

b-ex times

50th anniversary
Thank you for
your patronage over 50 years.
The challenge of
experiencing new beauty



The Next "Buzz" Oil
The Next "Buzz" Designers

2025.4.28 Debut

Orchidée

日常を特別に。
髪色を美しく魅せる
新フレグランスヘアオイル

Model_JSANA/ADITION (左)
MOMOKA KIYOKAMI/COTY (右)
Photo_RYOTA TOKAJI
Location_KOREA.Gangnam-gu



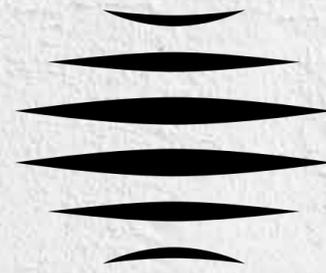
オルキデオイル 検索



株式会社b-exマーケティング本部
〒158-0097 東京都世田谷区用賀4-10-5 世田谷ビジネススクエア ヒルズ41階

TAKE FREE!

本誌に掲載されている写真・文章の無断転用を禁じます。©2025 b-ex



b-ex times

50th anniversary
Thank you for
your patronage over 50 years.
The challenge of
experiencing new beauty



2025年度 マーケティングテーマ

b-ex expand

~b-exとサロンの共創戦略~



COVER Location : PARIS
CREATIVE by KYOHEI KONISHI(COA)

- 特集1 | history 50年の歴史
- 特集2 | FY25 MARKETING CONCEPT
- 特集3 | SALON INTERVIEW



50年にわたるご愛顧への感謝と
新しいbeauty experienceの挑戦



b-ex GROUP グループCEO
福井敏浩

50年の感謝と次の100周年への挑戦

b-exは2025年に創業50周年を迎えます。この歩みを支えてくださったお客様やパートナーの皆さま、そして美容業界全体のお力添えに心より感謝申し上げます。この50年間、「美と健康を通じて感動を届ける」という使命を胸に、業界の発展に尽力してまいりました。そして今、新たな50年、100年に向けて、次の一步を踏み出す時が来たと感じています。持続可能な未来を見据えた製品づくり、未来の美容師を支える奨学金制度の充実、そしてデジタル技術を駆使した新しい顧客体験の創出など、b-exは新たな挑戦を始めました。これからも「人生に、新しい美の体験」を追い求め、新たな挑戦を続けることで、より多くの感動体験を提供できる企業グループとして成長してまいります。皆さまと共に未来を創造し続ける企業でありたいと願っております。今後とも変わらぬご支援を賜りますよう、どうか宜しくお願ひ申し上げます。

b-ex50周年ロゴデザインにあたって

b-exのブランドシンボルでデザインした「50」のアイコンをモルトベネ創業時のロゴに使用されていたレッドとグリーンからbeauty experienceとして人生に新しい美の体験を提供する存在となった際にコーポレートカラーとして定めたパープルへのグラデーションで表現しています。現在に至る礎を築いたモルトベネへのリスペクト、50周年を迎え、常に進化しながら新たな挑戦を続けるb-exが日本の美容文化を世界に向けて広く発信しながら拓いていく未来に陽が昇っていくようなイメージを重ねています。



佐藤可士和氏

クリエイティブディレクター。クリエイティブスタジオ[SAMURAI]代表。さまざまな企業のグローバルブランド戦略や、トータルプロデュースを手がける。時代の空気をデザインという形で表現し続けている。
<http://kashiwasato.com/>



Vol.014
50th anniversary

CONTENTS

page	
04	b-ex history 50年の歴史
06	2025 MARKETING THEME
08	2025 NEW PRODUCT
10	b-ex education2025 Digital × Real
11	木村 允人 × 森越 道大 特別対談 「デジタル化が拓く新時代の美容業界」
12	b-ex GLOBAL REPORT
13	b-ex salon program
14	b-ex sustainable
15	Salon INTERVIEW 「ウイニング戦略とグラデーション経営」
24	KIRATERA HAIR&FASHION COLLECTION



両
国
国
技
館

2025.10.21

Invitation for Hair Designers

b-ex 50年の歴史

~ History of b-ex ~



1975
モルトベネ創業
加温二浴式ウェーブ剤「ボンナチュール」発売。プロフェッショナル向けのヘアケア製品の開発・販売を開始。



1977
大ヒット商品リリース
加温二浴式ウェーブ剤「ニューボンナチュールクリニックパーマ」とトリートメントの「ニューボンナチュールヘアクリニック」が大ブレイク!



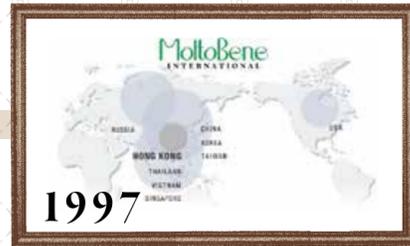
1987
MEGLIO COLOR 発売
高い染着力で美しく染め上げるグレイヘア対応ヘアカラー「MEGLIO COLOR」発売。



1989
FIT COLOR 発売
低刺激性のヘアカラー剤「FIT COLOR」発売。クリニック性の高さと日本人女性に合う色で大ヒット商品に。



1996
クレイエステパック発売
頭皮を健やかにするためのトリートメント「クレイエステパック」発売。ヘッドスパの考え方が広まり、市場の拡大に大きく貢献。



1997
海外事業へ参入
2010年~2012年には、ベトナム、台湾、香港に現地法人を設立。アメリカ、ロシア、韓国、中国、シンガポール、タイ、マレーシアでは代理店を構え、成長の著しい東アジアを中心に海外事業を展開。



2001
福井敏浩 社長就任
米国ボストンの大学で経営学を学んだ後、父が起業した株式会社モルトベネに入社。2001年、父の急逝により、31歳の若さで社長に就任。



2002
B:OCE 発売
くせ毛やカラーケアなど、さまざまな髪質やニーズに対応したヘアケア製品を提供。同ブランドにてウェーブ剤やストレート剤も展開。



2006
分社型カンパニー制に移行
意思決定の迅速化と専門性の高い人材育成を目的に事業部ごとに分社型カンパニーへ移行。



2009
Loretta 発売
デザイン・香り・天然素材が特徴的で話題に。特に「ロレッタ パーメスカアオイル」「ロレッタ ハードゼリー」はロングセラーアイテム。



2015
ビューティーエクスペリエンスへ社名変更
創業40周年を機に、株式会社モルトベネから株式会社ビューティーエクスペリエンスに社名変更。「beauty experience」という名前にも込められたのは、美容の可能性を広げ、体験価値を提供する企業へと進化するという決意。



2016
オフィス移転
事業の拡大と組織の変革に伴い、2016年に東京都新宿区西早稲田から東京都世田谷区用賀へ本社を移転。会議室やラウンジなども充実しており、クリエイティブな発想を支える空間が広がっている。



2016
THROW COLOR 発売
美容師向けのヘアカラー剤ブランドとして登場。クリアで美しい発色と、日本人特有の髪質ニーズに応えた色味が特徴。



2016-2019
スタジオ開発・移転
全国4拠点にスタジオを展開し、美容師向けのセミナーやイベントを開催。各スタジオは、クリエイティブディレクター佐藤可士和氏のプロデュースにより、統一感のあるデザインに。



2021
b-ex へ社名変更
社名を略称として使っていた「b-ex(ビーエックス)」に変更し、アイコン化することでCI(コーポレート・アイデンティティ)をアップデートし、コミュニケーションスピードを加速。



2021
O'right と資本業務提携
台湾のO'right社と資本業務提携を締結。環境配慮製品の共同開発やサステナブルな事業拡大を通じて、持続可能な社会の実現を目指す。



2024
KIRATERA 発売
ビビッドな発色からベールトーン、ダークトーンまで幅広い発色をラインナップし、高濃度設計で強烈な発色が特徴。また、カラーチェンジのしやすさや、カラー褪せ後の残像を剥がしやすく設計。



2025
創業50年
b-exは創業50周年を迎え、「美と健康を通じて感動を届ける」使命のもと、新たな挑戦を通じて持続可能な未来と新しい美の体験を追求。

SIM 開発 ~salon interactive marketing~

トップサロンとプロジェクトチームを組み、エッジの効いたコンセプトやターゲットが明確な製品を、企画段階から一緒に創り上げていきます。チームを組んで行うことにより、サロン様のお客様の声をより忠実に製品化できるようになりました。PROFESSIONAL がつくる高品質な製品だからこそ、SIM ブランドの製品は全国のサロン様で多くの支持を得ています。

2009年 第1弾 Loretta	2010年 第2弾 Moe Moe	2010年 第3弾 ADEIRO	2011年 第4弾 LASHE	2012年 第5弾 CHESS	2013年 第6弾 HaHaLife	2013年 第7弾 DeepLure
2016年 第8弾 THROW	2018年 第9弾 mm	2019年 第10弾 tint bar	2022年 第11弾 whews	2023年 第12弾 LORETTA AIMER	2024年 第13弾 to be continued...	

台湾企業 O'right と資本業務提携

株式会社b-exは1975年の創業以来、「パーマによる髪のダメージ」や「美容師の手荒れ」を解決するため、顧客中心の製品開発を行ってきました。近年では健康や環境、社会に配慮した持続可能な製品開発にも注力し、独自の製品づくりに加え、理念に合致するブランドや製品の国内外展開も進めています。

資本業務提携を行った台湾のO'rightは、2001年に設立された環境配慮型的美容メーカーです。同社は「グリーン革命」を企業理念に掲げ、野菜由来の生分解性ボトル「Tree in the bottle」や、世界初のゼロカーボンシャンプーを発表するなど、革新的な取り組みで高い評価を得ています。

両社の提携により、b-exの販売力とO'rightの環境技術を融合し、製品カテゴリーや販路の拡充、サステナビリティへの取り組み強化を目指します。これにより、より多くのお客様に「新しい美の体験」を届けるとともに、持続可能な社会の実現に向けた成長を加速させていきます。

2022年11月
国連気候変動枠組条約第27回締約国会議(COP27)の公式サイドイベント「World Climate Summit (WCS)」へ参加



WCSはWorld Climate Foundation(WCF)が主催し、気候変動をテーマに議論する場です。サミット開催地であるエジプトには、世界各国から66の企業や団体が集まりました。b-exは日本の美容企業から唯一参加し、パネルディスカッションにはオーライトのステイブン・コー代表が登壇。

2023年9月
国際会議「World Biodiversity Summit (WBS)」に日本企業として初めて参加



ニューヨークに各国の企業や団体の関係者約200人が集結。製品輸送のモーダルシフトや容器のプラスチック使用量削減など、脱炭素社会に向けた取り組みを発表するとともに、「アジアNo.1プロフェッショナル&クリーンビューティー企業グループ」を目指し、ヘアサロンと連携してSDGsの推進に貢献する決意を表明しました。

