A PRESS



「クオライン」×「曲がる縮毛矯正」でお客様の確かな信頼を獲得。ただクセを伸ばすだけじゃない、デザイン性に優れた縮毛矯正は予約2ヶ月待ち以上！――ulus OSAKA 加藤敦貴

Oct 24.2024

クセをしっかり伸ばしながらも“ピンピンしない”ナチュラルな仕上がりが評判を呼んでいる「曲がる縮毛矯正」。この技術を生み出し、各所でセミナー講師として引っ張りだこなのが、24歳にして３店舗を経営するulus OSAKAの加藤敦貴（かとう あつき）さんです。

この「曲がる縮毛矯正」の施術に欠かせない薬剤が「アリミノ　クオライン」。各メーカーから縮毛矯正剤が出ている中、加藤さんが「クオライン」を選んだ理由とは？ 導入の経緯や成果を伺うとともに、「曲がる縮毛矯正」誕生のきっかけについてもお話しいただきました。

「クオライン」導入情報

導入の背景	●「曲がる縮毛矯正」を行う上で、以前使用していた縮毛矯正剤は種類が少ないと感じていた
選んだ理由	●クセがしっかり伸びる ●柔らかな仕上がり ●縮毛矯正剤の中でサロンシェアがトップクラス
導入による変化	●薬剤のラインが細分化されているため、髪質や履歴に合わせてしっかり対応できる ●「クオライン」×「シェルパ」の組み合わせで、複雑な履歴のお客様にも対応しやすくなった

導入の経緯：お客様一人ひとりの髪質や履歴に合わせて調整可能な、ラインアップが充実している縮毛矯正剤を探していた



――加藤さんが、縮毛矯正を得意とするようになったきっかけを教えてください。

加藤さん（以下敬称略）：実はもともとは縮毛矯正が得意だったわけではなく、「曲がる縮毛矯正」を思いついたことがきっかけで取り組み始めました。当時フリーランスの美容師をしていたのですが、センターパートの“ニュアンスパーマ”を施術する時、クセ毛の方だとどうしてもキレイに仕上がらないことに課題を感じていたんです。そこで「縮毛矯正でクセを伸ばしたうえで、毛先だけ曲げることができたら良いんじゃないか」と思い、実際にやってみたらうまくできたんです。



「曲がる縮毛矯正」のスタイル

――そうだったんですね。「曲がる縮毛矯正」はツヤッとした面と、毛先の自然なカーブが素敵です。

加藤：ありがとうございます。「曲がる縮毛矯正」は、薬剤やアプローチの方法が違うだけで、パーマ剤でつくる“ニュアンスパーマ”のスタイルと完成系は同じです。

根もとにクセがあると、ツヤッとした面の部分がないので、ワンカールを足すだけでは “無造作なパーマスタイル”になってしまいます。なので、縮毛矯正でクセを伸ばして面をつくっているかたちです。

――縮毛矯正剤として「クオライン」を導入されたのはなぜでしょうか？

加藤：「曲がる縮毛矯正」という技術を確立させるために、縮毛矯正や薬剤について学んでいくうちに薬剤も見直しが必要だなと思いました。

以前に使用していた縮毛矯正剤は、薬剤のスペックが「弱い」「普通」「強い」の3種類のみでした。使い始めのとっつきやすさはありましたが、お客様一人ひとりの髪質や履歴に合わせて細かく対応しようと思うと物足りなかったんです。そこで、もう少し種類に幅のある薬剤はないかと調べたところ、縮毛矯正剤のサロンシェア第1位が「クオライン」と知りました。

「クオライン」を選んだ理由：薬剤の種類が多く、髪の履歴に合わせて選べるのが魅力。市場シェアトップも後押しに



――「クオライン」を実際に使ってみていかがでしたか？

加藤：きちんとクセは伸びるけど、柔らかな仕上がりになるのがいいなと思いました。不自然な硬さになったり、ピンピンしてしまったりすることがなくて使いやすいです。硬さがでると、「曲がる縮毛矯正」でお客様が求めているスタイルと変わってきてしまうので、仕上がり感と質感はとても重視した点ですね。

また、課題だった薬剤の種類はラインが細分化されているので、髪質や履歴によって細かく調整できるのも長所だと感じています。加えて、pHやアルカリ度、還元剤の成分など、薬剤のスペックも公開されていたので、そこも信頼できると思いました。

