

8割が「肌がきれいな男性はすてきだと思う」と回答

7割が男性の長髪に肯定的、ジェンダーレスな美意識が拡大

11月19日は「国際男性デー」！美容に関するサステナビリティ意識調査2024

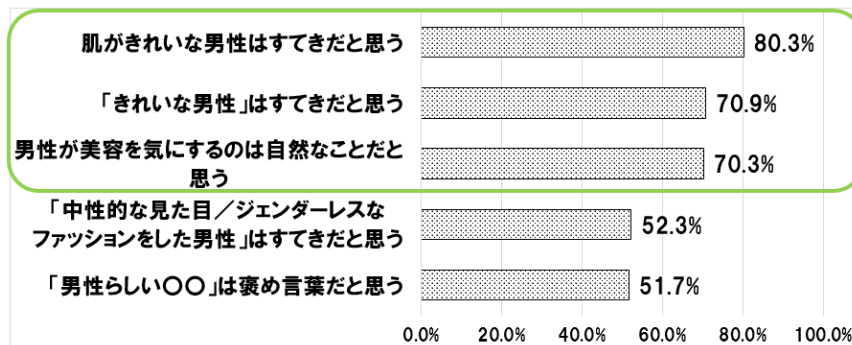
株式会社リクルート（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：北村 吉弘）の美容に関する調査研究機関『ホットペッパービューティーアカデミー』（<https://hba.beauty.hotpepper.jp/>）は、15～59歳までの5,476人（男性：2,700人、女性：2,700人、無回答／あてはまらない：76人）に対し、「美容に関するサステナビリティ意識調査」を実施しました。11月19日の「国際男性デー」に先駆けて、美容におけるジェンダー意識について調査の結果を発表します。

■男性の美容・ファッション等におけるイメージ

「肌がきれいな男性はすてきだと思う」と回答した割合が8割に達し、『「きれいな男性」はすてきだと思う』『男性が美容を気にするのは自然なことだと思う』は7割を超える。

Q. 以下の項目について、あなたの気持ちに近いものをそれぞれお選びください。

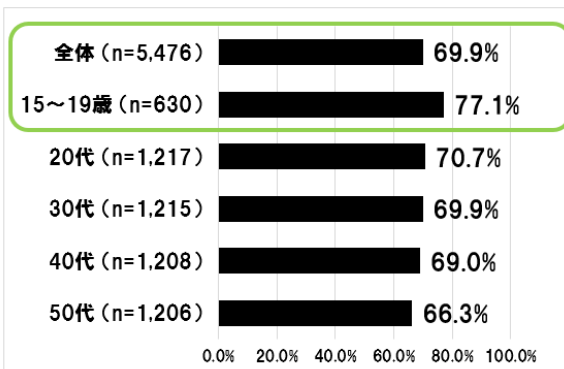
（全体5,476人、各単一回答）※「あてはまる」「ややあてはまる」の合計



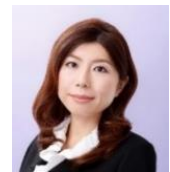
■男性の長髪に関する肯定的意識の浸透

Q. 男性が髪を伸ばすこと（髪を結べるくらいの長さに伸ばしたり、くくったりすること）に対してどう思いますか。（全体5,476人、単一回答）

※「いいと思う」「まあいいと思う」の合計



< 研究員からのコメント >



『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

今回の調査から、「男性と美容」に関する当たり前が変化しつつあることが明らかになりました。また、男性が髪を伸ばすことも、15～19歳は77.1%が肯定的に捉えており、従来の“男性らしさ”という枠にとられない新たな美意識が広がっていることを示しています。ジェンダーレスな美の価値観が浸透し、性別を問わず自分らしいスタイルを追求する時代に入ってきたことを反映していると考えられます。

