

2025年1月30日(木)

株式会社 JULIA IVY

【眉毛トレンドに関する意識調査】

もはや眉毛は『わからない』だらけ！？

7割以上の女性が「眉悩み」を抱え、約9割の女性が「眉メイク」が苦手だと判明！

似合う眉も、眉コスメも分からない“眉毛迷子”だらけの実体が明らかに。

今後、救いになるのはプロの意見と使いやすいコスメ？！

～今どきの眉市場を知る「眉トレンド白書 by HOLLYWOOD BROW LIFT®」 vol. 5～

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10代～50代の女性500人を対象に眉毛に関する調査を実施しました。

近年、「眉美容」というトレンドが定着しつつあり、自眉ケアへの意識の高まりに加え、アイブロウコスメのバリエーションも広がっています。髪やネイルと同じように、眉毛をプロの手に委ねることが常識となりつつある現代の眉美容事情に着目し、最新の眉毛ケア事情やトレンド、眉メイクについての調査を実施しました。

【調査結果サマリー】

< TOPIC 1：眉毛ケア・眉毛悩みに関して >

- 眉毛に悩みがある方は7割以上！2年間で約35%増加。中でも半数以上が抱える悩みは「左右非対称」
- 眉毛サロンに通う理由は3年連続「メイク時短」が増加し、ついに1位に！
施術場所は約6割が「眉専門サロン」と回答し、“より専門性の高いプロに任せる”時代に？
- 2024年の眉毛ケアへの支出額は平均1937.3円！前年より約1.2倍の増加。
眉毛投資ブームを牽引する若年層(20代)の投資額は、なんと40代の約12倍！

< TOPIC 2：眉毛トレンドに関して >

- 「2025年やってみたい眉毛スタイル」は自然な形の「ナチュラル眉」が圧倒的人気。
一方で「現在の眉毛スタイル」は「ボサ眉」が1位と、大きなギャップが！

< TOPIC 3：眉メイクに関して >

- 2024年、年代問わず最も使用された眉メイクアイテムは「眉ペンシル」！
最も欠かせない眉アイテムも「眉ペンシル」で、必需品であることが判明。
若年層にとっては「眉マスカラ」も重要アイテムであることも明らかに。
- セルフメイクで「失敗しやすいところ」「もっと楽にしたいところ」は目元に集中。
約9割と、殆どの方がアイブロウメイクに苦手意識を持っていることが判明！
苦手な理由は「自身に似合う眉が分からない」という“眉毛迷子”状態の方が多いたことが明らかに。
- 過去3年で、3人に1人が眉コスメのアイテム数が「増えた」と回答。
20代では、複数アイテムの利用が当たり前の時代に？
- 眉メイクコスメ選びで重視するのは「使いやすさ」といった機能性が、価格やカラーを抜いて1位に。
- 半数近くが眉コスメ選びに悩んだ経験あり！
「自分に合うか分からない」の回答が最多で、ここでも“眉毛迷子”の実態が明らかに。

調査方法：インターネット調査

調査対象：10代～50代の女性 計500名

実施期間：2025/1/6（月）～2025/1/7（火）

※以下本文に記載する【第一回調査】と【第二回調査】とは、以下を示しています。

【第一回調査】2022年11月実施、2023年1月発表

「眉トレンド白書 by HOLLYWOOD BROW LIFT®」vol.1 <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000014.000084130.html>

【第二回調査】2023年11月実施、2023年12月発表

「眉トレンド白書 by HOLLYWOOD BROW LIFT®」vol.3 <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000023.000084130.html>

