

ロレアルが2つの産業投資ファンドを設立

2025年3月31日、ロレアルはそれぞれ天図投資と凱輝基金と提携し、“美麗領航基金”と“凱輝創美未来基金”を設立した。中国市場の化粧品・スキンケア業界の革新トレンドとカテゴリーに注目し、効果とブランドインパクトを兼ね備えた新世代の業界をリードする企業を支援する。ロレアル・ノースアジア社長兼中国CEOのヴァンサン・ボワネは“中国への投資は未来への投資である”と述べ、「中国市場での拡大とグローバル展開を支援する為の投資を通じて、中国の化粧品ブランド及び関連業界企業を支援したい」と語った。

ロレアルは投資ファンドを積極的に設立し、これは中国の化粧品産業チェーンにおける布陣強化の決意を示している。異なる発展段階にある企業やブランドへの投資を通じて、ロレアルは中国の化粧品市場の潜在力を深く掘り起こし、自社の産業エコシステム構築を完全にする。

BOTANEEがハイエンドボディケアブランドBATHFEELに戦略的投資

2025年4月、BOTANEEグループは子会社を通じて長沙浴見未来科技有限公司に投資し、持ち株比率20%の第2位の株主になった。浴見はハイエンドのボディケアと位置づけられ、“入浴のセレモニー感”をコアとし、人気商品の入浴オイルは3年連続で売上高が倍増し、2024年に1億元を突破し、TMall、TikTokのパーソナルケアの新商品ランキングのTOP 10に入った。BOTANEEは浴見と共同で“顔レベル技術をボディケアに応用する”製品を開発する。例えば、アカマツ種子抽出物、果酸などの成分を添加したボディケアシリーズ。

BOTANEEが浴見を投資したことは“敏感肌ケア”から“全身ケア”への重要な一歩である。天然成分とシーンマーケティングにおける浴見の優位性を利用して、BOTANEEは急速にハイエンドボディケアの競争に切り込んだ。しかし、ボディケア市場の競争は激しく、効果の差別化とブランドの調整性に障壁をつくる必要があり、同質化競争に陥ることを避ける必要がある

エステローダーはWeb 3を駆使したコスメブランドKiki Worldのリードインベスターになり、メタバースで共創を開始

2024年4月、エステローダーはWeb 3コスメブランドであるKiki Worldに700万ドルの融資をし、Web 3分野に初めて進出した。Kiki Worldはブロックチェーン技術を利用して、ユーザーを製品の共創に参加させ、例えば投票によってマニキュアの色の配合とスキンケア製品の成分の組み合わせを決定し、ユーザーはNFTの報酬を得ることができる。その人気製品“Pretty Nail Graffiti”はユーザーの共創により29ドルの価格設定を実現し、2023年の売上高は予想の220%を超えた。

エステローダーによると、今回の投資は消費者とブランドの相互作用の新しいモデルを模索し、Z世代のパーソナライズとエンゲージメントへのニーズに対応することを目的としている

エステローダーはWeb 3を賭けることで消費者参加モデルを再構築し、脱中心化プラットフォームを通じてユーザーのスティッキネスを強化すると共に、メタバース等の新興チャネルを配置することを目的としている。このような現地ブランドへの投資行為は、中国市場の競争激化に対応する戦略であり、若年化+細分化シーン、を通じてメインブランドの成長に欠けている力を補う。

資生堂がLIFTベンチャーズを設立、微生物グループと持続可能な原料を強化

2023年12月、資生堂はLIFT Venturesを設立し、第1期としてマイクロバイーム編集技術の会社であるPhi Therapeutics（傘下ブランドはPhyla）とメンズ美容ブランドであるPatricksに投資した。Phylaはバクテリオファージ技術を利用してにきび治療プランを開発し、そのプロバイオティクスエッセンスの臨床データは安全性が従来の製品より優れていることを示した。パトリックは、ライフスタイル美容、を中心に、シェービングやスキンケア等ワンストップソリューションを提供している。

資生堂はLIFT基金を通じて最先端技術（例えばマイクロバイーム編集）と新興消費者層（メンズ美容）を配置するとともに、マイクロ藻類プロジェクトを通じてESGを重視するトレンドに呼応しているが、Phylaの技術が伝統的なアンチアクネ製品の刺激性のボトルネックを打破できれば、機能的スキンケア市場の再構築が期待できる。