



New Yorkの町並み

Vol.03

高級デパートも参入、注目のCBDビューティ市場

文 シェリー めぐみ

text by Megumi Shelley

『デ

イス・イズ・アス」と言えば日本でも放送されているアメリカの人気ドラマの一つですが、その主役マンデー・ムーアが、レッドカーペットでハイヒールを履く時の足の痛みを和らげるために使っているというのがCBDローション。彼女以外にも多くの女性セレブが愛用していると言います。

またミレニアル世代のスタイルアイコンのキム・カードシアンは自身のインスタグラムで、あらゆるCBDビューティ・プロダクツにはまっていると告白。

特にこうしたセレブの影響を受けやすいビューティ・プロダクツ業界で、CBD商品がブレイクを始めたのは2018年秋、商品選定の厳しさで知られる業界リーダーの化粧品小売大手セフォラが、まずネット販売でCBD商品をとり入れ始めたのがきっかけとされています。

以降ファッション・ビューティ専門の雑誌からウェブサイトまで、ボディローション、セラム、オイルなどのCBD商品の情報が溢れるようになりました。特に炎症を抑える効果はハイヒールの足はもちろんです、最近知られ始めているのはフェイシャルのスキンケア効果。過剰なオイル成分の生成やニキビなどの炎症をコントロールし、肌の赤みを抑え、バランスの良い生き生きとした肌に導くという効果は「奇跡」「夢のような」などの形容詞で表現されるほど。

そして今話題になってきているのは高級デパートやハイエンド・サロンの参入です。

2019年初頭、トレンドを先取りしたのはバーニーズ・ニューヨークのピアリーヒルズ店。既に嗜好用マリファナが合法化されたカリフォルニア・ロサンゼルスで、カンナビスをコンセプトにしたビューティサロン「ザ・ハイエンド」を店内にオープン。同時にCBD商品の販売も開始しました。

続いて5月にローンチしたのが、ニューヨークの高級デパートの代名詞、サックス・フィフス・アベニュー本店の新しいインハウス・サロン「ザ・サロンの新しいインハウス・サロン」ザ・サロンの新しいインハウス・サロン「ザ・サロンの新しいインハウス・サロン」ザ・サロンの新しいインハウス・サロン「ザ・サロンの新しいインハウス・サロン」ザ・サロンの新しいインハウス・サロン「ザ・サロンの新しいインハウス・サロン」



ハンドマッサージまで、CBDプロダクツを使ったサービスが受けられます。

さらに、マンハッタンで最もトレンドイナショップが集まるノマド地区にオープンしたCBDウエルネス・サロン「スタンダード・ドース」にも注目が。こちらは3フロアの店内で、ハイエンドのスキンケアやボディケア商品の販売から、ヨガ、メディテーション、CBDに関するワークショップなどを展開。近い将来フェイシャルやマツサージなどのサービスも開始する予定とのこと。

米金融サービス大手のジェフリーズ・ファイナンシャル・グループは、世界のCBDのビューティ・プロダクツは向こう10年間で250億ドル規模に達し、スキンケア市場の15%を占めるようになるだろうと予想。本格的なCBDビューティの時代がやって来ようとしているようです。

Profile

ジャーナリスト・ミレニアル世代評論家。1991年からニューヨーク在住。ラジオ・テレビディレクターとして多くの音楽・情報番組を制作した後、長いアメリカ生活で培った人脈や知識、知見を生かし、健康医療、環境、移民、人種、音楽などをテーマに、トレンドや社会現象の背景とその先を知るための一歩踏み込んだ情報をラジオ・ネット・紙媒体などを通じて発信。ニューヨークのミレニアル世代の若者とも交流を深め、ミレニアル世代評論家としても様々な媒体に情報を提供している。早稲田大学政経学部経済学科卒業
オフィシャルブログ <https://megumedia.com/>

