

女性の美容に対する価値意識 〈アイビューティーサロン編〉 ～美容センサス2011より～

20歳～49歳の女性において、美容に対する価値意識によるタイプ分類を実施したところ、以下のように3層・8タイプに分けられることが分かりました。
本報告書では各層・タイプのアイビューティーサロンに対する美容行動や価値観の違いを紹介します。

女性の美容に対する価値意識 8タイプ

高 感 度 層

タイプ1 美高感度タイプ



- ・利用率：27.0%（1位）
- ・1回あたり利用金額：4,322円（2位）
- ・仕上がりの良いサロンをリピート
- ・技術～接客まで要求レベルが非常に高い
- ・7割近くが新しいお店を探している

タイプ2 トレンド 追っかけタイプ



- ・利用率：18.5%（2位）
- ・1回あたり利用金額：4,563円（1位）
- ・仕上がり&センスが重要

タイプ1～8 各タイプ共通の結果

- ・利用金額は4,000円前後で約800円差。
- ・利用目的のトップはきれいになりたい時
- ・サロン選択時には接客態度を重視
- ・リピート理由はタイプごとに異なる

中 感 度 層

タイプ3 モテかわタイプ



- ・利用率：14.0%（3位）
- ・1回あたり利用金額：3,822円（4位）
- ・きれいになりたくて利用
- ・自分ではできないブロの技術に価値
- ・親しみやすい明るいお店を選択

タイプ4 健康生活タイプ



- ・利用率：8.7%（5位）
- ・1回あたり利用金額：3,494円（5位）
- ・信頼できて安心なお店を選択
- ・リーズナブルで効果が長持ちするサロンをリピートする傾向

タイプ5 見た目こだわり 不規則生活タイプ



- ・利用率：8.8%（4位）
- ・1回あたり利用金額：3,831円（3位）
- ・ボーナスがきっかけで行くことも
- ・ラクできることに価値を感じるが行くことそのものが面倒くさい。

低 感 度 層

タイプ6 メルヘン謙遜タイプ



- ・利用率：6.7%（6位）

タイプ7 ミニマム美容タイプ



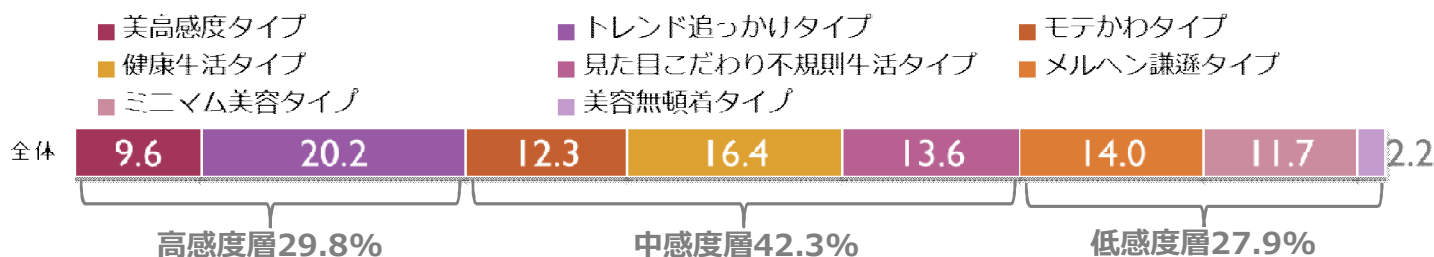
- ・利用率：2.1%（7位）

タイプ8 美容無頓着タイプ



- ・利用率：1.3%（8位）

各タイプ出現率



目次

- 調査概要 3

アイビューティサロン利用行動

- サロンの利用率 高感度層は約2割がサロンを利用…………… 4
- サロンの利用頻度 高感度層ほど利用頻度が高い…………… 5
- サロンの1回あたりの利用金額 高感度層と低感度層で、約800円の差…………… 6
- サロンの立地 高・中感度層は「プライベートでよく出掛ける街」がトップ…………… 7
- 利用サロンの満足度 高感度層ほど「満足している」割合が高い…………… 8
- 新しいお店探し状況 高感度層は「新しいお店を探している」割合が高い…………… 9

アイビューティサロンに関する価値観

- サロンの利用目的 全層で「きれいになりたい時」が突出…………… 11
- サービス利用価値 高・中感度層は「自分ではできない」「プロの技術」にメリット…………… 12
高感度層は「センス良い仕上がり」「効果が長持ち」することにもメリットを感じる
- サロン選択時の重視項目 全層で「スタッフの接客態度が良いこと」がトップ…………… 14
- リピートしたいサロンの理由 ばらつくのは「仕上がり・技術」と「料金」…………… 16
- プロとの差 高・中感度層は約4割がプロとの差を強く認識…………… 17

調査概要と回答者プロフィール

● 調査目的

「美容への意識」によるサロン利用の実態やその価値観の違いを明らかにし、より効果的なサービス開発の参考資料とすること

● 調査方法

－インターネットによるアンケート調査
 ・株式会社コンピューター・プランニング・リサーチの「CiM-Net」アンケートパネルを利用

● 調査対象

－全国、人口20万人以上の都市在住の20～49歳の女性 : 3600サンプル
 ・F1層(20～34歳) : 1800サンプル
 ・F2層(35～49歳) : 1800サンプル

※人口20万人以上の都市の人口比率によってエリア毎の割付数を決定
 ※エリアと年代による割付数詳細は下記の数表を参照

● 調査実施時期

－上期:2011年2月3日(木)～8日(火)
 －下期:2011年7月16日(土)～20日(水)

● 調査実施機関

－株式会社アンド・ディ

■エリア別 割付数

	合計	北海道・東北	首都圏		中部・甲信越	東海 (静岡含む)	関西	中国・四国	九州
			うち東京23区	468					
全体	3600	327	1428	468	166	385	693	268	333
【年代別】									
F1層	1800	164	714	234	83	193	346	134	166
20～24歳	600	54	238	78	28	64	116	44	56
25～29歳	600	55	238	78	27	65	115	45	55
30～34歳	600	55	238	78	28	64	115	45	55
F2層	1800	163	714	234	83	192	347	134	167
35～39歳	600	54	238	78	28	64	116	45	55
40～44歳	600	55	238	78	27	64	116	44	56
45～49歳	600	54	238	78	28	64	115	45	56

