

おうち時間増加で、髪の毛の身だしなみが多様化？

～ 新型コロナウイルスの流行で、髪の毛の手入れはどう変わったのか ～

国内1,400社が利用する日用品流通の情報基盤を運営する株式会社プラネット（所在地：東京都港区、代表取締役社長：田上正勝）は消費財や暮らしにまつわるトピックスをお届けする『Fromプラネット』の第141号として、髪の毛の手入れに関する意識調査の結果をご紹介します。このリリースに未掲載データもご提供できますので、お気軽にお問い合わせください。

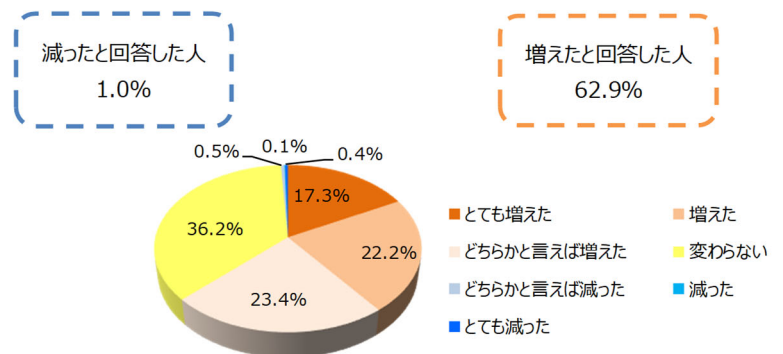
■ 6割超の人で、在宅時間が増えている

「テレワークの拡大」や、「おうち時間」など、新型コロナウイルス流行下でのワークスタイルを象徴する言葉がメディアをにぎわしています。流行から約半年が経過し、第二波と呼ばれる現象で、ライフスタイルの変更は余儀なくされてきました。そんな中で、髪の毛の手入れについて調査しました。

まず、「新型コロナウイルスの流行以前と比べて、あなたの在宅時間は増えましたか。」を聞きました(図表 1)。

緊急事態宣言下の4月は電車もすいていましたし、街も閑散としていました。今はだんだんと元の生活に戻りつつある実感を持っている方も多いのではないでしょうか。しかし8月に行った本調査では、62.9%の方が「在宅時間が増えた」と回答しています。まだまだ新型コロナウイルスの影響で、ライフスタイルの変化は続いているようです。

