

2022年6月23日

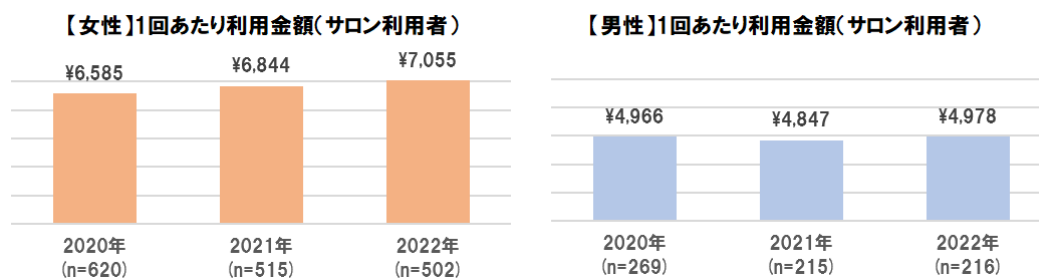


【美容センサス 2022 年上期】《エステサロン [フェイシャル、ボディ/痩身] 編》 フェイシャルサロンの男女の1回あたり利用金額が前年から増加 女性の年間利用回数が増加し、サロンの利用時間は短縮傾向に 「15～69歳男女の過去1年間における美容サロン利用実態」を調査（2022年2月実施）

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年間におけるエステサロン [フェイシャル、ボディ/痩身] 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 フェイシャルサロンの1回あたり利用金額は男女ともに前年から増加…P.5、P.7

- ▶フェイシャルサロンの1回あたり利用金額は、女性が7,055円（前年比211円増）、男性が4,978円（前年比131円増）でともに増加。
- ▶フェイシャルサロンの店販購入率も男女とも前年から増加。



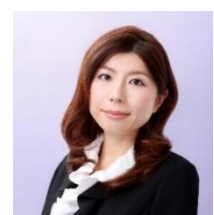
ポイント② 女性の年間利用回数が増加し、サロンの利用時間は時短傾向に…P.4-6

- ▶女性の年間利用回数は、フェイシャルサロン5.13回（前年比20.1%増）、ボディ/痩身サロン4.35回（前年比9.3%増）で前年から増加。
- ▶女性1回あたり利用時間の平均はフェイシャルサロンが71分（前年71分）、ボディ/痩身サロンが70分（前年72分）と横ばいまたは減少に。いずれも「30分未満」の利用が増加。

ポイント③ 男性のボディ/痩身サロンの店販購入者の出現率は、女性の1.4倍…P.7

- ▶男性の過去1年間の店販（サロンで販売している「商品」）購入率は、フェイシャルサロンが21.3%（前年比1.8pt増）、ボディ/痩身サロンが27.4%（前年比1.7pt増）で前年から増加。
- ▶ボディ/痩身サロンでは、女性の店販購入率は19.4%（前年比2.1pt減）。男性の店販購入率（27.4%）が女性を8.0ポイント上回っている。

女性のフェイシャルサロンはサロンでの利用時間が前年から変わらない中で、1回あたりの利用金額が増加しています。この“生産性の高さ”には、店販の購入額が増えていることも影響しているかもしれません。お客さまは、コロナ禍でノーメイクで過ごすことも増えて、改めて「肌のケアをしっかりとりたい」という意識が高まっているのでしょう。プロからの提案で自宅ケアをしっかりとりたいというニーズがあるようです。（『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「エステサロン [フェイシャル、ボディ/痩身] 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）

	女性										男性										
	サン プ ル 合 計	北 海 道 ・ 東 北	首 都 圏	23 区 外	東 京 23 区	う ち 23 区	中 部 ・ 甲 信 越	（ 東 海 ・ 静 岡 含 む ）	関 西	中 国 ・ 四 国	九 州	サン プ ル 合 計	北 海 道 ・ 東 北	首 都 圏	23 区 外	東 京 23 区	う ち 23 区	中 部 ・ 甲 信 越	（ 東 海 ・ 静 岡 含 む ）	関 西	中 国 ・ 四 国
全体	6,600	561	2,761	1,837	924	275	671	1,243	484	605	6,600	561	2,761	1,837	924	275	671	1,243	484	605	
15～19歳	600	51	251	167	84	25	61	113	44	55	600	51	251	167	84	25	61	113	44	55	
20代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110	
30代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110	
40代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110	
50代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110	
60代	1,200	102	502	334	168	50	122	226	88	110	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

