

「ヘアケアニーズ総合調査」結果の速報

髪のお美しさのために、女は何を...

株式会社日本能率協会総合研究所（代表取締役社長：榮 武男 本社：東京都港区）の運営する情報提供サービス機関マーケティング・データ・バンクは、首都圏・近畿圏に在住する15～69歳の女性を対象に、「ヘアケアニーズ総合調査」を実施いたしました。本調査は、女性のヘアケア意識・ヘアケア製品の使用実態を総合的にとらえるため、日常のヘアケア行動 髪や頭皮の悩みとヘアケア意識 ヘアスタイルの現状と希望 薄毛ケアとカラーリング インバスヘアケア製品の使用・購入実態 その他ヘアケア製品の使用・購入実態 ヘアサロンの利用実態 ヘアケア環境とおしゃれ意識、を網羅的に調査いたしました。その結果、下記のような実態が明らかになりましたので、ご報告いたします。

(http://www.jmar.co.jp/MDB/hot_anq/women05.html)

ヘアケアの関心は、10～30代・ダメージ対策から40～60代・白髪対策にシフト。

全体では、「髪を美しく見せる」が56%、次いで「白髪対策」41%、「ダメージヘア・枝毛・切れ毛対策」31%の順に数値が高い。10代・20代のほぼ5割が「ダメージヘア・枝毛・切れ毛対策」に、40～60代は3人に2人が「白髪対策」に興味あり。

スタイリング剤は若者に人気のワックスタイプ、シニアに人気のムース、スプレー。

「ワックスタイプ」は20代が55%、30代が54%とほぼ同数で高い数値を示す。「ムースタイプ」は10代の3割から60代の5割と、年齢を重ねるに連れて使用する割合が増える。「スプレータイプ」は、60代では5割、40代・50代でも4割以上が使用している。

なりたいヘアスタイルのイメージは、

年とともに「かわいい」「大人っぽい」から「若々しい」へ。

「かわいい」は20代の41%、「大人っぽい」は10代の43%がピークで、その年代以降は右下がり傾向。「若々しい」は20～40代にかけて大幅に数値を伸ばし、50代の58%がピークとなる。「清潔感がある」は全体で49%、20代～60代では約5割。

茶髪を楽しんでいるのは20代、ウェーブパーマ・白髪染めはシニア層。

「明るい色のカラーリング」をしている人は全体で35%、20代では63%と、年代別では最も多い。60代は「ウェーブパーマ」を3人に1人、「白髪染めのカラーリング」を3人に2人がかけている。「縮毛矯正パーマ」は全体で8%、10代で2割に達する。

【調査概要】

- ・調査対象：首都圏(東京・千葉・埼玉・神奈川)および近畿圏(大阪・兵庫)の15～69歳の女性
- ・調査方法：女性ネットワーク組織「リビング・パートナー」への郵送調査(年代・属性を人口構成に割り当て抽出)
- ・有効回収数：1,033人(発送数1,557人・有効回収率66.3%)
- ・調査期間：2005年1月7日(金)～24日(月)

本件の連絡先

株式会社日本能率協会総合研究所 マーケティング・データ・バンク
「生活者HOTアンケート」事務局 担当：土井

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-4-2 東銀ビル9F
TEL:03-6212-9135 FAX:03-6212-9132 E-mail:haruko_doi@jmar.co.jp

ヘアケアの関心は、10～30代・ダメージ対策から 40～60代・白髪対策にシフト。

15歳から69歳の女性に、ヘアケア(髪や頭皮のお手入れ)について関心のあることを3つまで回答してもらう形式で試してみました。全体では、「髪を美しく見せる」が56%と過半数を超えて1位、次いで「白髪対策」41%、「ダメージヘア・枝毛・切れ毛対策」31%、「パーマやカラーリングを長持ちさせる」24%、「髪質を根本的に改善する」21%、「薄毛・抜け毛対策」17%の順でした。

