

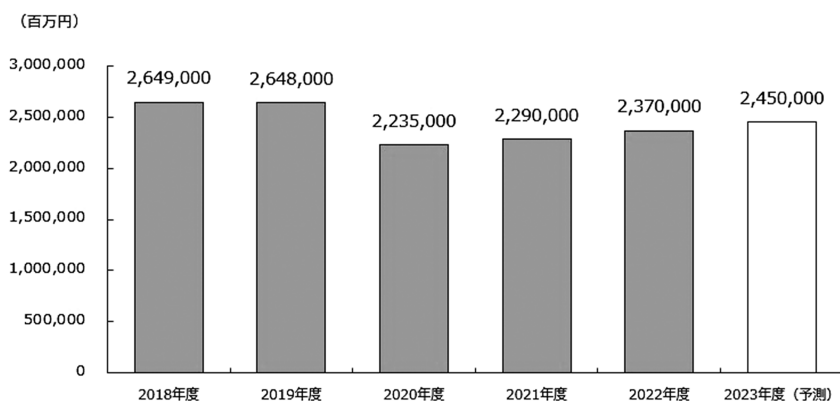
逸見 敬弘\*1

## 1. 国内化粧品市場の動向

日本の化粧品市場は、2015年以降に顕著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、高付加価値原料を配合する化粧品が好調に推移することで、化粧品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年春以降の行動規制緩和による人流が増加、2022年10月より日本政府が個人旅行の受け入れや査証免除措置の再開等を実施したことを受けインバウンド需要も回復の兆しを見せたことから2022年度の国内の化粧品市場規模（企業出荷金額ベース）は2兆3,700億円となり、2年連続で拡大推移となった（図1）。



注1. ブランドメーカー出荷金額ベース

注2. 2023年度は予測値

(単位: 百万円、%)

	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度 (予測)
市場規模	2,649,000	2,648,000	2,235,000	2,290,000	2,370,000	2,450,000
前年度比	104.1	100.0	84.4	102.5	103.5	103.4

矢野経済研究所調べ

■ 図1 国内の化粧品市場規模推移と予測

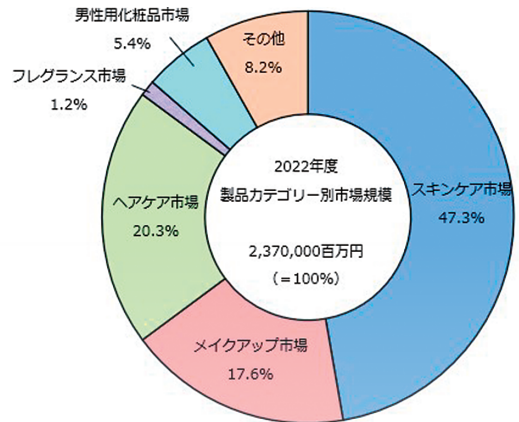
2022年度の化粧品市場を製品カテゴリー別にみると、スキンケア市場が構成比47.3%（1兆1,200億円）と最も高く、ヘアケア市場は同20.3%（4,810億円）、メイクアップ市場が同17.6%（4,170億円）、男性用化粧品市場は同5.4%（1,290億円）、フレグランス化粧品市場が同1.2%（292億円）と続いた（図2）。

2023年度以降は、新型コロナウイルスによる行動面の制限や消費者の買い控えなど経済面への影響も落ち着きを見せ、国内需要は回復基調を継続するとみる。また、原材料等のコスト高騰や製品の高付加価値化により単価向上が図られるほか、訪日観光客も徐々に増加することでインバウンド需要も回復していくとみられる。

化粧品市場の回復基調継続に伴い、安全性評価試験の必要性も高まっている。特に、消費者の安全意識の高まりにより、企業は製品の安全性を確保するための試験を積極的に検討する傾向にある<sup>1)</sup>。

## 2. 化粧品の安全性評価ガイダンス

化粧品は「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律」（医薬品医療機器等法）により、「人の身体を清潔にし、美化し、魅力を増し、容ぼうを変え、または皮膚若しくは毛髪を健やかに保つために、身体に塗擦、散布その他これらに類似する方法で使用されることが目的とされている物で、人体に対する作用が緩



注:ブランドメーカー出荷金額ベース

矢野経済研究所調べ

■図2 化粧品の製品カテゴリー別市場構成比  
(2022年度)

評価法を考えるには困難が伴う。そこで、化粧品製造業者の団体である日本化粧品工業連合会（現：日本化粧品工業会）より、2022年に改訂された「化粧品安全性評価に関する指針2022」<sup>3)</sup>が日本におけるガイダンスに該当すると考えられる。これによると、化粧品の安全性保証は化粧品製剤そのもので実施されるのが基本である。原料単位での安全性が担保されていたとしても、混合した製剤の安全性が保証されたとはみなされないことより、化粧品製剤の安全性評価受託試験について紹介していきたい。

## 3. 化粧品の安全性評価受託試験

これ以降の閲覧を希望の場合は、本誌をご購読ください。