

化粧品概況レポート

(アラブ首長国連邦・クウェート国・オマーン国・バーレーン王国・カタール国)

湾岸諸国の化粧品における共通点：

<環境>

アラビア湾に面している、アラブ首長国連邦(UAE)・クウェート・オマーン・バーレーン・カタールは、石油を収入源に発展してきた歴史を持ち、GDP も総体的に高く、世界中から物資が調達できる環境にある。また、砂漠が国土の大部分を占め、高温で雨量が乏しく、紫外線なども大変強い環境にある。湾岸諸国(サウジアラビアを含む 6 カ国—GCC)は 2025 年に 6,650 万人に達するとされ、年平均成長率は 2.3%と、どの国も人口が増加する傾向にある。年齢の中央値が 20 代後半から 30 代と若い。スマホを使いこなし、E コマースの牽引世代でもある 20~44 歳代の層も厚く存在する。自国民が少なく、南&東南アジアやアフリカなどからの低賃金の外国人労働者が多く働いている。どの国も観光に力を入れており、ショッピングモールは大型で高級化しており、国際的なハイブランドの化粧品や総合デパート店舗などもテナントとなっている。

<状況>

ドバイの美容関連展示会「Beauty World Middle East」の主催者発表によると、2020 年における、中東・アフリカ地域の化粧品・パーソナルケア商品のリテイル市場規模は 320 億米ドル、Covid-19 の影響下でも 14%の対前年比である。中でも湾岸諸国の消費額が突出しており、6 カ国の規模は、320 億米ドルである。UAE だけでも、23 億米ドルとなっている*。UAE のドバイはサウジアラビアも含めた地域のハブとして、又、国際的なブランドのショーケースとして機能しており、地域の市場を牽引する存在といえる。国際的な e-コマース企業 Picodi の 2020 年 6 月に報告された調査・分析結果によると、女性一人当たりの化粧品の年間購入額が、世界で最も多いのはサウジアラビアで 909 米ドル、UAE はそれについてで 696 米ドルとなっている(3 位は 568 米ドルの香港、4 位は 505 米ドルのイギリス、5 位は 479 米ドルのルーマニアの順)。また、UAE 女性の 34%は「プレミアムブランド」をいつも購入し、41%は時々購入すると述べているほか、60%が化粧品の購入を決断する上で、「ブランド品である事」は重要なファクターであると答えており、ブランド志向の非常に高い市場だ**。

湾岸諸国では、女性の社会進出が注目されているほか、ソーシャルメディアなどでスキンケアやメイクの方法等を発信するファッションブロガー達も注目を集めており、今後もパーソナルケアへの消費が、拡大する傾向にあると考えられる。また、湾岸諸国の女性達は、数年前まではスキンケア商品に重きを置かず、メイク関連に重点が置かれていたが、ここ数年の傾向として、スキンケア商品も、意欲的に購入している。

Eコマース・デジタル化は、この地域では必要不可欠なものであり、5年間で年間約40%の成長が見込まれているという。しかし、パンデミックによる、観光客の低下や、モールの閉鎖などにより売り上げが激減、しかし、ロックダウンが長期化すると、消費者は食料・日用品だけではなく、化粧品を含む全てのものをオンラインで購入し始め、今まで積極的ではなかった人々も誘導され、ますますEコマースに拍車がかかった。

店舗展開しているGCCの企業は、パンデミック以前からオンラインでの販売も行っており、店舗販売の急激な落ち込みはオンライン販売が伸びて救われた企業もある。デジタル世代を意識したVR(仮想現実)やAR(拡張現実)、顧客情報のデータ化・オムニチャンネル化を通して顧客のニーズをいち早く捉える企業がパンデミック後も生き残ってゆく鍵と見られる。*** (Sage Journal)

<トレンド>

中東で長年、多数の高級ライフスタイルブランドの代理店を務め、「Sephora」のオペレーションに携わったうえ、化粧品チェーン「WojooH/Face」を経営する業界大手のChalhoubグループ副社長の発表によると****、中東の消費者は嗜好の変換期を迎えており、欧米からのお仕着せではなく、自分たちの伝統と文化を背景とした個性的で洗練されたスタイルを望むようになっているという。特にソーシャルメディアで強く結びついている若者世代に、顕著となっている。

◇男性のグルーミング化粧品マーケット：化粧品というと、女性が対象となると思われがちであるが、湾岸地域の男性に関しては、香水をつけることが大変一般的であり、髭を伸ばしたり、整えたりするために理容室に行く頻度も大変高い。その為、街の至るところに理容室を目にすることができる。また、それらのサロンでは、ネイルケア、ファイナルなどの美容ケアも提供することが一般的である。男性のグルーミング化粧品マーケットは、湾岸諸国で11億米ドルである*。これらは、女性のスキンケア商品のリテイル市場規模と、ほぼ同額となっており、今後ますます、規模が大きくなって行くものと予測される。

◇ハラル化粧品と自然派・オーガニック化粧品：世界のハラル化粧品市場は2019年に260億米ドルの規模となり、年率12.9%で推移すると見られ、イスラム人口の伸びと共に2029年までに862億米ドルに達すると予想されている。***** また、「Beauty World Middle East」の主催者発表によると、中東・アフリカ地域では、2016年、ハラル化粧品の浸透率が7.91%、自然派・オーガニック化粧品は6.75%であった。一方で湾岸諸国に限ってみれば、それぞれ、17.97%、12.76%と比較的高い浸透率であることがわかる。この傾向は年々増えると予想されている。*****ハラル化粧品とは、ハラル規定をクリアした化粧品である。豚由来の物質やアルコールを含まないなどの成分規定のほか、認証機関によって差異はあるものの、製造工程やパッケージに至るまで細かなルールが設定されている。オーストラリアの「Inika Organic」、北米初のハラル認証化粧品をうたうアメリカの「Amara Cosmetics」は、それぞれの国でハラル認証を取得したうえで、ネットショップで販売している。UAEベースのハラル化粧品ブランド「One Pure」は自社のサイトにて、オンライン販売をしている。

自然派化粧品としては、ロキシタンやボディショップに代表されるような著名ブランドがモールなどで、多店舗展開しているが、ここ数年のトレンドとして、大手の傘下に入っていない、フランスやオーストラリアなどの小規模な自然派ブランドが、多く参入してきていることがあげられる。

そうした中で、上述の大手化粧品チェーンの「Sephora」では、UAE ベースの皮膚科専門医が製作したオーガニックスキンケアブランドの商品「Shiffa」の販売を行っている。このことから、消費者の自然派・オーガニックに対するニーズが高まっていることが、明確になっているといえよう。「Beauty World Middle East」でも、2017 年度よりオーガニック商品だけの展示スペースを別に設けている。

数年前まで、湾岸諸国では、典型的な欧米の大手ブランド・非自然派化粧品の席巻するマーケットであった。依然としてシャネルやクリスチャンディオールなど、有名ブランド化粧品が主流であり、売り上げに貢献している高所得層が数多くいることには違いない。しかしながら、最近では、それら大手企業でも“自然”を、イメージさせる言葉を使った商品をアピールする傾向にある。これは、世界的なトレンドであるといえるが、消費者が“自然・オーガニック”、“環境、体に優しい”ことを意識することが根付いてきており、各社はそれを反映してマーケティング行なっているということに他ならない。

