

“Challenge to the FUTURE” from 30th ANNIVERSARY CORPORATE PROFILE

# NEWS REPORT

Vol.11

ペットサロンの付加価値向上に役立つ

飼い主さま

## アンケート特集

216名の本音トーク



トリミング業界のリアルトーク  
成功店創りの秘訣



# トリミング業界のリアルトーク 成功店創りの秘訣

7月19日(水)に「2023 ZOIC デザインカットフォーラム」を開催しました。今最も注目されているお2人の講師をお招きし、デザインカットのセミナーだけではなく、成功店を創っていく上でのポイント等をお話いただきました。

参加いただいた方は、真剣なまなざしでメモを取ったり写真を撮影されていました。コロナ禍により開催を見合わせておりましたデザインカットフォーラムを、2017年以來6年ぶりのリアル開催ということもあり、参加いただいたお客様は充実した時間をお過ごしくさいました。

今回は、フォーラム内でお話いただきましたオーナートリマーのお立場から考える「成功店創りの秘訣」をインタビュー形式でご紹介いたします。

## 講師紹介



ペットサロン Cinnamon  
オーナートリマー  
いしくれ まき  
石樽 麻紀氏



Pet Salon & Hotel Wonderland  
オーナートリマー  
もちづき かずま  
望月 一真氏

2006年 ナンバペット美容学院 静岡分院入学 / 2008年~2013年 ペットサロン勤務 / 2013年 ペットサロン Cinnamon 開業 / 2019年 合同会社モンティナ 代表社員就任 / 2021年 ペットサロン Cinnamon 掛川店オープン

◇資格：トリマー、小動物看護士、動物理学療法士、ペット販売士、家庭犬トレーニング◇犬に関するさまざまな勉強会やセミナー参加、サロン見学◇コンテスト参加◇コンテスト審査員、有料オンラインサロン講師、専門学校講師

カットフォーラムの  
当日の様子を動画にて  
ご視聴いただけます



ぜひ貴店の付加価値向上にお役立てください。



インタビューに答える石樽氏

**司会者：**ご自身が考えられている成功店の定義を教えてください。

**石樽氏：**私の場合、特に意識していませんがスタッフがいやいや働くのではなく、楽しく働ける事が一番だと思います。

**司会者：**スタッフが楽しく働く為に工夫されていることはありますか？

**石樽氏：**「予約を詰め込みすぎない」ことです。暇な時はもちろんありますが、以前土日は予約がパンパンにつまっていた毎日本当にパンク状態でした。さらにスタッフが抜けて私一人になった経験があり、終わりのない年末を迎えた時があり、トリミングを楽しいと思えなくなってしまったことがあります。

忙しいこと自体は素晴らしいのですが、余裕がないとスタッフにも余裕がなくなり接客の時間も短くなってしまいます。

私は、スタッフがお客様と楽しくお話する時間はとても大事だと思っています。スタッフにとって、飼い主さまから直接「ありがとう」と言ってもらえることが一番のやりがいですからね。スタッフにドンドン前に行かせて、私は後ろで見守っています。

**司会者：**余裕のある予約の受け方をされているということですね。望月さんはいかがですか？

**望月氏：**お店全体の雰囲気が大切かなと思っています。技術だけ、カットが上手なだけのお店って最初は注目されます。今の時代 SNS が流行って、最初 SNS をチェックしてお店に来てくれます。僕のお店でも、とてもそういった方が多いです。でも、実際に来てみてお店やトリマーさんの雰囲気が悪いと、ワンちゃんにも伝わってしまう。そうすると来てくれなくなっちゃうんですよね。

なので、お店全体の雰囲気を明るく、楽しくするように心がけています。

**司会者：**自店を繁盛させるための手法を教えてくださいませんか？

**石樽氏：**まずホームページをしっかり作りました。2号店をオープンした時は、最初時間が許す限りピラ配りやポスティングしました。そして SNS に投稿し、口コミを書いてもらうためのキャンペーンを実施し、お店やホームページを見つけて知ってもらえるようにしました。

