

セルケアサロン ハロー スカルプ



株式会社 大場



ハロー スカルプ ショップ コンセプト

今 本物を求める時代に...

表面的な美から、本物の健康と美を願う人々が増大し、ヘア産業においてもカラーリングやパーマのブームも下火となり、髪の土壌である頭皮から、髪を健康を考える時代を向かえ、大手メーカーにおいても髪だけではなく頭皮に着目した商品が急増しています。雑誌やメディアにおいても、頭皮のケア特集が毎月のように組まれ関心の高さがわかります。

OHBAは、20年以上前から、頭皮のケアに着目した日本でも数少ない頭皮ケア専門店を営んでおりますが抜け毛や薄毛で悩む、コンプレックス的な産業ではなく、幅広く一般ニーズにお応え出来る入り口の優しいケアサロンへのお問い合わせが、ここ近年増加していることから路面に面した開放的な空間にて「気軽に楽しく！」「頭皮に触れることから、美と健康を！」の願いを込め、「ハロー！スカルプ」という親しみやすいネームのOHBAとは別ブランドとしたショップの経営を時代のニーズに即した形で展開して行きます。

ショップカラーは... 健康と美を象徴する

レッド = 健康の要であるイキイキした血液の流れをイメージとアクティブなイメージのレッドをポイントカラーに選定。
ホワイト = 白い血液と言われるリンパのイメージに清潔でクリアなイメージを持つホワイトをメインカラーに選定。





ハロー スカルプ メインターゲット

昼と夜で変わるコアターゲット層・・・ホームケアレッスン&セルケア

赤坂見附駅前というオフィスにも囲まれた立地であり、2階のテナントのランチタイムの集客力からもランチタイム時のOLを中心としたクイックメニューでの集客と、2時以降の主婦層・5時以降のオフィス帰りの社会人をそれぞれの時間ターゲットとし、メニュー展開をする。

近隣OL・・・美を意識したフェイシャルに、肩こり・目の疲れを緩和するセル・リーディングメニュー（別途参照）を中心とし、ミニカルチャーや女性誌等とのタイアップによる固定ファンづくりを行う。

主婦層・・・ゆったりした時間の中で、カウンセリングを実施し、ホームケアレッスンを中心としたメニューでファン層を開拓する。

夕方からの社会人・・・肩こり・不眠・ストレスなどの症状に悩む人は多く、年齢・性別に関係なく悩みは深い。話しの出来る環境が、ストレスの多い現代社会では少なく、カウンセリングを望む声が多いことから、ボディのセル・リーディングを行いながらのケアメニューを中心とし展開。

※セル・リーディングとは・・・

ショルダー・ヘッド等を、OHBAオリジナルの触れ方を取り入れたマッサージ。





ハロー スカルプ メインメニュー

1. 頭皮の診断＋ホームケアレッスン会員メニュー

OHBA式スカルプレッスンとし、現在 カルチャーセンターや講演会・3階のOHBAにご来店の方にお教えしているホームケア法のレッスンに、簡単なセル・ケアと診断のついたホームケア会員を募集し、気軽に頭皮をチェックする習慣をつくる。頭皮用の商品を診断後におすすめし、物販につなげる。

2. 会員クーポンメニュー

1. のスカルプ会員用のクーポンの販売。10,000円で、2,000円～3,000円お得なクーポンとし、セル・リーディング・フェイシャル・フットケア・ネイルケアに利用が出来る。

3. 頭皮診断＋カウンセリングのみでのメニュー

気軽に頭皮のチェックを1回だけでも受けられるシステムを導入。

4. メーカータイアップ頭皮診断

薬局や通販で販売している育毛剤や頭皮ケア商品を使用しているものの頭皮の実際を見る機会の無い方に向け、メーカーとタイアップし頭皮の診断を実施する。





ハロー スカルプ 物販+集客メニュー

1. 頭皮ケア商品 価格帯 2. 000円～8. 000円

シャンプー・トリートメント・スカルプケア用エッセンスなど、サロン専売品を気軽に買えるスペースを展開し、販売。
予定メーカー・・・ミルボン・シュワルツコフ・資生堂・サンスター・ウエラ・アリミノ・その他

2. オゾン化粧品 価格帯 2. 000円～20. 000円

テレビでも美容家 IKKOさんが紹介し、話題となった オゾン化粧品 ヴァージンメディカル を 国内唯一
サロンにて契約し、店頭販売及びメニュー化し展開。超保湿の機能性化粧品としてヘビーユーザーが期待できる。

3. 基礎化粧品・ビューティ関連商品 500円～15. 000円

ドクターの間で信頼の高い、エンビロンや炭酸化粧品など、セレクトした商品を展開

4. 中国茶 美遊茶



ヴィーナスフォートでも好評販売していた 中国のセレクト茶 美遊茶 を
内面ビューティとし、展開。
花がきれいに咲くお茶や、グリーンの色が美しいウーロン茶など。



ヴァージン メディカル 商品



ハロー スカルプ の集客や販売促進について

集客について

- ※スカルプケア専門店として、展開して来たOHBAならではのネットワークで、各方面からハロースカルプ への御来店者を動員する。
- ※秋以降 スカルプケアの消費者認定(シャンプーマイスター等)をカルチャーセンター等とタイアップし、実施する際にミニ・カルチャーを 集中展開した場合動員の増大が見込める。
- ※わかりやすい店頭でのサインやPR・リーフの配布の実施

販促について

- ※赤坂東急プラザの回遊性を高めるためにも、テナントとの共同のミニイベントを店内を活用し、展開。
- 8名程度 座れるミニカルチャースペースを設置予定
- ※女性誌やメーカーとのタイアップイベントの企画・実施
- 美容関連のミニセミナーや新商品のモニタリングなど
- ※アンケートモニター会員を募集し、企業からの依頼によりモニタリングやトレンド調査を実施

雑誌・美容ライター
とのタイアップ記事 ←

OHBA

→ カルチャー・本の出版等

メーカー・ディーラーからの
ネットや講習会を利用した
集客ヴァージン メディカル
ホームページやメーカーの
ホームページとのリンク等の実施。