

2021 年 6 月 24 日



【美容センサス 2021 年上期】《エステサロン [脱毛] 編》
女性の利用金額が、過去 5 年間で最も高く 9,419 円
「全身脱毛」の利用率が 4 年前と比較して 3.7 倍に
女性の店販年間購入金額は前年比 19.0%増の 1 万 9,664 円

「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 年間におけるエステサロン[脱毛]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 女性の利用金額が過去 5 年間で最も高い 9,419 円。部位は「全身」利用が 4 年連続増・・・P.4-5

- ▶女性の 1 回あたりの利用金額が、前年比 24.0%増の 9,419 円。過去 5 年間で最も高い。
- ▶施術部位は「全身」利用が 4 年連続増で 30.0%。4 年前と比較して 3.7 倍の利用。

ポイント② 女性の年間の店販購入金額が 1 万 9,664 円で前年比 19.0%増・・・P.6-7

- ▶女性の過去 1 年間での店販（サロンで販売している「商品」）購入率は 16.2%（前年比 1.2pt 増）。
- ▶女性の店販年間購入金額は 1 万 9,664 円（前年比 19.0%増）と大きく増加。

ポイント③ コロナ禍で強く感じたサロンの価値は男女ともに「自分にはできない技術がある」がトップ。コロナウイルス感染症に配慮したサロンの気遣いに感謝の声も・・・P.9

- ▶コロナ禍で強く感じたサロンの価値は、男女とも 1 位は「自分にはできない技術がある」（女性 41.4%、男性 31.1%）、2 位以下を大きく引き離す。
- ▶「コロナ禍のサロン利用でうれしかったこと」については、コロナウイルス感染症に配慮した対策や利用者への気遣い、自宅ケアの仕方を教わる、美意識を高めることができるなどに対する感謝の声も。

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《エステサロン [脱毛] 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「MAApps 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

エリア別割付数（数字はサンプル数）

(人)

(人)

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

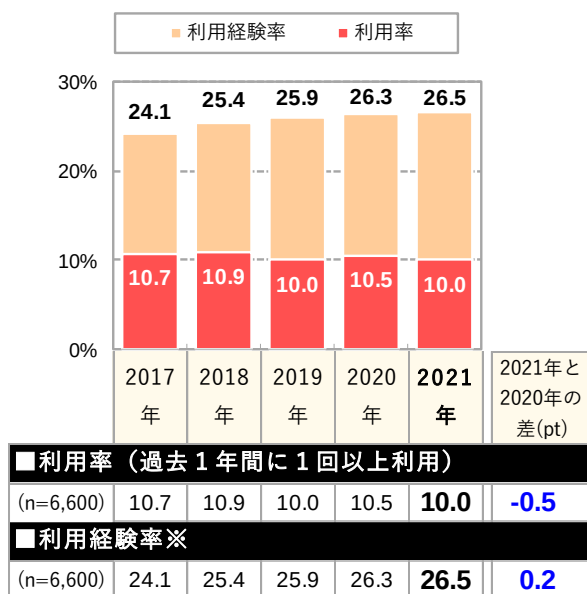
2021 年 6 月 24 日

1. 女性の利用金額が過去 5 年間で最も高い 9,419 円

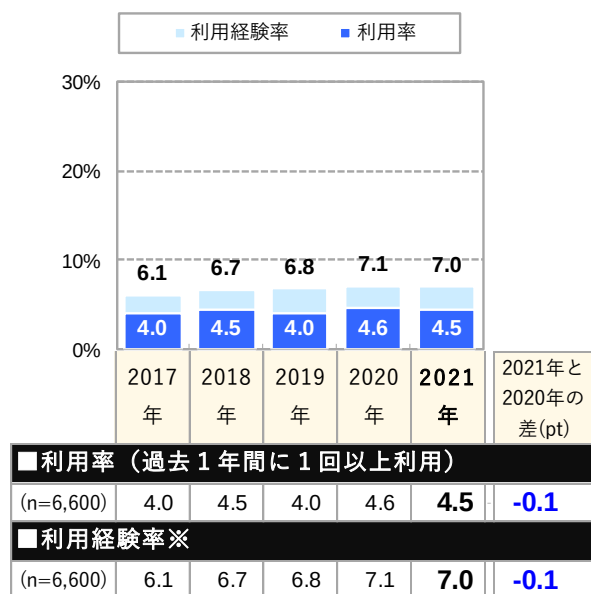
女性の利用率は 10.0%（前年比 0.5pt 減）、男性は 4.5%（同 0.1pt 減）と、ほぼ横ばい。女性は、年間利用回数が前年比 3.3%減となったが、1 回あたり利用金額は大幅増の 9,419 円（前年比 24.0%増）と過去 5 年で最も高い。サロン利用時間が延びていることから、女性ではコロナ禍で来店頻度が下がった分、「1 回の施術でしっかりケア」という意識の高まりがうかがえる。男性は年間利用回数・利用金額とも前年に比べて増加。

