

2021年6月24日



※ 7月5日、リリース内1カ所の記載に誤りがあったため訂正いたしました。

P1：タイトル アイビューティーサロン利用率

【美容センサス 2021 年上期】《アイビューティーサロン編》 女性の7.3%がアイビューティーサロンを利用、利用金額は4,821円 女性の利用メニュー「まつげパーマ・カール」が前年の2位から、 1位に浮上

「15～69歳男女の過去1年間における美容サロン利用実態」を調査（2021年2月実施）

株式会社リクルート（本社:東京都千代田区、代表取締役社長:北村 吉弘）の美容に関する調査研究機関「ホットペッパービューティーアカデミー」（<https://hba.beauty.hotpepper.jp/>）は、全国の人口20万人以上の都市居住者のうち、15～69歳の男女1万3,200人を対象に、過去1年間におけるアイビューティーサロンの利用に関する実態調査を実施しましたので、その結果をご報告いたします。

<要約>

ポイント① 女性の利用率は7.3%で、ほぼ前年の水準を維持。利用金額は4,821円・・・P.3-4

▶女性の利用率はほぼ前年並み（7.3%、前年比0.2pt減）で推移、利用金額は4,821円（前年比7.0%減）。

▶男性の利用率は、2.6%（前年比0.7pt減）で、利用金額は4,339円（前年比9.7%増）。

ポイント② 女性の利用メニュー1位は、前年2位の「まつげパーマ・カール（パリジェンヌラッシュリフトを含む）」・・・P.5

▶女性の利用メニュー1位は、「まつげパーマ・カール（パリジェンヌラッシュリフト含む）」（53.9%、前年比4.7pt増）。

▶前年まで利用率1位の「まつげエクステンション」（48.3%、前年比7.9pt減）は2位に。

ポイント③ コロナ禍で強く感じたサロンの価値の1位は男女とも「自分にはできない技術がある」・・・P.9

▶コロナ禍で強く感じたサロンの価値の1位は男女とも「自分にはできない技術がある」（女性44.2%、男性25.9%）で、2位以下を大きく引き離している。

本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

2021年6月24日

調査概要と回答者プロフィール

調査名

美容センサス 2021 年上期「アイビューティーサロン編」

調査目的

女性・男性の過去1年間における美容サロンの利用実態を把握し、美容に対する意識をとらえる

調査方法

インターネットによるアンケート調査

- 株式会社マーケティングアプリケーションズの「MAApps Panel」を利用

調査対象

全国、人口20万人以上の都市に居住する15～69歳の男女

- 女性・男性 各6,600サンプル

※人口20万人以上の都市の人口比率によってエリアごとの割付数を決定

※男女それぞれ、年齢5歳刻みで均等割付（エリアと年代による割付数詳細は下記数表を参照）

※男性サンプル数：2017年は1,100サンプル、2018年以降は女性と同数(6,600サンプル)で実施

| | | (人) | | | | | | | | | | | (人) | | | | | | | | | | |
|--------|--------|----------------------------|----------------------------|-------------|--------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------------|--------|--------|-----------------------|--------|----------------------------|----------------------------|-------------|--------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------------|--------|--------|-----------------------|--------|
| | | サ ン プ ル 合 計 | 北 海 道 ・ 東 北 | 首 都 圏 | 23 区 外 | 東 京 23 区 う ち | 中 部 ・ 甲 信 越 | （ 静 岡 含 む ） | 東 海 | 関 西 | 中 国 ・ 四 国 | 九 州 | サ ン プ ル 合 計 | 北 海 道 ・ 東 北 | 首 都 圏 | 23 区 外 | 東 京 23 区 う ち | 中 部 ・ 甲 信 越 | （ 静 岡 含 む ） | 東 海 | 関 西 | 中 国 ・ 四 国 | 九 州 |
| 女 性 | 全体 | 6,600 | 572 | 2,728 | 1,804 | 924 | 275 | 671 | 1,254 | 495 | 605 | 全体 | 6,600 | 572 | 2,728 | 1,804 | 924 | 275 | 671 | 1,254 | 495 | 605 | |
| | 15～19歳 | 600 | 52 | 248 | 164 | 84 | 25 | 61 | 114 | 45 | 55 | 15～19歳 | 600 | 52 | 248 | 164 | 84 | 25 | 61 | 114 | 45 | 55 | |
| | 20代 | 1,200 | 104 | 496 | 328 | 168 | 50 | 122 | 228 | 90 | 110 | 20代 | 1,200 | 104 | 496 | 328 | 168 | 50 | 122 | 228 | 90 | 110 | |
| | 30代 | 1,200 | 104 | 496 | 328 | 168 | 50 | 122 | 228 | 90 | 110 | 30代 | 1,200 | 104 | 496 | 328 | 168 | 50 | 122 | 228 | 90 | 110 | |
| | 40代 | 1,200 | 104 | 496 | 328 | 168 | 50 | 122 | 228 | 90 | 110 | 40代 | 1,200 | 104 | 496 | 328 | 168 | 50 | 122 | 228 | 90 | 110 | |
| | 50代 | 1,200 | 104 | 496 | 328 | 168 | 50 | 122 | 228 | 90 | 110 | 50代 | 1,200 | 104 | 496 | 328 | 168 | 50 | 122 | 228 | 90 | 110 | |
| 60代 | 1,200 | 104 | 496 | 328 | 168 | 50 | 122 | 228 | 90 | 110 | 60代 | 1,200 | 104 | 496 | 328 | 168 | 50 | 122 | 228 | 90 | 110 | | |

