

H・Bフーズマーケティング便覧 2010 No.2
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フーズの位置づけ	7
C. 機能志向食品の市場構造（No.2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) 販売チャネル別・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	49
(4) 成分別チャネル別動向	50

品目編

1. 滋養・強壮	53
2. 肝機能改善	67
3. 美肌効果	77
4. 整腸効果	95
5. ダイエット	107
6. 生活習慣病予防	124
7. 免疫賦活作用	140
8. 血行促進	155
9. 骨・関節サポート	163
10. 貧血予防・改善	175
11. エチケット	184
12. アイケア	195
13. マルチバランス	205
14. ホルモンバランス	219
15. リラックス	229
16. グリーンチャージ	238