Press Release





2015年6月29日

株式会社 リクルート ライフスタイル

【美容センサス2015年上期】 《エステサロン 編》

- ●利用率は20代女性がけん引。2014年に落ち込んだ利用率は、回復傾向へ。
 - ●フェイシャル・痩身は初回来店時に「友人・知人の口コミ」と 「ネットの口コミ」を重要視。脱毛は料金重視。

株式会社リクルートライフスタイル(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:淺野健)に設置された美容に関する調査研究機関である「ホットペッパービューティーアカデミー」(http://hba.beauty.hotpepper.jp/)は、美容サロンの利用に関する実態調査を毎年実施しています。このたび、全国の人口20万人以上の都市在住者のうち、20~69歳の男女7,000人を対象に調査を実施しましたので結果をご報告いたします。

▶【利用率】 ~過去1年間のサロン利用率【女性】~

· · · P3、8、13

利用率は20代女性がけん引。2014年に落ち込んだ利用率は回復傾向へ。

- フェイシャル: 女性全体で8.0%と前年より1.1ポイント増え、20代が前年比5.2ポイント増。
- 痩身:女性全体で3.6%と前年より0.2ポイント増え、20代が前年比3.7ポイント増。
- 脱毛:女性全体で9.8%と前年より0.7ポイント増え、20代が前年比8.8ポイント増。
- ▶【年間利用回数】 ~過去1年間のサロン利用回数【女性】~

· · · P4、9、14

「年1回」の単発利用者が急増。「年3回以下」の低頻度層は約60%へ。

- フェイシャル:前年比1.75回減の4.67回。「年1回」の利用者が前年比11.4ポイント増加し30%を超える結果に。
- 痩身:前年比1.57回減の5.00回。年1回の利用者が前年比20.3ポイント増加し40%超えに。
- 脱毛:前年比0.90回減の3.44回。年1回の利用者が前年比8.6ポイント増加し約20%に。
- ▶ 【サロン初回来店時に重要視したポイント】 【女性】

· · · P6、11、16

<u>初回来店時に、フェイシャル・痩身は、「友人・知人の口コミ *1 」、「ネットの口コミ *2 」</u>が重要視の上位2項目に。脱毛は料金重視。

● 「友人・知人の口コミが良かった」(フェイシャル: 26.3%、痩身: 20.3%)、「美容情報サイト、予約サイトなどでの口コミが良かった」(フェイシャル: 16.8%、痩身: 22.1%)がそれぞれ初回来店時に重要視した上位2項目に。一方、脱毛は「料金がリーズナブルだった」(27.8%)がもっとも多い理由となった。

・・・※1 友人・知人の口コミが良かった ※2 美容情報サイト、予約サイトなどでの口コミが良かった

▶【現在利用しているサロンの継続理由】【女性】

· · · P6、11、16

フェイシャルの現在利用しているサロンの継続理由、

20代の1位は「ネット予約ができる」こと。料金や立地よりも重要という結果に。

● 20代のフェイシャルは、料金や立地を抑え「ネット予約ができる」(14.9%)が、サロンを継続する理由としてもっとも高い結果となった。痩身は「料金が明確である」(15.7%)、脱毛は「料金がリーズナブルである」(24.5%)が継続する理由の1位であった。

【本件に関するお問い合わせ先】 株式会社リクルートライフスタイル 広報担当 土蔵亜由美 TEL:03-6835-2639/E-mail:a tokura@r.recruit.co.jp



調査概要と回答者プロフィール

調査目的

▶女性・男性それぞれの過去1年間における美容サロンの利用実態を把握し、美容に対する意識をとらえること。

● 調査方法

▶インターネットによるアンケート調査

• 株式会社マーケティングアプリケーションズの「ボーダーズパネル」を利用

調査対象

▶全国、人口20万人以上の都市に居住する20~69歳の男女

女性 : 計 6,000サンプル男性 : 計 1,000サンプル

※人口20万人以上の都市の人口比率によってエリア毎の割付数を決定

※男女それぞれ、年齢5歳刻みで均等割り付け(エリアと年代による割付数詳細は下記の数表を参照)

※2012年~2014年調査では男女20~64歳が調査対象

● 調査実施時期

▶2015年3月6日(金) ~ 3月9日(月)

※時系列データ:比較対象の調査の実施時期は右表参照

● 調査実施機関

▶株式会社アンド・ディ

■時系列データ 実査時期・調査対象

調査タイトル		調査実施	1	調査	対象	
調査ライトル		調直天派	中市形	1	女性	男性
2012年上期	2012年	2月10日(金)	~	2月16日(木)	E1 . E2 E	M . MOE
2013年上期	2013年	3月1日(金)	~	3月7日(木)	F1~F3層 (20~64歳) 5400サンプル	M1~M3層 (20~64歳) 900サンプル
2014年上期	2014年	3月4日(火)	~	3月11日(火)	040092770	80092770
2015年上期	2015年	3月6日(金)	~	3月9日(月)	20~60代 (20~69歳) 6000サンプル	20~60代 (20~69歳) 1000サンプル

■利用率・利用経験率について

調査対象のサロン利用・ケア実施の期間:本調査では「過去1年」の美容サロン利用・自宅ケア実施状況について回答。 サロンの利用経験家・「1.4年に1回程度」以上の利用者に「ここ1.4年の利用はないが、過去に利用したことがある」と回答した考

サロンの利用経験率:「1年に1回程度」以上の利用者に「ここ1年の利用はないが、過去に利用したことがある」と回答した者を加え算出。 (下表参照)

> [美容室]の例 : Q. あなたは過去1年間に、以下の美容関連のお店を、どの程度の額度で利用しましたか。(単一回答) 利用経験者・計

					利用和	E級相・計				非利用石
				利用	者(過去1年)・計			ここ1年間の	-h+==0
	サンプル数	1週間に 1回以上	1ヶ月に 2~3回 程度	利用はない が、過去に利 用したことが ある※	これまでこの 美容関連のお 店を利用した ことはない					
2015年上期 [美容室] 女性全	体 6000	0.2%	0.8	11.1	22.7	30.9	15.3	6.2	10.0	3.0
					3//20	112年 上期主	で1+[1年1-1	回手法してい	2階切趺で宝体	

■2	01	5年上期	調査	エリア	別書	付数	(数字)	はサン	プル数	t)	(人)
			合サ	東北	首		甲中	へ 東	関	Ф	九
			計ン	北 海	都	東う	信部	静海	西	围	州
			プ	道	巻	京ち	越・	岡			
			ル			23		含		四	
						区		ŧ,		国	
								$\overline{}$			
14444											
	女	生全体	6000	525	2405	796	269	647	1153	450	551
		20代	1200	105	481	160	54	129	231	90	110
女	年	30代	1200	105	481	159	54	130	230	90	110
性	代	40代	1200	105	481	159	54	129	231	90	110
	別	50代	1200	105	481	159	53	129	231	90	111
		60代	1200	105	481	159	54	130	230	90	110
	男	生全体	1000	90	400	130	50	110	190	70	90
_		20代	200	18	80	26	10	22	38	14	18
男	年	30代	200	18	80	26	10	22	38	14	18
性	代	40代	200	18	80	26	10	22	38	14	18
	別	50代	200	18	80	26	10	22	38	14	18
		60代	200	18	80	26	10	22	38	14	18