◇ 高級市場以外の動向-韓国化粧品の躍進：市場は高級品ばかりが注目されるが、ローエンドの価格帯にも多数のブランドが参入しており、競争の激しい市場である。一方で、ベンチャーキャピタル社調べによると、AED100～250 (3,000～7,500 円)の商品カテゴリーには、比較的ブランドの参入が少ないという。同価格帯の有名ブランドとしては、イタリアの化粧品ブランド「KIKO Milano」などが、数年前より湾岸諸国で店舗展開をしている。オーストラリアの化粧品ブランド「Klara」は、ドバイのランドマーク・グループ社と独占販売契約を結んだ。同社の製品は UAE 内に 45 店舗展開し、家具からテーブルウェア、化粧品にいたるまでライフスタイルグッズを幅広く販売する「Lifestyle Store」で販売されている。

そうしたローエンドからミドルレンジにおいて、ここ数年プレゼンスが高いのが、韓国化粧品だ。自然派をうたいつつも、価格が手ごろな韓国商品に人気が集まっている。日本にも店舗を有する、LG グループ傘下の「The Face Shop」はドバイ・モールを始めとして、湾岸諸国 5 カ国に、40 店舗近くをオープンさせている。大手の化粧品店チェーン「Sephora」には、「Skinfood」「Too cool for school」「erborian」「Dr.Jart+」といった、韓国ブランドのスキンケア商品を集め、一つのスタンドに「Korean House」として展示販売している。また、「Missha」ブランドも、中東での展開を強めている。顕著な例として、最初は韓国の化粧品店舗で見られた美容マスクも、最近ではどの店舗もかなりの棚数を割いており、「Sephora」でも自社ブランドの美容マスクの販売にかなり力を入れている。

<化粧品規制>

商品を輸入するにあたり、輸入先の国の規則に従い製品を登録し、商品登録証明書を事前に取得してもらう必要があり、また、代理店は種々の手続きを行うにあたり、求められる書類を提出する必要がある。ドバイ首長国の場合はドバイ市庁が管轄しており、当該分野のライセンスを持った登録者が、ポータルサイトで登録

できる。その際、製造者・ブランド所有者側よりは、商品の写真・商品の成分分析表（成分・濃度などを明記）・自由販売証明書、中央研究所または UAE 認定ラボからのラポテストレポートなどが必要となる。また、オーガニックや医薬品などは効能を証明する別の書類を提出する必要もあるが、まずは成分表を提出し判断を仰ぐことも可能。実際、医薬品や化粧品を扱う企業では、最初に成分表を提出して判断してもらい、書類作成を行う事もあるとのこと。化粧品に関しては、各国の輸入者・代理店と連携を密にして、必要書類などの作成をすることが重要となる。

関税は CIF 価格の 5%。現在のところ、GCC 圏内の国で輸入され、通関した製品は他の GCC 圏内で輸入されても関税はかからない。

<出典・参考資料>

*<https://beautyworld-middle-east.ae.messefrankfurt.com/dubai/en/facts-figures.html>
(サイトのリンクで PDF レポートを要請する形式)

** <https://www.zawya.com/en/business/uae-saudi-women-are-worlds-biggest-spenders-on-beauty-products-report-olmw8j0w>

*** <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/23197145211039580>

**** <https://www.premiumbeautynews.com/en/middle-east-the-rise-of-local>, 13295
(The Premium beauty- 業界紙 April 24, 2018)

***** https://www.prophecymarketinsights.com/market_insight/Global-Halal-Cosmetics-Market-By-613# (PMI 調査会社の Global Halal Cosmetics Market レポート)

***** <https://www.beautyworldme.com/blog/trends-and-developments-in-mea-s-women-s-cosmetics-market> TechSci 調査会社の美容—中東レポート

アラブ首長国連邦（UAE） - 化粧品概況

1.国内の状況：

UAE は国土がほぼ北海道と同じであるが、人口は約 1,000 万人で、人口の構成比は以下となっている。

UAE 人：11.6% 南アジア系（インド・バングラデシュ・パキスタンなど）：59.4%

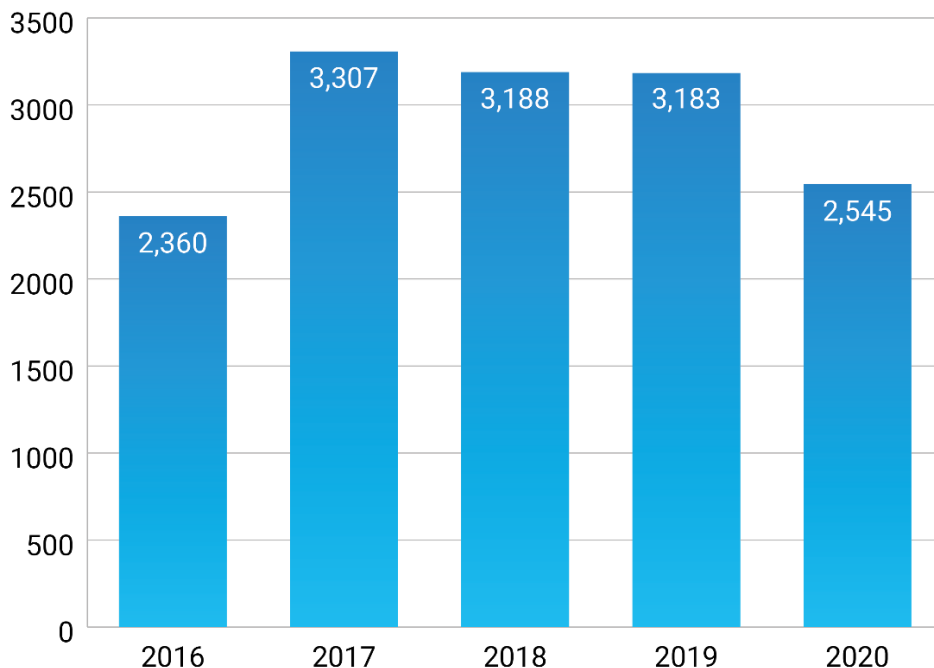
エジプト人：10.2% フィリピン人：6.1% その他：12.8%

人口の多い年齢層は 25-54 歳 で 68.03%を占め、この年齢層の男女比率は 7 対 3 と歪な形となっている。これは南アジア系の単身出稼ぎ労働者が多いためでもある。

200 以上の国籍の人が住むといわれるほど、グローバルな国家である UAE においては価値観、考え方も、多種多様である。モールでは様々な国際的ブランドが店舗を構え、GCC でのトレンドの中心地となっている。各ブランドが、自社の化粧品だけの店舗を構えている。また、有名ブランドの香水だけを集め、全フロアを使った店舗などもある。観光に大きく舵を切っている UAE にとって、リテイルビジネスは非常に重要である。パンデミック前の宿泊を伴う観光客数は約 1,670 万人であった。2020・2021 年度では約 500 万人と急激に落ち込み、ライフスタイル・ラグジュアリー系商品が店舗販売で大打撃を受けたが、E コマースによる回復を発表している大手もあり、E コマースを拡大増強するために人員の投入を発表している大手もある。

