

湿気バリアだけじゃない！ レベル別活用法

使いこなせばこれだけバリエーションが広がる。

LEVEL 1 2つのオイルの使い分けをマスター

まずはアウトバスとしての使い方。スタイルによっても湿気バリアオイルとヒートリアクションオイルを使い分けられるので、複数購入を促進できる。

1分長く
ドライヤーをかけて
みてください

熱から“守る”のではなく、熱を“利用する”効果を伝えるおすすめワード。

link湿気バリアオイル			linkヒートリアクションオイル	
	湿気でうねる 広がる ボワつき	解消できる 悩み	まとまらない パサつく 褪色しやすい	
	普通毛～太毛	向いている 髪質	細毛～普通毛	
	重めの仕上がり	仕上りの 質感	軽めの仕上がり	
	ボブやグラベースの 重めのスタイル	向いている スタイル	動きのある レイヤー系のスタイル	

LEVEL 2 ホームケアの“味変”に

ホームケアをグレードアップさせるアレンジを紹介。普段使っているケア剤にもアレンジできるので、湿気バリアオイルを入りに、linkのヘアケアへとつなげること

トリートメントに+



トリートメントに混ぜるとツヤ感やまとまり感がアップし、効果が長続きする。

スタイリングオイルとして



ウェットで塗布～ドライ後、“追いオイル”すればおしゃれな濡れ髪スタイリングに。

LEVEL 3

5倍量のエルカラクトンをメニューで活用

熱により毛髪と結合して補修するエルカラクトンを従来の5倍量配合。この濃いめの処方により、カラーやパーマの工程に処理剤としてアレンジでき、仕上りのクオリティを向上させる。

工程を増やさず
効果アップ



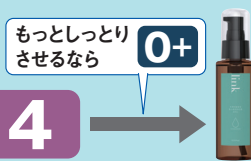
カラーやストレートパーマの2液に混ぜるとツヤや手触り、まとまり感が向上する。

縮毛矯正の
クオリティ向上



縮毛矯正時のドライ前に塗布。ドライヤーとアイロンの熱により髪をコートする。

トリートメントメニューの
ラスボス



熱反応する4の後に重ねて塗布してから流すとしっとり感がより向上。0+を加えるのも◎。

オイルの説明で
linkの魅力が伝わる

熱によって効果が出るので「反応型」という特色を感じてもらえる。最初の1品として購入しやすいオイルから店販やメニューに広げられる。

linkは
反応しあって
効果が出る
シリーズ
なんです

ドライヤーや
アイロンの熱を
利用する
オイルです

サロン
メニュー

ホーム
ケア

湿気をバリアするオイルが サロンケアの幅を広げる

人気のヒートリアクションオイルに“濃いめ”の仲間が新登場。

linkの魅力は、髪質やスタイルなど様々な要素に合わせてカスタマイズできる点。ブランドスタートから6年かけて10種類まで増えたように、選ばれしものだけがラインアップされる少数精鋭を貫いている。その姿勢はアウトバスでも同じで、ヒートリアクションオイル1本だけで勝負してきた。

そんな硬派なlinkに、この春「湿気バリアオイル」が加わった。その名の通り、湿気による髪の広がりを抑えるオイルだ。従来のヒートリアクションオイルに比べ、主要な成分のエルカラクトンを5倍配合。この「濃いめ」の処方により、クセ毛やダメージ毛にまとまり感を与えて持続させる。外は蒸し蒸し、室内はエアコンで乾燥と、水分量が激変する夏。クセや広がりに悩む人にとって、1本で髪を落ち着かせる湿気バリアオイルは救世主だ。

だが、湿気バリアオイルは夏だけの季節商品ではない。重めに仕上りたい人にとっては1年中活躍するし、スタイルやその日の天気によってヒートリアクションオイルと使い分けののもいい。

