

2022年6月23日



【美容センサス 2022 年上期】《ネイルサロン編》

男性の1回あたりの利用金額が前年から324円増加し3,945円

男性に最も利用されているメニューは「ハンドケア」(56.9%)

「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(2022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年間におけるネイルサロン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。

ポイント① 女性のネイルサロン利用率は前年から微増。利用金額は女性が5,814円で前年から横ばい、男性は3,945円で前年より324円増…P.3-4

▶サロン利用率(過去1年に1回以上利用)は女性が8.8%(前年比0.5pt増)、男性が3.0%(前年比0.1pt増)。

▶利用金額は女性が5,814円(前年比10円増)、男性が3,945円(前年比324円増)。

ポイント② 男性に最も利用されているメニューは「ハンド:ケアのみ」(56.9%)…P.5

▶男性の最も利用の多いメニューは「ハンド:ケアのみ」(56.9%)。上位4メニューの利用率がすべて前年から上昇。

▶男性で前年からの増加幅が最も大きかったのは、「マニキュア」(45.2%、前年比6.3pt増)。

ポイント③ 男女ともに店販購入率が前年より増加。購入商品の1位は男女ともに「ネイルクリーム・オイル、ハンドクリーム」…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16.6%(前年比4.2pt増)、男性は21.3%(前年比4.7pt増)で、ともに前年から4ポイント以上の増加。

▶購入商品の1位は男女ともに「ネイルクリーム・オイル、ハンドクリーム」(女性55.2%、男性59.5%)で、男性は前年から18.9ポイントの大幅増加。

今回の調査での注目は「メンズネイル」。男性のサロン利用率は3.0%と女性の利用率よりは低いですが、利用金額が上昇。「ハンドケア」が男性の利用メニュー1位であることから「ケア」意識の高まりがうかがえます。さらに、「マニキュア」も前年から上昇していることから、「ケア」から一歩進んだ「デザイン」にまで男性の「ネイルの美活」は幅広く広がっているようです。



『ホットペッパービューティーアカデミー』
研究員 田中 公子

本件に関する
お問い合わせ先

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

2022年6月23日

調査概要と回答者プロフィール

調査名

美容センサス 2022 年上期《ネイルサロン編》

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）

	サンプル合計	エリア別割付数									
		北海道・東北	首都圏	23区外	うち 東京23区	中部・甲信越	（東 静 海 岡 含む）	関西	中国・四国	九州	
全体	6,600	561	2,761	1,837	924	275	671	1,243	484	605	
女性	15～19歳	600	51	251	167	84	25	61	113	44	55
	20代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110
	30代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110
	40代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110
	50代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110
	60代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110
男性	15～19歳	600	51	251	167	84	25	61	113	44	55
	20代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110
	30代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110
	40代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110
	50代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110
	60代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110

調査実施時期

2022年2月10日（木）～2月18日（金）

※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
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）		
2022年	2022年2月10日（木）～2月18日（金）		

調査実施機関

株式会社アンド・ディ

2022年6月23日

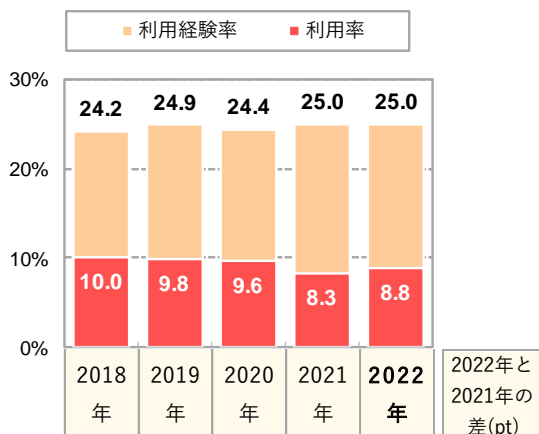
1. 女性の利用率は前年から微増。利用金額は女性が5,814円で前年から横ばい、男性は3,945円で前年より324円増

