A PRESS

「エクラリティ」で高単価メニューを実現！お客様の満足度向上と時短勤務スタッフの活躍を後押し――HANABUSA

Jul 23.2026

石川県で6店舗を展開するサロン「HANABUSA（ハナブサ）」グループ」では、2026年1月より「エクラリティ」を活用した髪質改善メニューを提供しています。

サロンスタッフが働きやすい環境づくりにも力を入れている「HANABUSA」。「エクラリティ」は、シンプルな施術工程とその仕上がりによって、時短勤務の女性スタッフも単価アップを実現でき、お客様だけでなくスタッフの満足度向上にもつながっているといいます。

「HANABUSA」スタイリストの奥野順子（おくのじゅんこ）さんと荒木晴香（あらきはるか）さんに、「エクラリティ」の特長や活用方法、導入の成果などを伺いました。

「エクラリティ」導入情報

導入の背景	●30～50代女性のお客様へ向けたハイクラスの髪質改善メニューを検討していた ●時短勤務のスタッフも売上をつくれるよう、短時間で高単価なメニューを求めていた
選んだ理由	●毛先まで髪本来のしなやかさときれいさが引き出される ●カラーと組み合わせると色持ちが良くなる ●シンプルな工程で、薬剤の組み合わせにより対応の幅も広い
導入による変化	●顧客単価が向上、それにより個人売上もアップ ●「自宅ケアがしやすくなった」「周囲にツヤを褒められた」というお客様の声も

短時間で高単価をつくり出すハイクラスな髪質改善メニューをつくろうとしていた

――「エクラリティ」を導入した経緯を教えてください。

奥野さん（以下、敬称略）：グループとして髪質改善に取り組もうとさまざま勉強をする中で出会い、導入しました。当サロンのお客様は30～50代が中心で、美容にしっかり投資したいという方が多くいらっしゃいます。そこで、より満足度の高いハイクラスなメニューをつくろうというのが、狙いの一つ

でした。

荒木さん（以下、敬称略）：また、うちはスタッフの約9割が女性なんです。そこで、産休・育休を経て、時短勤務するスタッフも売上をつくれるように、短時間で顧客単価がアップするメニューを取り入れようという狙いもあったと聞いています。

実際、私自身も時短勤務で働いているひとりです。

――どのようなメニューで展開されていますか？

奥野：「エクラリティ」を使用するメニューは、「リジェネレーション（再生）」から取って「Reje（リジェ）」と名付け、「Rejeフルカラー」「Rejeダブルカラー」「Rejeストレート」「Rejeトリートメント」で展開しています。いずれも、各カテゴリで最上位の価格設定です。

カラー、ストレート、トリートメントそれぞれ、「Reje」の他に2つのコースを用意して、松竹梅で選べるようにしています。そうすることで、お客様にわかりやすく、かつご予算や来店周期に合わせて「今回は『Reje』で」「次回は少し予算を抑えたメニューで」と、気軽にご選択いただきやすくしています。

