

深 圳 レ ポ ー ト

インターネット大手企業美容医療における「エコシステム戦略」

7月14日、京東健康(6618.HK)が運営する初の直営オフライン美容医療クリニックが北京・亦庄に開業し、京東(JD.COM)アプリの美容チャンネルと連携した。さらに、2店舗目となる直営オフライン美容医療クリニック「京東美容(国貿店)」が9月30日の開業を予定しており、今後は全国の主要都市への展開も検討されている。

京東の参入により、阿里健康(アリヘルス)、美团、バイトダンス(字節跳動)などインターネット大手企業が相次いで進出し、「美貌経済」を巡るトッププレイヤー間の競争が本格化した。

企業	重点領域	代表的取り組み/製品	主要戦略
京東	美容医療サブライチェーン	・艾爾建 (Allergan)、華生物などとの提携 ・直営のオフラインクリニック	トラフィック形成・サブライチェーン構築・サービスの本格提供までのワンストップ
アリババ	越境美容医療＋金融	・天猫国際 (Tmall Global) による国際的な美容医療機器ブランドを導入 ・支付宝 (Alipay) による「美容医療分割払い＋効果保証保険」の組み合わせ商品の提供	越境 EC と消費金融のシナリオを連携
美团	ローカル美容医療サービス	・美容医療カテゴリの GMV は 380 億元 (2024 年) ・AI スマート推薦システムの導入	ローカル生活サービスのエコシステム強化
抖音 (中国版 TikTok)	商品プロモーション＋ライブコマース	・美容医療知識普及専用ゾーンの 1 日平均再生回数は 2.3 億回 ・「ブランド構築と実際効果一体化」というマーケティングプランのリリース	トラフィックの優位性を活用し、実用化を強化
拼多多	美容医療補助金	・「百億補助金」でサーマクール (thermage) など施術プロジェクトの価格を 40% 引き ・「グループ購入美容医療」モデルの革新	地方市場の活性化
テンセント	投資による美容市場拡大	・「新氧」、「更美」、「顔研究所」などへの投資 ・ミニプログラム「テンセントヘルス」に美容医療予約機能を搭載	美容医療インターネットプラットフォームの構築
小紅書	興味喚起を中核に	・2021 年に美容医療チャンネル開設 ・アリババとの提携による「天猫美容医療」入口の設置	「コンテンツの蓄積・ブランド連携・商業化」のクロースドループ完了

美容医療分野の「高成長性」と「消費力」

「美容医療サービス管理方法」の規定によれば、美容医療とは、手術、薬剤、医療機器その他の侵襲的または非侵襲的な医学的技術を用いて、人の容貌および人体各部の形態を修復・再形成する行為を指す。

美容医療のカテゴリー	内 容
手術系(重度整形)	眼瞼形成術、鼻形成術、口腔歯列矯正、植毛など頭顔面部の施術、豊胸手術や脂肪吸引など身体部の施術
非手術系(軽度美容医療)	ボトックス注入やヒアルロン酸などの注射施術、光子嫩肤など顔の若返り施術、および歯の美容施術などその他の施術

消費水準と国民所得の向上、さらに消費者の容姿管理ニーズの継続的な高まりを背景に、中国の医療美容市場は急成長を遂げている。艾瑞諮詢(iResearch)とQYResearchの報告書によると、2025年までに中国の美容医療市場規模は4,108億元に達する見込みであり、2021年から2025年までの年平均成長率(CAGR)は17.2%と予測されている。

美容医療市場の特徴

軽度美容医療が主流

非手術系施術の割合が70%を超え、客単価が低く(3,000～10,000元)、リピート率が高く(年間平均2～3回)、ユーザーの意思決定のハードルが低く、市場浸透の潜在力が大きい。

ユーザー層の若年化・多様化

主要な消費層は25～35歳の女性(70%以上)で、男性(成長率20%超)や地方市場(3～4線都市のユーザー比率が45%に上昇)への拡大が進んでいる。

高い利益率

美容医療施設の粗利益率は一般的に50～80%と高い(近年激しい競争により低下する可能性あり)。しかし、従来型施設は顧客獲得コストの高さ(マーケティング費用が30～50%を占める)、情報の不透明さなどにより、利益効率の向上が課題となっている。

