



訪問理美容サービスに関する利用実態調査 2021

在宅利用が前年比 9.3pt 増、在宅利用者のうち 22.3%で利用頻度が上昇 コロナ禍で新しいヘアスタイル・ヘアカラーに挑戦した人が約 3 割

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、要支援者・要介護者の訪問理美容サービス^{*}の利用実態調査を実施しました。その結果をご報告いたします。

※【訪問理美容サービスとは】 自宅や介護・福祉施設に理美容師が訪問し、ヘアカットなどの理美容メニューを実施するサービス。要支援者・要介護者の認定を受けた方など、外出が困難な方が対象です。

■調査背景

訪問理美容サービスは、急速な高齢化に伴いニーズが高まり、ヘアサロンのサステナビリティの取り組みとしても注目されています。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」を目指して支援活動を行ってきました。2015年より利用者の実態を明らかにするために本調査を実施しています。

■研究員解説

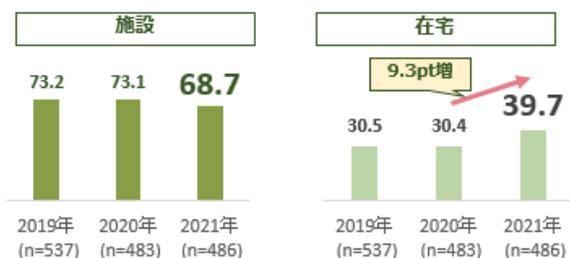


コロナ禍で、一時的に介護施設（以下、施設）における訪問理美容サービス提供が見合わせになるケースが見られた一方、感染リスク回避のため、自宅（以下、在宅）での施術ニーズが上がりました。在宅での利用は前年比 9.3pt 増と、利用が拡大しただけでなく、22.3%の利用者が利用頻度を増やしました。また、コロナ禍を機に「新しいヘアスタイル」や「新しいヘアカラー」に挑戦する人も。気分転換などになっているようです。カラーやパーマ、フェイシャルエステなど利用メニューの多様化する“兆し”が見られ、「おしゃれ」への関心が高まっているようです。（ホットペッパービューティーアカデミー研究員 廣田 純子）

■訪問理美容の利用状況の変化

Q:訪問理美容サービスをどこで利用されていますか？

※サービス利用者ベース(複数回答)、単位%



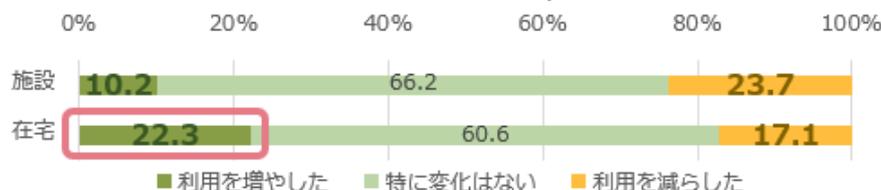
Q:新型コロナウイルスの流行を受けて、訪問理美容サービス利用の中で、挑戦されたことはありましたか？

※サービス利用者（施設・在宅での利用者のみ）ベース(複数回答)

	2021年 (n=464)
新しいヘアスタイルに挑戦した	18.5%
新しいヘアカラーに挑戦した	14.0%
新たにパーマに挑戦した	7.5%
ヘアメニュー以外のメニューに挑戦した	0.4%
その他挑戦したこと	0.6%
特に新たな挑戦/変化はない	77.2%

Q:新型コロナウイルスの流行を受けて、訪問理美容サービスの利用に変化はありましたか？

※利用形態別サービスベース(単一回答)、施設 n=334、在宅 n=193



【利用を増やした】 利用の頻度を増やした+利用していなかったが、利用を始めた
【利用を減らした】 利用の頻度を減らした+利用していたが、利用をやめた

本件に関する
お問い合わせ先

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

■訪問理美容サービスに求めること

満足しているポイントの1位は「料金が適正である」、2位は「安心して任せられる」、3位は「丁寧に扱ってくれる」。このうち、「安心して任せられる」は前年比7.6pt増。

また、訪問理美容師に行ってほしい感染症対策は、「マスク着用」「手指消毒」が7割超を占めることに加え、「新型コロナワクチン接種」「体温・健康状態の開示」も半数を超える。「PCR検査の結果の開示」や「抗原検査の結果の開示」も2割前後と、高いレベルの対策が求められていることがうかがえる。

