

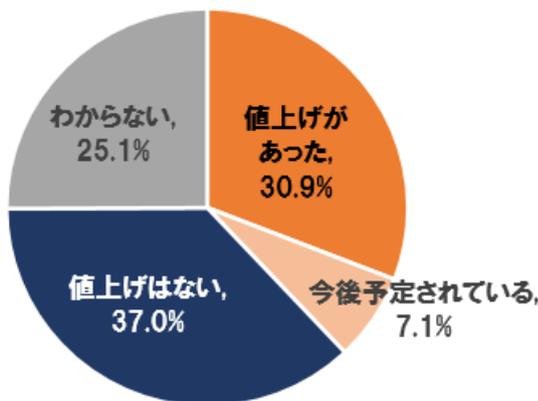
美容サロンの価格改定に関する調査<ヘアサロン編>
ヘアサロンでの値上げは約4割、値上げ幅は500~1,000円未満が最多
利用客の7割は、料金値上げに納得

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20~49歳の直近半年以内にヘアサロンを利用した男女2,619人を対象に「美容サロンの価格改定に関する調査<ヘアサロン編>」を実施いたしました。その調査結果を発表いたします。

■ヘアサロンの値上げ/価格改定について

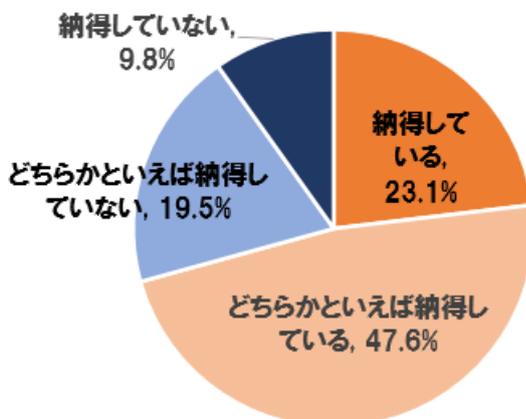
Q.あなたが直近半年以内に利用したヘアサロンで料金の値上げ/価格改定はありましたか。
 (単一回答、n=2,619)

値上げあり (今後含む)	38.0%
値上げはない	37.0%



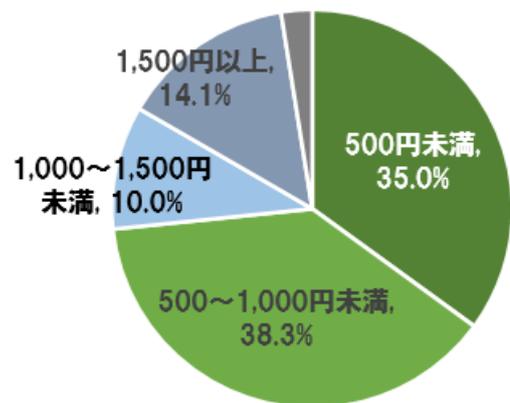
Q. あなたはその値上げに納得していますか。
 (「値上げがあった」「今後予定されている」回答者、単一回答、n=994)

納得している・計	70.7%
納得していない・計	29.3%



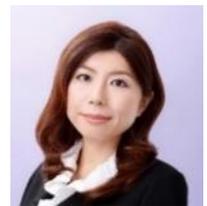
Q. 値上げによって、あなたの利用料金はどのくらい増えましたか/増えそうですか。(「値上げがあった」「今後予定されている」回答者、単一回答、n=994)

わからない、覚えていない、2.5%



<研究員コメント>

『ホットペッパービューティーアカデミー』
 研究員 田中 公子



物価高騰の中、ヘアサロンでも昨年秋ごろから値上げが始まりつつあります。今回の調査で、顧客の約4割が値上げ(予定を含む)を経験しており、値上げ幅は500~1,000円未満が最多でした。値上げに対しては、値上げ実施(予定)サロン利用者の7割が納得しており、値上げによって「サロンを変える」や「変えるか迷っている」人よりも、「変えるつもりがない」人の方が多い結果になりました。また「サロンを変える」や「変えるか迷っている」と回答されている背景には、値上げ以外の要因でのサロンの満足度が低いことも影響していそうです。サロンが値上げをしても、「技術力の高さ」や「接客力の高さ」などを理由に、お客さまご自身が信頼できるサロンを使い続けていきそうです。