	扰集	状況(全	体/単	<u>1—@</u> :	答)									(%)
			サンプル数	正社員	契約社員	派遣社員	公務員	自営業	アルバイト	学生	(子供あり) 専業主婦・主夫	(子供なし)専業主婦・主夫	その他	いていない現在仕事には就
	女	性全体	6000	16.1	2.9	2.8	1.0	3.7	19.9	4.3	32.1	7.7	1.2	8.3
. I .		20代	1200	25.8	3.4	3.1	1.4	1.1	17.3	20.9	12.8	4.8	0.8	8.6
梦	年	30代	1200	22.6	4.2	4.0	1.5	2.7	19.7	0.4	28.8	9.0	0.8	6.5
19	代	40代	1200	15.8	3.5	3.8	0.8	4.3	24.7	_	27.8	11.3	1.1	7.0
	別	50代	1200	12.4	2.4	2.7	1.3	5.7	22.6	_	36.9	8.8	1.3	6.1
. L		60代	1200	4.2	1.2	0.3	0.2	4.6	15.2	0.1	54.3	4.7	2.1	13.3
	男	性全体	1000	47.3	5.3	1.6	4.2	10.9	9.4	5.4	0.3	0.1	1.1	14.4
	.	20代	200	32.0	1.0	3.0	2.0	5.0	18.0	24.5	_	_	1.0	13.5
男	年	30代	200	60.0	4.5	2.5	4.5	7.0	10.0	2.0	_	_	0.5	9.0
19	代	40代	200	64.0	5.0	1.5	3.5	13.0	5.5	_	0.5	0.5	0.5	6.0
	別	50代	200	55.5	5.5	_	8.0	15.0	3.0	0.5	1.0	_	3.0	8.5
. L		60代	200	25.0	10.5	1.0	3.0	14.5	10.5	_	_	_	0.5	35.0

■未	既	婚(全体	/単-	-回答)	(%)							
			サ	結	結	死 離							
			ン	婚	婚	別別							
			ンプ	L	し								
			ル	て	て								
			数	い	い								
				る	な								
					い								
	女	生全体	6000	61.8	30.2	8.1							
		20代	1200	27.9	71.3	0.8							
女	年	30代	1200	61.8	34.8	3.4							
性	代	40代	1200	69.6	23.8	6.6							
	別	50代	1200	73.0	13.5	13.5							
		60代	1200	76.4	7.4	16.2							
	男	生全体	1000	51.2	44.2	4.6							
		20代	200	9.0	91.0	_							
男	年	30代	200	32.0	66.0	2.0							
性	代	40代	200	55.5	40.0	4.5							
	別	50代	200	72.0	17.0	11.0							
		60代	200	87.5	7.0	5.5							

利用 経験者・計

97 196

1年) - 計

87 196

[フェイシャル] 【男女】利用率・利用経験率

<u>女性のサロン利用率は、2013年以来もっとも高い8.0%。</u> 20代女性がけん引。

[利用率]【女性】

- 過去1年の利用率は、女性全体では8.0%と前年より1.1ポイント増加。
- 年代別でみると、20代が前年比5,2ポイント増。

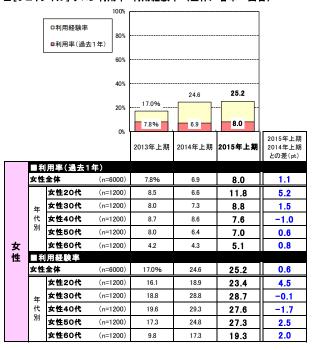
[利用率]【男性】

● 男性全体では1.3%となり、前年より1.4ポイント減。

[利用経験率] 【男女】

- 女性全体での利用経験率は25.2%、前年比0.6ポイント増でほぼ横ばい。
- 男性全体での利用経験率は3.5%、前年比1.3ポイント減。

■[フェイシャル]サロン利用率・利用経験率 (全体/各単一回答)



■[フェイシャル]サロン利用率・利用経験率 (全体/各単一回答)

		100%				
		年) 80%				
ı		60%				
		40%				
		20%	6.7%	4.8	3.5	
		0%	5.0	2.7	1.3	
			2013年上期	2014年上期	2015年上期	2015年上期 2014年上期 との差(pt)
□利	用率(過去1	年)				
男性	全体	(n=1000)	5.0%	2.7	1.3	-1.4
	男性20代	(n= 200)	9.5	4.5	2.0	-2.5
年	男性30代	(n= 200)	6.5	3.0	3.0	_
代	男性40代	(n= 200)	3.0	3.0	1.0	-2.0
別	男性50代	(n= 200)	2.5	1.5	0.5	-1.0
	男性60代	(n= 200)	2.0	_	_	_
日科	用経験率					
男性	全体	(n=1000)	6.7%	4.8	3.5	-1.3
	男性20代	(n= 200)	10.0	7.5	5.5	-2.0
在	男性30代	(n= 200)	9.0	5.5	7.5	2.0
代	男性40代	(n= 200)	5.0	4.5	3.5	-1.0
別	男性50代	(n= 200)	4.5	3.5	0.5	-3.0
	男性60代	(n= 200)	3.0	1.0	0.5	-0.5
	男 年代別 男性	利用率(過去1 男性全体 男性20代 男性30代 男性40代 男性60代 利用経験率 男性20代 男性20代 男性40代 男性40代 男性40代 男性50代	□利用経験率 □利用率(過去1年) 60% 60% 40% 20% 0% 0% ■利用率(過去1年) 男性全体 (n=1000) 男性20代 (n= 200) 男性30代 (n= 200) 男性40代 (n= 200) 男性60代 (n= 200) 男性60代 (n= 200) 男性60代 (n= 200) 男性60代 (n= 200) 男性40代 (n= 200)	□利用経験率 □利用平(過去1年) 60% 40% 40% 20% 6.7% 6.7% 75.0 2013年上期 ■ 別性全体 (n=1000) 5.0% 男性30代 (n= 200) 9.5 男性40代 (n= 200) 3.0 男性60代 (n= 200) 2.5 男性60代 (n= 200) 2.5 男性60代 (n= 200) 6.7% ■ 別性20代 (n= 200) 6.7% ■ 別性20代 (n= 200) 6.7% ■ 別性20代 (n= 200) 9.0 別性30代 (n= 200) 9.0 男性40代 (n= 200) 9.0 男性40代 (n= 200) 9.0 男性40代 (n= 200) 5.0 男性40代 (n= 200) 5.0 男性40代 (n= 200) 5.0 男性50代 (n= 200) 4.5	□利用経験率 □利用率(過去1年) 20% 6.7% 4.8 5.0 5.0 €.7	□利用率(過去1年) 20%

※2015年上期より調査対象年齢を「20~64歳(女性:n=5,400/男性:n=900)」から「20~69歳(女性:n=6,000/男性:n=1,000)」へ変更。

