

松本平太郎美容室（東京・中央区）



人材育成から人財の定着と活用にシフト ヘアカラーを軸に新たなキャリアをサポート

SALON DATA

代表者：松本平太郎

開業年 1994年5月

立地：駅前商業地

営業規模：50坪、鏡面数20面、

シャンプー台6台

スタッフ数：スタイリスト10名、

カラーリスト2名、アシスタント9名、

レセプション1名

月間平均客数：約1,400人

月間平均技術売り上げ：1,200万円

主な技術料金：カット5,000円、

カラー6,000円 バーマ（カット含む）

9,000円、トリートメント3,000円

※上記データはすべて銀座Part II店



銀座地区には94年に出店して以降、現在は5店舗を構える。（写真は銀座Part II店）

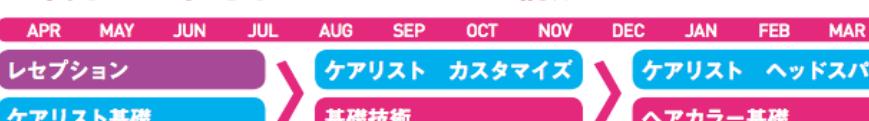


1966年に創業し、首都圏に18店舗を展開する松本平太郎美容室。人材を組織の大きな財産と位置づけ、時代や経営環境の変化に合わせて働く環境を整備してきた。人材確保が難しくなる今、スタッフが長く安心して働ける環境が不可欠と新たな人材育成とキャリア開発に着手。ヘアカラーを軸とした取り組みを紹介する。

時代や環境の変化に合わせた教育内容の見直し

入社3年間の基本的なカリキュラムの構成とキャリアプラン

1年目



Point

1年目はOJTによる早期戦力を主眼に、営業ベースの知識、技術を中心に、必要な基礎技術を身に付ける。ケアリストとして、カウンセリング、トリートメント、スパの基礎理論、テクニックと同時に、素材条件に合わせた商材の選択、組み合わせによるカスタマイズな技術、メニュー提案を修得。

目標となるキャリア

ケアリストデビュー

2年目



Point

2年目はケアリストとしてお客様に入り、ヘアカラーもワンメイクを中心に行なう。並行してスタイルデビューに向けたカットカリキュラムに入る。ジュニアスタイリストまでに10項目、スタイリストまでに10項目の課題を設定し、チェックOKで昇給にリンクする。20項目のうち18項目がカット&プロースタイルで構成。

目標となるキャリア

ジュニア
スタイリスト
デビュー

3年目



Point

3年目はパーマの基礎、ワインディング、ブロー、アイロンワーク、仕上げまで。カラーも含めて、店長、マネージャークラスとの個人面談でフレキシブルに内容を組み立てるカスタムメイドのカリキュラムとなる。並行してスタイリストデビューに必要なカット課題とフィニッシュワークをモデルチェックでクリア。

目標となるキャリア

スタイリスト
デビュー



スタッフ個々の自主性と目標設定をサポートする人材育成が定着。会社全体、店舗単位、クラス別のミーティングのほか、店長、幹部を含めた対話を通してフォローアップする。



定期的に行なう撮影にも積極的な参加を募り、スタッフのモチベーションを高める取り組みとして活用。ホームページやブログでも定期的に発信し、ブランディングをはかる。

ヘアカラーを軸にした新たなキャリアの開発

ヘアカラー率60%というお客様のニーズを踏まえ、より高いデザイン&カラー提案を可能にするためスペシャリストの育成に着手。カラーリストをケアリスト、スタイリストと同様にお客様への価値提供に欠かせないキャリアのひとつと位置づけ、全店の人員配置、サロンワークのフォーメーションもあわせて見直しをはかっている。

