

< 報道関係各位 >

株式会社 **アデランス**

< シャンプーに関する全国意識調査 >

家族内のシャンプー使い分け事情を調査！

**「自分専用」・「家族別々」が合計で約 6 割という結果に**

**～“家族で共有”から“マイシャンプー化”が定着～**

毛髪・美容・健康のウェルネス事業をグローバル展開する株式会社アデランス（本社：東京都新宿区、代表取締役社長 津村 佳宏）は、47 都道府県各 104 人（20～60 代の男女 計 4888 人）を対象に、シャンプーに関する意識調査をインターネット調査で実施しました。

当社では、創立以来、髪の特権家として髪のお悩をを抱えているお客様をサポートしてきました。そこで 2020 年より、髪への意識やお悩をを探ることを目的に全国 47 都道府県の方を対象とした髪に関する県民性調査を実施しています。今回は、髪の特権性調査第 3 弾として、シャンプーの選り方やこだわりについて調査しました。

**主な調査結果トピックス**

◆ **使用しているシャンプーの価格が「1 千円未満」がトップ**

女性は「2 千円以上」の高価格帯を使用している人が 13.8%

◆ **高価格帯シャンプーを使用している割合が最も高いのは島根県**

一方、宮城県 & 沖縄県は「シャンプー節約志向」な傾向も

◆ **女性の約 2 割は購入するシャンプーが 5 年前より「高くなった」と回答**

上がった価格は平均「946.7 円」という結果に

◆ **シャンプーの購入価格が上がったきっかけ**

1 位：薄毛や頭皮が気になった 2 位：口コミ 3 位：オーガニックに変更

◆ **家庭のシャンプー事情：自分専用、家族別々が合計で約 6 割**

“家族で共有”から“マイシャンプー化”傾向が顕著に

◆ **“マイシャンプー化”傾向が最も強いのは秋田県民**

一方、佐賀県民は“家族で共有”派が約 4 割

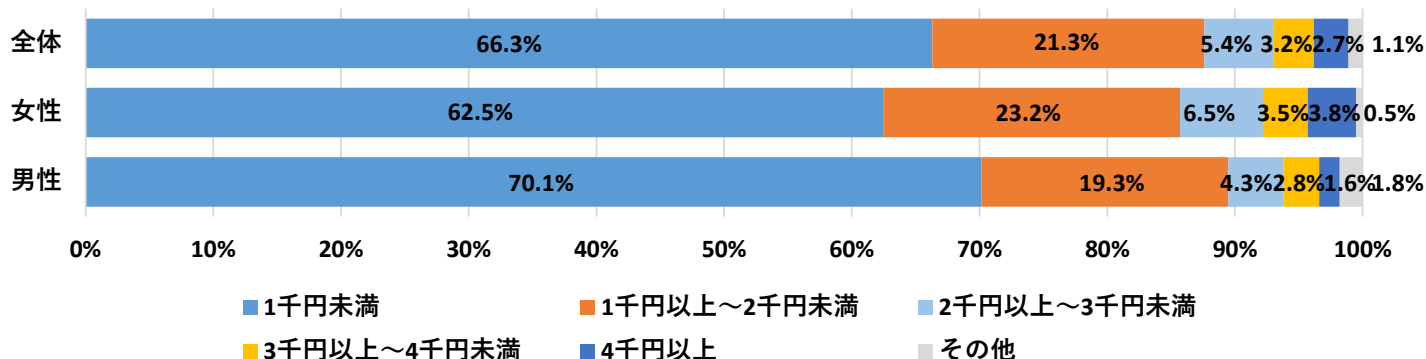
## ◆使用しているシャンプーの価格は「1 千円未満」がトップ

### 女性は「2 千円以上」の高価格帯を使用している人が 13.8%

使用しているシャンプーの価格帯について尋ねたところ、全体では「1 千円未満」と回答した人が 66.3%で、6 割以上を占める結果となりました。次いで「1 千円以上～2 千円未満」が 21.3%、「2 千円以上～3 千円未満」が 5.4%と続きました。

これを男女別で見ると、女性は「1 千円未満」と回答した割合が男性よりも低く、シャンプーにかかる金額が高い傾向が分かります。特に 2 千円以上の選択肢を回答した人の合計の割合は 13.8%に上りました。

