A PRESS



「10年先のお客様の髪と頭皮を守る」。「スプリナージュ　モイストヴェール」×「ヘッドスパ」と描くお客様の未来――BOB hair グループ

Feb 8.2024

岡山県・島根県に8店舗を展開するBOB hair（ボブヘアー）グループ。「10年先のお客様の髪と頭皮を守る」をコンセプトに、今ある髪と、これからの髪をつくる頭皮の双方向にアプローチするケアは幅広い年齢層から支持されています。同サロンでは、2023年9月に「スプリナージュ　モイストヴェール」を導入し、ヘッドスパメニューをリニューアル。以来、ヘッドスパの利用比率が右肩上がりに伸びているといいます。「よりお客様の10年先を見据えた提案ができるようになった」と話す平島店マネージャー・高田真平（たかた しんぺい）さんと、倉敷店マネージャー・石飛清也（いしとび せいや）さん。なぜ「スプリナージュ　モイストヴェール」を導入したのか、ヘッドスパと組み合わせた提案のポイントやお客様の声など、お話を伺いました。

「モイストヴェール」×「ヘッドスパ」組み合わせ提案 導入情報

導入の背景	●以前から頭皮ケアに注力していた ●お客様のニーズに合わせて、商材を常に新しくするなど変化の必要性を感じていた
選んだ理由	●髪と頭皮の両方にアプローチできる点がサロンのコンセプトにマッチしていた ●泡立ちや泡切れ、香りなどの使用感が良かった
導入による変化	●ヘッドスパ施術率・メニューリピート率が向上 ●お客様の頭皮ケアに対する関心が高まった

導入前の課題： お客様自身ではなかなか気づけない「頭皮の状態」。プロの目線できちんと伝え、10年先を見据えたケアを



――「モイストヴェール」を導入しようと思ったきっかけを教えてください。

高田さん(以下敬称略)：当グループの代表が、アリミノさんから「『スプリナージュ』シリーズより、頭皮にアプローチする新たなラインが出ます」とご案内いただいたのがきっかけです。

当グループのコンセプトは「10年先のお客様の髪と頭皮を守る」。もともと、頭皮ケアに注力しており、「ゼロテク®」や「シェルパ」も導入してきました。特に「ゼロテク®」を導入した時に、お客様からいただく反応がすごく良かったんです。そこで、「10年先の髪のことを考えると、頭皮だけではなく、

今ある髪の毛もケアしなくては」と「シェルパ」を取り扱い、そして今回「モイストヴェール」を導入しました。

※ ゼロテク®：アリミノが1981年から伝え続けている、頭皮に薬剤をつけない塗布テクニック。「ゼロテク®」は株式会社アリミノの登録商標です。

石飛さん(以下敬称略)：頭皮のお悩みはお客様ご自身では気づきにくい部分なんですよね。例えばトリートメントなら「サラサラ」「しっとり」など質感の違いを感じやすいですが、頭皮は違いがわかりにくく、また自分では人と比べられません。だからこそ、美容師からしっかりアドバイスしてケアに取り組む意味があると考えています。

――「モイストヴェール」は店販だけでなく、ヘッドスパメニューにも導入されていると伺いました。

高田：もともとヘッドスパメニューはあったのですが、頭皮へのケアや洗い心地などの点から「モイストヴェール」がヘッドスパと合うと考え、導入に合わせて全面リニューアルすることにしました。現在の当グループのヘッドスパメニューは、「10分」「20分」「30分」の3コース。「スキャルプジェル」で頭皮マッサージをし、「モイストヴェール」でシャンプー、そしてサロンケアアイテムの「ブースターセラム」と「モイストヴェール」のトリートメントを使ってヘッドスパをしています。

石飛：倉敷店では以前から頭皮ケアのメニュー施術率は高かったのですが、全店でよりケアに対して関心を持っていただきたいという思いがありました。同時に、お客様の頭皮を健康的に維持していくためには、お客様のニーズに合わせて、商材を常に新しくするなど変化の必要性も感じていました。

