



## ウエルネス飲料の国内市場を調査

—2025年市場予測（2022年見込比）—

■ウエルネス飲料 1兆2,360億円（4.2%増）

多様化する健康ニーズに対応した商品の展開が進む

●美容・インナービューティー【NEXT健康飲料】 1,205億円（12.8%増）

日常的な飲用や日配売場での展開などが進み、市場拡大

総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済（東京都中央区日本橋 社長 清口 正夫 03-3241-3470）は、商品パッケージやブランドサイトなどで、メンタルやフィジカルの健康に良い効果があると訴求している飲料を“ウエルネス飲料”と定義し、国内市場を調査した。その結果を「[ウエルネス飲料市場の実態&NEXT健康飲料有望性分析調査](#)」にまとめた。

この調査では、ウエルネス飲料を成分付加型（乳酸菌やビタミン、カルシウム、食物繊維、カテキンなどの成分を添加した飲料）、オフゼロ型（カロリーや糖類、カフェインなど特定成分を低減した飲料）、素材訴求型（カテキンやポリフェノール、クエン酸といった原料に含まれる成分を訴求した飲料）に分け、市場を分析し将来を展望した。また、ウエルネス飲料のうち、注目度が高い美容・インナービューティー、ストレス緩和・睡眠サポート、リフレッシュ、リラックス、栄養補給ドリンクを“NEXT健康飲料”と定義し、調査を行った。

<調査結果の概要>

■ウエルネス飲料

	2022年見込	2025年予測	2022年見込比
成分付加型	6,824億円	7,149億円	104.8%
オフゼロ型	3,495億円	3,569億円	102.1%
素材訴求型	1,540億円	1,642億円	106.6%
合計	1兆1,859億円	1兆2,360億円	104.2%

※市場データは四捨五入している

ウエルネス飲料市場は、2020年に前年を下回ったが、2021年は新型コロナウイルス感染症の流行やそれに伴う生活環境の変化で、免疫維持やストレス緩和などを訴求した商品の需要が高まり、購入につながったことから、コロナ禍前の2019年を上回った。2022年の市場も引き続き拡大が予想される。

外出機会の減少で止渴目的の飲料の購入が減り、飲料メーカーは健康を目的とした商品の展開を強化している。今後も多様化する健康ニーズに対応したウエルネス飲料は増えていき、2025年の市場は2022年見込比4.2%増の1兆2,360億円が予測される。

成分付加型は、乳酸菌やビタミン、カルシウム、食物繊維、カテキンなどの成分を添加した商品を対象とする。

マスク着用や外出自粛など生活環境の変化で、美容や睡眠などに対する新たな課題が顕在化している。特に、肌荒れやカラダづくりに対する意識の高まりでビタミンやタンパク質、コラーゲンといった美容系成分を添加した商品が伸びているため、市場は拡大している。

また、整腸作用や免疫維持を目的に摂取されてきた乳酸菌で新たにストレス緩和を訴求する商品が展開されるなど、フィジカルだけでなくメンタルに対する健康訴求も進むことから、2025年の市場は2022年見込比4.8%増が予測される。

オフゼロ型は、カロリーや糖類、カフェインなど特定成分を低減した商品を対象とする。

現在は、食事中にも飲用しやすい無糖茶や無糖炭酸飲料が主体である。消費者の安心・安全意識の向上で、無添加やノンカフェインなど元から余分な成分が入っていない商品が伸びており、2022年の市場は3,495億円が見込まれる。

無糖が嗜好的な飲料の罪悪感軽減に繋がっているため、今後は食事中や止渴性以外の飲用シーンが広がり、需要増加が予想される。また、余分な成分を含まない飲料による健康維持が注目されていることから、2025年の市場は2022年見込比2.1%増が予測される。

