

コーセー、洗顔を中心とするセルフスキンケアブランド『ソフティモ』を台湾に導入

株式会社コーセー(代表取締役社長:小林 一俊)は、ドラッグストアを中心としたセルフ市場で展開するスキンケアブランド『ソフティモ』の台湾における販売を 2011 年 9 月より開始します。販売する商品は、日本国内で市場評価の高い洗顔やクレンジングなど全 14 品目 16 品種で、うち 11 品目は日本国内で販売する商品よりも一回り小さいオリジナルサイズで現地のニーズに対応します。販売は現地の子会社(台湾高絲股份有限公司)を通じて、ドラッグストアを中心に約 2,000 店で開始します。

現在、台湾における化粧品市場規模は約 42.3 億 USドル(約 3,400 億円)※といわれ、成熟市場といわれながらも毎年着実に成長を続けています。台湾の市場をカテゴリー別にみると、日本と同様にスキンケアの需要が突出して高いことが特徴です。また近年では、中間所得層の裾野が広がり、ミドルマス市場よりも更に廉価であるマス市場が拡大する傾向にあります。



台湾における当社のブランド展開の例

当社は1984年に台湾に進出し、化粧品の嗜好や消費行動が日本に近いという市場特性を踏まえ、日本国内で展開している高級品の“コスメデコルテ”や、“雪肌精”に代表されるコーセーブランド、“ネイチャー&コー”などを中心に市場のニーズに合わせて展開してきました。しかし、近年のマス市場の拡大による新たなニーズへの対応が必要となりこの度の導入となりました。

『ソフティモ』ブランドは、洗顔やクレンジングなど、肌を清浄にする機能に特化したブランドとして 1995 年に発売し、セルフ市場で高品質で手頃な価格の商品を展開するコーセーコスメポート株式会社(株式会社コーセー100%出資)を通じて、日本国内のドラッグストアを中心とする幅広いチャネルで販売してきました。市場のニーズにきめ細かく対応した豊富なラインナップが特長で市場からの高い評価を獲得しています。

台湾では、この度の『ソフティモ』の導入を皮切りに、コーセーコスメポートの他のブランドについても、今後の導入を計画しています。



※ 『ソフティモ』(台湾で販売する商品の例)

※スーパー ポイントメイクアップリムーバーN は 国内最大の美容口コミサイト「@cosme」のベストコスメ大賞において、2年連続(07,08年)でクレンジング部門1位を獲得し、2009年には殿堂入りしています。

※出典:ユーロモニター “2010年における台湾の市場規模”より算出