

【メンズ眉毛トレンドに関する意識調査】

男性ビジネスマンの印象アップは眉毛を中心とした「ブロウライン」が鍵！

眉毛ケアする理由として、

20代若手社員は“自分ウケ”、50代ベテラン社員は“身だしなみのため”

男性の眉毛ケアに対する世代間ギャップが明らかに！

仕事ができそうな眉毛の芸能人1位は「大谷翔平さん」

～今どきの眉市場を知る「眉トレンド白書 by HOLLYWOOD BROW LIFT®」 vol.4～

最先端のアイブロウソリューション®「HOLLYWOOD BROW LIFT®（以下：ハリウッドブロウリフト）」を提案する株式会社 JULIA IVY（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：福井仁美）は、全国の20代～50代のビジネスマン男性500人を対象に眉毛に関する調査を実施しました。

近年、男性の美容意識が急速に高まっている傾向にあります。中でも、顔の額縁と呼ばれる眉毛を整えることで「社内・社外の取引先に好印象をもたらす」といった理由から、ビジネスマンの中で眉毛ケアが注目されています。そのようなビジネスシーンと眉毛ケアの関係性に着目し、最新の眉事情や眉毛ケアによってビジネスでプラスに働いた経験、さらに「仕事ができそうな眉毛の芸能人」についての調査を実施しました。

【調査結果サマリー】

<TOPIC1：ビジネスシーンでのアイブロウコミュニケーションについて>

■ビジネスシーンでの第一印象UPの鍵は「ブロウライン」だと判明！

ビジネスシーンで初対面の方で最初に目がいく顔のパーツを質問したところ、7割以上（73.2%）が眉毛を中心とした目周りのエリア「ブロウライン」だと回答。

■人との距離を近づけ、相手に好印象を与える秘訣は「アイブロウコミュニケーション」だった！

「ブロウライン」をよく動かす人に対して、約4割（40.6%）が「感情的」と感じると回答し、あまり動かない人と約2倍の差に。

■キリッと整った眉毛はビジネスシーンで好印象を引き出す鍵！「清潔感」「仕事ができそう」などの好印象を与えることが判明！

キリッと整った眉毛への印象は「清潔感がある（32.6%）」「仕事ができそう（21.2%）」「意志が伝わる（19.0%）」という回答が上位3位にランクイン。一方、ボサボサと整っていない眉毛への印象は「だらしない」という回答が圧倒的1位（38.2%）に。

■令和のビジネスマンは眉毛ケアが必須！？約2人に1人が眉毛ケアを習慣的に行っていることが判明！

習慣的な眉毛ケアをしているビジネスマンの割合は47.8%で約2人に1人が習慣化していることが明らかに。中でも20代が最も多く、若手が眉毛ケア文化を牽引していることが判明。

<TOPIC2：眉毛リテラシーの世代間ギャップ>

■眉毛ケアはビジネスシーンでの自信につながる！？

3人に1人(30.2%)が、眉毛ケアをしたことで「ビジネスシーンで自信が持てた経験がある」と回答！特に若手社員は相手からの印象UPの実感だけでなく、自身のモチベーションや自信向上に繋がっている傾向も。

■眉毛ケアをする理由は、若手社員は“自分ウケ”、ベテラン社員は“身だしなみのため”

眉毛ケアをする理由として20代社員は上位に「自分に自信を持たせるため(28.2%)」がランクイン！対して50代社員は6割以上(63.0%)が「身だしなみのため」と回答し、世代間ギャップが明らかに。

■「月間の眉毛ケア投資額」の世代間ギャップが判明！

月間の眉毛ケアへの投資額を質問したところ、20代は平均1048円、50代は平均133円とその差は約10倍に。

<TOPIC3：ビジネスマンの2024年眉毛トレンドとは>

■現在の眉スタイルは「ゲジゲジ、毛が濃く太く乱れている」一方で、理想の眉は「毛流れの整った眉」だと判明！

■「仕事ができそう」な眉毛の芸能人(スポーツ選手含む)では圧倒的1位に「大谷翔平」選手！

理由は「意思の強さと人の良さを感じさせるから」・「左右対称で綺麗に整っているから」など。2位は「イチロー選手」、3位は「阿部寛さん」という結果に。

調査方法：インターネット調査 調査対象：20代～50代の男性 計500名 実施期間：2024年6月27日(木)～2024年6月28日(金)

