

2017年3月9日

株式会社 富士経済
 〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町
 1番5号 PMO 日本橋江戸通
 TEL.03-3664-5811 FAX.03-3661-0165
<https://www.fuji-keizai.co.jp/>

広報部 TEL.03-3664-5697
<http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>

ロコモ対策商品やプロテイン補給商品など機能性表示食品以外にも注目

“健康食品”と“シリーズサプリメント”機能志向食品の国内市場を調査

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 清口 正夫 03-3664-5811）は、2016年8月より4回に分けて、健康（Health）や美容（Beauty）に良いというコンセプトを持った食品（以下、H・Bフーズ）の国内市場を調査している。その第2回目の結果を報告書「**H・Bフーズマーケティング便覧 2017 No.2 -機能志向食品編-**」にまとめた。

この報告書では、一般加工食品に健康や美容に良いという成分を添加、強化した健康食品とシリーズサプリメントに属する商品の市場を各訴求効能別（生活習慣病予防、滋養・強壮、免疫賦活作用など）成分種類別に調査・分析した。今後は、第3回目に機能性表示別食品（保健機能食品）の市場を捉え、第4回目では第1回から第3回目までの調査結果を基に全体市場の総括分析をする。

<調査結果の概要>

機能志向食品

	2015年	2016年見込	2017年予測
健康食品	6,758億円	6,880億円	7,030億円
シリーズサプリメント	1,786億円	1,934億円	1,999億円
合計	8,543億円	8,814億円	9,029億円

四捨五入して億円単位にしているため必ずしも合計と一致しない。

2015年は機能性表示食品制度の開始に伴い、滋養・強壮、美肌効果、整腸効果、ダイエット、生活習慣病予防、骨・関節サポート、アイケア、リラックスの8カテゴリーから機能性表示食品が登場し、市場をけん引した。機能性表示食品以外では、ユーザー層が広がっているスポーツ用途のプロテイン補給商品や加齢による筋肉量の減少をケアするロコモ・サルコペニア対策として認知が高まる筋肉サポート商品、ミドリムシを成分とした商品の需要が増加し、市場は拡大した。

2016年は新たに肝機能改善、血行促進、免疫賦活作用からも機能性表示食品が発売され、商品数が増加した。特に体脂肪低減や体脂肪増加抑制、ひざ関節サポート、筋肉維持、目のピント調節機能などのケア、睡眠の質の改善・向上、ストレスの緩和などを表示した機能性表示食品の需要開拓が進んだ。また2015年に引き続き、スポーツ用途のプロテイン商品やロコモ対策商品などが好調のため、市場は拡大が見込まれる。

<注目市場>

骨・関節サポート アミノ酸配合のロコモ対策商品が好調

	2015年	2016年見込	2017年予測
健康食品	549億円	601億円	605億円
シリーズサプリメント	272億円	295億円	308億円
合計	821億円	896億円	913億円

四捨五入して億円単位にしているため必ずしも合計と一致しない。

カルシウム、グルコサミン、コンドロイチン、アミノ酸などを主成分として、骨の形成や関節痛対策、ロコモ対策を訴求する食品を対象とする。

2014年はアミノ酸を主成分とするロコモ対策商品が主に60代以上のアクティブシニア層から支持されて需要が増加した。2015年は市場をけん引してきたグルコサミンを主成分とした商品は競合の激化などから低調だったが、前年に引き続きロコモ対策商品の伸長により、市場は微増となった。2016年は筋肉サポートのアミ

ノ酸配合商品や、2015年に機能性表示食品としてリニューアルした「ひざサポートコラーゲン」(キューサイ)が伸長し、市場は大幅な拡大が見込まれる。

ダイエット スポーツ用途のプロテイン補給商品や酵素配合商品が市場をけん引

	2015年	2016年見込	2017年予測
健康食品	956億円	1,013億円	1,072億円
シリーズサプリメント	244億円	256億円	258億円
合計	1,199億円	1,268億円	1,330億円

四捨五入して億円単位にしているため必ずしも合計と一致しない。

ダイエットはグルコマンナン、食物繊維、ギムネマ酸などの成分を配合し、ダイエットを訴求する食品を対象とする。

2014年はスポーツ用途のプロテイン補給商品や酵素配合によるダイエットサポートを訴求したスムージー商品が好調で、市場は拡大した。2015年も引き続きプロテイン補給商品の好調に加え、“活性”を訴求した酵素商品の需要増加などが要因となり、市場は拡大した。2016年はプロテイン補給商品、酵素商品の続伸に加え、ファンケルヘルスサイエンスの「カロリーミット」が好調だったことなどから市場は拡大が見込まれる。

リラックス 機能性表示食品の発売が相次ぎ、市場が拡大

	2015年	2016年見込	2017年予測
健康食品	56億円	75億円	88億円
シリーズサプリメント	9億円	22億円	24億円
合計	65億円	96億円	111億円

