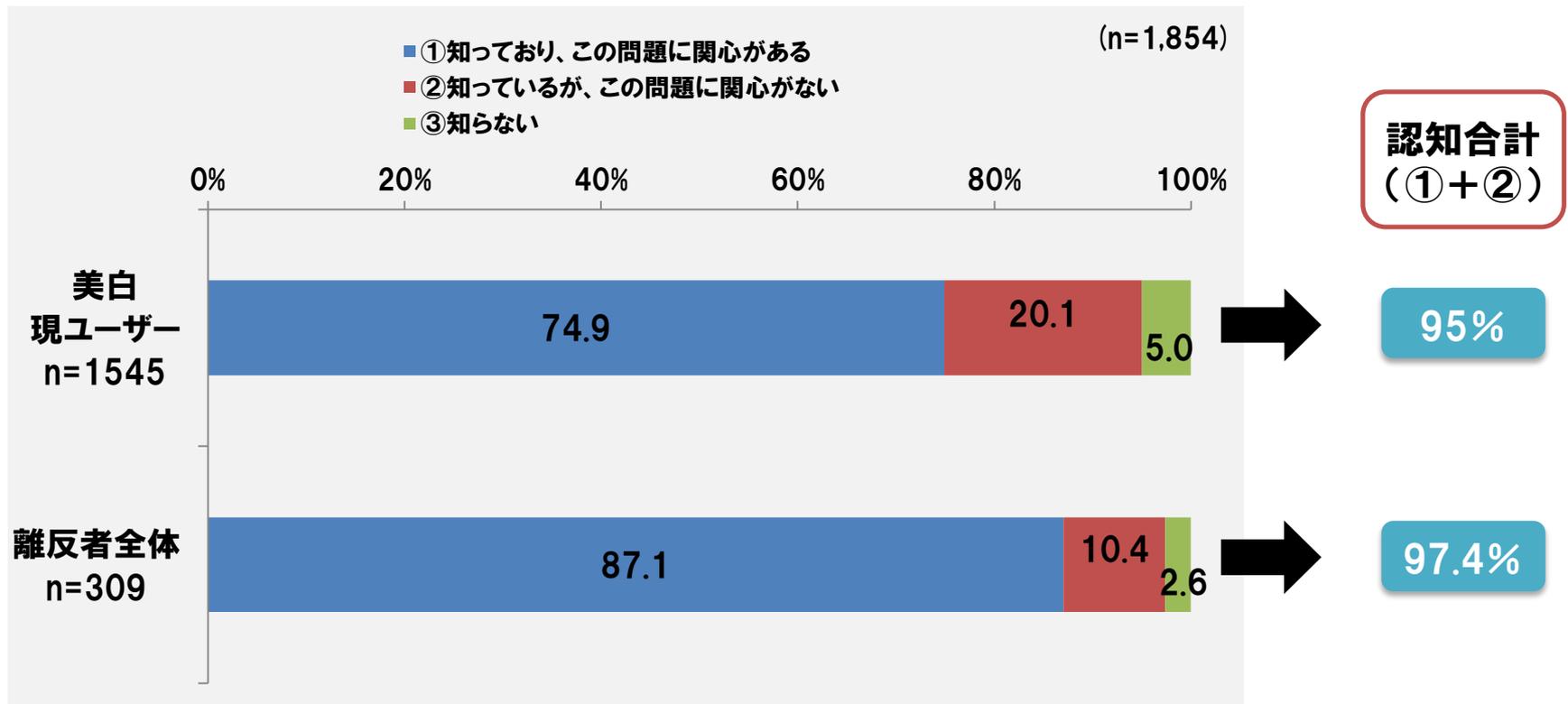


# 美白化粧品の最新市場動向

美白化粧品の最新市場動向

昨年夏の美白化粧品回収騒動は9割以上が認知している。  
美白化粧品現ユーザーの74.9%が関心を示しており、  
消費者全体に認知が広がった特に注目された事象であったと言える。