※本リリースの調査結果・グラフをご利用いただく際は、必ず【眉トレンド白書 by HOLLYWOOD BROW LIFT®】とご明記ください。

調査結果

<TOPIC1：アイブロウコミュニケーションについて>

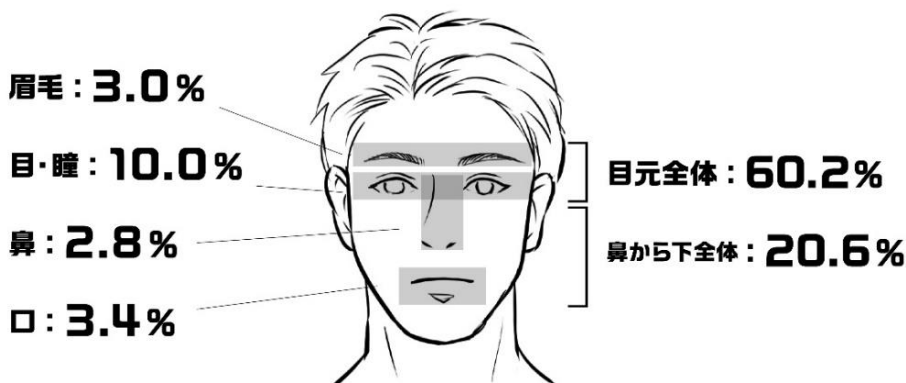
■ビジネスシーンでの第一印象UPの鍵は「ブロウライン」だと判明！

全国の20代～50代の男性500名にビジネスシーンにおいて、初対面の方と会うときに目が行きやすい顔のパーツを質問したところ、1位「目元全体」(70.8%)、2位「鼻から下全体」(39.6%) 3位「口」(9.6%)という結果となり、約7割以上の方が初対面の方の目元全体に注目しているということが分かりました。

さらに「最初に目が行きやすいパーツ」については、「目元全体」(60.2%)が最も多く、次いで「鼻から下全体(20.6%)」「目・瞳」(10.0%)という結果に。「目元全体」「目・瞳」「眉毛」を合わせ、眉毛から目元の「ブロウライン」が最初に目づく方は全体の約7割以上(73.2%)となり、「ブロウライン」が第一印象を決めることが分かりました。

Q1 ビジネスシーンにおいて、初対面の方の最初に目が行く顔のパーツは？

(n=500)



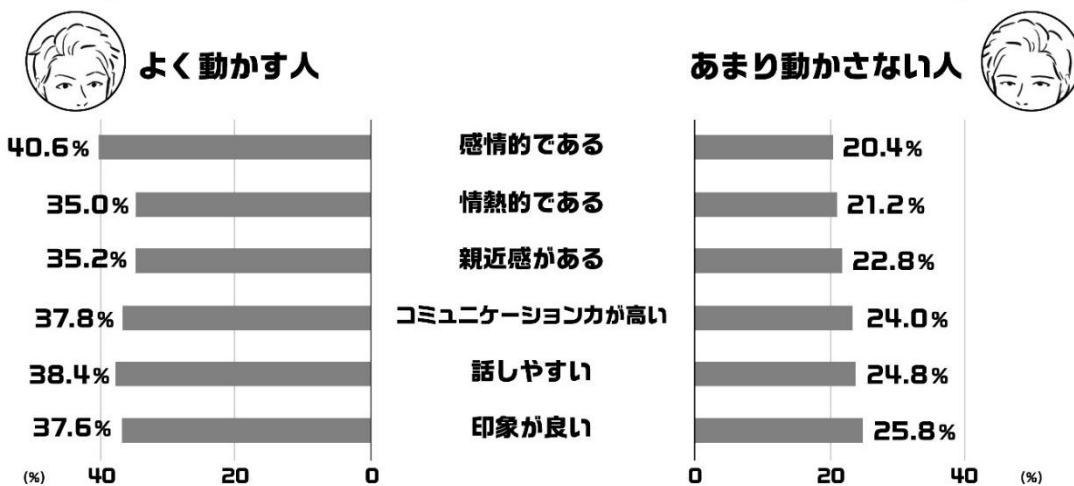
■人との距離を近づけ、相手に好印象を与える秘訣は「アイブロウコミュニケーション」!
「ブロウライン」をよく動かす人に対して、約4割(40.6%)が「感情的」と感じるに回答。

ブロウラインをよく動かす人に対する印象を質問したところ、**男性ビジネスマンの約4割以上(40.6%)**が「**感情的だと思う**」と回答。続けて、「話しやすい(38.4%)」「印象が良い(37.6%)」「コミュニケーション力が高い(37.8%)」という結果に。それらの項目は、**ブロウラインをあまり動かさない人に比べて、いずれも10ポイント以上増加し、よく動かす人の方がより好印象を感じる人が多いことが明らかに。**眉をよく動かし、感情を伝える「アイブロウコミュニケーション」が人との距離を近づけるにおいて、好印象の秘訣だと伺えます。

Q2

ブロウラインをよく動かす人・あまり動かさない人への印象は?
(※眉毛を中心とした目元のエリア)

(n=500)



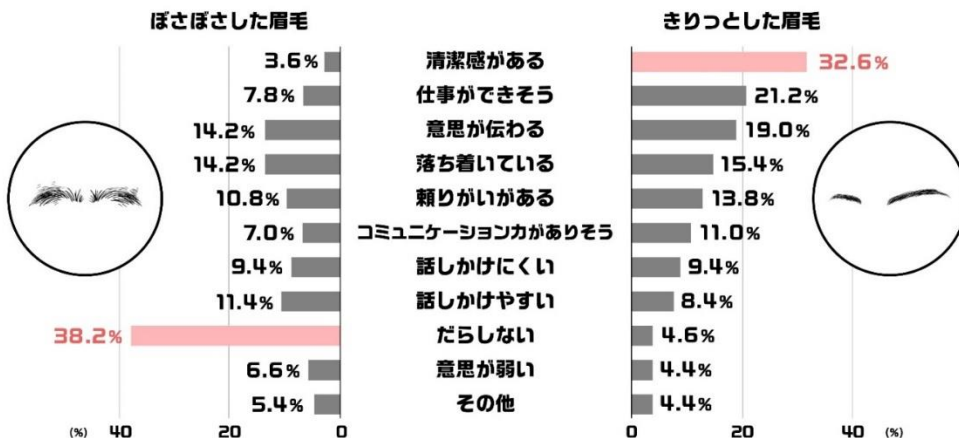
■キリッと整った眉毛はビジネスシーンでの好印象を引き出す鍵!
「清潔感」「仕事ができそう」などの好印象を与えることが判明!

