

報道関係各位

2023年7月5日  
株式会社メディリード

## 夏目前！薄毛対策最新調査結果

## みんなが行っている薄毛対策 第1位は「頭皮マッサージ」

30～40代女性は「分け目を変える」が1位 性年代別に見てみると意外な結果に

医療・ヘルスケア領域に特化したマーケティングリサーチ・分析を行う株式会社メディリード（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：亀井 晋、以下 メディリード）は、新型コロナウイルス感染症が5類に移行されたことにより外出の機会が増える夏を前に、薄毛対策に関する意識調査を行いました。

## 【調査結果サマリ】

- ◆ 「薄毛の意識調査」を行ったところ、女性では60代が45.9%で女性の中で最も薄毛を気にしている結果となった。50代では45%、40代では39%、30代は39.3%で30代から薄毛を意識する傾向が明らかになった。
- ◆ 一方、男性は60代が45.1%、50代では42.4%、40代では40.2%と、50～60代では男性よりも女性の方が薄毛を意識していることがわかった。また、20代は25.5%、30代は35%で9.5%増加していることから、この年代が男性の薄毛に対する意識の変わり目であることがわかる。
- ◆ 全性年代で見ると、薄毛が気になり始めたきっかけとして「自分が写っている写真や映像をみた」25.6%（4.4%増\*1）「シャンプーしたとき」33.2%（2.4%増）の結果となった。
- ◆ 全性年代において薄毛対策は、「頭皮マッサージ」が9.4%（0.5%増）、「分け目を変える」「髪をきつく結ばない」がそれぞれ6.1%、4.4%（0.4%増）という結果になった。
- ◆ 上記の結果を性年代別に見ると、男性は薄毛対策として20代は「喫煙を控える」が6%、30代 / 40代 / 60代は「頭皮マッサージ」がそれぞれ11.4% / 8.9% / 9.2%、50代は「育毛シャンプー」が10.3%で最も多い結果に。一方女性では20代は「髪をきつく結ばない」が7.1%、30代 / 40代 / 60代は「分け目を変える」はそれぞれ10.5% / 13.6% / 10.8%、50代は「頭皮マッサージ」が13.4%という結果になった。

\*1 カッコ内は前回（4月）調査時からの増減

## 【調査概要】

調査対象：①20代～60代の男女 5690名 ②20代～60代の男女 5258名  
調査期間：①2023年4月14日～4月18日 ②2023年6月15日～6月18日  
調査方法：インターネット調査（iCRIDE®）

※本調査は、約2ヵ月おきに定点調査しています。

## 【調査総括】

薄毛が気になりはじめたきっかけとして「自分が写っている写真や映像をみた」と回答する人が増えていることから、コロナが明け外出する人や写真を撮影する機会が増えている背景がうかがえます。また、性年代別に見ても、女性の約40%前後が薄毛を気にしているということがわかりました。

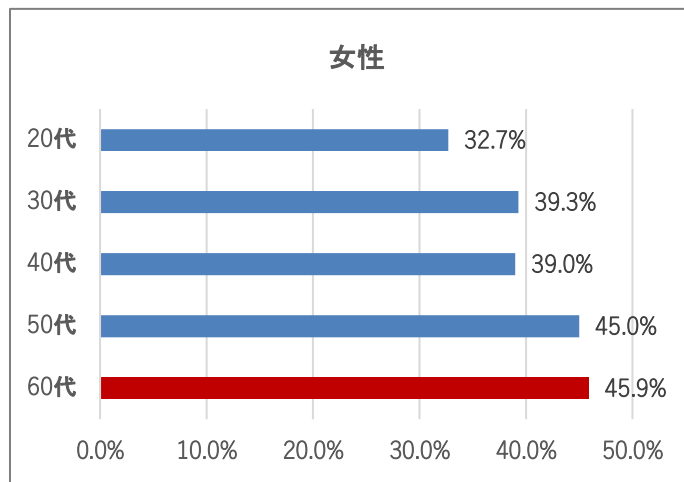
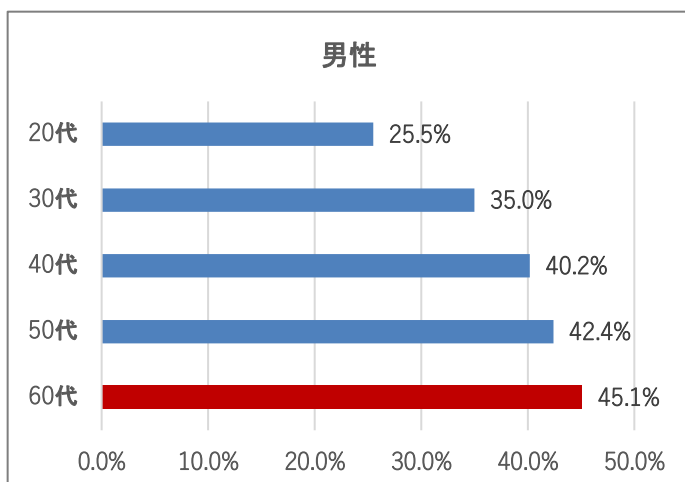
また、行っている対策では、男性のほとんどの年代で「頭皮マッサージ」を行っている一方、女性は人の目を気にしてか「分け目を変える」など見られ方も意識していることがわかりました。

