

ウッディチキン／札幌例会

『例会レポート 133』

日 程	2018 年 6 月 13 日(水)
会 場	第 1 部 『TKP 札幌ビジネスセンター赤レンガ前 5階はまなす』 札幌市中央区北4条西6丁目1 毎日札幌会館 第 2 部 『株式会社菊池スタジオ』 札幌市中央区北2条西 2 丁目1ー5 リージェンビル2階
参加者数	約 91 名 (日本 78 名 韓国 43 名)
講演会内容	第 1 部 受付開始 : 13:30~ 講 演 : 14:00~17:55 ① ウッディ代表 伊藤豊氏 「日本型経営の特徴。永続的な繁栄を目指す。」 ② バグジー代表 久保華図八氏 「どうやって、本気の社員が育つのか？」 …人を育てるではなく、人が育つ組織作り ③ ALTI 代表 中西一也氏 「本物のコアサービスの時代と美容師の役割」 第 2 部 受付開始 : 18:30~ 挨拶・報告 : 19:00~ 講演時間 : 19:20~20:30 講演テーマ「旭山動物園の軌跡」 旭山動物園 園長 坂東 元氏 (ばんどう げん)
親睦会	PM21:00~



ウッディチキン事務局

文章・写真提供／向井 健介

台風接近に伴いあいにくの雨の札幌。。

去年は、最高の天気だった。

しかも、せっかく韓国から仲間が来るのに～

でもそんなことは関係ないくらい髪書房さんとのコラボセミナーは
アツイアツイ交流勉強会となりました。



第1部

① ウッディ代表伊藤豊氏

「日本型経営の特徴。永続的な繁栄を目指す。」

今書いている本の話。

少子化対策と働き方改革。現状は日本も韓国も同じ状態にある。

韓国の美容師さんの日本ツアーは今回で4回目

1名古屋⇒ 2京都大阪⇒ 3九州⇒ 4北海道(札幌)

