

＜ヘアケア製品に関する調査＞

3人に1人はヘアケア製品で髪や地肌のプチトラブルを経験
‘メタボ髪’を抱えヘアケア製品を渡り歩く
「ヘアケアジブシー」増加中！
いま求められるのは「手がとどく価格でのサロン品質」

シュワルツコフ ヘンケル株式会社

シュワルツコフ ヘンケル株式会社(本社:東京都品川区、社長:松浦徹)は、20代から40代の女性500名を対象にインターネットによる「ヘアケアに関する意識調査」を2010年8月に実施しました。

現在ヘアケア製品市場には実に多くの製品が出回っており、一般の消費者は新製品や効果効能の高いもの、体に優しいもの、また広告キャラクターに注目するなどそれぞれの視点で商品を選択しています。

そうした中ヘアケア製品に関するインターネット調査を実施したところ、ヘアケア製品に対して消費者のほとんどが満足できるヘアケア製品を見つけられていないことなどが浮き彫りとなりました。

またここ数年の不景気と節約ブームがきっかけとなって、消費そのものに対する考え方も従来のものより変化しつつあることも明らかとなっています。同様に、ヘアケア製品の購入に対しても消費者の視点が変わる可能性がうかがえました。

【調査結果抜粋】

- ◇ ここ数年の不況によって、消費における商品に対する見方は厳しくなったと思う ……「はい」86.2%
- ◇ なかなか満足のいくヘアケア製品というのは見つからないと思う ……「はい」76.8%
- ◇ ヘアケア製品で髪や地肌のプチトラブルを経験したことがある ……「はい」65.6%

＜美容ジャーナリスト 永富千晴さん＞

20～40代の女性の商品を見極める目は厳しくなっているのが現状です。とくにヘアケア製品については“高額だから良さそう”“香りがいいから”“低価格だから買っておく”という選び方ではなく「すべてのバランス」と「よりプロフェッショナルな仕上がり感」へのニーズが高まっています。

とはいえ今回の調査によると、いまのヘアケアアイテムに対して「満足している」と答える方はごくわずか。次ページ以降の調査結果からは、納得のいく仕上がり感を求め様々なブランドを試し続ける人、余分なシリコンや油分を髪に溜め込みプチトラブル髪を抱える人が多いといった実態が浮かび上がってきます。

すなわちこうしたヘアケア製品ユーザーの矛盾を解決してくれるプロフェッショナルなアイテムこそ、今後求められる理想的な製品像であることが見えてきます。

※本調査は、2010年8月に全国の25歳から44歳の女性500名にインターネット上で実施。

※本リリースに含まれる調査結果をご掲載頂く際は必ず「シュワルツコフ ヘンケル調べ」と明記下さい。

－報道関係からのお問い合わせ先－
シュワルツコフ ヘンケル株式会社
マーケティング部 担当:杉丸・五味田
TEL:03-5783-2074 FAX:03-5783-2073

