

2026年2月24日（火）

株式会社 JULIA IVY

【眉毛トレンドに関する意識調査】

新生活は垢ぬけ印象は眉が鍵

好印象の“正解眉”は作り込みすぎない自然さがポイント

～今どきの眉市場を知る「眉トレンド白書 by HOLLYWOOD BROW LIFT®」 vol.7～

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、眉美容が定着しつつあり、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ります。そこで本調査では、最新の眉毛ケア事情やトレンド、眉メイクの実態を調査。さらに、出会いの増える春の新生活に向けて「新生活は眉で第一印象が変わる！」を切り口に、垢抜ける人の最新眉メイク・眉ケアの傾向を明らかにしました。

【調査結果サマリー】

< TOPIC 1：眉毛ケア・眉毛悩みに関して >

- 眉毛に悩みを抱える女性は依然として多数派。悩みの中心は「形」から「整え方・毛流れ」へ
- 眉毛ケアは“自己処理”から“プロに委ねる”選択へ。  
眉美容は特別なケアではなく「身だしなみの一部」に進化
- 年代別に見ると、眉毛サロンに求める価値は「効率」から「解決」へと変化する

< TOPIC 2：2025年眉トレンドを振り返り >

- 2025年に支持されたのは「毛流れの美しい眉」。  
そして今年、2026年は「毛流れ・立ち上がり」へ——“形”から“質”にトレンドが移行

< TOPIC 3：2026年トレンド眉予測 >

- 2026年の眉メイクは「眉ペンシル中心」は不動。一方で“仕上げ調整”アイテムの関心が約2倍上昇
- 2026年の眉毛ケアは“毛流れ”を作るケアへシフト

< TOPIC 4：新生活で第一印象を上げる“正解眉”とは？ >

- 第一印象を左右するパーツ1位は「眉」。迷ったときに“変えるべき場所”として認識
- 好印象を与える“正解眉”の条件は一貫して「自然さ」「毛流れ」「主張しすぎないこと」
- “垢抜けた実感”のきっかけは、劇的な変化より「眉を整えた」経験
- 第一印象アップの最短ルートは「描き足す」より「整える」。眉は“印象の土台”をつくるパーツ

調査方法：インターネット調査

調査対象：20代～50代の女性 計500名

実施期間：2025/1/22（木）～2025/1/23（金）

※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】

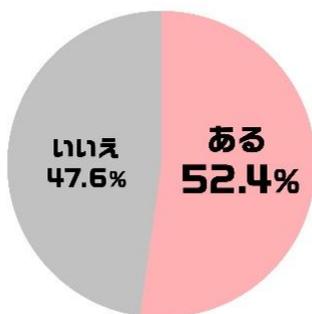
<TOPIC 1：眉毛ケア・眉毛悩みに関して>

### ■眉毛に悩みを抱える女性は依然として多数派。悩みの中心は「形」から「整え方・毛流れ」へ

自分の眉毛に「悩みがある」と回答した人は全体の52.4%にのぼり、眉悩みは依然として多くの女性が抱える課題であることが明らかになりました。昨年実施した調査では「悩みがある」と回答した人が30.4%だったのに対し、約22ポイント増加していることが分かりました。

#### Q1 自分の眉毛に悩みがありますか？

(n=500)

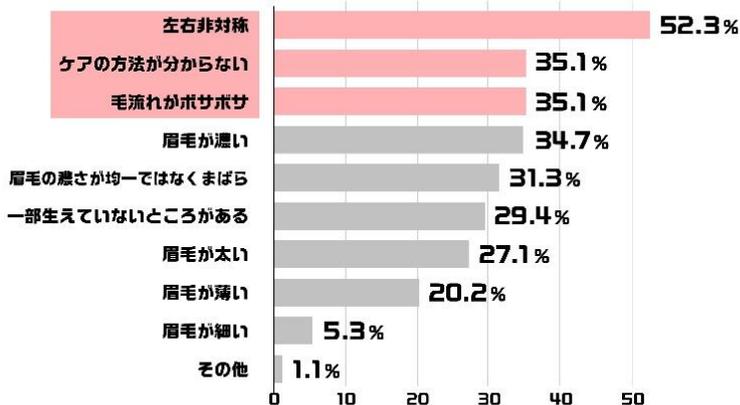


具体的な悩みとしては、「左右非対称」（52.3%）、次いで「毛流れがボサボサ」（35.1%）、「眉毛が濃い」（34.7%）といった声が上位を占め、単なる眉毛の形や濃さという根本的な自眉の悩みだけではなく、“自眉をどう整えるか”という質的な悩みを抱えている実態がうかがえます。

