

[일본] 지금 일본에서는 미니사이즈 화장품이 열풍!

안녕하세요, 아마존코리아입니다. 지금 일본에서는 미니사이즈 화장품 열풍이 불고 있는데요, 오늘은 이 열풍의 이유와 한국 화장품의 진출 전략에 대해서 알아보겠습니다!

최근 일본에서는 미니 사이즈 화장품이 10-20 대 젊은 소비자들로부터 인기를 끌고 있는데요, 백화점 화장품 브랜드들이 잇따라 출시한 미니 사이즈 제품들이 젊은 소비자들로부터 인기를 끌고 있습니다. 주로 30~50 대 여성이 주 고객층이던 백화점 화장품 매장에 미니 사이즈 제품이 출시되면서 10 대 후반에서 20 대 초반 젊은층 고객이 많이 증가하고 있습니다. 실제로 미국 에스티로도 그룹의 브랜드 MAC 은 1,500 엔대 미니 립스틱 등이 포함된 '리틀 MAC 시리즈'를 선보였고 시세이도 역시 일반 화장품 절반 크기의 '피코' 시리즈를 발매하며 매출 호조를 이어가고 있습니다.



사이즈도 가격도 미니! 화제의 '데파코스' 브랜드

미니 사이즈 제품의 인기 이유?

1. 용량과 가격이 기존 제품의 절반이라 부담없이 최신 메이크업 트렌드를 재현할 수 있다!

일본 여성들은 용량과 가격이 기존 제품의 절반 정도여서 부담 없이 최신 메이크업 트렌드를 재현할 수 있다는 반응입니다. 보통 립스틱 1 개 가격이 4000~5000 엔인 백화점 기존 브랜드 제품은 젊은 여성이 선뜻 구입하기가 부담스럽지만 가격이 절반인 미니 사이즈라면 괜찮다는 것입니다. 특히 인스타그램 등에서 최신 유행 메이크업이 잇따라 소개되면서 메이크업 트렌드의 변화속도도 점차 빨라져 화장품의 구입빈도가 높아질 수밖에 없는데 이럴 경우 가격이 저렴하고 양도 적은 미니 사이즈 제품이 유용합니다.

2. '나만의 것'을 찾는 일본 소비자들의 '커스터마이징' 욕구 때문!

자신의 개성을 살릴 수 있는 소비를 추구하는 경향이 높아지면서 여러 색을 조합해 자신의 피부색과 취향에 맞는 색을 커스터마이징해 쓰고 싶다는 소비자의 요구가 늘어나고 있습니다.



내 피부색에 맞는 색을 커스터마이징할 수 있는 가네보사의 미니 파운데이션 제품

3. 환경보호 심리

최근 일본 젊은이들 사이에서 '화장품 바닥보기'가 SNS 키워드로 떠오르고 있습니다. 자신이 애용하는 화장품을 많이 혹은 끝까지 쓰고 난 후 용기 바닥이 보이는 사진을 올리는 것이 '인스타바에'(인스타 사진발)일 뿐 아니라 낭비 없이 끝까지 다 쓴다는 점에서 친환경, 윤리적 소비 지향 트렌드에도 부합한다는 분석입니다.



인스타그램에서 유행 중인 '화장품 바닥 보기(底見えコスメ)'

4. 캐시리스의 가속화

최근 들어 '페이페이' 등 캐시리스 결제수단의 보급이 빠르게 이뤄지면서 휴대품도 간소화되는 경향이 있는데 주요 브랜드들은 작년부터 잇달아 미니 지갑을 내놓고 대형 백화점을 중심으로 미니 지갑이나 미니 백의 판매량이 급증하는 등 '미니' 유행이 이어지고 있습니다. 이후 작아진 가방과 파우치에 넣을 수 있는 미니 화장품이 유행하기 시작했으며 캐시리스 트렌드가 지속된다면 미니 사이즈 화장품 선호 경향 역시 계속될 것이란 전망입니다.

진출 전략

기존 일본에 진출한 한국 화장품의 경우, 그 동안 주로 작고 귀여운 디자인과 '프치프라'(저렴한 가격)라는 이미지를 어필한 제품이 대체적으로 인기를 끌어왔습니다. 하지만 최근 백화점 브랜드들의 미니사이즈 제품 출시를 계기로 한국 화장품의 주 고객층인 10-20 대 초반 여성들에게 백화점 브랜드 화장품 구입 장벽이 낮아졌기 때문에 기존과는 다른 한국 화장품만의 차별화 전략을 제고할 필요가 있습니다.

일본 소비자들은 유행을 중요하게 여기면서도 자신만의 개성을 표현할 수 있는 '나만을 위한 제품'을 찾는 소비패턴 역시 최근 들어 두드러지고 있습니다. 이와 같은 일본 소비자들의 심리를 충족해줄 수 있는 커스터마이징 아이디어를 아이템에 접목시키는 시도가 유효할 것으로 보입니다.

일본에서 아마존은 가장 많은 고객들이 방문하는 이커머스 사이트인데요, 특히 한국 제품은 2017 년 기준 수입액 4 위일 정도로 일본에서는 한국 제품이 많은 사랑을 받고 있고, 아마존 FBA 서비스로 FBA 전체 물량의 98%를 일본 전역에 당일 배송하고 있습니다. 일본 아마존을 통한 해외 판매의 기회를 놓치지 마시기를 바랍니다! 일본 아마존 입점 6 개월만에 매출이 100 배 이상한 네일스티커 및 네일용품 판매 기업 '젤라또팩토리'의 성공사례도 참고해보세요!