

ヘアケア市場に関する調査を実施(2017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:2017年6月~8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】

◆ 2016年度のヘアケア市場規模は前年度比100.6%の4,408億円

2016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100.6%の4,408億円であった。

◆ 植毛市場、ヘアケア剤市場が好調

2016年度の毛髪業の市場規模は前年度比97.6%の1,369億円、植毛市場規模は同107.3%の44億円、発毛・育毛剤市場規模は同100.4%の675億円、ヘアケア剤市場規模は同102.3%の2,320億円であり、植毛市場、ヘアケア剤市場が好調であった。

◆ 2017年度のヘアケア市場規模は前年度比100.3%の4,422億円を予測

2017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100.3%の4,422億円を予測する。

薄毛人口の増加、人口の高齢化、消費者のアンチエイジング志向の高まりなどから、国内ヘアケア市場は今後も微増で推移するものと考える。

◆ 資料体裁

資料名:「ヘアケアマーケティング総鑑 2017年版」
発刊日:2017年8月31日
体裁:A4判 296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

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

2016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100.6%の4,408億円であり、分野別では植毛市場、ヘアケア剤市場が好調であった。

2017年度は前年度比100.3%の4,422億円を予測する。国内ヘアケア市場は薄毛人口の増加、人口の高齢化、消費者のアンチエイジング志向の高まりなどから、今後も微増で推移するものとする。

2. カテゴリー別動向

2-1. 毛髪業市場

2016年度の毛髪業市場規模は前年度比97.6%の1,369億円であった。参入企業各社の女性用かつら強化策や男性の既存顧客へのリピート販売が奏功し、市場規模は2012年度以降拡大基調であったが、2016年度は女性かつら市場における新規参入企業の増加による競争激化や、中小事業者における低価格品が市場に多く出回った影響から、販売価格が下落した。市場の裾野は拡大しているものの、市場規模は伸び悩んだ。

2-2. 植毛市場

2016年度の植毛市場規模は前年度比107.3%の44億円であった。植毛市場は形成外科手術の1つとして植毛を扱っているクリニック全般において投薬治療への移行が進んだものの、参入しているクリニックの積極的なプロモーション戦略推進によって若年層の新規患者を獲得していることから市場は成長している。

植毛市場は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。また、薄毛に悩む女性や若年層などの潜在需要の顕在化で顧客開拓が進むなど、今後もこうした傾向は続くものとする。

2-3. 発毛・育毛剤市場

2016年度の発毛・育毛剤市場規模は前年度比100.4%の675億円であった。当該市場における流通チャネルは一般流通、医家向け流通、その他(通信販売・業務用流通など)があるが、2016年度は主に医家向け流通と通信販売を含むその他流通が堅調であることから、好調に推移した。

店頭販売される一般流通については、成分による差別化だけでなく、女性用、若年用、多様な容量タイプなどセグメント細分化による訴求が図られる傾向にある。

医家向け流通については、市場を牽引する有力製品の後発品(ジェネリック)が参入企業各社から発売され、潜在需要が見込まれる。今後も、低価格なジェネリック製品が主流になるものとみられ、市場拡大が期待される。

