

理美容化粧品の最新動向

Trends of Domestic Professional Cosmetics Market

株式会社矢野経済研究所 浅井 潤司
ライフスタイル&ビューティグループ部長/首席研究員

1. 市場概況

本調査における理美容化粧品市場とは、国内の理容室と美容室で主に毛髪に関する施術に供するために必要な業務用化粧品全般、及び理容室・美容室利用客を対象に販売する理容室・美容室専売のホームケア化粧品(店販品)の市場をさし、原則として宿泊施設・エステティックサロン等で使用されている業務用化粧品は含まない。

理美容化粧品市場の製品カテゴリーとしては「ヘアカラー剤」「パーマメントウェーブ剤」「ヘアケア剤」「スタイリング剤」「その他(スキンケア・メイクアップなど)」に大別される。

理美容化粧品市場には、ミルボン(コーセーミルボンコスメティクス含む)、タカラベルモント、ナプラ、アリミノ、日本ロレアル、ヘンケルジャパン、コタ、資生堂プロフェッショナル、ウエラジャパン、日華化学、b-ex、アジュバンホールディングス、中野製薬、ホーユー、ナンバーズリー、三口産業、サニープレイス、玉理化学、ハホニコ、リアル化学、メロスコスメティクス、クラシエ、セフィーヌ、セブンツーセブン、コーセープロフェッショナルなど多くのメーカーが参入する市場となっている。

2. 市場規模推移(2020~2024年度見込み)

2024年度の理美容化粧品市場は、店販品が拡大していることに加え、理美容化粧品の価格改定(値上げ)が実施されたことにより、前年度比102.7%の1,611億円となった。

2024年度は、新ブランドの投入や主力ブランドの大幅なリニューアルが実施されるなどの動きが相次いだ。国内外から調達する原料価格の高騰、物流・人件費や各種エネルギー価格の上昇が製造コストを圧迫していることから、新ブランドやリブランディングの実施タイミングに合わせる形で、新たな価格体系を適用するなど、事実上の値上げを実施することがトレンドとなった。

