

女性の財布のひもの緩み具合を最も示す一つが化粧品。アベノミクスが始動して1年で化粧品市場はどう変わったのか。中国など新興国の市場はどうなっているのか。資生堂の前田新造会長兼社長に聞いた。

売れ筋高めに

——アベノミクスで市場は変わりましたか。

「安倍晋三政権はデフレから脱却し、経済を再生させる方針を明確に打ち出した。そのために大胆な金融緩和をした。まだデフレを脱却したとは言えないが、化粧品市場は脱デフレに向けた動きを映す指標のようになってきている」

「2012年までは化粧品の単価がどんどん下がり、売れ筋が低価格帯にシフトしていた。ところが昨

月曜

経済観測

化粧品市場とアベノミクス



資生堂会長兼社長
前田 新造氏

まえだ・しんぞう 1997年から3年間、アジアでの事業展開を担当した。66歳。

「赤」人気脱デフレ映す

年に入って流れが変わり、販売数量の伸びを金額の伸びが上回ることが多くなってきた

——消費者の好みに変化はありますか。

「真っ赤な口紅がぐんと売れるようになった。ピンクやローズは同じく赤系でも落ち着いていて、無難な

色。そうではなくて漆のような鮮やかな赤の商品が動き出した。1980年代後半のバブル時代にも同じような傾向があった」

——化粧品業界は女性の心理と密接に関係している産業。最近はやり出した赤は気分が乗っていて、自己主張が強くなっているときで

ないと思いきい色だ。景気が回復しつつある証と言えるだろう」

増税後も成長

——好調は続きますか。

「消費税引き上げ前の駆け込み需要と、その後の反動減は間違いなくある。売上げは両者を合わせてア

ないと思いきい色だ。景気は回復しつつある証と言えるだろう」

「アジアの新興国は成長のエンジンという位置付けは変わらない。だがインド

「暮らしの中でふつうに化粧品を使う人口でみると中国は2011年が1億4000万人で、20年には3億3000万人に達する見込みだ。中国市場の位置付けはなお大きい」

——12年の尖閣騒動が影を落としていますか。

「当時は売り場が壊され、催し物もできなくなった。いまも影響が消えたわけではない。消費者が遠慮がちに買っているというところはある。ただあのときでさえ、沿海部では影響が小さい省があった。中国は豊かになり、価値観が多様化した。かつてのように全域を攻めるのではなく、安定的に需要を見定める地域に絞って売り込んでいる」

「消費増税は景気全体を押し下げる要因になりかねない。だから政府もかなり度拡大している。このペー

「消費増税は景気全体を押し下げる要因になりかねない。だから政府もかなり度拡大している。このペー

「消費増税は景気全体を押し下げる要因になりかねない。だから政府もかなり度拡大している。このペー

「消費増税は景気全体を押し下げる要因になりかねない。だから政府もかなり度拡大している。このペー

「消費増税は景気全体を押し下げる要因になりかねない。だから政府もかなり度拡大している。このペー

「消費増税は景気全体を押し下げる要因になりかねない。だから政府もかなり度拡大している。このペー

聞き手は 編集委員 吉田忠則