女性のサロン利用率は8.8%（前年比0.5pt増）で、前年から微増。年間利用回数は5.21回（前年比4.1%減）と前年より減少。一方、利用金額は5,814円（前年比10円増）で横ばい。

男性のサロン利用率は3.0%（前年比0.1pt増）で前年水準にとどまった。一方、年間利用回数は2.23回（前年比21.2%減）、利用金額は3,945円（前年比324円増）と変動が大きかった。

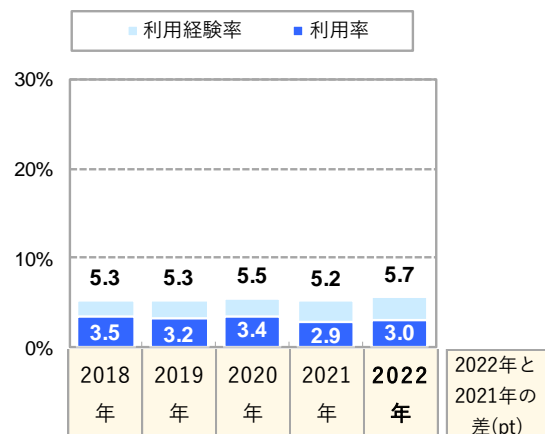
■ [ネイルサロン] 利用率・利用経験率（各単一回答）

【女性】



■利用率（過去1年間に1回以上利用）						
(n=6,600)	10.0	9.8	9.6	8.3	8.8	0.5
■利用経験率※						
(n=6,600)	24.2	24.9	24.4	25.0	25.0	0.0

【男性】



■利用率（過去1年間に1回以上利用）						
(n=6,600)	3.5	3.2	3.4	2.9	3.0	0.1
■利用経験率※						
(n=6,600)	5.3	5.3	5.5	5.2	5.7	0.5

※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」

■ [ネイルサロン] 年間利用回数≪1回以上利用者ベース集計≫

（ネイルサロン利用者／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（回） （）は増減率
●凡例	■	■	■	■	■		
2022年 (n= 497)	24.5%	27.0	12.5	17.5	18.5	5.21	-0.22 (-4.1%)
2021年 (n= 462)	24.2	27.3	11.9	14.5	22.1	5.43	0.56 (11.5%)
2020年 (n= 536)	31.2	26.3	11.2	12.5	18.8	4.87	0.01 (0.2%)
2019年 (n= 571)	28.0	31.7	9.5	13.1	17.7	4.86	0.55 (12.8%)
2018年 (n= 584)	33.9	27.6	12.3	12.8	13.4	4.31	0.21 (5.1%)

2022年6月23日

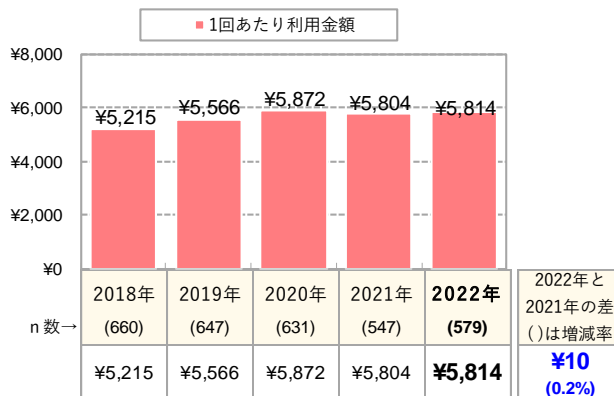
【男性】

	年間利用回数				
	1回	2～3回	4～5回	6～11回	12回以上
●凡例					
2022年 (n= 83)	51.8%	31.3	7.2	6.0	3.6
2021年 (n= 76)	47.4	32.9	5.3	10.5	3.9
2020年 (n= 124)	45.2	32.3	12.1	8.9	1.6
2019年 (n= 117)	40.2	32.5	15.4	6.8	5.1
2018年 (n= 143)	49.7	29.4	11.9	5.6	3.5