キリッと整った眉毛の印象を聞いたところ、1位「**清潔感がある**」(32.6%)・2位「**仕事ができそう**」(21.2%)・3位「**意志が伝わる**」(19.0%)と、ビジネスシーンで重要な“好印象”を、整った眉毛が引き出していることが明らかになりました。逆に、**ボサボサと整っていない眉毛への印象を質問したところ、「だらしない」(38.2%)**が約4割と、圧倒的1位に。

Q3

イラストのような眉毛にどのような印象を持ちますか? ※複数回答

(n=500)



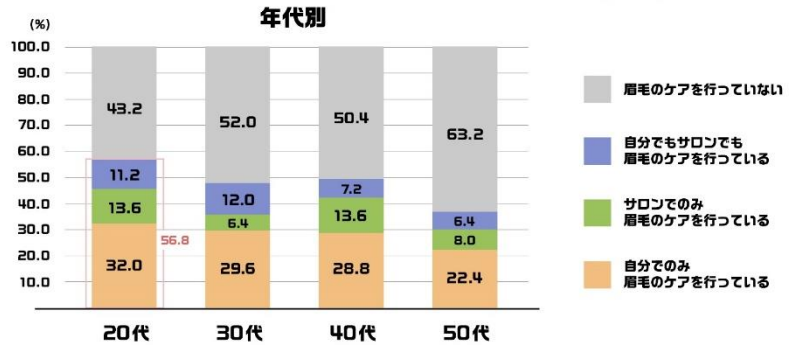
■令和のビジネスマンは眉毛ケアが必須！？約2人に1人が眉毛ケアを習慣的に行っていることが判明！

眉毛ケアを普段行っているかを質問したところ、男性ビジネスマン全体で約半数（47.8%）が自己処理、もしくはサロンで日頃から眉毛ケアをしていることが分かりました。年代別にみると、特に20代は全体の半数以上（56.8%）が眉毛ケアを普段から行っていると回答。若手世代を中心に眉毛ケアの習慣が広がっていることが伺えます。

Q4 眉毛のケアを普段行っていますか？ ※自己処理・サロン含む (n=500)

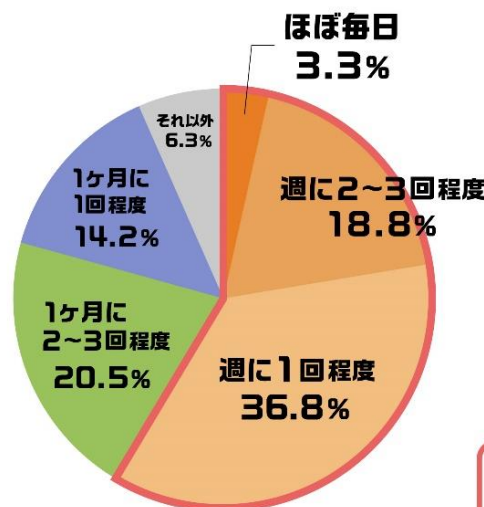


Q4 眉毛のケアを普段行っていますか？ ※自己処理・サロン含む (n=500)



続いて、ケアをする人に対して頻度について質問したところ、約4割（36.8%）が「週に1回程度」と回答。「週に2~3回程度（18.8%）」を合わせると、1週間に1回以上ケアをする人は約6割（58.4%）にもものぼる結果に。普段から眉毛ケアを習慣化しているビジネスマンは、こまめに眉毛ケアの時間を確保していることが分かりました。

Q5 眉毛ケアをする頻度は？ ※自己処理・サロン含む (n=500)



週に1回以上ケアする人は
約6割 (58.4%)

<TOPIC2：眉毛リテラシーの世代間ギャップ>

■眉毛ケアはビジネスシーンでの自信につながる！？

3人に1人（30.2%）が、眉毛ケアをしたことで「ビジネスシーンで自信が持てた経験がある」と回答！特に若手社員は相手からの印象UPの実感だけでなく、自身のモチベーションや自信向上に繋がっている傾向も。

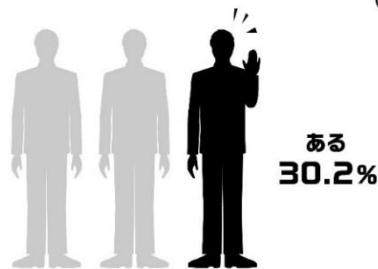
「眉毛ケアをしたことが、社内やビジネスシーンにプラスに働いた経験」について質問したところ、30.2%と約3人に1人が社内・社外含め「ビジネスシーンで自信が持てた経験がある」ことが分かりました。その中でも、「眉毛を整えたことで、自分に自信を持って進められた」（22.5%）、「眉毛を整えたら、同僚や上司から印象が良くなったと言われた」（20.5%）という回答が多い結果となりました。