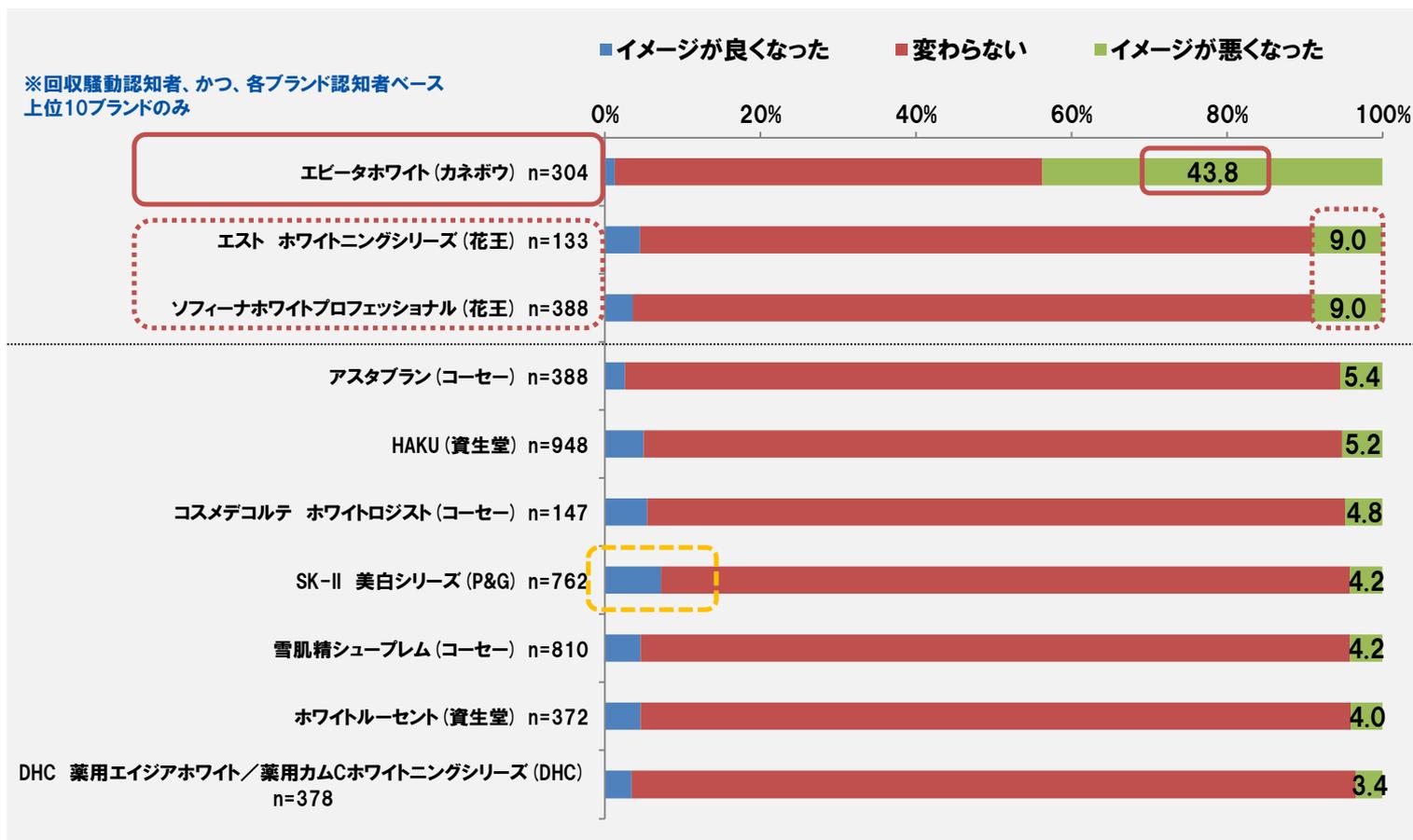
Q12 あなたは、昨年の夏に美白化粧品の回収騒動があったことをご存知ですか。



<離反者> 以前美白化粧品自購入・自使用だが、ここ1年以内に季節要因以外で使用中止者  
※実査時期を考慮し、季節要因での中止(中断)者は“離反者”に含めず。

回収騒動の影響を受けてイメージが悪くなった企業は「カネボウ」のみ。  
他社ブランドに与えた影響は概ね少ないといえる。  
ただし、グループ企業(花王)ブランドにも若干の影響が見受けられる。

