

ESTETICA

1兆円エステ市場のための繁盛パートナー
月刊 エステティカベレーザ

エステ店向けのインサイト情報誌

BELLEZZa

THERAPY ARTS of BEAUTY WELLNESS
& RELAXATION for true wealth

[エステティカ ベレーザ]

クールプロジェクトの公式ホームページ

<https://coeur-project.jp/>

Esthe Focus Information

顧客満足経営のすべてが学べる

「茂藤塾」
受講生 VOICE

Special Feature

クール流

ナンバーワン 顧客満足講座

株式会社クールプロジェクト

〈金沢本社〉〒921-8802 石川県野々市市押野 1-380 クールセントラルビル

TEL.076-246-5111 FAX.076-246-5113

URL : <https://coeur-project.jp/>

〈発行〉

プラスビーアンドパートナーズ株式会社

〈東京本社〉〒103-0013 東京都中央区日本橋人形町 1-5-8 人形町村田ビル

TEL.03-3664-9206 FAX.03-3664-9207 mail : thanks@plus-b.jp

完全
保存版

起業から18年、振り返ってみると長いようで短く、その間、全力で疾走してきたように思います。経営者向けのエステ業界誌『BELLEZZa』にこれまで掲載された記事をあらためて読み返してみると、過去自分が何を考え、何をしようとし、何にチャレンジしてきたのか、鮮明に思い起こすことができます。

クールプロジェクトを創業して8年後の2010年、「オリコン顧客満足度調査エステサロンランキング（エステ総合部門）」において「特別選出サロン」に選定され、翌年、翌々年と3年連続で選ばれることとなりました。さらに、2012年、同ランキング脱毛部門（現在、脱毛部門のランキングは廃止）で全国ナンバーワンとなり、「顧客満足度」を追求してきた弊社の姿勢がたくさんの方々から評価いただけたことがとてもうれしくて、お客さまとスタッフへの感謝の気持ちでいっぱいになったことを今でも覚えています。

『BELLEZZa』の土井社長から記事連載の打診があったのは、ちょうどその頃だったかと思います。とても光栄なことだと思い、快諾させていただきました。それから「ナンバーワン顧客満足講座」というタイトルでトータル25回も執筆させていただくこととなり、自分自身の考えを整理し、業界のみなさんにお読みいただくという試みは反響も大きく、新たな刺激や発見にもつながり、とても勉強になりました。

売上を追うのではなく、顧客満足を追うこと。

顧客満足にこだわれば、おのずとお客さまの数は増える。

満足を実感したお客さまは、どんどん口コミを広げてくれる。

口コミと紹介で新規のお客さまが増えるので、広告宣伝費をかける必要はない。

これが私の一貫した考えです。「顧客満足度」は当時も今も、そしてこれからも決して色あせることのないエステ経営の戦略的要素です。今回、『BELLEZZa』に掲載された記事に若干の加筆修正をおこない、この小冊子に再集録させていただきました。ここに書かれていることが読者のみなさんにとって少しでも参考としていただけるなら、私にとってこれ以上の喜びはありません。

2020年10月1日

クールプロジェクト 代表取締役
一般社団法人国際エステティック美容協会 理事長

茂 藤 雅 彦 *Moto Masahiko*

PROFILE

1966年石川県生まれ。北陸大学薬学部を経て、医療機器販売会社セントラルメディカル、ブルデンシャル生命保険に勤務。2002年クールプロジェクトを設立し、石川、富山、福井に「クールエステティック」を展開。「顧客満足度ナンバーワンエステティックサロン」を目指し、独自の「クール式」人材育成カリキュラムでスタッフのコミュニケーション能力を上げ、顧客リピート率99%を達成。そのノウハウを「茂藤塾」で同業者にも公開し、国内のみならず中国を中心に海外からも多数の受講者を集めている。
主な著書に『すべての女性を美しく笑顔にいざなうエステの魔法を、アジアへ』（ダイヤモンド社）がある。



Contents

4. Vol.1 おもてなしは15分のゆとりから
5. Vol.2 おもてなしの心は「6つのS」から
6. Vol.3 合理的なマニュアル化が働きやすい環境を作る
7. Vol.4 人事活性の源は「下剋上システム」にあり
8. Vol.5 さらば、エステバブル！
9. Vol.6 顧客満足度で日本一の店をつくると決めた！
10. Vol.7 クール成功の秘密は理念にあり！
11. Vol.8 本気で企業理念に取り組み
12. Vol.9 理念と指針を社員に叩きこむ
13. Vol.10 サロンを良い方向へ変えていく
14. Vol.11 サロンで楽しく働くためのルール
15. Vol.12 サロンで楽しく働くためのチームワーク
16. Vol.13 サロンで楽しく働くための性格づくり
17. Vol.14 仕事とは人生である
18. Vol.15 責任は我にあり
19. Vol.16 ルールを守れないスタッフは去れ
20. Vol.17 学びは継続し進化させることが重要
21. Vol.18 顧客満足度の高いサロンを作るには
22. 茂藤塾卒業生コメント

クールエスティックがオリコン株式会社が運営するオリコン顧客満足度ランキングのエステ総合部門で2010年、2011年、2012年と3年連続で1位、脱毛部門では2012年に1位を獲得したことをもとに「顧客満足度ナンバーワン」「顧客満足度日本一」などと表現しています。

本書はプラスビーアンドパートナーズ発行の月刊情報誌「ESTETICa BELLEZZa」（発行人・戸井信伊知）に2012年8月号から2014年8月号まで連載され大反響となった連載コラム「クール流ナンバーワン顧客満足講座」をベースに加筆再構成したものです。

おもてなしは 15分のゆとりから

クールのノウハウを 読者に披露

エステの顧客満足度をどうやって高めていくか。経営者の皆様はいろいろとセミナーを受けたり、研究に余念ないことと思います。私はこれまでエステ業種のセミナーなるものを受けたことがまったくありません。また、同業者との接触も意識的に避けてきました。私がこれまでおこなってきた顧客満足への取り組みはまったく独自のものです。エステを知らずにエステ業に参入した私が、すべてのノウハウをたった一人で創りあげて、今日のクールエステティックを育てたわけです。オリコンやスグラの受賞は、手厳しいお客様からの最高の賛辞と受け止めています。この点で私はエステのオーナーとして大きな自信を持つことができるようになりました。経営者の皆様には私のノウハウのすべてを披露していきたいと考えています。

両親から叩き込まれた 「15分前到着」

私が生まれた石川県は、空襲をまぬがれた金沢を中心に保守的で伝統を重んじる加

賀藩以来の美風が各家に残っていました。両親からは徹底して「気働き」を叩きこまれて育ちました。

なかでもいちばん役に立っているのが「時間を守る。15分前には集合する又は準備が来ている」という鉄の掟でした。目的地に時間の15分前に到着するために予定調和の逆算行動を難なくこなす脳が子供のときに出来あがったのです。そして雪が降ろうが風が吹こうが「絶対に休まない」。風邪をひき、熱があるうが「自己管理が甘い」と叱られ「気張って行つて来や!」と送り出されました。「時間を守る」「自己管理の徹底」これが私の人生の原点になっています。

これまで15分前到着で損したことは一度もありません。社会人になり出社時間の30分前には会社に着、社長からは「君は誰より早く準備ができてるな」と褒められるといった具合で、いいことばかりでした。今でもビジネスの待ち合わせの場所には15分前に着いていないと気が済まないのです。当社のサロンでは、会議や出勤時間の15分前に到着するというのが、すべての基本になっています。お客様をお迎えするのも15分前には受け入れる準備が完了しています。あわただしい時間の綱渡り

のなかからは、真のおもてなしは生まれないと考えるからです。

マハラジャで バイトを始めた大学時代

私は次男に生まれたせいか、とにかく良いと思ったことは、四の五の言わずにすぐ実行するアクティブな性格です。私が大学に入学した当時は日本はバブル真っ盛り。マハラジャという麻布十番の旗艦店で有名な高級デイスコ全国チェーンが金沢の片町にもできて、私はそのアルバイト従業員になりました。

