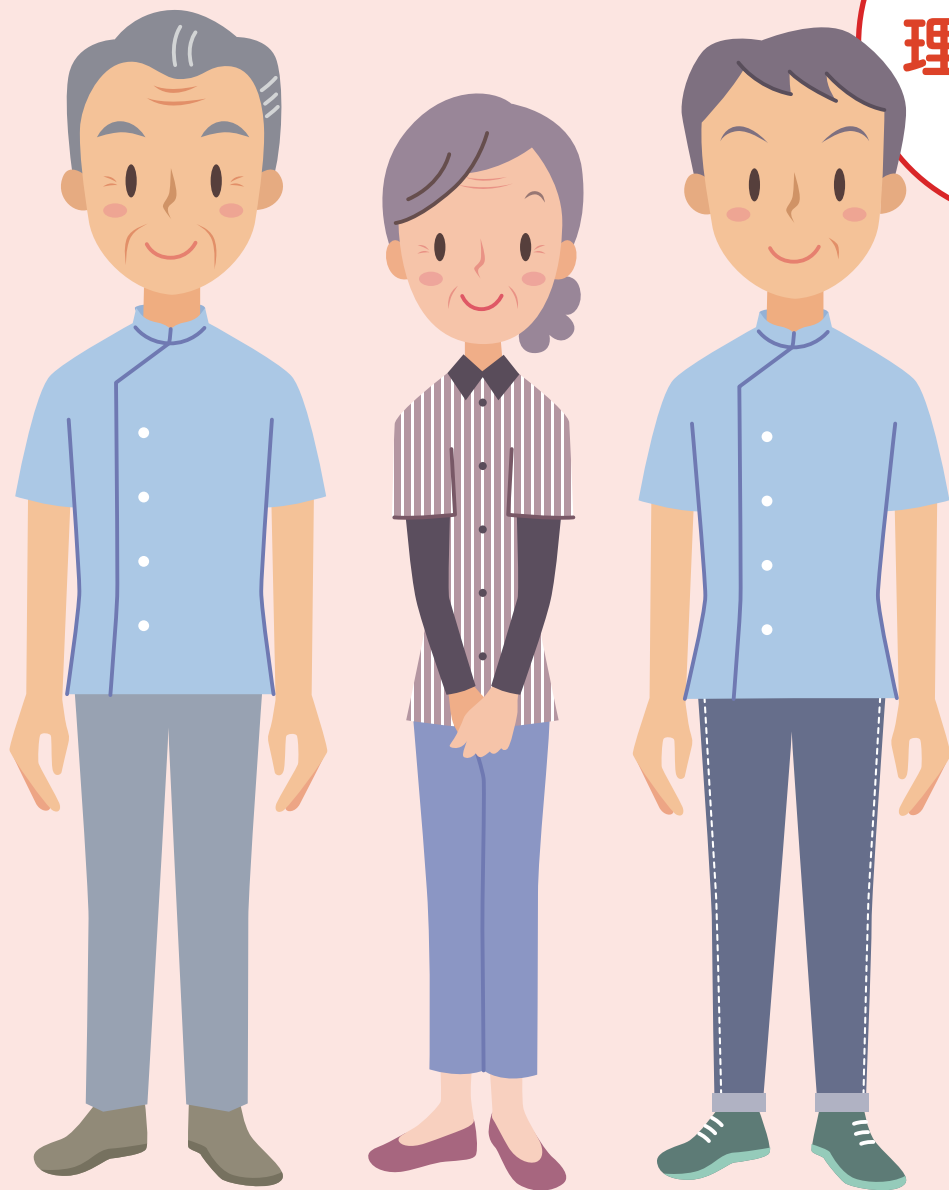


理容業のみなさまへ

# ウィズコロナ、ポストコロナ時代の 生産性向上に向けた 取組みのヒント

理容業編



厚生労働省委託事業  
令和3年度生活衛生関係営業の生産性向上を図るための  
新ガイドライン・マニュアル策定に係る検証調査等一式



業界動向

→ P. 1

消費者動向

→ P. 4

経営のヒント

→ P.10

お役立ち情報

→ P.14

## マニュアルの使い方

理容業の動向はご存じですか？  
この冊子で業界の動向をつかんでみましょう。



業界動向

消費者動向



業界動向をつかんだら、自店で取組むテーマを探してみましょう。

経営のヒント

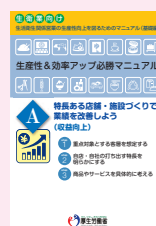
お役立ち情報

自店の困りごとが見えにくいときは…



自店の困りごとを  
「生産性&効率アップ  
必勝ガイド」で  
見える化しましょう。  
※ A～Jの3領域10テーマに対応

取組方法をもっと知りたいと思ったら…



具体的な取組方法を  
「マニュアル（基礎編）」で  
確認してみましょう。  
(A～Nの計14冊+付録)



## 理容室・従業理容師数が漸減 理容師の新規免許登録者数は横ばいで推移

- 近年、理容室数は徐々に減少しており 2020 年度には 11.5 万店と 5 年前に比べ約 1 万店減少しています。従事する理容師も年々減少し、2019 年度には 21.4 万人と 3 年前に比べ 1 万人、6 年前に比べ 2 万人減少しています。
- 理容師の新規免許登録者数はほぼ横ばいで推移していることから、後継者不足や高齢化による廃業・リタイアが進んでいると考えられます。