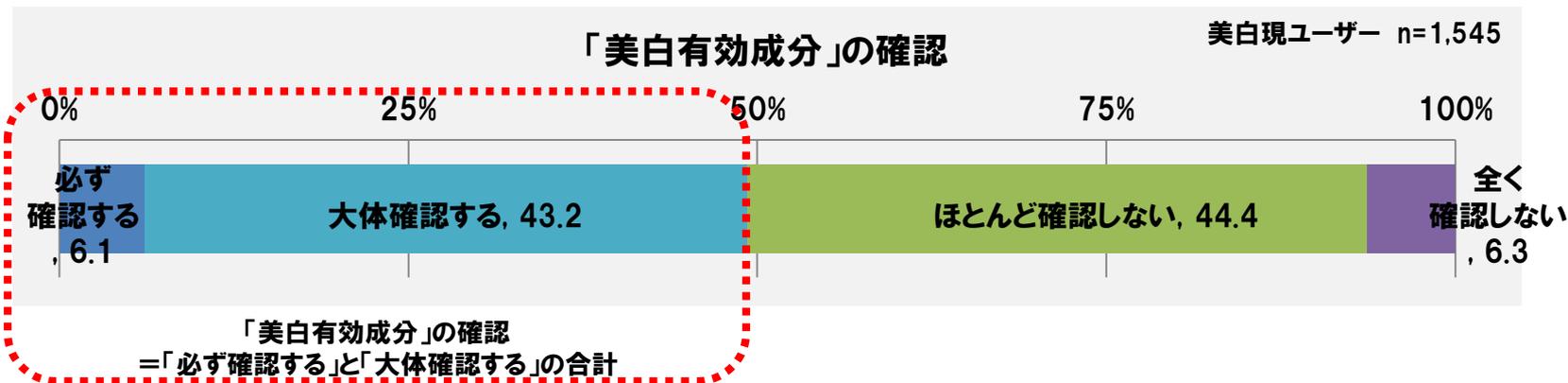
Q17 美白化粧品の回収騒動後に、以下のブランドのイメージに変化はありましたか。



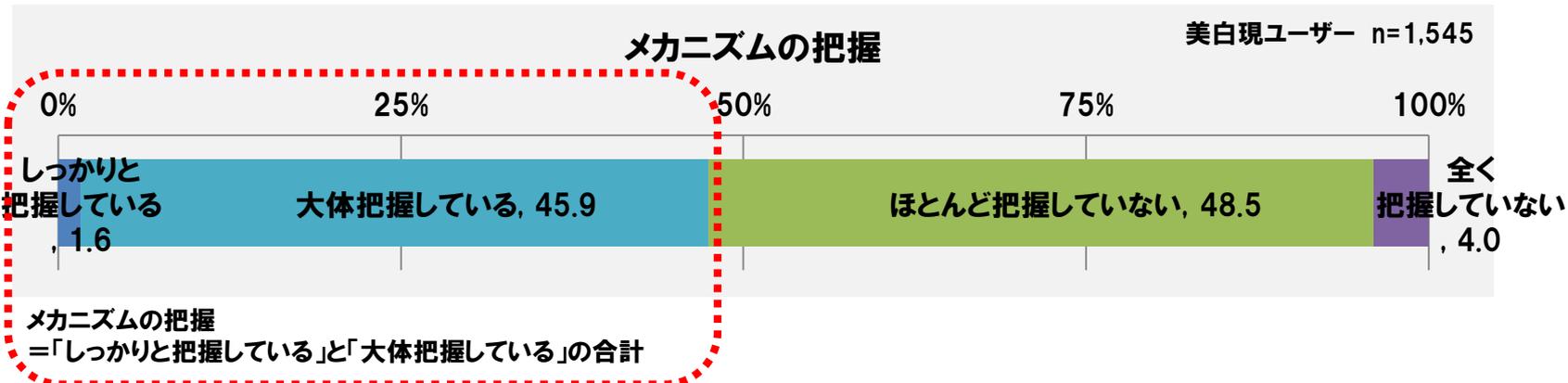
# 美白現ユーザーの成分確認とメカニズム把握

美白現ユーザーにおいて、商品選択時に「配合されている美白有効成分」を確認するのは約半数の49.3%。メカニズムを把握しているのは47.5%となっており、「美白有効成分の確認」「メカニズムの把握」ともに半数程度である。

