



顧客満足調査（美容室編）

**お客さまが美容室を「また利用したい」・「お店を変えたい」と思う瞬間
上位3項目はいずれも「仕上がり確認」「施術」「カウンセリング」
男女とも2割前後が「口コミ」で美容室の変更を判断**

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：北村 吉弘）の美容に関する調査研究機関「ホットペッパービューティーアカデミー」（<https://hba.beauty.hotpepper.jp/>）は、過去1年間の美容室利用者（20～59歳男女）2,600人に対し、「美容室の顧客満足調査」を実施しました。その結果をご報告いたします。

通っている美容室を「また利用したい」と思ったタイミング、上位3項目は男女とも「仕上がり確認」「施術」「カウンセリング」

ヘアカット以外にもスタッフとお客さまとが様々な接点をもつ美容室。今回はそんな美容室の利用に関して来店前から来店後までを18の接点に分類し、消費者がどのポイントで「お店の継続利用・変更を決めているのか」を調査した。美容室を「また利用したい」と思ったタイミングの上位3項目は男女とも「仕上がり確認」「施術」「カウンセリング」となった。

■そのお店を利用しているどの段階・場面で「また利用したい」と思いましたか。あてはまるものをすべてお選びください。

【女性】			【男性】		
順位	TOP5（リピート意向者n=1,000）	%	順位	TOP5（リピート意向者n=1,000）	%
1位	仕上がり確認	43.7%	1位	施術	32.6%
2位	施術	40.3%	2位	仕上がり確認	31.0%
3位	カウンセリング	32.6%	3位	カウンセリング	22.6%
4位	シャンプー	25.6%	4位	サロンを知る※1	19.0%
5位	ブロー・スタイリング	24.6%	5位	シャンプー	18.5%

男女ともに2割前後が来店前の「口コミ確認」「サロンを知る（サロン情報をネット等で調べる）」の段階で美容室の変更を判断

これまで通っていた「お店を変えたい」と思ったタイミングを聞いたところ、上位3項目は男女とも「また利用したい」と思ったタイミングと同項目となった。一方、2割前後が、来店前に通っているサロンの「事前に口コミで確認」や「サロンを知る（サロンの情報をネット等で調べる）」の段階で変更を決めていた。

■そのお店を利用しているどの段階・場面で「お店を変えたい」と思いましたか。あてはまるものをすべてお選びください。

【女性】			【男性】		
	TOP5（変更意向者 n=300）	%	順位	TOP5（変更意向者 n=300）	%
1位	仕上がり確認	36.7%	1位	施術	31.7%
2位	カウンセリング	27.3%	2位	仕上がり確認	25.0%
3位	施術	27.0%	3位	カウンセリング	21.0%
4位	事前に口コミで確認	24.0%	4位	事前に口コミで確認	19.7%
5位	サロンを知る※1	21.7%	5位	サロンを知る※1	17.7%

※1 サロンを知る…サロンの情報をネット等で調べる

本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

「口コミの評判がよい」「ネット予約できる」ことが、男女共通で来店前に美容室の継続利用を決めるポイントに

サロンを知るところから、アフターフォローまでのプロセスを【来店前】【来店～施術～仕上がり確認】【会計～来店後】の3段階に分け、美容室を「また利用したい」と思う具体的な場面・理由を聞いたところ、【来店前】では、「口コミ」「予約」「メニュー料金の安さ」が男女に共通している。男女して特徴的な点は、男性1位の「自宅から近い・通いやすい場所にある」は、女性のTOP5にはランクインしていない点。女性と男性との美容室の継続利用で最重要とする点に違いがみえた。

【来店～施術～仕上がり確認】では、男女の1位は「受付時の対応が丁寧」、加えて「笑顔で出迎えてくれる」や「スタッフが細やかな気遣いができる」などスタッフの対応を重要視している。

【会計～来店後】については、「料金が明確・分かりやすい」が男女とも1位となった。

■ 【来店前】美容室を「また利用したい」と思った具体的な場面（複数回答）

【女性】

順位	TOP5（リピート意向者n=1,000）	%
1位	口コミの評判がよい	50.6%
2位	ネット予約できる	49.4%
3位	クーポンが充実・分かりやすい	46.9%
4位	予約が取りやすい	42.8%
5位	表示されているメニューの料金が安い	41.9%

【男性】

順位	TOP5（リピート意向者n=1,000）	%
1位	自宅から近い・通いやすい場所にある	40.2%
2位	口コミの評判がよい	37.5%
3位	ネット予約できる	36.6%
4位	表示されているメニューの料金が安い	35.1%
5位	予約が取りやすい	34.8%

