

美容室の再来店に対する意識調査

再来店の決め手は「技術」と「仕上がりのイメージの一致」

2021年10月1日

国内最大級の顧客満足度向上プラットフォーム「ファンくる」を運営する株式会社ROI（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：山口敬人）は、「ファンくる」会員を対象に定期的に消費者の意識調査を実施しています。

今回は、美容室の再来店に対する意識調査（有効回答数1,000名）を2021年9月15日～9月24日に実施しました。



新型コロナウイルスによる影響で、やむを得ず閉店や倒産を余儀なくされる美容室も少なくありません。コロナ禍において「リピーター」の存在は店舗経営にとって欠かせない存在であり、顧客満足度が高い美容室作りはとて重要になっています。

今回はなんらかの理由によってお客様を失う「顧客離れ」を防ぐために、「リピーター」になる動機である「再来店」したいと思うポイントについて、美容室を対象に調査を実施しました。

美容室を訪れる76%のお客様は「できれば同じ美容室で次回予約をしたい」と回答し、同じ美容室を2回以上利用したことがある人は96%と、多くの方が行きつけの美容室を求め、実際に「リピーター」となっていることが分かりました。その再来店の理由は「技術」と「仕上がりの好み」が大きく占めています。技術が良いと感じる美容師は「カットが上手い」で89%の回答でした。

美容師とのフィーリング(相性)を決める要因は「仕上がりのイメージの一致」81%で、フリーコメントでは「仕上がりのイメージに近づける会話の時間が重要である」という回答も得ています。

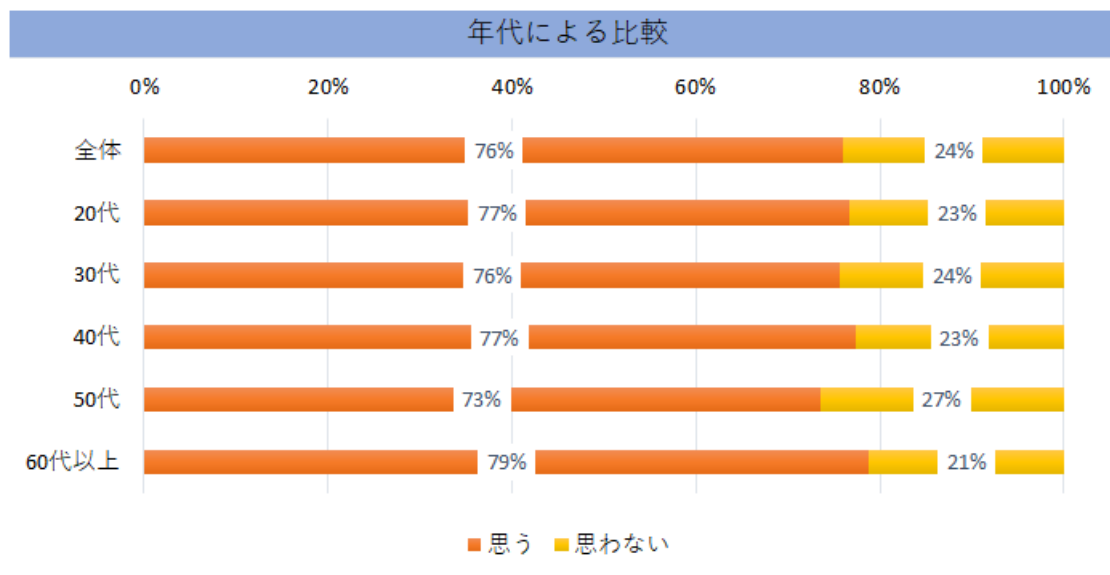
【調査結果サマリー】

- 1：同じ美容室に再来店したい人は76%
- 2：再来店したいと思う理由は「技術」と「仕上がりの一致」
- 3：技術において重要なのは「カットが上手いかどうか」
- 4：美容師とのフィーリングの決め手は「仕上がりのイメージの一致」
- 5：再来店を後押しするのは「次回への特典」