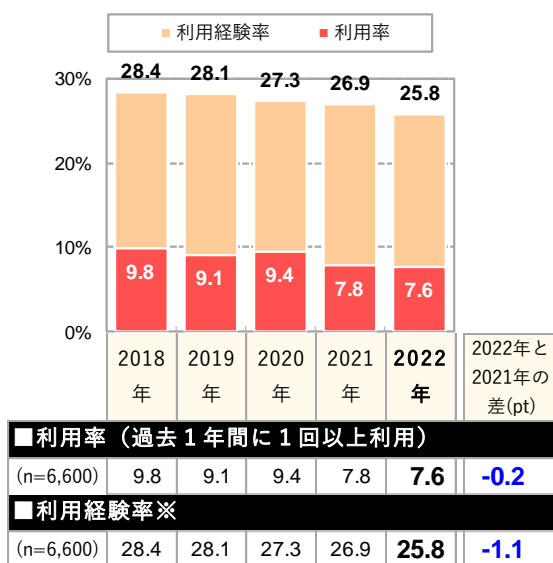
2022年6月23日

1. [フェイシャル]、[ボディ/痩身]とも、年間利用回数が増加。女性の年6回以上利用者のシェアが拡大

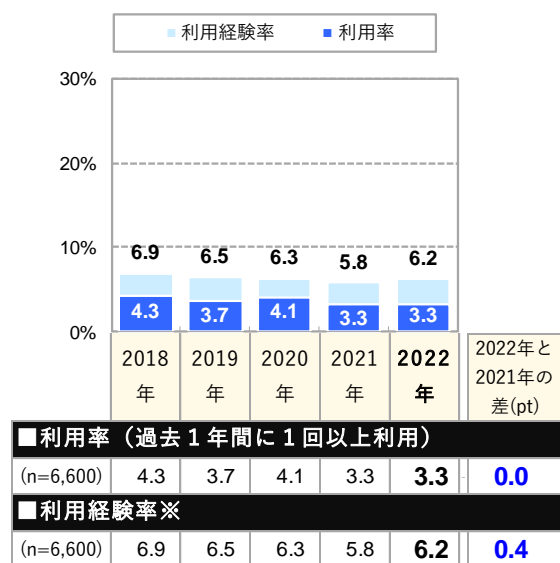
男女ともにフェイシャルサロン（以下、[フェイシャル]）、ボディ/痩身サロン（以下、[ボディ/痩身]）の利用率（過去1年間に1回以上利用）は、いずれも前年から横ばい。女性の年間利用回数は、[フェイシャル]が5.13回（前年比20.1%増）、[ボディ/痩身]が4.35回（前年比9.3%増）で、前年から大幅に増加。[フェイシャル]は1回あたり利用金額も7,055円で前年比211円増となり、2年連続で増加している。

