

顧客満足の追求で新規再来率65%を実現 サロン事業の確立から新事業展開へ



アシスタント研修：トミーズ・アカデミー
芦花公園で週1回行われるアシスタント
研修。美容技術をみっちり学び、1年3カ
月から1年半で美容師としてデビュー。

るが、あえてそれをしない。また、美容師は経験に関係なく、原則として最後まで一人のお客様に付きっきりだ。そして、たとえビルインの店舗であっても、施術後はビルの外まで見送ることは同社では当たり前のこと。この姿勢を貫くために、1人の美容師が1日に担当するお客様は最大で8人に制限している。効率よりもお客様を最優先に考えているためだ。

サービスの快く感じるか否かの最も基本的かつ重要なポイントは、「退出の予定時刻を守る」ことだという。これは、後述するミステリーショッピングリサーチ(MSR)でもお客様満足度の低下につながる直接的な原因となることが分かっている。そのため、予約時にメニューを聞かない一方で、予約時のお客様の退出予定時刻は必ず確認し、予定時刻を守るために細心の注意を払う。

さらに、お客様の次のご予定、ご来店背景や性格、ご自宅からサロンまでの移動距離、過去のご来店履歴など、お客様に快適に過ごして頂くために必要な情報はできる限り事前に確認し、毎日の朝礼時にスタッフ全員で共有する。お客様一人ひとりに合わせて、施術時に手が空くスタッフの動き方、心配りの仕方などをシミュレーションするのだという。また、朝礼の中では「なぜ髪質の

情報や知識をお客様にお伝えする必要があるのか」「なぜヘアスタイリング剤を自分たちが提案するのか」などのテーマを設け、美容師としてどうあるべきかについての意見共有や議論も欠かさない。表面的な会話や技術ではなく、心のこもった接客サービスの質をお客様の心をつかむのだ。

施術面で「快適な時間」を実現する努力も怠らない。「イマジン」のラグジュアリーブランド「イマジジンラグジュアリー」では、他社に類を見ない「整顔シャンプーインク」を行っている。これは、シャンプーやトリートメントをしながら呼吸に合わせて頭皮をソフトタッチしながら、頭蓋骨を矯正し脳脊髄液などの流れを良くするものだ。このような取り組みは他にも多数ある。

**MSRの導入により
再来率が5%アップ**

これらの取組みに加えて、お客様により快適に過ごして頂くために2009年1月から導入したのがMSRだ。「サロンの技術やサービスがお客様に伝わっているのか、正しいのか、そして満足されているのか、それを確認するため」と営業企画事業部長の山下博和氏は話す。自店のMSR調査レポートを全員がチェック

株式会社トミーズ・スター ヘアサロン

厳しい戦いを迫られる美容業界

厚生労働省の調査によると、全国には美容室(サロン)が約22万店、美容師が約43万人存在する(2007年時点)。サロンの数は2000年度を境に毎年約2〜3万件ずつ増え続けているが、各店舗の客数は減少傾向にある。いわゆるオーバーストア状況だ。特に小規模店は厳しい経営環境に置かれ、今後は二層の淘汰が進んでいくと見られている。

一方で、美容師資格の新規取得者数は2004年以降、減少傾向にある。美容師の数はこれまで毎年増加を続けていたが、今後は美容師が減っていくことを示唆している。サロンによって異なるが、専門学校に2年間通い、約3年間の修行を積み、美容師を志してから合計5年間の歳月を掛けてデビューするというのが美容業界の常識だ。また、美容師の資格を持つだけでなく、ネイルアートやエステティシャンなどの分野であれば比較的早期に活躍の場が持てる。長期間の修練が必要な美容師を目指す若者は年々減ってきているのが現状だ。

このような情勢の中、各サロンでは、ディスプレイによって来店頻度を高めたり、スパやアロマなどのリラクゼーションなどの付加サービスによ

て売上の拡大を図る企業が増えており、業界再編の動きが進みつつある。また、新卒学生の獲得競争も熾烈を極めるようになってきた。

**滞在時間の快適さを
追求する工夫の数々**

1978年創業の株式会社トミーズ・スターは、低価格路線を取ることなく、技術やサービスの充実で地域の高い支持を得て、現在23店舗と拡大基調を続けている。同社がブランドをつくる上で最も大切にしているのは「滞在時間を快く過ごして頂く」ことだ。これを実現するために同社では全ブランド共通で独自の接客基準を設けており、これが厚いファンを獲得している。ユニークなのは、新規・常連客共に、予約の際にはパーマやカラーなどのメニューを聞かないこと。来店後にカウンセリングを行い、お客様の要望に合わせてメニューを直接提案している。最初にメニューを聞けば時間調整でき



