今後は確かな効果を体感できる商品が市場に大きな影響を与えていくと考えられる。

08年4月からメタボ健診(特定健診、特定保健指導)がスタート、「メタボ」が流行語となったことで、アクティブ&ウェルネスフーズ特需が期待されたが、実際には大きな影響は出なかった。

スポーツ用市場は、規模が小さいながらも安定した需要を維持しており、08年に原料となる乳製品の高騰から主力のプロテインの値上げを実施したメーカーから多少消費者離れがあったものの市場への大きな影響は無かった。メタボ解消や予備軍の改善需要は今後も確実に高まっていくと見られ、「栄養を摂取しながら運動して健康的にメタボを解消していく」と特定保健指導が行なわれているために、運動と密接に関連したアクティブ&ウェルネスフーズが一層重視されていくと思われ、今後も成長が十分期待される。

非スポーツ用市場では、ディーエイチシー、サントリー、ファンケルといったシリーズサプリメントを含むその他サプリメント分野が1,000億円超と抜け出ているが、この分野も健康番組のデータ捏造をはじめとする健康関連業界全体への不信感の影響や、07年に表示規制が厳しくなったことで停滞感が見られる。この分野で年々高い伸びを見せているのは、ニュートリションバーである。06年に大塚製薬が大豆とフルーツの「SOYJOY」を発売し積極的な拡販を展開して大ヒットとなり、結果的にバー菓子の売場自体が拡大するという相乗効果をもたらした。

(2) 参入メーカーの環境

スポーツサプリメント市場は、明治製菓、森永製菓、健康体力研究所の3社で寡占していたが、90年代後半から味の素、明治乳業、江崎グリコ、大塚製薬、THINKフィットネス、ドームなどが相次いで参入した。また低

価格・大容量を謳い文句に輸入品を主に通販で販売する小規模商社や個人輸入代行業者も増加した。

スポーツドリンク・機能性清涼飲料は、大塚製薬、コカ・コーラグループの2社の寡占状態であった。スポーツドリンク・機能性清涼飲料も90年代からはサントリー、アサヒ飲料、キリンビバレッジ、ダイドードリンコなどメーカーが増加し、更にSM、ドラッグストアなどのPB商品が台頭して群雄割拠の様相を呈した。

09年4月から、明治製菓と明治乳業が統合し明治ホールディングスが誕生。スポーツサプリメント市場の大手ブランドである「ザバス」と、本格的なスポーツ用機能性飲料を代表する「ヴァーム」が兄弟ブランドとなる。企業間の勝ち負けが鮮明になって来ることから、今後はさらに再編や統合が行われる可能性がある。

プロテインは原料の乳製品の著しい高騰のため、07年秋にファイン・ラボ、08年春に明治製菓、健康体力研究所などが価格改定に踏み切った。わずかに消費者離れにつながり、値上げを行わなかったドームや森永製菓にシフトした。

2. 主要品目市場の将来性

プロテインドリンク(スポーツドリンク・機能性清涼飲料)(主販売ルート スポーツクラブ、大型スポーツ量販店)

08年見込1.9億円(前年比90.5%) 09年予測52.0億円(前年比2.7倍)

この市場は、スポーツ用と一般用のプロテインドリンクを含む。現在のところ消費者のプロテインを飲料で摂る習慣が広がらず、スポーツ用プロテイン市場はスポーツクラブなどを中心としたマーケットが続くと見られる。

09年3月に、サントリーが「ダカラ プロテインウォーター」を20代の男性を意識してCVS、スーパーなど量販ルートに投入した。この販促活動が“プロテイン”の認知度を高め、プロテインドリンク市場の拡大が期待される。08年はシェアトップのドームと明治製菓が市場の4分の3を占めた。

非スポーツ用ニュートリションバー(主販売ルート CVS、GMS・SM、ドラッグストア、ドラッグストア)
08年見込396.0億円(前年比110.0%) 09年予測426.0億円(前年比107.6%)

大塚製菓が「カロリーメイトに」によって80年代に創った。さらに「SOYJOY」の積極拡販によるヒットもあり市場シェアが高まりメーカーシェアトップの座を守り続けている。近年では味や食感も多様化が進み、有力企業の新規参入も見られ市場は活況を呈している。これまでおやつ寄りの商品が多かった市場であるが、明治製菓が「デスクの朝食」で提案するような朝食需要向けで新たなターゲットの開拓も可能であると見る。更に市場は拡大中で今後注目される。

*GMS 総合スーパー SM スーパーマーケット

スポーツ用MRP(主販売ルート 大型スポーツ量販店)

08年見込0.70億円(前年比155.6%) 09年予測0.75億円(前年比107.1%)

08年、トップシェアの健康体力研究所「ウェイトゲイン」は、安価であるために低価格志向の消費者を捉えて増加している。ドーム「アスリートMRP」も新製品効果で大きな販売額となり、この2商品を軸に市場全体が成長している。現在はヘビーユーザーか、プロテインと混同して「低価格プロテイン」として購入している初心者が多いが、エネルギー食品として理解が進めば今後の市場開拓の可能性は大きい。

