



HEADS FACTORY

経営計画書

はじめに

ここに書かれた方針に対する利益責任は
計画を立てた社長 1 人にあります。

社長の役割は、
自身がこの計画書に則った行動を率先垂範し、
会社のビジョン、企業理念を先頭に立って、
社員と共に実現することです。

社員の役割はビジョンを実現するために
経営計画書に書いてあることを実践し、
人間として大きく成長することです。

有限会社ヘッズファクトリー
代表 井 上 興 佐

HEADS
ism

経営理念	07
今年のテーマ	09
企業方針	11
三つの文化〈挨拶〉	13
〈朝礼〉	14
〈環境整備〉	15
社員に関する方針（社員力）	21
クレームに関する方針	23
HEADS の戦略	25
社員の処遇	26
HEADS の考え方	
〈ヘッズの心得10カ条〉	27
〈ヘッズの行動規範10カ条〉	28
参加に対する基本姿勢	
〈朝礼参加心得9ヶ条〉	29
〈研修参加心得8ヶ条〉	30
〈会議前8ヶ条〉	31
〈部門内の連携はもとより、部門間の連携・協力を密とする〉	32
更に、良き「HEADS」にするには!!	33
セブンアクト	34
凡事徹底	35
選ばれるサロンへ	37
次回予約	39
課題は提案力	41

一生懸命	43
水五訓	44
経営の原点12か条	45
中村天風語録	46
トイレの話	47
私たちの仕事は…	48
会社の利益が200%になる右腕を育てる教科書	49
運がいい人の30の習慣	51
親父の小言	52
ビジョン	53
2022年 今年の抱負	54
売れっ子美容師とは	55
リーダーとは	56
スタイリストの壁	57
2022年 年間数値実績	59
カリキュラム	61
スタッフお誕生日表	63
スタッフ子供図鑑	65
感謝のページ	67

1年間を終えて	68
Shop Information	69

我が社は、地域におけるファッションリーダーとして
イメージ、接客、技術の向上に努め、
お客様に感激されるサロンを目指し、
従業員の幸福と、地域に貢献する企業を
目指しチャレンジし続けます。

「HEADS FACTORY社員の約束」

「HEAD」…… 頭、頭脳、先頭に立つ、統括する、最も優れた、
などの意味の「S」で集合体、仲間、家族。

たった一度の人生を、美容師という「お客さまから本当にありがとう」と言って頂ける、
素晴らしい職業を選んだのだから、よりたくさんのお客さまを笑顔になって頂くために、

- ①技術を常に最高の状態にしておく責任
- ②最高の安らぎ感を感じて頂く接客態度
- ③日常をちょっとだけ脱する、整然としたラグジュアリーな空間

を感じさせる最高の社員でなければならない。

【約束】

- 一、覚悟を決める。性根を据える。
- 二、必ず笑顔、安らかに朗らかに喜んで。
- 三、一気呵成にやってやってやりまくる。
- 四、あきらめない、がんばらんでもいいから続けること。
- 五、人のせいにしない、前向きに自ら動く。
- 六、一に戻る、もとを忘れない。初心忘るべからず。
- 七、凡事徹底。
- 八、毎日、毎秒進化する。
- 九、素直さを忘れない。
- 十、感謝を忘れない。

〈我が社〉

個人事業ではなく、企業として社会的責任を全うする会社です。

〈ファッションリーダー〉

美容業である以上、周りの方々よりも常に半歩以上前を行き、
その為に常に最新のファッションを身にまとい
お客様に提案できるようにします。
姿勢・スタイル、すてきですねと言われる様になりましょう。

〈イメージ、接客、技術の向上〉

イメージは明日からでも変える事ができるが、
接客、技術は何年も磨く事で向上していくものです。
おごる事無く日々レッスンに取り組むことで向上されるものです。

〈お客様に感激されるサロン〉

感動は普通であって感謝を超え
感激される美容室を目指します。

〈従業員の幸福〉

物心両面の充実を図ります。

〈地域貢献〉

税金を納め、地域清掃・地域イベントにも
参加する事で地域貢献を果たします。

以上をチャレンジし続け、従業員満足・顧客満足を追求します。

今年のテーマ

[WAO ～～～ !!!] 声出して ^ ^

※注釈・・・全てにおいて、わお～～～！！！！びっくり～～～！！！！なんてこった～～～！！
超感動なんだけど～～～！！超感謝～～～！！

ことは、私たちも【WAO～～～!!!】な年です
2年前から大流行したコロナウイルス、災害に注ぐ、災害
世の中を騒がせているのは、病気と災害??そんなことじゃだめですね。この暗
い世の中を私たち HEADS FACTORY の力で大きく変えなければなりません。

だから今年はみんなで 【WAO~~!!!】 声出して～～ ^ ^ なんです。

僕が人の変革にこだわるのは、組織一人ひとりが自己のモチベーションを変革することが、もっとも組織の変革につながり、遠回りに見えて、実は一番早いからです。

過去、26 年間 HEADS FACTORY を運営してきて、多くの同業サロンを見てきました。微々たるうまくいったサロンもありますが、多くの成果が出なかったサロン、すでになくなったサロンもあります。

サロン運営で大切なのは、ビジョン／戦略／人／風土のハード、ソフト両面の一貫性を持った変革です。難しく聞こえますが、簡単にゆうと常に変化しない、サロンは生き残れないと言うことです。

僕の経験上、組織構造や人事制度の変革によって組織が変革されることはほとんどありません。組織も人と同様、感情を持った生き物です。

美容師を夢見た頃のドキドキ感、最初にサロンに立った高揚感すなわち wao ～～ !!! がなくなった時から、急降下で衰退していきます。人が急に老け込むのは、夢なくすからとおんなじですね！！

そのための戦略は社員確保です、一人の WAO ～～ !!! よりたくさんの WAO ～～ !!! が世の中を変える原動力となるのです。そのために他店がやらない社会保険、給食、社員旅行・報奨金、有名美容師による社内教育、海外サロン展開、学費免除制度など沢山の美容師さんが喜んでもらえる多くの wao ～～ !!! に取り組んできました。よってたくさんの社員をこの田舎で確保することができました。結構無理しましたが、新人を確保できないサロンは必ず墜ちます

人も組織も成長（変革）か、衰退（淘汰）しかありません。

人も組織も、変革しないという選択は存在しないのです。

弊社もそこそこ、組織としては大きなサロンになってきました。

組織のトップも安定してきています。まさに円熟期を迎えようとしています組織が大きくなると基本的に、チャレンジ、自立、リスクテイク、不安定は好まれせん。人にはホメオスターシス（安定させようとする働き）がありますが、組織ではさらにそれが強くなります。が、こうゆう時が一番危ないのです。

常に現状に満足することなく、変化し続けること

安定志向を打破するためには、夢のある変革ビジョンを描いた上で、変革、チャレンジしないと組織内が腐れてきます。

今一度クルー全員が、全てにおいて WAO ～～～ !!（声出して）そこからは始めます。

〈お客様第一主義〉

お客様にとってなくてはならない存在になること

いかなるご要望にも応え、
満足を与えられる技術・接客・人間性を兼ね備える。

1. 全社員がお客様が満足し、お客様から感謝される仕事をするを喜びとすること。自己中心の仕事のやり方はしない。
2. お客様の立場に立ち、思考のスタート地点をお客様に置く。
3. ニーズの先読みにより、期待の一步先を行くサービスを行い、お客様に感動・感謝される仕事をする。
4. お客様の要求に合わせて、ころころ変わることを誇りとする。
「すぐやる。すぐ変更する。すぐ止める」

【お客様第一主義とは（守りの戦略）】

我々はおお客様の利益と都合に合わせて行動し、社内の混乱はものともせず、お客様が満足する道を選び、お客様に信頼されるサロン創りを行う。
私たちのサロンは「お客様の満足」を全てに優先させる。
私たちのサロンは「お客様に感動」していただけるサービスを行う。
お客様の満足も感動も自分のために行うことです。

《約束を守る》東日本ハウス 中村 功先生

人間の価値基準は、約束を守るかどうかで決まる。
お客様との約束・会社の決まりごと、上司と部下の取り決めなど、約束は守る。
たとえ自分は些細なことだと思っても、相手にとっては重要なことかもしれないからだ。約束を破られた側の人のことを考えなさい。

〈孤立と頑固は絶対禁止〉

孤立と頑固（自分ではわからないもの）
陰で仲間の悪口とかいう人は、実は自分が孤立している事が気づかない人が多い、気づいたらすぐにおしえてあげる、いわれた方も素直に謝るそんな仲間になりましょう。

あなたはどんな職場で働きたいですか？

私もそんなところで働きたいです。じゃあ、一緒につくりませんか。

〈我慢を習う〉

うちはお客様が入るなんて考えるのは大間違え、お客様は敏感だし、ちょっと手を抜くとすぐ来店していただけなくなる常にそうゆう危機感を持ってやる事が大事です。天職なんて探したってありません、ちょっと好きだな〜と思って
最初はなんかのきっかけで始めた事を、この道で人生を懸けてみよう、心に決めて、努力して天職にしていく物なんです。自分で作るのが天職です。

やっぱり仕事と言うのは一日一日の積みかさねです。何か特別な事は何もなくて、やるべき事を毎日毎日やってきた結果。修行と言うのは、仕事を覚えにいく事ではなくて、我慢を覚えにいくんです。

5年我慢したら5年分の仕事を覚え、10年我慢したら10年分の仕事を覚える、
後先考えるから我慢が出来なくなる、我慢を覚えることが修行の元である。

それを勘違いしてなかなかお客さまに、はいらせてくれないなんてナンセンスです。
その間に人よりも掃除を上手く早くきれいに出来ているか、
気持ちのいいアイサツが出来ているのか、店長とおなじリズムで仕事が出来ていれば
あなたには店長を超える気配りがあると言う証拠です。

常に今がベストかを自分に問い続け、自分を磨き続ける姿勢、意味のある大事な我慢を続けていきましょう。

親に感謝、周りにありがとう。

当たり前の反対語は **アリガトウ**

<三つの文化> 【1】挨拶 【2】朝礼 【3】環境整備

1. 【挨拶】 必ず握手をする

周りが聞いていてワクワクする。

(返事の定義→周りが聞いていて気持ちがいい)

挨拶は人と人（私達とお客様）とのコミュニケーションを高めるうえで大切なことです。

第一印象を良くするだけでなく、自ら行うことでモチベーションアップにもつながります。

私達はサービス業です。接客も大切な技術です。

お客様が心地の良い時間を過ごしていただくためにも、

ヘッズファクトリースタッフとして良い習慣（文化）として徹底していきましょう！！

<7つの心がけ>

自分が出勤した時	感じの良い アッ ♥	スタッフ同士が	気持ち良い 返事
自分が出勤した時	感じの良い 握手	お客様がお帰りの時	気持ち良い 挨拶
スタッフがお客様に	感じの良い アッ ♥	自分が帰る時	気持ち良い 挨拶
スタッフがお客様に	気持ち良い うな		

