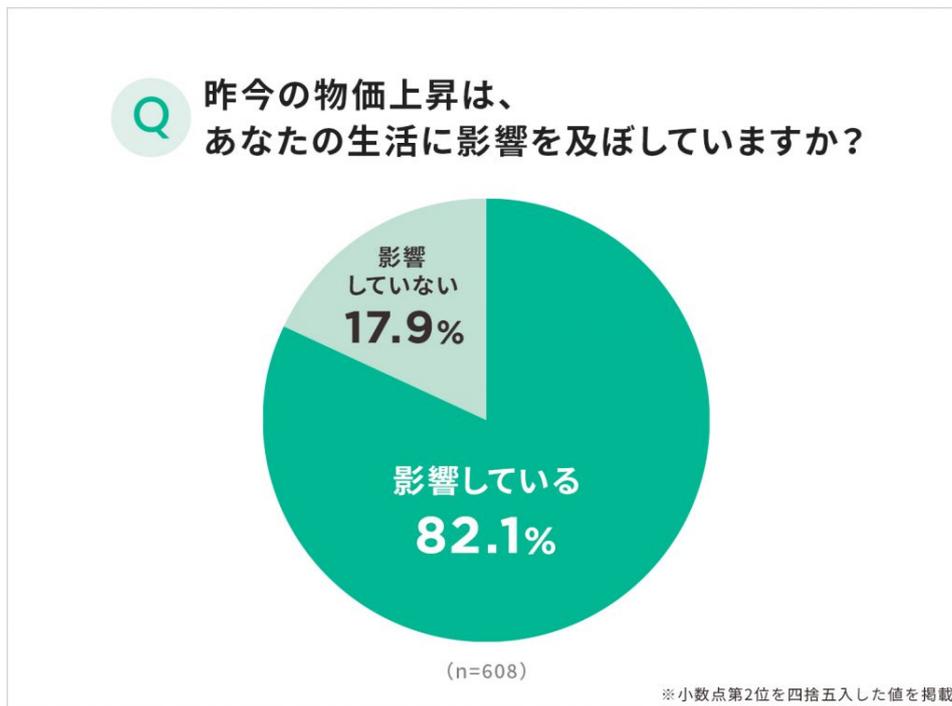


**1度の施術での満足度が鍵、6割以上が「処理剤」に関心あり？！  
物価上昇の影響によるサロン利用の変化を608人に調査！**

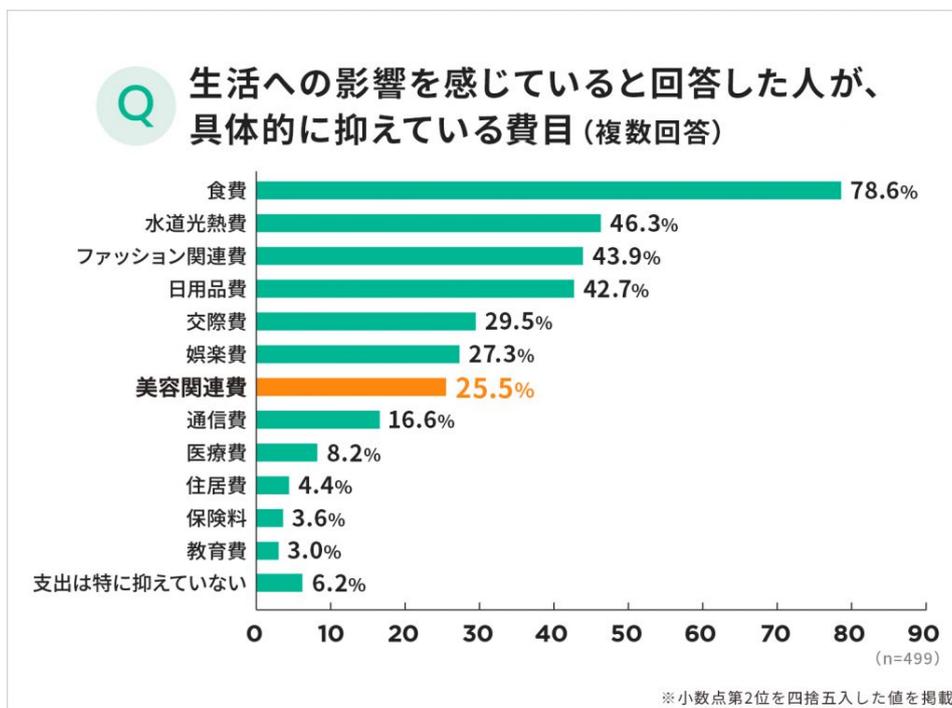
Jan 5.2023

急激な円安や世界的なエネルギー価格高騰などの影響で、物価が上昇し続けている昨今。生活における支出の見直しを図る方も多いのではないのでしょうか。支出を見直すタイミングは、自身が何に対して本当に価値を感じているのか、改めて考えたい時です。そこで今回は物価上昇に伴うサロン利用状況の変化について、アンケート調査を実施。20～60代のお客様608人に調査した結果を紐解きます。