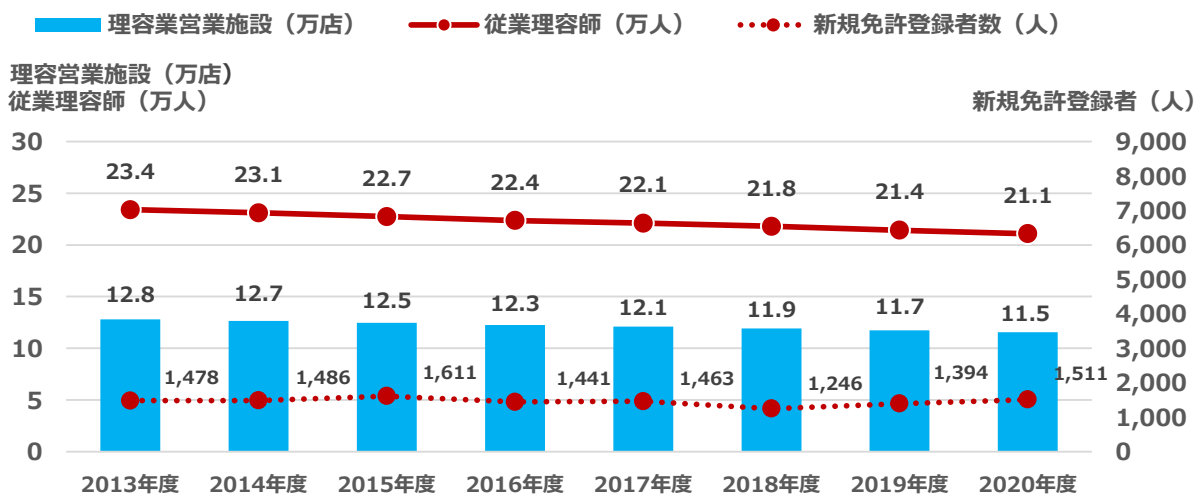
業界動向

消費者動向

経営のヒント

お役立ち情報

理容業営業施設・従業理容師と理容師新規免許登録者数の推移



出典：厚生労働省「衛生行政報告例の概況」、(公財)理容師美容師試験研修センター「新規免許登録件数」より作成

## 理容業の問題点は、理容離れ

- 理髪料を見ると2019年までは増加しています。世帯数は僅かに増加していることから、理髪の市場規模もやや拡大しているようです。そのような市場環境のなか、理容業営業施設数は減少し、従業理容師数も減少しています。
- 理容業の役務は、総合調髪、カット（刈込み）、シャンプー（洗髪）、シェービング（顔そり）、セット（仕上げ）を中心に多岐にわたりますが、それらを含めた市場全体が縮小していることに加え、顧客単価が低下し始めている可能性があります。

理髪の世界規模と理容営業施設当たり、従業理容師当たりの人口の推移

	単位	計算式	2017年	2018年	2019年	2020年	傾向
世帯数	千世帯	a	50,425	50,991	51,785	中止	→
理髪料	円/年	b	4,516	4,538	4,609	4,410	→
市場規模	億円/年	c=a×b	2,277	2,314	2,387		→
5歳以上人口	千人	d	121,994	126,748	121,828	121,603	→
理容業営業施設数	施設	e	120,965	119,053	117,266	115,456	↘
従業理容師数	人	f	221,097	218,030	214,279	210,849	↘
施設当たりの人口	人	g=d/e	1,009	1,065	1,039	1,053	↗
従業理容師当たりの人口	人	h=d/f	552	581	569	577	↗

出典

a：厚生労働省「国民生活基礎調査」（2020年は新型コロナウイルス感染症への対応等の観点から中止）

b：総務省「家計調査年報」（総世帯）

d：総務省「人口推計」（各年10月1日現在）

e.f：厚生労働省「衛生行政報告例」（年度である点に留意）

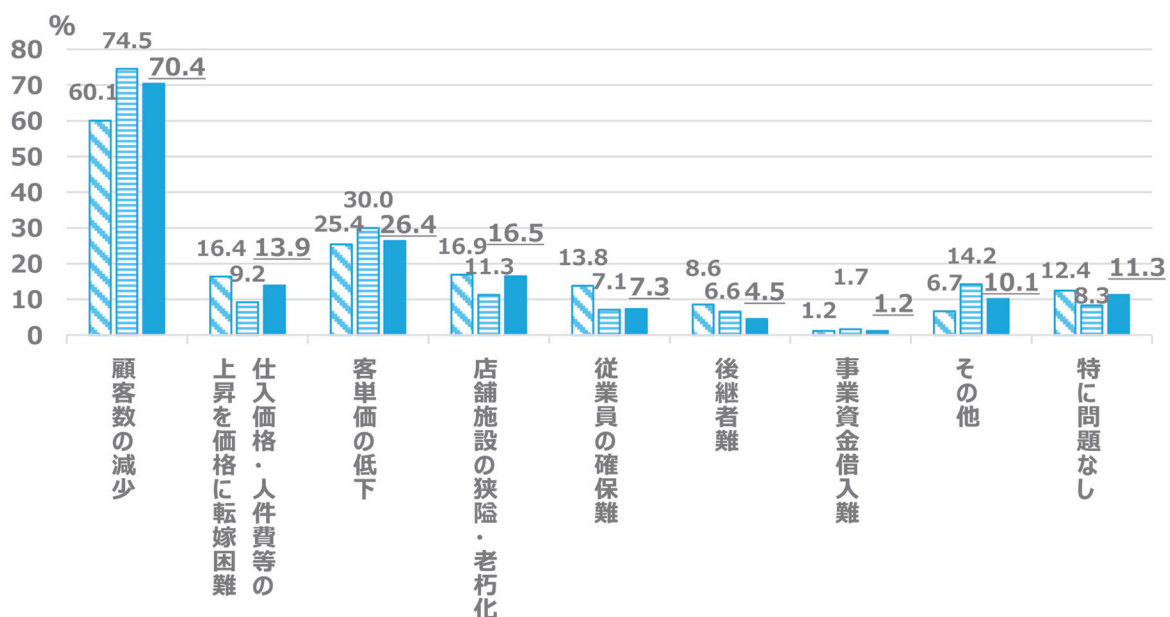


## 理容業の経営上の問題点は「顧客数の減少」

- 理容業の主な経営上の問題点は「顧客数の減少」です。わが国では2008年をピークに総人口が減少しており、2020年には2008年に比べおよそ193万人減少しています。一方、総人口に占める65歳以上の高齢者人口は増加しており、2020年には28.7%を占めています。
- さらに、2019年12月初旬に、中国・武漢で新型コロナウイルス感染者が報告されてから、またたく間に世界中に広まり、2022年3月現在もおお脅威にさらされています。度重なる緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の実施により、感染リスクが高い高齢者は外出を控え、消費活動は停滞し、理容業の経営に大きな影響を与えています。