■ 【来店～施術～仕上がり確認】美容室を「また利用したい」と思った具体的な場面（複数回答）

【女性】

順位	TOP5（リピート意向者n=1,000）	%
1位	受付時の対応が丁寧	55.0%
2位	スタッフの技術が高い	52.7%
3位	笑顔で出迎えてくれる	49.0%
4位	仕上がり確認をきちんとする	48.0%
5位	スタッフが細やかな気遣いができる	47.7%

【男性】

順位	TOP5（リピート意向者n=1,000）	%
1位	受付時の対応が丁寧	43.3%
2位	仕上がり確認をきちんとする	42.0%
3位	笑顔で出迎えてくれる	41.2%
4位	スタッフの技術が高い	41.0%
5位	スタッフが細やかな気遣いができる	36.6%

■ 【会計～来店後】美容室を「また利用したい」と思った具体的な場面（複数回答）

【女性】

順位	TOP5（リピート意向者n=1,000）	%
1位	料金が明確・分かりやすい	53.2%
2位	無理な勧誘・セールスがない	46.6%
3位	長持ちする・効果が長続きする	42.7%
4位	商品販売が押しつけがましくない	42.5%
5位	自宅での手入れがしやすい	40.6%

【男性】

順位	TOP5（リピート意向者n=1,000）	%
1位	料金が明確・分かりやすい	51.8%
2位	無理な勧誘・セールスがない	31.2%
3位	長持ちする・効果が長続きする	27.4%
4位	商品販売が押しつけがましくない	27.0%
5位	自宅での手入れがしやすい	24.0%

【研究員解説】サロン内での技術・接客の良さは「アタリマエ」。口コミや情報発信も継続利用の鍵に



コロナ禍で、お客さまのサロン選びの基準は「技術への信頼」から「技術以外の部分への信頼」にも広がっており多様化しています。今回の調査からも、サロンを「継続利用する基準」は技術だけではなく、技術以外のカウンセリングも重要視されることが分かりました。

さらに、口コミの返信やブログ、SNSなどの「サロンからの情報発信」も継続利用に影響している点に注目です。例えば、サロンに入る口コミやその口コミに対する返信は、新規のお客さまのサロン選びの基準としてだけでなく、既存のお客さまにとっても継続利用を判断するポイントになっているのです。しっかりとした情報発信や、顧客との丁寧なコミュニケーションは、新規顧客獲得だけでなく既存のお客さまとのエンゲージメント強化にもつながっていくでしょう。
(ホットペッパービューティーアカデミー研究員 田中 公子)

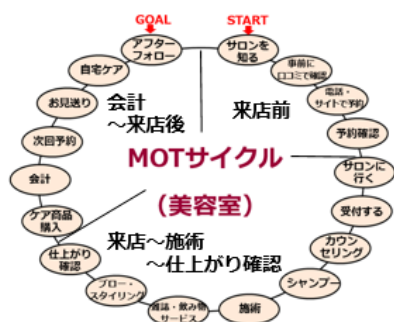
調査概要

調査名 : 顧客満足調査 (美容室編)

調査手法 : インターネットリサーチ

調査時期 : 2021年6月17日(木)～2021年6月20日(日)

調査対象 : [スクリーニング調査]女性(全国・20～59歳)64,000人、男性(全国・20～59歳)70,000人
[本調査]過去1年間の美容室利用者(20～59歳)から美容室の「リピート意向者」と「変更意向者」をそれぞれ抽出、リピート意向者(男女各1,000人) 変更意向者(男女各300人)



【参考情報：調査方法ご紹介】MOT調査

今回の顧客満足調査は、「MOT(Moment Of Truth)」というマーケティング概念を参考にしています。MOTは「真実の瞬間」と訳され、お客さまが企業に対する印象を決める決定的瞬間という意味です。お客さまの美容室利用における18の接点から、どのポイントで「お店の継続利用・変更を決めているか」を調べています。

「ホットペッパービューティーアカデミー」とは

美容に関する調査研究機関。「美容の未来のために、学びと調査・研究を」をビジョンに2014年に開校しました。美容サロンのマネジメントやマーケティングを学ぶ「経営セミナー」、美容センスをはじめとした「調査研究」、訪問美容に取り組む「未来会議」を柱に、すべて無料で美容業界へ情報発信しています。美容業界の成長に寄与する場の提供を目指しています。 <https://hba.beauty.hotpepper.jp/>

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人一人のライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、4万6,000人以上の従業員とともに、60を超える国・地域で事業を展開しています。2020年度の売上収益は2兆2,693億円、海外売上比率は約45%になります。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人一人が輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここがない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ : <https://recruit-holdings.co.jp/>

リクルート : <https://www.recruit.co.jp/>