

輕医美

2023

業界分析レポート

The brief market analysis report on light medical beauty

MARKET
ANALYSIS

MICR



01. 軽医美は新たな概念から急速な発展へ

- 軽医美（Light Medical Beauty）がここ数年登場した新たな概念であるが、軽医美に含まれる注射類や光電類の美容医療は第二次世界大戦まで遡ることができる。
- 2003年、FDA（Food and Drug Administration）はシワ取り目的のヒアルロン酸を認可した。この硫黄を含まない酸性ムコ多糖類は、体内の結合組織、上皮組織、神経組織に素早く水分を与え、若返らせることができ、徐々に人気を呼んでいる。
- 2015年以降、「軽医美」が手の届くところに広がり、生活者の美しくなるチャネルが広がった。2020年以降、軽医美は急速に成長しており、一線都市では、軽医美に関する店がショッピングモールやCBDに入店することは徐々に主流になった。

中国軽医美産業の発展史

1940s-2000s
研究開発時期

1992年、アラガンはボツリヌス毒素を含む医療用医薬品「ボトックス」を発売した。

2002年、FDAは眉間しわの治療にボトックスを承認した。

2003年に、FDAはしわ取りのためのヒアルロン酸を承認した。

2000s-2010s
商業化の加速時期

2010年には商業化された軽医美項目が拡大していた。手術が必要な従来の医療美容に比べ、軽医美はリスクが少なく、比較的手頃な価格で、消費者の需要が高まっている。

2015-2020
好循環時期

「外見経済」が活況を呈し、軽医美の急速な発展により、一般人がプロの「ネット有名人」になる敷居が低くなってきた。そして「ネット有名人たち」は、電子商取引のトレンドを利用して、短期間で再生回数を収益に転換し、その一部を軽医美の再購入に投入している。そのため、「外見経済」や「ネットの人気者経済」、ライブとEC、軽医美という4大要素が相互に強化・発展するエコシステムが形成されている。

2020s
飛躍と革新の時期

一方では、消費者市場と企業は、軽医美が依然として医療カテゴリーに属し、準拠した場所で厳格な規制を遵守して運営するために資格を有する医師を必要とすることを念頭に置く必要がある。一方では、軽医美の消費傾向が強調され続け、軽医美に関する多い団体が「働く」女性をターゲットにし、都心のビジネス街やショッピングモールへ出店した。それは消費者の行動を刺激し続け、業界の発展に革新的なアイデアを提供している。

02. 軽医美は徐々に美容消費の新たな注目スポットになりつつある

- 軽医美とは整形手と生活美容の間に介在する専門医療美容項目で、微小侵襲あるいは非侵襲的な手段を通じて医学治療を行い、主に注射類と光電類の項目が含まれる。注射薬とは、ヒアルロン酸、ボツリヌス毒素、コラーゲンなどを注入し、顔のシワをなくしたり、形を整えたりすることを目的としたものである。
- 市販されている注入医療製品の中心成分は、主にヒアルロン酸（ヒアルロン酸）、ボツリヌス毒素、コラーゲン、再生成分である。美容とアンチエイジング治療の効果を達成するために皮膚に作用する器械の光電原理を使用する光電医療美容は、光電の原理に従って、光子、レーザー、高周波、超音波（皮膚レベルにより役割が増加）に分けることができ、さまざまな皮膚の問題に対して差別化された治療効果を生み出すことができる。

医美の定義と分類

重医美(手術類)

重医美とは、手術によって胸、鼻、目、まぶたなど身体の部位の見た目を直接変えたり改善したりすることである。

軽医美(非手術類)

