



市場及び競合について

2024年8月5日
株式会社ウィンパートナー

1兆円を超える腸活関連市場に、 最先端のポストバイオティクスで参入します

腸活関連市場規模(推計)

(単位：億円、%)

2022年	2023年	前年比
10,724	10,852	1.2

(注) 腸活関連市場は、プロバイオティクス、プレバイオティクス、シンバイオティクス、
ポストバイオティクスの合計

(資料) 富士経済「腸活関連市場における最新トレンドと将来展望」

うち成長市場のポストバイオティクス市場規模(推計)

(単位：億円、%)

2022年	2023年	前年比
100	112	12.0

<市場の特性>

身体のケア＝腸活に繋がるのであれば、多少高くても買いたいという消費者市場

		当社	KINS	キリン	ヤクルト
プロフィール	概要	乳酸菌生産物質PSB1を活用したタブレット、ドリンク	乳酸菌生産物質PSB1を配合してドリンク	免疫ケアに役立つプラズマ乳酸菌に加え、睡眠の質の向上に役立つGABAを配合。1本で2つの機能を持った機能性表示食品	ヤクルト史上最高密度という1本（100ml）あたり1000億個の乳酸菌シロタ株を含み、腸内環境の改善に加えて「ストレス緩和」「睡眠の質向上」の機能が報告されている機能性表示食品
	競争力お客様に提供する価値	・腸活 ・胃酸の影響を受けにくく、腸にダイレクトに働く ・少量で多くの菌数を取得できる ・コンタミリスクが少ない	・生存率の高い乳酸菌の使用 ・品質管理の徹底	・免疫ケア	・睡眠の質向上
マーケティングプロフィール	ターゲット市場	①健康志向のある成人女性 ②多忙な女性(ワーキングウーマン) ③健康意識の高い男女	①女性向けに特化 ②一部、ペット用も	・「自分の健康は自分で守っていきたい」というニーズを持った幅広い層	当初は30～50代のビジネスパーソンをメインターゲット
	マーケティング戦略	①野田果樹園会員に限定して販売、リピート顧客化 ②加えて代理店でも限定販売 ③SNSも活用のファンマーケティング	・健康と美を訴求	①容量を100mlで飲みやすい量にし、パッケージを赤からさわやかな青基調に変え、さらに、ヨーグルトの味わいと、プラズマ乳酸菌による免疫ケアの機能性を訴求する形で商品名をシンプルに変更 ②CM展開 ③流通の棚を積極的に確保・拡大	①メインターゲットの多い関東1都6県限定で、ヤクルトレディによる宅配専用商品として販売 ②加えて百貨店や高級スーパーの一部店舗でも限定販売 ③ファンのインフルエンサーによるPR

		当社	KINS	キリン	ヤクルト
製品プロフィール	製品・サービス	ii DROPS PREMIUM ii TABLET	KINS ESSENSE	おいしい免疫ケア	Yakult1000
	価格とコスト	BtoB 3,050円 BtoC 4,350円	内容量50ml・税抜価格5,871円(10ml 1,174円)	内容量100ml・税抜価格139円	内容量100ml・税抜価格130円
	流通チャネル	①提携販売業者会員からの受注 ②販売代理店(歯科医、美容院) 販売 ③ネット通販	ネット通販のみ	①SM、CVSをはじめとした流通網 ②キリンビバレッジの飲料販売網	・ヤクルトレディー
SWOT分析	強み	・提携販売業者 ・販売代理店網 ・広告広報は専門領域 ・カスタムメイドも可能	・コンシェルジュサービス ・メンバーシッププログラム	・ブランド力 ・流通網 ・資本力	①「睡眠の質の改善」を掲げ大ヒット ②開発のストーリー性
	弱点	・ブランド認知はこれから	・ネット販売に偏るので地道な説明活動がしにくい面もある	・カスタムメイドはしにくい	・エビデンスが弱いとも言える（49名の医学生に限られる）
	機会	・提携販売業者の会員20万人に対するテスト販売	・女性向け商品提供企業との提携	・ファンケル化粧品のグループ傘下入り	・睡眠テック企業との提携
	脅威	・サブリ専門メーカーの参入	・ファンケル化粧品のキリン傘下入り	・サントリーグループの動向	・アサヒ飲料グループの動向