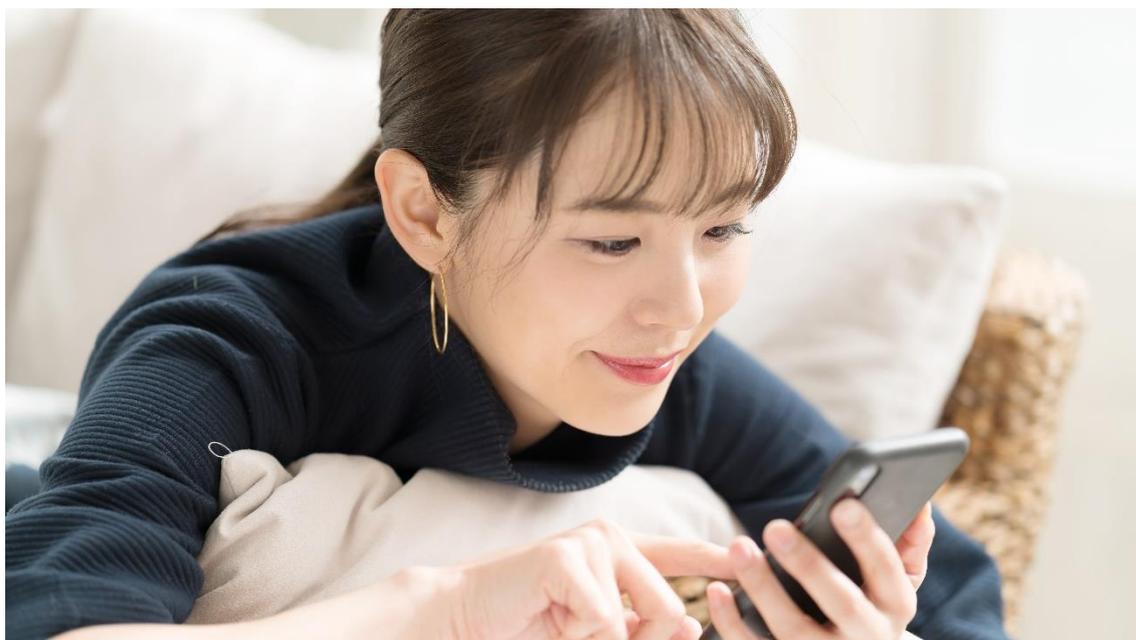


美容室における来店前後の印象差
予約サイトで知り、詳細を見て予約。悪印象を受けたら97%が再来店し
ない。

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。今回は美容室におけるお店以外での消費者との接点についての意識調査（有効回答者数 735 名）を 2022 年 9 月 20 日～9 月 23 日に実施しました。



様々な予約方法がある美容室ですが、web で予約される方も多いのではないのでしょうか。2022 年 6 月に弊社が調査した「飲食店におけるお店以外での消費者との接点」(<https://www.j-roi.com/news/research/2209inshokutouchpoint.html>)では、知らない飲食店をまちで歩いている途中で見つかったり SNS で知ったりと、知る方法は様々ですが、知ってから予約サイトで検索をするという人が多くいました。美容室でも同じことがいえるのか、来店への決め手はどこにあるのかなどファンくる会員 735 名(男性:236 名、女性:499 名)を