〔脱毛〕利用率・利用経験率（各単一回答）

【女性】



【男性】



※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

■ 〔脱毛〕年間利用回数 < 1 回以上利用者ベース集計 >（〔脱毛〕利用者／実数回答）

【女性】

	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= 601)	20.8%	35.9	25.3	14.6	3.3	3.83	-0.13 (-3.3%)
2020年 (n= 582)	20.6	37.5	22.9	14.3	4.8	3.96	-0.17 (-4.1%)
2019年 (n= 572)	19.2	34.8	23.3	17.0	5.8	4.13	0.62 (17.7%)
2018年 (n= 641)	24.3	36.2	23.4	13.1	3.0	3.51	-0.09 (-2.5%)
2017年 (n= 670)	24.3	35.1	22.8	13.7	4.0	3.60	0.04 (1.1%)

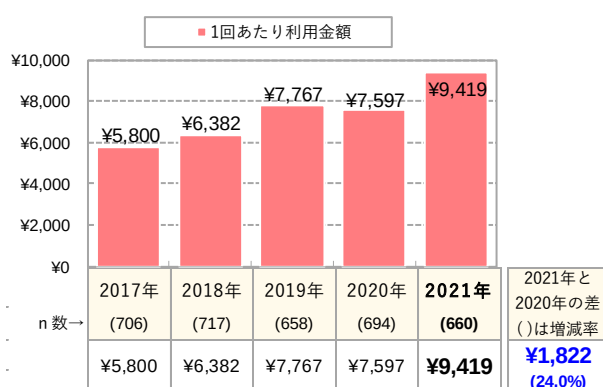
2021 年 6 月 24 日

【男性】

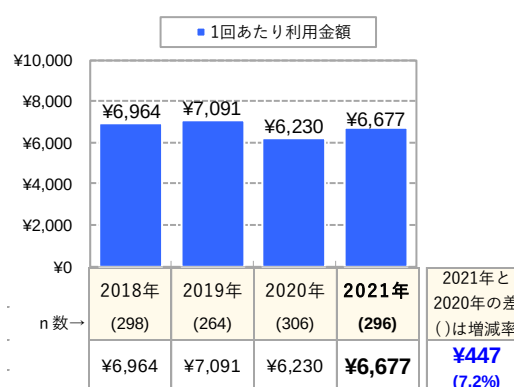
	1 回	2 ～ 3 回	4 ～ 5 回	6 ～ 1 1 回	1 2 回 以上	年間利用回数	
●凡例						各年の 平均 (回)	前年との差 ()は増減率
2021年 (n= 189)	38.1%	26.5	12.7	14.3	8.5	3.87	0.80 (26.1%)
2020年 (n= 218)	37.2	34.4	13.8	11.0	3.7	3.07	-0.26 (-7.8%)
2019年 (n= 180)	41.1	25.6	20.0	7.2	6.1	3.33	0.46 (16.0%)
2018年 (n= 208)	45.7	26.4	16.3	8.7	2.9	2.87	

■ [脱毛] 1回あたり利用金額 ([脱毛] 利用者/実数回答)

【女性】



【男性】



■ [脱毛] サロン利用にかかった時間 ([脱毛] 利用者/実数回答)

【女性】

	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	(%)	(%)	(分)
						1時間半以 上・計	平均 時間	
2021年 (n= 660)	12.4	27.0	33.6	16.2	10.8	27.0	61	
2020年 (n= 694)	15.0	29.7	30.7	14.3	10.4	24.6	57	
2019年 (n= 658)	16.3	27.7	31.9	12.0	12.2	24.2	59	
2018年 (n= 717)	18.1	31.7	32.5	8.8	8.9	17.7	53	
2017年 (n= 706)	17.8	32.2	32.4	6.5	11.0	17.6	54	

