

眉マスカラ売り上げ No.1*ブランド「キスミー ヘビーローテーション」

こどもの日に先駆け“ファーストコスメは眉マスカラ”

親子向け「眉メイク体験イベント」を初開催

子どものメイクとコミュニケーションに関する意識調査も実施
子どもの視点、保護者視点、それぞれ“コミュニケーション”がカギに。
“最初の一歩”をサポートする存在や環境が求められていることも判明。

株式会社伊勢半（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：澤田晴子）が展開する、眉メイク専門ブランド「キスミー ヘビーローテーション」は、メイクへの関心が高い小学生とその保護者を対象に“ファーストコスメは眉マスカラ”をテーマとした親子向け「眉メイク体験イベント」を4月28日（月）に開催いたしました。

※インターージ SRI+アイブロウ（形状：リキッド）市場※セルフ、通販商品 / 期間 2023年9月～2024年11月 / 販売金額、販売個数
対象商品：カラーリングアイブロウ R・カラーリングアイブロウ EX



■開催背景

近年 SNS の普及によりメイクに対する関心が低年齢層にも広がり、メイクを始める年齢が早まっています。こうした背景に対し、「キスミー ヘビーローテーション」が小学生の男女とその保護者を対象に行った調査では、保護者の視点として「まだ早いと思う」と慎重な意見がある一方で、「子どもの意思を尊重したい」「成長の一環として応援したい」といったポジティブな声も多数見受けられ、一定の理解が広がりつつあることが明らかになりました。

一方、子ども視点においても、小学生の約 22% が月に 1 回以上メイクをしているとの結果が出ており、メイクが身近な存在になっていることが分かります。その一方で、「うまくできるか不安」「道具を持っていない」「何から始めていいかわからない」といった理由から、関心はあるもののメイクを始められていない子どもも

ちも多く、さらに「親にどう思われるか不安」「相談するのが恥ずかしい」など、保護者の視線が一步踏み出すハードルになっているという実情も見えてきました。さらに、「誰かに教えてほしい」「親と一緒にやってみたい」といった声もあり、“最初の一歩”をサポートしてくれる存在や環境が求められていることが分かりました。

伊勢半は、1825年の創業以来200年にわたり「美しくありたい」と願うすべての人々の気持ちに寄り添い続けてきました。私たちのパーパスである

「The 1st Cosmetics. 伊勢半（いちばんほしいを、いちばんに）」

一あたらしい美しさを、誰よりも先に手にする喜びを提供しよう。世界を一瞬でひっくり返すような、驚きとワクワクを、真っ先に生み出そう。すべての人の“ファースト・チョイスになる”感動のある化粧品を届けよう

この想いのもと、眉メイク専門ブランド「キスミー ヘビーローテーション」は、子どもたちのメイクの“最初の一歩”を応援する新たな取り組みとして、本イベントを企画いたしました。

はじめはすべて親がしてあげていたことが、「今日で最後」と決めたわけではないのに、「いつの間にか一人で手が洗えるようになっていた」「服も自分で着替えられるようになっていた」。

その成長はうれしい反面、少しだけ寂しさを感じる瞬間もあるのではないのでしょうか。けれど、「終わっていくこと」ばかりではなく、親子で「新たに始められること」もあると、私たちは考えています。たとえば、その一つが“メイク”です。

ただ見守るだけでなく、親子で一緒に“初めてのメイク体験”を楽しんでいただくことで、子どもたちが自分自身をもっと好きになり、自信や自己肯定感を育んでいくきっかけを提供することで、親子の新しいコミュニケーションを応援してまいります。

<開催レポート>

■開催概要

開催日 : 2025年4月28日(月)

開催場所 : 株式会社伊勢半 本社

参加者 : 小学生の子を持つ親御様 計33名

内容 : メイクアップアーティストによる眉メイクレクチャー、カラーリングアイブロウ EX を使ったのメイク、プロのカメラマンによる記念撮影



■参加者の声（保護者への事後アンケートより一部抜粋）

「メイクで変身できたのがうれしいのか、ずっと鏡を見ています！」

「自分から進んでやりたがっていたので、びっくりしました！」

「楽しそうにしていた。男でも女でもメイクを通してコミュニケーションを増やしていきたい」

「本当はメイクをしてみたい気持ちがあったが、言えなかったのかなと感じました。自分からやりたいと言っていたので、これからは話してみても本人の気持ちを尊重したいと思います。」

