



# 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 【サマリー編】

2022年11月10日

(株) リクルート ホットペッパービューティーアカデミー

※出版・印刷物・Web等へデータ転載される際には、

「(株)リクルート ホットペッパービューティーアカデミー 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」と、明記していただきますようお願い申し上げます。

調査概要	3
・キーワードの認知状況	4
・「エシカル消費」について	6
・「ダイバーシティ」について	12

# A 調査概要

<p><b>調査目的</b></p>	<p>▶ エシカル消費やダイバーシティ(※)に関する意識・実態と、それらに配慮した美容サロンについての関心や経験について把握する。</p> <p>※エシカル消費、ダイバーシティについては調査票上で以下のように説明しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「エシカル消費」とは、環境・社会・地域などに配慮した製品・サービスを選んで消費(利用)することを指します。</li> <li>・「ダイバーシティ」とは、性別・国籍・人種・年齢などの違いを問わず、さまざまな背景を持った人々や価値観を受容することを指します。</li> </ul>																											
<p><b>調査手法</b></p>	<p>▶ インターネット調査 (株式会社マーケティングアプリケーションズのアンケートパネル「MAApps Panel」を利用)</p>																											
<p><b>調査エリア</b></p>	<p>▶ 全国</p>																											
<p><b>回収数</b></p>	<p>▶ 全国の20～59歳の男女 ▶ いずれかの美容サロン(※)の過去1年以内利用者</p> <p>※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</p> <table border="1" data-bbox="459 668 1644 925"> <thead> <tr> <th></th> <th>20～ 24歳</th> <th>25～ 29歳</th> <th>30～ 34歳</th> <th>35～ 39歳</th> <th>40～ 44歳</th> <th>45～ 49歳</th> <th>50～ 54歳</th> <th>55～ 59歳</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>女性 (n=2,000)</td> <td>250</td> <td>250</td> <td>250</td> <td>250</td> <td>250</td> <td>250</td> <td>250</td> <td>250</td> </tr> <tr> <td>男性 (n=1,000)</td> <td>125</td> <td>125</td> <td>125</td> <td>125</td> <td>125</td> <td>125</td> <td>125</td> <td>125</td> </tr> </tbody> </table> <p>(人)</p>		20～ 24歳	25～ 29歳	30～ 34歳	35～ 39歳	40～ 44歳	45～ 49歳	50～ 54歳	55～ 59歳	女性 (n=2,000)	250	250	250	250	250	250	250	250	男性 (n=1,000)	125	125	125	125	125	125	125	125
	20～ 24歳	25～ 29歳	30～ 34歳	35～ 39歳	40～ 44歳	45～ 49歳	50～ 54歳	55～ 59歳																				
女性 (n=2,000)	250	250	250	250	250	250	250	250																				
男性 (n=1,000)	125	125	125	125	125	125	125	125																				
<p><b>実査期間</b></p>	<p>▶ 2022年9月19日(祝)～2022年9月20日(火)</p>																											
<p><b>調査実施機関</b></p>	<p>▶ 株式会社アンド・ディ</p>																											

※時系列比較調査は以下の通りです。(比較対象は女性のみになります)

「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」

・実施期間:2021年10月12日(火)～2021年10月26日(火)

