

訪問理美容サービスに関する利用実態調査 2022

直近1年以内の訪問理美容サービス利用率が上昇し、27.1%へ

認知度・満足度が高まり、アフターコロナではさらなる利用増の兆し

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、要支援者・要介護者の訪問理美容サービス※の利用実態調査を実施しました。その結果をご報告いたします。

※ 自宅や介護・福祉施設に理美容師が訪問し、ヘアカットなどの理美容メニューを実施するサービス。要支援者・要介護者の認定を受けた方など、外出が困難な方が対象です。調査は在宅の要支援者・要介護者の家族、およびケアマネジャーが回答。

■調査背景

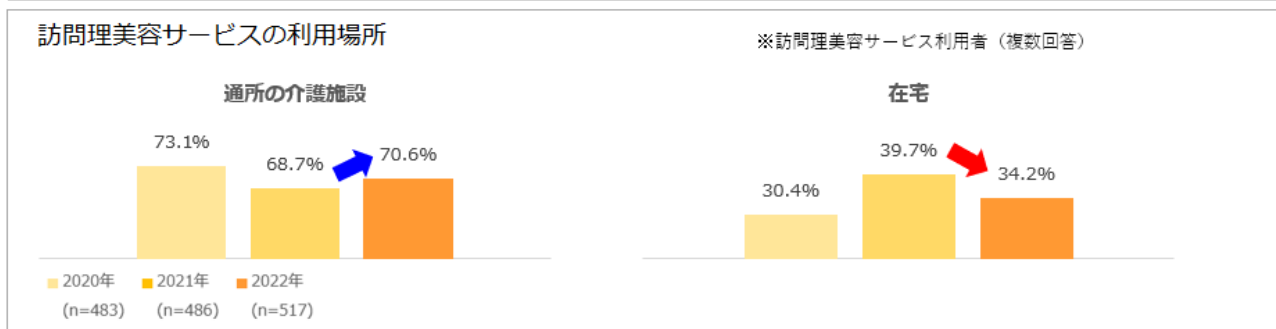
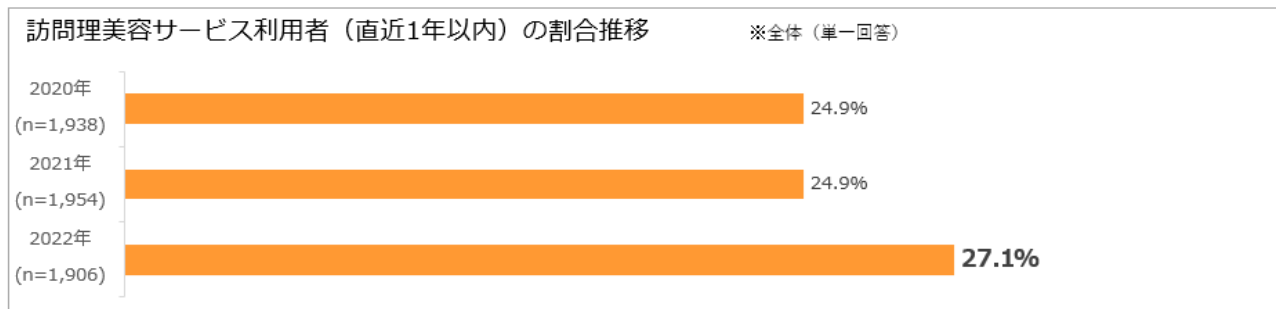
訪問理美容サービスは、急速な高齢化に伴いニーズが高まり、ヘアサロンのサステナビリティの取り組みとしても注目されています。株式会社リクルートでも「一人ひとりが輝く豊かな世界の実現」を目指して支援活動を行ってきました。2015年より利用実態を明らかにするために本調査を実施しています。

