

特別調査報告書

個人栄養管理ビジネス・ビッグデータ活用の最新事例と パーソナルサプリメントの事業可能性調査

<報告書>

2018年 12月 21日

Marketing & Consultation
株式会社 富士経済
東京マーケティング本部
監修者：専務取締役本部長 南波佐間 浩

東京都中央区日本橋小網町19番5号
akebono日本橋ビル 〒103-0016
TEL : 03-3664-5821 / FAX : 03-3661-9514

調査タイトル

個人栄養管理ビジネス・ビッグデータ活用の最新事例とパーソナルサプリメントの事業可能性調査

企画の背景と目的

- ✓ 個人や従業員の健康管理においてIT技術を活用したスマートな手法が注目されており、運動や身体の状態を把握するためのツールとしてはウェアラブルデバイスが普及することとなった。
- ✓ 食事による栄養摂取の状況については、ダイエット目的のカロリー管理アプリが知られているが、最近ではAI技術の進展により、食事を写真撮影してメニュー判別し、管理栄養士の知見を活かした食事のアドバイスを受けられるサービスが登場している。
- ✓ このようにツールによって日々の食事が簡単に記録に残り、数値として可視化され、栄養素の過不足を自ら判断することが当たり前の状況となるなかで、食事の内容や健康食品・サプリメントの摂取においても、よりパーソナル化された動機に基づく消費へと変化していくことが予想される。
- ✓ 例えばその日に不足した栄養素をその日のうちに補給する、といったニーズが顕在化してくる可能性があり、食品・栄養摂取に関わる事業者はこのようなパーソナル化の流れにいち早く対応することが必要と考えられる。
- ✓ そこで個人の食事・栄養状態ビッグデータをビジネスに結びつける先進事例として、栄養管理ビジネスとパーソナルサプリメント事業を対象に調査を実施し、市場の将来性を検討します。

調査項目

I 総括編

1. 調査対象企業一覧
2. ビジネスモデル
3. 販売動向
4. ビッグデータ活用の方向性と課題
5. パーソナルサプリメント事業の可能性と課題

II ビジネスモデル事例編

1. 事業の位置づけと関与部門の組織体制
2. 提供オペレーションとビジネスモデル
3. 販売動向
4. ユーザーの特徴とプロモーション政策
5. ビッグデータの内容・規模・活用法
6. 提携の可能性
7. 今後の事業計画・方向性・将来像

<ビジネスモデル区分>

A	食事画像診断による 栄養指導サービス
B	食事画像診断・検査による 栄養指導サービス&物販
C	小売店における 栄養指導サービス&物販
D	オフィスサービス

調査期間

2018年11月～12月

調査担当

横山 俊、栗田 洋一郎

目次

I 総括編	・・・	3
1. 調査対象企業一覧	・・・	4
2. ビジネスモデル -①課金体系	・・・	5
ビジネスモデル -②栄養管理ビジネス・パーソナルサプリメント	・・・	6
3. 販売動向	・・・	7
4. ビッグデータ活用の方向性と課題	・・・	8
5. パーソナルサプリメント事業の可能性と課題	・・・	9
II ビジネスモデル事例編	・・・	10
1. ウィット	・・・	11
2. ライフログテクノロジー	・・・	16
3. FiNC Technologies	・・・	21
4. ネスレ日本	・・・	26
5. ユカシカド	・・・	31
6. マツモトキヨシ	・・・	36
7. ドリコス	・・・	41

I 総括編

1. 調査対象企業一覧



ビジネスモデル	企業	製品・サービス	特徴
	1 ウィット		
	2 ライフログテクノロジー		
	3 FiNC Technologies		
	4 ネスレ日本		
	5 ユカシカド		
	6 マツモトキヨシ		
	7 ドリコス		

2. ビジネスモデル -①課金体系

-
-

A

-
-

B

-
-

C

-

D

-
-

ビジネス モデル	企業	製品・サービス	a.アプリ		b.物販		c.検査 事業	d.提携 フィー	e.その他
			会員費	広告収入	自社	仕入			
A									
B									
C									
D									

2. ビジネスモデル -②栄養管理ビジネス・パーソナルサプリメント

-
-

A

•

C

•

B

•

D

•

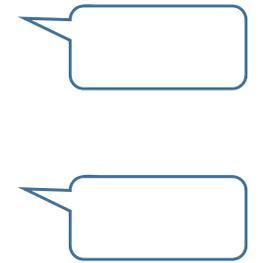
ビジネス モデル	企業	集客	インプット&解析		ソリューション			
			手法	成分数	アプリ	物販	提供	内容
A								
B								
C								
D								

