

2006年10月11日

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
TEL.03-3664-5811 FAX.03-3661-0165
URL: <http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>
URL: <https://www.fuji-keizai.co.jp/>
広報部 03-3664-5697

機能性化粧品の市場調査を実施

- スキンケアのアンチエイジング市場は2006年2,671億円(前年比 5%増)見込み -

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 代表取締役 阿部英雄 03-3664-5811)は、スキンケア、ベースメイク、ボディケア、ヘアケアの4分野の化粧品市場をホワイトニング、アンチエイジングなどの機能別に分類し、2006年7月～9月にかけて調査を行った。その結果を調査報告書「機能性化粧品マーケティング要覧 2006」にまとめた。

『機能性化粧品』とは、薬事法で規定されている化粧品の効能の範囲と、ホワイトニングやスリミングといった市場で広く認知されている呼称から、化粧品市場をカテゴリー別に複数の機能訴求に分類したものである。法規上で定義された呼称ではないが、機能を訴求する化粧品を広く『機能性化粧品』と呼ぶ。

<調査結果の概要>

2005年の化粧品市場は、大型メイクアップブランド「マキアージュ」(資生堂)が投入されたことや、コエンザイムQ10配合の化粧品がスキンケアを中心に相次いで投入されたことで拡大し、前年比1.9%増の2兆2,107億円となった。しかし、2006年に入ると、例年になく厳冬や、春から夏にかけての天候不順が影響し、005年ほどの勢いは見られず、市場は前年比1.1%増の2兆2,358億円に留まる見込みである。

このような状況の中で、機能性化粧品は、スキンケアではアンチエイジング機能が中心となり、ベースメイクではスキンケア成分を配合した商品の投入が見られる。一方でヘアケアは、参入各社がプレミアム訴求の新商品投入や商品リニューアルを積極的に行っており、競争が激化している。また、コエンザイムQ10ブームは一段落したものの、その後もアスタキサンチン、白金ナノコロイドなどを配合したアンチエイジング商品、各社の独自成分を配合したホワイトニング商品がスキンケアを中心に投入され、新規需要を獲得している。

<機能性化粧品市場動向>

全体市場 2005年 1兆6,488億円 2006年見込み 1兆6,755億円(前年比 1.6%増)

今まで縮小傾向にあったベースメイクは2005年に、ボディケアが回復の兆しを見せた。また、プレミアム訴求商品を中心に需要を集めているヘアケア、コエンザイムQ10化粧品がヒットとしたスキンケアも実績を伸ばしたことから前年比3%増となった。2006年も各品目とも引き続き好調に推移しており、特に高価格帯商品への需要が高まっているスキンケア、ベースメイクが牽引している。

スキンケア市場

(対象:モイスチャー、ホワイトニング、アンチエイジング、敏感肌、アクネ対応)

2005年 9,738億円 2006年見込み 9,906億円(前年比 1.7%増)

スキンケア市場の40%を占めるモイスチャー市場は縮小しているものの、ホワイトニング、アンチエイジング、敏感肌、アクネ対応商品は好調に推移しており、全体では拡大している。2005年は、コエンザイムQ10を配合した新商品が相次いで投入されたアンチエイジング市場、アンチエイジングブランドからホワイトニング商品の品揃えに追加が見られたホワイトニング市場が拡大し、市場全体で前年比103.3%と高い伸びを示した。2006年は天候不順の影響を受けてホワイトニングに伸びが見られないが、アンチエイジング市場は好調に推移しており、さらに縮小傾向にあったモイスチャー市場の回復が見られることから引き続き拡大が見込まれる。

ベースメイク

(対象:モイスチャー&カバー、UV(ホワイトニング)、テカリ・毛穴、くすみ・小じわ、敏感肌)

2005年 2,897億円 2006年見込み 2,971億円(前年比 2.5%増)

2005年は大型ブランド「マキアージュ」(資生堂)によってメイクアップ市場全体が活性化し、またくすみ・

小じわを訴求したエイジングケア機能のベースメイクも積極的に投入された。さらにコンシーラーやコントロールカラー、フェイスパウダーなどの需要も拡大し市場はプラスに転じた。また景気が回復傾向にあることから高価格帯商品も好調な動きを見せており、単価下落傾向にも歯止めがかかった。2006年もこの傾向は続き、市場は引き続き拡大すると見込まれる。

ボディケア

(対象：モイスチャー、UV(ホワイトニング)、スリミング/マッサージ効果、フレグランス(アロマ)、敏感肌)

2005年 1,075億円 2006年見込み 1,080億円(前年比 0.4%増)

