

お客様各位

KBI 健食サプリ ブランド調査データ Kenshoku - supplement Brand Index

ご紹介資料

2025年12月

KBI 健食サプリアブランド調査データとは？

健食サプリア約**600**ブランドを網羅した
日本で唯一の健食サプリア購買使用実態
データベースです

データ概要

- ・全国15～79歳男女健食サプリアユーザー
約**8000**人に聴取。
- ・健食サプリア約**600**ブランドを網羅した
日本で唯一の健食サプリア購買使用実態データベース

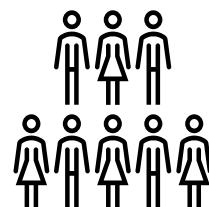
掲載内容

- ・ユーザーが最近1年間に購入したブランドについて、**利用目的**や**購入に至るジャーニー**、**利用実態**や**満足度**、**対象者属性**など**約30項目**について聴取。
- ・結果はブランド別に集計し、検索しやすいエクセルファイルでご提供。

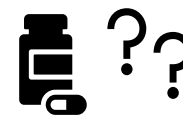
活用イメージ

- ・健食サプリア市場のブランド間の**競合状況**、**ユーザーの特徴**などが把握できます。
- ・**売れ筋ブランド**の特徴（購入のきっかけ、情報源、理由、満足点等）を把握することで、**差別化・満足度向上のヒント**が得られます。

健食サプリアユーザー
15～79歳男女8000人
に購入ブランドを聴取



購入ブランド（購入量1番
目・2番目）について
約30項目を聴取



- ・購入ジャーニー
- ・利用実態
- ・満足度
- ・対象者属性 等

ブランド別に集計し、
エクセルの集計表でご納品



納品物 全ブランド別×全
質問のエクセル集計表

発刊要項

【発刊日】2024年12月予定

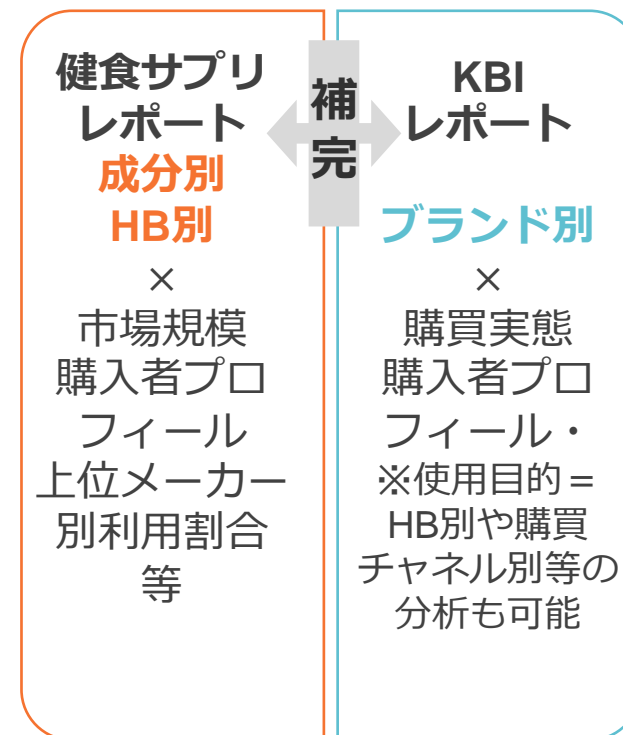
【体裁】エクセルファイル

【頒価】全ブランド別帳票 45万円（税抜）

※追加集計のご要望は別費用にて個別に御見積いたします。

「健食サプリレポート」と何が違うの？

- 健食サプリレポートでは=47ヘルスベネフィット（HB）・成分別の購買分析（および購入上位メーカーの分析）が可能です。
- KBIでは約600ブランドについて、ブランド単位での購買分析が可能です。各ブランドの購入目的（HB）やチャネル別の分析も可能です。
- 健食サプリレポートとの組み合わせてみていただくことで、より市場全体が把握できます。
- 購入いただいた場合、データの見方などのご説明、お問い合わせへの対応も致します。