00.001

■調査対象エリア

エリア	該当する都市							
北海道・東北	札幌市	函館市	旭川市	青森市	八戸市	盛岡市	仙台市	秋田市
	山形市	福島市	郡山市	いわき市				
首都圏	水戸市	つくば市	宇都宮市	前橋市	高崎市	太田市	さいたま市	川崎市
	熊谷市	川口市	所沢市	春日部市	上尾市	草加市	越谷市	千葉市
	市川市	船橋市	松戸市	柏市	市原市	東京23区	八王子市	府中市
	調布市	町田市	横浜市	川崎市	横須賀市	平塚市	藤沢市	茅ヶ崎市
	相模原市	厚木市	大和市					
中部・甲信越	新潟市	長岡市	上越市	富山市	金沢市	福井市	長野市	松本市
東海(静岡含む)	岐阜市	静岡市	浜松市	沼津市	富士市	名古屋市	豊橋市	岡崎市
	一宮市	春日井市	豊田市	津市	四日市市			
関西	大津市	京都市	大阪市	堺市	岸和田市	豊中市	吹田市	高槻市
	枚方市	茨木市	八尾市	寝屋川市	東大阪市	神戸市	姫路市	尼崎市
	明石市	西宮市	加古川市	宝塚市	奈良市	和歌山市		
中国・四国	岡山市	倉敷市	広島市	呉市	福山市	下関市	徳島市	高松市
	松山市	高知市						
九州(沖縄)	北九州市	福岡市	久留米市	佐賀市	長崎市	佐世保市	熊本市	大分市
	宮崎市	鹿児島市	那覇市					

00.002

※出版・印刷物等へのデータ転載される際には、「(株)リクルート ビューティワールド総研調べ」と明記していただきますようお願い申し上げます。

【利用行動】サロンの利用率

- 【3層別】高感度層は約2割がアイビューティサロンを利用している。

- アイビューティサロンの利用率は、「高感度層」21.2%に対し、「中感度層」10.3%、「低感度層」は4.4%。

- 【8タイプ別】「美高感度タイプ」の利用率が最も高い。

- 「美高感度タイプ」は27.0%が利用した経験がある。

- 「トレンド追っかけタイプ」は18.5%、「モテかわタイプ」は14.0%。それ以外のタイプは10%未満にとどまる。

■利用率【過去1年】e. : アイビューティサロン(全体/単一回答) (%)

		アイビューティサロン	
		利用者・計	利用したことがない
●凡例			
全体	(n=3,600)	11.9	88.1
美容に関する感度別(3層)	高感度層	21.2	78.8
	中感度層	10.3	89.7
	低感度層	4.4	95.6
8タイプ分類別	美高感度タイプ	27.0	73.0
	トレンド追っかけタイプ	18.5	81.5
	モテかわタイプ	14.0	86.0
	健康生活タイプ	8.7	91.3
	見た目こだわり不規則生活タイプ	8.8	91.2
	メルヘン謙遜タイプ	6.7	93.3
	ミニム美容タイプ	2.1	97.9
	美容無頓着タイプ	1.3	98.8

1c03_005

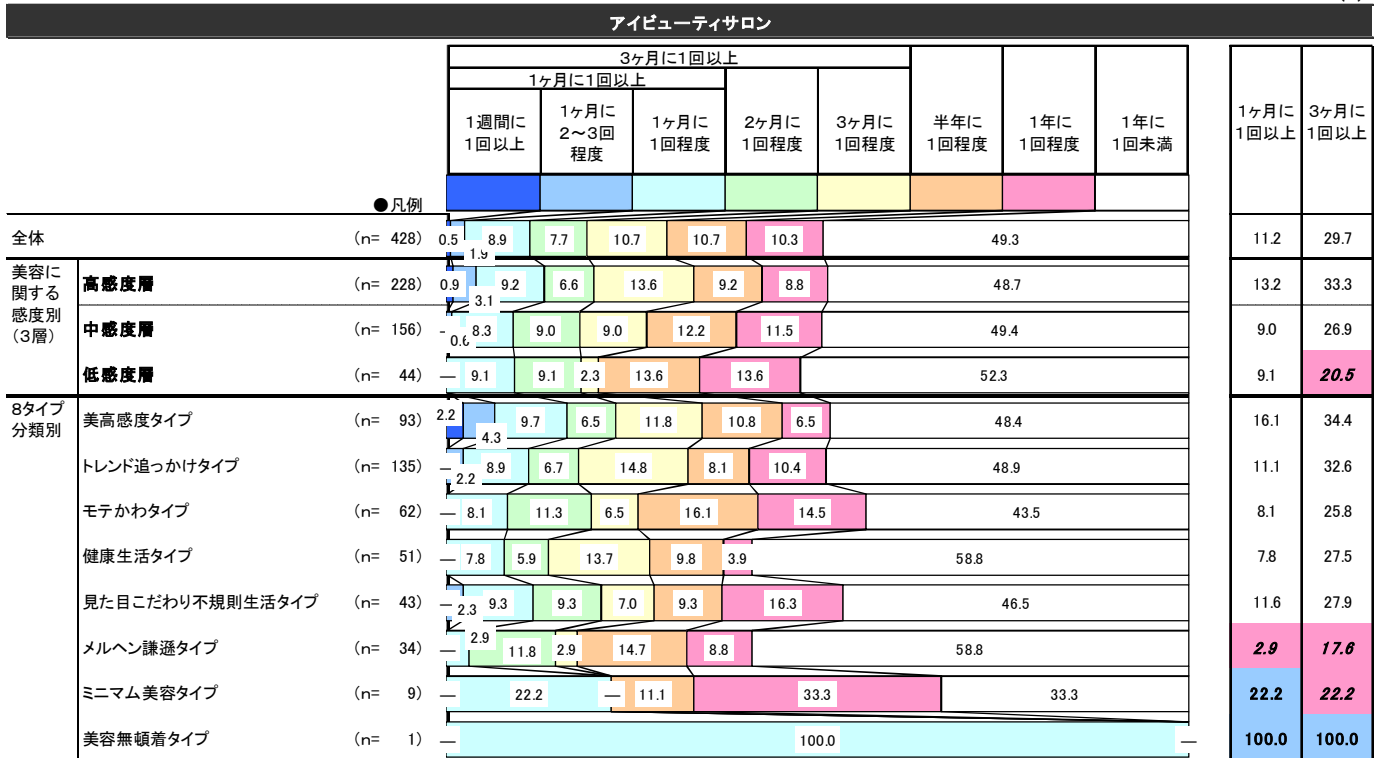
【利用行動】サロンの利用頻度

●【3層別】高感度層ほど利用頻度が高い。

➤「高感度層」は、「3ヶ月に1回以上」利用が33.3%だが、「中感度層」は26.9%、「低感度層」は20.5%。

■利用頻度【過去1年】e. : アイビューティサロン《利用者ベース》(サロン利用者/単一回答)

(%)



