

エステサロン 「成功の秘訣」



▼ サロン成功事例

3年で25店舗展開のメンズ脱毛サロン
(ROLAND BEAUTY LOUNGE モデル)

6年で100店舗展開を達成した脱毛サロン
(ルミクス脱毛サロン LACOCO モデル)

脱毛機導入前に脱毛コース事前予約申し込みが
1,000万円を超えた日焼けサロン

ホットペッパービューティーのみで
毎月平均売上180万円 脱毛専門個人サロン

eb estbeautë
by estlab Co., Ltd.



はじめに

本書にて『サロン経営成功の秘訣』をまとめるにあたって、

そもそもサロンの成功とは何か?に対して、

『サロンの成功とはお客様に愛され長期的・継続的に

利益を上げ続けられるサロン』

と定義します。

本書は大きく2部構成となっております。

前半部分では実在するサロンの具体的な成功事例をご紹介します。

後半部分では、事例を基に、より具体的なサロン経営の成功に

必要なポイントを解説致します。

本書が、ご覧いただいた皆様のサロン経営に少しでも参考になりましたら幸いです。



サロン経営成功事例

- 3年で25店舗展開のメンズ脱毛サロン(ROLAND BEAUTY LOUNGE モデル)
- 6年で100店舗展開した脱毛サロン(ルミクス脱毛サロン LACOCO モデル)
- 脱毛機導入前に脱毛コース事前予約申し込みが1,000万円を超えた日焼けサロン
- ホットペッパービューティーのみで毎月平均売上180万円の脱毛専門個人サロン

次ページ以降で、各事例の詳細をご紹介します。

上記事例のサロンは全て、弊社マシンを導入いただいた上で

経営サポートをさせていただいているサロン様になります。

(グループ会社直営サロン事例も含む)

大変嬉しいことに上記サロン様に限らず、経営好調なサロン様は

全国に沢山いらっしゃいますし、

具体的施策として各サロン様が取り組んでいる工夫は無数にございますが、

成功サロン様に必ずと言っていいほど共通していることがあります。

それは、成功サロン様はやるべきことをきちんとやっているということです。

やるべきことを理解し、実践する、実践しようとし続けているサロン

これが成功サロンに不可欠な条件です。

株式会社エストラボ

代表 大島 正人

3年で25店舗展開のメンズ脱毛サロン



2018年12月 1店舗目をオープン、
1年後(2020年1月)2店舗目をオープン

その後、順調に店舗展開し現在25店舗 (2022年5月17日現在)



1店舗目オープン後の1年間でゼロからノウハウ構築とそれを増殖させる仕組みを確立し、スタッフに具体的に落とし込み教育

2店舗目出店まで1年1ヶ月を費やしたが、その後の約2年で、メンズ脱毛だけにかかわらず、なんと25店舗まで拡大することができた。2店舗目以降は順調に店舗展開をしている。現在も店舗拡大を続け、新店舗を続々オープンし続けている!



成功要因

1 成功のための仕組みを整えて実践することで、成功サロンは作れる!

適切な仕組み・ノウハウを得て具体的にすべきことを、スタッフが吸収。そのスタッフが責任者として新店舗を引っ張るかたちで、また別のスタッフに細かく落とし込む。これを、繰り返すことで、成功サロン増殖パターン構築に成功!

2 店舗成功ノウハウをどこから得るか そのノウハウをどこまで実践できるか!

マシンの質はもちろん、サロン経営ノウハウを持つ会社をパートナーに! そこから得たやるべきことを高いレベルで実践し、スタッフに落とし込み店舗展開。成功への仕組みを構築!



3 最後はやっぱり人!

どんなに良いマシンでも、どんなに完成されたノウハウでも、最終的にお客様に対応するのはスタッフ。スタッフに高いレベルのサービスを実践し続けてもらうために、ローランドさんが実際に全国各地の店舗を毎月必ず訪れ、直接指導を行っているという。

Point

正しく質の高い情報を得て、それを高いレベルで実践するマネジメントを行った



やるべきこととは何か?

質の高い成功ノウハウを持つ会社を選ぶこと!

それをどれだけ現場に落とし込めるか!

そしてどれだけやり続けられるか!

