

報道関係各位

注目度No.1商品は『シャンプー』！【2022年上半期ヘアケアトレンド】トレンドに敏感な女性に調査！

女性のヘアケアアイテム選びのポイント『機能性』と『香り』

『ヘアケア工房』を運営する近代化学株式会社（本社所在地：神奈川県海老名市、代表取締役：岡部 達彦）は、全国20代～60代の女性を対象に「2022年上半期ヘアケアトレンド」に関する実態調査を行いました。

今年も早半年が経過しました。

上半期だけでも美容に関する様々なトレンドがあり、自分磨きに一層力を入れている方もいるのではないのでしょうか。

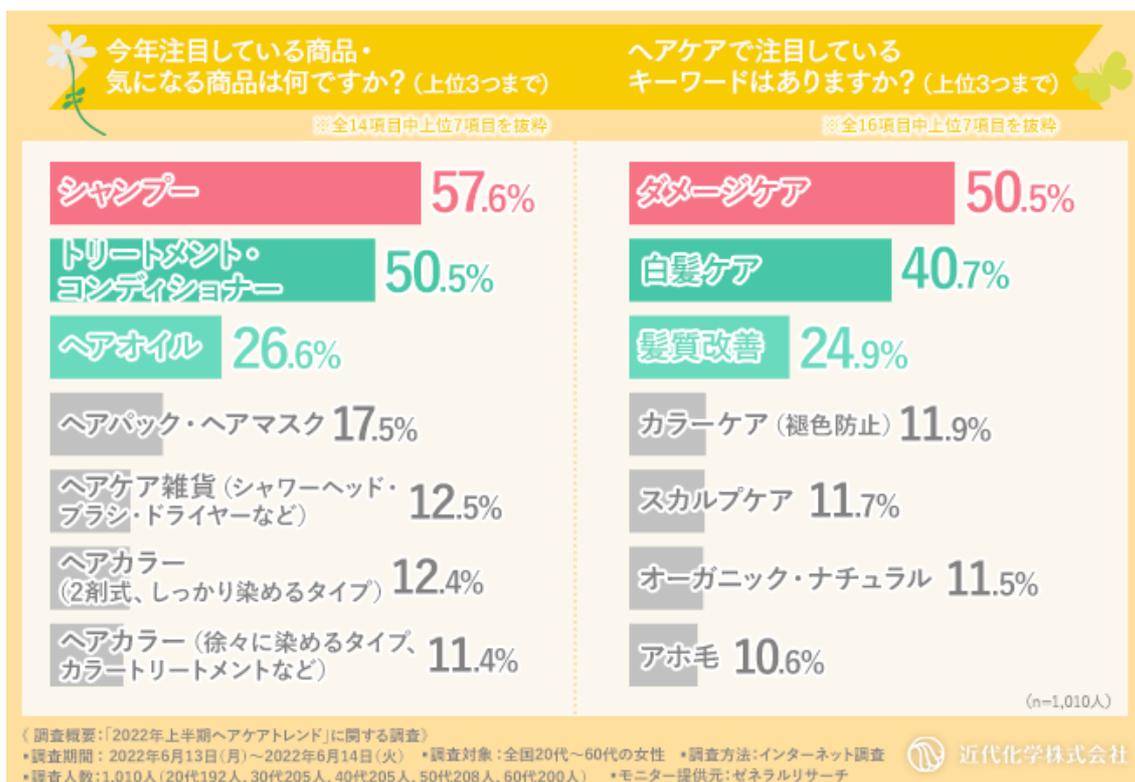
中でも“髪”は印象を大きく変えるポイントですが、皆さんはヘアケアに力を入れていますか？
コロナ禍でうち時間が増えた今、人に会う機会が減り美意識が低下した方も多いでしょう。

反対に、「うちでのヘアケアが趣味になった」なんて方もいるのでは？
ヘアケアについて、皆さんのこだわりと今年のトレンドとが気になるところです。

そこで今回、「ヘアケア工房」(<https://www.kindaikagaku.com/>)を運営する近代化学株式会社は、全国20代～60代の女性を対象に「2022年上半期ヘアケアトレンド」に関する調査を行いました。

