

報道関係各位

## 【男女で異なるヘアケアのニーズ】女性は「ダメージケア」、男性は「頭皮ケア」が人気の結果に！最も購入されているサロン専売品の種類は？

約4割が美容院のオプションメニューを試したことがある！満足度は9割以上に

近代化学株式会社（所在地：神奈川県海老名市、代表取締役社長：岡部 達彦）は、20代～50代の男女を対象に、「美容院の利用実態」に関する調査を実施しました。

近年、ヘアカットだけでなく、ヘアカラーや髪質改善、トリートメントなどオプションメニューが充実してきていると感じている方も多いのではないのでしょうか。

根本的なヘアケアはなかなか自分ではできないため、ヘアケアのみのメニューで美容院に行くという方もいるのではないのでしょうか。

また、美容院専売品の商品を店舗で購入し、セルフヘアケアを行っている方もいるかもしれません。

では、実際にオプションメニューを試したことがある方はどれくらい効果を感じ、専売品を購入したことがある方はどのような商品を購入しているのでしょうか？

そこで今回、近代化学株式会社（<https://www.kindaikagaku.com>）は、20代～50代の男女を対象に、「美容院の利用実態」に関する調査を実施しました。

調査概要：「美容院の利用実態」に関する調査

【調査期間】2024年5月14日（火）～2024年5月15日（水）

【調査方法】リンクアンドパートナーズが提供するPRIZMA（<https://www.prizma-link.com/press>）によるインターネット調査

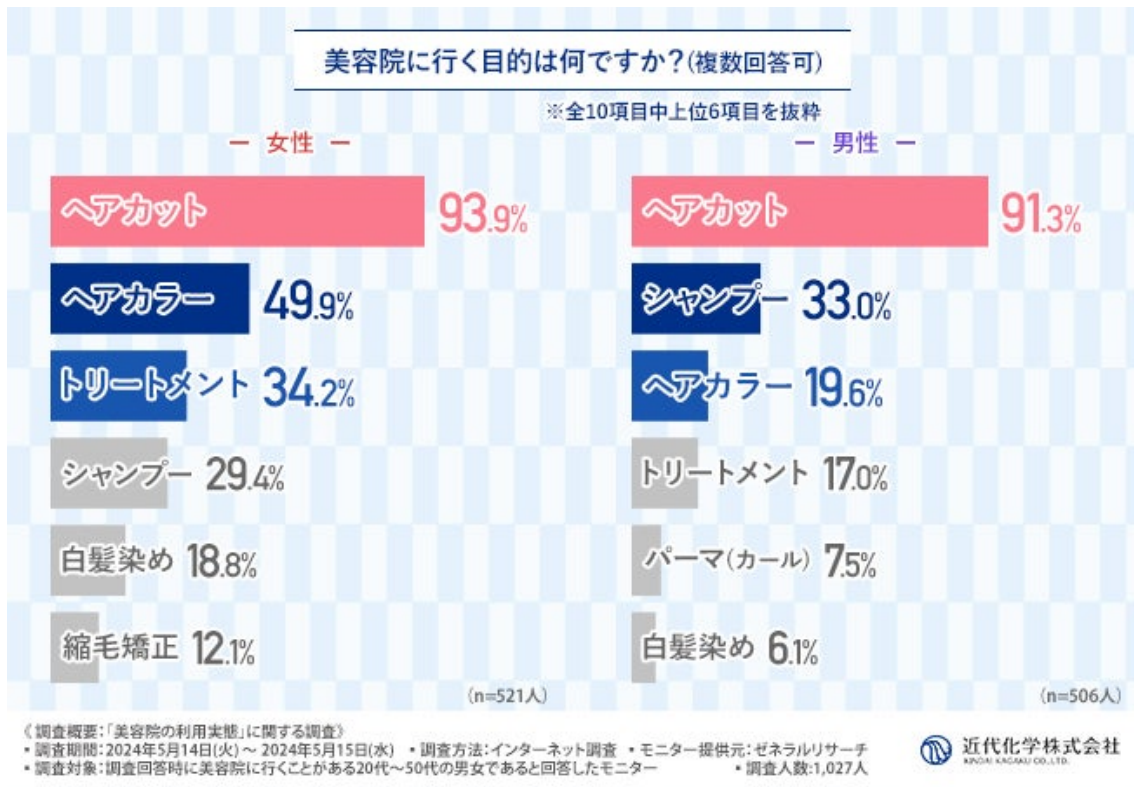
【調査人数】1,027人

【調査対象】調査回答時に美容院に行くことがある20代～50代の男女であると回答したモニター

【調査元】株式会社近代化学株式会社（<https://www.kindaikagaku.com/>）

【モニター提供元】PRIZMAリサーチ

- 美容院に行く目的として男女ともに「ヘアカット」が最多



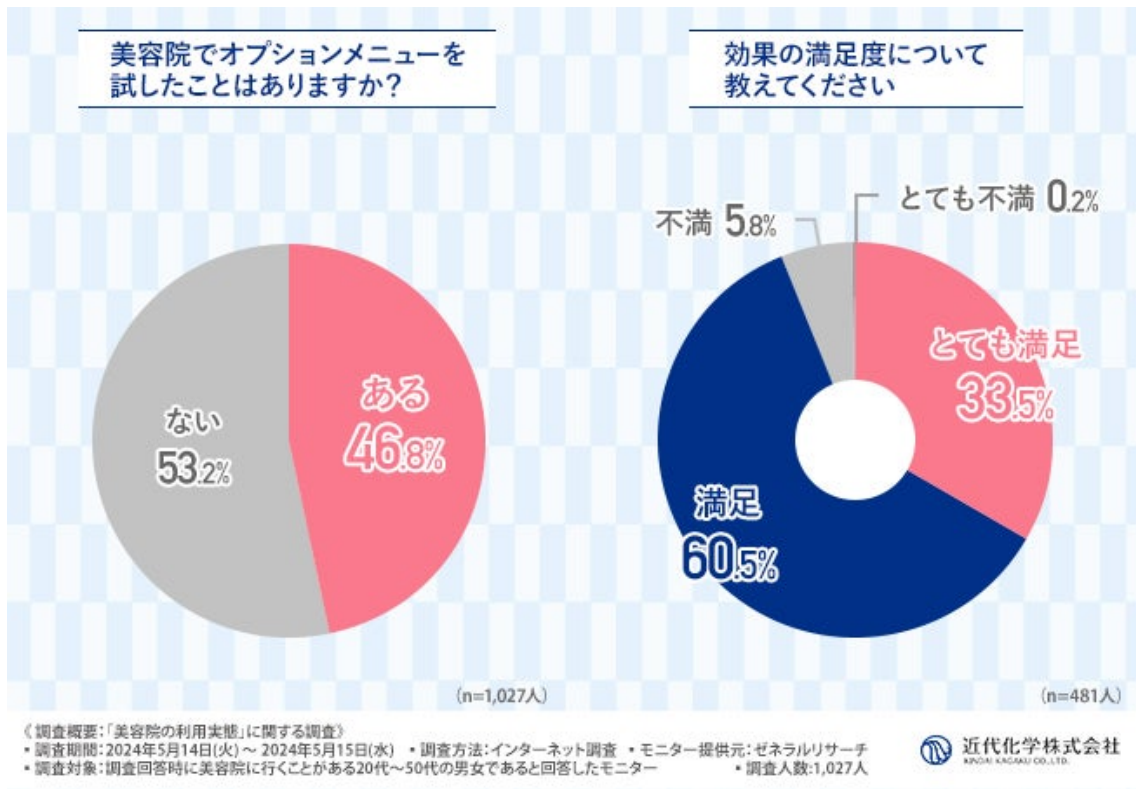
はじめに、「美容院に行く目的は何ですか？（複数回答可）」と質問したところ、男女別で以下のような回答結果になりました。

- ・女性『ヘアカット（93.9%）』『ヘアカラー（49.9%）』『トリートメント（34.2%）』
- ・男性『ヘアカット（91.3%）』『シャンプー（33.0%）』『ヘアカラー（19.6%）』

