

# 貿易統計を用いた韓国化粧品産業の競争力分析

## Analysis of Competitiveness in Korea's Cosmetics Industry by Trading Statistics

経済学研究科経済学専攻博士後期課程在学

李 賑 培

Lee, Jinbae

### はじめに

昨今、世界の化粧品市場は、欧米の化粧品企業に席捲されている。パリやニューヨークを本拠地としている有名ブランドはグローバル市場で成功を収めている。アジアでは日本の化粧品メーカー（資生堂、カネボウなど）が進出しているものの、アジアの化粧品メーカーのブランドの知名度は未だ高くない。とりわけ、世界市場における韓国化粧品産業に対する注目度も一つであるのが現状である。また、筆者が調べた限りでは、日本では、化粧品企業のマーケティングや、戦略、経営史などの研究は多いが、産業そのものを対象にした研究は少ないのが現状である。

本研究は、まず、比較優位と国際競争力の観点から韓国化粧品産業の競争力を分析する。韓国の化粧品産業の現状を、日本および中国と比較する。そして、韓国の化粧品産業の競争力を、「貿易特化指数」(Trade Specification Index: 以下 TSI) と「顕示比較優位」(Revealed Comparative Advantage: 以下 RCA) の分析を基に明らかにする。上記の貿易指数を用いた先行研究は複数存在するものの、化粧品産業を分析した研究は十分に行われていないのが現状である。本研究の試みは、他のアジア諸国の化粧品産業、またアジアの化粧品企業の競争力強化に示唆するものがあると思われる。

### I. 先行研究レビューと概念規定

競争力とは、相対的に評価されるものであり、「競争する相手（企業、国、産業など）より低費用で財・サービスなどを生産する能力のこと（関2010, 28頁）」である。また、産業の競争力とは、「ある国に立地する特定の産業が自由な国際市場において発揮する相対的な競争力である（原2001、4頁）」。

そして、ある国や産業の競争力を議論する際、これらの競争力は国際競争力のランキングで表されることがある。例えば、国際経営開発研究所（IMD: International Institute for Management Development）は、毎年独自の基準で世界各国の競争力ランキング（IMD World Competitiveness Yearbook 2014）を発表している。ここでの「競争力」の判断基準は、「企業が成長できる投資環境の

良さ」であり、「経済状況」、「政府の効率性」、「ビジネスの効率性」、「インフラ設備」の4つの分野から各国の競争力を評価している<sup>1)</sup>。

そのほかにも先行研究では様々な競争力の定義が存在するものの、それらの多くは企業や産業の枠を超える要素をも含んだものである。世界経済フォーラム（World Economic Forum）が毎年公表する競争力レポート（The Global Competitiveness Report）では、競争力の評価基準は、「制度」「インフラ」、「イノベーション」「市場規模」「金融市場の成熟度」など11分野からなると説いた<sup>2)</sup>。

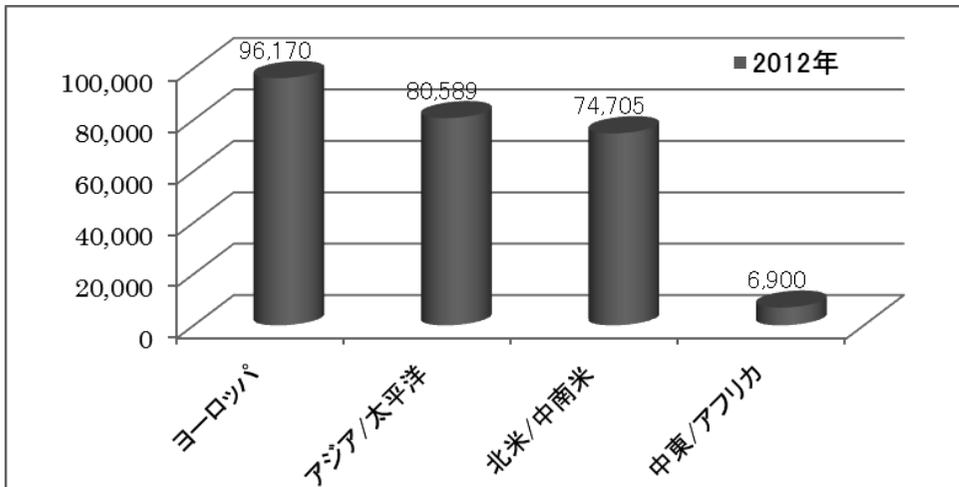
また、ポーター（Porter 1985）は、ある産業の環境を内部要因（要素、需要、関連産業、企業戦略条件と競争条件）と外部要因（政府、機会）に分けながら、一連の「比較優位理論」とは異なる産業構造論という視点から「競争優位」の概念を提示した。彼は、競争力とは市場占有率だけではなく、「生産性」であると指摘している。しかし、本研究では、国際貿易における競争力に焦点を当てるため、競争力を輸出競争力の観点から捉えて考察を試みる（金森, 2001）。

