

## エステティックサロン市場に関する調査を実施（2016年）

### 【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内エステティックサロン市場の調査を実施した。

1. 調査期間:2016年10月～12月
2. 調査対象:エステティックサロン、エステティックサロン関連商材取扱企業
3. 調査方法:当社専門研究員による直接面談、電話によるヒアリング、ならびに郵送アンケート調査併用

#### ＜エステティックサロンとは＞

本調査におけるエステティックサロンとは、エステティシャンが手技、化粧品、機器を使用して施術するサロンを指す。エステティックサロン市場には、美顔市場、痩身・ボディ市場、脱毛市場、メンズエステ市場、物販・その他市場が含まれる。なお、セルフエステ、訪問エステ、理美容エステ、メディカルエステなどは対象外としている。

### 【調査結果サマリー】

#### ◆ 2016年度のエステティックサロン市場規模は、前年度比100.3%の3,572億円の見込

2016年度のエステティックサロン市場規模(事業者売上高ベース)は3,572億円で、前年度比100.3%の見込みである。美顔、痩身・ボディの各市場については、固定客に下支えされ横這い基調で推移する見通しである。メンズエステ、物販・その他の各市場は、市販化粧品や美容家電との競合が影響して減少推移を見込む。脱毛市場では、引き続き脱毛特化型サロンが軒並み業績を拡大しており、エステティックサロン市場を牽引するカテゴリーとして注目される。

#### ◆ 持続的な業界発展のため、業界の地位・労働環境の向上、消費者の信頼・安全獲得を第一に、生産性向上に寄与する適正な事業モデルの運営が求められる

今後のエステティックサロン市場は、国内の対象顧客数の頭打ちを背景に、横這いから微増傾向で推移するものと予測する。業界に対する一般消費者の興味・関心や認知度の向上、また、一部に根強く残るマイナスイメージの払拭のため、所轄官庁を含めた業界標準の統一基準や商慣行の整備、安全・信頼性を高める消費者保護体制の強化が業界における今後の課題となる。また、エステティックサロン運営企業においては、従事するエステティシャンの職場環境や待遇等の改善の取組みと離職率の改善、人材難をカバーする生産性向上に寄与するメニューの開発や店販事業強化等の取組みが求められる。

#### ◆ 資料体裁

資料名:「エステティックサロンマーケティング総鑑 2017年版」  
 発刊日:2016年12月26日  
 体裁:A4判527頁  
 定価:110,000円(税別)

#### ◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地:東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長:水越 孝

設立:1958年3月 年間レポート発刊:約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先(当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>)

(株)矢野経済研究所 マーケティング本部 広報チーム TEL:03-5371-6912 E-mail: [press@yano.co.jp](mailto:press@yano.co.jp)

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。  
 本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報チーム迄お問合せ下さい。

## 【 調査結果の概要 】

### 1. 市場概況

2015年度のエステティックサロン市場規模(事業者売上高ベース)は前年度比99.8%の3,563億円であった。2016年度と同市場は前年度比100.3%の3,572億円の見込みである。

美顔、痩身・ボディの各市場は、競合する市販化粧品や美容家電等の商品、周辺サービスの台頭があるものの、アンチエイジングを中心としたニーズや、女性らしいボディラインや肌質の改善を兼ねたリラクゼーション的要素の強い痩身・ボディ施術等への固定客による根強い需要により横這いから微増で推移する見通しである。一方で、メンズエステ、物販・その他の各市場については、市販化粧品や美容家電との競合が影響して減少推移を見込む。脱毛市場は、引き続き脱毛特化型サロンが軒並み業績を拡大するなど、全体市場の伸び悩みをカバーし牽引する形となり、2016年度のエステティックサロン市場規模は微増で推移する見込みである。

### 2. 注目すべき動向

- **エステティックサロン運営企業は、既存のハードとソフトを効率よくコントロールした事業経営に注力**

国内の対象顧客数の頭打ちという構造的な不況、また、周辺の美容産業サービスや市販化粧品、美容家電等との競合など、業界を取り巻く環境は厳しさを増しており、エステティックサロン運営企業は、既存店舗のリニューアルによる集客増のためのテコ入れや、不採算店舗の閉鎖等を行うことで収益強化を最優先とした事業にシフトしている。一方で、エステティックサロン市場の人材不足は大きな問題となっており、未経験者の積極的採用・育成、長期雇用を図るための職場環境や待遇等の改善の取組みと離職率の改善など、企業体力の強化と財務体質改善を図っている。このように、エステティックサロン運営企業は、人材確保を前提としたサービスの供給、店舗マネジメントを最優先に既存のハード(店舗・設備)とソフト(人材)を効率よくコントロールした事業経営により収益確保に取り組んでいる。

- **拡大続ける脱毛市場も、店舗マネジメントの向上による持続的安定成長重視の傾向へ**

成長を続ける脱毛特化型の低価格サロンチェーンであるが、大手の脱毛特化型サロン運営企業による多店舗化・急拡大路線によるサービス低下と経営悪化を受け、業界大手のエステティックサロン運営企業各社では需要に対応出来る供給能力を踏まえた事業展開を重視し、拡大路線の風潮から一転して堅実な安定成長重視の傾向へと変化している。脱毛市場は、認知度が向上し、脱毛行為に抵抗感が薄れるなど、女性の脱毛ニーズはエイジレスで拡大しており、男性用脱毛ニーズも併せて更なる市場成長の余地が残されていると考える。

