

シャンプーについての意識調査 4人に1人が「SNS」を参考を選ぶ

【調査結果サマリー】

1. シャンプーを選ぶ際参考にするのは「SNS」25%
2. シャンプーを選ぶ際に重視するのは「髪や頭皮の悩みへの効果」36%
3. 現在使っているシャンプーを変えたい29%、「悩みへの効果を感じないから」



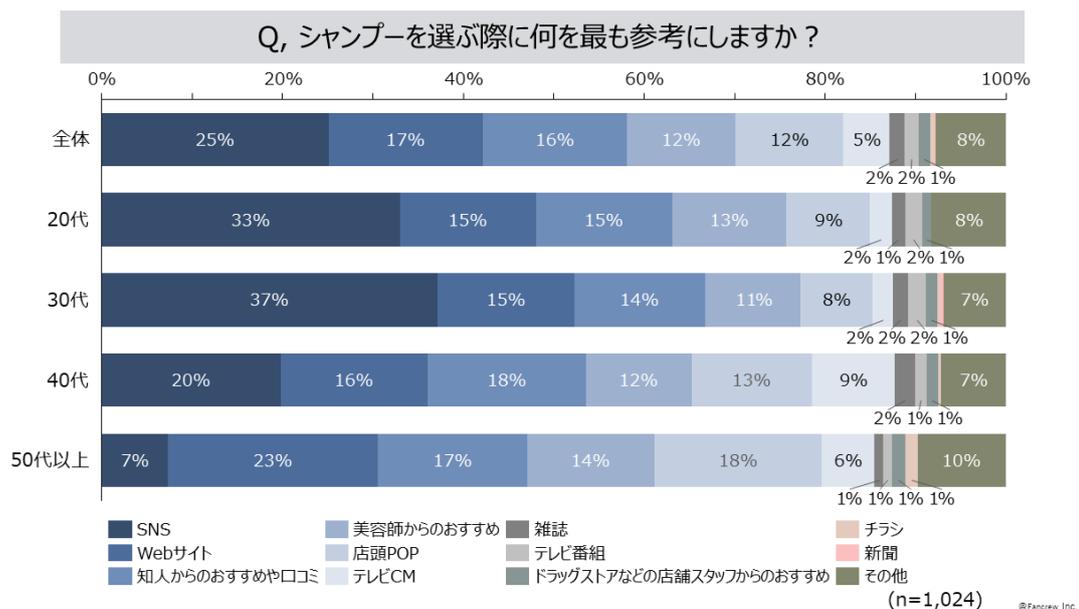
日本最大級の体験型情報サイト「ファンくる」を運営する株式会社ファンくる（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：山口敬人）は、「ファンくる」会員を対象に、定期的に消費者の意識調査を実施しています。今回はシャンプーについて、シャンプーを選ぶ基準や購入の参考にしている情報源など「ファンくる」会員 1,024 名（男性 206 名、女性 818 名）に調査を実施しました。

シャンプーを選ぶ際に参考にするのは「SNS」が 25%と最も多く、次いで「Web サイト」17%、「知人からのおすすめや口コミ」が 16%となりました。シャンプーを選ぶ際に最も重視することは、「髪や頭皮の悩みへの効果」で 36%、「仕上がり」26%と続きました。また、現在使っているシャンプーについて「非常に変えたい」と思っている方は 5%、「でき

