

<全国ヘアドネーション意識調査>

ヘアドネーションの認知率は全国で約5割

～認知率が最も高いのは熊本県で、西日本が高い傾向に～

毛髪・美容・健康のウェルネス産業の株式会社アデランス（本社：東京都新宿区、代表取締役社長 津村 佳宏）では、47都道府県各104人（20～60代の男女 計4888人）を対象に、ヘアドネーションに関する意識調査をインターネット調査で実施しました。

当社では、ヘアドネーション（髪の寄付）によって製作した人毛100%のオーダーメイドフルウィッグを、病気などでウィッグを必要とする子どもたちに無償提供しているNPO法人Japan Hair Donation & Charity（JHD&C=ジャーダック）への協力を、2015年3月から行っています。近年、ヘアドネーションに対する関心が高まっていることから、今回は全国規模でヘアドネーションに関する調査を行うことで、地域ごとの認知率の違いなどを調べました。

主な調査結果トピックス◆ **ヘアドネーションの認知率は全国で約5割**

男女で認知率に大きな開き

◆ **ヘアドネーション認知率が最も高いのは「中国地方」**

西日本の方が認知率が高い傾向も

◆ **最もヘアドネーション認知率が高いのは「熊本県」**◆ **女性の3割以上がヘアドネーションをやってみたいと回答**

熊本県民と徳島県民は実施意向が最も高い結果に

◆ **やってみたいと思う理由「苦しむ子供の力になりたい」がトップに**

有名人、著名人の影響は限定的

<調査概要>

- 調査名：髪に関する意識調査
- 調査対象：全国の20～60代の男女4888名（有効回答数）
全国47都道府県 各104名（女性52名、男性52名ずつ）
※各県の居住期間が3年以上の方が対象
- 調査期間：2020年6月9日（火）～6月10日（水） 2日間
- 調査方法：インターネットアンケート

※地域区分について

- 北海道（北海道）
- 東北地方（青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県）
- 関東地方（茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）
- 中部地方（新潟県、富山県、石川県、福井県、山梨県、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県）
- 近畿地方（三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県）
- 中国地方（鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県）
- 四国地方（徳島県、香川県、愛媛県、高知県）
- 九州沖縄地方（福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県）

※本調査結果では、小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても100%にならない場合があります

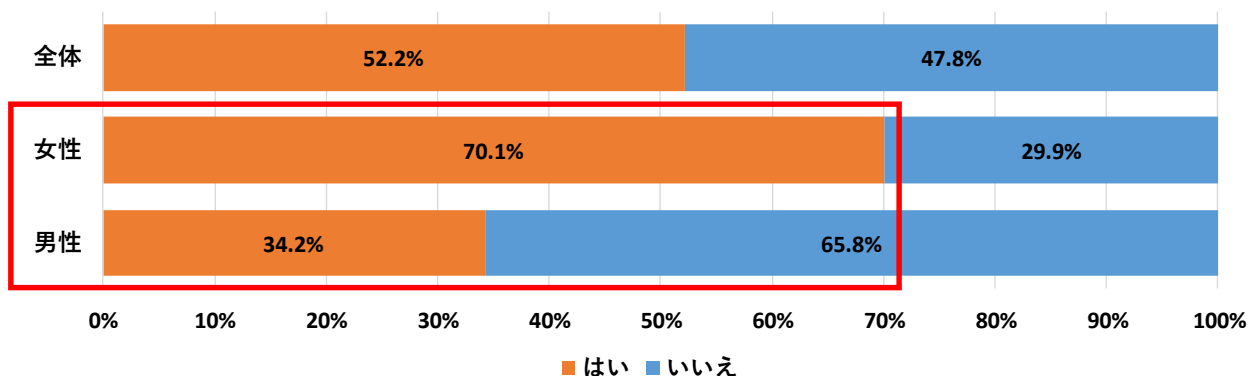
<主な調査結果>

◆ ヘアドネーションの認知率は全国で約5割

男女で認知率に大きな開きも

ヘアドネーションについて尋ねたところ、全国では52.2%と約半数の人が知っているという回答でした。男女別で見ると、男性の認知率が34.2%であるのに対し、女性は70.1%となっており、男女で認知率に大きな差があることがわかりました。

