

## 【美容センサス2015年上期】《アイビューティサロン 編》

- 女性の利用率は回復の兆し。20代女性は前年から約2倍に上昇。
- 初回来店時に「友人・知人の口コミ」「ネットの口コミ」を重要視。

株式会社リクルートライフスタイル（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：浅野健）に設置された美容に関する調査研究機関である「ホットペッパービューティーアカデミー」（<http://hba.beauty.hotpepper.jp/>）は、美容サロンの利用に関する実態調査を毎年実施しています。このたび、全国の人口20万人以上の都市在住者のうち、20～69歳の男女7,000人を対象に調査を実施しましたので結果をご報告いたします。

### ▶ 【利用率】 ～1年以内のサロン利用率【女性】～ . . . P3

#### 女性のサロン利用率は回復の兆し。20代女性の利用率は前年比約2倍へ。

- 利用率は、女性全体で4.4%と前年より0.7ポイント増加した。2013年から利用率は低下を続けていたが、回復の兆しをみせた。年代別でみると、20代が2012年以来もっとも高い10.0%で前年比約2倍に。

### ▶ 【年間利用回数】 ～過去1年間のサロン利用回数【女性】～ . . . P4

#### 「年1回」の単発利用者が急増。「年3回以下」の低頻度層は約60%。

- 年間利用回数は4.46回で前年より0.94回減。「年1回」の利用者が増加し33.5%に。「年3回以下」（約4カ月に1回以下）の低頻度層は58.9%となり、20代では「年3回以下」の利用者が70%近くを占める結果に。

### ▶ 【サロン初回来店時に重要視したポイント】【女性】 . . . P7

#### 初回来店時、「友人・知人の口コミ<sup>※1</sup>」「ネットの口コミ<sup>※2</sup>」を重要視。

- 1位は「友人・知人の口コミが良かった」（25.5%）、2位が「美容情報サイト、予約サイトなどでの口コミが良かった」（22.8%）と料金や立地を抑えランクインした。

. . . ※1 友人・知人の口コミが良かった ※2 美容情報サイト、予約サイトなどでの口コミが良かった

### ▶ 【現在利用しているサロンの継続理由】【女性】 . . . P7

#### サロンの継続理由の1位は「ネット予約できる」となり、20代では30%近くが重視。

- サロン継続理由の1位は「ネット予約できる」（23.2%）。「料金がリーズナブルである」（20.2%）、「料金が明確である」（17.9%）を上回る結果に。
- 20代では「ネット予約できる」が約30%を占める。

# 調査概要と回答者プロフィール

## ● 調査目的

▶女性・男性それぞれの過去1年間における美容サロンの利用実態を把握し、美容に対する意識をとらえること。

## ● 調査方法

▶インターネットによるアンケート調査

●株式会社マーケティングアプリケーションズの「ボーダズパネル」を利用

## ● 調査対象

▶全国、人口20万人以上の都市に居住する20～69歳の男女

●女性：計 6,000サンプル

●男性：計 1,000サンプル

※人口20万人以上の都市の人口比率によってエリア毎の割付数を決定

※男女それぞれ、年齢5歳刻みで均等割り付け（エリアと年代による割付数詳細は下記の数表を参照）

※2012年～2014年調査では男女20～64歳が調査対象

## ● 調査実施時期

▶2015年3月6日（金）～ 3月9日（月）

※時系列データ：比較対象の調査の実施時期は右表参照

■時系列データ 実施時期・調査対象

調査タイトル	調査実施時期	調査対象	
		女性	男性
2012年上期	2012年 2月10日（金）～ 2月16日（木）	F1～F3層 (20～64歳) 5400サンプル	M1～M3層 (20～64歳) 900サンプル
2013年上期	2013年 3月1日（金）～ 3月7日（木）		
2014年上期	2014年 3月4日（火）～ 3月11日（火）		
2015年上期	2015年 3月6日（金）～ 3月9日（月）	20～60代 (20～69歳) 6000サンプル	20～60代 (20～69歳) 1000サンプル

