

乳酸菌・ビフィズス菌含有食品市場調査
～成長を続ける乳酸菌・ビフィズス菌含有食品市場の最新実態レポート～

< 報告書 >

2019年5月17日

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

〒103-0016 東京都中央区日本橋小網町 19 番 5 号

akebono 日本橋ビル

TEL:03-3664-5821

FAX:03-3661-9514

調査タイトル

乳酸菌・ビフィズス菌含有食品市場調査

～成長を続ける乳酸菌・ビフィズス菌含有食品市場の最新実態レポート～

調査目的

ヨーグルトや乳酸菌飲料類などは日本人の食生活に根付き安定した需要を獲得していたが、2012年あたりから乳酸菌・ビフィズス菌の健康情報に関するメディアの取り上げが活発化したことで、ドリンクヨーグルトやチョコレート、アイスクリーム類など幅広い品目で採用されるようになり、市場規模は拡大の一途を辿っている。本調査では、品目別の市場規模推移やメーカーシェアを明らかとするほか、市場全体を横断的に捉えることで各品目のポジショニングや消費者ニーズの動向などを分析することを目的とする。

調査対象

■対象商品

乳酸菌・ビフィズス菌を含んでいる食品や乳酸菌・ビフィズス菌を添加している食品（健康食品を除く）を対象とする。また、広義の意味での発酵飲料として甘酒（その他飲料）も含む。しかし、乳酸菌を含んでいるが乳酸菌自体の訴求力が低い味噌や漬物といった品目は対象外とする。（ただし、即席みそ汁は含む）

■対象カテゴリー・品目

	品目	カテゴリー
食品	チルドデザート	ヨーグルト
		その他チルドデザート
	フローズンデザート	アイスクリーム類
	菓子	ビスケット・クッキー
		チョコレート
その他食品	その他菓子	
飲料	乳性飲料	—
		ドリンクヨーグルト
		乳酸菌飲料類
		乳性タイプ飲料
	その他飲料	その他乳性飲料
	その他飲料	—

調査方法

弊社専門調査員によるリサーチ活動（メーカーヒアリング、オープン情報収集、等）及び弊社保有データを活用し、調査・分析を行った。

調査期間

2019年4月～2019年5月

調査機関

株式会社富士経済 東京マーケティング本部

A. 総合分析編	1
1. 乳酸菌・ビフィズス菌食品の定義・範疇	2
2. 菌種別の期待される健康効果一覧	3
3. 乳酸菌・ビフィズス菌食品の市場規模推移と将来予測	6
1) 総市場規模推移	6
2) カテゴリー別市場規模推移	7
3) カテゴリー別構成比推移	8
4) メーカーシェア推移	9
5) ブランドシェア推移	9
4. カテゴリー別ポジショニングマップ	10
5. 乳酸菌・ビフィズス菌食品の購入動機	11
6. オケーション別乳酸菌・ビフィズス菌食品の摂取動向	12
7. 訴求機能別の乳酸菌・ビフィズス菌食品販売動向	13
1) 訴求機能別市場規模推移	13
2) 訴求機能別構成比推移	14
3) 訴求機能別伸長率	14
4) 訴求機能別上位メーカーシェア	15
5) 訴求機能別上位ブランドシェア	15
8. 乳酸菌・ビフィズス菌食品の展望	16
B. カテゴリー別分析編	17
1. チルドデザート（ヨーグルト、その他チルドデザート）	18
2. フロズンデザート（アイスクリーム類）	25
3. 菓子（ビスケット・クッキー、チョコレート、その他菓子）	30
4. その他食品	38
5. 乳性飲料（ドリンクヨーグルト、乳酸菌飲料類、乳性タイプ飲料、その他乳性飲料）	42
6. その他飲料	50
B. カテゴリー別分析編 共通項目	
1. 定義・範疇	
2. 市場規模推移（2014年～2020年予測）	
1) 市場規模推移	
2) 品目別市場規模推移	
3. 現状の市場規模までの経緯	
4. 市場における成長要因と阻害要因	
5. メーカーシェア（2018年、2019年見込）	
6. ブランドシェア（2018年、2019年見込）	
7. 訴求機能別市場規模推移（整腸効果、免疫賦活、生活習慣病予防、その他）	
8. 訴求機能別メーカーシェア（2018年、2019年見込）	
9. 訴求機能別ブランドシェア（2018年、2019年見込）	
10. 訴求機能別上位5ブランドにおける品目別販売構成比（2019年見込）	
11. 摂取におけるオケーション	
12. 市場の課題と今後の展望	
13. 注目新商品リスト	