この6項目を年代別に比較してみたものが次のグラフです。

全体で関心のトップである「髪を美しく見せる」は、10代～30代では1位で6割以上の人に関心があり、40代～60代でも2位で半数前後の人が関心を持つなど、総じて女性全体のどの年代でも関心が高い領域です。

2位の「白髪対策」は、10代・20代は1割以下、30代でも3割に達しないのが、40代～60代では6割以上でトップの関心領域になります。特に30代から40代にかけて34ポイントも急増することから、40代になると白髪が目立ち始め、何らかの対策を迫られる人が急増するものと思われます。

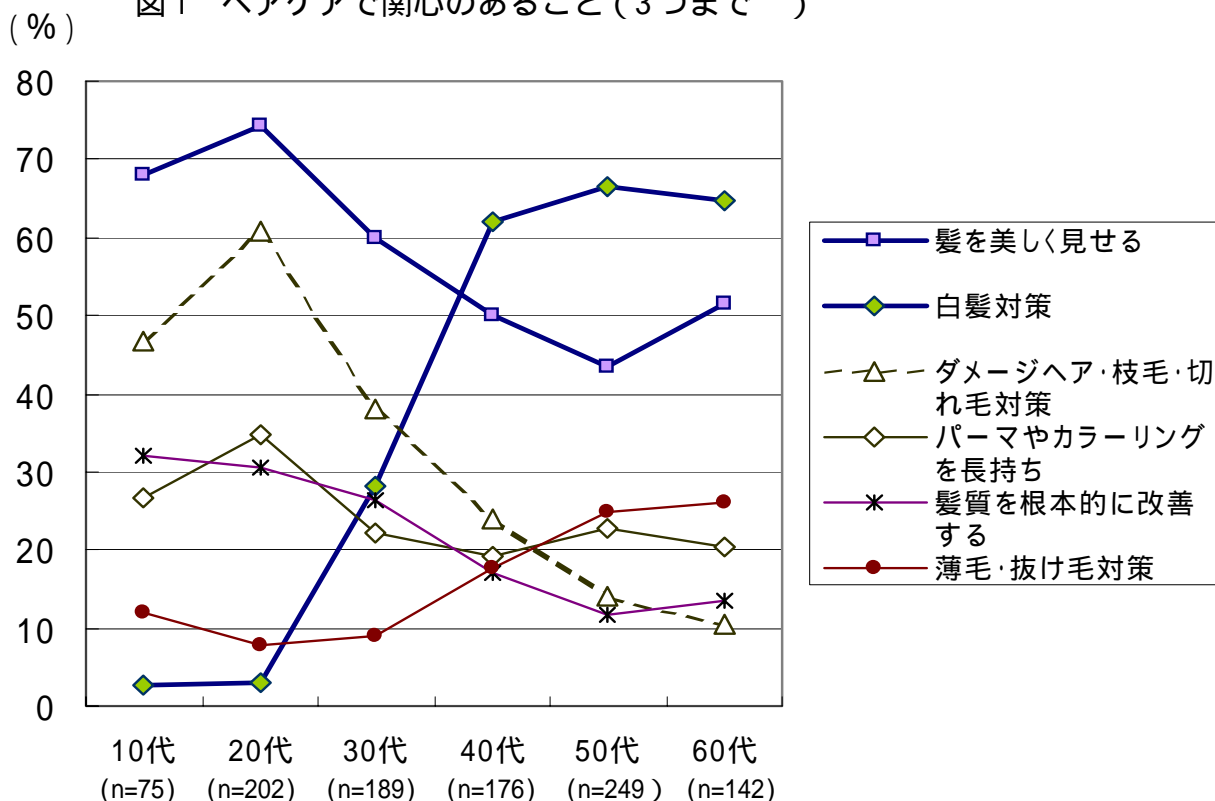
対照的なのが、「ダメージヘア・枝毛・切れ毛対策」です。10代の5割弱、20代の6割をピークに、30代までは関心が高いのですが、40代では14ポイント減少して「白髪対策」と逆転し、50代・60代では1割ほどに激減します。

