

特集

理容店に関する消費者意識と経営実態調査

当公庫が2012年2月に実施した「理容店に関する消費者意識と経営実態調査」から主な調査結果をご紹介します。

【調査概要】

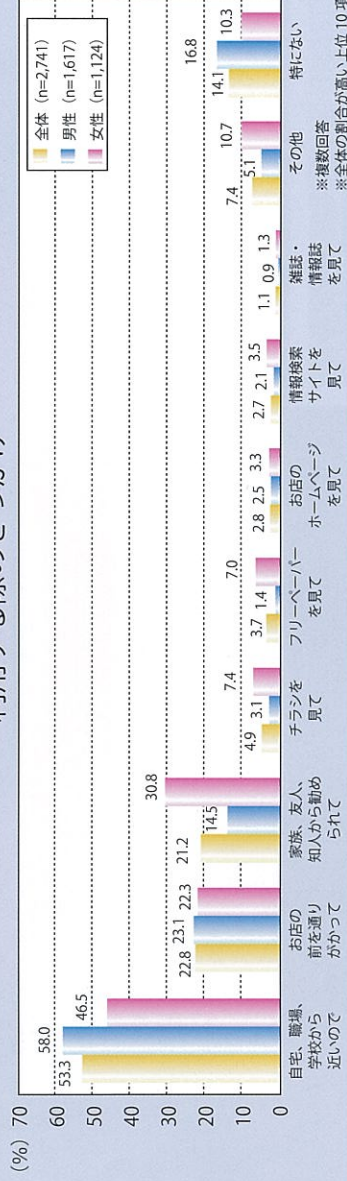
	消費者意識調査	経営実態調査
調査時点	2012年2月	
調査対象	最近1年以内に理容店を利用した全国の消費者 2,741人（男性1,617人、女性1,124人）	日本政策金融公庫（国民生活事業）の取引先 1,510企業、回答数755企業（回答率50.0%）
調査方法	インターネットによるアンケート調査	郵送、無記名によるアンケート調査

消費者意識調査

利用する際のきっかけ

理容店を利用する際のきっかけは、「自宅、職場、学校から近いので」が53.3%と最も多く、以下、「お店の前を通りがかって」(22.8%)、「家族、友人、知人から勧められて」(21.2%)となっています。
男女別に見ると、女性は男性に比べて、「家族、友人、知人から勧められて」の割合が30.8%と高くなっています。

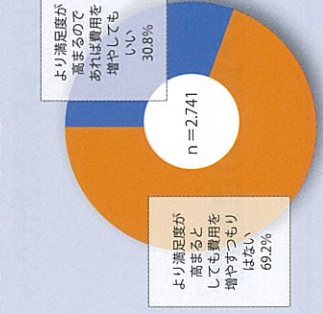
利用する際のきっかけ



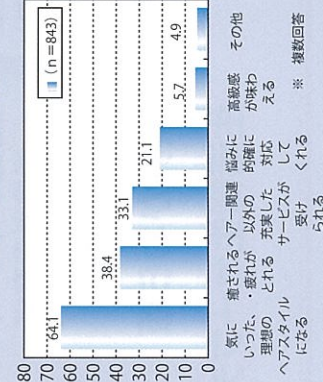
1回あたりの費用についての考え

1回あたりの費用についての考えでは、「より満足度が高まるのであれば費用を増やしてもいい」が30.8%となっています。
費用増額の条件としては、「気に入った、理想のヘアスタイルになる」が64.1%と最も多く、以下、「癒される・疲れがとれる」(38.4%)、「ヘア関連以外の充実したサービスが受けられる」(33.1%)となっています。
費用増額の許容額は、「1,000～1,499円」が29.9%と最も多く、以下、「500～999円」(21.0%)、「2,000～2,999円」(14.0%)となっています。

