

インドにおける化粧品市場の マーケットレポート

2023年2月

目次

1	インド- 世界第5位の経済大国	03
2	市場動向- インドの化粧品市場	04
3	販売チャネル	10
4	インドにおける化粧品市場の主要なプレーヤー	13
5	化粧品輸入関税	21
6	日本企業にとっての可能性	26

インド- 世界第5位の経済大国

5,000 年を超える文明

総面積 328万平方km
海岸線 7,516km

28 州, 8準州

13.8億人を擁する
世界最大の民主主義国家



GDP 4,477億米ドル、世界第5位の経済
大国（2022 - 2023見込み）

対印直接投資: 6,049.9億ドル
(2000-2022)
外貨準備高: 5,767.6億ドル
(2023年1月)

安定した政権、経済発展のため
の重要な手段として
外交政策に重点を置く

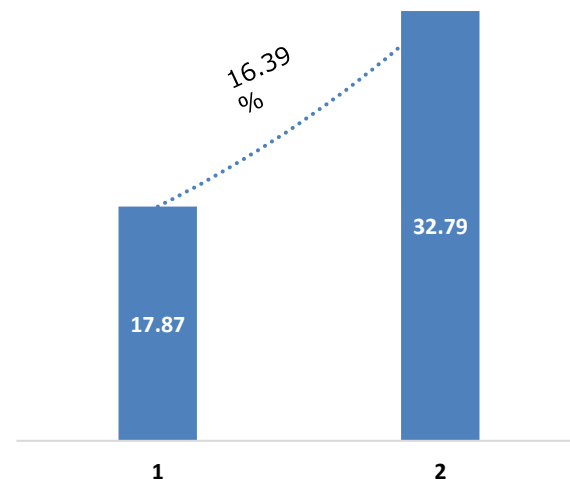
公用語: 英語, ヒンディー語
州公用語: 22 語

市場動向- インドの化粧品市場

市場概要

- 化粧品市場は、スキンケア、ヘアケア、香水、カラーコスメ、ボディケア、メンズケア製品などで構成されている
- 2022年のインドの化粧品市場規模は178億7,000万ドル
- 2026年には年平均成長率16.39%で327億9,000万ドルに成長すると予測されている
- 主な成長要因は以下の通り:
 - 可処分所得の増加
 - 働く女性の増加
 - インターネットや SNS を通じた世界のトレンドへの接触
 - 国際的なブランドのインドへの進出
 - eコマースサイトと店舗での販売網の拡大

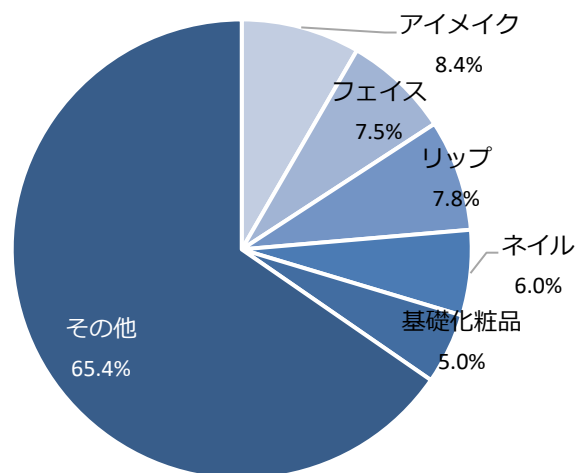
インドの化粧品市場規模
(単位: 10億ドル)



- 消費者は利便性や価値を求めるようになった結果、割引やプロモーションを提供するオンライン販売を行うブランド、ECサイトからの購入をするようになってきている
- 化粧品ブランドのウェブサイトや EC サイトでは、肌の悩みを相談したり、解決策を提案したり、消費者に合わせたアドバイスを提供していることも大きな特徴である
- 化学物質を含む化粧品の使用に懸念が高まる中、消費者はより安全なハーブや天然素材、アーユルヴェーダ製品を検討し始めている。この分野だけでも、予測成長率16.39%を上回る成長が予測されている
- Himalaya, Biotique, Dabur, Lotus, Patanjali, Forest Essentials, Kama Ayurveda, Blossom Kochhar, Shahnaz Husain といったインドの複数のブランドが、こうした自然化粧品やアーユルヴェーダ化粧品を提供している
- 様々な化粧品を提供するインドのブランドとは別に、Mac, Clinique, Avon, ColorBar, Natio, Elizabeth Ardenなどの海外ブランドも注目されるようになってきている