■ [フェイシャル] 利用率・利用経験率（各単一回答）

【女性】



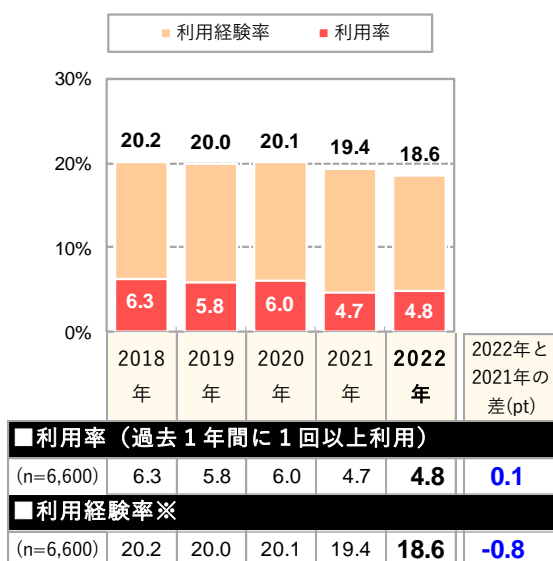
【男性】



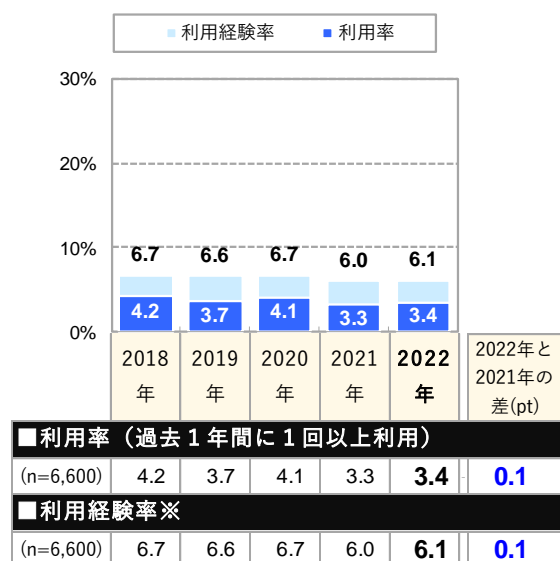
※利用経験率：「過去1年間に1回以上利用」 + 「ここ1年間の利用はないが、過去に利用」

■ [ボディ/痩身] 利用率・利用経験率（各単一回答）

【女性】



【男性】



※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」

2022年6月23日

■ [フェイシャル] 年間利用回数 ≪ 1回以上利用者ベース集計 ≫ ([フェイシャル] 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= 404)	30.2%	23.0	14.4	18.1	14.4	5.13	0.86 (20.1%)
2021年 (n= 416)	33.4	28.4	12.7	13.5	12.0	4.27	-0.40 (-8.6%)
2020年 (n= 503)	30.0	28.0	14.3	14.5	13.1	4.67	0.03 (0.6%)
2019年 (n= 522)	29.9	28.4	12.8	15.7	13.2	4.64	0.34 (7.9%)
2018年 (n= 558)	34.8	28.5	11.3	14.3	11.1	4.30	-0.43 (-9.1%)

【男性】

	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= 117)	48.7%	27.4	10.3	6.8	6.8	3.01	-0.77 (-20.4%)
2021年 (n= 101)	42.6	20.8	13.9	15.8	6.9	3.78	0.55 (17.0%)
2020年 (n= 169)	40.2	29.6	14.8	11.2	4.1	3.23	-0.07 (-2.1%)
2019年 (n= 136)	36.0	37.5	11.8	8.8	5.9	3.30	0.38 (13.0%)
2018年 (n= 194)	46.9	27.3	11.9	11.3	2.6	2.92	

■ [ボディ/痩身] 年間利用回数 ≪ 1回以上利用者ベース集計 ≫ ([ボディ/痩身] 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= 220)	33.2%	28.6	10.9	17.3	10.0	4.35	0.37 (9.3%)
2021年 (n= 208)	36.1	27.9	15.9	10.6	9.6	3.98	-0.05 (-1.2%)
2020年 (n= 296)	35.5	27.7	14.5	12.5	9.8	4.03	-0.75 (-15.7%)
2019年 (n= 288)	33.3	27.8	12.2	11.8	14.9	4.78	1.27 (36.2%)
2018年 (n= 321)	43.3	28.3	12.1	9.7	6.5	3.51	-0.60 (-14.6%)

