

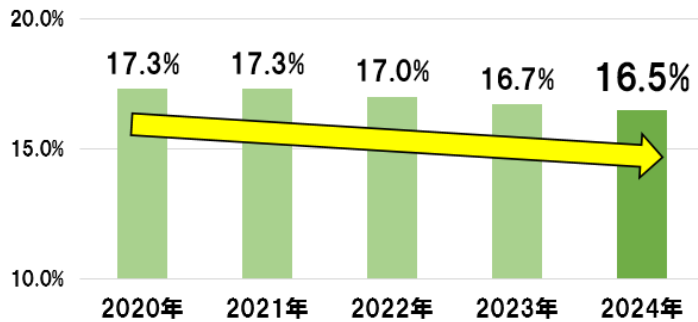
<10月20日は頭髪の日>薄毛に関する意識調査2024
理美容室で育毛促進について相談をためらう理由は？
1位は男女とも「言い出すのが恥ずかしい」

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、「薄毛対策」への関心の高まりを受け、2016年より20～69歳の男女を対象に「薄毛に関する意識調査」を実施しています（薄毛の認識があり、薄毛を気にしている人が対象）。10月20日の「頭髪の日」に先駆けて、2024年の結果を以下の通り発表致します。

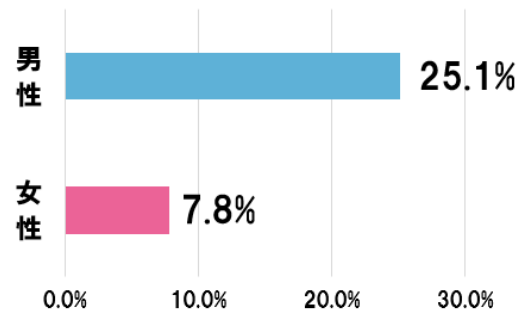
■自身の体の状態について「薄毛である」を選んだ人の割合<スクリーニング調査>（複数回答）

薄毛を認識している人の割合は16.5%で、ここ数年、緩やかな減少が続いている。男性は、女性の3倍以上。

<全体>（男女 n=50,000）



<2024年 男女別>（男性 n=25,062、女性 n=24,938）



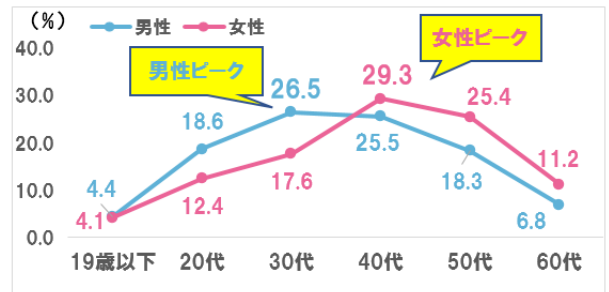
<以下、本調査>

■薄毛が気になり出した年齢（平均年齢／年代別分布）（数値回答）※矛盾回答を除いて集計

薄毛が気になり出した平均年齢は男性が38.6歳、女性は42.1歳。男性は女性よりも早い段階で薄毛を意識し始める傾向にある。

	男性		女性	
	平均年齢	n数	平均年齢	n数
2024年	38.6歳	1,493	42.1歳	555
2023年	38.5歳	1,464	41.7歳	574
2022年	37.9歳	1,487	41.1歳	564
2021年	38.4歳	1,492	41.8歳	560
2020年	38.1歳	1,500	41.9歳	549

<2024年 年代別分布>

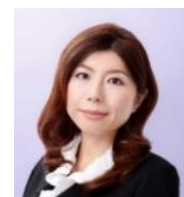


本件に関する
お問い合わせ先

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

<研究員からのコメント>

30代、40代で薄毛を気にし始める人が増加し、特に若年層の男性を中心に、薄毛予防を含む対策への高い意欲が見られます。理美容室での育毛促進や髪のボリュームアップに関する相談意向も年々増加していますが、「相談したいけど恥ずかしい」「相談して良いアドバイスが得られるのか?」といった不安を抱えている人も多いようです。理美容室が予約サイトやホームページで「髪のボリューム不足にお悩みの方へ」といった情報を事前に発信することで、利用者の心理的なハードルを下げる効果が期待できるでしょう。



『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

■薄毛で嫌なこと

男性は「人の目が気になるようになった」が47.4%でトップ、次いで「できる髪型が減った」(35.3%)。一方、女性は「自分の抜け毛を見ることが増えた」が50.5%でトップ、次に「人の目が気になるようになった」(47.3%)が続いている。男女ともに見た目や他人の視線に強い影響を受けている。

