Press Letter

HOT PEPPER Beauty Academy

株式会社リクルート

2026 年 2 月 26 日

欧米豪からの訪日外国人旅行者の「日本の美容サロン」利用に関する実態調査

# 日本での美容サロン利用は 4 割超、美容関連支出は 2 万円超
# リピーターほど利用率が高く、日本の「清潔感」を高評価

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：牛田 圭一）が手掛ける『ホットペッパービューティー』の調査研究機関『ホットペッパービューティーアカデミー』（https://hba.beauty.hotpepper.jp/）は、2025 年 8 月から 11 月にかけて、欧米豪（欧州・北米・豪州）からの訪日外国人旅行者 1,535 人を対象に、「日本の美容サロン」利用に関する実態調査を実施しました。調査の結果、4 割以上が日本でヘアサロンをはじめとした美容サロン※を利用しており、美容関連支出は 2 万円超という結果でした。リピーターになるほどその利用率が高い傾向が明らかになり、利用目的として「リラックス」や「日本の技術体験」が上位に挙がり、清潔感や衛生管理が高く評価されています。

※美容サロン…ヘアサロン、ネイルサロン、アイビューティーサロン、マッサージ・リラクゼーション施設、エステティックサロン・ホテルスパ

## ■調査のポイント

1. **欧米豪からの旅行者の 4 割超が美容サロンを利用。今後の利用意向を含めると 7 割以上**
2. **訪日回数が多い層ほど利用率が高く、「コト消費」として定着の兆し**
3. **情報源は訪日前の「SNS」が圧倒的。「トリートメント・ヘッドスパ」や「カラー」も人気**
4. **利用目的は「リラックス」や「体験」。日本の美容サロンの魅力は「清潔感・衛生管理」が首位**

## 研究員からのコメント（『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）



**強まる欧米豪からの旅行者の「存在感」。「日本の清潔感」と「SNS 映え」が鍵**

訪日外国人旅行者（インバウンド）の全体像を見ると、韓国・中国・台湾をはじめとする東アジア圏からの旅行者が多くを占めています。しかし昨今、現場の美容サロンからは「欧米のお客様の利用が増えている」というお声を頻繁に耳にするようになりました。

本調査ではその肌感覚を裏付けるように、欧米豪からの旅行者のうち美容サロン利用者は 42.6％、ヘアサロンに限って見ると 17.3％という実態が明らかになりました。

特筆すべきは、**日本の「清潔感・衛生管理」への評価が非常に高い**点です。これらが強力な付加価値となり、高単価なサービスを受ける際の安心感につながっています。

また昨今では、「ヘッドスパ」や「ハイトーンカラー」などの特定のメニューを、訪日前に SNS で見つけて指名予約する動きも見られます。「世界トップレベルの衛生環境」というベースに加え、「技術」を SNS で可視化し、訪日前の段階でアプローチすることが、今後の需要獲得の鍵となるでしょう。

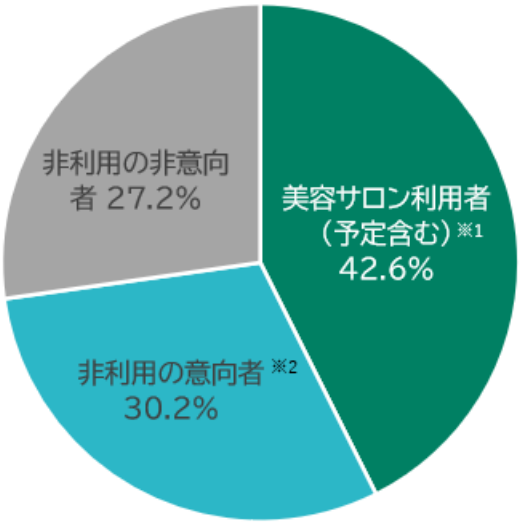
本件に関するお問い合わせ先

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

## ■欧米豪からの旅行者の 4 割超が美容サロンを利用。今後の利用意向を含めると 7 割以上

- 欧米豪からの訪日外国人旅行者のうち、今回の旅行中での日本の美容サロン利用者（「行った」「予約済み」「行くことを決めている」）は 42.6%でした。
- 利用者と非利用の意向者（今後、日本で「行ってみたい」）を合わせると 72.8%となり、欧米豪からの旅行者における日本の美容サービスへの関心の高さがうかがえます。
- 内訳を見ると、「マッサージ・リラクゼーション施設（26.7%）」が最も高く、次いで「エステティックサロン・ホテルスパ（18.7%）」「ヘアサロン（17.3%）」と続きます。

