



美容サロンのサステナビリティに関する利用者の意識調査 エシカルな美容サロンの利用意向は30.6% 「働き手への配慮」のある美容サロンを評価

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・女性2,000人（過去1年以内の美容サロン※1利用者）に対し、「美容サロンのサステナビリティに関する利用者の意識調査」を実施・発表いたします。

※1美容サロン…ヘアサロン、ネイルサロン、エステサロン、リラクゼーションサロン、アイビューティーサロン

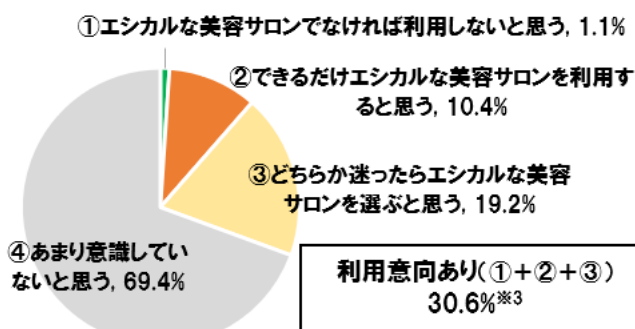
■調査背景

近年、環境保護・ダイバーシティなどの社会課題に対し、「SDGs」や「エシカル消費※2」の意識が高まっています。株式会社リクルートでも「一人ひとりが輝く豊かな世界の実現」を目指して、美容領域では「訪問美容」の啓発や支援活動などサステナビリティへの取り組みを行ってきました。今回は、美容業界の持続的な発展において注目されている「エシカル消費」に関する消費者意識の実態と業界の取り組み事例をご紹介します。 ※2エシカル消費…地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動

■「エシカル消費」につながる美容サロンへの意識

《エシカルな美容サロンへの利用意向とその理由》

Q. 美容サロンを利用する際、エシカルな美容サロンかどうか意識して選びたいと思いますか（単一回答）n=2,000



※3小数点第2位を四捨五入しているため、内訳と合計値が一致しない

《利用してみたいエシカルな美容サロン》

Q. エシカル消費につながる美容サロンについて、あなたが利用してみたいと思う美容サロンの特徴をお選びください。（複数回答）n=2,000 ※トップ5

1位	オーガニックな薬剤やシャンプー等の使用	28.2%
2位	スタッフの手荒れ防止など、肌にやさしい薬剤の使用	27.3%
3位	ヘアドネーション※4を実施	20.8%
4位	リサイクル可能な容器の使用	20.1%
5位	スタッフが長時間労働にならないような配慮	19.2%

※4…病気や事故などで頭髮に悩みを抱える子どもたちに、寄付された髪の毛で作った医療用ウィッグを無償で提供する活動

「利用意向あり」選択者・その理由

（自由回答抜粋）

- 「自分が貢献できることがあればいいと思った」（24歳、広島県）
- 「意識の高いお店なら安心した施術が受けられそうという安心感もあって」（35歳、東京都）
- 「美容師さんの負担軽減になりそう」（47歳、静岡県）
- 「量り売りのシャンプーとか置いてあったら、好感度が上がるから」（49歳、千葉県）



「エシカル消費」の利用意向は約3割。「美容サロンでのエシカル消費」というイメージは、まだ湧きにくいかもしれませんが、そんな中で、「利用してみたいエシカルなサロン」として上位に

「スタッフの手荒れ防止の薬剤使用」や「長時間労働にならない」が挙がっています。お客さまへの提供サービスだけでなく、「働き手への配慮」がなされているサロンが支持されていることに注目です。

『ホットペッパービューティーアカデミー』 研究員 田中 公子

本件に関する
お問い合わせ先

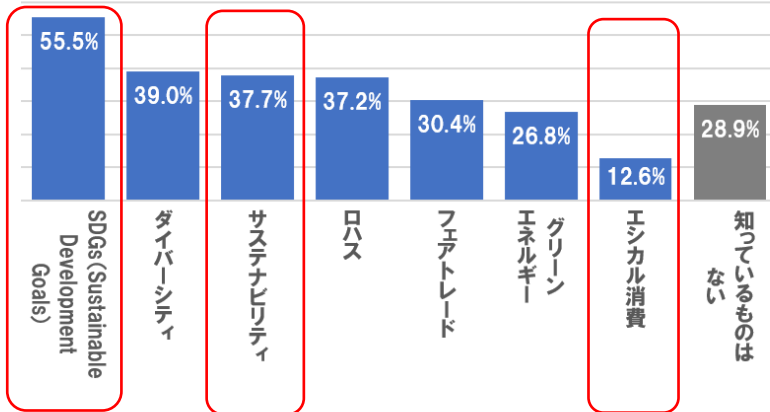
<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

■消費者のサステナビリティへの関心

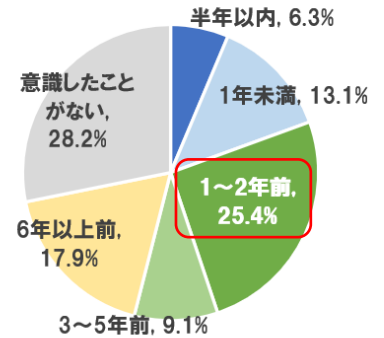
◀「サステナビリティ」に関連する言葉の認知▶

最も認知が高いのは「SDGs」の55.5%、「サステナビリティ」は37.7%、「エシカル消費」は12.6%。認知者が「エシカル消費」に対して意識するようになったのは「1～2年前」が最多。（「意識したことがない」を除く）

