

# 特定保健用食品市場の動向と今後の展望

The trend of the food for specified health use market and the future outlook.

研究事業本部 研究員 藤井 啓

## 要旨

特定保健用食品の市場規模は 2007 年の 6,798 億円ピークに減少を続け、2011 年は 5,175 億円まで縮小した。また特定保健用食品市場の 8 割近くを飲料業界（清涼飲料水及び乳製品）が占め、市場の牽引役となっている。

2012 年 4 月にキリンビバレッジから発売された「メッツ コーラ」は年間販売目標 100 万ケースをわずか 2 日間で達成するなど爆発的な人気を誇っており、今後市場が再拡大することも予測される。

飲料業界の特定保健用食品における戦略や動向を調査することにより、当該市場全体の今後の動向及び展望を予測する。

## Abstract

The market sizes of the food for specified health use continued decreasing to the 679,800 million yen peak of 2007 and reduced to 517,500 million yen in 2011. However, the drink industry (cooling drinks and dairy products) which is occupying about half the specified health food market has become the main engine for growth of this market.

"Mets Coke" released in April, 2012, exploded in popularity and achieved 1 million cases of annual sale target in only two days, has become a big success of Kirin Beverages. It is also predicted that the market will enlarge even more in future. Basing on the research about the trend and the strategy of the market of the foods/ drinks for specified health use, this report will make a prediction of the market trend and the future prospects.

## 1. 特定保健用食品市場の現状

特定保健用食品とは、消費者庁から特定の保健の用途（健康の維持または増進）に適する要旨を表示すること許可された食品及び飲料である。

特定保健用食品市場は 2011 年に 5,175 億円の市場規模に及んでいる。カテゴリー別には、清涼飲料水と乳製品の飲料分野が市場全体の 79%（4,087 億円）を占めており、次いで加工食品・調味料が 12.3%（636 億円）、菓子・その他が 8.7%（452 億円）と続いている。（図 1、表 1）

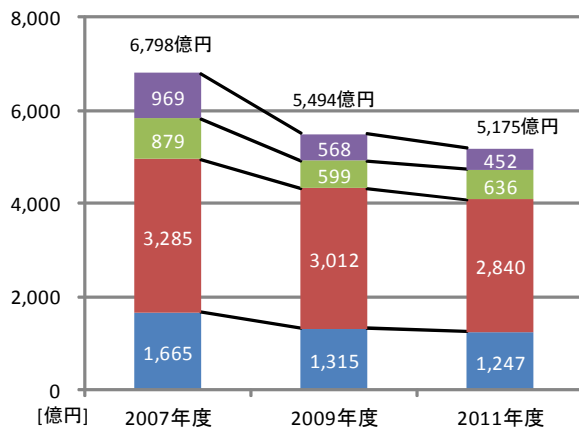
また販売経路別には、スーパーが 39.3%で最も多くを占めている。次いで戸配が 30.7%で続いており、コンビニが 13.5%、ドラッグ・薬局が 5.9%、通信販売が 3.1%、その他が 7.5%となっている。

現在、特定保健用食品市場には 180 社以上の企業が参入しており、合計で 1,002 品目（2012 年 8 月現在）が許可されている。

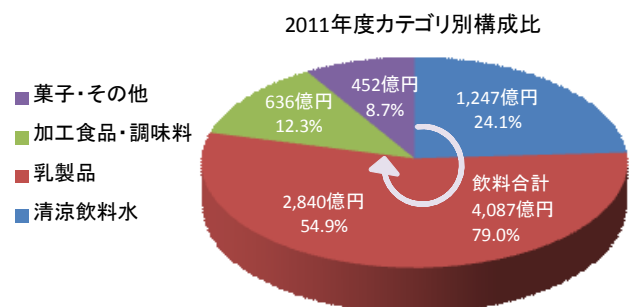
表1. カテゴリー別の食品

清涼飲料水	茶系飲料、果実飲料、ミネラルウォーター、ゼリー飲料、コーヒー、粉末清涼飲料等
乳製品	乳酸菌医療、発酵乳等
加工食品・調味料	大豆加工品、穀物加工品、調味料、マーガリン、食肉・魚肉加工品、調理酢、マヨネーズ、甘味料等
菓子・その他	キャンディー、クッキー、ビスケット、青汁、ガム、ナタデココ、あられ、チョコ、錠剤粉末、グミ、乾燥スープ、味噌汁等

図1. カテゴリー別の市場規模推移



出典) 公益財団法人 日本健康・栄養食品協会



## 2. 市場が減少している背景

2007年の6,798億円をピークに市場規模は年々縮小傾向にあった。

その背景として2つの要因が挙げられる。

1つ目は景気の低迷や長引くデフレの影響により、消費者の低価格志向が進んでいる中で、一般的に特定保健用食品市場は、一般食品と比べ価格が高く設定されていることから、消費者離れが進み売上が低減していることである。尚、食品市場全体も2008年の約17.4兆円をピークに、2011年には約16兆円まで減少している。

2つ目は特定保健用食品市場の売上増加が見込めないことから、食品メーカーが新製品や商品の発売を控えていたことにある。2007年は143品目が新たに許可されたが、2011年は56品目に減少している。(図2)

## 3. 主要メーカーの取り組み

食品、飲料、薬品、化粧品、調味料、乳製品、菓子など様々なメーカーが180社以上参入している。

花王は1999年に日本で初めて、中性脂肪を抑制でき、脂肪がつきにくい食用油の「エコナ」を発売した。「エコナ」は特定保健用食品市場におけるパイオニア的な商品であった。

