

エリカさんコンサル 5月13日

オープンに向けて、着々と進まれている素晴らしいです～！ ✨

やってきたことを可視化して

これからやることも可視化すると

達成感と安心感が湧いてくるものです！

定期的に、TODO の確認をしまいいりましょう 🍊

【考えるテーマ】

●サロンのメインターゲットの属性を決める

⇒この資料の後半に「プレ更年期」についての、AI とのディスカッションを載せました。

⇒「プレ更年期」をメインターゲットにして、「生理痛」「妊活」などの他の症状をサブターゲットにして、サロンのターゲットを設定するのはとても良さそうです 🍊

●サロンのインスタ投稿づくり

「投稿のテーマが決まらない」

「投稿の下書きがなかなか書けない」

「下書きの添削をしてほしい」

そんな思いがありましたら、いつでもサポートしますので、お気軽に言ってください！

●公式 Line 男性対策の方法を考える

⇒この資料の後半に、また AI に聞いた対策を載せました！ ご確認ください！

【NICOLI オープン準備 TODO チェックリスト】

目標：2025 年 6 月 10 日 グランドオープン

使用目的：これまでの進捗を確認し、これからの行動を可視化して安心感を得る

◆ Step1 | これまでにやってきたこと（☒印をつけましょう）

- ☐ サロン名の決定「NICOLI」
- ☐ サロンの想い・コンセプト整理
- ☐ サロン部屋の整備（空間・備品）
- ☐ 足つぼ&よもぎ蒸しの施術練習（家族・知人）
- ☐ メニュー構成の決定（単発・セット）
- ☐ モニター募集開始（Instagram・LINE）
- ☐ Instagram（サロン用） 開設・投稿（自己紹介など）
- ☐ LINE 公式アカウント開設（プロフィール・挨拶文）
- ☐ 名刺作成&注文（QR コード入り）
- ☐ サロン用ロゴを友人に依頼
- ☐ Canva での投稿練習・作成

◆ Step2 | これからやるべきこと（やる順にチェックして進めましょう）

【5月中に行うこと】

- ☐ プレオープン&モニター施術（6名程度）を順次対応
- ☐ お客様の声・写真の記録（投稿素材）
- ☐ サロンブック（メニューブック）作成完了
- ☐ Instagram（サロン用）に施術紹介・お客様の声投稿
- ☐ リッチメニュー用の素材・構成を Canva で作成 ⇒ メニューブックが出てくるようにとか。
- ☐ LINE 予約導線の確認とテスト（手動）
- ☐ サロン空間の最終調整（導線・BGM・香り）
- ☐ プレ来客用の、感謝プレゼントを作る（ヨモギ）

【6月1週目までに完了させること】

- ☐ プレオープン実施（モニターへの対応・所感記録）
- ☐ カルテ・フォローLINE テンプレの準備
- ☐ 来店後のアフターケア案内（LINE or 手書きメモ）

【6月2週目（オープン直前）に行うこと】

- ☐ オープン告知投稿（カウントダウン）
- ☐ 予約受付スケジュール・キャンセル規定の確認
- ☐ 初回来店特典の設計（リピーターにつなげる）
- ☐ 花や装飾の仕上げ・空間演出

【6月3週目（オープン以降）に行うこと】

- ☐ Instagram②（個人用）準備スタート
- ☐ Instagram②で週4投稿スタート（セルフケア）

◆ Step3 | 気持ちのチェックポイント

- ☐ 「不安な気持ち」は“挑戦している証拠”と受けとめられている
- ☐ 応援してくれている人の存在を思い出せている
- ☐ 今日一日の中で「ありがたい」と思えることが1つある
- ☐ “完璧”じゃなくて“整ってきた”ことを感じられている

◎ できていることに目を向けて

「あと少し」の道のりを一緒に整えていきましょう^^

AI と、エリカさんのメインターゲットを「プレ更年期にするのはどうか?」。詳しくディスカッションしてきました! 以下がその文章です↓。

✅ エリカさんがメインターゲットに

「プレ更年期の女性（35～45 歳）」を設定するのは、極めて良い判断です。

理由を以下に詳しくお伝えします👉

✅ プレ更年期ターゲットが“勝ち筋”になる理由

- ① 競争が少なく、ブルーオーシャンに近い
- 妊活や産後ケアは競争が多く、価格競争やポジショニングが難しい。
 - 対して「プレ更年期」は、悩んでいるのにまだケアにたどり着いていない人が多い＝潜在ニーズが大きい。
 - 「なんとなく不調だけど、病院に行くほどじゃない」「何から始めたらいいか分からない」層は、エリカさんのような“安心感のある存在”を求めています。
- ② エリカさん本人が「共感できる年齢層」
- ご自身が 30 代後半～40 代に近いことで、自然体で「わたしもそうだったんです」と語れる。
 - これは、お客様との信頼の築きやすさに直結します。
 - 無理なくブランディングでき、「伝わる温度」が変わります。
- ③ 「未病ケア」としての明確な価値が打ち出せる
- プレ更年期は、自律神経の乱れ・冷え・むくみ・眠れない・やる気が出ないなど、“未病”としての訴求ワードが豊富。
 - これらは西洋医学的アプローチでは解決されにくいとため、東洋的ケア（足つぼやよもぎ蒸し）がフィットしやすい。

