

## 九州地域のサービス産業とビューティビジネスの効果に関する基礎研究

経営学部国際経営学科 柳田志学

経営学部国際経営学科 土井一生

### 1. 本プロジェクト研究の概要

近年、サービス分野<sup>1</sup>に関連するビジネスが注目を集めている。サービスの一般的な定義は、第一次産業、第二次産業ではない産業（すなわち第三次産業）を指すことが多いが、同分野に属する産業は極めて多岐にわたる<sup>2</sup>。

また、2010年以降、九州地域を拠点に事業展開を行うサービス関連企業が注目を集めている<sup>3</sup>。たとえばタイレストランの「MK」や定食で知られる「やよい軒」をはじめとした飲食サービス業を展開するプレナス、「一風堂」のラーメンで日本のみならず国際事業展開を行っている博多一風堂、「妖怪ウォッチ」などゲーム業界で知られる株式会社レベルファイブなどは、九州を代表とするサービス企業である。これらの他にも、数多くのサービス関連企業が九州を拠点として事業活動を展開している。

本プロジェクト研究の目的は、サービス産業の中でも、とりわけビューティ（美容関連）ビジネスにフォーカスし、その現状と成長可能性について探索的研究を行うことである。福岡市は、九州地域の中でも若年人口、とりわけ女性の比率が高いとされている。それに伴い、ビューティビジネスの重要性が高まっているという指摘がある<sup>4</sup>。ところが、同分野に関する研究は、まだ緒についたばかりである。本プロジェクト研究では、これらの現状を踏まえ、九州地域におけるサービス産業の現状と動向を概括した。また、サービス産業に関する先行研究を踏まえ、九州地域を対象としたビューティビジネスについてマクロの視点（統計的アプローチ）とミクロの視点（フィールドリサーチ）の両側面から現状把握を試みた。

---

<sup>1</sup> 平成 25 年度版『労働経済白書』によると、2005 年以降、第三次産業（サービス産業）の割合が 70% 以上と高い推移を示している。

<sup>2</sup> 経済産業省が毎年公表している『特定サービス産業実態調査』によると、サービス産業は全 28 業種とされているが、製造業の分野もサービスと密接に関わっている。たとえば化粧品はいわゆるモノ（製造業）に分類されるが、資生堂は商品を販売する際にビューティーコンサルタント（美容部員）を配置し、消費者にスキンケアやメイクアップのカウンセリングを行うなど、様々な美容サービスを提供している。

<sup>3</sup> 2014 年 3 月、政府は福岡市を国家戦略特区の一つとして指定し、創業のための雇用改革拠点として様々なスタートアップ企業を誘致する推進活動を行っている（日本経済新聞 2014 年 11 月 28 日朝刊）。

<sup>4</sup> 福岡は男女の賃金格差が全国平均と比べて小さく、可処分所得が高いことから美にお金を使える余裕があるとされている（日本経済新聞 2014 年 8 月 30 日朝刊）。

## 2. 九州地域におけるビューティビジネスの現状

九州地域の中でも、とりわけ福岡市のビューティ市場の潜在性は極めて大きい。これに関連して、幾つかの調査が行われている。岩屋（2008）によると、福岡市の女性人口 10 万人に対する各種サロン（ヘア、ネイル、エステティック）の店舗数は、神戸市、横浜市を上回るとされている。また、日本政策投資銀行（2011）によると、福岡市は 20 代から 30 代の女性人口比率が上昇しており、日本の大都市の中でも、最も女性人口比率が高い都市であることが指摘されている<sup>5</sup>。それに伴い、福岡市を中心とした九州地域のビューティ市場は、今後もさらなる成長を遂げることが予想される。

岩屋や日本政策投資銀行は、九州における女性人口比率や各種サロンの店舗数から、統計的アプローチに基づいて考察を試みた点で評価することができる。ただし、これらの調査にはいくつかの指摘すべき点がある。一つ目は、データの妥当性である。岩屋が分析対象とした人口に関するデータは 2005 年の国勢調査を用いており、各サロンの店舗数は、2008 年に i タウンページにて掲載された店舗を元に女性人口 10 万人当たり店舗数を算出している。その上で、福岡市のヘアサロン店舗数が他の都市と比較して多いことを結論づけている。しかし、対女性人口の店舗数比率が高いことと、ヘアサロンの市場規模（すなわちビューティ市場の規模）に相関があるとは言いがたい<sup>6</sup>。したがって、九州地域におけるビューティビジネスの動向を正確に把握するためには、各サロンの店舗数のみならず、市場規模など他の要因も考慮し、年度推移を踏まえた動的な考察を行う必要があるだろう。

