

**คำถาม :** ต้องการเจาะตลาดสินค้าแฟชั่นในญี่ปุ่น ควรเตรียมพร้อมด้านใดบ้าง

**คำตอบ :** ญี่ปุ่นเป็นหนึ่งในตลาดส่งออกสินค้าแฟชั่นสำคัญของไทย ด้วยมูลค่าส่งออกกว่า 600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2548 ทั้งนี้ เพื่อให้มูลค่าส่งออกสินค้าแฟชั่นของไทยซึ่งครอบคลุมถึง สิ่งทอ อัญมณีและเครื่องประดับ รองเท้า และผลิตภัณฑ์หนัง ขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องท่ามกลางการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงในตลาดญี่ปุ่น ทั้งจากคู่แข่งที่เป็นผู้ผลิตสินค้าแฟชั่นระดับโลกในตลาดระดับบน อาทิ อิตาลี และฝรั่งเศส ซึ่งมีจุดเด่นด้านการออกแบบและมีตราสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และคู่แข่งในตลาดระดับล่าง เช่น จีน และเวียดนาม ซึ่งเน้นผลิตสินค้าราคาถูก จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ผลิตและผู้ส่งออกไทยควรเตรียมพร้อมในด้านต่าง ๆ ก่อนเข้าเจาะตลาดสินค้าแฟชั่นในญี่ปุ่น โดยเฉพาะการศึกษาและทำความเข้าใจกับรสนิยมด้านแฟชั่นของชาวญี่ปุ่น ตลอดจนเรียนรู้ถึงวิถีปฏิบัติในการเข้าสู่ตลาด มีรายละเอียดที่น่าสนใจ ดังนี้

➤ **รสนิยมของผู้ซื้อสินค้าแฟชั่นในญี่ปุ่น** แบ่งตามลักษณะสินค้าและกลุ่มผู้ซื้อสินค้า ดังนี้

● **ลักษณะสินค้าแฟชั่นที่ชาวญี่ปุ่นชื่นชอบ**

- **สินค้ามีความแปลกใหม่และเน้นการออกแบบ** จากลักษณะนิสัยของชาวญี่ปุ่นที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง และมักแสดงออกผ่านการแต่งกาย ชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่จึงชื่นชอบสินค้าที่แปลกใหม่และมีการออกแบบที่โดดเด่น ผู้ส่งออกจึงควรเน้นออกแบบและผลิตสินค้าใหม่ ๆ อยู่เสมอในจำนวนจำกัดเพื่อสร้างความพิเศษให้กับสินค้า ซึ่งนับเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ได้ผลดีในตลาดแฟชั่นญี่ปุ่นที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (ประมาณทุก 3 เดือน) และมีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรงจากสินค้าแฟชั่นชั้นนำของโลก

- **สินค้ามีจุดเด่นในการนำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจ** ชาวญี่ปุ่นมีความพิถีพิถันและมักให้ความสนใจเป็นพิเศษในรายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้า อาทิ สถานที่ผลิต ผู้ออกแบบ และความหมายของสินค้า ผู้ผลิตสินค้าแฟชั่นไทยจึงควรดึงจุดเด่นของสินค้าที่ผลิตมานำเสนอเป็นเรื่องราวต่าง ๆ เช่น การใช้วัสดุธรรมชาติในท้องถิ่นซึ่งสะท้อนถึงวัฒนธรรมไทย ทั้งนี้ การดึงจุดเด่นของสินค้าออกมานำเสนอยังเอื้อประโยชน์ต่อการทำตลาด และประชาสัมพันธ์สินค้า โดยเฉพาะการนำไปประกอบการโฆษณาสินค้าในนิตยสารแฟชั่นของญี่ปุ่น

