



2020年6月11日

株式会社 リクルートライフスタイル

## 【美容センサス2020年上期】「アイビューティーサロン編」

- 20代女性の利用率が4年連続で増加し、約1.7倍に
- 女性の利用金額は2年連続で増加。40代、50代が前年比10%以上増加
- サロンの予約方法は、女性のネット予約が4年連続増加し、8割に迫る

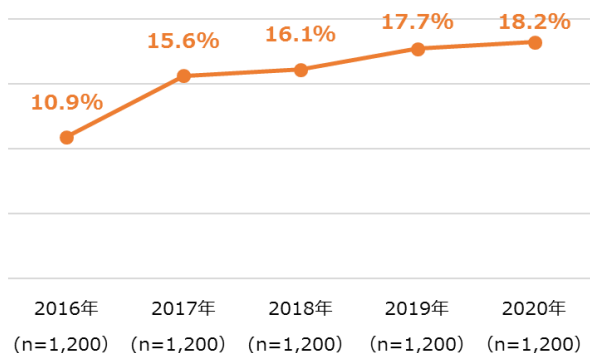
株式会社リクルートライフスタイル（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：浅野 健）の美容に関する調査研究機関「ホットペッパービューティーアカデミー」（<https://hba.beauty.hotpepper.jp/>）は、全国の人口20万人以上の都市居住者のうち、15～69歳の男女1万3,200人を対象に、過去1年間におけるアイビューティーサロンの利用に関する実態調査を実施しましたので、その結果をご報告いたします。

※調査期間：2020年2月14日(金)～2月25日(火)

### 調査トピックス

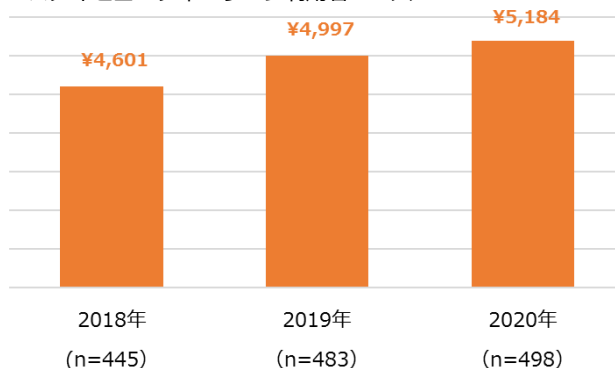
- **20代女性の利用率が4年連続で増加（P.3）**  
女性全体の利用率は7.5%、前年比0.2pt増で横ばいの中、年代別では、20代の利用率が18.2%で最も高く、4年連続で増加。
- **女性の利用金額は2年連続で増加。40代、50代が前年比10%以上増加（P.4）**  
女性全体の利用金額は5,184円（前年比3.7%増）と、2年連続で増加。年代別では、40代で555円増（同11.7%増）、50代で396円増（同10.1%増）、20代で317円増（同6.4%増）と金額が増加。

【20代女性】アイビューティーサロン利用率（単一回答）



【女性全体】アイビューティーサロン利用金額（単一回答）

※アイビューティーサロン利用者ベース



- **サロンの予約方法は、女性のネット予約が4年連続増加し、8割に迫る（P.6）**  
女性のネット予約は77.3%で前年比3.0pt増。電話予約は減少しネット予約との差が広がる。年代別では、前年からのネット予約の増加幅が最も大きかったのは50代（前年比6.6pt増）、次いで40代（同6.0pt増）、20代（同5.6pt増）と続く。

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社リクルートライフスタイル 広報グループ <https://www.recruit-lifestyle.co.jp/support/press>

# 調査概要と回答者プロフィール

## ● 調査目的

▶女性・男性それぞれの過去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「MApps 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の数表を参照）