- 今年注目している商品第1位は『シャンプー』！注目ワードは『ダメージケア』！

はじめに、気になるヘアケア商品について伺っていきましょう。



「今年注目している商品・気になる商品は何ですか？(上位3つまで)」と質問したところ、『シャンプー(57.6%)』

と回答した方が最も多く、次いで『トリートメント・コンディショナー（50.5%）』『ヘアオイル（26.6%）』と続き
ました。

シャンプーやコンディショナーと回答した方が半数以上を占め、日々のケアに重点を置いていることが窺えます。
シャンプーやトリートメントなど、基本的なヘアケアグッズにプラスでヘアオイルなどを使用している方も一定数いらっ
しゃるようですが、ヘアケアを行う中でどのようなことが気になるのでしょうか？

そこで、「ヘアケアで注目しているキーワードはありますか？（上位3つまで）」と質問したところ、『ダメージケア（
50.5%）』と回答した方が最も多く、次いで『白髪ケア（40.7%）』『髪質改善（24.9%）』と続きました。

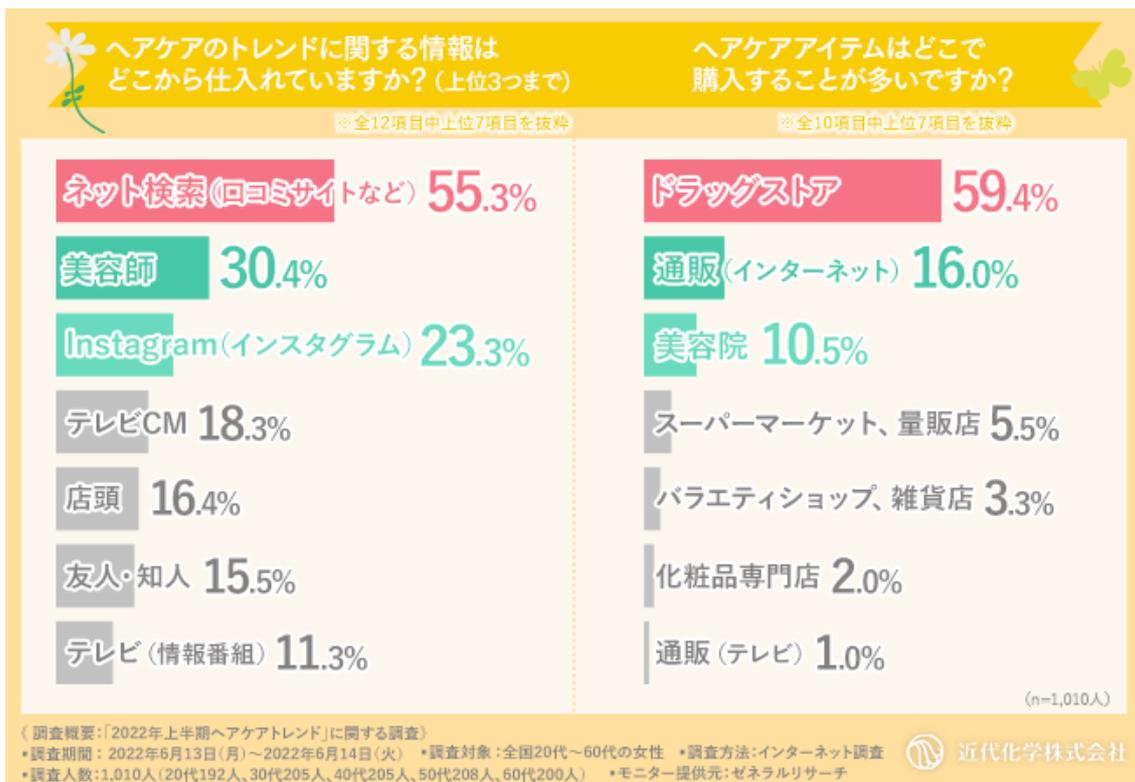
ダメージを受けた髪や白髪は、年齢よりも老けて見られたり、清潔感に欠ける印象を与えたりすることがあるかもしれま
せん。