調査実施時期

2021年2月12日（金）～2月22日（月）

※時系列データ：比較対象の調査の実施時期と調査対象は以下の通り

| 調査年 | 調査実施時期 | 調査対象 | |
|-------|------------------------|----------------------------|---------------------|
| | | 女性 | 男性 |
| 2017年 | 2017年2月17日（金）～2月26日（日） | 15～69歳 6,600サンプル | 15～69歳 1,100サンプル |
| 2018年 | 2018年2月16日（金）～2月26日（月） | 男女それぞれ 15～69歳 6,600サンプル | |
| 2019年 | 2019年2月15日（金）～2月28日（木） | | |
| 2020年 | 2020年2月14日（金）～2月25日（火） | | |
| 2021年 | 2021年2月12日（金）～2月22日（月） | | |

調査実施機関

株式会社アンド・ディ

2021年6月24日

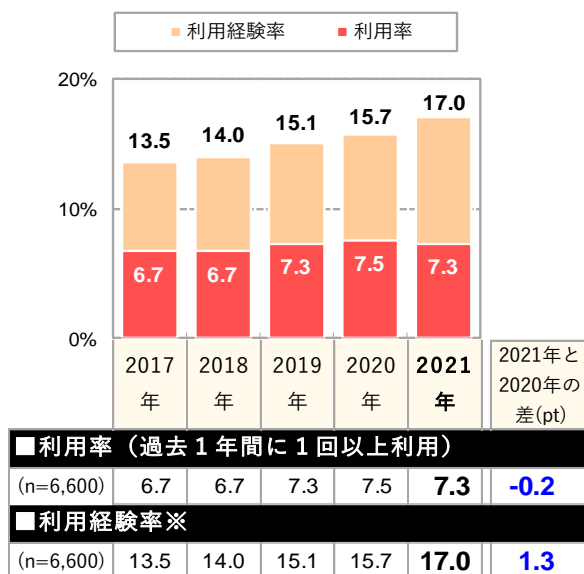
1. 女性の利用率は、ほぼ前年を維持。女性の利用金額は4,821円

女性の利用率（過去1年間に1回以上利用）は、7.3%（前年比0.2pt減）、年間利用回数は4.44回（前年比10.3%減）。利用金額は4,821円（同7.0%減）に減少した。また、「まつげパーマ・カール」の人気上昇（P.5参照）がうかがえる。

