

化粧品製造業をめぐる状況

2025年12月8日

商務・サービスグループ 生物化学産業課

目次

1. 化粧品製造業の現状

- ① 国内市場 ----- 3
- ② 海外市場 ----- 5
- ③ 規制環境 ----- 7
- ④ 産業構造・特徴 ----- 8

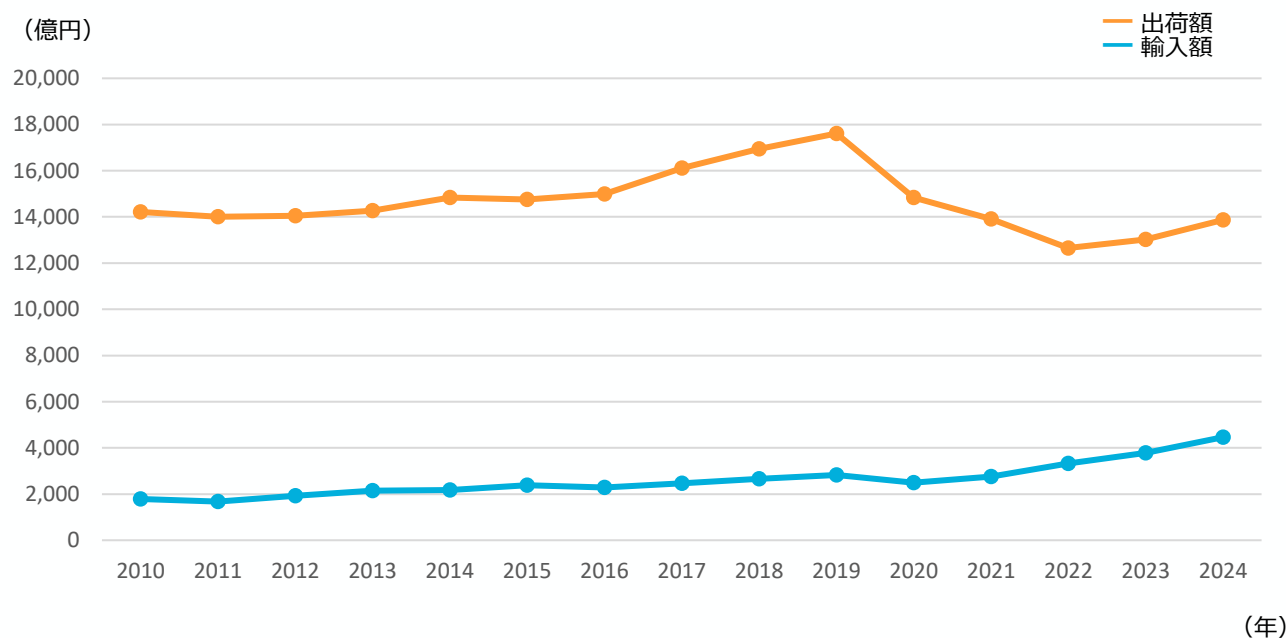
2. 対応状況

- ① 海外におけるプロモーション支援 ----- 9
- ② 中国国内規制への対応 -----10
- ③ OEM企業等の輸出課題の調査 -----11
- ④ 研究開発の推進 -----12

国内市場①

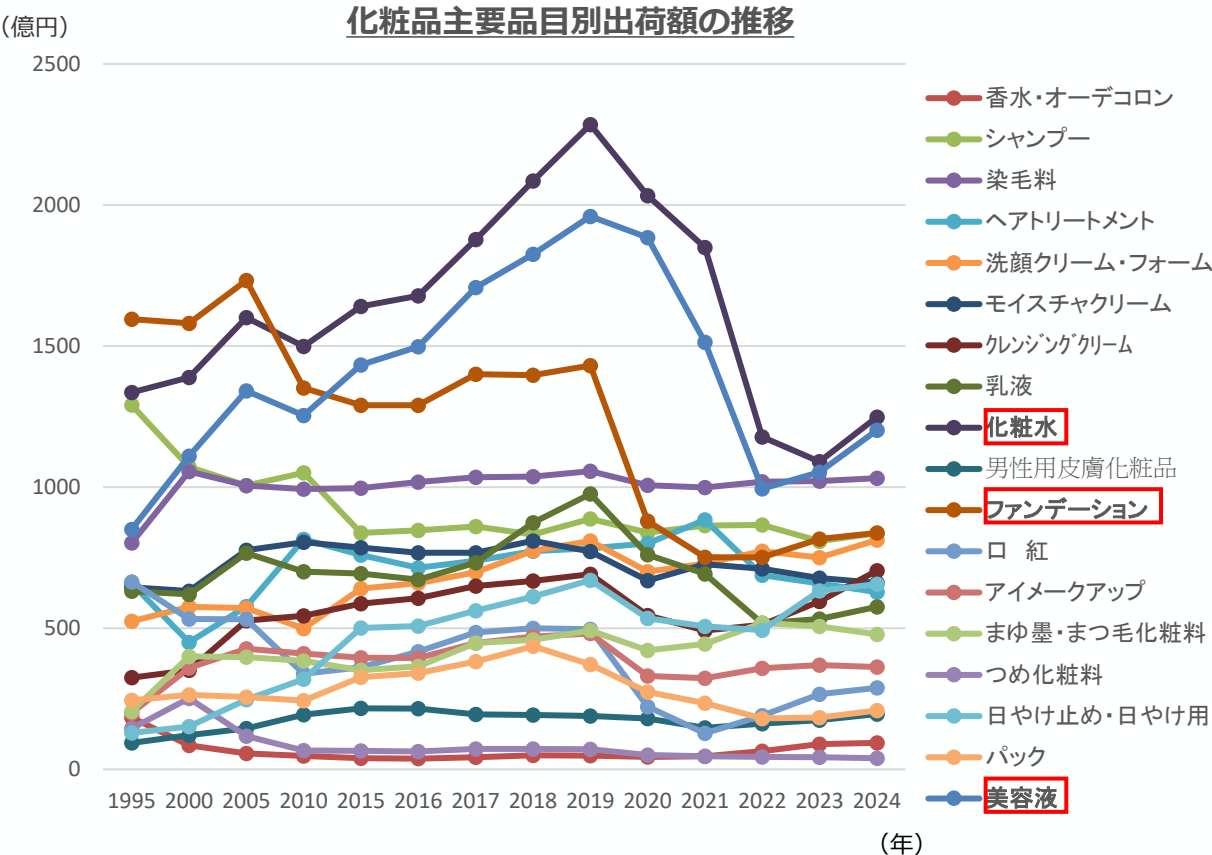
- 2023年における国内化粧品製造業の出荷額は約1.3兆円。インバウンド需要による伸びはコロナ禍を経て消失。直近では回復のきざしも見られるが、依然としてコロナ禍以前の水準には達していない。
- 他方、輸入額は徐々に増加してきており、2023年の輸入額は約0.4兆円。

