



首都圏の既婚女性1106人に、美容室選びについて聞いた。

行きつけの美容室は、約7割が「1つの店に決めている」

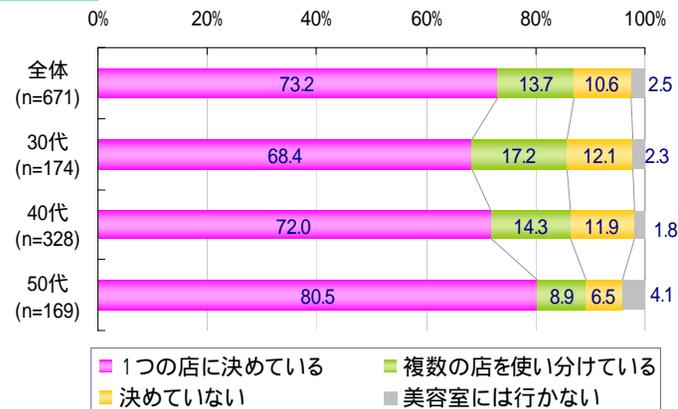
行きつけの美容室については、全体の73.2%が「1つの店に決めている」と回答した。年代別で見ても大差はないが、30代では、「複数の店を使い分けしている」がやや多かった。(グラフ[1])

直近に利用した美容室は、「5年以上続けて利用している」が27.6%

直近に利用した美容室は、どの位続けて利用しているかについて聞いたところ、全体の27.6%が「5年以上」と回答。次いで、「3年～5年未満」23.6%、「半年未満」23.1%と続く。年代別で見ると、30代では、「半年未満」が27.5%と最多となる。40代では「5年以上」28.6%、50代では「5年以上」36.7%が最多だった。(グラフ[2])

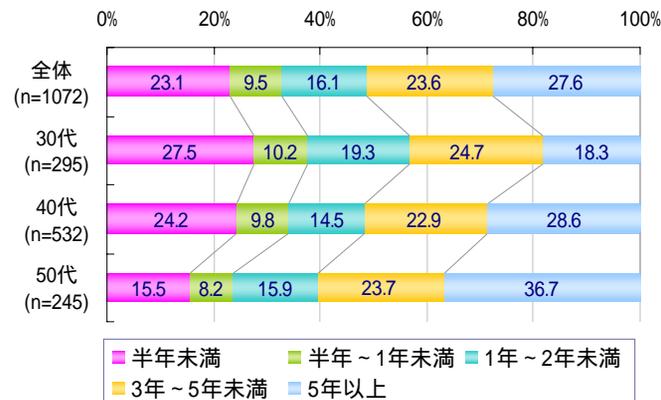
グラフ [1]

行きつけの美容室について



グラフ [2]

直近に利用した美容室は、どの位続けての利用となるか



<回答者プロフィール>

年齢: 30代 27.6%、40代 49.2%、50代 23.2%。平均年齢 44.2歳
居住地: 東京都 41.1%、神奈川県 31.3%、千葉県 17.2%、埼玉県 10.4%
働き方: 専業主婦 53.7%、フルタイム 8.8%、パート・アルバイト 33.6%、その他 3.9%

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



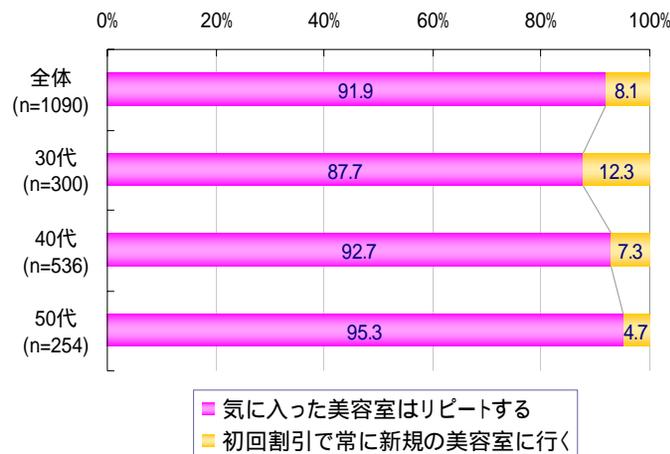
美容室選びについての行動は、「気に入った美容室はリピートする」が約9割

美容室選びについての行動について聞いたところ、全体の91.9%が「気に入った美容室はリピートする」と回答した。年代別に見ても大差はないが、30代では、「初回割引で常に新規の美容室に行く」の回答が1割を超えた。(グラフ[3])

