



A·S·A·K·U·R·A®

はじめに. 会社概要

- 会社名: ASAKURA BEIJING 朝倉時尚形象設計有限公司
- 業種: 美容全般における総合プロデュース業
- 代表取締役: 朝倉 禪
- 所在地: 北京市朝阳区工人体育场东路丙2号 中国红街大厦3号楼3F
- 設立: 2004年2月18日
- 資本金: 150,000米ドル(100%独資)
- 事業内容:
 1. 美容事業
 2. 教育事業
 3. プロモーション事業
- 従業員数: 35名



北京風景



朝陽區_三里屯風景



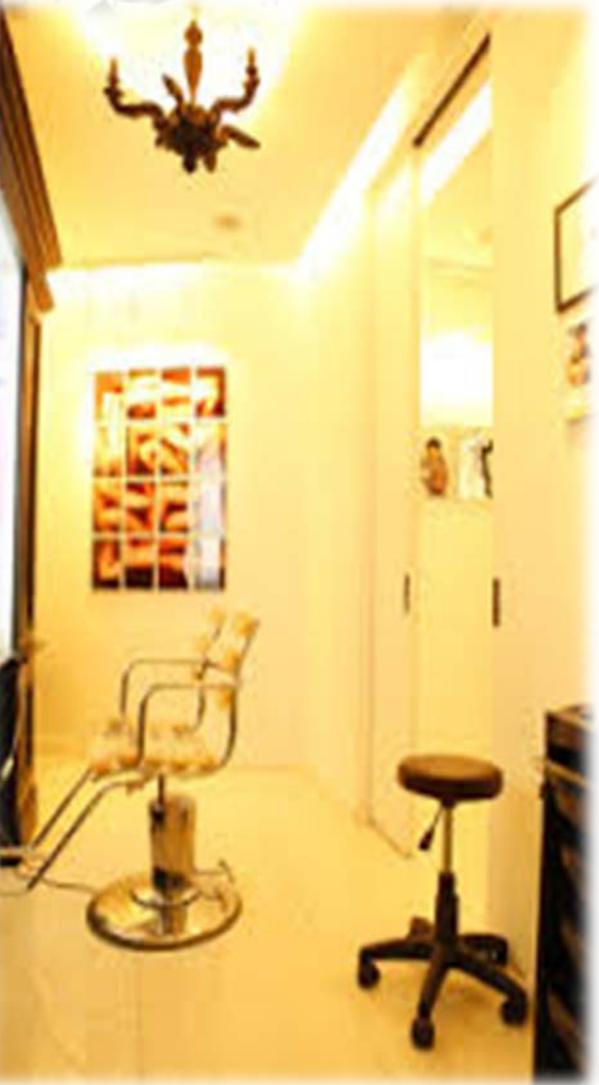


ASAKURA 北京本店





ASA-KURA 上海ペンシユラ店







目次

イントロダクション: ASAKURAとは？

- ① 日本の美容業界・スタイリストが直面している大きな問題
- ② 今後に見る日本美容のアジアでの可能性とは？
- ③ 海外で働く事の魅力とは？
- ④ 海外ってそんなに住みにくいのか？

ASAKURA Brand History

1975



朝倉博美により、ASAKURA JAPAN 創立。
シュワルツコフ社主催の世界大会に日本代表として
招聘される。
ロンドン、ミラノにて毎年ヘアコレクションを発表。
ヘア界の最高峰、ワールドヘアドレスングに毎年出場。

1988

ASAKURA オリジナル美容器具をヨーロッパにて発売開始。
美容業界の常識を覆す革新的な商品、と爆発的なヒット。
その後、高い技術力を安定的に保つことのできる、
美容師用の器具を次々に開発、
現在のASAKURAメソッドにつながっている。



1995



ASAKURA ONEDAYS SPA 設立。
南国のリゾートを思わせる3300平米のビルは、
ヘアからフェイシャルボディまで、トータルビューティを
叶える日本最大級の施設として、日本美容界の
大きな話題をさらい、日本メディアが多数押し寄せた。

ASAKURA Brand History

2004



ASAKURA BEIJING 創立。
圧倒的な技術力と、プロデュース力で、
中国メディアの注目を一極に集め、
スタースタイリスト集団への道を駆け上がる。
アジア最優秀サロン等、多数の賞を受賞。