**欧米豪からの訪日旅行者の美容サロン利用実態と利用意向**（n=1,535）




※1 Q. 今回の訪日旅行中に、あなたが「行った」「予約済みである」（または行くことを決めている）美容サロンを全てお答えください。（複数回答）
→いずれかの美容サロンを選択した人の割合

※2 Q. あなたが今後、日本で「行ってみたい」と思う美容サロンを全てお答えください。（複数回答）
→いずれかの美容サロンを選択した人の割合（「美容サロン利用者（予定含む）」を除く）

**欧米豪からの訪日旅行者の美容サロン利用率**（n=1,535）

| | | |
|---|---|---|
| 1位 | マッサージ・リラクゼーション施設 | 26.7 |
| 2位 | エステティックサロン・ホテルスパ | 18.7 |
| 3位 | ヘアサロン | 17.3 |
| 4位 | ネイルサロン | 4.9 |
| 5位 | アイビューティーサロン | 1.1 |
| 美容サロン利用者（予定含む） | | 42.6 |

（%）

### 研究員からのコメント

美容サロンの利用者が 4 割を超えたことは、食や観光地に続く新たな観光資源としてのポテンシャルを示しています。ヘアサロンやネイルサロンも一定の利用があり、言葉の壁を越えて日本の技術を体験したいというニーズが顕在化しています。
（『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）

## ■訪日回数が多い層ほど利用率が高く、「コト消費」として定着の兆し

- 訪日旅行回数別に今回の旅行中の美容サロン利用率を見ると、訪日 1 回目の層では 31.6%であるのに対し、2 回以上（リピーター）になると 47.4%と高い結果となりました。
- さらに訪日 5 回以上の層では 54.5%と過半数が利用しており、日本通の旅行者ほど、旅の行程に美容サロン体験を組み込んでいることが分かります。

**美容サロン利用率（訪日旅行回数別）**
※今回の旅行中に「行った」「予約済み」「行くことを決めている」人の割合

| 訪日旅行回数別 | （n数） | ヘアサロン | いずれかの美容サロン※ |
|---|---|---|---|
| 1回 | 465 | 8.6 | 31.6 |
| 2回以上(リピーター) | 1,070 | 21.1 | 47.4 |
| 3回以上 | 779 | 24.0 | 51.2 |
| 4回以上 | 617 | 25.9 | 52.8 |
| 5回以上 | 501 | 27.3 | 54.5 |

(%)

※いずれかの美容サロン…ヘアサロン、ネイルサロン、アイビューティーサロン、
マッサージ・リラクゼーション施設、エステティックサロン・ホテルスパ

### 研究員からのコメント

訪日リピーターは、定番の観光地を巡り終え、より深い日本体験を求める傾向にあります。「美容サロンで日本人と同じサービスを受ける」こと自体が、訪日旅行者にとっての特別なローカル体験（コト消費）として定着してきていると考えます。
（『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）

## ■情報源は訪日前の「SNS」が圧倒的。「トリートメント・ヘッドスパ」や「カラー」も人気

- 美容サロン利用者の情報入手経路は、「SNS（Instagram, TikTok など）（訪日前に見た）」が 56.0%でトップでした。次いで「日本の街中や施設内で店舗を見た（34.4%）」となりました。
- ヘアサロンで具体的に利用したメニューを見ると、「カット（86.5%）」に加え、「トリートメント・ヘッドスパ」が 40.6%、「カラー」が 23.3%と、ケアメニューやカラー施術も一定の利用率を示しています。