気持ち良い挨拶のための3つ

①笑顔 作り笑いの名人になれ（人は幸せだから笑うのではなく、笑うからしあわせなのだ）

- 笑顔にするコツ
1. 口元：口を横に開き、口角を少しあげる
 2. 目元：目尻を下げて、眉を少しあげる
 3. 想像：顔をゆるませ、穏やかなイメージ

②相手の目を見る

相手の方向に体を向け、相手の目を見て挨拶をしましょう。

その気がない挨拶は見抜かれてしまいますからね・・・

相手の目を見ないで挨拶をするのは、無理やり挨拶してるんだなと思われてしまい、逆効果です。しっかりと相手の目を見て挨拶しましょう。

③伝わるボリュームで言う

ハッキリとした明瞭な声で挨拶をしましょう。

ボンボンと小さい声や聞き取りづらい声で挨拶をしても、相手に伝わらなければ意味がありません。

相手とすれば「何か言われたのかな？」と不信な印象を受け、せっかく挨拶をしたのに逆効果になってしまいます。

※あいさつの方針

挨拶のみ→人間関係は希薄です。あなたの名前は一生は覚えてもらえませんが

挨拶プラス2つのプラス言葉→HEADSは最低のルールです

挨拶プラス5つのプラス言葉→HEADSのカリスマ岩永竜児さんが

手本です。一生お付き合いができる生涯顧客になります

普段から訓練することにより、プロフェッショナルな接客になります

2. 【朝礼】

★空気づくり・身だしなみ・感謝する心

- ・仕事に入る前に心を整える
- ・OFFからONへ気持ちを入れかえる
- ・朝の空気が1日の仕事を左右する

私達が目指すもの、それはお客様が笑顔になっていただき

「ヘッズに来て元気になった」、「来て良かった」と思ってもらえることです。

お客様への“おもてなし”の心を最大限に表すためには、

朝の空気づくり、雰囲気づくりが重要だと考えます。

朝礼はお客様の情報共有、伝達事項だけでなく、

“感謝する心”を大切に、スタッフ同志の気持ちの統一をはかり、

1日のスタートをより良くするためにいきましょう。

《毎日が開店記念日》いつまでも初心忘れずに

オープンの日、お客様は本当にいらしてくれるのか？店の扉が開かれるのを今か今かと待ち続けていました。

初めてのお客様が来店したときの嬉しい気持ちは言葉にできない。

たとえ、カットだけにしても前髪カットだけだったとしても心から感謝しその出会いを一生忘れないであらう。

毎日が開店記念日と思ってお店に立てたら、お客様に「自分は心から大切にされている」と感じていただける。美容師の夢の先にはお客様の笑顔があるのです！！

3. 【環境整備】

ー基本 (6S の徹底)ー

1. 形から入って「心」に至る。「形」が出来るようになれば、後は自然と「心」がついてくる。心を磨く。次に「心」より入って「形」に表れる。
2. 良い習慣を身につける。挨拶・掃除・朝礼を毎日トレーニングする。徹底的に行う。毎日やる。飽きずにやる。全員で努力してやる。毎日トレーニングする事によりよい習慣が身に付き習慣が人間性を高める。忍耐こそ創造性の源である。
3. 単なる掃除ではなく掃除に学び掃除を通して職場で働く人同士の心を通わせ、仕事のやり方進め方に気づく場です。
4. 良い社風をつくる。物をピカピカにし、心もピカピカにすることによって会社の文化となる。働く環境が社員の人生にとって最も大切な場である。
5. 毎月第一火曜日にリーダーにより環境整備のチェックをする。

6Sの意味（鍵山秀三郎の「一日一語」より）

「整理」……分別すること

「整頓」……明示すること

「清掃」……行動すること

「清潔」……上記3つを維持すること

「躰」……習慣にすること、身を美しくすること

「作法」……立ち振る舞いを美しくすること

▼
徹底すると、仕事の質が向上する

仕事の能率、効率が向上する

清掃即行動

【3】 清掃（行動する事）

1. 今日は此処だけという部分を決めて徹底的に、ピカピカに磨き込む。
特に床は最重点となる。また、ゴミが落ちていたら、即その場で拾う習慣を付ける。
2. 棚、机の下など見えない所も掃除する。
3. 掃除場所の徹底的に綺麗にするマニュアルを作成し伝統とする。
4. 社外清掃「心の勉強」
5. 店から隣の敷地までの清掃を毎日5分間9時15分から始める。
毎月15日はワンプロックの清掃をする。
6. 本気で掃除をする。掃除をしている姿が美しくなければならない。
手抜き、ダラダラは逆効果。行きは小走り、帰りに丁寧に掃除。

【4】 清潔（整理、整頓、清掃を維持する事）

1. いつ誰が見ても、誰が使っても不快感を与えないように綺麗に保つ。
2. 待ち合い室、トイレには花を生ける。造花は使わない。
3. 朝、鏡の前で全身の身だしなみと笑顔のチェックをする。

【5】 躰（習慣にする事）

1. リーダーが手本を示し、口うるさく言うこと。
2. 整理、整頓、清潔を習慣にすることにより身を美しくする事。

《勇氣》一日一つでも路上のゴミを拾ってみよう。

【6】 作法（体で表す言葉）

1. 挨拶は相手の目を見て、名前を呼んで、相手より先に、元気よく明るく、大きな声でする。そしてお互いに手を握りお互いを元気づける。
元気づける事とは、最高の笑顔でプラスの言葉を言う事。
挨拶と礼は分ける事→「分離礼」
挨拶は上司から部下に先にする→「部下が喜ぶから」
2. 出社時には所定の場所で「おはようございます」と大きな声で挨拶し全員に挨拶にまわる。

- ・名前を呼ばれたら「はい」と大きな声で返事をして、即行動する。
- ・人が話しているときは、必ず相手の目を見て聞く。また正しい姿勢で聞く。
- ・人の話は顔を上げて、耳だけでなく、目、耳、口、顔、体全体で聞く。
- ・自分の価値観で聞かない。
- ・相手の立場で聞く。
- ・話の内容を聞く。
- ・うなずく、お～、へ～、なるほど

※教育は忍耐としつこさです。上司は部下に負けない忍耐力を身につけてください。

【1】 整理（捨てる事）

1. いらない物、使わない物はたとえ新品でも無条件で捨てる。とにかく徹底して捨てる。
2. 捨てるリスクより温存するムダの方が大きい。
3. 頭の中の古い概念、先入観、成功体験、マイナス発想、否定の言葉は捨てる。

【2】 整頓（揃える事）

1. 美的感覚を学ぶ。見て美しくなくてはならない。
物の置き場所、置き方を決めて表示し管理責任者を決める。
2. 置き方は、物の向きを揃える。頭揃え・平行・水平・垂直・直角・直線とする。
3. 使った物は元の位置に戻す。会社の使用品を私物化しない。
4. 退社時、後片付けをして机・テーブル・ワゴンの上に物を残さない。

本店の環境整備方針

環境整備とは？

- ・仕事をやりやすくする環境を整え備えることです
- ・業務の見える化や小さなことにも気づく人へと成長します
日々行なっていくことで些細なことにも気づく習慣が身に付きます
- ・会話する機会がない人ともコミュニケーションが取りやすく意見交換がしやすいチーム力にもつながっています

整理・整頓・清潔

- ・整理 要るものといらないものを明確にし、いらない、使わないものを分けて捨てること
「無駄なものが置かれていた分のスペースが空くので他の必要なものが置けるようになります」
頭の中の整理にもつながります
- ・整頓 定められた位置に定められた物を定められた量、置くこと
どこに何があるか、誰が見てもわかるようにすることで業務効率や生産性が高まります
- ・清潔 決められた場所を清掃、磨き上げること
指紋や拭き残しなど一切ないように綺麗にすることで会社の印象も良くなります

この整理・整頓・清潔が徹底できる事
必要な物を必要な時にすぐ取り出せたり使えるようになり仕事がやりやすい環境になります

環境整備とは

仕事のやり方を学びやらないことやいらない物を捨て気づく人を育て、円滑なコミュニケーションの社内環境へ整えていく事です。

- ・無駄を省く→業務効率と生産性の向上
- ・気づく習慣が身につく→問題点に気づくことができる人が増える
- ・円滑なコミュニケーション→意見交換がしやすい社内環境へ

MISTRAL の環境整備方針

ヘッズ 佛坂 美春 環境整備「毎日やる。必ずやる。1人でもやる。」

★7S

- S 1：整理…必要なもの不要なものを明確にすること。不要なものは取り除くこと。
- S 2：整頓…正しい位置に置くこと。決めた場所に置くこと。不要なものは誰でもわかるようにすること。
- S 3：清掃…いつでも使えるよう常に掃除をして綺麗にしておくこと。ひと作業ひと片づけ。
- S 4：清潔…整理・整頓・清掃を維持すること。皆がそれを保とうとすること。
- S 5：躰 …決められたことを正しく守る習慣をつけること。誰でも出来ている状態のこと。
- S 6：作法…正しい行動ができること。挨拶のことです。
- S 7：安全（safety）…許容できないリスクがない

仕事をやりやすくする環境を整えて備える。
ただ掃除をするだけでなく、毎日欠かさず実施すること。
曜日ごとに「今日はここだけ」と小さくエリアを決めて
朝掃除の 10 分間、集中して行う。
共通の道具は定位置管理しており、使った場所に使った道具を片付ける。
植物は週 2 ぐらいで担当者がお世話する。

- フロア
セット面ガラス、椅子、手鏡、床はわき、パウチ拭き、
スタイリング剤補充、カラー関連の物の補充、ブラシの毛をとる、ブラインド拭き、ワゴン拭き、
- シャンプー台
床ふき、シャンプー台シャンプーボール拭き、シャンプートリートメント補充、システムトリートメントの補充、タオル補充、排水溝掃除
- トイレ
座面の表裏を拭く ブラシを使って中を掃除する 棚を拭く 鏡をふく ボウルを磨く
床をクイックルで掃除する 備品の補充 営業中のチェック
- 商品棚
商品管理、補充、ないものの報告、商品動かして拭く、商品にホコリがついてないかチェック
ディスプレイ変更
- スタッフルーム
カラークロスタオルのセットの準備、耳キャップ、襟シート準備 床はわく、流しを磨く拭く
パーマ液の補充、棚の掃除、
- 2 階
VIP ルーム掃除、エステのベッド掃除、待ち合い掃除、商品棚掃除、トイレ掃除、階段掃除
- 倉庫 駐車場
倉庫内掃除、ゴミ集め 草むしり
- エアコン日曜日夜全部掃除
- 全体のチェック
- フロア電気傘等

HEADS 2ND 環境整備方針

環境整備

「人は見た目で判断される」からこそ「目につくところ」はいつも清潔に整えておく

おしゃれは自分のためにするものではない。
相手に対する気配りのためにするもの。

第一印象をもっとも大きく左右するのは視覚情報。

つまり「見た目」

→人は初対面の会って 2 秒で相手の印象を判断している

清潔感を保つことを心がけるのは社会人として当然のマナー

「メンタルの状態」は見た目にすべて表れる

「見た目の状態」はそのまま「メンタルの状態」

例えば仕事が忙しくなると身だしなみにまで手が回らず途端にだらしくなってくる人がある。
しかしそれは「私は今余裕がありません！」と大声で言いながら歩いているようなもの。
周囲に「不安定な人だ」「心配になる人だ」「波のある人だ」と思われてしまう。

見落としがちだが周囲に不快な思いをさせないこと、また心配をかけないことも気配りであり思いやり。

身だしなみが変われば行動も変わる

自分の身の回りはきちんと整理整頓され、誰が見ても見苦しくない状態になっているでしょうか
水回りが汚れていたり、髪の毛が落ちていたり、ゴミ箱からゴミが溢れてはいませんか

「自分はちゃんと仕事をしている、成果を上げているからいいんだ。それに忙しすぎて片付けている暇なんて無いよ。」と言う人がいますが、それとこれとはまったく別です。
職場は職員全員の共有物です。

「気配り」というと相手を喜ばせるだとか、いい気持ちにさせるだとか、いわば " 攻め " の気配りばかりをイメージしがちです。ですが、身だしなみに気を遣い妙なニオイを漂わせない、店内をいつ誰が見ても綺麗な状態に保つといった " 大前提 " を見落としがちなのです。

人は結局「見えるところ」で判断されています。
無自覚に周囲に不快な思いをさせていないか、この「自覚がない」ということが何より恐ろしいのです。
お客様目線で店内をチェックする習慣を持ちましょう。

山本五十六

やってみせ 言って聞かせて させてみせ ほめてやらねば 人は動かじ

話し合い 耳を傾け 承認し 任せてやらねば 人は育たず

やっている 姿を感謝で 見守って 信頼せねば 人は実らず

HEADS 高木瀬店の環境整備の方針

環境整備＝心
を綺麗にする。

目に見える所

●洗面所などの水回り

蛇口や栓などステンレスの部分や、鏡は必ずくもりがないようにしておく。これだけでかなり好印象になる。

●壁のポスター

角が剥がれかけていたり、たるんだりしていないかをチェック。

●メニューブックや皿の配置

テーブルの上に置くときは、水平と垂直を意識した角度できちんと置く。清々しく統一感のある印象に。

●テーブル回り

テーブルと壁の隙間などに要注意。テーブルの上を拭き忘れることはないが、壁との隙間はゴミがたまりやすく、掃除しにくいので、見逃しがち。1 日の終わりに必ずチェック。