ビジネスシーンでプラスに働いた経験がある方に対して具体的なシーンを質問したところ、**全世代では、1位「眉毛を整えたことで、自分に自信をもって仕事を進められた」（22.5%）、2位「眉毛を整えたら、同僚や上司から印象が良くなったと言われた」（20.5%）**となり、眉毛ケアをすることで、社内や社外共に、プラスに働く傾向が見られました。更に世代別に見ると、20代社員の上位は「眉毛を整えたことで、自分に自信をもって仕事を進められた」（34.5%）・「眉毛を整えたことで、自信をもって商談で話せた」（29.1%）が上位となり、**眉毛ケアが自身のモチベーションや自信向上にも繋がる**ことが分かりました。

Q6

眉毛ケアをしたことで、
ビジネスシーンでプラスに働いた経験はありますか？

(n=500)

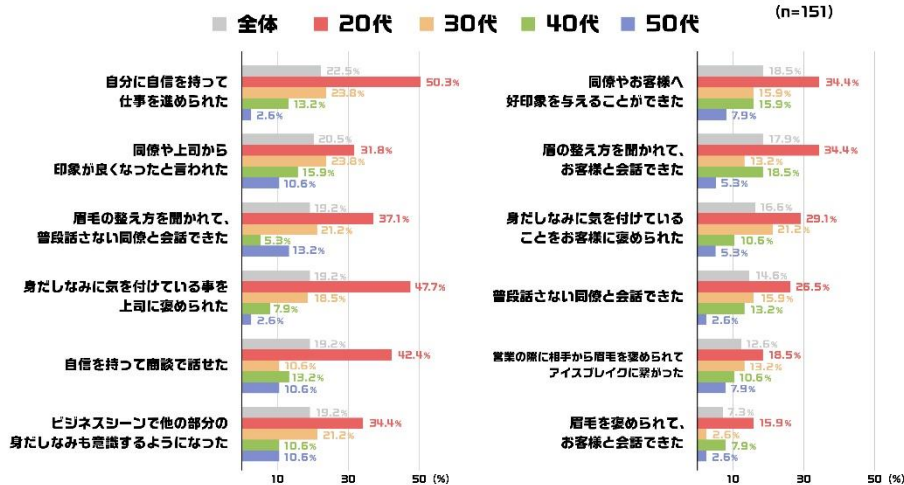


約3人に1人

Q7

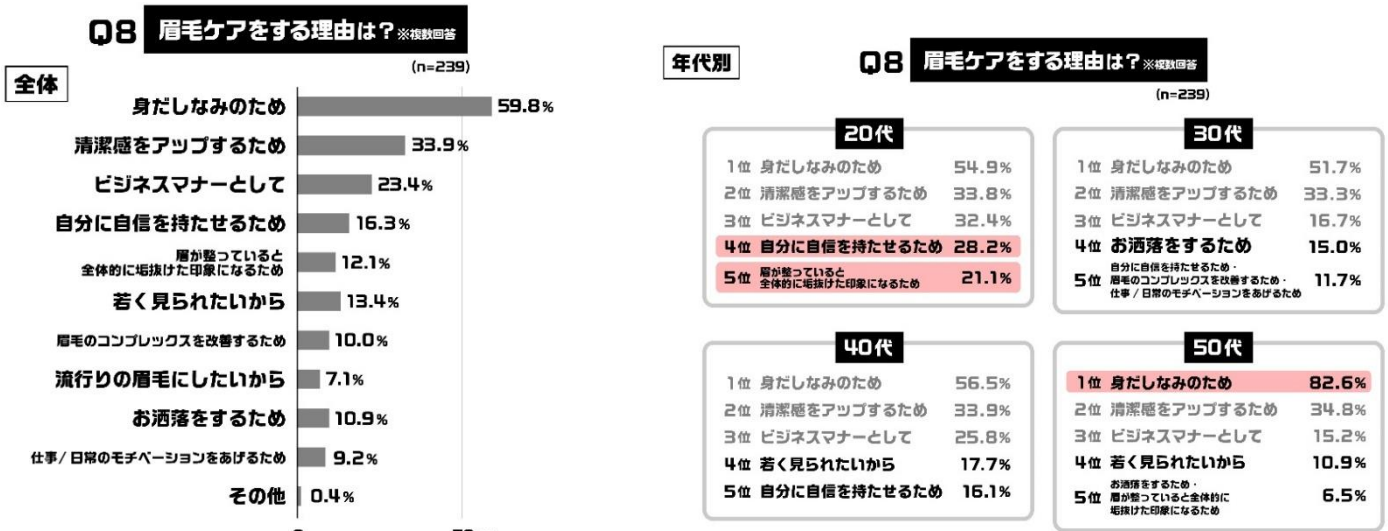
【経験がある人の中で】
具体的に社内・ビジネスシーンでプラスに働いた経験を教えてください。

(n=151)



