

【レポート】ミンテルが 2025 年の世界の美容・化粧品トレンドを予測 – 各企業が抑えておくべき消費者がこれから美容・化粧品に求めるものとは？

– 技術革新による各個人向け美容製品の提供、サステナビリティへの期待、快適さ・感情に訴えかける美容など –

予測される将来の美容・化粧品の消費者像をミンテルアナリストが具体的に提示

ロンドン本社を含め 13 か国にオフィスを構える市場調査会社「Mintel Group」の日本法人であり、美容やライフスタイル、食品・飲料分野におけるグローバル調査に強みを持つ、株式会社ミンテルジャパン(東京都千代田区)は、2024 年 11 月 5 日(火)に「2025 年:世界のビューティー&パーソナルケアトレンド」の日本語版、無料ダウンロードレポートを発売しました。

レポートのダウンロードはこちら:

<https://www.mintel.com/jp/press-centre/2025-global-bpc-trends-press-release/>



本レポートでは、ミンテルのトレンドアナリストが 2025 年以降、私たちが目の当たりにする「美容・化粧品の消費者の未来の姿」をご紹介します。

3 つの注目すべき 2025 年の美容・化粧品トレンド

1. (私の)知は力なり

消費者は(闇雲に取り組むのではなく)よりスマートに物事を捉え、知識、ツール、テクノロジーを駆使することで、より優れた効果をもたらすパーソナライズ化されたソリューションを実現するようになる。

2. 潮流を変える

気候変動の影響がますます顕在化する中、消費者は倫理的な取り組みと高性能な美容ソリューションとのシームレスなつながりを求め、ブランドに環境・倫理的な配慮をますます期待するようになる。

3. じっくり考え、素早く動く

「治療よりも予防」の精神とシンプルさを重視する消費者は、人生の早い段階で「自分の習慣」を確立し、パーソナライズ化されたスキンケアルーティンを探る中で、ノスタルジーや五感を刺激する体験を取り入れるようになる。

1. (私の)知は力なり

2025年、美容の世界は「頑張る」から「賢く効率的に」に変わります。セルフタンニング剤をブロンザーとして活用したり、ワセリンを使った「スラッキング」で効率的に保湿したりするなど、少ない労力で最大の効果を引き出す工夫が目立つでしょう。リアルタイムの分析や結果を提供するデバイスが増え、瞬時に最適な選択をする力が消費者に与えられる時代になります。2010年から2025年に生まれた「α(アルファ)世代」が成人を迎え、AIやバーチャル体験に慣れ親しんでいる彼らの存在が美容業界に変革をもたらすでしょう。AR(拡張現実)メガネは日々の習慣に欠かせないツールとなり、メイクのリアルタイムアドバイスを提供します。一方、若年層の美容への関心に懸念を抱く親や教育機関に対応し、健康志向を打ち出した製品を訴求する動きも出てきます。加えて、美容医療(外科的、非外科的な施術)が一般化する中、施術前後のケアをサポートする製品が増え、高齢化が進む社会で最適な結果を目指す消費者をサポートします。

「消費者は伝統的な美容法に手を加え、バイオテクノロジーの革新を取り入れ、AIでパーソナライズ化された効果重視のケアを行うことで、自分らしさや長期的な肌の健康に重点を置くようになるでしょう。」

2. 潮流を変える

消費者は性能だけでなく、環境にも配慮した製品を求めています。美容業界は自然のサイクルと調和した持続可能性への新しい取り組みに向かっています。将来的に美容製品は、環境や生理的変化にリアルタイムで適応するようになるでしょう。たとえば、気候条件に応じて変化するスキンケアや、体温に応じて匂いを中和する分子を放出するデオドラントなど、技術と自然が融合した個々人に対応した体験を提供します。

3. じっくり考え、素早く動く

2025年には、「快適さと感情的な安らぎ」を重視する美容のトレンドが強まります。食品で言うところの『コンフォートフード』のように、成分やテクスチャー、製品はシンプルな時代を思い起こさせるもので、感覚的に心を癒し、栄養を与えることに焦点を当てます。各ブランドや企業は、スローライフの流行に合わせて、より持続可能で意識的な消費行動に対応する必要があります。これは、効果がありつつも、節約志向の消費者に向けて「少量でも満足できる」デザインを施すことを意味します。

各ブランドや企業は神経科学と美容の交差点を探求し、山間の静けさや自然の癒しを香りやテクスチャーで感じさせるような製品を提供するようになるでしょう。また、消費者からの信頼性を高めるために、科学的なテストと革新的な成分の効果を強調します。Acorn Labs(アメリカ)のようなブランドが細胞を冷凍保存して内面から美を再生するような、長期的なウェルネス戦略を提供する可能性もあります。

ミンテル 2025 年「世界のビューティー & パーソナルケアトレンド」レポートの無料ダウンロードはこちらから：https://japan.mintel.com/2025_global_bpc_trends_prtimes

■市場調査会社ミンテルの強み

ミンテルに在籍する各分野の専門家であるアナリストは、GNPD に蓄積されたデータや独自の消費者調査、外部データなどを組み合わせて、消費財業界のグローバルトレンドと市場変化の予測を行い、レポートを執筆しています。ミンテルは常に「消費者」に焦点を当て各サービスを展開しており、「消費者が何をなぜ求めているかを探るエキスパート(Experts in what consumers want and why.)」をコーポレートスローガンとしています。

■株式会社 Mintel Japan(ミンテルジャパン)

ミンテルジャパンは、ロンドンに本社を置く大手市場調査会社「Intel Group」の日本法人です。専門分野のアナリストと新商品の調査員を世界各国に配置し、独自の消費者調査や新商品情報の収集を行っております。その独自のデータを基にした消費財業界のグローバルトレンドと市場変化の予測に強みがあります。日本では主に「美容・化粧品」「食品・飲料」「ライフスタイル」の3分野に注力し、サービスを展開しています。

■会社概要

企業名 : 株式会社ミンテルジャパン
本社所在地 : 東京都千代田区丸の内二丁目4番1号 丸の内ビルディング18階
代表 : リチャード・カー
設立日 : 2008年03月
事業概要 : トレンドレポートの販売、市場調査、市場分析等
WEBサイト : <https://japan.mintel.com/>