

TOP Beauty NEWS



トップ広告社がお届けする美容・ファッションのトレンドニュース♪

美容センサス2020下期トピックス発表！！

～コスメ・美容医療の利用実態と
新型コロナウイルス感染症拡大による美容行動への影響を調査～

トピックス①

コロナ後も「サロンを変えない」が約8割。
その理由とは？？

「コロナ前後で同じサロンを利用」という人が約8割。
継続する理由として最も高かったのは「スタッフへの信頼」。クラウドファンディングや店販で売上を増やしたサロンも。

【美容サロン】同じサロンへの継続【女性】

※美容センサス2020下期 «美容意識・購買行動»P.8

	美容室 (n=3,821)	ネイル・エステ・ リラク・アイ (n=516)
コロナ前と同じサロンを継続利用	77.3%	78.7%
コロナ前後で同じ	72.2%	69.4%
コロナ後に一時的変更	5.1%	9.3%
コロナ後にサロンを変更	6.7%	6.0%
サロンの固定はしていない	16.0%	15.3%

コロナ後も同じ美容サロンに「継続する」理由【女性】

美容室	※美容センサス2020下期 «美容意識・購買行動»P.8
1位	施術者・スタッフを信頼しているから 62.2%
2位	サロンの場所が自宅から近いから 22.9%
3位	サロンの価格が気に入っているから 22.8%
4位	サロンやスタッフの衛生対策がしっかりしているから 22.5%
5位	サロンや施設の雰囲気気に入っているから 18.9%

(n=2,953、複数回答)

・ロコミに丁寧に返信
・DM/メッセージを
定期的に送る
・この人に任せれば
安心、常に新しいこと
を提案してくれるetc...
「また指名したい」と
思わせる“ウリ”を見つ
けましょう☆

トピックス②

メンズ美容は「20代男性」がけん引！
メイクアイテムの購入率が昨年を上回る！
美容医療の利用率も上昇中

男性美容はコロナ禍の2020年も20代を中心に好調。
メイクアイテム、美容医療ともに利用者は裾野が広がり
普及期に入りつつある。

メイクアイテムの購入ランキング【20代男性】

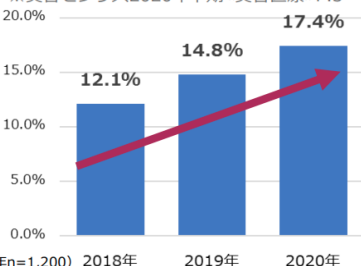
※美容センサス2020下期 «美容意識・購買行動»P.5

順位	メイクアップアイテム	2020年	2019年	増加pt
1位	下地	16.3%	10.2%	6.1
2位	コンシーラー	15.8%	10.8%	5.0
3位	フェイスパウダー	15.5%	12.2%	3.3
4位	ファンデーション	15.3%	12.3%	3.0
5位	アイライナー	15.0%	12.2%	2.8

(各年n=1,200)

美容医療の利用率【20代男性】

※美容センサス2020下期 «美容意識»P.3



(各年n=1,200)

男性美容の「当たり前基準」が高まるなか、これからは「興味を持っているけれどどうすればいいかわからない」という男性に対する訴求がカギ。

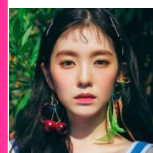
男性は良いと思ったものに対する定着率は高いので、美容師さんなど「身近な美容のプロ」のアドバイスは有効でしょう。

～2021年 ヒトクセ流行トレンドチェック～

【美容】

オニオンバンク/フェイスフレーミング

“第4次韓流ブーム”の今！
韓国アイドルは必見◎『オニオンバンク』の火付け役とも言われているRed Velvetのアイリーン♡短いシースルーバンクに曲がりくねった前髪がいま韓国で話題沸騰中！玉ねぎのようなふわっと感がたまります♡



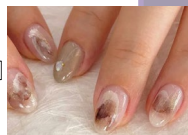
韓国アイドルTWICE・BLACKPINKが火付け役の『フェイスフレーミング』2020年のチラ見せインナーカラーとは傾向が異なり、顔全体の印象をガラリと変化させるようフェイスラインを囲む点がポイント。



