

2022年6月23日



【美容センサス 2022 年上期】《エステサロン [脱毛] 編》

男性の脱毛サロン利用金額が2年連続で上昇

男性のサロン選びは、料金よりも「口コミ」「スタッフ」を重視

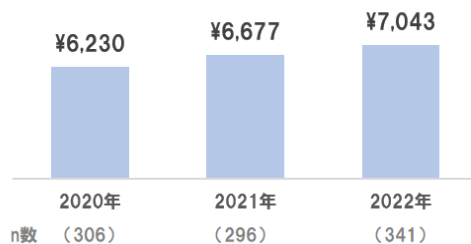
「15～69歳男女の過去1年間における美容サロン利用実態」を調査（2022年2月実施）

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、全国の人口20万人以上の都市居住者のうち、15～69歳の男女1万3,200人を対象に、過去1年間におけるエステサロン[脱毛]の利用に関する実態調査を実施しましたので、その結果をご報告いたします。

ポイント① 男性の1回あたり利用金額は2年連続で上昇…P.4-5

▶1回あたり利用金額は女性が8,882円（前年比537円減）に対して、男性は7,043円（前年比366円増）と、2年連続で利用金額が上昇。男性の施術部位で最も利用率が高いのは3年連続「髭」。

【男性】脱毛サロン利用率(サロン利用者)



【男性】施術部位(サロン利用者)

順位	TOP5	利用率
1位	髭	30.8%
2位	ワキ	24.9%
3位	ヒザ上	23.2%
4位	ヒザ下	22.3%
5位	Vライン	21.7%

n=341 (15～69歳)

ポイント② 女性の店販購入率が2年連続で上昇。男性は年間購入金額が大幅増加…P.6-7

▶過去1年間での店販購入率は、女性が18.1%（前年比1.9pt増）で2年連続の上昇。

▶男性の購入率は20.8%（前年比1.8pt減）と前年から減少したものの、購入金額は1万5,332円（前年比5,561円増）と大幅増加。

ポイント③ 男性の初回来店前のサロン選びは料金よりも「口コミ」「スタッフ」を重視…P.9

▶「初回来店前にサロン選びで重視したポイント」の男性の1位は、「友人・知人の口コミが良い」（24.9%）、2位「ネットの口コミが良い」（23.2%）と、「口コミ」を重要視。3位「ネットに掲載されているデザインやスタイルが良い」（15.2%）、4位「ネットに掲載されている情報で自分に合いそうなスタッフを見つけられる」（13.8%）など、上位にはネットに掲載されている施術内容やスタッフの情報がランクイン。「料金がリーズナブル」（10.6%）は口コミやネットに次いで5位に。

コロナ禍でも男性の美容意識は高まっており、約10人に1人の男性が「メイクアイテム」を購入*しています。とはいえ、「どんなふう to 施術を受けるのか?」「サロンに行って自分が浮かないか?」など気になることも多いでしょう。このため、初回来店前のサロン選びでは、料金以上にネットの情報を重要視しているのではないのでしょうか。