※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。

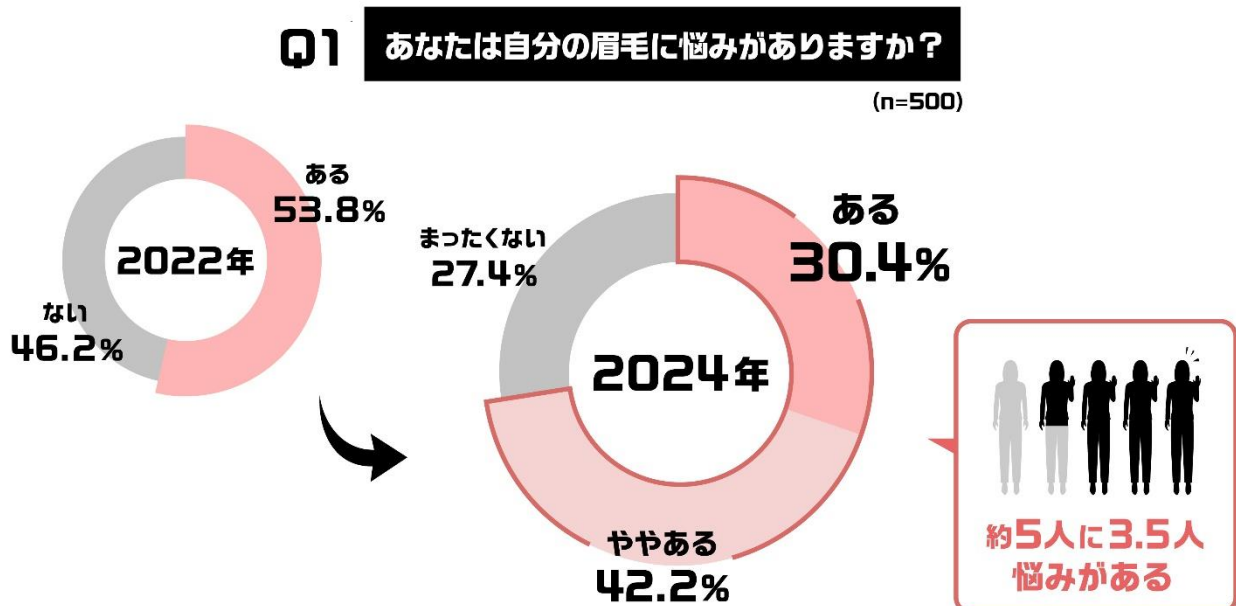
【調査結果】

<TOPIC 1：眉毛ケア・眉毛悩みに関して>

■眉毛に悩みがある方は7割以上！2年間で約35%増加。

中でも半数以上が抱える悩みは「左右非対称」

全国の10代～50代の女性500名に自分の眉毛に悩みがあるか質問したところ、「ある」と答えた人が30.4%、「ややある」と答えた人が42.2%にのぼり、全体の7割以上の方が、自分の眉毛に何かしらの悩みがあることが分かりました。また、2022年に実施した第一回調査では「悩みがある／ややある」と回答した人は53.8%だったのに対し、約35%増加していることが分かりました。



悩みとして最も多く挙げたのは「左右非対称」(45.5%)、次いで「毛流れがボサボサ」(36.1%)、「ケアの方法が分からない」(32.5%)という結果となり眉の形や毛流れといった自眉の悩みに加え、ケア方法にも悩みがあることが伺えます。

Q2 具体的にどのような悩みがありますか？

(n=500)



1位 左右非対称 45.5%

2位 毛流れがボサボサ 36.1%

3位 ケアの方法が分からない 32.5%



4位 眉毛が濃い 28.4%

5位 眉毛の濃さが均一じゃなくまばら 27.5%

6位 眉毛が太い 26.4%

7位 一部生えていないところがある 23.7%

8位 眉毛が薄い 12.4%

9位 眉毛が細い 4.4%



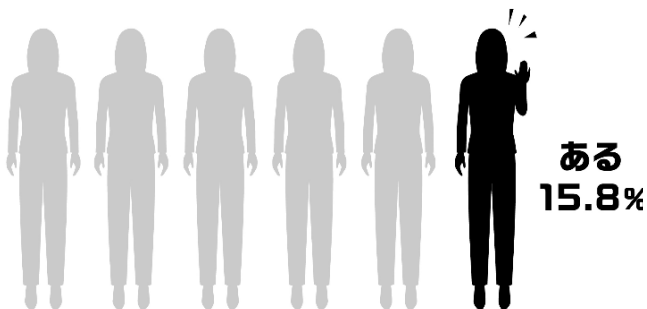
■眉毛サロンに通う理由は3年連続「メイク時短」が増え、ついに1位に！

施術場所は約6割が「眉専門サロン」と回答し、“より専門性の高いプロに任せる”時代に？

眉毛を自己処理でなく、「サロンで施術したことがあるか」という質問には、約6人に1人(15.8%)が経験ありと回答。眉毛を施術する場所は、多い順に「眉専門サロン」(63.3%)・「目元美容サロン」(29.1%)・「美容室」(25.3%)という結果になりました。2023年11月に実施した調査の1位「美容室」(48.8%)と比較すると、より専門性の高いプロに任せたいという方の増加が伺えます。

Q3 眉毛をサロンで施術したことはありますか？

※サロン・・・美容室や理容室以外の、美容サービスを提供する店 (n=500)