二つ目は、ミクロの視点が考慮されていない、という点である。サービスビジネスを論じる際、重要とされる特性が幾つか存在する。その中でも重要な特性はサービスの「無形性」と「変動性」である。たとえばヘアサロンの場合、美容師の施術（カットやブロー）という無形の財を提供することになるが、関東のヘアサロンで施術されるサービスと、九州地域のヘアサロンで施術されるサービスは異なる可能性が高い（すなわち変動性が生じている）。この無形性や変動性について議論を行う場合は、統計的アプローチ（マクロの視点）による分析だけではなく、フィールドリサーチに基づいたミクロの視点からも分析を試みる必要がある。しかし先行研究では統計的アプローチのみにとどまっており、たとえば九州地域の各種サロンが提供するサービスと、首都圏の各種サロンが提供するサービスの質や相違について比較検討することはできない。したがって、本プロジェクト研究では、このミクロ的アプローチについても重視し、調査を遂行した。

<sup>5</sup> 同レポート（p7）によると、第 3 次産業の従業者数が最も多い都市ほど女性人口比率が高く、福岡市は、第 3 次産業の従業者数比率も女性人口比率も最も高いとされている。すなわち福岡市は若年女性が多く、サービス産業が成長を遂げている都市であることがいえる。

<sup>6</sup> ヘアサロンの場合は、首都圏と地方では客単価が異なることが多く、店舗数の増加が必ずしもビューティ市場規模の成長と相関するものとは言えない。統計的アプローチで分析を行う場合は、単純に店舗数のみを対象とするのではなく、客単価の地域別平均額や美容師の従業者数についても考慮する必要がある。

### 3. パイロットスタディ（探索的調査）と今後の検討課題

本プロジェクト研究に際して、サービス産業を踏まえ、九州を対象としたビューティビジネスのサーベイを行った。それと同時に、ミクロの視点から2回に分けて探索的調査を試みた。1回目は2014年6月9日から11日に、福岡で実施される美容展示会「第3回福岡国際ビューティー・ショー」に出店する美容関連企業を対象として調査である。具体的には、出展する九州の美容系地場企業へインタビュー調査を行い、九州地域におけるビューティ市場の現状について把握することを試みた。また、同展示会は海外の美容関連企業も出展しており、なぜ九州地域へ関心を抱いているのか、という観点から複数の企業へとインタビューを行った。2回目は、2015年3月2日から3月3日にかけて実施された美容展示会「ビューティーワールド ジャパン福岡」である。同展示会では、前回と同様、美容関係者ならびに九州を拠点とする美容関連企業へ簡単なヒアリングを行った。この2回に及ぶ探索的調査で得られた知見は以下の2点である。一つ目は九州地域を拠点とする美容関連企業は、自然派（オーガニック）をベースとした化粧品を主力商品に据えようと模索している、という点である<sup>7</sup>。二つ目は、ビューティ企業（美容関連企業）の国際化に関する視点である。複数の美容関連企業は、アジアやオセアニア地域への進出を模索している。すでに熊本県を拠点として事業展開を行う再春館製薬所は、2011年以降、香港と台湾において化粧品事業を展開しているが<sup>8</sup>、多くの企業は国内の事業活動のみにとどまっている。しかし九州を拠点とする複数の美容関連企業が、チャンスがあるのならば海外（主にアジア諸国）へと進出したい、との見解を示していた。今後は九州のビューティ企業における国際化について、企業の優位性の観点からも研究を進める必要がある。

---

<sup>7</sup> 佐賀県唐津市は、フランスの化粧品産業集積地（コスメティック・バレー）と交流を図るなどの活動を行っており、化粧品産業クラスターの構想を推進している。

<sup>8</sup> 再春館製薬所 HP ([https://www.saishunkan.co.jp/profile/kaisya\\_gaiyo.html](https://www.saishunkan.co.jp/profile/kaisya_gaiyo.html))によると、同社は2011年に香港へと進出し、2012年に台湾へと進出している（2015年3月20日閲覧）。

【参考文献】

- Fukuoka City 『Fukuoka Facts』 (<http://facts.city.fukuoka.lg.jp/>) 2015年3月20日閲覧
- 岩屋京子 (2008) 「データで見る福岡市 vol.6」 『エフ・ユー プラス 6号』 財団法人福岡アジア都市研究所
- Japan Cosmetic Center (<http://jcc-k.com/index.html>) 2015年3月20日閲覧
- 経済産業省 (2012) 『特定サービス産業実態調査』
- Lovelock, Christopher and Jochen Wirtz (2007). *Service marketing, 6th edition*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall. 邦訳, クリストファー・ラブロック, ヨッヘン・ウィルツ (2008) 『ラブロック&ウィルツのサービス・マーケティング』, 白井義男監訳, ピアソン・エデュケーション.
- 西日本新聞社 (2012) 『西日本新聞 九州データ・ブック 2012 デジタル』
- 日本政策投資銀行 (2011) 『若年男女人口比からみえる福岡市のすがた』 株式会社日本政策投資銀行
- 矢野経済研究所 (2013) 『2013年度 エステティックマーケティング総覧』
- (2013) 『2013年度 化粧品マーケティング総覧』
- (2013) 『2013年度 理美容マーケティング総覧』