A PRESS



「コアミー」の自然な仕上がりがDoubleの本質を追求するデザインとヘアケアの両立を叶え、店販もアップ！―Double

Mar 19.2021

カットとパーマを組み合わせた独自のデザインで、2001年の開業以来、美容業界を牽引してきた「Double（ドゥーブル）」。2020年7月からトリートメント「コアミー」を「Double SONS（ドゥーブル ソンズ）」と合わせて2店舗で導入しています。おすすめしたお客様の約8割がメニューを受け、お客様自身から「ホームケアを購入したい」との問い合わせが来るように。さらに、施術にかかる時間はこれまでの半分ほどになりました。

社内全員が納得するまで何度も「本当に良いものなのか」を問い直して導入が決定。決め手は、ベタつかない自然な仕上がりの良さだったと言います。「Double」スタイリストの西川綾（にしかわ あや）さんに、コアミー導入の経緯とその成果を伺いました。

「Double」基礎情報

店舗展開数	都内に2店舗
従業員数	58人
サロンコンセプト	独自のカット技術で普遍性のある再現性の高いヘアスタイルを提案する
サロンターゲット	上質なものを好む大人

コアミー導入情報

コアミー導入年月	2020年7月
実施メニュー名	コアミーのトリートメント
価格	5,000円 / 持ち帰り集中補修セラム付き 6,000円
導入前の課題	根元が自然に立ち上がり、ベタつかないトリートメントがなかった
導入きっかけ	コロナの影響でお客様・お店ともに施術時間の短縮を気にかけるようになった
コアミー施術ターゲット	髪質に悩みのある女性

サロンについて： カット技術で再現性の高いスタイルを提供



Doubleで大切にしているのは「再現性のあるスタイル」。私の入社当初からずっと「若い方であっても年配の方であっても、サロンでカットした状態とお客様がご自宅でセットした状態が変わらないようにカットしなさい」と言われてきています。だから、あんまりブローなどはせず、できるだけハンドドライでお客様自身も再現できるようにしています。中でも特に重視しているのがカット技術です。

トレンドのスタイルや技術を「流行しているから」という理由で取り入れることは、ほとんどありません。技術やデザインだけでなく、集客方法などの経営や商材についても同じです。できるだけ余計なものは入れずに、常に「本質」を突き詰める。そういった姿勢が、代表の山下を中心にサロン全体として強くあります。

導入の経緯：施術時間を短縮できて重くなりすぎないトリートメントを探していた



以前から施術時間が短縮でき、軽やかで自然な質感に仕上がる、重くなりすぎないトリートメントを探していました。そこで、ディーラーさんに相談して紹介してもらったのが2020年2月に発売されたコアミーです。

カットにトリートメントに…と、複数のメニューを受けると、どうしても1人のお客様の滞在時間が長くなってしまいます。少しでもお客様の負担を減らし、お店としても回転を上げるために、何かしら時間を短くできるものはないかと考えていました。でも、カラーやパーマは限度があります。だから、トリートメントの時間をコンパクトにできないかと思っていました。

しかし、どんなに施術時間が短くなっても、お客様に満足いただける仕上がりでなければ意味がありません。当店が提案する「ハンドドライで、ご自宅でも簡単に再現できるスタイル」において大切なのが、根元の立ち上がりです。これまでも複数のトリートメントを試してきましたが、その多くがベタッと重くなってしまい、根元がつぶれてしまっていました。そのため、根元は避けて使わざるをえませんでした。

一方、コアミーは根元がふわっと立ち上がる自然な仕上がりで、さらにまとまりや艶が出たんです。だから、コアミーなら根元から使えました。しかも、もちがいい。これならばお客様にもきっと喜んでいただけると感じました。また、コアミーが他のトリートメントと比べても扱いやすかったのも、嬉しいポイントでした。水分量が多くて、少量でも伸びがいいから、とにかく塗りやすいんですよ。その塗りやすさもあって、施術時間は、髪の長さにもよりますが、これまでの半分程度になりました。

本格的に導入検討をサロンとして進めはじめたのは4月。紹介いただいてすぐの2月から少しずつ他のスタッフとも話したり試したりしてはいたのですが、やはり新型コロナウイルス感染症の影響が広がったことで、お客様もできるだけ店舗滞在時間を短くしたいと気にされる方が増えたことが大きかったです。

導入時の工夫：半年かけて全員が納得するまで慎重に検討、「本当にDoubleに合うか」を突き詰めた



最初に試してみたときから、私だけでなく、材料管理担当のスタッフにも高評価を得たコアミーですが、店舗で導入するにはほかのスタッフや経営陣にも納得してもらわなければなりません。当店は商材の切り替えや、新商品の導入にはかなり慎重なタイプ。「その商材は、Doubleのスタイルに合うのか」「本当にお客様のためになるのか」ということを厳しく精査します。だからこそ、導入の検討は急ぎすぎることなく、2月に初めてコアミーを試してみてから約半年をかけています。

