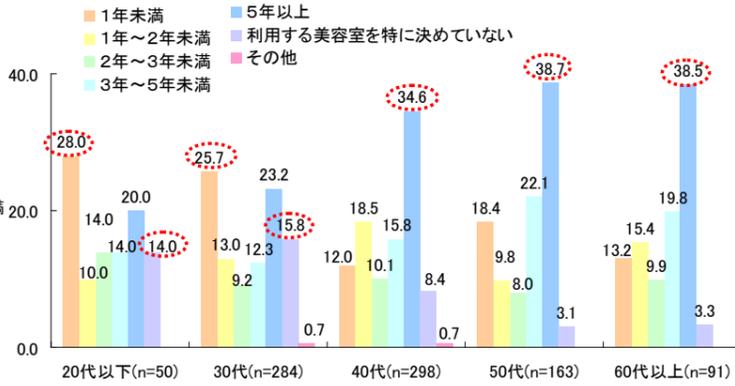
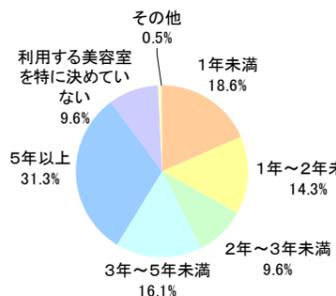


01 Woman's Trend

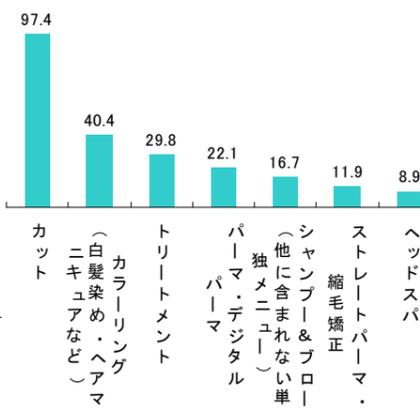
美容室の利用、模索の20~30代、固定で頻度も高くなる50代以上 「カット」以外のメニューが定着しないのは、全体の割高感が原因か？

Q. いま利用している美容室は、どれくらいの期間利用していますか？

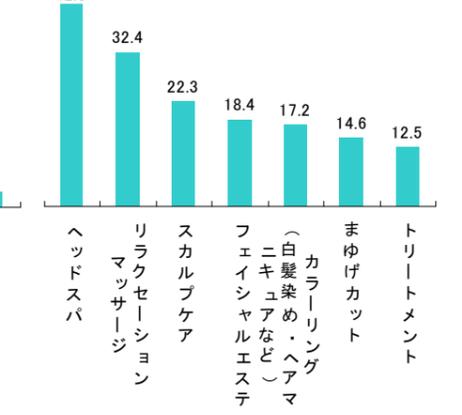
(数字はすべて%)



Q. 美容室で普段オーダーしている有料メニュー上位7種



Q. 今は利用していないけれど、美容室で機会があれば試したい有料メニュー上位7種



2014.06.19~06.23 女性を対象にWEB調査 (n=886)

4年ぶりに美容室の利用に関する調査をした。美容室の利用頻度は、2カ月に1回以上が44.7%。これは4年前(43.6%)とほぼ同じ割合だ。年代別には50代以上で激増し、1.5カ月に1回以上行く人が半数前後になる。50代以上になると髪型をショートにする人が増えるからで、ミディアムやロングが多い20~30代は、実は美容室に行く頻度は低い。今行っている美容室の利用期間を確認したのが上のグラフ。3年以上固定している人が半数を超えてくるのは40代になってから。20~30代では、1年未満、もしくは特に決めていない人が目立って多く、クーポンや初回割引などで、あちこち浮気しているのだろう。この層をリピーターにする工夫が必要だ。一方で50代以上の利用頻度の高い層に対しても、頻度に応じたサービスにもう工夫あっても良さそうだ。ネット会議室でも、この話題が出たが同感だ。美容室は新規顧客

の獲得には熱心だが、固定客へのサービスプランは他業界に比べて少ないように思う。改善の余地はありそうだ。美容室のメニューを17種類挙げて、普段オーダーしているものを聞いたら、圧倒的に「カット」。2番目のカラーリングでも半数に満たないので、リラクゼーションサロンとしてのポジションは、まだ遠い。が、機会があれば利用したいメニューでヘッドスパが半数近く。リラクゼーションマッサージやスカルプケアも2割を超えているので、期待感はあるのだと思う。自由回答などを見て、つくづく感じたのが、多くの人が割高感を持っていること。考えてみれば、人の技術というレベル基準の曖昧なものを、日常的に買うのは美容室くらいなもの。ファッションなどの値ごろ感が格段に下がっている中で、この出来でこの値段という納得感が下がっているのだろう。サービスを広げるにしても特化するにしても納得感が重要だ。(所長/植田奈保子)

