

## メイクアップ10品目、ボディケア7品目の国内化粧品市場を調査

2008年は上位ブランドの好調が続き、ボディクリーム・ローション市場は82億円（前年比13.9%増）、バスプロダクツ市場は39億円（前年比5.4%増）の見込み

総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済（東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 阿部 界 03-3664-5811）は、08年3月～5月にかけて、化粧品分野におけるメイクアップ10品目、ボディケア7品目の国内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2008 No.3」にまとめた。

### <注目市場>

#### 1. マスカラ市場（メイクアップ）

2007年 305億円 2008年見込 316億円（前年比 103.6%）

マスカラはビューティーマスカラとトリートメントマスカラに分類される。ビューティーマスカラは、まつ毛のボリュームや長さを強調するカラータイプである。また、トリートメントマスカラは、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（下地も含める）。マスカラ機能について、以前はボリュームに対する需要が高かったが、最近はロングに対する需要が主力となっている。また、落ちない機能ではウォータープルーフの他に、水で落ちずにお湯で落ちるウォーターレジデンスの需要が増えている。

07年の市場は、消費者の安定した需要とメーカーの積極的な新商品投入により拡大し、前年比104.8%の305億円となった。マスカラの付けやすさや仕上がりの良さは、ブラシとマスカラ料によるため毎年改良が行われる。各メーカーから相次いで新商品が発売されるため競合が激しく、新商品の有無によってはシェア順位が変動する状況となっている。

08年も年初から多くの新商品が発売されており、消費者の購買意欲を喚起し市場は拡大している。高いマスカラ需要を背景に、マスカラ効果を上げるトリートメントマスカラの需要も伸びており、08年の市場は、前年比103.6%の316億円が見込まれる。

#### 2. ファンデーション市場（メイクアップ）

2007年 2,360億円 2008年見込 2,360億円（前年比 100.0%）

07年は資生堂の「エリクシール シュベリエル」、コーセーの「エスプリーク プレシャス」が新たに発売され、また主要な制度品のチャネル専用ブランド、百貨店チャネルブランド、若年向けのセルフブランドなどが実績を伸ばしたことから市場は僅かに増加し、前年比100.2%の2,360億円となった。ベースメイクのトレンドが肌にツヤを持たせる仕上がりであることや、パウダータイプでは肌が乾燥するといったことから、ファンデーションのリキッドタイプの実績が伸びている。また、リキッドタイプのリニューアルや追加など、新製品により強化を図っている。

新ブランドの発売が続いたものの、新ブランド発売に伴うブランド統合などによりブランド数は減少しており、需要自体に大きな変化はないため、08年の市場は横ばいと見込まれる。

#### 3. ボディクリーム・ローション市場（ボディケア）

2007年 72億円 2008年見込 82億円（前年比113.9%）

07年の市場は、「ザ・ボディショップ」を展開するイオンフォレストが新規出店を積極的に進め、ロクシタン ジャパンが主力のハンドクリームの好調と季節ごとの香りを新商品や限定商品で投入し実績を大幅に伸ばしたことで前年比107.5%の72億円となった。イオンフォレストは07年にトップシェア、ロクシタン ジャパンがシェア2位となっている。また、ピエール・ファブル・ジャパンも主力商品「アベンヌ 薬用ハンドクリーム」が

好調で、また、06年9月に発売した「アベンヌ トリクセラ エモリエントクリーム」に「アベンヌウォーター」のミニサイズを添付し、拡販に注力したことで実績を拡大している。

露出の多いファッションが定着し消費者のボディケア意識が高まったことや、エアコンの普及による屋内環境の変化により、ボディクリーム・ローションに対する需要は高まっている。しかし、この市場に含まれていないトイレット系ボディクリーム・ローションが積極的な展開で商品の高機能化が進んでいるなど、競合しているためセルフチャネルでの実績拡大は難しい状況が続くと見られる。

ロクシタンジャポンやイオンフォレストなど、ライフスタイル提案型ブランドが店舗数を拡大、季節ごとに積極的に商品投入するとともに、重点商品を店頭で積極的にプロモーション活動を行うことで需要を喚起し、実績を拡大している。今後もこれらのブランドが市場を牽引し、08年は前年比113.9%の82億円が見込まれる。

#### 4. バスプロダクツ市場（ボディケア）

2007年 37億円 2008年見込 39億円（前年比105.4%）

バスプロダクツは入浴時に浴槽内に入れて使用する化粧料である。液体、粉末、カプセル、オイルなど剤型があり、身体の洗浄、芳香効果、保湿効果、発汗作用の効果を訴求する。

