

2019年7月26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/>

スポーツ関連食品・サプリメント、認知機能サポート、睡眠サポートなど コンセプト別のH・Bフーズ市場を調査

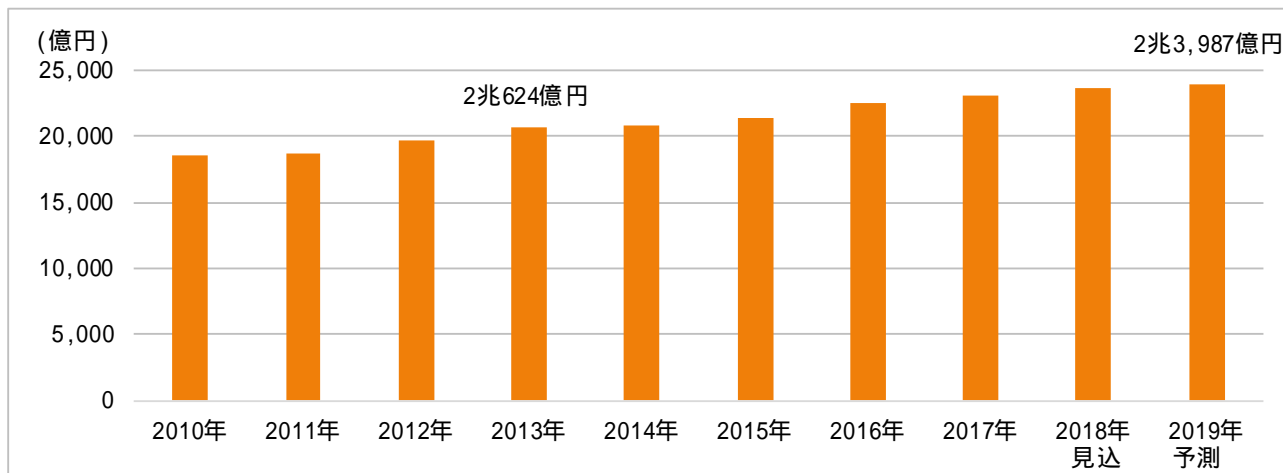
2023年市場予測(2017年比)
スポーツ関連食品・サプリメント 915億円(23.8%増)
～スポーツ人口の増加やユーザー層の広がりにより拡大、今後はシニア向けにも注目～

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、健康志向食品、機能志向食品、保健機能食品などに分類し調査してきたH・Bフーズの市場を総括するとともに、コンセプト別、形状別、チャネル別など横断的に分析した。その結果を「H・Bフーズマーケティング便覧2019-総括編-」にまとめた。

H・Bフーズ：健康(Health)や美容(Beauty)に良いというコンセプトをもった商品

<調査結果の概要>

H・Bフーズ



H・Bフーズ市場は2013年に2兆円を突破し、これ以降も拡大を続けている。2014年は消費税増税の影響もあり伸び悩んだが、2015年に機能性表示食品制度がスタートし活性化した。2017年は機能性表示食品が好調な一方で、機能系ヨーグルトが苦戦し、H・Bフーズ全体としても伸びが鈍化した。

2018年は機能性表示食品が特定保健用食品からの流入に加え、前年までの発売商品を中心に続伸している。また、スポーツ人口の増加によってプロテインやアミノ酸補給商品が伸長していることに加え、リラックスやホルモンバランスなども好調である。

<注目市場>

スポーツ関連食品・サプリメント

2018年見込	2017年比	2023年予測	2017年比
795億円	107.6%	915億円	123.8%

プロテインやアミノ酸の補給などを訴求し、ウエイトアップやパフォーマンス向上、疲労回復サポートなどを目的とするH・Bフーズを対象とする。

健康志向の高まりを受けたスポーツ人口の増加や、女性を中心にダイエットのトレンドが置き換えダイエット

から運動による身体作りへとシフトしていることもあり、市場は拡大している。特に、プロテインはユーザー層がボディビルダーなどのプロに加え一般のライトユーザーにまで広がっており、幅広い需要を獲得している。

2017年は手軽に摂取が可能であることから需要が伸びているゼリー飲料で商品投入が活発化し、二桁増となった。2018年もユーザーの広がりによるプロテインの伸びに加え、HMB補給商品が薬局・薬店をはじめとした店頭チャネルへの展開により需要の取り込みが進んでいる。

また、現状ではシニア向けの比率は低いものの、世代を問わず健康維持を目的とした運動の重要性の認知が広がっている。2019年にはアクティブシニアを中心に50代以上をターゲットとしたプロテインが発売されており、今後もこういった商品の投入が活発化すると予想される。

認知機能サポート

2018年見込	2017年比	2023年予測	2017年比
186億円	117.0%	230億円	144.7%

DHA・EPA、イチョウ葉などや、これら成分を複合的/補助的に配合し認知機能サポート、脳機能サポートをコンセプトとするH・Bフーズを対象とする。

機能性表示食品制度スタート以降、新商品投入が増加している。超高齢社会に伴い“記憶力の維持”などを訴求する商品への需要増加が期待され、市場は拡大が予想される。認知機能サポート商品の主要ターゲット層は高齢者であるが、認知症予防などへの意識の高まりから、60代以下の需要も獲得している。

また、2019年に入ってから“脳の血流を改善”をヘルスクレームとした商品の届出が増えており、脳血流改善を訴求した商品の動向が注目される。

睡眠サポート

2018年見込	2017年比	2023年予測	2017年比
100億円	108.7%	126億円	137.0%

グリシンやテアニン、GABAなどを関与成分とし、“睡眠の質の向上”“よい目覚め”など睡眠改善をコンセプトとするH・Bフーズを対象とする。

2015年に機能性表示食品制度がスタートし、これまで困難だった睡眠に関する機能性を明確に表記できるようになったことで、機能性表示食品での新商品投入が増加した。2018年も機能性表示食品を中心に新規参入企業が商品を発売していることから、市場に占める機能性表示食品の比率は80%以上とみられる。

働き方改革などにより業務効率化が進む中、質の高い睡眠の重要性が注目されており、市場は拡大を続けるとみられる。

*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>

コンセプト別		
・認知機能サポート	・ビタミン	・食品・ドリンク系サプリメント
・アンチエイジング	・睡眠サポート	的シリーズ商品
・メタボリック関連	・スポーツ関連食品・サプリメント	
・ロコモ・サルコペニア対応	・ダブル・トリプルヘルスクレーム	

訴求効能別H・Bフーズ		
・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 ・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
注目成分別		
・乳酸菌類	・たんぱく質	
形状別		
・粉末飲料	・グミ	・スムージー
チャネル別		
・通信販売 ・訪問販売	・薬局・薬店 ・量販店	・CVS
主要・注目企業の動向		
・15社		

<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>

2019年2月～3月

以上

資料タイトル	「H・Bフーズマーケティング便覧 2019 - 総括編 - 」	
体裁	A4判 357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/		