

ケラチン×ミストが可能にしたこと

ハリコシもやわらかさも同時に楽しめる。

まるで髪の毛の耐震補強!?

特徴は処方バランス。濃厚なケラチンが毛髪をしっかり強化するが、しなやかさややわらかさを与える成分も濃いため、ケラチンなのに“やわらかい”“すべりがいい”“まとまる”を実現。

梁 ▶ 架橋成分 (シスチン結合など)

柱同士をつないで内部構造を補強する梁。梁がしっかりしているとうねりやゆがみが補正され、髪の弾力や形が保たれる。

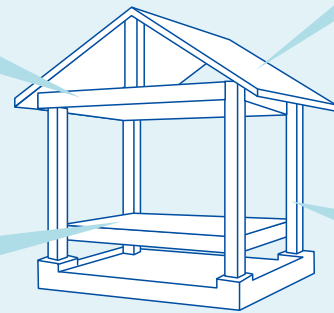
トステア×ブレイクス

土台・基礎 ▶ 柔軟成分 (水分、脂質)

熱で硬くなった髪をやわらかく整え、その後に使う薬剤の浸透を促進して効果を底上げる土台の役割。

メルトウレア

毛髪を家に例えると



屋根・外壁 ▶ キューティクル

紫外線や摩擦といった外的刺激から髪を守る屋根や外壁。キューティクルや外壁が剥がれると中の構造が剥き出しになる。

エルカラクトン

柱 ▶ ケラチンタンパク質

ケラチンは髪の主成分で強さとしなやかさを支える柱。柱が傷むと建物全体＝髪全体がもろくなる。

活性ケラチン×ファイバーハンス

ダメージの真因は「#ケラチン痩せ」

「#ケラチン痩せ」はケラチンが不足した状態。エイジングによる自然な減少やケミカル施術によるダメージ、熱による硬化など、様々な要因からケラチンは不足しがち。1本で幅広い世代の悩みを解決できる。

エイジング

ケラチンタンパク質の生成量が低下してしなやかさや弾力がなくなり、うねりが目立つように。

ふんわりするのにまとまる

タオルドライ後、ケラチンミスト単体でドライ。毛先の乾燥が気になる場合はヒートリアクションオイルを足す。



薬剤ダメージ

ブリーチなどの薬剤ダメージによりケラチンが減少。毛髪強度が低下し、切れ毛が増加する。

芯があるのにやわらかい

タオルドライ後、ケラチンミストを全体にオン。ヒートリアクションオイルを重ね付けし、ブロードドライ。



熱ダメージ

アイロンやドライヤーの熱によりケラチンタンパク質が硬化。うるおい保持力が低下し、ゴワつく。

やわらかいのに巻きが決まる

タオルドライ後、全体にケラチンミストをオンし、ブロードドライ。アイロンで巻いたらスレーで固定。



ホームケアのカスタマイズが広がる

シャンプーとトリートメントの組み合わせを変えるなど、ホームケアでもカスタマイズができるlink。ケラチンミストの登場により、よりきめ細やかな質感コントロールが可能になった。

髪質でカスタマイズ



仕上がりでカスタマイズ



濃厚成分のミストがケラチンの“惜しい”を解消

複雑化したダメージに対するlinkのソリューション。

2 023年には硬毛をやわらかくする「やわらかリキッド」、2024年には髪質改善カラーを可能にした「とうるツヤリキッド」と、湿気による広がりを抑える「湿気バリアオイル」を開発。linkは常に、従来は対応しきれなかった髪の悩みを解決してきたが、今年、新たに誕生したのがヒートリアクションケラチンミストだ。

ドライ前のアウトバストリートメントはすっかり定着しているが、主流はツヤやまとまりを与えるオイルタイプ。不動の人氣を誇っているが、一方でエイジング世代を中心に、「オイルの仕上がりはちょっと重すぎる」「ふんわり感やハリ・コシも欲しい」といった声も多かった。

年齢とともにやせた髪にハリやコシを与えつつ、なめらかな質感もキープしたい。そんなニーズに応えるのがケラチンミスト。髪の強度を高める成分と、やわらかさやしなやかさをもたらす成分、それぞれを高濃度で配合し、「ケラチン＝硬くなる」という従来のイメージを覆す、新しい質感を実現した。

このミストが活躍するのは、エイジング毛に限らない。ブリーチや熱処理によるダメージ毛など、ケラチン不足由来の悩み全般に対応し、世代を問わず幅広いユーザーに提案できる。