【ネイル】

インクネイル/マグネットネイル

ニュアンスネイルは当たり前◎その中でも周りと差をつける『インクネイル』色味がじゅわっと広がり、シンプルの中にヒトクセあるデザインや質感に変化をつけたものが注目☆インクの流れが決まっていないのでオリジナル♡



中国・韓国でも人気となっている『マグネットネイル』鉄粉いりのネイルで、マグネットでラメを動かしていきいます。奥行きのある模様と幻想的なデザインからニュアンス系やドーリー系等用途様々♡最近では、シールやメタルパーツを使ったパタフライデコレーションも人気♡

本当に住みやすい街RANKING —2021—

2020年はコロナで都心から離れた地方に移住をされる方も増える中
どのようなランキングになったのでしょうか？！今後の新規出店の参考に★



川口



2023年には商業施設を含む地上29階の複合タワーマンションが完成予定、更に東口エリアでは2022年着工予定のミクスْتُーヌ型再開発事業が決定、今後更なる発展が期待される。東京23区から埼玉県に入ってくるポジションは、武蔵小杉と同じ立地条件だが、マンションなどの住宅価格がリーズナブル、隣駅の赤羽より中古マンション価格が2割〜3割程度安い。利便性も含め新規出店にかなり有望な地域かも？！



大泉学園



現在は西武池袋線のみだが都営地下鉄大江戸線の光が丘駅からの延伸計画もあり今後更なる街の発展が見込まれる。駅を少し離れると閑静な住宅街となり、公園などの自然も豊富で若い世代から長く暮らせる環境が整っている。また富裕層も近年多くなっているという噂も？！高単価でも集客が見込める地域。



辻堂

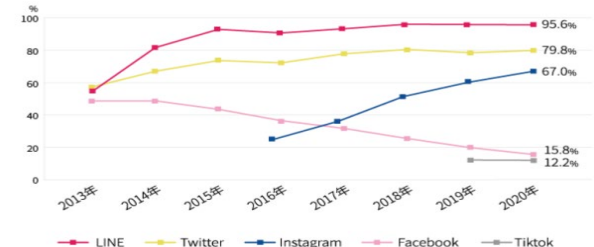


再開発により利便性が急上昇、リゾートライフを満喫できるシーサイドタウン。国道一号線拡幅が完了すればアクセスも向上し、さらに生活しやすいエリアになり、家族で余暇を楽しめる環境が十分に整う。近隣の藤沢や戸塚に比べ手の届きやすい価格設定の住宅が多い。オシャレなファミリー層をねらうなら神奈川県ではここかも？！

2020最新★<<SNS利用状況まとめ>>

●SNS利用率

ベース：全体（n=500）／複数回答



★使用しているSNS★

メッセージ機能をもつSNSのLINEが成長を年々続け単独1位をキープしています。またTwitterは2017年以降はアカウント数に関する発表を行っていません。特筆すべきはInstagramの急伸とFacebookのユーザー離れです。2019年内にInstagramはFacebookのMAU数を抜き、国内でどこまで拡大できるかが注目が集まります。

★企業の実用実態★

インターネットを利用している企業のうち、SNSを活用している企業の割合は36.7%で、前年と比べると約8%上昇しました。業種別では「不動産業」が58.7%と最も高く、次に「金融・保険業」、「卸売・小売業」と続きます。これらの企業では前年度比で10%以上も高くなっています。

★企業のSNSを活用目的★

「商品や催しの紹介、宣伝」が68.7%と最も高く、次に「定期的な情報の提供」となっています。多くの企業で、商品の紹介や情報の提供にSNSが使われていることが分かります。ターゲットを絞りリーチができるので来年度以降も企業での活用が増えていくことが予想されます。

編集後記

2021年の幕開けです。コロナウイルスに悩まされた2020年でしたが、今年はどんな1年になるのでしょうか？オリンピック開催や海外への入出国等問題は山積みですが、美容サロンの集客は2020年6月の緊急事態宣言解除以降、完全に元通りとはいきませんが徐々に回復しています。こんな状況下の中通いたくなるサロンとは何か。衛生対策の徹底？特化したメニュー？スタイリストの人柄？もう一度原点に立ち、お客様目線でSNSへの打ち出しをする事が集客が上がるヒントかもしれません。