※「全体」より+5ポイント以上 100.0
 「全体」より-5ポイント以下 100.0

1c03_015

【利用行動】サロンの1回あたりの利用金額

●【3層別】1回あたりの利用金額は高感度層と低感度層で、約800円の差。

➢「高感度層」は平均4,465円、「中感度層」は平均3,716円。「低感度層」は平均3,682円。

●【8タイプ別】「トレンド追っかけタイプ」が最も利用金額が高い。

➢「トレンド追っかけタイプ」の利用金額平均は4,563円。「美高感度タイプ」が4,322円で続く。

➢「モテかわタイプ」は「1～2,000円」の割合が30.6%で、他タイプに比べて高い。

➢「健康生活タイプ」は「2,001円～4,000円」が52.9%に上る。

■ 1回あたりの利用金額e. : アイビューティサロン(サロン利用者/金額を記入して回答)

(%)

		アイビューティサロン						
		1～2,000円	2,001～4,000円	4,001～6,000円	6,001～8,000円	8,001～10,000円	10,001円以上	平均(円)
●凡例								
全体	(n= 428)	21.7	35.7	30.4	4.7	5.1	2.3	4,111
美容に関する感度別(3層)	高感度層	19.3	31.6	33.8	5.3	7.0	3.1	4,465
	中感度層	25.6	39.1	25.0	5.1	3.8	1.3	3,716
	低感度層	20.5	45.5	31.8	—	—	2.3	3,682
8タイプ分類別	美高感度タイプ	18.3	36.6	30.1	7.5	6.5	1.1	4,322
	トレンド追っかけタイプ	20.0	28.1	36.3	3.7	7.4	4.4	4,563
	モテかわタイプ	30.6	32.3	24.2	4.8	8.1	—	3,822
	健康生活タイプ	21.6	52.9	21.6	—	—	2.0	3,494
	見た目こだわり不規則生活タイプ	23.3	32.6	30.2	9.3	—	4.7	3,831
	メルヘン謙遜タイプ	20.6	47.1	32.4	—	—	—	3,544
	ミニマム美容タイプ	22.2	44.4	22.2	—	11.1	—	4,056
	美容無頓着タイプ	—	100.0	—	—	—	—	5,000

1c04.015

【利用行動】サロンの立地

●【3層別】高・中感度層では「プライベートでよく出掛ける街」がトップ。

➤「プライベートでよく出掛ける街」の割合は、「高感度層」26.3%、「中感度層」26.9%。

●【8タイプ別】「その美容関連の店を利用するために出掛ける」のは「モテかわタイプ」がトップ*。

➤「モテかわタイプ」は「その美容関連の店を利用するために出掛ける街」の割合が27.4%でトップ。

→「モテかわタイプ」は利用金額「2,000円以下」の割合も高めなことから、クーポン等利用のために「出掛けて」いる可能性が考えられる。

*：「ミニマム美容タイプ」（n=9）、「美容無頓着タイプ」（n=1）は考察からは除外した

■最もよく利用するお店の立地e. : アイビューティサロン(サロン利用者/単一回答)

(%)

		アイビューティサロン					
		自宅の近く	自宅近くの大きな街	勤務先・学校の近く	通勤・通学途中の街	プライベートでよく出掛ける街	その美容関連の店を利用するために出掛ける街
●凡例							
全体	(n= 428)	22.7	20.3	6.1	4.0	25.5	21.5
美容に関する感度別(3層)	高感度層	23.2	19.3	6.1	3.9	26.3	21.1
	中感度層	22.4	21.2	4.5	4.5	26.9	20.5
	低感度層	20.5	22.7	11.4	2.3	15.9	27.3
8タイプ分類別	美高感度タイプ	24.7	16.1	5.4	4.3	26.9	22.6
	トレンド追っかけタイプ	22.2	21.5	6.7	3.7	25.9	20.0
	モテかわタイプ	19.4	19.4	4.8	3.2	25.8	27.4
	健康生活タイプ	17.6	27.5	3.9	2.0	33.3	15.7
	見た目こだわり不規則生活タイプ	32.6	16.3	4.7	9.3	20.9	16.3
	メルヘン謙遜タイプ	20.6	20.6	14.7	—	20.6	23.5
	ミニマム美容タイプ	22.2	33.3	—	—	—	44.4
	美容無頓着タイプ	—	—	—	100.0	—	—

