

国内の医薬部外品市場を調査

2010年の医薬部外品市場は前年比0.4%増の1兆1,111億円

薬用シャンプー・リンスは「h&s」と「スカルプD」が牽引し前年比8.1%増の400億円
 制汗消臭剤は猛暑で使用シーンや頻度が増え前年比7.6%増の213億円

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、医薬部外品として承認されている化粧品、トイレタリーグッズ、ドリンク剤、衛生材料など国内市場を調査した。その調査結果を報告書「医薬部外品マーケティング要覧 2011」にまとめた。

この報告書では、オーラルケア用品、スキンケアやボディケア用品、ドリンク剤、衛生材料、防虫・殺虫剤、整腸薬・保健薬など、21分類46品目の市場を調査分析した。

<調査結果の概要>

医薬部外品の国内市場

	2010年	前年比	2011年見込	前年比
オーラルケア	838億円	103.5%	840億円	100.2%
スキンケア	4,241億円	100.7%	4,186億円	98.7%
ボディケア	1,029億円	99.5%	995億円	96.7%
ヘアケア/スカルプケア	2,002億円	101.9%	1,992億円	99.5%
ドリンク剤、その他	3,001億円	98.5%	2,890億円	96.3%
合計	1兆1,111億円	100.4%	1兆 903億円	98.1%

ドリンク剤、その他は3ページ目調査対象品目を参照ください。

2010年の市場

オーラルケアは、歯周病予防を訴求した商品を中心に高価格帯商品の投入が積極的に行われた薬用歯磨剤、新規ユーザーの獲得が進んだ薬用洗口液が伸びたことから拡大した。スキンケアは、特に薬用化粧水が大型ブランド/商品の発売で好調だった他、「茶のしずく」(悠香)に牽引された薬用洗顔料が伸びたことから拡大した。ボディケアは、猛暑によりボディシャンプーやボディローションが伸びたが、新型インフルエンザ流行の終息による手指殺菌消毒剤の落ち込みや、秋に暖かい日が続く寒くなるのが遅れたことから冬場に需要が高まるハンドクリーム、リップクリームの出足が鈍るなど、マイナスが大きく市場は縮小した。ヘアケア/スカルプケアは、特に“地肌”ケアを訴求した薬用シャンプー・リンスや通販の育毛剤、泡タイプのヘアカラーがヒットし拡大した。

<注目市場>

1. 薬用シャンプー・リンス

2010年	前年比	2011年見込	前年比
400億円	108.1%	405億円	101.3%

頭皮の余分な皮脂を取り除き、フケ・かゆみの除去/防止を訴求する医薬部外品のシャンプー/リンス/ヘアトリートメントを薬用シャンプー・リンスとしている。薬用シャンプー・リンスは、フケ・かゆみ防止を訴求するファミリーユース向け商品と育毛剤の浸透促進を訴求する育毛剤ブランドからの商品がある。

2010年の市場は上位ブランドがリニューアルを行い、特に「h&s」(P&Gジャパン)と「スカルプD」

(アンファー)が実績を伸ばしたことから拡大した。また通販の女性用育毛剤にヒット商品が生まれ、その関連の薬用シャンプー・リンスの需要増も市場拡大に寄与した。

市場は2010年に上位ブランドの実績増により拡大したが、上位以外のブランドは苦戦しており2011年以降は横ばいで推移すると予測される。

2. 制汗消臭剤

2010年	前年比	2011年見込	前年比
213億円	107.6%	202億円	94.8%

ここでは足以外の部位の皮膚汗臭予防を目的とした外用剤を対象としている。剤型はエアゾールスプレー、ミスト、ロールオン、スティック、シート、ジェルなどがある。5月～8月頃が最需要期であるが、空調設備の完備により冬季でも汗ばむシーンがあることからニオイケアに対する需要は通年となっている。従来は女性の需要が中心であったが、近年は男性のニオイケアに対する意識の高まりから需要が増加しており、市場拡大の一因になっている。

2010年の市場は前年比7.6%増の213億円となった。猛暑であったことから使用シーンや頻度が増え、市場が拡大した。気候の影響を強く受けるが、今後も男性の需要を掘り起こすことで市場は拡大すると見られる。

3. 浴用剤

2010年	前年比	2011年見込	前年比
336億円	103.1%	338億円	100.6%

医薬部外品の浴用剤には温浴効果の向上による血行促進、香りや色といった嗜好的要素を訴求したレギュラータイプ、成分、溶解色を各地の温泉に近づけた温泉タイプ、ミルク成分、生薬、その他肌への有効成分を配合したスキンケアタイプがある。