2.化粧品輸入規模推移

2016 年～2020 年度までの 5 年間の化粧品輸入規模推移は以下の通り、2020 年度は約 25 億米ドルとなっており、対前年比で 20%下回った。（すべてのカテゴリーを含む。）



出処：ITC のデータより作成 単位：US 百万ドル

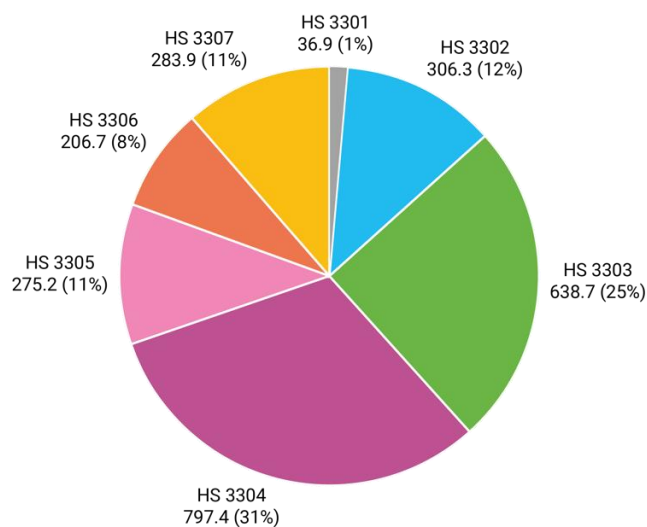
3. 2020 年度における化粧品の輸入品目構成比

化粧品品目は、7 分野に分けられる。

HS コード	品目
3301	エッセンシャルオイル（濃度に関わらず）
3302	原材料として使用される物質（アルコール溶液なども含む）
3303	香水やトワレ（アフターシェイブ、デオドラント、ヘヤーローションを省く）
3304	美容スキンケア関連（日焼け止めを含む）、メイクアップ関連（マネキュア関連を含む）
3305	ヘアケア商品
3306	口腔及び歯科衛生のための商品（デンタルフロス等も含む）
3307	ヒゲ関連商品（ビフォー & アフターシェイブ、デオドラント、シャワー関連などの商品を含む）

UAE での 2020 年度の化粧品の総合輸入額は約 25 億米ドルとなっている。

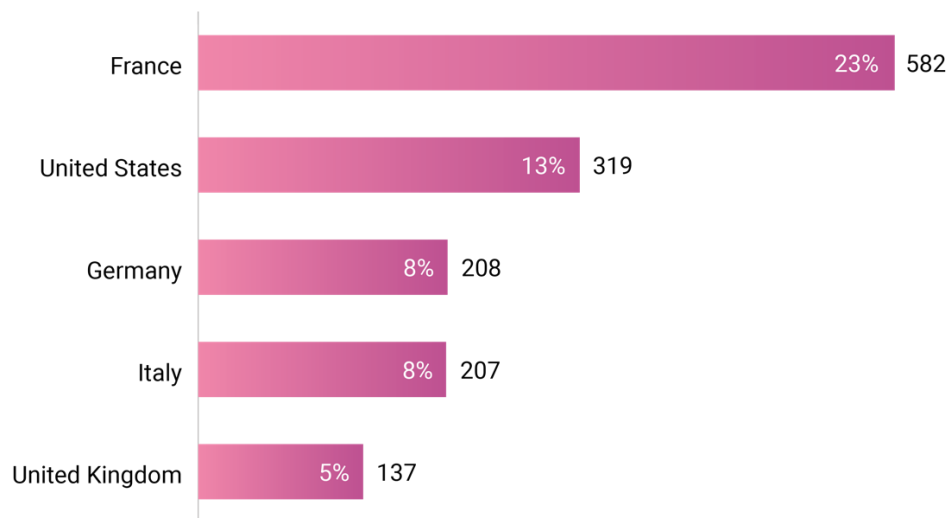
UAE 化粧品項目構成比（2020 年輸入額 US 百万ドル）



出処：ITC のデータより作成 単位：US 百万ドル

4. 主要輸入相手国（2020）：

フランスが主要化粧品輸入相手国となっており、輸入総額の 23%を占めている。主要 5 カ国だけで、全体の半分以上の輸入となっている。



出処：ITC のデータより作成 単位：US 百万ドル

5. 日本から UAE に向けての品目別化粧品輸入額：

日本から UAE に向けての 2020 年の輸入額は、総額約 2,270 万ドルと、UAE 全体の輸入総額の 1 % 未満と大変少ない。（品目詳細は P 6 の表を参照）

	2019			2020		
HS コード	日本	全体	%	日本	全体	%
3301	68	47,946	0.14%	492	36,910	1.33%
3302	7,289	326,440	2.23%	7,462	306,326	2.44%
3303	18	866,415	0.00%	210	638,777	0.03%
3304	24,418	1,057,188	2.31%	13,636	797,467	1.71%
3305	379	327,409	0.12%	635	275,243	0.23%
3306	109	205,773	0.05%	48	206,761	0.02%
3307	281	352,174	0.08%	223	283,972	0.08%
合計	32,563	3,183,346	1.02%	22,706	2,545,456	0.89%

出処：ITC データより作成。単位：US 千ドル

6. 化粧品小売店を展開している企業例

UAE 国内の化粧品売場としては、大型ショッピング・モールや、日用品を中心としたスーパーマーケット、路面店など様々な形態がある。業態としては、各ブランドの自社店舗のほかに、多数のブランドを扱う化粧品チェーン店、ファーマシー-(ドラッグストア)等。化粧品チェーン店の例としては、フランス LVMH の傘下で世界展開をしている「Sephora」が UAE 内に 25 店舗を展開、UAE が本拠地で国内に 10 店舗を展開する

「Wojooh/Face」のほか、地場資本の「Areej」といったセレクトショップもある。香港拠点の「Watsons」が2020年に参入し、ドバイモールに1号店をオープン、中国・韓国・日本の化粧品を販売しており、現在、国内に5店舗、最近カタールに1号店をオープンさせている。今後、湾岸諸国内にも店舗展開するとしている。ファーマシーの代表的な存在としては「Life Pharmacy」、「Aster Pharmacy」であり、それぞれ約200店舗、次いで「Supercare Pharmacy」が42店舗を、UAEでオープンしている。ファーマシーは店舗によって販売している商品にも多少の違いはあるが、スキンケア・メイクアップ・ヘアケア商品と併せて医療用品、栄養サプリメント商品等も販売している。

