

Poland.

化粧品産業 ポーランド日本

Expo2025.Osaka.Kansai

導入

基本情報



2024年度のポーランド及び日本の市場価値:

2024年度は、ポーランドの化粧品販売の収益額(5,676,610,000米ドル)は、日本((47,303,210,000米ドル)の)の8分の1以下になるだろうと予測されていました。



ポーランドと日本の市場価値の急速な成長:

2024年から2028年にかけて、ポーランドの化粧品市場は16%増加して65億5734万9千米ドルに達すると推定されているのに対し、日本では9%増の514億9950万8千米ドル米ドルと見込まれています。



2024年に日本とポーランドでの市場での主要商品:

フェイシャルケア、ヘアケア商品。



日本の消費者は、

地域の伝統的な美容法が用いられ、天然成分を使用した革新的で高品質の化粧品の需要が高い傾向にあります。

2024年度の世界の化粧品市場価値は、6,462億ユーロに達し、2028年まで年間3.33%の安定した成長が見込まれると推定されています。日本の化粧品市場は米国、中国に次いで世界第3位です。2024年には、473億ドルの売上収益を生み出すと予測されています。

2023年には、日本には3,000の化粧品企業がありました。新型コロナウイルス感染症のパンデミックによるインバウンド観光客の減少に加え、化粧品を購入する消費者が減少している現状にも関わらず、日本市場は依然として安定した成長を続けていることが注目されます。

ポーランドの化粧品市場は、世界市場レベルと比較すると、日本市場よりもはるかに市場シェアが低いです。2024年にはその価値は57億米ドルに達すると予想されており、これは世界中の予測売上収益の0.88%のシェアに相当します。2023年のポーランドのマクロ経済が化粧品メーカーにとっては不利な状況であったにもかかわらず、化粧品市場は成長し続けています。実質賃金の低下、消費者心理の弱さ、あるいは購買決定に対する保守的なアプローチなどを理由として、ポーランドの消費者の需要は減少していますが、輸出は着実に増加しており、2018年から2023年にかけて39%増加し、54億米ドルという世界最高水準に達しました。2023年末時点で、1,292の企業が化粧品と洗浄用品の製造に携わっていました。そのうちの90%が零細企業であったことが重要な要素であり、ポーランドの化粧品産業の細分化が進んでいることがわかります。



ポーランドの消費者は、

化粧品の環境への優しさに注目しており、自然でオーガニックな成分で、長く使用できる商品を求めています。製剤を使用する際の安全性も重要視されています。



2023年度のポーランド及び日本の貿易交流:

ポーランドから日本への輸出は、2022年度の2,722,000米ドルから2023年度の1,289,000米ドルへと、53%の減少がみられました。日本からポーランドへの輸入は、2022年度の7,981,000米ドルから2023年度の9,111,000米ドルへと、14%増加しました。



ポーランドと日本の間の貿易収支額は、

2019年度の2,255,000米ドルから2023年度の7,822,000米ドルへと増加がみられました。



2023年度のポーランドから日本への主要な輸出商品:

毛髪用製剤(シャンプー、パーマネントウェーブ、縮毛矯正製剤を除く);メイクアップ及びスキンケア製剤(医薬品を除く);個人用のデオドラントと制汗剤。



2023年度の日本からポーランドへの主要な輸出商品:

フレグランス製品;メイクアップ及びスキンケア商品(医薬品を除く);シャンプー。

ポーランドと日本の化粧品産業の発展

2023年度のポーランドの化粧品の世界輸出における最高シェアは、美容及び絵画製剤(化粧品カテゴリの49%)。シェービング剤、デオドラント剤(化粧品カテゴリの14%)、及びヘアケア剤(化粧品カテゴリの13%)であり、データは千米ドルで計算されています。ポーランドの化粧品輸出は、2019年度から2023年度にかけて約40%増加しました。2023年度に最も大きな増加が見られるのは、エッセンシャルオイル、香料混合物、美化剤、絵画準備品などのカテゴリーです。

2023年度のポーランドへの世界の化粧品輸入における最高のシェアは、美容及び絵画製剤(化粧品カテゴリの37.5%)、香水及びオードトワレ(17.3%)、フレグランス(16.6%)であり、データは千米ドルで計算されています。ポーランドの化粧品輸入は、2019年度から2023年度にかけて約38%増加しました。2023年度に大幅な増加が見られたのは、香水やオードトワレ、美容品や化粧品などのカテゴリーです。

2019年度から2023年度までのポーランドから日本への化粧品輸出量は、3,194,000米ドルか1,289,000ドルへと60%減少しました。2023年度のポーランドから日本への化粧品輸出で最も高いシェアを占めたのは頭髮製剤(化粧品カテゴリの43%、データは千米ドル)でした。2023年度に最

も大きな成長が見られたのは、オードトワレとシェービング製品です。それに対し、2019年度から2023年度において、そのほかのカテゴリーでは、輸出の大幅な減少が見られます。

日本からポーランドへの輸入は、2019年度の449,000米ドルから2023年度の9,111,000米ドルへと、67%増加しました。2023年度のポーランドから日本への化粧品輸出で最も高いシェアを占めたのは、フレグランス製品(化粧品カテゴリーの72%)であり、データは千米ドルで計算されています。2023年度に最大の増加が見られたカテゴリーは、整髪料やフレグランス製品などです。

化粧品総額(カテゴリー33)におけるポーランドの対外貿易売上高(千米ドル単位のデータ)の残高は、2019年から2023年の分析期間を通じてプラスでした。2023年には前年比30%増加しました。

ポーランドから日本への輸出は、2022年度の2,722,000米ドルから2023年度の1,289,000米ドルへと、53%の減少がみられました。日本からポーランドへの輸入は、2022年度の7,981,000米ドルから2023年度の9,111,000米ドルへと、14%増加しました。

ポーランドと日本の間の貿易収支額は、2019年度の2,255,000米ドルから2023年度の7,822,000米ドルへと増加がみられました。

2023年にポーランドから日本市場向けに輸出された化粧品カテゴリーの主要商品は次のとおりです。

頭髪用製剤(シャンプー、パーマネントウェーブ剤、縮毛矯正剤を除く)

メイクアップ・スキンケア製剤(医薬品を除く)

個人用のデオドラントと制汗剤

2023年に日本からポーランド市場向けにヒットした化粧品カテゴリーの主要商品は次のとおりです。

フレグランス製品

メイクアップ・スキンケア製剤(医薬品を除く)

シャンプー

ポーランドと日本の化粧品産業の発展

2023年の日本からの化粧品の世界輸出における最高シェアは、美容製品(化粧品カテゴリーの77%)と頭髮製品(化粧品カテゴリーの10%)でした(データ単位:千米ドル)。日本からの化粧品輸出は2019年から2023年にかけて17%減少しました。2023年の輸出の最大の減少は、香水やオードトワレ、シェービング剤、デオドラントなどのカテゴリーで見られました。

