A PRESS

自然なツヤ感を実現！ スプリナージュの「シアーグロス　ジェリー」「ウォータリー　リペアオイル」の開発ストーリーと提案術――PearL CHIEさん

Oct 8.2026

スキンケア発想から生まれたヘアケアブランド「スプリナージュ」。独自処方により、地肌をいたわりながら髪本来の美しさを引き出すブランドとして、多くの方から支持を集めています。

2026年1月、その「スプリナージュ」から、スタイリング剤の「シアーグロス　ジェリー」と、アウトバスタイプの「ウォータリー　リペアオイル」が誕生しました。スタイリングを楽しみながら、髪や地肌へのいたわりまで叶えるアイテムです。

今回は、開発にご協力いただいた代官山の人気サロン「PearL（パール）」のCHIE（ちえ）さんに、開発のこだわりや商品の魅力、サロンワークでの活用方法について伺いました。

スキンケア発想だから、翌日まで心地よい。「スプリナージュ」が支持され続ける理由

CHIEさん（以下、敬称略）：「スプリナージュ」は、スキンケア発想でつくられているところが一番の魅力です。髪だけではなく、頭皮や肌まで使えるという考え方は、非常に画期的だと感じていました。

当サロンで導入後、特に人気を集めたのは、「セラムスパオイル」です。オイルへの注目が続く中でも、「スプリナージュ」はベタつきや残留感が少なく、操作性にも優れています。髪の表面をコーティングするのではなく、地肌や髪そのものをいたわるスキンケア発想だからこその使い心地ですよね。

お客様からは「香りが良い」「使いやすい」など、さまざまな反応をいただいてきました。

――お客様のスタイルやケアに対するニーズはどのように変化していますか？

CHIE：ここ数年は、ツヤのある質感を求める方がさらに増えていますね。その中でも軽やかに見せたい方もいれば、リッチな質感を求める方もいて、理想とする仕上がりは多様化しています。

「スプリナージュ」は、そういった多様なニーズに応えられる“ベース”のような存在なんです。土台となる髪や地肌のコンディションを優しく整えながら、その方のスタイルにも寄り添えるからこそ、提案の幅も広がるのだと思います。

こだわりを凝縮。美容師とお客様、双方の視点から「心地よい仕上がり」を目指して

――今回の「シアーグロス　ジェリー」と「ウォータリー　リペアオイル」の開発には、どのような思いで携わられたのでしょうか。

CHIE：幅広い世代に、長く愛されるものをつくりたいという思いがずっとありました。そのために大切にしたのは、美容師がプロとして「使いやすい」と実感できることと、お客様がご自宅で「使って本当に良かった」と思えること。その両方がしっかりと重なる商品を目指して、細かなフィードバックを重ねていきました。

――「使いやすさ」を感じてもらうために、どのようなことを意識しましたか？

CHIE：スタイリング剤は、その人の経験や技術によって仕上がりに差が出やすいものです。そこで、どんなお客様が使っても失敗しにくく、理想の仕上がりを再現できることを目指しました。

なかでも、髪質や季節を問わず、心地よく使えることを強く意識しました。軟毛の方と硬毛の方では、同じ量を使ってもなじみ方やまとまり感が違います。乾燥しやすい冬と湿気の多い季節でも、求められる質感は異なりますよね。

開発過程ではそういった条件を考慮し、テクスチャーやツヤ感、香り、操作性まで細かく検証しながら、どんな髪質や季節でも、自然なツヤと柔らかなまとまりを感じられるよう微調整を繰り返しました。

髪質や季節に合わせてアレンジ！「シアーグロス　ジェリー」と「ウォータリー　リペアオイル」の活用術

――「シアーグロス　ジェリー」と「ウォータリー　リペアオイル」を使う際のポイントを教えてください。

CHIE：毎日気軽に使っていただけるのが、この2つのアイテムの魅力です。ポイントは、髪質や季節、目指すスタイルに合わせて使い分けることですね。髪のクセが少なく、広がりも気にならない方であれば、「ウォータリー　リペアオイル」をベースにすると自然なツヤとまとまりが引き立ちます。

一方で、束感を出したいときや、顔まわりをしっかりデザインしたいときは、「シアーグロス　ジェリー」をプラスするのがおすすめです。

さらに、「スプリナージュ」はスキンケア発想でつくられているので、髪だけでなく肌への優しさにも配慮されています。顔まわりや、おくれ毛など肌に触れやすい部分にも使えるところは、大きな安心感につながると思います。

――昨今のトレンドをふまえると、どのような提案ができそうでしょうか？

CHIE：最近は全体はラフでも顔まわりだけはしっかりつくり込むスタイルが人気ですが、「シアーグロス　ジェリー」はそんな繊細な質感づくりとも相性が良いですね。

髪は湿気を含むと広がりやすくなるので、スタイリングの際は、最初から表面につけるのではなく、髪の内側から均一になじませるほうが収まりやすくなります。そのあと、手に残ったジェルを表面に薄くなじませるくらいがちょうど良いです。

水スプレーで濡らしてからジェルをつけるアレンジもおすすめですね。

サロンワークでは、お客様との会話も大切にしています。普段どのようなスタイリング剤を使っているのか、どんな質感が好きなのかを伺いながら、一人ひとりに合わせて使い方をご提案する。私たちが目指すのは、お客様が翌朝からも、ご自宅でサロンと同じ仕上がりを再現できることです。スタイリングの際は、ご自宅での使い方のコツまで丁寧にお伝えしています。