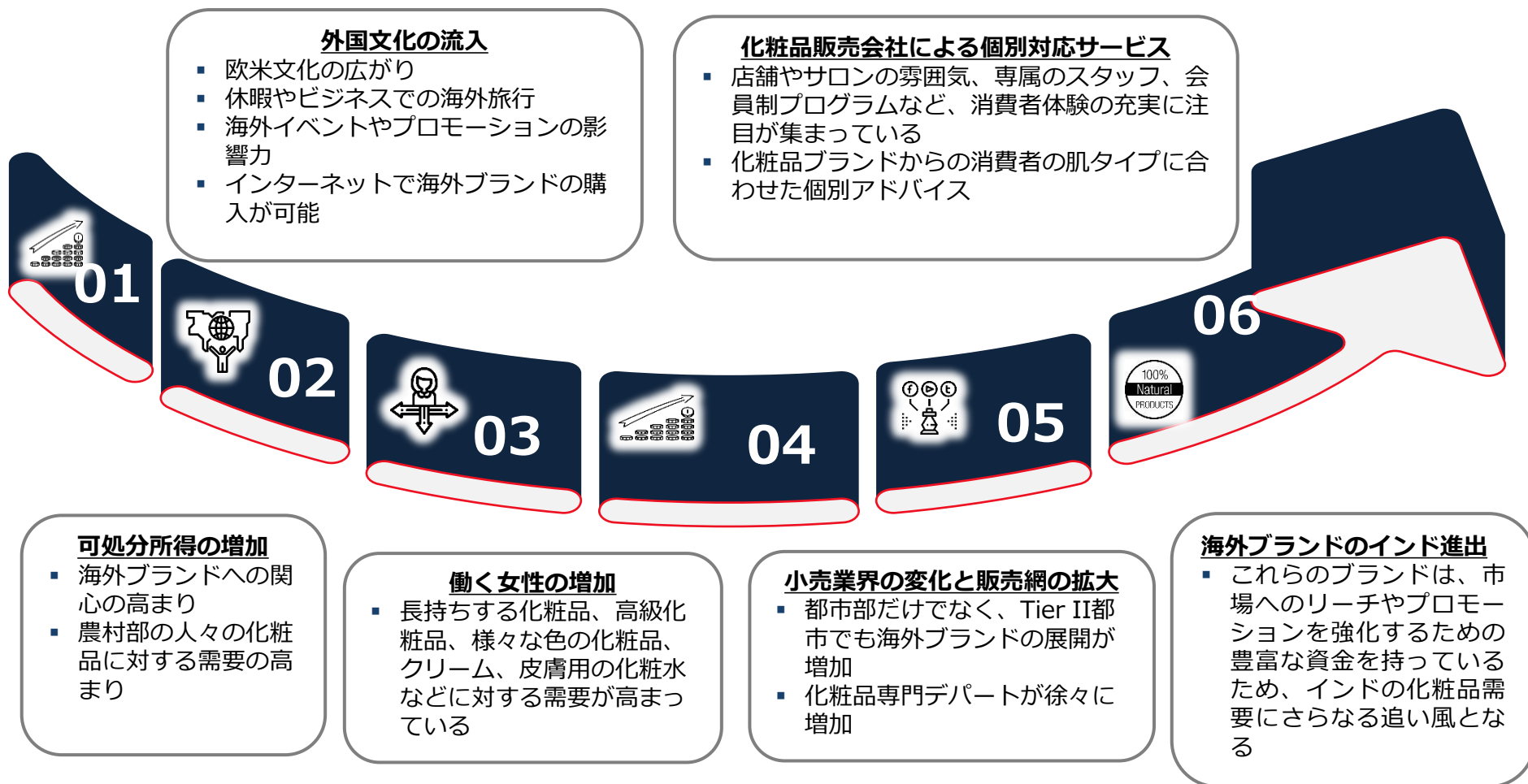
化粧品市場の主要製品

インドの化粧品市場の製品別構成比 (%)