2023年度のポーランドへの世界の化粧品輸入における最高のシェアは、美容及び絵画製剤(化粧品カテゴリーの37.5%)、香水及びオードトワレ(17.3%)、フレグランス(16.6%)であり、データは千米ドルで計算されています。日本の世界の化粧品輸入量は2019年から2023年にかけて平均1%増加しました。2023年に最も大きく増加したのは香水とオードトワレ(11%)でした。次に、エッセンシャルオイル、整髪料、フレグランス製品などのカテゴリーでは、2019年度から2023年度の期間に輸入量が目に見えて減少しています。

日本からポーランドへの輸入は、2019年度の449,000米ドルから2023年度の

9,111,000米ドルへと、67%増加しました。2023年度のポーランドから日本への化粧品輸出で最も高いシェアを占めたのは、フレグランス製品(化粧品カテゴリーの72%)であり、データは千米ドルで計算されています。2023年度に最大の増加が見られたカテゴリーは、整髪料やフレグランス製品などです。

化粧品総額(カテゴリー33)におけるポーランドの対外貿易売上高(千米ドル単位のデータ)の残高は、2019年から2023年の分析期間を通じてプラスでした。2023年には前年比30%増加しました。

化粧品全般における日本の対外貿易収支は、対象となる2019年度から2023年度の期間で黒字となりました。2023年度には前年比60%増加しました。





2024年のポーランドの化粧品市場の価値

57
億ドル

2024年の日本の化粧品市場の価値

473
億ドル

グリーンエネルギー産業の発展動向と日本・ポーランド協力発展の可能性

ポーランドと日本の化粧品市場はともに発展を続けています。2024年度のポーランドの化粧品市場価値は57億ドルになると予想されます。2028年までに、化粧品セグメントからの収益額は年平均3.08%まで成長率が加速すると推定され、その価値は期末までに66億米ドルに達すると予想されます。予測によると、最もダイナミックに発展しているセグメントはメイクアップ化粧品で、2028年の売上高(8億米ドル)は2022年の売上高(5億米ドル)よりも51%も増加すると予想されています。パーソナルケア製品の最も人気のあるセグメントは、ヘアケア製品、シャワー・バス製品、口腔衛生製品、制汗剤、シェービング剤です。市場シェアは48.8%で、ポーランドにおける2024年度の売上高は27億5,000万米ドルと推定されています。

また、2024年の日本の化粧品市場規模は473億ドルに達すると予測されており、これはポーランドの市場と比べると8倍以上となります。2028年には、この国の売上高は511億米

ドルに達し、年平均最大2.41%の成長率になると推定されています。世界ランキングにおいて、化粧品産業における日本市場は第3位です。2023年度の売上高(461億4000万ドル)は世界全体の7.33%を占めています。ポーランドと同様、今年はパーソナルケア製品セグメントが32.9%(155億8,000万米ドル)という大きな市場シェアを持つと予想されていますが、最も高い市場シェアを占めているのは、フェイス・ボディケア、日焼け止め、子供向け製品、天然スキンケア製品などのスキンケア製品セグメントです(47.16%、223億1,000万米ドル)。化粧品市場において注目すべき点は、フェイスクリーム、スクラブ、アイクリーム、リップクリーム)のシェアが大きいことです。2024年度の日本における当該製品カテゴリの売上収益は179億9,000万米ドルに達し、市場価値の38%に相当します。日本はこの分野で世界のリーダー的位置にあり、売上高が200億ドルに達する2028年度までこの地位を維持すると推定されています。

パーソナルケア製品の場合では、ポーランドでも日本でも、天然組成のオーガニック製剤に対する需要が高まっています。こうした傾向は、ポーランドの消費者の間でより顕著であり、

持続可能で環境保護的なソリューションが求められています。一方、日本では、製品の質の高さと革新性を期待するだけでなく、文化や地域の習慣などへの関連性が求められています

ポーランドのスキンケア用化粧品部門は、天然・オーガニック製品の需要が増加していることも特徴として挙げられます。同時に、清潔さを維持する重要性、製品組成の安全性、化粧品の持続可能な生産などにも注意が払われています。ポーランド人の間でも皮膚がんのリスクに対する意識が高まっており、これが日焼け対策の製品カテゴリの売り上げが安定して増加するという予測に影響を与えています。日本は美容ケアの伝統が豊富にあり、人々はそれに大きな愛着を持っているため、様々なスキンケア製品を使用する可能性があり得る要因となっています。同様に、日本人はメイクアップ製品の場合も、同じような要因で製品を購入しています。この分野に属する化粧品は、消費者が文化や伝統への愛着を表現し、高品質と革新性を特徴とすることを目的としています。ポーランド人は、他との違いや独自性を強調できる天然成分の化粧品（アイメイク製品）や国内市場からの化粧品（リップメイク製品）を購入する傾向があります。

フレグランス部門の場合は、両国とも地域のオーガニック原料を含む国内ブランドの製品

に対する需要があります。一方、美容テックセグメントは、消費者が新しい革新的なオファーを求めるのが特徴です。ここでの美容テックとは、美容体験を改善し、美容トリートメントの効果を高め、個別のソリューションを提供するデジタルツールとデバイスの開発と実装の分野として定義されます。ポーランドでは、バーチャルメイクアップフィッティンググループへの動きがあり、日本では、人工知能を活用した美容専用の電話アプリや最新のセルフケアデバイスなどが人気です。

ポーランドと日本における市場価値は着実に成長すると予想されます。ポーランド人は2024年に化粧品に平均142.1ドルを費やすとされ、日本人はその2.5倍以上、つまり約386ドルを費やすとされています。ポーランド人は依然として店舗での購買が主要ですが、オンライン流通チャネルの重要性も高まっています。2018年度には、収益の11.6%がオンライン販売でしたが、2024年までにこの価値は20.9%まで大幅に増加すると予想されます。2026年には、化粧品の販売収益の23.5%がインターネットを介して行われるようになることが予想されています。日本でもオンライン販売の人気は同様であり、今年のオンライン販売のシェアは20.7%、つまり97億9,000万米ドルになると予想されています。世界中でオンライン販売の人气が大幅に高まったのは、新型コロナウイルス感染



症の世界的なパンデミックに関連した店舗販売の制限に起因し、従来の流通チャネルを通じての商品の購入能力に大きな影響を与えたことがきっかけでした。

ポーランドと日本の化粧品市場に共通する要素は、天然成分を含むオーガニック製品に焦点を当てているということです。この傾向は現在ポーランドで大きく発展していますが、日本ではすでに定着しており、日本の消費者は革新的で持続可能な製品も求め始めています。2024年度の売上収益における最大のシェアは、両国の場合、小規模の以下の2つのカテゴリ(市場主要品)になると予想されます。そのうちの1つはフェイスクケア製品(スキンケア用化粧品のセグメント)であり、日本ではこの市場は総額の38.03%(179億9千万米ドル)を占めると推定されており、ポーランドでは17,14%(9億7,000万ドル)