※男性サンプル数：2016年上期・2017年上期は1,100サンプルで実施していたが、2018年上期以降は女性と同じサンプル数(6,600サンプル)で実施

## ● 調査実施時期

▶2020年2月14日（金）～2月25日（火）

※時系列データ：比較対象の調査の実施時期は右表参照

## ● 調査実施機関

▶株式会社アンド・ディ

### ■ 時系列データ・実査時期・調査対象

調査タイトル	調査実施時期	調査対象	
		女性	男性
2016年上期	2016年 2月10日（水）～ 2月18日（木）	15～69歳 6600サンプル 参考:70～79歳	15～69歳 1100サンプル 参考:70～79歳
2017年上期	2017年 2月17日（金）～ 2月26日（日）	600サンプル	200サンプル
2018年上期	2018年 2月16日（金）～ 2月26日（月）	男女それぞれ 15～69歳 6600サンプル 参考:70～79歳	
2019年上期	2019年 2月15日（金）～ 2月28日（木）	600サンプル	
2020年上期	2020年 2月14日（金）～ 2月25日（火）		

### ■ 2020年上期調査 エリア別 割付数（数字はサンプル数）

	合計 サンプル	東北 北海道・	首都 圏	23 区外		甲信 越・ （静 岡含 む）	東 海	関 西	中 国 ・ 四 国	九 州	(人)
				23 区	東 京 23 区						
女性全体	6600	572	2706	1804	902	264	704	1254	506	594	
15～19歳	600	52	246	164	82	24	64	114	46	54	
20代	1200	104	492	328	164	48	128	228	92	108	
30代	1200	104	492	328	164	48	128	228	92	108	
40代	1200	104	492	328	164	48	128	228	92	108	
50代	1200	104	492	328	164	48	128	228	92	108	
60代	1200	104	492	328	164	48	128	228	92	108	
男性全体	6600	572	2705	1804	901	264	704	1254	507	594	
15～19歳	600	52	245	164	81	24	64	114	47	54	
20代	1200	104	492	328	164	48	128	228	92	108	
30代	1200	104	492	328	164	48	128	228	92	108	
40代	1200	104	492	328	164	48	128	228	92	108	
50代	1200	104	492	328	164	48	128	228	92	108	
60代	1200	104	492	328	164	48	128	228	92	108	

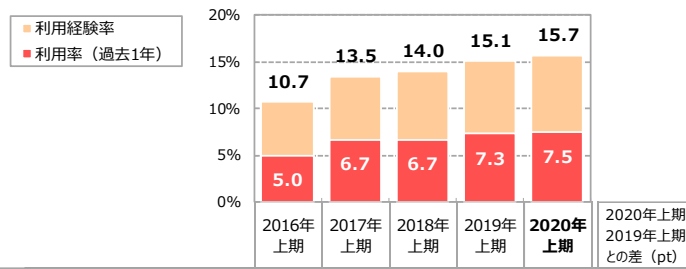
# [アイビューティーサロン] 【男女】利用率・利用経験率

**女性は20代の利用率が4年連続で増加し、約1.7倍に  
男性は15～19歳が増加に転じる**

## [利用率] 【男女】

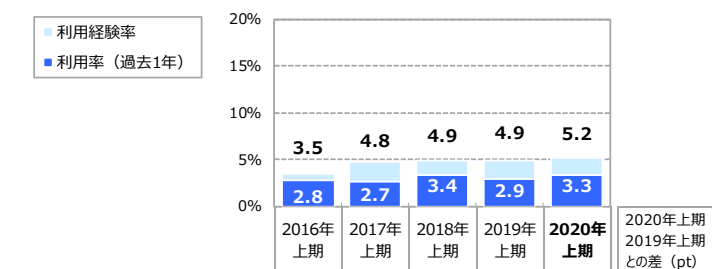
- 女性全体の利用率は7.5%、前年比0.2pt増で横ばい。年代別では、15～19歳は前年比2.9pt増。20代女性は4年連続で増加し約1.7倍に。
- 男性全体の利用率は3.3%、前年比0.4pt増で横ばい。年代別では、15～19歳は前年比1.6pt増で、利用率が増加に転じる。

