

<10月20日は頭髪の日>薄毛に関する意識調査 2023

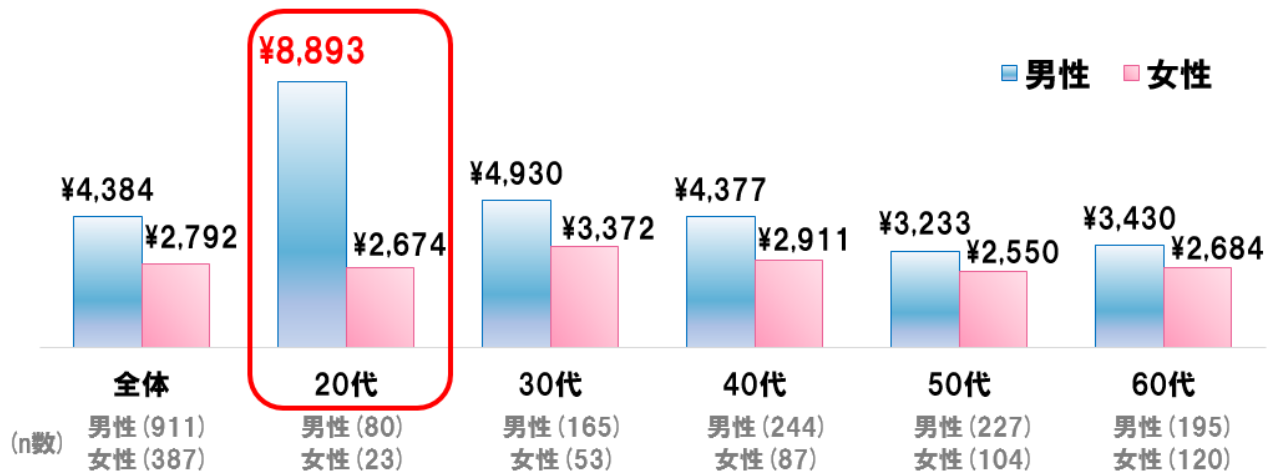
薄毛対策費用は、20代男性がけん引！

月額 8,893 円で、「薄毛専門クリニック」など専門機関への投資が高め

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、「薄毛対策」への関心の高まりを受け、2016年より20～69歳の男女を対象に「薄毛に関する意識調査」を実施しています（薄毛であり、薄毛を気にしている人が対象）。10月20日の「頭髪の日」に先駆けて、2023年の結果を以下の通り発表致します。

■薄毛対策にかける1か月当たりの金額（有効回答、実数回答）

Q 薄毛対策として、現在、月にいくらくらい掛かっていますか。



■薄毛のために行う行動（20代男性のTOP5）

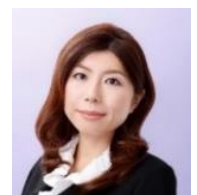
Q.薄毛のために行う行動について、お答えください。

【今行っているもの】（複数回答）

薄毛のために行う行動	20代男性 (n=104)		男女全体 (n=2,065)	
	順位	%	順位	%
育毛エッセンス・育毛ローションや発毛・育毛剤を使う	1位	25.7	1位	24.4
薄毛治療・対策のできる病院や専門クリニックに行く	2位	21.9	8位	6.5
自宅で自分の手だけで頭皮をマッサージする	3位	20.0	2位	21.5
薄毛対策用シャンプーやトリートメントを使う	3位	20.0	3位	19.8
生活習慣に気をつける	5位	18.1	5位	14.9
薄毛専門サロンに行く	5位	18.1	13位	3.5

<研究員からのコメント>

薄毛対策にかける1か月当たりの金額が最も高いのは20代男性の8,893円で男性の平均を大きく上回ります。薄毛のために行う行動では、20代男性は「薄毛の専門クリニック」、「薄毛専門サロン」に通う割合が、全体平均と比べて高いことが分かります。若年層の男性は美容意識が高いため薄毛の改善意欲が高く、クリニックなどの利用が他の年代の男性に比べて慣れているため、専門機関の積極的な利用につながっているでしょう。



