

2021年6月24日



## 【美容センサス 2021 年上期】 ≪エステサロン [フェイシャル、ボディ/痩身] 編≫

女性の1回あたり利用金額は、フェイシャル 6,844 円  
ボディ/痩身 7,872 円で、過去5年間で最も高い  
女性の店販購入率と、年間購入金額が前年比で増加

「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（2021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 [フェイシャル、ボディ/痩身] 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。

### <要約>

**ポイント① 女性の1回あたり利用金額が過去5年間で最も高い。利用が最も伸びたメニューは、「小顔・リフトアップ」・・・P.5**

▶女性の1回あたり利用金額は、フェイシャル 6,844 円（前年比 3.9%増）、ボディ/痩身 7,872 円（前年比 4.3%増）で過去5年間で最も高い。

▶女性の利用メニューで前年から最も増加したのは、フェイシャルでは「小顔・リフトアップ」32.4%（前年比 10.0pt 増）。ボディ/痩身では利用部位のトップ5まではすべて前年よりも増加。

**ポイント② 女性の店販購入率と、年間購入金額がそれぞれ前年比増加。ボディ/痩身の年間購入金額は、2万1,042円で前年から約2割増・・・P.6-7**

▶過去1年の女性の店販（サロンで販売している「商品」）購入率は、フェイシャルが 26.4%（前年比 1.1pt 増）、ボディ/痩身が 21.5%（前年比 3.4pt 増）。

▶年間購入金額は、フェイシャルが 3万4,418 円（前年比 11.0%増）、ボディ/痩身が 2万1,042 円（前年比 18.9%増）で購入率、年間購入金額ともに前年よりも大幅に増加した。

**ポイント③ コロナ禍で強く感じたサロンの価値は「自分にはできない技術がある」が男女ともトップ。リフレッシュ効果や、サロンの気遣いへの感謝も・・・P.9**

▶コロナ禍で強く感じたサロンの価値では、「自分にはできない技術がある」がフェイシャル（女性 46.6%、男性 27.0%）、ボディ/痩身（女性 41.4%、男性 29.8%）で、いずれも1位に。

▶自由回答では、「普段自粛によりあまり出歩かないので、会話が楽しくリフレッシュできる」や、「コロナで環境や仕事が変わったりしていないか、気遣ってくれた」など、リフレッシュ効果や、サロンの気遣いに対する感謝の声も。

本件に関する  
お問い合わせ先

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

2021年6月24日

## 調査概要と回答者プロフィール

### 調査名

美容センサス 2021 年上期《エステサロン [フェイシャル、ボディ/痩身] 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）

※男性サンプル数：2017年は1,100サンプル、2018年以降は女性と同数(6,600サンプル)で実施

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	う ち 23 区	中 部 ・ 甲 信 越	（ 静 岡 含 む ）	東 海	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	う ち 23 区	中 部 ・ 甲 信 越	（ 静 岡 含 む ）	東 海	関 西	中 国 ・ 四 国	九 州
全体	6,600	572	2,728	1,804	924	275	671	1,254	495	605			全体	6,600	572	2,728	1,804	924	275	671	1,254	495	605		
女性													女性												
15～19歳	600	52	248	164	84	25	61	114	45	55			15～19歳	600	52	248	164	84	25	61	114	45	55		
20代	1,200	104	496	328	168	50	122	228	90	110			20代	1,200	104	496	328	168	50	122	228	90	110		
30代	1,200	104	496	328	168	50	122	228	90	110			30代	1,200	104	496	328	168	50	122	228	90	110		
40代	1,200	104	496	328	168	50	122	228	90	110			40代	1,200	104	496	328	168	50	122	228	90	110		
50代	1,200	104	496	328	168	50	122	228	90	110			50代	1,200	104	496	328	168	50	122	228	90	110		
60代	1,200	104	496	328	168	50	122	228	90	110			60代	1,200	104	496	328	168	50	122	228	90	110		

### 調査実施時期

2021年2月12日（金）～2月22日（月）

※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
2017年	2017年2月17日（金）～2月26日（日）	15～69歳 6,600サンプル	15～69歳 1,100サンプル
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）		