- **美容産業を成長産業と捉えた大手の異業種資本によるM&Aの増加**

近年、大手の異業種資本によるエステティックサロン運営企業の買収や大手エステティックサロン運営企業による異業種企業を対象とした買収が増加している。

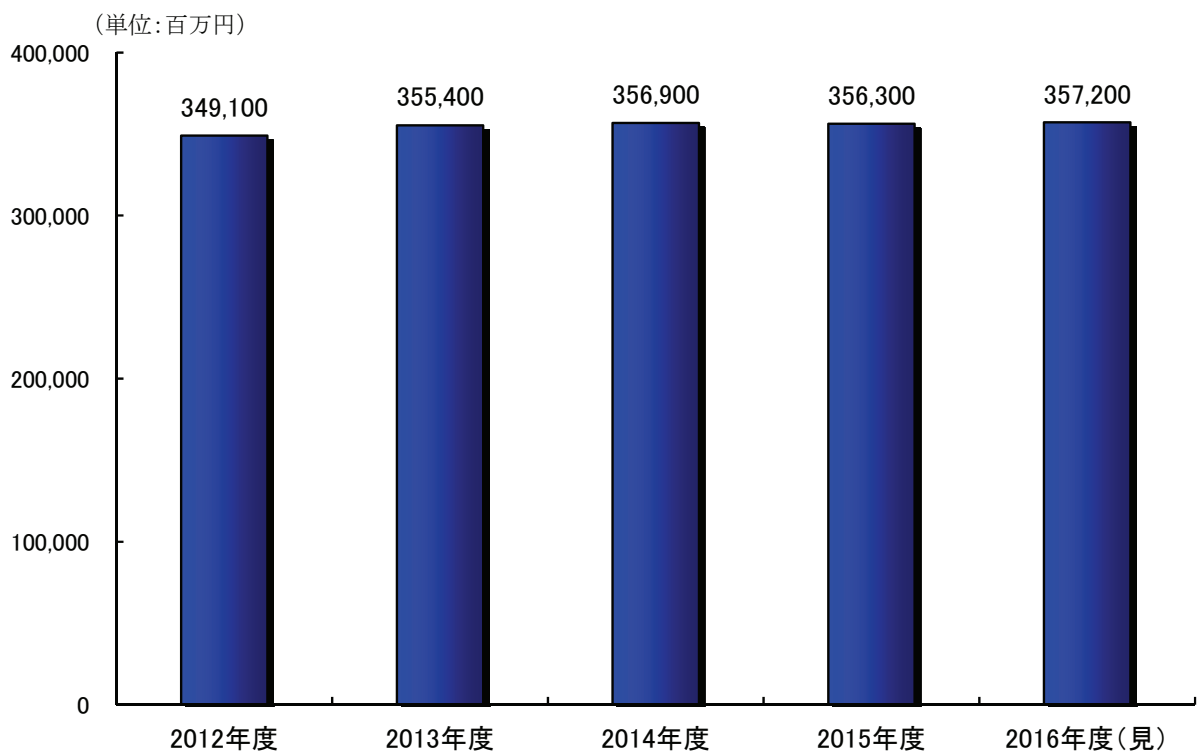
例えば、前者では、システム開発企業が脱毛特化型サロン運営企業から事業を譲り受けた例や、大手エステティックサロン運営企業が大手百貨店グループの傘下に入った例がある。後者では、大手エステティックサロン運営企業が美容室の運営に参画、理美容市場に本格参入を果たした事例が挙げられる。

### 3. 将来動向

今後のエステティックサロン市場は、国内の対象顧客数の頭打ちを背景に、横這いから微増傾向で推移するものと予測する。施術面では、医学的見地から実証されたデータを根拠とした施術・メニュー開発と、エステティックサロン各店におけるエステティシヤンの平準化された高度な技術が求められる。また経営面では、拡大路線から堅実な店舗運営への転換を前提に、従事するエステティシヤンの職場環境や待遇等の改善の取組みと離職率の改善、人材難をカバーする生産性向上を掲げたメニューの提案やエステティックサロン店頭販売品（ホームケア用の化粧品など）の推奨による物販強化等、客単価のアップに繋がる施策が求められる。そして引き続き、事業者としての信頼性向上（コンプライアンス、ISO9001などの品質認証取得、CSR）への取組みが業界全体の健全化・繁栄に資するものになると考えられる。

また、一般消費者の興味・関心や認知度の向上、また、一部に根強く残るマイナスイメージの払拭のため、所轄官庁を含めた業界標準の統一基準や商慣行の整備、安全・信頼性を高める消費者保護体制の強化が、業界における今後の課題となる。

図表 1. エステティックサロン市場規模推移



(単位:百万円、%)

	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度(見)
市場規模	349,100	355,400	356,900	356,300	357,200
前年度比	99.9	101.8	100.4	99.8	100.3

矢野経済研究所推計

注1:事業者売上高ベース

注2:2016年度は見込値

注3:エステティックサロン市場には、美顔市場、痩身・ボディ市場、脱毛市場、メンズエステ市場、物販・その他市場が含まれる。なお、セルフエステ、訪問エステ、理美容エステ、メディカルエステなどは対象外としている。