

2012年11月14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/>  
<https://www.fuji-keizai.co.jp/>  
 広報部 03-3664-5697



## ★国内の健康美容食品（H・Bフーズ）市場の調査結果

## “明らか食品”と“ドリンク類” 健康志向食品市場を調査

—2012年見込—

中性脂肪値・コレステロール値改善訴求ドリンク類市場は前年比38%増の812億円

… 茶系飲料のラインナップの拡充、トクホ初のコーラ系飲料のヒットなどにより

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、2012年8月から健康（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）の国内市場を調査している。

その第1回目の結果を報告書「H・Bフーズマーケティング便覧 2013 No.1 -健康志向食品編-」にまとめた。

この報告書では、H・Bフーズの内、機能より味覚面を重視した商品設計で、一般加工食品とも競合が予想される健康志向食品、明らか食品※1とドリンク類※2の市場を訴求効能別に調査し、その分析結果をまとめている。尚、今回よりターゲット別市場動向として訴求効能別市場毎に購入者ベースの性別・年齢別市場（ユーザー構成）の分析を加えた。

※1：一般加工食品に機能成分を添加、強化することで商品の機能性を訴求する食品群。※2：明らか食品の内、飲料分野に属するもの。

## &lt;調査結果の概要&gt;

## \*\*\* 健康志向食品市場 \*\*\*

2011年	前年比	2012年見込	前年比
1兆1,180億円	97.8%	1兆1,799億円	105.5%

明らか食品、ドリンク類を合算した健康志向食品市場は、2011年に前年比2.2%減の1兆1,180億円となった。訴求効能別にみて、滋養・強壮をはじめ、まだ規模は小さいが血行促進、免疫賦活作用、ホルモンバランスなどが前年比プラスとなったが、最大規模の整腸効果、骨・関節サポート、マルチバランスなど、半数以上がマイナスとなったことが市場縮小要因である。

2012年の市場は前年比5.5%増の1兆1,799億円が見込まれる。種類別では市場の6割を占めるドリンク類で新たなヒット商品が出ている。また、訴求効能別でみると、虫歯予防やエチケットは低迷が続いているが、整腸効果、生活習慣病予防、肝機能改善、免疫賦活作用は高成長が見込まれる。

## &lt;訴求効能別 注目市場&gt;

## 1. 中性脂肪値・コレステロール値改善

	2011年	2012年見込	前年比
明らか食品	218億円	220億円	100.9%
ドリンク類	588億円	812億円	138.1%
合計	806億円	1,031億円	127.9%

注：四捨五入して億円単位にしているため必ずしも合計とは一致しない。

全体市場は、2011年に前年比0.8%増の806億円となったが、2012年は前年比27.9%増の1,031億円が見込まれる。内訳は、明らか食品が220億円、ドリンク類が812億円である。

明らか食品は、健康油やマヨネーズなどが主体となっている。2009年以降、一部健康油の販売休止により低

迷っていたが、2012年は健康油が上向いており前年比プラスが見込まれる。また、マルハニチロ食品「DHA入りリサーラソーセージ」もスーパーからCVSへと販路を拡大しており、市場拡大に寄与している。

ドリンク類は、茶系飲料、豆乳などが主体となっている。2011年に既存のトクホ（特定保健用食品）の茶系飲料が回復の兆しを見せ始め、2012年の市場は参入企業によるこれら商品のラインナップの拡充、さらには4月に発売されたトクホ初のコーラ系飲料「キリン メッツコーラ」（キリンビバレッジ）のヒットで前年比38.1%増が見込まれる。「キリン メッツコーラ」の発売以降、7月に「Stylee Sparkling」（伊藤園）、11月に「ペプシ スペシャル」（サントリー食品インターナショナル）といったトクホの炭酸飲料の発売が続いており、今後市場の活性化が期待される。

生活習慣病予防訴求の中で、中性脂肪値訴求は比較的体感効果を得やすく、ダイエットとの関連性も強いいため、全体市場は今後安定した推移が予想される。

ユーザー構成は、女性の比率が高い。ダイエットと関連付けて購入しているとみられる。年齢別には2008年の特定健診制度の導入後、メタボ対策として広がったことで、40代以上の構成比が高くなっている。

## 2. 美肌効果

	2011年	2012年見込	前年比
明らか食品	47億円	53億円	112.8%
ドリンク類	358億円	357億円	99.7%
合計	405億円	410億円	101.2%

注：四捨五入して億円単位にしているため必ずしも合計とは一致しない。

全体市場は、2011年に前年比2.0%増の405億円となった。2012年は前年比1.2%増の410億円が見込まれる。内訳は、明らか食品が53億円、ドリンク類が357億円である。

全体市場の90%近くをドリンク類が占めている。ドリンク類は、コラーゲン配合商品が主体となっている。近年はコラーゲン配合で苦戦する商品が増える一方、プラセンタ配合などの小瓶タイプは好調で、市場はほぼ横ばいとなっている。

明らか食品は、コラーゲン配合のスティックタイプゼリー商品が主体となっている。2012年は前年に震災の影響を受けたゼリータイプの「うおい宣言」（HRK）の実績が回復に向かったことに加え、アース・バイオケミカルのプラセンタ配合ゼリーの実績拡大が寄与し、市場は前年比12.8%増が見込まれる。

ユーザー構成は、30～40代女性の比率が高くなっている。しかし、小瓶ドリンクに関して若年層（10～20代）を意識した商品投入が増えており、今後は若年層のウェイトが徐々に高まるとみられる。一方参入企業の中には、40代以上の女性は美容に対する意識が高いため受け入れられるとし、プラセンタ配合などやや高価な商品で需要開拓に努めているところも多い。

## 3. 血行促進

	2011年	2012年見込	前年比
明らか食品	25億円	27億円	108.0%
ドリンク類	11億円	15億円	136.4%
合計	36億円	41億円	113.9%

注：四捨五入して億円単位にしているため必ずしも合計とは一致しない。

2007年の「冷え知らずさん」（永谷園）の発売によって明らか食品市場が形成された。2011年は11月に「からだ想い茶 ぽっぽ茶」（キリンビバレッジ）が発売され、ドリンク類市場が形成されるとともに、全体市場が大きく拡大し、前年比50.0%増の36億円となった。

2012年の全体市場は前年比13.9%増の41億円が見込まれる。内訳は、明らか食品が27億円、ドリンク類が15億円である。明らか食品では「冷え知らずさん」シリーズが、ドリンク類では「からだ想い茶 ぽっぽ茶」がそれぞれ主要商品で、それぞれが市場拡大のけん引役となっている。

ユーザー構成は、生姜の温める効果を期待する女性が多く、40代の比率が高くなっている。冬場に限らず、夏場のオフィスなどの冷房による冷え症対策も含め、通年での利用シーンを参入各社が提案している。

**\* 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2013 No.1」に掲載）**

●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食品群を対象とした。

●ドリンク類：明らかな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」とした。

**(2) 機能志向食品（「H・Bフーズマーケティング便覧2013 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健康志向食品（明らかな食品、ドリンク類）】

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（中性脂肪値・コレステロール値改善、血糖値改善、高血圧予防、その他）、血行促進、免疫賦活作用、栄養バランス、骨・関節サポート、覚醒効果、貧血予防・改善、喉の不快感除去、虫歯予防、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で補足

**<調査期間>**

2012年8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 2013 No.1 -健康志向食品編-」  
体 裁：A4判 292頁  
価 格：書籍版100,000円（税込み105,000円）  
PDF/データ版 110,000円（税込み115,500円）  
書籍版+PDF/データ版セット 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 第一統括部 第二部  
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/>