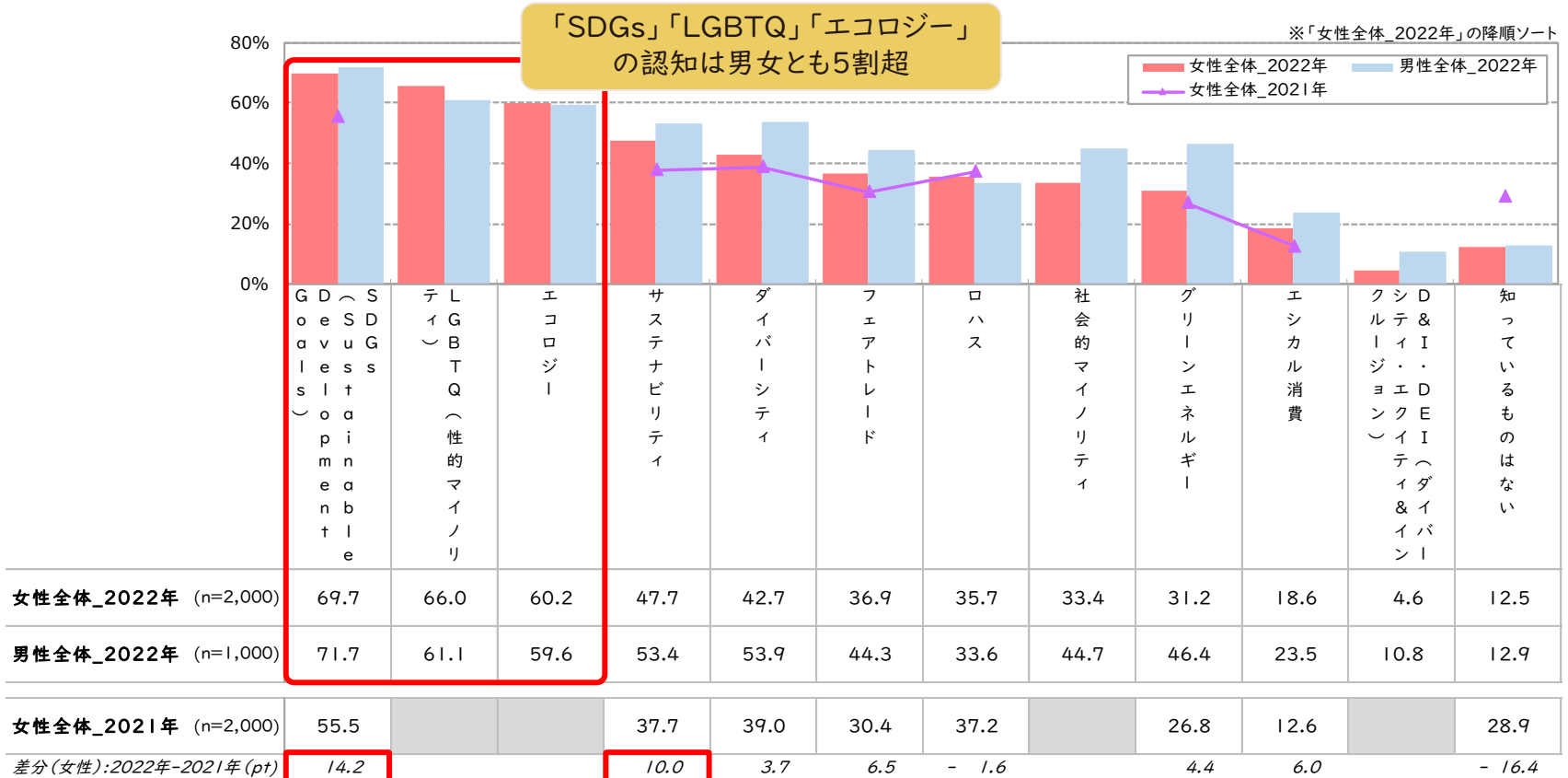
・対象者:全国の20～59歳の女性、いずれかの美容サロンの過去1年以内利用者(2,000人)

# キーワードの認知状況

# A サステナビリティに関連するキーワードの認知

- 「SDGs」「LGBTQ」「エコロジー」の認知は男女とも5割を超える。
- 2021年に比べ、キーワードの認知率は全般的に上昇。

■サステナビリティに関連するキーワードの認知(全体/複数回答)



