

LAのカルチャーフェスで、出会うJ-Beauty。
「日本のブランドに、もっとアメリカへ来てほしい」
来場者から届いたラブコール
トレンドーズ「J-Beauty REST」出展レポート
～音楽・食と並ぶ“日本体験”として。
J-Culture を横断することで広がる、J-Beauty の新たな可能性～

トレンドーズ株式会社（所在地：東京都渋谷区、代表取締役社長：黒川涼子、東証グロース上場：証券コード 6069）は、2026 年 9 月 12 日（土）に米国ロサンゼルス州立歴史公園で開催されたカルチャーフェスティバル「A Spell In The Sky」（主催：In The Sky 実行委員会、後援：独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO ロサンゼルス）、JAPAN HOUSE）にて、J-Beauty キュレーションブース「J-Beauty REST」を出展しました。



音楽と日本食を中心に日本文化を横断して楽しめる同フェスの一角に、当社は日本の夏の「涼む・休む・整える」をテーマにした和の休憩空間を設置。日本茶やゆずの香りのおしぼりでのおもてなしとともに、日本を代表する各社の日焼け止め・スキンケア・メイク製品を紹介し、ライブやDJの合間に立ち寄った来場者がJ-Beautyに“偶然出会う”体験を生み出しました。

ブース体験者へのアンケートでは、初めてJ-Beautyに触れた来場者からは製品の使用感を評価する声が、日本で商品を買求めるほど愛用していた来場者からはこれまでの使用体験を振り返り、製品の効果の高さへの驚きの声が、それぞれ寄せられました。また、日本文化に親しみのある来場者からは、「日本の美容ブランドがアメリカに来るのをずっと待っていました。」などJ-Beautyブランドのアメリカ進出を期待する声もあり、製品体験を通じて現地での継続的な関心とさらなる市場拡大への期待がうかがえました。

本リリースでは、当日の会場の様子、体験者の声、出演アーティスト・クリエイターへのインタビューをお届けします。

調査概要

調査期間：2026 年 9 月 12 日

有効回答数：11 件

調査対象：ブース体験者

調査方法：インターネット調査（自社調査）

◆ 日本カルチャーに惹かれた人々が集う、LA の午後の公園

ダウンタウンのビル群を望むロサンゼルス州立歴史公園。芝生にレジャーシートを広げてライブに耳を傾ける人、日本食を片手に語らう人、縁日のヨーヨーすくいやスーパーボールすくいに興じる親子など、14 時の開場から 20 時 30 分の終演まで、会場には日本カルチャーを愛する人々の穏やかな熱気が満ちていました。



当日は、音楽・美容・カルチャーの各分野で LA を拠点に活動するクリエイターやインフルエンサーも多数来場。Vinyl/Record Shop の出店やポカリスエットの配布なども行われ、音楽・食・美容・遊びがひとつの「JAPAN」として溶け合う一日となりました。

◆ 音楽の合間に“涼む・休む・整える”。和の「J-Beauty REST」

「J-Beauty REST」は、日本の夏の涼の文化を現代的に再解釈した体験ゾーンです。提灯などを取り入れた空間は、日差しの強い LA の午後にひと息つける場所として、多くの来場者が足を止めました。

ブースでは、冷たい日本茶とゆずの香りのおしぼりで来場者をおもてなし。「入る→涼む→休む→J-Beauty を体験する→日本を楽しむ→音楽へ戻る」という約 5～10 分間の流れを設計し、サンプリングだけではなく「日本を体験し、撮影したくなる場所」として展開しました。

出展ブランド：キャンメイク、ビオレ、メイクキープ



◆「日本で買うもの」が「アメリカで買えるもの」に。新たなブランドとの接点と、既存ユーザーの再認識

タッチアンドトライコーナーでは、日本を代表する日焼け止めとして Biore UV Aqua Rich SPF 50 や Biore UV Aqua Rich Glow Enhancing Moisturizer SPF 50、スキンケアでは ALBION Skin Conditioner Essential N、メイクアイテムとして KOSE Make Keep Mist EX+や CANMAKE Lane Mania 02 Pink Poodle を展示。来場者はスタッフから商品の特長やブランドストーリーの説明を受けながら、手の甲や肌でテクスチャーや仕上がりを試していました。

ブースでは、初めて J-Beauty に触れる来場者との“はじめまして”だけでなく、すでに日本の化粧品を愛用している来場者の“再発見”も数多く生まれました。

- ・「日本に行ったときに必ず買っている。アメリカでも買えるなんて知らなかった」
- ・「使ってみてすごく良かった。これはどこで買えるの？」

「日本旅行のお土産」だった J-Beauty が、LA でも手に入る身近な存在だと知る驚きと、初めて使った製品の購入先を尋ねる声が、ブースのあちこちで聞かれました。体験後はサンプルを持ち帰れる仕組みとし、会場での出会いを日常の使用へつなげました。



◆「日本のブランドに、もっとアメリカへ来てほしい」来場者から届いたラブコール

ブースでは、J-Beauty との距離が異なるさまざまな来場者から声が寄せられました。

- ・はじめての J-Beauty

「J-Beauty は今まで使ったことがなかったけれど、アイシャドウがすごく良かった。軽くて、何もつけていないような感覚。日焼け止めもすごくよくなりました」

- ・日本で買い求める愛用者

「この日焼け止め、ちょうど今日使い切ったんです。最初は友人に頼んで日本から買ってきてもらいました。今年の3月に日本へ行ったときは、自分でまとめ買いしました」

「娘にいいメイクキープスプレーを聞いたら、モールのお店に連れて行ってくれて、これを勧められました。昼間のコンサートで使ったら、本当にメイクが崩れなかった」

- ・日本文化を愛する地元の来場者

「トランスに住んでいるので、周りには日本文化がたくさんあります。日本の美容ブランドがアメリカに来るのをずっと待っていました。良い製品がたくさんあるのに、どうしてこっちにないんだろうといつも思っていて。Come on, Japan, come to America!」