### 調査実施機関

株式会社アンド・ディ

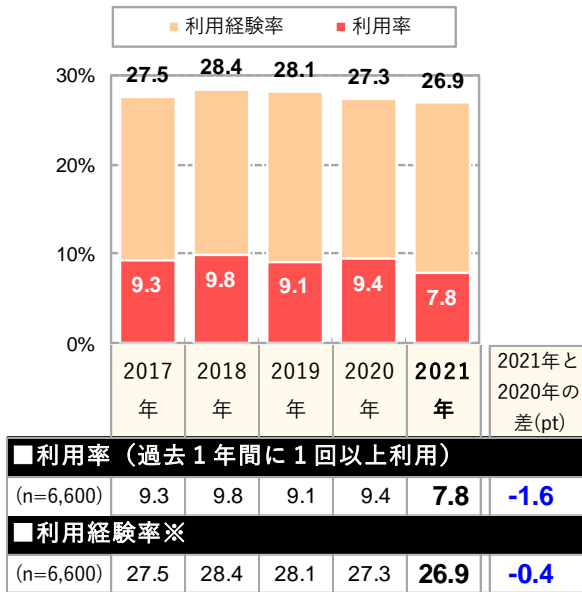
2021年6月24日

## 1. フェイシャル、ボディ／痩身とも、女性の1回あたり利用金額が過去5年間で最も高い

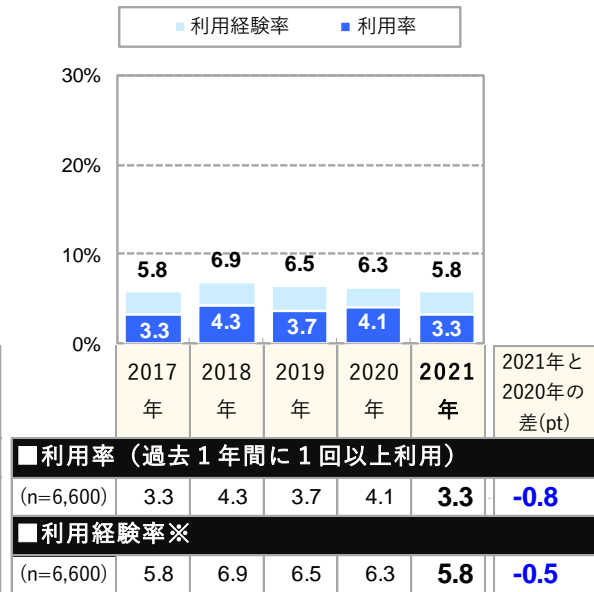
女性の1回あたり利用金額は、フェイシャル6,844円（前年比3.9%増）、ボディ／痩身7,872円（前年比4.3%増）で過去5年間で最も高い。一方、女性の利用回数はフェイシャル、ボディ／痩身ともに減少している。コロナ禍で来店頻度が下がる代わりに、「来店したときには、しっかりと施術したい」と1回ごとの利用単価が上昇していると考えられる。

