

## エリア別 ヘアサロン選びの重視点

【F1は、どの街でも似たような基準でサロンを選ぶ】

## ●エリア別サロン選びの重視点より

## 表参道と他の街。違う基準でサロンが選ばれていると思いませんか？

ヘアサロン選びの最重要項目は、全国共通で『スタッフの接客態度が良い』『カットが上手』

(図1)エリア別サロン選びの重視点

	札幌 (n=1000)	仙台 (n=800)	青山・原宿・表参道 (n=1000)	名古屋 (n=1000)	神戸 (n=869)	京都 (n=734)	大阪 (n=1000)	広島 (n=699)	福岡 (n=917)
1位	スタッフの接客態度が良い (68%)	スタッフの接客態度が良い (64%)	カットが上手 (71%)	スタッフの接客態度が良い (66%)	スタッフの接客態度が良い (66%)	スタッフの接客態度が良い (67%)	スタッフの接客態度が良い (65%)	スタッフの接客態度が良い (71%)	スタッフの接客態度が良い (63%)
2位	カットが上手 (65%)	カットが上手 (62%)	スタッフの接客態度が良い (70%)	カットが上手 (62%)	カットが上手 (62%)	カットが上手 (62%)	カットが上手 (60%)	カットが上手 (62%)	カットが上手 (61%)
3位	料金がリーズナブルである (57%)	料金がリーズナブルである (61%)	料金が明確である (52%)	料金が明確である (55%)	料金がリーズナブルである (56%)	料金がリーズナブルである (57%)	料金がリーズナブルである (60%)	料金がリーズナブルである (54%)	料金がリーズナブルである (56%)
4位	料金が明確である (55%)	料金が明確である (57%)	自分でイメージした以上の髪型にしてくれる (52%)	料金がリーズナブルである (54%)	料金が明確である (53%)	料金が明確である (57%)	料金が明確である (56%)	料金が明確である (54%)	料金が明確である (54%)
5位	交通の便が良い (51%)	自分でイメージした通りの髪型にしてくれる (51%)	自分でイメージした通りの髪型にしてくれる、交通の便が良い (ともに51%)	交通の便が良い (52%)	交通の便が良い (49%)	交通の便が良い (51%)	交通の便が良い (48%)	交通の便が良い (51%)	交通の便が良い (46%)

■ヘアサロンを決める際の重要項目を聞いた質問に対して、エリアによる違いは出ず全体で似た傾向となった。中でもスタッフの技術や態度など、『人』の要素が1位、2位と続き、『スタッフの接客態度が良い』『カットが上手』はともに約3人中2人に当たる60%以上の人々が重要視すると答えている。次いで料金に関するもの、立地・アクセスに関する要素が続いている。

# 調査概要と回答者プロフィール

---

## ●調査目的

サロンの浸透度(認知度・利用経験など)や、利用満足度、イメージ、今後の利用意向を把握する

## ●調査対象

20歳～34歳の女性

## ●調査エリア

札幌、仙台、青山・表参道・原宿、名古屋、神戸、京都、大阪、広島、福岡

(長野での調査も行ったが、有効サンプル数が少ないため、全国比較からは除くこととする。)