化粧品出荷額、輸入額の推移

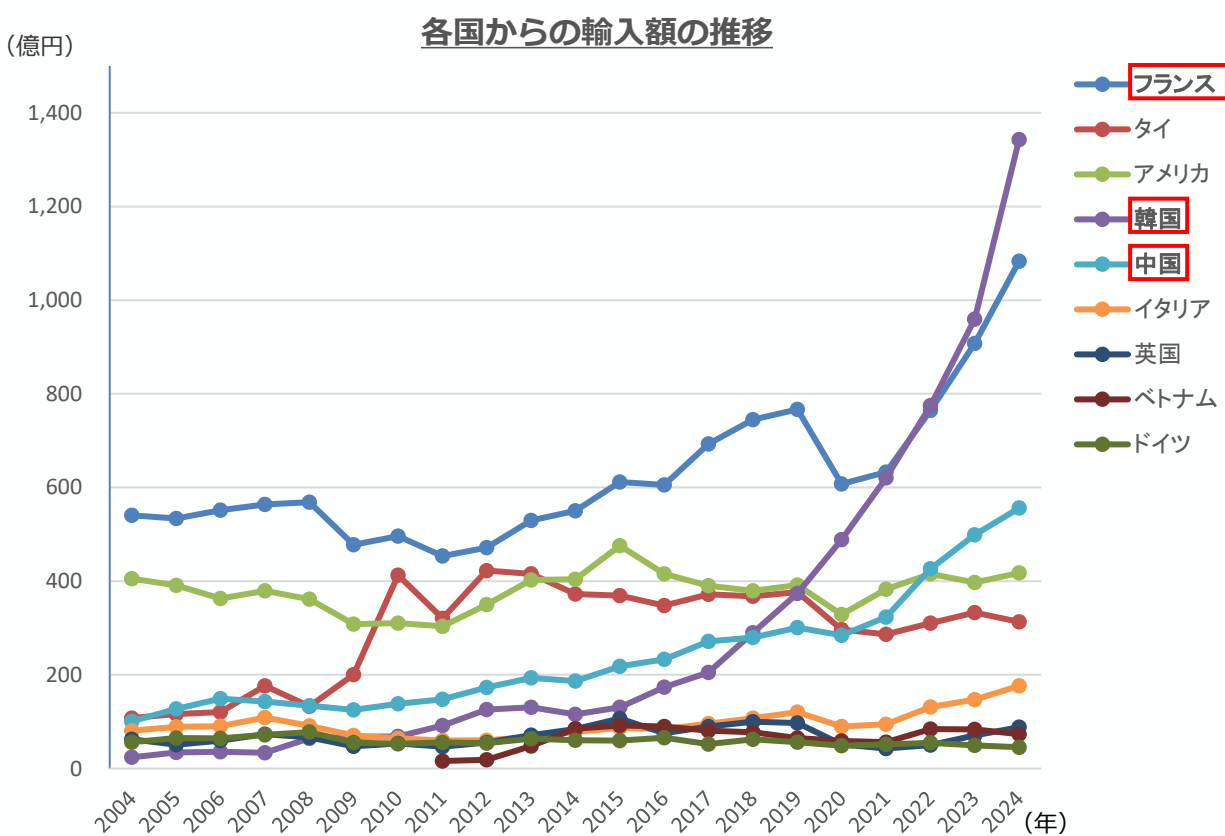


国内市場②

- 出荷額の減少は、品目別に見ると、化粧水、美容液及びファンデーションで顕著となっている。
- 輸入額の推移を国別に見ると、韓国、フランス及び中国からの輸入が大きく増加しており、特に韓国の伸びが著しい。