まずは時間のあるスタッフを集めて試してもらったり、スタッフ同士で試してみたり、仲の良いお客様にもモニターになっていただくなどして「本当に良いものなのか？」を、何度も自問自答しました。なぜコアミーは仕上がりがいいのか、「髪の内側から水分を定着させ、まとまり、潤い、ボリュームを維持するので、健やかな髪のように仕上がる」といった仕組みも共有。さらに、どうしたら経営陣へ新導入の説得をできるか、材料管理スタッフを中心に作戦会議も開いたんですよ。スタッフ全員から一定の評価を得て、遂に経営陣に提案、無事に採用が決まりました。

高い関門を突破できたのもやはり、仕上がりが当店のスタイルに合っていたことが決め手です。自然なのに確実に手触りや質感が美しく変化することに、山下をはじめとする経営陣も「これなら導入できる」と判断したのでしょう。2020年7月から、本格的に店舗で導入してメニュー展開を始めました。

お客様への提案のコツ：お客様との信頼関係と、実際に試してもらうことが要



お客様へのおすすめは「新しいトリートメントが入ったんですよ」と話す程度で、導入開始時も大々的なキャンペーンなどは行っていません。それでも、長く通われているお客様は「Doubleさんが言うなら絶対良いものだから、試してみたい！」とおっしゃってくださって。新しい商材が入ったこと自体が珍しいこともあり、やってみようという方が多かったのだと思います。

また、ホームケアのシャンプーを通常のシャンプー時にお試しいただいたのも、施術率の向上につながりました。それだけで違いを感じたお客様が「サロントリートメントも試してみたい」とおっしゃることが多かったですね。次の来店時にトリートメント施術をされる方もいらっしゃいました。

幅広い年代の方に好評ですが、特に髪質が変化してきた年代の女性からの評判が良いですね。「内側から水分を保持できる」と説明すると、みなさん喜ばれますし、施術後にも立ち上がりと艶のある健やかな髪のような仕上がりを感じていただけているのではないでしょうか。帰宅後に自分でコアミーについて成分やどういったホームケアがあるのか調べてくださるお客様も多いんですよ。

それまでほかのトリートメント施術をしてきたお客様でも、仕上がりの違いからコアミーをご指名いただくことが増えてきています。12月には、「年内最後に」「次いつ来られるか分からないので、やれるうちに」とトリートメントを希望される方も多く、おすすめしたお客様の8割近くがコアミーのメニューを受けられました。

導入の成果：予想外に店販売上がアップ、自宅でもケアすることでより髪質の変化を体感できる



待合スペースにはコアミーのホームケア商品をディスプレイしています

コアミーを導入して予想外だったのが、ホームケア商品を購入されるお客様が増えたことです。もともと当店は、店販をスタッフからおすすめすることはあまりなく、店販率はそれほど高くありませんでした。ところがコアミーのホームケアは、お客様からお求めになることが多く、これまでになく店販売上が店舗全体で上がっていて、驚いています。シャンプー時にコアミーのホームケアを試させていただいた方や、トリートメントを受けてご自宅で調べられた方の中には、後日電話で「あのシャンプーは買えますか」と問い合わせてくださった方もいました。

導入時に、サロントリートメントにホームケアのシャンプー・トリートメント7日分のミニセットをお渡ししたことによるものも大きかったと思います。サロンケアで仕上がりを実感したお客様が、家に帰ってからホームケアをし、髪質の変化を感じられる。それにより、次回来店での施術率に加えて、ホームケアアイテムの購入率もアップするという好循環が生まれています。

お客様側も家にいる時間が長い今、きれいな髪をキープできるというのはメリットですし、ケアをする時間が充足感につながるのではないでしょうか。私自身もコアミーのホームケアアイテムを自宅で使っていますが、香りも良いですしケアの時間はリラックスできます。

今後の展望：髪質の向上で新しいスタイル提案をしたい



サロントリートメントにプラス1,000円で週１回の集中ケアのセラム4個をセットにしているのですが、大半のお客様がセラムのセットを選ばれます。みなさん、意識してしっかりご自宅で使用し、ケアしてきてくださるんです。そういったお客様はトリートメント効果のもちがさらに良くなり、次の来店時に見ても「これまでより髪が良くなっているな」と感じます。

お客様の髪がどんどん良くなるのは、スタイリストとして嬉しいですね。カットなども扱いやすくなりますし、ご提案できるスタイルの幅も広がります。

導入してまだ半年。リピーターやリピート回数はこれから増えて行くと思います。今後、お客様の髪がどこまで変化していくのか、とても楽しみです。

Profile



西川綾　Aya Nishikawa
Double Stylist

1983年生まれ、神奈川県出身。国際文化理容美容専門学校を卒業後、2004年にDouble入社。カット技術の高さを武器に、一人ひとりの新たな一面を引き出すスタイルを提供し、お客様からの信頼も厚い。特に柔らかなパーマスタイルや無造作ヘアを得意とし、「自然体の自分が表現でき、扱いやすい」ヘアスタイルを心がけている。サロンワークの他、雑誌撮影などでも活躍中。

（文／橘川麻実　撮影／河合信幸）

ARIMINO