## II. 韓国の化粧品産業の現状

### 1. 世界における韓国化粧品市場の位置づけ

まず、韓国化粧品産業の国際競争力を分析する前に、本節では、世界化粧品産業の現状を、地域別、国別に分析する。2012年における世界の化粧品市場規模は2,584億ドルで、前年比4.1%増加した。図表1は、世界の化粧品市場を、①ヨーロッパ、②アジア／太平洋、③北米／中南米、④中東／アフリカの4つの地域に分けて、それぞれの市場規模を示したものである。

図表1 地域別世界の化粧品市場規模 (単位：百万ドル)



出典：Datamonitor Personal Care Market Data, 2013(Nov)

## 貿易統計を用いた韓国化粧品産業の競争力分析

図表 1 より、市場規模として一番大きい市場はヨーロッパ（962 億ドル）である。次に大きい市場は、アジア・太平洋地域（806 億ドル）で、その次に北米、そして中南米が続く。化粧品市場の規模は過去 5 年間、全ての地域において伸びている。

しかしながら、国別に市場規模を比較すれば、韓国の化粧品市場も成長傾向にあるものの、市場規模自体はアメリカや日本、中国などと比べ非常に小さい現状にある。図表 2 は主要 47 カ国の市場規模をまとめたもので、国別の順位と占有率を示している。

図表 2 主要国の化粧品市場規模 （単位：百万ドル、%）

順位	国	2010 年	2011 年	2012 年	占有率
1	アメリカ	35,272	36,214	37,069	14.3
2	日本	27,354	27,704	28,058	10.9
3	中国	17,957	19,482	21,284	8.2
4	ブラジル	14,983	16,246	17,624	6.8
5	ドイツ	15,052	15,389	15,559	6.0
6	フランス	14,121	14,367	14,560	5.6
7	イギリス	10,849	11,175	11,562	4.5
8	イタリア	10,205	10,418	10,541	4.1
9	ロシア	7,063	7,468	7,852	3.0
10	スペイン	7,088	7,043	7,082	2.7
11	韓国	6,321	6,624	6,834	2.6
合計47カ国		238,428	248,157	258,364	100.0

出典：Datamonitor Personal Care Market Data,2013(Nov)

国別化粧品市場の規模トップは 371 億ドルのアメリカで、全体市場の 14.3%を占めている。次に、日本（281 億ドル）と中国（213 億ドル）が続いている。これに対し、韓国の化粧品市場規模は、アメリカの 1/5 以下の 68 億ドルと世界 11 位にとどまっており、世界の化粧品市場の 2.6%を占めているにすぎない。

このように、韓国の化粧品市場はそれほど大きくはなく、韓国化粧品メーカーにとって外国市場で売上を伸ばすことは大きな課題となっている。とりわけ、輸送コストなども踏まえれば、2 カ国で世界の化粧品市場規模の約 20%を占める中国と日本で市場占有率を高めることが重要である。次節では、韓国国内の現状分析を通し、韓国化粧品産業の今後の課題を考察する。