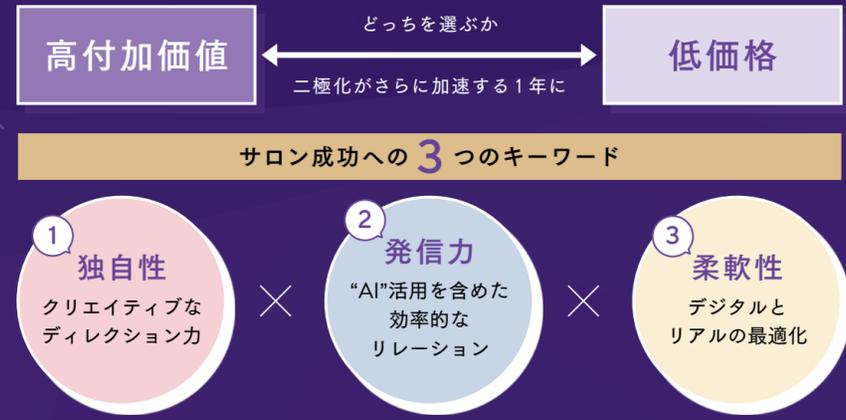
2025 Marketing Concept b-expand

Salon GRADATION development

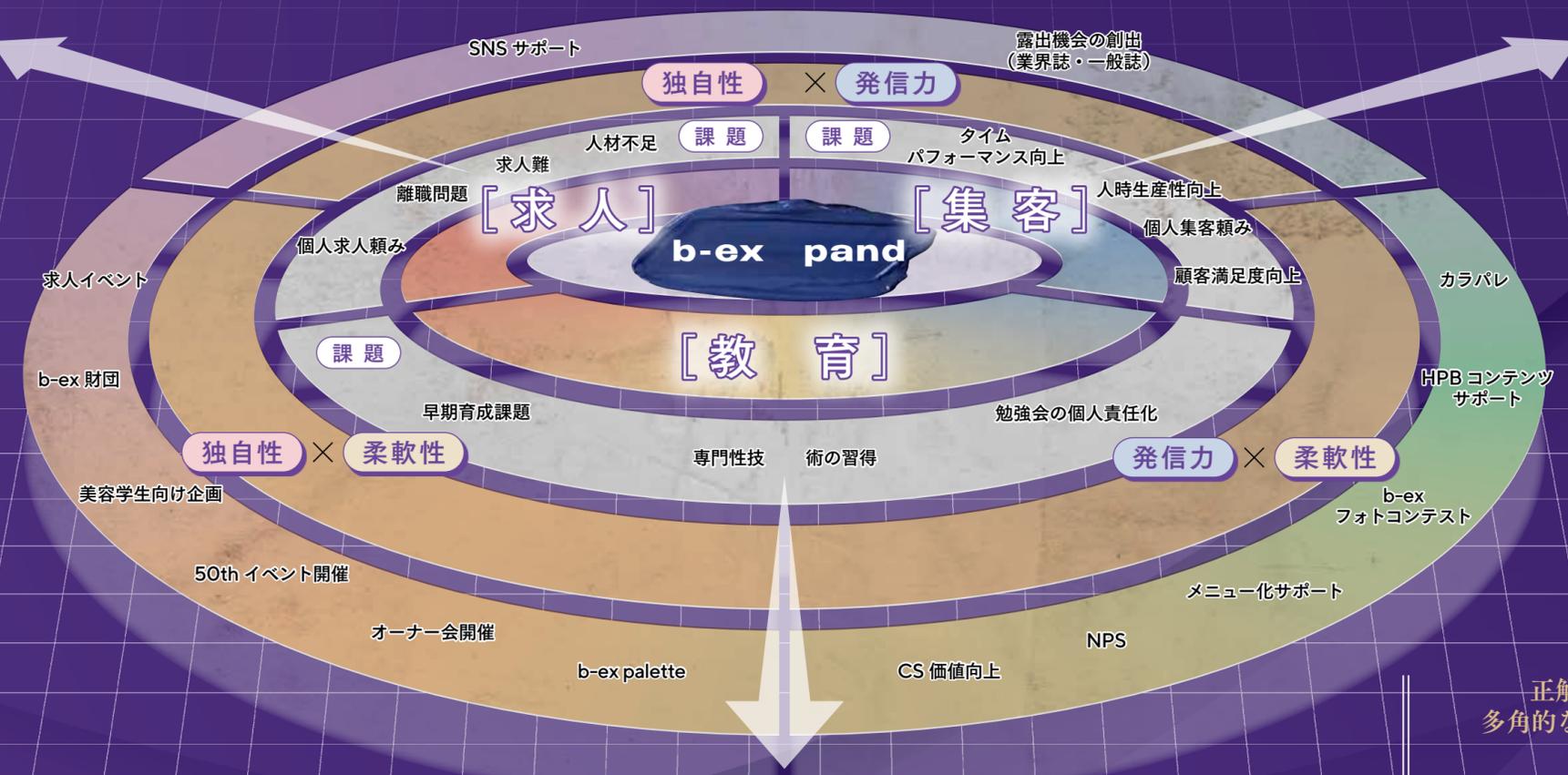
時代の変化（グラデーション）を先取りし、変化に対応したサロンが生き残る時代へ

年	社会情勢	トレンド	働き方	サロン経営	SNS
2015	消費税引上げ				
2016		外国人カラー	サロン求人（求人係）	業務委託サロン	
2017					
2018					
2019	働き方改革	第三次 輪流ブーム	リアル求人 求人票 ガイドンス 説明会 サロン訪問		
2020	コロナ禍	第三次 DX ブーム		サロンハイブリッド経営	
2021		インナーカラー プリチオンカラー	オンライン求人 Youtube 活用 Instagram 活用		
2022	最低賃金 値上げ	第四次 輪流ブーム	オンライン説明会 / 面談		
2023	物価高騰	白髪ぼかし 明るい白髪染め	ハイブリッド求人 tiktok	メンズサロンブーム	
2024					

2025年 大予測



2025年度 時代のGRAD ATIONを掴むサロン戦略



PROFILE
株式会社ビューティープロ 代表取締役 荒井由美さん

2008年に理美容業界に特化した求人と教育を事業に創業。「理美容師の社会的地位向上、人材が集まり育ち長く活躍できる業界作り」を理念に掲げ、美容学生向け就職情報誌「美容師になろう!」を発行する。さらに求人関連セミナーやコンサルなど幅広く活動。

採用だけでなく、教育・定着まで含めた仕組み作りを

少子高齢化、人口減少、働き方改革などの影響で企業の求人は厳しい局面にさらされています。美容業界において求人は、サロンの未来を左右する重要な活動です。人材がいなければサロン運営は成り立たず、優秀な人材確保が業界の発展につながります。求人はサロンの魅力を発信するPRでもあり、業界全体のイメージ向上にも影響します。また、求人は採用だけでなく、教育・定着までを含めた仕組み作りが不可欠です。求人活動の質が、美容業界全体の未来をつくると言えるでしょう。ビューティープロの活動は人材市場の把握、美容学生など求職者の動向、美容業界全体の未来像を捉え、ノウハウだけではなく、理念を軸にした本質的なサロンの求人活動を多角的にサポートします。そしてサロン、ひいては美容業界の発展に寄与したいと考えています。

PROFILE
千葉智之さん

2005年にリクルート(現リクルートホールディングス)入社。2006年よりホットペッパービューティーの各事業部を歴任し、ホットペッパービューティーアカデミー設立に従事。2013年7月より現職。立教大学経営学部兼任講師(2016年-2017年)を務め、ビジネス書も3冊出版している。

カリスマ美容師のAIコピーでサロン業務の生産性が劇的に向上

近年、有名サロンはホットペッパーを活用して集客を成功させてきたが、業務委託サロンの拡大やマーケティングを取り入れたサロンの急成長により、採用の難しさが課題となっている。今後生き残るためには、優れた人材の採用と定着が鍵であり、労働環境や教育を通じた従業員満足度(ES)の向上が不可欠だ。従来のピラミッド型構造から逆三角形へと変化し、ESの重要性が高まる中、SNSの活用も不可欠となっている。特に若手経営者はSNSを自然に使いこなすが、年配の経営者には努力が求められる。集客と採用を一体化し、育成や採用プロセスを強化することで、フォトビューティーの集客にもつながる。また、タイミーのようなプラットフォームを活用したお試し採用も増加。加えて、AIの進化がデスクワークを代替する中、人間は創造性や手作業で価値を生み出す必要がある。今後、AIエージェントが個々のユーザーに最適な選択を提供する未来が近づいている。

美容師教育の進化を支える「b-ex palette (ビーエックスパレット)」の可能性

美容業界では、美容師の成長を支える教育が重要な役割を果たす。美容学校で基礎を学び、サロンのアシスタント期間を経て、スタイリストとして活躍し、最終的には教育者や経営者へと成長する。この一連の過程において、「b-ex palette」が果たせる役割は大きい。美容学校生には、カラー理論の可視化やオンライン学習機能を提供し、基礎教育を補完。アシスタント向けには、カラーレシピの共有(カラパレ)など実践的なスキル習得をサポートする。さらに、スタイリストには、トップランカー美容師による技術を提供し、技術向上やブランディングを支援。エンターテインメントコンテンツ「room」では、美容師のライフスタイルに迫った動画を提供。教育者やサロン経営者には、スタッフ教育の管理ツールや集客サポート機能を通じて、効率的な運営を可能にする。美容師の成長とサロンの発展を支える新しい学習・管理ツールとして、「b-ex palette」にますます注目ください。

正解は1つでない多様性の時代。多角的な視点からサロン様の環境に柔軟に対応しご提案していきます

- 新製品 高付加価値×高コスト
- DX
- b-ex International 海外活動支援
- SDGs Foundation 人材難を支援
- b-ex Support 課題解決を支援
- Salon Interview 最高サロンの仕組み共有

b-ex new product 2025



2025.4.28 Debut

Orchidée

美しさには、もっと可能性がある



日常を特別に。
髪色を美しく魅せる
新フレグランスヘアオイル



ヘアオイル 100mL ¥4,400 (税込)
20mL ¥1,650 (税込)

グロスオイル 100mL ¥4,400 (税込)
20mL ¥1,650 (税込)

ティントオイル 100mL ¥4,400 (税込)
20mL ¥1,650 (税込)

ディスプレイボックス ギフトボックス サシェ パンフレット リーフレット 店販袋

KIRA*TERA ALL CORE. MAKE MORE.

2024年6月にDebutしたKIRATERAから新色カラー登場
表現領域の幅を広げる12SKUが2025年9月に発売

NEW PRODUCT

全12色 新発売予定!
2025/09 debut

SALON'S COMMENT

THE SLICK
榎木裕太氏

「ミックスしないといけない色味が多かったものを、シンプルに単品でその色味を表現したいという思いがありました。色のもちや褪色、選定のしやすさなど、ワクワクしながら使って欲しいです。特にこだわったのがグレーとシルバーの色味なのでぜひ一度試してみてください」

PELE
RYUSEI氏

「既成概念を打ち壊すエネルギーを表現したいと思って開発に臨みました。特にお客さまからリクエストの多いミルキューの色味の幅を広げるために、ページュの色味の幅を広げ、ミスが起こらない設計にするなど、美容師側にも使いやすいと選ばれるプロダクトにすることを意識しました」

STYLE

発売初年度 リーチ数ランキング #キラテラカラー #キラテラカラーレシピ



RANKING

発売初年度売れ筋色相ランキング

BASIC LINE	ON COLOUR LINE	ACCENT LINE	NOVELTY
No.1 DustyGrey	No.1 Clear	No.1 Pink	No.1 カップ・ハケ・SAMPLE ボックス
No.2 Stella Milk tea	No.2 DarthBlack	No.2 Red	No.2 Tシャツ・バック・臨店セット
No.3 Mood Smoke	No.3 Jil White	No.3 Purple	No.3 ステッカーなど

Deep Layer

みんなの嗅覚と視線を奪っちゃう NEW FRAGRANCE
人気ヘアケアシリーズ“ディープレイヤー”から
2つの新アイテムが2025年9月に発売

- ホームケア：熱処理施術やブリーチで硬くなった髪をケアするやわらかライン
- 処理剤：デザインクオリティを高める土台ケア

NEW PRODUCT 1

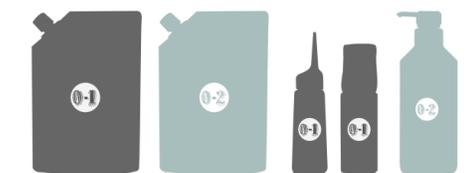
New Fragrance VELVETY LINE



HOME CARE LINE

NEW PRODUCT 2

New Fragrance BOND CARE LINE



0-1 KERA BUILDER

0-2 CMC BUILDER

b-ex education 2025 Digital × Real

デジタル、リアルの両面で学びのプログラムをご用意！

ベーシック、マインド、トレンドを組み合わせて、お役立てください。あなただけの勝ちパターンを作りましょう！

INPUT

ここでしか見られない最新の技術や経営マインドを一流サロン・美容師から学び放題

Digital

OUTPUT

ヘアカラーの表現の幅がさらに広がる鉄板レシピをお客様にさらなる付加価値提案を

2024 RANKING

2024年b-ex paletteで配信された動画をLIVE、定額動画、エンタメそれぞれの部門の1位を発表。

【LIVE部門】

1st une 英香氏

ナチュラルモードなアレンジ&メイク
講師：une 英香氏

【定額動画部門】

1st uni 長田タカラ氏

韓国スタイルの王道胸上のLOW LAYER
講師：uni 長田タカラ氏

【エンタメ部門】

1st COA 青木大地氏 小西恭平氏

room vol.99 vol.100
出演：COA 青木大地氏 小西恭平氏

オリジナルステッカー配布中!