*美容センサス2021年下期<美容意識・購買行動編>



『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/>

2022年6月23日

調査概要と回答者プロフィール

調査名

美容センサス 2022 年上期「エステサロン [脱毛] 編」

調査目的

女性・男性の過去1年間における美容サロンの利用実態を把握し、美容に対する意識をとらえる

調査方法

インターネットによるアンケート調査

- 株式会社マーケティングアプリケーションズの「MAApps Panel」を利用

調査対象

全国、人口20万人以上の都市に居住する15～69歳の男女

- 女性・男性 各6,600サンプル

※人口20万人以上の都市の人口比率によってエリアごとの割付数を決定

※男女それぞれ、年齢5歳刻みで均等割付（エリアと年代による割付数詳細は下記数表を参照）

エリア別割付数（数字はサンプル数）											(人)										
	サン プル 合 計	北 海 道 ・ 東 北	首 都 圏	23 区 外	東 京 23 区	中 部 ・ 甲 信 越	(東 静 海 岡 含 む)	関 西	中 国 ・ 四 国	九 州		サン プル 合 計	北 海 道 ・ 東 北	首 都 圏	23 区 外	東 京 23 区	中 部 ・ 甲 信 越	(東 静 海 岡 含 む)	関 西	中 国 ・ 四 国	九 州
全体	6,600	561	2,761	1,837	924	275	671	1,243	484	605	女性	6,600	561	2,761	1,837	924	275	671	1,243	484	605
15～19歳	600	51	251	167	84	25	61	113	44	55	15～19歳	600	51	251	167	84	25	61	113	44	55
20代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110	20代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110
30代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110	30代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110
40代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110	40代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110
50代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110	50代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110
60代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110	60代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110

調査実施時期

2022年2月10日（木）～2月18日（金）

※時系列データ：比較対象の調査の実施時期と調査対象は以下の通り

調査年	調査実施時期	調査対象	
		女性	男性
2018年	2018年2月16日（金）～2月26日（月）	男女それぞれ 15～69歳 6,600サンプル	
2019年	2019年2月15日（金）～2月28日（木）		
2020年	2020年2月14日（金）～2月25日（火）		
2021年	2021年2月12日（金）～2月22日（月）		
2022年	2022年2月10日（木）～2月18日（金）		

調査実施機関

株式会社アンド・ディ

2022年6月23日

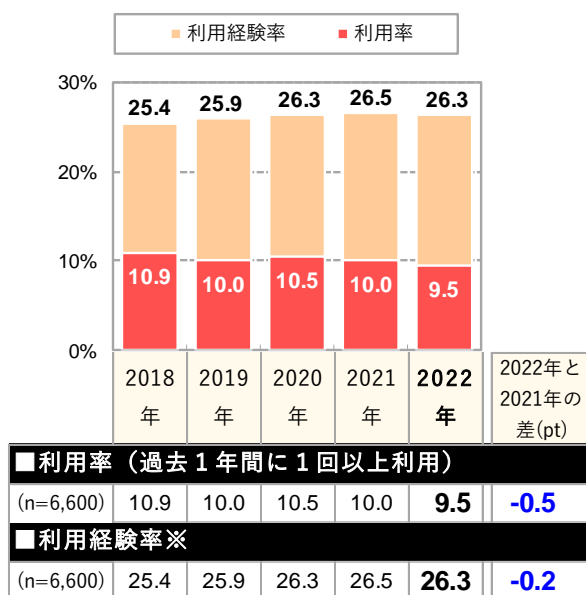
1. 女性の利用率は横ばい、男性は利用率が前年から上昇

女性の利用率は9.5%（前年比0.5pt減）、男性は5.2%（同0.7pt増）。女性が2018年以降、10%前後の利用率で頭打ちになっているのに対して、男性は2019年（4.0%）以降、利用率が上昇する傾向がみられる。1回あたり利用金額は、女性が8,882円（前年比537円減）に対して、男性は7,043円（同366円増）と、2年連続で利用金額が上昇。

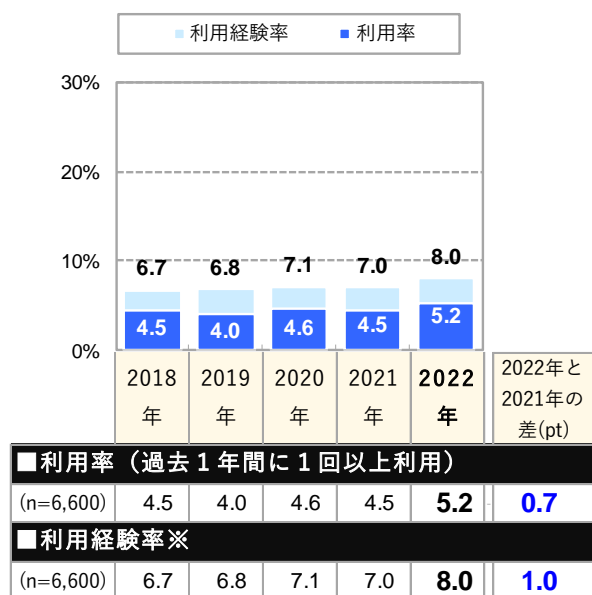
一方、サロン利用にかかった時間は、女性が平均60分で前年の61分とほぼ変わらなかった。一方、男性は前年から4分減少し、45分。男女ともに「1時間半以上・計」の利用者が減少。

