

2018年3月12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/>

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

## ダイエット、グリーンチャージ、美肌効果などが好調 機能志向食品（“健康食品”と“シリーズサプリメント”）の国内市場を調査

2018年市場予測（2017年見込比）

機能志向食品 9,317億円（2.0%増）～ダイエットなどの伸びがけん引し拡大が続く

ダイエット 1,536億円（5.6%増）～スポーツ用途型プロテインや抑制系/燃焼系ダイエットが伸びる

グリーンチャージ 957億円（4.1%増）～認知度向上によりミドリムシの需要が増加

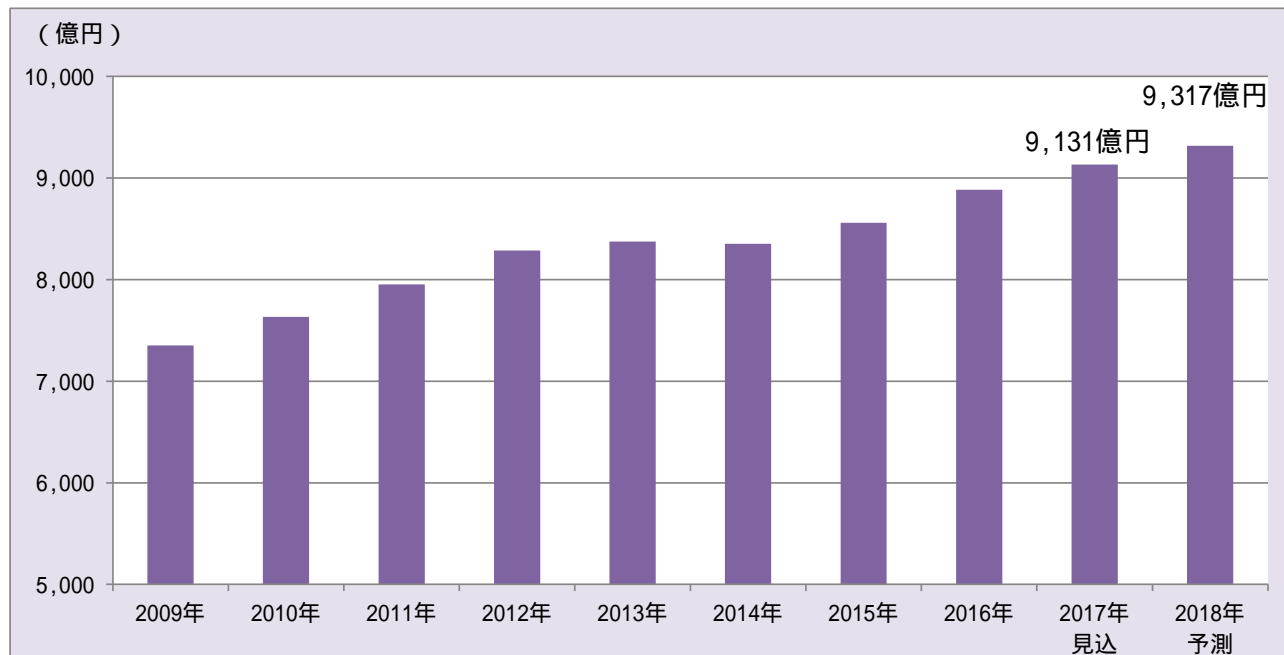
総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済（東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 清口 正夫 03-3664-5811）は、2017年9月から4回に分けて、健康（Health）や美容（Beauty）に良いというコンセプトをもった商品をH・Bフーズとして、その市場を調査している。その第2回目として健康や美容に良いとされる成分を添加、強化した食品群のうち、錠剤形状、粉末形状の商品を主な対象とする健康食品とシリーズサプリメントに属する商品の市場を各訴求効能別（生活習慣病予防、ダイエット、美肌効果など）、成分別種類別に調査・分析した。

その結果を「H・Bフーズマーケティング便覧 2018 No.2 -機能志向食品編-」にまとめた。

今後、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>

#### 機能志向食品市場



2016年は規模の大きいダイエットや生活習慣病予防が市場拡大をけん引し、前年比3.8%増の8,884億円となった。ダイエットは、脂肪低減や脂肪増加抑制などを表示した機能性表示食品やスポーツ用途型プロテイン商品が伸びたのに加え、スマートフォンを主媒体としたデジタル広告戦略によって新興企業が躍進した。生活習慣病予防は、サントリーウエルネスの「DHA & EPA + セサミンEX」をはじめとしたDHA・EPAなどの配合による中性脂肪値・コレステロール値改善や血糖値改善が伸びた。また、グリーンチャージで健康食品の青汁（粉

末)やミドリムシ配合の好調な推移が続いた。ほかにも“睡眠の質改善・向上”、“目のピント調節”、“筋肉維持”などを訴求する機能性表示食品も好調だった。

2017年は、生活習慣病予防が一部メーカーの特定保健用食品終売などの影響により前年比マイナスとなるほか、伸長を続けてきたアイケアもマイナスに転じるとみられる。

一方、ダイエットは大幅増が期待される。燃焼・抑制系ダイエットなど、飲むだけの手軽なダイエットを訴求した商品が好調となっている。また、グリーンチャージの続伸、需要が低迷していたマルチバランスの復調、テレビ番組で取り上げられたコラーゲンの伸びが貢献し美肌効果がプラス転換するとみられることなどから、市場は拡大し前年比2.8%増の9,131億円が見込まれる。