くらしHOWネット会議室「美容室について」からリピーターへのサービスを望む！

- Chibiさん: 不満というか、値段が高い感じがします。それからシャンプー、カット、カラーと担当が変わるたびに同じ会話をされて疲れます。あと長く通っても割引などは無いのが悲しいですね。
Tamarinさん: 46歳。だいたい3カ月に2回くらい、同じ美容院に通っています。ときどき1000円カットのような安くて予約もいらぬところで、部分カラーだけしてもらいます。
Chibiさん: 37歳。6年間同じ美容師さんで、エステに行く日に一緒に行っているため、1カ月半~2カ月の期間で通っています。
Biyoさん: 46歳。3カ月に1度、行きつけの美容室で同じ美容師さんに。7~8年通っています。白髪や髪の毛が気に入らなくなってから、ずっとそこです。
Tomochinさん: 39歳。3カ月に1度のペースで通っていましたが担当の方がやめてしまったので、新規開拓しようと思っているところ。縮毛矯正をかけているので、3カ月間もちたえてくれる髪型にしてくれる美容師の腕を望んでいます！

- Chibiさん: 不満というか、値段が高い感じがします。それからシャンプー、カット、カラーと担当が変わるたびに同じ会話をされて疲れます。あと長く通っても割引などは無いのが悲しいですね。
Biyoさん: 誕生日月に割引とかサービスがあると嬉しい。なんとなく誕生日前は美容室に行きたくないので。あと、元値が高い店が7掛けくらいの割引クーポンを出していたら、かなり惹かれますね。
Tomochinさん: 通常の半額くらいだと安いなあと感じますが、だいたい初回限定クーポンなので通い続けることを考えると...。リピーターでも定期的に割引サービスがあると嬉しいのですが。
Tamarinさん: 長時間の施術は疲れてしまうので、マッサージやネイルサービスなどリラックスできるサービスが無料で充実しているといいですね。無料が難しければ、それを特典にしたサービス券などにすればリピーターに喜ばれるのでは？

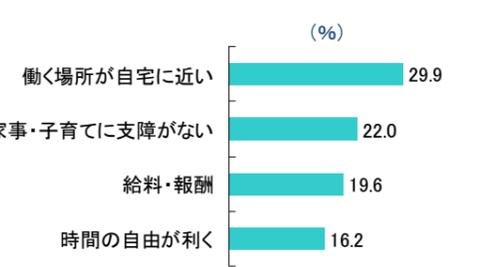
2014.07.17実施 くらしHOWネット会議室「美容室について」発言録より抜粋。全発言録はくらしHOWサイトで公開中

02 Woman's Data

【主婦のキモチ】 7割が働きたいが、希望の仕事あるか不安

全国の主婦にお仕事感について聞いた。50代以下の専業主婦の69.5%が働きたいが、うち55.7%が条件に合う仕事があるか不安に思っているという結果に。優先条件は家から近い、家事や育児に支障がない、給料、時間の自由が上位で、希望職種は事務職が1位。仕事探しサイトに、主婦向けの情報や近くで働ける仕事が少ないという声も。

【仕事探しの際に最も優先すること※上位項目抜粋】

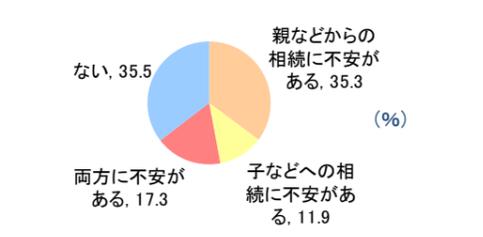


2014.06.19~06.25 既婚女性を対象にWEB調査 (n=623)

【主婦のキモチ】 相続について不安がある主婦は64.5%

今年の5月に行ったアンケートによると、相続について不安がある主婦は64.5%。理由は「対策の方法がわからない」「難しくよくわからない」「財産分配」がトップ3。次いで、相続税の基礎控除額が引き下げられることで「相続税を払わないといけなくなりそう」23.9%、「相続税の額が大きくなりそう」18.7%が続いた。

【あなたは相続について不安はありますか？】



2014.05.15~05.20 リビング新聞調べ 既婚女性を対象にWEB調査 (n=411)

03 Group Eyes

子どもからシニアまで、あらゆる世代のニーズに応えるイベントを開催

夏休みは子ども、親、祖父母、と普段はなかなか一緒にいられない世代が一堂に集まりやすい時期。サンケイリビング新聞社では、あらゆる世代に向けたイベントを実施している。7/28には、ザ・クレストホテル柏を会場に、50代以上のアクティブシニアに向けたイベント「TO THE NEXT」を開催。第2の人生をより豊かに！をテーマに、病院の副院長による「医療セミナー」や、子どもの結婚問題について親ができることをリビングマリアージュ担当者から学ぶ「親の婚活セミナー」、中高齢者専用分譲マンションについて聞く「老後の住まいセミナー」を実施。どれも、受講者は真剣に耳を傾けていた。またプロのメイクアップアーティストとカメラマンが遺影撮影を行う「メモリアルフォト」は今回も大人気。輝いている今もこれからも、両方大事にしていきたい大人たちであふれていた。会場を同じくして、8/8には「一日宿題村」という夏休みならではの親子



前回実施の「一日宿題村」の実施風景

イベントを開催する。会場に小学生の子どもとその親、各ジャンルの先生たちが集結。ランチ付きで先生たちが自由研究や課題のお手伝いをしてくれる親も子ども助かる企画。子どもたち向けには本格的な実験体験プログラムや、「解決！読書感想文」など大人も受けたいようなプログラムを豊富に用意。保護者向けには、本音の教育論が聞ける特別講演会も。サンケイリビング新聞社では、今後もあらゆる世代の方々に、有意義な時間を過ごしてもらえるような企画を提供していく。(サンケイリビング新聞社CC室)