

化粧品市場における M&Aに関する一考察

A Consideration of M&A in the Cosmetics 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. はじめに

近年の化粧品市場は、既存の大手ブランドメーカーや異業種企業によるM&A・出資が増加している。国内化粧品市場の成熟と少子高齢化に伴う成長鈍化を打破するため、また、消費者の細分化ニーズに対応するため、新規ブランドの獲得や海外展開の加速などを通じて、持続的な成長基盤を確保しようとする動きが活発化しており、現在、その手法の1つとして、M&A・出資による事業拡大が注目を集めている。

そこで、本稿では、近年の化粧品市場におけるM&A・出資事例に関して考察していく。

2. M&A・出資の目的

近年の化粧品市場におけるM&A・出資の主な目的としては、以下のものが挙げられる。

1) 海外市場の強化

1番目は「海外市場の強化」である。国内化粧品市場の成熟化を背景に、多くの日本企業が成長の余地がある海外市場（特にアジアや北米）への進出を急いでいる。海外進出の手法として、日本で展開する既存ブランドで海外市場に参入するよりも、現地の販売網を持つ現地企業を買収する方が、短期間で市場に浸透できることから、現地企業に対するM&Aや出資する事例が増加している。この手法では、現地ノウハウ、生産拠点、チャネル、現地消費者の好みや規制などに精通したパー

トナーを取り込むことができるため、進出リスクを低減できる。また、同様の理由で、近年は、日本市場でのプレゼンス向上を目的とした欧米企業による日本企業のM&A・出資も増加している。

2) 細分化ニーズへの適応・ブランドポートフォリオの拡充

2番目は「細分化ニーズへの適応・ブランドポートフォリオの拡充」である。これは、SNSの急速な普及により、消費者のトレンドが目まぐるしく変わる中、自社開発だけでは対応しきれない領域をM&A・出資で補う手法である。新興D2Cブランドや、クリーンビューティー、自然派化粧品、敏感肌化粧品といった成長分野のブランドを主要ターゲットとして、これらブランドを買収することでブランドポートフォリオの拡充を図るケースが多い。この場合、ブランド買収・出資を通じて、デジタルマーケティングやSNSマーケティングのノウハウを吸収できるという副次的な効果もある。

3) バリューチェーンの垂直統合

3番目は「バリューチェーンの垂直統合」である。これは、研究開発から製造、販売までを一貫して管理することで、競争力を高める手法である。具体的には、製造を委託していた受託メーカーを子会社化することで、生産コストの削減や研究開発スピードの向上を狙うケースのほか、独自の技術を持つ容器・原料メーカーをグループに迎え、差別化された製品開発を可能にするケースもある。

4) 既存事業の強化・シェアアップ

4番目は「既存事業の強化・シェアアップ」である。これは、同業他社（ライバルや補完関係にある企業）を買収することで、自社の“弱点の補完”と“規模の利益（スケールメリット）”を同時に狙う手法である。M&A・出資を通じて、①ライン拡充（価格帯・カテゴリーなど）、②研究開発力や特許の獲得、③コスト削減（共同購買・工場統合・物流拠点統合）と顧客への交渉力の強化、などを推進することで、既存事業の強化・シェアアップを図ることが具体的な目的である。

5) 新規参入を目的としたM&A・出資

5番目は「新規参入のためのM&A・出資」である。多くの新規参入を企図する企業には、化粧品ビジネスに関するノウハウはない。しかしながらM&A・出資を通じて、①許認可と事業基盤、②研究開発力・製品開発力、③ブランド力（のれん）と既存顧客（既存販路）、④優秀な人材（専門職）の4つを一気に獲得できるメリットがある。そのため、新規参入企業にとっては、既存企業へのM&A・出資によって“時間”と“ノウハウ”をショートカットでき、結果として成功確率が格段に高く、投資回収も早くなるため、新規参入の手法としてM&A・出資を実施する企業が多くなっている。

3. 主なM&A・出資事例

2020年以降、化粧品業界ではM&A・出資が活発化しており、弊社が確認できたものだけでも40件のM&A・出資が成立している。

暦年別にみると、2020年1件、2021年4件、2022年7件、2023年6件、2024年7件、2025年9件と長期的にみると増加傾向で推移しており、2026年は3カ月間で6件の案件が成立している。

買収企業・出資企業の業種も、化粧品ブランドメーカー、化粧品受託メーカー、化粧品容器メーカーだけでなく、情報通信業、医薬品原料卸、商社、高級ブランドを多数持つコングロマリット、食品通販企業、パチスロ機器メーカー、アパレル業、雑貨メーカー、日雑卸企業、美容医療サービス業、日用品メーカー、化学品メーカー、飲料メーカー、金融業など多種多様である。

