

化粧品原料市場の最新動向

Trends of the cosmetic ingredients

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

日本の化粧品原料市場は、2001年4月に化粧品の品目ごとの承認・許可制が廃止され、一部の配合禁止品目、配合制限のある成分を除いて届け出制に変更された。これに伴い使用できる化粧品原料も拡大され、その代わり化粧品に配合されている全成分を表示することになった。化学工業の発展に伴い化粧品原料の製造技術が進歩したことに加え、経済のグローバル化や日本国の規制緩和の流れから、化粧品原料の基準である「化粧品原料基準」は廃止され、化粧品原料は一定の制限下（化粧品基準）でメーカーの責任において使用されることになった。この規制緩和により、魅力的な素材がこれまで以上に市場に出るようになり、旧制度では6,000成分弱といわれた成分が、現在では日本化粧品工業会が公表する「化粧品の成分表示名称リスト」には15,797成分（2024年3月31日現在）が掲載されるまでに拡大するなど、市場は活性化するとともに企業間競争も激化している。

また、刻一刻と変化する各国での現地レギュレーション、EUのREACH規則、中国の環境規制強化や化粧品監督管理条例に伴う化粧品原料の登録手続きと化粧品の登録者や届出者への責任の厳格化、動物実験禁止、SDGsへの対応など、化粧品原料市場を取り巻く環境は大きく変化している。

2023年時点での化粧品原料市場の現状やトレンドとして、以下の3点が挙げられる。

(1) 植物由来・クリーンビューティー・アップサイクル原料の取り扱い強化

1点目は、「植物由来・クリーンビューティー・アップサイクル原料の取り扱い強化」である。安全性や環境負荷低減に資する「サステナブル」であることや、人にやさしく地球環境への配慮がなされ、原料育成や調達において透明性があること、動物実験をしないという「クリーンビューティー」に対応する原料へのニーズが高まっている。加えて「SDGs」への対応では、生産工程で出る副産物や廃棄物をゴミとして捨てるのではなく、アイデアや加工を加えてそのモノの価値を高め、新たな需要を生み出す「アップサイクル原料」の取り組みも進められている。

同分野では、特にクリーンビューティーへの意識が高い欧米を本社とする外資系メーカーでの取り組みが活発化しており、各種認証取得の取得や既成の化学合成原料からの置き換えなど、欧米を中心としたライフスタイルや価値観に基づく「天然由来」、「クリーンビューティー」の条件を満たす原料開発・提案が進展している。

(2) 特定品目原材料不足への対応と安定供給の取り組み・価格高騰への対応

2点目は「特定品目原材料不足への対応と安定供給の取り組み・価格高騰への対応」である。化粧品業界では、COVID-19の影響により化粧品市場の需要が落ち込んだことで原料需要が総じて縮小するなど、主にメイクアップに使用される酸化

チタン・酸化亜鉛をはじめとした特定原料を中心に落ち込みが顕著となった。加えて、2021年の中国における電力供給不足からくる工場の減産によるシリコン原料不足は世界中の需給ひっ迫を生じさせることとなり、価格が大きく高騰したことから調達が困難になった。顔料に使用される酸化チタンは、2020年半ば以降の世界経済の回復に伴う酸化チタンの需給バランスがひっ迫し、全体の市場価格が上昇に転じる中、2023年に入っても酸化チタン価格の価格改定が行われている。

「メタノール」は、国際市場の高騰による輸入価格の上昇を反映して国内流通価格が上昇している。これら原料価格の上昇には光熱費などのエネルギーコストの上昇、とりわけ工場のボイラー燃料である石炭価格が、ロシアやウクライナ情勢を受けて急騰を続けていることも大きな要因になっている。

その他、一般的に原料コストが上昇しており、原料メーカーでは2022年以降、原材料を値上げるケースが増加している。

(3) グローバル市場を想定した品質管理体制の強化

3点目は「グローバル市場を想定した品質管理体制の強化」である。化粧品産業のグローバル化に伴い、海外市場への原料供給を強化する化粧品原料メーカーでは、国際基準をクリアした品質管理体制の構築は必須のテーマとなっている。原料メーカーのクライアントには国内外の大手化粧品メーカーも含まれており、特に外資系化粧品ブランドメーカーとの取引では海外レギュレーションに対応した品質管理基準担保のため、工場に対して米国食品医薬品局 (FDA) などによる査察のクリアも必須になっている。

