

H・Bフーズマーケティング便覧2010 No. 1

報告書 目 次

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」とH・Bフーズの位置付け	7
C. 健康志向食品の市場構造（報告書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	22
(1) 市場規模推移	22
(2) チャネル別・訴求効能別シェア	25
3. 種類別市場特性	31
(1) 市場規模推移	31
(2) 種類別・訴求効能別シェア	32
(3) 種類別・訴求効能別市場占有状況	33
4. 成分別市場特性	40
(1) 市場規模推移	40
(2) 成分別市場占有状況	41
(3) 成分別種類別動向	46
(4) 成分別チャネル別動向	48

品 目 編

1. 滋養・強壮	51	9. 骨・関節サポート	204
2. 肝機能改善	65	10. 覚醒効果	223
3. 美肌効果	73	11. 貧血予防・改善	232
4. 整腸効果	90	12. 喉の不快感除去	242
5. ダイエット	111	13. 虫歯予防	249
6. 生活習慣病予防	127	14. エチケット	260
-a. 中性脂肪値・コレステロール値改善	134	15. アイケア	269
-b. 血糖値改善	148	16. マルチバランス	280
-c. 高血圧予防	159	17. ホルモンバランス	291
-d. その他	167	18. リラックス	298
7. 免疫賦活作用	177	19. グリーンチャージ	307
8. 栄養バランス	187		