被買収企業・被出資企業の業態も多種多様であるが、ブランドではドクターズコスメやクリーンビューティーなどのニッチ市場のブランドが人気になっており、地域では日本だけでなく、英国、豪州、タイ、米国、インドなどグローバル化していることも特徴となっている。

以下、2020年以降の主なM&A・出資事例を一覧にした。

〈主なM&A・出資事例40件（2020年4月～2026年3月迄）〉

年月	買収企業・出資企業（業種）	被買収企業・被買収事業・被出資企業（国籍）
2020年11月	三井物産ケミカル(株)（商社）	化粧品受託メーカーの(株)アンズコーポレーション（日本）に出資
2021年2月	仏ロレアル（化粧品ブランドメーカー）	ドクターズコスメブランドを展開する(株)タカミ（日本）を買収
	Aiロボティクス(株)（情報通信業）	スキンケアブランドを展開するYunth(株)に出資
2021年9月	丸紅(株)（商社）	フランス発クリーンビューティーブランドを展開するSHIGETA(株)（日本）に出資
2021年12月	仏LVMH（高級ブランド展開）	化粧品ブランドを展開するCi FLAVORS(株)（日本）に出資
2022年7月	ジェイフロンティア(株)（食品通販）	D2Cブランドを展開する(株)ECスタジオ（日本）を買収
2022年2月	独ヘンケル（化粧品ブランドメーカー）	(株)資生堂プロフェッショナル事業（日本）を買収

年月	買収企業・出資企業（業種）	被買収企業・被買収事業・被出資企業（国籍）
2022年10月	(株)資生堂（化粧品ブランドメーカー）	マイクロバイオーンスキンケアブランドを展開する Gallinée Ltd（英国）を買収
2022年11月	(株)オーイズミ（パチスロ機器メーカー）	D2Cブランドを展開する武内製薬(株)（日本）を買収
	アリナミン製薬(株)（医薬品メーカー）	スキンケアブランドを展開する悠香ホールディングス(株)（日本）を買収
	オリックス(株)（金融業）	化粧品・健康食品通販の(株)ディーエイチシー（日本）を買収
2022年12月	イワキ(株)（医薬品原料卸）	海外製化粧品の輸入販売を展開するアインズラボ(株)（日本）を買収
2023年8月	花王(株)（化粧品ブランドメーカー）	日焼け止めブランドを展開する Bondi Sands Australia Pty Ltd（豪州）を買収
	クロスプラス(株)（アパレル業）	化粧品ブランドを展開する(株)アイエスリンク（日本）を買収
	三井物産(株)（商社）	化粧品受託メーカーの Dermaceutical Laboratories, LLC（米国）を買収
2023年11月	丸紅(株)（商社）	自然派ブランドを展開する(株)OSAJI（日本）に出資
2023年12月	(株)資生堂（化粧品ブランドメーカー）	ドクターズコスメブランドを展開する DDG Skincare Holdings LLC（米国）を買収
	丸紅(株)（商社）	タイの大手コスメブランドを展開する Karmarts Public Company Limited（タイ）に出資
2024年1月	(株)ユーグレナ（化粧品ブランドメーカー）	化粧品受託メーカーの(株)サティス製薬（日本）を買収
2024年6月	日本コルマーホールディングス(株)（化粧品受託メーカー）	化粧品受託メーカーの(株)トキワ・コスメティクス・グループ（日本）を買収
2024年9月	キリンホールディングス(株)（メーカー）	化粧品・健康食品通販の(株)ファンケル（日本）を買収
	Ci FLAVORS(株)（化粧品ブランドメーカー）	D2Cスキンケアブランドの(株)dr365（日本）を買収
2024年10月	(株)I-ne（化粧品ブランドメーカー）	スキンケアブランドを展開する(株)トゥベール（日本）を買収
2024年12月	(株)コーセー（化粧品ブランドメーカー）	タイ発ウエルネスブランドを展開する PURI CO.,LTD.（タイ）を買収
	(株)yutori（アパレル業）	(株)i.D（日本）からミニサイズコスメブランド「minum」事業を譲受
2025年1月	(株)コーセー（化粧品ブランドメーカー）	スキンケアブランドを展開する Foxtale Consumer Pvt. Ltd.（インド）に出資
2025年5月	(株)ハウス オブ ローゼ（化粧品ブランドメーカー）	(株)ビーバイ・イー（日本）のナチュラルコスメ「MAMA BUTTER」事業を譲受
2025年6月	(株)セレス（情報通信業）	スキンケアブランドを展開する(株)エムコーポレーション（日本）を買収
2025年7月	イワキ(株)（医薬品原料卸）	食品・化粧品原料商社の池田物産(株)（日本）を買収
	(株)サザビーリーグ（雑貨ブランド）	(株)ビーバイ・イー（日本）のオーガニックブランド「NEROLILA BOTANICA」事業（日本）を譲受

