



J-Beauty輸出拡大に向けた実装戦略

－ 規制対応と戦略実装の具体的アプローチ－

istyle

2026年2月13日

株式会社アイスタイル

濱田 健作

議題1：輸出目標額について（論点①②③）

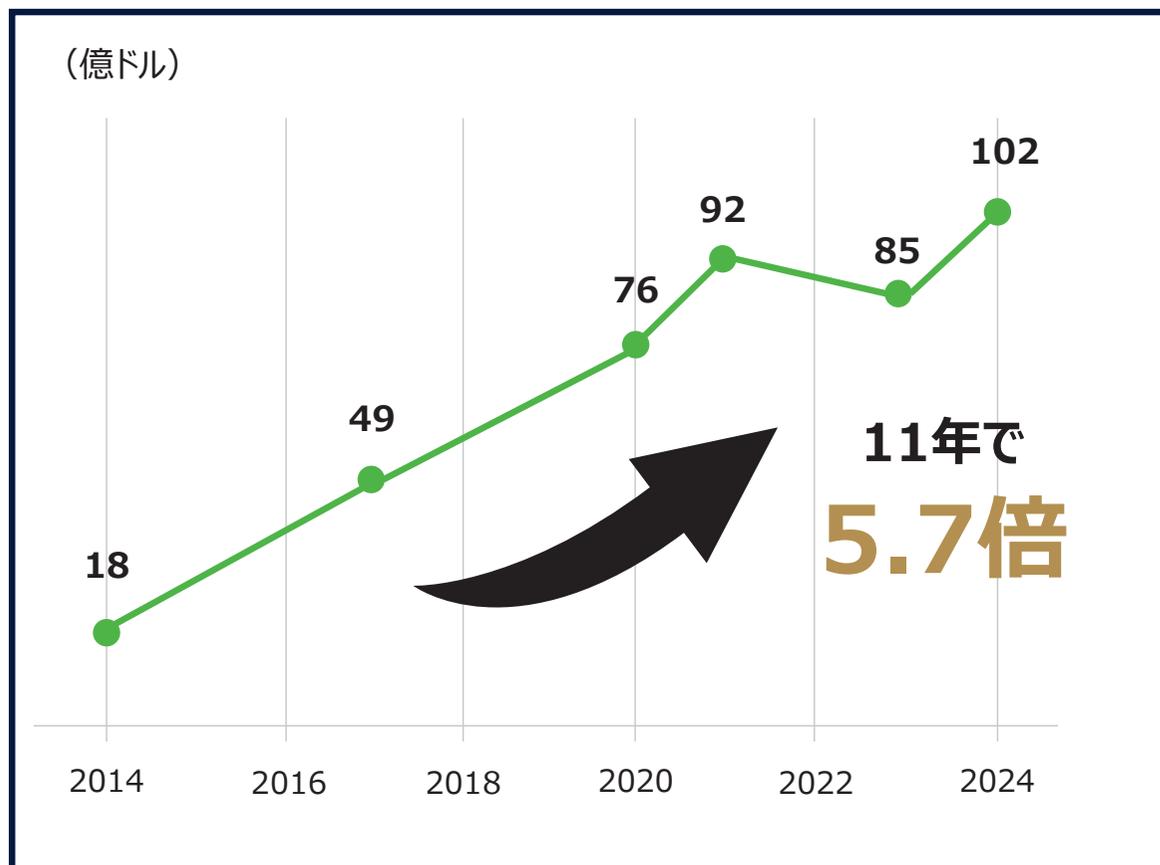
議題2：対象国の選定について（論点④⑤⑥）

議題3：市場拡大戦略（論点⑦⑧）

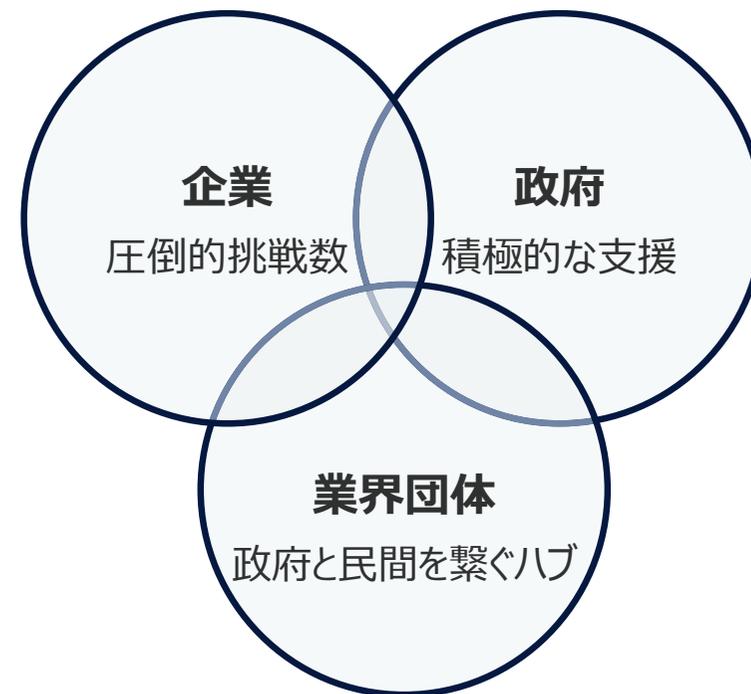
議題4：規制対応（論点⑨⑩⑪）

2033年の目標額「2兆円」は、難易度は高いが非現実的な目標値ではないと考える。

【韓国の化粧品輸出額】



【韓国化粧品の成功要因】



三者協働の成果

輸出に『挑戦する企業』と『展開重点国』を増やし、『撤退する企業』を減らす

軸①：企業数の拡大

輸出企業数：500社（推測）



2,000社（+1,500社）

➡ 特にSMEの参入促進

1社平均：約6億円

➡ SMEは3～5億円想定

▶ 2,000社 × 6億円
1.2兆円

軸②：市場の深耕

戦略的展開国：15カ国（推測）



30カ国（+40%）

➡ リスク分散・機会拡大