【男性】

	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	(%)	(%)	(分)
						1時間半以 上・計	平均 時間	
2021年 (n= 296)	20.6	36.8	28.7	9.1	4.7	13.9	49	
2020年 (n= 306)	21.2	35.6	31.7	7.5	3.9	11.4	48	
2019年 (n= 264)	21.2	37.9	30.3	8.3	2.3	10.6	47	
2018年 (n= 298)	21.1	34.9	33.2	7.0	3.7	10.7	48	

2021 年 6 月 24 日

2. 女性の施術部位は「全身」(30.0%)が4年連続で増加

施術部位ごとの施術実施率では、女性の「全身」が30.0%（前年比4.1pt増）で4年前と比べて、3.7倍に。「Vライン」（前年比2.0pt増）、「Iライン」（同1.8pt増）、「Oライン」（同2.6pt増）は2020年比で部位単体実施でも増加している。一方、男性では、「全身」の利用率は微増（前年比0.2pt増）で、増加しているのは部位単体。前年増加幅が最も大きかったのは「ヒザ上」（同6.1pt増）、ついで「Vライン」（同3.4pt増）。

■ [脱毛] 各施術部位※利用率（[脱毛] 利用者／各単一回答）

【女性】

単位(%)	n数→	2017年 (706)	2018年 (717)	2019年 (658)	2020年 (694)	2021年 (660)
ワキ		78.2	64.9	64.7	55.6	52.4
Vライン		45.5	36.0	41.2	34.4	36.4
全身		8.1	18.1	20.2	25.9	30.0
Iライン		25.2	22.7	23.4	24.6	26.4
ヒザ下		39.2	32.5	34.2	28.4	26.1
Oライン		21.2	19.7	21.3	21.5	24.1
ヒジ下		32.0	26.1	26.6	21.3	22.0
ヒザ上		25.4	19.8	19.1	19.2	18.9
ヒジ上		22.8	21.8	17.0	18.9	18.5
顔		18.8	17.6	17.0	15.3	16.4
手の甲・手指※		21.7	16.0	17.9	17.3	15.2
背中		16.4	12.3	16.9	14.3	15.0
足の甲・足指		*	*	*	*	13.8
胸		11.2	6.8	10.0	10.2	10.3
その他		1.4	1.0	2.3	0.9	1.2

【男性】

単位(%)	n数→	2018年 (298)	2019年 (264)	2020年 (306)	2021年 (296)
髭（ひげ）		*	*	34.6	31.4
ワキ		40.3	39.0	29.1	27.7
ヒザ下		31.9	29.9	24.5	27.0
ヒザ上		23.5	23.5	20.6	26.7
Vライン		27.8	25.4	21.9	25.3
Iライン		17.8	16.3	20.3	19.6
ヒジ下		22.5	21.2	18.3	18.9
Oライン		17.4	16.3	15.4	18.6
ヒジ上		20.8	17.8	16.7	15.5
手の甲・手指※		15.8	15.5	13.1	11.5
胸		15.1	15.2	12.1	11.5
足の甲・足指		*	*	*	11.1
背中		13.1	13.6	11.4	10.5
全身		3.4	4.5	3.9	4.1
その他		1.7	1.5	0.3	0.3