■ [アイビューティーサロン]  
利用率・利用経験率（全体／各単一回答）



■利用率 (過去1年)		2016年 上期	2017年 上期	2018年 上期	2019年 上期	2020年 上期	2020年上期 2019年上期 との差 (pt)
女性	女性全体 (n=6600)	5.0%	6.7	6.7	7.3	7.5	0.2
	女性15～19歳 (n= 600)	5.2	5.2	8.0	3.3	6.2	2.9
	女性20代 (n=1200)	10.9	15.6	16.1	17.7	18.2	0.5
	女性30代 (n=1200)	6.3	9.8	8.8	11.3	10.2	-1.1
	女性40代 (n=1200)	4.0	4.4	4.2	5.2	5.1	-0.1
	女性50代 (n=1200)	3.0	3.2	2.7	3.1	3.3	0.2
女性60代 (n=1200)	0.9	1.2	1.3	1.3	1.8	0.5	
■利用経験率		2016年 上期	2017年 上期	2018年 上期	2019年 上期	2020年 上期	2020年上期 2019年上期 との差 (pt)
女性	女性全体 (n=6600)	10.7	13.5	14.0	15.1	15.7	0.6
	女性15～19歳 (n= 600)	7.5	7.8	10.5	5.3	9.0	3.7
	女性20代 (n=1200)	18.5	25.8	25.5	27.1	29.1	2.0
	女性30代 (n=1200)	16.6	22.5	23.3	27.3	24.3	-3.0
	女性40代 (n=1200)	10.1	11.6	12.4	14.2	14.1	-0.1
	女性50代 (n=1200)	6.7	7.3	6.5	8.0	9.2	1.2
女性60代 (n=1200)	3.3	3.2	3.9	3.8	4.9	1.1	

■ [アイビューティーサロン]  
利用率・利用経験率（全体／各単一回答）



■利用率 (過去1年)		2016年 上期	2017年 上期	2018年 上期	2019年 上期	2020年 上期	2020年上期 2019年上期 との差 (pt)
男性	男性全体 (n=6600)	2.8%	2.7	3.4	2.9	3.3	0.4
	男性15～19歳 (n= 600)	5.0	1.0	5.4	4.7	6.3	1.6
	男性20代 (n=1200)	5.5	6.5	8.6	7.2	7.7	0.5
	男性30代 (n=1200)	6.5	4.5	5.2	4.3	3.9	-0.4
	男性40代 (n=1200)	1.0	2.5	1.3	1.6	2.3	0.7
	男性50代 (n=1200)	0.0	0.5	0.5	0.5	0.8	0.3
男性60代 (n=1200)	0.0	0.5	0.3	0.3	0.3	0.0	
■利用経験率		2016年 上期	2017年 上期	2018年 上期	2019年 上期	2020年 上期	2020年上期 2019年上期 との差 (pt)
男性	男性全体 (n=6600)	3.5	4.8	4.9	4.9	5.2	0.3
	男性15～19歳 (n= 600)	6.0	9.0	8.2	6.3	8.5	2.2
	男性20代 (n=1200)	5.5	10.0	10.7	10.7	10.7	0.0
	男性30代 (n=1200)	8.0	6.0	7.5	7.3	7.0	-0.3
	男性40代 (n=1200)	1.0	4.0	3.1	3.6	4.3	0.7
	男性50代 (n=1200)	0.5	1.0	1.2	1.3	1.8	0.5
男性60代 (n=1200)	1.0	1.0	0.7	0.8	0.6	-0.2	

※男性サンプル数：2017年上期まで女性の6分の1のサンプル数で実施／2018年上期以降は女性と同数の「15～69歳・6,600サンプル」で実施  
 ※利用率：「過去1年間の1回（程度）以上利用者」の割合  
 ※利用経験率：「過去1年間の1回（程度）以上利用者」＋「ここ1年間の利用はないが、過去に利用したことがある人」の割合

