

コンセプトの 明確化により 新規顧客を獲得

嬉楽美容室

事業内容 美容室

企業 data 代表者：和田 弘記 所在地：長野市三輪1-1-25
従業員数：1名 連絡先：☎026-266-0635

Introduction

オーナー事業主である相談者は、実家の美容室や県内の美容室にて修行した後、2009年独立開業。しかし、店舗建物は前オーナーが廃業する際に居抜きで賃借して開業したもので、建物の外装及び内装が相当古いために今の時代に合っておらず、長年新規のお客が増えずに悩んでいた。

企業の現状及び支援の経緯

以前稼働していた美容室から引き続いて一定の固定客はいるものの、新規顧客の集客及び獲得ができずに悩んでいたところ、地元金融機関から当拠点を紹介されて相談することとなった。現状顧客は60歳代が5割、70歳代以上が2割を占めており、特にシャンプー等の商品（店販）購入により平均単価を上げているA顧客層がその年代であるため、将来的に大きく先細ることが予想されると判断。事業主の当初の意向は、顧客層の若返りを図るために30代顧客の新規獲得を希望していたが、マイクロスコープを使用し髪や頭皮のダメージレベルを診断するという当店の強みは、むしろ中高年層にニーズがあると考え、店販購入が見込める60歳以降の客層を確保しながら新規顧客の開拓することを目指すよう変更し、少し年齢を上げて、40代後半から50歳代女性をターゲットとした店舗づくりとすることにした。

実施した支援内容

まずは土台となるコンセプトを明確にすることから始め、中高年の女性特有の、『白髪、ハリ減少、うねりなどの髪のお悩みを解消する』『髪の病院』といった内容をコンセプトにして、『若返りカット』などを目玉にすることを提案。また、統一感の無い内外装は、事業主が好きなオレンジ色をアクセ

ントカラーに、テキスト確認シートにより出てきた「あたたかい」「カジュアル」等のキーワードを基にリモデルすることにした。また、全てを行うには費用がかかるため、建物所有者である大家との交渉方法や、業者選定のポイントをアドバイスする一方、極力コストを抑えるために、最低限どこをリフォームすれば印象が変わるのか、どうしても業者に依頼しなければならないことは何か、100円ショップ等を活用して自分でできるDIY方法などを具体的に提案した。

支援の結果及び今後の展開など

相談者自らがカウンターや一部の壁に100円ショップで購入したリメイクシートを貼ったり、ルーバー（羽板を平行にしたブラインド）をDIYするなど意欲的に取り組み、同時に大家や業者との交渉を開始した結果、コンセプトに沿った「ドクターヘアサロン KIRAKU」というロゴデザインをはじめ、外装・内装共に、それまでのイメージが一新された店舗が完成した。



同時に「-10歳アンチエイジング CUT」をメインとしたHPも開設し、地元のタウン誌に広告掲載した結果、4月だけでも37名の新規顧客を獲得し、それ以降も順調に新規顧客を獲得している。来店したお客様からは、「ボリュームアップして若返ったよう」という満足の声を頂いており、今後は口コミによる集客も見込まれる。



【ホームページより】



【リモデル前の店舗外観】

支援をうけて

代表 和田 弘記 氏

私の頭の中を整理して頂いたおかげで、お店の方向性が決まり、希望通りに進んでいます。初めて来店されたお客様も固定客となって頂けることが多く、外観が大幅に変わった為、外観を見て来店される新規のお客様も増えました。金融機関から紹介され、初めは余り期待していませんでしたが、もっと早くお願いすれば良かったと思っています。