



売上、顧客満足度、技術力など、あらゆる面のベースがアップ。 December 北田氏によるオーダーメイドセミナー導入で、サロン全体が活性化 ——Rencontre Beauty Life Design

Mar 16.2022

茨城県水戸市にある「Rencontre Beauty Life Design（ランコントロール・ビューティー・ライフ・デザイン）」。フランス語で“出会い”を意味する「Rencontre」の名の通り、あたたかみのある接客と多彩なメニューで、地元の人に愛されているサロンです。2021年にはDecember（ディッセンバー）北田ゆうすけ氏とアリミノによるオーダーメイドセミナーを取り入れました。打ち合わせを経て決まったセミナーのテーマは、ブランディングのための「撮影」。代表の郷家秀吉（ごうけひでよし）さんに、セミナーの導入を決めた理由や、全4回・約1年にわたって実施したセミナーの内容、受講後のサロンの変化や成果を伺いました。

「December北田氏セミナープログラム」導入情報

導入の背景

- サロンの強みや売りが曖昧なことに気づいた
- お客様に満足いただきたい気持ちはあるのに、どう変わっていけば良いか分からなかった

選んだ理由

- サロンブランディングに定評のあるDecember北田氏による直接の講習
- サロン状況に合わせて、オーダーメイドでセミナー内容を組むことができる

導入による変化

- スタッフ一人ひとりが自分の持ち味を発見し、新たなスタイルを打ち出すように
- 仕上げのクオリティーがアップし、お客様への提案の幅が広がった
- 新規顧客数や店販売上がアップ

導入前の課題：サロンの強みや売りが曖昧なことに気づいてしまった



——北田さんxアリミノのオーダーメイドセミナーを導入したきっかけを教えてください。

郷家さん（以下敬称略）：もともと、サロンとしてのブランディングに課題を感じ、さらなる発展のためには何か変わらなければと感じていたんです。

当サロンは2014年の創業以来順調に客数を伸ばし、2019年に現在の店舗へ拡張移転しました。お客様

が同日に同じ空間で頭から足先まできれいになれるトータルビューティーの提供を目指して、ネイルやマツエクを取り入れました。さらに、2021年からは脱毛サービスも開始。その甲斐もあって、ご家族そろってお越しになるお客様もいらっしゃり、男女問わず20代から大人世代まで幅広い方にご利用いただいています。

売上も順調に伸び、特に2021年は私個人ではほとんどの月で過去最高売上を記録しました。コロナ禍で美容院にこまめに通うのが難しくなった分、一回の来店でしっかりきれいにしようという方や、ホームケアに時間をかけようという方が増えたため、トリートメントメニューや店販の売上アップにつながったのだと思います。

そこで、ならばお客様の「きれいになりたい」という気持ちにより一層強く応えていきたい、新しい価値を提供していきたいと思い至りました。

——ここまで伺っていると、順調に成長していて特に課題はないように思えますが……。

郷家：ありがとうございます（笑）。ただ、改めてどんな新しい価値をお客様へ提供していきたいかを考えたときに、幅広くお客様のご期待に応えるようにしてきた分、私たちの「好き」や「得意」な部分、つまり「サロンの強み」が不明瞭だと感じたんですよ。

スタッフと話していても、お客様に満足してもらいたいという意識は強く、みんな変わりたいという気持ちはあるのですが、具体的にどう変わりたいかが分からない。自分たちが明確な目標を持っていないことに気づいてしまったんです。それはつまり、サロンブランディングができていないということですよね。

そんな折にオーダーメイドセミナーをアリミノの営業担当さんから紹介されて、すぐに興味を持ちました。

オーダーメイドセミナープログラムを選んだ理由：活躍する美容師さんの存在はサロンの刺激に。寄り添う姿勢で新たな視点から課題解決の糸口も見出してもらえた



——セミナー導入を決めたポイントはどこにあったのでしょうか。

郷家：やはり、北田さん自ら当サロンにいらして講義して下さることは魅力でした。ご自身のサロンを構えてからすぐに2店舗目を出されるなど、北田さんの活躍には以前から注目していたんです。そういった活躍をしている美容師さんの言葉や技術を目の前で体感できる機会は、スタッフにとっても良い刺激になるはずだと思いました。

