

美容クリニック・エステサロン消費者動向調査レポート(2025)

株式会社RiLiSh

調査概要

本調査は、美容クリニックおよびエステサロンに関する消費者の利用実態や意識を明らかにすることを目的として実施しました。回答者には肌質や肌悩み、支出状況、過去に受けた施術内容、サロン・クリニック選びの重視点、来店頻度、情報収集経路など、多角的な観点から質問を行いました。

1. 利用実態の把握

肌質や抱えている肌悩み、過去 12か月に受けた施術内容、月間支出額を明らかにし、日常生活においてどのように美容サービスを取り入れているかを確認。

2. 施設選択の要因特定

サロン・クリニックを選ぶ際に重視されるポイント(価格、立地、施術効果、口コミ、清潔感など)を把握し、意思決定プロセスを明確化。

3. 来店頻度と情報収集行動の把握

どの程度の頻度で来店しているのか、またホットペッパービューティーや SNS、口コミなど、主にどの情報源を利用しているのかを確認。

4. 満足度と不満点の分析

施術を受けて満足した点や「後悔・不満」に感じた経験を通じて、消費者の評価軸を明らかにし、サービス改善に向けた示唆を抽出。

5. 今後の利用意向と市場動向

継続利用のスタイルやその理由を明らかにすることで、リピート要因・離脱要因を整理し、今後の美容クリニック・エステサロン市場の動向を展望。

調査方法

1. **調査手法**

インターネットアンケート調査(利用ツール: [ユニーリサーチ](#))

2. **調査対象**

関東地方又は近畿地方在住の美容クリニック・エステサロン利用経験者(女性に限る)

3. **調査期間**

2025年8月

4. **回答数**

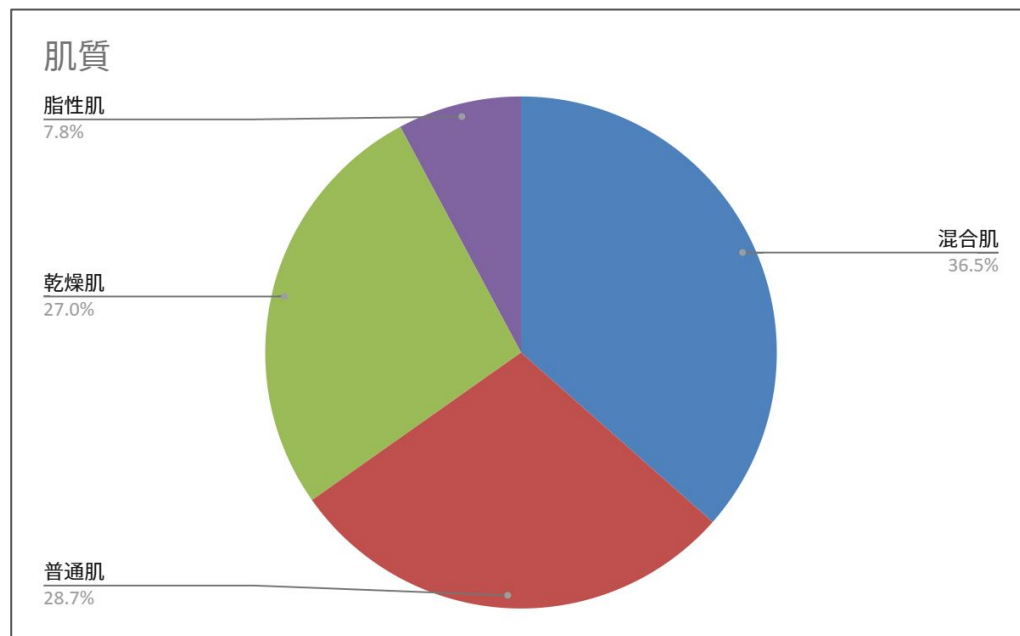
有効回答100件

エグゼクティブサマリ

1. **肌悩みは複数同時に抱える傾向が主流**
毛穴・シミ・乾燥・小じわなど、多岐にわたる悩みを組み合わせで意識する層が大多数。
2. **施術経験はベーシックケア中心**
フェイシャルマッサージや毛穴洗浄が広く浸透しつつ、美容医療寄りの施術も拡大。
3. **支出は月 1～2万円未満がボリューム層**
無理のない価格帯で定期的に通う消費者が多く、美容支出が生活習慣に組み込まれている。
4. **施設選びは「価格・立地・清潔感・勧誘なし」が鍵**
費用の明確さや安心感を重視し、口コミや SNSでの評価が意思決定に直結。
5. **来店頻度は「月 1回」または「2～3か月に1回」**
一定周期で継続利用する傾向が強く、美容サービスは習慣化しつつある。
6. **不満は「効果の実感不足」と「料金の高さ」**
しつこい勧誘や予約の取りづらさも課題として挙げられ、改善余地が存在。
7. **リピート意向を支えるのは「信頼できるスタッフ」**
担当者への信頼感とアクセスの利便性が、顧客ロイヤルティの形成に直結。
8. **美容サービスはライフスタイルの一部に進化**
単なる施術の場ではなく、安心・透明性と多様なニーズ対応が競争力の源泉となる。

