

2019年2月25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/>

ダイエットサポート商品やボディメイクをサポートするプロテイン配合商品が続伸 消費者の健康意識の高まりで好調な機能志向食品市場を調査

2018年市場見込

機能志向食品 9,399億円（前年比3.2%増）

～チャンネル別ではインバウンド需要が盛り上がり薬局・薬店が高い伸び～

ダイエット訴求機能志向食品 1,667億円（前年比12.2%増）

～ダイエットサポート商品、プロテイン配合商品の好調続く～

マルチバランス訴求機能志向食品 818億円（前年比6.5%増）

～消費者の健康意識の高まりで、ビタミン・ミネラル補給商品の需要回復が本格化～

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、機能性表示食品の新商品投入により再び市場が活性化し、拡大を続ける機能志向食品の国内市場を調査した。

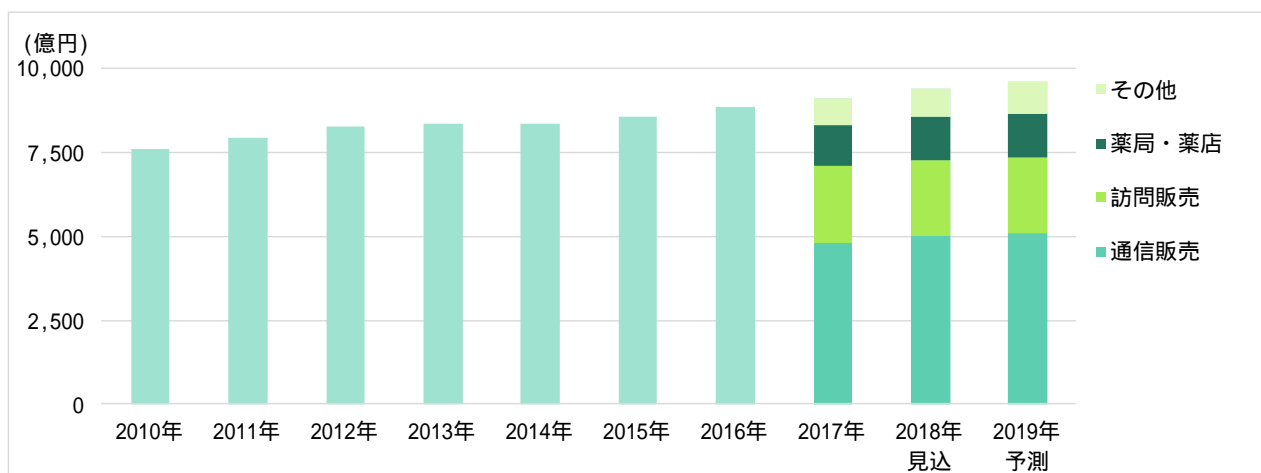
この調査では機能志向食品をダイエット、美肌効果、マルチバランスなど訴求効能別、プロテインやコラーゲンなど成分別に分類し、市場を調査・分析した。その結果を「**H・Bフーズマーケティング便覧 2019 No.2 - 機能志向食品編 -**」にまとめた。

機能志向食品：健康（Health）や美容（Beauty）に良いというコンセプトをもった商品（H・Bフーズ）のうち、機能面を重視した一般用医薬品との競合が予想される商品（健康食品とシリーズサプリメント）

< 調査結果の概要 >

機能志向食品市場

～ダイエット訴求商品がけん引。チャンネル別ではインバウンド需要が盛り上がり薬局・薬店が高い伸び～



近年の機能志向食品市場は、2014年に消費税増税後の高単価商品を中心とした需要回復の遅れなどから縮小したが、2015年にスタートした機能性表示食品の新商品投入などにより停滞感が強まっていた市場が活性化し、以降拡大を続けている。

2018年は、脂肪低減訴求などのダイエットサポート商品、ボディメイク訴求のプロテイン配合商品、“チャコールクレンズ”といった新たなコンセプトの商品の登場によりダイエット訴求商品がけん引し、機能志向食品市場は前年比3.2%増の9,399億円が見込まれる。ダイエットのほかには、マルチバランス、生活習慣病予防、美肌効果、骨・関節サポート、ホルモンバランスなども好調である。一方、伸長を続けてきたグリーンチャージはミドリムシ配合商品の停滞により縮小するとみられる。