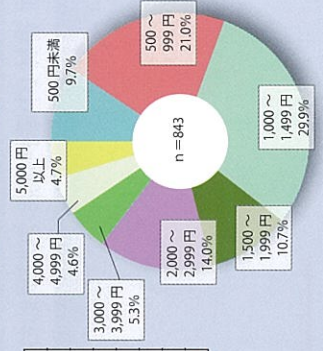
1回あたりの費用についての考え



費用増額の条件



費用増額の許容額

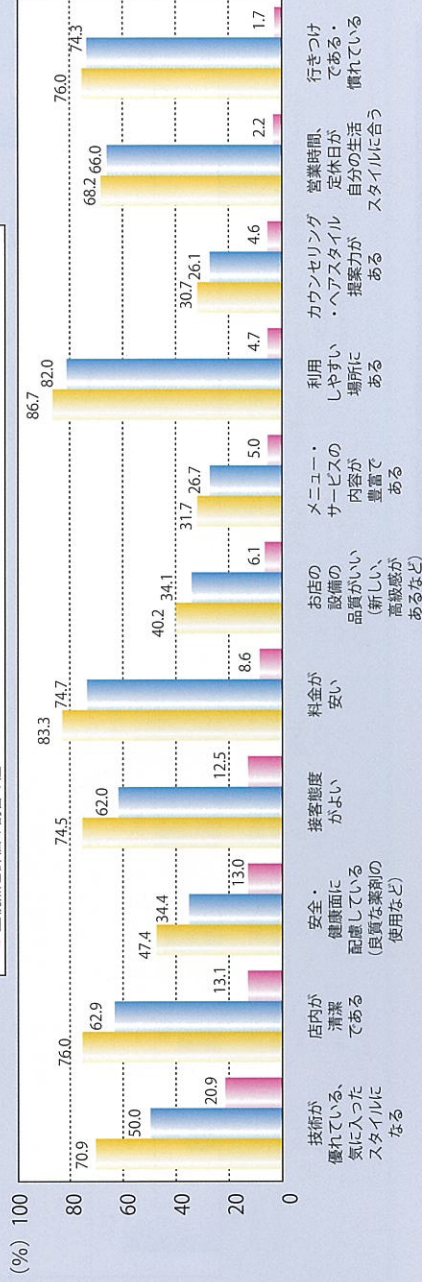


利用する際の重視点と現在利用している理容店に対する評価のギャップ分析

理容店を利用する際に「重視している」「かなり重視している」「ある程度重視している」の合計割合に比べ、「評価している」(「かなり評価している」「ある程度評価している」の合計)割合が少ない項目をみると、割合の差は、「技術が優れている、気に入ったスタイルになる」(同13.0ポイント)と最も大きく、以下、「店内が清潔である」(同13.1ポイント)、「安全・健康面に配慮している」(同13.0ポイント)となっており、特に、技術面では利用者が求める水準と評価にギャップがみられます。

利用する際の重視点と現在利用している理容店に対する評価のギャップ分析

■ 利用する際の重視点 (「かなり重視している」「ある程度重視している」割合の合計)
 ■ 現在利用している理容店に対する評価 (「かなり評価している」「ある程度評価している」割合の合計)
 ■ 重視点と評価の割合の差