【調査結果】

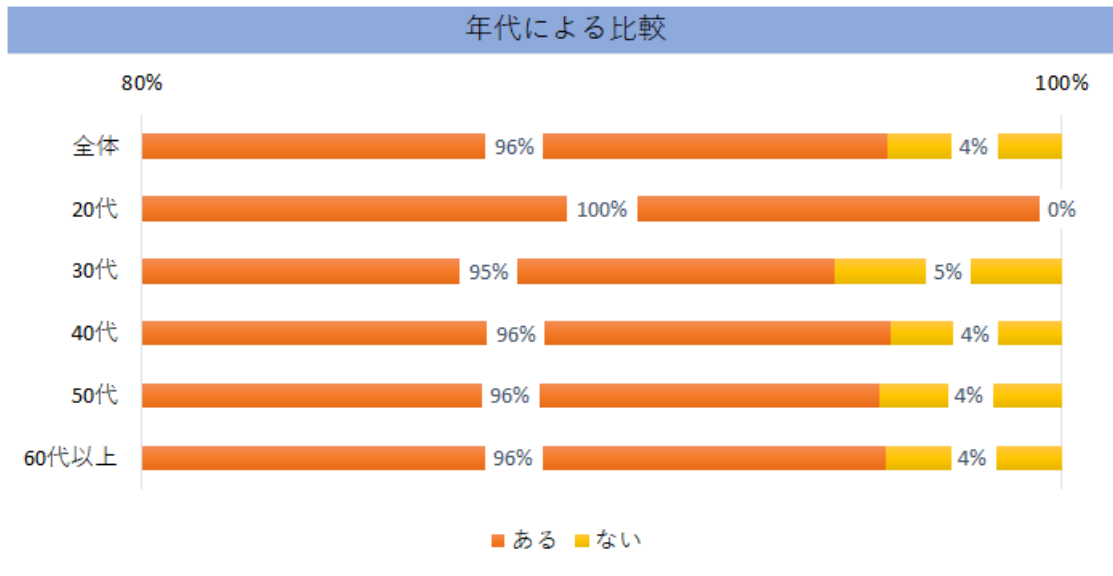
1：同じ美容室に再来店したい人は76%

設問：同じ美容室に次回予約をしたいと思いませんか？(技術面や美容師との相性は除く)