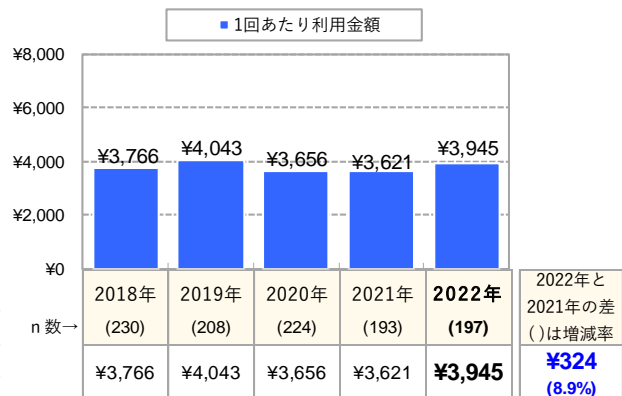
年間利用回数		
各年の平均 (回)	前年との差 (回) ()は増減率	
2.23	-0.60	(-21.2%)
2.83	0.03	(1.1%)
2.80	-0.46	(-14.1%)
3.26	0.67	(25.9%)
2.59		

■ [ネイルサロン] 1回あたり利用金額 (ネイルサロン利用者/実数回答)

【女性】



【男性】



■ [ネイルサロン] サロン利用にかかった時間 (ネイルサロン利用者/実数回答)

【女性】

	(%)					(分)	
	30分未満	30～60分未満	60分～1時間未満	1時間半～2時間未満	2時間以上	1時間半以上・計	平均時間
2022年 (n= 579)	7.8	14.0	38.9	15.4	24.0	39.4	76
2021年 (n= 547)	5.3	16.8	37.7	16.3	23.9	40.2	76
2020年 (n= 631)	6.2	19.5	39.8	13.3	21.2	34.5	72
2019年 (n= 647)	6.0	17.8	34.5	17.0	24.7	41.7	77
2018年 (n= 660)	5.9	21.2	37.0	14.1	21.8	35.9	74

2022年6月23日

【男性】

	(%)					(%)	(分)
	30分未満	30~60分未満	60分~1時間未満	1時間半~2時間未満	2時間以上	1時間半以上・計	平均時間
2022年 (n= 197)	37.1	39.1	20.8	2.0	1.0	3.0	35
2021年 (n= 193)	36.3	43.5	15.5	3.6	1.0	4.7	35
2020年 (n= 224)	29.0	45.5	22.3	2.2	0.9	3.1	38
2019年 (n= 208)	27.9	46.6	20.7	4.8	0.0	4.8	38
2018年 (n= 230)	24.3	44.4	26.1	3.5	1.7	5.2	42

2. 男性は上位4メニューの利用がすべて前年から増加。最も増加したのは「マニキュア」

女性の最も利用の多いメニューは前年に続き「ジェル」(73.6%)。今回初めて調査した「ハンド：オフのみ」は20.0%、「フット：オフのみ」は9.2%となった。男性の最も利用の多いメニューは「ハンド：ケアのみ」(56.9%、前年比2.5pt増)。男性は上位4メニューの利用率がすべて前年から上昇。前年からの利用率の増加幅が最も大きかったのは、「マニキュア」(45.2%、前年比6.3pt増)。今回初めて調査した「フット：巻き爪ケア」(32.0%)、「ハンド：オフのみ」(31.0%)、「フット：オフのみ」(27.9%)がトップ8にランクイン。

■ [ネイルサロン] 各メニュー利用率 (ネイルサロン利用者/各単一回答)

【女性】

	(%)				
メニュー利用率 (トップ8)	2018年 (n=660)	2019年 (n=647)	2020年 (n=631)	2021年 (n=547)	2022年 (n=579)
ジェル※	70.3	72.3	71.0	79.5	73.6
マニキュア※	30.9	27.8	30.0	26.7	26.9
ハンド：ケアのみ (ハンドマッサージ、パラフィンパックなど含む)	37.0	31.4	30.9	28.2	24.9
ハンド：オフのみ	*	*	*	*	20.0
ハンド：スカルブ (ケア含む)	19.5	17.9	19.0	18.3	16.4
フット：ケアのみ	17.3	16.1	18.4	13.2	12.8
ハンド：ネイルプリンター (ケア含む)	*	*	13.9	9.9	11.6
フット：オフのみ	*	*	*	*	9.2

