A PRESS



「コアミー」で施術リピート率が大幅アップ！ ナチュラルで重くなりにくい、導入を即決した納得のいくトリートメント―ヘアーアイランド マウピティ

May 7.2021

「コアミー」を発売と同時期にいち早く導入した茨城県神栖市の「ヘアーアイランド マウピティ」。「コアミー」の導入で今まで2～3回に1回程度だったトリートメントを希望するお客様が毎回希望するようになるなど、施術リピート率が大幅にアップしているといいます。現在サロンで扱っているトリートメントは「コアミー」のみ、年末にはキャンペーンを実施しシャンプー&トリートメントの売上も上がりました。

「ヘアーアイランド マウピティ」オーナーの高橋和也（たかはし かずや）さんに、コアミー導入の経緯と取り組み、その成果ついて伺いました。

「ヘアーアイランド マウピティ」基礎情報

店舗展開数	1店舗
従業員数	3名
サロンコンセプト	気軽に通えるリゾートサロン
サロンターゲット	神栖・銚子近隣に住まいの幅広い層

コアミー導入情報

コアミー導入年月	2020年2月
実施メニュー名	超音波トリートメント
価格	4,000円 / カット・カラー・トリートメントセット 12,000円
導入前の課題	常に最新の商材を探していた
導入きっかけ	ディーラーの紹介で試用し、その仕上がりに導入を即決
コアミー施術ターゲット	髪質に悩みのある方を中心に女性全般

サロンについて：癒しと感動のあるプライベートリゾートサロン



「ヘアーアイランド マウピティ」は2012年に創業し、2021年で9年目を迎えます。最初は私とアシスタント1名からスタートし、現在はスタイリスト3名が在籍。彼らは7、8年選手で、そのうちの一人はアシスタントから在籍し、当店でスタイリストデビューしてくれました。今では僕の「右腕」という表現では足りないほど頼りになる存在です。

サロンのコンセプトは「癒しと感動」、そして「気軽に通えるプライベートリゾート」。忙しない毎日を送っている方も、サロンを利用するひとときは貴重な自由時間です。そして、サロンに行くことは本来、楽しいことだと思っています。なので、ここでの時間をよりワクワクと有意義なものにしていただこうと、リゾート感があり開放的でリラックスできる空間を意識しました。また、私自身が子を持つ親ということもあり、子どもが一緒にこられるよう、キッズルームも設けています。



左／ヘアーランド マウピティ外観、右／キッズルーム（ヘアーアイランド マウピティ提供）

サロンワークではお客様の要望を第一に考え、開口一番に発された声を汲み取りつつ、その方に一番フィットするスタイルをお作りするようにしています。コンプレックスを解消してあげられるような提案も心がけていますね。そうすることで、お客様のヘアスタイルの可能性がぐんと広がり、おしゃれがより楽しくなると思うんです。

導入の経緯：ナチュラルで重くなりにくい。今までのトリートメントとは異なる質感に即決



僕はトリートメントに限らずどの商材であっても常に新しいもの、より良いものを探しています。現在使っているものを超える商材を見つけたら、近隣でどこよりも早く取り入れる。そうすることで、よりお客様の髪を労ることができ、「また新しい商材を使っている」とさらに当店を楽しんでもらえる要素になる。つまるところ、その集積がお店のブランドになるんです。そうやってさまざまなところにアンテナを立て、ディーラーの方と積極的に情報交換を行っている中でアンテナに止まったのが、コアミーでした。

当店のトリートメントメニューは、コアミーしかありません。コアミーより前に使っていたトリートメントには、何の不満もありませんでした。強いて言うなら、近隣のサロンが同じものを使いはじめていたことぐらい。でも、コアミーを初めて使った時に、トリートメントを切り替えようと即決しました。つまり、僕が今まで出会った中でも特に納得がいき、お客さまにも求められると思ったトリートメントがコアミーというわけです。