株式会社メディリードは、企業理念に掲げる「わたしたちの幸せな生活とヘルスケアの未来のため」を成し遂げるため、固定概念にとらわれず、常に新たな視点で積極的にチャレンジし、有益な提言および科学的根拠を導き出してまいります。

【調査結果詳細】

薄毛が気になる人の世代別割合 (n=5258)

(Q. 現在のあなたの髪の毛の状態でご気になる点について、詳しくお聞きします。の「ボリュームが少ない、抜け毛が多い、薄毛である、生え際が下がっている、髪の毛が生えなくなった部分がある、分け目の薄さが目立つ」にて「気になる」「やや気になる」と回答した方)

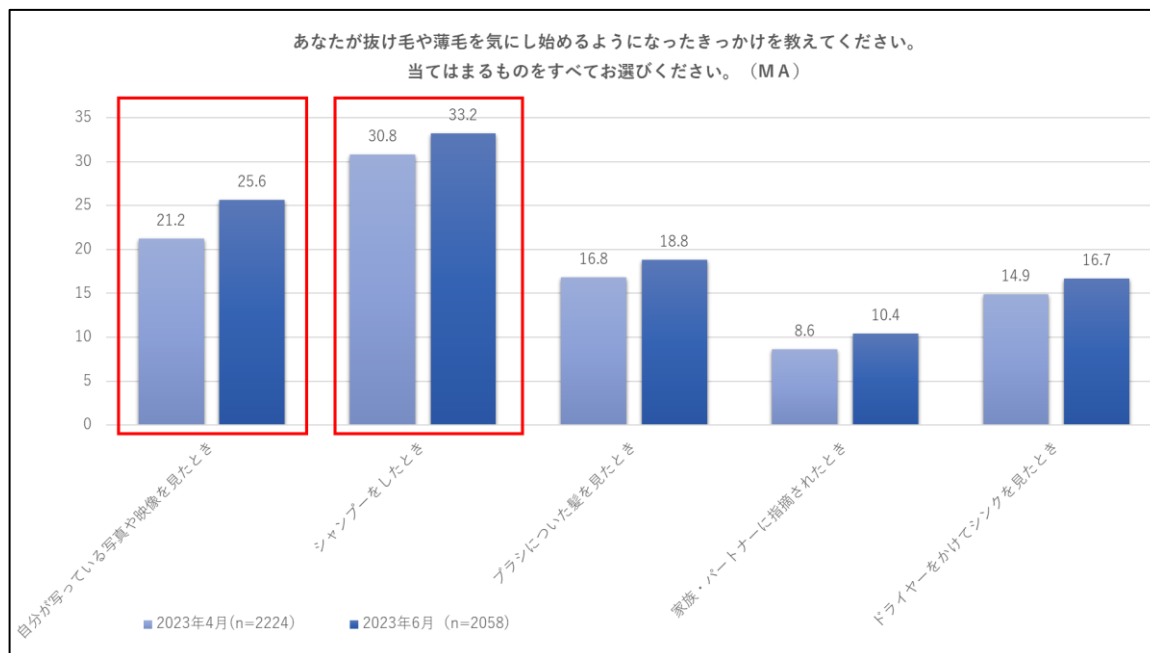


Q あなたが抜け毛や薄毛を気にし始めるようになったきっかけを教えてください。

当てはまるものをすべてお選びください。(複数選択)