Q. 薄毛で嫌なことは何かありますか(複数回答)(男性 n=1,504、女性 n=561)

順位	男性(TOP5)	%
1位	人の目が気になるようになった	47.4
2位	できる髪型が減った	35.3
3位	自分の抜け毛を見ることが増えた	34.9
4位	ヘアカットや髪のセットのときに気を使うようになった	31.3
5位	薄毛対策の出費が増えた	25.7

順位	女性(TOP5)	%
1位	自分の抜け毛を見ることが増えた	50.5
2位	人の目が気になるようになった	47.3
3位	ヘアカットや髪のセットのときに気を使うようになった	46.4
4位	できる髪型が減った	35.4
5位	ネガティブになった	23.5

<研究員からのコメント>

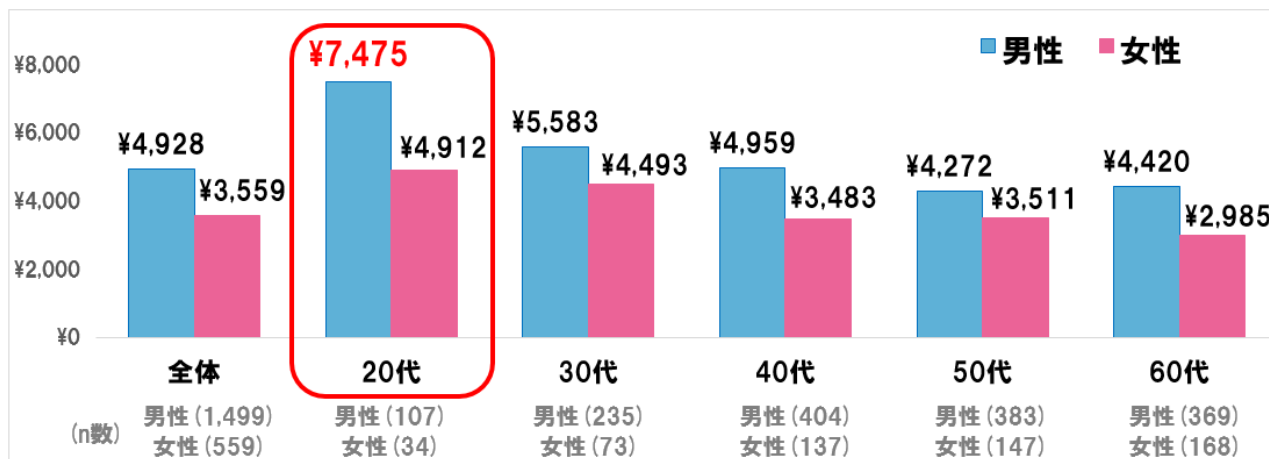
男女の比較では、男性は「できる髪型が減った」ことへの不満が強く、スタイルの選択肢が狭まることに敏感な傾向が見られます。一方、女性は「抜け毛を見ることが増えること」や「ネガティブになること」に対する心理的な負担が大きく、特に自分の抜け毛を目にすることが大きなショックにつながるようです。これは、女性は男性より髪が長いことが多く、抜け毛が目立ちやすいため、より強いストレスを感じる考えられます。

(『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)

■薄毛対策にかけてもよいと思う金額の上限

薄毛対策にかけてもよいと思う1カ月あたりの平均金額は、全体で男性が4,928円、女性が3,559円。特に20代男性は7,475円と他の年代よりも高い。男性は全ての年代において女性よりも金額が高い。

Q. 薄毛対策として、月にいくらくらいならかけてもよいと思いますか。かけてもよいと思う金額の上限をお聞かせください（数値回答）※矛盾回答や、100,000円以上の回答を除いて集計



■今後試してみたい薄毛対策

男女ともに「育毛エッセンス・育毛ローションや発毛剤・育毛剤を使う」が今後試してみたい対策として1位となった。2位は男女で異なり、男性は「薄毛治療・対策のできる病院や専門クリニック」、女性は「薄毛が目立ちにくい分け目や髪型」への関心が高い。

Q. 薄毛のために行う行動について、お答えください【今後試してみたいもの】（複数回答）（男性 n=1,504、女性 n=561）

順位	男性(TOP5)	%
1位	育毛エッセンス・育毛ローションや発毛剤・育毛剤を使う	24.4
2位	薄毛治療・対策のできる病院や専門クリニックに行く	22.7
3位	薄毛対策用シャンプーやトリートメントを使う	21.8
4位	市販の薬や漢方を使う	16.5
5位	生活習慣に気を付ける	14.9

順位	女性(TOP5)	%
1位	育毛エッセンス・育毛ローションや発毛剤・育毛剤を使う	29.4
2位	薄毛が目立ちにくい分け目・髪型にする	21.4
3位	薄毛対策用シャンプーやトリートメントを使う	21.2
3位	自宅で自分の手だけで頭皮をマッサージする	21.2
5位	生活習慣に気を付ける	20.5

