



## スタッフの9割が「ゼロテクアンバサダー®」のディプロマを取得！ 効率と品質を両立するサロンが実践する“お客様に寄り添い続ける”方法——ユーアンド

Mar 12.2026

北関東の大型モールやスーパーに隣接する便利な立地を中心に、全41店舗（うち4店舗はフランチャイズ）を展開する「ユーアンド」。創業41年の歴史を持つ地域密着サロンとして、幅広い年代のお客さまに愛されています。フロント常駐で予約せずに気軽に立ち寄れるとあって、来客数が月1,000人を越える店舗もあります。

そんなユーアンドは2015年頃から徐々に「ゼロテク®」※を導入。2024年には全店へと一気に普及し、現在はスタイリストの8~9割が「ゼロテク®」を実践しています。

今回は、代表取締役社長の天田奈津紀（あまだ なつき）さんと、エデュケーションサポート マネージャーの森田巧（もりた たくみ）さんに、「ゼロテク®」が社内で一気に浸透したきっかけと、その過程で見えてきた「ゼロテク®」の魅力を伺いました。

※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®」「ゼロテクアンバサダー®」は株式会社アリミノの登録商標です。

## 「ゼロテク®」導入情報

### 導入の背景

●お客様に安心して長くカラーを楽しんでいただける方法を模索していた

### 選んだ理由

●同社サロンならではの価値提供が必要になると考えた  
●グレイカラー需要の高まりに対応するうえでも、頭皮に配慮する取り組みが必要になると感じた

### 導入による変化

●カラー施術の80%以上を「ゼロテク®」で実施  
●スタッフの9割が「ゼロテクアンバサダー®」のディプロマを取得  
●スキルアップのトレーニングの習慣化につながった

導入の背景：グレイカラー需要の高まりに対応しながら、頭皮に配慮する方法を探していた



(左から) 代表取締役社長・天田奈津紀さん、エデュケーションサポート マネージャー・森田巧さん

——「ゼロテク®」を導入する前に抱えていた課題はありますか？

森田さん（以下、敬称略）：弊社が展開する「ファミリーヘアサロン Let's（レッツ）」でカラーをするメリットを、どのようにお客様に打ち出していくべきか？という課題感がありました。当初から、お客様に安心して長くカラーを楽しんでいただける方法は常に考えていましたね。

天田さん（以下、敬称略）：2015年からは、ゆるやかにトレーニングをスタートし、一部スタッフが「ゼロテクアンバサダー®」のディプロマを取得していました。しかし、会社全体での浸透には至りませんでした。

——そうだったのですね。なぜすぐには浸透しなかったのでしょうか？

森田：一番の懸念点だったのが、施術時間です。「ゼロテク®」は、根元ギリギリ（0mm）まではコームで、毛先にかけてはハケに持ち替えて塗布する手法を使っています。

お客様にヘアカラーを長く楽しんでいただく技術としては魅力的ですが、根元から毛先まで一貫してハケのみで塗布する従来の手法と比べると、どうしても時間がかかってしまう印象がありました。

また、当グループでは、勤続10年以上のスタッフが45%以上在籍しています。長年働いてきたスタッフが新しい技術にチャレンジする心理的ハードルは想像以上に高く、「従来の手法でもお客様に満足していただけるのでは」という意見もありました。

## 「ゼロテク®」を導入した理由：「お客様に長く寄り添いたい」 サロンの方針にマッチする技術だと感じた



——そこから、どのようにして「ゼロテク®」が社内で注目されるようになったのでしょうか？

天田：地域密着サロンとして長くお客様に通っていただけるサロンのあり方を見つめ直した際に、「ゼロテク®」の必要性を実感したことが大きいですね。近隣にカラー専門店も増えるなか、“当サロンならではの価値提供”が必要になると考えていました。

