A PRESS



リピート率90%を達成！髪質改善特化へのシフトチェンジを支えた「クオライン」の縮毛矯正――RAF TOKYO 恵比寿

Mar 26.2026

髪質改善メニューを打ち出し、全国8店舗を展開する「RAFグループ」の「RAF TOKYO 恵比寿」では、縮毛矯正メニューにストレート&カールのパーマ剤「クオライン」を導入しています。サロン全体の縮毛矯正施術率は約90%。さらに、お客様のリピート率も約90%なのだそう。

「『クオライン』によって、どんな髪質の方にも自信を持って縮毛矯正を提案できる」と話す「RAF TOKYO 恵比寿」店長のまさきさんに、導入の背景やクオラインの特長、導入の成果を伺いました。

「クオライン」導入情報

導入の背景	●髪質改善に力を入れ、縮毛矯正に取り組み始めた ●髪へのダメージに配慮してクセを伸ばせる方法を探していた
選んだ理由	●ダメージに配慮しながら、しっかりクセを伸ばせる ●薬剤選定がシンプルで使いやすい ●幅広い髪質・ダメージレベルに対応できる
導入による変化	●顧客単価が4倍に ●クオライン」の施術率90%を達成 ●顧客リピート率90%、新規顧客も増加 ●ケアリスト制度の導入でスタッフのデビューがより早くなった

導入前の課題：綺麗にするための縮毛矯正で、ダメージを引き起こしてしまうことに課題を感じていた



――「クオライン」を導入されたきっかけを教えてください。

まさきさん（以下敬称略）：サロンとして髪質改善に力を入れるようになり、髪をなるべくダメージさせずに縮毛矯正ができる方法を探していたのがきっかけです。

今では「美髪（びがみ）」をコンセプトに髪質改善メニューを押し出している当店ですが、6〜7年前は派手なブリーチデザインやハイライトを打ち出した、デザインカラー中心のサロンだったんです。

ただ、ブリーチやハイトーンカラーを繰り返していると、髪はどうしてもダメージを受けます。お客様を綺麗にするための施術なのに、ブリーチで傷んでしまった髪を自分たちで綺麗にできなければ、自信を持ってデザインを提供できない。そんな思いで、2020年頃から髪質改善に取り組み始めました。

――「髪質改善」を掲げるサロンは近年増えてきていますが、サロンによって定義やメニューが異なりますよね。RAF TOKYOの「髪質改善」は、どのような内容でしょうか。

まさき：僕たちにとって「髪質改善」は、特定のメニューや技術を指しているのではなく、考え方です。お客様の髪が健やかになり、そのポテンシャルが最大限引き出されるように導く。そのための診断、提案、施術のすべてが「髪質改善」なんです。

お客様の髪を綺麗にするために、トリートメント、縮毛矯正、ホームケアなどさまざまなアプローチから最適なものをご提案しています。



――髪質改善に特化したサロンとして、具体的にはどんなメニューを提供していらっしゃいますか？

まさき：施術のメニューとしてはダメージを受けた髪に栄養を補給して扱いやすくする「髪質改善トリートメント」と、クセやうねりに対して土台の形から変える「縮毛矯正」があります。さらに、その両方を組み合わせて一度に行う「美髪矯正」も提供しています。

クオラインはこのうち、縮毛矯正メニューで活用しています。

――「クオライン」はどの段階で導入されましたか？

まさき：髪質改善を打ち出し始めた頃は、強い薬剤でないとクセは伸びないと思っていたんです。だから、優しい薬剤というイメージが強かった「クオライン」は使わず、別の薬剤で縮毛矯正をしていました。でも、どうしても髪の傷みが気になってしまって。縮毛矯正でクセは伸びるけれどダメージしてしまうという状態を、どうしたら改善できるのか悩んでいました。

そんななか、ダメージに配慮した施術ができるようにといろいろなセミナーを受けて、実践してと猛勉強しているうちに、「クオライン」は扱い方のコツさえ押さえれば、ダメージを最小限にして、しっかりクセを伸ばせることに気がついたんです。そこで、2022年頃から縮毛矯正の薬剤を「クオライン」に切り替えました。

「クオライン」を選んだ理由：ダメージを感じさせず、サラサラストレート。薬剤選定もシンプルで幅広く対応できる



――実際に「クオライン」を使ってみて、いかがでしたか？

まさき：とても頼れる薬剤で使いやすいです。まずトラブルが気にならない安定感がありますね。低アルカリ高還元の設計で、ダメージを感じさせず、それでいてクセを伸ばす力は強い。めちゃめちゃサラサラに仕上がります。それが、すごくいいんですよ。

本格導入前は、スタッフ同士でも使ってみましたし、実際、僕は今も自分の髪に「クオライン」を使っています。そのために長めに伸ばしているくらいです（笑）。

――特にどんな髪やスタイルに使いやすいですか？

まさき：ラインナップが豊富で、どんな髪でも網羅できるんじゃないでしょうか。この幅の広さがありがたいです。「クオライン」導入前は、縮毛矯正はクセが非常に強い人向けのメニューでしたが、導入後は、なんとなく広がってしまうのが気になるというくらいのお客様へも、縮毛矯正メニューを提供できるようになりました。

