



# BEST ITEM

## ESTHETIC & BEAUTY TOOL

# 2022

今回の特集では  
★の付いた製品を掲載しています

### ベストアイテム2022 受賞製品一覧

#### フェイシャル部門

- ★ 株式会社アイセル  
ニードルピーリング®  
NPVA™シリーズ
- ★ 株式会社アイセル  
碧ハーブピーリング
- ★ 株式会社エバー  
Re:belle
- ★ グローバルサイエンス株式会社  
DiNa
- ★ 株式会社シー・ビー・エス  
クリアピールクスブラン  
シリーズ
- ★ 株式会社シー・ビー・エス  
ラボプラス シリーズ
- ★ 株式会社BJC  
V.O.Sシリーズ
- ★ 株式会社フォレストシンフォニー  
ピグメンテーションデトックスII
- ★ ボーテ デラボ株式会社  
AC Treatment Activé Cell
- ★ ボーテ デラボ株式会社  
リアボーテ タラントリートメント

#### Facial

- ★ ボーテ デラボ株式会社  
リアボーテコレクション  
シェリースキンシリーズ
- ★ 株式会社クレンシアコスメ  
セルディナ  
サスティンモードシリーズ
- ★ 株式会社ソウルシグナル  
ND-1+
- ★ 株式会社TRYANGLE&CO.  
REVIVE スキンケアシリーズ
- ★ 株式会社ビューアリー  
ピュールビオシリーズ
- ★ 株式会社MONNALI  
CRYSTAL PACK  
株式会社UTP  
ラ・プレシアシリーズ
- ★ ヤーマン株式会社  
クイーンリフト for Pro  
クリアプラス

#### 店販部門

- ★ 株式会社Cure  
Re.Store  
BEAUTY PROTEIN
- ★ 株式会社クールプロジェクト  
LEDitch® シリーズ
- ★ 株式会社BJC  
V3シリーズ
- ★ 株式会社BJC  
Lashaddict® アイラッシュ  
コンディショニングセララム
- ★ 株式会社ウォーチェ  
ミライ・シリーズ
- ★ 株式会社T-CONCEPTION  
IZM 酵素ドリンクシリーズ

#### Salon Sales

- ★ 株式会社プロラボ ホールディングス  
トリプルカッター®  
グランプロ
- ★ 株式会社MONNALI  
BLACK SERIES
- ★ 伊藤超短波株式会社  
LIFTUNE  
株式会社マッコイ  
ENEW SUPERZYME  
PLUS 4
- ★ SEVEN BEAUTY株式会社  
セルロジーコスメ  
シリーズ

#### 脱毛部門

- ★ 株式会社BJC  
waxxxx

#### Epilation

#### ボディ部門

- ★ 株式会社ビューティーキャラバン  
WINBACK
- ★ 株式会社TRYANGLE&CO.  
MAGIC HAND
- ★ 伊藤超短波株式会社  
スーパーセルムRF+
- ★ ミラクルバスト®アカデミー  
RichBon®シリーズ

#### Body

- ★ SEVEN BEAUTY株式会社  
プロケアXP
- ★ 株式会社誠鋼社  
RAFOS Series
- ★ ワールドジャパン株式会社  
セルライトゼロ 2

“1年を通してエステティックサロンの売上に最も貢献した”として多く名前が挙がった製品のみが  
受賞できる「ベストアイテム」。エス通では今年も全国のサロンに調査を実施。  
サロンの現場のリアルな声をもとに受賞を果たした、まさに“最高位”の製品を一挙紹介する。

### 初受賞に加え、連続受賞の“実力派”多数

昨年度に引き続き、2年  
連続の支持を得た、環  
境に左右されない製品  
も多く見受けられた。来  
年度には、“サロンに長  
く愛される製品”として  
3年連続受賞した製品のみ  
が表彰される「殿堂入  
り」への期待が高まる。

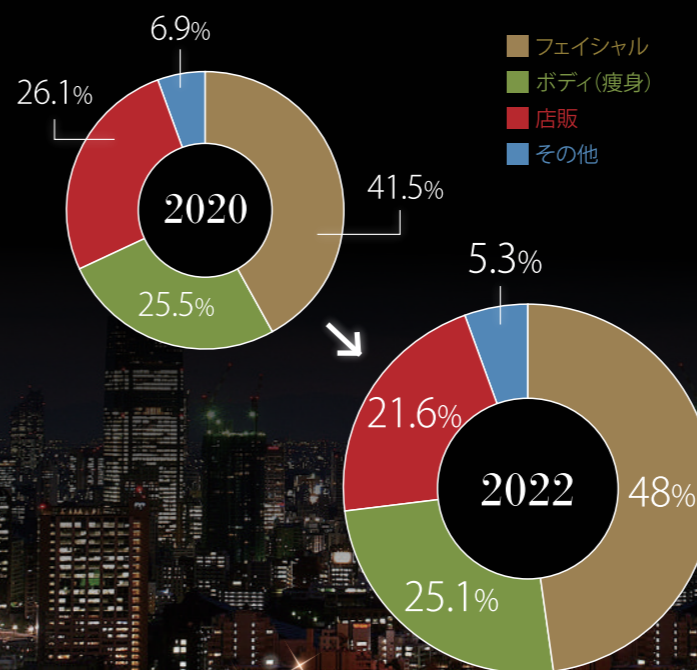


連続受賞→2年目



殿堂入り→3年目

### [ エステサロン売上キーファクター調査報告 ]



#### ホームケアからサロンでの施術へ

コロナ禍により過去2年「店販」が占める割合が増える傾向にあったが、今年は「フェイシャル」が6.5%アップ。ホームケアだけではなくリアル店舗での施術の需要が再び増えてきたことが背景にありそうだ。また、いまだ続くマスク生活による肌悩みもその理由のひとつといえるだろう。

#### 【調査概要】

調査主催：株式会社美容経済新聞社 産業調査部  
調査内容：エステティックサロン売上キーファクター調査2022  
調査項目：過去1年間でエステティックサロンの売上にもっとも貢献した製品  
調査対象：「エステティック通信」定期購読会員をはじめとしたエステティックサロン  
経営者層

#### 【調査方法】

1. 「エステティック通信」定期購読会員を中心としたインターネット調査  
2. 読者データベースから無作為抽出した全国のサロンを対象とした一斉電話調査  
調査期間：1) インターネット調査 / 2022年4月1日~5月18日  
2) 電話調査 / 2022年5月11日~5月12日  
有効回答数：n=508 (インターネット調査：n=159、電話調査：n=349)