

美容に使う1カ月あたりの金額は、男女ともここ4年で最高額 物価高でも男性20代のメイクアイテム購入率は前年から5.7ポイント増加

美容センサス 2024 年下期 <<美容意識・購買行動編>>

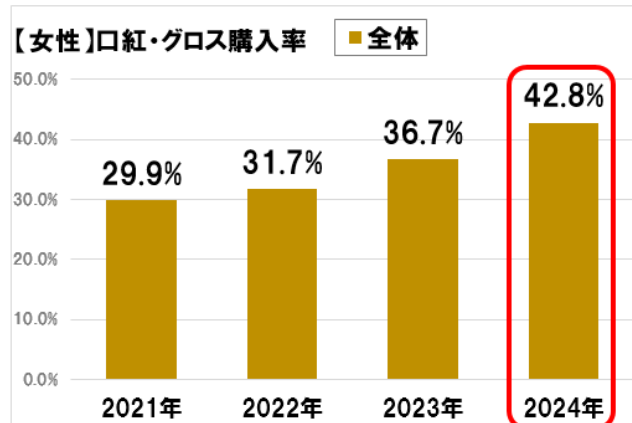
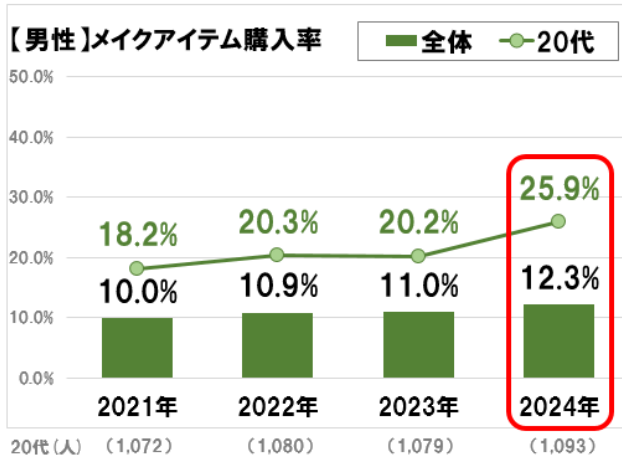
株式会社リクルート（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：北村 吉弘）の美容に関する調査研究機関『ホットペッパービューティーアカデミー』（<https://hba.beauty.hotpepper.jp/>）は、全国の人口20万人以上の都市居住者のうち、15～69歳の男女1万3,200人を対象に、過去1年間における美容意識や購買行動に関する利用実態調査を実施しましたので、その結果を一部抜粋してご報告いたします。

■【男性】メイクアイテム購入率^{※1}、【女性】口紅・グロス購入率^{※2}

男性全体のメイクアイテム購入率は3年連続で増加し12.3%に。特に20代は前年から5.7ポイント増加し25.9%に達する。女性の「口紅・グロス」購入率は3年連続で増加し42.8%に。前年からの増加幅が2022年（前年差1.8ポイント増）、2023年（前年差5.0ポイント増）、2024年（前年差6.1ポイント増）と年々大きくなっている。

※1 1年以内にメイクアイテムを1個以上購入した人の割合（いずれの年も男性6,600人／各単一回答）

※2 1年以内に口紅・グロスを1個以上購入した人の割合（いずれの年も女性6,600人／単一回答）



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）



物価高にもかかわらず、男女ともにメイクアイテム購入率は緩やかな増加傾向にあることが今回の調査で明らかになりました。男性20代の4人に1人以上がメイクアイテムを購入しており、利用者の裾野の広がりがうかがえます。男性全体では「下地」「ファンデーション」「マスカラ」の購入率が増加しており、肌をきれいに見せることや目元に対する関心が高まっています。

一方、女性では「口紅・グロス」の購入率が、コロナ禍の制限緩和とともに急激に回復しています。マスクを着用する機会が大幅に減り、外出機会が増えたことや、韓流アイドルブームも影響していると考えられます。物価高の影響があっても化粧品品の購入自体が増えていることから、美容を重視する意識は根強いことがうかがえます。

