

ランドケアをもっと知りたい。
あんなこと、こんなこと。

Market Trend

Sales Promotion

Salon Report

Investigation result

Users Voice

ランドケアサロンを応援する情報マガジン「ランドプレス」



Landcare

*It is the aging care products that abundantly
blending natural material and support the
health and youth by the grace of ancient earth.*

LANDPRESS

The magazine for all beauty salons

Vol. 01

2018

サロン顧客の意識傾向

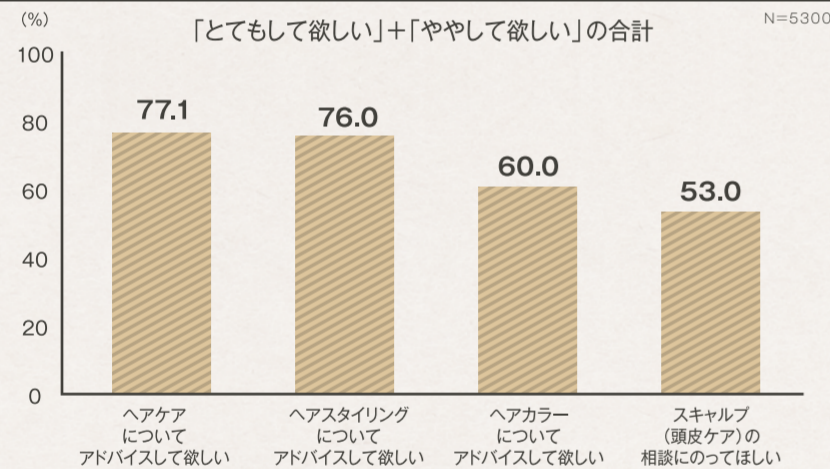
多様化するお悩みに応じたサービスが、ますます求められる中、ヘアケアにおいても、スパなどのメニューに対して、こだわりを持つお客様も増えてきています。これらサロンの利用状況から、今後行うべき提案やアプローチ方法を考えていきましょう。

自分の髪で気にしていること・年代別トップ5 (%)

年代	N	1. くせ毛	2. 髪が傷んでいる	3. 髪が乾燥しすぎる (バサつく)	4. 髪が広がる	5. 枝毛・切れ毛になる
20代	766	50.3	38.9	29.1	28.7	28.2
30代	974	53.4	33.5	33.4	30.9	27.9
40代	1118	57.3	47.2	29.0	26.3	21.4
50代	944	73.2	43.6	23.2	23.0	22.7
60代	1138	68.1	30.8	29.8	24.4	17.4

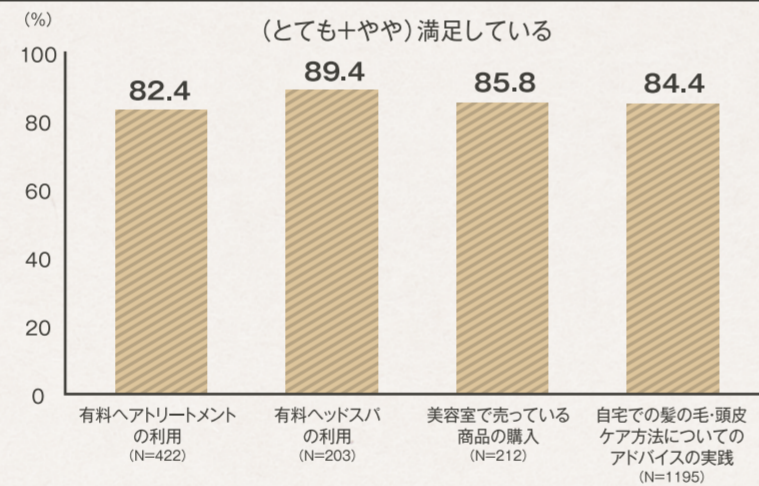
POINT 「エイジング毛」のお悩みは30代から!! ニーズに寄り添う提案が信頼感につながります!

