

✂ スパイラル株式会社 美歴プロジェクト

美容室DX調査

東葛飾サロン革命

地域密着と顧客管理で伸びる仕組みとは？

渡辺愛香
杉田栞
久米梨乃子
上村真白
柴田真愛
矢田淳之介
佐藤嵩也
山内俊介
鈴木陽真人
高野 優
稲岡大樹



はじめに

本調査は、美容室業界におけるデジタル化・DXの現状と課題を把握することを目的に、学生インターンが主体となって実施したものです。業界の先入観にとらわれない第三者の視点から、現場の経営者・スタッフの生の声を収集することで、従来の調査では見落とされがちな課題や新たな示唆を浮き彫りにすることを狙いとしています。

学生が主体となることで、

- (1) 現場に寄り添った率直な意見を引き出しやすい
 - (2) 調査結果が特定の利害関係に左右されにくい
 - (3) 次世代の人材が業界理解を深める教育的価値がある
- といったメリットがあります。

こうした特徴を活かし、本調査は美容室経営におけるデジタル活用の実態と今後の方向性を客観的に整理し、業界の発展に資することを目指しました。

市場環境分析 – 業界規模と動向

美容室市場規模

2025年市場規模
¥ **1兆3,884億円**

前年比 **+2.5%**
5年平均成長率 **+1.15%**
理容室市場規模 **2,939億円**

出典：美容センサス2025上期
(<https://hba.beauty.hotpepper.jp/search/census/2025-1st-half/66985/>)

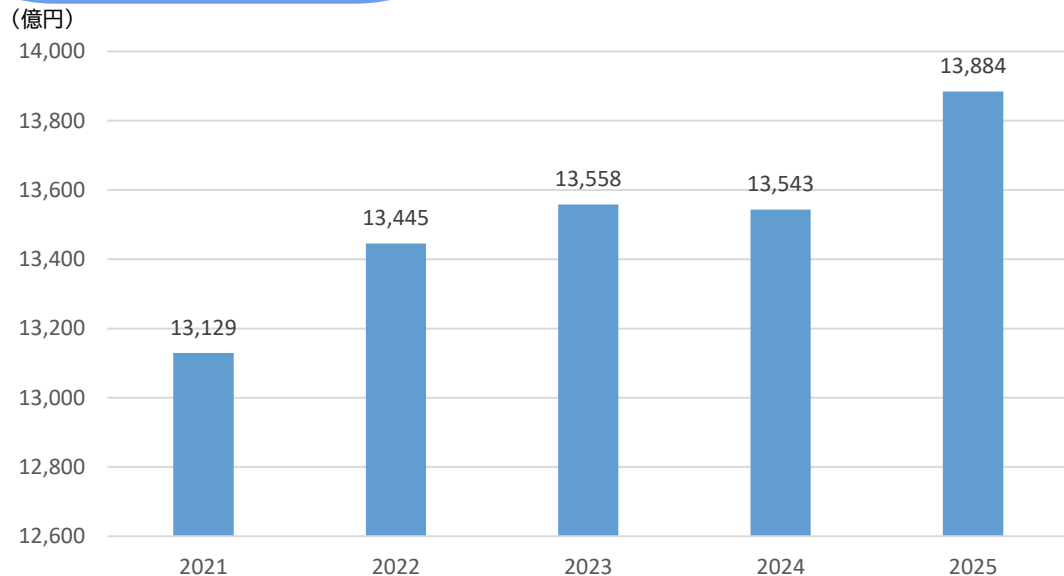
美容室店舗数動向

2024年3月末店舗数
🏪 **約27.4万店**

前年比増加数 **+4,181店**
前年比増加倍率 **+1.5%**
理容室店舗数 **約11万店**
理容室前年比 **-1.9%**

出典：厚生労働省 令和5年度衛生行政報告例
(https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/eisei_houkoku/23/)

美容室市場規模推計の推移



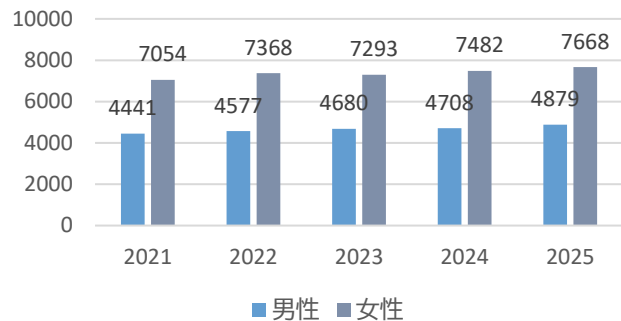
美容室市場規模は1兆3,884億円と前年比2.5%増となっている。

特に女性市場は拡大傾向にある。これは

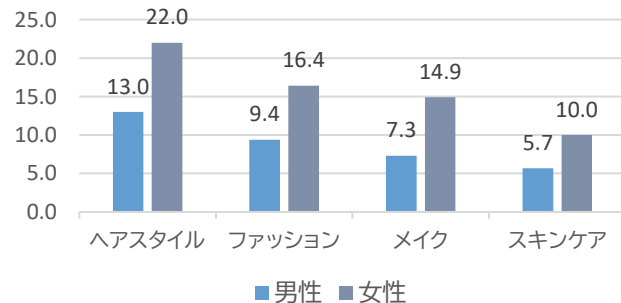
店舗数の拡大に加えて1来店当たりの単価の増加が要因であると考えられる。
(単価についてはp.4に記載)