展開深度：深く

➡ 現地リテールとの関係性強化

➡ 既存国成長 + 新規国開拓

▶ 重点国拡大による成長
0.5兆円

軸③：継続率の向上

継続率：50%（推測）



75%以上（25%改善）

➡ 撤退率を半減

撤退主因への対策強化

①規制対応、②販路喪失、

③収益悪化

▶ 機会損失を改善
0.3兆円

現状(2024年): 約5,000億円 → 目標(2033年): 2兆円(4倍)

『市場規模』、『日本との適合性』、『実現性』の観点から対象国の選定を提案

【選定基準】

1. 市場ポテンシャル

- ・市場規模
- ・成長率
- ・訪日客数

重点
30カ国

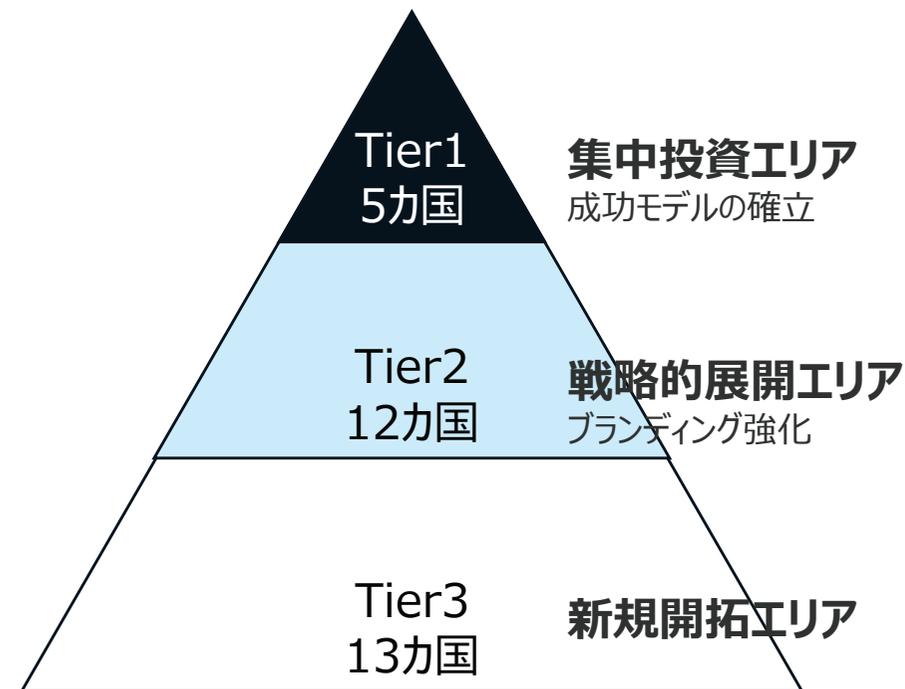
2. 製品・技術適合性

- ・気候区分
- ・肌質適合性
- ・文化的親和性

3. 実現可能性（特にSME）

- ・規制/認証難易度
- ・物流コスト
- ・日本企業ネットワーク

【重点国ポートフォリオ】



※国数は暫定

世界最大級の巨大市場（中国・米国）と 文化的親和性と地の利を活かした「高確率・高リターン」市場（台湾・韓国・香港）

中国

市場規模 833億ドル
(成長率7%)

