

# 化粧品および化粧品原料の海外展開に関するアンケート結果 (速報)

日本化粧品工業会  
産業政策委員会

2026年2月13日

# Agenda

1. 調査目的・条件
2. 海外展開に関する現状
3. 海外展開における課題、対応方向性

1. 調査目的・条件
2. 海外展開に関する現状
3. 海外展開における課題、対応方向性

# 調査目的・条件

## <調査目的>

2024年11月に実施した輸出に関するアンケートでは、回答数の約3分の2が「輸出を行っている」または「将来的な輸出を検討している」との回答であった。あらためて詳細なアンケートを実施することで、業界内の課題を捉え、今後の施策検討の参考とすることとした。

## <実施概要>

- 調査期間 : 2026年1月13日～1月30日  
調査対象 : 日本化粧品工業会の正会員、ならびに原料部会員の会員企業1,410社のうち、  
窓口担当メールアドレスへの連絡が可能であった1,382社
- 回収結果 : 372社から回答（回収率：26.9%）

# Agenda

1. 調査目的・条件
2. 海外展開に関する現状
3. 海外展開における課題、対応方向性

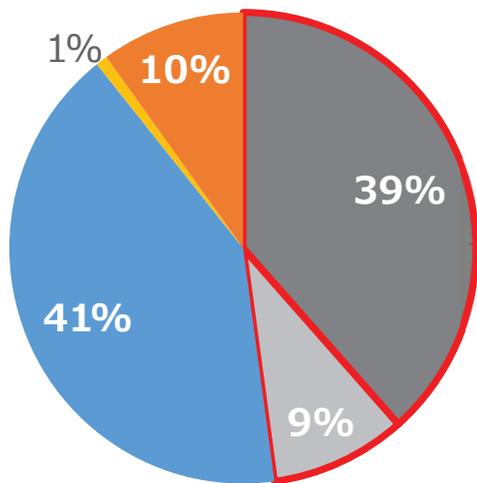
# 海外展開に関する現状

## 海外展開に関する現状

372社中、194社(52.2%)が海外展開している

※N=372：全企業(原料、OEMメーカーなど含む)

- 海外で販売は行っていない
- 過去、海外で販売を行っていたが、現在は行っていない
- 海外で日本で生産した製品(原料)の海外輸出販売(越境EC含む)のみ行っている
- 海外で現地生産した製品(原料)の海外販売のみ行っている
- 海外で日本で生産した製品(原料)の海外輸出販売、現地生産した製品(原料)の海外販売、両方行っている

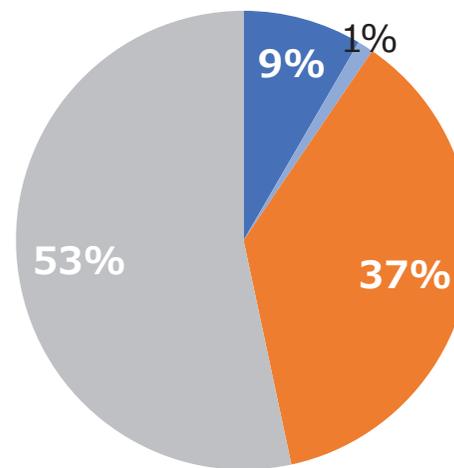


## 海外展開に関する意向

178社中、83社(47%)が海外展開意向がある

※N=178：海外展開していない企業(原料、OEMメーカーなど含む)

- 1-2年以内に海外販売する計画
- 3-5年以内に海外販売をする計画
- 時期未定だが機会があれば、海外での販売をしたい
- 今後しばらく(10年間以上)は海外販売する計画はない



