

SNSのメリットは集客だけじゃない！？ サロン×SNSの伝道師に聞く、サロン全体で取り組むInstagram運用の必要性——HAIR'S 河内瞭さん

Jun 13.2024

「時代に合わせてSNSを始めてはみたものの、なかなか成果につながらない。」「サロンワークと並行して投稿し続けることが負担である。」など、SNS運用に悩みを持つサロンや美容師は多いようです。

1948年創業の大阪の老舗美容会社「HAIR'S（有限会社阿倍野橋美容室）」の取締役を務める河内瞭（かわち りょう）さんは、美容メーカーを経て、広告代理店でSNSマーケティングに従事したキャリアの持ち主。その経験とスキルを活かし、サロンスタッフのInstagram運用をサポートしています。Instagramの効果的な活用法をスタッフへ基礎から伝授し、その後の運用もスタッフ自身で自走していけるようになることで、集客だけでなくリクルート面でも成果を上げたそうです。

自社の新規サロンブランドの立ち上げからSNS関連の外部講師まで、幅広く活躍する河内さんに、SNS運用に取り組んだ経緯や力を入れる理由、その成果について伺いました。

お客様はInstagramでサロンを探している。だから使う意味がある



――SNSに力を入れるようになったきっかけから教えてください。

河内さん(以下敬称略)：SNSについて考える前に、以前から「美容業界はITにもっと強くなったほうが良い」と考えていました。在庫管理を紙で行っていたり、社内の情報共有ツールがなかったり、トレンドを取り入れる仕事なのにITの力を取り入れることには、保守的な面があると感じていたんです。

実家が美容室なので、自分がサロンを運営する時を見据えて知見を広げようと、ITを駆使しているイメージのある広告代理店へ転職しました。そこでSNSマーケティングの仕事を任せていただいたことで、SNS運用と美容業界との親和性はすごく高いんじゃないかと感じたのがきっかけです。

そして再び美容業界に戻り、2022年に新規ブランド「CAF（カフ）」をオープンさせたのを機にInstagramでの発信を本格的に取り組むことにしました。

――SNSの中でもInstagramに注力されたのは、なぜでしょうか？

河内：お客様がInstagramで美容室を探しているという現状があるからです。決して、Instagramにこだわっているわけではありません。消費者の動向に合わせることを重要視しています。だから、流行が変わり、お客様が美容室を探す場が違う媒体へ移れば、今度はそっちへというふうに、しっかり時代に合わせたいと思っています。

――Instagramを運用する目的は、集客のためでしょうか？

河内：そうですね。ただ、当サロンでいえばリクルート面でも大きな成果がありました。「CAF」の親会社であり、私の実家でもある「HAIR`S（有限会社阿倍野橋美容室）」は、美容室を1935年に始め、2025年に90周年を迎えます。歴史が長い分、古いイメージをもたれやすくリクルートには長いこと悩んできました。就職先を探している美容学生さんは、どうしても新しくてかっこいいサロンを求める傾向にあるからです。新卒の応募が1人しかなかったという時代もあるくらい、リクルートには悩んでいました。

河内：また、利益率を上げていくために、どのような付加価値をつければお金をいただけるかと考えて仕組みをつくることが重要だと感じています。技術者ではない自分にできるのは、コストを下げることだと思い、Instagramを活用して広告費を下げようと真剣に取り組もうと決めました。

年間1200名ものお客様をSNSから呼び込むことに成功。リクルートは以前の10倍に！



――集客面の成果はいかがでしたか？

河内：SNS経由で来てくださるお客様は月に80～100名、年間で1200名という状況です。スタッフ1人あたりの平均が15～20名くらい。繁忙期だと1番多いスタッフで70名くらいになることもあります。「Instagramへの取り組み方ひとつでこんなに集客率が変わるんだ」とスタッフも体感できたようで、サロン全体のやる気も高まっています。今では毎日1投稿～2投稿が社内ではデフォルトとなっています。

興味深いのが、Instagramから予約いただくお客様は、一目でどのスタイリストのお客様か分かる点です。逆に、美容系の大手予約サイトから来てくださるお客様は、店に入ってきた時にどのスタイリストのお客様なのか分かりません。これはスタイリストがInstagramでしっかり自己ブランディングできているからだと思います。その結果、スタイリストにマッチしたお客様が来てくれるようになった印象です。

――Instagramでスタイリストの強みや好みをはっきり表現できていれば、ミスマッチが起きにくいということですね。リピートにも繋がりやすそう。

河内：そうなんです。美容系の予約サイトの場合、スタイリストではなくサロンで選ばれるケースが多いと思います。お客様の多くは、提示されている価格や口コミ評価など、全体をみて判断されていることが多いんです。