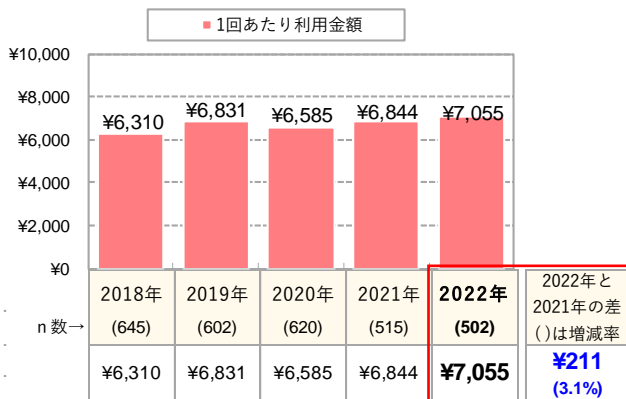
【男性】

	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= 110)	40.0%	32.7	10.9	11.8	4.5	3.04	0.28 (10.1%)
2021年 (n= 108)	45.4	27.8	8.3	13.0	5.6	2.76	-0.36 (-11.5%)
2020年 (n= 175)	36.6	33.1	13.7	10.9	5.7	3.12	0.17 (5.8%)
2019年 (n= 152)	37.5	34.9	15.1	8.6	3.9	2.95	0.30 (11.3%)
2018年 (n= 183)	51.9	28.4	12.6	4.4	2.7	2.65	

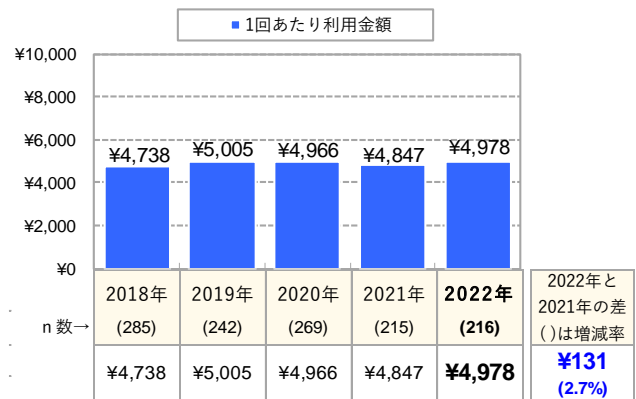
2022年6月23日

■ [フェイシャル] 1回あたり利用金額 ([フェイシャル] 利用者/実数回答)

【女性】

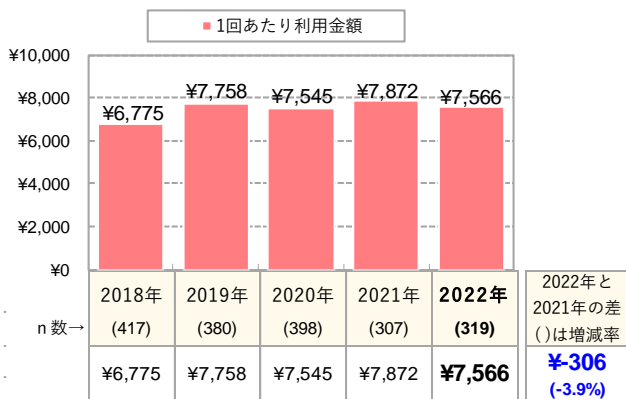


【男性】

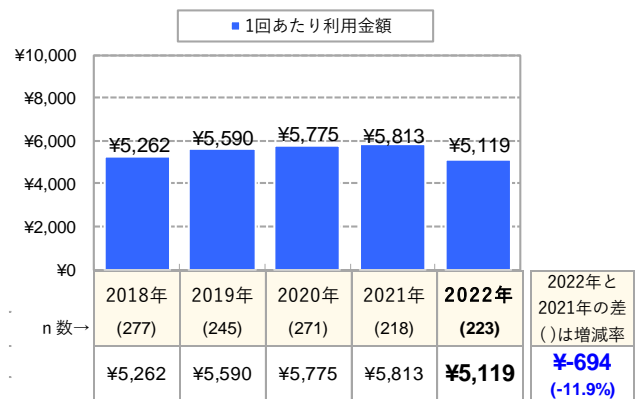


■ [ボディ/痩身] 1回あたり利用金額 ([ボディ/痩身] 利用者/実数回答)

【女性】



【男性】



2. 利用時間は[フェイシャル]が二極化、[ボディ/痩身]は短縮の傾向

[フェイシャル]では女性の平均時間は昨年から横ばいだが、「30分未満」の利用者と、「1時間半以上」の利用者がそれぞれ増加。[ボディ/痩身]では女性の平均利用時間は短縮の傾向で、「30分未満」が増加。男性は[フェイシャル][ボディ/痩身]とも短縮の傾向。