「パーマやカラーリングを長持ち」「髪質を根本的に改善」は、10代・20代に比較的高く、年齢が上がるほど関心が減少していきます。また、「薄毛・抜け毛対策」は、40代から関心が増加し、50代・60代では4人に1人が関心を持っています。

女性のヘアケアへの関心は、若いも若きも、より髪を美しくという視点では共通のものがあります。その髪を美しく見せるためには、40歳前後を境に、30代までは「ダメージ」を何とかしたいから、40代以降は「白髪」を何とかしたいへシフトします。

20代は、より美しく、ダメージをケアし、パーマ・カラーリングを長持ちさせ、髪質改善と、積極的なケアへの関心が高い年代といえます。40代以降は白髪対策、さらに薄毛対策など、髪の老化現象を食い止めるためのアンチエイジングに関心が移りますが、60代は、さらにより美しく、髪質改善など、50代より積極的な意識が向上するのが特筆されます。

図1 ヘアケアで関心のあること(3つまで)



スタイリング剤は若者に人気のワックスタイプ、 シニアに人気のムース、スプレー。

スタイリング剤等のアウトバス・ヘアケア製品について、どのような形状タイプのものを使っているのかきいてみました。

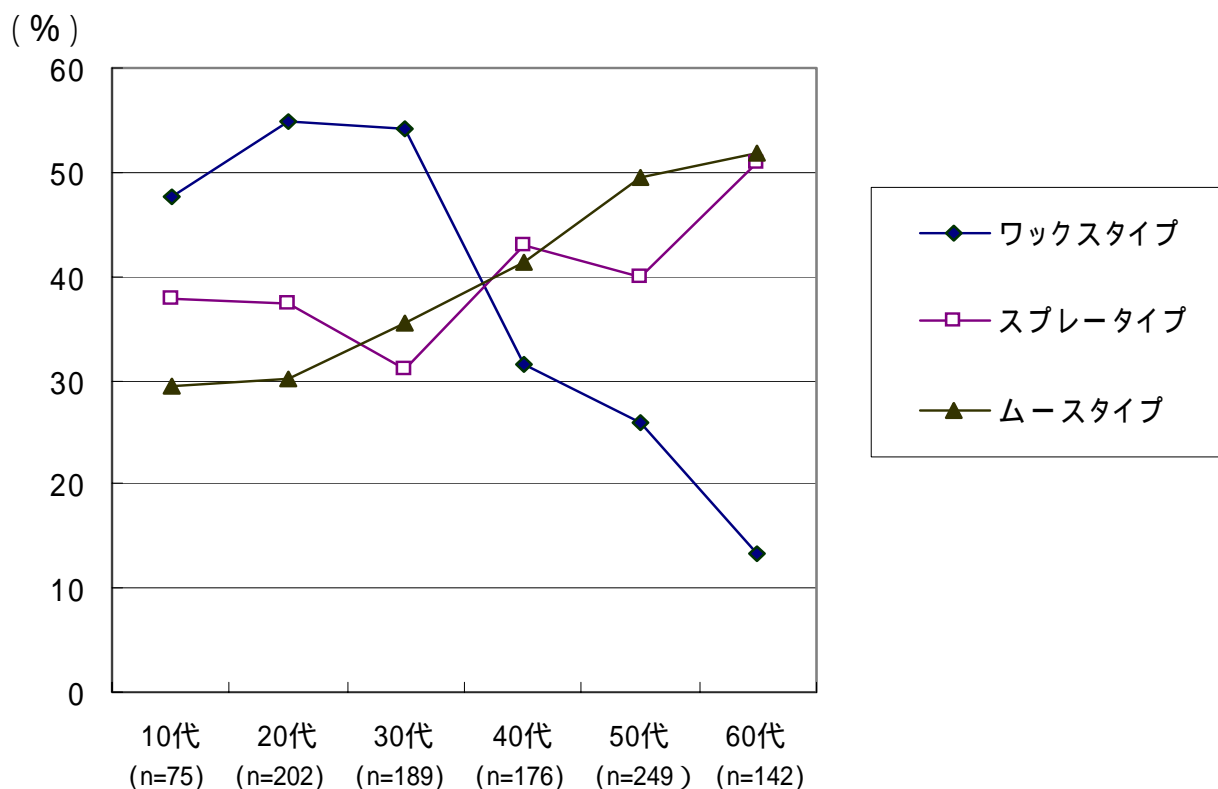
全体では「ムース(泡)タイプ」「スプレータイプ」「ワックスタイプ」を使っている人がそれぞれ約4割と、上位3項目でした。これを年代別に比較したものが下のグラフです。