既存のオイルタイプとの併用が可能な点もうれしい。収まりを良くしたい毛先のみオイルで重さを加えるなど、仕上がりを操れるのも魅力だ。

linkの最大の持ち味は、髪質や悩みに応じたカスタマイズ性の高さにあるが、これはメニューにとどまらず、ホームケアにも反映されている。たとえば、シャンブーはハリ・コシ、トリートメントはしっとりといった使い分けを楽しむユーザーも多い。今回のケラチンミストの登場により、自宅でのケアもさらにパーソナライズが進むだろう。

毎年1アイテム程度のペースでラインナップを広げてきたlink。その着実さは、開発に時間をかけ、確かな成果を追求してきた姿勢の表れでもある。そんなlinkが満を持して放つこのミストは、サロンにおける新たな定番となるはずだ。

ケラチンケアのデメリットを払拭

ドライ前に使用するミスト。髪の強度が増す代わりに指通りが悪くなったりきしみやすくなるケラチンの短所をクリアし、やわらかさもプラス。他のアウトバスと組み合わせればより多彩な質感表現が可能に。

メリット

ハリコシが出る
毛髪強度が上がる
ボリュームアップ
弾力がアップ

デメリット

髪が硬くなる
広がる
指通りが悪くなる

link
ヒートリアクション
ケラチンミスト
110mL
3,740円(税込)



プロの姿勢を伝えるトリートメント

1人のスキルと意識が全員に伝播する。

linkでめざすのは ▶ ケア比率100%

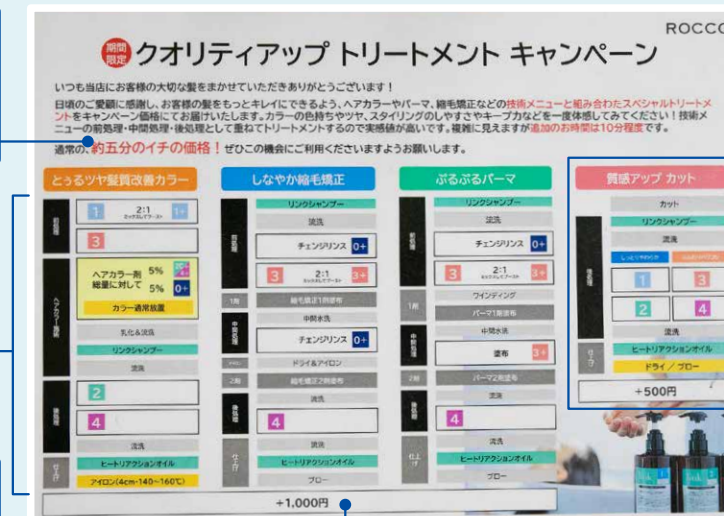
だからケア比率 100%に近づける ①

エントリーメニューをつくりやすい

サロントリートメントを体験したことのないお客のために、リーズナブルな価格のメニューを設定。ケアメニュー単体ではなく、カラーやカットとのセットなので無理なく提案できる。

複雑そうに見えても時間はかからないことをアピール

プロセスは意図的に詳細に記し「なんかすごそう」と感じさせる



いつものカラー、パーマ、縮毛矯正に+1,000円の期間限定価格で、未体験客に強力アプローチ

salon profile

ROCCO east

(東京都八王子市)

会社名: 株式会社ROCCO
代表: 大久保陽平
創業: 2017年
店舗数: 3店舗
スタッフ数: 30名
本社所在地: 東京都八王子市子安町1-24-5
デラバン子安ビル1F
本社電話番号: 042-649-4723
HP: https://rocco-hairsalon.com

カットのみならワンコインでより気軽

代表
大久保陽平



だからケア比率 100%に近づける ②

プロの知識をアピールできる

毛髪科学やケミカル知識が増えるほどlinkの使いこなしの幅は広がる。linkの習得の過程で得た知識や、学ぶ姿勢を顧客に示すことで信頼が高まり、メニューアップや店販につながる。

商品説明



ホームケア提案の際にはボトルを手に取ってもらい、成分表を示しながら説明。「さすが専門知識を持ったプロ」と感じさせるのが目的。

商品説明のポイント

- ✓ 界面活性剤の名称など、あえて専門用語を用いる
- ✓ 水分量 15% など、具体的な数値を用いて説明
- ✓ 市販のシャンプーとの違いを説明し、商品の良さを具体的にイメージさせる