## 2. 韓国化粧品産業の貿易収支の現状

2012年度の韓国化粧品の国内総生産は、7兆1,227億ウォンで、前年比11.5%増加した(図表3)。この数値は、国内GDP増加率(3.0%)および、製造業GDP(2.2%)より高いものである。韓国国内の化粧品産業の総生産額は、国内GDPの0.56%であり、製造業総生産の2%に相当する。

図表3 韓国GDP対比、化粧品産業のGDP比率 (単位:十億ウォン、%)

		2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
名目GDP		1,104,500	1,151,700	1,265,300	1,332,700	1,377,500
製造業GDP		311,055	309,504	351,770	374,782	383,682
化粧品産業GDP		4,850	5,270	6,440	6,830	7,520
化粧品産業比率	GDP比	0.46	0.49	0.51	0.52	0.56
	製造業GDP比	1.55	1.70	1.83	1.82	1.95

出典:韓国保健産業振興院『化粧品産業報告書』各年を基に筆者作成

しかしながら、韓国の化粧品の貿易収支は赤字であり、輸出競争力の向上は大きな課題である<sup>3</sup>。図表4は、2000年からの韓国の化粧品の貿易収支の推移を、製品カテゴリー別に示したものである。

図表4 韓国化粧品産業の貿易収支 (単位:千ドル)

韓国対世界 年	輸出				輸入				貿易収支			
	2000	2005	2010	2013	2000	2005	2010	2013	2000	2005	2010	2013
香水	3,698	10,541	7,829	6,464	28,766	45,169	83,310	119,206	-25,068	-34,628	-75,481	-112,742
口紅化粧品類	6,654	15,532	8,084	19,944	16,209	27,191	43,975	59,413	-9,555	-11,659	-35,891	-39,469
アイシャドー類	5,427	23,251	22,771	50,200	11,353	21,501	37,295	42,483	-5,926	1,750	-14,524	7,717
ネイル類	1,683	3,842	12,630	21,234	2,782	3,849	8,458	11,870	-1,099	-7	4,172	9,364
フェイスパウダー類	3,748	11,217	12,427	18,579	11,390	22,044	21,455	16,865	-7,642	-10,827	-9,028	1,714
その他基礎化粧品類	69,863	168,349	642,702	928,172	195,649	343,804	649,447	747,700	-125,786	-175,455	-6,745	180,472
シャンプー類	7,098	22,750	50,086	92,931	51,448	96,368	125,868	179,320	-44,350	-73,618	-75,782	-86,389
その他	10,433	29,385	41,125	85,012	27,621	58,951	84,149	124,825	-17,188	-29,566	-43,024	-39,813
合計	108,604	284,867	797,654	1,222,536	345,218	618,877	1,053,957	1,301,682	-236,614	-334,010	-256,303	-79,146

出典:UNCOMTRADE統計を基に筆者作成。

2013年時点では、①アイシャドー類、②ネイル類、③フェイス・パウダー類、④その他基礎化粧品類で、貿易収支が黒字化している。とりわけ、基礎化粧品類の貿易黒字額は、他のカテゴリーと比べて非常に大きい。この基礎化粧品類は、化粧品産業を分析する際、注目すべきカテゴリーである。というのは、基礎化粧品の特長は、ブランドのロイヤルティ拡大によるリピーターの確保が容易であるため、今後の貿易収支の黒字化をけん引するカテゴリーであると考えられるからである。

しかしながら、①シャンプー類、②口紅化粧品類、③香水・化粧水類では、むしろ貿易赤字は拡大傾向にある。このことから、これらのカテゴリーに属する製品の輸出競争力の拡大は、韓国の化粧品産業全体の今後の課題であると思われる。

### Ⅲ. 韓国化粧品産業の競争力分析

#### 1. TSI と RCA 分析

本節では、韓国の化粧品産業の競争力を、TSI と RCA 分析を通して明らかにする。TSI とは、その国や産業の競争力を測れることから「国際競争係数」や「輸出特化係数」とも呼ばれる。TSI は、ある特定の市場における 2 国間の競争力を分析する指標としてよく引用されている (Vollrath, 1991、寺町、2014)<sup>4</sup>。この指数は、2 国間の貿易の輸出入の差を輸出入総額で割った値であり、輸出が多い方が相対的に競争優位にあるということになる。