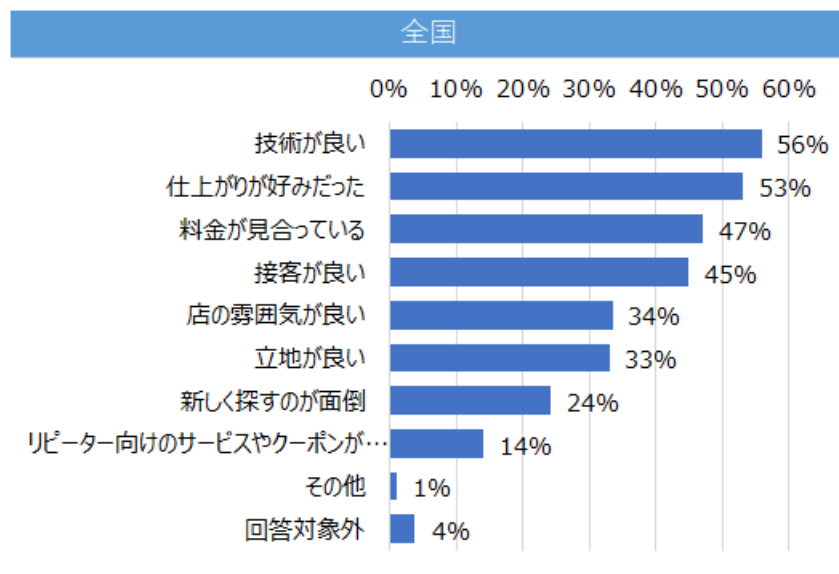


2：再来店したいと思う理由は「技術」と「仕上がりの一致」

設問：同じ美容室に2回以上通ったことはありますか？

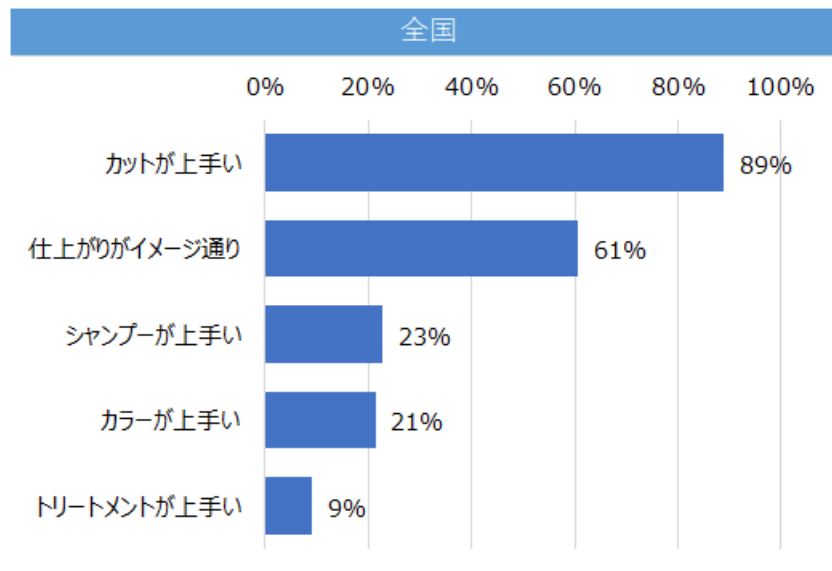


設問：上記設問で「ある」と回答した方は次回予約をした理由を選択してください



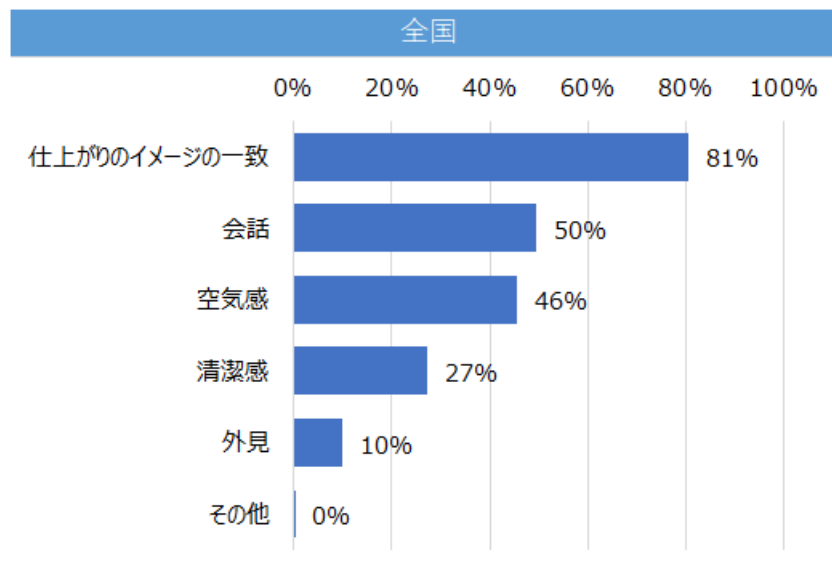
3：技術において重要なのは「カット」

設問：技術がいいと感じるのはどんな美容師ですか？



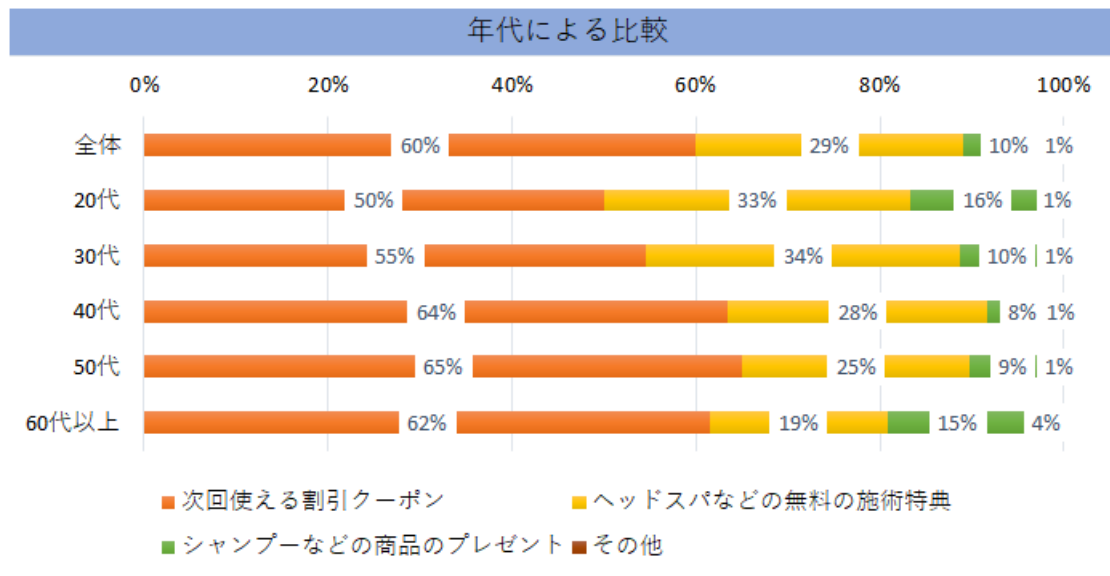
4：美容師とのフィーリング(相性)の決め手は「仕上がりのイメージの一致」

設問：美容師とのフィーリング（相性）は何で決まるとお考えですか？



5：再来店を後押しするのは「次回への特典」

設問：美容室に再来店したいと思える特典は何ですか？



今回の調査結果では同じ美容室に「再来店」をしたいと回答する人が76%で、「髪質を把握してもらうためにもなるべく固定したい」「安心感がある」など、長期的に通いたいとする回答が多くみられます。

再来店において重要視するのは「技術」と「仕上がりのイメージの一致」で、そのお店をリピートしたいかしたくないかは、施術の中や施術後に感じる、自身の描く仕上がりのイメージとそれを実現できる技術の一致であり、このイメージの一致を実現するコミュニケーションが重要であることが分かりました。このコミュニケーションにおいて、「挨拶」「笑顔」「楽しい会話」もお客様が感じる「接客の良さ」につながると回答を得ています。笑顔で楽しい接客によってお客様の仕上がりイメージを把握し、それを実現できる技術が満足度を高め「再来店」につながるとい結果となりました。

再来店を後押しする特典として、シャンプーなどの物品プレゼントよりも次回に活用できる割引クーポンや無料の特典が89%だったことから、「次回来店時の特典」が「再来店」や「次回予約」に対し影響が高いことがわかりました。

本調査ではこれ以外に、次回予約のキャンセルや再来店したいと思える美容室の雰囲気についてなど全31問で回答を得て、年代別、性別、職業別、既婚・未婚別に集計しています。

【調査概要】

調査方法：インターネット調査

調査対象：一般消費者