【男性】

	(%)				
メニュー利用率 (トップ8)	2018年 (n=230)	2019年 (n=208)	2020年 (n=224)	2021年 (n=193)	2022年 (n=197)
ハンド：ケアのみ (ハンドマッサージ、パラフィンパックなど含む)	73.5	71.2	65.2	54.4	56.9
マニキュア※	57.4	55.8	49.1	38.9	45.2
ジェル※	51.3	55.3	49.6	36.3	40.1
フット：ケアのみ	43.9	46.6	41.1	30.6	33.5
フット：巻き爪ケア	*	*	*	*	32.0
ハンド：スカルブ (ケア含む)	43.5	44.7	45.1	33.2	31.5
ハンド：オフのみ	*	*	*	*	31.0
ハンド：ネイルプリンター (ケア含む)	*	*	39.3	29.5	27.9
フット：オフのみ	*	*	*	*	27.9

※「ジェル」は「ハンド：ジェル (ケア含む)」+「フット：ジェル (ケア含む)」

※「マニキュア」は「ハンド：マニキュア (ケア含む)」+「フット：マニキュア (ケア含む)」。「マニキュア」は2020年まで「ポリッシュ」

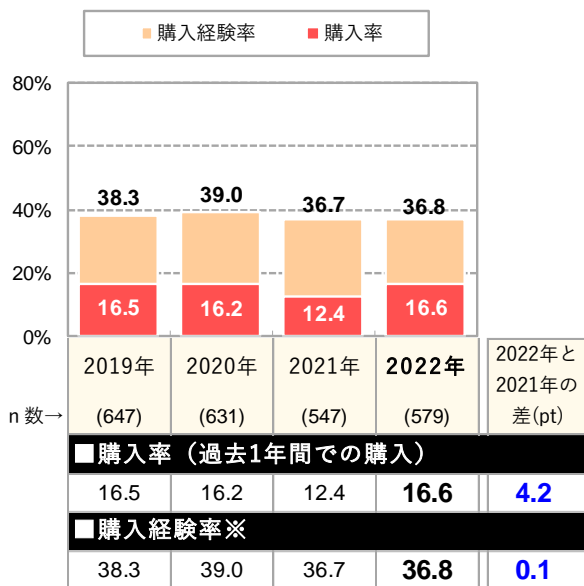
2022年6月23日

3. 男女ともに店販購入率が前年より増加。購入商品の1位は男女ともに「ネイルクリーム・オイル、ハンドクリーム」

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16.6%（前年比4.2pt増）、男性は21.3%（前年比4.7pt増）でともに前年から4ポイントを超える増加。購入商品の1位は男女ともに「ネイルクリーム・オイル、ハンドクリーム」（女性55.2%、男性59.5%）で、男性は前年から18.9ポイントの大幅増加。