## ●調査エリア条件

対象エリアに在住、もしくは通勤・通学する者

## ●調査時期

2011年3月

## ●調査方法

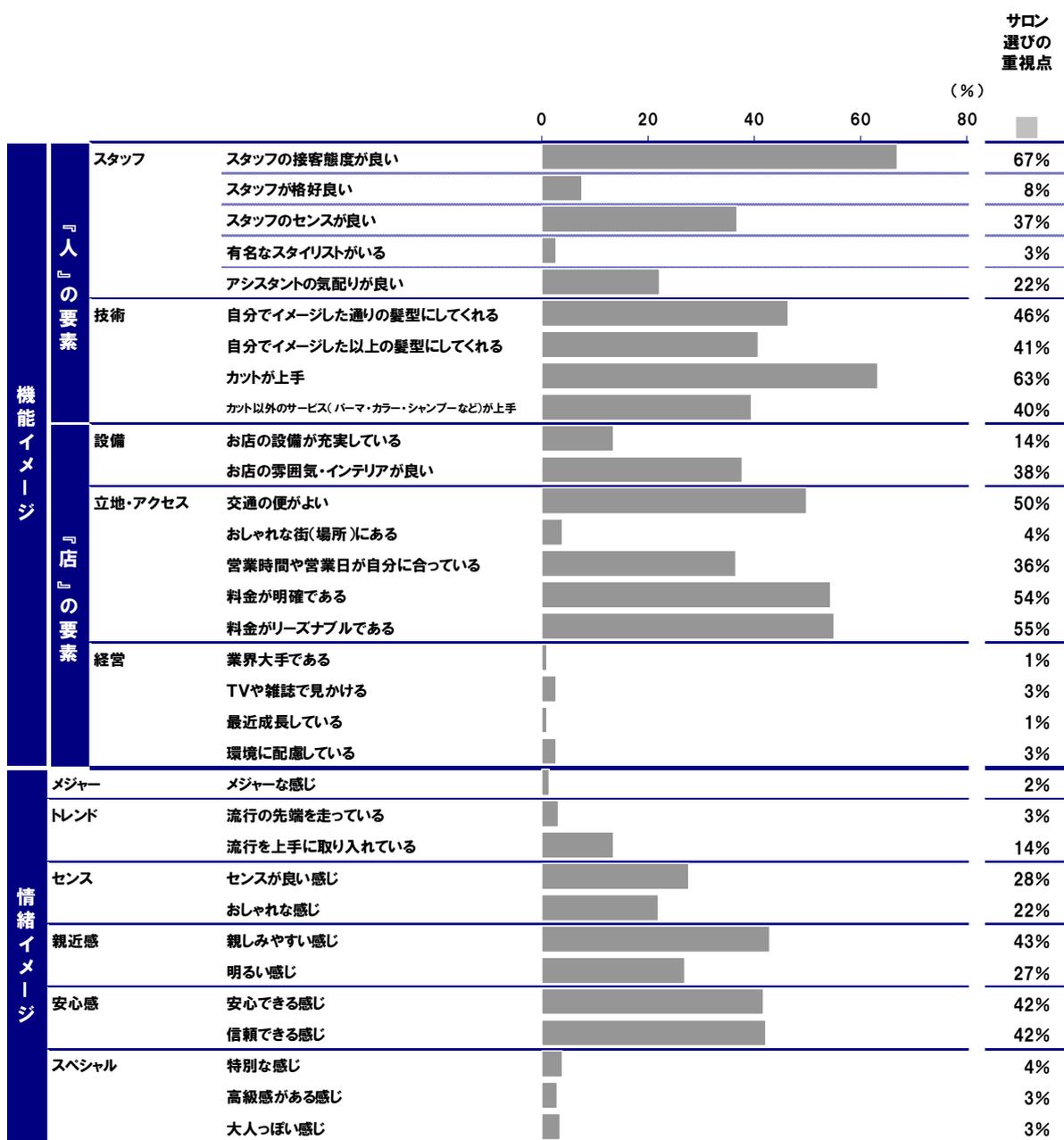
インターネット調査

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

## サロンを選ぶ基準は全国で共通している

### ●サロン選びの重視点

全国平均



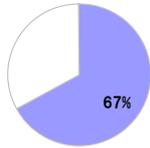
■全国を通してサロンの選び方には似た傾向がみられ、中でも技術、立地、センス・親近感・安心感のカテゴリが重要視されている。最も高かった重視点は『スタッフの接客態度が良い』と『カットが上手』であった。

## サロンを選ぶ基準は全国で共通している

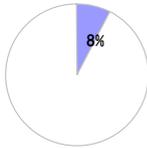
### ●サロン選びの重視点 全国平均

#### スタッフ

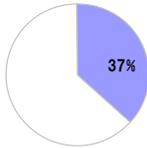
スタッフの接客態度が良い



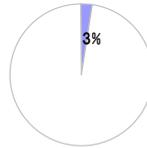
スタッフが格好良い



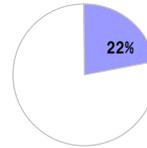
スタッフのセンスが良い



有名なスタイリストがいる



アシスタントの気配りが良い

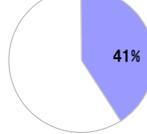


#### 技術

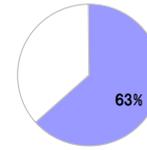
自分でイメージした通りの髪型にしてくれる



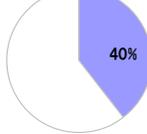
自分でイメージした以上の髪型にしてくれる



カットが上手

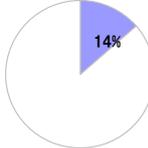


カット以外のサービス(パーマ・カラー・シャンプーなどが上手)

