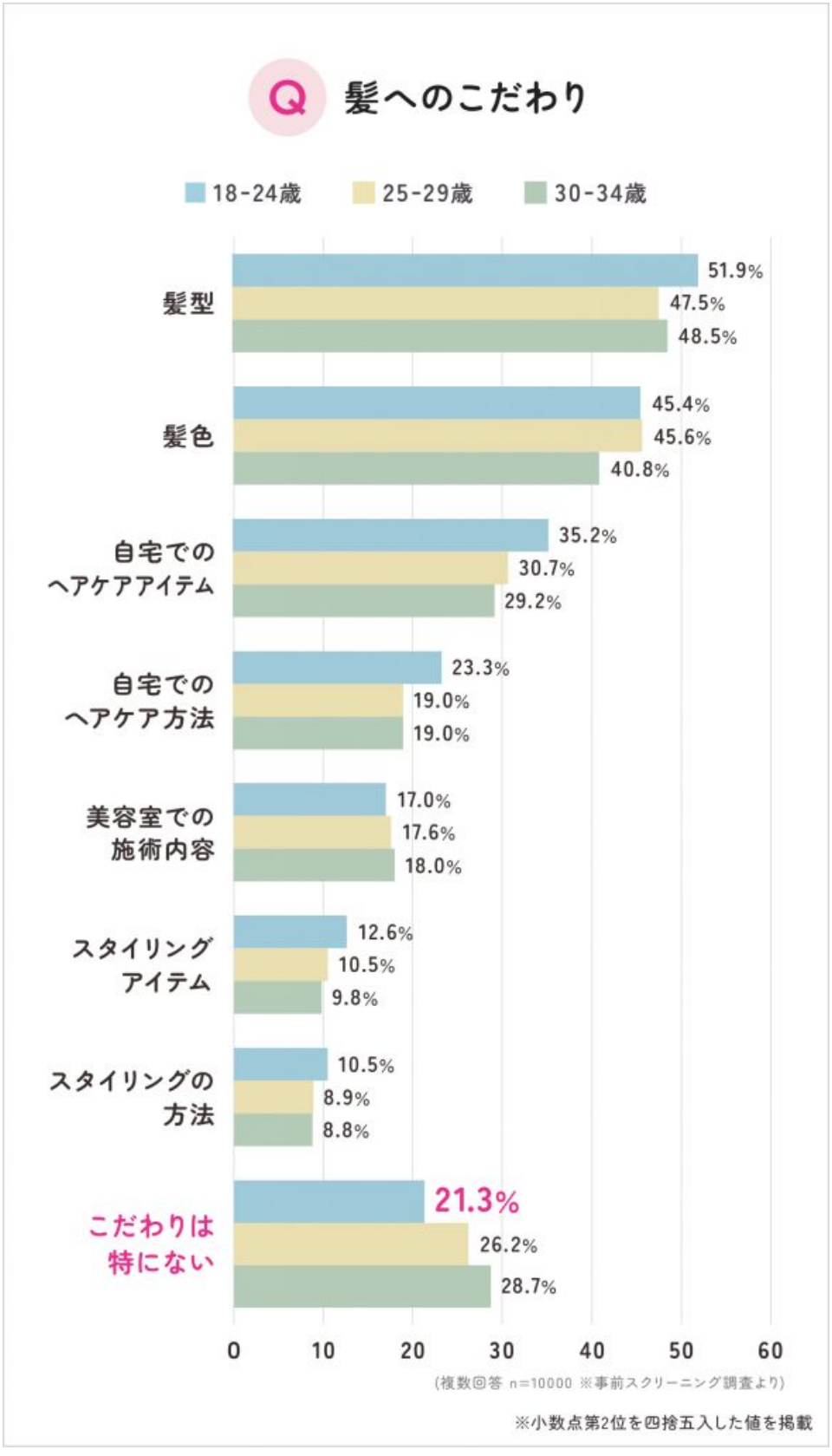


自分で見つけた「なりたい姿」を追求、店販品購入に積極的？！Z世代の美容意識を200人に調査！

May 11.2023

ファッションをはじめとするトレンド、SNSなどで注目を集める「Z世代」。1996年以降に生まれた、10代後半～25歳くらいまでの世代を示します。若者たちはいつの時代もトレンドの発信源となるもの。そこで今回はZ世代にあたる18～24歳の女性に美容に関する意識を調査。さらに20代後半女性、30代前半女性にも同様の調査を行ないました。その結果見えてきたのは、一般的には他世代に比べると収入が少ないと思われるZ世代が、実は店販品購入意欲が高い様子。