図表 1.「新型コロナウイルスの流行以前に比べて、あなたの在宅時間は増えましたか」への回答

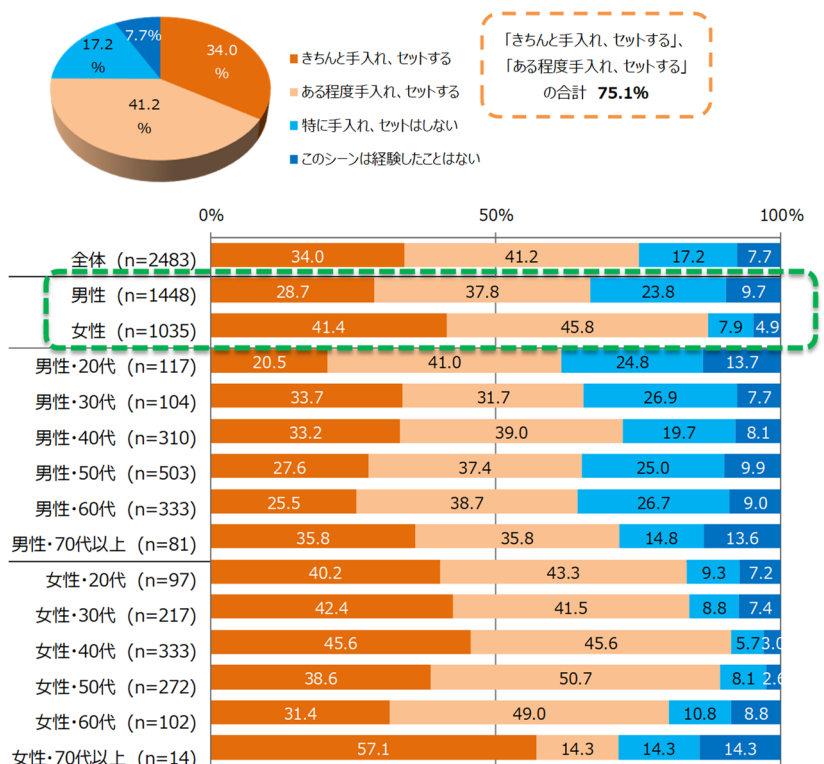


■ 出社する時は、4人に3人は髪の毛を整えている

次に、「出社するとき、髪の毛の手入れやセットをしていますか」を聞きました(図表 2)。

全体の75.1%つまり4分の3の人たちが髪の毛のセットをしてから出社しています。出社しない人を外すと、出社する81.3%の人がなんらかのセットをしていることになります。また性別で見ると、女性の方が髪の毛を整える、身だしなみを整える意識が高いのがわかります。本調査では「新型コロナウイルスの流行によって自分の髪の毛に関して、変えてみたことや、これから変えてみたいこと、これから使い始めたいヘアケア製品があったら、理由とともに教えてください。」という質問に、自由回答形式で答えていただきました。(以下、「自由回答」はこの設問に対するものです。)それを見ると「特に変わらない」「なにも変えてない」と従来と変わらずという層が一定数いました。その一方で「おうち時間が増えたのでドライヤー前のトリートメントに時間を費やすようになった。」(女性・30代)のように、新型コロナウ

図表 2.「出社するとき、髪の毛の手入れやセットをしていますか」への回答
上 全体、下 性年代別の内訳



イルスを契機にセット時間が増えたという記載もありました。仕事以外の外出という項目でも同様の傾向が見られました。

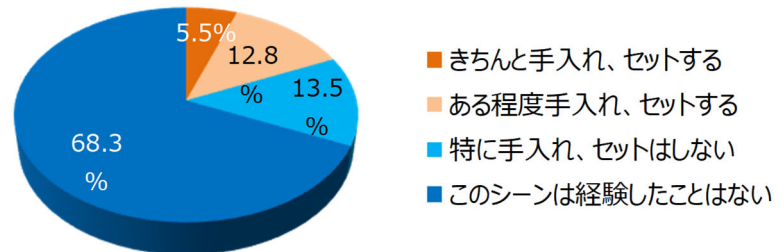
■ 多い？ 少ない？ オンラインミーティング・授業したことないが、〇割。

次に、家でオンラインのミーティングや授業に参加するとき、髪の毛の手入れをするかを聞きました(図表 3)。

一番多かった回答は「このシーンは経験したことがない」の 68.3%でした。職場ではテレワーク、学校ではオンライン授業が普及していると言われてはいますが、未だ約 7 割の方が「経験なし」と答えています。

経験したことがあると答えた人の回答を見ると、「きちんと手入れ、セットする」と「ある程度手入れ、セットする」を合わせて 18.3%(経験者を母数とすると 57.5%)となり、オンラインミーティングやオンライン授業を行う時でも、リアルに出勤するときほど(全体の 4 人に 3 人)ではないが、5 人のうち 3 人程度は、リアル同様に、髪の毛の身だしなみを整えているようです。

図表 3.「家でオンラインミーティングをする・オンライン授業(習い事を含む)を受けるとき、髪の毛の手入れやセットをしていますか」への回答



■ お湯シャンが注目ワード。気になるトレンド。

次は、【ノープー(お湯シャン)】について、新型コロナ流行以前との使用頻度の変化を聞きました(図表 4)。最近ネット上で「芸能人も実践、シャンプーを使わないノープーとは？」とノーシャンプー＝お湯シャンが話題になっています。