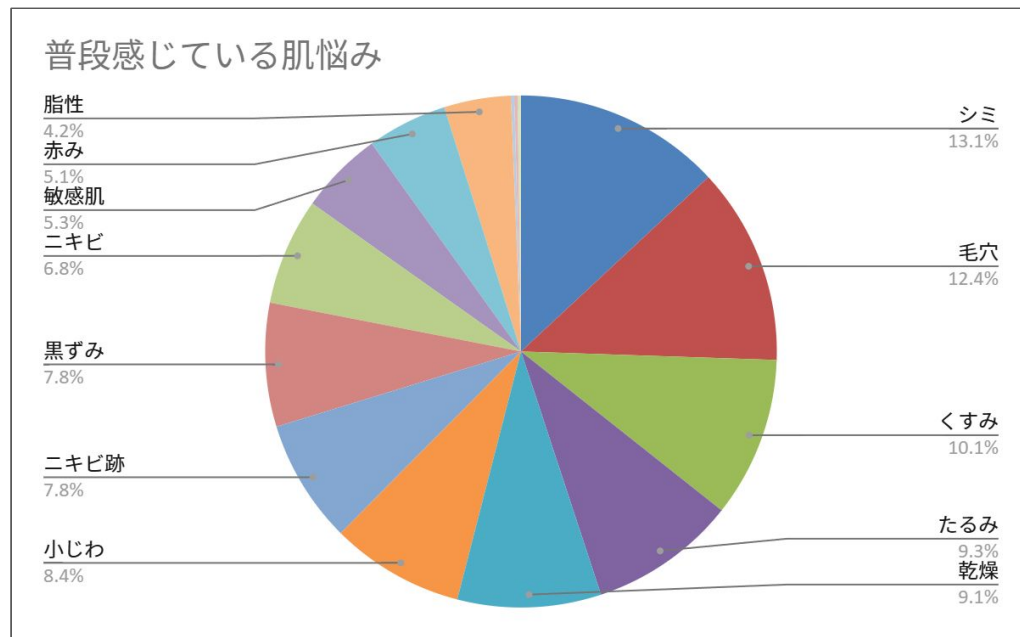
肌質 – 混合肌と普通肌が中心

- 混合肌と普通肌が多数を占め、消費者の肌質は多様に分布している。
- 肌質の違いが、求める施術やケア内容のニーズを分ける要因となっている。



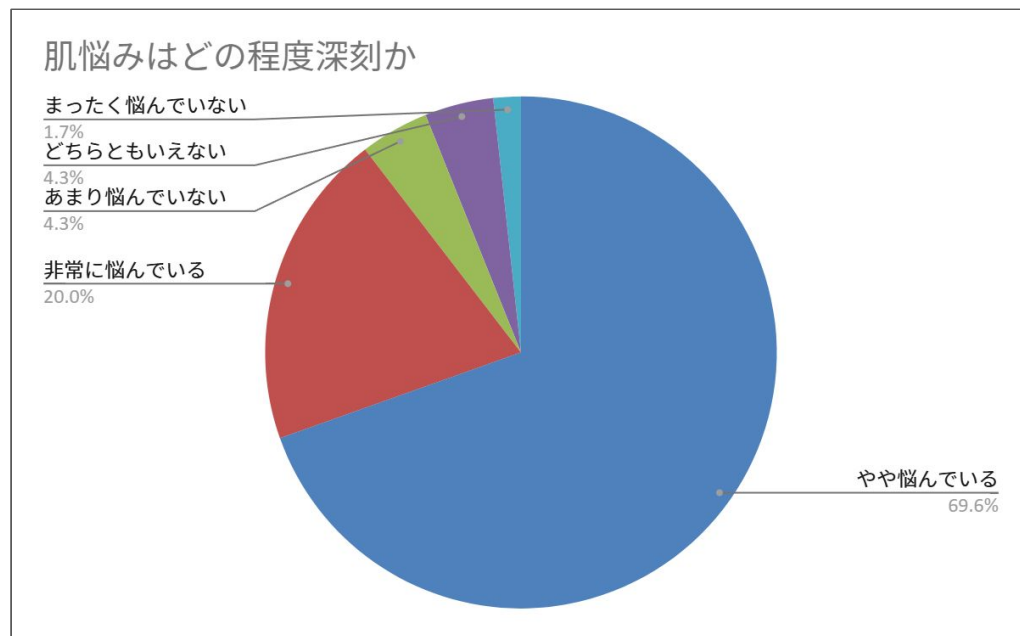
普段感じている肌悩み – 毛穴・シミ・乾燥が上位

- 毛穴・シミ・乾燥・小じわといった複数の悩みを同時に抱える傾向が強い。
- 悩みの複合化は総合的な施術ニーズを生み、市場拡大の背景となっている。



