

国内CBD製品市場に関する調査を実施

矢野経済研究所

矢野経済研究所は、国内におけるCBD製品市場の調査を実施し、製品カテゴリー別動向、チャネル別動向、参入企業動向、将来展望を明らかにした。

2021年の国内CBD製品市場規模は小売金額ベースで、前年比85・9%増の185億4100万円となった。2022年は前年比39・9%増の259億3600万円を見込む。

CBDとは、大麻草に含まれる成分・カンナビジオールの略称で、免疫や神経伝達、自律神経などの恒常性を維持する作用が高く、抗不安、抗がん、抗ガン、抗炎症などの効果があることが明らかになっている。2013年頃から欧米を中心に新規参入企業が増加し

た。2020年のコロナ禍では、健康への関心が高まり、心身に対してさまざまな作用があるCBDにさらに注目が集まった。健康維持、増進をサポートするだけでなく、精神的な落ちつきを求めて製品が使用されることも多く、急激な市場の拡大につながった。

2022年6月に発表された政府の骨太方針2022によると、「大麻に関する制度を見直し、大麻由来医薬品の利用等に向けた必要な環境整備を進める」とあることから、2023年以降大手企業の参入も予想され、市場はさらに拡大していくものとみられる。

日本では麻の栽培のハードルが非常に高く、国内産の麻を使用し国内で製造するということはほぼ不可能であるため、これまでの国内のCBD市場においては、海外ブランドの製品を輸入して販売するというビジネスモデルが一般的だった。

しかし、昨今は日本でも新規参入が増え、競争も活発化していることから自社らしさを重視し、「Made in Japan」の製品を生み出すようとする企業が増加している。国内でもCBDに関する認知が少しずつ広がっていることから、大麻由来の成分に関わる製造であっても請け負う製造拠点を持つ企業が出てきたことも後押ししている。

「Made in Japan」の製品を生み出すようとする企業が増加している。国内でもCBDに関する認知が少しずつ広がっていることから、大麻由来の成分に関わる製造であっても請け負う製造拠点を持つ企業が出てきたことも後押ししている。

「ウェルビーイング研究」については、肌の美しさだけでなく、化粧品を越えて心や心にアプローチし、より健康的な生活を送ることに注力している。化粧品は環境問題をはじめとする課題を解決し、環境負荷の少ないサステナブル原料の探索や、水資源に配慮した処方開発などが活性化している。

「パーソナライズ研究」に関しては、肌解析をもとに個人の肌質に合った商品を直接届けるD2Cブランドの導入や、店頭やスマホアプリでの肌解析技術の向上に注力するなど、消費者が自らの肌質に合った化粧品を選べるように支援する製品・サービスを展開しており、今後その数は増加していくとみられる。

「パーソナライズ研究」に関しては、肌解析をもとに個人の肌質に合った商品を直接届けるD2Cブランドの導入や、店頭やスマホアプリでの肌解析技術の向上に注力するなど、消費者が自らの肌質に合った化粧品を選べるように支援する製品・サービスを展開しており、今後その数は増加していくとみられる。

化粧品企業のR&D戦略について調査

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、化粧品企業のR&D戦略について調査を実施し、その結果を発表した。2021年に

おける主要化粧品企業13社のR&D費は前年比4・1%増となった。近年は各社が国内外的な研究拠点を拡充し、細胞や遺伝子、AI、デジタルなどといった先端技術分野への投資を精力的に行っていることから、R&D費は拡大傾向にある。

主要企業別にみると、半数以上の企業がR&D費が前年度を維持または上回っており、特にファンケル、ロート製薬、ミルボンなどが2ケタ

の研究を推進することで、「パーソナライズ研究」に関しては、肌解析をもとに個人の肌質に合った商品を直接届けるD2Cブランドの導入や、店頭やスマホアプリでの肌解析技術の向上に注力するなど、消費者が自らの肌質に合った化粧品を選べるように支援する製品・サービスを展開しており、今後その数は増加していくとみられる。

「ウェルビーイング研究」については、肌の美しさだけでなく、化粧品を越えて心や心にアプローチし、より健康的な生活を送ることに注力している。化粧品は環境問題をはじめとする課題を解決し、環境負荷の少ないサステナブル原料の探索や、水資源に配慮した処方開発などが活性化している。