また、Decemberさんはブランディングが得意なサロンという印象があったので、当サロンの課題を解消するのにピッタリではないかと感じました。

でも、北田さんとは全くの初対面だったので、お会いするまでは少し緊張しました（笑）。

——実際に北田さんにお会いになって、どんな印象でしたか？

郷家：とてもフランクな方で、不安は一気に払拭されましたね。最初の打ち合わせは2020年12月にオンラインでおこなったのですが、こちらの課題に真摯に向き合ってください。的確なご提案とともに「一緒にお店を良くしていきましょう！」という熱意が伝わってきて、こちらもワクワクと心躍りました。

その打ち合わせでは当サロンが抱えている悩みや課題について相談し、全4回のセミナーをどのような内容で組むか一緒に決めていきました。サロンブランディングについて課題を抱えていると伝えると、「それを解決するなら、集客サイトなどに掲載する作品を自分たちで撮影する技術を向上させましょ

う！」とアドバイスいただき、実践することになったんです。

——ブランディングで「撮影」ですか？

郷家：驚きますよね。北田さん曰く、ブランディングには「自分たちが、何が好きで得意か。それを形にしてお客様に提示することが大事」だと。そのために撮影技術が必要だとおっしゃって、なるほどと思いました。

導入時の工夫：実演・実践・フィードバックを繰り返す。こまめに現場の声を反映し、より良いセミナー内容へ



——セミナー実施までは、どのように進めていきましたか？

郷家：最終回に「自分たちで撮影をすること」を設定し、それをゴールとしました。そこで北田さんの前で実践する最終回を含めた全4回で撮影に必要なノウハウを学んでいくよう、打ち合わせを通して内容を詰めていきました。また、セミナーが始まってからも都度、北田さんとアリミノさんとの振り返りミーティングを挟み、臨機応変に内容を変えていきましたね。

——具体的には、どのような内容のセミナーになりましたか？

郷家：第1回は、北田さんによるデモンストレーション。モデルさんと共に来店くださり、いつものように撮影するのか、スタイリングからメイク、撮影まで、解説を交えながら具体的に見せていただきました。

実演を見て、仕上げの違いに驚きましたね。作品として撮影するときはどう映るかを意識して仕上げているので、普段のサロンワークとは視点が異なるんです。艶を見せる意識や、髪型に対しての撮影する画角など、具体的なテクニックがすべて新鮮でした。特にスタイリング剤の使用量に違いを感じて。日頃のサロンワークに比べて思っている以上にたっぷり使い、艶を出していたのが印象的でした。

あとは「北田さんもメイクするんだ！」と。実は、私自身はあまりメイクが得意ではなくて。でも、トータルでスタイルを完成させるためには、メイクは欠かせない要素だと気づきましたね。

——2回目以降はいかがでしたか？

郷家：第2回は、1回目を踏まえてスタイリストが各自で仲の良いお客様や友人に協力いただき、撮影を前提にカット・スタイリングを実践しました。それに対して北田さんから「自分ならこうフィニッシングする」とアドバイスいただきました。ここでも、「頭を小さく見せるには、髪をバックに流す」「スタイリング剤をつけたらコームを通すだけで艶感が変わる」など、ちょっとした一手間が大きな違いにつながり、みんな驚いていましたね。自分たちでつくったスタイルに手を加えてフィードバックいただくので、その一手間の違いがよりしっかりと感じられました。



第2回セミナーの様子

郷家：また、1回目と2回目のセミナーでスタッフのモチベーションが大きく上がって。スタッフから「北田さんのカット技術や、“推している”スタイルを知りたい」という声が挙がるようになりました。そこで第3回では、ウィッグを使ったカット講習を実施。ここでも北田さんは私たちが思っている以上に軽くカットしているなど、「普段のサロンワークではここまで攻めて切ってなかったな、でもここまでしてもいいんだ」というような学びがありました。

