

2025 年 10 月 16 日

<10 月 20 日は頭髪の日>薄毛に関する意識調査 2025

薄毛対策・予防市場規模の推計は合計 5000 億円超

薄毛対策にかかる 1 カ月あたりの平均金額は、男性 4,168 円、女性 3,472 円
物価高で単価上昇が進むなか、女性に対策にかかる金額はさらに上昇

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：牛田 圭一）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 20～69 歳の男女を対象に「薄毛に関する意識調査 2025」を実施しました。

薄毛対策・予防市場規模の推計は合計 5137 億円。物価高による単価上昇が進むなかで、女性の薄毛対策にかかる 1 カ月あたりの平均金額は前年から約 900 円上昇しており、薄毛に対する関心の高まりとともに市場拡大が見込まれます。

<調査トピック>

- ① 薄毛対策・予防市場規模の推計は合計 5000 億円超に
- ② 「薄毛である」人は 16.2%、「薄毛でないが不安である」人は 21.3%
- ③ 女性は特に「分け目」を意識
- ④ 薄毛対策にかかる 1 カ月あたりの平均金額は女性で上昇傾向
- ⑤ 薄毛対策や、育毛促進・髪のボリュームアップ対策の情報源は「インターネット検索」「TV・ラジオの CM」が中心。美容師・理容師からのアドバイスを参考にしている層も一定数
- ⑥ 理美容室での育毛促進・髪のボリュームアップ対策、満足度 1 位は「パーマ」

<研究員からのコメント>



薄毛対策・予防は、もともと消費者にとって身近なものであり、その市場規模は推計 5000 億円を超える大きさに達しています。物価高の影響で単価が上昇するなかでも、女性の薄毛対策にかかる 1 カ月あたりの平均金額は前年から約 900 円上昇しており、“節約”ではなく“投資”としての意識が高まっていることがうかがえます。薄毛対策を日常習慣の一部として取り入れる動きなのかもしれません。また、薄毛対策・予防市場は現在「薄毛である」人だけでなく、「薄毛でない」人による予防的な利用によってもけん引されています。“現在の悩み”や“将来への不安”の解消という

両側面がある薄毛対策・予防市場は、今後の拡大が見込まれます。

（『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）

本件に関する
お問い合わせ先

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

トピック①

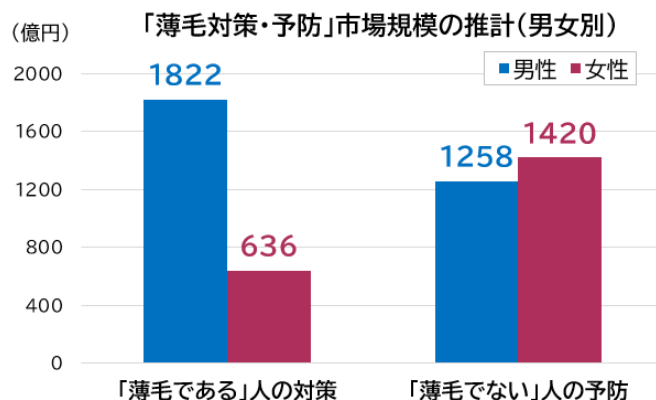
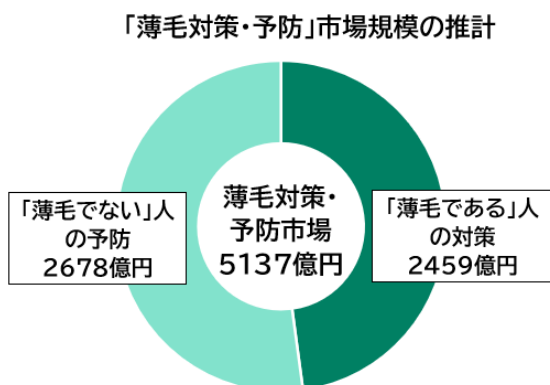
薄毛対策・予防市場規模の推計は合計 5000 億円超に