■研究員からのコメント



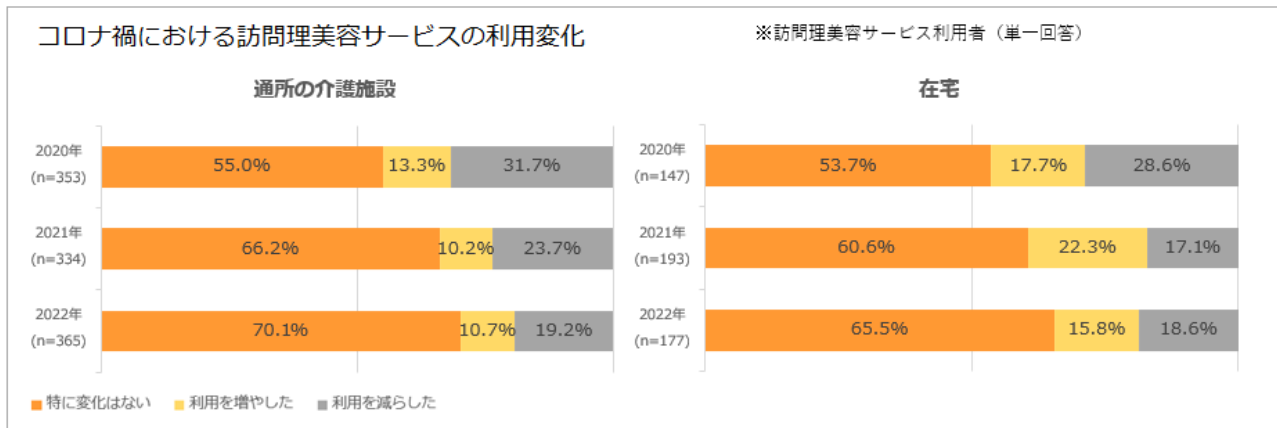
『ホットペッパービューティーアカデミー』研究員 服部 美奈子

「直近1年以内に訪問理美容サービスを利用した方」の割合が2.2pt上昇し、27.1%になりました。コロナ禍における訪問理美容サービスの利用は、通所介護施設（以下、施設）の70.1%（昨年度から3.9pt増）、自宅（以下、在宅）の65.5%（昨年度から4.9pt増）が「特に変化はない」と答えるなど、「コロナ禍の影響を受けていない方」の割合が増加。昨年度はコロナ禍による影響で施設での利用が減り、在宅での利用が増えた傾向がありましたが、今年度では在宅から施設へ利用場所が戻りつつあります。また、カットの平均料金が昨年より303円アップするなど、全体を通して訪問理美容サービスの利用が伸びてきています。



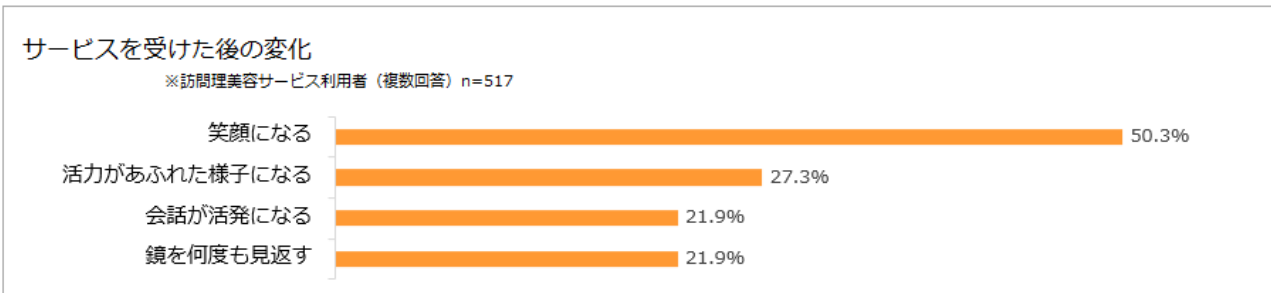
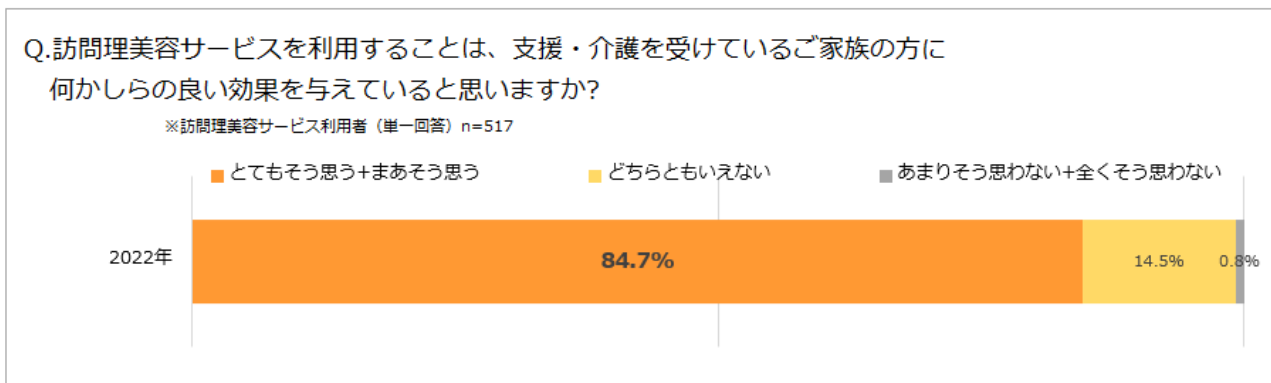
本件に関する
お問い合わせ先