- 2022年の化粧品市場全体に対するアイメイク部門、リップ部門の売上構成比は8.4%と7.8%に迫り、それぞれ14億3000万ドル、13億9000万ドルにのぼる
- フェイス部門は、2022年の化粧品市場全体の約7.5%、13.4億ドルを占めている
- 2022年、化粧品市場全体のネイル部門は、10億ドル、約6%の金額を記録した
- 基礎化粧品は、2022年に8.9億ドル、市場の約5%近くに達し、今後高い成長が見込まれる
- 市場の66%は、ボディケア、オーラルケア、メンズケア製品などで構成されている

成長要因



主なトレンド

自然派化粧品

長期的な副作用を避けるために、化粧品に使用される天然成分に対する消費者の意識が高まっている。インドや海外のいくつかの企業は、通常の製品に加えて、「ナチュラル」「アールヴェーダ」「ハーバル」製品シリーズを発売している。

製品開発

化粧品会社はビッグデータやデータ解析ツールを使って、消費者の行動、購買パターン、アレルギーや副作用の有無などを分析し、製品の改善や新しい配合の考案に役立てている。

スマートスキン分析

化粧品会社やECサイト、小売店では、紫外線照射とAIにより、ニキビや肌質、肌トラブルなどを判定するスマートスキン解析ツールを導入している。湿度や水分レベルをモニターし、老化の兆候を特定するデバイスとして、スキンアナライザーやスマートミラーが知られている。また、スマートフォンの内蔵カメラを活用し、肌の状態を伝えるスキンケア用アプリも、こうしたデバイスをサポートしている。

動物性原料不使用・ヴィーガン化粧品

化粧品分野におけるもう一つの消費者主導型トレンドは、動物性原料不使用・ヴィーガン化粧品である。企業は、動物の成分を含まない化粧品を開発するために投資を行っている。環境への悪影響が少ないだけでなく、アレルギーや炎症のリスク軽減にもつながる。

魅力あるパッケージ

化粧品分野では、商品パッケージやプロダクトデザインなど、さまざまな用途で3Dプリンターが活用されている。これにより、化粧品のパッケージの見栄えが良くなり、より多くの消費者を惹きつけることができるようになっていく。

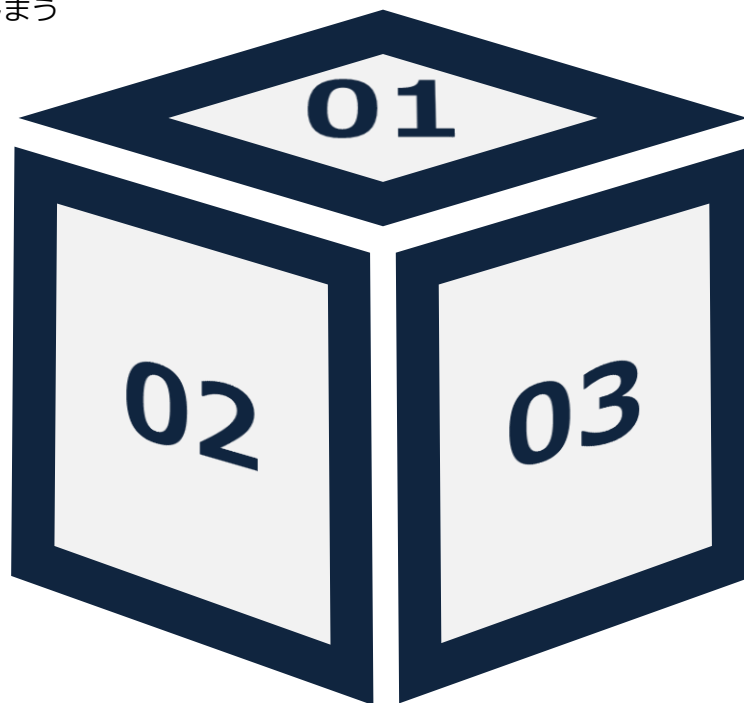


厳しい競争

- インドの化粧品業界は、インド企業、海外企業が多数存在することが特徴である
- 市場には、類似の製品バリエーションや機能を提供する複数のブランドが乱立しており、各企業はインド市場における全体的な戦略やポジショニングに応じて、独自のニッチ分野を創出し、より大きな市場シェアを獲得するために努力を続けている
- 競争が激しいため、ブランドロイヤルティの低下にもつながってしまう

