

訪問理美容サービスに関する利用実態調査 2024

利用者家族の約5割が訪問理美容による介護状態の改善を実感 決済方法は現状8割前後が現金だが、今後はキャッシュレス化意向

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘）の美容に関する調査研究機関『ホットペッパービューティーアカデミー』（<https://hba.beauty.hotpepper.jp/>）は、全国のケアマネジャー（介護支援専門員）、要支援者・要介護者と同居されているご家族を対象に、訪問理美容サービス※の利用実態調査を実施しました。その結果を一部抜粋してご報告いたします。

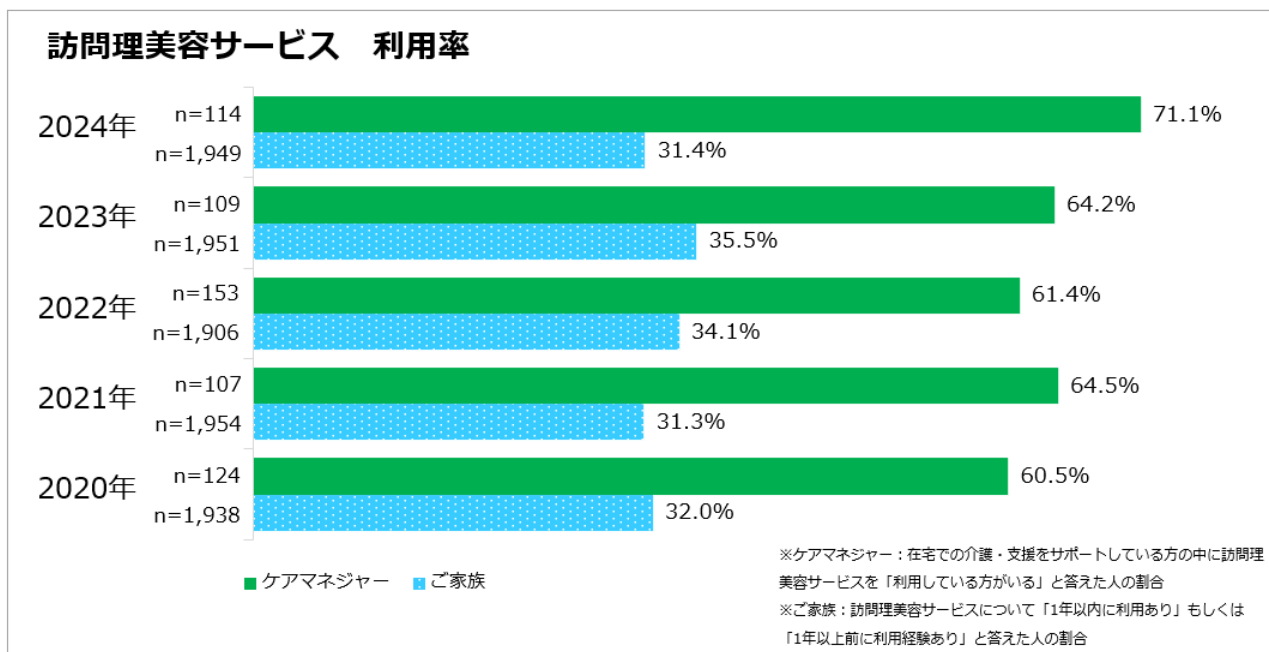
※自宅や介護・福祉施設に理美容師が訪問し、ヘアカットなどの理美容メニューを実施するサービス。要支援者・要介護者の認定を受けた方など、外出が困難な方が対象。

■調査背景

訪問理美容サービスは、急速な高齢化に伴いニーズが高まり、ヘアサロンのサステナビリティの取り組みとしても注目されています。株式会社リクルートでも「一人ひとりが輝く豊かな世界の実現」を目指して支援活動を行ってきました。2015年より利用実態を明らかにするために本調査を実施しています。

