

コンサルが分析

成功する
カラー専門店



失敗する
カラー専門店

ココが違った!

サブスクビジネス
最新レポート

2021

1月
発行

新規事業

異業種参入

フランチャイズ

人手不足

15坪で売上200万円

商圈
人口3万人!

営業
利益率30%!

シニア層対応
ビジネスだから

地方で急増する
サブスク付加型

ヘアカラー専門店

巻頭特別インタビュー

元美容師のカラー専門店オーナーが語る

業界未経験・異業種参入

のほうが成功するワケとは?

特別
ゲスト

LAMPS合同会社
代表社員 福田 浩太氏

詳しくは中面へ▶▶▶▶

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆様、および関係者の皆様に心よりお見舞い申し上げます。新型コロナウイルスの感染拡大の状況によっては、録画等によるウェブ開催へ移行させていただく可能性がございますので、何卒ご理解を頂きますようお願い申し上げます。また、来場にてご参加される際は、ご案内時に注意点がございましたので必ずご確認ください。

主催

明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken

当セミナーは終了しております。
現在受付中の船井総合研究所主催のセミナーは、
こちらからご覧いただけます。

WEBからお申込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右の検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。)▶ 067605

2007年より約10年間美容師として勤務。
2016年にヘアカラー専門店ビジネスをスタート。
2018年LAMPS合同会社を設立し、自社ブランドのフランチャイズ展開の他、理美容業界向けシステムの開発・提供を中心に業界の新しいインフラ環境を提供中。

“カラー専門店は異業種参入の方でも参入しやすいビジネスモデルです”



LAMPS合同会社

代表社員 福田 浩太

今回は、カラー専門店を5店舗経営している、LAMPS合同会社の福田代表にお話を伺います。

－ 貴社のご紹介をお願いいたします

関西・中国地方を中心にカラー専門店「セブンカラーズ」5店舗を運営しながら、カラー専門店FCの本部も行っている、LAMPS合同会社の福田です。

－ ヘアカラー専門店について、改めて伺えますでしょうか？

通常的美容室で施術するような「カット」や「パーマ」は一切行わず、「ヘアカラーのみ」を行う専門店舗です。「白髪染め専門店」という名称で出店している会社もありますが、当社の店舗では他店と違い、若い方もご来店いただけるよう「おしゃれ染め」のメニューもご用意しています。



ー たしかに近所にも増えています。「ヘアカラーに特化している」ことのほかに、美容室との違いやヘアカラー専門店ならではの特徴はありますか？

価格としては、髪全体を染めても2,900円なので、美容室は7,000円ほどですから、圧倒的に安い金額で髪を染めていただくことができます。この価格を見ると、よく、「安かろう悪かろう」で、「市販のホームカラーのような薬剤を使用しているのでは？」と思われることが多いのですが、扱っている薬剤は、通常美容室で使用されているものと同じ、高級カラー剤を使用しています。

施術する担当者も、美容師免許を持っている美容師が担当するので、クオリティは通常美容室と全く変わりません。

通常美容室の場合、ヘアカラー以外の施術もセットで行う方が多いので、美容室に行くことがその日の目的というか、半日くらい時間を割く方もいらっしゃるんですが、カラー専門店の場合、場所もショッピングセンターの中にあることも多く、買い物の延長でサクッとキレイになれるのも、特徴ですかね。



低価格



高級カラー剤



資格者が施術



SC内立地

ー お客様にとってはかなり嬉しい内容ですね。店舗側のメリットはどんなことが挙げられますか？低単価なので正直儲かるのかな…？とも思いますが。

実は結構、高収益なビジネスモデルなんです(笑) 施術時間が短時間なことに加え、レジ作業も券売機やクレジットカードでの事前決済を取り入れていますし、ドライヤーなどのブローはお客様自身で行っていただくので、極力人員を割かなくて良い仕組みになっています。

材料費に関しても、システムによってカラー剤の調合を行うので、ロスも少なく済みます。

採用に関しても、休眠美容師が各地域にいらっしゃるなので、過去に出店した店舗でも採用に苦戦したことはありません。パート・アルバイト中心で回せて、かつ採用に困らないのも大きなポイントですね。