< 研究員からのコメント >

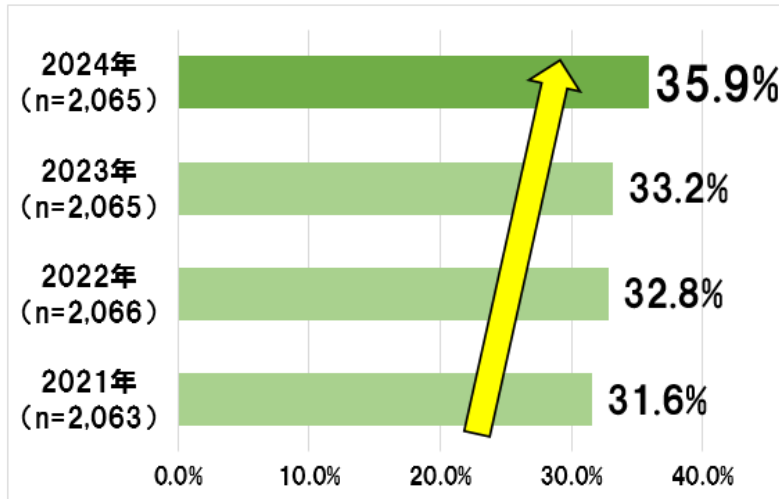
若年層の男性の対策金額が高い背景には、薄毛を認識している割合が女性よりも男性のほうが高く、「自分の将来を考えたときに、対策しておかなければ」という意識の高さがあると考えられます。また、男性は「薄毛治療・対策のできる病院や専門クリニック」など、より積極的に薄毛対策に投資しようとしていることが分かります。一方、女性は経済的な負担が大きい自宅外での対策には、やや慎重であることが示唆されます。

（『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）

■理美容室への相談意向

育毛促進や髪のボリュームアップに関して理美容室への相談意向がある人（「とてもそう思う」「まあそう思う」の合計）は35.9%で、ここ4年で増加し続けている。

Q. 育毛促進や髪のボリュームアップについて気になっていることを、今後、理美容室で相談したいとどのくらい思いますか（単一回答）※「とてもそう思う」「まあそう思う」の合計



■理美容室で相談したいのにできていない理由

理美容室への相談意向があるにもかかわらず相談ができていない理由は、男女とも1位が「言い出すのが恥ずかしいため」。男性は女性よりも恥ずかしいと感じる割合が12.2ポイント上回る。

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）（サロンへの相談意向あり、かつ相談経験がない人、男性 n=197、女性 n=80）

順位	男性(TOP5)	%
1位	言い出すのが恥ずかしいため（勇気が出ない）	58.4
2位	相談して良いアドバイスがもらえるか分からないため	33.5
3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	19.3
4位	商品(シャンプー・トリートメント・ドライヤーなど)を売りつけられそうな気がするため	17.8
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	17.8

順位	女性(TOP5)	%
1位	言い出すのが恥ずかしいため（勇気が出ない）	46.2
2位	相談して良いアドバイスがもらえるか分からないため	40.0
2位	商品(シャンプー・トリートメント・ドライヤーなど)を売りつけられそうな気がするため	40.0
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	30.0
5位	周囲のお客さんに聞かれると恥ずかしいため	23.8

■理美容室でやってみたいこと

理美容室でやってみたいメニューのトップは「ヘッドスパ・ヘッドマッサージ」(43.3%)で、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)」(41.0%)がランクイン。「頭皮や髪の診断」(27.7%)も人気がある。

Q. 育毛促進や髪のボリュームアップメニューのうち、理美容室でぜひやってみたいことを教えてください
(複数回答) (男女 n=2,065)

順位	全体(TOP5)	%
1	ヘッドスパ・ヘッドマッサージ	43.3
2	髪がボリュームアップして見えるような髪型(カット)	41.0
3	頭皮や髪の診断	27.7
4位	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	24.8
5位	美容師・理容師からのアドバイス	19.5

<研究員からのコメント>

育毛促進や髪のボリュームアップについて、「理美容室に相談したいけれど、直接伝えるのが恥ずかしい」という人に好評なのが、予約サイトやホームページに「髪のボリューム不足にお悩みの方」などの記載があるメニューやクーポンです。自分から言い出さなくても、悩みに合ったメニューやクーポンを選んで予約できるため、心理的な負担が軽減されるでしょう。

(『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 2024

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 (2024年7月8日~2024年7月9日)

本調査 (2024年7月22日~2024年7月24日)

調査対象 : スクリーニング調査 : 50,000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。

詳細はこちら : <https://hba.beauty.hotpepper.jp/search/trade/hair/usage/60752/>

■『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、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/>