



「dAnce.」はシンプルでオシャレなパッケージと高いスタイリングの再現性で、どんな人にもおすすめできる。アシスタントによる購買客数もアップ！——Noella

Sep 14.2023

滋賀県からトレンドを発信し、草津市内に2店舗を展開するサロン「Noella（ノエラ）」。「Dance design tuner（ダンスデザインチューナー、以下「dAnce.」）」を2021年の発売当初から導入しています。同ブランドラインで幅広いアイテムがそろっていることで、サロンの雰囲気合った洗練された統一感が生まれ、スタッフも自然とお客様へご提案しやすくなったそう。オーナーのTerry（テリー）さん、「Atelier Noella（アトリエ ノエラ）店長の田村隆馬（たむら りゅうま）さんに、「dAnce.」導入の経緯や取り組みと、その成果を伺いました。

「dAnce.」導入情報

導入の背景

- サロンの雰囲気にもマッチする、統一感あるスタイリングのブランドラインを探していた

選んだ理由

- パッケージデザインがシンプルでオシャレ
- 同一のブランドラインの中で幅広いアイテムをカバーしていた
- 仕上がり、香り、自宅での再現性の高さ、キープ力など多くの点でクオリティが高かった

導入による変化

- スタイリング剤の購買客数が増加
- アシスタントによる販売数が増加
- リピート購入や、追加でワンアイテム購入されるお客様が増えた

導入前の課題：サロンの雰囲気にも合う、世界観のそろったスタイリング剤ブランドを探していた



—どのような経緯で「dAnce.」を導入することになったのでしょうか？

Terryさん（以下敬称略）：ちょうど、当サロンに合うスタイリング剤を探していたときに、ディーラーさんから「新しいスタイリング剤が今度発売されますよ」とご案内いただいたのがきっかけです。

それまでは「オイルはここ、ワックスはあそこ……」と扱うアイテムごとにメーカーがバラバラでした。

それぞれのカテゴリの中で使用感がしっくりくるものを選んでいたのですが、並べた時に統一感がなく、サロンの雰囲気合っていないと感じていたんです。

田村さん（以下敬称略）：統一感がないとオシャレに感じられず、いまひとつピンとこないですね。また、スタッフによって好みが大きく分かれてしまい、対応する人が変わると前回とは違うメーカーのアイテムをすすめることがあるなど、スタイリング剤の提案に一貫性がない状態になっていたのも気になっていました。



Terry：もちろんどのアイテムもキープ力や仕上がりの良さは大前提。その上で、アイテムの世界観がそろっていてサロンのコンセプトに合うのも大切なことだと考えるようになりました。そこで、スタッフ全員が推していけるスタイリング剤を探すことに。その際、使用感に加えて香りやデザイン、さらにお客様が同ブランドのラインで複数のアイテムを使えるという点にもこだわっていかうと決めました。

「dAnce.」を選んだ理由：シンプルでオシャレなデザインがサロンにピッタリ！スタイリングの手軽さと再現性の高さや香りも魅力



——実際に「dAnce.」を使ってみて、どのように感じましたか？

Terry：発売前にサンプルを使ってみて、ほとんど即決で「『dAnce.』を導入しよう！」となりましたね。3社ほどスタイリング剤を取り寄せたんですけど、検討の余地がないくらい「dAnce.」が好感触で。満場一致で、「ああ、これでいこう！」となりました。

——そんなに！どんなところが即決につながったのでしょうか？

Terry：まず、パッケージが文句なし。外箱は、ペリペリッとミシン目をめくって開封するのがお菓子の箱を開けるようなワクワク感で、遊び心がありますよね。箱から出した本体も、シンプルでオシャレ。それが発売当方で6アイテムそろっていて、もともと課題として抱いていた統一感のなさが一気に解決。サロンの雰囲気に見事に溶け込んでくれました。

