A PRESS



エイジングケアへのアプローチに「コアミー」を導入し売上アップ！ ダメージケアと軽やかな仕上がりの両立でパーマスタイルとの相性も抜群――LASSIC HAIR

Aug 10.2023

「一生お付き合いできるサロン」として、40～50代の女性を中心に幅広い層のお客様が足を運ぶ兵庫県・三木市のサロン「LASSIC HAIR（ラシックヘア）三木本店」。同店では、2022年11月に「コアミー」を導入し、サロンケア・店販ともに好調だそう。「『大人女性のヘアケア』というコンセプトと、パーマスタイルとも相性が良い仕上がりが特に良かった」と、店長の藤田敏彦（ふじた としひこ）さんは話します。「コアミー」を選んだ理由や導入の工夫、サロンケアとホームケアを合わせて導入するメリットや導入の成果を伺いました。

「コアミー」導入情報

導入の背景	●「エイジングケア」にアプローチできる施策を検討していた ●重くなりすぎず、ケアと軽い仕上がりを両立できるトリートメントを探していた
選んだ理由	●仕上がりが良く、スタッフ間で好評 ●香りが良い ●各ラインアップの違いが明確で選択しやすい
導入による変化	●「コアミー」を選択されるお客様がトリートメント顧客の半数以上 ●客単価・施術件数・店販売上のすべてが向上 ●髪の状態が整うことで、パーマスタイルをつくりやすくなった

導入前の課題：「エイジングケア」へのアプローチ。ダメージケアと軽やかな仕上がりを両立できるトリートメントを探していた



――どのような経緯で「コアミー」を導入されたのでしょうか？

藤田さん（以下敬称略）：「エイジングケア」にアプローチできるものがあればと考えていたところ、アリミノさんのご紹介を受けたのがきっかけです。

もともと「アンチエイジング」や「エイジングケア」という言葉は、数年前からよく耳にするようになり、当店のお客様は年代的に関心を抱かれる方が多いので、気になっていました。「コアミー」の紹介を受けたときは、まず「大人女性のヘアケア」というキーワードに魅力を感じて導入を検討。お客様のエイジングのお悩みを解消できて、私たちの思い描いている仕上がりをつくれるトリートメントなのではとの期待がありました。

――どのようなお客様のお悩みがあったのでしょうか？

藤田：「髪がバサバサする」「ペタッとしてしまう」といった、エイジングのお悩みの声をよくいただいていたんです。そこで特に、ショートヘアのお客様におすすめできる、軽めの仕上がりでダメージケアもしっかりできるトリートメントを探していました。

これまで使ってきたサロントリートメントは、重たい仕上がりになるものが多くて。でも、エイジングのお悩みがある方は、ダメージケアだけでなく、根元の立ち上がりやボリューム感も求められます。私自身もフワッとした仕上がりを思い描くことが多いのですが、そこにフィットしたトリートメントをなかなか見つけられずにいました。

「コアミー」を選んだ理由：スタッフみんなが好きになった仕上がりと香り。各ラインアップの使い分けが明確な点も魅力



――検討は、どのようにされましたか？

藤田：アリミノさんに講習をお願いしました。その後、スタッフそれぞれが自身の髪質に合う「コアミー」を試してみました。使ってみたらスタッフみんなが良さを感じて、「コアミー」が好きになったんですよ。それが導入の一番の決め手になりました。スタッフの試用などを含めた検討期間は、2～3か

月ほど。2022年11月から正式に導入しています。

――実際に使ってみて、スタッフの皆さんはどのような点を気に入られたのでしょうか？

藤田：まず、仕上がり。特に髪の指通りや手触りが良く、スタッフの評判も良かったです。あとは、香りも好評でした。「S」「M」「EX」「リペアティブ」それぞれ違う香りですが、これが不思議なもので、なぜか自分の髪質や好みの仕上がりに合うシャンプー・トリートメントの香りが好きだということが多かったんですよ。ホームケアも同じで、「S」「M」「EX」「フィナジー」「リペアティブ HD」「リペアティブ CD」とありますが、それぞれ仕上がりが自身に合っていると感じるものの香りが好きになるようでした。



――それは不思議ですね！「自分に合う」って、五感すべてで感じ取るのかもしれませんね。各ラインアップはどのように使い分けているのでしょうか？

藤田：「コアミー」はそれぞれの仕上がりが明確で選びやすいですね。そこも導入しやすいポイントでした。

具体的には、ショートヘアやパーマスタイルのお客様など、フワッと仕上げて毛先を動かしたい方には「S」。根元をふんわりと立ち上げたいけれど、毛先はまとめたい方には「M」。もっと補修に力を入れたい方には「EX」。熱やケミカルによるダメージが蓄積している方には「リペアティブ」と使い分けています。ホームケアも基本と同様の考え方で選びつつ、よりエイジングケアに力を入れて地肌の環境を整えたい方には「フィナジー」をというイメージで選択しています。