■ [ネイルサロン] 過去1年の店販*購入経験（ネイルサロン利用者/単一回答）

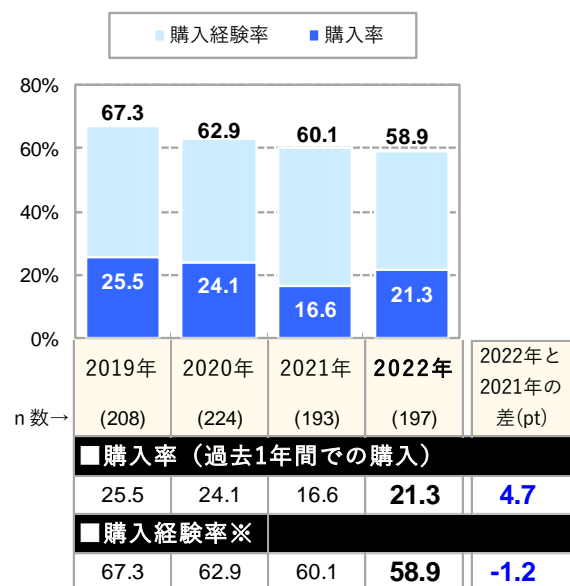
【女性】



※店販：サロンで販売している「商品」

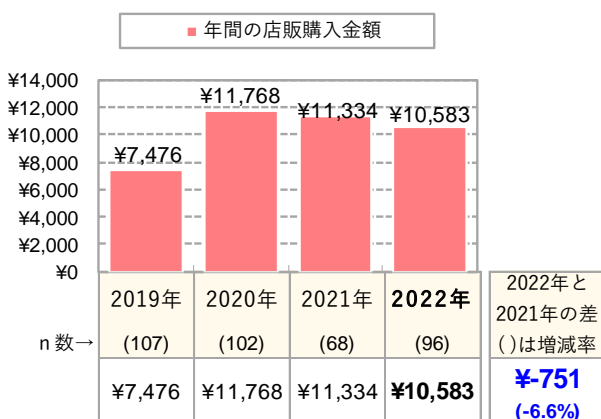
※購入経験率：「過去1年間での購入」+「ここ1年間での購入はないが、過去に購入」

【男性】

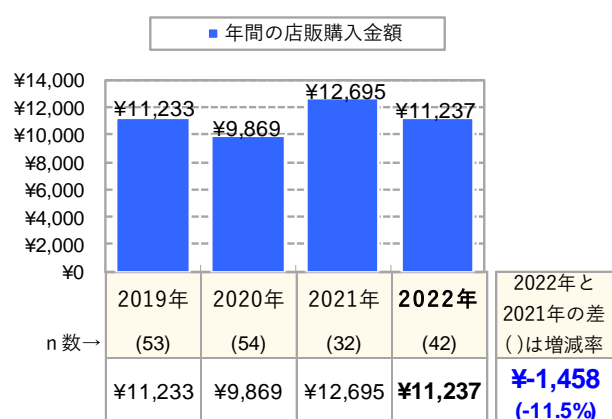


■ [ネイルサロン] 過去1年の店販購入金額（過去1年店販購入者/実数回答）

【女性】



【男性】



2022年6月23日

■ [ネイルサロン] 過去1年の店販購入商品（過去1年店販購入者／複数回答）

【女性】

(%)

順位	店販購入商品（トップ5）	2022年 (n= 96)	2021年 (n= 68)
1位	ネイルクリーム・オイル、ハンドクリーム	55.2	1位 57.4
2位	ネイルポリッシュ（マニキュア）	51.0	2位 41.2
3位	ジェルネイル	37.5	3位 38.2
4位	リムーバー	28.1	4位 27.9
5位	ネイルケア関連商品その他	21.9	5位 13.2

【男性】

(%)

順位	店販購入商品（トップ5）	2022年 (n= 42)	2021年 (n= 32)
1位	ネイルクリーム・オイル、ハンドクリーム	59.5	4位 40.6
2位	ネイルポリッシュ（マニキュア）	42.9	1位 71.9
3位	ジェルネイル	38.1	2位 65.6
3位	リムーバー	38.1	3位 53.1
3位	ネイルケア関連商品その他	38.1	5位 25.0