軽医美とは、主に注射、超音波、レーザーなどの非侵襲的または低侵襲的な医療療法のことである。

軽医美の分類

注射類

ヒアルロン酸、ボツリヌス毒素、さいせいニードル、コラーゲンなど。

光電類

フラクショナル・レーザー、レーザー脱毛／シミ取り、フォト・リジュビネーション、超音波スケーラー、サーマージュなど。

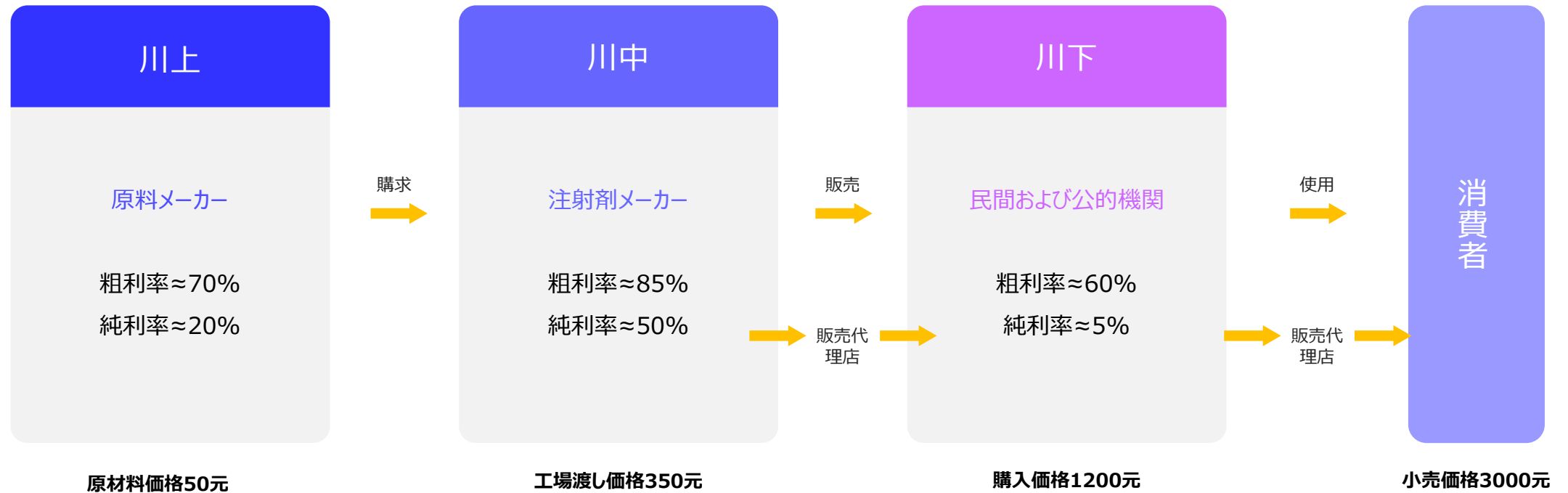
その他

ケミカルピーリング、ハイドラフェイシャルなど。

03. 軽医美の産業チェーン

- 軽医美産業チェーンの川上がメーカーで、主に半島医療、百達千里、賽諾龍などの機器メーカー、中科マイクロニードル、Kinglaser、Bonti、華熙生物などの医薬品メーカーを含む。
- 川中には、上海第九病院、北京八科、四川華西などの公的機関や、広州曙光、伊美尔などの民間機関を含む医療サービス機関が含まれる。
- 川下は膨大な数の最終消費者を指す。川下の顧客獲得プラットフォームやチャネルには主に、小紅書や美团などの情報検索プラットフォーム、新氧や悦美などのオンラインEコマースプラットフォーム、美团医美や阿里健康などの医療・美容総合プラットフォームが含まれる。