市場環境分析 - 顧客分析

男女比の平均単価



興味ある美容カテゴリ



若年層とAI：15～19歳男女、20代男性でAIによるヘアスタイルの提案ニーズが上位に。
新サービスへの関心が高まる。

■【美容サロン全般】美容サロンの各種サービス利用意向（全体/複数回答）

		女性						
		女性全体 (n=6,600)	15～19歳 (n=423)	20代 (n=1,086)	30代 (n=1,134)	40代 (n=1,377)	50代 (n=1,469)	60代 (n=1,111)
利用に 関する サービス	待ち時間が少ない	29.3%	27.8	19.2	25.8	31.4	34.8	33.4
	メニュー内容が分かりやすく、メニュー選択に時間がからない	24.9	34.2	24.3	26.8	27.3	22.8	19.8
	施術にかかる所要時間の表示がある	20.8	23.5	19.3	25.4	23.3	19.5	14.8
	事前にカウンセリングの記入ができる	11.7	24.2	15.0	15.4	12.0	7.8	4.9
	事前にオンライン決済が可能	7.1	11.8	10.6	9.1	7.5	4.2	3.2
	事前にオンラインでスタッフに相談ができる	6.9	11.0	8.6	8.2	6.6	5.0	4.8
美容サ ロンの サービス	自分の髪質、顔や体の形に似合うヘアスタイルをAIが提案してくれる	22.0	33.3	18.4	21.8	24.2	21.5	19.4
	自分の骨格、体型に似合うファッションをAIが提案してくれる	16.4	31.2	16.9	20.6	17.2	13.6	8.7
	自分の顔に似合うメイクや顔の形をAIが提案してくれる	14.9	29.7	15.3	15.9	15.0	12.4	10.8
	自分の肌質、体質にあったスキンケア・サザンなどをAIが提案してくれる	10.0	22.2	12.7	12.7	10.3	6.3	4.8
	利用したいと思うサービスはない	38.6	28.7	36.3	37.8	36.2	39.4	47.3
※各年代において（女性全体）で複数回答			1位	2位	3位			
※各年代において（女性全体）で複数回答			1位	2位	3位			
		男性						
		男性全体 (n=6,600)	15～19歳 (n=430)	20代 (n=1,105)	30代 (n=1,153)	40代 (n=1,362)	50代 (n=1,462)	60代 (n=1,062)
利用に 関する サービス	待ち時間が少ない	20.7%	25.5	15.8	17.8	22.0	22.3	23.3
	メニュー内容が分かりやすく、メニュー選択に時間がからない	12.7	19.2	16.2	15.8	14.2	9.2	6.3
	施術にかかる所要時間の表示がある	8.9	10.8	11.1	10.6	10.0	7.3	4.6
	事前にオンライン決済が可能	7.5	8.5	11.9	11.0	8.7	3.8	2.4
	事前にカウンセリングの記入ができる	7.4	12.3	11.5	9.1	8.2	4.8	1.9
	事前にオンラインでスタッフに相談ができる	6.4	12.1	11.2	8.6	7.0	3.8	1.4
美容サ ロンの サービス	自分の髪質、顔や体の形に似合うヘアスタイルをAIが提案してくれる	13.0	21.8	17.5	15.1	15.1	9.4	4.7
	自分の骨格、体型に似合うファッションをAIが提案してくれる	9.4	18.7	12.2	11.0	12.3	5.4	2.7
	自分の顔に似合うメイクや顔の形をAIが提案してくれる	7.3	12.2	10.4	9.8	8.1	4.1	2.5
	自分の肌質、体質にあったスキンケア・サザンなどをAIが提案してくれる	5.7	12.8	8.9	5.8	7.4	2.6	1.5
	利用したいと思うサービスはない	55.9	41.8	46.1	49.8	53.6	63.6	70.0
※各年代において（男性全体）で複数回答			1位	2位	3位			
※各年代において（男性全体）で複数回答			1位	2位	3位			

美容室業界の直近の動向

美容室業界の動向

・デジタル化の遅れ⁽¹⁾

生活関連・娯楽業のDXの実施状況は**18.3%**と他業種と比べて低い

・倒産件数の増加⁽²⁾

2024年の美容室の倒産は、215件(前年比約**32.7%増**)と過去最多

2025年に入ってから1-8月で157件(前年同期間比約**13%増**)と過去最多ペース

・人手不足や長時間労働などの課題⁽³⁾

令和6年度の有効求人倍率は**5.73**と、求職者の6倍近い求人が存在する人手不足の状況

・コロナ禍からの回復が理容業に比べ鈍い⁽⁴⁾⁽⁵⁾

産業活動指数でみると2015年を100とした場合、2025年現在理容業は安定して100前後を推移しているが、美容業は100を超える月がほとんどなく**コロナ前の水準を取り戻せていない**

⇒家庭でのヘアケア製品の充実に影響を受けている可能性が示唆されている⁽⁴⁾

1) IPA 独立行政法人 情報処理推進機構「DX白書2023 第2部 国内産業におけるDXの取組状況の俯瞰」

2) 帝国データバンク「『美容室』の倒産動向(2025年1-8月) (2025年9月)」

3) 厚生労働省「一般職業紹介状況(職業安定業務統計)」

4) 経済産業省「理容業・美容業の今」(2024年3月)

5) 経済産業省「第3次産業活動指数」

調査概要

調査実施時期

2025年5月～8月

調査対象

東葛飾エリア（千葉県北西部に位置する松戸市、野田市、柏市、流山市、我孫子市、鎌ケ谷市）に店舗を構える美容室

調査方法

学生インターンによる架電調査

有効回答数

架電を行った全体数（2675件）のうち約11.8%（316件）の回答

顧客管理状況

- カウンセリングシートの活用状況
- POSレジ導入状況
- POSレジ導入時期の説明
- その他ツールについて

集客の取組

- 集客方法について
- 現状の顧客獲得の工夫
- 集客において現状感じている課題

今後の調査

- 学生に調査してもらいたいこと



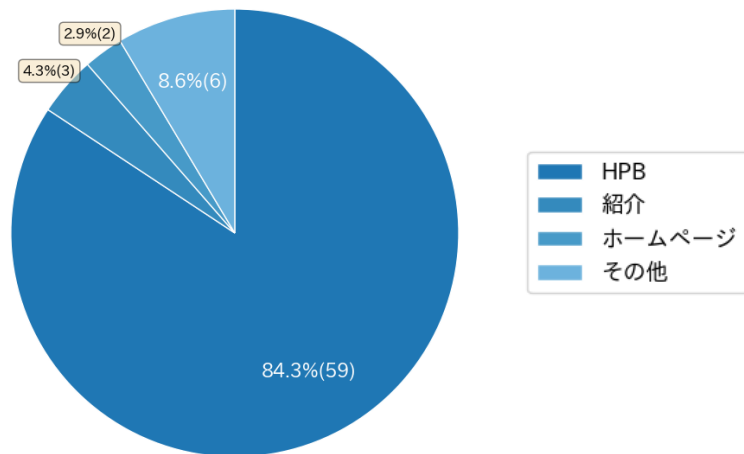
架電調査結果①集客について

集客方法について 新規集客で注力している媒体について

単店舗の美容室も複数店舗の美容室も、集客で最も利用している媒体はホットペッパービューティー

複数店舗(N=70)

84.3%がホットペッパービューティー

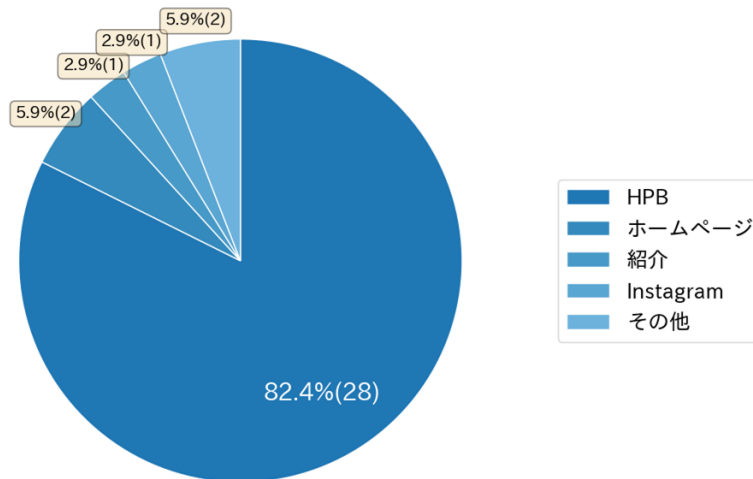


その他の回答

TikTok、LINE、Instagram、メタ広告等

単店舗 (N=34)