✅ 補足戦略：「プレ更年期」×「暮らし・育児・仕事」

さらに、エリカさんの共感力と実体験を活かすなら、
プレ更年期世代の中でも特に以下の層は親和性が高く、狙い目です👉

ターゲット層	特徴	エリカさんとの親和性
ワンオペ気味な育児中ママ（35～40 代）	睡眠不足・イライラ・PMS・冷え	保育士経験・子育て視点が刺さる
仕事と家事の両立に疲れている女性	自律神経の乱れ・頭痛・不調	サロン＝“自分を取り戻す場所”として訴求できる
更年期の一手手前で漠然とした不安を抱える女性	「このまま年を重ねるのが不安」	「わたしも今そこです」の共感が強みになる

✔ **まとめ：コンセプトの方向性**

「NICOLI」は、

“笑顔の前ぶれ”をつくる、プレ更年期世代の“心とからだのととのえ処”

こんな風に表現できると、エリカさんの世界観と技術の強みが自然に結びつきます。

✔ **今後の展開（ご提案）**

- Instagram の肩書きや投稿の冒頭に「30 代・40 代のプレ更年期世代のための」と入れると、認知と共感が加速します。
- 「プレ更年期ってなに？」という層に向けた“教育コンテンツ（簡単な図解など）”を少しずつ投稿すると、信頼が深まります。

あなた:

プレ更年期をメインターゲットにおいて、サブターゲットとして「妊活」「PMS 改善」などと設定することは自然ですか？

ChatGPT:

はい、とても自然で、むしろ理想的なターゲット設計です。

「プレ更年期」を**“軸となるメインターゲット”に据えた上で、

「妊活」「PMS 改善」「冷え性」などを“症状やニーズ別のサブターゲット”**として設定することは、マーケティング的にも心理的にも非常に効果的です。

✔ **なぜ自然か？理由を解説します**

① 「プレ更年期」はライフステージ

- 年齢的な層（35～45 歳）を表している
- 主に“ライフステージ”で括ったターゲット層

② 「妊活・PMS・冷え性・むくみ」などは悩みの種類

- 同じプレ更年期の中でも、悩みは人によって違う
- “状態”や“症状”に応じてサブテーマで絞るのは、より親切的なアプローチ

✔ **具体的な整理の仕方（ターゲット設計）**

カテゴリ	設定内容	補足
メインターゲット	35～45 歳のプレ更年期女性	「なんとなく不調」に悩む人
サブターゲット A	妊活を意識して体質改善をしたい人	冷え・血流・ホルモンバランスに関心あり
サブターゲット B	PMS や月経不順に悩む人	足つぼ・よもぎ蒸しが効果的
サブターゲット C	自律神経の乱れ（頭痛・眠れない・落ち込み）	生活習慣・マインドも含めたケアを望んでいる
サブターゲット D	冷え性・むくみ・疲労感	“リラクゼーション目的”にもアプローチできる

✅ こんな伝え方ができます（プロフィールや投稿で）

「プレ更年期かも？」と感じているあなたへ。

「なんとなく不調」から「ご機嫌なわたし」に整えるサロン
妊活・PMS・冷え・むくみ・自律神経の乱れに
足つぼ×よもぎ蒸し×セルフケア

このように、「年齢×悩み」の両軸で設計することで、より多くの女性に「これ、私のことかも」と思ってもらえる発信ができます。

✅ まとめ

- プレ更年期を“年齢”で絞り、
- サブターゲットで“症状別ニーズ”を提示する

これは、ターゲットに深く刺さるブランディングの黄金パターンです。

エリカさんの専門性と共感力を活かすには、ぴったりの設計です。

不審な男性からの予約の対策

✅ 結論から申し上げます：

公式 LINE を使った予約導線では、以下の 3 つのステップで安全対策を整えると安心です 🙌

✅ 【ステップ 1】住所の開示は「予約確定後」に限定

LINE 公式アカウントでは、自動応答や予約案内の初期段階では住所を記載しないことが大前提です。

住所は以下のような条件が整った後に個別で送信する形にします：

- ✓ 予約者のフルネーム（本名）
- ✓ 事前の簡単なやりとりでの“違和感チェック”
- ✓ 場合によっては、電話番号または SNS アカウントの共有

✅ 【ステップ 2】事前確認フォームを導入（Google フォームなど）

LINE から予約を受ける際に、「事前確認フォーム（Google フォーム）」を挟むのがおすすめです。

💡 フォームの構成例：

1. お名前（フルネーム）
2. 年齢
3. ご希望の施術メニュー・日時
4. ご相談内容（任意）
5. Instagram アカウントまたは連絡先（任意）
6. 以下の内容に同意いただけますか？
 - ※サロンは女性限定です。男性のご予約はご遠慮ください。
 - ※内容により返信・予約をお断りする場合があります。
 - ☒ 同意する（チェック）