多くの方が、髪的美しさを見た目の第一印象は大きな関わりがあることを理解しているようです。

● **トレンド情報どこから仕入れてる？『ネット検索』と回答した方が5割以上！**

ダメージケアや白髪ケアに注目している多くの方にとって、最新のヘアケア情報は押さえておきたいポイントと言えるで
しょう。

トレンドに敏感な女性たちは、どのようにして新しい情報を仕入れているのか伺ってみました。



「ヘアケアのトレンドに関する情報はどこから仕入れていますか？（上位3つまで）」と質問したところ、『ネット検索
（口コミサイトなど）（55.3%）』と回答した方が最も多く、次いで『美容師（30.4%）』『Instagram（インスタグラ
ム）（23.3%）』と続きました。

半数以上が『ネット検索』と回答し、最新の情報が手に入るインターネットを活用していることが分かりました。
また、インターネットの口コミサイトを参考にして、気になるヘアケアアイテムの商品を購入したりする方も多いかもし
れません。

その際、どのような所で購入しているのでしょうか？

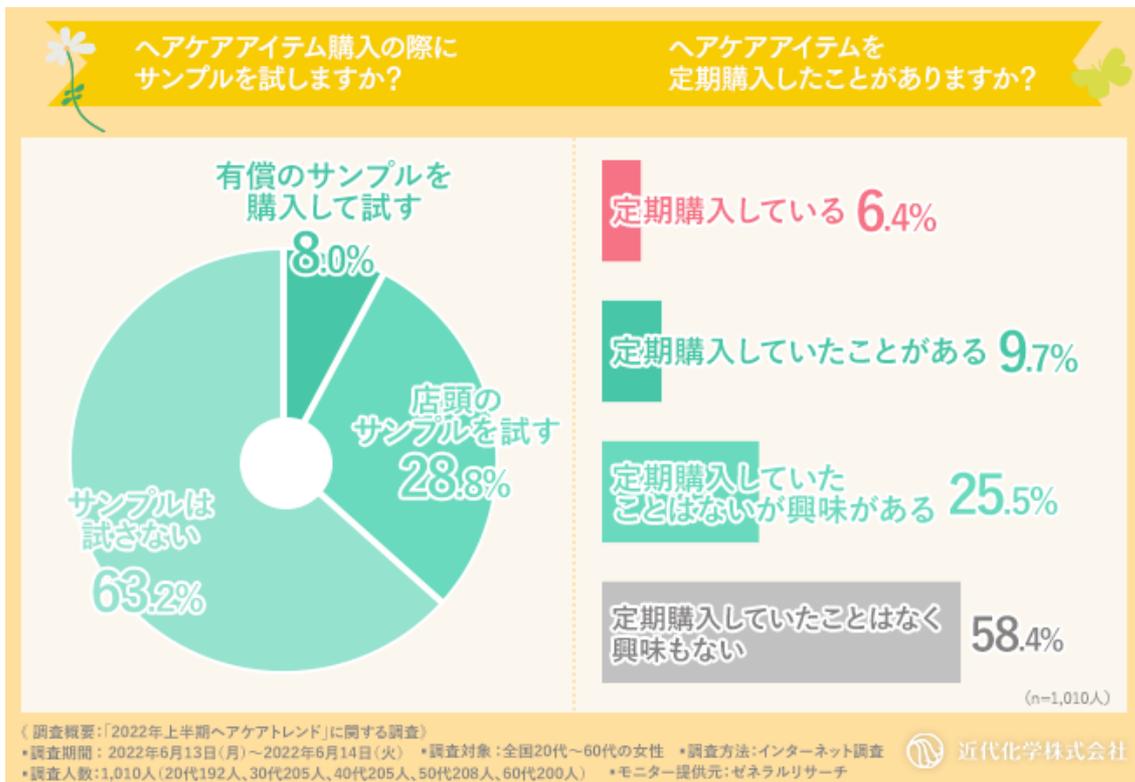
「ヘアケアアイテムはどこで購入することが多いですか？」と質問したところ、『ドラッグストア（59.4%）』と回答した方が最も多く、次いで『通販（インターネット）（16.0%）』『美容院（10.5%）』と続きました。

