



営業中の「Voyage」にて。以前から髪を傷めないコンセプトを立てていたが、自社商品を導入するようになってから、「傷みにくい」「キレイなカラーが入る」と、薬剤を使用するメニューが急増したという。



美容師的な感覚が商品価値を生む

「Voyage」シリーズの開発者、安藤さんは、自身が美容師として働くなかで美容商品にいくにききを感じるが多かったという。「薬剤が強いとか、弱いという表示があっても、『何に対して』かはっきりしない、といったことはざら。結局自分の経験に従うほかなかったんですね。美容師にはどんな髪なら何をどれだけ使うべきか、といったガイドが必要だと感じていました。いま、支持をいただいているのはそういった美容師目線の商品が作れたからだと確信しています」

そのため、安藤さんはメーカーとしての活動が忙しくても美容師を辞めるつもりはないという。自社サロン「Voyage」は発想の源であり、マーケティングの場だ。実は、安藤さんはスタッフに商品の詳しい内容を話すことがあまりないという。なぜなら、「誰でも使いやすい」商品がモットーだからだ。「一番身近なスタッフに対して説明が必要だということは、全国的美容師に届きにくいということ。だから敢えて細かく説明せず、体感的に使いやすいかどうかをサロンでの消費量を見ながら観察して、次につなげています」

「Voyage」は、JR阿佐ヶ谷駅から徒歩1分の隠れ家的サロンだ。「健やかで美しい髪をつくる」「真のリラクゼーション」をコンセプトに運営している。



「ただ、もし開発すれば在庫を一度に抱えることになり、小さなサロンにはリスクです。そこで、他サロンにも使ってもらおう以外にない」と、開発と同時にメーカーとして「起業に踏み切りました」

現在、安藤さんは週4日サロンワークし、週2日をメーカーとして全国のサロンに赴き、講習会を行うといった活動に充てている。開発したパーマ剤は一気に美容師からの反響を得た。最近では塩基

「この時点では、自社使用のみを想定していた。メーカーとして舵を取るようになったのはさらに3年後、パーマ剤の開発からだ。安藤さんは自分が満足できるような低アルカリで還元力があるパーマ剤がないと感じていたなか、シャンプーを作っていた工場でパーマ剤も作れることを知ったという。

「ただ、もし開発すれば在庫を一度に抱えることになり、小さなサロンにはリスクです。そこで、他サロンにも使ってもらおう以外にない」と、開発と同時にメーカーとして「起業に踏み切りました」

性カラーの製造・販売を開始。まさにいま、パンフレットの作成、講習会の調整などに忙しい。「美容師目線であることに共感してもらい、いまでは都内の有名サロンとも取引実績ができています。まだどんな人でも失敗しない、美容師の考え方を理解した商品開発も売りのひとつです」

スタッフ7名の小さなサロンがメーカーとして成長しているとあって、美容師からの注目も熱い。自社開発の成功術について、安藤さんは次のようにアドバイスする。「つい先日、韓国から輸入したいと依頼がきたばかりです。どんな小さなサロンでも自ら行動し、情報を発信することで国内外の枠を超えて新しいビジネスに繋がる時代なんです。自分から発信することが大切だと思います」



小さなサロンがメーカーデビューするまで

Case2: 東京都 Voyage

パーマ剤開発を機にメーカーとして初起動

東京・JR阿佐ヶ谷駅から徒歩10分ほどのサロン「ボーージュ」は、ほぼ自社開発の商品を使用している。きっかけは7年ほど前。オーナーの安藤順政さんが、サロン専売品がネットで格安で販売されているのを見たことだった。

「これではお客さまに1〜2度サロンで購入してもらっても、いずればネット購入に流れてしまう。それならば、うちでしか買えない自社商品を開発しようというのが最初の発想でした」

BUSINESS PERSON



Voyage 代表・スタイリスト 株式会社 Voyage Cosmetics 代表

安藤 順政さん

日本で理容師として勤務した後、ロンドンへ留学。Vidal Sassoon にてディプロマを取得。さらに現地で2年間のサロン勤務。帰国後、美容師として活躍。留学先のサロンで出会ったスタイリスト仲間と結婚。30歳のときに妻と2人でサロン「Voyage」を開業。そして、お客さまや美容師から寄せられた声をもとに開発した、ノンアルカリを軸としたパーマ液やヘアケアアイテムを商品化。37歳のときに「Voyage Cosmetics」を開業。

安藤さんは、自社開発事業を本格化させるため、3年前に株式会社ボーージュコスメティクスを起業。サロンワークの傍ら、パーマ剤、カラー剤など新商品を開発し、全国のサロンでの講習会などを実施してきた。



自社開発のきっかけとなった「ボーージュシャンプー&トリートメント」(写真右3点)と、新商品の塩基性カラー「レプレ」(写真左4点)。レプレは、業務用全10色に加え、小売り用4色を揃えた。

Voyage / 株式会社 Voyage Cosmetics

東京・JR阿佐ヶ谷駅から徒歩1分のコンセプトサロン。安藤順政さん、パートナーのジョン・ソンヒョンを中心に「髪を傷めない技術」「真のリラクゼーション」を提供。<http://salon-voyage.sakura.ne.jp/>

Voyage / 株式会社 Voyage Cosmetics

サロン Voyage がプロデュース・自社開発する商品を製造・販売するメーカー企業。いまでは全国のディーラー、サロンに商品を提供している。<http://voyagecosmetics.sakura.ne.jp/>



アシスタント 中村 麻美子さん

サロンスタッフが証言！ 開発力のあるサロンで得たモノ

「オーナーは、スタッフには商品についてあまり説明しないと言っていますが、自社でつくった商品に自信を持たない人はいません！先輩たちは独自でもしっかり勉強していますし、私も入社3年目ですが、入社1年でお客さまのカウンセリング、薬剤選定ができるほど知識を蓄えることができました。Voyageの薬剤は、本当に失敗しない髪が傷まないで、お客さまも自信をもって提案できます」