

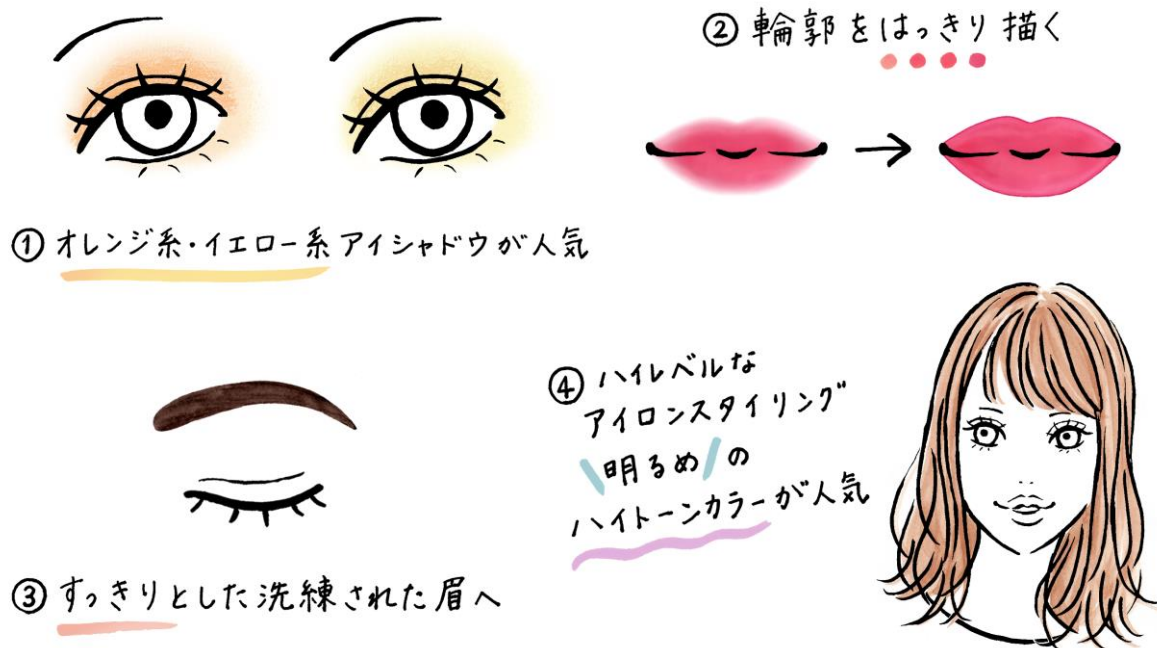
BEAUTY NOTE

資生堂ビューティートレンド研究チームが、2018 年秋冬の街頭トレンドを解説
自分らしく大胆にヘアメイクを楽しむ“新しいフェミニン”な女性が急増中！

資生堂ビューティークリエイションセンター※1では、1987年以来、メイクやヘアの現在と未来のトレンドを探る「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に2回実施しています。

今回は、2018年10月下旬から11月上旬にかけて、銀座、渋谷、原宿の女性合計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。

2018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

プロの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、NY、パリ、東京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躍し、最先端のトレンド情報をグローバルに発信している。

■資生堂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が在籍する強みを活かし、未来のトレンドをいち早く予測し、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、商品開発やマーケティング、R&Dに役立てている。

ヘアメイクアップアーティストが解説！ 2018 年秋冬のメイクトレンド

今季の街頭のメイクトレンドは、半年前に比べて急激な変化が見られました。少し前の「モチ顔」とは異なる顔が主流となり、若年層を中心に「フェミニン」の表現が変わってきたように感じられます。

全体的に「化粧感」がアップしています。肌はカバー感のあるシアーマットな仕上がりで、さらに目もとも口もともしっかりとメイクを施し、雑誌でも見られたキーワード「W 盛り」が人気です。これは先シーズンの「素肌感のある肌」×「ポイントメイクはなじませ仕上げ」とは、異なる傾向です。秋冬にかけ、ボリューム感がアップし、半年でトレンドが大きく移り変わったことがわかります。また、輪郭をはっきりと取るリップや余分なうぶ毛を手入れしたすっきりとした眉づくりなど、洗練度も上がってきています。