サロンへの要望・意見



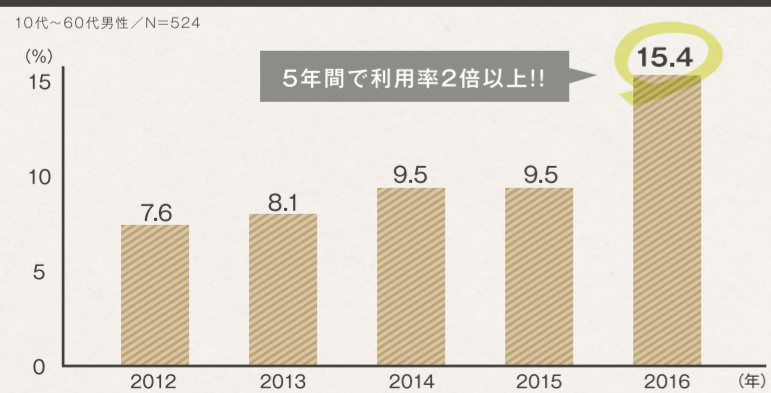
POINT 実は、お客様はサロンからの提案や情報提供を求めています!

髪や頭皮についての提案・アドバイス実践満足度



POINT 積極的な提案・アドバイスが顧客単価アップにつながります!

《男性》美容室での頭皮・育毛ケア(有料)の施術利用率



POINT 男性の美容意識が大幅UP!! サービスの充実が他店差別化へのチャンス!

お客様へのアプローチ

お客様との会話の中からお悩みを引き出したら、アプローチのチャンス!

メニューでアプローチ

- ヘアカラー後の頭皮ケアメニューとして連動させた提案に。
- 日頃からシャンプーが合わないなど、デリケートな頭皮にお悩みの方に。

ランドケア スパプロセス

- 1. ビフォーカウンセリング**
マイクロスコープで頭皮と髪の状態をチェック。
- 2. 頭皮クレンジング**
予洗後、「エッセンスフォーム」の炭酸泡で汚れを落とし、潤いと弾力を与えます。
- 3. 頭皮マッサージ**
- 4. シャンプー**
天然成分フムスエキス(保湿剤)配合の「エッセンスソープ」でしっかり洗浄&ダメージ補修。
- 5. うるおい補給**
「エッセンスローション」でしっかり潤いを与えます。フケ・かゆみが気になる方にもおすすめ。
- 6. リンバマッサージ**
- 7. アフターカウンセリング**
もう一度、頭皮と髪の状態をチェック! すっきりキレイになった頭皮を確かめて下さい。

スバプロセスを動画でもっと分かりやすく!!

【バックシャンプー編】 【セット面編】

トークでアプローチ

いつもの基本トークだけでは、お客様に響きにくいと感じたら季節に応じたアレンジトークで、提案するのもGOOD!!

過酷な夏のトラブルケア
紫外線が強い季節は、頭皮や髪にとって一番過酷でトラブルになりやすいです。ダメージの蓄積は将来の髪にも影響するんですよ。この多機能シャンプーで今日からケア始めてみませんか?

気になる汗や皮脂汚れ
脂や汗で肌はベタベタ...! 帰ったら速攻さっぱりしたいですね! これは炭酸泡が汚れをしっかりと取ってくれる上に、すぐ泡で出るから便利なんです! 弾力があるのでマッサージやバックにもおすすめです!!

夏特有のデリケート肌
汗をかいて、肌がデリケートになった経験はありませんか? 気温が高くても、意外と肌は潤い不足で刺激を受けやすいんです。朝や入浴後に、手軽にシュッとひと吹きてOKです!!

ツールでアプローチ

- お悩み情報シート
- 総合リーフレット
- スタンド型ポップ
- メニュー表
- A4 ポップ各種



ツール例: デザインは変更する場合があります

Interview

お客様とのコミュニケーションと、こだわりのメニューで信頼関係を。



美意識を高める女優髪メニュー

Q. サロンのコンセプトを教えてください

ヘアスタイルだけでなく、健康で美しい髪と頭皮を推奨しています。年齢層は小さなお子さまから80代くらいまで幅広く、親子三代で来店される方も。アットホームな雰囲気なので、お菓子の差し入れや手作りの作品をプレゼントして下さるお客様もいらっやあって、家族のようなお付き合いをさせていただいています。だからこそ、お客様も悩みを打ち明けやすいようで、遠慮なく話されますね。私たちからも「最近少し髪のボリュームが…」と気になることをご指摘することも。それも信頼関係を築けているからこそと考えます。

