

美容料金適正化アンケート 調査結果報告書

調査対象

東京都美容生活衛生同業組合組合員	3,782
------------------	-------

調査期間

アンケート調査：令和4年12月22日から1月31日着分まで
FAXおよび専用サイトにて回答

回収結果

FAX	64
サイト	85
郵送	8
合計	157

《基本情報》

創業年

美容室創業年について、調査を行った。結果、150サロンから回答があった。

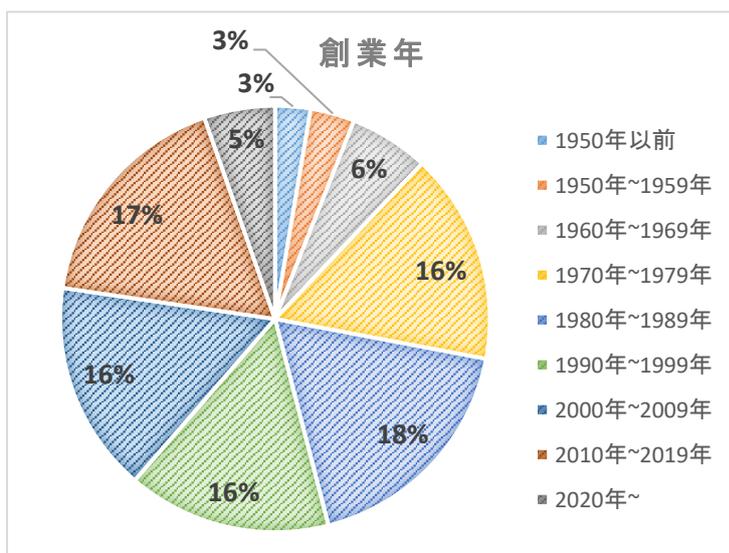
もっとも創業が古いサロンは1919年創業で、創業100年を超える。一方、もっとも新しく創業されたのは2022年創業（創業31年）のサロンであった。創業年数の中央値は、1992年創業という結果であった。

創業年の割合は、1970年~1979年、1980年~1989年、1990年~1999年、2000年~2009年、2010年~2019年がほぼ同程度の回答割合となり、創業年数で言えばバランスよく回答を得られていたということが読み取れる。

回答数	n= 150
-----	--------

中央値（創業年）	1992
創業が古い	1919
創業が新しい	2022

年齢	回答者数
1950年以前	4
1950年~1959年	5
1960年~1969年	9
1970年~1979年	24
1980年~1989年	27
1990年~1999年	23
2000年~2009年	24
2010年~2019年	26
2020年~	8

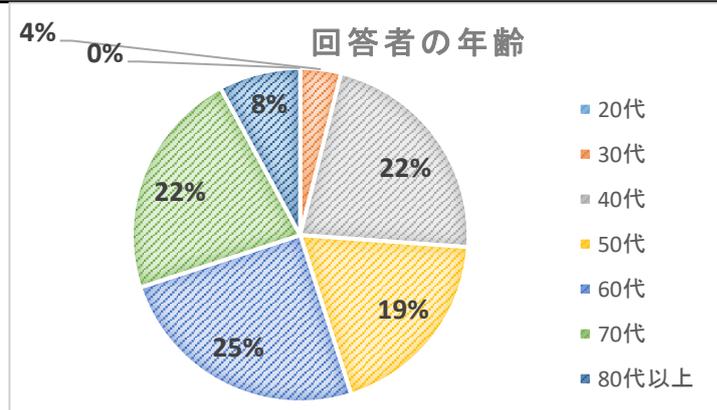


1.オーナーの年齢構成

各サロンにおけるオーナーの年齢構成について調査を行った。結果、153サロンから回答があった。年齢構成としては60代が最も多く38サロン（25%）が回答し、続いて40代と70代、50代の順で回答が得られている。一方で20代のオーナーからの回答は0件、30代のオーナー回答は6件（4%）と若年層のオーナーからの回答は少ないという結果であった。

回答数	n= 153
-----	--------

年齢	回答者数
20代	0
30代	6
40代	34
50代	29
60代	38
70代	34
80代以上	12



2. 従業員数

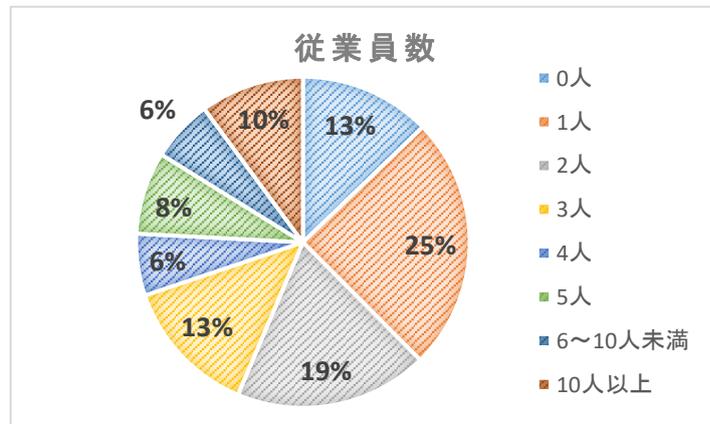
従業員数について、調査を行った。結果、149サロンから回答があり、もっとも従業員が多いサロンは40名の従業員がおり、最も従業員が少ないサロンは0名（オーナーのみ）という結果であった。従業員数の中央値は2人で、従業員数の割合で見ると、1人と回答したサロンが37サロンで最も多く、次に2人が28サロン、3人が20サロン、0人が19サロンと続いた。データを見ると、回答があったサロンのうちの、84%が5人以下の従業員のサロンであることがわかる。