目に見えない所

●店全体の清潔感の意識

●バックヤード、水回り、ピカピカに磨き込む

●お客様から見えない所は

汚れたお店に見えないように綺麗にする

お客様目線で掃除する

・カットクロスは汚れてないか

・トイレは綺麗な状態が保たれてるか

・ハケやカラーカップは使った後お菓が残っていないよう洗えてるか

・リセット後机の上、椅子の下髪の毛は全部はわけているか

・レジ周りは綺麗か

まあいっかで終わらせる人は
仕事もまあいっかで終わらせてしまう

美容師はお客様以上に清潔症であるべき

掃除の意識レベルはその人の美容師レベル、その美容師レベルは店のレベルに影響してくる

社員に関する方針（社員力）

社員が輝かないと商品・サービスが輝かない

1. 基本

会社は規模の拡大よりも社員と家族を大切にすることを最優先する。

社員はこなす仕事ではなく、取り組む仕事をする。企業の競争力の源泉は、商品そのものではなく社員である。人が商品やサービスを生み出す。お客様は、企業や商品よりも接触した社員の良し悪し、満足度で商品を購入している。会社が重視すべきは商品力もさることながら、社員力である。人柄のよい社員の確保と育成。社員の育成は10年先を見る。

- (1) 社員は、お客様から好かれるよう努力する。クレームもミスも好かれていれば許してくれる。好かれていなければ失客する。好かれるコツは明るい挨拶、笑顔、言葉遣い、名前でも呼んでもらう、熱意、例えば岩永竜児さん、古瀬さゆりさんみたいな人。わが社は人柄のよい社員が多い。
- (2) 笑顔のある明るい職場作りをして、心地よい会社にする。
- (3) 前向きな社員、価値観の合う社員が辞めない会社を目指す。まして業績で社員は辞めさせない。
- (4) 社員が未来に夢と希望を持てる会社になるために社員を増やし、毎年安定的に成長拡大し続けます。但し社員の負担が重くなるので10%以上の成長はしない。
- (5) 社員と家族を守るためにお金で内部蓄積をする。
- (6) 社長は社員に尊敬されるよう努力する。整理は公開する。公私混同はしない。
- (7) 社員が心地よく働ける職場にするため、働く職場環境を整え時短に取り組む。
- (8) 会社を社員と家族が共に楽しめる場とするため、家族同伴の旅行・イベントをたくさん企画、実行する。
- (9) 社員の給与は生活を重視し、子供の多い人を優遇する。
- (10) 立派は社会人になってもらうために、ものの見方、考え方を教育し、挨拶、礼儀、環境整備を徹底し、社員の人間性を高める。
- (11) 社員の意欲、生活スタイルに合った働き方を提供する。
ワークライフバランスに関する方針へ

2. 愛社精神

愛社精神のない人間とは一緒に働きたくない。自分の会社を愛するという考え方の人間と働く。会社は社員を守る。社員は愛社精神を持つ。愛社精神とは、愛する会社に対して献身的に尽くすという意味。社長は自分達の会社が、如何に人様のお役に立ち、世の中ではなくてはならない会社なのか、しっかり社員教育する。自分の会社、自分の仕事に誇りを持つことが社員の幸せである。

3. 社員・パート社員

- (1) 会社の方針を実施する人。実行する責任がある。
- (2) 夢を持ち未来に希望を持って仕事をする。
- (3) 報・連・相・打・根をきちんとする。人間の歯と同じ、上は動かないが下の歯が上に動く。自分から動く。
- (4) よく勉強し仕事の効率を考え、素直になる。プラス思考。
- (5) よく分からないこと、疑問に思うことは、自分が納得するまで勉強し、質問し、うやむやにしない。
- (6) 指示されたこと、命令されたことは、先ず受け入れる。自分で判断しない。
- (7) 自分が上司の立場だったらどうするか考えながら仕事をする。やってみないと事の良し悪し、正しいかどうかは分からない。
- (8) 自分の目標を数字、態度で明確に設定し、達成する。
- (9) 時間管理、健康管理をきちんとする。
- (10) 環境整備ができ、作法、言葉づかいをしっかりとる。
- (11) お客様から「店長・または社長に言わないで」と言われても必ず報告する。

4. 退職者

- (1) 結婚による退職は、残念ですけどお祝いします。式には出席し、盛り上げます。いつでも遊びに来て下さい。
- (2) 家庭の都合による場合は、復職を待っています。
- (3) 定年退職
65歳の誕生日をもって定年退職とする。65歳を過ぎた場合でも、本人と会社の希望が合致する場合は70歳まで正社員として勤務できる。子供が在学中であれば、同条件での勤務も可能。

5. ワークライフハーモニー

長時間労働から長期間労働へ。働きがいと働きやすさの両立を追求し、更には、仕事と私生活＝人生そのものを充実させる「ワークライフハーモニー」を目指す。

戦略とは方向性や順番です。

商品とサービスを時代の変化に適応させることが戦略です。

我が社の商品力は技術と店舗力・トータルビューティ、サービス力は人間の差別化です。

経営計画書を教科書とし、社員教育をします。戦略としての我が社の優先順位は

【1】商品力・サービス力(経営ビジョン)、【2】営業力(目の前のお客様に喜ばれ、感謝される事)の順です。変化は我が社の都合を待ってくれません。変化は我が社の都合を置いて行きます。

市場にはお客様と競争相手しかいません。

市場は小さくなりますが、我が社は競争相手のいない市場か、弱い市場で戦います。

【4つの戦略】

〈戦略1〉商品・サービス

商品は、(カット) M.SLASH 下村さん、ウィスタリア フィールド 藤田さん

(メイク) shu uemura さん

(着 付) ブライダル 福地先生、吉村先生 から勉強する。

サービスは、社員力の差別化をする。

売上を上げるのに1年、利益を出すのに3年、人を育てるのに10年と言われます。

社員力の差別化ができれば、同業者は5～10年は追いつけません。

長期的に儲かるということです。我が社は挨拶と朝礼と環境整備により、

社員の人間性の高さで差別化します。

〈戦略2〉客層

子どもからご年配の方、老若男女問わず元気になりたい方、綺麗になりたい方、

HEADSに来たら元気になれると言っていたく方すべてが私どものお客様です。

〈戦略3〉競争相手

市場にはお客様と競争相手しかいません。

競争相手は、商品力とサービス力には力を入れていません。

販売力で拡大しています。すなわち、戦略ではなく戦術で拡大しているのです。

長期的には高収益型の事業構造になっていません。

我が社は戦略で勝っています。長期的に成長拡大できる事業構造です。

社員と家族を幸せにする日本的経営とします。

一生を通して社員の生活の安定と向上をはかります。

1. 高給与を実現する

九州における同業者の10%高を目安とします。

2. 終身雇用制とする

会社の都合で社員を解雇しません。社員の生活の維持安定が大事です。

利益は社員を守るために蓄積します。

3. 給与は年功、家族重視、賞与は実力主義

4. 定年は65歳とする

5. 全社員に、役員や社長になるチャンスを与える

社長、役員になって仕事のやりがいと1,000万円以上の給与をとって下さい。

分社も社員の未来の夢を実現するためです。給与に対して常に前向きな不満を持ち続けて下さい。

6. 結婚、出産後も、家庭や子供にあわせたライフスタイルでも

安心して働ける体制を今期、整えます。

女性社員は指名売上を100万達成して下さい。

この事業構想は、夢への挑戦計画です。予測でもなく可能性を示したものではありません。

「HEADS FACTORYの未来はこうあるべき」という社長の決意を示したものです。

目標は「その通りにいかない」から必要です。

それは、社長の考えとお客様の要求との食い違いを社長に教えてくれるものだからです。

目標と実績の差の意味するものを読み取って、誤りのない方向性を見つけ出すことが重要です。

《一倉定先生の言葉》

人間的欲求の最も根底をなすものは、仕事のやりがいや参加意識などではなく、
一生を通じての生活の安定と向上である→将来への欲求の達成

社長の小言

会社は人を差別する。公平ではありません。これが社会。方針に従う人を評価する。

実績を挙げる人を評価する。一生懸命やっている人と、手を抜いている人を、同じように

評価することは不公平です。一生懸命やっている人が辞めてしまえば、会社は損失。

HEADS の考え方

<HEADS の心得 10 カ条>

【志を高く持つ】

会社は人間性を高める場所。なりたくない自分、なりたい自分を明確に。

【仕事を本気でする】

仕事とは様々な経験を積む事が出来る最高の手段です。本気でやればたいの事は出来ます。本気で仕事をすると、辛抱強さが身に付き、人間力が磨かれ、夢を実現させる力になります。

【家族のような愛情を持って接する】

お客さま、そして仲間には、何時何時でも家族のような愛と情熱を持って接しましょう。

【プラスの言動。行動をする。】

何事もプラスに考え行動、考え方は習慣付けです、自分の言葉で人格、人生は作られます。マイナス言葉は使わない。

【物を大切にする】

もったいないという生き方をする。常に周りや自分をチェックして下さい。意識することが大切。

【素直になれ！受け入れる！】

あなたには『NO』という選択肢はありません。あるのは『やる』か『する』か『Yes』か『ハイ』だけです。『でも』『けど』『だって』は絶対言わない事です。出来ない理由を言わない・探さない。素直こそ自分を成長させる最大の武器です。

【時間は公平で平等である】

一日24時間、一年365日、皆平等ですが、時間の使い方は個人の自由です。有効に使った人が価値になります。

【仕事を本気でする】

本気ですれば楽しくなります。楽しくなると効果が出ます。結果が出ると人が集まります。より仕事が楽しくなります。

【『ありがとう』を言いまくれ！】

どんな些細なことでもお礼を言う。『ありがとう』は日本一美しい言葉。『ありがとう』は相手を元気づける最高の言葉。『ありがとう』は自分を高める一番大切な『感謝』の言葉。

【期待を超えろ！】

『頼まれた』ことは『試された』と心得よ。人はあなたがどこまで成し遂げられるかを見ています。さらに予想以上の成果があることを期待しています。常に何をするにも情熱を持ってチャレンジし続けることが大切です。

<HEADS の行動規範 10 カ条>

1. ハイタッチ → 礼儀

親しき中にも礼儀あり、身を引きしめ初心を忘れずに。

2. 笑顔

口角を上げ、印象を明るくする。つくり笑顔でも 1 日保つ。

3. かわいいの一 言

女性はいくつになってもかわいくいたいもの、
“かわいい”の魔法のワードをたくさん使いましょう。

4. 仕事を好きになる

自分の好きなことを仕事にし、働ける喜びを感じましょう。

5. 自分の名と相手の名を 3 回ずつ

誰にでも名前の由来や親の思いがあるように
名前は大切なものです。きちんと名前呼びましょう。

6. お客様の目線で

お客様目線で、冷静な見方・判断を出来る様に
しましょう。心地よい空間づくりの基本です。

7. カルテ記入

アナログに戻りましょう。「目で見える情報+
書き残す」この 2 つで保管しましょう。

8. ネタさがし

常に好奇心を持ち、新しい情報を提供しましょう。

9. 握手

心をあわせ、相手を認める。まずはスキンシップから。

10. 感謝の心

全ての物事出来事に対して、感謝する心を持
ちましょう。ポジティブに考えどんなことも
自分の人生の肥にしましょう。

<鉄のルール>

【1】返事は 0.2 秒 【2】頼まれごととは試され事 【3】出来ない理由は言わない 【4】今、出来る事をする

【店舗の業績は店長次第】

立地条件や敷地面積など条件が難しい店舗があるのは確かです。しかし、業績の低迷を外部環境のせいにする店長では実績は伸びません。自分たちでコントロールできない外部の環境に不満を抱いたところで何の解決にもなりません。実績を伸ばす店長は内部環境、すなわち自分で出来る工夫を取り入れ、楽しみながら仕事をしています。今業績の良い店長はおごる事無く業績の芳しくない店舗の店長は自分たちが出来る努力を愚直に続ける事。

【お客様は見ている】

お店作りは店長のこだわりです。何をこだわりますか??

