

第4回：化粧品受託製造市場の 最新動向

Trends of Domestic Cosmetics OEM/ODM Market

株式会社矢野経済研究所 浅井 潤司
ライフスタイル&ビューティグループ部長/主席研究員

1. 市場概況

矢野経済研究所では、化粧品受託製造市場を「スキンケア、メイクアップ、ヘアケア、その他化粧品について、化粧品ブランドメーカーや異業種参入企業から委託され製造する市場」と定義しており、一般的には化粧品OEM/ODM市場などと呼称されている市場である。

化粧品受託製造市場は2005年以降成長してきた市場であるが、成長要因としては2005年の改正薬事法施行がある。同法施行により化粧品受託製造企業が「製造販売業」の許可を取得していれば、化粧品ブランドが製造販売業の申請を行う必要がなくなったことを契機に新規参入する企業が増加した。

これら新規参入企業は生産機能を持たないため、その受け皿となる化粧品受託製造企業も増加しており、化粧品受託製造市場は500社以上の企業が参入する市場となっている（日本化粧品工業会が公開している会員企業の受託可能製品一覧表には528社が掲載されている）。

受託製造企業では、これらの増加する新規参入企業のニーズに対応するため、製造機能（OEM：Original Equipment Manufacturing）だけでなく研究開発機能（ODM：Original Design Manufacturing）を強化するケースが多くなっている。

化粧品受託製造市場の現在のトレンドとしては

以下が挙げられる。

一番目は「脱マスク化進行に伴うメイク需要の回復」である。2023年3月にマスクの着用が個人の判断となったことで脱マスク化が進行した。2023年5月に新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類に移行したことによる更なる外出機会の増加により、メイクアップ需要の回復基調は鮮明となった。具体的にはファンデーションや口紅などの口周りアイテムの需要が増加しており、2023年度はメイクカテゴリー全体の本格回復が進んだ。

二番目は「製品価格改定の進展」である。容器・包装資材、製造に必要な各種エネルギーや物流・人件費のコストが高騰している。加えて、少子化進行に伴う人員確保や離職防止など企業の持続的な活動を維持するためには、賃金体系の見直しも重要なテーマになっていることから、価格改定を実施する受託製造企業が増加している。

三番目は「サステナブル対応の進展」である。高まる環境対応に対応する形で、受託製造企業では、製品面においてはプラスチックの使用量削減や代替となる素材の開発、植物由来原料への置き換え、プラスチック・紙の代替製品への切り替え、パッケージに使用するプラスチック素材の紙への変更などの施策を積極的に実施している。生産面においては、環境に配慮したカーボンニュートラルな工場体制への移行や、サステナビリティ遵守の観点からEcoVadisのサステナビリティ評価にも注力している。

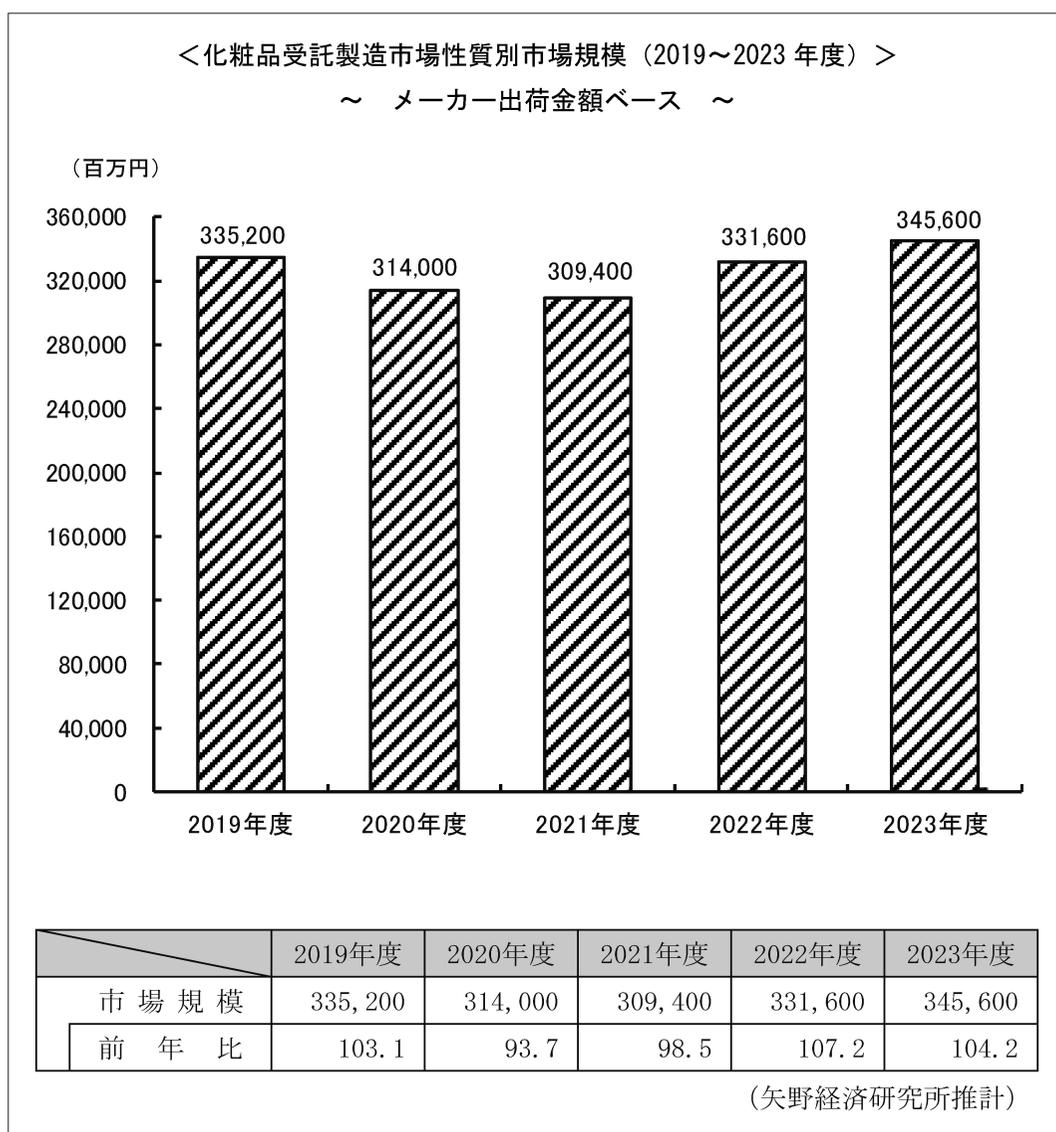
2. 市場規模推移 (2019～2023年度)

