



2020年12月3日

株式会社 リクルートライフスタイル

【美容センサス2020年下期】 «美容意識・購買行動»

- 女性のメイクの頻度や時間は、新型コロナウイルス感染症拡大後に「減った」が43.5%
メイクで気にしているのは「目元」・「マスク」・「カメラ映り」
- 男性はメイクアップアイテム全てで購入率が昨年を上回る
特に20代男性の「下地」「コンシーラー」は前年から大幅増加

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、美容意識と購買行動の利用に関する実態調査を実施しました。その結果をご報告いたします。

調査トピックス

【悩みを感じるパーツ】(P3)

- 女性の悩みを感じるパーツは、「顔のシミ・シワ・ホウレイ線」が4年連続1位
「白髪」は2017年から順位が上昇傾向
- 男性の悩みを感じるパーツは、「薄毛・抜け毛」が4年連続1位

【メイクアップアイテム購入率】(P4、P5)

- 女性全体のメイクアップアイテム購入率は、前年と比較して全アイテムで減少
最も減少幅が大きいのは「口紅・グロス」、次いで「チーク」「ファンデーション」
- 男性全体のメイクアップアイテムの購入率は、全てのアイテムで前年を上回る
特に20代男性の「下地」「コンシーラー」の購入率が前年から大幅増加

【コロナ前後※のメイク・スキンケアの頻度や時間の変化】(P6、P7、下表)

- 女性のメイクの頻度や時間は、コロナ後に「減った」が43.5%で最も高い
理由の1位は「マスクで顔が隠れるようになったから」(66.0%)
- コロナ後のメイクで気をつけていることは、メイクの頻度や時間の変化に関わらず「目元」・
「マスクが汚れないようにする」・「カメラ映りが良くなるように」などのコメント・意見が多数

コロナ後の
メイクで気をつけて
いること
(女性全体・
自由回答 抜粋)

▼マスク着用時のメイク

「目元だけ」(20代/正社員)「マスクが汚れないようにファンデーションを塗らなくなった」(40代/パート・アルバイト)「眉メイクを丁寧にする」(30代/正社員)

▼Web会議やオンライン飲み会のためのメイク

「ポイントメイクをきもち華やかにする」(30代/正社員)
「カメラ映りが少しでも良くなるよう濃いめのメイクをする」(10代/学生)

【コロナ前後のサロン利用・継続状況/継続理由】(P8、P9)

- 「コロナ後」のサロン・施設利用者のうち、「コロナ前」と同じサロン・施設を利用している人の割合は男性が約7割～8割超、女性は8割前後。継続の理由で最も多いのは「施術者・スタッフを信頼しているから」

【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

● 調査目的

➢女性・男性それぞれの過去1年間における美容に関する行動や美容サロン・美容医療施設の利用実態を把握し、美容に対する意識を捉えること

● 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歳刻みで均等割り付け（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：2017年では1,100サンプルで実施していたが、2018年は女性と同じサンプル数で実施

● 調査実施時期

- 2020年8月14日（金）～ 8月21日（金）
- ※時系列データ：比較対象の調査の実施時期は下表参照

● 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
2017年	8月16日（水）～ 8月23日（水）	男女それぞれ 15～69歳 6,600サンプル	
2018年	8月15日（水）～ 8月22日（水）		
2019年	8月15日（木）～ 8月23日（金）		
2020年	8月14日（金）～ 8月21日（金）		

■ 2020年調査 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 ・ 道 庁 別	首 都 圏	23 区 外	東 京 23 区	甲 信 越 ・ 山 梨	（ 静 岡 含 む ）	東 海 道	関 西	中 国 ・ 四 国	九 州
女 性	女性全体	6,600	572	2,728	1,804	924	264	682	1,254	484	616	
	15～19歳	600	52	248	164	84	24	62	114	44	56	
	20代	1,200	104	496	328	168	48	124	228	88	112	
	30代	1,200	104	496	328	168	48	124	228	88	112	
	40代	1,200	104	496	328	168	48	124	228	88	112	
	50代	1,200	104	496	328	168	48	124	228	88	112	
	60代	1,200	104	496	328	168	48	124	228	88	112	

		合 計 サ ン プ ル	東 北 北 海 道 ・ 道 庁 別	首 都 圏	23 区 外	東 京 23 区	甲 信 越 ・ 山 梨	（ 静 岡 含 む ）	東 海 道	関 西	中 国 ・ 四 国	九 州
男 性	男性全体	6,600	572	2,728	1,804	924	264	682	1,254	484	616	
	15～19歳	600	52	248	164	84	24	62	114	44	56	
	20代	1,200	104	496	328	168	48	124	228	88	112	
	30代	1,200	104	496	328	168	48	124	228	88	112	
	40代	1,200	104	496	328	168	48	124	228	88	112	
	50代	1,200	104	496	328	168	48	124	228	88	112	
	60代	1,200	104	496	328	168	48	124	228	88	112	