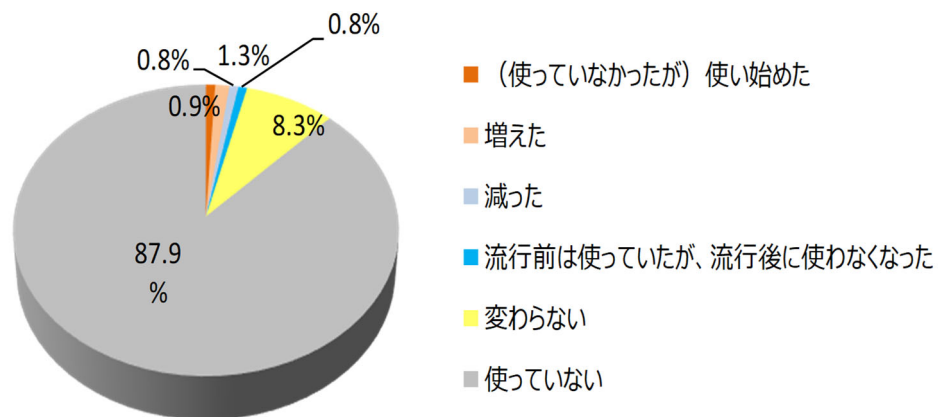
全体から見れば、使っていないが 87.9%と、お湯シャンは少数派です。しかし、体験者・経験者の中身を見てみると、新しいトレンドとして、注目したい数字があります。体験者・経験者を母数で見ると、「使い始めた」、「増えた」の合計は 18.1%(2.2÷12.1)と、「変わらない」の比率が高かった他のヘアケア製品とは異なった傾向を示しました。

性年代別データを見ると、20 代男性に流行の兆しが見られました。「美容院に行く時期を先延ばしにできるように、かなり短く切った。トリートメントの使用はやめ、シャンプーの頻度を落として、お湯シャンがメインになった。」(女性・40 代)「美容院でセルフカットできる髪型にしてもらい、やり方を教えてもらってセルフカットに変えた。これから、お湯シャンや椿油のケアをしてみたい。」(女性・40 代)といったお湯シャン推進派の記載もありました。

他の調査項目として、「シャンプー」「コンディショナー、リンス」「ヘアローション」「育毛剤、養毛剤、発毛剤」といったヘアケア製品の項目も調査しました。量的な変化は大きなものはありませんでした。

先ほどと同じ質問に対する自由回答を見ると質的な変化が見てとれました。「外出が減り、浮いたお金で高級なシャンプー、コンディショナーを使うようになった。」(女性・40 代)「これを機会にいろんなシャンプーやリンスを試してみようと思いました。」(男性・30 代)のように、新型コロナウイルス流行を機会に、ヘアケアにお金をかける傾向の記述も見られます。その一方で、「収入が減り、節約のために思い切り短くカットして、しばらくは美容院に行かないですむようにした。」(女性・50 代)「髪を切る機会を逸してしまい、伸ばしている。マスクをしていると、顔がほとんど隠れてしまうので、髪形や化粧品にお金をかける気にならなくなった。」(女性・50 代)というように、ヘアケアにお金をかけない層も一定数見られました。

図表 4.「ノープー(お湯シャン)について、新型コロナ流行以前に比べて、使用頻度の変化を教えてください」への回答



■20代、30代に見られたヘアケア製品への意識変化

また「新型コロナウイルス流行における使用頻度の変化」に関して、年代別データでは、20代男性の「シャンプー」が、増えたが3.9%に対して、減ったが9.9%となっています。

「シャンプーを使わない」＝「お湯シャンプーへの移行」が伺われます。しかし一方で30代男性が「シャンプー」「コンディショナー、リンス」「ヘアローション」の三項目で、他の性年代別では減少傾向の項目が、増えたと回答した割合が高いという結果が出ていました。特に「コンディショナー、リンス」の項目は、増えたが5.0%、減ったが0.8%と突出した値でした。男性は20代がなるべくヘアケア製品を使わない傾向が見られ、30代で増加傾向になり、40代以上になると、自由回答に白髪や薄毛などの記述が出てきます。30代男性は、ヤングからミドルへの移行期間として意識変化が生じているのかもしれませんが。