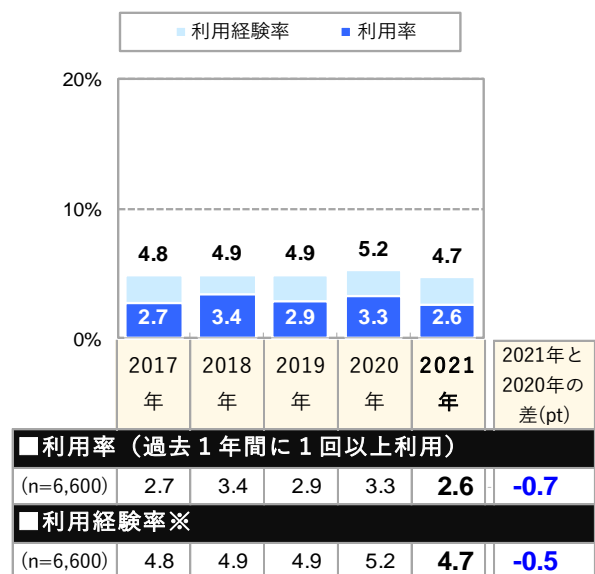
男性の利用率は、2.6%（前年比0.7pt減）、年間利用回数は2.64回（前年比11.1%減）だが、利用金額は4,339円（同9.7%増）に増加。

[アイビューティーサロン] 利用率・利用経験率（各単一回答）

【女性】



【男性】

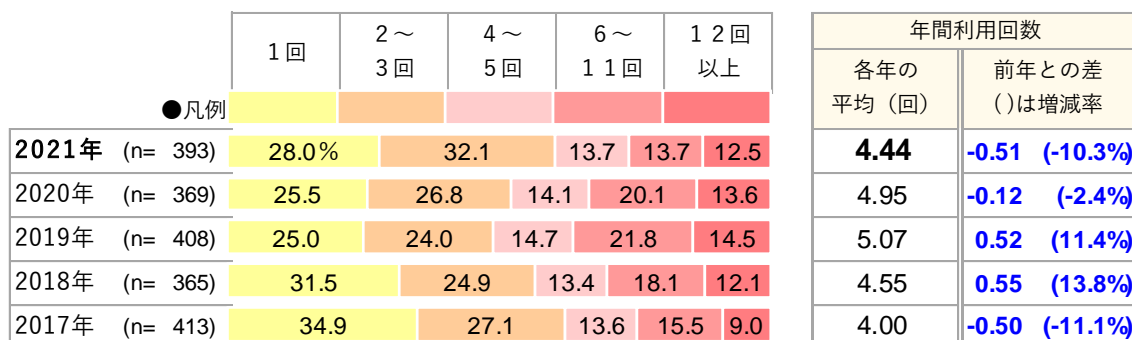


※利用経験率：「過去1年間に1回以上利用」+「ここ1年間の利用はないが、過去に利用」 ※男性は2017年のみ n=1,100

■ [アイビューティーサロン] 年間利用回数 << 1回以上利用者ベース集計 >>

(アイビューティーサロン利用者/実数回答)

【女性】



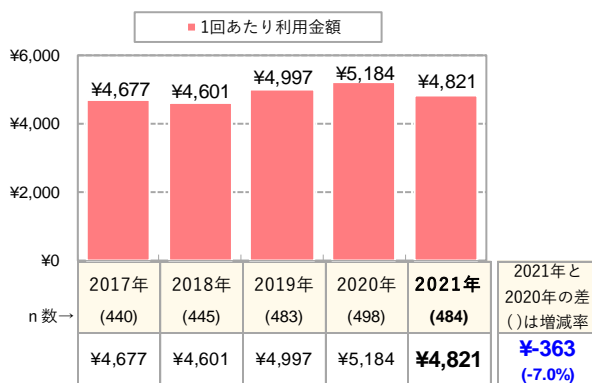
2021年6月24日

【男性】

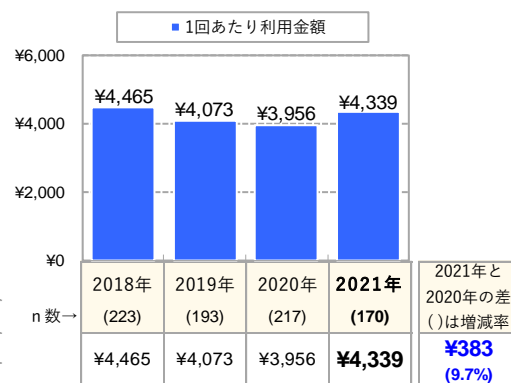
| | 1回 | 2～3回 | 4～5回 | 6～11回 | 12回以上 | 年間利用回数 | |
|----------------|-------|------|------|-------|-------|-------------|-----------------------|
| | ●凡例 | | | | | 各年の平均(回) | 前年との差()は増減率 |
| 2021年 (n= 75) | 62.7% | | 18.7 | 9.3 | 5.3 | 2.64 | -0.33 (-11.1%) |
| 2020年 (n= 114) | 46.5 | | 28.9 | 12.3 | 9.6 | 2.97 | 0.30 (11.2%) |
| 2019年 (n= 106) | 42.5 | | 35.8 | 10.4 | 8.5 | 2.67 | 0.07 (2.7%) |
| 2018年 (n= 141) | 55.3 | | 23.4 | 11.3 | 8.5 | 2.60 | |