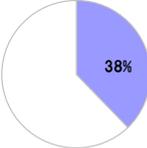


#### 設備

お店の設備が充実している

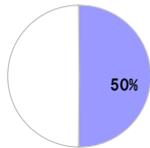


お店の雰囲気・インテリアが良い

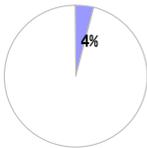


#### 立地・アクセス

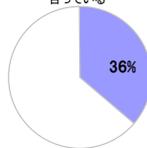
交通の便が良い



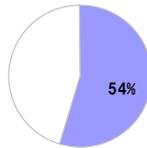
おしゃれな街(場所)にある



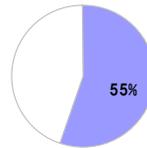
営業時間や営業日が自分に合っている



料金が明確である

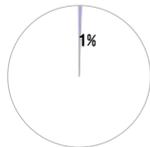


料金がリーズナブルである

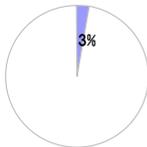


#### 経営

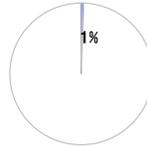
業界大手である



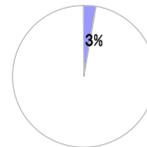
TVや雑誌で見かける



最近成長している

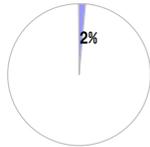


環境に配慮している



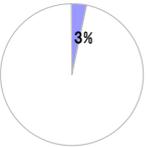
#### メジャー

メジャーな感じ



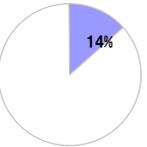
#### トレンド

流行の先端を走っている

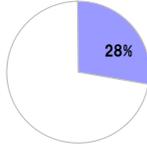


#### センス

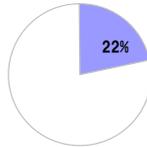
流行を上手に取り入れている



センスが良い感じ



おしゃれな感じ



#### 親近感

親しみやすい感じ

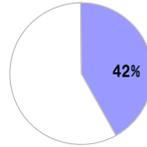


明るい感じ

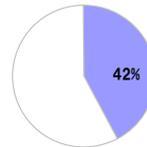


#### 安心感

安心できる感じ

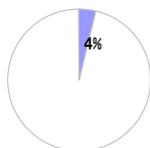


信頼できる感じ

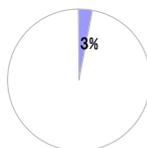


#### スペシャル

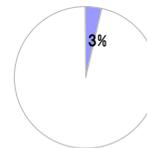
特別な感じ



高級感がある感じ

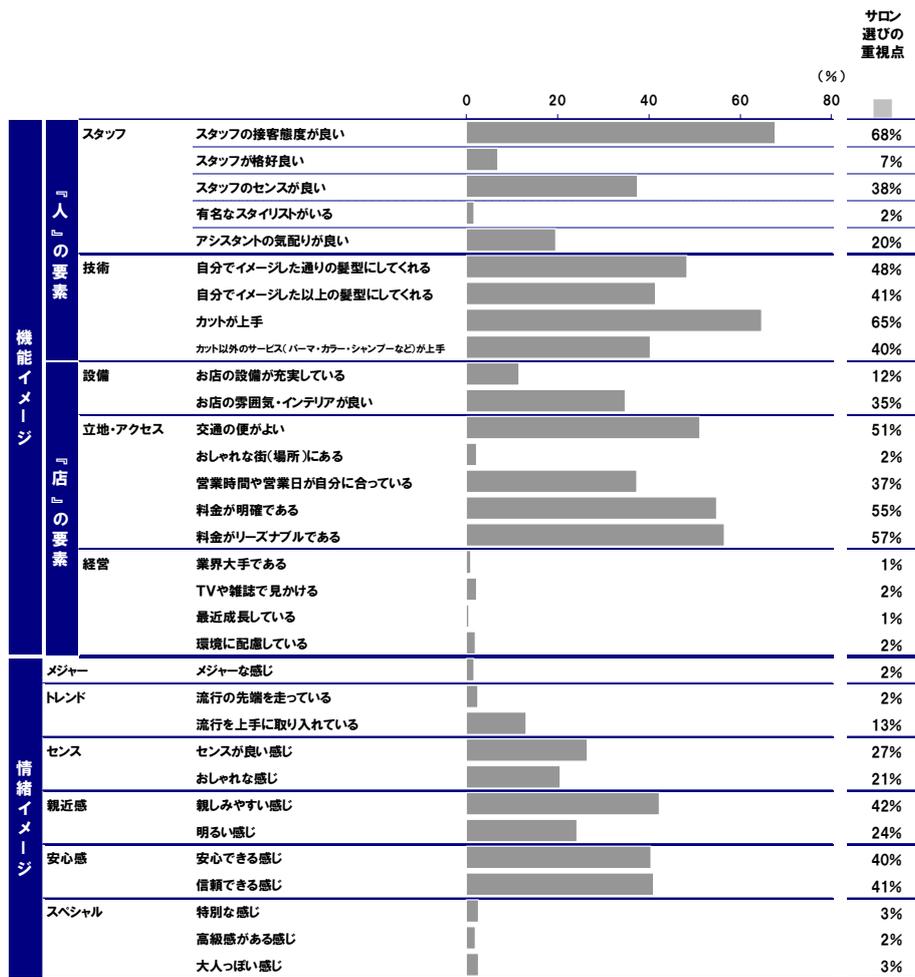


大人っぽい感じ



# サロンの重視点【札幌】

## ●サロン選びの重視点



サロン選びで重視する点は、  
【技術】【立地・アクセス】(来店のしやすさ)などの機能イメージと、  
【親近感】【安心感】【センスの良さ】を感じさせる情緒イメージ

— 美容サロンを選ぶ際の重視点を尋ねた。

— 上位5項目は下記のとおり。

- ・ ①スタッフの接客態度がよい(68%)
- ・ ②カットが上手(65%)
- ・ ③料金がリーズナブルである(57%)
- ・ ④料金が明確である(55%)
- ・ ⑤交通の便が良い(51%)

— カテゴリーでみると、機能イメージの『人』の要素のうち【技術】は、すべての項目の重視度が40%を超えており、すべての項目について重視度が高めであることがわかる。

— また、『店』の要素のうち【立地・アクセス】は、「おしゃれな街(場所)にある」(2%)以外が4割弱～6割弱と、【技術】と同様に、重視度の高い項目が多い。

- なお「料金が明確である」「料金がリーズナブルである」は、来店のしやすさにつながるという点で、【立地・アクセス】の項目としている。

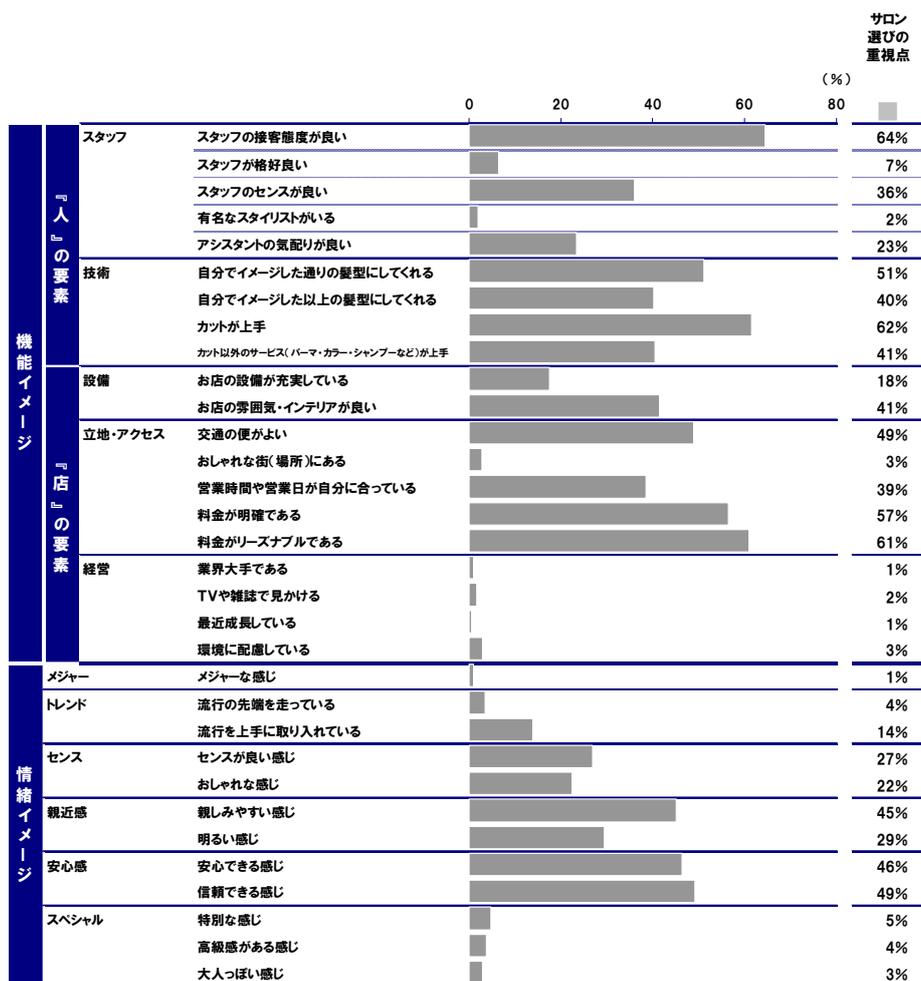
— 一方で、「業界大手である」「最近成長している」などの【経営】に関する項目は全般に重視度が低い。

— また、情緒イメージでは、【安心感】【親近感】や、【センス】に関する項目の重視度が高く、「親しみやすい感じ」「安心できる感じ」「信頼できる感じ」の重視度が4割を超える。