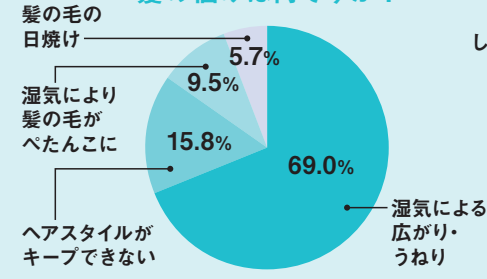
ヒートリアクションオイルと湿気バリアオイルに共通するのは、熱に反応するという特性。この特性を応用し、ヒートリアクションオイルを処理剤として応用させているサロンも多いが、湿気バリアオイルも同じようにアレンジ可能。欲しいしっとり感に合わせて2種を使い分ければ仕上りの質感の幅がぐんと広がるはずだ。

そんな万能な2つのオイルには、もう一つの役割も期待できる。それは、linkの考え方をお客に伝えるためのアンバサダーだ。アウトバスオイルは、カットのみ、カラーのみなど、link未体験のお客にも使用できる。その際、「熱に反応させてケア効果を生む」という機能の説明から、linkの「反応型」の紹介まで発展させることができる。オイル1本からサロンメニューやホームケアに誘導できるのだ。

トリートメントシリーズのメカニズムがそのまま採用され、サロンケアメニューの一環にもホームケアにもなるアウトバストリートメントは他にはない。少数精鋭主義のlinkが放つアウトバスは、やはり只者ではないのだ。

広がりやボワつきは夏の2大悩み

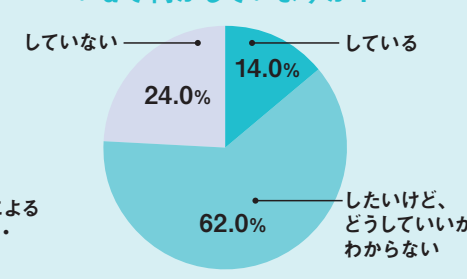
梅雨から夏にかけての
髪の悩みは何ですか？



※EMME編集部調べ（アンケート対象：EMMEフォロワー、調査日：2023年6月14日）

夏のヘアの悩みは圧倒的に湿気による広がりやうねり。しかしどんなケアをすればいいのかわからない人が多数。湿気フォーカスのケア提案は伸び代しかないことがわかる。

梅雨から夏の時期に
ヘアケア方法を変えたり、
+αで何かしていますか？



湿気をバリアし
まとまりの
ある髪へ

湿気により広がる髪のメカニズムを分析し、髪の水分量をコントロールするトリートメントオイル。時間が経ってもまとまりが続く。

link 湿気バリアオイル
90mL／3,740円(税込)



うれしかったあの一言
髪が揺れるって
こんな感じなんだ

15STEP後のくせ毛のお客の言葉。耳元でサラサラと髪が揺れる感覚を初めて味わったときの一言。

だからカラーのクオリティが上がる②

ハイトーン毛の内部にアプローチ

カラー客の半数がブリーチするという同店。カラーによるダメージを進ませないためにはケラチンをいかに内部に補給するかがキモ。高濃度ケラチン3+を中心に、カラー毛対応のレシピを用意している。

前処理のレシピ

3+ : 1+
1 : 1

カラーの前処理としてケラチンとCMCを補給し、ダメージを抑制しながら綺麗な発色をめざす。

0円

ブリーチミックスのレシピ

3+ : 1 : 1+
2 : 1
2~3 : 1

上記の配合でブリーチ剤に加え、ブリーチ中に成分を内部に入れていく。工程を増やさずに単価も上がる。

2,200円



プロ向けの情報も豊富な島崎さんのインスタグラム。

0+の使いこなしなど、linkに関するマニアックな情報も発信している。



だからカラーのクオリティが上がる③

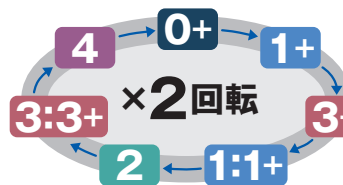
15STEPでコンディションキープ

トリートメントメニューは3、4、7、15 STEPの4種類。最高ランクの15 STEPでもシャンプー台で完結でき、効率よく単価をあげられる。



15 STEPの後、ミストで仕上げた状態。ツヤとおさまりが格段に向上。

究極の15STEP



重ね付けしていき、超音波アイロンをオン。2回転後にlinkトリートメント。

18,000円

Tips

集中トリートメントは有料に

添付すると「いつか使おう」と後回しにされがちなのであえて別売りに。



旅行のときに使おう

使わなきゃ!!

