

**『健食サプリ・ヘルスケアフーズレポート 2020』発刊**  
**日本の健康食品・サプリメントの市場規模は 1 兆 4,095 億円に**  
～コロナ禍で「以前より健康を気にする」55%、「感染症対策」「減量」ニーズと市場が拡大～

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:檜垣 歩、以下インテージ)は、生活者 14 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)に関わ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 2020 年度版』(以下『健食サプリ・ヘルスケアフーズレポート 2020』)を 12 月 16 日に発刊します。本レポートで明らかになった最新のセルフヘルスケア動向の一部をご紹介します。

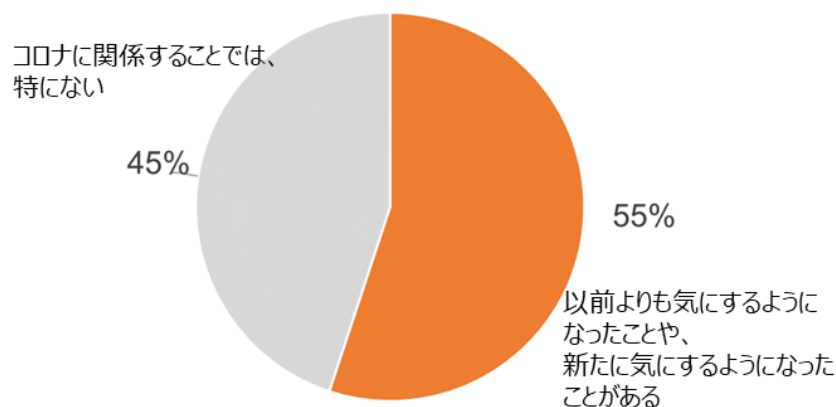
**■セルフヘルスケア市場の最新動向**

2020 年度、日本のセルフヘルスケア<sup>\*1</sup> 市場全体の規模は、6 兆 3,016 億円となった。その内、健康食品・サプリメントの市場規模は 1 兆 4,095 億円となり、対前年で 4.8%減少した。減少理由は、1 人当たり平均購入金額(単価)が対前年で 4.2%減少したことが主な要因となっている。高額な健康食品・サプリメント商品の消費の落ち込みが影響しているものと考えられる。健康食品・サプリメントを含むヘルスケアフーズ<sup>\*2</sup> の市場規模も対前年 3.9%減少した。

コロナ禍において、生活者のセルフヘルスケア・ニーズに変化がみられる。健康に関心がある生活者の半数以上が、コロナの流行やそれに伴う行動様式の変化により、健康に関わることで「以前よりも気にするようになったことや、新たに気にするようになったことがある」と回答している(図 1)。具体的に関心が高まったヘルスベネフィット(期待する効果・効能)は、「健康維持・増進」、「疲労回復」、「風邪などの感染症予防・改善」、「栄養バランス」、「減量(とにかく体重を落とす)」が上位となった(図 2)。市場への直接的な影響も出ている可能性が高く、健康食品・サプリメント市場では、「風邪などの感染症予防・改善」の顕在・潜在市場、「減量(とにかく体重を落とす)」の潜在市場が特に拡大した。

(図 1)

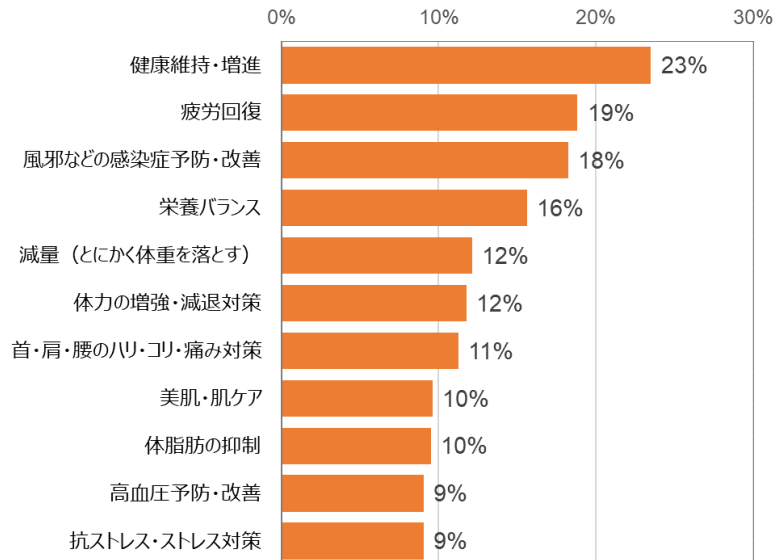
コロナの流行やそれに伴う行動様式の変化により、健康に関わることで「以前よりも気にするようになったことや、新たに気にするようになったこと」がある割合



