

実践『ペルソナ』通信 (No.70)
「女子大生におけるハンドネイルの実態」に関する調査結果
～ハンドネイルをしている女子大生は半分～

実践女子大学人間社会学部 実践「ペルソナ」研究会は、女子大生を対象に、「ネイルの実態」についてアンケート調査を実施いたしました。有効回答者数は 211 サンプルでした。

※実践「ペルソナ」研究会は、実践女子大学人間社会学部における「統計科学（担当：竹内光悦）」、「経営学（担当：篠崎香織）」、「マーケティング（担当：斎藤明）」の3つの分野のゼミ生を中心に組織され、実践女子大生が「自分たち自身」の消費行動、ライフスタイル等を科学する研究会です。

総括

今回の調査において、ハンドネイルを1ヵ月以内にした女子大生は約5割、していない女子大生は約5割という二分化した結果になった。していないとの回答の中で最も多くみられた理由が「アルバイトの都合上」であった。これは大学生が飲食系のアルバイトをしている割合が高いからである。

ハンドネイルをしていると回答した人は、ポリッシュネイルが最も多く、大学生の間で多く用いられていることがわかった。ポリッシュネイルをしている理由は、価格が安くて落としやすく、手軽で誰でも簡単にできることであり、季節を感じるネイルカラーが取り入れられている。これらのポリッシュネイルの特徴が大学生の生活にマッチしているため使用の浸透がみられるといえる。また、ジェルネイルをしている人は、ポリッシュネイルでは難しい、デザイン性の高いネイルや持ちの良さを理由に挙げていた。ジェルネイルはポリッシュネイルと異なり、常にしている人の割合が多く、リピーターが多いことが伺える。

これらの結果から、ポリッシュネイルは季節ごとにカラー展開の変更、速乾性や落としやすさなどの質を高めることで購入を促進することができると思う。そして、ジェルネイルは、現在とは異なるアルバイトを探している層を狙って、求人サイトの下にジェルネイルのネット広告の出稿を行ったり、成人式をはじめとするイベント等を控えた層を狙って、ジェルネイルの魅力を発信するなどの、新規顧客獲得に向けた対策を講じることで、毎月来てくれるリピーターをつくることができ、業界をより発展させることができると思う。

調査結果のポイント

(1) 1ヵ月以内にハンドネイルをした人は50%、ハンドネイルをしない理由はアルバイトが関連している。(図1)(図2)(表1)

1ヵ月以内にハンドネイルをした人は5割であった。そのうちポリッシュネイルは31%、

ジェルネイルは16%。ハンドネイルをしない理由として「アルバイト上の都合上」が7割と最も多い回答となった。「就職活動やインターンシップの都合上」など、将来を意識したような回答も見られた。

(2) ポリッシュネイルをする理由は機能的にも金銭的にも手軽で、安くて落としやすく誰にでもできるという認識。(図3)(図4)

ポリッシュネイルをする理由として、「簡単に落とせて気軽に色を変えられるから」と「安いから」と回答した人が多かった。塗る頻度は「1週間おき」が39%、「1ヵ月おき」が29%であるため、ポリッシュネイルは価格、使い方どちらにおいても誰でも手軽に用いることができ、かつ、その日の気分の変化や短期間しかできない場合にも適しているという認識であることが伺える。

(3) ポリッシュネイル購入のポイントは、季節感のある色味。季節の変化に合わせて欲しい色味も変化する。(図5)

ポリッシュネイルを購入する際に、「季節にあった色」を重視している人が最も多かった。このことから、季節に合わせて欲しい色が変わることがわかった。これは、洋服などと異なり、ポリッシュネイルが安く手軽に取り入れられるもので、かつ、指先は目につきやすいため季節感を表すのに適しているからではないかと考えられる。

(4) ジェルネイルをする理由は、凝ったデザインができることと持ちの良さで、リピーターが多い。(図6)(図7)(図8)

ジェルネイルはネイリストにやってもらうことがほとんどで、凝ったデザインを注文する学生が多いようだ。また、ジェルネイルは光で固まるため、ポリッシュネイルのように落ちないことから、持ちを重視しての利用が多くみられる。ジェルネイルをしている人は16%と少数であったが、そのうちの多くの人が毎月ジェルネイルを変えていることから、定期的なリピーターが多いことがわかった。