レジは手間なく楽々



少 廃棄



採用も困らない

－ 高回転で高収益。しかも採用に困らないのは地方では特に嬉しいですね。
代表は直営の店舗展開だけでなく、FC展開もされていますよね？

そうです。最近はかなり加盟店の問い合わせも増えていて、カラー専門店の注目度が上がっているなど、肌で感じています。

－ **代表から見て、うまくいっているカラー専門店で共通する特徴は何だと思われますか？**

FC加盟店でお問い合わせくださる会社には、美容業界からの参入はもちろんですが、異業種から新規事業としてカラー専門店を始めたい、という方もいらっしゃいます。

カラー専門店は美容業界出身者はもちろん、異業種参入の方でも、参入しやすいビジネスモデルです。理由としては、「こだわりがない」というのが大きなポイントになります。美容師は技術職の面も強いので、良くも悪くもこだわりが強い方が多いかなと思います。カラー専門店は、先ほどもお話したように「低価格×高回転」で回していく業態ですし、内装・外装もほどほどにして、高収益に繋げていくビジネスモデルです。ある意味、美容師として一生懸命こだわってきた部分をすべて捨てるくらいの、経営者マインドが必要になってくるので、最初からこだわりのない異業種参入の方が、シンプルに取り組んでいただいています。

FC本部として、どちらの場合でも成功いただけるよう、仕組み化をどんどん進めています。オーナーの考え方はかなり業績にも影響しますね。

“ 美容師として一生懸命こだわってきた部分をすべて捨てるくらいの、経営者マインドが必要になってくるので、最初からこだわりのない異業種参入の方が、シンプルに取り組んでいただいています ”

－ 「こだわりを捨てる」ことがカラー専門店のポイントになるんですね。ありがとうございます。今後、カラー専門店の出店を考えていらっしゃる方へ一言いただけますか？

市場としてはまだまだ伸びる業態で、既に物件争奪戦のような状態に入っているエリアも多いなと感じています。ぜひ、切磋琢磨しながら、一緒に業態を盛り上げていただける会社が増えていけば嬉しく思っております！

福田代表、ありがとうございました！

2014年、船井総研に入社。
2016年チームリーダー、
2019年グループマネージャーに
史上最年少で就任。
現在では美容室・エステ分野で
デジタルマーケティングやDXコンサル
などを得意としており、その他の
領域でも多くの成功事例を持つ。

“日銭からの脱却が
カラー専門店のポイントです”

株式会社船井総合研究所

シニアエキスパート

日坂 大起

こんにちは。船井総研の日坂大起です。福田代表のインタビューはいかがでしたでしょうか？

本日は福田代表も取り組まれていらっしゃる「サブスク型ヘアカラー専門店」に関してご紹介させていただきます。

最近みなさまがお住まいの生活圏内にカラー専門店という業態が増えておりませんか？本質的にこのビジネスモデルを定義すると、

白髪染めを中心としたメンテナンス需要の

中高年の女性をターゲットに、

商業施設内や駅前など人通りの多い地域に出店し、

通常のカラーサロンよりも安く・早いサービス提供をしています。

市場としては、2019年からかなりのスピード感で増加している業態になります。

このビジネスモデルの特徴は、

- ① 地方でも展開可能であること
- ② 比較的採用に困らないこと
- ③ 利益が残りやすいこと などが挙げられます。



モデル数値としては、

10坪4席で150万円の売り上げに対して

立ち上げ半年程度で営業利益率20%を残すことができるビジネスモデルで、再現性も高く、さまざまなフランチャイズ店舗が増えております。

| 15坪5セット面モデル | | 比率 | 備考 |
|-------------|-----------|------|----------|
| 売上 | 2,000,000 | 100% | |
| 家賃 | 150,000 | 8% | 坪1.0万円まで |
| 人件費 | 800,000 | 40% | PAメインで計算 |
| 材料費 | 200,000 | 10% | 想定 |
| 光熱費 | 100,000 | 5% | 想定 |
| その他 | 150,000 | 8% | 消耗品など |
| コスト | 1,400,000 | 70% | |
| 利益 | 600,000 | 30% | |

