

2018年11月30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 03-3664-5697  
<http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>

## サプリメントの国内市場をチャネル別に分析

市場の50%以上が通信販売、25%程度が訪問販売

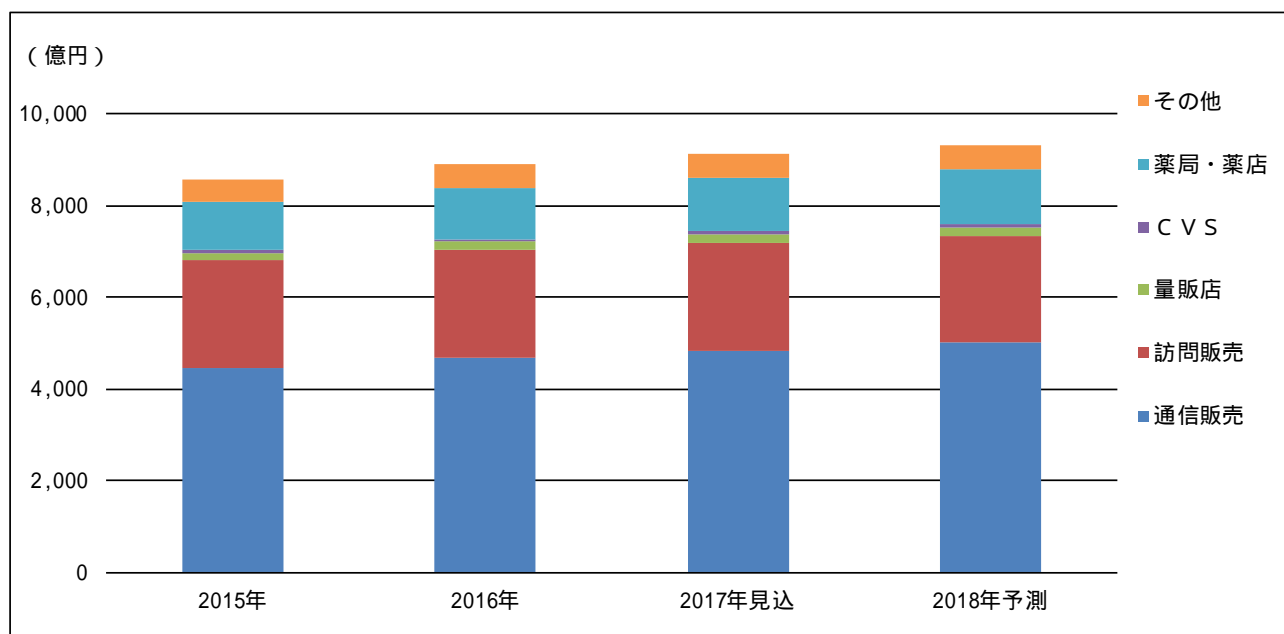
通信販売は原材料・技術シーズを活かした商品の伸長、集中的な広告投資、機能性表示食品制度活用で需要獲得  
 訪問販売は、実績はわずかに縮小しているものの、市場における存在感は維持

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、サプリメント（H・Bフーズの機能志向食品（健康食品・シリーズサプリメント））の国内市場を競合が激化するチャネル別に分析した。その結果を「**チャネル別サプリメント市場分析調査 2018**」にまとめた。

この調査では通信販売、訪問販売、量販店、CVS、薬局・薬店といったチャネル別にサプリメントの成分別市場動向を捉えると共に、各チャネルにおいて伸長ないし苦戦する成分の特徴や各チャネルと成分との親和性を分析することで、今後の市場における可能性を展望した。

