

株式会社 MASHU(マッシュ)

お客さまに喜んでいただき、
お客さまの自信を創造する

MASHU

お客さま満足
常勝チームの作り方

株式会社MASHUは大阪で10店舗の美容室を展開する。「1人でも多くのお客さまに常に美しく、魅力的になっていただき、より豊かな日常を過ごしていただく」ことを使命として、「一瞬の美」と「日常の美」の継続を追求している。常に美しくあることが、自分の自信につながり、それが心の豊かさにもつながると考えているからだ。また、同社はミステリーショッピングリサーチ(以下、MSR)を7年前から導入し、改善を続けている。その結果、お客さま満足度の高さは、美容室業界のMSR導入企業の中でも常に上位に位置する。

同社には、新人からベテランまでお客さま視線を忘れないための仕組みが数多く存在する。たとえば、毎日実施している「お客さま会議」では、朝礼でその日にご予約いただいているお客さまの情報を全員で共有。予約票をコピーして、技術に関する情報は、赤、コミュニケーションに関する情報は、青、な

ど色分けをすることで、スタッフ全員が記憶に残る工夫をしている。また、伝票には「今日のお客さまのテーマ」を記入。「褒め褒めポイント」と呼ばれるお客さまを承認するポイント、お客さまが現在悩んでいること、などを記載して、来店の際に忘れずに対応、提案できるようにしておく。そして、次の日の朝礼では、前日の「お客さま会議」で決定したアクションに対する振り返りを行い、お客さま視線が日に日に高まる仕組みにしている。

カウンセリングは
アシスタントが先生

教育についても同社では他の美容室と異なる点が多い。たとえば、カウンセリングやヒアリングについては、若手のアシスタントがスタイリストの先生になる。アシスタントがお客さま役になって、ロールプレイングを実施し、その感想をスタイリストに伝える。同社には、最もお客さま視線に近いのはアシスタントである、という



創業社長である
増成進代表取締役社長

価値観があり、「アシスタントの言葉は宝だと思え」と教育されている。1年生である新人の意見が反映されて改善が進むため、若手でも意見の言いやすい風土をつくりだし、結果として離職率の低減にもつながっているという。

また、様々なプロジェクトチームをつくっており、たとえば同社の使命である「瞬間美ではなく、継続美を考える」ためのミーティングを実施している。「髪がパサつく」とお悩みのお客さまに対して、家でのケア方法をどのようにヒアリングするか、またプロとして日常のケアをどのように提案する



同社のスタッフはほとんどが新卒採用で入社した社員だ。技術や接客面の研修の山場となる2年目は「続くかどうかの分かれ目」だというのが、定着率は非常に高い。



スタイリストになるまでに6200時間以上のトレーニングをし、198項目テストに合格して、しかも1年間教育サロンを経験する。また、スタイリストになると離職者はほとんどいない。

か、などを考えるのである。お客さまをワクワクさせる「ワクワクワード」や「お客さまのお悩みを聞ききる、その後にアドバイス」などが共通言語になっており、良いトークをしているメンバーを「キング」として表彰する。お客さまの前ではスタッフ全員が平等であり、意見が言い合える、そんな文化があることが、同社の繁栄の秘訣かもしれない。

会社概要

- ・代表者: 増成 進 代表取締役社長
- ・所在地: 大阪府東大阪市小阪本町1-12-5
- ・設立年月: 1989年4月
- ・ホームページ: <http://www.mashu.jp>
- ・事業内容: 美容サロンの運営
- ・展開するブランド: リュミエ・ドゥ・マッシュ店、マルケ・ドゥ・マッシュ店、あべのNiNi店、NU茶屋町店、グランバース店、アドベ店、マシェラ店、aTe店
- ・社員数: 正規196名、パート・アルバイトなど10名