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



■訪問理美容サービスに求めること

訪問理美容サービスが、介護を受けている方に何らかの良い効果を与えていると感じているご家族は 84.7% と多い。サービスを受けた後の具体的な変化は「笑顔になる」が 50.3% と最も多く、「活力があふれた様子になる (27.3%)」「会話が活発になる (21.9%)」「鏡を何度も見返す (21.9%)」が続く。

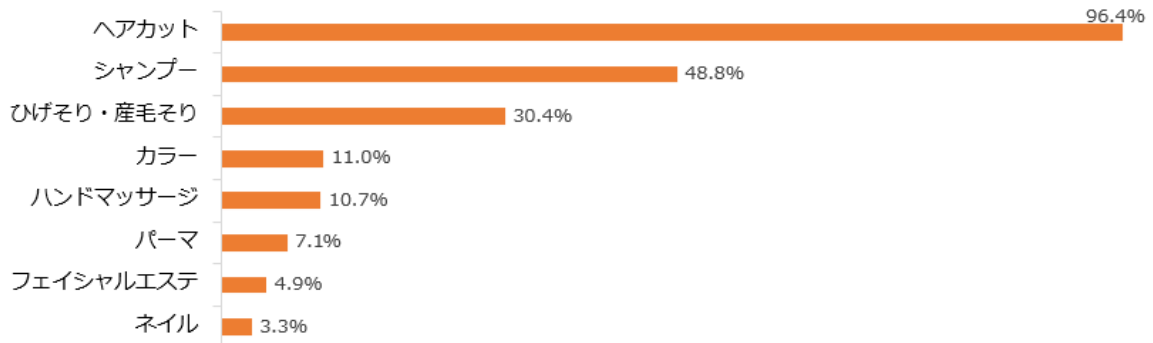


■利用メニュー、1回当たりのカット料金

サービス利用者のうち「ヘアカット」が 96.4%、「シャンプー」が 48.8%、「ひげそり・産毛そり」は 30.4% の方が利用したことがあると回答している。カット料金は全体的に上昇傾向にあり、「～3,000円」から「5,000円よりも上」の全ての割合が上がっている。平均カット料金は昨年から 303円アップの 2,147円となっている。