[1]年間表彰：年1回、売上など各目標数値の累計で上位3位までのサロンと個人を表彰している。

[2]老人ホーム：2004年から始めた介護プロジェクト。老人ホームの建設事業を手掛ける会社と提携し、各施設に美容師を派遣。これまで培ってきた美容技術を活かし、地域のお客様ニーズに応える新たな事業に挑戦する。

[3]トミーズ・コレクション：年1回、6月に開催している社内コンテストのトミーズ・コレクション。モデルカットなど5つの部門で優勝を競う。



株式会社トミーズ・スター
東京都世田谷区南烏山 2-34-4
ラ・クラッソ芦花公園 201号室
<http://www.tomys.net/>

Orange：アランジェ販売サイト
<http://orange333.jp/>



「整顔シャンプーイング」の案内ページ：美容業界の中でも先駆的なサービスである「整顔シャンプーイング」では、「顔のゆがみ」のセルフチェック法も案内する。美容業界ではこのような新しい取り組みを始める企業が増えてきている。

以上、朝礼とは別に月1回、それぞれが意見をもち寄りミーティングを開く。良い面は継続することを確認し、改善すべき点はどうか対処していくかを話し合う。

接客サービスについて毎月テーマを決めて実行し、その成果をレポート結果から検証するという。導入から約1年が経過したが、MSRの効果について、「お客様目線での改善点が明らかになり、改善活動が定着してきました。例えば、髪の毛がテーブルの上に落ちていたり、雑誌の間にはさまっていたりするのが気になるという指摘を受けて、普段からお客様にしか見えない部分の掃除を徹底するようになりました。このような小さなポイントの積み重ねがお客様の快適さを決めるのです」と山下氏は話す。同時に、これは競合サロンにとって模倣が難しい部分でもある。MSRの導入によって初回再来率は従来より約5%伸び、現在は65%と高い水準を維持しているそうだ。

「整顔シャンプーイング」の案内ページ：美容業界の中でも先駆的なサービスである「整顔シャンプーイング」では、「顔のゆがみ」のセルフチェック法も案内する。美容業界ではこのような新しい取り組みを始める企業が増えてきている。

美容師のレベルアップのための技術や知識、メンタル面における総合的な教育・研修体制が整備されているのも、同社の大きな特長だ。代表取締役社長の山崎幸男氏は、「かつて、教育システムや人事制度、社会保障などが整っていない時期がありました。そういうこともあって、辞めていく美容師が多かった。その反省から、教育体系や研修制度の構築に力を注いできました。社員が定着し、技術レベルが上がリ、待遇も良くなることで従業員満足が高まる。それがひいては顧客満足につながってくるからです」と語る。

研修施設の「トミーズ・アカデミー 芦花公園」は、アシスタント教育が目的の一つ。毎年、美容学校を卒業した美容師の卵をアシスタントとして20名ほど採用し、週1回、アカデミーでトレーナーからカットやパーマ、薬剤の知識などを学び、それをOJT研修で実践的な技術として身に付ける。さらに、「トミーズ・ストーリー」というマニュアルによって業務の流れをマスターし、検定を受ける。このような教育カリキュラムにより、業界標準では最速3年と言われる修行期間よりもかなり早い、1年3カ月から1年半で美容師としてデビューすることが可能となっている。

また、さらなる技術のレベルアップを図るため、年1回、トミーズ・コレクションを開催。モデルカット部門、パーマを巻くワインディング部門、カラーの塗り方を競うホイールワーク部門、創作カット部門、さらにフォトコンテストがあり、それぞれ優勝を争う。このトミーズ・コレクションに向けて、部門毎に月1回のミニコンテストを継続的に実施。美容師、アシスタントを含めた全社員が1つ