男女ともに、ヘアカット目的で美容院に行く方がほとんどのようです。  
 女性は約半数がヘアカラーを行う目的で通っている結果になりました。

- オプションメニューを試したことがある方は約半数、男女で求めるものは異なる傾向に

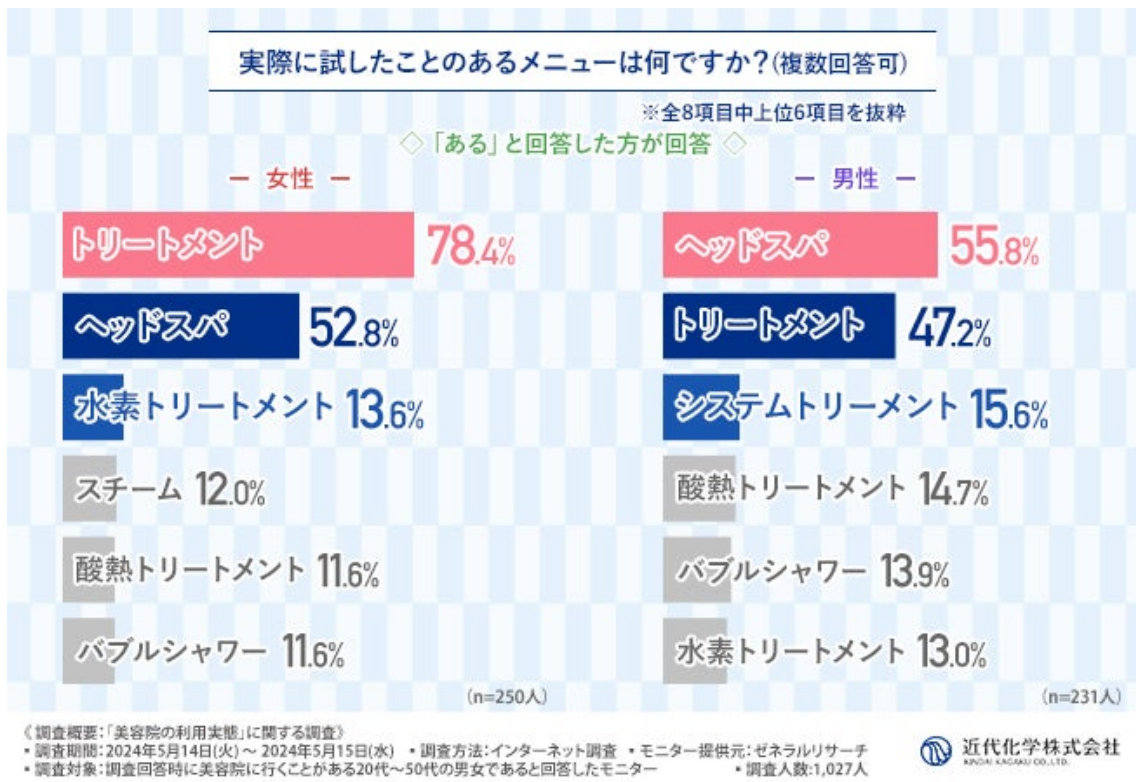
美容院ではヘアカットなどの通常メニューに加えて、オプションメニューも豊富ですが、ニーズはどのくらいあるのでしょうか。



次に、「美容院でオプションメニューを試したことはありますか？」と質問したところ、約半数の方が『ある（46.8%）』と回答しました。

「効果の満足度について教えてください」と質問したところ、『とても満足（33.5%）』『満足（60.5%）』『不満（5.8%）』『とても不満（0.2%）』という回答結果になりました。