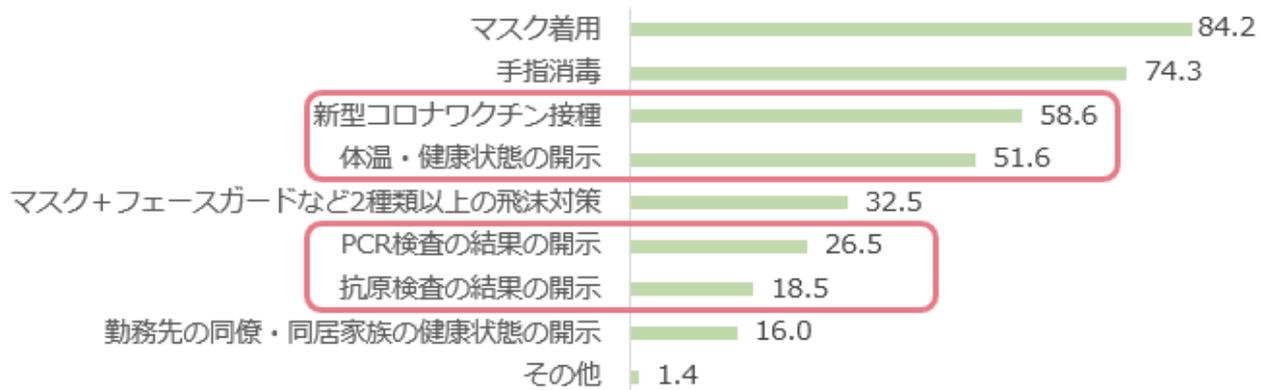
Q:現在利用している訪問理美容サービスに対して、満足しているポイントは何ですか？

※サービス利用者ベース(複数回答)、TOP5

	満足ポイント	2021年 (n=486)	2020年 (n=483)	前年差
1位	料金が適正である	49.2%	45.1%	+4.1pt
2位	安心して任せられる	48.8%	41.2%	+7.6pt
3位	丁寧に扱ってくれる	44.4%	43.5%	+0.9pt
4位	切った後、きれいになっているなど感じられる	43.0%	38.3%	+4.7pt
5位	施術時間が早い	35.4%	31.9%	+3.5pt

Q:訪問理美容師に行ってほしい感染症対策はなんですか？

※訪問理美容サービス利用者ベース(複数回答)、n=486、単位%

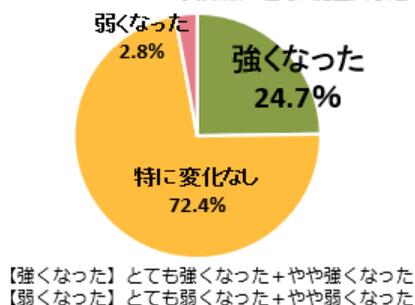


■コロナ禍での訪問理美容サービスの利用意向

訪問理美容サービス未経験者も含め、「家族に訪問理美容サービスを利用してほしい」と思う気持ちについて聞いたところ、強くなった人が24.7%と、弱くなった人を大きく上回った。利用者のコメントでは、「外出による感染リスクが回避」できる点や、「コロナ禍でも施術によりリフレッシュ」できる点などが挙がっており、こうしたことが利用意向の高まりの背景の一つにあるとみられる。

