

「美容センサス2021年下期」から 読み解く！美容消費の兆し

対象：15～69歳男女の過去1年間における「美容意識・コスメ・美容医療」に対する意識・利用実態を調査
(男女各6,600サンプル／人口20万以上都市居住) 期間：2021年8月13日(金)～8月20日(金)

POINT

1

女性のコスメの購入頻度、最も増加したのは「ECモール」
次いで「美容サロン、病院・クリニック」

購入頻度が増加した人が減少した人を上回ったのは、「インターネット通販(ECモール)」、「美容サロン、病院・クリニック」、「インターネット通販(ブランドのサイト)」。
デパートなどの対面チャネルでの購入頻度が軒並み減少する中で、「美容サロン、病院・クリニック」は頻度増に。

女性のチャネル別コスメ 購入率&購入頻度

≪美容意識・購買行動編≫P.6-7

	購入率			購入頻度*	
	基礎化粧品	メイク	化粧雑貨・ボディケア	増えた・やや増えた	減った・やや減った
(サンプル数)	6,048	4,818	4,796		
インターネット通販(ECモール)	21.6%	21.0%	17.9%	41.0%	10.1%
美容サロン、病院・クリニック	2.1%	1.2%	1.3%	31.8%	24.4%
インターネット通販(ブランドのサイト)	17.8%	13.2%	7.2%	26.1%	13.1%
ファッションビル・ショッピングモール	4.9%	7.0%	6.4%	22.5%	33.1%
デパート	13.0%	14.6%	7.9%	20.7%	40.0%
コンビニ／スーパーマーケット	7.3%	7.3%	8.5%	18.3%	20.3%
訪問販売	1.0%	1.1%	0.5%	17.0%	36.2%
ドラッグストア	58.5%	62.9%	67.8%	16.7%	20.1%
バラエティショップ	7.0%	11.2%	10.8%	15.7%	33.1%
化粧品専門店	8.1%	8.7%	4.6%	15.7%	33.4%

*購入頻度は各チャネル別に「基礎化粧品」「メイク」「化粧雑貨・ボディケア」いずれかの購入者が回答

研究員解説

コロナ禍で、カスタマーのコスメ購入チャネルは「対面販売」から「ネット」にシフトしていることが読み取れます。

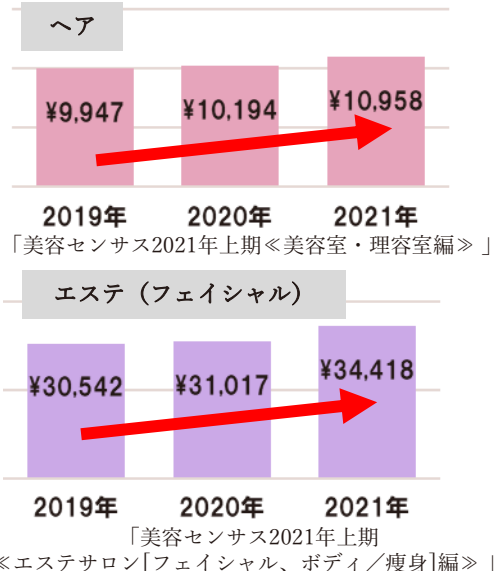
多くの対面を主流とするチャネルが購入頻度減となる中で、注目は「美容サロン、病院・クリニック」。まだまだ購入者は少ないものの、対面を主流とするチャネルの中で、唯一頻度が「増えた」が「減った」を上回りました。

SNSで流行した美容サロン専売品の「クッションファンデーション」など、「サロンでしか購入できない」コスメも、購入頻度増に影響しているかもしれません。コロナ禍で店販の年間購入金額も上昇しています。(右図参照)

カスタマーは普段、髪・顔・体のお手入れを担当しているスタッフにこそ、トータルな美容提案を望んでいるのではないのでしょうか。「定期的に施術を受ける美容のプロ」へカスタマーの期待がますます高まっています。

(『ホットペッパービューティーアカデミー』 研究員 田中 公子)

関連データ (女性・年間店販購入金額)