「ワックスタイプ」は、20代・30代で5割を超えているのが、40代で20ポイント以上減少し、さらに50代・60代と減少します。「ワックスタイプ」を使うのは、30代までの若年層といえるようです。このタイプのアイテムは歴史が新しく、市販用の商品が一般的になって7～8年ほどです。手ぐしなどで”無造作”に”毛先の動き”をつけるための物が多く、新製品も次々と発売され、流行のナチュラルなスタイリングには欠かせないアイテムですが、40代以降のシニア層にはあまり馴染みの無いタイプです。

「スプレータイプ」は、60代では5割を超えて人気で、40代・50代でも4割以上が使っていますが、30代では3割に減少、10代・20代でも4割以下に過ぎません。「スプレータイプ」の愛用者は60代のシニア層といえます。元々、”髪を固める”イメージの強いアイテムですが、ブローできちんと髪型をセットし、その髪型を1日崩さないよう持続させるというスタイリングを志向するシニア層には必須のアイテムなのでしょう。しかしながら、よりナチュラルな無造作ヘアを志向する若年層にはあまり縁の無いタイプのようです。

「ムースタイプ」は、50代・60代では5割の人が使っているのに対し、10代・20代では3割に過ぎません。このアイテムも50代・60代のシニア層が愛用している商品といえます。泡状ですばやく髪全体に広げることのできる「ムースタイプ」は、”髪型を整える””ボリュームを押える””しっとりさせる”など様々な用途があり、スタイリング剤の基本アイテムです。しかしながら、ヘアカットの技術進歩や、毛先の表現を重視したスタイリングで、「髪全体に何かをつける」というニーズは減少しつつあるようです。このアイテムも、髪全体をきちんと整える志向の強いシニア層に支持されているタイプといえます。

図2 アウトバス製品の形状タイプ(いくつでも)



なりたいヘアスタイルのイメージは、年とともに 「かわいい」「大人っぽい」から「若々しい」へ。

19項目の選択肢をあげ、どのようなイメージのヘアスタイルになりたいかきいてみました。そのうち、「かわいい」「大人っぽい」「若々しい」「清潔感がある」「爽やか」の5項目に絞って比較したものが次のグラフです。