－広報代行－
株式会社プラチナム
第一営業部 担当:山田・西岡・奥井
TEL:03-5572-6071 FAX:03-5572-6075

調査結果

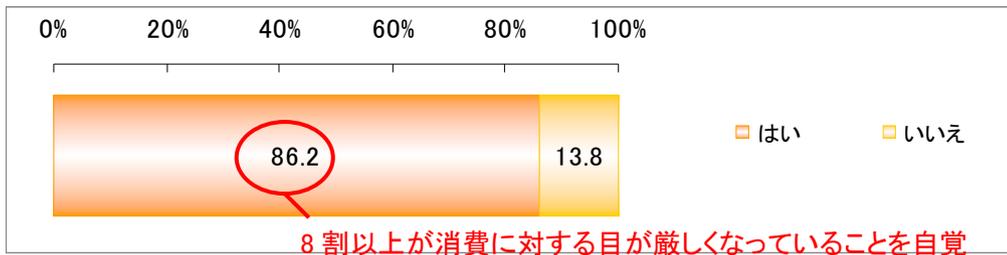
現在の消費傾向

■節約至上主義の時代の終焉 スマートショッパーの台頭

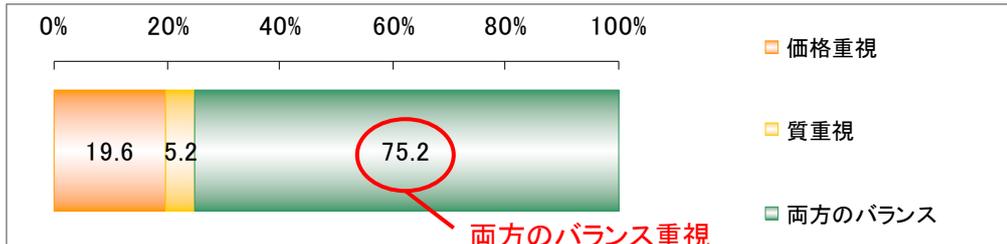
2010 年はじめ頃までは不景気による節約ブームが続き、格安や激安といった低価格商品に人気集中しました。ところがここ最近では、商品に対する見方が厳しくなったと自覚する人が増加(Q1 参照)、価格の安さだけでなく商品の本当の価値や品質が見直される傾向があり(Q2参照)、市場に登場する商品にもそれに応えたものが増加しているといえます(Q3 参照)。

このようにここ数年で消費者の商品に対する見識眼が鍛えられた結果、いわゆるスマートショッパーが増加したといえます。

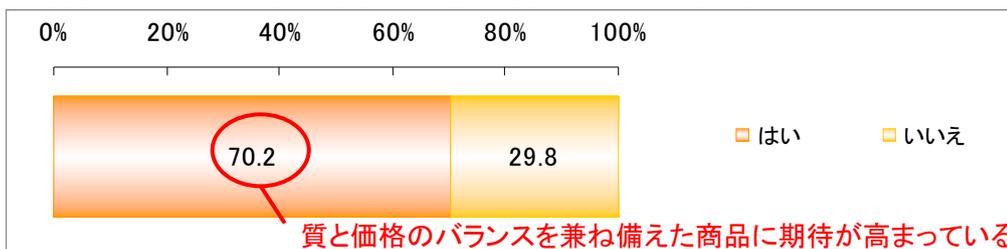
Q1.ここ数年の不況によって、消費行動において商品に対する見方は厳しくなったと思いますか。



Q2.商品を購入するにあたり重視するのは価格と質、どちらですか。



Q3.節約ブームによって安くて質のいい物が増えたと思いますか。



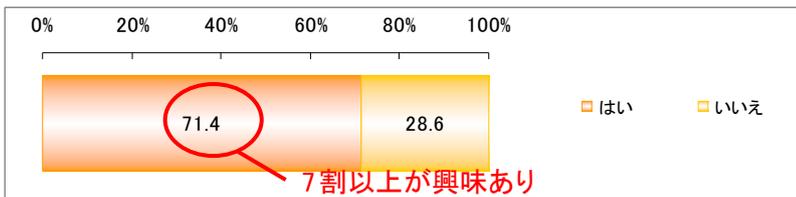
‘プロフェッショナル’への注目

■ ‘プロフェッショナル製品’が注目 憧れの「サロン品質」

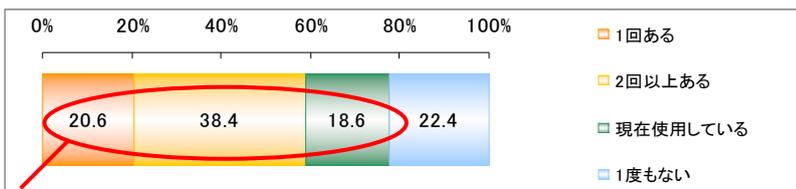
最近では業務用のものが家庭用にカスタマイズされたものや、プロが使うものとまったく同じものが市販化されるなど、**プロ仕様の商品が注目**されています。それらの商品の人気の背景には、本格的な効果が期待でき、品質の保証が得られるなど**節約至上主義から離れた消費者たちの本音**が伺えます。

ヘアケアにおいてもこの傾向は表れています。ヘアケアの‘プロフェッショナル’といえば、ヘアサロンや美容室の施術、またそこで販売されているヘアケア製品が挙げられますが、そうした製品を使ったことのある人は 80%以上にのぼり**サロン品質への憧れ**が浮き彫りとなりました(Q5 参照)。

Q4.プロが使っている、またはプロが監修した商品に興味がありますか。



Q5.サロンや美容室で販売されているプロフェッショナルヘアケア製品を使ったことはありますか。

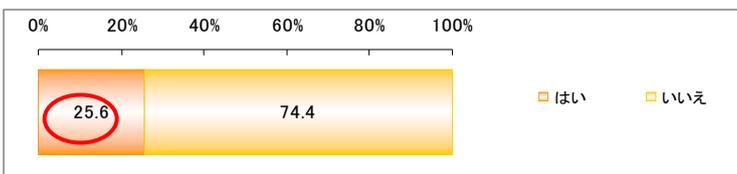


■ 憧れながらも「手が届きにくい」プロフェッショナルヘアケア製品

Q5 でヘアサロンや美容室で販売されているプロフェッショナルヘアケア製品を使ったことのある人は 80%以上にのぼるという結果がありながらも、74%の人が実際に使い続けているお気に入りのヘアケア製品はプロフェッショナル製品ではないという結果が出ています(Q6 参照)。さらにヘアケア製品の理想の価格についての質問では、70%以上が 1000 円以下と回答しています(Q7 参照)。

