

診断対象商品

[例] 濃密オーガニック洗顔
フォーム

対象国 / 地域

インドネシア（ジ
ヤカルタ・スラバ
ヤ）

評価担当パネル

現地消費者3名＋バイ
ヤー2名

発行日 / ID

2026-11-02
#OT-M-0001総合
適性判定

B+

要ローカライズ／参入見込み
あり

買いたい度（消費者）

3.8 / 5.0

売れる度（バイヤー）

3.2 / 5.0

5領域の評価スコア

評価項目	スコア	評価の要約ポイント
1. コンセプト・ニーズ	★★★★☆ 4.0	「日本製×オーガニック」の信頼感は絶大。都市部の高所得層に強いニーズあり。
2. パッケージ・デザイン	★★★★☆ 3.0	質感は高評価だが、日本語のみの表記では使い方が伝わらず店頭でスルーされる。
3. 価格受容性	★★★★☆ 2.5	日本価格（2,800円）のままでは現地ブランドの2.5倍。高すぎる印象。
4. 競合差別化・強み	★★★★☆ 4.0	濃密な泡の質は韓国・欧米系の競合と比べても明確に優位。
5. 流通・参入ハードル	★★★★☆ 3.0	BPOM（化粧品登録）の費用と期間を誰が負担するかが代理店獲得の分かれ目。

診断エグゼクティブサマリー

本商品は「泡の品質と安心感」の評価が非常に高く、ターゲットを絞ればインドネシア都市部で十分に勝機があります。一方で「価格」と「パッケージの言語壁」が最大の障壁です。

現地からは「この品質なら試したいが、いきなり2,800円相当は買えない」「1,000円以下のミニサイズがあれば一気に広がる」という具体的な声が寄せられました。

詳細フィードバック（良い点・ダメな点・改善案）

○ 良い点（評価された強み）

- 手で泡立てても崩れない弾力泡。現地に類似品が少ない
- 「Made in Japan」表記とオーガニック成分への安心感
- 洗顔後につっぱらない使用感が好評

× ダメな点・ハードル

- 店頭で手に取っても英語・現地語の使い方表示がない
- 高温度の気候で「しっとり」がベタつきと誤解される恐れ
- 初回購入の価格がターゲット層の許容額を超える

改善すべきポイント

- 訴求軸を「保湿」から「毛穴・肌荒れ予防」へ変更
- 1,000円以下のトライアルサイズを用意
- 裏面に英語／インドネシア語の説明ステッカーを必須添付

JPORTAL Verified 現地メンバーの生の声

ジャカルタ在住／コスメ系マイクロインフルエンサー（20代女性）

「泡がすごい。TikTokで映えるのは間違いない。ただドラッグストアで2,800円は高級品。小さいサイズで1,000円くらいなら、みんな買うと思う。」

スラバヤ在住／輸入日用品ディストリビューター（バイヤー歴8年）

「日本のオーガニック品は需要が伸びている。しかしBPOM登録費用を弊社が全額持つには、日本語のみのパッケージではリスクが高い。英語ラベルと初回プロモ支援があれば商談を進めたい。」

次のステップ（Next Action）

評価した現地メンバーと直接話す WEB会議「アジアの本音。」へ

「どの価格帯なら代理店契約が可能か」「現地パッケージ変更の具体案」を、本レポートの評価者を交えて90分で話し合えます。

本レポート受領企業様限定：初回「アジアの本音。」参加費 無料

招待コード：OT-M-0001-FREE | お申込み：www.jlive.info/hoa-apply