クウェート国 - 化粧品概況

1. 国内の状況：

クウェートは、四国とほぼ同じ面積で人口約 438 万人。人口構成比は以下となっている。

自国民：30.4% アラブ圏内からの人（アラビア語が言語）：27.4%

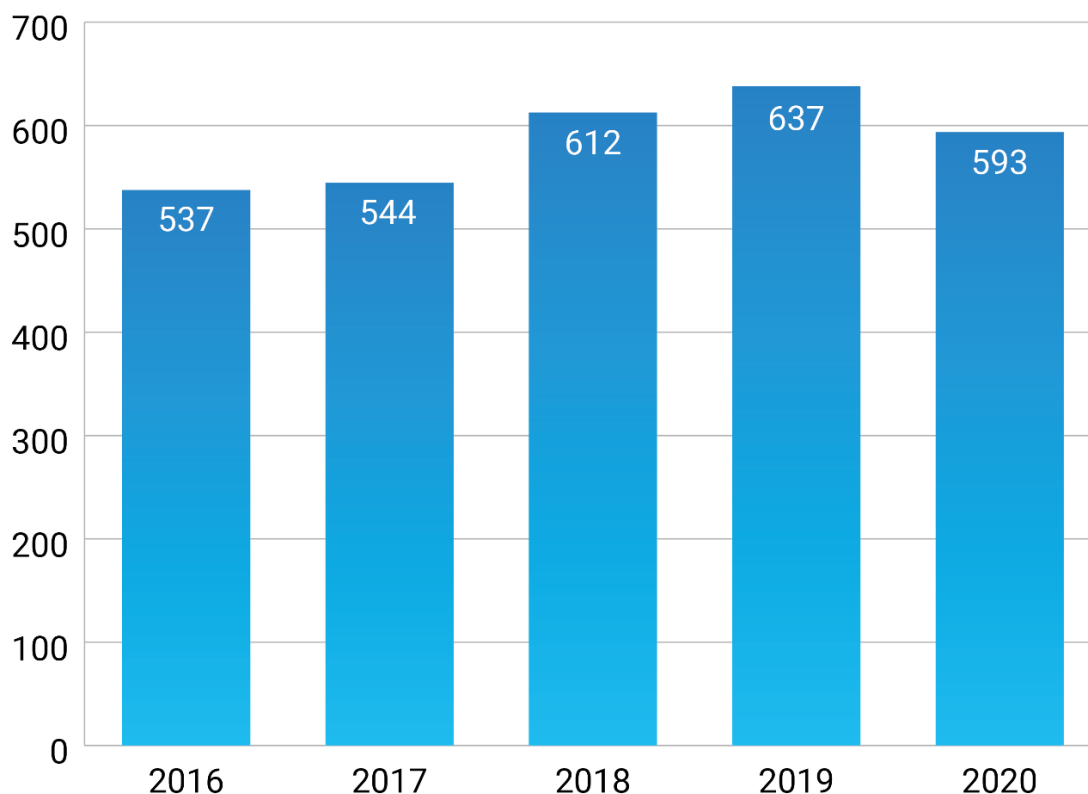
南アジア人(インド・バングラデシュ・パキスタン等)：40.3% アフリカ人：1% 欧米・その他：0.9%

人口の多い年齢層は 25-54 歳 で 52.39%を占め、この年齢層の男女比率は 6 対 4 となっている。

2019 年の観光客数は約 857 万人で観光セクターの収益は約 12 億ドルであった。海外ブランドは、主にモール「The Avenue」（屋内に欧米風な街角を再現した大型モール）や、高級感があり富裕層が多い「360°Mall」等のモールに集中している。また、それらの中には、UAE 同様に、化粧品店舗なども多いが、特に、総合デパートの中に、高級ブランドの化粧品が集中している。

2. 化粧品輸入規模推移

2016 年～2020 年度までの 5 年間の化粧品輸入規模推移は以下の通り、2020 年度は約 6 億米ドルとなっており、対前年比で約 7 % 下回った。（すべてのカテゴリーを含む。）

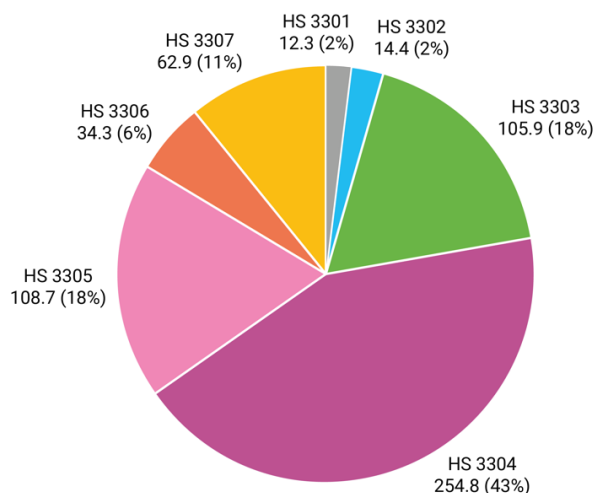


出处：ITC のデータより作成 単位：US 百万ドル

3. 2020 年度における主要化粧品カテゴリーの輸入品目構成比

クウェートでの 2020 年度の化粧品の総合輸入額は約 6 億米ドルとなっている。（品目詳細は P6 の表を参照）

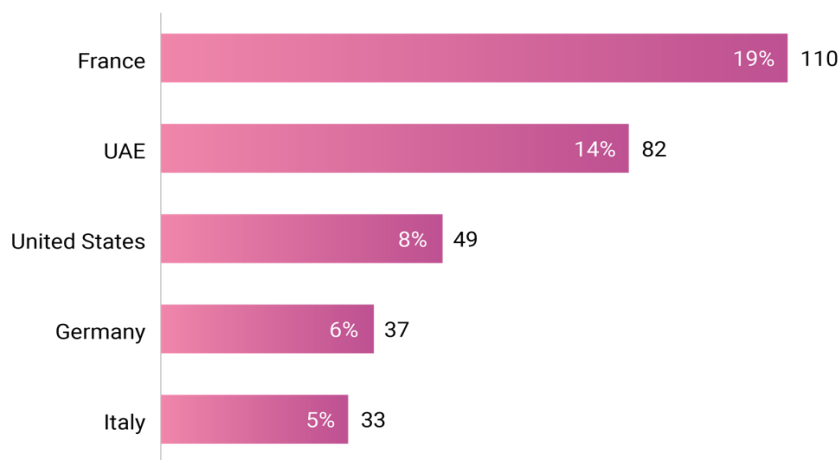
クウェート 化粧品項目構成比（2020 年輸入額 US 百万ドル）



出処： ITC のデータより作成 単位： US 百万ドル

4. 主要輸入相手国：

フランスが主要化粧品輸入相手国となっている。その次の、UAE からの輸入に関しては、海外から輸入するものは、UAE に一度入れて、そこから他の湾岸諸国に送る、物流ルートの体制を取っているところが多い為、と思われる。



出処： ITC のデータより作成 単位： US 百万ドル

5. 日本からに向けての品目別化粧品輸入額：

日本から、クウェートに向けての 2020 年の輸入額は、総額約 622 万ドルと、クウェートの輸入総額の約 1 %以下と大変少ない。（P6 の化粧品品目表を参照）