■ [脱毛] 利用率・利用経験率（各単一回答）

【女性】



【男性】



※利用経験率：「過去1年間に1回以上利用」＋「ここ1年間の利用はないが、過去に利用」

■ [脱毛] 年間利用回数≪1回以上利用者ベース集計≫（[脱毛] 利用者／実数回答）

【女性】

年	n	年間利用回数					年間利用回数	
		1回	2～3回	4～5回	6～11回	12回以上	各年の平均(回)	前年との差(回) ()は増減率
2022年	541	18.3%	36.4	24.0	15.9	5.4	4.14	0.31 (8.1%)
2021年	601	20.8	35.9	25.3	14.6	3.3	3.83	-0.13 (-3.3%)
2020年	582	20.6	37.5	22.9	14.3	4.8	3.96	-0.17 (-4.1%)
2019年	572	19.2	34.8	23.3	17.0	5.8	4.13	0.62 (17.7%)
2018年	641	24.3	36.2	23.4	13.1	3.0	3.51	-0.09 (-2.5%)

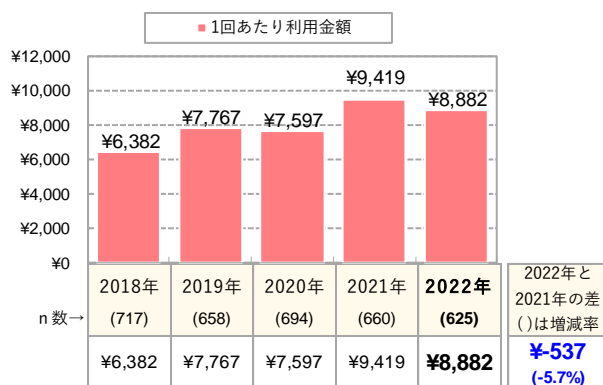
2022年6月23日

【男性】

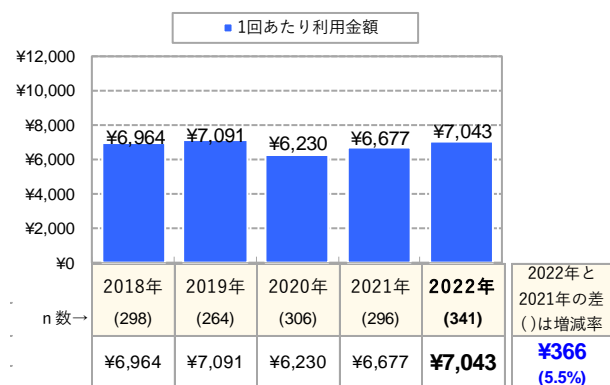
	1回	2～3回	4～5回	6～11回	12回以上	年間利用回数	
	●凡例					各年の平均(回)	前年との差(回) ()は増減率
2022年 (n= 233)	30.9%	30.0	18.5	15.5	5.2	3.78	-0.09 (-2.3%)
2021年 (n= 189)	38.1	26.5	12.7	14.3	8.5	3.87	0.80 (26.1%)
2020年 (n= 218)	37.2	34.4	13.8	11.0	3.7	3.07	-0.26 (-7.8%)
2019年 (n= 180)	41.1	25.6	20.0	7.2	6.1	3.33	0.46 (16.0%)
2018年 (n= 208)	45.7	26.4	16.3	8.7	2.9	2.87	

■ [脱毛] 1回あたり利用金額 ([脱毛] 利用者/実数回答)

【女性】



【男性】



■ [脱毛] サロン利用にかかった時間 ([脱毛] 利用者/実数回答)