## ● 調査実施機関

▶株式会社アンド・ディ

### ■利用率・利用経験率について

調査対象のサロン利用・ケア実施の期間：本調査では「過去1年」の美容サロン利用・自宅ケア実施状況について回答。

サロンの利用経験率：「1年に1回程度」以上の利用者に「ここ1年の利用はないが、過去に利用したことがある」と回答した者を加え算出。（下表参照）

【美容室】の例：Q. あなたは過去1年間に、以下の美容関連のお店を、どの程度の頻度で利用しましたか。（単一回答）

サンプル数	利用経験者・計						ここ1年間の利用はないが、過去に利用したことがある※	非利用者 これまでこの美容関連のお店を利用したことはない	利用経験者・計 97.1%	利用者（過去1年）・計 87.1%
	利用者（過去1年）・計									
	1週間に1回以上	1ヶ月に2～3回程度	1ヶ月に1回程度	2ヶ月に1回程度	3ヶ月に1回程度	半年に1回程度				
2015年上期【美容室】女性全体	6000	0.2%	0.8	11.1	22.7	30.9	15.3	6.2	10.0	3.0

※2013年上期までは「1年に1回未満」という選択肢で実施

■2015年上期調査 エリア別 割付数(数字はサンプル数) (人)

	合計サンプル	エリア別								
		東北北海道	首都圏	関東23区	甲信越	(静岡含む)	関西	中国・四国	九州	その他
<b>女性</b>	<b>6000</b>	525	2405	796	269	647	1153	450	551	
20代	1200	105	481	160	54	129	231	90	110	
30代	1200	105	481	159	54	130	230	90	110	
40代	1200	105	481	159	54	129	231	90	110	
50代	1200	105	481	159	53	129	231	90	111	
60代	1200	105	481	159	54	130	230	90	110	
<b>男性</b>	<b>1000</b>	90	400	130	50	110	190	70	90	
20代	200	18	80	26	10	22	38	14	18	
30代	200	18	80	26	10	22	38	14	18	
40代	200	18	80	26	10	22	38	14	18	
50代	200	18	80	26	10	22	38	14	18	
60代	200	18	80	26	10	22	38	14	18	

■就業状況(全体/単一回答) (%)

	サンプル数	就業状況										
		正社員	契約社員	派遣社員	公務員	自営業	アルバイト	学生	専業主婦(主婦)	専業主婦(主婦)	その他	現在いない
<b>女性</b>	<b>6000</b>	16.1	2.9	2.8	1.0	3.7	19.9	4.3	32.1	7.7	1.2	8.3
20代	1200	25.8	3.4	3.1	1.4	1.1	17.3	20.9	12.8	4.8	0.8	8.6
30代	1200	22.6	4.2	4.0	1.5	2.7	19.7	0.4	28.8	9.0	0.8	6.5
40代	1200	15.8	3.5	3.8	0.8	4.3	24.7	—	27.8	11.3	1.1	7.0
50代	1200	12.4	2.4	2.7	1.3	5.7	22.6	—	36.9	8.8	1.3	6.1
60代	1200	4.2	1.2	0.3	0.2	4.6	15.2	0.1	54.3	4.7	2.1	13.3
<b>男性</b>	<b>1000</b>	47.3	5.3	1.6	4.2	10.9	9.4	5.4	0.3	0.1	1.1	14.4
20代	200	32.0	1.0	3.0	2.0	5.0	18.0	24.5	—	—	1.0	13.5
30代	200	60.0	4.5	2.5	4.5	7.0	10.0	2.0	—	—	0.5	9.0
40代	200	64.0	5.0	1.5	3.5	13.0	5.5	—	0.5	0.5	0.5	6.0
50代	200	55.5	5.5	—	8.0	15.0	3.0	0.5	1.0	—	3.0	8.5
60代	200	25.0	10.5	1.0	3.0	14.5	10.5	—	—	—	0.5	35.0

■未婚(全体/単一回答) (%)