PICKUP RECIPE

●ブロードベージュ Clear+9/M-Smoke (1+30%) OXY2% 2倍

●ブラウン 7/S-Milk tea:5/S-Milk tea (4:1) OXY2% 2倍

Created by OORRY. / Miyuki

●根元 7/J-Purple:C-Pink Violet:J-Purple(1:1:1) OXY6% 2倍

●毛先 9/J-Purple:C-Pink Violet:J-Purple(1:1:1) OXY2% 2倍

Created by tsunagu / yume

カラースタイル続々！
レシピはカラパレをチェック！

(7/C-cocoa : D-Red : 7/F-Pink) + Red(塩基)(1:1:20%) +10% OXY3% 2倍

Created by THE ORDER / aki

2025 seminar information

今年も今をトキメク豪華な講師にご期待ください！セミナー詳細および追加の講師は随時更新中!! まずはb-ex palette会員登録(無料)を!

GOOD THING
スタイリスト
伊藤 愛さん

PELE UMEDA 代表
miyuさん

SLEEPY 代表
内巻晃宏さん

une/HOUNE 代表
英香さん

Lond Holdings 代表取締役
吉田 敦人さん

ROUN 代表
阿久津 菜々子さん

Sraw ディレクター
柳 亜矢子さん

株式会社
ファイブスター 代表取締役
佐久間正之さん

b-ex palette

OFFICIALSITE
https://bexpalette.beautyexperience.com/

b-ex journal

OFFICIAL SITE
https://www.b-ex.incl/bexjournal/

カパレ

OFFICIAL SITE
https://www.b-exline.jp/

MASATO RIMURU

fifthグループCMO
木村 允人

(SPECIAL DIALOGUE)

次代のキーマン2人の特別対談

デジタル化が拓く 新時代の美容業界

SENJYU 代表取締役 / Eye Universe代表取締役
森越 道大

集客、これからは教育に活用DX化で規模の壁を超えられる

fifthが取り組んだデジタル化は、僕自身がプレイヤーとしてSEO対策やマーケティングを行い、SNSに落とし込むことから始まりました。スタッフ全員が活用できるまでシステムを構築し、店舗を拡大してきました。そうした集客での活用一方で、すでに教育面での活用に取り組みはじめています。これまでは自分の時間の投資が必要でしたが、自分のイズムやノウハウをみんながプラットフォームとして見られる環境を作れば、時間を効率的に使えるようになります。スタッフは今年300名を超えてきますが、DX化を推進すれば店舗数が増えても、常に共通の技術を習得できるようになるんです。例えばAIで“木村bot”を作って、スタッフが技術をいつでも学べる環境を提供する。“木村bot”に知りたい技術を投げかけると画像や動画で答えを返してくれる。さらにメンター制度などのアナログ要素とデジタルを融合することで、スタッフの個性を活かした教育も可能になると考えています。

ここで履き違えていけないのは、「楽をする」ためのデジタル化ではないということです。あくまで、美容師一人ひとりが豊かになるためのプロセスだということです。そのために、デジタル化と上手く向き合い、有効活用していきたいですね。

自分たちで自分たちのためのシステムを作ればいい

ここ数年、SNSを活用したブランディングや集客が一般化し、美容業界でも多くの美容師がSNSに時間やエネルギーを費やしています。SNSは美容師にとって親和性が高い一方、アルゴリズムの変更により集客が不安定になるリスクを抱え、多くの人が翻弄されています。お客様にとっても、膨大な情報から自分に合う美容師を見つけられない「美容室難民」を生み出す結果になっています。この業界の現状から、美容師が自分でお客様を集めたり、求人、教育をするためのシステムを美容師自身が作ればいいじゃないか、という考え方でAIに取り組みはじめました。はじめはインターネットの歴史から勉強し、今ではウチのSENJYUチームにAIを導入するにまで至っています。ウチでは「SENJYU Siriちゃん」と呼んでいますが、スタッフ教育やお客様へのカウンセリング法など、スタッフが相談すると全部おしえてくれるような仕組みを作りました。スタッフの理解度も深く、精度も上がっています。

世の中には素晴らしい理念や卓越した技術、文化をもった美容師がたくさんいます。ちゃんとお客様のためにやっている。そういう本質的な価値のある美容師や企業を繁栄させたい。「デジタルサロン協会」を発足したのは、そんな思いからなんです。

**想像できることは創造できる
でも自分たちの本質は変わらない**

b-ex Education team

美容に関する知識・技術はもちろん、カメラマンとしてのスタイル撮影、コミュニケーションロジックを基にした接客術、論理思考/人材育成/コーチング/行動心理学etc...幅広くご対応させていただきます

OSAKA EDUCATION部
部長代行 森 祐樹 @bex.mori

NAGOYA EDUCATION部
エキスパート 立花 法生 @bex.norio

TOKYO EDUCATION部
CHIEF EDUCATOR
ラスバン マモル @rathbunz_bex

TOKYO EDUCATION部
CHIEF EDUCATOR
志村 幸大 @shimuraman_bex

TOKYO EDUCATION部
前田健大 @bex.maeken

TOKYO EDUCATION部
向出 円 @bex.madoka

FUKUOKA EDUCATION部
高井啓亮 @bex.keisuke.takai

Support contents

臨店講習

サロン様のお悩みに合わせた講習を実施。3回コースなどご要望に応じて対応いたします。

集合講習・セミナー

アシスタントさま向けのセミナーからゲストをお呼びしたセミナーなど幅広く開催。

CASE STUDY

薬剤の使いこなしからカウンセリングをb-ex paletteでご提案。同内容をオンライン(講習)でもご対応します。

fifth

fifth
東京都渋谷区神宮前6-15-14
ガーデンスクエア原宿
メンズフロア3F
https://fifth-group.jp
IG @fifth_kimura

senjyu

SENJYUチーム
https://morikoshi.net
IG @morikoshi.michihiro

b-ex studio information

TOKYO

東京都世田谷区
用賀4-10-4
世田谷ビジネススクエア
ヒルズ3 1階

NAGOYA

愛知県名古屋市
中区大須2-6-16
プロシーム大須ビル 4階

OSAKA

大阪府大阪市
中央区南久宝寺町3-1-8
MPR本町ビル1F

FUKUOKA

福岡県福岡市
中央区大名 1-15-27
福岡大名ビル2F

PROFILE

木村 允人

1989年、熊本県生まれ。都内の美容室、フリーターの経験を経て、2011年にfifthに入社。fifthグループは美容室とアイプロウ、アイラッシュを展開しており、渋谷、原宿、福岡、大阪、名古屋に合計31店舗展開している。2021年に社内でヘアサロン向けコンサルティング事業を立ち上げ、現在は大手を含む50店舗以上にマーケティング支援をしている。

PROFILE

森越 道大

ハリウッド美容専門学校卒業。2022年、株式会社SENJYUを設立。自店舗を持たず他社と協働し、全国の美容室で施術をするプロフェッショナルチームSENJYUを創業半年で全国に12ヶ所に展開。次世代型プラットフォーム「一般社団法人 デジタルサロン協会」の事務局長を務める。

一般社団法人デジタルサロン協会とは……

美容業界特化の美容師、メーカー、ディーラー、誰でも参加できる次世代プラットフォーム。美容師の資質向上と業務環境の改善、美容師を育てるヘアサロンの経営改革を、美容業界と産学官が連携した最先端のデジタルテクノロジーで支援。全国38万のヘアサロン、約78万の理美容師が抱える共通の課題を、デジタル化の推進で解決に導く。新たな美容業界が、日本に新しい価値を創っていく団体。

https://digital-salon.com



b-ex GLOBAL REPORT

海外エデュケーション活動テーマ 「日本の美容技術を海外で学べる仕組みづくり」



教育コンテンツ提供

日本美容師派遣

b-expert育成

自社の教育コンテンツでもある「b-ex palette」「カラパレ」など、日本だけでなく各国への情報シェア・基礎技術や知識を補うための教育ソフトを制作しています。また、様々な活躍の場を創出するイベントを開催し、新しい価値を提供しています。

アジアの中でも日本の美容技術はトップクラスです。近年はSNSでの発信情報により、日本美容師のプランニングやマネジメントにも注目が高まっていることから、海外に日本の講師を派遣してエデュケーション強化を図っています。現地の美容文化やサロン様との交流を通じ、講師の方にもメリットを生み出しています。

b-expertとは、現地パートナーサロンから技術・インフラエンス力の高いスタイリストを選出し、b-exが定めたカリキュラムを受講して試験に合格した方を公式に認定する制度です。初年度は、タイで6名のb-expertが誕生し現地のエデュケーション活動を開始しています。

b-ex INTERNATIONAL事業本部は、ビューティー市場の成長が見込める東アジア・東南アジアを中心に展開中。プロフェッショナルにおいては、現在4カ国で2025年にはマレーシアでの販売も開始いたします。今回は、海外エデュケーション活動の一部をご紹介します。2024年は、新製品のヘアカラーブランド「KIRATERA」の発売もあり、海外でもイベント・セミナーなど様々な取り組みを行ってまいりました。(韓国は2025年3月発売)

1 イベント開催 b-exは「製品」「教育」を通じ、すべての人へ新しい価値を提供



KIRATERA発売 ~海外ローンチイベント開催in THAI~

2024年7月24日「KIRATERAローンチイベント」タイ(バンコク) W Bangkok Hotelにてb-exと現地パートナーOCCと共同開催しました。イベントには、タイ、日系サロンの美容師をはじめ、業界関係者や美容インフルエンサーなど総勢300名以上が来場。ホテル外観ではプロジェクションマッピングでのPV投影や、会場内もKIRATERAブランドの世界観を表現した装飾による演出もあり、イベントを盛り上げました。



本イベント最大の注目は、KIRATERA共同開発者であるPELE代表RYUSEI氏のヘアカラーデモンストレーション。SNSを通じタイでもすでに認知の高いRYUSEI氏のタイ初上陸に、現地スタイリストから大きな歓声があげられました。デモンストレーションでは、圧巻の技術で会場を魅了していました。

b-ex GROUP CEO 福井敏浩、OCC社長 Teerada Ambhanwong (ティラダー・アンバンウォン) 氏による開演挨拶、b-ex マーケティング本部・近藤伸昭によるKIRATERA製品プレゼンテーションを実施。

2 日本美容師派遣 お互いの美容文化を尊重し“技術”“コミュニケーション”を向上

2024.4 韓国「SSトレンドセミナー」を開催



siki 磯田基徳氏による、ソウル&光州でのSSトレンド情報・デザイナー提案のセミナーを開催。韓国サロンの心を掴む圧巻のパフォーマンスにより、モデルランビで使ったtintbarヒロインページがバズり！セミナー前と比べ販売総量が倍増する成果をあげました。また磯田氏のファンになる方も多く、大成功の日報交流セミナーとなりました。

2024.6 韓国・香港サロン「エデュケーションツアー」で来日



6月4日に発売した「KIRATERA」の東京発表会へ、韓国・香港の有力サロンを招待。開発協力者である、樺木佑太氏(THE SLICK)、RYUSEI氏(PELE)の華麗なるデモンストレーションや製品プレゼンテーションにより、海外発売前にKIRATERAに対する期待と関心が広がる機会となりました。また、翌日にはb-ex東京スタジオに2名の講師を招き、ヘアカラーセミナーを開催しました。