通常、特定品目の TSI がプラスの値であれば輸出特化品目といわれる。この値が「1」に近ければ輸出特化指数が高く、その品目や産業の貿易黒字化により、競争力が高いと考えられる。一方、ある品目の輸出額が輸入額より少なければ、この値はマイナスになり、「-1」に近いほど国際市場における競争力が低いと考えられる。また、ある品目の値が極端に「-1」に近ければ、輸入特化品目になり、貿易収支はマイナスになる。

$$TSI_i = \frac{X_i - M_i}{X_i + M_i} \quad X_i: i \text{ 製品の輸出額} \quad M_i: i \text{ 製品の輸入額}$$

もう一つの貿易統計から競争力を測れるのは、バラッサ (Balassa, 1965) によって考案された RCA 指数である。この指数は、国別に市場シェアと製品別市場シェアを同時に考慮したもので、経済規模が異なる国々の競争力の優位を測る際に用いられる。RCA が「1」以上であれば、その国の製品は世界平均シェア以上のシェアを占めていることから、比較優位性があるとされる。

$$RCA_i = \frac{(X_{icw} / X_{iww})}{(X_{cw} / X_{ww})} \quad i: \text{export} \quad c: \text{country} \quad w: \text{world}$$

#### 2. 韓国の TSI と RCA の分析結果

TSI 指数は、2 国間 (韓国とその他の世界全部) の貿易の輸出入の差を輸出入総額で割った値であるため、貿易収支との関連性が大きいのが特徴である。図表 5 は、世界市場における韓国化粧品 TSI 指数の分析結果をまとめたものである。

図表 5 より、全カテゴリーの平均 TSI は下降傾向であるものの、2000 年に比べて、基礎化粧品類とアイシャドー類が 4 倍、フェイス・パウダー類に付いては 10 倍もの成長を記録している。この分析より、韓国化粧品産業の製品群の中で、世界市場で通用している製品カテゴリーは、基礎化粧品類、

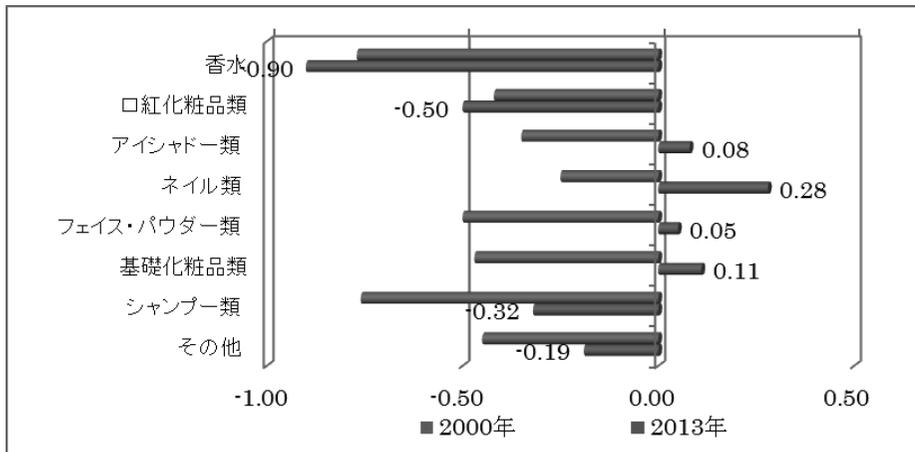
アイシャドー類、フェイス・パウダー類であることは明らかである。

図表 6 は、韓国化粧品の大世界の RCA 指数を算出したものである。この指数は、貿易の結果による当該製品の世界シェアの比率から得られるものである。通常、指数が「1」以上であれば、世界平均シェア以上であると考えられる。韓国の基礎化粧品 RCA 指数は 2000 年の 1.11 から 2013 年 0.76 まで低下傾向をみせた。この理由としては 2 つ上げることが出来る。1 つ目は、化粧品市場の成熟化と多様な消費者ニーズの増加による輸入化粧品市場の拡大にその原因があると考えられる。2 つ目としては、韓国の輸入総額の急激な増加傾向である。図表 4 をみても、2000 年から 2010 年の間に輸入総額が 3 倍位増えたことになっている。RCA 指数の推移だけを見ると韓国化粧品産業の競争力が強くなったとは言えない。