以上、朝礼とは別に月1回、それぞれが意見をもち寄りミーティングを開く。良い面は継続することを確認し、改善すべき点はどうか対処していくかを話し合う。

接客サービスについて毎月テーマを決めて実行し、その成果をレポート結果から検証するという。導入から約1年が経過したが、MSRの効果について、「お客様目線での改善点が明らかになり、改善活動が定着してきました。例えば、髪の毛がテーブルの上に落ちていたり、雑誌の間にはさまっていたりするのが気になるという指摘を受けて、普段からお客様にしか見えない部分の掃除を徹底するようになりました。このような小さなポイントの積み重ねがお客様の快適さを決めるのです」と山下氏は話す。同時に、これは競合サロンにとって模倣が難しい部分でもある。MSRの導入によって初回再来率は従来より約5%伸び、現在は65%と高い水準を維持しているそうだ。

充実の教育・研修体制で1年半で美容師デビュー

以上、朝礼とは別に月1回、それぞれが意見をもち寄りミーティングを開く。良い面は継続することを確認し、改善すべき点はどうか対処していくかを話し合う。

接客サービスについて毎月テーマを決めて実行し、その成果をレポート結果から検証するという。導入から約1年が経過したが、MSRの効果について、「お客様目線での改善点が明らかになり、改善活動が定着してきました。例えば、髪の毛がテーブルの上に落ちていたり、雑誌の間にはさまっていたりするのが気になるという指摘を受けて、普段からお客様にしか見えない部分の掃除を徹底するようになりました。このような小さなポイントの積み重ねがお客様の快適さを決めるのです」と山下氏は話す。同時に、これは競合サロンにとって模倣が難しい部分でもある。MSRの導入によって初回再来率は従来より約5%伸び、現在は65%と高い水準を維持しているそうだ。

以上、朝礼とは別に月1回、それぞれが意見をもち寄りミーティングを開く。良い面は継続することを確認し、改善すべき点はどうか対処していくかを話し合う。

接客サービスについて毎月テーマを決めて実行し、その成果をレポート結果から検証するという。導入から約1年が経過したが、MSRの効果について、「お客様目線での改善点が明らかになり、改善活動が定着してきました。例えば、髪の毛がテーブルの上に落ちていたり、雑誌の間にはさまっていたりするのが気になるという指摘を受けて、普段からお客様にしか見えない部分の掃除を徹底するようになりました。このような小さなポイントの積み重ねがお客様の快適さを決めるのです」と山下氏は話す。同時に、これは競合サロンにとって模倣が難しい部分でもある。MSRの導入によって初回再来率は従来より約5%伸び、現在は65%と高い水準を維持しているそうだ。

以上、朝礼とは別に月1回、それぞれが意見をもち寄りミーティングを開く。良い面は継続することを確認し、改善すべき点はどうか対処していくかを話し合う。

接客サービスについて毎月テーマを決めて実行し、その成果をレポート結果から検証するという。導入から約1年が経過したが、MSRの効果について、「お客様目線での改善点が明らかになり、改善活動が定着してきました。例えば、髪の毛がテーブルの上に落ちていたり、雑誌の間にはさまっていたりするのが気になるという指摘を受けて、普段からお客様にしか見えない部分の掃除を徹底するようになりました。このような小さなポイントの積み重ねがお客様の快適さを決めるのです」と山下氏は話す。同時に、これは競合サロンにとって模倣が難しい部分でもある。MSRの導入によって初回再来率は従来より約5%伸び、現在は65%と高い水準を維持しているそうだ。

以上、朝礼とは別に月1回、それぞれが意見をもち寄りミーティングを開く。良い面は継続することを確認し、改善すべき点はどうか対処していくかを話し合う。

接客サービスについて毎月テーマを決めて実行し、その成果をレポート結果から検証するという。導入から約1年が経過したが、MSRの効果について、「お客様目線での改善点が明らかになり、改善活動が定着してきました。例えば、髪の毛がテーブルの上に落ちていたり、雑誌の間にはさまっていたりするのが気になるという指摘を受けて、普段からお客様にしか見えない部分の掃除を徹底するようになりました。このような小さなポイントの積み重ねがお客様の快適さを決めるのです」と山下氏は話す。同時に、これは競合サロンにとって模倣が難しい部分でもある。MSRの導入によって初回再来率は従来より約5%伸び、現在は65%と高い水準を維持しているそうだ。