Q. あなたが普段使用しているシャンプーの価格はどのくらいですか？  
(単数回答／n=4888)



## ◆高価格帯シャンプーを使用している割合が最も高いのは島根県民

### 一方、宮城県＆沖縄県は「シャンプー節約志向」な傾向も

上記の質問において、47 都道府県別の結果を見てみると、「1 千円未満」と回答した人の割合が高かったのは宮城県と沖縄県という結果になりました。どちらの県も 77.9%と約 8 割近い人が「1 千円未満」と回答しており、シャンプーへの節約意識が高い傾向が見られます。一方、「2 千円以上～3 千円未満」～「4 千円以上」の選択肢を回答した人の合計割合が高かった高級志向な県を見てみると、1 位は島根県で 23.0%という結果になり、2 割以上の方が 2 千円以上のシャンプーを使用していることが分かりました。次いで、長野県（18.3%）、愛知県（18.2%）が続く結果となっています。

シャンプー節約志向県		
1	宮城県	77.9%
	沖縄県	
3	青森県	76.0%
4	岩手県	74.0%
	静岡県	
	宮崎県	

※「1千円未満」と回答した方の割合

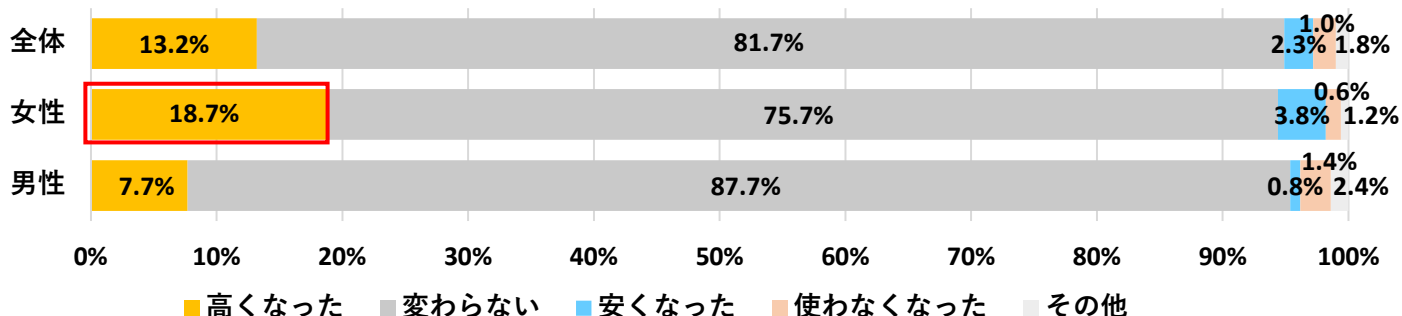
シャンプー高級志向県		
1	島根県	23.0%
2	長野県	18.3%
3	愛知県	18.2%
4	広島県	16.3%
5	愛媛県	15.5%

※「2千円以上～3千円未満」～「4千円以上」と回答した方の合計割合

## ◆女性の約2割は購入するシャンプーが5年前より「高くなった」と回答 上がった価格は平均「946.7円」という結果に

購入しているシャンプーについて、5年前と価格に変化があったか尋ねたところ、全体では約8割の方が「変わらない」（81.7%）と答えた一方で、「高くなった」と回答した人も13.2%と、一定数の割合がいることが分かりました。特に女性は「高くなった」と回答した人の割合が18.7%と、2割弱に上っています。また、「高くなった」と回答した人に、実際に上がった金額を尋ねたところ、全体平均で「936.4円」（n=643）、女性は「946.7円」、男性は「912.5円」となり、1千円近く高くなっていることが分かります。