■ [アイビューティーサロン] 1回あたり利用金額 (アイビューティーサロン利用者/実数回答)

【女性】



【男性】



■ [アイビューティーサロン] サロン利用にかかった時間 (アイビューティーサロン利用者/実数回答)

【女性】

| 年 | 利用時間 (%) | | | | | 平均時間 (分) | |
|----------------|----------|----------|-----------|------------|-------|----------|------|
| | 30分未満 | 30～60分未満 | 60分～1時間未満 | 1時間半～2時間未満 | 2時間以上 | 1時間半以上・計 | 平均時間 |
| 2021年 (n= 484) | 6.0 | 28.3 | 48.8 | 11.2 | 5.8 | 16.9 | 59 |
| 2020年 (n= 498) | 9.0 | 22.3 | 48.0 | 13.5 | 7.2 | 20.7 | 61 |
| 2019年 (n= 483) | 6.8 | 20.3 | 48.0 | 15.5 | 9.3 | 24.8 | 65 |
| 2018年 (n= 445) | 8.8 | 24.5 | 47.4 | 12.6 | 6.7 | 19.3 | 60 |
| 2017年 (n= 440) | 5.5 | 23.0 | 49.8 | 13.6 | 8.2 | 21.8 | 63 |

【男性】

| 年 | 利用時間 (%) | | | | | 平均時間 (分) | |
|----------------|----------|----------|-----------|------------|-------|----------|------|
| | 30分未満 | 30～60分未満 | 60分～1時間未満 | 1時間半～2時間未満 | 2時間以上 | 1時間半以上・計 | 平均時間 |
| 2021年 (n= 170) | 30.6 | 43.5 | 20.6 | 3.5 | 1.8 | 5.3 | 39 |
| 2020年 (n= 217) | 30.9 | 39.2 | 24.9 | 4.6 | 0.5 | 5.1 | 39 |
| 2019年 (n= 193) | 32.6 | 41.5 | 20.7 | 4.1 | 1.0 | 5.2 | 39 |
| 2018年 (n= 223) | 27.8 | 40.8 | 27.8 | 1.3 | 2.2 | 3.6 | 41 |

2021年6月24日

2. 女性の人気メニュー1位の「まつげパーマ・カール」は半数超が利用

女性の利用メニュー1位は、「まつげパーマ・カール（パリジェンヌラッシュリフト含む）」（53.9%、前年比4.7pt増）、前年まで利用率1位の「まつげエクステンション」（48.3%、同7.9pt減）とトップが入れ替わる。

■ [アイビューティーサロン] 各メニュー利用率（アイビューティーサロン利用者／各単一回答）

【女性】

| 単位(%) | n数→ | 2021年 (%) | | | | |
|------------------------------|-----|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | | 2017年 (440) | 2018年 (445) | 2019年 (483) | 2020年 (498) | 2021年 (484) |
| まつげパーマ・カール（パリジェンヌラッシュリフト含む）※ | | 49.1 | 46.3 | 40.4 | 49.2 | 53.9 |
| まつげエクステンション | | 69.5 | 66.1 | 68.5 | 56.2 | 48.3 |
| まつげエクステンションリペア | | 32.3 | 31.9 | 28.8 | 25.5 | 18.6 |
| アイブロウ（眉） | | * | * | * | 19.7 | 17.6 |
| まつげケア・トリートメント | | * | * | * | * | 16.5 |
| アイマスク | | * | * | * | * | 11.4 |
| メイク | | * | * | * | * | 9.9 |
| サロンでオーダーするつけまつげ※ | | 18.6 | 17.3 | 13.5 | 12.4 | 9.5 |