田村：使用感も非常に良かったです。質感や香り、仕上がりなどすべてが良い意味でナチュラル。一方でアイテムや組み合わせによっては特徴ある仕上がりにまで幅広く対応でき、さらにはお客様自身も扱いやすい。良いことづくめです。そして、どのラインアップをとっても使いやすく再現性が高い。サロンでの仕上がりをお客様自身でもつくりやすいと感じました。

僕たちはサロンの仕上がりをご自宅でも再現いただけることを大切にしており、施術はドライカットが基本。仕上げのスタイリングでアイロンを使うことも少ないんです。だから、スタイリング剤の使いやすさとキープ力はこだわりのあったところ。「dAnce.」はどのアイテムもバッチリ私たちの求めていた

基準をクリアしてくれました。



——特に使いやすいアイテムはありますか？

田村：「モダンシマー」ですね。これには全スタッフが口をそろえて「すごくいい！」と喜びました。まず、オイルジェルというのが新しい。お客様も「え、オイルなのにこの見た目！？」と驚かれるので、会話のきっかけになってくれることもあります。

Terry：近年トレンドのオイルスタイリングですが、お客様からはよく「髪がベタついてしまう」「動きが出ず、時間が経つとペタンとしてしまう」といったお悩みがあがっていました。「モダンシマー」は質感だけでなく立体感も出してきて、ある程度時間が経ってもキープできる。指を通した跡が残ってくれるような再現度の高さも素晴らしいです。

田村：パーマスタイルの方には2023年1月に発売された「ポッピンフィグ」も重宝しています。全体につけてクシャクシャともみ込むと、ウェーブに立体感を出せる。手軽にかわいく仕上げられるんですよ。



「モダンシマー x ポッピンフィグ」でつくったスタイル

Terry : あとは、このクオリティで手に取りやすい価格帯という点も魅力ですね。

田村 : アウトバスの2アイテムが2,750円（税込）、他のスタイリング剤が1,980円（税込）と価格がそろっているのも、シンプルに案内できるので助かります。お客様にとっても、価格によって「こちらのほうがお財布にやさしいから」と悩むことなく、純粹になりたいスタイルに合うアイテムを選べることに繋がっていると思います。

導入時の工夫：「自分たちが使う」「サロンワークで使う」「ディスプレイ」三拍子が説得力に。既存のお客様にはミックス使いも提案



——サロンワークへの導入にあたって、工夫されたことはありますか？

田村：まずスタッフが日頃から使うようにしています。朝、みんな出勤したら、実際にサロンにディスプレイしている「dAnce.」を使ってスタイリングしているんですよ。ちなみに、僕は今日「モダンシマー」を使っています。

Terry：僕も今日は「モダンシマー」。パーマの質感とウェット感をより強く出したいので、タオルドライ後そのままの少し濡れている状態でつけて仕上げています。



田村：濡らしてからつけるのか、ドライな状態でつけるのかでも仕上がりが変わってきますね。「モダンシマー」1つでも、服装や気分に合わせて使い方を換え、いろいろとアレンジを楽しんでいます。自分たちが実際にそうやって使っていると、具体的に使い分けやアレンジをお客様にお伝えできますし、説得力も増しますよね。

その上で、サロンワークの仕上げで実際に「dAnce.」を使用しています。その場でパッケージが目に入りますし、お会計時にもディスプレイされている「dAnce.」が再び目に入る。スタッフ自身が日常のスタイリングに使う、実際のサロンワークで使用する、商品のディスプレイ。この3つがそろうことで、お客様が「dAnce.」に興味を抱きやすく一貫性のある環境が築けています。

——先ほどスタッフ間で特にモダンシマーが人気だとおっしゃっていましたが、お客様の人気はいかがですか？

田村：導入したばかりの頃は「モダンシマー」を購入される方が多かったです。オイルでつくるような濡れ感ある仕上がりがトレンドでしたし、オイルジェルという新しさでお客様も驚いて興味を持ってくださいました。特にスタッフが好きでよく使っていたという点が、「モダンシマー」をよくお求めいただいていた要因として大きいと思います。