1c07 015

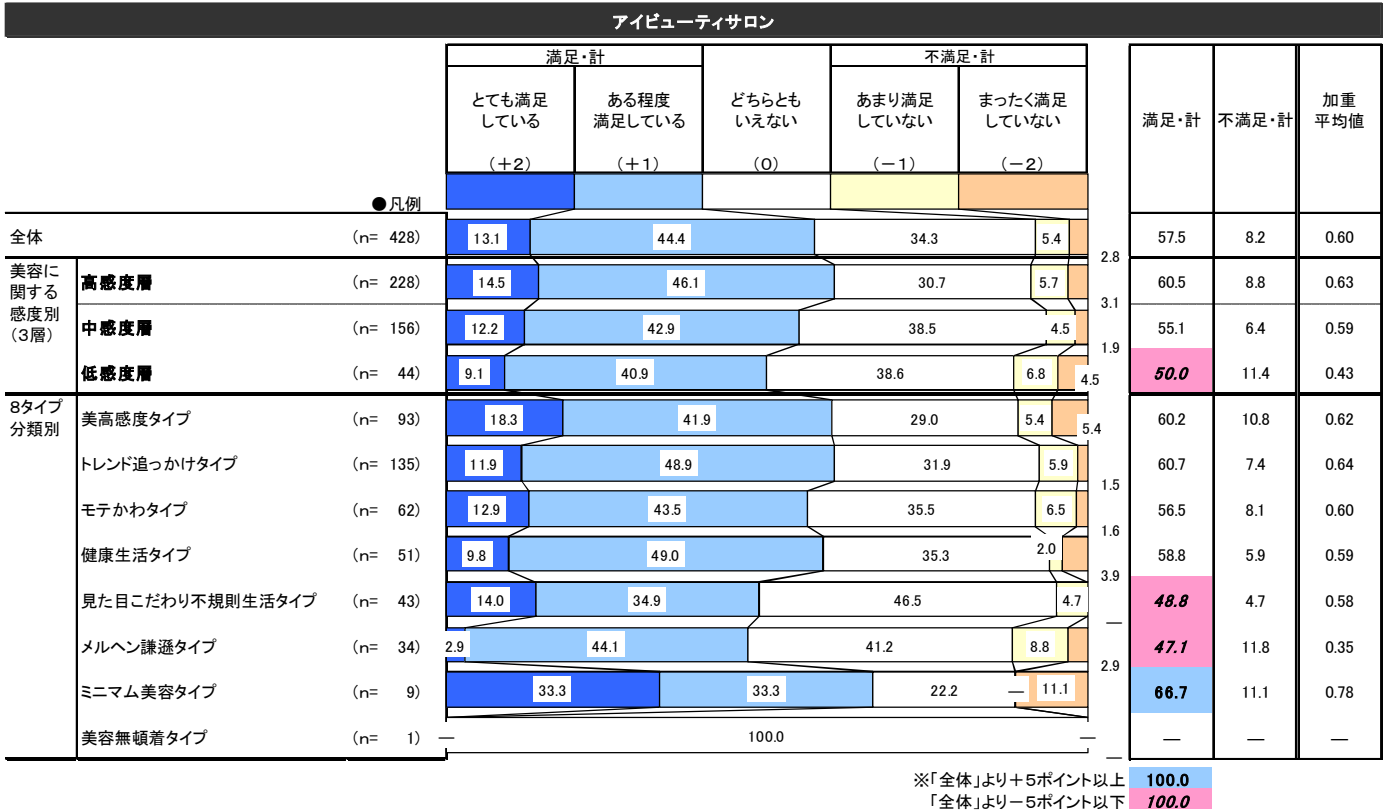
【利用行動】利用サロンの満足度

●【3層別】高感度層ほど満足している割合が高い。

➤「高感度層」は60.5%が満足しているのに対し、「低感度層」は50.0%で約10ポイントの差がある。

■現在利用サロンの満足度e. : アイビューティサロン(サロン利用者/単一回答)

(%)



1c15.015

【利用行動】新しいお店探し状況

- 【3層別】高感度層は「新しいお店を探している」割合が高い。

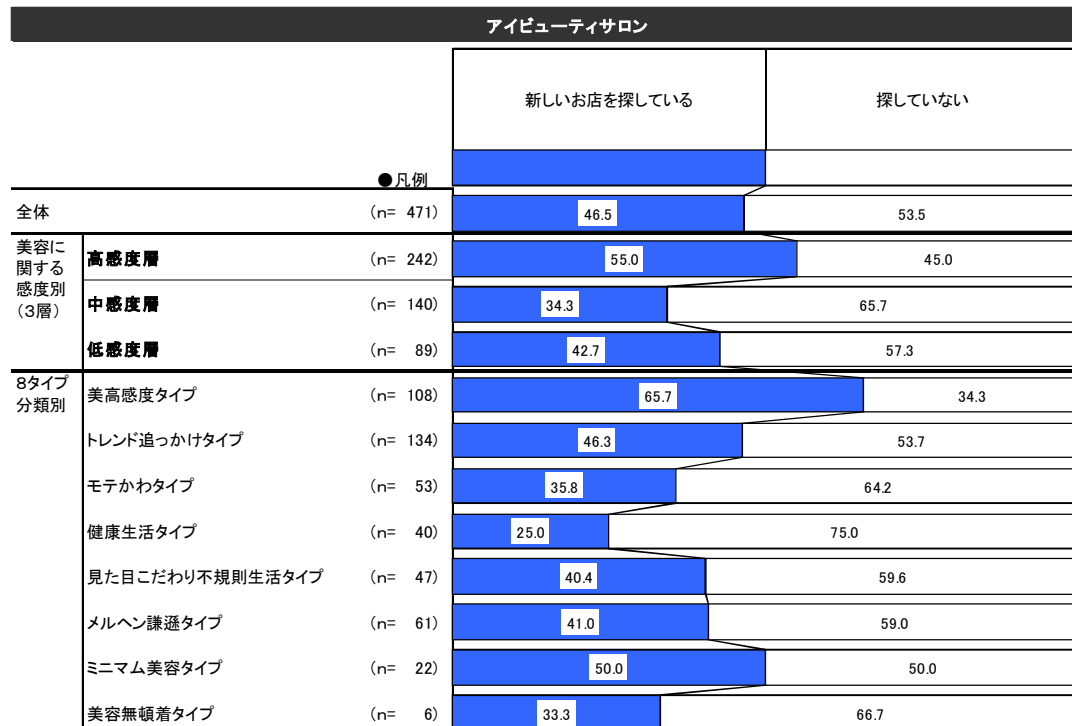
➢「高感度層」は55.0%が「新しいお店を探している」のに対し、「中感度層」は34.3%、「低感度層」は42.7%

- 【8タイプ別】「新しいお店を探している」割合が最も高いのは「美高感度タイプ」。

➢新しいお店を探しているのは、「美高感度タイプ」が65.7%でトップ。

■新しいお店探し状況. e. : アイビューティサロン(サロン利用者/単一回答)

(%)



2c08 015

【価値観】サロンの利用目的

●【3層別】全層で「きれいになりたい時」が突出。

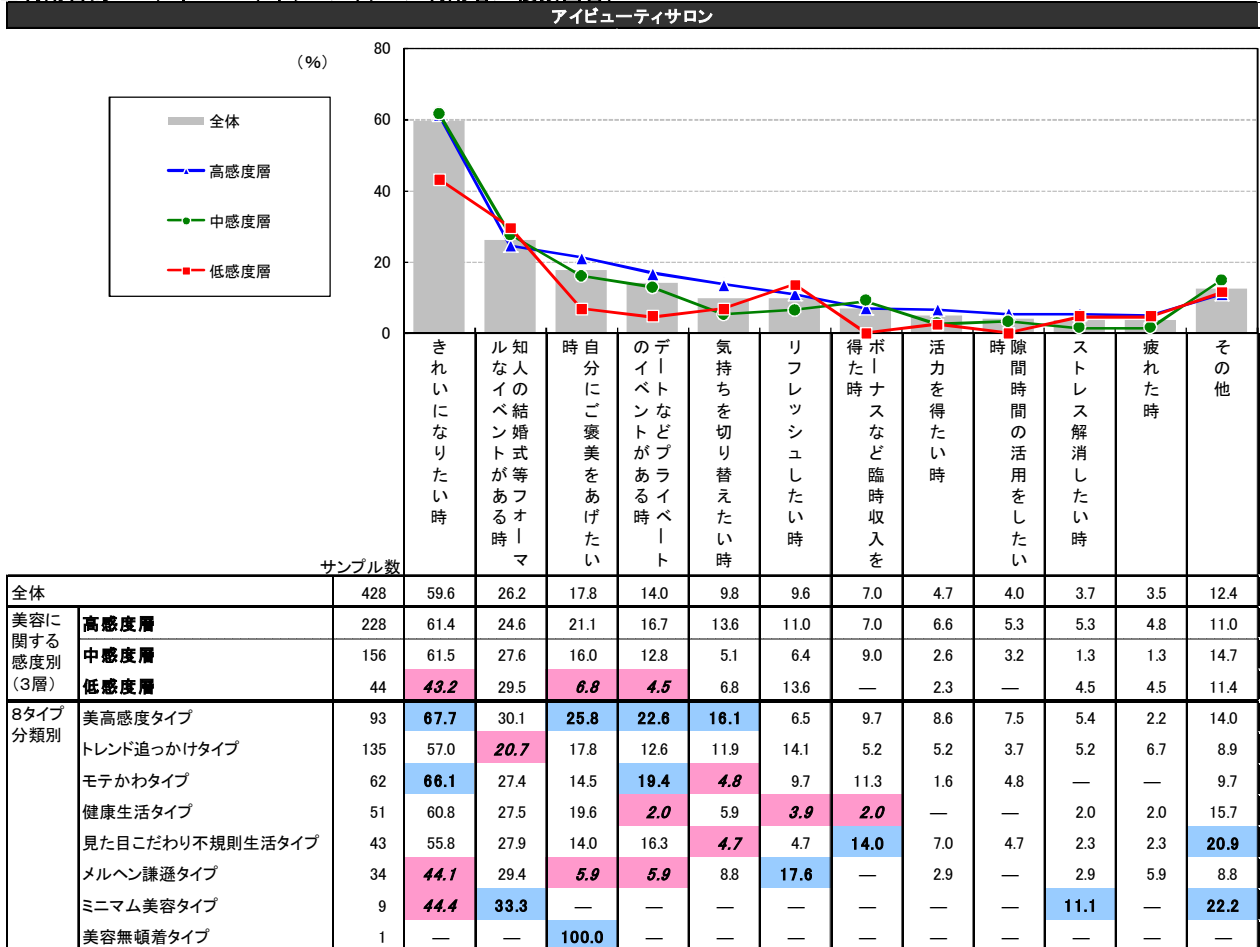
➢「きれいになりたい時」は「高感度層」61.4%、「中感度層」61.5%、「低感度層」43.2%。