【男性】

| 単位(%) | n数→ | 2021年 (%) | | | | |
|------------------------------|-----|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | | 2018年 (223) | 2019年 (193) | 2020年 (217) | 2021年 (170) | |
| まつげパーマ・カール（パリジェンヌラッシュリフト含む）※ | | 59.2 | 53.4 | 49.8 | | 40.6 |
| アイマスク | | * | * | * | | 33.5 |
| まつげエクステンション | | 48.0 | 52.3 | 41.9 | | 32.9 |
| まつげエクステンションリペア | | 46.2 | 49.2 | 37.8 | | 30.6 |
| まつげケア・トリートメント | | * | * | * | | 28.8 |
| アイブロウ（眉） | | * | * | 41.0 | | 28.8 |
| メイク | | * | * | * | | 28.8 |
| サロンでオーダーするつけまつげ※ | | 42.1 | 45.1 | 37.3 | | 28.2 |

※「まつげパーマ・カール（パリジェンヌラッシュリフト含む）」は2020年まで「まつげパーマ・カール」

※「サロンでオーダーするつけまつげ」は2019年まで「オーダーアイラッシュ（つけまつげ）」

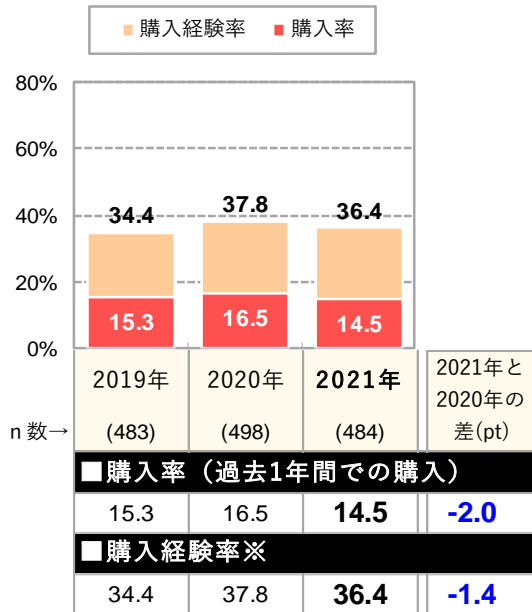
3. 店販購入商品は、「まつげ美容液」や「つけまつげ」が増加

過去1年の店販（サロンで販売している「商品」）購入率は男女とも前年比減。1年間の購入金額は、女性が前年比8.5%減の1万1,126円。男性が同6.2%増の1万4,100円。店販購入商品では、女性の「まつげ美容液、コーティング剤」（77.1%、前年比11.2pt増）が1位。「つけまつげ」（32.9%、同8.5pt増）が購入商品の2位にランクアップ。

2021年6月24日

■ [アイビューティーサロン] 過去1年の店販[※]購入経験 (アイビューティーサロン利用者/実数回答)

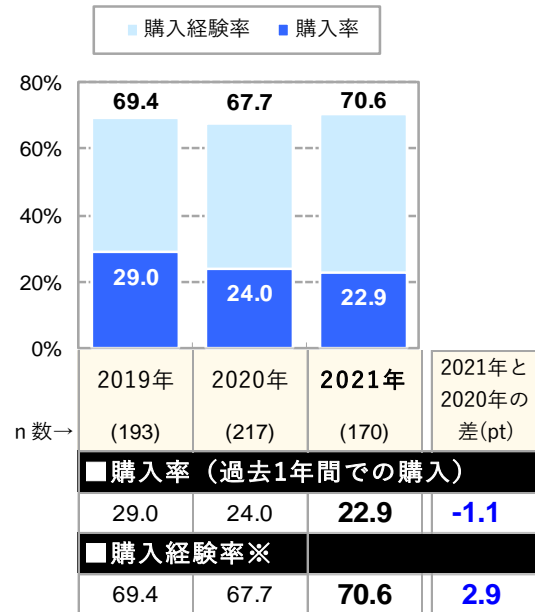
【女性】



※店販：サロンで販売している「商品」

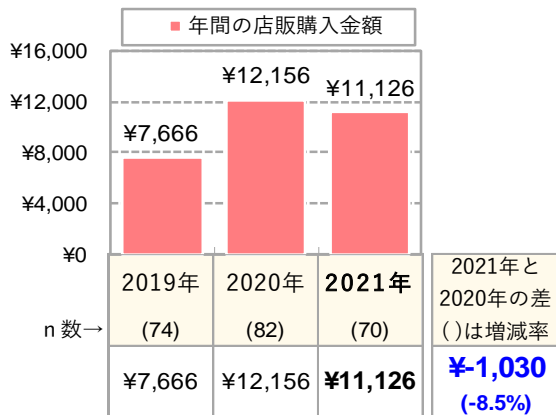
※購入経験率：「過去1年間での購入」 + 「ここ1年間での購入はないが、過去に購入」