マハラジャはデイスコとしては初めて大理石を使用した絢爛豪華な内装、特殊照明、ホテルマン並みのきめ細やかな接客VIPルームでの本格的な料理、ドレスコードでの客の選別と、まさに型破りのプレイスボットとして大人気となっていました。私はバイトするなら、金沢一ゴージャスな店で働きたいと思ったのです。

マハラジャで叩き込まれた 顧客満足のイロハ

北陸大学薬学部に入學したものの、私はマハラジャのアルバイト従業員としての生活が楽しくて仕方ありませんでした。大学生活の意義を、地道な勉強よりもきらびやかな夜の接客業のほうに重きをおきはじめていたのです。このように書くと、茂藤というのは相当軽い大学生だったのだろうと思うでしょう。デイスコの従業員といえば、世間的な見方ではかなり軽くみられていたすから。でも、私が接客の仕事にハマった理由は、そういうイメージとは真反対のマハラジャの舞台裏に接したことで、感動と成長に直面したからなのです。

マハラジャでは、従業員は採用されるとすぐに研修を受け、普通のデイスコではとても考えられないような、きめ細かい接客のイロハをひとつひとつ叩き込まれました。私も「菌ぐきみせて笑顔」から始まる訓練を受けました。しかも、それは驚くほど厳しかったのです。

航空会社の エクセレントサービスが模範

少し講義風に書くと、マハラジャを運営していたNOVA 21グループは、ANNA（全日空）の客室部門の顧客満足研修プログラムを導入するという先進的な考え方をもっていました。きらびやかなマハラジャの制服を着用した従業員すべてに徹底的な顧客対応訓練を施したのです。「おもてなしの心」を表す際に大切な「6つのS（Smile, Smart, Speedy, Sincerity, Study, Speciality）」から始まるキーワードをベースにした「接遇マナー」研修でした。これはすなわち、スマイル、スマート、スピーディー、シンセリティー（誠実、スタディ（学ぶ姿勢）、スペシャリティ（プロの姿勢）のことです。このすべてがそなわって初めてお客様におもてなしをあらわすことができるという考え方です。

こうしてマハラジャは、それまでのデイスコにはありえなかったホスピタリティを航空会社のエクセレントサービスを模範に実現したといえるでしょう。そうやって顧客満足度をとことん高めることでお客様は喜んでふたたび来店し、すっかりマハラジャブランドのファンになりリピーターに

なるのです。

デイスコの横綱店員を めざす

たかがデイスコとあなどるなかれです。このようなすぐれた接客法を教育していたというのは驚きです。デイスコにかぎらず、ひろく接客業のなかでも当時のもっとも先進的な経営哲学をとりいていたのだと思います。私の社会経験の第一歩が、こうしためぐまれた環境のなかで始まったことは今、思えば大きな宝になっています。

マハラジャの従業員は赤服からです。出世するとはじめて青服が着られるようになります。色分けされた制服で、ひと目でその人間の階級がわかるようになっていきます。最上位の役職はタキシードを着ているので黒服と呼ばれていました。しかし、仕事ができ人気がともなわないと黒服にはなれない高嶺の花です。黒服までたどり着くのは400人にひとりという狭き門で、あとはみんな脱落していくのです。角界でいえばまさに横綱という存在です。「よし、やるからは俺も黒服をめざすぞ！」と私は決意したのです。

おもてなしの心は 「6つのS」から

合理的なマニュアル化が 働きやすい環境を作る

医療機器販社の営業マンへ

「おもてなしの心は6つのSから」をモットーにしたマハラジャで私が念願の黒服になったのは3年後でした。黒服として絶頂に登りつめると学業どころではなくなり留年を重ね大学には5年間通い進級試験の単位を取り損ね結果、中退が確定。叔父から「せっかく薬学部で勉強したのだから医療系の会社勤めろ」といわれ縁故があつた金沢の医療機器卸販売会社に就職しました。

外資系の

「合理的な仕組み」に感激

営業訪問先には15分前には到着し水商売で鍛えられたホスピタリティスタンスで臨む私の営業スタイルは病院の医局でもずいぶん可愛がられ営業マンとして良い成績を上げましたが3年で転職を考えるようになりました。というのも、日本で本格的な営業を開始した外資系の生命保険会社がバブル崩壊でドロップアウトする有能な人材をほとんどキャッチアップし始めていて私にも何度も誘いがあつたからです。社会人になって3年目、私は結婚し子供もでき、もっと収入が必要だと感じていましたし、すで

に医療機器販売への仕事のやり甲斐も失せていました。やがて次男の誕生に背中を押されるように、私は93年8月、外資系生命保険会社のP生命保険に入社したのです。

ライフプランナーと呼ばれる営業マンはすべて他業界からの有能な転職者のみで構成され採用倍率は、およそ20倍の難関でした。月・木の午前におこなわれる定例ミーティング以外は出社の必要すらないという自己管理の問われるルール。私はこれぞ外資系と感激しました。

3年在職した医療機器販社の営業職は「先輩の背中を見て学べ」という昔ながらの大和魂的な教育方法が根付いており営業マニュアル化がまったく成されていませんでした。それに対しP生命保険は仕事に対するあらゆるものが最適にマニュアル化されていました。「提案力の向上」「心理学に基づいた応酬話法」「金融業界の知識」「営業マンの身だしなみ」など業務で困ればすべて適宜マニュアルがあり不得手なことも専門のトレーナーがトレーニングをおこない改善できるシステムが備わっており、まさに営業マンとして右往左往せず着実にステップアップできる仕事環境が完全整備されていました。

正しくマニュアル化された 教育が肝要

これまでの日本の生命保険会社というのは保険のおばちゃん、手土産持って上がり込んで無理やり契約をとる世界でした。中身の話はそっちのけのクロージングです。高額な買物なのに、自分の契約した保険の身をちゃんと知っている人はまずいない。生保業界はそんなレベルの低い業界でした。それに、対し外資系の生命保険会社のアプローチは、まずお客様にヒアリングして要望を知る。その上でその人に合ったオーダーメイドの生命保険を設計し、それを提案するという営業でした。ファイナンシャルプランナーや認定生命保険士の資格も必須でした。きちっとした教育を受け知識を習得しモラルの高い営業ができれば人は必ずレベルが高い方を信頼してくれるのです。

10年前エステ業界に参入した時も、当時は消費者センターのクレームNo.1業種がエステ業界でした。生保業界同様きちんとしたことを合理的なマニュアルをもとにきちんとやればかならず成功すると確信しました。P生命保険の合理的な仕組みが「クルエルエスティック」の「コンセプト&ポリシー」に生きています。

マニュアル作りと トレーナー育成が肝要!!

私のP生命保険での業績はめざましいものがありました。客先や会議への15分前到着や接客など私のなかに蓄積した経験値に外資系の合理的な教育プログラムが相乗作用を起し、この職場で一挙に花開いたのです。2年間の研修期間中は固定給が出る代わりに年収は抑えられますが研修が終わると固定給はゼロになり完全歩合制となるので3年目の年収は3700万円というロケットスタートでした。私はすでに入社1年後には課長代理となり、その翌年には全国でも最年少かつ最速で課長になっていました。

P生命保険には営業に悩んだ時もケース毎にトレーニング方法がマニュアル化されており、スピードに問題を解決できるようエキスパートシステムが作られています。このことをエステ経営するにあたりエステティシャンの育成にとり入れました。サロンのすべてのスタッフに壁に「ぶち当たっても問題解決できる」「マニュアル」を揃え「トレーナー（幹部スタッフ）」が導く仕組みです。だれもが迷うことなく正しく速く成長できるシステムを作り上げることがレベルの高いスタッフを生み、結果、高い顧客満足度に繋がっていきます。18年前、

この業界に参入して先ず取り組んだことは、まさにこの「マニュアル」作りと「トレーナー」の育成に他なりません。

マネジメント方針をめぐり 支社長と激突

実はP生命保険の金沢支社は日本全国で業績ナンバー2の支社でした。私を育ててくれた支社長がものすごいマネジメント力の持ち主で、彼の力によって業績は支えられていました。当然、支社長はその能力を正當に評価され本社の本部長に昇格栄転。ところが代わりに着任した支社長はそれほどの能力がなく、のんきな支社長というしかありませんでした。そのおかげで金沢支社はそれまでの全国2位から一気に全国最下位に転落してしまいました。

