ウッディチキン／中部例会

『例会レポート 152』

日　　程	2021 年 3 月 10 日(水)
会　　場	ミツイ栄スタジオ 名古屋市中区栄3－7－9新鏡栄ビル 6F 052-265-8300
参加者数	約 70 名(内県外 28 名) ズーム参加17社
講演会内容	受付 18:30～ 講演時間　19:00～21:00 **講演テーマ　「過去の自分越えよう！ギネス達成発表会」** **講師　　ウッディ代表　伊藤　豊氏**
親睦会	開催無し　コロナのため

ウッデイキチン事務局

文章・写真提供／向井　健介

http://woodychicken.com　　info@woodychicken.com

久しぶりに70名を超える参加者が集い熱い発表会が行われました。
やはりスタッフの参加が多いと活気がありますね。
今回は、自己最高記録に挑戦した5名の方に発表してもらいました。

会の前の1時間、伊藤代表が先月関西例会の前に訪問した「一燈園」の報告と相大二朗先生のビデオを見ました。
とても興味深く、一燈園の小学校の教育理念はゆるぎなく大きな愛を感じました。

司会進行　イズム松本さん

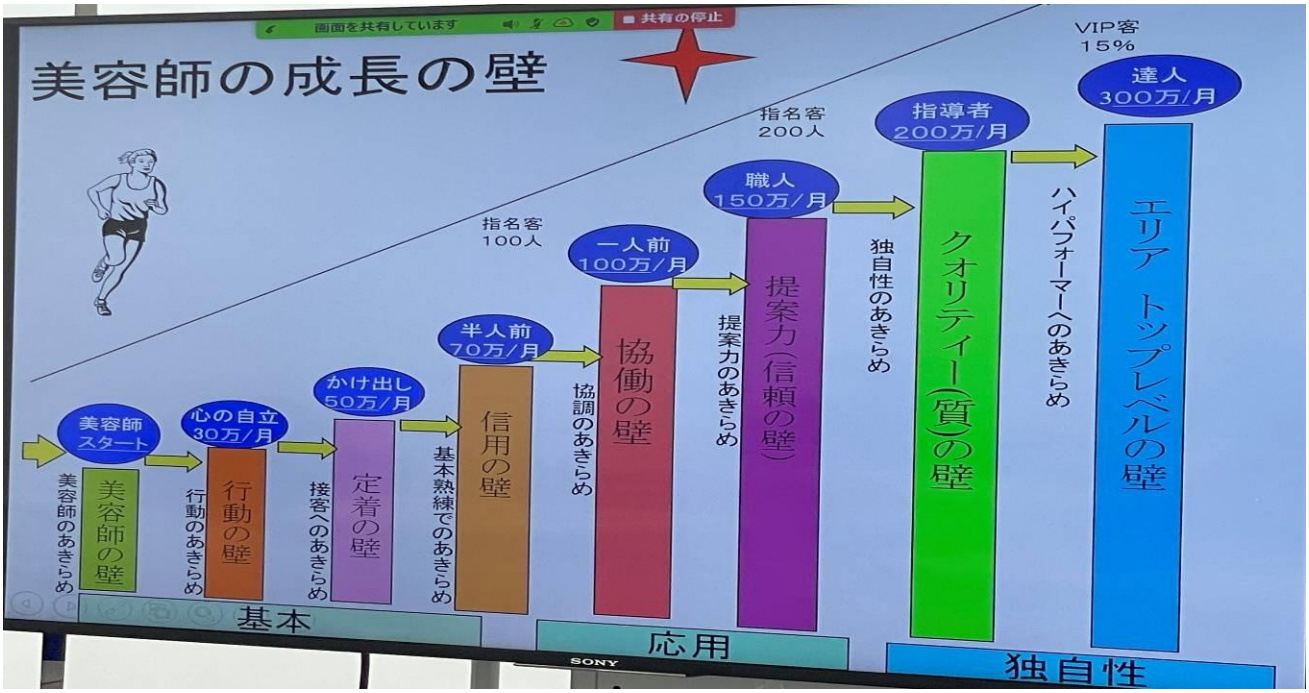
中部代表　ナップヘア安井さん挨拶
コロナ過の中たくさんの方に集まって頂き、感無量です。

中部活動報告　ジグソー増田さん
養護施設のボランティアに参加したのが3年まえでした。が電話してもなかなか受け入れてくれてくれない。
理由を聞くと、どこの団体いやサロンも継続してくれないので子供たちにとってあまりいい環境ではないということと、売名行為じゃないかと感じました。のでウッディ中部では、絶対継続してやろうと思って必死に県の行政の方に訴えかけました。その結果、一つの施設からお願いしたいと申し出がありました。
施設から注意事項がありました。詳しく聞くと最近の施設の子供たちは、虐待とネグレスト（育児放棄）が原因でした。
それを聞いたときにウッディ中部でボランティアカットを通して、子供たちの心のケアをやろうと強く思いました。
しかし、逆に学ばせていただいています。子供たちのやさしさや、元気をもらっています。
クリスマス会では、涙の感動でした。こんな経験は今までなかったし、子供たちのおかげです。
本当に感謝しています。

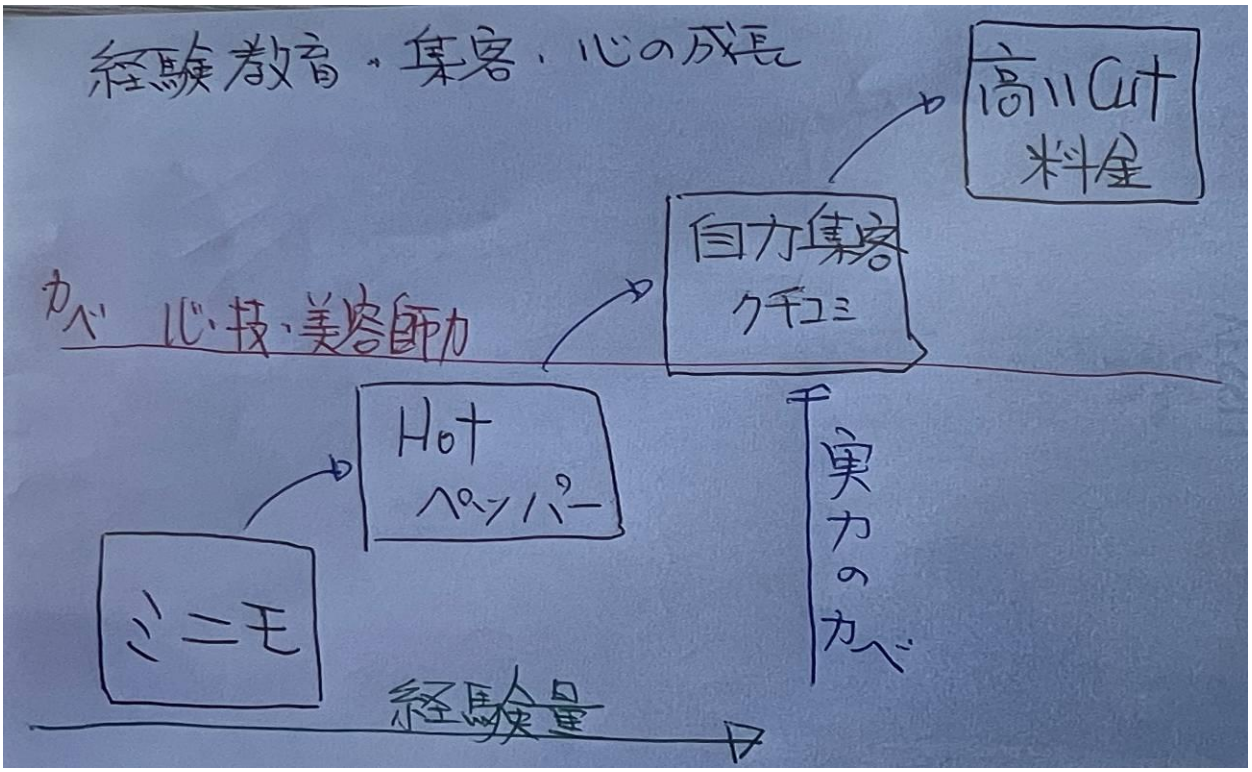
講演テーマ　「過去の自分越えよう！ギネス達成発表会」
講師　　ウッディ代表　伊藤　豊氏