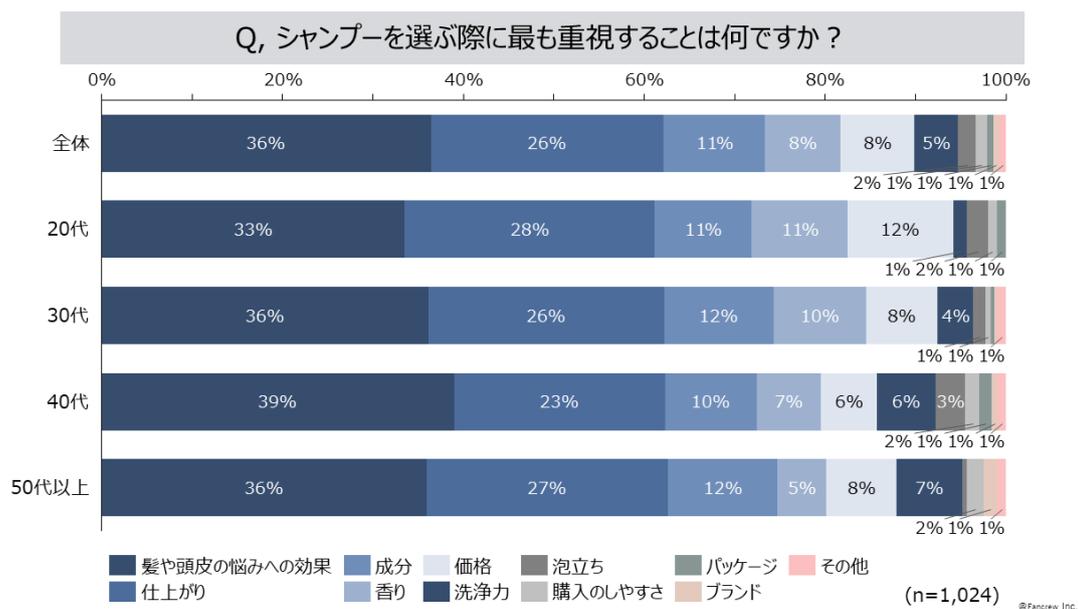
れば変えたい」24%と、約3人に1人がシャンプーを変えたいと思っています。変えたいと思う理由は「悩みへの効果を感じないから」が56%と最も多く、次いで「洗った後の髪の状態が良くないから」が40%でした。

【調査結果】

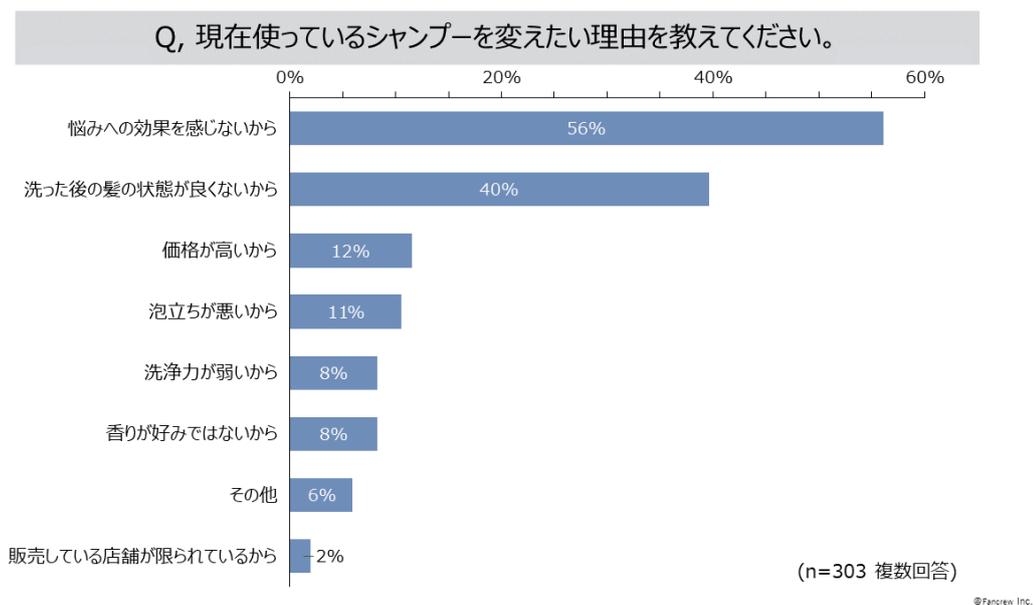
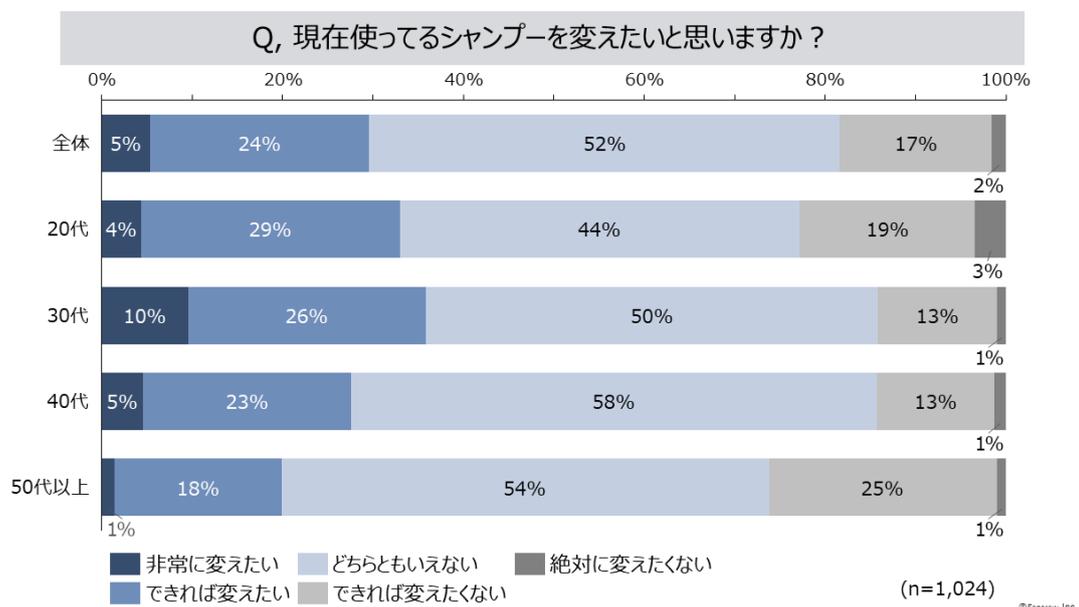
1. シャンプーを選ぶ際参考にするのは「SNS」25%