■ [フェイシャル] サロン利用にかかった時間 ([フェイシャル] 利用者/実数回答)

【女性】

	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= 502)	7.6	15.5	41.2	19.5	16.1	35.7	71
2021年 (n= 515)	4.3	16.1	47.2	18.3	14.2	32.4	71
2020年 (n= 620)	6.8	16.5	42.3	18.5	16.0	34.5	70
2019年 (n= 602)	5.5	12.1	42.9	18.9	20.6	39.5	75
2018年 (n= 645)	5.7	14.4	46.8	16.6	16.4	33.0	72

【男性】

	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= 216)	33.3	33.3	28.7	2.3	2.3	4.6	40
2021年 (n= 215)	19.5	46.5	26.5	5.6	1.9	7.4	44
2020年 (n= 269)	21.2	41.3	29.0	5.9	2.6	8.6	46
2019年 (n= 242)	21.5	40.1	30.6	5.4	2.5	7.9	46
2018年 (n= 285)	20.3	43.9	29.5	4.2	2.1	6.3	44

2022年6月23日

■ [ボディ/痩身] サロン利用にかかった時間 ([ボディ/痩身] 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
2022年 (n= 319)	9.7	16.0	39.5	19.4	15.4	34.8
2021年 (n= 307)	5.5	15.0	44.6	16.9	17.9	34.9
2020年 (n= 398)	8.0	13.6	42.2	17.6	18.6	36.2
2019年 (n= 380)	7.1	11.1	37.9	16.6	27.4	43.9
2018年 (n= 417)	7.0	15.3	44.6	14.1	18.9	33.1

【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
2022年 (n= 223)	29.6	29.6	34.1	1.8	4.9	6.7
2021年 (n= 218)	18.8	38.1	32.1	6.4	4.6	11.0
2020年 (n= 271)	19.6	38.0	33.9	4.8	3.7	8.5
2019年 (n= 245)	20.8	37.6	33.1	5.7	2.9	8.6
2018年 (n= 277)	19.5	38.3	34.7	3.2	4.3	7.6

3. [フェイシャル] の利用施術メニュー1位は男女ともに「毛穴ケア」、男性の5位に「髭剃り跡のケア」がランクイン

[フェイシャル]の施術メニュー利用率では男女の1位はともに「毛穴ケア」。男女の差では、男性7位の「小顔・リフトアップ」は、女性では2位にランクイン。[ボディ/痩身]では、女性の施術部位の1位は「太もも」、男性の1位は「お腹」に。

■ [フェイシャル] 施術メニュー利用率 ([フェイシャル] 利用者/複数回答)

【女性】

施術メニュー (トップ10)	2022年 (n= 502)
1位 毛穴ケア	47.8
2位 小顔・リフトアップ	40.4
3位 肌のハリ・ツヤ	39.8
4位 乾燥肌・保湿ケア	34.1
5位 シミ・ソバカス改善	32.9
6位 しわ・小じわの改善	26.9
7位 肌の黒ずみ・くすみケア	26.3
8位 ニキビ・ニキビ跡ケア	21.5
9位 目の下のクマ対策	14.1
10位 シェービング	9.0

【男性】

施術メニュー (トップ10)	2022年 (n= 216)
1位 毛穴ケア	37.0
2位 肌の黒ずみ・くすみケア	35.2
3位 シミ・ソバカス改善	30.6
4位 ニキビ・ニキビ跡ケア	30.1
5位 髭 (ひげ) 剃り跡のケア	26.4
6位 しわ・小じわの改善	25.5
7位 小顔・リフトアップ	22.7
8位 肌のハリ・ツヤ	19.4
8位 目の下のクマ対策	19.4
10位 乾燥肌・保湿ケア	18.5

■ [ボディ/痩身] 施術部位利用率 ([ボディ/痩身] 利用者/複数回答)

【女性】

施術メニュー (トップ10)	2022年 (n= 319)
1位 太もも	47.6
2位 お腹	46.7
2位 脚 (ふくらはぎ・足首)	46.7
4位 おしり	37.0
5位 腰まわり	36.4
6位 背中	31.3
7位 腕	26.0
8位 バスト	13.2
9位 全身	12.5