5項目の中で最も多かったのは「清潔感がある」で、全体で49%、20代～60代で5割前後と、幅広い年代に好感をもたれています。

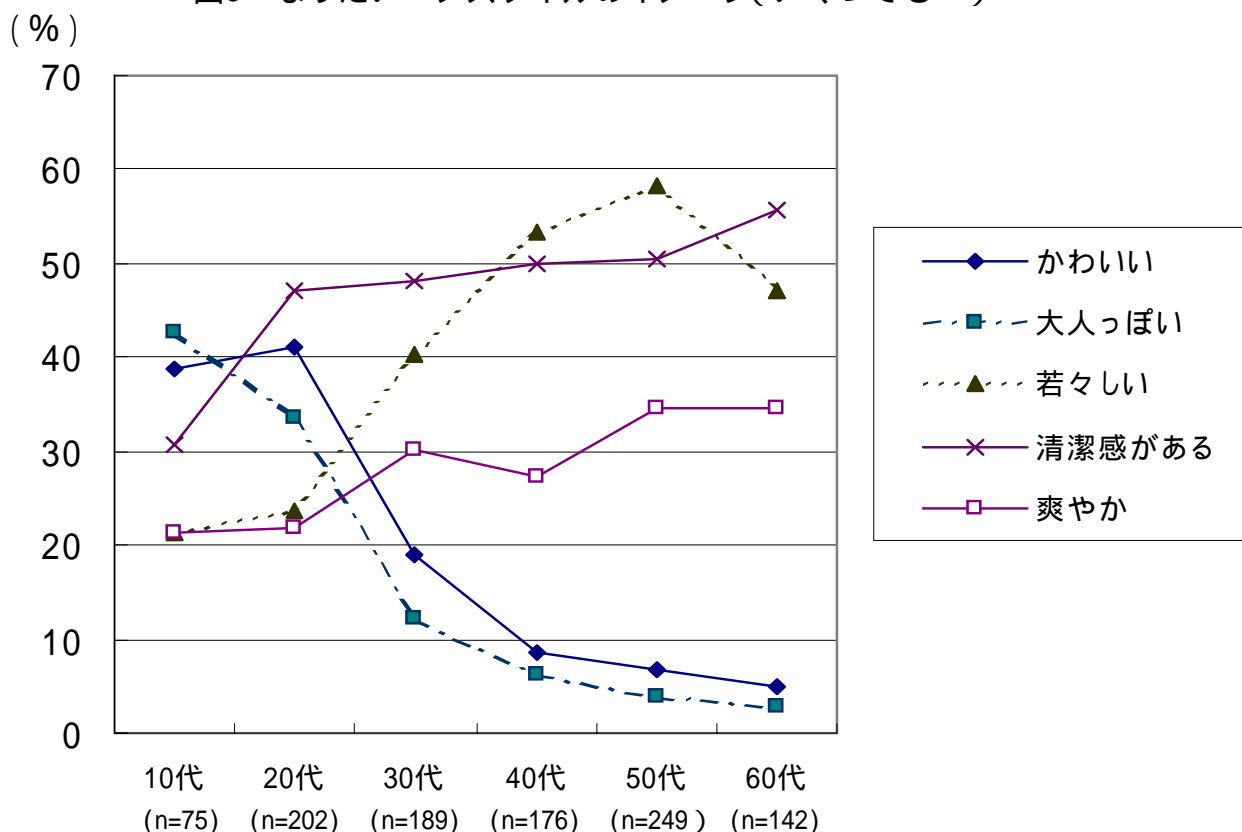
次いで「若々しい」イメージのヘアスタイルになりたいとあげた人が多く、全体では43%でした。年代別では50代をピークに30代から60代で4割を超えて支持されたイメージですが、若年層には人気がありませんでした。

3番目に多かったのは「爽やか」で、全体では29%ですが、どの年代にも2～3割の人がなりたいイメージと回答しています。

この「清潔感がある」「若々しい」「爽やか」は、いずれも程度の差こそあれ、若年層よりシニア層の方がなりたい人の多いイメージです。年齢とともに、ヘアスタイルは、より「こざっぱり」としたイメージが好まれるようになるようです。

一方、「かわいい」「大人っぽい」は10代・20代では4割前後の人がなりたいイメージですが、30代以降激減します。若年層は、「かわいい」といった年相応のイメージと、「大人っぽい」といった背伸びしたイメージの相反するものを共に求めているようです。

図3 なりたいヘアスタイルのイメージ(いくつでも)