- 最大の輸出先
- 高機能・成分重視への市場移行
- 越境ECの活用が鍵

米国

市場規模 1,289億ドル
(世界最大)

- 高価格帯での差別化が可能
- 日本カルチャーへの共感層多数
- 強いリテラーの存在（OMO）

台湾

訪日客数 676万人
(2025年 No.3)

- 高い文化親和性と類似した規制
- 美容意識の高い生活者
- SMEのテストマーケティングに最適

韓国

訪日客数 946万人
(2025年 No.1)

- 美容先進国（1,500億円市場）
- 物流の発達と高いEC化率
- MZ世代の日韓交流深度

香港

市場参加者 5,700万人
(ローカル+訪港客数)

- TAX優遇、緩やかな規制
- LUXブランドの重要拠点
- 中国本土の玄関口

「次なるボリュームゾーン」であるASEAN成長エンジン（6カ国）と
J-Beautyのグローバル価値を最大化する欧州市場（6カ国）

ASEAN Overview

- タイ（24億ドル市場、8%成長）
- ベトナム（高成長製造拠点）
- フィリピン（SNS大国）
- シンガポール（域内ハブ機能）

ハラル戦略

- マレーシア
ハラル認証取得により、中東市場への「パスポート」となる戦略的拠点
- インドネシア
2.7億人の巨大ムスリム市場へのアクセス

欧州美容先進国

欧州の生活者は「品質」「機能性」「持続可能性」を極めて重視する傾向にあり、「J-Beauty」が持つ強みと深く合致する重要なエリア。

- フランス（「美の権威」が集まる世界最大の発信地）
- イギリス（デジタル・ラグジュアリー重点国）
- イタリア（高品質スキンケア需要）
- ドイツ（オーガニック・ナチュラル志向）
- スペイン（プレステージ需要）
- ポーランド（中間層の拡大と高い市場成長率）

豊富な資金力と爆発的な人口ボーナス：中東+インド
地理的距離や規制の複雑さはあるが、規模や成長率で無視できない市場群

中東クラスター

- **サウジアラビア**（ウェルネス市場の急成長）
- **UAE**（ドバイを中心としたラグジュアリー需要）
- **カタール**（1人当たりGDP世界トップクラス）
- **トルコ**（欧州とアジア双方のトレンドが混在）

