

『健食サプリ・ヘルスケアフーズレポート 2024』発刊 ～若年層で「健食サプリ」の利用意向が高まる。一方、「価格の高さ」が継続への障壁か～

株式会社インテージヘルスケア(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:村井 啓太、以下インテージヘルスケア)は、生活者 13 万人へのアンケート調査からセルフヘルスケア(生活者の健康消費・活動)に関する市場実態をまとめた『健康食品・サプリメント+ヘルスケアフーズ+セルフヘルスケア市場実態把握レポート 2024 年度版』(以下『健食サプリ・ヘルスケアフーズレポート 2024』)を 12 月 12 日に発刊します。

高齢化が進み、増え続ける医療費が課題となっている昨今、「セルフヘルスケア」への期待が高まっています。また、コロナ禍を経験する中で、健康であることの重要性や価値も改めて認識されるようになりました。市場全体の把握、商品・サービスの企画、ニーズボリュームの確認、販売チャネル選定など、幅広い目的に活用いただける本レポートより、最新の市場動向の一部をご紹介します。

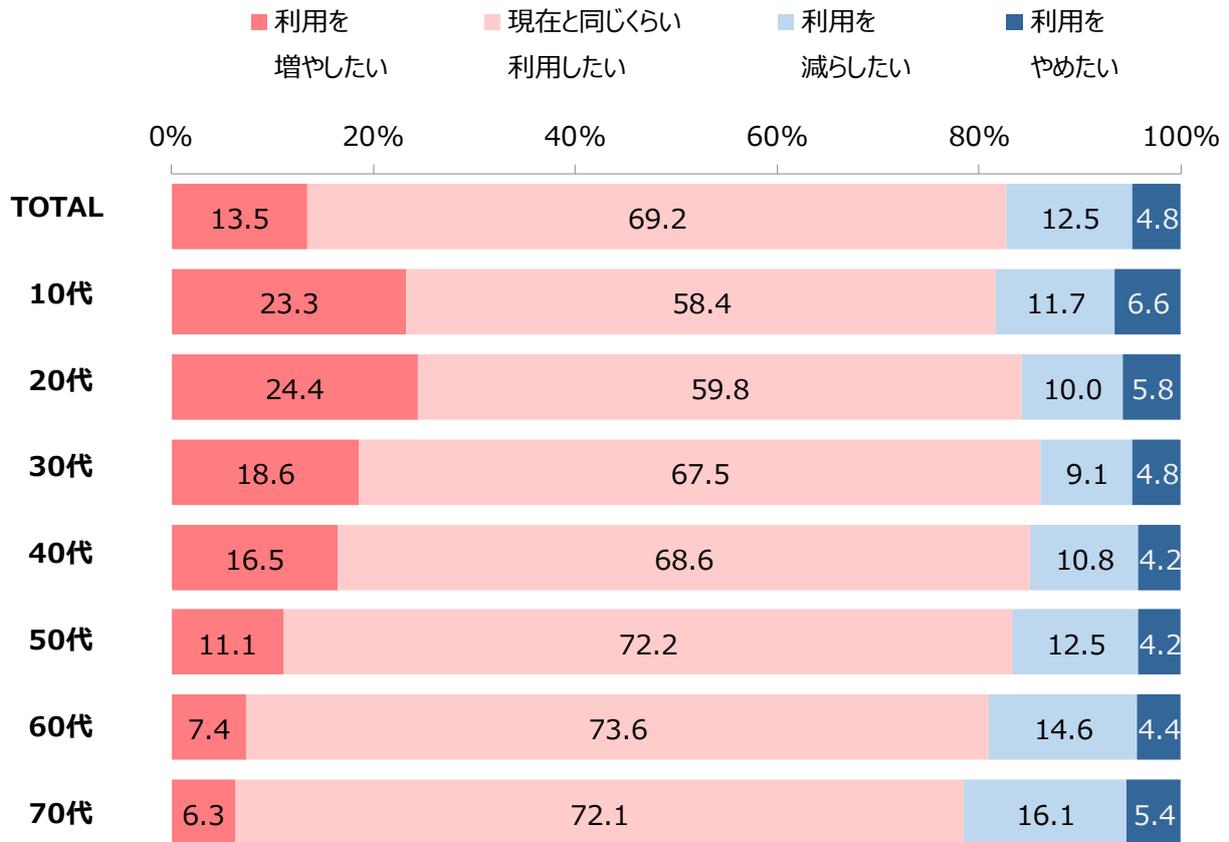
■健康食品・サプリメント市場動向

- 2024 年度の日本の健康食品・サプリメント市場規模(インテージヘルスケア推計)は 1 兆 2,382 億円で、前年(1 兆 2,385 億円)とほぼ同等の規模である。一方、同利用者数(インテージヘルスケア推計)は 4,786 万人で、対前年 3.7%減少した。1 人当たり平均購入金額は 25,871 円で、対前年 3.8%増加した。
- 性年代別にみると、利用者数は「男性」が対前年で 3.1%、「女性」が 4.1%減少した。減少幅が大きいのは、「男性 30 代」で 7.4%、「女性 30 代」で 6.1%、「女性 60 代」で 5.0%、「女性 70 代」で 7.1%減少した。