対象に、アンケート調査を実施しました。

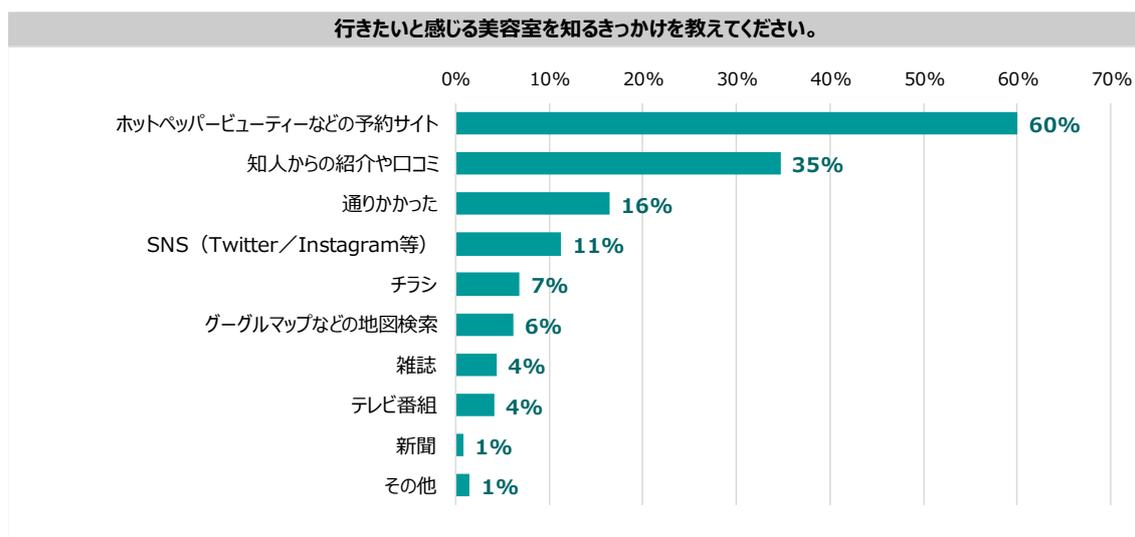
美容室を知る最も多いきっかけは予約サイトでした。さらにそこから興味を持って詳しく検索する方は 51%おり、その検索方法も予約サイトでした。行きたいと感じる美容室は「美容師のカットが上手いと言われている」美容室で、気になる店舗を実際に利用したことがある方は 79%でした。予約方法は予約サイトからが 56%、つづいて電話が 22%でした。来店前との印象差を感じた方は 40%と飲食店よりも差を感じる方は少ないものの、その印象差は飲食店の調査と同様、ほとんどが悪いギャップでした。その原因は「美容師のカットが上手くなかった」「美容師の接客が良くなかった」が上位となっています。悪印象を持った方のうち 97%は同じ美容室に行かないとしています。