『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

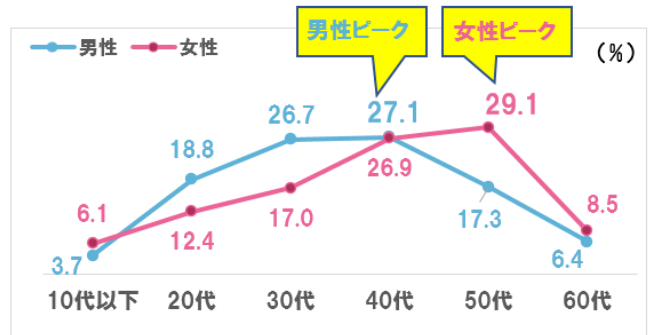
■薄毛が気になりだした年齢（平均年齢／年代別分布）

薄毛が気になりだした平均年齢は、男女ともほぼ横ばい。男性は女性よりも薄毛が気になりだす年齢が早い。年代別分布からは、男性は40代がピークで50代に大きく減少。一方、女性は50代から気になりだす人が増える。

Q. 薄毛に関して、あなたは、何歳くらいから気になり始めましたか。気になりだした具体的な年齢をお聞かせください。（有効回答、実数回答）

	男性		女性	
	平均年齢	n数	平均年齢	n数
2019年	38.2歳	1,437	41.4歳	617
2020年	38.1歳	1,500	41.9歳	549
2021年	38.4歳	1,492	41.8歳	560
2022年	37.9歳	1,487	41.1歳	564
2023年	38.5歳	1,464	41.7歳	574