POINT
2

20代男性のメイクアイテム購入率は**18.2%**！
1か月あたりのメイクにかかる金額は、20代女性の3,469円を超える**5,692円**！

《美容意識・購買行動編》P.4、P.5

《美容意識・購買行動編》P.9

メイクアイテム購入状況

	男性		女性	
	購入率※	1か月あたりの平均金額	購入率※	1か月あたりの平均金額
15～19歳	16.2%	¥4,393	74.3%	¥3,228
20代	18.2%	¥5,692	77.0%	¥3,469
30代	11.8%	¥5,625	72.8%	¥2,996
40代	8.8%	¥4,194	73.6%	¥2,754

*購入率…1年以内にメイクアイテムを1個以上購入した割合

20代男性のメイクアイテム
購入率ランキング

1位	下地	11.2%
2位	フェイスパウダー	9.6%
2位	アイブロウ	9.6%
2位	アイライナー	9.6%
5位	ファンデーション	9.5%
6位	コンシーラー	9.3%
7位	口紅・グロス	8.8%
7位	チーク	8.8%
7位	アイシャドウ	8.8%

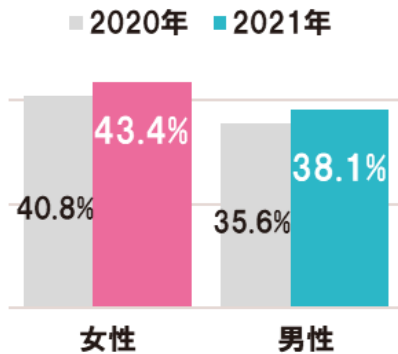
【研究員解説】男性メイクの購入をけん引するのは20代。メイクアイテムの購入率は18.2%、1か月あたりの平均金額は5,692円で、実は女性を上回ります（女性20代：3,469円／月）。メイクアイテムは、1位が下地、2位がフェイスパウダー、アイブロウ、アイライナーと、マスクから見える目元を中心としたアイテムが並びます。2位から6位のコンシーラーまで、ほぼ僅差で並ぶことから、20代男性の幅広いアイテムづかいがうかがえます。
（『ホットペッパービューティーアカデミー』研究員 田中 公子）

POINT
3

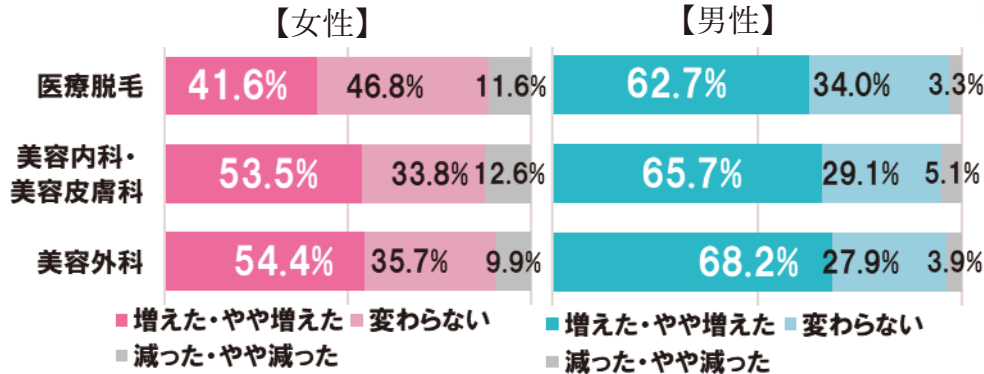
美容手段の「多様化」が進む！
美容医療への「抵抗感」は低下し、
1年間の利用金額は**男女とも増加した人が減少した人を大幅に上回る**

《美容医療編》P.7

《美容医療編》P.4

美容医療に対する抵抗感
“抵抗感・違和感なし”の割合


ここ1年での美容医療の施術費用変化



【研究員解説】コロナ禍で「マスクをしているから、目立ちにくい」と言って、美容医療に通っているというお客様の声をよく耳にします。ここ1年での美容医療の施術費用は、増加した人が減少した人を上回っており、利用者の美容医療への投資が高まっていることが分かります。
また、自身の美容医療に対して“抵抗感・違和感なし”は、男女とも前年から上昇。美容の手段は多様化し、美容医療も「手段のひとつ」として捉えられているようです。
（『ホットペッパービューティーアカデミー』研究員 田中 公子）