2. シャンプーを選ぶ際に重視するのは「髪や頭皮の悩みへの効果」36%



3. 現在使っているシャンプーを変えたい29%、「悩みへの効果を感じないから」



本調査ではこれ以外に普段使っているシャンプーの金額や購入場所など全 24 問で回答を得て、年代別、職業別、居住地域別に集計しています。

【調査概要】

調査方法：インターネット調査

調査対象：一般消費者

回答者：「ファンくる」に登録している全国 140 万人のユーザー

回答者数：1,024 名（男性 206 名、女性 818 名）

調査時期：2024 年 6 月 19 日～6 月 26 日

調査項目：シャンプーについての意識調査

設問数：24

※本調査の全結果をご希望の方は、ぜひ当社までご連絡ください。

※本調査結果引用時のお願い

本調査結果の引用時には、以下のご対応をお願い申し上げます。

クレジットに「株式会社ファンくる（Fancrew Inc.）調べ」と明記してください。

WEB 上で引用いただく際には、「ファンくる」(<https://www.fancrew.jp>)リンク付与をお願いいたします。

【ファンくるについて】



オペレーションレベルでの現場改善や、ブランド戦略やメニュー開発など経営レベルの戦略立案にお役立ていただける顧客体験（CX）マネジメント SaaS サービスです。当社が運営する登録者 140 万人の体験型情報サイト「ファンくる」から派遣するモニターや来店客へのアンケートから収集されたレポート等を、独自の手法で感情を定量化（特許取得済）し、当社が保有するビッグデータや様々な外部データソースとともに精緻に分析することによって顧客体験（CX）全容を捉え、顧客満足の改善優先度の特定や競合比較を安価にフィードバックすることができます。

【会社概要】

- 会社名：株式会社ファンくる
- 代表者：代表取締役社長 山口敬人
- 資本金：1 億円
- 創業：2004 年 8 月 26 日
- 所在地：東京都千代田区岩本町 1-10-5 TMM ビル 4F
- TEL：03-4400-6630
- FAX：03-5809-1468
- URL：<https://www.fancrew.co.jp/>
- 事業内容：来店客調査「ファンくる CR」の運用・開発
消費者モニター調査「ファンくる MR」の運用・開発
販促・店頭調査「ファンくる PR」の運用・開発

従業員満足度調査「ファンくる ES」の運用・開発
体験型情報サイト「ファンくる」の運用・開発
インターネットリサーチ/マーケティング支援

【本件に関するお問い合わせ】

■株式会社ファンくる（担当：広報、Email：pr@fancrew.co.jp）