だとされています。2つ目はヘアケア製品(パーソナルケア用の化粧品の一部)であり、日本では15.64%(74億ドル)、ポーランドでは16.96%(9億6,000万ドル)を占めています。同時に、日本の消費者は国内生産者が提供する製品やブランドを好む傾向があり、自らの文化的枠組みに適合する商品を購入することを強く好むことも注目されます。一方、ポーランドの消費者は、国内の化粧品サプライヤーにそれほど強い愛着を持っていないという特徴があります。したがって、日本の化粧品に対するポーランド市場の開放性は、ポーランドの化粧品に対する日本市場の開放性よりも大きい可能性があるということが言えます。

2024年にポーランド人が化粧品に費やす金額

142.1 米ドル

2024年に日本人が化粧品に費やす平均的な金額

386 米ドル

日本市場に進出している、もしくは日本市場に進出する可能性のあるポーランドの化粧品業界の企業のカatalog

ポーランドの化粧品会社：世界的に有名な企業（Forbesの調査結果による）、品質で上位にランクされる化粧品ブランドを所有する企業（Forbesの調査結果による）、国際的・国内的な化粧品見本市で活躍する化粧品会社、Świat Przemysłu Kosmetycznegoウェブサイトで発表する化粧品会社

No.	企業名	事業内容	輸出先・地理的な方向	海外支店とその他の形態での営業活動
1	Global Cosmed Global Cosmedは2024年3月1日付でDr. Miele Cosmed Groupに社名を変更 ポーランド(ラドム) ドイツ(シュタットイルム)	Dr. Miele Cosmed Group(旧Global Cosmed)は化粧品および家庭用化学製品の製造会社である。ポーランドとドイツを主な生産拠点とし、ラドム工場では化粧品を、ヤヴォル工場とドイツのシュタットイルム工場では家庭用化学製品を製造している。主要ブランドにはBobini Baby、Bobini Kids、Apart、Biophen などがある。基礎化粧品、ウェットティッシュ、シャワージェル、液体石鹸を製造しており、そのうち99%が天然成分で構成されている。	今後3年間で市場を倍増させ、60市場への拡大を目指す	2005年にドイツ・ハンブルクにてGlobal Cosmed Group GmbH および Global Cosmed GmbH という2つの流通会社を設立
2	Ziaja Ziaja Ltd Zakład Produkcji Leków Sp. z o.o.	Ziajaは約1200種類のスキンケア製品と医薬品を提供している。製品ラインはフェイスクア、ボディケア、ヘアケア、オーラルケアなど幅広く、ジェル、ローション、デオドラント、クリーム、フェイスミルクなどを含む。Ziajaはポーランドのトップブランドランキング第1位に選ばれた。	Ziajaは30以上のヨーロッパ諸国で販売されている。現在国外でのZiaja化粧品の最大の市場はスペイン、チェコ、クロアチア	国内外に200の販売店舗を持ち、国外では大手小売チェーン、ドラッグストア、薬局を通して流通させている
3	Eveline Cosmetics SA , Sp.k. ポーランド、レシュノボラ(マゾフシェ県)	Eveline Cosmeticsは、ヘアケア、ハンド&フットケア、アイメイクを含む幅広いパーソナルケア製品を製造している。同社のメイクアップ製品は、毎年主要な国内コンテストで受賞している。製品ラインにはバイオアクティブゴールドやろ過したカタツムリ粘液を使用した製品、ミセラーウォーター、ファンデーション、マスカラ、ネイルコンディショナーおよびアイラッシュコンディショナー、さらにセルライトケア用のボディケアライン「Slim Extreme」が含まれる。また抗菌効果のある液体やジェルも製造している。Eveline Cosmeticsは「クルエルティフリー化粧品協会」の認証を取得しており、2021年にForbesのランキングでポーランドのベストコスメブランド第3位、2023年には第2位に選ばれた。	Evelineは全大陸で展開しており、90カ国以上で販売されている。主要な市場はフランス、スペイン、ドイツ、ウクライナ、カザフスタン、香港、ブルガリア、ポルトガル、オランダ、クロアチア、クウェート、サウジアラビア、モロッコ、エジプト、モリシャス、シンガポール、フィンランドなど	Eveline Cosmeticsの全製品はオンラインショップで購入可能である。2023年4月末に公式オンラインストアがオープンした

4	OCEANIC Sp. z o.o. ポーランド、ソポト	OCEANICの化粧品はポモージェ県トロンブキ・マウエにある生産工場で製造されており、特に敏感肌やアレルギー肌の方のために作られている。ブランド「AA Wings of Color」は敏感肌やアレルギー肌の方のための初のフルラインメイクアップ製品である。Oceanicの製品ラインには約1000種類があり、マスマーケット向け化粧品のAA Cosmetics、メディカルコスメのOillanやAA Therapyが含まれる。OCEANICはGMP認証を含む7つの品質認証を取得している。ポーランドのベストコスメブランドの中で「AA」ブランドは評価された13のポーランドブランドのうち5位に選ばれた。	OCEANICは30ヵ国以上で事業を展開しており、特にリトアニア、ウクライナ、ハンガリーで強い市場シェアを持つ。またアメリカ、韓国、西ヨーロッパでも製品が販売されている。今後はヨーロッパ、北アフリカ、中東、極東地域での成長を目指している	OCEANICの化粧品は各市場の規制や文化、社会的要件、消費者の嗜好に合わせて調整されており、現地のディストリビューターとの連携を強化している
5	Orkla Care S.A. ポーランド、ワルシャワ	ポーランド最大手化粧品企業10社のランキングでOrkla Careは第5位にランクインしている。同社はBio-Oil(スキンケア、顔とボディ用の万能オイル)、Perspirex(制汗剤)、Jordan(オーラルケア)などのブランドを保有するホールディングカンパニーである。長い間SorayaとDermikaもグループに含まれていたが、2020年にOrkla CareはこれらのブランドをBielenda社に売却した。現在手がけている製品はヘルスケア、ホーム&パーソナルケア、創傷ケアの分野でそれらに注力している。	Orklaはノルウェー最古の企業の一つであり、食品小売、専門店、薬局、ベーカリー、外食産業向けの主要ブランドを提供している。事業はOrkla Foods、Orkla Confectionery & Snacks、Orkla Care、Orkla Food Ingredientsの4つの領域に分かれており、現在、Orkla Care S.A.はデンマーク、ノルウェー、スウェーデン、フィンランド、ポーランド、リトアニア、ラトビア、エストニアで展開している。ポーランドでは自社ブランドや有名企業の製品のプロモーション、販売、流通も担っている。	Orkla Care S.A.は世界の大手ブランドと協力して事業を展開している
6	Cosmo Group Sp. z o.o. Sp. k. ポーランド、ポズナン	Cosmo Groupはビューティビジネス業界における国際的な企業で、ポーランド資本のファミリービジネスである。またネイルスタイリング分野のリーダーで、ハイブリッドネイルポリッシュの売上でトップである。NEONAIL、NEONAIL Expert、MYLAQ、メイクアップブランドのNEO MAKE UPを所有している。また手・足・目のケア製品も展開している。	40カ国に輸出	オンラインストアをスペイン、イタリア、ドイツで展開している