全サロン（149サロン）の従業員の合計は、615名であった。従業員の正規雇用者・非正規雇用者の内訳をみると、正規雇用者が448名、非正規雇用者が139名で正規雇用者の方が多いという結果であった。

回答数	n= 149
-----	--------

中央値（全従業員数）	2
最高値	40
最低値	0
回答全従業員数合計	615

従業員数	件数
0人	19
1人	37
2人	28
3人	20
4人	9
5人	12
6～10人未満	9
10人以上	15



区分	合計人数
正規雇用	448
非正規雇用	139
区分未記入	28
合計	615

3. 資本金

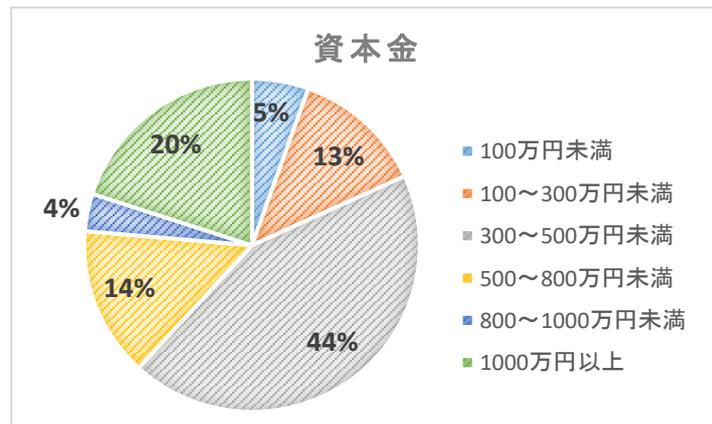
各サロンの資本金について調査を行った。結果、55サロンから回答があり、資本金の中央値は300万円であった。最高値は11サロンが回答した1000万円で、最安値は10万円であった。資本金の分布を見ると、300万円～500万円未満のサロンが最も多く回答の44%の24サロンから挙げられた。

回答数	n= 55
-----	-------

中央値	300	※各万円
最高値	1000	
最安値	10	

資本金分布

金額	件数
100万円未満	3
100～300万円未満	7
300～500万円未満	24
500～800万円未満	8
800～1000万円未満	2
1000万円以上	11



4. 平均客単価

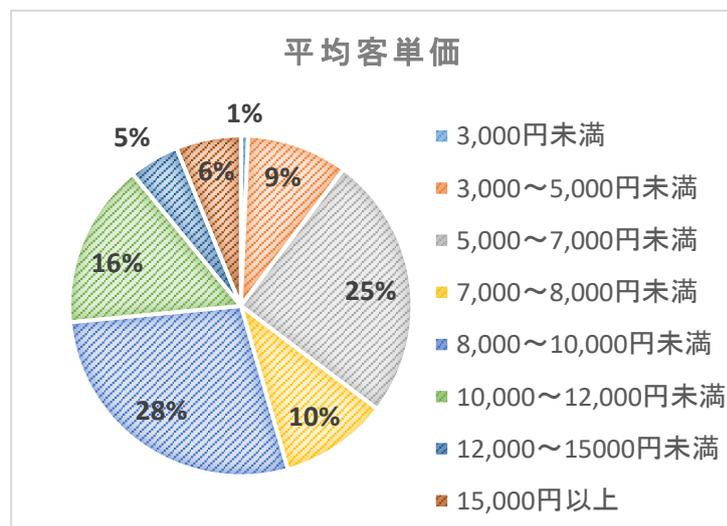
各サロンにおける平均客単価について調査を行った。結果、147サロンから回答があり、平均客単価の最高値は25000円、最安値は1600円、中央値は8000円であった。

平均客単価の分布をみると、8,000円～10,000円未満が最も多く41サロンで28%、続いて5,000円から7,000円未満が37サロンで25%、10,000円から12,000円未満が23サロンで16%と続いた。平均客単価が5000円を下回るサロンが回答全体の10%にあたる15サロンある一方で、10,000円を超えるサロンが39サロンで全体の27%に及んだ。

回答数	n= 147
-----	--------

最高値	25000
最安値	1600
中央値	8000

平均客単価	件数
3,000円未満	1
3,000～5,000円未満	14
5,000～7,000円未満	37
7,000～8,000円未満	15
8,000～10,000円未満	41
10,000～12,000円未満	23
12,000～15000円未満	7
15,000円以上	9