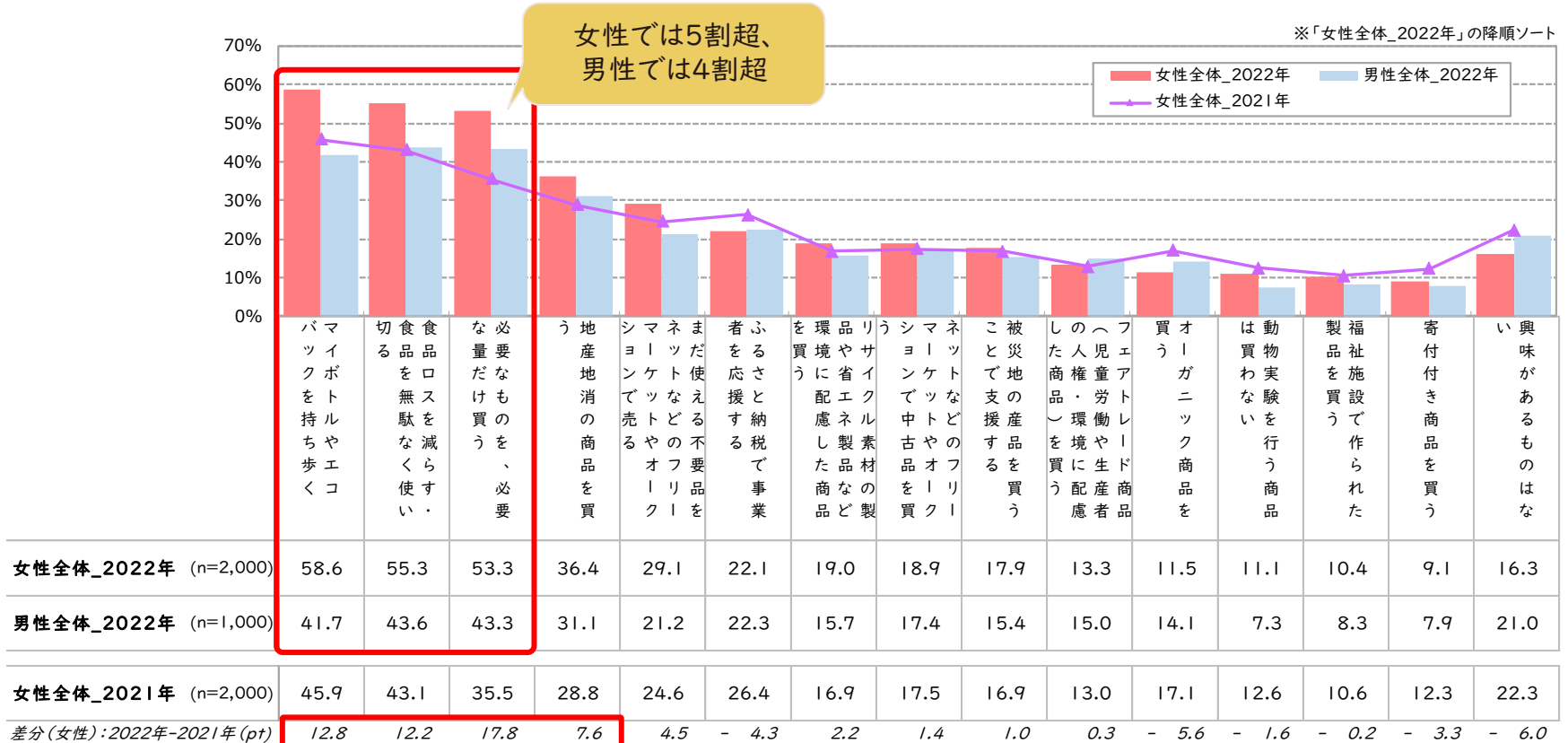
「SDGs」「サステナビリティ」は  
2021年より10pt以上up

# 「エシカル消費」について

# A 興味のあるエシカル消費行動

- 女性は「マイボトルやエコバックを持ち歩く」「食品ロスを減らす」「必要なものを、必要な量だけ買う」に対する興味が5割超。
- 2021年と比べ、生活に身近なエシカル消費行動の興味が特に上昇している。

