

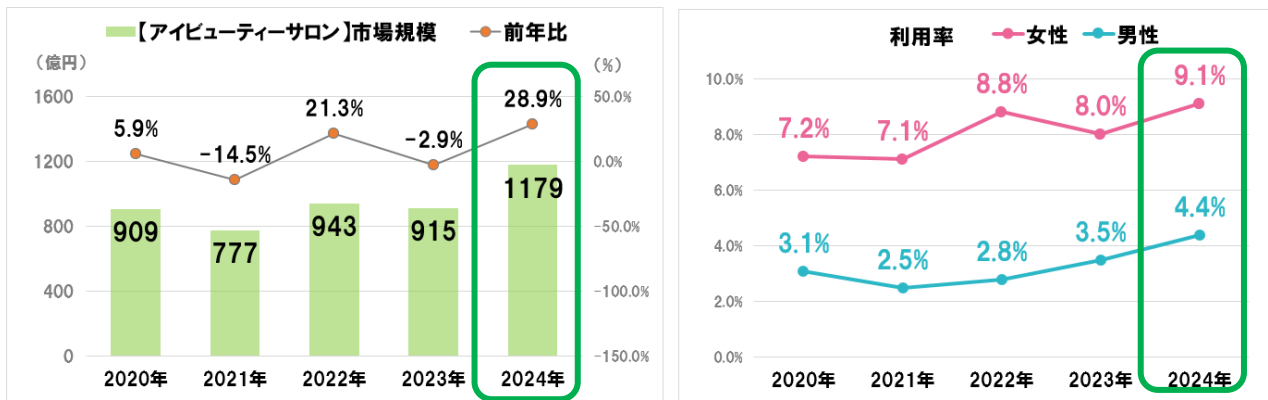
## 美容センサス 2024 年上期「アイビューティーサロン編」

### アイビューティーサロンの市場規模は 1179 億円で、ここ 5 年で最高値 男女ともに利用者が広がり、女性の利用金額はコロナ禍前から V 字回復

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。

#### ■市場規模推計<sup>※1</sup>（消費者ベース）・1 年以内のサロン利用率<sup>※2</sup>

美容センサスから推計した市場規模は、1179 億円（前年比 28.9%増）。1 年以内のサロン利用率が男女ともここ 5 年で最高値。



※1 サロン利用率、1 回あたり利用金額、年間利用回数と人口推計（総務省統計局）からの推計（P4 参照）

※2 「過去 1 年間に 1 回以上利用」の割合（いずれの年も男女各 n=6,600 / 各単一回答）

- ✓ 市場規模の大幅な拡大には、男女ともに利用者が増えたことに加えて、女性の 1 回あたり利用金額と年間利用回数がコロナ禍前から V 字回復したことも影響（P1-2）。
- ✓ 女性は「まつげエクステーション」「アイブロウ・眉カット」などの利用率が前年から増加。特に 40 代が前年から大きく伸びている（P3）。

#### 研究員からのコメント



外出機会が“コロナ禍前”の水準に戻る中で、目元美容は「高単価・広範囲」へ

コロナ禍では、「マスクから見える」目元の美容への意識が高まり、アイビューティーサロンでは「まつげパーマ・カール」の女性利用が増加していました。マスク着用の規制が緩和され、外出機会がコロナ禍前の水準に戻ったここ 1 年で、施術単価が高い「まつげエクステーション」は復活の兆しを見せています。また、「アイブロウ・眉カット」をサロンで利用する男女が増えており、目元美容は高単価化、そして施術の範囲が広がる傾向にあります。

特に、40 代のオトナ女性は 1 回あたりの利用金額が顕著に上昇しました。「まつげエクステーション」や「アイブロウ・眉カット」の利用も伸びており、アイメイクに時間をかけない時短美容として取り入れる人が増えていると考えます。（『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）