トップに立つ人があらゆるところに目を配りマネジメントできる人が、それとも視野が狭く保身と事なかれでその日暮らしをする人かで、その下の従業員の運命も大きく左右されてしまうという現実を目の当たりにし全員言いたいような怒りを感じていました。ある日、ついに私は課長の立場を超えて、のんきな支社長と激突し大喧嘩になりました。私が言いたかったことはたくさんありました

が、なにより支社長の当事者意識の希薄さが許せなかったし、この程度のトップの下にいる限り自分自身までが駄目になってしまいうる感覚を覚えました。私は辞表を出しP生命保険を辞めました。その後、支社長は降格となりました。私の後輩が新たな支社長になり、金沢支社は復活を遂げました。

能力評価が活きる 下剋上システム

外資系企業の下剋上のスピードは6カ月で結果が出なければ支社長であれ所長であれ降格し能力次第で昇格する、このことにより組織の活性化が常態化されるわけです。クールエスティックでも、この下剋上システムを実際に取り入れています。最短で入社2年半、70人抜きで店長になったスタッフもいれば、マネジメント能力に欠ける店長がスタッフに戻った例など数え切れません。スタッフから店長まで7段階の役職を激しく入れ替わるシャッフル人事により緊張感、危機感、向上心が生まれ年功序列、入社経歴を排除した本来の仕事能力が正當に評価される仕組みが作り上げられています。事実このシステムが会社全体に活気を与え躍進力になっています。

人事活性の源は 「下剋上システム」にあり

さらば、 エステバブル！

体験エステ3人の もの凄い不満

私はP生命保険を辞めて独立し保険代理店を開業しました。そのときにわずか1週間で3人の女性からエステのモラルの無さレベルの低さについて直接、聞かされる機会がありました。1人は有名芸能人のCMを打っている大手エステでの体験。あとの2人は中小のエステでの体験です。3人とももの凄い不満をもっていました。「路上アンケートに答えたら、『当選しました！』と言われ、お店に連れて行かれ50万円の化粧品を買わされた」「契約したはいけれど予約がまったく取れない」「サービスがいい加減でがっかりした」などです。この時、当時のエステが女性の弱みにつけ込んだ低レベルの業種だったことを知りました。しかし3人とも「エステに通いキレイになりたい」「真つ当なエステに通いたい」と口にしていました。その時ひらめいたんです。

「通いたいけど 怖くて通えない」潜在顧客

これほどに低レベルの業界なら、きっちとしたお客様本意の顧客満足度の高いサービ

スを提供しさえすれば喜んで通ってもらえるはず。「通いたいけど怖くて通えない」という膨大な潜在顧客の姿が私の目にはつきりと映っていました。その後、中堅エステの店長さんと会う機会を得て優秀な脱毛機があると聞きました。その販売会社名を教えてもらい連絡すると間髪を入れず担当者が飛行機で東京から石川に飛んできました。脱毛機器本体850万円とは別に保守メンテナンス費が翌年から年間50万円掛かると聞いて驚きました。私は電卓を叩き年払いではなく月次払いにできるかと聞くと彼はきょんとした顔で「これまで200台ぐらい売ってきたけど保守費は全員一括でボンツと払う」と言いました。それを聞いてエステビジネスのパブルぶりを初めて知ったと同時に、この商売の成功の可能性を確認したのです。

広告出せば 客が来るエステバブル

クールエステティック開業前に脱毛機販売会社の担当者から「今度エステの社長たちを集め済州島に行くツアーがあるから」と誘われ私も業界の社長たちの考えを知るために参加しました。参加した48人のエステの社長たちとは、まったくはじめての交流でした。

彼らはみな「自分だけキレイになりたいのに」「紹介」なんてあり得ない業界だ」「広告費かけずにお客はこないぞ」というので驚きました。売上が1000万円とすると30%の300万円を広告費にかける。すると1000件のレスポンスがあり、その30%の300件が契約。客単価は30〜40万円、それで売上1000万円となり、その連続で経営が回っていくという話です。私のビジネスモデルは「紹介でお客様を集客する戦略」で考えていましたから、見事にどの社長からも完全否定されました。かと言って、広告に掛ける資金もありませんでした。

私のこれまでのP生命保険での営業手法は最初から口コミ戦術。納得してご契約していただいたお客様からのご紹介だけで回すものだと思っていました。また3人の女性から聞かされた苦情から得た顧客の思いがわかっているだけに、彼らの発想のパブルさがすんなり受け止め切れませんでした。私はエステの運営や技術はド素人でも、客商売には大きな自信を持っていました。今日に至るまで独自のやり方を信じて突き進んできました。済州島で私に教説を垂れた社長の多くは、その後舵取りを誤りビジネスを暗転させ表舞台から去っていきました。社長48人中18年経って今も事業健在なのは私を含め2人だけです。

スタートで コンセプトを叩きこむ

求人面接をしてエステティシャン志望のスタッフを4人採用し24坪の店舗に4部屋を設けた小さなサロンからスタートしました。私は彼女たちを前にし「売上規模で日本一は目指しません。顧客満足度で日本一のサロンにすると決めている。客商売で一番大事なモノ、エステ業界に一番足りてないモノ、それこそが顧客満足度です!」と宣言しました。ミーティングでは「広告を出さないぞ。だから口コミでお客様をつくるしかない。口コミになるサロンとはどんなサロンか、君らも真剣に考えてみる」こんな話ばかりしていました。クオリティの高いサービスと施術を通してお客様に徹底してアピールするのは私たちの優れたコンセプトであるということをお客様をお迎えし、結果もかならず出します。その上で、もしも、お客様に少しでもご不満があれば、お客様が納得いくように返金します」このコンセプトをお客様にどんどん伝えて、実際の感動を通じて紹介をもらえるようにする。お客様にクルールのファンになつていただくということです。

手取り足取り 練習につぐ練習

私は自ら身につけた接客接客術と外資系のカウンセリング術を彼女たちに徹底して叩き込みました。エステ技術以外はすべて私が先生です。クオリティが高い接客に關して私はマハラジャで叩き込まれたホスピタリティの数々を私が自らやってみせて何度何度も徹底的に練習させました。笑顔、姿勢、背筋を伸ばして壁立ちさせ、その背筋のままモデルウォーク、お茶出しそして手さばき指さばき、腰の折り方すべての所作です。金髪で鼻にピアスをして姿勢もだらしない不良少女のようなスタッフを採用しても私の形から入る教育方法なら完全に変わります。髪を変えさせ、姿勢が変われば人間の中身も変わってくるのです。3カ月で「さようございますか」というようなスタッフになる。親御さんから感謝されるほどになります。外資系のカウンセリング術とは提案型のプレゼンテーションです。ペンの持ち方、書き方まで指導、ロールプレイングは朝練習と夜練習を欠かさずおこないます。ビデオに撮ってそのビデオをみせ「あ、ここが違う」と徹底して直していく。施術しながらのご提案も押し売りではなく

提案型のプレゼンテーションです。綺麗になりたくてエステにきているお客様に綺麗になつていただくための提案をプレゼンしてご契約はお客様にお任せするのです。

半年で1日10人の新規客!

契約率の高い提案がクルール流では「上手な提案」。契約率が低ければそれは「下手な提案」です。「下手」が「上手」になるにはトレーニングしかありません。だからトレーニングメニューを考えるのが私の仕事でした。そして私の目で見て合格となるまで繰り返しトレーニングさせる。現場で実際にやってみて思ったほど契約率が上がらない場合はまた提案方法を変えていく。これを繰り返すと小さな成功事例から自分なりの提案スタイルが確立していき必ず提案力が身に付きます。私は先々自分がいなくてもスタッフだけで練習ができるように当初はさまざまなトレーニングマニュアルを作りました。そしてクルールエステティックは2002年10月にオープンして半年後の5月に「ご紹介」で200人、広告宣伝で100人、計300人(1日10人)の新規客が来るようになったのです。

顧客満足度で 日本一の店をつくと決めた!