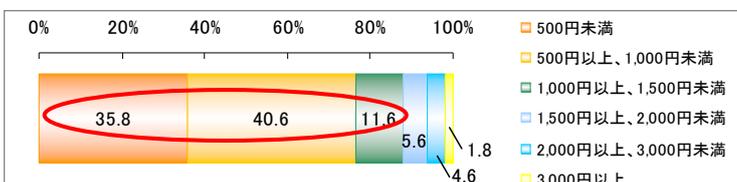
プロフェッショナル製品を使用しない理由として、「**価格が高い**」65%というデータ(当社調べ)もあり、結果的に平均 1000 円以下の**手の届きやすい商品に立ち戻るという消費者の実態**が表れているといえます。

Q6.お気に入りのヘアケア製品は、サロンで販売している製品またはプロフェッショナル処方製品ですか。



プロフェッショナル製品をお気に入りとして使っているのは3割以下

Q7.シャンプーを買うなら1本あたりいくらかが理想の価格ですか。

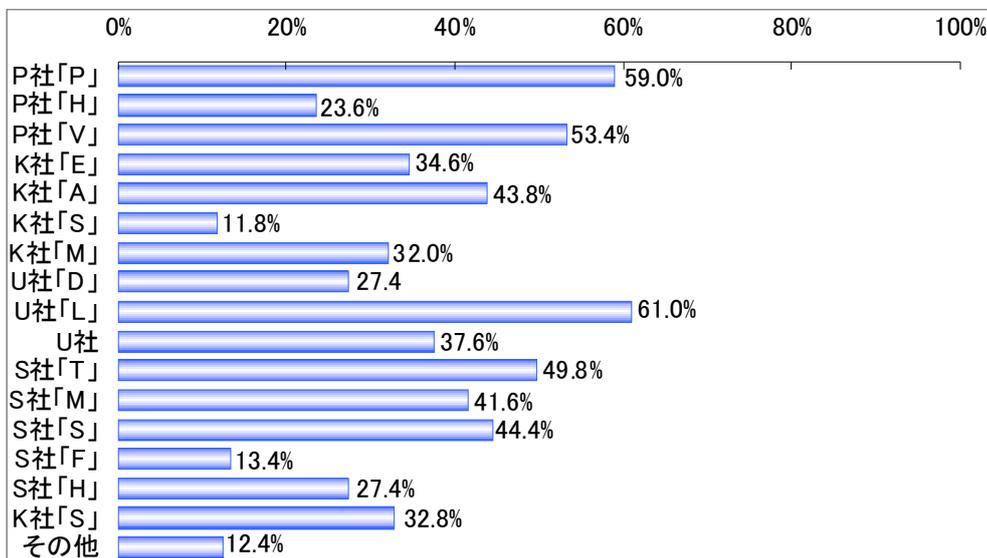


現在増加中「ヘアケアジプシー」の実態

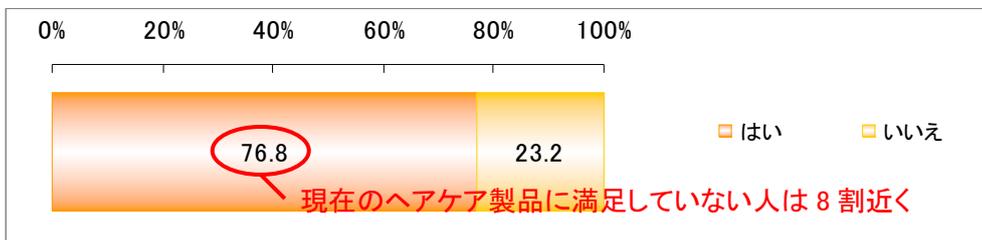
■一人平均6ブランド使用経験あり それでも満足できない「ヘアケアジプシー」

一般的に販売されているヘアケア製品は実に多くのブランドが存在しますが、その中でも代表的な 16 ブランドに絞り使用経験を質問したところ、複数回答で一人当たり平均6ブランドを 1 回以上購入したことがあることがわかりました(Q8 参照)。ところが、満足度については 76%の人が“これまでのヘアケア製品にあまり満足をしていない”という結果に(Q9 参照)。ヘアケア製品ユーザーの女性の多くが、**短期的な結果を求めるあまり、現状に満足できないまま次々とヘアケア製品を試すという「ヘアケアジプシー」**であるという実態が浮き彫りとなりました。店頭でなかなか試しにくいアイテムだけに、多くの女性が「情報」や「評判」を意識しているカテゴリといえます。

