

昨年12月、静岡県浜松市に「美容室」と「キーパープロショップ」が一体となった店舗「DUALSALON LAPIS」(http://www.dualsalon.com/) がオープン。「美容室」と「キーパープロショップ」が一体となったコラボ店舗の意義や経営について、経営者であり店長である谷川さんにお話を伺った。

前身の「サロンラピス」は、常時700人の固定客

谷川さんのもとで経営していた美容室は、昔からある町のパーマ屋さん規模。常時700人の固定のファンがついており、平均数ヶ月に1度の来店。平均単価は、クリスタルキーパーのSSサイズ並み。人気の理由の一つは谷川さん独特の「くせ毛」をストレートにする技術にあった。くせ毛をストレートにする薬剤で業務用として販売されているものは、ハードミドルソフトの3種類。しかし一概にくせ毛といっても、その人によって髪質もそれぞれ。そこで研究熱心な谷川さんは、3種の薬剤を使い分け、調整して独自のレパートリーを作り上げ、お客様の髪質に合わせ、効果が長く続く処方を選択している。

お客様の要望をトコトン聞いて、プロの技術で実現する

多くの固定客を得ていた大きな要因は、「お客様の要望をトコトン聞いて、それをプロの技術で実現すること」だそう。また谷川さんは「プロとは素人にできないことをどれだけたくさん実現できるか」と言う。お客様が自分の髪をどのようにしたいのか、それによって自分をどのように表現したいのかを聞くのはもちろん、言葉では表現できない要望も汲み取って、潜在的な願望までも実現する。これ

は本当に難しいことだが、それが実現でき、満足を超えた「感動」をお客様に与えてこそプロなのである。

10年前、洗車・コーティングと美容室の相性の良さに気が付いた

谷川さんが、洗車・コーティングのビジネスとコラボレーションしようと思ったきっかけは、10年以上前。独立前、九州・長崎市内の美容室に美容スタッフとして勤めていたころだ。美容室から通りの向かい側にあったガソリンスタンドを見ていたら、女性のお客様がガソリンスタンドに車を置いて、自分の美容室に来た。そのお客様に聞くと、「ガソリンスタンドで車を磨いてもらっている」と言う。他の何人かのお客様にも聞いたら、同じく向かいのガソリンスタンドに車を置いてきたと言う。

浜松で独立、駐車場で実施した洗車が好評

そのことがずっと印象に残っていて、何年後、浜松市内で自分の美容室を持った時、店の駐車場で簡単な TENT を張り、アルバイトを雇って洗車をサービスした。これがお客様に非常に好評だった。ちょうどそのころ「キーパーコーティング」を知り、洗車サービスにプラスして有料でキーパーコーティングを実施したところ、これも非常に好評で、それなりの収益になった。

本格的に洗車・コーティングとコラボレートした店舗を

「美容室と洗車・コーティングは、やはり相性がいい」と確信を持った谷川さんは、本格的に美容室と洗車・コーティングのコラボ事業を展開したいと考え、アイ・タック技研本社を訪問。それから3年後、ようやく希望に沿った物件が現れ、本格的なコラボ店舗が作られた。

114台の洗車と、9台のクリスタルキーパー、8台のピュアキーパー、その他

事業は順調な滑り出しだ。1年の中でも最も非需要期という2月において、114台の洗車と、9台のクリスタルキーパー、8台のピュアキーパー、それにプラス室内清掃などのアラカルト。まず、美容室のカットやセット・染髪などのサービスに快速洗車・快速室内清掃(オリジナル)が格安になるようなセットを組み、それにプラスし有料でピュアキーパーやクリスタルキーパーが施工される。美容室と料金的にオーバーラップする部分を加えると、なかなか立派な実績の70万円となった。美容室に来られたお客様(ほぼ女性)のほとんどすべてが洗車を受け、何らかのプラスのサービスを受けられたと言う。お断りになるお客様に訳を聞くと「私の車の洗車は、主人の楽しみなので…」と言われるだけだそう。飛び込みで洗車・コーティングだけで来