82.4%がホットペッパービューティー



その他の回答

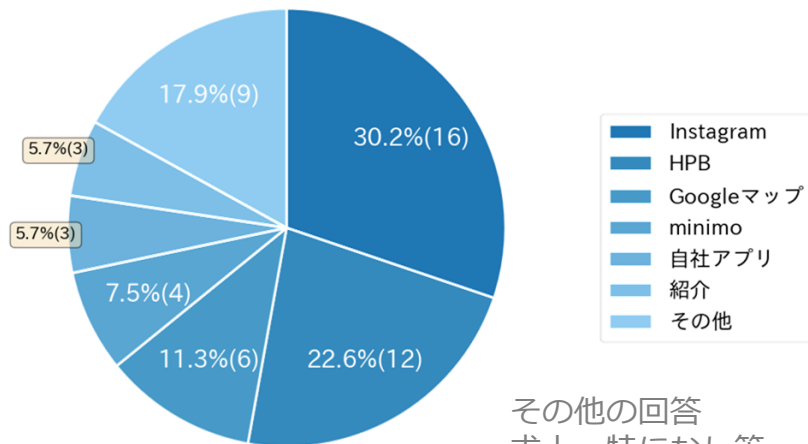
minimo、楽天ビューティー、ロコミ等

集客方法について 今後注力したい媒体について

今後注力したい媒体は、ホットペッパービューティー、Googleマップ、Instagramが約半数を占めた。
また、複数店舗の美容室は自社アプリやminimo等も検討しており、単店舗より検討中の媒体の幅が広い。

複数店舗 (N=53 ※重複あり)

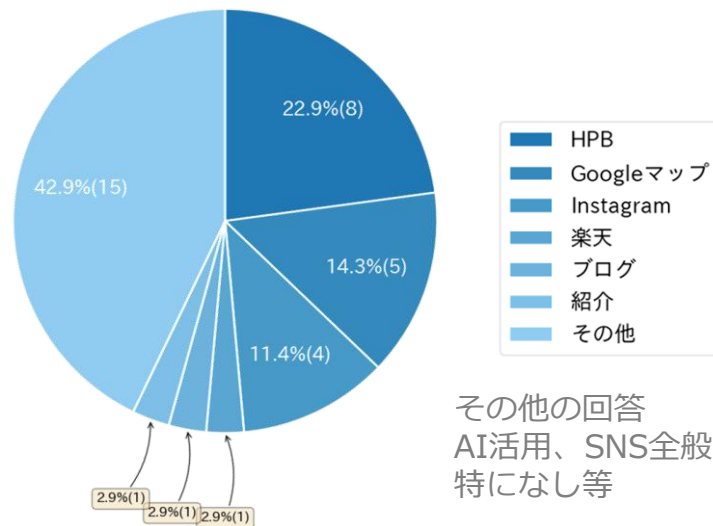
ホットペッパー、Googleマップ、Instagramが
約60%。自社アプリも**約6%**



その他の回答
求人、特になし等

単店舗 (N=35 ※重複あり)

ホットペッパー、Googleマップ、
Instagramが**約48%**。



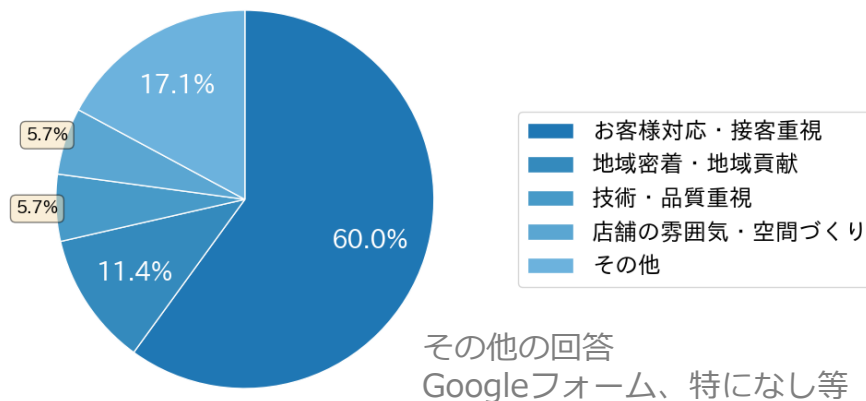
その他の回答
AI活用、SNS全般、
特になし等

現状の顧客獲得の工夫 地域で選ばれるために重視していること

美容室が、生活圏内で利用される「地域密着型」のサービス業のため、地域内での競争優位が重要となる。顧客獲得に必要な要素である地域で選ばれる理由をヒアリングしたところ、接客や地域密着などの対人コミュニケーションが多くを占めていた。

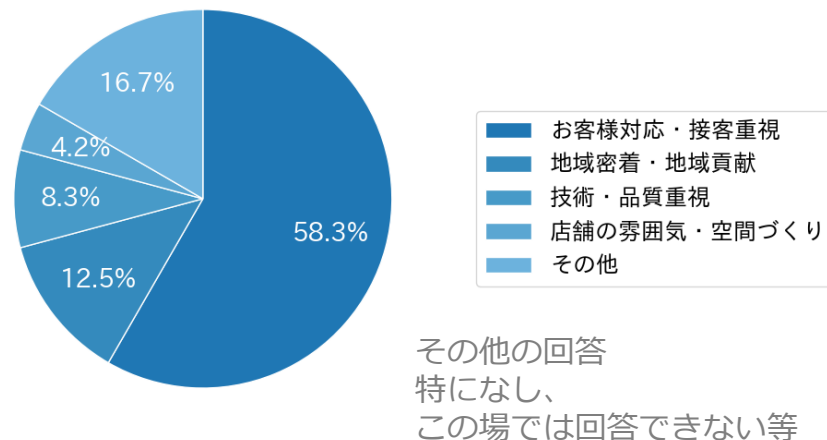
複数店舗 (N=35)

71.4%が人や地域との関わりを重視



単店舗 (N=24 ※重複あり)

70.8%が人や地域との関わりを重視

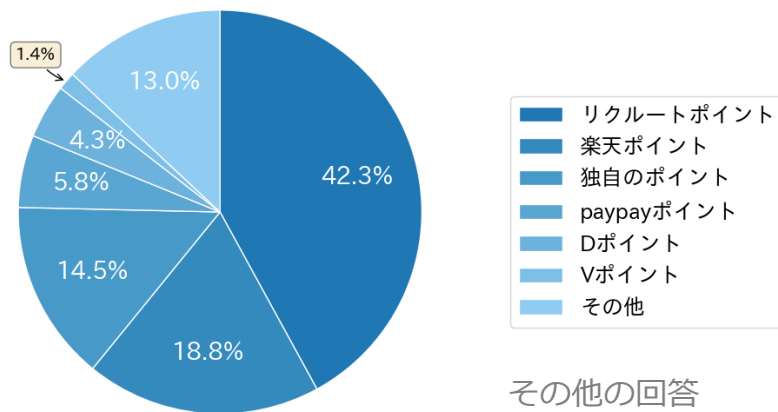


現状の顧客獲得の工夫 会計時に利用可能なポイント

集客を増やす工夫としてより多くの人が日常的に使用しているポイントを会計時に利用可能にしているのではないかと考えヒアリングした。美容室で利用可能なポイントは、複数混在していた。多くの店舗が使用しているHPBの母体であるリクルートのポイントを導入している店舗が多い傾向がある。