「眉ひとつでこんなに変わり、かつ喜ぶ顔を見て、やってあげて良かったと思いました。定期的に行ってあげようと思います。」

■担当者コメント

皆様がとても笑顔で楽しんでくださっている姿をみることができたこと、「おうちでもやってみます！」といったお声を掛けてくださったことが大変嬉しかったです。また、男の子も何名か参加してくれていたことがとても驚きでした！

メイクは、「きれいになる」こと以上に、自分らしさを表現したり、自信を持つきっかけにもなります。子どもが「やってみたい」と思い始めたとき、親がそっとサポートしてあげられたら、「メイク」を一緒に楽しむこと、それは、親子のあたらしいコミュニケーションのかたちになるかもしれません。そんな“はじめての一步”を、親子で一緒に踏み出す。それが、今回の体験会の目的です。

今回のイベントが、みなさまの新しいコミュニケーションのかたち、メイクを楽しんでもらう機会の一助になることを願っています。

■調査結果

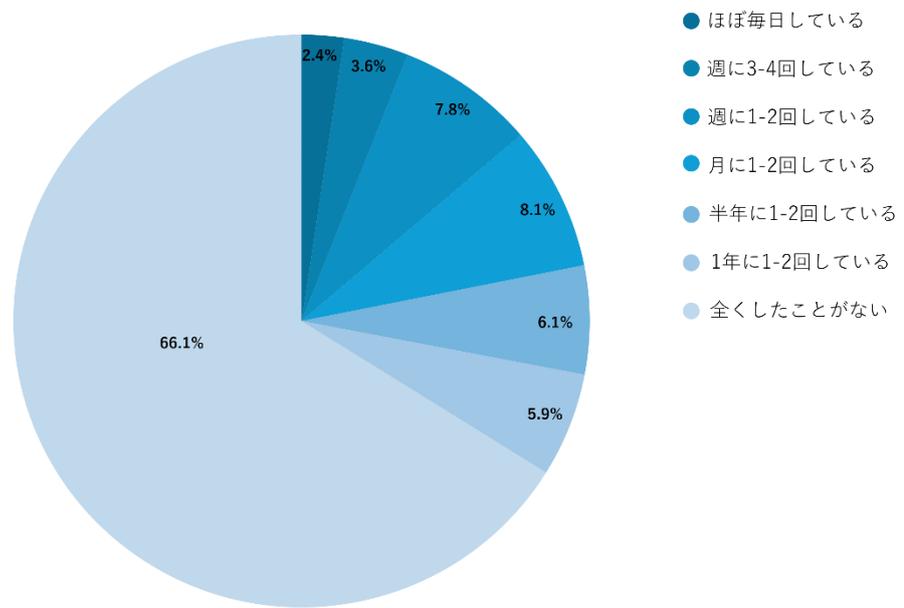
【小学生のメイクに関する意識調査】

<子ども視点>

・小学生男女の約5人に1人が月に1回以上メイク実施している

小学生男女の約22%が月に1回以上メイクをしていることが明らかになりました。

Q.これまでにメイクをしたことがありますか。(N=800 | SA)



