

美容サロンの口コミに関する意識調査

ネガティブな内容の口コミも「あったほうがいい」リアルな情報を重要視 口コミ投稿は「サロンへの感謝」と「スタッフへの応援」を伝えたいから

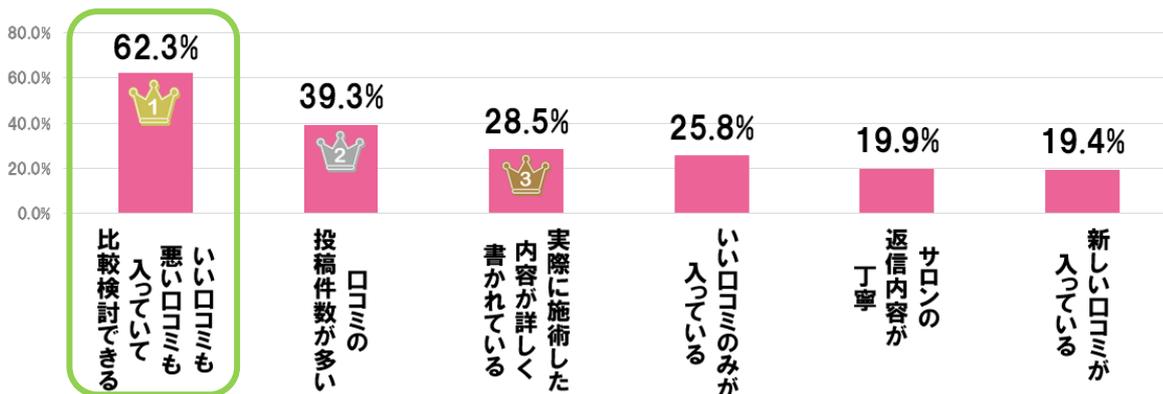
株式会社リクルート（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：北村 吉弘）の美容に関する調査研究機関『ホットペッパービューティーアカデミー』（<https://hba.beauty.hotpepper.jp/>）は、全国15～49歳までの直近1年以内に美容サロン※を利用した女性2,000人に対し、「美容サロンの口コミに関する意識調査」を実施しました。美容サロン選びにおいて、口コミは顧客の重要な情報源であり、サロンの集客にも大きく影響します。調査の結果をご報告致します。

※ヘアサロン、ネイルサロン、エステサロン、リラクゼーションサロン、アイビューティーサロン

調査サマリー

- 口コミを閲覧する際に重要視するポイントの1位は「いい口コミも悪い口コミも入っていて比較検討できる」(62.3%)。「いい口コミのみが入っている」(25.8%)と比較すると2倍以上のスコアで上回り、リアルな情報へのニーズが高いことがうかがえる。
- サロン選びで重視するのは、1位「クーポン・料金」(56.9%)に次いで、「ネットの口コミ」(38.2%)が2位。ネットの口コミは、顧客のサロン選びに大きく影響している。
- 口コミを投稿した理由の1位は「サロンに感謝を伝えたいと思ったから」(33.4%)、僅差で2位は「サロンのスタッフを応援したいと思ったから」(33.1%)。「予想以上にかわいく仕上げてくれた」、「細やかな気遣いをしてくれた」(自由回答)など、技術や接客に対し感動や感謝を伝える内容も。

<口コミを閲覧する際に、重要視するポイント> (ネットでの口コミ閲覧者 女性 1,225人、複数回答) ※TOP6



研究員からのコメント / 『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



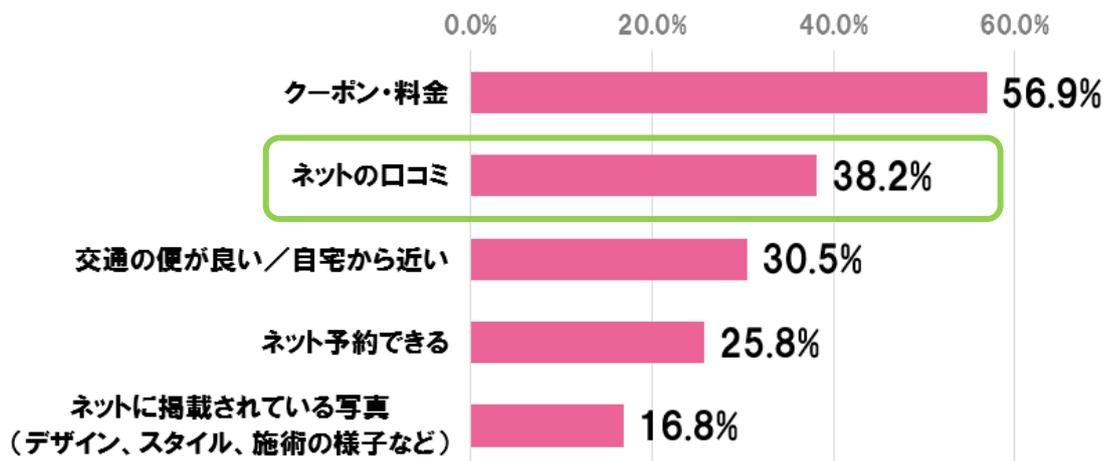
サロンの集客を左右する口コミに対して、「ネガティブな口コミが入ったらどうしよう」と懸念するサロンは多いかもしれません。しかし調査結果からは、「いい口コミも悪い口コミも入っている」ほうが、「いい口コミしか入っていない」よりも、重視していることが分かりました。ネガティブな口コミもあるほうが良いとされる背景には、顧客は良いも悪いも含めた「ありのままの情報」を求めていることがあると考えられます。また、重視するポイントの5位に「サロンの返信内容が丁寧」(19.9%)がランクイン。ネガティブな口コミの投稿があったときにこそ、サロンの真摯な対応が求められます。その姿勢を顧客は見ているのでしょう。

