

# 「美容センサス」にみる 女性の美容消費 & サロンで生かせるヒント

調査 美容センサス2014年・下期、発表!

ビューティ総研では、美容サロンの利用実態と自宅ケアの実施状況を調査した「美容センサス」を半年に一回発表しています。20～49歳の女性を対象に、美容サロンについては5領域(ヘア・エステティック・リラクゼーション・ネイル・アイビューティ)について動向を探りました。女性の美容消費行動には、今どんなことが起こっているのでしょうか。データからみえた「キーワード」を3つ、そしてサロンワークへのヒントをご紹介します。

(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:2014年8月 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名

キーワード

1

ハロウィン 同窓会 ママ会 も!?

イベントに合わせたきっかけ使い

2014年、お客さまのサロン利用は全体的には減少しているものの、イベントに合わせてサロンに行く「きっかけ使い」が活発になっていることが垣間見えました。例えば「女子会の前に…」など、自分の中でのイベントサイクルに合わせてサロン利用をする女性が増えているようです。

Hint!

「イベント」は工夫次第で創出できます。  
「イベント」の機会をしっかりと囲い込んで!

サロンですぐ取り組めることは、「イベントをフックとした発信」を年間通して行うこと。それが、お客さまの来店頻度を増やすきっかけになるかもしれません。ここで言うイベントとは、既存の「クリスマス」「成人式」などだけではありません。昨今、これまでになかった「新しいイベント」が生まれ、日常生活もどんどん「イベント化」しています。サロンの中でも、様々なイベントを取り入れたキャンペーンなどの発信ができればそうです。

イベントも、さまざま



ハロウィン経験は  
5人に1人!

■新しいイベントの広がり

[ハロウィン、ハーフバースデー(6カ月)、1/2成人式(10歳)など]

例えばハロウィン。2014年の経済効果は1100億円とも言われ、2月のバレンタイン1080億円を初めて上回りました。ハロウィンで仮装した写真は、SNSでもたくさん投稿されています。「写真でシェアできる」「シェアした内容で仲間と盛り上げられる」といったイベントが、今後特に広がっていきそうです。

■日常生活のイベント化

[女子会、ママ会、ランチ会など]

注目は、ここ数年「女子」「ママ」といった女性同士の集まりがイベント化されていることです。「女子会」「ママ会」「ランチ会」などイベント名がつけられ女子コミュニティが拡大。特に「ママ会」は育児の情報交換以外にも、ママの女子力を高める場にもなっているようです。

■既存イベントの開催増加

[同窓会、同期会など]

同窓会を例にとると、2011年の東日本大震災をきっかけとした「絆」志向の高まりで増えたとも言われています。それに伴い、幹事代行など関連ビジネスの活況、旅行では「同窓会プラン」が増加、女性誌で多く見た「同窓会美容特集」なども追い風になったことが考えられます。

|        | 認知率   | 経験率   |
|--------|-------|-------|
| ハロウィン  | 97.4% | 21.4% |
| バレンタイン | 97.5% | 65.3% |
| イースター  | 86.4% | 8.8%  |

出典:「ライフイベントに関する調査(2014年9月)」  
(株)リクルートライフスタイル ビューティ総研調べ

キーワード

2

せっかくだから、ちょい贅沢♥

オトナ女性が牽引! ご褒美使い

自分へのご褒美色の強いジャンル=「ネイル・エステティック(フェイシャル・痩身)・リラクゼーション・アイビューティ」では1回あたりの単価が増加しました。SNSやLINEの普及で、特にネイルなどは写真をUPすれば友人たちから「いいね!」がもらえる。そういった「褒められたい願望」も一緒に満たされるのかもしれませんが、エステティック(痩身)やリラクゼーションなど「ボディ」に関する単価は、35歳～49歳のオトナ女性で料金UPが見られました。

Hint!

オトナ女性は日頃がんばっている自分に、消費することへの「言い訳」が欲しいもの。

多くの女性が「購入することへの言い訳」を欲しているものではないでしょうか。「日頃がんばっている自分にご褒美」というワードを、プラン名やサロン内のPOPなどに加えることも効果的かもしれません。また働く女性も増えました。そのようなお客さまに対しては「少し料金UPしても、得られる効果・気分は、より満足度の高いものになること」を伝えてあげると、プチ贅沢消費へのハードルが下がるでしょう。

美容以外にも!  
自分にご褒美



数年前から、節約の合間に「自分へのプチ贅沢」を楽しむ「メリハリ消費」が顕著です。特に女性は、「自分へのご褒美欲」が高い傾向にあります。美容はその親和性が高いと言えますが、他の業種での「ご褒美消費」はどうでしょうか?

食

2014年4月の増税後も、消費者はワンランク上を望む傾向も。某ファミレスでは高価格帯ステーキの売れ行きが好調、菓子・アイスの分野でも「プレミアム」と銘付けたプチ贅沢品が次々にヒットしました。

旅

「モノからコト」への潮流の中、旅行業界においても低価格志向だけでなく、高価格帯との二極化も。旅のプラン名でも「ご褒美」系ワードが目立ち、「せっかくなら奮発したい」という心理が強そうです。

キーワード

3

もはや「ジョーシキ」!?

思いついたその時に! スマホでサロン予約

スマートフォン(以下、スマホ)からのネット予約が、特に「20～34歳の女性」で高い傾向に。スマホからの予約は、電話に比べ、夜間の予約が多いのも特徴です。スマホ保有率を年代別にみると(右図)、10代&20代で約7割、30代&40代でも約半数という数字に。サロン予約も日常のスキマ時間を活用できる「スマホから」が、今後さらに、あらゆる年代でスタンダードになっていくことが予想されます。

Hint!

「スマホからどう見えるか」ということを、常に意識したネット活用が重要です。

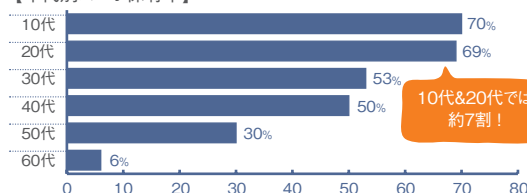
「スマホ予約のニーズ」に応えていくためには、サロンの営業時間に左右されないネット予約の導入、FacebookなどSNSの活用、スマホ画面からのHPの見やすさ…など、あらゆる面でスマホユーザーを意識することが重要です。お客さまの「思いついた時に予約したい」直前予約のニーズにも対応できるように、電話だけでなく、ネット受付が可能であることも、集客UPに繋がるのではないのでしょうか。

急速に広がる  
スマホ市場



2020年開催の東京オリンピック・パラリンピックでの外国人旅行者増加を見据え、2014年12/1～都営地下鉄と東京メトロ143駅で「無料 Wi-Fi サービス」が開始されました。また、日常生活のあらゆる面で「時短」を重視する人が増え、スキマ時間にサクッと使えるスマホは、生活に欠かせないものになっています。

【年代別スマホ保有率】



10代&20代では  
約7割!

出典:「ニールセン・インターネット・ベーシック・レポート(2014年4月)」

調査の詳細はコチラ!

[http://r-bmr.net/kizashi/eye\\_consumption/c-repo/](http://r-bmr.net/kizashi/eye_consumption/c-repo/)

(株)リクルートライフスタイル

Beauty 総研 by

HOT PEPPER  
Beauty

©2014 Recruit Lifestyle Co.,Ltd. All Rights Reserved.  
<http://r-bmr.net/>