> 導入時の工夫：ロールプレイング形式のトレーニングを実施。ポップも使って、レストランのフルコースのように各ステップを説明



――導入にあたって、工夫したことはありますか？

藤田：一番意識したのは、サロンケアの施術中に「今、こういうステップをしています」「次は、こんな補修をするケアです」といった具合で、説明していくこと。その説明がどのスタッフであっても同じになるように、「ブースター」などの知識がないお客様に分かりやすいように簡単な言葉を決めて、ロールプレイング形式でトレーニングしました。

――具体的な施術のステップや内容を、お客様にその場で伝えるんですね。

藤田：はい。たとえば高級なレストランに行くと、一つひとつのメニューが出される時に、そのお料理の説明がされたりシェフが挨拶にいらしたりするじゃないですか。そうすると、より美味しく感じるし、うれしくなりますよね。サロンの施術も同じだと思うんです。それぞれのステップについてしっかりご説明することが、お客様の納得感や安心感、ひいては満足につながると考えています。



――施術そのものは、お客様へどのようにご案内していますか？

藤田：「コアミー」とカット・カラー・パーマ・縮毛矯正のセットメニューを用意し、お客様に選択いただきやすいようにしました。また、メニューや「コアミー」の特徴がお客様に分かりやすく、かつスタッフが説明しやすいように、ポップを用意しています。



藤田：導入後最初の1か月はお客様にまずは「コアミー」とその良さを知っていただき、ファンをつくることに注力しましたね。「コアミー」のサロンケアを受けられた方にサッシェを1つお渡しし、ホームケアを試していただけるように。お渡しする種類はスタイリストが髪質に合わせて選んでいます。さらに、翌月「コアミー」のホームケアをお得にご予約いただけるようにしました。実際、最初の1か月で多くのお客様が「コアミー」を体験くださって、その後もリピートしていただいているんですよ。

――特にどのようなお客様へ「コアミー」をおすすめされていますか？

藤田：これまでサロントリートメントを受けてらっしゃったお客様には、導入時に「新しいトリートメントを入れたんです」とご案内するようにしました。他には、カウンセリングや施術中の会話で「ペタッとする」「バサバサする」「うねりが気になる」「クセを伸ばしたい」などのキーワードが出てきた時。特にスタイリストから見ていて、髪が細くなってきているなと感じる方には「試してみませんか？」とおすすめしています。

特に「芯から強くする」というコンセプトとキーワードが、「髪が細くなってきている気がする」「最近、クセが気になる」「うねりが出てきた」といったお客様に響く印象です。



藤田：ただし、私たちは物売りではありません。一番大切にしているのは、お客様をきれいにし、ご満足いただくこと。だからお客様へおすすめする際は、売る目的ではなく、「良さをお伝えする・よりきれいになる方法を紹介する」という意識を常に持つようにしています。

導入の成果：「コアミー」ファンが急増！ 客単価・施術件数・店販売上すべてが向上



――お客様からはどのような感想がありますか？

藤田：皆さん、仕上がりを「すごく良い」と喜んでくださいます。これまで半年以上続けてきて、自身には合わないといった声はほとんど聞いていません。「もう少し軽くしたいかも」などの希望があった場合も、同じブランドで複数の種類があるので、すぐに切り替えておすすめできます。その結果、「コアミー」ファンが増えてきました。ファンになられた方はサロンケアも受けて、ホームケアも購入くださることが多いです。

リピート率も高いです。間をあけて2回に1回といった方はいらっしゃいますが、1回きりという方はいらっしゃらないですね。中には、別のトリートメントに1回気分で変えられたところ、「ダメだった！やっぱり前のやつがいいわ！」と「コアミー」に戻ってきた方もいらっしゃるんですよ。

――「コアミー」を導入して、集客や売上などに変化はありましたか？

藤田：売上はアップしましたね。客単価も上がっていますし、「コアミー」の施術件数も増えています。トリートメント施術率は全体の15～20%、その半分以上が「コアミー」です。

また、サロンケアとホームケアがうまく連動してどちらも向上しているので、店販も上がっているんですよ。サロンケアが良かったからホームケアも欲しいという方もいらっしゃいますし、反対にホームケアを入り口にしてサロンケアを受けるようになった方もいらっしゃいます。合わせて導入することで、好循環が生まれていますね。

でも、売上よりも何よりも、施術を受けられたお客様が喜んでくださっていることが、一番の成果です。



――「コアミー」の施術を続けることで、お客様の髪質の変化は感じてらっしゃいますか？

藤田：エイジングの気になるうねりが少なくなってきた方が多いなと感じます。あとは、定期的にパーマスタイルにされるお客様は、「コアミー」によるケアで髪の状態が整ってきた結果、カールがかかりやすくなったと思います。