複数店舗 (N=69)

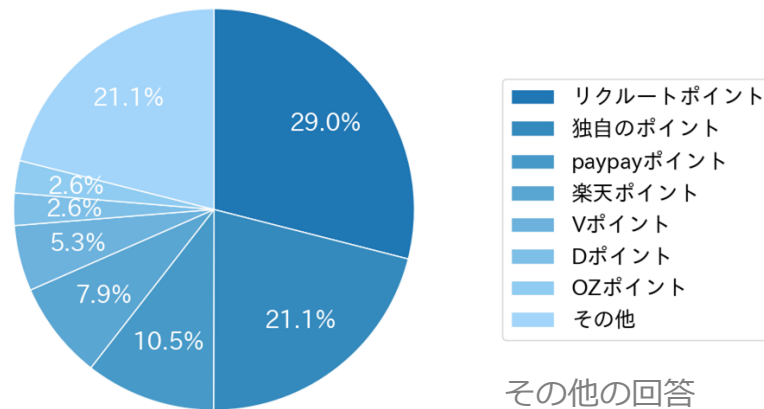
リクルートポイントが**42.3%**と最も高い



その他の回答
HPBのポイント、
特になし等

単店舗 (N=30 ※重複あり)

リクルートポイントが**29.0%**と最も高い



その他の回答
HPBのポイント、
特になし等

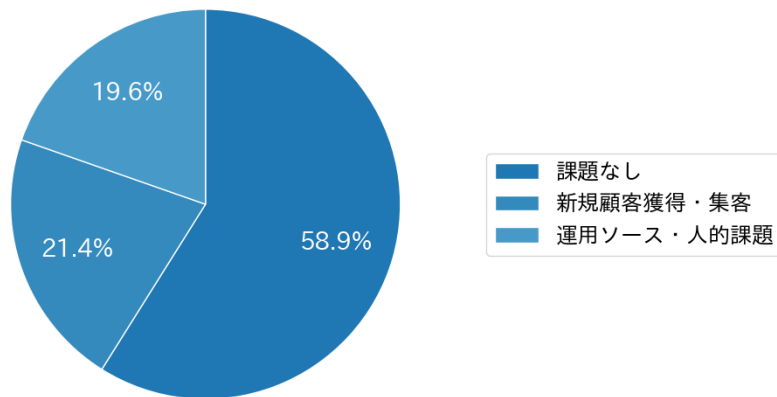
集客に関する課題

課題なしが58%。残りの42%は、課題ありと回答。

課題が可視化できている美容室の半数は「新規顧客の獲得」に課題を感じていた。

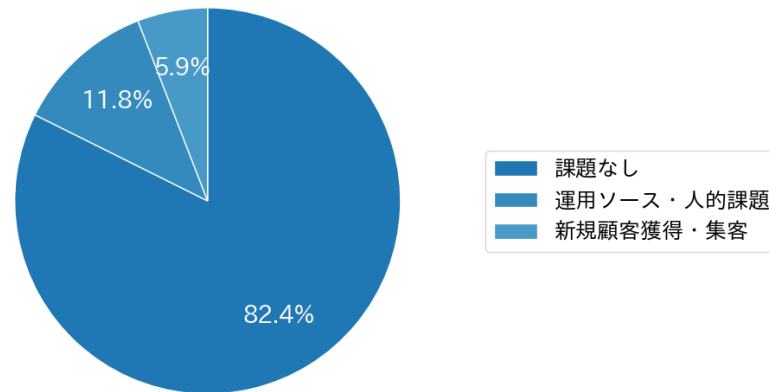
複数店舗 (N=56)

70%が人や地域との関わりを重視



単店舗 (N=34)

82.4%が課題がないと回答



集客に関する課題の回答傾向3つ

課題を実感している

新規顧客の獲得・集客

「新規が少ない」「駅前より不利」「クーポンで集客」など、特に老舗や立地条件に課題がある店舗が多い。新規の流入チャネルの多様化が必要。

運用リソース・人的課題

「SNSが回らない」「スタッフが足りない」「属人的」など、販促に携われるリソースが足りない。業務の見直しによる効率化や外部リソースの活用などが必要になってくる可能性あり。

課題を実感していない

課題なしと感じる美容室が多い

課題なしと答えた店舗の理由としては「まだオープンしたばかり」や「問題が起きていない」等がある。現状は営業に支障がないようだが、オープン直後の店舗に関してはまだ健在化していない可能性もある。また、何年も問題が起きていない店舗においても、今後時勢に合わせて店の改革を行う際に課題が生まれる可能性は依然としてある。

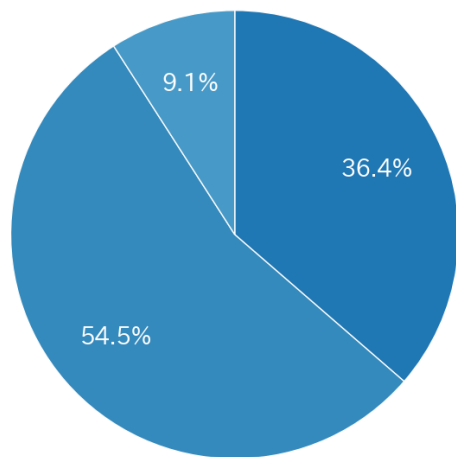
架電調査結果②顧客管理について

電子化の現状 カウンセリングシートの電子化状況

紙でのカウンセリングも依然として幅広く使われているが、複数店舗の方が僅かに電子化が進んでいる。複数店舗間で情報共有を円滑に行うためだと考えられる。

複数店舗 (N=66)

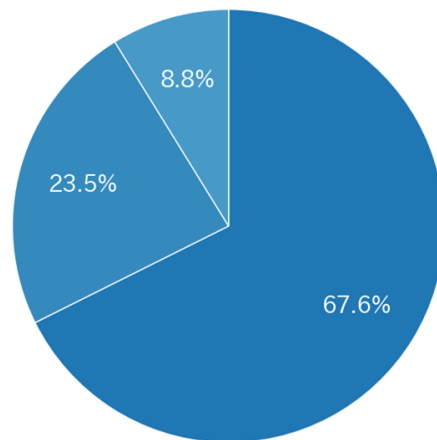
電子が半分以上



■ 紙
■ 電子
■ 書いていない

単店舗 (N=34)