女性が美しくなることをもっと楽しめるようにと、『女優髪カラー』、『女優髪パーマ』といったメニュー名に『女優』がつく『女優髪メニュー』を設けています。ささやかなことですが、ヘアスタイルを変えるだけで女優みたいに美しくなれると思うと、サロンに来店されるときのテンションがあがりますよね。また、お客様の美意識を高めるのにも効果的です。



お悩みで一番多いのが髪のボリューム

Q. ランドケア導入のきっかけはなんですか？

まず素材の良さですね。パッケージの雰囲気からも自然派というのがひと目でわかりましたし、フムスエキスが成分の半分も入っているなんて他にはありません。私たちは髪や頭皮の健康を第一に考えていますので、びっくりだと感じました。エッセンスソープを試してみたら、一回使っただけで髪の立ち上がりがとても良かったんです。私は髪の量が多いので、びっくりするくらいボリュームアップしましたよ。お客様の中心が40～60代ですので、髪の悩みで1番多いのがボリュームダウンなんです。毎日のシャンプーだけでこんなにボリュームアップするなんて、皆様に喜んでもらえると思い、すぐに導入を決意。ただ、販売するだけではなかなか魅力が伝わりにくいとも思いました。良さを知ってもらうには使ってもらった方が一番と考え、エッセンスソープを使用したシャンプーメニューを導入。私の体験談をお話してからランドケアのシャンプーメニューをお勧めすると、大抵の方が試されますね。また、ヘッドスパも一年ほど前から導入しています。

使うたびに感じる変化に喜ばれます

Q. ランドケアに対するお客様の反応は？

ブローをしている時に髪がふんわりするのを見て皆さん感動されます。シャンプーだけでこんなに変わるなら自宅でも使いたいと、購入される方が多いです。自宅でも使われている方は、使う度に髪質が変わっていくと喜ばれています。値段だけ聞くと高いと感じる方もいらっやいますが、シャンプーからトリートメント、スカルプケアまでを一本でできると詳しく説明すると、「それならいつものヘアケア用品より安くなる」とおっしゃられる方もいますね。

年齢・性別を問わず美意識の高いお客様が多いため、新しい商品への興味関心も強いです。皆さん私たちの話をしっかりと聞いてくださるので、こちらの説明にもつい熱が入ってしまうことも(笑)。そうやって長年、髪と頭皮の健康についてはお話ししてきました。ですので、私たちが勧めるものであれば、と信じて購入して下さる方も多いです。そんな時は信頼関係を築けてきていると実感する瞬間でもあります。また、私だけでなくスタッフも愛用しているので、お客様に合わせた提案ができます。スタッフに感謝ですね。



ヘッドスパの導入で、ケアの提案がしやすく

Q. サロン独自の取り組みは？

スコープを使ったヘッドスパを行っています。こちらも臨店講習で体験して良さを実感したうえでメニューに取り入れしました。施術前後で頭皮がきれいになりまし、ほのかに漂う香りでリラクゼーション効果もありますね。

エッセンスフォーム、エッセンスソープ、エッセンスローションの順で使い、施術前後にスコープで頭皮の状態を見て比較していただいています。スコープを使って視覚でうたえられるのはいいですね。効果が分かりやすいのはもちろん、頭皮の状態を見る機会ってあまりないため、トラブルを起こしていることに気づいていない方も多いです。ヘッドスパをしていただくことで、お客様に頭皮状態をご説明しやすく、今後のケアのご提案もしやすくなりました。今では3種類あるヘッドスパメニューの中で1番人気です。

店内にランドケア専用のブースを設け、手書きのPOPを貼っています。スタッフが自発的に作ってくれたんです。店内の他のPOPもそうですが、お客様に良さを分かってもらいたいと自ら作ってくれます。色んな工夫をするのは商品売りたいからではなく、お客様の美と健康をサポートしたいから、という気持ちがお客様に伝わっているといいなと思いますね。

トータルな美しさを提案できるサロンへ

Q. 今後の展開を教えてください

サロンに来店された時だけでなく、一年後も十年後も美しくなれるご提案をしていきます。そのためには髪や頭皮の健康は不可欠ですので、これからも美と健康に特化したサポートをし、さらに髪や頭皮だけでなく、トータルな美しさを提案できるサロンにしたいです。例えば、ランドケアを使ったハンドメニューをできたらいですね。お客様の年齢層が幅広い分、ご提案内容も多岐にわたります。あらゆる方の美しくなりたいという気持ちに応えられるように、日々勉強していきます。そして、当サロンの強みはお客様との信頼関係と何でも話せるアットホームさ。これからもお客様に寄り添った提案や接客を行い、信頼関係を築き続けていきたいです。