※施術部位：“各部位”単体のスコアを掲載（2020年のリリース資料までは“各部位＋全身”のスコアで掲載）

※「手の甲・手指」は2020年まで「手・指」

2021 年 6 月 24 日

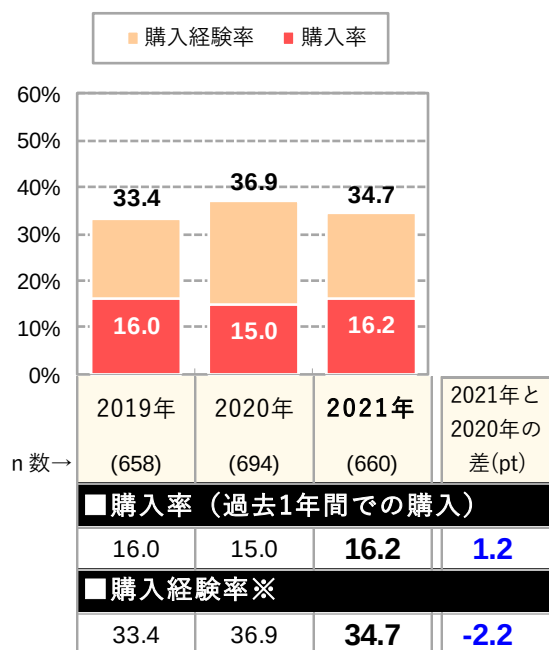
3. 女性の店販購入金額が 1 万 9,664 円と、前年から大きく増加

女性の過去 1 年間での店販（サロンで販売している「商品」）購入率は、女性で 16.2%（前年比 1.2pt 増）。購入金額も 1 万 9,664 円（同 19.0%増）で大きく増加。一方、男性は、購入率・購入金額とも前年比減。

過去 1 年の店販購入商品では、女性は「ボディローション・ミルク・オイル・クリーム（保湿）」が前年に続き 1 位（32.7%）で、購入率が増加（前年比 1.0pt 増）。男性は、「洗顔フォーム、クレンジングオイル、フェイスクラブ」が前年の 2 位から同率 1 位（前年比 4.3pt 増）。男性は 1 位、2 位が顔まわりの商品。施術部位の 1 位が「髭（ひげ）」（P.5 参照）であることから、顔まわりへの関心の高さがうかがえる。