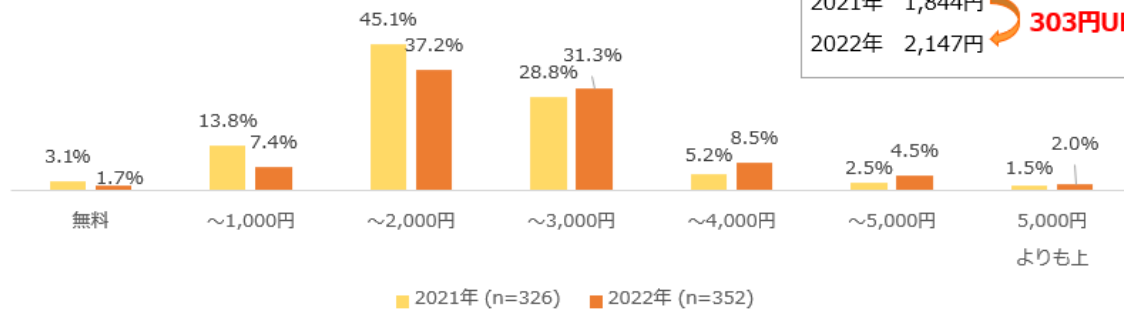
利用したことのあるメニュー

※訪問理美容サービス利用者（通所の介護施設）（複数回答）n=365



利用当たりのカット料金（実績）

※訪問理美容サービス利用者（通所の介護施設）（単一回答）

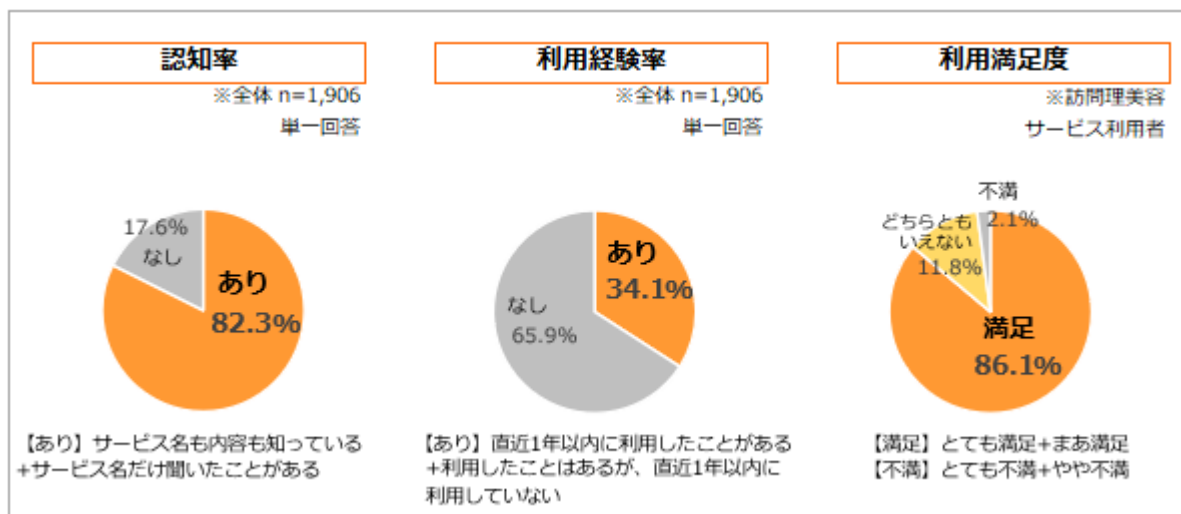


平均カット料金

2021年 1,844円
2022年 2,147円 **303円UP**

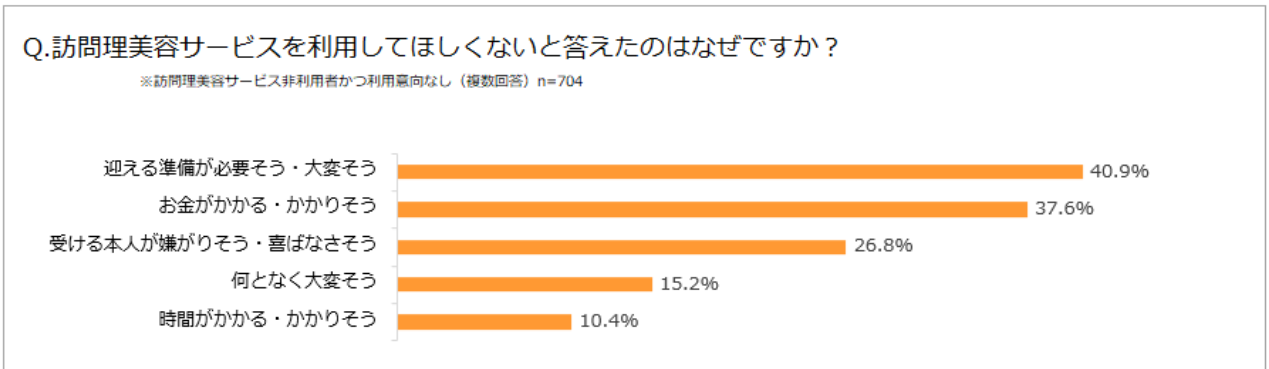
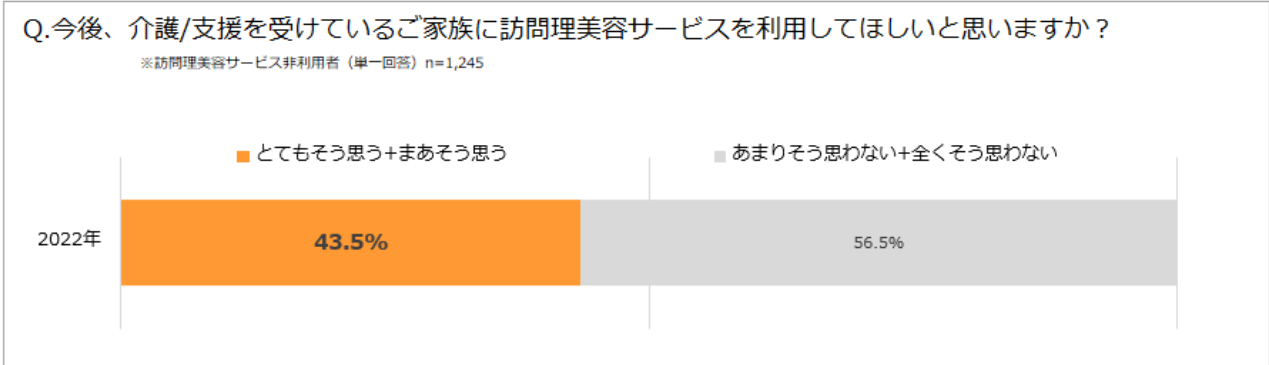
■認知率・利用経験率・利用満足度