## ■ 興味のあるエシカル消費行動(全体/複数回答)



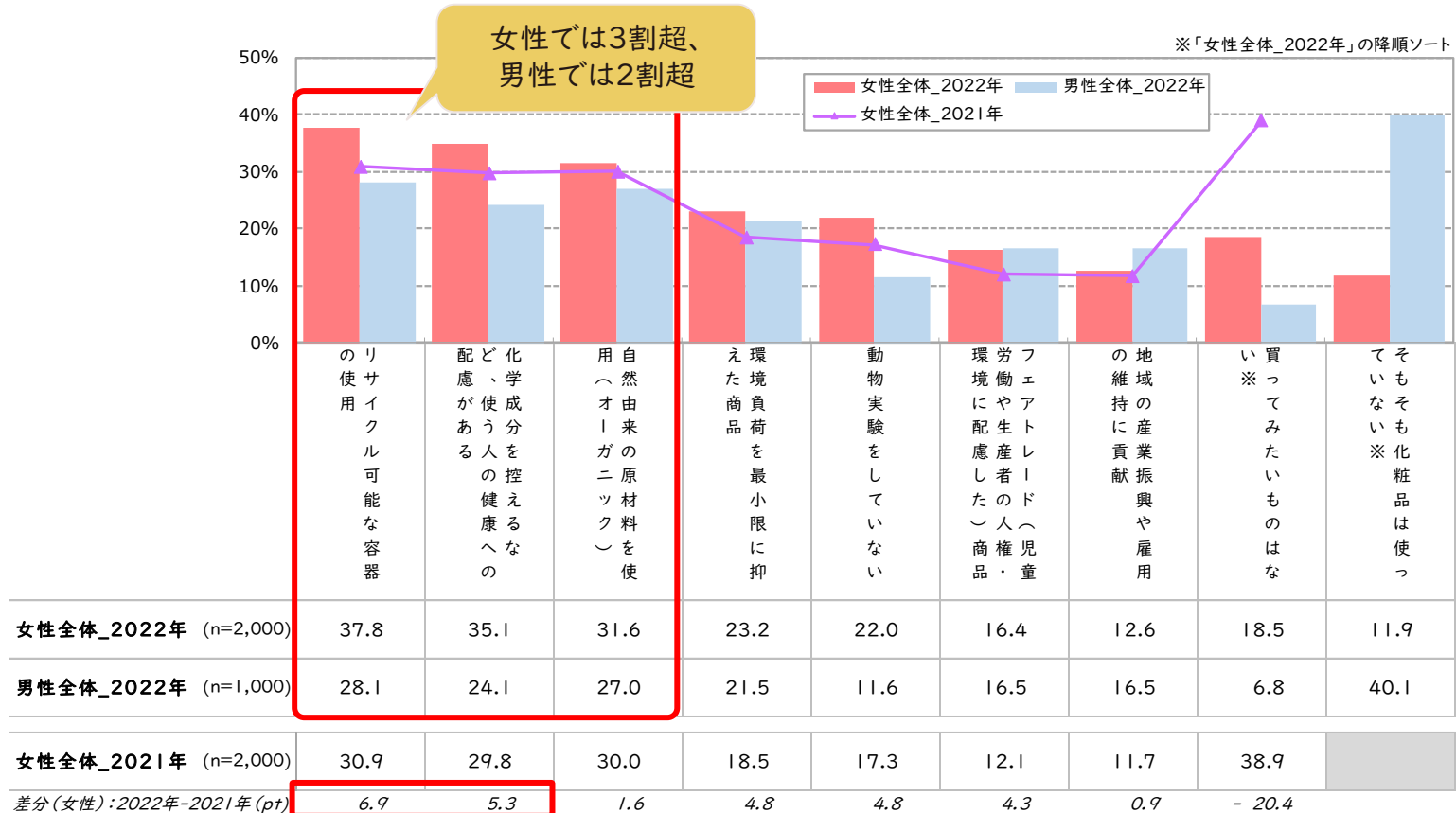
女性では5割超、男性では4割超

生活に身近なエシカル消費行動の興味がup

# A 買いたいエシカルな化粧品の特徴

- 「リサイクル可能な容器の使用」「使う人の健康への配慮がある」「自然由来の原料を使用」が男女とも上位にあがる。
- 2021年に比べ、エシカルな化粧品の購入意向が高まっている。

■買いたいエシカルな化粧品の特徴(全体/複数回答)