——スタッフの方々の声を反映できるのは、オーダーメイドセミナーならではのですね。

郷家：そう思います。「撮影技術の向上セミナー」の中に、スタッフのやってみたい内容をカスタマイズできたことで、全4回を通してオーダーメイドならではの特別なプログラムになったと充実感がありました。

第3回でカット講習を挟んだのは、1回目終了後の振り返りミーティングで、アリミノさんから「このまま撮影だけではなく、スタッフさんの希望する内容を挟むのはどうでしょう」と提案いただいたからなんです。もし私一人だったら、なんとなく撮影に関することだけで進めていたかもしれません。こまめに打ち合わせで明確なアドバイスをくださるなど、寄り添って一緒に進めていただけたのはうれしかったですね。



第1回セミナー後の北田さんとの集合写真

——そして、最終回。

郷家：最終回はモデルの手配から、ヘアメイク、衣装もすべてスタイリスト自身がプロデュースして撮影に挑みました。特にモデル探しは、インスタグラムで気になる方にアプローチをしてサロンまで来ていただくという、今までやったことのないチャレンジで。サロンとしてもモデルの仕事として依頼をする形で、サロンの予算から出演費を用意しました。各自、自分のイメージに合う方を探して動いた結果、都内大学のミスコン・ミスターコン上位のモデルさんも複数人参加くださいました。

モデル探しから作品づくりは始まっているんですね。そこからが「自分がつくりたい作品」の重要な部分であると、このセミナーで気づきました。

導入の成果：スタッフ一人ひとりが自分のやりたいことを発見。
新たに打ち出したスタイルを求めて新規顧客がつくように



——スタッフの皆さんには、セミナーを通してどんな変化がありましたか？

郷家：みんな最初はかなり緊張気味でしたが、1回目を終えた直後から北田さんに対してより貪欲になったというか、聞きたいことがどんどん出てきたようで。セミナー中にも積極的に質問が挙がっていました。北田さんもそれに対して出し惜しみなく教えてくださるので、回を重ねるごとにどんどん盛り上がっていくような感じでしたね。

そして何より、自身の作品を考えて深めていく過程を通して、一人ひとりの「自分は、何が好きで得意か」が明確になったと思います。さらに北田さんの実演やフィードバックを受けて、それを表現する方法と技術、特に仕上げ技術が飛躍的に向上しました。

——どのようなところで、「好き」「得意」が明確になったと感じますか？

郷家：例えば、スタイリストの一人は「もっとメンズにアプローチしていきたい」と、やりたいことが明確になったので、思い切って予約サイトの写真をメンズメインに変更したんです。その結果、男性客の比率がアップしました。また別のスタッフは、集客サイトやInstagramにセミナーで撮影した作品を掲載したり、プロフィール文で自身の好きなスタイルや得意なことを掲載したりしたところ、そのスタイルを気に入られた新規のお客様から予約が入ったケースが複数あります。



セミナー最終回の様子。スタッフ自身のメイクや服装も変化した

郷家：向かうべき方向が定まって、しかもそれが自分の好きなことなので本人も楽しいですし、もっとカッコよく仕上げたいという意欲が湧いてきます。スタッフのやる気や技術がアップすれば、お客様の満足度も向上し、そして再来店につながる。そういう好循環がサロンのいたるところで生まれています。

また、「自分の好き」が分かるとつくるスタイルだけでなく、スタッフ自身も変わるんですよ。セミナー前と比べると、スタッフ一人ひとりのファッションやヘアアレンジ、メイクも洗練されたように思います。それによって、サロン全体がより活気に溢れるようになりましたね。



セミナー後に、Decemberのインテリアを意識して取り入れた、ナチュラルな雰囲気照明飾り

——新規のお客様が増えたとのことですが、既存のお客様の反応はいかがですか？

郷家：以前からお越しくださっているお客様に対しても、みんな新しい仕上げをご提案していますよ。「こちらに髪を流せば小顔に見えやすいですよ」「ここを耳にかけるだけで、印象を変えられますよ」など、セミナーで教わったことを、すべて伝えています。「このサロンはいつも新しいことを取り入れている」と思っていただけのように、喜ばれていますね。

