

トレンドーズ、Xと共同で美容情報の実態調査を実施 第三弾は“ヘアケア”のX内トレンドを調査・分析

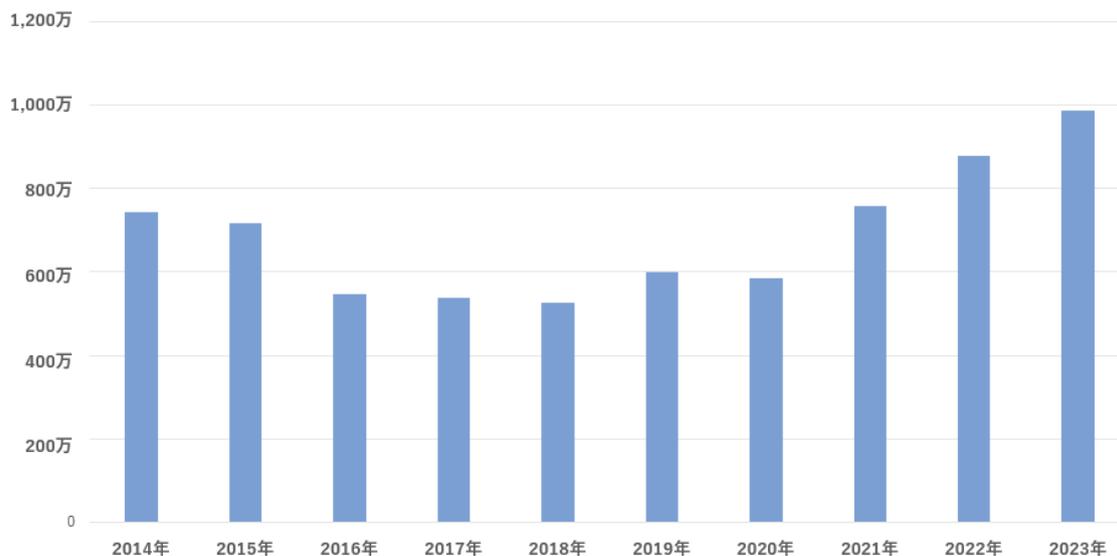
トレンドーズ株式会社（所在地：東京都渋谷区、代表取締役社長：黒川涼子、東証グロース上場：証券コード 6069）は、X と共同で、X における美容情報の発信や検索に関する調査分析を実施しています。この度「日焼け止め」「美容成分」に関する調査に続く第三弾として、「ヘアケア」に関する調査を行いました。

◆ ヘアケアプロダクトに関する X の投稿量、2023 年は過去最多に

高価格帯市場の活況や韓国ブランドの上陸など、昨今のヘアケア市場は競争環境が激化しており、それに伴い各社がマーケティング活動を強化しています。そこで今回のトレンドーズと X の共同調査では、X におけるヘアケアに関する発話の実態やトレンドについて調査・分析を行いました。

まずはじめに、ヘアケアプロダクト（「シャンプー」「コンディショナー」「トリートメント」「ヘアマスク」のワードを含む投稿）に関する X 内での投稿量について、過去 10 年間の推移を調査しました。

ヘアケアプロダクトに関する X 投稿量（年単位）



年間の投稿量推移を見てみると、2014年と2023年ではヘアケアプロダクトに関する投稿量は約1.3倍に増加しています。2016年から2020年は減少傾向にあるものの、2021年から再び増加傾向に転じており、2023年はこの10年間で過去最多の年間投稿量となっています。

この2021年からヘアケアプロダクトに関する投稿量が増えた1つの要因としてあげられるのが、ヘアケア専門家による投稿量の増加です。新型コロナウイルス感染拡大の影響により、自宅で過ごす時間が増えた美容師をはじめとしたヘアケアの専門家が、2020年後半頃からオススの商品やヘアケアテクニックなどを X で紹介するようになりました。その影響によって美容情報に特化して情報発信をしている“美容アカウント”や美容に関するリテラシーが高く積極的に情報発信を行う“美容オタク”によるヘアケアプロダクトに関する投稿量も増加。そして2022年になると、ヘアケアリテラシーや美容リテラシーがそこまで高くない、“美容ミューサー”、“美容マス”層も自らの髪の悩みについて投稿したり、X 内でヘアケアに関する情報を収集するようになったと考えられます。

| フェーズ① 2020年後半～ | フェーズ② 2021年～ | フェーズ③ 2022年～ |
|---------------------|--------------------------------------|--|
| 美容師、美容家など 専門家の発話 | リテラシーが高まった 美容アカウントや 美容オタクからの発話 | 美容ミューサー・マス層も 髪悩みについて発話、 解決策を探すのにXを利用 |

