

平成19年度「専修学校を活用した再チャレンジ支援推進事業」成果報告書

事業名	「ホスピタリティ型」美容スタッフ養成プログラムの開発		
法人名	学校法人 大美学園		
学校名	大阪美容専門学校		
代表者	理事長 谷本 穎昭	担当者 連絡先	谷本 佳隆 TEL06-6761-6569

1. 事業の概要

最近ではIT機器を活用した多店舗の事業所経営をおこなう経営効率の高い美容室の成長が著しい。このような店舗においては、接遇を中心にした業務領域が形成されはじめている。本事業ではフリーターや早期離職した美容師等の若年早期離職者を対象に、「ホスピタリティ型」スタッフ養成の教育プログラムを開発し、若者に向けた再チャレンジの機会を提供した。

<教育プログラム開発の内容>

フリーターをはじめ早期離職した美容師等の若年早期離職者を対象に、「サービス心得＝つくす」、「ビジネス心得＝つとむ」の2つのカリキュラムからなる技術現場を想定した効率的な教育プログラムを開発した。

①「サービス心得＝つくす」

身＝行動基準として、身だしなみ(メイク・ヘア)、表情(笑顔)、眼差し、立ち居振る舞い、態度を中心に学習し、口＝言葉として挨拶、話す(言葉遣い、言語技術)を中心に、ホスピタリティやサービスに関わるマインド教育を、ロールプレイ形式を中心に実施した。また、POSを活用した美容室顧客管理システムの活用能力を育成すべく、顧客管理システムから顧客の要望を読み取り「個別対応の接遇」が自主的にできるようにするロールプレイング実習を行った。

②「ビジネス心得＝つとむ」

意＝思念として、働く心得「気付き」を学習するために、様々な分野で活躍する方の講演を拝聴し、つとむの定義である「自分がやるとハラを決めて行動する」気概を高めた。

<ニーズ調査, 実態調査について>

教育プログラムを開発するための基礎調査として、大阪及び東京を中心とした美容室へのレセプションスタッフ活用状況等についてのヒアリング調査、及びアンケート調査を実施した。

2. 事業の評価に関する項目

①目的・重点事項の達成状況

上記、事業概要のとおり「サービス心得」＝つくす講座 30コマ(時間)、「ビジネス心得」＝つとむ講座 30コマ(時間) 合計60コマ(時間)の教育プログラムを実施した。

本講座が考えるホスピタリティーの定義を受講生全体で共有しながら、実証講座の最初に自己診断を実施し、受講生自身が講座を通じて様々な気づきや発見を体感できるように配慮した。実証講座で行った内容は、ホスピタリティーマインドの学習から、言葉や立ち振る舞いから受ける印象など、総合的なコミュニケーションスキルを高めるとともに、POSを活用した顧客管理システムの有効な活用方法について実習するなど、美容業界で「ホスピタリティ型」スタッフとして活躍するための基礎的な知識とスキルの学習ができたと考える。

②事業により得られた成果

本事業により下記の教育プログラムを開発し、それぞれシラバスとして取りまとめた。

<ホスピタリティマインド>

- ・自己診断、他社評価
- ・ホスピタリティとは？顧客満足・不満足
- ・現場で求められている人材
- ・社会人基礎力リーダーチャート
- ・チームロープレ
- ・自己診断、他社評価

<コミュニケーションスキル>

- ・言語による印象(挨拶、返事、敬語)
- ・ " " (表情、立ち振る舞い、身だしなみ)
- ・準言語による印象(音の長短・強弱・抑揚・発和の早さ)
- ・コミュニケーションスキルの総合による印象(話し方・聞き方)
- ・クレーム対応、顧客満足振り返り、ユニバーサルサービス

<顧客管理システム教育>

- ・顧客管理、美容室空間について
- ・顧客満足
- ・POS操作、予約ロープレ
- ・来店ロープレ
- ・精算ロープレ
- ・朝礼ロープレ
- ・終礼ロープレ
- ・顧客管理講座