2005



ASAKURA SCHOOL開校。
独自の日式技術は、中国美容業界に
旋風を巻き起こした。
毎月の北京スクールのほか、
全国の美容師から講習依頼を受ける。

2008



VIVI×ASAKURA HAIR STYLE BOOK /
TECHNICAL DVDなど出版業界でも活躍。
「ASAKURAスタイル」が中国全土で広がり、
日式スタイルブームを巻き起こす。

2010



日中合計30社以上のメディアより常に取材
依頼があり、毎月のヘアコレクション撮影、
イベント、ショーなどヘアサロンの枠を
飛び越えた流行の発信地としてファッション界
からも熱い注目を浴び続けている。

2013



上海ペンシユラOPEN.

1. ASAKURAの紹介:自己紹介

朝倉禪 ZEN ASAKURA



1977生まれ

16歳より渡英。Diorのガリアーノなどデザイン界のトップを多く輩出するセントマーチン芸術大学に就学。

日本に戻ったのち、99年～02年までASAKURAヘアショーを3年連続でプロデュース、6000人を動員する。04年中国北京に渡り、北京朝倉時尚形象設計有限公司を設立。同年7月にASAKURA SALON BEIJINGをOPEN。

単に日本の流行スタイルを提供するだけではなく、中国人顧客の性格、求める傾向を分析し、その要求の一步先のトレンドを提供する「中国人顧客が求めるトレンドスタイル＝ASAKURAスタイル」を確立し、多くの芸能人、中国人富裕層顧客より圧倒的な支持を受けるようになる。

●China (一部抜粋)

- ・雑誌FIGAROにて朝倉禪の特集が組まれる。
中国でも最も成功した外国人企業家として紹介
- ・アジア最優秀国際サロン賞受賞。
- ・中日平和友好30周年記念企画の日本人代表として参加。
- ・2006,2009北京、上海ベストスタイリストに選出される。
- ・中国国営放送CCTV 海外向けドキュメントで朝倉禪の特集が組まれる。



●Japan (一部抜粋)

NEWS WEEK

- ・NHK「東京カワイイ★TV」にて特集が組まれる。
- ・TV東京「世界を変える100人の日本人 JAPAN ALL STARS」では「中国のファッション業界に革命を起こした日本人として紹介される。」
- ・PHP研究所 THE21「世界が注目する日本の若手ビジネスパーソン15人」
- ・講談社セオリー「いま、世界に誇りたい代表的日本人」
- ・週刊東洋経済「北京で奮闘する30代企業家」





<朝倉禪 プレス情報>

● china (一部抜粋)

- ・雑誌FIGAROその他ファッション誌にて朝倉禪の特集が組まれる。
- ・中国経済紙で最も成功した外国人企業家として紹介。
- ・雑誌REMIXにて、表紙を含めて6Pにわたり朝倉禪の特集が組まれる。
- ・アジア最優秀国際サロン賞受賞。
- ・中日平和友好30周年記念企画の日本人代表として参加。
- ・2006,2009北京、上海ベストスタイリストに選出される。
- ・中国国営放送CCTV 海外向けドキュメントで朝倉禪の特集が組まれる。
- ・中国版vivi,cancam,voce,その他日系誌の多くのモデルオーディションにて審査員を務める。
- ・中国初の中国人モデルを使ったヘアカタログをプロデュース
- ・中国人向け東京ガイドブック(5冊組み)をプロデュース



＜朝倉禅 プレス情報＞

●Japan(一部抜粋)

- ・NEWS WEEK誌にて「世界が尊敬する日本人100人」に選ばれる。
 - ・NHK「東京カワイイ★TV」にて特集を組まれる。
 - ・TV東京「世界を変える100人の日本人 JAPAN ALL STARS」で「中国のファッション業界に革命を起こした日本人として紹介される。
 - ・PHP研究所 THE21「世界が注目する日本の若手ビジネスパーソン15人」
 - ・講談社セオリー「いま、世界に誇りたい代表的日本人」
 - ・週刊東洋経済「北京で奮闘する30代企業家」
 - ・日本テレビ「ズームインSUPER」にて、「中国人気NO1カリスマ美容師」として紹介される。
 - ・TBSニュース23にて、中国で成功している実業家として紹介される。
 - ・その他BS1「エルムンド」 ビジネス番組などに多数出演。
- また、BSで放送されたドキュメントが国際線機内プログラムとして放送される。



