A PRESS



「夏の風物詩」から「定番の人気商品」へ。新商品「シャンプー　ナイトクリーム」で、1年中「ミント」を楽しんでいただける――LIDDELL

Jan 23.2025

1965年創業し、3代続く大阪府藤井寺市の老舗サロン「LIDDELL（リデル）」。下は0歳から、上は90代までと、幅広いお客様で賑わっています。同店では発売当初から「ミント」シリーズを導入し、長年にわたり定番商品として多くのお客様に愛され続けてきました。2023年と2024年の夏には、「ミント」シリーズ全体で200本以上を販売したといいます。さらに、2024年4月に発売されたクリームシャンプー「ミント　シャンプー　ナイトクリーム（以下、シャンプー　ナイトクリーム）」もお客様から大好評だそう。そこで今回は、代表取締役の彩葉（いろは）さんに、「ミント」シリーズが定番商品として愛される理由や「シャンプー　ナイトクリーム」のアプローチ方法などを詳しく伺いました。

「ミント　シャンプー　ナイトクリーム」導入情報

導入の背景	●「ミント」シリーズが夏の定番商品として、お客様に広く認知されていた ●既存の「ミント」シリーズのみだけだと飽きてしまう可能性もあるので、新商品などを必要としていた
選んだ理由	●以前導入したことのあるクリームシャンプーがお客様に好評だったので、クリームシャンプーのニーズがあると感じていた ●スタッフ全員が使い心地に満足した ●多毛やクセ毛など、ボリュームのあるまとまりにくい髪質に対応できる
導入による変化	●お客様から「朝のスタイリングが楽になった」というポジティブな声を多数いただいた ●多毛やクセ毛のお客様がストレートパーマの頻度を減らせた ●お客様のシャンプー選びの幅が広がった

導入前の課題：「ミント」シリーズは“夏の風物詩”！ 人気の定番商品だからこそ、お客様にもっと喜んでもらう新商品を待っていた



――毎年夏に「ミント」シリーズを導入されていると伺いました。長年「ミント」シリーズを導入されている理由について教えてください。

彩葉さん（以下敬称略）：私はこの店で働いて16年目ですが、入店当時からすでに「ミント」シリーズがあるのが当たり前の環境でした。夏が近づいてくるとお客様の方から「今年はミントシャンプーないの？」と聞かれるほどで、当店にとっては“夏の風物詩”として定着している定番商品なんです。

――夏の定番なんですね！「ミント」シャンプーはサロンメニューとして導入していますか？

彩葉：店販商品として取り扱っています。ただ、新商品が出た際や、まだ「ミント」シリーズをお試ししたことのない新規のお客様には、通常のシャンプーを「ミント」シリーズに変更してお試しいただくこともあります。そうすることで、店販購入につながることが多いんです。

――現在お店では、どのアイテムを取り扱っていますか？

彩葉：ブルーの「シャンプー　フローズンリフレッシュ」とグリーンの「シャンプー　マイルドリフレッシュ」。あと、オレンジの「マスク　マイルドリフレッシュ」。それから、2024年4月に発売された「シャンプー　ナイトクリーム」を取り扱っています。



左から「シャンプー　フローズンリフレッシュ」、「シャンプー　マイルドリフレッシュ」、「シャンプー　ナイトクリーム」、「マスク　マイルドリフレッシュ」

――新商品の「シャンプー　ナイトクリーム」を導入した経緯について教えてください。

彩葉：アリミノさんの「ミント」シリーズから新商品が出ると聞いて、すぐに導入を決めました。既存の「ミント」シリーズは当店で人気ですが、毎年夏の定番として取り扱う中で、「いつも同じ」という印象を抱くかもしれないと思っていたんです。なので、新商品が加わることでお客様も喜ぶに違いないと思いました。

「ミント　シャンプー　ナイトクリーム」を選んだ理由：クリームシャンプー復活を待ち望んでいたお客様の声に応えられる



――「シャンプー　ナイトクリーム」の導入はすぐに決めたとのことですが、一般的なシャンプーとは異なるクリームシャンプーということで、導入に迷うことはなかったのでしょうか？

彩葉：実は以前、他社さんのクリームシャンプーを導入していたことがあったのですが、廃盤になってしまって。何年か経ってからも「あれはもうないの？」というお客様もいるぐらいでした。そういった中で、アリミノさんからクリームシャンプーが出ると聞いて、「これは絶対に導入しよう」とスタッフ全員の意見が一致したんです。

