

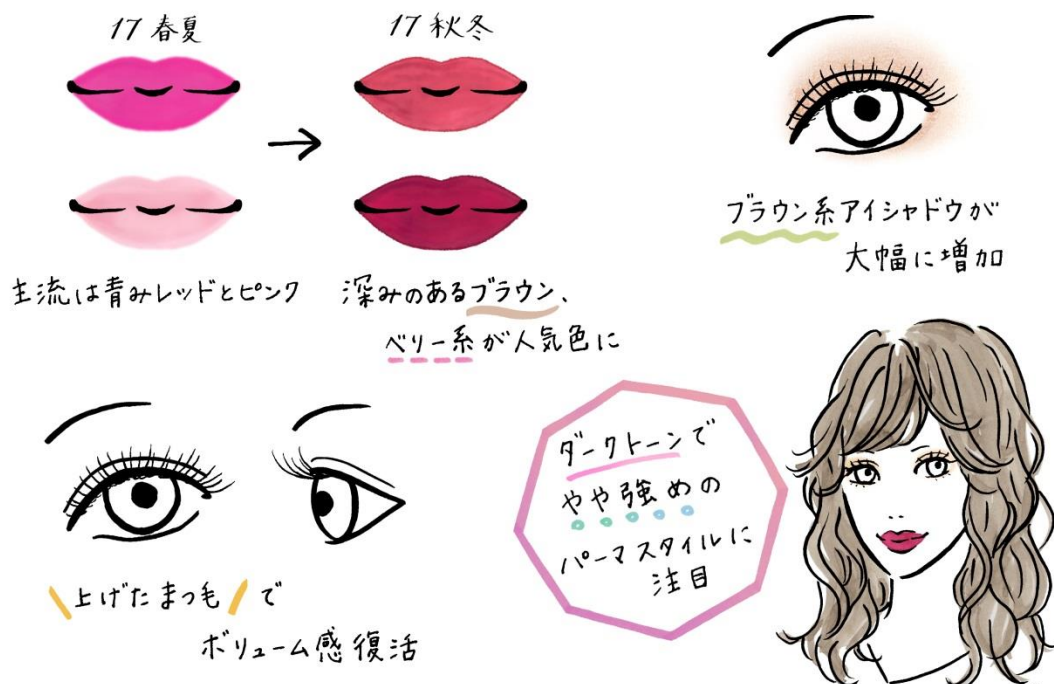
BEAUTY NOTE

資生堂ビューティートレンド研究チームが 2017 年秋冬の街頭トレンドを解説
「深みリップ」と「ブラウンシャドウ」でメイクボリューム UP！

資生堂ビューティークリエイションセンター※1では、メイクやヘアの未来のトレンドを予測する「ビューティートレンド研究※2」を行っています。その一環として、メイクアップとヘアスタイルに関する街頭調査を年2回実施しています。今回は、2017年10月中旬～11月上旬、東京の銀座、渋谷、原宿で20～30代の女性合計300人を対象に実施した街頭調査の結果をもとに、ビューティートレンド研究チームのヘアメイクアップアーティストが「東京の街を歩く女性たちのメイクアップとヘア傾向」を解説します。

■資生堂ヘアメイクアップアーティスト Web サイトでも情報発信しています。<http://hma.shiseidogroup.jp/?p=12031>

★ ★ ★ ★ ★ 2017年秋冬の街頭調査まとめ ★ ★ ★ ★ ★



※1 資生堂ビューティークリエイションセンター

ヘアメイクアップアーティストが約 40 名在籍し、宣伝広告のヘアメイクアップ、メイクアップ商品のカラークリエイションをはじめ、東京、ニューヨーク、パリなどで開催されるファッションショーのバックステージで活動し、最先端のトレンド情報をグローバルに発信している。

■ビューティークリエイションセンターWeb サイト: <http://hma.shiseidogroup.jp/>

※2 資生堂のビューティートレンド研究

資生堂では 1987 年に「ビューティートレンド研究」をスタートさせ、美容・ファッションの動向を分析し、未来のビューティーを予測している。ヘアメイクアップアーティストを抱える強みを活かし、具体的なメイクアップ、ヘアスタイルまで提案する資生堂独自の取り組みで、未来のトレンドをいち早く予測し、商品開発やマーケティングに役立てている。ヘアメイクアップアーティストを中心に約 15 名で本研究を推進。