	サンプル数	婚姻状況			
		結婚している	結婚していない	死別	その他
<b>女性</b>	<b>6000</b>	61.8	30.2	8.1	
20代	1200	27.9	71.3	0.8	
30代	1200	61.8	34.8	3.4	
40代	1200	69.6	23.8	6.6	
50代	1200	73.0	13.5	13.5	
60代	1200	76.4	7.4	16.2	
<b>男性</b>	<b>1000</b>	51.2	44.2	4.6	
20代	200	9.0	91.0	—	
30代	200	32.0	66.0	2.0	
40代	200	55.5	40.0	4.5	
50代	200	72.0	17.0	11.0	
60代	200	87.5	7.0	5.5	

# 【男女】利用率・利用経験率

## 女性のサロン利用率は回復の兆し。20代女性は前年から2倍近くに上昇。

### 【利用率】【女性】

- 過去1年のサロン利用率は全体で4.4%となり、前年より0.7ポイント増加した。2013年から利用率は低下を続けていたが、回復の兆しをみせている。
- 年代別にみると、20代が2012年以來もっとも高い10.0%で前年から2倍近くに。

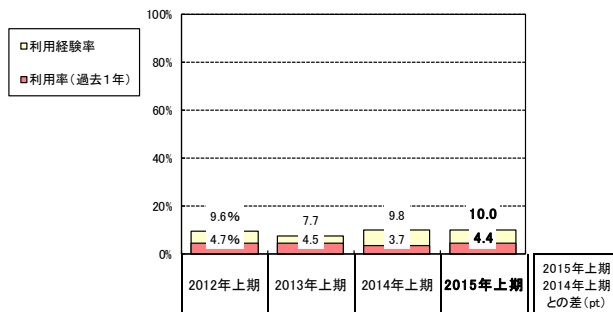
### 【利用率】【男性】

- 男性全体で0.6%と前年より1.3ポイント減。

### 【利用経験率】【男女】

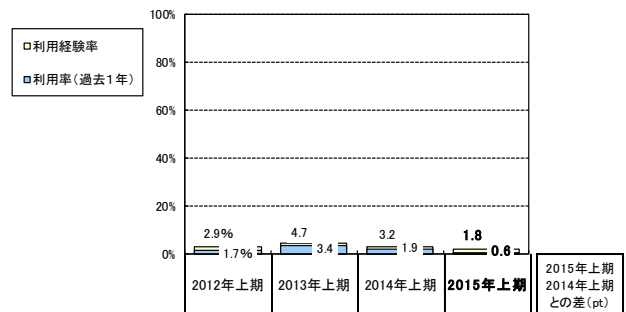
- 女性全体での利用経験率は10.0%、前年より0.2ポイント増でほぼ横ばい。
- 男性全体での利用経験率は1.8%、前年より1.4ポイント減。

■【アイビューティサロン】サロン利用率・利用経験率（全体／各単一回答）



■利用率（過去1年）		2012年上期	2013年上期	2014年上期	2015年上期	2015年上期 2014年上期 との差(pt)	
女性全体	(n=6000)	4.7%	4.5	3.7	4.4	0.7	
年代別	女性20代	(n=1200)	8.3	7.9	5.2	10.0	4.8
	女性30代	(n=1200)	6.8	6.1	5.1	5.7	0.6
	女性40代	(n=1200)	3.4	3.9	3.9	2.8	-1.1
	女性50代	(n=1200)	2.0	1.8	2.3	2.6	0.3
	女性60代	(n=1200)	0.8	0.7	0.3	0.9	0.6
■利用経験率		2012年上期	2013年上期	2014年上期	2015年上期	2015年上期 2014年上期 との差(pt)	
女性全体	(n=6000)	9.6%	7.7	9.8	10.0	0.2	
年代別	女性20代	(n=1200)	15.8	12.3	12.3	17.6	5.3
	女性30代	(n=1200)	14.7	11.2	15.9	14.7	-1.2
	女性40代	(n=1200)	7.2	7.3	9.9	8.7	-1.2
	女性50代	(n=1200)	4.4	3.2	5.2	6.3	1.1
	女性60代	(n=1200)	2.0	1.7	1.8	2.9	1.1