朝倉禅

講演会

- ・ さいたまロータリークラブ主催 「世界に飛び出せ」講演
- ・ ニュービジネス協議会 「中国ビジネス 成功への軌跡」
- ・ 香川県主催 上海ビジネス塾
- ・ 中国日本大使館主催 成人式講演
- ・ 札幌市商工会議所主催 「中国ビジネス勉強会」講演

香川県国際親善大使

中国向け 香川県ブランディング「香楽川行」統括

イントロダクション： ASAKURAとは？

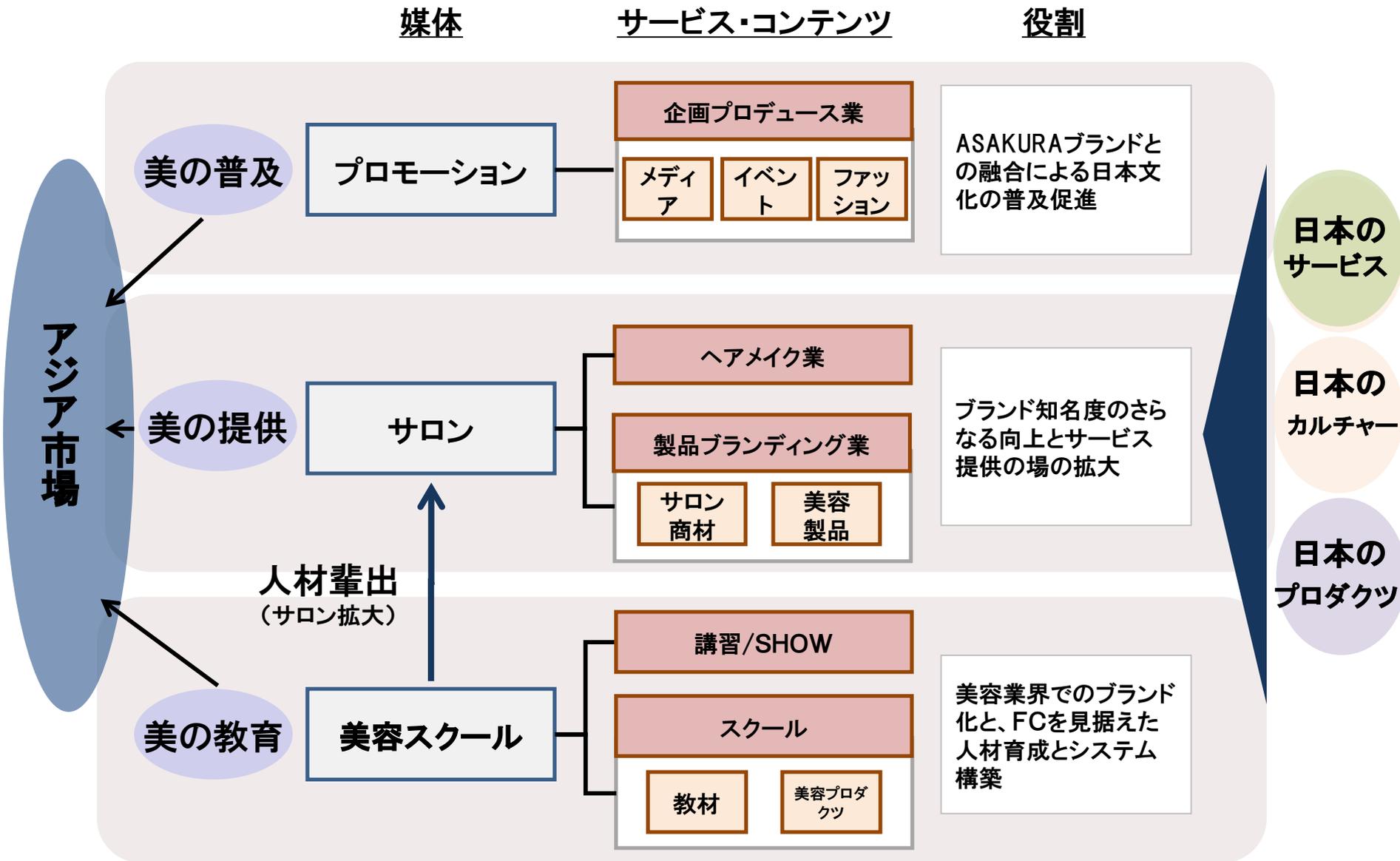


ASAKURA 企業理念

MAKE YOUR STYLE & SMILE



ASAKURA 事業概要



**「コミュニティサロン」 ASAKURAは中国でどのように
最優秀サロンとなったのか**

10年間変わらない貫くコンセプト

**ASAKURAはヘアサロンではなく
新たな情報を求めて人が自然と集まるコミュニティサロン
中国市場におけるカルチャーの発信地でありつづける**



日単位で迅速かつ打算的にぶれながら寄り添う

**中国視点を徹底して埋め込み、理想にこだわらず
目の前の変革を優先する**

このバイアスにより、日本企業の枠を超える事が可能になった



ASA-KURAが徹底したこと

- **ターゲットは中国人。ぶれない軸。**
- **臨機応変にニーズに寄り添いながら市場を啓蒙する。**
- **日本人コミュニティではなく、中国現地の絆を深める**



ASAKURAが徹底したこと

- ・日本の考え方そのままでは通用しない。
- ・現地のニーズに合わせてスピーディに変えていく。

期と場を掴み、ブランド力を保つために 過去の成功の型を**完全に**変革する。

2004年



2009年



2013年



路面店サロンがほとんどなかった時代に、「**通う事のステータス**」を生み出すため、外から目立つガラス張りの2階建てサロンを市内中心にOPEN。芸能人、メディア、モデルの行きつけサロンとして知名度を上げることに成功。

顧客数と知名度が安定し始めた第2ステージとして、「**圧倒的なスケールと発信力、ブランド力のアピール**」を目指す。総面積1100平米、天井高8mの巨大な空間にヘアサロン、ギャラリーを配置、技術だけではない大きなインパクトでブランド力を強固なものとする。