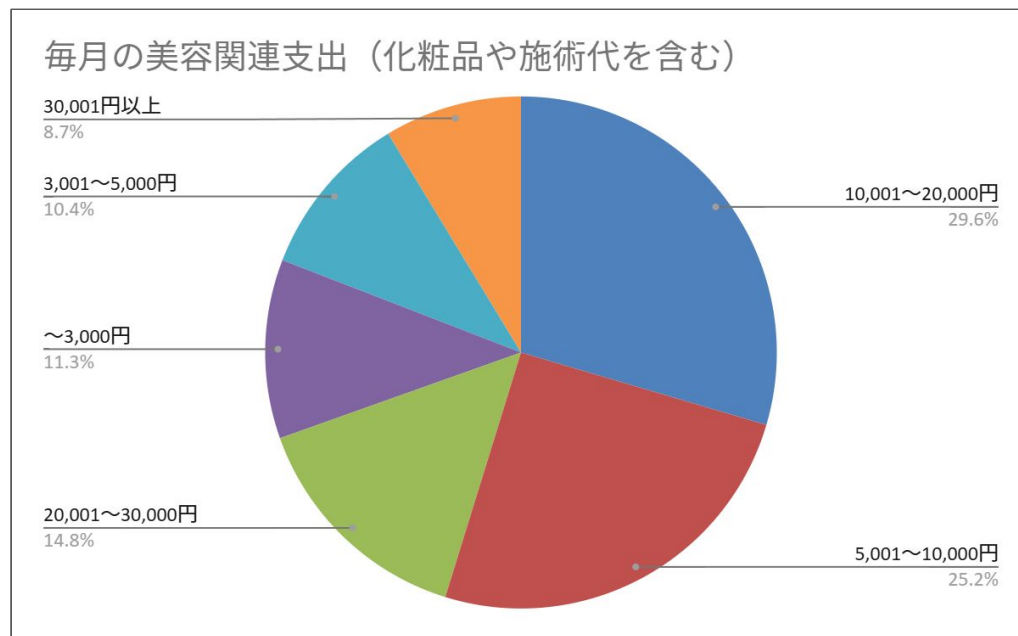
肌悩みはどの程度深刻か – 多くが「やや悩んでいる」と回答

- 多くの消費者が「やや悩んでいる」と回答し、強い切迫感よりも改善意欲が特徴。
- 深刻度の幅はサービス提供におけるアプローチの多様性を示している。



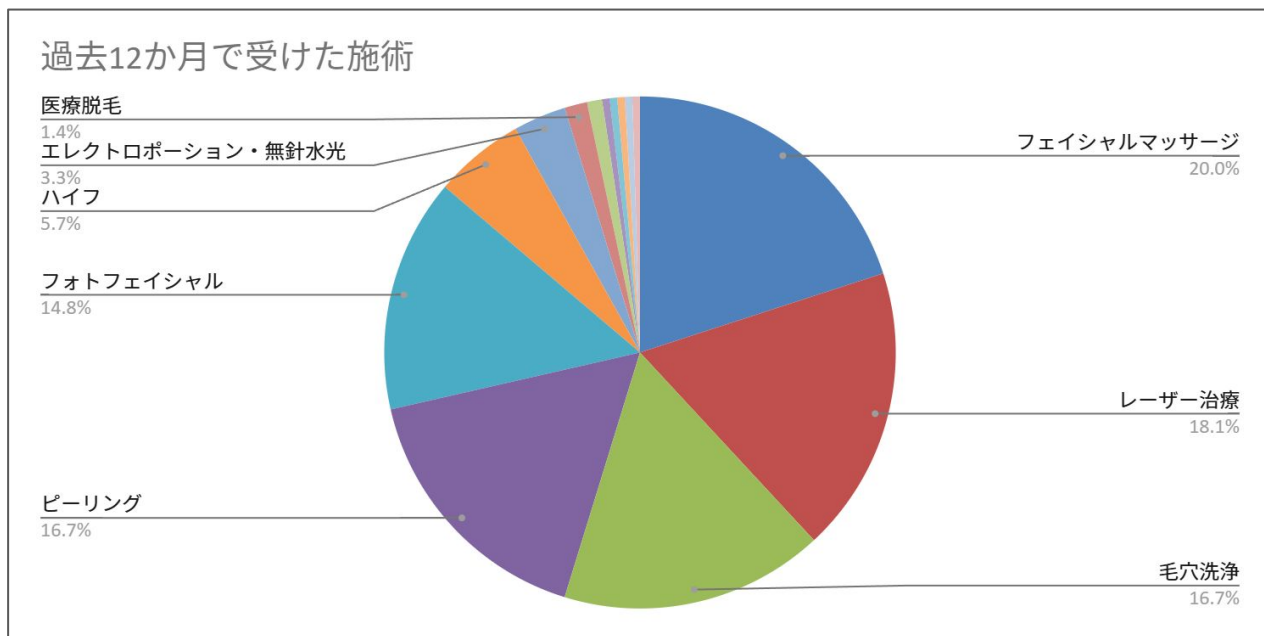
毎月の美容関連支出（化粧品や施術代を含む）－ 月1～2万円未満が最多層

- 月1～2万円未満の支出層が厚く、無理なく継続可能な価格帯が中心。