時間が経つごとに少しずつ他のラインも出るようになって、今ではかなりまんべんなくどのアイテムも出ている印象です。

Terry：当初は、スタッフみんなが最も気に入っている「モダンシマー」をサロン全体でプッシュしていこうと決めていたんですよ。余剰在庫を避けるためにも、「モダンシマー」の仕入数を他のアイテムより多くしていました。そこでまずお客様が「モダンシマー」を気に入って購入して下さる。さらにディスプレイに「dAnce.」の他のスタイリング剤も並んでいることに気付いて興味を持ってくださるケースが想像以上に多くありました。

——幅広くアイテムがそろっている中に、他のブランドにはないアイテムが1つあることが、認知と利用を広げる突破口になったんですね。

田村：全ラインアップが出るようになった理由に、「モダンシマー」を軸とした「dAnce.」の組み合わせレシピをご紹介しているスタッフが多いこともあります。すでに「モダンシマー」を持っている方にとっても、1アイテム買い足すだけで使い方の選択肢が増えて仕上がりの幅がグンと広がりますし、使い途中のものを無駄にせずこれまでとは違う仕上がりをつくれる。組み合わせレシピの提案は、お客様を飽きさせない工夫になり、他のラインアップを知ってもらうきっかけにもなっていますね。

Terry：組み合わせの提案がしやすいのは、同ブランドでアイテムがそろっているからこそ。世界観が統一されていると一緒に使う抵抗感がありませんし、香りもそろっているので組み合わせやすいですね。

——「このスタイルにはこの組み合わせがおすすめ」というレシピはありますか？

Terry：動きを出したい時やパーマスタイルには、「モダンシマー」にハードワックスの「ロックンムーブ」を組み合わせると立体感を出すのが、僕の定番レシピです。

田村：僕はパーマスタイルの方に「モダンシマー」とワックスジェルの「ブレイクキープ」の組み合わせをおすすめすることが多いですね。「ブレイクキープ」のホールド力をプラスすることで、艶感を出しつつもパリッとした仕上がりになるんです。

お客様のファッションや雰囲気によってベースを「モダンシマー」から「ポッピング」に変えることもあります。モードな印象を求める、トレンド志向の強いお客様には「モダンシマー」を。「ポッピング」は柔らかな束感やさりげない艶感を出してくれるので、カジュアルな服装やふわっとしたかわいらしい雰囲気を好む方におすすめしています。どちらも、僕自身パーマをかけていろいろ試して見つけた組み合わせです。



「モダンシマー×ブレイクキープ」でつくったスタイル

——そういった見極めをするには、カウンセリングがとても大事になってきますね。

Terry：まさにカウンセリングは、店販まで含めたサロンワーク全体の要です。だからこそ、しっかりお一人おひとりと向き合ってお話できるよう、マニュアルなどは用意していません。決めているのは2つ。カウンセリングの際はアシスタントがスタイリストのそばについてしっかり見て学ぶこと。そして、カウンセリングの内容はすべて電子カルテで共有管理することです。

田村：カウンセリングではお客様に具体的な髪型ではなく、どんなイメージになりたいかや髪のお悩みを伺っています。そこで出てきた希望イメージやお悩み、ライフスタイルに合わせて、どんなヘアスタ

イルにしていくかをスタイリストがご提案する。アシスタントの連携においては、何よりも「お客様が
まといたい雰囲気」をスタッフ間で把握しておくことを第一優先にしています。

また、電子カルテによって前回のご希望やスタイル、さらにご購入されている商品などが記録されているので、これまでを踏まえた継続性のあるご提案ができます。スタイリング剤も何を持ってらっしゃるかがわかるので、お持ちのアイテムを使った仕上げ方や組み合わせレシピをご提案できる。カルテは全スタッフに共有されているので、誰が対応しても一貫性ある提案ができるのもポイントです。