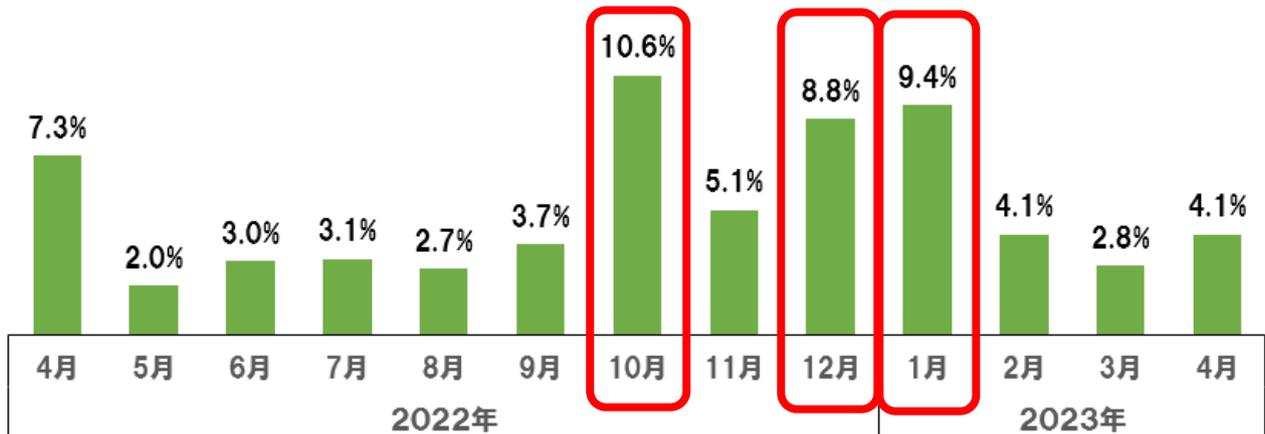
■ヘアサロンの「価格改定」の実施時期

ヘアサロンの価格改定で最も多かったのは、「2022年10月」。次いで「2023年1月」、「2022年12月」と続く。昨年の秋～年初にかけて値上げが増えている。

Q. 2022年4月～2023年4月の間で、値上げはいつからありましたか／ありますか。

(「値上げがあった」「今後予定されている」回答者、単一回答、n=994)

※「わからない、覚えていない」を除く



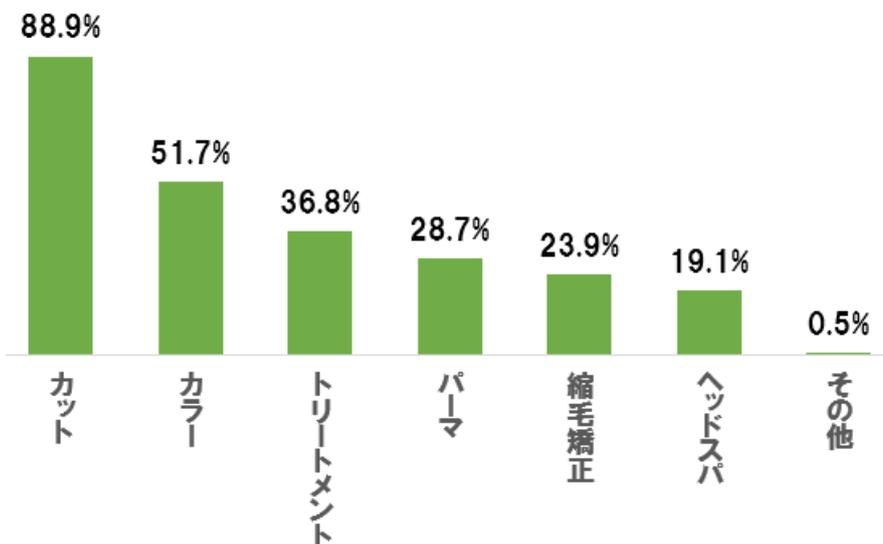
※2023年2月には予定が含まれ、2023年3月以降は予定

■「価格改定」のあったメニューと、値上げ幅

値上げで最も多かったメニューは「カット」、次いで「カラー」。「カット」「ヘッドスパ」の値上げは500円未満が最多で、それ以外のメニューの値上げは500～1,000円未満の金額帯にシフト。