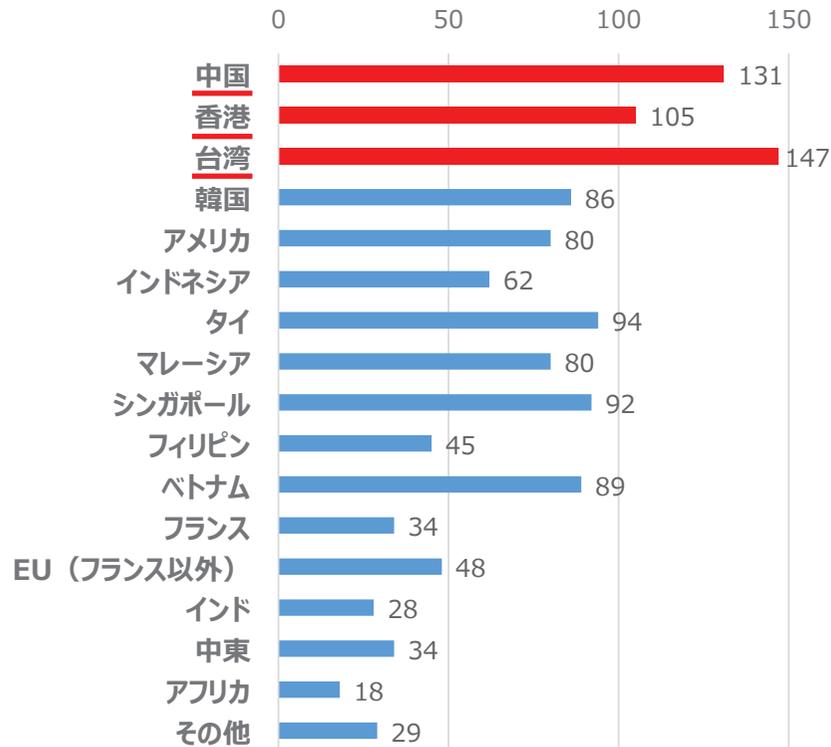
# 海外展開に関する現状 -エリア-

既存展開エリアは中国、香港、台湾がやや傾向

今後、中国、台湾に加え、タイ、シンガポール、ベトナムなどASEANへの意向がやや高いが、全体的に分散傾向

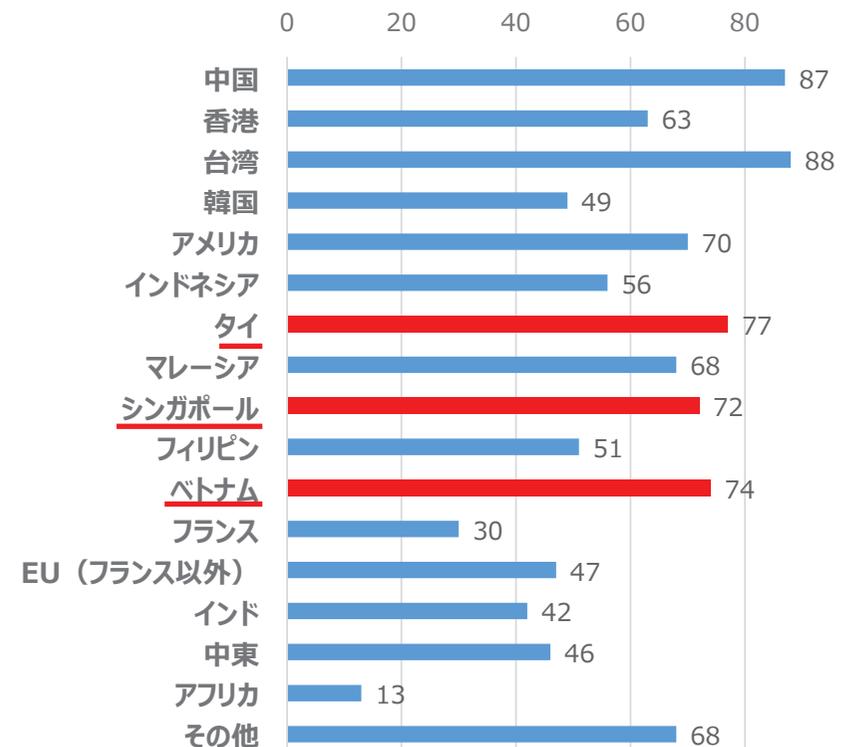
現在の海外展開エリア (MA)

