

TPCマーケティングリサーチ株式会社  
〒550-0013 大阪府大阪市西区新町2-4-2 なにわ筋SIAビル8F

TEL 06-6538-5358

FAX 06-6538-6531

HP <http://tpc-cop.co.jp/>

## 日々是好日

いつも大変お世話になっております。化粧品担当の松本です。

おかげさまで、このニュースレターを開始してから丸3年が経過しました！

「化粧品業界を専門に調査する弊社だからこそできることは何だろう？」との思いから、お客様にとって本当に必要な情報を提供することを目的として突如始まった当企画ですが、発行を重ねるごとに読者の方が増えており、チーム一同、大変喜んでいきます。

ある方は訪問の際にわざわざ持参してお褒め下さったり、ある方は社内の共有スペースに他の新聞と並べて紹介して下さい。また、「自分用と部署回覧用に2部ほしい」といった方や、「異動により業務は変わるがこのニュースレターは引き続き送ってほしい」などわざわざ連絡を下さる方もいらっしゃいました。そのひとつひとつの声が私たちのモチベーションにつながっています。

このニュースレターには、「Communication Magazine」というタイトルがつけられていますが、これは同レターを通じてお客様と継続的な関係性を築きたいとの思いが込められています。

資料のご案内や直接お会いできる機会は年に数回しかありませんが、何かお探しのデータやお困りのときには、まず「TPC」の名前を思い出していただけるような、そんな存在であり続けたいと思っています。

それでは、4年目もご愛読のほどよろしくお願い申し上げます。

(松)



### News1 今月の気になる業界ニュース

花王、新たなポートフォリオを策定 他

### News2 今月の気になる新製品

資生堂、「TSUBAKIお部屋でシャンプー」発売 他

### News3 今月の気になるプロモーション

アルピオン、『YouCamメイク』を期間限定で提供 他

### News4 今月の気になるヒット商品

「ピオレ/メンズピオレ 薬用デオドラントZ」シリーズ(花王) 他

### News5 今月の気になるデータ

前年比10pt以上増

### News6 今月の「まとめてみました」

ドライシャンプー

### News7 新刊資料のご案内

### News8 TPC社員のお気に入りアイテム

イヴ サンローラン・ポーテ ヴォリュプテリップシャイン 38 (日本ロレアル)

### News9 TPCレポートのご案内

今後の発刊予定

# 今月の気になる業界ニュース

ここ1ヶ月くらいの間で発表のあった化粧品業界のニュースを、いくつかピックアップして簡単にご紹介しています。（福）

## 高島屋、新アプローチの化粧品売り場を開設

高島屋は、横浜店と日本橋店に新しい体験型売場『ベルサンパティック』を開設しました。同売り場は、顧客の美容ニーズの変化を背景に、『コト・体験型』を切り口としたオープン形式の売場となっており、『体験・施術』『イベント』『物販』『カフェ』の4つのゾーンで構成されています。また、イベントなどの企画を充実させるためにギャザリングスペースも設置。「気軽に立ち寄れる体験・施術サービス」を充実させることで、近年高まっている『時短』や『セルフケア』といったニーズにアプローチしています。

## コーセー、共同で新規植物エキス開発へ

コーセーは、中国の『華南植物園』と共同し、植物・栽培した原料植物を活用した新規植物エキスの開発を始めると発表しました。同植物園は、中国における自然科学の最高研究機関である中国科学院の傘下にある植物園で、世界でもトップクラスの規模を誇っています。今回の共同研究では、原料確保が難しい希少な植物に対して、保存並びに育種の観点から、同植物園にて栽培された原料植物を用いた化粧品原料として、植物エキスの開発とその評価研究を行うとしています。

## コーセー、加齢に伴う皮膚のハリ低下の原因を解明

コーセーは、星薬科大学の輪千浩史教授との共同研究により、加齢に伴う真皮エラスチン線維（弾性線維）の変性の原因が小胞体シャペロンBiP産生量の減少によるフィブリリンの形状変化であると解明しました。さらに、アスタキサンチンがこの小胞体シャペロンBiP遺伝子の発現量を高めることも見出しました。また、今回の研究で得られた成果は、今秋発売の新商品へ反映する予定であるとしています。