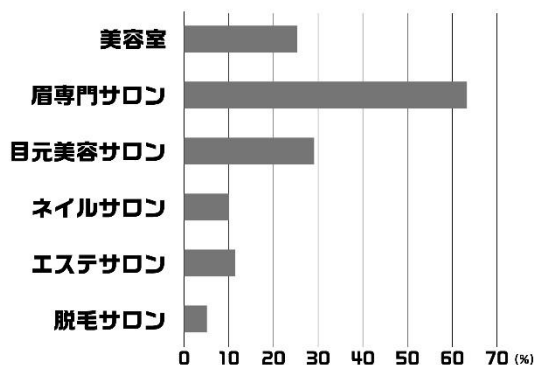


約6人に1人

経験がある人の中で

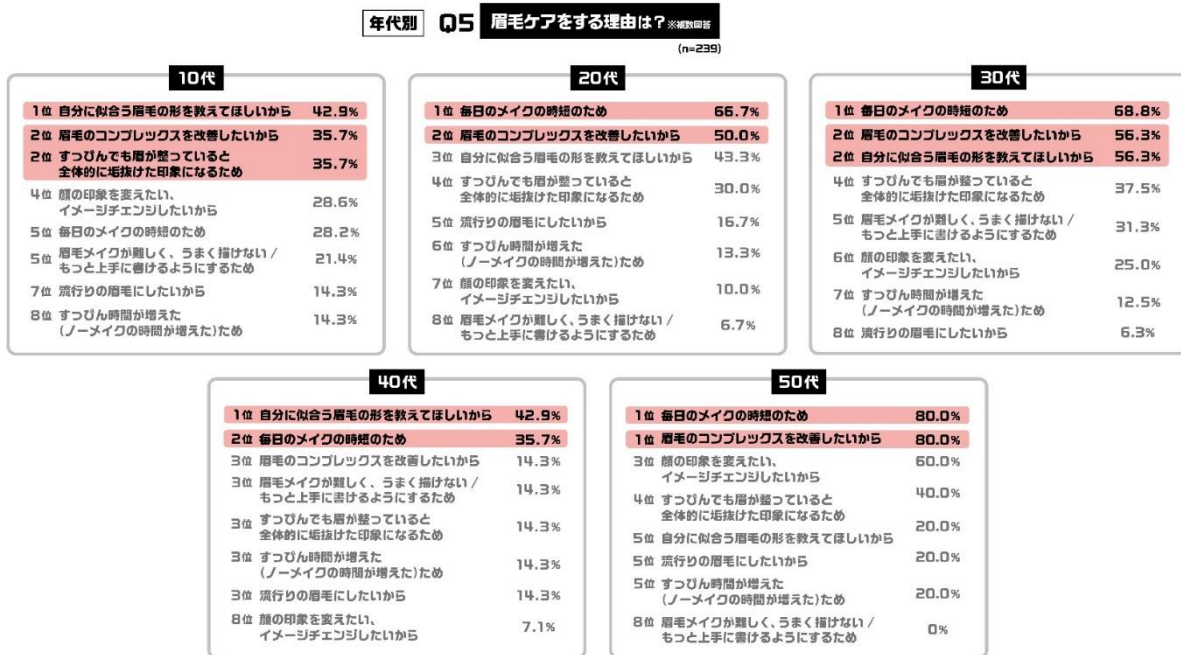
Q4 眉毛ケアを受けたことがある場所を教えてください。

※複数回答 (n=79)

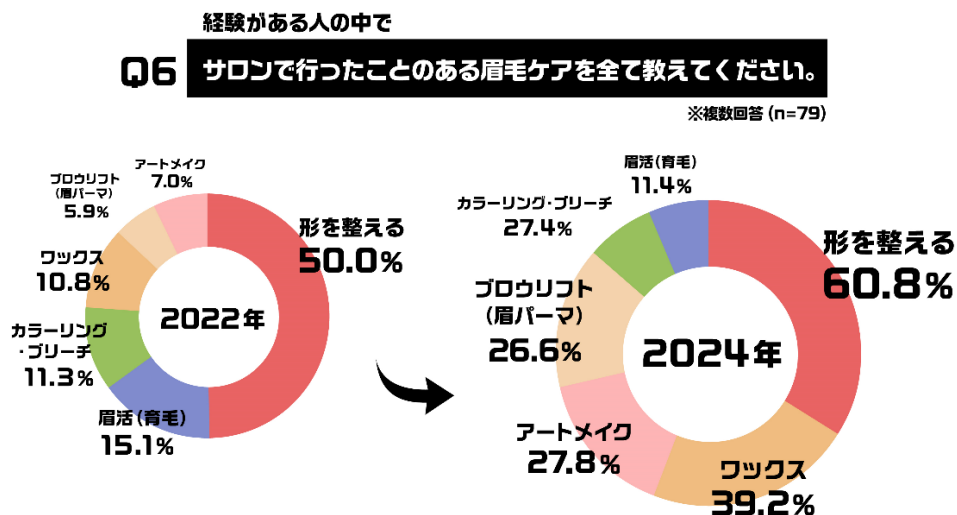


眉毛に関する施術を受けにサロンに通う理由も質問したところ、「毎日のメイクの時短のため」(54.4%)が最も多い結果となり、2022年に実施した第一回調査では35.7%、2023年に実施した第二回調査では44.6%だった結果と比較し、3年連続「メイクの時短」に高い価値を感じる方が増えていることが判明しました。次に「自分に似合う眉毛の形を教えてほしいから」(44.3%)・「眉毛のコンプレックスを改善したいから」(44.3%)と続きました。

年代別でみると、仕事をする方の割合が多い20代以上では特に「毎日のメイクの時短」を意識する人が多いことが伺えます。また全ての年代の方に共通して「自分に似合う眉毛の形を教えてほしいから」という回答者の割合が高いことから、自分の眉に対し「専門的なアドバイス」を求める方が多いことが分かります。



