

CATEGORY

シニア向け基礎化粧品

FOCUS

超高齢化社会に向けエイジングケアに注目

高齢者の増加に伴い、介護問題などに注目が集まる一方、いつまでも美しくありたいという中高年女性のニーズは高まっている。店頭でもほかの買物をするついでに美しい素肌をキープするための基礎化粧品を購入する機会も増えていく。最新のデータからシニア向け基礎化粧品カテゴリーの市場構造を分析する。

文=石山真紀(ライター)

出典はすべてカスターマコミュニケーションズ「TRUE DATA」調べ、期間は2015年1月1日~2015年12月31日

化粧水やクリームなど保湿を重視する傾向が高い

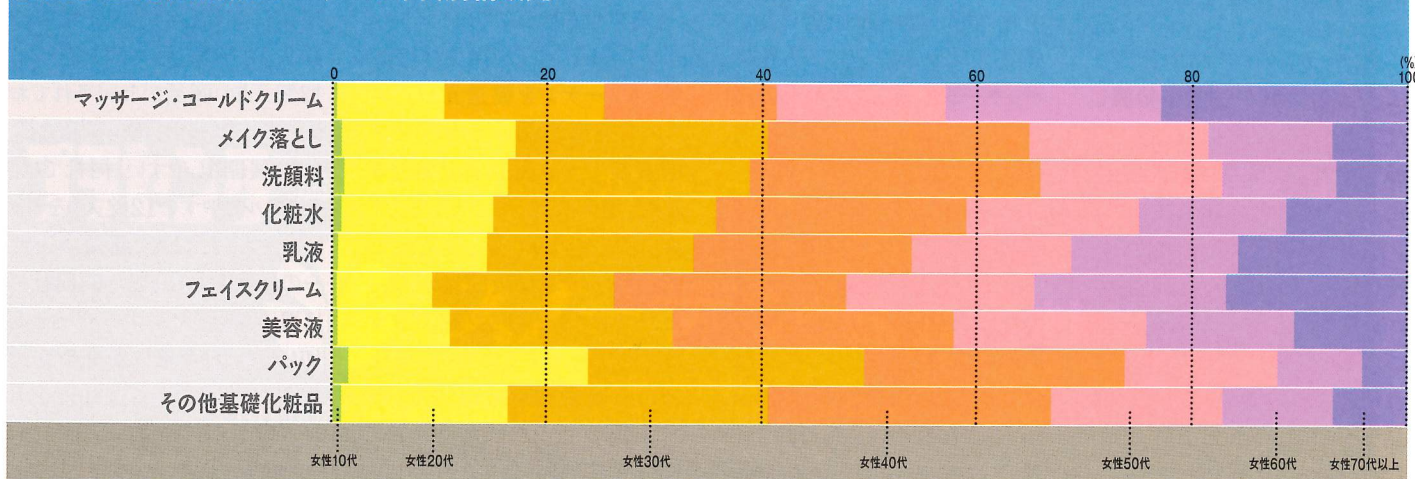
近年、耳にする機会が多くなった「アンチエイジング」や「エイジングケア」といったキーワード。少子高齢化が進み、2025年には3人に1人が高齢者になるといわれている現在、化粧品のマーケットにおいてもシニア層が占める割合は増えている。資生堂によると、50歳以上の女性の一般化粧品市場規模は1兆6500億円と年々拡大。化粧品メーカーも50代以上の中高年層をターゲットにしたブランドを次々と立ち上げている。

まず、基礎化粧品購入者の年代別構成比について見てみよう(図表①)。スキンケアと呼ばれる基礎化粧品には、化粧水、乳液、フェイスクリームなどのほか、洗顔料、メイク落としなども含まれている。通常、化粧品全般のボリュームゾーンは20~40代の女性であり、「メイク落とし」や「洗顔料」は6割以上が10~40代、「パック」に関しては7割以上を40代までの若い女性が占めている。一方、「マッサージ・コールドクリーム」や「フェイスクリーム」は50代以上で5割強、「化粧水」や「美容液」についても4割強を50代以上の女性が購入している。