*MRP：ミールリプレースメントパウダー 食事代替食品として溶かして飲用する粉末

スポーツ用ニュートリションバー(主販売ルート 大型スポーツ量販店、ドラッグストア)

08年見込1.8億円(前年比120.0%) 09年予測1.9億円(前年比105.6%)

焼き菓子や、ヌガー形状でスポーツ中にたんぱく質や、エネルギーを補給する食品を対象とする。欧米に比較して現在の日本の市場は小規模に留まっている。日本ではパウチゼリーの市場が大きいと見られるが、単なる栄養摂取ではなく、バーやパウダーによる食事代替の潜在需要は高いことや、毎日ゼリーだけでは飽きが来ることから拡大の余地は大きい。市場は、08年「アミノバイタルスポーツキューブ」で味の素がトップを、そして「ウイダープロテインバー」の森永製菓、「パワーバー」のネスレ日本が続く。

スポーツ用アミノ酸(主販売ルート 大型スポーツ量販店、ドラッグストア)

08年見込57.8億円(前年比100.5%) 09年予測58.0億円(前年比100.3%)

味の素の寡占市場である。微減傾向にある商品が多く、今後もいっそう味の素「アミノバイタル」に集約が進むと見られる。現在では単なるアミノ酸では訴求力が弱く、より細分化されたアミノ酸の種類に消費者の目が向きつつある。シトルリンは、血管拡張作用による代謝、疲労回復などに効果的といわれ日本では08年からサプリメントへの使用が認可されて商品が増加している。欧米ではスポーツ用サプリメントとして既に一般化しており、今後は日本でも増加して行くと思われる。

スポーツ用パウチゼリー(主販売ルート スポーツクラブ、大型スポーツ量販店、ドラッグストア)

08年見込4.8億円(前年比96.0%) 09年予測4.8億円(前年比100.0%)

森永製菓「ウイダーinゼリー」を筆頭に一般消費者向け商品の市場が巨大で、このスポーツ用をコンセプトにした商品は需要に限られていた。多くのスポーツ用商品が一般消費者向けと大差のない設計であったこともあり、スポーツユーザーも安いドラッグストアで購入するケースが多かった。ここ数年はランニング、ウォーキングブームによって需要が高まっているために、簡便で一般用ゼリーより機能性の高いスポーツ用パウチゼリーの拡大が考えられる。トップの「ジヨクメイトプロテインゼリー」の大塚製菓と「アミノバイタルゼリースーパースポーツ」の味の素で市場の70%を押えている。

スポーツドリンク(燃焼・疲労回復目的)(主販売ルート GMS・SM、ドラッグストア)

08年見込282.5億円(前年比75.4%) 09年予測281.5億円(前年比99.6%)

08年、シェアトップのコカ・コーラシステムに「ヴァーム」の明治乳業がほぼ並び、「アミノバリュー」の大塚製菓が次いで、3社で75%を超過市場を占める。05年にコカ・コーラシステム「アクエリアス アクティブダイエット」の登場によって急拡大を遂げたものの、08年は他カテゴリーへ需要が流出し、結果として3年連続の市場縮小が見込まれる。しかし燃焼・疲労回復目的のスポーツドリンクは、“何となく健康に良さそう”といったイメージではなく、確かな効果を実感できる商品が多く、市場回復への強みになると見られる。近年では明確な目的を持ってスポーツクラブなどを利用するユーザーが増加していることや、ジョギングブームなどこの市場への追い風となる要素もあることから、今後更なる市場拡大の可能性もある。

スポーツ用プロテイン(主販売ルート 大型スポーツ量販店、ドラッグストア)

08年見込89.4億円(前年比108.5%) 09年予測89.0億円(前年比99.6%)

市場全体で飽和が近づいていると叫ばれて久しいが、成熟しておらず、飽和もしていない。今後も成長の可能性を秘めており、起爆剤となるような商品が登場すれば伸びは十分期待できる。08年は、乳原料価格の高騰によって明治製菓、健康体力研究所、ファイン・ラボなどが値上げを行い、ユーザー離れも発生したものの、一方で低価格商品が伸長するといった傾向も見られる。また、森永製菓の回復が大きいこともあって、08年は市場全体でプラスになると見込んでいる。シェアは明治製菓がトップで「アクアホエイプロテイン100」が堅調、「リカバリーアップ」に注力する森永製菓、「DNSアクティブ」のドームが続き3社で80%以上を占める市場である。

<調査方法>

富士経済専門調査員による調査対象企業及び関連企業・団体等へのヒアリング調査及び関連文献を併用

<調査対象商品>

商品市場 プロテイン5品目 アミノ酸2品目 その他サプリメント3品目 スポーツドリンク4品目
パウチゼリー2品目 ミールリプレイメントパウダー2品目
ニュートリションバー2品目
ルート事例編 販売ルート主要30社

<調査期間> 2008年12月~2009年3月

以上

資料タイトル:「アクティブ&ウェルネスフーズ市場の将来展望 2009」

体 裁 : A4判 179頁

価 格 : 200,000円(税込み210,000円)

調査・編集 : 富士経済 東京マーケティング本部 第一事業部

TEL:03-3664-5821 FAX:03-3661-9514

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 03-3661-9514 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/> <https://www.fuji-keizai.co.jp/>