



30

ICT(情報通信技術)を活用し、美容業界向け経営支援ソフトの開発を手掛ける。現在、ソフトを利用する「ユーザーサロン」数は全国で5600店舗と、業界トップクラスのシェアを誇る。新たなユーザーの開拓に努め、今後はユーザーサロン数計1万店舗を目指す。(杉町ハナ)

主力は、美容サロンの経営全般をサポートする機能を備えた販売時点情報管理(POS)レジ向けのクラウド型システム「Sacia(サクラ)」だ。多くのスタッフを抱え、多店舗展開する美容室向けに開発した。同時に効果的な活用方法やサロンの問題解決を支援する社員は、同業他社と比べ10倍以上の人数を充てているという。

こうしたシステムや手厚いコンサルティングサービスにより、ユーザーサロンの大半は黒字決算という。

固定客獲得へ戦略

スマートフォンや大手美容サロン予約サイトの登場により、美容業界は大きな転換期を迎えている。顧客が流動化し、サロンは新規顧客を獲得

ティビィシー・スキヤット

やすだ しげゆき 安田 茂幸社長(69)

美容サロンの経営支援



安田社長は1949年、横浜市生まれ。73年、横浜市立大文理学部卒。80年、キヤノン販売(現キヤノンマーケティングジャパン)に入社。81年、同社の企業内ベンチャー「スキヤット」の立ち上げに携わる。91年、中小企業向け情報会計サービスの「ティビィシー」とスキヤットが合併し「ティビィシー・スキヤット」となる。2002年に入社し、専務、副社長を経て04年から現職。本社は小山市城東1の6の33。従業員は約250人。18年10月期の売上高は26億3900万円。

取材を終えて 「上場は第二の創業」と表現する安田社長。企業が新たに別の事業に進出することなどを意味する「第二創業」とは別の意味だという。会社が50年以上、生き残っていくため、「第二の創業」が必

要だったという。「全てのサロンの成長を支えることが自社の成長につながっている」と安田社長。上場後の新しい戦略の中にも、「クライアントを育てる」という精神に業界のパイオニアらしさがにじみ出ている。

管理ソフト、分析に強み

「サクラは顧客の再来店率や顧客単価など、美容業界の「7大数字」を管理できる。各サロンは、数字を分析することで固定客獲得へ戦略を練ることができる。中でも、美容師の指名率などを管理する「スタッフ分析」

小規模店にも対応

2016年、東京証券取引所ジャスダック市場に上場を果たした。資金調達を目的に上場する多くの企業とは違い、「50年先も続く優良企業を目指し、会社の透明性とブランド力を高めるのが狙い」

はサロンのサービス改善に欠かせない機能だ。店舗運営における個々の貢献度を数値化し、スタッフのやる気を引き出すことにも役立てられる。「そうしなければ店のイメージ向上に繋がらぬ、固定客獲得の大切な要素だ」と説明する。

上場後は、これまで未開拓市場だったスタッフ1〜2人の小規模サロン向けシステム「Aicas(アルカス)」を開発し、昨年11月に発売した。サクラに比べて機能や価格も抑えることで自社システムのユーザー数を増やす。当面の目標は、ユーザーサロン数をほぼ倍増の1万店舗にすることだ。19年10月期の売上高は前期比5・4%増の27億8200万円を見込んでいる。

「今は小さな美容室でも将来は主要な取引先になるかもしれない。これからは全てのサロンをターゲットにしていきたい」