Salon Data

美容室プルミエール

福岡県春日市春日原東町3-4 吉崎ビル1階
TEL.092-572-8687

代表 武井 政代氏



Interview

一番の強みは、男性のお悩みや美容意識にも応える独自のサービス。



お客様がいつまでも若々しく健康でいられるように

Q. サロンのコンセプトを教えてください

「美と健康」をテーマにしたサロンです。マイナスイオン還元水を使用する、肌に優しい商材を取り入れる、初めてカラーをされるお客様には必ずパッチテストを行うなど、お客様の肌や髪がいつも若々しく健康でいられる方法や技術を提供するサロンでありたいと考えています。創業は約40年前で、先代は床屋でした。それもあって、男性客が8割くらいですね。覚王山はサロンが多い激戦区で約300店舗ありますが、メンズサロンとなると激減するんです。他店と差別化できるように、予約サイトでメンズサロンを謳ってからお客様が増えました。妻がエステティシャンですのでその知識も取り入れて、フェイシャルにも力を入れています。実は、男性も肌の乾燥や肌荒れに悩んでいる方は多いのですが、女性のお客様がメインのサロンではなかなか相談しにくいですね。30代以上になると特に。女性のお客様が多いサロンに行くのは気がおくれしてしまうというお客様もいらっしゃいます。その点メンズサロンなら周囲を気にする必要もないので、お客様の半数はフェイスケアをされます。



もっちりとした泡の感触に、これは使える！

Q. ランドケア導入のきっかけはなんですか？

エッセンスフォームとエッセンスローションを男性のフェイスケアに使用しています。もっちりとした弾力のある泡を初めて触った時に、これはフェイスケアに使える！と直感しました。これまでの男性用商品は使用感がつっぱったり、乾燥したりするものが多いうえに、高額なものがほとんど。肌に優しくしっとりとした仕上がりを探していたところにランドケアが発売されたので、飛びつきましたね。フムスエキスがふんだんに配合されているのもうれしいですし、泡がもちもちとしていて施術中も弾力感がキープされるので、細かい産毛までケアできます。

男性のフェイスケアにも

Q. ランドケアに対するお客様の反応は？

今までと肌触りの違いに驚かれますね。顔が明るくなったと言われる方も。セット面でフェイスケアも行うので、施術完了後すぐに鏡が見られるため、変化に気づきやすく、施術後の顔を見て驚かれますね。男性って、乾燥などの肌トラブル

に気付いてない方も多いので、施術後に鏡で肌を見て初めて肌が乾燥していたことに気付かれることも。するとフェイスケアに興味が出てくるみたいです。また、泡がとても気持ちいいので、大半の方が施術中に寝てしまうんですよ。店で効果を実感されると、自宅でも使おうと自然に思ってもらえ、購入につながります。導入時期が夏だったこともあり、肌のベタつきを気にされているお客様が多かったので、ローションも反応がよかったですね。男性はスキンケアに関しての知識があまりありませんので、肌の仕組みからご説明して、水分補給の必要性をお話しします。若い方は特に興味をもたれますね。一度にエッセンスフォームとエッセンスローションを購入される方もいらっしゃいますし、学生など若い方には一本ずつの購入をお勧めして、ご負担がないようにしています。継続して使用されるお客様は肌の変化が分かりやすいので、続けて購入していただきますし、私たちもお客様の肌がきれいになっていくのは嬉しいです。多くの男性は、普段スキンケアアイテムを購入する機会がなく、店に行くのも躊躇しがちですので、サロンでヘアもフェイシャルもケアができるうえに、スキンケア商品も購入できるというのは便利みたいです。また、自然由来の香りなので強すぎず、男性も使いやすいですね。