2005年のボディケアは、50%以上を占めるモイスチャーの実績が拡大したことで、前年を上回った。またUV(ホワイトニング)機能は、2005年も拡大し、レジャー時に加え、日常使いや低刺激性など商品数も増加した。このほか、ボディケア全体で約4割を占めるモイスチャー機能のトイレットリー系ボディシャンプーがこれまでの低価格化による縮小から脱出したことも市場を拡大させる要因となった。

ヘアケア(対象：モイスチャー&マイルド、ダメージケア、フケ・カユミ防止、クレンジング、フレグランス、スカルプケア(メンズ含))

2005年 2,778億円 2006年見込み 2,798億円(前年比 0.7%増)

ヘアケアは、2004年以降は商品価格が下げ止まり、プレミアムシャンプーがヒットした事で市場は拡大に転じている。ヘアカラーなどによるダメージケア訴求も実績を伸ばしているが、現在はモイスチャー&マイルド訴求の花王「アジエンス」、エフティ資生堂の「ツバキ」に代表される総合的な髪の美しさを高価格・高品質商品でうたう商品に注目が集まっている。これら、モイスチャー&マイルドが市場の22%を占め、市場の4分の1を占めるダメージケアとともに、ヘアケア市場を支えている。

<注目機能>

アンチエイジング(スキンケア)

2005年 2,545億円 2006年見込み 2,671億円(前年比 5.0%増)

アンチエイジング市場は、既存ブランドが売り上げをのばし、さらに新ブランドが相次いで投入され拡大が続いている。コエンザイムQ10ブームが一段落した後は、アスタキサンチンを配合した「アスタリューション」(コーセー)や、白金ナノコロイドを配合した「オバジ プラチナイズド」(ロート製薬)が発売されており、素材の新規性の高さと抗酸化力の高さによって新規需要を獲得している。また、中高年層向けのリカバリー機能を訴求するブランドで「SK-LXP」(マックスファクター)や「トワニーセンチュリーセルリズムSP」(カネボウ化粧品)など、高価格帯商品の需要が高まっている。2006年もハイプレステージブランド「インプレス」(カネボウ化粧品)が発売されており、今後も高価格帯商品の投入が進む事が予測されるプロテクト訴求では、若年層の初期老化対策へのニーズが高く今後も好調な推移が続くと見られる。

敏感肌(ベースメイク) 2005年 77億円 2006年見込み 85億円(前年比 10.4%増)

敏感肌訴求のベースメイクは商品数が他の機能に比べ限られているものの、敏感肌ユーザーの下支えに加え、ホルモンバランスの変化や、ストレスなどによる一時的過敏肌、自称敏感肌ユーザーまでも取り込む形で需要を広げてきた。ユーザーの多くは、一度肌にあった商品をリピートする傾向が強く、ブランドスイッチが比較的少ないことも市場の成長に寄与している。肌疾患、敏感肌ユーザーを対象としているためメイクアップのトレンドにあまり左右されることなく今後も安定した成長を続けていくと予測される。2006年はトップメーカーであるファンケルが大幅リニューアルを実施しており、高成長が見込まれる。

モイスチャー&マイルド(ヘアケア)

2005年 1,075億円 2006年見込み 1,131億円(前年比 5.2%増)

ファミリーユースのトイレットリー商品の価格下落により市場は縮小してきたが、2003年10月の花王「アジエンス」発売によってパーソナルユースの高価格品プレミアム訴求ヘアケア需要が喚起され2004年に拡大に転じた。2005年は高価格帯商品が好調に推移する一方で、ファミリーユース商品の売れ行き減少などから市場は縮小した。2006年はエフティ資生堂「ツバキ」が資生堂グループをあげた拡販によってヒットし市場は再び拡大が見込まれる。2006年は9月にカネボウホームプロダクツから「いち髪」が発売され、モイスチャー&マイルド市場をはじめヘアケア市場全体の拡大が見込まれる。

<調査対象>

カテゴリー	対象
スキンケア	洗顔料、クレンジング、マッサージ・コールド、モイスチャー、スポットケア、化粧水、乳液、美容液、パック
ベースメイク	メイクアップベース、ファンデーション、フェイスパウダー
ボディケア	リップクリーム、サンタン・サンスクリーン、ボディシャンプー、ボディクリーム・ローション、ボディマッサージケアクリーム、バスプロダクト
ヘアケア	シャンプー、リンス・コンディショナー、ヘアトリートメント、メンズヘアケア

<調査期間>

2006年7月～9月

以上

資料タイトル：「機能性化粧品マーケティング要覧2006」

体 裁 ： A4判 215頁

価 格 ： 100,000円(税込み105,000円)

CD-ROM付き価格 110,000円(税込み115,500円)

調査・編集：富士経済 東京マーケティング本部 第二事業部

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

TEL 03-3664-5811 (代) FAX 03-3661-0165 e-mail:info@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/>

URL:<https://www.fuji-keizai.co.jp/>