新製品の開発

- 化粧品会社は常に研究開発に投資し、品質の向上、新商品の開発、長持ちする化粧品、高機能な化粧品、化学薬品を使わない化粧品などを開発している

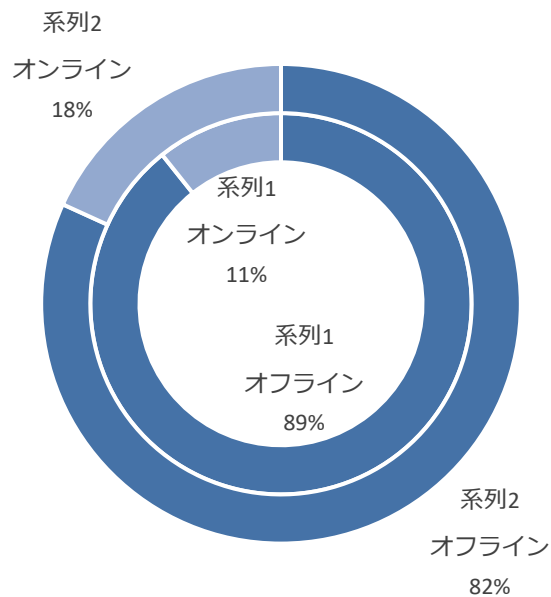


価値を重視する消費者

- インド市場は、価格と同時にその製品、サービスの価値を重視する傾向が強い
- ハイエンドの製品を買う消費者も、その製品がどのような価値を持っているのかを見ている
- したがって、ブランドは価格競争力を持つと同時に品質とより良いサービスを提供する必要がある

販売チャネル

インドにおけるオフラインとオンラインの販売チャネルの割合 (%)



- 2022年のインドの化粧品市場は、オフラインの販売チャネルが約89%を占めているのに対し、オンラインの販売チャネルの売上比率は11%にとどまっている
- しかし、オンライン販売チャネルの割合はオフライン販売チャネルよりも高いペースで増加しており、2025年には市場の18%に達すると予想されている
- これは、ブランドや販売会社がオンライン上で利便性や迅速な配送、肌に関するアドバイスなどを提供していることによるものと思われる
- さらに、NykaaやPurpleなどの化粧品に特化したeコマースサイトの参入が、成長に弾みをつけている

オンライン・オフラインの主要販売チャネル

01

オンライン



- Amazon.in
- Flipkart.com
- Myntra.com
- Purp1le.com
- Ajio.com
- Dotandkey.com

02

オフライン



- Sephora India
- Shopper Stop
- The Body Shop
- Clinique
- L'occitane
- Pure Elements
- Bobbi Brown

03

オンライン & オフライン



- Nykaa.com
- Sugar
- Lakmeindia.com
- Mac
- Swiss Beauty
- Revlon
- Colorbar
- Maybelline
- Faces Canada
- Kay Beauty
- MyGlamm
- Huda Beauty
- Renee

インドにおける化粧品市場の 主要プレイヤー

インドに現地法人/ 合併会社を持つ海外ブランド

インドに進出する海外ブランドの存在形態として主に次の3つがある：

- インド現地法人が輸入し、インドの大型ショッピングモールにある店舗で販売
- 部分的に輸入し、インドで製造する。製品の一部を輸入し、一部を現地で生産
- 第三者の輸入業者によって輸入され、さまざまな流通チャネルを通じて販売

REVLON®

- **会社名:** Revlon Pvt. Ltd.
- **本社:** アメリカ
- **会社形態:** Modi Mundipharmaとの合併会社
- **ブランド名:** Revlon
- **プロダクト:** メイクアップ, ヘア, スキン, 香水