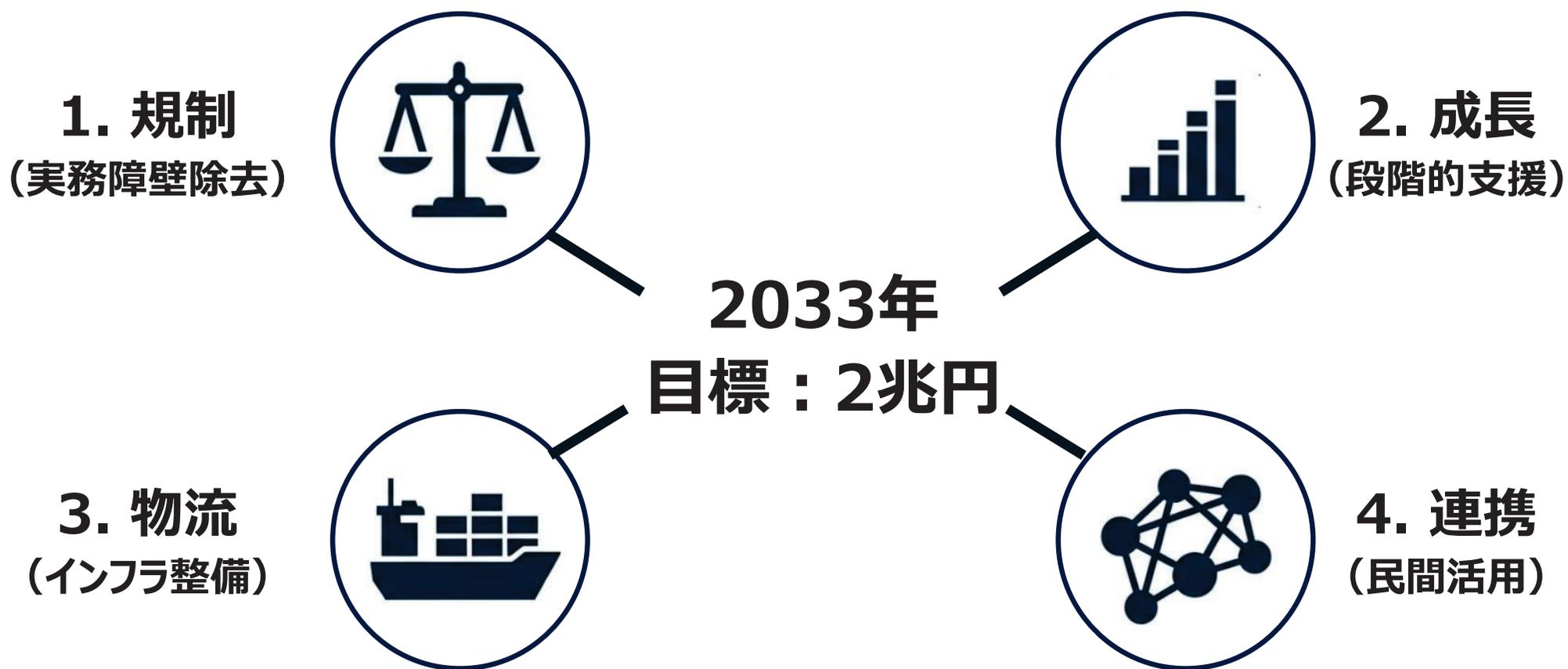
インド

- 圧倒的な人口規模を持つ巨大市場
- 2026年の市場規模予測は、275億ドル
- アーユルヴェーダに象徴される「天然由来・ハーブ」への信頼と、日本の「和漢植物・バイオ技術」の融合は、インド市場における強力な物語性（ストーリーテリング）となる。

戦略的補完エリア

- **オーストラリア**（アジア系人口の増加。スキンケア製品に対する需要）
- **メキシコ**（年率9.8%の成長を記録。北米自由貿易圏としての重要性）
- **ブラジル**（ラテンアメリカ最大の市場。美容に対する支出意欲が高い）
- **南アフリカ**（アフリカ市場のゲートウェイ）
- **ロシア**（高品質商品に対する根強い信頼）
- **ナイジェリア**（人口動態が極めて若く、長期的な消費市場としての期待値）

官民連携による「規制・物流・販路」の構造改革により、SMEの参入障壁を劇的に低下させる



個社対応が困難な「規制」を、外交と標準化で解決する

短期（2026-2028）

【対象】

集中投資エリア（米・中・韓・台・香）との
二国間MOU交渉着手

【アクション】

- 業界団体経由での産業共通課題の集約
- 各国規制データベースの構築

中長期（2029-2033）

【対象】

二国間MOU交渉を戦略的展開エリア
（ASEAN、欧州）へ拡大

【アクション】

- OECD等での国際標準化主導
- 新規性（各国版MoCRA等）への
即応支援制度化

企業の成長フェーズに合わせた段階的支援モデル

Tier3：10→100（多国展開）

【資金力・他国展開のリスク回避】

- 成功企業の横展開支援
- 民間＋政府共同によるファンド組成

Tier2：1→10（拡大支援）

【現地認知・信頼獲得の向上】

- 展示会参加やPOPUP開催による市場検証イベント
- 現地パートナー（小売、ディストリビュータ）DBの整備

Tier1：0→1（参入支援）

【法規制・資金・ノウハウ不足を解消】

- 越境EC支援プログラム（法規制ワンストップ窓口）
- 日本政策金融公庫による「輸出受動連動型融資」の新設

実務負担（返品処理、現地倉庫、展示会出展等）の個社対応はSMEにとって過大なコスト（「続けたいのに続けられない」状況を防ぎ、継続率を向上）

A. 物流デスクの設置・運営

【提供サービス】

- 返品代行、再配達、品質検査
- 現地倉庫での在庫管理
- 複数企業の混載配送でコスト削減
- 現地パートナー・バイヤー紹介

【運営体制】

- JETROの現地事務所・機能を活用
- 実務は日系または現地物流事業者に委託

B. 共同パビリオン(J-Beauty)の展開

【目的】

- 海外での「J-Beauty」の認知・啓蒙活動を支援
- 個社負担を軽減し、集団としての訴求力を活かす
- 質の高いディストリビュータの開拓

【施策】

- 主要展示会への継続的出展：Cosmoprof、in-cosmetics（複数国）、中国美容博覧会
- 民間小売業と協業し、主要都市でのポップアップ常設展示スペースを確保