*

3. 販売動向



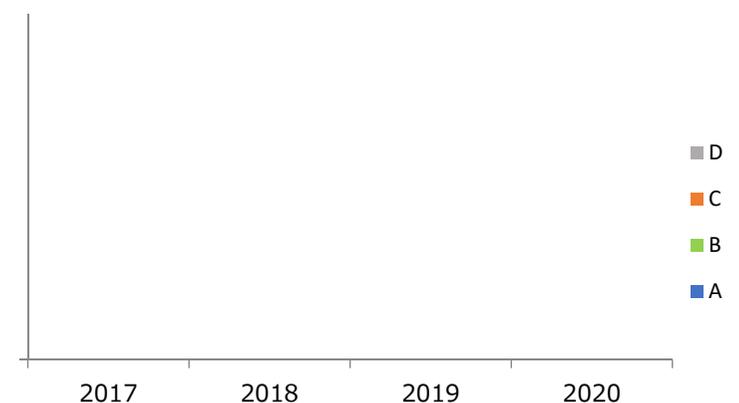
企業	製品・サービス	売上対象 *	平均単価 円/月	会員数		
				登録会員 万人	有料会員 万人	有料比率 %
A 1 ウィット 2 ライフログテクノロジー						
B 3 FiNC Technologies 4 ネスレ日本 5 ユカシカド						
C 6 マツモトキヨシ						
D 7 ドリコス						



*物販はすべて自社ブランド

企業	売上実績			
	2017 百万円	2018見込 百万円	2019予測 百万円	2020予測 百万円
A 1 ウィット 2 ライフログテクノロジー				
B 3 FiNC Technologies 4 ネスレ日本 5 ユカシカド				
C 6 マツモトキヨシ				
D 7 ドリコス **				
合計				

■ 7社の売上実績 (百万円)



**BtoB

4. ビッグデータ活用の方向性と課題



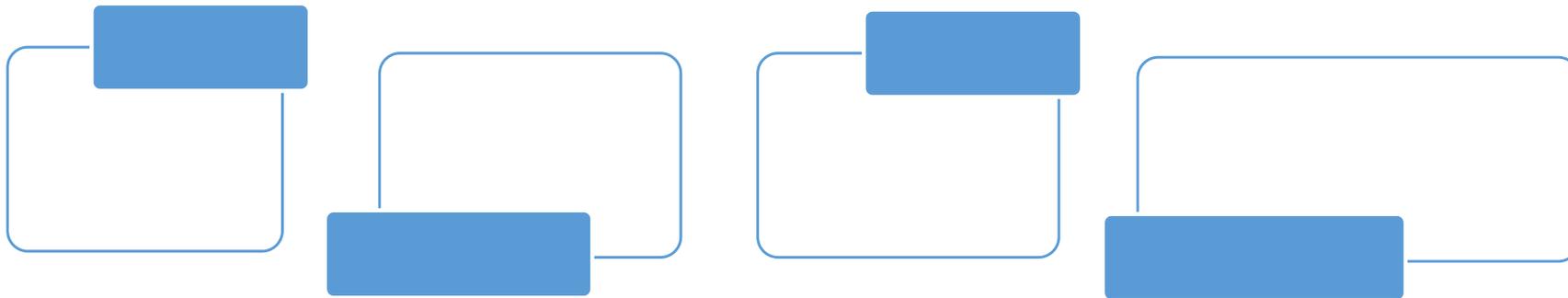
企業	ビッグデータの内容					提携実績		提携意向			
	a 属性	b 活動	c 食事	d 栄養素	e 由来	形態	提携先	販売	広告	マーケ ティング	システム
A 1 ウィット											
2 ライフログテクノロジー											
B 3 FiNC Technologies											
4 ネスレ日本											
5 ユカシカド											
C 6 マツモトキヨシ											
D 7 ドリコス											

<ビッグデータ活用例>

ビッグデータの規模	活用法	提携例 (×)	提携例 (×)

5. パーソナルサプリメント事業の可能性と課題

-
-



企業	事業計画・方向性	提携スタンス
A 1 ウィット 2 ライフログテクノロジー		
B 3 FiNC Technologies 4 ネスレ日本 5 ユカシカド		
C 6 マツモトキヨシ		
D 7 ドリコス		

Ⅱ ビジネスモデル事例編

1. ウィット

1) 事業の位置づけと関与部門の組織体制

<企業概要>

企業名	(株)ウィット
本社所在地	
電話	
代表者	
従業員数	
主な株主	

製品 サービス	
------------	--

<関与部門>

担当部門	
人員数	
役割	

事業内容	
事業の 位置づけ	

-
-

1. ウィット

2) 提供オペレーションとビジネスモデル

サービス名		
ビジネスモデル		
概要		
課金 体系	a.アプリ	会員費 広告収入
	b.物販	自社 仕入
	c.検査事業	
	d.提携フィー	
	e.その他	



