

アジア5カ国化粧品使用の実態 調査結果

アジア地域 No.1 規模の“日本好き”コミュニティサイト『FUN! JAPAN』を運営する株式会社 Fun Japan Communications（本社：東京都港区、代表取締役社長：藤井 大輔、以下 Fun Japan Communications）は、香港・インドネシア・マレーシア・台湾・タイのアジア5カ国における化粧品使用の実態を調査しました。日本への関心が高い数十万人の会員の“イマ”をご紹介します。



PICK UP

1. 男性も化粧品に対する関心が高いかもしれない
2. メイクよりも、スキンケアを大切にしている
3. 日系ドラッグストアの進出でさらに興味が高まる？

百貨店の化粧品売り場でよく見かける光景かもしれません。アジアからの外国人観光客がこぞって、日本ブランドの売り場で買い物をしている姿。なかには男性の姿もたくさん。男性用化粧品を扱っているブランドではないので、女性から頼まれたのか、またはプレゼントか。スマートフォンの画面を店員に見せながら、「これが欲しい」と熱心に伝えていました。

農林水産省のデータ（2018年2月9日報道発表資料「平成29年訪日外国人旅行者の食料品等の購入状況について」）によると、訪日外国人旅行者がおみやげなどに使う金額で最も多いのは、化粧品・香水・医薬品・健康グッズ・トイレタリーだそうです。デパートはもちろん、ドラッグストアやショッピングモールでも、免税サービスを導入するところが増えたので、購入しやすいことは動機の一つになるでしょう。そして、何より、品質の高さは一番の動機になるのではないのでしょうか。

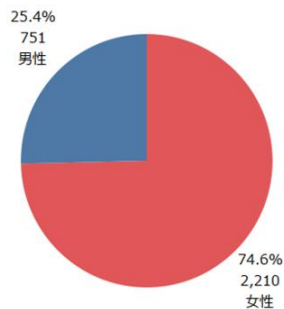
今回の調査は、自国で化粧品を購入するときの実態調査です。アジア5カ国の人たちが普段どのようなところで化粧品を購入し、予算はいくらで、化粧品になにを求めるのかをご紹介します。

調査概要

調査方法	各国 FUN! JAPAN 会員へのオンラインアンケート
調査時期	2018年3月8日～2018年4月7日
サンプル数	2,961

■ 1ヶ月にける化粧品代の平均は？

香港・インドネシア・マレーシア・台湾・タイの5カ国で聞いた、化粧品使用の実態。回答者は、女性74.6%、男性25.4%になりました。



▼ 国別

Indonesia		Thai		Malaysia		Taiwan		Hong Kong	
男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
177	578	96	308	163	512	214	546	101	266

1ヶ月にける化粧品代は、0～2,000円がもっとも多く38.5%、次いで多かったのが2,001～5,000円の37.1%。5,001～20,000円と答えた人は20.1%で、これはスキンケア製品やファンデーション、アイシャドウなど様々な製品を購入していると考えられます。スキンケア製品もコスメ製品も1ヶ月で消耗するものではないので、毎月何かしらを購入しているのかもしれませんが。化粧品への関心が高く、常に情報のアンテナを張っていると言えそうです。

ちょっと意外だったのは、男性の回答者が多いこと。

日本でも美容に興味を持つ男性は増えており、専用のエステサロンや男性用メイク商品などの売り上げが伸びています。メイクはしないまでも、スキンケアやヘアケアに気遣う男性は増えています。

アジアの男性がおしゃれに気遣うようになったのは、K-POP アイドルへの憧れもあるようです。また、早くからアジアに進出し、日本の化粧品会社としては初めてインドネシアに進出したマンダム、そして男性用化粧品を投入している資生堂といった、日本の化粧品会社の存在も影響しているかもしれません。ちなみに、マンダムは、インドネシアで100%近い認知率、マレーシアやタイでも90%近い認知率を誇っているそうです（株式会社マンダム 2016年IR資料より）。



■ 化粧品 1 品にかける予算はいくら？

化粧品 1 品にかける予算というのは、何を買うかによって異なってきます。日本のスキンケア製品一つをとっても、1,000 円以下のものから何万円もするものまでいろいろあり、金額に幅があります。スキンケアにはお金をかけて、ファンデーションやアイシャドウなどは、プチプラコスメ（安い価格の化粧グッズ）で十分と考える人も。価格が高いからいいとか、安いからよくない、ということがないのが化粧品の面白いところで、リーズナブルな韓国コスメが日本で人気が高いのも頷けます。