HS コード	2019			2020		
	日本	全体	%	日本	全体	%
3301	24	10,266	0.23%	51	12,330	0.41%
3302	0	20,594	0.00%	0	14,420	0.00%
3303	38	128,740	0.03%	0	105,990	0.00%
3304	4,793	273,730	1.75%	5,491	254,849	2.15%
3305	247	102,971	0.24%	375	108,712	0.34%
3306	154	35,361	0.44%	145	34,316	0.42%
3307	213	66,234	0.32%	162	62,951	0.26%
合計	5,468	637,898	0.86%	6,224	593,568	1.05%

出処：ITC データより作成。単位：US 千ドル

6. 化粧品小売店を展開

クウェート国内での化粧品売場としては、大型ショッピング・モールや、日用品を中心としたスーパーマーケット、路面店など様々な形態がある。業態としては、各ブランドの自社店舗のほか、多数のブランドを扱う化粧品チェーン店、総合デパートなどがある。特に、総合デパートの高級ブランドの化粧品店には、各ブランドの個別トリートメント室などもあり、高額購入層に特に人気である。また、クウェート財閥の Al Shaya Group は、ファッション・飲食・化粧品、薬局など多くのブランドを扱う小売フランチャイズオペレーターで、中東および北アフリカ、ロシア、トルコ、ヨーロッパで 90 の小売ブランドを扱っている。化粧品関連では M.A.C/The Body Shop/Estee Lauder/Jo Malone などの代理店をしており、自社ブランドの、「VaVaVoom」は、国内で 5 店舗を展開している。又、レバノンの自然派ブランド「Bayt Al Saboun Al Loubnani」は、国内に最初の店舗を展開し、現在クウェート国内に 8 店舗、UAE 国内に 13 店舗と、現在では 530 品目の化粧品を扱うブランドとなっている。

オマーン国 - 化粧品概況

1. 国内の状況：

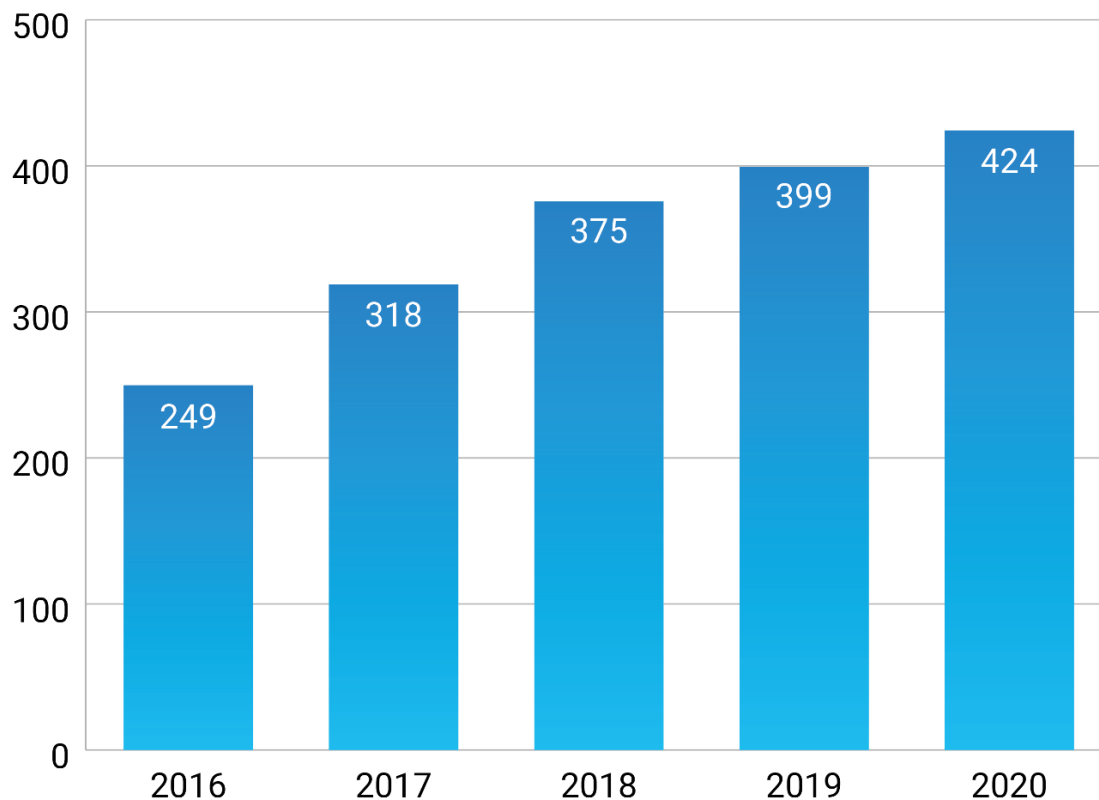
オマーンには約 532 万人が居住している。自国民が約 56%で、南アジア系（インド・バングラデシュ・パキスタン等）、イラン系、中東系、アフリカ系など外国人居住者が 44%となっている。

人口の多い年齢層は 25-54 歳 で 45%を占め、この年齢層の男女比率は 6 対 4 となっている。

2019 年の観光客数は約 319 万人で観光セクターの収益は約 30 億ドルであった。他国同様、パンデミックにより激減したが、その後、ワクチン接種の効果は規制緩和へとつながり、落ち着きを見せ、回復に向かっている様である。ドバイなどに見られる様な、ブランド独立店舗は少ないが、海外ブランドの化粧品は主にモール「Muscat Grand Mall」、「Oman Avenues Mall」、「City Centre」などで販売されている。

2. 化粧品輸入規模推移

2016 年～2020 年度までの 5 年間の化粧品輸入規模推移は以下の通り、2020 年度は約 4 億米ドルとなっており、対前年比で約 6%上回った。（すべてのカテゴリーを含む。）