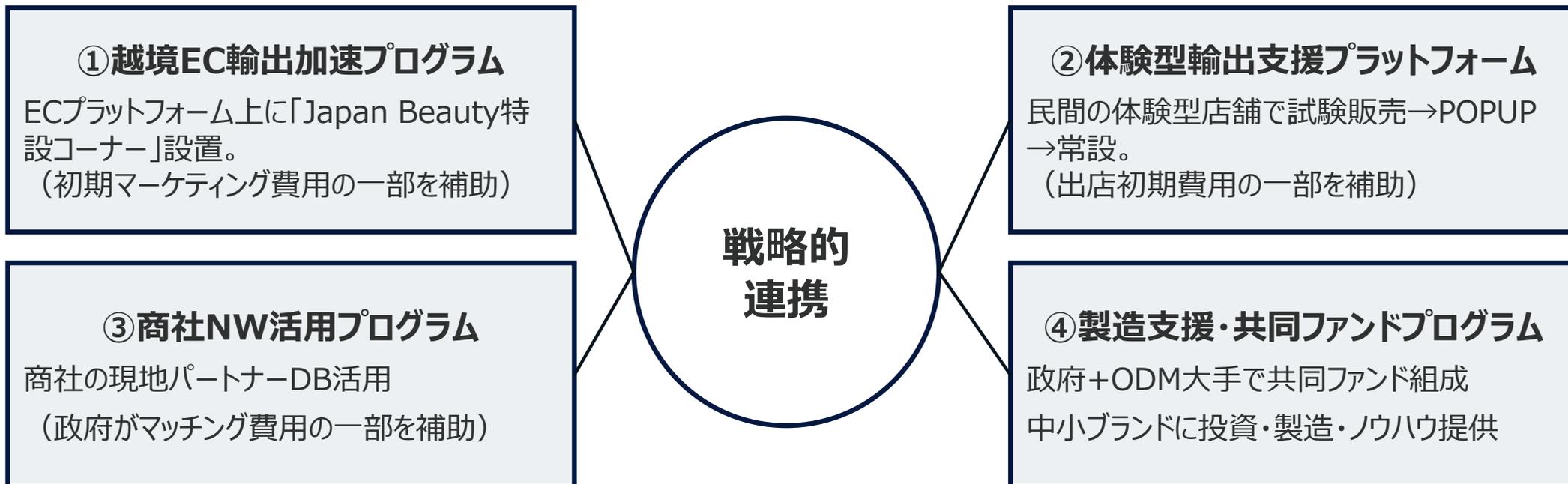
参考：韓国はK-消費財物流デスク(海外10拠点)と共同パビリオンで中小企業の実務負担を軽減

初期：政府リード
政府がリスクを取り道を作る

中期：官民協働
官民協業で事業性を検証

後期：民間自立
民間が独立採算で運営

マーケティング活動は、有力な民間との戦略的連携により加速させる
(政府が直接行うのではなく、既存の強力な民間インフラに政府予算を紐付ける形で展開)



期待される効果とWin-Win-Win構造 ➡ スピード・コスト・質・持続性を同時達成

- **政府** : 中小企業輸出促進、コスト効率化(既存インフラ活用)、化粧品産業の競争力強化
- **提携企業** : 自社事業成長、初期投資リスク軽減、新規ビジネスモデル構築
- **民間** : 低リスク海外展開、販路確保、データ・ノウハウ取得