### 理容業 主な経営上の問題点

■ 2019年10~12月 (n=421) ■ 2020年10~12月 (n=423) ■ 2021年10~12月 (n=474)



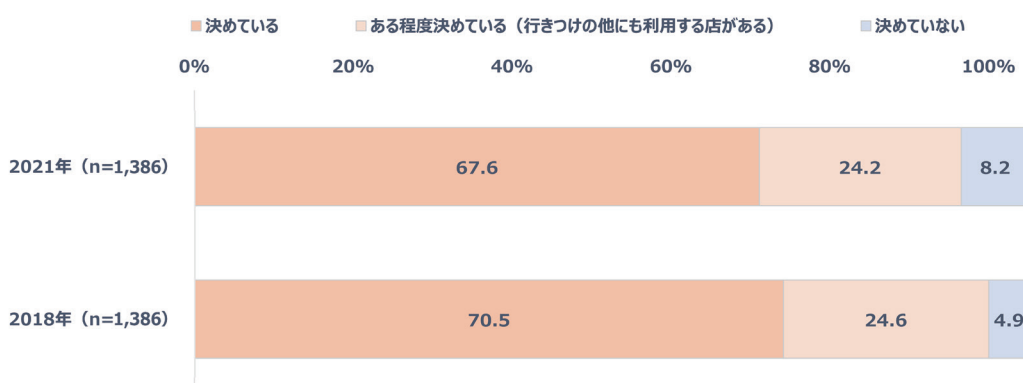
出典：日本政策金融公庫「生活衛生関係営業の景気動向等調査結果」より作成

調査方法	インターネット調査
調査地域	全国
抽出方法	楽天インサイトアンケートモニターおよび提携先モニター、かつ、2018年実施調査の回答者より抽出
有効回収数	本調査:7,817サンプル(外食:2,764サンプル/卸:2,242サンプル/サービス・施設:2,811サンプル)
集計対象	2018年実施調査で最近3年以内に理容室・美容室・クイックカットサービス店の利用経験があると回答した20～60代の男性(1,386サンプル)
調査期間	2021年4月28日～2021年5月12日
調査実施機関	実査：楽天インサイト株式会社/分析：株式会社日本能率協会総合研究所

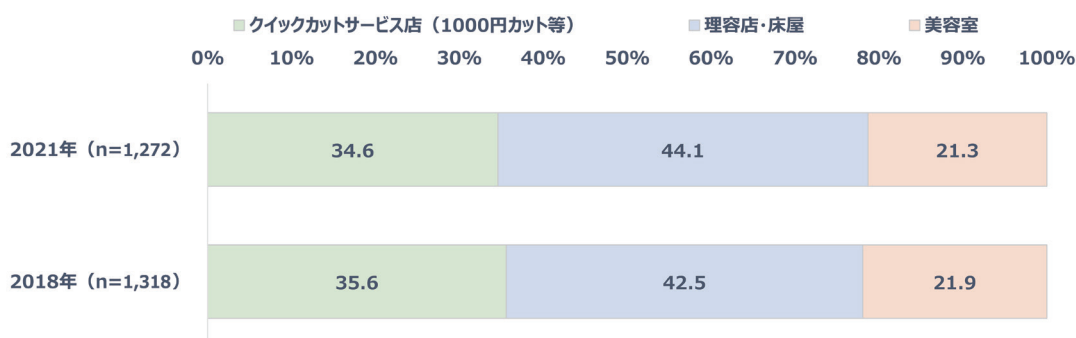
## 3年前も今も、7割が利用店を固定

- 2018年実施調査で、最近3年以内に理容室・美容室・クイックカットサービス店の利用経験があると回答した20～60代の男性を対象に、現在、利用するお店を決めているかを尋ねました。その結果、3年前と変わらず、7割が利用するお店を決めており、そのうち、4割が「理容店・床屋」の利用者でした。

### 利用する理容店・床屋、美容室を決めているか（単一回答）



### 普段、利用しているお店の業種・業態（単一回答）





## お店を選ぶ際の情報は、お店の外観と内観から

- お店を選ぶ際、活用している情報は「お店の外観や外から見える中の様子」の割合が最も高く、次いで「家族や知人等の口コミ・紹介」「インターネットの店舗検索サイト」が続きます。なお、インターネット＝若者といふ考えがちですが、30代以下と40代以上を比較しても差は見られませんでした。
- 2018年から2021年にかけて、「お店の外観や外から見える中の様子」の割合が増加しています。コロナ禍で、「三つの密」を避ける動きや感染予防対策をしっかりと実施しているお店を選ぶ動きが広まりました。今後、消費者の意識がどのように変化するか注視しましょう。