右肩上がりに上がっていく、来店顧客数に対し、第3ステージとして「**近距離での高いホスピタリティとサービス、顧客の定着率向上**」を目指す。よりクオリティ高で、選択肢の多いサービス内容を提供、一般顧客をVIP顧客へ移行してもらうためのサービス空間。

ASAKURAスタイルのローカライズとは。



2008年スタイル例。この2つのスタイルは技術的にはさほど変わらない。
古い新しいの概念ではなく、「今」の現場のニーズに併せた提案をする。

ASAKURAスタイルのローカライズとは。



サロンの看板写真比較



2004年当時



2015年当時

**10年間で中国における日本は
どのように変わったのか？**

2004年—現在 中国における日本はどう変わったか

2004年 中国版ViVi



中国人モデル



日本人モデル



2004年
日本ブランドのイメージ



手に入れることの出来
ない
希少なブランド

真似することの出来
ない質の高い
ブランド

なかなか手が届
かない高価な
ブランド

2015年 中国版VIVI誌面



中国ページ



日本ページ

2015年 中国版VIVI誌面



中国ページ



日本ページ

2015年 中国における「日本」



日系を意識しながらオリジナルのスナップを発信する
モデル、ブロガーが急増

2015年 中国における「日本」



- **女性ファッション雑誌売上ランキングの上位7位が日系ファッション誌。
TOP1はRayの翻訳版、毎月200万部発行**
- **数多くの日本ブランドの進出により、「日本ブランド」が日常的に手にできる。**
- **日本クオリティを意識した国内商品の開発進化が進む**

無条件に憧れる時代は終わり、
国内産、他の海外産と並ぶ
選択枝の一つとなっている。

Customer

ASAKURA顧客背景

月平均来店数: **1500名以上**
顧客平均消費: 580RMB
顧客平均月収: 15000RMB

登記会員: **15000名**
内VIP会員: 3500名 (5000RMB/10000RMB/30000RMB卡)

