

2025年の化粧品業界動向をAIが予測 5つの潮流を提示も精度にバラつき

2025年の日本の化粧品業界の動向について今流行りのチャットGPTに尋ねたところ、「①クリーンビューティー」（環境配慮・オーガニック・ヴィーガンコスメが増加）、「②AI・デジタル技術の活用」（AI肌診断・パーソナルメイク・EC強化）、「③インバウンド&海外展開」（訪日外国人の増加、アジア市場への進出拡大）、「④メンズ&ジェンダーニュートラル化」（男性向けスキンケア・メイクの普及）、「⑤インナーケア×美容」（健康食品・サプリとの融合が進む）という5つの軸で進んでいくとの回答が得られた。

クリーンビューティーに熱心なブランドを尋ねたところ、日本では「THREE」（オーガニック×洗練デザイン）、「SHIRO」（北海道産ナチュラルコスメ）、「RMK」（環境負荷低減メイク）が挙がり、外資では「Aesop（イソップ）」（天然由来成分×ミニマルなデザイン、動物実験なし）、「Drunk Elephant（ドラックエレファント）」（シリコン・香料不使用、サステナブルな容器）が挙がった。最近、阪急うめだ本店の化粧品フロアに平日夕方に向かったが、「SHIRO」「Aesop」とも店内は客でごった返していた。

AI・デジタル技術の活用に積極的な日本の化粧品メーカーでは、「資生堂」「花王」「コーセー」「ポーラ」「ファンケル」の取り組みが紹介され、「AI×パーソナライズ」が大きなトレンドになり、今後、より高度な診断・提案が期待されるという予測が示された。

2025年、「海外展開」に積極的な化粧品メーカーを尋ねたところ、古い情報の羅列であまり参考にはならなかった。あくまで筆者の

独断だが、コーセーのグローバルサウス攻略の「スピード感」、最善手を指す「目利き力」は競合の一步先を行っており、5年後、10年後の業績拡大は大いに期待できそうだ。

「メンズ&ジェンダーニュートラル化」について尋ねたところ、「資生堂」「花王」「コーセー」「ポーラ」「ファンケル」の取り組みが紹介され、2025年は「メンズコスメ×デジタルマーケティング」が加速し、SNS・EC・ライブコマースを活用した販売戦略も進化していくと予測していた。この分野は、やはりブランドの売上・認知度に勝る大手化粧品メーカーがやや有利な戦いを繰り広げていくことが予想される。

インナーケア×美容については、富士経済が美容サプリメントの2025年市場規模を前年比5.1%増の614億円としているとおおり、チャットGPTも「パーソナライズ化・機能性成分・プロバイオティクスを活用した『美と健康を両立するインナーケア』がさらに発展していく」との見解を示している。主要企業として、「資生堂」「ファンケル」「ポーラ・オルビス」「コーセー」が挙がっており、2025年は「スキンケア×インナーケア」を融合させた製品の強化が見込まれるという。

ここで1つ思うことがあった。ここまでの記述において、1つも名前が挙がってこなかったメーカー、ブランドはネット上において取り組みが認識されていないという意味で課題感を持つべきだ。どのような打ち出しをすれば、その分野で熱心に取り組んでいるとAIが評価してくれるのか、そのような視点での問い直しが必要なかもしれない。📌