荒木：また、パーマメニューには「Reje」はないのですが、前処理に「エクラリティダイヤボンドフォース」を使用することもあります。

> ## 毛先までしなやか。髪本来のきれいさが引き出され、カラーやパーマとの相性も抜群

――導入までのスケジュール感を教えてください。

奥野：正式なメニューとしてお客様へのご案内をスタートしたのは、2026年に入ってからです。その前の3ヶ月弱を、サロンスタッフの準備期間としました。

荒木：ちなみに「Reje」のメニュー展開開始は、「いい（1）ツヤ（28）」で2026年1月28日だったんですよ。

――「エクラリティ」を使用してみて、いかがでしたか？

荒木：ツヤと柔らかさ、なにより毛先までしっかりと芯のある質感の仕上がりに「すごいな！」と驚きました。

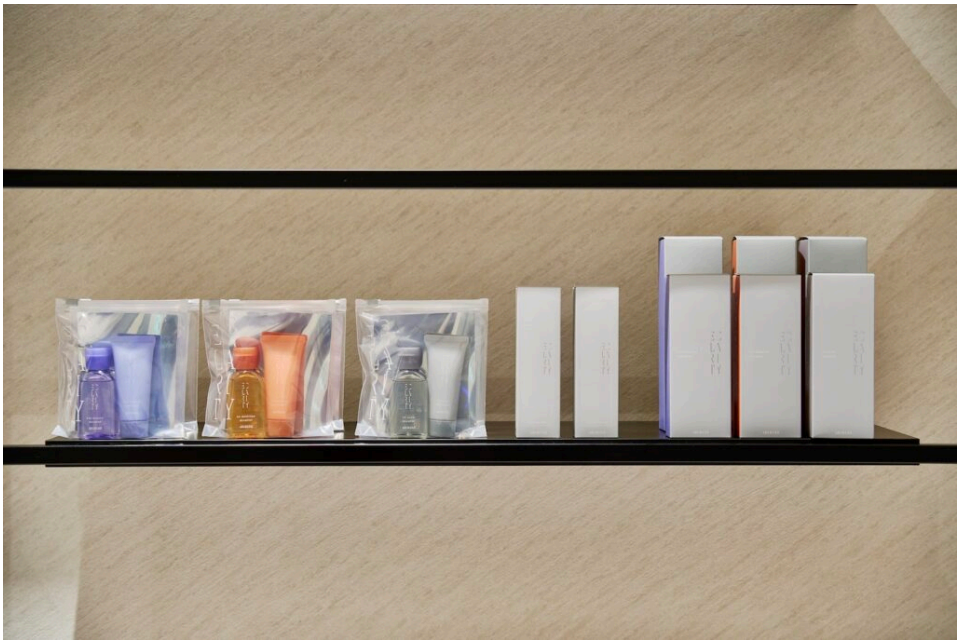
これまで、毛先は蓄積するダメージが多い分、トリートメントをしても「もう一声……！」と感じることがあったんです。それが、「エクラリティ」はダメージの根本からケアして髪本来の美しさを引き出してくれる印象です。毛先にもしっかり強度が出て、根元から毛先までの質感がそろってきます。

硬い髪質の方もすごくしなやかに仕上がるところに、他のトリートメントとの違いを感じました。

奥野：重くならないのもいいですよね。ツヤやしなやかさも、ただ重くなるからまっすぐになっているのではなく、水分がしっかり髪に入ってくれることで生まれているイメージです。

その仕上がりを、シンプルな施術工程で短時間の中でつくれるのも魅力です。また、シンプルでありながら薬剤の幅が広いので、組み合わせ次第で一人ひとりの髪質に合わせた細かな調整ができると感じています。

荒木：あとは、アイリスの香りの良さもうれしいです。ホームケアでも、サロン帰りのような香りを楽しめると好評です。



――ストレートやカラーとの組み合わせの相性はどうですか？

奥野：めちゃくちゃいいです。ストレートでは、ただまっすぐになるのではなく、髪自体のしなやかさと柔らかさ、髪本来の美しさが出る。これまで出せなかった質感が出せています。

荒木：カラーは、特に色持ちがめちゃくちゃ良くなります。私たちスタッフも感じていますし、お客様もおっしゃいますね。

また、パーマのお客様にはミストの「ダイヤボンドフォース」を前処理剤のように使っていますが、パサつきがグッと減って、仕上がりの質感が変わるんですよ。

準備期間はスタッフ同士で施術、左右で分けたテストや「エクラリティ」に合わせたカットも研究

――導入時に設けられた3ヶ月の準備期間では、どのようなことをされたのでしょう？

荒木：合計で30時間くらい勉強会をおこない、店舗によるバラつきが出ないように全店での共有を意識していました。

奥野：また、当サロンでは「おしゃれの日」という、月に一回スタッフ同士で自分たちのヘアメンテナンスを兼ねて施術しあう日があるのですが、そこで「エクラリティ」を使いました。勉強会とは別に、自分たちで研究する時間ですね。

荒木：スタッフ同士で、髪質に合わせて「あなたは、これが合うと思う」とすすめあったり、相談しあったり。頭の右半分は「CXベース」、左半分は「HXベース」というように、左右で変えて違いを見たり

もしましたね。ビフォー・アフターの写真も撮って、サロン全体に共有しました。

左右それぞれに使ってみるアイデアなどは、スタッフが自分たちで話している間に出てきたものです。会社の制度だからやるのではなく、みんな楽しみながら取り組んでいます。

――勉強会や「おしゃれの日」を通して気づいたこと、変えたことはありますか？

荒木：カット時の毛量調整を見直しました。「HANABUSA」はカットに力を入れているサロンなのですが、「エクラリティ」を使うときれいに髪が収まってくれるので、これまでのカットの仕方だとちょっと合わないことに気づいたんです。カットで毛量を減らしすぎると、「Reje」のクオリティも下げてしまうことになるなと。