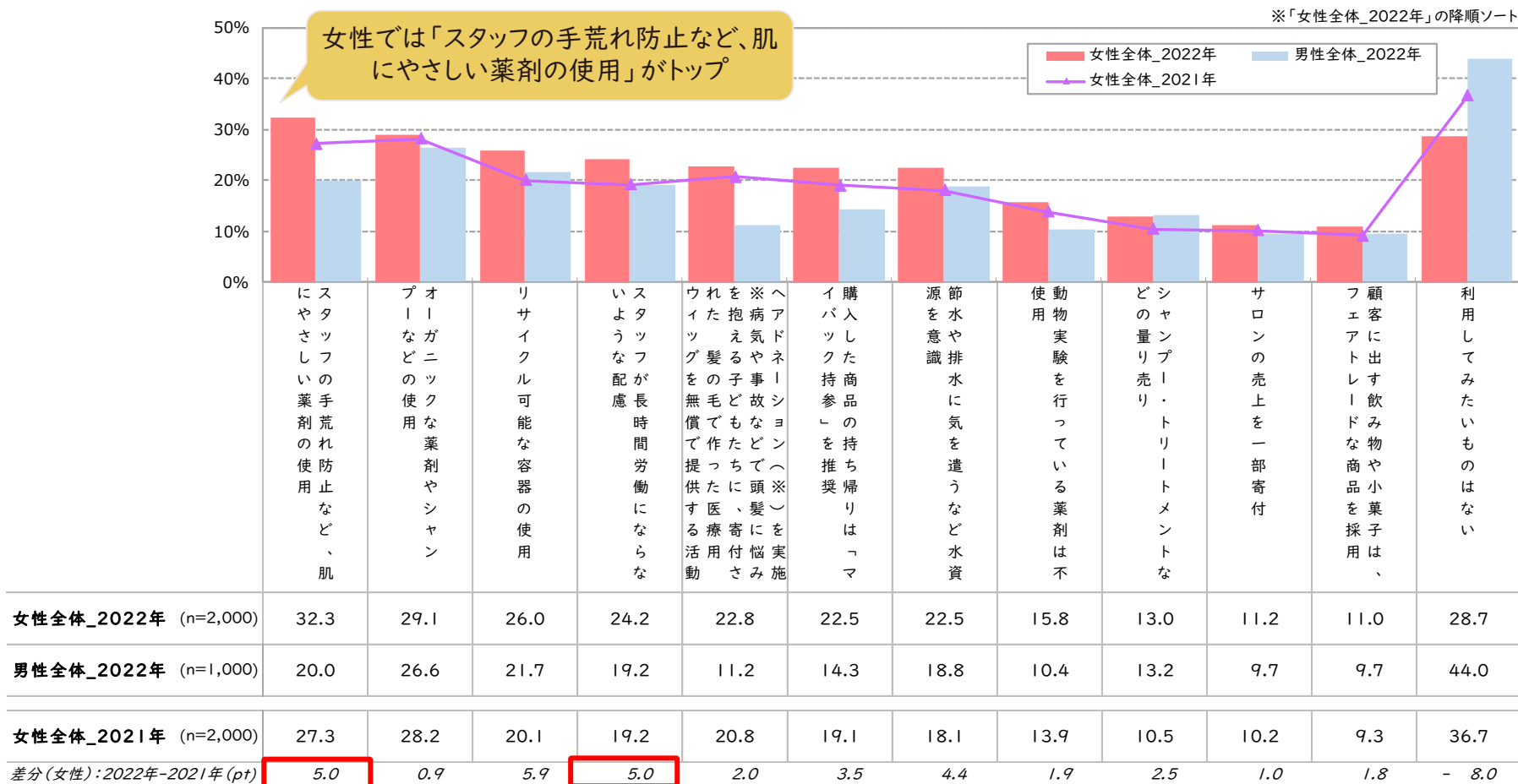
「リサイクル可能な容器」「健康への配慮」は2021年より5pt以上up



# A 利用したいエシカルな美容サロンの特徴

- 女性では「スタッフの手荒れ防止など、肌にやさしい薬剤の使用」が3割強でトップ。
- 2021年に比べ、スタッフへの配慮に関する項目でスコアの上昇が目立つ。