投稿者 A

美容師歴10年目の私がおすすめる方法。
シャンプーは2度洗いとトリートメントの
浸透が1.2倍に。洗い流さないトリートメント
はミストの次にオイルの重ね付けで乾燥知らず
の髪に。何をを使うかよりどう使うかが大事

🗨️ 📄 🌟 📌 🔄

投稿者 B

おすすめの洗い流さないトリートメント5選！
サロンブランドや美容師さん直伝のおすすめア
イテム。私の髪の特徴は、乾燥/絡まりやすい/
毎日巻くのでダメージ毛です。

🗨️ 📄 🌟 📌 🔄

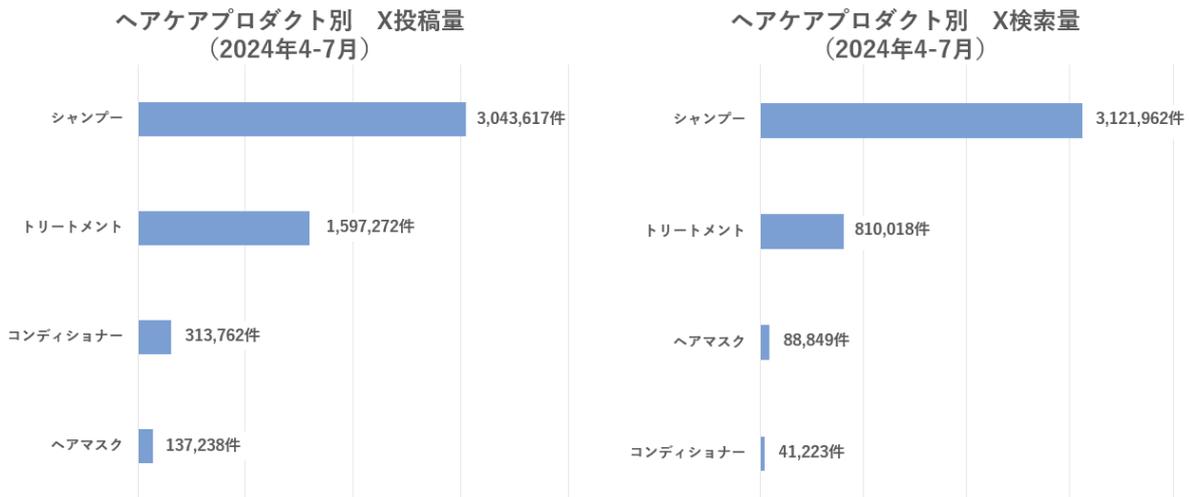
投稿者 C

乾燥とダメージで傷んだ髪の毛を何とかした
いけるツヤ髪になれるアイテムないかな…

🗨️ 📄 🌟 📌 🔄

◆ プロダクト別の検索ボリュームは、「シャンプー」が「トリートメント」の約 3.9 倍

2024年4月21日から7月17日の約3か月間の、ヘアケアプロダクトに関する投稿量をプロダクト別に見てみると、「シャンプー」が最も多く、次いで「トリートメント」「コンディショナー」の順となりました。「シャンプー」の投稿量は「トリートメント」の約1.9倍でした。一方で同じく2024年4月から7月のX内の検索ボリュームを見てみると、「シャンプー」が「トリートメント」の約3.9倍と、投稿量以上に他プロダクトとの差が大きいという結果となりました。



「シャンプー」のX内検索における関連ワードを見てみると、「ブランド名」×「シャンプー」の検索数が全体の約27%を占めており(※)、ユーザーがX内での商品口コミを閲覧する目的で検索していることが伺える結果となりました。

