

## 化粧品市場から見る韓国

22111029 磯波 源太 (22111029gi@tama.ac.jp) 榎木 蘭 優花 (22111063ye@tama.ac.jp)

22111126 高 秀柄 (22111126sk@tama.ac.jp)

22111175 清水 千伶那 (22111175ss@tama.ac.jp)

### 目次

- ・日本の化粧品市場
- ・韓国化粧品の日本向け輸出
- ・サブスクリプション市場
- ・サブスクリプション国内市場規模
- ・韓国化粧品のサブスクリプション展開する利点
- ・コスメのサブスクリプション

### 1. 研究の目的

2020年にも「第4次韓流ブーム」がノミネットされるなどして日本では韓国の文化が流行している。中でも韓国化粧品の市場が大きくなっている背景と新型コロナウイルスの影響で勢いを伸ばしているサブスクリプションを組み合わせることで成功させることが目的である。

### 3. 韓国化粧品を扱ったビジネスプラン

サブスクリプションとして韓国化粧品を日本向けに展開し行く。近年化粧品のサブスクは徐々に増加しているが、韓国化粧品を扱ったサブスクリプションは競合が少なく戦いやすい状況。サブスクリプション展開することでコストや継続的な売上が期待できる。

### 2. 韓国化粧品の市場規模

KOTRA (大韓貿易投資振興公社) 大阪貿易館の調査によると、韓国コスメの日本向けの輸出額はコロナ禍の2020年も前年比35%増と驚異的な成長を継続している。2019年と2021年対比では1.5倍も輸出額が増加している。2021年の韓国コスメの日本向け輸出額は4億5,900万ドル(約587億円)に達している。これは化粧品輸出額がずっと1位だったフランスの日本向け輸出額と同規模に迫っている。