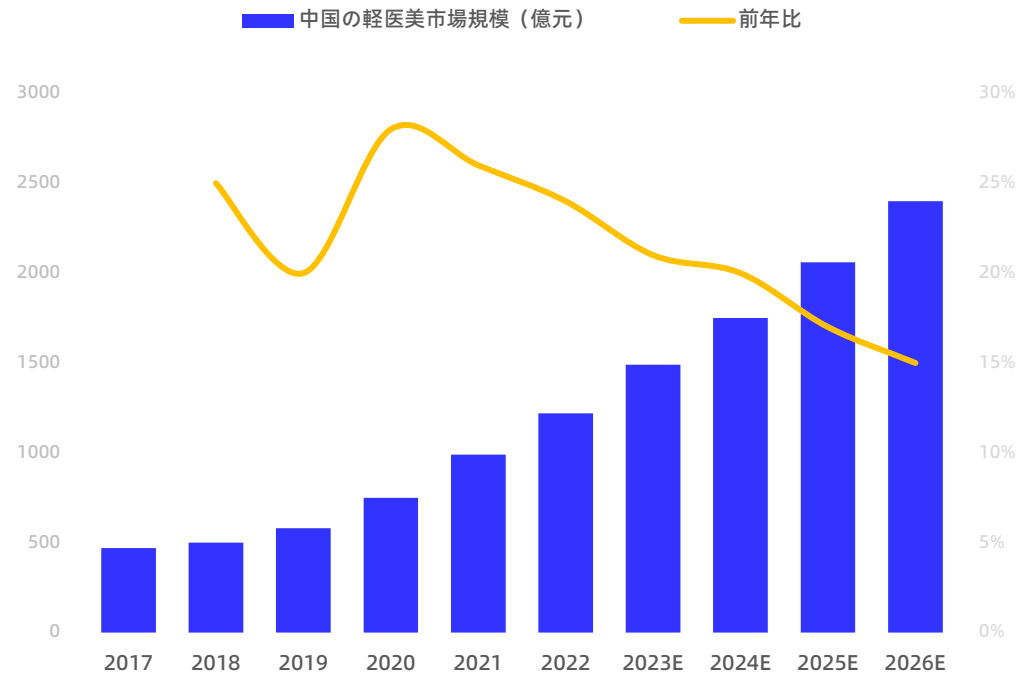
中国の軽医美産業チェーン



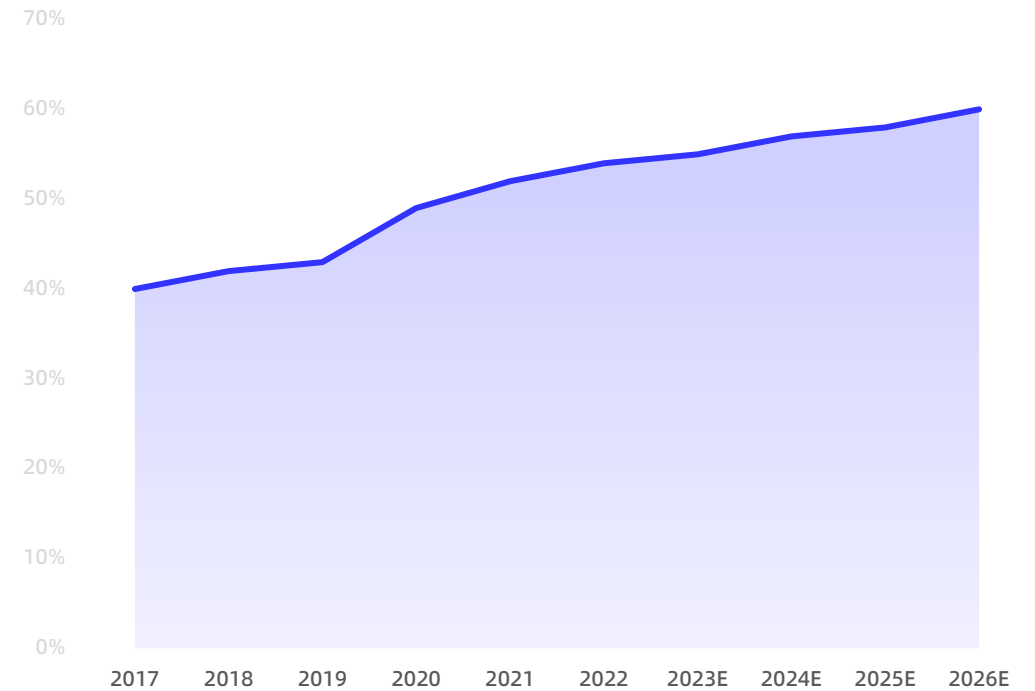
04. 軽医美市場が医美市場の半分を占め

- 回復期間が短く、手術が合理化され、安全性が高く、コストが比較的低いという利点のおかげで、軽医美に対する中国人の受け入れ数は増加し続けており、中国における軽医美の普及率も徐々に上昇している。
- 中国の軽医美市場規模が2026年に2,375億元に成長し、2021-2026年のCAGRは19.4%になると予想される。
- 2021年、医療美容市場全体に占める中国の軽医美の割合は51.6%に達し、重医療美容市場を超して中国の医療美容市場の主力に躍進し、今後もその割合は増加し続け、2026年には59.4%に上昇すると予想される。

中国の軽医美市場規模は急成長を維持



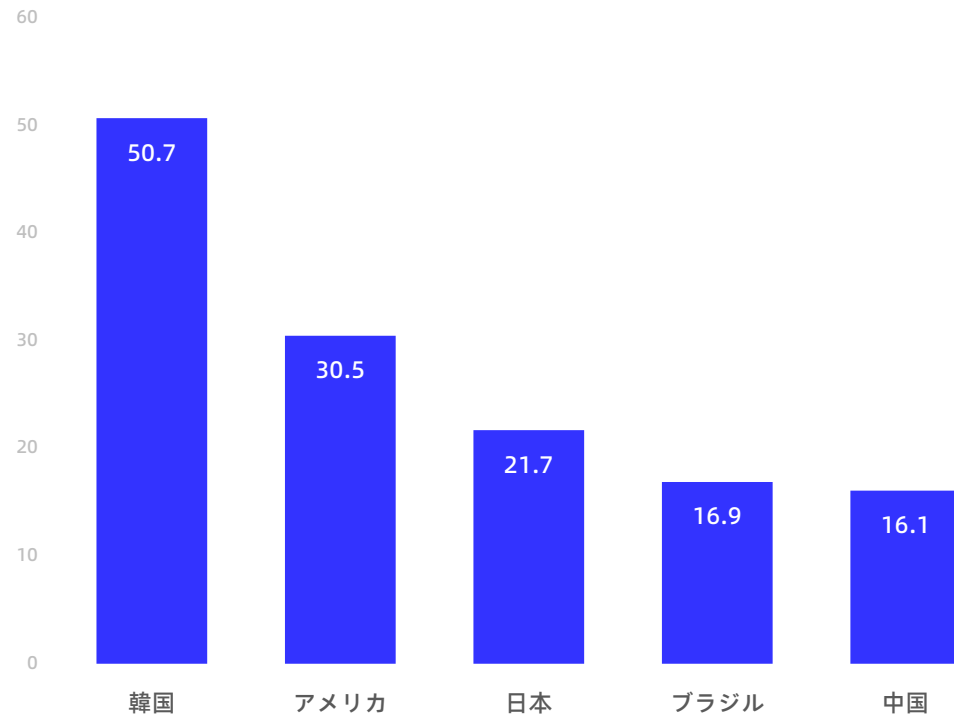
2019-2021年 ヒアルロン酸注入の中国競争状況（売上高別）



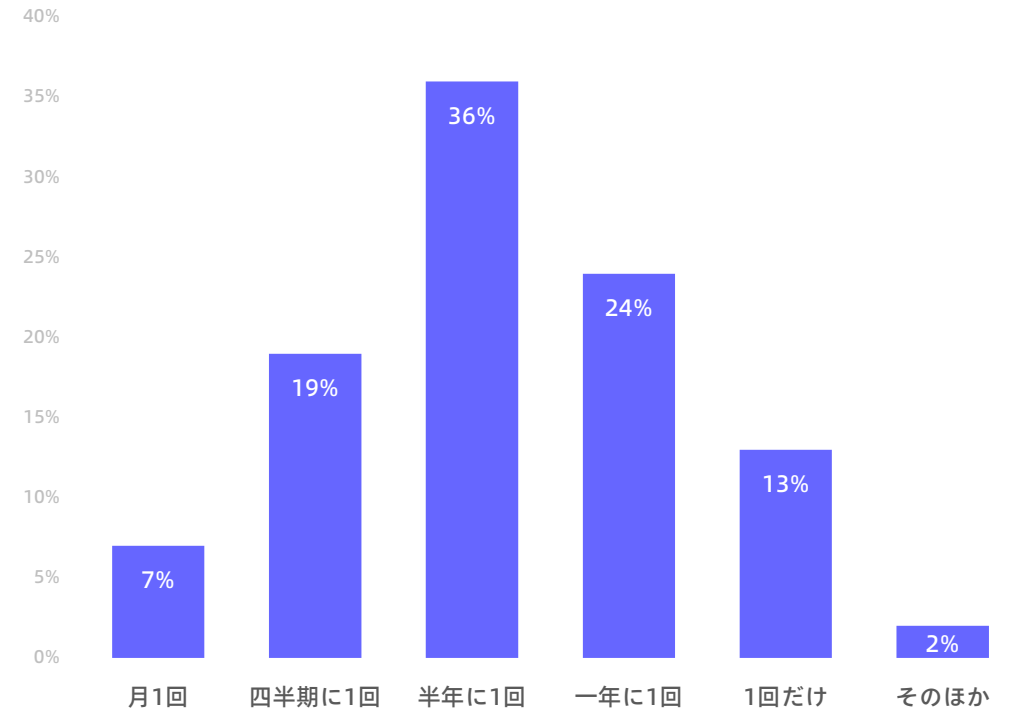
05. 中国の軽医美普及率はまだ改善の余地が大きい

- Frost & Sullivanによると、中国における人口1,000人当たりの非外科的医療美容施術件数は、2016年の6.4件から2021年には16.1件へと急速に増加しており、年平均成長率が26.0%に達した。
- しかし、中国における軽医美の普及率は、韓国や米国などの成熟市場と比較するとまだ低い水準にある。今後、都市化の進展と消費の高度化に伴い、中国における光医療美容の普及率はさらに上昇すると予想される。