7	<p>Dr Irena Eris S.A. ポーランド、ピアセチュノ(マゾフシェ県)</p> <p>Dr Irena Eris S.A.は化粧品の製造、コスメティック研究所の運営、5つ星スパホテルの経営を行う企業である。ピアセチュノの工場では化粧品の製造しており、その処方では世界中の顧客から高く評価されている。製品ラインにはフェイスクリーム(セラム、アイクリーム、クレンジングマスク、デイ・ナイトクリーム、ネックケア)、ボディケア、バストケア、ハンドケア、フットケア、メイクアップ製品(ファンデーション、マスカラ、リップグロス)、およびメディカルコスメ(医療機器、化粧品、スパ用薬剤)が含まれる。</p> <p>Dr Irena Erisはフランス企業以外で唯一、2012年から権威あるComité Colbert(ヨーロッパのラグジュアリーブランドで構成されるクラブ)のメンバーである。</p> <p>Dr Irena Eris科学研究センターを所有し、Dr Irena Eris、Pharmacaris、Emotopic、Lirene、Under Twentyのブランドを展開している。</p>	<p>Dr Irena Eris S.A.の製品は74カ国で販売されており、アメリカやカナダなどでの事業拡大が見込まれている。ヨーロッパでの化粧品ブランドの買収計画もあり、主要市場(EU、アメリカ、中東・北アフリカ地域)での安定的な地位確立を目指している</p>	<p>ドラッグストア、薬局、香水の専門店、美容サロン、スーパーマーケット、オンラインショップなど、70カ国以上で展開している</p>
8	<p>Bielenda Kosmetyki Naturalne S.A. ポーランド、クラクフ</p> <p>Bielendaは天然成分を使用する化粧品の製造するポーランドの化粧品会社。製品ラインナップには、天然成分を使用した400種類以上のフェイスクリーム、ボディケア、ヘアケア、メイクアップ化粧品が含まれる。グループブランドにはBielenda、Bielenda Professional、BodyBoom、FaceBoom、BabyBoom、Bielenda Professional Supremelab、Soraya、Dermika、SheHand、SheFoot、ManFoot、SheCare、SkinArtéがあり、これらすべてがクラクフの本社で製造されている。Bielendaは品質管理ISO 9001:2015、環境管理ISO 14001:2015(環境マネジメントシステムの国際規格—企業活動が自然環境に与える影響の最小化)およびGMP認証を取得している</p>	<p>Bielendaの製品は、世界55カ国以上で販売されている。フランス、ルーマニア、スペイン、ギリシャ、エストニア、ラトビア、リトアニア、オランダ、スウェーデン、イギリス、ドイツ、ポルトガル、アラブ首長国連邦、キプロスなどに製品を提供している。韓国市場では特にクレンジング製品で重要な地位を占めており、シンガポール、香港、日本での販売も拡大している</p>	<p>オランダでのオンライン販売があり、国際物流会社Rohlig Suus Logisticがヨーロッパ市場への物流サービスを提供している。そして国内外の最終顧客への配送も担っている</p>
9	<p>Dramers S.A. ポーランド、ラボヴィツェ(ヴィエルコポルスカ県)</p> <p>Dramersは化粧品および家庭用化学製品を製造する企業である。また自社ブランド製品だけでなく顧客からの受託生産も行っている。化粧品部門では香りの化粧品、ケア製品、ヘアスタイリング製品の開発に特化している。Dramersが所有するブランドにはJean Marc、Professional STYLE、4seasons、LOOK EXPERT、Concertinoがある。4seasonsブランドはヘアスプレーとヘアムース、LOOK EXPERTブランドはシャンプーとコンディショナーを提供し、Professional STYLEブランドでもヘアケア製品を生産・販売している。最も幅広い製品を製造・販売しているのはJean Marcブランドで、ボディスプレー、アフターシェーブ、多数のオーデトワレ、香水、ギフトセット、シャワージェルなどがある。またConcertinoブランドで除光液やボディスプレーも製造している。Dramersは日本の経営哲学「カイゼン」を経営実践とマネジメントの技術に取り入れている</p>	<p>58カ国に製品を輸出している</p>	

10 Torf Corporation Sp. z o.o. ポーランド、コンティ・ ブロッツワフスキエ(ドル ヌィ・シロンスク県)	<p>Torf Corporation Sp. z o.o.は自社ブランドおよび顧客ブランドでフェイシャルケア、ボディケア化粧品、オーラルケア製品を提供している。製品ポートフォリオには700を超える最終製品が含まれており、泥炭の効能を活用している。</p> <p>製造には泥炭由来の貴重なミクロおよびマクロエレメントを含むエキス「torf tołpa®」を使用している。このエキスは皮膚の保護、保湿、再生、免疫力の強化、細菌の増殖抑制、抗酸化作用など多面的な効果を発揮する。Torf Corporationは、泥炭エキスを基盤としたTołpaブランドやプライベートブランドを生産している。またONブランド「dentica by tołpa®」の歯磨き粉とマウスウォッシュも展開している。この企業の製品にはセラムと濃縮クリーム(デイクリームとナイトクリーム)、アイクリーム、歯磨き粉、リップバーム、日焼け止めクリーム、乳液とエマルジョン、ベビーオイルと芳香油、泡状とジェルタイプのソープが含まれる。</p>	25カ国の国際市場で提供している
11 Inglot Sp. z o.o. ポーランド、プシェム ィシル	<p>INGLOTはポーランドを代表するカラーメイクアップ化粧品のリーダー企業であり、2500種類以上の高品質な製品を提供している。主な製品にはハイブリッドネイルポリッシュ、マスカラ、アイシャドウ、ジェルアイシャドウ、ファンデーションがある。INGLOTの製品はクルエルティフリー(PETAリスト掲載)であり、ハラール認証(イスラムの原則に適合している証明書)も取得している。製品の95%はプシェムィシルにある研究所と生産施設で製造している。</p>	<p>グローバルなポーランドの化粧品会社である。世界90カ国(ヨーロッパ、アジア、北米、南米、アフリカ、オーストラリア)に進出している。950カ所以上に販売拠点があり、特にマレーシア、アゼルバイジャン、アイルランドの化粧品市場で優位性を持つ。</p> <p>ポーランド国外ではINGLOT Cosmeticsとして展開している。オンラインショップやマーケットプレイスを含む多様な販売チャネルでビジネスを拡大している</p>
12 Delia Cosmetics Sp. z o.o. ポーランド、ジュグフ(ウッチ県) ポーランド資本である	<p>Delia Cosmeticsはヘアケア、ボディケア、メイクアップ製品を製造している。眉毛とまつ毛用のヘナ、ボディケア、フェイスクケア、ハンドケア、フットケア、メイク落とし製品、フェイス、リップ、アイメイク製品、ネイルポリッシュ、ネイルケア(トリートメント剤、リムーバー)、ヘアケア、スタイリング、カラーリング、ブリーチ剤を幅広く展開している。男性用化粧品ラインも充実しており、Delia Cosmeticsは「Delia」と「Cameleo」の2つのブランドを所有している。近年では認証された天然由来成分を使用したヴィーガン化粧品の製造に注力している。</p>	<p>2021年に新たな市場として、エクアドル、チリ、ウズベキスタン、バーレーン、オマーン、ネパールへの輸出を開始した。現在Deliaは5大陸の90以上の市場に製品を輸出している。主な輸出先はEU諸国、南米、東南アジアである</p> <p>国際市場では高品質、幅広い製品ラインナップ、販売サポートを通じてディストリビューターを支援している</p>
13 Krystyna Janda Sp. z o.o. ポーランド、ワルシャワ	<p>「Janda」は著名なポーランドの舞台・映画女優クリスティーナ・ヤングにちなんで名付けられたコスメブランドである。大人の女性用化粧品を製造している。最初の製品「Siła Nici Kosmetycznych」シリーズは2015年9月にマスマーケットで幅広く発売され大成功を収めた。製品ラインにはボディローション、クレンジング製品、男性用化粧品、様々な年齢層向けのフェイスクリームとナイトクリーム、デイクリームとナイトクリーム、アイクリーム、メイクアップ製品、フェイスパック、多目的のセラムなどが含まれる。</p>	<p>現在Janda製品を国際市場で展開するための調査を進めており、米国、オーストラリア、英国への進出の可能性を検討している。</p>

