

## 新型コロナウイルス禍における美容業界の海外動向 ～脱毛業界の新たな可能性を再発見～

全身脱毛サロン「KIREIMO（キレイモ）」を運営する株式会社ヴィエリス（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長 兼 CEO：佐伯 真唯子）は、新型コロナウイルス後の海外の美容業界の動向についてのレポートを発表しましたので、お知らせいたします。

■**新型コロナウイルス禍における美容業界の海外動向レポート**  
[https://vielis.co.jp/#news\\_anchor](https://vielis.co.jp/#news_anchor)



### 新型コロナウイルス禍における美容業界の現状

世界の美容業界(スキンケア、カラー化粧品、ヘアケア、フレグランス、パーソナルケアを含む)は新型コロナウイルスの影響を広範囲に受け2020年の売上高は低迷しています。

その背景には、美容業界の多くが今も店舗型の営業に依存しているためです。アメリカ内では、新型コロナウイルスの危機以前、店舗型でのショッピングによる美容製品の消費が最大85%を占めていました。オンラインに精通したアメリカの1980年から1996年の間に生まれた人々でさえ、店舗内での購入が約60%です。

現時点では、新型コロナウイルスの影響により休業、自粛に追い込まれ営業できないという事実が業界低迷の大きな要因と考えられます。現在では少しずつではありますが、店舗の営業再開にシフトしてきています。

中国内では4月中旬時点でドラッグストア、スーパーマーケット、美容専門店、デパートの90%が再営業に移行したものの、そのうちの60%の店舗では前年比30%～70%の売上げの減少を報告しています。

しかしながら美容業界は比較的早い回復が見込める兆候があります。中国内では美容業界全体の2020年2月の売上高は前年比最大80%減でしたが、3月の前年比の減少は20%と、中国内の美容業界は、このような状況下でも急速な回復を見せました。

外資系コンサルタント会社マッキンゼー&カンパニーでは疫学の傾向、経済政策の有効性などを考慮して9つのシナリオを作成しました。そのうち最も期待できるとされているシナリオに基づく、2020年の美容業界のグローバル収益は20～30%減少すると予測しています。

## Withコロナにおける美容業界の今後

新型コロナウイルスの影響を受けて世界各国ではフェーズ毎に行動の制限が発生しています。それに伴い商品やサービスの宣伝方法、消費の仕方も変化が必要です。

この緊急事態下で数字を伸ばしているのはECの分野です。人々の行動が制限されてもモノの消費が止まる事はありません。結果、外出不要で商品が購入できるECの需要が伸びました。IMRGのデータによるとイギリス国内では3月15日以降、DIYカテゴリーの売上高が前年比31.6%増加しました。アメリカではLAブランドのOlive&Juneのマニキットの需要が8倍に、マディソンリードのヘアカラーキッドの売上高が750%増加しています。ECでは現在セルフケア商品が急増している事に加え、対面時では抵抗があった派手なネイルや派手なヘアカラーなど、自分らしい美を追求するためのEC商品も伸びています。

商品の消費の仕方が変化している中で宣伝の仕方にも変化が起きています。中国ではLive Commerceが盛んであり、インフルエンサーまたは豊富な商品を持ち持つ実店舗がリアルタイムで商品を使うことによりインタラクティブなやり取りを実現し尚且つ商品のPRとしての効力も発揮します。顧客目線ではEC特有の不安、『画像を見ただけではわからない』といった疑問や不安をその場で解消できます。商品リンクなどを一緒に表示しておけば視聴者を取り残すことなくECサイトに繋がられます。例えば、中国のインフルエンサーの李佳琦(Austin)は開始5分間で1万4000本の口紅を売り上げました。他にも、同じく中国のインフルエンサーの薇婭(viya)は5億元(約75億円)超という成約額を叩きだしました。実店舗主体のライブコマースでは、一般ユーザーのみならず他の小売店からの大規模注文も期待できます。