また、現地向け外資ブランド製品向け原料として国外クライアントとの取引も堅調であるため、化粧品原料メーカーでは、グローバル市場を想定したISOや化粧品・医薬品GMP, EFCI GMPなどの品質管理体制を強化する動きが活発化している。

2. 市場規模推移 (2018~2022年度)

2015年以降に顕在化したインバウンドとアウトバウンド双方に外国人消費者の購入を見込んだ日本製化粧品の増産ラッシュに加え、高付加価値原料が好調に推移することで、化粧品原料市場は拡大を続けた。

その後、2020年から続くCOVID-19の世界中での蔓延の影響で、国内外の化粧品需要が大きく縮小したが、2021年以降はワクチン接種が各世代に実施されたことに加え、2022年春以降の行動制限緩和による人流が増加、コロナ禍で在庫消化を進めたマーケットの新規・リニューアルオーダーも活発化し、化粧品需要は改善が進んでいる。(図1)

さらには2021年後半から顕在化した化粧品原料の全体的な価格高騰も重なったことにより、2022年度の化粧品原料市場規模は前年度比104.2%の1,729億円となった。(図2)

3. 今後の市場見通し

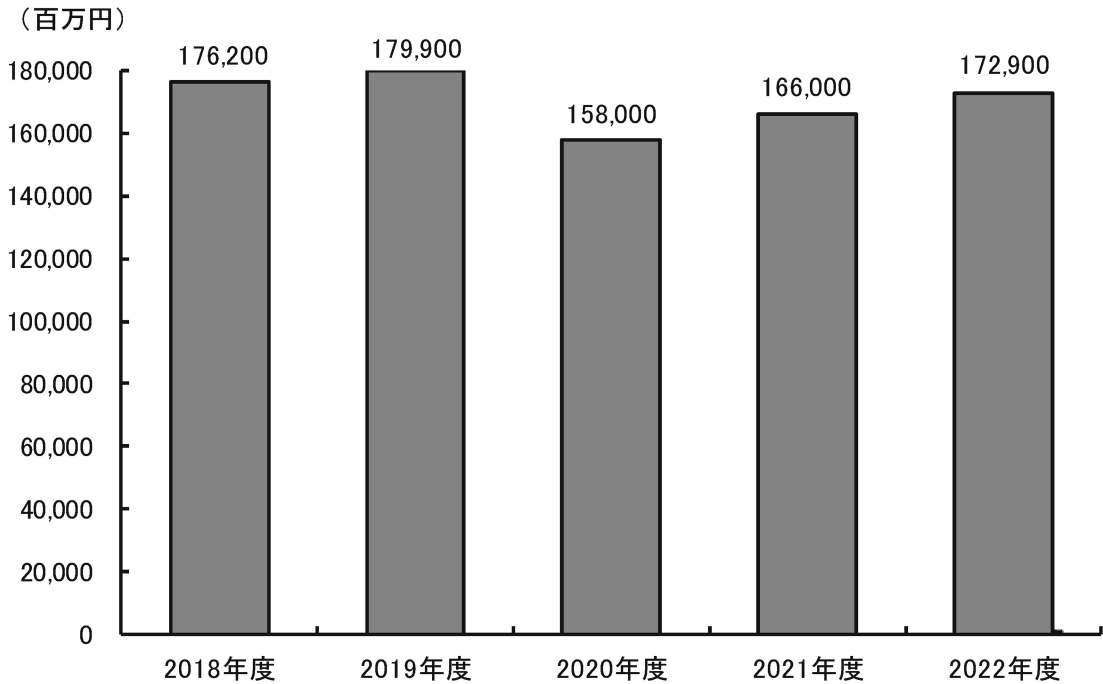
今後の化粧品原料市場の見通しとしては以下の3点が挙げられる。

(1) オーガニックやサステナブルに関する各種認証取得原料の増加

1点目は「オーガニックやサステナブルに関する各種認証取得原料の増加」である。世界的な消費トレンドである自然派・オーガニック志向の流れは、日本の化粧品産業でも年々高まりを見せており、矢野経済研究所「2023年版 自然派・オーガニック化粧品マーケティング総鑑」によれば、2022年度の自然派・オーガニック化粧品市場は前年度比105.5%の1,733億円となるなど拡大を続けている。SDGsやサステナブルといった環境保全を意識した行動やライフスタイルへの関心の高まりにより同市場への理解・認知がさらに進むことから、2023年度の自然派・オーガニック化粧品市場規模は、前年度比103.4%の1,792億円