本件に関する
お問い合わせ先

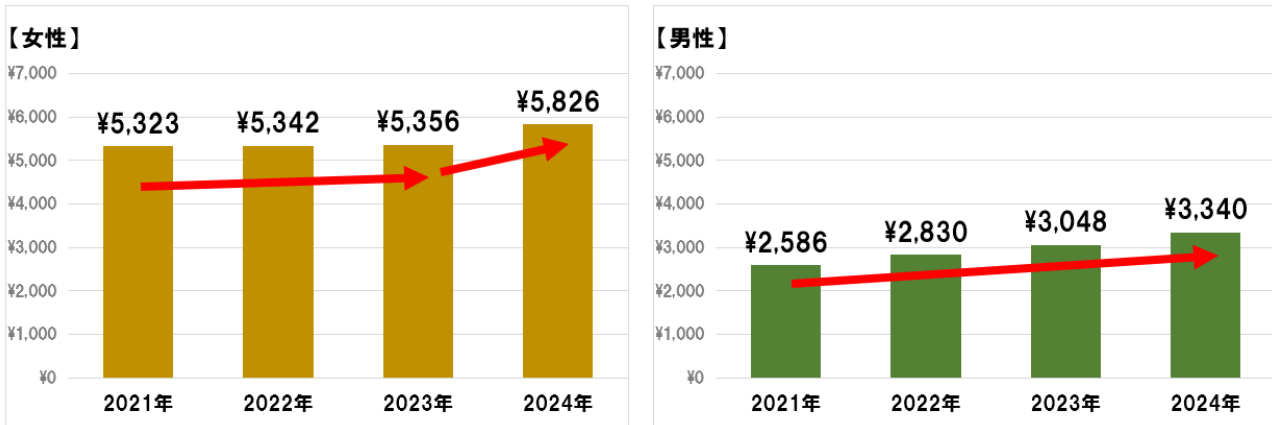
<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

■美容に使う1カ月あたりの金額

美容に使う1カ月あたりの金額は男女とも上昇傾向。特に女性は前年から470円上昇し例年以上の伸び幅となっている。

美容（サロン利用や化粧品の購入）に使う1カ月あたりの金額（0円含む平均）

（いずれの年も男女各6,600人／単一回答）※算出方法は調査概要を参照



研究員からのコメント

近年の物価高に加え、メイクアイテム購入率の増加や美容サロンでの高単価メニュー（例えば、美容室におけるハイトーンカラーや髪質改善トリートメントなど）の増加により、美容にかかる金額が上昇していると考えられます。総務省の「家計調査」においても、理美容サービスおよび理美容用品費用が家計に占める割合は増加傾向にあり^{※3}、消費者が美容投資を重視している様子が見えます。

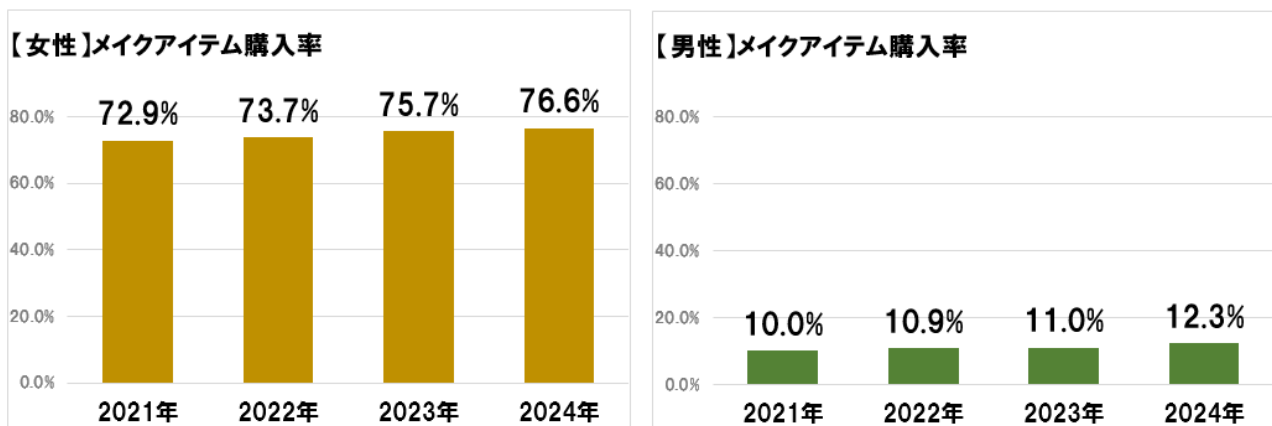
※3 [ホットペッパービューティーアカデミー「美容消費係数」](#)

（『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）

■メイクアイテム購入率

女性全体は76.6%で、前年からほぼ横ばい。男性全体は12.3%で、前年差1.3ポイント増。男女いずれもここ4年で購入率は最も高い。前年からの増加幅が最も大きかったのは、女性は60代（前年差2.3ポイント増）、男性は20代（前年差5.7ポイント増）。