「スプリナージュ」が好きだから、前向きに提案できる。体験をもとにした店販スタイル

――「シアーグロス　ジェリー」と「ウォータリー　リペアオイル」をお客様に提案する際、意識していることを教えてください。

CHIE：特別なノウハウはありませんが、一番大切なのは、「自分たちがその商品を好きになり、毎日使っていること」だと思います。体感をもとにした言葉は説得力が生まれ、心に響く提案ができるんです。

美容師は出勤後、お店でスタイリングをすることが多いですが、そのときだけでは本当の使い心地はわかりません。よりお客様と同じ視点に立つなら、朝に自宅で使って、そのまま一日を過ごしてみる。時間が経った時の質感や、湿気・乾燥など季節によるコンディションの変化を体感することで、お客様の生活に寄り添った提案ができるようになるのだと思います。

――スタッフが実際に使うことで、提案の質が変わると。

CHIE：そうですね。だからスタッフにも「まずは価格ではなく、商品の特徴を知ろう」と伝えています。当サロンではさまざまなメーカーの商品を扱っていますが、それは、スタッフ一人ひとりが本当に良いと思ったものを厳選し、提案しているから。

みんな、研究レベルで多種多様なスタイリング剤を使っているんですよ。今回の「シアーグロス　ジェリー」と「ウォータリー　リペアオイル」も、スタッフ全員で試しながら、サロンワークならではの実践的な視点で何度も意見を出し合いました。

――実際に使われたお客様からは、どのような反応がありましたか？

CHIE：「香りがとても心地よく、髪も自然にまとまるから朝から気分が上がる」というお声は、たくさんいただきます。さらに驚いたのは、ご家族のみなさまで使ってくださるケースが多いことです。中高生の息子さんが、お母様が使っている「シアーグロス　ジェリー」や「ウォータリー　リペアオイル」を気に入って使っているという話を聞いた時は、嬉しかったですね。

「子どもにも使わせてあげたら、まとまりが良くなった」「年齢とともに頭皮環境が変化してきた子どもが気に入ってくれた。ケアの意識が芽生えて嬉しい」といったお声をいただくこともあります。年齢や性別を問わず、さまざまなライフスタイルに寄り添ってご提案できる商品は、美容師として非常に心強いです。

髪も肌も、どんな世代にも。「スプリナージュ」の商品力を武器に、一人ひとりに合わせた提案を続けていく

――今後、「シアーグロス　ジェリー」や「ウォータリー　リペアオイル」をはじめとする「スプリナージュ」を、どんなお客様や美容師さんにおすすめしたいですか？

CHIE：正直に言えば、どんな方にも使っていただける商品なので、世代を問わず多くの方に体感していただきたいです。柔らかな使い心地なので、スタイリング剤に初めてチャレンジする方にもおすすめですね。

また、お肌への優しさもしっかりと考えられているため、「髪と肌のケアを一本化させたい」というお客様にも、心地よく取り入れていただけます。

さらに、昨今のお客様はヘアケアだけではなく、ライフスタイル全体を含めたトータルビューティーを求める方が増えています。スキンケア発想でつくられた「スプリナージュ」は、その期待に応えられる数少ないブランドです。こだわりを凝縮した商品だからこそ、全国の美容師のみなさんに積極的に活用していただけたら嬉しいです。

――最後に、今後の展望を聞かせてください。

CHIE：PearLでは、一人ひとりの多様性を大切にしています。そのため、年代や髪質、ライフスタイルが異なるさまざまなお客様にフィットする、質の高い提案ができる美容師でありたいですね。

「スプリナージュ」は、その実現に欠かせない心強いアイテムです。これからも、お客様一人ひとりの魅力を最大限に引き出す存在として、大切に活用していきたいと思います。

Profile

CHIE
PearL アートディレクター

東京都出身。日本美容専門学校卒業後、都内の人気サロンでの勤務を経て、2014年にPearLをオープン。アートディレクターとして一般誌や業界紙、広告撮影、ブライダルなど多方面で活躍する。

Instagram：@pearl.chie

■ アリミノ営業担当者のコメント

PearL様ではスプリナージュを発売当初よりご愛用いただき、女性ならではの視点で長く開発にもご協力いただいています。

今回も、髪質や季節による質感の違いなど様々なシチュエーションで検証していただき、美容師様、お客様双方にとって使いやすい商品が誕生しました。実際に、「香りに惹かれ、つけた瞬間にツヤを感じ、触ってもベタつかない」ことに驚かれるお客様が多いそうです。

スキンケア発想の「スプリナージュ」シリーズ。ご興味のある方はぜひアリミノセールスまでお問い合わせください。

商品開発部　吉田雅美

■ PearL サロン情報

未来を見据えたヘア&頭皮のトータルケアをオートクチュールで提案するサロン。一人ひとりの髪質やお悩みに合わせた丁寧なアプローチで根強い支持を集める。

店舗展開	1店舗
従業員数	7名

サロンコンセプト	未来を見据えたヘア&頭皮のトータルケアをプロデュースする
サロンターゲット	20～40代を中心とした幅広い年代層の男女
導入年月	2014年10月

■ PearL 店舗情報

所在地：
〒150-0021
渋谷区恵比寿西1-32-3トラッドゴード代官山C

（文／松本温美、取材・編集／A PRESS編集部、撮影／浅間陽介）

ARIMINO