

2009年11月26日

株式会社 富士キメラ総研

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町

2-5 F・Kビル

TEL.03-3664-5839 FAX.03-3661-1414

URL: <http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>URL: <http://www.fcr.co.jp/>

広報部 03-3664-5697

化粧品ケミカル材料市場を調査

2013年予測

化粧品5分野33商品の材料市場 821億円(09年比0.6%減)

ヒアルロンサン 19t 26.7%増(09年比) 52億円 15.6%増(同) 独特の感触でリピート増

セラミド 8t(09年比2倍) 16億円(09年比2倍) 優れた保湿をユーザー認知

マーケティング&コンサルティングの(株)富士キメラ総研(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 田中一志 03-3664-5841)は、高機能化が進む化粧品市場におけるケミカル材料市場を調査した。その結果を報告書「2010年 化粧品ケミカル材料の現状と将来展望」にまとめた。

この調査では、スキンケア、ヘアケア/ヘアメイク、オーラルケア、メイクアップ、ボディケアの化粧品5分野、33商品を対象とした。使用されているケミカル材料(有機/無機/天然成分)を33品目の化粧品別に市場動向、商品/技術動向などを把握すると共に、その市場の有望性、将来動向を明らかにした。また、主要材料と注目材料を44品目(ケーススタディ 19品目、その他 25品目)抽出し、その動向を明確にした。

ブランドや機能性が購買を左右する傾向にある化粧品は、不況に強いと言われているが市場全体は微減傾向である。ただ一部の機能性化粧品(アンチエイジング機能や美白機能)は、高価格帯にも関わらず、拡大商品もある。

多様化する消費者のニーズに応じて化粧品メーカーは機能性材料を開発・採用して競合他社と差別化を図り、高付加価値化を進めている。アンチエイジング機能や美白機能、保湿機能、敏感肌対応、アクネ対応など訴求の多様化、複合化が進み、材料に対するニーズも多様化して来ている。材料メーカーにとって、化粧品の機能強化は高付加価値が見込める分野で魅力ある市場である。更に近年は化学メーカーや製薬メーカー、食品メーカーなど異業種メーカーが自社の材料や技術を応用し化粧品市場に参入する動きが多い。

<調査結果の概要>

分野別材料市場(メーカー出荷額ベース)

分 野	2009年見込	2013年予測	対09年伸長率
スキンケア (10品目)	465億円	465億円	100.0%
メイクアップ (9品目)	161億円	159億円	99.4%
ヘアケア/ヘアメイク (5品目)	121億円	118億円	98.8%
オーラルケア (3品目)	47億円	47億円	100.0%
ボディケア (6品目)	31億円	33億円	106.5%
調査33品目 合計	826億円	821億円	99.4%

09年の主要33品目の化粧品市場は1兆4,883億円、使用されるケミカル材料の市場は約826億円と見込まれ、商品市場の約5.5%を占める。材料市場は商品と連動しており共に微減推移と推測される。中には販売量が拡大している商品もあり、連動して成長する品目も見られる。06年から3年間平均12%と最も高成長するのがボディクリーム向け材料市場である。冬の乾燥対策のみの利用から、通年使用が増えて市場は増加傾向にある。アイシャドウは、目を強調する近年のメイクトレンドから需要が拡大しており、材料市場も06年から3年間年率3%成長と好調に推移している。また目を大きく見せるトレンドから、アイライナーの材料市場も06年から3年間年平均成長率は3%を超える。

09年の化粧品33品目の材料市場は826億円、保湿剤が41.6%、油分が8.9%、界面活性剤・乳化剤が5.5%、色材が10.0%、そして高機能材料・他が34.0%の構成と見込まれる。保湿剤はスキンケアやボディケア用に欠かせない材料で、主にグリセリンやアルコール類が用いられる。さらに高い保湿機能にはセラミドなどを配合する。界面活性剤・乳化剤、色材、防腐剤などの基本的な成分に加え、紫外線吸収剤など各商品設計に応じた材料が選択される。また、アスタキサンチンや白金ナノコロイドなど高機能材料を加えて各社の差別化を図る。