メイクアイテム購入率（いずれの年も男女各6,600人／各単一回答）



(年代別) メイクアイテム購入率

女性	人数	2024年	前年差
15～19歳	421	78.0%	1.2pt
20代	1,076	80.6%	1.0pt
30代	1,149	77.9%	-1.1pt
40代	1,419	76.6%	0.8pt
50代	1,428	72.8%	1.6pt
60代	1,108	75.6%	2.3pt

男性	人数	2024年	前年差
15～19歳	435	23.8%	1.8pt
20代	1,093	25.9%	5.7pt
30代	1,167	15.8%	2.2pt
40代	1,424	9.6%	-0.3pt
50代	1,424	5.3%	0.8pt
60代	1,056	2.5%	-1.5pt

研究員からのコメント

男性のメイクアイテム購入は徐々に広がっています。購入率を年代別に見ると、男性の15～19歳、20代、30代が他の年代に比べて前年からの増加幅が大きいことが分かります。中でも15～19歳および20代では2割を超えており、30代も約16%に達しています。マーケティング用語で「キャズム^{※4}」を超えることが市場での普及の目安とされており、今後さらに広がることが期待されます。

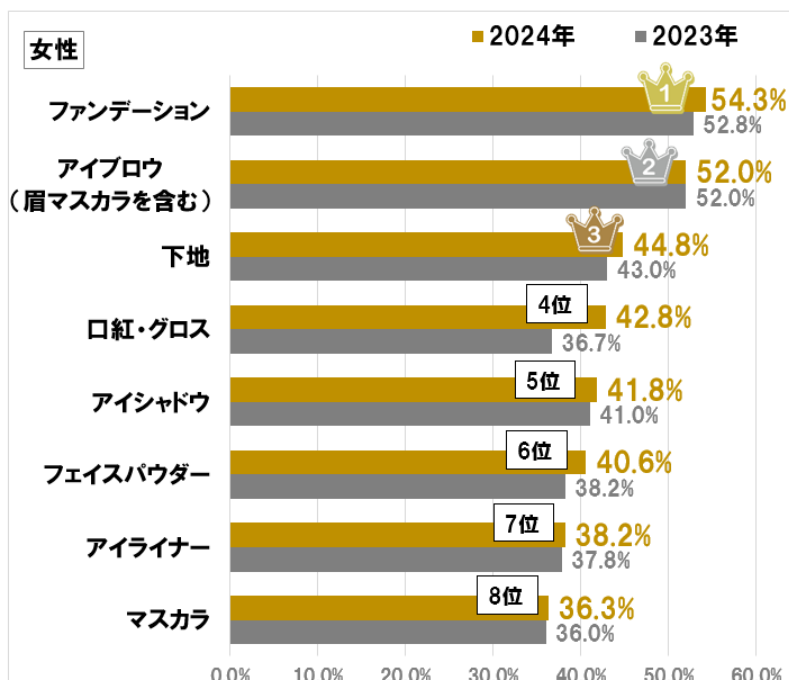
※4 商品やサービスの普及率16%のラインにあるとされている溝のこと

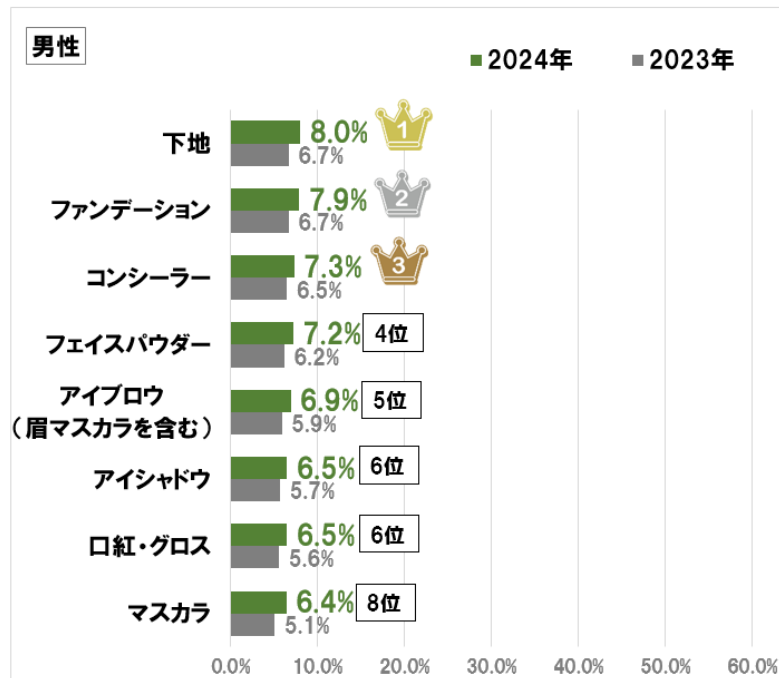
(『ホットペッパービューティーアカデミー』研究員 田中 公子)