顧客来店頻度: 1回/90日
顧客国籍: 中国人90% 其他国籍10%
顧客年齢: 25-45歳

メディア 関係者 ブロガー
モデル 有名人来店 : **200名以上/年**



美发沙龙
爱尚酷娜

A·S·A·K·U·R·A®

<http://www.asakura.com.cn>

PR Source

ASAKURA PR

官方/代表微博フォロワー

: 300000名以上

月メディア撮影：10回以上

月メディア掲載：8回以上



中国コミュニケーションメディア

<雑誌>

瑞丽 (Ray), 昕薇 (Vivi), 米娜 (mina), 昕薇 风采美妆 (Voce), 卡娜 (SCawaii), 今日风采 (Oggi), UP美容 (BeasUP), 悦己 (SELF), 嘉人 (marieclaire), 时尚 (COSMOPLITAN), 时尚芭莎 (BAZZER), 秀媛尚 (ANECAN), 秀美的 (BITEKI), 费加罗 (FIGARO), VOGUE, 《智族 (GQ)》, SIZE 等

<TV/WEB>

CCTV, 旅游电视台, CCTV, 中央电视台, 北京电视台, 湖南电视台, sina 等

①日本の美容業界スタイリストが

直面している大きな課題



日本美容業界の現実

日本の美容師のレベルは世界的に非常に高いと感じます。
しかし、その技術はほとんどの場合、国内で完結しています

国外へと目を向けずとも日本の美容業界が景気が良い時は、日本の中で頑張れば夢を持てる職業であったかと思えます。

しかしその時代も過ぎ去り、**日本の美容業界が飽和状態**となっている現在、日本で幾ら頑張っても報われない、活躍の場がない、稼ぐことが出来ないために美容師という職業にも夢が持てず、新しい人材も入ってこない。

業界で頑張る人も減っていく、結果技術水準が落ちていく事が予想される。

そのような危機的状況下にあるように見受けられます。



日本美容業界の現実 <業界の飽和状態>

全国美容室数 22万3,645店舗

全国美容師数 45万3,371人 = 計算上1店舗あたりの美容師数 約2名

(H21年度厚生労働省データ)

美容業界の市場 **1.55兆円/年**

1店舗年間売上 = 約693万円

1人当たりの年間売上 = 約346.5万円

1ヶ月あたり1店舗の売上 **57.7万円**

1人当たり 約**28.78万円**の売上にしかない。

この数値は美容業界の飽和状態を裏付けしている。



私を感じる日本の美容業界に対する問題点

「日本の美容業界が飽和状態となっており、
スタイリストの努力が報われない、
活躍の場がない、
夢が見れない
職業になってしまってきている」

② 今後に見る日本美容の

アジアでの可能性とは？

アジアの消費市場動向

2020年のアジアの姿

世界の消費市場で占めるアジアのシェアは日本を凌駕



アジア10カ国地域

- ①中国 ②台湾 ③香港 ④韓国 ⑤タイ ⑥マレーシア
- ⑦シンガポール ⑧インドネシア ⑨ベトナム ⑩フィリピン

90年代までのアジアは、安価かつ豊富な労働力を武器に世界の工場として著しい成長を遂げてきたが、2000年代に入ると、所得水準の上昇に伴い成長率の高い消費市場としての魅力も高まってきた。

2000年代から高成長を遂げたアジア地域は、過去10年間でGDPの規模が約2倍に拡大した。リーマンショックが起こった2009年はGDP成長率が世界全体でマイナスとなったが、アジア地域は7.0%の高成長を維持。今後、2013年から2017年の5年間においても、平均7.5%の成長が見込まれている(IMF予想)。これは米国や欧州だけでなく、新興国平均の6.0%を上回る水準である。

アジア地域の経済成長は、製造業、石炭や原油などの資源、個人消費など各国がそれぞれに強みを持ち、バランスが取れている点も特徴的。また、ロシアやブラジルなどと比べ財政収支や経常収支が良好な国も多くなっている。

③海外で働くことの

魅力とは？

中国美容業界の底上げをはかる中国全土における教育活動

■ ASAKURA SCHOOL

毎月の自社北京スクールの他、上海、杭州、広州、西安など全国各地100以上の都市で講習活動を実施。

(地方へはスタイリストが自ら出張)