Q9 美白化粧品を選ぶ際に、配合されている「美白有効成分」を確認しますか。



Q7 あなたは、美白化粧品の効くメカニズムをどの程度把握(理解)していますか。



# (参考)認知者上位12ブランドのブランドイメージ

認知度上位12ブランドのイメージは以下のようにグループ分けできる(各ブランドイメージ1位~5位をピックアップ)

| グループ          | ブランド名                        | イメージ1位項目       | 2位項目           | 3位項目       | 4位項目             | 5位項目                                     |
|---------------|------------------------------|----------------|----------------|------------|------------------|--|
| 手軽で身近<br>(安価) | CHIFURE                      | 手軽             | 身近な            | 安心して使える    | 安っぽい             | 有名                                       |
|               | ORBIS                        | 手軽             | 身近な            | 安心して使える    | 有名               | 価格に見合う価値がある                              |
|               | DHC                          | 手軽             | 身近な            | 有名         | 安心して使える          | 研究開発がしっかりされている                           |
| 安心            | FANCL                        | 安心して使える        | 有名             | 身近な        | 研究開発がしっかりされている   | 手軽                                       |
| 身近            | SOFINA<br>White Professional | 有名             | 身近な            | 安心して使える    | 手軽               | 研究開発がしっかりされている                           |
|               | 雪肌精 SUPREME                  | 有名             | 売れている          | 身近な        | 高級感がある           | 効果が高い(高そう)                               |
| 研究開発・効果あり     | ASTALIFT WHITE               | 研究開発がしっかりされている | 最先端技術が使われている   | 有名         | 効果が高い(高そう)       | 高級感がある                                   |
|               | Obagi                        | 有名             | 研究開発がしっかりされている | 効果が高い(高そう) | 高級感がある           | よい美白有効成分が配合されている                         |
|               | Dr.Ci:Labo                   | 有名             | 研究開発がしっかりされている | 効果が高い(高そう) | 安心して使える          | 手軽                                       |
| 高級かつ効果あり      | SK-II                        | 高級感がある         | 有名             | 効果が高い(高そう) | 憧れの              | よい美白有効成分が配合されている                         |
|               | HAKU                         | 有名             | 高級感がある         | 効果が高い(高そう) | よい美白有効成分が配合されている | 売れている                                    |
|               | ASTABLANC                    | 有名             | 高級感がある         | 効果が高い(高そう) | 研究開発がしっかりされている   | よい美白有効成分が配合されている<br>最先端技術が使われている<br>同率5位 |

# その他のメーカーが開発した美白有効成分と配合商品例

その他の美白有効成分と開発したメーカーの例は以下のとおり。国内大手化粧品メーカーによる開発が多いが、異業種参入コスメの製薬メーカーや外資メーカーも独自開発を行っている。