Vol. 17

クール成功の秘密は 理念にあり！

売上を追わない

私が誰にも相談せず、たったひとりで構築した運営手法でオープンしたサロンでしたが開業半年で毎月の新規顧客が300人という驚異的な成果をあげることができたのも私の思い描いた通りの経過をたどったからです。クールエステティックの成功後、北陸にすごいエステがあるぞと評判になり随分いろいろな人が見学に來られました。わざわざやって來られ求められれば気軽にアドバイスいたしました。「まったく誰にも教わず、どうしたら顧客が満足してくださるかを独自に考えた結果であること」「それを実現するためのトレーニングがあり、それに取り組むエステティシヤンの成長があつて、顧客から支持が得られるということ」といったやり方を伝えました。私が強調したことは「当社は売上を追いません」という姿勢でした。私のエステ経営における理念として売上を追わないのです。その考え方は創業と同時に企業理念の中にしっかり盛り込みました。

ご紹介数こそを追う

「売上を追わない」という理念を実現する当社の営業手法は「ご紹介数こそを追う」

ことです。売上を追えば必然的に売り込みが強くなりすぎ結局、空回りして売上が落ちていくものです。常日頃から一人一人のお客様に対して、より良いサービス、丁寧な施術の結果にもこだわり、ご満足してお帰りたいだくことを追求すれば、自然と紹介者数が増え結果、売上もついてきます。私は「ご紹介数」という、お客様もスタッフも瞬時に理解できる、いたってシンプルな販促ツールをつくりました。お客様おひとりに5枚ずつほど渡します。このツールのポイントは、そのお友だちが紹介券を持つてくると持つてきた本人に4000円分の施術券を後日お送りする。なおかつ紹介者にも4000円分、後日お送りします。本人だけでなく、お友だちにも共にメリットを与えるのです。つまり広告よりご紹介券でつながることで、お客様はメリットが得られるというバリューシステムを作り上げたのです。この紹介券システムで得られた新規顧客が200人、これに普通の広告を見た新規顧客100人を合わせ計300人という、圧倒的な集客をオープン半年後の5月に得たわけです。

企業理念の誕生

私がトップセールス手法を叩き込まれた

P生命保険は外資ならではの企業理念が非常に素晴らしく堂々たる構成です。私自身もその理念に心酔していました。これほど立派な企業理念ならでこそ同社のめざましい成長があつたと疑いようもなく感心させられるのです。その素晴らしい企業理念をお手本として私はエステ用に換骨奪胎しクールエステティックの企業理念を作り上げたわけです。この企業理念にクールエステティックの業績と反映のシナリオがすべて込められているのです。

クールエステティック企業理念

クルールの社員はエステティックという業を通して社会に貢献しようとする強固な意志で結ばれています。私たちは新しいエステティックを開拓する精神、正しいエステティックを追求する信念、人間愛の不朽の原理を伝える“心”があります。コア・バリュー（核となる精神・行動指針）、ヴィジョン（展望・目標）、ミッション（使命・存在意義）、ストラテジー（戦略・方法論）私たちは、これらの4ワードを指針に、自らの手によって新しい時代を創造し続けます

コア・バリュー（核となる精神）

クールエスティックの企業理念で謳う「新しい時代を創造するための指針」は、弊社の社員教育の最も重要な部分で、全員に徹底的に叩き込んでいます。それがコア・バリュー（核となる精神・行動指針）、ヴィジョン（展望・目標）、ミッション（使命・存在意義）、ストラテジー（戦略・方法論）の4ワードです。「わが社の社員であるならばコア・バリューの4つを心の真ん中において行動しろ」ということでスタートしたのです。4ワードの中で心の中にいつも置いておくべきことをまとめたのが、要とも言える「コア・バリュー（核となる精神・行動指針）」です。

コア・バリュー（核となる精神・行動指針）

- ① **Worthy of Trust**
「信頼に値すること」。マーケティングにもお客様にも信頼されるサロンでなくてはならないし、私も含め社員全員が信頼に値する行動をとらなくてはならない。
- ② **Customer Focused**
「顧客に焦点をあわせること」。お客様を最優先することがわれわれの組織では正しい。終始お客様第一に焦点を合わせることです。
- ③ **Respect for Each Other**
「お互いに尊敬しあふこと」。女性ばかり

の組織なのでこれはとても大事です。100%完璧な人間などどこにもいない。悪いところはそれぞれあります。その中でもお互いに尊敬する気持ちさえあればチームワークはまとまっていけます。チームワークのいい店は繁盛し、チームワークの悪い店は廃れます。なぜかという、お客様が店に「歩入った瞬間、チームワークがいい店か悪い店かを感じ取るからです」。

④ **Winning**

「勝つこと」。コア・バリュー（核となる精神・行動指針）のゴールです。ゴールを意識させ明確に共有し、勝ち癖を付けることが一番大事です。

ヴィジョン、ミッション、ストラテジー

このコア・バリュー（核となる精神・行動指針）を中心にして、私たちクールエスティックのヴィジョン（展望・目標）、ミッション（使命・存在意義）、ストラテジー（戦略・方法論）があります。

ヴィジョン Ⅱ 私たちはエステティック業の在り方に変革をもたらし、エステティック市場において顧客から最も信頼される企業を目指します。

ミッション Ⅱ 私たちは顧客の一人ひとりが心身ともに満たされることができるよう、に最良の効果を最大限のサービスを伴い提供するを使命とします。

ストラテジー Ⅱ 私たちは美容業における真のプロフェッショナルである「エステティシャン」を育成し、一人ひとりの顧客に対して質の高い「結果」と充実した「サービス」を提供します。

企業理念は死活問題

企業理念を掲げる会社は多数ありますが、日本の会社の多くは額縁にいれて飾っているだけというのが現実だと思います。しかし、外資系のP生命保険の場合は違っていました。企業理念にもとづいて徹底的にルールがつけられていき、あらゆる営業活動が企業理念にがんじがらめにされながらも、ことごとく徹底できるようになっていました。クールエスティックも、まったく同じです。企業理念に本気で取り組まなければ、そのスタッフも、チームも成績は絶対に向上することはないのです。だからわが社のスタッフたちは新人から、死にものぐるいで企業理念にしたがい奮闘しているのです。

本気で 企業理念に取り組め

理念と指針を 社員に叩きこむ

理念を分からせる大変さ

クールエスティックの企業理念「新しい時代を創造するための指針」は社員全員に徹底的に叩き込んでいます。新人研修では、この理念と指針、給与体系を説明しています。金沢店を最初にオープンしたときは理念や指針を理解させるのが大変でした。というのは理念や指針は言葉として抽象度が高いため実際どう行動すべきがなかなか若い女の子たちにはピンと来ないのが実情なのです。それをひとつひとつ事例をあげて噛んで含めるように説明し理解させなければならぬ。事業をスタートさせるというのは実際、骨が折れます。ああでもない、こうでもないという手を取るようには教え、ごたごたしながらも問題解決しながら指針を浸透させていったんです。スタッフの半数以上がこの指針が理解できるようになると、がぜんうまくいくようになるんです。そのあとはあつという間にスタッフ10人全員が理解できるようになりました。

サルでもわかるルール

ところが、たったひとり社員が増えて11人になったとたん行動指針が守られなく

なったのです。組織というのは人間の身体と同じであるサイズ以上太ると思うようになり動かなくなります。

そこで、スタッフが20人、30人、100人、どれだけ増えてもいいように行動指針を具体的なマニュアルに落としていったんです。しかもサルでもわかるように具体的な行動チェックリストにしました。これをのちに「クールエスティックで楽しく働くためのルール」としてまとめて、社員はもとより見学に来られるかたにも公表したのです。するとこのルール集を見たかたは「さすがだ。これなら顧客満足日本一になれるはずだ！」と感心します。ルール集が理念を「見える化」させて彼女たちはだれもが自分の行動を即チェックできるようになった。理念を体で理解できるようになったということだと思います。クールではこの「楽しく働くためのルール」を全店全員で守っています。ものすごい楽しいサロンになりました。現在では100%の社員が行動指針を完全に理解しています。

