

ホリスティックビューティ

ホリスティックとは「全体」を意味するギリシア語「horos」（ホロス）を語源とする。Hapiness CLOVERでは「ホリスティックビューティ」を掲げ、髪だけでなくフェイスクアやエステ、インナービューティなどを含めた全体美容の提案でお客様の美と健康に貢献していく。それを体現する存在が「ビューティシャン」だ。

進 詩織

しんしおり／1996年12月17生まれ。鳥取県出身。グラムール美容専門学校卒業後、Hapiness（奈良）に入社。アシスタント2年目の際、エステ手技だけでなく皮膚理論や腸内環境など美容を総合的に学ぶ「ビューティシャン」をめざすことに。スタイリストデビューした3か月後にビューティシャンとしてもデビューを果たす。現在、京都府の京田辺市の店舗でヘアメニューだけでなくエステメニューもこなす。

ヘアドレッサーとビューティシャン。どちらも同じ美容師の英訳だが、髪デザインをするのが前者に対し、エステティック業務も行うのがビューティシャン。奈良県を中心に展開するハピネス（本社・奈良県奈良市）では、4年前から肌知識と手技を習得したフェイシャルエステシャン兼任の美容師をビューティシャンと呼び育成、コロナ禍の中実績を上げている。昨年7月にスタイリストデビューした進 詩織さんは6カ月で総売上が200万円超え、うちフェイシャル技術とスキンケア店舗で5万6289円を上げている。「ヘアの単価アップができたし、モノも売れるスキルが身についたのはビューティシャンのスキルを学んだから」と進さんは語る。

美容のカバーする範囲が健康領域までに及んでいる今、お客様以上の知識を持つメニュー提案をしなければ信頼を得られない。人口減少が進む中、今いる顧客へ提案できるメニューをどう増やすか。ヒントは髪と肌。提案できることはまだまだありそうだ。

ホリスティックの沼にハマる

エステやネイルのメニューは以前からあったが専任スタッフの仕事だった。複数メニューをこなすビューティシャンができたのは進さんが入社して2年目のアシスタントの頃。同期の「進ちゃん向いてそう、やってみたら？」の一言でビューティシャンにチャレンジすることに。「じつは美容師になって何をめざしているのか目標を見失っていたタイミングでした。でも勉強を始めてみたらすっかりハマりましたね。皮膚やインナービューティは自分ごとでもあるし、髪にもつながっている。膨大な知識を身に付けるのは大変だったけど、面白くもあって」。スタイリストデビューした3か月後、ビューティシャンとしてもデビューを果たす。



髪だけでなく、



SPECIAL REPORT

Shiori Shin
(Happiness clover)

HAIR DESIGNER



ヘア&フェイシャルの二本柱でお客様から支持されているスタイリスト、進 詩織さん。昨年7月にスタイリストデビューしてたった6カ月で売上200万円越えできたのは、変身美容から改善美容へ技術領域を拡大したことにある。美と健康が強くリンクするアフターコロナ時代に求められる美容師像を紹介する。

写真：黒川たくや

ESTHETICIAN



肌までケアする美容師

ビューティシャン



SPECIAL REPORT

Shiori Shin
(Happiness clover)

SHIN'S DATA

髪と肌の相乗効果！ デビュー 6 カ月で売り上げ 200 万円越え！

新田辺店 進 詩織	デビュー月 2020 年 7 月	6 カ月後 2020 年 12 月	
総売上	803,378 円	2,064,365 円	半年で総売上 200 万突破
技術売上	728,978 円	1,654,610 円	
ヘア	728,978 円	1,264,621 円	技術売上 165.4 万の内 ヘア比 76.5%
フェイシャル	0	389,989 円	技術売上 165.4 万の内 フェイシャル比 23.5%
店販売上	74,400 円	409,755 円	
ヘア	57,900 円	223,455 円	店販売上 40.9 万の内 ヘア比 54.5%
スキンケア	16,500 円	186,300 円	店販売上 40.9 万の内 スキンケア比 45.5%
店販比率	9.3%	19.8%	
指名売上	292,284 円	1,567,800 円	
客数	94 人	138 人	
平均総単価	8,547 円	14,959 円	デビュー半年で 総単価と技術単価 ともに大幅 UP
平均技術単価	7,755 円	11,990 円	



ホリスティック美容は 技術売上を引き上げる

Technique Sales

ホリスティック美容で訴求するのは素材美。ヘアカラーを例にとっても前処理など素材を極力健康に保つための施術が中心となるため、技術売上は自ずと上がる。「スキンケアやスパがあるからお客さまにも伝えられる幅も知識も増えますし、髪素材美を保つための提案は受け入れやすくなるんです」現在、進さんのフェイシャルエステは技術売上の 2 割弱を占める。



ホリスティック知識は 自信を授ける

Confidence

ビューティシャンになるには、肌の構造や免疫などを詳細に学び、座学と手技の検定試験を受けて晴れて認定される。「皮膚科学の知識は絶対ヘアに役立ちます。特に変わったのがカウンセリング。話す内容の幅も広がったし、コロナで免疫や健康に関する話題が増えた今、自信をもって知識を伝えることができるようになって、確実に信頼度が増してます」

谷口誠治会長 インタビュー

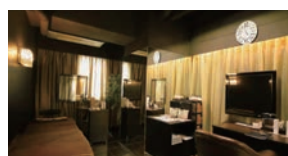


改善美容の時代へ

「かねてよりトータルビューティメニューに着手してきましたが、美容師が取り組むトータルビューティメニューに切り替え、育成を始めました。知識や手技の習得には時間がかかりますが、やはりインスタントではだめで、深いものを得られれば数字に出る。人口減少が進む今、顧客数を増やすのよりも 1 人のお客さまの来店動機を創出する。それが『ビューティシャン』なのです」



新田辺店のエ스테ープースはブラックを基調とした落ち着いたインテリア。インナービューティ系の商品も豊富にラインナップ。インナービューティアイテムが充実。商品売上が高い。



会社名：株式会社ハピネス / 代表：谷口誠治 / 創業：2002 年 / 店舗数：美容室 12 店舗、アイラッシュ 6 店舗、ネイル 4 店舗 / スタッフ数：200 名 / 本社所在地：奈良県奈良市二条町 2-58-1 中井ビル 1F / HP：www.hairmake-happiness.com



店販・スキンケアが ばんばん売れる！

Store Sales

知識が身に付き信頼度が増すと、お客は提案された商品を購入する。進さんの場合、店販売上のうちヘアとスキンケアの割合がほぼ半々だ。「美容師はスキンケアが売れないなんて言われているけど、まったくそんなことはありません。ただお客さまは美容師にはスキンケアの知識がないと思っているだけなんです。プロとして信頼してもらえれば購入します」