## ■利用したいエシカルな美容サロンの特徴(全体/複数回答)



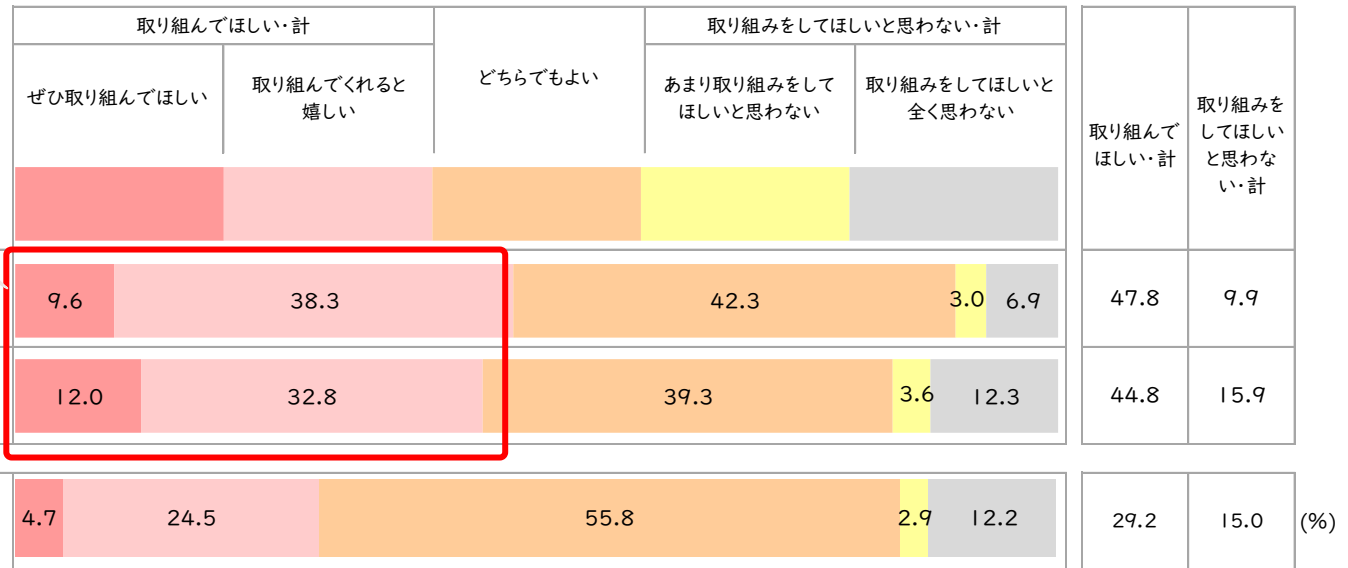
スタッフへの配慮に関する項目で  
2021年よりスコアがup

# A 利用美容サロンのエシカルな取り組み意向

- 利用している美容サロンにエシカルな取り組みをしてほしい人（「取り組んでほしい・計」）は女性48%、男性45%。
- 女性は2021年より「取り組んでほしい・計」が20pt近く上昇している。