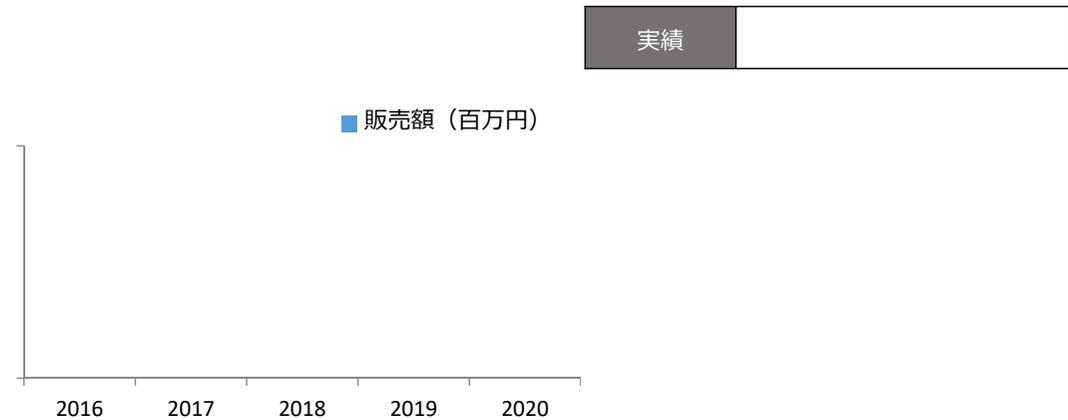
-
-

1. ウィット

3) 販売動向

<①売上実績>

年次	販売額	対前年比
	百万円	%
2016		
2017		
2018見込		
2019予測		
2020予測		



<②売上分析 (2018年見込) >

有料会員数	有料比率	平均単価	注文頻度
万人	%	円/月	回/年

<③栄養成分・形状別>

	成分	形状
売れ筋		

<④収益性>

利益状況

- 上記の販売額はアプリ課金（BtoC）による収益を示しており、法人契約によるアプリ課金、広告収入、提携フィーなどの収益は含んでいない。また有料会員数は入会／退会比率を考慮せず年間を通じたアクティブ有料会員とみなして示している。

-
-
-
-

1. ウィット

4) ユーザーの特徴とプロモーション政策

<①会員の状況 (2018年)>

属性	年代	会員数
男性 (%)		登録 (万人)
女性 (%)		有料 (万人)

<②ターゲット>

ターゲット

<③プロモーション>

媒体

<④特徴/獲得策>

特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・ ・
獲得策	<ul style="list-style-type: none"> ・ ・

5) ビッグデータの内容・規模・活用法

項目	収集	内容	規模
a 属性			
b 活動データ			
c 食事データ			
d 摂取/不足栄養素			
e 栄養素の由来			
			活用法

1. ウィット

6) 提携の可能性

<提携実績>

形態	内容	提携先（実績）

<提携意向>

形態			意向
a	販売	会員に対する物販	
b	広告	会員に対する プロモーション・レコメンデーション	
c	マーケティング	会員ビッグデータによる マーケティング支援（商品開発面）	
d	システム	アプリ開発支援・システム提供	

提携例	

7) 今後の事業計画・方向性・将来像

事業計画 方向性	
提携先	

2. ライフログテクノロジー

1) 事業の位置づけと関与部門の組織体制

<企業概要>

企業名	ライフログテクノロジー(株)
本社所在地	
電話	
代表者	
従業員数	
主な株主	

製品 サービス	
------------	--

<関与部門>

担当部門	
人員数	
役割	

事業内容	
事業の 位置づけ	

-
-
-

2. ライフログテクノロジー

2) 提供オペレーションとビジネスモデル

サービス名			
ビジネスモデル			
概要			
課金 体系	a.アプリ	会員費 広告収入	
	b.物販	自社 仕入	
	c.検査事業		
	d.提携フィー		
	e.その他		