約6割の方が『ドラッグストア』を利用していることが分かりました。

豊富な品揃えとリーズナブルな価格が魅力のドラッグストアは、気軽に色々な商品を試せることができ、自分に合ったヘアケアアイテムを見つけやすいといったメリットがあるのかもしれません。

• サンプルを試してから購入する人・定期購入する人の割合は？

先程の調査で、約6割の方が『ドラッグストア』でヘアケアアイテムを購入していることが分かりました。さまざまなアイテムが豊富に揃っている一方、選択肢が多すぎて迷ってしまう方もいるのではないのでしょうか？そのような時、サンプルを試すことができればアイテム選びの幅も広がりそうです。



そこで、「ヘアケアアイテム購入の際にサンプルを試しますか？」と質問したところ、『有償のサンプルを購入して試す（8.0%）』『店頭サンプルを試す（28.8%）』『サンプルは試さない（63.2%）』との回答結果になりました。

6割以上の方は『試さない』と回答し、リーズナブルなヘアケアアイテムは気軽に試せるため、サンプルを使わずに購入する方が多いのかもしれません。

また『試す』と回答した方も約4割と、使い心地や香りなどチェックする方が比較的多いことが分かりました。

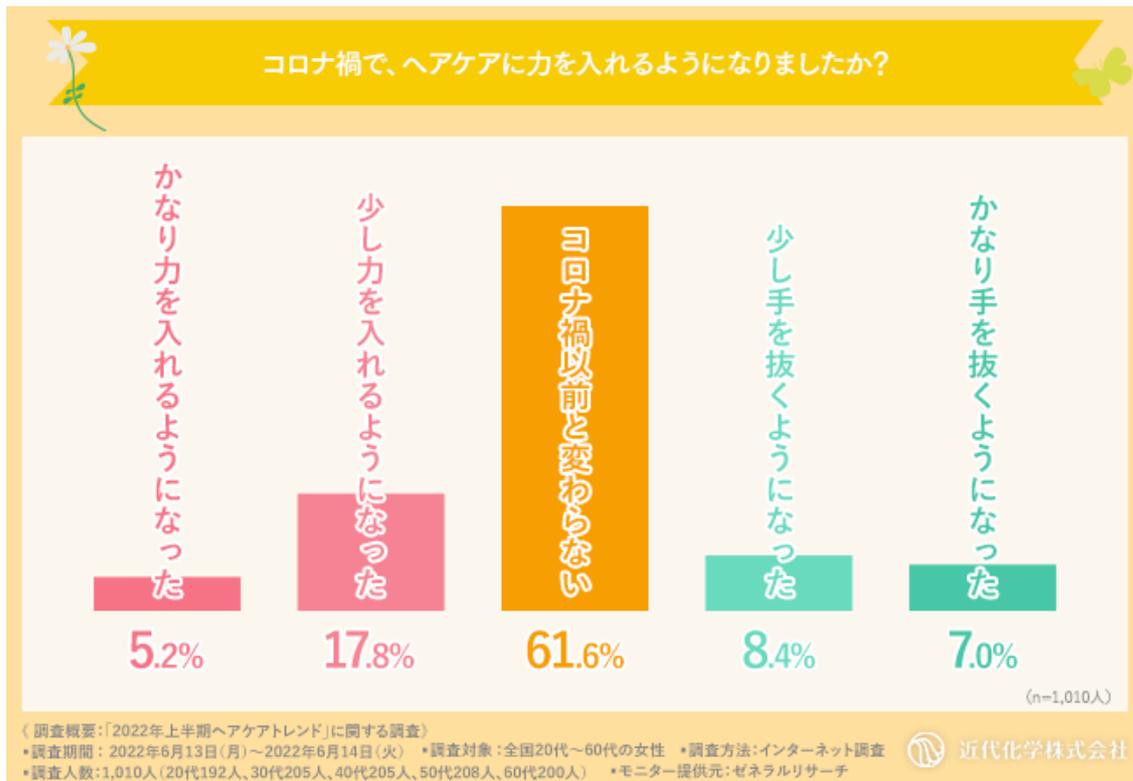
続いて、「ヘアケアアイテムを定期購入したことがありますか？」と質問したところ、『定期購入している（6.4%）』『定期購入していたことがある（9.7%）』『定期購入してはいたことはないが興味がある（25.5%）』『定期購入してはいたことはなく興味もない（58.4%）』との回答結果になりました。

