

メイクアップ10品目、ボディケア7品目の化粧品市場調査を実施

メイクアップ市場	2007年見込	4,938億円	前年比0.5%減
ボディケア市場	2007年見込	1,118億円	前年比0.6%増

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、ファンデーション、フェイスパウダー、アイシャドウなどメイクアップ10品目、リップクリーム、サンタン・サンスクリーン、ボディシャンプーなどボディケア7品目の化粧品市場の調査を実施した。その結果を調査報告書「化粧品マーケティング要覧2007 3」にまとめた。

<注目市場>

メイクアップ市場が低迷するなかで、目元を強調するメイクが10~20代女性から30代~40代女性にも広がりがつあることで、アイシャドウ、アイライナー、アイブロウ、マスカラの各市場が拡大している。

品目	2006年	前年比	2007年見込	前年比
アイシャドウ	355億円	102.6%	362億円	102.0%
アイライナー	69億円	109.5%	73億円	105.8%
アイブロウ	195億円	102.6%	197億円	101.0%
マスカラ	291億円	107.8%	305億円	104.8%

1. アイシャドウ

10~20代女性を中心に目元を強調したメイクが定着していることから需要が年々増加している。2006年は「インテグレート」(資生堂フィティット)、「リンメル」(コーセー)、「ラヴーシュカ」(カネボウコスメット)など若年女性をターゲットとしたセルフブランドが新規投入され、アイシャドウ市場は前年に続いて拡大した。2006年は、若年層を中心に使用シーンに応じた色の使い分けにより、単色タイプから多色タイプへと需要シフトが進み、単価アップが図られた。目元を強調したメイクは30~40代女性への広がりが見られ、2007年も市場は拡大すると予測される。

2. マスカラ

マスカラはビューティマスカラとトリートメントマスカラに分類される。ビューティマスカラはまつ毛のボリューム・長さを強調したカラータイプで、ボリュームアップ、ロングラッシュ、ウォータープルーフ、カラーマスカラなどがあり、その中でもロングラッシュやカーリング機能を訴求したものが中心となっている。目元を特に強調したい若年層のニーズに対応し、ボリューム効果を訴求した商品が増加している。一方、無色透明のクリアタイプでまつ毛のトリートメント効果、ツヤ出しなどの機能を持つトリートメントマスカラは、「アイラッシュトニック」(DHC)がインターネット上の口コミサイト「アットコスメ」で話題となり、2006年の市場は拡大に転じた。

30~40代女性においても目元を強調したメイクが定着し、また若年層では生活シーンに応じたマスカラの複数使用が定着しつつあることから、マスカラ市場は拡大している。大型マスブランド「マキアージュ」(資生堂)の定着に加え、「エスブリーク プレシャス」(コーセー)など国内系有力メーカーから新ブランドの投入も相次ぎ、2006年は前年比7.8%増の291億円となった。一方でマスブランドやカウンセリングブランドからセルフセレクションブランドへのシフトが進み、マスカラ市場では単価の低下が徐々に進行している。

3. ボディクリーム・ローション

ボディクリーム・ローション市場は、保湿機能を訴求する商品を中心に構成されている。敏感肌訴求を中心とするスキンケアブランド、フレグランスブランド、サンタン・サンスクリーンブランドなどでラインアップされている。パーソナルユースに限定される市場特性から、資生堂をはじめとした上位メーカーのボディクリーム・ローションへの注力度の低下により市場縮小が続いたが、2005年以降コエンザイムQ10配合商品の台頭により市場は拡大に転じた。2006年はコエンザイムQ10配合商品の動きは落ち着いてきたものの、「ロクシタン」(ロクシタンジャポン)や「ザ・ボディショップ」(イオンフォレスト)などのライフスタイル提案型ブランドや敏感肌向けブランド「アベヌ薬用ハンドクリーム」(ピエール・ファール・ジャポン)が好調に推移し、全体市場は引き続き拡大となった。

ライフスタイル提案型ブランドでは、今後も積極的に新商品を投入し、顧客増加によるボディケア市場の拡大を図っていくと見込まれる。百貨店系プレステージブランドでは香りを訴求した商品をメインとしつつ、「ビオテルム」(日本ロレアル)のように高い保湿力を訴求した高付加価値商品の投入が増えると思われる。