L'ORÉAL
PARIS

- **会社名:** L'Oreal India Pvt. Ltd.
- **本社:** フランス
- **会社形態:** 現地法人
- **ブランド名:** L'Oreal Paris, Maybelline New-York, Lancôme, NYX Professional Make Up
- **プロダクト:** スキンケア, ヘアケア, ヘアカラー, メイクアップ

AVON
NEW YORK

- **会社名:** Avon Beauty Products India Pvt. Ltd.
- **本社:** アメリカ
- **会社形態:** 現地法人
- **ブランド名:** Avon
- **プロダクト:** スキンケア, ヘアケア, メイクアップ, 香水, パーソナルケア製品

インドに現地法人を持つ海外ブランド

JETRO



- **会社名:** Colorbar Cosmetics Pvt. Ltd
- **本社:** アメリカ
- **会社形態:** 現地法人
- **ブランド名:** Colorbar
- **プロダクト:** メイクアップ, スキンケア, ヘアケア, 香水



- **会社名:** The Body Shop
- **本社:** イギリス
- **会社形態:** 現地法人
- **ブランド名:** The Body Shop
- **プロダクト:** ボディ, フェイス, ヘアー, メイクアップ, 香水



- **会社名:** Elca Cosmetics Pvt Ltd (Estee Lauder)
- **本社:** アメリカ
- **会社形態:** 現地法人
- **ブランド名:** Clinique
- **プロダクト:** スキンケア, メイクアップ, 香水

輸入・販売代理店を通じて展開する海外ブランド

JETRO

NATIO

- **会社名:** Natio
- **本社:** オーストラリア
- **輸入業者:** Belle Vous

- **プロダクト:** スキンケア, メイクアップ, メンズボディケア


Elizabeth Arden
NEW YORK

- **会社名:** Elizabeth Arden
- **本社:** アメリカ
- **輸入業者:** Baccarose

- **プロダクト:** スキンケア, 香水, メイクアップ

CHAMBOR
— GENEVA —

- **会社名:** Chambor
- **本社:** スイス
- **輸入業者:** Intercraft Trading Pvt. Ltd.

- **プロダクト:** アイ, フェイス, リップ, スキン, ネイル

FACESCANADA

- **会社名:** Faces
- **本社:** カナダ
- **輸入業者:** FACES Cosmetics India Pvt. Ltd.

- **プロダクト:** リップ, アイ, フェイス, スキン, ネイル

 MAKE-UP STUDIO
PROFESSIONAL AMSTERDAM

- **会社名:** Make-Up Studio
- **本社:** オランダ
- **輸入業者:** Ekta Cosmetics Limited

- **プロダクト:** リップ, アイ, フェイス

輸入・販売代理店を通じて展開する海外ブランド

JETRO



- 会社名: MAC
- 本社: アメリカ
- 輸入業者: Quest Retail Pvt. Ltd.
- 親会社: The Estée Lauder Companies
- プロダクト: リップ, アイ, フェイス, スキンケア



- 会社名: Miss Claire
- 本社: ポーランド
- 輸入業者: Esskay Beauty Resources
- プロダクト: リップ, アイ

Chanel (フランス), Bourjois (イギリス), Diana (イギリス), Inglot (アメリカ), Cameleon (ベルギー), Bodyography (韓国), Bobbi Brown (アメリカ)等もインドで事業を展開している。

インド国内ブランド



- **会社名:** Hindustan Unilever Ltd
- **本社:** インド
- **会社形態:** Ltd

▪ **プロダクト:** メイクアップ, スキンケア



- **会社名:** Vellvette Lifestyle Private Limited
- **本社:** インド
- **会社形態:** Pvt. Ltd.

▪ **プロダクト:** メイクアップ, スキンケア



- **会社名:** Nykaa E-Retail Pvt. Ltd.
- **本社:** インド
- **会社形態:** Pvt. Ltd.