・小学生低学年（1～3年生）の男の子では、2割がメイク経験ありと意外な結果に

男女別にみると、小学生女子は約30%、男子は約15%が1回以上メイクをしており、中でも低学年女子は42.3%と、特に関心の高さがうかがえる結果となりました。

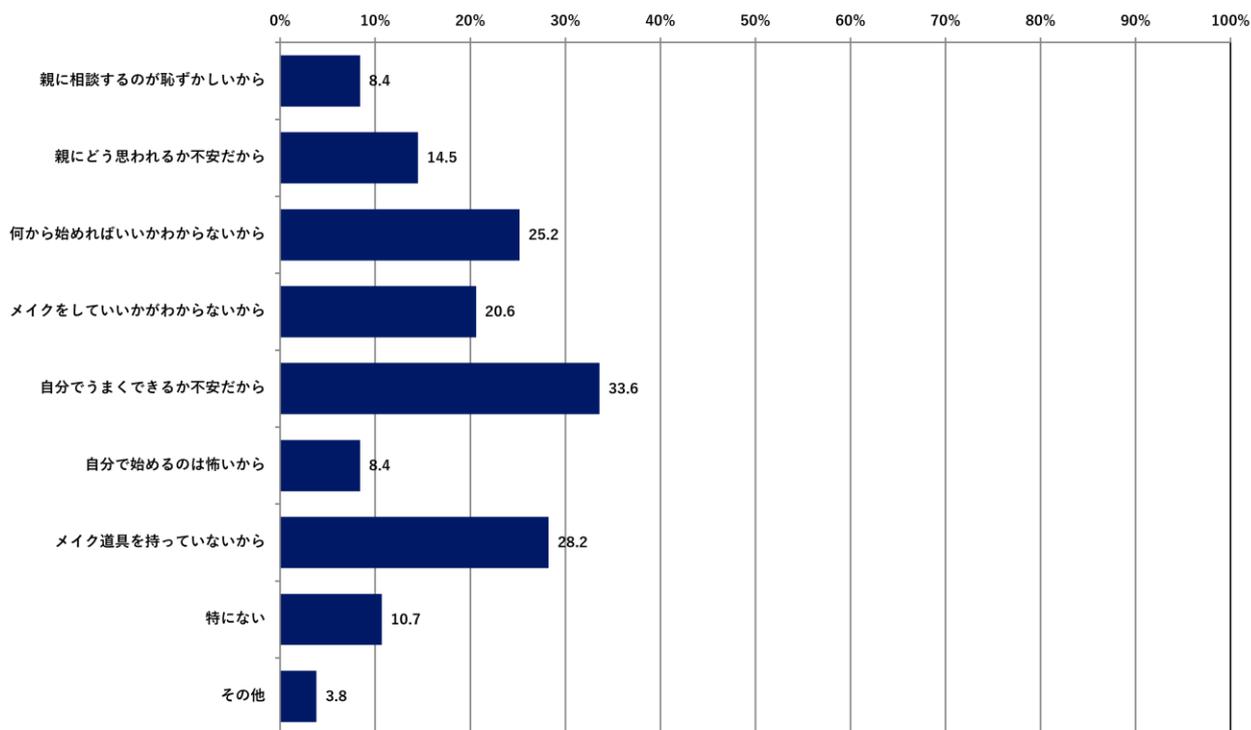
Q.これまでにメイクをしたことがありますか。(N=800 | SA)

		n	ほぼ毎日 している	週に3-4回 している	週に1-2回 している	月に1-2回 している	半年に1-2回 している	1年に1-2回 している	全くしたこと がない
合計		800	2.4	3.6	7.8	8.1	6.1	5.9	66.1
性別(親)	男性(父親)	400	1.8	5.0	8.3	7.5	4.5	5.3	67.8
	女性(母親)	400	3.0	2.3	7.3	8.8	7.8	6.5	64.5
年代(親)	20代	5	20.0	-	20.0	20.0	-	-	40.0
	30代	201	5.0	5.0	5.5	10.4	8.5	5.5	60.2
	40代	444	1.6	2.5	9.5	8.3	6.1	5.9	66.2
	50代	141	0.7	5.7	5.7	4.3	2.8	7.1	73.8
	60代	9	-	-	-	-	11.1	-	88.9
お子様の 性別・年齢	男性	394	2.0	4.3	4.3	3.6	0.8	1.0	84.0
	女性	406	2.7	3.0	11.1	12.6	11.3	10.6	48.8
	男性・小学1~3年生	146	4.8	4.8	4.1	6.2	0.7	0.7	78.8
	男性・小学4~6年生	248	0.4	4.0	4.4	2.0	0.8	1.2	87.1
	女性・小学1~3年生	132	1.5	4.5	11.4	10.6	18.2	10.6	43.2
	女性・小学4~6年生	274	3.3	2.2	10.9	13.5	8.0	10.6	51.5