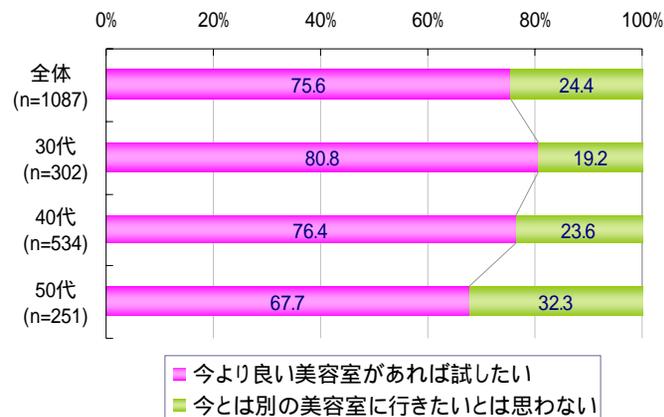
美容室選びについての考え方は、「今より良い美容室があれば試したい」が約75%

美容室選びについての考え方については、全体の75.6%が「今より良い美容室があれば試したい」と回答した。年代別で見ると、すべての年代で今より良い美容室があれば試したいと考える人が多いが、年代が上がるにつれ、「今より良い美容室があれば試したい」は少なくなる傾向にある。(グラフ[4])

グラフ [3] 美容室選びについての行動



グラフ [4] 美容室選びについての考え方



<回答者プロフィール>

年齢: 30代 27.6%、40代 49.2%、50代 23.2%。平均年齢 44.2歳
居住地: 東京都 41.1%、神奈川県 31.3%、千葉県 17.2%、埼玉県 10.4%
働き方: 専業主婦 53.7%、フルタイム 8.8%、パート・アルバイト 33.6%、その他 3.9%

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



美容室で1回にかかる平均時間は、「2時間～3時間未満」が24.5%

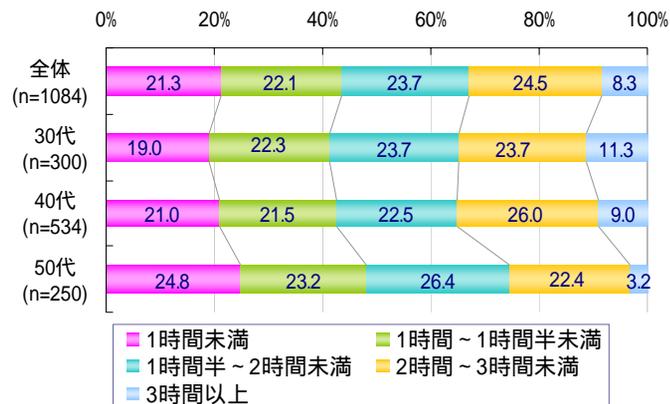
美容室で1回にかかる平均時間を聞いた。「1時間未満」から「2時間～3時間未満」まで、各選択肢に20%～25%ずつ分散する結果となり、その傾向は全世代共通だった。(グラフ[5])

今より満足度の高いサービスが受けられる場合の1回にかけられる時間の上限は、「プラス15分～30分未満」が約4割

今より満足度の高いサービスが受けられる場合、1回にどのくらいの時間をかけられるかの上限について聞いた。全体・年代別同じで、最も多かったのは「プラス15分～30分未満」で、約4割となった。次に多かったのは、「プラス30分～1時間未満」で25%前後であった。(グラフ[6])