どのようなアプローチでチャンスが広がるのか、Z世代の美容の価値観や髪へのこだわりを紐解いていきます。

Z世代は、自分のこだわりを持っている？ 約8割が、髪へのこだわりありと回答



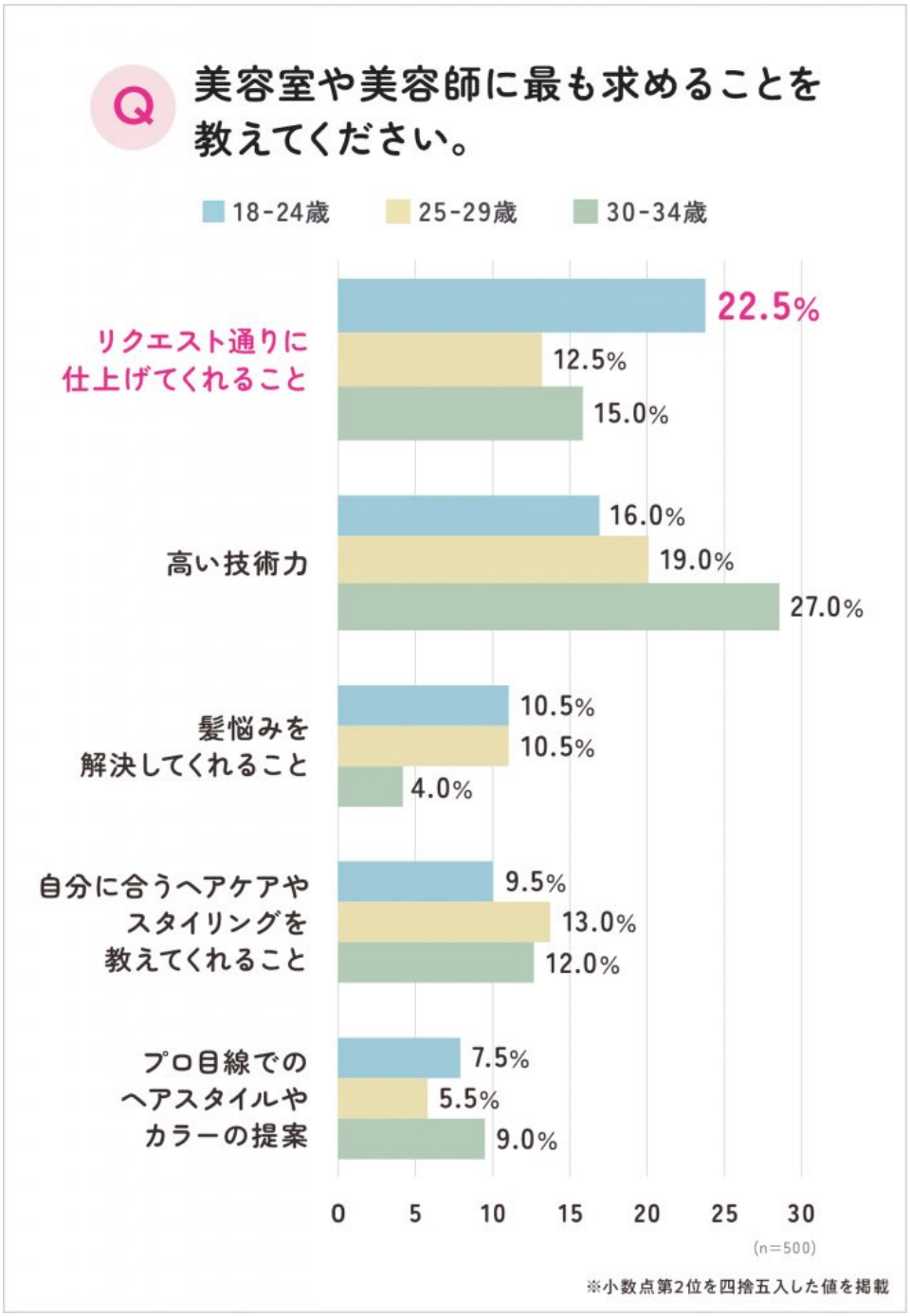
「髪へのこだわり」について「こだわりは特にない」と回答したZ世代は他の世代よりも少なく、約79%が何かしらのこだわりを抱いていることが見えました。また、こだわっているポイントでは「髪型」「自宅でのヘアケアアイテム」「自宅でのヘアケア方法」を中心に複数の項目が他世代を上回り、Z世代のヘアケアへの意識の高さがうかがえます。