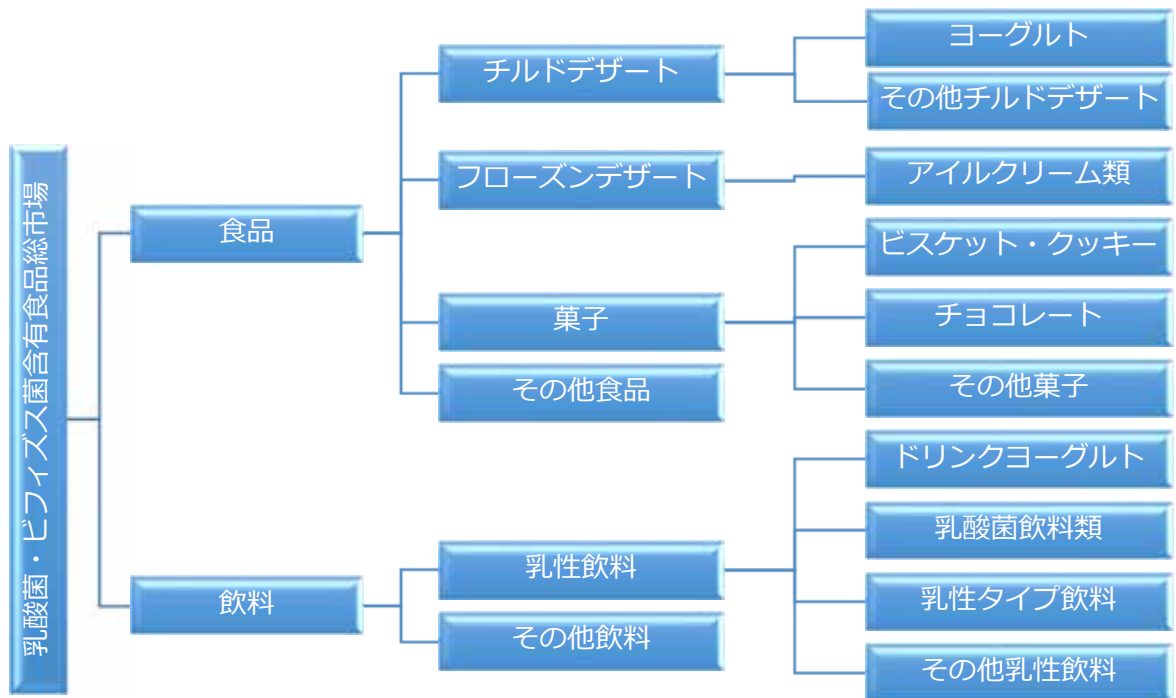
A. 総合分析編

1. 乳酸菌・ビフィズス菌食品の定義・範疇

■定義

乳酸菌・ビフィズス菌を含んでいる食品や乳酸菌・ビフィズス菌を添加している食品（健康食品を除く）を対象とする。また、広義の意味での発酵飲料として甘酒（その他飲料）も含む。しかし、乳酸菌を含んでいるが乳酸菌自体の訴求力が低い味噌や漬物といった品目は対象外とする。（ただし、即席みそ汁は含む）

■範疇



■訴求機能

訴求機能	定義	主要商品
整腸効果	乳酸菌・ビフィズス菌を含み、整腸効果を訴求した商品を対象とする。	
免疫賦活	乳酸菌・ビフィズス菌を含み、免疫賦活を訴求した商品を対象とする。	
生活習慣病予防	乳酸菌・ビフィズス菌を含み、生活習慣病予防（中性脂肪値・コレステロール値改善、血糖値改善、高血圧予防、尿酸値改善、など）を訴求した商品を対象とする。	
その他	上記訴求機能に該当しない機能を訴求している商品、もしくは乳酸菌・ビフィズス菌は含むが機能を訴求していない商品を対象とする。	

2. 菌種別の期待される健康効果一覧

企業名	菌種	製品名	機能	特性	使用されている 主な商品
アサヒ飲料					
江崎グリコ					
大塚製薬					
オハヨー乳業					
カゴメ					
亀田製菓					
クリスチャンセンジャパン					

企業名	菌種	製品名	機能	特性	使用されている 主な商品
コンビ					
ダノンジャパン					
デュボン・スペシャルティ・ プロダクツ					
東亜薬品工業					
ニチニチ製薬					
日清ヨーク					
日本ハム					
日本ルナ					
ハウス食品グループ					
丸善製薬					
三菱ケミカルフーズ					

企業名	菌種	製品名	機能	特性	使用されている 主な商品
明治					
森永乳業					
ヤクルト本社					

3. 乳酸菌・ビフィズス菌食品の市場規模推移と将来予測

1) 総市場規模推移

(百万円)

総市場 2020年(予測)
円

総市場 2014年
円

2014年 2015年 2016年 2017年 2018年 2019年(見込) 2020年(予測)

単位：百万円

	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年(見込)	2020年(予測)
販売額							
対前年比							
伸長率							

■

①

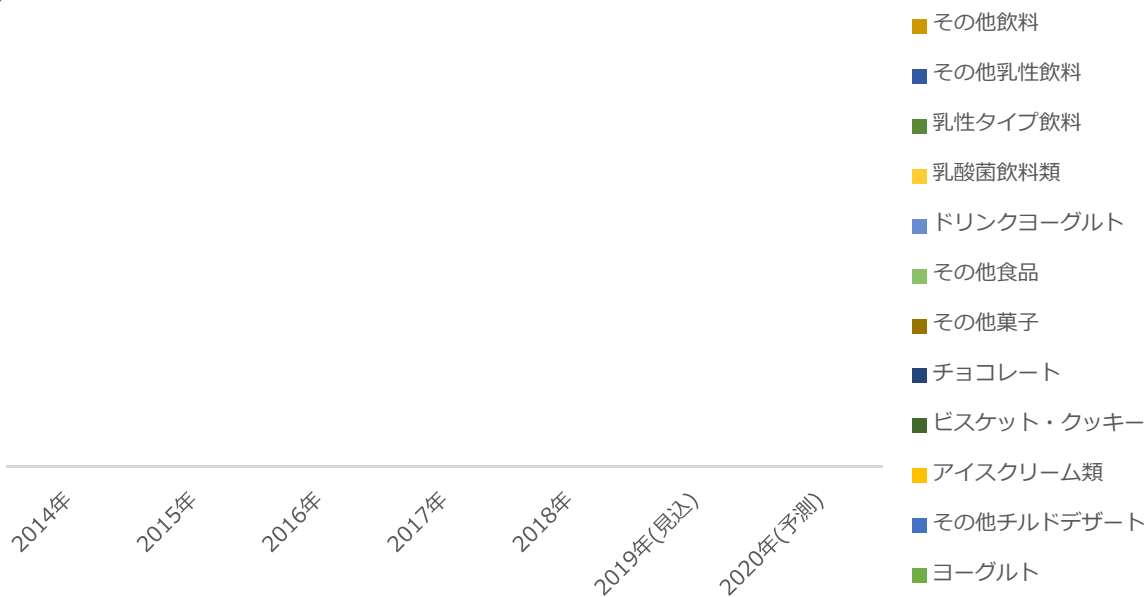
②

③

④

2) カテゴリー別市場規模推移

(百万円)