2021年主要国の人口1,000人当たりのエネルギー機器・注入サービス件数（回）



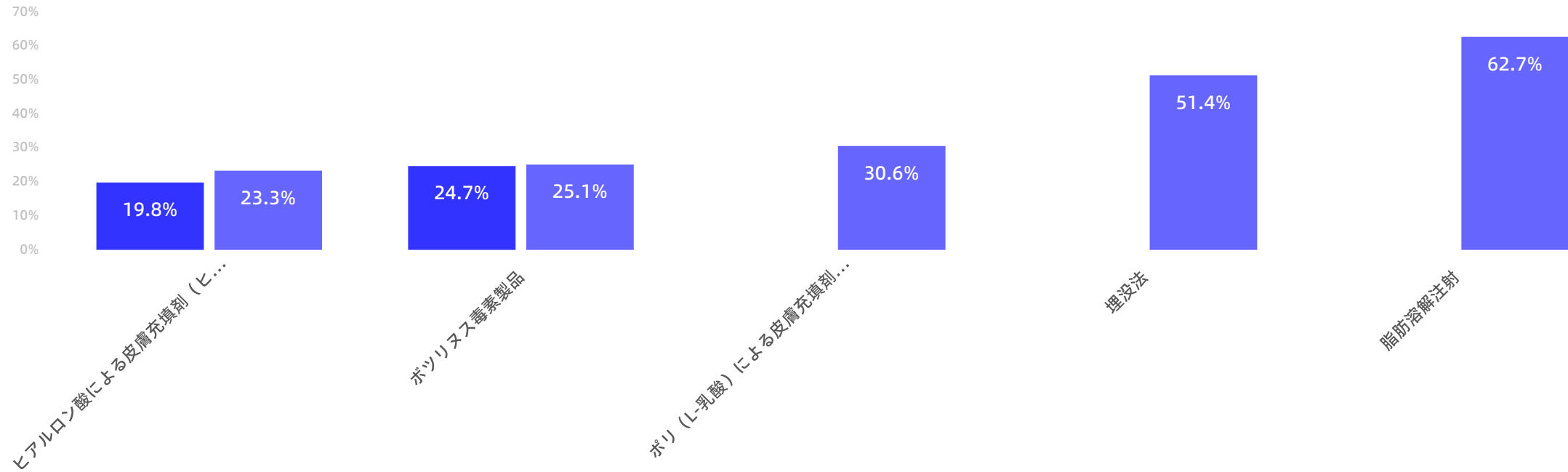
2021年、中国における軽医美ユーザーの消費頻度



06. 主流の軽医美製品の供給は引き続き充実

- 世界市場と米国市場における軽医美のトップ5は、順にボツリヌストキシン、ヒアルロン酸、脱毛、脂肪溶解、光若返りで、これらを合わせると全体の90%以上を占め、ボツリヌストキシンとヒアルロン酸の合計シェアは70%以上であり、中国市場は現在ヒアルロン酸とボツリヌストキシンが独占している。
- Frost&Sullivanの予測によれば、ヒアルロン酸やボツリヌス毒素の市場規模は今後も拡大し、新製品も浸透し続け、埋没糸や脂肪溶解注射のGAGRは将来50%を超える可能性があるとのこと。主流の軽医美製品には、将来的には大きな成長の余地があるだろう。

中国における主要軽医美製品の年平均成長率の比較（売上高ベース、予測を含む）



07. 充填、抑制、スキンケア、脂肪溶解という注射類の4つの効果

- 医療美容製品のコア成分の研究開発は、企業が競争力を築く上で非常に重要であり、市場で人気のある顔面注射製品のコア成分には、主にヒアルロン酸、ボツリヌス毒素、コラーゲン、再生成分が含まれている。
- ヒアルロン酸は、その迅速で長持ちするリフトアップ効果、より安全で簡単な注入方法によって、徐々にコラーゲンに取って代わりつつあり、将来的には遺伝子組み換えコラーゲンがハイエンドの充填市場を占めるかもしれない。動物由来のコラーゲンに比べ、遺伝子組み換え皮膚充填剤は免疫原性や感作性の問題が回避されており、今後の関連製品のデビューが期待される。