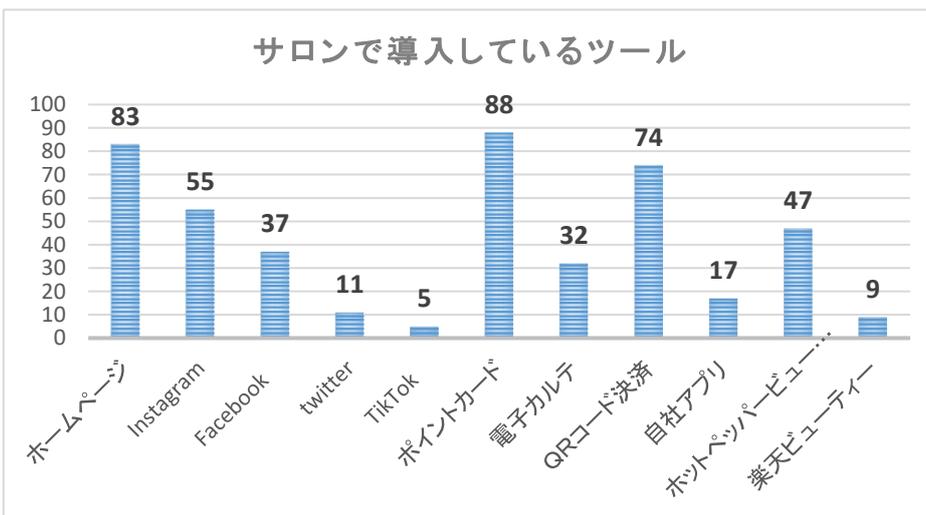


5.サロンで導入しているツール

各サロンで導入しているツールについて調査を行った。結果、136サロンから回答があり、最も多く導入されていたのは、「ポイントカード」で88サロンが回答し、全体の65%が導入をしていた。次に「ホームページ」が83サロンで61%、「QRコード決済」が74サロンで54%と続いた。一方で「Instagram」や「Facebook」などのSNSについては、すべて回答割合が50%を下回り、半数以上のサロンで導入されていないという結果であった。「ホットペッパービューティー」や「楽天ビューティ」等の予約サイトについては、「instagram」と同等の数値であったが、「ホットペッパービューティー」の方が利用率が高く、トップシェアの強さを感じる結果となった。

回答数 n= 136 ※複数回答可

導入しているツール	回答数	回答割合
ホームページ	83	61%
Instagram	55	40%
Facebook	37	27%
twitter	11	8%
TikTok	5	4%
ポイントカード	88	65%
電子カルテ	32	24%
QRコード決済	74	54%
自社アプリ	17	13%
ホットペッパービューティー	47	35%
楽天ビューティー	9	7%



6.提供しているメニュー

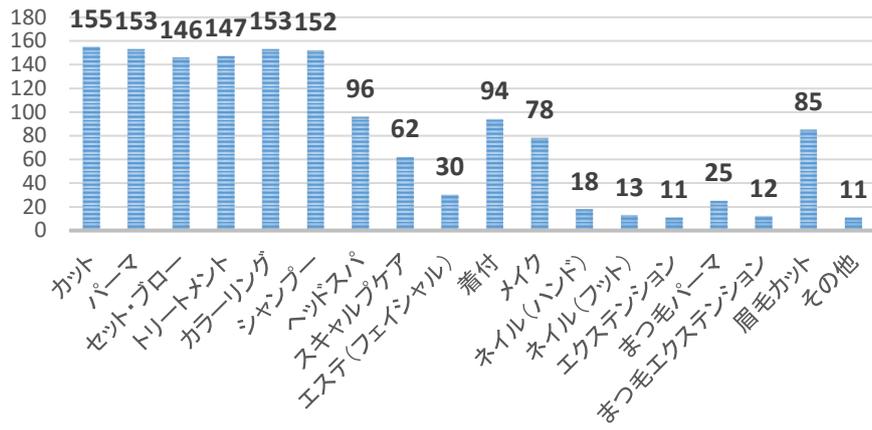
各サロンで提供しているメニューについて調査を行った。結果、155サロンから回答があり、最も多く提供されていたのは「カット」で、すべてのサロンが提供をしていた。その他は、「パーマ」、「セット・ブロー」、「トリートメント」、「カラーリング」、「シャンプー」が90%台で、これらの施術が基本として導入されているメニューとして読み取れる。それに続いて導入されているメニューは、「ヘッドスパ」、「着付」、「眉毛カット」、「メイク」の順でこれらは半数以上のサロンで導入されている。一方で「まつ毛エクステンション」や「ネイル」などの施術については、今回、回答があったサロンでの導入率は低いとの結果であった。

回答数 n= 155 ※複数回答可

導入しているメニュー	回答数	回答割合
カット	155	100%
パーマ	153	99%
セット・ブロー	146	94%
トリートメント	147	95%
カラーリング	153	99%
シャンプー	152	98%
ヘッドスパ	96	62%
スカルプケア	62	40%
エステ（フェイシャル）	30	19%
着付	94	61%
メイク	78	50%
ネイル（ハンド）	18	12%
ネイル（フット）	13	8%
エクステンション	11	7%
まつ毛パーマ	25	16%
まつ毛エクステンション	12	8%
眉毛カット	85	55%
その他	11	7%

その他の内容	回答数
縮毛矯正	2
記念写真の撮影（七五三・成人式など）	2
リペアストレート	1
耳つぼ	1
眉毛パーマ	1
ブライダル	1
シェービング	1
ホワイトニング	1
商品販売	1