60代以上で見ると、購入構成比が高いカテゴリーは、「マッサージ・コールドクリーム」(43.1%)、「フェイスクリーム」(34.8%)、「乳液」(31.3%)となり、最も低いのは「パック」(12.2%)となっている。若年世代が「マッサージ・コールドクリーム」になじみがないことからシニア世代の構成比が高まるのと同様に、近年伸長するシートマスクタイプの「パック」はシニア世代にとってなじみがないため、構成比が低くなっていると考えられる。次に基礎化粧品カテゴリーの購入個数構成比を見てみよう(図表②)。毎朝使う「洗顔料」について、20~50代までは20%台を保っているが、60代では17.2%、70代以上では13.7%まで落ち込んでいる。また「メイク落とし」に関しても、60代まではどの年代でも3割近くを占めるのに対し、70代以上では21.8%と大きく落ち込む。職場への通勤などを含めた

外出機会の多い20~40代に比べると、60~70代は自宅で過ごす時間が長く外出機会も減少することからメイクをする頻度も減り、その結果として「メイク落とし」の購入個数が減少すると推察される。また、シニア層には洗顔に固形タイプ石けんを使用するユーザーも多く、このことが「洗顔料」の購入個数に影響していることも推測される。年代が上がるにつれて、「メイク落とし」や「洗顔料」の購入個数が減る一方、「化粧水」「フェイスクリーム」「乳液」の購入個数は増えている。とくに70代以上では「化粧水」と「フェイスクリーム」で購入個数構成比の4割を占めており、ほかの年代にはない傾向だ。これらのことから汚れや皮脂を落とすことよりも、肌の油脂や水分をコントロールする保湿面を重視する傾向にあることがうかがえる。次に基礎化粧品カテゴリーの

図表① 基礎化粧品カテゴリーの年代別構成比



1人当たりの購入金額(図表③)を見てみよう。基本的などのカテゴリーについても、年代が上がるごとに金額は上昇傾向にあるが、とくに「フェイスクリーム」や「美容液」についてはその傾向が強く見られる。「フェイスクリーム」では20代は2582円、30~50代については3000円台となっているが、60代になると4154円、70代以上では5000円を超えている。また、「美容液」についても20代は3000円台だが、30~40代になると5000円台、50~60代は6000円台となり、70代以上になると7744円と非常に高くなっている。

60代以降は保湿など年齢肌対策をとくに重視

ここからは「化粧水」カテゴリー

と「フェイスクリーム」カテゴリーでの購入SKUランキングを見てみよう。ちなみに近年は化粧水、乳液、美容液などの機能がセットになった「オールインワン」タイプの

商品が増えているが、今回はカテゴリーごとの購入傾向をより明確にするため、1品完結型の商品はランキングから除外する。「化粧水」のランキング(図表

④)を見てみると、50~60代ではロート製薬の「肌研 極潤ヒアルロン液」の詰め替え用が1位となった。70代ではロングセラーブランドの資生堂「オードルックス」

図表② 基礎化粧品カテゴリーの購入個数構成比

カテゴリー名	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
マッサージ・コールドクリーム	0.5%	0.5%	0.5%	0.7%	1.2%	1.9%
メイク落とし	29.2%	29.2%	27.8%	29.7%	27.1%	21.8%
洗顔料	20.5%	21.4%	25.2%	22.9%	17.2%	13.7%
化粧水	21.0%	21.7%	21.7%	22.2%	25.7%	28.8%
乳液	5.4%	5.5%	5.2%	5.5%	8.0%	11.3%
フェイスクリーム	2.9%	4.0%	4.5%	5.4%	8.2%	11.4%
美容液	3.2%	4.4%	5.0%	5.1%	5.6%	6.1%
パック	17.2%	13.3%	10.0%	8.6%	7.0%	5.2%

図表③ 基礎化粧品カテゴリーの1人当たりの購入金額

カテゴリー名	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
マッサージ・コールドクリーム	¥1,177	¥1,329	¥1,499	¥1,458	¥1,600	¥2,121
メイク落とし	¥1,371	¥1,620	¥1,644	¥1,666	¥1,603	¥1,670
洗顔料	¥1,175	¥1,330	¥1,429	¥1,471	¥1,375	¥1,433
化粧水	¥2,418	¥3,135	¥3,219	¥3,317	¥3,370	¥3,632
乳液	¥2,407	¥3,473	¥3,739	¥3,703	¥3,733	¥4,019
フェイスクリーム	¥2,582	¥3,272	¥3,583	¥3,792	¥4,154	¥5,023
美容液	¥3,859	¥5,310	¥5,796	¥6,166	¥6,626	¥7,744
パック	¥1,353	¥1,605	¥1,527	¥1,603	¥1,898	¥2,539