本件に関する
お問い合わせ先

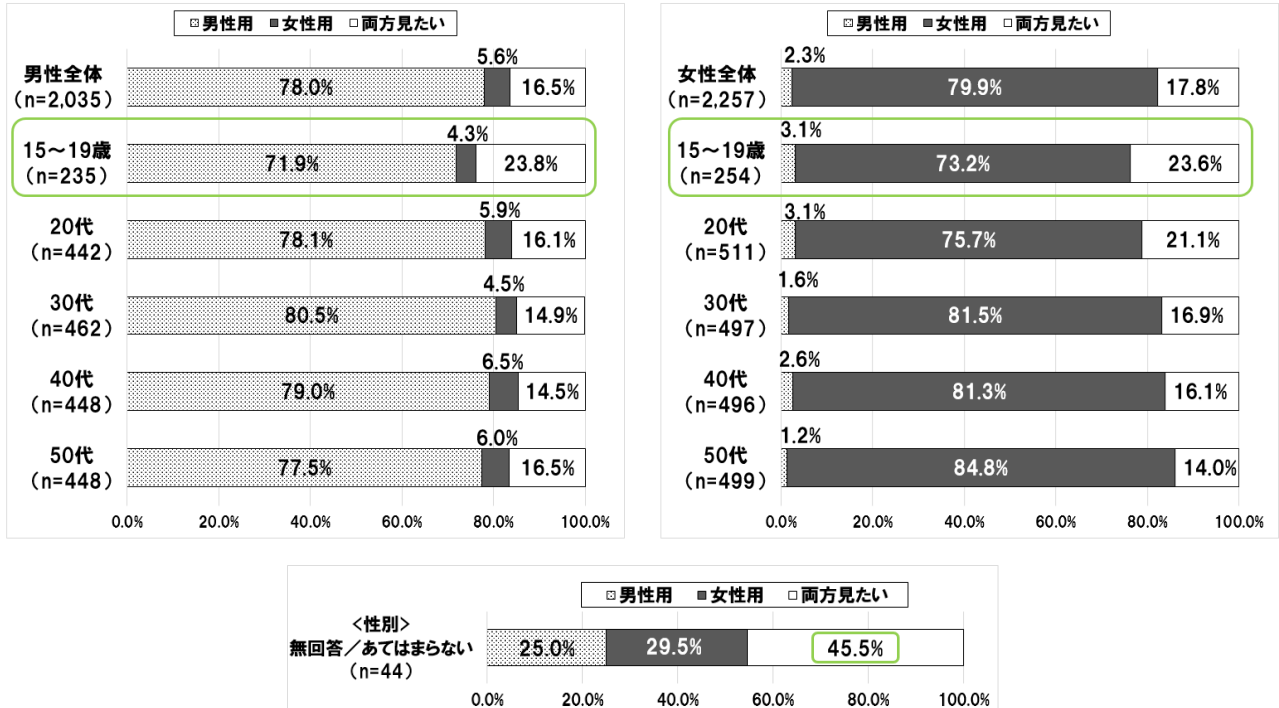
<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

■ヘアカタログの好みで分かる美容意識

美容室・理容室で提供されるヘアカタログに関しては、男女共 8 割近くがそれぞれの性別に合ったヘアカタログを希望している一方で、15～19 歳の若年層においては「両方見たい」と回答する割合が男女それぞれ 2 割強に。性別の質問で「無回答／あてはまらない」の人は、45.5%が「両方見たい」と回答。

Q. 美容室・理容室で渡されるヘアカタログは男性用、女性用どちらを見たいですか。

(美容室・理容室 1 年以内利用者、単一回答)



※「男性用」…「男性用を見たい」「どちらかといえば、男性用を見たい」の合計

※「女性用」…「女性用を見たい」「どちらかといえば、女性用を見たい」の合計

< 研究員からのコメント >

ヘアカタログに対する男女の回答からも 15～19 歳の若年層においては「両方見たい」と回答する割合が 2 割強となっており、他の年代に比べて高い傾向が見られます。これは、若年層のほうが性別にとらわれないファッションやヘアスタイルに対してオープンであり、多様なスタイルに対する興味や関心が高まっていることを示しています。