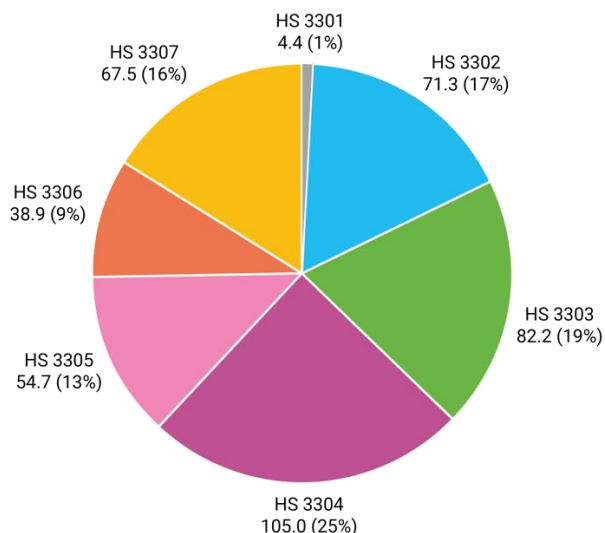


出処：ITC のデータより作成 単位：US 百万ドル

3. 2020 年度における主要化粧品カテゴリーの輸入品目構成比

オマーンでの 2020 年度の化粧品の総合輸入額は約 4 億米ドルとなっている。（品目詳細は P6 の表を参照）

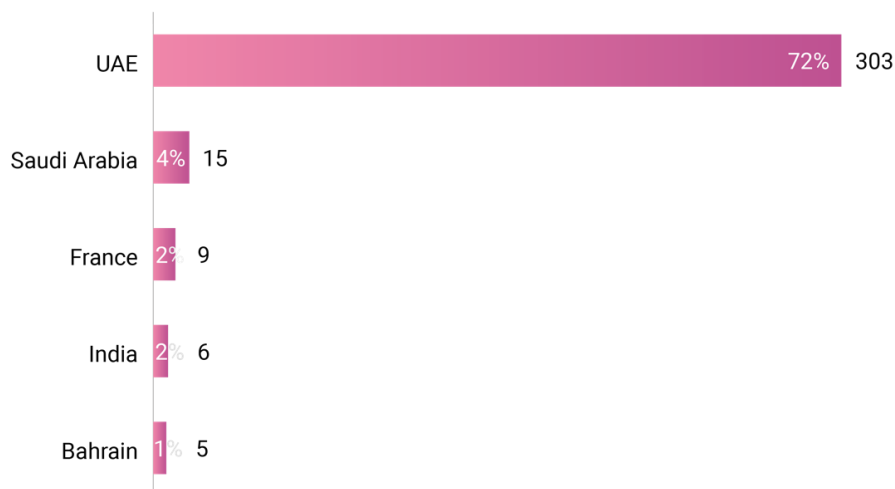
オマーン 化粧品項目構成比（2020 年輸入額 US 百万ドル）



出処： ITC のデータより作成 単位：US 百万ドル

4. 主要輸入相手国：

UAE が主要化粧品輸入相手国となっている。UAE から中東に進出している企業は多く、特にオマーンは距離的にも近いことなどから、一度 UAE に輸入してから、オマーンに入れている場合もある。



出処： ITC のデータより作成 単位：US 百万ドル

5. 日本からに向けての品目別化粧品輸入額：

日本から、オマーンに向けての 2020 年の輸入額は、総額約 26 万ドルと、オマーン輸入総額の 0.01%とほぼ無いに等しい。（P 6 の化粧品品目表を参照）

HS コード	2019			2020		
	日本	全体	%	日本	全体	%
3301	0	7,267	0.00%	0	4,418	0.00%
3302	0	50,468	0.00%	0	71,347	0.00%
3303	0	101,147	0.00%	0	82,200	0.00%
3304	9	113,744	0.01%	0	105,073	0.00%
3305	37	60,575	0.06%	23	54,734	0.04%
3306	0	15,792	0.00%	3	38,902	0.01%
3307	0	50,185	0.00%	0	67,569	0.00%
合計	45	399,175	0.01%	26	424,244	0.01%

出処：ITC データより作成。単位：US 千ドル

6. 化粧品小売店を展開している企業例：

オマーンは最高級の乳香の産出地でもある。世界で一番高価な香水とも言われ、1991 年にカンヌで行われた国際免税品展ではスター・プロダクト・オブ・ザ・イヤーを受賞するなど、世界的にも認められたオマーンの伝統を反映させた乳香を基礎香料に用いた香水ブランド「アムアージュ」がある。乳香は古代の王族や貴族の社会において黄金に値するものとして取引されていた歴史があり、現代においても大変珍重される天然香料の一つである。彼らは、香水だけでなく、最近はクリームなど他の化粧分野にも力を入れている。中東の大手モールには、自社店舗を構え、また、化粧品店舗には、必ずアムアージュの商品棚がある。

カタール国 - 化粧品概況

1. 国内の状況：

カタールは、人口約 298 万人。人口構成比は以下となっている。

自国民：12% アラブ圏内からの人（アラビア語が言語）：13%

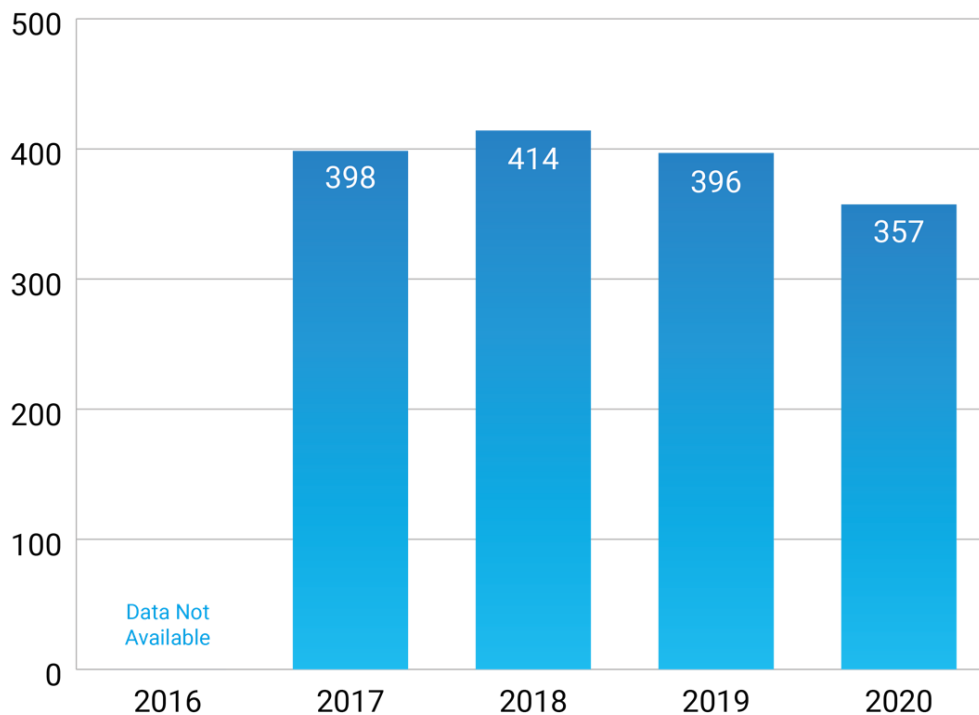
南アジア人(インド・バングラデシュ・ネパール・スリランカ等)：45% フィリピン人：11%

欧米・その他：19%

人口の多い年齢層は 25-54 歳 で約 71 %を占め、この年齢層の男女比率は約 8 対 2 と極端に女性が少なく見えるが、UAE 同様に建設に携わる家族を帯同しない外国人労働者が多いためと見られる。2019 年の観光客数は約 214 万人で観光セクターの収益は約 160 億ドルであった。他国同様、パンデミックにより激減したが、その後、ワクチン接種の効果は規制緩和へとつながり、本年度に行われるサッカーのワールドカップに向けて観光客の増大を見込んでいる。カタールは人口が少ないが、一人当たりの GDP では湾岸諸国ではトップの 54,185 米ドル（世界 9 位-2020 年）で、自国民はブランド嗜好が強い。ドバイの様に観光や国際的なイベントなどの誘致などにも注力している。街中にはハイブランドの独立店舗やフランスの高級デパートがテナントとなっている「21 High Street」、高級ブランドの店舗が多くある「Villaggio」などで、多くの国際ブランドの化粧品が販売されている。UAE 同様に、化粧品店舗なども多い。