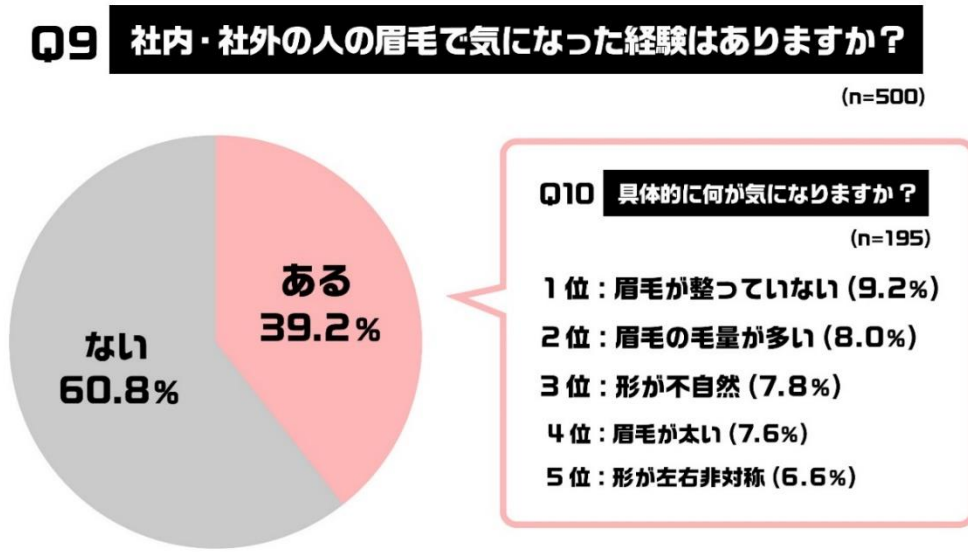
■眉毛ケアをする理由は、若手社員は“自分ウケ”、ベテラン社員は“身だしなみのため”と回答し、世代間ギャップが明らかに。

眉毛ケアをする理由について質問したところ、20代社員は「自分に自信を持たせるため」(28.2%)・「眉が整っていると全体的に垢抜けた印象になるため」(21.1%)が上位にランクインし、若手社員の約半数の人が「自分受け」を重視する傾向があることが伺えます。対して、特に50代社員は「身だしなみのため」(63.0%)と対人目線での理由を選択。「自分受け」重視する若手社員とビジネス・対人意識が強いベテラン社員との世代間ギャップが明らかになりました。



■約4割が「社内・社外の相手の眉毛が気になった」経験有り！気になるポイントは、眉毛の形や毛量だと明らかに。

社内・社外の相手の「眉毛」で気になることを質問したところ、全体の約4割(39.2%)が「気になった経験がある」と回答。気になるポイントは「眉毛が整っていない(9.2%)」「眉毛の毛量が多い(8.0%)」「形が不自然(7.8%)」がランクイン。眉毛の形や毛量が主に気になるポイントであることが明らかになりました。



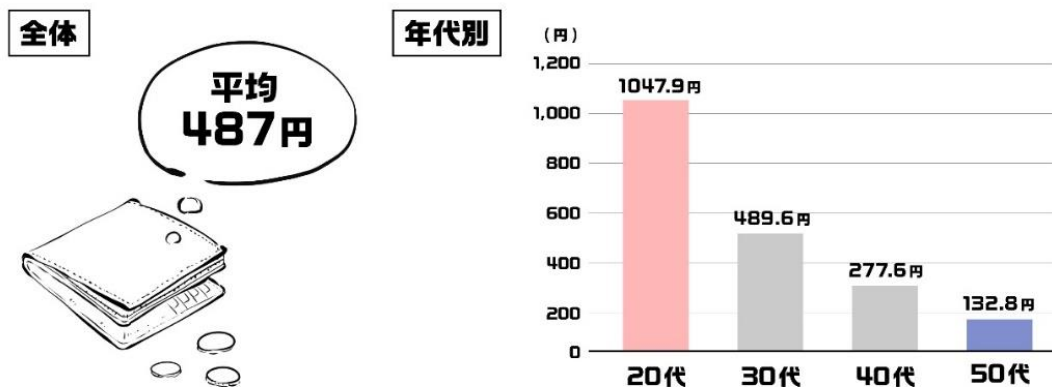
■「月間の眉毛ケア投資額」の世代間ギャップが判明！

月間の眉毛ケアへの投資額を質問したところ、20代は平均 1048 円、50代は平均 133 円とその差は約 10 倍に。

2024年に眉毛ケアにかけた平均額について質問したところ、20代が平均 1048 円、30代は平均 490 円、40代は平均 278 円、50代は平均 133 円という結果に。**最も投資額が高い20代と最も低い50代の差は約 10 倍あり、眉毛ケアに対する投資額の世代間ギャップが大きいことが判明しました。**他世代と比較しても20代は圧倒的に眉毛ケアに対する投資額が高く、眉毛ケアに対する意識が高いことが伺えます。

Q11 2024年、眉毛のみにかけた金額

(n=500)