－ カラー専門店のPL －

その中でこのビジネスモデルに参入するプレイヤーは

美容室経営者をはじめとした、いわゆる美容業界のご出身者だけでなく、飲食業や不動産業、アミューズメント業など様々な異業種からの参入者も多く、実際に成功しているのも特徴としてあります。

そのビジネスモデルのバージョンアップ版として

船井総研では**サブスク業態としてのカラー専門店**をオススメしております。

なぜなら、このビジネスモデルの最大の特徴として、顧客のストック化が肝となっており、顧客のストック化を進める上での仕組みとしてサブスクモデルとの相性が良いからです。

サブスクビジネスを店舗で導入する際は、

- ① **生活の周辺サービスであり**
- ② **来店するべき理由が存在し（ECなどで競合が発生しない）**
- ③ **期間内で複数回利用することで満足度が向上し**

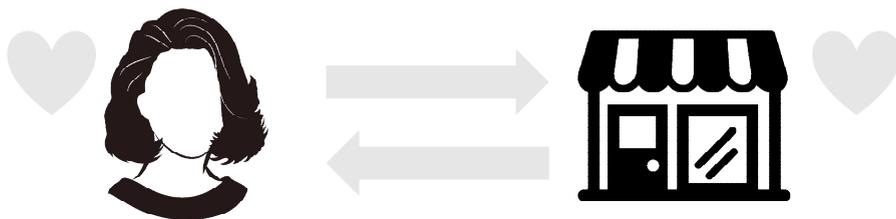
一方で、

- ④ **顧客側からの心理として利用頻度に自制心が働くこと**
が理想となります。

このあたりを踏まえた上で、現在弊社のクライアント様を中心に新規体験客からサブスク会員への移行を進めていただいております。

このビジネスモデルのポイントは、月額を定額にすることで顧客離れを防ぎ、毎月の売上を安定化することがポイントになっていることです。

そして収益（利益）も確実に残るモデルとなっている点から、これまで従来のリピーターだった顧客が定額メニューへ移行していただくことで、お得に、そして常に白髪を気にすることなく美しい状態をキープすることができるという利用者にとっても、お店側にとっても、良好な関係性を保つことができるビジネスモデルとなっています。



- ・**新たな収益の柱がほしい**
- ・**自社物件を有効に活用したい**
- ・**今の事業だけでは10年後の成長イメージが描けない**

などなどのお悩みを持つ経営者様や、ご興味がある方には是非チャレンジいただきたいビジネスモデルです。

さて、次のページでは、

「成功するカラー専門店 vs 失敗するカラー専門店、ココが違った！！」と題し、カラー専門店に関してさらに詳しくご紹介したいと思います。

成功するカラー専門店 vs

成功するカラー専門店と失敗する・伸び悩むカラー専門店は何が違うのか？
「船井流 差別化の8要素」に沿って分類してみました ↓ ↓ ↓



Point

こだわる点と こだわらない点が 明確!!

差別化の8要素は上から順に重要な項目。つまりカラー専門店において最重要なのは「立地」です。

居抜き活用や内外装にこだわらない分を販促費に充て、そこで獲得したお客様をサブスクリプションで囲い込む、というストーリーが明確です。

| | |
|-------------------------------|----|
| 大型のショッピングモールの近くや乗降客数の多い駅の徒歩5分 | Q1 |
| 10坪～20坪で居抜きを活用 | Q2 |
| 40代以降の女性をターゲットとした適度な内外装 | Q3 |
| オシャレ染めにも対応し、カラーバリエーションが豊富 | Q4 |
| オープン半年で徹底的に販促を実施 | Q5 |
| パート・アルバイトを教育 | Q6 |
| 新規体験価格を用意し2回目以降は均一プライス | Q7 |
| サブスクリプションを用意 | Q8 |

失敗するカラー専門店、 ココが違った！！



| | |
|---------------|-----------------------------|
| 立地 | 通りがかりの少ない路面店や 駅から距離のある場所 |
| 規模 | スケルトンで新しく建設 |
| ストア ロイヤリティ | こだわりのオシャレな内外装 |
| 商品力 | ブラウンメインで、 カラーバリエーションが少ない |
| 販促力 | オープン時に販促を 出し惜しみする |
| 接客力 | 既存の正社員を登用 |
| 価格力 | ロング料金を設定するなど 均一プライスでない |
| 固定客化力 | 常にスポット売上 |

Point

重要な部分を 妥協してしまっている ことに気が付いて!!