2022年6月23日

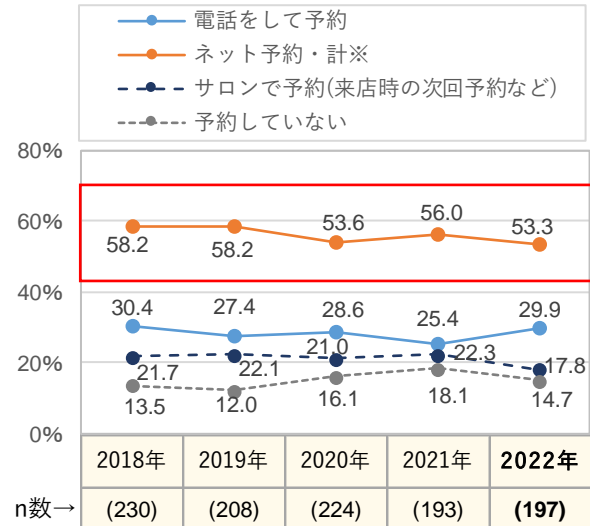
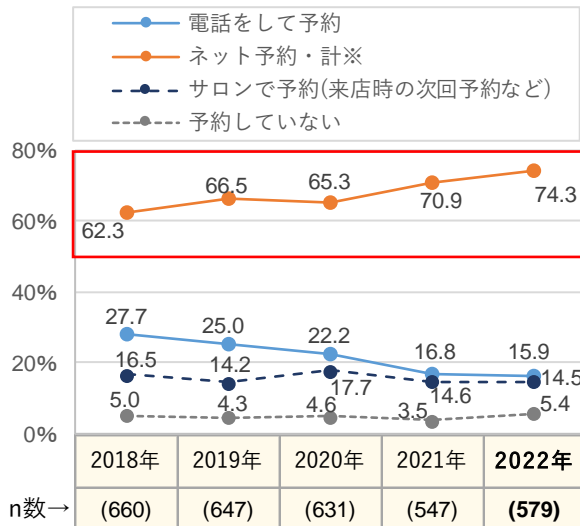
4. 女性の「ネット予約」が2018年から12.0ポイント増加

過去1年のサロン予約方法のうち、男女ともに1位は引き続き「ネット予約」(女性74.3%、男性53.3%)。女性の「ネット予約」は前年から3.4ポイント増加の74.3%、2年連続の増加。一方、「電話をして予約」は2019年以降、一貫して減少を続けている。

■ [ネイルサロン] 過去1年のサロン予約方法 (ネイルサロン利用者/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】「通っているサロンのホームページ」「サロン検索・予約サイト」「LINE」「その他SNS」「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】「通っているサロンのホームページ」「通っているサロンの専用アプリ」「サロン検索・予約サイト・アプリ」「LINE」「Instagram」「その他SNS」「メール」「その他」

2022年6月23日

5. 女性は「ネイルクリームやネイルオイル」が引き続き増加傾向。男性はトップ5の自宅ケアが2018年以降で最も高い実施率

女性は2位から5位までの自宅ケア実施率が前年から増加。「ネイルクリームやネイルオイルなど、爪や指先専用のケア」は2018年以降で最も高い実施率。男性の実施率は1位から5位までの自宅ケアすべてで前年を上回り、すべての自宅ケアにおいて2018年以降で最も高い実施率となっている。

■ [ネイルサロン] 自宅ケア実施率 (各単一回答)

【女性】(n=6,600)

【男性】(n=6,600)

順位	自宅ケア実施率 (トップ5)	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
1位	マニキュアを使ったセルフネイル	24.7	23.8	23.7	21.5	19.5
2位	ネイルクリームやネイルオイルなど、爪や指先専用のケア	12.3	12.3	13.3	13.6	14.1
3位	ジェルライト・ジェルネイルキットを使ったセルフネイル	7.0	5.9	6.7	6.9	7.8
4位	ネイルシール	*	*	5.1	4.8	5.7
5位	ネイルプリンター	*	*	2.9	2.4	3.1

順位	自宅ケア実施率 (トップ5)	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
1位	ネイルクリームやネイルオイルなど、爪や指先専用のケア	4.3	3.6	4.5	3.9	4.7
2位	マニキュアを使ったセルフネイル	4.2	3.4	4.2	3.6	4.5
3位	ジェルライト・ジェルネイルキットを使ったセルフネイル	4.1	3.3	4.1	3.7	4.3
3位	ネイルシール	*	*	3.9	3.4	4.3
5位	ネイルプリンター	*	*	3.8	3.3	4.1

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、一人ひとり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、60を超える国・地域で事業を展開しています。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、一人ひとり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.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>