食や音楽と同じように、J-Beauty も“日本体験”の一つとして受け入れられていること、そしてアメリカでもっと手に取りたいという声があることが見えてきました。

◆ LA で愛される日本の音楽と食。会場を包んだ一体感

メインステージでは、Hydeout Productions による「Nujabes Tribute」をはじめ、Nulbarich のボーカル・JQ によるソロプロジェクト Jeremy Quartus、Mndsgn、Teebs、Graham Funke、DJ TSUGU が出演。日本発のサウンドが LA の空の下に響き、時代を超えて支持される Nujabes の楽曲には、会場から大きな歓声が上がりました。

フードエリアには、Onigiri by Hyuga、Tenkatori、UMACHA、Estrano などが出店。おにぎりや唐揚げ、抹茶ドリンクなどを手に、ライブを楽しむ来場者の姿が会場のあちこちで見られました。音楽を目当てに訪れた人が日本食を味わい、その合間に J-Beauty REST でひと息つく——そんな回遊が自然と生まれていました。



◆ インタビュー:「J-Culture」を横断することで見えた、J-Beauty の可能性

今回のフェスと「J-Beauty」に関して、今回のイベント出演アーティスト・クリエイターへ感想を伺いました。

● MIWA 氏（In The Sky 実行委員会、会長）



——音楽・食・美容と、「J-Culture」を横断して届けることの意味は。

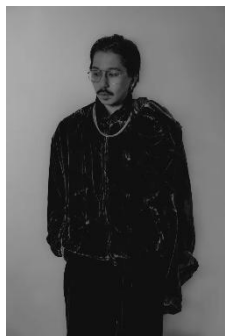
「A Spell In The Sky には、空に魔法をかけるように、音楽や食、文化を通して、美しく平和な世界を体験していただきたいという想いが込められています。

日本が持つ美しさや平和、そして人を思いやる文化を、世界中のより多くの人に届けたいという思いがあります。」

——J-Beauty がその輪に加わる可能性をどう感じましたか。

「J-Beauty がイベントに加わることで音楽や食だけではなく、日本が長年培ってきた美に対するこだわりを発信できたのではないかと感じています。また実際に体験していただくことにより日本ならではのおもてなしも届けられるのではないかと思います。」

● Jeremy Quartus (JQ) 氏 (Nulbarich ボーカル／ソロプロジェクト)



——LA のステージから見た、日本カルチャーへの反応は。

「日本のカルチャーそのものが元々は世界的にめずらしく多方面で注目されているんだと思います。それも長い時間そうなんだなと思いました。だからこそすでに日本のカルチャー自体がもう街に馴染んでいる体感がありましたね。」

——音楽と美容が同じ場にあることについて。

「音楽は創る時もライブの時も準備段階で色んな理想を追い求めて自分自身の成長に時間をかけるという点で美容もなりたいたい自分になるための自分磨きという点は近いと思います。」

● YUKINA 氏 (メイクアップアーティスト／@makeupbyyukina)



——LA で活動する立場から、J-Beauty はどう見られていますか。

「つくり手の愛情やこだわりが、細部まで込められているところです。丁寧に、妥協なく向き合う日本ならではのものづくりの姿勢こそが、J-Beauty を特別なものに行っているのだと思います。」

——今後、J-Beauty に期待することを教えてください。

「もっと多くの J-Beauty が、アメリカで手に取れるようになってほしいです。そのためには、日本の人たちとアメリカの人たちが一緒になって、J-Beauty の魅力を世界に広げていくことが大切だと思います。今回はバックグラウンドがそれぞれ違う方々とお話しができて、本当に楽しかったです。たくさんの人が日本のカルチャーに興味があるのを実感しました。」

◆ 開催概要

項目	内容
イベント名	A Spell In The Sky
開催日時	2026 年 9 月 12 日（土）14:00～20:30（現地時間）
会場	ロサンゼルス州立歴史公園（Los Angeles State Historic Park）
主催	In The Sky 実行委員会
後援	JETRO（独立行政法人日本貿易振興機構）ロサンゼルス事務所、JAPAN HOUSE
J-Beauty キュレーション企画・運営	トレンダーズ株式会社 ampule 事業部、J-Beauty Hunt
MUSIC	Nujabes Tribute presented by Hydeout Productions、Jeremy Quartus、Mndsgn、Teebs、Graham Funke、DJ TSUGU
FOOD	Tenkatori、Onigiri by Hyuga、UMACHA、Estrano
出展ブランド	キャンメイク、ビオレ、メイクキープ
協賛	大塚製薬（ポカリスエット）

■本リリースの掲載内容の内、以下のブランド名および商品名には正式名称に特殊文字が含まれます。

- ・「Biore」の「e」は「アキュート・アクセント」付きです。
- ・「KOSE」の「E」は「アキュート・アクセント」付きです。
- ・「Lame Mania 02 Pink Poodle」の一つ目の「e」は「アキュート・アクセント」付きです。

■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■

トレンダーズ株式会社 <https://www.trenders.co.jp/top/>

担当：溝口 メールアドレス：ampule.global@trenders.co.jp