2023年度の化粧品受託製造市場は、前年度比104.2%の3,456億円となった。2023年度の受託案件数は総じて緩やかな動きで推移することとなったことに加え、原材料や容器・包装資材、光熱費、物流人件費などの高騰を受けて、化粧品受託製造企業はクライアントに対して受託価格改定交渉を積極的に行う動きが活発化した。価格転嫁分

は化粧品受託製造企業の売上高に上乘せされ、化粧品受託製造市場規模は前年度を上回る結果となった。

3. 今後の市場見通し

2024年も受託製造案件については総じて好調な動きを見せている。ファブレスブランドメーカーの勢いが継続していることも受託製造市場の追い風となっており、化粧品受託製造市場は今後も



■図1

拡大基調で推移するものと予測される。

今後のトレンドとしては以下の3点が挙げられる。

1) 競争のグローバル化が進展

化粧品市場のグローバル化に伴い、化粧品受託製造市場の競争もグローバル化が進展する。世界最大手化粧品受託製造企業である韓国コスマックスグループ(2023年度連結売上1兆7,775億ウォン)は、茨城県に化粧品工場を設立して日本での生産に乗り出す方針である。すでに日本法人であるコスマックス・ジャパンを設立して茨城県坂東市と工場の敷地分譲契約を交わしている。敷地面積は1万6,000平方メートルで2026年内の稼働を予定している。コスマックス・ジャパンとしては、新規参入を企図する企業・個人への営業攻勢を強めており、今後の動向に注目が集まっている。また、個人向けの受注オンラインプラットフォームとして韓国で急成長しているウェブサイト「コスマックスプラス(誰でも簡単かつ手軽に化粧品を企画開発できるオンラインプラットフォーム)」を日本向けに導入する可能性もあり、今後は日本の化粧品受託製造企業のライバルとなり競争がグローバル化する。

一方で、日本の受託製造企業のグローバル化も進展する。持続的な企業成長を図るために、海外需要の取り込み(輸出強化)や海外進出を図る受託製造企業が増加しているが、今般の新型コロナウイルス感染症の収束を契機に、新しいステージにおける事業の再スタートとしても、かねてよりの課題であった海外進出に踏み切るタイミングと位置づける機運が高まっている。現在のターゲット市場は中国市場が中心となっているが、中国への過度な依存に陥らないためのリスクヘッジの観点から、今後の経済成長が見込まれるベトナムやインドネシアなどASEAN地域への輸出を強化する化粧品受託製造企業やASEAN地域に進出する受託製造企業が増加する。

2) M&A・事業提携による市場構造の変革が進展

M&A・事業提携・新規参入による市場構造の変革が進展する。M&Aの事例では2020年の三井物産による化粧品受託製造企業であるアンズコーポレーションへの出資、2021年の「クリクラ」ブランドで宅配水事業を運営するナックによる化粧品受託製造企業であるトレミーの買収など、受託製造企業をM&Aもしくは出資することで市場参入する事例が増加しているが、2024年に入り、より一層動きが活発化している。2024年2月には、微細藻類ユーグレナを活用した事業を展開するユーグレナが受託製造企業のサティス製薬をグループ化した。2024年3月には、ホッカホールディングスが化粧品受託製造企業のコメサイエンスの全株式を化粧品製造・販売・輸出入を手がけるSonotasに譲渡した。2024年6月には、日本の化粧品受託製造市場最大手企業であるTOA(旧:日本コルマー)を傘下に持つ日本コルマーホールディングスが、日本のメイクアップ受託製造企業最大手企業であるトキワを傘下に持つトキワ・コスメティクス・グループを買収した。これにより国内で総計900億円規模の化粧品受託製造企業グループが誕生している。

現在でも化粧品受託製造企業を買収したいとする企業は多く、今後はM&A・事業提携がより一層活発化して市場構造の変革が進展する。

3) OBM (Original Brand Manufacturing) 機能を強化する受託製造企業が増加

化粧品生産能力やノウハウがないスタートアップ企業、インターネット関連企業の新規参入が増加しており、新規参入したブランドメーカーの中には株式上場を果たすなど急成長しているケースも増加している。加えて、インフルエンサー・芸能人、さらには大手小売業や大手美容サロン・クリニックなどもオリジナルブランドを展開することが増加していることから、今後は、ブランド企画段階から生産・製造・マーケティングまですべ

てを担う OBM (Original Brand Manufacturing) 機能を強化する受託製造企業が増加していく。

Abstract

Yano Research Institute has carried out a survey on the domestic cosmetics OEM/ODM market and found out the market trend, and

the future perspectives.

<参考文献>

- 1) 矢野経済研究所、2024年版 化粧品受託製造・容器・原料市場の展望と戦略(2024年)
- 2) 矢野経済研究所、2024年版 化粧品マーケティング総鑑(2024年)