2. 化粧品輸入規模推移

2017 年～2020 年度までの 4 年間の化粧品輸入規模推移は以下の通り、2020 年度は約 3.6 億米ドルとなっており、対前年比で約 10% 下回った。（すべてのカテゴリーを含む。）

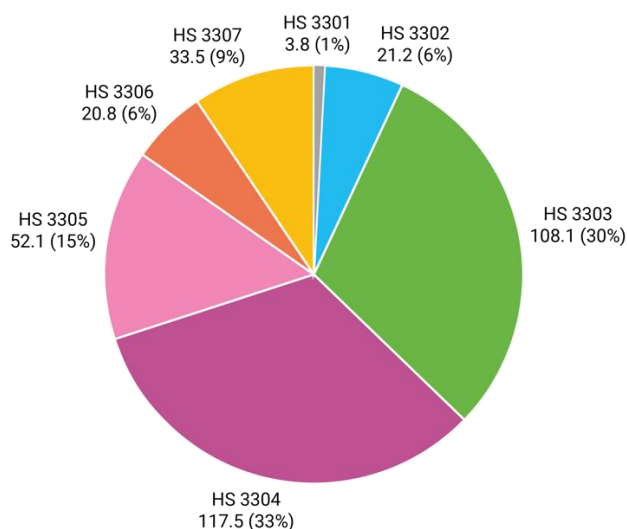


出処：ITC のデータより作成 単位：US 百万ドル

3. 2020 年度における主要化粧品カテゴリーの輸入品目構成比

カタールでの 2020 年度の化粧品の総合輸入額は約 3.6 億米ドルとなっている。（品目詳細は P6 の表を参照）

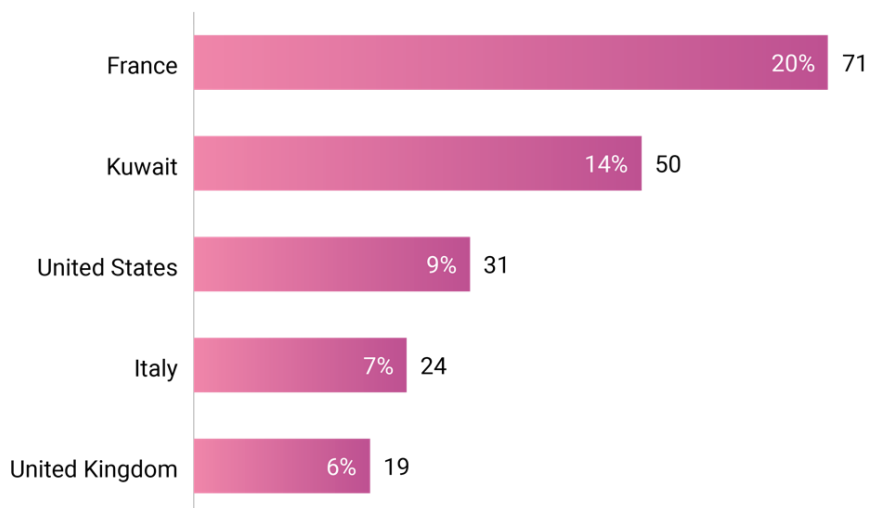
カタール 化粧品項目構成比（2020 年輸入額 US 百万ドル）



出処： ITC のデータより作成 単位： US 百万ドル

4. 主要輸入相手国：

クウェートが 2 位の主要化粧品輸入相手国となっているのは、数年間、UAE と国交を断絶していた為、クウェートから、輸入をしていた為と推測される。現在、回復し国交も再開されている。



出処： ITC のデータより作成 単位： US 百万ドル

5. 日本からに向けての品目別化粧品輸入額：

日本から、カタールに向けての 2020 年の輸入額は、総額約 22 万ドルと、カタールの輸入総額の 1 %にも満たない少なさである。（P5 の化粧品品目表を参照）

	2019			2020		
HS コード	日本	全体	%	日本	全体	%
3301	0	2,428	0.00%	0	3,835	0.00%
3302	0	23,304	0.00%	0	21,209	0.00%
3303	0	96,971	0.00%	83	108,157	0.08%
3304	1,804	156,996	1.15%	1,552	117,569	1.32%
3305	96	63,992	0.15%	413	52,151	0.79%
3306	0	16,166	0.00%	16	20,843	0.08%
3307	73	37,053	0.20%	114	33,525	0.34%
合計	1,973	396,911	0.50%	2,179	357,289	0.61%

出処：ITC データより作成。単位：US 千ドル

6. 化粧品小売店を展開している企業例：

カタール国内での化粧品販売場所としては、大型ショッピング・モールや、日用品を中心としたスーパーマーケット、路面店など様々な形態がある。業態としては、各ブランドの自社店舗のほかに、多数のブランドを扱う化粧品チェーン店、総合デパートなどがある。化粧品チェーン店の「Sephora」が国内に 6 店舗を展開、「Paris Gallery」も 7 店舗ある。カタール国内も、総合デパート内に、各国際ブランドのカウンターがあり、各ブランドの自社店舗は少ない。ファーマシーでは、店舗によって販売している商品にも多少の違いはあるが、スキンケア・メイクアップ・ヘアケア商品と併せて医療用品、栄養サプリメント商品等も販売している。

バーレーン王国 - 化粧品概況

1. 国内の状況：

バーレーン王国の人口は約 178 万人、湾岸諸国では一番人口が少ない。人口構成比は以下となっている。

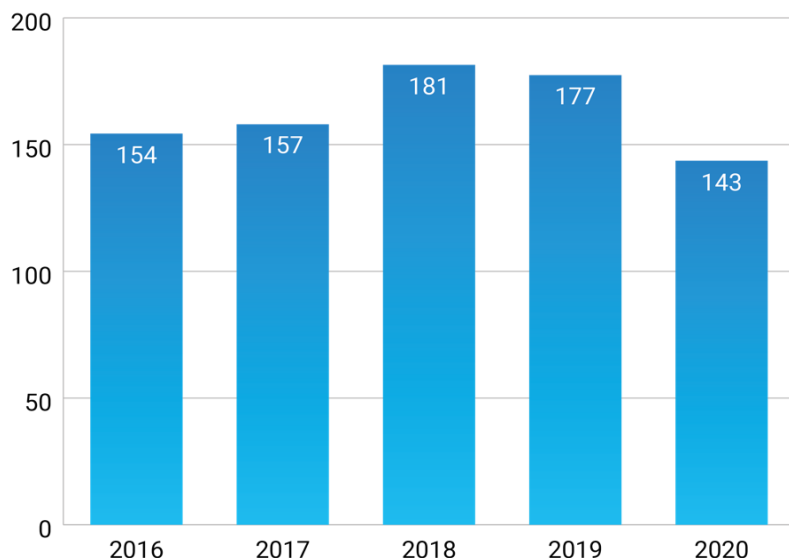
自国民：46% アジア系：45% アラブ圏内からの人（アラビア語が言語）：4.7%

