

UAEにおける化粧品市場の概要

株式会社 ksnコーポレーション
ksn Corporation Ltd.

〒131-0033

東京都墨田区向島5-47-1-405

TEL: 03-5619-1335

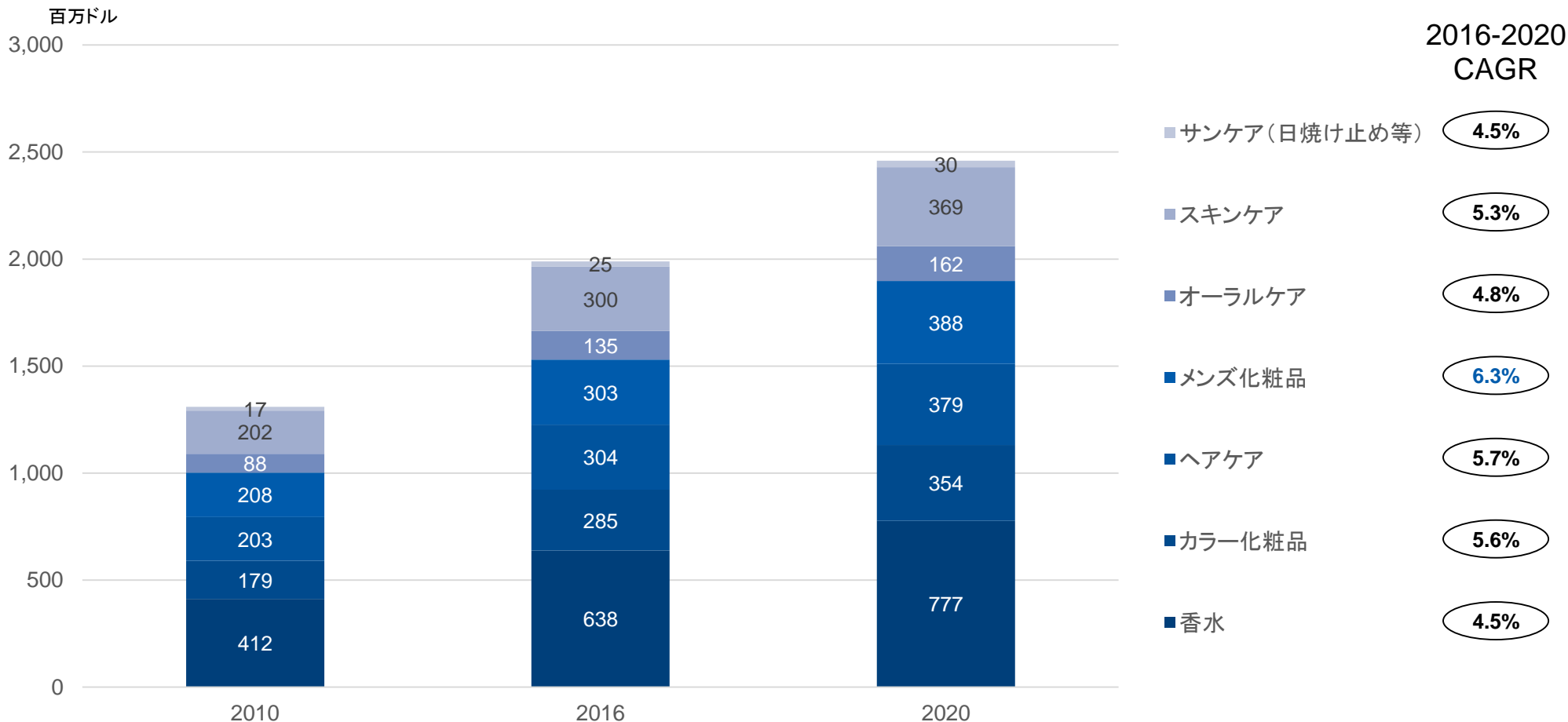
FAX: 03-4540-5658

E-mail: wacoro@ksn-corp.com

1. UAEにおける化粧品市場の概要

UAEにおける化粧品※の市場規模は2020年には250億ドルに迫る見通し。特にメンズ化粧品分野は2020年までの年間成長率が6%を超える大きな成長市場である。

UAEにおける化粧品の市場規模



※ 本資料の化粧品は、香水、カラー化粧品、ヘアケア、メンズ化粧品、オーラルケア、スキンケア、サンケアを対象とする

1. UAEにおける化粧品市場の概要

他国と同じく、高級品は専門店、一般品はスーパー等で購入するのが一般的。
近年ではAmazonに買収されたSouq.comをはじめとする、EC市場が急速に拡大している。