カウンセリング



オリジナルのシートで悩みを聞き取る。YES・NOで答えられない形式なので悩みを深掘りしやすく、よりフィットした提案ができる。

質問の例
アイロンを使う目的は？

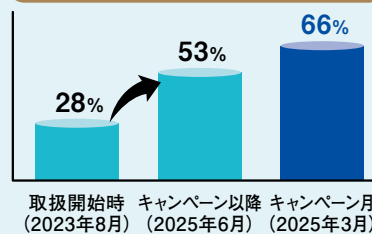
まともやりやすくなりたいのか、ツヤを出したいのかでトリートメントの処方を変えることをアピール。

ホームケアに自然に誘導

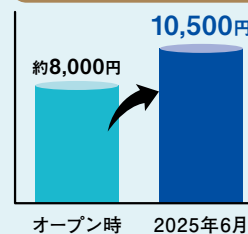


ホームケアの現品購入には踏み切れないお客にはお試しとして4デイズ集中ケアをおすすめ。

ケア比率の推移



客単価の推移



エイジング毛だから諦めなくてもいい

エイジングに悩んでいた女性の口コミ。来店ごとのカスタマイズメニューで、今やツヤ髪に。



店長
米山武宏

新。以降も50%以上の水準をキープしている。

キャンペーンの成功の要因は価格設定だけではなく、施術の工程を見える化した点にもある。プロがどれだけ専門知識とスキルを持っているかをオープンにするのが米山さんのアプローチだ。

カウンセリングで用いるシートは米山さんのオリジナル。選択式なので、悩みやケア習慣を細かく引き出せる。ホームケア提案においても、成分名などの専門用語をあえて使っている。

「細かいことはわからなくても、なんだかすごそう、勉強していそう」ということは伝わる。それだけで信頼していただけます」

ケミカル知識の蓄積に伴って自信もついたという米山さん。個人売上も今や全社トップクラスにまで伸びた。その活躍は他の店舗のスタッフにも刺激を与えているが、米山さん自身はまだ道半ばと感じている。

「店舗のケア比率100%という目標まではまだまだ。まずは僕自身のケア比率を100%にまで伸ばし、スタッフに背中を見せたいと思います」

東

京・八王子市で3店舗を展開するロッコ。3号店のイースト店は、2年前のオープンと同時にlinkをケアメニューの主力として導入した。

「シャンプー台で施術できるので、時間生産性を上げられると考えました。八王子では導入サロンが少ないので、希少価値をつけられる点も魅力でした」

大久保陽平代表はlink導入の目的をこう語る。オープンに際し、真面目さを買われて店長に抜擢されたのが米山武宏さん。「ケア比率100%」を目標に掲げ、挑戦を続けているが、タッグを組むのはlinkの担当セールスだ。毎月ミーティングを行って課題を洗い出し、解決するための戦略を一緒に練っている。

その施策のひとつがケア比率100%をめざして行った「クオリティアップキャンペーン」(通称100%キャンペーン)だ。カラーやパーマの工程にクイックメニューを組み込み、サロンケア未体験のお客限定の裏メニューとして提案。目標の100%には届かなかったものの、お得感もあり66%という最高記録を更



お客に響くこの一言

ストンと落ちるのは
水分のおかげなんです

動画を見せながら伝える一言。お客はツヤに注目しがちだが、髪の落ち方にも注意を促し、髪の健康や美しさに対する意識を高める。

だから一緒に人生を歩める②

ケアに対する意識が高まる

カラーやパーマに処理剤を組み込んであるので、ほぼ全てのお客がlinkを体験する。手触りなどの効果は確実に伝わるため、「もっと持続させたいならメニューを」と自然に誘導できる。

脱白髪染め＋処理剤
17,000円

効果をより持たせたい

6 STEP
5,500円

もっとツヤ髪に！

7 STEP
8,250円

髪質改善
13,200円

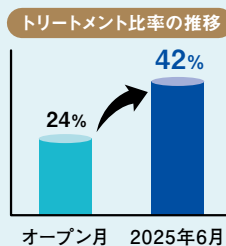
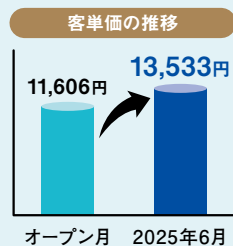
髪質改善プレミアム
16,500円