そこで、スタッフ全員が集まるレッスンでその気づきを共有。レッスンを通してカットの仕方を見直しました。

――「エクラリティ」で、トリートメント以外の技術面もあわせて見直されたんですね。そのほか、施術時に意識していることはありますか？

荒木：とにかく“丁寧に”を意識していますね。「エクラリティ」はシンプルなステップで短時間でできる分、流れ作業のような印象を与えてしまうことがあります。でも、それだとたとえ仕上がりが良くなっても、お客様にとって体験や満足度の価値が落ちてしまう。だから、髪への触れ方、コーミングの仕方など普段何気なくやっている一つひとつの動作を、より丁寧に行うことを心がけています。

HANABUSAオリジナルのパンフレット

――お客様にはどのようにおすすめしていますか？

奥野：施術後のツヤやしなやかさがわかる動画を撮影して、iPadで見ていただけるようにしています。これまでiPadでは商品説明の資料をお見せしたりしていましたが、動画にしたのは今回が初めての取り組みだと思います。高単価なメニューですから、仕上がりをイメージして納得して選んでもらうためにも、視覚的なアプローチを取り入れました。

また、「Reje」メニューを選択されたお客様には全員、シャンプーが終わった段階でアシスタントからホームケアの「エクラリティ 7日間セット」をご紹介しています。「7日間セット」は2,200円（税込）なので、お試ししやすいですよね。「ご自宅でもこのツヤ・しなやかさをより長く持たせるために、こちらを1週間使ってみてください」とご説明しています。

荒木：実際にそれで「7日間セット」をご購入して気に入ってくださった方の中には、再来店時により大きなサイズのシャンプー・トリートメントをご注文される方もいらっしゃいます。

自宅のケアのしやすさやカラーの色持ちが好評。「まわりにツヤを褒められた」という声も！

――「エクラリティ」を体験されたお客様からは、どんな声がありましたか？

荒木：まずみなさん、仕上がりの美しさに感動されます。再来店時に自宅での手入れがしやすくなったと喜ばれている方が多いですね。また、カラーで「Reje」メニューをされた方は、色持ちの良さも感じてらっしゃいます。

奥野：ほかにも、まわりの人たちから「すごいツヤだね！」と言ってもらえたという声をいただきます。やっぱり、第三者から言われるとうれしいですし、本当に変わったんだなと改めて感じられますよね。

――ホームケアはいかがですか？

荒木：私は「ダイヤボンドフォース」をよくご案内していて、お客様の反応もいいですね。ミストタイプでテクスチャーが新しいのも、おすすめしやすいポイントです。オイル系だと髪がペタッとしちゃう方には特に使いやすいと思います。

奥野：私のお客様には、「ダイヤボンドセラム」が好評ですね。これまでずっとオイルを使っているというお客様だと、やっぱりミストよりもオイルタイプが根強い人気があると感じます。

荒木：お客様の好みで使い分けていただくのももちろん良いのですが、ロングの方には、「ダイヤボンドフォース」を全体に使い、中間から毛先にかけては「ダイヤボンドセラム」を使うとスーッと収まっていきますよと、セットでご紹介することもあります。

――売上などに、変化はありましたか？

奥野：顧客単価が上がってきています。まだ「Reje」スタート時のお客様のリピートが始まった段階なのでまだまだこれからではありますが、個人の売上も上がってきています。

荒木：私自身でいうと、導入前の技術売上は9,800円でしたが、直近では12,400円になりました。

奥野：なにより、「Reje」を選ばれたお客様の満足度の高さを感じられていることが大きいですね。特に、髪質が変わり始めてダメージだけではないエイジングのお悩みが出てきている世代の方には違いを感じていただきやすく、おすすめしやすいです。

サロン全体で取り組む、働きやすい環境づくり。「エクラリティ」もその支えになった

――時短勤務などの働きやすい環境づくりの側面で、「エクラリティ」導入による変化はありましたか？

荒木：顧客単価が上がり、お客様の人数は同じでも売上を上げられる環境があるのは、時短勤務をする上でとてもありがたいです。

時短勤務はフルタイムと比べて2時間短いのですが、この2時間が結構大きいんです。そこを埋めていこうと考えたら、やはり単価を上げていく必要があります。そこで単価アップの選択肢が増えたことには、助けられていますね。

――産休・育休を取られる方がいらっしゃるとき、サロンではどのような取り組みやサポートをされているのでしょうか。

荒木：産休に入る前にそのスタッフのお客様を他のスタッフにしっかりと引き継いでいます。そうすることで、復職後に時短勤務で予約が取りにくくなってしまったとしても、「じゃあ、今回は産休中に担当してくれていた方に、次回は時間帯を変えて荒木さんにお願いするわね」と言ってくださる方もいるんですよ。

