A PRESS



「アジアンカラー　フェス」で、お客様の満足度がアップ！ カラー剤とスタッフ教育の見直しで、提案の幅が広がった――Kahuli hair Ulu

Mar 28.2024

「お客様一人ひとりと共に成長していく」サロンとして、10～20代のオシャレへの感度が高いお客様が足をはこぶ千葉県・千葉市の「Kahuli hair Ulu（カーフリヘア ウル）」。同店では、カラー教育を重点的に見直し、2023年夏から「アジアンカラー　フェス」（医薬部外品）を導入しています。「アジアンカラー　フェス」導入によって、カラーで表現するデザインの幅が広がり、暖色系カラーの評判も良くなったそう。そこで今回は代表のTAKERU（タケル）さんとスタイリストSORA（ソラ）さんに、「アジアンカラー　フェス」を選んだ理由や導入の工夫、その成果を伺いました。

「アジアンカラー　フェス」導入情報

導入の背景	●トレンドの流れを受け、暖色系カラーを強化したいと考えていた
選んだ理由	●発色が良く、色ムラが少ない ●色持ちが良く、きれいに退色する ●補色としても使いやすい
導入による変化	●お客様からの「かわいい！」という満足の声が増加 ●カラー表現の幅が広がった

導入前の課題： サロンに伴走するアリミノだから相談。暖色に強いカラー剤を探していた



――どのような経緯で「アジアンカラー　フェス」を導入されたのでしょうか？

TAKERUさん(以下敬称略)：最初はカラー剤の導入ではなく、サロンスタッフへ向けた講習の取り組みをアリミノさんと進めていたんです。もともと当サロンでは「クオライン」を導入しており、そこで薬剤の使い方など伺っているうちにサロンの悩みについてお話しするようになって。それで、年間の取り組みの見直しをご提案いただきました。

――「年間の取り組み」ですか？

TAKERU：はい。スタッフの教育・スキルアップについて年間で計画を立てて、アリミノのインストラクターさんによる講習を行うことにしました。講習の内容は、僕たちの希望や課題をもとにアリミノさんと話し合って決めていきました。

SORAさん(以下敬称略)：講習は毎回、 営業担当の方とインストラクターさんがペアでいらっしゃり、年間通して同じチームで取り組んでくださいました。インストラクターさんと顔馴染みになりますから、僕たちも講習をリラックスして受けられましたし、質問などもしやすくなりました。

TAKERU：僕たちは常々、「お客様に良いものを提供したい」という想いに応えてくれるパートナーのようなメーカーさんとお付き合いをしたいと思っていました。お客様からご質問いただいたことにきっちりお答えできるように、商品の案内だけでなくサロンに伴走いただけるような営業さんとお話ししたかったんです。

アリミノさんは薬剤について何か質問をすると、いつも理論的な説明をして100%で返してくれて。その繰り返しでお話しすることが増えて、いろいろ相談させていただくようになり、その信頼の小さな積み重ねが年間での取り組みにつながっていきました。



――「アジアンカラー　フェス」の導入は、その講習の流れで話があがったのでしょうか？

TAKERU：はい。講習の計画でカラーに関する回の予定があり、そこで当時のカラーにおける課題をお話ししたんです。

SORA：当サロンはカラーが得意で、インナーカラーなどワンポイントのデザインカラーも含めると、お客様の約60%がブリーチオンカラーを受けられます。その中で、最近は暖色系のカラーのニーズが上

がっていると感じていました。そこで、これまで使っていた薬剤よりも暖色に強いものがあればいいなと考えているところだったんです。

TAKERU：また、サロンとしてコストの見直しも検討しているタイミングでした。そういったお話をしたところ、「アジアンカラー　フェス」の導入をご提案いただきました。

「アジアンカラー　フェス」を選んだ理由： 暖色系カラーの鮮やかな発色と色持ちの良さで、サロン・お客様ともに好反応だった



――実際に「アジアンカラー　フェス」を使ってみて、どのように感じましたか？

SORA：とにかく発色が良い。まずはアリミノさんの講習で使ってみたのですが、ブリーチなしのカラーでも、赤系の色みが鮮やかに発色するので感動しました。僕個人としては、初めて使った時点で「これは、即決で導入だな」と感じました。

TAKERU：実際、方針としては即決でしたよ。サロン全体でも、「わー、きれい！」という声が上がって、全員の反応が良かったんです。とはいえ、実際に導入するまでには、全4回の講習を行い、退色の確認やスタッフが薬剤に慣れるまでの期間なども含めて、一定の検証期間は設けました。

