

2021年6月24日



**【美容センサス 2021 年上期】 ≪美容室・理容室編≫
1 回あたりの利用金額は女性 6,930 円、男性 4,364 円となり
男女とも過去 5 年間で最高に
女性の店販年間購入金額が前年比 7.5%増加**

「15～69 歳男女の過去 1 年間における美容サロン利用実態」を調査（2021 年 2 月実施）

株式会社リクルート(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:北村 吉弘)の美容に関する調査研究機関「ホットペッパービューティーアカデミー」(<https://hba.beauty.hotpepper.jp/>)は、全国の人口 20 万人以上の都市居住者のうち、15～69 歳の男女 1 万 3,200 人を対象に、過去 1 年間における美容室・理容室の利用に関する実態調査を実施しましたので、その結果をご報告いたします。

<要約>

ポイント① 美容室 1 回あたりの利用金額が男女とも過去 5 年間で最高に。女性 6,930 円・男性 4,364 円・・・P.3-5

▶美容室 1 回あたりの利用金額は、女性 6,930 円（前年比 1.2%増）、男性 4,364 円（前年比 2.9%増）で過去 5 年間で最も高い。

▶女性の「カラー」利用率が 53.2%（前年比 0.7pt 増）と過去 5 年間で最も高い。

ポイント② 女性の店販年間購入金額が 7.5%増加・・・P.6-7

▶過去 1 年間での店販（サロンで販売している「商品」）年間購入金額は女性が前年比 7.5%増の 1 万 958 円。

▶購入商品では、女性は「コンディショナー、ヘアトリートメント（洗い流すタイプ）」が 51.5%（前年比 2.1pt 増）、「ヘアトリートメント（洗い流さないタイプ）、ヘアエッセンス、美容液」が 44.9%（前年比 0.6pt 増）とケア剤が前年比増。

ポイント③ コロナ禍で強く感じたサロンの価値は「自分にはできない技術がある」が男女ともにトップ。来店頻度に合わせた提案やリフレッシュできることへ感謝も・・・P.8

▶コロナ禍で強く感じたサロンの価値は、「自分にはできない技術がある」が女性 43.5%、男性 38.6%でそれぞれ 1 位に。

▶自由回答では、男女ともに「期間が空いても状態が維持できるような髪型の提案」や「コロナ禍でも美容室に行くことでリフレッシュできる」など、美容室での対応がうれしいという感謝の声があった。

本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

2021年6月24日

調査概要と回答者プロフィール

調査名

美容センサス 2021 年上期 ≪美容室・理容室編≫

調査目的

女性・男性の過去1年間における美容サロンの利用実態を把握し、美容に対する意識をとらえる

調査方法

インターネットによるアンケート調査

- 株式会社マーケティングアプリケーションズの「MApps Panel」を利用

調査対象

全国、人口20万人以上の都市に居住する15～69歳の男女

- 女性・男性 各6,600サンプル

※人口20万人以上の都市の人口比率によってエリアごとの割付数を決定

※男女それぞれ、年齢5歳刻みで均等割付（エリアと年代による割付数詳細は下記数表を参照）

※男性サンプル数：2017年は1,100サンプル、2018年以降は女性と同数(6,600サンプル)で実施

	女性										男性									
	サン プル 合 計	北 海 道 ・ 東 北	首 都 圏	23 区 外	う ち 東 京 23 区	中 部 ・ 甲 信 越 (静 岡 含 む)	東 海 (静 岡 含 む)	関 西	中 国 ・ 四 国	九 州	サン プル 合 計	北 海 道 ・ 東 北	首 都 圏	23 区 外	う ち 東 京 23 区	中 部 ・ 甲 信 越 (静 岡 含 む)	東 海 (静 岡 含 む)	関 西	中 国 ・ 四 国	九 州
全体	6,600	572	2,728	1,804	924	275	671	1,254	495	605	6,600	572	2,728	1,804	924	275	671	1,254	495	605
15～19歳	600	52	248	164	84	25	61	114	45	55	600	52	248	164	84	25	61	114	45	55
20代	1,200	104	496	328	168	50	122	228	90	110	1,200	104	496	328	168	50	122	228	90	110
30代	1,200	104	496	328	168	50	122	228	90	110	1,200	104	496	328	168	50	122	228	90	110
40代	1,200	104	496	328	168	50	122	228	90	110	1,200	104	496	328	168	50	122	228	90	110
50代	1,200	104	496	328	168	50	122	228	90	110	1,200	104	496	328	168	50	122	228	90	110
60代	1,200	104	496	328	168	50	122	228	90	110	1,200	104	496	328	168	50	122	228	90	110