ボランティアで大切な事は、継続することだと思います。やり続けることを大切にしたい
こちらが学ばせていただいているという気持ちを大切にしたい。
これらが我々の組織の意味だと思います。
コロナ過の中で、いろんなことが浮き彫りになった1年でした。

「達人の壁ストーリー」は1999年スタートして、7回作り変えています。
新バージョンに向けて新たなプロジェクトチームを昨年立ち上げて進めています。



原型は、下の図の経験量と実力の壁です。



新理論は、「達人の壁ストーリー」と名付けました。
デビューするときの経験量を増やす方法のメリットやデメリットを考えて長期的に成長できることを考える。
最終的には、より単価（価値）をあげていく事、つまり自己ブランド力を上げていく事につながる方法や行動を考える。
新しく作ったスタイリストノートも、その方法の一つです。

その流れで・・・
ウッディチキンアカデミー賞　今年は、7月と12月の開催です。
こんな時期だからこそ、全国全体で盛り上げていくイベントにしたい。
12月の最高記録が出ているけど、年間売り上げが落ちているので各月にイベントを作って行動できるようにする。
500名規模の LINE グループをつくり、各月ごとのアルバムを通して成功事例を共有して個々の最高記録を塗り替えていきたい。

発表者① NAP の櫻木さん 37歳 美容師歴19年目 スタイリスト歴15年目

あなたの最高記録！ NAP 櫻木保徳

363 万（2017 年）→429 万（技 336 万テンパン 93 万）
本店から支店出店のために店舗移動、3 年間かけて過去最高を出した。自分本位ではなく気遣いが出来る余裕があった事が一年通して勉強してきた結果、自己最高の 12 月を過ごすことができた。

woddy chicken 最高記録レポート2020

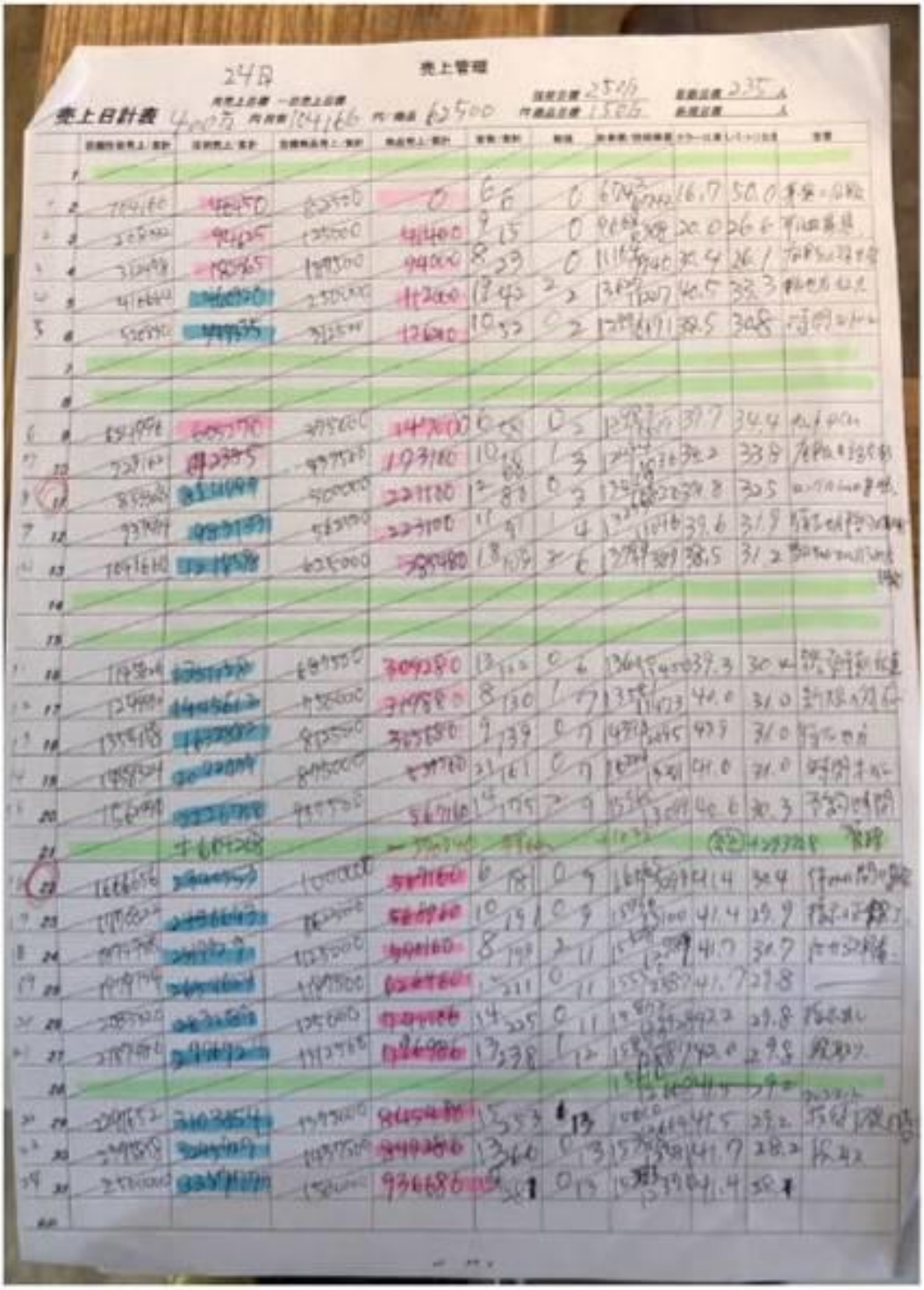
サロン名	NAPhair scoya		名前	櫻木保徳	
最高記録	¥4,294,469		過去⇨今回	¥3,638,671	
客数	281人	単価	¥15,282	勤務日数	24日
技術売上	¥3,357,779	店販売上	¥936,686	チケット類売上	¥110,000