※検索数1,000件以上のワードの検索総数を母数とした比率

◆ 髪の悩みに関するXの投稿量、10年前の約2倍に

続いて、「髪の悩み(「髪」×「うねり」「ぱさつき」「くせ毛」「ダメージ(傷み)」「枝毛、切れ毛」「臭い(頭皮)」「絡まり」「乾燥」「カラーダメージ(ヘアカラーによる髪ダメージ)」「アホ毛」のワードを含む投稿)」に関するXの投稿量について、同じく過去10年間の推移を調査しました。

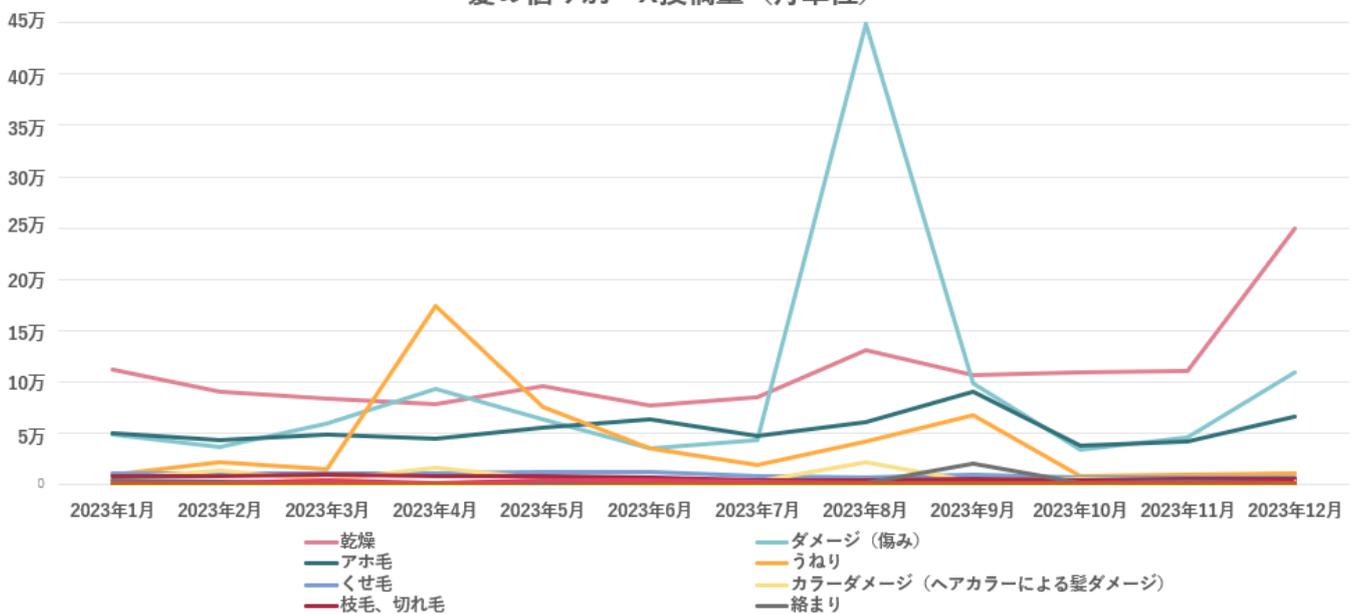
髪の毛に関する X 投稿量（年単位）



髪の毛に関する X の投稿量は 2022 年から急激に増加しており、10 年前の 2014 年と 2023 年を比較すると約 2.2 倍にまで増加しています。ヘアケアプロダクトと同様に、美容ミーマー・美容マス層が髪の毛の悩みについて活発に投稿したり情報交換したりするようになったことが要因と思われます。

さらに髪の毛の悩みのワード別に、2023 年の月ごとの投稿量推移を見てみると、4 月には「うねり」が増加しており、8 月には「ダメージ（傷み）」が突出して増加していることが分かりました。