■本事業で開発した主な成果物

- ①サロンレセプションリスト レジューメ
- ②顧客管理システム テキスト
- ③サロンレセプションリストの為のホスピタリティ行動集

<サロンレセプションリストの為のホスピタリティ行動集>

サロンの1日の行動フローを基準に、ホスピタリティを切り口としたルールやマナーなどの行動集を新たに開発した。

③今後の活用

従来の国家資格取得を主とした教育プログラムに加え、就活対策セミナーなどのプログラムの充実に活用し、美容室の人材ニーズに対応したコミュニケーションスキルの高い人材を輩出する。また、将来的にはレセプションリスト等のホスピタリティ型スタッフの養成コースの設置を目指すべく、また美容業界のみならずエステティックやリラクゼーション業界へ向けた人材育成プログラムとして、更なるプログラムの研究を継続したいと考える。

④次年度以降における課題・展開

今後、本プログラムの活用にあたっての課題は、調査結果で明らかになった様にキャリアマップなど美容業界全体の人材に対する継続的かつシステムチックに養成可能な土壌をつくっていくことが必要と考える。具体的には本事業で開発したプログラムに、例えばインターンシップ制度などを活用した社会人基礎力・実践能力向上のプログラムや、キャリア教育プログラムとの融合。美容師等養成指導者のFDプログラムの開発。また顧客管理システムなどITを更に高度活用できるマネージメント能力やカウンセリング能力養成プログラムの開発。またメイク・ネイルなどのスキル養成を含めた小零細型美容室への展開型プログラム、外国人活用を視野に入れたプログラム開発などが今後の課題と考える。

3. 事業の実施に関する項目

①ニーズ調査等

<調査のねらい>

レセプションистの活用状況及び採用の現状と評価・教育についての情報を収集し、客観的な現状を把握する。

- ・採用現場へのヒアリングを通じて「ホスピタリティ型」スタッフの採用基準を明確にする
- ・サービスの達人・奉仕の達人に教えを受ける
- ・サービス業における社員研修のテキストを収集する

<対象及び方法>

- ・ヒアリング調査 首都圏、関西の主要5美容室
- ・アンケート調査 首都圏、関西の30美容室

<ヒアリング調査項目及び結果総括>

①導入のきっかけ

お客様の満足度を高めるためにレセプションистを導入した事例が目立つ。導入の時期は古くても10年未満。今後は中小の美容室でも技術職との兼任を中心にレセプションистの導入が増えていくと予想される。

②採用基準

採用基準は千差万別。関西のサロンの方が第一印象にこだわる傾向が見受けられた。今後はサロン経験者だけでなく、サービス業を中心とする一般からの転職者・新卒者も増加していくだろう。

③業務領域

接客サービス、経営分析、メイク等の技術のすべてをレセプションистの業務領域としていたのが[L店]。導入の初期段階では接客サービスを中心にしながらも、メイク等と兼任する場合もあるが、一定のポジションが確立された段階では、経営の分析能力を兼ね備えた専任のレセプションистの人材育成に力を入れるサロンが増えそうだ。

④美容師との連携

一般的には、美容師との上下関係に悩むレセプションистが多いが、取材したレセプションистの場合は、プロデューサー的なポジションを与えられているケースが多かった。経営者の代理として店を客観的にとらえ、美容師では行き届かない気配りのできるレセプションист育成が現場では求められている。

⑤教育

きちっとした社内教育プログラムが確立されていないサロンがほとんど。必要に応じて、独自で創意工夫しながら対応している。業界標準の教育プログラムが求められている。

⑥評価基準

明確な評価基準は持たず、日頃の行動による評価が目立つ。売り上げ目標を設定しているサロンも出始めている。今後、業界標準としての評価基準の確立が急務だろう。

⑦キャリアプラン

現場を管理するマネージャー職を期待されているが、現状はそのレベルに至るまでに離職する人も多い。

<アンケート調査項目及び結果総括>

■採用担当者の回答に対する総括

①採用動向と雇用傾向

フロント、受付など呼称はさまざまだが、多くのサロンが6年以上前からレセプションニストを活用していた。その理由として多いのが「顧客満足度向上」のためである。

一方で、生産性向上のためにレセプションニストを導入したサロンも多い。非生産者であるレセプションニストを生産性向上のために活用することは、美容室がホスピタリティ重視の付加価値の高いサービス産業になりつつある証明だと思われる。雇用形態は正社員で専任が最も多く、レセプションニストが美容室の専門職種としてある程度認知されているように思われる。兼任の場合はほとんどがネイリストやメイクアップアーティストといった採算の取りづらい職種を兼ねている。レセプションニストの新規採用ニーズはスタイリストやアシスタントほど高くないものの、若干名の募集予定があるサロンが目立った。