> 「モイストヴェール」を選んだ理由：髪と頭皮の両方をケアできる点が、サロンのコンセプトとマッチ。泡立ちや香りなど使い心地の良さも魅力



――「モイストヴェール」の導入の決め手となったのは、どのような点でしょうか？

高田：サロンコンセプトとマッチしていたこと、そして「頭皮ケア」という点で「ゼロテク®」との相性がとてもいいということですね。特に髪と頭皮、どちらもケアできる点が、特長だと感じました。アリミノさんからご紹介を受けてすぐに代表が導入を決定し、サロンでのメニュー展開に向けて僕たちも動き始めました。

石飛：ヘッドスパメニューだけでなくご自宅でもケアができるというのは、お客様に頭皮ケアの大切さをお伝えする上でうれしい魅力です。さらに、パッケージがシンプルなのも、お客様に紹介しやすいです。

――実際に使ってみられて、使い心地はいかがですか？

高田：僕は洗いやすさが気に入っています。泡立ちがとても良くてモチっとしていて、洗っているときの手触りがいいんです。ヘッドスパでもお客様にとっても感触がいいと思いますし、ご自宅で使われる時も洗いやすいので、ご案内しやすいですよね。また、泡切れが良く洗い上がりがサッパリしている点も、使いやすいなと感じます。

石飛：僕は香りの良さも気に入っています。お客様からも好評なんですよ。

高田：ヘッドスパでもご自宅で使う時も、リラックスしていただきたいので、香りは重要なポイントですね。

石飛：また、低刺激処方である点も、頭皮ケアの文脈でお客様におすすめしやすく、お客様も気軽に試してみようと感じられるポイントだと思います。

導入時の工夫：ロールプレイで全スタッフに共有。すべての動きの第一目標は「お客様に喜んでいただくために」



――「モイストヴェール」と、新たなヘッドスパメニューの導入にあたっては、どのような工夫をされましたか？

高田：まずはスタッフ間での情報共有をしっかりしました。アリミノさんの講習で商品情報をしっかり学ぶのはもちろん、「モイストヴェール」についてどのように情報発信していくのか。あるいは、お客様にヘッドスパメニューが新しくなったことや頭皮ケアの大切さを認知していただくために何をするかも、事前にしっかり共有しています。どのステップにおいても、「10年先のお客様の髪と頭皮を守る」というサロンのコンセプトからブレないようにと心掛けています。

石飛：教育の面では高田マネージャーがメインで担当し、どのように商材を取り扱い、どうおすすめしていくかなどの情報共有は僕が担当しました。例えば、ヘッドスパの案内や商品紹介の仕方は、スタッフ同士でロールプレイを行っています。

――お客様にはどのようにご案内されましたか？

高田：まずは、カウンセリングでしっかりとコミュニケーションをとり、お客様のお悩みを引き出すことを大切にしています。その上で、お悩みに合わせてヘッドスパメニューをご提案します。提案は僕たち美容師からしますが、あくまでお客様のお話を伺い、そのお悩みに合わせてお伝えする。「お客様主導」の提案を大切にしています。また、ヘッドスパを受けられた方やホームケアをご購入くださった方には、使ってみて感じたいつもとの違いを伺うようにしています。

石飛：しっかりお客様の声に合わせてお話しすれば、その場ですぐではなくても、ゆくゆくはヘッドスパの施術、ホームケアのご購入につながっていくと思います。施術を受けていただくため、商品をご購入いただくためではなく、お客様のお悩みをどうしたら改善できるのか。お一人おひとりに喜んでいただくことが何よりの目的です。



高田：また、まずはお客様に新たなメニューと「モイストヴェール」について知っていただこうと、導入当初にサロンのアプリで告知メッセージを配信。その際に、次回予約をされた方を対象としたヘッドスパメニューのクーポンを配布しました。



高田：僕自身、ヘッドスパのデメリットは一つもないと感じているんです。髪の健康には健やかな頭皮環境が欠かせませんし、頭皮と顔はつながっているので、おでこのシワや首のシワなどのケアにも適しています。こうした説明はもちろん大切ですが、お客様には、実際にヘッドスパの体験でその良さを実感していただき、いつもの頭皮とどう違うのかということを感じていただくのが一番です。