最高記録をどうやって達成したか？

技術売上
この一年リピートを意識してカウンセリングを徹底してきました。
一人一人のヘアスタイルを提案する事がプラスメニューを増やすことや
メニューのリピートにもつながりました。
夏頃からはパーマ薬剤を増やし時間短縮の出来る仕組みを作ってお客様の滞在時間を
減らすことにも取り組みました。
店販売上
普段から購入してくださってるお客様が福袋でまとめ買いをしてくださいました。
高額家電よりもミズモノが多くヘアケアを伝えてきた結果となりました。
来年はもっと多くの方にヘアケアの重要性を伝播してもっとヘアスタイルを
キレイに保ってもらえるようにしてもらいたいです。

お客様との感動的な出来事はありましたか？
お客様と話している時にお店の窓にメッセージを書いてみて願掛けしてみたら？
と冗談から本当に書いてもらうことになり一人一人思いがけない
メッセージや感謝の言葉をいただきとても楽しい12月になりました。

アシスタントや仲間からの感動的なフォローはありましたか？
12月は特に体調面の気遣いや技術のつなぎをしてもらう事が多く助けられました。
何より4月から退職者が出て精神的に落ち込みがあったのですがみんなに
アシストしてもらってるという事が助けになりました。夜も遅くまで
延長して営業をして次の日の準備まで大変だったと思いますが協力してくれたので
12月最後までやり切ることができました。
今年は店長として自分自身の良い所と悪い所がはっきりと出た年でした。
人と真摯に向き合う事をするという事の意味が少しわかりかけたと思いました。
自身の最高記録が出せたのも良かったですが、今年の12月は特別スタッフの体調や心の
バランスも考え、自分本位ではなく気遣いが出来る余裕があった事が一年通して
勉強してきた結果になりました。正直今までとは比較にならないくらいのプレッシャーと
ストレスを感じてしまうくらいでしたがアシストしてくれる後輩たちがいるおかげで
なんとか乗り切り自己最高の12月を過ごすことができたので来年の12月はより多くの
お客様を気持ち良く過ごしてもらえるよう11.12月を最高売上に設定する事で
後輩たちのギネス更新がよりやりやすい環境でお客様が予約がしやすくできると思うので
在り方とやり方の両立を目指していきたいと思いました。
また来年一年かけて喜ばれる技術をお客様にさらに提供できるように
オリジナルメニューを開発していきます。



24日

売上管理

売上日計表 400万 内税額 104166 代/商品 62500

1											
2	104160	46450	62500	0	6	6	0	6742	16.7	50.0	[illegible]
3	208[illegible]	94625	125000	41400	9	15	0	9668	20.0	26.6	[illegible]
4	312498	180365	187500	94000	8	23	0	11164	30.4	26.1	[illegible]
5	416664	[illegible]	250000	112000	12	42	2	13[illegible]	40.5	33.3	[illegible]
6	520830	[illegible]	312500	126000	10	52	2	12[illegible]	38.5	30.8	[illegible]
7											
8											
9	624996	605270	375000	147000	6	58	0	12[illegible]	37.7	34.4	[illegible]
10	729162	142335	437500	193100	10	68	1	12[illegible]	38.2	33.8	[illegible]
11	833[illegible]	[illegible]	500000	221100	12	80	0	13[illegible]	38.8	32.5	[illegible]
12	937[illegible]	[illegible]	562500	223100	11	91	1	13[illegible]	39.6	31.9	[illegible]
13	1041660	[illegible]	625000	385480	18	109	2	13[illegible]	38.5	31.2	[illegible]
14											
15											
16	1145[illegible]	[illegible]	687500	309280	13	122	0	13[illegible]	39.3	30.4	[illegible]
17	1249[illegible]	[illegible]	750000	319880	8	130	1	13[illegible]	40.0	31.0	[illegible]
18	1354[illegible]	[illegible]	812500	365680	9	139	0	14[illegible]	43.9	31.0	[illegible]
19	1458[illegible]	[illegible]	875000	537760	21	161	0	15[illegible]	41.0	31.0	[illegible]
20	1562[illegible]	[illegible]	937500	567160	14	175	2	15[illegible]	40.6	30.3	[illegible]
21		+604268		−[illegible]							
22	1666656	[illegible]	1000000	567160	6	181	0	16[illegible]	41.4	30.4	[illegible]
23	1770[illegible]	[illegible]	1[illegible]	568960	10	191	0	15[illegible]	41.4	29.9	[illegible]
24	1874[illegible]	[illegible]	1125000	590160	8	199	2	15[illegible]	41.7	30.7	[illegible]
25	1979[illegible]	[illegible]	1187500	626560	12	211	0	15[illegible]	41.7	29.8	
26	2083[illegible]	[illegible]	1250000	[illegible]	14	225	0	15[illegible]	42.2	29.8	[illegible]
27	2187[illegible]	[illegible]	1312500	786986	13	238	1	15[illegible]	42.0	29.8	[illegible]
28								15[illegible]	41.4	29.0	
29	2291652	[illegible]	1375000	845480	15	253	1	15[illegible]	41.5	29.2	[illegible]
30	2395[illegible]	[illegible]	1437500	849286	13	266	0	15[illegible]	41.7	28.2	[illegible]
31	2500000	[illegible]	1500000	936686	15	281	0	15[illegible]	41.4	28.1	
32											

発表者② イズム 伊藤さん 33歳 美容師歴19年目 スタイリスト歴7年目

あなたの最高記録！ イズム 伊藤祐美子

woddy chicken中部 最高記録レポート2020

サロン名	S+D isms...		名前	伊藤 裕美子	
最高記録	¥1,974,764		過去⇨今回	¥2,428,784	
客数	146	単価	¥16,636	勤務日数	22
技術売上	¥1,809,151	店販売上	¥619,633	チケット類売上	¥868,994 (¥101,300)

最高記録をどうやって達成しましたか？

技術売上

事前の提案がとにかく大切だとわかっていたので来店周期の長そうなお客様は9月から、最低でも10月からカラーチケット等のお話をして予約を取り組んだ。
他にはカラーを更に良いカラーにランクアップできるよう10月のコースメニューに組み込んで良さを体感してもらい、12月にも継続してもらえるようにした。
11月末に送るA4DMにあまびえさんの折り紙を入れて手紙を書いた。

店販売上

商品も9月～11月来店から予約をとった。
単価の高い商品(電気バリブラシ)が売れたのが大きかった。
話題性もありお客様に試してもらいやすかった。
担当してる方がスパとかマッサージが好きな方が多いので響きやすかったにかも。

お客様との感動的な出来事やチャレンジしてよかったと思うことはありますか？

A4DMで送ったあまびえさんが嬉しくて1年ぶりに来店してくれた客さまがいたこと。
大変だったけど送ってよかったと思った。
指名料のお話をしたときに喜んでくださる方が多かったこと。

アシスタントや仲間からの感動的なフォローはありましたか？

日々のサロンワークから細かく手伝ってくれたり、12月は忙しくなるからみんなでルールを決めたりして協力して乗り切ることができた。
進捗なども共有して全員で頑張れた。

197 万→242 万（技 180万テンパン62万）スパでリピートがすごい。8000 円のスパを武器にしている。デザイナーでありながら他のデザイナー担当のスパ指名がたくさんあり、外部のスパ講習に引っ張りだこ。