年月	買収企業・出資企業（業種）	被買収企業・被買収事業・被出資企業（国籍）
2025年12月	(株)あらた（日雑卸）	メイクアップブランドを展開する(株)MAPホールディングス（日本）を買収
	(株)アリミノ（理美容化粧品メーカー）	理美容化粧品ブランドを展開するリアル化学(株)（日本）を買収
	(株)オンワードホールディングス（アパレル業）	ネイルブランドを展開する(株)コスメ・デ・ポーテ（日本）を買収
	SBCメディカルグループ(株)（美容医療）	D2Cブランドを展開する(株)Waqoo（日本）に出資
2026年1月	ロート製薬(株)（化粧品ブランドメーカー）	タイ発ウエルネスブランドを展開するThann Oryza Co., Ltd.（タイ）を買収
	丸紅(株)（商社）	敏感肌向けブランドを展開する(株)エトヴォス（日本）を買収
2026年2月	ライオン(株)（日用品メーカー）	ナチュラルコスメブランドを展開するPNB Consolidated Pty Ltd（豪州）を買収
	荒川化学工業(株)（化学品メーカー）	スキんケアブランドを展開するナチュラルウェーブ(株)（日本）を買収
2026年3月	(株)リベルタ（雑貨メーカー）	スキんケアブランドを展開する(株)クレア（日本）を買収
	三洋化学工業(株)（化粧品容器メーカー）	化粧品受託メーカーの(株)K&S（日本）を買収

出所：日本M&Aセンター M&Aマガジンに基に矢野経済研究所調査

4. M&A類型

主なM&A出資事例40件（2020年4月～2026年3月迄）の主目的別に分類した。

最も多いのが「新規参入を目的としたM&A・

出資（13件）」である。化粧品市場への参入障壁は低いものの、その成功確率は高いとはいえないことから“時間”や“ノウハウ”などを買う目的でM&A・出資を行う企業が多くなっている。

2番目は「海外市場強化（12件）」である。「海

〈新規参入企業類型〉

パターン	事例
新規参入を目的としたM&A・出資（13件）	▶ 三井物産ケミカル(株)による(株)アンズコーポレーション（日本）への出資、Aiロボティクス(株)によるYunth(株)（日本）への出資、丸紅(株)によるSHIGETA(株)（日本）への出資、ジェイフロンティア(株)による(株)ECスタジオ（日本）の買収、(株)オーイズミによる武内製薬(株)（日本）の買収、アリナミン製薬(株)による悠香ホールディングス(株)（日本）の買収、オリックス(株)による(株)ディーエイチシー（日本）の買収、クロスプラス(株)による(株)アイエスリンク（日本）の買収、麒麟ホールディングス(株)による(株)ファンケル（日本）の買収、(株)yutoriによる「minum」事業（日本）の譲受、(株)サザビーリーグによる「NEROLILA BOTANICA」事業（日本）の買収、(株)セレスによる(株)エムコーポレーション（日本）の買収、荒川化学工業(株)によるナチュラルウェーブ(株)（日本）の買収

パターン	事例
海外市場強化（12件）	日本企業（9件） ▶ (株)資生堂によるGallinée Ltd（英国）・DDG Skincare Holdings LLC（米国）の買収、花王(株)によるBondi Sands Australia Pty Ltd（豪州）の買収、三井物産(株)によるDermaceutical Laboratories, LLC（米国）の買収、(株)コーセーによるPURI CO.,LTD.（タイ）の買収・Foxtale Consumer Pvt. Ltd.（インド）への出資、丸紅(株)によるKarmarts Public Company Limited（タイ）への出資、ロート製薬(株)によるThann Oryza Co., Ltd.（タイ）の買収、ライオン(株)によるPNB Consolidated Pty Ltd（豪州）の買収 外資系企業（3件） ▶ ロレアルGによる(株)タカミ（日本）の買収、LVMHによるCi FLAVORS (株)（日本）への出資、ヘンケルGによる(株)資生堂プロフェッショナル事業（日本）の買収
細分化ニーズへの対応・ブランドポートフォリオの拡充（6件）	▶ Ci FLAVORS(株)による(株)dr365（日本）の買収、(株)I-neによる(株)トゥペール（日本）の買収、(株)オンワードホールディングスによる(株)コスメ・デ・ボーテ（日本）の買収、丸紅(株)による(株)OSAJI（日本）への出資・(株)エトヴォス（日本）の買収、(株)リベルタによる(株)クレア（日本）の買収
バリューチェーンの垂直統合（5件）	▶ イワキ(株)によるアインズラボ(株)（日本）の買収、(株)ユーグレナによる(株)サティス製薬（日本）の買収 ▶ (株)あらたによる(株)MAPホールディングス（日本）の買収、SBCメディカルグループ(株)による(株)Waqoo（日本）への出資、三洋化学工業(株)による(株)K&S（日本）の買収
既存事業の強化・シェアアップ（4件）	▶ 日本コルマーホールディングス(株)による(株)トキワ・コスメティクス・グループ（日本）の買収、(株)ハウス オブ ローゼによる「MAMA BUTTER」事業（日本）の譲受、イワキ(株)による池田物産(株)（日本）の買収、(株)アリミノによるリアル化学(株)（日本）の買収