●【8タイプ】「美高感度タイプ」は他タイプに比べ目的が多岐に渡る。

➢「美高感度タイプ」は「きれいになりたい時」(67.7%)「自分にご褒美」(25.8%)「デートなどのプライベートのイベント時」(22.6%)「気持ちの切り替え」(16.1%)など平均を上回る項目が多岐に渡っている。

➢「モテかわタイプ」は「きれいになりたい時」(66.1%)、「デートなどのプライベートのイベント時」(19.4%)で平均を上回る。

■利用目的：アイビューティサロン(サロン利用者/複数回答)



※ 100.0 「全体」より+5ポイント以上
100.0 「全体」より-5ポイント以下

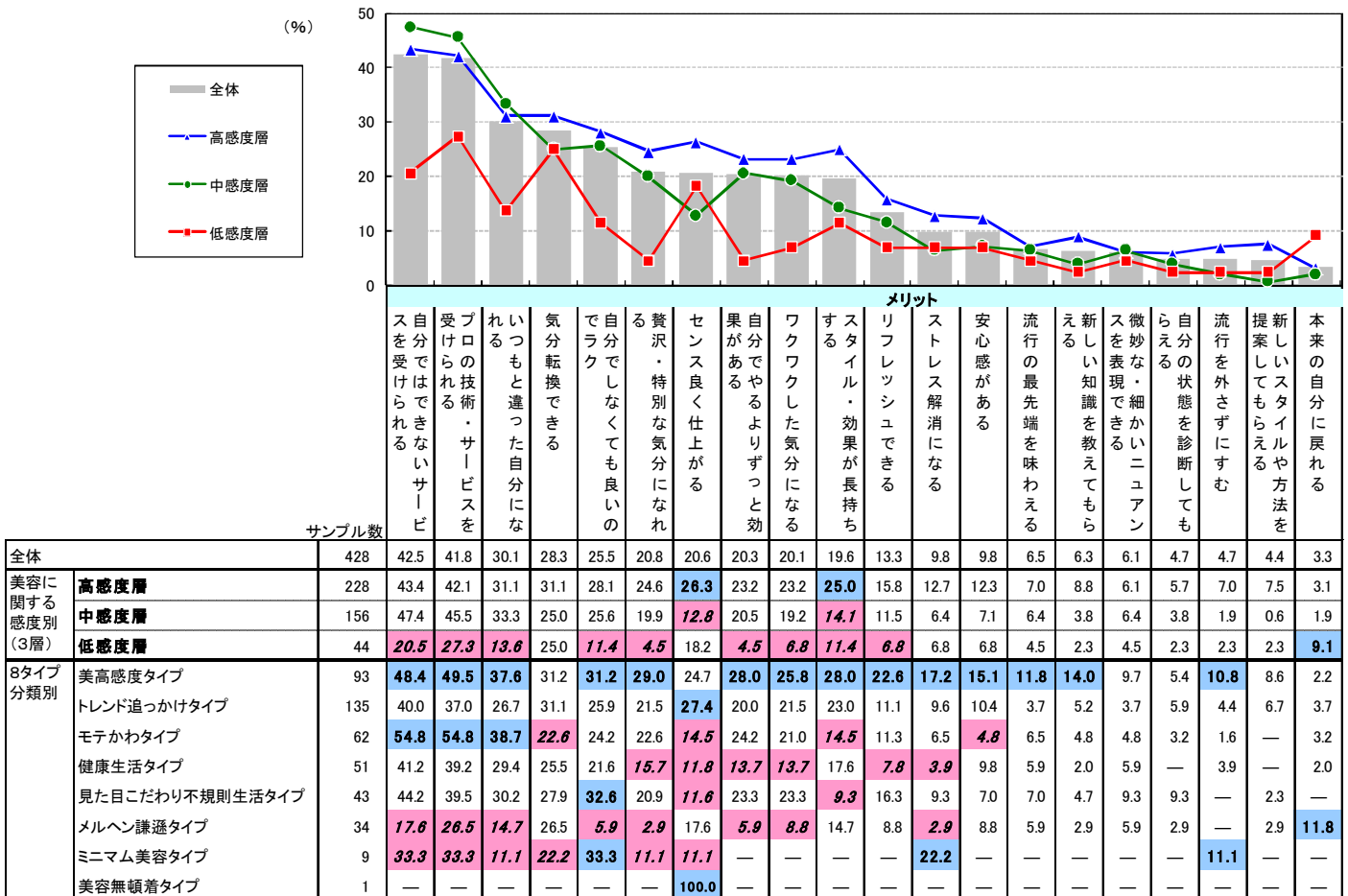
※「全体」の降順ソート

1c05_015

【価値観】サービス利用価値(メリット・デメリット)