――実際に使ってみて、使い心地はいかがですか？

彩葉：スタッフ全員が使用してみて、全員が使い心地に満足しました。髪がきれいにまとまり、手触りがすごく良くなるんです。スタッフ全員が使用感に納得できていたので、お客様にもおすすめしやすいなと思いましたね。また、1回使用するだけで、わかりやすく効果を感じられたので、お客様からの反応も間違いなく良いだろうなと予想していました。

――同時に発売された「ミルク　ナイトセラム」も導入されていると伺いました。どのような商品だと感じましたか？

彩葉：これ私、大好きです！「シャンプー　ナイトクリーム」とペアで使っていただきたくて、お客様にもおすすめしています。すごくまとまりが良くなるんです。洗い流さないトリートメントなので、髪のケアをしながら乾燥を防ぎ、自然にまとまってくれる。特に年齢を重ねてスタイリング剤をあまり使わなくなった方にもぴったりで、これだけで扱いやすい髪になると好評です。またネーミング的に、夕方ご来店いただく方にご紹介すると、興味を持っていただけることが多いですね。

導入時の工夫：商品をたくさん並べることで、視覚的アプローチと期待感を高める



――どのように新商品「シャンプー　ナイトクリーム」を周知しましたか？

彩葉：新発売時はとにかくいっぱい商品を並べました。受付カウンターが紫一色になるぐらいに（笑）。そうするとお客様も無視できなくて「これ、何なん？」と興味を持ってくださるので、「ミント」の新作が出ました！とご紹介しました。

あとは、店内にポップも用意しました。それも「冷やし中華はじめました」みたいな、わかりやすくてツッコミやすいコピーを意識しました。「ミント」のシリーズ自体は、既に多くのお客様に認知していただいているので、「ミントシャンプーの新作が出ました！」と伝えるだけで、自然と受け入れてもらえました。また、販売前にブログやLINE、SNSで告知しました。当店はお客様の年齢層が幅広いため、LINEがいちばん伝わりやすく、多くの方に見ていただけましたね。



左：「シャンプー　ナイトクリーム」のポップ、右：2023年の「ミント」シリーズのポップ

――クリームシャンプーを使ったことのないお客様もいらっしゃると思いますが、「シャンプー　ナイトクリーム」のご提案方法について教えてください。

彩葉：必ず「泡立たないシャンプーですが、大丈夫ですか？」とお伺いするようにしています。普段、泡立つシャンプーを使い慣れている方にとって、クリーム状のシャンプーはイメージしづらいと思うので、最初にしっかり確認しています。

最近だと、「シャンプー　ナイトクリーム」をまだ試したことのないお客様には、「髪質に合った新しい商品があるので、今日はこれで試してみませんか？」とお声がけしています。その後、「髪を触ってみてください」とお伝えすると、効果を感じてもらって、その場で購入につながることも多いんです。

――ご提案する上で心がけていることはありますか？

彩葉：正しい使い方をしっかりお伝えすることを大切にしています。どのくらいの量を使うのか、どのくらいの時間を置くのかなど、具体的なポイントを丁寧に説明するようにしています。これらをきちんと守っていただくことで、「シャンプー　ナイトクリーム」の良さを最大限に感じてもらえるからです。

もし、説明だけでわかりづらい場合には「リデル　ブログ　ナイトクリーム」と検索し、それを見ていただくようご案内しています。お店のブログは、商品の使用方法やポイントなどをスタッフが紹介していて、10年以上毎日更新しています。



彩葉
とにかく毎日お風呂が面倒くさい。
もう寝なきゃいけないのにお風呂入らなければならない。
そんな時お風呂に入った私の心を軽くしてくれる商品です。

これ一本を適当に頭皮と髪の毛につけて体を洗って一緒に流せばハイ終わり！！
しかも次の日の髪の毛のコンディションは他の何を使うよりも良いんです！
すごすぎる〜〜〜全人類騙されたと思って使ってみるべき！
リデルで販売中☆

LIDDELLさんのブログより

彩葉：お客様の年齢や習慣によって、情報を取得する手段が異なるので、それに合わせてお伝えする方法は工夫しています。例えば、年配のお客様は、XやInstagramよりもブログやLINEのほうが見やすいと感じる方が多いんです。なので、鏡面にQRコードを設置し、お店のLINEから簡単にブログをご覧いただけるようにしています。

――既存の「ミント」シャンプーとはどのように使い分けておすすめしていますか？

彩葉：お客様の髪質や性格に合わせておすすめしています。清涼感を求めている方には、ブルーの「シャンプー　フローズンリフレッシュ」。特に夏場におすすめしています。一方で、清涼感は控えめなほうが良い場合や、頭皮のベタつきがお悩みの方には「シャンプー　マイルドリフレッシュ」をご提案します。お子様の頭皮がベタベタする…というようなお話を聞いたときに、カジュアルにおすすめしやすいんです。また、オレンジの「マスク　マイルドリフレッシュ」はトリートメントですが、乾きが早いのでドライヤーの時間を短縮したい方におすすめしています。

