

富士経済

コロナ禍のメイクアップ。
ボディケア市場を予測

富士経済は、3月～5月にかけて、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、社内データをもとに、メイクアップ・ボディケアの国内市場を調査した。

2019年のメイクアップ市場は前年比1・4％増の6090億円、内訳はベースメイクが1・2％増の3335億円、ポイントメイクが1・6％増の2755億円となった。ボディケア市場は0・9％増の2017億円だった。

20年のメイク市場はデスター撤去、
タッチアップ自粛、店舗休業で苦戦

2019年のメイクアップ市場は、SNSや動画サイトを通じたメイクアップ方法の習得が定着化する中で、消費者の嗜好の多様化やTPOに応じた使い分けにより使用アイテム数が増加し、ベースメイク、ポイントメイクともに市場は拡大した。

ベースメイクではパール剤やカラーコントロールによるトーンアップ・艶感のある仕上がりがトレンドの主流になる一方で、マスク着用者の増加などでメイクアップそのものが好調だった。

2020年は、新型コロナウイルス感染症の影響による百貨店の休業や外出機会の減少などで、メイクアップ市場、ボディケア市場とも大幅な減少が見込まれる。メイクアップ市場は11・8％減の5374億円、内訳はベースメイクが12・6％減の2916億円、ポイントメイクが10・8％減

記者の窓

コロナ禍で、ECの売上が急増している。経済産業省の調査によると、2019年のEC市場は前年比7・7％増の19兆3609億円となった。前年比の推移をみると、12年から14年にかけて2ケタ成長を遂げ、13年は17・4％増と際立った伸びをみせた。その後、1ケタ台で推移し、19

新チャネルへの対応を

年7・7％増は15年の7・6％増に次ぐ、低い水準となった。EC化率、全商取引に占めるネット市場の割合は19年が6・76％増で、漸増傾向にあるが、中国は20％台、米国は13％程度といわれる。日本は生活の身近な場所に、さまざまな業態が林立していること

<調査結果の概要>

■メイクアップ

	2019年	2018年比	2020年見込	2019年比
ベースメイク	3,335億円	101.2%	2,916億円	87.4%
ポイントメイク	2,755億円	101.6%	2,458億円	89.2%
合 計	6,090億円	101.4%	5,374億円	88.2%

<調査対象>

メイクアップ	【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
	【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
ボディケア	・リップクリーム ・サンタン・サンスクリーン ・除毛・脱毛料	・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	・バスプロダクト

クはマスクの着用による肌荒れから敏感肌向け商品が人気になるなど、消費者の選択基準にも変化がみられる。2019年のボディケア効果を手のエイジングケア効果を訴求したハンドクリー

リップ・UVケアは2ケタ減、
アイブロウは微減で明暗

リップカラー市場は、2019年が2・8％増の1070億円、20年が16・8％減の890億円と予測する。マスク着用の常態化でリップメイクをしない消費者が増加したことや、デスターの撤去などにより色味を確認できる機会が減っていることから需要喚起が難しく、市場は大幅に縮小する見込みだ。

アイブロウ市場は、2019年が1・1％増の264億円、20年が2％減の253億円と予測する。2020年日用品の買い出しなどちょっとした外出時にも使用されることから需要が底堅く、市場の縮小は限定的とみられる。

記者の窓

コロナ禍で、ECの売上が急増している。経済産業省の調査によると、2019年のEC市場は前年比7・7％増の19兆3609億円となった。前年比の推移をみると、12年から14年にかけて2ケタ成長を遂げ、13年は17・4％増と際立った伸びをみせた。その後、1ケタ台で推移し、19

新チャネルへの対応を

年7・7％増は15年の7・6％増に次ぐ、低い水準となった。EC化率、全商取引に占めるネット市場の割合は19年が6・76％増で、漸増傾向にあるが、中国は20％台、米国は13％程度といわれる。日本は生活の身近な場所に、さまざまな業態が林立していること