

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♪2025

Z世代に聞いた！

UGCに関する意識調査

昨今マーケティング界隈で聞かれるようになった「UGC」、果たしてZ世代にはどこまで効果があるのでしょうか？

●UGCを購入のきっかけにしているZ世代は **46.2%**

●UGCを発信するプラットフォームとして選ばれているのは「Instagramのストーリー」

Q あなたは新しい商品やサービスを購入する際、広告よりも、UGC（レビュー、SNS投稿、ブログなど）に基づいて商品を購入することがありますか？（選択式）

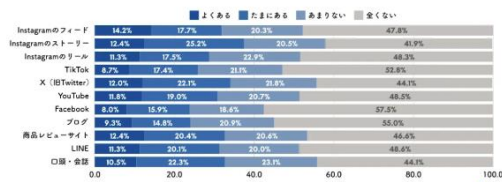
広告と比較して、UGCをもとに新しい商品やサービスを購入したことがあるかを聞いてみました。その結果、「よくある」「たまにある」と答えたZ世代は合計で46.2%、UGCは広告と同じくらい購入の意思決定に影響があることがわかりました。



n=515 Zvoice

Q あなたは以下のプラットフォームでUGC（レビュー、投稿など）を発信した経験がありますか？

Z世代自身がUGCを発信したことがあるプラットフォームは、「Instagramのストーリー」がもっとも多く、「よくある」「たまにある」を合わせると37.6%という結果に、続いて「X（旧Twitter）」で34.1%、「商品レビューサイト」と「口説・会話」がどちらも32.8%となりました。



n=515 Zvoice

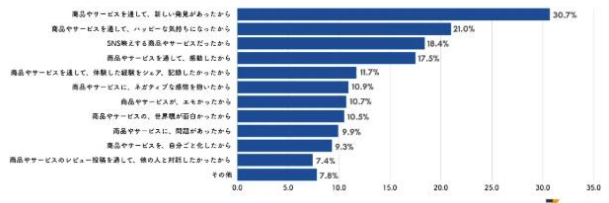
●Z世代がUGCを投稿するきっかけは「新しい発見」があること

UGCは広告と同じくらい購入の意思決定に影響があることがわかりました◎



Q あなたが自分自身が商品やサービスについてSNSやレビューサイトに投稿する際、何をきっかけに投稿しますか？当てはまるものを全てお選び下さい

もっとも多かったのは「商品やサービスを通して新しい発見があったから」で30.7%。2番目に多かった「商品やサービスを通して、ハッピーな気持ちになったから（21.0%）」とは、10ポイント近い差がついており、「新しい発見」が多くのZ世代にとってUGCを投稿する際のポイントとなるようです。



n=515 Zvoice

「商品やサービスを通して、ハッピーな気持ちになったから」の他にも「商品やサービスを通して、感動したから（17.5%）」といったエモ消費的要素や、「SNS映えする商品やサービスだったから（18.4%）」という、依然として根強い「映え」がきっかけとなることがわかりました。

“風呂キャンセル界隈”の実態調査

「お風呂に入りたいけれど入れない……」。そんな現代女性たちの間で共感と呼んでいるのが、SNS発のトレンド「風呂キャンセル界隈」

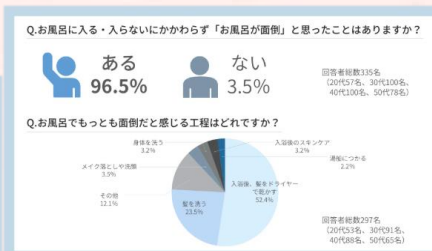
週1回以上お風呂に入らない女性は **22.1%**！主な理由は「心身の疲れ」

「ほぼ毎日お風呂に入る」と回答した方は49.6%



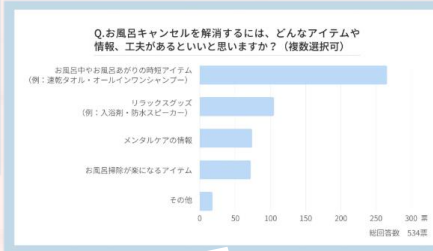
「ズボラポ 朝用 ふき取り化粧水シート」は、洗顔・化粧水・角質ケアが拭き取るだけ

髪・頭皮・からだの汗やベタつき・ニオイ・かゆみが気になるときに！水不要でサッとシャワー



お風呂は面倒！88.4%の女性がかもっとも嫌う工程は「髪をドライヤーで乾かすこと」

「時短アイテム」が救世主？風呂キャンセル界隈脱却のカギ



脱・風呂キャンセル界隈をするには、具体的なアイテムや工夫を取り入れることが鍵かもしれません♪



美容室アッシュ(Ash)新卒内定者数が過去最高に。 採用戦略の転換とは？

●採用難への対応としてK-POPスポンサードを導入



アッシュは2025年新卒内定者数が235名を超えたと発表した。同社の新卒採用人数は近年150名以下に落ち込んでおり、採用体制の見直しやK-POPアーティストとのコラボレーションによるキャリア支援など、新たな取り組みを進めた。その結果、今年の内定者数は179.4%増（前年比）と大幅に改善。2024年新入社員の内定率も8.5%減少（前年同期比）するなど、定着率も向上している。

▼2023年11月からK-POPアーティスト事務所「EVA. ENTERTAINMENT」の支援を開始



サロンワークを超えたクリエイティブな経験が積み重ねられるという新たな取り組み。美容学生が高い関心を寄せるK-POPとの連携を採用戦略に活用し、興味を引きつける新たなアプローチとして成功を収めた。