単位：百万円

品目 / カテゴリー	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年(見)		2020年(予)	
	販売額	販売額	販売額	販売額	販売額	販売額	対前年比	販売額	対前年比
ヨーグルト									
その他チルドデザート									
チルドデザート									
アイスクリーム類									
フローズンデザート									
ビスケット・クッキー									
チョコレート									
その他菓子									
菓子									
その他食品									
食品合計									
ドリンクヨーグルト									
乳酸菌飲料類									
乳性タイプ飲料									
その他乳性飲料									
乳性飲料									
その他飲料									
飲料合計									
合計									

3) カテゴリー別構成比推移



単位：%

品 目 / カテゴリー	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年(見)	2020年(予)
ヨーグルト							
その他チルドデザート							
チルドデザート							
アイスクリーム類							
フローズンデザート							
ビスケット・クッキー							
チョコレート							
その他菓子							
菓 子							
そ の 他 食 品							
食 品 合 計							
ドリンクヨーグルト							
乳酸菌飲料類							
乳性タイプ飲料							
その他乳性飲料							
乳 性 飲 料							
そ の 他 飲 料							
飲 料 合 計							
合 計							

4) メーカーシェア推移

アサヒ飲料と雪印メグミルクのシェアが拡大傾向

単位：百万円

企業名	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年(見込)	2020年(予測)
明治							
アサヒ飲料							
ヤクルト本社							
森永乳業							
雪印メグミルク							
江崎グリコ							
その他							
合計							

5) ブランドシェア推移

トップシェアの「カルピスシリーズ」のシェアがさらに拡大する見通し

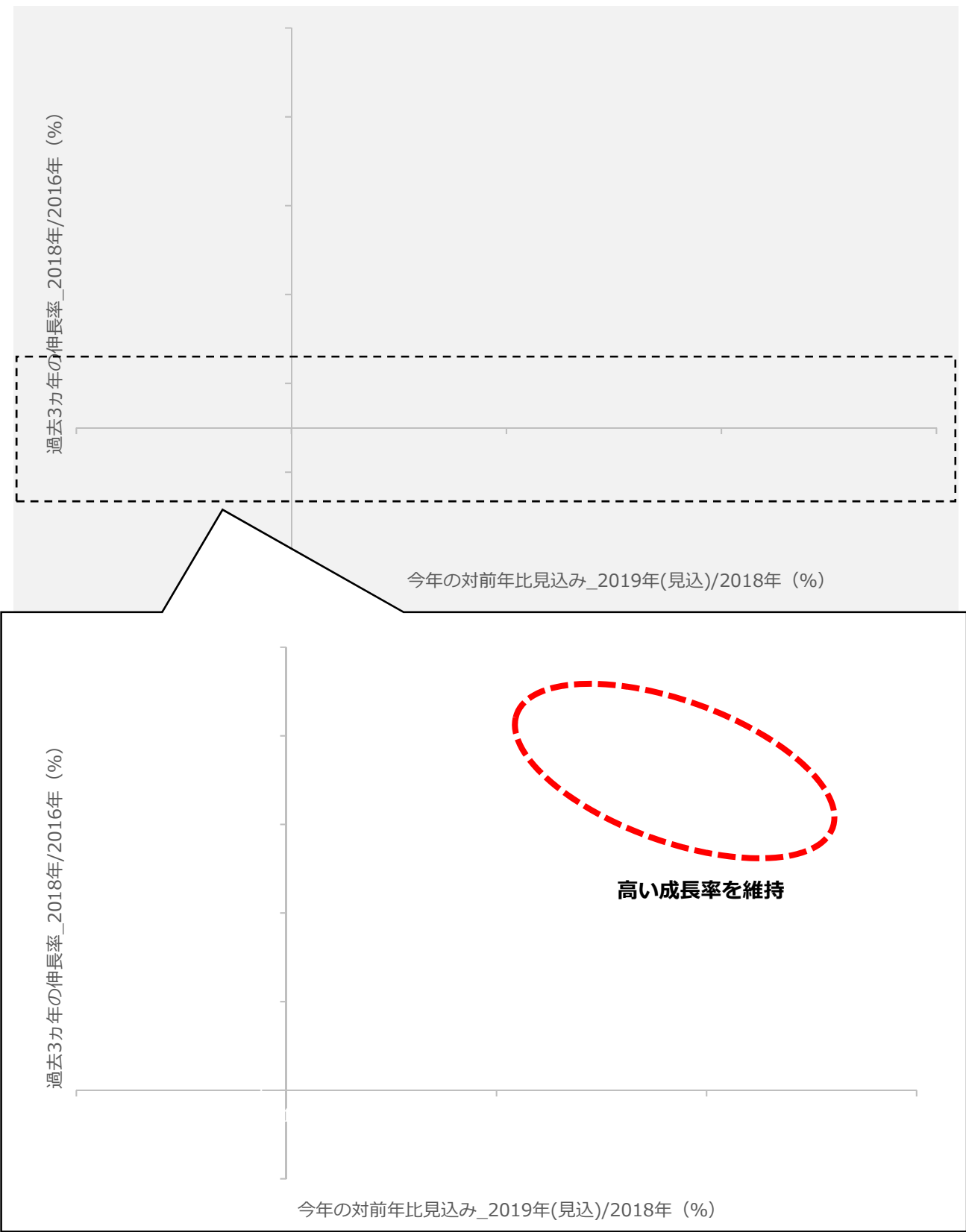
単位：百万円

ブランド名	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年(見込)	2020年(予測)
カルピスシリーズ							
明治ブルガリアヨーグルト							
明治プロビオヨーグルト R-1							
ビヒダスヨーグルト							
明治プロビオヨーグルト LG21							
ヤクルト 400LT							
その他							
合計							