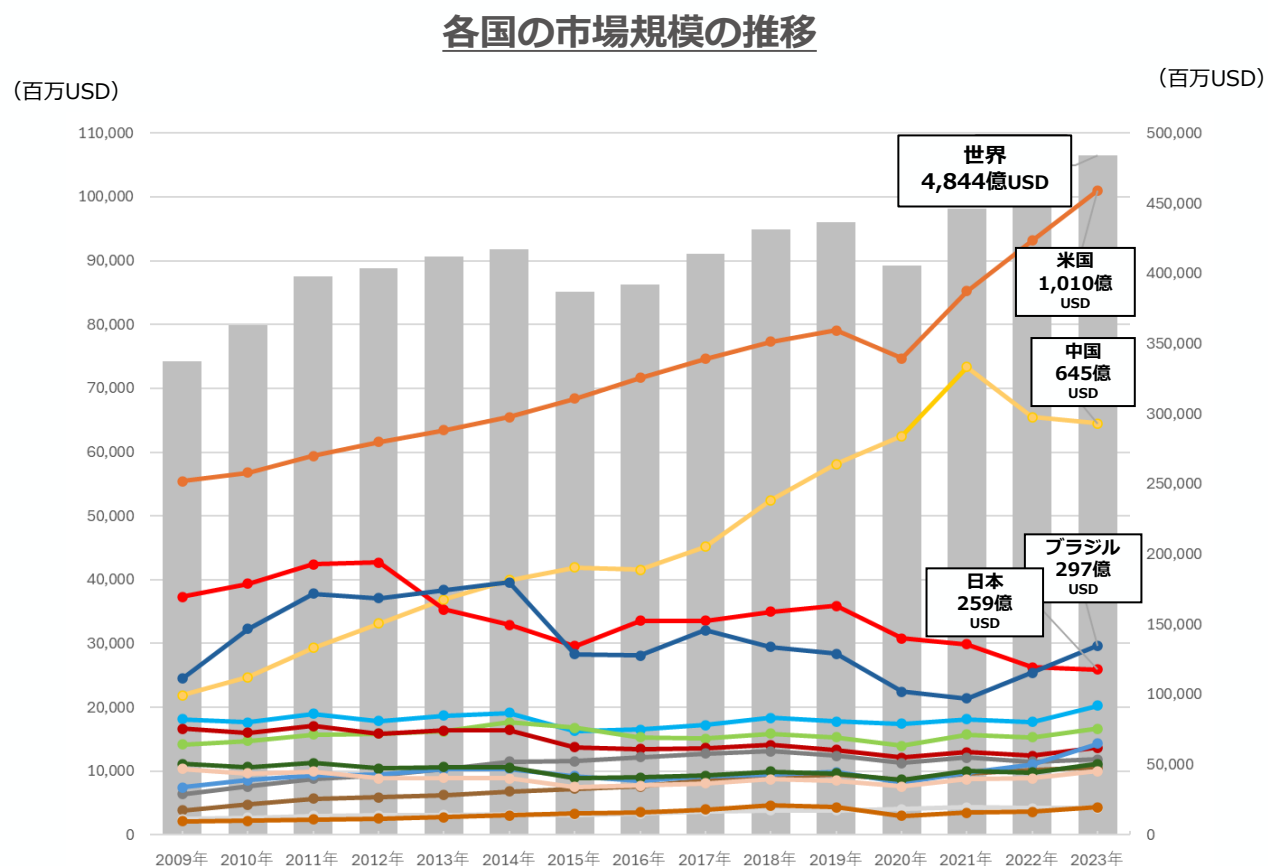
出典：経済産業省生産動態調査



出典：財務省貿易統計

海外市場①

- 世界の化粧品の世界市場規模は70兆円程度であり、**年率4～6%で成長中**。我が国の市場規模は米国、中国、ブラジルについて世界第4位。