調査実施時期

2021年2月12日（金）～2月22日（月）

※時系列データ：比較対象の調査の実施時期と調査対象は以下の通り

調査年	調査実施時期	調査対象	
		女性	男性
2017年	2017年2月17日（金）～2月26日（日）	15～69歳 6,600サンプル	15～69歳 1,100サンプル
2018年	2018年2月16日（金）～2月26日（月）	男女それぞれ 15～69歳 6,600サンプル	
2019年	2019年2月15日（金）～2月28日（木）		
2020年	2020年2月14日（金）～2月25日（火）		
2021年	2021年2月12日（金）～2月22日（月）		

調査実施機関

株式会社アンド・ディ

※本資料で「美容室」「理容室」と表記しているサロンの調査時の表記は以下の通り

- 美容室 [調査時表記：美容室/美容院/ヘアサロン]
- 理容室 [調査時表記：理容室(美容院)] ※男性のみ回答

2021年6月24日

1. 女性の1回あたりの利用金額が過去5年間で最も高く6,930円

今回、初めてのコロナ禍での調査で、女性の利用率（過去1年間に1回以上利用）は前年比3.1pt減、年間利用回数は同8.0%減と、いずれも前年から減少。男性の利用率は前年比0.4pt増でほぼ横ばい。年間利用回数は前年比1.6%減だったものの女性に比べ減少幅は小さかった。

1回あたりの利用金額は、女性6,930円（前年比1.2%増）、男性4,364円（前年比2.9%増）で過去5年間で最も高い。コロナ禍で来店頻度が下がる代わりに、「来店したときには、しっかりと施術したい」と1回ごとの来店の重みが増していると考えられる。

■ [美容室] 利用率・利用経験率（各単一回答）

【女性】



■ 利用率（過去1年間に1回以上利用）						
(n=6,600)	86.6	86.0	86.0	84.6	81.5	2021年と2020年の差(pt)
						-3.1
■ 利用経験率※						
(n=6,600)	96.0	96.1	95.1	93.8	94.2	2021年と2020年の差(pt)
						0.4

【男性】



■ 利用率（過去1年間に1回以上利用）						
(n=6,600)	32.7	33.1	34.9	33.6	34.0	2021年と2020年の差(pt)
						0.4
■ 利用経験率※						
(n=6,600)	53.5	52.5	53.4	51.2	51.7	2021年と2020年の差(pt)
						0.5

※利用経験率：「過去1年間に1回以上利用」＋「ここ1年間の利用はないが、過去に利用」 ※男性は2017年のみ n=1,100

■ [美容室] 年間利用回数 ≪ 1回以上利用者ベース集計 ≫（美容室利用者／実数回答）

【女性】

	年間利用回数					年間利用回数	
	1回	2～3回	4～5回	6～11回	12回以上	各年の平均(回)	前年との差()は増減率
●凡例							
2021年 (n=5,158)	18.9%	33.4	23.5	18.4	5.8	4.12	-0.36 (-8.0%)
2020年 (n=5,290)	15.9	30.8	25.4	20.4	7.5	4.48	0.01 (0.2%)
2019年 (n=5,409)	15.3	31.0	25.1	21.2	7.4	4.47	0.03 (0.7%)
2018年 (n=5,482)	15.4	30.5	26.0	21.4	6.6	4.44	-0.06 (-1.3%)
2017年 (n=5,597)	14.7	30.9	25.7	21.3	7.4	4.50	0.01 (0.2%)