■初めて行くサロン選びの重視ポイント

1位は「クーポン・料金」(56.9%)、2位は「ネットの口コミ」(38.2%)、3位は「交通の便が良い／自宅から近い」(30.5%)。ネットの口コミは、金銭的な便益に次いでカスタマーのサロン選びに重要な情報源となっている。

Q. 現在使っているサロンに初めて来店する前に、サロン選びで重要視したポイントをお選びください。

(美容サロン1年以内利用者 女性 2,000人、複数回答) ※TOP5



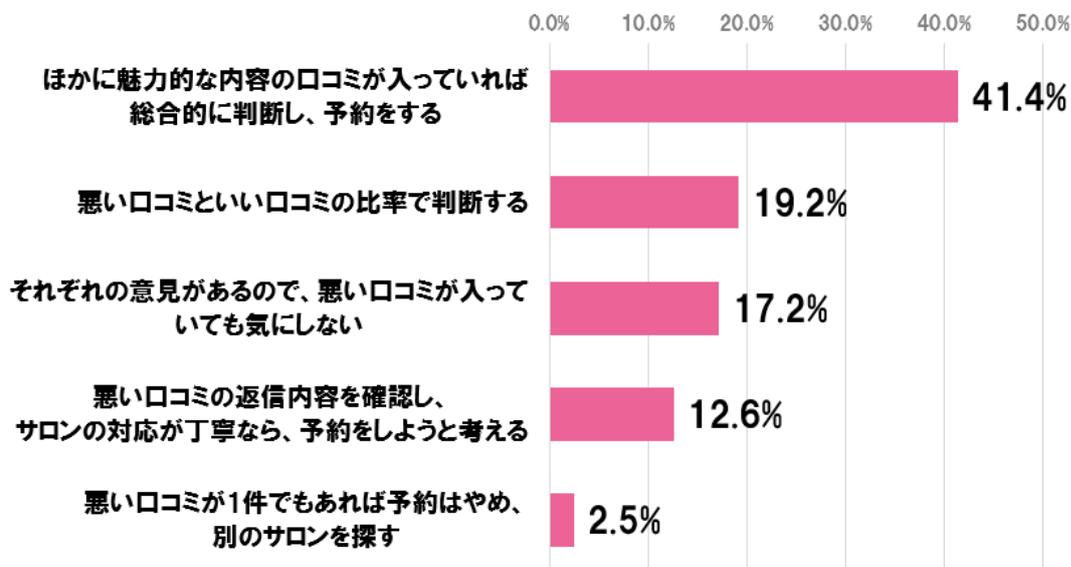
■ネガティブな口コミを見たときの行動

ネガティブな口コミを見たときの行動は、「ほかに魅力的な内容の口コミが入っていれば総合的に判断し、予約をする」(41.4%)が最も高い。ネガティブな投稿があるだけで、サロンの利用をやめるわけではないことが分かる。また、「悪い口コミの返信内容を確認し、サロンの対応が丁寧なら、予約をしようとする」(12.6%)から、サロンの返信(対応)によって判断するといった声も一定数存在することが分かる。