[フェイシャル] 【女性】年間利用回数・利用金額

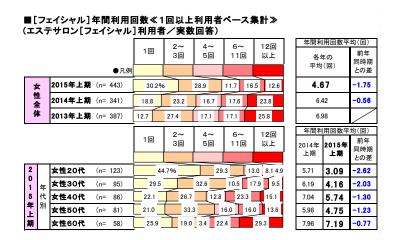
「年1回」の単発利用者が増加。「年3回以下」の低頻度層は6割近くに。

「年間利用回数] 【女性】

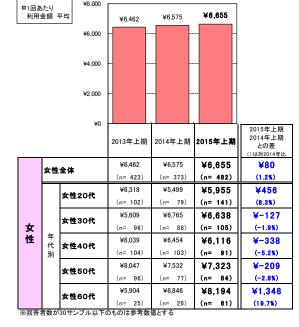
● 年間利用回数は4.67回で前年比1.75回減。「年1回」の利用者が前年より11.4ポイント増加し30%超に。「年3回以下」(約4カ月に1回以下)の低頻度層は60%近くへ。20代では「年1回」の利用者が44.7%を占め、「年3回以下」の利用者が70%を超える結果となった。

[利用金額] 【女性】

女性の1回あたりの利用金額は、前年1.2%増の6,655円。



■[フェイシャル]1回あたり利用金額 平均(円) (エステサロン[フェイシャル]利用者/実数回答)



※2015年上期より調査対象年齢を「20~64歳(女性:n=5,400)」から「20~69歳(女性:n=6,000)」へ変更。



[フェイシャル] 【女性】サロンの予約方法

ネット予約は20代がスマートフォンを利用、30代以降はパソコン利用が多い。

- サロンの過去1年間の予約方法において、「ネット予約利用者・計^{*1}」は27.4%。
 「パソコン^{*2}」は23.7%、「スマートフォン^{*3}」は13.3%
- 20代の「スマートフォン^{※3}」の利用は、他の年代に比べ20ポイント以上高い結果に。30代以降は「パソコン^{※2}」の利用が「スマートフォン^{※3}」に比べて多い。
- ※1 端末を問わず「お店のホームページ」「美容関連店の予約サイト」のいずれかを利用した者
- ※2 次のいずれかを選択した者:【パソコンで予約】「お店のホームページ」「美容関連店の予約サイト」「twitter」「LINE」
- 「その他SNS(facebook、mixiなど)」「メール」「その他」
- ※3 次のいずれかを選択した者:【スマートフォンで予約】「お店のホームページ」「美容関連店の予約サイト(アプリ含む)」「twitter」「LINE」
 - 「その他SNS (facebook、mixiなど)」「メール」「その他」

■[フェイシャル]過去1年のサロン予約方法 (エステサロン[フェイシャル]利用者/複数回答)

女性全体(2	20~69歳	裁)	(n=482)		
	(%)	0%	20%	40%	60
パソコン※	23.7		· ·		
スマートフォン※	13.3				
携帯電話※	3.9				
電話をして予約	50.8				
お店で予約(来店時の次回予約など)	23.9				
予約していない	4.6				
ネット予約利用者・計※	27.4				

※「パソコン」=次のいずれかを選択した者:【パソコンで予約」「お店のホームページ」、「美容関連店の予約サイト」、「t witter」、「LINE」、「その他SNS (facebook、mixiなど)」、「メール」、「その他」、「その他SNS (facebook、mixiなど)」、「メール」、「その他」、「美容関連店の予約サイト(アプリ合む)」、「twitter」、「LINE」、「その他SNS (facebook、mixiなど)」、「メール」、「その他」、※「携帯電話」=次のいずれかを選択した者、「携帯電話で予約」「お店のホームページ」、「美容関連店の予約サイト」、「twitter」、「LINE」、「その他SNS (facebook、mixiなど)」、「メール」、「その他」、「ボール」、「よの他」、「ボール」、「よの他」、「ボール」、「ドラの他」、「ボール」、「ドラルラ約利用者・計」=端末を問わず「お店のホームページ」「美容関連店の予約サイト」のいずれかを利用した者

■[フェイシャル]過去1年のサロン予約方法≪年代別≫

	エステサロン[フェイシャル] 利用者/複数回答) (%													
	女性全体		年任	七別										
	久性主体 (n=482)	女性20代 (n=141)	女性30代 (n=105)	女性40代 (n=91)	女性50代 (n=84)									
パソコン※	23.7	22.7	40.0	24.2	19.0									
スマートフォン※	13.3	30.5	10.5	5.5	3.6									
携帯電話※	3.9	8.5	3.8	1.1	_									
電話をして予約	50.8	37.6	47.6	58.2	60.7									
お店で予約(来店時の次 回予約など)	23.9	19.9	16.2	27.5	32.1									
予約していない	4.6	5.0	5.7	2.2	2.4									
ネット予約利用者・計※	27.4	36.9	39.0	25.3	16.7									



[フェイシャル] 【女性】サロン初回来店時に重要視したポイント/ 現在利用しているサロンの継続理由

<u>初回来店時に重要視したポイントは、「友人・知人の口コミ」が1位。</u> 現在利用しているサロンの継続理由、20代・30代の1位は「ネット予約ができる」 こと。

【初回来店時に重要視したポイント】

 全体では、「友人・知人の口コミが良かった」(26.3%)がもっとも高く、続いて 「美容情報サイト、予約サイトなどでの口コミが良かった」(16.8%)、 「料金が明確だった」(16.2%)。

【現在利用しているサロンの継続理由】

全体では、「料金が明確である」(18.0%)が1位だが、年代別でみると20代・30代の1位は「ネット予約できる」となった。

■[フェイシャル] サロン初回来店時に重要視したポイント ランキング (エステサロン[フェイシャル] 利用者 / 複数回答)



■[フェイシャル]現在利用しているサロンの継続理由 ランキング(エステサロン[フェイシャル]利用者/複数回答)

	女性全体(20	~ 69	歳)	(n=482)		
順位	項目	(%)	0%	10%	20%	30%
1	料金が明確である	18.0				
2	スタッフの技術が高い	17.6		· ·		
З	交通の便がよい	15.8]	
4	自宅から近い	15.1				
5	スタッフと話しやすく会話が楽しい	13.7				
6	ネット予約できる	13.5				
7	予約が取りやすい	13.3				
8	料金がリーズナブルである	12.9				
9	効果が明確・実感できる	11.8				
10	施術全体を通して丁寧に扱ってくれ る	10.8				

■[フェイシャル] サロン初回来店時に重要視したポイント ランキング≪年代別≫(エステサロン[フェイシャル]利用者/複数回答)