【男女】 悩みを感じるパーツ

女性の悩みを感じるパーツは、「顔のシミ・シワ・ホウレイ線」が4年連続1位

女性の「白髪」は2017年から順位が上昇傾向

男性は、「薄毛・抜け毛」が4年連続1位

【女性】

- 1位「顔のシミ・シワ・ホウレイ線」（45.7%）、2位「白髪」（41.1%）、3位「肩・首などのコリ・腰痛・体のゆがみ」（40.1%）で、1位～3位は2019年と順位が変わらず。2位の「白髪」は、2017年以降、順位が上昇傾向。

【男性】

- 前年から順位を上げたのは、「体重の増加」（3位→2位）、「肩・首などのコリ・腰痛・体のゆがみ」（5位→4位）。

■ 感じている具体的な悩み（髪・顔・体全体／トップ10）（全体／複数回答）

Q.あなたが感じている具体的な悩みについて、あてはまるものをお選びください。

(%)

女性全体（15～69歳）			女性全体（15～69歳）					
順位	感じている具体的な悩み (トップ10)	2020年	2019年		2018年		2017年	
		(n=6,600)	順位	(n=6,600)	順位	(n=6,600)	順位	(n=6,600)
1位	顔のシミ・シワ・ホウレイ線	45.7	1位	46.5	1位	48.0	1位	46.6
2位	白髪	41.1	2位	40.6	4位	40.8	5位	39.7
3位	肩・首などのコリ・腰痛・体のゆがみ	40.1	3位	38.4	3位	42.4	3位	44.0
4位	体重の増加	37.7	5位	36.7	5位	39.4	4位	40.5
5位	ボテラインのくずれ	37.2	3位	38.4	2位	43.4	2位	44.9
6位	歯（歯並び・黄ばみなど）	35.2	7位	33.6	6位	38.2	6位	38.4
7位	髪のコシ・ハリ・クセ毛などの髪質	34.8	6位	34.0	7位	36.8	8位	33.0
8位	むだ毛処理・脱毛	33.5	8位	31.3	8位	35.1	7位	34.6
9位	肌の乾燥・張りが無い	28.2	10位	28.3	10位	28.7	9位	29.5
10位	ヘアスタイル	27.0	9位	28.9	9位	30.4	10位	27.8

※2020年「女性全体（15～69歳）」の降順にソート

(%)

男性全体（15～69歳）			男性全体（15～69歳）					
順位	感じている具体的な悩み (トップ10)	2020年	2019年		2018年		2017年	
		(n=6,600)	順位	(n=6,600)	順位	(n=6,600)	順位	(n=1,100)
1位	薄毛・抜け毛	26.4	1位	26.8	1位	28.8	1位	27.5
2位	体重の増加	25.0	3位	24.0	3位	25.3	3位	26.3
3位	体臭・口臭	24.0	2位	26.6	2位	27.3	2位	26.5
4位	肩・首などのコリ・腰痛・体のゆがみ	22.4	5位	20.4	6位	22.7	5位	23.3
5位	白髪	22.0	4位	22.8	4位	23.4	6位	22.6
6位	歯（歯並び・黄ばみなど）	20.6	6位	19.4	5位	23.2	4位	24.1
7位	ニキビ・肌が脂っぽい・テカリ	20.0	6位	19.4	7位	22.6	7位	20.5
8位	ヘアスタイル	18.2	8位	19.3	8位	20.3	8位	19.5
9位	顔のシミ・シワ・ホウレイ線	16.9	9位	16.4	9位	16.1	11位	16.7
10位	髪のコシ・ハリ・クセ毛などの髪質	14.7	10位	14.3	9位	16.1	9位	17.7

※2020年「男性全体（15～69歳）」の降順にソート

【女性】アイテム購入率（メイクアップ）

**女性全体のメイクアップアイテムの購入率は、2019年と比較して全アイテムで減少
最も減少幅が大きいのは「口紅・グロス」、次いで「チーク」、「ファンデーション」**

- 前年に購入順位2位の「口紅・グロス」と3位の「アイブロウ（眉マスカラを含む）」は、「口紅・グロス」の大幅な減少を受けて、購入順位が逆転。
- 年代別に昨年から購入率が増加したアイテムは、15～19歳「ハイライター・シェーディング」（33.8%）が前年比2.0pt増、20代「アイライナー」（55.8%）が前年比1.0pt増。