導入している施術



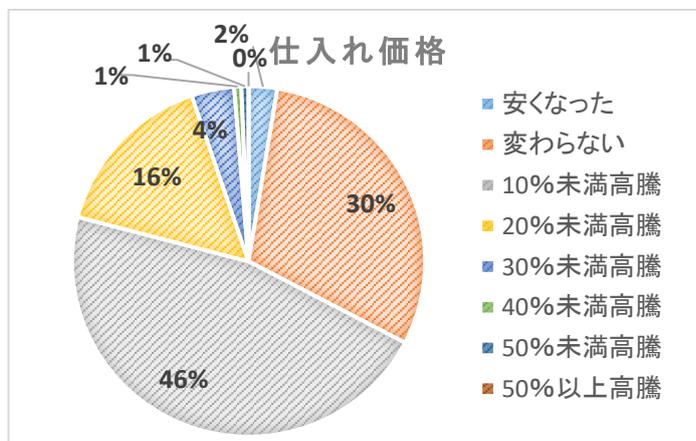
《令和4年（1月～12月）売上高・仕入れ価格等、店舗の現況》

7. 令和4年の仕入れ価格は前年と比較してどうか

各サロンにおける令和4年の仕入れ価格について調査を行った。結果、153サロンから回答があり、最も多かった回答は「10%未満高騰」で46%にあたる71サロンが回答した。次に多かったのは「変わらない」で、全体の30%にあたる46サロンが回答した。「変わらない」（46サロン30%）、「安くなった」（4サロン2%）と回答したサロンを除き、全体の68%にあたる103サロンが前年と比較して令和4年は仕入れ価格が高騰したという結果であった。

回答数	n= 153
-----	--------

仕入れ価格	件数
安くなった	4
変わらない	46
10%未満高騰	71
20%未満高騰	24
30%未満高騰	6
40%未満高騰	1
50%未満高騰	1
50%以上高騰	0



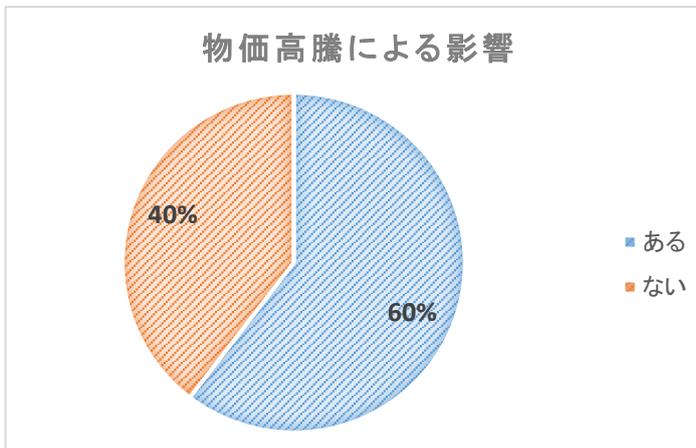
具体的に安くなった数値	回答数
20%弱	1
無回答	3

8. 物価高騰での売上への影響

各サロンへの物価高騰による影響について調査を行った。結果、154サロンから回答があり、「影響がある」と回答したサロンが93サロン（60%）で、「影響がない」と回答した61サロン（40%）を上回った。半数強のサロンが物価高騰による売上への影響を感じているということになる。

回答数	n= 154
-----	--------

物価高騰による影響	回答数
ある	93
ない	61
わからない	0



《料金適正化について》

9. 美容料金の値上げが必要だと思うか

美容料金の値上げが必要かどうかについて調査を行った。結果、148サロンから回答があり、「不要」が8サロン（5%）で、147サロン（計95%）が「必要」または「必要だと思うができない」と回答した。

値上げが必要な理由としては、「原材料の高騰」が75サロン（69%）で最も多く、次いで、「人件費アップ」が69サロン（64%）、「美容師の地位向上」が同数で68サロン（63%）が回答した。一方、値上げが必要だと思うができない理由を確認したところ、35サロンから回答があり、大まかに分類したところ、失客面・集客面・来店頻度に対する懸念が16サロンで、最も多く挙げられた。

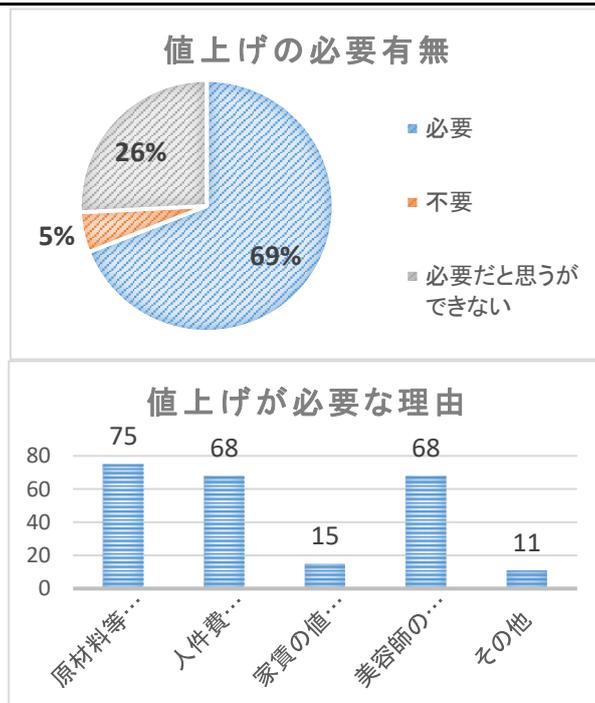
回答数	n= 155
-----	--------

値上げの必要有無	件数
必要	107
不要	8
必要だと思うができない	40

値上げが必要な場合の理由（複数回答可）

回答数	n= 107
-----	--------

値上げが必要な理由	件数	割合
原材料等の高騰	75	70%
人件費アップ	68	64%
家賃の値上がり	15	14%
美容師の地位向上	68	64%
その他	11	10%