### <調査結果の概要>

#### サプリメントのチャネル別国内市場

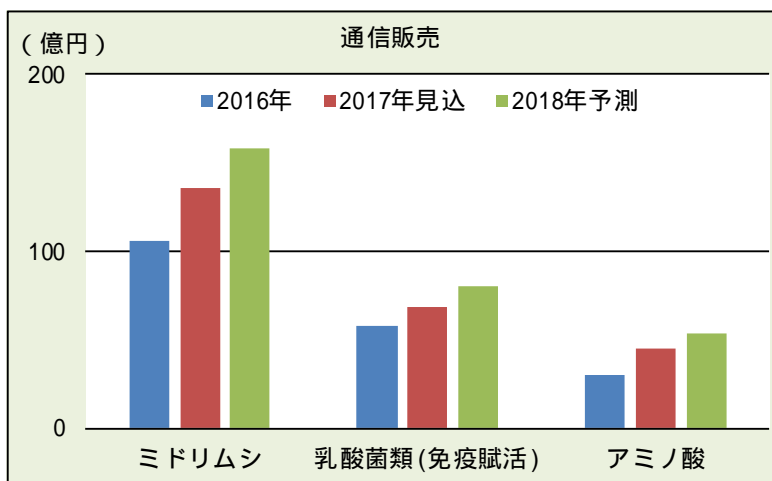


サプリメント市場は堅調に拡大している。

チャネル別にみると、市場の50%以上を占める通信販売が順調に伸びており、市場拡大をけん引している。原材料・技術シーズを活かした商品が伸長しているほか、単品成分を訴求した集中的な広告投資、機能性表示食品制度活用による明確な訴求、広告表現で需要を獲得している。通信販売に次ぐのが訪問販売である。市場の25%程度を占めるが、老舗企業では訪問販売員の高齢化といった問題を抱え、会員数を減らす企業も多く実績はわずかに縮小しているものの、市場における存在感は維持している。薬局・薬店は市場の10%強を占め、店頭販売のメインチャネルとなっている。青汁が順調に伸びているほか、スポーツ系のプロテインやアミノ酸の伸びも目立っている。量販店やCVSはサプリメントの主要チャネルではないため市場に占める割合は小さいが、TVCMをはじめメディア露出の多い商品や話題の成分を配合した商品が取り扱われ、一定の規模を形成している。

上位成分は青汁、グルコサミン、複合（ビタミン、ミネラルのマルチ配合）、プロテイン、DHA・EPA、核酸、ブルーベリー、ビタミンE、黒酢・香醋の順となっており、このうち青汁、複合、プロテイン、DHA・EPA、コラーゲンが伸びており、市場拡大をけん引している。