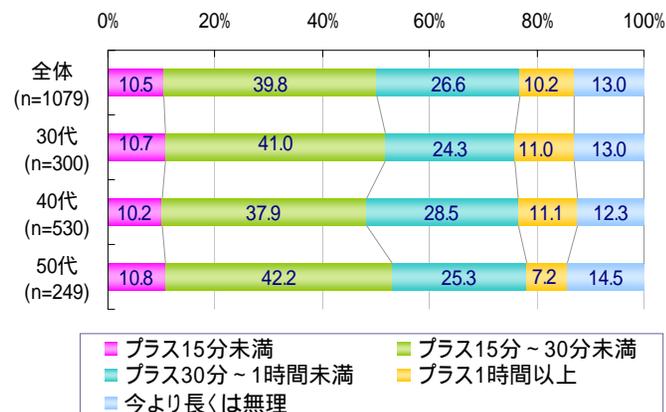
グラフ [5]

美容室で1回にかかる平均時間



グラフ [6]

今より満足度の高いサービスを受けられる場合の1回にかけられる時間の上限



<回答者プロフィール>

年齢: 30代 27.6%、40代 49.2%、50代 23.2%。平均年齢 44.2歳
居住地: 東京都 41.1%、神奈川県 31.3%、千葉県 17.2%、埼玉県 10.4%
働き方: 専業主婦 53.7%、フルタイム 8.8%、パート・アルバイト 33.6%、その他 3.9%

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



美容室での1回の平均的な支払額は、「3000円～5000円未満」が20.9%

美容室で1回の平均的な支払い額については、分散する傾向にあるが、全体で最も多いのは「3000円～5000円未満」で20.9%。次いで、「1万円～1万5000円未満」が19.8%、「5000円～8000円未満」が17.8%と続く。

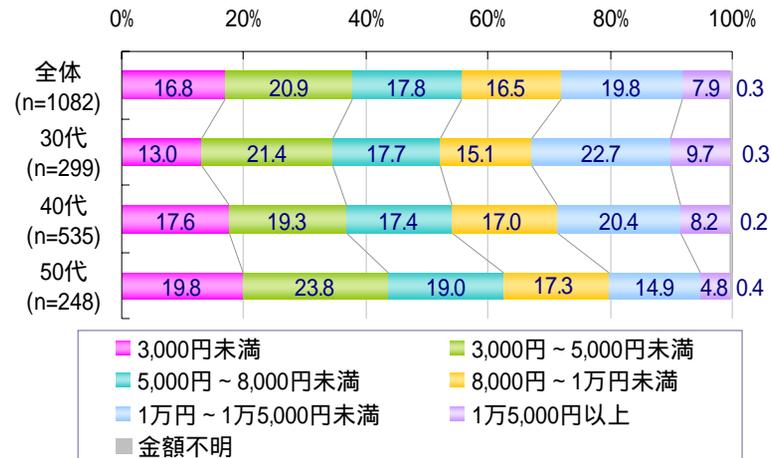
年代別でも分散傾向は見られるが、30代は「1万円～1万5000円未満」「3000円～5000円未満」が20%を超え、40代は「1万円～1万5000円未満」が20.4%だが、50代では「3000円～5000円未満」が23.8%と多くなり、年代が上がるにつれ支払額がやや少なくなることがわかる。(グラフ[7])

今より満足度の高いサービスが受けられる場合のアップできる金額の上限は、「プラス1000円～3000円未満」が約4割

今より満足度の高いサービスが受けられる場合、アップできる金額の上限について聞いた。全体・年代別の差はなく、最も多かったのは「プラス1000円～3000円未満」で、全体・年代別ともに約4割であった。次に多かったのは、「プラス1000円未満」で約3割、「今より高いのは無理」は約2割。「プラス3000円以上」は、1割にも満たなかった。(グラフ[8])

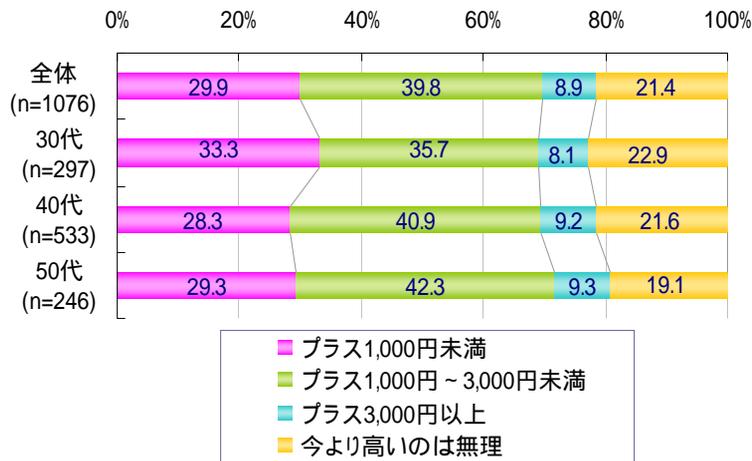
グラフ [7]