コアミーの一番の魅力は、ナチュラルで重くなりにくいところ。多くのトリートメントは、髪を落ち着かせるために重い質感で作られたような印象を受けるものが多かったのですが、コアミーは乾かした時にサラっとしているのに、程よいボリュームが出てまとまり、スタイルが作りやすいんです。これにはお客様もびっくりされて、いつも我々と話が盛り上がります。

シャンプー台でそのままトリートメントを済ますことができたのもポイントでした。



シャンプー台は洞窟のようなリラックスできる空間になっています（ヘアーアイランド マウピティ提供）

これならカラーを落とした後にそのまますぐトリートメントすることも可能です。当店としては、お客様の貴重なお時間を少しでもお返ししたほうが、お休みの日をもっと有効活用していただけると思っているので、スピーディに作業が済ませられるのはありがたいです。

導入時の工夫：新規性とセットメニューでお客様に関心を抱いていただく



コアミーの導入テストでは、ダメージレベルの高いスタッフの髪で試し、すぐに自然な立ち上がりやサラサラした質感などの良さを感じました。シャンプー&トリートメントやアウトバスも使ってみたところ、もちも良く、スタッフ全員が納得しての導入でした。導入にあたっては、コアミーの魅力を最大限に引き出すためにも、スタッフによって揉み込みの誤差が出ないように意識しました。

また、どうしたらまずお客様に関心を持っていただけるか、体験していただけるかも考えました。その中の一手として、ディーラーさんからご紹介いただいた超音波アイロンと掛け合わせて「超音波トリートメント」として打ち出し、新規性を強めました。トリートメントをおすすめするとそのメニュー名に反応して関心を持ってくださるお客様も多いですね。

さらに、トリートメントメニューは単体のほかに「カット＋カラー＋トリートメント」の計12,000円のセットメニューを用意。手軽にセットで頼める価格設定で、カットやカラーに合わせてセットメニューを選択くださるお客様が非常に増えました。

お客様への提案のコツ：良さを感じてもらうのが一番。まずは実際に試していただく



コアミーに限らず、新しい商材はお客様にとっても魅力の一つです。新しい商材を導入した時は「新しくなりました」とお客様に必ずお伝えしています。常連のお客様は新しいものが入るのにも慣れていて、「次は何を新しくしたの？」とよく聞いてくださいます。「マウピティが取り入れる新しいもの＝より良いもの」だという認識がお客様の間にあるんです。だから、こちらもなるべくアンテナを高くして、さらに良いものを提供できるようにと力が入りますね。

新たな提案をすることは、ある意味一度積み重ねてきた信頼を崩す、勇気のいる行為でもあります。ですが、そうやってお客様のほうから期待してくださるということは、我々の提案がそれまでの信頼で作り上げた期待の上をいっているということです。また、新たな商材を取り入れるのは、我々自身も勉強になるので、単純におもしろかったりします。

中には、以前のトリートメントがお気に入りで来店されていた方もいらっしゃいました。ですが、その方にのみ他のトリートメントを残しておくのは難しいですよね。そこで「まずは一回やってみてください」とコアミーのトリートメントをお試しいただきました。実際に体感していただいたみなさまには満足いただいているようで、トリートメントをコアミーに切り替えたことで離れたお客様はほとんどいらっしゃらないと思います。



コアミーを利用するのは女性のお客様が中心。幅広い年齢層の方に喜んでいただいていますが、特に施術による変化を感じやすいダメージ毛、エイジング毛、カラーを繰り返している方ほど喜ばれます。お客様も施術後「サラサラ」「ツルツル」と驚いていただいたり、触る前から「見ただけでも、サラサラになった気がする」とおっしゃってくださったり。そこまで言われると、こちらも嬉しくなりますよね。もちろん我々も、コアミーによってお客様の髪がとても扱いやすくなっていると感じています。

導入の成果：セットメニューやキャンペーンの展開で売上がアップ



お客様の支持はしっかり行動に表れていて、今までトリートメント施術は2〜3回に1回程度の頻度だった方が、コアミーに変えてから毎回トリートメントをしてくださるようになるなど、施術リピート率が