<薄毛対策・予防市場規模の推計>

「薄毛である」人の薄毛対策市場規模の推計は 2459 億円で、男性は 1822 億円、女性は 636 億円。男性は女性の約 3 倍となった。一方、「薄毛でない」人の薄毛予防市場規模の推計は 2678 億円。内訳は男性 1258 億円、女性 1420 億円となり、こちらは女性が男性を若干上回った。

両者を合計すると薄毛対策・予防における市場規模は推計 5137 億円となる。

(平均金額(／月)、人口推計(総務省統計局)からの推計、調査概要参照) ※スクリーニング調査



<研究員からのコメント>

薄毛対策・予防市場規模の推計の内訳は、「薄毛である」人の対策よりも、まだ「薄毛でない」人の予防の方がさらに大きな割合を占めています。特に予防では女性が男性を上回り、男女で利用フェーズに違いが見られる点が特徴的です。

(『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)

トピック②

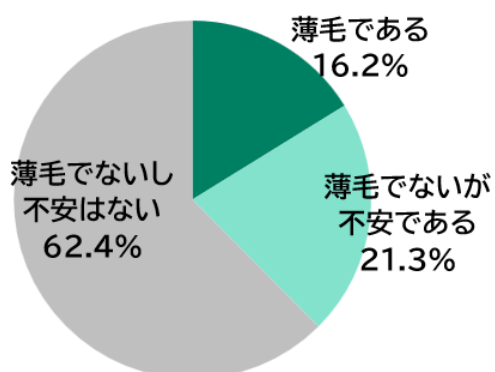
「薄毛である」人は 16.2%、「薄毛でないが不安である」人は 21.3%

<薄毛に対する認識と不安>

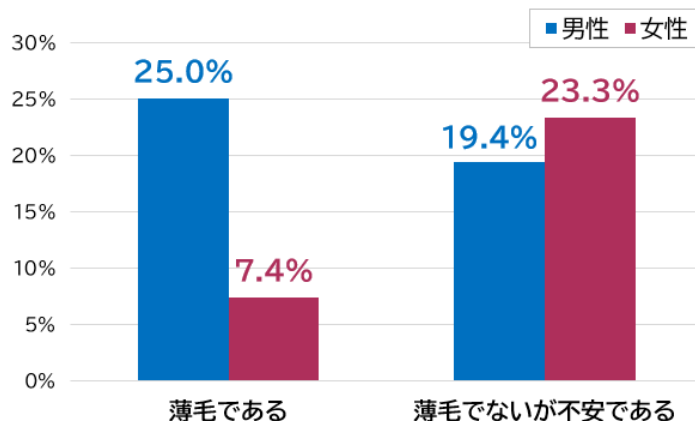
現在「薄毛である」と認識している人の割合は 16.2%で、男性は 25.0%、女性は 7.4%であり、男性の方が高い割合を示した。一方、現在「薄毛でないが不安である」人の割合は 21.3%で、男性は 19.4%、女性は 23.3%と、こちらは女性の方が高い割合を示した。

※スクリーニング調査

薄毛に対する認識と不安



薄毛に対する認識と不安(男女別)



<研究員からのコメント>

「薄毛である」と認識している人の割合は2割に満たないものの、将来への不安を持つ層が2割を超えていることが特徴です。特に女性では不安を持つ人の割合が高く、潜在市場の大きさがうかがえます。

(『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)

トピック③

女性は特に「分け目」を意識

<薄毛が気になる部位>

薄毛が気になる部位は、男性では「頭頂部」、女性では「分け目」が最も高く、「全体的に」は女性の方が男性よりも高い割合であった。

Q. あなたが今、薄毛に関して具体的に気になる部位をお聞かせください。(複数回答)

順位	男性(TOP5) (n=1,514)	%
	頭頂部	66.4
	前頭部	59.6
	分け目	25.8
4位	全体的に	16.9
5位	後頭部	16.7

順位	女性(TOP5) (n=551)	%
	分け目	62.2
	頭頂部	57.5
	前頭部	44.1
4位	全体的に	30.6
5位	側頭部	18.2

<研究員からのコメント>

男性は頭頂部や前頭部が気になっている一方、女性は分け目や全体のボリューム感も気にしており、いずれの割合も男性を大きく上回っています。特に女性の分け目に関しては、加齢とともに「髪が立ち上がりにくくなった」「分け目がべたんこになる」といった悩みも増えていきます。悩みを解消するために、髪型やスタイリングの工夫によって、目立ちにくくすることも可能です。