■【アイビューティサロン】サロン利用率・利用経験率（全体／各単一回答）



■利用率（過去1年）		2012年上期	2013年上期	2014年上期	2015年上期	2015年上期 2014年上期 との差(pt)	
男性全体	(n=1000)	1.7%	3.4	1.9	0.6	-1.3	
年代別	男性20代	(n=200)	3.0	6.5	2.0	1.0	-1.0
	男性30代	(n=200)	4.0	5.5	3.0	1.5	-1.5
	男性40代	(n=200)	—	1.5	2.5	—	-2.5
	男性50代	(n=200)	0.5	1.5	1.0	—	-1.0
	男性60代	(n=200)	—	1.0	—	0.5	0.5
■利用経験率		2012年上期	2013年上期	2014年上期	2015年上期	2015年上期 2014年上期 との差(pt)	
男性全体	(n=1000)	2.9%	4.7	3.2	1.8	-1.4	
年代別	男性20代	(n=200)	5.0	7.5	4.5	4.0	-0.5
	男性30代	(n=200)	5.5	6.5	4.0	3.0	-1.0
	男性40代	(n=200)	1.5	3.0	3.5	1.0	-2.5
	男性50代	(n=200)	1.0	3.0	2.0	—	-2.0
	男性60代	(n=200)	—	2.0	1.0	1.0	—

※2015年上期より調査対象年齢を「20～64歳（女性：n=5,400/男性：n=900）」から「20～69歳（女性：n=6,000/男性：n=1,000）」へ変更。

# 【女性】年間利用回数・利用金額

**「年1回」の単発利用者が増加。「年3回以下」の低頻度層は約60%に。**

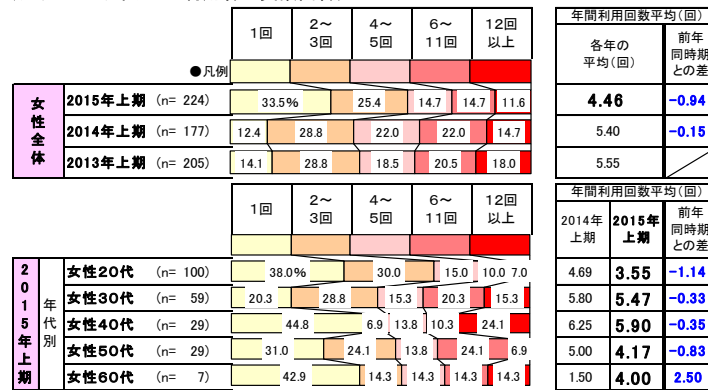
## 【年間利用回数】

- 年間利用回数は4.46回で前年より0.94回減。「年1回」の利用者が増加し33.5%、「年3回以下」（約4カ月に1回以下）の低頻度層は58.9%。20代では「年3回以下」の利用者が70%近くを占める結果に。

## 【利用金額】

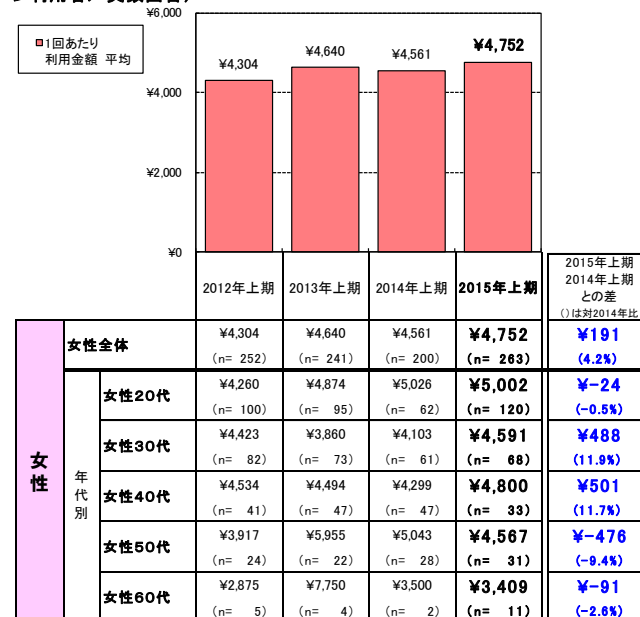
- 1回あたりの利用金額は、前年より4.2%増の4,752円。

■【アイビューティサロン】年間利用回数<1回以上利用者ベース集計>  
(アイビューティサロン利用者/実数回答)