前問で、「自分の眉毛に悩みがある」と答えた方々

#### Q2 具体的にどのような悩みがありますか？ ※複数回答

(n=500)

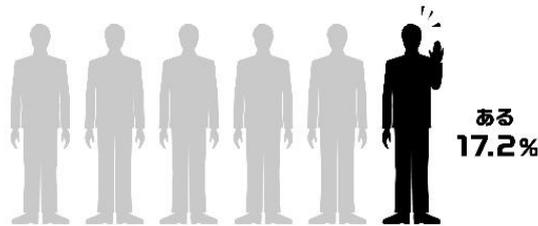


## ■眉毛ケアは“自己処理”から“プロに委ねる”選択へ。眉美容は特別なケアではなく「身だしなみの一部」に進化

眉毛ケアについて、自己処理だけで完結させるのではなく、サロンでプロの施術を受ける人が着実に増えてい  
ます。サロンで眉毛施術をしたことがある人は6人に1人以上で、眉毛ケアが特別な美容ではなく、ヘアやネイルと  
同様に定期的に整える身だしなみの一部として捉えられ始めていることが明らかになりました。

### Q3 眉毛をサロンで施術したことはありますか？

(n=500)

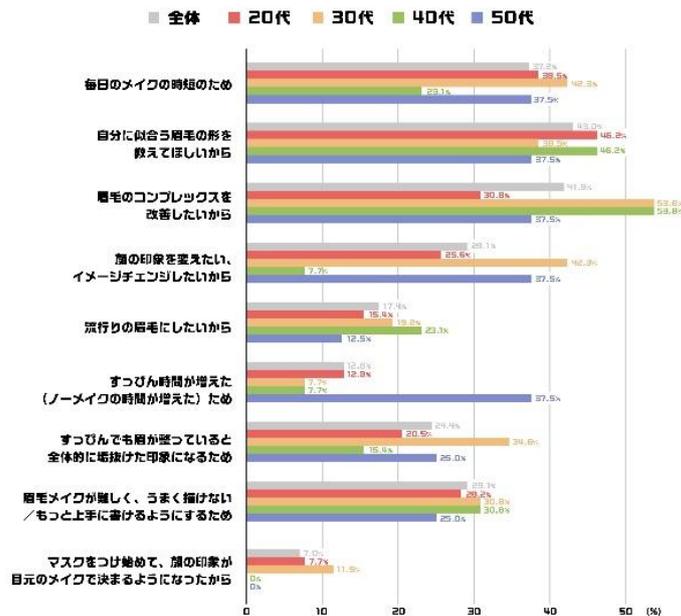


約6人に1人

これまで眉毛サロンに通う理由としては、「毎日のメイクの時短のため」が3年連続で最多となっており、眉美容は“効率化”を目的としたニーズが中心でした。しかし今回の調査では、「自分に似合う眉を知りたい」という回答が最も多く（43.0%）、前年まで1位だった「メイクの時短」（37.2%）を上回る結果となりました。

### Q4 眉毛サロンに通う理由は何ですか？ ※複数回答

(n=86)



この変化から、眉毛ケアに求められる価値が単なる“時短”や“楽さ”から一歩進み、「自分にとっての正解を知りたい」「もう迷いたくない」といった自己理解を求める段階へ移行していることがうかがえます。選択肢が増え、情報があふれる現代において、自己流で眉を整えることに限界を感じ、プロの知見を通じて“似合う軸”を見つけたいと考える人が増えていると考えられます。

こうした結果から、眉毛ケアは「自分で何とかするもの」から、「プロの知見を取り入れて最適化するもの」へと変化しており、眉美容市場が成熟フェーズへと進みつつあることが示唆されました。

## ■年代別に見ると、眉毛サロンに求める価値は「効率」から「解決」へと変化

眉毛サロンに通う理由を年代別に見ると、世代ごとに重視するポイントが異なることが分かりました。20代では「毎日のメイクの時短のため」（38.5%）が最も多く、忙しい日常のなかで、眉を“毎日うまく描く負担”を減らしたいというニーズが強いことがうかがえます。効率化と同時に“正解を知りたい”気持ちも併存している点が特徴です。