## 8割以上の人が物価上昇の影響を実感、一方で美容への支出を抑える人は2.5割にとどまる



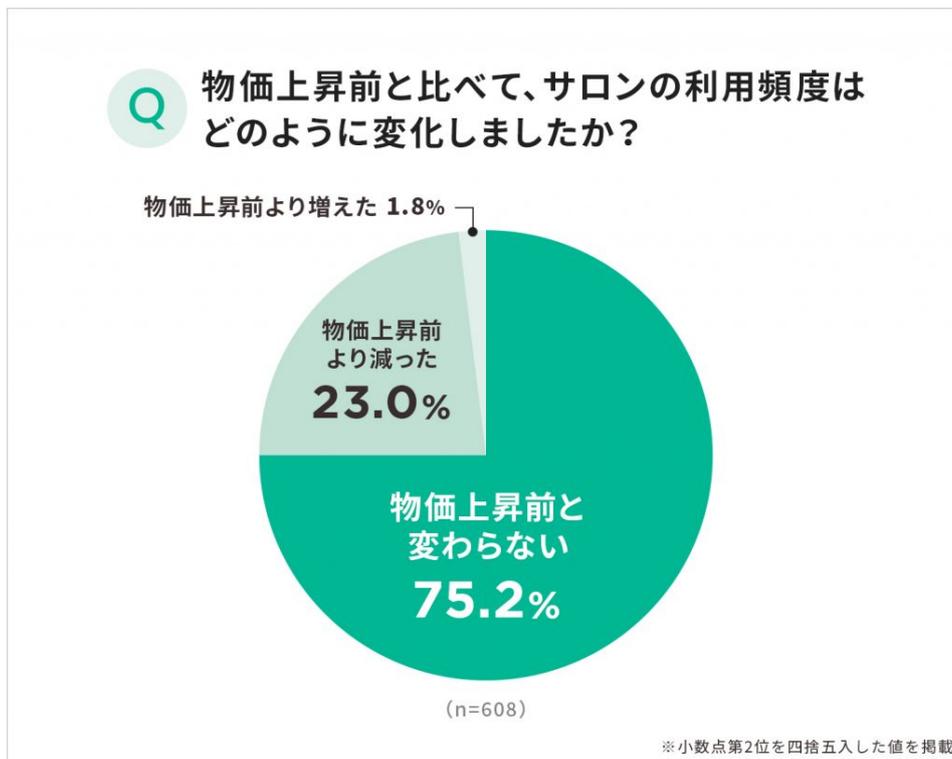
昨今の物価の上昇による生活への影響が「ある」と回答したのは82.1%。8割以上の人々が、これから支出の見直しなどなんらかの対応が必要になる可能性を感じているようです。では、美容へかけるお金はどのように変化しているのでしょうか。具体的にどのような支出を抑えているのか、聞いてみました。



生活への影響を感じている人のうち、美容関連費を抑えていると回答したのは25.5%。ヘアケアやメイ

ク用品などへも少なからず影響があることがわかりました。一方で、ファッション費や交際費よりも節約するものとして挙げている人が少ないことから、美容関連費の重要度は高い様子。近年の美容意識の高まりがうかがえます。