- ヘルスベネフィット別に顕在市場規模をみると、「健康維持・増進」がトップ。以下「美肌・肌ケア」、「目の健康(ドライアイ対策を除く)」、「関節の健康」、「疲労回復」、「栄養バランス」の順位となった。対前年の動きをみると、「認知症予防」が 25.6%、「脳機能の改善(認知症予防を除く)」が 15.0%、「目の健康(ドライアイ対策を除く)」が 14.5%増加した。一方、減少幅が大きいのは「生理痛・生理不順対策」で 17.0%、「口臭対策」が 15.4%減少した。 ※インテージヘルスケア規定のヘルスベネフィット 47 種類中

■今後の健康食品・サプリメントの利用意向

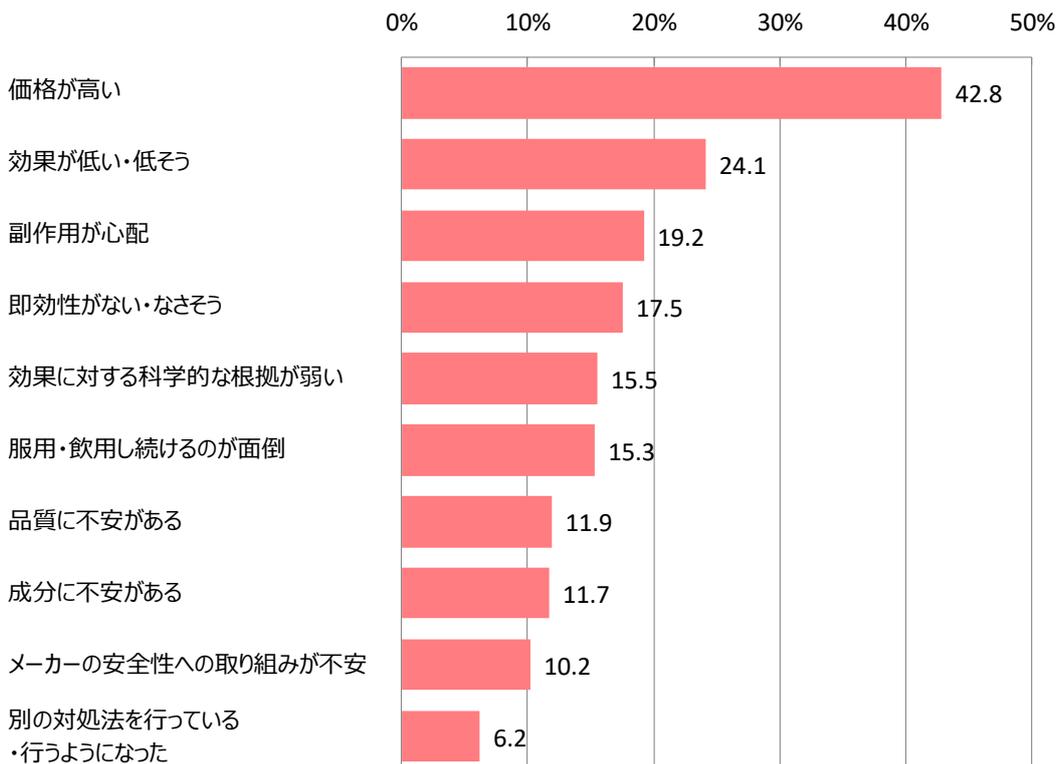
- 現在の健食サプリ利用者に、今後、健食サプリをどの程度利用したいか聴取した。全体では「利用を増やしたい」が 13.5%、「現在と同じくらい利用したい」が 69.2%、「利用を減らしたい」は 12.5%、「利用をやめたい」は 4.8%という結果となった。年代別にみると、10 代から 30 代の若い層では、他の世代と比較して、「利用を増やしたい」が 20%前後と高い。一方、40 代以降は年代が上がるにつれて「利用を減らしたい」が高くなり、70 代で 16.1%と最も高い。(図 1)
- 今後、健食サプリの利用を減らしたい、やめたい理由としては、「価格が高い(42.8%)」が最も多く挙げられ、次いで、「効果が低い・低そう(24.1%)」「副作用が心配(19.2%)」となった。また、品質・成分・メーカーの安全性への取り組みに対する不安も理由として挙げられている。物価の上昇が続く中、価格の要因が、継続意向に大きな影響を与えていると考えられる。(図 2)