■利用美容サロンのエシカルな取り組み意向（全体／単一回答）

男女とも「取り組んでほしい・計」が4割台



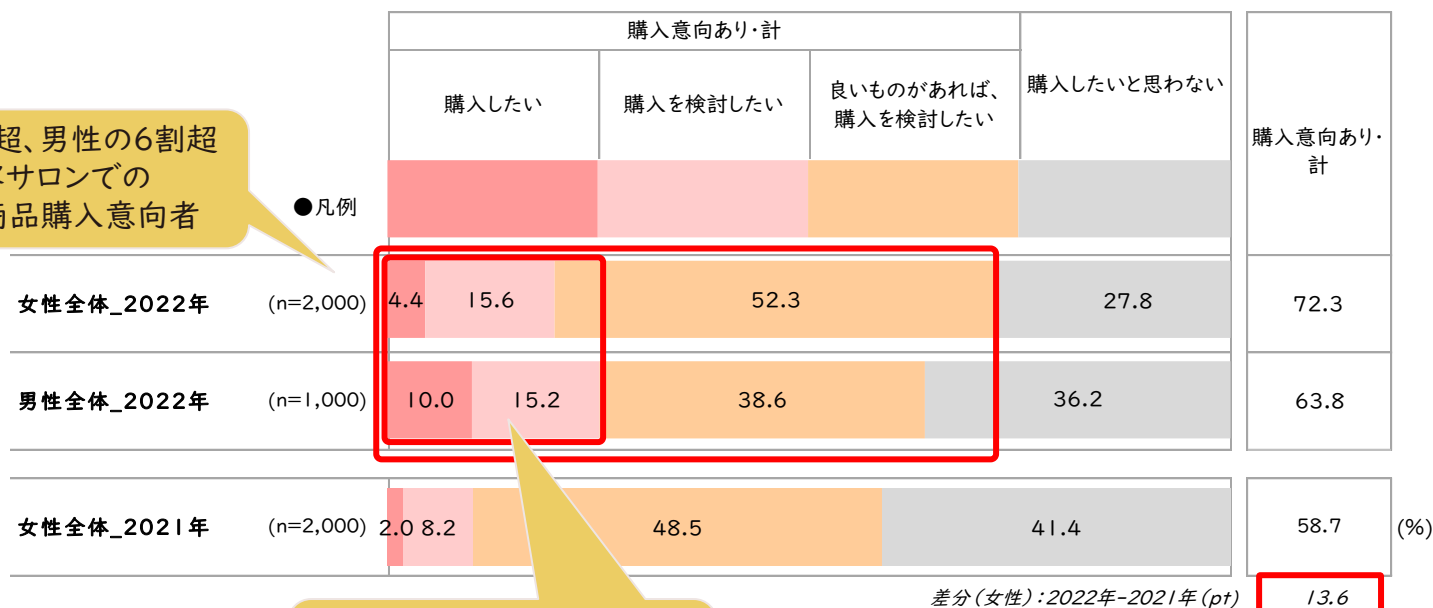
差分(女性): 2022年-2021年 (pt) 18.6 - 5.1

2021年より「取り組んでほしい・計」が20pt近くup

# A 美容サロンでのエシカル商品の購入意向

- 美容サロンでのエシカル商品の購入意向者（「購入意向あり・計」）は、女性が72%、男性が64%。
- 積極的な購入意向を示す人（「購入したい」「購入を検討したい」）は、女性が20%、男性が25%。
- 女性は2021年より「購入意向あり・計」が10pt以上上昇している。

■美容サロンでのエシカル商品の購入意向（全体／単一回答）



女性の7割超、男性の6割超が美容サロンでのエシカル商品購入意向者

積極的な購入意向者は女性 < 男性

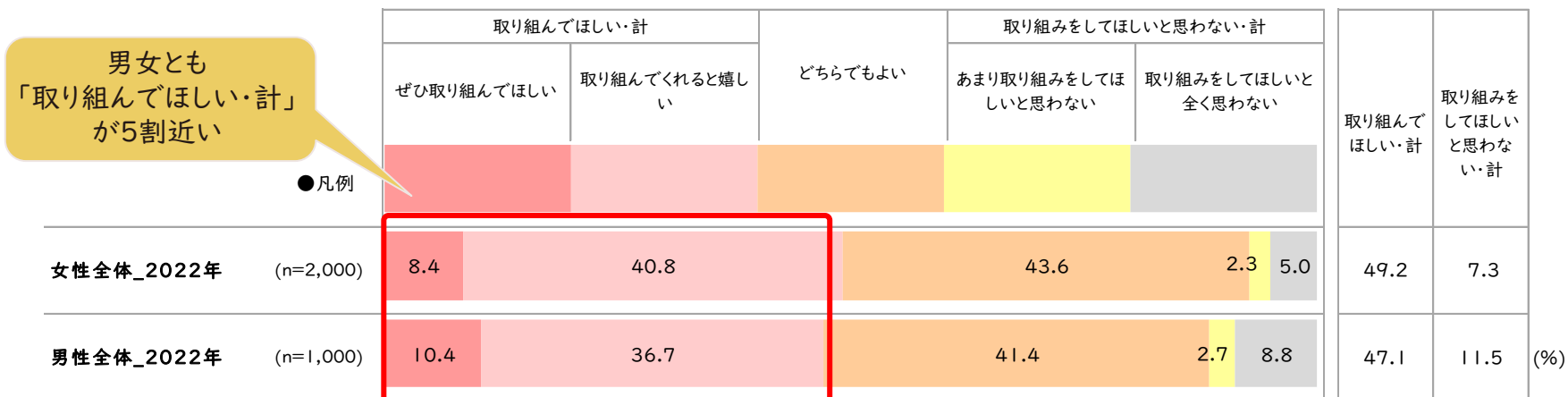
2021年より「購入意向あり・計」が10pt以上up

# 「ダイバーシティ」について

# A 利用美容サロンのダイバーシティに対する取り組み意向

- 利用している美容サロンにダイバーシティに対する取り組みをしてほしい人（「取り組んでほしい・計」）は女性49%、男性47%。

## ■利用美容サロンのダイバーシティに対する取り組み意向（全体／単一回答）



# A ダイバーシティが進んでいると思う業界

- ダイバーシティが進んでいると思う業界は、男女とも「ファッション・アパレル」がトップ。
- 女性では、次いで「化粧品」「美容サロン」などビューティー関連の業界が上位にあがる。
- 男性では、「IT・情報」が2位。

■ダイバーシティが進んでいると思う業界（全体／複数回答）