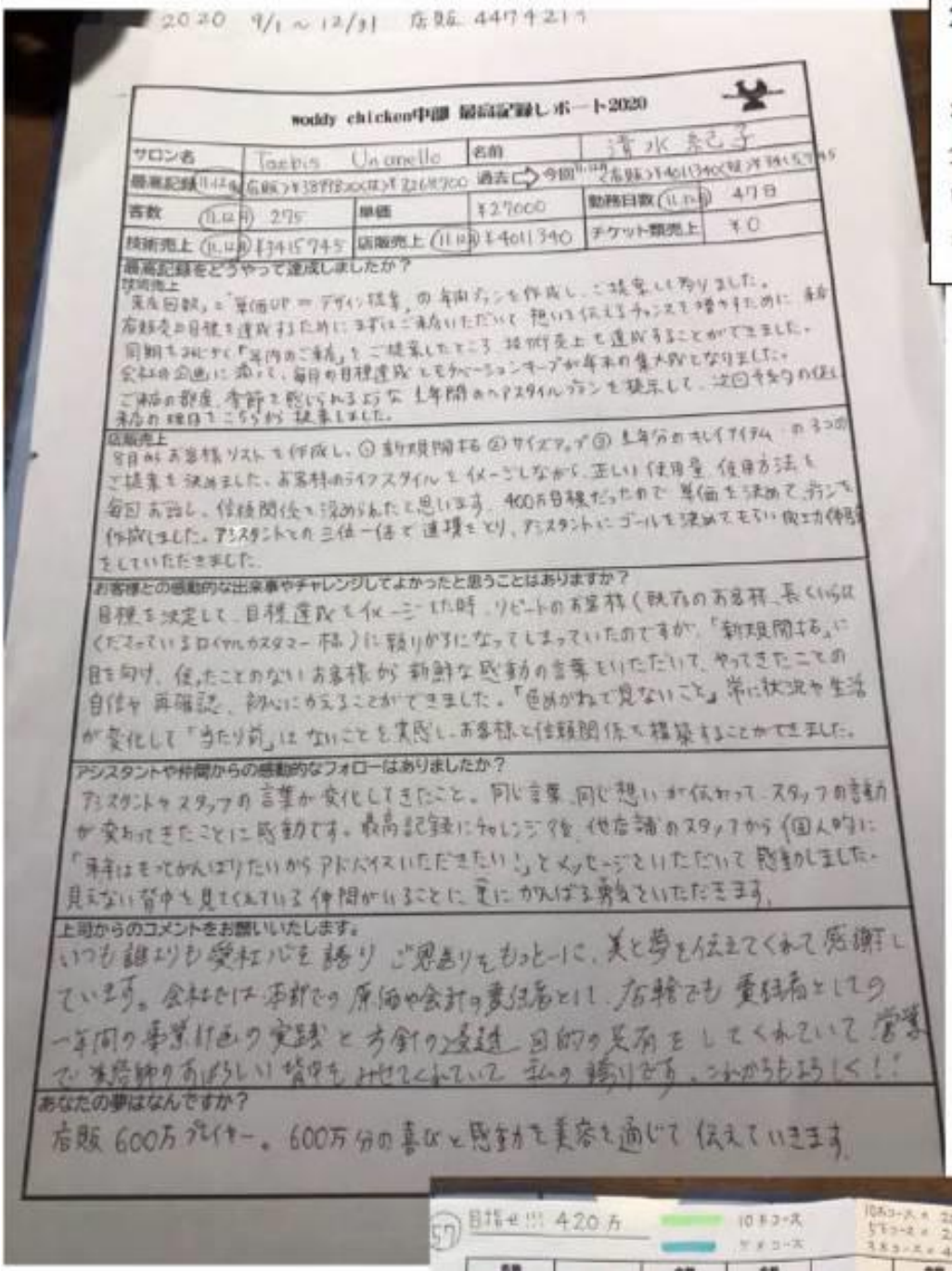
年末にお客様に配ったコロナ終息を願ったアマビエの御守り

東京でのスパセミナーや北田ラボのシャンプー甲子園

発表者③ タエビス 清水さん 39歳 美容師歴22年目 スタイリスト歴19年目

あなたの最高記録！ タエビス 清水紀子

11.12月でテンパン400万、21年目のママさんスタイリスト（娘さんは中1）若手が多くなってきた中、今、自分が盛り上げないといけないと奮起して過去最高記録を達成。



2020 9/1 ～ 12/31 店販 4474215

woddy chicken中部 最高記録レポート2020

サロン名	Taebis Unanello	名前	清水 紀子
最高記録	店販¥3892300(税込¥4201700)	過去⇨今回	売上¥4611340(税込¥4974547)
客数	275	単価	¥27000
技術売上	¥3415745	店販売上	¥4611340
勤務日数	47日	チケット販売上	¥0

最高記録をどうやって達成しましたか？

技術売上

「来店回数」と「単価UP＝デザイン提案」の年間プランを作成し、ご提案して参りました。

店販売上の目標を達成するためにまずはご来店いただいて、想いを伝えるチャンスを増やすために、来店周期をおおむね「来店のご案内」をご提案したところ、技術売上も達成することができました。

会社の方針に沿って、毎月の目標達成をモチベーションキープが年末の集大成となりました。

ご新規の獲得、季節を感じられるような年間のヘアスタイルプランを提示して、次回予約の促進の理由でこちらから提案しました。

店販売上

8月からお客様リストを作成し、① 新規開拓 ② サイズアップ ③ 年間分のおしゃれアイテム のうちのご提案を決めました。お客様のライフスタイルをイメージしながら、正しい使用量、使用方法を毎回お話し、信頼関係を深められたと思います。400万目標だったので単価を決めて、プランを作成しました。アシスタントとの三位一体で連携をとり、アシスタントにゴールを決めてもらい積極的にしていただきました。

お客様との感動的な出来事やチャレンジしてよかったと思うことはありますか？

目標を決定して、目標達成を仰ぎした時、リピートのお客様（既存のお客様、長くいらしてくださっているロイヤルカスタマー様）に頼りがちになってしまっていたのですが、「新規開拓」に目を向け、出会ったことのないお客様が新鮮な感動の言葉をいただいて、やってきたことの自信や再確認、勉強になることができました。「色がおそで見ないこと」常に状況や生活が変化して「当たり前」はないことを実感し、お客様と信頼関係を構築することができました。