回答者：「ファンくる」に登録している全国120万人のユーザー

回答数：1,000名（男性=500／女性=500）

調査時期：2021年9月15日～9月24日

調査項目：美容室の再来店に対する意識調査

設問数：31

※本調査の全結果をご希望の方は、ぜひ当社までご連絡ください。

※本調査結果引用時のお願い

本調査結果の引用時には、以下のご対応をお願い申し上げます。

クレジットに「ファンくる(株式会社ROI)調べ」と明記してください。

WEB上で引用いただく際には、「ファンくる」(<https://www.fancrew.jp/>)リンク付与をお願いいたします。

【ファンくるについて】



累計3,000社にご利用いただいている国内最大級の顧客満足度向上プラットフォームです。全国120万人の会員様に実際に店舗やご自宅でモニターとなっていただき、その体験と声を収集して精緻に分析し企業様にフィードバックすることで、よりお客様の声を反映したサービスを構築していただけます。

コロナ禍で、多数の企業・店舗様が売上低下する中、来店頻度や単価の高い”お得意様”づくりと、そのための顧客満足度向上が益々重要になっています。実際、「ファンくる」を導入することでコロナ禍においても売上げがV字回復している企業・店舗様も多く、これはその企業・店舗様が「ファンくる」によって収集・分析された生活者のリアルな体験と声をサービスに反映させ、リピーターの獲得、ファン作りに成功されているからに他なりません。

「ファンくる」は現在、飲食店だけでなく、美容室、食品・飲料メーカーなどの幅広い事業者の方にご利用いただいています。

【会社概要】

- 会社名：株式会社 ROI
- 代表者：代表取締役社長 山口敬人
- 資本金：1億円
- 創業：2004年8月26日
- 所在地：東京都千代田区岩本町1-10-5 TMMビル4F

■TEL：03-4400-6630

■FAX：03-5809-1468

■URL：<https://www.j-roi.com/>

■事業内容：

モニターポータルサイト「ファンくる (<https://www.fancrew.jp/>)」の運営・開発

顧客満足度調査サービス「ファンくるクラウドCS (<https://biz.fancrew.jp/>)」の運営・開発

【本件に関するお問い合わせ】

■株式会社 ROI （担当：広報、Email：pr@j-roi.com）