自分だけのレシピができる“最強”のトリートメント

オリジナルのレシピで圧倒的な差別化を図る。

linkでめざすのは▶カラーのクオリティアップ

だからカラーのクオリティが上がる①

“最強のアウトバス”を自作できる

検証を重ね、カラー毛の内部にアプローチするアウトバスをlinkで自作した。純粋に内部補修だけをできるシンプルさが魅力で、コストパフォーマンスも高い。

最強アウトバスミストのレシピ

尿素 / 0+ : 水分 / 1+ : ケラチン / 3+
2 : 1 : 0.5

やわらかキッドをベースに、ケラチンと水分をプラス。10倍に希釈して使用。



■ オイルに誘導できる

オイルでコーティングしましょう

ヒートリアクションオイルの役割をケア成分のコーティングと説明し、ホームケア提案している。



ミストをつけた方の髪はまとまりやすく、が表面のアホ毛も目立たない。

代表
島崎涼太



salon profile

EREMENT
(東京都品川区)

代表 島崎涼太
創業 2023年
店舗数 1店舗
スタッフ数 5名
店舗所在地 東京都品川区 西五反田1-17-4
plazasquare五反田 3F
店舗電話番号 03-6420-0961

剤としてはもちろん、処理剤としても優秀だという。

「ハイトーン毛の最大のダメージ対策はケラチンによる内部補修というのが僕の考え。カラー時にアルカリ膨潤している状態でケラチンを補充できるんです」

コーティング剤による見せかけの仕上がり良さではなく、内部補修による本質的なケアを重視している島崎代表は最近、オリジナルのミストを自作した。

「内部を補修した上からヒートリアクションオイルでコーティングしたいのに、従来品のミストにはコーティング剤が入っている場合が多いので、重くなってしまう。なので、研究を重ねて内部補修オンリーのミストのレシピを編み出しました。これ、本当にいいのでぜひ製品化してください（笑）」

今年はスタッフ全員のlinkマイスター取得を計画中。クオリティを上げ、さらなる生産性向上をめざす。その先にあるのは、スタッフの働きやすい環境づくり。

「今、アシスタントの給与は30万円ですが、もっと待遇を上げたい。そのために、linkをもっと研究したいですね」

ハ イトーンカラーを得意とする東京・五反田のエレメント。島崎涼太代表はInstagramで惜しみなくレシピや知識を公開しており、美容師のファンも多い。投稿の中には愛用しているlinkの裏技も。今やlinkを自在に使いこなす島崎代表だが、以前は特にケミカルが得意というわけではなかった。

「トリートメントは『さらさら』か『しっとり』させるものという認識でした。コロナで時間ができたので、カラーやケミカルを勉強し直すうちに、linkの面白さや奥深さに目覚めたんです」

島崎代表が感じるlinkの魅力はシンプルさ。

「システムトリートメントって、なんでこれが入っているんだろう」と感じる場合があるけれど、linkにはそれが無い。それぞれの役割がはっきりしているので応用しやすいんです」

ブリーチ比率が50%を超える同店では、ハイトーン毛に対する対応が必須。島崎代表の偏愛アイテムは、0+と1+で、中でも「最強ケラチン」と呼ぶ3+が推し。ケラチンが濃厚なので、ケア

1人サロンを応援する マルチなトリートメント

ワンオペ営業をサポートする強力な助っ人。

linkでめざすのは▶ワンオペ営業の生産性アップ

だからワンオペで生産性が上がる①

シャンプー台で完結する

小さな美容室をあえて選ぶ顧客の気持ちに寄り添い、トリートメントメニューにも癒しの要素を組み込む。シャンプー台で重ね付けするだけなのに効果の高いlinkが顧客ニーズにマッチする。

ワンオペサロンを選ぶ理由

ゆったり施術を
受けたい

ワンオペサロンの思い

癒してあげたい

移動のいらないシャンプー台での施術

■ シャンプー台で演出効果を高める



耳元で薬剤を調合。混ぜる音が「プロらしさ」を演出してくれる。



工程ごとに毛束をなめし、しっかりと薬剤を入れ込んでいく。



超音波アイロンでケア成分をさらに浸透させる。



締めめのマッサージでヘッドスパ並のリラクゼーションを促す。



癒しとケアを両立させるため、最初のシャンプーでの寝落ちをめざす。

salon profile

Mu-tol
(茨城県牛久市)