- | | | |
|---|--|--|
| <p>14</p> <p>Laboratorium Kosmetyków Naturalnych FARMONA
Sp. z o.o.
ポーランド、クラクフ</p> | <p>Farmonaはヘアケア、ボディケア、フェイシャルケア用の化粧品を製造している。現在はFarmonaおよびFarmona Professionalを含む500以上の商品を提供し、個人顧客だけでなく美容サロン、マッサージサロン、スパなどのプロフェッショナルにも向けて展開している。製品は天然由来の有効成分を活用し、持続可能な開発の理念に沿って製造されている。また、再生可能な資源を原料として使用し、最先端の技術を活かして環境に配慮した生産プロセスを採用している。GMP、ISO 22716:2007、ISO 9001:2008、ISO 14001:2004の認証を取得している。</p> | <p>Laboratorium Kosmetyków Naturalnych FARMONAの製品は世界60カ国以上で販売されており、主な輸出先はヨーロッパ諸国である。中東(UAE、サウジアラビア)、アジア(ベトナム、台湾)、アメリカ合衆国、カナダにも輸出している</p> |
| <p>15</p> <p>Stara Mydlarnia Natural Cosmetics
SP. Z O.O.
ポーランド、ワルシャワ</p> | <p>Stara Mydlarniaは顔、体、ヘアケア、男性用化粧品、アクセサリを製造する大手ファミリー企業。特に手作りのブロック石鹸、マフィン型石鹸、クリーマー、バスボムが特徴で、「Hand Made by Stara Mydlarnia(昔ながらの掃除用品と化粧品の店による手作り石鹸)」シリーズとして人気がある。また天然成分を主に使用したアロマテラピー製品も提供している。フェイシャルケア製品にはクリーム・化粧水・オイル・ジェル、リップケア製品には唇荒れ用・保護用(ボマードタイプ)・リップスクラブ・紫外線防止効果(SPF)のあるUVリップクリームを製造している。ボディケア製品にはジェル、オイル、キャビア(天然成分の濃縮物)、ハンドケア、フットケア、マッサージ用品が含まれる。ヘアケア製品としてシャンプーやヘアコンディショナー(オイルーヘア用)を製造している。</p> | <p>中東市場(UAE)で事業を展開し、日本、アメリカ、オーストラリアへの輸出拡大を計画している</p> <p>2010年にフランチャイズ店舗の展開を開始した。現在国内外に数十の直営店とフランチャイズ店を持ち、輸出で成功を収め、数々の化粧品賞を受賞。顧客から高い評価を得ている</p> |
| <p>16</p> <p>Laboratorium Kosmetyczne AVA
ポーランド、ツァウォバニエ(マゾフシェ県)</p> | <p>Laboratorium Kosmetyczne AVAは1961年に設立され、オーガニック化粧品、皮膚科用化粧品、美容サロン向けの伝統的なプロフェッショナル製品を幅広く提供している。</p> <p>フランスの認証機関ECOCERTからオーガニック化粧品製造のライセンスを取得した最初のポーランド企業である。</p> <p>認証を受けた3つのブランド、Eco Linea、Eco Garden、Aloe Organicを提供している。</p> <p>Laboratorium Kosmetyczne AVAの製品にはオーガニック&バイオ化粧品(野菜エキス配合クリームなど)、抗シワ化粧品(バイオコラーゲン配合クリームなど)、皮膚科用化粧品(フォーム、ピーリング)、ボディケア製品(バスト用美容液など)、男性用化粧品、クレンジング製品が含まれる。</p> | <p>AVAの輸出は年々増加しており、現在36カ国で製品が販売されている。日本も輸出先の一つである</p> |

- | | | |
|---|---|---|
| <p>17 Allvernum
Sp. z o.o.
ポーランド、スカヴィナ
(マウオポルスカ県)</p> | <p>ポーランド資本の化粧品メーカー。2013年から事業を開始して当初はAllverneという社名だったが、2018年からはAllvernum Sp. z o.o.となった。ブランドのポートフォリオには5つの主要な化粧品ラインが含まれる。Allverne Science&Nature: 低アレルギー性フェイスクリーム、Allverne Home&Essences: 香り付きキャンドルとディフューザーのシリーズ、女性用オーデパルフラム、Vitea: デリケートゾーン用化粧品、Allverne Nature's Essences: 低アレルギー性処方のミセル洗顔化粧品を提供。Green Herbs: オーデパルフラムコレクションは、2022年のLOVE COSMETICS AWARDSで受賞。また化粧品業界関連機関のコンテストでも多くの賞を受賞している。Allvernumの化粧品はEuropean Commission Cosmetic Product Notification Portal (CPNP) に登録されている。</p> | <p>2018年から2023年にかけて欧州地域開発基金の枠組みで資金提供されたPolskie Mosty Technologiczneプロジェクトに参加し、その結果カナダ、カザフスタン、アラブ首長国連邦、台湾市場への参加を計画して輸出販売を開始している</p> |
| <p>18 Pollena Kosmetyki i Mydła Naturalne
Sp. z o.o.
Pollena Ostrzeszów
ポーランド、オストシェシュフ(ヴィエルコポルスカ県)</p> | <p>オストシェシュフのPollenaは衛生用品および洗浄用品のメーカーであり、製品には石鹸、シャワージェル、ローション、洗顔料、子供や赤ちゃん向けのケア・洗浄製品が含まれる。さらに、洗濯用洗剤、食器用洗剤、家庭用洗剤、液体洗濯洗剤、染み抜き剤も製造している。ポーランドで最も認知度の高い化粧品ブランドのひとつであるBiały Jeleńブランド(低アレルギー性製品)を所有している。また乳幼児向けブランドであるDzidzius(シャンプー、ジェル、石鹸)も所有している。Noble Cert Test & Certification InstituteからGMP認証を取得している。</p> | <p>Pollena Ostrzeszówは国内市場だけでなく国際市場でも高い評価を得ており、顧客は非常に愛着を感じている</p> |
| <p>19 YOPE
Sp. z o.o.
ポーランド、ワルシャワ</p> | <p>YOPEはオーガニック化粧品と洗浄用品を開発・販売している。創業当初は石鹸を中心とした製品を展開していたが、その後ジェル、ローション、ハンドクリーム、子供用および家庭用製品へと拡大した。2024年にはヘアケア、フェイスクア、ボディケア製品など幅広いラインナップを提供する。YOPEはバランスの良い香り、高品質な天然成分、魅力的なパッケージデザインを特徴とし、競争力を高めている。また価格を大規模な大衆向けに抑えることも重視。</p> | <p>専用のオンラインストアや流通業者を通して、西ヨーロッパ、アジア、北米で製品を販売している</p> <p>日本でも展開しており、品質、安全性、製品の製造過程の透明性、香り、デザイン、持続可能性、手頃な価格、ブランド哲学、動物実験を行わないという9つの価値を訴求している。長崎に実店舗があり、オンラインストアではボディケア製品61品、子供向けケア製品9品、洗剤19品を販売している</p> |