【調査結果サマリー】

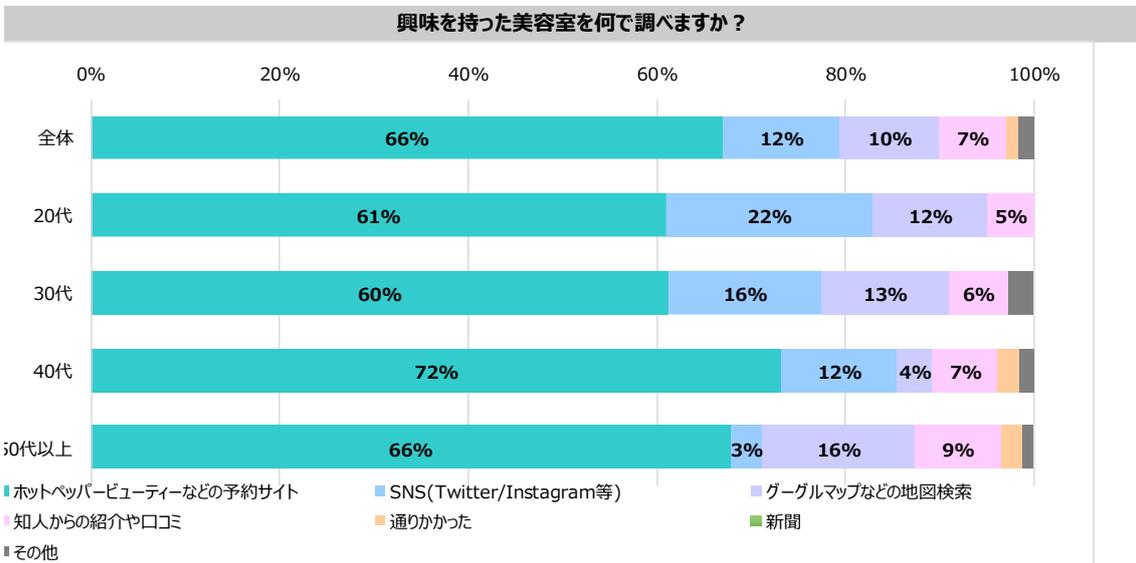
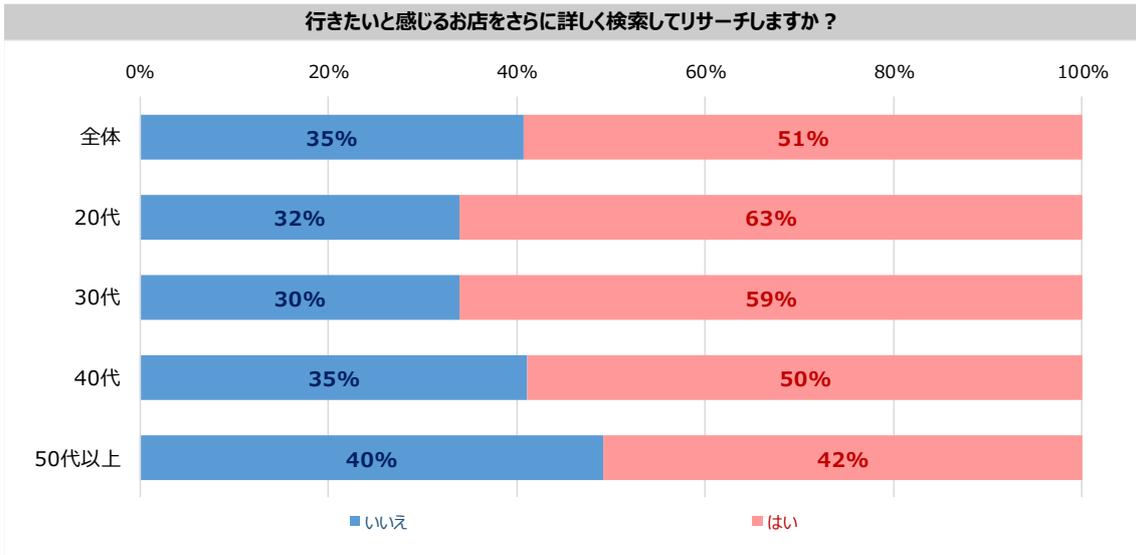
1. 美容室を知る最も多いきっかけは「予約サイト」
2. 興味を持った美容室を詳しく検索する人が 51%、ツールは「予約サイト」
3. 行きたいと感じる美容室は「美容師のカットが上手いと言われている」ところ
4. 79%が興味のある美容室を利用したことがあり、方法は「予約サイト」
5. 来店前との印象差を感じたのは 40%、そのうち 78%が悪印象で 98%が再来店しない。