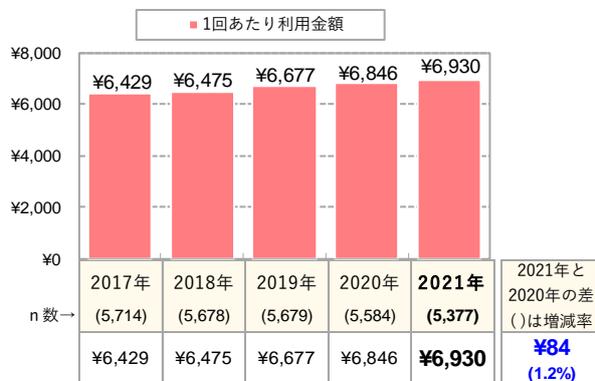
2021年6月24日

【男性】

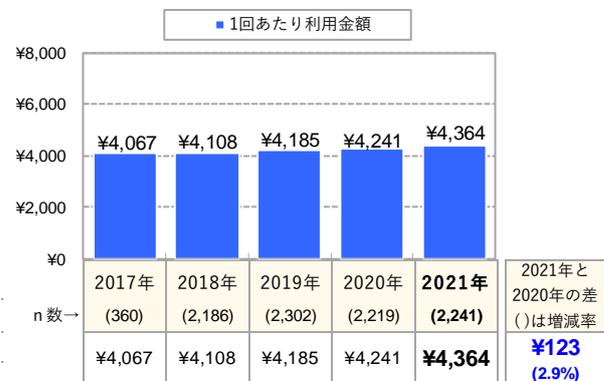
	1回	2～3回	4～5回	6～11回	12回以上	年間利用回数	
						各年の平均(回)	前年との差()は増減率
●凡例							
2021年 (n=2,097)	13.7%	20.7	24.6	30.3	10.7	5.39	-0.09 (-1.6%)
2020年 (n=2,062)	14.3	20.6	22.6	29.5	13.0	5.48	0.20 (3.8%)
2019年 (n=2,144)	15.6	21.4	23.7	27.6	11.8	5.28	-0.09 (-1.7%)
2018年 (n=2,071)	15.2	20.0	24.5	28.6	11.7	5.37	-0.01 (-0.2%)
2017年 (n=346)	13.6	22.5	23.7	28.9	11.3	5.38	0.27 (5.3%)

■ [美容室] 1回あたり利用金額 (美容室利用者/実数回答)

【女性】



【男性】



■ [美容室] サロン利用にかかった時間 (美容室利用者/実数回答)

【女性】

	(%)					(分)	
	30分未満	30～60分未満	60分～1時間半未満	1時間半～2時間未満	2時間以上	1時間半以上・計	平均時間
2021年 (n=5,377)	5.8	16.5	26.5	15.6	35.6	51.3	88
2020年 (n=5,584)	6.3	16.2	27.5	14.4	35.7	50.1	87
2019年 (n=5,679)	7.0	16.2	24.3	14.3	38.3	52.6	89
2018年 (n=5,678)	5.4	16.2	26.2	14.4	37.8	52.2	89
2017年 (n=5,714)	5.5	16.1	25.2	13.3	39.8	53.2	91

2021年6月24日

【男性】

	(%)					(%)	(分)
	30分未満	30～60分未満	60分～1時間半未満	1時間半～2時間未満	2時間以上	1時間半以上・計	平均時間
2021年 (n=2,241)	11.4	38.3	36.4	7.0	6.9	13.9	54
2020年 (n=2,219)	12.1	39.4	37.2	5.5	5.8	11.3	52
2019年 (n=2,302)	13.2	35.8	37.7	6.6	6.6	13.2	54
2018年 (n=2,186)	10.8	35.9	39.1	6.6	7.6	14.1	55
2017年 (n= 360)	11.7	34.2	35.8	8.3	10.0	18.3	58

2. 女性は「カラー」の利用が引き続き増加

メニュー利用については、女性の「カラー」利用率が53.2%（前年比0.7pt増）と引き続き増加。「トリートメント」は36.8%（前年比0.5pt増）。男性は「眉カット」が15.4%で前年比0.5pt増。

■ [美容室] 各メニュー利用率（美容室利用者／各単一回答）

【女性】

単位(%)	n数→	2017年 (5,714)	2018年 (5,678)	2019年 (5,679)	2020年 (5,584)	2021年 (5,377)
カット※		98.2	98.2	98.2	97.7	97.4
カラー※		47.8	49.7	50.8	52.5	53.2
トリートメント		35.8	36.7	37.2	36.3	36.8
ヘッドスパ		14.7	15.3	15.1	14.7	13.2
縮毛矯正		13.5	13.4	13.7	14.2	13.0
パーマ		21.1	19.3	16.3	15.2	11.6
ヘアセット		12.8	14.3	12.5	11.2	9.3
眉カット※		4.7	4.4	5.0	5.2	4.3