実際、そういったご希望のお客様は多いです。サロンワークの中で、軽めのクセに対する需要も感じていたので、「クオライン」を導入してすぐ、「これは必ず求められるようになる」と思いましたね。



まさき：しかも、昨年「CA-C 110」「T-C 50」※が登場したのは大きいですよね。もともと「T-C 80」もかなりソフトだったのですが、「T-C 50」が出てきたことで、どんな繊細な髪にでも自信を持ってご提案できるようになりました。

――ラインナップの使い分けは、どのようにされていますか？

まさき：「これが軸」というものがあるので、それほど迷うことなく、使いやすいですよ。主軸にしているのは「CA-C 130」、「CA-T 200」、「T-C 250」で、その人の髪の状態によって、組み合わせて調整しています。

「クオライン」での縮毛矯正は薬剤選定がとてもしやすい分、選定以上にどれだけ髪の状態を見極められるかという診断力がクオリティを左右してきますね。特に見極めが必要なのは、髪の体力。体力があればアルカリが強めの薬剤でしっかり伸ばし、無ければ弱めの薬剤に調整するようにしています。

※製品名
「T-C 50」：アリミノ　クオライン　T-C　50（化粧品）
「CA-C 110」：アリミノ　クオライン　CA-C　110（化粧品）
「CA-C 130」：アリミノ　クオライン　CA-C　130　N2（化粧品）
「CA-T 200」：アリミノ　クオライン　CA-T　200　N2（化粧品）
「T-C 80」：アリミノ　クオライン　T-C　80　N　1剤（医薬部外品）
「T-C 250」：アリミノ　クオライン　T-C　250　N　1剤（医薬部外品）

導入時の工夫：お客様へのご提案は、どれだけ正直に伝えるかが大切



――カウンセリングも含めて、施術におけるポイントはどのようなところでしょうか？

まさき：カウンセリングで触れる時から、とにかく髪は丁寧に扱います。厳密に言えばそこでも摩擦が起こるわけで、極端な話、触らなければ触らないほど髪には負担がかからない。「クオライン」のようなどんなに頼れる薬剤を使っていても、もしコーミングが雑であれば、結局は髪に負担をかけてしまいます。だから、髪の扱いは羽を触るかのごとく優しく、が鉄則です。

その上での毛髪診断ですが、これは理論と経験がものを言います。お客様に履歴はお聞きしますが、そのほかは目の前の髪に向き合って判断していますね。すべての感覚を研ぎ澄ませて判断します。

――お客様には、どのように説明されていますか？

まさき：お客様は、「自分の髪にはこういうクセがあるけど仕方ない」「広がって扱いにくいけど変えられない」と、今の髪の状態を当たり前だと思い込んでいる方が多くいらっしゃいます。なので、そうではないですよと。

まず、ご自身の髪本来のポテンシャルを知ってもらい、そこを目指していきますとご説明します。施術前に「ここまでいけます」とお話しすると、それだけで驚かれることもありますね。



――ブリーチカラーを主軸としていた頃とはかなり異なるアプローチだと思うのですが、方針転換時はどのようにお客様にご提案されたのでしょうか？

まさき：正直にお伝えしましたね。「すみません。今まで僕が提案していた施術を続けていくと、髪へのダメージによって、いつかブリーチができなくなる瞬間が来るかもしれません。でも、そうならないように、すごく勉強して美髪の知識を増やしたんです」と。

――それは、とても勇気が必要だったのでは……。

まさき：必要でしたね。でも、そこはやっぱり、正直になるしかないです。それまでは、お客様が希望されるデザインを叶えるためにダメージは仕方ないと、目を背けていました。でも、本当の意味でのお客様との信頼関係を考えたら、このままではいけないなと。

それに、僕もそうなんですけど、お客様も正直な人に担当してもらうほうがきっと安心するんです。髪のダメージは、生活の中でお客様も感じているはず。その悩みを理解して、自分に合った対策を提案してくれる人だとわかれば、相談しやすくなりますよね。うまい言い回しを考えるよりも、どれだけ誠実に自分のやっていることとお客様の髪に向き合うか。正直にお伝えしたら、きっとお客様に伝わります。

導入の成果：顧客単価が約4倍、リピート率は90%！ お客様の層も広がった



――「クオライン」で施術を受けたお客様は、どのような反応をされますか？

まさき：すごく感動してくださいます。初めてだと、ドライ後の仕上がりを見て、言葉が出ないくらい感激してくださるお客様もいらっしゃいます。

また、みなさん日常でも髪が扱いやすくなったとおっしゃいますね。昔の縮毛矯正はドライに時間がかかっていたのですが、「クオライン」の施術だと、体感としてむしろ早くなることもあるみたいです。

――縮毛矯正はどのくらいのサイクルで提案されていますか？

まさき：半年から1年に1回です。かなりクセの強い方だと3ヶ月に1度される方もいらっしゃいますが、全体の1割に満たないくらいでしょうか。

――売上などに、変化はありましたか？

まさき：以前は縮毛矯正メニューを8,000円にしていたのですが、今は僕の指名での美髪矯正メニューを新規様は45,000円、リピートは39,000円にしています。なので、僕個人だと顧客単価が約4倍になりましたね。他スタッフや店舗全体の売上もアップしました。