6年で100店舗展開を達成した脱毛サロン



倒産店舗を続々V時回復に導くサロン運営術 赤字店舗のスタッフが数ヶ月で黒字店舗を作れた理由とは？



6年で100店舗 = 月に1店舗以上のペースで
店舗が増えている
店舗の増やし方はM&Aが多い

経営がうまくいかなかった店舗を譲り受け、自社ブランドに変更して運営をしている。
その多くは、そのお店のスタッフも含めて引き取り売上を回復させている。
つまり、これまで売上がうまく上がらず経営継続が困難だったお店と同じ場所、
同じ広さ、同じスタッフで売上を回復させ続けて拡大。

売上V字回復の事例



譲り受ける前の1ヶ月売上3.6万円だったサロン

▶たった3ヶ月後に月売上1,000万円を達成し300倍に！
以降も目標達成を続ける

数年前 四国のとあるサロンを譲り受けて運営開始。
スタッフ・物件を引き継ぎで入れ替え・変更なし。
内装・マシン等は自社ブランド仕様に変更。



成功要因

1 メニュー、マシン、広告、キャンペーン、カウンセリング、営業ツール
など既に成功している自社サロンの仕組みに変更

2 目標のない仕事は楽しくない！
スタッフが楽しくないと売上は上がらない！

一番力を入れたことはスタッフ面談・ミーティング。
スタッフに前月の売上を聞いたところ、答えられるスタッフがゼロだった。
前月までの目標を聞いても、答えられるスタッフがゼロ。
まず、目標を持つところから始めようという意識共有。
具体的な数字目標、行動目標をスタッフと共有し、意識をさせるところからスタート。



Point

スタッフが楽しい = お客様も楽しくなる

▶3ヶ月で売上3.6万円が1,000万円に！なんと300倍に！！

やるべきこととは何か？

売上を上げる仕組み・スタッフ教育への信念等々

= サロン運営成功のノウハウ

内装・マシン等は自社ブランド仕様に変更

脱毛機導入前に脱毛コース事前予約申し込みが 1,000万円を超えた日焼けサロン



開業20年弱の日焼けサロン 広告費ゼロ&マシン設置前に申込みが殺到した 新メニュー導入の仕掛け

- 💡 店内で新しく脱毛メニューを開始（女性&男性）
- 💡 メニュースタート2ヶ月ほど前から脱毛メニュースタートを告知&事前予約キャンペーンを展開
- 💡 メニュー開始日前に既存のお客様のみでコース申し込み予約が1,000万円を大きく超え、規定人数に到達しキャンペーン停止
- 💡 その後1年弱で痩身メニューを新たに導入
こちらメニュースタート前の事前申し込みが700万円を超えた

成功要因

- 1 適切なタイミングで適切なメニュー設定、キャンペーン価格設定、ご案内トーク等を伴った事前予約キャンペーンを打ち出したことで顧客の囲い込みに成功

そもそも長年の日焼けサロン運営でのお客様との良好な信頼関係と、多くの既存のお客様の定期的な来店が土台にあったこと。
そのお客様に間違いのない高付加価値な脱毛サービスを提供することで、離脱を防ぎ、後の紹介等にも繋がり継続的に売上を上げている。



- 2 痩身新メニューを導入し、脱毛の成功パターンを繰り返し、メニュースタート前に大きな売上見込みを確保できた

Point

初期の売上見込みを全て既存客から上げている

**= 広告費ゼロの顧客リストを最大限に活用する戦略と
その顧客からの売上を最大化する仕組みが実現できた!**



やるべきこととは何か？

**最適なタイミングで最適な方法を
実践することが成功に繋がった!**

ホットペッパービューティーのみで 毎月平均売上180万円の脱毛専門個人サロン



個人サロンでも毎月粗利150万円弱を達成！
成功のために重要な開業時のサロン作りで、重要なポイント！



月々のコストが34万円程度に対して毎月の売上180万円平均は成功サロンとして十分評価できる

毎月180万円の売上をどう評価するか？単純な数字だけ見ると決して大きな数字ではない。しかしこのサロンはオーナーさん一人で運営する個人サロン。広告はホットペッパービューティーのみ。