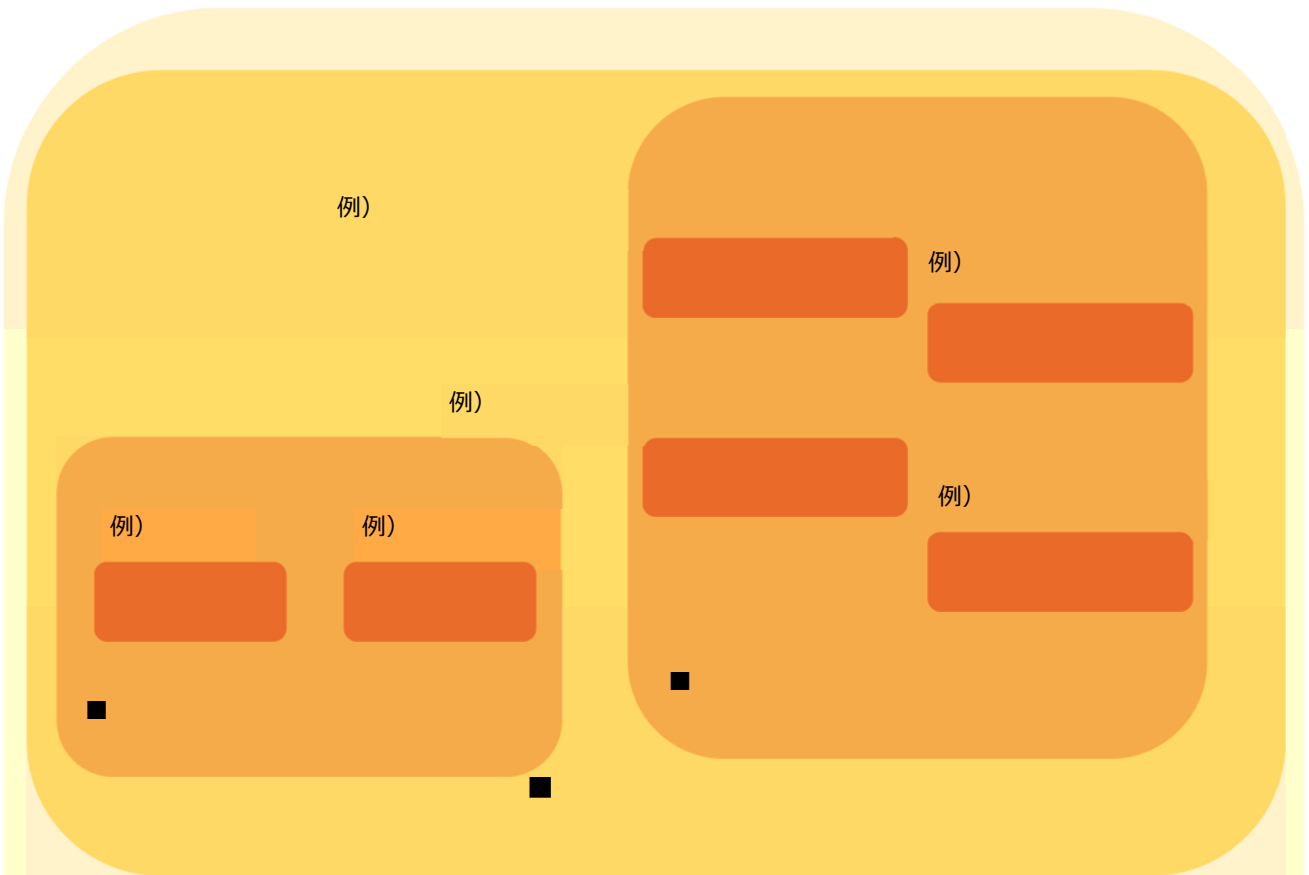
※

4. カテゴリー別ポジショニングマップ

■過去3カ年の伸長率と2019年の対前年比に見るカテゴリー別の成長性



※バブルの大きさは市場規模（2018年）を表す。（単位：百万円）



購入動機



6. オケーション別乳酸菌・ビフィズス菌食品の摂取動向

➤
例)

➤
例)

➤
例)

➤
例)

➤
例)

➤

➤
例)

7. 訴求機能別の乳酸菌・ビフィズス菌食品販売動向

1) 訴求機能別市場規模推移

(百万円)

- その他
- 生活習慣病予防
- 免疫賦活
- 整腸効果

2014年 2015年 2016年 2017年 2018年 2019年(見込) 2020年(予測)

単位：百万円

訴 求 機 能	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年(見)	2020年(予)
整 腸 効 果							
免 疫 賦 活							
生 活 習 慣 病 予 防							
そ の 他							
合 計							