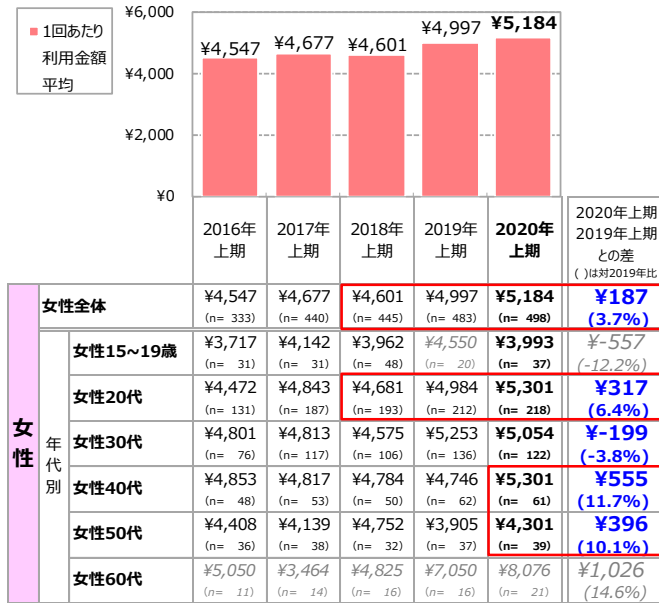
# 【アイビューティーサロン】 【男女】利用金額・年間利用回数

**女性全体の年間利用金額は2年連続で増加。20代も2年連続増加  
40代と50代が前年比10%以上の増加**

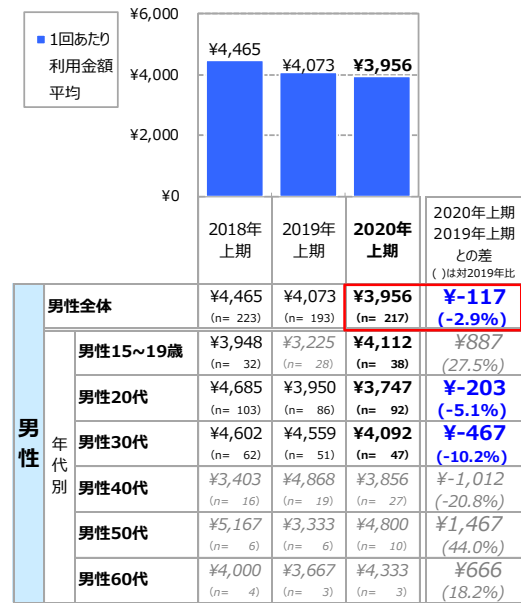
## 【利用金額】【男女】

- 女性の1回あたりの利用金額は、全体で5,184円で、前年比187円増（3.7%増）。年代別では、40代で同555円増（11.7%増）、50代で同396円増（10.1%増）、20代で同317円増（6.4%増）と金額が増加。
- 男性の1回あたりの利用金額は、全体で3,956円で、前年比117円減（2.9%減）。