参考：集計可能ブランド数・人数／聴取項目

15～79歳男女約2万人に最近1年間に購入＆使用した健食・サプリブランドを自由回答で聴取し、弊社独自の健食サプリブランドDBとマッチングして集計

【2025年度_集計可能ブランド数】

	主使用ブランド	
	ブランド数	人数
全ブランド	656ブランド	8181人
nが30以上出現のブランド	55ブランド	4812人

【左の購入商品について下記約30項目を聴取】

●製品情報

成分名(MA/SA)
剤形
利用目的(MA)=ヘルスベネフィット
主利用目的

●購入頻度

年間利用額
主購入者
購入頻度

●購入ジャーニー

最初の購入きっかけ
初回選択法
銘柄選択理由(MA)
銘柄最大選択理由
銘柄選択時の情報源(MA)
購入チャネル
購入ネット通販サイト

●利用状況・満足度

定期購入サービス利用状況
家族との共用状況(MA)
利用頻度
継続利用期間

●満足度・推奨度

総合満足度
満足点(MA)
不満点(MA)
最大利用目的に求めていること(MA)
最大利用目的への効果感
効果を感じられるまでの期間
継続利用意向
継続利用意向理由(MA)
別ブランド利用経験
商品種類（保険機能区分）

●購入者属性（モニター属性より）

- ・性別・年齢
- ・職業
- ・世帯年収

参考：30 s 以上出現（55ブランド）※2025年版

KBI 2025年 集計対象ブランド サンプル数一覧 ※サンプル数で降順ソート

	ブランド名称	サンプル数
259	ディーエイチシー:マルチビタミン	344
164	サントリーウエルネス:DHA&EPA+セサミンEX	335
245	ディーエイチシー:ビタミンC（詳細不明）	254
175	サントリーウエルネス:セサミンEX	216
185	サントリーウエルネス:ロコモア	214
26	アサヒグループ食品:ディアナチュラ（詳細不明）	182
569	大塚製薬:エクエル	155
269	ディーエイチシー:亜鉛	150
441	わかさ生活:ブルーベリーアイ	148
256	ディーエイチシー:ヘム鉄	132
198	ディーエイチシー:DHA	126
266	ディーエイチシー:ルテイン光対策	124
345	ファンケル:えんきん	117
66	アリナミン製薬:アリナミン錠	108
411	ヤクルト:ヤクルト	102
412	ヤクルト:ヤクルト1000	101
434	ロート製薬:ロートV5	86
71	エーザイ:チョコラBB（詳細不明）	84
47	アサヒグループ食品:ディアナチュラスタイル マルチビタミン	80
171	サントリーウエルネス:グルコサミンアクティブ	77
9	アサヒグループ食品:エビオス錠	73
288	ディーエイチシー:大豆イソフラボンエクオール	70
631	味覚糖グループ:UHAグミサプリ（詳細不明）	70
576	大塚製薬:ネイチャーメイド（詳細不明）	69
588	大塚製薬:ネイチャーメイドマルチビタミン	67
582	大塚製薬:ネイチャーメイドスーパーマルチビタミン&ミネラル	65
260	ディーエイチシー:マルチミネラル	63
360	ファンケル:ビタミンC	59