▪ **プロダクト:** メイクアップ, スキン, ヘア, ボディ, 基礎化粧品, ベビー用品, メンズケア, 香水



- **会社名:** Nature Essence Pvt. Ltd.
- **本社:** インド
- **会社形態:** Pvt. Ltd

▪ **プロダクト:** フェイス, アイ, リップ, ネイル

インドで自然派化粧品を展開するブランド



- **会社名:** Oriflame India Pvt. Ltd
- **本社:** スイス
- **会社形態:** 現地法人
- **プロダクト:** スキンケア, メイクアップ, 香水, ボディ, ヘア, メンズケア



- **会社名:** Shahnaz Ayurveda Private Limited
- **本社:** インド
- **会社形態:** Pvt. Ltd.
- **プロダクト:** スキン, ヘア, フェイス, メイクアップ, ボディケア



- **会社名:** Lotus Herbals Private Limited
- **本社:** インド
- **会社形態:** Pvt. Ltd.
- **プロダクト:** Skin, Make up, Baby, Hair, and White Glow



- **会社名:** Forest Essentials eMarketing Private Limited
- **本社:** インド
- **会社形態:** Pvt. Ltd.
- **プロダクト:** オーガニックフェイスクア, スキンケア, ボディケア, ヘアケア



- **会社名:** Biotique Botanical Research Private Limited
- **本社:** インド
- **会社形態:** Pvt. Ltd.
- **プロダクト:** スキン, ヘア, ボディ, メンズケア

インドで人気の化粧品販売チェーン



- **会社名:** Sephora Cosmetics Pvt Ltd
- **本社:** フランス
- **会社形態:** 現地法人
- **ブランド名:** Sephora Collection, Benefit Cosmetics, Make Up Forever, Estee

Lauder, Elizabeth Arden, Forest Essentials, are amongst others.

- **プロダクト:** メイクアップ, スキンケア, 香水

SHOPPERS STOP

- **会社名:** Shoppers Stop Ltd
- **本社:** インド
- **会社形態:** Ltd
- **ブランド名:** MAC, Lakme, Estee Lauder, Davidoff, L'Oréal, Calvin Klein, Maybelline, Clarins, Burberry, Armani,

Skinn, YSL, are amongst other.

- **プロダクト:** メイクアップ, スキンケア, ネイル, ヘアケア, 香水, メンズケア



THE BODY SHOP

- **会社名:** Body-shop (India) Private Limited
- **本社:** イギリス
- **会社形態:** Pvt. Ltd.

- **プロダクト:** フェイス, ボディ, ヘア, メイクアップ, 香水

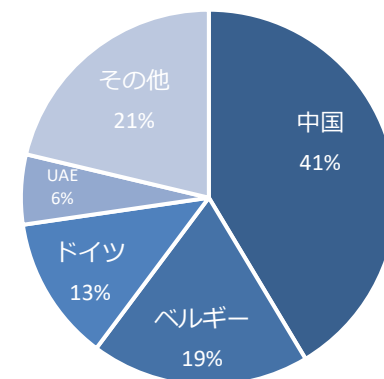
化粧品輸入関税

輸入データ

HS Code - 33041000 リップ用化粧品

- 2021-22年度（2021年4月～22年3月）のインドにおけるHSコード33041000のリップ用化粧品の総輸入額は2,906万ドルであった
- 最大の輸入相手国は中国で、1203万ドル、41%を占めた
- 輸入相手国第2位はベルギーで、547万ドル、19%を占めた
- 輸入相手国第3位はドイツで、363万ドル、13%を占めた
- 2022年4～11月の同HSコード製品の輸入額は2,960万ドルであった

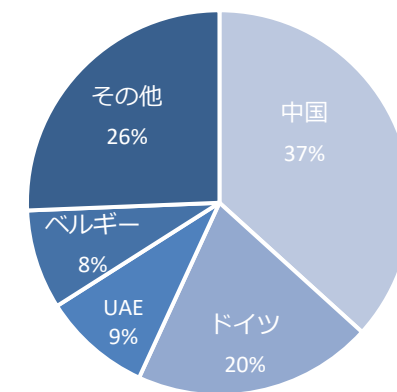
国別輸入額の割合（2021-2022年度）



HS Code - 33042000 アイメイク用化粧品

- 2021-22年度のインドにおけるHSコード33042000のアイメイク用化粧品の総輸入額は2,962万ドルであった
- 最大の輸入相手国は中国で、1088万ドル、37%を占めた
- 輸入相手国第2位はドイツで、596万ドル、20%を占めた
- 2022年4～11月の同HSコード製品の輸入額は2,380万ドルであった

