

「中国の男性用化粧品市場」

洲澤 輝

化粧品は主に女性が使うもの、という認識をお持ちの方が多いと思います。しかし、ここ中国では、近年、化粧品に注目する男性が増加しており、それに伴い男性用化粧品市場が急拡大しています。なぜ中国で男性用化粧品市場が注目されているのか、今月号のハッピーメールではこの話題について探りたいと思います。

<男性用化粧品の市場規模>

中国大手 EC サイト「淘宝（タオバオ）」の発表によると、今年5月の労働節では、男性用化粧品の売り上げが大幅に増加しました。県エリアの消費者が最もよく購入した商品の中では、男性用化粧品の売り上げが前年同期比1,692.6%も増加しました。これまでは、化粧品の消費者は主に女性でしたが、現在では男性も、自らの容姿を磨くために化粧品を購入、使用している人が増え、特に「90 後（1990 年代生まれ）」から「00 後（2000 年代生まれ）」の若い世代を中心に増加しています。2020 年の男性化粧品の市場規模は、約 167 億元（約 2,800 億円＝1 元 17 円）までに拡大し、2023 年には 200 億元（約 3,400 億円）を突破する見通しだと言われています。

今年の5月に上海市で開催された中国最大級の美容関連専門見本市の「中国美容博覧会」では、女性用化粧品はもちろん、男性用化粧品を展示している企業も多く見られました。

<タオバオで販売されている男性用化粧品>

中国大手 EC サイト「淘宝（タオバオ）」で男性用化粧品を検索したところ、フランスの大手化粧品メーカー「ロレアル」が男性用旗艦店を開設していました。

人気商品を見てみると、男性用 BB クリーム（保湿とベースメイク、ファンデーション機能を兼ねたフェイスクリーム）が今月だけで3万個以上も売れていることが分かりました。この BB クリームは、容量 50ml で、89 元（約 1,500 円）で販売されています。そのほか、男性用顔パックや、目元のしわやたるみ、くすみを防ぐアイクリームも販売されていました。

<男性用化粧品が流行る理由>

なぜ、これほど中国で男性用化粧品が注目されているのかというと、近年、中国では男性の外見への要求が高まっていることが、関係して

います。特に、1990 年代以降に生まれた女性の、男性に求める条件に変化が現れています。かつては「恋愛や結婚する相手に求める条件」として、「高収入」といった「経済面」を重視しましたが、今では「収入」より「容姿」を重視する女性が増加しており、「顔値経済（顔面偏差値経済）」という言葉が流行っています。

また、男性が自らメイクをして動画アプリの「TikTok」に投稿する「メイク男子」も増えています。



【男性用 BB クリーム】



【男性用顔パック】

(いずれもタオバオのサイトから)

<90 後、00 後をターゲット>

中国の 90 後（1990 年代生まれ）、「00 後（2000 年代生まれ）」の若い世代は消費意欲が旺盛です。

この世代は、一人っ子政策の影響もあり、特に 90 後は、既に化粧品のメイン消費層と言われています。

このため、この世代の動向に注目し、WeChat や Weibo などの SNS を通じて、「好みや考え」を理解してビジネスを行うことが大切であると考えます。

県内企業の皆様も、消費意欲が旺盛な 90 後、00 後をターゲットにした事業展開を検討されてみてはいかがでしょうか。