アフリカ人：1.6% 欧州系：1% その他：1.2%（GCC 圏内・南北アメリカ・オセアニア）

人口の多い年齢層は 25-54 歳 で約 56%を占め、この年齢層の男女比率は約 6.5 対 3.5 となっている。UAE 同様に建設に携わる家族を帯同しない外国人労働者が多いためと見られる。2019 年の観光客数は約 1,100 万人で観光セクターの収益は約 38 億ドルであった。湾岸諸国で最大の市場規模を持つサウジアラビアとコーズウェイでつながっており、週末はサウジアラビアから自由な雰囲気のあるバーレーンへ行く人々が多く、レジャー施設・モールなどが賑わう。ドバイが知られる以前より、バーレーンは中東における金融サービスの中心地として知られ、現在も、総工費 13 億ドルをかけた「バーレーン・ファイナンシャル・ハーバー」を建設し、金融センターとしての維持に勤めている。又、中東で最初の F1 レースの開催国で、2 つの世界遺産登録など、観光・イベントにも注力している。他国同様、パンデミックにより激減したが、その後、ワクチン接種の効果は規制緩和へとつながり、回復へと向かっている。ハイブランドの化粧品などは「Aali Mall」・「Seef Mall」・「Moda Mall」や、クウェートにもある屋内に居ながら、屋外にいる雰囲気を味わえる、「The Avenues」などで販売されている。これらのモールの中に、多数のブランドを扱う化粧品チェーン店や総合デパートなどがある。

2. 化粧品輸入規模推移

2016 年～2020 年度までの 4 年間の化粧品輸入規模推移は以下の通り、2020 年度は約 1.4 億米ドルとなっており、対前年比で約 19% 下回った。これらは、Covid-19 の影響で、サウジアラビアからの買い物客が減少したことが、大きな理由と思われる。（すべてのカテゴリーを含む。）

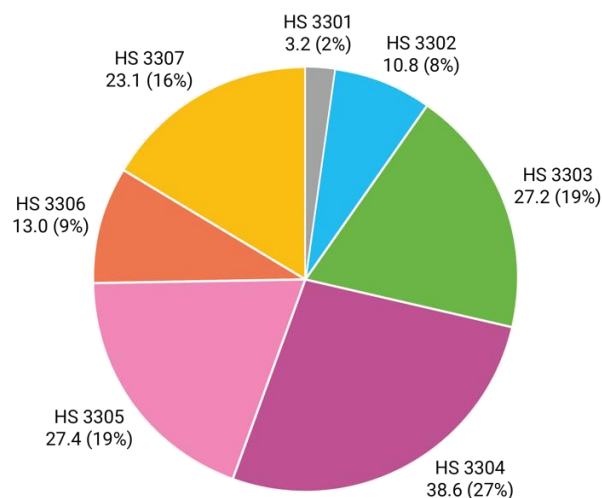


出処：ITC のデータより作成 単位：US 百万ドル

3. 2020 年度における主要化粧品カテゴリーの輸入品目構成比

バーレーンでの 2020 年度の化粧品の総合輸入額は約 3.6 億米ドルとなっている。（品目詳細は P6 の表を参照）

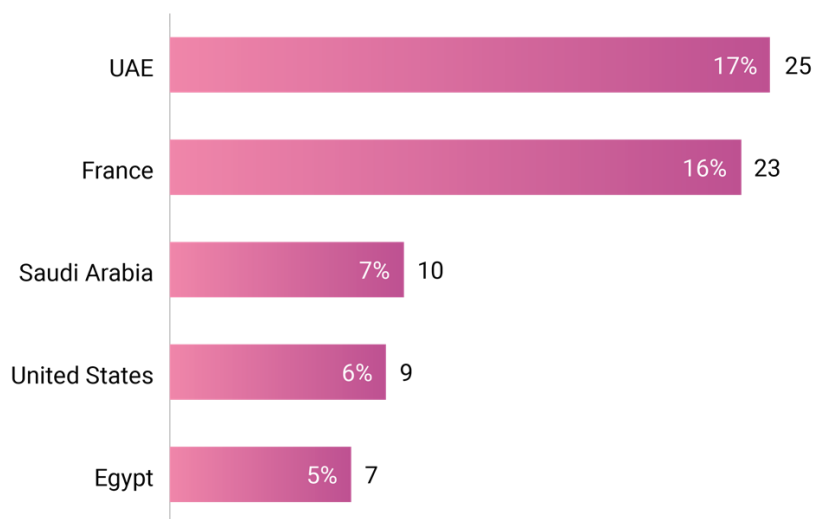
バーレーン 化粧品項目構成比（2020 年輸入額 US 百万ドル）



出処： ITC のデータより作成 単位： US 百万ドル

4. 主要輸入相手国：

UAE が主要化粧品輸入相手国となっている。UAE から中東に進出している企業は多く、UAE に輸入してから、バーレーンに入れている場合もある。



出処： ITC のデータより作成 単位： US 百万ドル

5. 日本からバーレーンに向けての品目別化粧品輸入額：

日本からバーレーンに向けての 2020 年の輸入額は、総額約 514 万ドルと、全体の輸入総額の 0.4%未
満と大変少ない。（品目詳細は P6 の表を参照）

HS コード	2019			2020		
	日本	全体	%	日本	全体	%
3301	5	3,471	0.14%	17	3,227	0.53%
3302	0	10,285	0.00%	0	10,858	0.00%
3303	12	43,448	0.03%	3	27,245	0.01%
3304	541	54,079	1.00%	254	38,602	0.66%
3305	17	31,015	0.05%	62	27,481	0.23%
3306	1	12,062	0.01%	0	13,018	0.00%
3307	159	23,021	0.69%	179	23,196	0.77%
合計	736	177,381	0.41%	514	143,626	0.36%

出処：ITC データより作成。単位：US 千ドル

6. 化粧品小売店を展開している企業例：

バーレーン国内での化粧品売場としては、大型ショッピング・モールや、日用品を中心としたスーパーマーケット、路面店など様々な形態がある。業態としては、多数のブランドを扱う化粧品チェーン店、総合デパートなどであり、各ブランドの自社店舗は、少ない。UAE に中東本社がある、「Sephora」は、バーレーンの首都マナマに 3 店舗を、レバノン系で UAE に本拠地のある「Nazih」も 6 店舗の展開させている。他の湾岸諸国より小型のファーマシーが、多い。

主要見本市について：

湾岸 5 カ国内で行われる小さめの展示会なども、数件見られるが、中心となる国際的な美容関係と香水の見本市は、「Beautyworld Middle East」である。今までに 25 回開催されている、中東で初の美容関係（化粧品、ネイル、香水、美容機器、ヘア、スパ、男性化粧品等）の B2B 向け展示会。前回（2021 年）は 53 カ国から 891 社が出展、来場者は 31,410 人となっており、湾岸諸国からも多数来場する。

(<https://beautyworld-middle-east.ae.messefrankfurt.com/dubai/en.html>)

開催期間：2022 年 10 月 31 日－11 月 02 日

開催場所：ドバイワールドトレードセンター

<https://www.dwtc.com/en/events>