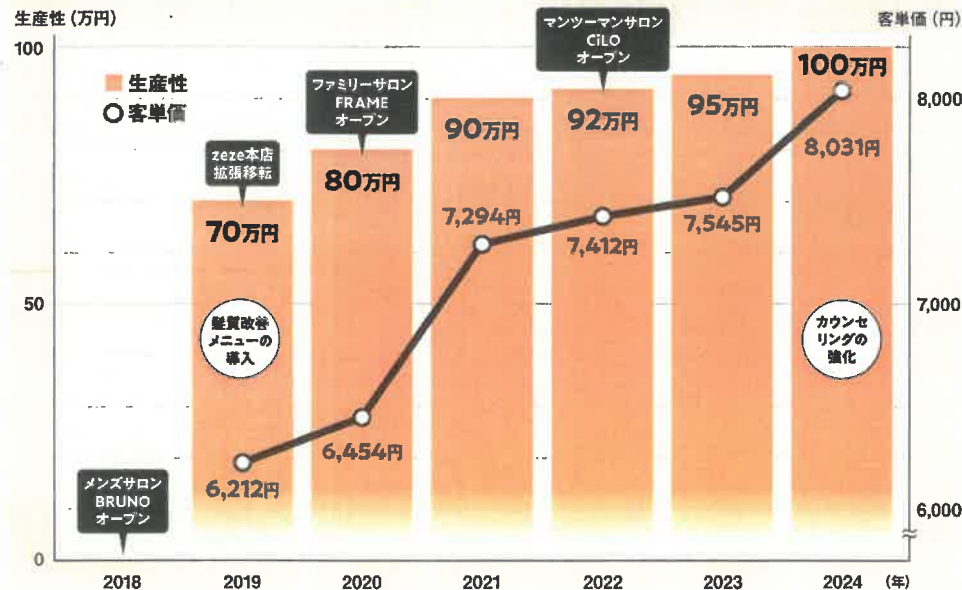


zezeの生産性、客単価推移 (徳島県内の美容室のみ)



徳島市を拠点に、数年前からM & Aで店舗数を急拡大しているzeze。今年7月には県内の美容室6店舗がグループ入りしたばかりだが、そこで問われるのが事業再構築の手腕。

「徳島市内の既存4店舗の直近1年間の生産性は104万円。コロナ以前は生産性70万円でしたから、この生産性アップのノウハウをM & Aしたサロンに共有していくのが、今後の僕の仕事になります」と語るのは同社のヘア部門代表を務める川原英樹さん。上記グラフのように、同サロンが大きく客単価を引き上げたのはコロナ禍以降。そのきっかけとなったのは髪質改善メニューの導入だ。メニュー開発だけでなく技術のマニュアル化に着手し、コンセプトの異なる店舗でも単価アップを可能にした。

「さらに昨年から取り組んでいるのがカウンセリングの強化です。さまざまな他のサロニース業と比較した際に、美容室のカウンセリングはもっとレベルを上げる必要があると感じ、お客さまの隠れた欲求を掘り起こすような傾聴型のカウンセリングにシフトしました」

ヘア部門代表 川原英樹

かわはらひでき◎1993年11月21日、徳島県生まれ。大学薬学部在学中、一念発起して美容の道へ。2013年、zeze入社後、NRB日本理容美容専門学校通信課程にて美容師免許取得。スタイリスト、店長を経て、現在はヘア部門を統括する代表として活躍する。



詳しくは次ページで解説するが、顧客のちょっとした悩みを深掘りしていくと、根本的な髪質改善やホームケアが必要になってくることが多いと語る川原さん。実際に同サロンの縮毛矯正比率や店販比率は伸長している。

「結局は「サロンに通い続けてもらう理由をきちんとつくれているか?」ということなんだと思います。カウンセリングを強化して以降、単価アップだけでなく来店周期も短くなっています。僕たちの最終的な目的は、徳島の地から業界全体を良くしていくこと。グループが大きくなっても、高い生産性を維持したまま、ともに成長していきたいと考えています」

CASE 5

生産性を飛躍させた傾聴型カウンセリング

提案力の強化で通い続けてもらう理由をつくる。

直近1年間
(2024年7月～2025年6月)の
生産性

※月間労働生産性

104万円

総売上2億5,154万30円 ÷
のベスタップ数240人 =
104万8,104円

(徳島県内の既存美容室のみ)

zeze (徳島県徳島市)