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



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



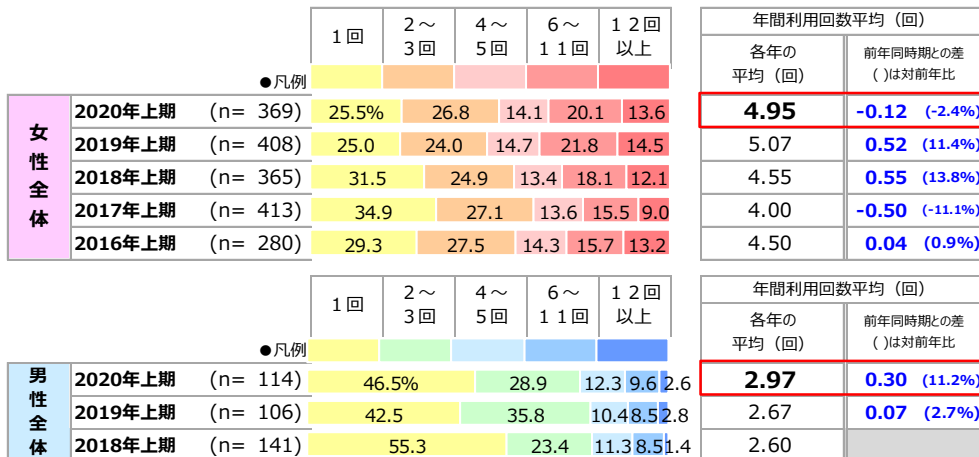
※回答者数が30サンプル以下のものは参考数値とする

※男性は2017年上期まで女性の6分の1のサンプル数で実施していたため非表示

## 【年間利用回数】【男女】

- 女性の年間利用回数は、平均4.95回、前年比2.4%の減少。
- 男性の年間利用回数は、平均2.97回、前年比11.2%増で大きく増加。

■ 【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）



※男性は2017年上期まで女性の6分の1のサンプル数で実施していたため非表示

**過去1年の店販購入総額は、男女とも前年から増加。男性が女性の購入総額を前年に続き上回る。店販購入商品は女性が「まつげ美容液、コーティング剤」、男性は「アイメイク用品（マスカラ、アイブロウ、アイシャドウ）」が1位**

### 【過去1年の店販購入経験】 【男女】

- 過去1年の店販商品の購入率は女性で16.5%（前年比1.2pt増）、男性は24.0%（同5.0pt減）で、前年に続き、男性が女性を上回る。

#### ■【アイビューティーサロン】過去1年の店販購入経験・興味（アイビューティーサロン利用者／単一回答）

		購入経験者・計		購入未経験者・計		購入経験者・計	購入未経験者・計
		ここ1年間で購入した	ここ1年間の購入はないが、過去に購入したことがある	購入したことはないが、興味がある	購入したことはないし、興味もない		
●凡例							
全女性性	2020年上期 (n= 498)	16.5%	21.3	26.1	36.1	37.8	62.2
	2019年上期 (n= 483)	15.3	19.0	26.9	38.7	34.4	65.6
●凡例							
全男性性	2020年上期 (n= 217)	24.0%	43.8	21.7	10.6	67.7	32.3
	2019年上期 (n= 193)	29.0	40.4	17.1	13.5	69.4	30.6

### 【過去1年の店販購入総額】 【男女】

- 過去1年の購入総額は、女性が平均1万2,156円で前年比4,490円増（58.6%増）、男性は平均1万3,277円で前年比1,415円増（11.9%増）と、男女ともに大幅に増加。前年に続き、男性が女性の購入総額を上回る。

#### ■【アイビューティーサロン】過去1年の店販購入総額（過去1年間店販購入者／単一回答）

		購入総額							平均 (円)	前年同時期の差 (円)	対前年同時期比
		1~500円	501~1,200円	1,201~2,000円	2,001~3,000円	3,001~5,000円	5,001~10,000円	10,001円以上			
●凡例											
全女性性	2020年上期 (n= 82)	4.9%	2.4	13.4	20.7	19.5	17.1	22.0	12,156	4,490	58.6%
	2019年上期 (n= 74)	5.4%	2.7	8.1	12.2	33.8	23.0	14.9	7,666		
●凡例											
全男性性	2020年上期 (n= 52)	1.9%	5.8	11.5	15.4	13.5	11.5	40.4	13,277	1,415	11.9%
	2019年上期 (n= 56)	1.8%	1.8	12.5	16.1	23.2	19.6	25.0	11,863		

### 【過去1年の店販購入商品】 【男女】

- 過去1年の店販購入商品は女性で「まつげ美容液、コーティング剤」（65.9%）が前年に引き続き1位。男性は「アイメイク用品（マスカラ、アイブロウ、アイシャドウなど）」（55.8%）が前年に引き続き1位。

#### ■【アイビューティーサロン】過去1年の店販購入商品（アイビューティーサロン利用者／複数回答） (%)

女性全体				
順位	店販購入商品	2020年上期 (n= 82)	2019年上期 (n= 74)	
1位	まつげ美容液、コーティング剤	65.9	1位	71.6
2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）	34.1	2位	37.8
3位	まつげブラシ	32.9		*
4位	つけまつげ	24.4	4位	25.7
5位	クレンジング剤	20.7	3位	28.4
6位	その他メイク用品（ファンデーション、チークなど含む）	11.0	5位	12.2