565	大正製薬:新 BioフェルミンS錠	58
52	アサヒグループ食品:ディアナチュラスタイル鉄×マルチビタミン	56
166	サントリーウエルネス:オメガエイド	56
252	ディーエイチシー:ブルーベリー（詳細不明）	52
348	ファンケル:カロリーミット	51
370	ファンケル:マルチビタミン	51
242	ディーエイチシー:ビタミンB（詳細不明）	50
617	富士フイルム:メタバリア	50
589	大塚製薬:ネイチャーメイドマルチビタミン&ミネラル	49
209	ディーエイチシー:カルシウム／マグ	47
19	アサヒグループ食品:ディアナチュラ ビタミンC	44
309	ニッピコラーゲン化粧品:ニッピコラーゲン100	44
24	アサヒグループ食品:ディアナチュラ 亜鉛	43
17	アサヒグループ食品:ディアナチュラ ビタミン（詳細不明）	40
241	ディーエイチシー:ビタミン（詳細不明）	40
419	やずや:にんにく卵黄WILD	37
524	小林製薬:命の母A	37
99	エフ琉球:シードコムス 濃いルテイン	35
394	ファンケル:内脂サポート	35
22	アサヒグループ食品:ディアナチュラ マルチビタミン&ミネラル	34
89	エスエス製薬:ハイチオール	34
253	ディーエイチシー:ブルーベリーエキス	34
435	ロート製薬:ロートV5アクトビジョン	34
222	ディーエイチシー:コラーゲン	33
243	ディーエイチシー:ビタミンBミックス	33
246	ディーエイチシー:ビタミンD	32
545	生活総合サービス:すっぽん小町	32

納品物 全ブランド別データ（全ブランド×全質問） ※エクセル1ファイル

（表側）約600ブランド×（表頭）調査全項目

- 成分名(MA/SA)
- 剤形
- 利用目的(MA)
- 主利用目的
- 年間利用額
- 主購入者
- 購入頻度
- 最初の購入きっかけ
- 初回選択法
- 銘柄選択理由(MA)
- 銘柄最大選択理由
- 銘柄選択時の情報源(MA)
- 購入チャネル
- 購入チャネル（ネット通販サイト）
- 定期購入サービス利用状況
- 家族との共用状況(MA)
- 利用頻度
- 継続利用期間
- 総合満足度
- 満足点(MA)
- 不満点(MA)
- 最大利用目的に求めていること(MA)
- 最大利用目的への効果感
- 効果を感じられるまでの期間
- 継続利用意向
- 継続利用意向理由(MA)
- 別ブランド利用経験
- 商品種類
- 性別・年齢
- 職業
- 世帯年収