	女性20代 (n=141)		女性30代 (n=105)			女性40代 (n=91)				女性50代 (n=84)	
順位	項目	(%)	順位	項目	(%)	順位	項目	(%)	順位	項目	(%)
1	友人・知人の口コミが良かった	26.2	1	友人・知人の口コミが良かった	24.8	1	友人・知人の口コミが良かった	26.4	1	友人・知人の口コミが良かった	28.6
	美容情報サイト、予約サイトなどでの ロコミが良かった	24.1	1	美容情報サイト、予約サイトなどでの ロコミが良かった	24.8	2	料金が明確だった	17.6	2	自宅から近かった	23.8
3	交通の便がよかった	14.2	3	料金がリーズナブルだった	19.0	3	自宅から近かった	13.2	2	料金が明確だった	23.8
3	料金がリーズナブルだった	14.2	4	ネット予約ができた	18.1	4	美容情報サイト、予約サイトなどでの ロコミが良かった	12.1	4	交通の便がよかった	21.4
5	初回割引・クーポンがあった	12.1	5	交通の便がよかった	16.2	4	交通の便がよかった	12.1	5	初回割引・クーポンがあった	16.7

■[フェイシャル]現在利用しているサロンの継続理由 ランキング≪年代別≫(エステサロン[フェイシャル]利用者/複数回答)

	女性20代 (n=141)			女性30代 (n=105)			女性40代 (n=91)			女性50代 (n=84)	
順位	項目	(%)	順位	項目	(%)	順位	項目	(%)	順位	項目	(%)
1	ネット予約できる	14.9	1	ネット予約できる	22.9	1	料金が明確である	23.1	1	スタッフの技術が高い	26.2
2	交通の便がよい	12.8	2	スタッフの技術が高い	20.0	2	施術全体を通して丁寧に扱ってくれる	19.8	2	自宅から近い	25.0
3	料金が明確である	12.1	3	交通の便がよい	19.0	3	スタッフと話しやすく会話が楽しい	18.7	3	交通の便がよい	22.6
	料金がリーズナブルである	9.9	4	料金が明確である	17.1	3	スタッフの気遣いや対応が良い	18.7	4	料金が明確である	20.2
5	ブログ・SNSなどに掲載されているデ ザインやスタイルが良い	9.2	5	スタッフと話しやすく会話が楽しい	16.2	5	自宅から近い	17.6	5	料金がリーズナブルである	19.0
5	予約が取りやすい	9.2				5	スタッフの技術が高い	17.6			



[フェイシャル]【女性】利用頻度増加・利用再開の理由/サロン利用意向/サロンを利用しやすくなると思うサービス

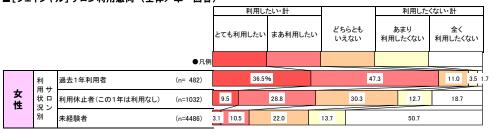
サロンへの利用頻度が増加する理由の1位は、「効果が実感できるから」<u>。</u> プロならではの提案・施術が鍵。

- サロンへの利用頻度が増加する理由は、「効果が実感できるから」がもっとも高く、「時間的な余裕ができたから」「金銭的な余裕ができたから」を上回った。
- 今後の利用意向では、利用休止者(この1年は利用なし)が38.3%の「とても利用したい・まあ利用したい」と回答。未経験者の13.6%に比べ3倍近いニーズ。
- サロンを利用しやすくなると思うサービスは、利用者も休止者も「割引クーポンがある」がもっとも 高く「ポイントが貯まる・使える」が続く結果に。

■[フェイシャル]利用頻度増加・利用再開の理由 ランキング (エステサロン[フェイシャル]利用頻度増加者、利用再開者/複数回答)



■[フェイシャル]サロン利用意向(全体/単一回答)





■[フェイシャル] サロンを利用しやすくなると思うサービス ランキング (全体/複数回答)

	女性 [フェイシャル	.] 過:	去1年利用	者 (n=482)			女性 [フェイシャル] 利用休	止者	(この1年	Fは利用な	し)	(n=1032)	
頂位	項目	(%)	0% 10%	5 20%	30%	40%	順位	項目	(%)	0%	10%	20%	30%	40
1	割引クーポンがある	29.3					1	割引クーポンがある	24.9					
2	ポイントが貯まる・使える	26.3					2	ポイントが貯まる・使える	17.9		<u> </u>			
3	来店時に次回予約すると割引がある	25.5		- :			3	利用直前でも予約できる	15.2					
4	利用直前でも予約できる	20.7					4	来店時に次回予約すると割引がある	14.1					
5	来店後の待ち時間がない・少ない	16.4					4	来店後の待ち時間がない・少ない	14.1					
6	仕事帰りにも立ち寄れる営業時間	14.3					6	予約なしでも利用できる	12.5					
7	予約なしでも利用できる	13.3					7	単発で必要なメニューのみを利用で きる	7.8					
	利用頻度・回数に応じてもらえるポイントが増える	12.4					8	未就学児を連れて行ける	7.3					
٥	利用期間が長くなるともらえるポイントが増える	11.4]			9	利用頻度・回数に応じてもらえるポイ ントが増える	7.2					
10	メール・電話などで次の来店時期を 知らせるサービス	11.2					10	仕事帰りにも立ち寄れる営業時間	7.1					

[痩身] 【男女】利用率·利用経験率

女性のサロン利用率は全体ではほぼ横ばいだが、 20代女性が前年比3.7ポイント増。

[利用率]【女性】

- 過去1年の利用率は女性全体で3.6%と前年より0.2ポイント増のほぼ横ばい。
- 20代が前年比3.7ポイント増。

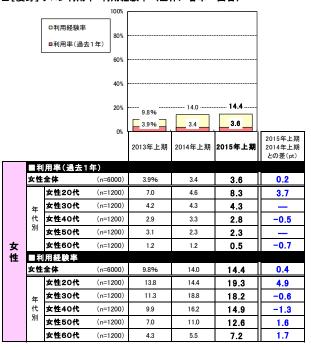
[利用率]【男性】

男性全体で1.4%、前年より1.0ポイント減。

[利用経験率] 【男女】

- 女性全体での利用経験率は14.4%、前年比0.4ポイント増でほぼ横ばい。
- 男性全体での利用経験率は3.4%、前年比0.9ポイント減。

■[痩身]サロン利用率・利用経験率(全体/各単一回答)



■[痩身]サロン利用率・利用経験率(全体/各単一回答)

			100%				
		□利用経験率 □利用率(過去14	80%				
	l	- 13/11 (22)	60%				
			40%				
			20%	6.6%	4.3	3.4	
			0%	4.7	2.4	- =1.4 = ↓	2015年上期
				2013年上期	2014年上期	2015年上期	2015年上期 2014年上期 との差(pt)
	■乖	用率(過去1:	年)				
	男性	全体	(n=1000)	4.7%	2.4	1.4	-1.0
		男性20代	(n= 200)	8.5	3.5	2.0	-1.5
	年	男性30代	(n= 200)	6.0	3.5	2.5	-1.0
	代	男性40代	(n= 200)	3.5	3.0	1.5	-1.5
	別	男性50代	(n= 200)	2.5	1.0	1.0	
男		男性60代	(n= 200)	1.0	_	_	_
性	■≉	用経験率					
	男性	全体	(n=1000)	6.6%	4.3	3.4	-0.9
	_	男性20代	(n= 200)	9.5	6.0	5.0	-1.0
	年	男性30代	(n= 200)	9.0	4.5	5.5	1.0
	代	男性40代	(n= 200)	5.5	4.5	3.5	-1.0
	別	男性50代	(n= 200)	4.0	3.0	2.0	-1.0
		男性60代	(n= 200)	3.0	3.0	1.0	-2.0
		•					

