

## スカルプケア・発毛剤の国内市場を調査

—2020年市場見込—

<調査結果の概要>

■スカルプケア・発毛剤は前年比6.2%増の843億円と市場拡大

総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 清口 正夫 03-3664-5811)は、医薬部外品を中心に需要が高まっているスカルプケア・発毛剤の国内市場を調査した。その結果を「[スカルプケア・発毛剤の市場トレンド調査](#)」にまとめた。

<調査結果の概要>

■スカルプケア・発毛剤市場(医薬部外品/化粧品/一般用医薬品)

2019年	2020年見込	前年比
794億円	843億円	106.2%

スカルプケア・発毛剤市場は、最も構成比が高い医薬部外品のけん引により拡大している。2020年は、コロナ禍におけるオンライン会議の増加で、モニター越しに自身の頭髪を意識する機会が増えたことなどから需要は高まっており、市場の拡大が予想される。

チャンネル別にみると、2020年は、店頭販売が市場の47%、通信販売が市場の53%を占め、2019年に比べて通信販売の構成比が高まるとみられる。スカルプケア・発毛剤は、コンプレックス商材に位置づけられることから、接客や対面販売を省ける通信販売の需要が高まっている。また、新型コロナウイルス感染症の流行によりドラッグストアや薬局・薬店は衛生用品などの販売に注力し、スカルプケア・発毛剤の対面販売の環境が整わなかったことから通信販売へのシフトが進んだとみられる。

<注目市場>

●医薬部外品

2019年	2020年見込	前年比
554億円	604億円	109.0%

育毛剤(脱毛の防止および育毛を目的とする外用剤)を対象とする。

市場は、通販メーカーの新規参入によって活発化している。通販メーカーは、広告出稿による認知度向上とチャンネルの利便性の高さから新規顧客を獲得しており、好調に伸びている。2020年は、新型コロナウイルス感染症の流行によりドラッグストアや薬局・薬店などの店頭で商品を買に行くことを控える動きもみられたが、通信販売を利用して購入する消費者が増えているため、市場は拡大すると予想される。

チャンネル別にみると、2020年は、通信販売が市場の64%、店頭販売が市場の36%を占めると見込まれる。通信販売は、Web広告などを活用してブランドの認知度を高め新規顧客を獲得しているメーカーのけん引により伸びている。また、外出自粛の影響により、通信販売の需要は高まっている。一方、店頭販売は、通信販売との競争が激化する中、縮小している。

<調査対象>

薬事区分			
・医薬部外品	・化粧品	・一般用医薬品	・医療用医薬品
品目			
・育毛剤	・発毛剤	・脱毛剤治療剤	

<調査方法>

富士経済専門調査員による参入企業および関連企業・団体などへのヒアリングおよび関連文献調査、社内データベースを併用

<調査期間>

2020年9月～11月

以上

資料タイトル : [「スカルプケア・発毛剤の市場トレンド調査」](#)  
体裁 : A4判 74頁  
価格 : PDF版 300,000円+税  
ネットワークパッケージ版 450,000円+税  
発行所 : 株式会社 富士経済  
〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町1番5号 PMO日本橋江戸通  
TEL : 03-3664-5811 (代) FAX : 03-3661-0165  
URL : <https://www.fuji-keizai.co.jp/> e-mail : info@fuji-keizai.co.jp  
調査・編集 : コスメティックス・チャネルビジネスユニット

この情報はホームページでもご覧いただけます。 URL : <https://www.fuji-keizai.co.jp/press/>