■過去1年のアイテム購入個数：購入率（1個以上購入）（全体／各単一回答）

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

			メイクアップ ^o										
			1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位	11位
			ファンデーション	アイブロウ (眉マスカラを含む)	口紅・グロス	下地 ※	アイシャドウ	パウダー フェイス	アイライナー	マスカラ	チーク	コンシーラー ※	ハイライター・ シェーディング
			(%)										
女性全体	2020年	(n=6,600)	60.1	51.0	49.8	47.6	43.8	39.1	38.9	37.5	33.9	27.0	18.2
	2019年	(n=6,600)	66.7	54.0	58.7	52.0	47.1	43.7	41.2	39.4	40.7	30.0	18.4
	2018年	(n=6,600)	65.6	51.5	56.7	*	43.9	41.4	41.4	40.4	40.0	*	17.2
	2020年と2019年の差(pt)		- 6.6	- 3.0	- 8.9	- 4.4	- 3.3	- 4.6	- 2.3	- 1.9	- 6.8	- 3.0	- 0.2
女性15～19歳	2020年	(n= 600)	43.5	49.2	61.7	45.7	58.0	43.0	47.0	44.3	35.2	35.5	33.8
	2019年	(n= 600)	49.2	49.3	69.0	48.5	58.7	44.3	52.0	44.8	46.7	38.3	31.8
	2018年	(n= 600)	49.7	45.8	65.3	*	54.3	45.0	49.0	46.8	45.8	*	31.5
女性20代	2020年	(n=1,200)	60.6	60.3	57.3	59.8	59.6	47.4	55.8	53.2	40.8	40.5	33.8
	2019年	(n=1,200)	66.3	63.0	64.1	62.9	61.3	50.8	54.8	53.6	49.3	42.6	33.1
	2018年	(n=1,200)	67.9	62.1	63.1	*	60.6	47.8	59.5	58.4	54.3	*	30.7
女性30代	2020年	(n=1,200)	61.8	56.5	44.4	55.4	50.8	42.8	47.4	46.3	41.0	31.0	21.0
	2019年	(n=1,200)	68.2	62.0	51.3	58.6	52.7	47.5	51.3	51.2	47.6	34.4	23.3
	2018年	(n=1,200)	66.3	57.1	49.5	*	49.3	43.6	51.6	52.2	43.8	*	19.2
女性40代	2020年	(n=1,200)	59.7	50.5	45.8	45.3	38.5	36.3	32.7	35.3	32.9	23.9	12.2
	2019年	(n=1,200)	67.1	54.1	53.3	48.8	41.6	39.1	34.1	35.8	36.0	25.4	11.9
	2018年	(n=1,200)	67.0	51.3	55.2	*	40.4	38.8	34.7	36.6	35.3	*	10.9
女性50代	2020年	(n=1,200)	63.9	44.2	49.3	40.8	33.8	32.4	29.4	26.9	26.8	20.1	8.3
	2019年	(n=1,200)	71.1	45.5	59.3	47.4	37.7	38.6	31.6	29.0	34.4	24.2	8.8
	2018年	(n=1,200)	68.3	45.8	56.2	*	35.9	36.8	31.0	28.4	31.2	*	10.1
女性60代	2020年	(n=1,200)	62.8	44.6	46.2	37.7	29.1	34.3	25.2	22.7	27.4	15.3	7.7
	2019年	(n=1,200)	69.7	48.0	60.3	44.3	36.4	42.0	28.6	24.6	33.1	19.2	8.1
	2018年	(n=1,200)	66.3	43.8	55.5	*	28.0	38.1	26.4	23.2	32.7	*	7.9

※順位は2020年の女性全体のスコア

※2019年よりも **+3pt以上** **+1pt以上** **+0pt以上** ※2018年：「日焼け止め・下地・コンシーラー」→2019年：「日焼け止め」「下地」「コンシーラー」の3つに変更

【男性】アイテム購入率（メイクアップ）

**男性全体のメイクアップアイテムの購入率は、「下地」と「ファンデーション」が同率1位
全てのアイテムの購入率が昨年を上回る
20代男性の「下地」「コンシーラー」の購入率が前年から大幅増**

- 年代別では、メイクアップの全アイテムで最も利用率が高いのは20代、次いで15～19歳。
- 20代男性の購入率1位は、下地（16.3%）で6.1pt増、2位はコンシーラー（15.8%）で5.0pt増。