化粧品分野別の主な材料市場（09年見込）

（1）スキンケア向け

この商品は、保湿剤の成分構成が64.5%と高く300億円になる。化粧水、美容液、乳液など保湿効果を重視した商品が多く、各種の保湿剤が配合される。1,3-ブチレングリコールやグリセリンなどの他、ヒアルロン酸Naやセラミドなど、多数の高機能保湿成分が配合されている。近年、アンチエイジング機能、美白機能が注目されており、商品の付加価値を高めるためにこれらの高機能材料が配合されている。その代表例は、アンチエイジング用で、アスタキサンチン、コエンザイムQ10（CoQ10）、白金ナノコロイド、フラレン、ビタミンE（トコフェロール）など、美白成分では、ビタミンC誘導体、ヒドロキノン、アルブチンなど多岐にわたる材料が挙げられる。これら高機能材料は、配合量が少ないが価格が10万円/kg以上の製品も多い。

油性成分は、クレンジングオイル、クレンジングクリーム、マッサージ・コールドなどに多く配合されている。

（2）ヘアケア/ヘアメイク向け

この商品は油分の成分構成が高く20.6%、25億円になる。髪をコーティングして光沢を与えたり、感触を改善する。シリコーン類や天然由来の油分が多く使用される。

界面活性剤・乳化剤が18.1%、22億円を占めている。カチオン界面活性剤が使用されている。保湿剤は、1.1億円、9.1%を占めている。グリセリンやジプロピレングリコールやブチレングリコールが多用される。さらに高機能化材料として様々な薬効成分が配合されて商品差別化を図っている。

（3）オーラルケア向け

成分構成は、保湿剤のウエイトが最も高く63.3%、30億円となる。研磨剤が容器中や空気中で固まるのを防いだり、口腔内に潤いを与えるために配合される。界面活性剤・乳化剤が3億円、6.3%を占める。研磨剤を口腔内に発散させ清掃効果を高め、さらに界面活性剤として口腔内を洗浄する役割を持つ。研磨剤が高機能化材料・その他で最も大きなウエイトを占める。歯の表面を傷つけずに付着物を取り除く作用を持つ。さらに、使用量は少ないが、殺菌作用などを持つ薬効成分が配合され商品差別化のポイントとなっている。

（4）ボディケア向け

成分構成は、油分が48.9%、保湿剤が2.6%、界面活性剤・乳化剤が2.0%、高機能化剤・その他が46.5%となっており、油分のウエイトが高い。さらに、グリセリンやプロピレングリコール（PG）などの保湿剤、微量の界面活性剤や防腐剤などからなる。天然成分志向や高い保湿ニーズはあるものの、顔用のスキンケアに比べ、単価が安く、高機能材料を配合した商品は少ない。また、サンスクリーンや制汗デオドラント、除毛剤、脱色剤には固有の材料が使用されて差別化されている。

<注目される化粧品分野の材料市場 09年見込みと13年予測>

クレンジングクリーム用

09年750t、6億円 13年820t（09年比9.3%増） 7億円（09年比16.7%増）

クレンジングは、クリームタイプ、オイルタイプ、ウォーター・リキッドタイプの需要が好調に推移している。全体では、横這いから微増で推移している。このうちクリームタイプは、洗顔後の潤い感が優れるため、中・高年齢層対象ブランドから多く商品化されている。さらに、アンチエイジング機能への関心が高まり、高い保湿性も訴求ポイントに加えた、20代・30代向けの商品開発も増えている。このためクリームタイプの需要が増加しており、年率2～3%程度で成長している。

材料市場も成長している。美容液などのスペシャルケアに比べると、洗浄アイテムは安価品にシフトしやすい側面があり、景気低迷により低価格化に結びつくことが懸念される。また中価格帯での需要不振の影響もあり、長期的には低迷すると予測される。ウォータータイプ、リキッドタイプなど水分ベースタイプが若年層に好まれており、クレンジング市場としては活性化する要因として期待される。