個社ごとの規制対応による「3つの損失」

大手・中小問わず、全社が同じ作業にリソースを浪費している

金銭的損失

- 重複する調査費用・試験費用
- 業界全体で年間数億円の無駄が発生（大手にとっても負担）

時間的損失

- 現地語情報の収集困難
- 認証プロセスの試行錯誤による参入遅延

機会損失

- 一企業の要望では海外規制当局を動かせず、理不尽な規制や長い審査機関が解消されない

「顧客への提供価値（競争）」に関わらないバックエンド業務は、業界全体で共有財産化



協調業務の切り出し判定基準

● 重複性：

複数社が同じ作業を行っている

● 公共財性：

機密情報ではなく共有可能である

● 個社の限界：

一社単独では解決が困難

● 規模の経済：

共同化によるコスト削減効果大きい



① 規制情報の 収集・整理

共通DBによる一元
管理・モニタリング



② G to G 規制協議

政府間交渉による
制度調和



③ 試験データの 相互活用

重複試験の排除と
データシェアリング



④ 認証取得プ ロセスの標準化

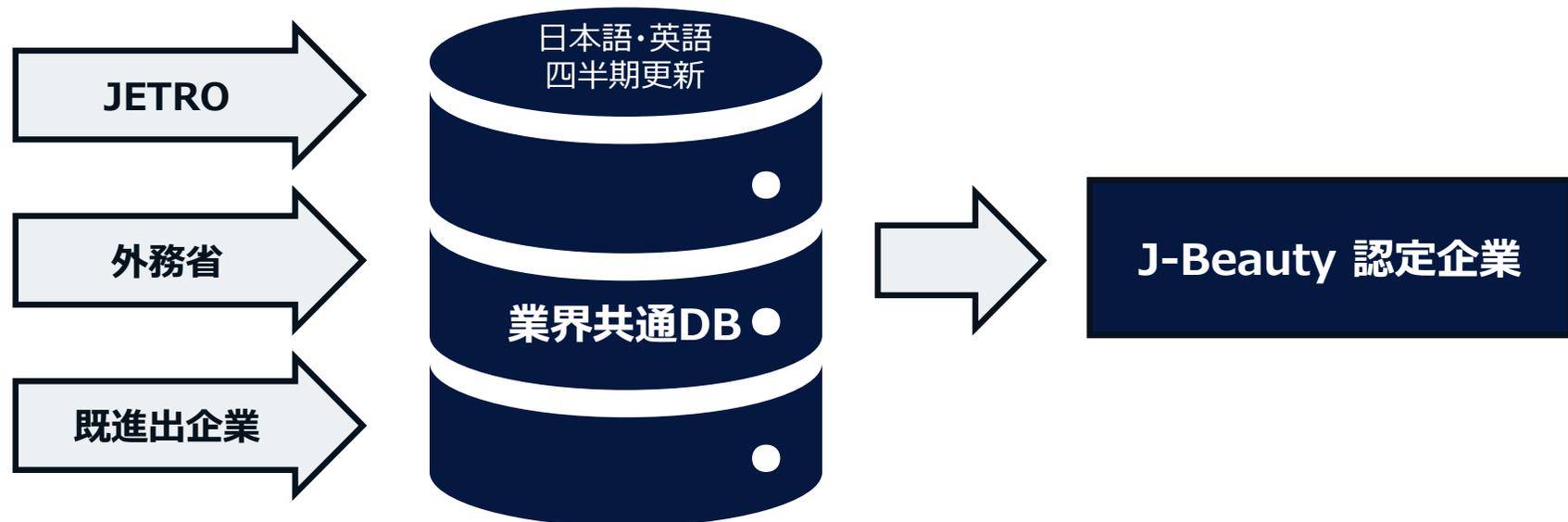
成功パターンの
ナレッジ共有



⑤ 広告・表示 規制への対応

国内規制見直しと表
示の最適化

複数国の法改正モニタリングは、大手企業であっても維持コストが甚大。
現地好みの情報や解釈の相違がリスクとなる。



【ソリューション】

業界共通DBにて一元管理・翻訳・更新

- ・ 情報源：公的機関と民間情報を集約
- ・ 機能：認定企業が日本語・英語で無料アクセス可能
- ・ 運営：業界団体がシステム構築、専門家が翻訳・確認

■ ベネフィット

調査コストの劇的削減と、
法改正の見落としリスク低減