髪の毛の悩み別 X 投稿量（月単位）

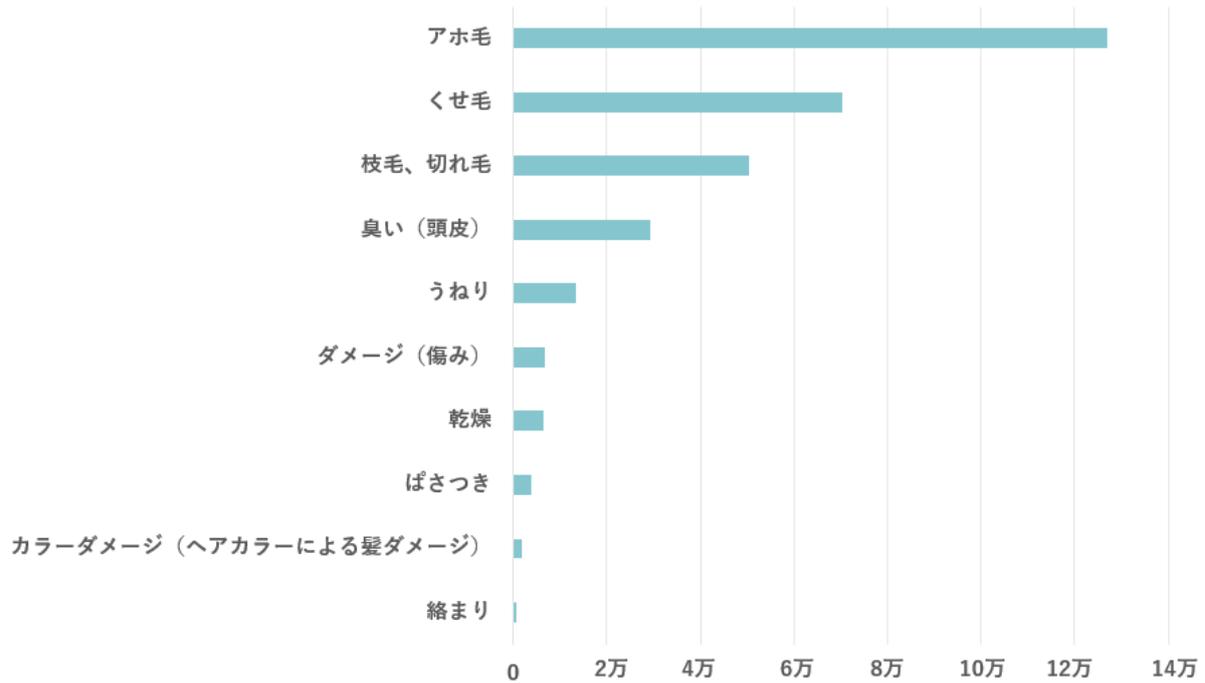


4 月には「うねり」、8 月には「ダメージ」対策を訴求した PR 投稿が一時的に増加しており、その影響により「うねり」「ダメージ」という悩みワードが投稿されたことが増加の要因といえそうです。

また髪の毛に関する全体的な投稿内容の傾向としては、「乾燥×ダメージ」「ぼさつき×うねり」といったように、複数の悩みワードを掛け合わせた投稿が増えていることがあげられます。

一方で 2024 年 4 月 21 日から 7 月 17 日の約 3 か月間の髪の毛に関する X 内の検索ボリュームを調査したところ、「アホ毛」が最も多く約 12 万件、次いで「くせ毛」約 7 万件、「枝毛、切れ毛」約 5 万件という順位となりました。

髪の毛の悩み別 X検索量（2024年4-7月）



検索ボリュームが最も多い「アホ毛」について、検索における関連ワードを見てみると、「スティック」「シャンプー」といったプロダクトのカテゴリワードやブランド名が多く、アホ毛の悩みの対策商品を探したり口コミを検索したりしている様子が伺える結果となりました。

今回の調査では、ヘアケアプロダクトに関する X における投稿量が特にここ数年で増加していること、また髪の毛の悩みに関する投稿量は比率で見たとところプロダクト以上に急増していることが分かりました。そして、プロダクト・悩みの両軸において、X 内で口コミを検索して商品を探している様子が伺えました。その背景には生活者のヘアケア意識の高まりと、髪の毛の悩みの多様化が大きく影響しており、企業が X をマーケティング活用する上では、生活者の多様化するヘアケアニーズに配慮することが不可欠といえます。

今後も当社は X と共同で、X における美容情報の様々な実態やユーザーインサイトについて、調査分析を重ねてまいります。

■本リリースに掲載している商品またはサービスなどの名称は、各社の商標または登録商標です。

■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■

トレンドーズ株式会社 <https://www.trenders.co.jp>

担当：遠藤（えんどう）・白石（しらいし） メールアドレス：press@trenders.co.jp