

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♪

予約につながる魅力的なクーポンとは？

美容サロンだけでなく、コンビニやドラッグストア、飲食店など、**今や当たり前**となってきた「**クーポン利用**」。美容サロンを利用する際に、カスタマーはどんなクーポンに魅力を感じるのか、どのような価値意識を持っているのかを調査！※参照 HotpepperBeautyAcademy

DATA.3

POINT! クーポンを選ぶときの気持ち・行動 (1) 「あてはまる※」と回答した割合

※単一回答「あてはまる」「ややあてはまる」の計

クーポンに写真があったほうが、 予約したい気持ちが強まると感じる	ヘアサロン	61.6%
	ネイル・アイ・リラク・エステサロン	72.4%
金額だけでなく、 クーポン説明もしっかり見る	ヘアサロン	80.4%
	ネイル・アイ・リラク・エステサロン	86.0%
良さそうなサロン・メニューがあれば、 予算を少しオーバーしても予約したくなる	ヘアサロン	53.0%
	ネイル・アイ・リラク・エステサロン	69.2%

DATA.4

POINT! クーポンを選ぶときの気持ち・行動 (2) 「あてはまる※」と回答した割合

※単一回答「あてはまる」「ややあてはまる」の計

日時限定（平日・時間帯）などが 指定されたクーポンは お得感があると感じる	ヘアサロン	59.8%
	ネイル・アイ・リラク・エステサロン	73.6%
季節限定クーポンは お得感があると感じる	ヘアサロン	50.8%
	ネイル・アイ・リラク・エステサロン	65.6%
クーポンは安さよりも 割引率を重視する	ヘアサロン	50.0%
	ネイル・アイ・リラク・エステサロン	58.0%

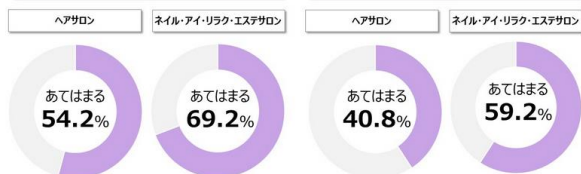
やはり**予約を後押し**する上で、「**どれだけイメージが付きやすいか**」は重要。特に、ネイル・アイ・リラク・エステサロンなど、未経験者が多いジャンルにおいては、施術メニューがどのようなものかわからない、という方も多く、写真でイメージを膨らませてあげることで、予約率アップに繋がります。平日の昼間・日曜日の夕方、など「日時限定」のクーポンや、「季節限定」のクーポンをお得と感じる方がヘアサロンで半数以上、ネイル・アイ・リラク・エステサロンでは6割以上という結果に。「**今しかできない限定感**」がポイントに。また最近では、リモートワークの広がりにより、平日のサロン来店が増加傾向にあるので、時間帯別の集客をアップさせる上で有効な手段となりそうです。

DATA.5

POINT! クーポンを選ぶときの気持ち・行動 (3) 「あてはまる※」と回答した割合

新しいサロンを予約するときにも、
リピート時に使える『全員』『再来』クーポン
があるかチェックする

リピーター向けのクーポンがなく、
サロンをリピートしなかったことがある



n=ヘアサロン:500名、ネイル・アイ・リラク・エステサロン:125名

DATA.6

POINT! リピートする際に、新規価格からいくらくらいまで 価格が増加するのを許容できますか？（金額回答）

ヘアサロン	ネイルサロン	アイサロン
+1,658円	+2,041円	+2,453円
リラクサロン	エステサロン	
+1,903円	+2,349円	

なんと、ヘアサロンで半数以上、ネイル・アイ・リラク・エステサロンでは7割近くの方が、「**新しいサロンを予約するときにも、そのサロンをリピートしたときに使える『全員』『再来』クーポンがあるかチェックする**」と回答しているのです。つまり、**リピーター向けクーポンがない場合は、最初から来店店の選択肢に入らないことさえありそう**、ということがわかりました。さらには、「リピーター向けのクーポンがなく、サロンをリピートしなかったことがある」と回答した割合も、ヘアで約4割、ネイル・アイ・リラク・エステサロンで約6割もいました。クーポンは新規向け、と考える方もいらっしゃるかもしれませんが、冒頭にお伝えした通り、今やサロン予約時に当たり前となっています。リピーター向けのクーポンをしっかりと作ることが、**リピート率アップ、サロン定着率アップの重要な要素**なのです。ヘアサロンでは約1,500円ほど、ネイル・アイ・リラク・エステサロンでは2,000円前後までであれば、**金額がアップしても構わない**との結果になりました。3回来店したお客さまはそのサロンに定着しやすいことがデータからもわかっています。再来でグッと価格が上がってしまうと離脱の可能性もあるので、2回目以降の価格を踏まえてリピート率アップにつなぐクーポン作成を◎