日本では馴染みのある動画LiveプラットフォームとしてYouTube Liveやインスタライブを活用して同様のPR手法が期待できそうです。

## 新たな脱毛の可能性

新型コロナウイルスの影響下、人々の健康に対するアンテナは敏感になり、特に衛生面に非常に気を使い始めました。医学的データに基づくと、Waxで太い毛を定期的に脱毛する事により毒抜き作用、デトックス効果があるという、脱毛と健康を結び付けた新たな可能性が見つかりました。今後、無駄毛を除毛する事によってウイルスや細菌の保菌率が低下する事にも期待せずにいられません。また、脱毛の新たな可能性の1つとして「脱毛した事により常在菌をコントロールして雑菌を繁殖させずに清潔に保つ」という事実を熊本地震時に避難のため体を洗えなかった人のエピソードを交えて紹介していきます。

2016年に発生した熊本地震のあと、避難所に避難した被災者の中に脱毛サロン「キレイモ」のエステティシャンもいました。そのエステティシャンによると、数日入浴できなかった中でも、一番やっていたよかったこととして「脱毛していたこと」を挙げました。全身脱毛していたことで、菌が体毛に付着できず、匂いなどが最小限で抑えられたと、改めて衛生の意味での脱毛の良さを実感したといいます。

他にも、40~50代の女性を対象にした「老後・介護に関するアンケート調査」では、「自分が介護を受ける時になって、特にアンダーヘアがあることでのケアのしにくさや不衛生さを見越し、毛が黒いうちにアンダーヘアの毛を脱毛したい」と考える40代以上のミドル世代が53.9%もいることが判明しました。

## まとめ

withコロナ時代が始まった今、人々のマインドは健康ファーストへ変わり始めています。美容業界全体の売上げが低迷気味なのに対して唯一数字を伸ばしている衛生面、健康面に気を使ったセルフケア関連商品。人々の消費は店頭から安全に家で購入できるECへと変わり、特に信頼している個人からインスタライブなどを活用し直接購入するように消費傾向も変化しつつあります。

今後、コロナと共存していく中で、美容業界においても従来のやり方に縛られることなく、うまく順応が求められるとともに、コロナを機に新しく見出された脱毛×健康の可能性についても期待していきたいです。

(参照元

- ・ マッキンゼー & カンパニー : <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/how-covid-19-is-changing-the-world-of-beauty>
- ・ コスメティックデザイン.com : <https://www.cosmeticsdesign.com/Article/2020/04/20/Coronavirus-Impact-what-market-research-says-about-beauty>
- ・ Econsultancy : <https://econsultancy.com/how-the-beauty-industry-marketing-is-responding-to-coronavirus/>
- ・ Mail.Online : <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-8124349/Coronavirus-Australian-grooming-beauty-companies-doing-customers-safe.html>
- ・ IBIWorld : <https://www.ibisworld.com/united-states/market-research-reports/hair-loss-treatment-removal-industry/>
- ・ BBC News : <https://www.bbc.com/news/av/stories-52314700/coronavirus-diy-hair-shaving-and-beauty-treatments>
- ・ Insider : <https://www.insider.com/how-beauty-industry-will-change-post-coronavirus-2020-3>
- ・ シルバー世代 介護脱毛に関する調査票 : <https://serai.jp/living/377440>

## ■会社概要

- 社名 : 株式会社ヴィエリス (<https://vielis.co.jp/>)
- 代表者 : 代表取締役 兼 CEO 佐伯 真唯子
- 所在地 : 〒151-0051東京都渋谷区千駄ヶ谷2-1-8 Barbizon8 8F
- 資本金 : 3,000万円
- 従業員数 : 1,500名(2020年2月末現在)
- 事業内容 : 全身脱毛エステサロン「キレイモ」の運営、オリジナル化粧品の製造及び販売  
男性専用脱毛サロン「メンズキレイモ」の運営  
サイエンスダイエット・エステ「スレング銀座」の運営  
パーソナライズ・ボディメイク・ジム「プラスミー」の運営
- サービスURL : <https://kireimo.jp/>