■メイクアイテム別の購入率ランキング

男女の上位8位までの購入率は、ほとんどのメイクアイテムで前年から増加。増加幅が最も大きいのは、女性は「口紅・グロス」(前年差6.1ポイント増)、男性は「下地」と「マスカラ」(いずれも前年差1.3ポイント増)。

メイクアイテム別の購入率(トップ8)(いずれの年も男女各6,600人/各単一回答)





研究員からのコメント

女性のアイテム別購入率で、前年からの増加幅が大きかったのは、「口紅・グロス」と「フェイスパウダー」。これらはコロナ禍の制限緩和とともに、購入率が増加傾向にあります。男性では、5位「アイブロウ（眉マスカラを含む）」と6位「アイシャドウ」がランクインしており、ベースメイクの次に目元の美容への関心の高さがうかがえます。

（『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）

■お金や時間を使いたい部位

ここ3年で、女性の上位3位までの順位と、男性の上位2位までの順位は変わらず、美容投資したい部位は、安定的であることがうかがえる。男性は前年まで5位だった「髪の毛」が2024年には3位にランクアップ。

お金や時間を使いたい部位（トップ10）

（いずれの年も男女各6,600人／各単一回答）※「とてもそう思う」「まあそう思う」のいずれかを選んだ人の割合

女性	2022年		2023年		2024年	
	順位	%	順位	%	順位	%
髪型	1	57.3	1	55.4	1	56.3
顔の肌質	2	53.8	2	54.2	2	53.5
髪質	3	51.0	3	52.2	3	51.8
体型(全体のバランス)	4	46.9	4	45.5	4	44.6
体臭・口臭	5	44.3	4	45.5	5	44.1
顔のパーツ(目・鼻・歯など)	8	41.7	9	40.7	6	41.9
体毛(ムダ毛) ^{※5}	6	42.7	6	42.5	7	41.5
顔の毛まわり(眉毛・まつげ)	9	41.5	8	40.9	8	41.4
髪の毛	10	38.1	10	38.5	9	38.7
体の肌質 ^{※5}	6	42.7	6	42.5	10	37.7

男性	2022年		2023年		2024年	
	順位	%	順位	%	順位	%
体臭・口臭	1	35.0	1	37.1	1	35.7
髪型	2	32.7	2	34.2	2	33.9
髪の量	5	27.9	5	29.8	3	30.3
体型(全体のバランス)	4	28.9	4	31.0	4	30.2
顔の肌質	6	27.6	6	29.7	5	28.6
髪質	7	26.8	8	27.5	6	27.6
体毛(ムダ毛) ^{※5}	8	25.9	7	27.6	7	26.8
顔の毛まわり(ひげ・鼻毛) ^{※6}	3	29.1	3	31.5	8	26.4
顔のパーツ(目・鼻・歯など)	9	23.2	9	25.5	9	23.6
顔の毛まわり(眉毛・まつげ) ^{※7}	-	-	-	-	10	22.5

※5 2023年まで「体の肌質・体毛(ムダ毛)」。「体の肌質」「体毛(ムダ毛)」ともに、2023年までの数値は「体の肌質・体毛(ムダ毛)」の数値

※6 2023年まで「顔の毛まわり(ひげ・眉毛・鼻毛)」

※7 2023年まで女性のみ聴取

調査概要

調査名 : 「美容センサス 2024 年下期<<美容意識・購買行動編>>」

調査手法 : インターネットリサーチ

調査期間 : 2024 年 8 月 6 日～8 月 20 日

調査対象 : 全国、人口 20 万人以上の都市に居住する 15～69 歳の男女各 6,600 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。

※今回より人口統計比率に合わせた集計(ウェイトバック集計)に変更しています。(2020 年～2023 年のデータも再集計)

詳細は「美容センサス 2024 年下期<<美容意識・購買行動編>>資料編」をご参照ください。

<https://hba.beauty.hotpepper.jp/search/census/2024-2nd-half/61510/>

※平均金額は、単一回答の各選択肢を以下の通り数値化し、その平均値を求めた。

選択肢	算出に用いた数値
0円	0
2千円未満	1,000
2千～4千円未満	3,000
4千～6千円未満	5,000
6千～8千円未満	7,000
8千～1万円未満	9,000
1万～2万円未満	15,000
2万～3万円未満	25,000
3万～5万円未満	40,000
5万円以上	50,000

■『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/>