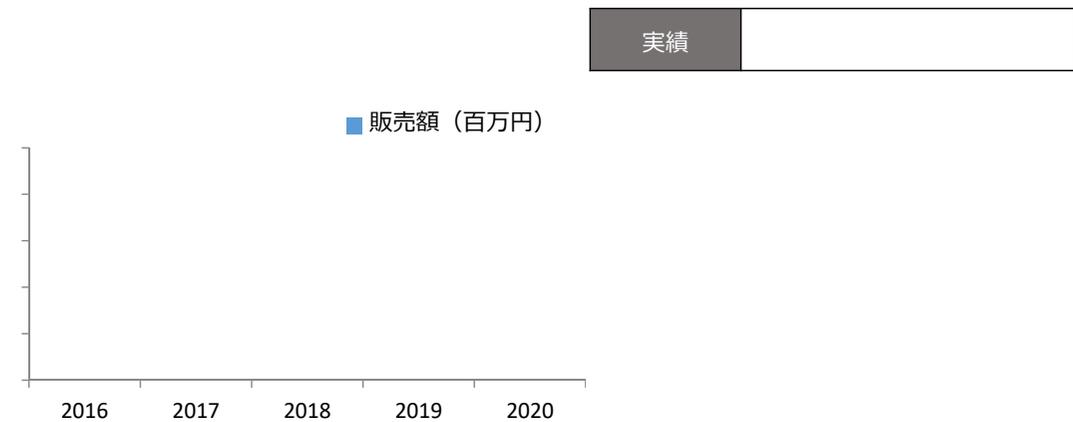
-
-

2. ライフログテクノロジー

3) 販売動向

<①売上実績>

年次	販売額	対前年比
	百万円	%
2016		
2017		
2018見込		
2019予測		
2020予測		



<②売上分析 (2018年見込) >

有料会員数	有料比率	平均単価	注文頻度
万人	%	円/月	回/年

<③栄養成分・形状別>

	成分	形状
売れ筋		

<④収益性>

利益状況

- 上記の販売額はアプリ課金（BtoC）による収益を示しており、提携フィーの収益は含んでいない。また有料会員数は入会／退会比率を考慮せず年間を通じたアクティブ有料会員とみなして示している。

-

-

-

2. ライフログテクノロジー

4) ユーザーの特徴とプロモーション政策

<①会員の状況 (2018年)>

属性	年代	会員数
男性 (%)		登録 (万人)
女性 (%)		有料 (万人)

<②ターゲット>

ターゲット

<③プロモーション>

媒体

<④特徴/獲得策>

特徴	
獲得策	

5) ビッグデータの内容・規模・活用法

項目	収集	内容	規模
a 属性・数値指標			
b 活動・データ			
c 食事データ			
d 摂取/不足栄養素			
e 栄養素の由来			
			活用法

2. ライフログテクノロジー

6) 提携の可能性

<提携実績>

形態	内容	提携先（実績）

<提携意向>

形態			意向
a	販売	会員に対する物販	
b	広告	会員に対する プロモーション・レコメンデーション	
c	マーケティング	会員ビッグデータによる マーケティング支援（商品開発面）	
d	システム	アプリ開発支援・システム提供	

提携例	

7) 今後の事業計画・方向性・将来像

事業計画 方向性	
提携先	

3. FiNC Technologies

1) 事業の位置づけと関与部門の組織体制

<企業概要>

企業名	(株)FiNC Technologies	製品 サービス	
本社所在地			
電話			
代表者			
従業員数			
主な株主			

<関与部門>

担当部門		事業内容	
人員数		事業の 位置づけ	
役割			

-
-
-

3. FiNC Technologies

2) 提供オペレーションとビジネスモデル

サービス名			
ビジネスモデル			
概要			
課金 体系	a.アプリ	会員費 広告収入	
	b.物販	自社 仕入	
	c.検査事業		
	d.提携フィー		
	e.その他		