『定期購入したことがない・興味がない』と答えた方が約6割となりましたが、『定期購入している・していた・興味がある』と答えた方も4割以上と少なくないことが分かりました。

通常購入よりも安く購入できたり、途切れることなく届けてくれたりといった定期購入のシステムにメリットを感じる方も多いようです。

• コロナ禍でヘアケア事情に変化あり？

先程の調査では、ヘアケアアイテムのサンプルや定期購入についてお話を伺いましたが、次はコロナ禍でのヘアケアについて伺ってみました。



「コロナ禍でヘアケアに力を入れるようになりましたか？」と質問したところ、『かなり力を入れるようになった (5.2%)』『少し力を入れるようになった (17.8%)』『コロナ禍以前と変わらない (61.6%)』『少し手を抜くようになった (8.4%)』『かなり手を抜くようになった (7.0%)』との回答結果になりました。

6割以上の方が『変わらない』と答えた一方で、2割以上の方が『力を入れるようになった』、1割以上の方が『手を抜くようになった』と回答し、コロナ禍がヘアケアにも影響を与えていることが分かりました。

増えたおうち時間を有効活用するかしないかで、ヘアケアの結果にも差がついてくるのではないのでしょうか。

• 2022年に新しく使い始めたヘアアイテムは？

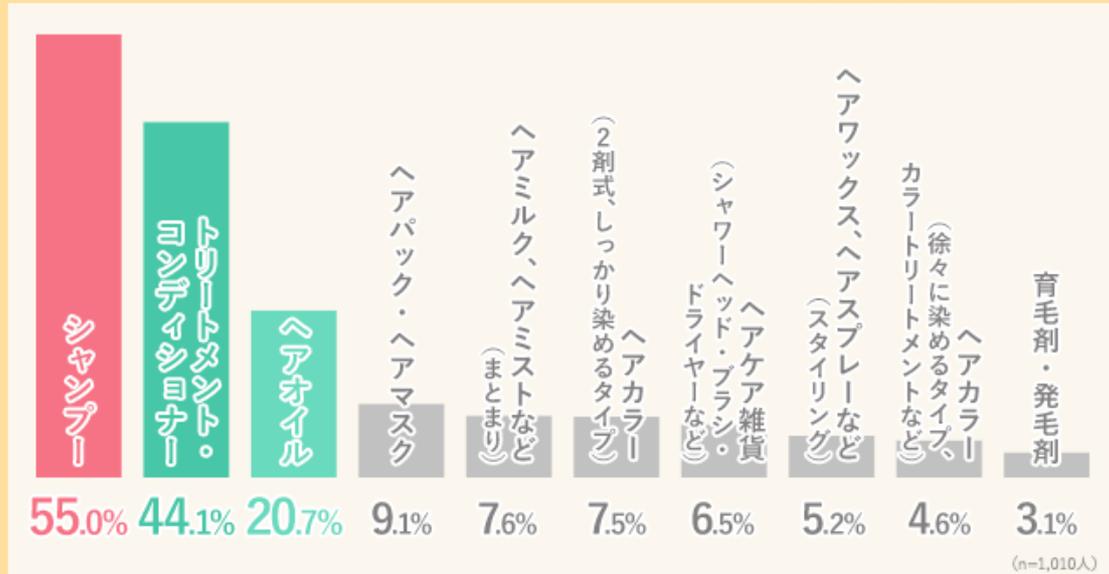
コロナ禍ではヘアケアに力を入れた方や、反対に手を抜いてしまった方など、少なからず影響があることが分かりました。

そのような中でも次々に新しいヘアケアアイテムが誕生し、美しい髪を目指す女性たちはトライアル・アンド・エラーを続けているようです。



今年に入って新しく購入した・切り替えたアイテムを教えてください (複数回答可)

※全14項目中上位10項目を抜粋



〈調査概要:「2022年上半期ヘアケアトレンド」に関する調査〉

・調査期間: 2022年6月13日(月)~2022年6月14日(火) ・調査対象: 全国20代~60代の女性 ・調査方法: インターネット調査
 ・調査人数: 1,010人 (20代192人、30代205人、40代205人、50代208人、60代200人) ・モニター提供元: ゼネラルリサーチ



