

メンズネイルに関する意識・実態調査

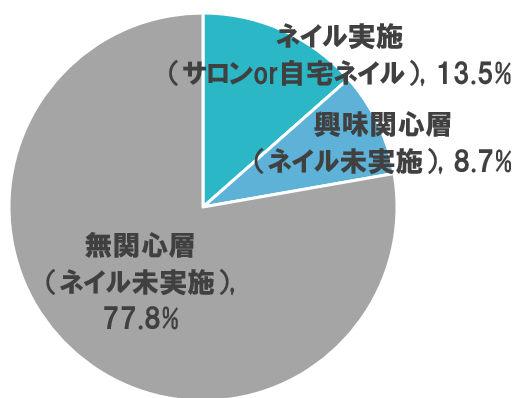
コロナ禍以降に、男性のネイルケア・カラーへの興味が高まる

男性のやってみたいネイルカラーは、1位透明、2位ピンク、3位ベージュ

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、男性の美容意識の高まりを背景にネイルに関する実態把握を目的として、15～49歳の男性1,050人（全国）を対象に「メンズネイルに関する意識・実態調査」を実施。結果を発表します。

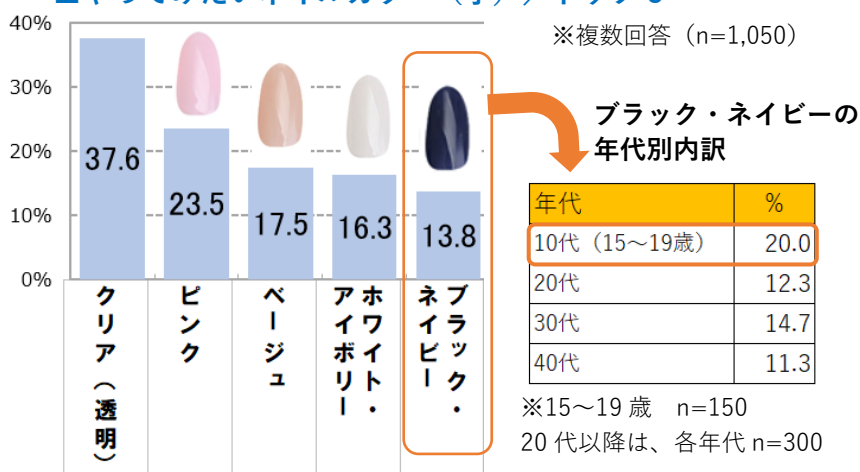
■ネイルケア・カラーの実施状況

※単一回答（スクリーニング n=17,602）



■やってみたいネイルカラー（手）／トップ5

※複数回答（n=1,050）



画像提供（株式会社 TAT）

■ネイルをする理由／トップ5

※ネイル実施者、複数回答（n=588）

順位	ネイルカラー・ネイルケアをする理由	%
1位	爪のトラブル（割れる、乾燥、縦ジワなど）を防ぎたいから	24.8
2位	爪をキレイに見せたいから	23.5
3位	身だしなみとして必要だから	22.8
4位	自分の気分を上げたいから	20.7
5位	おしゃれをしたいから	20.2

■コロナ禍以降のネイルへの興味と行動の変化

／トップ5 ※複数回答（n=1,050）

順位	コロナ禍以降のネイル変化	%
1位	自宅でネイルカラー・ネイルケアをする機会が増えた	19.8
2位	以前よりもネイルカラー・デザインへの興味が高まった	18.5
3位	これまでとは違うカラー・デザインのネイルをするようになった	18.0
4位	ネイルに関する商品を購入する機会が増えた	15.5
4位	以前よりもネイルケアへの興味が高まった	15.5

研究員からのコメント



『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

コロナ禍で「自宅でネイルカラー・ネイルケアをする機会が増えた」と回答する男性が約2割おり、外出機会が減る中で男性の投資意欲が、美容も含めた自己投資に向かっているのかもしれませんが。特に若年層では、ケア以外にもカラーにも積極的です。中でも「ブラック・ネイビー」は10代後半の男性が人気をけん引しており、背景にはK-POPアーティストの影響がありそうです。ネイル未実施で興味関心を持つ男性のなかには、「自分では何をすれば良いのか分からない」と思っている人もいます。プロならではの一人ひとりにあった施術を提供するサロンの役割が今後広がっていきそうです。

本件に関する
お問い合わせ先

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

■サロンインタビュー

Men's Nail TONO（東京／赤坂）

メンズに特化したネイルサロン。好調な集客を受けて、今年 9 月に店舗を拡張。ケアメニューだけではなく、ジェルネイルのデザインも提供。幅広い年代の男性から支持を得ています。

サロン URL (<https://beauty.hotpepper.jp/kr/slnH000538101/>)

代表 殿岡さん

「デザイン（ジェルネイル）をされるお客さまは、大学生から 20 代前半がメインです。おしゃれ感度が高く、ファッションの延長として、ネイルで個性を出される方も多いです。当店では、単色のカラーだけではなく写真のような手描きアートも人気です。一方、ケアは 30 代以上のエグゼクティブ層の方にメインでご利用いただいています。リピーターのお客さまにはリラクゼーションを兼ねた 90 分のケアコースが人気です」



画像提供（Men's Nail TONO）

■調査概要

調査名：メンズネイルに関する意識・実態調査

調査手法：インターネットリサーチ

調査時期：

2022 年 7 月 27 日（水）～2022 年 7 月 31 日（日）

①スクリーニング（SC）調査：

全国に居住する 15～49 歳の男性、1 万 7,602 人

②本調査：

ネイル実施者、またはネイル興味者 1,050 人

ネイル実施者：「ネイルサロン利用者（1 年以内）」もしくは「自宅でのネイルカラー・ネイルケア実施者（1 年以内）」

ネイル興味者：ネイルカラーやネイルケアに興味がある人（ネイル実施者を除く）

詳細はこちら：<https://hba.beauty.hotpepper.jp/search/generation/41791/>

■『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 に関する情報提供・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。 <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/>