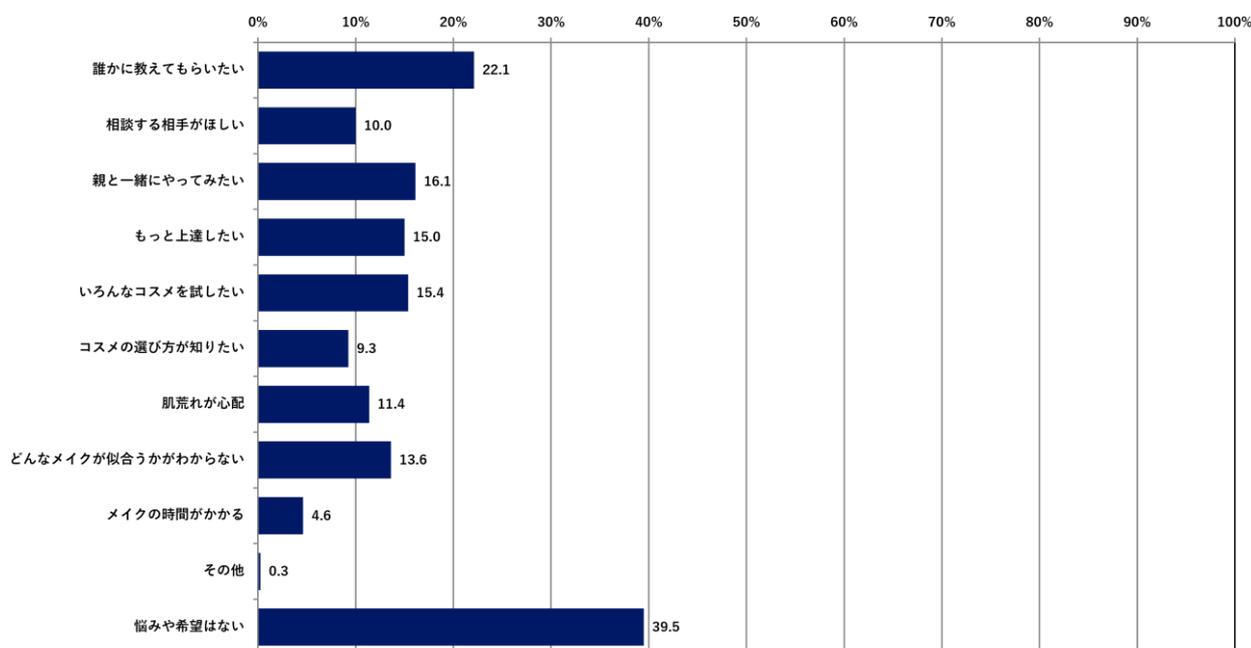
・メイクに興味はあっても、自分だけで始めるのは不安。「誰かに教えてほしい」「親と一緒にやってみたい」と感じており、“最初の一步”をサポートしてくれる存在や環境が求められている

メイクをしたことがない/日常的にしていない方に向けた「メイクをしてみたい/もっとしてみたいけど、できていない理由を教えてください。」という質問には、「自分でうまくできるか不安」が 33.6%、「道具を持っていない」が 28.2%、「何から始めればいいのかわからない」が 25.2%といった声が多く、「親にどう思われるか不安」14.5%、「親に相談するのが恥ずかしい」8.4%など、保護者からの目線が一步踏み出せない理由になっていることも浮き彫りになりました。さらに、メイクに関する悩みについての質問では、「誰かに教えてほしい」が 22.1%、「親と一緒にやってみたい」が 16.1%と“最初の一步”をサポートしてくれる存在や環境が求められていることが分かりました。

Q. メイクをしてみたい/もっとしてみたいけど、できていない理由を教えてください。(N=131 | MA)



Q.メイクに関する悩みについてあてはまるものを教えてください。(N=800 | MA)