集計表イメージ ※下記を全質問について1シートずつ作成します。



表頭:Q16【主使用】最初の購入きっかけ
表側:主使用ブランド ※出現全ブランド

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	TOTAL	健康診断や 病院の検査 で良い結果 が出た	病気をした	症状・身体 の不調が気 になりだした	老化や身体 の衰えが気 になりだした	容姿や生活 で気になった ことが生じた	アンチエイジ ングに興味を 持った	症状が軽くな り、薬よりも 体に優しい 対処を求め た	食が細くな り、食事で栄 養をしっかりと 摂れなくなっ た	食事の乱れ や偏りが気 になりだした	睡眠不足や ストレスなど で、健康が気 になりだした	食事だけで は必要な栄 養を十分に 摂れないこと が気になった	感染症(コロ ナなど)対策 に必要なだ と聞いた
1段目 横%		6.3	1.4	12.6	12.5	3.9	4.4	2.3	0.7	5.2	4.0	12.1	0.6
		3.9	1.5	7.3	22.7	1.8	11.8	0.9	0.6	0.9	2.1	8.2	0.0
		3.2	1.3	11.3	9.0	3.2	3.9	1.6	1.3	16.5	2.6	22.9	0.0
		0.0	1.2	3.7	5.3	16.5	9.1	0.8	0.8	9.5	6.2	12.8	4.1
		0.9	0.4	20.0	32.9	0.4	3.1	3.1	0.0	0.0	1.3	1.8	0.4
		8.9	1.7	5.0	21.7	0.0	9.4	0.6	0.0	2.2	1.7	10.6	0.0
		7.3	1.7	10.1	12.4	3.9	3.9	3.4	1.1	5.6	3.9	19.1	0.6
		14.6	3.7	5.5	11.6	1.2	6.7	1.2	0.0	6.1	3.0	21.3	0.6
		2.0	1.3	10.7	17.4	6.7	5.4	0.7	0.7	7.4	6.7	18.1	2.0
		2.8	1.4	14.7	9.1	0.0	2.1	3.5	0.7	1.4	2.1	6.3	0.0
		5.6	0.8	22.4	21.6	0.8	3.2	4.8	0.0	0.8	1.6	2.4	0.0
		6.5	0.0	8.1	6.5	0.0	0.8	5.7	0.0	10.6	12.2	9.8	1.6
		5.3	0.9	7.1	3.5	2.7	1.8	0.9	1.8	0.9	39.8	3.5	2.7
		2.7	0.0	23.6	26.4	0.0	3.6	4.5	0.0	0.0	0.0	5.5	0.0
		0.9	3.6	21.8	6.4	1.8	2.7	2.7	0.0	0.0	0.9	5.5	0.0
		7.6	2.9	28.6	15.2	0.0	2.9	5.7	1.0	0.0	0.0	6.7	1.0
		0.0	3.2	18.9	5.3	7.4	1.1	3.2	1.1	10.5	4.2	10.5	1.1
		22.6	2.4	22.6	6.0	1.2	0.0	1.2	0.0	1.2	3.6	16.7	0.0
		13.9	1.3	6.3	12.7	1.3	3.8	1.3	0.0	16.5	1.3	16.5	0.0
		2.8	0.0	18.1	15.3	1.4	2.8	1.4	0.0	1.4	4.2	4.2	0.0
		2.9	0.0	16.2	5.9	1.5	0.0	0.0	1.5	5.9	4.4	17.6	0.0
		10.8	0.0	3.1	4.6	36.9	3.1	0.0	0.0	13.8	3.1	4.6	0.0
		1.8	1.8	5.4	5.4	0.0	0.0	0.0	1.8	21.4	0.0	42.9	0.0



以下合計約
600
ブランド

■ 検定・ポイント差情報		
比率の差の検定	有意水準10%で高い	有意水準5%で高い
対TOTAL行	有意水準10%で低い	有意水準5%で低い

納品オプション	費用（税抜）
全ブランド別データ ※エクセル1ファイル	45万円

※ご発注から納品まで10営業日程度いただきます。
※集計アプリでのご納品も可能です（別料金）。ご相談ください。

※毎年ご購入いただいている「健食サブリヘルスケアフーズレポート」はこれまで同様、1冊45万円の予定です。

※上記御見積の有効期限は提示後1か月です。

(参考) インテージグループの生活者調査レポート



・長期トレンド → カテゴリー・ブランド実態 より詳細な分析へ

●健康や美容に関する包括的なトレンド把握
経験症状やその対処（医者・市販薬・健食等）

生活健康基礎調査

16～79歳約2500人を対象に、健康・美容に関する意識や行動を聴取した郵送調査
※1991年から継続的に実施

●健食・サプリ市場についての全体トレンド把握
健食サプリ購入金額・原材料/成分の利用実態

健食サプリ・ヘルスケアフーズレポート

調査対象者は15～79歳男女10万人
※2012年から発刊

●健食・サプリ「ブランド別」購入実態把握
ブランド別の浸透状況、購入の実態、満足度、
購入理由や満足度、ユーザーの価値観など

「KBI 健食サプリブランド調査」

15～79歳 約8000人の購買実態データ
2024年より提供開始

(ご参考) ヘルスケア関連自主企画調査 比較表

生活健康基礎調査	
対象カテゴリー & 調査対象人数	健康・美容全般に関する意識や行動・ 経験症状や健康関心事とその対処 2500人
対象カテゴリー	全般（医療・市販医薬品・健食サプリ・運動食等）
分析軸（主要なもの）	症状・健康関心事別
分析可能項目	最近1年間の ・健康や美容に関する意識と関心度 ・経験症状や程度、対処方法 ・市販薬・健康食品等の購入使用状況 【分析内容】 各症状経験者のボリュームや対応実態、各カテゴリー・症状ごとの性年代など対象者プロフィール、カテゴリー併買、支出金額
聴取方法	選択肢（郵送調査）
タイミング	1991年以降毎年実施 年1回 7月発刊
提供形態	・報告書（PDF） ・エクセルデータ集（集計表）
御見積	100万円（税抜）