#### ■【アイビューティーサロン】過去1年の店販購入商品（アイビューティーサロン利用者／複数回答） (%)

男性全体				
順位	店販購入商品	2020年上期 (n= 52)	2019年上期 (n= 56)	
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）	55.8	1位	64.3
2位	つけまつげ	51.9	2位	55.4
2位	まつげ美容液、コーティング剤	51.9	4位	42.9
4位	まつげブラシ	44.2		*
5位	クレンジング剤	36.5	3位	51.8
6位	その他メイク用品（ファンデーション、チークなど含む）	9.6	5位	33.9

※アイメイク用品（マスカラ、アイブロウ、アイシャドウなど）：2019年は「アイメイク用品」

# [アイビューティーサロン] 【男女】サロンの予約方法

## 男女ともにネット予約が最も高く、女性は4年連続増加となり、8割に迫る 男性のネット予約は約5割

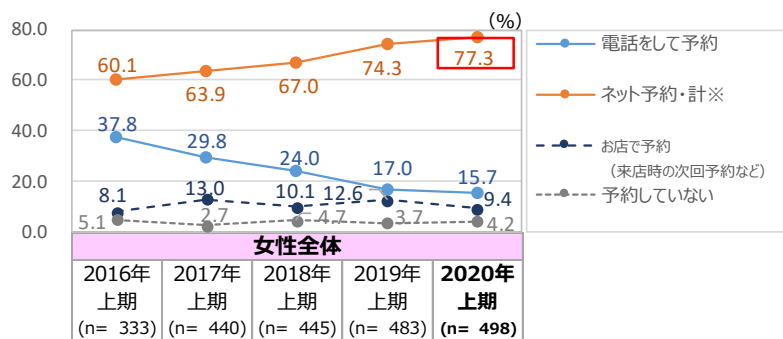
### 【女性】

- 女性全体で「ネット予約・計※」は77.3%で前年比3.0pt増。「電話をして予約」は15.7%で同1.3pt減。年代別では、「ネット予約・計※」の前年からの増加幅が最も大きかったのは50代（前年比6.6pt増）、次いで40代（同6.0pt増）、20代（同5.6pt増）と続く。

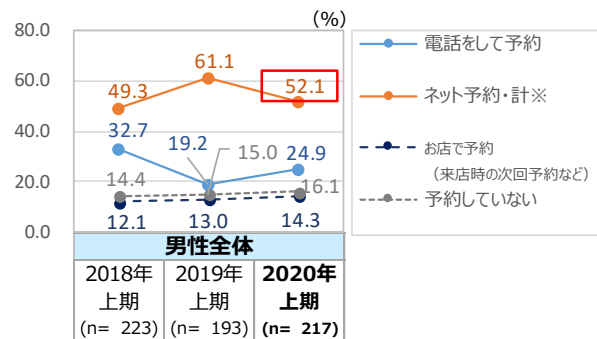
### 【男性】

- 男性全体で「ネット予約・計※」は52.1%で前年比9.0pt減。「電話をして予約」は24.9%で同5.7pt増。

■ 【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/各複数回答)



■ 【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/各複数回答)



	女性 年代別																	
	女性15~19歳			女性20代			女性30代			女性40代			女性50代			女性60代		
	2019年上期 (n=20)	2020年上期 (n=37)	20年上期19年上期との差(pt)	2019年上期 (n=212)	2020年上期 (n=218)	20年上期19年上期との差(pt)	2019年上期 (n=136)	2020年上期 (n=122)	20年上期19年上期との差(pt)	2019年上期 (n=62)	2020年上期 (n=61)	20年上期19年上期との差(pt)	2019年上期 (n=37)	2020年上期 (n=39)	20年上期19年上期との差(pt)	2019年上期 (n=16)	2020年上期 (n=21)	20年上期19年上期との差(pt)
電話をして予約	10.0%	18.9%	8.9	10.8%	11.0%	0.2	15.4%	16.4%	1.0	22.6%	26.2%	3.6	32.4%	17.9%	-14.5	62.5%	19.0%	-43.5
お店で予約 (来店時の次回予約など)	10.0	8.1	-1.9	12.7	10.1	-2.6	10.3	8.2	-2.1	9.7	4.9	-4.8	16.2	15.4	-0.8	37.5	14.3	-23.2
ネット予約・計※	75.0	70.3	-4.7	78.3	83.9	5.6	78.7	73.8	-4.9	66.1	72.1	6.0	70.3	76.9	6.6	25.0	57.1	32.1
予約していない	5.0	5.4	0.4	4.7	3.2	-1.5	2.9	5.7	2.8	4.8	3.3	-1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	14.3