その他の値上げが必要な理由	回答数
水道光熱費の値上がり	7
新型コロナウイルスによる影響	1
カード決済の手数料の値上がり	1
生活用品の値上がり	1
新しい技術の導入のため	1

必要だとは思えない場合の理由

回答数	n= 35
-----	-------

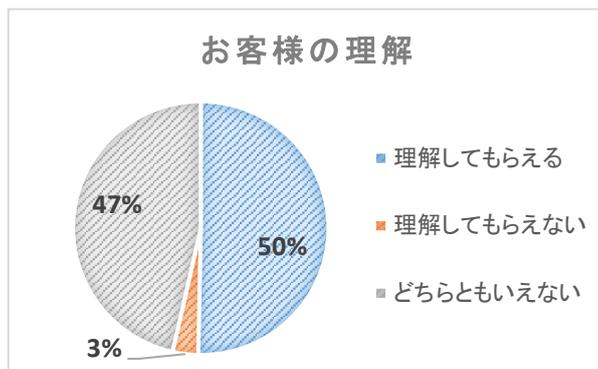
値上げが必要だと思うができない理由	回答数
失客・集客面・来店頻度等に対する懸念	16
お客様が年金生活者等のため	7
単価が安い店舗との競争に対する懸念	4
社会情勢的に難しい	2
新型コロナウイルスなどの影響で売り上げが減少しているため	2
値上げしたことがない	1
その他	3

10.値上げについて、お客様の理解は得られると思うか

各サロンに値上げについてお客様の理解が得られるかどうかの調査を行った。結果、155サロンから回答があり、「理解してもらえる」と回答したサロンが78サロンで50%、「どちらともいえない」が72サロンで47%、「理解してもらえない」が5サロンで3%との結果であった。また、「理解してもらえる」と回答したサロンを対象に、お客様に許容される値上げの範囲を調査したところ、75サロンから回答があり、「10%以内」との回答が62サロンで全体の83%を占めた。

回答数	n= 155
-----	--------

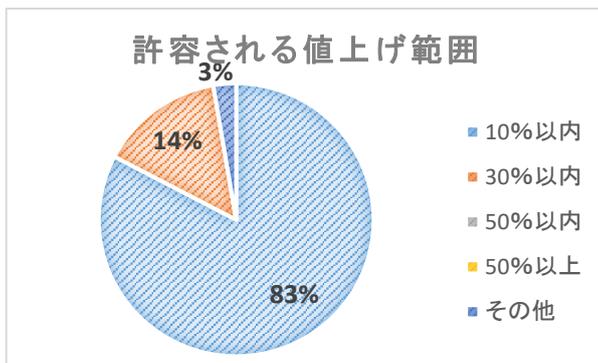
値上げについて	回答数
理解してもらえる	78
理解してもらえない	5
どちらともいえない	72



理解してもらえると回答した場合、お客様に許容される値上げの範囲

回答数	n= 75
-----	-------

許容される値上げ範囲	件数
10%以内	62
30%以内	11
50%以内	0
50%以上	0
その他	2



その他の値上げ範囲	回答数
5%以内	1
材料費として100円	1

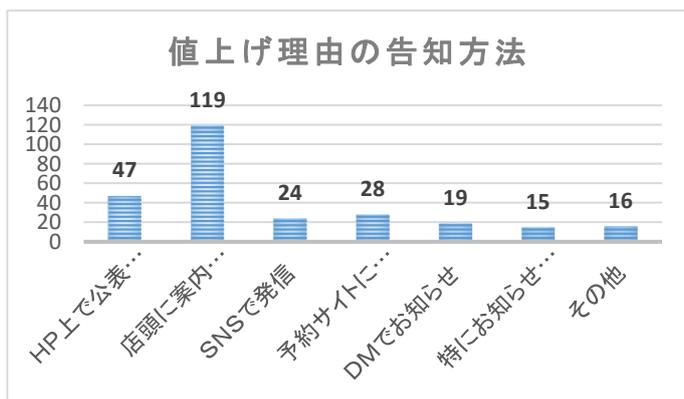
11.値上げ理由の告知はどのようにして実施するか

各サロンに値上げ理由の告知方法についての調査を行った。結果、151サロンから回答があり、最も多く告知方法として考えられていたのは、「店頭以案内を提示」で、回答全体の79%にあたる119サロンが回答した。次が「HP上で公表する」で、31%にあたる47サロンが回答した。

回答数	n= 151	※複数回答可
-----	--------	--------

値上げ理由の告知方法	回答数	回答割合
HP上で公表する	47	31%
店頭以案内を提示	119	79%
SNSで発信	24	16%
予約サイトに掲載	28	19%
DMでお知らせ	19	13%
特にお知らせしない	15	10%
その他	16	11%