<TOPIC3: ビジネスマンの2024年眉毛トレンドとは>

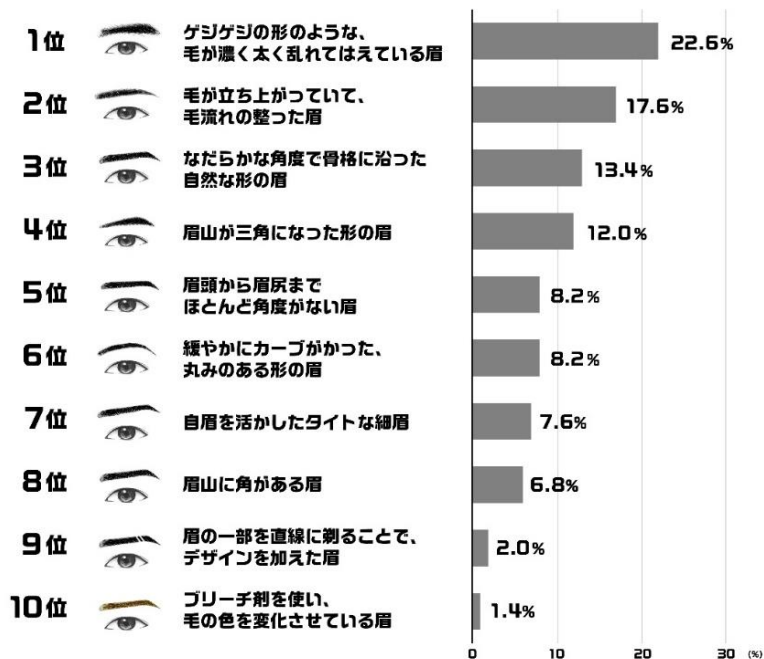
■現在の眉スタイルは「ゲジゲジ、毛が濃く太く乱れている」一方で、理想の眉は「毛流れの整った眉」だと判明！

現在の眉毛スタイルについて質問したところ、最も多かったのは「ゲジゲジの形のような、毛が濃く太く乱れてはえている眉 (22.6%)」であった一方で、「やってみたい眉毛のスタイル」は「毛が立ち上がっていて、毛流れの整った眉 (19.2%)」が1位となり、**理想と現実にギャップがあることが判明しました。**

また、2位は「なだらかな角度で骨格に沿った自然な形の眉」 (17.0%) となり、憧れの眉毛は、「整った毛流れ」「自分にあった自然な形」であることが伺えます。

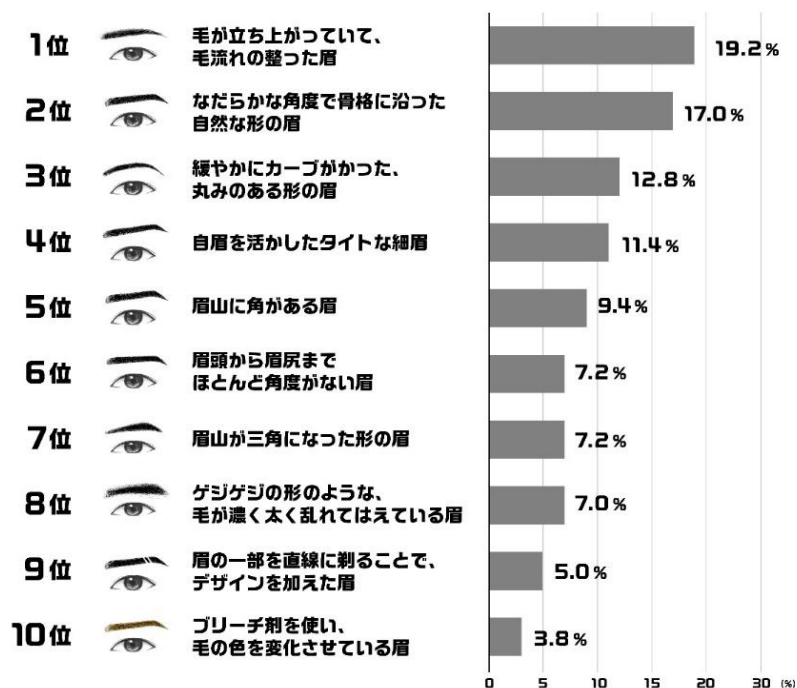
Q12 今の自分の眉毛スタイルに一番近いものは？

(n=500)



Q13 やってみたい眉毛スタイルに一番近いものは？

(n=500)

