

急拡大するロシアの化粧品市場

～ロシア人女性がおしゃれに費やすお金は 2010 年に 111 億ドルに～

2006年 7 月 9 日 (日)

B R I C s 経済研究所 代表 門倉 貴史

E-mail: postbrics@yahoo.co.jp

～要 旨～

近年、ロシアの化粧品市場が急拡大している。「Staraya Krepost」などの資料によると、2005年のロシアの化粧品市場は、前年比12.9%増の70億ドルに達した。2000年時点の市場規模は30億ドルであったから、5年間で2.3倍の規模に膨らんだ計算だ。

現在、ロシアの化粧品市場の大きさは、東欧諸国全体の約45%を占める。ロシアの女性の間では、もともと欧米並みにいろいろな化粧品をつける習慣が広く浸透していた。女性の多くは、10代のうちから米国のファッション誌「コスモポリタン」を愛読しており、所得のうち化粧品に費やす割合も10%を超える。そうしたなか、近年では、急速な経済成長や女性の社会進出の増加に伴い女性の所得水準が上昇しており、その結果、潜在的な化粧品需要が顕在化してきたとみられる。

ロシアでは人口が減少傾向で推移しているものの、女性の生活水準の向上や化粧をする女性の低年齢化などに伴い、化粧品市場は今後も急速に拡大していくとみられる。米国やフランスの女性が1年間に化粧品に使う金額は平均して約291ドルであるが、ロシアの女性はまだ約73ドルと4分の1程度にとどまっており、そうした面からもロシアの化粧品市場の拡大余地は大きいといえる。

女性人口の将来予測（国際連合の中位推計）と1人あたり所得水準の予測値（ロジスティック曲線に基づく推計値）をもとに、ロシアの化粧品市場の将来予測を行うと、市場規模は2010年に111億ドル、2015年には159億ドル、そして2020年には208億ドルにまで達するとみられる。

化粧品市場の拡大を受けて、外国の化粧品メーカーは積極的にロシアに進出している。ロシアの女性が購入する化粧品の9割は品質のよい外国産の輸入化粧品だ。ロシアの化粧品市場では、欧米製の商品シェアが圧倒的に高いが、日本の化粧品メーカーもロシア展開を強化しているところだ。日本では資生堂などが代理店販売を通じてロシア市場を開拓している。エヌエヌ・ケミカルも、化粧品やトイレタリー・サプリメントなどのロシア向け輸出を増やしつつある。