

化粧品原料のグローバル展開と 今後の展望

Global Expansion of Japanese Cosmetic Ingredients
and Future Outlook

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

1. 市場概況

グローバルの化粧品市場は、主に新興国の中産階級の台頭によって拡大しており、それに伴ってグローバルでの化粧品原料の需要も増加している。

グローバルの化粧品原料の主なトレンドとしては「サステナビリティ×クリーンビューティー」と「高機能化・ニーズ細分化」の2点がある。

「サステナビリティ×クリーンビューティー」では、天然由来成分、植物抽出物、ヴィーガン原料などサステナブル原料へのシフトが進んでいるほか、天然由来成分や植物由来原料では、欧州5団体が策定したオーガニック・ナチュラル化粧品に関する世界的な統一規格であるCOSMOS認証を取得する原料企業が増加している。

「高機能化・ニーズ細分化」では、高齢化社会を背景に、エイジングケア、美白などの肌悩みに対応した高機能原料の需要が高まっているほか、消費者の多様なニーズに応えるため、細分化されたニーズに対応した原料開発が活発になっている。

地域別でみると、欧州では、マイクロプラスチックなどの配合規制物質からの代替製品や、石油由来から植物由来への置き換えを志向した化粧品原料の開発が引き続き好調であり、バイオマス由来のアルコールなど基材においても植物由来への置き換えを提案する原料企業が増加している。近年では、原料そのもののサステナブル化だけでなく、如何に化粧品の製造における環境負荷をトータルで減らすことができるかという点に着眼点が移行しつつある。規制面で見ると、フランスでは2026年1月1日より、PFAS（永遠の化学物質）を含む化粧品の製造・輸出入・市場投入が禁止

されたほか、EUでは2026年7月30日から「化粧品共通成分名称表」が更新される予定となっており、原料表示の標準化が強化されている。

北米では、石油由来原料から自然由来原料への代替というトレンドは落ち着き、ダーマコスメなどに対応した革新的な原料開発が活発化しており、持続可能性と機能性を両立する原料の開発が重要なトレンドになってきている。

アジアの中国では、健康志向の高まりから、天然・植物由来原料へのニーズがZ世代・ミレニアル世代を中心に急増、近年ではクリーンビューティー、サステナビリティやエコロジーなど環境への配慮への考え方が進化しており、特に、漢方由来成分や発酵技術を用いた原料開発が加速している。また、国貨ブーム（国潮と呼ばれる中国の伝統文化や要素と現代のトレンドを融合させた国産製品がZ世代を中心に支持される現象）の流れが、化粧品原料の開発にも及んでおり、中国企業による化粧品新原料の届出件数が増加するなど、中国の化粧品原料企業が台頭しつつある。

アジアの韓国では、クリーンビューティーへの対応に加え、製品を選ぶ際に配合成分を重視する傾向が一層強まっており、PDRNなどの美容医療発のダーマコスメ対応原料の開発が活発化している。

東南アジアでは、高温多湿な地域であることから、美白への関心や日焼けによる皮膚疾患予防への関心が高まっており、紫外線によるダメージ抑制効果を謳ったサンスクリーン対応の原料開発が活発化しているほか、植物由来や発酵由来の原料が増えており、特に“発酵”をテーマとした原料開発に注目が集まっている。また、インドネシア、マレーシアといったイスラム教徒が多く居住する地域ではハラール認証化粧品のプレ

ゼンスが高まっていることから、ハラール認証を得た化粧品原料の開発も活発化している。特にインドネシアでは、2026年10月18日からは化粧品原料へのハラール認証が必須となり、世界の化粧品原料企業はハラール認証対応を強化している。

2. 日本の化粧品原料の強み

日本の化粧品原料は、国内の化粧品ブランドメーカーはもちろん、世界各国の現地法人や現地代理店などを通じて、欧州・北米だけでなく、韓国や中国といった化粧品輸出金額が急増する地域の化粧品ブランドメーカーにも採用されている。日本の化粧品原料は、長年の研究開発の蓄積、安心・安全に関する規制及び消費者における高い化粧意識を背景とした繊細な製造技術・ノウハウを有しており、スキンケア分野を中心にその品質は世界から高く評価されている。これら日本の化粧品原料の技術力の高さを裏付ける根拠の1つとして、IFSCCの国際学会における発表論文の受賞件数ランキングがある。IFSCCでは化粧品技術の向上や安全で有用な化粧品開発のための諸活動を行っており、中でもIFSCC大会は世界中の化粧品技術者が毎年集まり、最先端の研究発表を公表する機会である。発表には口頭発表とポスター発表があり、それぞれ優秀な発表には賞が贈られるが、日本企業は1976年の第9回大会以降、2024年の第33回大会までに計51件と圧倒的な受賞回数を誇っており世界トップである。日本の化粧品原料は、これらの要素が一体となってシナジー効果を生み出し、Made in Japan (Made by Japan) = J-beautyとしての高い評価を得ている。