※N=194：海外展開している企業(原料、OEMメーカーなど含む)



今後検討中の海外展開エリア (MA)

※N=277：海外展開意向のある企業(原料、OEMメーカーなど含む)

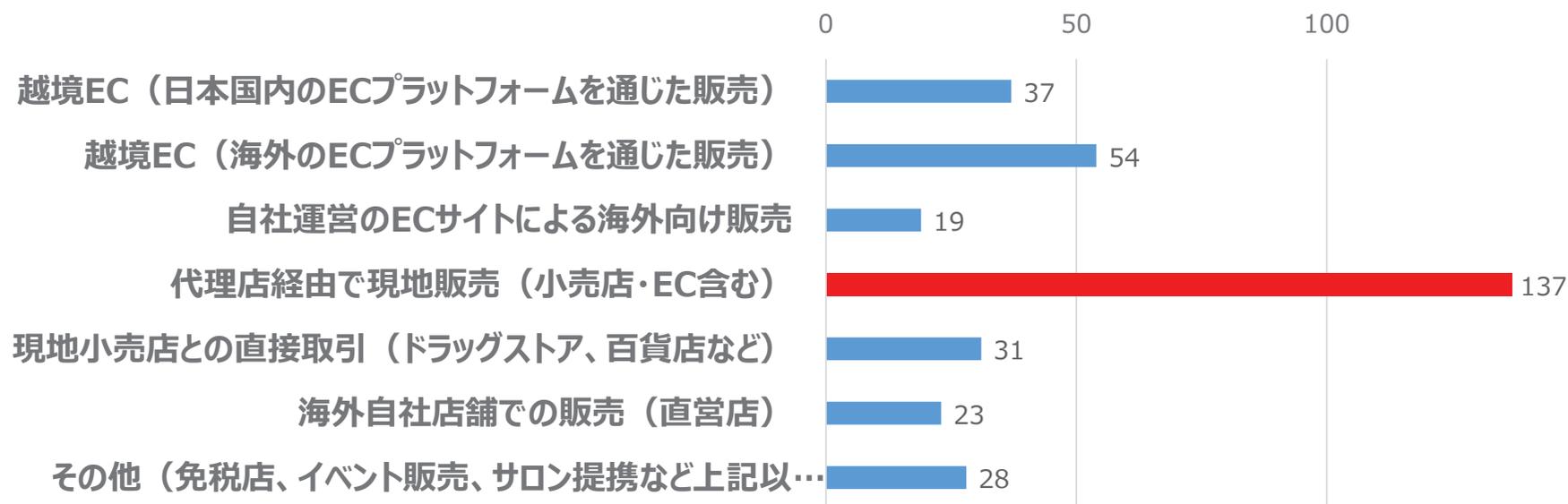


# 海外展開に関する現状 - 流通・販路 -

輸出販売している企業において、代理店経由での販売が最も多い

## 日本生産製品の海外輸出販売を行う場合の現在の販路 (MA)

※N=191：日本生産製品を海外へ輸出販売している企業(原料、OEMメーカーなど含む)