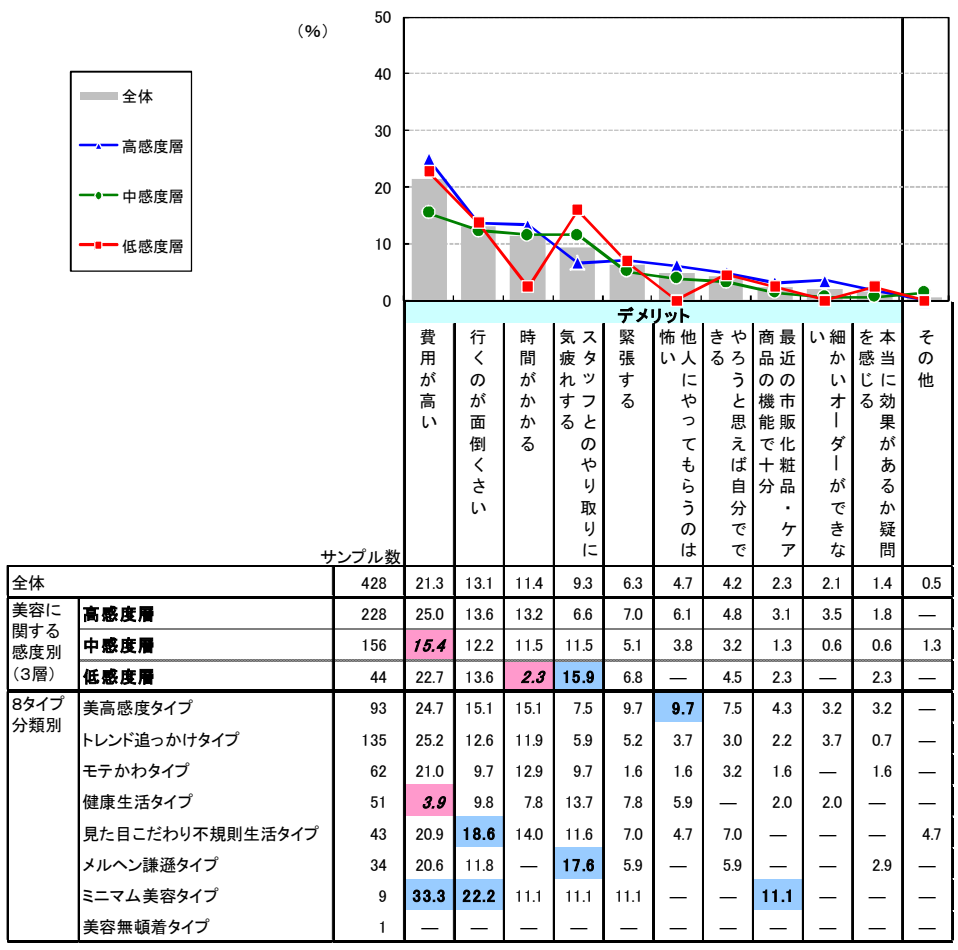
- 【3層別】高・中感度層とも「自分ではできない」「プロの技術」にメリットを感じる。
 高感度層は「センス良い仕上がり」や「効果が長持ち」することにもメリットを感じる。
 - 「センス良く仕上がる」は、「高感度層」26.3%に対し、「中感度層」12.8%。
 - 「スタイル・効果が長持ちする」は、「高感度層」25.0%に対し「中感度層」14.1%。

