

# マーケットレポート

## 調査対象選定の考え方

2024年1月15日

## 調査対象分野（商材）の選定

- ジェトロで輸出支援する中小企業の商材のうち、特に多い「日用品（ホーム・キッチン用品）」および「化粧品（スキンケア用品）」、さらに日本企業が強みを持つと考えられる「高齢者ケア用品」の3分野を選定した。

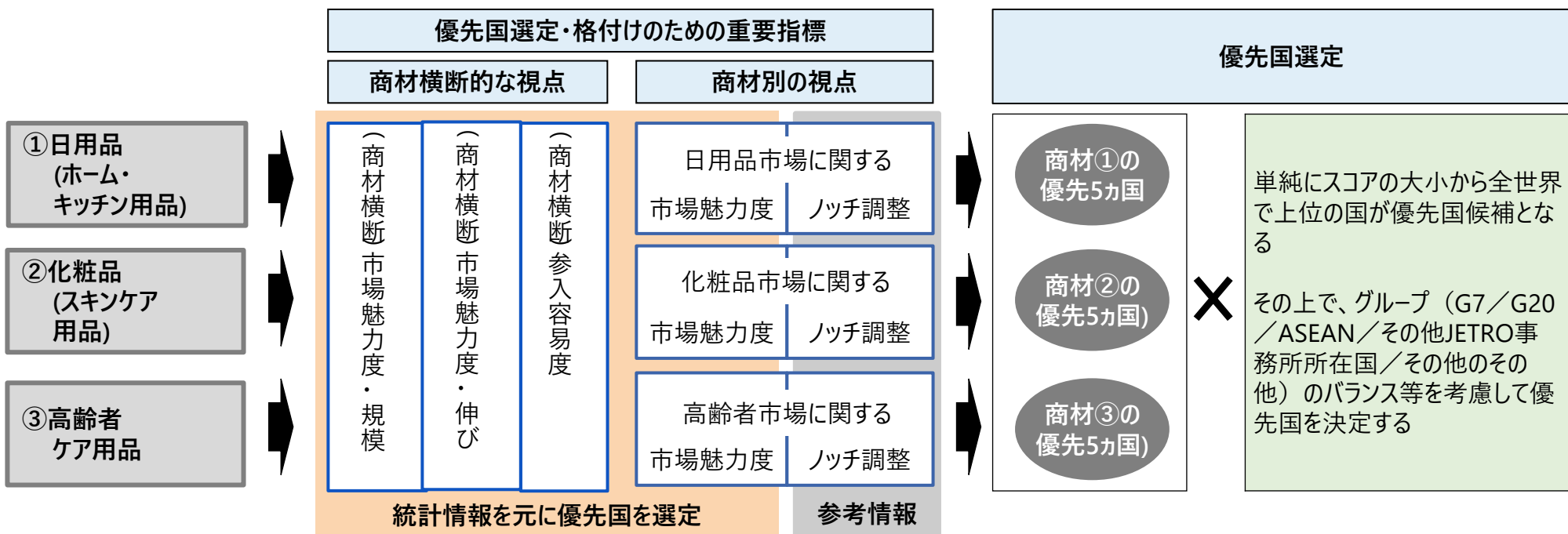
### 調査の対象となる分野(商材)

①日用品（ホーム・キッチン用品）	②化粧品（スキンケア用品）	③高齢者ケア用品
<p>ダイニング用品（食器など）・キッチンツール（調理器具など）</p> <p>&lt;補足&gt; ホーム・キッチンで使用するデザイン性/機能性の高い日用品・雑貨が対象：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ホーム・キッチン用のデザイン雑貨や伝統品（南部鉄器など）</li> <li>● カーテン・絨毯</li> <li>● 但し、家具・家電や消費財（ティッシュペーパーなど）は除く</li> </ul>	<p>美容液・化粧下地・日焼け止め・乳液等スキンケア製品（医薬品を除く）</p> <p>&lt;補足&gt; 以下の点に注意</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● スキンケア用品は女性用に限らない</li> <li>● 男性用のスキンケア用品（シェービングフォーム、除毛クリームなど）を含む</li> </ul>	<p>モビリティ関連製品・ホームセーフティ製品・パーソナルケア製品</p> <p>&lt;補足&gt; 以下の点に注意</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 医療機器は、医療機関向けの販売ルート・特別な認証が必要なので除く</li> <li>● 家庭や個人、高齢者施設で取り扱う高齢者ケア用品は含める</li> </ul>
<p>&lt;参考&gt;</p> <p>JETROレポート：日用品市場関連（マレーシア・クアラ Lumpur 発）（米国・NY 発）」をもとに設定  <a href="https://www.jetro.go.jp/case_study/">https://www.jetro.go.jp/case_study/</a>で「デザイン」で絞った検索結果のイメージ</p>	<p>&lt;参考&gt;</p> <p>JETROレポート「マレーシアにおける化粧品市場の概況とトレンド」をもとに設定</p>	<p>&lt;参考&gt;</p> <p>JETROレポート「シンガポールにおける高齢者関連機器・用品産業の概要」をもとに設定</p>