紙が約3分の2



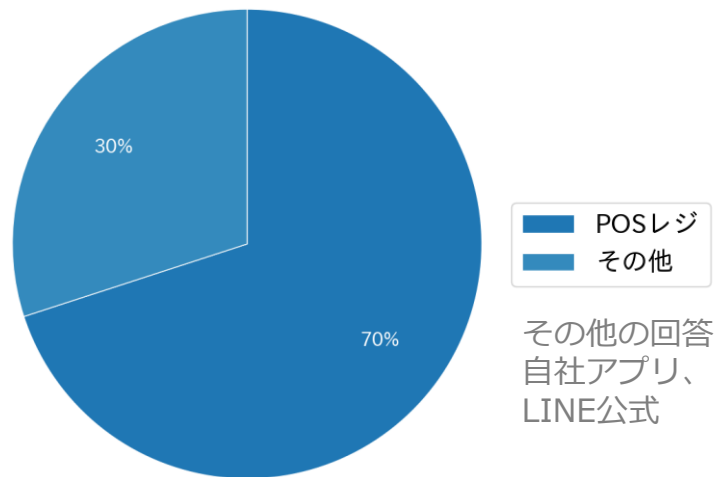
■ 紙
■ 電子
■ 書いていない

電子化の現状 カウンセリングシートの電子化に利用しているツール

カウンセリングシートの電子化に利用しているツールとしては単店舗、複数店舗の美容室どちらも共通してPOSレジの機能利用が圧倒的シェアを占めている。

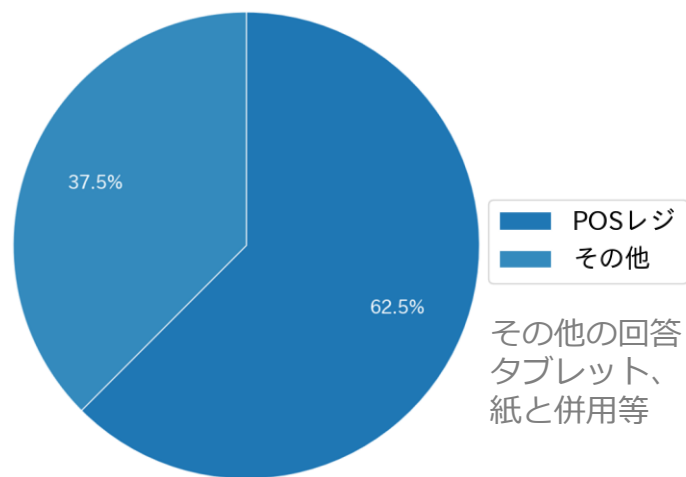
複数店舗 (N=30)

POSレジの機能利用が7割



単店舗 (N=8)

POSレジの機能利用が6割以上

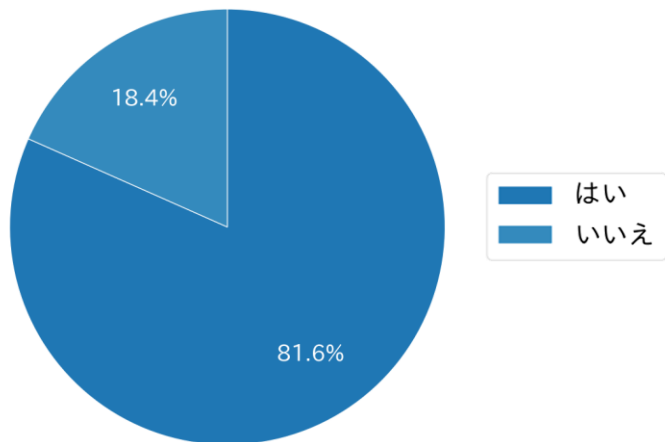


カウンセリングシートの活用状況 施術履歴情報の正確な取得・管理

カウンセリングシートに施術履歴情報を記録している店舗がほとんど。複数店舗のほうが単店舗よりも割合が高い。

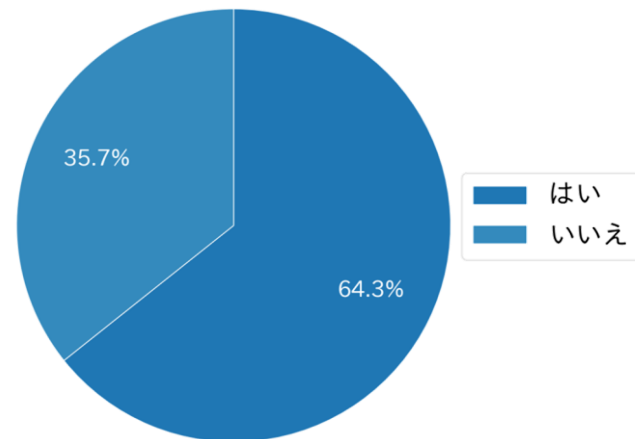
複数店舗 (N=49)

81.6%が正確な情報の取得・管理を実施



単店舗 (N=28)

64.3%が正確な情報の取得・管理を実施

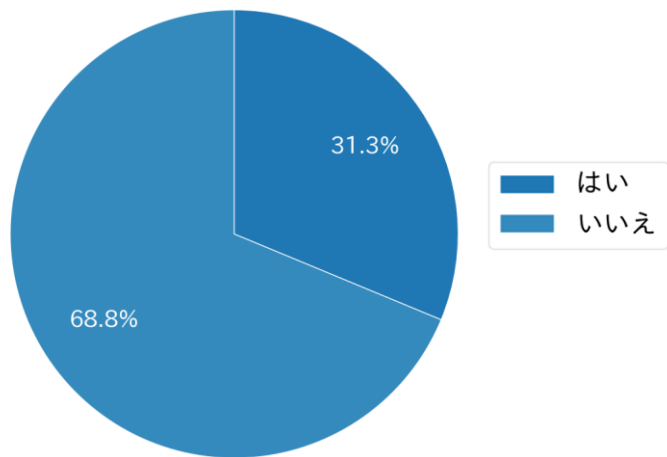


カウンセリングシートの活用状況 同意書取得状況

複数店舗・単店舗ともに、カウンセリングシート記入にあたり顧客の同意は取っていないケースが多い。

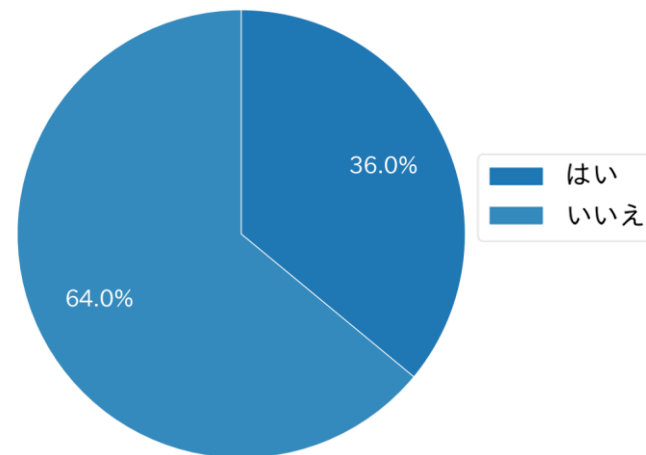
複数店舗 (N=48)

68.8%が同意書を取得していない



単店舗 (N=25)