では、Z世代にとって美容室はどのような場所なのでしょうか。

美容室へ求めるのは「なりたい自分」の実現。情報は事前に集めて、自分で決める

「美容室がどういう存在か」という質問へは、大半の項目で30代が他世代よりも期待することが多く、特に「リフレッシュできる場所」「リラックスできる場所」「ストレス解放の場所」という回答がZ世代の約２倍になりました。一方、Z世代では「美容や髪についての情報を教えてもらえる場所」の回答が30代を上回る結果になりました。

さらに、「美容室や美容師に求めること」へは、Z世代では「リクエスト通りに仕上げてくれること」が最も高く、他世代を大きく上回りました。



Z世代は希望のスタイルやイメージを自身で調べて固めている様子。「個性」や「新しい自分」は、自身で見つけ出したいというマインドを持っていると言えそう。また、美容室には自身で見つけ出した「なりたい姿」を再現してほしい、そのために必要な情報を教えてほしいという意識があるようです。

アイロン・コテの利用率が高く、スタイリング剤も活用！自宅でも「自分のなりたい」再現を目指している？

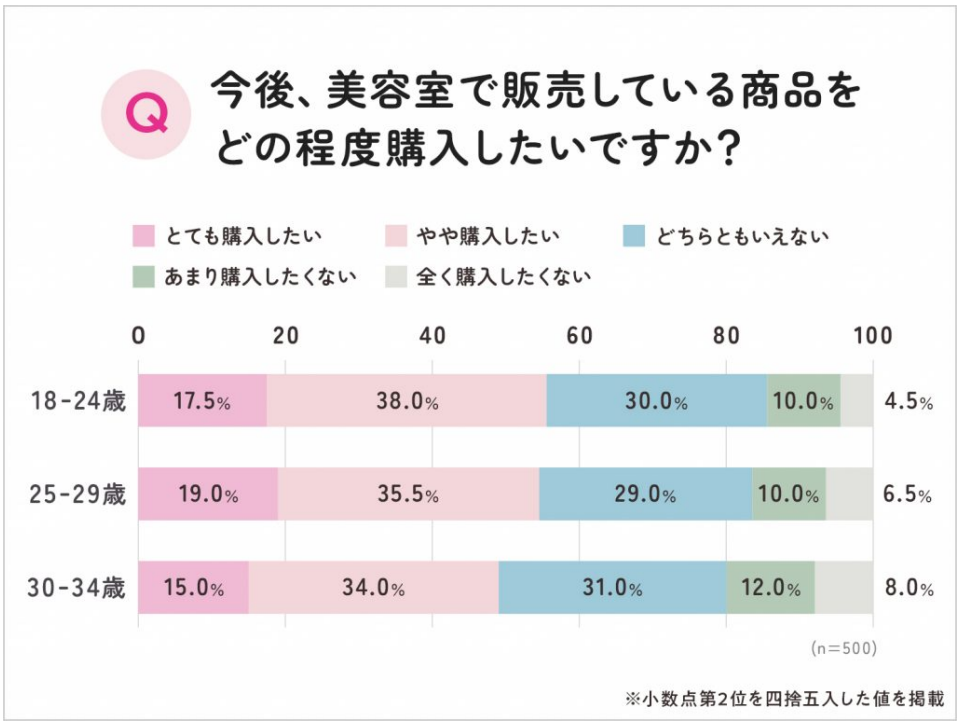
では普段のヘアケアやスタイリングはどのように行なっているのか、使用しているアイテムを聞いてみました。