【男性】

施術メニュー (トップ10)	2022年 (n= 223)
1位 お腹	41.7
2位 腰まわり	36.3
3位 脚 (ふくらはぎ・足首)	35.9
4位 太もも	35.0
5位 おしり	29.1
6位 腕	19.7
7位 背中	17.5
8位 バスト	6.7
9位 全身	4.9

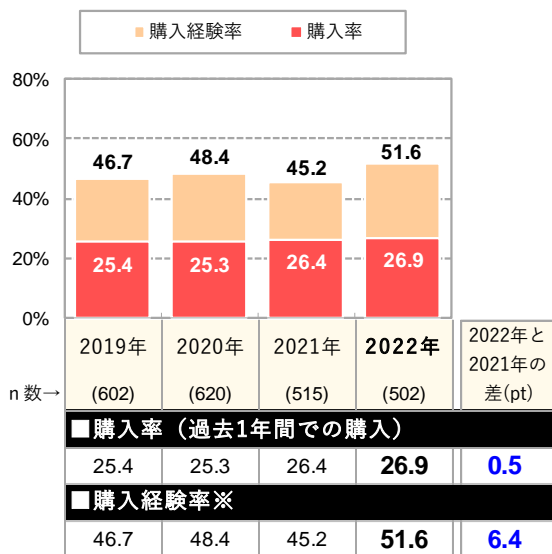
2022年6月23日

4. 男性の店販購入率が[フェイシャル][ボディ／痩身]ともに増加。[ボディ／痩身]の購入率は女性を8ポイント上回る

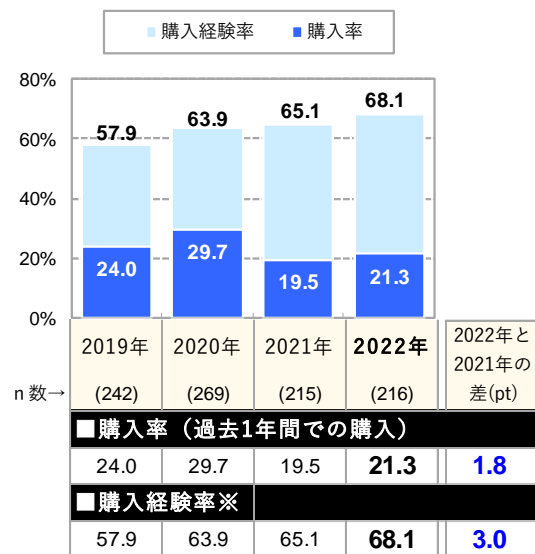
女性の過去1年間の店販（サロンで販売している「商品」）購入率は、[フェイシャル]が26.9%（前年比0.5pt増）、[ボディ／痩身]が19.4%（前年比2.1pt減）。一方、男性は、[フェイシャル]が21.3%（前年比1.8pt増）、[ボディ／痩身]が27.4%（前年比1.7pt増）で前年から増加。[ボディ／痩身]の店販購入率は男性が女性を大きく上回った。

