

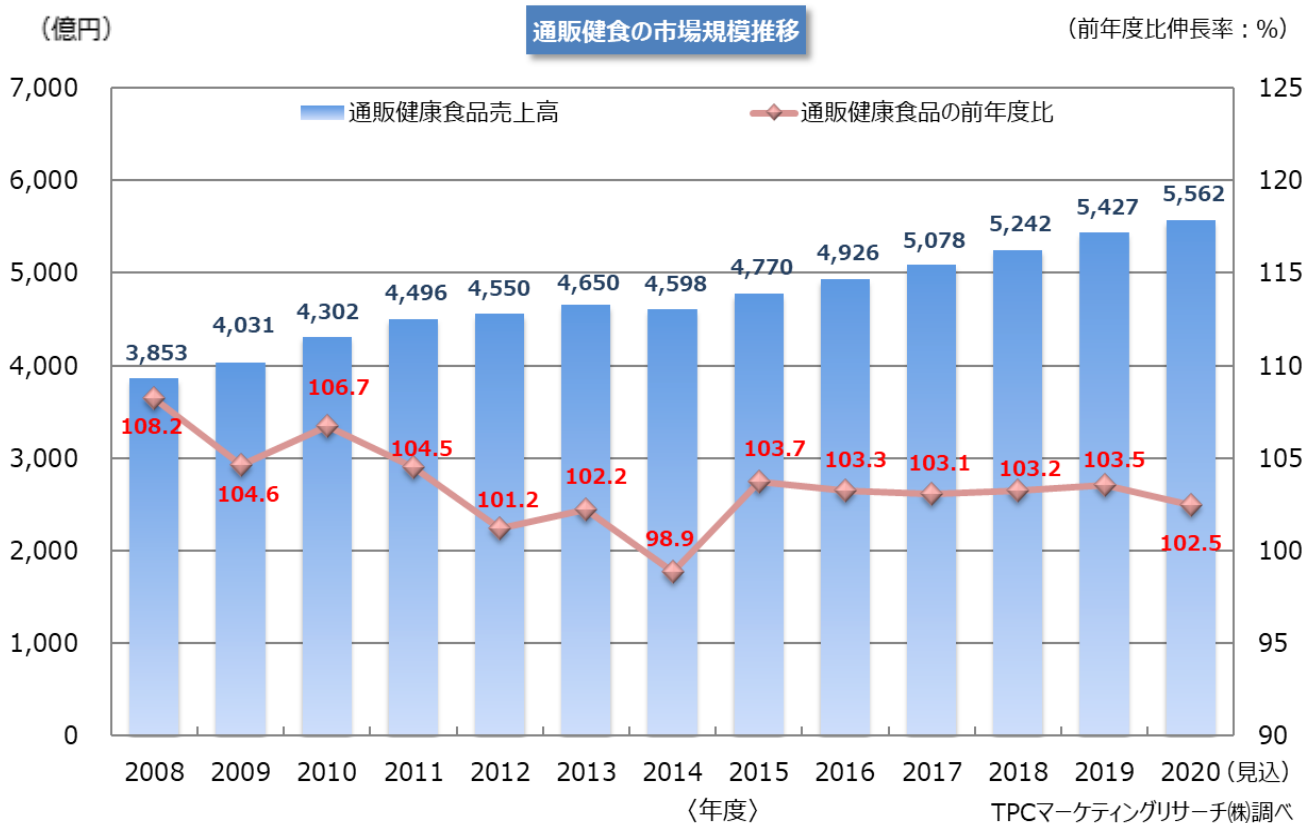
TPC マーケティングリサーチ株式会社

国内の通販健康食品市場について調査結果を発表

この程、TPC マーケティングリサーチ株式会社（本社＝大阪市西区、代表取締役社長＝川原喜治）は、国内の通販健康食品市場について調査を実施、その結果を発表した。

【調査結果】

2019 年度の通販健康食品市場は、前年度比 3.5%増の 5,427 億円となった。



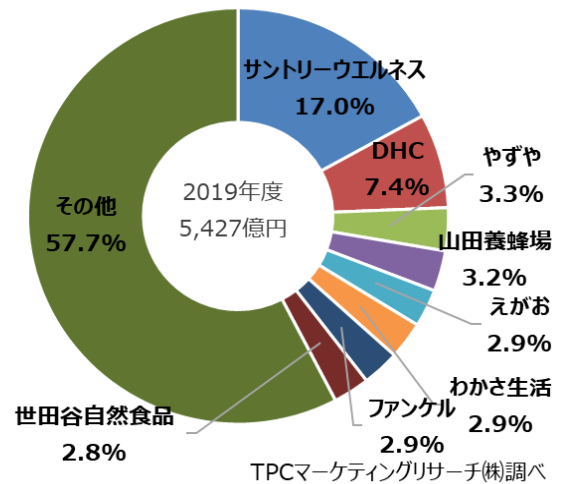
- ・ 2019 年度の通販健康食品市場は、前年度比 3.5%増の 5,427 億円となっており、この 10 年間で約 1.3 倍に拡大している。商品面では、新型コロナウイルスの拡大で巣ごもり需要などが増加していることから、各企業が「生活習慣病」「ダイエット」「アイケア」「免疫対策」といった訴求を行う商品の拡販に努めている。また、販売面では自宅で過ごすユーザーが増えており、各企業が様々なオンラインマーケティングを実施。例えば、オルビスは 2020 年 4 月より「AI チャットサポート」を開始しているほか、ファンケルでは 2020 年 8 月より「ライブコマース」の配信をスタートしている。
- ・ 2020 年度は新型コロナウイルス感染症の拡大により、引き続き「生活習慣病」や「ダイエット」、「免疫」対策などを訴求した商品が売上を伸ばすとみられる。

企業別では、サントリーウエルネスがシェア 17.0%の 923 億円でトップ。

前年度比伸長率ではファーマフーズが 54.5%増で大幅に成長している。

- 企業別にみると、2019 年度はサントリーウエルネスが構成比 17.0%の 923 億円でトップとなった。次いで、DHCが同 7.4%の 399 億円、やずやが同 3.3%の 181 億円、山田養蜂場が同 3.2%の 171 億円、えがおが同 2.9%の 159 億円で続いている。