64.0%が同意書を取得していない

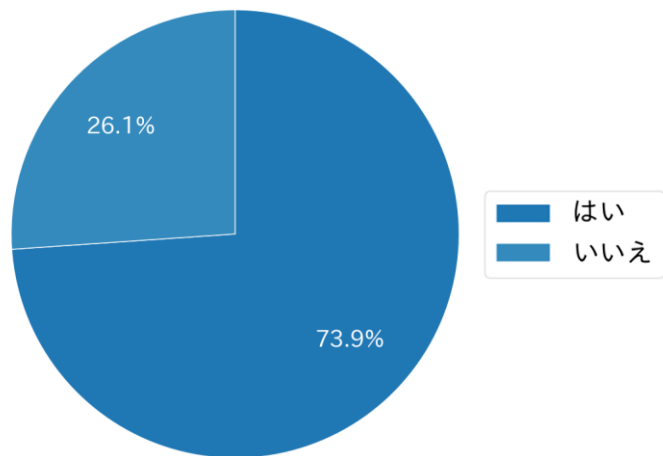


電子化の現状 カルテの電子化状況

電子化の割合は複数店舗のほうが単店舗より高い。また、どちらの店舗もカウンセリングシートと比べてカルテの方が電子化が進んでいる。

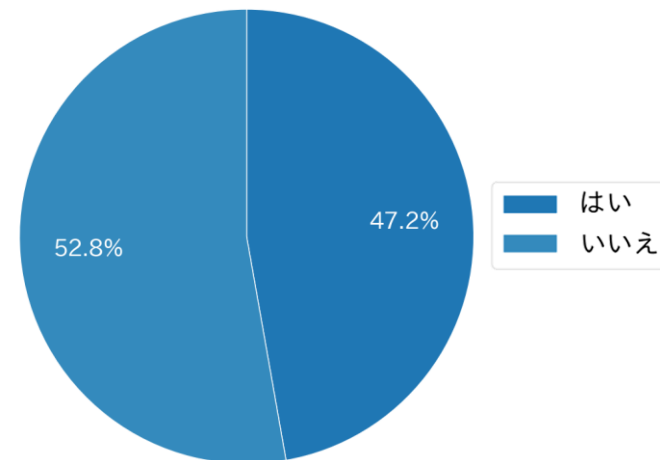
複数店舗 (N=69)

電子が**73.9%**



単店舗 (N=36)

電子と紙がほぼ**半々**

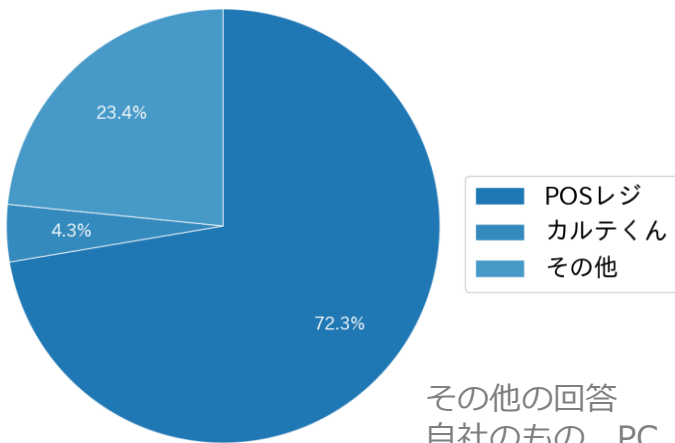


電子化の現状 カルテの電子化に利用しているツール

複数店舗、単店舗、どちらもPOSレジでの電子化が主流。これはカウンセリングシートの電子化ツールと同じ傾向であり、1つのツールでカルテもカウンセリングシートも電子化しているといえる。

複数店舗 (N=47)

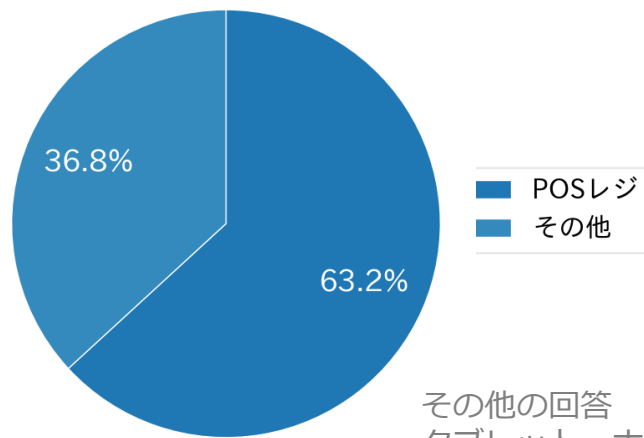
POSレジが72.3%



その他の回答
自社のもの、PC、
ホットペッパー

単店舗 (N=19)

POSレジが63.2%



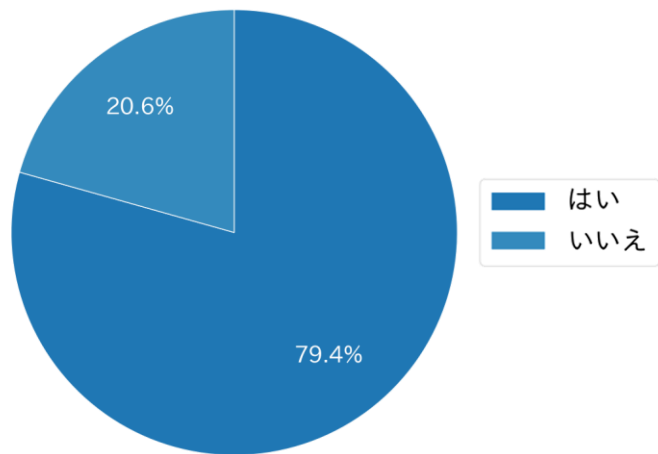
その他の回答
タブレット、ホッ
トペッパー

電子化の現状 POSレジの導入有無

POSレジは多くの美容院が導入済み。
ただし、複数店舗のほうが導入済みの割合が多い結果となった。

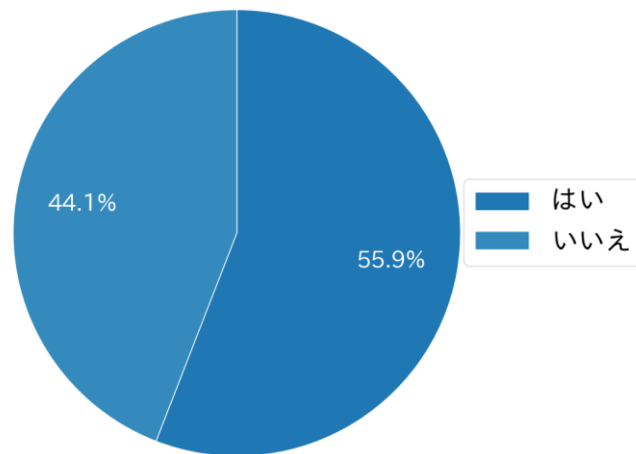
複数店舗 (N=63)