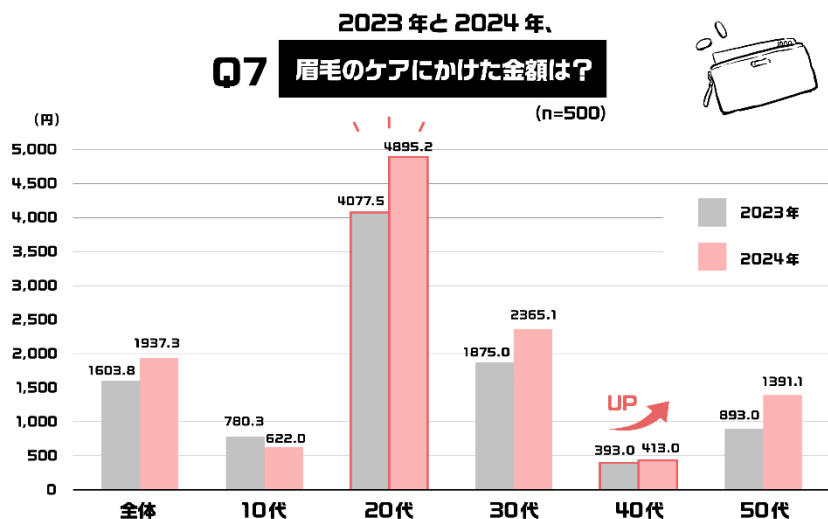
また、サロンで行ったことのある眉毛ケアについて質問したところ、1位「形を整える」(60.8%)・2位「ワックス」(39.2%) 3位「アートメイク」(27.8%)という結果となりました。2022年に実施した第一回調査と比べると、ワックス(+28.4%)・アートメイク(+20.8%)・ブローリフト(眉パーマ)(+20.7%)をされる方の割合が増加しており、より専門的な技術が求められる施術への需要が伺えます。



■2024年の眉毛ケアへの支出額は平均1937.3円！前年より約1.2倍の増加。

眉毛美容ブームを牽引する若年層（20代）の投資額は、なんと40代の約12倍！

2023年と2024年の眉毛ケアにかけた金額について質問したところ、2024年の平均額は1937.3円で、前年の1603.8円から約1.2倍（20.8%）増加していることが分かりました。特に20代の平均額は4895.2円と、40代の413.0円と比較して約12倍の投資額となり、眉毛ケアに対する、若い世代の関心の高さが明らかになりました。



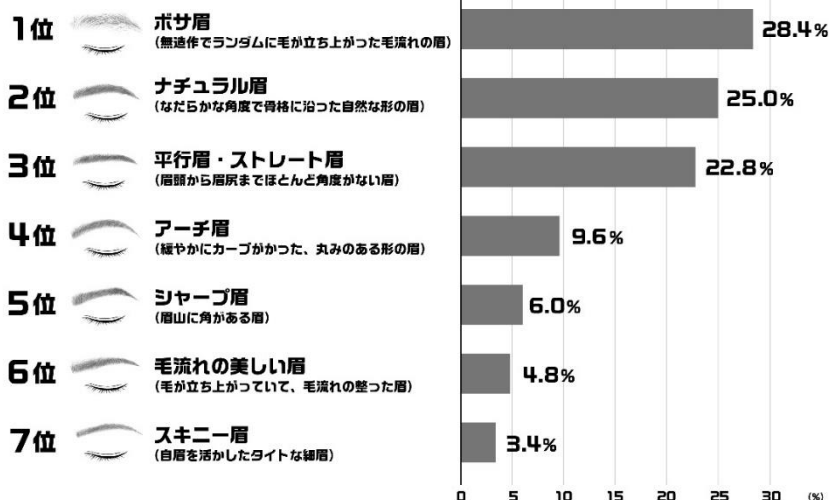
<TOPIC 2：眉毛トレンドに関して>

■「2025年やってみたい眉毛スタイル」は自然な形の「ナチュラル眉」が圧倒的人気。

一方で「現在の眉毛スタイル」は「ボサ眉」が1位と、大きなギャップが！

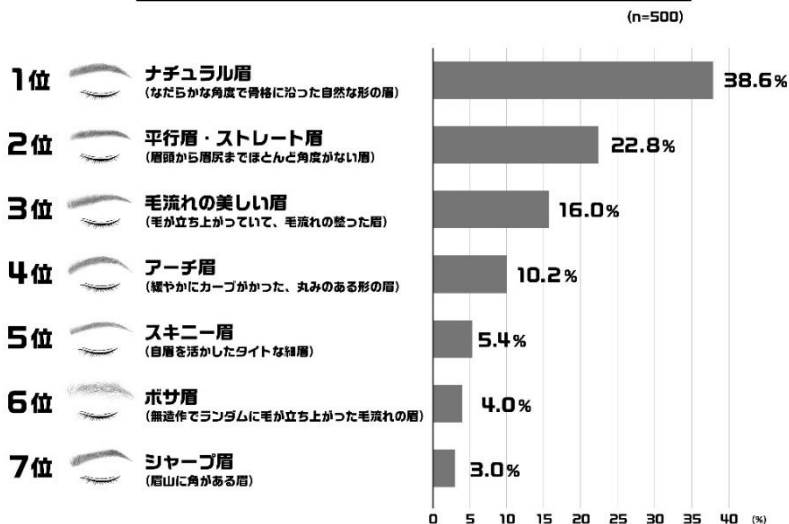
現在の眉毛のスタイルについて質問をしたところ、「ボサ眉」（28.4%）・「ナチュラル眉」（25.0%）・「平行眉・ストレート眉」（22.8%）がトップ3であることが分かりました。女性を対象とする本調査は今回で3回目の実施ですが「ボサ眉」が1位になるのは初めての結果となりました。