【女性】

	(%)					(%) (分)	
	30分未満	30～60分未満	60分～1時間未満	1時間半～2時間未満	2時間以上	1時間半以上・計	平均時間
2022年 (n= 625)	12.0	27.2	35.8	14.6	10.4	25.0	60
2021年 (n= 660)	12.4	27.0	33.6	16.2	10.8	27.0	61
2020年 (n= 694)	15.0	29.7	30.7	14.3	10.4	24.6	57
2019年 (n= 658)	16.3	27.7	31.9	12.0	12.2	24.2	59
2018年 (n= 717)	18.1	31.7	32.5	8.8	8.9	17.7	53

【男性】

	(%)					(%) (分)	
	30分未満	30～60分未満	60分～1時間未満	1時間半～2時間未満	2時間以上	1時間半以上・計	平均時間
2022年 (n= 341)	24.0	38.4	26.1	6.2	5.3	11.4	45
2021年 (n= 296)	20.6	36.8	28.7	9.1	4.7	13.9	49
2020年 (n= 306)	21.2	35.6	31.7	7.5	3.9	11.4	48
2019年 (n= 264)	21.2	37.9	30.3	8.3	2.3	10.6	47
2018年 (n= 298)	21.1	34.9	33.2	7.0	3.7	10.7	48

2022年6月23日

2. 女性の施術部位は「全身」(32.2%)が引き続き増加、男性は「髭」が最も利用が多い

女性の1位は「ワキ」(45.8%)、2位は「全身」(32.2%)、3位は「Vライン」(30.7%)。「全身」は利用率が上昇し続けており、順位も上昇。男性は1位が「髭」(30.8%)、2位が「ワキ」(24.9%)、3位が「ヒザ上」(23.2%)。

■ [脱毛] 施術部位*利用率 ([脱毛] 利用者/複数回答)

【女性】

【男性】

順位	施術部位 利用率	女性 (%)			男性 (%)				
		2020年 (n=694)	2021年 (n=660)	2022年 (n=625)	2020年 (n=306)	2021年 (n=296)	2022年 (n=341)		
1位	ワキ	55.6	52.4	45.8	1位	髭(ひげ)	34.6	31.4	30.8
2位	全身	25.9	30.0	32.2	2位	ワキ	29.1	27.7	24.9
3位	Vライン	34.4	36.4	30.7	3位	ヒザ上	20.6	26.7	23.2
4位	Iライン	24.6	26.4	25.3	4位	ヒザ下	24.5	27.0	22.3
5位	ヒザ下	28.4	26.1	23.8	5位	Vライン	21.9	25.3	21.7
6位	Oライン	21.5	24.1	23.7	6位	Iライン	20.3	19.6	17.9
7位	ヒジ下	21.3	22.0	20.5	7位	Oライン	15.4	18.6	16.1
8位	ヒザ上	19.2	18.9	19.5	8位	ヒジ上	16.7	15.5	15.8
9位	顔	15.3	16.4	18.4	9位	ヒジ下	18.3	18.9	15.0
10位	ヒジ上	18.9	18.5	17.1	10位	手の甲・手指※	13.1	11.5	11.1
11位	背中	14.3	15.0	15.0	11位	足の甲・足指	*	11.1	9.7
12位	手の甲・手指※	17.3	15.2	14.7	11位	胸	12.1	11.5	9.7
13位	足の甲・足指	*	13.8	13.3	13位	背中	11.4	10.5	8.8
14位	胸	10.2	10.3	9.8	14位	全身	3.9	4.1	4.1

