

ドイツの自然化粧品市場は 2010 年に 11%増を記録し、7 億 9500 万ユーロとなった売上げは、2011 年は厳しい経済情勢にもかかわらず、1 桁成長が期待され、8 億ユーロの大台を超えるものと専門家は期待している。欧州ではすでに 10 億ユーロを超えている。

自然化粧品市場での多様性も確実に増えてきており、ほとんどすべての流通経路で自然化粧品が見られるようになり、国際的な大手化粧品会社の参入も品数の豊富さと奥行きの高さに貢献している。

自然化粧品の普及率はこの 4 年間で 50%上昇。ドイツでは 8 億ユーロ以上の売上げで、欧州自然化粧品市場で 6.2%のシェアを持ち、トップ。他の欧州諸国では市場全体の 3~4%を超えていない。しかし、世界中の消費者は肌により安全な化粧品を望んでいるため、ドイツから近隣諸国への輸出も増えている。フランスでも自然化粧品はブームとなっており、普及率は 25%となっている。

消費者は信頼性、透明性、持続可能性を求めている。最近のトレンド調査によると、回答者の 72%が、エシカルな基準、つまり、人間らしい労働条件、社会的責任、環境に配慮した生産、あるいはフェアトレードが購入の大きな要因になっていると回答。消費者の信頼は、企業の信頼性、企業哲学、そして製品の歴史によって築かれる。

こうした自然化粧品市場の動向、世界中のメーカーの新製品、コンセプトは、2 月 15 日から 18 日にニュルンベルクで開催される Vivaness で見ることができる。