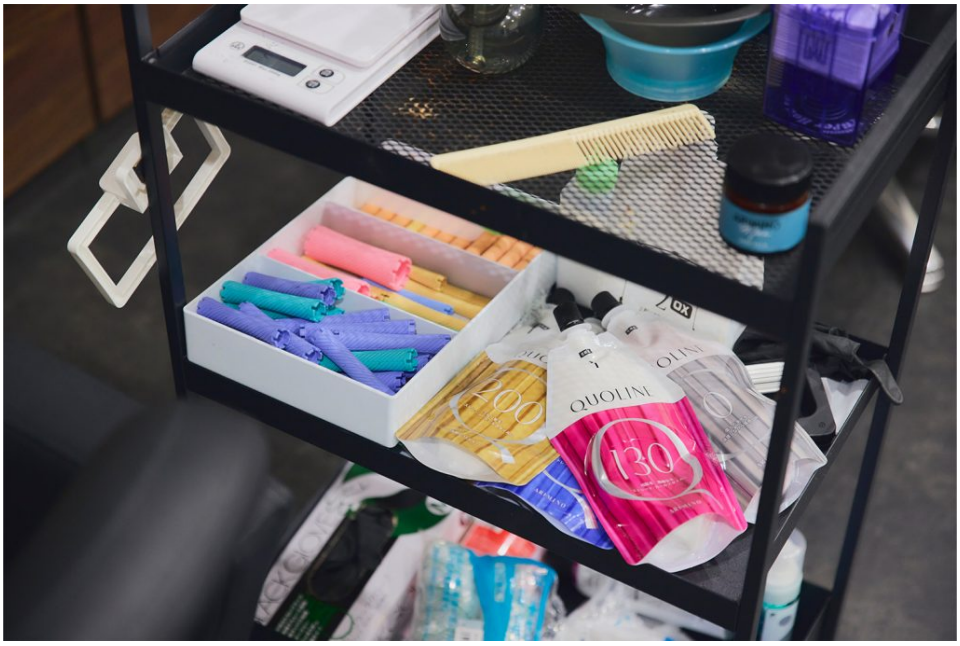
製品スペック表

	T 280	T-C 250	T-C 80	CA-T 200	CA-C 130	CA-T-C 100	アジャスト 0
pH	9.2	8.9	7.0	8.8	7.7	7.7	5.0
還元剤/毛髪軟化成分	チオグリコール酸	チオグリコール酸 L-システイン	チオグリコール酸 L-システイン	システアミン チオグリコール酸	システアミン L-システイン	システアミン チオグリコール酸 L-システイン	–
アルカリ剤	炭酸塩 MEA	炭酸塩 アンモニウム MEA	アルギニン	炭酸塩 アンモニア	アルギニン アンモニア	アルギニン アンモニア	–
アルカリ度	6.5mL	3.5mL	0.7mL	4.0mL	1.0mL	0.7mL	–
総還元力（TG換算）	10.7%	10.7%	5%	7%	7%	5%	–

――「クオライン」シリーズの中で、特に使いやすいアイテムがあれば教えてください。

加藤：あまり履歴が複雑でない方なら「CA-C 130※1」です。化粧品カテゴリーの薬剤なのですが、これはかなり優秀だと思いました。低ダメージだけど、しっかり期待に応えてくれる。このような薬剤は見たことがありません。「CA-C 130」がないとサロンが立ち行かないかもしれない（笑）。

※1　CA-C 130：アリミノ　クオライン　CA－C　130　1剤（化粧品）



加藤：あとは、ブリーチ毛なら「T-C 80※2」と「アジャスト 0」の組み合わせが鉄板です。また、僕のメニューはデフォルトで中間処理に「シェルパ　クリアアップフォーム」を使用しています（ストレートの場合）。これをすると、仕上がりの手触りが違いますね。

※2　T-C 80：アリミノ　クオライン　T－C　80　1剤（医薬部外品）

導入時の工夫：集客はSNSと口コミが中心。同じ高校から10人以上が来店したことも！



――スタッフへの共有は、どのように行われていますか？

加藤：僕はオンラインセミナーなど、いろいろなコンテンツで技術解説を行っているので、まずはそういったコンテンツを見てもらいます。それからモデルさんで練習をして、最初の5回ほどは、改善したほうがいいところなどを僕が直接指導しています。

疑問点が出たらすぐ聞いてもらいつつ、1日2人のペースで施術すれば、約2週間で技術を習得できるようになっていますね。施術時間に関しては、僕はカット込みで1時間半～2時間ですが、他のスタッフも2時間ぐらいで施術しています。