— 一方で、【トレンド】【スペシャル】【メジャー】感はあまり重視されていない。

# サロンの重視点【仙台】

## ●サロン選びの重視点

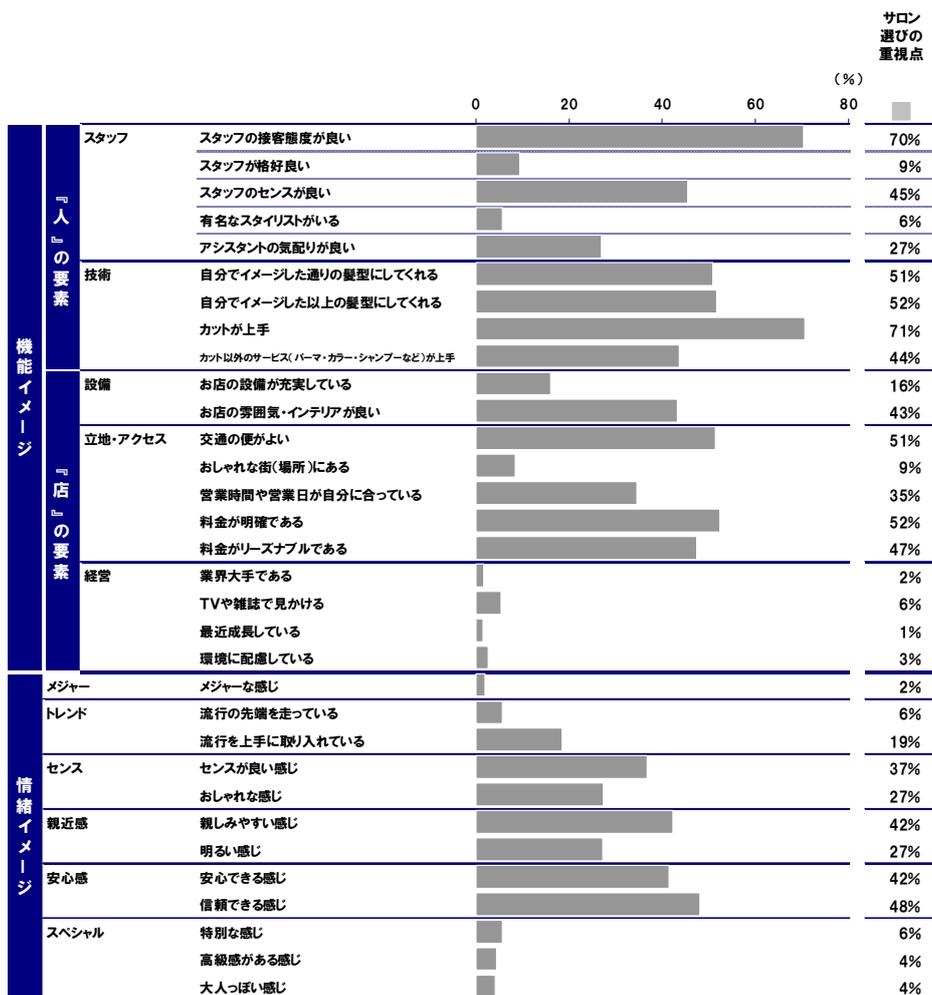


サロン選びで重視する点は、  
**【技術】【立地・アクセス】(来店のしやすさ)などの機能イメージと、**  
**【親近感】【安心感】【センスの良さ】を感じさせる情緒イメージ**

- 美容サロンを選ぶ際の重視点を尋ねた。
- 上位5項目は下記のとおり。
  - ①スタッフの接客態度がよい(64%)
  - ②カットが上手(62%)
  - ③料金がリーズナブルである(61%)
  - ④料金が明確である(57%)
  - ⑤自分でイメージした通りの髪型にしてくれる(51%)
- カテゴリーでみると、機能イメージの『人』の要素のうち【技術】は、すべての項目の重視度が40%を超えており、すべての項目について重視度が高めであることがわかる。
- また、『店』の要素のうち【立地・アクセス】は、「おしゃれな街(場所)にある」(3%)以外が4割弱～6割強程度となっており、【技術】と同様に、重視度の高い項目が多い。
  - なお「料金が明確である」「料金がリーズナブルである」は、来店のしやすさにつながるという点で、【立地・アクセス】の項目としている。
- 一方で、「業界大手である」「最近成長している」などの【経営】に関する項目は全般に重視度が低い。
- また、情緒イメージでは、【安心感】【親近感】や、【センス】に関する項目の重視度が高く、【トレンド】【スペシャル】【メジャー】感はあまり重視されていない。

# サロン選びの重視点【青山・表参道・原宿】

## ●サロン選びの重視点

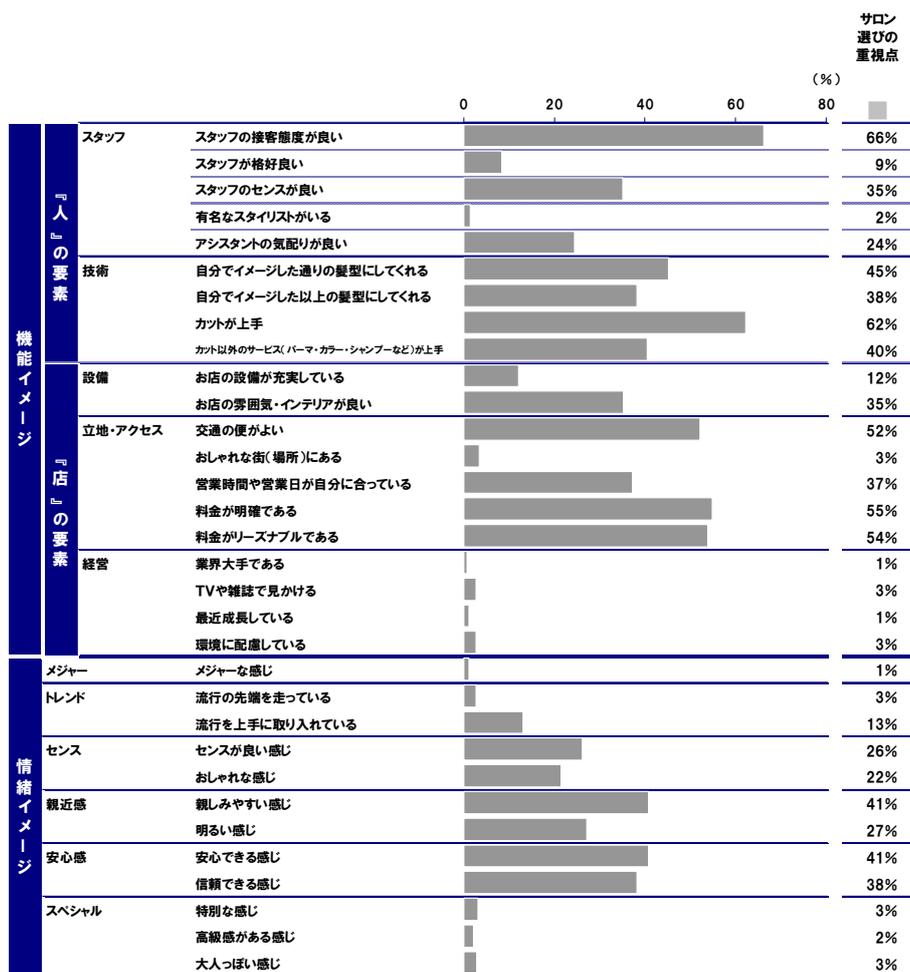


サロン選びで重視する点は、  
**【技術】【立地・アクセス】(来店のしやすさ)などの機能イメージと、**  
**【親近感】【安心感】【センスの良さ】を感じさせる情緒イメージ**