(5) SNSに投稿する派は他の人に見てほしい、投稿しない派はわざわざ載せる必要がないと真逆。投稿すると割引が受けられるサロンも。(図12)(図13)(図14)

ジェルネイルをしているからには他の人に見てほしいと思っている人と、そうでない人とが二極化している。他の人に見てほしいと思っている人は、かわいいジェルネイルをしているという自己満足だけでなく他の人の反応も気にしており、そうでない人は、自分だけ満足していれば人に見せる必要はないとの考えだと考察できる。また、「SNSに投稿することで割引が受けられるから」との回答があり、顧客のSNSを通して拡散することで新規顧客の獲得手段としているサロンがあることも伺える。さらに投稿しない理由として、「アピールする必要がない」との回答が10人中7人であったことから、大学生にとってSNSは自己日記的なものではなく、人に見せるためとの認識でもあったことがわかった。

調査概要

- ・調査対象：女子大学生 1～4 年生
- ・調査方法：Google フォームによるアンケート
- ・調査期間：2018 年 6 月 15 日～2018 年 7 月 1 日
- ・有効回答者数：211 人（有効回答数 100%）

本件調査担当

実践『ペルソナ』研究会

3 年 青野 朱里

岩崎 菜々子

杉浦 沙也加

関 萌緑

調査結果データ

(1) 1 カ月以内にハンドネイルをした人は二分化している。

女子大生にハンドネイルの状況を尋ねたところ、していない人が半分を占めた。ハンドネイルをしている人で最も多かったのは 31% のマニキュア、次に多いのが 16% のジェルネイルであり、スカルプやネイルケアプロテクター、つけ爪がそれぞれ 1% ずつであった。この結果から、1 カ月以内の女子大生のハンドネイルの状況はしている人としていない人で二分化していることがわかる。(図 1)

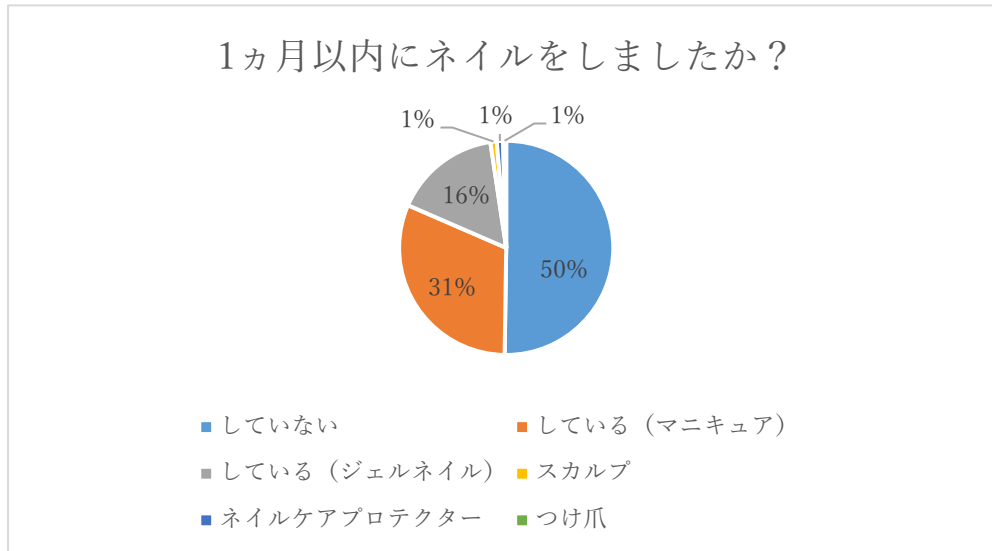


図 1.女子大生のハンドネイル状況 (n=211)

(2) ハンドネイルをしていない理由はアルバイトが関係している。

ハンドネイルをしていない人に理由を尋ねると、アルバイト上したくてもできない人が約 7 割であった。つまり、ハンドネイルをしたくてもアルバイトの規則により、できない人が多いのではないかと考察することができる。(図 2)

