

ここでは進化するサロンスペースについて、店舗デザインの設計やサロンの機器類、インテリアの販売などを多く手掛ける2社にお話をお聞きしていきます。

タカラスペースデザイン株式会社



コロナの禍中に注目を集めた半個室、個室化の流れをロイヤルカスタマー獲得の機会へとつなげるために、ビジネスモデルそのものを見直す必要があります

瓦崎裕康

タカラスペースデザイン株式会社
執行役員

タカラスペースデザインにおける36年間の社歴の中で、設計デザイナーとして理容室や美容室、歯科医院などを500件以上手掛ける。現在は総合ディレクターとして、様々なお店創りに関わる空間づくりのプロフェッショナル。

Question

1

コロナの感染拡大で
変化したことは？
その背景とは？

お客様の生活様式が変化したという点ですね。リモートワークなども増えましたし、これまで少し足を伸ばして遠くのサロンに通っていたお客様が近場のサロンを選ぶようになった、来店周期が長くなったといった傾向が顕著となりました。新型コロナの感染拡大でガンと売り上げを下げたサロンも多かったですが、郊外型のほうが立ち直りが早かった印象があります。

新型コロナが大流行した時期はサロンに足を運ぶこと

自体やめていたというお客様も多かったと思うのですが、その不安の原因となっている「お客様同士の間隔が近い」「接触人数が多い(施術ごとにスタッフが変わる)」「それぞれの施術ごとに移動がある」といった点に対応するため、席数を間引いたり、パーティションを立てたり、席で受付からお会計まで済ませることが可能といったサロン様も多く見られました。

また新型コロナの感染拡大以降、消毒・換気などの衛生管理のための見えない労働が増えましたから、働く側の不安や負担が増えた点へのフォローも必要となりました。さらに新しい換気システムや、抗菌効果のある壁紙素材やスタイリングチェア、クロスなどといった今の時代ならではの新しい需要も増えました。

Question

2

Q1のような変化によって、
今の美容室に
求められる空間戦略とは？

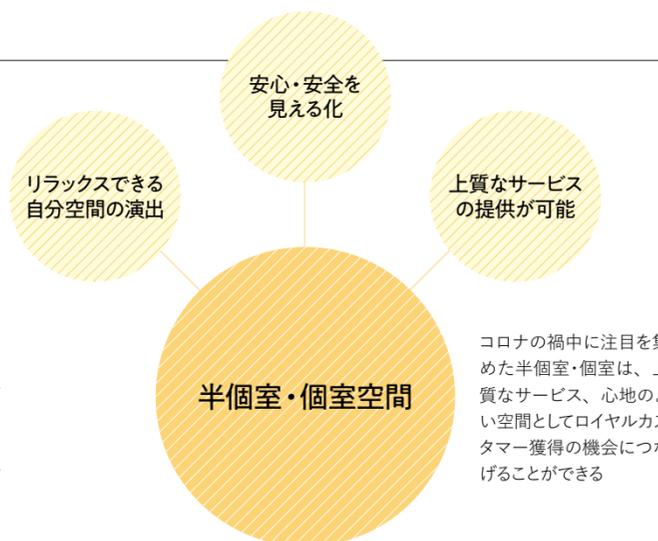
やはりQ1の最後に話したような「お客様同士の間隔が近い」「接触人数が多い」「施術ごとに移動がある」という点への対処が求められていると思います。具体的にはお客様同士の距離を離す、接触人数を減らす、施術をまとめて効率化を図ることで、お客様側の満足感アップ、安心感アップ、そして従業員の働きやすさアップにつなげていくという流れです。

また半個室化、個室化の傾向が顕著になっています。2021年度の途中のデータですが、弊社工事案件205件のうち77件(37.5%)が半個室(仕切り有り)というデータが出ました。今後、改装などのタイミングで半個室、個室にしようと考えているというオーナー様の声も多く届いています。

弊社では新型コロナの感染拡大以前から「ルーミング」の提案に力を入れてきました。「ルーミング」は上質なサービス提供のため、そしてロイヤルカスタマー獲得のために、消費者目線で空間デザインを捉え直しましょうという提案で、具体的には半個室や個室などのプライベート感のある空間づくりや、シャンプーから施術までワンストップで提供できる、お客様にとって利便性の高い空間づくりを指しています。こうした提案は新型コロナの禍中での

今回の新型コロナの感染拡大下では感染症対策の一環として否応なく仕切る、距離を離す必要がありました。しかし今後はより戦略的に半個室、個室空間をつくっていく方向に向かうと考えています。具体的には、空間の仕切り方そのものがデザインとして成立していることや、仕切った空間の壁や正面、床といったつくり方で空間内をどう演出するかなど、仕切ることを前提とした空間構成のあり方を考えることが求められてくると思います。

それと同時に、限られた面積の中でプライベート空間としての快適性を保ちつつ、きちんと収益が上がる空間デザインをどうつくるかという点で、ビジネスモデルにしっかり踏み込んだ、より一層シビアなやりとりが、オーナー様と設計側の両方で必要になってくると思います。



「安心安全の見える化」の流れを受けて、より多くのサロン様から支持される形となりました。

空間を仕切るということは上質さと快適性につながります。例えば飛行機のファーストクラスがわかりやすい例ですが、こうした場では空間を仕切ることで上質で快適なサービス空間を演出しています。

その一方で空間を仕切る分、席数が少なくなりますから、これまでと同じ働き方、同じ価格帯では利益が少なくなってしまう。時間意識などで効率を高めて生産性を上げていくことは重要ですが、それだけでは現場が疲弊してしまいますので、これまでのメニューやサービスを見直し、単価そのものを上げていくという視点が必要になります。そのため、ロイヤルカスタマー獲得の方向で自店のビジネスモデルを再構築する必要があると感じています。

Question

3

今後の
美容室デザインに
求められることは？