※回答者数が30サンプル以下ものは参考数値とする

■【アイビューティサロン】1回あたり利用金額 平均(円) (アイビューティサロン利用者/実数回答)



※回答者数が30サンプル以下ものは参考数値とする

※2015年上期より調査対象年齢を「20~64歳(女性:n=5,400)」から「20~69歳(女性:n=6,000)」へ変更。

# 【女性】各メニューの利用率

## 「まつ毛エクステンション」は30代の利用が拡大。

- 過去1年間の各メニュー利用率において、「まつ毛エクステンション」は前年比7.2ポイント増の59.7%。
- 中でも30代は前年比1.47倍の利用率に。

■【アイビューティサロン】各メニュー 利用率（アイビューティサロン利用者／各単一回答）

	女性全体			2015年上期 女性全体	
	2014年上期 (n= 200)	2015年上期 (n= 263)	2015年上期 2014年上期 との差 (pt)	2015年上期 女性全体	2014年上期 女性全体
まつ毛パーマ・カール	52.5%	<b>48.3%</b>	<b>-4.2</b>		
まつ毛エクステンション	52.5	<b>59.7</b>	<b>7.2</b>		
まつ毛エクステンションリペア	19.0	<b>23.2</b>	<b>4.2</b>		
オーダーアイラッシュ(つけまつ毛)	7.5	<b>10.6</b>	<b>3.1</b>		

■【アイビューティサロン】各メニュー 利用率（アイビューティサロン利用者／各単一回答）

	女性 年代別														
	女性20代			女性30代			女性40代			女性50代			女性60代		
	2014年上期 (n= 62)	2015年上期 (n= 120)	2015年上期 2014年上期 との差 (pt)	2014年上期 (n= 61)	2015年上期 (n= 68)	2015年上期 2014年上期 との差 (pt)	2014年上期 (n= 47)	2015年上期 (n= 33)	2015年上期 2014年上期 との差 (pt)	2014年上期 (n= 28)	2015年上期 (n= 31)	2015年上期 2014年上期 との差 (pt)	2014年上期 (n= 2)	2015年上期 (n= 11)	2015年上期 2014年上期 との差 (pt)
まつ毛パーマ・カール	37.1%	<b>40.0%</b>	<b>2.9</b>	57.4%	<b>57.4%</b>	—	68.1%	<b>48.5%</b>	<b>-19.6</b>	50.0%	<b>58.1%</b>	<b>8.1</b>	50.0%	<b>54.5%</b>	<b>4.5</b>
まつ毛エクステンション	74.2	<b>68.3</b>	<b>-5.9</b>	41.0	<b>60.3</b>	<b>19.3</b>	42.6	<b>45.5</b>	<b>2.9</b>	46.4	<b>51.6</b>	<b>5.2</b>	50.0	<b>27.3</b>	<b>-22.7</b>
まつ毛エクステンションリペア	27.4	<b>30.0</b>	<b>2.6</b>	16.4	<b>22.1</b>	<b>5.7</b>	19.1	<b>12.1</b>	<b>-7.0</b>	7.1	<b>19.4</b>	<b>12.3</b>	—	—	—
オーダーアイラッシュ(つけまつ毛)	12.9	<b>14.2</b>	<b>1.3</b>	3.3	<b>10.3</b>	<b>7.0</b>	8.5	—	<b>-8.5</b>	3.6	<b>12.9</b>	<b>9.3</b>	—	—	—