▽△▽お客様のサロン選びの決め手は??▽△▽

■サロン選びの際に重視する項目

ホットペッパービューティーで新しくサロンを探すときに重視する項目(いくつでも)

	ヘアサロン		ネイル・アイ・リラク・エステサロン	
1	クーポン	58.0%	クーポン	65.4%
2	口コミ	48.2%	口コミ	53.8%
3	内観写真★	48.2%	内観写真★	50.0%
4	立地	45.4%	立地	46.6%
5	サロンの特徴（特集）	35.8%	サロンの特徴（特集）	40.2%
6	スタイリストページ	27.4%	フォトギャラリー	31.2%
7	スタイル	27.2%	スタッフページ	27.6%

数あるサロンの中から新しく行きたいサロンを選ぶとき、何を重視しているかのアンケートを取った結果、どのジャンルも内観写真と答えた方が比較的多く**第3位**に！

◇いい内観写真がない！カメラマンの手配がなかなか…自分ではうまく撮れない!という方必見！
！『ホットペッパービューティアカデミー』では、スマホで簡単に素敵な内観写真が撮影できるスマホ撮影テクニック内観編を紹介しています！
内観撮影は「**構図**」や「**撮影する位置**」によって、**視覚的に感じる広さが全く違って**くるので、ぜひ視聴してみてください！！

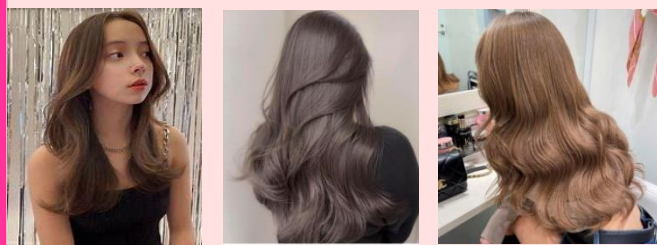
右QRコードから動画視聴のWEBページにアクセスできます！ホットペッパービューティアカデミーは無料で会員登録できてるのでぜひこの機会に★

HOT PEPPER Beauty Academy



♥ヘアもマツゲもネイルも♥トレンドは「ワンホン」1択！
 What's⇒ワンホン(網紅)?
 「Internet Celebrity」の意味で、中国におけるインターネット・インフルエンサーのことを言う。このワンホンと呼ばれるインフルエンサーが一般消費者の購買意思決定へ与える影響が年々増してきており、中国のECサイトではワンホンが消費トレンドの鍵を握っているといっても過言ではない！

♥Hair⇒顔周りにくびれを作ること小顔効果が期待！



♥Nail⇒ロングスタイル+スクエアが多く、ポイントに大きなパーツをつけているのが特徴！



《黙カット》の需要急上昇中！！



世田谷区にあるサロンの「hair works credo[クレド]」が今話題です。

美容室と言えば会話の上手なスタイリストがお客様を楽しませることも仕事の一つとして考えられています。ところが、かなりのお客様が美容室でスタイリストに話しかけられることにストレスを感じているそうです。

「クレド」はそんなお客様のお悩みを解決するメニューを出しています。
『会話なし』のメニューです。
 元オーナーさんが会話をすることが苦手らしく、そういったメニューを出したところ、オーナーの友人がTwitterでそのことを投稿し、瞬間にバズりました。