アシスタントや仲間からの感動的なフォローはありましたか？

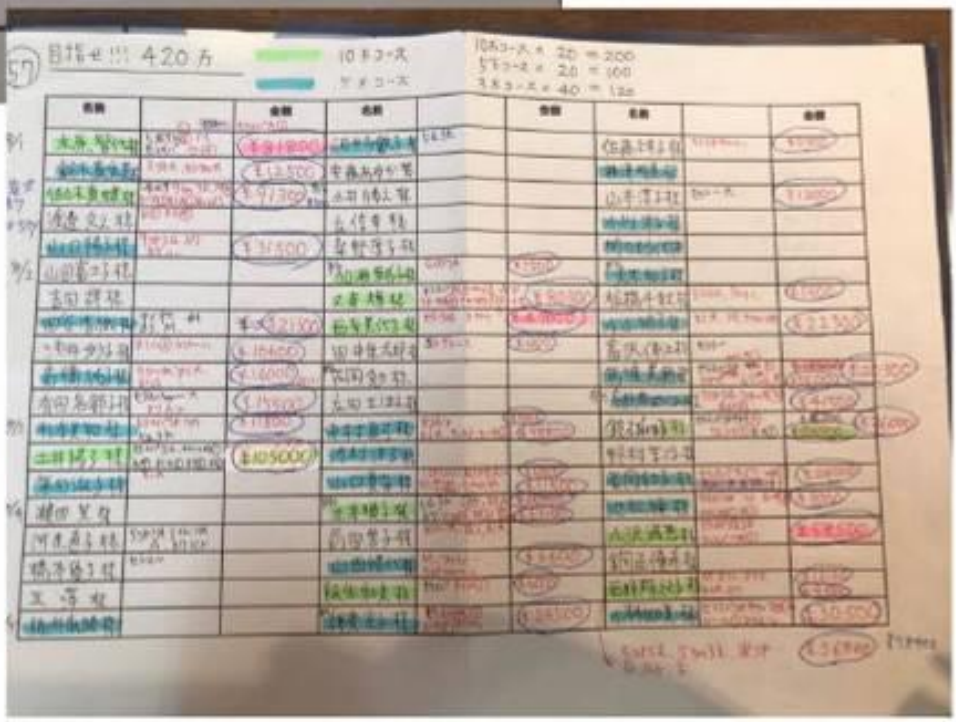
アシスタントやスタッフの言葉が変化してきたこと。同じ言葉、同じ想いが伝わって、スタッフの活動が変わってきたことに感動です。最高記録にチャレンジ後、他店舗のスタッフから個人的に「来年はもっとがんばりたいからアドバイスいただきたい！」とメッセージをいただいて感動しました。見えない苦労も見てくれている仲間がいることに、更にがんばる勇気をいただきます。

上司からのコメントをお願いいたします。

いつも誰よりも受社心を誇り ご思考をもっと上に、美と夢を伝えてくれて感謝しています。会社では本部での原価や会計の責任者として、店舗でも重鎮者としての一年間の事業計画の実践と方針の浸透、目的の共有をしてくれていて営業で非常時のあぶない皆様をけん引してくれている 私の誇りです。これからもよろしく！！

あなたの夢はなんですか？

店販600万プレイヤー。600万分の喜びと感動を美容を通じて伝えていきます。



目標¥ 420万

10本コース
7本コース

10本コース × 20 = 200
5本コース × 20 = 100
3本コース × 40 = 120

《自己最高記録の移り変わり》
高校卒業後 Taebis に入社。
26 歳、出産。
1 年育児休暇後、パートタイムで復帰。
30 歳でママ美容師サロン Un　anello 店オープン（18:00 閉店、日祝定休日サロン）短時間高生産性サロン実現。
5 年店長務め、次期店長に引き継いだ年（2017 年）自己最高記録 11.12 月総売上¥7,168,520
翌年より 2 年間（2018～2019）営業部長として、本店と Un anello 店掛け持ち、店長教育、サポート務める。
2020 年。コロナ禍対策の一環として店舗強化のため、Un　anello 店若手スタイリスト、アシスタント育成、教育。
店舗目標達成のための自己目標、過去最高記録、11.12 月総売上¥7,427,085
アシスタントの殻破りの成長あっての目標達成実現でした。

『モノを売るな、コトを売れ』
『やる前にどこを見ているかで結果が違う。勝てばいいのではなく、
お客様に喜んでいただくこと。
感動していただくこと。
年末にどのようにお客様に感動していただくかを考える』
『大変な時は大きく変わるとき。変われるとき』

自己の成果が店舗の成長と常に捉え、目標に取り組んでおります。

《表説明》
8 月 1 日より毎日のご来店お客様リスト。11.12 月に感動していただくための購入履歴、見込み表です。
1.どんなヘアケアアドバイスをしたか。
2.購入履歴、残量確認。お客様に合った適正量が使用できているか。
3.2021 年、どのくらいのキレイアドバイスをするか。年間必須アイテムプラン。
4.購入見込み金額
10 万円セット→→20 名
5 万円セット→→20 名
3 万円セット→→40 名
顧客リストよりシミュレーション設定。
（○○様には○万円分のアドバイスをしよう！宣言）
前年のリストも照らし合わしながら、ビジョン作成。

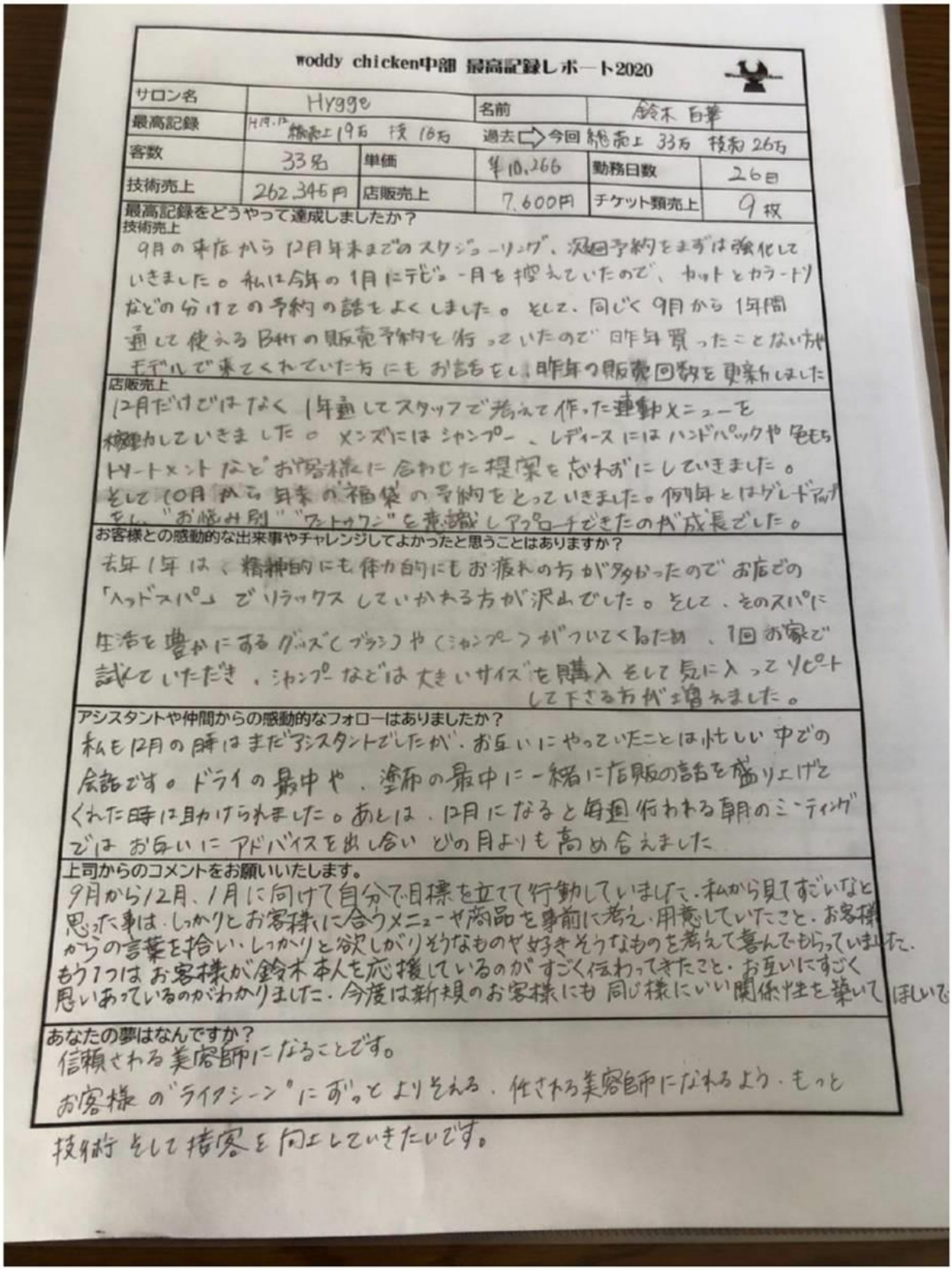
11.12 月　店舗過去最高¥6,139,400
11.12 月　会社過去最高¥21,640,980
社内ではスタイリスト以上、毎日、売上報告、成功事例の共有。
10 日ごとの社内ランキング報告。
１週間ごとに店長クラスの WEB ミーティング共有会。