四捨五入して億円単位にしているため必ずしも合計と一致しない。

セントジョーンズワートをはじめとするハーブ成分などを配合し、ストレスケアあるいは快眠を含むリラックス効果を訴求する食品を対象とする。

2015年は市場をけん引してきた味の素の「グリナ」がリラックス市場初となる機能性表示食品としてリニューアルしたことで実績が伸長したほか、その他の企業からも機能性表示食品の発売が相次いだことから市場は前年比二桁増となった。2016年も引き続き「グリナ」が実績を伸長させているほか、ディーエイチシーの「ゲースカ」も販促に力を入れていることから好調で、市場は大幅な拡大が見込まれる。また機能性表示食品の投入が相次いだことで市場は活性化しており、今後も拡大が続くとみられる。

生活習慣病予防 血糖値改善市場が機能性表示食品の台頭により好調

	2015年	2016年見込	2017年予測
健康食品	920億円	934億円	928億円
シリーズサプリメント	351億円	382億円	391億円
合計	1,271億円	1,316億円	1,320億円

四捨五入して億円単位にしているため必ずしも合計と一致しない。

高血圧、糖尿病、高脂血症、動脈硬化などの生活習慣病対策として、中性脂肪値・コレステロール値改善、血糖値改善、高血圧予防などを訴求する食品を対象とする。

2014年は黒酢・香醋、コエンザイムQ10の需要が減少したことや、核酸が伸び悩んだことで、市場は前年割れしたが、2015年は中性脂肪値改善を訴求するサントリーウエルネスの「DHA&EPA+セサミンEX」が伸長し、ナットウキナーゼがインバウンド需要を獲得したことなどにより市場は微増となった。2016年は核酸、イチョウ葉、レスベラトロールが好調なほか、「DHA&EPA+セサミンEX」が続伸し、血糖値改善市場が機能性表示食品の台頭によって大幅に需要が増加しているため、拡大が見込まれる。

< 調査対象 >

機能志向食品（健康食品・シリーズサプリメント配合成分）	
1. 滋養・強壮	(オタネニンジン、ローヤルゼリー、ニンニク、スッポン加工食品、梅エキス、深海鮫エキス、冬虫夏草、ニンニク卵黄、マカ、その他)
2. 肝機能改善	(カキ肉エキス、シジミエキス、ウコン、ゴマエキス、アラニン、オルニチン、その他)
3. 美肌効果	(コラーゲン、プラセンタ、ヒアルロン酸、アスタキサンチン、その他)
4. 整腸効果	(食物繊維、プルーン、オリゴ糖、乳酸菌類、アロエ)
5. ダイエット	(食物繊維、マンナン、新甘味料、ギムネマ酸、プロテイン、ガルシニア・カンボジア、食事型カロリー調整食品<セットタイプ>、酵素、酵素系カロリー調整食品、サラシア、その他)
6. 生活習慣病予防	(レシチン、-リノレン酸、DHA、EPA、イチョウ葉エキス、カテキン、黒酢・香醋、コエンザイムQ10、カテキン、核酸、その他)
7. 血行促進	(生姜、ビタミンE、シトルリン、その他)
8. 免疫賦活作用	(β-カロチン、プロポリス、霊芝、アガリクス、エキナセア、その他)
9. 骨・関節サポート	(カルシウム、グルコサミン、その他)
10. 貧血予防・改善	(ヘム鉄、非ヘム鉄)
11. エチケット	(植物エキス、シャンピニオンエキス、その他)
12. アイケア	(ブルーベリーエキス、その他)
13. マルチバランス	(マルチビタミン、マルチミネラル、複合、ビタミンC、アミノ酸、ビール酵母、葉酸、その他)
14. ホルモンバランス	(ザクロ、ガウクルア、大豆イソフラボン、ノコギリヤシ)
15. リラックス	(グリシン、セントジョーンズワート、テアニン、その他)
16. グリーンチャージ	(青汁、クロレラ、スピルリナ、野菜粒、ミドリムシ)

< 調査方法 >

富士経済専門調査員による参入企業及び関連企業・団体などへのヒアリング及び関連文献調査、社内データベースを併用

< 調査期間 >

2016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 2017 No.2 -機能志向食品編- 」	
体	裁：A4判 388頁
価	格：書籍版 110,000円+税 PDF/データ版 120,000円+税 書籍版・PDF/データ版セット 140,000円+税 書籍版・ネットワークパッケージ版セット 220,000円+税
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1番5号 PMO日本橋江戸通 TEL:03-3664-5811(代) FAX:03-3661-0165 URL: https://www.fuji-keizai.co.jp/ e-mail: info@fuji-keizai.co.jp
調 査 ・ 編 集	東京マーケティング本部 第一部 TEL:03-3664-5821 FAX:03-3661-9514
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/	

*富士経済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、および、期待されるイメージをもつ食品。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。

*同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も機能を重視した、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 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 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でない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シリーズ展開の健康食品(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。