■ 受講者数: 200人/月 (スクール、講習を合算)

■ 受講料:

- ・北京スクール: 1名あたり4,000~5,500元 (期間: 3~5日)
- ・その他外部講習: 7,000~10,000元(1日あたり講師料)

■ 受講者: 各地域で美容室を営むトップスタイリスト

■ 出版物:

DVD、Hair design & technic book



中国美容師業界で日式美容 スクールNO1となったASAKURA



ASAKURAが連載を抱える美容業界誌

- ・ 彩
- ・ 美容美发
- ・ 翹仕 发型师
- ・ 美业
- ・ 艾丝
- ・ 美业777



中国美容師業界誌6誌に対し、
連載を抱えスタイルを提案し続ける他、
自社スクール及び外部講習を9年間に
渡り継続してきた。

まだ、中国人美容師界に「日式」という
概念がない間から働きかけたことで、
日式=ASAKURAのイメージを
確立させた。



アーティスト、ブランドとの
コラボレーション、イベント。

ASAKURA MEDIA/PRESS

A·S·A·K·U·R·A®

EVENT

OTHER

- ワールドモーターショー @北京(2008/2012)
日産ブース ヘアメイクプロデュース/
- 中日オシャレ親善大使 オーディション
hairmake/ EVENT SPACE RENTAL/ 進行サポート
- MTG Refa Carat 展示販売イベント
PR即売イベントプロデュース
- MINI ブランドPRイベント
PRイベントプロデュース
- 山本寛斉 HELLO CHINA!
ヘアメイクプロデュース
チャイナメディアコミュニケーション
- 上海万博 イベントプロデュース
ヘアファッションステージ
- アジア ヘア協会 バンコクイベント
ヘアショー トータルプロデュース



HottoMotto
ほっともっと



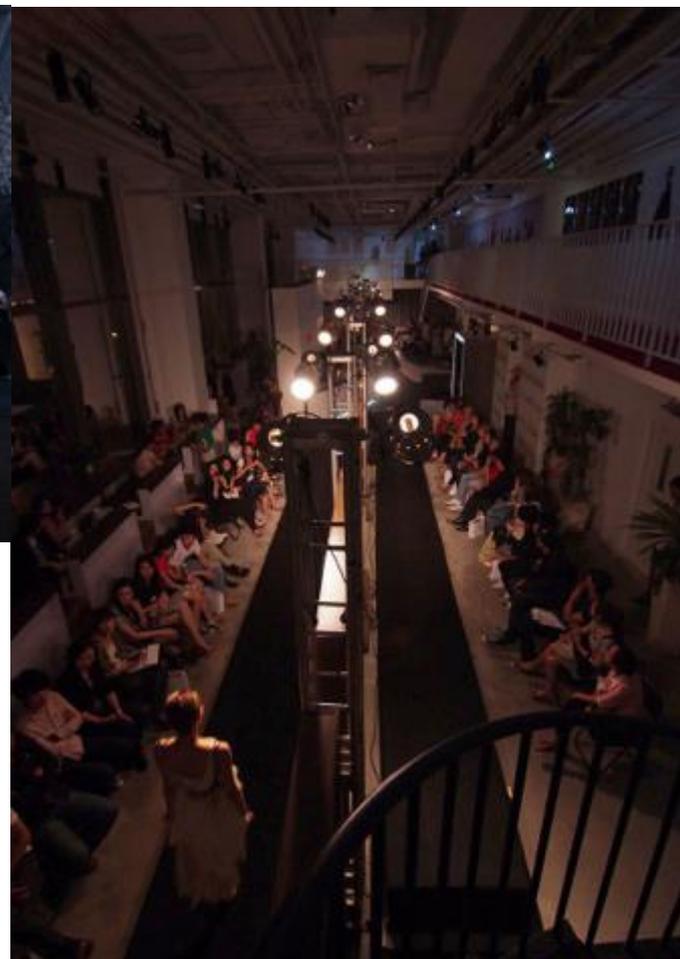
北京燕宝



EVENT



VALENTINO 2014 SS COLLECTION



TOKYO CREATIVE COLLECTION



山本寛齋 2013 HELLO CHINA!