教育のゴールが変わってきている。⇒売り上げが上げれる。がゴールに

帯広のサロンで20回目の合宿をした。

トップダウンでは難しい・・・ 全員で計画を立てる。

大切なのは全員が笑顔で合宿に参加している事。

求人が大変。少子高齢化の上に美容業界の人气が低くなった。

今後この2つのレベルを上げることが大切

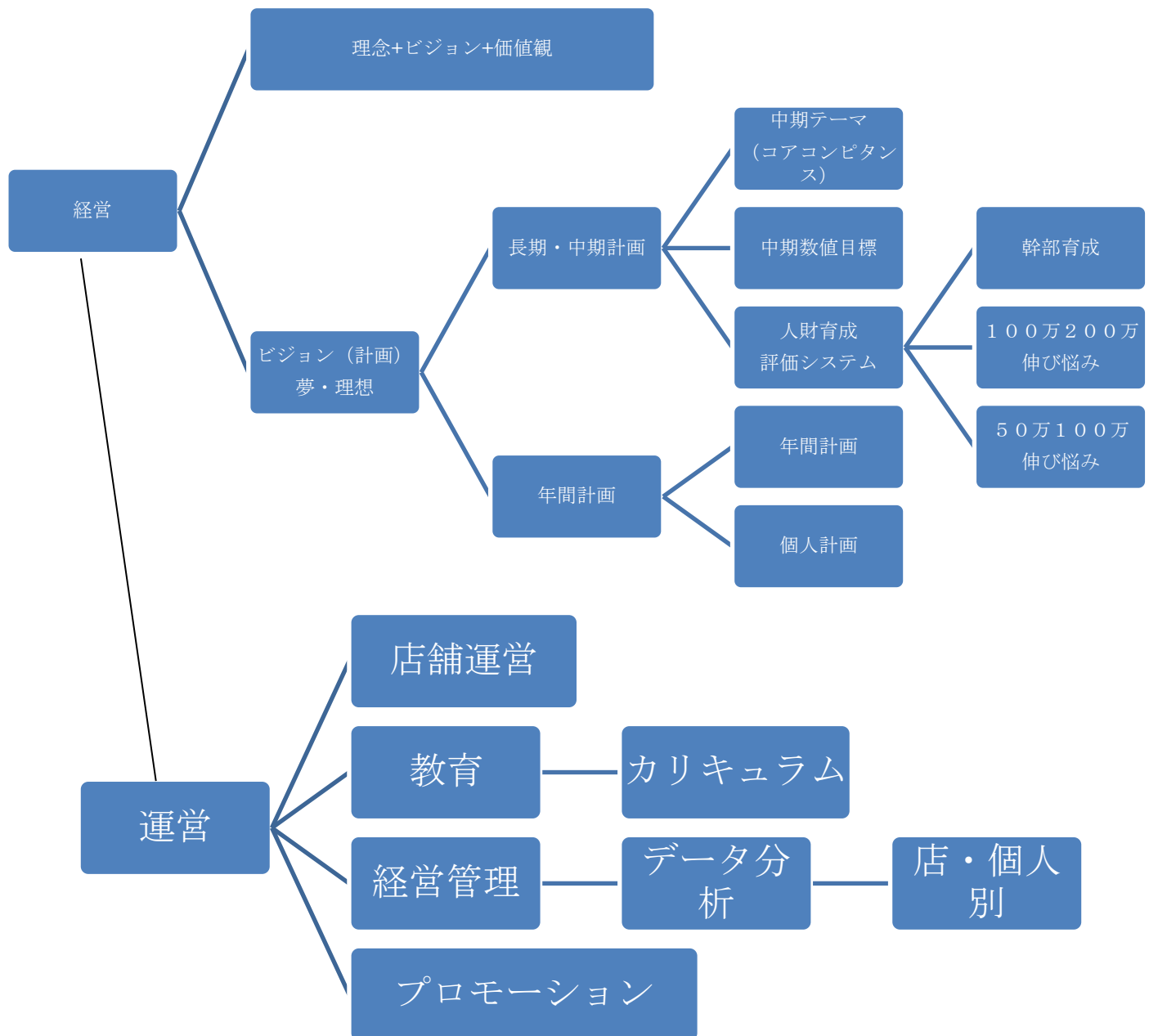
善き職場＝笑顔がたえない。

働き方改革＝職場が楽しい

人と人のつながりが強い職場を目指す。

「大きく高く」ではなく、「長く強く」を目指す。

働き方改革には7つある。



客数問題発見シートを分析して年間計画を立てることが大切。

失客分析・・・年代・スタイル・レングス別で分析して、自身のウィークポイントを改善する。

今後は、韓国でも同じシートを使用しているので、お互いに分析をしてさらに深い交流が出来るそうです。

第1部

② ALTI 代表 中西 一也氏

「本物のコアサービスの時代と美容師の役割」

美容師の3代目だが、母の店は継いでいない。

経営がうまくいかなかったため、

34 年前に郊外に駐車場付きの店舗を個人で出店した。

当時はパーマが流行していた。が薬剤別の料金設定で疑問を感じていた・・・



美容師がお客様の髪質やダメージにあわせてレラブ方がいいと思いそうした所、大好評でお客様でにぎわいました。そのあと3店舗まで順調に店舗を増やしていきました。4店舗目以降からは、いい条件で向こうから出店の話が来しました。