茶髪を楽しんでいるのは20代、

ウェーブパーマ・白髪染めはシニア層。

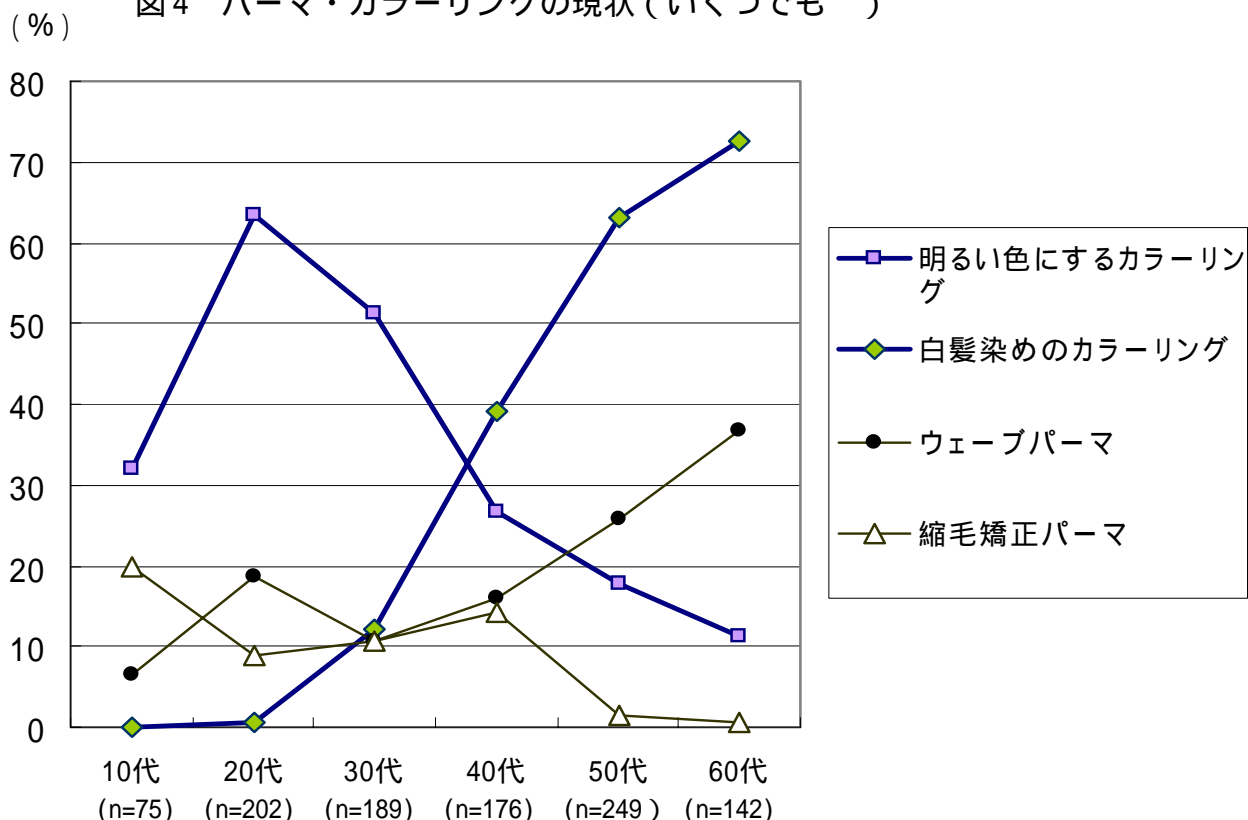
現在、髪にかけているパーマやカラーリングの種類をきいてみました。「明るい色にするカラーリング」「白髪染めのカラーリング」「ウェーブパーマ」「縮毛矯正パーマ」の4項目に絞って比較したものが下のグラフになります。

カラーリングについては、「明るい色のカラーリング」「白髪染めのカラーリング」が年代によって大きく変わります。「明るい色のカラーリング」をしている人は全体で35%ですが、20代の6割以上をピークに、30代で5割、40代で3割以下と大幅に減少します。一方「白髪染めのカラーリング」をしている人は全体で34%ですが、年とともに急増します。40代で約4割と「明るい色のカラーリング」に入れ替わり、60代では7割以上の人が行っています。20代を中心に若年層は茶髪などおしゃれ染めを楽しんでいますが、40代を境に白髪対策のためのカラーリングとなり、シニア層にとっては白髪染めが必需品となっています。