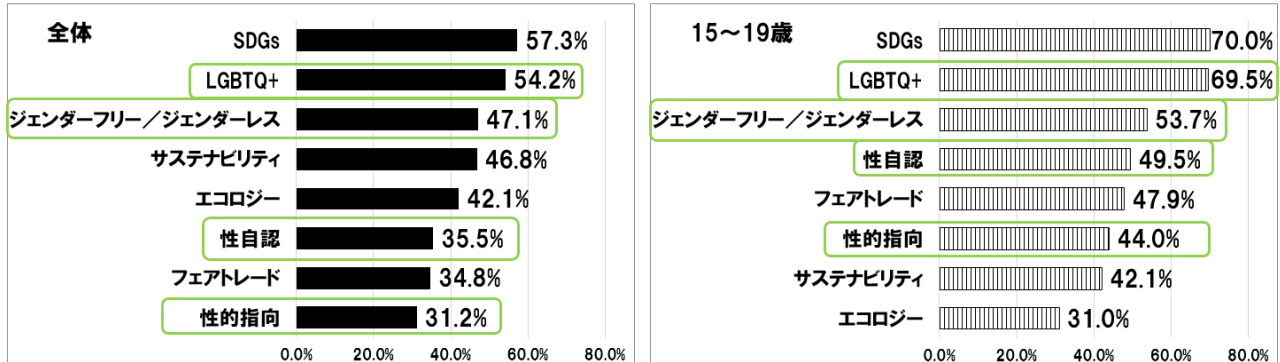
また、性別の質問で「無回答／あてはまらない」の人の半数近くは「両方見たい」と答えていることから、美容室・理容室においてヘアカタログを提供する際には、性別によって提供するヘアカタログや雑誌を決め付けず、まずは両方お見せすることも潜在的な顧客満足につながる可能性があります。

(『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)

■性の多様性に関する認知の広がり

サステナビリティに関するキーワード認知率は、全体・15～19歳いずれも1位「SDGs」、2位「LGBTQ+」で、特に15～19歳では約7割。また、「ジェンダーフリー／ジェンダーレス」「性自認」「性的指向」など、性の多様性に関するキーワードも15～19歳のほうが全体に比べて高い傾向が見られる。

Q. あなたは以下の言葉を知っていますか。（全体 5,476 人、15～19 歳 630 人、複数回答、各 TOP8）



※SDGs（Sustainable Development Goals）、LGBTQ+（性的マイノリティ）、性自認（Gender Identity）、性的指向（Sexual Orientation）と注記して聴取

< 研究員からのコメント >

今回の調査から、次世代を担う15～19歳の若年層の性の多様性に対する認知度・感度の高さがうかがえます。若い世代を中心に個人の多様性を尊重するジェンダーレスな美の価値観が浸透しつつあり、今後の美容市場においては、性別に縛られない美容の在り方がさらに重要なテーマになるでしょう。

（『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）

■調査概要

調査名：「美容に関するサステナビリティ意識調査 2024」

調査手法：インターネットリサーチ

調査期間：2024年9月12日～2024年9月17日

調査対象：全国の15～59歳 5,476人（男性：2,700人、女性：2,700人、無回答／あてはまらない：76人）

※図表内の%の値は小数第2位を四捨五入しているため、差分や合計値において、単純計算した数値と合致しない場合があります。

詳細はこちら：<https://hba.beauty.hotpepper.jp/search/generation/61239/>

■『ホットペッパービューティーアカデミー』とは

美容に関する調査研究機関。「美容の未来のために、学びと調査・研究を」をビジョンに2014年に開校しました。美容サロンのマネジメントやマーケティングを学ぶ「経営セミナー」、美容センサスなどの「調査研究」、訪問美容・女性活躍・SDGsなどの情報提供・イベント開催などをはじめとした「サステナビリティ活動」を柱に、全て無料で美容業界へ情報発信しています。これらの活動により、美容業界の成長に寄与する場の提供を目指しています。

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、マッチング&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/>