健食サプリ・ヘルスケア フーズレポート	
健康サプリ浸透状況（10.4万人） 健食サプリ現使用実態（2万人）15～79歳男女	ヘルスケアフーズ&セルフヘルスケア実態（1.2万人）15～79歳男女
健食・サプリ	食品・飲料・グッズ・サービス
HB別/成分別/メーカー別	HB別/カテゴリー別
顕在・潜在市場規模推計 HB、成分ごとの対処・健食サプリ利用実態、ユーザ層、購入および使用の実態や意識 成分・素材 浸透状況 等	健康を意識して飲食する一般食品・飲料のセルフヘルスケアする食品や関連グッズ・サービス等の市場規模推計、購入実態や意識 等
成分・メーカーは選択肢（助成）で把握	選択肢で把握
2012年以降毎年実施 年1回 12月発刊	
・報告書（PDF） ・エクセルデータ集（集計表）	
45万円（税抜）	

KBI健食・サプリ ブランド調査
ブランド別分析データ 約600ブランドの購入実態調査編 （約8000人） 15～79歳男女
健食・サプリ
ブランド別/HB別（オプション）
HB×ブランド別の購買規模 購入率・購入金額・購入チャネル 購入者プロフィール 利用実態、ユーザ層、購入および使用の実態や意識等
ブランド名は自由回答で把握
2023年以降毎年実施予定 年1回 12月提供開始
・エクセルデータ集（集計表）
45万円（税抜）

参考：ヘルスケアベネフィット（HB）一覧

- ◆ 本調査では、生活者が求める「健康食品・サプリメント」の利用目的（ヘルスベネフィット）に応じて、右の47 カテゴリに分類し、調査を実施している。

利用目的（ヘルスベネフィット）名		利用目的（ヘルスベネフィット）名	
1	健康維持・増進	25	ガン予防・改善
2	体力の増強・減退対策	26	妊娠期の母体・胎児の健康
3	体質改善	27	授乳期の母親・乳児の健康
4	精力の増強・減退対策	28	更年期障害対策
5	疲労回復	29	血行促進・血流改善
6	風邪などの感染症予防・改善	30	貧血予防・改善
7	骨の健康	31	美肌・肌ケア
8	関節の健康	32	体臭対策
9	筋肉強化	33	花粉症などのアレルギー対策
10	首・肩・腰のハリ・コリ・痛み対策	34	抗ストレス・ストレス対策
11	発毛・育毛、抜け毛・薄毛対策	35	不眠・睡眠障害対策
12	認知症予防	36	活力増進（やる気アップ）
13	脳機能の改善（認知症予防を除く）	37	栄養バランス
14	目の健康（ドライアイ対策を除く）	38	特定の栄養素の補給
15	ドライアイ対策	39	高血圧予防・改善
16	口臭対策	40	血糖値のコントロール
17	口内炎対策	41	体脂肪の抑制
18	下痢の予防・改善	42	血中脂質（中性脂肪やコレステロール）の抑制
19	整腸・便秘の改善	43	肝機能の保護
20	頻尿、尿漏れなどの尿の悩み対策	44	血液サラサラ
21	生理痛・生理不順対策	45	尿酸値のコントロール
22	むくみ対策	46	減量（とにかく体重を落とす）
23	冷え性対策	47	痩身（スタイル良くスリムになる）
24	抗酸化・老化予防		



Healthier Decisions

我々は情報に命を与え、医療を享受する人、医療を提供する人、
健康を願うすべての人々が納得の選択をするための力となります