Q. あなたが購入するシャンプーの金額は、5年前と比べて変わりましたか？  
（単数回答／n=4888）



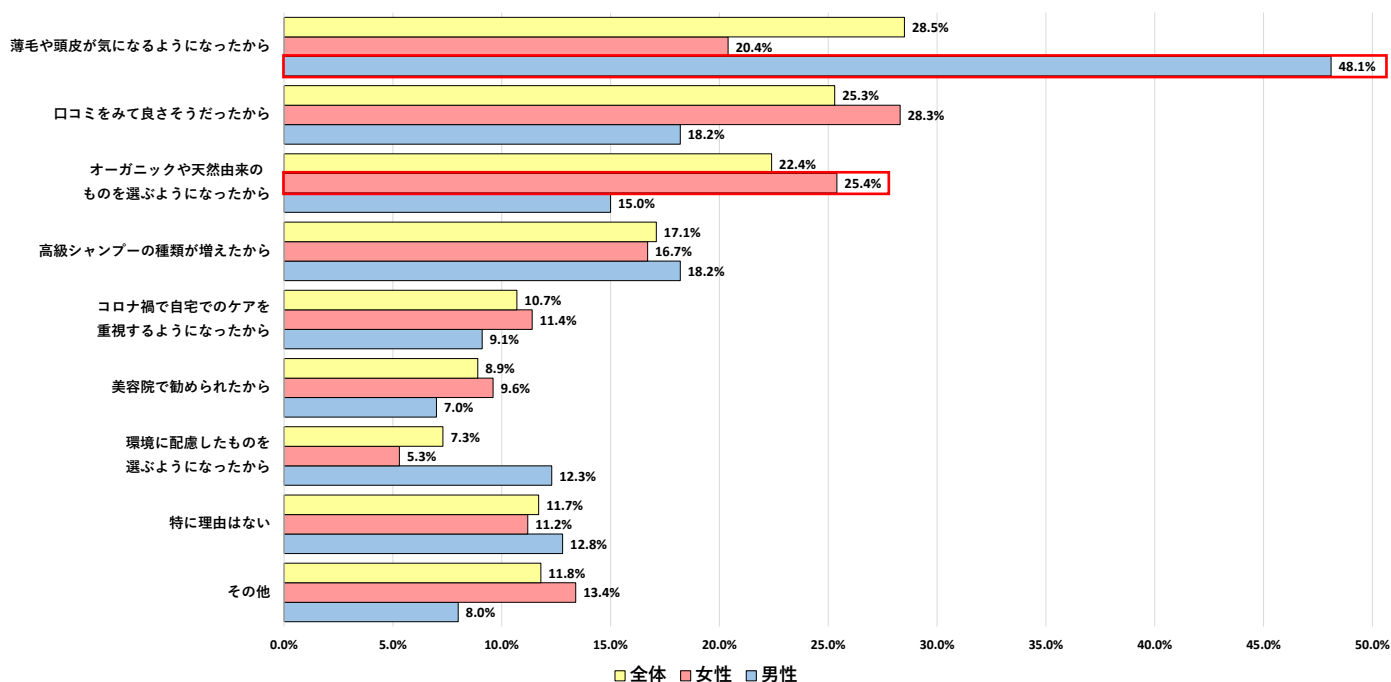
## ◆シャンプーの購入価格が上がったきっかけ

1位：薄毛や頭皮が気になった 2位：口コミ 3位：オーガニックに変更

上記の質問において、「高くなった」と回答した人にそのきっかけを尋ねたところ、全体では「薄毛や頭皮が気になるようになったから」が28.5%でトップになりました。この傾向は特に男性の方が高く、48.1%と女性よりも約30%近い差がつく結果となりました。続いて、「口コミをみて良さそうだったから」が25.3%で2位に入りました。

3位には「オーガニックや天然由来のものを選ぶようになったから」（22.4%）が入り、比較的、価格帯の高いオーガニック系のシャンプーを選ぶ方も、5年前と比べて増えてきている様子がうかがえます。特に女性の方が、その傾向が強く表れており、男性の15.0%と比べ、10%以上も高い25.4%という結果になりました。