企業理念の誕生

ルールの第一は、「明るく、元気、素直な心がけること」です。一言で明元素（マイゲ

ンソ）といいます。社会で楽しく生きるためにはこの3つがものすごく大事です。これに対し、暗病反（アンビョウタン）の人がひとりでもいると雰囲気が悪くなる。すなわち「暗い」「病気がち」「なんでも反対する」「ひねくれ者のこと、こんな人がスタッフにひとりでもいたらみんなが楽しく働けなくなるし、お客様も来なくなります。中学生のときに明元素の奴と暗病反のひねくれ者がいたのを覚えています。明元素で飛び回っていた生徒は今でも幸せに生きている。私は20歳そこそこの社員たちに「楽しく生きたいなら絶対に明元素でいけ！」とハッパをかけているわけです。ルールははっきり具体的に書いてあります。そうすることで、だれでも勘違いすることなく、すぐその日から理念と指針に取り組むことができるわけです。

問題解決は「幹部」で決まる

問題が起きた際の報告に、よく店長などは「A子さんからB子さんはこんな問題があると言われるんですが、B子さんは私の前ではいつもいい子なんです。あんまりいい子なんでもうしても注意できない」と言ってきた。私はすぐ「指導者がアホなことを言うな」と叱るんです。スタッフの性格や相性に振り回されては経営は成り立ちません。こんなことから私は問題解決を通してチームワークづくりを顧客満足経営の根幹に据えて全力で取り組んできました。

指導力が

チームワーク＝売上をつくる

幹部には「指導すること」が仕事なのだと言っただけです。指導する際には「すべてはあなたを一流のエステティシャンに成長して欲しいため」「あなたに幸せな人生を送ってもらいたいため」という熱い想いを忘れるなど言っています。これを大前提に指導者の育成をやってきたのです。その結果、以前に比べるかにチームワークが向上してまゝとまりました。チームワークは即、新規のご紹介の数に反映されます。毎月、店舗ごとに

40〜70人のご紹介があり、これが各店舗1000〜2000万円水準の月間売上につながっています。「楽しく働くためのルール」をしつかりと徹底周知させた結果です。ということはルールを守ること＝チームワークづくりなんです。チームワークが固まれば必ず売上がついてくるんです。

スパイモニター

衝撃の辛口レポート

「お客様アンケートでは何もわからない」というのが私の持論です。通常は限られたお客様しかアンケートを書かないから無記名といってもだれが書いたのかわかってしまう。契約期間中はスタッフや店と長い付き合い合になるから、名指しで本当のことは書きにくいわけです。いくらアンケートをとってもお客様の真の声を聞いたことにならないのです。そこで私は当社のサロンにスパイ、つまり覆面モニターを潜り込ませたのです。金沢近辺の会社就職していた後輩のOさんに両ワキ脱毛を無料にしてあげるから辛口レポートを書いてくれと頼んだのです。みんな喜んでやってくれました。すると衝撃的なことが次々に明らかにされました。「私はこんな接客をしてもらいたい」

という声もさることながら「こういうことはしてほしくない」という嫌な接客事例がどんどんあぶり出される。スタッフたちも社内の言葉ではなくお客様の生の声というところに否定出来ない重みを感じる。「担当者のこんな話し方がしつこくて嫌」「こういうストレーナ声まで出てくるのです。悔し涙を流しながらも受け止めざるを得なくなるのです。もちろん言い訳するスタッフはいます。しかし、お客様が感じていることは事実です。逆にいえば、ここを突破しなければ、顧客満足度ナンバーワンのクールエスティックには成り得なかったでしょう。

このモニター制度は ①モニターの真の声を直に聞くことができ、即、改善、改革に取り組み、満足度の高いサロン作りに役立てられる。 ②モニターも自分の意見が接客や施術の改善に活かされることに感動しお店のファンになってくれ、その後の追加コース契約にもつながり、売上貢献にもなる。 ③さらに、モニターからの信頼を得られ、多くの大切な友人を紹介していただき、新規客が格段に増える。まさに一石三鳥の効果をもたらしてくれたのです。

サロンを 良い方向へ変えていく

Vol.11

サロンで楽しく働くための ルール

明るい挨拶から笑顔まで

当社の「楽しく働くためのルール」の中身を詳しく紹介します。今の若い女の子は、びつくりするくらい挨拶ができません。挨拶ができなければ顧客満足度日本一のサロンでは働けない。ですから、当社のルールの最初に「常に感謝の気持を持ちながら」「お客様にもスタッフにも明るく、気持ちを込めて挨拶」がある。挨拶できない子たちを私の目で「できた」と確認できるまで徹底的に練習させます。

●出勤してから退社するまで、とにかく笑顔でいる

笑う門には福きたるなんです。このルールのおかげでうちには暗い顔の子がいません。

●朝礼は元気良く高いテンションでおこなう

全員で手を組んで朝から「うわーっ」とやっています。

●朝から満面の笑みで出社する朝から高い意識でいること朝一番のお客様から最後のお客様まで気を抜かないこと

出社するときも、口角あげて高いテンションで「おはようございますー」と入ってくる。そしてテンションを一日中下げない。年々ますますテンションが上がってきて、最近私でもついていけないぐらいで(笑)じつに良いことだと思っています。

●良い体調で仕事をするのを心がける
自己管理を徹底すること体調が悪くならないように努力すること体調が悪くてもお客様やスタッフの前では元氣でいること

1年に10日ぐらい学校や仕事を休み自分は身体が弱いと思い込んでいた社員に努力することが大切だと教えました。結果、3年間一度も休むことがありませんでした。

声かけで気持ちを伝える

●プライベートでの問題を店に持ち込まない口にしな

彼氏とケンカ。家族とケンカ。友だちとケンカ。女性の職場なのでそんな話題ならいくらでもあります。しかし、それら一切を店では話してはいけない。出社したその瞬間からプロに徹しろということで、プライベートの問題はプライベートで解決しろというルールです。

●お客様にもスタッフにも思いやりの気持ちを持ち気配り声かけを徹底すること

お客様は自分で多少のことは言葉に出す人はほとんどいません。「暑いですか」「寒いですか」「痛くないですか」「体勢は大丈夫ですか」気持ちには伝わりにくから、声をかけて思いやりを伝えるのです。それによってお客様は安心して「そうね、すこし〇〇」と言ってもらうことで満足度を高めるのです。「あなたのことを大切に思っています」という気持ちのあらわれが声掛けなのです。スタッフ同士もどんなに気ぜわしい時でもすれ違うときは「お疲れ様です」「ありがとうございます」と声掛けし合うルールなのですが、当社では驚くほどの言葉が飛び交います。スタッフ同士もつねに声掛けでコミュニケーションをとるということを徹底しています。

女性が働きやすい

環境を目指して

● 気持よく仕事が出来るように全スタッフが意識すること 気持ちにムラをつくらない 気を使わせない ムラを見せない 感情をコントロールすること 感情をコントロールできないのは子供 懐の深い人間になること

このルールは、文字通りの意味を持ちます。といっても今の子はその意味を理屈で説明しないと改善できない。そこで私は「このルールはただの規則じゃない。君たちが今後の人生を楽しく生きるためのルールです」と言っつきかれます。するとみんな納得します。

● うわさ話をしないこと スタッフの悪口を言わない 他店のスタッフに自分の店のスタッフの悪口を言わない

女性のなかには人の噂話をしないと生きていけない人がいます。噂は悪の連鎖です。いいことは何も産まない。以前それを阻止できずにチームワークがすっかりダメになったことがあります。噂話をしないと生きていけない社員には辞めてもらいました。この実例を上げて徹底

した教育をし噂話がなくなりました。

● チームワークを乱すような行動、言動はしない 特定の人と仲良くしないこと 派閥をつくらないこと えこひいきしないこと 全スタッフとおなじ距離を保つこと

女性の世界ですから仲良しができることは仕方ないにしても、いったん店に入ったら仲良しは絶対に許されません。とにかく全スタッフが等距離の意識を全員にアピールしなければならぬ鉄の掟をつくりました。以前ものすごい仲良し同士がいましたが、たつた2人の存在でチームワークが崩れサロンの運営に支障が出たのです。2人にはすぐに辞めてもらいました。顧客満足教育で、もつともわかりやすい事例として今も語り草になっています。

