

## 「食品」という視点でみる消費環境の把握

- ◆人口動態や世帯数は予測が容易なハード環境ですが、消費者支出傾向は経済動向や技術革新の影響を受けて変化する要素であり、世帯内消費や消費者ひとりひとりの意識と直結しています。



### チャンネル環境の変化

- ❁ 通販による医薬品販売の規制
- ❁ 医薬品分類によるセルフ販売/カウンセリング販売の棲分け
- ❁ 登録販売者投入によりOTC販売チャンネルの拡大
- ❁ 取扱い商品の差別化が困難になる小売業態……など

### 迷える消費者の時代

- ・浸透が一循、飽和している
- ・医薬品は薬だけれどサプリは食品  
＝副作用の心配がない、という位置づけで捉えている

#### サプリメント消費者属性例

- ・食品であることの手軽さ。でも続かない
- ・価格競争→とにかく安いが一番
- ・習慣化でリピートが定着。決めている(ロイヤルカスタマー化)
- ・気になる体調があり、対処法の1つとして効果(訴求内容)を優先
- ・美容ニーズがあり、体内美容法の1つとして効果(訴求内容)を優先