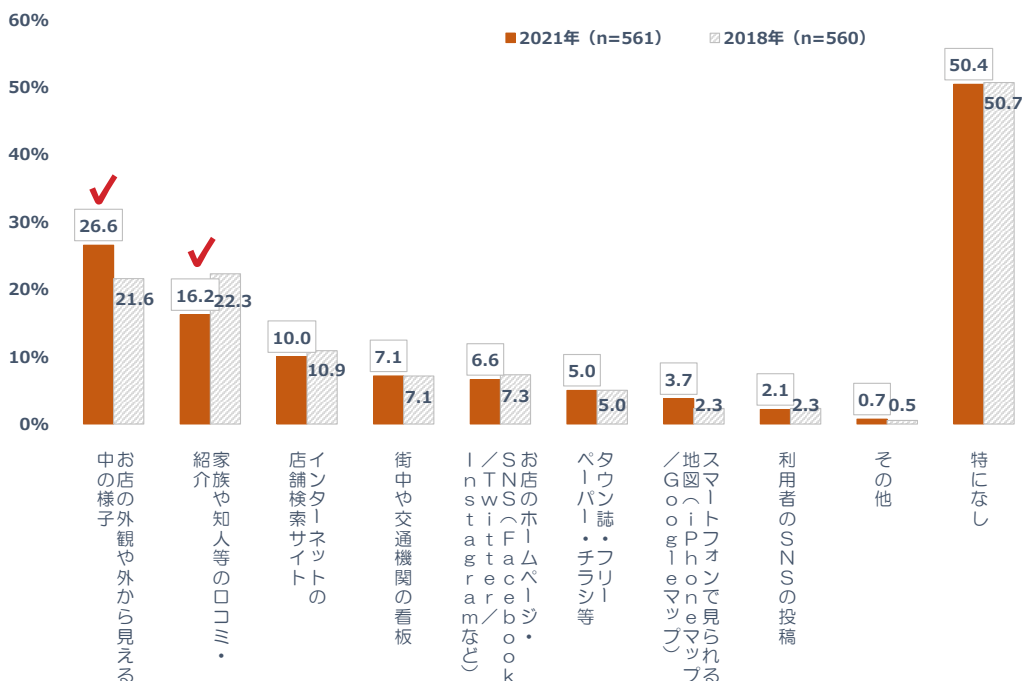
業界動向

消費者動向

経営のヒント

お役立ち情報

理容室利用男性のお店を選ぶ際の情報源（複数回答）

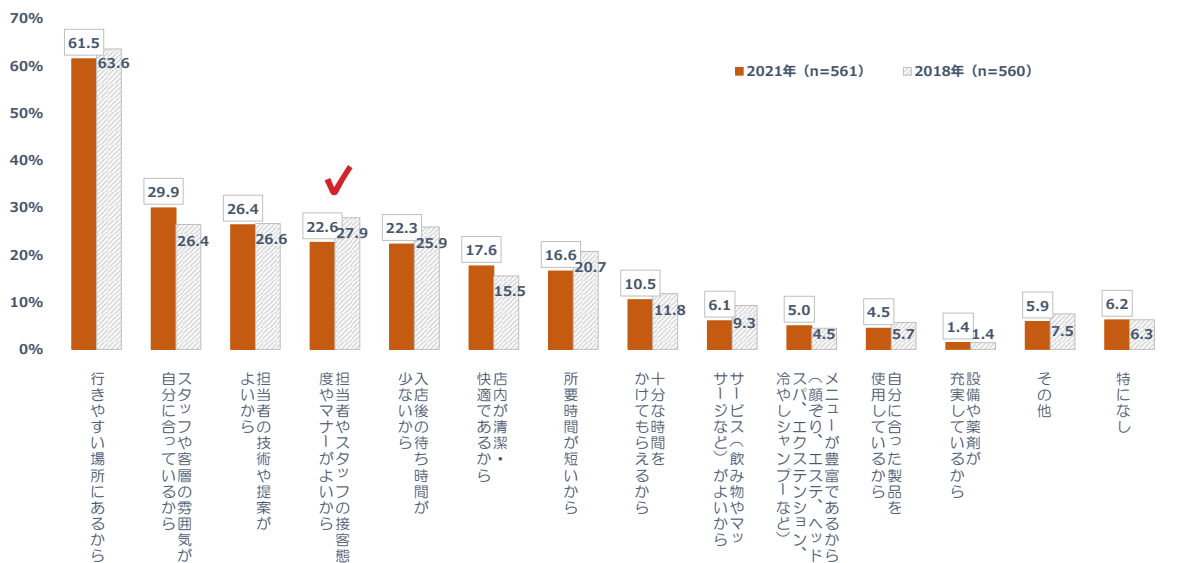


※ 差が見られる項目

## お店の決め手は、「お店の立地」「スタッフ」と「時間」

- お店の決め手は「行きやすい場所にあるから」の割合が最も高く、次いで「スタッフや客層の雰囲気や自分に合っているから」「担当者の技術や提案がよいから」「担当者やスタッフの接客態度やマナーがよいから」とスタッフに係る理由が続きます。待ち時間は短いほうがよいようですが、施術時間のニーズは人により異なるようです。
- お店の決め手はコロナ禍前と比較しても大きな変化は見られません。自分のお店のよさを、ホームページなどを通じて、積極的に発信しましょう。

理容室利用男性のお店選定の決め手（複数回答）



※ ✓ 差が見られる項目





## 初めて利用するお店の決め手は、「お店の立地」と「料金」

- 初めて利用するお店の決め手は、「自宅や職場・学校などからの行きやすさ」と「料金が手頃である／高すぎない」で、3年前とコロナ禍のいまでも大きな差は見られません。
- 新規のお客様の入店率を高めるための情報を発信し、安心して入店いただけるよう工夫しましょう。例えば、わかりやすい料金体系はもちろんのこと、サービス内容（お店のこだわり、おすすめ）や新型コロナウイルス対策（施術時のマスクの着用、ソーシャルディスタンスの確保など）の提示などが考えられます。