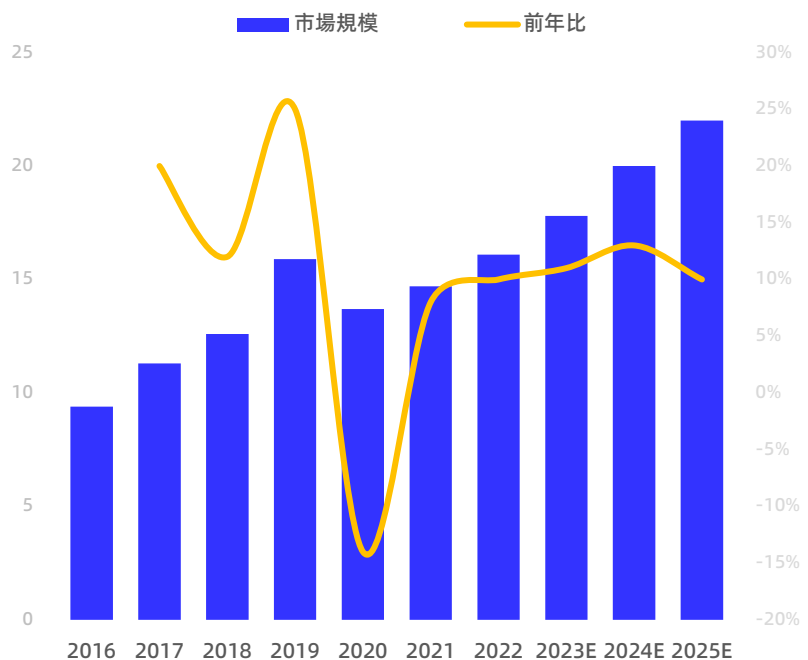
注射剤の主な項目

項目の名	項目の名	コア成分	原理	注射する皮層	市場を代表する商品
充填	ヒアルロン酸注入	ヒアルロン酸	真皮のひだやくぼみ、またはふくらさせたいところにヒアルロン酸を注入する	真皮深層、真皮表層、表皮	Juvéderm®Ultra Plus、YVOIRE、レスチレン、Hearty、レスチレンバイタル、emerly
	コラーゲン注射	コラーゲン	真皮にコラーゲンを注入し、保湿、リフトアップ、しわ取り、美白などを実現する	真皮	Evolence、Zyderm、Zyplas、FILLDERM、Sunmax Collagen Implant I-Plus、Sunmax Collagen Implant Iなど
抑制	ボツリヌス毒素	ボツリヌス毒素	高分子タンパク質の神経毒で、神経と筋肉の間の神経インパルスを遮断したり、筋肉を一時的に麻痺させることで、シワや顔痩せの効果を得る	筋肉組織	Botox、Hengli、ANLYSNUG、LETYBO
スキンケア	水光注射	ヒアルロン酸	低分子の非架橋（弱架橋）ヒアルロン酸を真皮浅層に注入し、皮膚の脱水を改善する	真皮	BIOHYALUXのしわ取り針、レスチレンバイタル、Singfillerの水光注射など
	スカルプトラ	PLLA+ヒアルロン酸	ポリ乳酸（PLLA）ベースの溶液を、真空負圧技術を使用して皮膚の真皮に注入することにより、コラーゲンの再生を促進する	真皮深層、筋膜層、骨膜層	Löviselle、CureWhite
	エランセ	PCL+CMC	ポリ-ε-カプロラクトン(PCL)とカルボキシメチルセルロース(CMC)できており、まずCMCが充填され、次にPCLがコラーゲンの再生を促す。	真皮	ELLANSé
	埋没法	PCL或PDO	PCL、PDOなどの吸収性材料を表在性筋膜系（SMAS層）とその表在組織に埋め込み、ワイヤーの突出部が皮下組織をつかむことで、凹んだ組織を埋め、たるんだ皮膚を持ち上げ、表面の輪郭を整え、コラーゲンの再生を促すという目的を達成する	脂肪層、筋膜層	TIGHTLY、MINT、Filinge
	美白注射	複数の抗酸化成分	細胞の酸化を抑制し、メラニンの生成を防ぐグルタチオン、トラネキサム酸、ビタミンCを含む	静脈内注射	承認製品なし
脂肪溶解	カベリン	代謝促進剤	脂肪溶解剤を皮下に注射することで脂肪組織を化学的に切除または破壊し、脂肪の減少と体の形成を実現する	脂肪組織	承認製品なし

08. 光電類が消費の60%以上を占める

- 光電類は異なる光電原理に従って、光子、レーザー、高周波、超音波（皮膚レベルにより役割が増加）に分け、さまざまな皮膚の問題に対して差別化された治療効果を生み出すことができる。例えば美白や肌の若返り、シミ除去、引き締め、アンチエイジングなどの効果がある。
- 中国市場では、レーザープロジェクトが光電医療美容プロジェクトの60%を占め、パルスプロジェクトが20%を占め、この2つで市場の80%を占めている。中国の光電医療美容機器は主にサーマクール、ピコセカンド、超音波などの輸入に依存している。中国ブランドは海外ブランドに追いつき、輸入品中心の状況を変えようと懸命に進んでいる。
- 利点については、他の医療美容法と比較して、光電医療美容プロジェクトには短い治療時間（通常30分から60分）、短い回復時間、高い非侵襲的安全性、および迅速な結果という利点があり、スキンケアの分野で多くの消費者に広く受け入れられている。

中国レーザー医療美容機器の市場シェア（億元）



光学機器と項目の紹介

カテゴリー	項目の名	原理	製品の効用	皮膚層	主な生産者（製品）
インテンス・パルス・ライト	フォトフェイシャル	強力なフルスペクトルパルス光で顔全体の色素クラスターを破壊する	顔の色素沈着、にきび跡、顔のたるみなどを消す	表皮、真皮層	ルーメニス(M22)、アルマ(アルマ2号)
レーザー	フラクショナルレーザー	特殊なプローブを使用し、均一な高パルスの光を皮膚に照射する。	ニキビ跡、傷跡、その他の肌荒れ症状を改善する	表皮、真皮層	アキュバルス(ルーメニス)、Fotona3Derbiumレーザー(Europestar)
	ピコ秒レーザー	精密なピコ秒レーザーで皮膚のメラニンを破壊する	あらゆる種類の色素沈着、あざ、タトゥー、にきび跡などを取り除く	表皮、真皮層	シネロン(Picoway)、Cynosure(PicoSure)
高周波	サーマクールサーモリフト	RF波が皮膚に浸透し、温熱効果でコラーゲンの再生を促す	シワを取り、シワを改善し、肌を引き締める	表皮、真皮層、皮下組織	Solta (サーマクール)、アルマ(サーモリフト)
超音波	超音波リフティング HIFU	超音波フォーカシングの作用により、真皮とSMAS筋膜層が高温スポット加熱によって収縮するように刺激され、リフティング効果を生み出し、コラーゲンを生成するように皮膚を刺激する	肌に見ええるリフティング効果と引き締め効果をもたらす	皮下組織、筋膜層、筋肉層	Ulthera超音波リフティング NMPAが未承認(Ulthera)