- ・家賃8万円 / 月
- ・広告費8万円 / 月(ホットペッパービューティー)
- ・光熱費等3万円 / 月
- ・その他コスト15万円 / 月(消耗品、商材費・マシン代償却費用<5年償却として>など)

成功要因

1 ホットペッパーの集客最大化のために競合サロン以上にメニュー・キャンペーンをこまめに更新

1日2回のブログ更新、口コミ集めの徹底、クーポンでの来店客への最適な契約率目標の設定とそこへの努力(知識のインプットと情報更新、ロープレなど)。各種SNSのフル活用など、特別なことをしているわけではなく、やった方がいいと誰もが知っている事を競合サロンよりも徹底的にやりきることで成功サロンとなった。



2 新規開業時のビジネスモデルの構築において、現実的な目標売上設定とそこから十分な利益を確保できるサロン作り

大手脱毛サロンでは月の売上が3,000万円を超える店舗も珍しくないが、そのための家賃、人件費、広告費も桁違い。仮に月売上80万円でも十分な利益を得られるビジネスを構築することから、やるべきことを逆算してサロンづくりを始めたところが成功サロンにつながっている。

Point

地味な事・面倒な事でも信念を持ってコツコツ継続！
適切なコスト・目標売上・メニュー設定でサロンスタート！



やるべきこととは何か？

開業時の準備が成功に直結！

取り入れるメニューの質はもちろん、成功に必要なノウハウも得られるパートナーを選択する意識も重要！



結論

様々な規模感、様々な成功事例があるが共通しているのは、

成功するのは『やるべきことをやっているサロン』だということ

やるべきこと=成功するための戦略ノウハウをわかっているか？

やっている=ただやる、ではなく徹底してやる！

を理解した上で、どこまで徹底してやりきれるか？が極めて重要

【全ての事例に共通する】

使用マシン・メニュー内容・価格設定・広告打ち出し方法
キャンペーン内容・カウンセリングトーク・カウンセリングツール
などの仕組み部分。



1

事例1でポイントとなった
成功の仕組み立案と
定着ノウハウ

2

事例2でポイントとなった
適切な目標設定と
それを叶える仕組みを作るノウハウ

3

事例3でポイントとなった
新エステメニュー導入
ノウハウ

4

事例4でポイントとなった
適切な利益確保のための
開業ノウハウ

成功サロンを作るために当社をパートナーとして選んでいただき

具体的なご提案をさせていただいたこと、

そしてサロン様ではそれを徹底的に行動に移すということをして

いただいたことがサロンの成功に繋がっている。

弊社の持つ適切なメニュー設定、キャンペーン設定、サロン作り、契約を得るためのカウンセリング、

お客様満足度を高め通い続けていただくための技術面・接客面の具体的方法、

お客様が増えた時点でのプラスアルファのメニュー提案など

ノウハウをいかに徹底していただくかが成功サロンへのポイント！



成功への 具体的ノウハウを 一部公開



エステサロンにおける売上とは

客数 × 単価

$$\text{客数} = \text{新規客数} \times \text{リピート} \cdot \text{契約率} \times \text{非解約離脱率}$$

非解約離脱率とは？ = 非解約率・非離脱率 = コース契約のお客様がどれだけ解約せずに通い続けていただけるか、都度払いのお客様がどれだけ来なくならず一定回数通い続けていただけるか。

全ての数字を上げれば売上・利益は向上する

全ての数字がお互い影響を与え合っているため、バランスが悪いと継続的に上げ続けることは難しい。

例

例1

単価が下がると客数を上げ
売上を確保する必要があるが
サービスの質が低下し
非解約率が低下しやすい

例2

客数が増えすぎると
予約が取りづらくなり
非解約率が低下しやすい

例3

客数が少ないと単価を上げる
必要があるが、
単価を上げると客数や契約率の
低下に繋がりやすい

つまり

継続的な売上・利益向上のためには
新規客数・契約率・非解約離脱率・単価を
適切なバランスで上げる必要がある！

開業段階・メニュー設定段階で

それぞれ適切な目標・基準を設定し取り組む必要がある



成功サロンを 作るための ポイント



成功サロンを作る5つのポイント！

Point 1

競争優位性のある
価値ある
サービスを用意

Point 2

適切な
価格設定

Point 3

適切な集客方法と
その効果の最大化

Point 4

価値を伝える力
方法
ストーリーの用意

Point 5

お客様に
長く喜んで
通い続けていただく
仕組み

Point 1

競争優位性のある価値あるサービスを用意

価値あるサービスは集客力・契約率・離脱の阻止に直結する。
さらに顧客満足度を上げることで口コミや紹介での集客もUP!

