

今日から試せる! PR&販促講座

～成熟市場に活路を見出す美容マーケティング～

VOL.21

今ドキ女性的美容情報リサーチ事情
～SNS数種を使い分け。「ググらない」美活女子たち～

松下令子 (まつしたれいこ)

美容専門PR・販促支援会社 株式会社DSプロモーション代表取締役
/美容マーケッター

「自分が顧客だったら何を支援してもらいたいのか?」をスタッフ一同の視点にして、PR・販促支援サービスを展開。広報代行や美容クリニックでのテスター販促事業に加え、新規顧客の店頭集客等が好評。最近では、一般消費者を対象としたPRにも注力しており、リアル体感会やSNS施策等、新たな美容広報スタイルを常に提案している。自身は美容マーケッターとしてコンサルティング、セミナー等でも活動。

【株DSプロモーション】 <http://www.ds-p.net/> TEL: 03-3453-8163



先日、20～30代女性を中心に美容に関するグループインタビューを行いました。比較的美容に関心があり、かつ日頃から情報収集感度の高い女性達を集めましたので、座談会は美容知識や情報の交換会と化し、大盛り上がり。座談会中もスマホ片手に、会場のカフェの内観や目の前のパスタやスイーツを撮影してその場でインスタグラムに投稿したり、会話中の用語をツイッターでつぶやいたり。こういったカジュアル形式の座談会だと、なかなかリアルな今ドキ女子のライフスタイル

が垣間見られます。

座談会の参加者全員が美容やグルメなどプライベートの情報収集はインスタ、ツイッターなどのSNSでほぼ網羅しており、知りたいことを自分で「検索」するのではなく、フォローされている人に聞いてしまふ。これが一番早く信用のおける情報を収集できる手段だそうです。もちろん、キュレーションサイト等も参考にしているようですが、SNS仲間とのシェアで知ること多いようです。

要は、調べる際の第一アクションは、SNSであり「ググる」行為はその先か、ほとんどしないという人までいるようです。特に、コスメや美容、グルメといった体感しないかわからないものは信頼できる第三者の「体験談」が判断基準として非常に価値があり、故に「口コミ」は今も昔も有益な情報収集経路といえるでしょう。

それでいて、口コミでは懸念される「仕込み」「やらせ」の類には非常に敏感なので、結果的に自分と価値観が合いかつ信頼できるネットワーカーSNSが現時点の有力な情報源となっているというわけです。また、SNSの中でも即効的な情報や回答が知りたい時はツイッターに限る、詳しい情報を知りたい時はブログ、写真などのビジュアルに影響されやすいのはインスタグラム、といった具合に使い分けている人も少なくありません。

そして、何よりも重要なのは、こうした情報収集の行為は彼女らにとって自分の感性に合い関心ある情報に効率的にたどり着ける、あくまでも「手段」であって、「目的」すなわちゴールではないという事です。「ゴール」はやはり自分の価値観に合うブランドとの「リアル」な出会いであり体感の場です。さらに重要なのは、シビアな消費者の、量的な拡散のみではなく、その「場」が魅力的であるか否か?といった質的な満足度を満たすことも同時に不可欠な要素です。

その場に実際に居た自分にしか得られない情報や体験が充実感となり、発信してフォロワー数が伸びたり、共感を得る事で自己承認欲求が満たされる。そしてさらなるネットワークができていくという循環が美活女子たちのSNSを発展させているのです。