証券取引所に上場している化粧品会社				
No.	企業名	事業内容	輸出先・地理的な方向	海外支店とその他の形態での営業活動
20	GLOBAL COSMED S.A. (2013年4月13日上場) 2024年の社名変更後は、 Dr. Miele Cosme Group SA. ポーランド、ラドム	Dr. Miele Cosmed Group(旧Global Cosmed)は化粧品と家庭用化学製品のメーカーである。主な工場はポーランドとドイツにある。ラドムの工場では化粧品を、ジャウォルとドイツのシュタットティルムの工場では家庭用化学品を生産している。同社はBobini Baby、Bobini Kids、Apart、Biophenなどの化粧品ブランドを所有している。また99%天然成分のものを含む、洗浄・ケア用化粧品、ウェットティッシュ、シャワージェル、液体石鹸を製造している。	国際市場への進出。 今後3年間で市場を倍増させ、60市場への拡大を目指している	2005年にドイツ・ハンブルクにてGlobal Cosmed Group GmbH および Global Cosmed GmbH という2つの流通会社を設立
22	Harper Hygienics SA ポーランド、ワルシャワ 2010年よりワルシャワ証券取引所に上場	Harper Hygienics SAは、スキンケア用の化粧品および衛生製品を製造する会社である。主力ブランドは「Cleanic」で、現在40種類以上の商品を展開している。主な製品にはフェイスクレンジング(メイク落とし)、ベビーケア(Cleanic Kindii)、デリケートゾーンケア(Cleanic Intimate)がある。また小売チェーン向けのプライベートブランド製品の製造も行っている。	主に西ヨーロッパ市場へ輸出している	アイルランドに拠点を置くMusgrave社と協力してCleanic Kindiiブランド製品をSuperValuのチェーンで販売している

統計データ

2019年度から2023年度までのポーランドから世界各国へ輸出された化粧品(セクション33)、データ単位:千米ドル

コード	ポーランドから全世界への輸出、カテゴリー33	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2023年のカテゴリー別シェア	2019年/2023年変更
	カテゴリー33	3,906,066	4,210,123	4,562,222	4,518,394	5,432,090		39%
'3301	エッセンシャルオイル	2,824	4,986	15,743	37,719	50,036	1%	1,672%
'3302	フレグランス製品	56,883	66,494	74,623	92,717	105,985	2%	86%
'3303	香水とオードトワレ	537,509	592,735	615,171	530,530	634,169	12%	18%
'3304	美容及びメイキャップ製品、日焼け対策を含むスキンケア、マニキュア	1,703,278	1,954,336	2,160,231	2,197,113	2,637,653	49%	55%
'3305	ヘアケア製品	539,198	568,882	599,246	569,258	682,682	13%	27%
'3306	口腔ケア用品	482,653	433,887	507,687	513,657	549,053	10%	14%
'3307	シェービング剤、デオドラント剤、バス用品、脱毛剤	583,721	588,803	589,521	577,400	772,512	14%	32%

出典:TradeMap2024データに基づく独自の調査。



2019年度から2023年度までの日本から世界各国へ輸出された化粧品(セクション33)、データ単位:千米ドル

コード	ポーランドから全世界への輸出、カテゴリー33	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2023年のカテゴリー別シェア	2019年/2023年変更
	カテゴリー33	5,653,799	6,557,468	7,648,009	6,172,947	4,715,204		-17%
'3301	エッセンシャルオイル	8,070	8,702	7,546	7,308	6,869	0.1%	-15%
'3302	フレグランス製品	222,109	233,931	257,113	239,549	240,971	5.1%	8%
'3303	香水とオードトワレ	7,222	5,993	7,255	4,809	4,290	0.1%	-41%
'3304	美容及びメイキャップ製品、日焼け対策を含むスキンケア、マニキュア	4,417,880	5,260,979	6,233,553	4,951,248	3,642,739	77.3%	-18%
'3305	ヘアケア製品	510,958	532,781	626,314	572,881	481,574	10.2%	-6%
'3306	口腔ケア用品	95,848	122,306	116,461	91,116	82,458	1.7%	-14%
'3307	シェービング剤、デオドラント剤、バス用品、脱毛剤	391,712	392,776	399,767	306,036	256,303	5.4%	-35%

出典:TradeMap2024データに基づく独自の調査。

2019年度から2023年度までの世界各国からポーランドに輸入された化粧品(セクション33)、データ単位;千米ドル

コード	全世界からポーランドへの輸入、カテゴリー33	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2023年の カテゴリ別 シェア	2019年 /2023年変 更
	カテゴリー33	2,828,688	3,000,696	3,355,459	3,349,579	3,907,282		38%
'3301	エッセンシャルオイル	15,981	43,239	41,741	27,912	22,882	0.6%	43%
'3302	フレグランス製品	584,647	606,157	621,070	615,882	646,751	16.6%	11%
'3303	香水とオードトワレ	415,021	426,050	501,693	541,531	675,275	17.3%	63%
'3304	美容及びメイキャップ製品、日焼け対策を含むスキンケア、マニキュア	927,557	1,020,515	1,171,673	1,220,058	1,466,912	37.5%	58%
'3305	ヘアケア製品	389,153	404,066	455,067	432,780	517,341	13.2%	33%
'3306	口腔ケア用品	190,859	179,802	201,907	175,006	186,225	4.8%	-2%
'3307	シェービング剤、デオドラント剤、バス用品、脱毛剤	305,470	320,867	362,308	336,410	391,896	10.0%	28%