導入の成果：購買客数が増加、アシスタントによる販売数もアップ。サロンでの仕上がりを自宅でも簡単に再現できるとお客様からの評判も上々！



——「dAnce.」を導入して、売上などの変化はありましたか？

Terry：実は、当店では店販のノルマは設けていません。店販は、日頃から自分で使って「これはいい」と思っているからこそ、お客様へも熱を持ってご提案できると思うんです。だから、いわゆる押し売りは絶対NG。プロとしてお客様が素敵に過ごせるための「提案」をする姿勢を大切にしています。その代わりに重視しているのが、購買客数です。

田村：購買客数は確実に増えています。特に、個別の売上を見るとアシスタントの数字が伸びているんですよ。

Terry：当サロンでは、スタッフに早期から商材を理解したうえでお客様にその良さを伝える能力を身に付けてもらうため、スタイリングをアシスタントに任せる機会を増やしています。自身が「良い！」と思ったものがお客様に伝わって購入いただけると、自信につながるんですよ。なので、アシスタント

の数字が伸びていること、つまりアシスタントからおすすめしやすい商材であることは、僕たちにとって意義が大きいです。

—お客様からの評判はいかがですか？

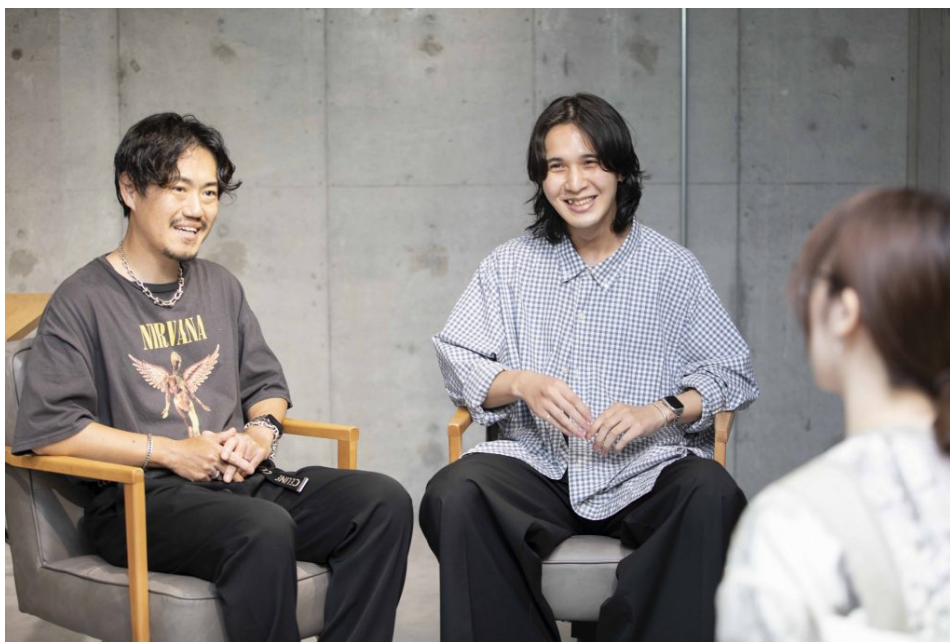
田村：まずパッケージが、「オシャレ」「かわいい」と喜ばれます。実際に使うと、みなさん「いい香り」とおっしゃいますね。開発時のターゲット層は10代後半～20代前半と伺っていますが、どの年代のお客様にとっても使いやすく、年齢関係なく万人受けする商品だと感じています。

特に「モダンシマー」は誰にとっても扱いやすく、「朝つけてスタイリングするだけで簡単にかわいくなれる！めちゃくちゃラク！」といった声をたくさんいただいていますね。

Terry：「モダンシマー」は40代～50代の方にもぴったりで。僕自身にも当てはまるのですが、その世代は髪のパサつきは気になるけどベタつくのは嫌という方が多い。艶感がありながらもベタベタしない「モダンシマー」は、そういった悩みにも応えてくれるんですよ。