※2015年上期より調査対象年齢を「20〜64歳(女性:n=5,400/男性:n=900)」から「20〜69歳(女性:n=6,000/男性:n=1,000)」へ変更。



[痩身] 【女性】年間利用回数·利用金額

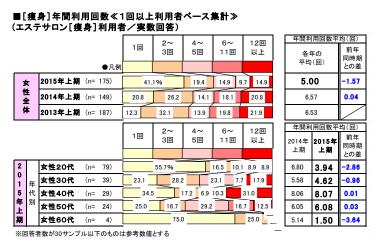
「年1回」の単発利用者が増加。「年3回以下」の低頻度層は60%を超える。

[年間利用回数] 【女性】

- 年間利用回数は5.00回で前年比1.57回減。「年1回」の利用者が前年より20.3ポイント増加し、 40%超え。「年3回以下」(約4カ月に1回以下)の低頻度層は60%を超えた。
- 20代では「年1回」の利用者が50%以上、「年3回以下」の利用者が70%を超え、単発または低頻度 利用者が増えた。

[利用金額] 【女性】

女性の1回あたりの利用金額は、前年5.6%増の7,776円。



■[痩身]1回あたり利用金額 平均(円) (エステサロン[痩身]利用者/実数回答)



※2015年上期より調査対象年齢を「20~64歳(女性:n=5,400)」から「20~69歳(女性:n=6,000)」へ変更。



[痩身] 【女性】サロンの予約方法

ネット予約は20代では、30代以降と比べてスマートフォン利用が多い。

- サロンの過去1年間の予約方法において、「ネット予約利用者・計※1」は42.9%、「パソコン※2」は 「スマートフォン^{※3}」は18.9%となった。
- 20代の「スマートフォン※3」の利用は30代・40代と比べて、それぞれ約16、約9ポイント上回る。 30代以降は「パソコン※2」の利用が「スマートフォン※3」と比べ多い。
- ※1 端末を問わず「お店のホームページ」「美容関連店の予約サイト」のいずれかを利用した者
- ※2 次のいずれかを選択した者:【パソコンで予約】「お店のホームページ」「美容関連店の予約サイト」「twitter」「LINE」
- 「その他SNS(facebook、mixiなど)」「メール」「その他」
 ※3 次のいずれかを選択した者:【スマートフォンで予約】「お店のホームページ」「美容関連店の予約サイト(アプリ含む)」「twitter」

「LINE」「その他SNS (facebook、mixiなど)」「メール」「その他」

■[痩身]過去1年のサロン予約方法 (エステサロン[痩身]利用者/複数回答)

(エスナッロン[技術] 利用省と 検知	<u> </u>				
女性全体(2	0~69歳) (n=	=217)		
	(%)	6	20%	40%	60
パソコン※	35.9				
スマートフォン※	18.9				
携帯電話※	4.1				
電話をして予約	44.2				
お店で予約(来店時の次回予約など)	19.4				
予約していない	6.9				
ネット予約利用者・計※	42.9				

※「パソコン」=次のいずれかを選択した者:「パソコンで予約】「お店のホームページ」、「美容関連店の予約サイト」、「t witter」、「LINE」、「その他SNS (facebook、mixiなど)」、「キール」、「その他」
※「スマートフォン」=次のいずれかを選択した者:【スマートフォンで予約】「お店のホームページ」、「美容関連店の予約サイト(アプリ含む)」、「twitter」、「LINE」、「その他SNS (facebook、mixiなど)」、「メール」、「その他」 ※「携帯電話」=次のいずれかを選択した者:【携帯電話で予約】「お店のホームページ」、「美容関連店の予約サイト」、 「twitter」、「LINE」、「その他SNS(facebook、mixiなど)」、「メール」、「その他」 ※「ネット予約利用者・計」=端末を問わず「お店のホームページ」「美容関連店の予約サイト」のいずれかを利用した者

■[痩身]過去1年のサロン予約方法≪年代別≫

(エステサロン[痩身]					(%
	女性全体		年任	七別	
	(n=217)	女性20代 (n=99)	女性30代 (n=52)	女性40代 (n=33)	女性50代 (n=27)
パソコン※	35.9	29.3	46.2	36.4	44.4
スマートフォン※	18.9	27.3	11.5	18.2	ı
携帯電話※	4.1	5.1	5.8	-	-
電話をして予約	44.2	42.4	46.2	54.5	33.3
お店で予約(来店時の次 回予約など)	19.4	16.2	19.2	18.2	37.0
予約していない	6.9	9.1	3.8	6.1	3.7
ネット予約利用者・計※	42.9	42.4	50.0	36.4	40.7

※回答者数が30サンプル以下のものは参考数値とする



[痩身] 【女性】サロン初回来店時に重要視したポイント/ 現在利用しているサロンの継続理由

<u>初回来店時に20%以上が「ネットの口コミ」と「友人・知人の口コミ」を重要視。</u> 現在利用しているサロンの継続理由、20代の1位は「ネット予約ができる」 「料金がリーズナブルである」こと。

【初回来店時に重要視したポイント】

● 全体では、「美容情報サイト、予約サイトなどでの口コミが良かった」(22.1%)がもっとも高く、 続いて 「友人・知人の口コミが良かった」(20.3%)、「料金がリーズナブルだった」(17.1%)。

【現在利用しているサロンの継続理由】

全体では、「料金が明確である」(15.7%)が1位だが、年代別にみると20代の1位は「ネット予約できる」「料金がリーズナブルである」となった。

■[痩身]サロン初回来店時に重要視したポイント ランキング (エステサロン[痩身]利用者/複数回答)



■[痩身]現在利用しているサロンの継続理由 ランキング (エステサロン「痩身]利用者/複数回答)