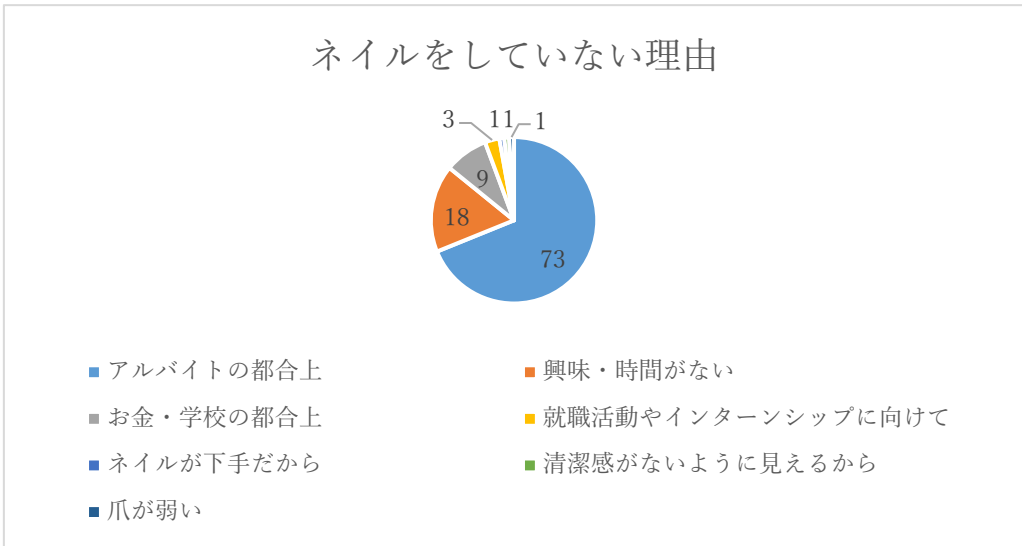


図 2.ハンドネイルをしていない理由 (n=106)

ハンドネイルをしない理由とアルバイトの関係のクロス表

度数

		アルバイトの関係		合計
		アルバイトの都合上	その他の理由	
ネイル	していない理由	73	33	106
	している理由	0	105	105
合計		73	138	211

カイ 2 乗検定

	値	df	漸近有意確率 (両側)
Pearson のカイ 2 乗	110.563 ^a	1	.000
尤度比	140.683	1	.000
有効なケースの数	211		

a. 0 セル (0.0%) は期待度数が 5 未満です。最小期待度数は 36.33 です。

表 1.ハンドネイルをしない理由とアルバイトの関係のクロス集計

ハンドネイルとアルバイトの関連を見るために、独立性の検定を行ったところ、自由度 1、カイ 2 乗値は 110.563 の値になり、有意確率 (P 値) は 0,000 となったため、有意水準 5%で独立ではない。つまり、関連があるといえる。(表 1)

(3) ポリッシュネイルは簡単に落として気軽に色を変えられることが特徴
 ポリッシュネイルをしている人に理由を尋ねたところ、「簡単に落として気軽に色を変えることができるから」と答えた人が 49%と最も多かった。次いで「安いから」と回答したのは 16%、「満足のいくデザインを自分でできるから」との回答は 5%という結果に

なった。この結果から、ポリッシュネイルの特徴は、簡単に落として気軽に色を交換できることだとわかる。(図3)

