

# ヘアケア市場に関する調査を実施(2016年)

## 【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内のヘアケア市場の調査を実施した。

1. 調査期間:2016年4月～7月
2. 調査対象:ヘアケア市場参入業者、その他関連団体、業界団体等
3. 調査方法:当社専門研究員による直接面談、電話・e-mailによるヒアリング、ならびに文献調査併用

### <ヘアケア市場とは>

本調査におけるヘアケア市場は、毛髪業市場、植毛市場、発毛・育毛剤市場、ヘアケア剤市場の4分野で構成される。このうち、毛髪業市場は、かつら・増毛および育毛・発毛サービスの提供やそれに伴う商品販売などを対象とし、ヘアケア剤市場にはシャンプー、リンス、トリートメントが含まれる。

## 【調査結果サマリー】

### ◆ 2015年度のヘアケア市場規模は前年度比99.3%の4,383億円

2015年度の国内のヘアケア市場規模(毛髪業市場、植毛市場、発毛・育毛剤市場、ヘアケア剤市場の合計)は事業者売上高ベースで、前年度比99.3%の4,383億円であった。

### ◆ 植毛市場、発毛・育毛剤市場が好調

2015年度の毛髪業の市場規模は前年度比100.1%の1,402億円、植毛市場規模は同105.1%の41億円、発毛・育毛剤市場規模は同102.8%の672億円、ヘアケア剤市場規模は同97.8%の2,268億円であり、植毛市場、発毛・育毛剤市場の好調さが目立つ。

### ◆ 2016年度のヘアケア市場規模は前年度比100.7%の4,413億円を予測

2016年度の国内ヘアケア市場規模(事業者売上高ベース)は前年度比100.7%の4,413億円の微増推移を予測する。

国内市場は人口の高齢化の進展に加え、薄毛人口の増加、消費者のアンチエイジングに対する関心の高まりなどを背景に、今後も堅調に推移するものと考えられる。

### ◆ 資料体裁

資料名:「ヘアケアマーケティング総鑑 2016年版」

発刊日:2016年7月29日

体裁:A4判 275頁

定価:120,000円(税別)

### ◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地:東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長:水越 孝

設立:1958年3月 年間レポート発刊:約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先(当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>)

(株)矢野経済研究所 マーケティング本部 広報チーム TEL:03-5371-6912 E-mail: [press@yano.co.jp](mailto:press@yano.co.jp)

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。  
本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報チーム迄お問合せ下さい。

## 【 調査結果の概要 】

### 1. 市場概況

2015年度の国内のヘアケア市場規模(毛髪業市場、植毛市場、発毛・育毛剤市場、ヘアケア剤市場の合計)は事業者売上高ベースで、前年度比99.3%の4,383億円であり、分野別では植毛市場、発毛・育毛剤市場の好調さが目立つ。

2016年度は前年度比100.7%の4,413億円の微増推移を予測する。国内ヘアケア市場は人口の高齢化の進展に加え、薄毛人口の増加、消費者のアンチエイジングに対する関心の高まりなどを背景に、今後も堅調に推移するものと考えられる。

### 2. カテゴリー別動向

#### 2-1. 毛髪業市場

2015年度の毛髪業市場規模は前年度比100.1%の1,402億円であった。女性用を中心に低価格品を投入し、新規需要の開拓を行う新規参入企業が台頭してきている。

また女性は新規にかつらを購入する際には抵抗感があるともいわれており、こうした新規ユーザー層をターゲットにした女性用部分かつら市場も活性化してきている。今後も毛髪業市場は国内の女性用需要を中心に堅調に推移するとみられる。

#### 2-2. 植毛市場

2015年度の植毛市場規模は前年度比105.1%の41億円であった。植毛市場は大手クリニックの積極的なプロモーション戦略により、新規患者の開拓が行われ成長してきたが、一方で新規クリニックの参入も増加し、競争が激しくなっている。近年では薄毛に悩む女性や若年層が増加してきているといわれ、こうした顧客層に対する積極的な取り込みも活発化してきている。

また日本政府の政策の一環である医療ツーリズムを背景に、海外の富裕層を対象に取り込みを図るクリニックも増加してきている。

#### 2-3. 発毛・育毛剤市場

2015年度の発毛・育毛剤市場規模は前年度比102.8%の672億円であった。主に店頭販売される一般流通と医家向け流通市場が拡大したことにより、好調に推移した。

一般流通についてはライトユーザー向け育毛剤を強化するメーカーが増加しているとともに、シャンプーやリンスといった関連商品を強化することでブランドの拡大・総合化を図る動きもある。

医家向け流通については、同市場が好調であることから、新規参入メーカーが増加し、競争が激しさを増している。また低価格なジェネリック製品も登場してきていることから、今後の市場拡大が期待される。