国別輸入額の割合（2021-2022年度）

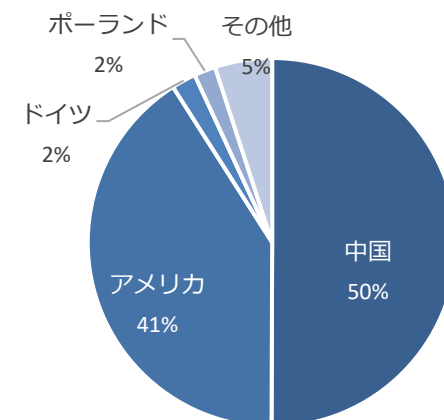


輸入データ

HS Code - 33049110 フェイスパウダー

- 2021-22年度のインドにおけるHSコード33049110のフェイスパウダーの総輸入額は383万ドルであった
- 中国とアメリカが輸入額の91%、348万ドルを占めた
- 2022 年 4～11 月の同 HS コード製品の輸入額は 370 万 ドルであった

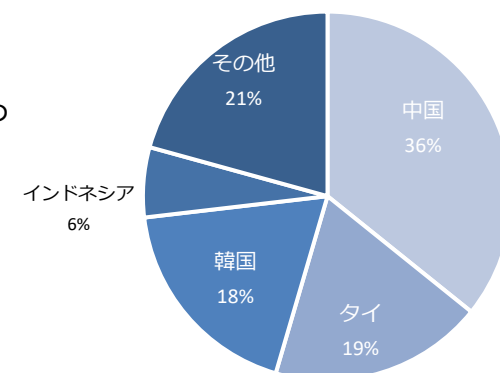
国別輸入額の割合 (2021-2022年度)



HS Code - 33049910 フェイスクリーム

- 2021-22年度のインドにおけるHSコード33049910のフェイスクリームの総輸入額は3,193万ドルであった
- 最大の輸入相手国は中国で、1142万ドル、36%を占めた
- 次いでタイおよび韓国からの輸入額が拮抗し、それぞれ599 万ドル、595万ドルであった。
- 2022 年 4～11 月の同 HS コード製品の輸入額は 2,490 万 ドルであった

国別輸入額の割合 (2021-2022年度)

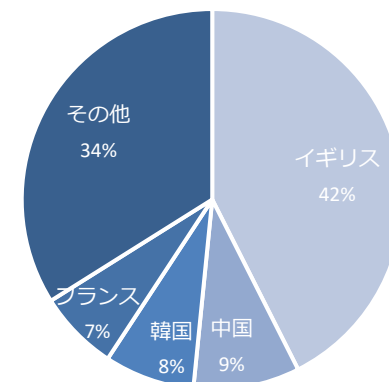


輸入データ

HS Code - 33049990 その他

- 2021-22年、HSコード33049990で輸入されたその他製品は1億8,917万ドルであった
- 同HSコードの最大の輸入国はイギリスであり、42%、8,049万ドルを占めた
- 中国、韓国、フランスからはそれぞれ1,700 万ドル、1,400万ドル、1,200万ドルの製品を輸入した
- その他の国は、同 HSコードの輸入総額の約34%を占めた
- 2022 年 4～11 月期の同 HS コードの輸入は 1億6,100 万 ドルであった

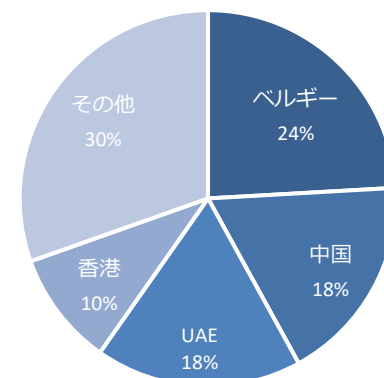
国別輸入額の割合 (2021-2022年度)