2024.10 韓国サロンインセンティブツアーで来日「ヘアカラーセミナー」を開催



韓国サロンのスタイリスト30名が、ワークショップ形式のヘアカラートレーニングに参加。トレンドではハイトーンカラーが主流ですが、サロンカラーにおいては中明度のナチュラル系のお客様が多数。それを受けて、今回のカラーセミナーは、ナチュラル系でもシンプルになりすぎないデザインカラーのテクニックや薬剤選定の考え方など、今後のサロンワークに活かせる技術をテーマに行いました。

3 b-expert育成 b-exサポートへ”共感”する仲間と共に海外エデュケーションを強化拡大

KAITOK SALON Tomorn Jitklang

b-expertとして仕事ができる事を嬉しく思っています。私はb-ex製品に興味をもったきっかけは、スタイリッシュで他とは違う魅力を感じたところ。THROW COLORを試したところ抜群の使用感で色合いも良くお客様の反応も好評でした。このような感動を多くの方に伝えられるようなb-ex Familyをつくり共に成長していきたいと思っています。

BOY Hair Salon Thanakrit Thanathamrongrit

お客様の髪をやさしく、安全にヘアカラーを楽しんでいただくため、私たち美容師の技術・知識の向上が最も重要な使命だと考えます。そのためb-expertとしてb-ex製品を通じ教育活動を推進していきます。

Kor Muntana Salon Muntana

b-expertの一員になる事は私にとって良い経験です。今の時代、教育は大変重要であり、提供の場が求められています。私たちはb-exと共に、製品だけでなくプロの美容師のニーズを満たす様々なトレーニングを開催していきます。

Madam Salon 789 Titinatt Wonglanon

美容は私のライフスタイルです。b-expertメンバーとしてやっていきたいことは、タイの美容師の技術をアップし、お客様へ製品の素晴らしさを伝えていくこと。そしてサロン業界の質を向上させていきたいです。もっと美容を楽しんでいきましょう！

AMMY HAIR STUDIO Nonglak Ta-Ngam

b-exから新しいテクニックや知識を学び、自ら実践し多くのサロン様や友人に広げていく事が大切だと感じます。b-expertメンバーと一緒に活動していく中で、私たちの成長も楽しみにしてください。

J Land Cut Colour Ketmanee Chachoho

b-ex color製品は、アジアの人々の髪のニーズに応えるブランドとして気に入っています。私たちb-expertは、ヘアトレンドが変化していくように常にスキルをアップデートし、新しい時代を開くサポートをしています。そして、あなた自身の成長を保証します。

2025 EDUCATION STRATEGY

Spring	Autumn
2025.3.25 韓国KIRATERA Launch Event	2025.10.21 日本へ集結！

b-ex International Instagram

b-ex Singapore	b-ex Thailand	b-ex Hong Kong	b-ex Korea

DOMESTIC PROGRAMS

b-ex salon program



PROGRAM_01 Signature Event

満足度120%!! b-exから特別な体験を!

「b-ex インセンティブツアー」

b-exでは、ご愛顧いただいているVIPサロン様との長期的なパートナーシップを築くため、日頃の感謝を込めて海外インセンティブツアーを開催しています。2024年は約70名の美容師さんにご参加いただき、タイ(バンコク・パタヤ)へツアーを実施しました。ツアーは毎年秋ごろに開催され、過去はベトナムやインドネシア(バリ島)、台湾へも訪れ、オーナー様同士の親睦を深めていただきました。2025年も秋ごろ開催予定。ご期待くださいませ!!



PROGRAM_02 New Contents

日本の美容文化を世界に

「小西恭平さんとともにパリコレ初参戦」

b-exでは、美容師さんのクリエイティビティと夢を応援する強い意思をもっていきます。そのためにスキルや感性を高められる場をご提供するなど、美容師さんへのサポートを惜しみません。昨年は小西恭平さん(COA代表取締役)とともに9月のパリコレに訪れ、バックヤードでのヘアメイクとシューティングを実施しました。b-exとしても初となるパリコレへの参加は、「アジアNO.1プロフェッショナル&クリーンビューティー企業グループ」という目標を実現するため、日本だけでなく世界で認められるブランドとなるための貴重な一歩となりました。今後も日本の美容文化を世界に発信しながら、国際的地位の向上を目指します。



パリのロケーションでスタイルブック撮影

b-ex times号の表紙は、パリでシューティングした作品。現地モデルと自分たちで交渉し、パリの街並みでのスタイルブック撮影をしました。「担当させていただいたモデルさんは普段パリコレで活躍する方々で、髪の履歴が複雑で難しさはありましたが、日本のカラー剤でもしっかりと染まりました。また、彼女たちの美しい骨格に合わせたカットがスムーズに進みましたね。パリは日本では撮れないロケーションが多く、どこで撮影しても絵になる美しさを感じました!」

より多くの人に日本の美容の価値を伝えていきたい

今回のパリでのワークについて小西さんは「パリコレでヘアメイクを担当できたことは、非常に大きなステップでした。この経験を通じて、日本の美容技術の素晴らしさを改めて実感しましたし、それを世界に発信する使命感も芽生えました。これからは、より多くの人に日本の美容の価値を伝えていきたいと思っています」。また、この経験から今後のヘアトレンドについても言及。「これからは「エフォートレス」がさらに注目されると思います。ドライな質感ながらもツヤ感があるスタイルは、シンプルながら洗練されています。今回のパリコレでは攻めたナチュラルスタイルが多かったのですが、それをサロンワークに落とし込むことで、新しい提案が可能になると感じました!」



プレッシャーと楽しさで刺激的なパリコレ初参戦

AKITSU デザイナー Chemi Akutami 氏が手掛けるコレクションのバックステージにて「LORETTA AIMER」を使用してヘアメイク。「デザイナーが今回のステージで伝えたいテーマや想いをくみ取りながら、それをヘアスタイルでどう表現するかを考えました。モデル一人ひとりの個性を活かしつつ、ステージ全体の調和を意識したのがポイントです。プレッシャーはもちろんです。それ以上に楽しかった。異なる言語が飛び交う現場では、言葉よりもジェスチャーや想いを伝える姿勢が重要で、意思疎通の壁を乗り越えるプロセス自体が、とても刺激的でした!」

【業界】b-ex財団 内閣府より公益財団法人に認定

美容業界への恩返しのため、「b-ex財団」を設立。美容の未来を担う美容学生に向けた奨学金事業を2025年度より開始

美容業界の益々の維持・発展に貢献することを目的に、一般財団法人b-ex財団を設立し、美容学生に向けた給付型の奨学金事業を立ち上げました。美容の未来を担う人材に、経済的なサポートを通じて、業界のサステナビリティ向上に寄与したいと考えております。これら財団の設立趣旨や活動内容が認められ、2024年11月末に内閣府より公益財団法人に認定されました。

財団名:公益財団法人b-ex財団
設立:2022年7月27日
所在地:東京都世田谷区三宿1-14-8
URL: <https://www.b-ex-foundation.or.jp/>



「輝く未来の美容師へ、一緒に歩むサポートを」

公益財団法人b-ex財団は、美容・健康関連事業に従事する人材の育成を通じて、業界の維持・発展に貢献することを目的に設立されました。美容学生の皆さんは、美容業界で将来働くことを夢見て、資格取得に向けて日々努力を重ねていらっしゃると思います。その一方で、学費や道具代などの金銭的負担の重さから、道半ばで夢を諦めてしまったとの声も耳にします。当財団は、学業優秀で心身ともに健全でありながら、経済的に就学が困難な美容学生の方々に、返済を必要としない奨学金給付の支援を行うことで、次代の美容業界を支える人材育成の一助となることを願っているものであります。この奨学金事業を十分ご理解いただき、また、活用され、学生の皆様一人ひとりが抱かれている夢の実現に少しでもお役立ていただけることをお願いしております。



理事長 結城俊

【社会】b-exのサステナブル活動

b-ex SDGs宣言「私たちは、ミッションである「人生に、新しい美の体験を。」のもと、その実現に向けて世の中に存在する様々な課題と向き合い、それを多くのパートナーとの事業活動を通じて解決していき、持続可能な社会の実現と企業価値の向上を目指します」

2025年、株式会社b-exは創業50周年を迎えました。これまで私たちは「美」と「健康」を追求し、お客様に人生の豊かな感動を届けることを使命としてまいりました。この節目にあたり、企業としての成長を振り返るとともに、未来への責任を一層強く意識しております。現代社会では、環境問題や社会的課題が複雑化し、持続可能なビジネスの必要性が高まっています。私たちはこれらの課題に正面から取り組むため、環境にやさしい製品開発や資源の循環利用を推進しています。特に美容業

界におけるサステナビリティの向上は、b-exの使命であり、業界全体の未来を見据えた取り組みをリードしていきたいと考えております。「人生に、新しい美の体験を。」というミッションのもと、私たちは今後も美容を通じて社会と環境に貢献し、持続可能な未来を築くために全力で取り組んでまいります。



グループCEO 福井敏浩

活動報告

「事業活動による環境負荷低減」

製品物流

物流のモーダルシフト拡大

プラスチック使用量の削減 FSC認証紙の採用 環境配慮型容器の採用

啓蒙活動 「グリーンマインドの浸透」

世界生物多様性会議での講演

東西リパークリール開催

オーライト空容器回収

DE&I 「誰も取り残さない平等な社会の実現」

「えるぼし」認定3段目(最高位)取得

b-ex人権方針策定

LGBTQ相談窓口設置

D&Iアワード2024 ADVANCE認証

教育活動 「美容業界のサステナビリティ向上」

b-ex paletteによる教育機会の提供

美容専門学校への授業サポート

b-ex SDGs推進プロジェクトメンバーからのメッセージ

これからのサプライチェーンマネジメントの“あるべき姿”を考えて社員一人ひとりが「自分ごと」としてSDGsに共感できるように

- ① SCMの役割: 調達から物流を効率化し、環境配慮型包材を採用。
- ② SDGs推進: 社員教育を通じ、SDGsを業務に活かす活動を展開。
- ③ 地域貢献: 清掃活動で地域貢献し、社内の絆も強化。

マーケティング本部 伊藤光司

R&D部 藤井美巴

b-ex SDGs レポートはこちら



TOKYO
AIN./ANLY.
長谷川裕二さん 黒山慶司さん
AIN.ANLY.



OSAKA & TOKYO
Bonheur
森武志さん 杉岡真衣さん
Bonheur



IBARAKI
YOCOUCHI&CO.
横内尚樹さん

FUKUSHIMA & TOKYO and more
FIVESTAR
佐久間正之さん



FIVESTAR

2025 SALON INTERVIEW

独自

ウイニング戦略と

重要

グラデーション経営

時代の変化スピードが速まる中、着実に実績と成果を上げるサロンがある。それぞれが独自の戦略を編み出し、時代のスピードに沿い、あるいは先取りして勝ちを作ってきた。そんな今、これからの勝ち戦略のひとつとして挙げられるのが『グラデーション経営』だといわれている。経営において物事を二分法で捉えるのではなく、多様性や柔軟性を取り入れる考え方で、特に多様な価値観を持つ顧客層を対象とする美容業界において重要視されている。今回は独自の勝ち戦略をもつサロンのグラデーション経営へのアプローチを聞いてみた。

FUKUOKA&TOKYO&KUMAMOTO

VOTAN
石橋輝一さん
伊崎優李さん



VOTAN GROUP



TOKYO
NIMO.
和田かな子さん



OSAKA
TIDE HAIR
松原来人さん

HYOGO
SLASH
菊谷修平さん



Interviewer
— CHOKI CHOKI編集長
三浦伸司

サロンの財産は「人」だと言われます。これからAIの波が来ようとも、それは変わらない。と。今回のインタビューでは、そのことを再認識しました。ウイニング戦略の芯には、「人」に対する熱量と思いがある。ハートの部分でもカッコいい美容師さん、いいですね!