女性全体 (20~69歳) (n=217) 順位 項目 (%) D% 10% 20% 1 料金が明確である 15.7 2 ネット予約できる 14.3 3 交通の便がよい 13.4 4 予約が取りやすい 11.5 5 プログ・SNSなどに掲載されている デザインやスタイルが良い 9.7 5 料金がリーズナブルである 9.7 5 スタッフの技術が高い 9.7 8 自宅から近い 9.2 9 営業時間や営業日が自分に合って いる 7.8 10 当日受付が可能 7.4	<u>'</u>	スナザロン[授身] 利用名/	1天文(当百/			
1 料金が明確である 15.7 2 ネット予約できる 14.3 3 交通の便がよい 13.4 4 予約が取りやすい 11.5 5 プログ・SNSなどに掲載されている 9.7 5 料金がリーズナブルである 9.7 5 スタッフの技術が高い 9.7 8 自宅から近い 9.2 9 営業時間や営業日が自分に合って 7.8		女性全体(20)~69	歳)	(n=217)		
2 ネット予約できる 14.3 3 交通の便がよい 13.4 4 予約が取りやすい 11.5 5 プログ・SNSなどに掲載されている デザインやスタイルが良い 9.7 5 料金がリーズナブルである 9.7 5 スタッフの技術が高い 9.7 8 自宅から近い 9.2 9 営業時間や営業日が自分に合って いる 7.8	順位	項目	(%)	0%	10%	20%	30
2 ネット予約できる 14.3 3 交通の便がよい 13.4 4 予約が取りやすい 11.5 5 プログ・SNSなどに掲載されている 9.7 7 料金がリーズナブルである 9.7 5 スタッフの技術が高い 9.7 8 自宅から近い 9.2 9 営業時間や営業日が自分に合って 7.8	1	料金が明確である	15.7				
4 予約が取りやすい 11.5 5 ブログ・SNSなどに掲載されている 9.7 5 料金がリーズナブルである 9.7 5 スタッフの技術が高い 9.7 8 自宅から近い 9.2 9 営業時間や営業日が自分に合って 7.8 7.8 7.8 7.8 7.8 7.8 7.8 7.8 7.8 7.8	2	ネット予約できる	14.3				
5 プログ・SNSなどに掲載されている	3	交通の便がよい	13.4				
5 デザインやスタイルが良い 9.7 5 料金がリーズナブルである 9.7 5 スタッフの技術が高い 9.7 8 自宅から近い 9.2 9 営業時間や営業日が自分に合って いる 7.8	4	予約が取りやすい	11.5				
5 スタッフの技術が高い 9.7 8 自宅から近い 9.2 9 営業時間や営業日が自分に合っている 7.8	5		9.7				
8 自宅から近い 9.2 9 営業時間や営業日が自分に合って 7.8 いる	5	料金がリーズナブルである	9.7				
9 営業時間や営業日が自分に合って 7.8 いる 7.8	5	スタッフの技術が高い	9.7				
7.8	8	自宅から近い	9.2				
10 当日受付が可能 7.4	9		7.8				
	10	当日受付が可能	7.4				

■[痩身]サロン初回来店時に重要視したポイント ランキング≪年代別≫(エステサロン[痩身]利用者/複数回答)

	女性20代 (n=99)		女性30代 (n=52)				女性40代 (n=33)			女性50代 (n=27)			
順位	項目	(%)	順位	項目	(%)	順位	項目	(%)	順位	項目	(%)		
1	友人・知人の口コミが良かった	21.2	1	美容情報サイト、予約サイトなどでの ロコミが良かった	34.6	1	料金が明確だった	21.2	1	初回割引・クーポンがあった	29.6		
	美容情報サイト、予約サイトなどでの ロコミが良かった	21.2	2	交通の便がよかった	25.0	1	料金がリーズナブルだった	21.2	2	料金が明確だった	22.2		
3	料金がリーズナブルだった	16.2	3	友人・知人の口コミが良かった	19.2	3	友人・知人の口コミが良かった	18.2	3	友人・知人の口コミが良かった	18.5		
4	料金が明確だった	13.1	3	ネット予約ができた	19.2	4	交通の便がよかった	15.2	3	交通の便がよかった	18.5		
5	交通の便がよかった	12.1	5	料金が明確だった	13.5	4	自宅から近かった	15.2		美容情報サイト、予約サイトなどでの ロコミが良かった	14.8		
※回答	答者数が30サンプル以下のものは参考数	直とする		_		4	施術の内容がわかりやすかった	15.2	5	料金がリーズナブルだった	14.8		

■[痩身]現在利用しているサロンの継続理由 ランキング≪年代別≫(エステサロン[痩身]利用者/複数回答)

	女性20代 (n=99)			女性30代 (n=52)			女性40代 (n=33)			女性50代 (n=27)	
順位	項目	(%)	順位	項目	(%)	順位	項目	(%)	順位	項目	(%)
1	ネット予約できる	13.1	1	料金が明確である	23.1	1	料金が明確である	24.2	1	スタッフの技術が高い	18.5
1	料金がリーズナブルである	13.1	2	交通の便がよい	21.2	2	自宅から近い	15.2	2	ネット予約できる	14.8
	ブログ・SNSなどに掲載されているデ ザインやスタイルが良い	11.1	3	ネット予約できる	19.2	3	ネット予約できる	12.1	2	交通の便がよい	14.8
3	交通の便がよい	11.1	3	予約が取りやすい	19.2	3	スタッフの気遣いや対応が良い	12.1		ブログ・SNSなどに掲載されているデ ザインやスタイルが良い	11.1
3	料金が明確である	11.1	5	自宅から近い	13.5	5	予約が取りやすい	9.1	4	予約が取りやすい	11.1
※回答	・ 答者数が30サンプル以下のものは参考数値	直とする				5	効果が明確・実感できる	9.1	4	自宅から近い	11.1
						5	スタッフの技術が高い	9.1	4	スタッフと話しやすく会話が楽しい	11.1
						5	施術全体を通して丁寧に扱ってくれる	9.1	4	施術全体を通して丁寧に扱ってくれる	11.1



[痩身]【女性】利用頻度増加・利用再開の理由/サロン利用意向/サロンを利用しやすくなると思うサービス

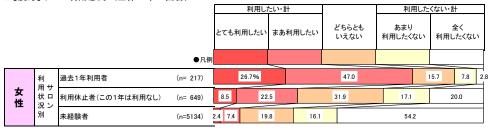
<u>サロンへの利用頻度が増加する理由の1位は、「金銭的な余裕ができたから」。</u> 続いて「継続的に施術を受けると効果が上がるから」。

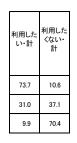
- サロンへの利用頻度増加・利用再開の理由は、「金銭的な余裕ができたから」がもっとも高く、 「継続的に施術を受けると効果が上がるから」が続く結果に。
- 今後の利用意向では、利用休止者(この1年は利用なし)の31.0%が「とても利用したい・まあ利用したい」と回答し、未経験者の9.9%に比べ3倍を超えるニーズ。
- サロンを利用しやすくなると思うサービスは、利用者も休止者も「割引クーポンがある」が もっとも高い。利用者は「来店時に次回予約すると割引がある」、利用休止者は「ポイントが 貯まる・使える」が続く。

■[痩身]利用頻度増加・利用再開の理由 ランキング (エステサロン[痩身]利用頻度増加者、利用再開者/複数回答)



■[痩身]サロン利用意向(全体/単一回答)





■[痩身]サロンを利用しやすくなると思うサービス ランキング (全体/複数回答)





[脱毛] 【男女】利用率・利用経験率

女性のサロン利用率は、全体ではほぼ横ばいだが、20代女性が前年比8.8ポイント増。 低単価の脱毛サロンの利用等が、利用率を押し上げたと考えられる。

[利用率]【女性】

- 過去1年の利用率は女性全体で9.8%と前年より0.7ポイント増のほぼ横ばい。
- 20代が26.0%と前年比8.8ポイント増。

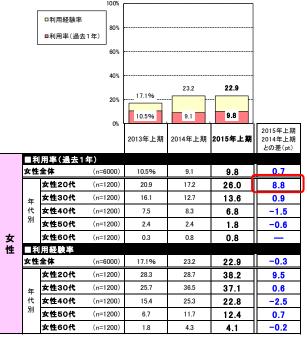
[利用率] 【男性】

男性全体で1.7%と前年比1.0ポイント減。

[利用経験率] 【男女】

- 女性全体での利用経験率は22.9%、前年比0.3ポイント減でほぼ横ばい。
- 男性全体での利用経験率は4.1%、前年比0.8ポイント減。

■[脱毛]サロン利用率・利用経験率(全体/各単一回答)