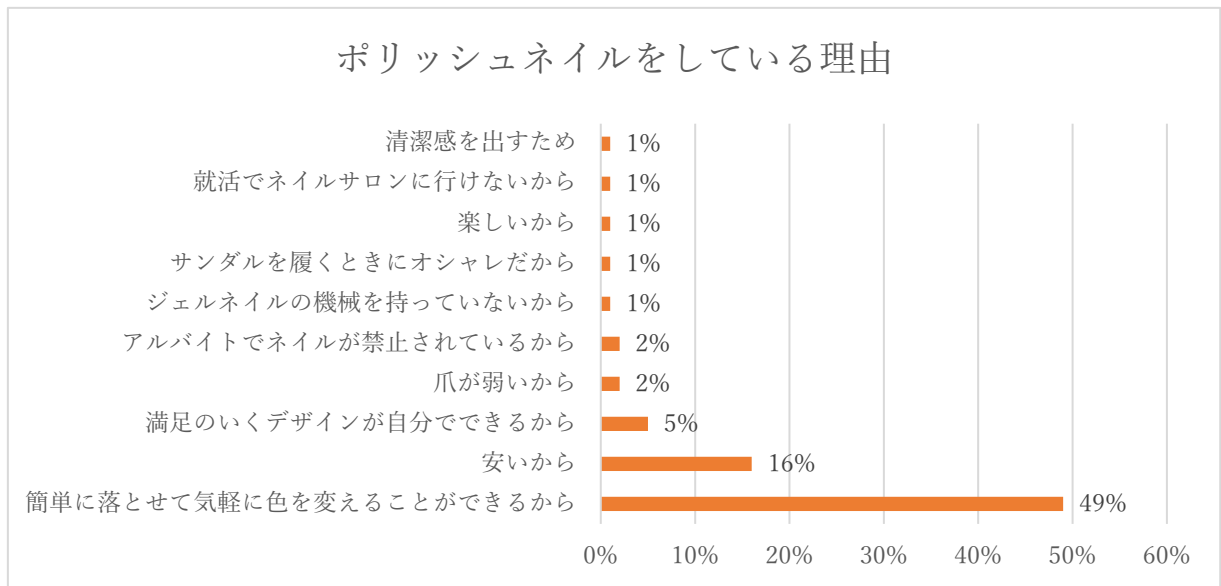


図3.ポリッシュネイルをしている理由(n=66)

(4) ポリッシュネイルの使用頻度は1週間おきが多数、色や質がポイント

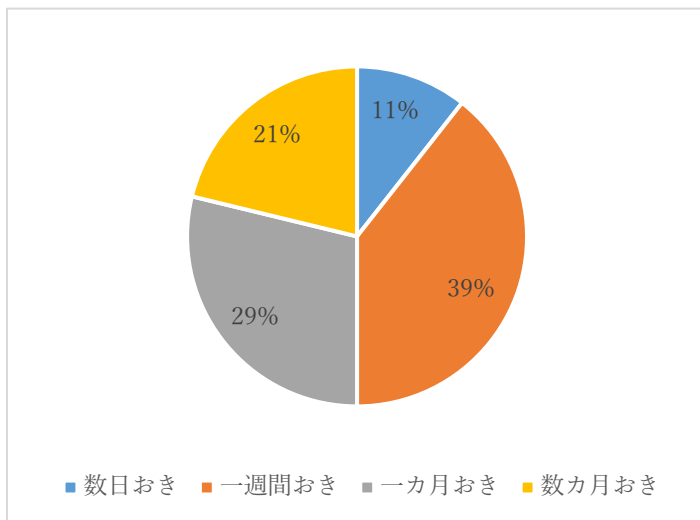


図4.使用頻度(n=66)

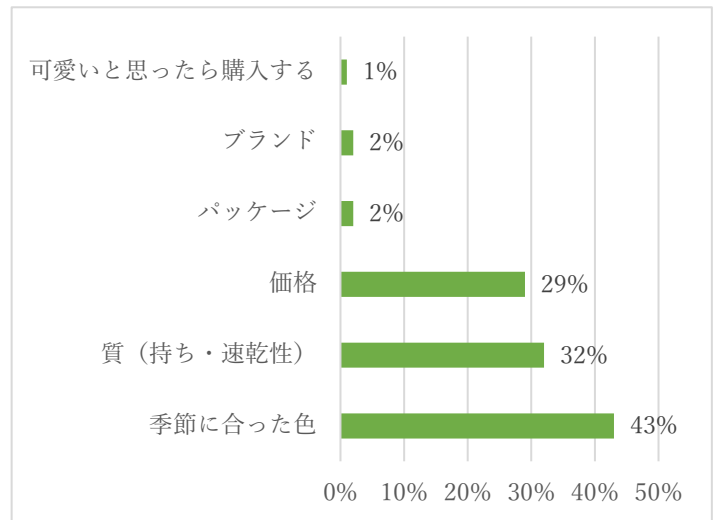


図5.購入するときに重視していること(n=66)

ポリッシュネイルを使用している人に頻度を尋ねたところ、1週間おきという回答が39%と最も多く、1カ月おきと回答した人は29%であった。次いで数カ月おきと回答した人は21%

である。つまり、大半の人はまめに使用していることがわかる。(図4)

ポリッシュネイルを購入するときの重視を問う質問では、価格を重視するのではないかという仮説を立てたが、季節にあった色を重視する人が43%と最も多く、次いで速乾性などの質を重視する人が32%と多かった。(図4、図5)

(5) ジェルネイルを選ぶ基準は「デザイン」・「長持ち」

ジェルネイルをしている人に理由を問う質問では、「凝ったデザインができるから」が20%を占め、「長持ちするから」が19%となった。(図6)