## メラニン生成抑制

### カモミラET

情報伝達物質の抑制



花王  
グレイソフィーナ  
美白化粧品

### ルシノール

チロシナーゼ  
活性抑制・合成抑制



ポーラ  
ホワイトショットCX

### TXC

情報伝達物質の抑制



シャネル  
ルブラン セラム TX

### コウジ酸

チロシナーゼ  
活性抑制・合成抑制



三省製薬  
DERMED  
ホワイトニングクリーム

### マグノリゲナン

チロシナーゼ  
活性抑制・合成抑制



リサーチボーテ  
スキンメインテナイザー

### リノレックス

チロシナーゼ  
活性抑制・合成抑制



サンスターエクイタンス  
ホワイトロジーローション

### ロドデノール

チロシナーゼ  
活性抑制・合成抑制



リサーチ ホワイト  
スキンメインテナイザー

### エラグ酸

チロシナーゼ  
活性抑制・合成抑制



シュウウエムラ  
ホワイトエフィシエント  
エッセンス

## メラニン除去

### D-メラノTM (ニコチン酸アミドW)

メラニン  
移送抑制



マックスファクター  
SKII ホワイトニン  
グスポッツ

### エナジーシグナルAMP

メラニン排出促進・  
滞留抑制



大塚製薬  
インナーシグナル  
リジュブネイトロー  
ション

※エラグ酸はライオンで開発された美白有効成分であるが、他化粧品メーカーでも使用されている。

# チャンネルごとのプライシング

「化粧水」「美容液」「クリーム」の3品のボリュームゾーンはそれぞれ、「50円以下」「100～400円」「100～200円」であった。それぞれのアイテムのボリュームゾーンをチャンネル(百貨店・通販・店舗(※))別に確認すると、以下のように整理できる。

(※)ドラッグ・GMS・直営店

(容量単価 単位:円)