■訪問理美容サービスの利用率・感じている価値・決済方法

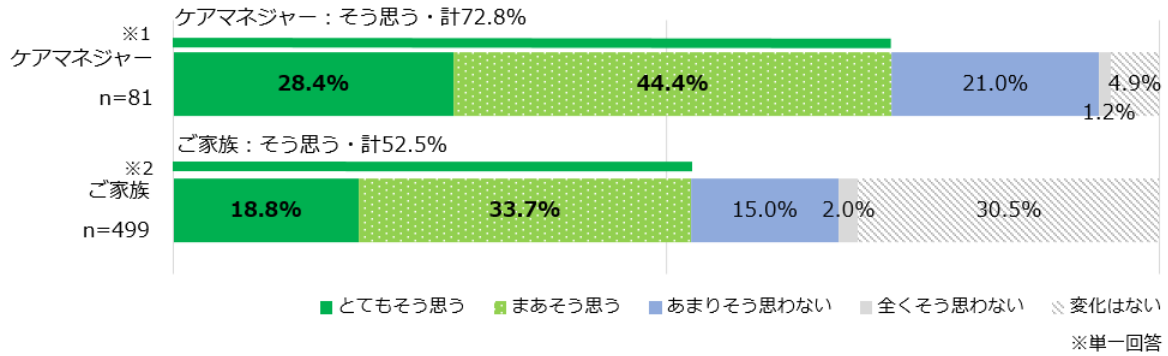
ケアマネジャー調査では、訪問理美容サービスの利用率は71.1%で前年から6.9ポイント増加。ご家族調査では31.4%で前年から4.1ポイント減少。一方、「訪問理美容サービスが要支援／要介護のレベル改善につながったか」という質問には、ケアマネジャーの72.8%・ご家族の52.5%が「そう思う」と回答するなど、訪問理美容サービスの価値は多くの方が認めていることがわかる。また、現在はケアマネジャーで82.7%、ご家族で74.1%が現金決済を行っているが、今後利用したい決済方法としてはクレジットカード（ケアマネジャー37.0%、ご家族43.1%）、コード決済（ケアマネジャー32.1%、ご家族33.5%）などが挙がっている。



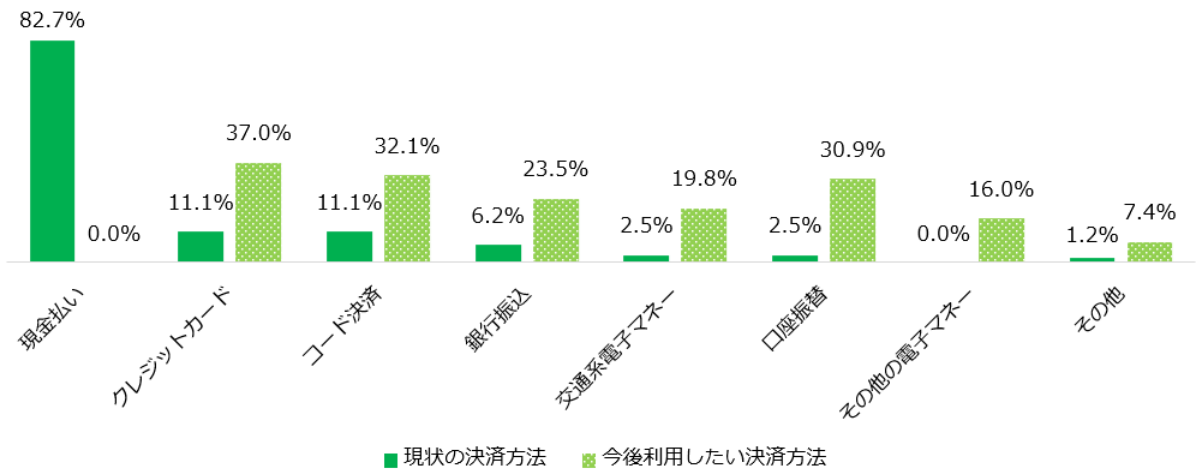
本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