その他の内容	回答数
事前もしくは来店時に口頭でお知らせ	13
TV・メディア等による宣伝	2
まだ値上げしていない	1

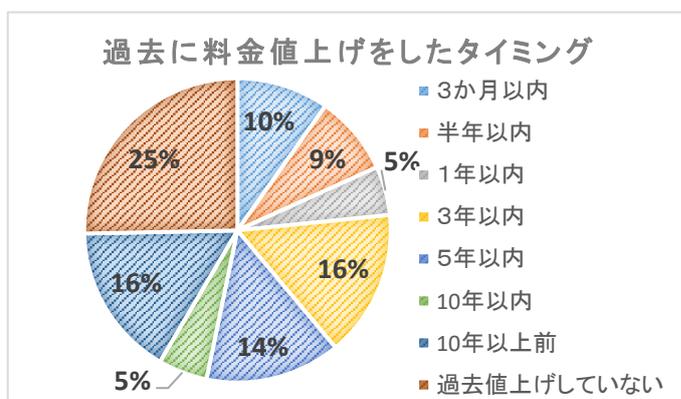


12. 過去、料金値上げを行った時期について

各サロンにおいて料金値上げを行った時期について調査を行った。結果、154サロンから回答があり、最も多かった回答は過去値上げしていないで全体の25%にあたる39サロンが回答した。続いて10年以上前が25サロン（16%）、3年以内が24サロン（16%）であった。

回答数	n= 154
-----	--------

値上げの時期	件数
3か月以内	15
半年以内	13
1年以内	8
3年以内	24
5年以内	22
10年以内	8
10年以上前	25
過去値上げしていない	39

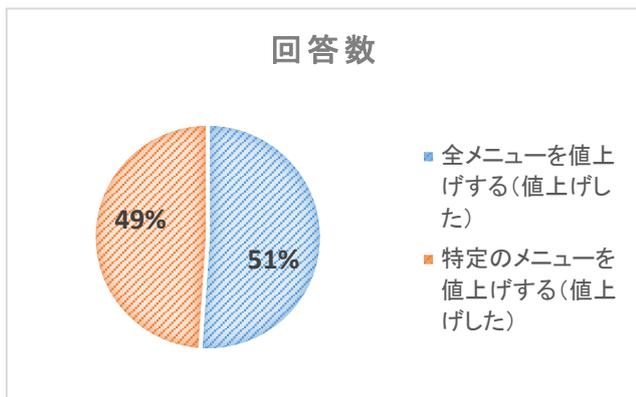


13.値上げする場合（した場合）、する（した）のは全メニューか、特定のメニューか

各サロンに対し、値上げする（値上げした）場合、全メニューを値上げするか、それとも特定のメニューを値上げするのかの調査を行った。結果、139サロンから回答があり、全メニューと回答したのが71サロン（51%）で、特定のメニューを値上げするサロンの68サロン（49%）を上回った。また、特定のメニューを値上げする、と回答したサロンを対象に、具体的に値上げしたいメニューを順位付けさせたところ、63サロンから回答があり、最も値上げしたいと回答した方が多かったメニューはカットで、その後はカラーリング、パーマと続いた。

回答数 n= 139 ※複数回答可

値上げについて	回答数
全メニューを値上げする（値上げした）	71
特定のメニューを値上げする（値上げした）	68



特定のメニューを値上げする（した）と回答の場合、具体的なメニュー名を値上げしたい順番に回答

回答数 n= 63

値上げしたいメニュー	1位	2位	3位	4位	5位
カット	35	6	6	0	0
パーマ	10	17	8	2	1
セット・ブロー	1	2	1	5	0
トリートメント	0	3	4	9	2
カラーリング	15	24	10	0	1
シャンプー	0	0	5	6	2
ヘッドスパ	0	2	3	0	3
スカルプケア	0	0	1	0	0
エステ（フェイシャル）	0	1	0	0	0
着付	0	0	5	1	3
メイク	0	0	0	2	0
ネイル（ハンド）	0	0	1	1	0
ネイル（フット）	0	0	0	0	1
エクステンション	0	0	0	0	0
まつ毛パーマ	0	0	0	0	0
まつ毛エクステンション	0	0	0	0	0

眉毛カット	0	0	0	0	0
その他	2	1	0	1	0
無回答	0	7	19	36	50

※1位を5点、2位を4点、3位を3点、4位を2点、5位を1点とした場合の各施術の得点

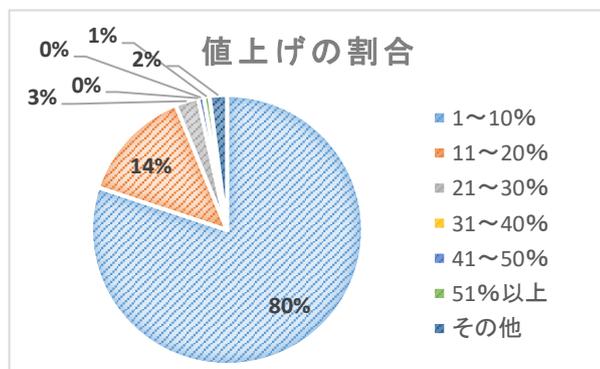
値上げしたいメニュー	得点
カット	217
パーマ	147
セット・ブロー	26
トリートメント	44
カラーリング	202
シャンプー	29
ヘッドスパ	20
スカルプケア	3
エステ（フェイシャル）	4
着付	20
メイク	4
ネイル（ハンド）	5
ネイル（フット）	1
エクステンション	0
まつ毛パーマ	0
まつ毛エクステンション	0
眉毛カット	0