■[脱毛]サロン利用率・利用経験率(全体/各単一回答)

		100%				
		80% E)				
ı		60%				
		40%				
		20%	6.6%	4.9	4.1	
		0%	4.7	2.7	1.7	
			2013年上期	2014年上期	2015年上期	2015年上期 2014年上期 との差(pt)
_		年)				
男性	全体	(n=1000)	4.7%	2.7	1.7	-1.0
	男性20代	(n= 200)	9.0	4.5	3.5	-1.0
年	男性30代	(n= 200)	6.0	3.5	3.5	_
代	男性40代	(n= 200)	3.5	3.0	1.0	-2.0
別	男性50代	(n= 200)	2.0	1.0	0.5	-0.5
	男性60代	(n= 200)	1.0		_	_
□利	用経験率					
男性	全体	(n=1000)	6.6%	4.9	4.1	-0.8
	男性20代	(n= 200)	10.0	10.0	6.5	-3.5
在	男性30代	(n= 200)	8.5	5.5	9.5	4.0
代	男性40代	(n= 200)	6.5	4.0	3.5	-0.5
別	男性50代	(n= 200)	3.0	2.0	0.5	-1.5
	男性60代	(n= 200)	3.0	1.0	0.5	-0.5
	男 年代別 野性	利用率(過去1- 男性全体 男性20代 男性30代 男性40代 男性60代 男性60代 男性20代 男性20代 男性20代 男性20代 男性40代 男性40代 男性50代	□利用経験率 □利用率(過去1年) 60% 60% 40% 20% 0% ■利用率(過去1年) 男性全体 (n=1000) 男性30代 (n= 200) 男性40代 (n= 200) 男性60代 (n= 200) 男性60代 (n= 200) 男性20代 (n= 200) 男性40代 (n= 200)	□利用経験率 □利用率(過去1年) 60% 40% 40% 40% 40% 20% 6.696	□利用軽験率 □利用率(過去1年) 20% 6.6% 4.9	□利用経験率 □利用率(過去1年) 20% 4.9 4.1 2015年上期 2015年上期 2013年上期 2014年上期 2015年上期 2015年上期 2013年上期 2015年上期 2015年上 2015年

※2015年上期より調査対象年齢を「20~64歳(女性:n=5,400/男性:n=900)」から「20~69歳(女性:n=6,000/男性:n=1,000)」へ変更。



[脱毛] 【女性】年間利用回数・利用金額

「年1回」の単発利用者が増加。「年3回以下」の低頻度層は60%を超える。

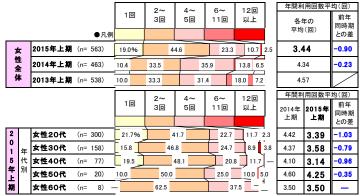
[年間利用回数] 【女性】

年間利用回数は3.44回で前年比0.90回減。「年1回」の利用者が前年より8.6ポイント増加し約20%に。「年3回以下」(約4カ月に1回以下)の低頻度層は60%超えに。20代では「年1回」の利用者が20%を超える。

[利用金額] 【女性】

女性の1回あたりの利用金額は、前年比3.8%増の5,280円。

■[脱毛]年間利用回数《1回以上利用者ベース集計》 (エステサロン[脱毛]利用者/実数回答)



※回答者数が30サンプル以下のものは参考数値とする

■[脱毛]1回あたり利用金額 平均(円) (エステサロン[脱毛]利用者/実数回答)





【女性】サロンの予約方法 「脱毛」

ネット予約は20代では、30代以降と比べてスマートフォン利用が多い。

- サロンの過去1年間の予約方法において、「ネット予約利用者・計※1」は47.9%で、 「電話をして予約」(34.2%)を上回る。
- 20代の「スマートフォン*2」の利用は26.9%で、他の年代の2倍以上。

 - ※1 端末を問わず「お店のホームページ」「美容関連店の予約サイト」のいずれかを利用した者
 ※2 次のいずれかを選択した者: 【パソコンで予約】「お店のホームページ」「美容関連店の予約サイト」「twitter」「LINE」
 「その他SNS(facebook、mixiなど)」「メール」「その他」
 ※3 次のいずれかを選択した者: 【スマートフォンで予約】「お店のホームページ」「美容関連店の予約サイト(アプリ含む)」「twitter」「LINE」 「その他SNS(facebook、mixiなど)」「メール」「その他」

■[脱毛]過去1年のサロン予約方法

女性全体()	20~69歳)	(n=587)		
	(%) 0%	20%	40%	60
パソコン※	33.9			
スマートフォン※	18.9			
携帯電話※	2.7			
電話をして予約	34.2			
お店で予約(来店時の次回予約など)	29.0			
予約していない	3.4			
ネット予約利用者・計※	47.9			

※「パソコン」=次のいずれかを選択した者:【パソコンで予約】「お店のホームページ」、「美容関連店の予約サイト」、「t witter」、「「LINE」、「その他SNS (facebook、mixiなど)」、「メール」、「その他」 ※「スマートフォン」=次のしずれかを選択した者:「スマートフォンで予約」「お店のホームページ」、「美容関連店の予 約サイト(アプリ含む)」、「twitter」、「LINE」、「その他SNS(facebook、mixiなど)」、「メール」、「その他」 ※「携帯電話」=次のいずれかを選択した者:【携帯電話で予約】「お店のホームページ」、「美容関連店の予約サイト」、「twitter」、「LINE」、「その他SNS(facebook、mixiなど)」、「メール」、「その他」 ※「ネット予約利用者・計」=端末を問わず「お店のホームページ」「美容関連店の予約サイト」のいずれかを利用した者

■[脱毛]過去1年のサロン予約方法≪年代別≫

(エステサロン[脱毛]利用者/複数回答) 年代別 女性全体 女性20代 女性30代 女性40代 女性50代 (n=587)(n=312)(n=163) (n=82)(n=21)パソコン※ 33.9 28.2 42.3 37.8 38.1 スマートフォン※ 18.9 26.9 11.7 8.5 携帯電話※ 27 32 18 1 2 電話をして予約 34.2 31.4 38.0 36.6 42.9 お店で予約(来店時の次 29.0 30.1 28.8 22.0 38.1 回予約など) 予約していない 3.4 2.9 1.8 6.1 4.8 ネット予約利用者・計※ 47.9 50.0 49.1 41.5