79.4%がPOSレジを導入している



単店舗 (N=34)

55.9%がPOSレジを導入している

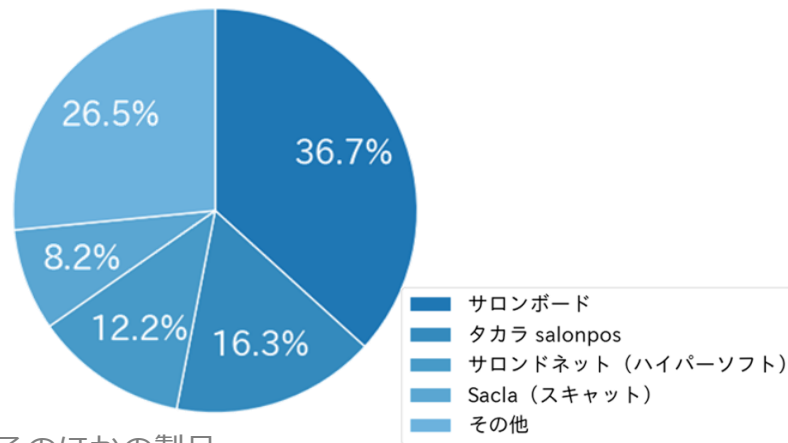


電子化の現状 導入POSレジの製品名

複数店舗・単店舗ともに、ホットペッパーと連携可能なサロンボードが最も導入されているPOSレジとなった。
また、導入している製品の種類も複数店舗と単店舗で大きな違いは見られなかった。

複数店舗 (N=49)

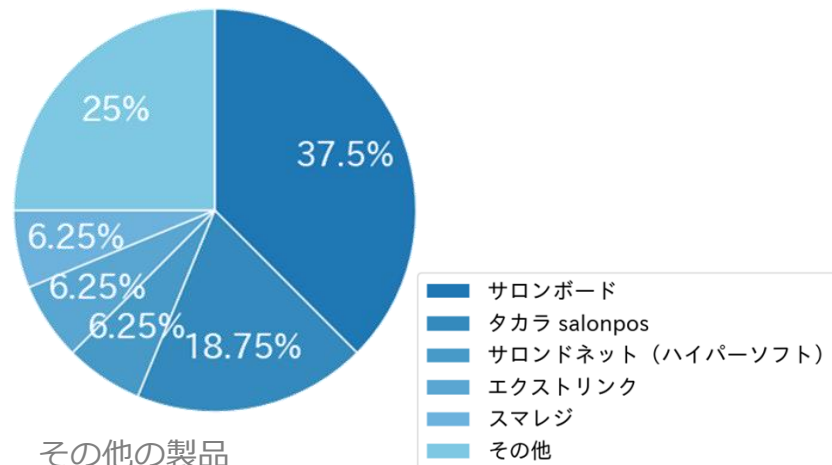
サロンボードの導入割合が**36.7%**



その他の製品
SIPSS (シンク)、VID、エクストリンク

単店舗 (N=16)

サロンボードの導入割合が**37.5%**



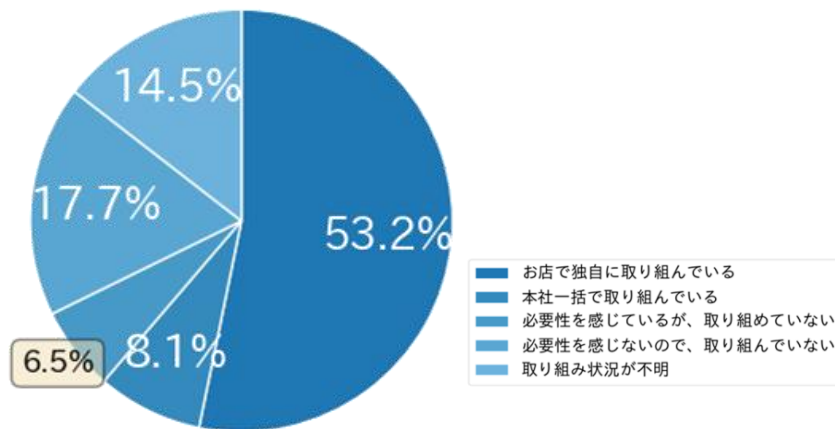
その他の製品
回答いただけていないため不明

その他ツールの活用について Googleマップや口コミ集客対策

複数店舗では、Googleマップや口コミ対策をしている店舗のほうが多く存在する。
一方単店舗では、Googleマップや口コミ対策を行っていない店舗が半数以上存在する。
特に複数店舗と比較して、必要性を感じていない店舗が多かった。

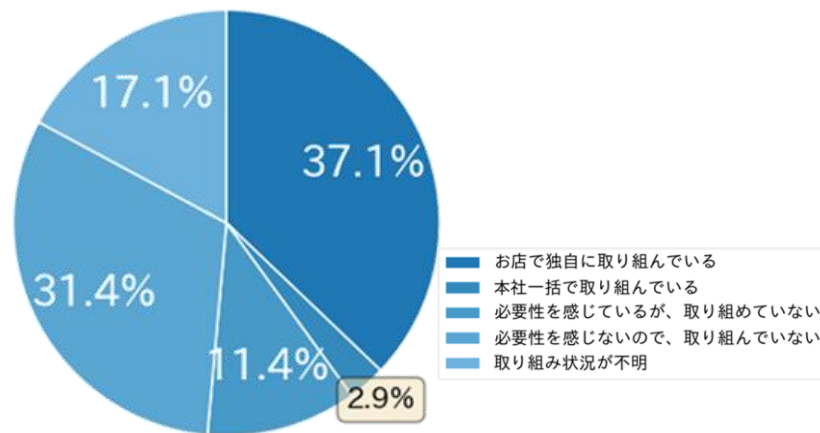
複数店舗 (N = 62)

取り組んでいない店舗が**38.7%**



単店舗 (N=35)

取り組んでいない店舗が**59.9%**



その他ツールの活用について AI活用状況

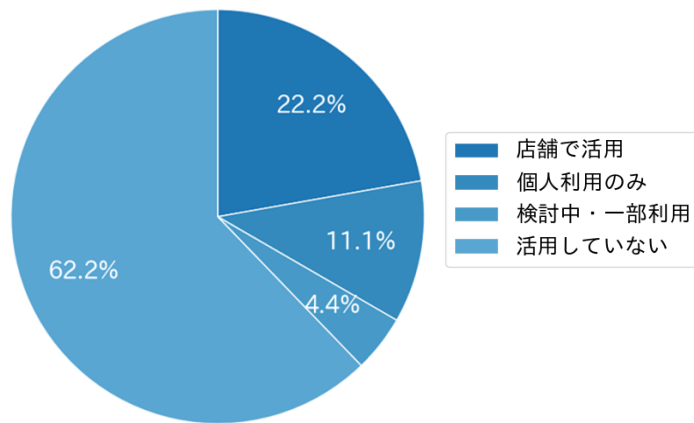
複数店舗において、髪型のスタイル写真画像の生成など店舗での業務で利用している店舗が多い。また、クーポンのターゲット層を考える時にAIを使用している店舗も見受けられた。

