

化粧品市場調査(3)

メイクアップ10品目、ボディケア7品目の国内市場を調査

2009年見込

- ・目元強調メイクの流行続きアイメイク関連が続伸、アイシャドウは前年比1.6%増の388億円
- ・ライフスタイル提案型ブランド好調、ボディクリーム・ローションは前年比13.3%増の94億円

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、2009年4月~5月にかけて、メイクアップ10品目、ボディケア7品目の化粧品市場の調査を実施した。その結果を報告書「化粧品マーケティング要覧2009 No.3」にまとめた。

この調査では品目ごとに市場を分析してその動向を明らかにし、今後の市場を予測した。

<調査結果の概要>

1. メイクアップ

2008年 5,029億円(前年比99.8%) 2009年見込 5,017億円(前年比99.8%)

ベースメイクのメイクアップベース、ファンデーション、フェイスパウダーと、ポイントメイクのアイシャドウ、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、ネイルカラー・ネイルケアを対象とした。

2008年の市場は、前年比0.2%減の5,029億円となった。ベースメイクでは、メイクアップベースがセルフブランドを中心として毛穴対応商品が好調で実績を伸ばした。ポイントメイクでは、目元に重点を置いたメイクアップの流行からアイシャドウ、アイライナー、マスカラなどアイメイク関連が好調に推移している一方、リップカラーは需要回帰が見られず参入各社がブランドやラインの絞込みを進めたことで実績を落とした。

2009年の市場は、アイメイク関連は続伸するが、市場規模の大きいファンデーションが横ばい、リップカラーは減少傾向が続いているため、前年比0.2%減の5,017億円が見込まれる。

2. ボディケア

2008年 1,139億円(前年比100.2%) 2009年見込 1,143億円(前年比100.4%)

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、バスプロダクツを対象とした。

2008年の市場は、サンタン・サンスクリーン、ボディクリーム・ローション、バスプロダクツが前年を上回ったことから前年比0.2%増の1,139億円となった。サンタン・サンスクリーンは天候に恵まれたことが市場拡大につながった。ボディクリーム・ローションとバスプロダクツは、「ロクシタン」(ロクシタンジャポン)、「ラッシュ」(ラッシュジャパン)、「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が消費者の支持を得て実績を大きく伸ばした。

ボディケアは季節商材で天候に売行きが左右される傾向があるものの、近年では保湿に加えて美肌効果を求める女性の要望が高まっており、年間を通じた需要が増えていることから市場は微増傾向にある。2009年は前年比0.4%増の1,143億円が見込まれる。

<注目市場>

1. ボディクリーム・ローション【ボディケア】

2008年 83億円(前年比115.3%) 2009年見込 94億円(前年比113.3%)

これまでは冬季を需要期とする季節商材の側面が強かったが、アンチエイジングや美肌といった消費者のボディケア意識が高まり、通年での消費が増えている。ライフスタイル提案型ブランドが香り別など多様な品揃えによ

て売上を増やしたことも拡大の要因となり、2008年の市場は前年比15.3%増の83億円となった。

2009年の市場も高成長が続き前年比13.3%増の94億円が見込まれる。ライフスタイル提案型ブランドが積極的な新商品発売とプロモーション活動で市場を牽引している。ライフスタイル提案型ブランドの新商品では、バラ、サクラ、オリーブなどの植物系と、グレープ、プラムなどの果物、ムスク、アンバーなどのフレグランス系が中心となっている。また、使用感では季節に応じて軽さや清涼感のあるローションタイプから保湿効果の高いクリームまで揃えられ、容量も使用シーンに合わせて携帯用から大容量まで複数用意し消費者ニーズにきめ細かく対応している。

2. バスプロダクツ【ボディケア】

2008年 39億円(前年比105.4%) 2009年見込 39億円(前年比100.0%)

入浴時に浴槽内に入れて使用する化粧料である。剤型別に液体、粉末、カプセル、オイルなどの種類があり、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。ライフスタイル提案型ブランドが年間を通じて数多くの新商品を発売し、市場拡大に貢献している。

