

健康美容食品調査(2)～機能志向食品：健康食品、シリーズサプリメント～

“骨・関節サポート” “ダイエット” など効能訴求 機能志向食品市場を調査

- 2011年見込(前年比) -

骨・関節サポート：476億円(11.2%増) 関節痛対策を訴求したグルコサミン含有商品が好調
ダイエット：782億円(5.8%増) 食後カロリーコントロールや脂肪燃焼訴求商品が需要開拓

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、健康(Health)や美容(Beauty)に良いというコンセプトを持った健康美容食品(H・Bフーズ)の国内市場を調査・分析しており、その結果を3回にわたって報告している。

第2回として、粒、カプセル、粉末などの剤型をした健康食品とシリーズサプリメントの“機能志向食品”市場について、調査結果を報告書「H・Bフーズマーケティング便覧 2012 No.2 -機能志向食品編-」にまとめた。

各種アイテムを取り揃えたシリーズ展開の健康食品を指す

<訴求効能別 注目市場>

1. 骨・関節サポート

2010年	前年比	2011年見込	前年比
428億円	116.9%	476億円	111.2%

骨・関節サポートは、カルシウム、グルコサミン、コンドロイチンなどを主成分として、骨形成や関節痛対策を訴求する健康食品、シリーズサプリメントを対象とした。

カルシウムは、不足している必須ミネラル成分として認知度が高い。また、近年では中高年層の関節痛対策として、グルコサミン、コンドロイチン含有商品の需要開拓が進み、注目度の高い市場となっている。

2010年の市場は、前年比16.9%増の428億円で、2年連続の2桁成長となった。2011年も、前年比11.2%増の476億円が見込まれる。人気商品へ需要が集中する傾向が強まっているものの、今後、参入企業の更なる増加や既存ブランドの積極的な展開が考えられ、関節痛対策の予防需要も開拓することで、2012年の市場は500億円を上回ると予測される。

成分別に見ると、グルコサミンが市場の75%を占めており(2010年) 旺盛な需要と参入企業の積極的な展開で2012年には80%超が予測される。一方、カルシウムは乳製品など食品による摂取の定着やグルコサミンへの需要流出で減少していく見通しである。

2. ダイエット

2010年	前年比	2011年見込	前年比
739億円	105.1%	782億円	105.8%

ダイエットは、プロテイン、ガルシニア・カンボジア、ギムネマ酸などを主成分として、ダイエットを訴求する健康食品、シリーズサプリメント、および、食事代替を主目的とし摂取カロリーを抑えたカロリー調整食品(シェイクタイプの健康食品、シリーズサプリメント)を対象とした。

メタリックシンドローム対策を背景にカロリー調整食品が実績を伸ばしていたものの、利用者の中には摂取カロリーの抑制による“ダイエット疲れ”も見受けられる。その様な中で、「カロリーミット」(ファンケル)など食後の摂取カロリーコントロールを訴求した商品や、「フォースコリー」(ディーエイチシー)など脂肪燃焼を訴求した

商品が注目され、新規需要を開拓している。2010年の市場は前年比5.1%増の739億円、2011年も同5.8%増の782億円が見込まれる。

ダイエットは、使用前と使用後の体感性というアプローチでプロモーションが打ち出しやすく、各参入企業が注力している市場であることから、今後も成長を維持していく見通しである。また、メタボリックシンドローム対策以外のダイエット訴求が健康増進といった新規需要を開拓しており、利用者層に広がりを見せている。

3. 美肌効果

2010年	前年比	2011年見込	前年比
866億円	103.3%	896億円	103.5%

美肌効果は、ビタミンC、コラーゲン、ヒアルロン酸などを主成分として、肌トラブル対策を訴求する健康食品、シリーズサプリメントを対象とした。

市場を牽引してきたコラーゲンやヒアルロン酸含有商品の需要が一巡し成長は鈍化しているものの、2010年は前年比3.3%増の866億円、2011年も同3.5%増の896億円と堅調な推移が見込まれる。

コラーゲンやヒアルロン酸に次ぐ美容成分としてプラセンタへの注目が高まっており、新規参入が相次ぎ商品数も増加している。プラセンタ含有商品の市場は小規模であるが、2011年には前年比82.6%増の42億円と急拡大が見込まれ、2012年には50億円を上回ると予測される。プラセンタは、基礎代謝の向上や疲労回復など、美肌効果に留まらない訴求から幅広い層の取り込みも期待されており、今後の美肌効果市場を牽引する成分と考えられる。