一方で、30代では「眉毛のコンプレックスを改善したい」（53.8%）、「顔の印象を変えたい・イメージチェンジしたい」（42.3%）といった回答が目立ち、眉を通じて印象をコントロールし、自分らしい見え方を整えたいという意識が高まっている様子が見えます。

さらに40代・50代では、「すっぴん時間が増えた」（45.2%）、「すっぴんでも眉が整っていると全体的に垢抜けた印象になる」（40.4%）といった理由に加え、「眉メイクが難しく、うまく描けない」（55.8%）といった“再現性”に関するニーズも一定数見られ、眉毛サロンが日常の身だしなみを支える存在として位置づけられていることが読み取れます。年代が上がるにつれて、眉毛サロンは“時短”にとどまらず、悩みの解消や、安定した仕上がりの獲得へと価値が広がっていると考えられます。

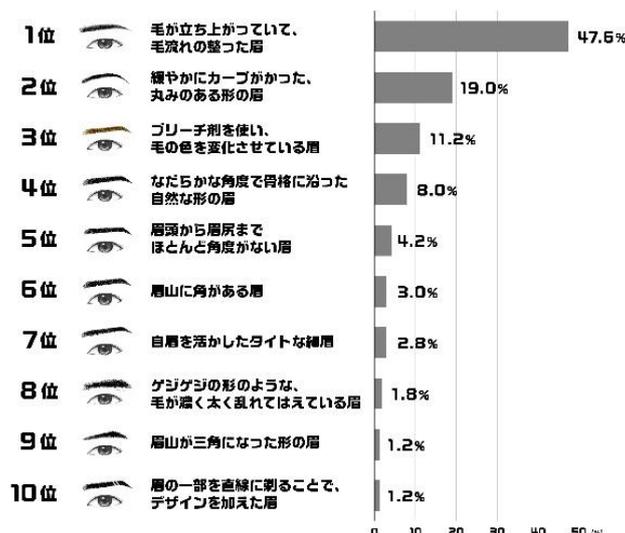
### <TOPIC 2：2025年眉トレンドを振り返り>

## ■2025年に支持されたのは「毛流れの美しい眉」。そして今年は「毛流れ・立ち上がり」へ——“形”から“質”にトレンドが移行

2026年に「やってみたい眉」を聞くと、2025年は「ナチュラル眉（なだらかな角度で骨格に沿った自然な形の眉）」が1位でしたが、今年は、「毛流れの美しい眉毛（毛が立ち上がっていて、毛流れの整った眉）」が1位となり、理想とされる眉が、角度や輪郭といった“形”そのものから、毛流れや立ち上がりといった“眉毛の質感”へと明確に移行していることがうかがえます。

### Q5 やってみたい眉のスタイルに近いものは？

(n=500)



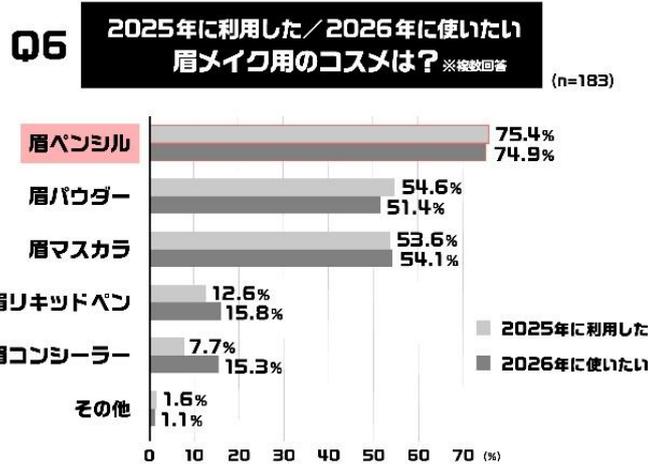
この変化により、眉毛は“ナチュラルであること”を前提としつつ、次の段階として「どこまで作り込みを感じさせずに垢抜けるか」という、仕上がりの質を重視するフェーズに入ったことがわかります。