- 美容サロンを選ぶ際の重視点を尋ねた。
- 上位5位までの項目は下記のとおり。
  - ・ ①カットが上手(71%)
  - ・ ②スタッフの接客態度がよい(70%)
  - ・ ③料金が明確である/自分でイメージした以上の髪型にしてくれる(ともに52%)
  - ・ ⑤自分でイメージしたとおりの髪型にしてくれる、交通の便が良い(ともに51%)
- カテゴリーでみると、機能イメージの『人』の要素のうち【技術】は、すべての項目の重視度が4割強～7割強と高めであることがわかる。
- また、『店』の要素のうち【立地・アクセス】は、「おしゃれな街(場所)にある」(9%)以外が4割弱～5割強と、【技術】と同様に、重視度の高い項目が多い。
  - なお「料金が明確である」「料金がリーズナブルである」は、来店のしやすさにつながるという点で、【立地・アクセス】の項目としている。
- 一方で、「業界大手である」「最近成長している」などの【経営】に関する項目は全般に重視度が低い。
- また、情緒イメージでは、【安心感】【親近感】や、【センス】に関する項目の重視度が高く、【トレンド】【スペシャル】【メジャー】感はあまり重視されていない。

# サロンの重視点【名古屋】

## ●サロン選びの重視点



・ サロン選びで重視する点は、  
【技術】【立地・アクセス】(来店のしやすさ)などの機能イメージと、  
【親近感】【安心感】【センスの良さ】を感じさせる情緒イメージ

ー 美容サロンを選ぶ際の重視点を尋ねた。

ー 上位5項目は下記のとおり。

- ・ ①スタッフの接客態度がよい(66%)
- ・ ②カットが上手(62%)
- ・ ③料金が明確である(55%)
- ・ ④料金がリーズナブルである(54%)
- ・ ⑤交通の便が良い(52%)

ー カテゴリーでみると、機能イメージの『人』の要素のうち【技術】は、すべての項目の重視度が4割弱～6割強と高く、すべての項目について重視度が高めであることがわかる。

ー また、『店』の要素のうち【立地・アクセス】は、「おしゃれな街(場所)にある」(3%)以外が4割弱～5割強と高く、【技術】と同様に、重視度の高い項目が多い。

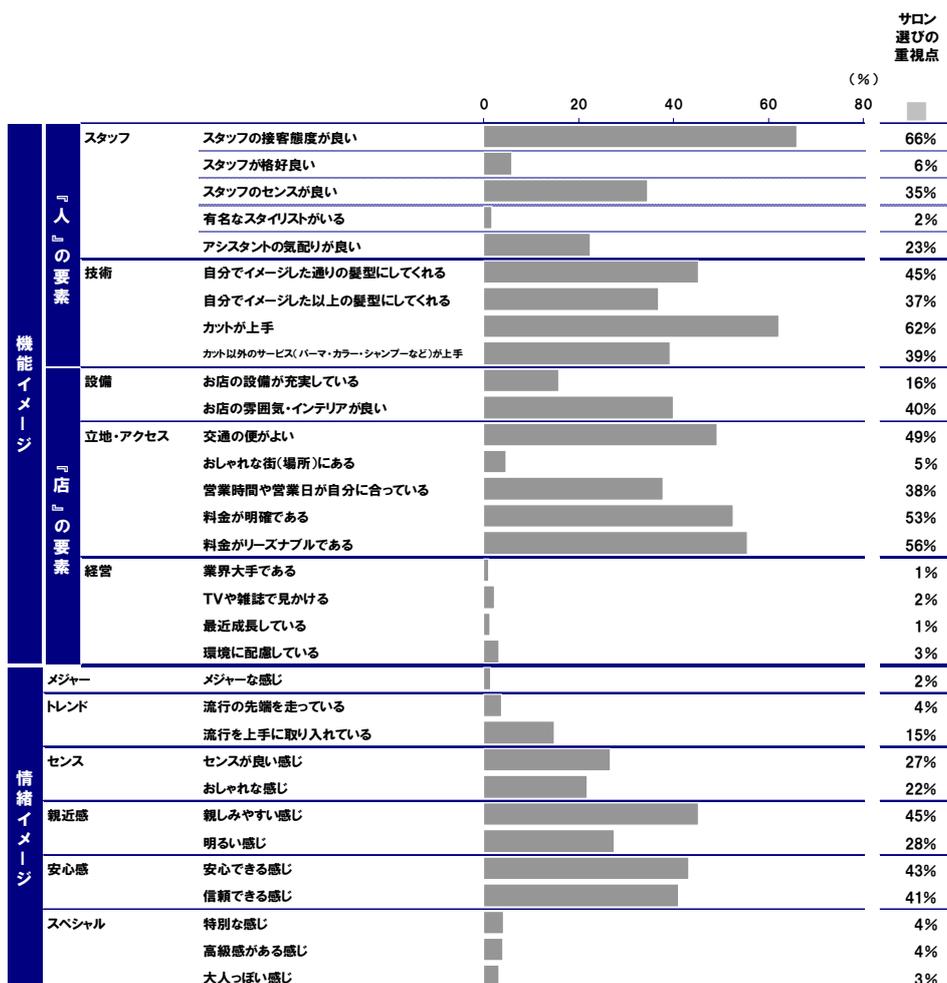
ー なお「料金が明確である」「料金がリーズナブルである」は、来店のしやすさにつながるという点で、【立地・アクセス】の項目としている。