## 花王、肌の見た目の変化を予測

花王は、肌の見た目の変化をシュミレーションで予想する3D座屈解析技術を新開発したと発表しました。同技術は、複数方向の力を加味することにより、角層、表皮、真皮の3層で構成される3Dシュミレーション技術となっています。また今回の開発により、加齢による肌の“見た目のハリ感”低下には真皮の弾性に加え、角質の柔軟性が大きく影響することが明らかになりました。

## エキップ、デジタルミラーを導入

エキップは2018年秋より、米MemoMi Labs Inc.のメモリ機能付きデジタルミラー『MemoMi』を『SUQQU』の一部店舗に導入します。化粧品ブランドへの導入は国内初となります。

『MemoMi』は、鏡の上部に設置された高機能カメラで動画撮影ができるのが特徴となっており、同ブランド独自の『顔筋マッサージ』レッスンの様子を録画してスマートフォンに転送するサービスを開始します。これにより、同マッサージの実践者を増やすとともに、動画ファイルのSNSへの拡散を図り、マッサージ専用クリームファン拡大につなげたいとしています。

## 花王、新たなポートフォリオを策定

花王は、花王グループの化粧品事業における新たな成長戦略の柱として、『新グローバルポートフォリオ』を策定しました。同施策は、カネボウ化粧品、ソフィーナ、キュレル、エキップ、モルトンブラウンの5つの化粧品事業を横串で策定したものとされています。日本を含むアジア・欧州での育成を加速させる11ブランドに加え、日本を中心に重点育成していく8ブランドを戦略ブランドとして選定し、分散していた投資を集中させることで育成を図るとしています。

## マルホ、かゆみを数値化するアプリ開発

マルホは、米アップルの『アップルウォッチ』向けに、睡眠中のかきむしり動作を計測するアプリ『イッチトラッカー』の提供を開始しました。同アプリは、ネスレの子会社から国内使用权を取得し、一部を改良。料金は無料で提供しています。同社は、客観的には評価しにくい“かゆみ”を数値化することでアトピー性皮膚炎の治療などに生かせるようにする考えです。

## ポーラ化成、ゲノム編集に関するコンソーシアムに参画

ポーラ化成工業のフロンティアリサーチセンターは、広島大学の山本教授が統括する『ゲノム編集』産学共創コンソーシアムに参画しました。従来の遺伝子操作技術は確率的手法であったため研究への活用に限界がありましたが、一方でゲノム編集技術は、遺伝子をピンポイントで狙った通りに改変することができるため、従来の技術よりも圧倒的に速く、正確に遺伝子を操作できます。このゲノム編集技術をシミやシワなどの様々な美容研究に応用することで、従来の研究では見逃されていた肌トラブルの原因を判明できるとみられています。

# 今月の気になる新製品

今月発売される新製品の中から、注目の商品をご紹介します。(池)

## 8/上旬 資生堂、「TSUBAKIお部屋でシャンプー」発売

資生堂は、「お風呂やシャワーの時間以外で髪を洗いたい、スッキリさせたい」など、多忙な女性の洗髪意識に着目。同商品は、美容成分を含んだジュレ状で、頭皮になじませるだけで、水要らず、乾かし要らずにもかかわらず爽快な感触でさらふわな美髪へ導くシャンプー。外出先で髪や頭皮の「べたつき」「ニオイ」が気になる時に、お風呂以外の場所で簡単にシャンプーができるという新ヘアケア習慣を提案しています。

## 8/8 伊勢半、「マミー」ボディミルク刷新

伊勢半は、食品成分にこだわったスキンケア&ボディケアシリーズ「マミー」のボディミルクを刷新します。今回の刷新では、寒天を使った新処方の採用で保湿力が向上しているほか、無添加、低刺激性の100%食品成分で作っているため、赤ちゃんや敏感肌も使えることを訴求。また、ママたちが選んだ天然由来の潤い成分を配合し、しっとり感がありながらも、肌なじみの良いみずみずしい使用感であるとしています。

## 8/13 BCLカンパニー、『ももぷり』発売

BCLカンパニーは、新スキンケアシリーズ『ももぷり』より第一弾として、「潤い化粧水」と「潤いジェルクリーム」を発売します。これらの商品は、肌の常在菌に着目した乳酸菌「EC-12株」を配合し、塗る乳酸菌という新発想で、弾力のある素肌へ導くとしています。また、国産の桃を原料としたピーチセラミドを配合し、桃を思わせるような、みずみずしい潤いの素肌へ導くことを謳っています。