### <TOPIC3：2026年トレンド眉メイク予測>

#### ■2026年の眉メイクは「眉ペンシル中心」は不動。一方で“仕上がり調整”アイテムの関心が約2倍上昇

眉メイク経験者のうち、2025年に使用したアイテムと2026年に使いたいアイテムを比較すると、「眉ペンシル」は2026年も最多で、眉メイクの“主役”であり続けることが分かりました（2025年：75.4% → 2026年：74.9%）。

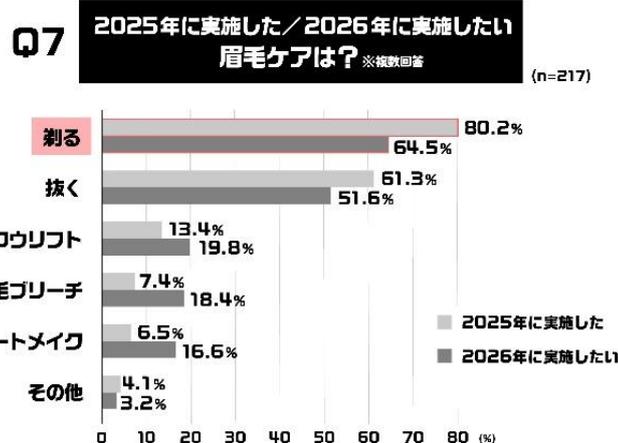
一方で、2026年にかけて伸ばしたのが「眉コンシーラー」で、2025年の使用（7.7%）に対し、2026年に使いたい（15.3%）が約2倍に増加しています。加えて「眉リキッドペン」も上昇（2025年：12.6% → 2026年：15.8%）しており、2026年は“描き足す”だけでなく、濃淡や輪郭を整え、洗練させる方向へメイクニーズが進んでいることがうかがえます。



#### ■2026年の眉毛ケアは“毛流れ”を作るケアへシフト

2026年に実施したい眉毛ケアを見ると、「ブローリフト」が伸長（2025年：13.4% → 2026年：19.8%）し、さらに「眉毛ブリーチ」（2025年：7.4% → 2026年：18.4%）、「アートメイク」（2025年：6.5% → 2026年：16.6%）も大きく増加しています。

一方で「剃る」（2025年：80.2% → 2026年：64.5%）、「抜く」（2025年：61.3% → 2026年：51.6%）は減少しており、2026年は“処理”よりも、仕上がりの完成度を高めるプロ志向のケアに関心が移っていることが明確です。



### <TOPIC4：新生活で第一印象を上げる“正解眉”とは？>

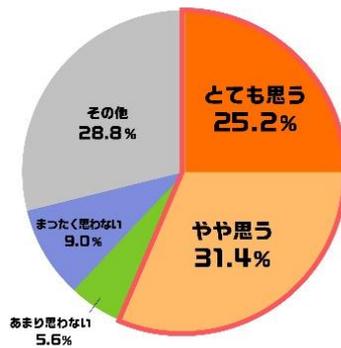
#### ■新生活に向けて第一印象を重視する人が多数。「良くしたいが、方法が分からない」という悩みも顕在化

春の新生活に向けて「第一印象を良くしたい」と考える人は約6割にのぼり、多くの人が初対面での印象づくりを意識していることが分かりました。

春の新生活に向けて、

### Q8 「第一印象を良くしたい」と思いますか？

(n=500)



一方で、「どうすれば第一印象が良くなるのか分からない」(57.2%)「自分に似合う雰囲気分からない」(54.9%)「何から手をつければいいのか分からない」(35.3%)といった回答も多数見られ、意識は高いものの、具体策を見出せていない人が多い実態が明らかになりました。

第一印象づくりについて

### Q9 「どうしたら良いか分からない/悩む」と感じますか？

(n=500)



年代別にみると50代が最も「第一印象への不安」(62.4%)を感じており、第一印象づくりを「どうしていいか悩んでいる」(62.4%)と回答した人も全世代の中でも最多となりました。

#### ■好印象を与える“正解眉”の条件は一貫して「自然さ」「毛流れ」「主張しすぎないこと」

好印象だと感じる眉の条件として上位に挙げたのは、「自然に整っている」(59.6%)「濃すぎない/主張しすぎない」(37.6%)「ほどよい太さ(細すぎない・太すぎない)」(36.4%)といった項目でした。これらはいずれも、眉を強調するのではなく、顔全体になじませるための要素である点が共通しています。

### Q10 初対面で「好印象」だと感じる眉の条件は？

(n=500)