(『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)

トピック④

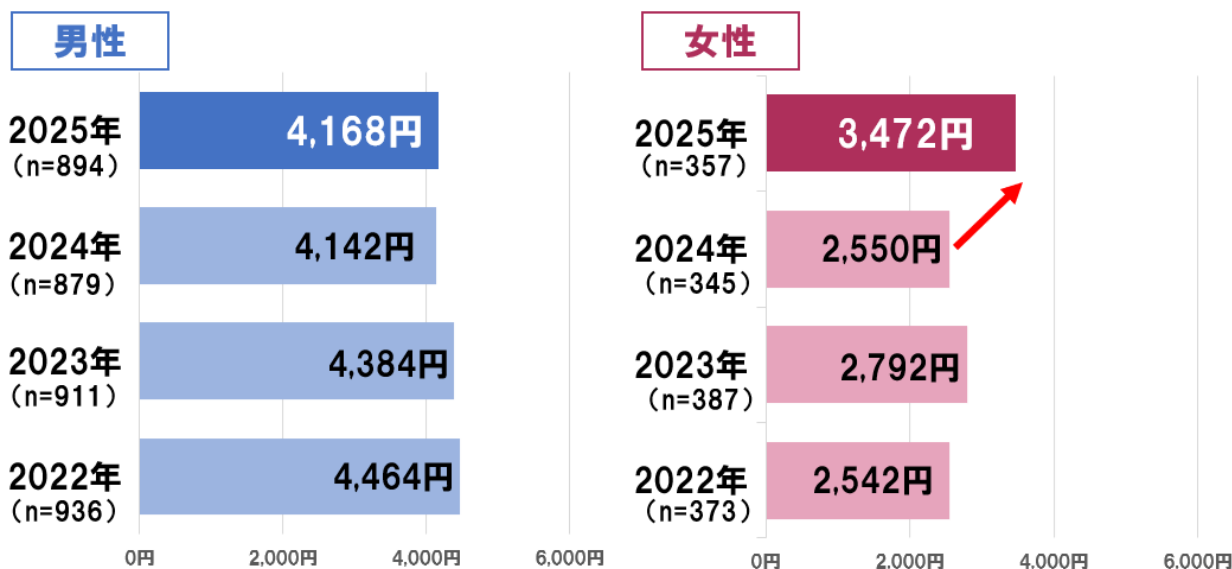
薄毛対策にける1カ月あたりの平均金額は女性で上昇傾向

<薄毛対策にける金額と対策手法>

薄毛対策や、育毛促進・髪のボリュームアップ対策にける1カ月あたりの平均金額は、女性では前年より約900円上昇した。実際に行っている対策内容にも変化が見られる。女性では「育毛エッセンス・育毛ローションや発育毛剤を使う」が前年の24.2%から28.2%へと伸びたほか、「薄毛対策用シャンプーやトリートメントを使う」が8.4%から10.7%へと増加した。これらの結果から、女性がより積極的に市販のアイテムを取り入れていることが確認された。その他、「自宅で自分の手だけで頭皮マッサージをする」や「薄毛が目立ちにくい分け目・髪型にする」といったセルフケアも前年に続き2割以上であった。

Q. 薄毛対策や、育毛促進・髪のボリュームアップ対策として、現在、月にいくらかかっていますか。
 大体の金額をお答えください。

(数値回答) ※対策をしている人ベース。平均金額は 10 万円以上の回答を除き、0 円の回答は含んで算出



Q. 薄毛のために今行っている対策について、お答えください。(複数回答)

順位	男性(TOP5)	%	
		2025年	2024年
	n=	1,514	1,504
1位	育毛エッセンス・育毛ローションや発育毛剤を使う	19.4	23.0
2位	薄毛対策用シャンプーやトリートメントを使う	17.9	21.4
3位	自宅で自分の手だけで頭皮マッサージをする	15.7	19.4
4位	生活習慣に気を付ける	12.2	12.5
5位	薄毛が目立ちにくい分け目・髪型にする	10.8	11.4