素材訴求型は、原料に含まれる成分を訴求した商品を対象とする。

カテキンやポリフェノール、クエン酸といった健康・美容イメージが想起される成分を訴求した商品が伸長しており、2018年から市場は拡大し続けている。

今後は、生鮮食品で代替可能な素材については、中食の広がりもあり、競合が懸念されるため、リコピンやビタミンなどを含む商品は頭打ちになるとみられる。一方、飲料以外の効率摂取が難しいカテキンやクエン酸などの成分を含んだ商品は伸びており、市場は拡大が続くと予想される。

### <注目市場>

#### ●美容・インナービューティー【NEXT健康飲料】

2022年見込	2025年予測	2022年見込比
1,068億円	1,205億円	112.8%

素材やたんぱく質訴求などにより、美容や体づくりに役立つことをアピールする飲料を対象とする。乳飲料やビネガードリンク、果実飲料、ドリンクヨーグルトなどチルド商品が市場の半分以上を占める。

新型コロナ流行の影響で、体の内側から美を求める需要が高まっており、様々な美容ニーズに対応するため、訴求する素材や成分も多様化しながら商品が増えている。外出先、イエナカを問わず飲用シーンが広がっており、サイズ別ではパーソナルとホームユースともに好調である。美容ライト層向けでもビネガーやレモン、豆乳といった素材を訴求する商品は日常的な飲用需要を獲得しているため、2022年の市場は1,068億円が見込まれる。

メインターゲットが感度の高い女性であるためヘビーユーザーになることが期待されるほか、飲み切り・イエナカのニーズによってさまざまな容器サイズが好調であるため、市場が拡大するとみられる。また、主にチルド飲料メーカーが、女性の立ち寄る頻度の高い日配売場などドライ飲料以外の売場で展開を進めることから、2025年の市場は2022年見込比12.8%増が予測される。

#### ●リフレッシュ【NEXT健康飲料】

2022年見込	2025年予測	2022年見込比
2,093億円	2,391億円	114.2%

刺激によるリフレッシュや気分高揚を訴求する炭酸飲料やエナジードリンクなどを対象とする。

若年層はエナジードリンク、20代から30代は無糖炭酸の飲用が多く、幅広い層で需要が高まっている。飲料メーカーは、まとめ買いや弁当惣菜とのセットでエナジードリンクの販売を強化している。無糖炭酸飲料は食中やアルコールの代替、割材として提案がなされ、イエナカでの日常的な飲用が進んでいるため、新型コロナ流行前から市場は拡大し続けている。

リフレッシュ効果は体感できることが重要であり、今後はメンタル面に加えて、飲み応えや嗜好性など各消費者が体感や満足できる健康飲料として展開が進むことから、2025年の市場は2022年見込比14.2%増が予測される。

### <調査対象>

ウエルネス飲料		
・成分付加型	・オフゼロ型	・素材訴求型
【NEXT健康飲料】		
・美容・インナービューティー	・リフレッシュ	・栄養補給ドリンク
・ストレス緩和・睡眠サポート	・リラックス	

<調査方法>

富士経済専門調査員による参入企業および関連企業・団体などへのヒアリングおよび関連文献調査、社内データベースを併用

<調査期間>

2022年5月～6月

以上

資料タイトル : [「ウエルネス飲料市場の実態&NEXT 健康飲料有望性分析調査」](#)  
体 裁 : A4判 56頁  
価 格 : PDF版 330,000円(税抜300,000円)  
ネットワークパッケージ版 495,000円(税抜450,000円)  
発 行 所 : 株式会社 富士経済  
〒103-0027 東京都中央区日本橋三丁目9番1号 日本橋三丁目スクエア  
TEL : 03-3241-3470(代) FAX : 03-3241-3471  
URL : <https://www.fuji-keizai.co.jp/> e-mail : info@fuji-keizai.co.jp  
調 査 ・ 編 集 : コンシューマービジネス事業部

この情報はホームページでもご覧いただけます。 URL : <https://www.fuji-keizai.co.jp/press/>