Q8.これまで1回以上購入したことがあるシャンプーを教えてください。(複数回答可)



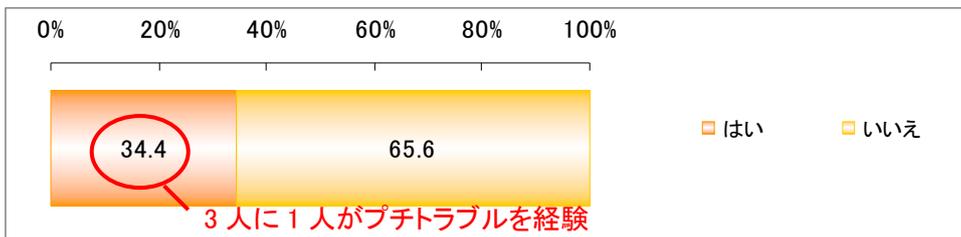
Q9.なかなか満足のいくヘアケア製品というのは見つからないと思いますか。



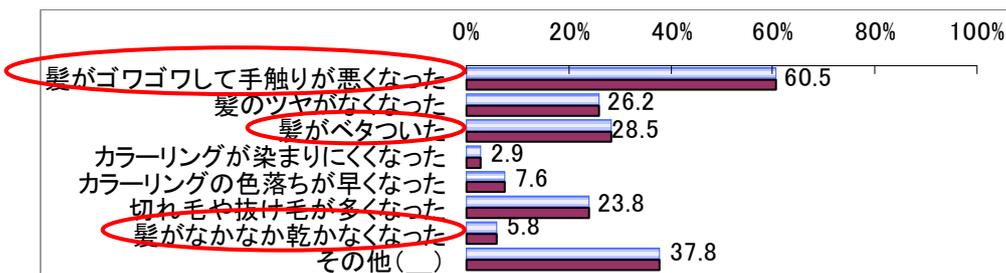
■3人1人が「メタボ髪」、いま取り戻したい「素髪力」

34%、つまり3人に1人はヘアケア製品によるプチトラブルを経験しており、これがヘアケア製品の満足度が低い理由として考えられます(Q10 参照)。具体的な症状として最も多かったのは、「髪がゴワゴワして手触りが悪くなった」(約 60%)というもの(Q11 参照)。一般に出回っているヘアケア製品の中にはシリコンや油分が多く含まれているものが存在し、これらによって髪に余分なシリコンや油分が付着します。シャンプーのたびにさらに余分な成分が付着しやすくなる、という悪いスパイラルが生まれ、**髪がどんどんメタボ状態になる=いわゆる「メタボ髪」**となり、ゴワつきやパサつきが回避できない状況に陥りやすいことが上げられます。

Q10.これまでヘアケア製品で髪や地肌のプチトラブルを経験したことがありますか。



Q11.髪や地肌のプチトラブルは具体的にどんな症状ですか。



「メタボ髪」の特徴として、ただ単に髪触りだけでなく「カラーリングがうまく入らない」、「カラーが退色しやすい」、「カラーがムラになる」、「トリートメント剤が均一に浸透しにくい」などの症状も。そのため、一部の美容室では炭酸マシンを使用して余分なシリコンや油分を取り去るという施術メニューも採用しています。

短期的な結果を求めるあまり、結果的に自分の髪がもつ「素髪力」に対し遠回りしている人が増えていることが分かります。本当に自分の髪に合うもの、そして満足できるものを見つけて長く付き合っていく**サステナビリティのあるヘアケア=「サステナケア」**、これこそヘアケアの理想形です。

現在増加中「ヘアケアジプシー」の実態

今回の調査を踏まえて

今回の調査ではヘアケア製品におけるユーザーの実態と矛盾が浮き彫りとなりました。「ヘアケアジプシー」の多くは、プロフェッショナル商品によるサロン品質を実現したいのに叶わず、1000 円以下の手のとどく価格帯でのいできました。

しかし「メタボ髪」のようなプチトラブルも増加し、消費における見識眼が養われたヘアケアユーザーたちは「このままではいけない」と気づき始めているといえます。

これからのヘアケア製品には、**手がとどくことが前提にありながら「サロン品質」を実現**、そして長期的に「素髪力」がキープできる「サステナケア」が可能なプロフェッショナルクオリティーアイテムがまさに求められています。