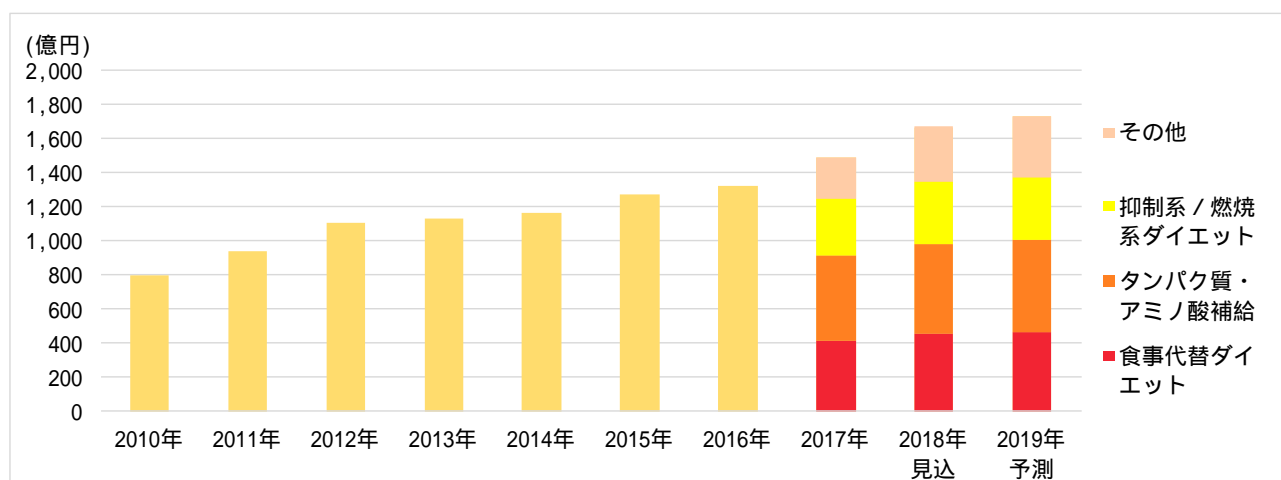
また、2018年は、前年はじめには落ち着きつつあったインバウンド需要が再び盛り上がりを見せ、美肌効果、マルチバランス、ダイエットなどで需要獲得がみられた。店舗販売を中心に展開する参入企業各社はインバウンド需要獲得に向けたプロモーションを強化する動きを活発化させている。

チャンネル別では、ドラッグストアでのインバウンド需要の獲得が進む薬局・薬店が好調である。2018年は前年比6.1%増の1,280億円が見込まれ、ダイエット、グリーンチャージ、生活習慣病予防、マルチバランスなどの比率が高い。

また、メインチャンネルの通信販売は2018年に5,000億円突破が見込まれ、訴求効能別にはダイエット、生活習慣病予防、滋養・強壮、骨・関節サポートなどの比率が高い。次に規模が大きいのは訪問販売であるが、会員の高齢化などから減少が続いている。