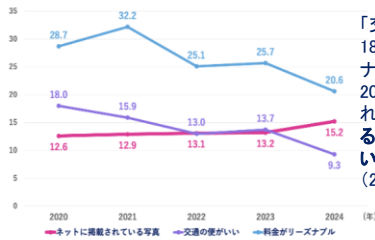
●店舗採用に体制変更で採用ミスマッチを解消

(1) 本部一括採用→店舗採用への切り替え
本部の採用担当者が各店舗の状況・人員配置のバランスから配属先を決定していたことで入社後のミスマッチが生まれ、早期退社となる流れがあった。体制変更後は、学生側は知りたい情報を事前にチェックしてから店舗見学に行くことができ、サロン側も人材獲得のために従来より採用活動に対して真剣に取り組むようになったという。

(2) 全店舗で採用インスタアカウントを作成
サロンの発信内容にバラツキが発生してしまうことも。本部ではそのバラツキを解消するためにマニュアルを作成・勉強会の開催などAshとして正しい情報発信をしているか、誤解が生じるような内容になっていないかなどチェックを徹底している。

20代女性 サロン選びに妥協しない！

20代女性が初来店時に重視したポイントはどう変化している？



「交通の便がいい」(2020年: 18.0%→2024年: 9.3%)や「料金がリーズナブル」(2020年: 28.7%→2024年: 20.6%)といった制約条件は年々重視されなくなり、逆に「ネットに掲載されている写真」はだんだんと重要視する度合いが上がっていることがわかります(2020年: 12.6%→2024年: 15.2%)

サロン選びで重視するのは「なりたい自分の実現性」？

「料金がリーズナブル」を重要視する年代は？



「初来店時に重要視するポイント」について「料金がリーズナブル」を選んだ利用者を年代別に見てみると、実は若年層ほど金額を重視していないということがわかります！(15~19歳: 23.6%、20代: 20.6%)

ホットペッパービューティーにおいても、ブログの内容や、スタイルの充実が重要になりそうです！

出典: 美容センサス2024年上期<美容室編> (ホットペッパービューティーアカデミー)

編集後記

寒さが一段と厳しくなってきました。この時期はサロン業界にとって閑散期とされ、集客に苦労されているサロン様も多いかと思えます。ここで注目したいのが、若年層を含む「美容医療の広がり」です。それに伴い、コスメ市場は「効果・効能重視」へとシフトしており、オーガニックブランドでも効果や実感が求められる傾向が強まっています。マチュア世代では、『ビューティ=健康』という考え方が既に定着しており、インナーケアなどの新領域がこの1年で大きく拡大したそうです。一方、若年層ではメンタルヘルスへの関心が高まり、『美しさと健康』は切り離せない存在となっています。このような市場の流れを的確に捉え、サロン全体で戦略をしっかりと組み立て、春の商戦期に向けてモチベーションを高めて取り組みましょう！

最新中国ヘアスタイル&カラー

人気のワンホンヘア。中国のインフルエンサー（ワンホン）たちの間で流行しているスタイルで、ゆったりとしたウェーブや美しいストレートヘアが特徴です◎そんなワンホンヘアには、今人気の3つスタイルがHOT♡



水母頭 (クラゲヘア)

上部が丸みを帯びたボブスタイルで、下部が長めに残るユニークなシルエツトが特徴スタイル♪まるでクラゲのような形状◎トップはふんわりとボリュームを持たせつつ、毛先に自然な動きを加えることで、軽やかさと柔らかさを演出◎顔の形を選ばず似合いやすいのも魅力です♡

公主巻发 (プリンセス風巻き髪)

名前の通りお姫様のようなエレガントで華やかな巻き髪スタイル♪トップや前髪に高さを出し、ふんわりとしたシルエツトを作ることで、上品で洗練された印象を与えます◎全体的にゆるやかなカールを取り入れることで、柔らかさと女性らしさを強調♡パーティーや特別なイベントにぴったりの華やかなヘアスタイル♪



仙女发型 (仙女スタイル)

中国語で「仙女(天女)」のようなナチュラルで清楚な雰囲気を持つ髪型を指します。ゆるやかなウェーブやストレートヘアが特徴で、シンプルながらも上品さが際立つスタイル♡自然な髪の流れを重視し、過度なセット感を抑えることで「頑張りすぎない美しさ」を表現◎このスタイルは日常的にも取り入れやすく、リラックスした優雅さを演出したい方におすすめ♪

厳しい冬を乗り切る「はちみつ」アイテム5選

栄養たっぷり☆

「メロラ」マヌカハニー 「生活の木」ハーブコーディアル



はちみつツイロステイ 「だいじょうぶなもの」キャンディ 「ビーバーフルーツファーム」コーディアル

マヌカハニーやハーブコーディアルにキャンディ。日常に取り入れやすく、長い冬を乗り切るのに役立つようなアイテムをご紹介します！乾燥や寒さによる影響が大きい冬。はちみつを使ったアイテムを上手に取り入れ、心身をいたわりながら冬を乗り切りましょう！

HOTPEPPER Beauty 3月号

発行日: 2/27(木)

申込〆切: 2/10(月) / 原稿〆切: 2/13(木)

HOTPEPPER Beauty 4月号

発行日: 3/27(木)

申込〆切: 3/10(月) / 原稿〆切: 3/13(木)

知床ノド編集部 0120-36-0493

発行人

(株)トップ広告社

TEL: 03-5641-0661