

兆し

Quick!



キーワード1

# 時短

## 忙しい現代女性は、時短で賢くキレイ。

時短勤務、時短レシビ、時短家事…ここ数年「パフォーマンスはそのままに、いかに効率良く行か」=「時短」ということがあらゆる場面で浸透してきている。美容も例外ではないようで、消費者が美容にかけ時間が短時間化していることがわかった。そういった時短傾向に反比例し、自宅ケア・サロンでの施術ともに、ほとんどの分野で「かける金額」についてはアップしているのが興味深い。アベノミクス効果による消費意欲の上昇&効率良くキレイになりたいだけで美容に対する意識が低下しているわけではない、ということが言えそうだ。

## 調査 美容センサス2013年・下期、発表!

Beauty総研では半期に一度、美容サロンの利用実態調査「美容センサス」を発表しています。今回は20~49歳の女性を対象とし、美容サロンの領域ごと(ヘア・エステ・リラクゼーション・ネイル・アイビューティ)に調査しました。そこで見てきた兆しが2つ。「時短」と「いつでもどこでも化」です。それは、どんなことでしょうか?

(株)リクルートライフスタイル ビューティ総研調べ  
調査期間:2013年8月2日(金)~8月7日(水) 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

### いろんな分野で、時短サロンが続々登場!

Pick up!

数年前から短い時間で髪が切れる理容室が増えたが、その流れはさまざまな分野にも広がっており「10分1000円のエステ」、「予約不要の30分3000円のネイル」など、単純明快な料金設定で、思いついた時にサクッと行けるという点が、忙しい現代女性の味方とも言える。

自宅でのケアは時短に。 下記グラフは、左が上期・右が今回の下期の数字。全ての項目において時短傾向がうかがえる。

ヘア			フェイシャル・ボディ			ネイル		
自宅ケアで1回にかける時間は?			自宅ケアで1回にかける時間は?			自宅ケアで1回にかける時間は?		
1回にかける時間(平均(分))	2013年上期全体	2013年下期全体	1回にかける時間(平均(分))	2013年上期全体	2013年下期全体	1回あたりの利用時間(平均(分))	2013年上期全体	2013年下期全体
ヘアカラー・カラーリタッチ(白髪染め含む)	46.8	38.8	化粧品を使った顔(肌)の日常的なケア	9.3	7.5	マニキュアを使ったセルフネイル	20.9	16.9
ヘアパック(集中トリートメント等、スペシャルケア含む)	11.6	9.1	化粧品を使った顔(肌)のスペシャルケア	14.9	13.4	ジェルライト・ジェルネイルキットを使ったセルフネイル	38.7	30.1
スカルプケア(シャンプー・ブラシ・頭皮マッサージャーでのケア)	10.6	6.8	美容機器を使った顔(肌)ケア	14.5	12.1	ネイルクリームやネイルオイルなど、爪や指先専用のケア	12.0	9.7
スカルプケア(青毛剃・頭皮用ローション)	11.1	6.6	体の日常的なケア	7.5	6.4			

※20~49歳の女性、各自宅ケア実施者/各実施回数 全項目、時短に

## サロンでの施術も時短傾向?

「リラクゼーション」の分野では全ての項目ではないが僅かながら時短傾向になっている。→また「エステサロン」では、脱毛を除き、瘦身・フェイシャルにおいて利用時間が微減。

「足裏・リフレクソロジー」「その他、着衣のまま受けるボディケア、もみほぐし」以外は、時短に

リラクゼーション		
各メニューの1回あたりの利用時間は?		
1回にかける時間(平均(分))	2013年上期全体	2013年下期全体
アロマトリートメント	67.8	65.7
リンパドレナージュ	65.1	62.9
その他、脱衣で受けるボディトリートメント	60.7	55.6
整体・カイロプラクティック	53.0	50.3
骨格矯正	46.9	45.0
ゲルマ温浴・岩盤浴	68.4	67.1
足裏・リフレクソロジー タイ古式	40.8	41.9
タイ古式	61.6	60.1
酸素カプセル	51.3	43.5
その他、着衣のまま受けるボディケア、もみほぐし	48.3	48.8

※20~49歳の女性、各メニュー利用者/各実施回数

キーワード2

# いつでもどこでも化

## 24時間、ネットで検討→予約→クチコミ。

著しいスマートフォンの普及…F1層(20~34歳)においては実に6割以上がスマホユーザーと言われる。そんな世相を反映してか、今回の調査では消費者の生活において、いつでもどこにいてもネットがより身近になっていることが浮き彫りに。それは相対して、サロン側にも求められている。HPの充実、Facebookの活用、ネット予約システムの導入など、消費者のニーズに応えていくことが今後より重要であると思われる。

## 消費者行動の流れ

1 お店に行く前に…

SNS、ブログで情報収集。



誰しも、お店選びで失敗はしたくないもの…。自分が懂れている人のブログで、その人が通っているお店をチェックしたり、美容情報・予約サイトなどのクチコミを参考にするなど事前準備に抜かりなし。

2 お店に行こうと思ったら…

ネットで予約。



美容サロンの類いはふと急に行きたい!となることも少なくない。そんな時に夜中or直前でも予約できるサイトは強い味方。また特に若年層では、直接電話するよりネットが気楽、という心理が強いよう。

3 お店に行った後は…

サイトへのクチコミ、SNSで拡散。



Facebookなどで、「髪切ったよ!」「ネイルサロンで新しいネイル!」など自分の変化を友人に共有したり、また美容情報・予約サイトなどにクチコミをする流れも自然なものになっているユーザーが増えている。

Like!



「初回来店時に重要視したポイント」も、ネット上の情報に関してが数値アップ。

消費者がサロンに行く時、どんなことにポイントをおいているのか?今回数値があがっている回答を、領域ごとにピックアップしたのが下記のグラフだ。

※20~49歳の女性、各サロン利用者/複数回答		
	2013年上期全体	2013年下期全体
美容室	ネット予約ができた	8.8 → 10.9
エステ・フェイシャル	ブログやSNSなどでの評判が良かった	4.3 → 4.6
	ブログやSNSなどでの評判が良かった	8.3 → 10.5
エステ・瘦身	ブログやSNSなどでの評判が良かった	3.4 → 3.5
	ブログやSNSなどでの評判が良かった	2.8 → 3.4
リラクゼーション・着衣	ブログやSNSなどでの評判が良かった	4.7 → 4.9
	ブログやSNSなどでの評判が良かった	15.7 → 20.7
ネイル	美容情報サイト、予約サイトなどのクチコミが良かった	5.1 → 5.4
	ブログやSNSなどでの評判が良かった	