◆カバー力のあるシアーマットな肌づくりが目立つ

肌は、今季とくに大きな変化が見られたパーツです。

これまで、素肌感を残したナチュラル肌が主流でしたが、今季はカバー感のあるシアーマット肌に仕上げる方が多く見られました。ファンデーションを塗る前の下地づくりが丁寧で、下地やコントロールカラーなどで肌のトーンを上げ、明るめの肌づくりをしているように見受けられます。

この急激なトレンドの変化の背景には、SNS や美肌加工アプリの影響が考えられます。つるりとした、なめらかな肌を見慣れているため、より完璧な肌の仕上がりを求めているのではないかと思います。

◆オレンジ系のアイシャドウに繊細なアイライン使い

目もとは、オレンジ系・イエロー系のアイシャドウが増えています。質感はマットから大きめのグリッター、パール入りのものまで、さまざまなバリエーションが見られます。アイホールに大胆に幅広く色をのせる傾向です。定番のブラウン系は引き続き人気の一方で、先シーズンに多く見られたラベンダーをはじめとするパープル系・ピンク系メイクは、大幅に減少しました。

また、アイラインの入れ方がとても繊細になっています。ごく細くまつ毛の際に引いている方が多く見られます。



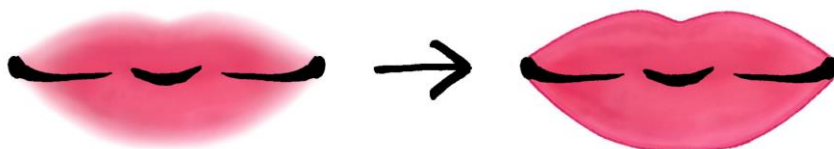
◆すっきり眉で洗練度アップ

以前見られていた太眉は少なくなり、洗練された印象です。余分なうぶ毛をきちんと手入れし、少し細めですっきりと整えた眉が主流になってきました。

◆輪郭の描き方に変化あり

リップはシーズン毎に主流となる人気色がみられていましたが、今季は数字が分散し、レッド・ピンク・ローズがほぼ同数になりました。このことから、皆が同じ色ではなく、自分の好きな色を自由に選ぶ多様性が感じられます。

今季、変化が見られたのは輪郭の描き方です。ここ数シーズン輪郭をぼかして描いたリップが多く見られていましたが、そのトレンドに変化が見て取れます。唇の輪郭をはっきりと取って、色をのせている人が大半を占めています。



ヘアメイクアップアーティストが解説！ 2018 年秋冬のヘアトレンド

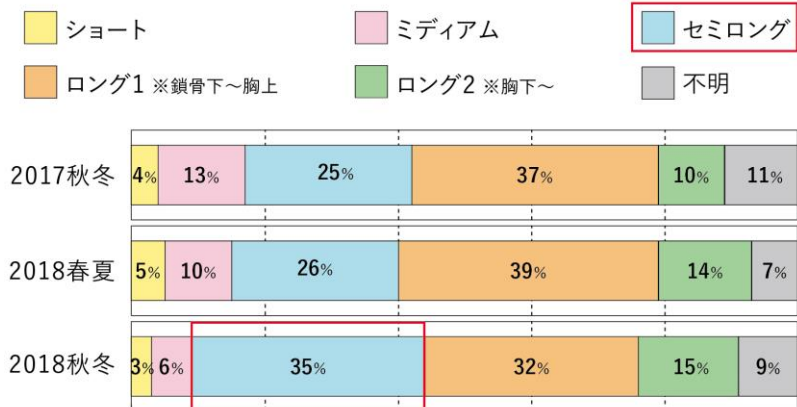
2002 年の秋以来、街頭調査ではロング(鎖骨からバストトップまで)が不動の人気でトップでした。しかし、今季は 16 年ぶりにセミロング(あご下から鎖骨まで)が1位となりました。