順位	女性(TOP5)	%	
		2025年	2024年
	n=	551	561
1位	育毛エッセンス・育毛ローションや発育毛剤を使う	28.2	24.2
2位	自宅で自分の手だけで頭皮マッサージをする	21.0	21.5
3位	薄毛が目立ちにくい分け目・髪型にする	20.6	23.8
4位	生活習慣に気を付ける	15.4	15.8
5位	薄毛対策用シャンプーやトリートメントを使う	10.7	8.4

<研究員からのコメント>

女性は、薄毛対策にかける 1 カ月あたりの平均金額が前年から上昇しており、育毛エッセンスや薄毛対策用シャンプーなど普段の生活に取り入れやすい対策が日常習慣として定着してきたことがうかがえます。また、薄毛対策が美容やエイジングケアの一部として位置付けられているとも考えられます。

(『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)

トピック⑤

薄毛対策、育毛促進・髪のボリュームアップ対策の情報源は「インターネット検索」「TV・ラジオのCM」が中心。美容師・理容師からのアドバイスを参考にしている層も一定数

<薄毛対策、育毛促進・髪のボリュームアップ対策の情報源>

情報源は、男女ともに「インターネット検索」は 4 割台、「TV・ラジオの CM」は約 3 割で上位である。女性では「美容師・理容師に相談する」が 2 割弱となった。一方、理美容室で相談できていない理由としては「言い出すのが恥ずかしいため」が男女ともに 5 割前後で最も高かった。

Q. あなたは薄毛対策や、育毛促進・髪のボリュームアップ対策を検討する際に、どのような情報を参考にしていますか。（複数回答）

順位	男性(TOP5) n=1,514	%
👑	インターネット検索	47.0
👑 ₂	TV・ラジオのCM	32.9
👑 ₃	TV・ラジオの番組	24.5
4位	SNS	15.7
5位	ネットの口コミ	14.6

順位	女性(TOP5) n=551	%
👑	インターネット検索	43.6
👑 ₂	TV・ラジオのCM	32.2
👑 ₃	TV・ラジオの番組	20.1
4位	ネットの口コミ	19.1
5位	美容師・理容師に相談する	18.3

Q. 理美容室で相談したいのに、今までできていない理由として、あてはまることを全てお聞かせください。（複数回答）※相談意向があり、かつ相談経験のない人ベース

順位	男性(TOP5) n=236	%
👑	言い出すのが恥ずかしいため（勇気が出ない）	55.1
👑 ₂	相談していいアドバイスがもらえるか分からないため	31.0
👑 ₃	施術時間が短時間なので、言い出すタイミングが難しいため	22.9
4位	商品売りつけられそうな気がするため	16.5
5位	周囲のお客さんに聞かれると恥ずかしいため	16.1

順位	女性(TOP5) n=74	%
👑	言い出すのが恥ずかしいため（勇気が出ない）	49.9
👑 ₂	相談していいアドバイスがもらえるか分からないため	33.8
👑 ₃	商品売りつけられそうな気がするため	31.1
4位	追加のメニュー（施術）を勧められそうな気がするため	24.4
5位	施術時間が短時間なので、言い出すタイミングが難しいため	16.2
5位	周囲のお客さんに聞かれると恥ずかしいため	16.2

<研究員からのコメント>

薄毛に関する情報収集はインターネットや TV・ラジオの CM が中心ですが、実際に人に相談することには「恥ずかしい」という心理的ハードルがあるようです。このハードルを下げるには、サロン側が“相談しやすい環境づくり”を工夫することが重要です。例えば、予約段階で悩みを書ける仕組みの用意や、髪のボリュームに悩む方向けのクーポンやメニューの設定、店内での分かりやすいメニューの掲示といった工夫によって、お客さまが自分から相談しやすい状況が生まれ、利用につながりやすくなります。