■ [脱毛] 過去 1 年の店販※購入経験（[脱毛] 利用者／単一回答）

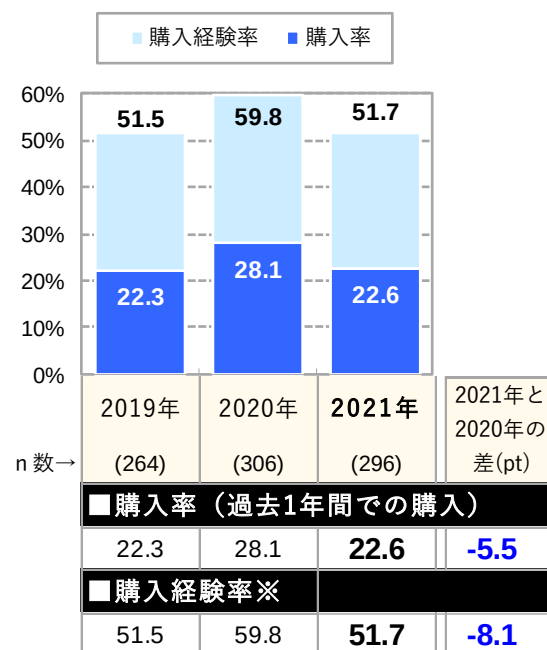
【女性】



※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」

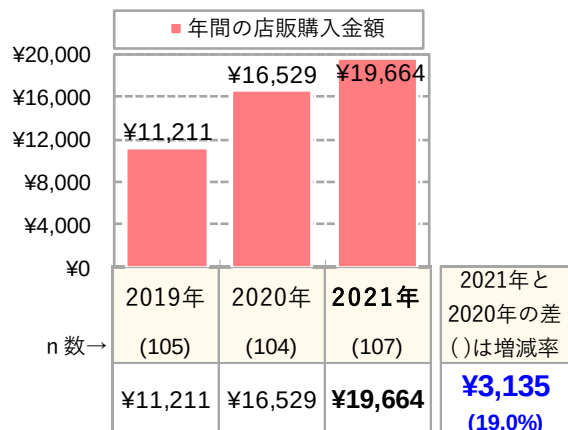
【男性】



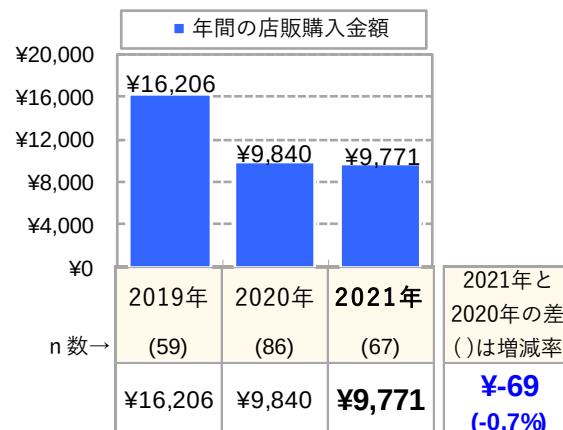
2021 年 6 月 24 日

■ [脱毛] 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】



■ [脱毛] 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= 107)	2020年 (n= 104)	順位	店販購入商品 (トップ5)	(%)
1 位	ボディローション・ミルク・オイル・クリーム (保湿)	32.7	31.7	1 位	ボディローション・ミルク・オイル・クリーム (保湿)	31.7
2 位	化粧水、ローション	25.2	31.7	1 位	化粧水、ローション	31.7
3 位	洗顔フォーム、クレンジングオイル、フェイスクラブ	18.7	24.0	4 位	洗顔フォーム、クレンジングオイル、フェイスクラブ	24.0
4 位	美容液、美容クリーム、マッサージクリーム・オイル	17.8	28.8	3 位	美容液、美容クリーム、マッサージクリーム・オイル	28.8
5 位	乳液、クリーム	16.8	20.2	5 位	乳液、クリーム	20.2

【男性】

						(%)
順位	店販購入商品 (トップ5)	2021年 (n= 67)	2020年 (n= 86)	順位	店販購入商品 (トップ5)	(%)
1 位	洗顔フォーム、クレンジングオイル、フェイスクラブ	40.3	36.0	2 位	洗顔フォーム、クレンジングオイル、フェイスクラブ	36.0
1 位	化粧水、ローション	40.3	41.9	1 位	化粧水、ローション	41.9
3 位	乳液、クリーム	37.3	29.1	4 位	乳液、クリーム	29.1
4 位	美容液、美容クリーム、マッサージクリーム・オイル	35.8	31.4	3 位	美容液、美容クリーム、マッサージクリーム・オイル	31.4
5 位	パック、フェイシャルマスク	17.9	17.4	10 位	パック、フェイシャルマスク	17.4
5 位	メイク用品 (ファンデーション、アイメイク用品、チークなど含む)	17.9	18.6	9 位	メイク用品 (ファンデーション、アイメイク用品、チークなど含む)	18.6

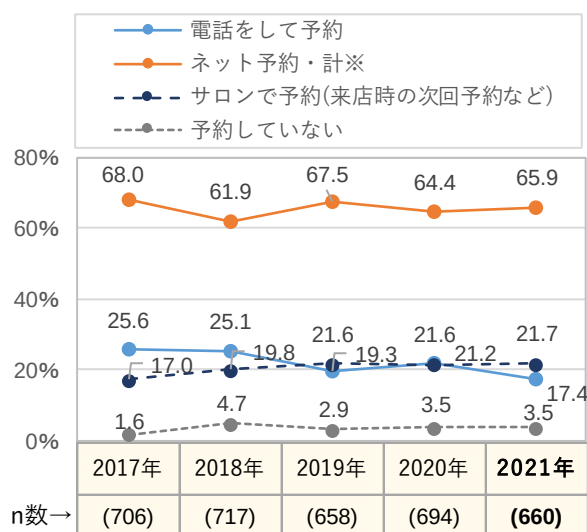
2021 年 6 月 24 日

4. 男女ともネットを利用した予約が半数を超える

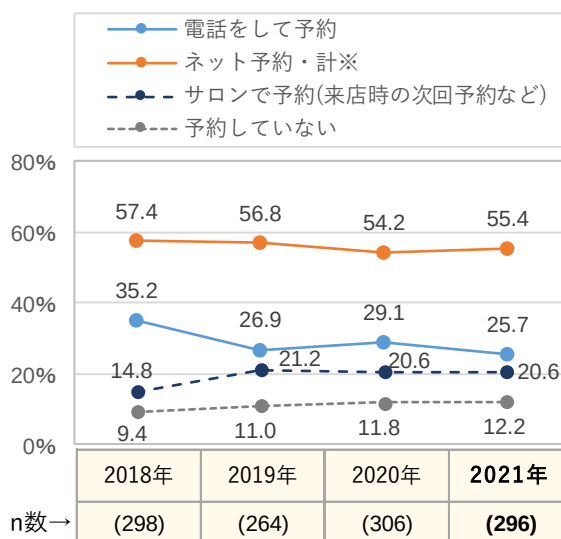
「ネット予約」の利用が女性は 6 割超、男性は 5 割超で、男女とも予約方法の中心となっている。「ネット予約」は女性で前年比 1.5pt 増、男性で同 1.2pt 増と、上昇に転じた。一方で、「電話をして予約」は男女とも減少。「サロンで予約」は女性が前年比 0.5pt 増、男性は前年と変わらず横ばい、「予約していない」は女性が前年と変わらず、男性は同 0.4pt 増で大きな変動はなかった。