図表④ 50~70代の化粧水の購入SKUランキング(オールインワンタイプを除く)

順位	商品名称	ブランド	単価	購入率	レポート率
1	肌研 極潤 ヒアルロン液 詰替 170ml	ロート製薬 肌研極潤	¥750	0.49%	27.9%
2	ナチュリエ スキンCD ハトムギ化粧水 500ML	イモナチュリエ	¥573	0.53%	16.9%
3	PFA アベンスウォーター (S)	ビエールファーマーブルジャパン アベンス	¥1,550	0.32%	15.1%
4	PFA アベンスウォーター 50G	ビエールファーマーブルジャパン アベンス	¥519	0.32%	13.9%
5	PFA アベンスウォーター (L)	ビエールファーマーブルジャパン アベンス	¥2,234	0.29%	21.1%
6	PFA アベンスウォーター L P16キャンペーン	ビエールファーマーブルジャパン アベンス	¥2,254	0.31%	14.1%
7	ジュレリッチ プライト&バウンディングローション(モイスト) 120ml	全薬工業 ジュレリッチ	¥4,728	0.16%	51.8%
8	肌研 白潤 薬用美白化粧水 しっとりタイプ 詰替 170ml	ロート製薬 肌研白潤	¥741	0.22%	25.0%
9	エリクシール シュベリエル リフトモイストローション W II つめかえ用 150ml	資生堂 エリクシールシュベリエル	¥2,620	0.18%	37.6%
10	専科 美白化粧水(しっとり) つめかえ用 180ML	資生堂 専科	¥630	0.22%	21.9%
11	小林製薬 オードムゲ 薬用ローション 160ml	小林製薬 小林製薬	¥972	0.21%	22.4%
12	肌研 極潤 ヒアルロン液 ライトタイプ 詰替 170ml	ロート製薬 肌研極潤	¥753	0.20%	21.1%
13	専科 保湿化粧水(しっとり) つめかえ用 180ML	資生堂 専科	¥633	0.19%	24.6%
14	肌研 白潤 薬用美白化粧水 詰替 170ml	ロート製薬 肌研白潤	¥747	0.18%	21.7%
15	キュレル 化粧水III リッチな使用感 150ml	花王 キュレル	¥1,807	0.17%	24.2%

が1位となっている。
50代では価格帯が値ごろな「肌研」シリーズが4アイテムランクインしたほか、スプレータイプの「アベンスウォーター」も高順位だった。このことから年齢肌対策よりも量目や使い勝手を重視していることがうかがえる。
60代では2位にロート製薬の年齢対策のブランド「50の恵」コラーゲン養潤液」がランクインしたほか、70代で1位の「オードルックスN」が7位に入っている。また資生堂「エリクシール リフトイングウォーター」シリーズも2アイテムランクイン。EX2が「しっとりタイプ」、EX3は「とてもしっとりタイプ」の商品であり、保湿を重視している点がうかがえる。
70代以上では60代でも順位

の高かった「エリクシール リフトイングウォーター」や「50の恵」のほか、資生堂ドルックスブランドの「オーデパベルN」も4位にランクインしている。
高価格帯商品では「エリクシールシュペリエル」がどの年代にもランクインしている。30~40代向けのエイジングケア商品だが、テレビや雑誌で取り上げられる話題性のある商品であることから、動きがよくなっていると推測される。
次に「フェイスクリーム」のランキングを見てみると、どの年代でも、手ごろな価格帯の資生堂「アクアレーベル スペシャルジェルクリーム」と、シミ対策の小林製薬「ケシミンクリームC」が1位、2位にランクインしており圧倒的な強