社内コンクール実績表彰。
前年度アップ　「ルーキー賞」入社２年目スタイリスト
100 万オーバー「ミリオン賞」入社５年目スタイリスト
個人自己最高「MVP 賞」入社３年目スタイリスト
売上トップ「ゴールデンイヤー賞」私、表彰いただきました。

発表者④ ヒュッケ　鈴木さん　23歳　美容師歴3年　デビューして2カ月

あなたの最高記録！　ヒュッゲ　鈴木百華

スパ率75%、テンパン購買率50%のジュニアスタイリスト。アシスタンの頃からモデルにテンパン購買率50%をしていた。



woddy chicken中部 最高記録レポート2020

サロン名	Hygge		名前	鈴木 百華	
最高記録	H19.12 総売上19万 技術16万		過去⇨今回 総売上 33万 技術 26万		
客数	33名	単価	単10,266	勤務日数	26日
技術売上	262,345円	店販売上	7,600円	チケット類売上	9枚

最高記録をどうやって達成しましたか？
技術売上
9月の末頃から12月年末までのスケジューリング、次回予約をまずは強化していきました。私は今年の1月にデビュー月を控えていたので、カットとカラートリなどの分けての予約の話をよくしました。そして、同じく9月から1年間通して使える回数の販売予約を行っていたので昨年買ったことない方やモデルで来てくれていた方にもお話をし昨年の販売回数を更新しました

店販売上
12月だけではなく1年通してスタッフで考えて作った連動メニューを強化していきました。メンズにはシャンプー、レディースにはハンドパックやヘアトリートメントなどお客様に合わせた提案を怠らずにしていきました。そして10月頃から年末の福袋の予約をとっていきました。例年とはグレードアップし"お悩み別""プラスワン"を意識しアプローチできたのが成長でした。

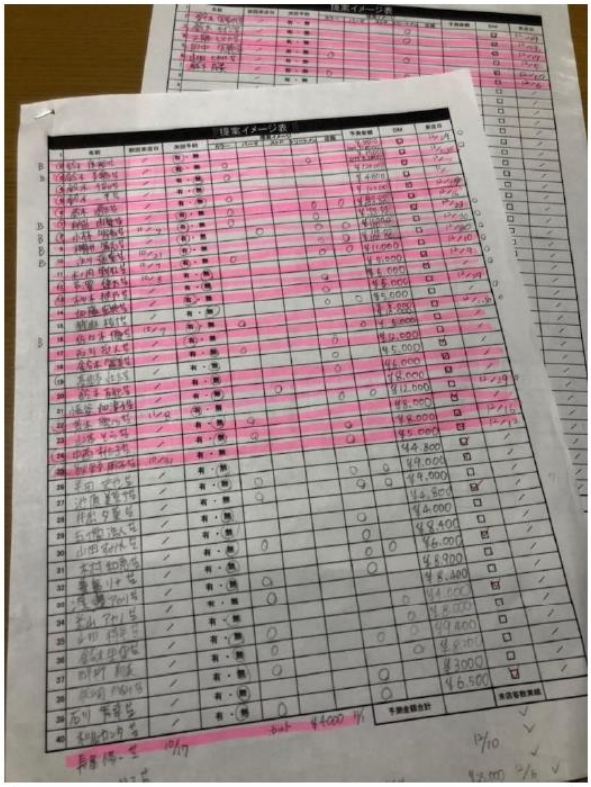
お客様との感動的な出来事やチャレンジしてよかったと思うことはありますか？
去年1年は、精神的にも体力的にもお疲れの方が多かったのでお店での「ヘッドスパ」でリラックスしていかれる方が沢山でした。そして、そのスパに生活を豊かにするグッズ(ブラシ)やシャンプーがついてくるため、1回お家で試していただき、シャンプーなどは大きいサイズを購入そして気に入ってリピートして下さる方が増えました。

アシスタントや仲間からの感動的なフォローはありましたか？
私も12月の時はまだアシスタントでしたが、お互いにやっていたことは忙しい中での会話です。ドライの最中や、塗布の最中に一緒に店販の話を盛り上げてくれた時は助けられました。あとは、12月になると毎週行われる朝のミーティングではお互いにアドバイスを出し合いどの月よりも高め合えました

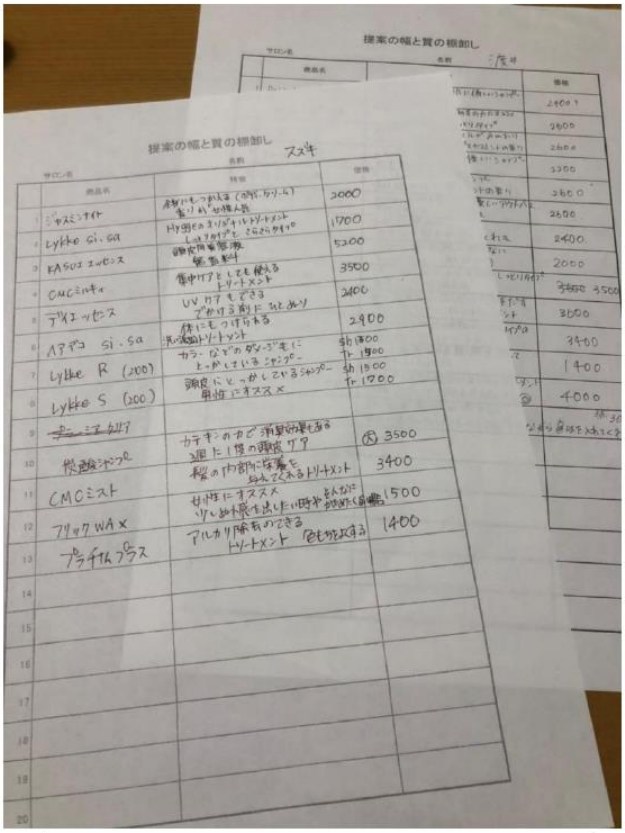
上司からのコメントをお願いいたします。
9月から12月、1月に向けて自分で目標を立てて行動していました。私から見てすごいなと思った事は、しっかりとお客様に合うメニューや商品を事前に考え、用意していたこと、お客様からの言葉を拾い、しっかりと欲しがりそうなものや好きそうなものを考えて喜んでもらっていました。もう1つはお客様が鈴木本人を応援しているのがすごく伝わってきたこと、お互いにすごく思いあっているのがわかりました。今後は新規のお客様にも同じ様にいい関係性を築いてほしいです