相談無料クーポンや年間プランでサポート

Q. サロン独自の取り組みは？

予約サイトに「担当スタイリストに相談」という無料クーポンを作りました。このクーポンを選んでくださったお客様は、何か悩みがあるということが事前に把握できますので提案をしやすいですし、話しやすいですね。男性って自発的に悩みを話す方が少ないんです。ですので、話しやすい雰囲気やきっかけを作るのは大切です。キャンペーンで人気なのは通常カット5,400円、フェイスケア2,160円のところ、4週間以内のご来店ならカットとフェイスケアで5,400円になるものです。男性の来店サイクルは1ヵ月半~2ヵ月ですので、このキャンペーンを利用される方が多いです。たいていのお客様は次回予約をされて帰ります。あとは手書きのプラン表を作成しています。『1月は乾燥するので保湿ケアを…』といった個々のお悩みに合ったプランを年間立てて、お客様にお渡ししています。単純に髪を切る、フェイスケアをするだけでなく、お客様の要望にお応えできるように心掛けていますね。

男性も通いやすく、美と健康に特化したサロンへ

Q. 今後の展開を教えてください

男性の美や健康に特化したサロンとして成長していきたいです。最近では男性も年齢問わず美への意識が高い方が増えています。施術後は皆さん嬉しそうにされていて、身だしなみを整えることで日々の生活にハリが出るのは男女共通なんですよ。その反面、髪や頭皮、肌に関してひっそりと悩まれている方も多く、そんな男性でも通いやすく相談しやすい環境を作っていきたいです。今後はメニューのバリエーションを増やし、いろんな悩みをサポートできるようにしていきたいですね。

Salon Data

ビューティサロン ポネル

名古屋市千種区田代本通3-15-1 水野ビル1F
TEL. 052-763-0708

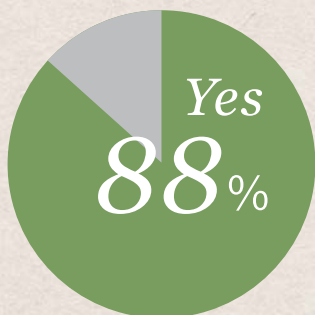
代表 岡戸 章人氏

Investigation result アンケート結果

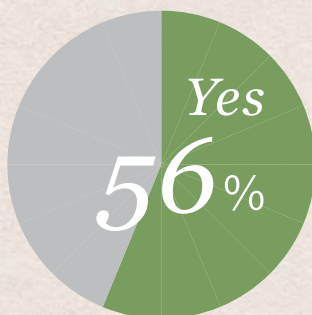
エッセンスソープ、エッセンスフォームを実際に使用してもらい、アンケートを実施。
多くの方に使用感や香りなど、高い評価をいただいています。

ESSENCE SOAP

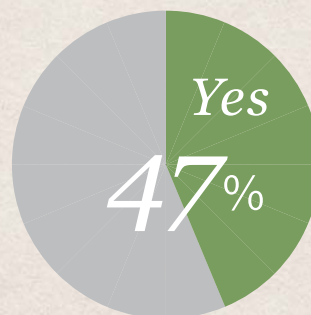
髪にハリ・コシが出た



かゆみに効果があった



フケに効果があった



ランドケア エッセンスソープ使用/30~80代男女73名/2016年5~8月当社調べ

Users Voice

お客様の声

ESSENCE SOAP

トリートメントなしでも、手触りがよいのに驚きです。

30代女性

ふわっとして、分け目のボリュームの無さが気にならなくなりました。

40代女性

髪がしっかりしたように感じました。今ではウィッグを付けなくてもよくなりました！

60代女性

髪にハリ・コシ感が出て、ボリュームが出るようになった。スタイリングが楽になった。

30代男性

香りも、洗い上がりの質感も非常に良いと思う。

30代男性

泡立ちも良く、洗い上がりが気持ちいい。

60代男性

ランドケア エッセンスソープ使用/30~80代男女73名/2016年5~8月当社調べ

ESSENCE FOAM

2wayタイプなのでとても便利です。炭酸の泡なので、頭皮もスッキリするし、洗顔後もつっぱる感じはなく潤います。

momoさん

顔も頭もすごいスッキリする。使ったあとの化粧水の入りがいい感じがします。

こんちゃんさん

とても好きな香りです。洗い上がりもつっぱらず、肌の調子もいいのでこのまま使用してみたいと思います。

ayiさん

ランドケアエッセンスフォーム使用/2017年ミルココ商品クチコミ ※お客様の使用感における感想です。効果・効能を保証するものではありません。