## 8/15 カネボウ化粧品、「ピンク」をテーマにメイクアップ発売

カネボウ化粧品の「キッカ」は、『ピンク』をテーマに、チークや口紅、アイシャドウを発売します。なかでもアイシャドウの「リッドフラッシュ」は、まぶたに“くすみ”を作るという発想のもと、ナチュラルボーンな色を作りだす目元用の化粧下地となっています。陰影を出すアイテムに変わりはないですが、アイシャドウとは少し異なり、スキンケア直後のツヤ感のあるまぶたを作ります。

## 8/18 エクラヴィア、スキンケアを発売

エクラヴィアは、忙しい現代女性に向けて「パー・エフェクト クレンジングジェル」と「パー・エフェクト ソリューションマスク」を投入します。前者は、低刺激でありながら、クレンジング+洗顔+角質ケアの3役を果たし、水の力で汚れやメイクを浮かせて落とすほか、美容成分が肌に潤いを与えることを訴求。後者は、塗ったまま寝るタイプのマスクで、高保湿力のフコイダンとコエンザイムQ10をたっぷり配合し、塗って15分後で肌の水分量が約2倍になることを謳っています。

## 8/18 アルビオン、ファンデーション発売

アルビオンは、「スキングレイジング ファンデーション」を発売します。“グレイジング”とは、透明の画用油で溶いた絵具を何層にも塗り重ね絵画に透明感や生命感を与える油絵における技法の1つで、同商品はこの手法に着想を得て誕生しました。ペースト状の濃密なベースが、気がかりな部分を緻密にカバーしながら肌ののび広がり、ピタリと密着。これ1つで、まるで美肌アプリで美しさを盛るかのような見映えの、ハイカバーとハイクリアを両立させた精巧な肌に仕上がる効果を訴求しています。

## 8/20 ファンケル、ヘアケア発売

ファンケルは、「シルキーヘアエッセンス」と「モイストヘアスタイリング」を投入。前者は、潤い層とオイル層の美容成分からなる二層式の毛髪用美容液となっており、ベタつかず指通りの良いサラサラとした髪に整えるとしています。後者は、クセやうねり、乾燥などの髪の悩みをケアし、“ニュアンスキープ処方”により固め過ぎず自然なスタイルが長続きすることを訴求。このほか、共通成分として『シア脂』『アロエベラエキス』『ククイナッツオイル』を配合し、ツヤと潤いのある美しい髪に整えることを謳っています。

## 8/21 アベンヌ、ボディクリーム発売

アベンヌは、乳液状の全身用保湿クリーム「トリクセラNTフルイドクリーム」を発売します。同商品は、角層のすみずみまでたっぷり潤いを与えることで『潤いバリア』を整え、乾燥や外部刺激から肌を守ることを謳っています。アベンヌ温泉水とアベンヌ皮膚科学研究所開発成分「セレクトオーズ(保護成分:ペンチルラムノシド)」を配合することで潤いを48時間キープ。生後1ヶ月以上の赤ちゃんから大人まで家族全員で使えることを訴求しています。

# 今月の気になるプロモーション

最近のプロモーションで気になったものについて、いくつかピックアップしてご紹介しています。(富)

## 花王、「リーゼ」「ケープ」でキャンペーン

花王は、ヘアスタイリングブランド「リーゼ」と「ケープ」で7～9月まで『夏だ！浴衣だ！まとめ髪！祭り女子2018』を実施。キャンペーンサイトでは、岩手の“さんさ踊りヘア”や、福岡県もの“明太子ヘア”など、全国各地のお祭りや名産品にちなんだ『ご当地ヘアアレンジ』を公開し、各ヘアアレンジの作り方も紹介しています。

## 資生堂「ベネフィーク」、『おつかれリセットフライデー』との体験イベント開催

資生堂の「ベネフィーク」は、東京・大阪・名古屋で6月～7月の金曜日に開催されている体験イベント『おつかれリセットフライデー』に賛同しています。同イベントでは発売前の「リペアジニアス」のサンプルと『おつかれリセットフライデー』賛同企業による“金曜リセット”アイテムが入ったカプセルが出てくる、巨大ガチャマシーンが登場。また特設ブースでは、同ブランドのアイテムを体験することができます。