具体的な強みとしては以下の3点が挙げられる。

1) 科学的根拠・技術に基づく高品質・高機能成分の開発

素材の採用から製造工程に至るまで徹底した品質検査を実施し、精緻な製造技術と厳格な品質管理体制により、安定した品質の製品供給を実現していることが、日本の化粧品原料の強みとなっている。機能性としては、主に、素材から不純物やアレルギーを除去して純度の高いエキスを抽出・配合する高度精製技術、ファンデーションやアイシャドーをはじめとする粉体製品において粒子の表面を加工し均一に分散させるための

表面処理・超微粒子顔料分散技術、酵母や乳酸菌や麹菌といった微生物の発酵作用を用いて原料から人体に有益・有用なエキスを抽出する発酵技術などが評価されている。また、伝統的な和漢植物エキスからバイオテクノロジーを応用した最先端原料まで、非常に幅広いラインナップを持つことも強みとなっているほか、エイジングケア、美白など、細分化ニーズに対応できることも評価されている。

2) 安全性と信頼性への徹底的なこだわり

消費者にとって最も重要である原料の安心・安全への徹底的なこだわりが、日本の化粧品原料の強みとなっている。厳格な試験プロトコルと品質保証システムにより製品の高い安全性を確保しているほか、時間が経っても成分が劣化しない技術を有している。また、高品質を保つ製剤技術や肌への負担を減らす低刺激処方原料が多く、敏感肌の消費者にも安心して使用できる原料が豊富である。

3) 伝統的な素材と先端技術の融合

豊かな伝統的な素材を現代のイノベーションと融合させて安定性や効果を高めた化粧品原料を開発しているところが、日本の化粧品原料の強みとなっている。和の天然素材である米ぬか、緑茶、発酵、椿油といった古くから親しまれてきた和の天然素材を科学的に再評価して安定性や浸透効率を高める研究が盛んであり、長年の知見である発酵技術では、発酵技術を最先端の革新的技術へと昇華させ、ヒアルロン酸、セラミド、コラーゲンなどの先進的な機能性成分を開発している。

3. 今後の展望

今後も、グローバルの化粧品原料市場は、新興国の需要拡大に加え、消費者の高級志向やダーマコスメ志向の高まりに伴って高機能原料への需要が増加、天然・オーガニック・持続可能な原料へのシフトを背景に、堅調な成長が見込まれる。地域的にはアジア太平洋地域を中心とした新興国市場の化粧品市場が拡大するとみられ、アジア太平洋地域を中心とした新興国市場の化粧品原料需要獲得がポイントになる。

1) 原料開発のあり方

J-beautyの国際競争力を高めていくための原料開発のあり方については、主に以下の5点が挙げられる。

(1) 製造工程全体でのサステナビリティ推進

世界的なトレンドであるサステナビリティへの対応として、素材調達から製造、輸送までのライフサイクル全体でCO₂排出量や水使用量を削減する取り組みが進んでいる。加えて、持続可能性や環境配慮の観点から、バイオベースや再生可能な原料の採用が広がっており、単に原料の機能性だけでなく、製品全体の環境負荷低減に寄与する原料開発が今後の競争力強化の鍵となる。

そのため、フェアトレード認証、RSPO（持続可能なパーム油のための円卓会議）認証、Non-GMO（遺伝子組み換え作物ではない）認証原料、海洋プラスチック由来原料など、環境・社会・ガバナンス（ESG）観点を評価される認証取得が必要である。そのほか、アップサイクル原料や廃棄時に土に還る生分解性原料の開発など、製造工程全体のサステナビリティ向上を支える原料開発も必要となる。

(2) 付加価値型ソリューションへの転換

化粧品機能性や安全性の向上に対する要求が一層強まっており、これに伴い、日本の化粧品原料企業は単なる素材供給から付加価値の高いソリューション提供へと役割を変化させていく必要がある。顧客である化粧品ブランドメーカーやOEM/ODM企業との連携を深め、共同開発やカスタマイズ製品の提案をしていくことが今後の競争力強化の鍵となる。

(3) 地域特性に応じた原料開発

化粧品市場がグローバルに拡大するに伴い、地域の特性に対応した原料開発の重要性が増しており、地域ごとの消費者嗜好や規制環境に適合するため、柔軟な製品戦略が求められている。これにより、世界的な規模を持つ化粧品原料企業でもそれぞれの地域の個別ニーズを踏まえた原料開発が必須となり、今後は、アジア専売原料、北米専売原料など、地域特性に応じた原料開発が競争力強化の鍵となる。

(4) サプライチェーンの透明性向上

ブランド価値向上を図るため、品質管理・安全性確保、トレーサビリティなどサプライチェーンの透明性向上が必須となる。化粧品原料のトレーサビリティとは、原材料の調達から製造、流通、廃棄まで、製品の全工程を追跡可能にする仕組みであり、サプライヤーとの連携やブロックチェーン技術、QRコード活用、現地の生産者との直接連携などで透明性を高め、消費者への安心提供と品質問題発生時の迅速な対応を可能にしていくことが競争力強化の鍵となる。