2023年4月 (n=2224) 2023年6月 (n=2058)

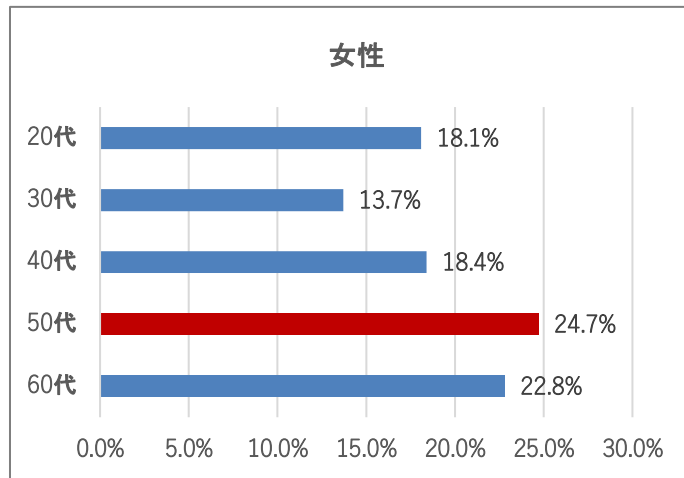
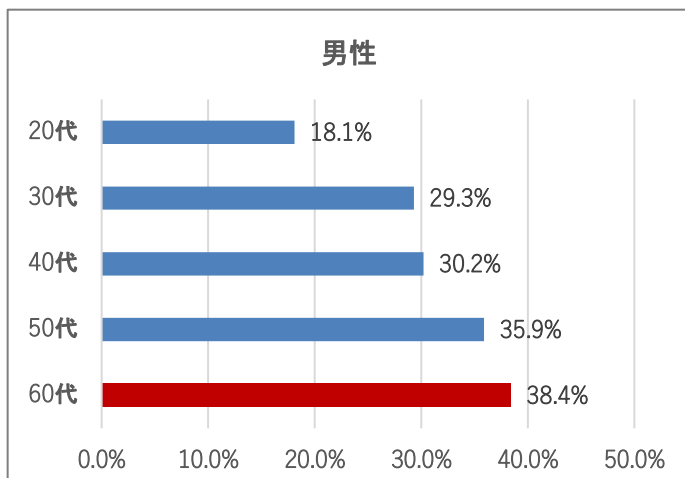
※選択肢は、変化があった上位5項目を抜粋しています。



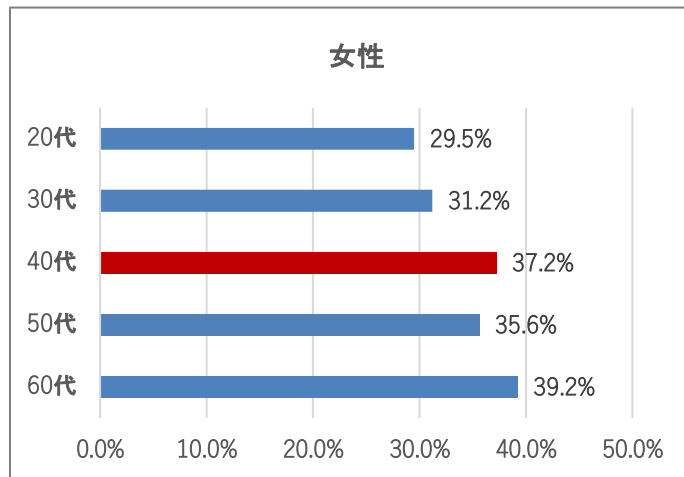
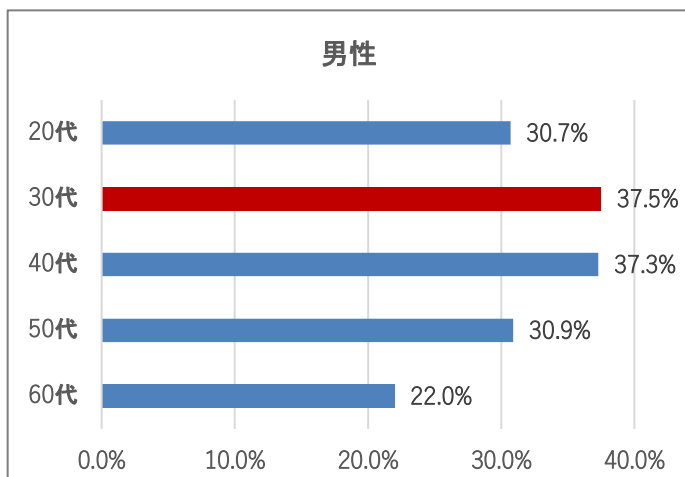
Q あなたが抜け毛や薄毛を気にし始めるようになったきっかけを教えてください。