# Agenda

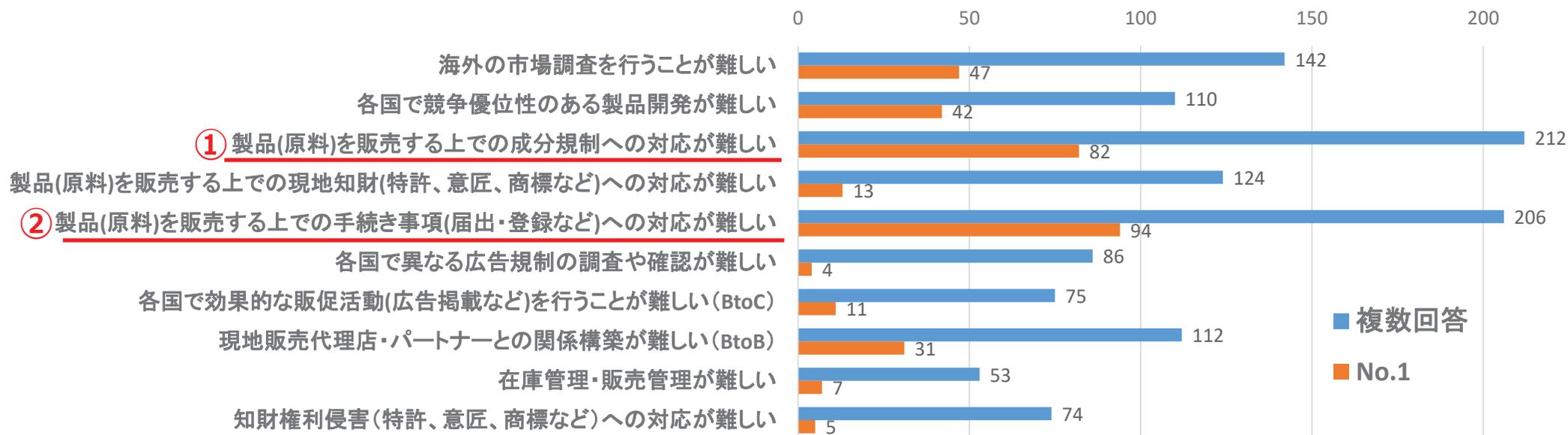
1. 調査目的・条件
2. 海外展開に関する現状
3. 海外展開における課題、対応方向性

# 海外展開における課題

各社の問題意識として、薬事規制面対応（①成分規制、②現地販売手続き）が最も高い

## 化粧品または化粧品原料の海外での販売する上での問題点（MA）

※N=372：全企業(原料、OEMメーカーなど含む)