01 | YOUCOUCHI&CO. 横内尚樹さん

今の競合はホテルやテーマパークです

KEYWORD **ドミナント戦略**

大事なのはマーケティングではなく、好きかどうかと土地の理解

創業2年目の2店舗目あたりは、もう戦略じゃなくて気持ちですよ。スタッフが10人いて「こいつらをなんとかしなきゃ、笑顔にしたいんだ」ってだけで。そうして頑張ってお店が増えていって「これってドミナント戦略？」って気づいて、そこから本格的に勉強しました。

つくば以外の場所でも店舗は考えました。でも、人口動態などいろいろ考えた結果、自分たちの「最適な売り上げ規模」があるということに気づいた。自分たちの求めるビジョンとか本質的なところで、気持ちよく働ける適正な大きさがある。それと「そこが好きかどうか」が大事。それぞれの土地には気質もあるし、その深いところを理解しないと、やれる、なんていうのはマーケティング上の話だけです。

各店舗はコンセプトと名前は変えています。つくばの商圈を分析して、お客様の層や年代でずらすようにレイヤーを作ってお店を展開しています。そうすれば同じパイをくわいあうこともないし、働くクルーとのマッチングもできて、離職を減らすことにもつながります。今やつくばでこの規模感だと、競合もないです。競合だと思っているのは、むしろホテルやテーマパークです。スケールは使う金額で考えないと。



KEYWORD **グラデーション**

なかなか難しいですが、働き方が「選べる」というのはいいと思います

グラデーション……働き方の多様性については、ウチもすでに取り組んでいます。例えばヘアメイクをやりたんだというスタッフがいて、じゃあウチでフリーランスやれば、と。それは副業のケースですが、ほかにも子育て、介護があってフリーランスになるほうが時間的に都合がいいなどありますので、働き方に合わせて雇用形態を広げていっています。

ただしフリーランスになるには条件があって、ウチのイズムを身体に入れていること。以前は5年にしていたんですが、うまくいかなくて今は10年にしています。でも難しいですよ。僕らレギュラーサロンでも、フリーランス契約をやりはじめましたが、こうしてよかったのかはまだ答えは出ていない気がします。

でも「選べる」というのはいいことだと思います。会社の中で働き方を選んで、完全に関係が切れるんじゃないかと、何かしらの繋がりは持っていたと思うので。

KIRATERA、調子いいです



「キラテラ、めっちゃいいですよ。ダブルカラーにめっちゃいいですね。ウチでダブルカラーをやっているのは、このセンスオブワンダーという店舗がメインですが、狙った感じに発色が出やすく、使う方のスタッフ受けもいいんですよ。みなさん、取引が増えてるんじゃないですか？ やっぱり？ そうですよ！」

プロフェッショナル事業本部 東日本営業部 フィールドマーケット 浅野穂穂



KEYWORD **理念**

大事なのは「人」、会社のイズムを常に話して浸透させてきた

店舗展開の主役になるのは、やはり人です。立ち上げ当初から『みんな笑顔になるお店にしたい、自分と関わる人が笑顔になるようにしたい』と考えていました。それに沿って理念も行動指針も掲げました。「YOUCOUCHI&CO.を通じて関わる人達の人生をより良いものにする」ことがミッション。「人を創る」ということが理念です。経営方針には「社員とその家族を幸せにすること」を立て、掃除でも笑顔でも全てに対して凡事徹底しようなど、行動指針もしっかりと作っています。これらのことは、常に話して浸透させてきました。

それを基にイズムを養い、人が育ったらお店を出すのがウチのやりかたです。リーダーを決めるときは判断は、誠実かどうか。売り上げじゃない。リーダーのタイプも様々なので、いいところを見つけて伸ばして、僕がフォローします。任せきりじゃなくて、任せきりけどフォローをするのが大事。そうしたリーダーがいて、そのお店ごとの特性があって、一枚岩になってこそだと思います。そこがチェーン店とは違うところだと思います。



SHOP INFORMATION
YOUCOUCHI&CO.
2011年4月「artisanale」を皮切りに、同市内で7店舗を展開するグループ。名前を変えてコンセプトを明確にし、ターゲットを年代、嗜好によって階層分け、エリア内での幅広い顧客獲得を達成する。美容室だけでなく、アイラッシュ、アパレルなど幅広く事業展開。写真の「SENSE OF WONDER」には古着ショップを併設する。
SENSE OF WONDER
茨城県つくば市下平塚870-4



KEYWORD **お互いの意思と役割**

お互いにリスペクトをもって、しっかり話し合ってる



長谷川「僕は美容師さんって従事年数が短いと思っているんです。でもハサミを持つ以外の可能性を持っている。そのセカンドキャリアを叶えるにはお店があったほうがやりやすいと考えていました。そこで学生時代の一つ下の黒山に声をかけました」

黒山「僕はずっと美容師を志していた。こんな人になりたいって思われるくらい、第一線で。働きやすさ、チャレンジしやすい環境があるサロンを作りたいと思っていました」

長谷川「この点は、一致していません。性格のタイプも違うし、意見を無理に一致させることはあまりないです。でも、めっちゃ話し合います。一時期なんて毎日2時まで、週8ペースでやりました(笑)。たまにお互いイラッとしますが(笑)、お互いリスペクトがあるので、ちゃんと言い合ってるって進んでいっています」

黒山「長谷川さんが全体的に俯瞰して、先のことを見てくれていると思います。そこに僕がサロンワークの現場で感じたことを擦り合わせていって、フィットさせていく感じはします」

長谷川「お互いですよ。アイデア出し合ってる、それを形にして」

黒山「苦難の連続ではあるんですが、絶対いけると思っています。お互いひとつのことに対して絶対やりきると思っているから。着実に固めながらやっていこう」



プロフェッショナル事業本部 東日本営業部 第三支店/支店長代行 福業光彦

KEYWORD **グラデーション**

未来にまで視野に入れた働き方を提案する

黒山「スタッフについては、アシスタントは正社員ですが、スタイリストは業務委託も選べるようにしています。業務委託ですが、始業から終業までいて、自分のお客様がいないときは、スタッフの教育やSNSの発信も業務としてやってもらっています」

長谷川「業務委託は給与面で収入が多い一方で、税金など自分で知らなきゃいけないことがある。『社会力』という意味でも、知って損じゃない部分を勉強することができる。それには真摯に向き合ってる、しっかり教えます。今は昔と違って同じ会社について安定するのではなく、キャリアアップのためにどんどん場所を変えていくイメージがあります。正社員か業務委託かというのは、本人的にはあまり興味がないかもしれないですね」

黒山「業務委託だったら、将来こういうキャリア形成があるよ、というカタチも考えています。40代50代になったら事業をするとか、一緒に会社をしようとか」

02 | AIN./ ANLY. 長谷川裕二さん 黒山慶司さん

AIN./ ANLY.

サロン経営で縦軸、そのほかの事業で横軸を形成し、未来を支えられるように



SHOP INFORMATION
AIN./ANLY.
何ものにも置き換えて使うことができる【A】。たくさんの人がさまざまな価値を感じるAになり、たくさんの人が【IN】でできるお店。ANLY.は、ONE& ONLY. 唯一無二のサロンが由来となっている。サロン経営の会社は2020年に発足し、現在はSNS運営や撮影など別の事業を行う子会社を3社展開している。
ANLY.
東京都渋谷区神宮前6丁目7-14 2F



KIRATERA、好評です



長谷川「もともとTHROWを使わせていただいていたんですが、KIRATERAはすごいです。いつも一番使っているメーカーさんから、これおすすめって言われたら、それは導入しますよね。いいに決まってるでしょ」

黒山「色がしっかり出るの、若いお客様にはメインのカラーとして、年配のお客様には補色やアクセントとして入れています。スタッフからも色がしっかり出るわりに、クセがなくて扱いやすいと好評。狙った色への再現率が高いので、お客様からの信頼も厚いですよ」

PROFILE 黒山慶司さん

CEO。関西美容専門学校卒業。長谷川氏の1学年下で、都内サロンへ入社。長谷川氏からの誘いに即答し、ANLY. ができるタイミングで合流した。パーマ技術に高い評価があり、長く美容師を続けたいという意志のもと、サロンワークで現場を引っ張っている。

03 Interview

Bonheur Bonheur

森武志さん、杉岡真衣さん

お金や時間に上限なく美容を 楽しんでほしいという環境を作り続ける



杉岡真衣さん

副社長。関西美容専門学校を卒業後、Bonheurの前身であるサロンに入社。そこで現代表の森氏のアシスタントに就き、以来「人生の半分は一緒にいる」くらい行動をともにする。「森さんは、一緒に育てていただいた、生え抜きの師匠です」とか、店名のBonheurを名付け親。



KEYWORD 教育方針

従業員満足度、 コア従業員幸福度で1位を獲得！

森「ウチは教育にはめちゃめちゃお金と時間をかけていますね。関西で規模感でいえば一番かも。とにかく若手の成長を促す。この10年の速度感よりも、これから10年のほうが5倍成長できると思っています」

杉岡「教育は技術レッスンというより、その根底にある美容師としてのあり方とか、人生をどうハッピーにしていこうかなどを新人1ヶ月めからしっかり伝えていきます。だから本人たちがこうなりたいという意志のまま頑張ってくれる。私たちにリーダー論を学ぶ機会がありますし、その人のフェーズごとに外部の研修をめちゃ入れていきますね。その人の成長のための学びが常にあるという感じです」

森「会社の中でも高め合う機会はある。店長同士、ときにはパチパチに言い合ったりします。『馴れ合いではなく高め合い』が僕らのテーマなので。打ち上げも笑いあり涙ありだし、情熱の会社なんです。ウチ。それで、うれしいことに従業員満足度、コア従業員幸福度を示す指標があって、いろいろな有名企業がある中で、ウチが2年連続1位をいただきました」

杉岡「それが答えというか。ここに来てやりがいを感じられる、この会社でよくなったって思ってもらっているんだと。とてもうれしいです」

KEYWORD マインド

物心両面を豊かに、 そしてカッコよくあれ！

森「僕はバリバリのプレイヤーだったんです。しかし、会社を作るときに考え方を180°変えました。それは会社は大きくならない。まず理念を『物心両面の幸せを叶える』と決めました。本人が豊かになり満たされれば、その子たちがお客様を幸せにする。するとお客様があふれる店になるから、次の店舗が必要になる。僕は店舗数の“拡大”には興味がありません。やりたいのは、そういう充実して広がる“拡充”です。『ノンダメージサロン』に着目したのも、みんなが豊かになるため。これが飛躍の一つのきっかけになりました」

杉岡「森がパートナーやお客様に対して大事にしているマインドがあって、それを素にしたマインドブックというウチの物差しがあるんです。『美容の仕事を通じて未来をデザインする』というフィロソフィーがあって、それぞれの立場の行動指針を記しています」

森「その一方で、僕たちは絶対カッコよくないダメなんです。作るデザイン、やっていることが一番カッコいい、みんなで作ってこうとヘアショーも本気でやっています」

杉岡「日常的にも、社内にはデザイン部、カラー部、メンズ部など部活があって、それぞれ興味がある分野で技術を磨けるような環境をつくっているんです」



KEYWORD グラデーション

会社はお店も制度もどんどん 変化していかなければいけない

森「僕はよくパートナーたちには、選択肢の多い人生を歩んでほしいと言います。社内にもいろんな働き方があるというカタチを作りたいと思っています。例えばトータルビューティまでやりたい子がいるれば、資格を取りに行ってもらうこともできます。また、大阪の茨木にはマンツーマンサロンを作りました。一人で全部やりたいという子もいるし、ママさん美容師もいるので。さらにそこから発展させた形態のお店も用意します。会社はどんどん変化していかなければいけないんです」

杉岡「働き方も、早番遅番というシステムを作っています。早番なら9時半出社で6時半まで、遅番なら12時半出社。導入当時は他のサロンさんから、それだとサポートするんじゃないの？ って言われたりもしましたが、全然そんなことないです。逆に時間外にがんがんでモデルやるようになったりしました。時間の使い方を考えるようになったというか、みんな目標に対してつなげる行動をするようになりましたよ」