訪問理美容の施術を受けることで、要支援/要介護のレベル改善につながったと思いますか？

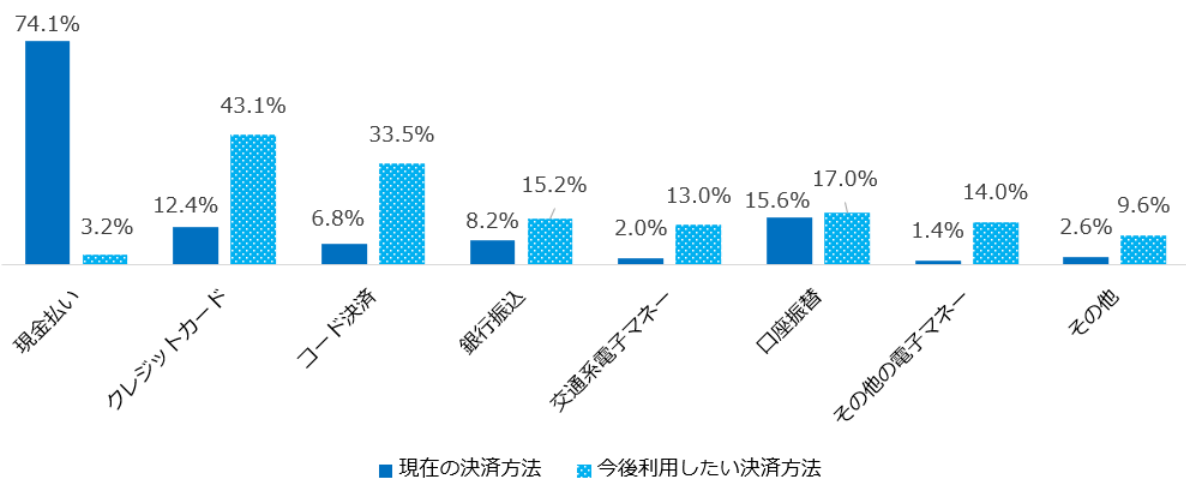


現状の決済方法と、今後利用したい決済方法（ケアマネジャー）



※1 ※n=81、複数回答
※「現状の決済方法」で選択したものは「今後利用したい決済方法」では選択できないよう制御した

現状の決済方法と、今後利用したい決済方法（ご家族）

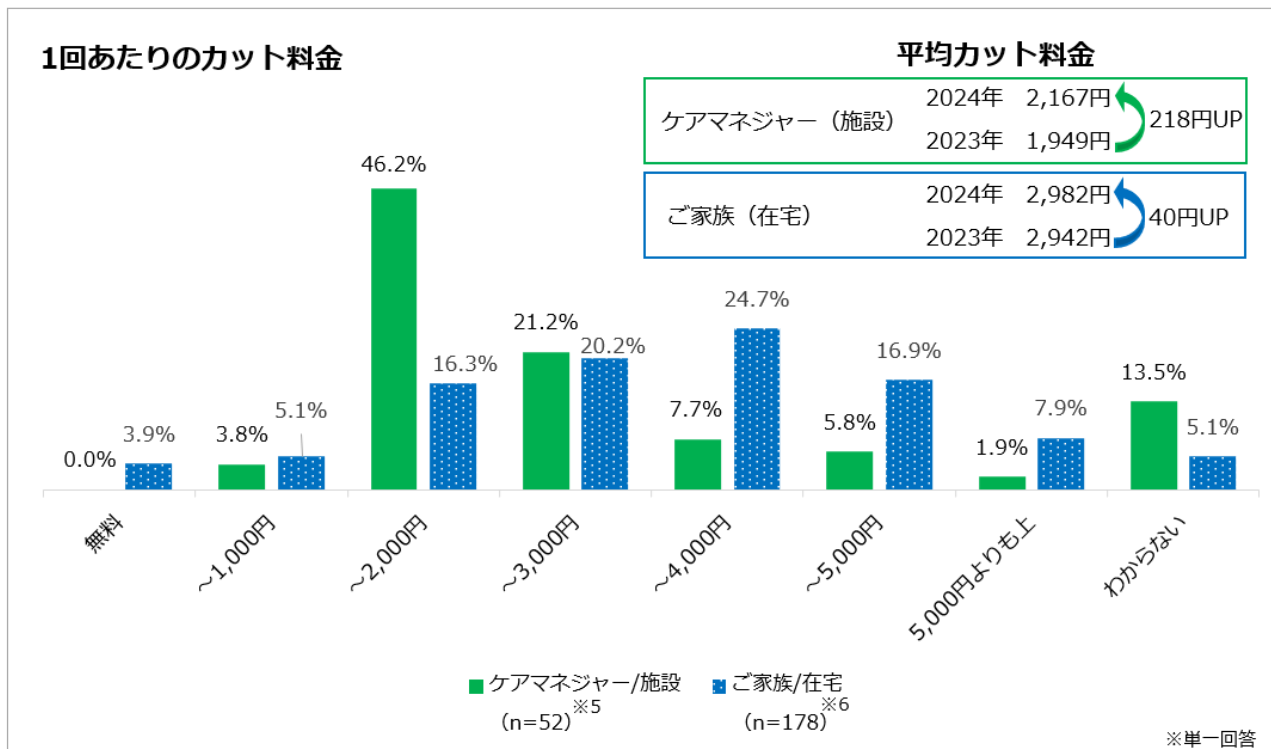
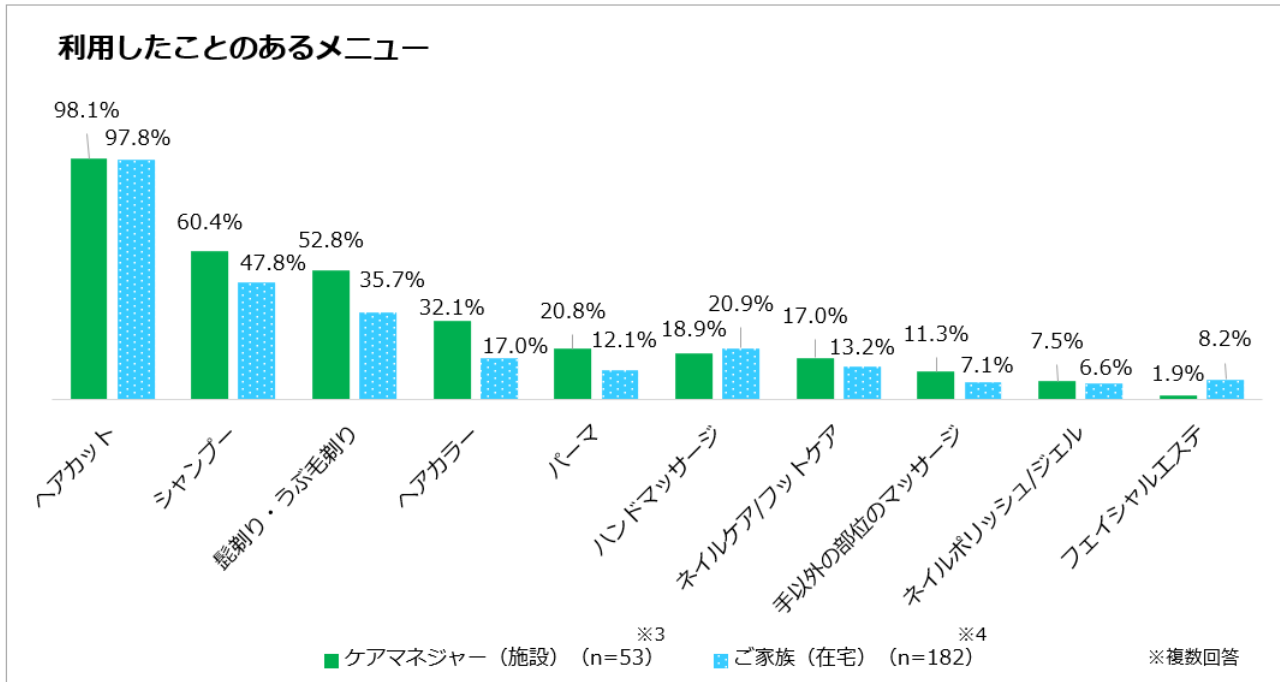


