

サービスの掛け合わせで 理美容の新しい魅力を創出

有限会社たかせ

ワンストップでネイルから頭皮までケアサポート

高瀬博浩さんは理容師と美容師、両方の事業者免許を有し、自社ビルの1階に「Takase the BARBER」という理容室を、2階に「Sir Duke」という美容室を展開している。また、3階にリラクゼーションフロアを設け、フェイシャルエステやブライダルエステなど幅広い顧客ニーズに対応している。

「3つの業態を複合展開する相乗効果でサービスの付加価値を高めている」。例えば、1階の理容室では通常のカット、シェービングだけでなく、ネイルケアやハンドマッサージなどプラスαのメニューを用意。特に男性客の場合、指先のケアには関心があっても、ネイルサロンにはわざわざ行きにくいという声を聞く。理容室にしながら、美容室やエステサロンと同じようなサービスを気兼ねなくリーズナブルな価格で受けられるのが魅力で、カットのついでにオーダーしていく人も少なくないという。また、2階の美容室では頭皮ケアを中心としたメニューが充実。20年以上前から理容室で蓄積してきたノウハウ、スキルを女性客に向けてアレンジしたもので、カットから薄毛の悩みまでワンストップで相談できるのも魅力だ。そのほか、リラクゼーションフロアでのシェービングサービスなども好評を得ている。

理容室と美容室が持っている社会的なイメージはまったく異なる。美容室を利用するお客さまは理容室にはなかなか足を向けられない。従来、顧客の棲み分けが行われていた。しかし、一つのビルに複数店舗を展開し、理美容で提供しているサービスをミックスしてその垣根を取り払うことで、「家族で訪れるお客さまや、初めて美容室(理容室)に来たというお客さまが増えた」とその効果を説明する。

スタッフの総合力を高め、お客さまの魅力を引き出す

理美容に求められるカット・セットの基本技術が高めるために、業界団体が開催するコンクールに新人スタッフをどんどん参加させている。技術のよしあしは目には見えにくいですが、外部から客観的に評価されることで、自分に何が足りないか、何が優れているかを学ぶ機会になっている。

「お客さまが求めているものは、最終的には言葉でしか伝わらない。たとえ最先端のヘアスタイルを提供しても、それを維持するのに手間や時間がかかるようでは意味がない。その場限りのサービスで終わらせないようにしている」と高瀬さん。ヘアスタイルを維持できる期間やホームケアの方法をアドバイスしているほか、美容だけでなく理容でも1週間以内ならカット・スタイリングのお直しを無料で行っている。それぞれの業界では当たり前に行われているサービスだが、他の業態に取り入れることで新たなファン獲得に結びつけた。

その他、同店では、様々なセミナーやコーチング勉強会を開催しているという。「私たちの強みは総合力。培ってきた技術に加え、スタッフ一人ひとりの表現力や提案力という「コミュニケーション力」を徹底的に鍛えることで、お客さまの魅力を引き出していきたい」と話す。

「剃る」技術の質向上で理容業界に賑わいを取り戻す

独自の価値創出にも力を注いでいる。シャンプーすると頭皮がかゆい、べたべたする...というお客さまからの相談を受け、低刺激で肌に優しいシャンプー「セフティン」を開発。天然由来の素材と京都の軟水を使った京都発のオリジナル商品で、幅広いユーザーから支持を得ている。

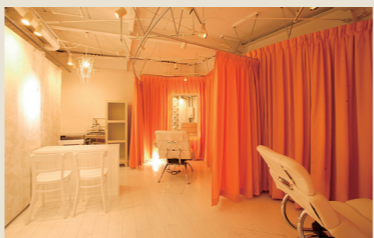
今、全国の理容室の経営者の平均年齢は65歳。後継者不足など様々な問題を抱えている。高瀬さんは理容師免許でしか扱えない「剃る」という技術に着目し、数年前に「日本シェービングマスター協会」を立ち上げた。講習会や実技テストなどを開催して、明日の理容業界を担う人材を育成している。これまでに全国で約40名のマイスターを認定。現場でお客さまのひげを診断し、適切な材料や道具を選んで、肌に優しいシェービングサービスを提供するという。また、日本のシェービングを学ぼうとする技術者のために、パリでも協会の立ち上げに動き出している。

今年3月、同社は「知恵の経営」実践モデル企業認証を受け、既存のお客さまや取引先以外からもその認知度は高まりつつある。「理容室のイメージを簡単に変えられるとは思っていないが、私たちの取り組みを蓄積していくことで、業界全体の活性化につながれば」。ハサミの奏でるリズムミカルな音とともに、同社の夢は大きく広がっている。

理容室と美容室、リラクゼーションサロンを一つのビル内で複合展開している「たかせ」。それぞれが得意とするサービスを掛け合わせ、従来の理美容の枠組みにとられない魅力の発信で、お客さまに幅広い選択肢を提供している。



理容と美容の良さを活かした高付加価値の事業を展開する高瀬社長



3F



2F



1F

1階は理容室、2階は美容室、3階はリラクゼーションなどを行うフロアとして、幅広い顧客層ニーズに応えている。



低刺激で肌に優しいシャンプー「セフティン」

解説

知恵のポイント

従来の業界の垣根を取り払い、シナジーによる新たな顧客価値を創造

家業の理容室を継いだ高瀬さんは、美容にも関心を持ち、一つのビル内に理美容業を複合展開しました。すると、1階の理容室に若い女性客が訪ねて来たり、2階の美容室に年配の男性客が顔を出したり。そのお客さまがどの業態を選ぶのかは性別や年齢で店側が決めるのではなく、お客さまであることに改めて気づいたといいます。

また、ある業界で当たり前に行われているサービスも、例えば隣接する業界であっても他の業界では一般的ではないことが少なくありません。同社では、カットだけでなく、シェービングやフェイシャルエステ、薄毛の悩みへの対応まで、お客さまの要望にワンストップで対応できる点も強みの一つです。プロモーションでも、スタッフ自筆のDMを定期的に送付しているほか、ブログやフェイスブックなどを活用し、お客さまとの距離を縮める工夫をしています。美容業ではよく見られるこうした取り組みも、理容業ではあまり馴染みのないものでしょう。複合的なサービスや情報発信を掛け合わせ、「今まで、美容室しか行かなかったことがない」というお客さまを理容室に惹きつけたり、家族揃っての来店にも結びつけています。

理容室の減少が続く、美容室も飽和状態と言われる中で、たかせるこうした取り組みが従来の理美容室の垣根を取り払い、新たな顧客の創造や業界の活性化にもつながることが期待されます。

応援します! 創業・経営革新・知恵の経営に取り組み企業の相談に具体的にお応えします。

TEL:075-212-6470 (知恵産業推進室)