■ 過去1年のアイテム購入個数：購入率（1個以上購入）（全体／各単一回答）

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

		メイクアップ										
		1位	1位	3位	4位	5位	6位	6位	6位	9位	10位	11位
		下地 ※	ファンデーション	コンシーラー ※	パウダー フェイス	アイライナー	アイブロウ (眉マスカラを含む)	アイシャドウ	口紅・グロス	ハイライター・ シェーディング	マスカラ	チーク
		(%)										
男性全体	2020年 (n=6,600)	6.6	6.6	6.5	6.3	6.2	6.0	6.0	6.0	5.8	5.7	5.5
	2019年 (n=6,600)	5.3	6.2	5.6	5.6	5.3	5.6	5.1	5.1	5.0	5.1	4.8
	2018年 (n=6,600)	*	6.2	*	5.6	5.1	5.1	4.9	5.1	5.0	4.8	4.9
	2020年と2019年の差(pt)	1.3	0.4	0.9	0.7	0.9	0.4	0.9	0.9	0.8	0.6	0.7
男性15～19歳	2020年 (n= 600)	11.0	10.2	9.7	9.8	9.8	9.5	10.5	9.3	9.3	9.8	9.2
	2019年 (n= 600)	7.0	8.2	7.8	7.8	8.0	7.7	7.3	7.7	7.8	6.8	6.3
	2018年 (n= 600)	*	11.3	*	10.1	10.3	9.8	9.4	9.9	10.0	8.3	9.8
男性20代	2020年 (n=1,200)	16.3	15.3	15.8	15.5	15.0	14.4	14.6	14.8	14.1	13.6	13.5
	2019年 (n=1,200)	10.2	12.3	10.8	12.2	12.2	12.1	11.2	11.3	11.0	11.0	10.5
	2018年 (n=1,200)	*	11.9	*	11.3	10.4	10.3	10.2	10.3	10.1	9.8	9.9
男性30代	2020年 (n=1,200)	7.0	7.2	7.0	6.7	7.4	6.0	6.2	6.3	6.0	6.3	5.9
	2019年 (n=1,200)	7.6	9.6	8.3	7.8	7.0	7.3	6.8	6.6	6.5	7.3	6.3
	2018年 (n=1,200)	*	7.7	*	7.2	6.4	6.4	6.6	6.5	7.0	6.4	6.4
男性40代	2020年 (n=1,200)	4.9	4.8	4.5	4.9	4.2	4.6	4.2	4.3	4.3	4.5	4.3
	2019年 (n=1,200)	5.2	5.6	4.8	4.3	4.1	4.3	4.3	4.3	3.8	4.2	4.0
	2018年 (n=1,200)	*	3.8	*	3.1	2.8	2.7	2.7	2.7	2.7	2.4	2.1
男性50代	2020年 (n=1,200)	1.6	2.1	1.8	1.7	1.5	1.6	1.4	1.6	1.3	1.1	1.3
	2019年 (n=1,200)	1.5	1.4	1.8	1.8	1.3	1.9	1.3	1.3	1.5	1.3	1.3
	2018年 (n=1,200)	*	2.5	*	2.1	1.4	1.9	1.5	1.4	1.4	1.8	1.4
男性60代	2020年 (n=1,200)	1.0	1.6	1.7	1.2	1.3	1.4	1.3	1.4	1.3	1.2	0.7
	2019年 (n=1,200)	1.0	1.3	1.3	1.0	0.8	1.4	0.8	1.0	0.9	0.9	1.0
	2018年 (n=1,200)	*	2.3	*	2.1	1.6	2.2	1.4	2.0	1.5	2.0	2.1

※順位は2020年の男性全体のスコア

※2019年よりも +3pt以上 +1pt以上 +0pt以上 ※2018年：「日焼け止め・下地・コンシーラー」→2019年：「日焼け止め」「下地」「コンシーラー」の3つに変更

【女性】コロナ前後※のメイク・スキンケアの頻度や時間の変化

※コロナ前：外出自粛要請が出される前のおよそ3月以前のこと、※コロナ後～現在：外出自粛要請が出された後のおよそ4月以降から現在のこと

メイクの頻度や時間の変化は、コロナ後に「減った」が最も高い。「減った理由」の1位は「マスクで顔が隠れるようになったから」。

スキンケアの頻度や時間は、「変わらない」が最も高い

- コロナ後にメイクの頻度や時間は「減った」（43.5%）が、「変わらない」（38.6%）や「増えた」（2.5%）を大きく上回る。
- メイク頻度が減った理由の1位は「マスクで顔が隠れるようになったから」（66.0%）、増えた理由の1位は「気分転換をしたくなったから」（39.9%）。
- コロナ後のスキンケア頻度や時間は「変わらない」（65.0%）が、「減った」（16.7%）や「増えた」（8.0%）を大きく上回る。
- スキンケア頻度が減った理由の1位は「外出頻度が減ったから」（47.5%）、増えた理由の1位は「時間に余裕ができたから」（55.6%）。