【男性】

単位(%)	n数→	2017年 (360)	2018年 (2,186)	2019年 (2,302)	2020年 (2,219)	2021年 (2,241)
カット※		98.6	98.7	98.2	97.7	98.5
カラー※		20.3	20.3	17.8	19.5	17.8
眉カット※		16.4	14.9	15.9	14.9	15.4
トリートメント		16.7	17.6	14.6	15.5	13.9
ヘアセット		17.5	15.5	11.9	12.3	12.4
パーマ		15.8	15.7	11.9	11.9	12.0
ヘッドスパ		13.6	15.7	14.1	13.6	12.0
縮毛矯正		8.6	8.2	7.2	7.3	6.8

※「カット」は「カット」「前髪カット」 ※「カラー」は「フルカラー」「カラーリタッチ」

※「眉カット」は2018年まで「眉カット・眉カラー」

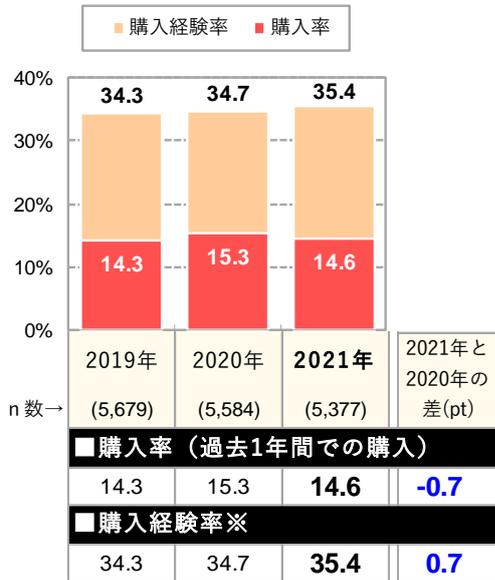
3. 女性の店販年間購入金額が7.5%増加。ケア剤が前年比増

美容室利用者の店販（サロンで販売している「商品」）購入率は、男女とも減少。一方、年間購入金額は女性が前年比7.5%増の1万958円、男性は前年比6.2%減の8,471円で対照的な結果に。購入商品の内訳も、女性はコンディショナー、ヘアトリートメントの「ケア剤」の購入率が前年から上昇している。女性はサロンの利用頻度（P.3 参照）が落ち込んでいるため、店販商品で自宅でのケアを充実させようとする傾向があると考えられる。

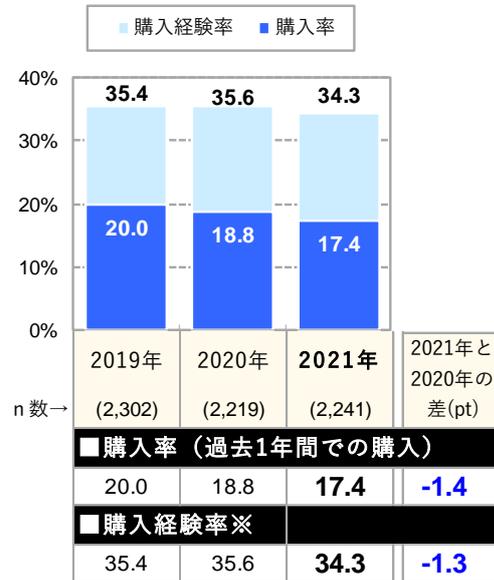
2021年6月24日

■ [美容室] 過去1年の店販*購入経験 (美容室利用者/単一回答)