※ 「ネット予約・計」 = 「パソコン※<sup>1</sup>」「スマートフォン※<sup>2</sup>」「携帯電話※<sup>3</sup>」のいずれかに該当する者

※<sup>1</sup> 「パソコン」 = 次のいずれかを選択した者: 【パソコンで予約】「お店のホームページ」「美容関連店の予約サイト」「Twitter」「LINE」「その他SNS (Facebookなど)」「メール」「その他」

※<sup>2</sup> 「スマートフォン」 = 次のいずれかを選択した者: 【スマートフォンで予約】「お店のホームページ」「美容関連店の予約サイト (アプリ含む)」「Twitter」

「LINE」「その他SNS (Facebookなど)」「メール」「その他」

※<sup>3</sup> 「携帯電話」 = 次のいずれかを選択した者: 【携帯電話で予約】「お店のホームページ」「美容関連店の予約サイト」「Twitter」「LINE」「その他SNS (Facebookなど)」「メール」「その他」

※男性は2017年上期まで女性の6分の1のサンプル数で実施していたため非表示

※回答者数が30サンプル以下のものは参考数値とする

# [アイビューティーケア] 【男女】自宅ケア実施率

## 女性全体は「まつげ美容液」、男性は「カラーコンタクトレンズ、サークルレンズ」の実施率が1位

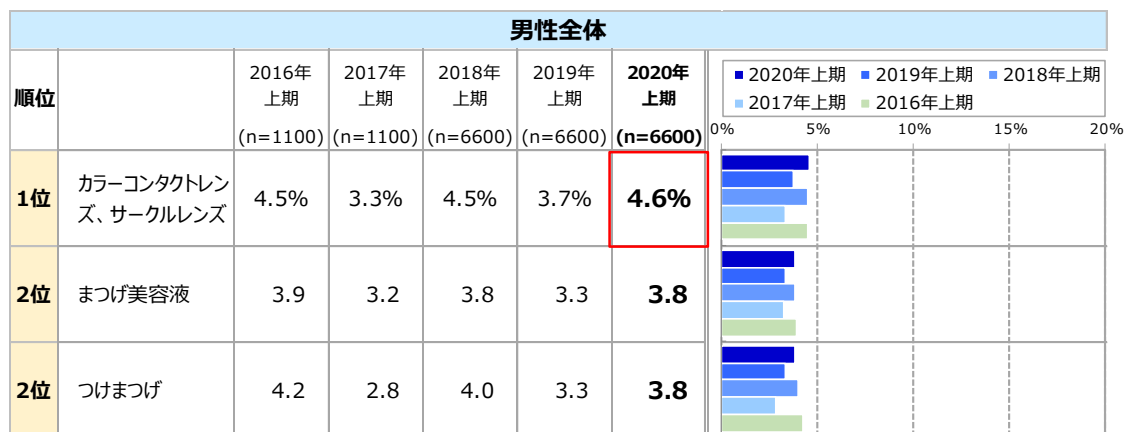
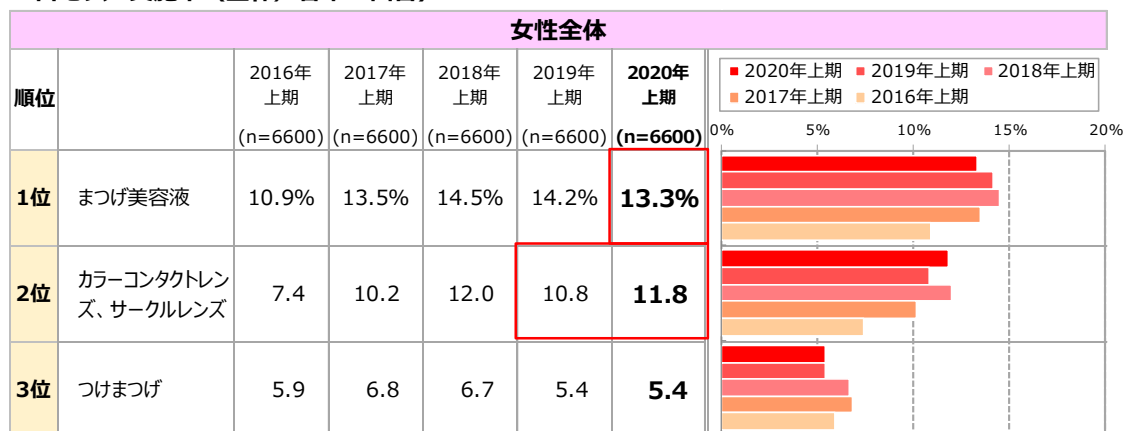
### 【女性】