平均的な1回の支払額



グラフ [8]

今より満足度の高いサービスを受けられる場合の1回にかけられる時間の上限



<回答者プロフィール>

年齢: 30代 27.6%、40代 49.2%、50代 23.2%。平均年齢 44.2歳
居住地: 東京都 41.1%、神奈川県 31.3%、千葉県 17.2%、埼玉県 10.4%
働き方: 専業主婦 53.7%、フルタイム 8.8%、パート・アルバイト 33.6%、その他 3.9%

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



現在通っている美容室までの距離(自宅から)は、「徒歩・自転車で行ける範囲」が約7割

現在通っている美容室までの距離(自宅から)について聞いた。最も多かった回答は、「徒歩・自転車で行ける範囲」で全体の67.9%。年代別でも大差はなく、「徒歩・自転車で行ける範囲」が最も多かった。(グラフ[9])

今より満足度の高いサービスが受けられる美容室があった場合に、足をのばせる距離の限界は、「プラス15分~30分未満」が約4割

今より満足度の高いサービスが受けられる美容室があった場合、足をのばせる距離の限界について聞いた。全体で最も多かったのは、「プラス15分~30分未満」で39.2%。次いで「プラス15分未満」32.9%であった。年代別で見ても大差はないが、50代は「プラス15分~30分未満」の回答がやや多く42.6%となった。(グラフ[10])

<回答者プロフィール>

年齢:30代 27.6%、40代 49.2%、50代 23.2%。平均年齢 44.2歳
居住地:東京都 41.1%、神奈川県 31.3%、千葉県 17.2%、埼玉県 10.4%
働き方:専業主婦 53.7%、フルタイム 8.8%、パート・アルバイト 33.6%、その他 3.9%

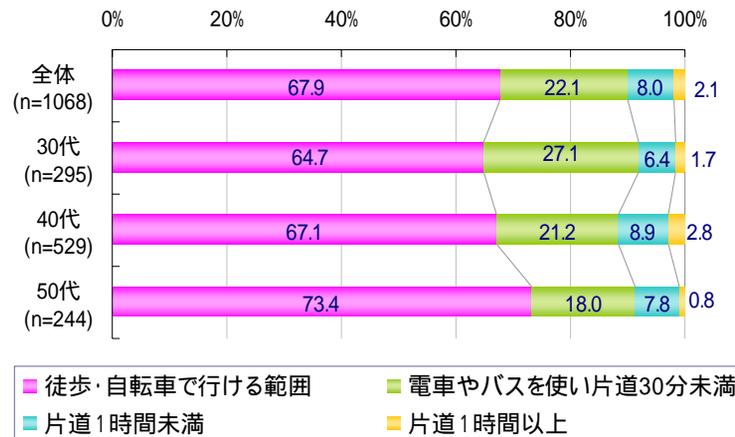
リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

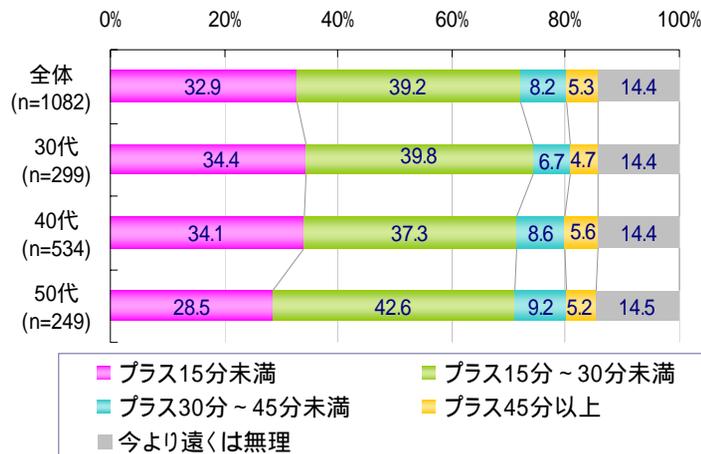
グラフ [9]

