



# 化粧品産業における産業構造のあり方



2026年3月24日

株式会社アイスタイル

濱田 健作



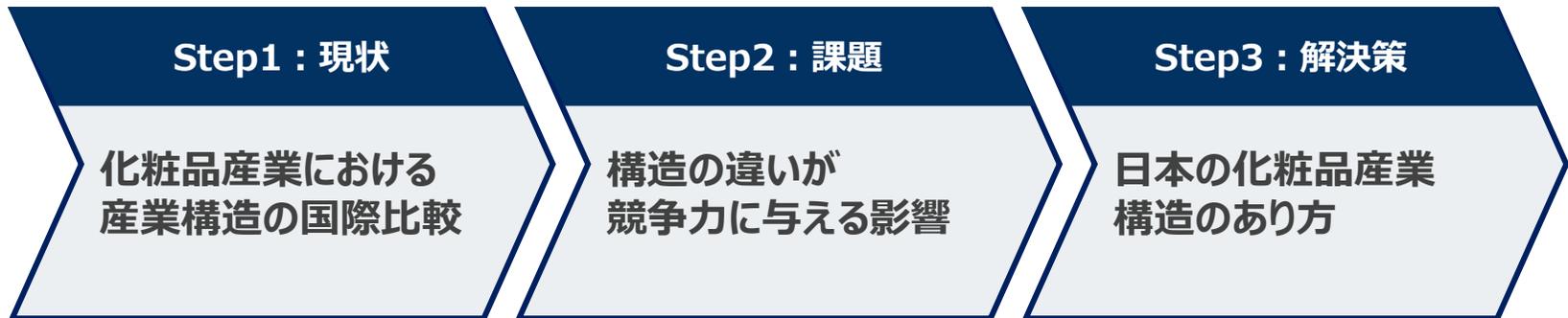
【ゴール】：日本の化粧品産業の今後のあり方を提案する

## 【仮説】

競争力のある他国の化粧品産業においては、  
強力なOEM企業、ブランドに特化した企業、各種支援サービス事業者が発達しており、  
我が国も速やかに同様の体制に移行していくべきではないか



## 【検討ポイント】



従来の産業構造に影響を与える、これからの市場を決定づける4つの波



## 【需要の超短期サイクル化】

SNS発のトレンドによるサイクル短期化

**機会損失の常態化**

(自社工場の製造リードタイムが追いつかない)



## 【パーソナライゼーション】

個人に最適化された処方への需要急増

**生産体制の硬直化**

(多品種小ロット生産の壁)



## 【販売主体の多様化】

KOL・ライバーなど「共感型」への移行

**ブランド存在感の埋没**

(従来の流通経路だけではリーチできない)



## 【サステナビリティ厳格化】

法規制やトレーサビリティの要求水準上昇

**グローバル市場からの追放**

(個社対応の限界)

# 1. 化粧品産業における産業構造の国際比較

競争力のある他国の産業構造を比較し、新たな日本型モデル構築へのヒントを探る。

|                        |  <b>日本</b> |  <b>韓国</b> |  <b>フランス</b> |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>産業構造</b>            | 垂直統合型<br>(自社一貫)                                                                             | 水平分業型<br>(ODM主導)                                                                              | クラスター型<br>(全行程集積)                                                                               |
| <b>強み</b>              | 高い安全性と信頼                                                                                    | 圧倒的スピード                                                                                       | 専門性の集約と協調                                                                                       |
| <b>主要プレイヤー</b>         | 大手ブランド企業                                                                                    | 超大型ODM、<br>インディーズブランド                                                                         | 巨大ラグジュアリー、<br>専門SME                                                                             |
| <b>OEM/ODM<br/>の役割</b> | 製造受託が中心                                                                                     | 企画・開発・規制対応<br>まで網羅                                                                            | 高度な専門技術、<br>共同研究                                                                                |