**Q. 日本の美容サロンの情報をどこで見聞きしたことがありますか。あてはまるものを全てお選びください。**

（日本の美容サロン利用者（n=654）／複数回答）

| | | |
|---|---|---|
| 1位 | SNS(Instagram, TikTokなど)(訪日前に見た) | 56.0 (%) |
| 2位 | 日本の街中や施設内で店舗を見た | 34.4 |
| 3位 | 家族・友人からの情報 | 32.0 |
| 4位 | SNS(Instagram, TikTokなど)(訪日中に見た) | 28.7 |
| 5位 | 過去の日本訪問時に気になっていた | 24.6 |
| 6位 | SNS以外のインターネット記事(訪日前に見た) | 22.2 |
| 7位 | SNS以外のインターネット記事(訪日中に見た) | 10.4 |
| 8位 | ガイドブックからの情報 | 9.5 |
| 9位 | 旅行会社・宿泊施設からの情報 | 6.9 |

※「その他」5.7%、「情報を見聞きしたことはない」11.0%はランキングから除く

**Q. 日本のヘアサロンで、利用した（利用する予定の）メニューについて全てお選びください。**

（日本のヘアサロン利用者（n=266）／複数回答）

| | | |
|---|---|---|
| 1位 | カット | 86.5 (%) |
| 2位 | シャンプー＆ブロー | 64.3 |
| 3位 | トリートメント・ヘッドスパ | 40.6 |
| 4位 | カラー | 23.3 |
| 5位 | パーマ | 10.2 |

### 研究員からのコメント

訪日前に SNS で情報を得ている層が過半数を占めることと、特定のメニュー（ヘッドスパやカラー）の人気が高いことは深く関連していると考えられます。日本の美容師によるハイトーンカラー技術や、リラクゼーション効果の高いヘッドスパの動画が SNS で発信され、「日本に行ったらこれをやりたい」という動機になり、一部の美容サロンでは日本に来る前に「指名予約」されるケースもあります。言葉の壁を越える「動画コンテンツ」等での事前アピールが、予約獲得において鍵となっています。

（『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）

## ■利用目的は「リラックス」や「体験」、日本の美容サロンの魅力は「清潔感・衛生管理」が首位

- 日本の美容サロンの利用目的のトップは「リラックスしたかった（64.0%）」、次いで「日本の技術を体験したかった（49.4%）」でした。
- 日本の美容サロンの魅力としては、「清潔感があり、衛生管理がしっかりしている（61.9%）」が最も高く評価されました。「接客（54.4%）」や「技術（52.9%）」も半数を超えていますが、それ以上に日本の「衛生面」への信頼が、欧米豪からの旅行者にとって大きな価値となっているようです。
- また、今回の旅行における美容サロン利用者の美容関連支出（美容サロン、コスメ購入など含む）の平均総額は 2 万 630 円でした。

**Q. あなたが日本で、美容サロンを利用した（利用しようと思っている）目的を教えてください。**

（日本の美容サロン利用者・意向者（n=1,117）／複数回答）

| | | (%) |
|---|---|---|
| 1位 | リラックスしたかった(したい) | 64.0 |
| 2位 | 日本の技術を体験したかった(体験したい) | 49.4 |
| 3位 | 旅行中の思い出・体験として | 28.8 |
| 4位 | 利用する施術が必要なタイミングだったから(タイミングだから) | 24.9 |
| 5位 | SNSやYouTubeで見て気になっていた(気になっている) | 18.7 |
| 6位 | 旅行中に時間があまったので(あまりそうだから) | 15.1 |