現在通っている美容院までの距離
(自宅から)



グラフ [10]

今より満足度の高いサービスを受けられる美容室があった場合に、足をのばせる距離の限界(自宅から)





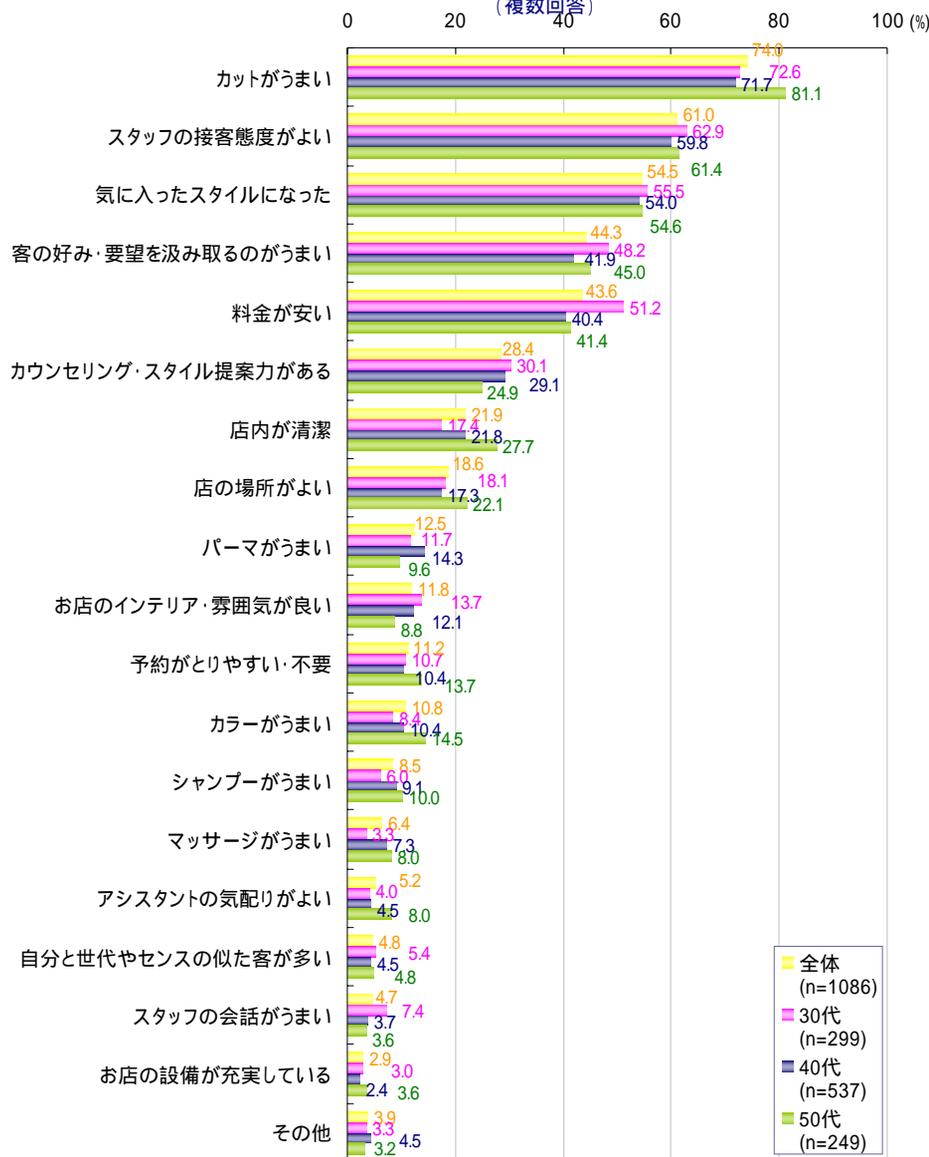
「この美容室にまた来たい」と思ったときに、特に影響することは、「カットがうまい」で74.0%