友だち感覚のサロンを 目指させない

● 愚痴を言うなら改善策を提案すること

私は他のサロンをまわたく参考せずに自分の信じる顧客満足の考え方だけを頼りに経営してきましたが、いつもまだまだ完成形ではないと創意工夫を続けて

います。スタッフにはいつも言うのです。「現場でこうしたら良いのでは思うことを提案してほしい。良い提案、グッドアイデアはどんどん取り入れる。いつでも言ってくれ」現場からの提案でサロン全体が会社組織としても成長できるのです。一番悪いのは提案もしないで愚痴を言うことです。

● 上下関係を尊重する 自分の立場を理解する 教えてもらう姿勢、教える姿勢、思いやりや感謝の気持ちを持つこと メリハリをつけて仕事すること 友だち感覚をなくすこと スタッフ同士ニクネームで呼び合わない

友だち感覚の気さくさを売りにするサロンは世の中にたくさんありますが、当社はそういうサロンを目指しているわけじゃない。そういう「なあなあ」の雰囲気からは顧客満足度の高い空間は生まれません。職場の仲間は友だちではありません。店長も新人に対し丁寧語で対応します。店内では全員がキレイな言葉を喋ることが徹底されています。「先輩は時間を割いて思いやりを持って教えてくれる。感謝の気持ち持って学べよ」こう言っています。

サロンで楽しく働くための チームワーク

Vol.163

サロンで楽しく働くための 性格づくり

性格を良くするメリット

●お客様は性格をよむ 性格を良くすること

当社に入社して、結局、付き合う友だちが変わってしまったというスタッフがいっぱいいます。ヤンキーで友だちと夜遅くまで遊んでいた子でも、1年も経つと更生し、前の友だちとは相性が合わなくなり、今までとは違った新しい友だちができるようです。

採用面接する際、私は最初の3分でその子の性格が90パーセントわかります。「サービス業のお店に行って店員さんと2、3分話しをすると、だいたいの性格がわかるだろう」するとみんな「ええ、何となく」とうなずく。つまりどんなにスタッフ自身が自分の性格を隠そうが、お客様との2〜3分の会話で性格がばれているのです。ということは、本当の自分の性格を良くしておかなければお客様には通用しないということです。私は「自分の性格が悪いと思っているなら客商売、サービス業には向かない! エステティシャンにとつて一番大事なことのひとつは心がキレイであること」と言っています。性格が歪んでいる新入社員には「根本から

変われ」と性格改善の指導を徹底的におこないます。この指導で性格が良くなり更生したスタッフがたくさんいます。

●15分前集合を意識し遅刻しないこと
出勤時間、ローテーションを守る

集合時間、出勤時間に関しては当社では15分前の行動が当たり前です。子供のころから15分前集合を叩き込まれ、私が社会人になってどれだけメリットがあったかと教えています。会議のときに10分前に部屋に入ると、もう全員が資料準備の完了した状態です。だから定刻の10分前には会議が始められる。これはものすごく生産的なことなんです。

●仕事中はお客様が中心です。オシャレではなく身だしなみを徹底する

店から一歩出たら、思いっきりファッションを楽しめばいい。でも、エステティシャンに必要なのはお客様のための身だしなみ。だから髪の毛をしばる、勤務中は髪の毛にさわらない。メイクはナチュラルメイク。シャツは毎日洗濯する。髪色は6番以上に黒くする。爪の長さにも基準があります。身だしなみだけでものすごく細かくルール化されています。

前向きな気持ちに集約させる

●お客様やスタッフが何を期待しているか
感じる力を身につけること

これはどんなに鈍感な人間でも、意識さえ変われば感じる力が身につきます。これはエステティシャンにはとても必要な要素です。つねに態度をあげてお客様、スタッフを観察することで相手の気持ちを読めるようになります。

●スタッフ同士、前向きな会話でコミュニケーションをとること

前向きな会話というのは、私が外資系のP生命保険で学んだことです。「出来る出来る」と思っていたら、いつの間にか出来ないことも出来るようになる。逆に、出来ることなのに「出来ない出来ない」と毎日言われていたら本当に出来ないようになる。人間の脳とは、それほど簡単に騙されるのです。私はスタッフにこの話をし、「後ろ向きな話をする人と付き合うと感染する。だから私はプライベートでも前向きな話をする人しか付き合わない。君たちも後ろ向きな人には近寄るな」と私はそこまで言います。

生きる力を身につけ 一流をめざせ

クールエスティックで「楽しく働くためのルール」には人生に対する取り組み方もルール化しています。

● 幸せになる生き方をするように努力すること
「生きる力」を身につけること
どんな時代になっても生きていける価値を身につけること 人生一度しかない
「自分の人生」価値ある生き方をするこ
と

だいたい北陸の親というのは女の子に甘いんです。「何で女の子が残業までして夜遅うまで仕事せなあかんのや」「何もそう気張らんでも、いい旦那さんみつめて尽くすのが女の生き方やろ」とか言う家庭が多いのです。そんな話、今の若い子のお父さんの時代までだと私は言うんです。そんな考えを真に受けて結婚してみたら、旦那の年収が200万円しかなくなったらどうするというと、みんなうなずく。時代が激変したがゆえに自分で生きていける力を身につけなければ人生終わるぞと断言します。

クールエスティックの最年少の店長

は21歳です。彼女は高校新卒18歳で入社し3年で店長になりました。最初の2年間は毎晩遅くまで練習し自分の価値をどんどん高めていき同期のなかでは一番の出世頭です。独立しても必ず流行るサロンを作れる能力を身につけています。当社に5年勤めたら一生「飯の食える」価値のある立派なエスティシャンになれる。どんな時代になっても生きていく力がつくのです。

● 「一流のエスティシャンになる」覚悟を決めること 人間的に魅力ある「一流のエスティシャン」を目指すこと 仕事を楽しむこと 楽しめないなら楽しめる仕事を探すこと

毎年4月は数十人もの新卒が入社してきます。新人研修のときに「過去の経験から当社で2年もつのは毎年1/3」と話します。2/3は辞めていくんです。残ったスタッフはその後ほとんど辞めずに伸びていく。残るスタッフと辞めていくスタッフは何が違うか。「顧客満足度日本一の企業に入ったからには絶対に一流のエスティシャンになれるまで頑張ろう」と覚悟を決めて入ってくるスタッフは2年以上勤め、その後幹部になる。

しかし、なんとなく学校卒業してなんとなく入社したという感覚で入社してくるスタッフは辞めていくのです。

目標設定は成長の鍵

● 目標が明確になっていないスタッフは成長しない 毎日、毎月、毎年、目標を持って 毎日を大切にすること

当社では目標を達成できないスタッフを集めてのミーティングをやるんですが、具体的な目標設定と達成の最短方法をアドバイスして一人一人にトレーニングをしていきます。目標がそこにあるなら、ベクトルを最短に合わせて最小の努力で先に行ける方法を考える。そこに達したら次の目標へまた最短ベクトルを合わせ目標達成させる。ルールですから、問答無用で目標を持たせます。目標が明確な人は成長できる。でも目標が宙ぶらりんの人は成長できない。だから目標は大事なのです。

仕事とは人生である

責任は我にあり

当事者意識がつくる
理想の組織

●「原因は我にあり」「責任は我にあり」他の責任にしないこと 言い訳番長にならないこと

他人の責任にする人間は会社や先輩が悪いといつも言い訳ばかり言っています。私は「本当に自分に原因がないと思うか？」と本人にあらためて考えさせます。

私はグループの売上が落ちたのなら「最終責任はすべて私にある」と言いますが、マネジャーも「私の責任です」と言う。店長も副店長も「私の責任です」と言います。こういう「責任意識を共有する組織」が高なんです。私がミーティングで伝えたことが、末端のスタッフまで伝わってない時、本来なら「店長！ミーティングで言ったことが下に伝わつとらんやないか！」となるのが普通の組織だと思いますが、私のグループは違います。「私の伝え方が悪かったな。末端まで伝わつとらん」と、社長自らが言い訳をしない。「原因は我にあり」これが当社の考え方で、このルールは徹底されています。「いえ社長、私の責任です」「いえ私の責任です」とスタッフは猛省する。「責任は我にあり」の考え方はP生命保険