専門店 (ショッピングモール・百貨店内)



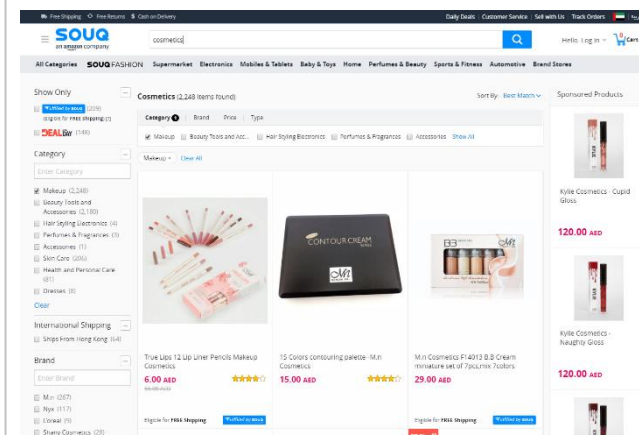
- ショッピングモールや百貨店では、主に欧米や日本の高級ブランドのショップが立ち並び、各種化粧品が販売されている
- 主な製品群としては、スキンケア、カラー化粧品、メイクアップ、香水等

スーパー・CVS・ドラッグストア



- ドラッグストアでは、専門店と比較するとより安価なブランドの製品が販売されている。
- 主な製品群としては、専門店と同様の品に加え、栄養食品、サプリメント等

EC

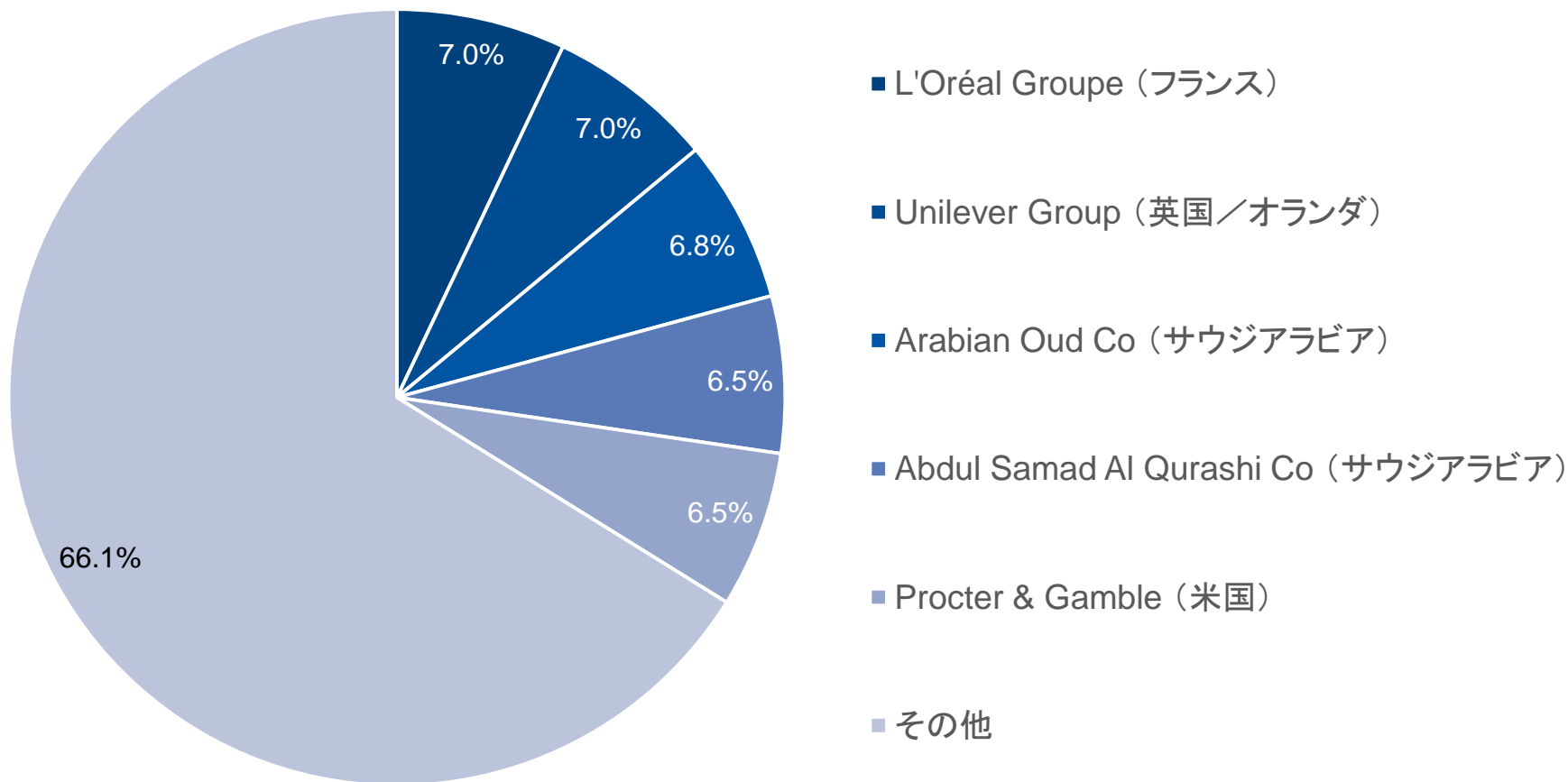


- ECでは、幅広いブランド及び製品群の製品が販売されている
- 主な製品群としては、専門店とドラッグストアにて販売されている製品群と同様であるが、より幅広いブランドの製品が販売されている

1. UAEにおける化粧品市場の概要

UAEにおいては、香水に関してはサウジアラビア企業、それ以外の製品は欧米企業のシェアが高い。一方で、トップ5社のシェア合計は約34%と寡占化はそれほど進んでいない

UAEにおける化粧品の企業別シェア(2016)



1. UAEにおける化粧品市場の概要

日系企業では、資生堂が現地企業とのJVを組成し、中東全域での販売を行っている。
その他、韓国系の化粧品も多く流通しており、専門店の進出も進んでいる



資生堂の動向

SHISEIDO

- 従来、中東の販売代理店であったCreation Alexandre Miya Paris Limited社とともに、同社の持つ中東市場における販売ノウハウや小売店へのチャネルと資生堂の持つノウハウの相乗効果による販売量増加を目指し、2013年にJV (Shiseido Middle East FZCO) を設立。
- また、2017年11月には、100%出資の中東地域の統括会社「資生堂グループミドルイースト」を設立。富裕層の多い中東産油国などでの高級ブランドのマーケティングを強化している。

花王の動向

KAO

North America, Europe,
