

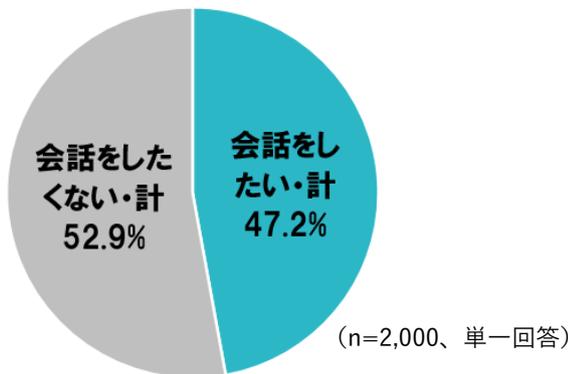
美容室での会話に関する意識調査

## 美容室での次回リピートは「会話」で決まる？

### 美容師との会話で「楽しかった／役に立った」話題の1位は？

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、1年以内に美容室を利用した男女2,000人に対し、「美容室での会話に関する意識調査」を実施しましたのでご報告致します。

Q. あなたは美容室で会話をしたいですか？



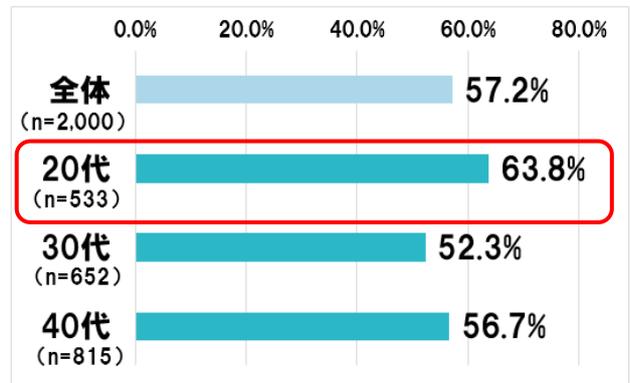
※会話をしたい・計

「会話をしたい」、「多少は会話をしたい」

※会話をしたくない・計

「会話をしたくない」、「あまり会話をしたくない」

Q. 美容師さんとの会話が良かった／楽しかったから、同じ美容室に「また行こう」と思ったことはありますか？



※グラフは「ある」の割合

(単一回答)

Q. 美容師さんとの会話で楽しかった／役に立った話題について、あてはまるものをすべてお選びください

順位	男性(TOP5)	%
1位	趣味(漫画、旅行、スポーツなど)について	34.4
2位	髪の悩みについて	34.1
3位	食・グルメについて	31.3
4位	自宅での髪のケアについて	29.1
5位	休日の過ごし方について	26.5

(n=358、複数回答)

順位	女性(TOP5)	%
1位	髪の悩みについて	51.5
2位	自宅での髪のケアについて	45.1
3位	趣味(漫画、旅行、スポーツなど)について	26.1
4位	食・グルメについて	25.7
5位	美容や健康について	25.0

(n=1,194、複数回答)

※「楽しかった／役に立ったことはない」と回答した人を除いて集計

#### ■ 研究員からのコメント

会話が良かった／楽しかったから、同じ美容室に「また行こう」と思ったことがある人は6割近く。特に20代は、美容師との会話がサロンの継続利用に大きく影響します。

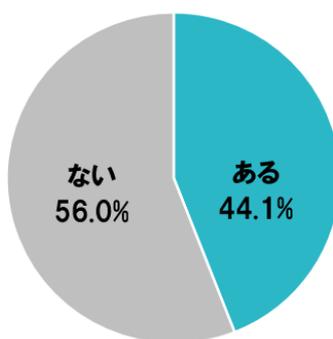
美容師との会話で楽しかった／役に立った話題では、「髪の悩み」「自宅での髪のケア」が男女とも上位にランクイン。「髪の癖を抑える方法」「自分に合った普段の髪の乾かし方」(自由回答より)など髪のプロならではの情報提供を求めている人が多いことが分かります。

また、美容師は髪だけではなく、「美容のプロ」として幅広い美容・健康分野でのアドバイスができれば、サービスの付加価値を高めていくことにつながるでしょう。



『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

Q. 美容師さんとの会話が嫌だった／つまらなかったから、同じ美容室に「もう行かない」と思ったことはありますか？



(n=2,000、単一回答)

Q. 美容師さんと「あまり会話をしたくない」「会話をしたくない」と回答した人にお伺いします。美容師さんと会話をしたくない理由について、あてはまるものをすべてお選びください

順位	男女(TOP5)	%
1位	話すのが苦手、気を使うから	43.5
2位	話すのが面倒くさいから	37.5
3位	自分のこと・プライベートなことを話したくないから	27.9
4位	会話が續かなくて気まずいから	26.7
5位	シャイ・内向的な性格だから／話すのが恥ずかしいから	20.2

(n=1,057、複数回答)

Q. 美容師さんとの会話が嫌だった／話したくなかった話題について、あてはまるものをすべてお選びください

順位	男性(TOP5)	%
1位	仕事や学校について	22.7
2位	美容師さんのエピソードトーク・過去話について	20.7
3位	恋愛・結婚について	18.7
4位	休日の過ごし方について	18.2
5位	子供、家族について	17.2

(n=203、複数回答)

順位	女性(TOP5)	%
1位	仕事や学校について	31.1
2位	休日の過ごし方について	23.7
3位	恋愛・結婚について	23.0
4位	子供、家族について	20.5
5位	美容師さんのエピソードトーク・過去話について	17.9

(n=697、複数回答)

※「嫌だった／話したくなかったことはない」と回答した人を除いて集計

### ■ 研究員からのコメント

美容師との会話が嫌だった／つまらなかったから、同じ美容室に「もう行かない」と思ったことがある人は4割以上。美容師との会話が「失客」のきっかけになることも。美容師との会話で嫌だった／話したくなかった話題は、自分のこと・プライベートなことが上位に。仕事や学校、恋愛・結婚、家族の話題は特に配慮が必要です。

お客さまの価値観はさまざまであり、あるお客さまにとっては「楽しい」と感じる会話でも、別のお客さまにとっては「嫌だ」と感じてしまう可能性があることを理解する必要があります。お客さま一人ひとりのニーズに寄り添いながら、サロンの時間を快適に過ごしていただく気遣いこそが美容師に求められる接客でしょう。

(『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 : 「美容室での会話に関する意識調査」

調査手法 : インターネットリサーチ

調査期間 : 2024年4月19日(金)～2024年4月23日(火)

調査対象 : 1年以内の美容室利用者、20～49歳の男女(男性500人、女性1,500人)

※図表内の%の値は小数第2位を四捨五入しているため、差分や合計値において、単純計算した数値と合致しない場合があります。

## ■『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」、美容センスなどの「調査研究」、訪問美容・女性活躍・SDGsなどの情報提供・イベント開催などをはじめとした「サステナビリティ活動」を柱に、全て無料で美容業界へ情報発信しています。これらの活動により、美容業界の成長に寄与する場の提供を目指しています。

本件に関する  
お問い合わせ先

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

## 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、一人ひとり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、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。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、一人ひとり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.com/ja/> リクルート : <https://www.recruit.co.jp/>