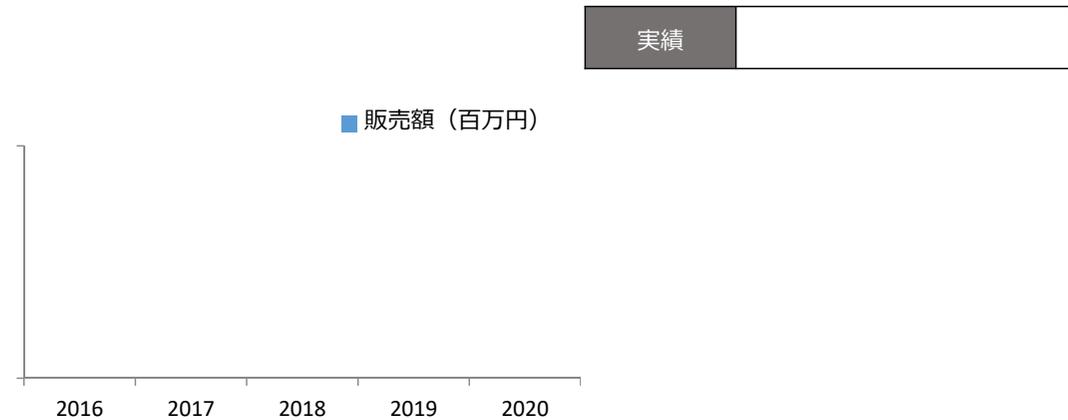
-
-
-
-

3. FiNC Technologies

3) 販売動向

<①売上実績>

年次	販売額	対前年比
	百万円	%
2016		
2017		
2018見込		
2019予測		
2020予測		



<②売上分析 (2018年見込) >

有料会員数	有料比率	平均単価	注文頻度
万人	%	円/月	回/年

<③栄養成分・形状別>

	成分	形状
売れ筋		

<④収益性>

利益状況

- 上記の実績はFiNCパーソナルサプリメントの販売実績のみを対象としている。有料会員数はパーソナルサプリメントの定期購入会員を示している。

●

●

●

●

3. FiNC Technologies

4) ユーザーの特徴とプロモーション政策

<①会員の状況 (2018年) >

属性	年代	会員数
男性 (%)		登録 (万人)
女性 (%)		有料* (万人)

<②ターゲット>

ターゲット

<③プロモーション>

媒体

<④特徴/獲得策>

*

特徴	
獲得策	

5) ビッグデータの内容・規模・活用法

項目	収集	内容	規模
a 属性			
b 活動データ			
c 食事データ			
d 摂取/不足栄養素			
e 栄養素の由来			
			活用法

3. FiNC Technologies

6) 提携の可能性

<提携実績>

形態	内容	提携先（実績）

<提携意向>

形態			意向
a	販売	会員に対する物販	
b	広告	会員に対する プロモーション・レコメンデーション	
c	マーケティング	会員ビッグデータによる マーケティング支援（商品開発面）	
d	システム	アプリ開発支援・システム提供	

提携例	
-----	--

7) 今後の事業計画・方向性・将来像

事業計画 方向性	
提携先	

4. ネスレ日本

1) 事業の位置づけと関与部門の組織体制

<企業概要>

企業名	ネスレ日本(株)
本社所在地	
電話	
代表者	
従業員数	
主な株主	

製品 サービス	
------------	--

<関与部門>

担当部門	
人員数	
役割	

事業内容	
事業の 位置づけ	

-
-
-

4. ネスレ日本

2) 提供オペレーションとビジネスモデル

サービス名			
ビジネスモデル			
概要			
課金 体系	a.アプリ	会員費 広告収入	
	b.物販	自社 仕入	
	c.検査事業		
	d.提携フィー		
	e.その他		



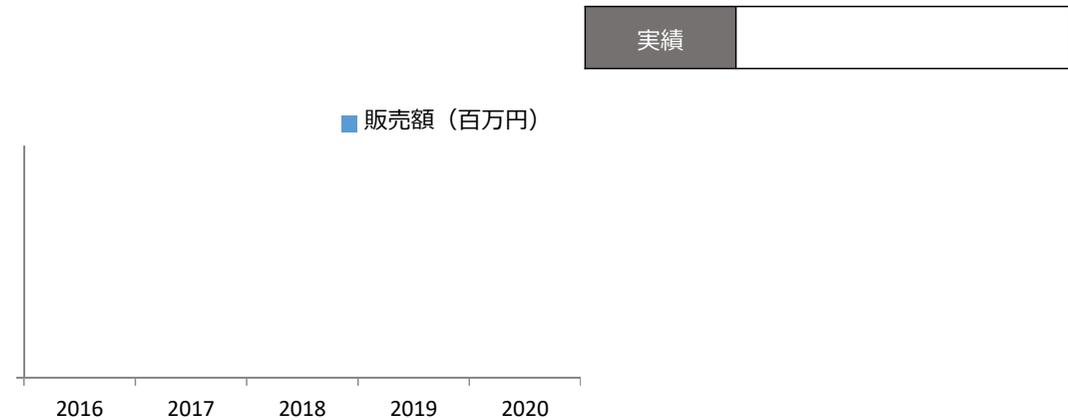
-
-

4. ネスレ日本

3) 販売動向

<①売上実績>

年次	販売額	対前年比
	百万円	%
2016		
2017		
2018見込		
2019予測		
2020予測		



<②売上分析 (2018年見込) >

有料会員数	有料比率	平均単価	注文頻度
万人	%	円/月	回/年

<③栄養成分・形状別>

	成分	形状
売れ筋		

<④収益性>

利益状況

- 上記の販売額は「ネスレ ウェルネス アンバサダー」による物販（会員向けカプセル定期購入、その他のネスレ商品や仕入商品の販売を含む）と遺伝子検査・血液検査による販売額の合計を示している。また家庭向けの販売額のみを対象とし、職場など法人向けの実績は除外している。有料会員数は入会/退会比率を考慮せず年間を通じて毎月欠かさず定期購入するアクティブ会員とみなして示している。