エステサロンにおけるサービスの価値とは？

お客様の課題を
解決する力
+
付加価値

課題解決
効果・結果・改善度合い
十分な説明
↓
知識・技術
マシンのクオリティ

+

付加価値
より気持ちよく・より不快感なく
より痛みなく・予約の取りやすさ
非日常感・信頼感・安心感
自己満足感や優越感
滞在時間中のリラックス度
など

つまり

エステサロンにおけるサービスの価値は
スタッフの知識+技術力またはマシンの質で決定される

またその評価は

競争サロンと比較して決定される

競争サロンよりも

質の高いサービス&質が高いと伝わりやすいサービス
を選択することが重要!

Point
2

適切な価格で提供▶単価・顧客満足度

利益を継続的に上げ続けるためには、そのための仕組みが必要。

その仕組みは客数(新規客数×リピート・契約率×非解約離脱率)×単価
を高い水準でバランスよく維持する必要がある。

客数×単価

(客数 = 新規客数 × リピート・契約率 × 非解約離脱率)

を高い水準でバランスよく維持

例

例1

安売りでは
客数は取りやすいが
単価が下がる

例2

低い単価での
利益向上を目指す
客数を増加させる
しかない

例3

サービスの質が低下し
契約率が下がる
離脱率が上がる

例4

価格を上げると
客数が低下しやすい

つまり

一時的ではなく継続的に売上を上げ続けるためには、

適切なバランスが重要

適切なサービスを適切な利益をいただいて
提供することが重要!

Point
3

適切な集客方法とその効果の最大化



適切な集客方法

広告には当然広告費がかかる。

サロンにあった適切な集客方法・集客媒体・広告費
集客メニューの設定が必要。

目標売上から、逆算して月にどの程度の新規集客が
必要か、どの程度の広告費が使えるのか、
考える必要がある。

→開業時点あるいはメニュー導入時点で、
併せて計画をする必要がある。



効果の最大化

使用する広告媒体・費用に対して

目指すべき結果はどこか?

根拠のある明確な結果が出ないと
適切な運用ができない。



例

例1

有料集客媒体

エリア・プラン毎の適切な新規集客目標が把握できているか?

目標設定が適切でなければ、実際の集客数に対してうまくいっているのか、足り
ていないのか、適切な評価ができず、その結果を受けてどのような方向にすすむ
必要があるのか(もっと増やす方向?うまくいっているからキープする方向?
場合によっては媒体を変える方向?)判断ができない。

例2

目標設定→キャンペーン・内容変更→効果測定(結果)