07年の市場は、前年比102.8%の37億円となった。ラッシュ ジャパン、石澤研究所、イオンフォレストといったシェア上位3社がそれぞれ実績を伸ばしたことで市場が拡大している。ラッシュ ジャパンとイオンフォレストは新規出店を積極的に進めたことで実績を伸ばした。また、05年10月に発売しヒット商品となった「ゲルマバス」を扱う石澤研究所も、07年11月にゲルマニウムと炭酸のコンビネーションを訴求した「炭酸ゲルマバス」や、「脂肪分解酵素配合入浴 moreHOT」を追加投入し、ヒット商品のバリエーション展開を図ったことで引き続き実績を伸ばしている。

メタボリック症候群が社会問題となる中、健康的な身体作りに対するニーズが高まっていることから、「ゲルマバス」（石澤研究所）のような入浴により“健康になる”という新しい価値を打ち出したバスプロダクツの認知が高まり、市場を底上げすると期待される。また、ラッシュジャパンやイオンフォレスト、ハウスオブローゼなどが展開するブランドは、新規出店の増加で認知度が高まり、香りや温浴効果だけではなく、それぞれのブランドの掲げるコンセプトに共感するユーザーの育成が進むことで需要が拡大すると見られる。

#### < 調査結果の概要 >

##### ・メイクアップ市場

2007年 5,038億円 2008年見込 5,063億円（前年比 100.5%）

07年のメイクアップ市場は、前年比101.5%の5,038億円となった。05～07年にかけて、次期主力メイクアップブランドとして資生堂が「マキアージュ」と「エリクシール シュペリエル」（ベースメイク）、カネボウ化粧品が「コフレドール」、コーセーが「エスプリーク プレシャス」を発売し、店頭販売活動や広告宣伝により市場を活性化させ、実績を伸ばしたことが要因である。需要が縮小していたファンデーションとリップカラーについては、“ツヤ”のある仕上がりやこれまで以上に鮮やかな色味がメイクに戻ってきていることで微増となり、市場全体を押し上げる下支えとなっている。また、アイシャドウやアイライナーはより高価格な剤型の新商品が好調だった他、制度品をはじめ外資系ブランドが百貨店チャネルで、主要セルフブランドが各チャネルで実績を伸ばした。

制度品のマス向け新ブランドの発売によって市場は活性化したが、ブランド統合などによりブランド数は減少傾向にあるため、伸びは鈍化すると予想され、08年は前年比100.5%の5,063億円が見込まれる。

#### 時事通信

##### ・ボディケア市場

2007年 1,137億円 2008年見込 1,165億円（前年比 102.5%）

07年のボディケア市場は、前年比102.3%の1,137億円となった。市場の約40%を占めるボディシャンプーではトイレット系で上位メーカーが好調で微増となり、季節商材のリップクリームやサンタン・サンスクリーンも需要期の天候に恵まれたことで伸びた。ボディクリーム・ローションやボディマッサージクリーム、バスプロダクツでは、ラッシュジャパンやイオンフォレスト、ロクシタン ジャポンなどが展開するライフスタイル提案型ブランドが、店舗数拡大と積極的な商品展開、店頭活動により実績を大幅に拡大し、市場の拡大に貢献し

ている。

天候による影響は大きい、リップクリームはエアコンの普及など家庭や職場環境の変化により年間を通じて乾燥対策の需要拡大が見込まれる。サンタン・サンスクリーンは縮小が続いていたサンタンが下げ止まり、紫外線ケアのニーズが高まると見られ拡大推移と見込まれる。ボディクリーム・ローションやボディマッサージクリームは、露出の多いファッションが定着したことで消費者のボディケア意識が高まり、需要が拡大すると見られる。また、バスプロダクツはセルフ市場で、「入浴で健康になる」という新しい価値が消費者の注目を集めており、これらの商品群が需要を獲得していくと期待されている。08年のボディケア市場は、前年比102.5%の1,165億円が見込まれる。

以上

<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、ボディマッサージクリーム、バスプロダクツ

<調査方法>

富士経済専門調査員による調査対象企業及び関連企業・団体等へのヒアリング調査及び関連文献、社内データベース、公的統計等による補完

<調査期間>

2008年3月～5月

資料タイトル：「化粧品マーケティング要覧 2008 No.3」

体裁：A4判 251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 Cosmetic Div.

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 03-3661-9514 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/> <https://www.fuji-keizai.co.jp/>