

2020年の東京五輪の決定以降増え続けている訪日外国人。そんな訪日外国人向け商品が高級品から日用品へと消費行動が変化している事をご存知だろうか？その中でも最もその恩恵を受けている商材として「コスメ」がある。

これまでの爆買の対象で注目を浴びた家電などとは異なりコスメのインバウンド消費には大きな違いがある。それは帰国後消費と言われる。日本国内で購入したコスメを、帰国後に使ってメイドインジャパンの品質の高さを実感した外国人消費者が、ECなどの手段でリピート購入を続けるという好循環が生まれた。

しかし、この好循環の恩恵を受けているのは全国に数千社あるコスメメーカーのうち、限られた大手コスメメーカーに集中しているというのもまた現実だ。

小売店向けに大量の在庫を抱える事ができる資金面での体力があり、尚且つ売り場を獲得する為に求められる販促費を確保する事、それができるのが大手コスメメーカーに限られるのである。それにより、残念な事ではあるが、中小のコスメメーカーは商品力での競争の土俵に乗る前の段階でふり落とされ、恩恵を受ける事が非常に厳しい状況にある。

そんな中、中小コスメメーカーが恩恵を受ける事が可能となる新たな試みが始動する。以前寄稿した、海外向け動画配信などで注目を浴びた美容家の小椋ケンイチ氏が、全国各

売り上げを作るクールジャパンを考える⑨

文 岸本公平

text by Kouhei Kishimoto

地から商品力はあるものの競争の土俵に乗れなかった中小コスメメーカーの商品を発掘する。そして「ジャパンプレミアコスメ」としてお台場や品川など訪日外国人客で溢れる小売店を皮切りに、全国のインバウンド拠点での厳選された小売店で販売を開始するというもの。更にこの試みは他店との差別化に悩む小売店にとっても差別化された来店動機を作る起爆剤となる事は言うまでもない。

●メイドインジャパンの帰国後消費でできる良い商品を探す訪日外国人

●良い商品は持っているが小売店に売り場を確保できなかった中小コスメメーカー

●他店との差別化を模索する小売店

各所のニーズを満たし問題を解決するこの様な試みは新たなインバウンド需要の恩恵を受けるモデルケースとなるであろう。



小椋ケンイチ氏と取扱店舗



Profile

株式会社NEWTRAL代表取締役
HANABIプロジェクトプロデューサー
福岡県出身。日本大学中退後、テレビ番組制作会社入社。その後ディレクター、プロデューサーなどを経て、30歳の時株式会社NEWTRALを設立。メディアで学んだ企画やプロデュースの視点を生かし、企業のコンサルティングはもとより、地方創生事業やクールジャパン事業に取り組む。