向上しています。時間がないというお客様に、それならば今回はカットのみでとご提案しても「トリートメントはないとダメ！」と強く希望されることも少なくないほどです。セットで頼まれるお客様が増えたことで客単価が上がり、さらに施術リピート率も上がっているので、大きな売上の向上につながっています。

また、毎年12月にはヘアケア商材を詰め替え用サイズとセットにして、キャンペーンとして売り出しているのですが、コアミーを導入するにあたってこのキャンペーンに一番力を入れました。内容は、シャンプーとヘアマスクの各ボトルサイズ（590mL/590g）、各詰め替えサイズ（1,000mL/1,000g）に、サービスでアウトバスが付いて27,280円（税込）というものです。シャンプーとヘアマスクは半年以上持つ容量をセットにしています。



2020年8月後半から11月20日まで予約期間を設け、その際に予約いただいたお客様に販売しました。それなりの金額ですが、62セットと多くのお客様に購入いただきました。一回の出費としてはそれなりの金額だと思いますが、それだけの価値が十分にあると思ってくださったお客様が60名以上いたというのは、正直こちらもびっくりしています。

サロンでコアミーのトリートメント施術を受けたのち、ご自宅でコアミーのシャンプー&ヘアマスクでケアすることでトリートメントのもちをより良くする。そうすれば次回のサロントリートメントでさらにきれいになるという好循環につながっていくと思うので、やはりシャンプー&ヘアマスクの併用使いはおすすめです。

このキャンペーンによって、ご自宅でもヘアケアをしっかりされているお客様自身が、当店の歩く広告になると思うんですよね。キャンペーンでお客様も通常よりリーズナブルな価格で購入いただいているので、お互いにウィンウィンの関係になっていると思います。

今後の展望：コアミーを通して、ヘアケアの重要性を提唱したい



神栖・銚子の近隣でコアミーを導入しているのは、2021年4月時点ではまだ当店のみだと思います。まずはより多くの方に、コアミーを実際に受け、ご自宅でもシャンプーやヘアマスクを使っていただけたらと思っています。当店のお客様にもコアミーを使っていないお客様はまだいらっしゃいますし、こちらから積極的にご提案して、髪の変化に気づいてもらう。そうして、髪の自然なボリュームをキープしながら、しなやかでまとまりやすく潤っていく喜びを感じていただけるお客様が一人でも増えたら良いなと思います。コアミーを通して、ヘアケアの重要性を伝えていきたいですね。



広々とした作りの店内（ヘアーアイランド マウピティ提供）

日本では美容の「ケア」というと、大半の方がスキンケアを重視されていて、まだまだヘアケアに力を入れている方は少ないと感じています。でも、欧米などだとスキンケアとヘアケアの重要度が五分五分

くらいで捉えられていることも多いんですよ。

一方でお客様のご希望を聞いていると、「髪がサラサラになりたい」という方は非常に多い。だから、もっともっと髪を日常的にケアするという文化は根付いていくと思っています。そのためには、日常のシャンプー&トリートメントは一番簡単にできるケアで、基本中の基本です。サロンでコアミーを受ければ「ケアによって髪は良くなる」ことが体感できれば、日常のケアにもより積極的になるのではないでしょうか。コアミーはヘアケアの意識を変えていくための大切なツールだと思っています。

Profile



高橋和也　Kazuya Takahashi
ヘアーアイランド マウピティ　オーナー

茨城県神栖市出身。山野専門学校通信科卒業後、千葉県銚子市エリア1店舗を経て2012年7月、ヘアーアイランド マウピティを茨城県神栖市にオープン。「気軽に通えるリゾートサロン」を掲げ、確かな接客と技術でくつろぎの時間と癒しの空間を提供する。一人ひとりに合わせた丁寧な提案で、お客様からの信頼も厚い。

Instagram：@maupitigram

（文／山田佳苗、写真／深澤 寿賀子）

ARIMINO