『この美容室にまた来たい』と思ったときに、特に影響することのトップ3は、1位が「カットがうまい」、2位が「スタッフの接客態度がよい」、3位が「気に入ったスタイルになった」となった。

全体・年代別の大差はないが、特徴としては30代では「客の好み・要望を汲み取るのがうまい」「料金が安い」が他の年代より多かった。50代では、「店内が清潔」「店の場所がよい」が他の年代より多く、美容師・技術面以外の店内、立地面も比較的影響が大きいことがわかる。(グラフ[11])

グラフ [11]

「この美容室にまた来たい」と思ったときに、特に影響すること (複数回答)



<回答者プロフィール>

年齢: 30代 27.6%、40代 49.2%、50代 23.2%。平均年齢 44.2歳
 居住地: 東京都 41.1%、神奈川県 31.3%、千葉県 17.2%、埼玉県 10.4%
 働き方: 専業主婦 53.7%、フルタイム 8.8%、パート・アルバイト 33.6%、その他 3.9%

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



「もう次は来ない」と思ったときに、特に影響することは、「カットが下手」で73.5%

「もう次は来ない」と思ったときに、特に影響することのトップ3は、1位「カットが下手」、2位「スタッフの接客態度がよくない」、3位「気に入ったスタイルにならなかった」となった。世代を問わず「もう次は来ない」と思うまでに影響する内容は共通するようだ。

全体・年代別の差はあまりないが、特徴としては30代で多く見られたのが、「料金が高い」「カウンセリング・スタイル提案力がない」。50代で目立ったのは、「シャンプーが下手」「担当の美容師が辞めた・変わった」であった。(グラフ[12])

全体として、「カット」「スタッフの接客態度」「仕上がりのスタイルが気に入るか」が、次に行くかどうかのポイントになることが多いのがわかる。

< 回答者プロフィール >

年齢: 30代 27.6%、40代 49.2%、50代 23.2%。平均年齢 44.2歳
居住地: 東京都 41.1%、神奈川県 31.3%、千葉県 17.2%、埼玉県 10.4%
働き方: 専業主婦 53.7%、フルタイム 8.8%、パート・アルバイト 33.6%、その他 3.9%

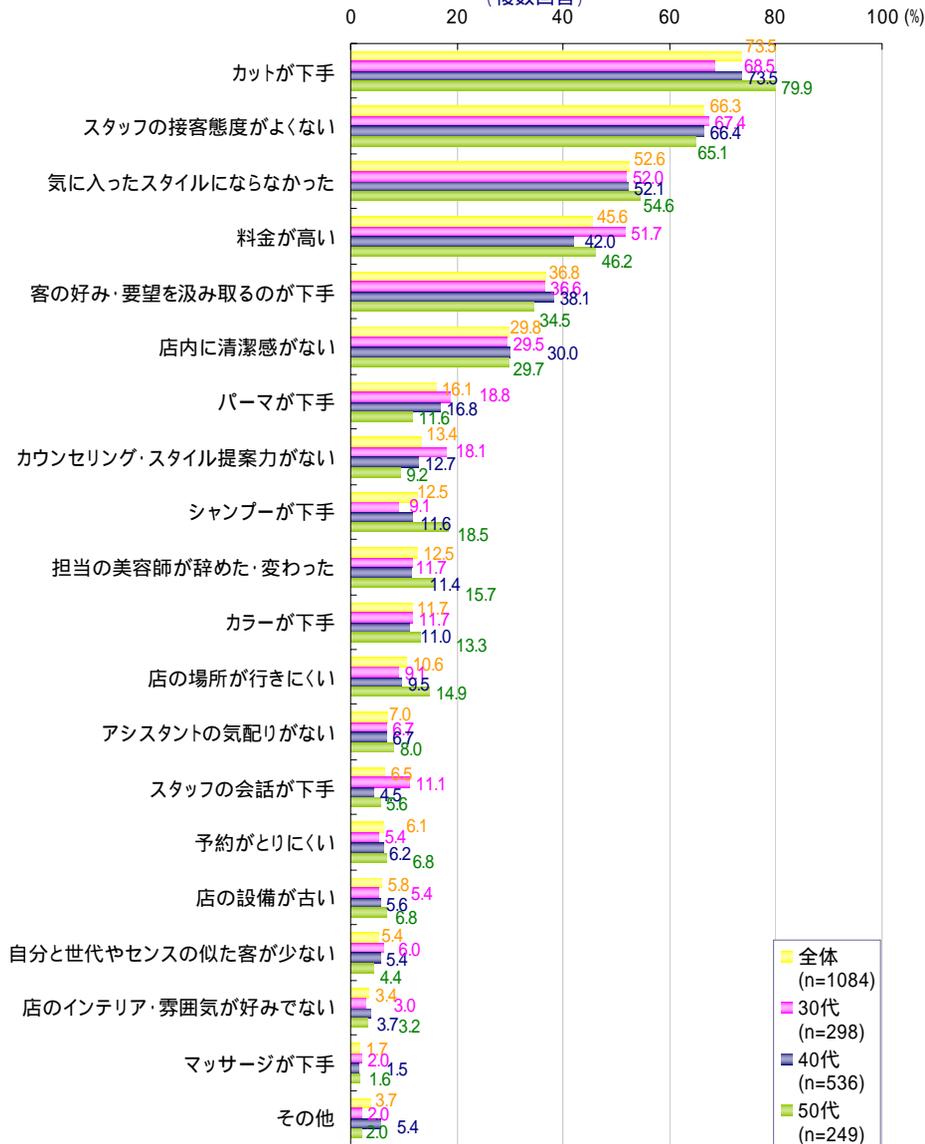
リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