――薬剤の種類が多いと、若手の方などは選定が難しそうでもありますが…。

加藤：シリーズすべての薬剤を使うというより、髪質ごとにどの薬剤を使用するかを具体的に説明しています。メインで使っているのは「T-C 250※3」と「CA-C 130」。プラスアルファとして、ブリーチ毛には「T-C 80」、クセが伸びにくい時は「T 280※4」など。種類は多いですが、それぞれの髪の特長に合わせて選べるので、むしろ分かりやすいのではないかなと思います。

※3　T-C 250：アリミノ　クオライン　T－C　250　1剤（医薬部外品）

※4　T 280：アリミノ　クオライン　T　280　1剤（医薬部外品）

――集客は、どのように行われていますか？

加藤：美容系の集客サイトなどは使っていないので、SNSの投稿写真を見て来られる方が多いです。あとは口コミや紹介が多いですね。特に高校生は口コミのパワーがすごいです。昨日まで髪がもじゃもじゃだった子が、翌日サラサラな髪で登校したら、みんな驚いて話題になりますよね。「めっちゃナチュラルじゃん」「俺も行くわ」となり、1つの学校から10人以上が来店してくれるなんてことも珍しくありません。



――それはすごいですね…！ ちなみに、SNSの打ち出し方についてお店全体で決めていることはありますか？

加藤：ありません。スタイリスト個々のアプローチに任せています。基本的に、ベースカットの方法、縮毛矯正の技術、生産性の上げ方くらいしか、僕はスタッフのやり方に口を出さないですね。 口を出さない分、スタッフ同士での情報共有が活発です。みんなでご飯に行ってSNSの話をしたり、「今こういう悩みがあるんだけど」「こうやったらいいよ」というコミュニケーションを自然にとったりしています。

今やっていることがお客様に喜んでいただけていることや、結果がしっかり反映されるような給与形態にしていることでスタッフに自信がつき、それがもっと頑張るモチベーションや自主性につながっているのかなと思います。

――客単価アップのために工夫されていることはありますか？

加藤：一番人気の「曲がる縮毛矯正」は、センターパートのニュアンスパーマのように、眉毛がしっかり見えるスタイルなので、眉カットに力を入れています。10分もかからずに1,000円の売上になるので、1人のスタッフが毎月150人から200人を施術したとして、全員に眉毛カットを行えば15〜20万になります。小さな金額も積み上げると大きな金額になるので、たとえ500円だろうと、1,000円だろうとしっかり提案しようと伝えています。

あとは、トリートメントメニューとの組み合わせ提案です。クセの原因は髪の水分バランスの乱れ。髪に水分を定着させ、まとまりや潤いを維持してくれる「コアミー」は縮毛矯正との相性が良いので、縮毛矯正を行ったお客様におすすめするようにしています。

例えば、カット＋縮毛矯正の施術をしたお客様が、1ヶ月後に再来店した時、カット＋コアミーのトリートメントをしてもらうと、伸びた部分のクセが落ち着くんです。縮毛矯正を毎回かける必要がなくなるので、髪のダメージやお客様のお財布の負担も少なくできるなと思っています。それを説明してからトリートメントのご提案をするとお客様からは受け入れてもらいやすいですね。



――中間処理剤として「シェルパ」も使用されているとのことですが、お客様にはどのように提案されていますか？

加藤：カウンセリング時に髪の状態をしっかり説明し、成功した場合と最悪の場合の結果を事前にお伝えするようにしています。最初に起こり得る可能性を伝えることで、リスクを避けるための提案として、お客様に納得していただきやすくなります。

導入の成果：予約は2ヶ月待ち以上！ 履歴が複雑なお客様に多く支持していただけるように



――「クオライン」を導入して、どのような変化がありましたか？

加藤：どんな髪質や履歴の方でもほぼ全員の施術が可能になり、対応できるお客様の幅が広がったと思います。僕のお客様は、「根元は新生毛、ブリーチ履歴あり、毛先に矯正が残っている」など履歴が複雑で、他店に断られてご来店される方も多いです。来店時点で、髪がちぎれてしまうほどダメージがあると難しいですが、そういった方にも提案ができるようになりましたね。