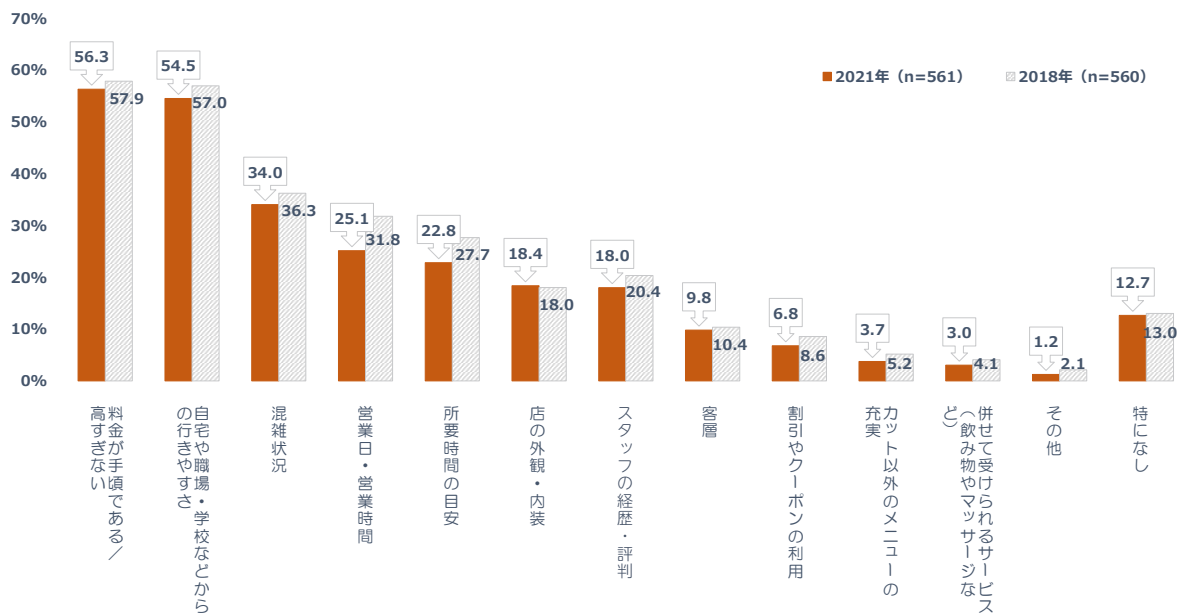
業界動向

消費者動向

経営のヒント

お役立ち情報

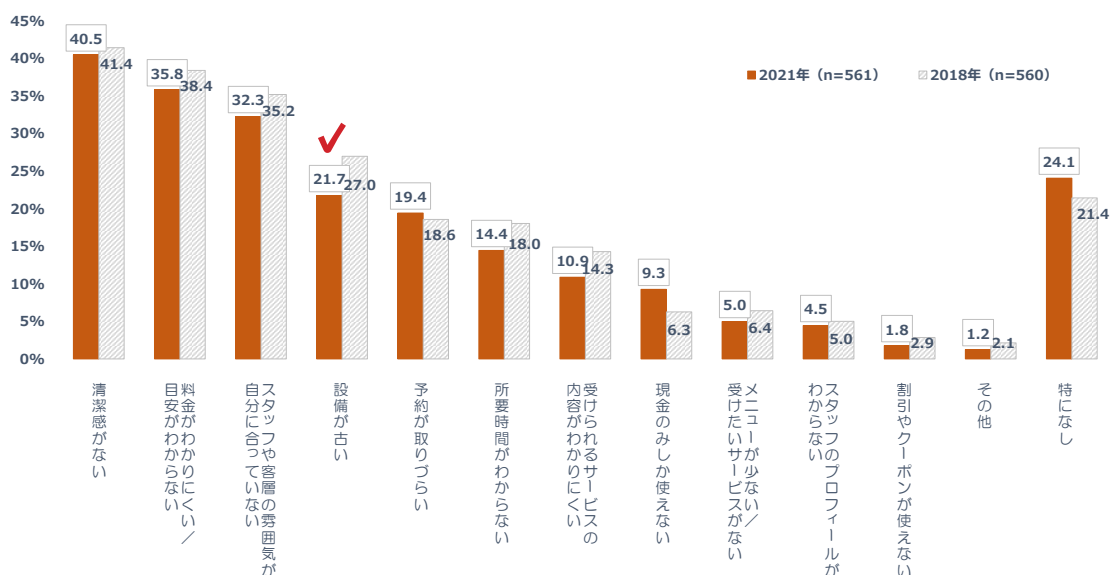
理容室利用男性の初めて利用するお店の選定条件（直近利用店舗条件）（単一回答）



## 清潔感・衛生管理をしっかり行う

- 行きづらいと感じるお店は、「清潔感がない」「料金がわかりにくい／目安がわからない」「スタッフや客層の雰囲気自分に合っていない」の割合が高くなっています。整理整頓、衛生管理をしっかり行って、環境整備に努めましょう。
- 理美容室は鏡が多いため他業種の店舗より店内が暗いイメージになりやすく、照明や壁紙の色彩、カーテンやブラインドをうまく活用して、明るく清潔感のある空間演出が大切です。

理美容室利用男性が行きづらいと感じるお店（複数回答）



※✓ 差が見られる項目



## 自店のお客様の意向を把握して メニューに活かしましょう

- 2018年実施調査で、最近3年以内に理容室・美容室・クイックカットサービス店の利用経験があると回答した20～60代の男性に、利用したいメニューを尋ねたところ、「カット」の割合が最も高く、次いで「シェービング」「カラー」「まゆ毛カット」の順でした。なお、「パーマ」よりも、「ヘッドスパ」や「スカルプケア」の利用意向が高くなっています。
- 自店のお客様の意向を把握して、より魅力的なお店となるようおすすめの新メニュー、新サービスを検討し、積極的な顧客単価アップに取り組んでみましょう。