この「こだわり」が、お客様を「満足」させ、スタッフの「誇り」となり、他店との「差別化」になります。

<例えば>

- ・誰のためにキレイにするのか？
- ・誰のために勉強するのか？
- ・誰のためにキレイにするのか？
- ・誰のためにキレイにするのか？
- ・誰のためによりよい接客をするのか？
- ・誰のために元気であるのか？
- ・誰のためによりよい商品を使うのか？
- ・誰のためによりよい商品を使うのか？

すべてはお客様のためであり、それが自分にかえってきます。この「こだわり」が無ければ店長は不必要であり店の存在感ありません。すべてが店長の生き方・考え方であり、当たり前の事ですが、店が繁盛しているのは必要価値があるから。その地域にとって大きな存在価値があるのです。店長が何処までお客様目線（お客様だったら）でいられるか、自サロンをあらゆる角度から直視しスタッフに指示する。店長と言うのはそれが出来る、結果の出せるリーダーでなければいけません。

参加に対する基本姿勢

<朝礼参加心得 9 ケ条>

- 一つ、身だしなみを整える
- 一つ、ワクワクする挨拶をする
- 一つ、指名されたら、大きな声で返事をし即座に答える
- 一つ、話を聴くときは相手の方を向き頷く
- 一つ、相手が元気になる笑顔で行う
- 一つ、拍手は顔の前で行う
- 一つ、感謝の気持ちを表現する
- 一つ、夢、目標を共有する
- 一つ、理念、ビジョンを共有する

<研修参加心得 8 ケ条>

- 一つ、背筋を伸ばす
- 一つ、学びを深めるためにメモを取る
- 一つ、積極的に発言する
- 一つ、大きな声で返事をする
- 一つ、自分が成長する姿を想像して研修を受ける
- 一つ、聞いている表情と頷きで相手の話を引き出す
- 一つ、知っているか知らないかではなく、
出来ているか出来ていないかで聴く
- 一つ、学んだことをどう行動に移すかを決める

<会議前 8ヶ条>

0. おはようございます
1. 背筋を伸ばす
2. 身体を相手に向ける
3. 発言者の目を見る
4. 頷きながら聞く
5. プラス思考で聞く
6. メモを取る
7. 分かるまで質問する
8. 自分の意見を言う

<部門内の連携はもとより、部門間の連携・協力を密とする>

経営者・経営幹部は、社員の**生活を守る義務**がある！
会社に不平不満のある社員は**辞める権利**がある！
会社に不平不満のある社員が増え続ければ、**会社は奈落の底に落ちていく！**
己の**生活を守るため**にも、社内外問わず**協力して**社業発展に努めよ、
それは自分の為でもある！

我が社では、やる前から、やれない出来ない
と言う社員は、必要ありません！

更に、良き「HEADS」にするには !!

- ☆お客様あっての「HEADS」、お客様がまたお願いしたいと思う言動を全スタッフが行う
- ☆全スタッフに求められる一番大切な資質は、「素直」である
- ☆風通しの良い「職場環境づくり」を、全スタッフが行う
- ☆腫れ物職員の根絶、職歴に関係なく、「是は是、非は非」と毅然とスタッフは発言する
- ☆「あのスタッフに嫌われたら辞めるしかない」というボスのスタッフを作らない、作らせない
- ☆職場内の「いじめ」の根絶、相手が「いじめ」と捉える言動をしない、させない
- ☆部下の育成は上司が作り、上司の育成は部下が作る、部下が上司に物言わぬ組織は指示待ちスタッフだらけのダメ組織となる
- ☆職歴の長いスタッフ (HEADS 歴) は、「HEADS」の手本となる良きスタッフの言動をする
 - ・良きスタッフとは、職場でニコニコと楽しく働く
 - ・悪しきスタッフとは、職場で笑顔無く、腫れ物のように近づき難い言動をする
 - ・HEADS 歴の長いスタッフは、スタッフをフォローし、優秀なスタッフの離職防止に努める
- ☆何事も前向きな言動に努める、「やる前から、やれない、出来ない」は絶対に言わない
- ☆上司の指示には、素直に従う、ただしコンプライアンスに反する指示には、毅然と断る

セブンアクト

- ☆あいさつが示す人から、
躊躇せず、先手で明るくハッキリと
- ☆返事は好意のバロメーター、
打てば響く「ハイ」の一言
- ☆気づいたことは即行即止、
間髪いれずに実行を
- ☆先手は勝つ手五分钟前、
心を整え完全燃焼
- ☆背筋をのばしてあごをひく、
姿勢は気力の第一歩
- ☆友情はルールを守る心から、
連帯感を育てよう
- ☆物の整理は心の整理、
感謝をこめて後始末

「凡事徹底」

やれば誰にでも簡単に出来る事を徹底して、その中で差をつけるという考え方です。
ところが簡単な事と言うと、そんな事やったって何にもならないじゃないか。
いちいちうるさいな〜と思ってパカにしたり、おろそかにする人が多いのですが、
そうやっている方が自分の人生を、おろそかにしている事につながって、
10年経っても20年経っても本当の意味での進歩につながらないのです。
おろそかにする方に共通している事は、仕事でも、私生活においても無駄が多いと思うのです。
なぜかと言いますと、そういう人は気づくと言う事に鈍感な人が多いのです。＝お客さまへの配慮が
たらない言葉がけができない＝ヒマな美容師＝家庭や私生活で上手いかわないという
風になっていくものなのです。
では、どういう事を心がければ気づきが多い、有意義な生活を送れるようになるかと言いますと、
毎日やっている事をほんの少しでもいいからいい風に変えていくと言う事です、例えば駐車場から
お店に歩いてくる時でも、ゴミを今日は一つ拾おうとか草が生えていないか、
すれちがうひとに元氣よく挨拶し一言お話をしてみる、お店に入る時、仕事ができる事に
「ありがたい」と思う事や、先にきてくれ、お店の鍵を開けてくれた仲間にお礼を言うとか、
靴をそろえるとか、その少しづつの積み重ねが数年後に大差となって現れていくと言うものなのです。
元来仕事と言うものは単純で単調です。退屈で見栄えのしないやりがいのないものだと思います。
それをありがたいと思う気持ちが大切なのです。
もう一つは【人を喜ばす】事です。絶えず人を喜ばせる気持ちで物事をヤル、毎日を送るという事です。
これを一年続けていけば人が変わったように気づく人間に変わってしまいます。
しかしこの事には打算があってはいけませんしそのような考え方ですと、長続きしません。
家で心がける事は、靴をそろえる、お茶碗を流しに運び、洗う、お布団をたたむそういう事を
きちんとやる。なんでもキチンとヤル。1年後、最近変わったねって言い合える人になりましょう。

この経営計画書も5冊目になります!!この5冊すべて内容は美容師としてだけでなく人間として
普通に生活の中でやっていかなければいけない凡事を、書き出しています。全てやらなくては
いけないと言う事でなく、毎日1ページずつ読んで、実生活の中で1つでも多くの事を
実践していけば幸せな生活が送れるし、自分の成長を感じていけるものと思っております。」

〈私が信じる諺〉

凡事とは少し離れてしまっていますが、「好きこそものの上手なれ」という諺があります。
私は、この言葉を信じて、できるだけ今の仕事を好きになるようにしています。
仕事ですから、いろいろとめんどくさいこともありますし、つらいこともあります。ぜんぶま
とめて、前向きに考え、前に進もうと考えています。何でもそうですが、何かがうまいかわない
とき、人のせいにしたり、周りのせいにするのは簡単です。でも、それでは人生もったいないと
思います。大変だからこそ、その環境を好きになり、解決していこうと思えば、必ず道は開ける
と信じています。それから、もうひとつ、私が心がけようとしていることは、人と人とのつなが
りを大切にすることです。会社は人の集合体で、いろいろな人がいます。そのいろいろな人が
いて、いろいろな役割があって、その中で仕事をしているということをいつも考えています。
だから、人が欠けるとするのは、とても残念なことです。

【お客さまと真剣に向き合う、学習する組織になる】

縮小を続ける理美容市場
理容業ばかりでなく美容業の市場規模の縮小がはっきりと示されました。(矢野経済研究所)
ここのところの美容業の独立。出店ラッシュで年間1万件は優に超え、それでも市場規模が縮小するのでから問
題の根は深いと考えるべきでしょう。市場規模の縮小とは、ゼロサムならぬマイナスサムの時代へ
突入したことになります。1つのサロンが勝てば、1つのサロンが負ける。勝っても負けても合計すればゼロになる、
一方の利益が他方の損失になる、これがゼロサムと言う意味ですが。現在は1つのサロンが勝てば
複数のサロンが負ける。これがマイナスサムの意味するところ です。ですから従来のビジネスモデルを引っ提げて
戦いを挑んでも、迎え撃つ側も従来のビジネスモデルで戦う訳ですから、その戦い方は実質的な値引き競争と
なっており、それこそ最終的に勝つ側も負ける側も、血みどろの戦いを強いられるわけです。何も生産的な物は
生まれず消耗戦に終止するのです。いわゆるレッドオーシャンですね。これでは当社の付加価値向上、さらに
その先にある美容師の地位向上なんて臨むべくもありません。社員へ支給できる給与は低レベルのままで
福利厚生などの待遇面での未整備も改善されません。若い人の業界参入も目減りし続けるままです。
このままの状態をよしとするなら話は別ですが。今、緊急に必要なのはイノベーションです。
一昨年の方針書にはセルフイノベーションをテーマにいたしました。昨年に引き続きそれは前向きに、
その前に改善するべきところがあるのです。当社だけでなく、ほとんどのサロンが普通にしている事
それは(1年間もお客さまをほったらかしにしている現状)と言うデータがあります。
(最近1年間、美容師からヘアスタイル、ヘアデザインの変更の提案をされた事がありますか)との設問に
「提案があったと言う」と答えたユーザーは18.9%と2割にも満たなかったのです。
さらに、(美容師の提案を受けて、実際にヘアスタイルの変更をしましたか)の問いには
(変更した)と答えたユーザーは79.6%と8割もいるのです。
そして、(ヘアスタイルの変更にとどの程度満足しましたか)では「とてもやや満足している」と答えた
ユーザーは89.2%と9割にも及びます。これはどういう事を意味しているのでしょうか?
そうです。お客さまを1年間もの間、何ら提案もせずほったらかしにしていると言う事です。
サロンユーザーのサロンに対する不満は第1位は(気に入ったヘアスタイルにしてくれない)というもので
10年1日のごとく同じ回答です。そして、お客さまがサロンからはなれていってしまう、いわゆる『失客』ですが、
その原因の1位は「ただ、何となく」です。納得いきませんよね。

人生を変えるには、ほんのちょっとしたのこを知るだけ

- 一つ目。 人生を変えるのは、一発逆転の出来事ではなく、些細な日常の習慣。
「続けること」そのものに価値がある。
- 二つ目。 その習慣が意識せずにできるようになったら、次の習慣に挑戦する。
なんでもいいから、常に新しいことを始める。
- 三つ目。 一つ挫折したら、次のものを設定する。無理して出来ないことを続けないこと。
- 四つ目。 決して他人のせいにはしない、ということを守ってください。
- 五つ目。 人に親切にする、ということを守ってください。
- 六つ目。 人生を変えようと思った時点で、既に人生は変わり始めている。

選ばれるサロンへ

HEADS は今後も発展し続けて多くの人に笑顔と幸せを与え続けていく企業です。お客様だけでなく他社も。他社だけでなく業界全体を…。そしてそのたくさんの人を幸せにする事が自分たちの幸せだと信じています。

上質という言葉 HEADS ではよく使います。でも上質とはどういうことでしょうか？

上質とは「質が上がる」と書きます。お客様に上質と感じて頂くサロンになる為には自らの質を上げるという事です。技術はもちろん、接客・コミュニケーション・一般知識・服装・会話・情報等…上質とは自ら判断するのではなく、お客様が感じて認めて頂くことだと思います。そして上質と判断した時に上質のお客様は初めて満足し、集まってくれと思います。それが価値になり、対価になり、自分たちに還ってくるものなのです。お客様に上質を感じて頂く為には、自分たちを日々磨いていく以外にはありません。