1999年 旭川の百貨店に120坪のサロンを創る。

命と継承 母の他界により継承を意識する。

母の死により命の限りを実感し、事業継承の事を考えるようになった。

NYに視察に行き、トータルビューティーを考えるようになり

百貨店の店舗でドアのない美容室と物販とネイルサービスを実施しました。

化粧品の製造の資格を取った。

理由は、アトピーの方でも安心して使用できる。シャンプー+洗顔+ボディーソープを作りたかったからです。

植物の力を知り、と同時に界面活性剤や防腐剤の恐さも知り商品開発の足掛かりとなりました。

例えば、カモマイルという植物はかゆみを止める。

マイクロバブル

エルデュール製造方法

非酸化製法

などのNHKの番組を視聴させていただきました。

詳しくはネット検索で見てください。

超高齢化社会 人生100年時代に突入

人口が減って少子高齢化が進んでいます。

現在のヘアスタイリストからライフビューティーアテンダント化が求められている。

しわやたるみなどで悩んでいる方が今後急増する。

そんな悩みを美容師が解決していかないといけない。

美容師が美容師の目で、エステやアイを考えていく時代。

年代が上がるとともに、理美容サービスへの支出額は増加傾向にあります。

これからは美容師も本物のコアサービスをしていかないといけない。

カットパーマトリートメントと同じようにケアサービスが必要になる。

本物の品質とサービス

技術メニュー ⇒ 根拠のある技術 ⇒ 技術の解説

製品の選択 ⇒ エビデンスのとれた製品の選択 ⇒ 選択された薬剤の説明

製品の保証 ⇒ ライフスタイルに合わせた商品 ⇒ ライフスタイルに沿った使用方法

炭酸の効果

① 弱酸性 ②毛細血管を拡張して血行が良くなる ③キューティクルに付着した汚れが取れる

マーケティングの在り方(1 秒タオル)

- ① 売れる年間プロモーション
- ② 企画に沿ったオペレーション教育
- ③ 目標と実績(定量的・定性的) ⇒ 成果は外にある。

エシカルコンシューマリズム

環境や社会に配慮した商品を選択する消費活動

心地よさ・健やかさ・美しさ

第1部

③ バグジー代表 久保 華図八氏

「どうやって本気の社員が育つのか？」

…人を育てるではなく、人が育つ環境づくり

① 何のために会社をやっているのか？

社員一人一人の幸せを考えるのが会社

・ファーストプリント(新入社員の教育)

面接ではいい人を選ぶ

テーマは「感謝と熱意」

感謝をテーマに手紙を書いてもらう。読むとその人がよくわかる。

次の週に、3分間アピール。どうしてバグジーに入りたいのか？

6店舗をインターシップして、スタッフが投票する。そして内定者を決める。

バグジーの原石が集まるので、あとは磨くだけ。

入社式で、新入社員の両親からの手紙を読む。

全社員で涙する… 初心忘れべからず。

新人研修では、「感謝」「努力」「素直」の3つを、1日ずつ勉強する。

とにかく最初が大切。

初任給に 5,000 円の助成金を出す。

両親への 20 年の感謝の気持ちを形にする。そしてレポートをもらう。

親孝行有給 2 日・メモリアルホルダー(記念日は有給)・スタディー有給(勉強会)