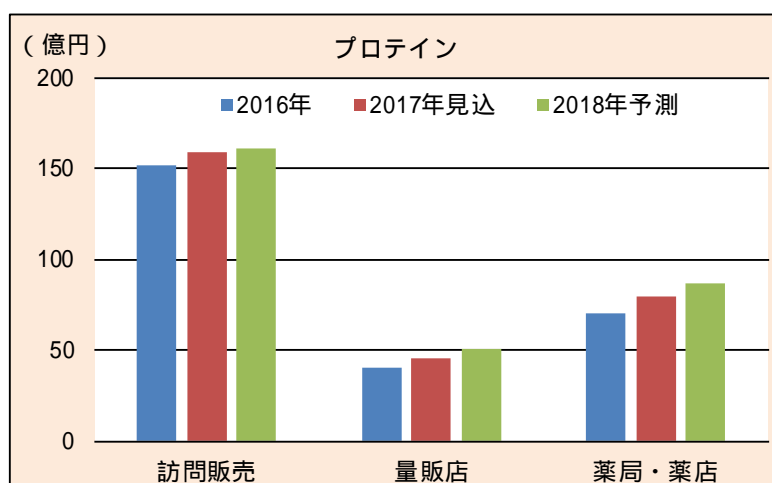
#### 通信販売の有望成分市場



通信販売市場は5,000億円を窺う規模にまで拡大している。上位成分はグルコサミン、青汁、DHA・EPAの順となっているが、近年、ミドリムシ、乳酸菌類（免疫賦活）、アミノ酸、グリシン、オタネニンジンなどが受け入れられ、会員顧客の安定したリピート需要を得ているほか、単品成分を訴求した集中的な広告投資により新規顧客を獲得している。ミドリムシは主力企業のユーグレナが「ユーグレナの緑汁」を中心に展開して、乳酸菌類（免疫賦活）は訴求の難しさを通販チャンネル特有の広告戦略によってカバーして、アミノ酸は機能性表示食品で筋肉をつくる力をサポートするといった明確な訴求が可能となったことで伸長している。また、ダイエット関連成分では食事代替アイテムの一つであった酵素系カロリー調整食品がブームの落ち着きによってマイナスとなっているが、入れ替わるかたちで新たに粒タイプの酵素サプリメントが伸長している。

一方、今後の市場拡大を阻害要因として広告規制の強まりがあげられる。広告表現の見直しによって落ち込む成分・商品が増加する可能性がある。

#### プロテインの主要チャネル市場



プロテインは訪問販売市場が最も大きい。訪問販売のようなネットワークビジネスでは栄養摂取訴求のベース商品であり近年拡大している。薬局・薬店市場はボディメイク、スポーツ用途での需要増に伴い拡大、また、量販店市場ではスポーツコンセプト商品が堅調である。

<調査対象>

チャンネル				
・通信販売	・訪問販売	・量販店	・CVS	・薬局・薬店
成分				
<ul style="list-style-type: none"> <li>・DHA・EPA</li> <li>・L-カルニチン</li> <li>・ -カロチン</li> <li>・アガリクス</li> <li>・アミノ酸</li> <li>・アロエ</li> <li>・イチョウ葉</li> <li>・ウコン</li> <li>・オタネニンジン</li> <li>・オルニチン</li> <li>・ガウクルア</li> <li>・カキ肉エキス</li> <li>・カルシウム</li> <li>・カロリー調整食品</li> <li>・ギムネマ酸</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・グリシン</li> <li>・グルコサミン</li> <li>・クロレラ</li> <li>・コエンザイムQ10</li> <li>・ゴマエキス</li> <li>・コラーゲン</li> <li>・ザクロ</li> <li>・サラシア</li> <li>・スッポン</li> <li>・スピルリナ</li> <li>・ナットウキナーゼ</li> <li>・ニンニク</li> <li>・ノコギリヤシ</li> <li>・ヒアルロン酸</li> <li>・ビタミンB群</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビタミンC</li> <li>・ビタミンE</li> <li>・プラセンタ</li> <li>・ブルーベリー</li> <li>・プルーン</li> <li>・プロテイン</li> <li>・プロポリス</li> <li>・マカ</li> <li>・マルチビタミン</li> <li>・マルチミネラル</li> <li>・ミドリムシ</li> <li>・ルテイン</li> <li>・レスベラトロール</li> <li>・ローヤルゼリー</li> <li>・核酸</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・酵素</li> <li>・酵素系カロリー調整食品</li> <li>・黒酢・香醋</li> <li>・小麦アルブミン</li> <li>・植物抽出エキス</li> <li>・食物繊維</li> <li>・深海鮫エキス</li> <li>・生姜</li> <li>・青汁</li> <li>・大豆イソフラボン</li> <li>・難消化性デキストリン</li> <li>・乳酸菌類(整腸効果)</li> <li>・乳酸菌類(免疫賦活作用)</li> <li>・複合(ビタミン・ミネラルの配合)</li> <li>・霊芝</li> </ul>	

<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>

2018年9月～10月

以上

資料タイトル：「 <b>チャンネル別サプリメント市場分析調査 2018</b> 」	
体	裁：A4判 85頁
価	格：PDF版 300,000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： <a href="https://www.fuji-keizai.co.jp/">https://www.fuji-keizai.co.jp/</a> e-mail： <a href="mailto:info@fuji-keizai.co.jp">info@fuji-keizai.co.jp</a>
調	査・編 集：東京マーケティング本部 第二部
	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： <a href="http://www.group.fuji-keizai.co.jp/">http://www.group.fuji-keizai.co.jp/</a>	