体験クーポンはその取り組みとして、「『モイストヴェール』の良さを体感いただき、それがお客様に喜んでいただくことにつながれば」という思いから配信しました。試してみたいと思っても実際に使ってみないと一歩が踏み出せないこともあるものです。そこで体験クーポンがあれば、気軽にお試しいただけます。ヘッドスパを受けてみられる、新しい商品を体験できるって、お客様にとってうれしいことですよね。クーポンを配布したのも、新メニューのためではなく、「お客様に喜んでいただくため」なんですよ。

――特にどのようなお悩みの方に、「モイストヴェール」のヘッドスパをご提案されていますか？

高田：まず、カラーの繰り返しで頭皮のダメージが気になっている方。それから、エイジングによる細毛や、髪のボリュームダウンに悩んでいる方にも、頭皮の健康とケアの大切さをお伝えして、おすすめしています。

石飛：また、お客様の中には頭皮の乾燥や日々の仕事、ストレスなど複合的な要因で頭皮が硬くなってしまっている方も多いんです。そんな時にも、ヘッドスパでもみほぐす大切さや頭皮ケアの必要性をお伝えしたり、あるいは「ヘッドスパでリラックスしてみませんか」とご提案したりしています。

導入の成果：ヘッドスパの比率は右肩上がり。お客様のケアに対する関心が高まったことを実感



――実際に「モイストヴェール」のヘッドスパを受けられた方からは、どのような声がありますか？

高田：「香りが良い」という反応をたくさんいただきます。また、ヘッドスパから関心を持って、ホームケアをご購入くださる方もいらっしゃいます。特に40代をはじめとする大人女性に喜んでいただいていますね。

――ホームケアはどのアイテムの人気が高いですか？

石飛：そこは、店舗や美容師によって違う印象です。髪と頭皮のケアで真っ先にイメージするシャンプー・トリートメントはもちろん全体的に出ていると感じます。他に全店舗でよく出ているのは「モイストヴェール　ミスト」でしょうか。ヘッドスパの仕上げで使うこと、ご自宅でのケアに取り入れやすいことがご購入につながっているかもしれません。

高田：僕は、「モイストヴェール　バーム」を購入くださる方も多いですね。アイテムとしてバームを持っているお客様が少ないので、ご案内しやすいです。なめらかなバームでスタイリングが自然に仕上がりますし、「シコン*」配合の低刺激処方なので、スタイリングしながらカラーや乾燥のダメージケアにもなります。手に残った分は洗い流さずそのまま伸ばして手指をケアできるのも、使い勝手が良い。香りも個人的に好きで、よくおすすめしています。

※ シコン：ムラサキ根エキス（皮膚保護）

――「モイストヴェール」を導入して、集客や売上などに変化はありましたか？

高田：グループ全体でヘッドスパの施術率は右肩上がりになってきています。また、お客様の頭皮ケアに対する関心も、徐々に高まっていると感じています。

ヘッドスパは、受けている時は気持ちいいと感じていただけるものの、最初からヘッドスパを目的でご来店されるお客様はほとんどいません。また、ヘッドスパに対して「頭のマッサージとどう違うのか」「どのようなメリットがあるのか」などの疑問を持っている方もまだまだいらっしゃいます。

そこで、頭皮ケアの重要性をお話しするとともに、「スパ専用のジェル（スキャルプジェル）を使って頭皮をケアしています」とヘッドスパの特長を伝えてきました。その結果が、施術率の向上やお客様の関心につながってきているのだと思います。

石飛：僕の店舗では、一度ヘッドスパを受けられたお客様が2回目もヘッドスパをリピートしてくださることが多いですね。カウンセリングの際に、前回のヘッドスパ施術のご感想を伺ったり、前回も踏まえて頭皮の状態をお伝えしたりすることが、リピートにつながっていると思います。

今後の展望：まずは「モイストヴェール」×「ヘッドスパ」の認知度を上げる取り組みを。そこから広がるさまざまな展開にも期待



――今後は「モイストヴェール」×「ヘッドスパ」を認知してもらうためにどのように取り組んでいきたいですか？

石飛：まだまだ導入したばかりなので、まずはヘッドスパと「モイストヴェール」をより多くのお客様に認知いただけるよう、さまざまな取り組みをしていきたいです。「スパDay」や「スパキャンペーン」

