



## 今日のキーワード AI活用などにより、『美容家電』への参入が相次ぐ

生活家電は一部の白物家電などを除くと、市場が成熟化して価格競争も激化する一方であるのに対して、AI（人工知能）などの活用により今後の成長分野と期待されているのが『美容家電』です。また新型コロナ禍の「巣ごもり」も追い風となり、美顔器など『美容家電』の販売が好調に推移しています。こうした中、付加価値の高い新商品の投入などにより『美容家電』へ、新規参入する企業が相次いでいます。

### ポイント1 家電の次の有望商品として『美容家電』への注目が高まる

- 家電は価格競争が激化しているため、一部の白物家電などを除くと、国内企業は自社生産から撤退するなど縮小傾向が続いています。こうした中、次の有望商品として『美容家電』に対する注目が高まっています。新型コロナ禍も、エステに行かず自宅でケアする人が増え、『美容家電』販売の追い風となっています。
- 『美容家電』は売り切りではなく、販売後もユーザーの使用状況や周囲の状況などのデータを吸い上げてAIで解析し、個々のユーザーが欲する機能などのサービス提供も期待されています。『美容家電』への新規参入が相次いでおり、『美容家電』を巡る企業の取り組みが熱を帯びてきました。

### ポイント2 資生堂など『美容家電』に参入相次ぐ

- 資生堂は1月15日に美顔器大手のヤーマンによる合併会社「エフェクティム」から、美顔器と美容液の新ブランド「エフェクティム」を2021年春から日本、中国で発売すると発表、国内では3月に販売が始まりました。独自の3D肌解析機により個人の肌状態を精緻に解析し、パーソナライズされた効果を届けます。フェイス用のデバイス（75,000円）と美容液（13,000円）など4点を発売しています（想定価格は税抜き）。
- 花王は19年12月に発売した同社初となる『美容家電』を昨年9月4日からレンタルを始めました。高性能噴射機器により作られる極薄膜と美容液を組み合わせ、極細繊維を直接肌に噴出し、肌上に極薄膜をつくる独自の技術を応用した小型機器です。寝ている間も肌を乾燥から守り保湿効果が高まります。噴射機器はパナソニックと共同で開発しました。コーセーもカシオ計算機と共同でネイルプリンターの開発を進めています。



### 今後の展開 付加価値の高い商品の投入による『美容家電』の拡大を期待

- 昨年11月の中国アリババの「独身の日」の輸入ブランド取扱高ランキング1位がヤーマンとなったほか国内の美容関連企業が上位となり、『美容家電』の認知度も高まってきました。また各社が取り組む『美容家電』は独自性の高い技術や、継続使用される化粧品で稼ぐビジネスモデルとなっている点なども注目されます。新規参入により競争が激化していますが、価格競争と一線を画し、付加価値の高い商品を継続して投入し、市場を拡大していけるか注目されます。

※個別銘柄に言及していますが、当該銘柄を推奨するものではありません。

ここもチェック! 2021年3月25日 世界初となるレベル3の『自動運転』車発売、開発競争は激化  
2021年2月24日 国内企業は『EV関連』部品や部材の増産投資を加速

■当資料は、情報提供を目的として、三井住友DSアセットマネジメントが作成したものです。特定の投資信託、生命保険、株式、債券等の売買を推奨・勧誘するものではありません。■当資料に基づいて取られた投資行動の結果については、当社は責任を負いません。■当資料の内容は作成基準日現在のものであり、将来予告なく変更されることがあります。■当資料に市場環境等についてのデータ・分析等が含まれる場合、それらは過去の実績及び将来の予想であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。■当資料は当社が信頼性が高いと判断した情報等に基づき作成しておりますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。■当資料にインデックス・統計資料等が記載される場合、それらの知的所有権その他の一切の権利は、その発行者および許諾者に帰属します。■当資料に掲載されている写真がある場合、写真はイメージであり、本文とは関係ない場合があります。