Q8 2024年の自分の眉毛スタイルに最も近いものは？
(n=500)



続いて「2025年にやってみたい眉スタイル」について質問したところ、「ナチュラル眉」が約4割（38.6%）と昨年に引き続き人気を集め、次いで「平行眉・ストレート眉」（22.8%）・「毛流れの美しい眉」（16.0%）という結果となり、「現在の眉スタイル」の1位である「ボサ眉」とのギャップが浮き彫りになりました。Q1では、「7割以上の方が眉に悩みがある」という結果が出ましたが、この“理想と現実のギャップ”が要因として伺えます。

Q9 2025年やってみたい眉毛スタイルに最も近いものは？



<TOPIC 3：眉メイクに関して>

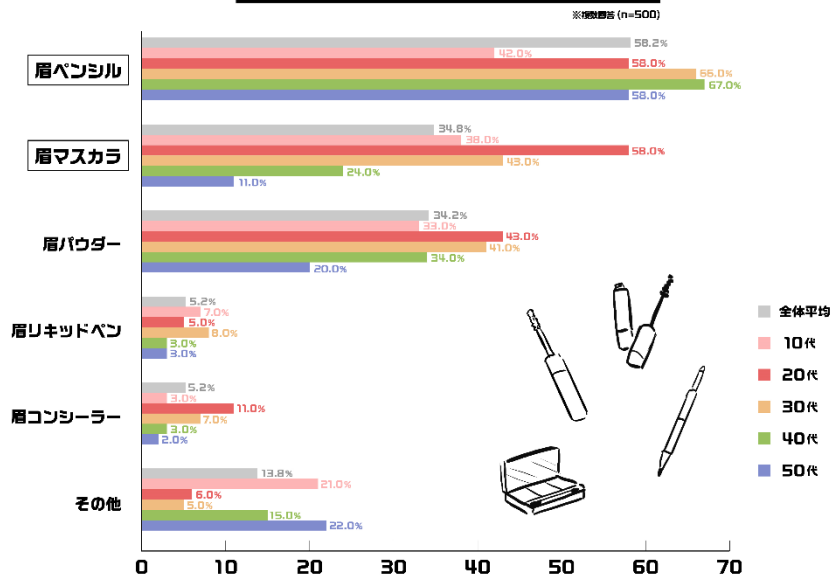
■2024年、年代問わず最も使用された眉メイクアイテムは「眉ペンシル」！

最も欠かせない眉アイテムも「眉ペンシル」で、必需品であることが判明。

若年層にとっては「眉マスカラ」も重要アイテムであることも明らかに。

2024年に使用された眉メイクアイテムを聞いたところ、約6割（58.2%）が「眉ペンシル」と回答しました。次いで「眉マスカラ」（34.8%）、「眉パウダー」（34.2%）がランクイン。2025年に使ってみたい眉アイテムについても質問しましたが、現在使っているアイテムと同様の結果になりました。

Q10 2024年に使用した眉メイク用のコスメアイテムは？



続いて、眉メイクをする際に「1つだけしか使えないとしたら、どのアイテムを選ぶか」という質問を行いました。こちらについても、約半数（50.2%）が「眉ペンシル」（50.8%）と回答。「眉ペンシルが眉メイクにおいて最も欠かせないアイテムであることが判明」しました。特に40代（61.0%）・50代（57.0%）では約6割の方が「眉ペンシル」を選択し、中高年層～高齢層で圧倒的な支持がみられました。一方で、10代・20代では「眉ペンシル」の回答者の割合が全体平均よりも少なく、「眉マスカラ」の割合が高い傾向にあり、若年層は他の年代と比較し眉毛のカラーリングを重視していることが伺えます。

Q11 眉メイクをするのにどれか1つしか使えない場合、どのアイテムにしますか？

(n=500)



■セルフメイクで「失敗しやすいところ」「もっと楽にしたいところ」は目元に集中。

約9割と、殆どの方がアイブロウメイクに苦手意識を持っていることが判明！

苦手な理由は「自身に似合う眉が分からない」という“眉毛迷子”状態の方が多くことが明らかに。

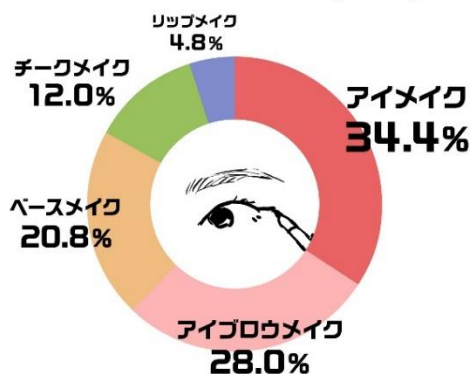
セルフメイクで「最も失敗しやすいところ」について質問したところ、「失敗しやすい」と感じるメイクの1位は「アイメイク」（34.4%）、2位は「アイブロウメイク」（28.0%）という結果になりました。