図表.5 年代別のヘアケア製品の新型コロナ流行以前との使用頻度の変化

	シャンプー			コンディショナー・リンス			ヘアローション		
	増えた (計、%)	減った (計、%)	増えたと減った の差 (%ポイント)	増えた (計)	減った (計)	増えたと減った の差 (%ポイント)	増えた (計、%)	減った (計、%)	増えたと減った の差 (%ポイント)
全体 (n=4000)	4.3	2.8	1.6	3.5	2.6	0.9	1.8	2.5	-0.7
男性 (n=2000)	4.1	3.0	1.1	3.1	2.2	1.0	1.7	2.3	-0.6
女性 (n=2000)	4.6	2.5	2.1	3.9	3.1	0.8	1.9	2.7	-0.8
男性・20代 (n=152)	3.9	9.9	-5.9	5.9	7.2	-1.3	2.6	6.6	-3.9
男性・30代 (n=121)	5.8	2.5	3.3	5.0	0.8	4.1	5.0	1.7	3.3
男性・40代 (n=352)	5.4	2.8	2.6	3.4	2.6	0.9	1.7	3.4	-1.7
男性・50代 (n=570)	3.7	3.0	0.7	2.5	2.5	0.0	1.6	2.5	-0.9
男性・60代 (n=510)	3.5	1.4	2.2	2.7	1.2	1.6	1.6	0.8	0.8
男性・70代以上 (n=295)	3.7	2.7	1.0	2.4	0.7	1.7	0.0	1.0	-1.0
女性・20代 (n=152)	4.6	3.9	0.7	5.3	4.6	0.7	4.6	6.6	-2.0
女性・30代 (n=345)	5.8	4.6	1.2	4.3	5.5	-1.2	2.0	3.2	-1.2
女性・40代 (n=554)	2.9	2.3	0.5	2.2	2.9	-0.7	0.7	2.9	-2.2
女性・50代 (n=501)	3.6	2.0	1.6	3.4	2.0	1.4	1.8	1.4	0.4
女性・60代 (n=302)	5.3	0.7	4.6	4.0	2.0	2.0	1.3	1.3	0.0
女性・70代以上 (n=146)	9.6	2.1	7.5	8.9	2.1	6.8	4.8	3.4	1.4

■栃木県が日本一の身だしなみ重視県？！

次は本調査で、気になったデータをご紹介します。図表6で、都道府県別で、入社時に髪の毛をきちんと手入れ、セットすると回答した上位10県(身だしなみ県)と、下位10県(無頓着県)を示しています。栃木県が60%と高い数字を示しています。絶対数は少ないですが、ほぼサンプル数が同じだった秋田(21人、33.3%)、山形(18人、22.2%)、福島(19人、31.6%)と比較しても高い数字です。栃木県の数値は、「ある程度手入れ、セットする」も合わせると80%。これは一番低い熊本県(合わせて52.6%)と比べると、30ポイント近い開きでした。

それぞれの地域や年代で、新型コロナウイルス流行下での、髪の毛のケアの考え方に特徴が出ている点も注目ですね。

■自由回答から見える意識の多様化。積極的？消極的？

最後に、自由回答から意識変化を見ていきましょう。

新型コロナウイルス流行を機会にチャレンジしたいという意見も多く見られました。(次ページに、主な回答を一覧で紹介)

その一方で、無頓着が加速している層も居ました。極めつけは、新型コロナウイルスなんか気にしないという意見です。「新型コロナウイルスが流行ったぐらいで自分の生活を変えようとは思わない。私はこれからも食べたい物を食べ、

やりたいことをやり、自分の生きたいように生きる。」(女性・50代)「コロナ・ウィルスごときで不安になんかなりませんから何事も普段通りです。」(男性・50代)新型コロナウイルス流行を通じて、チャレンジするひと、変わらないひと、新型コロナウイルスそのものを気にもしないひとと、いろいろな興味深い意見が出ました。あなたはどのタイプでしょうか。長期化を肯定的にとらえて、自分のライフスタイルを見直してみるのも良いかもしれませんね。

図表6.「入社するとき、髪の毛の手入れやセットをしていますか」への回答(上位、下位の都道府県)

		回答数 (人)	きちんと手入れ、 セットする (%)
1位	栃木県	20	60.0
2位	佐賀県	7	57.1
3位	沖縄県	17	52.9
4位	山梨県	8	50.0
5位	三重県	27	48.1
6位	宮城県	36	47.2
7位	香川県	20	45.0
8位	岡山県	27	44.4
9位	高知県	7	42.9
10位	長崎県	17	41.2
全体		2483	34.0
38位	福井県	12	25.0
39位	静岡県	60	25.0
40位	鹿児島県	16	25.0
41位	京都府	60	25.0
42位	岩手県	12	25.0
43位	山口県	21	23.8
44位	岐阜県	26	23.1
45位	広島県	53	22.6
46位	山形県	18	22.2
47位	滋賀県	18	16.7