今の美容業界はひどいものだと感じています。重労働、低賃金、そして休日もままなりません。それが当たり前前の業界ではおかしいのです。価格も「あっちが安いからうちも安く」…と価値ではない部分に捉われ過ぎています。よく、掲載されてたり、配っている美容院のリーフを見ると、デザインを売っているのだから、価格を売っているのだから、よくわからないものを見ます。果たしてそれでスタッフは守れるのでしょうか。

HEADS ではイメージ広告は出しますが、集客を目的とした広告戦略はとっていません。最近はずぐにたくさんの情報が入るようになりました。情報が少ない時代は広告で集客できていましたが、最近あまり効果が少なくなっています。

それは情報が多すぎて自分に必要な情報が分かりにくくなっているのかもしれない。これからもっと情報は増え続けます。そうなるお客様はどんな情報で動くのでしょうか？それはよりリアリティーのある情報です。リアリティーのある情報とは、広告でなく体験した人から聞いた情報、つまり「口コミ」です。これから「口コミ」でしか動かない時代になってくると思います。お客様の数は、いい店は増えるし良くないお店は減ると思います。だから HEADS は集客を広告に頼らず、お客様に伝えて頂けるようなサロンを目指しています。そしてもう「本物」の時代に入っています。

HEADS が価格ではなく価値に拘るのは、価格は結局、一番安くでも成り立つサロンが最後に勝つ仕組みだからです。美容業界は一人当たり生産性を 65 万～ 75 万で良しとする業界です。ちなみに一般企業では 400 万以上は当たり前です。価値を上げていかなくては若くて体力ある美容師しか働けない業界であり、スタッフとの終身雇用も約束できません。どうしてこの差を埋めずして、いい環境でいい未来があるのでしょうか？せめて一般企業並みに HEADS の福利や待遇を変えていきたい。1000 万と言わなくても、せめて 500 万は稼げる業界にしたい。

HEADS で働いているスタッフと一緒に共有していきたい目標です。

【美容業界を変える】

まず見本とならなければいけない HEADS を、どうすれば変えていけるかが大事です。

ブランドもそうです。

「HEADS」と聞いて、お客様が価値の高いトータルビューティーサロンと連想されなくてはいいけません。「価値が高い＝上質」ブランドとは良くも悪くも会社、サロンの内外全ての価値がブランド価値です。自分たちの仕事は今の倍くらいの金額を頂ける価値になれば、同じ作業でも倍以上の価値を頂ければ、世の中段々最高な風変わってきます。たとえば…社会保険はもちろん、週休二日制・ボーナス・有給休暇・賃金アップなども可能です。そしてなんでも可能にし、夢を叶えるのも、自分たちの志次第です。

HEADS では、まず個々のカット料金を値上げする事から始めました。カラーやパーマはケアリストに任せる事もありますが、カットはスタイリストが全て行う仕事です。カット料金もただ値上げするだけでは、お客様は離れてしまいます。「値上げする前後でどう変わったのか？」を示す必要があります。ガソリンや野菜のように情勢の変化とは違いますから、理由がなければお客様は納得されません。たとえば、言葉使いや会話の内容・服装・コンクールで賞をとった・技術がこれだけ上手くなった・爪はいつもキレイ・煙草臭くない…etc。

今のカット料金でも失客や来店されない場合は、今の価値のままではダメだと感じています。

次回予約

HEADS が提唱する次回予約の重要性。そしてプロとしての提案。

私たち HEADS はお客様がお帰りの際、また次も来る！！とお約束いただけるように。

次回予約が無いほうがサロンは楽に決まっています。ハードルが上がリませんから。

でもハードルを上げなければ、この先美容業界は明るいとは思えません。

お金を頂いてるんですから、「今」はどこのサロンさんだって一生懸命です。

でも次回、次々回、一年間の心からの提案をし、ここに来たいと思わせて

プロではないでしょうか？

そして、プロとしてお客様の美意識を上げてお帰りになって頂くこと。

お客様がサロンに来た時の美意識と、帰るときの美意識が上がってなければ、

僕は負けなのです。

美意識が上がっていないのに商品の説明をすれは、押し売りでしょう。HEADSのキャリアスタッフはお客様に信頼×美意識向上であれだけお客様が喜んで商品を買っていただけるのではないのでしょうか？

美容業界と医療業界。私はとても似ていると思います。これからの美容業界は ipad などを使い、お客様に明確さを伝え、プロのアドバイスをしていかなければいけません。

古くからの伝統である合わせ鏡のなんとなくの文化から明確さを伝える重要性。昔は医療にはレントゲンも MRI もありませんでした。導入し、明確さを伝え、患者さんに納得してもらっています。これが当たり前なのです。そして私たちは体調が悪ければ、病院に行き、お医者さんに診察をして貰い、処方箋を書いて貰い、そのお医者さんが薦める医薬品を買います。

でも美容業界はどうでしょうか？美容院に行き、美容師がカウンセリングし、このような商品がいいとお伝えしお客様は購入されず、似た商品をドラッグストアやネットで 買っていると思います。それでパブリック商品の売り上げ高が伸び、

私たちプロフェッショナルが下がっている。

お客様からは変わってはくれません。私たちから変わっていきましょう！！

サロンとしては…

- ・私たちが次回の提案をすることで、
お客様の次回へのワクワク感は高まります。
スタッフは、「今回はどんな対応をしよう？デザインにしよう？」と真剣に考え、
事前に準備が出来、いい仕事を生むことが出来るのです。
- ・サロンでの必要人数と、数ヶ月先の売上目途が立つ。
(過多人員や過少人員を防ぐ)

- ・平日の閑散としたサロンワークを無くし、
土日にフリーを沢山取れるようにする。
- ・スタッフがスケジュールや休みなどを組み立てやすい。
- ・失客しないサロン作り。（バスタブの栓を閉じる）
- ・年間の来店頻度を上げられる。

そして価値の部分。いいレストラン、いいホテルは予約なしで入れるでしょうか？

予約無しでいつでも利用出来るお店は、お客様が少なく、あまり上手ではないことを表しています。いいサロンは予約しないと…とお客様に思われてこそ、ブランドは確立していきます。でも逆にやってはいけないことがあります。

- ・スピードアップをしていない。
- ・価値や価格が変わらない。
- ・予約したのに期待以下の場合。

スピードとは当たり前ですが早ければ早いほど、儲かります。

時間が掛かれば掛かるほど損します。お客様は通常は逆です。

早ければ喜びますし、遅ければ怒ってしまいます。

もちろん時間を掛けなければいけないメニューもあります。

しかし早められるメニューは早くする必要が美容師にはあります。

予約のコントロールを行う場合、お客様を待たせない考えがありますので、以前のようにお客様に待ってもらえる時間は限りなく少ないです。お客様の無駄が無くなる代わりにサロンに無駄が増えてきます。そこでスピードが上がらなければ、生産性は落ちてしまいます。

今度は、次回予約で来店しているわけですから、技術やサービス、会話などに予約した意味がなければいけません。予約して良かった理由が、『待たない』や『ゆったりできる』では売上は落ちてしまいます。事前準備をしっかりと、個々のお客様にあった提案や情報をサロンスタッフが共有し、お客様が価値を感じて頂けるサロンワークをしなくてははいけません。そこで今の価格が安いと価値を感じて頂ければ、価格も上げることが出来ると思います。

課題は提案力

美容室はアマゾン以上にお客さま情報をもっている。 課題は提案力。

インターネット利用者におけるインターネットショッピングの利用率は、平成 22 年の時点で 46.1% となっており、割合・利用金額共に年々増加しています。平成 27 年度でなんと 77% にのびています。ネット通販の中でも最大手のアマゾン。みなさんも一度くらいは何かを買った経験があるのではないのでしょうか？

そのアマゾンの売上げを大きく伸ばしたのがパーソナライゼーション機能(おすすめ機能)です。顧客が過去に買った商品や検索した結果からおすすめの商品を提示するという例のあれです。ネット上での行動を見られているので気持ち悪いと思う反面、未知のグッと来る商品が提示されていると、思わず詳細を見に行き、時には衝動買いをしてしまいます。創業者のジェフ・ベゾスは「いままでは、商店が顧客一人ひとりを理解するなど不可能なことでした。それが電子商取引なら可能になるのです」と実店舗にない電子商取引だからこそその強みだと力説しています。しかし本当にそうでしょうか？

〈お客様の情報量は実店舗に分がある〉

確かにユーザー一人ひとりの興味や関心、または個人情報等のデータを容易に把握し、おすすめ品を提示するということはできるでしょう。ですが、既に他店で購入済みのものをいつまでも表示したり、間違って検索してしまったものや興味はないが必要に迫られて調べたものまでしつこく提示されてうんざりする事も少なくありません。お客さまと対面して販売する実店舗では相手を一目見ただけで膨大な情報量がなだれ込んできます。服装、表情、しぐさ、視線、特に滞在時間の長いヘアサロンでは相手との関係によっては色々な事を聞く事が出来まし、言葉には出てこなくても声のトーンからどんな気分なのかという事も推測できます。ネット通販会社の何倍もの情報を察知したり推測できるのです。

〈ネット通販との違いは提案力〉

キャンペーン中だからといって来店者全員に同じ商品やサービスをお勧めする。新商品だからと全てのお客様に同じように説明する。このような事をしていたら提案力に長け、利便性も高いネット通販には勝てません。加えてアマゾンなどは圧倒的な商品量があります。その点では太刀打ちできないのでそこでは勝負しません。ヘアケア商品なども今の時点でネット通販に押されている最大の理由はその人の興味・関心や気分にあったものをきちんと提案できているかどうかだと思います。

〈お客様との関係性の強さで勝負しましょう〉

商品に限らずメニューでも、「いつもと同じ」ではなく何か一つでも新しい提案をしてみるとか、仮に同じものを勧めるにしても相手によってアプローチを変えるなど、その人にあった提案のしかたを工夫してみてはいかがでしょうか。

〈感動と共感のプレゼンテーション〉

自分の想いが伝えられない人はコミュニケーションが取れないどころか人間関係を築く上で相互関係が得られません。まず自己開示し自分という人間をある程度理解してもらわなければ相手はあなたに対して何も関心を持ちませんし、興味すら湧きません。自分という人間をわかりやすく表現したり、考え方・価値観等を理解してもらうためにはプレゼンテーション能力はとてとても重要です。私達の仕事は“お客様のこころ”を扱うとてもデリケートな側面があります。というよりはそれこそがすべてだと言いきっても過言ではありません。プレゼンテーション能力がない人、あるいは未熟な人はお客様からの支持が得られません。だから当然指名が上がりにません。更に言葉数が少ない人も指名が上がりにません。例えば、お客様のことをしっかり考えてカットしているにも拘わらずプレゼンテーションができていないとお客様には何も伝わりませんし、心に響きません。私達はお客様に何かを仕掛けていかなければなりません。そのためにはプレゼンテーション能力を高めることは必須です。自分達が変わらなければなりません。

【要点】

1. 話の内容も大切ですが、声のトーン・表情・態度が好感をもたれるポイントです。なんと聴いている人の**93%**は内容よりも所作・立ち居振る舞いにウエイトをおいています。なぜならそこにこそ人間性が表れるからです。
2. ドラマ性、わかりやすさ、未来の話題が中心です。
3. 話の内容が主観的、一般論ではなく、客観的です。
4. 前向きさ、自己責任感が感じられ魅力的かどうかが大切です。
5. 上手く話をするよりも、全力で話をしているかどうかを判断されます。

【テクニック編】… “PREPA の法則” を活用する

P (Point) …………… 結論 (私はこう思います…と最初に結論から入ります)
R (Reason) …………… 理由 (なぜならば…という理由を説明します)
E (Example) …………… 例 (例えば…と例を用いてわかりやすく伝えます)
P (Point) …………… 結論 (だからこう思います…と再度結論を明確に示します)
A (After that) …… 未来 (そうすることによって…と未来をイメージし易くします)