一方単店舗では、ブログや返信などの文章を作成する時にAIを使用する店舗が多い。

ただし、両方とも店舗でAIを活用していない店舗の割合が大部分を占めた。

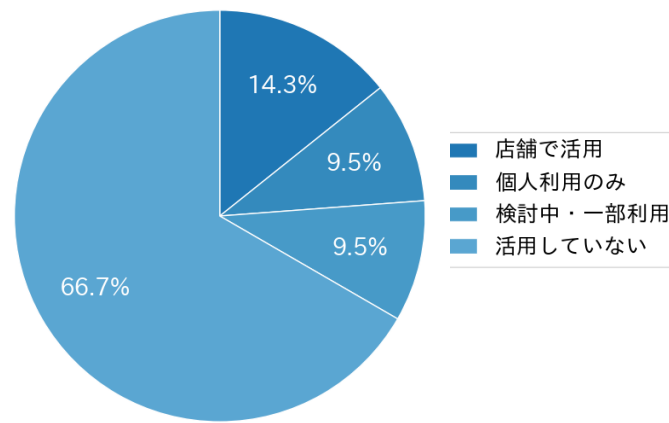
複数店舗 (N=45)

店舗で活用している割合は**22.2 %**



単店舗 (N=21)

店舗で活用している割合は**14.3 %**

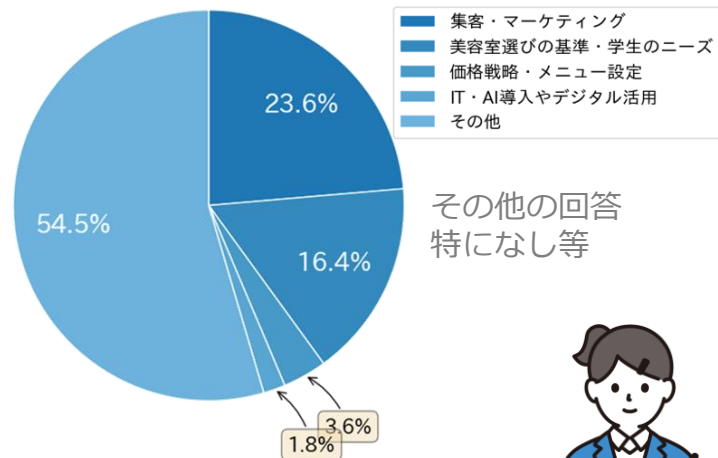


架電調査結果③今後の調査

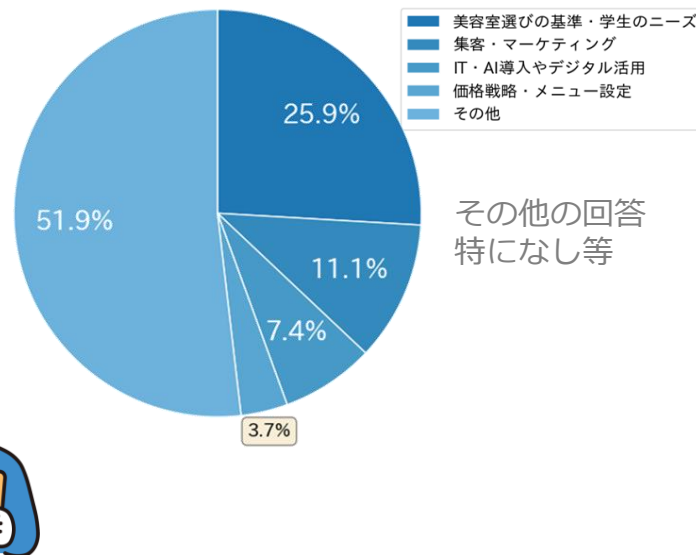
学生に調査してほしいこと

複数店舗も単店舗も他の店舗が行っている集客・マーケティング手法や、学生が通う美容室の特徴やメニューの設定などが上がった。

複数店舗 (N=55)



単店舗 (N=27 ※重複あり)



展望とまとめ



電子化推進

顧客管理のデジタル化を推進し、カルテの電子化による業務効率化と顧客体験向上を実現。POSレジ導入も含めた総合的なDX化が競争力強化に不可欠です。



同意書取得の徹底

個人情報保護法対応として施術前の同意書取得を徹底し、デジタル管理により顧客との信頼関係を構築。トラブル防止と安全な顧客データ活用の両立を実現します。



MEO・SNS活用推進

GoogleマップMEO対策やInstagramなど新規顧客接点の強化が今後の集客鍵。ホットペッパー一辺倒からの脱却とZ世代獲得のためのデジタルマーケティング施策も大切です。



調査への感謝

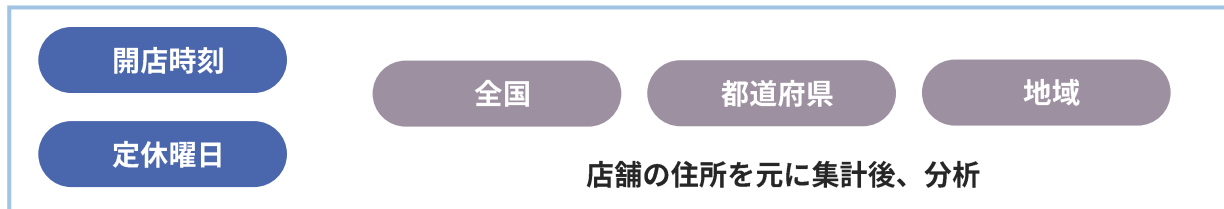
調査にご協力いただいた千葉県東葛飾エリアの美容室の皆様にご心より感謝申し上げます。デジタル化による業界の持続的発展と、お客様満足度向上の実現をこれからもお手伝いさせていただきます。

私たちの取り組み

日々、多忙な美容師様の為に少しでもお役に立てるよう、
業界の様々な調査を実施してお打合せ時に報告を行っております。

【現在の調査】

開店時刻・定休曜日のエリア別の関連性について



【過去の調査実績】

- ① コミュニケーションにおけるIT活用実態調査
- ② 美容室のInstagram活用状況調査
- ③ 美容室の理想のお会計像についての調査

今後、調査について「こんな情報が知りたい」等のご要望がございましたら、
是非、教えてください。

最後に

この度はお忙しい中
お時間いただき誠にありがとうございます。

ご一緒させていただく機会を賜りましたら、
たくさんの質問をさせてください。
そして多くの想いを訊かせてください。

私たちは、「美歴」にてサロン様とお客様をつなぐ架け橋になりたいと考えております。

ご検討の程、何卒よろしくお願い申し上げます。

●本件のお問い合わせ窓口について
美歴
北田 敬雄
根市 陸

TEL:03-5575-6601
kitada.takao@spiral-platform.co.jp
neichi.riku@spiral-platform.co.jp

改めてアンケートの
ご協力ありがとうございました