※施術部位：“各部位”単体のスコアを掲載（2020年のリリース資料までは“各部位+全身”のスコアで掲載）

※「手の甲・手指」は2020年まで「手・指」

2022年6月23日

3. 女性の店販購入率が2年連続で上昇。男性は年間の店販購入金額が大幅増加

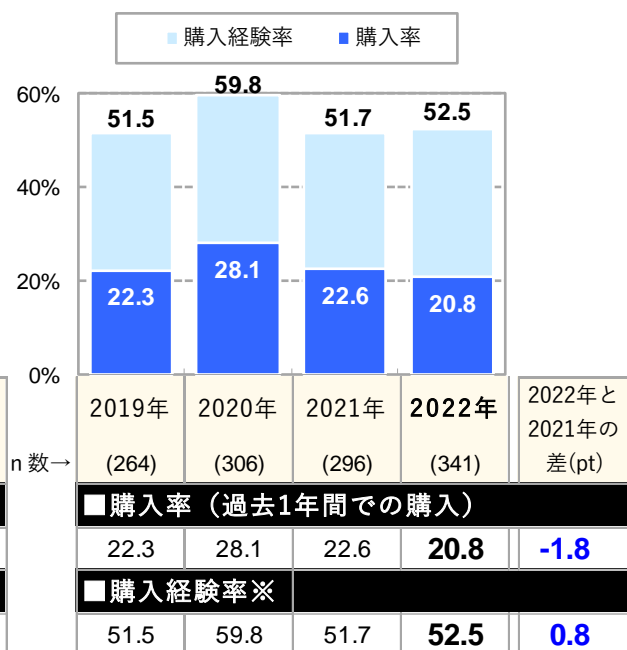
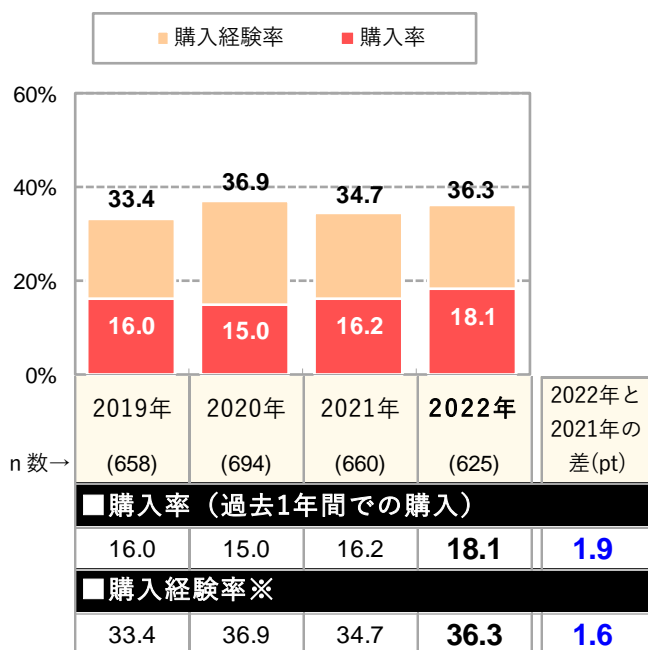
女性の過去1年間での店販（サロンで販売している「商品」）購入率は、18.1%（前年比1.9pt増）。購入商品は、「ボディローション・ミルク・オイル・クリーム（保湿）」（36.3%）が前年に続き1位で、購入率が増加（前年比3.6pt増）。2位から5位までのアイテムの購入率もすべて前年より増加している。