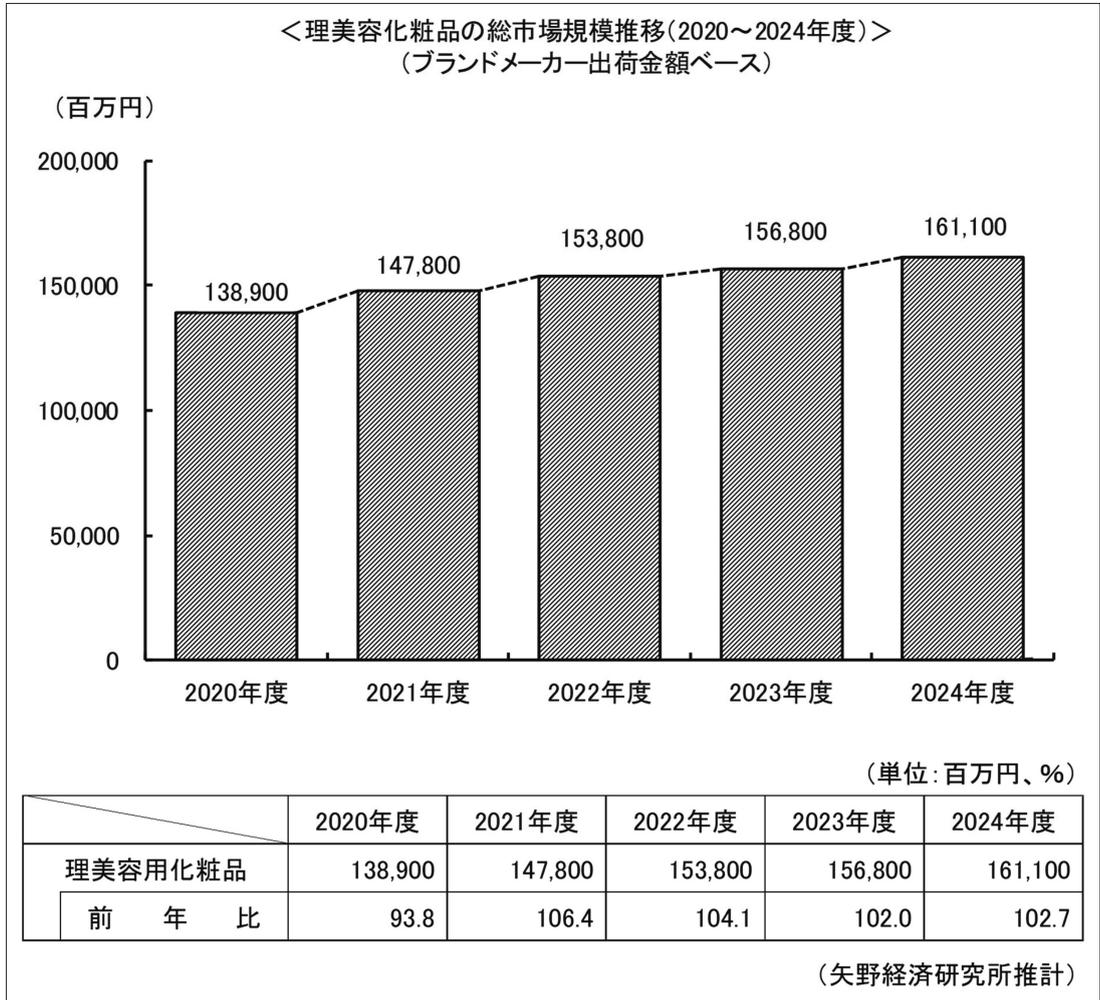
3. 市場トレンド

1) ヘアカラー剤

2024年度のヘアカラー剤市場は、外出に伴う対人交流によって需要が回復したことに加え、理美容化粧品の価格改定(値上げ)が理美容化粧品メーカーの業績拡大に寄与したことによりプラス成長で推移した。ヘアカラー剤は100色以上のラインナップを持つブランドもあり、さらにそれぞれの色を「クリアカラー」で薄めることも可能であることから、薄める比率のバリエーションも含めると1色のカラー剤からも何種類もの色味を作り出すことが出来るようになっている。

2) パーマメントウェーブ剤

2024年度のパーマメントウェーブ剤市場は、理美容化粧品の価格改定(値上げ)が理美容化粧品メーカーの業績拡大に寄与したことによりプラス成長で推移した。パーマメントウェーブ剤は、ヘアスタイルの全体的トレンドであるナチュラル志向に沿った毛流改善パーマや髪質改善パーマを理美容



■図1

化粧品メーカーが提案したことにより好調に推移した。加えて、Z世代の男性を中心にスタイリッシュなフォルムのウェーブパーマがトレンドになった。ストレートパーマ(縮毛矯正)ニーズは、ファッショントレンドなどの外部要因からの影響は軽微であることから常時安定的に推移しており、パーマ市場全体を下支えする形となっている。

3) ヘアケア剤市場

2024年度のヘアケア剤市場は、ヘアカラーやパーマの仕上がり維持や毛髪ダメージの抑制を訴求したシャンプー・トリートメントやスタイリング

効果を備えたアウトバス商品の動きが好調に推移したことに加え、理美容化粧品の価格改定(値上げ)が理美容化粧品メーカーの業績拡大に寄与したことによりプラス成長で推移した。また、ECインフラ整備の進展と理美容室利用客の毛髪ケアニーズの高まりにより店販用が大きく伸びた。

4) スタイリング剤市場

2024度のスタイリング剤市場は、外出に伴う対人交流によってスタイリング剤の使用頻度が高まったことに加え、理美容化粧品の価格改定(値上げ)が理美容化粧品メーカーの業績拡大に寄与したこ

とによりプラス成長で推移した。スタイリング剤市場では、ライフスタイルやファッションの多様化に伴い、手入れやヘアセットが容易で自然なスタイルを演出するナチュラルヘアが好まれ、ホールド力を訴求したスタイリング剤の需要は相対的に減少傾向にある。一方で、毛髪保護効果やツヤ感・潤い・保湿効果などのヘアケア効果のあるスタイリング剤の人気が高まっている。

5) その他化粧品市場

2024年度のその他化粧品市場は、理美容化粧品メーカーが収益向上策の1つとして、スキンケア・メイクアップ等の提案を強化する動きが活発化したことに加え、理美容化粧品の価格改定(値上げ)が理美容化粧品メーカーの業績拡大に寄与したことによりプラス成長で推移した。当該市場は中小規模の理美容化粧品メーカーを中心に市場が形成されてきたが、近年は、コーセーミルボンコスメティクス、タカラベルモントなどの大手理美容化粧品メーカーも注力する市場となっている。