②採用基準

採用基準に関しては、話を聞く、話す態度、姿勢、挨拶といった社会人としての基礎的な能力に重点が置かれている。また、服装や髪型のセンスといった外見上のイメージは他の業種に比べ、厳しくチェックされていることも改めて浮き彫りとなった。

③評価方法と将来性

レセプションニストの評価は、マニュアルを活用するサロンも意外と多く、能力や勤続年数による昇給昇格も行っているサロンが目立つ。しかし、実際は平均勤続年数が2年未満と非常に短く、長期的に働く職業としての確立はなされていないのが実情だろう。レセプションニスト活用に積極的な一部のサロンでは、優秀なレセプションニストの経営参加、マネージメント職への登用を進めている。

評価の判断材料としては、多くのサロンでサロン全体の売上や新規客の再来率といった技術者同様の数値を参考にしている。ここからもレセプションニストのサロンにおける重要度の高さが見て取れる。

④教育手法

レセプションニストの教育については、予想を反して多くのサロンで教育プログラムを持ち活用していることが判明した。今後、より一層の人材開発のために専門の教育機関への期待も非常に高いことがうかがえる。

■レセプションニストの回答に対する総括

①就業動向

今回の調査では、勤続年数3年以上のレセプションニストが最も多かった。就業のきっかけは、美容と接客への興味が高く、待遇や勤務時間などに魅力を感じる人は少数だった。これは他業種に比べ、勤務時間や勤務体系が整っていないことの裏づけともいえるだろう。前職はアパレル・販売や飲食などの接客サービス業が多く、美容関係からの転職者はまれで、美容知識よりも接客サービス経験を活かしていることがわかる。

②業務領域

最も重要とされるのは、お出迎え、お見送り、電話対応など接客の基本とされる部分を中心。会計や計算など経営管理的な分野への進出も目立っており、お客様への満足向上と経営管理の両面にレセプションニストが関わっていることがわかる。

③キャリアプラン

PCスキルやファッションセンス、カウンセリングスキルなどを身につけていきたいという意見が多く、POSなど管理システムを使う機会が多いことがうかがえる。

レセプションニストの専門教育機関に対する期待度は高く、約9割のレセプションニストが「内容がよければ受講したい」と回答している。高めたい内容については、接客マナーやコミュニケーション力、会計管理など経営面でのスキルの向上にも関心を示している。

④職務意識

社会人基礎力を基にしたレセプションニストに求められる能力の調査では、主体性、状況把握力、計画力、課題発見力など、自ら考え動くことが現場でも重要と考えられている。また、笑顔や気配りといった、「サロンの顔」としての役割を重視する声も多く聞かれた。

■美容師(技術者)の回答に対する総括

①レセプションистとの連携

レセプションистと美容師の連携について調査した結果、最も必要とされるのは、お出迎え、お見送り、電話対応や来店スケジュール管理など接客の基本となる部分を中心に、会計や計算など経営管理の部分も求められている。美容師としては、普段の接客では行き届かない気配りや配慮をレセプションистに期待する声が多く上がった。

約9割の美容師がレセプションистは美容室に必要な存在だと回答しており、レセプションистに求める業務領域も年々増加しているように思われる。

②レセプションистに求められる能力

社会人基礎力を基にしたレセプションистに求められる能力についての調査では、美容師から見てもやはり、主体性のある、自ら考え動くことのできる人材を求められていることが判明した。

②カリキュラムの開発

■テーマ

上記2-② 同様

■開発経緯

「顧客管理システムテキスト」はタカラベルモント株式会社の協力により、「サロンレセプションистの為のホスピタリティ行動集」は株式会社トラジャルウェストの協力により開発した。