しかしながら、基礎化粧品類の RCA 指数は 2000 年より「2」以上を維持している。この数字は、世界化粧品市場における韓国基礎化粧品の競争力が保たれているのを表している。

図表 5 韓国の対世界の TSI

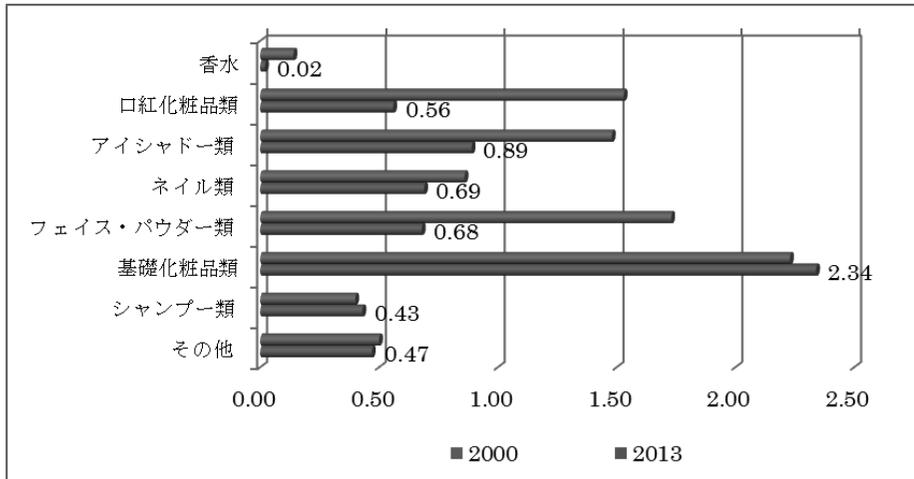
(単位：%)



出典：UNCOMTRADE 統計を基に筆者作成。

図表 6 韓国の対世界の RCA

(単位：%)



出典：UNCOMTRADE 統計を基に筆者作成。

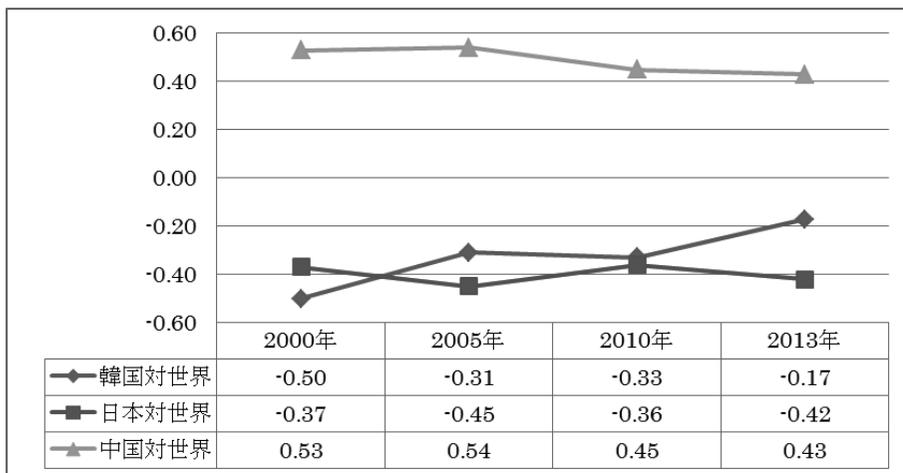
#### IV. アジア主要 3 国（日本・中国・韓国）間の化粧品産業の分析

##### 1. 3 国間の TSI 分析

本節では、韓国化粧品産業の国際競争力を明らかにするため、対日本と中国との TSI 分析を比較する。3 国間の分析では、中国の輸出競争力が一番高い値を示した（図表 7）。しかし、2005 年以降は下降傾向であることが明らかになった。日本の TSI 平均指数が伸び悩み、足ふみ状態である反面、韓国の TSI 指数は日本を上回っているのが分かる。