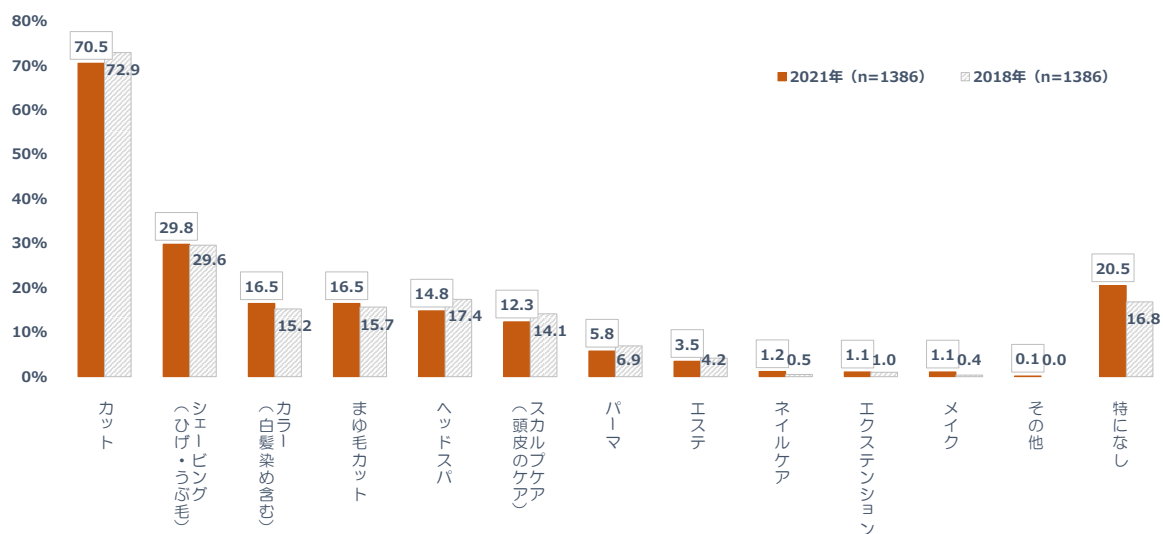
業界動向

消費者動向

経営のヒント

お役立ち情報

理容室・床屋・美容室で、今後利用してみたいメニュー（複数回答）

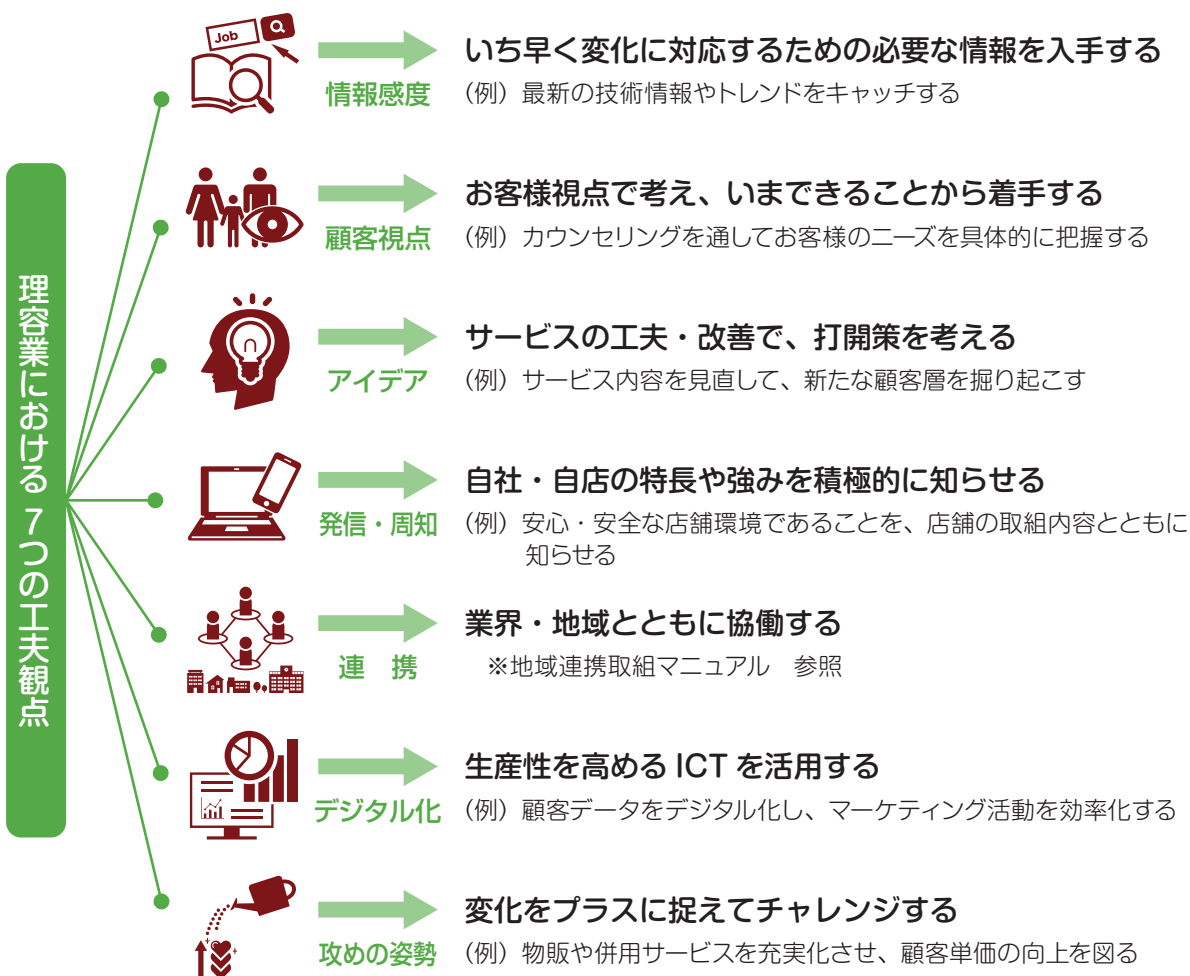


# 経営のヒント

理容業は、以前から店舗数・従業員数は減少傾向を示し、それに伴い市場規模も漸減していたところに、新型コロナウイルス感染症が発生しました。さまざまな活動が制限されたことで、理容業も大きな影響を受けました。