正 範 語 録

「実力の差」は「努力」の差
 「実績の差」は「意識」の差
 「意識の差」は「責任感」の差
 「運気の差」は「選択」の差
 「人格の差」は「苦勞」の差

真剣だと知恵が出る。中途半端だと愚痴が出る。
 いい加減だと言いつけが出る。

本気ですから大抵のことは出来る。
 本気ですから何でも面白い。
 本気ですから誰かが助けてくれる。

人罪とは自分が嫌いな事・出来ない事に他人を勧誘する者のことである。
 給与とはすなわち、お客様からいただいたものである。
 見せる努力は自己満足となり、ひたむきに行う努力は評価となる。
 忍耐とは目的のために我慢することである。ただの我慢は卑屈である。
 やる気を持ちたければ、まずその気になれ。
 貸し借りに大切なのは貸しを忘れて借りを忘れないことである。
 成長は背伸びをした者にしか出来ない。
 適材は成るものであり、適所は自ら創るものである。
 発想とは好き嫌いで行動する者には浮かばない。
 成功の唯一の秘訣は成功のイメージを具体的に持つことである。
 やらなかったことを出来なかったことに置き換える者に反省はない。

「水五訓」という言葉を聞いたことがありますか？

戦国時代、豊臣秀吉の知恵袋といわれた黒田官兵衛（黒田如水）の教えです。

- 一、自ら活動して他を動かしむるは水なり
- 二、常に己の進路を求めて止まざるは水なり
- 三、障害にあい激しくその努力を百倍し得るは水なり
- 四、自ら潔うして他の汚れを洗い清濁併せ容るるは水なり
- 五、洋々として大洋を充たし発しては蒸気となり雲となり雨となり
 雪と変じ霰（あられ）と化し凝（ぎょう）しては玲瓏（れいろう）
 たる鏡となりたえるも其（その）性を失はざるは水なり

水というものを通して、人間としての生き方を教えてくれる言葉です。

一が伝えたいことは、「率先垂範せよ」ということ。

水は自らが動くことで周りのものを動かし、運んでいきます。人間も、自らは何もしないままで、ああしろ、こうしろと言っても、誰も動くはずがありません。自ら模範を示すことによって周囲を牽引する人になってください。

二が伝えたいことは、「自ら考えて道を拓くことを心がけよ」ということ。

水はどんな環境の中でもその流れを止めることなく動いていきます。何か失敗をした時に、周りのせいにしていませんか？自ら考え、努力することで道を切り拓いていく人になってください。

三が伝えたいことは、「あきらめることからにはなにも生まれない」ということ。

順調な水の流れもダムという壁によってさえぎられることもあります。

そんな時は、その力を満々と内に蓄えます。蓄積された力があるからこそ、解放された時に巨大なエネルギーを発揮できるからです。困難に直面して、自分の可能性をあきらめてしまっただけではありません。苦しい時もじっと耐えて努力を続けていけば、大きな力となってかえってきます。

四が伝えたいことは、「人を追いやることをせずに共に頑張ろう」ということ。

学校や社会にはさまざまな価値観を持つ人が集まっています。感覚、リズム、方法、価値観の合わない人を排除するのではなく、「長所をみつけてそれを生かす」ことをまず考えましょう。川は、脇から濁った水が注がれてきても、「入ってくるな」とか「出ていけ」とは言いません。さまざまな水の一つにまとめ、大きな目的に向かって集約してゆくような、そんな度量を持つ人になってください。

五が伝えたいことは、「常に自然の理（ことわり）にそって物事を考えよ」ということ。

水は温度の変化、器の形によって次々と自らの形を変えます。しかし、その本質は一切変化することがありません。我々人間もまた、変化に対応するのに常に柔軟でなければいけません。

与えられた環境の中でいかにして最大の努力を行えるかが大切です。

これから先、色んな困難にぶつかり、迷うことや立ち止まることがあるでしょう。

そのときにはこの「水五訓」を思い出してみてください。

きっと、あなたの道標になってくれることでしょう。

経営の原点 12 か条

稲盛 和夫

1. 事業の目的・意義を明確にする

公明正大で大義名分の高い目標を立てる。
(全従業員の、物心両面の幸福を追求すると同時に、人類社会の進歩発展に貢献する)

2. 具体的な目標を立てる

立てた目標は常に社員と共有する。

3. 強烈な願望を心に抱く

目標達成の為に、潜在意識に透徹するほどの、強く持続した願望を持つ事。

4. 誰にも負けない努力をする

地道な仕事を一步一步、堅実にたゆまぬ努力を。

5. 売り上げを最大限に、経費は最小限に

6. 値決めは経営

値決めはトップの仕事、お客様も喜び、自分も儲かるポイントは一点である。

7. 経営は強い意志で決まる

経営には岩をも穿つ、強い意志が必要。

8. 燃える闘魂

経営には、いかなる格闘技にも勝る激しい闘争心が必要。

9. 勇気を持ってことに当たる

卑怯な振る舞いがあるてはならない。

10. 常に創造的な仕事を行う

今日より明日、明日より明後日と常に改良改善を絶え間なく続ける、創意工夫を重ねる。

11. 思いやりの心で誠実に

12. 常に明るく前向きで、夢と希望を抱いて素直な心で経営する。

中村天風語録

1. 今日一日

怒らず、恐れず、悲しまず、正直、親切、愉快に生きよ。

2. 絶対に消極的な言葉は使わないこと。否定的な言葉は口から出さないこと。

悲観的な言葉なんか、断然もう自分の言葉の中には
ないんだと考えるぐらいの厳格さを、持っていなければだめなんですよ。

3. 良い運命の主人公になりたかったら、心の中に感謝と歓喜の感情を持つことだ。

感謝と歓喜に満ちた言葉と好意は、人生の花園に善き幸福という実を結ぶ。

4. 一度だけの人生だ。だから今この時だけを考えろ。

過去は及ばず、未来は知れず。死んでからのことは宗教にまかせろ。

5. 数ある同僚の中からぬきんでて偉くなる人は、 結局、偉くなるべき資格をもっているんです。

その資格とは、「誰にも言われなくても、日々毎日、実際に努力している」ことなんです。

6. 言葉には人生を左右する力があるんです。

この自覚こそが人生を勝利にみちびく、最良の武器なんですよ。

7. ぼやぼやしてちゃいけないよ。

人がつくった衛星が宇宙を飛んでる時代に、縁起がどうのこうの、日の良し悪しや占いが
迷信がなんて、みんな自分自身に、消極的な暗示をかけているんですよ。

8. 習慣づけなさい。

習慣は第二の天性。

9. 笑っているとき。

人間は最も強い。

10. 自分の成功や幸福のことよりも。

他人の成功や幸福を願い、かつそれに向けてまい進していけば、
いつの間にか、自分も成功と幸福を掌中におさめることが出来るのです。

11. 人としてこの世に生まれて。

一番大切なことは、人に好かれる人間になることだよ。

トイレの話

「日本を美しくする会」 〈なぜトイレ掃除か？〉

1. 心を磨く

心を取り出して磨くわけにいかないので、目の前に見えるところを磨く。
特に人の嫌がるトイレを綺麗にすると、心も美しくなる。
人はいつも見ている物に心も似てくる。

2. 謙虚な人になれる

どんな才能があっても、傲慢な人は幸せにする事は出来ない。
人間の第一条件は、まず、謙虚である事。
謙虚になるための確実で一番の近道がトイレ掃除。

3. 気づく人になれる

世の中で成果を上げる人とそうでない人の差は、無駄があるかないか。
無駄を無くすには、気づく人になる事が大切。
気づく人になる事によって、無駄がなくなる。
その「気づき」を最も起こさせてくれるのがトイレ掃除。

4. 感動心を育む

感動こそ人生。出来れば人を感動させるような生き方をしたい。
その為には自分自身が感動しやすい人間になる事が第一。
人が人に感動するのは、その人が手と足と体を使い、
さらに身を低くして一生懸命取り組んでいる姿に感動する。
特に人の嫌がるトイレ掃除は絶好の実践。

5. 感謝の心が芽生える

人は幸せだから感謝するのではない。感謝するから幸せになれる。
その点、トイレ掃除をしていると小さな事にも感謝できる。
感受性豊かな人間になれる。

私たちの仕事は…

医療関係者と、家族以外で人がなくなる直前まで。
その女性に寄り添っているのが美容師さんです。

なくなる前に最後の力を振り絞って【髪を切りたい】と訴える人は少なくありません。

わたしの知り合いの美容師さんは、お客さまが最後の時間を美しく迎えるために。
病院に車を飛ばしカットした事がある、そんな人たちばかりです。
その中でも、とある女の子を担当させて頂いた美容師さんがいます。
女の子が高校の時から担当していたのですが、
社会人になってすぐに治療法のない難病にかかってしまったそうです。

その美容師さんは、彼女がどんどんやせ細っていく間も、何度も何度も病院に通って
髪を切っていました。予約が取れない超売れっ子の美容師さんでしたが、
彼女の希望する日程だけは何をおいても駆けつけていました。

そしてあるとき【今日も来てほしい】と病室に呼ばれた時、
彼女の姿を見てこれが最後のカットだとわかったと言います。
彼女がベットの上できれいに化粧をし、パジャマでなく、おしゃれな服を着ていたからです。

高校時代から一度も【女らしく】とか【モテたい】とか、そういう言葉を言った事がない
彼女でしたが、その時は【絶対可愛くしてください】と、その美容師さんに言ったそうです。