14.料金を値上げする場合、現状の料金からどの程度値上げしたいか

各サロンに対し、値上げする場合、現状の料金からどの程度値上げしたいかの調査を行った。結果、146サロンから回答があり、もっとも多く、多くのサロンが値上げの希望としてあげたのが、1%～10%の間の値上げで、全体の約80%にあたる117サロンが回答した。

回答数 n= 146 ※複数回答可

値上げの割合	件数
1～10%	117
11～20%	20
21～30%	4
31～40%	0
41～50%	1
51%以上	1
その他	3



※51%以上の回答は、「無料サービスのアイブロウを有料にしたい」との回答であった。

※その他は0円と100円が挙げられた。

15.各施術について、現在の適正価格はいくらが妥当だと考えるか

各サロンに対し、カット、カラー、パーマ、シャンプー、トリートメント、その他の施術について、適正価格の調査を行った。回答は150サロンからあり、各施術の適正価格については下表の通りであり、中央値でみるとカットは5000円、カラーは7000円、パーマは9000円、シャンプーは1500円、トリートメントは3500円という結果であった。

カット料金の回答の中に、シャンプー料金も含んでいる可能性があるため、一概には言えないものの、シャンプー+カットで6500円というのが、適正価格として考えられている中央値である。

総回答数 n= 150

各施術の適正価格について	回答数	中央値	最安値	最高値
カット	150	5,000円	2,000円	10,000円
カラー	150	7,000円	3,000円	15,000円
パーマ	147	9,000円	3,000円	20,000円
シャンプー	144	1,500円	1,000円	5,000円
トリートメント	140	3,500円	800円	10,000円

※すべて5万円（webでの入力の上限值）と回答したサロンが一つあったため、該当値は異常値として除く。

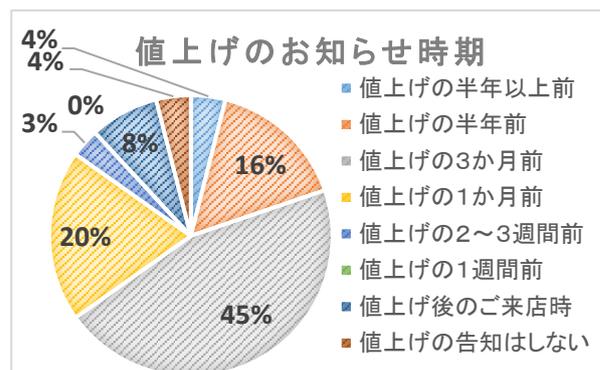
その他の施術について	回答数	中央値	最安値	最高値
ストレート	1	18,680円	18,680円	18,680円
ヘッドスパ	1	3,200円	3,200円	3,200円

16. 値上げをお知らせするタイミングはいつ頃が良いと考えるか

各サロンにおいて料金値上げをお客様にお知らせするタイミングはいつ頃が良いと考えるかの調査を行った。結果、152サロンから回答があり、もっとも多かった回答は、値上げの3ヶ月前との回答で、全体の半数に近い68サロン（45%）が回答した。続いて、値上げの1ヶ月前が30サロン(20%)、値上げの半年前が24サロン（16%）と続いた。値上げをする場合、半年から3ヶ月前、遅くとも1ヶ月前には告知をした方が良いと考えているサロンが多いことが読み取れる。

回答数 n= 152

お知らせ時期	件数
値上げの半年以上前	6
値上げの半年前	24
値上げの3か月前	69
値上げの1か月前	30
値上げの2～3週間前	5
値上げの1週間前	0
値上げ後のご来店時	12
値上げの告知はしない	6

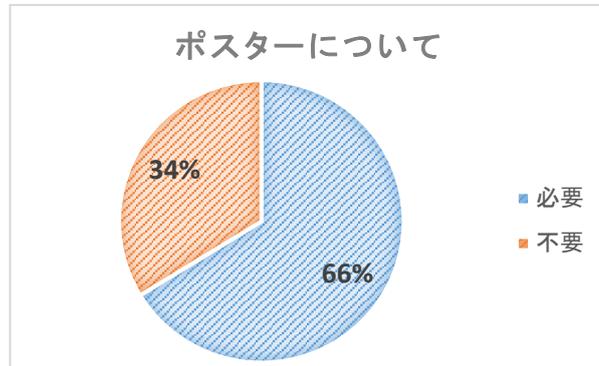


17.価格改定等をお知らせするポスターの必要有無について

価格改定等をお知らせするポスターの必要有無について、調査を行った。結果、154サロンから回答があり、うち必要が102サロン、不要が52サロンで、必要が不要を上回った。

回答数	n= 154
-----	--------

ポスターについて	回答数
必要	102
不要	52



18.その他、ご意見、ご要望など

各サロンに、その他の意見・要望を募った。結果、27サロンから回答があり、主な具体的な意見等は以下のとおりである。

自由意見

リーダーシップの発揮を期待します。いい企画です。

3社のディーラーと取引しているが、そのうちの1社の2メーカーが12月に値上げした。その他のディーラーやメーカーも値上げは避けられないはずで、材料費の値上げは美容料金の値上げに直結する。人件費他、消耗品はすべてが値上げしている現状から、どのタイミングで値上げを実施するか。2023年3月には実施したい。