会社名: 株式会社zeze
代表: 小川由佳里
創業: 2005年(2012年法人化)
店舗数: 17店舗
スタッフ数: 94名
本社所在地: 徳島県徳島市北佐古二番町3-32
本社電話番号: 088-612-7556
HP: <https://zeze-hair.com>

生産性アップの秘訣はカウンセリング

説得力のある提案がさらなる単価アップを実現。

傾聴型カウンセリングにシフト

Before

- 美容師が8~9割話す
- 「毛先を切りたいです」「じゃあ毛先を切りましょう」
- 来店ごとの提案

After

- 美容師が8~9割聴く
- 「毛先を切りたいです」「なぜそう思ったんですか?」
- 長期型の提案

POINT 1 詳細なカウンセリングシート

初回来店時、顧客に記入してもらうカウンセリングシートは2枚。来店理由や髪・頭皮の悩みだけでなく、理想の髪の状態を聞き出すことで、新たな提案につながる質問の流れをつくっている。



POINT 2 ヒアリング内容はホワイトボードに記入

カウンセリングで聞き出した内容は、ホワイトボードに記入して情報を整理。顧客に対して口頭だけでなく、ビジュアルで提案内容を伝えるツールにもなる。



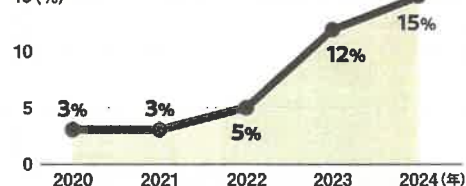
POINT 3 マイクロスコープを活用した頭皮診断

髪の悩みをヒアリングした後は、マイクロスコープを使って頭皮診断。毛穴の詰まりなどを視覚的に確認できるため、ヘッドスパメニューへの提案にもつながっている。

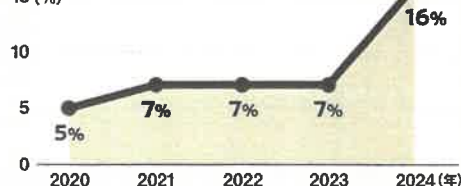


zezeが昨年から注力しているのがカウンセリングの強化。一方的に美容師が話すのではなく、顧客の隠れた欲求を引き出す傾聴型のカウンセリングにシフト。ホワイトボードやマイクロスコープを活用することでカウンセリングを視覚化。提案の説得力が増したことで、縮毛矯正・ストレート比率や店販購買率が伸びた。

縮毛・ストレート比率の推移



店販購買率の推移



髪質改善から始まった単価アップ

客単価が6,000円台から7,000円台に。

■ 既存4店舗のサロンDATA

zeze本店



スタッフ数: スタイリスト8名、アシスタント2名
客単価: 12,430円 生産性: 121万円

川原さんが勤務していることもあり、最も生産性が高い旗艦店。カウンセリング力が高く、髪質改善や縮毛矯正メニューが得意。

CILO



スタッフ数: スタイリスト3名
客単価: 14,530円 生産性: 91万円

ベテランのママ美容師が所属する半個室型のマンツーマンサロン。ヘッドスパ比率が高く、14,530円と最も客単価が高い。

FRAME



スタッフ数: スタイリスト3名、アシスタント1名
客単価: 7,940円 生産性: 101万円

商業施設の敷地内にあるため、客層も幅広いファミリーサロン。アットホームな雰囲気ながら、生産性は100万円を超える。

BRUNO



スタッフ数: スタイリスト3名、アシスタント2名
客単価: 5,940円 生産性: 85万円

2018年にオープンしたメンズサロン。男性客だけに客単価は低いが、回転率が高いため、生産性は80万円以上を維持。

近隣エリア内にコンセプトを変えた店舗を展開する同サロン。単価アップのきっかけになったのが2019年に導入した髪質改善メニュー。当時はまだ徳島市内に「髪質改善」を打ち出すサロンが少なかったこともあり、サロン全体の単価を大きく引き上げる要因となった。



客単価を引き上げた髪質改善メニュー

同サロンの客単価を引き上げたのが、2019年に導入した髪質改善メニュー。根本的に髪の悩みを解決したいという思いが顧客に支持され、それまで6,000円台だった客単価が7,000円台へと一気に伸びた。技術のマニュアル化は川原さんが担当した。

■ 髪質改善メニューの料金と所要時間

	4step トリートメント	8step トリートメント	艶髪再生 トリートメント
料金	4,400円	8,800円	12,100円
所要時間	10分	20分	35分