その結果、Z世代は51%が「ストレートアイロン」、さらに29%が「カールアイロン（コテ）」を使用していると回答し、いずれも全体の回答を約5ポイント上回りました。「なりたいスタイル」の再現のためにアイロンを利用している傾向があると言えそうです。また、「髪へのこだわり」でヘアケアへの意識が高かったのは、他世代に比べアイロンの使用頻度が高いためダメージへの意識が強いからという可能性も考えられそうです。

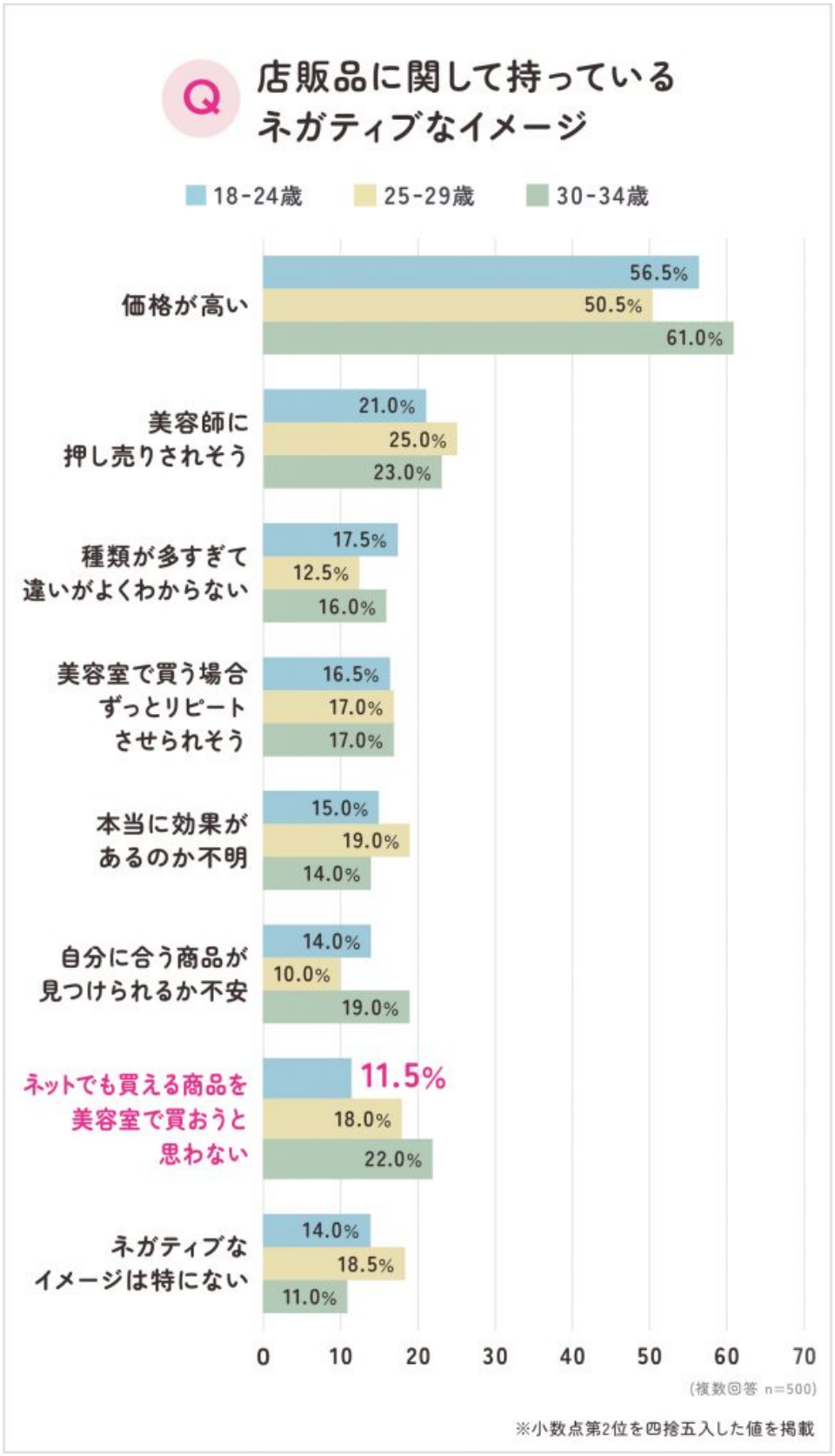
合わせてスタイリング剤の利用率も高く、Z世代の32%が日頃からスタイリング剤を使用していると回答。具体的オイルやバームなどウェット系のスタイルに仕上げるものを使用している方が多く見られました。また、「予定や会う人に応じてヘアスタイルを変えている」という声が多く、場面に応じて「自分」を演出しているようです。