■ サロン価値【メリット・デメリット】e. : アイビューティサロン《利用者ベース》(サロン利用者/複数回答)
 アイビューティサロン



※ **100.0** 「全体」より+5ポイント以上 ※各カテゴリー毎「全体」の降順ソート
100.0 「全体」より-5ポイント以下

■ サロン価値【メリット・デメリット】(続き) ⑥ : アイビューティサロン《利用者ベース》(サロン利用者/複数回答)
アイビューティサロン



※ 100.0 「全体」より+5ポイント以上
100.0 「全体」より-5ポイント以下

※各カテゴリー毎「全体」の降順ソート

1c13_015

【価値観】サロン選択時の重視項目

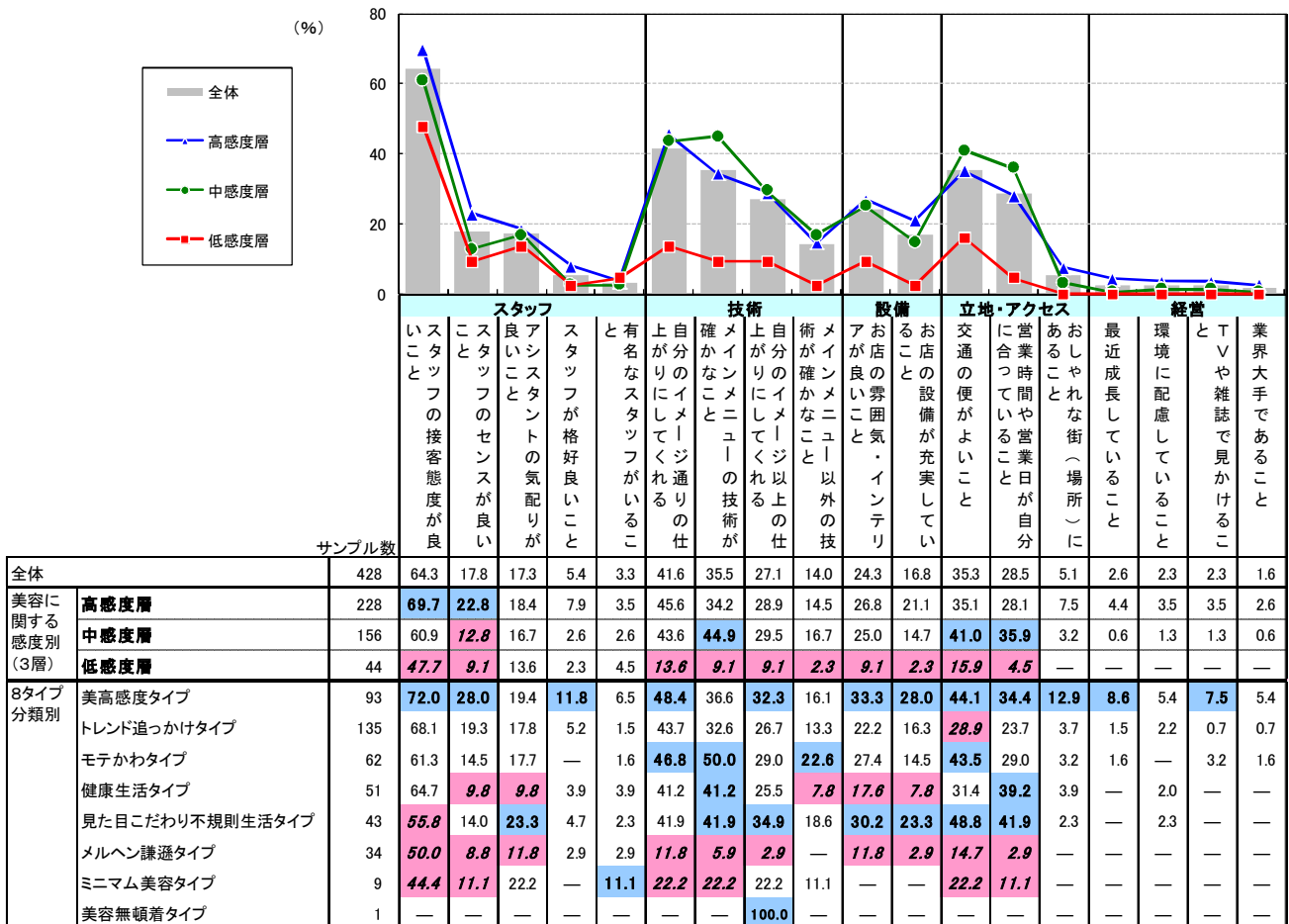
●【3層別】「スタッフの接客態度」が全層でトップ

- 「スタッフの接客態度」について「高感度層」は69.7%、「中感度層」は60.9%、「低感度層」は47.7%でトップ。
- 「高感度層」は「スタッフの接客態度が良いこと」、「スタッフのセンスが良いこと」(22.8%)で平均を上回る。
- 「中感度層」は「料金」関連を始め、「安心・信頼」できるイメージ、技術の確かさ、アクセスのしやすさを重視している。

●【8タイプ別】「美高感度タイプ」は様々な項目を重視

- 「美高感度タイプ」は「スタッフ」「技術」「設備」「立地・アクセス」「イメージ」「料金」カテゴリで平均を上回る。特にイメージでは、「おしゃれな感じ」(25.8%)、「流行を上手に取り入れている」(15.1%)イメージを他タイプよりも重視している。
- 「モテかわタイプ」は、「親しみやすい」「明るい」イメージを他タイプよりも重視。
- 「健康生活タイプ」は、「安心できる」「信頼できる」「おしゃれな」イメージを他タイプよりも重視。

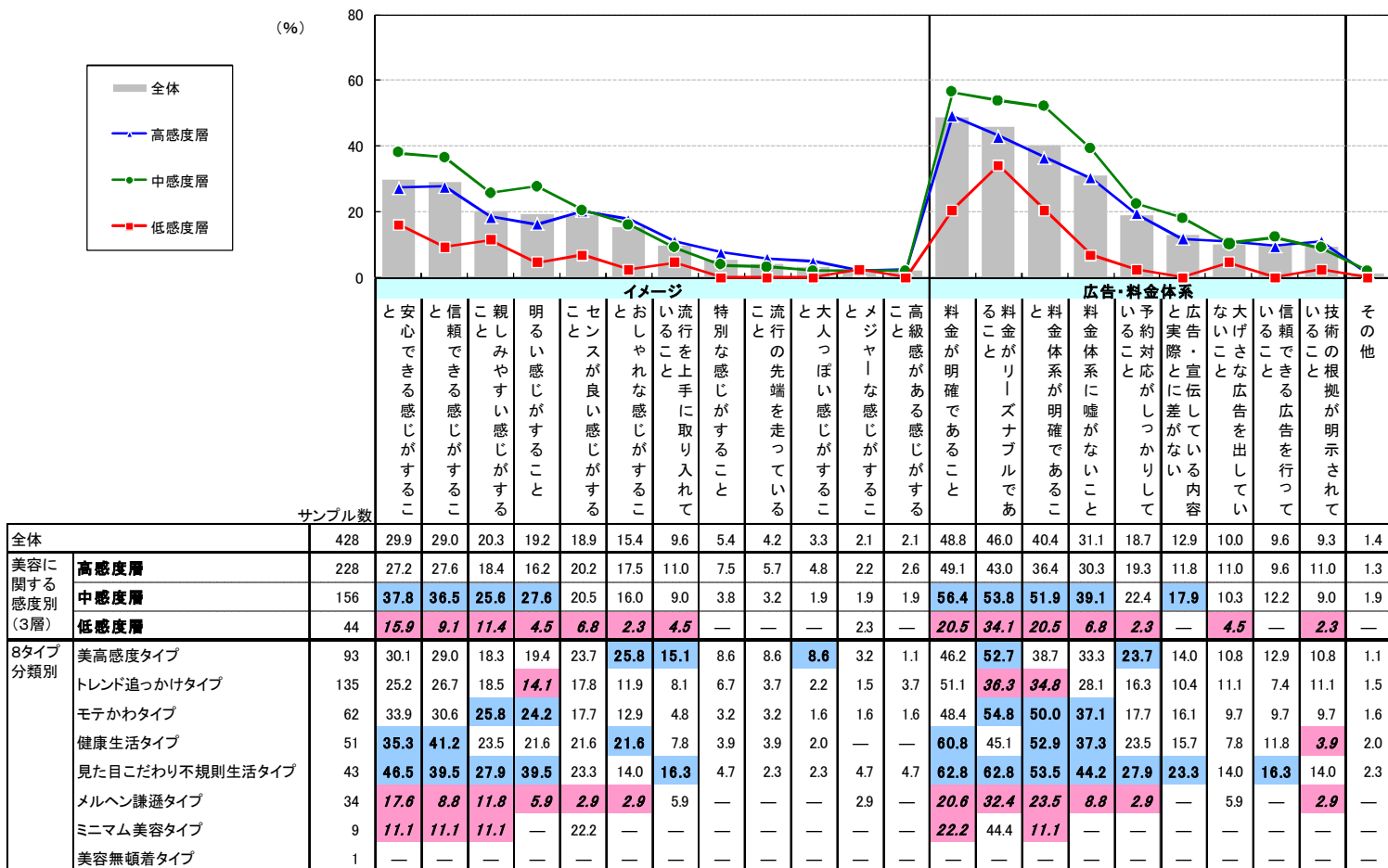
■お店選択時の重視項目e. : アイビューティサロン<利用者ベース>(サロン利用者/複数回答)
アイビューティサロン



※ **100.0** 「全体」より+5ポイント以上
100.0 「全体」より-5ポイント以下
 ※各カテゴリ毎「全体」の降順ソート

■お店選択時の重視項目(続き)⑨: アイビューティサロン《利用者ベース》(サロン利用者/複数回答)