その点Instagramは、自分の好きなスタイルが得意か、雰囲気は合いそうか、投稿を見て判断できます。そのため、お客様一人ひとりが自分にぴったりなスタイリストを見つけやすく、実際に来店して技術に満足してもらえればリピートしていただける確率が必然的に上がるんですよ。

――リクルートへの影響も大きかったとおっしゃっていましたよね。

河内：Instagramに力を入れ始めたことで、グループトータルで初年度には約50～60人もの方がサロン見学に訪れてくれました。これは力を入れる前と比較すると10倍の増加になります。店にとってかなり大きな成果でした。今も継続して毎週サロン見学が入っています。



河内：また、リクルートに関するセミナー依頼も受けているのですが、当サロンだけでなくリクルートに悩んでいるサロンさんはたくさんいらっしゃると改めて実感しました。そういった悩みを解消できる力もInstagramにはあるので、使う価値は十分にありますよ。

――Instagram以外のSNSは使用されていますか？

河内：TikTokをやっているスタイリストが多いですね。個人のSNS集客のうち6～7割がInstagram、3～4割がTikTokという話も聞きます。

若い子にはTikTokのほうが見てもらえる可能性が高いことが理由かなと思います。Instagramのリールを転用すれば新たに素材を用意しなくても、簡単に自分を見てもらえる場所を増やせるので、やっておいて損はありませんね。学生が新生活を迎える3月や長期休み中は特にTikTokからの流入が増えています。

> 1人のスタッフと二人三脚でゼロからInstagramを開始！ その成功を目の当たりにした他のスタッフも自発的にあとへと続く形に……



――ここまでの成果に至るまでに、どのような取り組みをされたのでしょうか？

河内：まずは成功事例を作ろうと思い、男性スタイリストの1人にInstagramアカウントを作ってもらい、ゼロから一緒に始めました。そのスタイリストは、新天地で頑張りたいと東京から大阪に来てくれたばかりだったので、顧客がゼロの状態からのスタートでした。とても熱意を示してくれていたので、私も彼の売上を作るために責任を持ってサポートをしなければと、お互いにモチベーション高く取り組めました。

その結果、Instagram効果で新規のお客様が月に20～30名ほど彼を指名してくれました。

――すごい…！ すぐに数字として結果が出たのですね。

河内：Instagramで集客を増やすには、たくさんの人の目に留まることが大前提です。毎日1投稿は基本に、投稿すればするほどお客様の目にはいって来店いただける確率が上がります。なので、まずは何週間かかけて一緒に撮影をして、およそ60投稿分を準備しました。サロンワークをしながら、毎日撮影して投稿することはなかなか厳しいので。

初めに取り組んでくれたスタイリストは、私のアドバイスに対してひたすら真面目に取り組んでくれたので、早い段階で結果に結びついたんだと思います。現在もその熱量をずっと維持していて、彼は1日に3投稿しています。時々「今日はちょっとサボって2投稿しかできませんでした～」と、すごくレベルの高い話をしてくれます。

――頼もしいですね。そのスタッフが成功した後、他のスタッフへの働きかけはどのように行いましたか？

河内：私からは「やろうよ！」とざっくりと話をした程度です。スタッフに対してセミナーを開くなど、強制的にInstagramの運用に関する教育は行っていません。結局は自分が「やりたい」というモチベーションがもっとも大切ですからね。「質問があればいつでも受け付けますよ」というスタンスでいるように心がけています。

なにより、こちらが促さなくても、まず先陣を切ってスタッフが成功事例を作ってくれたので、自然と他のスタッフも自発的に取り組んでくれていて、すでに良い流れができあがっていました。



――スタッフから質問があった際、アドバイスで意識しているポイントがあれば教えてください。

河内：自分は技術者ではないので、技術面に関しては触れないようにしています。ロジックや数字に基づいたことや、ブランディングなどの方向性に関するアドバイスをします。例えば、「ショートヘアを推したいのであれば、そこからぶれないように、他のスタイルの投稿は控えたほうが良いよ」などですね。

――TikTokはどのように投稿していますか？

河内：TikTokはショート動画の媒体なので、Instagramのリール動画を転用しています。また、ユーザーの年齢層が若めなので、動画に入れる文字のパターンやフォント、合わせる曲を変えるなど、それぞれ工夫しているみたいです。Instagram同様、サロンから特に推奨しているわけではなく、私はあまり関わっていないものの、それぞれ集客面で成果をあげてくれています。