「もっと楽にしたい」メイクポイントに関する質問についても、「アイメイク」（33.0%）が1位、2位には「アイブロウメイク」（29.2%）となり、眉を含め、目元のメイクに対する負担が高く、改善したいという需要の高さが見られました。

Q12

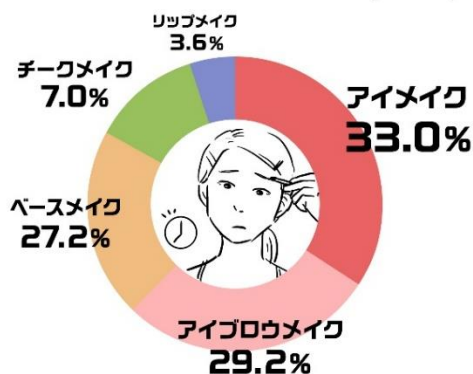
セルフメイクで最も「失敗しやすい」ところは？

(n=500)



セルフメイクで最も「もっと楽にしたい」ところは？

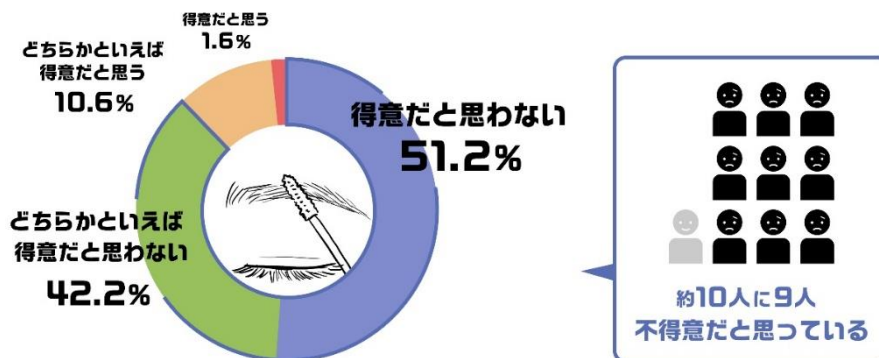
(n=500)



続いて「自分は眉メイクが得意だと思いますか?」という質問には、「得意だと思わない (51.2%)」、「どちらかといえば得意だと思わない (42.2%)」を合わせると、約9割近くの方が眉メイクに苦手意識を感じていることが分かりました。

Q13 自分は眉メイクが得意だと思いますか?

(n=500)

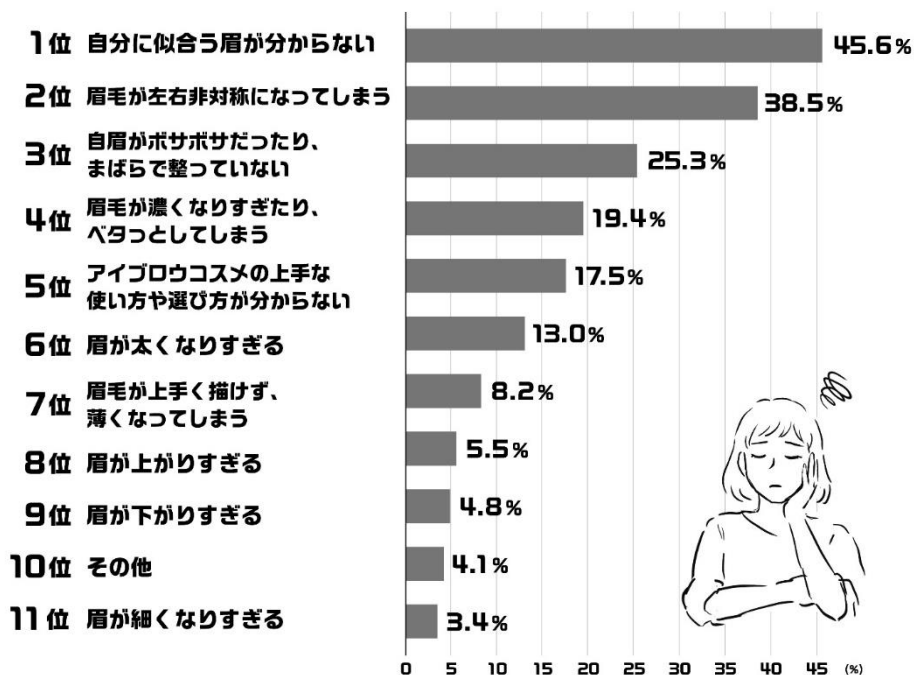


続いて眉メイクが苦手な理由を尋ねたところ、「自分に似合う眉が分からない」の回答が45.6%と約半数を占めました。メイクの技術以前に、自身に似合う眉が分からない“眉毛迷子”状態の方が多ことが伺えます。次いで、「眉毛が左右非対称になってしまう」(38.5%)、「自眉がボサボサだったり、まばらで整っていない」(25.3%)、「眉毛が濃くなりすぎたり、ベタっとしてしまう」(19.4%)という結果となり、自眉の状態によって眉メイクが上手くできていない課題が伺えます。

得意だと思わない人の中で

Q14 眉メイクが苦手な理由は?

