

ペルー 住②:化粧品

(日焼け止めクリーム・デオドラント・リップクリーム/口紅)

BOP/ボリュームゾーンビジネス実態調査レポート

- 調査日:2016年6月~2017年3月
- ペルー通貨ソル換算レート:1ドル=3.28ソル(2017年3月現在)

日焼け止めクリーム

近代的店舗



商品名 Aval Sun FPS 45
 製造国 ペルー
 製造元 Intraveco Industrial (ペルー)
 容量 120ml
 販売価格 26.3ソル

売れ筋要因

高いUV-B防止効果を約束するSPF(太陽防止指数)値。容量の多さに対して安価。保湿作用やビタミンE配合もアピールポイント。



スポーツ用のSPF値30タイプ



子供用のSPF値45タイプ



下位中所得層居住域のスーパーの売り場。内外ブランドが多品種を販売している



上位中所得層居住域のスーパーの売り場。売れ筋商品は売り切れ、70ml入りが置かれている

伝統的店舗



商品名 Bahia Faces SPF 90
 製造国 ペルー
 製造元 Laboratorios Portugal (ペルー)
 容量 60g
 販売価格 25ソル

売れ筋要因

高いUV-B防止効果を約束するSPF(太陽防止指数)値。容量に対して安価。120g入りチューブのほか10g入り小袋もある



市街地の薬局では客の要望に応じ店内から商品を提示する。こちらでは10g入り小袋を2.5ソルで販売



下位中所得層居住域の薬局。日焼け止めクリームはBahiaブランドの6タイプを販売。23ソル



リマ旧市街のコスメティック製品の専門卸売店。単価と1ダースの金額が表示されている

デオドラント(男性用)

近代的店舗



商品名 Rexona Men Motionsense Antibacterial
製造国 アルゼンチン
製造元 Unilever(英・蘭)
容量 150ml
販売価格 8.9ソル

売れ筋要因

Rexonaブランドはペルーではデオドラント製品の代名詞的存在。使い安いスプレー式ながら安価なのが魅力。消臭効果の高さや芳香で幅広い年齢層に人気



Unileverのブランド
Axeは青年層がターゲット



下位中所得層居住域のスーパーで
凄まじい売れ行きを示す売れ筋商品



売れ筋商品にはロールオン方式と
スティック方式の姉妹品もある



こちらはNiveaの敏感肌向けの
製品のスプレータイプ



下位中所得層居住域のスーパーに並ぶNiveaのスプレー、
ロールオン、スティックタイプ

伝統的店舗



商品名 Nivea Men Invisible for Black & White
製造国 インドネシア
製造元 Beiersdorf(ドイツ)
容量 10ml
販売価格 1.5ソル

売れ筋要因

デオドラントでは知名度の高いブランド。使い切りが前提のサシェ(小袋)にキャップが付いて、持ち運びや連続使用が可能になった利便性の高さ。最大48時間を謳う消臭・制汗力の持続性。黄ばみなどの対策にも優れる。



上位中所得層居住域の個人商店に並ぶ売れ筋商品。
手前は女性用

日焼け止めクリームについて

赤道に近いペルーでは、11月～3月頃が沿岸部の夏季にあたり紫外線対策が必須となるため、海水浴などのレジャーに限らず、仕事で外出する労働者にも日焼け止めクリームの需要は高い。

日焼け止めクリーム市場は、売れ筋のIntraveco IndustrialのAval、Laboratorios PortugalのBahiaの国内ブランド2社に独Beiersdorf AGのNivea、コロンビアLaboratorios RecamierのTanga、と4ブランドが拮抗する。



上位中所得層居住域のスーパーのボディケア商品コーナーにずらりと並んだ各種日焼け止めクリーム



独Beiersdorf AGのNiveaのプレゼンスも大きい。個人商店の売値は右が50ソル、左が45ソル



コロンビアLaboratorios RecamierのブランドTangaも特売戦略でシェア拡大を図る

消費者インタビュー

購入頻度

- 「5人家族でひと夏に5本程度買う」(高所得層、45歳男性)
- 「家族で使うならひと夏に2本」(上位中所得層)
- 「外周りの仕事なので月に小袋4～5個」(下位中所得層)

購入場所

- 「デパートか薬局」(高所得層、51歳女性)
- 「デパートか薬局」(上位中所得層、44歳男性)
- 「近所や仕事先の個人商店や薬局」(下位中所得層、46歳女性)

デオドラントについて

歯磨きなどの衛生エチケットを学校で厳しく指導するペルーでは、デオドラント・制汗への意識が男女ともに高いことから市場は成熟しており、複数の外国ブランドがしのぎを削っている。