【男性】

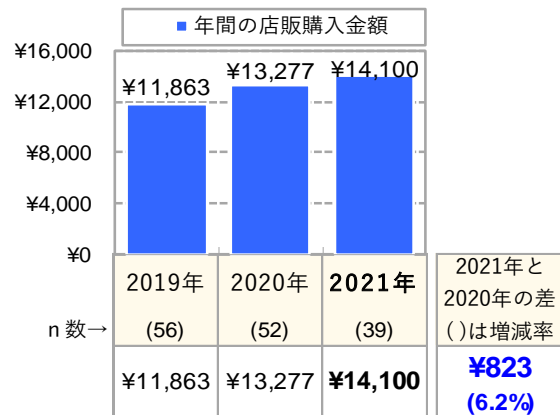


■ [アイビューティーサロン] 過去1年の店販購入金額 (過去1年店販購入者/実数回答)

【女性】



【男性】



2021年6月24日

■ [アイビューティーサロン] 過去1年の店販購入商品（過去1年店販購入者／複数回答）

【女性】

(%)

| 順位 | 店販購入商品（トップ5） | 2021年 (n= 70) | 2020年 (n= 82) | |
|----|------------------------------|------------------|------------------|------|
| | | | 順位 | 割合 |
| 1位 | まつげ美容液、コーティング剤 | 77.1 | 1位 | 65.9 |
| 2位 | つけまつげ | 32.9 | 4位 | 24.4 |
| 3位 | アイメイク用品（マスカラ、アイブロウ、アイシャドウなど） | 27.1 | 2位 | 34.1 |
| 4位 | クレンジング剤 | 25.7 | 5位 | 20.7 |
| 5位 | まつげブラシ | 22.9 | 3位 | 32.9 |

【男性】

(%)

| 順位 | 店販購入商品（トップ5） | 2021年 (n= 39) | 2020年 (n= 52) | |
|----|------------------------------|------------------|------------------|------|
| | | | 順位 | 割合 |
| 1位 | アイメイク用品（マスカラ、アイブロウ、アイシャドウなど） | 56.4 | 1位 | 55.8 |
| 1位 | クレンジング剤 | 56.4 | 5位 | 36.5 |
| 3位 | まつげ美容液、コーティング剤 | 46.2 | 2位 | 51.9 |
| 4位 | つけまつげ | 43.6 | 2位 | 51.9 |
| 5位 | まつげブラシ | 33.3 | 4位 | 44.2 |