※複数回答 (n=422)

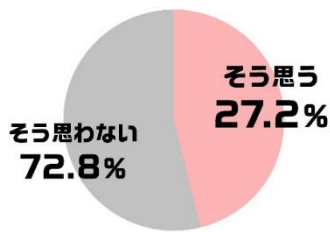


■過去3年で、3人に1人が眉コスメのアイテム数が「増えた」と回答。

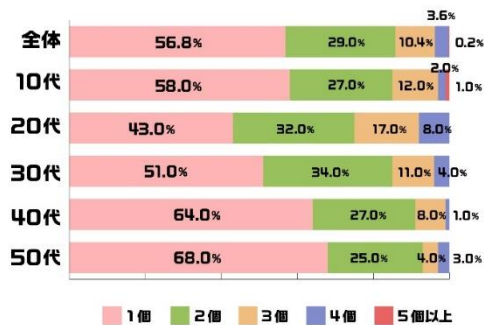
20代では、複数アイテムの利用が当たり前の時代に？

眉メイクに使用するコスメアイテムについて質問したところ、約3人に1人（27.2%）が「ここ3年間でアイテム数が増えた」と回答しました。また、現在使用しているアイテム数は「1個」（56.8%）が最多でしたが、20代では約6割（57.0%）が「2個以上」と回答。また、20代の4人に1人が3個位上のアイテムを利用していることが分かりました。特に若年層で複数のアイテムを使用する傾向があり、眉メイクへの拘りが伺えます。

使用する眉コスメアイテムの数は
Q15 ここ3年間で増えたと感じる？
(n=500)



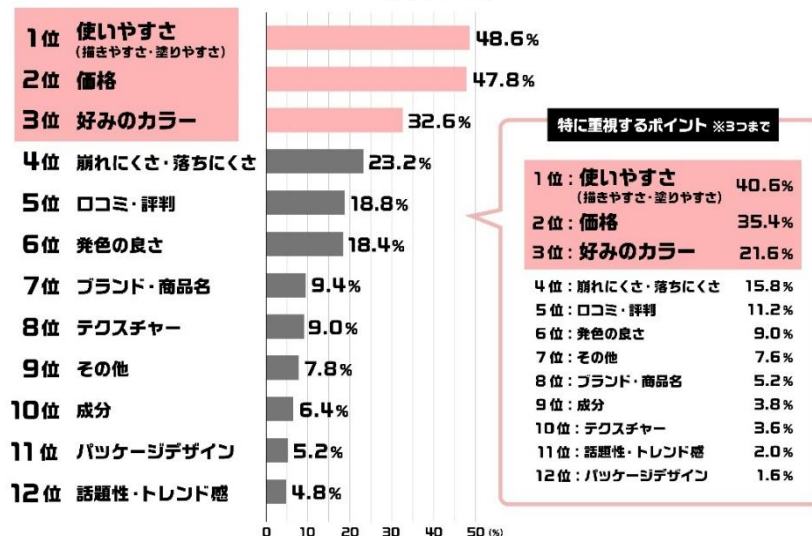
眉メイクをする際に使用している
Q16 コスメアイテムの数は？
(n=500)



■眉メイク用コスメ選びで重視するのは「使いやすさ」といった機能性が、価格やカラーを抜いて1位に。

眉メイク用コスメを選ぶ際のポイントについて質問したところ、「使いやすさ（描きやすさ・塗りやすさ）」（48.6%）、「価格」（47.8%）、「好みのカラー」（32.6%）がトップ3位にランクイン。最も多くの方が、使いやすさといった“機能性”を重視していることが判明しました。Q13で、約9割の方が眉メイクに対する苦手意識を持っていることが分かりましたが、だからこそ「いかに使いやすいか」が求められているのではと推測できます。

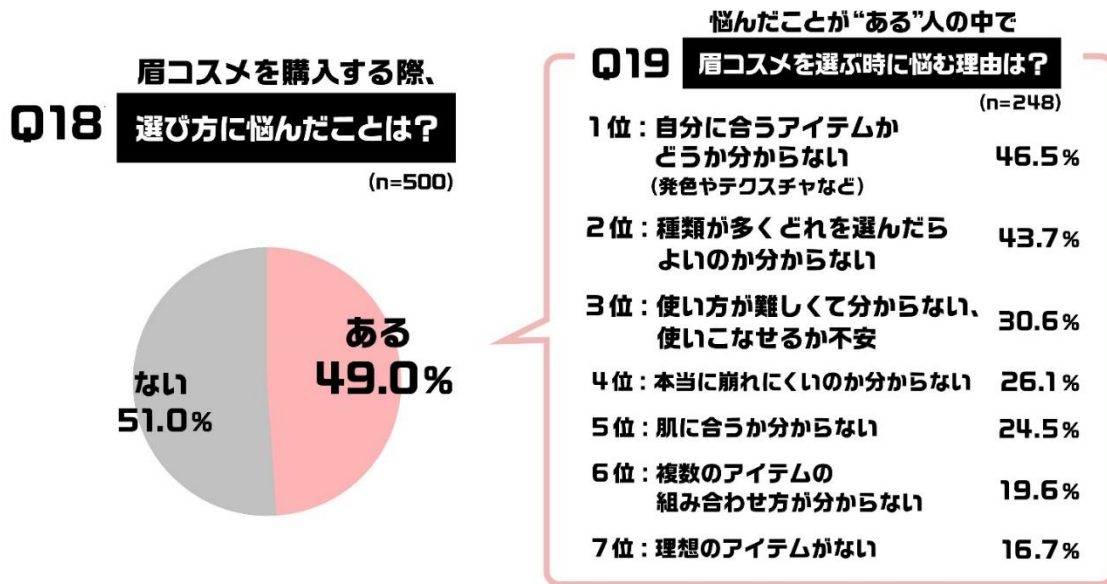
Q17 眉メイク用のコスメを選ぶ時のポイントは？
※複数回答 (n=500)