(5) デジタルイノベーションの推進

研究開発の効率化、生産・品質管理の最適化、及びサプライチェーン全体の効率化を目的としてAIやマテリアルズインフォマティクス（MI）活用やデータ分析などのデジタル技術を活用し、新規原料の開発期間を大幅に短縮することで、コスト削減と市場ニーズへ迅速に対応していくことが今後の競争力強化の鍵となる。

上記の取り組みを通じ、化粧品原料のエコシステムを構築する必要がある。化粧品原料のエコシステムとは、環境負荷を低減し持続可能性を追求する原料調達・開発・製造・パッケージング・廃棄までの一連の流れを指し、具体的にはサステナブルな原料の活用、トレーサビリティ確保、動物実験代替、グリーンケミストリー、大学・研究機関とのオープンイノベーションなどを通じて、CO₂削減、生物多様性保全、資源の有効活用を目指し、消費者の信頼と製品の付加価値を高めることが今後の競争力強化の鍵となる。

2) 海外進出のあり方

日本化粧品原料企業は、国内需要に依存したビジネスモデルから脱却し、積極的なグローバル展開によって新規需要を獲得することが重要である。J-beautyの国際競争力を高めていくための海外展開のあり方については、主に以下の3点が挙げられる。

(1) チャイナプラスワン戦略の推進（中国市場への依存低減・東南アジア市場の深耕）

中国経済の低迷や規制強化などの背景から、これま

で軸足を置いてきた中国市場への依存を見直す時期に差し掛かっている。新たな成長軸としてチャイナプラスワン、中でも東南アジア市場を第2の柱に位置付けて東南アジア市場を深耕することで中国市場への依存低減を図る必要がある。東南アジア諸国では、人口が増加傾向にあるだけでなく経済発展により中間層が拡大しており、タイ、ベトナム、フィリピン、インドネシアなどは人口ボーナス期にあり、特に注力すべき国となる。また、インドネシアなどイスラム教徒の多い国で必要となるハラール認証への対応は、東南アジア諸国のみでなく、昨今のサステナビリティやクルエルティフリーを重視して選好する非ムスリム消費者の需要獲得にもつながる可能性があり、積極的に進めるべきである。

(2) 連携による事業拡大

グローバル市場開拓のためには、国内市場とは異なる専門的な知識と戦略が必要であり、適切なパートナーとの連携を構築することが成功への近道となる。化粧品原料企業のグローバル展開における連携は、現地市場へのアクセス、規制への対応、効率的なサプライチェーン構築などを可能にする重要な戦略となる。特にアジア市場は成長が見込まれており、各国で現地代理店との連携を推進するほか、現地のOEM/ODM企業と連携し、日本の高品質な化粧品原料を海外の新興ブランドに提供する仕組みを構築していく必要がある。

(3) 官民一体となったJ-Beautyブランディングの推進

グローバルの化粧品市場では、中国や韓国の政府が化粧品を基幹産業に位置付け、強力な支援を行っている結果、両国の化粧品輸出金額が急増している。これに対し、日本では同様の国家的支援が十分とはいえず、国際市場における存在感が相対的に低下しているとの認識が持たれている。日本の化粧品産業のグローバル化は、個々の企業の努力に委ねられており、国家としての体系的な支援体制は乏しい。また、日本の化粧品制度はイノベーションを生みづらく、諸外国との制度上のギャップが大きいことが、輸出の障壁となっている。

現状、日本の化粧品原料については高い競争力を維持しているものの、アジアの化粧品原料企業の追いつ

げがこの先予想されるため、今後は日本政府が進める「J-Beauty」戦略（国内規制とグローバルスタンダードとのハーモナイゼーション、情報リソースの共通化、認証取得補助、商談機会提供などの海外展開・中小企業支援の充実化など）を活用し、官民一体で日本の化粧品原料をJ-Beautyとしてブランディングするとともに化粧品原料のグローバル展開を推進していくことが鍵となる。

Abstract

Yano Research Institute analyzed the global expansion and future prospects of Japanese cosmetic ingredients.

〈参考文献〉

- 1) 矢野経済研究所, 2025年版 化粧品受託製造・容器・原料市場の展望と戦略 (2025年)
- 2) 矢野経済研究所, 2025年版 化粧品マーケティング総鑑 (2025年)
- 3) 経済産業省・日本化粧品工業連合会, 化粧品産業ビジョン (2021年)
- 4) 経済産業省, 化粧品産業の持続的な発展における今後の方向性に関する調査 (2024年)
- 5) 経済産業省, 化粧品製造業をめぐる状況 (2025年)
- 6) 経済産業省, 令和6年度商取引・サービス環境の適正化に係る事業（化粧品におけるOEM/ODM/原料製造の市場動向及び今後の海外展開に係る調査, 2025年）
- 7) 日本化粧品工業会, 日本化粧品工業会ビジョン2030 (2023年)