審査期間の長期化や非合理的な成分規制は、一般企業の努力では解決不可能

日本政府



相手国政府



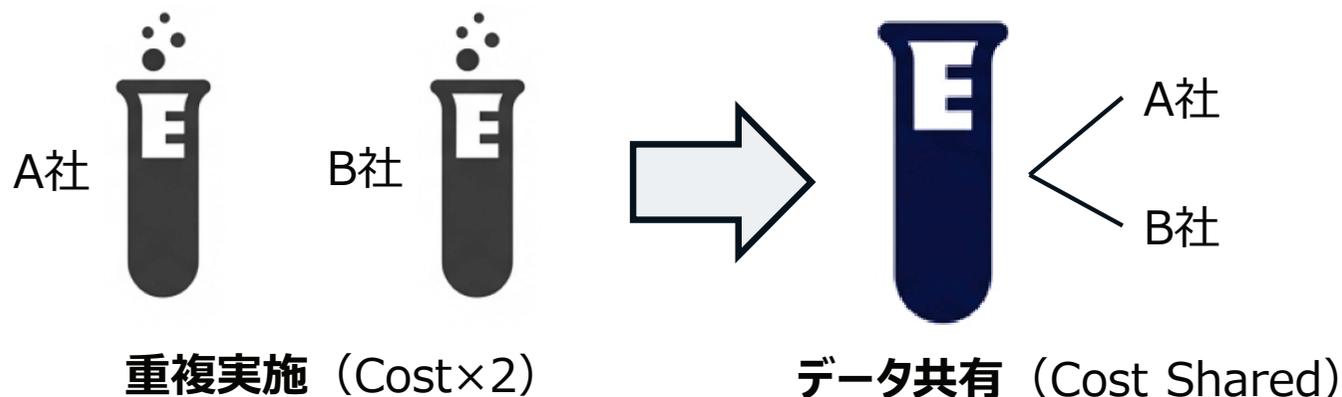
企業 / 業界団体

【ソリューション】

日本政府（外務省・経産省・厚労省）と連携し、政府主導による外交交渉で「ルールそのもの」を変える

- **交渉主体**：外務省（公式交渉）、経産省（方針決定）、厚労省（技術支援）
- **短期（2026-28）**：審査期間短縮、申請書類簡素化（集中投資エリア・戦略的展開エリア）
- **中長期（2029-）**：試験データ相互承認、EPA/FTAへの化粧品章追加

同じ原料・処方であっても、各社が国ごとに高額な安全性試験を重複実施している



【ソリューション】

安全性データ（非競争領域）のシェアリングエコノミー化（Cost Shared）

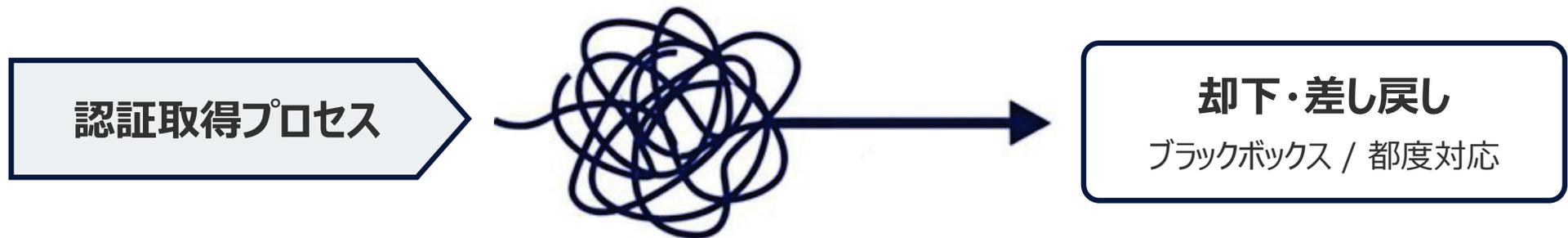
- Phase 1: パイロット実施（原料安全性データの共有実験）
- Phase 2: データ相互承認の国際枠組み構築とプラットフォーム化

【リスクマネジメント】

認定試験機関でのデータのみを共有対象とし信頼性を担保。

第三者機関による管理と秘密保持契約で、企業の独自ノウハウは保護。

申請の却下や差し戻しが繰り返され、ナレッジが属人化。
代行業者の質もバラツキが大きい。



【ソリューション】

「成功パターン」の標準化と共有

- ツール整備：国別申請フロー図、チェックリスト、推奨代行業者リストの開発
- サポート：ワンストップ相談窓口の設置（初期相談無料、詳細調査は実費）
- ナレッジベース：失敗パターンの分析と対策を共有し、同じミスの繰り返しを防ぐ