■

①

②

③

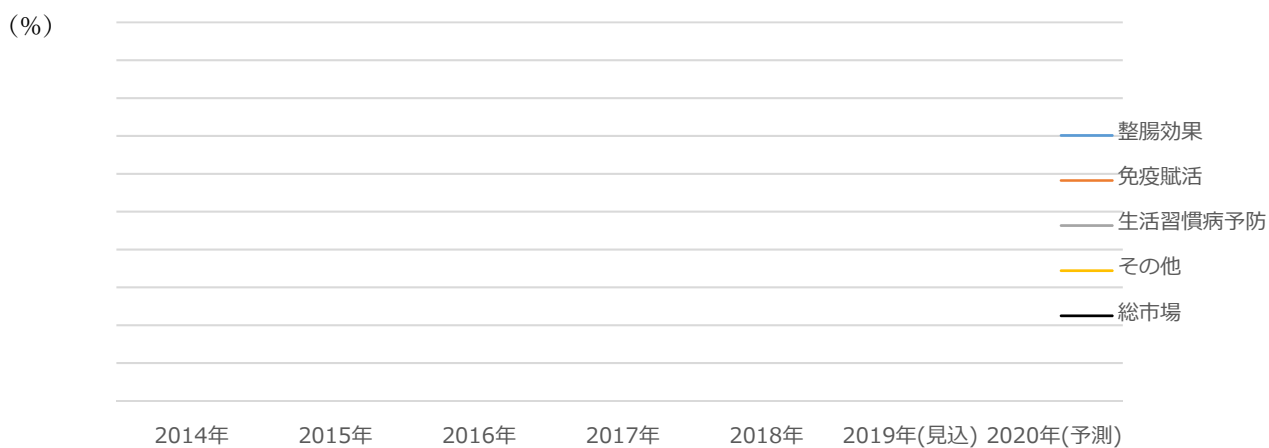
2) 訴求機能別構成比推移



単位：%

訴 求 機 能	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年(見)	2020年(予)
整 腸 効 果							
免 疫 賦 活							
生 活 習 慣 病 予 防							
そ の 他							
合 計							

3) 訴求機能別伸長率



単位：%

訴 求 機 能	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年(見)	2020年(予)
整 腸 効 果							
免 疫 賦 活							
生 活 習 慣 病 予 防							
そ の 他							
合 計							

4) 訴求機能別上位メーカーシェア

整腸効果

単位：百万円

企業名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
ヤクルト本社				
明治				
森永乳業				
雪印メグミルク				
その他				
合計				

生活習慣病予防

単位：百万円

企業名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
雪印メグミルク				
アサヒ飲料				
明治				
森永乳業				
その他				
合計				

免疫賦活

単位：百万円

企業名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
明治				
森永乳業				
山崎製パン				
アサヒ飲料				
その他				
合計				

その他

単位：百万円

企業名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
アサヒ飲料				
雪印メグミルク				
森永乳業				
明治				
その他				
合計				

5) 訴求機能別上位ブランドシェア

整腸効果

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
明治ブルガリアヨーグルト				
ビヒダスヨーグルト				
ヤクルト 400LT				
New ヤクルト				
その他				
合計				

生活習慣病予防

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
恵 megumi ガゼリ菌 SP 株				
カルピス				
明治プロビオヨーグルト PA-3				
プレティオ				
その他				
合計				

免疫賦活

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
明治プロビオヨーグルト R-1				
明治プロビオヨーグルト LG21				
ふんわり食パン				
カルピス由来の乳酸菌科学シリーズ				
その他				
合計				

その他

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
カルピス				
牧場の朝ヨーグルト				
MORINAGA(甘酒)				
ビスコ				
その他				
合計				

8. 乳酸菌・ビフィズス菌食品の展望

■
.

■
.

■
.

■
.

■
.

B. カテゴリー別分析編

1	チルドデザート (ヨーグルト、その他チルドデザート)
---	--------------------------------------

1. 定義・範疇

- 乳等省令で定める「はっ酵乳」で、乳に乳酸菌や酵母を混ぜて発酵させて作る無脂乳固形分 8.0%以上、乳酸菌 1,000 万個以上のものを対象とする。ただし、果汁や果実が含まれることにより、前述の条件を満たしていなくても「はっ酵乳」の製造工程を経ているものは対象とする。また、乳及び乳製品の成分規格等に関する省令（以下、乳等省令）で定められている「はっ酵乳」（ヨーグルト）の規格外であるが、「はっ酵乳」（ヨーグルト）と同類として棚に並べられ、一般消費者もヨーグルトと認識している商品も対象とする。
- プリンなど、その他チルドデザートも対象とする。
- 但し、ドリンクタイプのヨーグルト、フローズンヨーグルトは対象外とする。

2. 市場規模推移

1) 市場規模推移

(百万円)

2014年 2015年 2016年 2017年 2018年 2019年(見込) 2020年(予測)

2) カテゴリー別市場規模推移

(百万円)

■ ヨーグルト ■ その他チルドデザート

2014年 2015年 2016年 2017年 2018年 2019年(見込) 2020年(予測)

3. 現状の市場規模までの形成経緯

①

②

③

④

4. 市場における成長要因と阻害要因

成長要因	阻害要因

5. メーカーシェア

単位：百万円

企業名	2018年		2019年（見込）	
	販売額	シェア	販売額	シェア
明治				
森永乳業				
雪印メグミルク				
ダノンジャパン				
江崎グリコ				
その他				
合計				

①

②

③

6. ブランドシェア

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年（見込）	
	販売額	シェア	販売額	シェア
明治ブルガリアヨーグルト				
ビヒダスヨーグルト				
明治プロピオヨーグルトLG21				
ナチュレ 恵 megumi				
明治プロピオヨーグルト R-1				
ダノンビオ				
BifiX ヨーグルト				
牧場の朝ヨーグルト				
その他				
合計				

7. 訴求機能別市場規模推移

(百万円)

- その他
- 生活習慣病予防
- 免疫賦活
- 整腸効果

2014年 2015年 2016年 2017年 2018年 2019年(見込)2020年(予測)

①

構成比 2019年(見込)