HS Code - 33049190 その他パウダー

- 2021-22年、HSコード33049190で輸入されたその他パウダー製品は993万ドルであった
- 同HSコードの最大の輸入国はベルギーであり、24%、239万ドルを占めた
- 中国、UAEからはそれぞれ178 万ドル、176万ドルの製品を輸入した
- 香港とその他の国は、同 HSコードの輸入総額の約40%を占めた
- 2022 年 4～11 月期の同 HS コードの輸入は 920 万 ドルであった

国別輸入額の割合 (2021-2022年度)



日本からの化粧品輸入関税

日本とインドの間で締結された包括的経済連携協定(CEPA)により、以下のHSコードは輸入関税が0%となっている。

- **HS Code 33041000** "Beauty or Make-up Preparations and Preparations for the Care of the Skin (Other than Medicaments), Including Sunscreen or Suntan Preparations; Manicure or Pedicure Preparations; Lip Make-up Preparations;"
- **HS Code 3304 2000** "Beauty or Make-up Preparations and Preparations for the Care of the Skin (Other than Medicaments), Including Sunscreen OR Suntan Preparations; Manicure or Pedicure Preparations; Eye Make-up Preparations"
- **HS code 33049110** "Beauty or Make-up Preparations and Preparations for the Care of the Skin (Other than Medicaments), Including Sunscreen or Suntan Preparations; Manicure or Pedicure Preparations; Powders, Whether or Not Compressed; Face Powders;"
- **HS code 33049910** "Beauty or Make-up Preparations and Preparations for the Care of the Skin (Other than Medicaments), Including Sunscreen or Suntan Preparations; Manicure or Pedicure Preparations; Other; Face creams; "
- **HS code 33049990** "Beauty or Make-up Preparations and Preparations For the Care of the Skin (Other than Medicaments), Including Sunscreen or Suntan Preparations; Manicure or Pedicure Preparations; Other; Other; "
- **HS code 33049190** "Beauty Or Make-up Preparations And Preparations For The Care Of The Skin (Other Than Medicaments), Including Sunscreen or Suntan Preparations; Manicure or Pedicure Preparations; Powders, whether or not compressed; Other; "

日本企業にとっての可能性

- インド化粧品市場は、国際的なブランドだけでなく、インド国内のブランドも多く、新規参入者が長期的に成功するためには、自らニッチ市場を切り開くことが必要である。
- インド化粧品市場の動向を踏まえたうえで、消費者を魅了し、新規参入者にニッチ市場を提供する製品分野,カテゴリーを以下に挙げる
 - ナチュラル・ヴィーガンのスキンケア化粧品
 - 汚れにくく、水にも強い、長持ちする化粧品
 - AIやアプリで肌のタイプ,悩みを分析し、それに応じた提案をする化粧品
 - 顔立ちを引き立てる艶やかな陰影メイクを可能にする化粧品

○作成：ジェトロ・ニューデリー事務所

【レポートの利用についての注意・免責事項】

本レポートは、日本貿易振興機構（ジェトロ）ニューデリー事務所が委託先UJA Global Advisory Pvt. Ltd.に作成委託し、2023年2月に入手した情報に基づき作成したものです。掲載した情報は作成委託先の判断によるものですが、一般的な情報・解釈がこのとおりであることを保証するものではありません。本レポートはあくまでも参考情報の提供を目的としており、提供した情報の正確性、完全性、目的適合性、最新性及び有用性の確認は、読者の責任と判断で行うものとし、ジェトロおよびUJA Global Advisory Pvt. Ltdは一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロおよびUJA Global Advisory Pvt. Ltdが係る損害の可能性を知らされていても同様とします。

【レポートの内容に関するお問い合わせ先】

ジェトロ・ビジネス展開支援課 BDA@jetro.go.jp

（2023年4月1日以降はジェトロ・海外展開支援部戦略企画課個別支援班 ODA@jetro.go.jp）

◆「海外発トレンドレポート」読後アンケートにご協力ください◆

本レポートは皆様の海外ビジネスにお役に立ちましたでしょうか？

今後の参考のため、役立ち度アンケートにご協力頂けましたら幸いです。

（所要時間：約1分）