出典:TradeMap2024データに基づく独自の調査。

2019年から2023年までの世界各国から日本への化粧品輸入額(セクション01～24)、データ単位:千ドル

コード	全世界から日本への輸入カテゴリー33	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2023年の カテゴリ別 シェア	2019年 /2023年変 更
	カテゴリー33	3,637,501	3,348,422	3,565,604	3,530,141	3,658,473		1%
'3301	エッセンシャルオイル	206,699	175,995	143,973	159,939	159,147	4.4%	-23%
'3302	フレグランス製品	401,026	387,054	411,112	364,436	375,638	10.3%	-6%
'3303	香水とオードトワレ	253,201	191,581	197,011	214,379	280,102	7.7%	11%
'3304	美容及びメイキャップ製品、日焼け対策を含むスキンケア、マニキュア	1,529,974	1,388,820	1,474,404	1,497,890	1,593,775	43.6%	4%
'3305	ヘアケア製品	515,402	448,626	458,552	444,610	423,559	11.6%	-18%
'3306	口腔ケア用品	196,760	231,217	232,477	212,260	193,969	5.3%	-1%
'3307	シェービング剤、デオドラント剤、バス用品、脱毛剤	534,439	525,129	648,075	636,627	632,283	17.3%	18%

出典:TradeMap2024データに基づく独自の調査。

2019年から2023年までのポーランドから日本への化粧品の輸出、データ単位:千米ドル

コード	ポーランドから日本への輸出、カテゴリ33	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2023年のカテゴリー別シェア	2019年/2023年変更
	カテゴリ33	3,194	2,890	3,472	2,722	1,289		-60%
'3301	エッセンシャルオイル	1	3	0	0	0	0%	-100%
'3302	フレグランス製品	896	748	976	387	16	1%	-98%
'3303	香水とオードトワレ	44	15	16	13	67	5%	52%
'3304	美容及びメイキャップ製品、日焼け対策を含むスキンケア、マニキュア	1,231	1,092	1,285	887	486	38%	-61%
'3305	ヘアケア製品	894	833	830	712	558	43%	-38%
'3306	口腔ケア用品	0	1	0	0	0	0%	0%
'3307	シェービング剤、デオドラント剤、バス用品、脱毛剤	128	198	365	723	162	13%	27%

出典:TradeMap2024データに基づく独自の調査。

2019年から2023年までの日本からポーランドへの化粧品輸入、データ単位:米ドル

コード	日本からポーランドへの輸出、カテゴリ33	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2023年のカテゴリー別シェア	2019年/2023年変更
	カテゴリ33	5,449	13,010	13,227	7,981	9,111		67%
'3301	エッセンシャルオイル	0	0	2	0	0	0%	0%
'3302	フレグランス製品	3,518	10,897	11,520	6,937	6,571	72%	87%
'3303	香水とオードトワレ	0	0	0	0	0	0%	0%
'3304	美容及びメイキャップ製品、日焼け対策を含むスキンケア、マニキュア	1,383	1,362	671	471	1,540	17%	11%
'3305	ヘアケア製品	185	642	805	400	854	9%	362%
'3306	口腔ケア用品	0	0	0	14	27	0%	
'3307	シェービング剤、デオドラント剤、バス用品、脱毛剤	363	109	229	159	119	1%	-67%

出典:TradeMap2024データに基づく独自の調査。

ポーランドと日本の化粧品貿易総額およびポーランドと日本の化粧品貿易収支、2019～2023年、データ単位：千米ドル

	ポーランドと日本における化粧品貿易				
	2019	2020	2021	2022	2023
ポーランドから全世界への輸出、カテゴリー33	3,906,066	4,210,123	4,562,222	4,518,394	5,432,090
全世界からポーランドへの輸入、カテゴリー33	2,828,688	3,000,696	3,355,459	3,349,579	3,907,282
ポーランドの貿易収支、カテゴリー33	1,077,378	1,209,427	1,206,763	1,168,815	1,524,808
ポーランドの貿易収支、カテゴリー33、前年比		12%	0%	-3%	30%
ポーランドから全世界への輸出、カテゴリー33	5,653,799	6,557,468	7,648,009	6,172,947	4,715,204
全世界から日本への輸入カテゴリー33	3,637,501	3,348,422	3,565,604	3,530,141	3,658,473
日本の貿易収支　カテゴリー33	2,016,298	3,209,046	4,082,405	2,642,806	1,056,731
日本の貿易収支、カテゴリー33、前年比		59%	27%	-35%	-60%
	ポーランドと日本における化粧品貿易				
	2019	2020	2021	2022	2023
ポーランドから日本への輸出、カテゴリー33	3,194	2,890	3,472	2,722	1,289
日本の貿易収支、カテゴリー33、前年比		-10%	20%	-22%	-53%
日本からポーランドへの輸出、カテゴリー33	5,449	13,010	13,227	7,981	9,111
日本の貿易収支、カテゴリー33、前年比		139%	2%	-40%	14%
ポーランドと日本の貿易収支、カテゴリー33	-2,255	-10,120	-9,755	-5,259	-7,822
ポーランドと日本の貿易収支、カテゴリー33、前年比		349%	-4%	-46%	49%

出典:TradeMap2024データに基づく独自の調査。



2019年から2023年までのポーランドから日本への化粧品輸出、各部門の主力製品、データ単位：千米ドル

	2019年から2023年までのポーランドから日本への化粧品輸出、各カテゴリーの主要製品、データ単位：千米ドル	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
33059000	頭髮用製剤(シャンプー、パーマメントウェーブ剤、縮毛矯正剤を除く)	691	677	667	547	459
330510	シャンプー	202	158	142	149	105
33049900	メイクアップ・スキンケア製剤(医薬品を除く)	1,121	1,016	1,138	814	342
330720	個人用のデオドラントと制汗剤。	116	194	330	693	125

出典:TradeMap2024データに基づく独自の調査。

2019年から2023年までの日本からポーランドへの化粧品輸出、各部門の主力製品、データ単位：千米ドル

	2019年から2023年までの日本からポーランドへの化粧品輸出、各カテゴリーの主要製品、データ単位：千米ドル	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
330290	フレグランス製品	3,244	10,888	11,518	6,928	6,546
330499	メイクアップ・スキンケア製剤(医薬品を除く)	1,208	1,266	593	374	1,382
330430	マニキュア・ペディキュア製品	169	88	78	97	158
330590	頭髮用製剤(シャンプー、パーマメントウェーブ剤、縮毛矯正剤を除く)	123	358	483	217	467
330510	シャンプー	62	284	323	184	388

出典:TradeMap2024データに基づく独自の調査。

2024年から2028年のポーランドの化粧品市場価値の予測(売上高、データ単位:千米ドル)