男性用デオドラントのブランドでは英蘭UniliverのRexona、Dove、Brut、Gillette、独BeiersdorfのNivea、米Procter & GamberのOld Spice、米Colgate-PalmoliveのSpeed Stickの外国勢に加え、国内メーカー老舗のMedifarmaのEtiquetと新興IntravecoのGeomenが食い込む状況となっている。



Uniliverの別ブランドDove。ペルーでは石鹸で知名度を上げる



Procter & GamberのブランドOld Spiceが売り込み攻勢を強める



国内企業MedifarmaのEtiquet。クリーム。国産デオドラントの草分け

消費者インタビュー

購入頻度

- 「家族も考えれば4人家族で月4本」(高所得層、47歳女性)
- 「家内の分と私が息子と共用して月に2本程度」(上位中所得層、44歳男性)
- 「1月に小袋1個かな」(下位中所得層、37歳男性)

購入場所

- 「スーパーか薬局」(高所得層、51歳男性)
- 「スーパー、薬局、個人商店」(上位中所得層、42歳女性)
- 「近所の個人商店か薬局」(下位中所得層、37歳女性)

リップクリーム/口紅

近代的店舗



商品名 Baby Lips Peach Me Lip
Moisturizing Balm
製造国 米国
製造元 Maybelline(米国)
容量
販売価格 13.9ソル

売れ筋要因

ペルーでは口紅の代表的ブランドとして知られるメーカー初のリップバーム(リップクリーム)ということで話題に。唇の保湿力の高さの色合いのバランスによるコストパフォーマンスの高さ。



Maybellineの販売ブースに陳列されたBaby Lips。全6種類



デパートに設けられたMaybellineのブース



スティックタイプの口紅のカラーバリエーション

伝統的店舗



商品名 Zia Noche Malicia
製造国 ブラジル
製造元 Cia Aracelis(ペルー)
容量 4g
販売価格 3.5ソル

売れ筋要因

安さが魅力。派手めやナチュラル派など好みに応じたカラーバリエーション



公設市場の雑貨店。メーカー品もあると言って奥から取り出してきた。価格帯は20ソル以上と高めだけど品質は良いという



Unique、Avon、Esika、Cyzoneなど国内外の化粧品メーカーのカタログ。

化粧品市場について

ペルーの薬局はセルフサービス方式を採用しておらず、日本のドラッグストアのように化粧品は取り扱いがない。従って、化粧品を購入する店舗はデパートやスーパーのブースまたは直営店となる。



Maybelline New Yorkは仏化粧品大手L'Oréal傘下のMaybellineの商標



イスラエルの化粧品メーカーPremier Cosmeticsもプレゼンスは大きい



低所得層居住域の公設市場では雑貨店で化粧品が販売されている。

低所得者層向けに公設市場の雑貨店や個人商店などでも販売している廉価品には鉛などの有害物質への危険性があるとされる。



Maybelline口紅ではリキッドタイプのSuper Stay 24 Colorが売れ筋。39.9ソル



Maybellineのリキッドファンデーション売れ筋はPure Makeup 30ml入り。32.2ソル

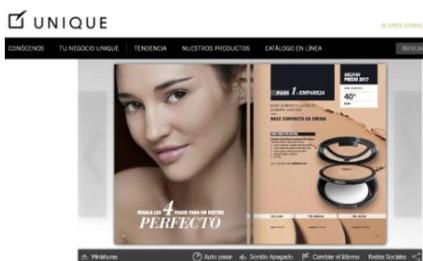


MaybellineパウダータイプのファンデーションSuper Stay 24 10g入り。41.9ソル

Natura、Unique、Avon、Esika、Cyzoneといった内外のブランドでは、無店舗販売が長年にわたり経済階層に関わらず幅広く普及しており、ここでは伝統的店舗とみなしている。



メイクアップアーティストでもあるNaturaの販売員の所持品。メイクは一般人も気軽に利用



国内大手Unique(前身はYanbal)のオンラインカタログ。



スイスのナチュラル化粧品老舗Justのカタログ。

消費者インタビュー

■ 購入頻度

- 「月に2本程度かしら」(高所得層、34歳女性)
- 「3か月に1本程度」(上位中所得層、42歳女性)
- 「年に1本買うか買わないか」(下位中所得層、26歳女性)

■ 購入場所

- 「デパートかブランドの直営店で」(高所得層、32歳女性)
- 「知り合いのカタログ販売を利用する」(上位中所得層、46歳女性)
- 「近所の公設市場」(下位中所得層29歳女性)

JETRO

【免責事項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるかぎり正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

