

## TOP HAIR & BEAUTY DÜSSELDORF 2026 現地レポート

毎年春にドイツ・デュッセルドルフでヨーロッパの美容関係者が集結する「TOP HAIR – DIE MESSE 2026」及び「BEAUTY DÜSSELDORF 2026」を訪問いたしました。本レポートでは、現地の市場動向や展示会に参加されていた日本企業についてレポートいたします。

### 展示会概要

- **名称**：TOP HAIR – DIE MESSE 2026  
BEAUTY DÜSSELDORF 2026
- **開催期間**：2026年3月20日～22日（※TOP HAIR：3月21日～22日開催）
- **主なカテゴリー**：ヘアケア製品、サロン機器、スタイリングツール、ヘアカラー、エクステンション、美容関連、フットケア製品など
- **来場者数**：TOP HAIR 27,000人  
BEAUTY DÜSSELDORF 45,000人
- **出展者数・ブランド**：TOP HAIR 450  
BEAUTY DÜSSELDORF 1,200

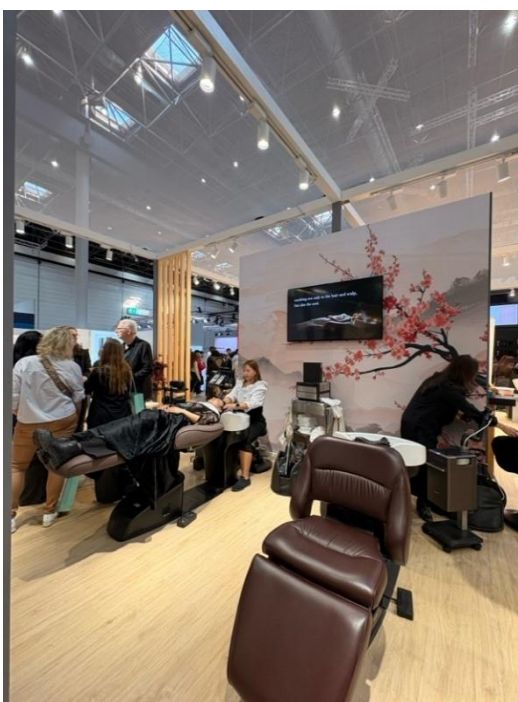
### TOP HAIR - DIE MESSE 2026

ヨーロッパ美容業界関係者が集まる最大級のヘアトレードショー。今年は、「ナチュラルでヘルシーな髪」「個性に合わせたパーソナライズ」「AI x サロンビジネスの融合」



が主要トレンドとして注目を集めていました。トップスタイリストによるライブショーや最新技術を体験できるワークショップ、最新製品・サービス展示、教育、ネットワーキング、コンペティションまでが一体化し、業界の未来を描く総合プラットフォーム型メッセです。

## Takara Company Europe GmbH



Takara Company Europe GmbH のブースは、とにかく来場者が多く、特に印象的だったのが、YUME ヘッドスパのデモンストレーション。実際に施術を体験できるスタイルで、「ただの設備」ではなく“体験としての価値”をしっかりと見せていました。

今回注目されていたのは、新モデル「YUME NOBLE II」と「Multi Spa-Head Pro」。どちらもヘッドスパをさらに進化させる機器で、リラクゼーションだけでなく顧客満足度の向上とあわせて、サロンビジネスの強化につながる点が特徴です。

日本らしい精密さやデザインに加えて、「ウェルネス」というヨーロッパ市場で強いキーワードとしっかりと結びついていて、“体験を売るサロン”という方向性をかなり明確に打ち出していました。

## Kao Germany GmbH

Kao Germany GmbH は、Goldwell などのヨーロッパブランドを通じて欧州市場へのローカル適応に成功したグローバル企業であり、既に欧州サロンとの強固な関係を構築している点が特徴。

Goldwell や Oribe といったブランドポートフォリオを活用し、R&D とマーケティングのバランスの取れた戦略を展開しています。



毎年メッセでも、カリスマアーティストを招き、メインステージでのショーを通じた技術・デザイン・トレンド発信に加え、教育プログラムやワークショップでもサロン技術やカラー技術を提示し、「業界のリーダー」としてトレンドを実演するのが定番になっている一方で、その展開方法から日本企業であることが意識されない、ローカルでも光るトレンドセッター的存在として確立しています。完全にローカル市場に溶け込みながらも、しっかり影響力を持っているのがとても印象的です。



## Kai Europe GmbH (貝印)

Kai Europe GmbH のブースは、バイヤーや美容師でとても混雑しており、近づけないほどの人気を集めています。主にプロフェッショナル向けシザー（ハサミ）ブランドとして出展しており、高品質な日本製ブレード技術と精密さを強みとしたポジションを確立しています。その“切れ味”と“精密さ”に対する信頼は圧倒的です。