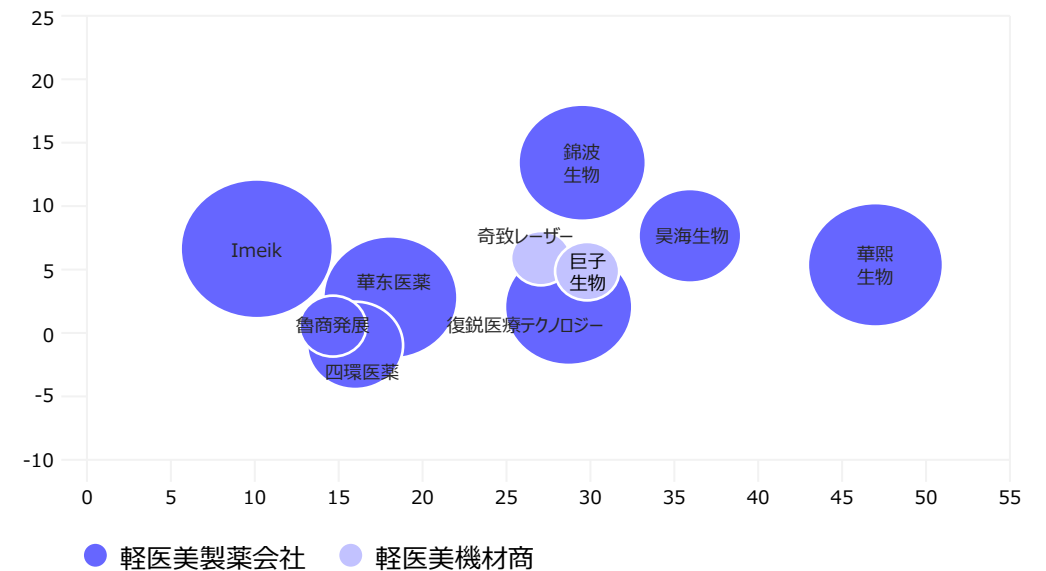
09. 中国における軽医美の競争構造

- 中国の軽医美市場の大手企業は、ブランド、チャネル、技術において競争優位性を有しており、競合他社よりも収益性が高く、競争優位性を総合的に反映している。中国の軽医美市場の川上には多くの製薬メーカーや機器メーカーがあり、その競争優位性は軽医美製品の差別化された特徴的な流通に反映されている。

2023年中国軽医美における人気会社ガイドとハイライト

会社名	会社のハイライト
Imeik	革新的な軽医美製品のプロバイダー、中国医療美容注射系のリーダー
華熙生物	ヒアルロン酸以上の全産業チェーンプラットフォーム型美容ヘッド企業
昊海生物	自己啓発 + M&Aで4つのセグメントを積極的にレイアウト
四環医薬	ボツリヌス毒素に限定、医療美容システムの備蓄が豊富
華東医薬	複数のラインを並列に配置し、統合された製品群を構築する医療美容レイアウト
魯商発展	ヒアルロン酸スキンケアに深く取り組んでおり、ヒアルロン酸技術の反復によりブランド差別化の壁を構築
巨子生物	組換えコラーゲンのリーダー、障壁を築く技術、成分主導型製品
錦波生物	中国の組換えコラーゲン分野で「専門・精細・特殊・新型」する大きな可能性がある小企業
復鋭医療テクノロジー	光電子機器のリーダー
奇致レーザー	光電子医療および美容機器のリーダー