### ■ [フェイシャル] 利用率・利用経験率（各単一回答）

【女性】



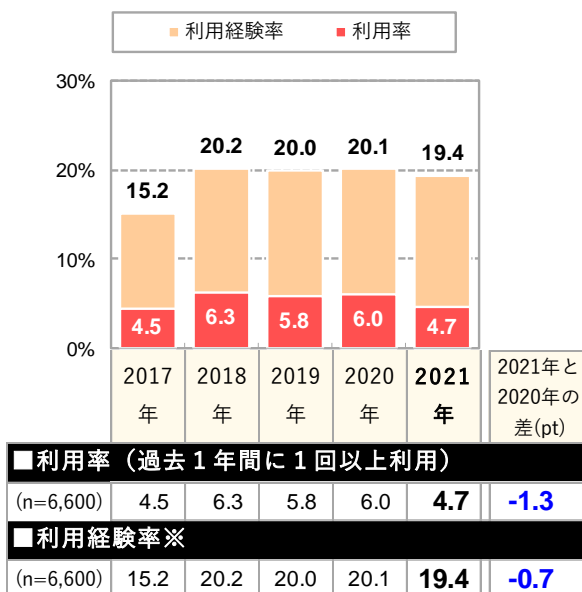
【男性】



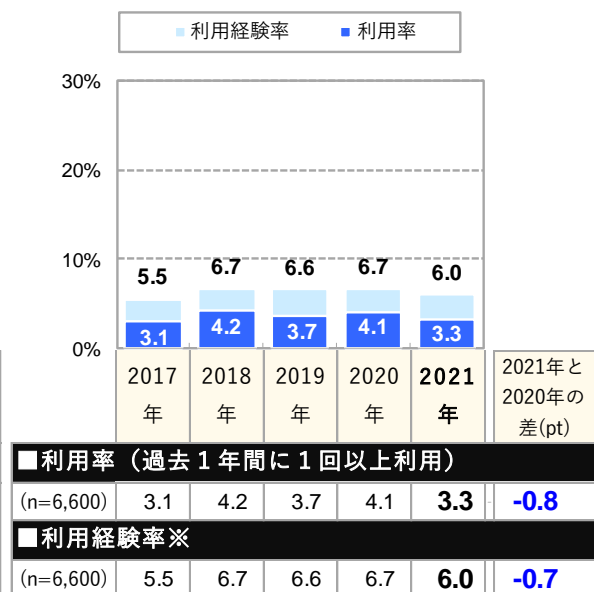
※利用経験率：「過去1年間に1回以上利用」＋「ここ1年間の利用はないが、過去に利用」 ※男性は2017年のみ n=1,100

### ■ [ボディ／痩身] 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」 ※男性は2017年のみ n=1,100

2021年6月24日

## ■ [フェイシャル] 年間利用回数 < 1回以上利用者ベース集計 > ([フェイシャル] 利用者/実数回答)

### 【女性】

	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( )は増減率
●凡例							
2021年 (n= 416)	33.4%	28.4	12.7	13.5	12.0	<b>4.27</b>	<b>-0.40 (-8.6%)</b>
2020年 (n= 503)	30.0	28.0	14.3	14.5	13.1	4.67	<b>0.03 (0.6%)</b>
2019年 (n= 522)	29.9	28.4	12.8	15.7	13.2	4.64	<b>0.34 (7.9%)</b>
2018年 (n= 558)	34.8	28.5	11.3	14.3	11.1	4.30	<b>-0.43 (-9.1%)</b>
2017年 (n= 578)	33.7	27.0	12.5	12.8	14.0	4.73	<b>-0.28 (-5.6%)</b>

### 【男性】

	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( )は増減率
●凡例							
2021年 (n= 101)	42.6%	20.8	13.9	15.8	6.9	<b>3.78</b>	<b>0.55 (17.0%)</b>
2020年 (n= 169)	40.2	29.6	14.8	11.2	4.1	3.23	<b>-0.07 (-2.1%)</b>
2019年 (n= 136)	36.0	37.5	11.8	8.8	5.9	3.30	<b>0.38 (13.0%)</b>
2018年 (n= 194)	46.9	27.3	11.9	11.3	2.6	2.92	

## ■ [ボディ/痩身] 年間利用回数 < 1回以上利用者ベース集計 > ([ボディ/痩身] 利用者/実数回答)

### 【女性】

	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( )は増減率
●凡例							
2021年 (n= 208)	36.1%	27.9	15.9	10.6	9.6	<b>3.98</b>	<b>-0.05 (-1.2%)</b>
2020年 (n= 296)	35.5	27.7	14.5	12.5	9.8	4.03	<b>-0.75 (-15.7%)</b>
2019年 (n= 288)	33.3	27.8	12.2	11.8	14.9	4.78	<b>1.27 (36.2%)</b>
2018年 (n= 321)	43.3	28.3	12.1	9.7	6.5	3.51	<b>-0.60 (-14.6%)</b>
2017年 (n= 248)	37.1	29.4	12.9	12.5	8.1	4.11	<b>-0.52 (-11.2%)</b>

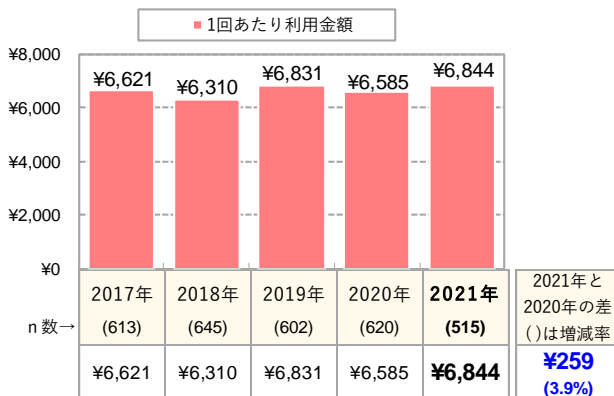
### 【男性】

	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( )は増減率
●凡例							
2021年 (n= 108)	45.4%	27.8	8.3	13.0	5.6	<b>2.76</b>	<b>-0.36 (-11.5%)</b>
2020年 (n= 175)	36.6	33.1	13.7	10.9	5.7	3.12	<b>0.17 (5.8%)</b>
2019年 (n= 152)	37.5	34.9	15.1	8.6	3.9	2.95	<b>0.30 (11.3%)</b>
2018年 (n= 183)	51.9	28.4	12.6	4.4	2.7	2.65	