■コロナ前後※のメイク/スキンケア頻度（女性全体/各単一回答）

Q.あなたは、コロナ前とコロナ後を比べて、メイクの頻度や時間はどのように変わりましたか。

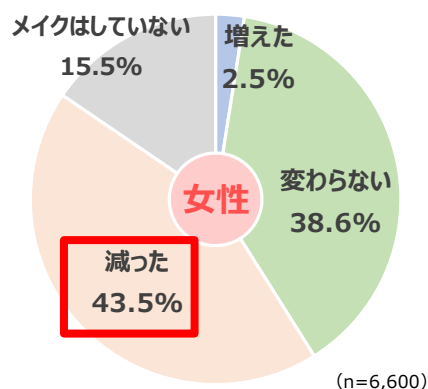
Q.あなたは、コロナ前とコロナ後を比べて、スキンケアの頻度や時間はどのように変わりましたか。

■コロナ後のメイクで気をつけていること

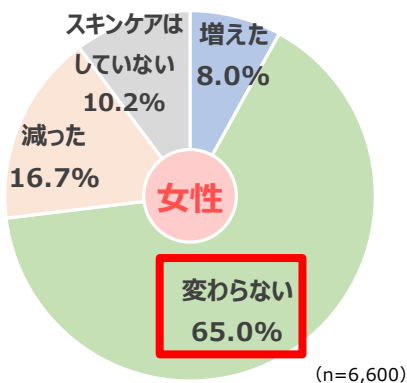
（女性全体/自由回答・抜粋）

※コロナ前：外出自粛要請が出される前のおよそ3月以前のこと、※コロナ後～現在：外出自粛要請が出された後のおよそ4月以降から現在のこと

【メイク頻度・時間の増減】



【スキンケア頻度・時間の増減】



▼マスク着用時のメイク

「目元だけ」（20代/正社員）
「眉メイクを丁寧にする」（30代/正社員）
「マスクが汚れないようにファンデーションを塗らなくなった」（40代/パート・アルバイト）

▼Web会議やオンライン飲み会のためのメイク

「ポイントメイクをきもち華やかにする」（30代/正社員）
「カメラ映りが少しでも良くなるよう濃いめのメイクをする」（10代/学生）

【メイク頻度・時間の増減理由】

(%)

女性全体（15～69歳）		
順位	メイク頻度が減った理由 トップ5	2020年 (n=2,870)
1位	マスクで顔が隠れるようになったから	66.0
2位	直接人と会う機会が減ったから	57.4
3位	外出頻度が減ったから	50.2
4位	マスクが汚れるから	38.7
5位	在宅勤務（授業）になったから	13.4

順位	メイク頻度が増えた理由 トップ5	2020年 (n=163)
1位	気分転換をしたくなったから	39.9
2位	メイクをすることが楽しく、好きになったから	38.0
3位	時間に余裕ができたから	33.1
4位	Web会議やWeb授業、オンライン飲み会で顔だしするから	27.6
5位	メイクに関する情報を得る機会が増えたから	24.5

※メイク頻度・時間が「減った」/「増えた」女性がそれぞれ回答

【スキンケア頻度・時間の増減理由】

(%)

女性全体（15～69歳）		
順位	スキンケア頻度が減った理由 トップ5	2020年 (n=1,105)
1位	外出頻度が減ったから	47.5
2位	直接人と会う機会が減ったから	45.6
3位	手入れすることが億劫になったから	23.6
4位	スキンケアにお金や時間をかけたくなくなったから	19.8
5位	在宅勤務（授業）になったから	9.6

順位	スキンケア頻度が増えた理由 トップ5	2020年 (n=531)
1位	時間に余裕ができたから	55.6
2位	自宅にいたことが長くなり、自分の肌を見る時間が増えたから	43.7
3位	根本から肌を改善したくなったから	43.5
4位	ノーメイクで過ごすことが増えたから	36.3
5位	スキンケアするのが楽しく、好きになったから	32.4

※スキンケア頻度・時間が「減った」/「増えた」女性がそれぞれ回答

【男性】コロナ前後※のメイク・スキンケアの頻度や時間の変化

※コロナ前：外出自粛要請が出される前のおよそ3月以前のこと、※コロナ後～現在：外出自粛要請が出された後のおよそ4月以降から現在のこと

コロナ後のメイク、スキンケアの頻度や時間は、「変わらない」が2割超～3割超を占める
メイク、スキンケアとも「減った」理由の1位は「直接人と会う機会が減ったから」
増えた理由の1位は、メイクは「Web会議で顔だしするから」、スキンケアは「時間に余裕ができたから」