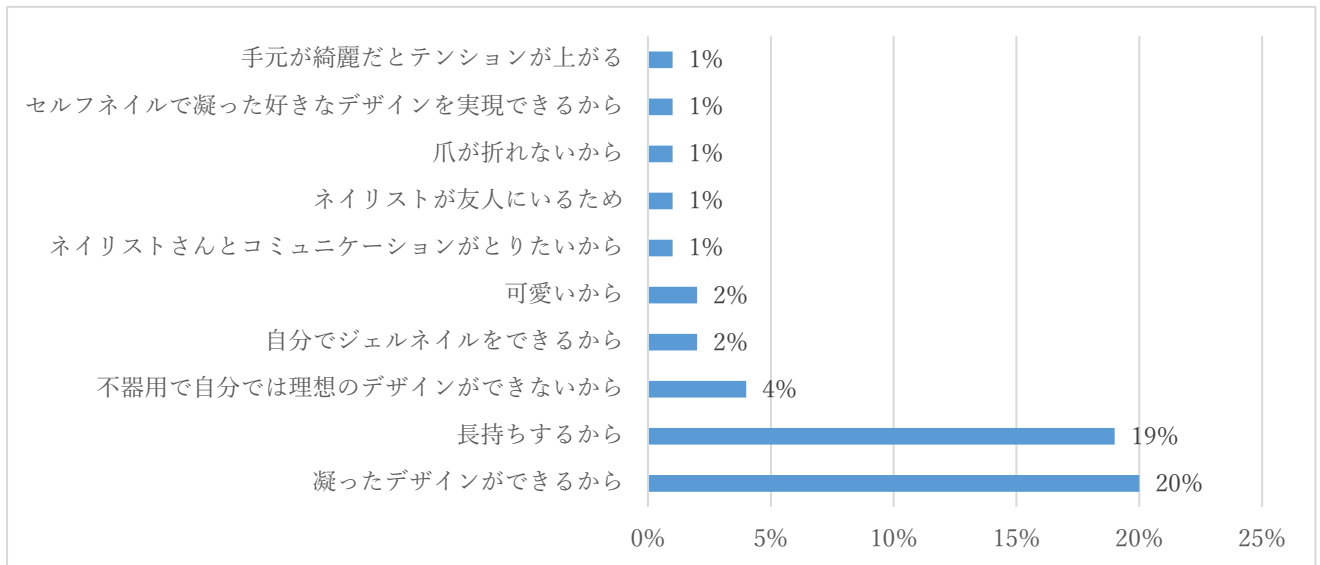


図6.ジェルネイルをしている理由 (n=34)

(6) ジェルネイルの頻度は1カ月に1回が最も多い

ジェルネイルの頻度は1カ月に1回が67%と最も多く、2ヶ月に1回が15%、数ヶ月に1回が12%、3週間に1回が6%であった。この結果から、ジェルネイルの持ちがポリッシュネイルに比べは長期間であることわかる。また、図1と図8より、「ジェルネイルをする人は、常にしているのではないか」という仮説を立てた。表2のパス図は重回帰分析を行った結果である。「ジェルネイルをする人」から「常にしている」に向かうパス係数は、偏回帰係数=0.687であり、5%水準で統計的に有意であった。つまり、仮説が立証され、1カ月以内にジェルネイルをした人は、普段も常にしている人が多いことがわかった。(図7、図8、表2)

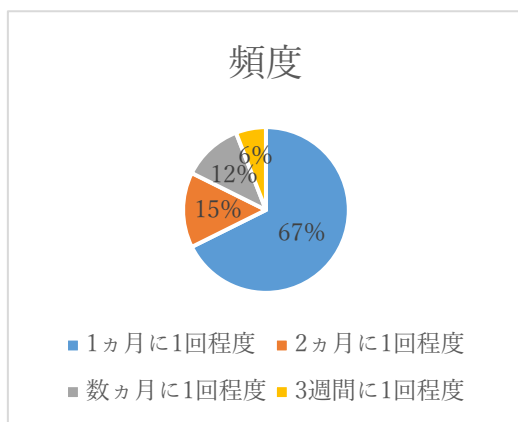


図7.使用している人の頻度 (n=34)