プロフェッショナル事業本部
西日本営業部
大阪支店/
フィールドマーケット
橋本社一部



KIRATERA、白髪カバーもキレイに仕上がります



森「発売前から業界では話題でしたし、入れてみたら、発色、塗りやすさがいい。経営者からすると、オキシ2倍っていうのもデカイ。高品質で安い、いいバランスだと思います」

杉岡「トレンドをとらえているし、混ぜたりなくても発色がいいので使いやすいんです。若い世代だけではなく、最近のミドル世代って若々しくて、白髪もカバーしたいけど楽しみたいという方が大勢いらっしゃる。KIRATERAだと白髪カバーが、めちゃめちゃ綺麗に出てるんです。幅広い世代に使えるって」

SHOP INFORMATION



Bonheur

ポータルは、フランス語で幸せの意味。店舗展開や待遇など、事業運営全てにわたって「人」を重視。特に教育には関西随一の力を入れており、外部機関の調査による従業員満足度1位など、実質的な成果を挙げている。2023年には銀座にも出店。2025年には7店舗から3店舗増え、100名規模のサロンになる。

Bonheur OSAKA
大阪市北区茶屋町13-6 TAG茶屋町4F



森武志さん

代表。高津理容美容専門学校を卒業し、1店舗を経て、今の前身であるサロンへ。2013年に事業譲渡され創業した。雑誌、コンテストで輝いた活躍をし、高い売り上げも誇る超プレイヤーであったが、社長就任前から経営塾に通い、経営者として意識転換。スタッフを「パートナー」と呼ぶなど、独自視点の経営姿勢をもつ。

KEYWORD はじまりと歴史

リクルート社員からサロン経営者へ転身 働き方改革、ブランドサロンの設立を実現

『美容業界に明るい未来を作り出す』ことが僕の大義です。前職のリクルート時代に見た美容室の過酷な労働環境をとにかく改善したい。その思いで起業しました。社員の給与を高くすることはもちろん、当時の美容業界では少なかった産育休取得から復帰までが当たり前でできる環境などを整え、すべての社員がどんなライフステージでも安心して働ける会社に。自身の会社員時代のマーケティング経験から集客に不安はなかったため、店舗数拡大には積極的に挑戦し続けました。

でも、サロン経営は常に順風満帆ではありません。人手不足、社員同士の人間トラブル、コロナ禍。頼りにしていた店長たちの独立のタイミングが重なった時は寝込むほどでした。それでも、ベテランが抜けたことは若返りの絶好の機会と捉えて新卒採用に注力したり、ママ美容師が働きやすい条件を揃えてリターンへの道を整えるなど、どんなときもピンチを成長のチャンスに変えてきました。



プロフェッショナル事業本部
東日本営業部
第三支店/チーフ
坂田周平



そうして今では50店舗も目前、200名以上の規模に。2021年には表参道に日本初の韓国トレンドヘア特化サロン『uni』をオープンし、日本における韓国ヘアブームを牽引。さらに2025年にはカミカスマたちが率いるブランドサロン『MUKU』を新たにオープンしました。強力なブランド力と業界トップレベルの働きやすい環境を両立させながら、さらに高みを目指していきます。

KEYWORD グラデーション

会社の成長とともに多様化するニーズ グラデーションの調和が経営の鍵

福島で創業した当社ですが、今では東京から北関東、東北全域にまで展開エリアが広がっています。さらに、創業から10年以上が経ってベテランから新人まで幅広い層の社員が存在するようになると、社員が会社に求めるものもお客様のニーズも非常に多様化します。このカオスとも言えるグラデーションをいかに調和させるかが経営の大きな課題のひとつです。

顧客ニーズに関しては、表参道や原宿などの流行の発信地でトップブランドサロンを展開する傍ら、地方ではそれぞれのエリアで求められる価格帯やデザインコンセプトを持った地域密着型のブランドを複数展開することで応えています。同じ社内で流行の最先端に触れられることは、地方のサロンで働く社員にとっても大きな魅力と利点になっています。

また、多様化した社員の生の声を僕が自らヒアリングしたり、社員同士の交流を深めることは、カルチャーの醸成や愛社精神の育成において何より重要だと考えており、エリアが拡大しても社員が一同に介するイベントは大切に続けています。

KIRATEARAはコスト的にもメリット大



「ウチの材料選びの基準は、①コスト、②スタッフの反応、③メーカーのバックアップ体制です。特にスタッフの反応は重要で、現場で使いやすい満足度が高いものを優先しています。『KIRATERA』は発色がよく、オキシを増やして、使えるのがコスト的にも大きなメリットですね」

04 Interview

FIVE STAR

佐久間正之さん

FIVESTAR

働き方改革やブランドづくりで 美容業界全体をアップデート させ続けたい

KEYWORD 心構え

正しいこと・求められることを追求し 美容業界全体に貢献していきたい

美容師ではない僕がサロン経営者として社内外から信頼してもらえるようになった理由は、常に正しいことを追求し続けているからだと思っています。かつて「3K」とまで言われていた美容師の労働環境の改善は、単なる僕のエゴで成し遂げたかったことではなく、美容業界にとっても日本経済にとっても必要なことだったはず。世の中に求められていることや、人道的・倫理的に正しいことを実践するのが経営者のあるべき姿です。

コロナ禍では、経営をさらに追求するために慶應義塾大学大学院のMBAで学び直し、そこで「美容師の離職の要因と雇用の長期化」というテーマで研究論文を出しました。この研究で退職理由の見え方・対策を打てるようになったことは実際の経営でも役立っています。

昨年は業界に先駆けて新卒初任給を25万円にすることを発表しました。革命的な発表で注目されましたが、美容業界も国が求める所得増の方策に沿っていくべきだと思ったんです。そうすれば美容師を目指す若者も増え、業界も活性化します。これからも業界全体のレベルアップに貢献していきたいです。



佐久間正之さん

ファイスターグループ代表。福島県郡山市出身。慶應義塾大学大学院MBA修了。大学卒業後、化粧品会社やリクルート社にて美容関連の企画営業に従事した。2011年に起業。国内で4つの法人を経営し、美容サロンブランドを国内外に45店舗を展開している。

SHOP INFORMATION



株式会社ファイスター

2013年福島県創業。東北No.1ヘアサロンブランド『MACARON』や、日本初の韓国トレンドヘア特化サロン『uni』(表参道・原宿)などをはじめ、国内6ブランドを展開している総合美容グループ。東京の最先端のトレンドを発信しながら各地域の顧客ニーズを捉えたハイクオリティな美容サービスを提供している。

uni表参道
渋谷区神宮前4-11-13



KEYWORD コンセプト

あなただけのオンリーワンを見つけます

女の子だけのサロンをたちあげた理由は、女の子同士でしか話せない悩みやコンプレックスを共感できる集団にしたかったからです。自分たちの経験からもアドバイスができ、お客様からの声もすぐよくて、女性に担当してもらいたいと思う方も多く来ていただいています。スタッフ同士でも共感や、ひらめきがすぐ話しやすい環境だし、スタートが女の子だけだったのもあり、ものすごく働きやすく、もしかしたらこれが新しい何かを生み出すかも?と思い、思い切って女の子だけのサロンでNo.1を目指すことに決めました。キーワードは「ビジュアル偏差値を上げるサロン」です。女の子のコンプレックスや悩みを本気の似合わせで解決させるサロンにしていきたいと考えています。

推しているのは『色素薄め』のスタイル。実は内装もページュをベースとした、女の子が好きな淡い色合いにして、セット面から床や、天井から全て私自信で決めて色合わせをしています!スタッフの髪色も規定があり、13トーン以上の淡いカラーになっていて、たくさんの方が憧れる、一度は挑戦したい!と誰もが可愛いと思うカラーにしています。

今は韓国系が流行っていて、ツヤ髪、暗髪がブームですが、次必ず『色素薄めカラー』が流行ります。私たちが淡い『モテる♡』と流行らせていきたいです!(笑)



PROFILE
和田かな子さん
 NIMO.代表。幼少期から美容師になることを志し、東京ベルエポック美容専門学校へ入学。卒業後に、都内1店舗を経て独立した。Instagramには自身のプロフィールをユニークにまとめた投稿を固定している。詳細はそちらに。デジタルサロン協会の広報も務める。



KIRATERAは色落ちの色もい



「私たちスタッフも全員KIRATERAで染めています。いいのは、ウチが推している色素薄い感じの柔らかいミルクティページュも、残留しないのできれいに色落ちしてくれるところ。さらに結構濃く入れたとしても色落ちが可愛くなって、フラットに戻ってくれます。金髪に戻りたいわけじゃないから、うまく落ちてくれるようならウチも導入したいと思っていて、よかったので全部入れました!」

Interview 05

NIMO. 和田かな子さん



歴史に残るような女の子だけのサロンの日本一を目指します

SHOP INFORMATION



NIMO.
 2022年に前身であるNIMOがスタート。2024年和田さんが単独代表として、NIMO.と表記を変更して、あらためてスタートした。女の子だけで、ビジュアル偏差値をあげるサロン」を標榜し、女の子らしさと女の子だからこそのサービスを提供する。

NIMO.
 渋谷区神宮前4丁目32-13 7F



プロフェッショナル事業本部
 東日本営業部
 第三支店/
 フィールドマーケター
 小黒ひかる



KEYWORD ワンピース

目指すは『麦わら一味』

私はマンガのワンピースが好きでよく話のですが、麦わら海賊団は人数は多くないのですが、それぞれが個性豊かで強いじゃないですか、美容師で言えばカットが1位とか、アレンジが1位とか、そんな仲間になりたいと思います。その強さが増えていったのがNIMO.。今、受付に花瓶が置いてあるのですが、スタッフ1人1人がオシャレだと思った花瓶を選んできてもらって飾っています。似たようで違う、そして違うようで合わせることでさらにオシャレが増す、そう言ったことが内装でも表現できたらと思って飾っています!

サロン内では特に魅せ方にこだわっていて髪色はもちろん、メイクやファッションをいつも違うモノにして飽きさせないでね、と伝えています。みんな毎日頑張っていますよ。ちょっと違うだけで互いに褒め合う、そんな仲間達で自己肯定感も上がるような女の子集団になっています。指摘し合うより、肯定し合っただけです。教育においても、NIMO.では、『勝ち癖』をつけさせ自信をつける取り組みをしています。褒められて嬉しくない人なんていないですよ!ね♡

失敗してみても気づくことも多いと思います。実際、失敗した数で成功の鍵を掴むということの方が昔は多かったと思いますし、私の時代もそういう教育でした。でもその失敗の数で自信をなくして見失う女の子たちを見てきて、『私だったら失敗の経験を教えて、失敗させるのを減らして勝ち癖をつけれる?』と思って、教育は常にやってみて!だけではなく、結果から入って成功の道まで導くようにしています!これはたくさん失敗してきた私たちだからできる教育です♡まだまだ課題の多いところもあるので、常に進化していきます!

KEYWORD グラデーション

可能性を広げ、女の子が美容師を続けられるシステム



誰もが平等にあるのが【時間】です。私は女の子の幸せに結婚や子どもも含まれる、そのタイミングで美容師の時間を削ることにより、【売れ続ける可能性】を減らしてしまうかもしれないと考えています。そこで結婚や子どもが欲しいタイミング、自分の人生設計を1人ずつ聞いて、それに合わせてサロンワークをベースに、今後考えているプロジェクトやトータルサロンの事業、SNSなどの仕事の役割分担をして、フルタイムで労働しなくても美容師が続けられて、さらに得意分野を生み出す準備

をしています! 現在でもNIMO.にはすでに子ども2人いるママがいて、ハーフタイムの勤務時間や、土日の休暇に対してもしっかり柔軟に対応しています!

未来は3年で原宿表参道エリアに3店舗。一人一人の個性を活かせる、トータルでプロデュースできるサロンを作りたい。その子の将来を背負う覚悟があるので、ここからもっと成長していきたいと思っています!