もちろん私個人を指名いただけるのはうれしいですが、私以外でも「HANABUSA」の誰かだったら安心と思っていただけるようにして、できる限り失客を防ぎたい。その意味でも、「エクラリティ」導入時にサロン全体で同じクオリティで提供できるような共有体制があって良かったなと思います。「エクラリティ」のシンプルな工程も、当サロンにマッチしていたと感じます。

奥野：サロン全体も産休・育休に入ったり時短勤務だったりするスタッフに対しては「お母ちゃん、頑

張って！」という応援する温かい雰囲気があります。若いスタッフも多いので、今後もきっと産休・育休や時短を選択する人が出てくるでしょうし、そういった選択にウェルカムな環境が、全員にとってハッピーな働き方につながるんじゃないでしょうか。

――働きやすい環境づくりは、経営陣が考えていらっしゃるのですか？

奥野：スタッフの9割は女性ですが、オーナーをはじめとする経営陣は男性で、「自分たちはわからないから、みんながどう働きたいか教えてくれ」と、しっかり声を聞いてくれる組織文化です。現場がやりたいようにできる環境づくりを考えていて、それが現場にとって良い、必要なことだと思ったら、どんどん取り入れてやってみる風土がありますね。

荒木：また、ただ現場の声を聞くのではなく、経営陣が「何が一番サロンとして、美容師として、大切なのか」という本質的な話をしっかりしてくれるのも、当サロンの文化です。なぜこの取り組みをするのか、といった理由や背景も、濁さずにしっかり伝えてくれます。

現場に寄り添いつつ、しっかりと互いが腑に落ちるようなコミュニケーションを取ってくれるからこそ、働きやすいサロンなのだと思います。

――最後に、今後の目標を教えてください。

荒木：「エクラリティ」の勉強会はまだまだ続けているところです。もうちょっと潤いが入りそうだな、ツヤもアップできそうだな、など研究でさらに向上できそうなポイントがあるので、より質の高い仕上がりをお客様に提供できるようにしていきたいですね。

奥野：そうですね。「エクラリティ」を使ったメニューのクオリティをより一層高めながら、「また『HANABUSA』に来たい」と思ってくださるお客様を一人でも多く増やしていきたいです。

Profile

奥野順子　Junko Okuno
HANABUSA スタイリスト

石川県出身。高津理容美容専門学校卒業後2004年HANABUSA入社。大人世代の年齢とともに出てくる髪のお悩みを解消する提案と、手をかけずに叶う「おしゃれな大人髪」のスタイルで、お客様から信頼を寄せられている。ナチュラルで柔らかな質感が得意。ARIMINO PHOTO PRESENTATION 2025 美容師部門ノミネート。

Instagram：@hanabusa_okuno_8723

荒木晴香　Haruka Araki
HANABUSA スタイリスト

石川県出身。高津理容美容専門学校卒業後、2015年HANABUSA入社。骨格似合わせカットを得意とし、“あざとパーマのちょい足し”でワンランク上の似合わせスタイルを提案している。その仕上がりと接客には、お客様から厚い支持が寄せられている。

Instagram：@hanabusa_araki_haruka

■ アリミノ担当者のコメント

HANABUSA様は、「『仕事』も『遊び』も本気で」をテーマに、何事にも“本気”で取り組む活気に溢れるサロン様です。

独自の教育カリキュラムを導入し、高い技術力と人間力を兼ね備えた美容師の育成に注力。また、お客様一人ひとりの髪質や施術履歴にあわせた最適な提案を行い、高い満足度と信頼を獲得されています。

スタッフ教育にとどまらず、サロン内でのキャリアステップ構築や、女性スタッフの産後の職場復帰、子育て、福利厚生といった支援が充実しており、地域の美容業界を牽引する存在です。これからもHANABUSA様を全力でサポートさせていただきます。

首都圏第2エリア 金沢支店 木村慎也

■ 「HANABUSA」サロン情報

全てのお客様に愛されるサロンを目指し、相手を思う力とその思いに応えようとする力「相応力」を大切にするサロン。瞬間美ではなく、「日常美」をつくり出し、最先端で正確な技術力と、お客様に心地の良い時間を提供している。

店舗展開	6店舗（グループ全体）
従業員数	約30名（グループ全体）
サロンコンセプト	全てのお客様に愛されるサロンを目指して
サロンターゲット	30～50代を中心に、美容意識の高い女性
「エクラリティ」導入年月	2026年1月（メニュー展開開始）

■ 「HANABUSA 藤江店」店舗情報

店舗所在地：
〒920-0345
石川県金沢市藤江北2-303

Webサイト：
https://hanabusa-web.com/

（執筆／廣瀬翼、取材・編集／A PRESS編集部、撮影／studiofish 林賢一郎）