Q. 前問で「高くなった」と回答した方にお聞きます。そのきっかけを全てお答えください。（複数回答／n=643）



## ◆女性も価格よりも仕上がりや効果でシャンプーを選択

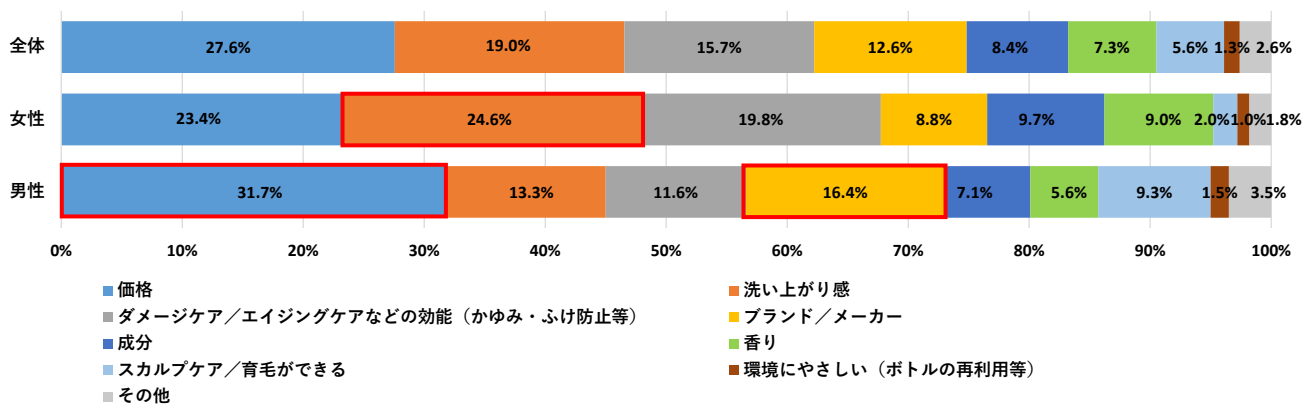
### 男性はブランド・メーカーを重視する傾向も

シャンプーを選ぶ基準について、最も重視するポイントを探ったところ、全体では「価格」が27.6%でトップとなりました。次いで「洗い上がり感」（19.0%）、「ダメージケア／エイジングケアなどの効果」（15.7%）が続きました。

この回答を男女別に見ると、女性では「価格」（23.4%）よりも「洗い上がり感」（24.6%）が最も高い結果となりました。また、「ダメージケア／エイジングケアなどの効果」（19.8%）も高い割合となったことから、女性はシャンプーを価格だけでなく仕上がりや効果も重視する傾向があることがうかがえます。

一方、男性は「価格」が31.7%と約3割に上る結果となりました。次いで、「ブランド／メーカー」（16.4%）が2位となり、女性が仕上がりや効果を重視する傾向にあるのに比べ、男性は価格やブランドなどを重視することが分かりました。

Q. あなたがシャンプーを選ぶ基準は何ですか？最も重視するポイントの一つだけお選びください。（単数回答／n=4888）



また、重視するポイントとして回答率の高かった「価格」「洗い上がり感」「ダメージケア／エイジングケアなどの効果」の項目について、47都道府県別に結果をランキングしました。「価格」の割合が最も高かったのは埼玉県、静岡県で36.5%と、全体平均よりも約9%高い結果となりました。続いて、2位となった「洗い上がり感」では、26.9%で栃木県と千葉県がトップとなりました。神奈川県（23.1%）も4位に入っていることから、関東エリアの県が上位にランクインしました。最後に「ダメージケア／エイジングケアなどの効果」では、青森県、石川県、高知県が21.2%でトップとなりました。

<価格>			<洗い上がり感>			<ダメージケア／エイジングケアなどの効果>		
1	埼玉県	36.5%	1	栃木県	26.9%	1	青森県	21.2%
	静岡県			千葉県			石川県	
3	茨城県	34.6%	3	京都府	24.0%		高知県	19.2%
	三重県		4	神奈川県	23.1%	4	山形県・新潟県・静岡県・	
	香川県			奈良県			大阪府・福岡県・長崎県・	19.2%
	沖縄県			広島県			宮崎県	

