

郊外型サロンの起爆剤に 単価アップの魔法のバブルがサロンの付加価値を高める。



広島市郊外を中心に多店舗展開するクレードグループが、プロ向けのマイクロバブルシステム・marbb（マーブ）を導入したのは2020年末。幅広い客層が来店する地方都市の郊外店でどのように活用しているのだろうか？

「実際に体感して良かったのはもちろん、どのメニューにも追加しやすく、付加価値を高めやすいと

思ったのが導入のきっかけです」
こう振り返るのは塚本志大社長。施術の流れやポイントには講習時に動画コンテンツ化してスタッフ間に共有。

相田店の売り上げは11カ月間で78万円。marbbのランニングコストは電気代と水道代だけなので、半年で初期投資は回収した。「さらに数字を上げたのは五日市店です。スタッフ同士の連携が取れていたのが勝因ですが、導入初月のmarbb比率は42%。年間通しても25・4%と高い比率を維持し、100万円近く売り上げました」

クレードグループ

(広島県広島市)
会社名：有限会社 恋歌屋
代表：谷花広志、塚本志大
創業：1975年
店舗数：18店舗
スタッフ数：134名
本社所在地：広島県広島市 安佐南区 相田1-14-18
本社電話番号：082-872-0390
HP：https://www.crede-group.com

メニューの落とし込み方は各店の裁量に任せる

相田店



- 基本料金は1,000円で設定
- 初回、2回連続の場合は500円に
- LINEアカウントの登録で無料体験
- 家族で使える年間パスポートを販売

スタッフ数が14名と多い相田店では、基本料金1,000円の設定ながら、さまざまなアプローチで認知を拡大。3,000円の年間パスポートは家族全員で使えるため、ファミリー層の囲い込みにもつながった。



結果(2021年1~11月)

marbb
客数 1,579人 **17.8%**
8,844人
marbb
売上 78万9,500円

五日市店



- 基本料金は500円で設定
- 最初の2カ月間は期間限定で300円に
- 販促ムービーを活用してアプローチ

五日市店では基本料金を500円に設定。スタッフ間の連携を取り、すべての顧客にアプローチできるような体制にしたのが勝因。さらに300円の期間限定料金が好評を博し、3~4カ月で初期投資を回収した。



結果(2021年1~11月)

marbb
客数 1,881人 **25.4%**
7,404人
marbb
売上 99万5,500円

認知を終えて今年も単価アップの武器に



今年からトリートメント商材の変更に合わせ、同メニューをリニューアル。marbbと手技のスパをあらかじめ組み込むことで料金をベースアップした。昨年1年間の認知拡大はこのためであったというわけだ。

トリートメント料金を一新

梅 1,000円 ▶ 1,700円 + marbb
竹 2,300円 ▶ 2,500円 + marbb + SPA
松 3,300円 ▶ 4,000円 + marbb + SPA



marbbのココが良かった!

- 五感に訴えかけるわかりやすさ
- どのメニューにも追加しやすい
- メンズ客にもアプローチしやすい

施術中の音とか皮脂汚れの浮き方とか、五感に訴えかけるわかりやすさがmarbbの魅力。どんなメニューにも追加しやすく提案もスムーズ。カットのみだったメンズのお客さまも、marbbをきっかけに美意識が高まっています。



相田店店長 前田善夫



代表取締役社長 塚本志大

効果は高く、敷居は低く。男女問わず、年代問わず、郊外型の幅広い客層に安価でアプローチしたのがスタートダッシュ成功の大きな要因だろう。
しかし、本来の導入目的はこれからが本番と塚本社長は語る。「昨年1年間で認知の段階は終了したので、今年は単品オプションとして残しながら、トリートメントメニューのリニューアルに付随させて単価アップを狙います」
上記の料金表を見てもらえばわかるが、今年からトリートメントメニューの刷新に伴い、marbbと手技のスパを組み込むことで料金をベースアップさせた。
コロナ禍での影響は少ないものの、都市型店舗に比べて単価アップが難しいと言われる郊外型サロン。marbbはその常識を打ち破るツールとなりそうだ。