**司会者：**ホームページを見て来店される方



石樽氏がフォーラム中にカットしたワンちゃん

が多いですか？

**石樽氏：**ホームページを見て来ていただいている方が一番多いですね。

**望月氏：**僕は SNS が多いです。みなさん、集客は悩まれていると思うんです。僕も相談されるんです。お店を始める前にももちろん宣伝されると思うんです。

実は僕、もうすぐ新しいお店をオープンさせるのですが、SNS で工事の段階から発信していこうと思ってます。



カットしながら解説する望月氏

お客様に「どんなお店になるんだろ?」「前のお店とどこが違うんだろ?」「どんな機材入れるんだろ?」って、お客様と一緒にわくわく楽しんでもらいたくて。新規のお客さまをどうしても増やしていかないといけないので、今のお店でも大変でした。

時間があったら自転車を車に積んで、自分の地区全部へ直接ポスティングしていました。自分が行動しないと集客って絶対についてこないで、SNS の更新もそうだし、呼び込みもそうですけど、待つ

てもお客さんは来てくれません。ですが、ある程度まで行くとお客さんがイヌ友のつながりで口コミがまわって何とかあります。そこに行くまで定着させないといけないので、最初は自分からドンドン動いていくことをおすすめします。

**司会者：**飼い主さまとの会話にどれくらいの時間をかけて対応されていますか？

**石樽氏：**スタッフにも聞いてみたんですけど新規お客さんは最初に15分、リピートのお客さんは預かる時に5分、返す時に5分です。

**司会者：**新規のお客さんとの15分というのは、どういったことを聞かれるんですか？

**石樽氏：**まず、カルテを書いてもらう時間と、希望されているカットのすり合わせをしています。特に一回目のカットのすり合わせはとても大事なので、写真を見ながらお客さんと自分のイメージを一致させます。

**望月氏：**時間まではわからないですけど、新規のお客様のカウンセリングはとにかく大事にします。早めにご来店してもらって、長めにお話ししています。ワンちゃんの様子、飼い主さんの様子を見つつ話をします。

逆に、既存のお客さんは、帰りの時に時間をとってます。実は、ちょっと一言余計な話を伝えています。余計な話というのは、ワンちゃんの様子とかは伝えてると思うんですけど、それだけだと流れ作業になっちゃうんで「ネイルきれいですね」とか「髪型変えたんですか」とか他愛のない話をして積極的なコミュニケーションを意識しています。

まとめ：

風通しの良い店舗の雰囲気づくりと、スタッフや飼い主さまと分け隔てなくコミュニケーションをとることが大事であることがよくわかりました。率直にお話しいただきありがとうございました。



望月氏がカットしたカワイイが長持ちするハートおパンツ

ペットサロンの付加価値向上に役立つ

飼い主さま



# アンケート特集



216名の本音トーク



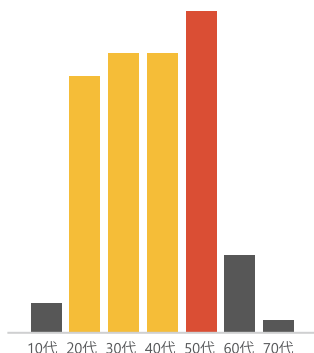
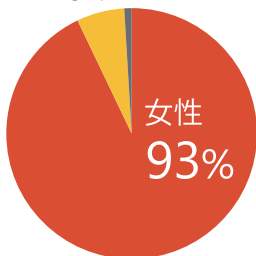
弊社が2023年8月より約一か月間、独自に飼い主さま向けにアンケートを実施し、まとめたレポートです。216名の方にご協力いただきました。ありがとうございました。

アンケート結果には「なぜ通っていたペットサロンを利用しなくなったのか？」等のネガティブな内容も含まれます。ペットサロン経営において、新規客の集客はもちろんのこと、「常連客の継続利用」は重要な課題であると私たちは考えます。飼い主さまの本音が貴店のペットサロン経営のヒントになればとの思いからレポートとしてこちらにまとめさせていただきました。貴店の付加価値向上にぜひお役立てください。

## 飼い主さまデータ

9割が女性、主な年齢層は20～50代

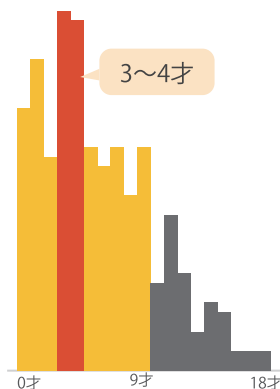
男性6% 未回答1%



## ペットデータ

飼育犬種はプードルがNO1  
年齢層の最多は3～4才

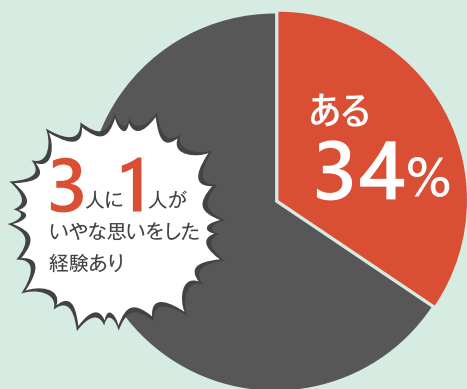
ランキング	ペットの犬種(※)
1	プードル(各種含む)
2	MIX
3	チワワ
4	ジャック・ラッセル・テリア
5	ポメラニアン
6	ダックスフンド(各種含む)
7	ミニチュア・シュナウザー
8	パピヨン、シー・ズー
9	マルチーズ
10	シベリアン・ハスキー



※犬種分類は一般社団法人ジャパンケネルクラブ(JKC)に準じる

## 今までペットサロンに行って嫌な思いをしたことがありますか？

嫌な思いとは、主にトリミング技術への不満とトリマーさんとのミスコミュニケーション、その次にケガや愛犬が怖がったり嫌がったりする様子の体験談が多数でした。



### 飼い主さまの本音トーク

注文したカットと違った。

飾り毛は切らないように、とか、カットの具合を写真を見せて具体的に伝えたにもかかわらず、飾り毛は切られ、全く雰囲気の違うカットになっていた。

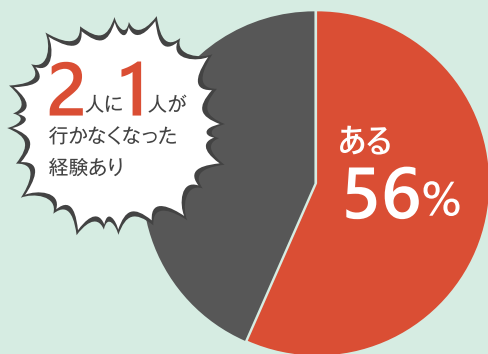
足回りのカットで頼んでないのに爪が見えるようなカットをされていた。

帰ってきたら元気がなかった。

トリミング中に怪我をさせたのにすぐに連絡がなかった。数時間後迎えに行った時に怪我の話がされた。

終わった後、犬がかなり怯えていたので施術中の様子を聞こうとしたら嫌な顔された。

## 通っていたペットサロンに行かなくなった経験はありますか？



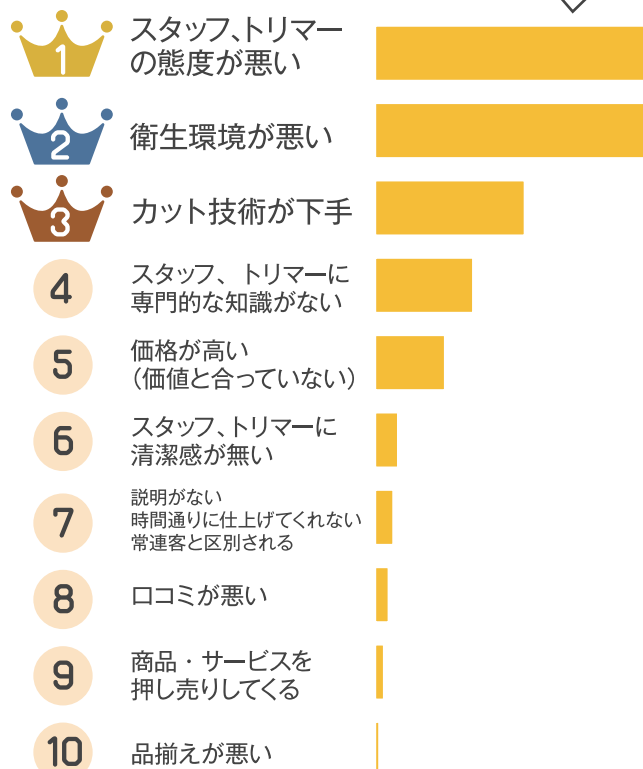
ランキング	通っていたペットサロンに行かなくなった理由	投票数
1	トリミングが気に入らなかった	31
2	他に良いペットサロンを見つけた	29
3	価格が高くなった (価値と合っていない)	26
4	自宅でカットをするようになった	23
5	接客が気に入らなかった 予約が取れなくて違うペットサロンへ	22
6	馴染みのスタッフ、トリマーが辞めた	20
7	ペットが通うのを嫌がるようになった	18
8	引っ越して通えなくなった	15
9	トリミング中、怪我をさせられた	10
10	ペットサロンの悪い噂を 聞くようになった	7

トリミングが気に入らない等、価格に対しての価値を感じられなくなり他ペットサロンを探す傾向があることがわかります。お店の付加価値向上は必須課題であるといえます。

## RANKING

### こんなペットサロンには 行きたくない！

#### ダントツの1位と2位！



### もっと詳しい飼い主さまアンケート ダウンロードはコチラ

飼い主さまがペットサロンへ行ってどんな嫌な思いをしたのか、なぜ通っていたところへ行かなくなったのか等のデータを資料として無料配布中です。ぜひ貴店の付加価値向上にご活用ください。



# VOICE

お客様の声

Trimatch 編



ペット業界特化型人材マッチングサービス

Trimatch

マッチングおめでとうございます



## Dog salon Plume (プリュム)様

京都/回答者は経営者 (パート・アルバイト様1名マッチング)

採用活動に至ったキッカケを教えてください。

スタッフの退職、スタッフ数を増やしたいと思ったからです。

Trimatch (トリマッチ) を求人募集活動に選んだ理由やキッカケを教えてください。

ハートランド (ZOIC) の営業パーソンからの紹介です。

面接で最も重視したところ3つを教えてください。

コミュニケーション力、お仕事に対する姿勢、そして表情です。

応募 or スカウトしてから採用が決まるまではどれくらいかかりましたか？

1か月以内

自店でスタッフが働きやすい環境づくりで工夫されている点を教えてください。

まず、スタッフがトリマー業務に専念できるように、経営者である私が可能な限り他の業務(掃除や洗濯等)に取り組んでいます。そして、以前は月6日しかお休みをあげられなかったのですが、完全週休2日制度を思い切って導入しました。トリマー職はメンタル的に負荷の大きい仕事だと私は思っています。カットを失敗したり、大好きなワンちゃんを怪我

働きやすい環境づくり

完全週休2日制

Wワーク

させてしまったり…そんな日もあると思います。それを毎日毎日続けることは容易ではないと思います。そこで、お休みの日は思い切りリフレッシュしてほしい、そんな思いから完全週休2日制度を導入しました。心身ともにしっかり疲れを取ることで、お仕事に対するやる気が向上し、ワンちゃんに対する向き合い方が楽しくなればと私の願いです。