あなたの夢はなんですか？
信頼される美容師になることです。
お客様のライフシーンにずっとよりそえる、任される美容師になれるよう、もっと技術そして接客を向上していきたいです。

福袋キャンペーンチラシ
おすすめの商品や自分が使った感想を記入して渡した。



提案イメージシートは１年生から全員で記入。
１２月は１週間に一度 PDCA ミーティング。



商品の棚卸
１１月から１２月のアプローチに向けて
みんなで商品の説明や値段などの整理をした。

Case 2 提案の“熱”をムラなく 全員・全客層アプローチ

「すべての顧客をえこひいき」する、これからの時代の客層戦略。

イントロダクション（14ページ）で上顧客を中心とした客層構成をつくれていることを紹介した日Y∃RO。顧客の囲い込みといえば、ロイヤルカスタマーに特典をつけるなどの「えこひいき」が定石だが、現在のH∃RO の戦略は、少しそれと異なるものだ。

H∃RO の扱う方でほぼ5顧客・A顧客の高単価客に続く B・C顧客は“未来のVIP客”。20～30代の若い世代が中心でジュニアスタイリストの顧客が多いため、彼らの提案力を上げることが客層を高めることにつながると浜子武史代表は説明する。

「客層分析してみると、S顧客は店販を買ってくださる方がほとんど。今の若いスタイリストの顧客をVIPに育てていくためには、彼らに『商品が売れる』体験をしてもらう必要があるのです」

これまでは年2回ビューティフェアを開催し、その成功体験の場を創出していたが、今年はコロナ禍の影響で早々に中止を決定。そこで考えたのが、“店販連動メニュー”だった。サロンの強みであるスパにプラス料金で商品がセットになるメニューを開発、いつものようにクーポンサイトに掲載したところ、予約が殺到。スパ比率40%、店販購買率40%（2020年8月）を達成した。

Hygge
（美容室名非公開）

会社名	株式会社ヒッヂ
代表者	浜子武史
創業	2009年
店舗数	1店舗
スタッフ数	5名
本社所在地	静岡県富士市松岡1203-11
本社電話番号	0545-30-9004
HP	http://hygge-hair.com

Hyggeの提案力は“両輪”で回す

アシスタント
鈴木百聖

技術モデルやカラー・ブロー客に積極提案

全客層アプローチの風土が定着し、アシスタントに至るまで高い利用率を上げている。鈴木さんは6月からスタートした「ミントスパ（通常スパ+500円／商品付）」をレッスンのために導入したモデルにも提案し、高い実績を上げた。

代表取締役社長
浜子武史

アメニューをおすすめする流れで、商品の使い方をレクチャーするなどのフローを自然に習得できる。お客にとって「美容室で商品を買う」こと、美容師にとっては「売れる」という双方の成功体験が得られる仕掛けになっている。

さらに、H∃RO ではスタイリスト個人でメニュー開発をする風土がある。自分の得意な技術や客層に合わせて既存のメニューを組み合わせるもの、提案に使うポップまで自分でデザインしてプレゼン、改善点などを議論した上でメニュー導入が決まる。

「自分であみだしたメニューなら提案に熱が乗るので受入れてもらいやすいんです。チャレンジできる環境を整えて、成功体験を積み重ねてほしいと思っています」

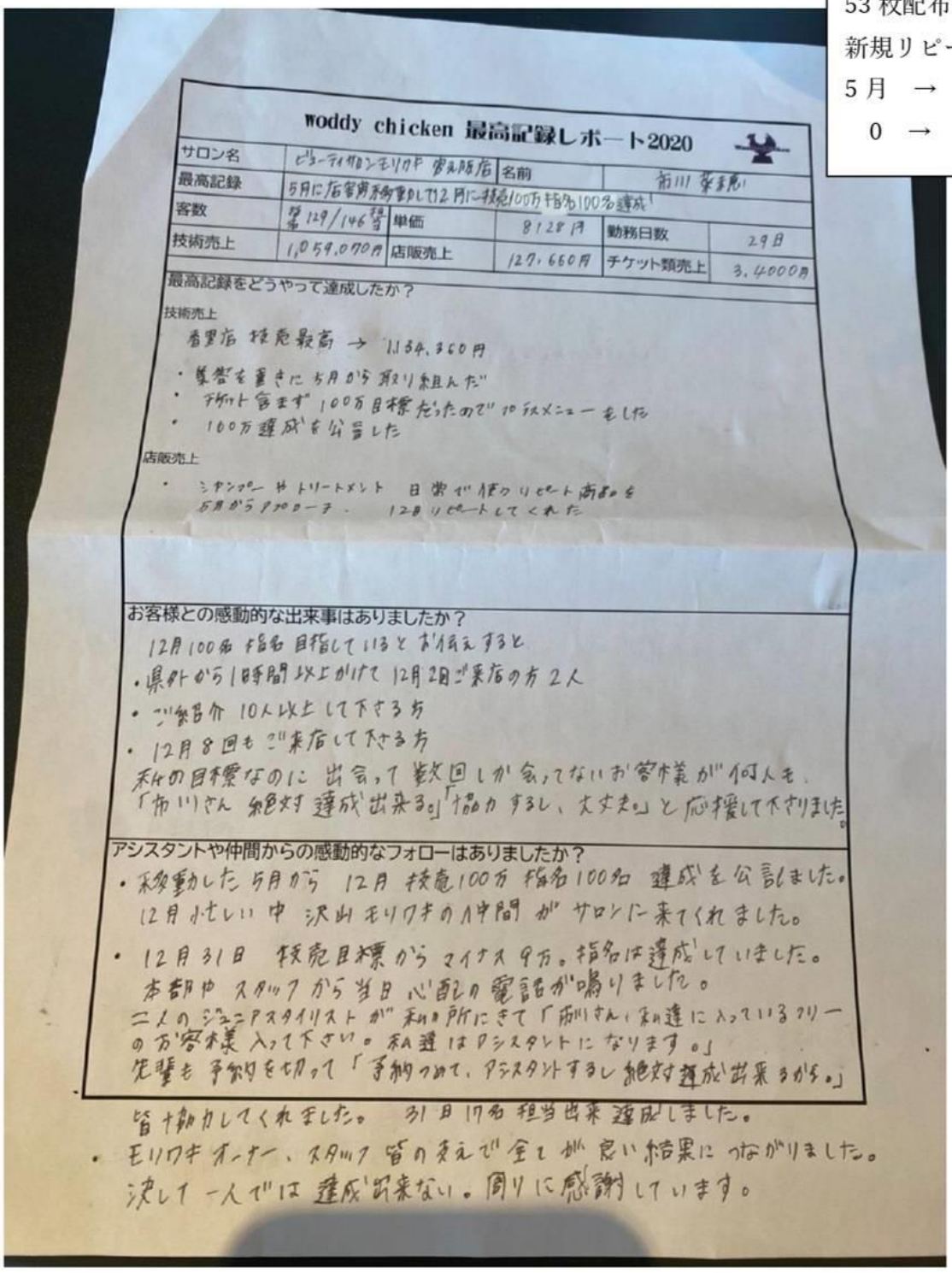
お客の喜ぶ顔が提案力アップの一番のエンジンになる。客層と人材を育むこだわりメニュー戦略だ。

