

## 理念の力

### 1 はじめに

あなたは海援隊が歌う「母に捧げるバラード」をご存知でしょうか。その歌のなかで武田鉄矢がせりふを語ります。

・・・がいつとくがなあ、なまじ腰ば降ろして休もうなんて絶対思たら死ぬ気で働いてみろ、テツヤ。  
人間、働いて、働いて、働きぬいて、もう遊びたいとか休みたいとか思うたら、一度でも思うたら、はよ死ね。  
それが人間ぞ、それが男ぞ。

ここには言葉の力があります。言葉で心をわしづかみし、揺さぶり、行動に駆り立てる力があります。おそらくお母さんはこのように武田鉄矢に語ったのでしょうか。

### 2 理念とは

#### (1) 意味

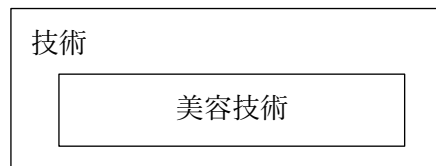
この後、混乱を招くことのないように、次のように区別して言葉を使います。

美容技術：

カット・パーマおよびシャンプーなどを適切に行うわざ。

技術：

美容技術を使ってお客さまの個性（＝美）をあらわす手段&方法



#### (2) 美容技術

美容技術は美容専門学校で教えられ国家試験で試されます。国家試験に合格したあとも、実務をとおして、あるいは先輩から教えられて、腕をあげることができます。熱意と練習に比例します。

#### (3) 技術

美容師がみずから習得しようと思ひ、実地にやってみるによって、習得できます。一番になることはなかなか難しいですが、一流になることはできます。

### 3 技術の習得

お客さまの長所を引き出す方法は次の手順で行います。

手順1：社長・店長はお店の目的をつくる。

(例) 年齢50歳代の女性が元気になる美容をする

手順2：美容師を含む全スタッフに丁寧に説明する。

(例) 毎月の定例ミーティングでゆっくりと具体的に話す  
同時に意見を求める。適切な意見は取り上げる。

手順3：説明を繰り返し目的が達成されているか確認する。

(例) 月例ミーティングで話し合う

「元気になるって、どういうこと？」

「どうしたら元気か・元気でないか判断できるの？」

手順4：ご来店するお客様が目的に合っていく傾向にあるか確認する。

必要におうじて目的の軌道修正をする。

このプロセスで大事なことを例示します。

例1：始める前にお客さまのご要望をゆっくり聞きます。

たとえば「前髪は短く」とおっしゃった場合でも、「どの程度、短いのか」「前髪の範囲はどこからどこまでか」などを聞き出す。

例2：ソファに座って施術を待っている姿をそれとなく見ると、そのお客さまがどのような方なのか、わかります。

(1) 軽く目を閉じているか、または静かに雑誌に目を落としている方

- ・安定した生活を送り、人間関係がうまくいっている。
- ・特異な美容を望むわけではない。

(2) きょろきょろ室内を見ている、

またはあわただしく雑誌のページをめくる、あるいは閉じる方

- ・ご自分の要望を適切に表現することが難しい。
- ・お気持ちをