

【男女別ヘアミルク vs ヘアオイル】
ヘアケアやヘアセット、消費者に選ばれているのはどっ
ち？
男性には「ミルク」、女性には「オイル」が人気



日本最大級の体験型情報サイト「ファンくる」を運営する株式会社ファンくる（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：山口敬人）は、「ファンくる」会員を対象に、定期的に消費者の意識調査を実施しています。

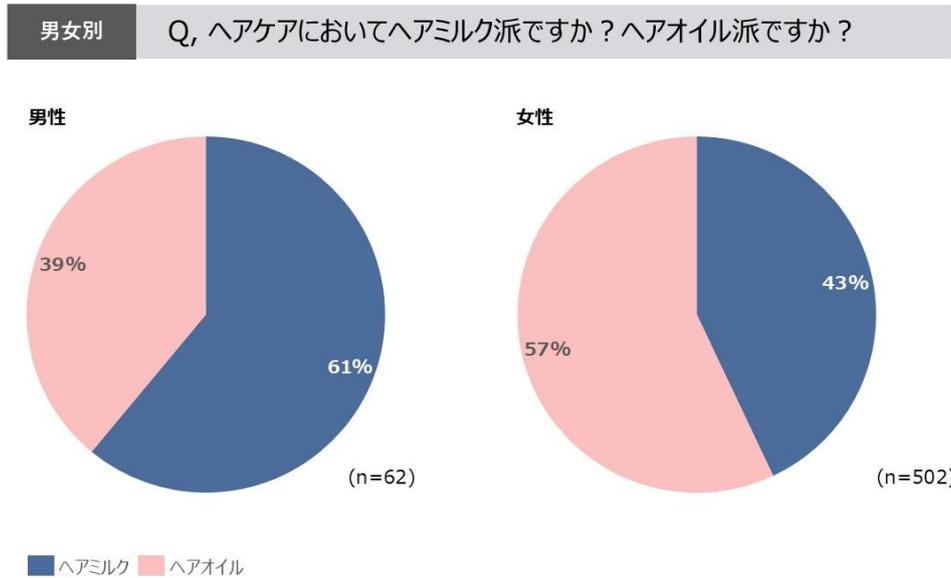
今回は「ヘアミルク・オイルについての調査(<https://www.fancrew.co.jp/news/research/2410hailmilkoil.html>)」（回答者数：男性 449 名、女性 788 名）において「ヘアミルク・オイルのどちらも使用したことがある」と回答した男性 62 名、女性 502 名に対し、「ヘアミルク派」か「ヘアオイル派」か、使用シーン別に好みを尋ねました。

【調査結果サマリー】

1. ヘアケアにおいて、男性は「ヘアミルク派」、女性は「ヘアオイル派」
2. ヘアセットにおいて、男性は「ヘアミルク派」、女性は「ヘアオイル派」

【調査結果】

1. ヘアケアにおいて、男性は「ヘアミルク派」、女性は「ヘアオイル派」



©Fanorew Inc.

【男性】

ヘアミルク派：

- 「入浴後の髪のダメージを抑えてくれると SNS でみたことがあるから」(20代)
- 「ベタつかずに使えるため」(30代)
- 「毛先になじむ感じがして、香りのよいものも多いから」(40代)
- 「髪に優しそうだから」(50代以上)

ヘアオイル派：

- 「より髪が整うように感じるから」(20代)
- 「ヘアオイルの方が効果がある気がするから」(30代)
- 「天然成分のものがオイルの方が多いイメージだから」(40代)
- 「髪質がよくなる感じがしたから」(50代以上)

【女性】

ヘアミルク派：

- 「ヘアミルクの保湿力が好きだから」(20代)
- 「美容院で私の髪質にはオイルではなくミルクがいいとおすすめされたから」(30代)
- 「使い勝手がいいから」(40代)
- 「油っぽくなりすぎず、マイルドな感触だから」(50代以上)

ヘアオイル派：

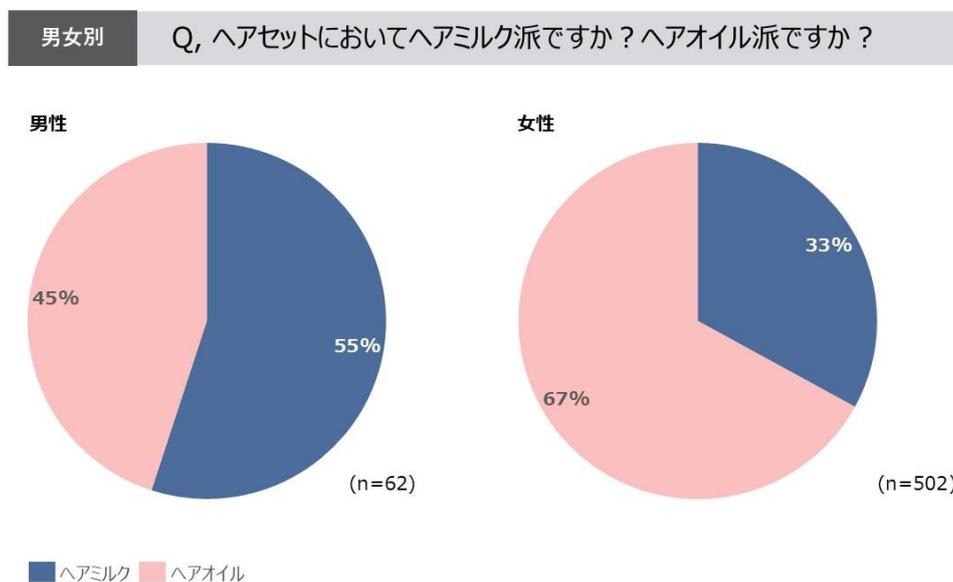
「オイルの方が香りが持つから」(20代)

