ジェトロ・プラハ事務所
2023 年 2 月 18 日作成

チェコ市場における日本製化粧品のディストリビューターと潜在顧客

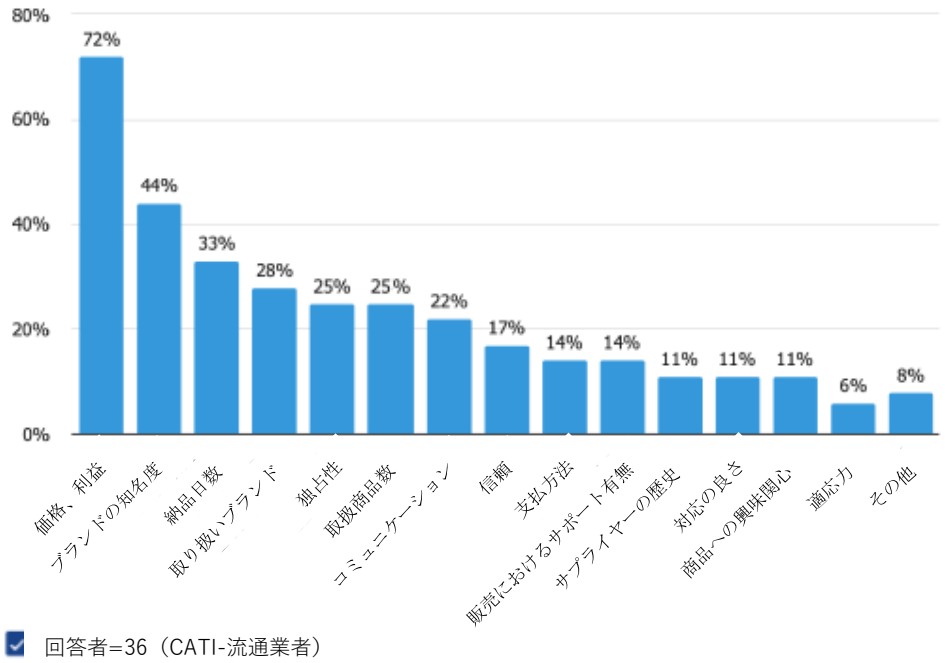
チェコの化粧品市場の特徴は、化粧品を取り扱うディストリビューターや小売店の数が限られていることである。化粧品に特化したディストリビューターとなると、さらに限られている。この結果、少数のディストリビューターの品揃え、商品供給に与える影響が非常に大きくなっている。多くのディストリビューターは主に一般用医薬品を取り扱っており、化粧品はあくまで補助的なものと認識されている。

ディストリビューターを対象に行ったヒアリング調査によると、ディストリビューターが仕入先を選ぶうえで重視するのは、仕入価格と、そこから派生する収益である。もちろんこれは、同じブランドや同一商品の購入にあたり、複数の仕入先がいる場合に考えられることである。またこの傾向は、化粧品に特化していないディストリビューターにおいて頻繁に見受けられる。

提供するブランドの知名度は、第二の重要な要素である。主に小売店やオンラインショップもブランドの知名度を重要な要素として捉えているが、最も重要視しているのはドラッグストアである。これらのディストリビューターでは、有名ブランド、特にテレビ広告で宣伝されているブランドは、高品質だがプロモーション力の劣るブランドと比べ、はるかに需要が高いという実例を挙げている。宣伝力のないブランドは、店内に魅力的なスペースが確保できず、価格競争力がない限り、まったく売れないことが多い。

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

設問：サプライヤーを選ぶうえで重要な要素はどれですか？



出典 1：Neubert Marketing & Co.

小売業者

チェコの消費者の大半は、ドラッグストアチェーンの実店舗で化粧品を購入している。主なチェーン店として、Teta drogerie、DM drogerie market、Rossmannが挙げられる。しかし今回の調査では、化粧品の品揃えが全体的に少なく、さらに日本の化粧品を扱っている小売店は、ごくわずかであることが判明した。