【調査結果】

1. 美容室を知る最も多いきっかけは「予約サイト」

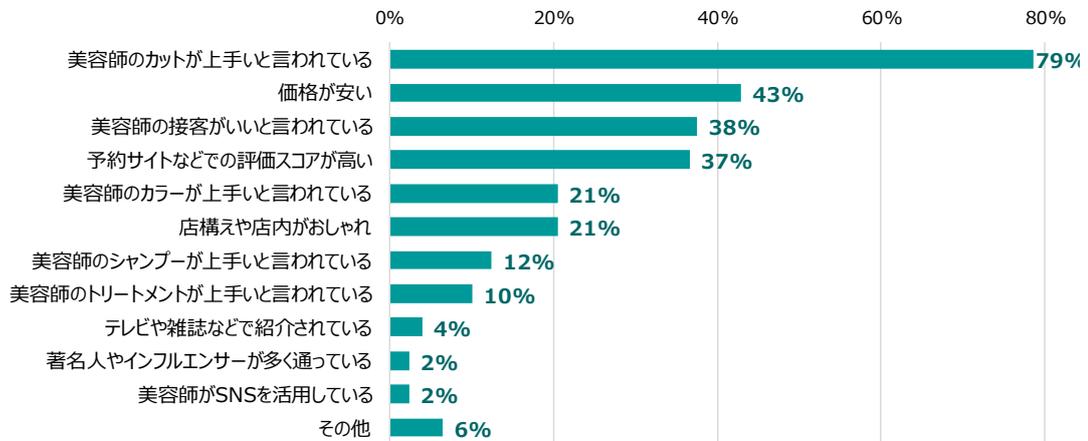


2. 興味を持った美容室を詳しく検索する人が 51%、ツールは「予約サイト」



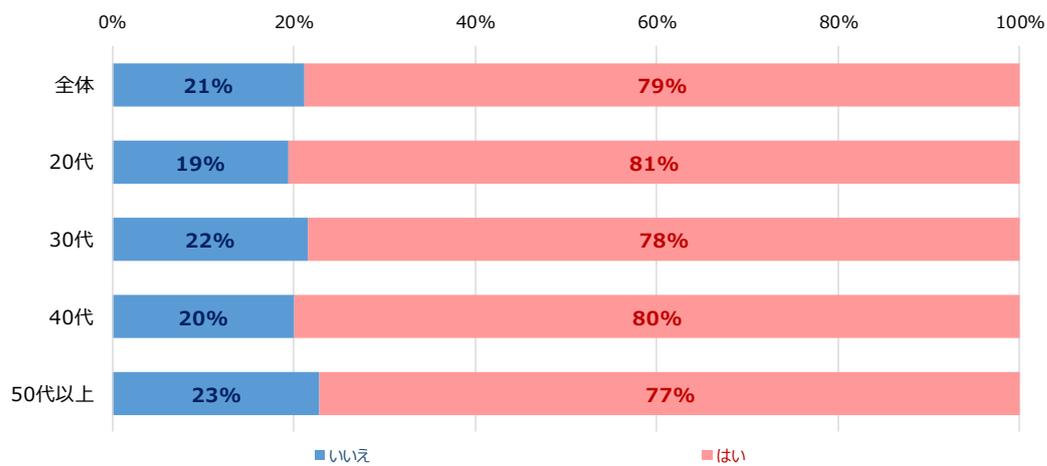
3. 行きたいと感じる美容室は「美容師のカットが上手いと言われている」ところ

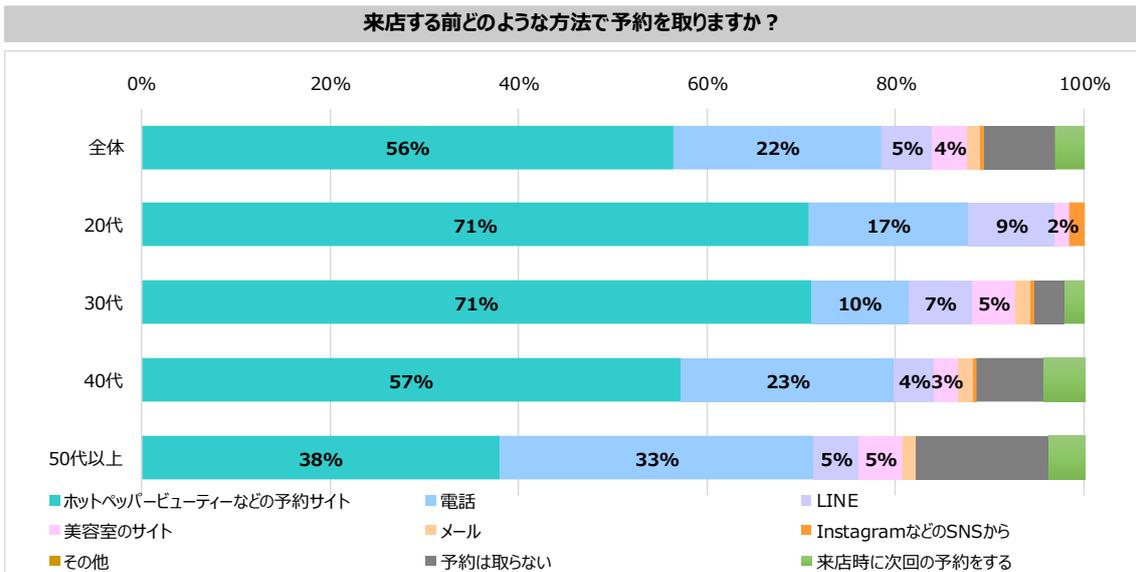
行きたいと感じるお店はどのようなところが特に気になりますか？



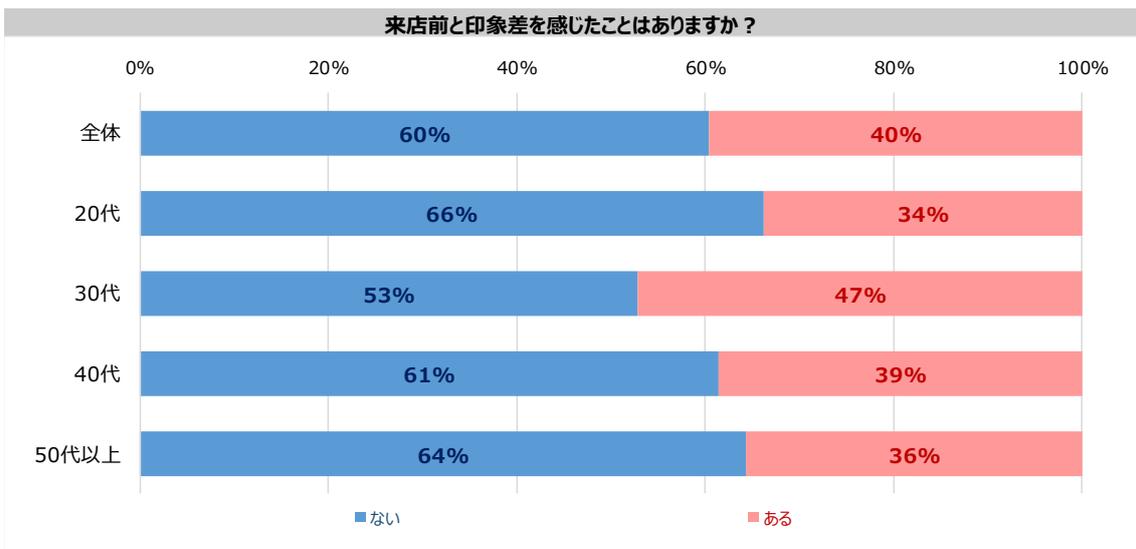
4. 79%が興味のある美容室を利用したことがあり、予約方法は「予約サイト」

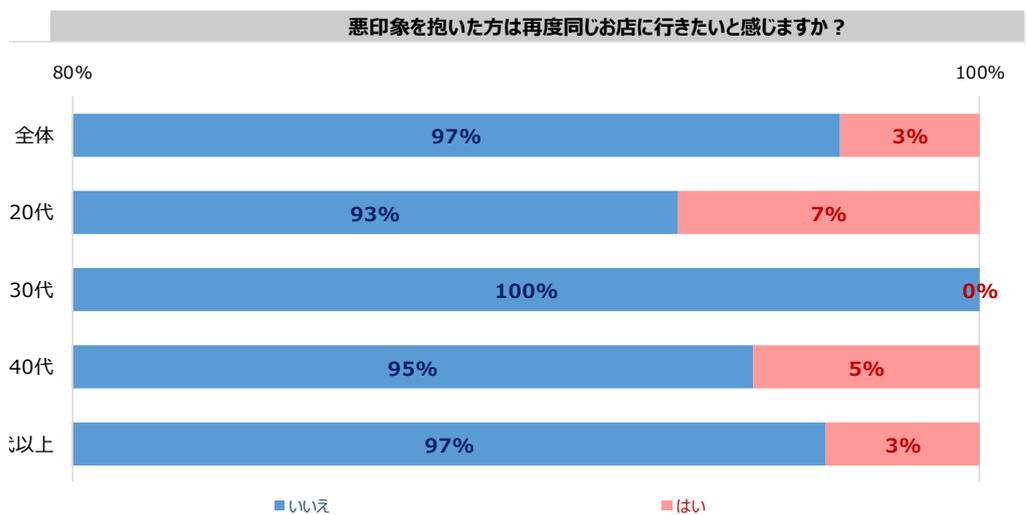
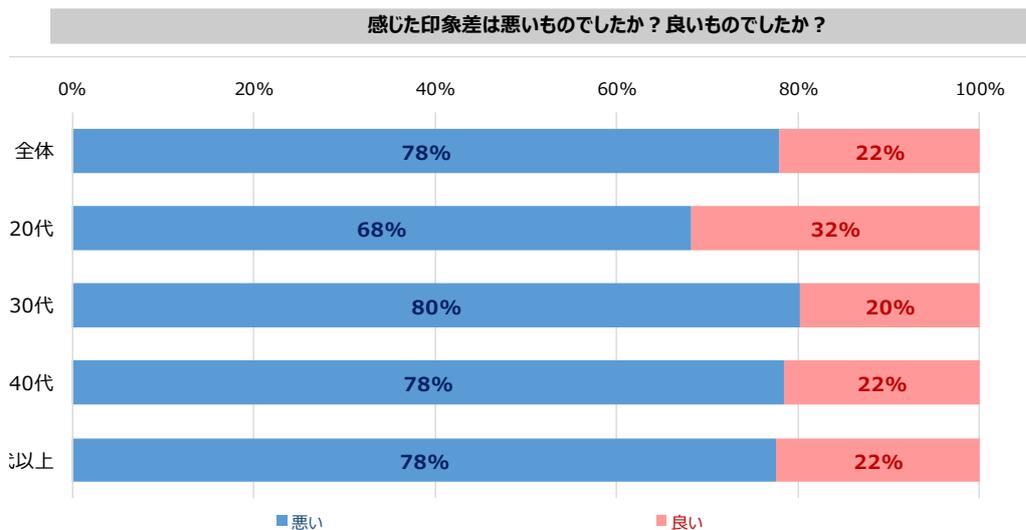
行きたいと感じる美容室に実際に来店した経験はありますか？





5. 来店前との印象差を感じたのは40%、そのうち78%が悪印象で98%が再来店しない。