-
-
-

4. ネスレ日本

4) ユーザーの特徴とプロモーション政策

<①会員の状況 (2018年) >

属性	年代	会員数
男性 (%)		登録 (万人)
女性 (%)		有料 (万人)

<②ターゲット>

ターゲット

<③プロモーション>

媒体

<④特徴/獲得策>

*

特徴	
獲得策	

5) ビッグデータの内容・規模・活用法

項目	収集	内容	規模
a 属性			
b 活動データ			
c 食事データ			
d 摂取/不足栄養素			
e 栄養素の由来			
			活用法

4. ネスレ日本

6) 提携の可能性

<提携実績>

形態	内容	提携先（実績）

<提携意向>

形態			意向
a	販売	会員に対する物販	
b	広告	会員に対する プロモーション・レコメンデーション	
c	マーケティング	会員ビッグデータによる マーケティング支援（商品開発面）	
d	システム	アプリ開発支援・システム提供	

提携例

7) 今後の事業計画・方向性・将来像

事業計画 方向性	
提携先	

5. ユカシカド

1) 事業の位置づけと関与部門の組織体制

<企業概要>

企業名	(株)ユカシカド
本社所在地	
電話	
代表者	
従業員数	
主な株主	

製品 サービス	
------------	--

<関与部門>

担当部門	
人員数	
役割	

事業内容	
事業の 位置づけ	

-
-
-

5. ヌカシカド

2) 提供オペレーションとビジネスモデル

サービス名		
ビジネスモデル		
概要		
課金 体系	a.アプリ	会員費 広告収入
	b.物販	自社 仕入
	c.検査事業	
	d.提携フィー	
	e.その他	



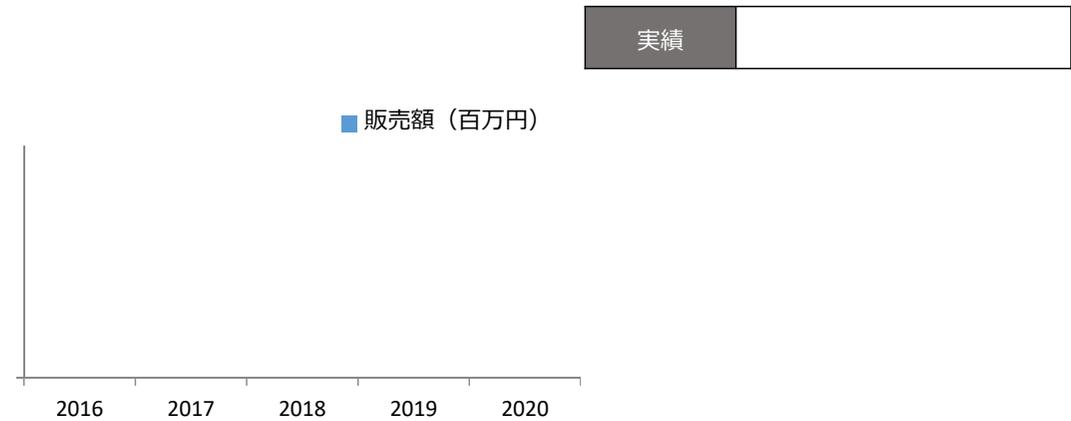
-
-
-

5. ヌカシカド

3) 販売動向

<①売上実績>

年次	販売額	対前年比
	百万円	%
2016		
2017		
2018見込		
2019予測		
2020予測		



実績

<②売上分析 (2018年見込) >

有料会員数	有料比率	平均単価	注文頻度
万人	%	円/年	回/年

<③栄養成分・形状別>

	成分	形状
売れ筋		

<④収益性>

利益状況

-
-
-

5. ユカシカド

4) ユーザーの特徴とプロモーション政策

<①会員の状況 (2018年) >

属性	年代	会員数
男性 (%)		登録 (万人)
女性 (%)		有料 (万人)

<②ターゲット>

ターゲット

<③プロモーション>

媒体

<④特徴/獲得策>

特徴	
獲得策	

5) ビッグデータの内容・規模・活用法

項目	収集	内容	規模
a 属性			
b 活動データ			
c 食事データ			
d 摂取/不足栄養素			
e 栄養素の由来			
			活用法

5. ユカシカド

6) 提携の可能性

<提携実績>

形態	内容	提携先（実績）

<提携意向>

形態			意向
a	販売	会員に対する物販	
b	広告	会員に対する プロモーション・レコメンデーション	
c	マーケティング	会員ビッグデータによる マーケティング支援（商品開発面）	
d	システム	アプリ開発支援・システム提供	