(・単一回答 ・ベース:健康へ関心がある対象者 ・サンプルサイズ:n=86,482 ・調査時期:2020年8月)

(図 2)

コロナの流行やそれに伴う行動様式の変化により、「以前よりも気にするようになったことや、新たに気にするようになったことがある」内容の上位 10 項目



（・複数回答 ・ベース:健康への関心についてコロナの影響がある対象者 ・サンプルサイズ:n=47,628 ・調査時期:2020年8月）

\*1 セルフヘルスケア:健康目的でセルフケアするためのヘルスケアフーズ、化粧品、ヘアケア、オーラルケア、健康器具・グッズ、スポーツ、スポーツ用品・サービス、施術・美容サービス、睡眠、睡眠グッズ、入浴、入浴グッズ・サービスの総称

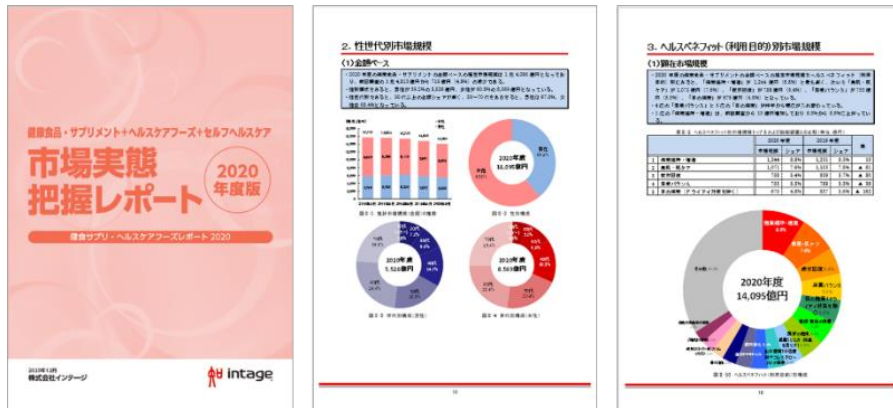
\*2 ヘルスケアフーズ:健康や美容・ダイエットを意識して食べたり飲んだりする、健康食品・サプリメント、(一般の)食品・飲料、生鮮食品、医薬品などの総称

## ■レポート概要

新規事業やマーケティングの成功には、市場の実態を俯瞰的に、正確に把握することが第一歩となります。しかしながら、セルフヘルスケア市場には、市場実態のクリアな理解が難しい特徴があります。「未病」「予防」「ウェルネス」など関連するキーワードの乱立が示すようにニーズの概念が非常に抽象的で分散しており、かつそれぞれのニーズに応じてさまざまな商材やサービスが展開されているためです。

そこで、インテージは、徹底した生活者起点の調査を実施することで、セルフヘルスケア市場の実態把握にアプローチしています。

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9年目となり、延べ300社以上に提供実績があります。今年度は、生活者14万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。コロナ禍で社会生活に大きな変化がある中、セルフヘルスケア市場の実態を精緻に捉えるべく、サンプルサイズを昨年度から大幅に拡大(健康食品・サプリメント調査:スクリーニング調査7万人→10万人、本調査1万人→2万人)して、相対的に小さいヘルスベネフィット・原料市場まで統計的な精度を可能な限り底上げしました。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。



