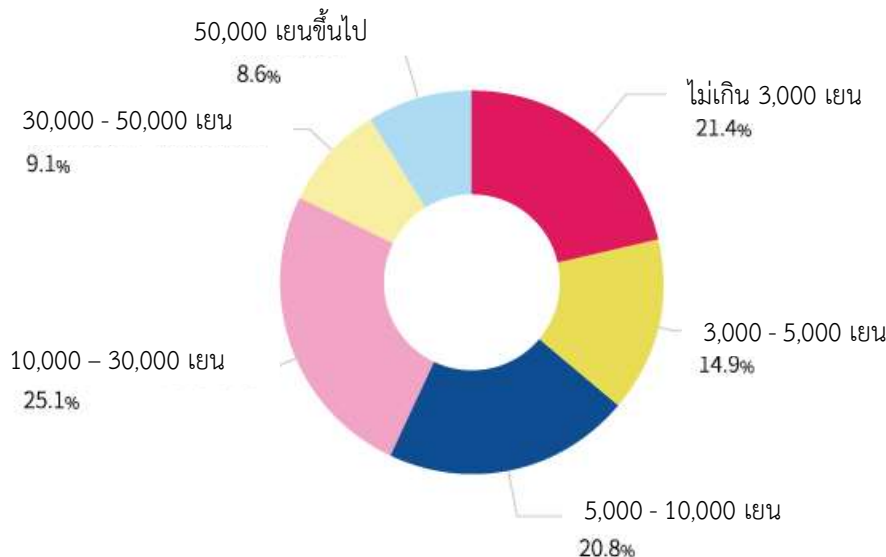


ผู้ชายญี่ปุ่นหันมาใส่ใจตัวเองมากขึ้น -ค่าใช้จ่ายเพื่อการดูแลรูปลักษณ์เฉลี่ยคนละ 25,000 เยนต่อครั้งปี-

ข้อเท็จจริง

จากสถิติของ Makuromiru การใช้บริการเสริมความงามเพื่อให้ตัวเองดูดีขึ้น ในกลุ่มผู้บริโภคเพศชายขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 30 เฉลี่ยค่าใช้จ่ายภายในครั้งปีเป็นมูลค่าประมาณ 25,000 เยน (หรือประมาณ 8,000 บาท) ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่มาจากการใช้บริการ ไวท์เทนนิ่งฟัน-ดูแลช่องปาก และย้อมสีผม นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มที่อยากทดลองใช้บริการกำจัดขนมากเป็นอันดับหนึ่ง โดยเฉพาะในกลุ่มช่วงอายุ 15-19 ปี มากถึง 1 ใน 4 คน สาเหตุหลักคือข้อมูลความงามที่กระจายอยู่ทั่วไปในอินเทอร์เน็ตส่งผลให้มีความคิดว่าการดูแลตัวเองเป็นมารยาททางสังคม

มูลค่าที่ใช้บริการและซื้อสินค้าเพื่อดูแลตัวเอง



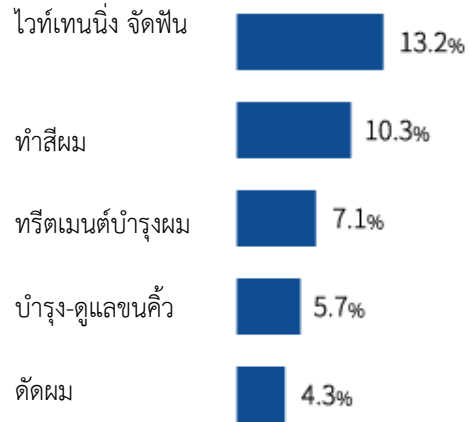
จากการสำรวจโดยการสุ่มสอบถามชายวัยอายุ 15-49 ปีจำนวน 1,000 คน ผ่านอินเทอร์เน็ตในเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมา โดยสามารถเลือกคำตอบมากกว่าหนึ่งคำตอบพบว่า ร้อยละ 31 เคยใช้บริการเสริมความงามเพื่อดูแลตัวเองให้ดูดีขึ้น โดย เคยใช้บริการทำไวท์เทนนิ่งหรือจัดฟันคิดเป็นร้อยละ 13 เคยใช้บริการทำสีผมคิดเป็นร้อยละ 10 เคยใช้บริการทำทรีตเมนต์บำรุงคิดเป็นร้อยละ 7 และ เคยใช้บริการบำรุง-ดูแลขนคิ้วคิดเป็นร้อยละ 6