最重要な「立地」はもちろん、オープン時の販促を妥協してしまっている分、集客に苦戦。建物や内外装にこだわった分、出店時のコストの回収にも時間がかかってしまいます。また、正社員を登用することで、毎月の人件費も経費を圧迫します。

当日お伝えする内容はコチラ

1 失敗しないカラー専門店の出店立地のポイント

成功しやすい基本立地を抑える/カラー専門店の商圈情報

2 サロン規模決定のポイント

商圈サイズを元にセット面数・面積を決める/効率化を高めるレイアウトのポイント

3 カラー専門店出店までのスケジュール

カラー専門店を出店するまでにかかる期間は？

4 他社との差別化は？MD構成のポイント

カラー剤のバリエーション/均一プライス・サブスクプランの設定

5 どんな媒体を使ったら良い？集客方法

メインとなる集客媒体/オープン時の販促費目安

6 失敗しない採用戦略

何人のスタッフが必要？/求人で使用する媒体は？/SVは必要？

7 異業種参入でも安心！教育システム

オーナーがすべきことは？/技術研修・システム研修・接客研修、何を誰が？

8 カラー専門店の財務戦略

初期投資に必要な金額/PMFとは

当日は“そのまま使える”ツールをすべて公開しながらお伝えいたします!!

2021年注目のビジネスモデル!

このセミナーを受講していただければ、
カラー専門店の出店・運営のポイントが丸わかり!

新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、感染状況が収束するまでの期間は、録画等によるウェブ開催へ移行させていただく可能性がありますので、何卒ご理解をいただきますようお願い申し上げます。

全業種向け カラー専門店立ち上げセミナー

▼開催日時はコチラ▼

WEB
会場

2021
2/3 [水]

13:00~16:30

受付開始12:30~

申込期日 2021/1/30 [土]

PCがあればどこでも受講可能

大阪
会場

2021
2/9 [火]

13:00~16:30

受付開始12:30~

申込期日 2021/2/5 [金]

(株)船井総合研究所 大阪本社

〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研 大阪本社ビル
【地下鉄 御堂筋線「淀屋橋駅」10番出口より徒歩2分】

WEB
会場

2021
2/12 [金]

13:00~16:30

ログイン開始12:30~

申込期日 2021/2/8 [月]

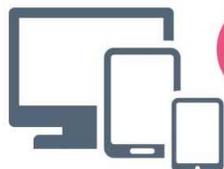
PCがあればどこでも受講可能

■一般価格 税抜10,000円(税込11,000円)/1名様

■会員価格 税抜8,000円(税込8,800円)/1名様

オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。Zoomご参加方法の詳細は で検索

| 講座 | セミナー内容 |
|--|---|
| 第1講座 13:00~14:00 | カラー専門店業態周辺の“時流”を知る 最近特に駅前周辺に、さまざまなカラー専門店が目立ってきました。美容室以外の異業種からの参入も増えており、ローカルビジネスまで含めると成長産業といっても過言ではありません。そんなカラー専門店の時流講座をお送りいたします。 株式会社船井総合研究所 デジタルイノベーションラボ シニアエキスパート 日坂 大起 |
| 特別ゲスト 第2講座 14:00~15:00 | 成功事例講座 “カラー専門店のリアルの声を知る” 5店舗のカラー専門店*を経営されていらっしゃる、LAMPS合同会社の福田代表にご登壇いただき、実際に経営をされてみての成功話はもちろん、苦労話や成功するためのポイントをご講演いただけます。 ※2021年1月時点 LAMPS合同会社 代表社員 福田 浩太 氏 |
| 第3講座 15:00~16:00 | 実際にカラー専門店を立ち上げる際に重要な3つのポイントとは カラー専門店を立ち上げるとなると「立地は?」「人員は?」「価格は?」など、実際に始めるに当たっての疑問や立ち上げで成功するためのポイントを、実際の導入事例をベースにお伝えいたします。 株式会社船井総合研究所 デジタルイノベーションラボ エキスパート 井筒 量子 |
| 第4講座 16:00~16:30 | 本日のまとめ 1日の内容をふりかえり、実際にどこから進めていくのか、まとめ講座としてお伝えいたします。 株式会社船井総合研究所 デジタルイノベーションラボ シニアエキスパート 日坂 大起 |