最後のカットから一週間後、彼女は息を引き取りました。

命が尽きるとき、人は自分の人生をどのように振り返るのでしょうか。
わたしはまだ、その瞬間をリアルに想像した事はありません。

ただ髪とは、女性にとって、裸になっても常に離れず身につけているもので。
そして命尽きる瞬間も、共にそこにあるものなのだと、時々そんな事を思います。

あなたにとって、髪が、あなた自身を象徴する大切で愛おしい存在でありますように。
心から、そう願っています。

『会社の利益が 200%になる 右腕を育てる教科書』

はじめに

第1章 トップに対して

右腕は、「進化している」と言ってくれる

患部は、「やってられない」と言って空気を悪くする

●【右腕】と【患部】は違う

●情勢の変化を理解し、トップの発言の変化を好意的な解釈でサポートできるか

右腕は、Bだと思っけていても部下にAと伝えてくれる

患部は、「Bだよな、でもAだって」と伝えて空気をつぶす

●トップの決断を素直に信じて行動に移せる人が重宝される

右腕は、恥をかかせないように伝えてくれる

患部は、みんなの前でも恥をかかせるように指摘する

●「指摘」ではなく信頼関係をもとに「トップに気づかせる」ことができるか

右腕は、プラスのところだけを見る

患部は、マイナスのところだけをホジくる

●トップのマイナス部分を理解したうえで、そこをいかにカバーできるのか

右腕は、孤独を感じないようにフォローする

患部は、どんどん孤独に追い込む

●「トップは孤独」は間違い。右腕が居るとそうはならない

右腕は、「いまがあるのは〇〇（トップ）のお陰です」と言う

患部は「わたしがやっているんです」と言う

●手柄などを「自分のもの」と思わずに、「トップのお陰」と謙虚に振る舞えるか

右腕は、部下の失礼な態度をわきまえさせてくれる

患部は、そんなことも気にせず、仕方がないと言う

●「時代」のせいにならず、部下にトップへの接し方をわきまえさせられるか

●「右腕」の実例。トップの想いをユーモア交えて部下に伝える

右腕は、理解して忠実に社員に伝える

患部は、「違う…ホントはこうだ」と社員に伝える

●トップのミッション・ビジョンを理解し、社員に忠実に伝えられているか

右腕は、話したいときに話をさせてくれる

患部は、話したいときに自分が話をしてくる

●対外的な場面でトップに気持ちよく話してもらい、必要なときだけフォローする

右腕は、すぐに簡単な報告をしてくれる

患部は、なかなか返信しない

●トップを安心させることのひとつは、「ベストよりベター」な素早い報告

右腕は、優秀な社員が入社してくると喜び

患部は、優秀な社員が入社してくると不安を持つ

●会社の成長のために優秀な社員の入社を喜び、既存の優秀な社員も大切にできているか

右腕は、会社やみんなの未来を見てくれている

患部は、自分のことしか考えない

●「会社の未来が、自分やみんなのしあわせにつながる」という視点を持てているか
右腕は、「わたしは、〇〇（トップ）のことを尊敬しています」と言う

患部は、外部からのトップへの批判に同調してしまう

●トップを非難されたとき、相手を非難せずトップへの尊敬の念を伝えられるか

右腕は、気持ち良く動いてくれる

患部は、なにかにつけてめんどくさい

●トップが気持ちよくなれるよう、手間を惜しまず先読みして動けるか

右腕は、部下が退職希望を言ってきたときに、代わりに対応してくれる

患部は、「辞めたいんですって…どうぞ」とすぐにフッてくる

●トップは「未来」を見るのが仕事。社内トラブルのクッションになれる存在が必要

右腕は、トップのことを信じている

患部は、トップのことを信じていない

●トップへの信頼は発言や行動にあらわれる

第2章 部下に対して

右腕は、報連相しやすい空気をつくる努力を怠らない

患部は、報連相をしに來い…という態度をとる

●部下が報連相しやすい空気を意識しているか

右腕は、マネしたいと思われている

患部は、マネしたくないと思われている

●「4つのポイント」を大切に、部下から「マネしたい」と思われているか

右腕は、「大変」を大きな変化のチャンスと受けとれる

患部は、大変だとあわてふためいている

●「大変」を「大きく変わるチャンス」ととらえ、トップを安心させられているか

右腕は、CSはもちろんES（社員満足）、FS（家族の満足）まで考える

患部は、CS（顧客満足）のことだけ考え、部下の家族のことも頭にない

●ES・FSが整えばさらなるCSにつながり、利益につながることを理解しているか

右腕は、ひとつひとつの出来事に浮かれすぎたりへこみすぎたりしない

患部は、感情の起伏にまわりがついていけないほど激しすぎる

●浮かれすぎず、へこみすぎず、「人間万事塞翁が馬」という意識を持っているか

右腕は、「ありがとう」の文化をつくっている

患部は、「ありがとう」を大切にしていない

●「ありがとう」の文化をつくっているか

右腕は、チームの当たり前をみんなで決めている

患部は、自分の当たり前を押しつけている

●A（当たり前）は一人ひとり異なることを理解し、チームメンバーで決めているか

●「A」は3箇条からスタートし、徐々に増やしていくのがおすすめ

右腕は、どうしたらできるかを考えている

患部は、できない原因ばかり語っている

●目的・目標をいつも意識し「どうしたらできるか」を考える文化をつくられているか

右腕は、部下を育てることに生きがいを感じる

患部は、部下をつぶすことに生きがいを感じる

●部下の1年後、2年後、10年後を思い描いて育てることに生きがいを感じているか

右腕は、失敗から成長させる

患部は、部下に失敗を繰り返させる

運がいい人の 30 の習慣

1. 運がいい人は「うん」とよく頷く。
2. 嬉しいときだけにとっぴりするのではなく、普段からにとっぴり笑顔になる。
3. 嬉しそうな表情をすると、嬉しいことが次々と起こる。
4. 席を離れるときには、椅子をきちんと戻す。
5. バカボンのパパは、なぜ天才なのか。
※「これでいいのだ」という合言葉です。バカボンのパパの口癖でもある「これでいいのだ」は、究極のプラスを帯びた言葉です。
6. 積極的に反省をする人が、成長する。
7. 靴の綺麗さは、心の綺麗さと比例する。
8. うまくいった話を真剣に聞く。うまくいかなかった話も真剣に聞く。
9. あなたが一番嫌いな人こそ、今のあなたに最も必要な人。
10. カップラーメンの3分の待ち時間を無駄にしない。
11. スピードの速さは、運の良さに転化する。
12. 恋愛上手は、返事が早い。
13. 自分にも他人にも、完璧を求めない。
14. **夢を持つと、運がよくなる。**
15. 話を15秒以内でまとめる癖をつける。
16. 真似が上手な人は、マネーにも恵まれる。
17. 紙に書いたメッセージは、神にも伝わる。
18. 運のいい人が耳を傾けるのは、人の噂ではなく、自分の内なる心の声。
19. 運のいい人が、1日の中で最も口にしている言葉は「ありがとう」である。
20. 下を向いて歩かない。
21. 積極的になれば、運がよくなる。
22. いろいろして言いたくなった言葉は、次の日に言えばいい。
23. 一芸を極めると、運がよくなる。
24. コンプレックスこそ、運の塊。
25. ちびちびを積み重ねて、大きな夢を達成する。
26. 笑顔は最高の化粧水。
27. 美人になるには、外見からではなく、言葉から。
28. 「5分前行動」をするだけで、運がよくなる。
29. 散歩を習慣にしていれば、元気とやる気は自然に出る。
30. 自分の未知なる力を引き出す問いかけをする。

親父の小言

「親父の小言」

自分で最初に決めた事はやり遂げなさい。

自分で最初に決めた事はやり遂げなさい。大体は正しいから。
方法や手段はいくらでも変えてもいいが絶対に夢をあきらめない事。
悩む事は必要なこと、たくさん悩みなさい。悩んで悩んで悩んでもいいけど、
ゴールはぶれない事。あとはコツコツと、一つずつ石段を積み上げるだけ。
毎日毎日、毎日毎日。続ける事で、未来がどんどん開けていく。
経験上、往々にして毎日の石積みはとてつらいものですが、辛ければ辛いほど、
10年後とかの未来から過去を振り返ったときに、すばらしい思い出に変わっています。
そして自分の石段が他の誰の石段よりも高くそびえ立っているのを見る事が出来るでしょう。

HEADS FACTORY は来年 5 月 10 日から 5 月の末日まで、 【親孝行月間】とし全社員で実施します。

新入社員は初めての給料で親にプレゼントを渡し、お礼の挨拶をします。
親孝行をした事を証明するためにプレゼントをしている姿を写真に撮って、提出して頂きます。
親孝行は多くの気づきを与えてくれます。
では親孝行はいつするのか、今ではありません。自分の誕生日です。
人は母親から産まれてきます、自分を産んでくれた母親に感謝する日その日が誕生日です。
自分の誕生日に母親に「産んでくれたありがとう」と言ってプレゼントを渡すのです。
日本人は親が亡くなった後にもっと親孝行しておけばよかったと後悔する人ばかりです。
親が自分より早く死ぬのは分かっています。
だから後悔しないように親が元気なうちに親孝行しなさい。
自分の誕生日に親孝行しなさい。(親孝行の日)

「親父のちょいといい話」

なぜ、「朝は元気を出せ」と、口うるさく言うのか？

朝と言う字は、十月十日と書きます。
十月十日と言えば、子供が産まれるのです。生命の誕生です。
赤ちゃんは元気がよく産まれるのです。
だから朝は元気よくしなければ自然のリズムから外れてしまい、
病気になったり、何事も上手く行かなくなったりします！！
低血圧だとか、言い訳する人がいますが、
猿も低血圧はいるのですが、朝が弱い猿はいないのが事実です。

ビジョン

個人個人の夢や目標は様々でも、会社として組織として、夢や目標は統一しなければいけません。ビジョン2020とは、今後何を目標として進めばいいのか、中長期として捉えた会社の目標です。

2022年 今年の抱負

※今年の抱負を漢字一文字で表して下さい。

※今年の抱負の詳細を自由に記載して下さい。

○ 人生 80 年 365 日 × 80 = 30000 日です

今日もまた、3万日の一日が過ぎます。

今日1日満足のいく一日でしたか？

大切な一日大事に生きましょう。Drop box 創業者ドリュー・ヒューストン

○ 「毎日の人生を最後のものとして生きるんだ」 ……スティーブジョブス

わたしは 今現在 365 × [] = 日

売れっ子美容師とは

3年目の夏にデビューして早くいい給料をとるための凡事徹底

入店して3ヶ月を過ぎますと、2回目から3回目にあう

お客さまが再来店してくださいます。この時の対応で人生が分かれます。

■売れないスタッフは 【いらっしやいませ〜】のみ

■普通なスタッフは 【〇〇様〜】 【こんにちは〜〜】のみ

■売れっ子になるスタッフは

【〇〇様〜】 【こんにちは〜〜】

【前回シャンプー担当させて頂いた〇〇です】 覚えて頂いています〜〇〇です〜
〜このあいだからシャンプーさせて頂いてからたくさん練習しましたので
今日もシャンプー担当させてくださ〜い