のときのルールでした。クールエスティックを開業して3年目ぐらいのとき、それを思い出しルールに取り入れました。すると、これはみごとに当社の企業文化になって、だれも言い訳しなくなった。外部から見学に來られた皆様は、これに感動して帰られます。

練習こそ売上の原動力である

●練習しないサロンは衰退します つねに進化するために練習すること

じつは売上というのは、練習量の多いサロンが一番をとるんです。以前、当社にはだれも辞めない定着率のいい店がありました。みんなでそこそこのレベルまで来て、もうとくに練習する必要がなくなつたとき、とたんに売上が低迷し出したんです。これはイカンと私はそこに新人2人ぐらいを送り込んだ。当然その新人に「から教えなくてはならない。夜遅くまで練習する。翌日も朝から練習する」という練習文化が復活します。すると売上はガーンと伸びるんです。これは不思議なことですが例外はありません。どの店でも結婚退社で2人ぐらい辞める。そこに新人がまた入るといふことを繰り返していますが、練習しないと売上は低迷し、練習するようになる

と店は売上が伸びる。練習を通じた活気が売上をつくるのではないかと思います。

プロのエステティシャンとは

●プロ意識を持つこと 新人もベテランもお客様からは「エステティシャン」です
美容の知識、化粧品知識、物販商品の知識、会社から与えられることを待たずに自分で勉強すること

当社ではプロ意識を持つことを大切にしています。クールエスティックにはいろんな商材があり教材がそろっています。いろんな商品のパンフレットとか研修資料などはたくさんあるんです。自分でどんどん勉強できるのでその機会をのがさず学ぶことが重要だとスタッフに伝えています。

●「忙しい」「時間がない」「疲れたは」お金の神様”が逃げていきます 職場でもプライベートでも使わないこと

「みんなの旦那様はこういう言葉を使いますか？」とたずねます。「使います」と言うスタッフには、そんな彼は絶対出世しないから別れたほうがいいとアドバイスしています。私自身もこの3つの言葉を使う人とは付き合えないようにしています(笑)

掃除は自己満足ではダメ

- 掃除の徹底 キレイなサロンを意識すること お客様はスタッフが意識していないところを見えています

当社では掃除の徹底をおこなっていますが、掃除のポイントにはスタッフの自己満足ではいけません。スタッフがいない場所をキレイにすることなんです。たとえば、お客様がこのソファに座っていたかどうかとして、ソファと窓枠の隙間にホコリや虫がいつばい挟まっていたとしたらどうしますか？ お客様は、「うわぁ、汚いお店だわ…なんて不衛生…」と思うでしょう。ところが、スタッフはお客様のソファには座らないから、スタッフだけが気づかないのです。ですから、つねにお客様が座る場所に座って、お客様の視線で清潔かどうかを細かくチェックしないといけないのです。また施術ベッドもそうです。お客様は寝ながら天井みて、「うわぁ、蜘蛛の巣張ってる！」と引いてしまいます。だからスタッフ自らがベッドに寝て、お客様の視線で見える部屋の各部が汚れていないかをチェックしないと意味がないんです。

一歩出たら店の話をするな

- 向上心を持つこと 毎月、進化すること「技術力」「提案力」「人間性」

クールエステティックのスタッフは、いつも進化していなければなりません。1カ月前と同じ、1日前と同じところに足踏みしていたんでは失格なんです。「技術力」「提案力」「人間性」常にこの3つは進化している状態が当たり前なんです。そうできるようなつねに向上心を保てて言っています。

- お客様の情報を外部に漏洩しないこと
プライベートでも「クール」の看板を背負っていることを忘れないこと

とあるレストランでエステティシャン4人ほどが食事しながら楽しそうにお喋りをしていました。ところがそれは自分たちが勤めているサロンとお客様の話なんです。お客様の個人名を出しながら話が盛り上がっていました。話が聞かえてくるレストランのお客様にしてみれば「こんな節操のない、プライバシーを無視したスタッフのいるサロンには絶対に行きたくない！」と思うでしょう。あつてはならないことなんです。ですから当

社のルールでは「サロンから一歩外に出たら、店とお客様の話は絶対にするな」と言っています。

最後のルール

- 最後のルールは「クールで楽しく働かためのルール」を「守れる」スタッフだけで「楽しい職場」にしましょう。以上を「守れない」スタッフは退社したほうが良いです。エステサロンは北陸3県だけでも700軒ほどあります。自分にあつたサロンで働きましょう。

最後のルールのポイントは、「守れる」スタッフだけでエステをやるという宣言です。「いや私はどうしても守れない」「気分がムラがあつてどうしても徹底できない」という人は、退社して、自分のレベルに合ったサロンで働けばいいだけの話です。

金沢でたった4人で出発したクールエステティックですが試行錯誤しながら独自のルールブックをつくってきました。そしてルールは毎年進化を遂げています。私からみてすべてのルールを完璧に達成できているわけではありません。100%に少しでも近づくように徹底させていくことが大切だと思っています。

ルールを守れない スタッフは去れ

学びは継続し 進化させることが重要

鉄は熱いうちに打て

毎年、数十人の新入社員の新人研修をおこなっています。この新人研修の内容が良いという噂を聞いて異業種の企業幹部が見学に来られます。もちろん多くのエステ経営者が全国から見学に来られています。

エステの新人研修というと技術やマナーなどの研修を思い浮かべると思いますが、そうではありません。新人研修は私が講師となります。私が新人に何を教えるのかと言うとクールエステティックの理念や仕事に対する考え方、細かいルールなどです。例え話をさみながら新人でもわかりやすいように伝えていきます。もちろん技術やマナー研修もおこなっていますが、それはそれぞれ配属されたサロンでマネジャーや店長、先輩社員が厳しい指導をおこなっています。鉄は熱いうちに打て、ということ。新人のときにサロン運営の必要なことを徹底的に指導しているのです。

会議は継続的な スタッフ教育の現場

クールエステティックでは年間を通して毎

月、サロンの会議をおこなっています。しかも1日、11日、21日の10日に1回、月に3回の会議です。出席するのは店長や副店長、スタッフで現場に支障がないように招集しています。スタッフが会議に参加するときは店長や副店長からの申し送りをしっかりおこなうように指示しています。入社してそこそこのスタッフでもサロンの数字、その原因や理由、今後の対策の発表をしてもらっています。会議の議長を務めるのも私です。サロンごとの問題や悩みに対して理念やルールを基準に教育指導をおこないます。この会議に出席した社員は理念やルールの内容を再認識してサロンへ戻り出席していない社員へ伝達する。そうすることでクールエステティックの考え方とブレがないサロン運営が継続できるのです。

S B T 導入で ピンチをチャンスへ

これまで主に社員への教育について話してきましたが、私自身も日々勉強を怠りません。6年ほど前から新しく取り入れた教育システムがあります。それがスーパープレイントレーニング(以下、S B T)です。

S B Tは人間の脳は皆同じで能力に差が

でるのは何を考え、どう思うかに原因があるという考え方です。つまり脳をコントロールする方法を身につければ誰でも驚異的な能力を発揮できるということです。この目的は、無意識のうちにマイナスの思考になっている脳をプラスにコントロールして、潜在意識を肯定的に変え、脳にかかっていたブレーキを解き放ち最大限の能力を開発させることです。このS B Tを活用するには常識の枠、つまり今までの人生でできた「これ以上は無理」や「出来るはずがない」などの固定観念を飛び越えていくことが大前提となります。そのうえで自分の脳をコントロールしていくのです。

S B Tはあらゆるプロの世界で活用されています。スポーツだと敵のファインプレーに「やられた」とガツカリした表情で肩を落としマイナスに考えたと次の自分のプレーは散々な結果となる。敵のファインプレーにガッツポーズをして「よしやった!」と一緒に声をだして喜ぶことで次は自分もファインプレーができるのです。

S B Tを導入してからクールエステティックはさまざまなピンチから逆転達成を遂げてきました。新型コロナウイルスの影響を乗り越えられたのもS B Tがあったからと言えるでしょう。

オーナー自身に

自覚があるか!?