4. リップクリーム

リップクリームは乾燥から唇を守ることを訴求したモイスチャーリップと、メイクアップ的な側面の強いリップグロスなどのカラーリップに大別される。モイスチャーリップは通年使用が進んでいるが、最需要期の冬場の天気に左右され易い商品で、2005年は厳冬により市場は拡大したが、2006年は年末の暖冬のため縮小した。一方で1,000円以上の価格帯の高機能モイスチャーリップの投入が相次いでいる。こうした高機能商品は構成比としては僅かであるものの天候に左右されず堅調に推移し、単価拡大に寄与している。カラーリップはメイクアップの構成アイテムとしてリップグロスが定着し、定期的に新色や新アイテムを投入するなど商品活性が図られているが、メイクアップのトレンドとしてアイメイクへの関心が高まる一方で唇へのメイクの注力度が低下しており、短期的には市場拡大は難しくなっている。

< 調査結果の概要 >

1. メイクアップ

2006年 4,964億円(前年比0.2%減) 2007年見込 4,938億円(前年比0.5%減)

メイクアップは複数アイテムを使用し均一でムラのない作りこんだベースメイクに、目元を強調するメイクがトレンドとなっている。2005年の市場は資生堂がトータルメイクアップブランドとして新ブランド「マキアージュ」を投入し、TVCMの集中投下など積極的な販促展開により需要喚起に成功したことから、前年比3%の伸長となった。2006年は大型マスブランド「マキアージュ」(資生堂)が通年実績となったことに加え「エスブリーク・プレシャス」(コーセー)や「インテグレート」(資生堂フィテット)など大型新ブランド投入が相次いだ。しかしメイクアップ市場で40%以上の構成比を占めるファンデーション市場が買い替え頻度の低下により実績縮小となったことや、リップカラーの需要低迷による市場縮小の影響により、メイクアップトータル市場は2005年をわずかに下回る結果となった。2007年についてもアイ関連への注力シフトが進む一方でリップメイクはナチュラル嗜好がより進んでいることから、リップカラー需要は引き続き停滞する見通しである。しかし、フェミニンなファッションが主流となっていることを受け、チークカラーは需要回復の傾向が見られる。

2. ボディケア

2006年 1,111億円(前年比0.8%減) 2007年見込 1,118億円(前年比0.6%増)

2006年は、ボディシャンプーが前年を下回り、季節節材であるリップクリームとサンタン・サンスクリーンが低迷したことから、ボディケア市場は縮小に転じた。しかし、嗜好性の高いボディマッサージケアクリーム、ボディローション、バスプロダクトについてはライフスタイル提案型ブランドが着実に需要を獲得し実績拡大が続いている。

40%以上の構成比を占めるボディシャンプー市場は、2006年に大型新商品の投入がなかったことから市場縮小に転じた。

サンタン・サンスクリーン市場は、紫外線ケアへの意識向上により年間を通じた使用が定着しつつあり中長期的には需要拡大が見込めるものの、2006年は需要期である春季から夏季までの日照時間が例年に比べ少なかった

影響を受け市場は縮小となった。

リップクリーム市場は2006年の需要期(11~12月)に暖冬の影響を受けモイスチャーリップが低迷、またこれまで伸長を続けてきたカラーリップが横ばいで留まったことから市場は縮小した。しかし、2006年以降投入が進む1,000円前後で展開される化粧品系メーカーのモイスチャーリップ投入による単価アップや市場拡大が期待される。ボディクリーム・ローションはアロマやフレグランスといった香りを訴求した嗜好性の高い商品が主力であるが、敏感肌対応ブランドを中心にスキンケアの延長線上として位置付けられる保湿アイテムのニーズが徐々に高まっており注目される。

<調査対象>

メイクアップ	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、アイシャドウ、アイライナー、アイブロウ、マスカラ、チークカラー、リップカラー、ネイルケア
ボディケア	リップクリーム、サンタン・サンスクリーン、除毛・脱毛料、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

<調査方法>

富士経済調査員による対象企業及び関連企業・団体などへの面接取材及び公的統計データなどによる情報収集

<調査期間>

2007年3月~5月

以上

資料タイトル	: 「化粧品マーケティング要覧2007 3」
体 裁	: A4判 244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 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 TEL03-3664-5821(代) FAX 03-3661-9514 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 https://www.fuji-keizai.co.jp/ http://www.group.fuji-keizai.co.jp/