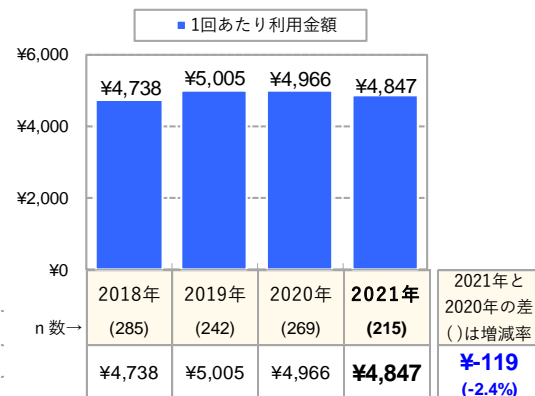
2021年6月24日

## ■ [フェイシャル] 1回あたり利用金額 ([フェイシャル] 利用者/実数回答)

【女性】

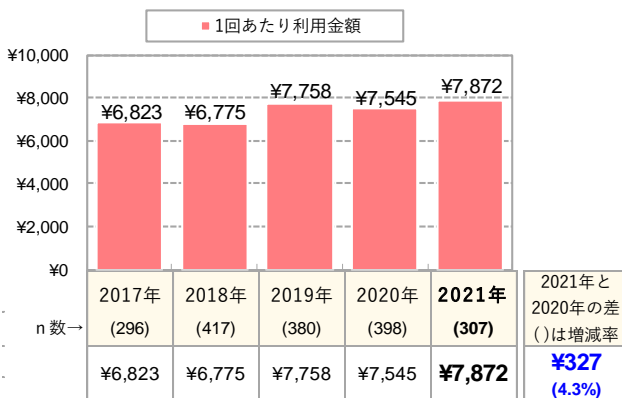


【男性】

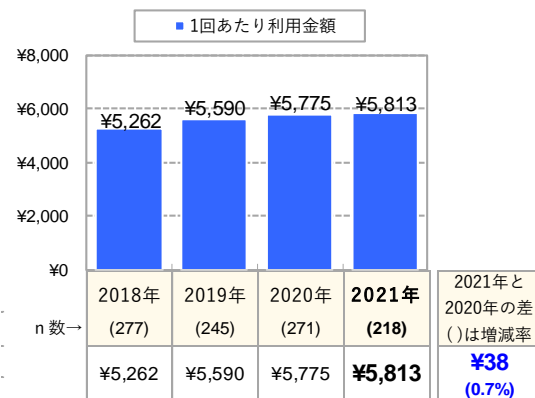


## ■ [ボディ/痩身] 1回あたり利用金額 ([ボディ/痩身] 利用者/実数回答)

【女性】



【男性】



## 2. 女性の利用率が最も上昇したメニューは「小顔・リフトアップ」

女性の各メニュー利用率で前年から最も増加したのは、フェイシャルでは「小顔・リフトアップ」32.4% (前年比 10.0pt 増)。ボディ/痩身では利用トップ5までのメニューで前年から増加した。

## ■ [フェイシャル] 各施術メニュー利用率 ([フェイシャル] 利用者/各単一回答)

【女性】

メニュー	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
毛穴の黒ずみ・目立ち	46.0	43.3	44.4	41.3	45.6
肌のたるみ	42.7	43.7	39.2	40.5	37.5
シミ・ソバカス	37.2	36.1	35.4	33.1	35.1
肌のハリ・ツヤ	35.6	34.3	33.7	33.7	35.0
保湿	33.8	32.2	33.1	34.0	34.4
小顔・リフトアップ※	19.6	22.2	21.8	22.4	32.4
しわ・小じわ	31.3	34.0	30.4	28.7	29.3
肌のくすみ	32.1	30.5	33.7	30.3	29.1
美白	38.2	34.4	32.6	34.0	28.9
ニキビ・ニキビ跡	22.0	25.0	24.6	21.6	24.1