美容室においても来店前との印象差を感じた方のほとんどが悪印象のギャップでした。悪印象を受けた場合、98%の方が再来店はしないとしており、リピーター獲得は飲食店同様、悪印象を抱かせないことが重要ということがわかります。

「美容師のカットが上手くなかった」「美容師の接客が良くなかった」が悪印象の要因として上位にきていることから、予約サイトで謳っている情報との差を感じさないような技術力やお客様の気持ちに寄り添った接客が大切なのではないでしょうか。

本調査ではこれ以外に SNS でバズっている美容室の利用率など全 26 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 130 万人のユーザー

回答者数：735 名（男性:236 名、女性:499 名）

調査時期：2022 年 9 月 20 日～9 月 23 日

調査項目：美容室におけるお店以外での消費者との接点についての意識調査

設問数：26

※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 130 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。

「ファンくる」を導入することでコロナ禍においても売り上げが 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。

https://www.fancrew.jp/?utm_source=prReport&utm_medium=referral&utm_campaign=prFancrew

【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/?utm_source=prReport&utm_medium=referral&utm_campaign=prRoi

■事業内容：モニター調査サービス「ファンくる」(https://www.fancrew.jp/?utm_source=prReport&utm_medium=referral&utm_campaign=prFancrew)の運営・開発

顧客満足度向上プラットフォーム「ファンくるクラウド CS」(https://biz.fancrew.jp/?utm_source=prReport&utm_medium=referral&utm_campaign=prFancrewBiz)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）