コロナでスタッフ辞めてしまいました。今一人でやっているの、予約制にしています。売上はどうしても決まってしまうため、なかなか難しい心境です。

安いチェーン店の出店が多いがそれを止められないのだろうか。客単価が低いと美容師が疲弊し接客の質にも影響している。日本では技術に敬意を払わない印象がある。国家資格なのに低賃金になるのはどうなのだろうか。

とにかく全体での値上げの取組をしてもらいたい。都道府県ごとの最低料金などを定めた方が安心して営業ができるのでは。極端な安売りをなくしていただきたい。

アンケートの予約経路について、もっと選択肢やその他をつけた方が良い。シャンプーの適正価格がシャンプー＆ブローなのか、カットと組み合わせる時のシャンプーのみの金額なのか不明だった。

賃上げや増税があるたびに、企業も継続する為には値上げは必要。もしその状況に美容適正化として美容師の地位向上が対応して行けなければ今後、夢を持つ若者も未来もないと思う。

長年価格変更なしでやっているが、お客様も高齢になり、現時勢では生活が苦しい。そのため、値上げすると来店してくれない可能性があり、やむなく値上げせずにやっている。

使っている商材、家賃、人件費、地域などにより適正の価格というものが見えないのではないか。上記の区分けされたもので皆様がお考えの適正料金を教えてもらいたい。また、美容室の適正な料金などメディアなど踏まえて告知してほしい。その料金にプラスαでサービスなどを加えた料金がサロンごとに決められるのではないか。

コロナ禍で売り上げが減少し、感染者数は横ばい。衛生管理の為に備品に経費がかかってしまう。リモート出社の浸透や、旅行等の外出の機会が減り、オシャレする機会が減ってしまっている。値上げざるをえない。

昨年8月にカット料金を5%値上げしたところ、高齢者が1000円カットにいらなくなった。

サービス業は、昭和は1分100円と言われていたが、令和は1分150円と考えてアップデートするのが適正ではないか。

値上げをしたくても出来ない状況で、美容師の賃金も上げられない。また、昔のように意欲的に働く若手がない。

最も必要なのは（技術は前提として）、信頼される正しい情報であると思う。

食品・ガスの費用が上昇している中、年に何度か補助金、協力がほしい。

2年前に値上げた為、値上げはしづらいが、他業種並の給与を支給し、品質を維持するためには致し方ないかなと考えている。皆一斉に値上げするような動きがメディアで報道されれば、お客様も理解しやすいのではないか。

値上げが多い為、お客様には理解してもらえと思う。ポスター等バックアップしてもらいたい。

顧客サービスのつもりでキッズカットを安く提供(2000円)しているが、本来、顧客の方のお子様向けのつもりがインターネットに掲載したところお子様だけのご来店が増えてしまい、ありがたい反面、高単価のお客様の予約枠を圧迫してしまい客単価が大きく落ちてしまった。メニュー料金に極端に差をつけると言い方は悪いが招かざる客を増やしてしまい大変ということを学んだ。

美容師の地位向上であれば、現役の方の教養向上が先の気がする。これからの美容師は大学を卒業し、経営なども勉強して社会に出たらよいと思う。もっと10,20,30代の美容師さんの意見を知りたい。いろんな意見を聞いて欲しい。パワハラ等のコンプライアンスのガイドラインをしっかりと作って欲しい。

料金設定は各店で。組合の力は大きいと思うので、ポスターがあると値上げしやすい。

会計時にお知らせのお手紙でお伝えするなどお客様の気持ちに対して、ソフトに丁寧に伝える必要がある。

色々なものが機械化されるこの頃、美容師の施術効率は昭和以前とあまり変化せず、カラー等はそれ以上に複雑になっている。最低賃金の上昇に合わせて、スタッフの給料を上げようにも、利益が出ないため、経営が難しくなっている。もっと美容師の価値を向上させたい。

国家試験のフィンガーウェーブを無くし、もっと実務を教えてあげればお店側も給料を高く設定してあげやすいと思う。美容学校に2年も通ってるのにになにもできない状態で就職になるため、当店も含めていまだに最低賃金しか払えないところが多い。国試のウィッグやいろんな利権があるからやっているだけにしか見えない。本当に必要か疑問。本当に美容業の将来を考えているか。現場を考えているか。自分達の利権利益が優先ではないか？ 組合に加入させてもらって保険はありがたいが、その他はあまり感じないのが素直な意見である。

格安カット、カラ-専門店が多すぎる。美容師法と現実の矛盾を正してほしい。

近年、賃上げが話題となり、美容業界も昔のような徒弟制度では夢を持ってない。技術のみでは高額は望めない。販促で技術の3倍程度の売上が上がれば、良い人材の確保につながり、美容師の将来が明るくなると思う。美容師はやはり高収入でなければだめだと考え、10年前から実行している。実際、技術のみでは儲からないと実感している。

お客様はパーマにカットとブローも含まれると思っており、今更分けられないため、パーマ料金を1000円～2000円値上げした。

最低料金を設定してほしい。また、美容業界保障を強く望む。例えば、衣装屋と写真館のタイアップで美容師抜きの最近の状態は考えさせられるものがある。

自サロンは40年近く近隣でお世話になった。これからは奉仕させていただく考えでいる。

「医療と理容と美容は値上げが必要だ」と政治家に発言してもらってほしい。

古いお客様の為、今更値上げは出来ない。