

2016年6月30日

株式会社 富士経済
〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町
12-5 小伝馬町YSビル
TEL.03-3664-5811 FAX.03-3661-0165
<https://www.fuji-keizai.co.jp/>

広報部 TEL.03-3664-5697
<http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>

ヘアケア・ヘアメイク、メンズコスメティックスの国内市場を調査

2016年見込(2015年比)

ヘアカラー[ヘアケア・ヘアメイク]1,397億円(2.9%増)

...白髪用ヘアカラートリートメントや新型商品投入が続き市場活性化

メンズシャンプー・リンス[メンズコスメティックス]270億円(4.7%増)

...不快臭低減訴求商品が好調のほか、訴求の多様化が進み拡大

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 清口 正夫 03-3664-5811)は、2016年1月から6分野44品目の化粧品国内市場について、3回に分けて調査を行っている。その第2回目調査結果を報告書「化粧品マーケティング要覧 2016 No.2」にまとめた。No.2では、ヘアケア・ヘアメイク、メンズコスメティックスを対象とした。なお、No.3では、メイクアップとボディケアの市場を調査・分析し、結果を報告する予定であり、No.1で対象としたスキンケアとフレグランスの市場調査結果については、5月11日に発表している。

ヘアケア・ヘアメイク

2015年	2014年比	2016年見込	2015年比
5,352億円	101.5%	5,454億円	101.9%

2015年の市場は、パーソナルケア志向の強い新ヘアケアブランド/ラインが積極的に投入されたことから活況を呈し、また、ヘアカラーも業務用がヘアサロンなどにおけるヘアカラー施術の一般化や家庭用がヘアカラートリートメントの普及によって拡大し、2014年比1.5%増の5,352億円となった。

2016年も化粧品系/トイレタリー系ともに新ヘアケアブランド/ラインの投入が続いていることに加えて、大手トイレタリーメーカーが価格志向の強いユーザー層から支持されている詰替用の容器改良による使いやすさや環境への優しさを訴求するなど、新たな視点での需要開拓が進められていることから、引き続きヘアケア・ヘアメイク市場の活況が見込まれる。

ヘアカラー [ヘアケア・ヘアメイク]

	2015年	2014年比	2016年見込	2015年比
ヘアカラー	1,357億円	102.6%	1,397億円	102.9%
白髪用ヘアカラートリートメント	159億円	112.8%	179億円	112.6%

白髪用ヘアカラートリートメントはヘアカラーの内数です

2015年の市場は、家庭用は、白髪用ヘアカラートリートメントの投入が相次ぎ活況を呈したほか、ペンタイプ、マスカラタイプの一部染毛料や毛髪着色料の新型商品が多く投入され、既存のヘアカラーとの使い分けが提案されたことで好調だった。また、業務用も大型新ブランドの投入により、これまで低調が続いた黒髪用ヘアカラーが拡大したことから、2014年比2.6%増の1,357億円となった。

今後は、家庭用において、既存のメーカーに加え、通販メーカーや制度品カウンセリングメーカーも白髪用ヘアカラーへの注力度を高め、よりターゲットのニーズに合致した商品を投入することにより需要開拓が進むとみられる。白髪用ヘアカラートリートメントについては、染髪後の色落ちによるタオルや水回りの汚れを敬遠する層向けに、近年は色落ちを最小限に留めたシャンプータイプに注力するなど、さらに需要獲得が進むとみられる。

メンズコスメティックス

2015年	2014年比	2016年見込	2015年比
1,099億円	100.5%	1,116億円	101.5%

2015年は、前年に引き続きメンズシャンプー・リンス、メンズボディケアで男性の加齢臭ケアを訴求したブランドが好調だったほか、シェービング料は若年層のスキンケア意識の高まりや中高年層における使用率の向上により伸びた。一方でスカルプケアは医薬品の発毛促進剤に需要を奪われ伸び悩み、メンズスタイリング剤もナチュラルなヘアスタイルの定着により若年層の需要取り込みが進まず低調だった。

2016年は、メンズフェイスクケアが男性の不快臭ケアを訴求したアイテム拡充のほか、通販メーカーにおいても新商品投入が活発化していることで、市場をけん引し拡大するとみられ、2015年比1.5%増の1,116億円が見込まれる。

メンズシャンプー・リンス [メンズコスメティックス]

2015年	2014年比	2016年見込	2015年比
258億円	101.2%	270億円	104.7%

2015年は、CVSチャネル専用ブランドが投入されるなど新商品の投入はあったものの、夏季の天候不順などによりトニックシャンプーが低調となり、市場は2014年比1.2%増の258億円となった。

2016年は、前年好調だった不快臭の低減を訴求したブランドにアイテムの追加が予想されるとともに、敏感肌向けの新商品が投入されるなど訴求の多様化が進み、市場は2015年比4.7%増の270億円が見込まれる。

清涼感を訴求したトニックシャンプーは、育毛シャンプー・リンスや不快臭ケアを訴求した商品に清涼感を付加した商品が増加していることから需要が分散し、縮小が続くとみられる。育毛シャンプー・リンスは、エイジングケア訴求商品による需要獲得が進むとみられる。

<調査対象>

ヘアケア・ヘアメイク	シャンプー 女性用スカルプケア パーマメントウェーブ剤	リンス・コンディショナー ヘアスタイリング剤	ヘアトリートメント ヘアカラー
メンズコスメティックス	メンズシャンプー・リンス シェービング料	メンズスタイリング剤 メンズフェイスクケア	メンズスカルプケア メンズボディケア

<調査方法>

富士経済専門調査員による参入企業および関連企業・団体などへのヒアリングおよび関連文献調査、社内データベースを併用

<調査期間>

2016年4月～6月

以上

資料タイトル：「化粧品マーケティング要覧 2016 No.2」

体 裁：A4判 241頁

価 格：書籍版 110,000円+税

PDF/データ版 120,000円+税

書籍版・PDF/データ版セット 140,000円+税

書籍版・ネットワークパッケージ版セット 220,000円+税

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12-5 小伝馬町YSビル

TEL：03-3664-5811(代) FAX：03-3661-0165

URL：<https://www.fuji-keizai.co.jp/>

e-mail：info@fuji-keizai.co.jp

調 査・編 集：東京マーケティング本部 第二部

TEL：03-3664-5821

FAX：03-3661-9514

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/>