健康産業新聞
健康食品・サプリメント・
機能性食品など、健康関連産業の
最新情報を発信する業界専門紙

プラセンタ特集 UTPに取材が!

中高年女性に人気のプラセンタが若年層にも広がり始めている。子育て中の女性を中心に**医薬品のプラセンタ製品**がSNSで話題となり、**体感性の高さ**や新規性により一部の商品が売れている。

プラセンタにクリニック業界が再注目!

UTPはクリニック向け事業が前年比2ケタ増!!

クリニック向け事業が前年比2ケタ増 プラセンタの実績に再び関心、AI検索経由の問い合わせも

UTP

プラセンタ化粧品や健康食品の開発・販売を手掛けるUTP（東京都中央区）は、クリニック向けの専売品商品の卸を中心に事業が伸びている。エステサロン、クリニックの両市場で事業を展開するなか、特にクリニック向けが好調で前年比約113%と2ケタ伸長と好調だ。

クリニック向けについては、かつての成長局面を経て、しばらく伸びが一服していたが、ここ1～2年では注射剤、サプリメント、化粧品がそろって伸長し、再び拡大に転じている。既存取引先からの受注増に加え、新規の問い合わせも増加。クリニック向けプラセンタサプリメント「メルスモンプレミアムカプセル」の人気が高く、メルスモン製薬と共同開発したサプリメント「メルスモンプレミアムカプセル」の人気が高く、エステサロンでは同社ロングセラー品の「プラセンタカプセルMD+」が支持を集めている。同社社長の宮田哲朗氏は「近年数多くの美容成分や素材が登場しているが、こうした成分を試した医師が、改めてプラセンタに関心を寄せる動きが出てきている」と説明する。また、新規問い合わせのきっかけとして増えているのが、生成AIを使った情報収集だ。同社には「AIに聞いたらUTPが出てきた」との声が多く寄せられているという。

こうした背景を受け、同社でも外部企業と連携し、ウェブサイトやSNSの掲載内容を整備してきた。情報の正確さを重視し、研究データなど根拠を示せる情報を継続的に発信する。今期で36期を迎える同社では、セミナーやクリニック向け勉強会、SNSでの発信を長年積み重ねてきたことが、情報の蓄積や信用性につながり、AI検索に反映されているのではと分析している。宮田社長は「長年の食経験が安全性を考える上での材料となり、利用者が重ねてきた実感や、機能性に関する研究データに改めて目が向けられ、プラセンタの再評価につながっている」という。

同社では引き続きプラセンタの魅力を発信していく方針で、宮田氏は「プラセンタを取り巻く制度面の課題にも目を向け、関係団体と連携して市場の活性化に取り組む」とし、業界全体で市場の基盤を強化していく考えだ。


特集 プラセンタ

中高年女性に人気のプラセンタが若年層にも広がり始めている。子育て中の女性を中心に医薬品のプラセンタ製品がSNSで話題となり、体感性の高さや新規性により一部の商品が売れている。SNSでは美容系アカウントでプラセンタサプリを推す投稿も多く、こうした流れが、健食業界にも波及しそうだ。一方、各サプリメーカーは、コア層である中高年女性に向けた更年期サポートや睡眠のエビデンスを地道に積み上げている。エクソソームの研究開発はまだ始まったばかりだが、今後の研究開発に期待がかかる。非動物由来プラセンタの補出が増えるなど日本特有のプラセンタ様成分もグローバルに広がり始めている。

SNSでプラセンタが話題に

若年層の利用が市場活性化に

各サプリメーカー、銘柄・抽出方法・エビデンス・エクソソームで差別化

5ページにも及ぶ特集が プラセンタ市場の注目度を語る!

UTP Universal Transcend Planning
株式会社 UTP（ユニバーサル トランセンド プランニング）
〒103-0023 東京都中央区日本橋本町 1-9-13 日本橋本町 1 丁目ビル 7F ☎ 03-3666-8882 @utp_placenta