Q. あなたの通っているヘアサロンで値上げのあったメニューをすべて教えてください。あなたご利用されていないメニューであっても、値上げしたメニューのある場合はお答えください。

(「値上げがあった」回答者、複数回答、n=808)



Q. 値上げがあったメニューの値上げ幅を教えてください。

(「値上げのあったメニュー」ごとの回答者、各単一回答)

値上げのあったメニュー	n数	500円未満	500～ 1,000円未満	1,000～ 1,500円未満	1,500円以上	わからな い、覚えて いない
カット	718	48.9%	35.9%	6.1%	5.6%	3.3%
カラー	418	34.7%	42.8%	10.0%	5.5%	6.9%
トリートメント	297	35.0%	38.4%	12.1%	5.4%	9.1%
パーマ	232	30.2%	39.2%	12.9%	7.4%	10.3%
縮毛矯正	193	29.0%	38.3%	14.0%	8.7%	9.8%
ヘッドスパ	154	36.4%	33.1%	14.3%	6.3%	9.7%

< 研究員からのコメント >

サロンのコアサービスである「カット」料金の値上げが最も多く、その値上げ額は500円未満が約半数です。「お客さまに受け入れられやすい」値上げ幅を検討するサロンが多いのかもしれませんが。「カラー」や「トリートメント」などのカット以外のメニューは、そもそもカット料金よりも高めに料金設定されていることが多いため、値上げ幅もカットよりも高めにしているのでしょう。

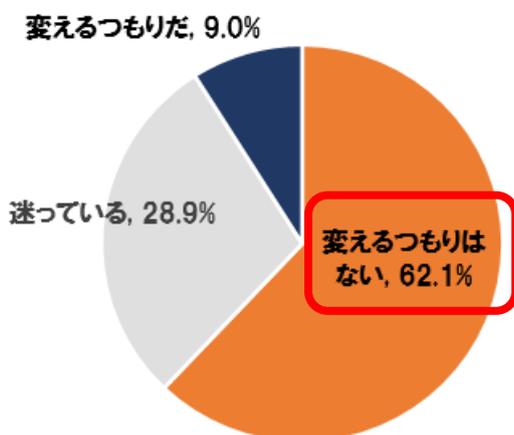
(『ホットペッパービューティーアカデミー』 研究員 田中公子)

■ 「値上げ」によるサロンの利用意向の変化

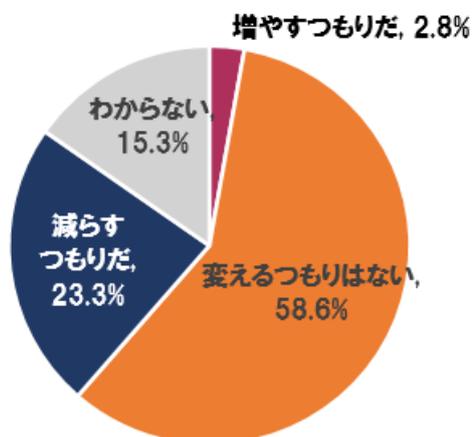
値上げによってもサロンを「変えるつもりはない」が6割を超える。また、値上げによる利用頻度についても「変えるつもりはない」が約6割。日頃の満足感別にみると、利用サロンに「満足している」「やや満足している」人では、値上げにかかわらず半数超から8割近くが「変えるつもりはない」を回答。一方、「不満がある」「やや不満がある」利用者では約8割から9割が「迷っている」「変えるつもりはない」を回答。

Q. 値上げによってサロンを変えたいと思いますか。

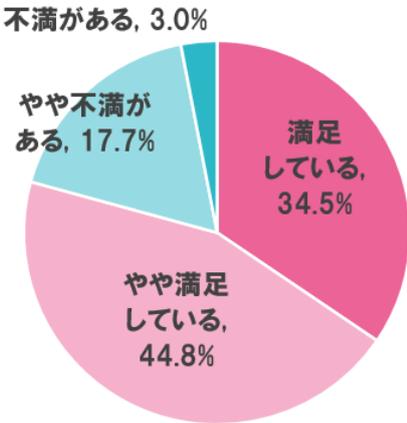
(単一回答、n=2,619)