売れっ子になるスタッフは必ずお客さまを名前呼び、自分の名前を必ず認知して

頂くよう努力しています。3年目の夏は2年半、29ヶ月しかありません。

この期間に絶対、あなたがスタイリストになったら指名するわ、と言って頂く、

ファンを作らねばなりません。そのために絶対やらなければいけない凡事徹底があります。

それは月にたった5名でいいからだいだい大好きなお客さまを見つけるという事なんです！！

めっちゃ簡単ですよ！！

やり方は簡単、大切な自分だけのサクセスノートを用意します。

まず、自分を応援してくれそうなお客さまリストを作ります。

これは自分が大好きなお客さまでもオッケーです、話が合うとか趣味が同じでもいいです。

とにかくこの人とは一生お付き合いしたいという人のみです。

それも一ヶ月たったの5名だけです。

この5名の方を徹底的に知る努力をします。家族構成、趣味、好きな場所、

マイブーム、好きな洋服のブランド、よく行くご飯屋さん、好きな飲み物、乗っている車、

音楽、足のサイズ、来店日に着てこられた洋服の色、来店日の天気、最近行った旅行、

中学、高校、初恋、自分のコンプレックス、仕事、早起きか夜型か。

そして、さらにあなたの事をたくさん教えてほしいのです。

自分の誕生日、家族構成、彼氏の事、悩み、コンテストに出た事、きょうの晩ご飯の事まで

とてつもないお友達になるだけです。

まだまだたくさんありますがそれらを来店毎にたくさん書き込みします。

もう一回いいます 一ヶ月にたった5名めっちゃ簡単でしょ〜！！

入社してからの3ヶ月を引いて5名×26ヶ月=130名のあなたを応援してくれる

超仲のいい人が出来ます。この人数に客単価の¥7,000で130掛けて

¥910,000の売上を達成できる訳です！！

好きな仕事で好きなお客さまを担当してデビューしてすぐにカリスマスタイリストの道を

突き進むのか、売れないスタイリストになるのか毎日の顧客管理がとても重要ですね！！

リーダーとは

〈リーダーとしての判断基準〉

1. トップとしての自覚と責任をもつ。

常に自分の立場を自覚し、責任を理解し行動しなければならない。

2. 自分に挑戦するトップは、他人に求める前にまず、自分に求める。

他人に勝つ前に、自分に勝つことである。自分に勝つということは、自分に厳しくすることである。

3. リーダーとして広い観点から物事を見極める。

自分の感情や個人的視野で判断すると、つじつまが合わない感情論になってしまう。

リーダーとして広い観点から物事を見、幅広い人間になること。

4. スタッフは、家族と思って育てる。

人材は店の最大の財産、「企業は人なり」、人がお金を生むのです。人間性豊かな

立派な企業人を育成しなければならない。すべての事は、家族だったらどうするかを考える。

5. 何事も勇気をもって、基本原則を貫くこと。

リーダーは、会社、店の将来、スタッフの生活に責任を負わなければならない。

そのため健全なサロンをつくる。

6. 計算に基づいた経営管理を行う。

計算に基づいて管理し、サロンの最終目標、会社の目標を確保しなければならない。

〈リーダーの行動指針〉

1. 幹部は、部下の鏡。

幹部の投げやり、責任逃れのふてくされた態度は改めよう。

部下は、言う事は聞かぬが、する事はまねる。

2. 個人感情のコントロールに努めよう。

仕事につく前には、自己の気持ちを整理して、個人感情のコントロールに努めよう。

3. 部下は力強くリードされることを望んでいる。

熱意と意気込みでグリーンと引っ張ろう。

4. 労働生産性を高めよう。

仕事の流れや仕組みは、前向きに改善し、労働生産性を高めよう。

5. 部下の指導は幹部の務め。

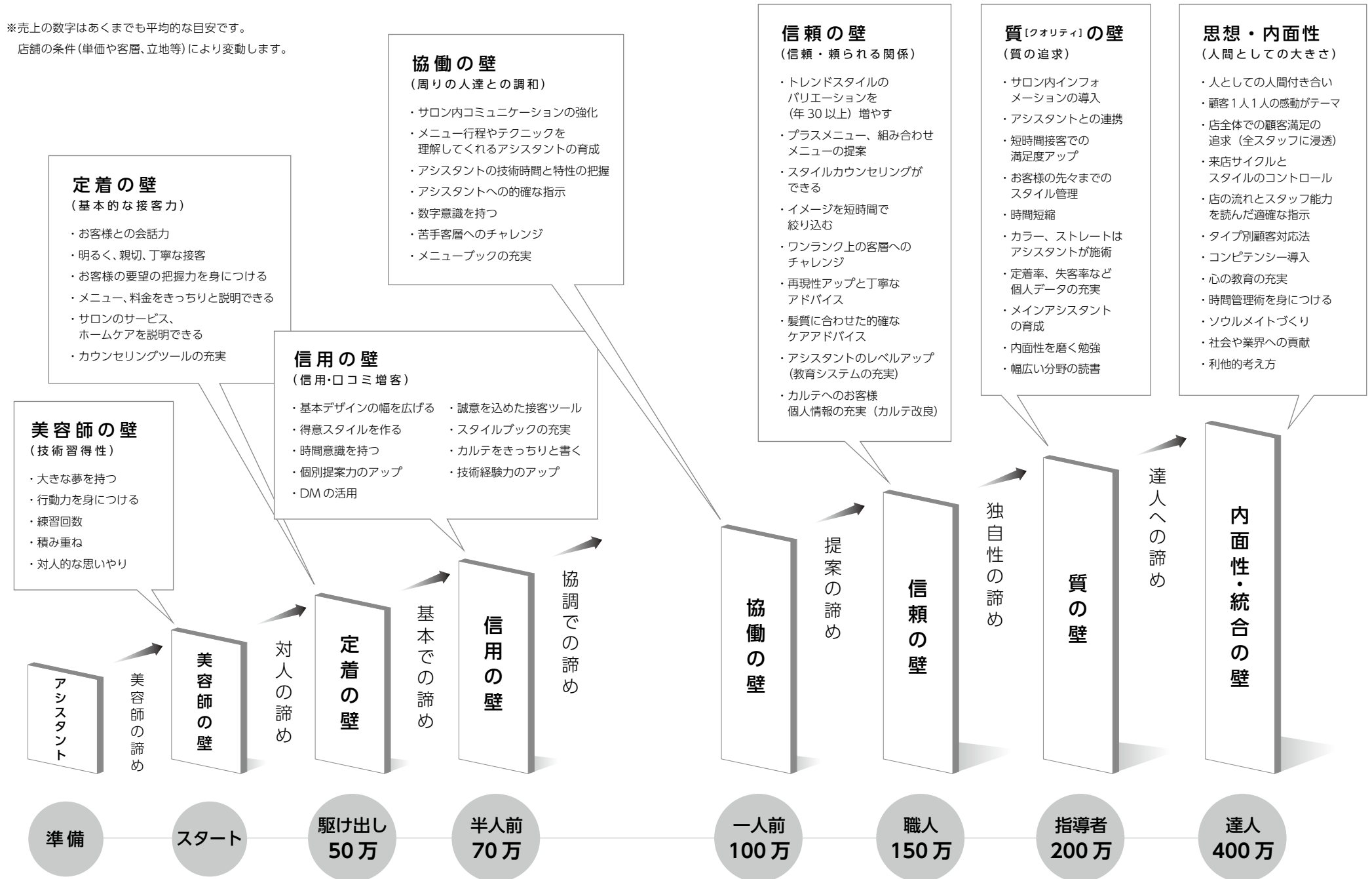
部下の未来を信じ情熱をもって指導しよう。

6. 自信が人間エネルギーに変わる。

絶えず自己啓発をはかり自信を高めていこう。

※売上数字はあくまでも平均的な目安です。

店舗の条件(単価や客層、立地等)により変動します。



Theme		1 Jan	2 Feb	3 Mar	4 Apr	5 May	6 Jun
総売上	2021実績						
	2022目標						
	2022実績						
技術売上	2021実績						
	2022目標						
	2022実績						
商品売上	2021実績						
	2022目標						
	2022実績						
総客数	2021実績						
	2022目標						
	2022実績						
総客単価	2022実績						
技術客単価	2022実績						
商品客単価	2022実績						
成長アップ 時間(UT)	2022目標						
	2022実績						
	営業時間	2022実績					
1時間当り 売上	2022実績						
営業日数	2022実績						
1日当り 売上	2022実績						
カルテ 枚数	2022実績						
	失客カルテ 枚数						
	失客率	2022実績					
VIP 客数	2022実績						
	通常 客数	2022実績					
	新規再来 客数	2022実績					
新規 客数	2021実績						
	2022目標						
	2022実績						

カリキュラム

CURRICULUM 1

ケアリスト1		合格日付	指導者	コメント
shampoo	お流し			
	シャンプー			
	カラーシャンプー			
	ヘアエステ			
	理論テスト			
color	理論テスト			
	グレーカラー WIG			
	リタッチ WIG			
	ワンメイク WIG			
	グレーカラー			
	リタッチ			
	ワンメイク			
finish	ハンドブロー			
				／ ㊦

CURRICULUM 2

ケアリスト2		合格日付	指導者	コメント
color	2タッチ(根元→毛先)			
	ブリーチ			
	W カラー			
	マニキュア			
perm	SSP			
	平・縦・逆			
	ピンカール			
	理論テスト			
finish	ブロー (A-1)			
	ブロー (M~L)			
	ST アイロン・巻き			
				／ ㊦

CURRICULUM 3

ケアリスト3		合格日付	指導者	コメント
color	コピーモデル			
	コピーモデル			
	コピーモデル			
	コピーモデル			
	コピーモデル			
	コピーモデル			
perm	コピーモデル			
	コピーモデル			
	コピーモデル			
	コピーモデル			
	コピーモデル			
	コピーモデル			
finish	スタイリング			
	アレンジ			
	セット			
				／ ㊦

BASIC CUT

ケアリスト4		合格日付	指導者	コメント
cut				
				／ ㊦

〈スタッフお誕生日表〉

自分のお誕生日は両親に感謝する日です。

家族にありがとうを伝えましょう。

やりたいことを応援し、協力してくれている家族への感謝の日にしましょう!!

【1月】

1日 山崎暁子
5日 中島陽子
7日 井上美里
14日 吉田和希
19日 松尾耕一
26日 馬場勝吾
27日 前田萌恵

【2月】

7日 鴨打 奏
12日 池田麻耶
17日 馬場みさき
26日 本下 司
27日 高口圭介

【3月】

6日 野邊田優佳
9日 井上真央
9日 井手口芳子
17日 古賀百華
20日 岸川星礼
26日 竹本優人
29日 佛坂美春

【4月】

1日 宮田悠之
3日 野中春菜
18日 小川幸恵

【5月】

1日 眞嶋由佳
3日 大串憲子
5日 小林真理恵
6日 石橋 光
8日 大小路友子
10日 木室香織
11日 冨永 望
21日 松本晃子

【6月】

4日 岩永竜児
5日 池田佳乃
12日 江口和徳
20日 井崎悠二
23日 中島寿一
27日 吉原弥音
29日 山下茉穂

【7月】

1日 大岩まりん
13日 大竹喜江
18日 福田瑠奈
23日 藤原和子
30日 犬塚雅江

【8月】

8日 稲富彩華
9日 新留裕子
16日 山崎和也
18日 川瀬 悠
23日 桑原美沙
26日 副島真子
30日 吉本さゆり

【9月】

5日 野中由莉
6日 井上義也
8日 松尾愛梨
10日 池田恵梨香
18日 中島 優
18日 野中省吾
25日 井手紫保

【10月】

6日 井上興佐
15日 西山富子
16日 山口翔太
20日 宮崎雄大
21日 山口桃世

【11月】

28日 大川内智加

【12月】

3日 重富亜由美
7日 吉村博美
7日 犬走 翼
17日 松林寛幸
27日 森 美代子

スタッフ子供図鑑

<子供たちのお誕生日表>

【本部】

井上家
★颯 そう H18.10.3
★夏空 そら H20.7.1
★夏維 かい H22.8.16

犬塚雅恵
★千春 ちはる H16.3.17

【2ND】

井崎悠二
★明日歩 あすと H19.8.6
★響 ひびき H23.5.6
★矢仁 やひと H26.11.11

新留裕子
★陽 あさひ H27.3.1
★奈 だい H29.8.31
★旺 あき R3.10.5

宮田悠之
★蓮之 れの R2.6.11

井手紫保
★麗美菜 れみな H26.3.8
★心菜 ここな H27.6.25

馬場勝吾
★彪勝 ひょうが R3.12.14

【本店】

岩永竜児
★野々花 ののか H17.10.18
★芽奈 めいな H21.9.30

真嶋由佳
★隆人 たかと H28.3.21
★百華 ももか H29.12.8
★大和 やまと R3.4.26

松林寛幸
★潤仁華 じゅにか H25.6.25
★翔心潤 かんじゅ H30.11.3

大小路友子
★りあ R3.4.9

大川内智加
★穂 すい R3.9.28

石橋 光
★昂 こう H27.6.19
★空 そら H29.4.2
★来 らい R1.8.4

富永 望
★楓恋 かれん H24.7.11
★愛梨 あいり H26.12.19

HAPPY BIRTH DAY

【MISTRAL】

松本晃子
★匠道 しょうどう H16.10.19
★青潤 せいじゅん H19.4.17
★妃由 ひらり H21.11.21

中島陽子
★心麗 うらら H27.5.8
★壱楓志 いぶし H28.12.22
★唯愛 おんり H31.1.11

池田恵梨香
★優音 ゆのん H25.5.16

野中由莉
★彩羽 さわ R3.9.26

竹本優人
★成来 せら H29.7.26
★来由 りゆ R2.1.5

高口圭介
★夢依 めい H22.7.5
★杏 あん H25.1.30

【TAKAKISE】

中島 寿一
★想叶 おと H29.11.29

【ハートランド】

大竹喜江
★優人 ゆうと H15.2.23
★心花 みはな H17.6.4
★瞬星 しゅんせい H19.6.14

木室香織
★優人 まさと H17.10.7
★颯人 はやと H23.11.1

【J-FIRST SAIGON】

犬走 翼
★來虹 きこ R3.3.10

【PUA LANI SPA】

井上真央
★慎也 まや H26.10.3
★蒼惟 あおい R3.11.5

野邊田優佳
★温人 はると H16.9.6
★小虎 ことら H19.9.14
★心花 こはな H23.1.21



[illegible]



OHEADS FACTORY

〒843-0023 佐賀県武雄市昭和 372-2
tel. 0954-22-0457



OHEADS FACTORY 2nd

〒849-2204 佐賀県武雄市北方町大崎 1103
tel. 0954-36-4056



OHEADS FACTORY takakise

〒849-0917 佐賀県佐賀市高木瀬町長瀬 954-4
tel. 0952-65-3899



OMISTRAL

〒849-1311 佐賀県鹿島市高津原 675-1
tel. 0954-69-8218

ハートランド
heart Land



m.
mii.



PONO
Total Beauty Salon

HEADS OFFICE

OHEADS OFFICE

〒843-0023 佐賀県武雄市昭和 372-2
tel. 0954-22-8656
fax. 0954-22-8657

shop

name

経営計画書は会社の魂です。会社情報はもちろん個人情報、顧客情報が記載されておりますので取り扱いには十分に注意してください。他人への貸与は厳禁。さらに紛失した場合は**自腹で再購入(3万円)**していただきます。