Australia, Middle East, Africa



JERGENS

- Kao USAが展開する“Jergens”ブランドの製品をUAEでも販売。
- 主にスキンケア製品や石鹸等の商品を展開している。



The Face Shopの動向



THE FACESHOP

NATURAL STORY



- The Face Shopは韓国発のナチュラルコスメブランドで、UAE内に約20店舗の小売店を展開している。
- 同店をはじめ、韓国からUAEへ輸入される化粧品の額は、2012年の約540万米ドルから2014年には約600万米ドルまで拡大した。
- ドバイにおいては、基礎化粧品やメイクアップ化粧品などの現地進出が進んでおらず、韓国メーカーは積極的に製品を展開している。特に、シートマスク等のスキンケア関連商品が人気が高い。

2. 日系企業によるUAEにおけるビジネスチャンス仮説

特に、メンズ化粧品や香水といった商品については市場規模も大きく幅広い商品の種類が存在することから、日本企業にとってもビジネスチャンスがあると考えられる。

機会

メンズ 化粧品

- ✓ 今後も堅調な成長が予測される市場
- ✓ 現地スーパーの売り場を見ても、日本のスーパーと異なり幅広いブランドと製品種類がそろっており、UAE人の男性がスキンケア等に対して高い意識を持っていることが伺える
- ✓ 一般品、高級品共にチャンスがある市場であると考えられる。

香水

- ✓ UAEにおいては女性はもちろん、男性も香水をつけていることが非常に一般的である。
- ✓ 一方、サウジアラビアメーカーが高いシェアを有しており、そうした企業に対する原料供給という観点でもビジネスチャンスがある市場であると考えられる。

基礎化粧品・ スキンケア

- ✓ 特に、韓国等、アジアからシートマスクの輸入が進み、取り扱われる店舗も増えつつある。
- ✓ 現状、市場はまだ拡大期にあることから、日本製の高品質な化粧品には大きなビジネスチャンスがあると考えられる。

 いずれの商品についても、現地での販売を開始するためには、有力な代理店の探索が必須



kSn Corporation