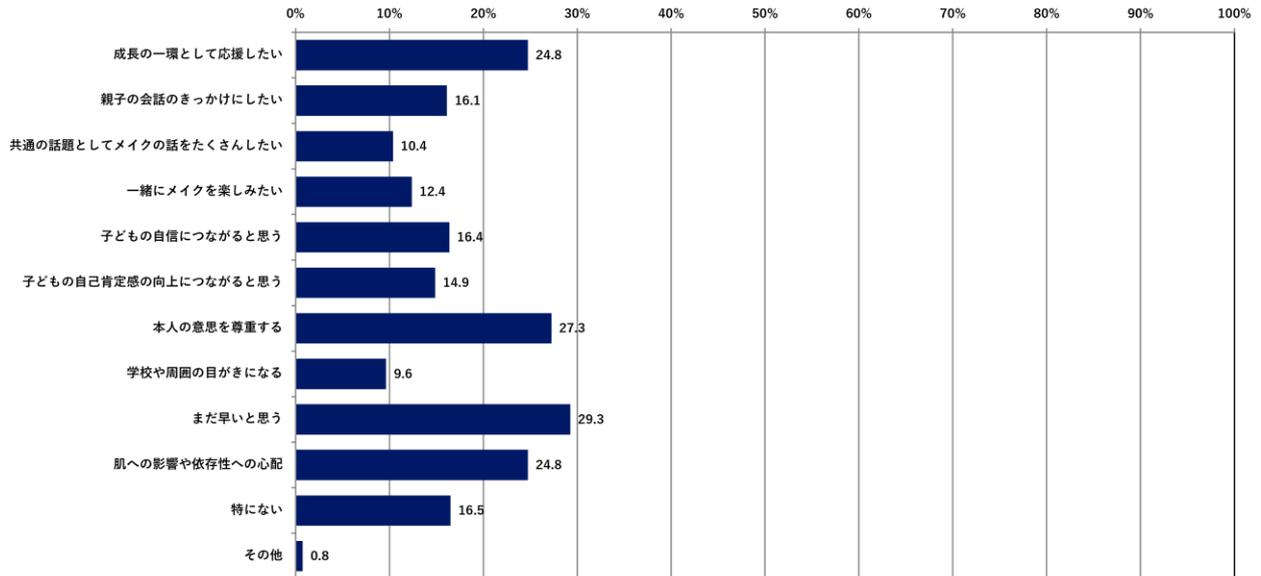


<保護者視点>

・子どものメイクに対して、ネガティブな意見だけでなく、ポジティブな意見も同数程度あり、一定の理解があることが判明

子どものメイクに対する保護者の声では、「まだ早いと思う」が29.3%、肌への影響や依存性への心配が24.8%という慎重な意見がある一方で、「意思を尊重する」が27.3%、「成長の一環として応援したい」が24.8%と、ポジティブな意見もあり一定の理解があることも分かりました。

Q.子どもがメイクを始めたいと言った場合、もしくはメイクをしている場合、あなたと子どもにとってどのような影響があると思いますか。(N=800 | MA)



調査概要

調査方法：インターネット調査

調査対象者：全国の小学生の子どもを持つ親子 400組 800名（男女）

調査実施期間：2025年4月21日～4月22日

調査機関：株式会社ネオマーケティング

※本調査を報道する際は「キスミー ヘビーローテーション 小学生のメイクとコミュニケーションに関する意識調査」と記載いただきますようお願い申し上げます。

■使用した商品について

キスミー ヘビーローテーションは、自眉、髪色、トレンドに合わせてアイテムを選べる眉メイク専門ブランドです。塗るだけ簡単！ナチュラルふんわり眉に仕上げる眉マスカラ「キスミー ヘビーローテーション カラーリングアイブロウ EX」を全国のバラエティショップ・ドラッグストア・伊勢半オンラインストアにて展開しており、なりたいイメージやメイクに合わせて自分に合う眉メイクを楽しめます。

アイブロウ眉マスカラ市場販売金額・個数第1位※！！

※インテージ SRI+アイブロウ（形状：リキッド）市場※セルフ、通販商品 /期間 2023年9月～2024年

11月 / 販売金額、販売個数

対象商品：カラーリングアイブロウ R・カラーリングアイブロウ EX

キスミー ヘビーローテーション カラーリングアイブロウ EX

全10色 ¥924（税込） メーカー希望小売価格

塗るだけ簡単！ナチュラルふんわり眉に仕上げる眉マスカラ



<商品特長>

●ふんわり仕上がる薄膜処方

速乾性成分で瞬時にフィルムが密着！

薄膜処方で眉が固まらず、まるで自眉のようにふんわりと仕上がります。

●さっと塗るだけ！美発色

自然な肌なじみカラーで眉毛1本1本を隠蔽し、ひと塗りで美しい発色。

黒眉を残さずきれいな仕上がりを叶えます。

●地肌につきにくいコンパクトブラシ

ブラシ部分が短く、軸は長いコンパクトブラシを採用。

コントロールしやすく地肌につきにくいいため、まゆ毛だけを1本1本塗ることができます。

●汗・水・皮脂・こすれに強い マルチプルーフ処方

フィルムタイプでぬるま湯ですルッと簡単に落とせるのに、汗・水・皮脂・こすれに強く、長時間落ちにくいマルチプルーフ処方。

●美容液成分で眉毛をやさしくケア

パンテノール配合（眉毛保護成分）

<カラー展開>

01 イエローブラウン 03 アッシュブラウン 04 ナチュラルブラウン 05 ライトブラウン
08 アッシュグレー 09 ナチュラルアッシュ 12 グレイッシュベージュ
13 マイルドブラウン 14 シフォンベージュ 15 ダスキーローズ