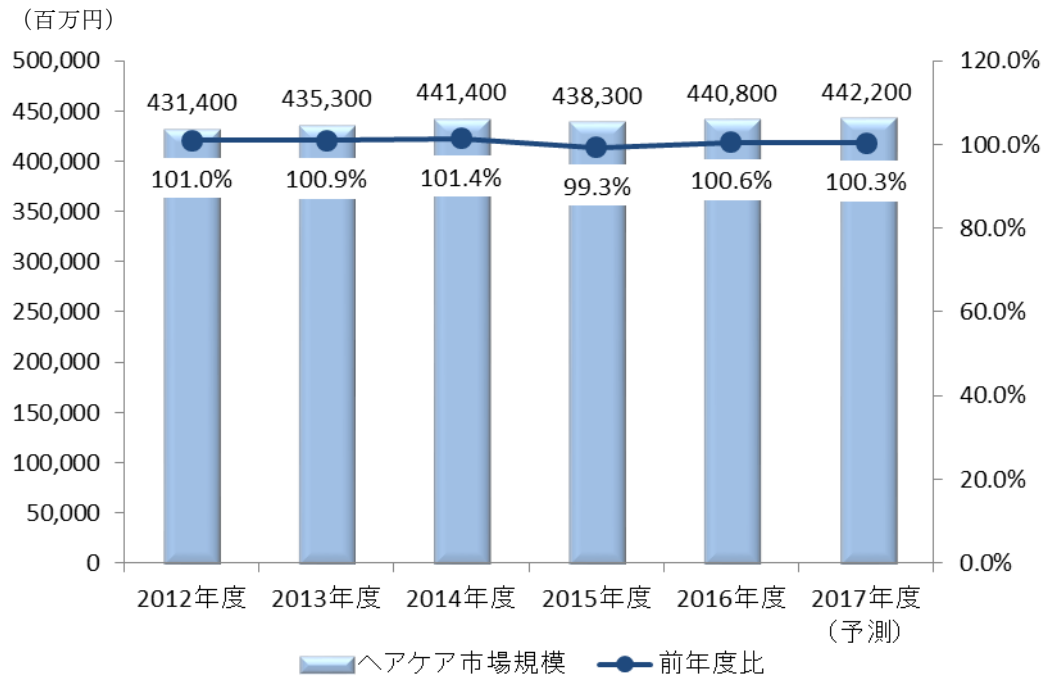
その他流通市場については、通信販売と業務用流通が中心であるが、女性をターゲットにしたブランドが多いことが特徴となっており、髪のボリュームダウンに悩む女性を中心に需要は高くなっている。

2-4. ヘアケア剤市場

2016年度のヘアケア剤市場規模は前年度比102.3%の2,320億円であった。毛髪そのものに対する保湿など、頭皮環境を改善することで頭皮から毛髪のコンディションを高める地肌ケア関連商品が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。

またヘアケア剤において、自然派・オーガニック訴求の商品に対する消費者需要が引き続き高いことから、主要メーカーでは商品開発を更に強化してきており、今後もこうした流れが継続するものとする。

図1. ヘアケア市場規模推移と予測

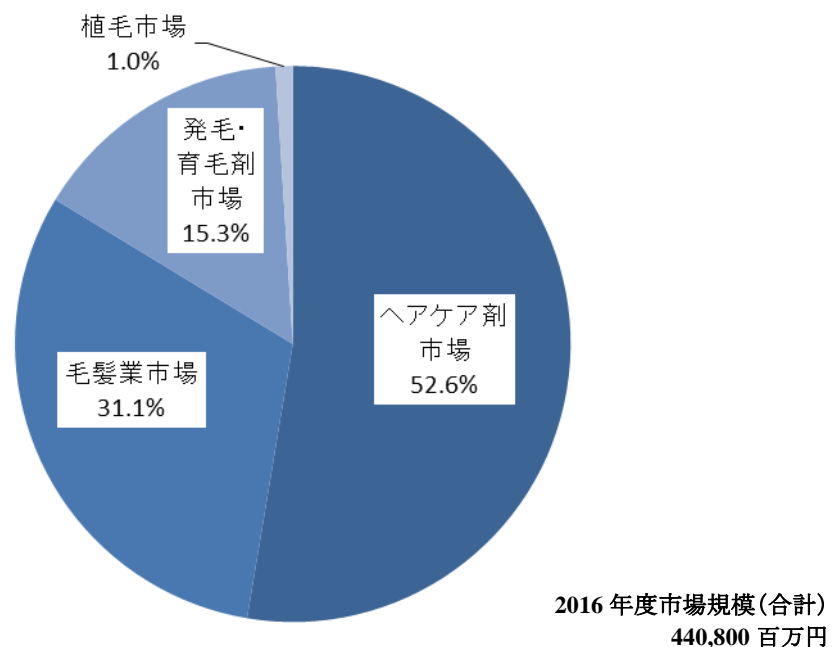


矢野経済研究所推計

注1. 事業者売上高ベース

注2. (予測)は予測値

図2. 2016年度のヘアケア市場カテゴリ別構成比



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。