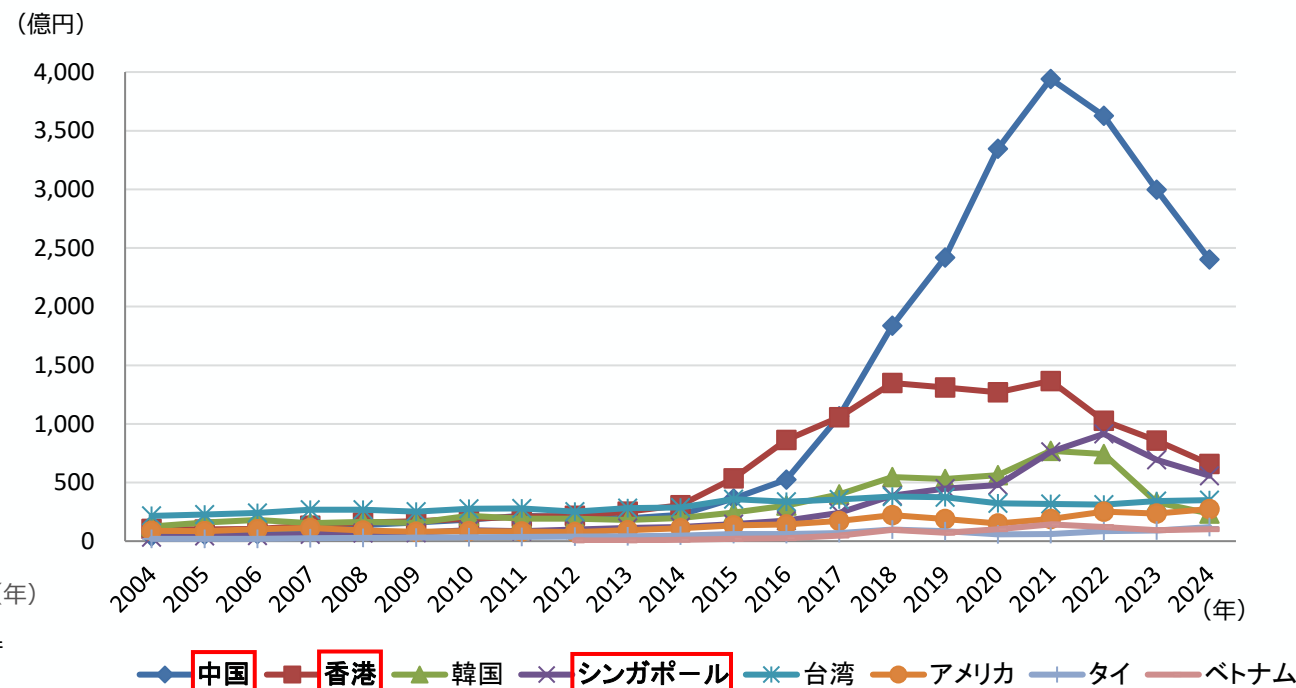
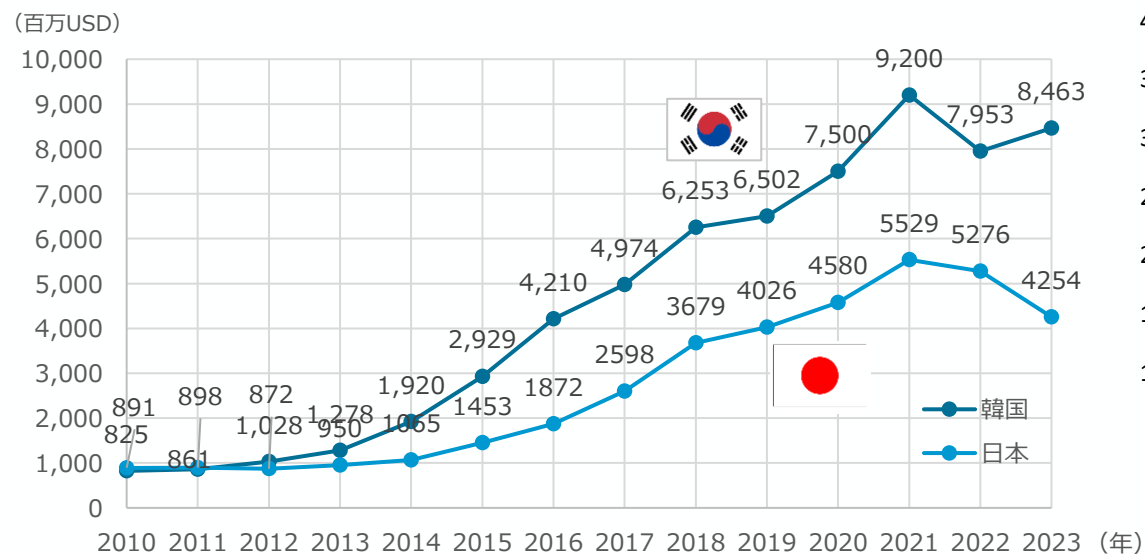
出所：ユーロモニターインターナショナルよりあずさ監査法人作成