技術革新による業界発展

AIとビッグデータは美容医療業界での応用がさらに深化しており、AIアルゴリズムの設計、AIによる術後効果のシミュレーション、AI補助機器の広範な活用により、意思決定リスクが低減され、操作の安全性が向上し、消費者の満足度の向上が図られている。

集中度の上昇と異業種参入

2025年末までに、主要な美容医療機関(例:華韓股份、美莱)はM&Aによる市場シェア拡大を進め、「主要機関3%が市場の60%を占める」構造が形成される見込みである。これに伴い、インターネット大手企業などの異業種プレイヤーの参入も活発化している。

インターネット大手企業が相次ぎ参入する背景

ワンストップによるトラフィックの収益化

インターネット大手企業の核心的な優位性は「トラフィック」にある。美容医療は「高単価＋高リピート率」の消費シーンであり、その膨大なユーザーの商業化ニーズを効果的に満たすことができる。インターネット大手企業はユーザー行動データを活用し、潜在的な美容医療需要を持つユーザーを正確に特定することにより、「コンテンツによる興味喚起」(ショートビデオ/ライブ配信)から「相談への転換」(プライベートコミュニティ)、そして「サービス提供」(実店舗)に至る「トラフィック-転換-リピート購入」の完全なワンストップを形成している。

消費医療の「戦略的補完」完成

美容医療は「消費医療」の分野(疾病治療を目的とした本格的な医療とは異なる)に位置づけられ、インターネット大手企業が展開する「健康エコシステム」と高い親和性を持つ。美容医療分野への進出は、消費医療分野における事業展開を強化に繋がる。例えば、美团買薬(美团が運営する医薬健康関連事業)は「美容医療術後ケアサービス」に拡張可能であり、抖音の健康情報発信は美容医療プロジェクトへの誘導に活用できる。

インターネットツールで業界課題の解決

従来の美容医療業界には「情報の非対称性」、「サービスの不透明性」、「体験の断片化」などの課題が存在している。インターネット大手企業はその技術力を駆使し、業界の基準を再構築できる。プラットフォームを通じて医療機関の資格、医師の執業情報、プロジェクトの価格を透明化することで、ユーザーの意思決定コストを低減する。また、SOP(標準作業手順書)により、相談から診察、術後ケアまでの全プロセスを標準化する。

規制強化が業界の再編を加速し、大手企業が先行優位を確立

近年、美容医療業界の規制が厳格化(例:2021年の「違法医療美容取り締まり」特別キャンペーン、2023年の「美容医療サービス管理方法」の改正)により、業界は「規制遵守と専門化」への転換を迫られている。中小規模の美容医療機関は、コンプライアンスコストの高さ(資格申請、システム構築、サプライチェーン管理など)により大手企業と競争できず、淘汰されている。一方、インターネット大手企業は「プラットフォーム化＋スケール化」モデルを通じて市場を迅速に占領し、「コンプライアンスの壁」を築きつつある。

インターネット大手企業がごぞって美容医療分野に参入する背景には、「高成長消費シーン」の争奪戦という側面に加えて、「ユーザーライフサイクル価値」の深層的な掘り起こしという本質がある。トラフィック、技術力、エコシステムの連携を通じて、インターネット大手企業は美容医療市場の成長余波を享受するだけでなく、自社の「健康＋ローカルラ

イフ＋EC」の大規模エコシステムに統合し、ユーザーサービスの一貫性を強化することができる。

今後、AIやビッグデータなどの技術の深化に伴い、美容医療分野の競争は「トラフィック争奪」から「技術力、サービス体験、消費者との感情的な共鳴」を軸とした次元へと移行していくことが予想される。

PaXiniTech-----ロボット・ハプティック・センシングの革新者

社名	帕西尼感知科技(深圳)有限公司		英語名	PaXiniTech	
代表者	許晋誠	URL	https://www.paxini.com/		
所在地	深セン市南山区西麗街道西麗社区打石二路万科云城六期一棟云中城B805				
売上(RMB)	-	従業員(人)	-	創業年	2021年
登録資本金	946.8929万人民币元				
サービス内容	ソフトウェア開発、コンピュータシステムサービス、電子部品製造、産業用ロボット製造、サービスコンシューマロボット製造など。				

スマートロボット、スマートカー、ドローンなどのプラットフォームが、家庭サービス、工業製造、倉庫物流といった分野で需要が急拡大する中、ロボット工学、認知科学、コンピュータビジョンなどの関連分野の技術が急速に進化している。こうした背景からエンボディドAI(embodied AI: 具身知能)は業界で注目を集めるようになった。スマートエージェントと環境の相互作用においては、知覚認知と意思決定行動は具身知能の主要な要素である。