■図1

＜化粧品原料総市場規模推移(2018～2022年度)＞
～ メーカー出荷金額ベース ～



■図2

(単位：百万円、%)

	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
市場規模	176,200	179,900	158,000	166,000	172,900
前年度比	103.4	102.1	87.8	105.1	104.2

(矢野経済研究所推計)

と予測され、今後も成長を続けていく見込みである。

化粧品原料メーカーに対しても植物由来原料の要望が年々増えてきており、化粧品原料メーカーにおいてはオーガニックやサステナブルに関する各種認証が求められつつある。オーガニックに関する統一基準は「COSMOS」が代表的であり、今後「COSMOS認証(物理的及び化学的に処理された農業原料で基準以上のオーガニック成分が含まれているもの)」もしくは「COSMOS承認(非オーガニック原材料でCOSMOS基準化粧品に使用することが認証されたものに対して使用可能)」

の認証取得、パーム油を使用する原料においては「RSPO」認証取得など、オーガニックやサステナブルに関する各種認証取得原料が増加するものと予想される。

(2) コスメシューティカル対応原料の増加

2点目は「コスメシューティカル対応原料の増加」である。コスメシューティカル(cosmeceutical)とは、薬用化粧品あるいは機能的な化粧品のことを指し、コスメシューティカルは、「cosmetic」と調剤や薬剤を意味する「pharmaceutical」の組み合わせによる造語である。和製英語というわ

けではなく英語圏でも用いられている。日本を含め、各国でもよく見られるようになった用語であるが、定義はなく、企業や国により解釈が異なるが、一般的にはエイジングケア、美白、敏感肌、アクネケアなどのカテゴリーがコスメシューティカルと分類される。コスメシューティカルは今後ますます伸びる市場といわれており、化粧品原料メーカーとしてはコスメシューティカルへの対応が進展すると予想される。

日本においては人口のボリュームゾーンである団塊ジュニア世代(1971~1974年生まれの世代)がけん引するシワ改善などのエイジングケアカテゴリーがとりわけ有望であり、エイジングケアへの取り組みが中心の施策となる。

(3) フェムケア&フェムテック対応原料開発の進展

3点目は「フェムケア&フェムテック対応原料開発の進展」である。「フェムケア」とは主に女性のデリケートゾーンをケアする製品やサービスであり、「フェムテック」とは女性のライフステージにおける生理・妊娠・更年期などの課題を解決できる製品やサービスである。矢野経済研究所「2023 フェムケア&フェムテックマーケット」では、2022年のフェムケア&フェムテック(消費財・サービス)市場は前年比107.8%の695億100万円と推計している。女性活躍推進法(改正)の全面施行、不妊治療の保険適用といったトピックスがあったほか、内閣府男女共同参画局が公表した「女性版骨太の方針2022」でもフェムテックの更なる推進が掲げられるなど、女性の抱える

健康課題を解決することへの関心が高まっているため、2023年のフェムケア&フェムテック(消費財・サービス)市場は、前年比107.0%の743億9,100万円を見込むなど、今後も拡大する市場と見込まれており、化粧品原料メーカー・商社に対してフェムケア&フェムテック対応原料の問い合わせが増加しつつある。

これらのことから、今後、化粧品原料メーカーにおいてもフェムケア&フェムテックへ対応した化粧品原料の開発や提案が進展する。

Abstract

We investigated and analyzed the market trends of the cosmetic ingredients market to understand the current state of the market. From there, we looked at the future potential and structural changes of the cosmetics ingredients market.

<参考文献>

- 1) 矢野経済研究所, 2023年版 化粧品受託製造・容器・原料市場の展望と戦略(2023年)
- 2) 矢野経済研究所, 2023年版 化粧品マーケティング総鑑(2023年)
- 3) 矢野経済研究所, 2023年版 自然派・オーガニック化粧品マーケティング総鑑(2023年)
- 4) 矢野経済研究所, 2023 フェムケア&フェムテックマーケット(2023年)
- 5) 日本化粧品工業会ホームページ(<https://www.jcia.org/user/>)