カラーリストとして必要な20回の講座と主な内容（ヘアカラー塾基本カリキュラム一部抜粋）

1 カラーリスト心得と必要なスキル／上質カラー／マーケティング 最近うれしかったこと／課題ウィッグ・14レベルブリーチ単品	10 分析 雑誌リサーチ ファッション コンセンサスプロセス／分析・思考行動パターン	19 筆記試験 実技試験／モデルプレゼン
2 色彩学基礎／カラーハンティング／マーケティング2／課題ウィッグ確認 パートナー紹介／課題トレンドリサーチ	11 パーソナルカラー／ ドレーピング	
3 トレンドハンティング／課題トレンドリサーチ確認 進捗報告／課題用毛束配布	12 色の世界を描く プレゼンテーション	
4 トレンドカラーブレゼン／課題毛束確認・相互投票・分析 相手を誉める／課題ムードボード	13 カット1 ソーシャルタイプ	
5 トレンドヘアプレゼン モデル／課題ムードボード確認	14 カット2	
6 フォルムと印象 感動したこと	15 カット3 協働／ムラ修正／ ブリーチウィッグ相互投票・分析	
7 コミュニケーションスキル／パーソナルスペース／アイコンタクト／ 握手効果 見た目で悩みを探す	16 カウンセリング／セルフプランニング プレゼン	
8 倾聴カウンセリング／ハイパーカウンセリング 図形伝達ゲーム／課題・ホームカラーリサーチ＆ウィッグテスト	17 カウンセリング／セルフプランニング プレゼン	
9 ホームカラーリサーチ／課題ウィッグ確認・資料作成・プレゼン共有	18 カラーハンティング ブレゼン	カラーリストとしてのキャリアは、カラーマネージャーが主催する全20回の講習を受講し、筆記、実技のチェックを経てスタートする。表内の通り基本的な知識、スキルのほか、カラーリストとして必要なコミュニケーション能力の開発を主眼に置く。お客様へのカウンセリングスキルは当然として、スタイリストとのイメージの共有をはかるためにベーシックカットも3回組み込むなど、デザインに対する共通言語獲得に配慮する内容となっている。

マルチタスクな働き方と評価によるサポート

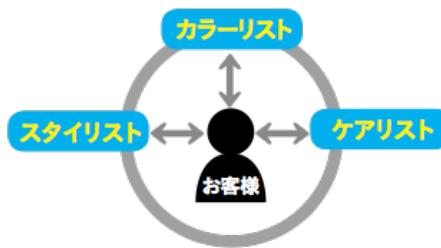
カラーリストは、客数や売り上げで評価されるスタイリスト以外のキャリアとなるよう、所属店舗に縛られないサロンワークが可能な働き方を導入。ゼネラリストとして、店舗やお客様のニーズに合わせて、身に付けたスキルと専門性をマルチタスクに発揮する。

お客様、スタッフ、会社、いろんな面で可能性を感じます。



銀座PartIV店でお客様に入りながら、週に1回、青山店でもカラーリストとして予約を受けています。ちょうど1年前に、カラーリストとして吉祥寺店のサポートにも入させていただき、ヘアカラーによるお客様との関係づくりや、スタッフとの連携、サロンワークの見直しなども経験しました。自分のお客様だけでなく、カラーリストとして全店を見渡した動き方や働き方を可能にもらえたことが、何よりやりがいにつながっています。身に付けたスキルや経験を、お客様、スタッフ、会社と、いろんな面で還元でき、この先も長く役に立っていくける可能性を感じています。（カラーリスト・佐藤繪理さん）

お客様を中心にサロンワークのフォーメーションを見直し



カラーリストを配置することで、アシstantト＋スタイリストといったサロンワークのフォーメーションも変更。お客様が抱える課題の解決を、素材、フォルムや質感、色や明るさといった視点からそれぞれのスペシャリストが連携しながら提案、実践していく。1人のお客様との接点が増え、より精度の高い技術、サービスの提供につなげている。



ヘアカラーのお客様には専用のカウンセリングスペースを設けてカラーリストとしてコミュニケーションを取ります。



サロンワークのなかでは、スタイリストと連携を取りながら、専用のカウンセリングシートを使ってお客様への説明、必要な提案を行う。