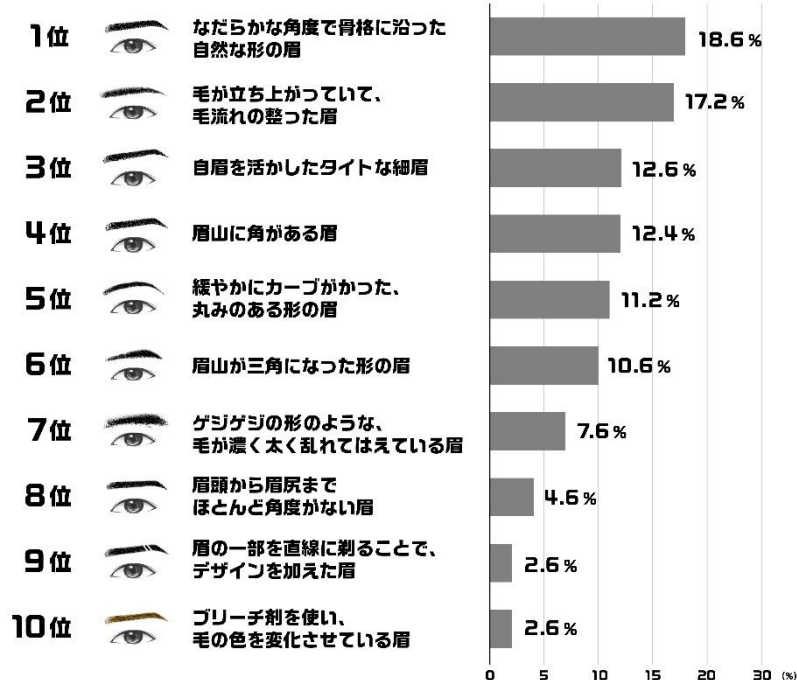


■仕事運は眉毛に宿る！？“仕事運があがりそうな眉毛”、1位「ナチュラル眉（22.8%）」、2位「毛流れが美しい眉（21.8%）」という結果に！

続いて「仕事運があがりそうな眉毛」について質問したところ、最も多かった回答は「ナチュラル眉（22.8%）」、僅差で「毛流れが美しい眉（21.8%）」が2位に。骨格に沿った自然な眉の形と、毛流れが“仕事運があがりそうな眉毛”であることが伺えます。

Q14 仕事運が上がりそうな眉毛スタイルに一番近いものは？

(n=500)

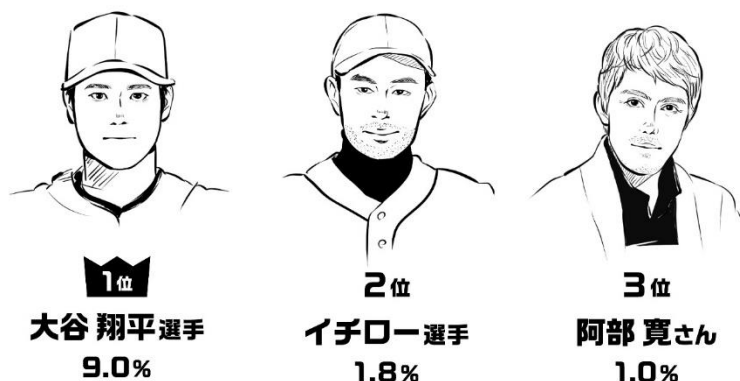


■ 「仕事ができそう」な眉毛の芸能人（スポーツ選手含む）では圧倒的1位に「大谷翔平」選手！理由は「意思の強さと人の良さを感じさせるから」・「左右対称で綺麗に整っているから」など。2位は「イチロー選手」、3位は「阿部寛さん」という結果に。

「仕事ができそうな印象の眉毛を持つ芸能人（スポーツ選手も含む）」について質問したところ、3位は「阿部寛さん」（1%）、2位は「イチロー選手」（1.8%）となり、そして圧倒的1位には「大谷翔平選手」（9%）が君臨しました。

Q15 「仕事ができそう」な眉毛の芸能人は？※スポーツ選手含む

(n=500)



理由として、3位の阿部寛さんには「目力がある」・「力強さを感じる」という声が、2位のイチロー選手は、「目だけでなく眉など全てのパーツのバランスが良いから」という声が集まり、両者とも、目・眉といった「ブローライン」の印象が関係していることが伺える結果となりました。

1位の大谷翔平選手は「意思の強さと人の良さを感じさせるから」・「左右対称で綺麗に整っているから」といった声が集まり、整った眉毛が意思の強さや好印象に繋がることが伺えます。

<フリー回答例>

- ・「堺正章さん」：白髪の間だが、しっかりとしているし、理解力はかなり高いと感じるから。
- ・「平野紫耀さん」：キリッとした眉毛で意志が強そうだから。
- ・「谷原章介さん」：常に整った眉毛をしていて清潔感を感じるから。
- ・「佐藤健さん」：細く整っており、スタイリッシュな印象を受けるから。
- ・「木村拓哉さん」：形がきれいに整っているから。
- ・「菅田将暉さん」：細くてしっかりとした眉の形をしているから。

■OCEAN TOKYO 代表・高木琢也氏が調査結果を分析！

[高木 琢也氏 コメント]

眉毛ってちょー大事。アンケート結果にもあるように、多くの人は目元を見て話すから。僕もサロンワークで必ず初めにお客様の目を見て挨拶します。そんな目元に、強い、弱い、優しいなどの印象を与えるのが眉毛だと思ってます。

髪を切る仕事で「前髪を上げる、おろす、わかる」とか、僕が判断する基準の一つに目力があります。また、眉毛を整えてる＝美意識が高い。「このお客さんはどうなりたいか」が分かります。もちろん目元だけでなく頭の形や全体のバランス、ファッションスタイルなど総合的にみて髪型を決めますが、髪型に流行があるように、眉毛の形にも流行があります。

また男性も美意識が高まり、肌管理やメイクの話をするが増えました。それに伴い、眉毛の相談も受けることもあります。若い方を中心に、韓国風のおでこが見える髪型やメイクが流行していますが、今回の調査結果にもあるように、若い方の意識の高さを実感します。

