

矢野経済研究所

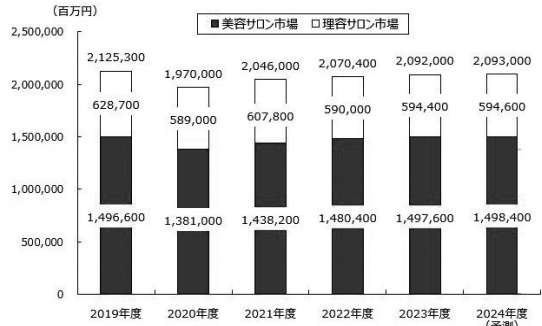
理美容サロン市場に関する調査を実施

矢野経済研究所は、2024年3～5月にかけて国内の理美容サロン市場を調査し、市場規模、都道府県別や施術別の動向、参入企業動向、将来展望を明らかにした。

2023年度の理美容サロン市場は、事業者売上高ベースで前年度比1・0%増の2兆920億円となった。コロナ禍からの回復が顕著となり、人々の消費マインドも拡大したが、様々な物品・サービスの価格や料金の上昇も続いており、低所得層や中間所得層の生活防衛意識は高く、支出に関するメリハリがつけられている。

そうした中、理美容サロン業界においても、2022年秋以降、多くの大手有力企業、理美容サロンが施術料金の引き上げに踏み切った。あらゆ

る物品・サービスの価格や料金が上昇していることもあり、消費者は施術料金値上げを受容する空



注1：事業者売上高ベース
注2：2024年度は予測値

●理美容サロン市場規模推移・予測

り、消費税率10%への移行時(2019年10月)以来の値上げとなったところが多かった。

理美容サロン各社の対応には相違があり、サロン業態の顧客ターゲットによって料金アップ率を調整したり、特定の施術メニューについては価格を据え置いたりと慎重な対応となった。それでも、2023年度は大手有力企業を中心として来店客数が増えている。新型コロナウイルス感染症上の位置づけが5類に移行し、行動制限が緩和されて外出の機会も増えたことで、身だしなみやおしゃれにかける支出は必要な費用としての優位性が上がったとも考えられる。

2024年度の理美容サロン市場を前年度比微増の2兆930億円、理容サロン市場を5946億円(前年度比横ばい)、美容サロン市場を1兆4984億円(同0・1%増)と見込む。

化粧品OEM市場に関する調査結果を発表

矢野経済研究所は、国内の化粧品受託製造市場を調査し、現況、参入企業の動向、将来展望を明らかにした。

2023年度の化粧品OEM市場(事業者売上高ベース)は前年度比4・2%増の3456億円となった。新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行したことを背景に、マスク着用

の機会が減少することで化粧品需要の回復が期待されている。

2023年度の化粧品OEM市場(事業者売上高ベース)は前年度比4・2%増の3456億円となった。新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行したことを背景に、マスク着用

記者の窓

百貨店を中心に展開している大手外資系ブランドのEC化率が4割を超えているとの話を聞いた。店頭優位とされてきたラグジュアリーブランドのEC化率が高まっている。

高額のため、店頭で自分の目で実際に見て試したいというニーズがある一方、買い場が少なく、気に入ったア

イテムをECで購入する傾向が若年層を中心に強まっているのだ。

限定品や限定色といったブランド施策の巧みもあるが、「ECで購買イベントの重要性が高

ECとリアルの共存性

入することためらいや抵抗感はなくなり、ファン度が高いラグジュアリー系ほど、購入リピートしやすいECでの購入が好まれてい

まっている。Z世代の集客に定評のあるECサイト「Qoo10」を運営するeBay Japanが7月に開催した初のリアルビュー

負を語った。(菅直近の2023年の化粧品

増の2兆930億円、理容サロン市場を5946億円(前年度比横ばい)、美容サロン市場を1兆4984億円(同0・1%増)と見込む。