さを見せている。また「化粧水」の50代では「50の恵」ブランドはランクインしていなかったが、「フェイスクリーム」では11位にランクインしている。
図表③の1人当たりの購入金額で見たように、「フェイスクリーム」では年齢が上がるにつれて購入金額の上昇が見られる。その代表的な商品が全薬工業の「ジュレリッチ EXインジュビネートトリートメント」だ。7000円以上の高額商品でありながら、50代、60代、70代以上のどの年代のランキングでも上位に入っている。
シーズンごとにさまざまな新商品が発表されるが、シニア向け基礎化粧品市場はシニア層にとってなじみの深いロングセラー商品が強いことがわかった。また、シ

ニア層は自宅でゆっくりとテレビや雑誌を見る機会も多いことから、テレビCMや婦人向け雑誌などで取り上げられている商品が支持されている。
歳を重ねるごとにシワや法令線、顔のたるみ、肌の乾燥についての「悩み」は増えていく。子育て世代に比べ、時間や気持ちに余裕があるシニア世代は、高付加価値型商品に対する興味もあるはずだ。手軽なオールインワンタイプの商品もある程度の落ち着きを見せ、より本格的なアンチエイジング効果を訴求するアイテムも増加している。本格的なエイジングケアを志向する年代が人口のボリュームゾーンとなることを踏まえ、中高年女性にとっても魅力ある売場づくりをめざしていきたい。

図表⑤ 50~70代のクリームの購入SKUランキング (オールインワンタイプを除く)

50代	商品名称	ブランド	単価	購入率	リピート率
1	AQL スペシャルジェルクリーム	資生堂 アクアレーベル	¥1,630	0.31%	28.5%
2	小林製薬 ケシミンクリームC 30G	小林製薬 ケシミン	¥1,215	0.47%	12.6%
3	ジュレリッチ EXインジュビネートトリートメント	全薬工業 ジュレリッチ	¥7,601	0.13%	45.2%
4	キュレル 潤浸保湿クリーム 40G	花王 キュレル	¥2,310	0.11%	25.5%
5	ピュアナチュラル クリームエッセンスモイスト 100g	pdc ピュアナチュラル	¥624	0.12%	18.7%
6	グレイスワン 濃潤クリーム 100g	コーセーコスメポート グレイスワン	¥1,518	0.14%	9.3%
7	肌研 極潤 パーフェクトジェル 100g	ロート製薬 肌研極潤	¥1,548	0.13%	9.9%
8	エビータ ティープモイスチャージェルN 50g	カネボウ エビータ	¥1,561	0.08%	19.2%
9	なめらか本舗 クリームNA 50g	常盤薬品工業 なめらか本舗	¥793	0.09%	18.8%
10	肌研 極潤 ヒアルロンクリーム 50g	ロート製薬 肌研極潤	¥1,275	0.09%	19.2%
11	50の恵 コラーゲン養潤クリーム 90g	ロート製薬 50の恵	¥1,415	0.09%	10.5%
12	エリクシール シュペリエル リフトナイトクリーム 40G	資生堂 エリクシールシュペリエル	¥5,055	0.07%	25.3%
13	グレイスワン 薬用美白ジェルクリーム 100g	コーセーコスメポート グレイスワン	¥1,543	0.08%	11.3%
14	アベンス ミルキージェル 50g	ビエールファーマー ジャパン アベンス	¥3,532	0.07%	14.1%
15	肌研 極潤 プレミアムヒアルロンオイルジェル 25g	ロート製薬 肌研極潤	¥915	0.09%	2.8%
60代	商品名称	ブランド	単価	購入率	リピート率
1	小林製薬 ケシミンクリームC 30G	小林製薬 ケシミン	¥1,219	0.57%	20.0%
2	AQL スペシャルジェルクリーム	資生堂 アクアレーベル	¥1,622	0.40%	31.5%
3	エビータ ティープモイスチャージェルN 50g	カネボウ エビータ	¥1,565	0.15%	25.8%
4	ピュアナチュラル クリームエッセンスモイスト 100g	pdc ピュアナチュラル	¥628	0.19%	22.4%
5	ジュレリッチ EXインジュビネートトリートメント	全薬工業 ジュレリッチ	¥7,791	0.14%	41.7%
6	グレイスワン 濃潤クリーム 100g	コーセーコスメポート グレイスワン	¥1,519	0.18%	13.4%