## アルビオン、『YouCamメイク』を期間限定で提供

アルビオンは、バーチャルメイクアプリ『YouCamメイク』のブラウザ向けプラグインサービス『ウェブページ コンサルテーションモード』を、ファンデーションキャンペーンサイトにて、期間限定で提供します。同サイトでは、インカメラに映した自分の顔で対象商品のメイクシミュレーション“盛り肌”・“レア肌”・“ふわ肌”を体験できます。体験後は、ファンデーションのサンプルクーポンをプレゼントしています。

## ユニリーバ、「ラックス プレミアム ボタニフィック」ナイトプールを開催

ユニリーバは、『ラックス プレミアム ボタニフィック ボタニカル ナイトプール』を期間限定で開催しています。このナイトプールは、同ブランドのコンセプト植物が装飾されているほか、トリプルボタニカルアロマを採用しています。また同時に、商品を試せるほか、同ブランドが提案する夏のトレンドヘアに変身するヘアアレンジや、ノンアルコールカクテルも提供しています。

## TPCメンバーのNatural Beautyへの道

### せっかくなので W で抗いましょう！

老化が進行する要因も様々ありますが、酸化と糖化はその代表的なものと言えるでしょう。だからといって酸素を排除し一切の食事をしない、なんてことをすれば生きていくことさえ不可能なわけで。ストレスを溜めないことや、紫外線・可視光線・近赤外線のカット、食生活の改善などでリスクを減らしていくのが理想ですね。食事の際に取り入れたいものとして、抗酸化物質にはポリフェノールやビタミン類、カロテノイドなどが、抗糖化素材ではアルギニンやα-リポ酸などがあります。

さて、今回スポットを当てたいのは抗酸化・抗糖化の両方に

作用するという特徴を持つアーモンドミルクです。ミルクと言えば牛乳ですが、ソイミルクに次ぐ『第3のミルク』としてライスミルク、そしてアーモンドミルクがあります。ミルクと名は付けど乳成分は含まないため、日本人の8割近くがそうであるとされる乳糖不耐症の方でも問題なく飲めるというものです。ただ、ライスミルクに関しては原料が炭水化物の王様とも呼ばれる米（精米したものでなくGI値の低い玄米を使用していることが多いとはいいますが）ですので、糖化を考慮した場合には摂り方に気を付けるのが賢明かもしれません。

そこで注目したいのがアーモ

ンドミルクで、以前から海外セレブの間で人気でしたが日本でも浸透してきました。豊富に含まれるビタミンEは脂溶性抗酸化物質で細胞膜のリン脂質となじみやすく身代わりとなって酸化されることで細胞を守ってくれます。さらにアルギニンがたんぱく質の代わりに糖と結びつき、結果として糖化を防いでくれる効果も。他にもオレイン酸や食物繊維、ミネラルなど美容に良いとされるものが多く含まれています。そのうえローカロリー・低糖質・ノンカロリーと3拍子そろっているのです。とは言え、飲みすぎはビタミンEの過剰摂取などになりかねませんし1日コップ1杯程度でいい



のではないのでしょうか。

せっかく美容や健康を意識して摂るのなら、余分なものが入っていない安全さにもこだわりたいところ。スペインのヌートリオブス社が製造しているEcomil 有機アーモンドミルク（無糖）は有機アーモンド、有機タピオカスターチ、アーモンド香料（化学香料でない）とシンプルな原材料で味や香りにもこだわった逸品です！

(西)

# 今月の気になるヒット商品

最近の化粧品市場でヒットしている商品を、ひとつご紹介しています。(菊)

## 「ビオレ/メンズビオレ 薬用デオドラントZ」シリーズ (花王)

今回ご紹介する商品は、「ビオレ/メンズビオレ 薬用デオドラントZ」シリーズ (花王) です。同シリーズは2017年2月に発売し、「ビオレ」「メンズビオレ」それぞれでエッセンスタイプとロールオンタイプを展開しています。特徴としては、“汗殺菌スタミナ技術”を採用し、たくさん汗をかいてもニオイ菌への殺菌作用が続いて長時間ニオイを予防することができます。また、独自開発した“汗瞬間ドライパウダー”により、汗腺から出てくる汗を吸収して素早く蒸発させるほか、ベタつがずにさらさら素肌が続きます。

同シリーズがヒットした理由は、①塗布後すぐにさらさらになること、②足や耳の後ろなどのニオイも予防できること。このうち①については、すぐに服が着られることが好評となっています。②については、エッセンスタイプは伸びがよいデ