「シャンプー　ナイトクリーム」については、クセ毛で髪が広がりやすい髪質の方や多毛、硬毛、ダメージ毛の方に特におすすめしています。髪がしっとりまとまり、ボリュームを抑えられるので、頭が小さく見えるような仕上がりになるんです。また、「できるだけ手軽に済ませたい」という方にもぴったりです。寝癖がつきにくく、翌朝のスタイリングがとても楽になるので、忙しい方や朝の時間を短縮したい方には特におすすめしています。

導入の成果：一度使って効果に満足したお客様が家族や友人へのプレゼントとしても購入。2023年と2024年の夏には200個以上の販売数を記録



――実際に「シャンプー　ナイトクリーム」を使ったお客様からの反応はいかがですか？

彩葉：驚くことに「今までで1番良い」という声を、たくさんいただきました。まとまりが格段に良くなって、多毛やクセ毛の方でストレートパーマの頻度を減らした方もいらっしゃいます。ストレートパーマなどの施術メニューに頼らなくても、ボリュームダウンができたんです。「朝のスタイリングがラクになった」という反響も多いですね。

また、お客様の方から「何か良いシャンプーはない？」と聞かれたときにも、特徴的なのでご紹介しやすいですね。シャンプーとトリートメントの機能が1本にまとまっているため、時短を重視するお客様からは特に好評でした。あとは、寝癖がつきにくいという点もポイントが高かったようです。

――お客様から「おすすめのシャンプーはある？」と聞かれることは多いですか？

彩葉：そうですね。アリミノさんの「コアミー」をはじめ、複数のヘアケアブランドを導入しているので、それがなくなるタイミングで次のおすすめを聞かれることはあります。「シャンプー　ナイトクリーム」は、その際におすすめしやすく、「1本で済むので時短になりますよ」と説明すると、興味を持たれることが多いですね。



お店では「ミント」シリーズ以外に、「コアミー」や「dAnce.」などを取り扱っている

――2023年と2024年には、「ミント」シリーズ全体で200本以上を販売したと伺いましたが、「シャンプー　ナイトクリーム」はどうでしたか？

彩葉：「シャンプー　ナイトクリーム」は2024年4月に販売を開始しましたが、シリーズの中で1番仕入れ量が多く、好調でした。

発売当初、アリミノさんがデビューキャンペーンをされていて、その一環として特製のブラシがついていました。当店では、このブラシを4000円以上(税込)お買い上げのお客様にプレゼントするという形でやっていたのですが、その効果もあり、「シャンプー　ナイトクリーム」550gを購入される方が多かったと思います。また、「シャンプー　ナイトクリーム」240gと「ミルク ナイトセラム」をセットで購入してもらうと、4000円を少し超える価格になるので、その組み合わせもおすすめしやすく、購入につながったと感じます。550gを購入されたお客様は、その後詰め替え用の1000gをリピートしてくださることが多かったです。また、ご自身が使ってよかったからとプレゼントにされる方もいらっしゃいました。



――プレゼントも！ そんな需要もあるんですね。

彩葉：はい、「シャンプー　ナイトクリーム」に限らず、ギフトとして贈るお客様がいらっしゃいます。特に「シャンプー　フローズンリフレッシュ」と「マスク　マイルドリフレッシュ」は夏らしいブルーとオレンジの組み合わせが好評で、夏のギフトとして購入する方が多いです。「ミント」ならではの活用法ですよね。「ミント」シリーズはデザインも良いですし、価格帯もちょうど良いので、プレゼントに最適だと思います。また、購入されるのは女性のお客様が多いですが、男性にプレゼントされる方も多かったです。

今後の展望：夏の定番からさらに一歩進んだ１年中愛されるシリーズに育てたい



――長く「ミント」を取り扱っていますが、改めて「ミント」とはどういう存在でしょうか。また、今後の展望などについても教えてください。

彩葉：「ミント」シリーズは季節モノだと思っていらっしゃる方も多いと思いますが、当店では１年中使っていらっしゃるお客様も一定数いて。例えば、飲食関係のお仕事をされている方などは髪に匂いがつきやすいため、リフレッシュするのに「フローズンリフレッシュ」じゃないとダメ、という方もいらっしゃいます。私たちも長年使用していて、心の底からオススメできる。それぐらいの信頼感があります。その上、こうして新商品を出してくれたり、デザインリニューアルをしたりと、常に進化している。毎年夏の定番として出していますが、同じ商品だとマンネリ化してしまうときもありますよね。そこに、今までとはまた違う特徴の新作を出してくれるとワクワクしますし、お客様とのコミュニケーションツールとしても大きな役割を担ってくれる存在です。