②

③

④



8. 訴求機能別メーカーシェア

■ 整腸効果

単位：百万円

企業名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
明治				
森永乳業				
雪印メグミルク				
ダノンジャパン				
その他				
合計				

■ 免疫賦活

単位：百万円

企業名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
明治				
森永乳業				
合計				

■ 生活習慣病予防

単位：百万円

企業名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
雪印メグミルク				
明治				
その他				
合計				

■ その他

単位：百万円

企業名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
雪印メグミルク				
明治				
森永乳業				
日本ルナ				
その他				
合計				

9. 訴求機能別ブランドシェア

■ 整腸効果

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
明治ブルガリアヨーグルト				
ビヒダスヨーグルト				
ナチュレ 恵 megumi				
ダノンピオ				
その他				
合計				

■ 免疫賦活

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
明治プロビオヨーグルト LG21				
明治プロビオヨーグルト R-1				
その他				
合計				

■ 生活習慣病予防

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
恵 megumi ガセリ菌 SP 株				
明治プロビオヨーグルト PA-3				
その他				
合計				

■ その他

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
牧場の朝ヨーグルト				
バニラヨーグルト				
明治北海道十勝ヨーグルト				
濃密ギリシャヨーグルト バルテノ				
その他				
合計				

10. 摂取におけるオケージョン

■購入シーン

●

量販店	CVS	ドラッグストア	その他
• •	• •	• • •	•

■食シーン

●

朝食	間食	その他
• •	• •	• •

11. 市場の課題と今後の展望

①

②

12. 注目新商品リスト

品目	商品名	企業名	訴求機能	発売年月

2

フローズンデザート（アイスクリーム類）

1. 定義・範疇

乳等省令に定義される乳固形分、乳脂肪分、細菌数が一定の基準に達しているアイスクリーム、アイスマイルク、ラクトアイスその他、かき氷、シャーベット等の氷菓及びフローズンヨーグルト（発酵乳）も対象とする。

2. 市場規模推移

(百万円)

2014年 2015年 2016年 2017年 2018年 2019年(見込) 2020年(予測)

3. 現状の市場規模までの形成経緯

①

②

③

4. 市場における成長要因と阻害要因

成長要因	阻害要因

5. メーカーシェア

単位：百万円

企業名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
森永乳業				
協同乳業				
明治				
江崎グリコ				
その他				
合計				

①

②

③

6. ブランドシェア

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
乳酸菌と暮らそう				
フロースヨーグルト(ミニストップPB)				
ガリガリ君リッチのむヨーグルト味				
パナッブ				
その他				
合計				

7. 訴求機能別市場規模推移

(百万円)

- その他
- 免疫賦活
- 整腸効果

2014年 2015年 2016年 2017年 2018年 2019年(見込)2020年(予測)

①

構成比 2019年(見込)



②

8. 摂取におけるオケージョン

■購入シーン

●

量販店	CVS	ドラッグストア	その他
•	•	•	•
•	•		

■食シーン

●

--

9. 市場の課題と今後の展望

①

②

③

10. 注目新商品リスト

品目	商品名	企業名	訴求機能	発売年月

3	菓子 (ビスケット・クッキー、チョコレート、その他菓子)
---	---------------------------------

1. 定義・範疇

■ビスケット・クッキー

一般社団法人全国ビスケット協会の定めるハードビスケットを対象とし、クッキーは同協会の定めるソフトビスケットを対象とする。但し、クリームサンドのクラッカーは対象としている。また、ダイエットクッキーや「カロリーメイト」「SOYJOY」などの栄養バランス食は対象外とする

■チョコレート

チョコレート生地分 100%～20%の商品を対象としている。板チョコ、ナッツチョコ、チョコスナックなどが含まれる。また、規格上チョコレート菓子でなくても、参入企業によってはチョコレート菓子という位置づけで販売しているものに関しては市場に含む。(例：江崎グリコ「いちごポッキー」)。ただし、チョコレートケーキは対象外とする。

■その他菓子

ビスケット・クッキー及びチョコレート以外の市販用の菓子全般を対象とする。また便宜上、ドライデザート(「フルーチェ」、など)も対象とする。

2. 市場規模推移

1) 市場規模推移

(百万円)

2014年 2015年 2016年 2017年 2018年 2019年(見込) 2020年(予測)

2) カテゴリー別市場規模推移

(百万円)

■ ビスケット・クッキー ■ チョコレート ■ その他菓子

2014年 2015年 2016年 2017年 2018年 2019年(見込)2020年(予測)

3. 現状の市場規模までの形成経緯

- ①
- ②
- ③
- ④

4. 市場における成長要因と阻害要因

成長要因	阻害要因

5. メーカーシェア

単位：百万円

企業名	2018年		2019年（見込）	
	販売額	シェア	販売額	シェア
江崎グリコ				
口ッテ				
亀田製菓				
森永製菓				
その他				
合計				

①

②

③

④

⑤

6. ブランドシェア

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年（見込）	
	販売額	シェア	販売額	シェア
ビスコ				
乳酸菌シヨコラ				
白い風船				
ハイハイン				
ビフィズス菌チョコレート				
シールド乳酸菌タブレット				
その他				
合計				

7. 訴求機能別市場規模推移

(百万円)



構成比 2019年(見込)

①

②

③

④



8. 訴求機能別メーカーシェア

■整腸効果

単位：百万円

企業名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
口 ッ テ				
そ の 他				
合 計				

■その他

単位：百万円

企業名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
江 崎 グ リ コ				
亀 田 製 菓				
口 ッ テ				
そ の 他				
合 計				

■免疫賦活

単位：百万円

企業名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
森 永 製 菓				
そ の 他				
合 計				