森田：当サロンは41年の歴史があり、長く通ってくださるお客様の年齢層も上がってきています。グレイカラーをされる方が増加するなかで、お客様の頭皮に配慮する取り組みが、これまで以上に必要になるという思いもありました。

——お客様に長く寄り添いながら、自社ならではの価値を提供したいという思いがあったのですね。その後「ゼロテク®」を浸透させるために、どのような取り組みを実施したのでしょうか？

天田：アリミノさんにご協力いただき、2024年から社内で「ゼロテク®」コンテストの開催を始めました。

森田：まず各店で店舗代表を選出し、次にエリア代表を選出し、勝ち残った25名ほどで「本部大会」を行う方式ですね。これを、2024年と2025年に1回ずつ実施しました。

——コンテストの内容について詳しく教えてください。

森田：第1回は練習用のクリームを使用し、指定時間以内で「いかに速く、綺麗に塗布できるか」を競いました。2回目は本物の薬剤を使い、スピードだけでなく、ウィッグの仕上がりや施術中の笑顔といったお客様対応まで含めて評価。より実際の営業に近い形で実施しました。



2025年に開催したユーアンドの第2回「ゼロテク®」コンテストの風景

——開催した手応えはいかがですか？

森田：2回目を終えたときには、スタッフのモチベーションと技術力が格段に上がっていました。コンテストのレベルを段階的に設定したことが効果的だったのかもしれません。多くのスタッフが「絶対に本部大会まで行きたい！」と前向きに取り組んでくれましたね。

天田：驚いたのは、初回と2回目で同じスタッフが優勝したことです。第3回の実施の際には、彼女には審査員をお願いしようかと思っています（笑）。「ゼロテク®」の技術の確認、向上に大きく貢献したイベントでした。

——心理的なハードルが高かったというベテランスタッフの反応はいかがでしたか？

天田：当初は抵抗感があったようですが、コンテストに向けて店単位で取り組むうちに、「ゼロテク®」での塗布が当たり前になっていきました。技術を磨くなかで懸念点だったスピード感を少しずつ克服できたこと、そしてお客様から肯定的な反応をいただけたことが大きかったと思います。

導入の工夫：コンテストを機にディプロマ取得者が急増。7分前後での施術が可能に



——2026年1月時点で197名が、アリミノ公認の「ゼロテクアンバサダー®」のディプロマを取得されているそうですね。

森田：はい。当社では、基本的に現場に立つスタッフには「ゼロテクアンバサダー®」のディプロマ取得を目指してもらっているんです。新入社員も入社直後からトレーニングを受けています。

天田：ここまで増えたきっかけはやはり、2024年のコンテストですね。2015年の導入当初は各店舗に1名、主に責任者クラスのスタイリストが取得している程度でしたが、コンテストの開催を通じて一気に増えていきました。「個人で取得するもの」から「会社全体で取り組むもの」へと、私たちだけでなく社員それぞれの意識が変わったのだと思います。

——どのようにして「全社で取り組むもの」という意識にシフトしていったのでしょうか？

**天田**：当社は予約制ではなく、回転率の高いファミリーサロンです。店舗によっては、月に500名ほどのお客様のカラー施術を行うことも少なくありません。

施術に時間がかかりすぎると、「今しか時間がない」というお客様のニーズに応えられなくなってしまう。そのような思いがトレーニングを後押ししたように思います。



——導入当初の施術時間の課題は、どのように解決されたのでしょうか？

**森田**：最初は10分以内、次は7分以内を目標とし、タイマーを使った練習を重ねてきました。スピードと精度を高めるため、スピードが速いスタッフの技術を動画で撮影し共有する取り組みも行っています。ときには店長と連携し、店舗ごとの課題に応じた個別指導も実施。しだいに、「ゼロテク®」での施術が当たり前となり、現在は営業ベースでも十分対応できるスピードまで定着してきました。