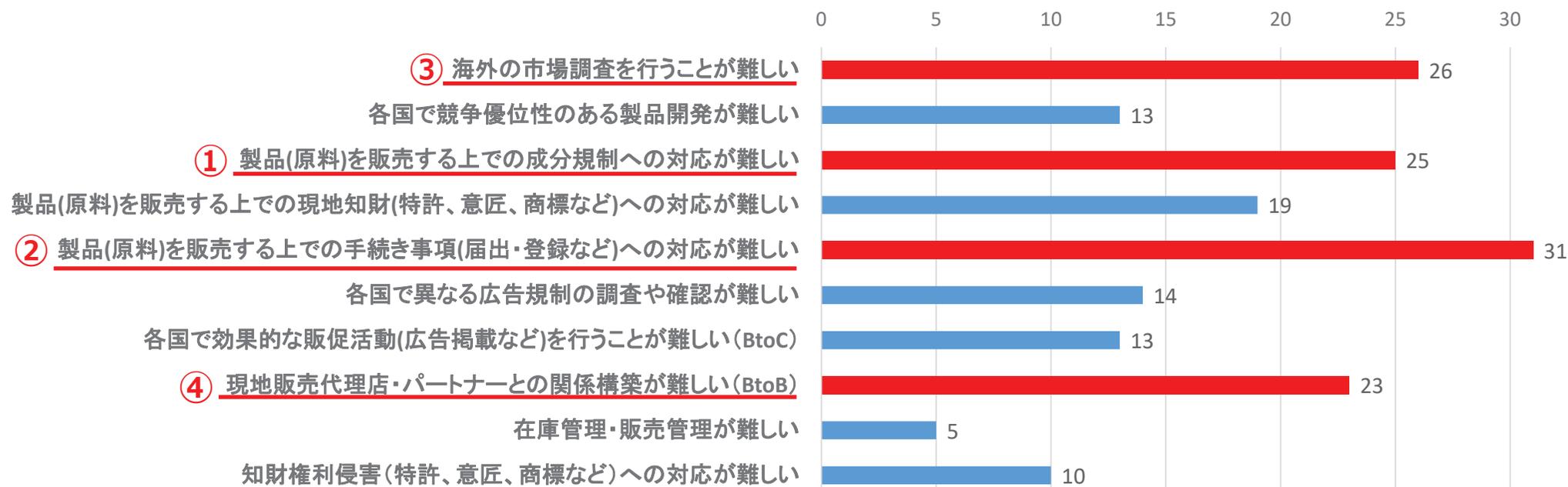


# 海外展開における課題【海外展開意向有のみ】

- 各社の問題意識として、薬事規制対応（①成分規制、②現地販売手続き）が高い
- 現地の市場調査③や販売代理店との関係構築の難しさ④への問題意識も高い

## 化粧品または化粧品原料の海外での販売する上での問題点（MA）

※N=83：現在海外展開していないが海外販売の計画や意向がある企業(原料、OEMメーカーなど含む)

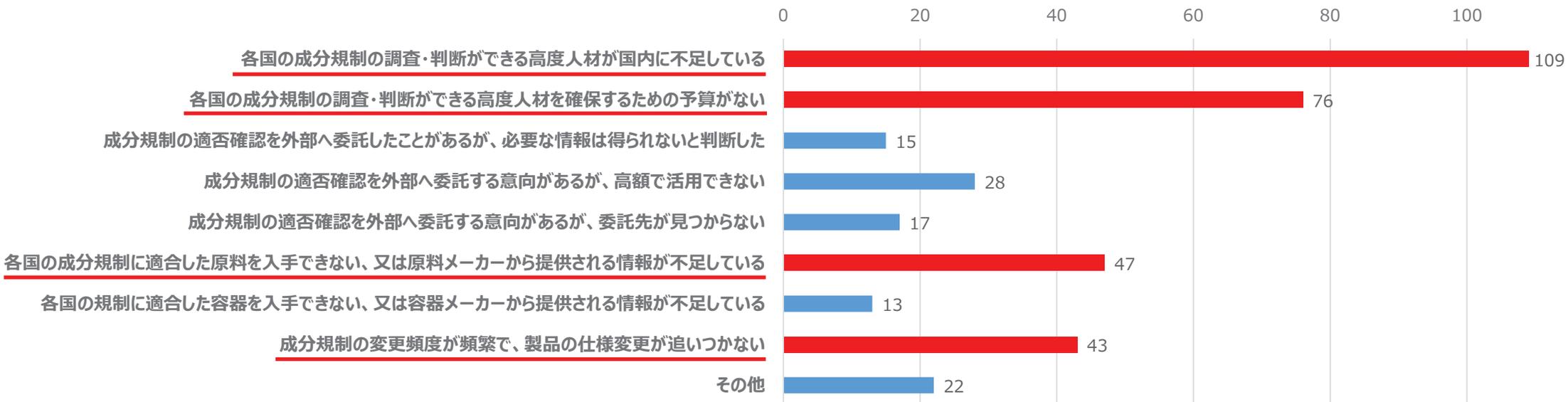


# 海外展開における課題 -①成分規制への対応-

- 成分規制対応における課題意識として、国内や現地における人材不足が最も高い
- 原料メーカーからの適合原料や情報の不足や、各国における成分規制の変更頻度への対応も課題意識としてある

## 成分規制対応における具体的な課題 (MA)

※N=200：成分規制を問題点（第1～3位）と回答した企業(原料、OEMメーカーなど含む)