EVENT

MEDIA

- VIVI 昕薇中国女孩 FASHION SHOW (2010)
hairmake / 'Mornin'Garage' PR
- VIVI 昕薇中国女孩 モデルオーディションイベント (2010)
hairmake / Fashion Styling
- S'Cawaii 卡娜 Girl's night (2010.2011.2012)
hairmake / VIP GUEST
- Men's Joker 型男志 (2012) WEB EVENT
hairmake / Styling

PUBLIC

- COOLBIZ in 上海万博
EVENT総合プロデュース/SHOW出演
- TOKYO CREATIVE COLLECTION
イベント総合プロデュース
- 日本隋行
ヘアメイクブースプロデュース/イベント出演
- 三重県伊勢市 真珠協会
PRポスター製作 ヘアメイクブースプロデュース



EVENT

OTHER

●ワールドモーターショー @北京(2012)
日産ブース ヘアメイクプロデュース/

●中日オシャレ親善大使 オーディション
hairmake/ EVENT SPACE RENTAL/ 進行サポート

●MTG Refa Carat 展示販売イベント
PR即売イベントプロデュース

●MINI ブランドPRイベント
PRイベントプロデュース

●山本寛斉 HELLO CHINA!
ヘアメイクプロデュース
チャイナメディアコミュニケーション

●Hotmotto 顧客嗜好マーケティング
顧客へのお弁当へのアンケートリサーチ

●team Lab
中国女性ネットユーザー意識調査座談会



北京燕宝



EVENT

FASHION

● TOKYO CREATIVE COLLECTION イベント総合プロデュース

Mintdesigns DRESSCAMP suzukitakayuki

TARO HORIUCHI The Viridi-anne



TOKYO CREATIVE COLLECTION

● 展示会

ASH&DIAMONDS
irie life
earth music & ecology

● ブロガー座談会

ASH&DIAMONDS
irie life
earth music & ecology



国家イベント/観光インバウンド実績

●日本随心行 日本観光インバウンドイベント

外務省後援のインバウンドイベントにて、イベントステージのプロデュースを行った。当日は、日本のおしゃれスタイルを中国顧客に伝えるというテーマの元、ASAURAが期間臨時ヘアセット面を設営。



●三重県伊勢市 真珠協会

真珠協会 PRポスター製作プロデュース
動画/パンフレット作成。

●関西観光インバウンド 中国VIVIモデルの旅日記出版

中国版VIVI発行の人気モデルの旅日記本にて、企画提案/クライアントコーディネート
撮影サポートを行った。

●東京地区 観光インバウンド ガイドブック出版

中国版VIVIとの共著により東京ガイドブックを出版。
約200ものショップ/レストラン/ホテル/観光地区等を取りまとめ、今一番新しく、面白い東京を紹介する、旅行者向けガイドブック。
VIVIモデルを引き連れた撮影、企画、取材、編集補助と総合監修を行った。



国家イベント/観光インバウンド実績

●COOLBIZ in 上海万博

EVENT総合プロデュース/SHOW出演

小池百合子議員を招聘上海市長、各界のTOP経営者を迎え、日本産業館にてクールビズを推奨するヘアファッションショー形式のイベントを総合プロデュース。上海メディア及びminatoppモデルを手配。



~after work~

COOL BIZ 时装秀 休闲5



●TOKYO CREATIVE COLLECTION イベント総合プロデュース

経済産業省後援。東京コレクションにて活躍する著名ファッションブランド5社迎え、ヘアサロン全体をランウェイに見立てた大規模なファッションショーを開催、完全プロデュース。同時に、販売展示会を実施、多くのメディア関係者、ファッション業界人が詰めかけた。



2013
ASAKURA@
MAGAZINE

• 昕薇(VIVI)

5月号
6月号



• 昕薇(VOCE)

6月号
7月号



• 昕薇(LOOKS)

創刊号裏表紙



• 瑞丽伊人时尚
(CLASSY)

4月号
10月号



• 瑞丽服饰美容 (RAY)

• 瑞丽新发型 (ar)

3月号
6月号
10月号



• UP美容 (BeasUP)

4月号
6月号
7月号



• 服饰美容 (VOGUE)

5月号



• 嘉人(marie claire)

9月号

• 费加罗(FIGARO)

