

คำถาม : อียากราบภาวะตลาดเครื่องสำอางในญี่ปุ่น

คำตอบ : ญี่ปุ่นเป็นตลาดเครื่องสำอางขนาดใหญ่อันดับสองของโลกรองจากสหรัฐอเมริกา ด้วยมูลค่าตลาดสูงกว่า 13 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2548 เป็นที่สังเกตว่ายอดขายเครื่องสำอางในญี่ปุ่นมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับกลุ่มผู้ใช้เครื่องสำอางที่หลากหลายขึ้น จนปัจจุบันเครื่องสำอางเป็นสินค้าจำเป็นสำหรับชีวิตประจำวันของชาวญี่ปุ่นทุกเพศทุกวัย รายละเอียดสำคัญของตลาดเครื่องสำอางในญี่ปุ่น มีดังนี้

● พฤติกรรมผู้บริโภค

ประเภทของเครื่องสำอางที่ได้รับความนิยมในตลาดญี่ปุ่น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (โดยเฉพาะประเภทป้องกันและลดริ้วรอย) ผลิตภัณฑ์เสริมสร้างเส้นผมใหม่ ผลิตภัณฑ์สำหรับแต่งหน้า (Makeup) และน้ำหอม

ทั้งนี้ จากผลสำรวจของ Cosmetic Industry ประจำปี 2549 พบว่า ชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อเครื่องสำอางจากร้านขายยาเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ เคา์เตอร์เครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า ร้านจำหน่ายเครื่องสำอาง การสั่งซื้อตามแคตตาล็อกและไปรษณีย์ และ TV Shopping เป็นต้น

● การนำเข้าเครื่องสำอางของญี่ปุ่น

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ญี่ปุ่นนำเข้าเครื่องสำอางเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ Cosmetic Importers Association of Japan รายงานยอดนำเข้าเครื่องสำอางของญี่ปุ่นในปี 2548 มีมูลค่าราว 1.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัวจากปี 2541 ที่มีมูลค่านำเข้า 0.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ มูลค่านำเข้าที่ขยายตัวในระดับเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี ดังกล่าว เป็นผลจากการที่ญี่ปุ่นผ่อนคลายกฎระเบียบที่เข้มงวด อาทิ การออกใบอนุญาตประกอบธุรกิจ รวมทั้งข้อกำหนดเกี่ยวกับส่วนผสมในเครื่องสำอาง ทั้งนี้ ญี่ปุ่นนิยมนำเข้าเครื่องสำอางราคาถูกประเภทแชมพู และสบู่จากประเทศในภูมิภาคเอเชีย รวมทั้งไทย ขณะที่ผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงที่มีราคาแพง อาทิ น้ำหอม และผลิตภัณฑ์บำรุงรักษาผิวหน้า ซึ่งมีตราสินค้าที่มีชื่อเสียง นิยมนำเข้าจากฝรั่งเศส และสหรัฐฯ เป็นสำคัญ

สำหรับในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2549 ญี่ปุ่นนำเข้าเครื่องสำอางมูลค่ารวม 1.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในจำนวนนี้เป็นมูลค่านำเข้าจากไทย 81.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 7.4 ของมูลค่านำเข้าเครื่องสำอางทั้งหมดของญี่ปุ่น สินค้าสำคัญในหมวดเครื่องสำอางที่ไทยมีศักยภาพในตลาดญี่ปุ่น ได้แก่

- **ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นเหงือและระงับกลิ่นตัว** ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2549 ญี่ปุ่นนำเข้าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นมูลค่า 5.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยนำเข้าจากไทยมากเป็นอันดับ 1 ด้วยมูลค่า 3.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2548 ร้อยละ 16.5 ทั้งนี้ ไทยมีส่วนแบ่งตลาดสินค้าดังกล่าวในญี่ปุ่นสูงถึงร้อยละ 56.5 คู่แข่งสำคัญของไทย ได้แก่ เยอรมนี สหรัฐฯ และสวีตเซอร์แลนด์

- **ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษาเส้นผม** ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2549 ญี่ปุ่นนำเข้าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นมูลค่า 163.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยนำเข้าจากไทยมากเป็นอันดับ 1 ด้วยมูลค่า 9.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2548 ร้อยละ 16.7 ทั้งนี้ ไทยมีส่วนแบ่งตลาดสินค้าดังกล่าวร้อยละ 5.8 คู่แข่งสำคัญของไทย ได้แก่ สหรัฐฯ จีน และสเปน

- **ผลิตภัณฑ์ครีมโกนหนวด** ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2549 ญี่ปุ่นนำเข้าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นมูลค่า 5.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยนำเข้าจากไทยมากเป็นอันดับ 1 ด้วยมูลค่า 0.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกัน

ของปี 2548 กว่า 7 เท่าตัว ทั้งนี้ ไทยมีส่วนแบ่งตลาดสินค้าดังกล่าวร้อยละ 5.5 คู่แข่งสำคัญของไทย ได้แก่ สหราชอาณาจักร สหรัฐฯ และเยอรมนี

● **ข้อสังเกตของตลาดเครื่องสำอางในญี่ปุ่น**

- ช่องทางจำหน่ายเครื่องสำอางผ่านแคตตาล็อกและไปรษณีย์ และ TV Shopping มีแนวโน้มได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- เครื่องสำอางราคาแพงและเครื่องสำอางราคาถูก มักมียอดขายดีกว่าเครื่องสำอางราคาปานกลาง เนื่องจากมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชัดเจน
- ชาวญี่ปุ่นนิยมใช้บริการสปา นวด และบำรุงรักษาผิวหน้า รวมทั้งการดูแลรูปร่างให้ได้สัดส่วน จึงเป็นโอกาสดีของผู้ประกอบการที่สนใจส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการประเภทดังกล่าว
- สินค้าไทยที่มีแนวโน้มเจาะตลาดญี่ปุ่นได้มากขึ้น คือ เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสมุนไพร เนื่องจากมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างจากสินค้าของประเทศอื่น ๆ

ส่วนวิเคราะห์เศรษฐกิจ ฝ่ายวิชาการ

ธันวาคม 2549