アイビューティサロン



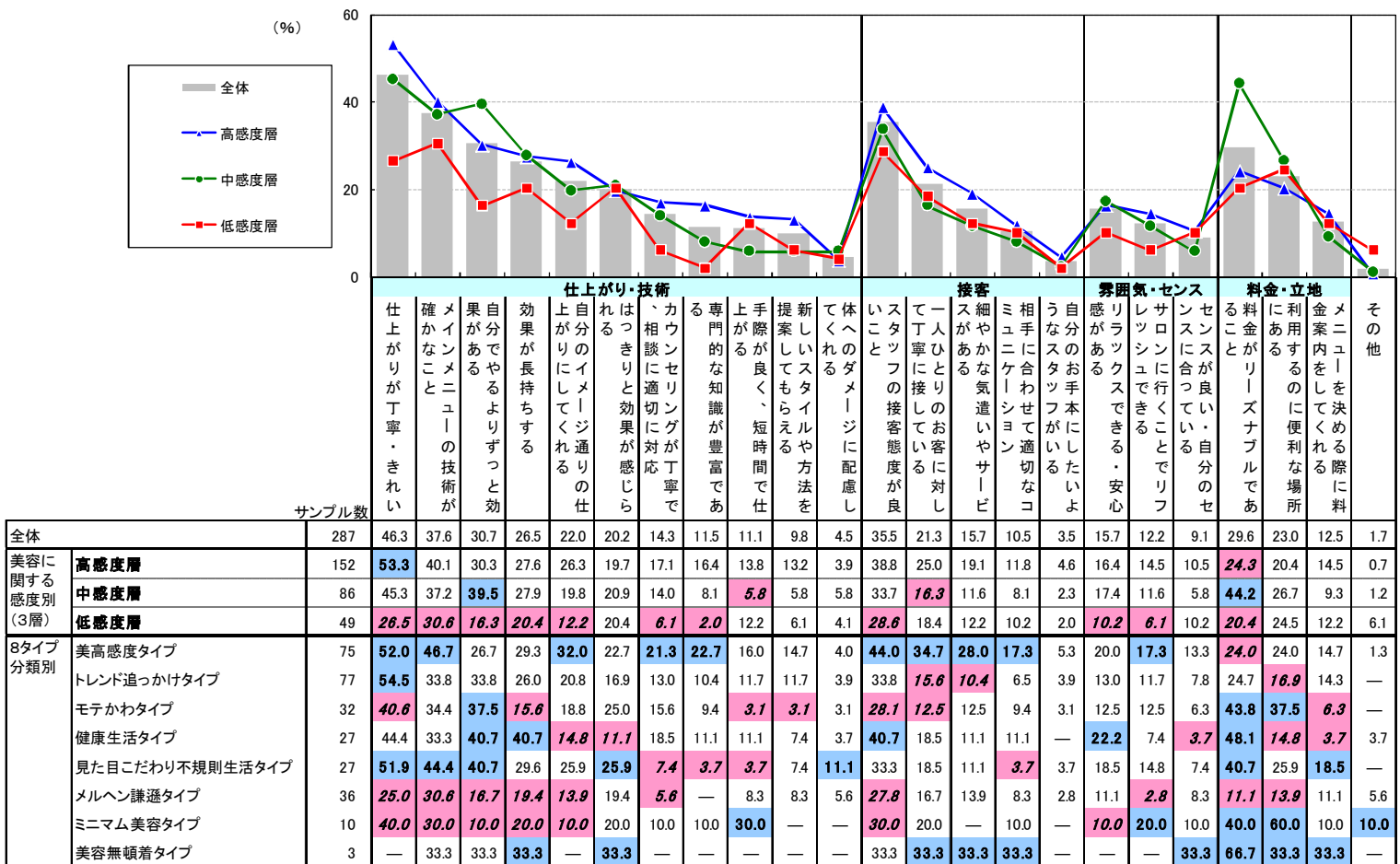
※ **100.0** 「全体」より+5ポイント以上 ※各カテゴリー毎「全体」の降順ソート
 ※ **100.0** 「全体」より-5ポイント以下

【価値観】リピートしたいサロンの理由

●【3層別】ばらつきがでるのは「仕上がり・技術」と「料金」。

- 「高・中感度層」は「低感度層」よりも「仕上がり・施術」をリピート理由に上げる割合が高い。
- 「中感度層」は「料金がリーズナブルであること」(44.2%)をリピート理由に上げる割合が高い。

■リピートしたいサロンの理由。e. : アイビューティサロン(リピートしたいサロン「あり」回答者/複数回答)
アイビューティサロン



※ 100.0 「全体」より+5ポイント以上
100.0 「全体」より-5ポイント以下

【価値観】プロとの差

●【3層別】高・中感度層は約4割がプロとの差を強く認識している。

➤「プロの方がずっと優れている」と感じる割合は、「高感度層」36.5%、「中感度層」35.4%、「低感度層」19.7%。

●【8タイプ別】「美高感度タイプ」は4割超が「プロの方がずっと優れている」と感じている。

➤「美高感度タイプ」は44.5%が「プロの方がずっと優れている」と感じている。ついで「健康生活タイプ」(42.3%)、「見た目こだわり不規則生活タイプ」(37.0%)となっている。

■プロとセルフの差f.：目元のお手入れ/まつげ美容液、セルフまつげエクステなど(自宅ケア実施者/単一回答) (%)

		優れている・計			どちらも 同じ程度	自分でした方が 満足できる 場合が多い	
		プロの方が ずっと 優れている	プロの方が やや 優れている	プロの方が やや 優れている			
●凡例							
全体	(n= 783)	33.3	36.9	14.3	10.6	4.9	
美容に関する 感度別 (3層)	高感度層	(n= 394)	36.5	39.3	12.7	8.1	3.3
	中感度層	(n= 257)	35.4	35.8	13.2	10.1	5.4
	低感度層	(n= 132)	19.7	31.8	21.2	18.9	8.3
8タイプ 分類別	美高感度タイプ	(n= 155)	44.5	29.0	14.2	10.3	1.9
	トレンド追っかけタイプ	(n= 239)	31.4	46.0	11.7	6.7	4.2
	モテかわタイプ	(n= 105)	29.5	38.1	19.0	10.5	2.9
	健康生活タイプ	(n= 71)	42.3	32.4	7.0	9.9	8.5
	見た目こだわり不規則生活タイプ	(n= 81)	37.0	35.8	11.1	9.9	6.2
	メルヘン謙遜タイプ	(n= 82)	14.6	39.0	23.2	17.1	6.1
	ミニマム美容タイプ	(n= 45)	28.9	22.2	20.0	15.6	13.3
	美容無頓着タイプ	(n= 5)	20.0	—	80.0	—	—