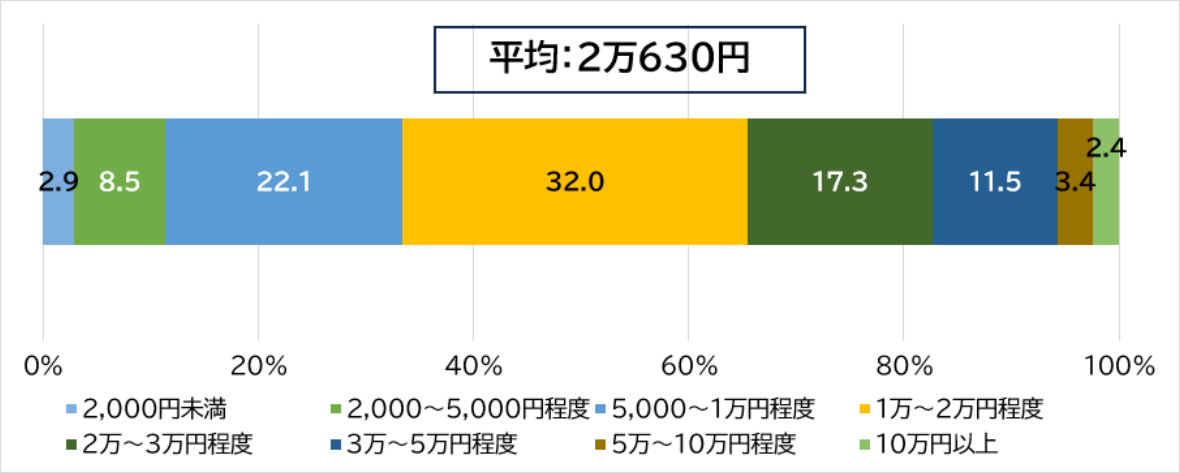
**Q. 日本の美容サロンの魅力は何だと思いますか。**

（日本の美容サロン利用者・意向者（n=1,117）／複数回答）

| | | (%) |
|---|---|---|
| 1位 | 清潔感があり、衛生管理がしっかりしている | 61.9 |
| 2位 | スタッフの接客・サービスがきめ細やか | 54.4 |
| 3位 | 技術が高く、仕上がりが丁寧 | 52.9 |
| 4位 | 日本らしいデザインやスタイルに仕上がる | 52.8 |
| 5位 | 店内の空間が落ち着いていて、リラックスできる | 50.3 |
| 6位 | 価格が良心的／コストパフォーマンスが良い | 47.4 |

**Q. あなたは今回の旅行で美容に関わる支出（美容サロン、コスメ購入など）に総額いくら使いましたか（使う予定ですか）。**

（日本の美容サロン利用者 ※美容医療利用者を除く（n=625））




### 研究員からのコメント

欧米豪からの旅行者にとって、日本の美容サロンの最大の魅力は「技術」以上に、その空間の「清潔さ」にあることが分かりました。「リラックス」や「体験」を目的に来店した訪日旅行者にとって、日本では当たり前の徹底された衛生管理や清潔な店内環境は、高単価なサービスを安心して受ける際の重要なベース（信頼感）として機能しています。

（『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）

### ■調査概要

調査名　：欧米豪からの訪日外国人旅行者の「日本の美容サロン」利用に関する実態調査

調査手法：インターネットリサーチ（日本国内でポケット Wi-Fi をレンタルした訪日外国人旅行者にメールでアンケートを依頼し、専用の Web 画面で回答してもらう形式）

調査期間：2025 年 8 月 7 日（木）～11 月 25 日（火）

調査対象：欧州・北米・豪州からの訪日外国人旅行者。1,535 人（全体回収数 2,086 人のうち、対象者を抽出）

※図表内の％の値は小数第 2 位を四捨五入しているため、差分や合計値において、単純計算した数値と合致しない場合があります。

※美容に関わる支出総額の平均は、単一回答の各選択肢を以下の通り数値化し、その平均値を求めました。

| 選択肢 | 算出に用いた数値 |
|---|---|
| 2,000円未満 | 1,000円 |
| 2,000～5,000円程度 | 3,500円 |
| 5,000～1万円程度 | 7,500円 |
| 1万～2万円程度 | 15,000円 |
| 2万～3万円程度 | 25,000円 |
| 3万～5万円程度 | 40,000円 |
| 5万～10万円程度 | 75,000円 |
| 10万円以上 | 100,000円 |

※調査の詳細はこちらをご確認ください。
https://hba.beauty.hotpepper.jp/search/overseas/74787/

### ■『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・SOGIE・障がいがあるお客さまへの接客などの情報提供・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。

### 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、人材派遣、マーケティング・マッチング・テクノロジーの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/