■半数近くが眉コスメ選びに悩んだ経験あり！

「自分に合うか分からない」の回答が最多で、ここでも“眉毛迷子”の実態が明らかに。

眉コスメを選ぶ際に悩んだ経験について質問したところ、約半数（49.0%）が「選び方に悩んだことがある」と回答しました。悩んだ理由として最も多かったのは、「自分に合うアイテムかどうか分からない」（46.5%）、次いで「種類が多くどれを選んだらよいのか分からない」（43.7%）が挙げられ、「好みの商品であるか」以上に「自分に合うアイテム」が分からず、選べないという課題が伺えます。



■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®「HOLLYWOOD BROW LIFT®（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 福井仁美が解説いたします。

[福井 仁美氏 コメント]

日本における眉美容への意識はこの数年で確実に高まっており、それもある程度一般化してきたように感じています。しかし一方で、自身に似合う眉や、メイク方法が分からず“眉毛迷子”になっている方が非常に多いのも事実。今回の調査でも明るみになりましたが、「眉毛ケア」も「眉メイク」も、悩みの原因のポイントは「自身に似合う眉が分からない」ことにあります。

眉専門サロンも増え、眉のプロに施術を任せる方も増えているように、今後は『より専門的な立場から、自身に似合う眉やメイク方法を教えてほしい』という顧客ニーズの高まりを感じています。

今、日本では「眉を消したい」、「眉の存在感を消したい」といった考え方から、眉コンシーラーなどのアイテムも流行しているかと思いますが、私はそれに対し、日本は「自分の眉」に自信がない文化だからではと考えています。

私たち JULIA IVY は、日本の皆さまにとって「毎朝、眉毛を描く楽しみ」や「自眉を整え、すっぴんに自信をもてる喜び」といった、眉によって生まれるポジティブな体験を提供したいと考えています。

今回、2025年1月29日に、ハリウッドブロウリフトから初めてとなる眉専門のオリジナルブランド『HBL BEAUTY』を発表しました。これまで約300万人以上のお客様の眉に対して、ハリウッドブロウリフトの施術やケア・メイクアドバイスをしてきた私たちだからこそ持つノウハウと知見を活かしたラインナップを提供します。

私たちは、単なる眉毛美容サービスの提供にとどまらず、人々のライフスタイルを豊かにするような、より大きな価値を提供し、お客様、社員、そして社会とともに成長し、共に未来を創っていきます。

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、モデル・タレントとして活躍。2008年から2015年にかけて、情報番組「王様のブランチ」にて約9年間人気リポーターを務める。その後、ビジネス番組『賢者の選択』では5年間司会を担当し、芸能界とビジネスの二足の草鞋を履きながら活動を展開。

現在、美容業界においても多岐にわたる事業を展開しており、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、ホテルスパなど計15店舗を経営。さらに、美容コンサルティングを手掛けるほか、2020年には眉毛ケアの新たな施術「HOLLYWOOD BROW LIFT」のファウンダーとして、日本全国に新サービスを広め、アイブロウ業界を革新。

2023年には韓国スキンケアブランド「TROIAREUKE」を日本で展開し、製品販売のみならず、セラピストの教育や講習事業、EC事業を推進。これにより新たな眉毛美容のジャンルを確立し、「ブロウアーティスト」という職業の認知拡大に貢献。女性の雇用促進や起業支援を目的として、一般社団法人ジャパンアイブロウ協会（JEBA）の理事長に就任。

さらに、『全国ヘルスケアサービス産業協会（JHCI）』の理事として、美容業界と国政を繋ぎ、業界全体の発展を目指して活動中。

また、以下の役職を兼任：

- 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

2025年1月には、眉専門コスメブランド「HBL BEAUTY」をローンチ。業界初の製品ラインナップを通じて、セルフメイクの新しい可能性を提案し、眉毛美容文化の発展に寄与していく。

さらに2025年1月、眉専門コスメブランド「HBL BEAUTY」を発表。

■「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でも話題の眉癖®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癖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：〒153-0043 東京都目黒区東山 1-5-4 KDX 中目黒ビル 4F

事業内容：アイブロウ商材の開発、製造、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、スキンケア製品の販売、セラピストの教育
スキンケアブランド「TROIAREUKE」日本総代理店

EMAIL： official@juliaivy.co.jp