

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

- 2012年見込 -

チークカラー

119億円(前年比1.7%増)

～トレンド変化とメイクアップ提案により拡大続く～

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、2012年2月から6分野38品目の化粧品の国内市場について、3回に分けて調査を行っている。その第3回目の調査結果を報告書「新・化粧品マーケティング要覧2012 No.3」にまとめた。

この報告書ではメイクアップ10品目、ボディケア7品目の国内市場動向を調査分析した。なお、第1回目でスキンケア、フレグランス、第2回目でメンズコスメティックス、ヘアケア・ヘアメイク市場調査結果を発表している。

<調査結果の概要>

1. メイクアップ市場

	2011年	2012年見込	前年比
ベースメイク	2,673億円	2,665億円	99.7%
ポイントメイク	1,987億円	1,972億円	99.2%
合計	4,660億円	4,637億円	99.5%

メイクアップは、ベースメイクとして、メイクアップベース、ファンデーション、フェイスパウダーの3品目、ポイントメイクとして、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・ネイルケアの7品目、合計10品目を対象としている。

メイクアップ市場は、2008年以降縮小が続いている。2011年は、東日本大震災が発生しTVCMの投下が見送られたことから、春夏向けアイテムは苦戦した。しかし、秋以降は新商品投入やそれに伴う広告活動で持ちなおすメーカーやブランドも見られ、4,660億円と前年比1.4%減に留まった。2012年はマイナスが続いている市場も下げ止まり感が見られ、前年比0.5%減の4,637億円と減少幅が小幅になると見込まれる。

ベースメイクでは、1本でベースメイク完了という手軽さとアイテムを集約できるお買い得感から、2008年頃よりBBクリームが需要を獲得している。2011年は、「肌研」(ロート製薬)「ロレアル パリ」(日本ロレアル)「インテグレート グレイシィ」(資生堂フィテット)などのブランドから新商品が投入された。これまでは通販ブランドやセルフブランドからの展開が中心だったが、百貨店ブランドからも商品投入が進んでおり、2011年に140億円、2012年も前年比10.0%増の154億円が見込まれる。

BBクリームの使用定着でフェイスパウダーの使用機会が増加している。また、予約受注販売で展開される「カネボウ フェースアップパウダー<ミラノコレクション>」(カネボウ化粧品)がヒットしたこともあり、2011年はフェイスパウダー市場が拡大した。

しかし、メイクアップベース、ファンデーションと比較すると低価格であるBBクリームへの需要シフトが続くことで、ベースメイク市場の縮小も続くと思われる。

ポイントメイクでは、カウンセリングブランドからセルフブランドへの需要シフトが顕著に見られ、市場の縮小が続いている。しかし、2010年頃からメイクアップのトレンドが、アイメイク中心から、リップやチークなども使用し、顔全体を健康的にかわいく見せるメイクにシフトしており、チークカラーの需要が拡大し、リップカラーの市場も回復しつつある。

チークカラー、リップカラー

	2011年	2012年見込	前年比
チークカラー	117億円	119億円	101.7%
リップカラー	755億円	755億円	100.0%

メイクアップトレンドの変化からチークカラーへの関心が高まっており、メイクアップ提案やTVCMの投下により、「オーブクチュール」(花王)や「コフレドール スマイルアップチークス」(カネボウ化粧品)などがヒットした。2011年は前年比0.9%増の117億円となり、2012年は前年比1.7%増の119億円が見込まれ、市場拡大が続くと見られる。

リップカラーでは、「マキアージュ」(資生堂)や「コフレドール」(カネボウ化粧品)などで潤いやツヤ感と色持ちの良さを訴求したリップカラーが需要を獲得している。市場も下げ止まりつつあり、2012年には横ばいとなり、2013年以降プラスが期待される。

2. ボディケア市場

2011年	2012年見込	前年比
1,536億円	1,540億円	100.3%

ボディケアは、リップクリーム、サンタン・サンスクリーン、除毛・脱毛剤、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、バスプロダクツの7品目を対象としている。

2011年のボディケア市場は前年比0.4%増の1,536億円となった。ボディシャンプーはライフスタイル提案型ブランドやボディスクラブ商品が好調に推移し、ボディクリーム・ローションはトイレタリー系ブランドのパーソナル向けの需要開拓が進んだ。

また、ボディケア市場はリップクリームやボディクリーム・ローション、サンタン・サンスクリーンなど季節商品が多いが、ボディケアに対する関心の高まりから通年での使用が広がっており、今後も拡大が続くと見られ2012年は前年比0.3%増の1,540億円が見込まれる。

ボディクリーム・ローション

2011年	2012年見込	前年比
442億円	445億円	100.7%

ボディクリーム・ローション市場は、「ロクシタン」(ロクシタン ジャパン)、「ラッシュ」(ラッシュジャパン)などライフスタイル提案型ブランドが牽引することで拡大が続いている。2011年はライフスタイル提案型ブランドの好調に加え、節電対策として爽快感を得られる「シーブリーズ」(エフティ資生堂)などが需要を獲得し、市場は前年比2.3%増の442億円となった。

トイレタリー系ブランドからも、「ニベアボディ」(ニベア花王)、「ビオレ ボディデリ」(花王)などのパーソナルユース商品が展開され、市場が活性化している。しかし、トイレタリー系ブランドで機能や需要への細分化が進むことで、低価格品に需要が集まるため、伸び率の鈍化も懸念され、2012年の市場は0.7%増の445億円が見込まれる。

<調査対象>

メイクアップ 10品目	<p><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</p> <p><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</p>
ボディケア 7品目	リップクリーム、サンタン・サンスクリーン、除毛・脱毛剤、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対象企業及び関連企業・団体等への直接面接取材

<調査期間>

2012年3月～5月

以上

資料タイトル	: 「新・化粧品マーケティング要覧2012 No.3」
体裁	: A4判 296頁
価格	: 100,000円 (税込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: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/