2008年は、ライフスタイル提案型ブランドの多くが店舗数の増加と定期的な新商品投入によって実績を伸ばした。これにより、市場は前年比5.4%増の39億円となった。

2009年の市場は、横ばいの39億円が見込まれる。市場はライフスタイル提案型ブランドが牽引しており、市場拡大には積極的な商品開発と新商品の発売が重要と言える。

3. アイシャドウ【メイクアップ】

2008年 382億円(前年比103.2%) 2009年見込 388億円(前年比101.6%)

目元に重点を置いたメイクアップがトレンドとなっている中、TPOに応じた色の活用や目元をより印象的に見せるメイクアップ手法などが雑誌やテレビに取り上げられたことから、若年層を中心にアイシャドウの利用が増加している。メーカー側もアイシャドウをはじめとしたアイメイクアイテムに注力していることから、市場拡大が続いている。

2008年は、「コフレドール」(カネボウ化粧品)の実績増加や、カウンセリング、セルフを問わず単色に比べ単価の高い多色セットの新商品投入が積極的に行われたことで、市場は前年比3.2%増の382億円となった。

2009年の市場は、成長率は鈍化するものの前年比1.6%増の388億円が見込まれる。多色セットによりこれまで上級者向けだったグラデーション効果や目元の印象を強めるカラー使いを提案したり、簡単にアイシャドウのテクニックを取り入れることができる商品を増やしたりすることで、初心者やアイシャドウメイクを苦手としてきた層の需要を掘り起しており、市場の活性化が期待できる。

4. サンタン・サンスクリーン【ボディケア】

2008年 275億円(前年比102.6%) 2009年見込 282億円(前年比102.5%)

サンタンは、紫外線から肌を守り均一な小麦色の肌を作る化粧料である。サンスクリーンは、紫外線から肌を保護し日焼けを防ぐ化粧料である。紫外線予防意識が消費者に定着し市場は拡大している。

2008年は夏季の天候に恵まれたことからサンスクリーンの需要が伸び、市場は前年比2.6%増の275億円となった。

市場は夏季の天候に左右されるが、2009年は4月のシーズン当初から天候に恵まれ店頭での動きが良く、前年比2.5%増の282億円が見込まれる。若年層の女性だけでなく中高年層や男性、子供とユーザーが広がることで市場の更なる拡大が予測される。

5. メイクアップベース【メイクアップ】

2008年 253億円(前年比102.4%) 2009年見込 253億円(前年比100.0%)

2008年の市場は、セルフブランドで若年層向けの毛穴対応商品が引き続き好調に推移し、前年比2.4%増の253億円となった。特に伊勢半や常盤薬品工業(サナブランド)、B&Cラボラトリーズなどが毛穴対応に特化したメイクアップブランドに注力した。また、制度品系マス向けカテゴリーにおいて「コフレドール」や「ソフィーナ プリマヴィスタ」(花王)など大型ブランドの投入があった。

一方、後継ブランドの投入に伴って既存ブランドの整理が進んでいるほか、メイクアップベースからファンデーションまでの機能を広く網羅したBBクリームなどへの需要シフトが見られることから、2009年は横ばいの2

53億円が見込まれる。

6. ファンデーション【メイクアップ】

2008年 2,360億円(前年比100.0%) 2009年見込 2,359億円(前年比100.0%)

メイクアップ市場の中で最も規模が大きく、50%近くを占めている。2008年は、ファンデーションにメイクアップベース、日中用乳液・美容液、日焼け止めなどの機能を備えたBBクリームがヒットし、また、「コフレドール」、「ソフィーナ プリマヴィスタ」など大型ブランドの投入があった。しかし、後継ブランドの投入に伴って既存ブランドでアイテムの整理が進んだことや、経済環境の悪化によって中価格帯を中心として需要の伸び悩みが見られ、市場は横ばいの2,360億円となった。

2009年も景気後退による高・中価格帯商品の需要低迷が続くほか、制度品系メーカーによる大型ブランドの投入が一段落したことから、市場は2,359億円が見込まれる。

以上

<調査対象>

カテゴリー	品目	
メイクアップ	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
	ポイントメイク	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による補完

<調査期間>

2009年4月～5月

資料タイトル : 「化粧品マーケティング要覧2009 No.3」

体裁 : A4判 254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:03-3664-5831 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/> <https://www.fuji-keizai.co.jp/>