約9割の方がオプションメニューの効果に満足している傾向にあるようです。そこで、どのようなメニューを試したことがあるのかうかがいました。



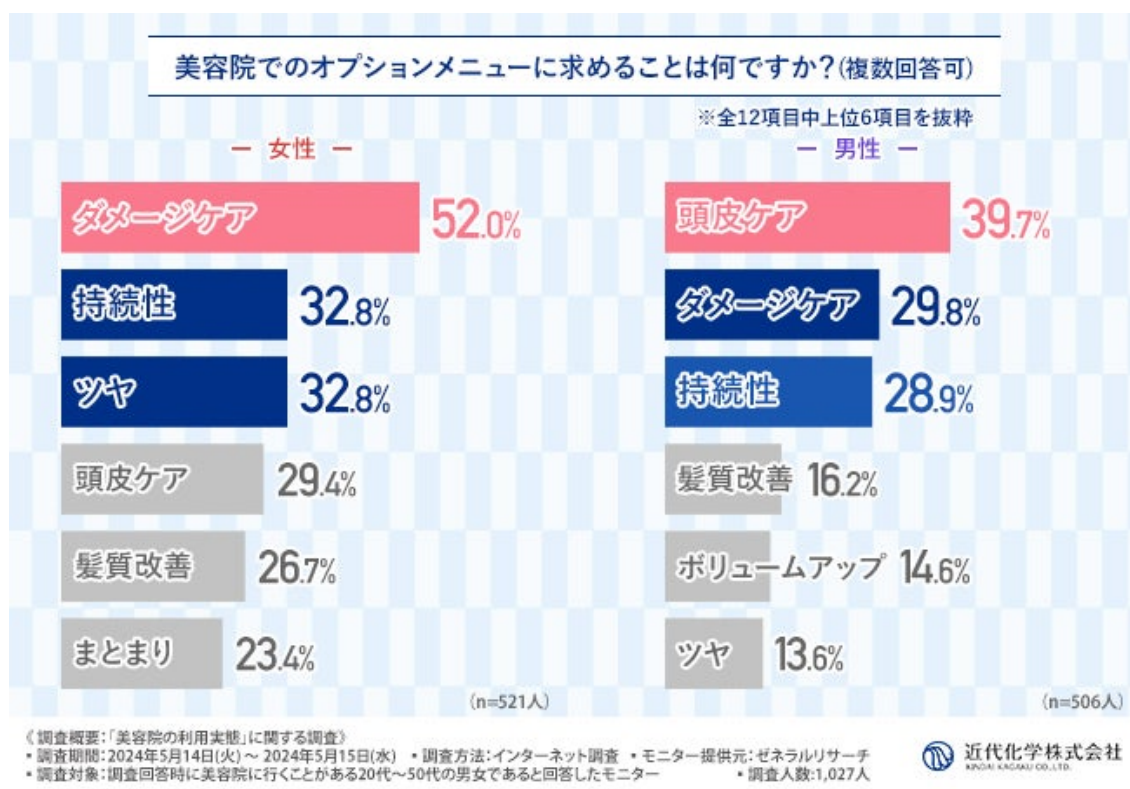
「実際に試したことのあるメニューは何ですか？（複数回答可）」と質問したところ、男女別で以下のような回答結果になりました。

- ・女性『トリートメント（78.4%）』『ヘッドスパ（52.8%）』『水素トリートメント（13.6%）』
- ・男性『ヘッドスパ（55.8%）』『トリートメント（47.2%）』『システムトリートメント（15.6%）』

女性はトリートメントの人気が高く約8割の回答が集まり、男性人気はヘッドスパが1位の結果になりました。

またトリートメント種類でも女性には水素トリートメントが上位となり、男性はシステムトリートメントとその種類にも違いがみられました。

試したことのあるメニューに男女で違った結果となりましたが、オプションメニューを利用する目的が違うのでしょうか。



そこで、「美容院でのオプションメニューに求めることは何ですか？（複数回答可）」と質問したところ、男女別で以下のような回答結果になりました。

- ・女性『ダメージケア（52.0%）』『持続性（32.8%）』『ツヤ（32.8%）』
- ・男性『頭皮ケア（39.7%）』『ダメージケア（29.8%）』『持続性（28.9%）』