<注目市場>

ダイエット ~ダイエットサポート商品、プロテイン配合商品の好調続く~

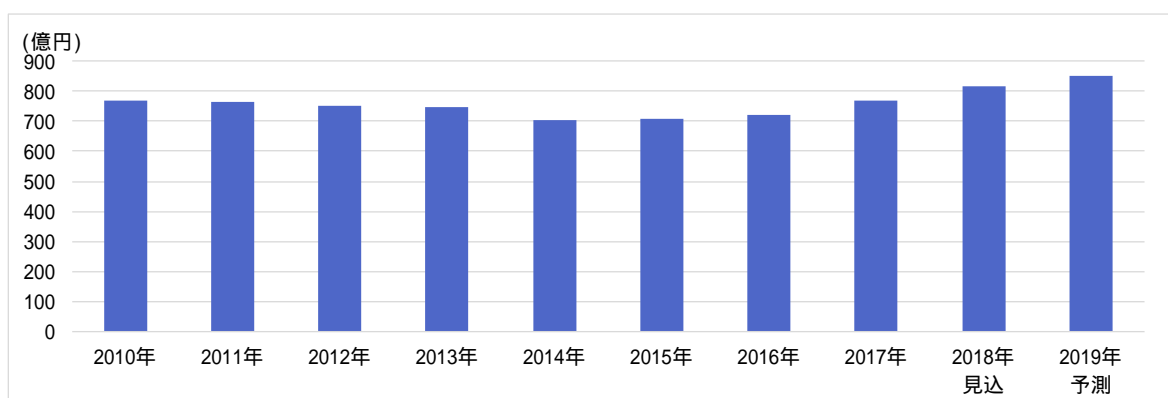


ダイエットを訴求する商品を対象としており、食事代替目的で使用され栄養バランスを考慮し摂取カロリーを低く抑えたシェイクタイプの商品を食事代替ダイエット、ウエイトアップや筋力アップなどボディメイクを目的とした商品や、筋肉や内臓などに必要な栄養素の補給を訴求する商品をタンパク質・アミノ酸補給、脂肪の燃焼・分解・脂肪の吸収抑制などを訴求する商品を抑制系/燃焼系ダイエット、それ以外をその他に分類した。

これまでのダイエットの主流であった食事代替ダイエットに加え、体を動かしその上でボディメイクのサポートを訴求するタンパク質・アミノ酸補給商品の摂取、もしくは食事を抜くなど我慢が必要なダイエットをせずサプリメントを飲むだけを訴求する抑制系/燃焼系ダイエット商品による体質改善など、需要の幅が広がっている。

2017年にはフルーツ青汁がヒットし、2018年にはチャコールクレンズといったコンセプトの商品（共に食事代替ダイエット）が登場した。タンパク質・アミノ酸補給がスポーツ人口の増加や運動によるボディメイク需要の増加などで引き続き好調なことに加え、機能性表示食品を中心にダイエットサポート商品が好調を維持したことから、2018年のダイエット市場は前年比12.2%増の1,667億円が見込まれる。

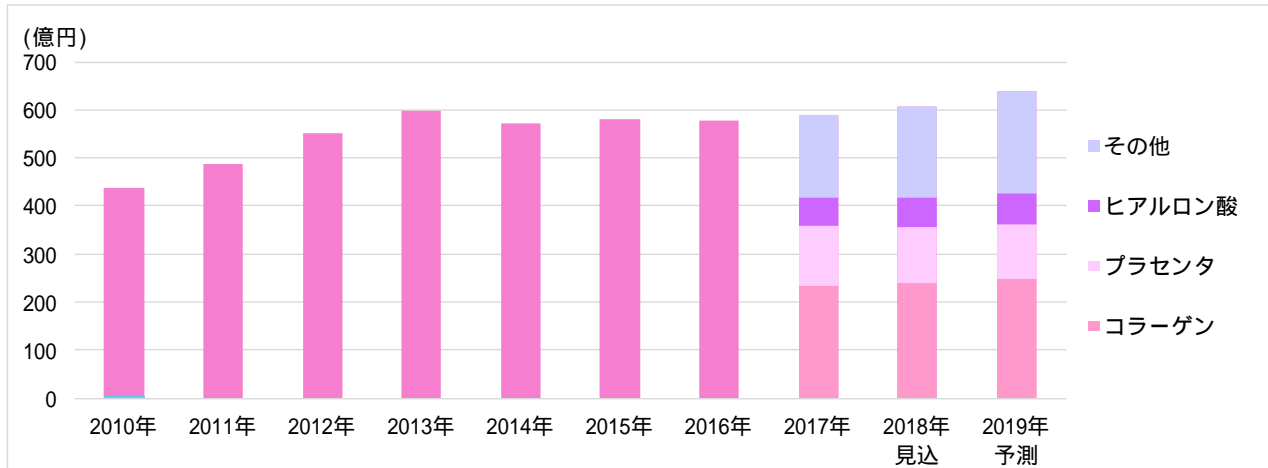
マルチバランス ~消費者の健康意識の高まりで、ビタミン・ミネラル補給商品の需要回復が本格化~