田村：あとは、リピート購入も増えた印象です。特に組み合わせレシピをご提案すると、すでにご自宅にあるアイテムに加えて、プラスワンのアイテムを購入くださる方もいらっしゃいます。

今後の展望：「dAnce.」を使ったサロンのスタイルブックを作成中！ スタッフ紹介にもつなげ、お客様とのコミュニケーションのきっかけに



Profile



Terry
Noella オーナー

滋賀県出身。美術大学洋画科卒業後、美容の道を目指す。「Befine（ビファイン）」本店店長を経て、2014年「Noella」を南草津でオープン。2023年11月には1階に美容室兼フォトスタジオの「Studio Noella（スタジオ ノエラ）」を併設する新店舗「Atelier Noella（アトリエ ノエラ）」をオープンした。「似合わないヘアデザインはない。似合わせるのが美容師の仕事」をモットーに美容と向き合い続ける。その姿勢に多くのお客様が信頼を寄せ、「Terry（テリー）」のニックネームで親しまれている。また、美容師むけの撮影やクリエイティブのセミナー講師としても活躍している。

Instagram : [@noella_terry](#)



田村 隆馬 Ryuma Tamura
Atelier Noella 店長

滋賀県出身。アミューズ美容専門学校卒業後、2017年「Noella」入社。2022年11月より「Atelier Noella」の店長を務める。髪色や髪型、質感など複数の要素を組み合わせ、一人ひとりの気分や空気感に似合わせる施術が得意。トレンドのカラーやスタイリングを取り入れながら、髪質やライフスタイルに合わせたヘアケアも積極的に提案している。その柔らかく明るい人柄は、お客様からはもちろん、サロンスタッフからも親しまれ、大きな信頼が寄せられている。また、多くのコンテストでファイナリスト選出や優秀賞を受賞するなど、サロンワークのみならずクリエイティブでも活躍している。

Instagram : [@ryuma_noella](#)

■ アリミノ営業担当のコメント

Noellaさんはスタイリングの仕上がりだけでなく店内のディスプレイの見た目にもこだわられているサロンさまで、同一のメーカーによるラインで統一感があり、スタッフ全員が良いと思えるスタイリング剤をお探しでした。また、「輝く人をつくる」をテーマに南草津から情報を発信されており、そのテーマに「dAnce.」のコンセプトと仕上がりが当てはまったことが、導入のきっかけとなりました。

導入においては、スタッフ全員が「dAnce.」のファンとなり、それぞれの製品特徴をしっかりと理解してお客様におすすめしていただけた点が、成功の鍵となったと感じています。

当社としても、今後もヒアリングやご提案を通してよりNoellaさんに貢献していきたいと思えます。

（名阪営業部 大阪第1支店 中尾朋恵）

■ 「Noella」 サロン情報



「京都・大阪に行かなくても滋賀でオシャレな垢抜けヘアを」を掲げ、滋賀からトレンドを生み出すサロン。サロン帰りの美しさを長期間持続させる再現性に富んだカットやダメージに配慮した施術をはじめ、都心と温度差のないトータルビューティーを提供し、圧倒的なリピート率を誇る。

店舗展開

滋賀県草津市内に2店舗

従業員数

16名（2店舗合計）

サロンコンセプト

輝く人を創る

サロンターゲット

20～40代のオシャレに関心の高い女性

「dAnce.」の導入年月

2021年1月

「dAnce.」の提案ターゲット

ライフスタイルからオシャレをしたい方を中心に、すべてのお客様

■ 「Atelier Noella」 店舗情報



所在地：

〒525-0055

滋賀県草津市南草津5丁目6-8 f99 南草津 2F

Webサイト：<https://www.hair-noella.com/>

（文／鈴木美奈子、取材・編集／A PRESS編集部、撮影／おおえちえ）