SORA：経過まで見て気づく変化では、色持ちの良さが気に入りました。実際にカラーを試されたお客様からも「色持ちが良い！」という声を多くいただきました。その上、退色の仕方がきれいで、次回の施術がしやすい点も魅力でしたね。

――特にお気に入りの色はありますか？



左：TAKERUさんのPINKを使用したスタイル、右：SORAさんのNATURALを使用したスタイル

TAKERU：僕はPINKがお気に入りです。ブリーチオンカラーでピンク系の色を使うときはクリア剤を組み合わせることが大半なのですが、これまで使ってきた薬剤だと組み合わせたときに紫に色が寄ってしまっていました。複数の薬剤を試していたのですが、なかなかしっくりくるものがなくて……。それが、「アジアンカラー　フェス」のPINKは、色がブレることなく、そのままの色で薄くなってくれるんですよ。

また、ブリーチオンカラーだと、CLEARASHもよく使います。暖色系のカラーのときに組み合わせると、まろやかな色みに仕上がってくれるので、お気に入りですね。

SORA：僕はNATURALがお気に入り。ブラウン系のカラーではNATURALを全体の10%程度組み合わせて、補色として使うことが多いですね。ベースが整って色ムラが抑えられ、深みのある良い色に仕上がるんですよ。

また、メンズのカラーではVIOLETやASHなど寒色系を補色として使用することも多いです。発色が強いので、ほんの少量でベースの赤みや黄みをしっかり抑えてくれます。

――OXの使い勝手は、いかがですか？

TAKERU：適度に粘度が高いので塗布しやすいですね。

SORA：カラーの他に、ブリーチの2剤にも「アジアンカラー　フェス」のOXを使っています。適度な粘性によって、狙ったところに薬剤がピタッと留まってくれて、とても使いやすいです。髪により密着してくれて、色ムラも出にくい。また、ブリーチを塗布すると薬剤が膨張することがありますが、「アジアンカラー　フェス」のOXはそれが起こりにくいのもポイントです。

導入時の工夫： 講習会と「カラー　コントロールブック」で、使用方法と理論の習得を両輪で進めた

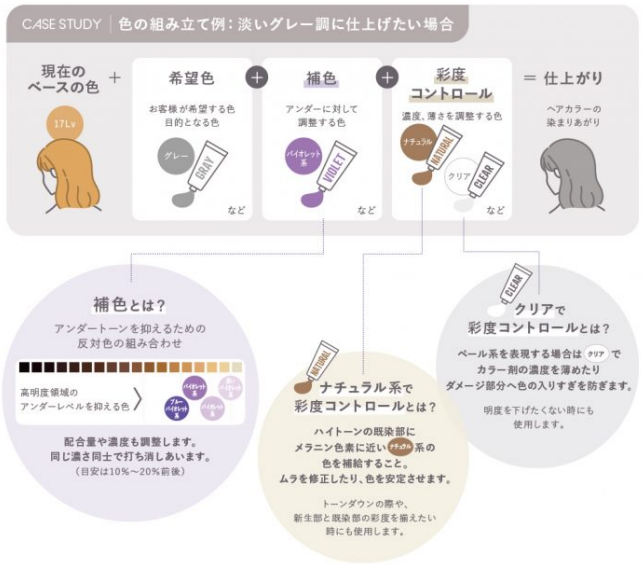


――導入にあたって全4回の講習を行ったとのことですが、講習ではどのようなことをされましたか？

TAKERU：カラー講習の第1回が、カラーの体験会。インストラクターさんの説明と実際に毛束に染めてみるなどして、「アジアンカラー　フェス」の特長を伺いました。その後は、色出し講習、毛束講習、カラーコントロール講習と続き、第4回はブリーチコントロールの講習を行いました。希望参加制だったのですが、結果的に全スタッフが参加しました。それだけ、みんなのカラーへのモチベーションが高かったのだと思います。

SORA：「アジアンカラー　フェス」の特長はもちろん、「この色を使えばこうなるよね」とか、「このぐらいの明るさの髪に対してこれを入れたらこうなるよね」という使い方を、一つひとつ理由も含めて学びました。僕たちがつくりたい色をどんな組み合わせなら生み出せるかも、インストラクターさんがアドバイスくださって。理論と使ってみることの両輪で、「アジアンカラー　フェス」に慣れていくことができました。

TAKERU：おかげで、後輩に教える時やお客様に説明する時も、カラーについて理論的に説明できるようになりました。また、講習と合わせて「カラー　コントロールブック」を用いて、スタッフがカラーの理論を簡単に学べるようにもしました。