中国軽医美会社の競争力分析



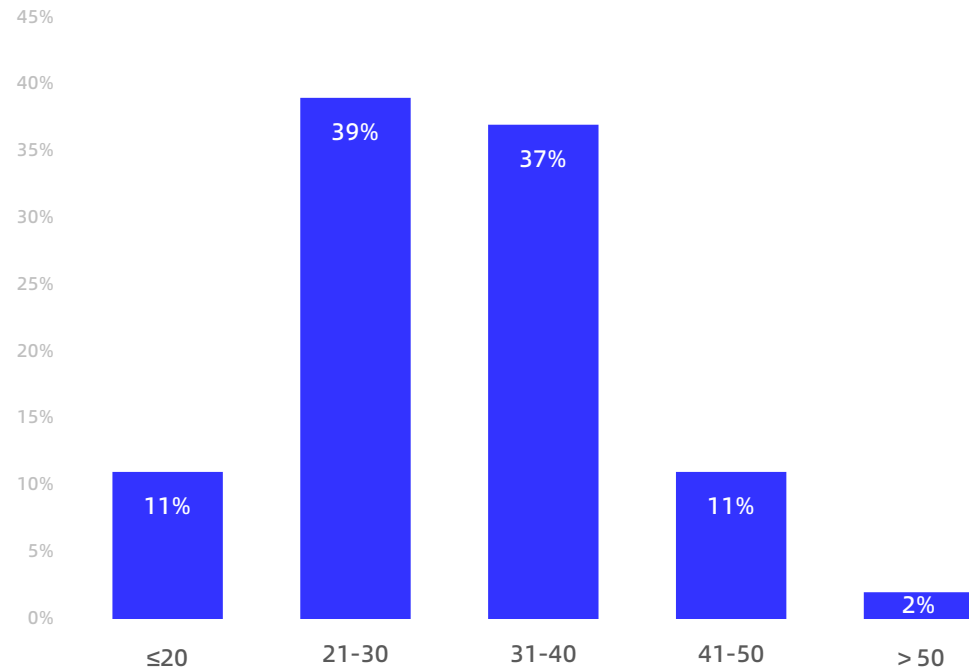
備考

- (1) X軸は2022H1販売費比率で企業の販売チャネル競争力を表し、販売費比率が高いほど販売チャネル競争力が弱い。
- (2) Y軸は2022H1研究開発費率で企業の製品開発競争力を表し、研究開発費率は高いほど製品開発競争力が強い。
- (3) バブルの面積は、競争力の収益性の企業に代わって2022H1売上総利益率は、売上総利益率が高いほど、収益性の競争力が強い。

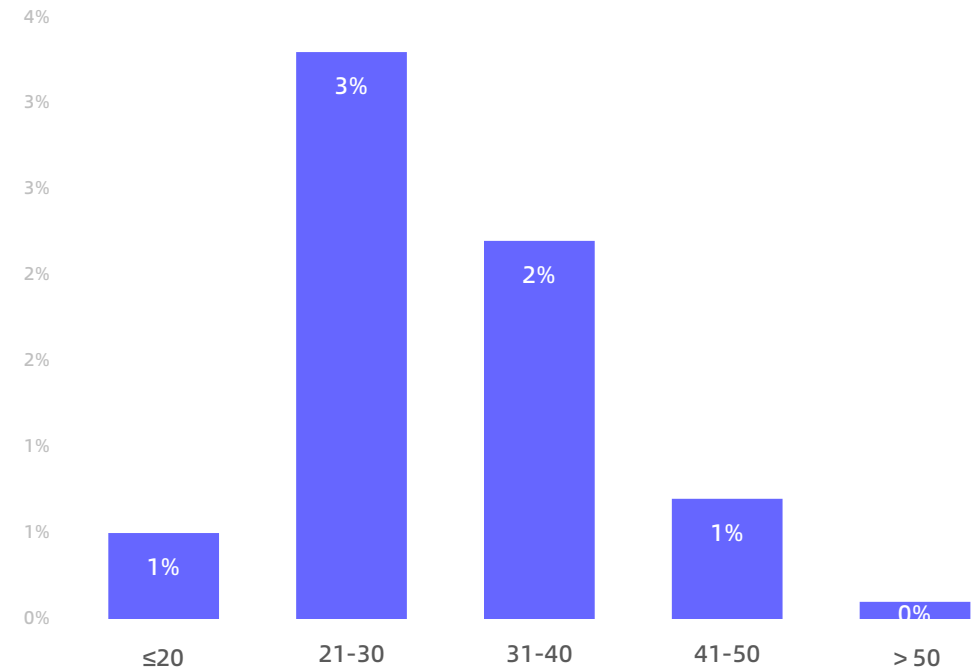
10. 軽医美の顧客はより粘着性があり、精神的な負担が少ない

- 軽医美の顧客は、一流都市の若い女性を中心に、ユーザーの粘着性が高く、年間平均消費額は2万円までである。顧客のプロフィールを見ると、約73.0%が女性で、そのうち76.0%が21～40歳、年間平均消費額は6,000～20,000元である。顧客の約67.0%は一流都市と新一流都市に住んでいる。
- 中国の消費者数は2020年から2030年にかけて1,680万人から6,720万人に増加し、年平均成長率は14.9%になると予想される。顧客の特徴としては、軽医美の顧客は粘着性が高く、精神的負担が少なく、幅広いサービスと専門性を提供している。

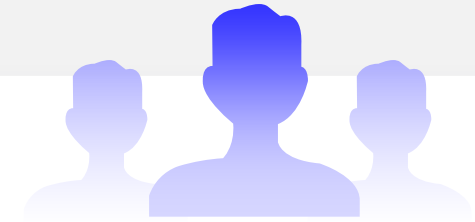
中国における非外科医療美容女性ユーザーのシェア（年齢層別）



中国における非外科的医療美容の普及率（年齢層別）



11. 軽医美の男性消費者シェアが拡大



軽医美の男性消費者シェアが拡大

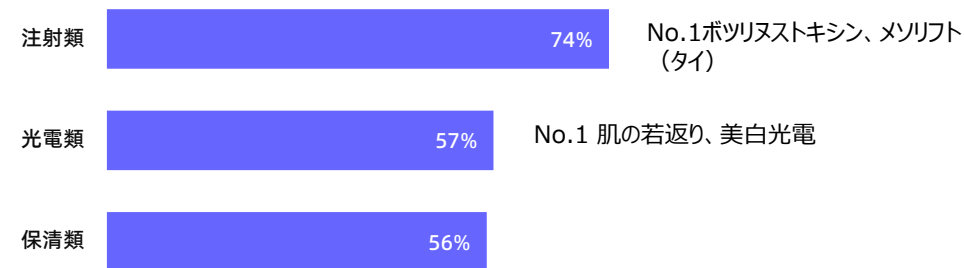
- 男性のメディカルエステ消費者は18%で、2021年調査の13%から増加した。
- 調査対象となった消費者の平均年齢は、男性の方が女性よりも高かった。
- 男性消費者の51%が結婚しており、女性の35%を上回っている。

軽医美入門項目が最も人気

- 治療カテゴリーでは、男性の普及率が女性より低いことを除けば、明らかな性差はない。
- ボツリヌストキシン、メソフト、肌の若返りや美白の光治療は、軽医美の入門項目として、男性医療美容消費者の普及率が高く、アンチエイジングアイテムの普及率にはまだ改善の余地がある。