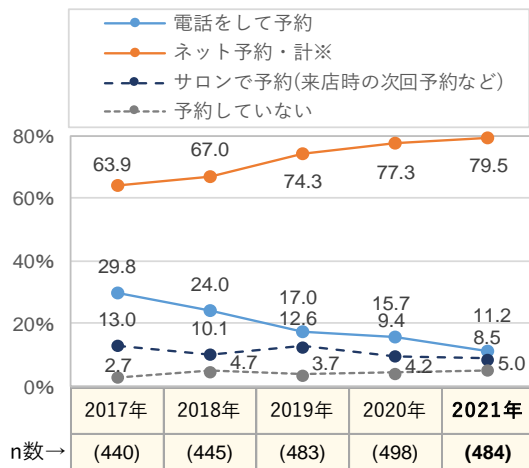
2021年6月24日

4. 男女ともに「ネット予約」が1位、女性のネット利用の予約は約8割

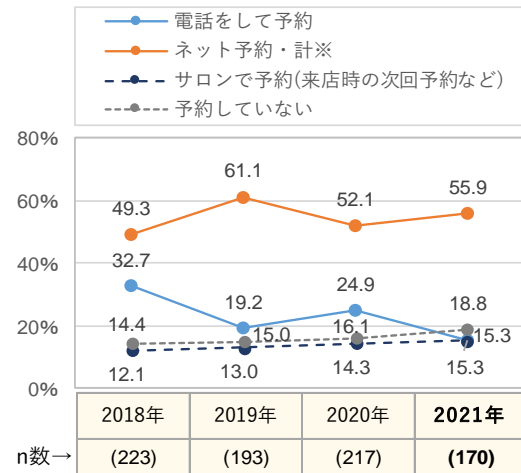
女性の過去1年のサロン予約方法のうち、「ネット予約」は79.5%（前年比2.2pt増）。これに対し、「電話をして予約」は同4.5pt減、「サロンで予約」も同0.9pt減と、「ネット予約」以外の利用率が低下しており、予約方法としては「ネット予約」に移行される傾向にある。一方、男性は過去4年間の傾向では、電話予約が減少し、ネット予約にシフトする流れがみられる。

■ [アイビューティーサロン] 過去1年のサロン予約方法（アイビューティーサロン利用者／複数回答）

【女性】



【男性】



※「ネット予約・計」＝「パソコン※1」「スマートフォン・携帯電話※2」のいずれかに該当する者

※1「パソコン」＝次のいずれかを選択した者：【パソコンで予約】「サロンのホームページ」「サロン検索・予約サイト」「LINE」「InstagramからのDM」「その他SNSからのDM」「メール」「その他」

※2「スマートフォン・携帯電話」＝次のいずれかを選択した者：【スマートフォン・携帯電話で予約】「サロンのホームページ」「サロン検索・予約サイト、アプリ」「LINE」「InstagramからのDM」「その他SNSからのDM」「メール」「その他」

2021年6月24日

5. コロナ禍で強く感じたサロンの価値の1位は男女とも「自分にはできない技術がある」

コロナ禍で強く感じたサロンの価値の1位は男女とも「自分にはできない技術がある」で、2位以下を大きく引き離す結果になった。コロナ禍で改めてサロンの価値を再認識した利用者が多くいたことがうかがえる。また「コロナ禍のサロン利用でうれしかったこと」としては、施術の際のコロナ対策への気遣いや、「スタッフとの会話が楽しい」という感想や評価もみられた。

■ [アイビューティーサロン] コロナ禍で強く感じたサロンの価値

(アイビューティーサロン利用者/複数回答)

【女性】(n=484)

【男性】(n=170)

| 女性 (%) | | | 男性 (%) | | |
|--------|-------------------------|-----------|--------|-------------------------|-----------|
| 順位 | コロナ禍で強く感じたサロンの価値 (トップ5) | 2021年 (%) | 順位 | コロナ禍で強く感じたサロンの価値 (トップ5) | 2021年 (%) |
| 1位 | 自分にはできない技術がある | 44.2 | 1位 | 自分にはできない技術がある | 25.9 |
| 2位 | 美意識を高められる | 23.8 | 2位 | プロのアドバイス・提案が受けられる | 12.9 |
| 3位 | 自分の気分を上げられる | 20.9 | 3位 | 自分に自信を持てる・コンプレックスが解消できる | 12.4 |
| 4位 | きれいな状態を維持できる | 19.8 | 4位 | 自分でやる手間が省ける・時間を短縮できる | 11.2 |
| 5位 | 自分へのご褒美になる | 17.1 | 5位 | 自分の気分を上げられる | 8.8 |

■ [アイビューティーサロン] コロナ禍のサロン利用でうれしかったこと

(アイビューティーサロン利用者/自由回答抜粋) 【女性】

「マスクをしたまま眉を整えるために、マスクに挟むティッシュを渡されるなどの工夫があったこと」
(20代女性)

「行きつけのサロンなので、コロナで営業が不定休になった時に、いつ空いているか、直接連絡をくれて予約を入れさせてもらった」(30代女性)

「友達となかなか会えないので、スタッフと話せるのが楽しみ」(40代女性)

「アイビューティーサロンでのコロナ対策がしっかりしていて安心できた」(40代女性)

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人一人のライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、4万5,000人以上の従業員とともに、60を超える国・地域で事業を展開しています。2019年度の売上収益は2兆3,994億円、海外売上比率は約45%になります。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人一人が輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここいない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.co.jp/>

リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>