Q. あなたは以下の言葉を知っていますか。（複数回答）n=2,000



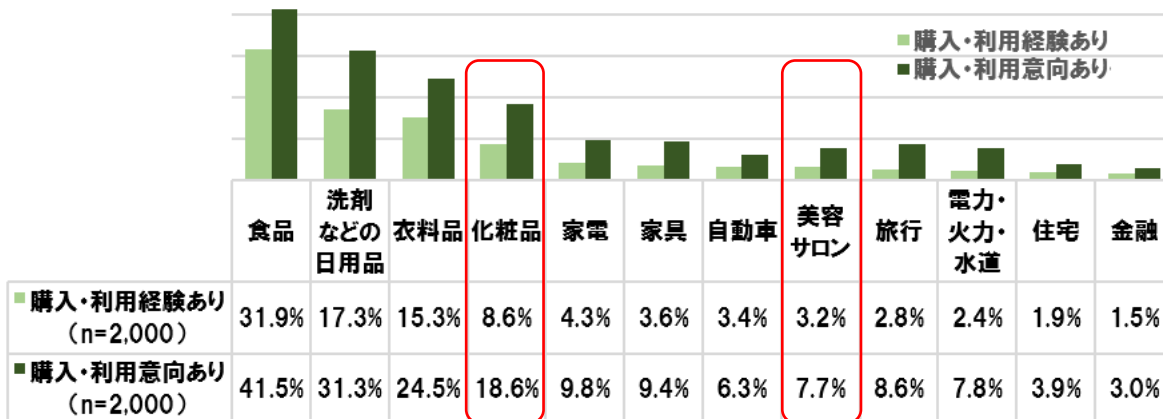
Q. エシカルな消費に対して具体的に意識するようになったのはいつ頃からですか。（エシカル消費認知者/単一回答）n=252



◀「エシカル消費」につながる商品・サービス利用意向▶

「化粧品」は「購入・利用経験あり」が8.6%に対して、「購入・利用意向あり」は10ポイント増加の18.6%。「美容サロン」は「購入・利用経験あり」が3.2%に対して、「購入・利用意向あり」は7.7%。

Q. エシカル消費につながる商品・サービスで、あなたが購入、または利用したいものをお選びください。（複数回答）n=2,000



※グラフは「購入・利用経験あり」の降順表示

■調査概要

調査名：美容サロンのサステナビリティに関する利用者の意識調査

調査手法：インターネットリサーチ

調査時期：2021年10月12日（火）～2021年10月26日（火）

調査対象：美容サロン（※）のいずれか過去1年以内利用者2,000人（女性：20～59歳、各年代500人）

※美容サロン：ヘアサロン、ネイルサロン、エステサロン、リラクゼーションサロン、アイビューティーサロン

■業界取り組み事例

【ヘアサロン】Lond（ロンド）（東京・銀座を中心に国内・海外に34店舗を展開）

ヘアドネーション、養護施設でのボランティアカットなどのCSR活動を2017年より開始。コロナ禍以降、脱プラスチックなどの環境問題にも積極的に取り組み、Instagramでも発信している。2021年8月から、イギリス ヴィーガン協会の認証を取得したシャンプー・トリートメント「Relance〜リランス〜」を発売開始。



【代表インタビュー】（石田 吉信さん）

「店内のセット面には環境 NGO と一緒に作った自社出版の社会問題を伝えるマガジンを置いたり、受付まわりにはシャンプーの量り売りやマイボトルを販売したり、サステナビリティに対するお客さまとの接点づくりを意識しています。お客さまもサロンの取り組みを SNS でシェアくださることも。私たち美容師が、お客さまにサステナを意識する“きっかけ”をつくることができたらと思っています」

【リラクゼーションスタジオ「Re.Ra.Ku」展開】メディロム（全国316店舗展開）

子会社(株式会社ジョイハンズ・ウェルネス)にて、リネンサービス事業を2021年8月から開始。積極的な障がい者雇用を進めている。事業所は、休憩スペースがカフェ仕様になるなど職場環境にも配慮。名古屋で展開を開始し、今後の拡大に合わせて、さらに雇用機会を増やす予定。



【代表インタビュー】（江口 康二さん）

「心身に障がいがある方の就業機会の創出は、当社にとって長年の課題でしたので、上場を機に事業を開始しました。今後は社内で障がい者の方々との交流会などを通して、障がい者の方々の社会接点を増やしていければと思っています」

■『ホットペッパービューティーアカデミー』のサステナビリティの取り組み

美容業界のサステナビリティに取り組むべく、これまで「訪問美容」「女性活躍」「若手活躍」の情報発信などを行ってきました。これからの美容業界で注目される「エシカル」・「ダイバーシティ」といったSDGsについても、情報発信を強化するために、2021年11月にサステナビリティの情報ページを一新しました。より美容業界の持続的な発展に寄与していきたいです。

（『ホットペッパービューティーアカデミー』アカデミー長 千葉 智之）



『ホットペッパービューティーアカデミー』公式HP
サステナビリティ情報ページ（2021年11月リニューアル）
<https://hba.beauty.hotpepper.jp/think/>

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、4万6,000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。2020年度の売上収益は2兆2,693億円、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.com/ja/>

リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>