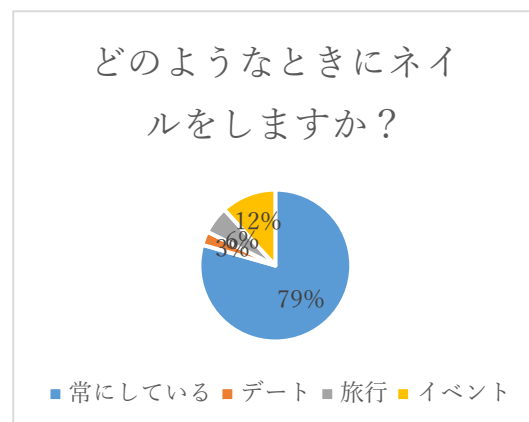


図8.ハンドネイルを使用する場面 (n=34)

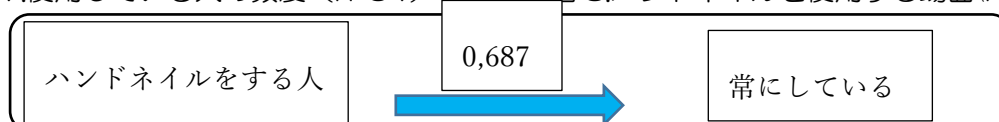


表 2

(7) ネイルサロンを選ぶ基準は「価格」

ネイルサロンを選ぶ基準に関する質問では、39%の人が「価格」と回答した。次に「立地」が20%、「居心地のよさ」20%が続いた。ネイルサロンを選ぶ基準は大きく分けるとこの3つであり、中でも価格を重視していることがわかった。(図 9)

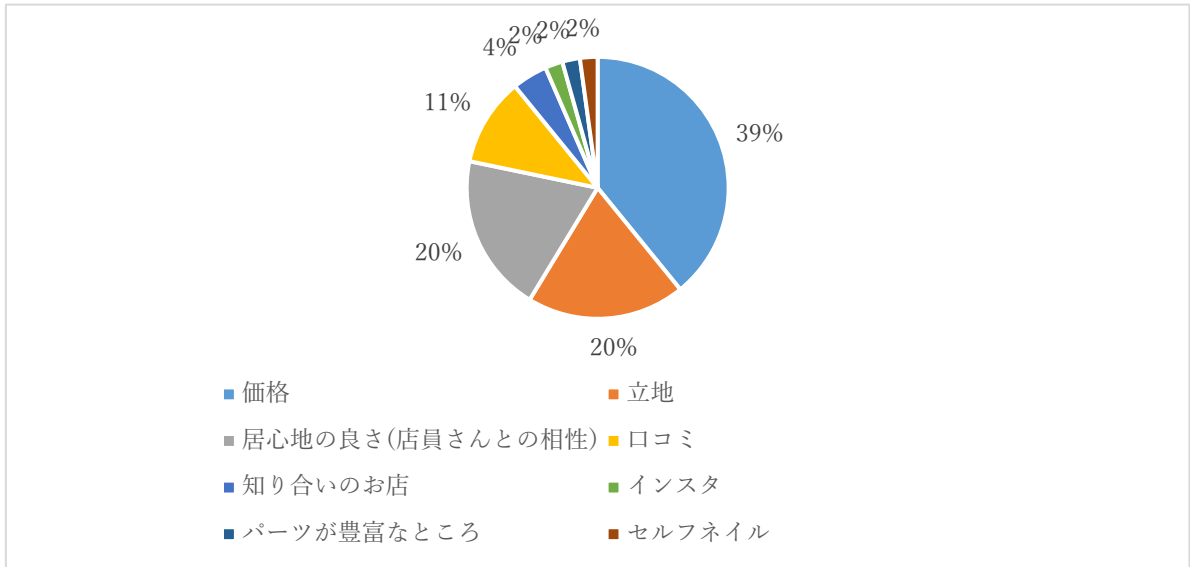


図 9.ネイルサロンを選ぶ条件(n=34)

(8) ジェルネイルのきっかけは友人の影響

ジェルネイルをはじめたきっかけを尋ねたところ、10人が「友人や家族の影響」と回答した。次いで5人が「お洒落で可愛いから」、4人が「アルバイト先がOKだから」という結果だった。(図 10)