1. ドラッグストアチェーン

Teta：直営店とフランチャイズ店を併せ持つドラッグストアチェーンで、チェコの卸売業者PK Solventが所有している。チェコ全土で230店舗を展開。

日本製化粧品	**なし**
品揃え規模	なし

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

DM drogerie：DMは、品揃えの一部としてプライベートブランド（例：Balea）を提供している。チェコ共和国全土で246店舗を展開。

日本製化粧品	**あり**
品揃え規模	小

TOP drogerie：DM drogerieと同じ卸売業者PK Solventが所有している。チェコ国内に270店舗を展開。

日本製化粧品	**なし**
品揃え規模	なし

ROSSMANN：ドイツのドラッグストアチェーン。ROSSMANNはチェコで155店舗以上を展開。

日本製化粧品	**なし**
品揃え規模	なし



出典 2：JETRO スタッフ

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

2. 専門店型化粧品チェーン

Sephora：投資グループLVMHが所有している。現在、Sephoraはチェコに21店舗あり、プラハでは13店舗を展開する。Sephoraは有名ブランドに焦点を当てているが、ここ2年間は「Good For」のスローガンを掲げ、自然派製品の特別なカテゴリーを展開している。これは、自然派化粧品とサステナビリティというトレンドを反映したものである。Neubert Marketing & Coによると、日本の化粧品会社は、このカテゴリーに組み込まれる可能性がある。

日本製化粧品	**あり**
品揃え規模	中

Doughlas：サステナビリティのトレンドに乗って、より健康的な化粧品の販売を推進している。このカテゴリーは「CLEAN BEAUTY」と呼ばれている。香水専門店Douglasは現在プラハの8店舗を含め、チェコ国内に19店舗を展開している。

日本の化粧品は品揃え全体の約2.6%を占めている。

日本製化粧品	**あり**
品揃え規模	中

Marionnaud：現在、香港に本社を置く国際グループCK Hutchison Holding Limitedの子会社で、チェコ国内に26店舗を展開。「Green Beauty」は、自然派化粧品やサステナブル化粧品のトレンドをターゲットとした同社のコスメカテゴリーである。

日本製化粧品	**なし**
品揃え規模	なし

FAnn：チェコの化粧品専門チェーン。現在、チェコ国内に42店舗を展開し、そのうち11店舗はプラハにある。自然派化粧品の購入者をターゲットとしている。この会社は6つの自然派ブランドの商品を扱い、それらの商品が天然成分をベースとしており、真に厳選されたものであることを保証している。

日本製化粧品	**なし**
品揃え規模	なし
品揃え拡大への意欲	**あり**

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

BiOOO.cz：この会社の経営哲学の基盤となっているのは、完全に自然派由来成分のみで作られた、あるいは少なくとも有害物質を含んでいない製品を選んで取り扱っていることである。現在、5つの直営店を持つ。

日本製化粧品	**なし**
品揃え規模	なし

3. オンラインショップ

Notino （旧Parfums）：Notinoは化粧品および香水専門のオンラインショップのなかで最も有名である。6つの実店舗があるが、一部はオンラインショップの商品受け取り窓口としてのみ機能している。

日本の化粧品は品揃え全体の0.5％程度と、少ないように思えるが、Notino.czでの日本製品取扱量はEコマース分野では最大級である。

取り扱いブランド：アナヤケ（ポーラ）、イッセイ ミヤケ、マサキマツシマ、センサイ、資生堂、シュウウエムラ、ユウゼン

日本製化粧品	**あり**
品揃え規模	大
品揃え拡大への意欲	**あり**

Notino.czは、日本の化粧品を購入する場所として最もよく利用されており、かつ主要な販売店である。日本製の化粧品をこの店で購入したことのある消費者は20％にも上る。



出典 3：JETRO スタッフ



出典 4：JETRO スタッフ

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

Krása.cz：多くのブランドを取り扱っており、特に新規の輸入業者にとっては、市場への入り口となり得る。日本製の化粧品は品揃え全体の約0.7%を占めている。

日本製化粧品	**あり**
品揃え規模	中

Elnino.cz：販売店舗は5店舗（オンラインショップの商品受け取り窓口）のみ。日本製化粧品は品揃え全体の約1.1%を占めている。

日本製化粧品	**あり**
品揃え規模	中
品揃え拡大への意欲	**あり**

卸売業者

最大の卸売業者

PK Solvent：2018年の売上高は94億コルナ（1コルナ＝約6.1円）を記録した。PK Solventは、チェコ国内において唯一無二のポジションを築いている。独自のドラッグストアチェーンを持っており、自社のフランチャイズ店（TETA、TOP drogerie）に在庫を供給している。Neubert Marketing & Co.の推薦によると、チェコの化粧品流通量において最大のカバー率を誇るPK Solventは、チェコ市場に参入するのに最適な企業と考えられる。

