

国際商業

[特集] Jビューティパワー全開

韓国、中国としのぎを削りアジアで羽ばたく下地が整う

- アジア制覇：プロモーション強化で切り拓く化粧品販売の新局面
- 世界市場攻略：ブランド神話に固執しない柔軟な発想が商機を呼び込む
- 小売業の需要創造：アウトバウンドでも売上拡大のチャンスが広がる
- 美容サロンの躍進：中国人客が受け入れる「おもてなし」の接客術
- アイスタイルの戦略：Kビューティをしのぐ日本発の品揃えとブランド開発

11

2018

Vol.51 No.606



中華民國對外貿易發展協會「台灣國際ビューティーショー」

「Taiwan Beauty」のグローバル化に向け まずASEAN市場を侵攻

中華民國對外貿易發展協會（TAITRA）が主催する「2018年台灣國際ビューティーショー」が9月13～15日まで（Taiwan Beauty International Show 2018）が9月13～15日まで3日間、台北世界貿易センターで行われた。今回が3回目の開催で、「Taiwan Beauty」のグローバル化を目指すのが目的。13日10時30分から行われたオープニングセレモニーで、TAITRAのWaltet M.S.Yeh President & CEOは、「本土産需要に火がつかず、医療を組み合わせた台湾らしい特徴をつくり、国際的に重要な立場になれるよう発展させていく」と挨拶。TAITRAによると、17年の台湾の化粧品輸出額は前年比13.2%増の7.3億USDで、過去最高を記録。18年1～7月の伸長率は前年同期比17%増。この流れを加速させるために、「台湾国際ビューティーショー」に入れている。



Paul Liu
TAITRA Project Manager Exhibition Section
V.Exhibition Department

「2018年台灣國際ビューティーショー」の特徴は、初日から2日目の午前中まで、来場者をB to Bのみに限定していることだ。台北市化粧品商業同業公社のYao Yi Tsai Chairmanは「台湾では唯一のB to Bイベント。今年は126ブースで、イスラエル、ポーランド、インド、日本、韓国から出展があった。特に、アジアのコスメ市場は伸び盛りだから、台湾の化粧品産業のグローバル化をもっと進めていきたい。美容とシートマスクが好調だが、アジアのコスメ市場は伸び盛りだから、台湾の化粧品産業のグローバル化をもっと進めていきたい。美容と医療を組み合わせた台湾らしい特徴をつくり、国際的に重要な立場になれるよう発展させていく」と挨拶。TAITRAによると、17年の台湾の化粧品輸出額は前年比13.2%増の7.3億USDで、過去最高を記録。18年1～7月の伸長率は前年同期比17%増。この流れを加速させるために、「台湾国際ビューティーショー」に入れている。



会場には多彩な商品が並んでいた

思議ではない。★

が登壇。日本からは、マツモトキヨシやポーラ化成工業、ジャパン・コスメティックセンター、再春館製薬所がプレゼンテーションを行った。TAITRAは、まさに「台湾

国際ビューティーショー」を拡大させる考え。Paul Liu TAITRA Project Manager Exhibition Section V.Exhibition Departmentは、次のように意気込みを語る。「今までには、注目度をあげるよ

うに頑張ってきたが、ブランド数は昨年の85から今年は90まで増え、成長を感じています。展覧会の目的は、台湾の美容産業をもつと国際的にすることですから、世界的に規模が大きい展示会にした

い。そのためにも、他の国の展示会との差別化を図っていく。一つは、台湾企業の魅力を高める。台湾企業には、成分や包装などでスキルが足りていない部分がある。この展示会を通じて、台湾企業に学びのきっかけを提供し、レベルアップを促していく

成長著しいアジアの化粧品市場。その波を捉えようとしているのは、日本だけではない。

台湾企業の出展ブースで耳をしたのは、ASEAN市場への積極展開。成熟市場の日本、韓国。競争が激しい中国本土よりも、ASEANに投資を集中する傾向が強かった。ユニークな発想力と積極的かつ前向きなマインドを持つ台湾企業。その中から日本企業のリバブルが生まれても不思議ではない。★