※2 ※n=499、複数回答
※「現状の決済方法」で選択したものは「今後利用したい決済方法」では選択できないよう制御した

※1・2：集計対象の詳細については、調査概要を参照

■利用メニュー、1回あたりのカット料金

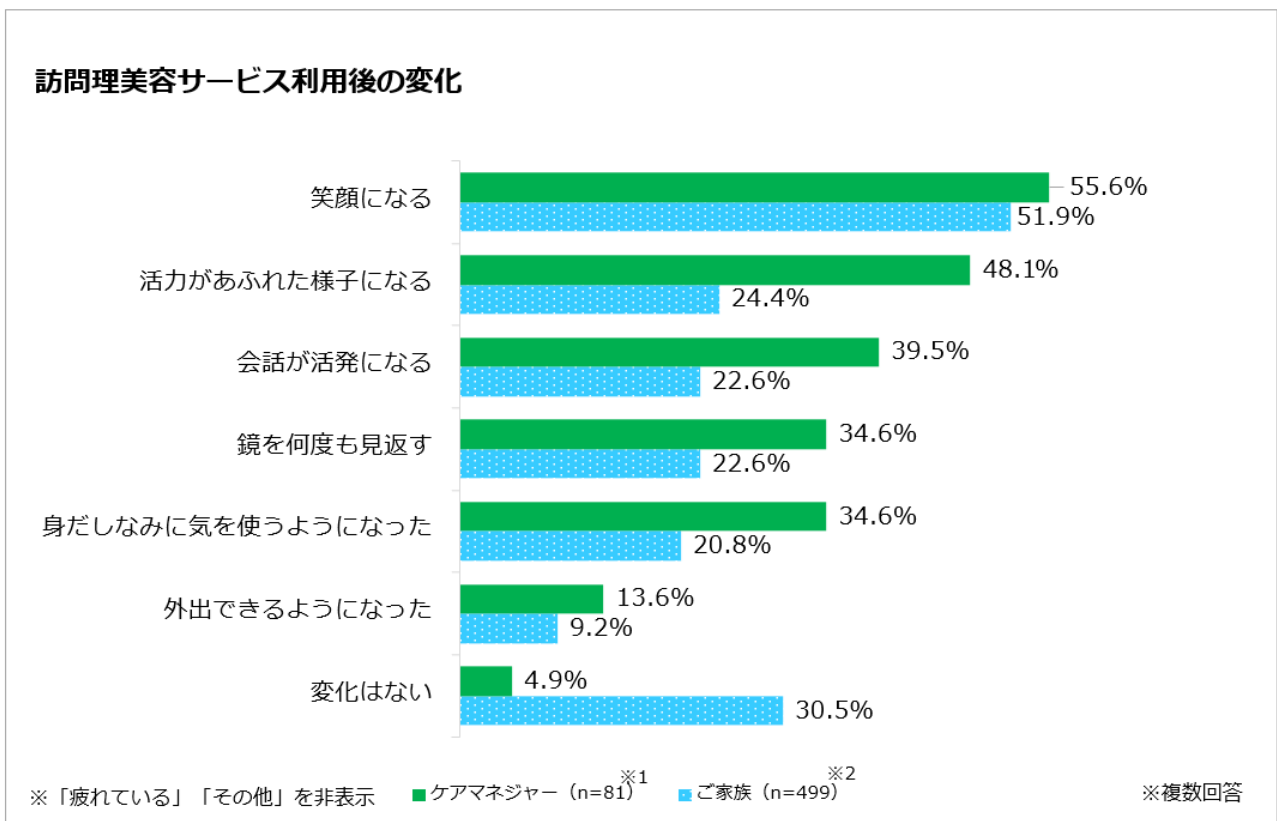
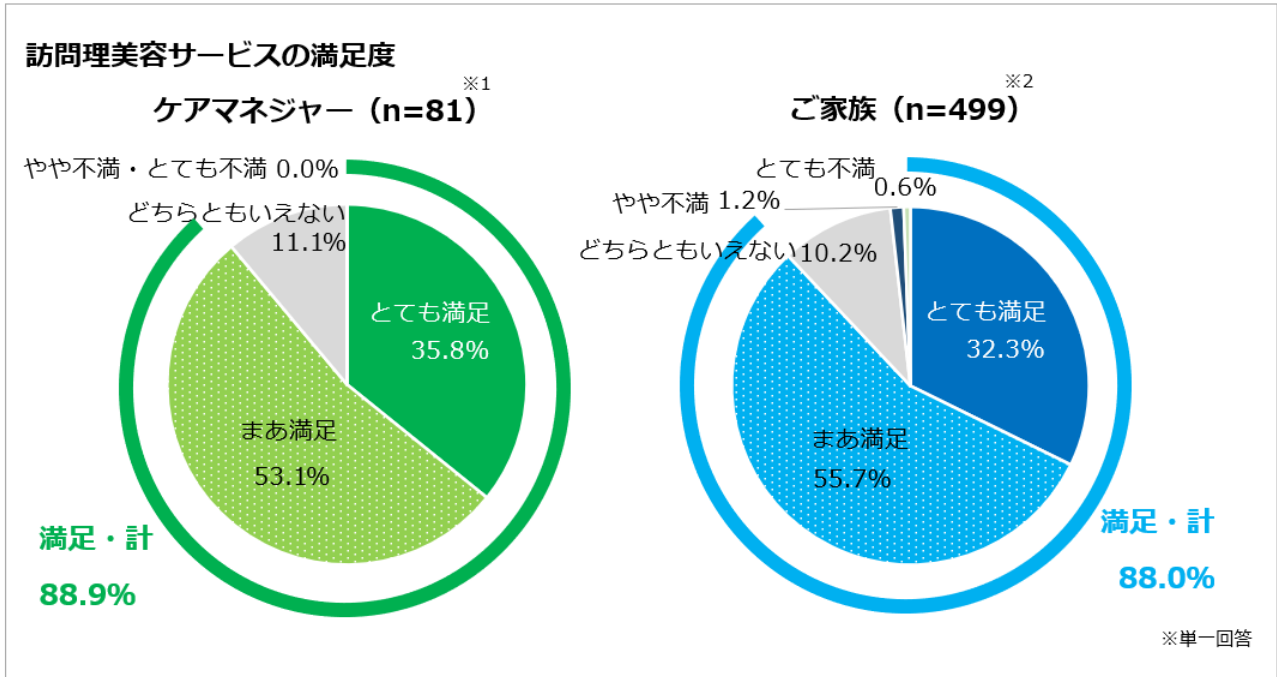
訪問理美容サービス利用者が利用したことのあるメニューは、「ヘアカット」がケアマネジャー(施設)で98.1%、ご家族(在宅)で97.8%、「シャンプー」がケアマネジャー(施設)で60.4%、ご家族(在宅)で47.8%、「髭剃り・うぶ毛剃り」がケアマネジャー(施設)で52.8%、ご家族(在宅)で35.7%だった。1回あたりの平均カット料金はケアマネジャー(施設)では2,167円で前年より218円アップ、ご家族(在宅)では2,982円で前年より40円アップ。料金の分布を見るとケアマネジャー(施設)では「~2,000円」が最も多く、ご家族(在宅)では「~4,000円」が最も多い。また、ご家族(在宅)では「5,000円よりも上」が7.9%と、高価格帯の利用も一定数あることがわかる。



