

2021 年 6 月 24 日



**【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

エリア別割付数（数字はサンプル数）											(人)														
		サ ン プ ル 合 計	北 海 道 ・ 東 北	首 都 圏	23 区 外	東 京 23 区	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	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		女性	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

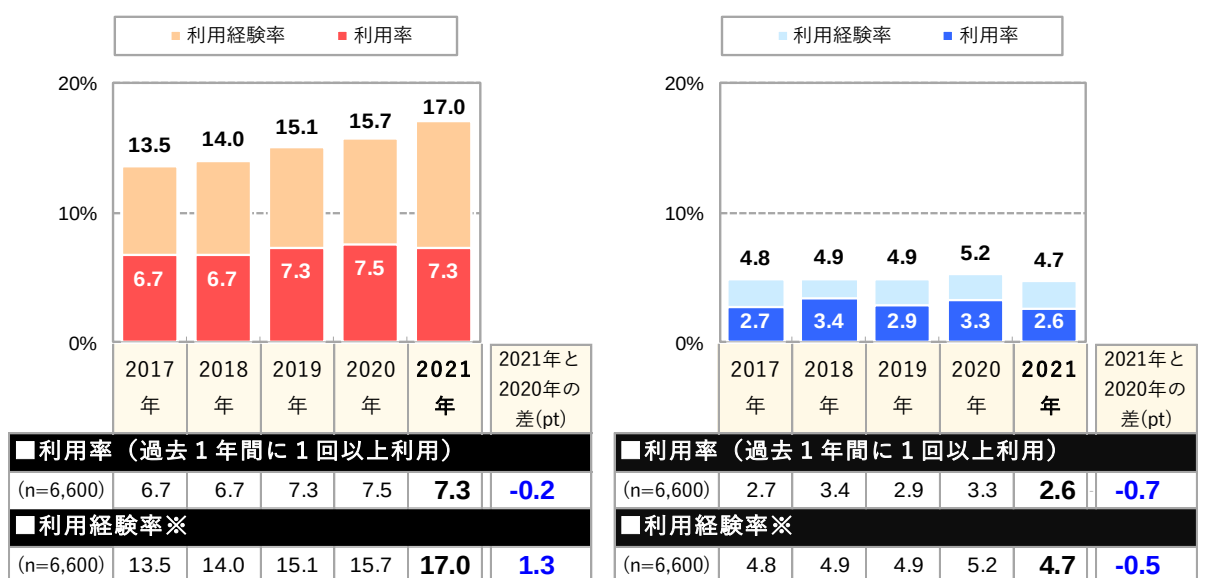
女性の利用率（過去 1 年間に 1 回以上利用）は、7.3%（前年比 0.2pt 減）、年間利用回数は 4.44 回（前年比 10.3%減）。利用金額は 4,821 円（同 7.0%減）に減少した。また、「まつげパーマ・カール」の人気上昇（P.5 参照）がうかがえる。

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)

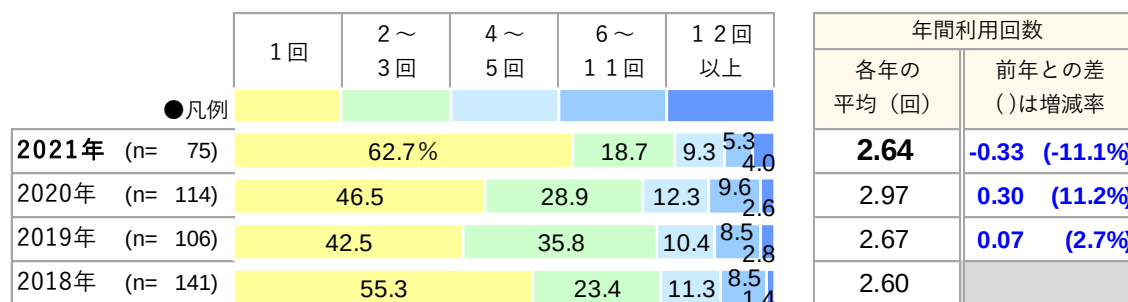
【女性】

		1 回	2 ～ 3 回	4 ～ 5 回	6 ～ 1 1 回	1 2 回 以上
●凡例						
2021年	(n= 393)	28.0%	32.1	13.7	13.7	12.5
2020年	(n= 369)	25.5	26.8	14.1	20.1	13.6
2019年	(n= 408)	25.0	24.0	14.7	21.8	14.5
2018年	(n= 365)	31.5	24.9	13.4	18.1	12.1
2017年	(n= 413)	34.9	27.1	13.6	15.5	9.0

