

富士経済

スキンケア・フレグランスの

国内市場調査結果を発表

富士経済は、メーカーによる需要の創出やオンラインでの販路・顧客コミュニケーションの強化などでコロナ禍に対応した動きをみせるスキンケアと、商業施設の営業再開や外出機会の増加、未使用者の需要掘り起こしにより拡大が見込まれるフレグランスの国内市場を調査した。

それによると、2021年の市場見込は、スキンケアが前年比3・4％増の1兆3076億円、オールドパルファン・オーードトワレが5・7％増の258億円となっている。スキンケアは、「肌悩み」「在宅時間増加」「スキンケアでの販路・顧客コミュニケーション」がキーワードになるという。

2020年は、新型コロナウイルス感染症の影響により、3月頃より海外からの渡航者の入国制限が行われ、インバウンド需要が急速に減少した。また、緊急事態宣言が発出され、商業施設が

休業したことから洗顔料やクレンジングなど全8品目が縮小し、市場は前年比14・5％減の1兆2651億円となった。一方で、マスクの着用で敏感肌やニキビ、毛穴の目立ち、角質ケアなどの肌悩みが生じやすくなったことや在宅時間増加を背景にスキンケアを見直す消費者が増え、ステップにスペシャルケアを加える動きがみられた。

2021年は、緊急事態宣言下でも、百貨店などでは化粧品を生活必需品に位置づけ、時短ながらも営業を継続する店舗があることから、前年より市場への影響は大きいと見込まれる。

2021年は、緊急事態宣言下でも、百貨店などでは化粧品を生活必需品に位置づけ、時短ながらも営業を継続する店舗があることから、前年より市場への影響は大きいと見込まれる。

記者の窓

先日小紙で、100％植物由来の無添加・無香料スキンケア「Snow Fox Japan社」の「スキンケア」を紹介した。2016年にローンチされると機能性や環境配慮の姿勢から、米国を中心に多大な支持を集めている。

ブランドは台湾の女性起業家フィビー・グ氏の深刻な肌悩みから生まれ、同じく女性起業家でSnow Fox Japan社の「フィビー」の妊娠時も費

雪解けの序章

人は、アジア人女性の起業を支援する活動にも着手している。

この背景を茂住氏は「ロールモデルが活躍できる土壌を作らないアジアで女性が起るため、まずはロール



時などに使用するのではなく、自分の心を癒したり気分転換をするために使用するなど目的が変化した。このことでブランド側がライフスタイルを

2026年に883億米ドル規模へ

グローバルインフォメーションは、市場調査レポート「アンチエイジングの世界市場II 分析と予測(2021年～2026年)」にて、アンチエイジングの世界市場規模を、2020年に585億米ドルとし、2021年～2026年の間に7・1％の年平均成長率を示すことにより、2026年には883億米ドルに達すると予測している。

アンチエイジング市場

アンチエイジングとは、様々な製品やサビを制限したり、遅らせたりする

最近では、化粧品メーカー各社が消費者に迅速な結果をもたらす、より安全で効率的なアンチエイジング製品を導入しており、市場の成長見通しが広がっている。



Global Information, Inc. 海外市場調査レポート GII
本誌掲載のグローバルインフォメーション
海外調査会社250社以上のレポート約10万点を販売

国別では、生活水準が高く、消費者が高級なアンチエイジング製品を消費しているフランスが最大の市場となっている。

その他の主要国には、ドイツ、イタリア、イギリス、アメリカ、日本、韓国、中国などが挙げられている。