しかし2009年に発がん可能性が多く含まれていることが判明し、販売の停止及び自主回収を行うなど、特定保健用食品に対する信頼性の低下を招いた。

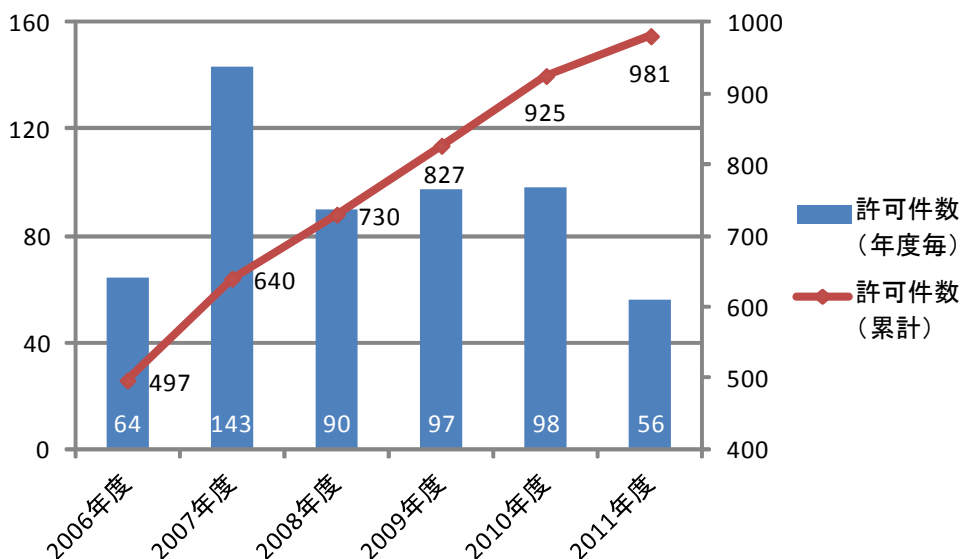
特定健康保健用食品に対する信頼性の低下や、市場全体の縮小などの影響から新商品の販売が減少していたが、近年飲料業界が積極的に新商品の開発及び販売を行っている。

キリンビバレッジは2000年に「キリンサブリ」を発売して以来、新商品を積極的に販売していなかった。しかし、2008年に「午後の紅茶 ストレートプラス」、2012年に「メッツ コーラ」を新たに発売した。「メッツ コーラ」は、清涼飲料素の定番であるコーラと健康意識が向上している消費者志向を掛け合わせた、これまでにない新しい発想の商品であった。コーラ本来の味わいや爽快感(炭酸)を残し、脂肪の吸収と中性脂肪の上昇を抑制する効果を持っている。年間販売目標(100万ケース)をわずか2日間で達成し、現在は年間販売目標を600百万ケースに上方修正した。

この他にサントリーが発売している「黒鳥龍茶」や「胡麻麦茶」、花王の「ヘルシア緑茶」、伊藤園の「カテキン緑茶」など茶類の飲料も売上が順調に伸ばしている。

現在最も特定保健用食品の表示許可品目数が多いのは、東洋新薬で208品目(ペプチド爽流・すこやか青汁など)、次いでヤクルト本社が48品目(ジョア、ヤクルト400など)、カルピスが35品目(カルピス酸乳アミールエス、健茶王など)と続いている。東洋新薬は特定保健用食品の開発に力を入れており、今後も更にラインアップを拡充する開発体制を構築している。

図2. 許可件数の推移



注) テクノ・クリエイト調べ

#### 4. 特定保健用食品市場の展望

特定保健用食品市場の 79%を占め、牽引役である飲料業界は、近年積極的に新商品の開発及び販売を行っている。これは消費者の健康志向が高まったことや、価格設定が高くても付加価値をより重視する傾向が強まったことにあると飲料メーカーは分析している。

特定健康用保健食品を摂取することで、手軽に健康維持また疾病の予防することができる。社会全体で生活習慣病予防に対する取り組みが強まったことや、新商品が続々と発売されている環境下において、改めて特定保健用食品に注目が集まると見られている。

今後飲料市場を中心に、特定保健用食品市場全体が回復また拡大することが予測される。

特定保健用食品の新商品は、例えば嗜好品と健康志向など 2 つ以上のテーマやキーワードを組み合わせることが必須であると考えられる。

市場規模が拡大する中で、これまで特定保健用食品の飲料を取り扱っていなかった食品メーカーやその他のメーカーも、今までにない新しいアイディアの商品を開発することができれば、今後新規に参入しさらに収益の拡大を実現させる可能性は強いと思われる。

(研究員 藤井 啓)

#### 参考文献

1.公益財団法人 日本健康・栄養食品協会『表示許可商品を持つ企業に対する品目別アンケート調査』2011年度

\* 次回のテーマは、『「宅配水」市場動向と今後の展望』を予定（10月1日掲載予定）しています。

#### <テクノ・クリエイトのご紹介>

テクノ・クリエイトでは多種多様な業種・産業分野での調査・分析をはじめ、ビジネス戦略の提案、各種情報サービスの提供を行っています。

調査は一般的な市場概要調査から競合企業の競争力を解明するベンチマーク調査など多岐に及んでいます。どのような調査方法を採用するかはお客さまと一緒に考え、最適な方法でもって調査に臨んでいます。

本レポートに関するお問合せおよび調査に関するお問合せは下記まで。

担当：営業本部 営業部 木内（TEL：03-3553-0112）

- 本レポートは、当社独自の取材および当社が信頼できると判断した情報源に基づき作成したものです。本レポートに記載された意見、予測等は、レポート作成時点における当社の判断に基づくものであり、正確性、完全性を保証するものではありません。今後、予告なしに変更されることがあります。
- レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。全ての内容は日本の著作権法及び国際条約により保護されています。