お申込
方法

WEBからお申込みいただけます!

右記のQRコードを読み取り頂きWEBページのお申込みフォームよりお申込みくださいませ。

セミナー情報をWEBページからもご覧いただけます!

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/067605>





サブスクリプションビジネスに特化した勉強会

サブスク経営フォーラム

サブスク経営フォーラム



ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

<全業種向け>カラー専門店立ち上げセミナー

お問い合わせNo. S067605

開催要項

【WEB会場】オンラインにてご参加

お申込期限: 1月30日(土)

2021年 **2月3日**(水) 開始 **13:00** ▶ 終了 **16:30** (ログイン開始付12:30より)

本講座はオンライン受講となっております。諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。

【大阪会場】船井総研大阪本社にてご参加

お申込期限: 2月5日(金)

2021年 **2月9日**(火) 開始 **13:00** ▶ 終了 **16:30** (受付12:30より)

〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研 大阪本社ビル
[地下鉄御堂筋線「淀屋橋駅」⑩番出口より徒歩2分]

諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場は受講票にてご確認ください。また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承ください。新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、感染状況が収束するまでの期間は、録画等によるウェブ開催へ移行させていただく可能性がありますので、何卒ご理解をいただきますようよろしくお願い申し上げます。

【WEB会場】オンラインにてご参加

お申込期限: 2月8日(月)

2021年 **2月12日**(金) 開始 **13:00** ▶ 終了 **16:30** (ログイン開始12:30より)

本講座はオンライン受講となっております。諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。

日時・会場

受講料

一般価格

税抜 10,000円(税込 **11,000円**) / 一名様

会員価格

税抜 8,000円(税込 **8,800円**) / 一名様

●お支払いが、クレジットの場合はお申込み手続き完了後の案内(メール)をもって、セミナー受付とさせていただきます。銀行振込の場合はご入金確認後、お送りする案内(メール)をもってセミナー受付とさせていただきます。●銀行振込の方は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。お振込みいただいたにも関わらずメールがお手元に届かない場合や、セミナー開催4営業日前までにお振込みできない場合は、下記お申込み担当者へご連絡ください。なお、ご入金を確認できない場合は、お申込みを取消させていただきます場合がございます。●ご参加を取り消される場合は、開催3営業日(土・日・祝除)前まではマイページよりキャンセルをお願い致します。それ以降は下記事務局宛にメールまたはお電話にてご連絡ください。尚、ご参加料金の50%を、当日の欠席は100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込に適用となります。

お申込方法

下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。受講票はWEB上でご確認ください。

または、船井総研ホームページ(www.funaisoken.co.jp)、右上検索窓にお問い合わせNo.067605を入力、検索ください。

お問合せ



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

株式会社 船井総合研究所

TEL: 0120-964-000

(平日9:30~17:30) ●申込みに関するお問合せ: 藤野 ●内容に関するお問合せ: 井筒

お申込みはこちらからお願いいたします

開催日程によって期限が異なりますので、ご注意ください

- 2月3日(水)オンライン
申込締切日 1月30日(土)
- 2月9日(火)大阪会場
申込締切日 2月5日(金)
- 2月12日(金)オンライン
申込締切日 2月8日(月)

オンライン日程は、
オンラインミーティングツール
「Zoom」を使用いたします。
Zoomご参加方法の詳細は
「船井総研 web参加」で検索

検