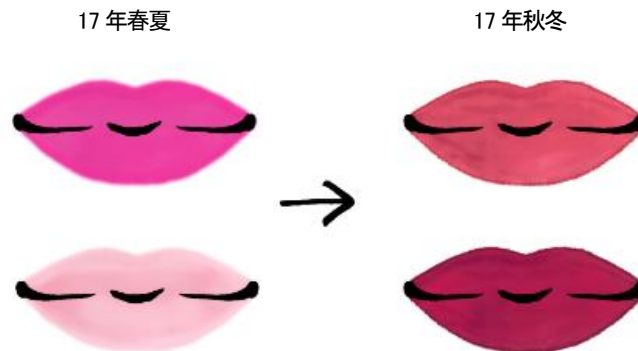
ヘアメイクアップアーティストが解説！ 2017 年秋冬のメイクトレンド①

リップは「深みカラー」に注目

2017 年春夏には青みのレッドとピンクが主流でしたが、この秋増えたのが、青みのローズ系やダークカラーのリップです。深みのあるリップは、国内美容雑誌でも話題のブラウンやベリー系が多くみられました。これはここ数年の「赤リップ」の流行から口もとで徐々に色を楽しむようになり、今季さらにリップメイクを楽しむ気分が増したためと考えられます。

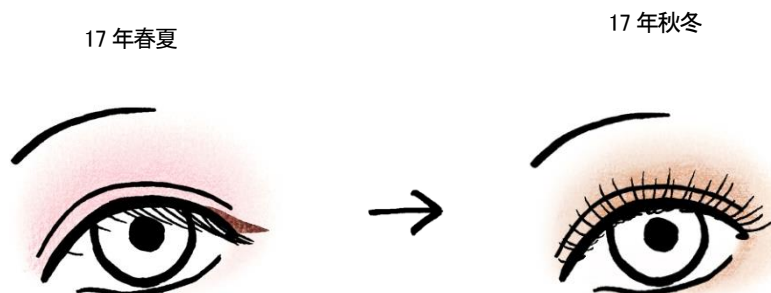
口紅の塗り方にも変化がみられました。これまでの「輪郭を曖昧にする」、「グラデーションをつける」といった“なじませ”リップ傾向から、輪郭をしっかりと深みのある色でくっきりと塗り、リップメイクを仕上げる人が増えました。

街頭のアンケート調査では、メイクに欠かせないアイテムとして「口紅」をあげた人が 82%とトップに。女性たちのリップメイクに対する意識の高さがうかがえます。



ブラウンのアイシャドウが大幅に増加

アイメイクでは「少し手をかけきちんと仕上げる」という傾向がみられました。2016 年秋冬の「赤みアイシャドウ」、2017 年春夏の「ピンクアイシャドウ」を経て、今季、大幅に増加したのが「ブラウンアイシャドウ」です。仕上がりはシアー感のある深すぎない自然な陰影感が特徴で、単色使いが多くみられています。



ヘアメイクアップアーティストが解説！ 2017 年秋冬のメイクトレンド②

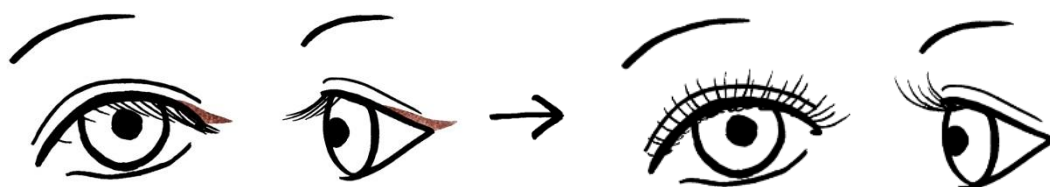
「上げたまつ毛」でぱっちり目もと

アイメイクでさらに特徴的だったのが、まつ毛です。2017 年春夏までは、あえて手を加えないナチュラルなまつ毛が主流でした。ここ数シーズンみられていた、あえて「上げないまつ毛」に変化がみられ、今季はまつ毛を根もとからカールさせて、目をぱっちり見せている人が増えました。

リップメイクだけでなくアイメイクも積極的に楽しみたいという気分が、強まっていると考えられます。

17 年春夏

17 年秋冬



眉トレンドは「すっきりきちんと」へ

数年続いていた太さのある眉は継続しつつも、今季は自然な太さで、眉山のあるすっきりとした印象の眉が増加しました。継続して人気の水平眉や下がり眉は、幼い印象を与えがちです。一方新たにみられ始めた、眉山のあるきちんと整えた眉では、顔全体がより大人っぽく、洗練された印象を与えます。