■ [フェイシャル] 過去1年の店販*購入経験（[フェイシャル] 利用者／単一回答）

【女性】



【男性】

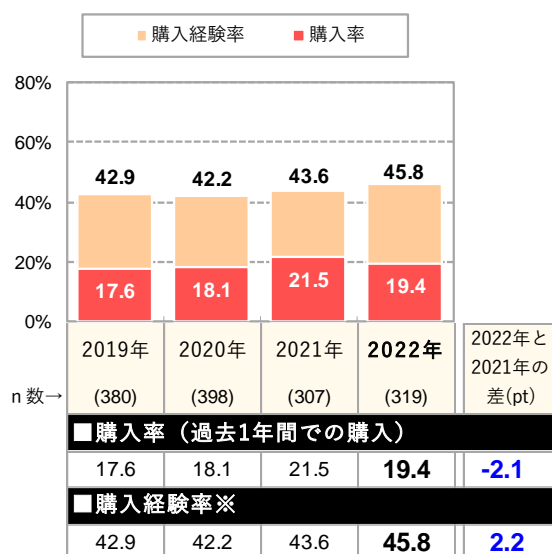


※店販：サロンで販売している「商品」

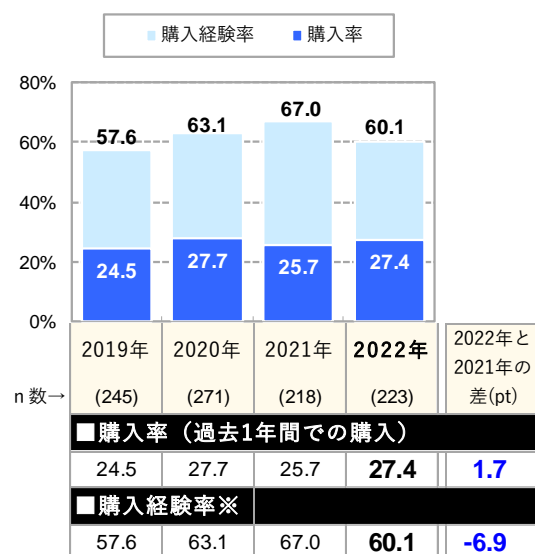
※購入経験率：「過去1年間での購入」 + 「ここ1年間での購入はないが、過去に購入」