そしてWワークも当サロンはOKです。その理由は、ワンちゃんのことでも学びつつ、空いている時間に必要な収入を得るのも良いですし、ペット業界ではない他業種で接客スキルを向上させるというのも良いと思います。いずれにせよ、せっかく身につけたトリマーの技術を活かさずに他の職に就くのはもったいないと思います。

現在産休中の方がいらっしゃると伺いましたが、工夫された点を教えてください。

当店には今育休中のスタッフが一人、産休育休後復帰したスタッフが一人おります。美容予約は担当制ではなくチーム制で受けており、急な早退にも対応できるように余裕を持っています。また、スタッフ全員が飼い主さまとのコミュニケーションを取るように心がけています。



## DOGDELICS (ドッグデリックス)様

愛知/回答者は経営者 (正社員様1名マッチング)

現在の主な雇用形態を教えてください。

正社員、パート・アルバイト、業務委託の3種です。

採用活動に至ったキッカケを教えてください。

スタッフ数を増やしたいと思い募集しました。

Trimatch (トリマッチ) を求人募集活動に選んだ理由やキッカケを教えてください。

自社のWEBサイト上で求人募集をしていましたが、思うように採用活動が進まない状態でした。そんな時に、ハートランド (ZOIC) からの案内物の中に同封されていた Trimatch のパンフレットを見たことがキッカケでした。

自店でスタッフが働きやすい環境づくりで工夫されている点を教えてください。

スタッフが意見を発言しやすいように普段からコミュニケーションを取っています。業務の改善点や使う備品、休憩室のことなど、スタッフが

働きやすい環境づくり

コミュニケーション  
業務時間や休日の変更

気づいたことがあれば、その意見を尊重し即反映しています。また、ご家庭の事情に合わせて業務時間を調節したり、休日を変更しています。

面接で最も重視したところ3つを教えてください。

コミュニケーション力、トリミングスキル、身だしなみを重視しました。

応募 or スカウトしてから採用が決まるまではどれくらいかかりましたか？

1か月以内

Trimatch を利用してよかった点を教えてください。

ペット業界特化型だということと。あと、当店の場合内定から実際に勤務していただくまでに一ヶ月以上あったのですが、運営事務局の方のフォローメールのおかげで忘れずにスケジュール通りに進めることが出来ました。

president column

YOSHIMOTO



代表取締役社長  
吉本 裕行

ビジネスを通じて、大切な「ペットとのより豊かな社会を築くため」何ができるのか、いつも自問自答しています。我々のビジネスとは、ワンちゃんやネコちゃんを、いつまでも健康で清潔に、そしてより綺麗に保つためのペットケア商品（シャンプーやコンディショナーなど）を1人でも多くの方にお届けすることです。その事で少しでも長い間、心安らかに、ペットとの時間を気持ちよく過ごしていただく。それが、ペットと飼い主さまの真の幸せに繋がってゆく。そう信じて活動しています。



今回のテーマ

## 更なる料金値上げを考える！

「ハートランドも 8 月に ZOIC 商品の値上げを実施しました。リニューアルではなく新商品でもない、何も変わらないのに値段だけをあげた我々の値上げは…つらい。皆さんには引き続きのご使用をお願いするしかない。しかし、皆さんの料金値上げは違う。値上げた料金に見合ったサービスや付加価値のアップができる。お客様に料金値上げを納得していただくことが出来る。このカットセミナーも、皆さんが技術力を引き上げ、付加価値を高めてもらうため企画した。是非、技術力を上げて更なる料金値上げにつなげましょう！」

今号で取り上げている「2023 ZOIC デザインカットフォーラム」冒頭で参加された皆さんに私からお伝えしたことです。言い換えれば、料金を上げることを意識しない「学び」は自己満足でしかなく、料金を上げることが出来る「学び」にこそ価値があると…。