――すごい数字ですね！ 顧客層の変化はありましたか？

まさき：もともとは10～30代の女性が多かったのですが、口コミやSNSをきっかけに、客層が広がり、現在は中学生から50代くらいまで幅広く来店されています。お客様全体の80～90%の方が「クオライン」の施術を受けられていますね。

リピート率は約90%。ほとんどの方が継続してご来店されています。縮毛矯正をきっかけに自身の髪のポテンシャルに目覚めて、日常的にヘアケアに取り組んでくださるようになる方も多いんですよ。中には、髪が変わったことで気持ちが明るくなって、よりヘアケアに力を入れてくださるケースもあって。メンタル面と髪の健康、双方にプラスに働いて、僕たちの想定を超えた素晴らしい状態の髪で再来店する方もいます。そんな時はびっくりするし、すごくうれしくなりますね。

――スタッフの教育などは変わりましたか？

まさき：変わりましたね。特にデビューが早くなりました。髪質改善に取り組む以前は、カットなどの技術をすべてできるようになってからでないとデビューできませんでしたが、現在はケアリストという制度を設けています。それによって、縮毛矯正とトリートメントだけでも、2～3年目からしっかり売上がつくれるようになりました。

今後の展望：「クオライン」の縮毛矯正で、髪を通したウェルネスを提供したい



――今後、「クオライン」をどのように活用していきたいですか？

まさき：「クオライン」を使った縮毛矯正では、髪のポテンシャルを最大限に引き出したナチュラルな柔らかさを表現できるんです。その結果、それまで難しさを感じていた「縮毛矯正」と「似合わせ」を両立できると気がつきました。

そんな「クオライン」を活用して、これからも究極の柔らかさを生み出す縮毛矯正を追求していきたいですね。目標は、カットやカラーで個性が光るのと同じように、縮毛矯正でも「あの美髪は、まさきさんの仕事だね」と言ってもらえるようになること。そのレベルを本気で目指しています。

――髪質改善について、今後の目標があればお聞かせください。

まさき：髪質改善における“最適解”は、お客様によって変わってきます。例えば縮毛矯正を提案するにしても、そのお客様の髪にとって強すぎればダメージになり、弱すぎれば十分に伸びません。その意味で美容師は、症状をもとに一人ひとりに最適な処方を考えるお医者さんに近い存在だと考えています。

医療の世界では健康を意味する言葉に、機能としての健康を指す「ヘルス」と、心の豊かさまで含めた「ウェルネス」があります。美容師が扱う髪も、同じことが言えるのではないかと思います。髪の状態を健康にするのはもちろん、お客様の気持ちが明るく豊かになる「ウェルネス」も届けられる。そんな髪質改善を目指していきたいですね。

Profile



まさき　Masaki
RAF TOKYO恵比寿 店長

静岡県出身。山野美容専門学校卒業後、2018年に「RAF TOKYO」入社。2023年より「RAF TOKYO 恵比寿」店長。髪質改善メニューによる美髪への導きで熱い支持を集め、リピート率は90%を誇る。個性を引き出すデザインカラーも好評。

Instagram：@masaki09064

■ アリミノ営業担当者のコメント

RAF TOKYO様は創業時はデザインカラー推しでしたが、数年前に美髪をコンセプトにした髪質改善サロンへとシフトチェンジされました。髪質改善はメニューとして行うことが多いと思いますが、RAF TOKYO様は美容室で提供するすべてが美髪につながるという考えを大切に、お客様から高い支持を得ております。
クオラインはお店の軸となる縮毛矯正にて使用し、美髪を叶えられるアイテムとして高いリピート率と客単価アップに繋がっております。ダメージが少なく、薬剤選定もシンプルでお客様とスタッフ様の双方から高評価をいただいております。

「CA-C 110」、「T-C 50」の発売によって、クオラインはさらに幅広い髪質に対応可能となりました。
クオラインについてご要望がある方は、ぜひアリミノ営業までお問い合わせください。

西日本営業部　福岡支店　稲垣圭一

■ 「RAF TOKYO恵比寿」サロン情報



艶髪&美髪にこだわり、お客様自身がより綺麗になるために髪質改善を取り入れ、傷ませず、今よりさらに美しい髪へと導くサロン。髪に悩むすべてのお客様へ、「自分史上、最高の美髪になれる」サービスを提供している。

店舗展開	8店舗
従業員数	97人（グループ全体）
サロンコンセプト	上質を知る人だけが手にする、究極の美をあなたに。
サロンターゲット	20～30代を中心に、美髪への意識が高い女性
「クオライン」導入年月	2022年頃（恵比寿店）

■ 「RAF TOKYO恵比寿」店舗情報



店舗所在地：
〒150-0021
東京都渋谷区恵比寿西1-10-3トラストリンク恵比寿ビル3F

（取材・執筆／廣瀬翼、編集／A PRESS編集部、撮影／河合信幸）