では、店販品の購入意欲には世代による特徴はあるのでしょうか？

店販品の購入は店頭派？！ 半数以上が「購入したい」と回答！



Z世代のうち、店販品を「とても購入したい」「やや購入したい」と回答したのは55.5%で、他世代を上回りました。一般的には他世代よりも収入が低いと考えられるZ世代ですが、店販品の購入意欲は他世代と大きく変わらないという結果になりました。



また、店販品へのネガティブなイメージに関する質問では、「ネットでも買える商品を美容室で買おうと思わない」へのZ世代の回答はどの年代よりも低く、店頭での購入に比較的好意的な世代と言えそうです。

Z世代は美容室でも自宅でも、「なりたい姿」の再現が重要！ 店販購入も期待！

Z世代の多くの人が、美容室でも自宅でのヘアケアやスタイリングでも、自身で見つけ出した自分の「なりたい姿」の再現を求めているよう。また、他世代とは異なる、美容への支出のかたちが見えてきました。

20代後半や30代の女性が施術とその空間など、美容室の「体験」に価値を感じているのに対し、Z世代は「情報」と「希望の仕上がり」を求めている様子。その分、自宅でも自身の「なりたい姿」を再現しやすくなる店販品へは、店頭での購入のポテンシャルもありそうです。

Z世代へは、希望のスタイルを自宅で実現するスタイリング剤、アイロンでのスタイリング方法によるダメージへのアプローチなど「なりたい姿」に近づくためのヘアケアアイテムを紹介すると、店販品の購入につながることが期待できそうです。

調査方法などの情報

調査期間：2022年9月22日～2022年9月27日
調査方法：インターネット調査
調査対象：スクリーニング調査：全国18～34歳の女性 合計10,000人
※年代別の人口比率に基づいて回収
本調査：全国18～34歳の、サロン利用頻度が3ヶ月に1回以上で髪に何かしらのこだわりがある女性 合計500人
18~24歳（Z世代）：200人／25～29歳：200人／30～34歳：100人

（取材・文／A PRESS編集部）