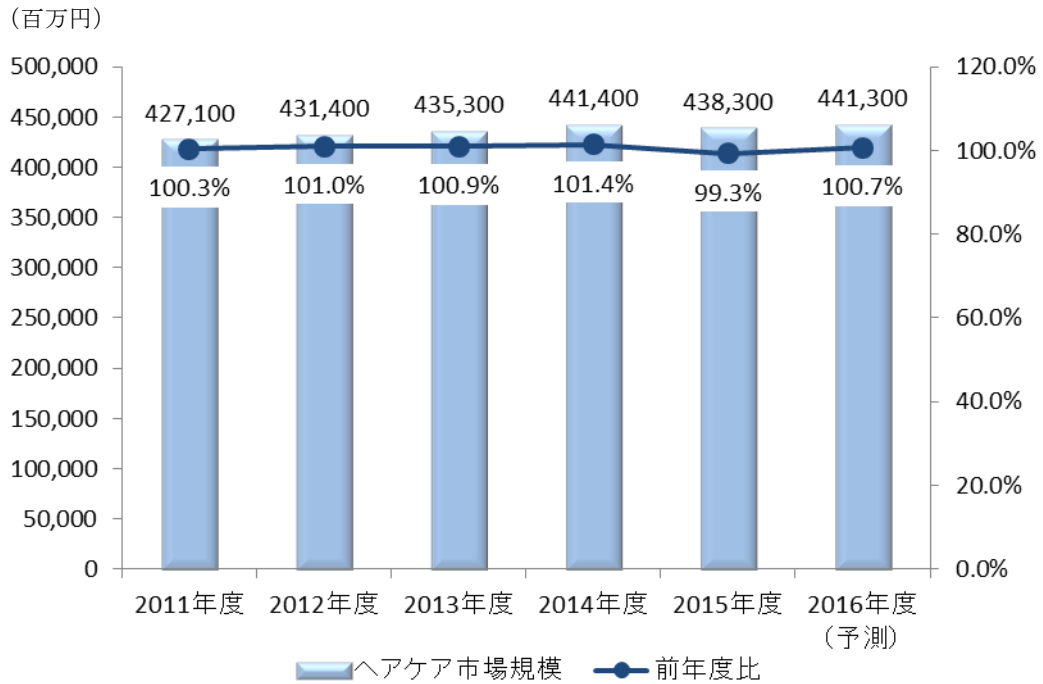
#### 2-4. ヘアケア剤市場

2015年度のヘアケア剤市場規模は前年度比97.8%の2,268億円であった。スカルプケアを訴求する商品が引き続き好調に推移したものの、その他の商品は軒並み低調に推移した。

現下、消費者のアンチエイジングに対する関心の高まりを受けて、団塊ジュニア世代以上の女性をターゲットにしたエイジングケア訴求ブランド製品や、スカルプケアや地肌ケアなど頭皮のケアを訴求したブランドが増加してきている。

また自然派・オーガニックブランドに対する消費者需要および関心が高いことから、主要メーカーでは自然派・オーガニック訴求商品の開発を強化してきており、今後もこうした流れが継続するものとみられる。

図1. ヘアケア市場規模推移と予測

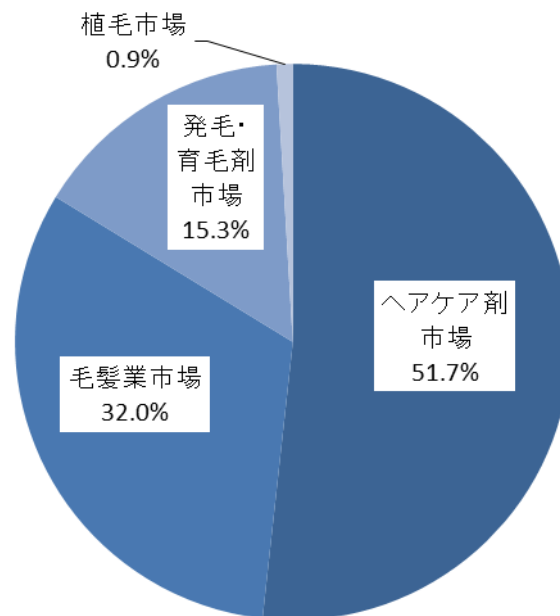


矢野経済研究所推計

注1. 事業者売上高ベース

注2. (予測)は予測値

図2. 2015年度のヘアケア市場カテゴリー別構成比



2015年度市場規模(合計)  
438,300 百万円

矢野経済研究所推計

注3. 事業者売上高ベース

注4. 毛髪業市場は、かつら・増毛および育毛・発毛サービスの提供やそれに伴う商品販売などを対象とし、ヘアケア剤市場にはシャンプー、リンス、トリートメントを含む。