海外市場②

輸出先国毎の輸出額の推移

- 我が国からの輸出額は近年増加していたが、**2021年からは減少**に転じている。2010年以後、**韓国の輸出額は日本の倍近い伸び**を示している。
- 我が国からの輸出は、中国、香港、シンガポール市場が主なターゲットとなっている。

日本、韓国における輸出額の推移






規制環境

- 各国共に安全性や有効性を確保するための規制法を有している。我が国では薬機法（厚労省所管）に基づき、成分、広告、表示の規制等を実施。
- 産業界には、我が国の**広告規制**について、諸外国との違いに起因する影響を懸念する声がある。

薬機法による規制の概要

	化粧品
業	製造販売業、製造業が許可制
品目	全成分表示を行う場合は届出制、成分記載を省略する場合は承認制
成分	約80成分の使用を禁止又は配合量を制限
広告	表現できる効能効果を56項目に限定、体験談や数値表現の禁止
表示	直接の容器又は被包に記載すべき事項を規定

各国・地域の規制法の概要

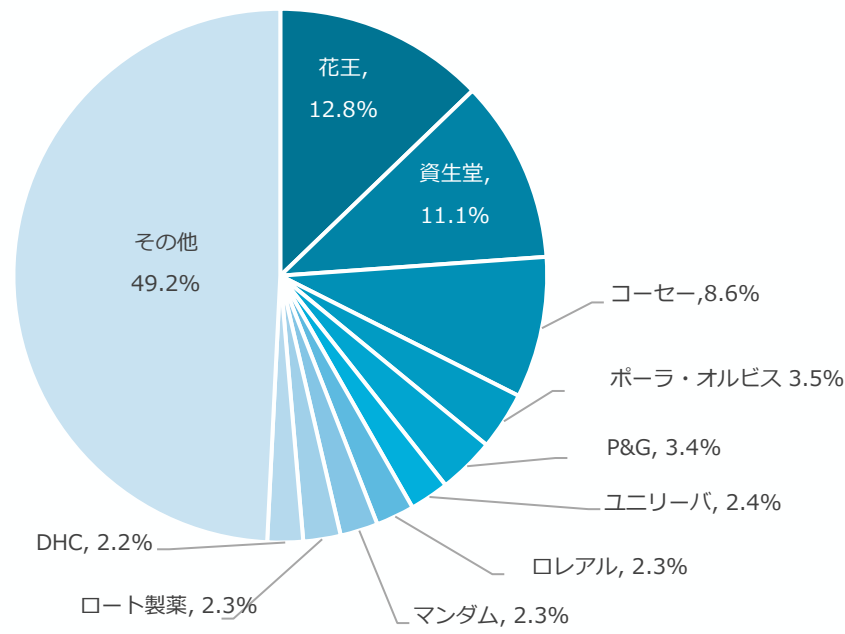
	化粧品に関する規則1223/2009（化粧品規則）。人体又は環境に影響のある約2,000成分を使用禁止又は制限。効能効果はエビデンスがあれば表現可能。製品情報ファイル（PIF）や動物実験を実施していない証明の保管義務。
	化粧品監督管理条例。約1,500成分を使用禁止又は制限。効能効果はエビデンスがあれば表現可能。当局による認証を得た試験機関での安全性試験の実施、新原料情報の登録等。
	化粧品規制現代化法（MoCRA、2022年制定）。製造施設・製品の登録、安全性実証記録の保管、GMP遵守状況の確認等。効能効果はエビデンスがあれば表現可能。

出典：日本貿易振興機構

産業の構造・特徴

- 少数の大企業と多数の中小企業に二極化。プレステージ化粧品の市場シェアは、上位5社で約4割、上位10社で約5割、約3,000社で約5割。
- 化粧品製造業は、コスト構造において他産業よりも売上原価率が低く、**販売促進費やマーケティング費の比率が相対的に高い**。