図表 7：日・中・韓対世界の TSI 平均比較

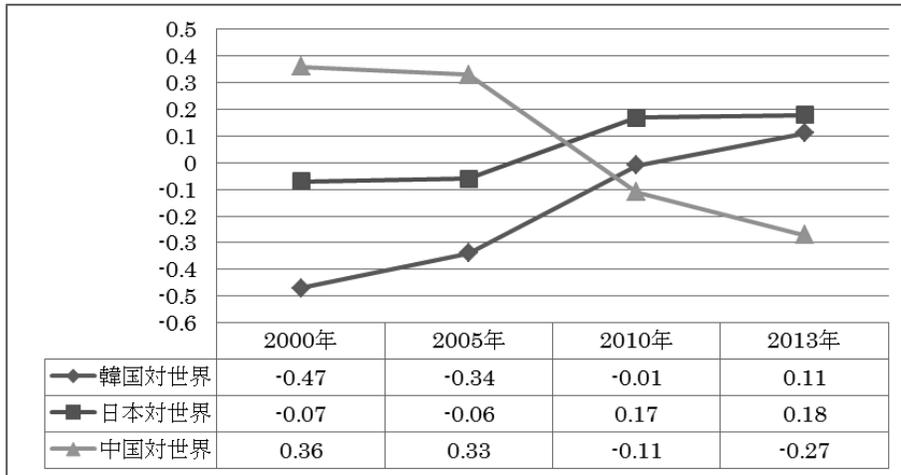
(単位：%)



出典：UNCOMTRADE 統計を基に筆者作成。

図表8：日・中・韓基礎化粧品類のTSI比較

(単位：%)



出典：UNCOMTRADE 統計を基に筆者作成。

次に、全化粧品カテゴリーのなかで50%以上を占める基礎化粧品のみでTSI分析を行う(図表8)。図表8により、韓国の基礎化粧品のTSI指数の増加率が2000年に比べ、4倍位増えている。また、輸出化粧品全体に占める基礎化粧品の割合は、韓国が75%、日本65%と中国25%の順であった。とりわけ、韓国の輸出化粧品の競争力の源泉は基礎化粧品の伸び率であったと考えられる。

### 2. 3国間のRCA分析

本節では日本・中国・韓国間の対世界のRCA分析を試みる。前述したように、指数が「1」以上であれば、世界平均シェア以上であると考えられることから、韓国化粧品では、基礎化粧品以外では「1」以上の値が得られなかった。日本のRCA指数分析からは、基礎化粧品、フェイス・パウダー、口紅、アイシャドー類の4つのカテゴリーで平均世界シェア以上の値が得られた。中国も5つのカテゴリーで世界平均以上の値が得られ、全てのカテゴリーでバランスが取れた比較優位がみられた図表10)。