“マルチビタミン”“マルチミネラル”など各種栄養成分を一括で摂取できる商品を対象とする。

ビタミンやミネラルは価格競争の激化により単価の下落が進み、2014年には700億円近くまで落ちこんだ。しかし、2015年以降は、インバウンド需要の獲得や、消費者の健康意識の高まりにより、健康や美容のための土台を作る栄養素としてビタミン・ミネラルの重要性が改めて意識されるようになり、手軽に複数の栄養素の補給ができるビタミン・ミネラル商品の需要が本格的に回復しており、2018年には818億円が見込まれる。インバウンド需要の好調もあり、東京五輪が開催される2020年までは拡大が続くと期待される。

美肌効果 ~インバウンドではハトムギエキス配合商品が人気、2019年は美肌効果初のトクホも登場~



プラセンタ配合商品の急成長により2013年頃まで好調だったものの、新たに注目される美容成分の登場もなく、2014年以降市場は停滞していた。2017年はNHKの情報番組でコラーゲンが取り上げられたこともあり、前年比2.3%増と近年にない伸びをみせ、市場のピークである2013年に近い規模まで回復した。2018年はコラーゲンブームが落ち着いたものの、インバウンドでは化粧品で人気が高まっているハトムギエキス配合商品が需要を獲得し、市場は600億円突破が見込まれる。

2019年は、1月に“肌の水分を逃しにくくする機能”がヘルスクレームとして許可された特定保健用食品が初めて発売され大規模プロモーションが行われていることから、前年比5.3%増の638億円が予測される。

*** 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(剤型は医薬品の形状が主体)を「シリーズサプリメント」と呼称する。

*** 「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・PB(プライベートブランド)は対象外とした。

<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	(ローヤルゼリー、ニンニク、高麗人参、スッポン、マカ、深海鮫エキス、その他)
2. 肝機能改善	(ゴマエキス、ウコン、オルニチン、カキ肉エキス、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	(アロエ、乳酸菌類、プルーン、食物繊維、その他)
5. ダイエット	a 食事代替ダイエット(カロリー調整食品、酵素系カロリー調整食品) b 抑制系/燃焼系ダイエット(ギムネマ酸、L-カルニチン、サラシア、その他) c タンパク質・アミノ酸補給(プロテイン、アミノ酸、その他) d ダイエット・その他(酵素、食物繊維・マンナン、その他)
6. 生活習慣病予防	a 中性脂肪値・コレステロール値改善(DHA・EPA、ナットウキナーゼ、レシチン、その他) b 血糖値改善(難消化性デキストリン、サラシア、小麦アルブミン、その他) c 高血圧予防(サーデンペプチド、ラクトリペプチド、その他) d 認知機能サポート(DHA・EPA、イチョウ葉、その他) e 生活習慣病予防・その他(核酸、黒酢・香醋、コエンザイムQ10、レスベラトロール、その他)
7. 血行促進	(ビタミンE、生姜、シトルリン、その他)
8. 免疫賦活作用	(プロポリス、乳酸菌類、アガリクス、霊芝、-カロチン、エキナセア、甜茶、その他)
9. 骨・関節サポート	(グルコサミン、コラーゲン、カルシウム、アミノ酸、その他)
10. 貧血予防・改善	(非ヘム鉄、ヘム鉄)
11. エチケット	(植物抽出エキス、シャンピニオンエキス、その他)
12. アイケア	(ブルーベリー、ルテイン、その他)
13. マルチバランス	(複合、ビタミンC、アミノ酸、マルチビタミン、ビタミンB群、マルチミネラル、亜鉛、ビール酵母、その他)
14. ホルモンバランス	(ノコギリヤシ、大豆イソフラボン、ザクロ、ガウクルア、その他)
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、ミドリムシ、クロレラ、野菜粒、スピルリナ、その他)

<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 2019 No.2 -機能志向食品編-」	
体	裁:A4判 347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
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: http://www.group.fuji-keizai.co.jp/	