特にパーマスタイルのお客様にすすめられるトリートメントはこれまでほとんどなかったので、パーマとの相性の良さはうれしいポイントですね。大人女性の中にはボリュームやふわふわ感を出したくてパーマスタイルを好まれる方もいらっしゃる。一方で、施術にあたってはどうしても髪に一定の負荷がかかるので、ケアはしたいところ。これまでのトリートメントは重くなりやすかったので悩ましかったですが、「コアミー」は自信を持ってパーマスタイルと合わせてご提案できますね。

また、当店ではシェルパも導入しており「リノケア」メニューとして展開しています。組み合わせるとよりしっかりとダメージに配慮できて、仕上がりもきれいになりますね。「コアミー」のお客様はケアへの関心が高いので「リノケア」をご選択される方が多いですし、同様に「リノケア」を受けられている方も「コアミー」へ関心を持たれやすい印象があります。

今後の展望：「一生お付き合いできるサロン」であるために



――これから、さらに取り組んでいきたいことなどはありますか？

藤田：導入から半年経ちました。ここまでは、「コアミー」の良さを知っていただくことに取り組んできましたが、また何か新しいことや違う方法も考えていきたいなと思っています。「一生お付き合いできるサロン」であるためには、お客様に飽きがこないようにすることも欠かせませんから。

でもまずは、変わらずお客様に「リピートしたい」と思っていただけるよう、適切な「コアミー」のラインアップを選んで施術しながら丁寧なコミュニケーションを続けていきたいですね。その中で、髪の状態が整ったことで新たなスタイルや施術をご提案するなどしていけたらと思います。

Profile



藤田 敏彦　Toshihiko Fujita
LASSIC HAIR 三木本店　店長

兵庫県出身。神戸理容美容専門学校卒業後、2008年有限会社おしゃれキャットに入社し、LASSIC HAIR三木本店に所属。2018年より店長を務める。ショートスタイル、メンズスタイルを得意とし、おさまりが良く、再現性の高いスタイルづくりを心掛けている。一人ひとりに合ったセット方法の提案に力を入れ、丁寧な対応とやわらかな人柄にお客様からの支持が厚い。

■ アリミノ営業担当者のコメント

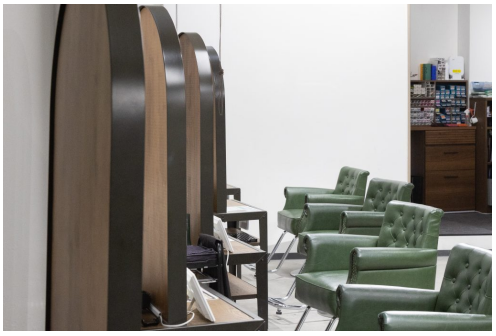
「一生お付き合いできるサロン」として大人女性を中心に多くのお客様に支持されているLASSIC HAIR様。コアミーをご案内したきっかけは、アリミノが提案する”ジオレポ”というエリアマーケティングでした。店舗周辺の人口分布では40代以上が多く見受けられたため、今一度大人女性にターゲットを絞り、コアミーをご提案しました。

体験会ではスタッフ全員にコアミーを使用いただきました。みなさんそれぞれに髪質や髪の状態などさまざまでしたが、ラインアップごとの明確な特徴によって、香りや仕上がりの質感など全員に納得いただけ、大好評でした。 さらに、商品の特徴やお客様へのアプローチ方法など共通の内容をスタッフ全員で徹底的に学んでいただいたことで、 導入直後から多くのお客様に喜んでいただけました。

今回、LASSIC HAIR様へ当社から商品やアプローチをご提案し、体験会などサポートさせていただいたように、今後もサロン様の悩みに寄り添い、アリミノ商品を通して問題点を解決できるように努めていきます。

大阪第2支店　高以来　勲

■ 「LASSIC HAIR」サロン情報



幅広い層のお客様から支持される、一生お付き合いできるサロン。「あなたらしく 美しく」をモットーに、お客様がその人「らしく」輝く美しさの創造を追求している。お客様に寄り添う技術と、心も体も健康になるような心地良い空間を提供している。

店舗展開	5店舗
従業員数	12名（三木本店のみの人数）
サロンコンセプト	一生お付き合いできるサロン
サロンターゲット	40～50代女性を中心に幅広く、地域にお住まい方
「コアミー」導入時期	2022年10月
「コアミー」の提案ターゲット	エイジングのお悩みがある大人女性、髪のクセが気になる方、パーマの施術を受けられている方

■ LASSIC HAIR三木本店 店舗情報



所在地：
〒673-0433
兵庫県三木市福井1969-2

Webサイト：
https://lassic-hair.com/archives/salon/miki

Instagram：@lassic_hair_miki

（取材・文・編集／A PRESS編集部、撮影／吉田明香）