今不足している成分を「水分」「油分」「タンパク質」という簡単な言葉で説明。

動画がポイント！

ツヤやおさまりといったlinkの効果は動画のほうが伝わりやすい。



だから一緒に人生を歩める③

ホームケアの大切さが伝わる

6ステップ以上のメニューにはホームケアをつけているが、集中トリートメントではなく、シャンプー・トリートメントをお渡し。ホームケアの店販にもつながる。

6 STEP＋4日間集中ケア



link
4デイズ集中ケア



link PPT
4デイズ集中ケア

トリートメントではなく集中ケアを渡す理由

“直後4日間の大切さ”を教える

髪のためにケミカル施術直後の4日間が大切と啓蒙。必ず使ってもらえるため、現品の購入につながりやすい。



トリートメントで 顧客と共に年を重ねていく

少子高齢化時代の個人サロンのブランディング。

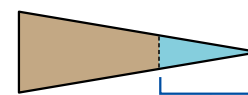
linkでめざすのは ▶ 一緒に人生を歩めるサロン

だから一緒に人生を歩める①

エイジング毛の悩みを解決する

脱白髪染めがウリなので、グレイカラー世代のお客が多いが、linkならエイジングに関連する多様な悩みを解決できる。100歳のお客にきれいにパーマをかけられるのも、linkの処理剤のおかげ。

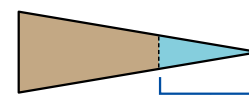
ドライ毛を超しっとりな仕上がりに



紫外線ダメージやアイロンによるパサつきが気になる髪には毛先にのみ 2 → 2+ を揉み込むと◎。

2 ▶ 2+

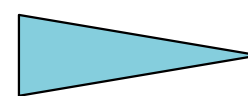
白髪ぼかしハイライトのリタッチ



ハイライト部分の毛先には 4 で前処理。ブリーチが減力されるので、ダメージを抑制できる。

4 ▶ ブリーチ剤

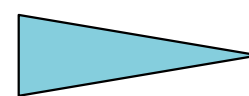
エイジングにふんわりパーマ



パーマの前処理として 3 を塗布。100歳を超えた顧客の髪でも大きめロッドでパーマがかかる。

3 ▶ パーマ剤

ブリーチ後の切れ毛予防



ブリーチを流した後に 3 を塗布すると薬剤の反応を止められ、ダメージの抑制もできる。

ブリーチ ▶ 3



代表
奥田 顕大

salon profile

LIV
(岐阜県岐阜市)
代表 表：奥田 顕大
創業 業：2024年
店舗 数：1店舗
スタッフ 数：2名
店舗所在地：岐阜県岐阜市今嶺2-10-22
店舗電話番号：058-216-1385

目してもらいます。水分と油分のバランスが取れた髪はストンと落ちるんです」

こうして処理剤を入口にトリートメントメニューへと誘導してきた結果、ケア比率は2倍以上に伸長し、客単価の向上にもつながっている。link導入の成果は数字という形で上がっているが、奥田さんにとって何よりもうれしいのは、オープン当初に思い描いていた夢のサロンに近づいている点だ。

奥田さんのお客の最高齢は100歳。髪のエイジングが進みすぎており、なんとかパーマをかけてもすぐにだれたり、切れてしまったり。以前は思い通りのパーマをかけられずにいたが、linkが救ってくれた。

「『3』で前処理したら、ふんわりしたリッジを出せるようになって、ご本人にもご家族にもとても喜んでいただけたんです。店名の『LIV』は、デンマーク後で『人生』。お客さまの人生に寄り添いたいという思いからつけた名前ですが、linkのおかげで理想の美容室に近づきつつあります」

岐

阜市の住宅地に佇むLIV。一見カフェにも見えるおしゃれなつくりで、一際目を引く。昨年のオープンに際し、linkを導入した理由を、代表の奥田顕大さんはこう語る。

「お客さまが歳を重ねるにつれ、悩みは増えてきます。linkはカスタマイズによってエイジングの様々な悩みに対応できる場所に期待し、導入しました」

客層の中心は大人世代。白髪に悩む世代に、ファッショナカラーを用いた明るい脱白髪染めカラーや、白髪ぼかしのハイライトを提案している。エイジング毛に対するカラーの際には、linkが処理剤として大活躍。処理剤はあらかじめカラーやパーマに組み込んであるので、誰もがlinkのケアの仕上がりを体験できる。

せっかくの体験をメニューにつなげるのが奥田さん流。次回来店時に髪の状態をヒアリングし、トリートメント効果をより持続させたいと考えるお客には6ステップメニューを提案するが、その際に活用しているのが動画だ。

「ツヤではなく髪の落ち方に注