男性の購入率は20.8%（前年比1.8pt減）と前年から減少したものの、店販購入金額は1万5,332円（前年比5,561円増）と大幅増加。

■ [脱毛] 過去1年の店販[※]購入経験（[脱毛]利用者／単一回答）

【女性】

【男性】



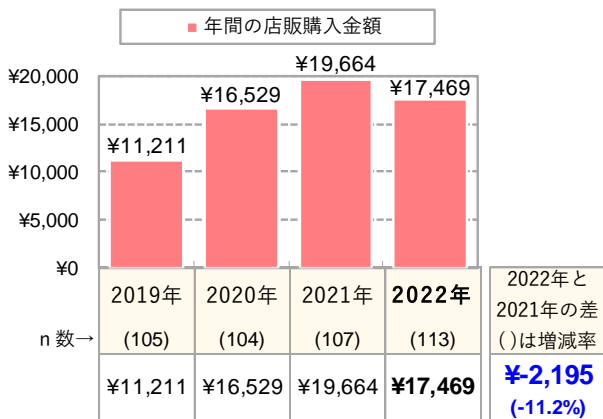
※店販：サロンで販売している「商品」

※購入経験率：「過去1年間での購入」 + 「ここ1年間での購入はないが、過去に購入」

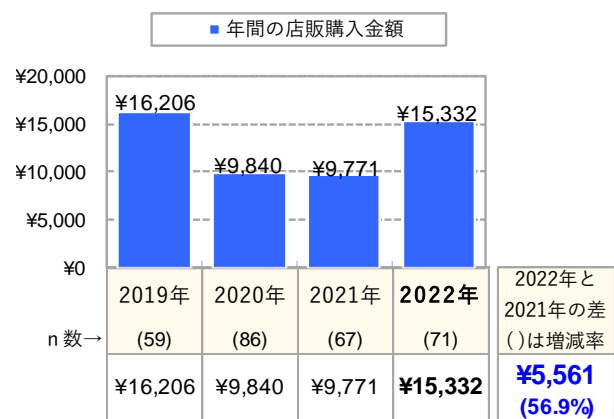
2022年6月23日

■ [脱毛] 過去1年の店販購入金額 (過去1年店販購入者/実数回答)

【女性】



【男性】



■ [脱毛] 過去1年の店販購入商品 (過去1年店販購入者/複数回答)

【女性】

順位	店販購入商品 (トップ5)	2022年 (n= 113)		2021年 (n= 107)	
		割合 (%)	順位	割合 (%)	順位
1位	ボディローション・ミルク・オイル・クリーム (保湿)	36.3	1位	32.7	1位
2位	化粧水、ローション	25.7	2位	25.2	2位
3位	洗顔フォーム、クレンジングオイル、フェイススクラブ	21.2	3位	18.7	3位
3位	美容液、美容クリーム、マッサージクリーム・オイル	21.2	4位	17.8	4位
5位	乳液、クリーム	18.6	5位	16.8	5位

【男性】

順位	店販購入商品 (トップ5)	2022年 (n= 71)		2021年 (n= 67)	
		割合 (%)	順位	割合 (%)	順位
1位	洗顔フォーム、クレンジングオイル、フェイススクラブ	39.4	1位	40.3	1位
2位	化粧水、ローション	38.0	1位	40.3	1位
3位	美容液、美容クリーム、マッサージクリーム・オイル	22.5	4位	35.8	4位
4位	乳液、クリーム	16.9	3位	37.3	3位
4位	ボディシャンプー、ソープ、ボディススクラブ	16.9	9位	14.9	9位
4位	ボディローション・ミルク・オイル・クリーム (保湿)	16.9	12位	13.4	12位

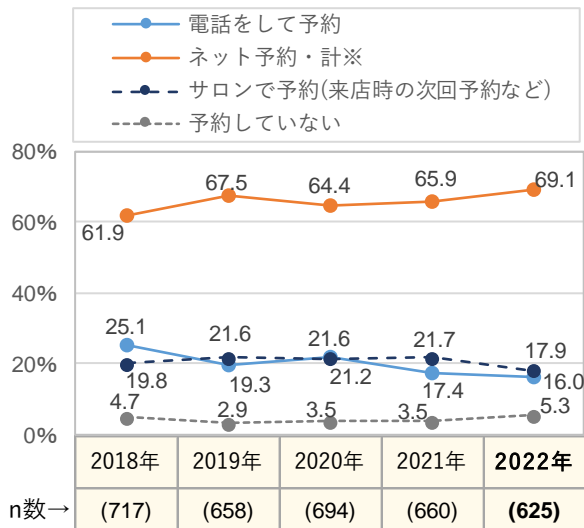
2022年6月23日

4. 女性の「ネット予約」は7割弱、男性は5割超

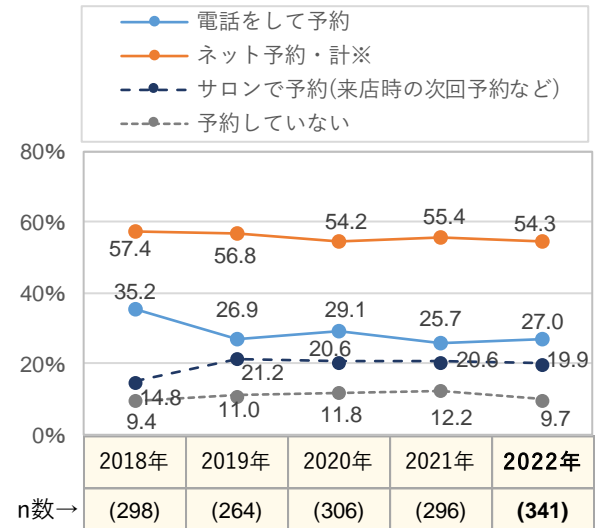
「ネット予約」利用の女性が69.1%（前年比3.2pt増）、男性は54.3%（前年比1.1pt減）。男女ともに、「ネット予約」が他の予約方法を大きく引き離している。