サロンのオーナー自身が顧客満足度の高いサロンを作るという「覚悟」を持つことが大前提です。何よりもお客様の立場になって、いかに満足していただけるか、その満足度を向上させるためにオーナーはもちろん、スタッフ全員が理念を正しく深く理解し、実践していかなければなりません。一人でも意識の低いスタッフが存在すると必然的に雰囲気は壊れ、保たれていた空気全体にヒビが入ります。つまり、サービス業は人十人の足し算ではなく、人×人の掛け算なのです。一人でもマイナス要因があれば、すべてがゼロになりかねません。全スタッフ一丸となり、信頼を得るサロン環境を作りましょう。

重要な4つのポイント

信頼に値する人間になる

スタッフの細かな仕草のひとつひとつにまでお客様の鋭い視線は注がれているものです。ちょっとした接客態度でも相手に与える印象は大きく変わります。笑顔、表情、姿、立ち振る舞い、話し方、髪型、髪の色、メイクなどの身だしなみ、さらに考え方や

その人間が持つ雰囲気などです。いわゆる対面影響力がお客様に信用を与えているかどうか、人として信頼に値する人になっているか、そうなるにはどのようにしたらいいかを常に命題として実践していくことが大切です。お客様を深く理解しようと会話に努め、知識、スキルの向上、より良い提案、お客様の悩みを正しい解決へと導くお手伝いをする。お客様との間において深い信頼関係を築き上げることができます。

お客様に焦点を合わせる

サロンオーナーやスタッフの自己満足に終わってしまつては、顧客満足度の高いサロンを作り上げることはできません。お客様の「真の声」を日々吸い上げ、即、改善、反映し、実行していく。この改革の連続、継続こそが成長と進化をもたらしてくれるのです。『お客様の満足があつてこそ、存在する価値があるサロン』だということを念頭において、日々の鍛錬に努めれば、自然と理想とする顧客満足度の高いサロンを作り上げることができま

お互いに尊敬し合う

居心地の良いサロンはスタッフも明るい雰囲気にも包まれ、店内に漂う空気もとても心地良いものです。それにはまず、スタッフ自身が気持ち良く働くことができる環境

になっているかが重要です。働く環境作りのために細かなルールを作り、スタッフに徹底、実践させる。人間関係がスムーズになるための職場環境作りこそが、サロン全体の雰囲気作りに必要不可欠で、ひいてはお客様の居心地の良さに繋がる重要なポイントになります。

目標を定めて実行、達成して勝つ

人は明確な目標を持つことで自らのスキルをアップさせようと努力を重ねるものです。全スタッフが、毎日、毎月、毎年の具体的な目標を掲げ取り組む。結果が出なければ、どこに問題点があつたのかを追及してその都度改善していく。現状に甘んじることなく、常に改革を心掛け、進化、向上を目指す仕組みを作り、反映させることは、顧客満足度の高いサロン作りには絶対に欠かせません。

人財を育てる企業文化

指導者の立場にある幹部、オーナーが正しく指導する体制、環境を整えていくことが重要な肝です。つまり、顧客満足度の高いサロン作りの基本的要素は、そのための企業文化を作り、人財を育て上げることに他ならないのです。

顧客満足度の高い サロンを作るには

顧客満足経営の

サロンに劇的な変化をもたらす 人材育成術

エステ経営で人材育成の難しさを痛感していたときに茂藤社長のコラムに出会いました。すぐに電話して「クールエステティックの新人研修を見学させてください」ってお願いしたんです。新人研修にいくと頭の中から爪先まで細やかに管理がいきとどいてる新人スタッフの身だしなみや立ち振る舞いの素晴らしさにとても驚きました。見学したあと「お店の成長につながる」と確信したのですぐに研修を申し込みました。

研修の3日後には自分なりの資料を完成させました。自分のお店に合わせてアレンジを加えたんです。お店のことを客観的に分析し問題点と向き合うことは大事だと思います。その資料をもとに、スタッフ研修をおこないました。繰り返していくうちにスタッフが驚くほど成長したんです。スタッフ同士のコミュニケーションが活発になり、チームワークもよくなり売上アップに繋がりました。茂藤社長には多くの学びに感謝しております。



株式会社 COZY
代表取締役
東野 玲子 様

経営理念！社長の思いを浸透させる

茂藤社長から学んだあと、クールエステティックの理念とルールを参考にさせていただき、3カ月ほど熟考したのち当社のクレドカード*1【グラツィアスピリット「心のあり方」】を作成しました。この当社が大事にしている「心のあり方」を毎日の朝礼で唱和しており、更に名刺サイズのカードにしてスタッフ一人ひとりが制服のポケットに入れてあります。こうすることで悩んだ時、迷った時にすぐに見ることが出来ます。

これは茂藤社長から学んだ「理念は浸透してこそ意味がある」という考え方です。この学びを実践したことでスタッフの定着率が上がり、チームワークが良くなりました。チームワークが上がると、比例して売上もアップしました。茂藤社長から学んだことをこれからも実践し続けより良い環境を作っていききたいと思います。ありがとうございました。

*1 24期はオリジナル手帳
【Grazia CORPORATE STANDARD】を全社員に配布



株式会社グラツィア
代表取締役
南代 鮎美 様

株式会社レナード
代表取締役
三原孔明 様

より良い人生を歩むための “学び”

私は茂藤社長の研修をこれまで3回も受講させていた
だきました。クールエスティックの研修はとても貴重で有意義
な研修です。社員教育をおこなう生の現場に立ち会いスタッフさんが研修を
通じ学び成長する瞬間を目の当たりにすることができるからです。茂藤社長の「スタッフへの愛」を肌で
感じることができ、スタッフさんもそれを感じているからこそ頑張ろうとする姿にいつも感動します。
研修では、エステティシャンとしてだけでなく、人としてより良い人生を歩むための“学び”を提
供されています。だからこそ、素晴らしいスタッフさんばかりのサロンが作られているんだと思います。
スタッフ教育を学ばれたいエステ経営者の皆さんは受講されることおすすめいたします。

株式会社フェイス
取締役副社長
国崎妙衣 様

人間力から 実践提案研修まで 多くの学び

初めて店長ミーティングに参
加させていただいたときのスタッ
フさんの真剣な眼差し、意識の高さ、
すべてのことに対し“ありがとうご
ざいます”と学ぶ姿勢に感動しました。

新人研修で聞いた「3年間で一生働ける
価値を自分自身に身に付けるため覚悟を決
め、壁を乗り越えていくこと!!」この言葉で私
も初心に戻り身が引き締まる思いをしました。

研修が終わるとスタッフ一人一人と向き合いました。「どんな
エステティシャンになりたいか?」「どんな想いで仕事をしているのか?」課題点が
山ほどあり解決し実行に移していくとサロンに変化が出てきました。さまざま
な壁を乗り越えて、目標売上を100%達成できるまでに成長しました。

エステティシャンとしての基本、心得、人間力＝自分の魅力を磨く、迷った時に
戻れるところ、浸透していくよう日々勉強しながら、環境に感謝し、頑張りたいと
思います。本当にたくさんのことを教えていただきありがとうございました。

「茂藤塾」受講生 VOICE

すべてが学べる



勝ち組サロンの経営術 オンライン 茂藤塾

今までオフライン限定だった茂藤塾が
DMM.com にて
オンラインサロン開設！！

オンラインだからお住まい関係なくいつでも見返せる。

10名様限定

第1期塾生募集開始

～茂藤塾とは～

顧客満足度経営の真髄とは！！
目からウロコの社員教育の極意！！
明解なスタッフ評価システムとは！！
広告費を掛けないコスパ経営とは！！

配信動画内容

企業理念の作り方 / サロンコンセプト / ファン作り
プロと意識の高い社員の育て方 / クール式評価システム 等



顧客満足度日本一に輝いたエステティックサロン「クールエステティック」が18年間に渡り、64,000人余のお客様と契約し、培ってきたノウハウをオープンにしてお教えします。

【お問い合わせ】

株式会社クールプロジェクトコンサルティング事業部
石川県野々市市押野1-380
tel:0120-043-200 mail:consult@coeur-project.jp 担当:森

オンラインサロン
お申し込み
各種詳細



商品情報やセミナー、キャンペーン情報などをいち早くお知らせします！

クールプロジェクト公式ラインアカウント @014cezfz

LINEの「友達追加」から、ID検索するかQRコードをスキャンしてください。