提携例

7) 今後の事業計画・方向性・将来像

事業計画 方向性	
提携先	

6. マツモトキヨシ

1) 事業の位置づけと関与部門の組織体制

<企業概要>

企業名	(株)マツモトキヨシ
本社所在地	
電話	
代表者	
従業員数	
主な株主	

製品 サービス	
------------	--

<関与部門>

担当部門	
人員数	
役割	

事業内容	
事業の 位置づけ	

-
-
-

6. マツモトキヨシ

2) 提供オペレーションとビジネスモデル

サービス名		
ビジネスモデル		
概要		
課金 体系	a.アプリ	会員費 広告収入
	b.物販	自社 仕入
	c.検査事業	
	d.提携フィー	
	e.その他	



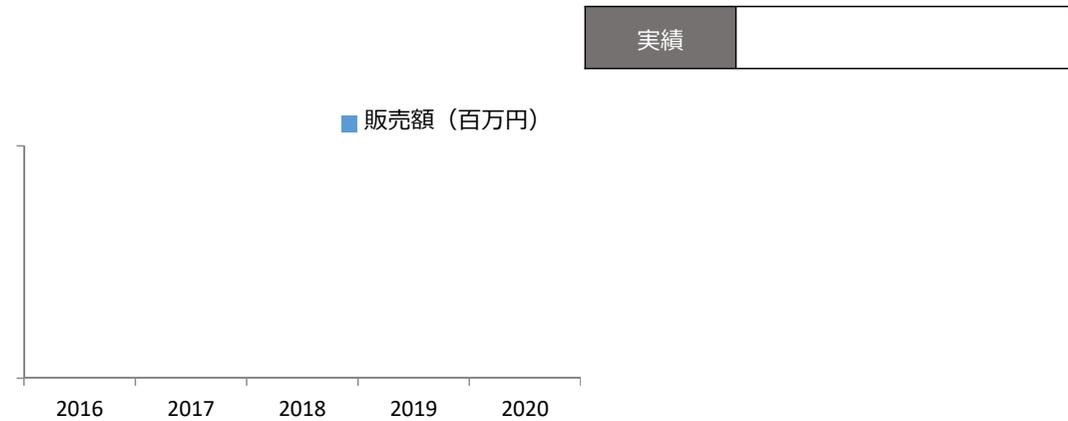
-
-

6. マツモトキヨシ

3) 販売動向

<①売上実績>

年次	販売額	対前年比
	百万円	%
2016		
2017		
2018見込		
2019予測		
2020予測		



<②売上分析 (2018年見込) >

平均客数	有料比率	平均単価	注文頻度
万人	%	円/月	回/年

<③栄養成分・形状別>

	成分	形状
売れ筋		

<④収益性>

利益状況

-
-
-
-

6. マツモトキヨシ

4) ユーザーの特徴とプロモーション政策

<①会員の状況 (2018年) >

属性	年代	会員数
男性 (%)		Pカード (万人)
女性 (%)		公式アプリ (万DL)

<②ターゲット>

ターゲット

<③プロモーション>

媒体

<④特徴/獲得策>

※ポイントカード・公式アプリの属性

特徴	
獲得策	

5) ビッグデータの内容・規模・活用法

項目	収集	内容	規模
a 属性			
b 活動データ			
c 食事データ			
d 摂取/不足栄養素			
e 栄養素の由来			
			活用法

6. マツモトキヨシ

6) 提携の可能性

<提携実績>

形態	内容	提携先（実績）

<提携意向>

形態			意向
a	販売	会員に対する物販	
b	広告	会員に対する プロモーション・レコメンデーション	
c	マーケティング	会員ビッグデータによる マーケティング支援（商品開発面）	
d	システム	アプリ開発支援・システム提供	

提携例	

7) 今後の事業計画・方向性・将来像

事業計画 方向性	
提携先	

7. ドリコス

1) 事業の位置づけと関与部門の組織体制

<企業概要>

企業名	ドリコス(株)
本社所在地	
電話	
代表者	
従業員数	
主な株主	

製品 サービス	
------------	--

事業内容	
事業の 位置づけ	

-
-
-
-

7. ドリコス

2) 提供オペレーションとビジネスモデル

サービス名		
ビジネスモデル		
概要		
課金 体系	a.アプリ	会員費 広告収入
	b.物販	自社 仕入
	c.検査事業	
	d.提携フィー	
	e.その他	