- サントリーウエルネスは、前年度比 8.0%増となった。同社では、テレビ CM や折込チラシ、ランディングページなどにおいて、「セサミン EX」や「DHA&EPA+セサミン EX」、「ロコモア」、「グルコサミン アクティブ」といった主力商品のアピールに努めている。
- DHC は、同 2.0%増で推移。同社では、通販サイトにおいて、サプリメント全品が 25%オフとなる「DHC ぶっとび定期便」サービスを引き続き実施することで、売上を伸ばしている。
- ファンケルは、同 7.6%増で推移。同社では、機能性表示食品の「内脂サポート」や「尿酸サポート」が好調に推移しているほか、新型コロナウイルスの影響で「ビタミン D」や「プロポリス」といった商品も売上を伸ばしていることなどが寄与し、売上が好調に推移している。
- 世田谷自然食品は、同 5.6%増となった。同社では、「乳酸菌が入った青汁」を新聞広告や折込チラシ、インフォマーシャルなどを活用してアピールしているほか、「グルコサミン+コンドロイチン」のテレビ CM の放映などに注力することで、商品認知度の向上を図っている。
- このほか、その他企業ではファーマフーズが同 54.5%増と売上を大きく伸ばしている。同社では、主力商品である「タマゴサミン」のインフォマーシャルを BS や CS、地方局で積極的に放映しアピールしているほか、「タマゴサミン」と「タマコツ BP」のクロスセル施策を実施することで、顧客数の増加に努めている。
- また、ダイドードリンコは同 28.2%増で推移。同社では、「ロコモプロ」の新聞広告や折込チラシの出稿に注力しており、初回限定で同商品を購入できるキャンペーンを実施することで、新規顧客の獲得に注力している。