ー 一方で、「業界大手である」「最近成長している」などの【経営】に関する項目は全般に重視度が低い。

ー また、情緒イメージでは、【安心感】【親近感】や、【センス】に関する項目の重視度が高く、【トレンド】【スペシャル】【メジャー】感はあまり重視されていない。

# サロンの重視点【神戸】

## ●サロン選びの重視点

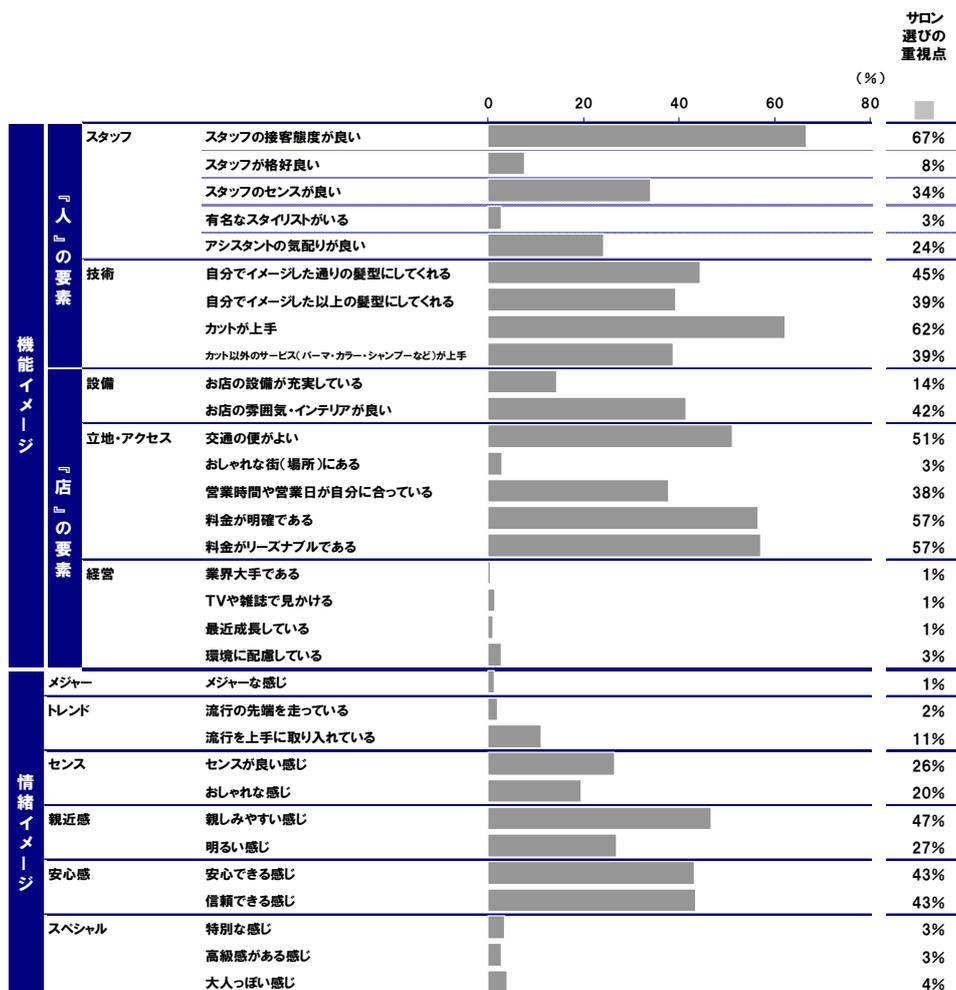


・ サロン選びで重視する点は、  
【技術】【立地・アクセス】(来店しやすい)などの機能イメージと、  
【親近感】【安心感】【センスの良さ】の良さを感じさせる情緒イメージ

- 美容サロンを選ぶ際の重視点を尋ねた。
- 上位5項目は下記のとおり。
  - ・ ①スタッフの接客態度がよい(66%)
  - ・ ②カットが上手(62%)
  - ・ ③料金がリーズナブルである(56%)
  - ・ ④料金が明確である(53%)
  - ・ ⑤交通の便が良い(49%)
- カテゴリーでみると、機能イメージの『人』の要素のうち【技術】は、すべての項目の重視度が4割弱～6割強と高めであることがわかる。
- また、『店』の要素のうち【立地・アクセス】は、「おしゃれな街(場所)にある」(5%)以外が4割弱～6割弱と、【技術】と同様に、重視度の高い項目が多い。
  - なお「料金が明確である」「料金がリーズナブルである」は、来店のしやすさにつながるという点で、【立地・アクセス】の項目としている。
- 一方で、「業界大手である」「最近成長している」などの【経営】に関する項目は全般に重視度が低い。
- また、情緒イメージでは、【安心感】【親近感】や、【センス】に関する項目の重視度が高く、【トレンド】【スペシャル】【メジャー】感はあまり重視されていない。