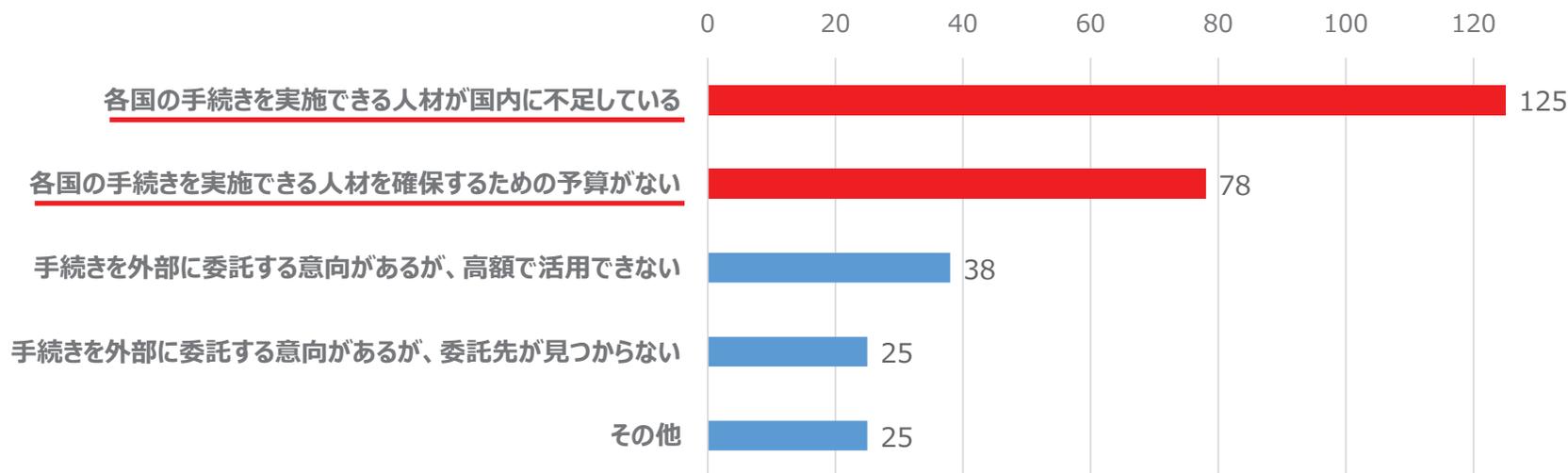


# 海外展開における課題 - ②手続き事項(届出・登録など)への対応-

手続き事項(届出・登録など)対応における課題意識として、国内や現地における人材不足が最も高い

## 手続き事項(届出・登録など)対応における具体的な課題 (MA)

※N=206：手続き事項(届出・登録など)対応を問題点（第1～3位）と回答した企業(原料、OEMメーカーなど含む)