肌は自然な素肌感と血色感を重視

ベースメイクは、適度にカバーしながらも素肌感のある「シアーマット～ナチュラル」な仕上がりの人気が続く。陰影によって立体感をプラスするコンタリングテクニックが定着しています。

チークにも自然な素肌感を求める傾向が現れており、肌なじみの良いカラーを自然にぼかし、血色感をプラスするのが主流です。

アイメイクとリップメイクのボリューム感が増した分、ベースメイクは軽い仕上がりで、メイク全体に適度な抜け感を与えています。

ヘアメイクアップアーティストが解説！ 2017 年秋冬のヘアトレンド

大人っぽいパーマヘアが流行の兆し

ロングでは、例年同様ロングヘアが主流です。前シーズンと比べ、ミディアムが減りセミロングへ移行するなど、全体的に髪を伸ばしている人が増えている傾向です。

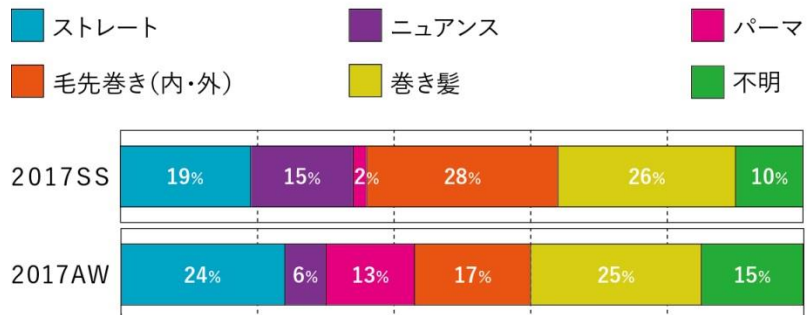
スタイリングで特徴的だったのが、「パーマ」と「ストレート」の増加です。特に「パーマ」は、2017 年春夏は 2%だったのがこの秋 13%と、半年間で大幅に増加。春夏まで多かった「くせ毛風」、「毛先巻き」、「ゆる巻き」といったニュアンスヘアは減少し、「しっかりパーマ」で細かめのウェーブをつけたスタイルが増えています。

メイクのボリューム感がアップしたためか、ヘアにも新たな動きがみられています。「ストレート」、「強めパーマのウェーブ」といった両極のスタイルが共に増加している点に注目です。いずれもどこかに「強さ」を感じさせるスタイリングへと嗜好が変化していることが考えられます。

前髪は今季、少し長めにして横に流すスタイルが増加。強さのあるウェーブヘアでも、すっきりとしたストレートヘアでも上手く合わせて、大人っぽい印象にバランス良くまとめている人が多くみられました。



街頭調査(2017春夏～秋冬 東京 スタイリング)



(2017年 資生堂調査)

調査エリア:銀座・渋谷・原宿／対象:20～30代女性300人

カラーはやや暗めのナチュラルカラー

カラーリングしている人の割合は全体の 8 割と、春夏からあまり変わりません。しかし、色傾向は暗めへとシフトしています。前シーズンまでみられていたハイトーンの色は減少し、落ち着いた暗めのトーンが新鮮に感じられます。

その要因として考えられるのがウェーブスタイルの増加です。明るい髪色と組み合わせると派手に見えてしまうという理由から、自然な髪色に近いやや暗めのカラーが増えたことが考えられます。暗めのナチュラルカラーで仕上げたスタイルがおしゃれに感じられ、今季新たな特徴として現れていました。

ヘアメイクアップアーティストがアドバイス！ トレンドを取り入れるコツ

少しずつ手をかけて“メイク感”をプラス

今シーズンは新しい変化の兆しがあり、トレンドの潮目がみられました。ここ数年と比較して最も顕著に変化したのは、メイクにおける「バランス」です。口紅をきちんと塗ったら目もとは軽く、といったどこかで力を抜くというこれまでの傾向から、目もと、リップ、眉の各パーツに少しずつ手をかけ、きちんとした“メイク感”を出すことで新鮮味が生まれます。女性たちの気分は、「やさしい」・「可愛い」・「やりすぎない」から、「大人っぽい」・「美人」・「モード」といったやや強さを感じさせる方向へとシフトしました。少しずつ手をかけて、今のムードをメイクに取り入れてみましょう。