男性向け医療美容法のトップ3

Top項目



環境プライバシー、勧誘状況への関心が高い

- 男性の医療美容消費者は、女性よりも施設の環境やプライバシーをより懸念しており、過剰なマーケティングや情報攻撃にも敏感である。
- 医師の専門性と予約待ちの経験の点で、男性は女性の医療美容消費者よりも敏感でない。

医療機関を変える理由トップ5



12. 軽医美サービス団体は断片化から統合へ

- 中国における大規模美容院チェーンの市場シェアは7.5%、100店舗以上の美容院チェーンの市場シェアは5%に過ぎず、欧米のチェーン率48%と比較すると、まだ改善の余地がたくさんある。
- 将来的には、美容機関はサービスの品質を強化し、口コミマーケティングに依存して成功し、最終的には収益性を高めることになるだろう。さまざまな要因の影響を受けて、美容機関はサービスの質を向上させ、一回限りの新規顧客への対応から、古い顧客への高品質なサービスへの移行を余儀なくされており、新規顧客は主に定期的なプロモーションと口コミマーケティングに依存しており、最終的に収益性を向上できるようになる。

2021年の中国美容院業界の市場シェア

美容機関	シェア
BEAUTY FARM	0.20%
広州奈瑞児美容科学技術	0.20%
思妍麗美容集団	0.10%
上海尊雅實業	0.10%
Laboratoire Fillmed	0.10%
その他	99.30%

2021年の中国非外科的美容サービス業界の市場シェア

美容機関	シェア
美莱医療美容病院集団	3.30%
芸星医療美容集団	1.20%
北京伊美尔医療科学技術	0.90%
BEAUTY FARM	0.60%
医美国際持分支配集団	0.30%
その他	93.70%

13. 軽医美業界が直面する4つの課題

消費者の認識誤解

SNSや短編動画アプリで話題の「休日美容」が宣伝され、「無痛、低侵襲、即効性」などの魅力的な広告の下で、多くの消費者は「軽医美」が本質的に医療美容治療であるという事実を無視し、警戒心やリスク予測に対する意識が欠如している。

01

違法な医療行為の繁殖

今年に入り、中国は法律に基づいて医療機関診療許可証や診療実績証明書を取得しなければ、医療美容行為を行えないことを明確にした。「軽医美」に対する消費者の曖昧な認識を利用して、正規の免許を持たずに違法に医療行為を行ったり、医師資格を持たない人を使って医療美容行為を行ったりする美容院もある。

02

不十分な分類基準

現在の医療美容の分類と管理のカタログは64項目に分かれており、医療美容と形成外科の急速な発展に遅れをとっている。現段階では、美容外科手術はこの範囲をはるかに超えており、手術方法のリスクレベルに応じた内訳がない手術もある。

03

医療美容機関のチェーン化率の低さ

中国の美容店のほとんどは複合経営を行っており、形成外科病院や生命美容会館では軽医美項目をいくつか行っている。軽医美の競争環境が比較的散在しており、チェーンオペレーション、医療、デジタル化に精通した複合チームや人材が不足しており、その結果、メディカルビューティー機関のチェーン率が低くなり、十分なブランド影響力を持っている企業を形成することができない。

04

14. 軽医美企業が注目すべき4つのトレンド

01 軽医美に対する消費者の受け入れ態勢は洗練され

従来の医療美容整形手術は、外傷が大きく、回復期間が長く、リスクが高く、費用が高いなどの特徴があり、消費者の心理的プレッシャーと意思決定コストが非常に高い。軽医美は、低侵襲性、便利性、迅速性を重視し、リスクと回復期間を最小限に抑え、消費者の意思決定コストを大幅に削減し、ターゲット層により受け入れられやすく、現代の消費者の需要により合致している。

03 軽医美が洗練されたオペレーションに

軽医美の急速な浸透により、医療美容業界の品質向上も加速することになるが、医療美容業界の大規模な成長の時代は終わった。ユーザータイプ、機関タイプ、アイテムタイプに応じたきめ細かなオペレーションを実施し、流通状況、アイテム、供給に至るまで全方位的な強化を行う必要がある。

02 リピート率の高さが軽医美市場の持続的成長を牽引

軽医美は強力な消費属性、低いリスク、迅速な結果、低い単一価格を備えており、長期的な消費を維持できる。軽医美はある意味、ライフスタイル美容の消費アップグレードであり、効果を維持するには継続的・定期的な摂取が必要のため、消費者の粘着力が高く、リピート率も高い。

04 オンライン・チャンネルの重要性は向上

インターネットの発展に伴い、軽医美機関にとって、オンライン集客チャンネルはますます重要になっている。オンラインレイアウトやブランドの強化、ファンとの絆の強化、トラフィックの確保、ユーザーの固定化を通じて、軽医美機関と消費者の間の情報の非対称性を減らし、マーケティングコストを削減し、最終的に収益性の目標を達成することができる。

著作権表示

本レポートは、上海嘉世营销咨询有限公司(MCR)の完全なレポートから抜粋したショート・バージョンです。
詳細な内容については、mcr@chinamcr.comまでお問い合わせください。

本レポートにおけるすべての内容（文字記事、写真、映像、イラスト、図表等の資料を含むがこれらに限定されない）は、『中華人民共和国著作権法』、『中華人民共和国著作権法実施規則』および万国著作権条約により保護されています。

本レポートの著作権は、MCRに帰属しており、転送、転載、引用が必要な場合は、出典を明記しなければならず、内容に関してはいかなる変更も行ってはなりません。

本レポートは無料であり、いかなる組織または個人も、課金を目的として営業活動に使用してはなりません。