Q:新型コロナウイルスの流行を受けて、家族に訪問理美容サービスを利用してほしいという気持ちについて変化はありましたか？

※全体 n=1,954(単一回答)
※小数点第2位で四捨五入したスコアを掲載

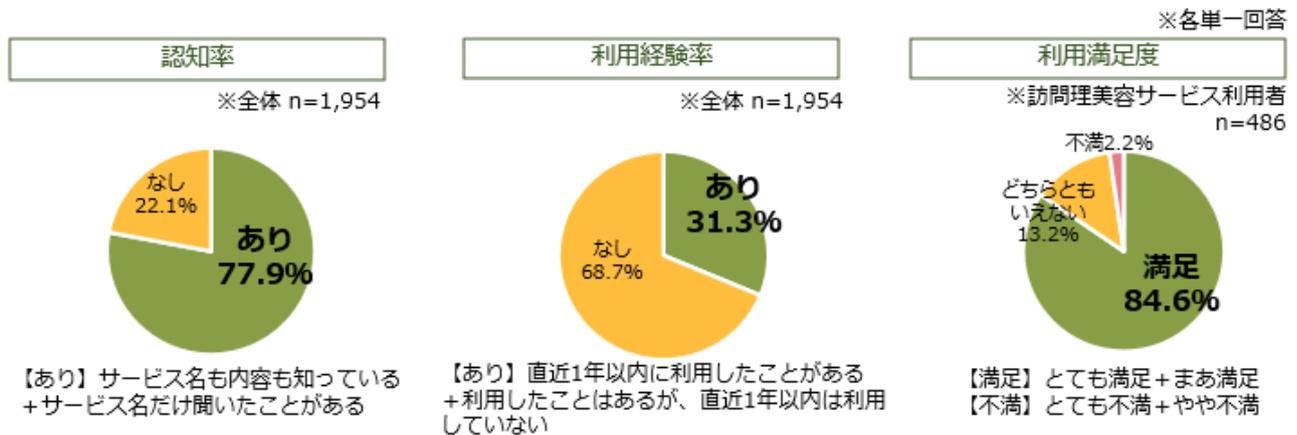


■「強くなった」選択者・理由(自由回答抜粋)

- 「コロナやインフルエンザが流行している中で、外出したり美容院へ行ったりしなくてもよいから」(59歳女性)
- 「コロナの感染は怖いですが、身だしなみを整えることは大事だと思った」(34歳女性)
- 「訪問理容サービスを受けて髪を新しいカットやカラーにして気分も変わりリフレッシュするので、気持ちが上向きになり精神面でとても良いから」(44歳男性)

■認知率・利用経験率・利用満足度

訪問理美容サービスに対する全体の認知率は 77.9%であるのに対し、利用経験率は 31.3%と差がある。一方、利用者は 84.6%が満足している。



■訪問理美容非利用および理美容室非利用者のヘアカット状況

訪問理美容や理美容室を利用していない介護・支援の家族では「家族が切っている」が 54.1%と最も多く、次いで「家族以外の介護者が切っている」が 16.9%。一方、「切る必要がない(髪の毛が少ない・生えていないなど)」は 4.4%と最も少ない。

Q: 介護・支援を受けているあなたのご家族の、ヘアカットは誰が行っていますか？

※訪問理美容非利用および理美容室非利用者ベース (複数回答)、n=895、単位 %



訪問理美容サービスは認知率と利用経験率とに大きな乖離があります。コロナ禍ということもあり、要支援・要介護者と同居する人の約 4 人に 1 人は、「家族に訪問理美容サービスを利用してほしい」と強く思うようになったことや、訪問理美容・理美容室 (店舗) 非利用者のうち、切る必要がない方はわずかであることを踏まえると、訪問理美容サービスの大きな潜在的ニーズを感じます。まだまだ利用者の裾野が広がっていきそうです。(ホットペッパービューティーアカデミー研究員 廣田 純子)

■調査概要

調査名：訪問理美容サービスに関する利用実態調査 2021

調査手法：インターネット調査 (マクロミル アンケートモニター)

調査時期：2021 年 10 月 13 日 (水) ~ 10 月 20 日 (水)

調査対象：全国 20 歳以上の男女のうち、要支援者・要介護者と同居されているご家族 (本調査 1,954 人)

■『ホットペッパービューティーアカデミー』の訪問美容の取り組み

『ホットペッパービューティーアカデミー』では、訪問美容を始める際に必要な情報やノウハウの紹介、新たに訪問美容を始める美容室オーナーのサポートを行っています。

今年度は大きく二つの取り組みを実施。一つは、訪問美容に興味をもつ人を増やすための情報提供。

「実施サロン事例」と介護施設における「訪問美容の現場」をテーマに、1～2カ月に1度記事の公開を行っています。もう一つは、昨年度まで実施した訪問美容師を育成するための「訪問美容ゼミ」卒業生を対象に、月1～2回、情報交換会や外部ゲストを招いてのワークショップをオンラインで実施しています。



▶さらに詳しい取り組みについてはこちら (https://hba.beauty.hotpepper.jp/sp_houmon/)

■『ホットペッパービューティーアカデミー』とは

美容に関する調査研究機関。「美容の未来のために、学びと調査・研究を」をビジョンに2014年に開校しました。美容サロンのマネジメントやマーケティングを学ぶ「経営セミナー」、美容センスなどの「調査研究」、訪問美容の情報提供・イベント開催などをはじめとした「サステナビリティ活動」を柱に、全て無料で美容業界へ情報発信しています。美容業界の成長に寄与する場の提供を目指しています。
<https://hba.beauty.hotpepper.jp/>

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.com/ja/>

リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>