

## 化粧品・トイレタリー分野の医薬部外品市場を調査 2007年の医薬部外品市場は前年比0.2%増の1兆975億円

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 阿部 界 03-3664-5811)は、1999年以降規制緩和が続く医薬品から移行する品目が増加している医薬部外品市場の調査を行なった。その結果を報告書「医薬部外品マーケティング要覧 2008」にまとめた。

本報告書では、医薬部外品として承認されている品目のうち化粧品・トイレタリーグッズ、衛生材料である生理処理用品及び2004年に医薬品から移行した「新・医薬部外品」の市場構造、市場動向を明らかにした。

### <調査結果の概要>

#### 医薬部外品市場(調査対象24品目)

2007年 1兆975億円(前年比0.2%増) 2008年見込 1兆981億円(前年比0.1%増)

2007年は8月～9月にかけて全国的に平均気温の高い日が続いたこともあり、制汗消臭剤など夏季商品が堅調であったが、暖冬の影響から薬用リップクリーム/薬用ハンドクリームなど冬季商品が苦戦した。また、消費者のオーラルケア意識の高まりから、薬用洗口液が好調に推移しオーラルケア市場を牽引した。この結果、2007年は前年比0.2%増の1兆975億円の市場となった。

市場規模が最も大きい品目は薬用スキンケアで、2007年の市場は4,144億円(前年比1.2%増)で、医薬部外品市場の37.8%を占める。以下、薬用ヘア/スカルプケア、ドリンク剤、薬用ボディケアと続きこままでの4品目が1千億円を超える市場となっており、これらの4品目で市場の4分の3以上を占めている。

2007年の前年からの増加率をみると、上位5品目は、防虫(忌避)剤(前年比5.0%増) 薬用オーラルケア(前年比2.9%増) 薬用スキンケア(前年比1.2%増) 殺虫剤(前年比1.1%増) 薬用ボディケア(前年比0.6%増)となっている。

### <注目品目>

#### 薬用洗口液(薬用オーラルケアのサブ品目)

2007年 183億円(前年比17.3%増) 2008年見込 201億円(前年比9.8%増)

歯磨後に口中の洗浄を目的として使用されるマウスウォッシュと使用後にブラッシングを行うデンタルリンスが対象。マウスウォッシュはエチケット目的として口臭予防を訴求した商品が中心であり、デンタルリンスは歯周病や虫歯の予防を訴求した商品が多い。消費者のオーラルケアに対する意識の高まりから、薬用洗口液市場は2001年以降拡大を続けている。洗口液の使用率は約40%強程度と見られ徐々に増加している。2007年は、オーラルケア意識の高まりによる需要拡大、花王の「薬用ピュオーラ」発売などにより市場は拡大した。今後もオーラルケア意識の高揚から着実な需要拡大が見込まれ、参入メーカーが新商品の投入や広告宣伝活動を強化することで、暫く市場拡大が続くと見込まれる。ただし、ヘビーユーザーやファミリー層を中心に大容量サイズへのシフトが続いていることや、デンタルリンスに比べ廉価な洗口液の比率が増加していることから単価低下の影響が懸念さ

れる。

#### 薬用石鹸（薬用ボディケアのサブ品目）

2007年 168億円（前年比1.8%増） 2008年見込 170億円（前年比1.2%増）

皮膚の洗浄／殺菌／消毒などを訴求する固形石鹸と液体石鹸で構成される。固形石鹸は「ミューズ」（P&Gジャパン）が中心であるが商品の大半が化粧品類に分類され、近年は薬用石鹸から新商品の投入はほとんどない。液体石鹸は1987年の「液体ミューズ」の発売により本格的に市場が形成され、現在は使い勝手の良さから市場の大半を占めている。2004年はライオン、花王が相次いで泡で出てくるプレフォームタイプを投入し需要を拡大した。

薬用石鹸市場は固形石鹸から使い勝手の良い液体石鹸へと移行しているが、その液体石鹸も単価の低い詰替用へとシフトし1990年代後半から市場は縮小していた。2003年はSARS問題により手洗いが奨励されたことから回復し、2004年はライオン、花王が共に泡で出てくる単価の高いプレフォームタイプを投入したため増加した。2007年は単価が低い通常の液体タイプから、プレフォームタイプへと需要シフトが続きライオン、花王がそれぞれ好調であったことから前年を上回った。2008年も引き続き増加が見込まれる。