【女性】



【男性】

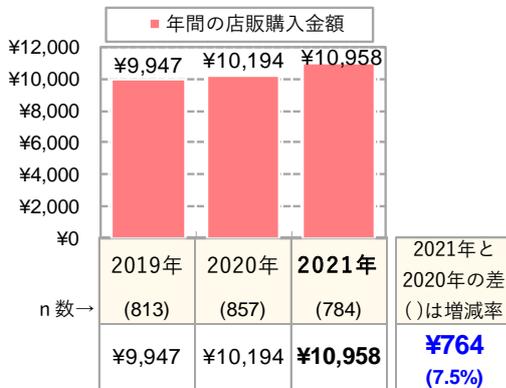


※店販：サロンで販売している「商品」

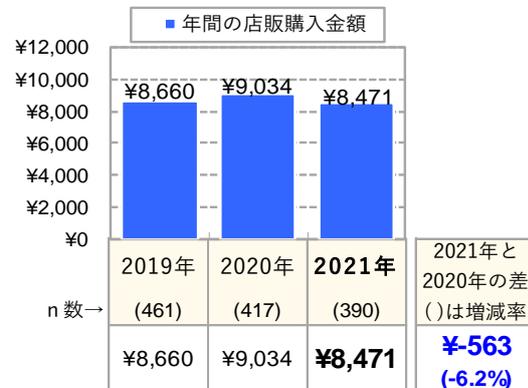
※購入経験率：「過去1年間での購入」 + 「ここ1年間での購入はないが、過去に購入」

■ [美容室] 過去1年の店販購入金額 (過去1年店販購入者/実数回答)

【女性】



【男性】



■ [美容室] 過去1年の店販購入商品 (過去1年店販購入者/複数回答)

【女性】

順位	店販購入商品 (トップ5)	2021年 (n= 784)	2020年 (n= 857)
1位	シャンプー	58.5	1位 59.9
2位	コンディショナー、ヘアトリートメント (洗い流すタイプ)	51.5	2位 49.4
3位	ヘアトリートメント (洗い流さないタイプ)、ヘアエッセンス、美容液	44.9	3位 44.3
4位	スタイリング剤 (ヘアワックスなど)	25.8	4位 28.9
5位	スキンケア・ボディケア・コスメ用品	5.9	7位 5.0

2021年6月24日

【男性】

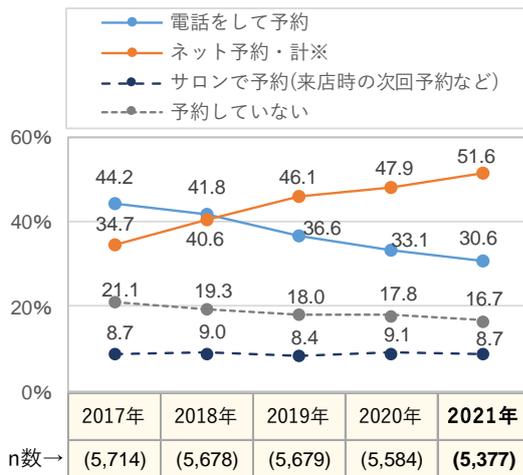
		(%)	
順位	店販購入商品 (トップ5)	2021年 (n= 390)	2020年 (n= 417)
1位	シャンプー	76.7	1位 77.0
2位	コンディショナー、ヘアトリートメント (洗い流すタイプ)	47.4	2位 49.9
3位	スタイリング剤 (ヘアワックスなど)	36.4	3位 38.1
4位	ヘアトリートメント (洗い流さないタイプ)、ヘアエッセンス、美容液	22.3	4位 25.9
5位	育毛ケア (育毛剤、頭皮用ローション (予防含む))	10.8	5位 13.7

4. 男女ともに「ネット予約」が最多。「ネット予約」利用は引き続き増加

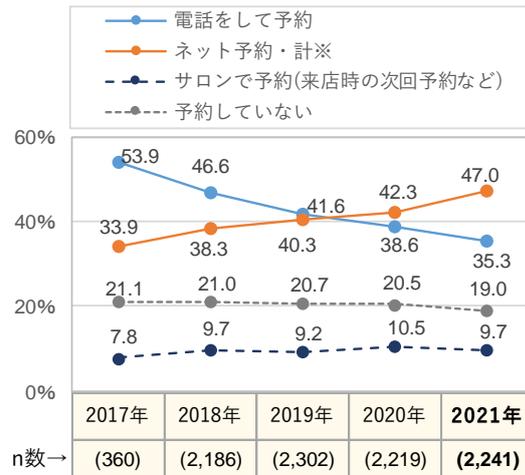
美容室の予約方法は、「ネット予約」が女性は51.6%（前年比3.7pt増）、男性は47.0%（前年比4.7pt増）と、予約手段で最も高い。それ以外の手段は、男女とも前年から減少。ネット予約へのシフトが考えられる。

■ [美容室] 過去1年のサロン予約方法 (美容室利用者/複数回答)