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการมีมูลค่าเฉลี่ยคิดเป็น 25,343 เยน (ค่าใช้จ่าย 10,000-30,000 เยน ร้อยละ 25 ค่าใช้จ่าย 5,000-10,000 เยน ร้อยละ 21 และ ค่าใช้จ่ายไม่เกิน 3,000 เยน ร้อยละ 21) สำหรับบริการที่ได้รับความสนใจและอยากเข้าใช้บริการต่อจากนี้คือ บริการเกี่ยวกับบำรุงและรักษาช่องปากร้อยละ 24 บริการกำจัดขนร้อยละ 15

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

สาเหตุที่ผู้ชายในประเทศไทยญี่ปุ่นหันมาสนใจตัวเองมากขึ้นเป็นเพราะสื่อทางโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต โดยให้เหตุผลว่ารูปลักษณ์ที่ตื่นอกจากเพื่อความดึงดูดเพศตรงข้ามแล้วนั้น การใส่ใจตัวเองให้ดูดียังเป็นมารยาททางสังคมอีกด้วย

สินค้าที่เลือกซื้อด้วยตัวเองแบ่งตามประเภทสินค้าได้แก่ ครีมนำรุงผิวหน้าคิดเป็นร้อยละ 37 ลิปครีมนคิดเป็นร้อยละ 26 ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว-รูขุมขนและบอดี้โลชั่นเท่ากันคือร้อยละ 21 กลุ่มอายุที่มีพฤติกรรมการสนใจผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ดูแลตัวเองมากที่สุดคือช่วงวัย 15-19 ปีคิดเป็นร้อยละ 69 ช่วงวัย 30-39 ปีคิดเป็นร้อยละ 60 ช่วงวัย 20-29 ปีคิดเป็นร้อยละ 58 และช่วงวัย 40 ปีขึ้นไปไม่มีสัดส่วนต่ำกว่าร้อยละ 50



ที่มาของข่าว หนังสือพิมพ์ NIKKEI MJ ฉบับวันที่ 3 ตุลาคม 2561

ประเภทบริการที่อยากทดลองใช้ต่อจากนี้

ที่มาของรูปภาพ <https://honote.macromill.com/report/20180821/>

ข้อคิดเห็น

ปัจจุบันผู้ชายชาวญี่ปุ่นต่างหันมาใส่ใจและดูแลตัวเองกันมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นสาเหตุจากการใช้งาน SNS อย่างแพร่หลาย เช่น การโพสรูปภาพเพื่อให้เห็นไลฟ์สไตล์เพื่อสร้างบทสนทนาที่เกิดขึ้นในโลกอินเทอร์เน็ต จึงอาจเป็นเหตุผลที่วัยรุ่นหันมาใส่ใจภาพลักษณ์ของตัวเองมากขึ้น

ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะขึ้นชื่อในเรื่องของผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม แต่สินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าเพื่อสุขภาพสตรีทั้งที่มีราคาเข้าถึงง่ายไปจนถึงราคาหลักหมื่นแต่สินค้าสำหรับผู้ชายยังมีน้อยเมื่อเทียบกับสินค้าสำหรับผู้หญิง นอกจากนี้สินค้าแล้วบริการด้านความสวยงามสำหรับผู้ชายในประเทศไทยมีการเปิดกว้างมากขึ้น อาทิ บริการกำจัดขน บริการปลูกผม ร้านทำผมสำหรับผู้ชายโดยเฉพาะ ถึงแม้ว่าเนื้อหาในการใช้บริการจะไม่แตกต่างกับบริการให้กับผู้หญิง แต่ความกังวลในการเข้าใช้บริการ เช่น กลัวว่าคนรอบข้างจะมองไม่ดี ฯลฯ ร้านให้บริการสำหรับผู้ชายโดยเฉพาะจึงเป็นทางเลือกที่ดีให้กับผู้ชายที่มีความสนใจอยากทดลองใช้บริการ สอดคล้องกับสินค้าบำรุงผิวพรรณที่มีบรรณจุภัณฑ์และคุณภาพเหมาะสมกับเพศและวัยของผู้ชายยังมีไม่มากนัก ซึ่งสวนทางกับความต้องการและกำลังซื้อที่มีมากขึ้นนั้น อาจเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยที่จะเข้าสู่ตลาดในประเทศไทยได้ต่อไปในอนาคต

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโอซากา

นโยบายภาครัฐ

เศรษฐกิจการลงทุน

แนวโน้มการตลาด

รายงานสินค้าและบริการ

อื่นๆ