理容店でうれしいと感じたこと

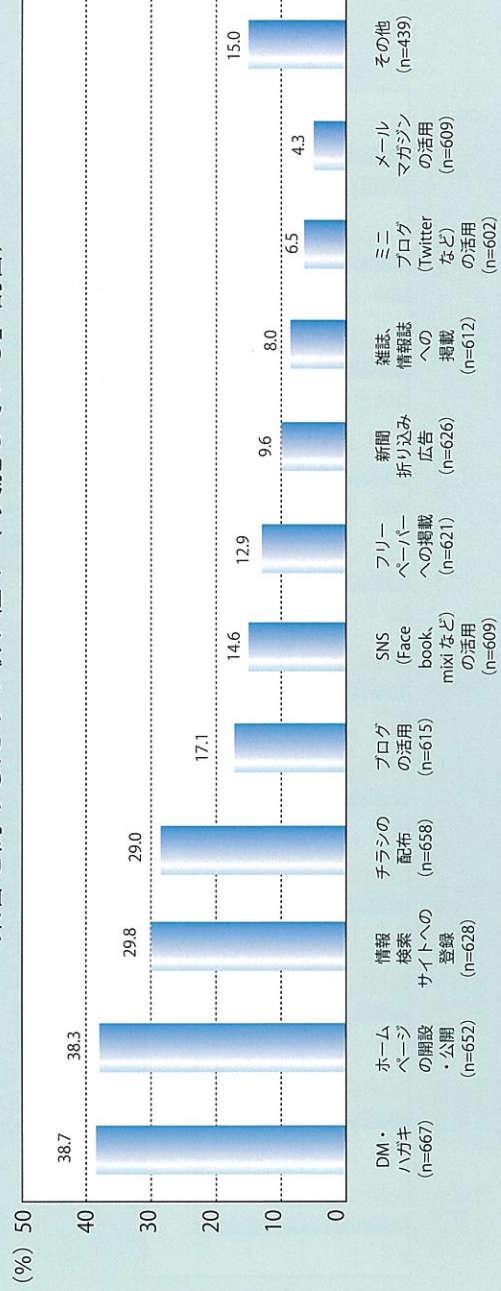
性別	年代	うれしいと感じたこと
男性	20 歳代	髪の癖を理解して日頃手入れが楽なスタイルにしてくれる。
	20 歳代	就職活動中と話したら、それに合わせたヘアスタイルにしてくれた。
	30 歳代	数年前、円形脱毛症になり散髪に行くのを躊躇した時があったが、思い切って行ってみたら、目立たない髪型にしてくれた。また、丁寧に対応してくれた。
	30 歳代	細かい気配りが出来ること。例えば、私はメガネをかけているが、カットの確認の際にさっとメガネを差し出してしてくれるとうれしい。
	40 歳代	アトピー・性皮膚炎などで顔剃りの時に気を遣ってしてくれるとうれしい。
	40 歳代	キャンペーン期間で缶ビールがもらえた。
	50 歳代	BGM に好きな曲が流れている。
	50 歳代	肩揉みと耳掃除のサービスがある理容店はうれしい。
	20 歳未満	担当の方がとても話し上手のため、毎回楽しく話をできる。また、私の趣味なども覚えていて、そのことについて聞いてくれるので毎回行くのが楽しみ。
	20 歳代	髪型に拘りがなく、流行も気にしていないので、「完全お任せ」で切ってもらえるお店はうれしい。
女性	20 歳代	カットとともに顔剃りをしてくれるので、女性である私にとってはすごくうれしい。肌の調子が良くなり気分も変わる。マッサージも最高。理容店は私の癒しスペース。
	30 歳代	顔を剃ってくれること。理容店は顔剃りやフェイスマッサージなどを目的に利用している。
	30 歳代	子供連れの時に子供を見ていてくれる人がいると安心。
	40 歳代	担当の方がアロマテラピーやマッサージの資格を取るなど、非常に勉強熱心で、顔剃り後にフェイシャルマッサージ、目の疲れをとるマッサージ、肩こりをほぐすマッサージ等をしてくれる。全部で3時間程かかるが、毎回気持ち良く帰れる。
	40 歳代	眠たい時にそっと寝かしてくれる。子供を連れて行って大丈夫なところがある。
	40 歳代	おいしいコーヒーが出てくる。
	50 歳代	おいしいコーヒーが出てくる。

経営実態調査

集客を高めるための取り組み

集客を高めるための取り組み（「実施している」割合）では、「DM/ハガキ」が38.7%と最も多く、以下、「ホームページの開設・公開」（38.3%）「情報検索サイトへの登録」（29.8%）「情報検索サイトへの登録」（29.8%）となっています。