などを企画するのもおもしろいかもしれませんね。

ヘッドスパやトリートメントは、髪と頭皮へのケアはもちろん、非日常感や癒しの時間など、リラクゼーションを求めて受けられる方も多いと思います。そのニーズに応え、お客様に喜んでいただけるとうれしいです。

高田：新たなメニューを導入したことで、これまでとは違った話題が生まれ、お客様の新たなニーズやお悩みも見えてきました。そこに応えていく提案の幅が広がったのも、うれしいです。例えば、お店ではヘッドスパ、家では「モイストヴェール」のホームケアアイテムでのケアを。さらに今後はケアで使用するブラシなどのアイテムへとさらにご提案を広げていけるのではないかと期待しています。

Profile



石飛 清也　Seiya Ishitobi
BOB hair 倉敷店 マネージャー

島根県出身。松江理容美容専門学校2006年卒。2005年株式会社サンキに入社。2020年、BOB hair 倉敷店、イオン大田店の統括マネージャー就任。20代後半～40代の大人女性を得意とし、ライフスタイルに合わせた提案を心掛けている。1人1人の魅力を引き出す為の丁寧なカウンセリングと提案がお客様から支持されている。

Instagram：@__.s01_17



高田 真平　Shinpei Takata
BOB hair 岡山平島店 マネージャー

岡山県出身。岡山ビューティーモード美容専門学校2004年卒。２店舗を経験後、2006年 株式会社サンキに入社。2021年、BOB hairマルナカ平島店、ゆめタウン浜田店の統括マネージャー就任。30代以上の大人女性やメンズスタイルを得意とし、ライフスタイルに合わせた提案を心掛けている。

Instagram：@bobhair_hirajima

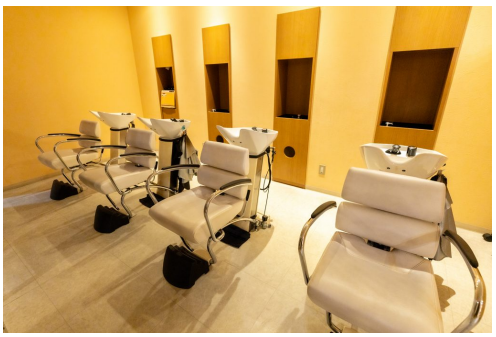
■ アリミノ営業担当者のコメント

BOBhair様を運営する株式会社サンキ様のコンセプトは「10年先のお客様の髪と頭皮を守る」。そこで、弊社のゼロテク®も積極的に取り組んでいただいております。そのコンセプトに弊社製品の「スプリナージュ」「シェルパ」もマッチし、「スパメニュー」「リノケアメニュー」として展開され、お客様からも好評をいただいています。弊社の製品や取り組みが「お客様の今だけでなく10年後にも責任をもちたい」というサンキ様の想いを形にするお手伝いができたことはとても喜ばしく感じます。

取り組みの成功には「継続して取り組むこと」「伝え続けること」が大切です。今後も常にお客様に寄り添うサンキ様と共に、お客様に喜んでいただけるお手伝いができると幸いです。

西日本営業部 中四国支店 角 三樹子

■ 「BOB hairグループ」サロン情報



「10年先のお客様の髪と頭皮を守る」をコンセプトに、髪や頭皮のお悩みをお一人おひとりに合ったご提案で“なりたい”を叶える『髪と頭皮を痛ませない美容室』。ツヤ感のある仕上がりとダメージレスに特化し、大人女性を中心に幅広いお客様から支持されている。

店舗展開	グループ店 8店舗
従業員数	77名（グループ全体）
サロンコンセプト	10年先のお客様の髪と頭皮を守る
サロンターゲット	25～40代を中心に“きれい”を求める女性
「スプリナージュ　モイストヴェール」導入時期	2023年9月
「スプリナージュ　モイストヴェール」提案のターゲット	すべてのお客様

■ 「BOB hair 倉敷店」 店舗情報



所在地：
〒710-0816
岡山県倉敷市八王寺町196-1

Webサイト：https://bobhair.jp/
Instagram：@bobhair_group_official

（取材・執筆／池山章子、編集／A PRESS編集部、撮影／山本恭平）

ARIMINO