コロナ禍において、来店間隔が長期化したり、滞在時間を短くするなど利用客の行動が変化し、またテレワークなどの導入が進んだことで理容店の利用が職場周辺から居住地周辺に切り替えるなどの変化も見られました。

アフターコロナを見据えて、今後どのように営業すればいいか、理容業の生産性向上を図るための7つの共通項をみてみましょう。





情報感度



顧客視点

## 取組

### お客様のニーズに対応し サービスラインナップを見直す

#### 取組の視点

見直しの方向として、サービスをより拡充する方向と専門特化する方向が考えられます。情報感度を高めて、どちらの方向を志向するかを考えてみましょう。顧客分析や商圈分析を行い、どのようなお客様が多いか整理するとよいでしょう。例えば、高齢者の多い地域では、髪の悩みを抱えるお客様が多いため、スカルプケアや白髪染めを付加するようなセットメニューを考えて、顧客単価のアップを図ることも考えられます。あるいは、近隣の理容店と差別化するために、ヘアカラーの専門性を高め、ヘアカラーをセールスポイントにすることも考えられます。

#### 取組のヒント

- ①自店のお客様の髪の悩みを把握し、  
お客様のニーズに合ったメニューを検討する  
接客やカウンセリングを通じて、お客様のお困りごとを把握しましょう。それを踏まえ、お客様に喜んでいただけるメニューやサービスを検討します。
- ②業界情報や一般情報から最新のトレンドを把握し、  
自店でも取り入れられるものがないか検討する  
最新技術や新製品は日々進化しています。雑誌やインターネットで検索した情報などを活用して、理美容業界の最新のトレンドを把握しましょう。  
なお、設備投資をする場合には、自店のお客様ニーズにあわせて検討し、導入コストや改修計画、店舗内動線の妥当性などを踏まえ、導入効果を見極めた上でまた導入しましょう。
- ③スタッフのスキル向上を計画的に進める  
新メニュー・新サービスを提供する際、スタッフの教育・育成は欠かせません。特に、新メニュー・新サービスのために新しい機器や器具を導入した場合は、スタッフが適切に使いこなせるよう計画を立てて取り組みましょう。



**お客様との継続的な関係をつくるためにも  
環境変化に合わせサービスを改善しよう！**

## 理容業 取組例 2



### 取組

## ICTを活用し、「新型コロナウイルス感染症対策」と「生産性の向上」を合わせて実現する

### 取組の視点

感染症対策は、今後も継続して取り組むことが求められますが、感染症対策を検討する際、お客様の利便性向上やお店の生産性向上につながるような効果についてもあわせて検討してみましょう。例えば、待合室での密を避けるために予約制にすることは、お客様の待ち時間の短縮にもつながります。また、現金授受による感染リスクを低減させるためのキャッシュレス決済を導入することは、レジミスが減らすことに繋がります。さらに、一步踏み込んで、予約システムやPOSレジ(アプリ)等のICTを活用することで、業務の効率化を一層進めることも可能です。

### 取組のヒント

#### ①費用対効果を確認し、納得したうえでICTを導入する

費用対効果で重要なのは、かけた費用に対して、期待した通りの効果が得られるかです。効果は必ずしもお金だけとは限りません。例えば、顧客情報や給与計算などをデジタル化することで「時間」を削減できることなども効果の1つです。インターネット上は情報が氾濫し、判断がつかない場合は、すでに導入している同業者に聞いたり、組合や指導センターなどに相談してみましょう。

#### ②導入しやすいものから活用してみる

ICTを使いこなせるようになるまでには時間がかかるものです。まずは簡単に導入できるものから着手することも考え方の1つです。例えば、雑誌を電子書籍に変えてみる。すべての雑誌を電子書籍にするのは難しいかもしれませんが、一定数の雑誌の年間購読料と同等の金額で収まるのであれば、雑誌の種類が豊富でお得です。また、タブレットは消毒できるため、雑誌などよりも衛生的です。

#### ③パッケージされている機能を活用する

ICTにはさまざまな課題解決に対応できるよう各種機能がパッケージされている場合があります。例えば、予約システムは顧客名簿やカルテに、POSレジは商品管理、在庫管理、データ収集やそれらを活用した経営分析なども可能です。どのような機能がついているか確認し、本当に必要な機能は何かを考え、製品を選定しましょう。すでに、導入済みの場合、パッケージされている機能を再確認し、使いこなせるものにチャレンジしましょう。



**デジタルデータはアイデアの宝庫  
まずは、使いこなせるICTから導入してみよう**



### 取組

## 「訪問理容」「出張理容」などの 高まる社会ニーズに対応する

### 取組の視点

国は団塊の世代が75歳以上となる2025年を目途に、重度な要介護状態となっても住み慣れた地域で自分らしい暮らしを人生の最後まで続けることができるよう、住まい・医療・介護・予防・生活支援が一体的に提供される地域包括ケアシステム構築の実現を推進してきました。さらに、この地域包括ケアの理念を普遍化し、地域住民による支え合いと公的支援が連動し、地域を「丸ごと」支える包括的な支援体制構築を目指しています。理容業においても、地域包括ケアシステムへの積極的な参加が期待されています。

### 取組のヒント

#### ①地域の「訪問理容」について情報を収集する

介護保険の訪問介護サービスにおいて、理容師が訪問介護員（ホームヘルパー）の資格を持つことで、髪の手入れを行うことが可能です。つまり、訪問介護サービスを高い技術力で、より質の高いサービスで提供することができます。今後、わが国では高齢化率がさらに高まります。まずは、どの程度ニーズがあるか、自治体や組合に対し聞いてみるのもよいでしょう。