- 支出は美容サービスの生活習慣化を裏付ける指標となっている。



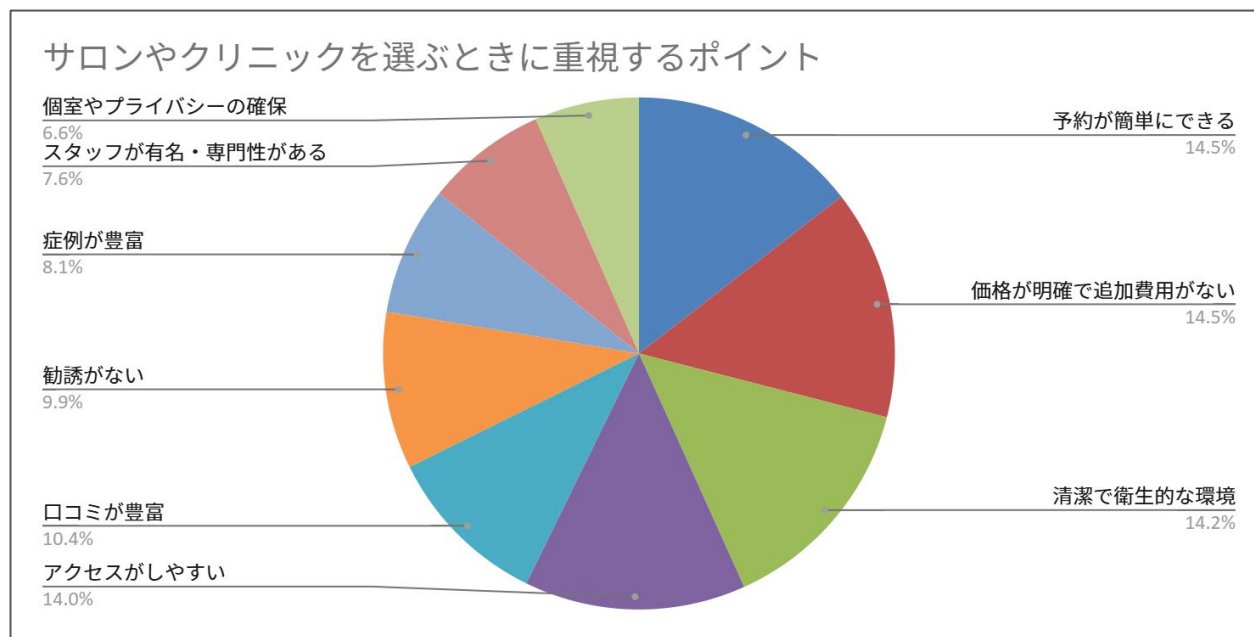
過去12か月で受けた施術 – フェイシャルマッサージと毛穴洗浄が主流

- フェイシャルマッサージや毛穴洗浄が主流で、基礎ケアが広く浸透している。
- 一方でハイフやフォトフェイシャルなど、美容医療寄りの施術も拡大傾向にある。



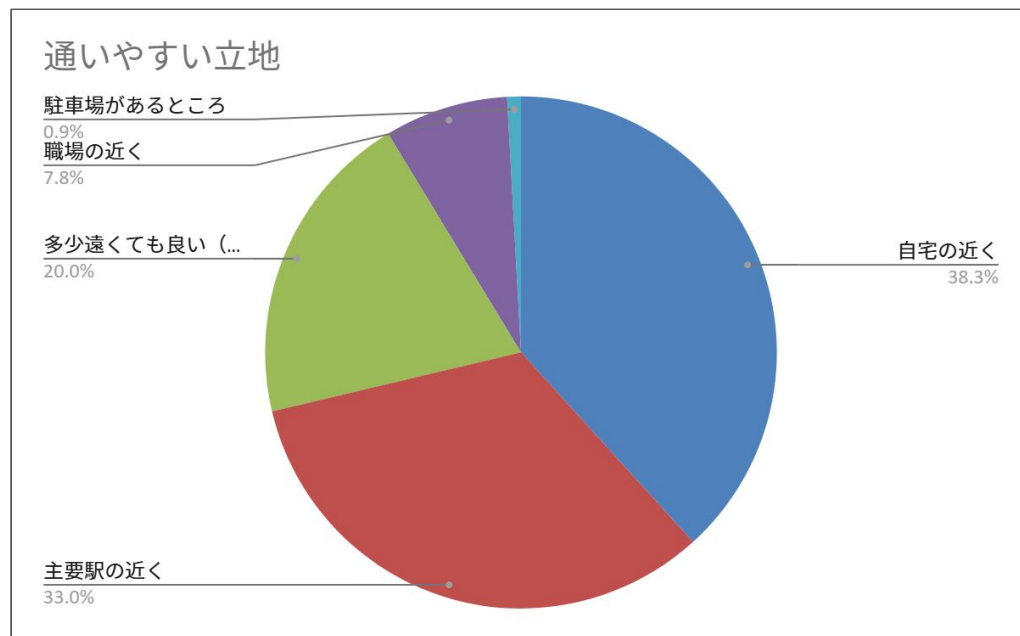
サロンやクリニックを選ぶときに重視するポイント 価格・立地・清潔感・勧誘なしが重要