※3・4・5・6：集計対象の詳細については、調査概要を参照

■利用満足度と、サービス利用後の変化

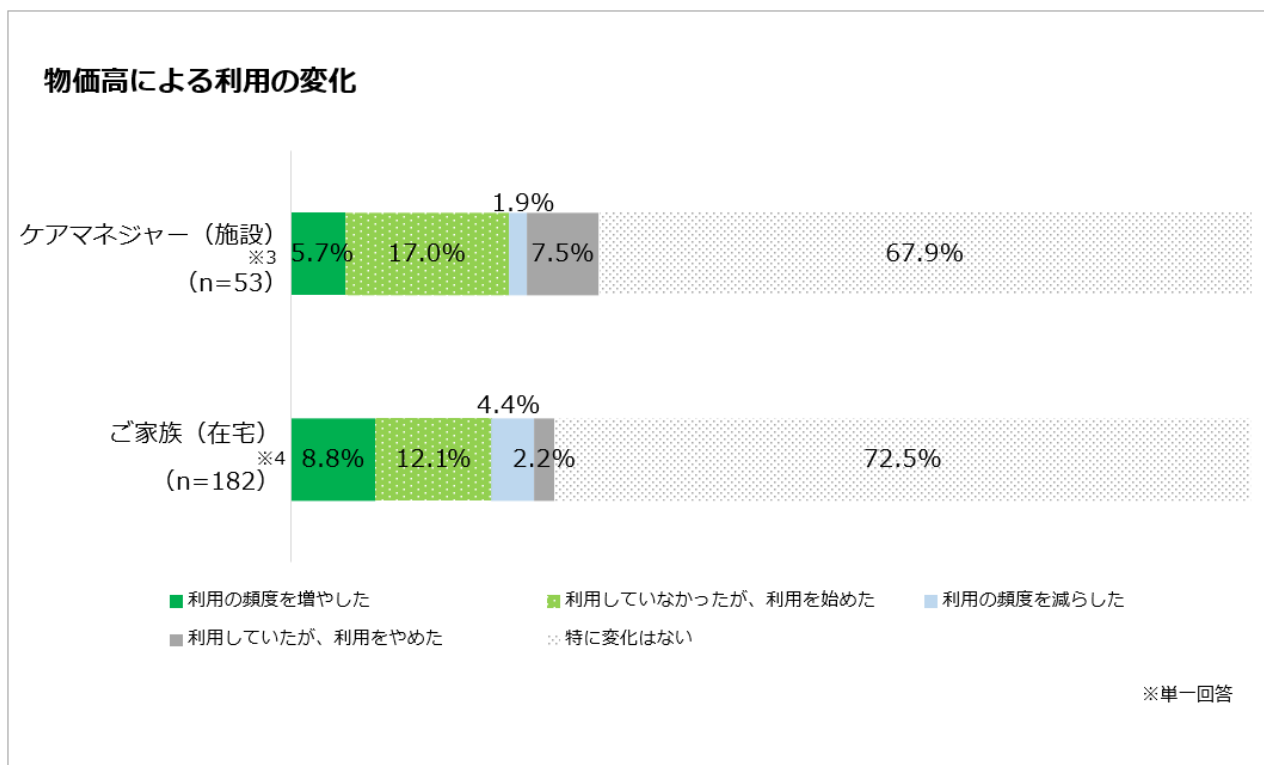
訪問理美容サービスに対する満足度は、ケアマネジャーで88.9%、ご家族で88.0%が満足（とても満足+まあ満足）と総じて高い。サービス利用後の具体的な変化について最も割合が高かったのは「笑顔になる」（ケアマネジャー55.6%・ご家族51.9%）、次に「活力があふれた様子になる」（ケアマネジャー48.1%・ご家族24.4%）、「会話が活発になる」（ケアマネジャー39.5%・ご家族22.6%）と続く。サービス利用による良い影響を感じている方が多いことがわかる。



※1・2：集計対象の詳細については、調査概要を参照

■物価高による直近1年間の利用の変化

物価高による利用の変化は、ケアマネジャー（施設）の67.9%、ご家族（在宅）の72.5%が「特に変化はない」と回答。利用増（利用の頻度を増やした+利用していなかったが、利用を始めた）はケアマネジャー（施設）で22.6%、ご家族（在宅）で20.9%、利用減（利用の頻度を減らした+利用していたが、利用をやめた）はケアマネジャー（施設）で9.4%、ご家族（在宅）で6.6%と、物価高の影響はあまり見られなかった。