「外部からのダメージを受けにくそうだから」(30代)

「ヘアオイルの方が長期的にダメージケアになっていると思うから」(40代)

「お風呂上りに使いやすいから」(50代以上)

2. ヘアセットにおいて、男性は「ヘアミルク派」、女性は「ヘアオイル派」



©Fancree Inc.

【男性】

ヘアミルク派：

「髪に馴染みやすいから」(20代)

「美容師におすすめされたから」(30代)

「束感が作りやすい」(40代)

「手ばやく整えられるので」(50代以上)

ヘアオイル派：

「ヘアオイルの方が濡れ髪感を維持しやすいから。」(20代)

「パサつきを抑えやすいから。」(30代)

「ツヤが出るから」(40代)

「乾燥を防いでくれそうだから」(50代以上)

【女性】

ヘアミルク派：

- 「ベタツとなりにくいから」(20代)
- 「ベタつかず、キレイに仕上がるから」(30代)
- 「べとつかず、ナチュラルに仕上げてくれると思うから」(40代)
- 「髪に潤いがでるから」(50代以上)

ヘアオイル派：

- 「ウェット感がでるから」(20代)
- 「時短になるしツヤが出るから」(30代)
- 「流行っているし、仕上がりに艶が欲しいので」(40代)
- 「乾燥、痛みが重度で広がりやすいので、重みが出るオイルを使いたい」(50代以上)

今回の結果から、シーン問わず男性は「ヘアミルク派」、女性は「ヘアオイル派」が多いことがわかりました。それぞれ自分の好みのテクスチャを選択していることを伺えたとともに、自分の髪質について美容師からの助言を得るなどして理解した上で、自身に合う製品を使用しているようです。

【調査概要】

調査方法：インターネット調査

調査対象：一般消費者

回答者：「ファンくる」に登録している全国140万人のユーザー

回答者数：987名（男性62名、女性502名）

調査時期：2024年9月10日～9月20日

調査項目：ヘアオイル・ミルクについての意識調査

設問数：33

※本調査の全結果をご希望の方は、ぜひ当社までご連絡ください。

※本調査結果引用時のお願い

本調査結果の引用時には、以下のご対応をお願い申し上げます。

クレジットに「株式会社ファンくる（Fancrew Inc.）調べ」と明記してください。

WEB上で引用いただく際には、「ファンくる」(<https://www.fancrew.jp>)リンク付与をお願いいたします。

【ファンくるについて】



オペレーションレベルでの現場改善や、ブランド戦略やメニュー開発など経営レベルの戦略立案にお役立ていただける顧客体験（CX）マネジメント SaaS サービスです。当社が運営する登録者 140 万人の体験型情報サイト「ファンくる」から派遣するモニターや来店客へのアンケートから収集されたレポート等を、独自の手法で感情を定量化（特許取得済）し、当社が保有するビッグデータや様々な外部データソースとともに精緻に分析することによって顧客体験（CX）全容を捉え、顧客満足の改善優先度の特定や競合比較を安価にフィードバックすることができます。

【会社概要】

- 会社名：株式会社ファンくる
- 代表者：代表取締役社長 山口敬人
- 資本金：1 億円
- 創業：2004 年 8 月 26 日
- 所在地：東京都千代田区岩本町 1-10-5 TMM ビル 4F
- TEL：03-4400-6630
- FAX：03-5809-1468
- URL：<https://www.fancrew.co.jp/>
- 事業内容：来店客調査「ファンくる CR」の運用・開発
消費者モニター調査「ファンくる MR」の運用・開発
契約率向上ツール「ファンくる ICR・CSR」の運用・開発
販促・店頭調査「ファンくる PR」の運用・開発
従業員満足度調査「ファンくる ES」の運用・開発
体験型情報サイト「ファンくる」の運用・開発
インターネットリサーチ/マーケティング支援

【本件に関するお問い合わせ】

- 株式会社ファンくる（担当：広報、Email：pr@fancrew.co.jp）