女性の約半数が「ダメージケア」、男性の約4割が「頭皮ケア」と回答しました。

前述した設問回答からも、女性は髪悩みの改善を求める方が多く、男性人気は頭皮トラブルを改善したい方が多いのかもしれない。



・美容院でサロン専売品を買ったことがある方は実際に何を買ったのか

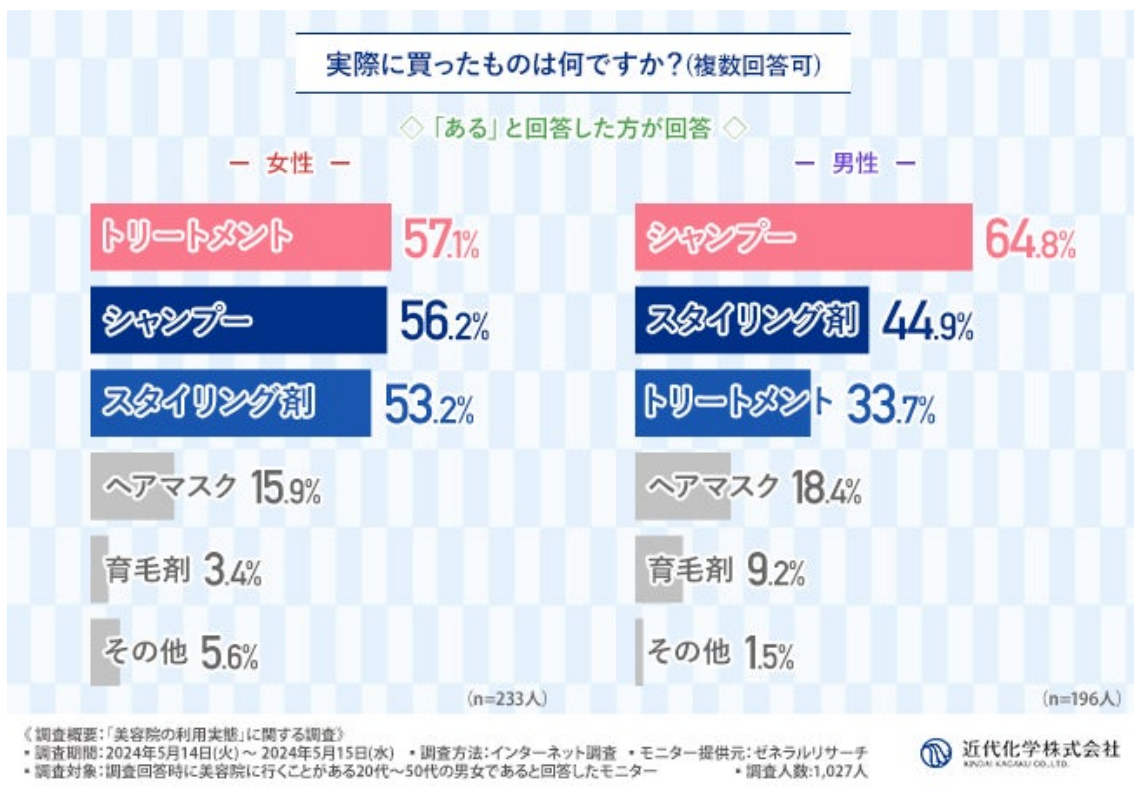
ここまで美容院でのオプションメニューについてうかがいましたが、美容院などでは一般販売されていないサロン専売品の購入が可能ですよ。

髪の毛や頭皮ケアにこだわる方は、そういった商品への関心も高いですが、実際購入経験者はどのくらいいるのでしょうか。

「美容院でサロン専売品を買ったことありますか？」と質問したところ、男女別で以下のような回答結果になりました。

- ・女性『ある（44.7%）』『ない（55.3%）』
- ・男性『ある（38.7%）』『ない（61.3%）』

男女では女性のほうが若干割合として多いものの、全体の約4割が購入経験者のようです。



そこで、「実際に買ったものは何ですか？（複数回答可）」と質問したところ、男女別で以下のような回答結果になりました。

- ・女性『トリートメント（57.1%）』『シャンプー（56.2%）』『スタイリング剤（53.2%）』
- ・男性『シャンプー（64.8%）』『スタイリング剤（44.9%）』『トリートメント（33.7%）』

トリートメントやシャンプー、スタイリング剤など日常的なヘアケア商品を買っている方が多いようです。

女性では、オプションメニューと同様にトリートメントの人气が高く、男性はシャンプーという回答がかなり多くなりました。

では、実際に購入したサロン専売品で使って良かったものをうかがってみましょう。

#### ■購入したサロン専売品で良かったものは何ですか？

- ・ケラスターゼ（40代／女性／栃木県）
- ・オラプレックス、バイカルテ（40代／女性／神奈川県）
- ・VAN イオニートシャンプー（50代／男性／神奈川県）
- ・ルベルコスメティックス（50代／男性／大阪府）