図表10：日・中・韓の対世界のRCA比較

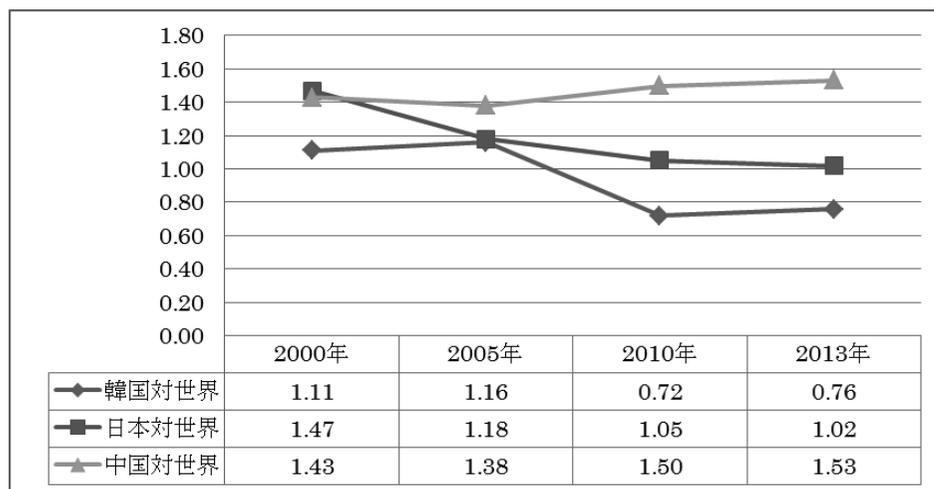
RCA 年	韓国対世界				日本対世界				中国対世界			
	2000	2005	2010	2013	2000	2005	2010	2013	2000	2005	2010	2013
香水	0.14	0.16	0.04	0.02	0.04	0.01	0.01	0.01	0.67	0.09	0.20	0.18
口紅化粧品類	1.53	1.35	0.34	0.56	2.00	1.30	1.03	1.01	1.73	2.72	2.38	2.10
アイシャドー類	1.48	2.12	0.67	0.89	2.43	2.05	1.87	1.85	0.87	1.47	2.08	1.94
ネイル類	0.86	0.84	0.88	0.69	0.64	0.34	0.39	0.18	0.51	1.25	1.56	1.95
フェイス・パウダー類	1.73	1.81	0.69	0.68	3.49	2.48	2.03	1.97	4.69	1.91	2.23	2.28
基礎化粧品類	2.23	1.91	2.47	2.34	1.78	1.86	2.00	1.99	0.86	1.04	0.90	0.75
シャンプー類	0.40	0.47	0.36	0.43	1.01	0.95	0.80	0.76	0.61	0.50	0.51	0.65
その他	0.50	0.61	0.33	0.47	0.37	0.41	0.26	0.38	1.49	2.04	2.13	2.36
平均	1.11	1.16	0.72	0.76	1.47	1.18	1.05	1.02	1.43	1.38	1.50	1.53

出典：UNCOMTRADE 統計を基に筆者作成。

### 貿易統計を用いた韓国化粧品産業の競争力分析

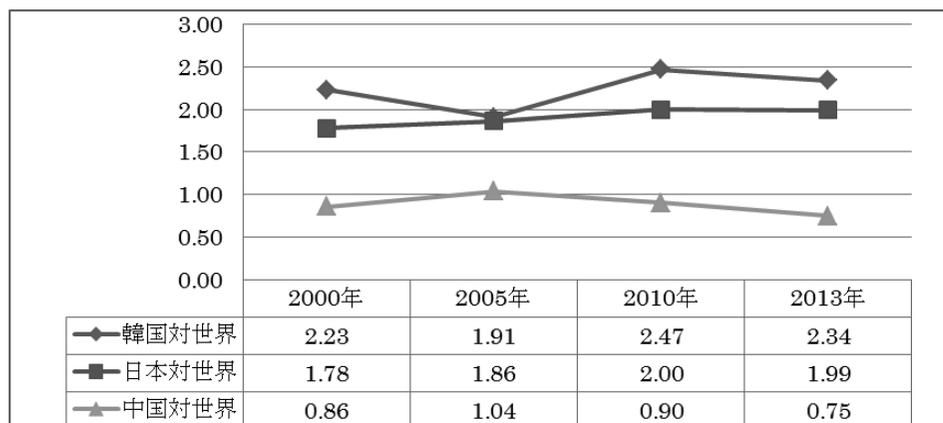
しかし、TSI 指数分析同様、RCA 分析でも基礎化粧品のみで 3 国の指数を比べてみると、韓国の基礎化粧品における値は、2.34 で日本の 1.99、中国の 0.75 に比べ依然高い平均シェアを維持していると考えられる（図表 11）。言い換えると、韓国化粧品の比較優位性は基礎化粧品のみが存在していて、その他のカテゴリーにおける比較優位性は見られないことである。日本化粧品の比較優位性は平均では韓国より勝っているが、基礎化粧品では韓国より低い結果になった。また、日本の得意分野である、アイシャドーとフェイス・パウダー類は世界シェアが低下しているものの、いまだ比較優位性を保っていると言える。