アジア 5 カ国で聞いたデータでは、2,001~5,000 円が全体の 32.4%と多いものの、国別で見ると、大きな差が見えてきました。台湾や香港は比較的高めの化粧品を手にする傾向にあり、5,001~20,000 円の割合が多いことがわかりました。



■ 化粧品に何を一番求めますか？

化粧品に求めることは、各国の気候や風土、年齢や性別によっても違いが出てくるはずですが、5 カ国の合計で最も多いのは「保湿」という答えでした。つまり肌の乾燥を気にしているということ。

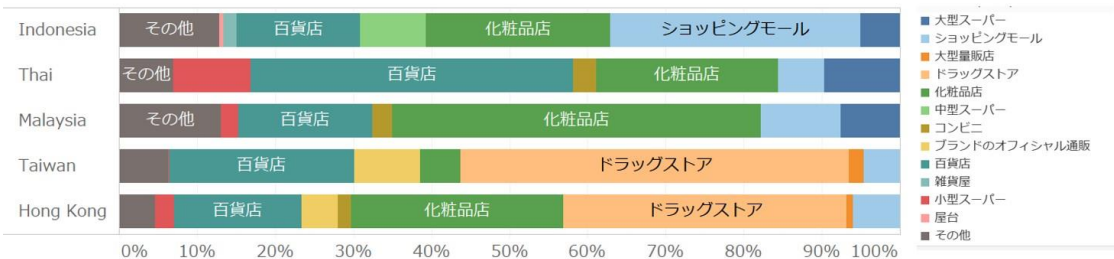
マレーシアは、「保湿」が最も多くても、「毛穴や毛穴の黒ずみを目立たなくする」「敏感肌用」「美白効果」「健康」といった答えが一定の数値になっており、多様なニーズがあることがわかります。また、タイの 40 代の女性は、「アンチエイジング効果」を求める人が 24.9%と最も多くなりました。これらの結果からスキンケアに対する関心は高く、そのニーズは日本人とあまり変わらないと言えそうです。



■ 化粧品を購入することが一番多いのはどこですか？

化粧品をどこで購入するかという質問に対しても、それぞれの国で若干の違いはあるようです。最も多かったのは、インドネシアのショッピングモール（32.1%）、マレーシアは化粧品店（47.3%）、タイが百貨店（41.3%）、台湾・香港はドラッグストア（45.3%）です。

台湾では、日本のドラッグストアが続々と進出しており、トモズの他に、アットコスメストアの海外一号店もオープンしています。こうした日系のドラッグストアは、医薬品はもちろん、化粧品やヘアケア製品など、日本でしか手に入らない商品が並ぶところも魅力。日常的に使用する安価な製品を気軽に手に入れることができます。そのほかの購入場所をみると、百貨店やショッピングモール、化粧品店、スーパー、コンビニなど、日本と変わらないことがわかります。これらの場所で購入するのは、シェービング後に塗るクリームやヘアスタイリング剤などの男性用化粧品も含まれると考えていいでしょう。その理由は、「好きな化粧品ブランドは？」という質問に対して、ギャツビーなどで知られるマンダムが入ってくるからです。この辺りは、次回のリリースにてご紹介いたします。今回は、好きな日本の化粧品ブランドなどから日本の製品への興味を深掘りしていきます。



Fun Japan Communications について

アジア地域 No.1 規模の"日本好き"コミュニティ『FUN! JAPAN』を運営（2018年6月時点の Web サイト月間ユニーク訪問数 140 万人、Facebook ファン数 445 万人）。現地消費者目線で多国展開する『FUN! JAPAN』の圧倒的メディア力と、そこで蓄積されたデータ、さらには消費者との直接的な繋がりを基にデジタルとリアルの施策を組み合わせ、100 社以上のお客様に対して訪日や海外商品の売上拡大をサポートしています。

[本件に関するお問い合わせ先]

株式会社 Fun Japan Communications 石田（イシダ）・城戸（キド）

TEL 03-6402-5521

E-mail inquiry@fj-com.co.jp

URL <https://fj-com.co.jp/contact/>