本件に関する  
お問い合わせ先

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

## ■1回あたり利用金額

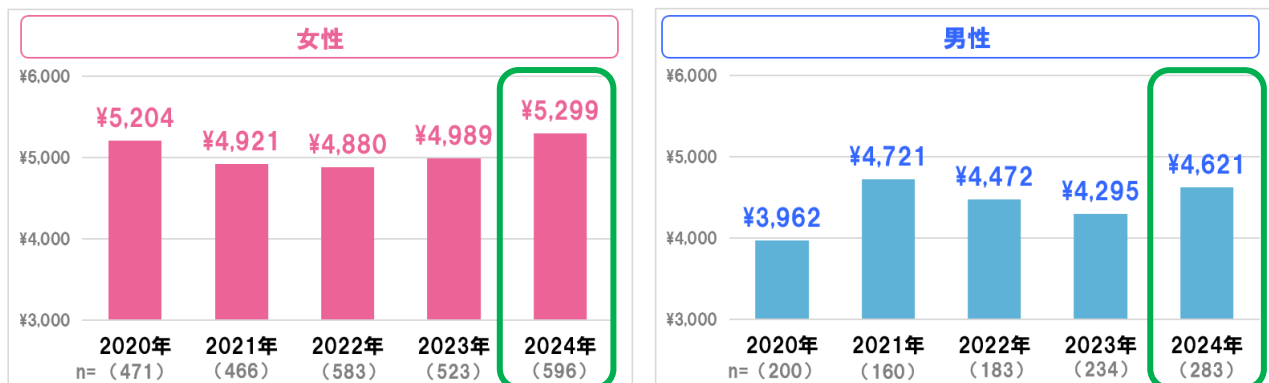
女性の利用金額はここ5年で最も高い。年代別に見ると、40代の利用金額が前年から大きく上昇。

男性の利用金額は前年から上昇。年代別に見ると、20代が大きく上昇。

Q. サロンを利用の際、1回あたりどのくらいの費用をかけていますか。

(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回あたり利用金額の平均



【アイビューティーサロン】1回あたり利用金額の平均 (年代別)

性別	年代	n数	2024年 (円)	増減率 (%)
女性	15~19歳	51	4,707	-1.1%
	20代	225	5,166	1.5%
	30代	150	5,174	4.2%
	40代	90	6,246	28.2%
	50代	48	4,970	-1.0%
	60代	32	5,540	12.8%
男性	15~19歳	27	5,123	7.3%
	20代	101	5,040	27.5%
	30代	73	4,122	-8.8%
	40代	62	3,656	-15.5%
	50代	18	5,933	14.1%
	60代	3	10,961	484.6%

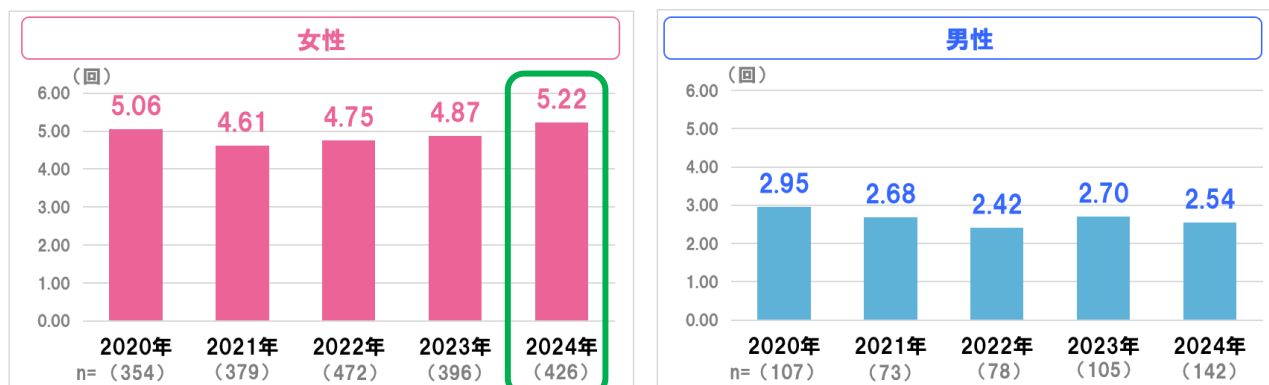
※人口統計比率に合わせた集計 (ウェイトバック集計、以下WB) 前 n=30 以下の年代は、斜体グレー表示にしている。前年のみ WB 前 n=30 以下の場合は「増減率」のみ斜体グレー表示