発表者⑤ モリワキ 市川さん　27歳 美容師歴10年目 スタイリスト歴5年

あなたの最高記録！　MORIWAKI　市川菜穂

100 万以上売上があったのだが、5 月に店舗移動で売上減。12 月売上を戻してきた。春から店長さんになる。

紹介券の返り率
5 月～11 月
303 枚配布→返り 18 枚　6%
12 月
53 枚配布→16 枚返り　30%
新規リピート率　74%
5 月　→　12 月　カルテ数
0　→　226 枚



woddy chicken 最高記録レポート2020

サロン名	ビューティサロンモリワキ 宮元阪店	名前	市川菜穂		
最高記録	5月に店舗移動して12月に技売100万指名100名達成！				
客数	指名 129/146 担当	単価	8128円	勤務日数	29日
技術売上	1,059,070円	店販売上	127,660円	チケット類売上	3,4000円

最高記録をどうやって達成したか？

技術売上

香里店 技売最高 → 1,134,360円

・集客を重きに5月から取り組んだ
・チケット含まず100万目標だったのでプラスメニューをした
・100万達成を公言した

店販売上

・シャンプーやトリートメント 日常で使うリピート商品を5月からアプローチ。12月リピートしてくれた

お客様との感動的な出来事はありましたか？

12月100名 指名目指していると お伝えすると
・県外から1時間以上かけて 12月2回ご来店の方 2人
・ご紹介 10人以上して下さる方
・12月8回もご来店して下さる方
私の目標なのに 出会って数回しか会ってないお客様が何人も、「市川さん 絶対達成出来る。」「協力するし、大丈夫。」と応援して下さりました。

アシスタントや仲間からの感動的なフォローはありましたか？

・移動した5月から 12月 技売100万 指名100名 達成を公言しました。
12月 忙しい中 沢山モリワキの仲間 がサロンに来てくれました。
・12月31日 技売目標から マイナス9万。指名は達成していました。
本部や スタッフから当日 心配の電話が鳴りました。
二人のジュニアスタイリストが私の所にきて「市川さん、私達に入っているフリーの方客様入って下さい。私達はアシスタントになります。」
先輩も予約を切って「予約つめて、アシスタントするし絶対達成出来るから。」
皆協力してくれました。 31日 17名 担当出来 達成しました。
・モリワキオーナー、スタッフ 皆の支えで全てが良い結果につながりました。
決して一人では達成出来ない。周りに感謝しています。

半年間で売上100万 指名100名達成！！

昨年5月香里店から宮之阪店の副店長として異動になった市川さん
店長になる条件として課せられた課題をなんと半年で達成！異例のスピードで店長に就任した。

Q.香里店から宮之阪店に移動になったときどんな状況でしたか？
これまではハンティングがメインの集客方法だったが、コロナの影響もあり紹介集客に切り替えた。当初は香里店時代のお客様が宮之阪店に来るだろうと予想していたが実際通い続けてくれた方はわずか15名ほど。
また一からコツコツ頑張ろうと決心し、入客したお客様に「**異動してきたばかりなのでたくさん担当したい**」と正直に紹介をお願いし続けた。
結果半年間で顧客数を0名→226名まで増やした。

市川菜穂さん
デビュー4年目　宮之阪店副店長
12月総客146名　**指名129名**
12月総売1,186,730円
（チケット代抜き **1,025,070円**）
新規リピート率74%

Q.お客様に対して意識していたことはありますか？

親密性を高めることとプロ技術のお伝えの徹底

【リピート率を高めるオペレーション例】

①どんな方に対しても必ず褒める。
アシスタント時代から習慣化しお客様の名前をすぐに覚え呼んでいた。
②メニュー表を見せながらカウンセリングし、工程・料金・時間を必ずお伝えする。
③画像検索アプリ“Pinterest”を活用し髪形やカラーなど細かいスタイルの擦り合わせを行う。
④自社のこだわり、安心宣言（コロナ対策）、店舗展開、仕上がり、ダメージレスについてお伝えする。美容の話がメインで世間話は一切しない。
⑤施術中はオンカウンセリング（技術説明の徹底）
⑥アフターカウンセリングではスタイルの説明と毎回「気になることがあれば何でもご相談ください」と連絡先を伝えていた。
⑦お会計時に紹介をお願いする！　1人につき2枚の紹介券をお渡しし「2人連れてきてください」とお願いする。

紹介券配布数と戻り率
5月～11月
303枚配布→18枚　5%

12月
配布53枚→16枚　**30%**
※全国平均4%

Q.実際に紹介してくれた人はどんなお客様でしたか？
・仕上がり時に喜びが大きかった人
・過去の経験したことのないメニューを体験された人（デザインカラーやパーマなど）
・仲良くなり親密性の上がった人
紹介来店客の中には…
いつもと違いパーマスタイルが若々しくなっていたお母さんを見た娘さんが来店
いつもの白髪染めとは違い明るくきれいな色に染まっているのを見た娘さんが来店

12月目標達成に至るにどんなドラマがありましたか？
半年前から12月達成を目標に動いていたが、11月後半で指名は52名。客数的にも単価的にも不安を残したままスタートした。それでもお客様や仲間の協力もあり少しずつ目標に近づくことができていた。そして最終日12月31日の時点で残り-9万円。その日の予約が5名。これでは正直達成は難しいと思った。それでも市川さんは前日に思いつくすべての方に来店促進や紹介をお願いしなんとか来店してもらえるよう動いていた。
当日迎えた予約はなんと17名！予想もしなかった数のお客様が訪れ市川さんを指名した。なかには当日頼まれたからと紹介で来客される方、シャンプーだけ来てくれた方がお客様でいたり、また宮之阪店のスタッフ皆が市川さんに手を貸し、後輩が自分のフリー客を譲ったり、施術を変わってくださる先輩がいたりとお店全体で市川さんを応援してくれた。そして最後のお客様を送り出し最終実績を確認すると、指名129名 売上102万5070円と目標を大きく達成することができた。

この経験を通して伝えたいメッセージはありますか？
今回のことを通じていざというときに応援してもらえる、手を貸してもらえるかどうかは日頃のコミュニケーション量だと感じた。自分の目標やそれに向けての頑張りを周りに知っていてもらうことで今回たくさんの人が手を貸してくれた。応援してもらえた。一人では達成できないことも周りの協力があれば叶えることができる。叶えたい夢があって達成する気概があるなら見栄もプライドも自分には必要ない。助けてくれたたくさんの人への感謝の想いが溢れた。

伊藤さんまとめ
本当はこの後食事しながら、もっと深いコミュニケーションを取りたかったです。
そして久しぶりに会場にたくさんスタッフの方が集まって、活気があってとてもよかったです。
コロナの状況なのでとてもありがたい・・・
最高記録者の共通点は、数字意識、結果に対しての執着、具体的ななりたい自分と問題意識が非常に強い所です。
皆さんのレポートを読んでみると、100時間レッスンで先輩にサポートしてもらったとか、周りの方のおかげですなど感謝の気持ちが書いてあることが多い。
これが「親密性を高める」ということにつながる。

以上です。
ウッディ事務局　向井健介