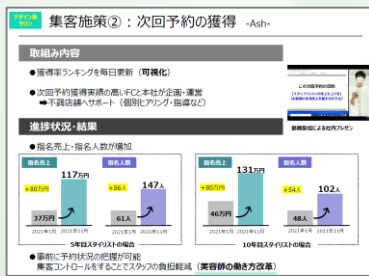
今のご時世はコロナの影響もあり、より需要と人気が高まっているそうです。多様性が求められる今、こちら側からもういった変化株を出してみるのもいいのではないのでしょうか。



編集後記

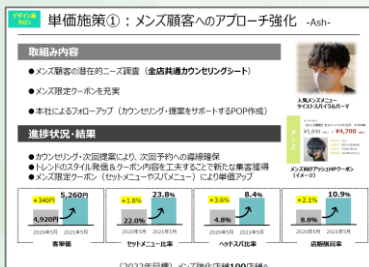
コロナウイルスと隣り合わせの生活に慣れてきてしまったように感じる昨今、変異株「オミクロン」の感染速度がデルタ株の時を思い出させた。また今回の変異株は感染者数が多くキャンセルなどが相次ぎ美容サロンにも大きな影響を及ぼした。TVでもコロナについて目にする機会が減ったように感じる。おそらくコロナはまた型を変えてくるだろう。今後も同じ状況になった時、美容サロンが出来る対策として、キャンセル時に次回予約をなるべくするように促すなど、そういった部分ができるかどうかで今後の集客にも繋がってくるのではないだろうか。

アルテグループ 集客・売上アップの成功事例を公開！！



①次回予約の積極導入で指名売上+80万

次回予約を積極的に行い、獲得率を毎日更新して可視化。指名売上80万円アップ・指名客数が2.4倍に！！
 予約状況を把握しやすくなり、美容師の働き方改革にも成功。



②メンズ向けクーポンでメンズ比率&単価アップ

メンズ限定クーポンの内容を見直し客単価・セットメニュー比率・ヘッドスパ比率・店舗購入率が全て上昇する結果に。
 トレンドスタイルの発信により新たな集客獲得も実現。



③LINEを利用したマーケティングで4100件予約数が上昇

クリック数を意識したPDCAサイクルで予約数+4100件を達成！
 クーポンは割引ツールではなく「価値の発信」ツールに。

売上げアップのヒント・さらに働き方改革まで…
 株式会社アルテ サロン ホールディングスの公式HPで公開されていますので、是非ご覧ください♪

メンズ美容の事情 ～スキんケア編～

昨今、芸能人やインフルエンサーなどの影響もあり、男性も美容に関する意識が高まっているのはご存知でしょうか？新型コロナウイルスの影響で自然と自分と向き合う時間が増え、セルフケアに時間やお金を掛ける人が増えています。そんな男性の美容事情(スキんケア)についてご紹介します。

～男性によるスキんケアのリアルな事情～

男性300名に『スキんケアの実施』について聞いたところ、約7割の男性がスキんケアを行っていることが分かりました。スキんケアを実施している男性に「なぜかを尋ねたところ、最も多い理由は『肌の乾燥や肌荒れを防ぎたいから』という理由でした！次に多かったのは、『身だしなみからという理由からスキんケアを行うそうです！』

スキんケアをしていますか？



流行するものも時期の問題！？
 サロンに置いておきたいアイテム♪
 ～BON CHOIX モイスチャーローション～
 (肌の悩みに終止符を)

美容のコンサルティングやコスメブランドの開発を手がける株式会社ヴァージニアが開発した韓国産ヒト幹細胞培養上清配合メンズスキんケアライン「BON CHOIX(ボンショウ)」から、新商品となるボンショウモイスチャーローションが2022年2月1日より発売しました！
 美意識の高い方から初心者まで幅広く使えるスキんケアです！
 男性の肌悩みに多い乾燥、毛穴ケア、シミ対策はもちろんお肌のラフなストレスから未然に防ぎクリアな肌に導きます☆



商品名: ボンショウモイスチャーローション
 内容量: 200ml
 価格: ¥1,300
 販売元: 株式会社ヴァージニア

◎某サイトによるレビュー◎

HOTPEPPER Beauty 4月号

発行日: 3/24(木)
 申込め切: 3/4(金)/原稿め切: 3/11(金)

HOTPEPPER Beauty 5月号

発行日: 4/21(木)
 申込め切: 4/1(金)/原稿め切: 4/8(金)

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