<2023年 年代別分布>

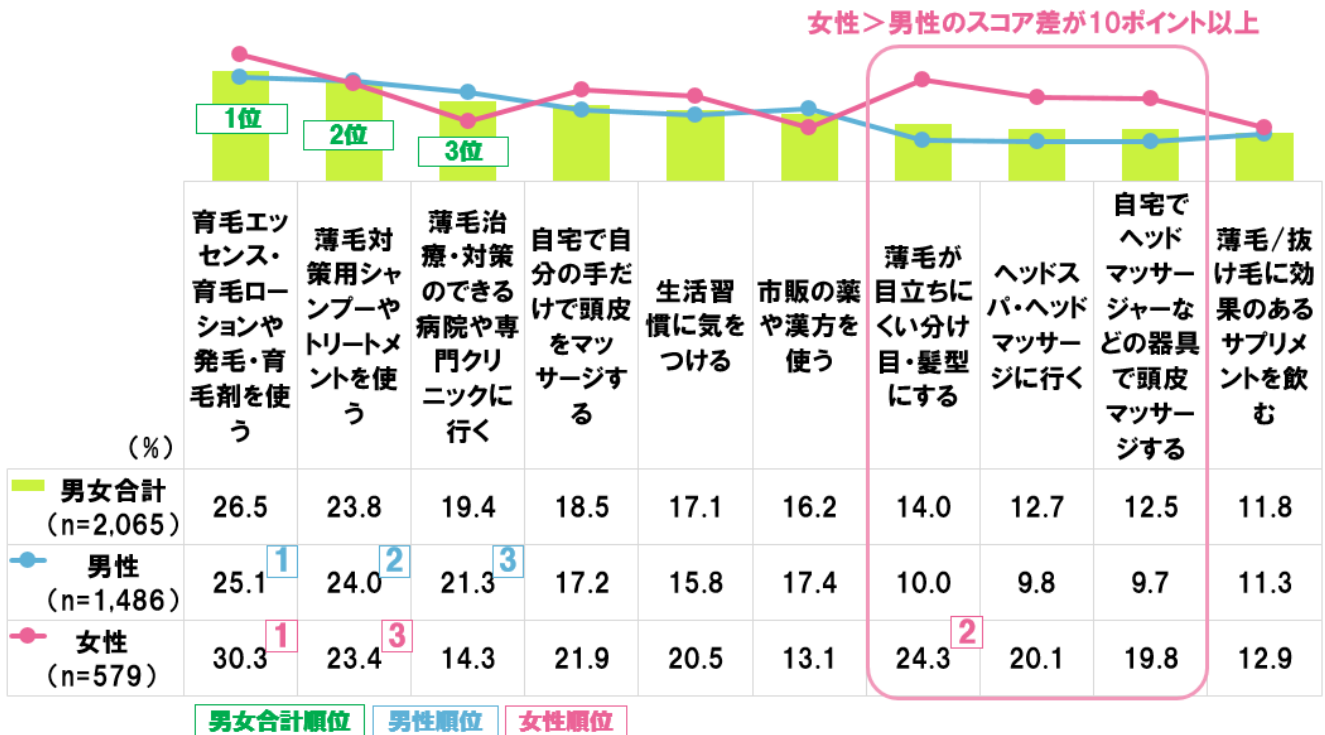


■薄毛のために行う行動【今後試してみたいもの】（男女合計：TOP10）

1位は男女ともに「育毛エッセンス・育毛ローションや発育毛剤を使う」。女性のスコアが男性を大きく上回るのが「薄毛が目立ちにくい分け目・髪型にする」、「ヘッドスパ・ヘッドマッサージに行く」、「自宅でヘッドマッサージャーなどの器具で頭皮マッサージする」で、男性のスコアに対してそれぞれ10ポイント以上を上回っている。

Q 薄毛のために行う行動について、お答えください。【今後試してみたいもの】

（複数回答、男性 n=1,486、女性 n=579）※「特になし」を除く

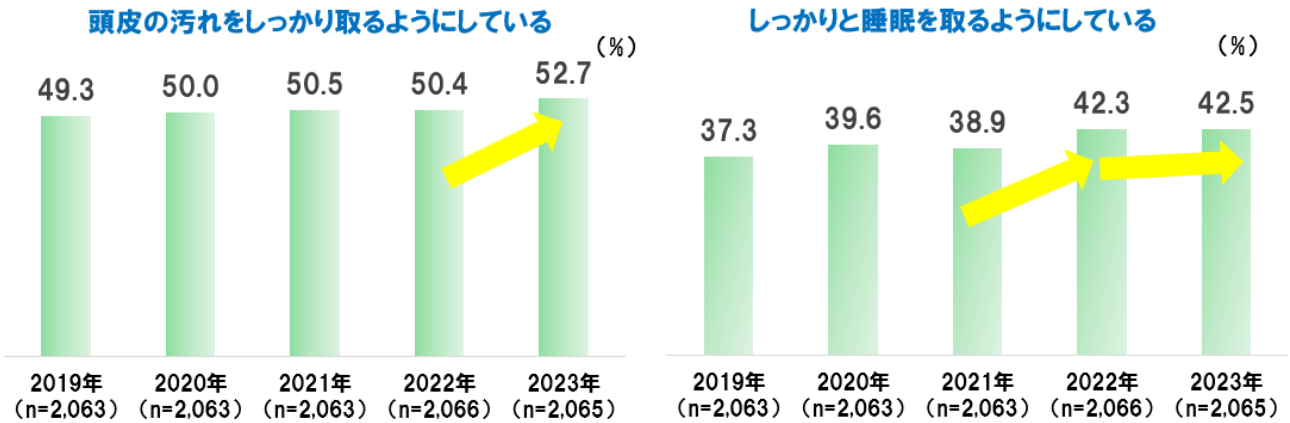


■生活習慣への意識

「頭皮の汚れをしっかりと取るようにしている」は過去5年でスコアが上昇傾向にある。2022年から2023年には、2.3ポイント上昇。「しっかりと睡眠を取るようにしている」は2022年以降、スコアが上昇している。