- 「価格の明確さ」「立地の利便性」「清潔感」「勧誘の有無」が主要因。
- 安心感と透明性が利用者の意思決定を大きく左右している。



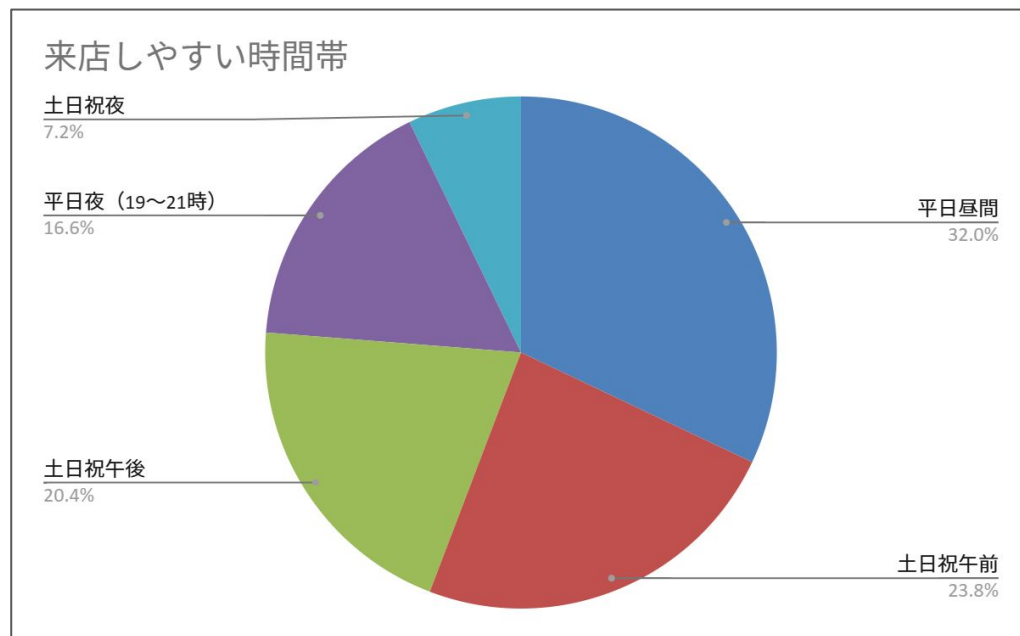
通しやすい立地 – 自宅近くと主要駅が多数

- 「自宅近く」と「主要駅の近く」が圧倒的多数を占めている。
- 利便性の高さが通いやすさと継続率を左右する最大の要素。



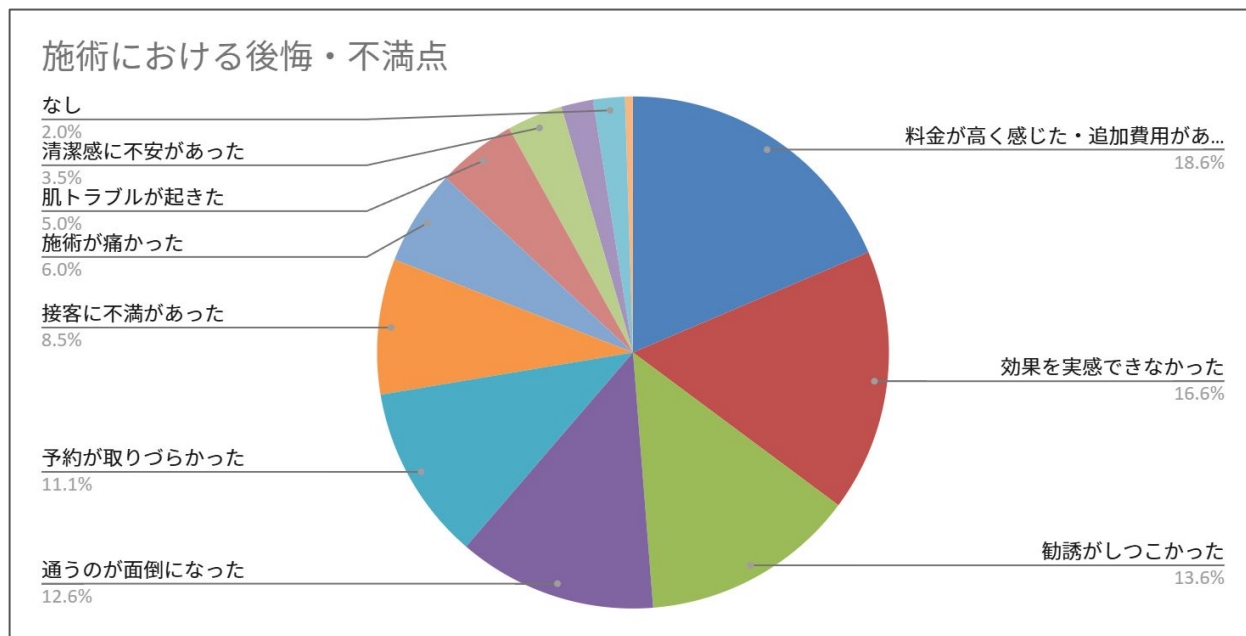
来店しやすい時間帯 – 平日昼間と土日午後・夜が人気

- 平日昼間と土日午後・夜の利用意向が高く、ライフスタイルに合わせた多様性が見られる。
- 時間帯別の需要把握は予約枠設計や運営戦略に直結する。



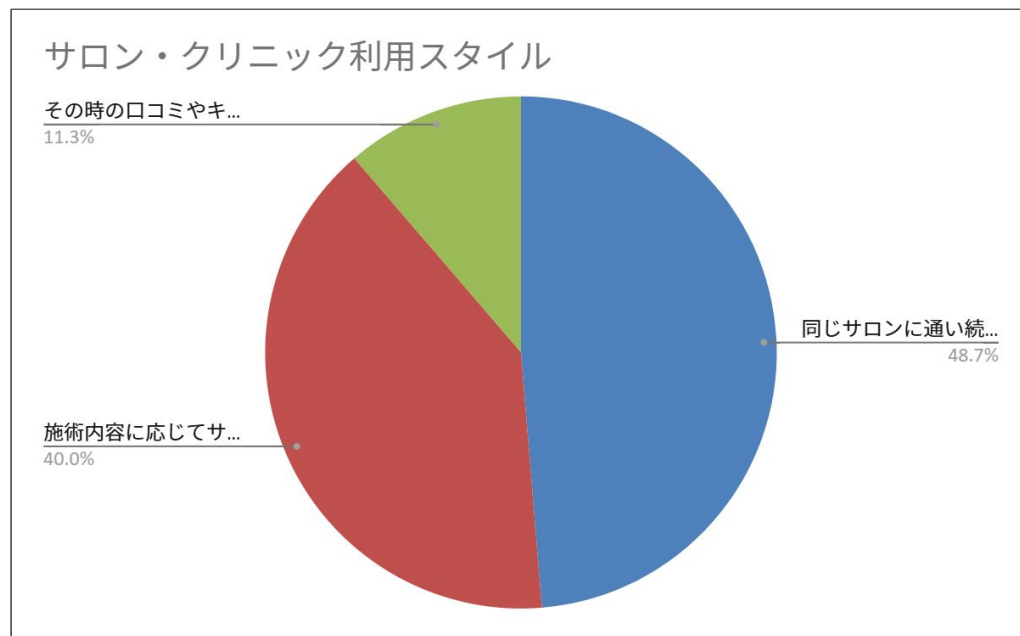
施術における後悔・不満点 – 効果不足・料金の高さ・勧誘が不満

- 「効果を実感できなかった」「料金が高く感じた」「勧誘がしつこかった」が主要不満。
- ネガティブ体験はリピート意向を阻害する要因であり改善余地が大きい。