- コロナ後のメイクの頻度や時間は「変わらない」（22.0%）が、「減った」（5.0%）、「増えた」（2.5%）を大きく上回る。
- コロナ後のスキンケアの頻度や時間は「変わらない」（32.7%）が、「減った」（5.4%）、「増えた」（3.9%）を大きく上回る。

■コロナ前後※のメイク／スキンケア頻度（男性全体／各単一回答）

Q.あなたは、コロナ前とコロナ後を比べて、メイクの頻度や時間はどのように変わりましたか。

Q.あなたは、コロナ前とコロナ後を比べて、スキンケアの頻度や時間はどのように変わりましたか。

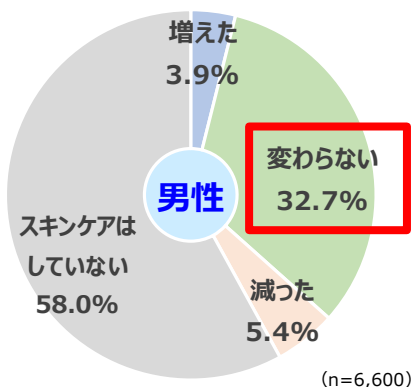
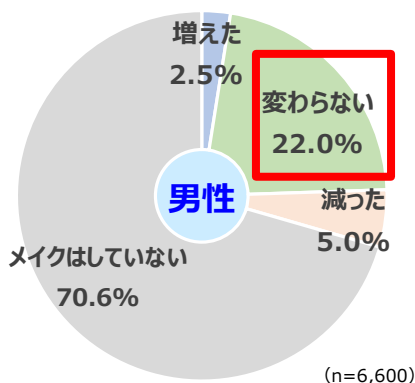
■コロナ後のメイクで気をつけていること

（男性全体／自由回答・抜粋）

※コロナ前：外出自粛要請が出される前のおよそ3月以前のこと、※コロナ後～現在：外出自粛要請が出された後のおよそ4月以降から現在のこと

【メイク頻度・時間の増減】

【スキンケア頻度・時間の増減】



▼マスク着用時のメイク

「こめかみなどマスクに触れない部分にのみBBクリームを使っている」

（20代／学生）

「目元だけちゃんとしている」

（20代／公務員）

▼Web会議やオンライン飲み会のためのメイク

「顔が映るのでニキビの痕を見えにくくようにする」（20代／正社員）

「目下のシワが目立たないように」（30代／正社員）

【メイク頻度・時間の増減理由】

(%)

男性全体（15～69歳）		
順位	メイク頻度が減った理由 トップ5	2020年 (n= 331)
1 位	直接人と会う機会が減ったから	40.5
2 位	外出頻度が減ったから	40.2
3 位	在宅勤務（授業）になったから	29.0
4 位	マスクで顔が隠れるようになったから	21.8
5 位	メイクにお金や時間をかけたくなくなったから	17.8

順位	メイク頻度が増えた理由 トップ5	2020年 (n= 162)
1 位	Web会議やWeb授業、オンライン飲み会で顔だしするから	51.9
2 位	気分転換をしたくなったから	42.6
3 位	時間に余裕ができたから	36.4
4 位	メイクをすることが楽しく、好きになったから	34.0
5 位	メイクに関する情報を得る機会が増えたから	8.0

※メイク頻度・時間が「減った」／「増えた」男性がそれぞれ回答

【スキンケア頻度・時間の増減理由】

(%)

男性全体（15～69歳）		
順位	スキンケア頻度が減った理由 トップ5	2020年 (n= 355)
1 位	直接人と会う機会が減ったから	37.2
2 位	手入れすることが億劫になったから	31.3
3 位	在宅勤務（授業）になったから	26.8
4 位	外出頻度が減ったから	23.7
5 位	スキンケアにお金や時間をかけたくなくなったから	17.2

順位	スキンケア頻度が増えた理由 トップ5	2020年 (n= 259)
1 位	時間に余裕ができたから	56.0
2 位	根本から肌を改善したくなったから	35.1
3 位	自宅にすることが長くなり、自分の肌を見る時間が増えたから	33.6
4 位	気分転換をしたくなったから	30.5
5 位	スキンケアするのが楽しく、好きになったから	25.1