● **รสนิยมสินค้าแฟชั่นของผู้ซื้อแต่ละกลุ่ม**

- **วัยรุ่นชายและหญิง อายุ 15-24 ปี** เป็นกลุ่มที่มีรายได้จากผู้ปกครองและการทำงานพิเศษเฉลี่ยเดือนละประมาณ 350 ดอลลาร์สหรัฐ นิยมสินค้าที่มีการออกแบบโดดเด่นและมีราคาไม่แพงนัก เป็นที่สังเกตว่า วัยรุ่นชายชาวญี่ปุ่นใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าแฟชั่นเป็นสัดส่วนสูงกว่าวัยรุ่นชายในประเทศอื่น ๆ

- **สตรีวัยทำงาน อายุ 24-35 ปี** เป็นกลุ่มผู้ซื้อหลักของญี่ปุ่น มีรายได้เฉลี่ยเดือนละประมาณ 2,200 ดอลลาร์สหรัฐ ส่วนใหญ่ยังไม่แต่งงานและอาศัยอยู่กับพ่อแม่ จึงสามารถจับจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าแฟชั่น โดยเฉพาะที่มีตราสินค้าเป็นที่รู้จัก รวมถึงสินค้าแฟชั่นนำเข้าราคาแพง

- **สตรีวัยทำงาน อายุ 30-40 ปี รายได้สูง และยังไม่แต่งงาน** เป็นกลุ่มซึ่งนิยมสินค้าแฟชั่นนำเข้าที่มีตราสินค้าเป็นที่ยอมรับระดับโลกและมีราคาแพง

- **สตรีในกลุ่มอายุ 35-55 ปี สมรสแล้ว** ผู้หญิงกลุ่มนี้ส่วนใหญ่พึ่งพารายได้จากหัวหน้าครอบครัวที่ทำงานหาเลี้ยงครอบครัวเพียงคนเดียว รายได้ส่วนใหญ่จึงต้องใช้จ่ายไปกับของใช้ในครัวเรือนและค่าใช้จ่ายสำหรับบุตร จึงมีรายได้เหลือเพื่อซื้อสินค้าแฟชั่นไม่มากนัก สินค้าที่เลือกซื้อส่วนใหญ่จึงมีราคาไม่สูง

### ➤ **วิธีปฏิบัติในการเข้าสู่ตลาดสินค้าแฟชั่นในญี่ปุ่น**

- **เลือกตัวแทนจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ** ตัวแทนจำหน่ายซึ่งเป็นผู้ทำหน้าที่ทางการตลาดและวางจำหน่ายสินค้า มีส่วนอย่างมากต่อความสำเร็จในการเจาะตลาดสินค้าแฟชั่นในญี่ปุ่น ผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าแฟชั่นไทยจึงควรตรวจสอบการดำเนินงานของตัวแทนจำหน่ายของตนเป็นระยะว่าได้วางจำหน่ายสินค้าในแหล่งที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าหรือไม่ เช่น แหล่งสินค้าแฟชั่นวัยรุ่นอยู่ในย่านชินจูกุและฮาราจูกุ แหล่งสินค้าแฟชั่นสำหรับคนวัยทำงานอยู่ในย่านอาโอยามาและไดคังยามา เป็นต้น นอกจากนี้ ควรหมั่นตรวจตราให้ร้านค้าที่วางจำหน่ายสินค้าของตนแต่ละร้านตั้งอยู่ห่างกันพอสมควรเพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันกันเอง รวมถึงตรวจสอบว่าตัวแทนจำหน่ายของตนทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าอย่างเหมาะสมหรือไม่

- **การกำหนดราคาส่งออกสินค้าแฟชั่น (ราคาที่จำหน่ายให้กับตัวแทนจำหน่ายในญี่ปุ่น) ต้องคำนวณจากราคาขายปลีกในญี่ปุ่นเป็นหลัก** แล้วจึงหักค่าการตลาดที่ร้านขายปลีกและตัวแทนจำหน่ายสินค้าต้องการ เพื่อให้สามารถควบคุมราคาขายปลีกของตนให้ใกล้เคียงกับสินค้าประเภทเดียวกันในญี่ปุ่น ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการจำหน่ายสินค้าแฟชั่นในญี่ปุ่น