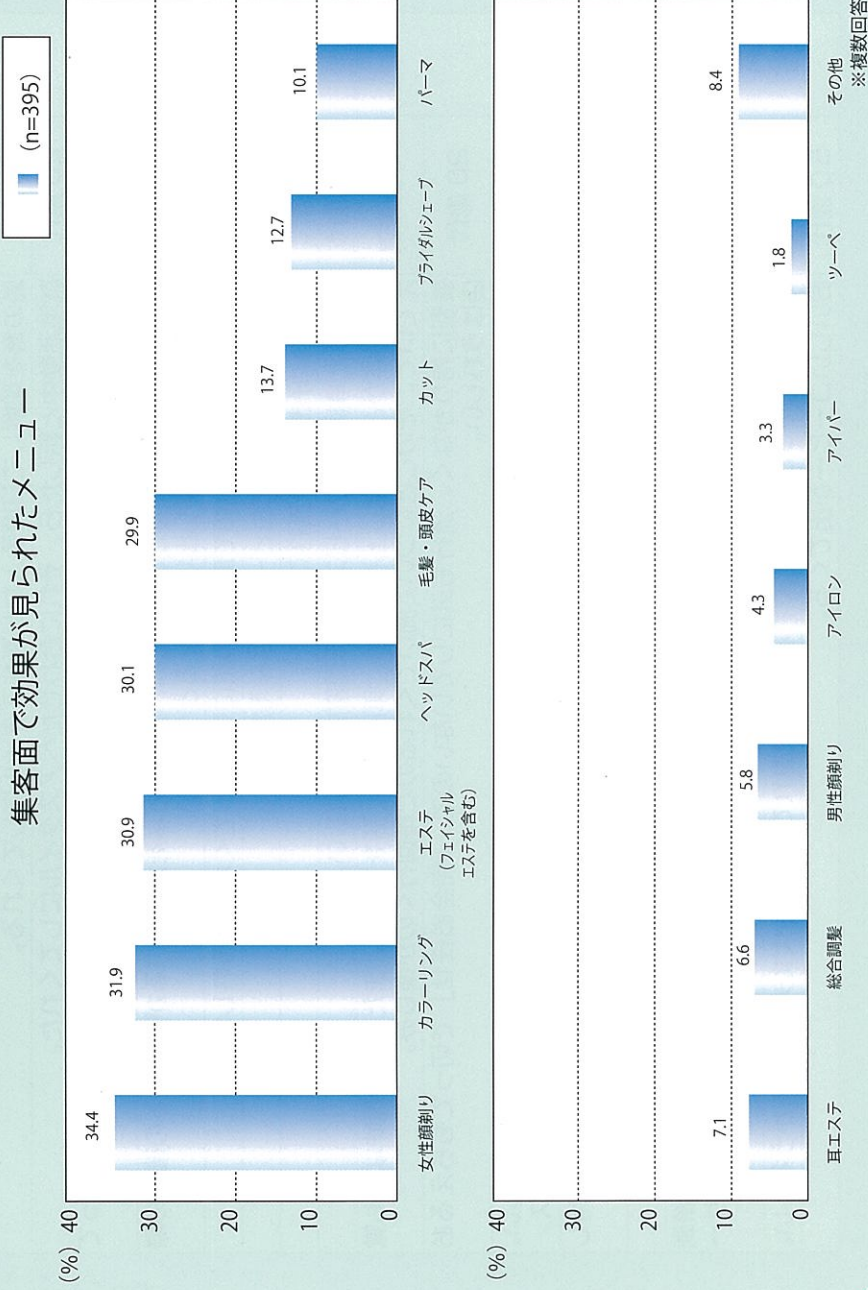
集客を高めるための取り組み（「実施している」割合）



集客面で効果がみられたメニュー

最新新たに取り入れた、又は注力したことにより集客面で効果がみられたメニューは、「女性顔刺り」が34.4%と最も多く、以下、「カラーリング」（31.9%）、「エステ（フェイシャルエステを含む）」（30.9%）（30.9%）となっています。

