

お客さまの立場で考えた髪の不安解消・欲望充足は 経済的・時間的障害を乗り越えた来店頻度を導く！

本誌が20～60代の一般女性

お客さまの来店頻度が減った「来店

消費者の本音と、それに対する

しやすかったり、風が吹けば軽や

695名を対象に実施したアンケート調査によれば、美容室への来店周期はもつと短くても良い、と答

周期が長くなった」「再来率が下がっている」といった声が多く寄せられた。

オーナーの感想、そして実際に高い再来率を誇る美容室のレポート等を紹介したが、大阪の2サロンを

かに揺れたりといった種類のものだ。別の言葉で表現すれば、お客さまが自身の髪に対して抱いている不安解消と欲望の充足、これらの

えた40代以下の方が約6割にも及んだ。ただし、「経済的または時間的に余裕があれば」という条件付きである。

言い換えれば、オーナーが各自で描いている目標に到達し、さらなる成長やステップアップを図っていくためには、これらの課題を避けて

デザインを主役としている点で共通しているのは興味深いところだ。

度が下がらない美容室の法則」といえるだろう。

一方、一般女性対象アンケートと同時に本誌では美容室オーナー向けのアンケートも敢行したのだが、現在抱えている悩みとして「お

通ることはできない」という意思の表れでもある。

デザインといってもパツと人目を引くとか斬新という類のものではなく、あくまでもお客さまの目線に立ったデザインのこと。手入れが

そして、ヘアデザインに責任を持った提案やとり組みが、お客さまの経済的・時間的障害を乗り越えた来店頻度を導いているのだ。