MAKRO：2番目に有名な一般用医薬品ディストリビューター。MAKROは一般用医薬品と化粧品を合わせて2,745もの商品を提供しているが、これらは主にHoReCa（ホテル、レストランなど）と小売店向けの品揃えである。

専門卸売業者

Coty Česká republiky：Adidas、Astor、Calvin Klein、Celine Dion、Cerrutiなど、厳選されたブランドの代理店である。多くの有力な販売店とのつながりを持つが、チェコ市場で確立された存在感を持たない企業にとって、同社との交渉は非常に困難である。

日本製化粧品	**なし**
品揃え規模	なし

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

Fragonito：よく知られているブランドに焦点を当てているほか、チェコでは入手できないようなブランドにも注目し、そのほとんどを独占的に扱っている。

日本製化粧品	**なし**
品揃え規模	なし
品揃え拡大への意欲	**あり**

Diparlux：品揃えは世界的に有名な老舗ブランドに集中している。

日本製化粧品	**なし**
品揃え規模	なし

Orbico Beauty：化粧品市場におけるマーケティング、流通、小売のサービスも提供している。

日本製化粧品	**なし**
品揃え規模	なし

Luxury Brand Management：プラハに合計5店舗のブティックを運営しているほか、20のファッションブランドの販売代理店である。

日本製化粧品	**なし**
品揃え規模	なし

Sensualité：企業名からはフランスのブランドに焦点を当てているようだが、フランス以外のブランドも取り扱っている。

日本製化粧品	**なし**
品揃え規模	なし
品揃え拡大への意欲	**あり**

日本製化粧品の製品ポートフォリオへの追加

ディストリビューター向けアンケート回答者の34％にあたる11社が、日本製化粧品を自社の製品ポートフォリオへ追加することに前向きである。最も意欲をみせたのは、オンラインショップおよび卸売業者である。日本の化粧品に前向きな反応を見せたディストリビューターのうち63%が、2年以内の短い視野での導入を希望している。これは、日本製化粧品をラインナ

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

ップへ加えることを、ディストリビューターが実際にイメージできているということが推測される、良い兆しである。

各社が日本製化粧品を取り入れる主な動機は、製品のオリジナリティであり、先の回答者11社のうち64%、7社にこの傾向が見てとれる。エンドユーザーは、品質やスタイルについて正確に分類できない製品に対して価格感度が低くなるため、この要素は特に重要である。その結果、製品は価格ではなく、内容、成分、そして効能で他商品と比較されることになる。

設問：どのような条件なら、日本製化粧品を店舗のラインナップに加えたいと思いますか？

☑ 回答数=11

選択肢	回答の割合	回答数
商品のオリジナリティ	64%	7
独占性	18%	2
委託販売	18%	2
サプライヤーからの宣伝支援	18%	2
品揃えの幅	18%	2
利益	18%	2
製品の特性	9%	1
有利な価格	9%	1
わからない	9%	1

出典 5：Neubert Marketing & Co.

以上

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

【レポートの利用についての注意・免責事項

本レポートは、日本貿易振興機構（ジェトロ）プラハ事務所が委託先の Neubert Marketing & Co.に作成委託し、2022 年 10 月～12 月に入手した情報に基づき作成したものです。掲載した情報は作成委託先の判断によるものですが、一般的な情報・解釈がこのとおりであることを保証するものではありません。本レポートはあくまでも参考情報の提供を目的としており、提供した情報の正確性、完全性、目的適合性、最新性及び有用性の確認は、読者の責任と判断で行うものとし、ジェトロおよび Neubert Marketing & Co.は一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロおよび Neubert Marketing & Co.が係る損害の可能性を知らされていても同様とします。

【レポートの内容に関するお問い合わせ先】

ジェトロ・ビジネス展開支援課　BDA@jetro.go.jp
（2023 年 4 月 1 日以降はジェトロ・海外展開支援部戦略企画課個別支援班　ODA@jetro.go.jp）

◆「海外発トレンドレポート」読後アンケートにご協力ください◆

本レポートは皆様の海外ビジネスにお役に立ちましたでしょうか？
今後の参考のため、**役立ち度アンケート**にご協力頂けましたら幸いです。
（所要時間：約1分）

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.