※回答者数が30サンプル以下のものは参考数値とする

※2015年上期より調査対象年齢を「20～64歳（女性：n=5,400）」から「20～69歳（女性：n=6,000）」へ変更。

# 【女性】サロンの予約方法

**20代・30代は「ネット予約利用者・計※1」が「電話をして予約」を上回る。  
女性のネット予約は20代がスマートフォンから、30代以降はパソコンからが多い。**

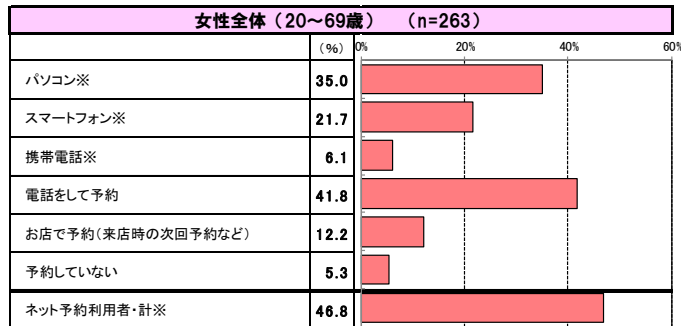
- 過去1年間のサロン予約方法において、20代は「ネット予約利用者・計※1」が50.8%に対して「電話をして予約」は32.5%。30代は「ネット予約利用者・計※1」が55.9%に対して「電話をして予約」は45.6%とネット予約が電話予約を上回る。
- 20代では「スマートフォン※2」の利用が32.5%で「パソコン※3」の利用を上回るが、30代以降は「パソコン※3」利用の方が多い。

※1 端末を問わず「お店のホームページ」「美容関連店の予約サイト」のいずれかを利用した者

※2 次のいずれかを選択した者：【パソコンで予約】「お店のホームページ」「美容関連店の予約サイト」「twitter」「LINE」「その他SNS (facebook、mixiなど)」「メール」「その他」

※3 次のいずれかを選択した者：【スマートフォンで予約】「お店のホームページ」「美容関連店の予約サイト (アプリ含む)」「twitter」「LINE」「その他SNS (facebook、mixiなど)」「メール」「その他」

■【アイビューティサロン】過去1年のサロン予約方法(アイビューティサロン利用者／複数回答)



※「パソコン」=次のいずれかを選択した者：【パソコンで予約】「お店のホームページ」「美容関連店の予約サイト」「twitter」「LINE」「その他SNS (facebook、mixiなど)」「メール」「その他」

※「スマートフォン」=次のいずれかを選択した者：【スマートフォンで予約】「お店のホームページ」「美容関連店の予約サイト (アプリ含む)」「twitter」「LINE」「その他SNS (facebook、mixiなど)」「メール」「その他」

※「携帯電話」=次のいずれかを選択した者：【携帯電話で予約】「お店のホームページ」「美容関連店の予約サイト」「twitter」「LINE」「その他SNS (facebook、mixiなど)」「メール」「その他」

※「ネット予約利用者・計」=端末を問わず「お店のホームページ」「美容関連店の予約サイト」のいずれかを利用した者

■【アイビューティサロン】過去1年のサロン予約方法<年代別>(アイビューティサロン利用者／複数回答)

	女性全体 (n=263)	年代別			
		女性20代 (n=120)	女性30代 (n=68)	女性40代 (n=33)	女性50代 (n=31)
パソコン※	35.0	31.7	48.5	21.2	35.5
スマートフォン※	21.7	32.5	14.7	12.1	9.7
携帯電話※	6.1	7.5	4.4	3.0	6.5
電話をして予約	41.8	32.5	45.6	57.6	51.6
お店で予約(来店時の次回予約など)	12.2	15.0	8.8	12.1	12.9
予約していない	5.3	5.8	1.5	3.0	6.5
ネット予約利用者・計※	46.8	50.8	55.9	24.2	41.9

※60代は該当者数が少ない項目が多いため、一部の設問については掲載を省略している。

# 【女性】サロン初回来店時に重要視したポイント／現在利用しているサロンの継続理由

## 初回来店時、「友人・知人の口コミ」「ネットの口コミ」を重要視。

- 1位は「友人・知人の口コミが良かった」（25.5%）、2位が「美容情報サイト、予約サイトなどでの口コミが良かった」（22.8%）と料金や立地を抑えランクイン。