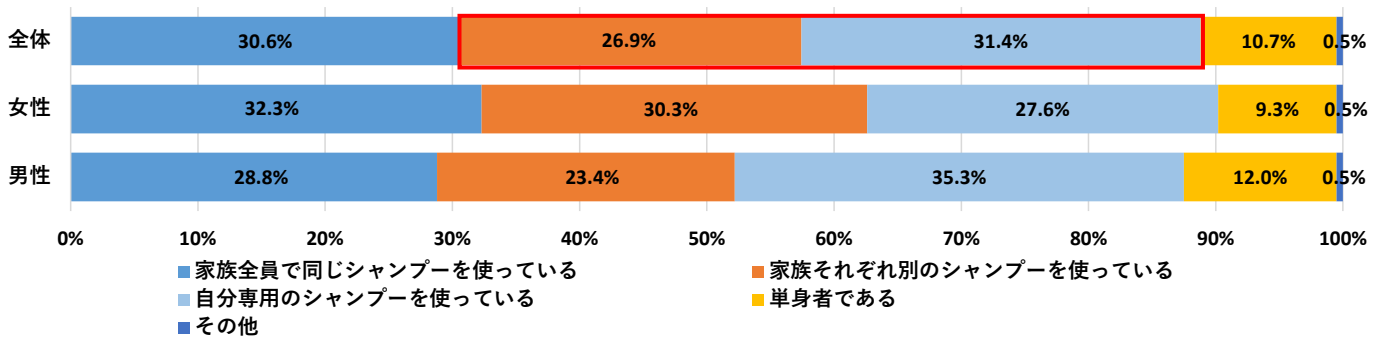
## ◆家庭のシャンプー事情：自分専用、家族別々が合計で約6割

### “家族で共有”から“マイシャンプー化”傾向が顕著に

家庭内でのシャンプーの使い分けについて尋ねたところ、「家族全員で同じシャンプーを使っている」と回答した人は30.6%で全体の約3割にとどまる結果となりました。対して「自分専用のシャンプーを使っている」が31.4%でトップとなり、「家族それぞれ別のシャンプーを使っている」と回答した人も26.9%となったことから、同じ家庭内でもそれぞれ別々のシャンプーを使っている傾向が高いことが明らかになりました。

前述のシャンプーを選ぶポイントからもわかるように、性別によってもシャンプーに求めるものは異なり、家庭内でも一人ひとりシャンプーに求めるニーズは異なります。近年、スカルプシャンプーやオーガニックシャンプーなど、商品の種類や価格帯も豊富になってきており、バリエーションが充実したことで、家庭内で異なるシャンプーニーズにも応えられるようになり、“マイシャンプー化”が進んでいると考えられます。

Q. あなたは家族（または同居者）とシャンプーを使い分けていますか？  
（単数回答／n=4888）



## ◆“マイシャンプー化”傾向が最も強いのは秋田県民

### 一方、佐賀県民は“家族で共有”派が約4割

上記の質問において、47都道府県別の結果を見てみると、「家族全員で同じシャンプーを使っている」と回答した割合の高い“家族で共有”派となったのは、42.3%で佐賀県という結果となりました。次いで2位が静岡県（40.4%）、3位に岐阜県、三重県（39.4%）が続きました。一方、「家族それぞれ別のシャンプーを使っている」「自分専用のシャンプーを使っている」と回答した方の合計割合が高い、“マイシャンプー化”傾向が強かった県は、72.1%で秋田県という結果になりました。秋田では、約7割以上の方が、シャンプーを使い分けていることが明らかになりました。