KEYWORD はじまりのストーリー

SNSを活用し、共鳴してくれる美容師さんが集まりました

きっかけは姫路を盛り上げたいという気持ちでした。地方のサロンには課題があって、離職率が高い労働環境もいと言えず、美容師さんのキャリア形成のカタチに限られている。生涯美容師を続けられるようなキャリアパスを作りたい、そんな仕組みを作りたいと考えていました。お客様も、なりたいた髪型を姫路では叶えられないと諦めてしまっ、東京や大阪へ行ってしまう。この状態をなんとかしたい!!と。

自分がフリーランス時代に取締役の平岡歩と出会って共鳴し、兄の平岡雄樹とともに、2022年に会社を立ち上げました。三人で柱となる「繋ぐ。ミライへ」というパーパスをはじめ経営理念をつくり、仕組みづくりを進め、それぞれが発信していました。「この姫路で、その姿に憧れる学生さんたちがいて、みんなに勇気を与えているから、みんなでもっとやっというよ」って。そうしたら、共感してくれる仲間が集まりはじまりました。みんなお客様のことを本気で思っている美容師さんばかりです。

大きな武器となっているのが、SNSです。個人ブランディングもできるから、十分戦っていける。ウチの仕組みが広がって、全国にシンボルサロンができてくれればいいなと思っています。



プロフェッショナル事業本部
 西日本営業部
 大阪支店/
 フィールドマーケター
 岩本和太



教育しやすく、お客様に価値を説明しやすい商品を導入



「ウチで新しい材料を導入する基準は、やはりスタッフに教育しやすいという部分です。使いやすい、わかりやすい、お客様に価値を説明しやすいということが大事です。それと美容師のこだわりをかなえられる幅があるかどうかも重要です。フリーランスの方にも新商品の講習を一緒に受けてもらって、マニュアルに落とし込んでもらっています。そこもハイブリッドサロンならではのメリットだと思います!」

KEYWORD オペレーション

業務効率化を推進し、心理的安全性も確保した環境をつくる

我々運営は、スタッフに対しては本人を主人公にプロデュースする細かなマニュアルをつくり、提供しています。しかし会社のパーパスに対してはみんなが対等です。理念と一緒に考えていきたい、みんなが大事にしたいから。そこに上下はなく、みんなそれぞれ助け合って自分が生きている、応援し合おうという風土を築いています。特徴的なことという、家族、兄弟を無料にする制度をつくったのも、周りの人のおかげで今の自分があることを再確認してもらおうというのが狙いなんです。

ほかにも運営に関して独自のことは、まず朝礼、終礼は廃止しています。オンラインで完結できるし、効率よく時間を使うために。またDiscordというマニュアルアプリを使って、みんなの状況や目標が共有できるようにしています。さらにチームにはファイナンシャルプランナーもいるので、お金の面でも勉強ができるようにサポートしています。

これからも心理的に安心して働ける環境整備とともに、スタッフの個性と可能性を伸ばして、ファン客が増えるような取り組みをどんどんしていこうと考えています。



KEYWORD グラデーション

フリーランスと正社員がともに働くハイブリッド型サロン

グラデーションでいえば、ウチの特徴の一つであるフリーランスと正社員が共存するハイブリッド型があたるといいます。フリーランスの方は自分の仕事だけでなく、正社員への技術教育や掃除などの実作業も担っていただきます。教え、教わる環境はお互いの学びにつながり、お互いがリスペクトしあって共存できるようになっていくんです。

このハイブリッドを可能にしたひとつは、マンツーマンサロンであることがありますが。今は体験に価値がある時代だと思います。その中で、お客様が感動するような体験を提供できる、それはマンツーマンスタイルで生まれやすいと考えます。そうした価値を提供できれば、単価が高くとれるというメリットもあります。今、姫路での平均客単価は7000円くらいですが、ウチでは若手スタイリストでも平均14,000円を頂いています。

このスタイルにはもちろんSNSが欠かせません。本人の技術力、人間力を発信して、自己ブランディングがしやすい今の時代にマッチしたスタイルかなと思います。

Interview 06

SLASH 菊谷修平さん



姫路で地域オンリーワンのシンボルサロンをつくり、全国へ広げたい

PROFILE
菊谷修平さん
 株式会社s.l.d代表取締役。姫路理容美容専門学校を卒業後、2店舗、フリーランスを経て、2022年に会社設立。美容学校の講師を務めるほか、自身でも公式サイトをもち、サロンコンサルやベットのショップの経営にも携わるなど、マルチに活動している。

SHOP INFORMATION



SLASH
 SNSマーケティング、正社員×フリーランスのハイブリッド型、全席個室のマンツーマンと、時代をリードする経営方式をとるサロン。姫路を盛り上げたいという旗印のもと、2023年に創業。2年目で2店舗目をオープンするなど勢いをつかんでいる。

SLASH white
 姫路市北条町1丁目9 久宝寺ビル 2F

KEYWORD コンセプト

好きなものを伸ばしていこうと発信したら、共感するお客様がすぐ増えました

昨年11月に高槻に4店舗目をオープンすることができました。ウチは、「スタッフの個性、専門性を高めて質の高いサービスを提供したい」というコンセプトでやっています。いま、結構理想的な形になってきたかなとは思っています。コンロウもあれば、フェードもいる。ハイトーンも、ナチュラルもビジネスもコンサバもいる。ジャンルで六角形のレーダーチャートを作ったときに、きれいな円に近づいている状態が、ちょうどバランスがいいんです。それも大阪市内じゃなく、北摂エリアで、場所じゃない、というところを見せたいですね。

もうひとつ好調の理由があるとしたら、ウチの施術料金は平均的な価格に比べたら、気持ち安いかもしれません。僕自身の本質、企業理念に通じる部分にあるのですが「来てくださる方をたくさん喜ばせたい」とすぐ思っています。できる範囲で、できるだけいろんな方に来ていただきたい、その気持ちが料金設定につながっています。ここじゃないとできないという個性を武器にしているので、また来ていただきたいという思いもあって、料金を安く設定できるのかなと思います。



KIRATERA、お客様からもスタッフからも評判いいです



「ナチュラルにしたいときも、個性的な鮮やかな色を出したい時にも、幅広く使えると好評です。経営面から言ってもコスパはいいですし、複雑な色調をせずに、シンプルな調色でいろんな色が表現できます。いろんなチャートを見て、ウチのお客様に合うなと思って導入させていただきました。お客様が喜んでくれる、スタッフが喜んでくれる。調子いいと思います」

07 TIDE HAIR 松原来人さん

スタッフの個性を伸ばし、この場所から関西一、そして海外を目指す

TIDE HAIR

名前は潮の満ち引きが由来。いい時も良くない時も楽しんで乗り越えていこうという思いが込められている。ハイトーンやコンロウなどの尖ったスタイルから、ナチュラル、コンサバまで幅広い客層を、それぞれ専門性の高いスタッフが担当する。昨年11月に大阪高槻市に4店舗目をオープン。次の視線は海外に向けられている。



TIDE HAIR 茨木店
大阪府茨木市宮元町1-29



KEYWORD グラデーション

美容以外の活動がクリエイティブな発想として活かせる

個性を伸ばすのは、美容技術だけにはとどまりません。ファッションは自由、クトゥーもOK、副業をしてもかまいません。僕自身が、カフェが好きでカフェをやっていますし、音楽活動をしている子もいるし、YouTubeやっている子もいます。僕の考え方として、いろんなことに興味を持って、いろいろ美容以外で気づきを広く持てば、新しいクリエイティブな発想として、美容に活かせるのでないかと思っています。ですからウチには正社員もいますし、個人事業主として業務委託契約もいます。別な活動をするために休みの日数とか、自分で時間調整できますしね。

大きさではなく本当に、本業が歌を歌うことで、美容が趣味でもいいと思うんですよ。絶対に美容が一番じゃないといけないという感じではありません。本人が楽しく、それが好きというのであればそれでいい。それをみんなで応援したいですね。これをグラデーションというのかはわかりませんが、選べるようにはしています。

プロフェッショナル事業部
本社営業部/支店長代行
酒井宏煇



松原来人さん

株式会社TOTB代表取締役。高校卒業後に美容室で働きながら、関西美容専門学校に通って美容免許を取得。26歳の時にオーストラリアへ渡り、2年間美容師を経験。帰国後に1店舗を経て、29歳の時に自身のサロン「TIDE HAIR」をオープンした。

KEYWORD 育成方針

スタッフに対しても個性を伸ばす方針で、チャレンジ魂を大事にする

スタッフに対しては、お店のコンセプトと同じスタンスで、個性を大切にということを重視しています。あまりこうあるべき、こうじゃないとあかんっていうルールは作りたくないんです。そういうルールを作りすぎると、いざ自分の好きなことを伸ばしていきたいとなったときに、そう思わせない環境に感じる子が多くなってしまいます。だからやりたいことがあると、基本的には「どどんやれ」。もちろん失敗もありますが、トライこそが大事。チャレンジする行動を伸ばしていきたいんです。僕自身もリーダーとして、自分でチャレンジしていく姿を見せたいという思いが強いんですね。

それぞれが個性を出していくとスタッフ同士がバチバチするかというと、そんなことはありません。それぞれを尊重し合うことを方針として、自分がこうだと主張するぶん、受け入れる姿勢を持っています。「自分よりこのスタッフが上手なので」と、紹介しあうこともあるくらい。自分ができることは素直に言うし、そこで助け合う。そんな風土が醸成されています。



Interview 08

VOTAN 石橋輝一さん 伊崎優李さん

VOTAN GROUP

人に期待し続け、人が育ってきたことが店舗展開ができた要因

KEYWORD 人材育成

人のためにちゃんとやる、人に期待をし続ける



石橋「お店の展開が広がってきたのは、間違いなく人が育ってきたことが要因です。我々が考えているのは、とにかく人に期待をし続けること。「この子のためにこういうことをしなきゃ」って、そこからなにか生まれるものがあると思っています。その代表例が伊崎です。夢を叶えさせてあげる第一号でした。伊崎の成功でどんどんプラスが生まれ、2023年の渋谷への進出にもつながりました。基本的に僕らはみんなに売ってほしい、お給料をとってほしいと考えています。そのためにはどうしたらいいのかを考える。トレンドだけではなく、福岡というエリアを理解する。今は韓国ヘアをキーワードにしていますが、売れるためならそのときの時流に乗り換えることにも抵抗はありません」

伊崎「私はお店のコンセプト、ターゲット層、内装まで全部任せていただきました。今はスタッフの育成も担っています。次世代には長所を伸ばすように、やりたいことのために必要なかなどを話すようにしています。そのほうが楽しくなるし、考えて動くようになってくるから。いつか私がいなくなっても回るようなお店を作りたいし、また新しいジャンルでそんな若い子との関係がお店が作れたらいいと思います」

KEYWORD グラデーション

副業はアリだとは思いますが、まず美容師として成功しないと

石橋「VOTANではアイサロン事業、ウェディング前撮り事業、OEMメーカー事業、アパレル事業、リクルート事業、デザイン制作など、いろいろな事業もやっています。また僕はVOTANとは別に個人的にイベント、動画制作会社もやっています。つまり副業はOK。もしスタッフがそちらもやりたいと言ったら、条件はありますが一緒にやろうって言います。ほかにはインフルエンサーもやっていますし、そうやって軸は美容師だけど、ほかのこともやるという働き方のグラデーションのひとつだと思っていますから。ただし、この副業については、中途半端な人がそれを選びやすいという問題が起こりがちだと思っています。まず美容師として成功しないと。その努力を経験して1になっていないと、いくら掛け算しても意味がない。ですので、VOTANではまずちゃんと売上を作っておかないと認めません。規定は200万円です。200万円売れないと、他のことを何をやっても一緒だと思うので」



プロフェッショナル事業部
西日本営業部
福岡支店/チーフ
山本貴士

石橋輝一さん

株式会社VOTAN COO。麻生美容専門学校卒業後、東京都内1店舗を経て、VOTANには創業から参加。店舗マネージメント全般を担うほか、自身でもイベント制作会社にも携わるなど、サロン経営に多種を超えた知識、ノウハウを注入する。