《 髪の毛のケアで変えてみたこと、これから変えてみたいこと 》

- 染毛かぶれを起こしてしまい**自粛期間だったので二ヶ月染めるのを辞めて皮膚科通いました**。近所のスーパーに**車移動です**から**白髪は気になりました**が どうか我慢できました、このまま**グレイヘア**にとも思いましたがお医者様と美容師さんと相談しながら**ヘアマニキュア**を使用しようと思いました (女性・50代)
- 「自分に合うヘアスタイルを模索したいので、**スキンヘッドや丸刈りに挑戦してみたい**。」 (男性・50代)
- 「美容室に行くタイミングを失ってしまい、髪をずっと伸ばしたままなので、この際**伸ばしたことのないところまで伸ばしてみたい**。」 (女性・20代)
- コロナ流行前は月に一度のペースで美容院に行き、カット・白髪染め・トリートメント・ヘッドスパをコースで行っていたが、**コロナ流行で外出する気もおこらず**長時間美容院で施術を受けるのも感染リスクが高いため、**短時間ですむ 1300 円カットの店**を利用し、**白髪染めは自宅で行う**ようになった (女性・50代)
- 「マスクするので、**ひげもあまり剃らなくなり**、髪も昨年と比べて気にしなくなった。**髪ものばしたが、暑いので自分で切った**。」 (男性・60代)
- 今まで普通のシャンプーを使用していたが、**髪にボリューム、つやもなくなってきたため、クリーム状の泡立たないタイプ**のシャンプー**に変えて、頭皮をマッサージしている**。リンス、トリートメント不要なので、使いやすい。しばらくしよう継続してみようと思う。 (女性・70代以上)
- 今までは、スーパーやドラッグストアでシャンプーやトリートメントを購入していたが、メルカリやその他の定価より安く買えるサイトで、**やや高め**の定価のものを**安く購入することを覚えた**。いろんな商品があることを知ったので、安く手に入れて、色々試すようになった。 (女性・60代)
- 「**金髪やメッシュをいれてみたい**」 (男性・30代)
- **テレワークで外出が減ったこと、自粛で散髪に行く回数も減らしたいことから**、髪を自分でカミソリ付の櫛を使って整えるようにしている。したがって**ヘアスタイルは昔よりも適当**になっている。一方で、ヘアマニキュアで白髪を目立たなくしている。 (男性・60代)
- 「**とっても明るいヘアカラーや、ユニコーンヘアなどに挑戦してみたい**」 (女性・20代)
- 新型コロナウイルスの流行で、いつも行くヘアサロンがマスク着用だったり、**ソーシャルディスタンスを取らなければならないなど、色々面倒くさいので、今までよりヘアサロンへ行く頻度をずっと落としたい**と思っている。 (女性・50代)
- 自分と年の近い有名人や身近な人が、**素敵なおしゃれなグレイヘア**になっているのを、SNS やテレビなどで見かけるようになって、もう**白髪を染めるのがめんどくさい**し、髪が痛むしお金もかかるので**グレイヘアにしたい**と思いはじめた。 (女性・40代)

調査機関：株式会社プラネットによる調査企画をもとに、株式会社ネオマーケティングにて「髪の毛の手入れ」に関する意識調査を実施。
期間：2020年8月18日～8月20日、インターネットで4,000人から回答を得ています。

株式会社プラネットとは <https://www.planet-van.co.jp/>

メーカー、卸売業、小売業がサプライチェーンとして連携し、生活者へのサービス向上を目指して進化を続ける日本の消費財流通を、情報インフラ運営で支えている上場企業(証券コード2391)です。

From プラネットとは https://www.planet-van.co.jp/news/from_planet.html (バックナンバーもご覧になれます)

株式会社プラネットが発信しているニュースレターです。消費財や暮らしに関する旬なトピックスなどをご紹介します。

本件に関するお問い合わせ先

(感想や取り上げてほしいテーマなどもお寄せください。今リリースに掲載していない結果や属性データもご紹介できます)

株式会社プラネット 広報部(河合、^{つのだ}角田)

E-mail : koho-pr@planet-van.co.jp