(図1)「健食サプリの今後の利用意向」



(単一回答、ベース: 健食サプリの現利用者、n=28,648、調査時期 2024年8月)

(図2)「現在の健食サプ利用者の、利用を減らしたい・やめたい理由」の上位10項目



(複数回答、ベース: 今後、健食サプリの「利用を減らしたい」「利用をやめたい」回答者、n=4,948、調査時期 2024年8月)

■健食サブリ・ヘルスケアフーズレポート 2024 概要

2012 年度に発刊を始めた本レポートは、漸次発展しつつ今年度で 13 年目となり、延べ 370 社以上に提供実績があります。生活者 13 万人以上に対する大規模サンプリング調査を行い、「健康食品・サプリメント市場」「ヘルスケアフーズ市場」「セルフヘルスケア市場」の 3 つの市場で、市場規模推計や商品・サービス利用者の分析結果をサマリーレポートにまとめました。最新のセルフヘルスケア市場の実態把握を通じて、皆さまの課題解決やビジネス拡大の一助となれば幸いです。

健食サブリレポート&KBI ブランドデータ

今年度より新機軸として、「KBI(Kenshoku-supplement-Brand-Index) 健食サブリブランド調査データ」を提供開始いたします。健食サブリ市場のブランド間の競合状況、ユーザーの特徴などが把握でき、差別化・満足度向上のヒントが得られます。下記リンクよりご参照ください。

<調査概要・活用イメージ>

https://www.intage-healthcare.co.jp/wp-content/uploads/2024/11/kensyoku_kbi_leaflet.pdf



レポート名	健食サブリ・ヘルスケアフーズレポート 2024 (健康食品・サプリメント+ヘルスケアフーズ+セルフヘルスケア市場実態把握レポート 2024 年度版)
納品物	調査サマリーレポート(PDF)、EXCEL データシート(レポート掲載外の数表含む)
お見積	上記一式：45 万円(税抜き)
オプション	セルフヘルスケア・データベース 2024 (調査結果の ALL データ集計セット)：200 万円 ※貴社内で自由に集計できます
レポートのサンプル	レポートのサンプルは下記ページよりお問い合わせください。 https://www.intage-healthcare.co.jp/download/healthfood_supplement_sample-pdf/

調査・分析概要

	健康食品・サプリメント 全国 10.5 万人調査	健康食品・サプリメント 健食サブリ現使用 2 万人調査	ヘルスケアフーズ&セルフヘルスケア 全国 1.2 万人調査
対象者	日本全国の生活者、 15-79 歳男女	健食サブリ現使用者、 15-79 歳男女	日本全国の生活者、 15-79 歳男女
サンプル サイズ	n= 105,233	n= 20,527	n=12,323 & n=12,534
主な 調査項目	✓ 健康や美容で気にしている こと、関心	✓ 健食サブリの購入実態・意識 ✓ 健食サブリの利用実態・意識	✓ ヘルスベネフィット別の対処動 向(医薬品、食品・飲料、生