7	50の恵 コラーゲン養潤クリーム 90g	ロート製薬 50の恵	¥1,411	0.18%	13.8%
8	エリクシール シュペリエル リフトナイトクリーム 40G	資生堂 エリクシールシュペリエル	¥5,045	0.13%	33.4%
9	エリクシール ヴィジュアルリフトEX 40G	資生堂 エリクシール	¥3,427	0.12%	33.9%
10	なめらか本舗 クリームNA 50g	常盤薬品工業 なめらか本舗	¥796	0.12%	24.2%
11	肌研 極潤 ヒアルロンクリーム 50g	ロート製薬 肌研極潤	¥1,262	0.11%	23.0%
12	ちふれ エッセンシャルクリームN 30G	ちふれ化粧品 ちふれ	¥1,001	0.11%	20.2%
13	キュレル 潤浸保湿クリーム 40G	花王 キュレル	¥2,294	0.09%	31.5%
14	DX ナイトクリーム(しっとり)	資生堂 ドルックス	¥637	0.09%	24.7%
15	エビータ ティープモイスチャージェルN 50g	カネボウ エビータ	¥2,126	0.10%	16.0%
70代以上	商品名称	ブランド	単価	購入率	リピート率
1	AQL スペシャルジェルクリーム	資生堂 アクアレーベル	¥1,619	0.60%	36.3%
2	小林製薬 ケシミンクリームC 30G	小林製薬 ケシミン	¥1,223	0.68%	29.3%
3	DX ナイトクリーム(しっとり)	資生堂 ドルックス	¥640	0.39%	31.9%
4	エリクシール シュペリエル リフトナイトクリーム 40G	資生堂 エリクシールシュペリエル	¥5,070	0.29%	41.7%
5	エリクシール ヴィジュアルリフトEX 40G	資生堂 エリクシール	¥3,436	0.30%	37.0%
6	ジュレリッチ EXインジュビネートトリートメント	全薬工業 ジュレリッチ	¥7,918	0.19%	42.1%
7	ピュアナチュラル クリームエッセンスモイスト 100g	pdc ピュアナチュラル	¥629	0.22%	27.7%
8	50の恵 コラーゲン養潤クリーム 90g	ロート製薬 50の恵	¥1,418	0.21%	16.2%
9	マダムジュジュ 45g	ジュジュ化粧品 マダムジュジュ	¥557	0.15%	25.9%
10	エビータ ティープモイスチャージェルN 50g	カネボウ エビータ	¥1,534	0.13%	27.1%
11	ちふれ 保湿クリーム しっとりタイプ 56g	ちふれ化粧品 ちふれ	¥708	0.18%	20.4%
12	グレイスワン 濃潤クリーム 100g	コーセーコスメポート グレイスワン	¥1,507	0.19%	15.1%
13	ちふれ エッセンシャルクリームN 30G	ちふれ化粧品 ちふれ	¥1,000	0.16%	25.7%
14	リサージュ ファーストリアクリーム	カネボウ リサージュ	¥4,896	0.12%	38.3%
15	なめらか本舗 クリームNA 50g	常盤薬品工業 なめらか本舗	¥822	0.12%	28.8%

メーカー&サプライヤーのみなさま、

ダイヤモンド・リテイルメディアの
「営業教育プログラム」にお任せください!

業界情報一筋、チェーン流通の歴史とともに歩んできた当社がお手伝いします。



こうした課題を

セールスマニュアル

量販営業活動に特化した「教科書」づくり

流通情報専門の出版社として、取材・編集・制作を一貫した協同作業で、貴社の知的資産整備に貢献します。

「セールスマニュアル」の構成例

- 営業担当の役割
- マーケティング活動/店頭情報の活用/店頭改善策の企画提案/売上と利益の管理
- 得意先管理
- 企業情報の把握/新規獲得/顧客管理/店舗情報の把握
- 量販本部への営業
- 量販業界概況/卸売業界概況/商談と計数/提案活動/店舗訪問
- 自社のISM
- 自社の商品戦略/インスタブプロモーション(ISM)の考え方/棚割提案の基本

社内セミナー&実践研修も承ります。

マニュアル習得のための新人または管理職セミナー、さらに企画商談まで含めた実践研修まで運営します。

詳しくは、当社営業担当までお問い合わせください。

株式会社ダイヤモンド・リテイルメディア 流通マーケティング局
TEL:03-5259-5931 E-mail:media@diamond-rm.co.jp