## サロンの継続理由の1位は「ネット予約できる」となり、20代では約30%が重視。

サロン継続理由の1位は「ネット予約できる」（23.2%）となり、「料金がリーズナブルである」（20.2%）、「料金が明確である」（17.9%）を上回る結果に。

- 20代では「ネット予約できる」が約30%を占める。

■【アイビューティサロン】サロン初回来店時に重要視したポイント ランキング（アイビューティサロン利用者／複数回答）

女性全体（20～69歳）（n=263）			
順位	項目	(%)	
1	友人・知人の口コミが良かった	25.5	
2	美容情報サイト、予約サイトなどでの口コミが良かった	22.8	
3	初回割引・クーポンがあった	20.2	
4	料金がリーズナブルだった	19.4	
5	交通の便がよかった	15.6	
6	ネット予約ができた	14.8	
7	料金が明確だった	11.8	
8	自宅から近かった	7.6	
9	受けてみたいメニューがあった	7.2	
10	営業時間や営業日が自分に合っていた	6.5	

■【アイビューティサロン】現在利用しているサロンの継続理由 ランキング（アイビューティサロン利用者／複数回答）

女性全体（20～69歳）（n=263）			
順位	項目	(%)	
1	ネット予約できる	23.2	
2	料金がリーズナブルである	20.2	
3	料金が明確である	17.9	
4	交通の便がよい	15.2	
4	スタッフの技術が高い	15.2	
6	自分でイメージした通りの仕上がりにしてくれる	12.5	
7	予約が取りやすい	12.2	
7	自宅から近い	12.2	
9	営業時間や営業日が自分に合っている	8.4	
10	ブログ・SNSなどに掲載されているデザインやスタイルが良い	7.6	
10	継続利用するとお得な割引やポイント制がある（回数券を含む）	7.6	
10	商品の購入やコース・メニューの無理な勧誘をしない	7.6	

■【アイビューティサロン】サロン初回来店時に重要視したポイント ランキング＜年代別＞（アイビューティサロン利用者／複数回答）

女性20代（n=120）			女性30代（n=68）			女性40代（n=33）			女性50代（n=31）		
順位	項目	(%)	順位	項目	(%)	順位	項目	(%)	順位	項目	(%)
1	美容情報サイト、予約サイトなどでの口コミが良かった	25.8	1	美容情報サイト、予約サイトなどでの口コミが良かった	29.4	1	友人・知人の口コミが良かった	24.2	1	友人・知人の口コミが良かった	41.9
2	友人・知人の口コミが良かった	21.7	2	友人・知人の口コミが良かった	26.5	2	交通の便がよかった	21.2	2	料金がリーズナブルだった	29.0
3	初回割引・クーポンがあった	20.0	3	ネット予約ができた	23.5	3	料金が明確だった	15.2	3	初回割引・クーポンがあった	22.6
4	料金がリーズナブルだった	19.2	4	初回割引・クーポンがあった	20.6	3	初回割引・クーポンがあった	15.2	4	交通の便がよかった	19.4
5	ネット予約ができた	15.0	5	料金がリーズナブルだった	17.6	5	当日受付が可能だった	12.1	5	美容情報サイト、予約サイトなどでの口コミが良かった	16.1
									5	料金が明確だった	16.1