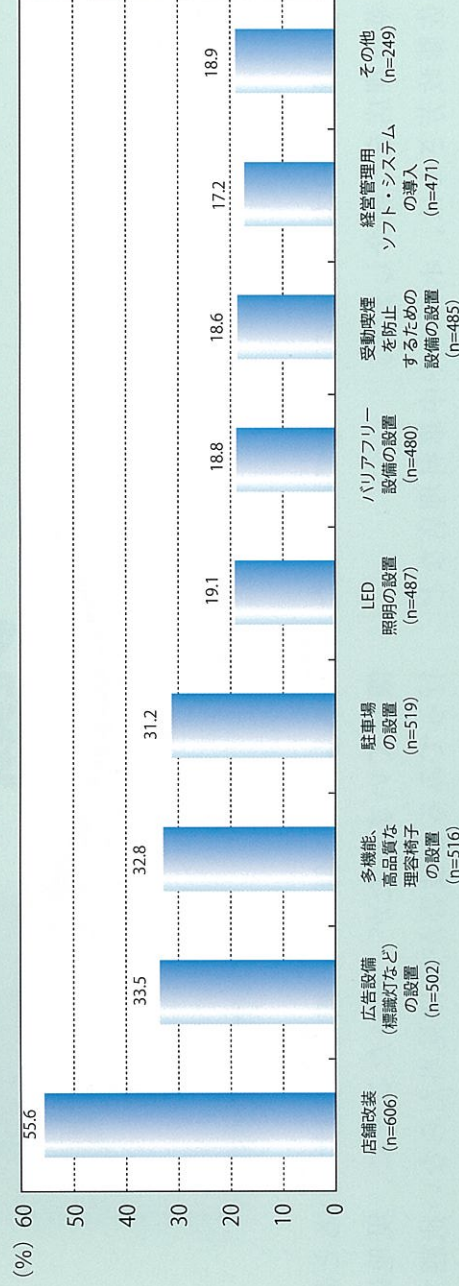
集客面で効果がみられたメニュー



最近3年以内に実施した設備投資

最近3年以内に実施した設備投資（「実施した」割合）は、「店舗改装」が55.6%と最も多く、以下、「広告設備（標識灯などの設置）」（33.5%）、「多機能、高品質な理容椅子の設置」（32.8%）となっています。

最近3年以内に実施した設備投資

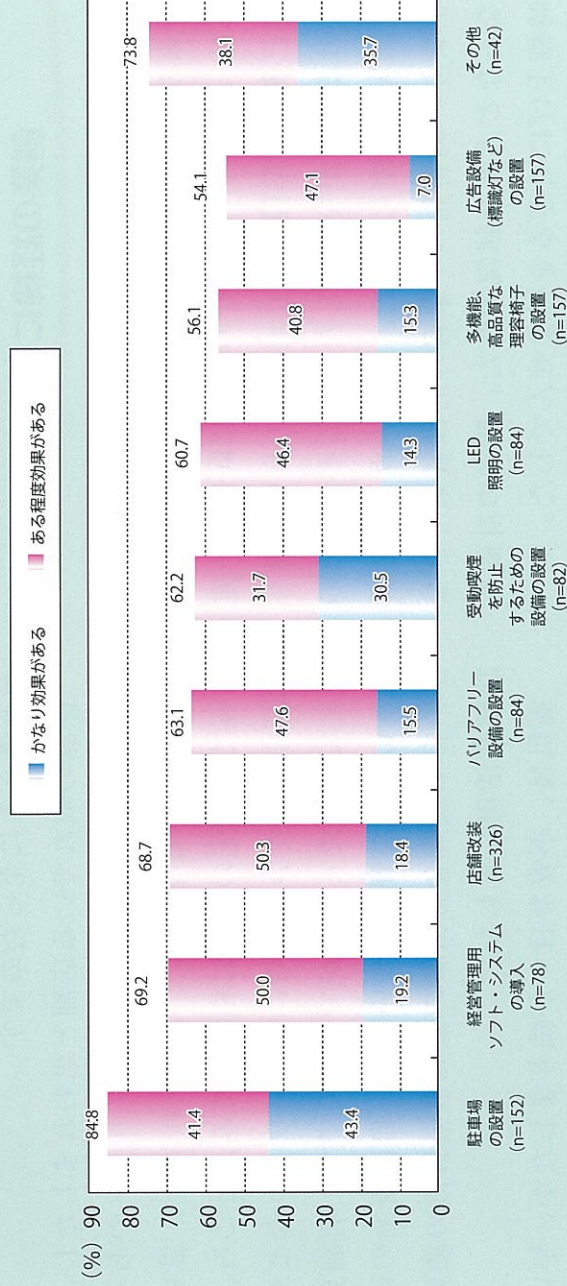


最近3年以内に実施した設備投資の費用対効果

最近3年以内に実施した設備投資の費用対効果（「かなり効果がある」「ある程度効果がある」の合計割合）をみると、「駐車場の設置」が84.8%と最も多く、以下、「経営管理用ソフト・システムの導入」（69.2%）、「店舗改装」（68.7%）となっています。

特に、「経営管理用ソフト・システムの導入」については、実施割合（17.2%）が比較的低いものの、費用対効果（69.2%）は高くなっています。

最近3年以内に実施した設備投資の費用対効果



※各項目ごとに、設備投資を実施した方に対して費用対効果を聴取。「かなり効果がある」「ある程度効果がある」「どちらともいえない」「あまり効果がない」「効果がない」「効果がない」のいずれかを選択。グラフは「かなり効果がある」「ある程度効果がある」の合計。