

化粧品産業競争力強化検討会 第3回

議事要旨

日時：令和8年2月13日（金）15:00～18:00

場所：経済産業省別館 11階 1111 各省庁共用会議室（対面・オンライン併催）

1. 目標額及びKPIについて

日本化粧品工業会が公表している2兆円目標（2033年）を化粧品産業全体で共有するべきであるとの認識が共有された。

KPIについては、目的が海外市場シェアの拡大であること、大手企業では現地生産・現地販売への転換が進んでいること、現地生産・現地販売は日本製品への関心を高める契機となること、現地出荷額の集計も十分可能であることから、産業競争力を測る指標として一般的に用いられている輸出額と現地出荷額の合算値を用いることが適切であるとの認識が共有された。また、目標を達成するためには海外市場に挑戦する企業数を増やしつつ撤退する企業を減らすことや輸出先国・地域の増加が必要であり、これらについてもサブKPIとして設定するべきではないかとの言及があった。

2. 工程表について

協調領域において実施すべき事項については、2033年目標から逆算してなすべきことの期限を検討会として示すことが適切である、2兆円目標に向けた全体像については、化粧品の上市に要する一般的な時間軸も考慮しつつ、国内の製造基盤を拡充して生産量を大幅に増加させることも含め、日本化粧品工業会など業界団体が主体となって作成することが適切であるとの認識が共有された。

3. 重点国の選定について

重点国を定め国別輸出戦略を策定することは協調領域のための限られた資源を効果的に活用するために必要だが、その決定は協調領域の担い手たる業界団体において行うべきである、2兆円を達成するためには徐々に対象国を広げていく必要がある、重点国の選定に当たっては相手国の市場の規模及び成長性、市場の寡占度、規制の内容、J-Beautyへの親和性、流通環境等を考慮すべきであるとの認識が共有された。

重点国の選定には至らなかったものの、各市場の重要性や留意点に関しては、依存状況からの脱却と地政学的リスクへの留意は必要だが2兆円目標を達成するためには不可欠な市場である（中国）、ハラル規制対応で日本企業が後れを取っており、SNSドリブンの市場構造にも対応できていないという課題があるが、市場規模と成長性の観点から魅力的な市場である（インドネシア）、日本との親和性の高さから中小企業が初めて輸出する市場として重要である（台湾）、人口ボーナス期が終了しGDP成長率も鈍化しているがインフラの整備や日本企業の進出が

進んでいるため守りの市場として重要である（タイ）等の言及があった。

4. 諸外国の規制への対応について

顧客への価値提供に資する取り組みは競争領域だが、バックエンド的業務であって非効率性が認められ、規模の経済が働きやすい分野については可能な限り協調領域として協力して対応できる様にするべきであるとの認識が共有された。

その上で、諸外国の各種化粧品規制への対応のうち協調領域に属する分野としては、①諸外国における最新の成分規制情報の収集及び提供、②成分毎の安全性及び効能に係るデータ及び評価結果（CIR、SCCS等の国際的に認められている安全性評価機関によるものを含む）の収集及び提供、③日本固有成分の安全性及び効能の評価並びに対外的な信頼性の付与、④原料毎の各国規制への適合やハラル認証の状況に関する情報の集約及び共有、が挙げられた。

また、これらに対応するためには統合データベースを構築するべきであり、そのようなデータベースに対するニーズは中小企業のみならず大手企業にもある、日本化粧品工業会など業界団体が調整役となり既存データベースをAPIで結んで使い勝手を良くするという方法もあるのではないか、これらのニーズは日本化粧品工業会が実施したアンケート調査（会員企業372社から回答）の結果からも明らかであるとの言及があった。

更に、これらの協調領域に属する分野への対応は民間団体が担うべきであり、その態様については、EU、米国、韓国等における対応状況も踏まえ、民間企業によるサービスの活用も含めて検討することが適切であるとの認識が共有された。