Q. 美容サイトで検索中に気になったサロンで、悪い口コミが入っているのを見たときにどうしますか。

最もあてはまるものを一つお選びください。

(ネットでの口コミ閲覧者 女性 1,225人、単一回答) ※TOP5



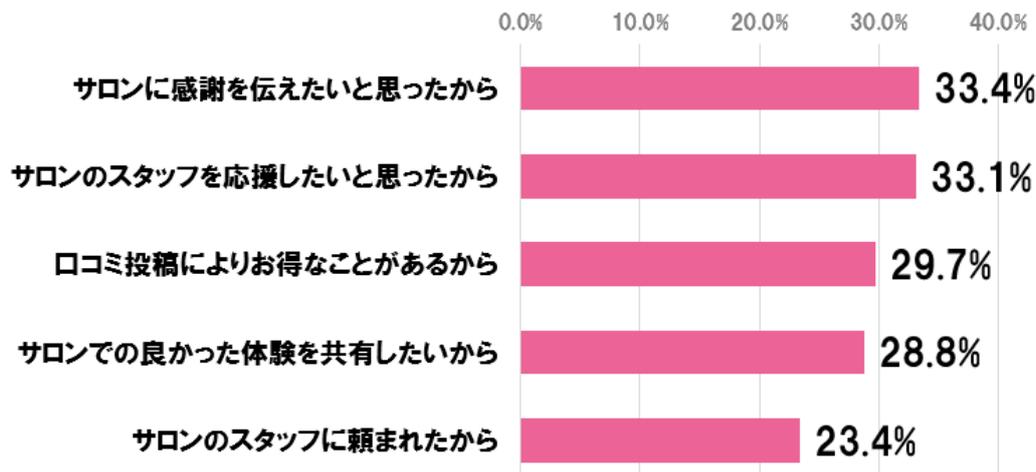
※「特になし」(5.2%)をランキングから除外

■ 口コミを投稿した理由

口コミを投稿した理由の1位は「サロンに感謝を伝えたいと思ったから」(33.4%)。僅差で2位は「サロンのスタッフを応援したいと思ったから」(33.1%)。

Q. 過去1年間、あなたは、なぜ美容関連のサロンに関する口コミを投稿したのですか。あてはまるものを全てお選びください。

(ネットでの口コミ投稿者 女性 320人、複数回答) ※TOP5



■ ポジティブな口コミを投稿したきっかけ

ポジティブな口コミを投稿したきっかけを聞くと、サロンやスタッフに対する感謝・応援や、期待以上の仕上がり(施術・提案)に対する感動のコメントが多数見られた。また、気遣いのある丁寧な接客に対する感謝や、これからサロンを探す人の参考になればという気持ちも投稿のきっかけになっている。

Q. 過去1年間、美容関連のサロンに対して良い(ポジティブな)口コミを投稿した方に伺います。投稿のきっかけとなった具体的な状況を、ご記入願います。

(ネットでの口コミ投稿者、自由回答を抜粋)

【サロンやスタッフに対する感謝や応援】

「毎回のスタッフさんに当たっても技術力が素晴らしく、仕上がりのきれいさはもちろん短時間で終わるからです。感謝の意を込めて投稿しています。」(20代)

「サロンのスタッフさんがとても親切で丁寧に施術してくださったから、何かの形でお礼を残したいと思ったので。」(20代)

【期待以上の施術や提案】

「予想以上に、かわいく仕上げてくれたので、思わず投稿した。」(40代)

「自分のなりたい髪型を上手に説明ができなくても、納得できる仕上がりになるまでしっかりと対応してくれた。」(40代)

「(これまで)なりたいハイライトの写真をスタッフさんに見せていたが、いつも納得いく仕上がりにならなかった。けれど、今のサロンでは初めて納得いく仕上がりになったので。」(30代)

【丁寧な接客】

「席を離れる際の声掛けなど、気遣いがとても素晴らしかったです。」(20代)

「あまり会話をしなくてもリラックスして過ごせたのが良かったので投稿しました。」(30代)

「ちょっとした会話を覚えてくれていたり、細やかな気遣いをしてくれたから。」(30代)

【サロンを探している人に情報提供したい】

「他の人の参考になると嬉しいから。」(30代)

「通う前の自分が知りたかった情報を、知らせたいと思った。無駄のない対応が良く、気に入ったので書きたくなった。」(40代)

研究員からのコメント／『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

口コミが集客に大きく影響する中では、「どうすれば、口コミをカスタマーに投稿いただけるか?」と考えるサロンは多いです。カスタマーは、口コミをサロンへの感謝を伝えるためや、スタッフへの応援のために投稿していることが分かりました。自分の感動をぜひ他の人にも伝えたい、サロンのために何かをしたいという、美容サロンを「推す」役割として口コミを活用していると考えます。

■調査概要

調査名 : 「美容サロンの口コミに関する意識調査」

調査手法 : インターネットリサーチ

調査期間 : 2023年12月19日(火)～2023年12月25日(月)

調査対象 : 全国の15～49歳の女性2,000人(美容サロン1年以内利用者)

詳細はこちら : https://hba.beauty.hotpepper.jp/search/trade/salon/s_reserve/54941/

本件に関する
お問い合わせ先

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

■『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」、美容センサスなどの「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。

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、ここにはない、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/>