

トイレタリー、化粧品分野の医薬部外品市場調査を実施

- 15 分野の 2004 年の市場規模は前年比 0.6% 増の 9,362 億円
 2005 年は前年比 0.2% 増の 9,385 億円 -

総合マーケティングビジネスの(株)富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 原 務 03-3664-5811)は、このほど、トイレタリー、化粧品分野を中心とした医薬部外品市場の調査を実施した。その結果を「医薬部外品マーケティング要覧 2005」にまとめた。本調査では薬事法上の医薬部外品の分類をさらにマーケティングコンセプトにより 15 分類に分けた。併せて、医薬品、化粧品などの市場も捉え全体市場の中での医薬部外品市場も明らかにした。

対象とした 15 分野 34 品目の医薬部外品トータル市場は、若干の増減はあるものの 2001 年以降ほぼ横ばいであり、9,300 億円台の規模で推移している。スキンケア、デンタルケアは、わずかながらここ数年毎年市場を拡大している。美肌、アンチエイジング(老化予防)、ホワイトニング(美白)などの効果への期待や健康の基本である「歯の健康」に対する意識の高まりがその背景にあるとみられる。また個別の品目でみると、猛暑の恩恵が大きいとはいえ 2004 年には、腋臭防止剤のように 2 桁成長するものも現れている。

2004 年、2005 年に増加する市場

< スカルプケア(育毛剤/育毛トニック、ヘアトニック) >

頭皮を洗浄し健やかに保つことを目的とするヘアトニックと脱毛防止と育毛を目的とする育毛剤に分類される。また、これらは医薬品、医薬部外品、化粧品にまたがる。医薬部外品のスカルプケア市場は、2004 年は 389 億円、2005 年には 394 億円の市場が予測される。そのなかで、育毛剤・育毛トニックが 90% 弱を占めている。医薬部外品のスカルプケア全体に占めるウエイトは、医薬品である大正製薬の「リアップ」の影響を受け 90% から 60% 近くに落ち込んだが、ここ数年は 65% 程度で安定している。「リアップ」による需要増も一巡したこと、育毛に関しては効果に個人差があること、効果がない時にブランドスイッチが起こりやすいこと、ライオン、資生堂など上位メーカーの有力新製品が医薬部外品であることなどから医薬部外品もやや持ち直している状況である。ただし、2004 年は女性向け医薬品育毛剤が第一製薬、大正製薬から投入されており、医薬品のウエイトがやや高まる傾向にある。

参考データ 育毛剤/育毛トニック市場

	2003 年	2004 年見込	2005 年予測
医薬部外品	330 億円	346 億円	353 億円
医薬品	191 億円	207 億円	207 億円

< 薬用モイスチャー >

薬用モイスチャーは薬用成分により美肌、ホワイトニング、アンチエイジングを訴求している。2002 年～2003 年の単価数万円の高額クリームブーム、アンチエイジング訴求、化粧品店専用ブランド、通販ブランドによる市場拡大を経て、2004 年は、コーセーの「モイスチュアリペア」がヒットしたことで拡大を続けている。新たに薬用成分として承認された「ライスパワーエキス No.11」を配合し、保湿力を肌に持たせることで、消費者の支持を得た。2004 年は前年比 1.2% 増の 410 億円、2005 年は 413 億円市場になるとみられる。薬用モイスチャーはスペシャルケアアイテムとしての位置づけが高く、美容液がより機能特化する中で総括的な美肌アイテムとして商品は増加傾向にある。配合成分や技術、具体的な効果を背景として医薬部外品の需要は増えていくとみられる。

< 薬用石鹸 >

0-157 などの食中毒が問題になった 1996 年以降減少を続けていたが、2003 年に SARS や日本リー

バ(ダヴハンドケアウォッシュ)の新規参入により久しぶりに前年を上回った。2004年は花王の「ピオレu泡で出てくるハンドソープ」の新発売、ライオンの新製品投入など新製品が多数発売され市場は活況を呈し前年比8%増の108億円市場となった。「ピオレu」は泡の状態が出てくるプレフォームタイプの商品で価格競争に巻き込まれず市場拡大に貢献している。ただし、日常使用するハンドソープとしては割高感が否めず、このタイプの商品を2005年に日常用として定着させることができるかがポイントとなる。

< 洗口液 >

マウスウォッシュ、デンタルリンスが対象。虫歯や歯周病に関する関心が高まり、通常の歯磨きに合わせて使用する効果が知られてきたことから市場は拡大している。2003年(ジョンソン・エンド・ジョンソン、アース製薬)2004年(ファイザー、花王、ライオン、サンスター)と主力メーカーから新製品が相次ぎ、各メーカーの啓発活動により総合的なデンタルケアの認知の高まり、そして商品の浸透により2005年も市場は拡大し、前年比3.2%増の96億円の市場が見込まれる。

< ゴキブリ用殺虫剤 >

ゴキブリに直接吹きかけて使用するエアゾールとキッチンなどに置いて使用するベイト剤が対象。天候によるゴキブリ発生率の変動、医薬品分類の殺虫剤、ゴキブリ捕獲機などとの競合から増減の変動がある市場である。2003年は冷夏、梅雨明けの遅れなどから大きく落ち込んだが2004年は需要の集中する4月から7月にかけて好天、猛暑が続いたことから前年比8.2%増の86億円となり、2002年水準を上回るまでに市場は回復した。天候の影響を受けるものの2005年も安定した需要を確保し、2004年をやや上回る87億円と見込まれる。

調査対象

1. 口中清涼剤 2. デンタルケア(洗口液、薬用歯磨剤) 3. スキンケア(薬用洗顔料、薬用クレンジング、薬用化粧水、薬用モイスチャー、薬用美容液、薬用シート) 4. ボディケア(薬用石鹸、薬用ボディシャンプー、薬用ボディローション、薬用ハンドクリーム、薬用リップクリーム、薬用シェービング料、除毛剤) 5. ヘア・スカルプケア(薬用シャンプー・リンス、スカルプケア、染毛剤、パーマメントウエーブ用剤) 6. 浴用剤 7. てんか粉類 8. 腋臭防止剤(制汗剤、足臭防止剤) 9. 清浄綿 10. 肛門清浄剤 11. 生理処理用品 12. ソフトコンタクトレンズ用消毒剤/装着液 13. 防虫(忌避)剤 14. 殺虫剤(ハエ・蚊用殺虫剤、ゴキブリ用殺虫剤、ダニ用殺虫剤) 15. 殺ソ剤

調査方法

富士経済専門調査員による対象企業および関連企業・団体などへのヒアリングをベースに有価証券報告書等公表資料、経済産業省、厚生労働省の統計などを参考とした。

調査期間

2004年10月～12月

以上

資料タイトル:「医薬部外品マーケティング要覧 2005」

体 裁 : A4判 248頁

価 格 : 100,000円(税込み105,000円)

調査・編集 : 富士経済 東京マーケティング本部

TEL:03-3664-5831(代) FAX:03-3661-9778

発 行 所 : 株式会社 富士経済

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2-5 F・Kビル

TEL03-3664-5811(代) FAX 03-3661-0165 e-mail:koho@fuji-keizai.co.jp

この情報はホームページでもご覧いただけます。URL:<http://www.group.fuji-keizai.co.jp>