9. 訴求機能別ブランドシェア

■整腸効果

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
乳 酸 菌 シ ョ コ ラ				
ビフィズス菌チョコレート				
そ の 他				
合 計				

■その他

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
ビ ス コ				
乳 酸 菌 シ ョ コ ラ				
白 い 風 船				
そ の 他				
合 計				

■免疫賦活

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
シールド乳酸菌タブレット				
そ の 他				
合 計				

10. 訴求機能別上位5ブランドにおける品目別販売構成比

■ 整腸効果

構成比 2018年



■ 免疫賦活

構成比 2018年



11. 摂取におけるオケージョン

■ 購入シーン

●

量販店	CVS	ドラッグストア	その他
●	●	●	●
	●	●	

■食シーン



子供	大人	その他
●	●	●

12. 市場の課題と今後の展望

①

②

③

13. 注目新商品リスト

品目	商品名	企業名	訴求機能	発売年月

4	その他食品
---	-------

1. 定義・範疇

- ヨーグルトとアイスクリーム類、菓子以外の食品を対象とする。(ただし、健康食品は除く)

2. 市場規模推移

(百万円)

2014年 2015年 2016年 2017年 2018年 2019年(見込) 2020年(予測)

3. 現状の市場規模までの形成経緯

①

②

③

4. 市場における成長要因と阻害要因

成長要因	阻害要因

5. メーカーシェア

単位：百万円

企業名	2018年		2019年（見込）	
	販売額	シェア	販売額	シェア
山崎製パン				
その他				
合計				

①

②

6. ブランドシェア

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年（見込）	
	販売額	シェア	販売額	シェア
ふんわり食パン				
ダブルソフト 全粒粉				
その他				
合計				

7. 訴求機能別市場規模推移

(百万円)

■ その他

■ 免疫賦活

2014年 2015年 2016年 2017年 2018年 2019年(見込) 2020年(予測)

構成比 2019年(見込)

①

②



8. 訴求機能別メーカーシェア

■ 免疫賦活

単位：百万円

企業名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
山崎製パン				
その他				
合計				

9. 訴求機能別ブランドシェア

■ 免疫賦活

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
ふんわり食パン				
ダブルソフト 全粒粉				
その他				
合計				

10. 摂取におけるオケージョン

■購入シーン

●

量販店	CVS	ドラッグストア
• •	•	•

■食シーン

●

• •

11. 市場の課題と今後の展望

①

②

③

12. 注目新商品リスト

品目	商品名	企業名	訴求機能	発売年月

5	乳性飲料 (ドリンクヨーグルト、乳酸菌飲料類、乳性タイプ飲料、その他乳性飲料)
---	---

1. 定義・範疇

■ドリンクヨーグルト

乳等省令に基づく発酵乳規格の商品のうち、飲用商品を対象とする。ただし、森永乳業「森永アロエヨーグルト」のスパウト付パウチは、飲用よりも食用としての特性が強いため対象外とする。

■乳酸菌飲料類

- ・ 乳酸菌飲料類は、乳等省令に基づき「乳等を乳酸菌又は酵母で発酵させたものを加工し、又は主要原料とした飲料(発酵乳を除く)」とし、乳製品乳酸菌飲料と乳酸菌飲料で構成される。
- ・ 乳製品乳酸菌飲料は、1mℓあたりの乳酸菌数が1,000万個以上、無脂乳固形分が3%以上の商品を対象とする。
- ・ 乳酸菌飲料は1mℓあたりの乳酸菌数が100万個以上、無脂乳固形分が3%未満の商品を対象とする。
- ・ 飲用向けのはっ酵乳はドリンクヨーグルトに含め、当該市場の対象外とする。
- ・ 法律上の定義が乳酸菌飲料でなくてもメインフレーバーが乳酸菌飲料であれば市場に含む。
- ・ 江崎グリコ「BifiX 高濃度ビフィズス菌ドリンク」は乳等を主要原料とする食品であるが、当該市場に含むものとする。

■乳性タイプ飲料

- ・ 乳製品乳酸菌飲料、乳酸菌飲料、乳飲料、発酵乳等の規格に該当しない清涼飲料規格の商品で乳成分を添加した飲料を対象とする。
- ・ また、乳固形分3%以上で、発酵させた後に加熱殺菌した殺菌乳製品乳酸菌飲料も対象とする。
- ・ 乳性飲料の中でも機能性訴求が強い商品(例：アサヒ飲料「守る働く乳酸菌」「カラダカルピス」)はその他飲料の対象とする。

■その他乳性飲料

上記以外の乳性飲料を対象とする。

2. 市場規模推移

1) 市場規模推移

(百万円)

2014年 2015年 2016年 2017年 2018年 2019年(見込) 2020年(予測)

2) カテゴリー別市場規模推移

(百万円)

■ ドリンクヨーグルト ■ 乳酸菌飲料類 ■ 乳性タイプ飲料 ■ その他乳性飲料

2014年 2015年 2016年 2017年 2018年 2019年(見込)2020年(予測)

3. 現状の市場規模までの形成経緯

①

②

③

4. 市場における成長要因と阻害要因

成長要因	阻害要因

5. メーカーシェア

単位：百万円

企業名	2018年		2019年（見込）	
	販売額	シェア	販売額	シェア
明治				
ヤクルト本社				
アサヒ飲料				
森永乳業				
雪印メグミルク				
日清ヨーク				
その他				
合計				

①

②

③

④

⑤

6. ブランドシェア

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
明治プロビオヨーグルト R-1				
カルピスウォーター				
ヤクルト 400LT				
カルピス(コンク)				
New ヤクルト				
明治ブルガリアのむヨーグルト				
恵 megumi ガセリ菌 SP 株				
明治プロビオヨーグルト LG21				
ヤクルト 400				
その他				
合計				