■ [ボディ／痩身] 過去1年の店販*購入経験（[ボディ／痩身] 利用者／単一回答）

【女性】



【男性】



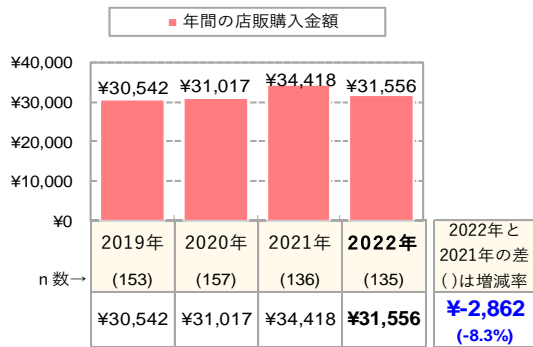
※店販：サロンで販売している「商品」

※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」

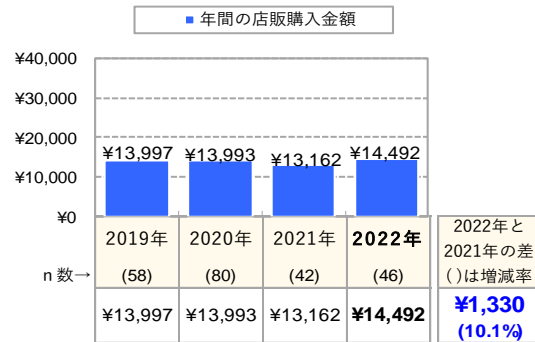
2022年6月23日

■ [フェイシャル] 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】

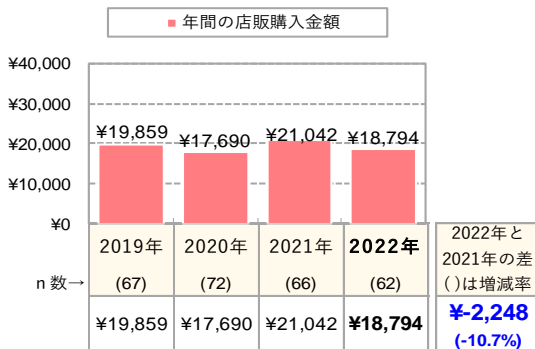


【男性】

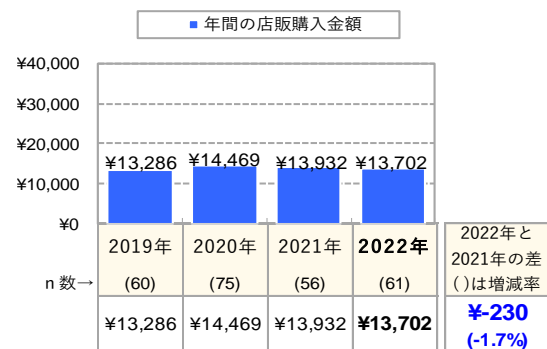


■ [ボディ／痩身] 過去1年の店販購入金額（過去1年店販購入者／実数回答）

【女性】



【男性】

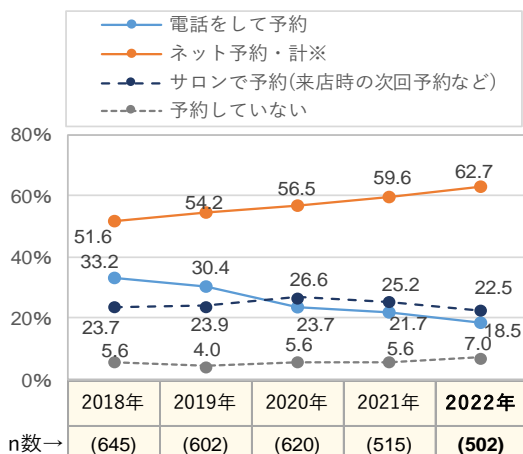


5. 女性のサロン予約はネットが増加。男性は電話が増加

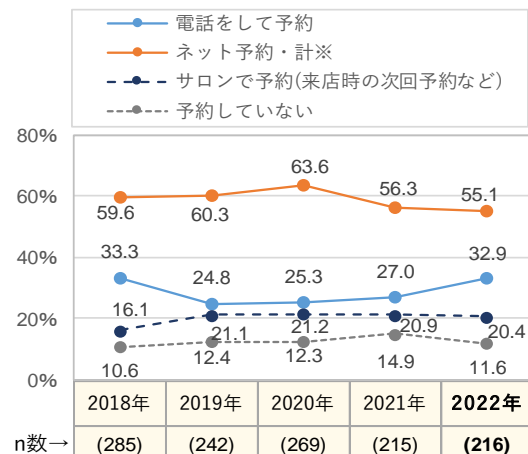
女性の[フェイシャル]における「ネット予約」の割合は62.7%（前年比3.1pt増）、[ボディ／痩身]は64.6%（前年比2.7pt増）で引き続き増加。男性の「電話をして予約」は[フェイシャル]が32.9%（前年比5.9pt増）、[ボディ／痩身]が26.5%（前年比2.6pt増）と増加。

■ [フェイシャル] 過去1年のサロン予約方法（[フェイシャル] 利用者／複数回答）

【女性】



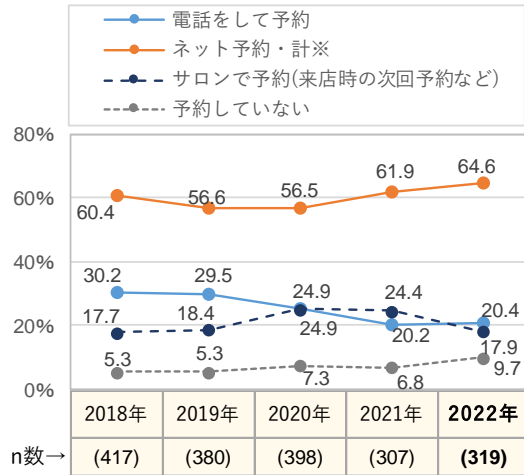
【男性】



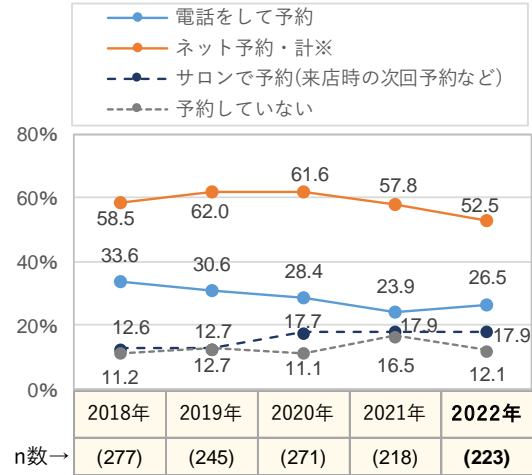
2022年6月23日

■ [ボディ/痩身] 過去1年のサロン予約方法 ([ボディ/痩身] 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」

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/>