## 1度の施術での満足度を上げることが重要！物価上昇によるサロン利用状況への影響とは？

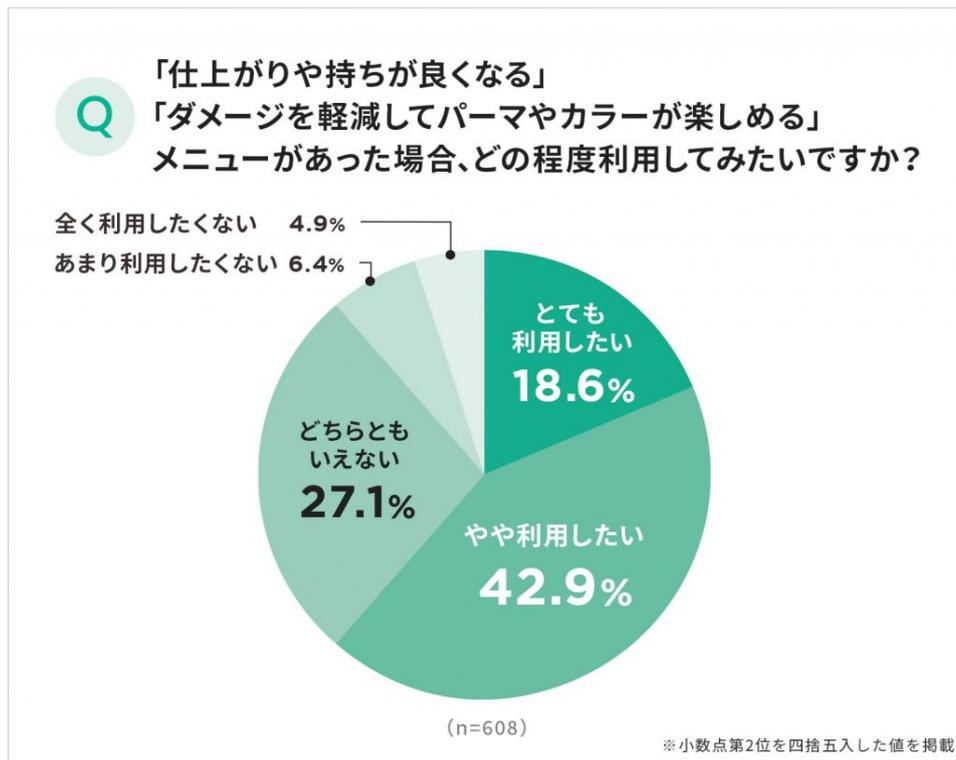


サロン利用頻度は75.2%が「物価上昇前と変わらない」と回答。一方で23.0%はサロン利用頻度が下がったと回答しました。サロンにとっては、来店1回あたりの顧客満足度と単価をいかに高めるかが重要になりそうです。

また、お客様にとってサロンがどのような存在か聞いてみたところ全年代で共通して「身だしなみを整える場所」「髪のカケア・メンテナンスをしてもらえる場所」が高い結果に。さらに20代では「きれいになれる場所」「おしゃれを楽しむのに欠かせない場所」、30~40代では「リフレッシュ（気分転換）できる場所」「癒しの場所（空間）」がほかの年代より高く、お客様はメンテナンスだけではなく情緒的な付加価値を求めている傾向がみられました。

そこで、いつもの施術にワンステップ加えて仕上がり良くなりきれいが長持ちする「処理剤」について、どのくらいの方が「追加して利用してみたい」と思うのか、その利用意向を聞いてみました。

## 6割以上が処理剤に関心あり！メニュー追加料金は500～1,500円が目安



処理剤の特長である「仕上がりや持ちがよくなる」「ダメージを軽減してパーマやカラーが楽しめる」メニューの利用意向は、「とても利用したい」「やや利用したい」が全体の6割を超える結果に。お客様の仕上がりやダメージ軽減への意識は高いようです。さらに「どちらともいえない」との回答が27.1%であることから、丁寧に処理剤の必要性をお伝えすれば、利用してみたいと考えるお客様はさらに増える可能性があります。

また、処理剤のメニューに対し、いくらまでなら追加料金を支払って試したいか聞いたところ、「500～1,000円未満（35.6%）」「1,000～1,500円未満（19.0%）」との回答が多い一方で、3,000円以上の選択は全体の6.9%でした。立地や客層などにもよりますが、500～1,500円程度が一般的に受け入れられやすい価格の目安となりそうです。

## 長く“きれい”を楽しめるプラスワンの提案で新たな価値を提供すれば、お客様の満足度を上げられるチャンス大！

物価の上昇による影響はサロンの利用へも少なからず出ているよう。1度の施術での満足度を高める必要性が、今まで以上に高まっている様子が見え始める結果になりました。また、お客様の美容への意識は近年高まっており、必要なケアにはできる限りきちんとお金をかけたい様子も見えました。そこで、いつもの施術にプラスワンで仕上がりや持ちを良くし、サロンから帰った後の日常でも長くスタイルを楽しんでいただける「処理剤」の提案は、興味を持ってくださるお客様が多いのではないのでしょうか。

また、プラスワン施術における料金も重要！ 500～1,500円程度であれば、「一度試してみようかな」と感じていただける可能性が大。そこでしっかり良さを感じていただければ、継続利用のきっかけにもつながりそうです。

## 調査方法などの情報

調査期間：2022年10月17日～2022年10月19日

調査方法：インターネット調査

調査対象：3ヶ月に1回以上サロンを利用する全国の20代～60代女性608人

(取材・文/A PRESS編集部)

「SHERPA (シェルパ)」 (化粧品)



2022年9月にリニューアルした処理剤ブランド。  
デザインのクオリティを、髪そのものから変えていくという発想。

ARIMINO