店した方、インターネットで調べて来た方など、プロショップ単独のお客様も増えているそうだ。この実績が「非需要期の2月であること」「オープンして間もないこと」「チラシなどの宣伝広告行為がまだされていないこと」を換算すると、来年の需要期には驚くべき実績を上げてくるような予感がする。

洗車・コーティングも美容室も「サービス業」

洗車・コーティングのビジネスは「サービス業」である。付加価値は「キレイ」であったり「気持ちの良さ」であったりして、形があるものではなく、その店舗の中で付加価値を作るものである。しかも、お客様が持っている願望は人それぞれであり、その願望をいかにつかんで、いかに実現するかがサービス業のビジネスと言える。その点において、美容室と洗車・コーティングのビジネスは共通点が多く、特にお客様との関係においては極似していると実感した。



「DUALSALON LAPIS」谷川店長



工場から変身「ビフォー・アフター」
物件は小さな「工場」と「倉庫」。これを谷川さんと懇意の工務店が共同でこんな店に変身させた。真っ白に建物を塗り、倉庫部分をコーティングブースとし、工場部分を美容室にしてある。センスのいい看板と相まって、まるでテレビ番組の「ビフォー・アフター」のようだ



白と黒を基調にしたシンプルなデザイン。自分の髪をキレイにしたい女性は車のキレイさも気にかける人が多い



美容室内の待合室にはキーパーコーティングのリーフレットがさりげなく置いてある



洗車・コーティングは現在2人のアルバイトさんが施工している

キーパーコーティングサイト『keepercoating.jp』をリニューアルしました。

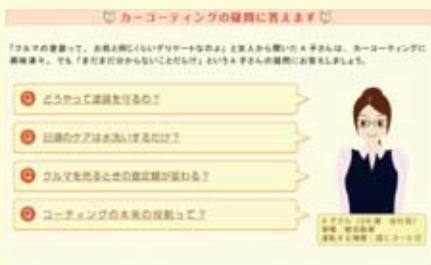
3月よりリニューアル

3月よりキーパーコーティングの情報サイト『keepercoating.jp』をリニューアルしました。リニューアル前のページはバナーが多く見づらい、分かりにくいなどの声をいただいていた。今回は「テキスト」を使って分かりやすくページ内の情報に接触できるように改善しています。ユーザーがトップページから多くの情報が探せるように改善しました。

改善ポイント①

Q&A方式で分かりやすく

カーコーティングの必要性を分かりやすく解説しています。ユーザーの疑問という形で問いに対する答えを分かりやすく表現しました。



改善ポイント②

キーパーコーティングの特長を明確に訴求

キーパーコーティングの特長を「キーパーコーティングはこんなにお得!」「みんながキーパーコーティングを選ぶ理由」「キーパーの理論」に分けて説明しています。キーパーコーティングの良さが分かりやすく、魅力的に表現されています。



改善ポイント③

ユーザーに伝わる「お客様フォトログ」

メーカーから「イイですよ!」と伝えてもなかなかユーザーには届きません。実際に施工していただいたお車の実績がユーザーに届きます。20,000を超すお客様フォトログの投稿がユーザーにより届くように改善しました。トップページの上に配置したことと、一度にたくさんのお客様のフォトログが表示されるように変更しています。



改善ポイント④

新鮮な情報をユーザーへ届ける

キーパータイムズの新鮮な情報がユーザーに届くようにしました。キーパータイムズのユーザーへの情報を毎月ピックアップしてキーパーサイトに掲載。商品ページからのリンクも貼っているのでユーザーが商品を調べた時にその商品に関連した最新のタイムズ情報にも接触できるように工夫しました。



今後とも多くの情報をユーザーに分かりやすく伝えるように『keepercoating.jp』を盛り上げていきます。また、お客様フォトログや店舗情報だけではなく、キーパープロショップとしてもWebサイトに参加できるようなサイトを作っていきます。今後ともキーパーサイト『keepercoating.jp』をよろしくお願いたします。