メンズ顧客の『獲得』と『単価アップ』の方法！

メンズの『新規獲得』と『単価アップ』について。ホットペッパービューティーAcademy『提案力UP！メンズ攻略法』をご紹介します！

新規メンズ客獲得増加の為の取組みとチェック内容

初めて行く美容室はメンズにとってはハードルは高く色々事前チェックをして『メンズが行っても大丈夫』という確認をするらしい。その確認事項をピックアップ

- ①メンズ用のメニュー、クーポンがあるか？
同じカットでもメンズカットという表記はあった方が◎
- ②メンズが得意とか、メンズのスタイルが多くあるか
実際のスタイルがあると安心できる
- ③本当にメンズ客が来店しているのか口コミでメンズの投稿を探す。

メンズに新メニュー提案(単価アップ)で必要な事は？

決め手はカウンセリングです。ニーズの引出す方法に工夫が必要
多くのメンズが『言いたくても上手く言えない！』という方が多いというアンケート結果が出ているそうです。

『今日はどうしますか？』と聞かれると、どう答えて良いかわからず『いつも通りで』と答えてしまったり、、、、他にもヘアケアなどは気になっていても言い出しにくい事もあるそうなのでそこは『男性に人気のメニューですが！』とか『お試しショートバージョンで試してみませんか？』という『優しいパス』が欲しいとインタビューで話していました。

メンズの美容意識は高まっている！

メンズの美容への意識は高まっていて肌ケアの化粧品も人気。勿論、ヘアケア、薄毛に対しての意識は高く50%以上の人が20代からケアしたいと考えている。ニーズは確実にあります。ポイントはカウンセリング時の工夫で、動画の中で詳しく紹介しているのでQRコードから視聴してみてください！



気になる動画セミナーはコチラからご覧ください。



新型コロナウイルスの影響…？ 『アイブロウケアの需要は高まっている』

2020年は今までのメイクの仕方を変えた『マスクメイク』と呼ばれるメイク術が注目されました！マスクをしていると表情が分かりにくいので、目元の部分だけでその人の第一印象が決まってくるということも過言ではありません。すっかりマスク生活が定着した今、目元が与える印象は前よりも大きくなっています。目元のメイクはもちろんのこと、眉毛を以前よりも力をいれて整えているという女性も多くなっているのではないのでしょうか。

(有)ティ・アール・コーポレーションが美容

院経営者・従業員を対象に実施した「サロンの

アイブロウケア」に関する調査によると、

このコロナ禍をきっかけに「マッサージ」

「出張サービス」「アイブロウケア」などの

新メニューを取り入れたサロンは6割以上！

「アイブロウケアの需要は高まっていると思

いますか？」の質問に対して、「非常に高

まっている（15.2%）」「高まっている

（37.0%）」と、合わせて半数以上の方が

「高まっている」と回答されています！また、

アイブロウのメニューを取り入れているとい

うサロンが6割、さらに取り入れているメ

ニューとしては眉毛エクステが一番多いとい

う結果となりました。最近では女性だけでなく、

男性の美意識が高まっているので、メン

ズに向けてのアイブロウメニューでメンズ

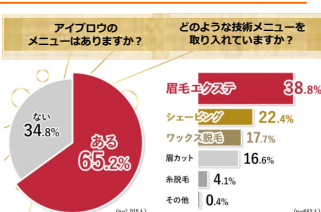
の集客につなげてみるのもいいかもしれません！

新しいメニューを増やすことは、技術を

習得するのに時間が必要かもしれませんが、

その分新しい景色が見えてくるものです。

ぜひこの機会に検討されてみてはいかがでしょうか？



HOTPEPPER Beauty 02月号

発行日：1/28(木)

申込〆切：1/8(金)／原稿〆切：1/15(金)

HOTPEPPER Beauty 03月号

発行日：2/25(木)

申込〆切：2/5(金)／原稿〆切：2/12(金)

サロンボード ヘルプデスク 0120-36-0493

発行人

(株)トップ広告社

TEL:03-5641-0661