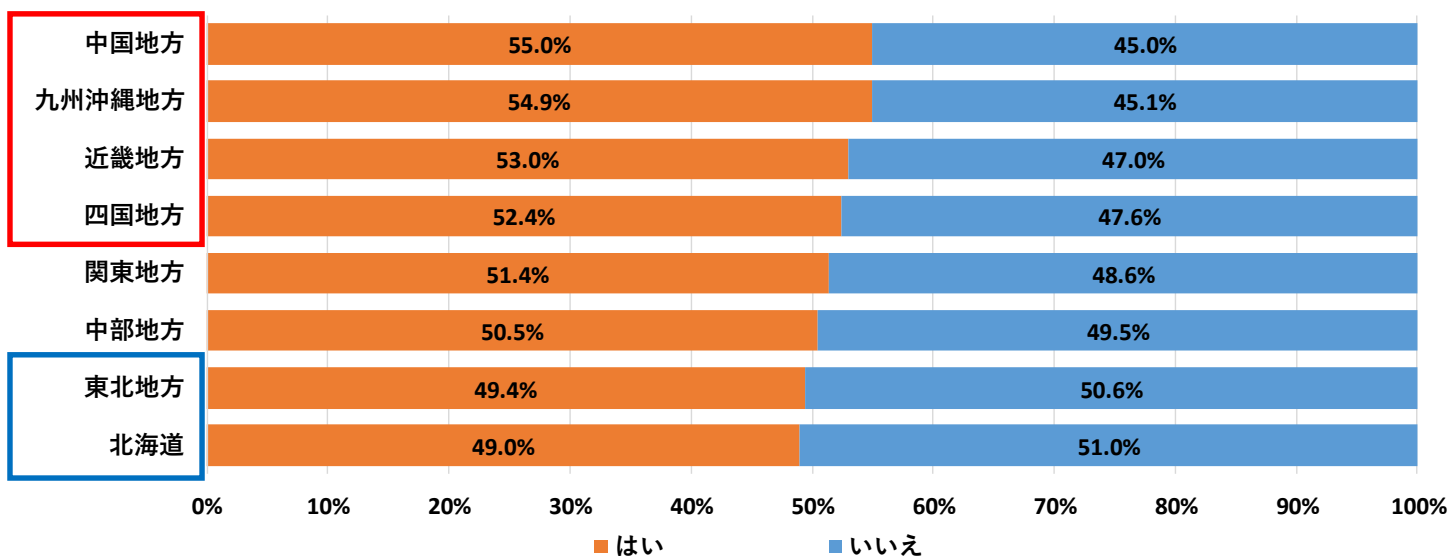
Q. あなたはヘアドネーション（髪の毛の寄付）を知っていますか？（単数回答／=4888）



◆ ヘアドネーション認知率が最も高いのは「中国地方」

西日本の方が認知率が高い傾向も

また、上記の質問を地域別に見てみると、中国地方が55.0%で最も高い結果となりました。次いで、九州沖縄地方が僅差の54.9%と続きました。反対に最も低かったのは北海道で49.0%と半数を切る結果となりました。こうした結果をみると、中国、九州、近畿、四国といった西日本の認知率が高いことが分かります。

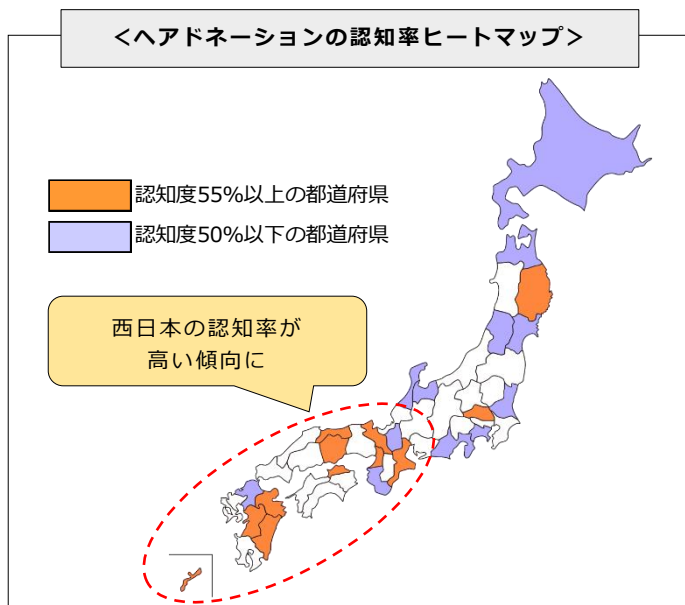


◆最もヘッドネーション認知率が高いのは「熊本県」

さらに、ヘッドネーションの認知率を47都道府県別に見てみると、最も認知率が高かったのが熊本県（65.4%）で、全国平均（52.2%）より10%以上も高い結果となりました。次いで、埼玉県（60.6%）、京都府・鳥取県（59.6%）が続き、いずれも約6割の方が知っているという回答でした。一方、最も低かったのは茨城県で40.4%と、トップの熊本県と比較すると25%も差が出ています。次いで、青森県・山形県（41.3%）と東北の2県が続きました。

