

TOP Beauty NEWS



トップ広告社がお届けする美容・ファッションのトレンドニュース♪



DL数20億超え！月間アクティブユーザー数10億人突破！
勢いが止まらないTikTokにビジネスの可能性☆

中国発祥のショートムービーアプリ「TikTok」、日本に上陸したのは2017年夏。当初は中高生を中心とした“若年層”が使うアプリというイメージが強かったが、ユーザー数の拡大とともに年齢層も広がりを見せている。博報堂DYメディアパートナーズと博報堂の共同プロジェクトであるコンテンツビジネスラボが発表した「コンテンツファン消費行動調査」によれば、**国内ユーザーの平均年齢は34歳**だという。

【TikTokの世界的流行を受け主要SNSにも変化が！】

「YouTube」

2021年7月に日本を含む世界100カ国以上で、最大60秒のショート動画の撮影や編集、投稿まで行える機能「YouTubeショート」をリリース。短尺動画の盛り上がりは無視できないものとなっているのだ。

「INSTAGRAM」

2020年8月に15秒から最大30秒の短尺動画を作成、スタンプやペイント、音楽、ARエフェクトなどを追加でき、よりクリエイティブな動画を作成共有することが出来るリール機能をリリース。

TikTokと親和性が高いビジネス→【アパレル・飲食店・美容関係】

●有名企業の実例

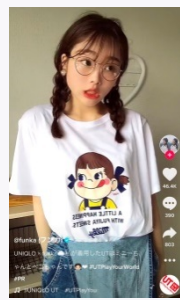
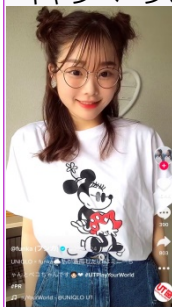
<GUESS>

2018年9月にTikTokを活用した「#InMyDenim」キャンペーンを実施しました。これは、アメリカのTikTokで最初に行われたハッシュタグチャレンジとしても知られています。キャンペーンのお題は、GUESSのデニムを使ったおしゃれコーデへの変身動画をアップするもので、人気クリエイターも巻き込んで開催。その結果、デニムの宣伝をTikTok上ででき、またTikTokを活用したブランドとしてデジタルに積極的な姿勢の認知にも成功しました。



<株式会社ユニクロ>

2019年6月から7月にかけて、TikTokを活用した「UT」のグローバル・インフルエンサーを募集するキャンペーンを実施しました。参加方法は、TikTokでユニクロ公式アカウントをフォローし、指定の楽曲「#UTPlayYourWorld」でUTを着用した動画を撮影。そして、投稿はハッシュタグ「#UTPlayYourWorld」を付けることです。その結果、#UTPlayYourWorldキャンペーンには約9.5万人が参加し、投稿数は約18.5万、そして視聴数は約3.3億回にのぼり、TikTok史上、世界で最も視聴された日本発のグローバルキャンペーンとなりました。



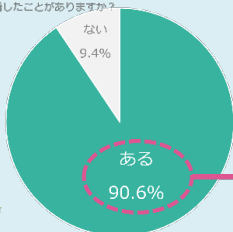
9割が化粧品を買うときは、
サンプルやデスターを
試してから購入したいと回答、
お試し買いが商品購入の鍵を握る？

★普段の「化粧品や美容」についての行動や考え方についてのアンケートで、「人気な商品であっても自分に合うかどうかは分からない」という選択肢に対して、ほぼ全員が「そう思う／ややそう思う」と回答し、「化粧品を買うときは、サンプルやデスターを試してから購入したい」という選択肢に対しても、9割が「そう思う／ややそう思う」と回答。

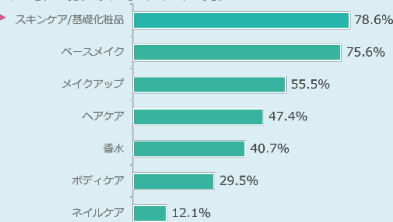
◆【ヘアケア】も47%となかなかの数値を獲得しています。確かに買ったはいいものの、自分には合わずに1・2回しか使っていないという人も多いのではないのでしょうか？某フリマサイトでも開封済みのものが「自分には合わなかった」という理由で美容関連の商品が出品されているのをよく見かけます。基本的に通常価格よりも安い金額で取引されるため、気になっている商品をお試し感覚で購入できる場として利用されているようです。また、サロンでしか購入できない商品などは、金額も安くはないため余計に躊躇されやすい状況であると感じます。実際に物販で客単価が上がっているサロンもあるので、サンプルやデスターを用意して興味を持ってもらうポイントに繋げてみるのはいかがでしょうか？



あなたはこれまでに、事前にデスターやサンプルを試すことができず、購入を躊躇したことがありましたか？



事前にデスターやサンプルを試すことができず、購入を躊躇したアイテムをすべて教えてください。(いくつでも)



※cosmeに回答した20代前半での化粧品購入実態調査
調査対象：18歳以上24歳未満
調査期間：2021年9月10日(金)～12日(日)
調査人数：8,600名(20代前半が約50%)
有効回答数：8,600名(20代前半が約50%)
調査対象年齢：13,800人

※cosmeに回答した20代前半での化粧品購入実態調査
調査対象：18歳以上24歳未満
調査期間：2021年9月10日(金)～12日(日)
調査人数：8,600名(20代前半が約50%)
有効回答数：8,600名(20代前半が約50%)
調査対象年齢：13,800人