ボディクリーム用

09年900t、6億円 13年1,180t（09年比31.1%増） 8億円（09年比33.3%増）

ボディクリームは、05年以降拡大しており、今後も拡大して行くが見込まれる。使用する材料の基本構成に大きな変化はないが香りやオーガニック・天然、ラメ入り、アンチエイジングなど高機能材料の採用は今後も活発になると考えられる。材料構成は、精製水約60%に次いで油分が多く、保湿機能に優れたものなどが選択されている。保湿成分は、グリセリンなどに加え、植物系抽出物も使われている。界面活性剤・乳化剤、防腐剤などあわせ、およそ900tと推定した。

冬季の乾燥対策から、通年の利用ユーザーが増加して市場が拡大している。通年ユーザー向けにロクシタンやイオンフォレストなどは、季節ごとに香りを変えた製品などが毎年増加している。保湿に加え、美白、アンチエイジング、香り、サンケアなど多様化しつつあり、使用材料も多様化している。C o Q 1 0 など機能性材料は配合量が少なく（C o Q 1 0 は上限 0 . 0 3 % ） 材料メーカーは販売数量が思うように伸びない点が課題となっている。

<注目される化粧品材料市場 09年見込みと13年予測>

セラミド

09年4 t、8億円 13年8 t（09年比2倍）、16億円（09年比2倍）

セラミドは人体の皮膚にも存在する脂質のひとつであり、肌の保湿・潤い効果が期待される。主にサプリメント用が多いが、近年スキンケアクリーム・乳液用としても高い注目を浴びている。天然と合成の2種類があり、植物由来の天然セラミドは、こんにゃく、小麦、米、コーンなどが原料。動物由来は雪印乳業が開発したミルクセラミドが有名である。天然品は、純度が低い（濃度は数%）が天然素材という点から消費者イメージが良く、自然志向の商品は天然由来セラミドを多く採用する。非常に優れた保湿機能があり、消費者の認知度も年々向上しており、今後注目の化粧品原料のひとつである。

天然・合成品を含めた09年のセラミド市場は、4 t、8億円市場と見込む。セラミドは、当初花王が自社製品へ採用しセラミドの認知度を向上させた結果、需要が拡大し、各社セラミドを用いた製品を展開するようになった。その結果市場は拡大し続けている。セラミドは高い保湿力から使用実感が高くリピート需要が多い点も安定的な需要拡大に寄与している。大手メーカーの patents が切れ、今後市場が活発化する可能性がある。

ヒアルロン酸

09年15 t、45億円 13年19 t（09年比26.7%増）、52億円（09年比15.6%増）

D-グルクロン酸とN-アセチル-D-グルコサミンが繰り返し結合した高分子であるヒアルロン酸は白色粉末で、高い保水性を有する。化粧品原料として使用されるヒアルロン酸の生成法は、ニワトリのトサカや動物の眼球の硝子体から抽出する方法と、微生物由来の発酵法に分類される。鳥インフルエンザ以後、主流は発酵法である。

09年のヒアルロン酸は、15 t、45億円市場と推測される。美容効果の追求や、アンチエイジング用に利用されており、体感性が高いためリピート率が高く、今後も需要は増加すると考えられる。中国や韓国などの安価な原料があるが、特に中国産はメラミンなどの異物混入事件の影響もあり、安心感やイメージの良い国産が選ばれている。

資生堂がシェアトップと推測される。同社は1985年からヒアルロン酸の製造を開始し、世界に先駆けて開発した発酵法で生産を行い「バイオヒアルロン酸」を中心に化粧品分野で高いシェアを獲得していると推測される。

以上

<調査対象>

化粧品製品・材料市場33品目 注目材料市場44品目（ケーススタディ 19品目、その他 25品目）

<調査方法> （株）富士キメラ総研専門調査員による調査対象・関連企業に対してのヒアリング取材及び富士経済グループ内データベースの活用による調査・分析

<調査期間> 2009年9月～10月

資料タイトル：「2010年 化粧品ケミカル材料の現状と将来展望」

体 裁 : A4判 246頁

価 格 : 97,000円（税込み101,850円）

調査・編集 : 株式会社 富士キメラ総研 研究開発本部 第二研究開発部門

TEL:03-3664-5815 FAX:03-3661-5134

発 行 所 : 株式会社 富士キメラ総研

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2-5 F・Kビル

TEL03-3664-5839（代）FAX 03-3661-1414 e-mail: info@fcr.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:<http://www.fcr.co.jp/>