近代化学株式会社

そこで、「今年に入って新しく購入した・切り替えたアイテムを教えてください (複数回答可)」と質問したところ、『シャンプー (55.0%)』と回答した方が最も多く、次いで『トリートメント・コンディショナー (44.1%)』『ヘアオイル (20.7%)』と続きました。

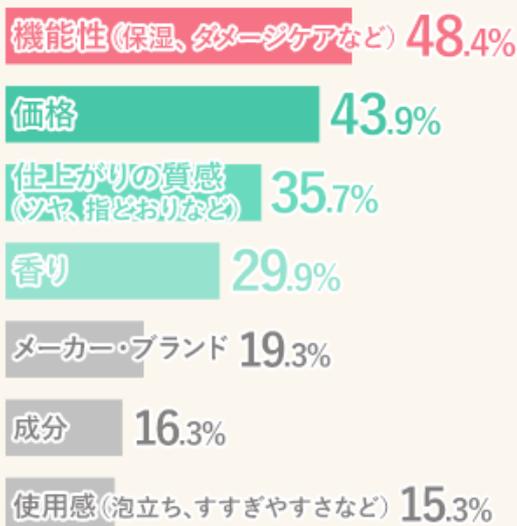
多くの方が『シャンプー』や『トリートメント・コンディショナー』と回答し、毎日使うアイテムをより良いものにするため試行錯誤しているようです。

次に、それらのアイテムはどのような基準で選んでいるのか伺ってみましょう。

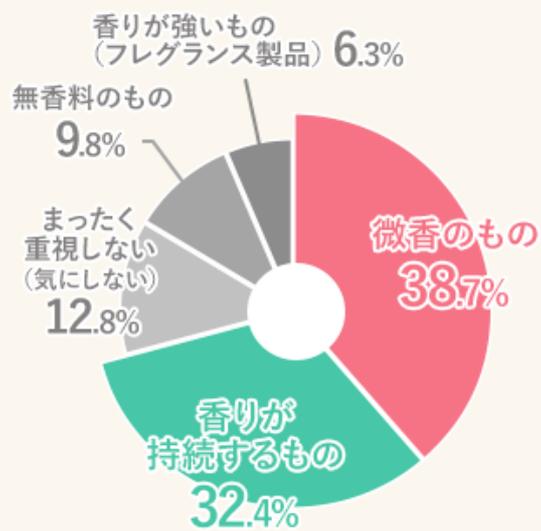


ヘアケアアイテムは主に何を重視して選びますか? (上位3つまで)

※全12項目中止位7項目を抜粋



ヘアケアアイテム購入の際にどのような香りがする製品を選びますか?



〈調査概要:「2022年上半期ヘアケアトレンド」に関する調査〉

・調査期間: 2022年6月13日(月)~2022年6月14日(火) ・調査対象: 全国20代~60代の女性 ・調査方法: インターネット調査
 ・調査人数: 1,010人 (20代192人、30代205人、40代205人、50代208人、60代200人) ・モニター提供元: ゼネラルリサーチ



近代化学株式会社

「ヘアアイテムは主に何を重視して選びますか？（上位3つまで）」と質問したところ、『機能性（保湿・ダメージケアなど）（48.4%）』と回答した方が最も多く、次いで『価格（43.9%）』『仕上がりの質感（ツヤ・指どおりなど）（35.7%）』『香り（29.9%）』と続きました。

約半数の方が『機能性』を重視していることが分かりましたが、『香り』と回答した方も約3割いるようです。女性にとっては機能性はもちろんのこと、香りも外せないポイントなのでしょう。

そこで、「ヘアケアアイテム購入の際にどのような香りがする製品を選びますか？」と質問したところ、『微香のもの（38.7%）』と回答した方が最も多く、次いで『香りが持続するもの（32.4%）』『まったく重視しない（気にしない）（12.8%）』と続きました。