――お客様からはどのような感想がありますか？

加藤：おかげさまで、施術を受けたお客様からは「今までの縮毛矯正とは全然違う」「ほかのサロンにはもう行けないです」など、嬉しい声をたくさんいただいています。

また、「他店で縮毛矯正を受けて失敗してしまった」、「クセが強すぎて断られてしまった」というお客様が、最後の頼みの綱として来店してくださることが増えました。今、「曲がる縮毛矯正」を謳っているサロンは増えていますが、「ulusの予約が取れなくて別のサロンに行ったら、加藤さんのInstagramの写真みたいにならなかった」と、2ヶ月待ってでも予約をしてくださるお客様も多くいらっしゃいます。

縮毛矯正はカットやカラーに比べると金額は高めですが、予約が埋まっていることからも、技術力への対価として納得していただきやすいのかなと思っています。

今後の展望：「メンズ縮毛矯正」の資格制度を考案し、お客様への信頼度と美容師の価値を上げていきたい



――今後の展開として、「クオライン」を活用した施策があれば教えてください。

加藤：今後、「メンズ縮毛矯正が上手な美容師かどうか」をお客様が一目で見分けられるような“資格”をつくっていきたいと考えています。その資格がお客様に認知されれば、美容師としての信頼度が高まったり、入客しやすくなったり、新たな付加価値になるのではないかと思います。

また、各都道府県に1人ずつでも「曲がる縮毛矯正」をしっかり施術できる美容師がいる状態を目標に、講師活動にも力を入れていきたいです。

――「クオライン」の導入を検討しているサロンさんへのメッセージをお願いします。

加藤：「クオライン」を使った縮毛矯正は、今まででは考えられない柔らかな仕上がりに驚くと思います。これまでは「縮毛矯正をすると、髪がピンピンになる」という悪いイメージが先行していましたが、これからはそれが当たり前ではないことが認知されていくと思います。この機会に「クオライン」を一度使ってみて、技術のアップデートに繋げてもらえたらと思います。

Profile



加藤敦貴　Atsuki Kato
ulus OSAKA 代表

2000年生まれ。大阪府内の美容学校を卒業後、新卒からわずか2ヶ月でフリーランスとして独立。「曲がる縮毛矯正」を武器に数々の記録を打ち立て、2023年4月大阪ミナミに ullus OSAKAをオープン。法人設立から1年で3店舗まで増え、平均年齢23歳の超若手サロンとして注目を集めている。平均生産性は150万円を超え、若い世代のプロデュースやセミナー活動など幅広い活動を展開中。

Instagram：@atsukides56

■ アリミノ営業担当者のコメント

男性の美意識も高まる中、ストレートでも「ピンピンにしたくない」「自然な毛流れにしたい」といったお客様は増えています。クオラインはクセをしっかり伸ばせるだけでなく、「柔らかさ」や「自然な仕上がり」に対してご好評いただいている商品です。

ULUS様では処理剤として『シェルパ』、質感のベース作りに『コアミー』、クセを伸ばす『クオライン』とそれぞれの製品特徴を理解し、組み合わせて使用することで、お客様が求める以上の仕上がりを提供されています。このこだわりがお客様にもしっかりと伝わり、口コミという1番うれしい集客につながっているのではないでしょうか。

今後もお客様に喜んでいただけるよう、一緒に製品の効果などを深堀りし、使い方や伝え方をブラッシュアップしていきたいと思います。アリミノでもさまざまなストレートメニューをご用意していますので、ぜひアリミノセールスにお声かけくださいませ。

名阪営業部　大阪第一支店　岡根洋介

■ 「ulus」サロン情報



大阪ミナミの中心地に3店舗を構える、ストレートパーマに特化したメンズサロン。再現性を重視したスタイル提案と、ダメージレスな薬剤選定、高い技術力で「お客様のやりたいを叶える」を掲げる。代表の加藤氏が考案した「曲がる縮毛矯正」はクセに悩む、幅広い年代の男性から多くの支持を得ている。

店舗展開	3店舗
従業員数	10名
サロンコンセプト	二刀流（「曲がる縮毛矯正」＋「縮毛矯正以外の強み」）
サロンターゲット	髪のことで悩む全ての方（10～50代男性まで幅広い層）

■ 「ulus」店舗情報



所在地：
〒550-0014
大阪府大阪市西区北堀江1-2-10 菊屋ビル10階

Webサイト：https://ulus-osaka.com/
Instagram：@ulus_osaka0405

（執筆／池山章子、取材・編集／A PRESS編集部、撮影／張田亜美）

ARIMINO