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 健康や美容の対処、対処意向 ✓ 健食サプリの購入金額 ✓ 原料(成分・素材)の認知、使用意向 ✓ 機能性表示食品制度の浸透実態、購買動向 ✓ 健食サプリア後の利用意向 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 主使用健食サプリのメーカー、成分、剤形、利用目的など 	鮮食品、健食サプリアなど) <ul style="list-style-type: none"> ✓ ヘルスベネフィットと食品・飲料カテゴリ、生鮮食品の品目との相互関係 ✓ セルフヘルスケア計の年間支出金額 ✓ セルフヘルスケア別の年間支出金額
対象ヘルスベネフィット	ヘルスベネフィット 47 種類		ヘルスベネフィット 20 種類 ※47 種類から集約
対象原料/食品	原料 70 種類		一般加工食品 99 種類
調査手法	インターネット調査(実査期間：2024 年 8~9 月)		

調査分析の対象(ヘルスベネフィット/原料について)

ヘルスベネフィット (47 種類)	健康維持・増進	脳機能改善	ガン予防・改善	栄養バランス
	体力の増強・減退対策	目の健康(ドライアイ除く)	妊娠期の母体・胎児の健康	特定の栄養素の補給
	体質改善	ドライアイ対策	授乳期の母親・乳児の健康	高血圧予防・改善
	精力の増強・減退対策	口臭対策	更年期障害対策	血糖値のコントロール
	疲労回復	口内炎対策	血行促進・血流改善	体脂肪の抑制
	感染症予防・改善	下痢の予防・改善	貧血予防・改善	血中脂質の抑制
	骨の健康	整腸・便秘の改善	美肌・肌ケア	肝機能の保護
	関節の健康	頻尿、尿漏れなど尿の悩み	体臭対策	血液サラサラ
	筋肉強化	生理痛・生理不順	花粉症などのアレルギー対策	尿酸値のコントロール
	首・肩・腰のハリ・コリ・痛み	むくみ対策	抗ストレス・ストレス対策	減量(とにかく体重を落とす)
	発毛・育毛、抜け毛・薄毛	冷え性対策	不眠・睡眠障害対策	痩身(スタイル良くスリムになる)
	認知症予防	抗酸化・老化予防	活力増進(やる気アップ)	
	原料 (70 種類)	CBD(カンナビジオール)	オルニチン	酢
DHA・EPA(オメガ 3)		牡蠣	スッポン	ブルーベリー・ビルベリー
DNA・RNA(核酸)		カテキン	セラミド	プロテイン
GABA		カルシウム	大豆イソフラボン	プロテオグリカン
HMB		ギムネマ	鉄	プロポリス
L-カルニチン		葛の花由来イソフラボン	難消化性デキストリン	ポリフェノール
L-テアニン		グリシン	乳酸菌・ビフィズス菌・プラスマ乳酸菌	マカ
NMN		グルコサミン・コンドロイチン	ニンニク	マルチビタミン
亜鉛		クロレラ	ノギリヤシ	マルチミネラル
青汁		桑の葉	バラ (ローズ)	ミドリムシ(ユエグレナ)
アスタキサンチン		酵素	ヒアルロン酸	葉酸
アミノ酸		コエンザイム Q10	ビール酵母	ラクトフェリン
アルギニン		ゴマ・セサミン	ビタミン B 群	リコピン
アロエ		コラーゲン	ビタミン C	ルテイン(マリーゴールド)
イチョウ葉		サラシア	ビタミン D	レスベラトロール

	イヌリン	シトルリン	ビタミン E	ローヤルゼリー
	ウコン	しょうが(ジンジャー)	フォースコリー(フォースリー ン)	
	エクオール	食物繊維(ファイバー)	プラセンタ	

【株式会社インテージヘルスケア】<https://www.intage-healthcare.co.jp/>

株式会社インテージヘルスケアは、ヘルスケア領域のマーケティングリサーチとデータサイエンスサービスをコアビジネスと位置付けています。インテージグループのヘルスケア領域を担う各社※と一体となり、ソリューションを提供。ヘルスケア領域のあらゆる課題に対して、「医療消費者」起点のデータの価値化による、最適な意思決定をサポートしていきます。

※ 株式会社協和企画、株式会社インテージリアルワールド、株式会社プラメド、Plamed Korea Co., Ltd.

【本件に関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージヘルスケア

健食サプリ・ヘルスケアフーズレポート担当

Mail: ihc-hcf-marketing@intage.com

お問い合わせフォーム: <https://www.intage-healthcare.co.jp/contact/service/>

【報道機関からのお問い合わせ先】

■株式会社インテージヘルスケア

経営企画部 広報担当: 深谷(ふかや)

TEL: 03-5294-8393(代)

お問い合わせ: pr-ihc@intage.com