帕西尼感知科技(深圳)有限公司(以下、「PaXiniTech」)は2021年6月、日本ロボット工学の権威である菅野重樹教授の門下生である許晋誠博士が率いるチームにより設立された。コアチームは、世界初のヒューマノイドロボットが誕生した日本早稲田大学菅野研究室をルーツとしている。

設立当初から、PaXiniTechはロボット分野の重要な空白領域である「触覚感知」に焦点を当ててきた。世界中のロボットメーカーが「移動能力」に注力する中、PaXiniTechは独自の道を歩み、ロボットに「人間の指先レベルの触覚能力」を与える技術開発を進めている。

技術的突破口: ロボットの触覚を再定義

ロボット研究分野において、触覚感知は長年最も脆弱な領域であった。PaXiniTechの突破口は、自社開発のITPU(Intelligent Tactile Processing Unit)多次元触覚センサー技術である。

ホール効果の原理を応用したこの技術は、6次元力センサーアレイにおいて革新的な進歩を実現した。従来のセンサーが単一の圧力しか感知できなかったのに対し、同社のソリューションでは力の複雑な方向や回転モーメントを同時に解析可能で、物体の材質や温度変化の識別も可能である。最大15種類の感知次元を備えるこのシステムにより、ロボットは人間のような精緻な触覚を獲得した。

製品設計では、PaXiniTechのロボットハンドは4本指に特化している。同社関係者によれば、調査の結果、工業用把持シーンの85%は4本指で十分対応可能であり、1本指を減らすことでハードウェアコストを20%削減できるため、工業用途における最適解だという。

さらにPaXiniTechのスマートハンドは、掌内部にマイクロカメラを埋め込む革新的な設計により、「視覚+触覚」のデュアルモード融合を実現した。この設計はロボットアーム操作時の視界遮蔽問題を解決すると同時に、複雑な作業の精度を大幅に向上させている。同社は技術目標として、ロボット業界向けの「触覚脳」構築を掲げる。現在は実際の産業現場データを用いた「触覚データベース」を構築中で、作業者の操作を数万回「観察」させることでロボットが自律的に技能を習得できるよう大規模モデルを訓練している。

市場展開: 多業界で触覚革命を推進

PaXiniTechは中核技術を基盤に、世界トップクラスの「センサー・精巧ハンド・ヒューマノイドロボット」を組み合わせた多角的な製品ポートフォリオを構築。ハードウェア設計、データ収集、アルゴリズム統合、VTLA(Vision-Touch-Learning-Action)エンボディドAIモデル構築までを含む全工程をカバーする技術体系を確立した。同社製品は、3C精密組立、自動車生産ライン、物流仕分け、地下鉄保安検査、医療介護、小売店舗など多様な核心シーンで活用されている。

戦略的展開: データ工場と資本支援

2025年はPaXiniTechの成長における重要な年となり、6月23日、同社は天津で世界最大級の具身知能データ工場の正式な運営を開始した。この12,000平方メートルのスーパー工場は、年間約2億件の高次元トレーニングデータを生成する予定である。同工場には150の標準化収集ユニットが配備され、「15+N」の全シーンマトリックスを構築し、自動車製造、3C組立、家庭、飲食など複雑なシーンをカバーしている。

資本面において、PaXiniTechは強い魅力を発揮している。2024年に同社は数億元のAラウンドおよびA+ラウンドの資金調達を完了し、グローバルな触覚センサー分野における資金調達記録を樹立した。2025年5月にはAラウンドシリーズの数億元の資金調達を再完了し、投資家にはTCL TFund、ADDOR CAPITALなど複数の著名な機関が含まれている。特に注目すべきは産業資本の支持で、BYDが戦略的投資として1億元を超える資金を投入し、13.37%の株式を取得した。これは自動車メーカーが人型ロボット分野の重要な参加者として台頭していることを示している。

PaXiniTech天津工場の年間約2億件の大量のエンボディドAIデータは、今後、このデータをグローバルな産業エコシステムに開放され、産業に高価値な具身型スマートデータを継続的に供給されることで、中国だけでなく世界全体の具身型スマート産業の飛躍的な発展を加速させる。より多くのデータが「生成」されるにつれ、将来、ロボットは真に一般家庭に普及し、人々の生活の中で最も温かい「スマートパートナー」となることを期待している。



