

調査報告書 目 次

<はじめに>

<調査概要>

総合分析編

A. H・Bフーズの定義	3
1. H・Bフーズの概念と範囲	3
2. 法的分類	5
3. マーケティング上の分類	5
B. 「保健機能食品制度」の概要	7
C. 健康志向食品の市場構造 (No. 1 のまとめ)	10
1. 訴求効能別市場特性	10
(1) 市場規模推移	10
(2) 訴求効能別・種類別シェア	11
(3) 訴求効能別・販売チャネル別シェア	12
(4) 訴求効能別・成分別シェア	15
(5) 訴求効能別市場占有状況	17
2. 販売チャネル別市場特性	21
(1) 市場規模推移	21
(2) チャネル別・訴求効能別シェア	24
3. 種類別市場特性	30
(1) 市場規模推移	30
(2) 種類別・訴求効能別シェア	31
(3) 種類別・訴求効能別市場占有状況	32
4. 成分別市場特性	38
(1) 市場規模推移	38
(2) 成分別市場占有状況	39
(3) 成分別種類別動向	46
(4) 成分別チャネル別動向	47

品目編

1. 滋養・強壮	51
2. 肝機能改善	63
3. 美肌効果	71
4. 整腸効果	87
5. ダイエット	105
6. 生活習慣病予防	119
7. 免疫賦活作用	138
8. 栄養バランス	148
9. 骨強化	162
10. 覚醒効果	176
11. 貧血予防・改善	185
12. 喉の不快感除去	196
13. 虫歯予防	205
14. エチケット	216
15. 視覚改善作用	225
16. マルチバランス	234
17. ホルモンバランス	248
18. リラックス	256