→適切な評価→具体的対応→効果測定

※具体的対応=メニュー内容の変更やキャンペーン内容の変更

集客効果の最大化には、このサイクルを繰り返すことが必要。

適切な目標設定・集客を最大化するキャンペーン内容・具体的にやるべきこと
(口コミ・ブログ・等々)集客にはたくさんのコツが必要。

価値を伝える力・方法・ストーリーの用意

提供するサービスの価値が高い事は当然として
それをどうやって伝えるか・どこまで伝えられるかが
成功サロンとなるためには重要です！

脱毛における、絶対的な価値と相対的な価値

絶対的価値

脱毛をすることでこんなメリットがありますよ→脱毛サービス自体の絶対的価値
例)面倒なムダ毛処理から解放！ 肌荒れしない！
カミソリコスト節約！ など



相対的価値

他店でやるよりも当店でやるとこんなメリットがありますよ
例)予約が取りやすいですよ！ 産毛までキレイになりますよ！
痛みが少ないですよ！ など



サロン売上に差がつくポイントは相対的価値！ 相対的価値を伝えるために絶対に必要なこと3つ！

POINT 01 サービスの相対的価値
(競合優位性)が表現しやすい
サービスであること

- 納得を得られる客観的事実はあるか？
(日本で一番選ばれている
マシンと日本で1台しかない
無名なマシンなら?)
- サービス自体の競合優位性が
明確か？

表現性



POINT 03 権威性のある
サービスか？

- SNSで人気・話題
業界No.1など

権威性

POINT 02 サービスの価値をどれだけ
お客様に伝えられるか？

- 価値を伝えるためのアウトプットツールが十分にあること
(知識・カウンセリングツールなど)
- そのためのトークが完成しているか？
競合サービスについての知識はあるか？ 比較トークができるか？
- お客様に伝わりやすいようストーリー化されているか？

価値の
伝達

サロン売上の
相対的
価値

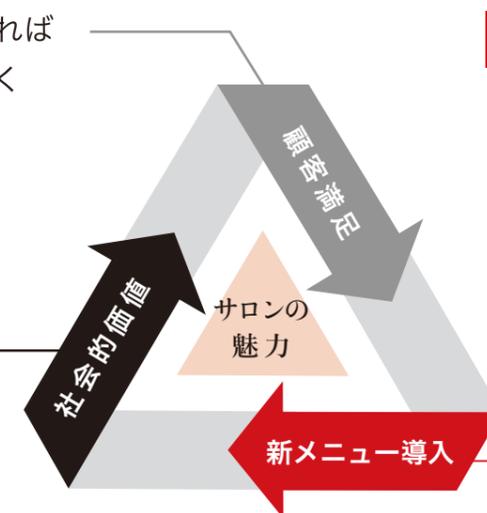
お客様に長く喜んで通い続けて頂く仕組み

新規客集客にはコストがかかる。
そのコストが最大限いかされているかも、成功サロンには重要です！

サロンの魅力と新メニュー導入ノウハウ

満足を得られなければ
お客様は離れていく
適切な施術・適切な説明

サービスの
社会的価値
も重要



評価の高いサービス・評価の高いマシン
お客様が通うことに安心感を感じられる
社会的価値があるか

既存顧客が一定以上
増えたタイミングでの
新メニュー導入も有効

- 既存顧客に新しいジャンルでの
販売商品を増やす
- 脱毛のお客様にエステ、痩身、化粧品
など、お客様の美への投資のシェア
拡大に努める
- 既存顧客は別メニューに対しては
広告費0円の新規客

つまり

エステサロンにおけるサービスの価値は
スタッフの知識 + 手技なら技術
マシンなら、マシンの質で決定される

どのマシンを選ぶかが重要!

しかし

それだけでは不十分!

質の良いマシンをどのように価値を伝えるかのノウハウ
(製品知識・競合サービス知識・理論・ツール・基本トークなど)もセットであることが重要!
元々十分に理解しているサロンなら独自で良いが、
多くのお客様にとってはこのノウハウを十分に持っている
会社の製品を導入することが極めて重要

エステラボの サロン経営サポート



エステラボのサポートはここが違う！

エステラボは販売だけではありません。美容サロンを初めて運営する方であっても、安心して開業ができるよう様々なサポートサービスをご用意しております。サロン経営を成功へと導きます。

1 Opening Support サロンの開業・運営をサポート

1. 開業支援（新規開業・異業種参入）

開業までの流れ（新規開業）

初期費用の準備、助成金申請、サロン開業時までの必要経費の試算、開業までの資金計画の立て方、運転資金の使い方・店舗・サービスに適した売上目標を決め、想定される客単価の試算、集客目標および集客計画、必要な予約数（回転数）の割り出しもしっかりレクチャーします。また、顧客管理方法、WEB活用、集客チラシまで、お客様のニーズに合わせ支援させていただきます。



異業種参入

サイドメニューとして脱毛・痩身・フェイシャルなどを提供することで、プラスの売上が見込め、顧客単価がアップします。それらの施術に興味はあるけど「やったことがない」と言うお客様の取り込みも期待できますし、競合との差別化を狙いたい方にはピッタリです。また、メインのメニューとは違うタイミングで通ってもらえることも多いため、お客様とのコミュニケーションも活発になります。