SNSでの発信の楽しさを知ってほしい！ 意識をほんの少しシフトするだけで、結果は大きく変わってくるもの



――実際にSNSを活用したり、セミナーなどで周囲へその必要性を伝えたりしていくなかで、新たに見えてきたことはありますか？

河内：SNSに関するセミナーも初めは手探りでした。でも、自分の店でおこなっているInstagramへの取り組みを他のサロンでもしっかり導入してもらうと、きちんと成果が出ることが分かりました。そういった実績から今はセミナー活動もこれまでより力を入れて行っています。

――SNSに苦手意識を持っている方や、継続できずに挫折しがちな美容師さんにアドバイスをお願いします。

河内：今、SNSを苦手だと思っている美容師さんの中にも、昔はブログやmixiをやっていた人はたくさんいるはずです。媒体が変わったり、自分が年齢を重ねて、周りが若くなったりするなかで苦手意識を持ってしまっているだけなのかなと感じています。

特にInstagramは中堅の美容師さんにとって自分が楽しむためではなく、集客目的で始める方も少なくないと思います。まずは単純にプライベートで発信する楽しさを知るところから始めると、仕事へとつなげていきやすいかもしれません。

――なるほど！ まずは仕事と考えずに純粋に楽しむことから始めるということですね。

河内：逆に若手美容師さんにとっては、Instagramは学生時代からプライベートでも馴染みのある存在です。そのせいで「仕事」という感覚でうまく取り組めず挫折してしまう人も多いんです。普段から使

い慣れた身近なツールをビジネスとしても活かせるんだよ、ちゃんと運用すれば集客、売上につながって、最終的に自分の年収が上がる。それを自分の力だけで実現できるってすごいよねとセミナーでも伝えています。

まず何より大切なのは継続することです。運用する目的をしっかり定め、負担と思わず前向きに更新できているアカウントは、投稿数も閲覧数も自然と伸びていく。意識をほんの少しシフトするだけでも、結果は大きく変わってくるものなんです。

> Instagramはビジネスに活かせる、最も身近で可能性に満ちたツール。投稿をマンネリ化させないよう、自分自身のノウハウもしっかりアップデートしていきたい



――すでにサロン運営に大きな貢献をもたらしてくれているSNS運用ですが、今後の展望についてお教えください。

河内：Instagramはまだまだたくさんの可能性を秘めた媒体です。さらに集客力をあげることを目標にしながら、よりブラッシュアップさせていきたいと思っています。投稿も同じパターンを繰り返しアップしているとマンネリ化してしまうので、変化をつけつつ質を上げていきたいですね。

また、リール動画でよく目にする投稿スタイルというのは、よく見られているということです。投稿のトレンドをきちんと分析して自分の投稿へ反映することができれば、集客につながっていきます。その重要性をレクチャーしていけば、さらに自走していけるスタッフが増えるのではないかなと思います。

> 次回の記事では、CAF 河内さんに伺った、すぐに実践できるSNS運用のテクニックをご紹介します。

Profile



河内瞭　Ryo Kawachi
HAIR'S（有限会社阿倍野橋美容室） 取締役

大阪府出身。美容メーカー、広告代理店を経て、2021年「有限会社阿倍野橋美容室」に入社。SNSの運用などマーケティングを中心に従事する。2022年に、ブランド立ち上げから携わる「CAF」をオープン。その他、SNSマーケティングのセミナー講師としても幅広く活躍する。

Instagram：@ryokawachi.official

「CAF」サロン情報



「Classy and Fabulous-上品で素晴らしい-」の頭文字をとって名づけられた店名には、上品でおしゃれなヘアスタイルをご提供することで、お客様の日常生活が素晴らしいものになるようにという想いが込められている。ヨーロッパの街角にあるサロンを想わせる心華やぐ空間と、お客様一人ひとりのライフスタイルに合わせたトレンド感のある提案で多くの女性から支持を得ている。

店舗展開	ヘアサロン3店舗・アイサロン1店舗　※HAIR'S（有限会社阿倍野橋美容室）全体
従業員数	25名
サロンコンセプト	「Classy and Fabulous -上品で素晴らしい-」
サロンターゲット	20代～30代

■ 「CAF」 店舗情報



所在地：
〒542-0081
大阪府大阪市中央区南船場4-6-1 南船場秋山ビル2F

Webサイト：https://hairs-jk.com/
Instagram：@caf.hair

（執筆／鈴木美奈子、取材・編集／A PRESS編集部、撮影／張田亜美）

ARIMINO