——個別指導も実施されているんですね。教育体制についても詳しく伺いたいです。

**天田**：今年からは「Educationチーム」によるサポート体制を構築しました。上からの指示ではなく、スタッフ自身の「やりたい」意識に寄り添う方針ですね。

**森田**：サポートにおいては、希望者の課題をヒアリングしながら「どうすれば、できるようになるか」を一緒に考え、指導しています。

天田：個別サポートに加え、休みの店舗を活用したエリアごとの集合研修も実施していますが、こちらでも挙手制です。当サロンのような規模では、レベルや経験の異なるスタッフ全員が一律で同じ研修を受けても、効果が出にくいと考えています。

課題に合わせて、できるスタッフが周囲に教えることで、双方にとって学びが生まれていると思います。自主性を尊重する形にすることで、学びの質も高まりました。

## 導入の成果：カラー施術の80%以上が「ゼロテク®」に！ スキルアップのトレーニングの習慣化にもつながった



——「ゼロテク®」導入後、お客様の反応はいかがですか？

天田：皆さんから良い反応をいただいています。男性のお客様からも好評ですね。毛量や頭皮を気にされている方にとっては、「ゼロテク®」への変化はわかりやすいようです。来店された時に「前は良かった」といった声をダイレクトにいただけることはあまりなかったので、日々驚いています。

さらに、「ゼロテク®」の施術が良かったからとご友人を連れて来店される方もいらっしゃいました。私も頭皮が弱く、長年「ゼロテク®」での施術を受けてきたので、魅力を実感していただけるのは嬉しい限りです。

——一方で、「ゼロテク®」に対して不安を感じる方もいるのでしょうか？

森田：なかには「本当に根元まで染まるのか」と心配されるお客様もいらっしゃいましたが、実際に施術してクレームをいただいたことはありません。初めての「ゼロテク®」でそういった不安を感じている方には、「これまでお客様から『根元まで染まっていない』と指摘されたことはありません」「メーカーも認めている技術なので大丈夫ですよ」と伝えるようにしています。

——他に、導入から今日まで実感された変化があれば教えてください。

天田：最も大きいのは、「ゼロテク®」に限らず、スキルアップのためのトレーニングが習慣化したことです。

現在、当社スタッフの約70%はパート勤務です。時間的な制約があることも多いなか、「ゼロテク®」コンテストを開催したことでモチベーションが高まり、トレーニングやスキルアップに励むスタッフが増えました。

森田：店舗の雰囲気にも変化がありました。「ゼロテク®」コンテストに向けて技術習得という同じ目標ができたことで、スタッフ同士のコミュニケーションが活発になりました。技術について会話する機会が増え、エリア内で技術を見学したり、質問したりする場面が自然と増えたと感じています。

施術の面でいえば、「ゼロテク®」は機械を使ったオートシャンプーとの相性が良いですね。頭皮の乳化作業が不要なため、シャンプーで洗い流す工程がスムーズになり、効率化にもつながっています。

——カラー施術の80%以上が「ゼロテク®」で行われている今、他店との差別化につながった実感はありますか？

天田：体感ですが、確実に変化を感じています。予約制ではない当社のサロンに対して「待つでも、ここが良い」と思っていたくには、他社にはない価値提供が必要でした。価格は変えずに、より負担の少ない、高度な技術を提供できる。その一つの答えが「ゼロテク®」だったのだと思います。

今後の展望：スタッフ環境を整え、技術統一も推進。「お客様に寄り添い続けたい」



——今後予定している「ゼロテック®」に関する取り組みがあれば教えてください。

**天田**：まだ全スタッフが、確実に同じレベル・同じスピードで施術できているわけではないので、チェーン店としてどのサロンでも同じ品質を提供できるよう、今後もクオリティ向上に取り組んでいきたいです。社内コンテストも継続できればと思っています。

——最後に、今後の展望を教えてください。

**天田**：これからもファミリーサロンとして、小さなお子様からご年配の方まで、誰もが安心して通える美容室を目指し続けたいと思います。スタッフに対しては、一日でも長く働いてもらえるように、制度やサポート体制を引き続き整えていくつもりです。この取り組みは、お客様への安心感にもつながると考えています。