クスチャーであることから、足の指の間や耳の後ろ、首なども塗布でき、気になる部分のニオイも予防できることが人気を獲得しています。

また「メンズビオレ」では、わき毛に絡まらずに肌に直接届くようになっているほか、ロールオンタイプは男性の体に合わせて大きめのボールとなっているのが好評を博しています。

2018年2月には、「ビオレ」「メンズビオレ」それぞれでスプレータイプも追加。発売後1年となる同月には、全ラインアップをあわせて「ビオレ」で395万個、「メンズビオレ」で239万個の累計合計630万個以上を出荷しました。同シリーズは、今後も伸長する見込みです。

# 今月の気になるデータ

自社・他社を問わず、最近の気になるデータやマーケティングに使えるようなデータをご紹介します。(菊)

## 前年比10pt以上増

今回の数字は、リクルートライフスタイルの美容に関する調査研究機関『ホットペッパービューティーアカデミー』が2018年6月に発表した、『美容センサス2018年上期 美容室・理容室の利用に関する実態調査』のうちのデータの1つです。

同調査では、15～69歳の男女13,000人を対象に過去1年間の美容室・理容室の利用に関する実態調査を実施。美容室の利用率をみると、女性全体、男性全体ではともに前年比横ばいでしたが、年代別では15～19歳女性で同比5.6pt増、30代男性で3.8pt増、60代男性で3.6pt増でした。

各メニューの利用率をみると、女性は全体では「カラー」は2年連続、「トリートメント」「ヘアセット」は4年連続で同比増、年代別の15～19歳では「ヘアセット」が同比5.1pt増でした。また、男性は全体では「ヘッドスパ・クリームバス」が同比2.1pt増、年代別の15～19歳では「パーマ」「ヘッドスパ・クリームバス」が今回の気になるデータの同比『10pt以上増』でした。

これらの結果から、15～19歳女性は美容室の利用率が増加し、特に「ヘアセット」メニューの利用が増えていることがわかります。また同世代男性は、美容室の利用率は前年と比較してほぼ変わりませんが「パーマ」「ヘッドスパ・クリームバス」の利用は増えています。

このうち同世代男性の理由について考えてみると、近年は若年層男性の美容意識が高まっていることが挙げられます。同世代の男女は、美容室での「カット」「カラー」「パーマ」といった定番メニューだけでなく、「ヘアセット」「ヘッドスパ・クリームバス」などにも興味を示していることから、メニューの多様化が今後の同世代の獲得につながるのではないのでしょうか。



# 今月の「まとめてみました」

化粧品のアイテムやプロモーション・企業動向などを、さまざまな切り口でまとめてご紹介しています。（松）

## ドライシャンプー

今回は「ドライシャンプー」についてまとめてみました。

「ドライシャンプー」とは、水やお湯を使わず、洗い流す必要のないシャンプーを指します。使い方としては、髪と頭皮にまんべんなく塗布し、タオル等で拭き取ります。これだけで、エタノールなどによる消臭・殺菌効果のほか、アルコールやメントなどにより清涼感の得られるものもあります。剤型としてはジェルやスプレー、粉末タイプなどが一般的です。

同商材は従来、入院や介護状態のある人の洗髪の際に使用されることが多く、業務向けという印象が強かったですが、2000年代以降の相次ぐ大規模な自然災害を背景に、資生堂などが「ドライシャンプー」を支援物資として提供し始め、マスメディアや一般の人からも注目を浴びるようになりました。

また近年は、髪や頭皮を傷めることなく汗や皮脂を手軽に取り除き、リフレッシュしたいというニーズから、コーセーの「スティーブンノル」のように一般の女性をターゲットにし

たおしゃれなアイテムも登場しています。つまり、ドライシャンプーの使用目的が「健康」から「美容」へと広がりをみせています。

さらには、今月の新商品コーナーでも紹介したように、資生堂が「ツバキ」よりドライシャンプーを発売します。そのコンセプトは「部屋シャン」（お風呂からシャンプーを持ち出すという新習慣）。同商品はこれまでの美容意識の高い人をターゲットにしたアイテムとは一線を画し、「ズボラ」「サボリ」「頑張りすぎない」という現代女性のニーズを踏まえたものといえるかもしれません。

ちなみに、8月1日現在『@cosme』では「ドライシャンプー」が41件ヒットします。先日の大阪北部を震源地とする大地震の発生時には、前日の1.6倍の人たちがこれらの商品情報を見ていたそうです。自身や家族の備えとして、あるいは被災地へ届けることを目的として見ていたのかもしれない。