7. 訴求機能別市場規模推移

(百万円)

- その他
- 生活習慣病予防
- 免疫賦活
- 整腸効果

2014年 2015年 2016年 2017年 2018年 2019年(見込)2020年(予測)

構成比 2019年(見込)

①

②



8. 訴求機能別メーカーシェア

■整腸効果

単位：百万円

企業名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
ヤクルト本社				
明治				
日清ヨーク				
森永乳業				
その他				
合計				

■免疫賦活

単位：百万円

企業名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
明治				
森永乳業				
ヤクルト本社				
その他				
合計				

■生活習慣病予防

単位：百万円

企業名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
雪印メグミルク				
明治				
ヤクルト本社				
その他				
合計				

■その他

単位：百万円

企業名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
アサヒ飲料				
森永乳業				
雪印メグミルク				
明治				
その他				
合計				

9. 訴求機能別ブランドシェア

■整腸効果

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
ヤクルト400LT				
New ヤクルト				
明治ブルガリアのむヨーグルト				
ヤクルト400				
その他				
合計				

■免疫賦活

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
明治プロビオヨーグルト R-1				
明治プロビオヨーグルト LG21				
カラダ強くするヨーグルト				
その他				
合計				

■生活習慣病予防

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
恵 megumi ガセリ菌 SP 株				
明治プロビオヨーグルト PA-3				
その他				
合計				

■その他

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
カルピスウォーター				
カルピス(コンク)				
濃いめのカルピス				
ブルーン Fe				
その他				
合計				

10. 訴求機能別上位5ブランド※における品目別販売構成比

※訴求によって5ブランド未満も有

■ 整腸効果

構成比 2019年(見込)



■ 免疫賦活

構成比 2019年(見込)



■ 生活習慣病予防

構成比 2019年(見込)



1 1 . 撮取におけるオケーション

■購入シーン

●

量販店	CVS	ドラッグストア
• •	• •	• •

■食シーン

●

• •	• •

1 2 . 市場の課題と今後の展望

①

②

③

13. 注目新商品リスト

品目	商品名	企業名	訴求機能	発売年月

6	その他飲料
---	-------

1. 定義・範疇

- 乳性飲料以外の飲料を対象とし、主に乳類入炭酸飲料や機能性飲料、甘酒などが含まれる。

2. 市場規模推移

(百万円)

2014年 2015年 2016年 2017年 2018年 2019年(見込) 2020年(予測)

3. 現状の市場規模までの形成経緯

①

②

③

4. 市場における成長要因と阻害要因

成長要因	阻害要因

5. メーカーシェア

単位：百万円

企業名	2018年		2019年（見込）	
	販売額	シェア	販売額	シェア
アサヒ飲料				
森永製菓				
キリンビバレッジ				
大塚グループ				
コカ・コーラシステム				
その他				
合計				

①

②

③

④

⑤

6. ブランドシェア

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア
カルピスソーダ				
MORINAGA(甘酒)				
カルピス由来の乳酸菌科学シリーズ				
カラダカルピス				
i M U S E				
ボディメンテ				
その他				
合計				

7. 訴求機能別市場規模推移

(百万円)

- その他
- 生活習慣病予防
- 免疫賦活
- 整腸効果

2014年 2015年 2016年 2017年 2018年 2019年(見込)2020年(予測)

①

構成比 2019年(見込)

②



8. 訴求機能別メーカーシェア

■ 整腸効果

単位：百万円

企業名	2018年		2019年（見込）	
	販売額	シェア	販売額	シェア
アサヒ飲料				
その他				
合計				

■ 生活習慣病予防

単位：百万円

企業名	2018年		2019年（見込）	
	販売額	シェア	販売額	シェア
アサヒ飲料				
合計				

■ 免疫賦活

単位：百万円

企業名	2018年		2019年（見込）	
	販売額	シェア	販売額	シェア
アサヒ飲料				
キリンビバレッジ				
大塚グループ				
その他				
合計				

■ その他

単位：百万円

企業名	2018年		2019年（見込）	
	販売額	シェア	販売額	シェア
アサヒ飲料				
森永製菓				
サントリー-食品インターナショナル				
その他				
合計				

9. 訴求機能別ブランドシェア

■ 整腸効果

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年（見込）	
	販売額	シェア	販売額	シェア
カルピス由来の乳酸菌科学シリーズ				
その他				
合計				

■ 生活習慣病予防

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年（見込）	
	販売額	シェア	販売額	シェア
カラダカルピス				
カルピス由来の乳酸菌科学シリーズ				
合計				

■ 免疫賦活

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年（見込）	
	販売額	シェア	販売額	シェア
カルピス由来の乳酸菌科学シリーズ				
i M U S E				
ボディメンテ				
ヨーグルスタンド				
その他				
合計				

■ その他

単位：百万円

ブランド名	2018年		2019年（見込）	
	販売額	シェア	販売額	シェア
カルピスソーダ				
MORINAGA（甘酒）				
アサヒおいしい水				
ビツクル				
その他				
合計				

10. 摂取におけるオケージョン

■購入シーン

●

嗜好性の高い飲料	機能性訴求の強い飲料	甘酒
•	•	• •

■食シーン

●

嗜好性の高い飲料	機能性訴求の強い飲料	甘酒
•	• •	• •

11. 市場の課題と今後の展望

①

②

12. 注目新商品リスト

品目	商品名	企業名	訴求機能	発売年月

乳酸菌・ビフィズス菌含有食品市場調査

発行日 2019年5月17日
調査・編集 東京マーケティング本部 第一部
PDF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 111902733

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