訪問理美容サービスに対する全体の認知率は82.3%であるのに対し、利用経験率は34.1%と大きな開きがある。一方、利用者は86.1%が満足している。



■訪問理美容サービス非利用者における今後の利用意向、および非利用意向の理由

訪問理美容サービス非利用者における「今後の利用意向あり」は43.5%で、今後の利用者増加の可能性がうかがえる。一方で、「今後の利用意向なし」は56.5%。その理由は「迎える準備が必要そう・大変そう」が40.9%と、準備に関する不安が最も高い。



■ケアマネジャーのアフターコロナでの利用意向・理美容サービス以外への関心

訪問理美容サービス利用経験のあるケアマネジャーのうち、「コロナが落ち着いた後、ご利用者に訪問理美容サービスを利用してほしい」と答えたのは80.9%。アフターコロナにおける訪問理美容サービスのニーズの高さもうかがえる。また、訪問理美容師に期待する理美容以外のサービスとしては、買い物代行（36.2%）、施術後の写真撮影（28.7%）などが挙げられている。高齢者と離れて暮らすご家族がいる中、今後さまざまなサービスが生まれてくるのではと考えられる。

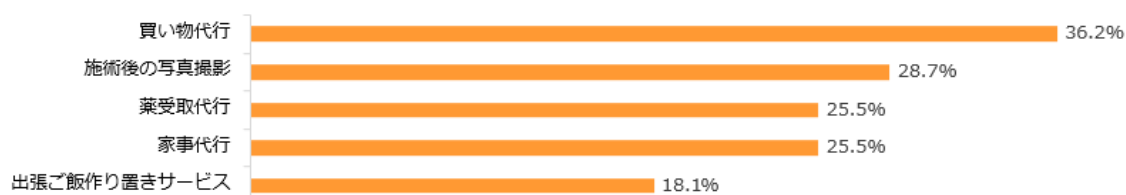
Q.コロナが落ち着いた後、介護/支援を受けている方に訪問理美容を利用してほしいですか？

※訪問理美容サービス利用経験のあるケアマネジャー n=94



Q.今後訪問理美容師に、理美容サービス以外でやってほしいと思うことはありますか？

※訪問理美容サービス利用経験のあるケアマネジャー（複数回答） n=94



< 研究員からのコメント >

訪問理美容サービスは認知率と利用経験率とに大きな乖離があります。一方で、訪問理美容サービス利用者はサービスに満足し、何らかの良い効果を感じている方がほとんどです。非利用者の中にもサービス利用意向があり、理美容以外のサービスのニーズもあることを踏まえると、今後はさらなるサービスの広がりが期待できそうです。

（『ホットペッパービューティーアカデミー』研究員 服部 美奈子）

■ 調査概要

調査名：訪問理美容サービスに関する利用実態調査 2022

調査手法：インターネット調査（マクロミル アンケートモニター）

調査時期：2022年10月11日（火）～10月19日（水）

調査対象：全国20歳以上の男女のうち、要支援者・要介護者と同居されているご家族（本調査1,906人）、ケアマネジャー（本調査153人）

■『ホットペッパービューティーアカデミー』の訪問美容の取り組み

『ホットペッパービューティーアカデミー』では、訪問美容を始める際に必要な情報やノウハウの紹介、新たに訪問美容を始める美容室オーナーのサポートを行っています。

今年度は大きく二つの取り組みを実施。一つは、訪問美容に興味をもつ人を増やすための情報提供。

「実施サロン事例」と介護施設における「訪問美容の現場」をテーマに、1～2カ月に1度記事の公開を行っています。もう一つは、訪問美容に取り組みたい美容師を対象に、WEBセミナー等でノウハウを紹介しています。次回は2023年2月7日（火）、2月28日（火）、3月28日（火）の11:00～13:00でWEBセミナー開催を予定しています。

▼2023年WEBセミナー（全て11:00～13:00）

2月7日（火）「訪問美容の始め方」<https://hba.beauty.hotpepper.jp/event/43852/>

2月28日（火）「訪問美容のお客さまの増やし方」<https://hba.beauty.hotpepper.jp/event/43854/>

3月28日（火）「訪問美容の現場&おカネの話」<https://hba.beauty.hotpepper.jp/event/43858/>

▶さらに詳しい取り組みについてはこちら https://hba.beauty.hotpepper.jp/sp_houmon/

■『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・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/>