グラフ [12]

「もう次は来ない」と思ったときに、特に影響すること (複数回答)





美容師から積極的に提案して欲しい情報は、「ヘアスタイル」で61.9%

美容師から積極的に提案して欲しい情報のトップは、「ヘアスタイル」で61.9%。次いで「自分の髪や頭皮の状態や髪質の特徴」が59.2%。「家でのスタイリング方法」48.2%と続く。(グラフ[13])

美容室での待ち時間に、あるとうれしい無料のサービスは、「肩のマッサージ」54.9%

美容室での待ち時間に、あるとうれしい無料のサービスについて聞いた。トップは、「肩のマッサージ」で54.9%。次いで、「ドリンクサービス」54.5%、「ヘッドマッサージ」52.8%と続く。(グラフ[14])

<回答者プロフィール>

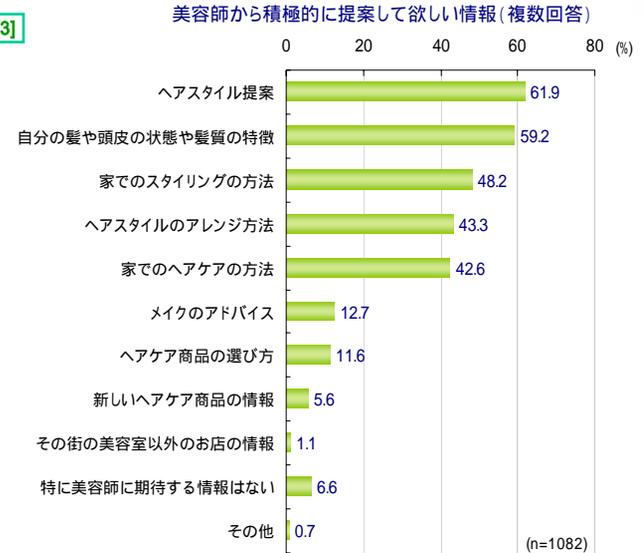
年齢:30代 27.6%、40代 49.2%、50代 23.2%。平均年齢 44.2歳
居住地:東京都 41.1%、神奈川県 31.3%、千葉県 17.2%、埼玉県 10.4%
働き方:専業主婦 53.7%、フルタイム 8.8%、パート・アルバイト 33.6%、その他 3.9%

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

グラフ [13]



グラフ [14]

美容室の待ち時間に、無料サービスがあるとうれしいと思う内容 (3つまで選択)