## 調査対象国の選定

- 全世界190余カ国を対象に統計等のデータを収集し、複数の視点から検討することで調査対象国を選定した。
- 市場魅力度は、市場規模だけでなく成長性（市場の伸び）でも評価し、中堅・中小国でも成長著しい場合、俎上に上がるようにし、日本企業にとって参入しやすい国・市場であるかの視点（参入容易度）も考慮した。
- 商材横断で各国・市場を見るだけでなく、商材ごとの特性を踏まえた指標を設定し、商材別に市場魅力度やノッチ調整（補足的に考慮すべき点）も配慮した。

### 優先国を選定するアプローチと視点



## 調査対象国の選定

- 調査対象国のアプローチと視点に基づき、マクロデータ（指標・統計）を以下のように設定し、スコアを算出した。













### 優先国を選定するために必要な指標・統計

	商材横断的な視点			商材別の視点	
	市場魅力度・規模	市場魅力度・伸び	参入容易度	市場魅力度	ノッチ調整 (参考情報)
①日用品 (ホーム・ キッチン用品)	<b>【人口関係】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 人口</li> <li>● 都市人口 (人口×都市化率)</li> </ul>	<b>【人口関係】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 人口の伸び</li> <li>● 都市人口の伸び</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ビジネス環境 (Ease of Doing Business Rank)</li> <li>● 金融環境 (過去10年の物価変動)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 日用品市場の規模の伸び</li> <li>● 日用品の輸入額の規模</li> <li>● 日用品の輸入額の伸び</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 高資産価値個人の数</li> </ul>
②化粧品 (スキンケア 用品)	<b>【所得・GDP関係】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 一人当たりGDP</li> <li>● 一人当たり総支出額</li> </ul>	<b>【所得・GDP関係】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 一人当たりGDPの伸び</li> <li>● 一人当たり総支出額の伸び</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 日系企業の進出度 + 営業利益見込 + 渡航危険度</li> <li>● 航路 (直行便・経由便) の数</li> <li>● 発行済自由貿易協定の有無</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 化粧品市場の規模の伸び</li> <li>● 化粧品の輸入額の規模</li> <li>● 化粧品の輸入額の伸び</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 親日度</li> </ul>
③高齢者ケア 用品				<ul style="list-style-type: none"> <li>● 高齢者市場の規模の伸び</li> <li>● 高齢者数 (規模)</li> <li>● 平均寿命 (水準)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 一人当たり介護費支出</li> </ul>

## 調査対象の分野（商材）×対象国

- 算出したスコアからJETROへの相談傾向や支援体制等を考慮に入れ、地域のバランスも鑑みて対象国を選定した。

### 調査対象の商材および国

<p>①日用品 (ホーム・ キッチン用品)</p>	<p>米国  総合スコアが最も高いこと から選定</p>	<p>インド  アジアの中で最もスコアが 高いことから選定</p>	<p>フランス  欧州の中で上位。見本 市等も充実し、海外展開 の相談が多いため選定</p>	<p>ベトナム  ASEANの中で最もスコア が高いことから選定</p>	<p>デンマーク  総合スコア上位。欧州に あって既存の情報に乏し いため、対象に選定</p>
<p>②化粧品 (スキンケア 用品)</p>	<p>米国  総合スコアが最も高いこと から選定</p>	<p>イタリア  欧州の中で上位。欧州に あって既存の情報に乏し いため、対象に選定</p>	<p>インド  アジアで上位に位置し、 今後の成長性を考慮し 選定。</p>	<p>シンガポール  ASEANではタイと並んで 最もスコアが高い。近隣 国への展開を考慮し選定。</p>	<p>インドネシア  総合スコア上位。市場規 模が大きく、今後の成長 性を考慮し選定。</p>
<p>③高齢者 ケア用品</p>	<p>米国  総合スコアが最も高いこと から選定</p>	<p>韓国  アジアの中で最もスコアが 高いことから選定。</p>	<p>カナダ  総合スコアが上位。北米 にあって既存の情報に乏 しいため、対象に選定</p>	<p>ドイツ  欧州の中で上位。海外 展開の相談が多いため選 定</p>	<p>タイ  ASEANの中で最もスコア が高いことから選定</p>

### 【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（JETRO）が株式会社野村総合研究所に作成委託し、2023年11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、JETROおよび株式会社野村総合研究所は一切の責任を負いません。これは、たとえJETROおよび株式会社野村総合研究所が係る損害の可能性を知らされていても同様とします。