プレステージ化粧品※市場のメーカーシェア



出所：ユーロモニターインターナショナルよりあずさ監査法人作成
※ プレステージ化粧品：付加価値の高い高価格帯の化粧品

化粧品及び他産業の売上原価率

化粧品メーカーA社	26.7%
日用品メーカーB社	59.2%
自動車メーカーC社	82.2%
化学メーカーD社	67.3%
電機メーカーE社	65.5%

出所：三菱 UFJ モルガン・スタンレー証券株式会社提供資料より
経産省作成

海外におけるプロモーション支援

- 経産省・粧工会の主催により、アジア各国における大使館でのセミナー・レセプションと別会場でのPRイベントを組み合わせ、日本の化粧品の魅力（高機能かつ高品質）を発信（2013年～2021年、延べ32回）。
- アジア最大規模の国際美容展示会「コスモプロフ・アジア」（於：香港）への出展支援をジェトロが実施中（2011年から毎年実施、今年の支援企業数は30社の予定）。



Japan Beauty Week



Japan Beauty Week



Cosmoprof Asia

中国国内規制への対応

- 中国市場における本邦企業の競争環境の改善に向け、中国国内規則を国際ルールに沿った内容に改めるよう、**WTO・TBT委員会**※において2015年以後継続的に要求。動物試験代替法等の利用が認められるなど一定の効果。

【最近の我が国の主な主張】

論点	協定違反であると見なしている行為
化粧品の実験法	日焼け止め等の特殊化粧品の効果に関する試験法について、ISO等により策定され、国際的に認められたものでなく中国独自の試験法の利用を求めていること
製造工場の海外査察	我が国の製造施設に対する査察に関する規定についてTBT通報を行っていないこと、及び当該規定において研究開発部門への査察を行い得ると規定していること
販売証明書の必要性	輸入品の輸入を認めるに際し、生産国等において既に販売されている旨を証明する文書の提出を求めていること
施行までの猶予期間	各種規則の制定や改正に際し、施行までの十分な猶予期間を設定していないこと

※ 貿易の技術的障害に関する協定（TBT協定）に基づく各国の措置や規制が適切に実施されているかの監視等を行うために、世界貿易機関に設置されている委員会の一つ。

OEM企業等の輸出課題の調査

【目的】

海外市場でのプレーヤーの裾野の拡大に向け、**OEM／ODM／原料企業**の海外進出における課題を明らかにする。

【方法】

文献調査及び国内主要企業へのヒアリングによる海外の市場動向、国内企業の競争優位性、海外展開状況、政策二一ズ等の調査及び取りまとめをシンクタンクに依頼（2024年度）。

【結果】

- メイクアップ製品については、**他では製造が困難な特有の技術**（メカニカルペンシル）が評価され、海外大手ブランドの製造を受託している事例がある。**知財保護**が課題。
- スキンケア製品については、中国、韓国等の企業に比べて**提案・開発のスピードが遅い**状況を改善する必要がある。輸送コストを回避するためには**現地生産**がベターだが、現地生産に際しては**製造品質の確保や商習慣の違い**への対応が課題。
- 日本では謳える効果効能が厳密に規制されており、有効成分を開発する**モチベーションが生まれにくい**環境。例えば、「肌のたるみを防ぐ」を日本で謳うことはできないが、中国ではエビデンスがあれば謳うことが可能。
- 海外展開の際には容器や化粧品の**原料に関するデータ**を求められるケースが増加しつつあるが、対応経験のある国内サプライヤーが少ないため**入手できない又は対応に多くの時間を要する**。

研究開発の推進

- 諸外国の規制強化や消費者の環境保全に対する意識の高まりに対応し、グローバル競争力を強化するため、新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）が実施する懸賞金活用型プログラムを活用した化粧品分野の研究開発の推進を準備中（事業費：5億円/3年間）。