# サロンの重視点【京都】

## ●サロン選びの重視点

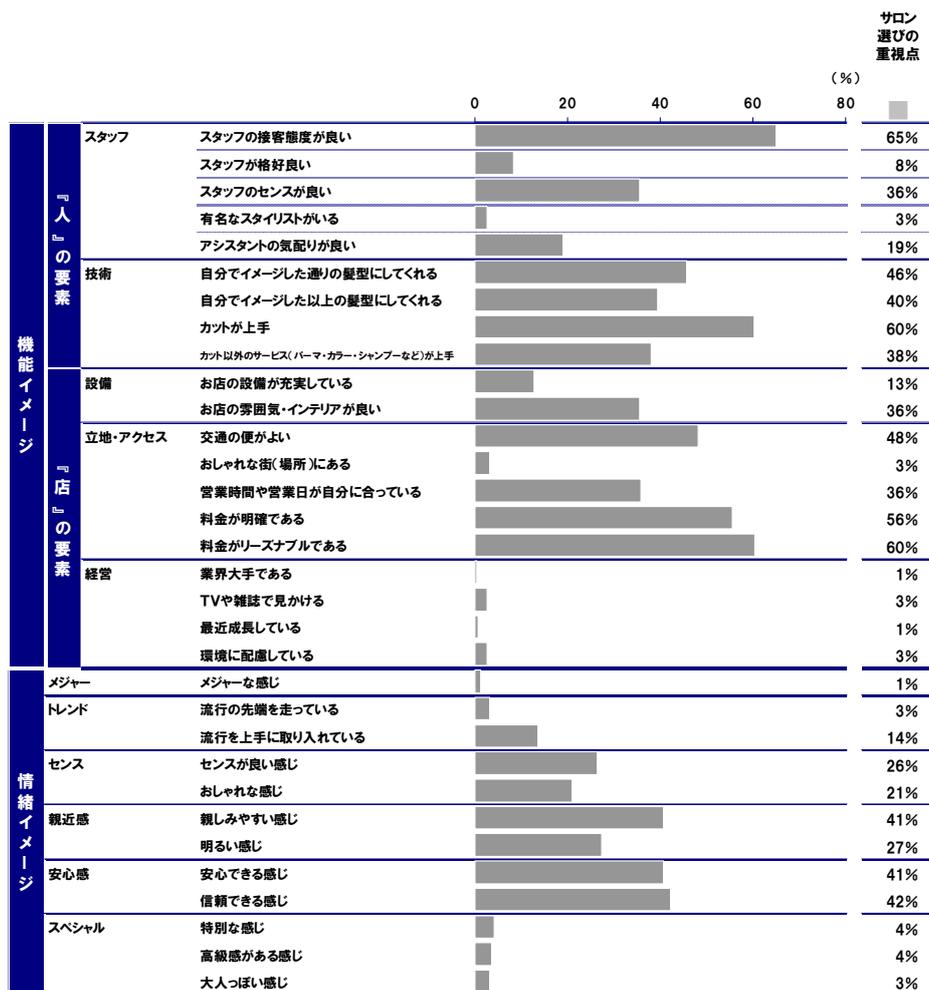


サロン選びで重視する点は、  
【技術】【立地・アクセス】(来店のしやすさ)などの機能イメージと、  
【親近感】【安心感】【センスの良さ】を感じさせる情緒イメージ

- 美容サロンを選ぶ際の重視点を尋ねた。
- 上位5項目は下記のとおり。
  - ①スタッフの接客態度がよい(67%)
  - ②カットが上手(62%)
  - ③料金がリーズナブルである/料金が明確である(ともに57%)
  - ⑤交通の便が良い(51%)
- カテゴリーでみると、機能イメージの『人』の要素のうち【技術】は、すべての項目の重視度が4割弱～6割強と高めであることがわかる。
- また、『店』の要素のうち【立地・アクセス】は、「おしゃれな街(場所)にある」(3%)以外が4割弱～6割弱と、【技術】と同様に、重視度の高い項目が多い。
  - なお「料金が明確である」「料金がリーズナブルである」は、来店のしやすさにつながるという点で、【立地・アクセス】の項目としている。
- 一方で、「業界大手である」「最近成長している」などの【経営】に関する項目は全般に重視度が低い。
- また、情緒イメージでは、【安心感】【親近感】や、【センス】に関する項目の重視度が高く、【トレンド】【スペシャル】【メジャー】感はあまり重視されていない。

# サロン選びの重視点【大阪】

## ● サロン選びの重視点



サロン選びで重視する点は、  
【技術】【立地・アクセス】(来店のしやすさ)などの機能イメージと、  
【親近感】【安心感】【センスの良さ】を感じさせる情緒イメージ

— 美容サロンを選ぶ際の重視点を尋ねた。

— 上位5項目は下記のとおり。

- ・ ①スタッフの接客態度がよい(65%)
- ・ ②カットが上手/料金がリーズナブルである(ともに60%)
- ・ ④料金が明確である(56%)
- ・ ⑤交通の便が良い(48%)

— カテゴリーでみると、機能イメージの『人』の要素のうち【技術】は、すべての項目の重視度が4割弱～6割と高めであることがわかる。

— また、『店』の要素のうち【立地・アクセス】は、「おしゃれな街(場所)にある」(3%)以外は全般に高く、【技術】と同様に、重視度の高い項目が多い。

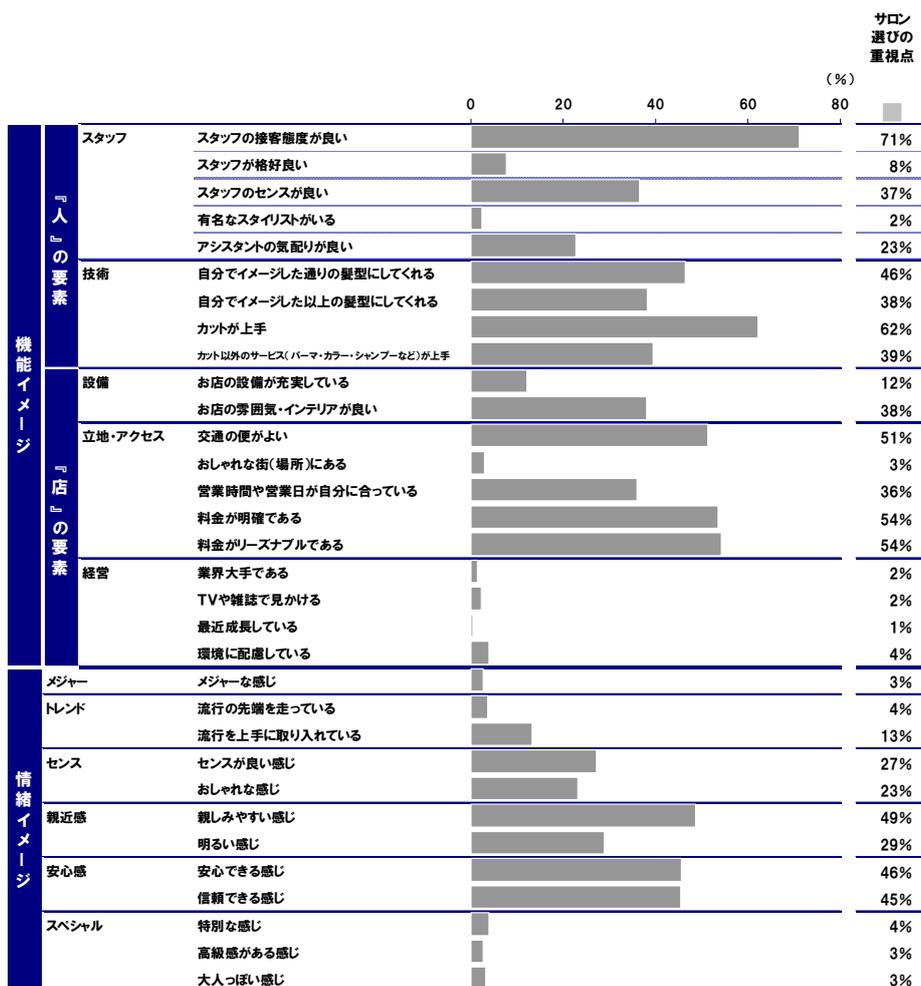
— なお「料金が明確である」「料金がリーズナブルである」は、来店のしやすさにつながるという点で、【立地・アクセス】の項目としている。