「パーソナライズ研究」に関しては、肌解析をもとに個人の肌質に合った商品を直接届けるD2Cブランドの導入や、店頭やスマホアプリでの肌解析技術の向上に注力するなど、消費者が自らの肌質に合った化粧品を選べるように支援する製品・サービスを展開しており、今後その数は増加していくとみられる。

矢野経済研究所は、2022年9～11月にかけて国内のヘアケア市場を調査し、2021年度の国内ヘアケア市場規模(植毛市場、育毛剤市場、ヘアケア剤市場の合計)を、事業者売上高ベースで前年度比9・7%増の4977億5000万円と予測した。

矢野経済研究所は、2022年9～11月にかけて国内のヘアケア市場を調査し、2021年度の国内ヘアケア市場規模(植毛市場、育毛剤市場、ヘアケア剤市場の合計)を、事業者売上高ベースで前年度比9・7%増の4977億5000万円と予測した。

矢野経済研究所は、2022年9～11月にかけて国内のヘアケア市場を調査し、2021年度の国内ヘアケア市場規模(植毛市場、育毛剤市場、ヘアケア剤市場の合計)を、事業者売上高ベースで前年度比9・7%増の4977億5000万円と予測した。

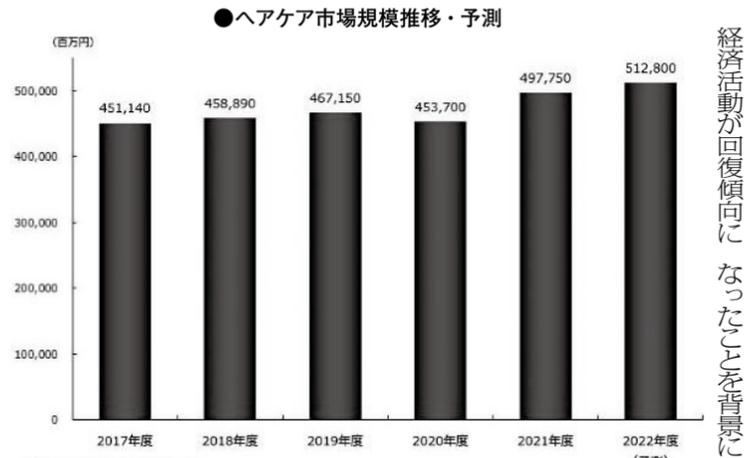
矢野経済研究所は、2022年9～11月にかけて国内のヘアケア市場を調査し、2021年度の国内ヘアケア市場規模(植毛市場、育毛剤市場、ヘアケア剤市場の合計)を、事業者売上高ベースで前年度比9・7%増の4977億5000万円と予測した。

矢野経済研究所は、2022年9～11月にかけて国内のヘアケア市場を調査し、2021年度の国内ヘアケア市場規模(植毛市場、育毛剤市場、ヘアケア剤市場の合計)を、事業者売上高ベースで前年度比9・7%増の4977億5000万円と予測した。

矢野経済研究所は、2022年9～11月にかけて国内のヘアケア市場を調査し、2021年度の国内ヘアケア市場規模(植毛市場、育毛剤市場、ヘアケア剤市場の合計)を、事業者売上高ベースで前年度比9・7%増の4977億5000万円と予測した。

矢野経済研究所は、2022年9～11月にかけて国内のヘアケア市場を調査し、2021年度の国内ヘアケア市場規模(植毛市場、育毛剤市場、ヘアケア剤市場の合計)を、事業者売上高ベースで前年度比9・7%増の4977億5000万円と予測した。

矢野経済研究所は、2022年9～11月にかけて国内のヘアケア市場を調査し、2021年度の国内ヘアケア市場規模(植毛市場、育毛剤市場、ヘアケア剤市場の合計)を、事業者売上高ベースで前年度比9・7%増の4977億5000万円と予測した。



注1：事業者売上高ベース
注2：2022年度は予測値

カテゴリー別構成比は、ヘアケア剤が50・7%、育毛剤が25・3%、植毛市場が23・0%増の5128億円になると予測している。2023年度以降も市場は拡大傾向で推移する見通しを示している。