サービスという言葉には、無償・奉仕・接客等々何の見返りもない無償の奉仕を指すことが多いようです。が、私はサービス＝「カタチのない商品」であり、付加したサービス（価値）の対価は頂くべきであると思っています。モノやオプション施術を無償で提供するのはではなく、その対価を頂く。研修を受けて技術力が上がったのであれば、それは立派な価値の向上であり、

値上げの理由になるのです。

店舗に対する設備投資もしかりです。弊社では10月より、マジックのインクを数秒で落とせるコマーシャルで有名なシャワーヘッド「ミラブル」のペットサロン専用商品「ミラブルプロα」を取り扱う事になりました。すべてのシャンプー施術を「ミラブル」で…この投資も立派な価値の付加＝料金値上げの理由になります。単体では難しくても、前述した技術の向上や接客の向上等の相乗効果で可能になります。

また、飼い主さまの本音アンケート（3、4 ページ：こんなサロンに行きたくない）に対応するのも価値を上げることにつながります。お客様視点で物事を見直すのは最も価値を上げることになります。もちろん「トリマッチ」による人材を確保することは最も大事な価値です。このように全ての取り組みを自店の価値を上げることになると意識して取り組み、その結果として料金アップをすることが「これからのペットサロン経営の在り方」だと思っています。サービスを無償で提供する時代は終わりました。意識するかしないかで結果は大きく変わってきます。

さあ、恐れることなく更なる料金値上げに取り組み「好循環経営」を実現しましょう！！

すべては付加価値を向上させたいペットサロン様の為に

【ペットサロン専用】

# ミラブルプロαデビュー



ペットサロンで働くトリマー様の使いやすさを追求し「ミラブルプロα(ミラブルプロ アルファ)」が登場しました。

この商品は、一般的な消費者向け(家庭用)ではなく、プロフェッショナルが使うことを想定して作られた製品です。シャワーヘッドの形状が長時間使っても疲れにくく、トリマー様の手で持ちやすいのでなめらかにペットの体に添わせることができます。シャンプー中(すすぎ)の操作が大変スムーズです。

さらに、誰もが耳にしたことがある「ミラブル」なので、飼い主さまに「ミラブル使用店」という新たな付加価値を提供することができます。

安定したウルトラファインバブルの効果を体験ください。  
詳しくは気軽にお問い合わせください。

## 料金値上げの理由に活用できる

すべてのシャンプー施術を「ミラブルプロα」することで、飼い主さまにとってのサロン利用価値を向上させることができます。



飼い主さまにアピールできる!

株式会社サイエンス公認の「導入シール」を発行いたします。「導入シール」を店舗カウンターやガラス面等に貼り付けし、上質なケアを提供するペットサロンとして飼い主さまに積極的にアピールできます。

## 2023 業務用サックスキャンペーンを開催

ペットサロン様にとって一年で最も来店客が増え、忙しい年末がまもなく訪れます。客足が伸びやすい時期だからこそ、お客様(飼い主さま)のより満足度UPを目指しリピートにつなげていただきたい、そんな思いからキャンペーンを開催いたします。代理店様もしくはZOIC公式オンラインショップからご購入の上ご活用ください。

キャンペーン期間 2023年10月25日(水)～2023年12月22日(金)

対象商品 業務用商品(※ダイックスは対象外)

【約10%OFF】カシミヤタッチ・ファーメイク EX・スキモ・薬用シャンプー BO 1.0

【約16.7%OFF】他ゾイック(リペアメント・イヤーローション含む)

詳細条件 23,000円(税別)以上 混載可



キレイを応援!  
こころ豊かなペットライフ



株式会社ハートランド

TEL.075(594)3773 FAX.075(502)3005

ハートランド公式サイトでは様々な情報を発信しています。  
是非一度お越しください。



Thanks

表紙モデル: くーさん  
Instagram ID: coooo0614



発行:2023年10月