【女性】



【男性】



※「ネット予約・計」=「パソコン※1」「スマートフォン・携帯電話※2」のいずれかに該当する者

※1「パソコン」=次のいずれかを選択した者：【パソコンで予約】「サロンのホームページ」「サロン検索・予約サイト」「LINE」「InstagramからのDM」「その他SNSからのDM」「メール」「その他」

※2「スマートフォン・携帯電話」=次のいずれかを選択した者：【スマートフォン・携帯電話で予約】「サロンのホームページ」「サロン検索・予約サイト、アプリ」「LINE」「InstagramからのDM」「その他SNSからのDM」「メール」「その他」

2021年6月24日

5. コロナ禍で強く感じたサロンの価値は「自分にはできない技術がある」が男女ともトップ 来店頻度に合わせた提案や、リフレッシュできることがうれしいという評価も

コロナ禍で強く感じたサロンの価値は、「自分にはできない技術がある」が女性 43.5%、男性 38.6%でそれぞれ 1 位に。自由回答では、「期間が空いても状態が維持できるような髪型の提案」や「美容師さんと会話できてリフレッシュできたこと」がうれしいという声も。

■ [美容室] コロナ禍で強く感じたサロンの価値 (美容室利用者/複数回答)

【女性】(n=5,377)

【男性】(n=2,241)

(%)			(%)		
順位	コロナ禍で強く感じたサロンの価値 (トップ5)	2021年	順位	コロナ禍で強く感じたサロンの価値 (トップ5)	2021年
1 位	自分にはできない技術がある	43.5	1 位	自分にはできない技術がある	38.6
2 位	きれいな状態を維持できる	25.3	2 位	プロのアドバイス・提案が受けられる	16.3
3 位	自分の気分を上げられる	22.0	3 位	きれいな状態を維持できる	13.4
4 位	癒やされる・リフレッシュできる	17.6	4 位	施術者・スタッフと話せて楽しい	12.7
5 位	プロのアドバイス・提案が受けられる	14.2	5 位	自分の気分を上げられる	11.9

■ [美容室] コロナ禍のサロン利用でうれしかったこと (美容室利用者/自由回答抜粋) 【男女】

「コロナ禍の中でなかなか美容院に行けなかったのですが、髪の毛のケアがおろそかになっていたのですが、髪の毛の状態をみてアドバイスをくださってとてもありがたかったです」(20代女性)

「なかなか家族や職場以外の人と話せる機会がなかったので、ほかの人と話せるのはうれしかった。コロナ対策もしっかりしていたのでそれもよかった」(30代女性)

「コロナ流行中だから美容院に行きづらい状況を踏まえて、スタイリングの提案をしてくれる。(少し間があいてもきれいな状態が維持できるようにスタイリストさんが丁寧にカットやカラーをしてくれる)」(40代女性)

「コロナ禍の就職活動でストレスを感じている中、美容師さんと会話できてリフレッシュできたこと」(20代男性)

「コロナ禍で頻繁に来店ができないことを伝えると、頭皮の健康を維持するために毛穴クレンジングをサービスでもらえた。カットも期間があいても清潔感を保てるように、長さやボリュームを軽めに工夫したカットをしてくれた」(20代男性)

2021年6月24日

6. 自宅ケアは、ヘアトリートメント（洗い流すタイプ）が過去5年間不動の1位

自宅ケアは男女とも洗い流すタイプのヘアトリートメントが1位で前年の実施率を上回った。女性は、洗い流さないタイプのヘアトリートメントも前年比2.4pt増で、店販購入商品（P.6-7参照）と同様に自宅でのケア意識の高まりがうかがえる。

■ [美容室] 自宅ケア実施率（各単一回答）

【女性】（n=6,600）

【男性】（n=6,600）

※2017年のみ n=1,100

順位	自宅ケア実施率 （トップ5）	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
1位	ヘアトリートメント（洗い流すタイプ、ヘアパックなど集中トリートメント）	55.2	54.1	54.7	54.6	57.2
2位	ヘアトリートメント（洗い流さないタイプ、アウトバストリートメント）	40.9	39.7	38.4	41.7	44.1
3位	ヘアアイロン、コテ	28.5	29.4	30.2	32.2	33.5
4位	ヘアカラー（白髪染め）	32.9	32.9	32.2	31.2	30.9
5位	ヘアカラー（黒髪用・おしゃれ染め）	14.7	15.3	15.2	17.7	16.9