■ [脱毛] 過去1年のサロン予約方法（[脱毛] 利用者／複数回答）

【女性】



【男性】



※「ネット予約・計」＝「パソコン※1」「スマートフォン・携帯電話※2」のいずれかに該当する者

※1「パソコン」＝次のいずれかを選択した者：【パソコンで予約】「通っているサロンのホームページ」「サロン検索・予約サイト」「LINE」「その他SNS」「メール」「その他」

※2「スマートフォン・携帯電話」＝次のいずれかを選択した者：【スマートフォン・携帯電話で予約】「通っているサロンのホームページ」「通っているサロンの専用アプリ」「サロン検索・予約サイト・アプリ」「LINE」「Instagram」「その他SNS」「メール」「その他」

2022年6月23日

5. 男性の初回来店前のサロン選びは、料金よりも「口コミ」「スタッフ」を重視

女性の「初回来店前にサロン選びで重視したポイント」の1位は「ネットの口コミが良い」(33.1%)、2位は「友人・知人の口コミが良い」(20.6%)で、3位の「料金がリーズナブル」(17.9%)を上回っている。

男性の1位は「友人・知人の口コミが良い」(24.9%)、2位が「ネットの口コミが良い」(23.2%)と、「口コミ」を重要視。3位「ネットに掲載されているデザインやスタイルが良い」(15.2%)、4位「ネットに掲載されている情報で自分に合いそうなスタッフを見つけられる」(13.8%)など、ネットに掲載されている施術内容やスタッフの情報が上位にランクイン。一方、「料金がリーズナブル」(10.6%)は口コミやネットに次いで5位に。

■ [脱毛] 初回来店前にサロン選びで重視したポイント ([脱毛] 利用者/複数回答)

【女性】

(%)

順位	初回来店前に サロン選びで重視したポイント (トップ10)	2022年 (n=625)
1位	ネットの口コミが良い	33.1
2位	友人・知人の口コミが良い	20.6
3位	料金がリーズナブル	17.9
4位	ネット予約できる	13.3
5位	交通の便が良い	13.1
6位	料金が明確	12.6
7位	女性の施術者がいる	9.9
8位	サロン・スタッフの衛生対策がしっかりしている	9.3
9位	受けてみたいメニューがある	8.2
10位	自宅から近い	8.0

【男性】

(%)

順位	初回来店前に サロン選びで重視したポイント (トップ10)	2022年 (n=341)
1位	友人・知人の口コミが良い	24.9
2位	ネットの口コミが良い	23.2
3位	ネットに掲載されているデザインやスタイルが良い	15.2
4位	ネットに掲載されている情報で自分に合いそうなスタッフを見つけられる	13.8
5位	料金がリーズナブル	10.6
6位	ネット予約できる	9.4
6位	サロン・スタッフの衛生対策がしっかりしている	9.4
8位	料金が明確	8.8
9位	交通の便が良い	7.3
10位	サロンの外観・雰囲気・インテリアが良い	5.3

■ [脱毛] サロン継続利用理由 ([脱毛] 利用者/複数回答)

【女性】

(%)

順位	サロン継続利用理由 (トップ10)	2022年 (n=625)
1位	ネット予約できる	36.2
2位	予約が取りやすい	13.1
3位	料金がリーズナブル	11.0
4位	当日・直前の予約が可能	10.4
5位	交通の便が良い	9.9
6位	自宅から近い	9.6
7位	料金が明確	9.3
8位	スタッフの気遣いや対応が良い	8.0
8位	施術全体を通して丁寧に扱ってくれる	8.0
10位	営業時間が長い/朝早くから・夜遅くまで営業している	6.7
10位	スタッフの技術が高い	6.7