ビューティートrend研究チーム リーダー
資生堂トップヘアメイクアップアーティスト
鈴木 節子

「ブラウンシャドウ」のアイメイクテクニック

目もとはブラウンのアイシャドウが今季らしさのポイントです。シアー感と自然な陰影感のあるブラウンのアイシャドウを大きめのブラシにとり、アイホール全体になじませるようにのせてください。アイラインは、ブラックでまつ毛の根もとを埋めるように入れて。

さらに、アイラッシュカーラーでまつ毛を根もとから上げ、マスカラをつけてパッチリとした目もとを強調すれば、今季らしいアイメイクが完成します。



ビューティートrend研究チーム
資生堂ヘアメイクアップアーティスト
渋谷 知美

旬のパーマスタイルをつくるヘアテクニック

ヘアは、ミディアムレングスに少し強めのパーマをかけると新鮮なスタイルに。いきなりパーマをかけるのはハードルが高いという方は、アイロンカールでまずは「お試し」を。細めのヘアアイロンでやや強めのウェーブやカールをつけてみるとよいでしょう。オイル系のスタイリング剤を髪にもみ込みながら、全体にラフな動きを出し、ツヤと束感を演出し仕上げます。

カラーはダークトーンで落ち着きを持たせるとグッと今季らしくなります。

ビューティートrend研究チーム
資生堂ヘアメイクアップアーティスト
谷口 文児

資生堂ビューティートレンド研究チーム リーダー 鈴木 節子 プロフィール



鈴木 節子 SETSUKO SUZUKI

1993 年資生堂入社。資生堂の美容分野社員の頂点である「資生堂トップヘアメイクアップアーティスト※5」として、資生堂の宣伝広告や広報におけるヘアメイクアップの他、東京、ニューヨーク、パリでのコレクション・ファッションショーのバックステージでメイクアップを手掛けるなど、多岐にわたり活動。これまでに「クレ・ド・ポー ボーテ」、「Shiseido Makeup」、「マキアージュ」などのブランドの商品開発やカラークリエイション、美容情報開発などを担当。2010 年から 2 年間ニューヨークに駐在経験がある。2003 年からビューティートレンド研究に携わる。その研究成果を活かし、西洋の化粧が一般的に取り入れられるようになった 1920 年代から現在に至るまでの化粧の変遷を 1 名のモデルで再現した「日本女性の化粧の変遷 100 年」が話題となった。

■Web サイト: <http://hma.shiseidogroup.jp/suzuki/>

■「日本女性の化粧の変遷 100 年」 http://hma.shiseidogroup.jp/info/p20141222_5392/

資生堂ビューティートレンド研究チーム ヘアメイクアップアーティスト紹介



渋沢 知美 TOMOMI SHIBUSAWA

資生堂ヘアメイクアップアーティスト。ビューティークリエイションセンター所属。国内外のコレクション(ニューヨーク、パリ、東京)の経験を生かし、宣伝広告、広報活動で活躍。担当ブランドは「SHISEIDO」「Za」。ヘアメイクアップスクール「SABFA」の講師も務める。

■Web サイト: <http://hma.shiseidogroup.jp/shibusawa/>



谷口 丈児 JOJI TANIGUCHI

資生堂ヘアメイクアップアーティスト。サロンワークを経て、国内外のファッションショーや撮影などのヘアメイクを中心に活動。資生堂「UNO」の商品開発・ソフト情報の作成にも携わる。2015 年 JHA(ジャパン・ヘアドレッシング・アワーズ)新人部門最優秀新人賞受賞。

■Web サイト: <http://hma.shiseidogroup.jp/taniguchi/>

※5 資生堂トップヘアメイクアップアーティスト

資生堂の美容技術専門職のなかで、最高レベルの技術を有するヘアメイクアップアーティスト。先進的な美を創造しグローバルに発信することで、資生堂ブランドや企業価値の向上に努めるとともに、美容業界全体の発展に寄与することをミッションとしている。現在鈴木を含め計 7 名が就任している。

※6 SABFA (サブファ)

資生堂が運営するプロのヘアメイクアップアーティストを育成するスクール。1986 年に設立し、卒業生は、広告・TVCM・雑誌の撮影やファッションショーなどの第一線で活躍している他、美容サロンではヘアメイクアップのエキスパートとして、お客さまのトータルビューティーを提案している。学校名は「Shiseido Academy of Beauty & Fashion」の頭文字に由来する。

■SABFAWeb サイト: <http://sabfa.shiseido.co.jp/>