- 女性全体では「まつげ美容液」が13.3%で1位。2位の「カラーコンタクトレンズ、サークルレンズ」の利用率は前年から1.0pt増。

### 【男性】

- 男性全体では「カラーコンタクトレンズ、サークルレンズ」が4.6%（前年比0.9pt増）で1位。

#### ■自宅ケア実施率（全体/各単一回答）



# [アイビューティーサロン] 【男女】サロンの利用目的

**男女ともにサロンの利用目的は「きれいになりたいから」が1位、「自分に自信を持ちたいから」が2位。3位には、女性は「身だしなみを整えたいから」、男性は「癒やされたいから」「リフレッシュしたいから」と目的が異なる**

## 【女性】

- 女性全体では「きれいになりたいから」（57.0%）が1位。「自分に自信を持ちたいから」（23.9%）が2位、「身だしなみを整えたいから」（21.7%）が3位。

## 【男性】

- 男性全体では「きれいになりたいから」（19.8%）が1位。「自分に自信を持ちたいから」（18.0%）が2位、「癒やされたいから」「リフレッシュしたいから」（12.0%）がそれぞれ3位。

■ 【アイビューティーサロン】サロンの利用目的  
(アイビューティーサロン利用者／複数回答) (%)

女性全体		
順位	サロンの利用目的 (トップ10)	2020年 上期 (n= 498)
1位	きれいになりたいから	57.0
2位	自分に自信を持ちたいから	23.9
3位	身だしなみを整えたいから	21.7
4位	薄いメイクやメイクなしでも外出できるから	18.5
5位	目力をつけたかったから	15.7
6位	自分にご褒美をあげたいから	12.7
7位	まつげがない・短い・細い・少ないなどのコンプレックス解消	10.6
8位	時間を短縮できる (自分でやるのは面倒)	9.6
9位	自分でやるより効果が高いから	7.8
10位	リフレッシュしたいから	7.2

■ 【アイビューティーサロン】サロンの利用目的  
(アイビューティーサロン利用者／複数回答) (%)

男性全体		
順位	サロンの利用目的 (トップ10)	2020年 上期 (n= 217)
1位	きれいになりたいから	19.8
2位	自分に自信を持ちたいから	18.0
3位	癒やされたいから	12.0
3位	リフレッシュしたいから	12.0
5位	疲れを取りたいから	11.5
6位	サロンでケア・施術をしてもらうのは気持ちがいいから	9.2
7位	身だしなみを整えたいから	8.8
7位	まつげがない・短い・細い・少ないなどのコンプレックス解消	8.8
9位	時間を短縮できる (自分でやるのは面倒)	7.8
9位	薄いメイクやメイクなしでも外出できるから	7.8