図表 11：日・中・韓の対世界の RCA 平均比較（単位：％）



出典：UNCOMTRADE 統計を基に筆者作成。

図表 12：日・中・韓基礎化粧品類の RCA 比較（単位：％）



出典：UNCOMTRADE 統計を基に筆者作成。

## おわりに

本研究では、韓国の化粧品産業の競争力を国際貿易の視点から考察した。国際貿易統計データから算出した TSI と RCA 指数分析では、韓国化粧品産業の堅調さが明らかになった。韓国の化粧品産業は、韓国 GDP 対比 2% の割合であるが、成長産業・輸出奨励産業として手厚い支援を得て成長している産業である。TSI 分析では、韓国の貿易収支の改善と、輸出特化カテゴリーが浮き彫りになった。とりわけ、韓国化粧品のなかで基礎化粧品の比較優位性は、RCA 分析からも同等の結果が得られた。従って、韓国化粧品産業の国際競争力は年々増していることが明らかとなった。また、世界化粧品市場規模第 2 位と 3 位の日本・中国との比較分析からも、韓国の基礎化粧品類の競争力が存在していることが明らかになった。

しかしながら、本研究で用いた TSI と RCA 分析以外でも産業の競争力を測れる手法は存在する。例えば、市場別比較優位指数 (MCA) と輸出競争指数 (ESI) などがある。また、産業の競争力にはその国の為替変動をも考慮して考えなければならない。今後の課題として励んでまいりたい。

## 注

<sup>1</sup> <http://www.imd.org/news/2014-World-Competitiveness.cfm> 2015 年 7 月 1 日アクセス。

<sup>2</sup> ポーターは、国別の競争力を測る方法として、ビジネス競争力指標 (BCI: Business Competitiveness Index) を提案した。

<sup>3</sup> 一部の統計や新聞記事によると、2012 年から韓国化粧品産業の貿易収支が黒字化したというが、今回の分析では未だ貿易収支赤字という結果が得られた。これは、品目標本の取扱いによる差だと考えられる。

<sup>4</sup> 通常、TSI 分析は産業の大きなカテゴリー別 (化学、一般機械、輸送用機械、電気機器など) に HS コード 4 ケタまで分析される。本研究では、さらに細かいデータを取るため HS コード 6 ケタまでのデータを収集した。

## 参考文献

### 英語文献

Balassa, B. (1965) Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage. *The Manchester School* 33(2):99-123.

Datamonitor Personal Care Market Data, 2013.

Porter, M.E.(1985) *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press  
UNCOMTRADE <http://comtrade.un.org/>

Vollrath, Thomas L. (1991) A theoretical evaluation of alternative trade intensity measures of revealed comparative advantage. *Weltwirtschaftliches Archiv* Volume 127, Issue2, pp265-280.

World Economic Forum (2014) *The Global Competitiveness Report 2014-2015*.

### 韓国語文献 (日本語に訳した表記は筆者によるもの)

韓国化粧品協会 『化粧品生産実績資料』 (各年版)

韓国保健産業振興院 『化粧品産業報告書』 (各年版)

韓国医薬品輸出入協会 Facts & Survey Report (each year).

## 日本語文献

金森久雄・荒憲治郎・森口親司（2001）『経済辞典第3版』有斐閣。

寺町信雄（2014）「純輸出曲線について」『京都産業大学経済学レビュー』No.1 210-224頁。

関康鐸（2010）「日本の木材産業における国際競争力の分析」東京大学農学部演習林報告 122, 27-39頁。

原陽一郎（2001）「国際競争力とは何か—産業のパフォーマンスからイノベーション・システムのパフォーマンスへ」『長崎大学紀要』第1巻, 1-22頁。