また、特に認知率が高かった県と低かった県をそれぞれ色分けした、下図の「ヘッドネーションの認知率ヒートマップ」を見ると、認知率が55%以上と高い結果を示した県が、西日本に集中していることも分かります。

ヘッドネーションの認知率ランキング		
1	熊本県	65.4%
2	埼玉県	60.6%
3	京都府	59.6%
	鳥取県	59.6%
5	岩手県	58.7%
	沖縄県	58.7%
⋮		
43	石川県	44.2%
	富山県	44.2%
45	青森県	41.3%
	山形県	41.3%
47	茨城県	40.4%

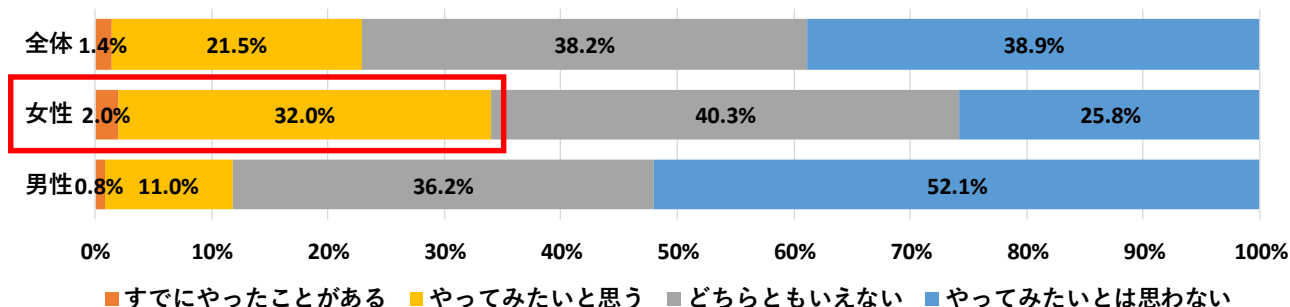


◆女性の3割以上がヘッドネーションをやってみたいと回答

熊本県民と徳島県民は実施意向が最も高い結果に

ヘッドネーションの実施意向について尋ねたところ、「すでにやったことがある」と答えた人は全体で1.4%に留まりましたが、「やってみたいと思う」と回答した方は21.5%で、約2割の人がやってみたいと思っていることがわかりました。また、女性の方が実施意向が高く、「すでにやったことがある」「やってみたいと思う」と回答した人は3割以上（34%）に上り、「やってみたいと思わない」との回答も男性の52.1%に比べて25.8%と約半分となっています。

Q. あなたは実際にヘッドネーションをやってみたいと思いますか？（単一回答／n=4888）



また、「すでにやったことがある」及び「やってみたいと思う」と回答した割合が最も高かったのは、熊本県と徳島県（33.6%）で、3割以上の方がヘアドネーションをやってみたいと回答しています。実施意向の高かった上位6県は、いずれも前述のヘアドネーション認知率で全国平均よりも高い結果となっています。

ヘアドネーションの実施意向が高い県		
1	熊本県	33.6%
	徳島県	33.6%
3	埼玉県	28.9%
	鳥取県	28.9%
5	島根県	27.9%
	岡山県	27.9%