0 ————— 50  100 ——— 200 ——— 300 ——— 400 ——— 500 ———>

## 美容液

美容液アイテムは100～400円のゾーンに多くの商品が位置している。



ボリュームゾーンはチャンネルごとに異なり、3段階となっている。百貨店チャンネルがやや高めのプライシングとなっている。

## クリーム

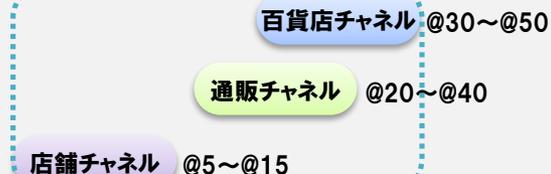
クリームアイテムは100～300円のゾーンに多くの商品が位置している。



「百貨店」と「通販」のボリュームゾーンは同じであり、ボリュームゾーンが異なる「店舗」との2段階になっている。

## 化粧水

化粧水アイテムは50円以下のゾーンに多くの商品が位置している。



ボリュームゾーンはチャンネルごとに異なり、3段階となっている。

# 調査対象4ブランドの美白化粧品と美白有効成分

調査対象4ブランドの美白化粧品は、アイテム形状及び配合されている美白有効成分別に以下のように整理できる。

美白有効成分

アルブチン

ビタミンC誘導体

ビタミンC誘導体

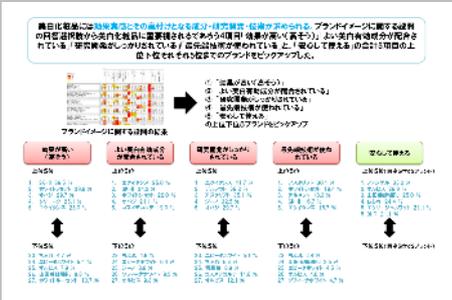
|          | 化粧水   | 美容液  | 乳液  | クリーム  | その他  |
|----------|---|--|---|---|--|
| アルブチン    |  <ul style="list-style-type: none"> <li>■ハダラボ 白潤 薬用美白化粧水</li> <li>■ハダラボ 白潤 薬用美白化粧水(しっとりタイプ)</li> </ul> |  <ul style="list-style-type: none"> <li>■ハダラボ 白潤 薬用美白美容液</li> </ul> |  <ul style="list-style-type: none"> <li>■ハダラボ 白潤 薬用美白乳液</li> </ul>   |  <ul style="list-style-type: none"> <li>■ハダラボ 白潤 薬用美白クリーム</li> </ul>             |  <ul style="list-style-type: none"> <li>■ハダラボ 白潤 薬用美白マスク</li> </ul>       |
| アルブチン    |  <ul style="list-style-type: none"> <li>■なめらか本舗 薬用美白化粧水</li> <li>■なめらか本舗 薬用美白しっとり化粧水</li> </ul>        |  |  <ul style="list-style-type: none"> <li>■なめらか本舗 薬用美白乳液</li> </ul>    |  <ul style="list-style-type: none"> <li>■なめらか本舗 薬用美白クリーム</li> </ul>              |  <ul style="list-style-type: none"> <li>●なめらか本舗 薬用リンクルジェル ホワイト</li> </ul> |
| アルブチン    |   |  |   |  <p>CHIFURE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●ちふれ 美白クリーム AR</li> </ul> |  <ul style="list-style-type: none"> <li>●ハダラボ 極潤 美白パーフェクトジェル</li> </ul>   |
| ビタミンC誘導体 | <p>CHIFURE</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>■ちふれ 美白化粧水 W</li> </ul>                         |  <ul style="list-style-type: none"> <li>■ちふれ 美白美容液 W</li> </ul>     |  <ul style="list-style-type: none"> <li>■ちふれ 美白乳液 W</li> </ul>       |   |  |
| ビタミンC誘導体 |   |  <ul style="list-style-type: none"> <li>●ハダラボ 白滴 美白の一滴</li> </ul> |   |   |  |
| ビタミンC誘導体 | <p>CHIFURE</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>■ちふれ 美白化粧水 VC</li> </ul>                      |  <ul style="list-style-type: none"> <li>■ちふれ 美白美容液 VC</li> </ul>  |  <ul style="list-style-type: none"> <li>■ちふれ 美白乳液 VC</li> </ul>    |   |  |
| ビタミンC誘導体 |  <ul style="list-style-type: none"> <li>■専科 あなたとつくる スキンケア 化粧水</li> </ul>                             |  |  <ul style="list-style-type: none"> <li>■専科 美容液からつくれた乳液</li> </ul> |   |  |

【凡例】  
■ライン  
●単品

# 美白化粧品新ブランド開発のための各種分析

## ③ブランディング

### 商品コンセプト・ ブランドイメージ因子分析

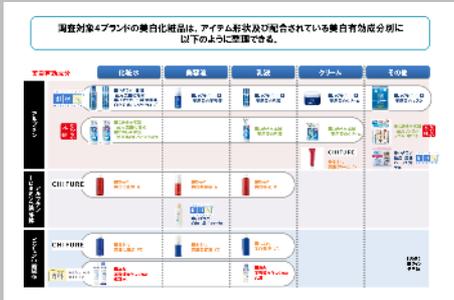


### キャッチコピー & ブランドコンセプト比較分析

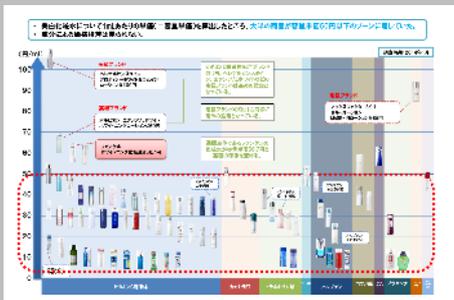


## ②マーケティング

### 販売チャネル別 有効成分別競合分析

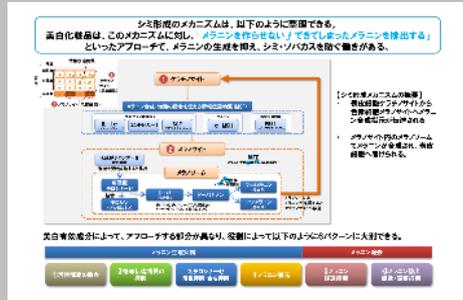


### 美白有効成分別 価格比較分析



## ①処方・成分開発

### 美白アプローチ別 メカニズム分析



### 美白有効成分別 競合ブランド分析



美白化粧品  
新ブランド & 新コンセプト開発

**この度は、資料をご覧いただき誠にありがとうございました。**

**このテーマに関連する情報を詳しくお知りになりたい場合は、  
お問い合わせフォームをご利用ください。**

※詳細な資料データ解説、社内セミナーのご依頼など、ご要望をお寄せください。

**宜しくお願い致します。**

**株式会社ソフィアリンクス**