厳格な薬機法表現により、海外で日本製品の魅力が伝わらない。
また、国ごとにラベル要件が異なり対応負荷が高い。

【ソリューション】

国内規制の見直し要望 & 海外表示のテンプレート化



● 国内対応：

厚労省への要望を集約、
スピーディな対応を実現

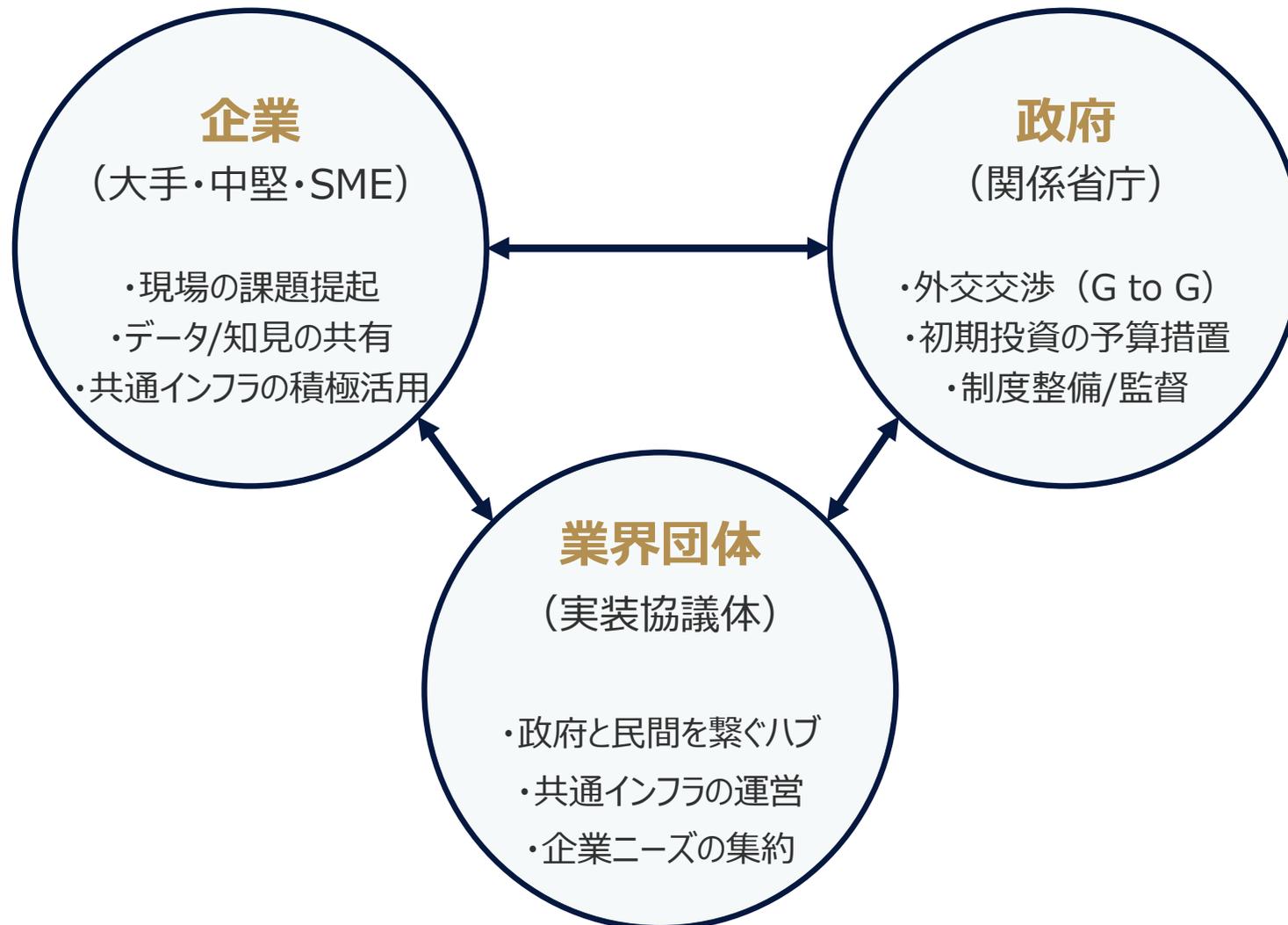
● 海外対応：

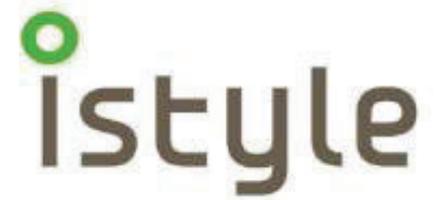
国別の表示ガイドライン作成
多言語翻訳標準用語集
ラベルデザインテンプレートの提供

【ベネフィット】

市場適合性の向上と、ラベル作成ミスの削減

目標達成と持続的な成長にむけては、3者協働が必須



The logo for 'istyle' features a small green circle above the letter 'i', which is lowercase. The rest of the word 'istyle' is in a lowercase, sans-serif font. The entire logo is centered on the page.

istyle

MARKET DESIGN COMPANY