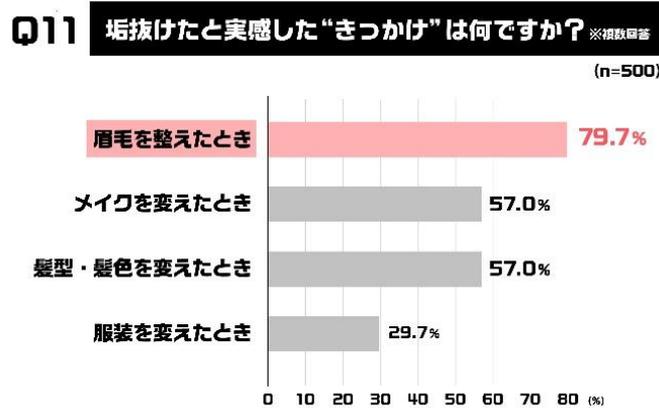
年代を問わず「自然さ」「毛流れ」は安定して高く評価されており、好印象眉の条件は一過性の流行ではなく、世代横断で共有される“基準”になりつつあることがうかがえます。

つまり、第一印象における正解眉とは、描きすぎていて主張の強い眉ではなく、作り込みすぎず違和感のない眉であることが重要だと考えられます。

### ■“垢抜けた実感”のきっかけは、劇的な変化より「眉を整えた」経験

眉を整えたり眉メイクをしたことで垢抜けた（印象が良くなった）と実感したことはあるか聞いたところ、「眉を整えたことで垢抜けた・印象が良くなったと感じたことがある」と回答した人が最多（79.7%）で、眉が最も垢抜けに寄与するパーツであることが示されました。

垢抜け実感がある人ほど「眉を整える」「毛流れを意識する」といった行動を取っている傾向が見られ、眉の微調整が印象改善につながっていることが裏付けられています。



これは、髪型やメイクのように大きく印象を変える手法と比べ、眉は失敗リスクが低く、変化を自分でも認識しやすいため、新生活における垢抜け方法の初手として選ばれやすいパーツであるといえます。。

### ■第一印象アップの最短ルートは「描き足す」より「整える」。眉は“印象の土台”をつくるパーツ

第一印象を良くするために求められているのは、描きすぎていて主張の強い眉ではなく、左右差や毛流れ、濃淡を整えることで“きちんと見える状態”をつくることであることが分かります。

2026年では、「眉を描く」よりも「眉を整えて成立させる」ことが、第一印象づくりの正解として、より強く意識されていくと考えられます。

### ■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 ]

今回の調査で最も象徴的だったのは、「眉毛はメイクの一部」ではなく、第一印象を決定づける土台として認識され始めているという点です。言い換えるなら、2026年は「眉を描く時代」から「眉を整える時代」への転換期だと感じています。

これまでの眉トレンドは「どんな形に描くか」というデザイン中心の発想でした。しかし今、評価されているのは「毛流れ」「自然な存在感」といった質感です。作り込んだ美しさではなく、整っているのに何もしていないように見える仕上がりこそが、新しい好印象の基準になりつつあります。

今回特に印象的だったのは、「自分に似合う眉が分からない」という声の増加です。情報が溢れる現代では、選択肢が増えるほど人は迷います。その結果、多くの人が正解探しに疲れている状態にあります。眉毛は顔の中心にありながら自己流では再現性が低く、だからこそ今、「似合う軸をプロと一緒に見つけたい」というニーズが急速に高まっています。

HBL は長年、眉毛もヘアやネイルと同じようにプロに任せる身だしなみになると考えてきました。今回の調査結果は、その文化がいよいよ現実になり始めていることを示しています。

新生活に向けて「何を変えれば印象が良くなるのか分からない」という声も多く見られましたが、実際には劇的な変化より、整えるという小さなアップデートこそが最短ルートです。眉は顔のスイッチのような存在であり、描き足す前に整えることで、誰でも自然に印象を底上げすることができます。

2026 年は、「作り込みすぎない美しさ」がさらに支持される一年になるでしょう。HBL (#ハリウッドブロウリフト) は形を変える技術ではなく、本来の毛流れを活かし、その人らしさを引き出すアイブロウソリューションです。眉毛美容を通じて、自己表現の自由と新しい美容文化の創造をこれからも推進していきます。

## 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](mailto:official@juliaivy.co.jp)