※回答者数が30サンプル以下のものは参考数値とする



[脱毛] 【女性】サロン初回来店時に重要視したポイント/ 現在利用しているサロンの継続理由

初回来店時も、現在利用しているサロンの継続理由にも、 「料金がリーズナブル」を重要視した人がもっとも多い。

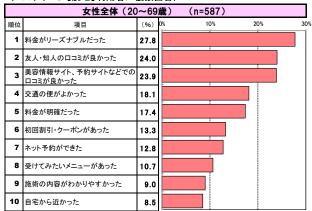
【初回来店時に重要視したポイント】

● 全体では「料金がリーズナブルだった」(27.8%)がもっとも高く、続いて「友人・知人の口コミが良 かった」(24.0%)、「美容情報サイト、予約サイトなどでの口コミが良かった」(23.9%)。

【現在利用しているサロンの継続理由】

● 全体では「料金がリーズナブルである」(24.5%)がもっとも高く、次いで「ネット予約できる」 (19.6%) となった。

■[脱毛]サロン初回来店時に重要視したポイント ランキング (エステサロン[脱毛]利用者/複数回答)



■[脱毛]現在利用しているサロンの継続理由 ランキング (エステサロン[脱毛]利用者/複数回答)

	女性全体(20	~69	歳)	(n=587)		
順位	項目	(%)	0%	10%	20%	30%
1	料金がリーズナブルである	24.5				
2	ネット予約できる	19.6				
3	交通の便がよい	18.1				
4	料金が明確である	17.4				
5	自宅から近い	11.6				
6	効果が明確・実感できる	11.1				
7	商品の購入やコース・メニューの無 理な勧誘をしない	10.4				
8	予約が取りやすい	8.3				
9	営業時間や営業日が自分に合って いる	6.5				
9	スタッフの気遣いや対応が良い	6.5				

■[脱毛]サロン初回来店時に重要視したポイント ランキング≪年代別≫(エステサロン[脱毛]利用者/複数回答)

	女性20代 (n=312)		女性30代 (n=163)			女性40代 (n=82)			女性50代 (n=21)			
順位	項目	(%)	順位	項目	(%)	順位	項目	(%)	順位	項目	(%)	
1	料金がリーズナブルだった	27.9	1	料金がリーズナブルだった	32.5	1	友人・知人の口コミが良かった	26.8	1	友人・知人の口コミが良かった	47.6	
	美容情報サイト、予約サイトなどでの ロコミが良かった	24.4	2	美容情報サイト、予約サイトなどでの ロコミが良かった	27.6	2	料金がリーズナブルだった	23.2		美容情報サイト、予約サイトなどでの ロコミが良かった	19.0	
3	友人・知人の口コミが良かった	23.4	3	料金が明確だった	20.9		料金が明確だった	20.7	2	料金が明確だった	19.0	
4	交通の便がよかった	17.6	4	友人・知人の口コミが良かった	20.2	4	美容情報サイト、予約サイトなどでの ロコミが良かった	17.1	4	交通の便がよかった	14.3	
5	料金が明確だった	14.7	5	交通の便がよかった	19.0	4	交通の便がよかった	17.1	4	料金がリーズナブルだった	14.3	

[※]回答者数が30サンプル以下のものは参者数値とする

■[脱毛]現在利用しているサロンの継続理由 ランキング≪年代別≫(エステサロン[脱毛]利用者/複数回答)

	女性20代 (n=312)			女性30代 (n=163)			女性40代 (n=82)			女性50代 (n=21)	
順位	項目	(%)	順位	項目	(%)	順位	項目	(%)	順位	項目	(%)
1	料金がリーズナブルである	24.0	1	料金がリーズナブルである	24.5	1	料金がリーズナブルである	28.0	1	交通の便がよい	28.6
2	ネット予約できる	19.6	2	交通の便がよい	22.1	2	料金が明確である	24.4	2	効果が明確・実感できる	23.8
3	交通の便がよい	15.7	3	料金が明確である	20.9	3	ネット予約できる	18.3	3	ネット予約できる	19.0
4	料金が明確である	13.5	4	ネット予約できる	20.2	4	交通の便がよい	17.1	3	料金がリーズナブルである	19.0
5	効果が明確・実感できる	12.2	5	自宅から近い	13.5	5	自宅から近い	12.2	3	スタッフの技術が高い	19.0
※回	答者数が30サンプル以下のものは参考数値	直とする				5	効果が明確・実感できる	12.2		商品の購入やコース・メニューの無理 な勧誘をしない	19.0
	※60代は該当者数が少ない頂目	が多い	ため	一部の設問については掲載を省	略して	.\ろ.			3	手際がよく施術全体にかかる時間が 短い	19.0

[脱毛]【女性】利用頻度増加・利用再開の理由/ サロン利用意向/サロンを利用しやすくなると思うサービス

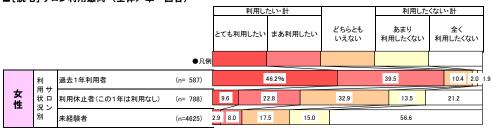
<u>サロンへの利用頻度が増加する理由の1位は「時間的な余裕ができたから」。</u> 続いて「金銭的な余裕ができたから」。

- サロンへの利用頻度増加・利用再開の理由は、「時間的な余裕ができたから」がもっとも高く、「金銭的な余裕ができたから」が続く結果に。
- 今後の利用意向では、利用休止者(この1年は利用なし)の32.5%が「とても利用したい・まあ利用したい」と回答し、未経験者の10.9%に比べ3倍のニーズ。
- サロンを利用しやすくなると思うサービスは、利用者も休止者も「割引クーポン」がもっとも高い。 利用者は「来店時に次回予約すると割引がある」、利用休止者は「ポイントが貯まる・使える」が 続く。

■[脱毛]利用頻度増加・利用再開の理由 ランキング (エステサロン[脱毛]利用頻度増加者、利用再開者/複数回答)



■[脱毛]サロン利用意向(全体/単一回答)





■[脱毛]サロンを利用しやすくなると思うサービス ランキング

	女性 [脱毛] 過	基去 1	年利用者	(n=587)				女性 [脱毛] 利用休止者	f(20)1年は	利用なし	,)	(n=788)	
頂位	項目	(%)	0% 10	% 20%	30%	40%	順位	項目	(%)	0%	10%	20%	30%	40
1	割引クーポンがある	34.9					1	割引クーポンがある	24.1					
2	来店時に次回予約すると割引がある	26.7					2	ポイントが貯まる・使える	19.4		•			
2	ポイントが貯まる・使える	26.7					3	利用直前でも予約できる	15.2		•			
4	利用直前でも予約できる	26.2					4	来店時に次回予約すると割引がある	13.2		·			
5	来店後の待ち時間がない・少ない	20.6					5	来店後の待ち時間がない・少ない	12.8					
6	仕事帰りにも立ち寄れる営業時間	16.2					6	未就学児を連れて行ける	11.7		·			
	メール・電話などで次の来店時期を 知らせるサービス	15.7					7	予約なしでも利用できる	10.4					
	予約なしでも利用できる	15.2					8	仕事帰りにも立ち寄れる営業時間	7.6					
	利用期間が長くなるともらえるポイントが増える	12.3					8	利用頻度・回数に応じてもらえるポーントが増える	7.6					
10	利用頻度・回数に応じてもらえるポイントが増える	10.9					10	単発で必要なメニューのみを利用で きる	6.3					