

アンチエイジング化粧品市場の調査結果を発表

TPCマーケティングリサーチ

TPCマーケティングリサーチは、2018年7月～10月にかけて、アンチエイジング化粧品市場に参入する有力企業を中心に調査を行い、クレンジング・洗顔料、化粧水、乳液、美容液、クリーム、その他(UV・マスク等)からなるアンチエイジング化粧品市場についての調査結果を発表した。

2017年度のアンチエイジング化粧品市場は、前年度比10・7%増の3620億円となった。この10年で最も高い伸長率(10・7%増)となった要因としては、訪日外国人によるインバウンド需要が引き続き活発になっていることに加え、若年層向けのエイジングケアシリーズが増加し、若い年代からエイジングケアを取り入れるという意識が定着していることが挙げられる。

また、「シワ改善」という新たな効果効能を謳った要因としては、アルビ

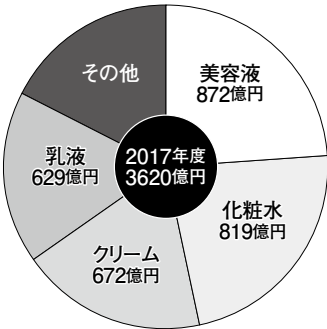
種類別

美容液が872億円でトップに

種類別では、美容液が9億円(同17・4%)な872億円(構成比24・1%)で最大となった。美容液は前年度比23・1%で最大となった。次いで化粧水が819億円(同22・6%)、ク

1億円となる見通しとなっている。2018年度についても、引き続き百貨店などのカウンターセリングブランドを中心に売上が拡大する見通しであり、市場を牽引しているシワ改善化粧品についても、新たに参入を検討している企業

アンチエイジング種類別市場規模



を牽引した。クリームはエイジングケアの導入アイテムと位置づけられていた。このほかにも近年は、マスク・パックも好調な推移を見せている。同カテゴリーについては、寝ている間の集中ケアや、美白・リフトケアなど高い機能性を謳うことで、高価格アイテムの売上も順調に伸びている。

2018年度については、クリームが好調に推移する見通しだ。資生堂やコーセーが新たにシワ改善クリームを導入することに加え、2017年に発売した資生堂のシワ改善クリームが引き続き売上を伸ばしていることなどを主な要因と指摘している。

企業別

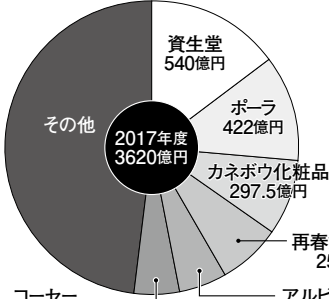
資生堂がシェア約15%でトップに

企業別では資生堂が540億円(同8・2%)、再春館製薬所が256億円(同7・1%)、アルビオンが187・5億円(同11・7%)、コーセーが178億円(同4・9%)と続く。2017年度は、シワ改善などの大型商品の投入や主要ブランドの刷新、これらを中心とした販促によ

矢野経済研究所 国内自然派・オーガニック化粧品市場を調査 2017年度は前年度比4.9%増の1297億円

矢野経済研究所は、2018年6月～11月にかけて、自然派・オーガニック化粧品メーカー、小売店、関連団体などを対象に、国内自然派・オーガニック化粧品市場の調査を行い、2017年度の自然派・オーガニック化粧品国内市場規模を、ブランドメーカー出荷金額ベースで前年度比104・9%の1297億円と推計した。

アンチエイジングメーカー別市場規模



2017年度は、シワ改善などの大型商品の投入や主要ブランドの刷新、これらを中心とした販促によった販売を伸ばした企業が多