ヨーロッパでも、日本＝刃物の国というイメージはかなり強く、職人向けツールに対する評価は本当に高いです。「使えばわかる」というプロ目線の価値で勝負しているブランド。まさに「現場を支える裏方の主役」として存在感を放っていました。

## Japan Star Co. Ltd.

「ナノ技術による柔らかい水」  
「高い洗浄力」「無理のない節水」  
をバランスよく兼ね備えた、日常を少しアップグレードしてくれるアイテムシャワーヘッドを中心としたサロン向け水流・頭皮ケア技術を訴求する製品を展示。ウルトラファインバブルなどの技術を活用した洗浄力や頭皮環境改善といった



“ヘアケアの基盤領域”で差別化を図っています。通りすがりに、思わず手を伸ばし、触りたくなってしまいうくらい気持ちよさそうに流れるシャワーのデモを通じて体験価値を重視しながら、ウェルネス・頭皮ケア志向の高まりに対応する「見えない品質向上領域」の新プレイヤーとして存在を放っていました。

## BEAUTY DÜSSELDORF 2026

おしゃれで華やかなヘアショーの世界とは一歩違って、もっとリアルで実用的な「美容の裏側」まで体験できる展示会。会場を歩くと、最新のフェイシャル機器やボディケアデバイス、ネイル、スキンケアまでずらりと並び、まさに“美容の全部入り”。特に印象的なのは、ただ見るだけ



だけでなく、実際に試せる体験型ブースが数多く設けられていました。肌に当てた瞬間にリフトアップを感じる機器や、テクスチャーがとろけるスキンケアなど、「これ欲しい…」と思わせるリアルな体験が詰まっています。来場者はエステティシャンや技術者、サロンオーナーが中心で、「どのように売上を伸ばすか」「どの機器を導入すれば投資対効果を見込めるか」といったかなり現実的な視点で選んでいるのも特徴的。トレンドとしては、ウェルネスやエイジングケア、そして「結果が見える美容」がキーワードで、TOP HAIR が感性やトレンドを刺激する場だとすれば、こちらは「明日から使える美容」がぎゅっと詰まった展示会と言えるでしょう。

### Lifestyle Co., Ltd



Z世代～若い層を中心に“手に取りやすいコスメ”として人気を広げているブランド。印象的だったのは、美容針発想のプランパーやニードルセラムなど、少し攻めたトレンド感のあるアイテムを、無理なく試せる価格帯で楽しめるという点。スキンケアでありながら「ちょっと試してみたい！」と思わせる遊び心があり、使うだけで気分が上がる“ウキウキ感”のある世界観が魅力になっています。

パッケージデザインも、いわゆるラグジュアリー系とは違い、Loftに並んでいそうなポップで可愛い雰囲気。手に取った瞬間に気持ちが明るくなるようなビジュアル。こんな会社が、ヨーロッパ市場にも積極的に展開を始めているのも嬉しく、印象的でした。現地ですらこうした“ジャパニーズビューティー”が評価され、少しずつ広がっていく様子を見ると、素直に嬉しくなるブランド群でもあります。訪問した時には、ほとんどのサンプルや製品は無くなっており、ドイツでも大人気のようでした！

## Remote inc.

Wa Nail（ワネイル）という形状記憶ネイルチップを展示されており、その新しいコンセプトは非常に印象的でした。日本の「和」を大切にしながら、世界に美しいネイルデザインを発信しているブランドで、形状記憶ネイルチップ「フレキシィー」が秀逸。温めると柔らかくなって自分の爪のカーブにぴったりフィットし、冷めるとしっかり硬くなってジェルネイルのような美しいツヤと仕上がりになります。



爪をほとんど傷めずに済むのも嬉しいポイントで、強力な両面テープ「スティッキーズ」を使えば簡単に貼れて、最長3週間も持つ上に、何度でも繰り返し使えるサステナブルな設計なのが本当に素敵なプロダクトです。デザインも日本の伝統工芸と現代アートを融合させたものが多く、また、ネイリストと歯科医師が一緒に開発したという本格派で、展示会でも多くの来場者の関心を集めていました。開発された原さんから、Wa Nailが生まれるまでのお話やここまできたストーリーを伺い、何でも一步一步進む勇気が必要であることが伝わってきました。今後、さらなる市場展開が期待されるブランドです。

今後も展示会を通じて、現地のリアルなニーズやトレンドを捉えながら、日本発の価値がさらに広がっていくことが期待されます。本レポートが、今後の欧州市場への展開や戦略立案の一助となれば幸いです。