2018年は、規模の大きいダイエットの続伸や、グリーンチャージや骨・関節サポートの伸びが期待されることにより、市場拡大が続くと予想される。

	2017年見込	前年比	2018年予測	前年比
健康食品	7,098億円	102.3%	7,206億円	101.5%
シリーズサプリメント	2,032億円	104.5%	2,110億円	103.8%
合計	9,131億円	102.8%	9,317億円	102.0%

市場データは四捨五入しているため合計は一致しない場合がある

2017年の市場内訳は、健康食品が77.7%、シリーズサプリメントは22.3%が見込まれる。

健康食品は、ダイエットや、コラーゲンなどの美肌効果、グリーンチャージなどが伸びている。シリーズサプリメントは、肝機能改善や生活習慣病予防(中性脂肪値・コレステロール値改善)などが、上位企業を中心に実績を伸ばしている。

#### <注目市場>

##### ダイエット

2017年見込	前年比	2018年予測	前年比
1,454億円	108.8%	1,536億円	105.6%

ダイエットはタンパク質補給、食事代替ダイエット、抑制系/燃焼系ダイエット、その他に分類した。

2016年の市場は、タンパク質補給や抑制系/燃焼系ダイエットが伸びた。タンパク質補給はスポーツ用途型のプロテイン配合の需要が増え、また、抑制系/燃焼系ダイエットは機能性表示食品にリニューアルした商品が好調だった。一方、食事代替ダイエットは需要減少により縮小した。

2017年も引き続き、タンパク質補給や抑制系/燃焼系ダイエットの伸びにより市場拡大が見込まれる。タンパク質補給ではプロテイン配合の続伸、抑制系/燃焼系ダイエットでは飲むだけの手軽なダイエット訴求商品が需要を獲得している。デジタル広告を軸に新たな切り口で展開する新興企業も実績を伸ばしており、市場は前年比8.8%増の1,454億円が見込まれる。

2018年も市場拡大が予想される。特に、スポーツ人口の増加や運動により筋肉をつけながら健康的に体重を落とすボディメイクを目指す層が増えているため、プロテイン配合の続伸が期待される。

##### グリーンチャージ

2017年見込	前年比	2018年予測	前年比
919億円	105.0%	957億円	104.1%

グリーンチャージは野菜摂取の代替品の内、ケール/大麦若葉などの素材からなる青汁、クロレラ、スピルリナ、また、ミドリムシなど緑色で複数の栄養成分の補給やバランス維持を目的とした成分配合を対象とした。市場は粉末の青汁を中心に形成され、食生活での野菜不足解消を訴求することにより需要が増えている。

2016年は一部上位企業の実績が前年割れしたものの、ユーグレナグループがミドリムシの認知度向上や、M&Aにより実績を伸ばしたことや、その他の上位企業が既存ブランドの強化や新商品の導入により実績を伸ばしたことにより、市場は前年比11.5%増と拡大した。

2017年も引き続きミドリムシ配合の認知度向上に伴うユーグレナグループの好調や、アサヒ緑健の“20周年感謝企画”による販促強化などが市場拡大に貢献し、前年比5.0%増の919億円が見込まれる。

成分別では青汁が高い構成比を占めている(2016年で68.1%)。今後も青汁が市場の中心ではあるが、近年はミドリムシ配合が大きく伸びており2018年には構成比が20%弱まで高まるとみられる。青汁は上位ブランドの商品をヘビーユーザーが継続的に購入していることや、トライアルの図れるライトな商品の投入により新規ユーザーを獲得していることで伸びている。ミドリムシ配合は認知度の更なる向上により今後の伸びが予想される。

#### マルチバランス

2017年見込	前年比	2018年予測	前年比
801億円	103.6%	814億円	101.6%

マルチバランスは、各種栄養成分を一括に摂取できる“マルチビタミン”“マルチミネラル”訴求をベースに、必須ビタミン、ミネラルなどを組み合わせた“複合”訴求を加え、主に健康訴求のベースとなる商品で構成されている。

2016年はシリーズサプリメントを展開する上位メーカーが実績を伸ばした。特にファンケルの「年代別サプリメント」が各年代の需要を獲得し好調だった。また、健康食品を展開するネットワーク系企業も好調だった。

2017年も、引き続きシリーズサプリメントが伸びている。日本アムウェイが基幹アイテム「トリプルX」の全面リニューアルを実施したことなどもあり健康食品も好調で、市場は前年比3.6%増の801億円が見込まれる。

成分別では複合、ビタミンC、アミノ酸、マルチビタミンなどの構成比が高い。機能性表示食品の対象外となったため同制度の利用による恩恵は受けられなかったものの、各社の営業強化や売場作り、コミュニケーション施策により、健康維持や栄養補給のベースとなる商品として需要を獲得しており、2018年も市場拡大が期待される。

#### <調査対象>

機能志向食品【健康食品、シリーズサプリメント】	
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、カロリー調整食品、酵素系カロリー調整食品、酵素、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、サラシア、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	-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. エチケツト	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> 2017年11月～2018年1月

以上

資料タイトル:「H・Bフーズマーケティング便覧 2018 No.2 - 機能志向食品編 - 」

体 裁: A4判 366頁

価 格: 書籍版 110,000円+税

PDF+データ版 120,000円+税

書籍/PDF+データ版セット 140,000円+税

ネットワークパッケージ版 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](mailto: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。また、機能性表示食品は加工食品のみをH・Bフーズの対象とし、生鮮食品は対象外とする。