■対象

美容学生、美容業界で再チャレンジを目指す求職者、他業種から美容業界への就職を目指す求職者

■手法

講義及びロールプレイングを中心としたプログラムとし、受講者が実感、体感しやすい手法を採用した。

■開発内容

別途添付資料参照 ①サロンレセプションист レジューメ ②顧客管理システムテキスト ③サロンレセプションистの為のホスピタリティ行動集

③実証講座

12月 1日(土)	1	つくす	場所	ホスピタリティーマインド'	趣旨・概要説明 ホスピタリティーマインド' アイ スフレーキング'
	2	つくす	大美	〃	自己診断(HSQ、社会人基礎力)
	3	つくす	大美	〃	他者評価(話す、聞く)
	4	つとむ	大阪産業 創造館	企業家ミュージアムツ アー	企業家精神に学ぶ 発声練習
	5	つとむ	大阪産業 創造館	〃	ゼミ受講の心構え タカラベルモントの事例に学ぶ
	6	つとむ	大阪産業 創造館	〃	
12月 8日(土)	1	つとむ	清風	ゼミ講義	人間関係 過去から現在
	2	つとむ	清風	〃	上記発表
	3	つとむ	清風	〃	質問・発問練習
	4	つとむ	清風	講演:(有)黒船カンパ ニー 中村文昭	傾聴
	5	つとむ	清風	〃	
	6	つとむ	清風	〃	謝辞発表
12月15日(土)	1	つくす	大美	ホスピタリティーマインド'	顧客満足・クレーム
	2	つくす	大美	美容室顧客管理システム教 育 ①	顧客管理、美容室空間について
	3	つくす	大美	美容室顧客管理システム教 育 ②	顧客満足
	4	つくす	大美	ホスピタリティーマインド'	非言語(NVC見た目)による印象(表情・ 立ち居振る舞い・身だしなみ)
	5	つくす	大美	コミュニケーションスキル	
	6	つくす	大美	〃	

12月22日(土)	1	つくす	清風	〃	準言語による印象(音の長短・強弱・抑揚・発話の速さ)
	2	つくす	清風	〃	
	3	つくす	清風	〃	言語(VC)による印象(挨拶、返事、敬語、)
	4	つとむ	清風	講演:(株)松下電器産業 前川直也	マップ作り
	5	つとむ	清風		グループワーク
	6	つとむ	清風		
1月12日(土)	1	つくす	大美	コミュニケーションスキル	言語(VC)による印象(挨拶、返事、敬語、)
	2	つくす	大美	〃	言語(VC)による印象(話し方・聞き方)
	3	つくす	大美	〃	
	4	つくす	大美	〃	
	5	つくす	大美	〃	電話対応
	6	つくす	大美	〃	クレーム対応・ユニバーサルサービス
1月19日(土)	1	つとむ	清風	ゼミ講義	身だしなみ
	2	つとむ	清風	〃	スピーチ練習
	3	つとむ	清風	〃	
	4	つとむ	清風	講演:(株)ソニー・コンピューターエンタテインメント 小林康秀	成功要因
	5	つとむ	清風	〃	就職・働く上での幸せについて
	6	つとむ	清風	〃	積極的心構え

1月26日(土)	1	つくす	大美	美容室顧客管理システム教育 ③	POS操作指導、予約ロープレ
	2	つくす	大美	美容室顧客管理システム教育 ④	来店ロープレ
	3	つくす	大美	美容室顧客管理システム教育 ⑤	精算ロープレ
	4	つとむ	大美	ゼミ講義	
	5	つとむ	大美	講演:(株)カルクリエーション 鍛冶良紀	
	6	つとむ	大美	〃	
2月 2日(土)	1	つくす	大美	美容室顧客管理システム教育 ⑥	POS操作指導、朝礼ロープレ
	2	つくす	大美	美容室顧客管理システム教育 ⑦	施術中ロープレ
	3	つくす	大美	美容室顧客管理システム教育 ⑧	終礼ロープレ
	4	つとむ	清風	ゼミ講義	信念を持つ・やり抜く意思
	5	つとむ	清風	〃	
	6	つとむ	清風	〃	
2月 9日(土)	1	つくす	大美	美容室顧客管理システム教育 ⑨	顧客管理講座
	2	つくす	大美	美容室顧客管理システム教育 ⑩	顧客管理講座
	3	つくす	大美	ホスピタリティーマインド	チームロープレ
	4	つとむ	大美	ゼミ講義	つとむゼミ講演会・講義を振り返り
	5	つとむ	大美	〃	敬語の実践練習、立ち位置の効果、スピーチトレーニング
	6	つとむ	大美	〃	つとむ成果 報告スピーチ
2月16日(土)	1	つくす	大美	ホスピタリティーマインド	自己診断
	2	つくす	大美	ホスピタリティーマインド	自分の考えるホスピタリティとは?発表、シェアリング、他者評価
	3	つくす	大美	ホスピタリティーマインド	プレゼントカード、メッセージ
	4	つとむ	清風	講演:株式会社ガイナックス 武田 康廣	「夢・創意工夫」の大切さ
	5	つとむ	清風	〃	
	6	つとむ	清風	〃	