※スキンケア頻度・時間が「減った」／「増えた」男性がそれぞれ回答

【女性】コロナ前後※のサロン利用・継続状況／継続理由

※コロナ前：外出自粛要請が出される前のおよそ3月以前のこと、※コロナ後～現在：外出自粛要請が出された後のおよそ4月以降から現在のこと（過去1年間について）

コロナ後のサロン・施設利用者のうち、コロナ前と同じサロン・施設を利用している人は80%前後。全てのサロン・施設の継続理由の1位は「施術者・スタッフを信頼しているから」

- 継続理由の2位は、美容室は「サロンや施設の場所が自宅から近いから」、それ以外のサロン・施設は「サロンや施設、スタッフの衛生対策がしっかりしているから」。

■ 利用者の継続状況（コロナ前後※利用者／各単一回答） Q.コロナ後にこれまで利用していたサロン・施設を変更したことがありますか。

		コロナ前と同じサロン・施設を継続利用	コロナ前後で同じ	コロナ後に一時的に変更	コロナ後にサロンや施設を変更	サロンや施設の固定はしていない
		(%)				
女性全体（15～69歳）	美容室 (n=3,821)	77.3	72.2	5.1	6.7	16.0
	その他の美容サロン（ネイル、エステ、リラクゼーション、アイサロンなど） (n= 516)	78.7	69.4	9.3	6.0	15.3
	フィットネスジム・ヨガスタジオ・加圧トレーニング (n= 323)	88.5	82.0	6.5	5.3	6.2
	医療脱毛（病院・クリニックでの脱毛） (n= 215)	85.6	76.3	9.3	4.7	9.8
	美容内科・美容皮膚科（脱毛除く） (n= 84)	83.3	77.4	6.0	7.1	9.5
	美容外科 (n= 44)	81.8	75.0	6.8	9.1	9.1
	審美歯科・矯正歯科 (n= 106)	80.2	78.3	1.9	3.8	16.0

※コロナ前：外出自粛要請が出される前のおよそ2020年3月以前のこと（過去1年間について）

※コロナ後～現在：外出自粛要請が出された後のおよそ2020年4月以降から現在のこと

■ 各施設の利用を継続している理由（コロナ後もサロンを継続している・変更したが戻った方／各複数回答）

Q.コロナ前に利用していたサロン・施設の利用を継続している理由／コロナ後に一時的に変更したが今は元のサロンや施設を利用している理由をお答えください。

		(%)	施術者・スタッフを信頼しているから	サロンや施設、スタッフの衛生対策がしっかりしているから	サロンや施設が衛生対策の情報をしっかり発信していたから	サロンや施設の雰囲気気に入っているから	サロンや施設の価格が気に入っているから	サロンや施設の技術力を信頼しているから	サロンや施設の場所が自宅から近いから	変更したサロンや施設がよくなかったから	サロンや施設・スタッフとSNSでつながっていたから	サロンや施設から定期的にDMなどの連絡があったから	コロナに対応・配慮したメニューがあったから (時短メニューなど)	お得・使いやすいメニューやクーポンがあったから
女性全体 (15～69歳)	美容室 (n=2,953)	62.2	22.5	8.1	18.9	22.8	7.1	16.8	22.9	0.7	2.0	1.1	0.7	7.6
	その他の美容サロン（ネイル、エステ、リラクゼーション、アイサロンなど） (n= 406)	57.1	26.1	10.1	21.7	19.7	17.2	18.2	16.7	1.5	1.0	2.5	0.7	5.9
	フィットネスジム・ヨガスタジオ・加圧トレーニング (n= 286)	50.3	38.8	21.0	19.9	15.4	14.7	10.5	26.9	3.1	1.0	3.1	4.5	1.0
	美容医療：医療脱毛（病院・クリニックでの脱毛） (n= 184)	42.9	31.5	10.9	13.0	17.9	15.8	12.0	10.3	2.2	2.7	1.1	0.5	3.3
	美容医療：美容内科・美容皮膚科（脱毛除く） (n= 70)	47.1	28.6	10.0	11.4	15.7	21.4	17.1	7.1	7.1	2.9	4.3	—	2.9
	美容医療：美容外科 (n= 36)	30.6	25.0	8.3	13.9	16.7	2.8	16.7	8.3	2.8	2.8	5.6	2.8	—
	美容医療：審美歯科・矯正歯科 (n= 85)	63.5	31.8	12.9	14.1	7.1	4.7	21.2	15.3	2.4	2.4	3.5	2.4	1.2