Q 普段の生活習慣に関する以下のことについて、あなたの行動や意識にどの程度あてはまりますか。

(男女合計、各単一回答、項目抜粋)※「非常にあてはまる」、「あてはまる」の合計



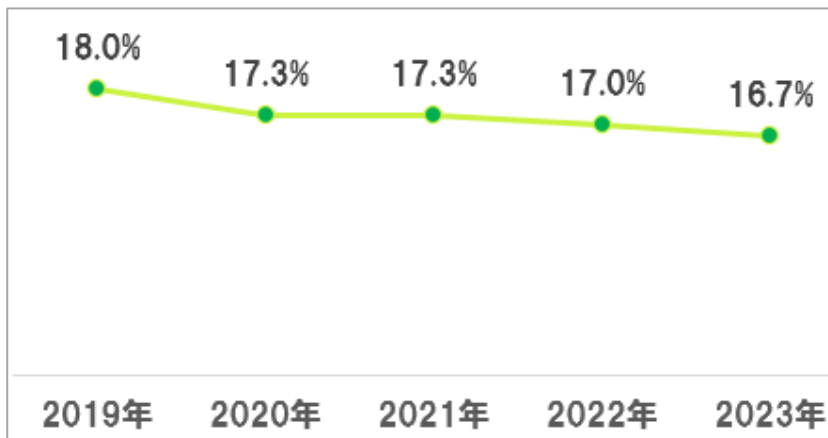
<以下、スクリーニング調査> (男女 20~69 歳、n=50,000)

■薄毛である人の割合

薄毛である人の割合は16.7%。過去5年では緩やかな減少傾向。

Q ご自身の体の状況について、現在あてはまるものをお答えください。

([薄毛である]を回答、単一回答) n=50,000



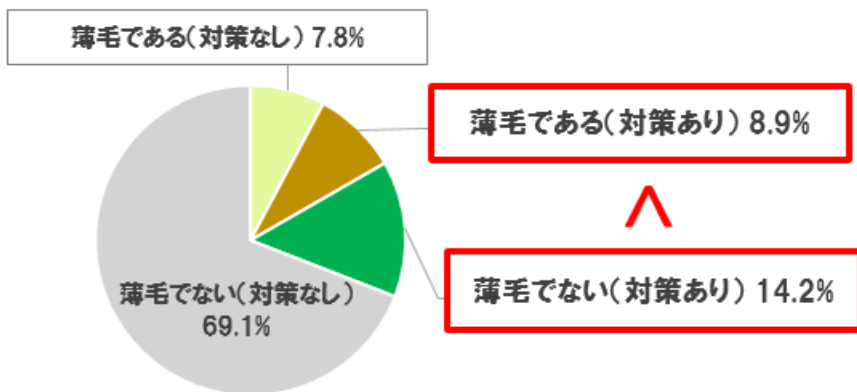
■薄毛対策をする人の割合

「薄毛対策」のマーケットボリュームは、「薄毛でない人」(14.2%)が「薄毛である人」(8.9%)を上回る。

Q 薄毛のために行う行動について、お答えください。

[薄毛状況] (薄毛である…自身の体の状況についての複数回答で、「薄毛である」と回答した人が対象)

[対策有無] (対策あり…薄毛のために今行っている行動についての複数回答で、何かしらの行動を行っている人が対象) n=50,000



研究員からのコメント

「薄毛である」人の割合は、ここ数年減少傾向にあります。背景には、薄毛予防・対策の情報の広がりや予防・対策に取り組む人が増えてきたからではないかと考えます。育毛ローションやシャンプーなどの予防・対策商品も世の中に広がり、十分な睡眠や洗髪の方法など生活習慣の改善についても情報が増えています。今回の調査でも薄毛対策のマーケットボリュームは、「薄毛でない」人が「薄毛である」人を上回ることが分かりました。薄毛になる前の「予防段階」も含めた薄毛対策のマーケットの広がり注目しています。

(『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)

■調査概要

調査名 : 薄毛に関する意識調査 2023

調査手法 : インターネットリサーチ

調査時期 : スクリーニング調査 (2023年6月30日~2023年7月1日)

本調査 (2023年7月19日~2023年7月20日)

調査対象 : スクリーニング : 5万人 ※人口動態に基づき性年代を割り付け

本調査 : 2,065人 (全国20~69歳男女、現在薄毛である&薄毛を気にしている)

※スクリーニングでの出現率を基にウェイトバックを実施

詳細はこちら : <https://hba.beauty.hotpepper.jp/search/trade/hair/51380/>

■『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・女性活躍・SDGsなどの情報提供・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。これらの活動により、美容業界の成長に寄与する場の提供を目指しています。

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、一人ひとり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、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。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、一人ひとり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/>