## ■年間利用回数

女性の年間利用回数はここ5年で最も多い。コロナ禍以降落ち込んだ利用回数がV字回復。

Q. あなたは過去1年間に、サロンをどの程度利用しましたか。(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】年間利用回数の平均<<1回以上利用者ベース集計>>



## ■1年以内のメニュー利用率

最も利用率の高いメニューは男女とも「まつげパーマ・カール」。

女性は「まつげパーマ・カール」が前年差 1.2 ポイント減。2位の「まつげエクステーション」が 2.0 ポイント増。3位の「アイブロウ・眉カット」は 5.2 ポイント増。

「まつげエクステーション」「アイブロウ・眉カット」は、40代女性が前年から大幅に増加。

Q. 過去1年間、あなたはアイビューティーサロンで、以下のメニューをどの程度利用しましたか。

(1回以上の利用者の割合) (アイビューティーサロン利用者/実数回答)

【女性】メニュー利用率 トップ5 (n=603)		2024年 (%)	前年差 (pt)
1位	まつげパーマ・カール	65.3	-1.2
2位	まつげエクステーション	35.5	2.0
3位	アイブロウ・眉カット	26.5	5.2
4位	まつげエクステーションリペア	19.9	5.4
5位	まつげケア・トリートメント	19.2	4.0

【男性】メニュー利用率 トップ5 (n=288)		2024年 (%)	前年差 (pt)
1位	まつげパーマ・カール	51.7	6.0
2位	まつげケア・トリートメント	45.5	11.7
3位	まつげエクステーション	45.1	11.3
4位	アイブロウ・眉カット	42.2	7.6
5位	まつげエクステーションリペア	42.0	10.4

### まつげエクステーション

女性	n数	2024年 (%)	前年差 (pt)
15~19歳	51	21.9%	5.2
20代	230	29.4%	2.2
30代	150	46.5%	0.2
40代	91	44.2%	15.0
50代	49	24.4%	-15.1
60代	32	42.9%	-9.1

### アイブロウ・眉カット

女性	n数	2024年 (%)	前年差 (pt)
15~19歳	51	37.0%	0.3
20代	230	27.3%	2.3
30代	150	26.1%	4.2
40代	91	28.6%	16.3
50代	49	17.1%	9.2
60代	32	14.3%	2.3

## ■調査概要

調査名 : 「美容センサス 2024 年上期<<アイビューティーサロン編>>」

調査手法 : インターネットリサーチ

調査期間 : 2024 年 2 月 1 日 (木) ~ 2 月 12 日 (月)

調査対象 : 全国、人口 20 万人以上の都市に居住する 15~69 歳の男女各 6,600 人

※図表内の%の値は小数第 2 位を四捨五入しているため、差分や合計値において、単純計算した数値と合致しない場合があります。

※実数回答設問では、想定範囲から外れた値を「外れ値」として除外して集計しているため、記載している n 数と算出に用いた基数が異なる場合があります。

【人口統計比率に合わせた集計（ウェイトバック集計）】について

今回より人口統計比率に合わせた集計（ウェイトバック集計）に変更しています。（2020年～2023年のデータも再集計）

詳細は「美容センサス 2024 年上期《アイビューティーサロン編》報告書」をご参照ください。

#### P1【市場規模推計 算出の方法】

男女各年代の市場規模推計の合算値（15～69歳・男女合計）

市場規模推計（円）

= 人口（人）<sup>※1</sup> × 1年以内のサロン利用率（%）<sup>※2</sup> × 1回あたり利用金額平均（円）<sup>※3</sup> × 年間利用回数平均（回）<sup>※4</sup>

※1 人口データは人口推計（総務省統計局）を使用。年齢（5歳階級）、男女別人口—総人口（各年10月1日時点）。調査年の前年10月1日時点の人口を使用。

※2※3※4 ホットペッパービューティーアカデミー「美容センサス 2024 年上期《アイビューティーサロン編》資料編」より使用。

#### ■『ホットペッパービューティーアカデミー』とは

美容に関する調査研究機関。「美容の未来のために、学びと調査・研究を」をビジョンに2014年に開校しました。美容サロンのマネジメントやマーケティングを学ぶ「経営セミナー」、美容センサスなどの「調査研究」、訪問美容・女性活躍・SDGsなどの情報提供・イベント開催などをはじめとした「サステナビリティ活動」を柱に、全て無料で美容業界へ情報発信しています。これらの活動により、美容業界の成長に寄与する場の提供を目指しています。

#### 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、一人ひとり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、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。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、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、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.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>