■ [脱毛] 過去 1 年のサロン予約方法 ([脱毛] 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男女ともに「自分にはできない技術がある」が トップ。コロナウイルス感染症に配慮したサロンの気遣いに感謝の声も

コロナ禍で強く感じたサロンの価値は、男女とも 1 位は「自分にはできない技術がある」(女性 41.4%、男性 31.1%)、2 位以下を大きく引き離す結果に。コロナ禍でより一層、利用者には「サロンならではの存在感が再確認されたのではないだろうか。」「コロナ禍のサロン利用でうれしかったこと」については、コロナウイルス感染症に配慮した対策や利用者への気遣い、自宅ケアの仕方を教わる、美意識を高めることができるなどに対する感謝の声も。

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

【女性】(n=660)

【男性】(n=296)

女性 (%)			男性 (%)		
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	41.4	1 位	自分にはできない技術がある	31.1
2 位	美意識を高められる	20.9	2 位	プロのアドバイス・提案が受けられる	18.2
3 位	きれいな状態を維持できる	18.0	3 位	美意識を高められる	14.9
4 位	自分でやる手間が省ける・時間を短縮できる	15.8	4 位	施術者・スタッフと話せて楽しい	12.5
5 位	プロのアドバイス・提案が受けられる	13.5	5 位	自分でやる手間が省ける・時間を短縮できる	12.2
5 位	自分に自信を持てる・コンプレックスが解消できる	13.5			

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

「顔まわりの脱毛以外はマスクをしたまま施術」(20 代／女性)

「良いケアの仕方を教わったこと」(20 代／女性)

「医療従事者ということを覚えていて下さり、めちゃくちゃ心配して労っていただきました」

(30 代／女性)

「サロンを通して、自分の美意識を高めることができた上に、毎朝ひげをそる時間に費やすことがなくなったので、生活の質が向上したと思う」(10 代／男性)

2021 年 6 月 24 日

6. 女性の自宅ケア実施率は、トップ 5 がすべて前年より増加

女性の「フェイシャル」「ボディ／痩身」「脱毛」に関する自宅ケア実施率の 1 位は「パック、フェイシャルマスク」が 29.1%（前年比 1.3pt 増）。以下トップ 5 までのアイテムすべてが前年比増。男性で前年よりも増加したものは、2 位の「脱毛器、除毛器、脱毛クリーム、除毛クリーム」6.8%（前年比 0.2pt 増）のみで、全般的に前年よりも実施率が減少した。

■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	パック、フェイシャルマスク	28.8	30.1	24.4	27.8	29.1
2 位	脱毛器、除毛器、脱毛クリーム、除毛クリーム※	12.0	12.2	12.0	13.9	15.1
3 位	美顔器（美顔ローラー）	11.1	12.2	11.8	10.8	11.5
4 位	痩身クリーム、しわ伸ばし、美白クリーム	*	*	*	8.4	9.2
5 位	自宅用トレーニング器具（腹筋マシン、ステッパーなど）	7.9	8.1	7.5	7.0	7.7

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	自宅用トレーニング器具（腹筋マシン、ステッパーなど）	9.2	10.0	9.9	9.9	9.5
2 位	脱毛器、除毛器、脱毛クリーム、除毛クリーム※	4.5	5.5	5.3	6.6	6.8
3 位	パック、フェイシャルマスク	5.9	6.3	5.0	6.3	5.8
4 位	美顔器（美顔ローラー）	4.0	5.2	4.6	5.0	4.9
5 位	痩身クリーム、しわ伸ばし、美白クリーム	*	*	*	5.0	4.5

※「フェイシャル」「ボディ／痩身」「脱毛」に関する自宅ケア実施率

※「脱毛器、除毛器、脱毛クリーム、除毛クリーム」は 2019 年まで「脱毛器、除毛器」

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、ここがない、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/>