10月号
11月号



• 北京漫步

2月号

• 新锐

2月号

• 健康美容
(Heath Beauty)

8月号

• 潮流生活 (SIZE)

6月号
9月号
10月号
11月号
12月号



• 姐妹 (CECI)

3月号
4月号
7月号
8月号
9月号



Stylist

ASAKURA 团队发型师

资深高级发型师
CREATIVE STYLIST

高级发型师
TOP STYLIST

月平均指名数：380名
顾客平均消费：750RMB
月平均销售：240000RMB

发型师 STYLIST

月平均指名数：140名
顾客平均消费：500RMB
月平均销售：70000RMB

=約4,000,000円

月平均指名数:100名

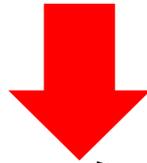
顾客平均消费：260RMB
月平均销售：30000RMB

=約1,200,000円





現地で求められる形で発信する



自ら需要を生み出す

競争は凄まじく激しい。
ただ、しっかりとしたブランドの基盤と
自分のやるべきことを確立すれば
技術やホスピタリティを評価をしてもらえる土壌はある。

Star × ASAKURA



Karl Lagerfeld



高圆圆



胡可



蒋雯丽



张歆艺



杨坤



刘翔



刘亦菲



霍建华



徐静蕾



苍井空



宋丹丹



佟大为



米原康正



王学兵

他にも杨澜，成方圆，邓超，刘孜，张靓颖など毎月多くの著名人がサロンにご来店されます。



プロモーション実例 ASAKURA×香川県



活动介绍

- 活动时间：
2013年10月30日~11月17日
- 活动地点：日本香川县
- 主办方：香川县旅游協会
ASAKURA朝倉禪、柳瀬真弓
- 摄影师：日本著名摄影社米原康正
ASAKURA御用摄影师刘子辰
- 模特： 微博达人张雨乔
- 协助方：《YOHO》主编

香川県国際親善大使である朝倉禪が観光協会より依頼を受け、対中国、アジア旅行者へのPR事業を年間で手掛ける。「東京や大阪でなく香川でも出来る、香川でなければ出来ない事」を紹介。
中国よりファッションブロガーとファッション誌「YOHO」を招聘、日本より、日中で影響力の高いカメラマン「米原康正」氏を招聘。パンフレットの作成及び、中国SNS微博を利用した情報拡散を行った。微博の1ツイートが130万アクセスを超えるなど大きな反響を作った。



活动介绍

- ・ 活动时间:

2013年9月15日

- ・ 活动场所: ASAKURA北京本店
- ・ 到场来宾: 媒体会员+salon会员
- ・ 讲师: 森山贵友/ 马锐
- ・ 活动形式: 品牌&商品介绍

沙龙发型

パナソニックの美容機器ライン、
「パナソニックビューティ」のPRイベント。
美顔用品からヘアスタイリングの器具まで
各種ラインナップを配置し、ASAKURAVIP顧客、
メディア、モデルなどを招き、ASAKURAスタイリストが
講師となりデモンストレーションを行った。



A·S·A·K·U·R·A®

ASAKURAが中国トレンドの現在をつくる。

2004年にOPENした ASAKURAは
「日本のスタイル+中国の女性が求めるスタイル=ASAKURA スタイル」を確立、
中国美容業界を索引する存在として、中国トレンドを第一線で構築し続けて
きました。

総面積1100平米、天井高7M、総席数61席の世界最大級の北京スタジオを経て
上海のペニンシュラホテル内でのサロン、
そして北京ではヘア、ビューティー、プロモーションとそれぞれの
ニーズに合わせて作られた中国最新トレンドの発信地。
中国の時代が求める最先端をASAKURAが切り開き続けます



CONTACT

ASAKURA PRESS/ OFFICE

MP: 13240702603 (PRESS)

TEL: 010-6585-9987 (OFFICE)

E-mail: 2283456355 @qq. com (PRESS)
: office@asakura. com. cn

Wechat: asakura2013

Add: 北京市朝阳区工体北路8号院 三里屯SOHO
3号楼3322

HP: <http://www.asakura.com.cn/>

WEIBO: @ASAKURA美发沙龙

Thank you!



ASAKURA美发沙龙微信