### 日本の垂直統合構造が引き起こす、競争力低下のボトルネック

#### 開発スピード

全ての製品に一律の重厚な自社プロセス（品質、安全性）を適用するため、リードタイムが長期化

生活者の需要変化に対する大きな機会損失を生んでいる  
（韓国スピードとの乖離）

#### コスト構造

自社工場の稼働率維持と個別の薬事制度対応にリソースを集中せざるを得ない

高付加価値なR&Dに資金が回らず、イノベーションを抑制  
（規模の経済が効きにくい）

#### 輸出支援インフラ

海外の厳しい規制の情報管理や適合試験への対応は、SMEにとって大きな負担

企業の海外進出意欲を減退させ、試行錯誤の機会が不足  
（知の共有が進まない）

## 『競争・協調・支援』の3層構造による新たな共創モデル

— 日本の強み（高い品質と信頼）を維持しつつ、外部リソースを戦略的に取り入れる新たな構造 —

### 競争領域

#### ブランド価値の創出と機動力の向上

- 大手：自社と外部ODMによるハイブリッド生産 → スピード
- SME：「支援」と「協調」の土台を活用し価値創造に集中 → 挑戦数

### 協調領域

#### 非競争実務とナレッジの共通インフラ化

日本固有の  
技術や成分

各国の法規制  
や認証プロセス

マーケティング  
施策・販路

### 後方支援

#### GtoG外交と環境整備

- 関係省庁による、相手国との規制緩和・制度調和交渉
- 協調領域の構築に対する初期リスクの負担（予算化）

継続的な後方支援を実現するためには、化粧品産業をバリューチェーン全体で捉え、その経済効果と雇用創出をPRし、国策としての支援妥当性を証明する必要がある

## 次世代OEM/ODMへの進化とイノベーション基盤の構築

競争領域

協調領域

後方支援



### 企画提案型への移行

「製造受託」から、市場トレンドを分析して革新的な処方を逆提案するイノベーション・プラットフォームへ移行



### 高度製造技術の打ち出し

発酵技術や裏面処理・超微粒子顔料分散技術など、他国に模倣できない日本固有の技術を核とする



### 規制対応のパッケージ化

海外輸出を前提とした処方開発から輸出先国の規制適合試験までを一括請負。SMEの世界挑戦を後押しする



### スマートファクトリー化

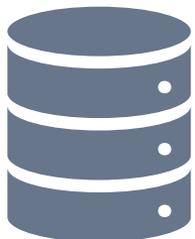
AI需要予測と自動化の融合により、超短期サイクルに対応する「多品種小ロット」生産を実現

各社が重複して浪費している実務コストを撤廃し、AI時代に対応する共有値へ

競争領域

協調領域

後方支援



#### 輸出実務・マーケティング情報の一元化

- 各国の法規制・認証プロセスなどの輸出実務に関する重要情報や、海外マーケティング事業者やサービス内容を網羅するの共通DBを構築

#### 価値創造ソースの一元化

- 香りの調合・製筆など「匠の技術」や、和漢植物などの価値創造のソースとなるデータを一元化。SMEやODMが引き出せる基盤構築

#### 情報管理フォーマットの統一

- 厳格なトレーサビリティ要求に応えるため、成分・安全性データの受発注フォーマット（RMIF等）を業界で統一

#### AI時代を見据えたデジタル規格化

- 日本が誇る「成分・技術情報」や「商品データ」を、海外バイヤーのAIエージェントやAIコマースがアクセスしやすい規格に整備



#### 民間活力を最大限に引き出す政府の「環境整備」

- 「個社への直接補助（バラマキ）」を排し、民間単独では突破不可能な壁の撤廃 -

##### 規制の国際整合化

- 薬用化粧品の審査長期化の解消
- 機能性表示食品に準ずる仕組みの導入（事前の届出で多様な効能を謳える）
- 動物実験代替法の確立

##### 外国人材の受け入れ拡大

- 製造現場の人手不足を解消
- 産業全体の機動力の維持
- 「特定技能制度」対象職種に追加

#### 後方支援

##### 重点投資とGtoG外交

- 共有インフラ構築への初期リスク負担
- 関係省庁との連携による相手国への規制緩和、相互承認交渉

##### 官民協働ファンドの組成

- 有望なODMとSMEへの「投資/製造/ノウハウ提供」を支援するファンド組成
- 日本版クラスター形成の後押し（仏のコスメティックバレー）



## J-Beauty再始動：2033年「輸出額2兆円」の実現

- 日本の「品質」を強固な産業モデルに乗せ、再びグローバルでの美容大国へ -



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

MARKET DESIGN COMPANY