#### ②訪問介護サービスの前後に介護保険外のサービス「出張理容」を行うことは認められている

出張理容にかかる料金を介護保険サービスと別に受け取ることができます。なお、出張理容について、市町村特別給付として実施されている例もあります。まだ、実施している自治体は少ないようですが、今後は実施する自治体が増えていく可能性は高く、自治体の動向を把握しておくともよいでしょう。

#### ③在宅高齢者に対する理容サービス提供に積極的に取り組むことを期待

国は、全国理容生活衛生同業組合連合会に対して、高齢化する地域社会での役割として、在宅の高齢者に対する理容サービスへ積極的に取り組むよう依頼しています。今後、連合会や都道府県組合の動きにも注目しましょう。



**地域と連携し、「訪問理容」「出張理容」に  
積極的に取り組もう**

## 困ったときは・・・

### ●経営に関しては

#### 都道府県生活衛生営業指導センター

営業活動を行うなかでの悩み等、経営全般に関する相談ができます。

**web** [https://www.seiei.or.jp/db\\_meibo/3.html](https://www.seiei.or.jp/db_meibo/3.html)



### ●生活衛生営業者向けの各種情報に関しては

#### 生活衛生営業者向けのスマートフォンアプリ「せいえいNAVI」(無料)

生活衛生関係営業に関する情報提供・検索(融資・補助金やセミナー・講習のご案内)、先進事例の紹介、自社・自店の経営診断などの機能があります。



iPhone/iPad(App Store)



Android(Google Play)

### ●雇用関係の助成金に関しては

#### 各都道府県労働局またはハローワーク

最低賃金の引上げに向けた取組の支援(業務改善助成金)や非正規雇用労働者の企業内キャリアアップの促進(キャリアアップ助成金)、人材確保等を支援する助成金等さまざまな助成制度があります。

**web** [https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou\\_roudou/koyou/kyufukin/index.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/koyou/kyufukin/index.html)



### ●その他の相談

#### よろず支援拠点

国が全国に設置した中小企業・小規模事業者のための経営相談所です。一歩踏み込んだ専門的な助言が何度でも無料で受けられます。各都道府県のよろず支援拠点のページにアクセスできます。

**web** <https://yorozu.smrj.go.jp/>







## 全国理容生活衛生同業組合連合会（全理連）の紹介

全理連では、標準営業約款制度（Sマーク制度）の推進、全国衛生順守運動の実施、理容室の営業支援事業、全国理容競技大会の開催、世界理容美容技術選手権大会への日本代表選手の派遣等に取り組んでいます。お客様に快適に過ごして頂き、優美な気持ちでお帰り頂けるよう安心安全で、高品質なサービス提供に業界を挙げて取り組んでいます。



<http://www.riyo.or.jp/>

<https://www.japanbarbersearch.jp/en/>

### ◎訪問福祉理容（個人宅・介護施設等へ出張理容）への参加

在宅高齢者・障がい者を対象とする訪問福祉理容は、市区町村ごとの予算措置の対象で、理容サービス券や交通費の支給等自治体負担によって個人負担が軽減され利用促進が図れています。都道府県理容組合の取り組みに協力・参加しましょう。

また、全理連・都道府県理容組合では、高齢者・障がい者の身体状況や障害特性に応じて対応する知識・技術を修得する「訪問福祉理容講習」を実施しています。

### ◎インバウンド対応

全理連では外国人向け店舗検索サイト「Japan barber search」を立ち上げ、組合員の外国人対応を支援しています。

全国理容生活衛生同業組合連合会

〒151-0053 渋谷区代々木 1-36-4 全理連ビル 8階 03-3379-4111

都道府県理容組合の連絡先は以下の通り

北海道	011(621)4648	滋賀県	077-510-1010
青森県	017(734)8437	京都府	075(841)2558
岩手県	019(622)8774	大阪府	06(6358)0071
宮城県	022(374)4333	兵庫県	078(577)1881
秋田県	018(800)6258	奈良県	0742(22)2780
山形県	023(645)3525	和歌山県	073(444)5400
福島県	024(923)2016	鳥取県	0857(27)7204
茨城県	029(225)2521	島根県	0852(21)8865
栃木県	028(622)3517	岡山県	086(225)3071
群馬県	027(221)9804	広島県	082(296)1001
埼玉県	048(542)6572	山口県	083(973)0051
千葉県	043(242)5415	徳島県	088(623)7273
東京都	03(3954)8291	香川県	087(834)7649
神奈川県	045(771)3422	愛媛県	089(923)5567
新潟県	025(223)0992	高知県	088(875)6709
富山県	076(441)0604	福岡県	092(751)5948
石川県	076(232)2362	佐賀県	0952(23)8793
福井県	0776(61)2443	長崎県	095(824)2033
山梨県	055(233)8778	熊本県	096(372)1818
長野県	0263(33)6650	大分県	097(574)6611
岐阜県	058(264)2595	宮崎県	0985(27)6511
静岡県	054(253)4417	鹿児島県	099(226)3636
愛知県	052(741)4088	沖縄県	098(863)8045
三重県	059(226)6300		

memo

厚生労働省委託事業

令和3年度生活衛生関係営業の生産性向上を図るための  
新ガイドライン・マニュアル策定に係る検証調査等一式

令和3年度

**ウィズコロナ、ポストコロナ時代の  
生産性向上に向けた取組みのヒント**  
理容業編

発行

厚生労働省医薬・生活衛生局生活衛生課

協力

公益財団法人全国生活衛生営業指導センター  
公益財団法人都道府県生活衛生営業指導センター

企画・制作

株式会社日本能率協会総合研究所

令和4年3月発行

---

厚生労働省委託事業

令和3年度生活衛生関係営業の生産性向上を図るための  
新ガイドライン・マニュアル策定に係る検証調査等一式

---

# ウィズコロナ、ポストコロナ時代の 生産性向上に向けた 取組みのヒント

理容業編