時代や、ライフスタイルにも変化があるように、眉毛でも"遊ぶ"いまはそんな時代です。一番見えるパーツだからこそ、「自分でやる」ではなく「プロに自分に一番似合う眉毛を任せる」のが最速で変身できるルートなんじゃないかなと思います。若者でも、大人でも、いくつになってもモテていい。髪と眉でカッコよくなれるということを知らせて、いけてる国にしたいです。

[高木 琢也氏 プロフィール]

OCEAN TOKYO 代表取締役社長／高木琢也（たかぎたくや）

早稲田美容専門学校卒業。2013年にOCEAN TOKYOを創立し、原宿・渋谷・大阪・仙台・神戸など全国に12店舗を展開。

「ホットペッパービューティーアワード」では史上初の3連覇を達成。美のミシュラン「KAMI CHARISMA AWARD」では設立から5年連続三ツ星受賞。サロンワークのほかTV・CM多数出演、一般誌・業界誌・ヘアショー・セミナーなど依頼が殺到。“最高の似合わせ”を武器に芸能人やモデルのみならず、世界で活躍するハリウッドスターからも絶大な指示を集め、美容界トップクラスの指名数、リターン率を誇る。発信するスタイルはすぐさま流行を創り出し、今最も注目を集める美容界の風雲児と呼ばれている。



■株式会社 JULIA IVY 代表取締役社長 福井仁美 が調査結果を分析！

今回の調査結果について、最先端のアイブロウソリューション®「ハリウッドブロウリフト」技術を提供し眉毛のトレンドを熟知した、株式会社 JULIA IVY 代表取締役社長 福井仁美が解説します。

[福井 仁美氏 コメント]

近年、男性のメンズ美容の意識が急速に高まっていますが、中でも**ほかのパーツと比較して手入れがしやすい「眉毛」は、男性にこそ“イメージを変える大きな要素”**であると考えられます。女性と比較し、化粧やまつ毛エクステ、ヘアスタイルの大きな変化が少ない男性にとっては「眉こそ全て」と言っても過言ではないという意見もあり、わたしたちは眉毛を“顔の額縁”だと表現しています。

ハリウッドブロウリフトのお客様も、男性の比率は昨年から約 20%増加しており、仕事の休憩中などの隙間時間に来られる方も多くみられます。**特にビジネスシーンにおいて、眉によって人に与える印象が大きいこと**に気づき、ケアの重要性を感じた方からの口コミで男性が増え続けています。なので、今回の調査で明らかになった「約 3 人に 1 人が、眉毛を整えたことでビジネスシーンにおいてプラスに働いた経験がある」という結果にも納得しています。

このトレンドに応じ、美容業界でも男性専用の眉毛サロンや専用のグルーミング商品が次々と発売され、男性が気軽にプロフェッショナルな眉の手入れを受けることができる環境が整いつつあります。

今後は、多くの男性にとって「**毎日髭を剃る**」のが習慣であるように「**眉を整える**」ことが日常に溶け込んでいくのではないのでしょうか。

株式会社 JULIA IVY 代表取締役社長

福井仁美

早稲田大学卒業後、スポーツキャスターやモデル、タレントとして活動。2008 年から 2015 年まで「王様のブランチ」にて人気リポーターを務める。ビジネス番組『賢者の選択』では 5 年間司会を務め、芸能界とビジネスの二足の草鞋でエステティックサロン、アイブロウサロン、アイラッシュサロン、ホテルスパなど 15 店舗を経営。同時に美容コンサルティングも行う。2020 年 HOLLYWOODBROW LIFT のファウンダーとして、アイブロウ業界に新サービスを日本全国に展開中。
全国ヘルスケアサービス産業協会 理事、健康美容産業振興議員連盟 理事
ISO 国際ビューティー組織委員会顧問、審査評価委員長
一般社団法人日本美容品質保証機構 顧問



■「HOLLYWOOD BROW LIFT® (ハリウッドブロウリフト)」とは？

美容院・美容室・ヘアサロンが探せる日本最大級の検索・予約サイト「ホットペッパービューティー」の検索キーワードにも上位にランクインし、SNSでも話題の眉癬®改善技術「HOLLYWOOD BROW LIFT®」。国産の専用セッティング剤とスタイリング剤、特殊なオリジナルワックスの技術によって、眉毛の生えグセを改善し、日本人特有の横に向いて生えている眉毛の癖など、毛流れを根本的に改善するアイブロウソリューション®です。自身で1本1本を自由自在に操れるように眉癬を改善することで明日からメイクも格段に楽に。男性はこれだけで眉がキリッとカッコよく。国内のアイブロウ業界には、アートメイクをはじめ、眉毛ワックスや美眉の似合わせが存在していましたが、ハリウッドブロウリフトは従来のアイブロウの形だけ整えるという概念を超え、「眉整形」と呼ばれるほど、眉毛の毛流れを整える、今までになかった男女共に支持される次世代アイブロウ技術です。

<https://hbl.asia/>

HBL
HOLLYWOOD BROW LIFT

■運営会社

株式会社 JULIA IVY

所在地：〒150-0021 東京都渋谷区恵比寿西 2-1-7 ミツワマンション 2F

事業内容：アイブロウ商材の開発、販売、マーケティング、ブロウアーティスト教育、運営、
その他アイブロウコスメの卸売業

EMAIL：official@juliaivy.co.jp