代表 武藤 亨
創業 2022年
店舗数 1店舗
スタッフ数 2名
店舗所在地 茨城県牛久市柏田町 3253-14
店舗電話番号 029-879-5308

代表
武藤 亨



だからワンオペで生産性が上がる②

クロージングの労力が少ない

店販提案は、お客の「ゆったり過ごしたい」という気持ちを阻害することも。パンフを自由に読んでもらい、合った商品を“教えてあげる”スタンス。ツールが読みやすいためスムーズにクロージングできる。



■ エイジングケアを軸に
セットメニュー化

白髪ぼかしや白髪染めなど、ダメージしやすい施術にケアメニューを組み合わせセット提案。

白髪ぼかし 白髪染め ストレートパーマ

ダメージしやすい

カット＋カラー＋3STEP▶15,900円

カット＋パーマ＋3STEP▶15,900円

■ メニューとホームケアを連動させやすい

メニューとホームケアが同じシリーズなので、効果の維持をうたいやすい。



エイジング毛もこのまとまり。仕上がりの良さで店販につながる。

だからワンオペで生産性が上がる③

単価を 上げやすい

同シリーズなので、工程数＝効果＝価格と説明できる。とうるツヤリキッドは効果が明らかなので、カラーの単価が上がった。



カットのみの場合 5 STEP 6,600円

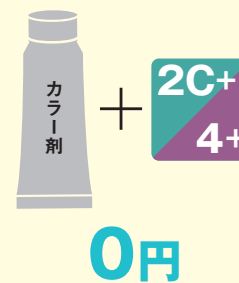
カラーをグレードアップ とうるツヤ 9,500円

3 STEP 3,300円

Tips

とうるツヤ1回目は
無料で施術

仕上がりの良さに自信があるので、最初は無料でサービス。リピート率が高く、客単価が2000円ほど上がった。



0円

客単価の推移



独立とともにlinkを導入し客単価が倍以上に。とうるツヤリキッドによってさらに向上した。

茨城県牛久市のムートルは武藤亨さんが営む小さなサロン。ときに妻もサロンに立つが、アシスタントはおらずワンオペ。マンツーマンでお客と対峙している。メイntaーゲットは大人世代。エイジングケアメニューを充実させるため、開業と同時にlinkを導入した。

「知人たちにホームケアを試してもらったら大好評だったことが最終的な導入の決め手でした」

武藤代表はlink導入の経緯をそう振り返るが、最大の魅力はシャンプー台から移動しなくてもいい点だった。

「カウンセリングには15分かけて悩みを聞き取り、施術では眠らせることに注力。マンツーマンサロンを選ぶのはゆったり過ごしたい方なので、移動がいらず眠っていただけるlinkが最適なんです」

ヘッドスパ並のリラクゼーションを堪能できると好評で、独立前は30%だったトリートメント比率は70%にまで向上。狙い通り、エイジングケアの強いサロンとしてのブランドを築きつつある。

人気は3ステップを組み込んだセットメニューだが、最近導入してヒットしているのが2C＋／4＋をカラー剤にミックスする「髪質改善とうるツヤカラー」。

「最初の1回は無料でサービスしています。ツヤや手触り感といった効果実感が高いので、ほぼ全員のお客様がリピートしますね」

カラー剤に混ぜていつも通り塗布するだけなのに客単価は約2,000円向上。今後は5ステップへも積極的に誘導していきたいと考えているが、linkの説明のしやすさに助かっているという。

「以前はブランドごとに価格が決まっていたので、お客さまには違いが伝わりづらかった。リンクは同じラインなので、ランクや価格の差に説得力があるんです」

説明のしやすさは武藤さんにとって大事な要素。

「メニューも店販も押し売りはしたくないんです。linkのPOPはお客さまが自主的に読んでくれるので、助かっています」

掛け持ちはせず、1日の客数は4、5人。高単価が担保されているので、ゆったり顧客と向き合える。linkのサポートを得ながら、理想のサロンづくりが今も進行中だ。

茨

武藤亨さんが営む小さな