“家族で共有”派		
1	佐賀県	42.3%
2	静岡県	40.4%
3	岐阜県	39.4%
	三重県	
5	島根県	37.5%
	香川県	

※「家族全員で同じシャンプーを使っている」と回答した方の割合

“マイシャンプー”派		
1	秋田県	72.1%
2	鳥取県	67.3%
3	青森県	65.4%
	愛媛県	
5	富山県	64.4%
	滋賀県	

※「家族それぞれ別のシャンプーを使っている」「自分専用のシャンプーを使っている」と回答した方の合計割合

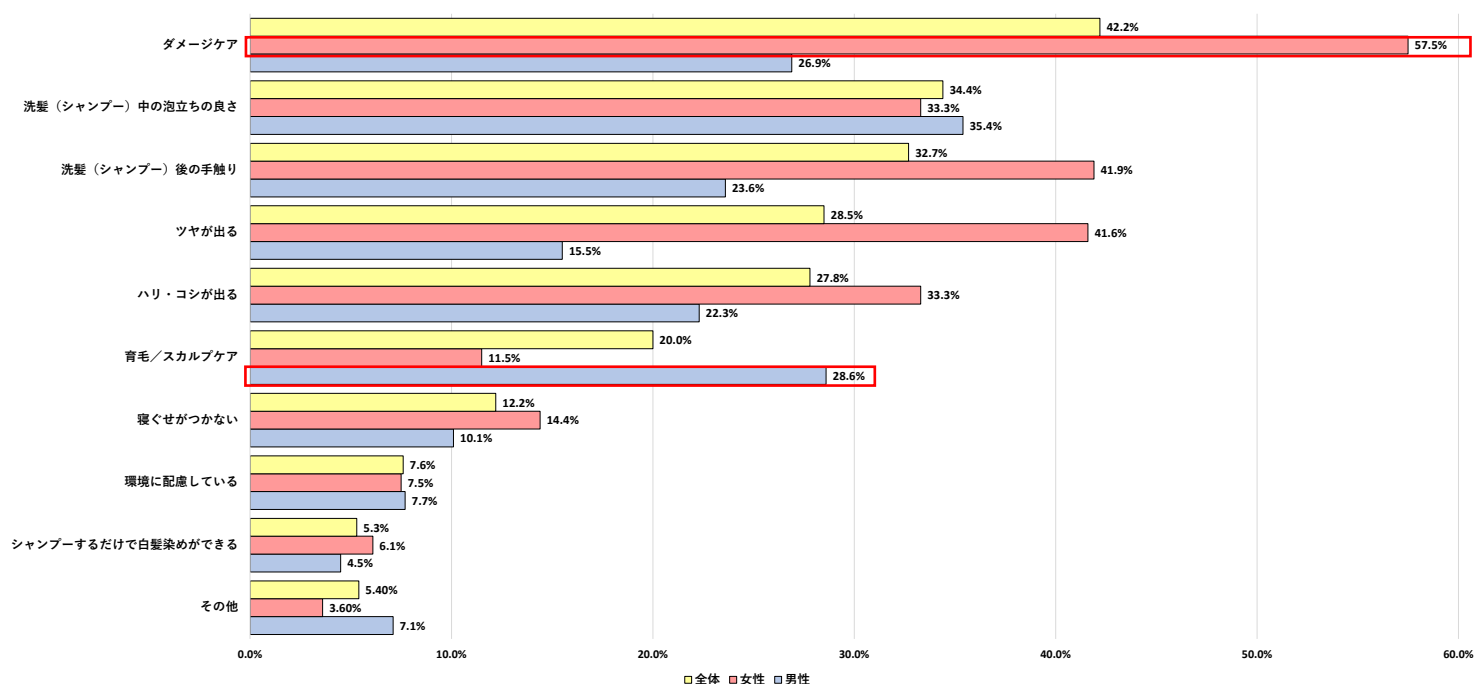
## ◆シャンプーに求める付加価値：「ダメージケア」がトップ！

### 2 位「泡立ちの良さ」、3 位「シャンプー後の手触り」という結果に

シャンプーに求める付加価値を尋ねたところ、全体では「ダメージケア」（42.2%）がトップとなり、次いで「洗髪（シャンプー）中の泡立ちの良さ」（34.4%）、「洗髪（シャンプー）後の手触り」（32.7%）という結果となりました。

この回答を男女別に見ると、女性は 6 割近い方が「ダメージケア」（57.5%）と回答しました。続いて、「洗髪（シャンプー）後の手触り」（41.9%）、「ツヤが出る」（41.6%）と回答した人の割合が多い結果となりました。一方、男性は「洗髪（シャンプー）中の泡立ちの良さ」が 35.4%で最も高い結果となりました。また、「育毛／スカルプケア」と回答した割合が 28.6%で、女性の 11.5%と比較すると、15%以上も高い結果となりました。

Q. あなたがシャンプーに求める付加価値は何ですか？ 当てはまるものをすべてお答えください。（複数回答／n=4888）



#### <調査概要>

- 調 査 名：シャンプーに関する意識調査
- 調 査 対 象：全国の 20～60 代の男女 4888 名（有効回答数）  
全国 47 都道府県 各 104 名（女性 52 名、男性 52 名ずつ）
- 調 査 期 間：2022 年 1 月 31 日（月）～2 月 2 日（水） 3 日間
- 調 査 方 法：インターネットアンケート
- 調 査 委 託 先：株式会社マクロミル

#### ※地域区分について

北海道（北海道）  
 東北地方（青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県）  
 関東地方（茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）  
 中部地方（新潟県、富山県、石川県、福井県、山梨県、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県）  
 近畿地方（三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県）  
 中国地方（鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県）  
 四国地方（徳島県、香川県、愛媛県、高知県）  
 九州沖縄地方（福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県）

※本調査結果では、小数点以下第 2 位を四捨五入しているため、合計しても 100%にならない場合があります

#### <報道関係者様のお問い合わせ先>

株式会社アデランス グループ CSR 広報室  
 TEL：03-3350-3268 E-mail：pr@aderans.com  
 アデランス ホームページ：https://www.aderans.co.jp/corporate/