

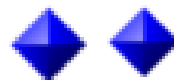
目次

概要	4
サプリメントの成長は持続	6
ビタミン類：監視下にあるマルチビタミン	7
ミネラル類：研究がカルシウムのヘルスクレームを後押し	9
引き続きスペシャリティサプリメントが主役	10
マスマーケットでホメオパシーの売上成長が継続	12
ハーブおよび植物：スーパーフルーツの成長が減速	14
粉末、ピル、および液体がスポーツフーズの売上げを強化	15
減量サプリメントに対抗する GSK	16
サプリメントカテゴリーを強化する本格的な科学	18
業界の信頼を高めた GMP	18
業界の最大の懸念は品質	19
原料価格の上昇	20
2007 年：自然&有機にとって良い年	21
売上げが減速した機能性食品	23
NBJ:米国健康産業の見通しは今後も明るい	24

図表： 2007 年米国健康産業市場 カテゴリー別 消費者売上高 (P5) 2007 年米

株式会社 I F F C

International Functional Foods Consulting Co.,Ltd.



当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。

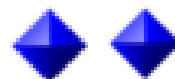
©株式会社 I F F C & NBJ

〒104-0041 東京都中央区新富 1-3-10 2F info@ifcc.co.jp

国健康産業市場 チャンネル別 消費者売上高(P5)、 2007年米国健康産業市場 カテゴリー別&チャンネル別(P5)、 1997~2013年米国健康産業売上高&成長率推移(P6)、 2007年米国サプリメント市場 製品別(P14)、 2007年米国減量サプリメント売上高 VS 他
の全サプリメント売上高 (P18) 1997~2013年米国機能性食品売上高&成長率推移
(P24)、 2007年米国サプリメント会社数 売上別分布(P26)、 NBJによる2007年米
国トップサプリメント企業 (P26)

株式会社 I F F C

International Functional Foods Consulting Co.,Ltd.



当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。

©株式会社 I F F C & NBJ

〒104-0041 東京都中央区新富 1-3-10 2F info@iffc.co.jp