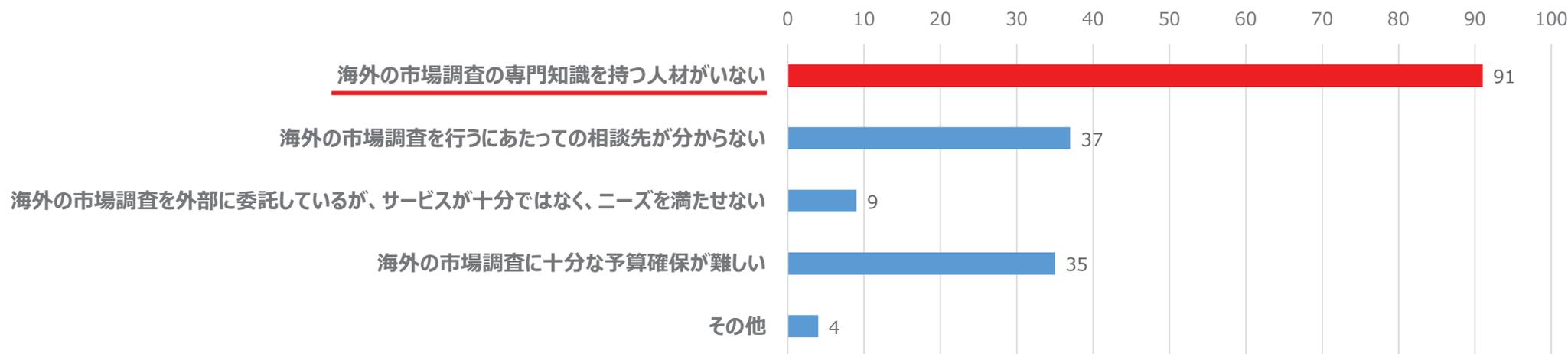


# 海外展開における課題 -③海外市場調査への対応-

課題意識として、海外市場調査への専門知識を持つ人材の不足が最も高い

## 海外市場調査における具体的な課題 (MA)

※N=115：海外市場調査を問題点（第1～3位）と回答した企業(原料、OEMメーカーなど含む)

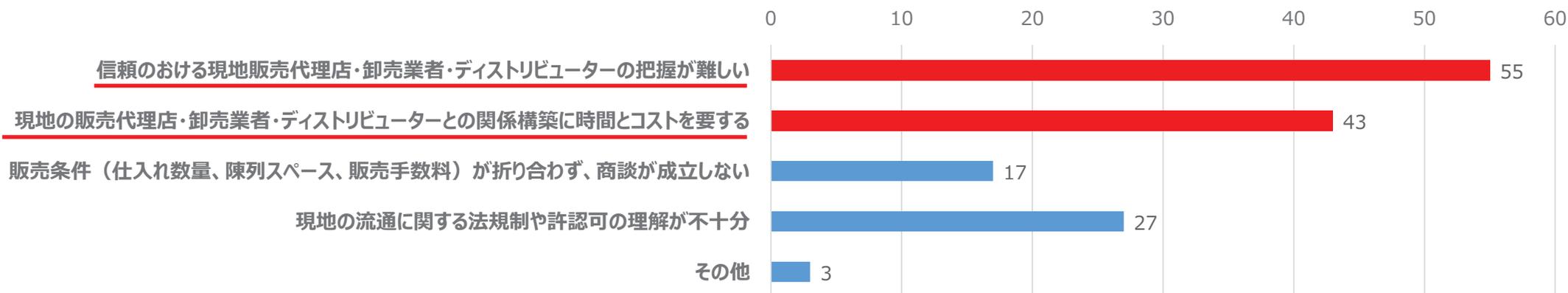


# 海外展開における課題 - ④現地代理店などとの関係構築への対応

課題意識として、現地販売代理店・卸売業者・ディストリビューターの把握、関係構築のハードル（時間・コスト）が最も高い

## 現地販売代理店・パートナーとの関係構築における具体的な課題（MA）

※N=94：現地販売代理店・パートナーとの関係構築を問題点（第1～3位）と回答した企業(原料、OEMメーカーなど含む)



# 海外輸出における4大課題、および課題解決方向性

|                | 課題                  | 要因                             | 対策方向性案                              |
|----------------|---------------------|--------------------------------|-------------------------------------|
| 全企業共通<br>の課題   | ①成分規制への対応           | 専門人材リソース不足<br>専門人材確保コスト        | 資格、教育機関の充実で薬事人材を拡充<br>成分規制対応の代行機関拡充 |
|                |                     | 原料情報不足                         | 原料メーカーの協力、原料DB                      |
|                |                     | 現地規制変更                         | 規制DB                                |
|                | ②手続き事項(届出・登録など)への対応 | 専門人材リソース不足<br>専門人材確保コスト        | 資格、教育機関の充実で薬事人材を拡充<br>成分規制対応の代行機関拡充 |
| 未展開企業<br>特有の課題 | ③海外市場調査への<br>対応     | 専門人材リソース不足                     | 今後詳細分析を実施し対策を検討                     |
|                |                     | ④現地代理店などとの<br>関係構築への対応への<br>対応 |                                     |
|                |                     | 現地代理店などとの関係<br>構築              |                                     |