※「すでにやったことがある」及び「やってみたいと思う」と回答した人を足した割合

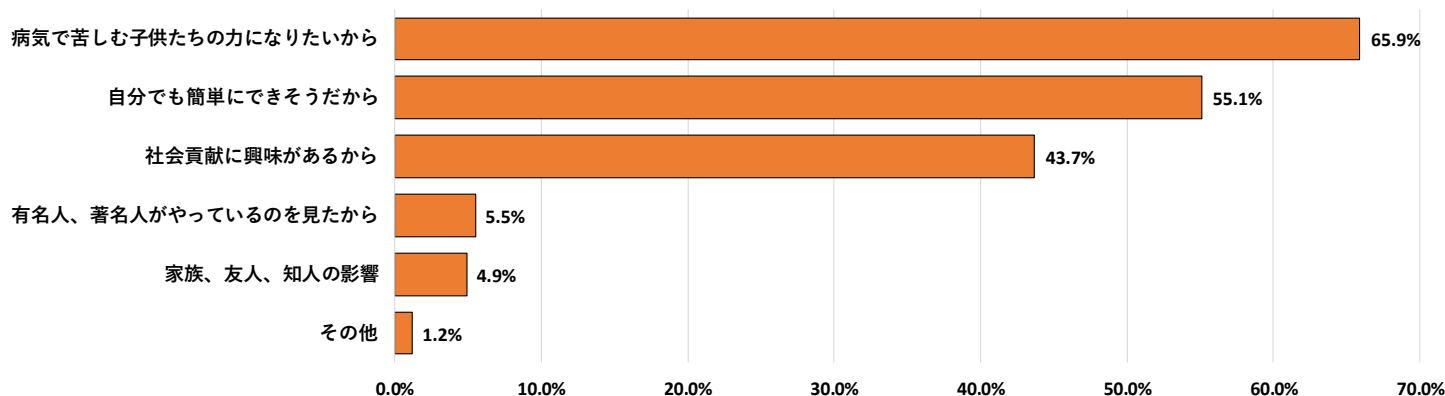
◆やってみたいと思う理由「苦しむ子供の力になりたい」がトップに

有名人、著名人の影響は限定的

前問で「すでにやったことがある」「やってみたい」と答えた方に対し、なぜやってみたいと思ったのかを尋ねたところ、6割以上の方が「病気で苦しむ子供たちの力になりたいから」と回答し、「自分にも簡単にできそうだから」（55.1%）、「社会貢献に興味があるから」（43.7%）の順に続きました。

近年、有名人や著名人でもヘアドネーションをする方が増えていますが、「有名人、著名人がやっているのを見たから」と回答した人は5.5%と少ない結果となりました。「家族、友人、知人の影響」と回答した人の割合も4.9%と低く、ヘアドネーションをやってみたいと思っている人は、誰かからの影響ではなく、“子供たちの力になりたい”や“社会貢献に興味がある”などのご自身の意思で興味をもっていることが分かります。

Q. 前問で「すでにやったことがある」「やってみたい」と答えた方にお聞きします。なぜヘアドネーションをやってみたいと思いましたか？（いくつでも）
（複数回答／n=1117）



<参考>

■JHD&C（ジャーダック）について

JHD&Cは、ヘアドネーション（髪の毛の寄付）によって製作した人毛100%のオーダーメイドフルウィッグを、病気などでウィッグを必要とする子どもたちに無償提供しているNPO法人です。



■ JHD&C との協力の経緯

協力のきっかけは、北海道の帯広三条高校放送局の生徒たちでした。「髪」をテーマにドキュメンタリー作品を制作していた帯広三条高校の生徒が JHD&C と弊社に取材を依頼したことで、お互いの活動を知りました。

当社は、「お子さまの髪の悩みを心の傷にしないために」をテーマに、病気やケガなどの理由でウィッグを必要とされるお子さま（4歳から15歳まで）へウィッグをプレゼントする「愛のチャリティ」を、創立10周年の1978年から開始し40年以上続けています。



JHD&C と当社の活動の目的が共通のものであると感じ、2015年3月から JHD&C への協力を開始し、2016年からはウィッグの製作協力を開始しました。2018年より売上の一部が JHD&C の活動に充てられる「ヘアドネーション支援自動販売機」を本社や店舗に設置した他、一部店舗を賛同美容室に登録しました。

■ JHD&C 代表理事 渡辺貴一氏からのコメント

➤ 今回の調査結果についての感想

「中国地方」や「九州沖縄地方」の認知度が高かったのは意外な結果で驚きました。ホームページへのアクセス数などは、東京や名古屋市、大阪市といった大都市が高いので、都市部の方が認知率は高くなると予想していましたが、地方での認知も広がっていてうれしいですね。



➤ 西日本での認知率が高い結果となったことについて

特に西日本を中心に活動してきたわけではありませんが、活動を開始した初期のころから、協力的なサロンが熊本市内にあり、そちらを通じて何度もメディアで報道されたり、そのサロンの自主的な広報活動もあったことで、限定された地域での周知が進んだ可能性はあるかもしれません。

➤ 今後の活動について

これまでの「ヘアドネーション」は、ある種の流行として広く受け入れられてきましたが、コロナ禍を経た新しい社会においては、「チャリティ」本来の意味で認知されることを目標に、これからも活動を継続していきたいと考えています。