女性たちは美しい髪を手に入れるために、機能性と素敵な香りを備えたヘアケアアイテムを探し続けているのかもしれませんが。

- 【まとめ】2022年上半期の注目のヘアケア、キーワードは『ダメージケア』『白髪ケア』！

今回の調査で、今年注目している商品は『シャンプー』や『トリートメント・コンディショナー』と回答した方が半数以上となりました。

そして、注目のキーワードは『ダメージケア』や『白髪ケア』が多くを占め、多くの方が『ネット検索（口コミサイトなど）』でヘアケアの最新情報を入手しているようです。

ネット検索でヒットしたヘアケアアイテムは、6割の方が『ドラッグストア』で購入しており、豊富な品揃えとリーズナブルな価格のため利用者が多いことが窺えました。

最後に、今年に入って購入した・切り替えたアイテムは何か伺ったところ、『シャンプー』や『トリートメント・コンディショナー』と回答した方が多く、毎日使うヘアケアアイテムの『機能性』をはじめ、ほんのり感じる『香り』も大切なポイントであるようです。

女性にとって“髪“は、第一印象を左右する大事なパーツと言えるかもしれません。

自分に合った機能性やお気に入りの香りを見つけて、ぜひ艶めく美しい髪を手に入れましょう！

- オリジナルのヘアケア商品を作るなら『ヘアケア工房』



今回調査をした近代化学株式会社が運営する『ヘアケア工房』（<https://www.kindaikagaku.com/>）は、ヘアケア商品の開発を考えている美容のプロのみなさまを企画から生産までお手伝いいたします。

様々なアイデアが飛び交い、新しいものを皆さまと一緒に作り出していければ、という思いから「工房」という名称をつけた「ヘアケア工房」では、プロのヘアケア製品開発者だけでなく、異業種からの新規参入を考えている方や、独立して新しくヘアケア商品を開発したいと考えている方にも参考になるコンテンツ内容を発信しています。

ヘアケア工房をご覧になって、ヘアケア商品の開発や相談をしたくなったという方は、ぜひ、お問い合わせください。近代化学株式会社より、専門のヘアケア商品開発アドバイザーを派遣し、お客様のヘアケア商品の開発をサポートさせていただきます。

■製品開発の流れ

①打ち合わせ

開発会社との打ち合わせで企画内容や要望を明確にします。

その際、開発フローや大まかな予算なども確認すると良いでしょう。

商品内容だけではなく「製品づくりの基礎」についての全体的な検討が必要です。

②処方検討

発注者の企画内容や要望に添ってラボにて製品の試作を行います。

③評価

試作品を評価します。

④デザインの検討

試作品の処方が決まり次第、資材（チューブ・個包装など）の検討を始めます。

⑤お見積もり

最終的な仕様が決まり次第、開発会社からの最終的な見積もり内容を受け取ります。

⑥生産

製品を生産します。

⑦納品

製品が納品されます。

ヘアケア商品の企画を検討されている方にとって、商品づくりで最も大切なことは何でしょうか。

それは、「必要性を訴える提案力」、そして商品の物語る「夢」ではないでしょうか。

どんなに良い商品でも、「何をしてくれるのかしら？」と期待感をいだかせてくれるものや、必要性を感じさせてくれるものでなければ、市場での価値はありません。

人に夢を与え、それを叶えるヘアケア商品を一緒につくっていきましょう。

■近代化学株式会社：<https://www.kindaikagaku.com/company/>

■ヘアケア工房：<https://www.kindaikagaku.com/>

■お問い合わせ：<https://www.kindaikagaku.com/contact/>

■TEL：046-238-2508

調査概要：「2022年上半期ヘアケアトレンド」に関する調査

【調査期間】2022年6月13日（月）～2022年6月14日（火）

【調査方法】インターネット調査

【調査人数】1,010人（20代192人、30代205人、40代205人、50代208人、60代200人）

【調査対象】全国20代～60代の女性

【モニター提供元】ゼネラルリサーチ

当プレスリリースURL

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000003.000093412.html>

近代化学株式会社のプレスリリース一覧

https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/93412

【本件に関する報道関係者からのお問合せ先】

近代化学株式会社：<https://www.kindaikagaku.com/company/>

お問い合わせ：<https://www.kindaikagaku.com/contact/>

TEL：046-238-2508