年間利用回数	
各年の 平均 (回)	前年との差 ()は増減率
4.44	-0.51 (-10.3%)
4.95	-0.12 (-2.4%)
5.07	0.52 (11.4%)
4.55	0.55 (13.8%)
4.00	-0.50 (-11.1%)

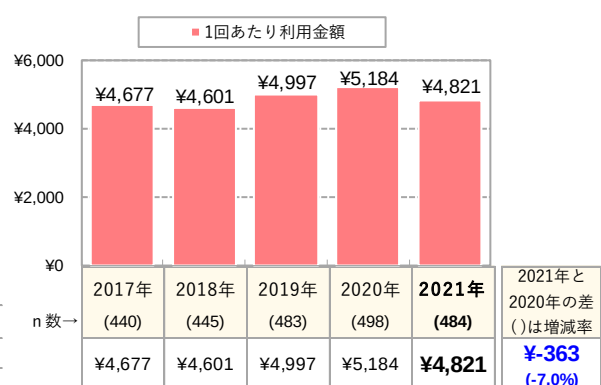
2021 年 6 月 24 日

【男性】

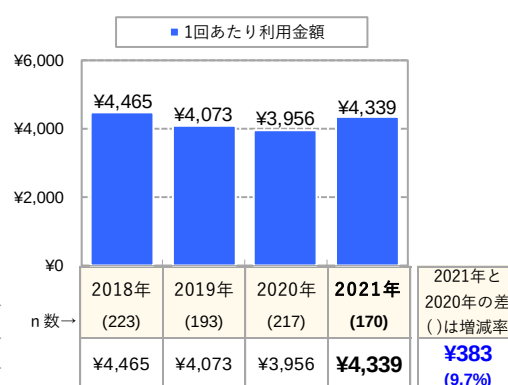


■ [アイビューティーサロン] 1回あたり利用金額 (アイビューティーサロン利用者/実数回答)

【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】

	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】

	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→	(%)				
		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→	2018	2019	2020	2021
		年 (223)	年 (193)	年 (217)	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）」

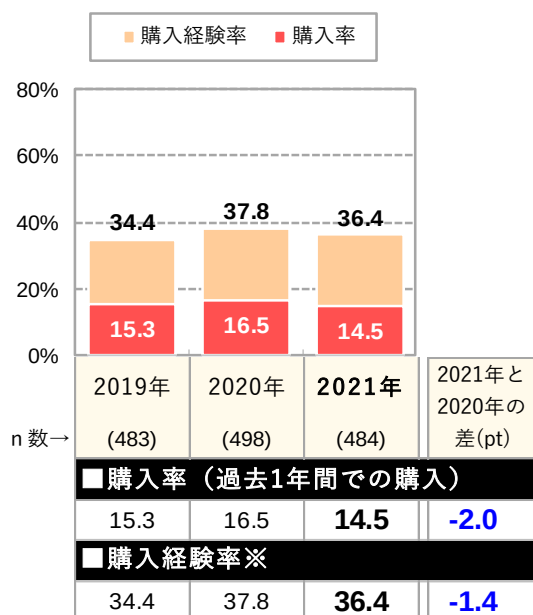
3. 店販購入商品は、「まつげ美容液」や「つけまつげ」が増加

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)