-
-

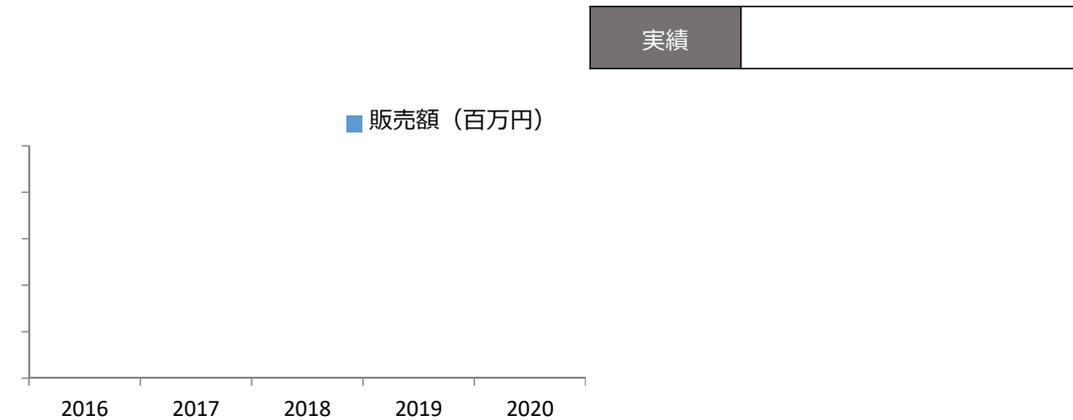
プラン	推奨人数	内容	費用

7. ドリコス

3) 販売動向

<①売上実績>

年次	販売額	対前年比
	百万円	%
2016		
2017		
2018見込		
2019予測		
2020予測		



<②売上分析 (2018年見込) >

平均稼働台数	有料比率	平均単価	注文頻度
台	%	円/月	回/年

<③栄養成分・形状別>

	成分	形状
売れ筋		

<④収益性>

利益状況

- 上記の販売額は法人向けの月額費用での収益である。

-

-

-

7. ドリコス

◆ BtoCへの展開について

時期	内容

製品 サービス	
------------	--

-

<売上実績>

年次	合 計		法人向け事業（BtoB）			一般消費者向け（BtoC）		
	販売額	対前年比	販売額	対前年比	構成比	販売額	対前年比	構成比
2018見込 2019予測 2020予測	百万円	%	百万円	%	%	百万円	%	%

-

-

7. ドリコス

4) ユーザーの特徴とプロモーション政策

<①会員の状況 (2018年) >

契約台数	主な導入企業

<②ターゲット>

ターゲット

<③プロモーション>

媒体

<④特徴/獲得策>

特徴	
獲得策	

5) ビッグデータの内容・規模・活用法

項目	収集	内容	規模
a 属性			
b 活動データ			
c 食事データ			
d 摂取/不足栄養素			
e 栄養素の由来			
			活用法

7. ドリコス

6) 提携の可能性

<提携実績>

形態	内容	提携先（実績）

<提携意向>

形態			意向
a	販売	会員に対する物販	
b	広告	会員に対する プロモーション・レコメンデーション	
c	マーケティング	会員ビッグデータによる マーケティング支援（商品開発面）	
d	システム	アプリ開発支援・システム提供	

提携例

7) 今後の事業計画・方向性・将来像

事業計画 方向性	
提携先	

個人栄養管理ビジネス・ビッグデータ活用の最新事例と パーソナルサプリメントの事業可能性調査

発行日	2018年12月21日
調査・編集	東京マーケティング本部 第二部
P D F 版	300,000円+税
*書籍版はございません。	
発行人	清口 正夫
発行所	株式会社 富士経済 〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町1番5号 PMO 日本橋江戸通 URL : https://www.fuji-keizai.co.jp / E-mail : info@fuji-keizai.co.jp
業務コード	111810719

東京マーケティング本部	〒103-0016 東京都中央区日本橋小網町19-5 akebono日本橋ビル TEL:03-3664-5821(代) FAX:03-3661-9514
大阪マーケティング本部	〒541-0043 大阪市中央区高麗橋3-3-11 淀屋橋フレックスタワー TEL:06-6228-2020(代) FAX:06-6228-2030
名古屋支社	〒460-0002 名古屋市中区丸の内3-22-24 名古屋桜通ビル TEL:052-684-9250(代) FAX:052-961-4811
中聯富士経済咨询有限公司	100025 中国北京市朝陽区建国路89号 華貿中心4号楼 TEL:86-10-6530-7164 FAX:86-10-6530-7264

日本語・外国語を問わず、いかなる形式でも本書の一部もしくは全部の複製、無断での転載・複写をお断りいたします。 ©2018 Fuji Keizai Co.,Ltd.