気づかぬうちにしない!「薬機法チャレンジ」

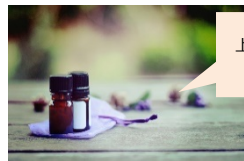
「薬機法チャレンジ」とは、**薬機法ギリギリを“攻めた”宣伝のことで**、ネット用語となっている。例えば、『薬機法の関係で具体的に言えないけど、すごい商品なんです!』のように、規制を逆手に取るようなフレーズで表現している。

そもそも薬機法（医薬品医療機器等法）では、品質・有効性及び安全性の確保と人々の健康への危害の発生・拡大防止を目的をしており、このような**虚偽・誇大表現の宣伝方法は禁止**されている。

コロナ禍での健康意識の高まりは大きなビジネスチャンスだが、薬機法チャレンジのような誇大広告は、**書類送検や逮捕をされる危険性**もある。

よくあるNG表現例

※赤字部分



上質なアロマセラーを取り扱い中♡**血行を促進し、肌の疲れを回復させる働きがあります。** 質沢な香りをお楽しみください♪

- ・「セラー」は治療を意味するため不可
- ・化粧品品の効果として認められていない



できてしまったシミ跡めないで!! もう手遅れかと考えているあなた。**黒いお肌でも徐々に白くするのが、本品のホワイトニング効果。**

- ・肌質そのものが変化するという表現
- ・黒い肌が白くなると誤認を与える表現



痩身クリームを塗って、5分待つだけ! **大量発汗で激せ!** お顔の**贅肉を引き締めスリキシェイプアップ**◎ **顔が小さくなります。**

- ・化粧品品を使用することによる発汗効果、顔の筋肉の収縮効果、顔痩せ効果等は、化粧品品の機能の範囲を逸脱するものであるため認められない

美容専売品を使用する場合や、過度な広告表現は誇大表現ともなりかねない。ホットペッパービューティーの定めるルールはもちろん、薬機法や景品表示法等の改正もあるため、今一度見直してみることが大事◎
利用者からの信頼度やサロンを守る上でも必要不可欠◎

★Instagram新機能が続々リリース★

①インスタライブ事前スケジュール設定 & 告知をフィード投稿

配信者は開催するライブ配信の日時を最大90日前から告知でき、視聴者はリマインダーを最大3回設定できるため、興味を持ったライブ配信を忘れずに視聴することが可能。

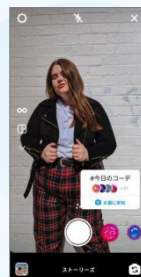


視聴者はライブ配信詳細をタップ→「リマインダーを送信」ボタンから、24時間前/15分前/開始時間の計3回リマインドを受け取れる♪



②共通テーマでシェア「お題スタンプ」

日本とインドネシアで先行公開された新機能。好きなテーマをストーリーのお題として自由に設定する以外に、ランダムに表示される様々なお題から選べたり、フォロワーのお題への参加も可能! 投稿の内容がマンネリしてしまったり…なんて時にも使えそうです◎



集客も・売上アップも、結局重要なのは

『カウンセリング力』という結論に!

ホットペッパービューティーアカデミーの『集客アップ、売上アップ接客の動画セミナー』等紹介してきましたが、重要なのは『**カウンセリング**』にあるという事で、今回はカウンセリング基本動画セミナーを紹介します。コミュニケーションとお客様のニーズを引出すポイントのヒントが紹介されています。



カウンセリングテクニック 基礎編



上級カウンセリングテクニック ヘアサロン編



上級カウンセリングテクニック ネイルサロン編



上級カウンセリングテクニック アイサロン編



集客・売上アップ動画セミナーシリーズ



- ① 基礎編～売上アップに重要な5つの要素～
- ② タイムパフォーマンスの高め方
- ③ リピート率アップ
- ④ 来店周期の長期化防止
- ⑤ 単価アップ
- ⑥ 店販を売るコツ

都道府県で見る美容のマーケット調査

数字で見る全国のマーケット調査! 消費者は美容にどのようにお金をかけるのか?! 動向を要check!! 意外な結果に?! 店舗展開の参考までに◎

一店販年間購入金額編一

1	岡山県 (¥14524)
2	東京都 (¥14514)
3	島根県 (¥14434)

一店販購入率編一

1	宮崎県
2	石川県
3	福井県

一美容サロンにける金額編一 (3か月あたり)

1	東京都 (¥7656)
2	愛知県 (¥7555)
3	神奈川県 (¥7170)

一美容サロン利用率編一 (1年以内の利用率)

1	福井県
2	鳥取県・島根県
2	徳島県

編集後記

朝晩かなり冷え込んできて、冬が本格的に近づいてきました。ワクチン接種者が増えて、コロナ感染者数があまり目立たなくなり、緊急事態宣言も全面的に解除され、収束に向かっているように感じますが、油断は禁物です。また、コロナの影響で美容に対する意識が男女問わず高くなり、ニーズの要望にどれだけマッチできるかがカギとなっています。そのため日々変わる情報をしっかりとキャッチアップしていくことが重要です。今年も残すところあと2か月となりました。戦略、打ち出し方をしっかり練って、今から年末に向けた集客戦略の準備をしていきましょう!

HOTPEPPER Beauty 12月号

発行日: 11/25(木)

申込〆切: 11/3(水)/原稿〆切: 11/9(火)

HOTPEPPER Beauty 2022年1月号

発行日: 10/23(木)

申込〆切: 12/3(金)/原稿〆切: 10/9(木)

サロンボード ヘルプデスク 0120-36-0493

発行人

(株)トップ広告社

TEL: 03-5641-0661