明確な目標数値と人事評価が連動

以上、朝礼とは別に月1回、それぞれが意見をもち寄りミーティングを開く。良い面は継続することを確認し、改善すべき点はどうか対処していくかを話し合う。

接客サービスについて毎月テーマを決めて実行し、その成果をレポート結果から検証するという。導入から約1年が経過したが、MSRの効果について、「お客様目線での改善点が明らかになり、改善活動が定着してきました。例えば、髪の毛がテーブルの上に落ちていたり、雑誌の間にはさまっていたりするのが気になるという指摘を受けて、普段からお客様にしか見えない部分の掃除を徹底するようになりました。このような小さなポイントの積み重ねがお客様の快適さを決めるのです」と山下氏は話す。同時に、これは競合サロンにとって模倣が難しい部分でもある。MSRの導入によって初回再来率は従来より約5%伸び、現在は65%と高い水準を維持しているそうだ。

美容技術を活かした新事業にチャレンジ

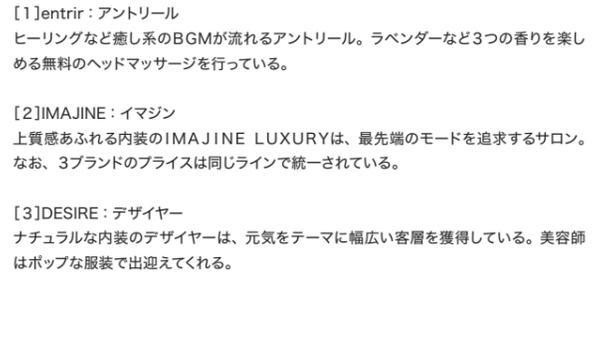
以上、朝礼とは別に月1回、それぞれが意見をもち寄りミーティングを開く。良い面は継続することを確認し、改善すべき点はどうか対処していくかを話し合う。

接客サービスについて毎月テーマを決めて実行し、その成果をレポート結果から検証するという。導入から約1年が経過したが、MSRの効果について、「お客様目線での改善点が明らかになり、改善活動が定着してきました。例えば、髪の毛がテーブルの上に落ちていたり、雑誌の間にはさまっていたりするのが気になるという指摘を受けて、普段からお客様にしか見えない部分の掃除を徹底するようになりました。このような小さなポイントの積み重ねがお客様の快適さを決めるのです」と山下氏は話す。同時に、これは競合サロンにとって模倣が難しい部分でもある。MSRの導入によって初回再来率は従来より約5%伸び、現在は65%と高い水準を維持しているそうだ。

接客サービスの向上

以上、朝礼とは別に月1回、それぞれが意見をもち寄りミーティングを開く。良い面は継続することを確認し、改善すべき点はどうか対処していくかを話し合う。

接客サービスについて毎月テーマを決めて実行し、その成果をレポート結果から検証するという。導入から約1年が経過したが、MSRの効果について、「お客様目線での改善点が明らかになり、改善活動が定着してきました。例えば、髪の毛がテーブルの上に落ちていたり、雑誌の間にはさまっていたりするのが気になるという指摘を受けて、普段からお客様にしか見えない部分の掃除を徹底するようになりました。このような小さなポイントの積み重ねがお客様の快適さを決めるのです」と山下氏は話す。同時に、これは競合サロンにとって模倣が難しい部分でもある。MSRの導入によって初回再来率は従来より約5%伸び、現在は65%と高い水準を維持しているそうだ。



[1]entrir：アントリール
ヒーリングなど癒し系のBGMが流れるアントリール。ラベンダーなど3つの香りを楽しめる無料のヘッドマッサージを行っている。

[2]IMAJINE：イマジジン
上質感あふれる内装のIMAJINE LUXURYは、最先端のモードを追求するサロン。なお、3ブランドのプライスは同じラインで統一されている。

[3]DESIRE：デザイヤー
ナチュラルな内装のデザイヤーは、元気をテーマに幅広い客層を獲得している。美容師はポップな服装で出迎えてくれる。