— 一方で、「業界大手である」「最近成長している」などの【経営】に関する項目は全般に重視度が低い。

— また、情緒イメージでは、【安心感】【親近感】や、【センス】に関する項目の重視度が高く、【トレンド】【スペシャル】【メジャー】感はあまり重視されていない。

# サロンの重視点【広島】

## ●サロン選びの重視点

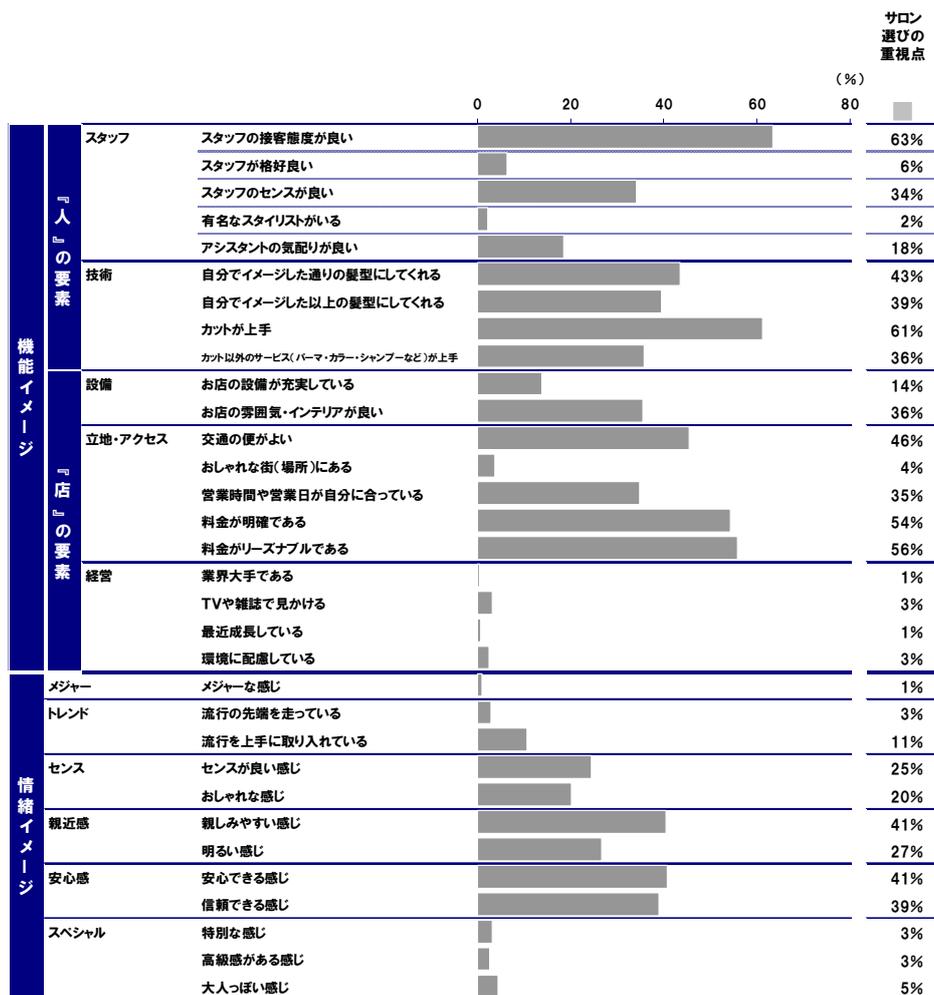


サロン選びで重視する点は、  
【技術】【立地・アクセス】(来店のしやすさ)などの機能イメージと、  
【親近感】【安心感】【センスの良さ】を感じさせる情緒イメージ

- 美容サロンを選ぶ際の重視点を尋ねた。
- 上位5項目は下記のとおり。
  - ・ ①スタッフの接客態度がよい(71%)
  - ・ ②カットが上手(62%)
  - ・ ③料金がリーズナブルである/料金が明確である(ともに54%)
  - ・ ⑤交通の便がよい(51%)
- カテゴリーでみると、機能イメージの『人』の要素のうち【技術】は、すべての項目の重視度が4割弱～6割強と高めであることがわかる。
- また、『店』の要素のうち【立地・アクセス】は、「おしゃれな街(場所)にある」(3%)以外が4割弱～5割強にのぼり、【技術】と同様に、重視度の高い項目が多い。
  - なお「料金が明確である」「料金がリーズナブルである」は、来店のしやすさにつながるという点で、【立地・アクセス】の項目としている。
- 一方で、「業界大手である」「最近成長している」などの【経営】に関する項目は全般に重視度が低い。
- また、情緒イメージでは、【安心感】【親近感】や、【センス】に関する項目の重視度が高く、【トレンド】【スペシャル】【メジャー】感はあまり重視されていない。

# サロンの重視点【福岡】

## ●サロン選びの重視点



サロン選びで重視する点は、  
【技術】【立地・アクセス】(来店のしやすさ)などの機能イメージと、  
【親近感】【安心感】【センスの良さ】を感じさせる情緒イメージ

— 美容サロンを選ぶ際の重視点を尋ねた。

— 上位5項目は下記のとおり。

- ・ ①スタッフの接客態度がよい(63%)
- ・ ②カットが上手(61%)
- ・ ③料金がリーズナブルである(56%)
- ・ ④料金が明確である(54%)
- ・ ⑤交通の便が良い(46%)

— カテゴリーでみると、機能イメージの『人』の要素のうち【技術】は、すべての項目の重視度が4割弱～6割強と高めであることがわかる。

— また、『店』の要素のうち【立地・アクセス】は、「おしゃれな街(場所)にある」(4%)以外が4割弱～6割弱と、【技術】と同様に、重視度の高い項目が多い。

— なお「料金が明確である」「料金がリーズナブルである」は、来店のしやすさにつながるという点で、【立地・アクセス】の項目としている。

— 一方で、「業界大手」「最近成長している」などの【経営】に関する項目は全般に重視度が低い。

— また、情緒イメージでは、【安心感】【親近感】や、【センス】に関する項目の重視度が高く、【トレンド】【スペシャル】【メジャー】感はあまり重視されていない。