これにより、“本人確認フィルター”の役割を果たします。

※特に「Instagram アカウント（任意）」を聞くことで、怪しい申込みは高確率で弾けます。

✅ 【ステップ 3】「自動返信メッセージ」で安心のガイドライン提示

LINE 公式の“自動応答”や“リッチメニュー”に以下のような注意書きを入れることで、サロン側のポリシーが明確になり、不審者への抑止力にもなります。

🔒 自動応答メッセージ例：

こんにちは。足つぼ×よもぎ蒸しサロン「NICOLI」です 🌿

当サロンは女性限定・完全予約制のプライベートサロンです。

ご予約の際は、事前に「予約フォーム」よりご記入をお願いいたします。

※男性からのご予約はお断りしております。

※安全確保のため、内容によりお断りさせていただく場合がございます。ご了承ください。

✓ 追加の安全策（必要に応じて）

- 来店者の本名+LINE 名が一致しない場合は確認のメッセージを送る
- 施術前に一度“通話”で簡単なヒアリングをする（電話でなく LINE 通話でも可）
- Instagram プロフィールに“女性専用”と記載し、男性 NG を明示

✓ まとめ：エリカさんにおすすめの導線設計

1. LINE 公式アカウントに登録
2. 自動返信で「予約フォーム」へ誘導（Google フォーム使用）
3. フォーム記入者のみ、やりとりで本人確認
4. 内容に問題なければ、住所を個別送信して予約確定

この仕組みによって、

- 安心して自宅サロンを運営できる環境
- 「不特定多数ではなく、信頼できるお客様」だけが来られる導線
が整います。

✓ 前提として：

LINE 予約+Google フォーム方式は、「完全防御」ではなく、**“怪しい人を早期に見抜くためのふるい分けシステム”**です。

✓ より確実にするために取り入れたい「追加の確認ステップ」

① Instagram アカウントの提示を“必須”にする（顔写真があるとベスト）

- 不審者は、顔出しアカウントを用意するのが面倒なため、ここで脱落しやすい。
- 「個人アカウント（鍵付き OK）をご予約時にご提示ください」と記載しておく。

② LINE 登録後のやりとりで、“会話”による人間チェック

- 名前や来店理由、現在の体調などを丁寧に聞くと、男性は違和感が出ます。
- やりとりの中で、女性としては違和感のある言葉づかいや返事の速さ、挙動の不自然さなどが出てきます。

● 例：「こんにちは。ご予約ありがとうございます！よかったら、気になっている体調のことなども教えていただけますか？」

→ 体調の悩みを自然に答えられる人は、かなり確度の高い“本物の女性”です。

③ 通話（LINE 音声 or 顔出し）を“初回限定で必須”とする案

「初回のみ、簡単な確認のために音声通話をお願いしております（数分です）」

→ これで、99%の男性は離脱します。

これは抵抗があれば任意でも良いですが、“最終防衛ライン”として有効です。

④ 予約のリマインドで「女性専用」の再通知を行う

「当サロンは女性専用サロンとなっております。男性のお客様のご予約は一切お受けできませんのでご了承ください。」

これにより、最後の確認として、偽装した男性を自動的に牽制できます。

✅ まとめ：現実的な安全対策は「3つの壁」

フェーズ	対策	内容
① フォーム段階	Instagram アカウント提示＋本名入力	書類的な壁
② メッセージ段階	会話内容チェック	言葉・感覚の壁
③ 初回来店前	音声確認または強いリマインド	最終確認の壁

✅ 最後に

「完璧なセキュリティ」は存在しません。

でも、「女性専用のプライベートサロンとして最低限の安全ラインを確保する」という観点では、この3ステップで、ほぼすべての不審予約はブロックできます。

必要であれば、LINEの自動応答テンプレや、確認メッセージ文もお作りします。

また、「事前確認フォーム」のテンプレも整えられますので、お気軽にご相談ください🌿

【カツゼンの考え】

●上記のAIの答えにあるように、「事前の申し込みでフィルターをかける」「初回は、ヒアリングと称して事前に電話で話す」ということをすると、対策になりそうですね！

ぜひ、すでに開業されている先輩たちから、具体的な対策について聞いてみてほしいです！

あと、可能であれば、lineやインスタのなかに「旦那様（男性）の写真」があつたりすると、抑止力になるとも感じました。（顔にモザイクをかけてもOK）

ここは大事な部分ですので、またお話していきましょう👍