【男性】

メニュー	2018年	2019年	2020年	2021年
毛穴の黒ずみ・目立ち	51.9	46.7	42.8	38.1
肌のたるみ	34.0	38.8	32.0	32.6
ニキビ・ニキビ跡	37.9	37.6	34.2	32.1
シミ・ソバカス	33.3	33.1	30.9	29.3
しわ・小じわ	33.3	36.4	33.8	29.3
肌のくすみ	23.8	24.4	24.9	26.5
髭(ひげ) 剃り跡	*	*	27.9	25.6
肌荒れ	29.8	31.0	24.9	22.8
肌のハリ・ツヤ	21.4	24.8	17.8	18.1
小顔・リフトアップ※	16.1	16.9	18.6	17.7
肌のザラつき	23.1	24.4	25.3	17.7

※「小顔・リフトアップ」は2020年までは「小顔」

2021年6月24日

## ■ [ボディ/痩身] 各施術部位\*利用率 ([ボディ/痩身] 利用者/各単一回答)

【女性】

単位(%)	n数→	2017年 (296)	2018年 (417)	2019年 (380)	2020年 (398)	2021年 (307)
太もも		61.8	46.0	47.9	48.2	<b>51.8</b>
脚		51.4	42.0	42.1	39.2	<b>46.9</b>
お腹		56.1	48.2	48.7	43.7	<b>46.3</b>
おしり		39.9	28.5	32.1	34.9	<b>37.5</b>
腰まわり		40.2	30.7	32.1	32.9	<b>35.8</b>
背中		24.0	22.5	26.3	25.9	<b>24.8</b>
腕		23.6	21.8	23.2	23.1	<b>23.5</b>
全身		7.4	16.5	17.1	16.8	<b>11.1</b>
バスト		*	*	*	*	<b>10.1</b>
その他		0.3	0.2	0.8	1.0	<b>0.3</b>

【男性】

単位(%)	n数→	2018年 (277)	2019年 (245)	2020年 (271)	2021年 (218)
お腹		51.2	54.3	55.4	<b>46.8</b>
太もも		37.5	43.3	43.5	<b>39.9</b>
腰まわり		36.1	36.3	31.7	<b>37.6</b>
脚		29.6	35.5	34.3	<b>33.0</b>
おしり		32.5	29.4	34.7	<b>29.8</b>
腕		18.4	21.6	24.4	<b>23.4</b>
背中		20.6	21.6	22.9	<b>20.2</b>
バスト		*	*	*	<b>7.8</b>
全身		9.4	9.0	4.8	<b>4.6</b>
その他		0.4	0.4	0.4	<b>0.0</b>

\*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）

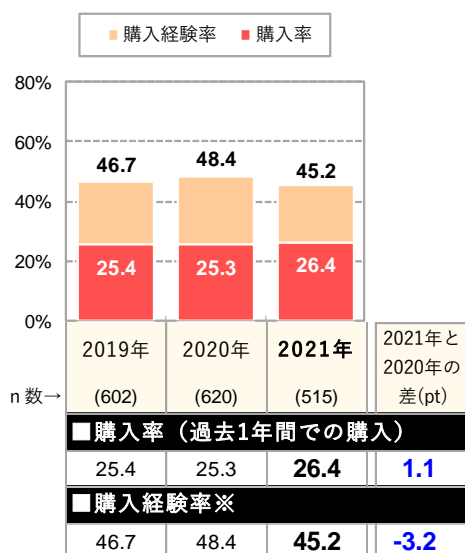
## 3. 女性の店販購入率と、年間購入金額がそれぞれ前年に比べ増加。

ボディ/痩身の年間購入金額は2万1,042円で、前年から約2割増

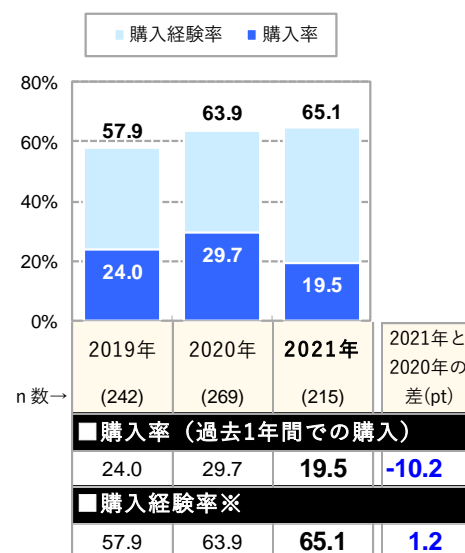
女性の過去1年間の店販（サロンで販売している「商品」）購入率は、フェイシャルが26.4%（前年比1.1pt増）、ボディ/痩身が21.5%（前年比3.4pt増）。年間購入金額は、フェイシャルが3万4,418円（前年比11.0%増）、ボディ/痩身が2万1,042円（前年比18.9%増）で購入率、年間購入金額ともに大幅に増加した。