「カラー　コントロールブック」より

SORA：「理論」というと堅いイメージもありますが「カラー　コントロールブック」は図解が多く、少ないページ数でカラーの基礎がわかりやすくまとまっているので、ハードルの高さを感じることなく読めるんですよ。講習だけでなく、自分たちでこの冊子で振り返ることで、今まで曖昧だった知識がよりクリアになってお客様にも理論的に説明できるようになり、自信につながりました。「この髪にこの色みを塗布すると、次にどうなるか」の予測がつきやすくなったのも、大きな変化です。

TAKERU：当サロンでは、どんなデザインをつくるかは一人ひとりのスタイリストの好みや得意に任せています。でも、だからこそ全ての色づくりに通ずる基礎の理論を共通で理解できていると、それがサロン全体のクオリティを上げてくれる。また、これまでは個々人で経験を重ねたり実際に先輩が使っているのを見て学んだりしていた基礎を、全員の共通認識にしたことで、サロン全体の成長スピードもぐんとアップできます。僕たちも今では、後輩にカラーを教えるときには「カラー　コントロールブック」を使って説明していますね。

――「アジアンカラー　フェス」でカラーをする際、お客様への提案などで注意をしている点や工夫した点はありますか？

TAKERU：既存のお客様のカラーで初めて「アジアンカラー　フェス」を使用する際は、新しいカラー剤が入ったことをまず説明し、「色持ちなどお客様が気にしている部分にマッチしているので、試してみませんか？」という具合にご案内するようにしました。

カラー剤が変われば、色みやニュアンス、退色などこれまでとの違いが生まれます。「いつも通り」がご希望のお客様だと、その違いを「ミスなんじゃないか？」と不安に思われる可能性もありますよね。だから先にしっかりご説明して、いつもとの違いも「新しいカラー剤の特長なのね」とご理解いただけるように意識しました。こういったこまめな説明とコミュニケーションが、お客様と美容師としての信頼関係として大切だと考えています。

導入の成果：お客様から「かわいい！」の声。 カラーの表現の幅が広がった



――「アジアンカラー　フェス」で施術したお客様からは、どのような反応がありましたか？

SORA ：皆さん、発色の良さを褒めてくださいます。仕上がりを見て「かわいい！」と言っていただくことが多くなりました。また、SNSに上げる写真の幅も広がって、暖色系カラーの写真を投稿する機会が増えました。それによって、今まで以上に暖色系カラーのオーダーが増えてきたと思います。

TAKERU：退色を気にされていたお客様にも気に入っていただいて、次にご来店いただいたときに「色持ちがいつもより良かったし、退色もきれい」と喜んでお伝えくださる方もいらっしゃるんですよ。一度「アジアンカラー　フェス」でカラーしてみたら、その後もずっと「この前と同じので」とおっしゃるお客様も多いです。ほかにも、カラー後の手触りが良いという声や、薬剤特有の嫌な香りをあまり感じなくて良いという評判もいただいています。

――当初課題だった暖色系のオーダーが増え、デザインの幅も広がったんですね！

SORA ：ブリーチカラーのお客様がサロン全体で非常に多いので、とてもありがたいです。最近では、インナーカラーをオーダーされる会社員のお客様も多く、幅広い年代の方に「アジアンカラー　フェス」を楽しんでいただいています。

この前の成人式でも、直前に約100名の新成人がご来店くださったのですが、その大半がブリーチカラーのお客様でした。やはり暖色系のオーダーが多かったですね。どの方にも式の直前にかわいい髪色になれたと喜んでいただけて、「アジアンカラー　フェス」を導入していて良かったと思いました。

TAKERU：他にも、ブリーチなしのカラーやグレイカラーでも「アジアンカラー　フェス」を使っています。発色が良いので、ブリーチなしでもしっかり色みを感じられる。また、白髪はカラーしても発色が弱いことがありますが、「アジアンカラー　フェス」は少し入れただけでも発色してくれるので、グレイカラーもきれいに仕上げてくれます。色づくりの幅が広がったと感じますね。

また、塗布のしやすさや色づくりの考えやすさなどが積み重なって、コスト面の見直しにもつながったのも、サロンとしては成果の一つです。

今後の展望：サロンコンセプトである「育つ」を、アリミノさんと一緒につくっていきたい



――今後、「アジアンカラー　フェス」で取り組んでいきたいことを教えてください。

TAKERU：まだ導入して半年ちょっと。もっと「アジアンカラー　フェス」を活用して新たな技術や表現を広げられると感じています。まずは、寒色系カラーやLOW LIFTなども使いこなし、よりカラーの幅を広げていきたいですね。