4. 今後の市場見通し

国内の理美容化粧品市場は人口減少という構造的問題から、右肩上がりの成長は難しいとみられている。そのため、団塊世代や団塊ジュニア世代を中心とした中高年層を最大のボリュームゾーンと見込んだ事業展開を主に考える、付加価値型の高収益型のビジネスモデルを推進する理美容化粧品メーカーが増加する。

以下に今後の市場展望をまとめた。

1) 店販品売上拡大に向け理美容化粧品メーカーによるECサイトの開発・強化が進展

理美容化粧品市場は流通が確立された市場であるが、物流網の発達とインターネットインフラの確立、またそれらを活用するためのPCやタブレットやモバイル端末が相当程度普及したことで、理美容化粧品のECによる受発注が急速に進んでい

る。今後は、店販品の売上拡大へ向け、メーカーによる直接個々の自宅まで商品を発送するECシステムの開発・強化が進展する。これにより、理美容室利用客は来店タイミングとは関係なく欲しいタイミングで店販品を購入できるようになり、さらに購入履歴をすべて各美容室が管理することで、来店客は次回来店時に的確なアフターフォローを受けることができる。また、理美容室にとっては店頭販売と同様に自店の売上となる上にストアの運営・受注・物流業務をすべて理美容化粧品メーカーが受託するシステムとすることで、三方よしのBtoBtoC(Business to Business to Consumer)のシステムが実現する。

2) Z世代・男性向けなど新分野の開拓が進展

持続的な事業継続と業界の健全な発達という観点から10代~20代を中心としたZ世代を含む若年層や男性の新規需要の取り込みは重要なテーマになっている。若年世代はトレンドの火付け役となる重要な世代としても注目されており、アイブロウなど目周りを含むアイメイクに抵抗感が薄いZ世代男性の感性は、団塊ジュニアなどの他の世代とは異なる動きとして、新たなカルチャーの震源地になっており、今後はZ世代向けの取り組みが活発化していく。また、これまで潜在需要の大きさが注目されてきたメンズコスメのカテゴリーにも、中高年向けのブランドや製品の投入が進められているが、今後はZ世代をターゲットにしたメンズコスメの開発が進展する。

3) サステナブル原料やリサイクル容器・包材の採用が増加

昨今では、各種の原材料価格の高騰や物流・人件費の上昇に加え、生産ラインの稼働に要するエネルギーコスト等も含めた製造コストの圧迫や収益性への影響が懸念されるようになっている。理美容化粧品メーカーでは、今後新ブランドの投入や主力ブランドのリブランディングに合わせ、サス

テナブル原料・リサイクル容器の採用や紙パッケージへの切り替えを付加価値戦略として価格改定を実施するケースが活発になっていく。

4) 海外市場の開拓が進展

国内の理美容化粧品市場は人口減少という構造的な問題があるため、売上拡大策の1つとして、アジアを中心とした海外市場開拓が進展する。全体のトレンドとしては韓国、中国、台湾、香港、タイ、ベトナム、シンガポール、マレーシア、インドネシアなどのアジア地域を開拓する理美容化粧品メーカーが増加する一方、市場規模が大きく流通も整備された北米市場に注力する理美容化粧品メーカーも出現する。製品カテゴリー別では、東南アジア向けにはヘアカラーやパーマネントウェーブ剤の安全性や品質面が高く評価され、輸出が拡大していく。輸出実績で先行する韓国、中国、台湾は髪質や毛質が日本人と似通っていることから、ヘアカラ

ー剤やヘアケア剤の輸出が増加していく。また、今後は、製品のローカライズ化や新興国向けブランドの開発が進展する。

Abstract

Yano Research Institute has carried out a survey on the domestic professional cosmetics market and found out the market trend, and the future perspectives.

<参考文献>

- 1) 矢野経済研究所, 2025年版 理美容化粧品マーケティング総鑑(2025年)
- 2) 矢野経済研究所, 2024年版 化粧品マーケティング総鑑(2024年)
- 3) 矢野経済研究所, 2024年版 理美容サロンマーケティング総鑑(2024年)