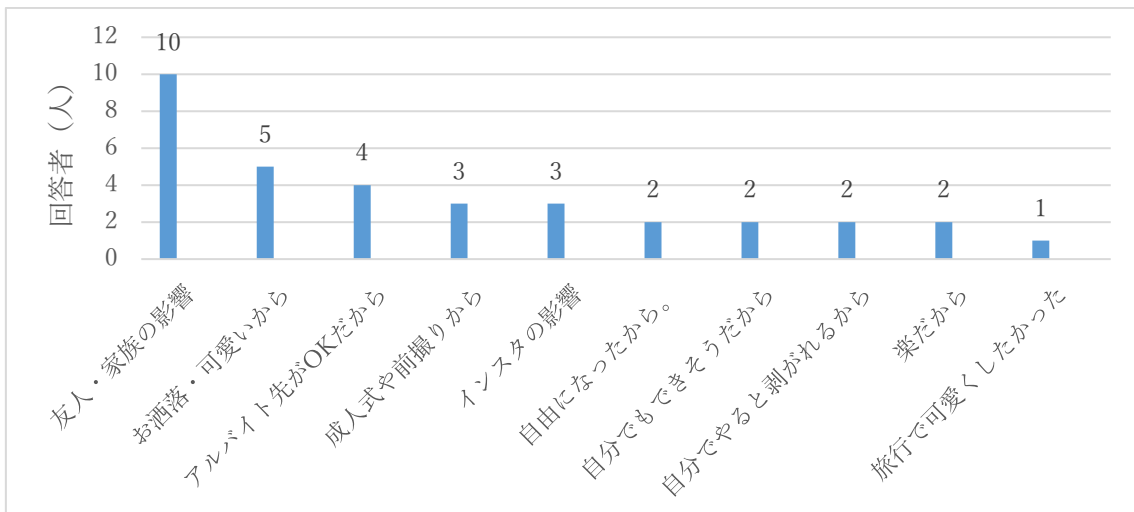


図 10.ジェルネイルをはじめたきっかけ(n=34)

(9) ハンドネイルをするきっかけ

ハンドネイルをはじめるとのきっかけは成人式 50%とコンサートや握手会が 50%という結

果になった。(図 11)

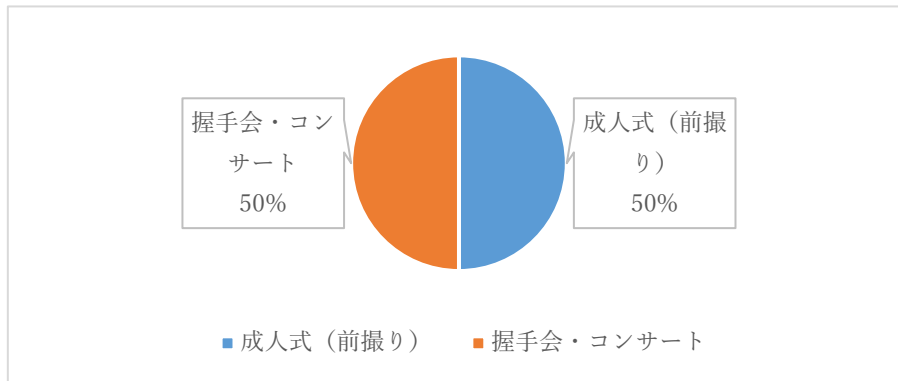


図 11.ハンドネイルのきっかけ

(10) ハンドネイルを SNS に投稿する人は二分化している。

ハンドネイルを SNS に投稿する人は 53%、SNS に投稿しない人は 47%であり、投稿するかしらないかは二分化している。(図 12)

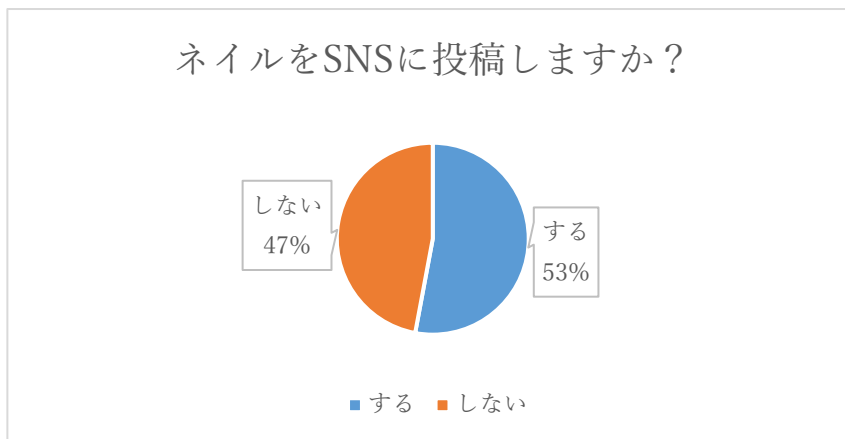


図 12.SNS への投稿 (n=34)