また、アリミノさんとの講習の取り組みや、「カラー コントロールブック」による理論的なカラー教育も、引き続き取り組んでいきます。それによって、より早い段階から若手が活躍できる機会を広げていきたいです。

――若手の活躍というと、SORAさんは現在入社2年目だと伺いました。

SORA：はい、そうなんです。入社した翌年にあたる2023年の3月に、入社後1年でメンズデビュー、さらに約半年後の7月からレディースも担当するようになりました。メンズからスタートしたのは、僕自

身と近い客層で話しやすく、得意な領域でもあるというのが理由の一つ。もう一つは、サロンとして新しいことを取り組んでいくのに、若手に機会をつくろうという文化があります。当時、男性のお客様が少なかったので、「じゃあ、そこの枠取りにいこうか」と提案され、チャレンジすることになりました。

TAKERU：実際、SORAにメンズを担当してもらうようになり、男性のお客様の比率が上がりました。

他店と比較すると、かなりのスピードでのデビューだと思いますし、若手に新領域をやってみようかというのも珍しいかもしれません。でも、当サロンではスタッフが早い内から活躍できるように、一人ひとりの特性に合わせて担当を考えていて、他のスタッフも同様に早いタイミングでデビューして活躍しているんですよ。

――最後に、アリミノさんとの今後の取り組みや展望について教えてください。

TAKERU：チャレンジしたいというスタッフの声に応えるには、学べる環境や教育が大事になってくると考えています。また、実際に薬剤を試したり講習会で実践を積み重ねたりすることで、技術面での成長スピードも早くなると感じています。今回、アリミノさんからのご提案で「アジアンカラー　フェス」の導入とともに、「カラー　コントロールブック」を用いて理論を深め、さらに講習で理論と技術を身に付けたことで、「お客様に良いものを提供したい」という思いをより形にできるようになったと感じています。お店の名前の「ウル」には、「育つ」という意味があるのですが、今後もアリミノさんとチームとして一緒に成長していきたいですね。

Profile



TAKERU
Kahuli hair Ulu 代表

千葉県出身。東洋理容美容専門学校2014年卒。2店舗を経験後、Kahuli hair Uluに入社。2022年、代表就任。一人ひとりの骨格に合わせた、似合わせスタイルが得意。豊富な知識と経験で、お客様の「なりたい」スタイルの提案を心掛けている。20代~30代のお客様からの信頼が厚い。

Instagram：@takeru.ted



SORA
Kahuli hair Ulu スタイリスト

千葉県出身。東洋理容美容専門学校2022年卒。2022年Kahuli hair Uluに入社し、2023年にスタイリストデビュー。似合わせカットや韓国風スタイルが得意。お客様の悩みに寄り添いながら、「カワイイ」から「カッコイイ」まで幅広いスタイルを提案し、圧倒的なリピート率を誇る。

Instagram：@chyy916__

■ アリミノ営業担当者のコメント

Kahuli hair Ulu 様にはヘアカラーを楽しむ女性が数多くご来店されております。
カラーによって美しくなるお客様の髪へのダメージをできるだけ抑え、10年先も大好きなカラーを楽しんでいただきたいという想いから「アジアンカラー　フェス」をご提案させていただきました。
「カラーコントロールブック」を用いたことで、未来のスタッフ様にカラーの考え方や楽しさを理論立てて教えることができるようになったと喜んでいただき大変嬉しく思っております。

今後も弊社製品や取り組みを通じてUlu様と協働し、お客様に喜んでいただくためのお手伝いができれば幸いです。

首都圏第1営業部　東京第2支店 岩谷啓輔

■ 「Kahuli hair Ulu」サロン情報



“ulu” はハワイの言葉で「育つ」。「ulu」という言葉のように、「お客様一人ひとりと共に成長していく」をコンセプトに、お客様の悩みに寄り添いながら、トレンドを捉えたヘアスタイルを提供。丁寧なカウンセリングでお客様のご要望に応え、千葉県で『一番かわいい』をつくれるサロンを目指している。

店舗展開	千葉県に1店舗
従業員数	12名
サロンコンセプト	お客様一人ひとりと共に成長していく
サロンターゲット	10～30代を中心としたオシャレ感度の高いお客様



所在地：
〒260-0015
千葉県千葉市中央区富士見2-9-2千葉プライム8 2F

（取材・文／A PRESS編集部、撮影／河合信幸）

ARIMINO