## ■ [フェイシャル] 過去1年の店販\*購入経験 ([フェイシャル] 利用者/単一回答)

【女性】



【男性】



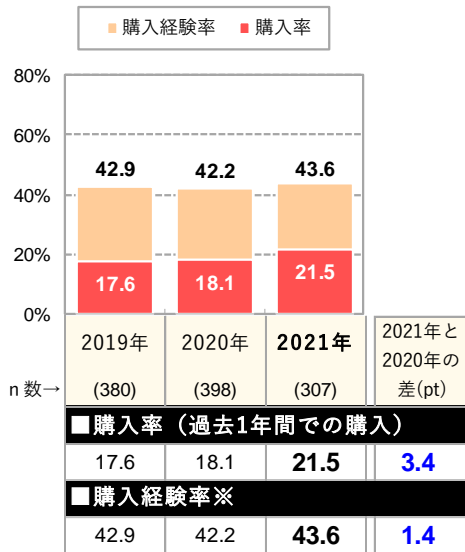
※店販：サロンで販売している「商品」

※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」

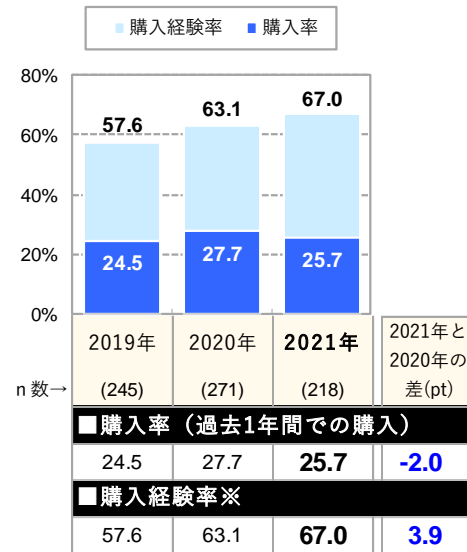
2021年6月24日

## ■ [ボディ/痩身] 過去1年の店販\*購入経験 ([ボディ/痩身] 利用者/単一回答)

【女性】



【男性】

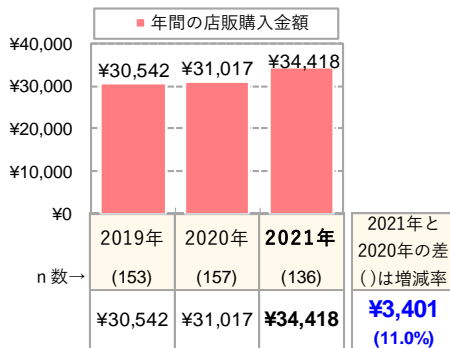


※店販：サロンで販売している「商品」

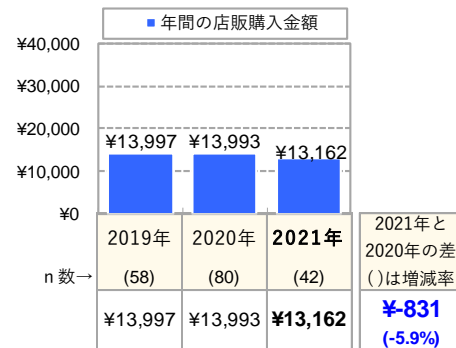
※購入経験率：「過去1年間での購入」 + 「ここ1年間での購入はないが、過去に購入」