当てはまるものをすべてお選びください。（複数選択） ※変動が大きかった上位2位の性年代別グラフを抜粋しています。

Q-a 回答：自分が写っている写真や映像を見たとき n=527



Q-b 回答：シャンプーをしたとき n=683



Q あなたは、薄毛に対策として、何か行っていることや知っているものがありますか。「現在行っている対策」、「過去に行っていた対策」、「現在・過去に行ったことはないが知っている対策」をお知らせください。それぞれ当てはまるものをすべてお選びください。／現在行っている対策（複数回答）

n=5258

※割合が多い項目を一部抜粋しています。

	N数	育毛サロン	育毛剤： OTC医薬品	育毛剤： 医薬部外品	育毛 サプリメント	育毛シャンプー (ボリュームアップ タイプ等)	頭皮 マッサージ	喫煙を控える	分け目を変える	髪をきつく 結ばない
合計	5258	0.9	1.4	4.1	0.9	4.4	9.4	2.9	6.1	4.4
男性20代	499	3.2	1.8	2	1.4	3.8	7	6	2.4	1.8
男性30代	526	1.7	2.1	3.4	2.1	7.8	11.4	3.2	2.9	1.5
男性40代	527	0.6	2.8	4.4	0.9	8.7	8.9	2.5	2.1	0.9
男性50代	526	1	3.2	8.2	1.3	10.3	7.4	4.4	1.5	0.2
男性60代	543	0.4	2	8.3	0.9	7.2	9.2	4.1	0.4	0
女性20代	508	1.4	0.2	0.2	0.4	0.2	4.1	1.6	6.5	7.1
女性30代	522	0.8	0	1.5	0.2	0.2	9.6	1.3	10.5	9
女性40代	531	0.2	0.4	3.2	0.6	1.1	12.6	1.7	13.6	8.5
女性50代	531	0	0.6	3.2	0.6	1.7	13.4	2.1	10.5	7.9
女性60代	545	0	0.6	6.1	0.2	2.6	10.1	2.6	10.8	7.2

iCRIDE®について (<https://www.icride.net/>)

iCRIDE® (アイクライド) は、当社が保有する Medical Health Care データベース(MHP<sup>※2</sup>)を活用し、消費者の意識や行動を分析・可視化したデータを閲覧できるサービスです。MHP の回答者に対して、ヘルスケアの様々なテーマにおける消費行動の理由やその背景にある意識変容を定期的に聴取・分析します。

※2 MHP はのべ 250 万人のデモグラフィックデータや生活習慣などの基本情報に加えて、疾患情報、治療・服薬状況などを集約した独自のデータベースです。疾患情報には、分析可能な国内最大級の 700 を超える疾患データを収載し、入通院する疾患に対しての治療実態や経験、ニーズなどを深掘りしたデータだけでなく、未病レベルの症状・愁訴も含まれています。

〈引用・転載時のクレジット表記のお願い〉

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

〈例〉 「株式会社メディリードが実施した調査によると・・・」

#### 【会社概要】

会 社 名：株式会社クロス・マーケティンググループ

代 表 者：代表取締役社長兼 CEO 五十嵐 幹

所 在 地：東京都新宿区西新宿 3 丁目 20 番 2 号

設 立：2013 年 6 月

主 な 事 業：デジタルマーケティング事業及びデータマーケティング事業、インサイト事業を行う子会社等の  
経営管理及びそれに付帯または関連する事業

U R L：<https://www.cm-group.co.jp/>

会 社 名：株式会社メディリード

代 表 者：代表取締役社長 亀井 晋

所 在 地：東京都新宿区西新宿 3 丁目 20 番 2 号

設 立：2015 年 4 月

主 な 事 業：医療関連領域の調査・データ解析業務

U R L：<https://www.medi-l.com/>

〈本サービスに関するお問い合わせ先〉  
株式会社メディリード データビジネス開発部  
E-mail : [info@icride.net](mailto:info@icride.net)