【男性】

(%)

順位	サロン継続利用理由 (トップ10)	2022年 (n=341)
1位	ネット予約できる	31.4
2位	予約が取りやすい	13.8
3位	当日・直前の予約が可能	13.2
4位	料金がリーズナブル	9.7
4位	営業時間が長い/朝早くから・夜遅くまで営業している	9.7
6位	予約なしでも施術してくれる	9.4
7位	待ち時間が少ない	8.2
8位	交通の便が良い	7.6
9位	自宅から近い	7.3
9位	料金が明確	7.3

2022年6月23日

6. 女性の自宅ケア実施率の1位は「パック、フェイシャルマスク」、男性は「自宅用トレーニング器具」

女性の自宅ケア実施率の1位は「パック、フェイシャルマスク」(26.3%)、2位は「脱毛器、除毛器、脱毛クリーム、除毛クリーム」(13.6%)。男性の自宅ケア実施率の1位は「自宅用トレーニング器具」(9.4%)、2位は「脱毛器、除毛器、脱毛クリーム、除毛クリーム」(7.5%)。

■自宅ケア実施率※（各単一回答）

【女性】

自宅ケア実施率		2022年 (%)						
		全体 (n=6,600)	15~19歳 (n=600)	20代 (n=1,200)	30代 (n=1,200)	40代 (n=1,200)	50代 (n=1,200)	60代 (n=1,200)
1位	パック、フェイシャルマスク	26.3	39.7	38.2	29.1	21.7	20.6	15.1
2位	脱毛器、除毛器、脱毛クリーム、除毛クリーム	13.6	32.0	22.0	14.4	12.5	6.4	3.6
3位	美顔器（美顔ローラー）	10.8	14.3	14.5	11.3	9.1	9.8	7.4
4位	痩身クリーム、しわ伸ばし、美白クリーム	8.2	10.7	11.7	9.4	7.0	6.7	5.2
5位	美顔器（超音波、EMSなど）	7.7	8.2	11.6	9.1	7.4	5.7	4.8
6位	自宅用トレーニング器具（腹筋マシン、ステッパーなど）	7.3	12.7	11.4	7.8	5.3	4.6	5.0
7位	フェイス用スチーマー	6.1	7.3	10.5	8.0	4.6	3.6	3.3
8位	炭酸ミスト	3.5	5.3	7.0	4.1	3.2	1.1	1.1
9位	小顔矯正マスク	3.2	5.5	7.2	4.1	1.9	0.9	0.8

【男性】

自宅ケア実施率		2022年 (%)						
		全体 (n=6,600)	15~19歳 (n=600)	20代 (n=1,200)	30代 (n=1,200)	40代 (n=1,200)	50代 (n=1,200)	60代 (n=1,200)
1位	自宅用トレーニング器具（腹筋マシン、ステッパーなど）	9.4	16.0	15.8	11.0	8.3	5.5	3.0
2位	脱毛器、除毛器、脱毛クリーム、除毛クリーム	7.5	17.5	14.9	7.7	6.2	2.4	1.1
3位	パック、フェイシャルマスク	6.2	10.2	12.9	8.1	5.1	1.5	1.3
4位	美顔器（美顔ローラー）	5.2	9.0	11.1	6.5	4.4	1.3	0.8
5位	痩身クリーム、しわ伸ばし、美白クリーム	5.1	8.7	10.4	6.8	4.0	1.5	1.1
6位	フェイス用スチーマー	4.9	7.0	10.2	6.8	3.9	1.4	1.2
6位	美顔器（超音波、EMSなど）	4.9	8.2	10.6	6.8	3.8	1.2	0.8
8位	炭酸ミスト	4.6	7.5	10.0	6.2	3.3	1.3	0.8
9位	小顔矯正マスク	4.5	7.3	10.1	6.1	3.1	1.3	0.8

※「フェイシャル」「ボディ/痩身」「脱毛」に関する自宅ケア実施率

※赤字：各年代のTOP3

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、メディア&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/>