## ■ [フェイシャル] 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】

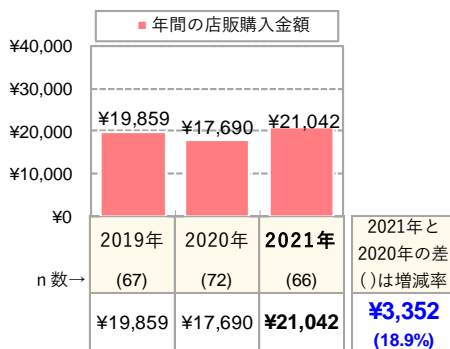


【男性】

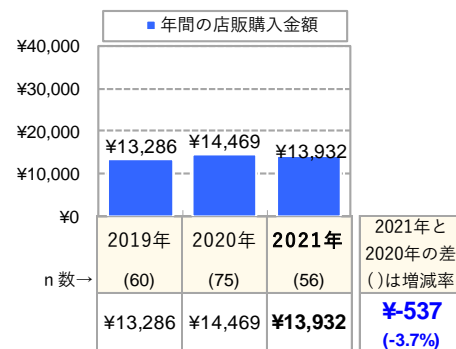


## ■ [ボディ/痩身] 過去1年の店販購入金額 (過去1年店販購入者/実数回答)

【女性】



【男性】



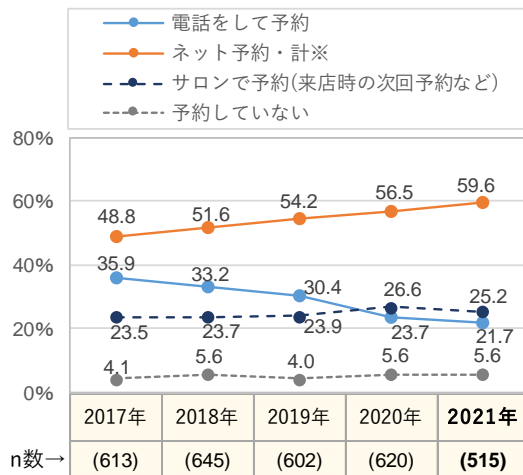
2021年6月24日

## 4. 女性のサロン予約はネット予約が増加。ボディ／痩身では、電話予約の約3倍に拡大

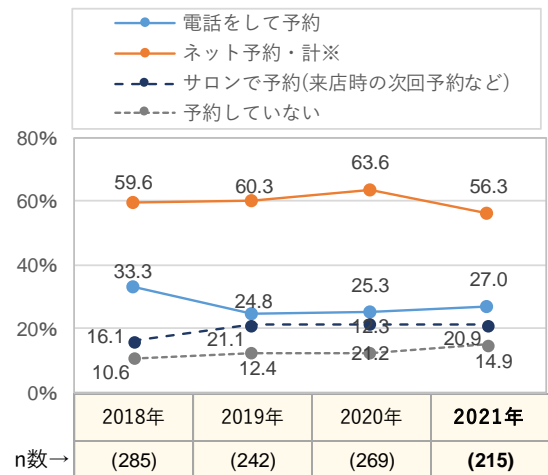
女性のフェイシャルにおける「ネット予約」の割合は59.6%（前年比3.1pt増）、ボディ／痩身は61.9%（前年比5.4pt増）で引き続き増加。一方で「電話予約」の割合はフェイシャルが21.7%（前年比2.0pt減）、ボディ／痩身が20.2%（前年比4.7pt減）で、ネット予約との差はさらに拡大している。