順位	自宅ケア実施率 （トップ5）	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
1位	ヘアトリートメント（洗い流すタイプ、ヘアパックなど集中トリートメント）	21.2	21.3	23.0	22.9	23.8
2位	ヘアカラー（白髪染め）	12.7	15.2	15.2	15.2	14.7
3位	育毛ケア（シャンプーブラシ、マッサージブラシ）	13.2	13.3	13.2	13.7	12.6
4位	育毛ケア（育毛剤、頭皮用ローション（予防含む））	12.5	12.8	13.5	12.6	11.8
5位	ヘアトリートメント（洗い流さないタイプ、アウトバストリートメント）	9.0	8.7	8.6	9.7	9.3

7. 男性の理容室の年間利用回数は前年から0.5%増。1回あたり利用金額はほぼ横ばい

男性の理容室の利用率は前年比2.0pt減の44.6%であったが、年間利用回数は前年比0.5%増の5.84回。利用金額は前年比ほぼ横ばいの2,592円。男性の理容室利用は、頻度、金額においてコロナ禍の影響をあまり受けていないことがうかがえる。

■ [理容室] 利用率・利用経験率

（各単一回答）



■ [理容室] 1回あたり利用金額

（理容室利用者／実数回答）



※利用経験率：「過去1年間に1回以上利用」＋「ここ1年間の利用はないが、過去に利用」 ※2017年のみ n=1,100

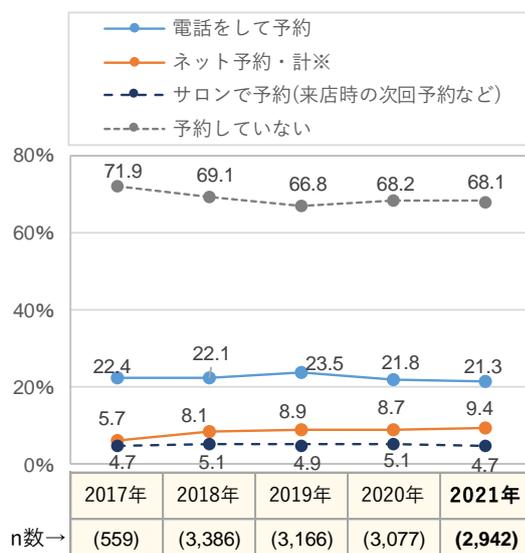
2021年6月24日

■ [理容室] 年間利用回数 << 1回以上利用者ベース集計 >> (理容室利用者/実数回答)

凡例	年間利用回数				
	1回	2~3回	4~5回	6~11回	12回以上
●凡例	黄色	緑	青	水色	濃青
2021年 (n=2,643)	10.3%	18.3	24.9	33.7	12.9
2020年 (n=2,730)	10.9	18.5	25.6	31.6	13.4
2019年 (n=2,800)	11.2	17.9	23.4	33.0	14.6
2018年 (n=3,044)	10.4	16.3	25.2	33.4	14.8
2017年 (n= 522)	11.5	17.6	22.8	34.7	13.4

年間利用回数	
各年の平均(回)	前年との差()は増減率
5.84	0.03 (0.5%)
5.81	-0.09 (-1.5%)
5.90	-0.05 (-0.8%)
5.95	0.14 (2.4%)
5.81	0.11 (1.9%)

■ [理容室] 過去1年のサロン予約方法 (理容室利用者/複数回答)



※「ネット予約・計」=「パソコン※1」「スマートフォン・携帯電話※2」のいずれかに該当する者

※1「パソコン」=次のいずれかを選択した者：【パソコンで予約】「サロンのホームページ」「サロン検索・予約サイト」「LINE」「InstagramからのDM」「その他 SNS からの DM」「メール」「その他」

※2「スマートフォン・携帯電話」=次のいずれかを選択した者：【スマートフォン・携帯電話で予約】「サロンのホームページ」「サロン検索・予約サイト、アプリ」「LINE」「InstagramからのDM」「その他 SNS からの DM」「メール」「その他」

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人一人のライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、4万5,000人以上の従業員とともに、60を超える国・地域で事業を展開しています。2019年度の売上収益は2兆3,994億円、海外売上比率は約45%になります。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人一人が輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.co.jp/>

リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>