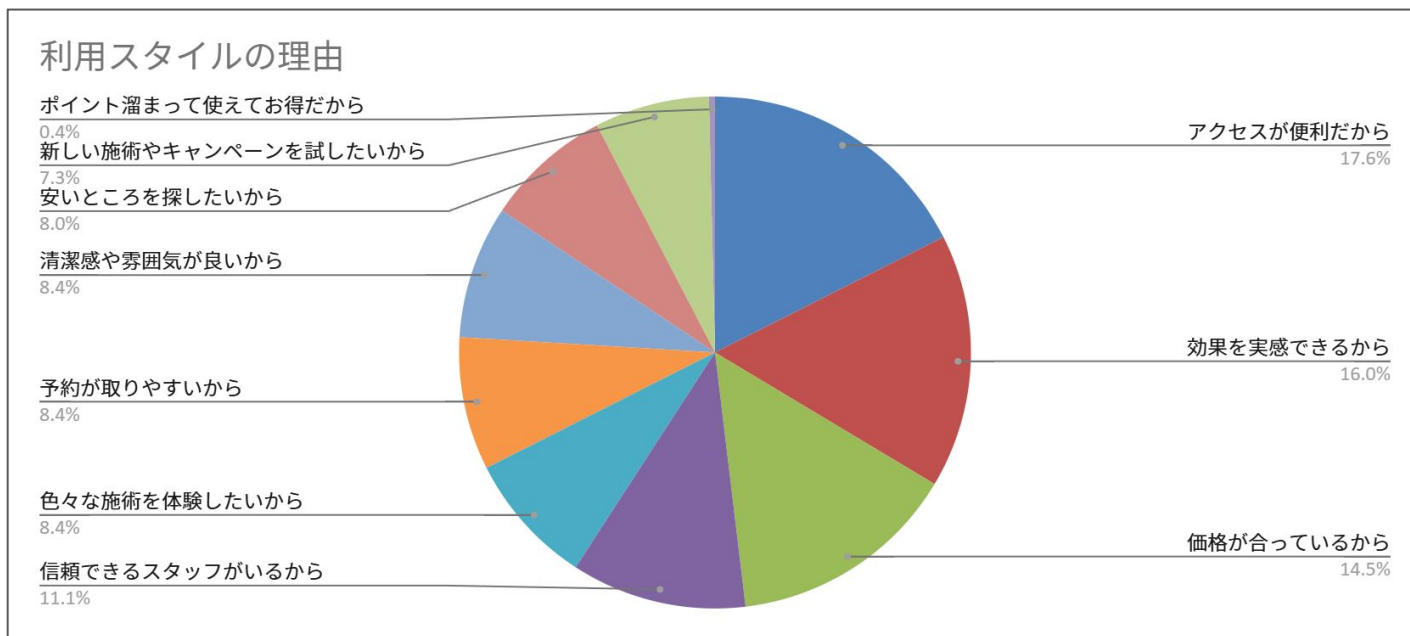
サロン・クリニック利用スタイル – 固定利用層と流動層に二分

- 「同じサロンに通い続ける層」と「口コミやキャンペーンで選ぶ層」に二分される。
- 固定客と流動層の双方への対応が市場成長に不可欠。



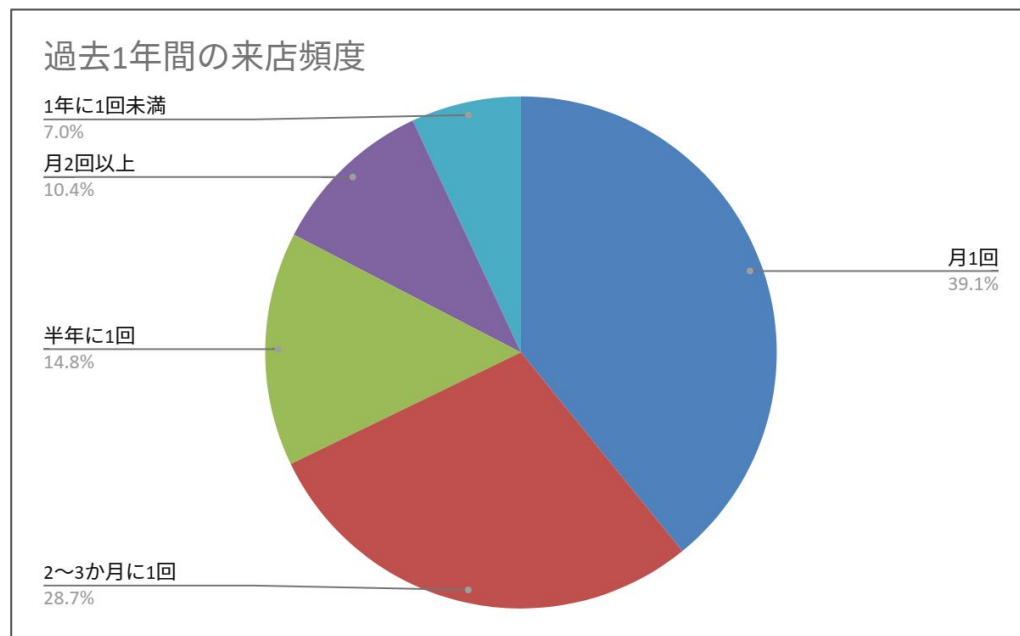
利用スタイルの理由 – アクセスとスタッフへの信頼が鍵

- 「アクセスが便利」「信頼できるスタッフ」といった安心感がリピート理由。
- 価格や新しい施術への関心は、流動的な利用行動を促す要因となっている。



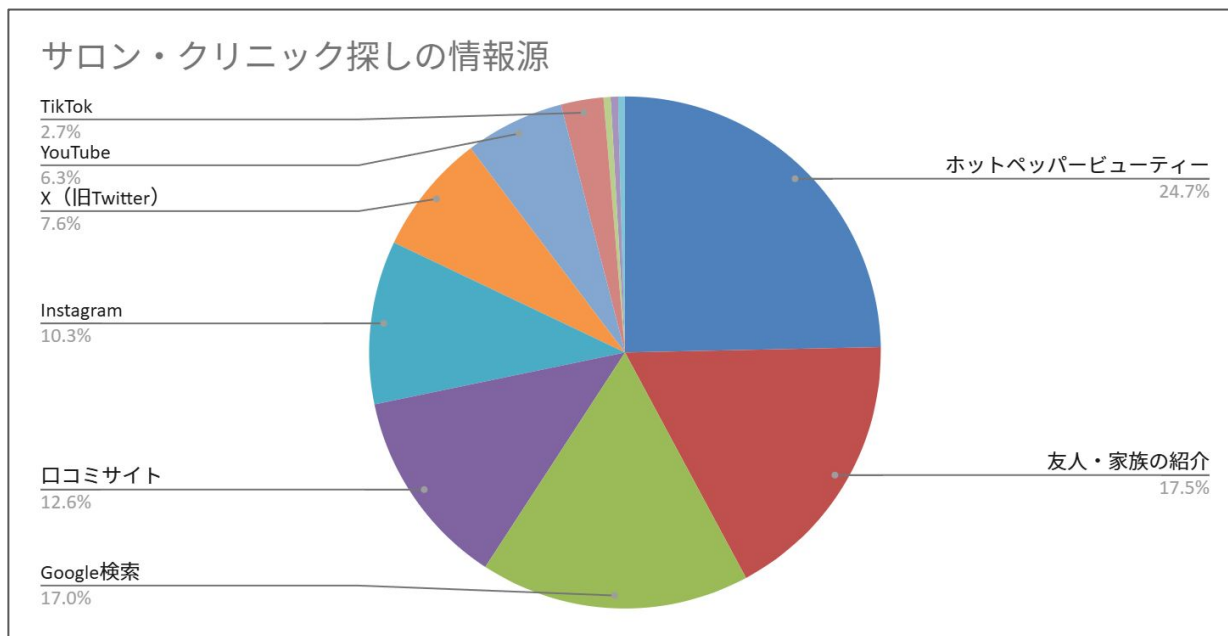
過去1年間の来店頻度 – 月1回または2～3か月に1回が中心

- 「月1回」「2～3か月に1回」の来店が中心で、美容習慣としての定着が見られる。
- 定期性はサービスの安定収益化に直結する重要要素。



サロン・クリニック探しの情報源 – ホットペッパーとSNS・口コミが主流