パーマについては、「ウェーブパーマ」を行っている人は全体で20%、年代別では60代が最も多く4割弱でした。「縮毛矯正パーマ」を行っている人は、全体で8%、年代別では10代が最も多く2割でした。シニア層は「ウェーブパーマ」でボリュームアップ、若年層は「縮毛矯正パーマ」で髪の毛のボリュームダウンに努めるようです。

シニア層では「白髪染め」と「ウェーブパーマ」が定着していると言えます。若年層では、20代が「明るい色のカラーリング」と「ウェーブパーマ」でおしゃれを楽しむ一方、10代はカラーリングやパーマをかける割合が少なく、相対的に「縮毛矯正パーマ」が目立ちます。

図4 パーマ・カラーリングの現状(いくつでも)



「ヘアケアニーズ総合調査」は、女性のヘアケア意識・ヘアケア製品の使用実態を総合的にとらえるため、下記項目について調査を企画・実施いたしました。

日常のヘアケア行動
髪や頭皮の悩みとヘアケア意識
ヘアスタイルの現状と希望
薄毛ケアとカラーリング
インバスヘアケア製品の使用・購入実態
その他ヘアケア製品の使用・購入実態
ヘアサロンの利用実態
ヘアケア環境とおしゃれ意識

【調査購入のご案内】

本調査は、弊社自主企画による調査に複数企業にご参加いただく方式で実施し、以下のアウトプット一式をご提供いたします。

- ・購入費用：定価 600,000 円(税込 630,000 円) / M D B メンバー価格 540,000 円(税込 567,000 円)
- ・調査のアウトプット(2005年2月発行)
 - (1) 調査報告書：A4判・102ページ
 - (2) 集計結果表：A4判・2分冊計933ページ
 - (3) 集計データ(CD-ROM)：クロス集計、ローデータ、他

本調査の報告書はご購入いただいた企業以外は入手できません。また、データのご利用は社内に限らせていただきます。

本調査は、ヘアケア製品のマーケティング活動のための基礎データとして、必要不可欠な調査です。今回はその中から、年代別に「ヘアケアで関心のあること」「アウトバス製品の形状タイプ」「なりたいヘアスタイルのイメージ」「パーマ・カラーリングの現状」に焦点を当てて結果の速報をご報告しております。

(http://www.jmar.co.jp/MDB/hot_anq/women05.html)

【マーケティング・データ・バンクとは】

マーケティング・データ・バンクは、社団法人日本能率協会グループのシンクタンク、株式会社日本能率協会総合研究所(社長：榮 武男 本社：東京都港区)が運営する、国内最大級のメンバー制ビジネス情報提供サービス機関です(<http://www.jmar.co.jp/MDB/>)

開設以来30年以上、日本を代表する様々な業種の企業約2,000社の企画/調査/営業/技術部門の方々にご利用いただいております。官庁統計、公開調査資料、業界紙、各種民間企業発表資料など約15万点の蔵書を有し、独自の検索システムを構築いたしております。

各種業界事情に通じ検索手法をマスターしたスタッフにより、さまざまなビジネスデータを提供することが可能です。

電話1本で必要な情報を入手できるシステムとして、年間約12万件のお問い合わせに的確、迅速に対応し、情報収集のパートナーとして高い評価をいただいております。

本件の連絡先

株式会社日本能率協会総合研究所 マーケティング・データ・バンク

「生活者HOTアンケート」事務局 担当：土井

移転のため、連絡先が変わりました

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-4-2 東銀ビル9F

TEL:03-6212-9135 FAX:03-6212-9132 E-mail:haruko_doi@jmar.co.jp

本件引用の際は、お手数ですが、上記あて掲載紙をご送付ください。