### <主なドライシャンプー>

企業・商品名	価格	剤型	コンセプト・特徴
資生堂 「TSUBAKI お部屋でシャンプー」	オープン	ジェル	「お風呂は面倒」と考える一方で、「お風呂やシャワー時間以外で、髪を洗いたい、スッキリさせたい」という、女性の複雑な洗髪意識に着目して開発。
コーセー 「スティーブンノル ドライ シャンプー」	1,200 円	スプレー	植物パウダーが、ベタつきやヘアスタイルのくずれのもととなる 余分な皮脂を吸着。地肌をリフレッシュしながら、ナチュラルな抜け感のあるスタイルに。
コーセーコスメニエンス 「Nature & Co ボタニカルドライ シャンプー」	1,200 円	スプレー	シャワーを浴びられない時、汗をかいた時、寝起き時などのリフレッシュ。また夕方や帽子を脱いだあとに使用することで、ふんわりとしたナチュラルヘアを実現。
コーセーコスポート 「フレッシュケア ドライシャンプーシート」	オープン	シート	髪と頭皮のベタつき汚れ・ニオイ・ムレをすっきり 落とす、ふきとり化粧水をしみこませたシート。目のあらいブラシ等につけて使うこともできる。
BCL カンパニー 「サボリーノ 髪を洗いまスプレー」	1,200 円	スプレー	シャンプー後のようなサラサラ感とボリューム感を与える水不要のドライシャンプー。まとまりやすい髪に整え、気になる頭皮のにおいにも。（限定発売）
刈ヤ 「リフレッシュ ドライシャンプー」	オープン	スプレー	ベタつく頭皮や髪を瞬時にサラサラにするドライシャンプー。サラサラ成分が皮脂や汚れを吸着し、頭皮を清潔に保つことができる。
フードコスメ 「モーニング ティ ドライ シャンプー ペパーミント」	1,800 円	スプレー	ペパーミントエキスを含む 14 種のハーブや植物エキスを配合した、クールな使用感のドライシャンプー。

# 新刊資料のご案内

新刊のレポートをご案内しています。ご試読・ご購入のご要望などございましたら、お気軽にお問い合わせください。



## 2018年 オーガニック・ナチュラルコスメの市場分析調査 ポタニカルの確立で競争激化、今後は“認証”が市場攻略の鍵となるか？

発刊日：2018年7月26日 / 頒価：97,000円（税抜）

2016年度のオーガニック・ナチュラルコスメ市場は、前年度比8.6%増の2,084億円と、10年間で最も高い伸長率となった。要因としては、植物の力を引き出すことを謳ったポタニカル系ブランドが、オーガニック系・ナチュラル系と並ぶ1つのカテゴリーとして確立したことが挙げられる。当資料では、オーガニック・ナチュラルコスメ市場をブランド別・商品分野別・チャンネル別に調査するとともに、各社のオーガニック・ナチュラルコスメの現況と今後の方向性についてレポートしている。

### 市場編

1. 調査範囲
  - 1) オーガニック・ナチュラルコスメの定義
  - 2) 調査対象商品
  - 3) 調査対象企業
2. 消費者の意識
  - 1) オーガニック・ナチュラルコスメの使用状況
  - 2) 使用アイテム
  - 3) イメージ
3. 主要企業の概況
  - 1) 市場経緯と参入背景
  - 2) 主要企業の開発経緯
  - 3) オーガニック認証基準
4. オーガニック・ナチュラルコスメの市場分析
  - 1) 市場規模
  - 2) 企業別シェア
  - 3) ブランド別シェア
  - 4) チャンネル別市場規模
  - 5) 分野別市場規模
  - 6) カテゴリー別市場規模
  - 7) 種類別市場規模
5. オーガニック・ナチュラルコスメのブランド分析
  - 1) ブランドポジション
  - 2) 主要ブランドのコンセプト
  - 3) 主要ブランドの概要
  - 4) 主要ブランドの新製品発売状況
6. オーガニック・ナチュラルコスメの品目分析
  - 1) 主要企業の商品展開状況
  - 2) 主要企業の分野別展開状況
  - 3) 主要企業の種類別展開状況
  - 4) 主要企業の価格帯別展開状況
7. オーガニック・ナチュラルコスメの販売方法分析
8. 今後の展開
  - 1) オーガニック・ナチュラルコスメの今後の市場性
  - 2) 主要企業の今後の方向性