3 シーズン続けて、街頭ではセミロング人気が高まっていますが、それがついにメインストリームとなった形です。ヘアトレンドにとって、大きな転換期だと考えられます。



街頭調査「2017秋冬～2018秋冬 レングスの変化」

(対象:20～30代一般女性約300名)



◆16 年ぶりにセミロングが主流に！

1 位となったセミロングのなかでも街頭で多く見られたのは、鎖骨くらいの長さ。毛先が肩にあたり、自然と外ハネができるレングスです。流行の帽子にも合わせやすく、巻き髪やアップなどのアレンジもしやすい長さです。

今季の調査では、どの地点にも一定数のボリュームでセミロングの女性が見られました。

◆顔周りはすっきりクリーンに

依然として前髪は人気ですが、先シーズンに比べてやや減少しました。

今季は前髪に動きをつけず、きれいに整えて下ろすのが主流です。また、前髪を作らずにすっきりと顔を出す方も多く見られます。

◆ハイトーンヘアカラーが人気

ヘアカラーは、昨年と比較すると、明るい色の方が倍増しています。明度が高いハイトーンのブラウンが約半数です。

さらに内側だけブリーチをして明るい色を混ぜるなど、凝ったデザインカラーをしている方も増加していました。

◆セルフスタイリングが上達

街頭の女性たちのスタイリング技術は、シーズンを追うごとに向上が見られます。複数のアイロンを使い、複雑な巻き髪に仕上げている女性が多いのも印象的でした。

アンケートの調査結果によると、サロンでパーマをしている方の割合は1割未満。一方、ヘアアイロンでくせづけをしている人は8割弱で、髪に動きをつけている方は、ほぼ自分自身でスタイリングしているということがわかります。

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

自分流のアレンジで楽しむ

近年、トレンドの流れが変わってきました。インターネットや SNS の普及により、時間軸だけではトレンドが読みにくくなっています。

これまで同調志向が強いと言われてきた東京でも、人々の価値観は多様に変化しています。ここ数シーズンの間に見られてきた多様化が顕著になり、その表現が自由で大胆になってきています。ブライトリップの流行でも、レッド・ピンクやローズなど、多様な中からその日の気分に合わせて自分らしい色を選ぶことで表現の幅が広がります。ヘアも個性的なカラーデザインを楽しむ傾向です。人とおそろいではなく自分流のこだわりでトレンドをアレンジし、自由に楽しみましょう。

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

ポイントメイクは色を効かせる！

肌づくりもさまざまなトレンドがありますが、今シーズンはシアーマツがおすすです。肌色はワントーン明るめに、下地やコンシーラーを上手に使い丁寧にベースメイクを仕上げます。

眉は余分なうぶ毛を取り除き、ブラシで毛流れをきれいに整えるだけでも、ぐっと洗練された印象になります。目もととはオレンジ系などの明るい色のアイシャドウをアイホール全体にしっかりとのせるのが今季らしい仕上りのポイントです。アイラインはまつ毛の根元を埋めるように細く繊細に入れましょう。

口もととは丁寧に輪郭をとり、発色のよい明るめのリップを塗ると今シーズンらしいムードに仕上がります。目もとと口もとに色を効かせたらチークはなじませる程度がおすすです。

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

ミディアムヘアのアレンジ

今季は肩にかかるかかからないかのミディアムヘアが気分です。自然と外ハネするのが今のトレンドにぴったりです。

前髪は目にかからない長さにし、毛流れをきれいに整えることがポイントです。また前髪を作らずに、顔をすっきりと出しても今シーズンらしい雰囲気になります。ヘアアレンジをする場合、サイドの後れ毛などは作らずに、すっきりと顔を出すのがおすすです。

巻き髪をする場合は、きれいに巻きすぎないことがポイント。ヘアアイロンを使って、内巻きと外巻きをミックスさせ、ランダムな動きが出るように仕上げましょう。

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 丈児

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※3」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※4」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/>

※3 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。

※4 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。

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