※3・4：集計対象の詳細については、調査概要を参照



『ホットペッパービューティー
アカデミー』 研究員

服部 美奈子

< 研究員からのコメント >

訪問理美容サービスの利用率はご家族調査では3割程度にとどまっているものの、ケアマネジャー調査では7割を超え、近年増加傾向が見られます。満足度は総じて高く、要支援・要介護度の改善を感じている方も多くいらっしゃいます。物価高による影響も少ないことから、「必要不可欠なサービス」と感じている利用者の方も多いのではないのでしょうか。また、訪問理美容サービスの決済方法は8割前後が現金決済である一方で、クレジットカードやコード決済などのキャッシュレス決済を望む声も上がっています。利用者のニーズに合わせて、事業者の対応が求められているのではないのでしょうか。

■調査概要

調査名：訪問理美容サービスに関する利用実態調査 2024

調査手法：インターネット調査（マクロミル アンケートモニター）

調査期間：2024年10月15日（火）～10月17日（木）

調査対象：全国20歳以上の男女のうち、要支援者・要介護者と同居されているご家族（本調査1,949人）、ケアマネジャー（本調査114人）

※図表内の%の値は小数第2位を四捨五入しているため、差分や合計値において、単純計算した数値と一致しない場合がある。

※平均値の算出方法：単一回答の各選択肢を以下の条件で数値化し、その平均値を求めた。

・ヘアカット料金

選択肢	算出に用いた数値
無料	0円
～1,000円	500円
～2,000円	1,500円
～3,000円	2,500円
～4,000円	3,500円
～5,000円	4,500円
5,000円よりも上	5,500円
わからない	集計対象外

<集計対象について>

*1：在宅での介護・支援をサポートしている方の中に訪問理美容サービスを「利用している方がいる」と答えた人

*2：1年以内に訪問理美容サービスを利用した人

*3：在宅での介護・支援をサポートしている方の中に「通所の介護施設（デイサービス、デイケアなど）」で訪問理美容サービスを利用している方がいる人

*4：1年以内に「自宅」で訪問理美容サービスを利用した人

*5：在宅での介護・支援をサポートしている方の中に「通所の介護施設（デイサービス、デイケアなど）」で訪問理美容サービスを利用している方がおり、「利用したことのあるメニュー」で「ヘアカット」を選択した人

*6：1年以内に「自宅」で訪問理美容サービスを利用した人のうち、「利用したことのあるメニュー」で「ヘアカット」を選択した人

■『ホットペッパービューティーアカデミー』の訪問美容の取り組み

『ホットペッパービューティーアカデミー』では、訪問美容を始める際に必要な情報やノウハウの紹介、新たに訪問美容を始めるサロンオーナーのサポートを無料で行っています。

今年度は大きく二つの取り組みを実施。一つは、訪問美容に興味を持つ人を増やすための情報提供。

「実施サロン事例」と介護施設における「訪問美容の現場」をテーマに、1~2カ月に1度記事の公開を行っています。もう一つは、訪問美容に取り組みたいサロンを対象に、動画やWEBセミナー等でノウハウを紹介しています。

▶詳しい取り組みについてはこちら (https://hba.beauty.hotpepper.jp/sp_houmon/)

■『ホットペッパービューティーアカデミー』とは

美容に関する調査研究機関。「美容の未来のために、学びと調査・研究を」をビジョンに2014年に開校しました。美容サロンのマネジメントやマーケティングを学ぶ「経営セミナー」、美容センサスなどの「調査研究」、訪問美容・女性活躍・SDGsに関する情報提供・イベント開催などをはじめとした「サステナビリティ活動」を柱に、全て無料で美容業界へ情報発信しています。これらの活動により、美容業界の成長に寄与する場の提供を目指しています。 <https://hba.beauty.hotpepper.jp/>

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>