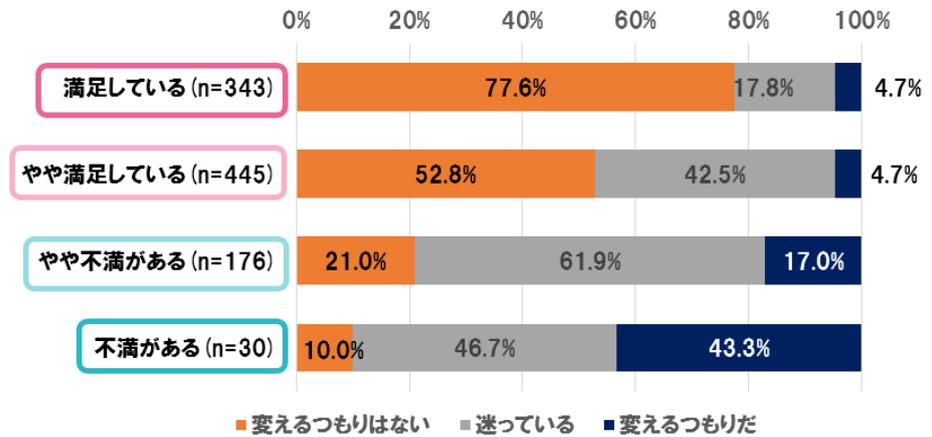
Q. 値上げによってサロンの利用頻度は変わりますか。(単一回答、n=2,619)



Q. あなたは値上げ以外で、現在のサロンに不満がありますか。（「値上げがあった」「今後予定されている」回答者、単一回答、n=994）



<満足度別>値上げによるサロン変更の意向（「値上げがあった」「今後予定されている」回答者、単一回答）



<研究員からのコメント>

日頃の満足感別にみると、利用サロンに満足している人では、値上げによる影響が小さく、サロンの利用継続の意向をもつ傾向にあります。一方、不満がある利用者では約8割から9割が継続に迷いを感じているか、利用サロン変更の意向をもっており、日頃の利用満足感が継続意向に強く影響していることをうかがわせています。

（『ホットペッパービューティーアカデミー』研究員 田中 公子）

■値上げがあっても、サロンに通いたくなる理由（TOP5）

値上げがあっても通いたくなる理由の1位は「技術力の高さ」、2位は「接客の丁寧さ」、3位は「スタッフの人柄」。

Q. あなたの通うサロンに値上げがあっても、どんな点があれば、通いたくなりますか。

（複数回答、n=2,619）

順位	トップ5	%
1位	技術力の高さ	65.3%
2位	接客の丁寧さ	50.4%
3位	スタッフの人柄	36.8%
4位	立地の利便性（近い・交通アクセスが良い）	29.9%
5位	会計の明瞭さ	23.4%

<研究員からのコメント>

美容サロンは、定期的に対面接点を持つ場であり、サロンという空間で美容師とも距離の近い時間を過ごすことになります。このため、利用者は「価格」だけでサロンを判断しているわけではなく、「技術力」や、技術以外の「接客」などに対しても重視しています。値上げの背景や、サロンの「強み」をしっかりとお客さまに伝えることで、値上げによる顧客離れは一定程度抑制できるのかもしれませんが。

（『ホットペッパービューティーアカデミー』研究員 田中 公子）

■調査概要

調査名 : 美容サロンの価格改定に関する調査

調査手法 : インターネットリサーチ

調査時期 : 2023年2月16日～2023年2月17日

調査対象 :

直近半年以内に美容サロン（ヘアサロン、エステサロン、ネイルサロン、リラクゼーションサロン、アイビューティーサロン）のいずれかを利用した全国の20～49歳男女3,000人（女性1,500人、男性1,500人）を回収（1次調査）。本調査リリースはそのうち、ヘアサロン利用者2,619人（女性1,243人、男性1,376人）を抽出し、集計した結果

※集計値は四捨五入により、単一回答における合計が、必ずしも100.0%にならないことがある

■『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などの情報提供・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。

本件に関する
お問い合わせ先

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

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/>