なので、これからは「年中ミント」！ 365日「ミント」なお客様をもっと増やしたいと思います。家族用に「ミント」を購入されるお客様も多くいらっしゃるので、ご家族で「年中ミント計画」も可能だと思います。例えば夏は「シャンプー　フローズンリフレッシュ」、女性はそれに加えて「マスク　マイルドリフレッシュ」で髪を早く乾かせる。他の季節は「シャンプー　マイルドリフレッシュ」、疲れて時短したいときは「シャンプー　ナイトクリーム」とか…。次はどんな新作が出るのか、楽しみです。



――最後に、「シャンプー　ナイトクリーム」の導入をこれから検討するサロンさんに、メッセージをお願いします。

彩葉：「シャンプー　ナイトクリーム」を使うと、仕上がりがまるで別物です。特にクセ毛や多毛の方は、ボリュームダウンしたかのように髪が落ち着き、コンパクトにまとまります。これを使った後は、自分のカットが上手くなったように見えるほど髪が整うので、カットだけでは限界のある髪の状態でも、しっかりとサポートしてくれます。一度使えば、その仕上がりに驚き、きっと手放せなくなると思います！

Profile



彩葉　Iroha
LIDDELL　代表取締役

大阪府藤井寺市出身。2013年「LIDDELL」の代表取締役に就任。ショートスタイルや気取らない空気感のあるパーマスタイルを得意とする。その安定した技術と接客に、幅広い層のお客様が厚い信頼を寄せる。

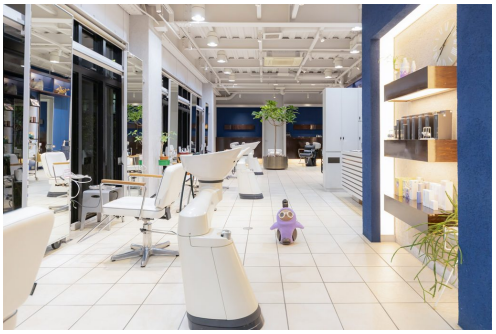
Instagram：@iroha_liddell

■ アリミノ営業担当者のコメント

リデル様は長年地域で愛されているサロンで、老若男女問わず、いつも多くのお客様で賑わっています。店販購入比率も高く、弊社製品も数多く導入・販売をしていただいております。

お客様との「信頼関係が強いから店販が売れる」というのももちろん、新商品導入時にはスタッフ全員で勉強会を行い、お客様が思わず買いたくなるようなPOPの作成やブログでの紹介など、「商品の特徴をしっかりとお客様にお伝えする」工夫をされています。
12月の寒い日に訪問させていただいた際には、目の前でお客様がナイトクリーム1Lとナイトセラムを購入されていました。
年間を通してお使いいただけるミントシリーズですので、ご興味のある方は、ぜひ弊社セールスにお声がけください。

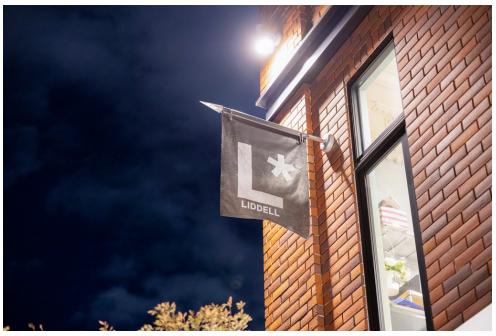
■ 「LIDDELL」サロン情報



1965年創業、大阪府藤井寺市に根ざし、3世代にわたる幅広いお客様に愛されてきた老舗サロン。「その人らしさ」を大切に、既成概念にとらわれないヘアスタイルを提案し、一人ひとりの魅力を引き出す「きれいづくり」を目指している。レンガ造りの広々とした空間と、お客様と友だちのような距離感を大切にした温かい雰囲気が特長の、また訪れたくなるおうちのようなサロン。

店舗展開	1店舗
従業員数	10名
サロンコンセプト	3世代に渡り通えるサロン
サロンターゲット	子どもから大人まで3世代、地域にお住まいの方
「シャンプー　ナイトクリーム」の提案導入年月	2024年4月
「シャンプー　ナイトクリーム」の提案ターゲット	すべてのお客様

■ 「LIDDELL」店舗情報



所在地：
〒583-0035
大阪府藤井寺市北岡1-4-11

Webサイト：http://www.liddell.co.jp/

（執筆／橘川麻実、取材・編集／A PRESS編集部、撮影／スタジオフィルムズ 森）

ARIMINO