■【アイビューティサロン】現在利用しているサロンの継続理由 ランキング＜年代別＞（アイビューティサロン利用者／複数回答）

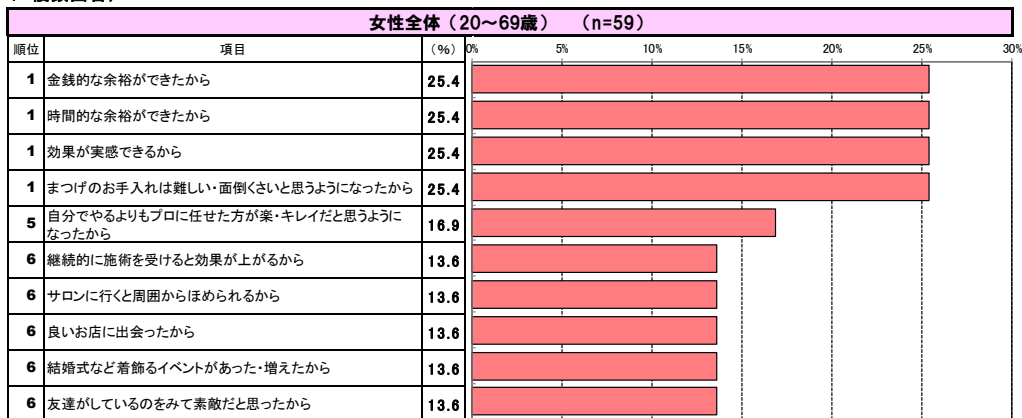
女性20代（n=120）			女性30代（n=68）			女性40代（n=33）			女性50代（n=31）		
順位	項目	(%)	順位	項目	(%)	順位	項目	(%)	順位	項目	(%)
1	ネット予約できる	28.3	1	ネット予約できる	25.0	1	料金が明確である	24.2	1	交通の便がよい	29.0
2	料金がリーズナブルである	18.3	2	料金が明確である	22.1	2	自宅から近い	18.2	2	料金がリーズナブルである	22.6
3	交通の便がよい	13.3	2	料金がリーズナブルである	22.1	3	ネット予約できる	15.2	2	スタッフの技術が高い	22.6
4	自分でイメージした通りの仕上がりにしてくれる	12.5	4	予約が取りやすい	16.2	3	交通の便がよい	15.2	4	料金が明確である	19.4
4	スタッフの技術が高い	12.5	5	自分でイメージした通りの仕上がりにしてくれる	14.7	3	料金がリーズナブルである	15.2	5	ネット予約できる	16.1
			5	スタッフの技術が高い	14.7	3	スタッフの技術が高い	15.2			

※60代は該当者数が少ない項目が多いため、一部の設問については掲載を省略している。

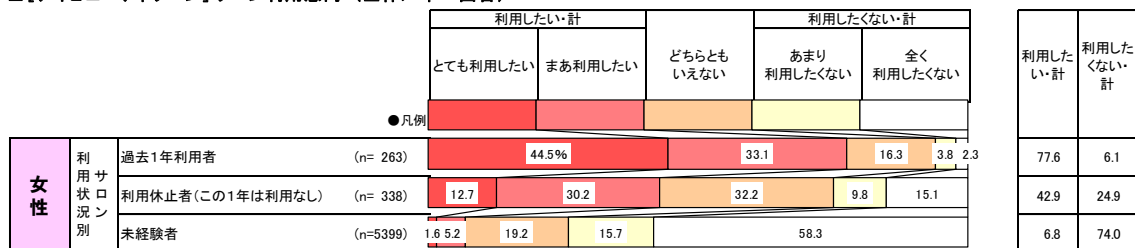
# 【女性】利用頻度増加・利用再開の理由／ サロン利用意向／サロンを利用しやすくなると思うサービス

- 利用頻度増加・利用再開する理由は「金銭的な余裕ができたから」「時間的な余裕ができたから」「効果が実感できるから」「まつ毛のお手入れは難しい・面倒くさいと思うようになったから」が25.4%で同率1位に。
- サロン利用意向では、利用休止者（この1年は利用なし）の「利用したい・計」は42.9%、未経験者の「利用したい・計」は6.8%。
- サロンを利用しやすくなると思うサービスは、利用者も休止者も「割引クーポンがある」がもっとも高い結果となった。

■【アイビューティサロン】利用頻度増加・利用再開の理由 ランキング（アイビューティサロン利用頻度増加者、利用再開者／複数回答）



■【アイビューティサロン】サロン利用意向（全体／単一回答）



■【アイビューティサロン】サロンを利用しやすくなると思うサービス ランキング（全体／複数回答）