出所：矢野経済研究所作成

「海外市場強化」は日本企業によるものと外資企業によるものに大別され、ともに大手企業によるものが多い。これら企業には、海外市場強化に加えて、細分化ニーズへの対応・ポートフォリオ拡充といった目的も含まれている。

3番目は「細分化ニーズへの対応・ブランドポートフォリオの拡充（6件）」であり、被買収企業・被出資企業はD2C・自然派・敏感肌などニッチ分野のブランドを持つ企業がほとんどである。

4番目は「バリューチェーンの垂直統合（5件）」であり、買収企業・出資企業の目的は、サプライチェーン強化のものからチャネル・ブランド強化のものまで幅広くなっている。

5番目は「既存事業の強化・シェアアップ（4

件）」である。このケースの場合は、既存事業の強化・シェアアップに加えて、細分化ニーズへの対応・ポートフォリオ拡充といった目的も含まれている。

5. 今後の展望

世界規模での化粧品市場拡大を背景に、2026年以降もM&A・出資は活発化する。特に、新興のD2Cブランド、クリーンビューティーブランド、ダーマコスメブランド、ドクターズコスメブランドへの買収が加速する。対象地域としては、日本国内に加えて、今後の市場拡大が予想されるアジア市場を中心にM&A・出資が活発化していく。

その他、既存の化粧品ブランドがDX化へ対応

したビジネスモデルへ変革することを主目的とした、AI、AR、パーソナライゼーション、マーケティングオートメーションなどのDX技術や量子コンピューティングなど次世代コンピューティング技術を持つスタートアップ企業へのM&A・出資が増加していく。

1) 日本企業による海外企業の買収が増加

アジア各国で台頭する韓国・中国ブランドメーカーへ対抗する手段の1つとして、日本のブランドメーカーが、アジア地域での存在感を高めるため、現地ブランドのM&A・出資を積極化していく。地域的にはタイ、マレーシア、インドネシアなどのASEAN地域のほか、人口規模の大きいインドをはじめとする南アジアのブランドへの注目度が高まっていく。しかし一方で、これら地域の現地ブランドは、欧米ブランドメーカーだけでなく韓国や中国のブランドメーカーにとっても非常に魅力的な投資対象であることから、現地ブランドへのM&A・出資をめぐる競争が激化していく。

2) 海外ブランドによる日本ブランドの買収が増加

海外ブランドメーカーにとっては、世界有数の規模を誇る日本市場で競争力を持っている日本のブランドメーカーはM&A・出資対象として魅力的である。そのため、今後は、欧米ブランドメーカーだけでなく、韓国や中国などアジアのブランドメーカーによる日本のブランドメーカーのM&A・出資も増加していく。

3) 大手ブランドによるポートフォリオ拡充が進展

日本の大手ブランドメーカーによるクリーンビューティーブランド・ダーマコスメブランド・ウェルネスブランドなど、今後の成長性が期待できるブランドへのM&A・出資が活発化する。しかし一方で、これら日本の新興ブランドは欧米ブランドメーカーだけでなく韓国ブランドメーカーや中国ブランドメーカーにとっても非常に魅力的な投資対象であることから、これら新興ブランド

のM&A・出資をめぐる競争が激化していく。

4) M&Aにより新規参入する企業は今後も増加

化粧品市場は世界規模で成長が見込める市場であり、日本国内市場も底堅い需要を持つ市場であるため、今後もアパレル、日用品、医療サービス、医薬品、雑貨、食品・飲料、化学品、医療機器・美容機器、美容サービスなど関連する産業から新規参入する企業は増加していくとともに、新規参入した異業種参入企業の事業見直し・撤退にともなうM&A・出資案件も増加していく。

Abstract

Yano Research Institute conducted an analysis of M&A in the cosmetics market.

〈参考文献〉

- 1) 矢野経済研究所，2025年版 化粧品マーケティング総鑑（2025年）
- 2) 日本M&Aセンター M & Aマガジン (<https://www.nihon-ma.co.jp/magazine>)