中国政府、少子化対策に現金給与を開始

2025年7月28日に、中国政府は満3歳までの子どもを対象に1人当たり年間3,600元(約7万円)の育児手当を支給すると発表しました。

育児手当制度に基づき支給される補助金には、個人所得税が課されなく、最低生活保障対象者(低所得層向け生活保護)、特別困窮者などの生活保護対象認定時において、育児手当は世帯または個人の収入に算入しないこととなります。

中国の人口政策は「一人っ子政策」→「三人っ子政策」→「育児手当制度」と推移し、国家戦略の転換を反映しています。特に全国規模での現金直接給付は画期的で、家計への直接支援として初の試みとなります。

中国は1982年の憲法改正で「一人っ子政策」が本格化され、2000年代から少子高齢化が顕在化しました。2016年の「二人っ子政策」、2021年の「三人っ子政策」導入も効果は限定的でした。しかも、驚くことに、少子高齢化が日本を超えるスピードで加速しています。

その結果:

- 2023年:出生数902万人(出生率6.39‰)→7年連続減
- 2024年:出生数954万人(微増)も総人口は140万人減
- 合計特殊出生率:中国1.01~1.08(世界平均2.25、最下位から7番目)

調査によると、少子化の要因には、経済的負担(67%)、保育サービス不足(58%)、女性の職業的プレッシャー(46%)などが挙げられていて、中国の出産可能女性の平均希望子供数は1.64人だそうです。

一方、出産率の低下による労働力減少も深刻で、労働年齢人口は2014年10億600万人から2025年9億8,200万人に減少しています。労働コストは5年で51%増加し、「人口ボーナス消失」が政策転換を促した形となっています。

実は、2021年以降、内モンゴル自治区フフホト市(第三子に10万元支給)など地方で先行実施されていましたが、給付額に地域格差があり全国統一が急務でした。今回の全国範囲での育児手当の支給により、政府の年間支出は1,000億元

唯来企業管理諮詢(深圳)有限公司
副總經理

姜 香花

日本・中国専門の進出・撤退案件のエキスパート。
現在はクロスボーダーM&Aも手がけている。日本人、中国人の気持ちを理解したコンサルティングに定評。中国事業再編・M&Aサービス担当。



(約2兆円)を超え、2,000万世帯をカバーすると見込まれます。

今回の現金給付政策は低所得層の可処分所得を5~10%押し上げ、家計支援として意義があるでしょう。経済牽引効果も期待されている中、年3,600元はGDP比で養育コストの3~4%に過ぎず、根本的解決には保育環境整備・職場平等・教育費軽減など体系的な対策が必要との声も多いです。

同じく少子高齢化の課題を抱えている日本・韓国などの国と同様「出産=希望の象徴」という社会合意の再構築が今後の焦点となるでしょう。

出生年月	2025年 补贴金额	2026年 补贴金额	2027年 补贴金额	补贴 总金额
2022 年	1月 300			300
	2月 600			600
	3月 900			900
	4月 1200			1200
	5月 1500			1500
	6月 1800			1800
	7月 2100			2100
	8月 2400			2400
	9月 2700			2700
	10月 3000			3000
	11月 3300			3300
	12月 3600			3600
2023 年	1月 3600	300		3900
	2月 3600	600		4200
	3月 3600	900		4500
	4月 3600	1200		4800
	5月 3600	1500		5100
	6月 3600	1800		5400
	7月 3600	2100		5700
	8月 3600	2400		6000
	9月 3600	2700		6300
	10月 3600	3000		6600
	11月 3600	3300		6900
	12月 3600	3600		7200
2024 年	1月 3600	3600	300	7500
	2月 3600	3600	600	7800
	3月 3600	3600	900	8100
	4月 3600	3600	1200	8400
	5月 3600	3600	1500	8700
	6月 3600	3600	1800	9000
	7月 3600	3600	2100	9300
	8月 3600	3600	2400	9600
	9月 3600	3600	2700	9900
	10月 3600	3600	3000	10200
	11月 3600	3600	3300	10500
	12月 3600	3600	3600	10800



深圳未来创新服务中心
MIRAI Innovation Center Shenzhen

深圳市南山区粤海街道海天二路 19 号盈峰中心ビル 2301
TEL:86-135-3089-3085
<https://micsz.jp/>