新商品が相次いで投入された化粧品分類(ここでは対象外)との競合により2004年以降市場は横ばいで推移していたが、2010年2月にテレビの健康関連番組で炭酸浴が動脈硬化予防になると放送されたことをきっかけに需要が拡大し、前年比3.1%増となった。炭酸浴を訴求した「バブ」(花王)、「きき湯」(バスクリン・旧ツムラ ライフサイエンス)、「バスキング発泡入浴剤」(白元)などが需要を獲得した。また、白元が低価格戦略によりユーザーを獲得したことも拡大要因の一つである。

バスクリンが体温を上げることで免疫力を高め健康を維持することを訴求したTVCMで、入浴習慣の大切さの再認識に力を入れていることもあり、2011年も市場は微増ではあるが拡大が見込まれる。

4. 薬用歯磨剤

2010年	前年比	2011年見込	前年比
650億円	103.0%	648億円	99.7%

ここでは医薬部外品の歯磨剤を薬用歯磨剤としている。ペースト、ジェル、粉末状の薬用歯磨剤を対象としており、液体タイプは対象外である。薬用歯磨剤は、化粧品分類を含めた歯磨剤市場全体の9割強を占める。

2010年の市場は前年比3.0%増の650億円となった。中高年をターゲットにした虫歯や歯槽膿漏・歯肉炎等の歯周病、知覚過敏の予防や歯の美白を訴求し、比較的価格の高い商品が増加すると共に需要を獲得している。歯周病予防では「デンターシステム」(ライオン)、「ガム」(サンスター)が引き続き堅調で、3月に花王が発売した「ディーブクリーン 薬用バイタルハミガキ」も需要を獲得している。また、美白では2月にライオンが発売した「プラチアス creamy up ペースト」がヒット商品となっている。

今後は、ライオンや花王など上位メーカーが力を入れている高単価/高機能品を志向するユーザーと低価格の汎用品を志向するユーザーとの二極化が進むと予測される。薬用歯磨剤の市場は飽和により数量ベースでの拡大が期待できないが、高機能品は価格が高くととも需要が見込めるため市場拡大の可能性はありと見られる。

5. 染毛剤

2010年	前年比	2011年見込	前年比
1,057億円	100.7%	1,047億円	99.1%

ここでは毛髪の染色、脱色または脱染を目的とする外用剤を対象としており、毛髪を一時的に染めるヘアマニキュアやカラーズプレーなどは対象外である。近年白髪用の対象人口は増加しているが、サロンでの染毛は減少して

いる。

ここ数年市場は微減が続いているが、2010年は拡大した。不況により家庭で安価に染毛する機会が増加していることから引き続き業務用が減少したが、2009年に発売されヒットした白髪用・黒髪用の泡タイプの好調がその減少をカバーした。2011年も泡タイプは好調を維持すると見られるが、既存ブランドの低迷や販売終了となる商品もあり、市場は縮小が見込まれる。

既存の染毛剤は競合が激しいことから価格訴求が強まっている。今後泡タイプも主要メーカーから商品が出揃えば価格訴求が強まると予想される。

6. 手指殺菌消毒剤

2010年	前年比	2011年見込	前年比
50億円	71.4%	40億円	80.0%

ここでは容量500ml以下の家庭用を対象としており、500mlを超える容量のものや医薬品分類のものは対象外である。市場は2006年にノロウイルスの流行で立ち上がり、2009年に新型インフルエンザの流行で前年比3.9倍の70億円と急拡大した。しかし、2010年は春以降新型インフルエンザの流行が終息したため、市場は前年比28.6%減の50億円となった。2011年は更に縮小すると見られるが、感染症予防の1商品として定着し、一定の市場規模を維持すると予測される。

以上

<調査対象>

対象品目	
オーラルケア	薬用歯磨剤、薬用洗口液、口中清涼剤
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
ボディケア	薬用石鹸（固形/液体）、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、てんか粉類、腋臭防止剤、浴用剤、しもやけ・あかざれ用薬
ヘアケア/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、パーマネントウエーブ用剤
ドリンク剤、その他	ドリンク剤（ミニドリンク剤含む）、清浄綿、肛門清浄剤、生理処理用品、ソフトコンタクトレンズ用消毒剤/装着液、防虫（忌避）剤、殺虫剤（ハエ・蚊用殺虫剤、ゴキブリ用殺虫剤、ダニ用殺虫剤）、殺ソ剤、ビタミン剤・カルシウム剤/ビタミン含有保健薬、生薬含有保健薬、健胃・消化・整腸薬、瀉下薬、のど清涼剤、鼻づまり改善薬、含嗽薬、いびき防止薬、殺菌消毒薬（外傷殺菌消毒薬、手指殺菌消毒剤）

<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、社内データベースを併用

<調査期間>

2010年10月～12月

資料タイトル	：「医薬部外品マーケティング要覧 2011」
体 裁	：A4判 230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 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 TEL03-3664-5811（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/