また、「SUSTAINABLE COMMUNICATION（サステナブルコミュニケーション）」をコーポレートメッセージに掲げる当社では、お客様の髪だけでなく環境配慮にもこだわったヘアケア「QUILT（キルト）」を導入しています。今後は私たちの思いを体現する商品でもある「QUILT」の訴求にも力を入れ、より私たちらしい発信をしていきたいですね。



環境配慮にこだわった製法やパッケージ資材を採用している「QUILT（キルト）」

**森田**：私も、お客様にとって居心地がよく、同時にスタッフが「ここで働きたい」と思えるサロンをつくるのが目標です。実現に向けて、現場での取り組みを支えていきたいと思います。

**天田**：そのためには、フロントスタッフの“ホスピタリティ教育”も欠かせません。弊社ではスタイリストだけでなく、お客様をご案内するフロントスタッフも重要な役割を果たしています。今後もお客様に寄り添い続けることを第一に、スタイリストとフロントスタッフの双方が活躍できる場を広げる方法を考えていきたいですね。

## Profile



天田 奈津紀 Natsuki Amada

ユーアンド代表取締役社長

群馬県出身。共愛学園短期大学卒。大分美容専門学校を卒業後、美容業界の道へ。代表取締役社長に就任後は、創業以来受け継がれる精神のもと、「地域のお客様が継続的にご来店いただけ、働くスタッフが一生勤められる会社」を経営理念に掲げ、地域に根ざしたファミリーヘアサロンの発展に取り組んでいる。



森田 巧 Takumi Morita

エデュケーションサポート マネージャー/ファミリーヘアサロンレッツ寄居北店 店長

埼玉県出身。アイム・キンキ理容美容専門学校卒。埼玉県内の美容室での勤務を経て、ユーアンドに入社。スタイリストとして5年勤務した後、ファミリーヘアサロンレッツ寄居北店 店長となる。現在はエデュケーションサポートマネージャーとして、同社の教育制度の整備にも尽力している。

### ■ アリミノ営業担当者のコメント

ユーアンド様は創業41年を経て、毎年新たな改革を取り入れる常にエネルギッシュなサロン様です。総勢200名のスタッフが、ゼロテクアンバサダー®のディプロマを取得されています。

現場スタッフの方はもちろんですが、サロン幹部の方もゼロテクの価値や重要性を感じ、会社一丸となって取り組んでいただいた結果、現在は全店で導入、ゼロテク®でのカラー施術率は80%を超えています。その結果、多くのお客様にも価値を感じていただき、他店との差別化や単価アップにも成功されました。

頭皮への負担に配慮した施術は、お客様に長くカラーを楽しんでいただくために不可欠な要素です。ゼロテクにご興味のあるサロン様は、ぜひアリミノ営業までお問い合わせください。

首都圏第1営業部 藤田新太郎

## ■ 「ファミリーヘアサロンレッツ」サロン情報



小さなお子様からご年配の方まで、家族みんなに通えるファミリーヘアサロンとして、北関東を中心に41店舗を展開。幅広い世代から支持され、各店舗において月1,000人以上のお客様が来店するほどの人気を集める。

### 店舗展開

41店舗（うち4店舗はFC）

### 従業員数

約300名

### サロンコンセプト

家族みんなに通えるファミリーヘアサロン

### サロントーゲット

お子さまからご年配の方まで、幅広い年代の男女

## ■ 「ユーアンド」会社情報



ユーアンド本社所在地：

〒370-0069

群馬県高崎市飯塚町487 タイガービル2階

Webサイト：<https://youand.jp/>

Instagram：[@youand.lets.lecour](https://www.instagram.com/youand.lets.lecour)

（執筆／松本紋芽、取材・編集／A PRESS編集部、撮影／photo house TOPIC 長壁達哉）