レポートを出すのが条件。

人は思い出の数だけ育つ。システムではなく、思い出が大切。

その他に、運動会やキャンプなどがある。

クリスマスイブに、孤児院に行ってる。



プレゼントを渡したり、カットしてあげたり・・・

人はお金ではなく、時間で育つ。

新規のご紹介で来店されるお客様に対して、1 名につき 500 円のボーナスを支給する。

新規の方には大きく分けて 2 種類の方がいる。

通いたいサロンを探している方と、クーポン目当ての方。

人を喜ばせるクセをつける取り組みをしている。

② 人は変わりません。人を育てることはできない。

人が育つ組織を作る。

アウトソーシングで本物を見る触れる。

技術のスペシャリストやトータルビューティーの美容家の人に来てもらう。

ベンチマーキングに行く。

最強の組織作りのために。

女性が働きやすい環境を創る。

子育て支援。育児中の社員とランチ会で意見を吸い上げる。

技術のレッスンと心の勉強のバランスが大切。

読書の良さは、いい言葉(ことだま)に出逢える。疑似体験ができる。

ビデオ鑑賞会

世界中でいいことをやっている企業や人がいるのでみんなで共有する。

美容業＝人材育成業です。結局は人です。

最後に・・・

評価基準が大切。

売上や数字だけで評価しない。

1 年間に 1 回だけ、各サロンから「天使の仕事」というテーマで報告をもらう

取締役で一人を決める。バリ島旅行プレゼント！

去年は目をみえないお客様のために点字を勉強して、お客様に DM を書いた。スタッフが大賞になった。

第2部

旭山動物園 園長 坂東 元氏

「旭山動物園の軌跡」

有名になろうと思ってやってきたのではなく、個々の動物の行動や習性を活かした環境づくりが人が集まる原因となった。

韓国の動物園関係者や企業の方も見に来られている。

つまらないものを、感動する見せ方

30年前は、市のお荷物的存在だった… 予算上切り捨てられてもおかしくなかった。

本当にラストチャンスでの、リニューアルだった。

当時の動物園は、何回か来場すると見飽きてくるので、新しいものを次々入れていくのが主流だった。

旭山動物園は、施設も古く新しい動物を入れることもなかったのでどんどんお客様の数が減っていた。

坂東さんが入園した時は、コアラの大ブームだった。

ただこういうブームなものが入園してくると、そのほかの動物が色あせていく…

どうしても人は比較してみるのでもうなっていくのは当然だった。

当園ではそれがアザラシだった。

飼育している側からするとアザラシもすばらしい生き物だったが感じてもらえないジレンマ。

お金があれば誰でもできるので、無い中でどうすれば実現できるかをよく話し合っていた。

お金がなくてもできることは、その素晴らしさを言葉に乗せて伝えていくことだった。

動物と人間の間を埋めることを、飼育員一人一人が情熱を持って行動していった。

ただその当時、飼育係はそんなこと自分の仕事でないとよくケンカしていたが、だんだんと理解してくれていた。

自分たちがすばらしいと思って飼育している動物も、お客様が来場してくれなかったら生き残れない…

だったらその素晴らしさをお客様に伝えていこうという思いで、ワンポイントガイドをスタートした。それが今の旭山動物園の原点。

結果お客様が増えてことはなかったが、今後の核になる人たちが集まってきた。

20年前にリニューアルが巡ってきた。

いろいろなアイデアを出していく中で、お客様にうるアイデアはすぐに出てきた。

例えば、一緒に写真が取れるとか触ることができるとか餌をあげれるとか…

でも「うける」＝「あきる」になる。

飼育の人たちからすると、命を預かっているのだから本来「あきる」とか「うける」ではないだろうと考えました。

であるならば、自分たちがすばらしいと思っていることを共感してもらえる施設にしようとみんなで共有しました。

例えばペンギンは、本来水の中を鳥のように飛ぶ事ができるが一般的にはよちよち歩きの姿が印象的…

飼育側からすると、水槽の中で水の中を鳥のように飛んでいるところをどうやってお客様に見ていただくかを考えた結果今の形になってお客様が全国から足を運んでくれるようになった。これが原点。

園内の動物たちの施設はすべて、その能力と性質を活かした環境にしています。



現在、飼育員の中で一番重要にしているのは「命を紡ぐ」ことです。

人間だけが環境を作り変える生き物。例えば北極だろうが赤道の上だろうが、自分たちの姿を変えず暮らしやすく回りを作り変えている。しかし動物たちは、その環境の中で生きている。だから森の木がなくなると、動物たちもいなくなる。

動物園の動物たちも、今住んでいる環境が生きのびれる場所だと思わないと次の世代に綱がない生き物。

人間のわがまま、動物たちを狭い施設で閉じ込めて飼育している。

その中で、子供が生まれるということは、狭いながらもこの環境で生きていくことを認めてくれた証なのでうれしいです。飼育している人のプライドは、ただ単に飼育することだけではなく、次の世代に命を紡ぐことができる環境を作りながら飼育をすることです。今までの世界の動物園業界は、死んだらお金を出して買ってくれればいいという考えでした。

人間も同じで環境の中でそれぞれの個性を生かして生きていくと思います。

でも今はその環境がないような気がします。

自分らしさや個性をどうやって見つけていくのか？が大切な時代だと思います。

その子にあわせて少しずつ環境を作っていくことが結果的にイキイキのびのび成長するのではないのでしょうか？

以上です。



懇親会



以上です。 ウッディ事務局 向井健介