成長し続けるサロンの秘密を追う！

Salon's Power

突出した強みを持つサロンを全国からピックアップし、その魅力に迫る連載企画。
若手オーナーのサロン育成、スタッフ育成などの取り組みに注目してみました。

東京・渋谷区

らふる

※撮影当日は『らふる』本店スタッフの方が来てくれました。

Salon Data

らふる　其の二

住所／東京都渋谷区神宮前2-35-9-101
TEL／03-6384-5894
営業時間／平日11：00〜20：00、
土日10：00〜20：00、祝日10：00〜18：00
定休日／火曜日、第2・第4月曜日
スタッフ数／2名
セット面／3面　シャンプー台／2台

Owner
中村拓郎さん

山梨県出身。1988年生まれ。日本美容専門学校卒業後、代官山のオーガニックサロンに就職。店長を経て2017年に独立し『らふる』をオープン。2020年11月に2店舗目となる『其の二』をオープン。

オーガニックを軸に持続可能な社会を目指す

「末永く楽しめる髪をあなたに」をビジョンに掲げ、渋谷区・神宮前エリアに2店舗を展開する『らふる』。今回は2店舗目の『其の二』にお邪魔し、オーナーの中村拓郎さんにお話を伺った。「オーガニック系のサロンで8年間勤務した中でオーガニックについていろいろと学んだのですが、オーガニックは持続可能な社会を追求するための手段であり、目的そのものではありません。持続可能な社会の本質とは何なのか？を突き詰めた結果、美容室においては“末永く自分の髪を楽しめること“ではないかと思ったんです。そもそも地球が存続しない限り美容室の価値も何もかもありえません。そうならないような配慮をすることが『らふる』の根底にあります」

オーガニック系のサロン＝使う薬剤がオーガニック、というイメージが強いが、『らふる』のこだわりは別にある。「薬剤ももちろんオーガニックを軸に置いて選んでいますが、パフォーマンスも重要視しています。ケミカル的な物を悪とするのではなく、処理の仕方などに配慮しながらバランスを取ることが大事です。美容室で使う物はお客様が日常で使う物と重なり合う部分が多いので、僕はむしろそこにフォーカスしたいと思いました。シャンプー後などに使うタオルは今治タオルブランドに名を連ねる『IKEUCHI ORGANIC』さんのタオルを導入しています。『IKEUCHI ORGANIC』さんはトレーサビリティをいち早く導入し、持続可能な社会の実現に貢献しており、最大限のリスペクトを持って使わせていただいています。洗濯機もタオルの風合いを保ち、長く使える物を選びました」

来店したときの“疑似体験”ができるホームページを作成

タオルは消耗品ではなく愛用品、と語る中村さんは、オリジナルのTシャツもほぼ毎シーズンつくって販売している。「Tシャツは消耗品のイメージがありますが、着心地が良くて何度でも着たくなるような物を毎回、試行錯誤してつくっています。有機栽培された超長綿を使用したオーガニックTシャツで、お客様にとても好評です」

他にも環境に配慮した製品や取り組みがあり、それらはホームページやウェブサイトに詳細が掲載されている。お客様の多くはそれらのサイトを通ってから来店されるという。「ホームページは来店前に『らふる』に来た“疑似体験”ができるようなイメージでつくりました。オープン当初はブランドイメージを固めるためにブログをたくさん書いたり撮影をしたりしましたが、一旦ホームページをつくり込んでしまえばあとは勝手に自走してくれています。とはいえ集客をホームページだけに頼っているわけではなく、集客サイトやお客様のご紹介、お店の前を通りがかって見つけてくれた方など、来店動機はわりとうまく分散しています。みんなと違うことをしようと“真剣にふざけた”結果、うまくいっているのかもしれませんね」

『らふる』の理念を理解し自分なりに表現してほしい

スタッフは中途採用が多いため、とりわけ細かく技術教育を行うことはなく、スタイルの方向性も厳格な決まりはないのだそう。ただし、『らふる』のビジョンに即した中で自分なりにきちんと理由付けができている提案であることが条件だ。「『らふる』が掲げている理念を理解していれば、そこに対してどう行動を起こすかは個人の自由でいいかなと思っています。その辻褄が合っているかどうかの確認は常々行っています。SDGsに関して言えば、僕自身は意識を高く持っていますが、意識が高いことをアピールしすぎると周りを疲れさせてしまいますから、スタッフには共感できるところだけやってくれればいいと考えています。ただ、お客様の期待値よりも僕らの意識が低いとお客様をがっかりさせてしまうので、そうならないよう、必要な話はしています」

今後は学校教育に参画して、学生のうちから一般常識や金融・経営に関する知識を身につける機会を増やしていきたいと中村さんは語る。「技術に注力して売上を上げるだけでなく、幅広い知識を持つことが大事。『らふる』ではセカンドキャリアまで見据えたライフプランサポートをしっかりやっていきたいです」

サロンの特徴 1

環境や人権に配慮したオーガニックプロダクツを導入

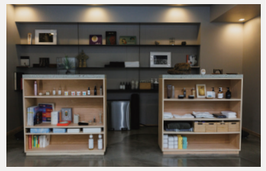
タオルやTシャツの他に、自然由来成分100％のヘア＆ボディケア製品『BIO HOTEL HOME & TRAVEL COSMETICS』のプロデュースに参画。また、オーガニックの茶葉をブレンドしたオリジナルのお茶も開発。いずれもお店や通販サイトで購入できる。サロンで使っている洗濯機はドイツのMiele社製で、衣類を傷めず、洗剤量やお湯の温度を細かく調整できるスグレモノ。耐久性が高いので長く使うことができ、安価な物を頻繁に買い換えるよりも地球にやさしい。フロアから見える位置にあえて設置し、『らふる』の理念を表す象徴にもなっている。

サロンの特徴 2

半個室のシャンプーブースでくつろぎと最上のケアを提供

シャンプー台はセット面の鏡に足を向ける角度で設置されているケースが多いが、『らふる』のシャンプー台は鏡と平行に設置されているため、座るときも起き上がるときも他のお客様と目が合いづらい。完全に壁で仕切るほどのスペースがなかったため、角度を変えたという。「この角度だと、体を横にするとすーっと気持ちが落ち着く感じがします。シャンプーブースの段差をなくしてフラットにしたのもこだわりです。また、カラーやパーマ後の炭酸クレンジングなどのアフターケアを無料で施術し、お客様の髪のケアに力を入れています」

サロンの特徴 3

美容室らしくない外観とインテリア

「美容室は外から覗けばすぐに美容室とわかりますよね。うちは美容室とはわからないような外観なので興味を持って覗いてくれる方もいて、『なんだ、美容室か』とがっかりされることもありますが、これが記憶の中でフックとなり、美容室を変えようと思ったときに思い出していただけるのかなと。他にない“仕掛け”をふざけながら（笑）真剣に考えました。ちなみに『らふる』という店名には、笑い声が響き渡る雰囲気を髪を通してつくりたいという願いを込めています。外国人に憧れるだけでなく、外国人が憧れる日本の髪を提案するという意味でひらがなにしました」。和の心を感じるオブジェを置いたり、床が波模様になっていたり。他店にはないインテリアが目を引く。