——売上などの変化はありましたか？

郷家：スタイリング剤が今まで以上にご購入いただけるようになりました。もともと店販比率が高い店ではあるのですが、今回のセミナーを受けて「こういう質感にするには、このオイルを使うと良いですよ」など、より具体的な提案ができるようになったので、お客様の購入希望がグッと増えましたね。また、仕上げのクオリティーがアップしたことも影響していると感じています。

今後の展望：それぞれの「好き」をさらに強化し、ブランド力を高めていきたい



——今回のセミナーを踏まえて、今後やっていきたいことや展望を教えてください。

郷家：まずは北田さんに教えていただいたことを生かし、定期的に撮影会を行う予定です。今、サロン内は「こんなスタイルが作りたい」「こんな作品が撮りたい」というやる気で満ち溢れています。それぞれの「好き」をより追求していけば、サロンのブランド力の向上につながると期待しています。

そのためにも、もっとメイク技術を向上させたいという希望がスタッフから出ているんですよ。なので次はメイク講習への参加も考えています。

また、お客様へのさらなる価値提供を目指して、今後もグレイカラーの新しい技術の導入やデザイン提案などに引き続き取り組んでいきたいですね。

Profile



郷家 秀吉 Hideyoshi Gouke

Rencontre Beauty Life Design 代表

茨城県日立市出身。ハリウッド美容専門学校卒業後、県内3店舗を経て、2014年にRencontre Beauty Life Designを水戸市にオープン。お客様一人ひとりの骨格や髪質に合わせて計算したカットで、髪が伸びてもまとまるスタイルを提供している。ショート、ボブスタイルを得意とし、メンズカットの評判も高い。休日は都内での講習に積極的に参加するなど、常に技術向上とトレンドを意識。全国の有名サロンでのカット講師や、コンテスト入賞の経験がある。

Instagram : [@rencontre_gouke0408](https://www.instagram.com/rencontre_gouke0408)

■ アリミノ営業担当者コメント

Rencontreさんはもともと、集客や売上に関する大きな課題が見当たらない人気サロンでした。そのため、サロンをより進化させるお手伝いをするにはまず何が必要なのかを、ヒアリングするところから始めました。その中で郷家さんが「顧客満足」と「サロンブランディング」の2点に課題を認識されていることが見えたため、今回のオーダーメイドセミナーの導入をご提案しました。お互いに手探りの中、郷家さんと何度も打ち合わせを重ね、December北田氏の丁寧かつ的確なアドバイスを基に組み立てた講習会。4回と限られた時間の中でしたが、「顧客満足＝自己ブランディング」という、一つの答えにたどり着くことができた実感しました。立地の異なるサロン同士が、共に一つのテーマに向き合ったこの年間セッションは、Rencontreさんをさらなる進化へのスタートラインに誘ってくれたのではと思います。

(首都圏第1営業部 第1支店 横瀬慎也)

■ 「Rencontre Beauty Life Design」 サロン情報



人とのつながりを大切に、幅広い年代の方に向けて、トータルビューティーを提供するサロン。いつもお客様に新しい価値を提供するためにネイル、マツエク、脱毛メニューも展開。女性だけでなく男性のお客様からも好評を得ている。

店舗展開

茨城県水戸市に1店舗

従業員数

9名

サロンコンセプト

“出会い・ご縁”を大切に、出会うすべてのお客様に「カワイイ」「キレイ」「カッコイイ」をお届けするヘアサロン

サロンターゲット

20代から大人女性まで、幅広い年代の女性

導入年月

2020年12月（セミナー実施：2021年1月、4月、7月、10月）



Rencontre Beauty Life Design

所在地：〒310-0845

茨城県水戸市吉沢町34-5

Webサイト：<https://rencontre-beauty.com/>

（取材・文/橘川麻実、取材・編集/A PRESS編集部、撮影/栗田真宏）