4. 滋養・強壮

2010年	前年比	2011年見込	前年比
958億円	103.8%	983億円	102.6%

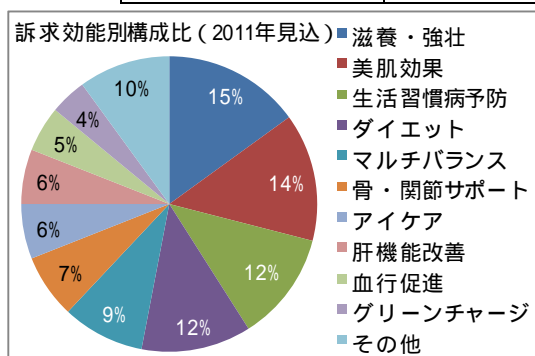
滋養・強壮は、オタネニンジン、ローヤルゼリー、ニンニク(ニンニク卵黄含む)などを主成分として、体力維持・虚弱体質改善を訴求する健康食品、シリーズサプリメントを対象とした。

伝統のある素材や食経験の多い素材といった素材自体のわかりやすさ、主力チャネルである通信販売での購入しやすさに加えて、手頃な価格設定の商品が増加していることもあり、市場の拡大が続いている。2010年は前年比3.8%増の958億円、2011年は同2.6%増の983億円が見込まれる。高年齢層の加齢対策としての需要も高く、潜在需要を含め市場拡大の余地は大きいと考えられる。

素材の分かりやすさと手頃な価格設定でニンニク含有商品が堅調なほか、女性向け商品が新規需要を開拓しているスッポン、化粧品でも使用される成分として認知のある深海鮫エキス含有商品がそれぞれ好調である。オタネニンジン含有商品を通信販売で展開する企業も、手頃な価格設定と広告宣伝効果で実績を伸ばしている。

< 調査結果の概要 >

	2010年	前年比	2011年見込	前年比
機能志向食品 全体	6,488億円	102.0%	6,628億円	102.2%



健康美容食品のうち機能志向食品(健康食品、シリーズサプリメント)の市場は、2010年に前年比2.0%増の6,488億円となった。2011年も拡大を維持し、前年比2.2%増の6,628億円が見込まれる。

高齢化社会が進展している中、高齢者の健康志向の高まりが、中高年齢層の予防意識となって市場の拡大に寄与している。近年では、基礎ビタミン・ミネラル摂取から発展して、より体感効果の高い成分を含有した商品が需要を集めている。

2011年の訴求効能別の市場構成比は、滋養・強壮が最も規模が大きく15%を占め、次いで美肌効果が14%、生活習慣病予防とダイエットがそれぞれ12%と見込まれる。これら上位4市場は、いずれもプラスの見通しである。

* H・Bフーズの定義

H・Bフーズは、健康（Health）維持増進・回復目的や美容（Beauty）目的で飲食する食品。即ち、何らかの効能・効果（機能性）を期待できる食品、及び、期待されるイメージをもつ食品。また、法的区分上、医薬品・医薬部外品扱いのものは対象としない。

* H・Bフーズの分類

全体を健康志向食品と機能志向食品の2分野に分けた。健康志向食品は機能よりも味覚を重視した、一般加工食品との競合が予想される商品。機能志向食品は味覚より機能を重視した、一般用医薬品との競合が予想される商品。

さらにこの2分野を以下のように4つに区分した。

(1) 健康志向食品（「H・Bフーズマーケティング便覧2012 No.1」に掲載）

明らか食品：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食品群を対象とした。

ドリンク類：明らか食品のうち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）本調査では「ドリンク類」と呼称する。

(2) 機能志向食品（「H・Bフーズマーケティング便覧2012 No.2」に掲載）

健康食品：（財）日本健康・栄養食品協会が定めるJHFA規格品に加え、規格外の健康食品でも違法性が明らかな成分を使用していないものも対象とした。

シリーズサプリメント：健康食品のうちビタミン・ミネラル類などのアイテムを各種取り揃えた健康食品（剤型は医薬品形状が主体）を「シリーズサプリメント」と呼称した。

* 「保健機能食品」とH・Bフーズの関係

特定保健用食品は、何らかの機能性（特定保健目的）を有しているため全てH・Bフーズの対象に含め、栄養機能食品は、機能性を訴求している商品のみをH・Bフーズの対象とした。

< 調査対象 >

【以下の各効能を訴求した機能志向食品（健康食品、シリーズサプリメント）】

滋養・強壮、肝機能改善、美肌効果、整腸効果、ダイエット、生活習慣病予防、免疫賦活作用、血行促進、骨・関節サポート、貧血予防・改善、エチケット、アイケア、マルチバランス、ホルモンバランス、リラックス、グリーンチャージ

< 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を主体に各種公的データを補足

< 調査期間 >

2011年10月～12月

以上

資料タイトル：「H・Bフーズマーケティング便覧 2012 No.2 - 機能志向食品編 -」

体 裁：A4判 248頁

価 格：書籍版 100,000円（税込み105,000円）

書籍・電子版セット 120,000円（税込み126,000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:03-3664-5821 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

TEL:03-3664-5811（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/> <https://www.fuji-keizai.co.jp/>