#### 防虫（忌避）剤

2007年 42億円（前年比5.0%増） 2008年見込 43.5億円（前年比3.6%増）

人体の露出部に塗布して害虫の刺咬を防御する昆虫忌避効果を有する薬品を主成分とする液剤／軟膏剤などの外用剤である。ただし、昆虫忌避効果を有するものの人体には塗布せずに網戸や屋外などで使用するものは含んでいない。スプレータイプ／パウダータイプ／ローションタイプ／不織布に液剤を含ませたシートタイプ／ジェルタイプなど、多様な形態／剤型がある。

防虫（忌避）剤は蚊・ブヨ・ノミ・イエダニなどから肌を守る目的で使用されるが、特に虫が発生しやすく屋外での活動が活発となる最需要期の夏季の天候に市場は左右される。2007年は7月の平均気温が低かったものの、8月～9月にかけて気温の高い日が続き、また、ユーザーのニーズが殺虫から忌避へと移行していることもあり市場は拡大した。2008年以降も、子供を持つ親が蚊などから子供を守るため、防虫（忌避）剤の使用率が高まると予測され市場の拡大が見込まれる。

#### <参考資料>

医薬部外品とは、薬事法で「次の各号に掲げることが目的とされており、かつ、人体に対する作用が緩和な物であって器具器械でないもの、及びこれらに準ずる物で厚生労働大臣の指定するものをいう。ただし、これらの使用目的のほかに前項（医薬品の定義）第二号又は第三号に規定する用途に使用されることもあわせて目的とされている物を除く。」とされており、薬事法第二条第二項では下記のように規定されている。

- 1．吐き気、その他の不快感又は口臭若しくは体臭の防止
- 2．あせも、ただれ等の防止
- 3．脱毛の防止、育毛又は除毛
- 4．人又は動物の保護のためにする、ねずみ、はえ、蚊、のみ等の駆除又は防止

また、厚生労働大臣が指定する医薬部外品として下記のものも挙げられている。

- 1．衛生上の用に供されることが目的とされている綿類（紙綿類を含む）
- 2．次に掲げるものであって、人体に対する作用が緩和なもの
  - ア）染毛剤
  - イ）パーマメント・ウェーブ用剤
  - ウ）法第2条3項（化粧品）に規定する目的のほかに、にきび、肌荒れ、かぶれ、しもやけ等の防止又は皮膚若しくは口腔の殺菌消毒に使用されることもあわせて目的とされている物（いわゆる薬用化粧品、薬用歯磨類）
  - エ）浴用剤
  - オ）ソフトコンタクトレンズ用消毒剤

<調査方法>

当該及び関連企業へのヒアリングを主体に薬事工業生産動態統計、有価証券報告書、その他公表データ類により補完

<調査対象>

1. 薬用オーラルケア（薬用歯磨剤、薬用洗口液、口中清涼剤） 2. 薬用スキンケア（薬用洗顔料、薬用クレンジング、薬用モイスチャー、薬用化粧水、薬用乳液、薬用美容液、薬用シート、薬用シェービング料） 3. 薬用ボディケア（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、除毛剤、てんか粉類、腋臭防止剤、制汗消臭剤、足臭防止剤、浴用剤、しもやけ・あかぎれ用薬） 4. 薬用ヘア/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、パーマントウェーブ用剤） 5. 清浄綿、6. 肛門清浄剤、7. 生理処理用品、8. ソフトコンタクトレンズ用消毒剤/装着液、9. 防虫（忌避）剤、10. 殺虫剤（ハエ・蚊用殺虫剤、ゴキブリ用殺虫剤、ダニ用殺虫剤） 11. 殺ソ剤、12. ドリンク剤（ミニドリンク剤含む） 13. ビタミン剤・カルシウム剤、14. ビタミン含有保健剤、15. 生薬含有保健薬、16. 健胃清涼剤、17. 健胃・消化薬、18. 瀉下薬、19. 整腸薬、20. のど清涼剤、21. 鼻づまり改善薬、22. 含嗽薬、23. いびき防止薬、24. 殺菌消毒薬

<調査期間>

2007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 2008」

体 裁：A4判 211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:03-3664-5821 FAX:03-3661-9514

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