#### ● まとめ：美容院レベルのケアを自宅で行える専売品のニーズは高い

今回の調査で、20代～50代の男女の美容院の利用実態が明らかになりました。

男女ともに約9割の方が美容院の主な目的はヘアカットと回答しましたが、オプションメニューの利用についてもうかがったところ、約半数が過去に試したことがあると回答しました。その約9割がオプションメニューに満足しているという結果も出ています。

実際に試したオプションメニューについては、女性の第1位がトリートメント、男性の第1位がヘッドスパという結果が出ました。オプションメニューに求めることについては、女性の約半数が「ダメージケア」、男性の約4割が「頭皮ケア」であるという結果からも、女性は髪のダメージに悩んでいる方が多く、男性は頭皮トラブルを改善したい方が多いのではないのでしょうか。美容院で行いたいケアが男女で異なる傾向にあるようです。

また、男女ともに約4割の方がサロン専売品を買ったことがあるようです。女性はオプションメニューと同様にトリートメントの需要が高く、男性はシャンプーの購入者が最も多いことが示されました。

これらの結果から美容院としてそれぞれターゲット層に対するアプローチ方法がみえてきます。

女性はヘアカラーなども美容院で行うことが多く、ダメージに悩む方が多いため「トリートメント」に重点をおいたオプションメニューの紹介やサロン専売品の販売が有用だと思われます。

一方で男性は頭皮に関心が高い方が多く、シャンプーのサロン専売品購入者が多いため、頭皮ケアも叶えるサービスや商品に対する需要が高いのではないのでしょうか。

#### ● 需要に合わせた商品設計で、ユーザーが本当に欲しいヘアアイテムを届けるために『ヘアケア工房』



今回、「美容院の利用実態」に関する調査を実施した近代化学株式会社が運営する『ヘアケア工房』（<https://www.kindaikagaku.com/>）は、ヘアケア商品の開発を考えている皆さまを企画から生産までお手伝いいたします。

様々なアイデアが飛び交い新しいものを一緒につくり出していければ、という思いから名付けた「ヘアケア工房」では、プロの化粧品開発者だけでなく、異業種からの新規参入を考えている方や独立して新しく商品を企画したいと考えている方にも参考になるコンテンツを発信しています。

#### ■製品開発の流れ

##### ①打ち合わせ

商品イメージを明確にします。

開発フローや大まかな予算についても確認させていただき、コンセプトに合った製品仕様をご提案します。

##### ②処方検討

企画内容やご要望に添って、ラボにて試作を行います。

##### ③評価

試作品をテストしていただき、処方設計にフィードバックします。

##### ④デザインの検討

決定処方に合った容器・資材選定を進めます。

##### ⑤お見積

最終的な処方・仕様が決まり次第、ロット数に応じて最終的なお見積をご提示します。

##### ⑥生産

お見積を承認いただきましたら、ご発注書をいただきます。

原料・資材を手配（またはご支給）後に、仕様書に基づいて製品を生産します。

⑦納品

検査の合格後にご指定の納品先へお届けします。

ヘアケア工房をご覧になってオリジナル化粧品を開発したくなった方は、是非ご相談ください。  
専門の商品開発アドバイザーがヘアケア商品づくりをサポートいたします。

人に夢を与え、それを叶えるヘアケア商品を一緒につくっていきましょう。

■近代化学株式会社：<https://www.kindaikagaku.com/company/>

■ヘアケア工房：<https://www.kindaikagaku.com/>

■お問い合わせ：<https://www.kindaikagaku.com/contact/>

■TEL：046-238-2508

---

当プレスリリースURL

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000010.000093412.html>

近代化学株式会社のプレスリリース一覧

[https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company\\_id/93412](https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/93412)

---

【本件に関する報道関係者からのお問合せ先】

近代化学株式会社：<https://www.kindaikagaku.com/company/>

お問い合わせ：<https://www.kindaikagaku.com/contact/>

TEL：046-238-2508