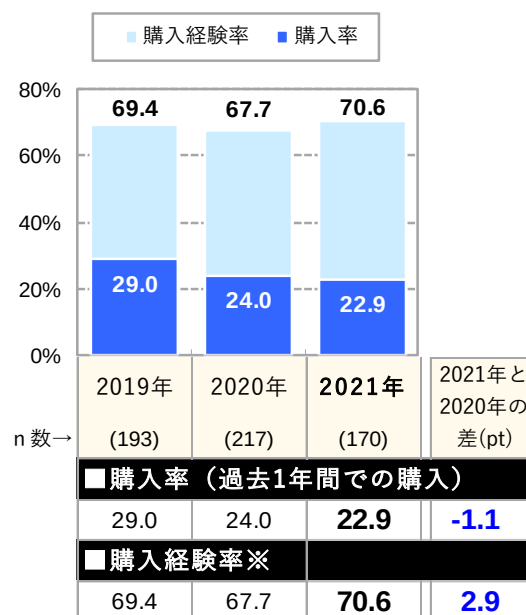
【女性】



※店販：サロンで販売している「商品」

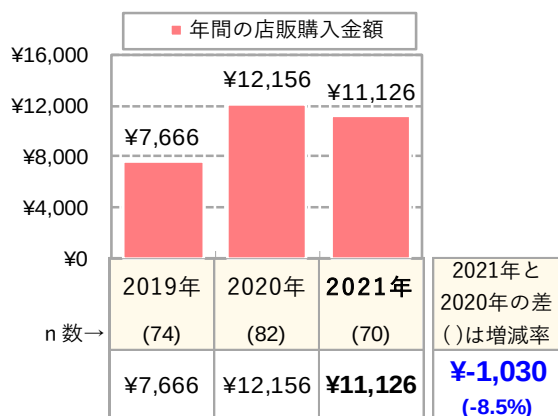
※購入経験率：「過去 1 年間での購入」 + 「ここ 1 年間での購入はないが、過去に購入」

【男性】

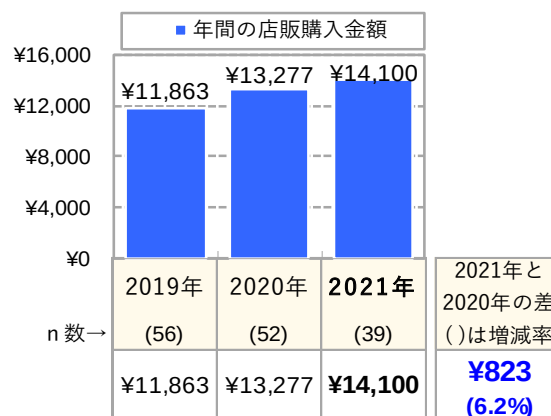


■ [アイビューティーサロン] 過去 1 年の店販購入金額 (過去 1 年店販購入者/実数回答)

【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)	
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)	
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

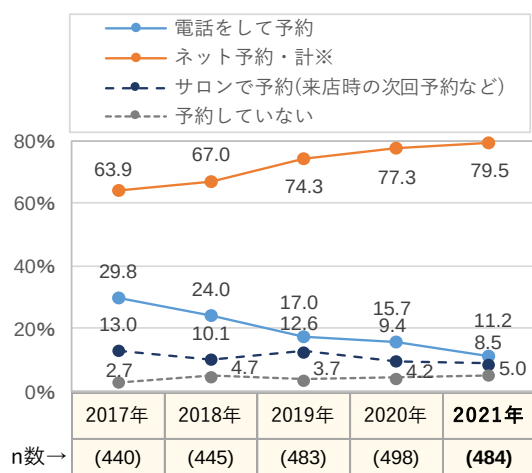
2021 年 6 月 24 日

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

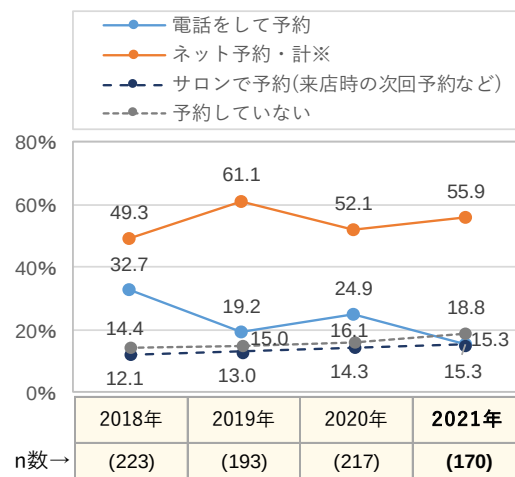
女性の過去1年のサロン予約方法のうち、「ネット予約」は79.5%（前年比2.2pt増）。これに対し、「電話をして予約」は同4.5pt減、「サロンで予約」も同0.9pt減と、「ネット予約」以外の利用率が低下しており、予約方法としては「ネット予約」に移行される傾向にある。一方、男性は過去4年間の傾向では、電話予約が減少し、ネット予約にシフトする流れがみられる。

■ [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えた」(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、ここにいる、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/>