番号	ポーランドの化粧品市場の価値	2024年	2025年	2026年	2027年	2028 年	2024年度 のセグメント シェア	2024年 度の市場シ ェア	2023年/ 2028年変 更
A	パーソナルケア製品セグメント	2,759,200	2,843,536	2,930,555	3,020,344	3,112,994	-	49%	13%
A1	ヘアケア製品	960,000	991,008	1,023,018	1,056,061	1,090,172	35%	17%	14%
A2	入浴剤	500,000	514,350	529,112	544,297	559,919	18%	9%	12%
A3	口腔ケア用品	410,000	424,227	438,948	454,179	469,939	15%	7%	15%
A4	個人用のデオドラントと制汗剤。	400,000	414,240	428,987	444,259	460,074	14%	7%	15%
A5	シェービング剤	278,800	287,080	295,607	304,386	313,426	10%	5%	12%
A6	天然素材パーソナルケア製品	210,400	212,630	214,884	217,162	219,464	8%	4%	4%
B	メイクアップ製品セグメント	660,950	692,353	725,385	760,141	796,720	-	12%	21%
B1	スキンメイキャップ製品	177,700	185,181	192,977	201,102	209,568	27%	3%	18%
B2	リップメイキャップ製品	128,400	134,897	141,723	148,894	156,428	19%	2%	22%
B3	アイメイキャップ製品	161,200	167,342	173,717	180,336	187,207	24%	3%	16%
B4	マニキュア、ペディキュア、ネイルケア製品	105,500	109,520	113,692	118,024	122,521	16%	2%	16%
B5	自然素材メイキャップ製品	88,150	95,414	103,276	111,786	120,997	13%	2%	37%
C	パーソナルケア製品セグメント	1,547,950	1,616,480	1,690,436	1,770,088	1,855,727	-	27%	20%
C1	フェイスクケア製品	970,000	1,033,535	1,101,232	1,173,362	1,250,217	63%	17%	29%
C2	ボディケア製品	288,900	300,543	312,655	325,255	338,362	19%	5%	17%
C3	日焼け止め	53,110	55,309	57,599	59,983	62,466	3%	1%	18%
C4	子供向けのケア用品	34,740	36,758	38,894	41,154	43,545	2%	1%	25%
C5	自然素材ケア製品	201,200	190,335	180,057	170,334	161,136	13%	4%	-20%
D	フレグランスセグメント	630,000	646,821	664,091	681,822	700,027	-	11%	11%
E	美容テックセグメント	78,510	81,658	84,933	88,339	91,881	-	1%	17%
A, B, C, D, E	セグメント値の合計	5,676,610	5,880,848	6,095,400	6,320,734	6,557,349	-	-	16%

出典:TradeMap2024データに基づく独自の調査。

2024年から2028日本の化粧品市場価値の予測(売上高、データ単位:千米ドル)

番号	日本の化粧品市場の価値	2024年	2025年	2026年	2027年	2028 年	2024年度 のセグメント シェア	2024年 度の市場 シェア	2023年/ 2028年変 更
A	パーソナルケア製品セグメント	15,580,000	15,908,871	16,245,129	16,588,947	16,940,504	-	33%	9%
A1	ヘアケア製品	7,400,000	7,562,060	7,727,669	7,896,905	8,069,847	48%	16%	9%
A2	入浴剤	2,310,000	2,351,349	2,393,438	2,436,281	2,479,890	15%	5%	7%
A3	口腔ケア用品	3,180,000	3,250,278	3,322,109	3,395,528	3,470,569	20%	7%	9%
A4	個人用のデオドラントと制汗剤。	590,000	604,455	619,264	634,436	649,980	4%	1%	10%
A5	シェービング剤	970,000	1,003,271	1,037,683	1,073,276	1,110,089	6%	2%	14%
A6	天然素材パーソナルケア製品	1,130,000	1,137,458	1,144,965	1,152,522	1,160,129	7%	2%	3%
B	メイクアップ製品セグメント	7,492,900	7,661,337	7,834,203	8,011,631	8,193,760	-	16%	9%
B1	スキンメイキャップ製品	3,680,000	3,738,512	3,797,954	1,858,342	1,919,689	49%	8%	7%
B2	リップメイキャップ製品	1,520,000	1,567,728	1,616,955	1,667,727	1,720,094	20%	3%	13%
B3	アイメイキャップ製品	1,180,000	1,201,830	1,224,064	1,246,709	1,269,773	16%	2%	8%
B4	マニキュア、ペディキュア、ネイルケア製品	222,900	226,154	229,456	232,806	236,205	3%	0.5%	6%
B5	自然素材メイキャップ製品	890,000	927,113	965,774	1,006,046	1,047,999	12%	2%	18%
C	パーソナルケア製品セグメント	22,310,310	22,651,211	23,027,794	23,439,413	23,885,559	-	47%	7%
C1	フェイスクケア製品	17,990,000	18,479,328	18,981,966	19,498,275	20,028,628	81%	38%	11%
C2	ボディケア製品	850,000	911,200	976,806	1,047,136	1,122,530	4%	2%	32%
C3	日焼け止め	470,000	484,335	499,107	514,330	530,017	2%	1%	13%
C4	子供向けのケア用品	60,310	62,728	65,244	67,860	70,581	0.3%	0.1%	17%
C5	自然素材ケア製品	2,940,000	2,713,620	2,504,671	2,311,812	2,133,802	13%	6%	-27%
D	フレグランスセグメント	590,000	602,095	614,438	627,034	639,888	-	1%	7%
E	美容テックセグメント	1,330,000	1,442,385	1,564,267	1,696,447	1,839,797	-	3%	38%
A, B, C, D, E	セグメント値の合計	47,303,210	48,265,899	49,285,831	50,363,472	51,499,508	-	-	9%

出典:TradeMap2024データに基づく独自の調査。。

Poland.

ポーランド投資・貿易庁



政府機関としてのポーランド投資・貿易庁の使命は次のとおりです。

- 中小企業が自社の製品やサービスを世界に輸出し、その潜在力を最大限発揮できるよう支援すること
- 法務・税務、土地、人材、利用可能な投資インセンティブといった幅広い最新情報の提供を行い、ポーランドへの投資を検討する企業を総合的にサポートすること
- 「ポーランド」というブランドを世界に発信・促進すること



私たちにできること

当庁の経験豊富な専門チームが、起業家の皆さまのニーズを深く理解し、実践的かつ丁寧にサポートすることで、皆さまのプロジェクトが迅速かつ円滑に進むようお手伝いします。

www.paih.gov.pl



2025年大阪・関西万博におけるポーランド

ポーランド投資・貿易庁は、2025年大阪・関西万博におけるポーランド共和国出展を担当する公式機関です。

当庁は、ポーランド共和国・開発技術省の監督のもと、この任務を遂行しています。

www.expo.gov.pl

Expo2025.Osaka.Kansai

 Polish Investment
& Trade Agency
PIR Group

 Ministry of Economic Development and Technology
Republic of Poland

Poland.
Business Forward