（『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）

トピック⑥

理美容室での髪のボリュームアップ対策、満足度1位は「パーマ」

<理美容室で実際に試したメニューと満足度>

理美容室で実際に試したメニューは、「髪がボリュームアップして見えるような髪型（カット）」が56.3%で最も高く、次いで「ヘッドスパ・ヘッドマッサージ」（44.2%）、「育毛促進や髪のボリュームアップにつながるシャンプー・トリートメントなどの商品購入」（41.5%）が続いた。

各メニューの満足度は、「毛量不足をボリュームアップできるようなパーマ」が 76.3%と最も高く、次いで「髪がボリュームアップして見えるような髪型(カット)」(72.8%)、「ヘッドスパ・ヘッドマッサージ」(70.4%)と続いた。実際に試したメニューや受けたアドバイスは、サロンならではの高い価値を感じさせる結果となった。

Q. あなたが理美容室で実際に試したことのある育毛促進や髪のボリュームアップ対策メニューや、受けたことのあるアドバイスを教えてください。(複数回答)

Q. あなたが理美容室で実際に試したことのある育毛促進や髪のボリュームアップ対策メニューや、受けたことのあるアドバイスに対する満足度を教えてください。

(各単一回答) ※「とても満足した」「やや満足した」の合計、各対策を実施した人ベース

実際に試したことのあるメニューや 受けたことのあるアドバイス(n=222)	%	n	満足度 (%)
髪がボリュームアップして見えるような髪型(カット)	56.3	125	72.8
ヘッドスパ・ヘッドマッサージ	44.2	98	70.4
育毛促進や髪のボリュームアップにつながる シャンプー・トリートメントなどの商品購入	41.5	92	63.0
美容師・理容師からのアドバイス	36.5	81	64.2
毛量不足をボリュームアップできるようなパーマ	36.0	80	76.3
頭皮や髪の診断	29.3	65	63.1

<研究員からのコメント>

サロンで実際に試したメニューや受けたアドバイスは、利用者の満足度が高い結果となっています。特に髪型の工夫やパーマなどは、見た目を整えて印象を変える効果が大きく、利用者の期待に応えやすいメニューです。気軽に試せて、しかも体感として満足度が高いことは、サロンが提供できる価値の高さを裏付けています。

(『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 2025

調査手法: インターネットリサーチ

調査期間: <スクリーニング調査>2025年7月11日(金)~2025年7月13日(日)

<本調査>2025年7月24日(木)~2025年7月28日(月)

調査対象: <スクリーニング調査>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、現在薄毛の認識があり、薄毛を気にしている人)

※スクリーニング調査での出現率を基にウェイトバックを実施

※図表内の%の値は小数第2位を四捨五入しているため、差分や合計値において、単純計算した数値と合致しない場合があります。

【市場規模の推計方法】

市場規模は以下の式で推計しました。

- 「薄毛である」人の対策市場規模＝対策にかける平均金額（／月）×「薄毛である人」の推計人口×12
- 「薄毛でない」人の予防市場規模＝対策にかける平均金額（／月）×「薄毛でない人」の推計人口×12
- 薄毛対策・予防市場規模＝「薄毛である」人の対策市場規模＋「薄毛でない」人の予防市場規模

対策にかける金額は数値で聴取しており、別途聴取している「自宅外での対策にかける金額」と「自宅での対策にかける金額」の合計より少ない場合は、「自宅外での対策にかける金額＋自宅での対策にかける金額」の数値を代入しています。

また、対策にかける金額の上位5%以上の数値は外れ値として、平均金額の集計対象から除外しています。

詳細はこちら：<https://hba.beauty.hotpepper.jp/search/trade/hair/usuge/70975/>

■『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」、美容センサスなどの「調査研究」、訪問美容・女性活躍・SOGIE・障がいがあるお客さまへの接客などの情報提供・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、人材派遣、マーケティング・マッチング・テクノロジーの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/>