(11) SNS に投稿する理由と SNS に投稿しない理由

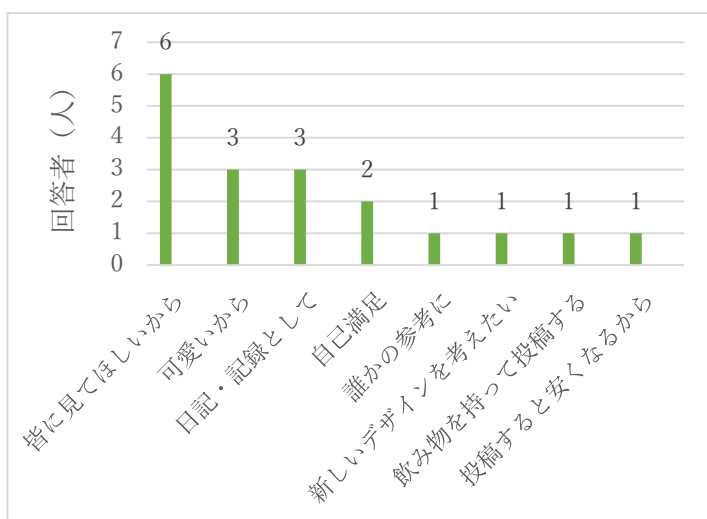


図 13.投稿する理由(n=18)

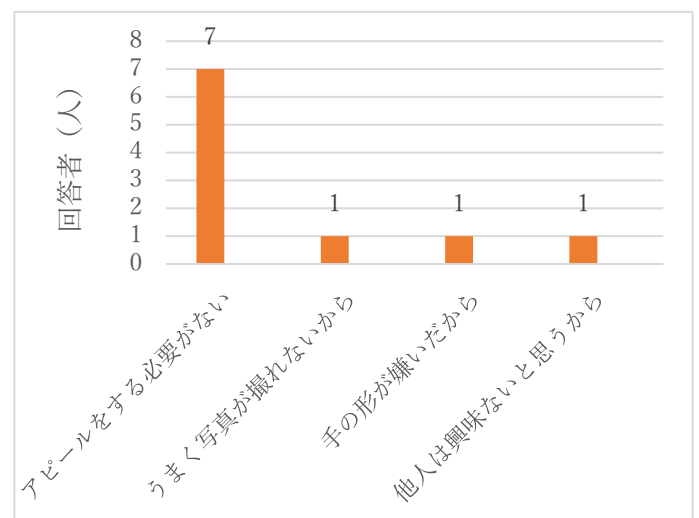


図 14.投稿しない理由(n=10)

SNS に投稿する理由は「皆に見てほしいから」が 6 人と最も多かった。一方、SNS に投稿しない理由は「わざわざアピールする必要がない」が 7 人と最も多かった。(図 13、図 14)

考察

今回の調査で女子大生のハンドネイルをしている学生としていない学生は二分化していることがわかった。ハンドネイルをしていないとの回答の中で最も多くみられた理由が「アルバイトの都合上」であった。ハンドネイルをしている人で、SNS に投稿する人もほぼ二分化していることがわかった。

今後の提案

これらの結果から、ポリッシュネイルは季節ごとにカラー展開の変更、速乾性や落としやすさなどの質を高めることで購入を促進することができる。そして、ジェルネイルは、現在とは異なるアルバイトを探している層を狙って、求人サイトの下にジェルネイルのネット広告の出稿をしたり、成人式をはじめとするイベント等を控えた層を狙って、ジェルネイルの魅力を発信するなどの、新規顧客獲得に向けた対策を講じることで、毎月来てくれるリピーターをつくることができる。と考える。

それぞれのハンドネイルの特徴をアピールして差別化をすることで、リピーターを増やすことができ、業界の発展につながり、また、インターネットをはじめとする媒体で魅力的な記事を掲載することで、若者の集客力が向上すると考える。