### ■ [フェイシャル] 過去1年のサロン予約方法（[フェイシャル] 利用者／複数回答）

【女性】

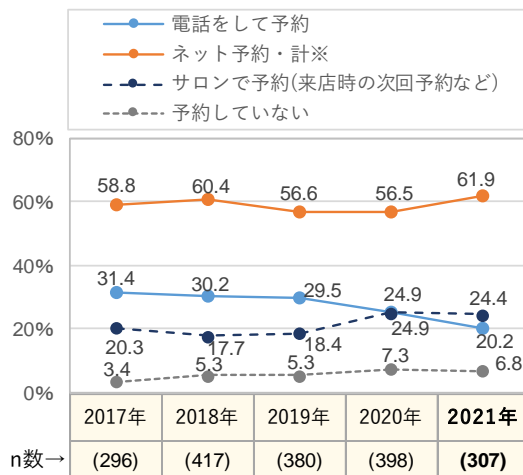


【男性】

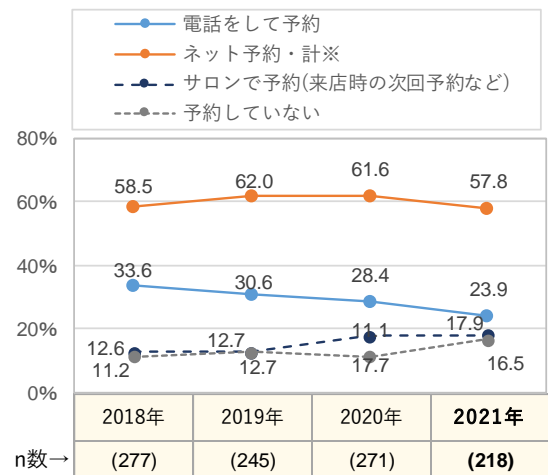


### ■ [ボディ／痩身] 過去1年のサロン予約方法（[ボディ／痩身] 利用者／複数回答）

【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】「サロンのホームページ」「サロン検索・予約サイト」「LINE」「InstagramからのDM」「その他SNSからのDM」「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】「サロンのホームページ」「サロン検索・予約サイト、アプリ」「LINE」「InstagramからのDM」「その他SNSからのDM」「メール」「その他」



2021年6月24日

## 5. コロナ禍で強く感じたサロンの価値は「自分にはできない技術がある」が男女ともトップ リフレッシュ効果や、サロンの気遣いへの感謝も

コロナ禍で強く感じたサロンの価値では、「自分にはできない技術がある」がフェイシャル、ボディ／瘦身のいずれも、男女ともそれぞれ1位に。サロンでの施術が、自宅では代替しづらいと感じていることがうかがえる。自由回答では、「普段自粛によりあまり出歩かないので、会話が楽しくリフレッシュできる」や、「コロナで環境や仕事が変わったりしていないか、気遣ってくれた」など、リフレッシュ効果や、サロンからの気遣いに対して感謝する声も。

### ■ [フェイシャル] コロナ禍で強く感じたサロンの価値 ([フェイシャル] 利用者／複数回答)

【女性】(n=515)

(%)		
順位	コロナ禍で強く感じたサロンの価値 (トップ5)	2021年
1位	自分にはできない技術がある	46.6
2位	癒やされる・リフレッシュできる	21.7
2位	自分へのご褒美になる	21.7
4位	美意識を高められる	20.8
5位	自分の気分を上げられる	18.3

【男性】(n=215)

(%)		
順位	コロナ禍で強く感じたサロンの価値 (トップ5)	2021年
1位	自分にはできない技術がある	27.0
2位	プロのアドバイス・提案が受けられる	16.3
3位	自分でやる手間が省ける・時間を短縮できる	14.9
4位	施術者・スタッフと話せて楽しい	13.0
5位	美意識を高められる	9.8

### ■ [ボディ／瘦身] コロナ禍で強く感じたサロンの価値 ([ボディ／瘦身] 利用者／複数回答)

【女性】(n=307)

(%)		
順位	コロナ禍で強く感じたサロンの価値 (トップ5)	2021年
1位	自分にはできない技術がある	41.4
2位	癒やされる・リフレッシュできる	15.6
2位	自分へのご褒美になる	15.6
4位	美意識を高められる	15.3
5位	プロのアドバイス・提案が受けられる	14.7
5位	施術者・スタッフと話せて楽しい	14.7

【男性】(n=218)

(%)		
順位	コロナ禍で強く感じたサロンの価値 (トップ5)	2021年
1位	自分にはできない技術がある	29.8
2位	きれいな状態を維持できる	17.0
3位	プロのアドバイス・提案が受けられる	13.3
4位	施術者・スタッフと話せて楽しい	11.9
5位	美意識を高められる	10.6

### ■ [フェイシャル、ボディ／瘦身] コロナ禍のサロン利用でうれしかったこと

([フェイシャル、ボディ／瘦身] 利用者／自由回答抜粋) 【男女】

「コロナで環境や仕事が変わったりしていないか、気遣ってくれた」(20代女性)

「コロナ禍にもかかわらず来店していただきありがとうございます、とサロンの商品のサンプルを頂戴したり、自宅でのホームケア等丁寧に教えてくれた」(20代女性)

「普段自粛によりあまり出歩かないので、会話が楽しくリフレッシュできる」(20代女性)

「コロナ禍で営業できないときも気遣って連絡をくれた」(30代女性)

「緊急事態宣言中、化粧品がなくなってしまったときに、わざわざ届けてくださったのは本当にうれしかった」(30代女性)

2021年6月24日

## 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、一人一人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、4万5,000人以上の従業員とともに、60を超える国・地域で事業を展開しています。2019年度の売上収益は2兆3,994億円、海外売上比率は約45%になります。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、一人一人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.co.jp/>

リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>