※各施設を継続利用している理由の

1位 2位 3位

※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】コロナ前後※のサロン利用・継続状況／継続理由

※コロナ前：外出自粛要請が出される前のおよそ3月以前のこと、※コロナ後～現在：外出自粛要請が出された後のおよそ4月以降から現在のこと（過去1年間について）

コロナ後のサロン・施設利用者のうち、コロナ前と同じサロン・施設の継続利用は約70%から80%超。全てのサロン・施設の継続理由の1位は「施術者・スタッフを信頼しているから」

- 継続理由の2位は、「美容室・理容室」は「サロンや施設の価格が気に入っているから」、それ以外のサロン・施設は「サロンや施設、スタッフの衛生対策がしっかりしているから」（※その他の美容サロンは「サロンや施設の価格が気に入っているから」「サロンや施設、スタッフの衛生対策がしっかりしているから」が同率2位）。

■利用者の継続状況（コロナ前後※利用者／各単一回答）

Q.コロナ後にこれまで利用していたサロン・施設を変更したのがありますか。

		コロナ前と同じサロン・施設を継続利用 (%)	コロナ前後で同じ	コロナ後に一時的に変更	コロナ後にサロンや施設を変更	サロンや施設の固定はしていない
男性全体（15～69歳）	美容室・理容室 (n=3,105)	78.7	71.1	7.5	5.3	16.0
	その他の美容サロン（ネイル、エステ、リラクゼーション、アイサロンなど） (n= 159)	73.6	44.0	29.6	14.5	11.9
	フィットネスジム・ヨガスタジオ・加圧トレーニング (n= 306)	85.0	66.3	18.6	6.9	8.2
	医療脱毛（病院・クリニックでの脱毛） (n= 99)	83.8	62.6	21.2	2.0	14.1
	美容内科・美容皮膚科（脱毛除く） (n= 55)	69.1	43.6	25.5	14.5	16.4
	美容外科 (n= 32)	75.0	56.3	18.8	6.3	18.8
	審美歯科・矯正歯科 (n= 72)	75.0	62.5	12.5	2.8	22.2

※コロナ前：外出自粛要請が出される前のおよそ2020年3月以前のこと（過去1年間について）

※コロナ後～現在：外出自粛要請が出された後のおよそ2020年4月以降から現在のこと

■各施設の利用を継続している理由（コロナ後もサロンを継続している・変更したが戻った方／各複数回答）

Q.コロナ前に利用していたサロン・施設の利用を継続している理由／コロナ後に一時的に変更したが今は元のサロンや施設を利用している理由をお答えください。

		施術者・スタッフを信頼しているから	サロンや施設、スタッフの衛生対策がしっかりしているから	サロンや施設が衛生対策の情報をしっかり発信しているから	サロンや施設の雰囲気気に入っているから	サロンや施設の価格が気に入っているから	サロンや施設の技術力やメニュー・マシンが気に入っているから	サロンや施設の技術力を信頼しているから	自宅から近いから	変更したサロンや施設がよくなかったから	つながっていたから	サロンや施設・スタッフとSNSでの連絡があったから	サロンや施設から定期的にDMなどの連絡があったから	コロナに対応・配慮したメニューがあったから	（時短メニューなど）	お得・使いやすいメニューやクーポンがあったから
男性全体（15～69歳）	美容室・理容室 (n=2,443)	55.8	18.1	7.6	14.1	25.5	6.1	10.8	25.4	1.5	1.7	0.5	0.8	5.9		
	その他の美容サロン（ネイル、エステ、リラクゼーション、アイサロンなど） (n= 117)	37.6	27.4	19.7	22.2	27.4	21.4	19.7	12.8	6.8	4.3	1.7	2.6	1.7		
	フィットネスジム・ヨガスタジオ・加圧トレーニング (n= 260)	44.6	33.1	23.8	21.9	27.7	22.7	10.0	21.2	4.6	5.0	3.1	5.4	5.0		
	美容医療：医療脱毛（病院・クリニックでの脱毛） (n= 83)	45.8	26.5	16.9	24.1	12.0	16.9	13.3	13.3	13.3	3.6	7.2	6.0	2.4		
	美容医療：美容内科・美容皮膚科（脱毛除く） (n= 38)	36.8	34.2	21.1	23.7	21.1	31.6	13.2	10.5	7.9	10.5	5.3	2.6	—		
	美容医療：美容外科 (n= 24)	29.2	25.0	33.3	8.3	16.7	37.5	16.7	20.8	4.2	16.7	16.7	8.3	4.2		
	美容医療：審美歯科・矯正歯科 (n= 54)	51.9	37.0	24.1	24.1	14.8	16.7	18.5	18.5	7.4	7.4	3.7	5.6	3.7		

※各施設を継続利用している理由の

1位

2位

3位

※回答者数が30サンプル以下のものは参考数値とする