SHOP INFORMATION



VOTAN

2012年5月マンションの一室からスタート。ロングヘアを特徴にした打ち出しをして業績を伸ばし、福岡に美容室6店舗、アイサロン2店舗、昨年には東京にも美容室を出店。2024年は東京3店舗目、熊本にも初進出を果たし、全国的にも耳目を集めているサロン。サロン事業だけでなく、アパレル、メーカーなど枠を超えた事業を展開している。

VOTAN Tenjin
福岡市中央区大名1-12-66 ビーエムナカムラビル3F

KEYWORD マインド

売り上げよりも大事にしている『ボタン8訓』

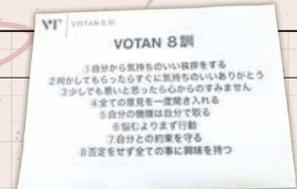
石橋「会社が大きくなってきて気持ちよくなっている人は、VOTANには誰もいないです。そんなことより、アシスタント1年目の子の朝の表情とかを見たほうが、僕らのテンションは変わります」

伊崎「自分から気持ちいい挨拶をしてくれたら、よかつたって元気が出るんです。VOTANのスタッフは、働いている人が好き、人間関係をすごく大事にしている気がします」

石橋「理念は「VOTANグループを通じて人を豊かにする」です。豊かさとは選択肢が多いこと。そのためにキャリアパスなど、仕組みづくりにも取り組んできました。その中で大事にしていることに、この理念から醸成された『VOTAN8訓』があります。お客様に対して大切にしていることは？ 仲間間に大切にしていることは？ など、僕らが大切にしている行動指針です。売り上げ一位よりも重要視しています」

伊崎「日々のサロンワークはもちろん、採用試験のサロンワーク試験の審査はお店のみんなでするんですが、そのときにはみんな8訓を基準にしたりしています。わかりやすいから、かなり浸透しています」

石橋「今年は39人が入社します。将来は1000人のチームを目指しています。いかにスタッフが選択肢を多く持てる環境を作るか、会社のロイヤリティをどうやって高めるか。そのビジョンに向かって、プレゾに進みます」



伊崎優李さん

LICCA代表。福岡美容専門学校卒業後、1店舗を経て、2017年入社。VOTANグループ内において、コンセプトや内装などのお店作りから任されたスーパーエース。そのLICCAの成功から、VOTANの店舗展開に新たな刺激を呼び込んだ。



KIRATERA HAIR&FASHION COLLECTION

まったくタイプの異なるふたりでありながら自分に無いものを相手に見出し、時に共鳴し合う榎木佑太さんとRYUSEIさん。カラー剤の共同開発でも注目されるふたりがシューティングを通して伝えたいメッセージとは。

photo:Umetsu Shota text:PREPPY



Hair:OTEKI YUTA Make-up: kana (THE SLICK)

mind your own business

works by OTEKI YUTA (THE SLICK)



Hair:OTEKI YUTA Make-up: enomoto (THE SLICK)



Closed

works by RYUSEI (PELE)



Hair:RYUSEI(PELE) Make-up: airi(PELE UMEDA)



Hair:RYUSEI(PELE) Make-up: airi(PELE UMEDA)



AFTER TALK

自分自身への挑戦とも捉えられる、渾身の作品を披露してくださったおふたり。
撮影後のトークでは、2025年に向けた美容師のあり方など未来を予測していただきました。

溢れる情報に耳を塞いで、 自分の仕事に集中してみよう

榎木佑太

編集部(以下編) 撮影を振り返り、クリエイションについてのお考えをお聞かせください。
榎木(以下O)僕はふだん「かっこいい」を目指すことが多いのですが、昨今のコンテストなどを俯瞰で見ていて、「かわいい」というジャンルにトライしてみるのも大事だなと思い、甘めとクールという両極の2スタイルにしました。

RYUSEI(以下R)僕は逆に自分らしさに集中しました。もともと僕はミルクティでバズって「かわいい」を発信してきた美容師。結果第一主義が自分のスタイルで、SNSでも集客につながる写真だけを並べてきました。でも昨年からは本格的に作品撮りを始めたら、女性らしさの中に暗さや怖さのあるものが好きだということにあらためて気付いて。美容師として奥行きが出るし、自分でもいい作品ができると満足感を得られるし、クリエイションはこの先もずっと続けたいと思っています。

O人からのいいねを集めるのもいいけど、自分でいいねを押せる仕事をしていたいよね。僕はクリエイションやコンテストもたくさんやってきたけど、そこで大事だなと思ったのは「鮮度」。自分が「今これならいける！」っていうのをやると一発目はいい評価を得られるけど、それをもう一度やると勝てない。自分の中の鮮度が落ちるといい作品にならないという経験を何度もしました。
R守りに入っているのが伝わらなんでしょうか。
Oそう、デザインもモデルも衣装も、すごいものだからといって同じもので行くと、パワーが乗っからない。だから無理にでも新しいことをやって、なおかつ自分でいいと思えるまで妥協しないようにしています。

編一緒に活動されることも多いお二人です

が、お互いに刺激を受ける場所は？

ORYUSEIはとにかく柔軟でスピード感がすごい。どんどん新しいことをやるし、それをしっかり形にしている。

Rありがとうございます。僕は榎木さんには刺激を受けてばかりです。僕はブランディングとかお店とか、リアルな部分で物理的にスケールするタイプ。榎木さんは研ぎ澄まされた感性でプレイヤーとして上り詰めるタイプ。僕が何か行動を起こすときに、榎木さんの言葉や表現力に学ぶことが多いです。

編共同でカラー剤もプロデュースされていますね。

R[KIRATERA](b-ex)のプロデュースは、一緒にやらせていただくなら、妥協することのない榎木さん以外にないと思っていました。外国人風カラーの流行以降、多くのカラー剤に、赤みを打ち消すための青みやグレーが入り、ハイトーン毛に対しては逆に理論が複雑になっていました。そこをシンプルでわかりやすくしたのが[KIRATERA]。ミスが減り、教育にも落とし込みやすいと思います。

Oこれだけ多くのカラー剤がある中で、もうカラー剤のスペックバトルはいらぬ。価格とかわかりやすさ、そのメーカーだけで完結できるほどのいい色が揃っているという点で、ほかにはないカラー剤です。

R[KIRATERA]だけあればどんな色もできる。
Oアシスタント時代から経験を積む中で、みんながたどり着く「いい色」っていうのがあるんですけど、それを全部[KIRATERA]でつくった感じ。今年はアジア人の髪の色に打ち勝って透明感を表現できる新色も出るので楽し

みにしてほいで。

編来たる2025年に向けた、お二人の未来予測は？

R僕が専門学校生だった頃は、サロンにカルチャーがあって、業界誌で見る作品も美容師そのものもカッコよくて、その世界に憧れていました。今は評価基準が変わり、尖ってたり影響力があればメディアに露出できます。僕もそうやって上がってきたタイプ。でも尖っているだけではいつか消えていくと思うんです。もう一度ディープなカルチャーを掘り下げて、ブランドで売っていかないと生き残れない時代になると思います。
O今の時代、みんながSNSに巻き込まれたけど、また少しフラットになってオリジナルなコミュニティができそうだね。SNSで勝手に見えてくる世界に、意味のない焦りを感じて、ただうやまいとか不満を抱えてしまう人は、自分のことに集中しろって思います。

Rそれ大事ですね。そこに気付いた人はコミュニティをクローズしていくと思います。だから僕はほかのサロンの美容師になるべく会わないんです。榎木さん以外に友だちいる？って聞かれるくらい(笑)。

Oうん、振り回されないほうがいい。よく美容師はトレンドを語りますが、本来は自分の好きなものがあって、それを理解して深く知ってこそ語れるもの。自分のスタイルを持ち、自分のところにどんなお客さまがくるのか深掘りしてこそトレンドを発信できるんです。そして自分のスタイルは徐々に変わるから、それを磨き続けることが大前提。

Rそれができればまたかっこいい時代になると思います。

これから美容業界は
クローズドな世界になっていくはず
RYUSEI

works by OTEKI YUTA (THE SLICK)



Colour Recipe
ブリーチ/18.5レベル
全体/[KIRATERA]オンカラーライン
ジルホワイト:クリア=1:1 [oxy2%×2倍]

Colour Recipe
ブリーチ/19レベル
根元/[KIRATERA]アクセントライン
クリア:パール:ブルー=3:1:1
毛先/根元のカラーを流す際に
自然に色が入る

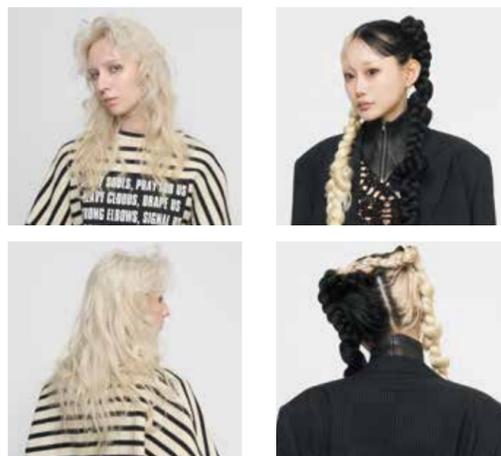
Point

エアリーな質感とリボンのようなシニヨンや三つ編みで、甘めに振った作品。カラーは「ジルホワイト」で黄みをうっすら飛ばして女の子にフィットするホワイトページに。

Point

左とは対照的に、クールに振り切った女性像。極限までホワイトにブリーチしたベースに「ブルー」&「パール」をクラクションで入れ、水絵彩の具がにじむような仕上がりに。

works by RYUSEI (PELE)



Colour Recipe
ブリーチ/18レベル
全体/[KIRATERA]オンカラーライン
クリア:ジルホワイト=2:1 [oxy2%×2倍]

Colour Recipe
ブリーチ/18レベル
右サイド/[KIRATERA]ベーシックライン
クリア:5チルココア=1:5% [oxy2%×2倍]
左サイド/[KIRATERA]オンカラーライン
ダースブラック[oxy2%×2倍]

Point

「ジルホワイト」でクールな寒色に振りすぎず、女性らしさを残したホワイトに仕上げた。イギリスのストリートに溶け込むような女性像をイメージしたルック。

Point

ほんのり「チルココア」を感じる白と、真の黒を表現できる「ダースブラック」で塗り分け、天使と悪魔をイメージ。表面は強く見せながら優しさも表情で女性の生き様を描いた。

b-ex Creative 始動

CREATIVE HAIR SHOW AWARD

2025.10.21

b-ex 50th anniversary

両国国技館

HAIR COLOR CONTEST

THEME

Haute Couture

【オートクチュール】

それはたった1人のために表現するもの。
ひとりひとりの髪を仕立てるように唯一無二のカラーを仕立てましょう。

色はただの彩りではなく、その人自身を映し出す鏡。
肌の色、瞳の輝き、纏う雰囲気——

すべてを計算し、計算を超えた感性で生み出す。
一筋の髪に宿る色が、その人の物語を紡ぎ、個性を際立たせる。

今回のカラーコンテストのテーマは「オートクチュール」。
流行に流されるのではなく、誰かのためだけに創り上げる色を。
それは、デザイナーが針ずつ縫い上げるドレスのように、
色彩を重ね、光を織り込み、唯一無二の美を仕立てること。
あなたの手で、その人だけの「色」を生み出してください。

division_1

美容師
部門

division_2

美容学生
部門

CONTEST SCHEDULE

1st STAGE PHOTO CONTEST

2025.6.4 [wed] - 2025.8.6 [wed]

FINAL STAGE REAL CONTEST

2025.10.21 [thu] in両国国技館

FINAL STAGE SALON GOLD 受賞者特典

LONDON invitation

2026.2 KIRATERA LOOKBOOK SHOOTING Tour

with OTEKI・RYUSEI

b-ex 50 anniversary