\\ その他にもこんな支援がございます! //

コンセプト設計

価格設定

メニュー開発

JACサロン賠償責任保険の提案

2. 運営サポート

サロンオープン後のフォロー体制も充実！安定したサロン経営ができるよう、サポートいたします。

売上向上支援

サロンにお客様をいかに一人で多く取り込むか、リピーターを増やしながら新たな顧客をつくるために、エステラボは営業面からもサポート。「売上＝来店率×成約率×客単価」を常に意識し、それぞれの数値を注視し改善することで売上を上げることができます。そのためにどんな方法でターゲット層の心を掴むことができるのか、さまざまな角度からご提案いたします。



ルミクス脱毛サロンサーチ

集客支援ツール「ルミクス脱毛サロンサーチ」は、サロン様もエンドユーザー様も費用負担ゼロ！でご利用いただけるネット予約システムです。自社ホームページの代わりにWEB上でサロン情報のPRもでき、活用次第で売上アップも狙えます！



登録料
無料!

\\ その他にもこんな支援がございます! //

チラシ提供

メニュー表提供

カウンセリング資料提供

各種カルテ・カウンセリングシート

2 Training 技術研修・教育支援体制

1. インストラクターによる、導入講習

マシン導入時には、お客様のサロンにて技術講習を実施。講習終了後は安心してエステサービスを開始できるように経験豊富なインストラクター*1が施術方法・技術についてレクチャーさせていただきます。

*1 インストラクターとは：研修を受け社内規定に合格したエキスパート

2. エステ技術を磨きたい！フェイシャルやボディなどの実技講習

エステの手技を学んでいただける講座もご用意。「もっと技術力を上げたい！」「フェイシャルメニューを本格的に導入したい」そのような方にスキルアップとなるようなプログラムで実施いたします。

3. 様々なフォローアップ研修を実施

サロン経営のノウハウや技術支援となるようなセミナー研修、インスタライブ・YouTubeを活用した手軽に参加ができる簡易セミナー等、タイプ別に研修プログラムをご用意。サロン様のご都合に合わせて受講いただけます。



3 Promotion メディア掲載多数！一般ユーザーにも広がるブランド認知度

1. 商品のブランド力で、集客力up!

圧倒的な人気を誇る「ルミクス」は、一般ユーザーの認知度も高く、Instagramでの「#ルミクス脱毛」は7万人に投稿いただいています。タレントプロデュースサロンへの導入実績も多数！

2. ベストアイテム受賞や様々なメディア掲載も!

エステティック通信主催のベストアイテムを受賞するなど、サロンのプロモーションにも活用いただけるタイトルを取得しています。また、雑誌やTVなど、数多くのメディアにも掲載いただいております。



4 Goods Line up 種類豊富な高品質商材を低コストでご提供、即売上へ

1. 高品質商材を豊富にラインナップ!

サロン様の収益を考え、コスト面だけでなく、中身もこだわり抜いた商品を豊富に取り揃えております。良質でありながら安価で購入ができ、売上向上につなげることができる商品や、高品質なドクターズコスメなど様々なタイプをご用意。サロン様のイメージに合わせて、商品を選択いただけます。

2. サロン様専用！会員制オンラインショップ「エストプロショップ」

豊富な商品構成の高品質商材を低価格でご提供、開業資金を抑え店販売上UPをサポートします。ご希望のお客様には化粧品コンサルタントがサロン様に合う商品をご紹介します。



5 Customer Support 万が一のときも安心。保証サービス

1. 故障時も安心！カスタマーサポート制度

万が一の機器故障時も安心。東京と大阪の2拠点で平日はもちろん土日祝も、社内常駐のエキスパートエンジニアが原則トラブル発生から48時間以内に対応。修理で機器をお預かりする際は代替機貸出サービスでサロンの営業も安心して続けられます。

2. 安心の保険サポートも

協賛する一般社団法人 日本エステティック評議会（略称：JAC）での保険加入もサポートいたします。ルミクスシリーズは、JACの安全認証を取得。導入時には、無償特典*2として「JACサロン賠償責任保険」が付帯されるので、万が一のトラブルに備えて安心です。

*2 保険適用には別途JACに加入が必要です。2年目以降更新可（有料）