- ホットペッパービューティーやSNS、口コミ紹介が主要な情報源。
- オンラインと人づての双方が、来店の意思決定に影響している。



まとめ

本調査から、日本国内の美容クリニック・エステサロン市場はすでに「日常的な美容習慣」として定着していることが明らかになりました。利用者の多くは毛穴・シミ・乾燥といった複数の肌悩みを抱えており、日常的なケアとしてフェイシャルマッサージや毛穴洗浄を取り入れつつ、美容医療寄りの施術にも関心を広げています。

支出額は月1～2万円未満に集中しており、無理なく継続可能な価格帯に収まっています。サロンやクリニックの選択基準は「価格の明確さ」「立地の利便性」「清潔感」「勧誘の有無」が特に重視され、口コミやSNSといったオンライン情報が来店行動に大きな影響を与えていることも確認されました。

来店頻度は「月1回」や「2～3か月に1回」が中心で、サービスが一過性ではなく習慣化している点が特徴的です。一方で、「効果を実感できなかった」「料金が高く感じた」「勧誘がしつこかった」といった不満も依然として存在し、リピート意向を阻害する要因となっています。

その中でも「信頼できるスタッフ」や「アクセスの良さ」は継続利用の大きな動機づけとなっており、顧客ロイヤルティを高めるための重要な要素であることが示唆されました。

総じて、本調査は「美容サービスは単なる施術ではなくライフスタイルの一部へ進化している一方で、安心感・透明性・信頼の確保が次の成長の鍵である」ことを浮き彫りにしました。

本データのご利用にあたっての注意事項

1. 本資料に掲載されたデータや内容は、株式会社iLiShが実施した独自調査に基づくものです。
2. 本調査結果は統計的な傾向を示すものであり、すべての利用者の行動や意識を代表するものではありません。
3. 本資料の内容を引用・転載する場合は、必ず出典として「株式会社iLiSh『美容クリニック・エステサロン消費者動向調査レポート(2025)』」を明記してください。
5. 本資料に記載されている情報の正確性については万全を期しておりますが、利用者が本情報を用いて行う判断・行動については当社は責任を負いかねます。
6. 本資料の一部または全部を、営利目的で二次利用することとはご遠慮ください。