

ALEXANDRE OF COLORS

アレクサンドル オブ カラーズ

石川県金沢市近郊に展開するカラーズジャングループの4店舗目となる「アレクサンドル オブ カラーズ」が10月にオープン！店内に一步足を踏み入れるとそこは中世ヨーロッパの宮殿。美人コンシェルジュが迎えてくれるエンターテインメントの世界。



時の経過により深みを増すこだわりの美意識によってデザインされたクリエイティブフロア



COLORS JAPAN
&co
代表取締役
池田 聡氏

五感を刺激する

お店のコンセプトは「非現実が日常になる—五感を刺激する美容室」。味覚はこのカフェ「ロイヤルガーデン」。3名の専属スタッフが、トアルコトラジャ有機栽培コーヒーを贅沢に使ったオリジナルのロイヤルマキアート、キャラメルマキアート、紅茶、ハーブティ、フランス天然水でつくったジュース、中国茶などのドリンクとパティシエがつくるオリジナル極上スイーツを提供します。

直接外からの入り口があり、カフェだけでも利用できます。ホテルのラウンジやバーはホテルに宿泊しなくても利用できますよね、それと同じ感覚です。ホテルに宿泊してる人はバーを利用すると割りきがあるでしょ。ここは技術メニュー3,000円以上ご利用いただいたお客様にはドリンクとスイーツがサービスになります。嗅覚はアロマキャンドルやディフューザー、セット面にはひとつひとつ香りのちがうアロマ

を置きました。聴覚はBGM、カフェは主に洋楽を、一歩出たらクラシック、スパルームはヒーリング系と、空間ごとに音楽を変えました。

視覚のインテリア…実はディズニーランドのような美容室をつくりたくて…エントランスのカウンターは、ホテルのフロントのような高級感を演出。メインフロアは宮殿の中のダイニングスペースがイメージ、梁をアーチ型に、敢えて汚したような加工を施しています。セット面はお姫様が使う化粧台のイメージです。イメージの異なるもう一つのクリエイティブフロアは、いい物は時間をかけて更に良さを増す「経年変化」がコンセプト。あえて朽ち果てた味を出し、照明は美容室ではあり得ない、カラーの色が見えるギリギリの明るさにしました。メインフロアで施術、最後にこちらで仕上げをしてもらうといった展開で、視覚的に楽しんでいただくことができます。

失客はスタイリストとコンシェルジュ 2人の責任

この店はスタイリストとコンシェルジュが2人で一人のお客様をサポートするシステム。技術をしない8名のコンシェルジュがいます。美容師にとってはスタイリストやアシスタントが多いのはいいのかも知れないけど、お客様側から

すれば「私のことを考えて動いてくれる人がいてくれる」ことが何よりのサービスと考えたからで、失客したら2人の責任になります。

技術者はスタイリスト、トップスタイリスト、トータルプロデューサー、スーパーバイザーというランクで、ランクに応じて料金も変わります。フリーのお客様に指名してもらう場合、「昨日デビューした子と10年間やってる人、どっちを指名しますか？」といえば、同じ料金だったら10年やってる人を選ぶと思うんです。昨日デビューした子にされたら「はずれクジを引いてしまった」みたいになっちゃう…それを防ぐためにランクで選べるようにしています。実力があったらランクが上がる。新しいスタイリストが上がっていった、新規客からどんどん選んでもらえるようにしています。

「ライバルは他社じゃなく自社の中」に

カラーズジャングループには2つのブランドがあり、このアレクサンドルと、もうひとつアイズニューヨーク。アイズニューヨークはアメリカ、カジュアルアート系を意識した店、アレクサンドルはヨーロッパモード系を意識した店。お客様からは同じグループとは見られないようです。美容室って他のサロンとライバル関係になりやすいですが、僕はそれをグループの中で



上段左/宮殿のダイニングがイメージのフロア。上段右/カフェ、ロイヤルガーデンの壁を飾るのはワールドセレクトアイテム。下段左上/期待感たっぷりの外観。下段左下/ご予約からご相談まですべてコンシェルジュがサポート。下段中央/フランスの古城を思わせるフロント、左がロイヤルガーデン。下段右/廊下をはさんで左がネイル&アイの部屋、右がセット面フロアへ

やりたい。「ライバルは他社じゃなく自社の中」にしたいんです。ブランド対決してどっちが本当に力のあるショップか、競争しながら成長してければいいかなと考えています。

また金沢は40万都市、ここで4店舗やるのってすごくリスク。新規の再来店率、いいところで40%台くらいでしょうか…うちは60日再来で見るので、悪い時は30%台になっちゃうんですね。同じブランドだけだと、そこで1回失敗したお客様が次回、同じブランドの店に行くかという、そうじゃないと思うんですね。だから取って戦略的に2ブランドにしているということもあります。「自分たちで取りこぼしたお客様は自分たちで拾おう!この街に住む人はみんな僕らがキレイにするんだ!」って言う意気込みでやっています。

デザイン力、ビジネス力、人間力がひとを育てる!

僕はここで週1、2回だけ入ります。カットしてる時がいちばん楽しいんですけど…美容の経営者としてデザイン技術力、ビジネス力、人間力のバランスを大事にしています。経営者だけやっていると足元見えなくなって、おかしなことになってしまう。カラーズジャパンという名前は「個性を伸ばし、日本から個性ある人材を発

信していく」という意味です。一枚の絵がいろんな色でできているように、会社もいろんな個性ある人材が集まってこそいい会社になる。黒1色、赤1色だけだと面白くない。より多くの個性ある人材が育っていかないと、会社として成長がないワケですから。なのでスタッフ数ももっと増やしていきたい。女性なら「60歳の定年までちゃんと働けるよ」って。男性だったら「うちのフランチャイズのオーナーになれるよ」って、みんな夢を持ってやっています。現在スタッフは80人、そのひとりひとりの集合体が会社、みんなが活躍できる環境をどう整えるか?をフラットに考え、デザイン技術力もビジネス経営力も身につけた人材が育ち、夢のある会社づくりをするのが目標です。社会保険完備、週休2日制、残業代も全部出して、そこから利益を出す方法を考えます。みんなが納得できる仕組みで透明化をはかりながら「お客様に必要なことは?」「こんなことも必要…、あんなことも必要…」「じゃあ利益どうやって出す?」「じゃあ利益を出すために考えよう」という感じですね。

今美容師になりたい人が減っています。「美容師になれ!カッコイイよ!」って高校に足繁く通って言ってるんですが、高卒で入社してもらい、通信教育の学費を会社が負担しています。そして週休2日制、社会保険完備、県外の人には

寮も完備しています。スタイリストになるまでにたとえば3年、コストが月20万円として年間240万×3年で720万、学費も含めると1人800万円くらいですが、シビアにどうやったら売上をつくれる美容師になれるか?です。それがデザイン技術力、ビジネス力、人間力を身に付けた人材を育てていくことに尽きます。人が成長すれば任せていくことができます。そしてまた人を入れて店舗をつくる、その中でさらに磨かれていく。この考えをもとに、あと3年35才までに10店舗まで増やしたいと考えています。

お客様が楽しめる美容室をどんどんつくりたい

将来、西日本でカッコイイサロングループになって、お客様が楽しめる美容室をどんどんつくり続けたい!また美容だけでなく、エンターテインメントの集合体を仲間とつくっていききたいですね。デザイン技術については、めちゃくちゃ勉強してるんですけど、長年やってきたところと比べられるとうちの教育システムはまだまだ。実際問題、足りないところは勉強していくしかないです。課題が見えているということは、進歩するしかないんで、いいですよ。