### 個別企業編

- ◆ロクシタンジャポン株式会社
- ◆イオンフォレスト株式会社
- ◆ELGC株式会社
- ◆株式会社ジョンマスターオーガニックグループ
- ◆株式会社サボンジャパン
- ◆日本ロレアル株式会社
- ◆株式会社マークスアンドウェブ
- ◆株式会社ニールズヤード レメディーズ
- ◆株式会社ヴェレダ・ジャパン
- ◆ジュリーク・ジャパン株式会社
- ◆株式会社イデアインターナショナル
- ◆インターナショナルコスメティックス株式会社
- ◆ブルーベル・ジャパン株式会社
- ◆ジャパン・オーガニック株式会社
- ◆株式会社ハウス オブ ローゼ
- ◆株式会社ラッシュュジャパン
- ◆株式会社生活の木
- ◆コーセーコスメニエンス株式会社
- ◆株式会社ミトク
- ◆イソップ・ジャパン株式会社
- ◆メルヴィータジャポン株式会社
- ◆株式会社アクロ
- ◆その他企業  
株式会社ロゴナジャパン、メゾンレクシア株式会社、ラリンジャパン株式会社、えそらフォレスト株式会社、株式会社ウカ、シゲタ株式会社、株式会社アムリターラ、株式会社ネイチャーズウェイ

### 調査項目

- |           |              |          |
|-----------|--------------|----------|
| 1. ブランド概要 | 5. 販売高       | 6. 販売方法  |
| 2. 開発経緯   | 1) ブランド別販売高  | 7. 今後の展開 |
| 3. 品目分析   | 2) 分野別販売高    |          |
| 4. ブランド分析 | 3) チャンネル別販売高 |          |

TPC ビブリオテック



<http://www.tpc-osaka.com/>

0120-30-6531

9:00-17:00(土日祝除く)

# TPC社員のお気に入りアイテム

弊社社員が実際に最近購入した化粧品のなかから、お気に入りをひとつご紹介します。

## イヴ サンローラン・ボーテ ヴォリュプテリップシャイン 38 (日本ロレアル)



井川瑞希 (23)

所属: 医薬品チーム

### 購入したきっかけ

好きなモデル・中村里砂が、好きなアイテムとしてこのリップを雑誌で紹介していた。

38番は限定色で、色味が濃すぎず、薄づきだったので購入した。

### お気に入りのポイント

香りがいい (マンゴーの香り)、“軽く薄く”・“重ねて濃く”と色の調節がしやすい、唇の皮がむけない。

### 次に気になっているアイテム

「クラランス コンフォートリップオイル04キャンディ」

(薄づきリップ、皮がむけにくい、色味がかわいい、みんないいと言っている)

### コスメの購入基準☆

- ・Twitterで #失敗コスメ、#成功コスメ、#ブルベ夏で調べる
- ・美容アカウント (有名すぎない中堅どころ) を見る (→信ぴょう性が高いため)
- ・デパコスに近いプチプラアイテムをまず使用、よくなかったらデパコスを購入 (→デパコスいいけど簡単に挑戦できないため)
- ・好きなアイドル、女優の使用しているコスメは、イメージで展開していそうなブランドにあたりをつけて、近いものを探す。



# TPCレポートのご案内

今後の発刊予定をご案内します。気になる資料がございましたらお気軽にお問い合わせください！

※発刊日は、予告なく変更される場合がございます。予めご了承ください。

## 2018年 頭髪化粧品の市場分析調査

発刊予定：2018年8月  
予約販売価格：97,000円 (税抜)

## 2018年 化粧品素材の市場分析調査

発刊予定：2018年9月  
予約販売価格：97,000円 (税抜)

## 2018年 敏感肌コスメの市場分析調査

発刊予定：2018年9月  
予約販売価格：97,000円 (税抜)

## 2018年 アンチエイジング化粧品の市場分析調査

発刊予定：2018年9月  
予約販売価格：97,000円 (税抜)

8

発行元

TPCマーケティングリサーチ株式会社  
〒550-0013  
大阪府大阪市西区新町2-4-2 なにわ筋SIAビル8F

TEL 06-6538-5358  
FAX 06-6538-6531  
HP <http://tpc-cop.co.jp/>

オンラインショップ

TPCビブリオテック



<http://www.tpc-osaka.com/>