通販健康食品の企業別販売構成

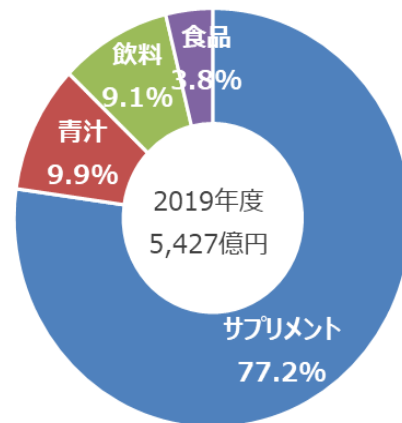


分野別では、サプリメントが構成比 77.2%の 4,191 億円で最大となった。

前年度比伸長率ではサプリメントが 4.0%増と最も大きくなっている。

- ・ 分野別でみると、2019 年度はサプリメントが構成比 77.2%の 4,191 億円で最大となっている。次いで、青汁が同 9.9%の 536 億円、飲料が同 9.1%の 493 億円、食品が同 3.8%の 207 億円で続いている。
- ・ サプリメントは、前年度比 4.0%増で推移。同分野では、各企業が機能性表示食品の上市に注力することで、差別化を図っている企業が多くなっている。また、企業別にみると、大正製薬、オルビス、ファーマフーズ、フジッコ、ダイドードリンコなどの企業が 2 桁増となっている。

通販健康食品の分野別販売構成



TPCマーケティングリサーチ(株)調べ

- ・ 青汁は、同 2.3%増となった。世田谷自然食品、エバーライフ、野草酵素、DHC、八幡物産といった企業が好調に推移している。また、同分野ではより飲みやすくした商品や、より健康機能を高めた商品など商品のバリエーションが広がっていることもあり、売上が増加している。
- ・ 飲料は、同 2.1%増で推移。同分野では、サントリーウエルネス、大正製薬、ビーボ、カゴメ、世田谷自然食品などの企業が増収となっている。具体的に、各企業は中高年男性をターゲットに設定した生活習慣病対策商品や女性向けの美容ドリンクなどの拡販に努めることで、売上を伸ばしている。
- ・ 食品は、同 1.5%増となった。同分野では、企業が様々な訴求を行った機能性表示食品などの上市に努めており、顧客の幅広いニーズに対応した商品展開を行っている。

【調査要覧】**＜調査対象＞**

調査対象商品は健康食品全般であり、サプリメント、青汁、飲料、食品の4分野に分類している。

＜調査対象企業＞

味の素株式会社、オルビス株式会社、キューサイ株式会社、小林製薬株式会社、
サントリーウエルネス株式会社、株式会社世田谷自然食品、株式会社ディーエイチシー、
株式会社ファンケル、株式会社ファーマフーズ、アサヒカルピスウェルネス株式会社、
株式会社エバーライフ、ダイドードリンコ株式会社、株式会社ニコリオ、フジッコ株式会社
森下仁丹株式会社、ライオン株式会社、その他の注目企業
(株式会社北の達人コーポレーション、有限会社九南サービス、株式会社ビーボ)

＜調査期間＞

2020年7月～2020年12月

＜資料名＞

「2020年 健康食品の通販事業戦略調査」

—コロナ禍で活路を模索する健食通販メーカーを徹底分析—

<http://www.tpc-osaka.com/fs/bibliotheque/mr220200539>

発刊日：2020年12月4日 頒価：99,000円（税抜）

【会社概要】

会社名：TPC マーケティングリサーチ株式会社

所在地：大阪府大阪市西区新町2-4-2 なにわ筋SIAビル

事業内容：マーケティングリサーチおよび調査レポートの出版

コーポレートサイト：<http://www.tpc-cop.co.jp/>

オンラインショップ「TPC ビブリオテック」：<http://www.tpc-osaka.com/>

ISO27001 認証書番号：IS598110

【本件に関するお問い合わせ】

電話番号：06-6538-5358