\* 以下、表内の「HB」は「ヘルスベネフィット」の略

レポート名	健食サプリ・ヘルスケアフーズレポート 2020 (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 2020 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>セルフヘルスケア・データベース 2020 (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</li> <li>調査サマリーレポート(Tableau 版)データ：ご要望の企業様に限り無償でご提供します ※データは、健康食品・サプリメント調査の HB・原料別のページに限定されます</li> </ul>
レポートのサンプル	レポートのサンプルは以下 URL からご覧いただけます。アウトプットイメージや内容の確認にご利用ください。 URL: <a href="https://form.k3r.jp/intage/healthcare2020.html">https://form.k3r.jp/intage/healthcare2020.html</a>

### 調査・分析概要

	健康食品・サプリメント 全国 10 万人調査	健康食品・サプリメント 健食サプリ現使用 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	健食サプリ現使用者、 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=103,942	n=20,011	n=12,276 & n=12,556
主な 調査項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 健康や美容で気にしていること、関心</li> <li>✓ 健康や美容への対処、対処意向</li> <li>✓ 健食サプリの購入金額</li> <li>✓ 原料の認知、使用意向</li> <li>✓ 機能性表示食品制度の浸透実態、購買動向</li> <li>✓ 健康に対するコロナの影響度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 健食サプリの購入実態・意識</li> <li>✓ 健食サプリの利用実態・意識</li> <li>✓ 主使用健食サプリのメーカー、成分、剤形、利用目的など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ HB 別の対処動向</li> <li>✓ HB と食品・飲料カテゴリ、生鮮食品の品目との関係</li> <li>✓ セルフヘルスケア計の年間支出金額</li> <li>✓ セルフヘルスケア別の年間支出金額</li> </ul>

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 69 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：2020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 (69 種類)	α-リポ酸	オルニチン	食物繊維(ファイバー)
DHA・EPA(オメガ 3)		牡蠣	酢	フォースコリー(フォースリーン)
DNA・RNA(核酸)		カテキン	スッポン	プラセンタ
GABA		カルシウム	スピルリナ	ブルーベリー・ビルベリー
HMB		ギムネマ	セラミド	プロテイン
L-カルニチン		葛の花由来イソフラボン	大豆イソフラボン	プロテオグリカン
L-テアニン		グリシン	鉄	プロポリス
亜鉛		グルコサミン・コンドロイチン	難消化性デキストリン	ポリフェノール
青汁		ククロレラ	乳酸菌・ビフィズス菌	マカ
アスタキサンチン		桑の葉	ニンニク	マルチビタミン
アミノ酸		酵素	ノギリヤシ	マルチミネラル
アルギニン		コエンザイム Q10	バラ(ローズ)	ミドリムシ(ユーグレナ)
アロエ		ゴマ・セサミン	ヒアルロン酸	葉酸
イチョウ葉		コラーゲン	ビール酵母	ラクトフェリン
イヌリン		サラシア	ビタミン B 群	リコピン
イミダゾールペプチド		シトルリン	ビタミン C	ルテイン(マリーゴールド)
ウコン		しょうが(ジンジャー)	ビタミン D	ローヤルゼリー
エクオール				

**【株式会社インテージ】** <https://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:檜垣 歩)は、「Create Consumer-centric Values ~ お客様企業のマーケティングに寄り添い、共に生活者の幸せを実現する」を事業ビジョンとして掲げ、様々な業界のお客様企業のマーケティングに寄り添うパートナーとして、共に生活者の幸せに貢献することを目指します。生活者の暮らしや想いを理解するための情報基盤をもって、お客様企業が保有するデータをアクティベーション(活用価値を拡張)することで、生活者視点に立ったマーケティングの実現を支援してまいります。

**【本件に関するお問い合わせ先】**

■株式会社インテージ セルフヘルスケア・マーケティング担当 mail:[shc-marketing@intage.co.jp](mailto:shc-marketing@intage.co.jp)

**【報道機関からのお問い合わせ先】**

■株式会社インテージ 広報担当 担当:西澤

TEL:03-5294-6000

サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage.co.jp/contact/>