



## 横浜銀行 ニューヨーク駐在員事務所

週間トピックス Vol. 491 (2019. 3. 19)

<今週のトピックス>

### アメリカのスキンケア市場を開拓

アメリカでは今、日本製、韓国製のクレンジングオイルや保湿クリームといったスキンケア商品がマーケットを開拓し大きく伸びています。市場全体では、過去1年間の化粧品市場の成長が3%だったのに対しスキンケア商品は15%成長しており、その成長を牽引しているのが日本、韓国の企業です。

そもそもアメリカは、Estee Lauder や L'Oreal といった大手が化粧品を売るマーケットでしたが、そこにアジアの企業がスキンケアで勝負に挑んだというわけです。

日本製では、舞妓さんや芸者さんが伝統的に使用する素材やスキンケア習慣（例えば油取り紙）を取り入れた商品を、これまでアメリカの当該業界がターゲットとして重視していなかった若い世代にも使ってもらうというマーケティングが成功し、スキンケアの日本製品では資生堂に次ぐナンバー2のポジションに駆け上がった新興企業 T があります。T 社が参入した当初は、小売店や卸売業社は日本製のスキンケア商品や習慣がアメリカに受け入れられるかどうか懐疑的で、ニッチ商品ととらえられていたようです。そこに「BBクリーム」という韓国美容商品が流行したのをきっかけに日韓のスキンケア商品が店頭で並ぶようになり、T 社がブレイクするに至りました。

今では Estee Lauder や L'Oreal と言った企業もスキンケアを成長エンジンとして力を注いでいます。アメリカの都市部はオーガニックやナチュラル志向が強いので、日本製スキンケアの更なる成長が期待されます。

(出所：Wall Street Journal)

- ・本レポートは情報提供のみを目的として作成したものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。
- ・ご利用に関しては、すべてお客さま自身でご判断くださいますよう、よろしくお願い申し上げます。
- ・本レポートは信頼できると思われる情報に基づいて作成していますが、当行はその正確性を保証するものではありません。
- ・本レポートのご利用によりお客さまがいかなる損失、損害を受けられても当行は一切の責任を負いません。
- ・本レポートはお客さま限りでご利用くださいますようお願いいたします。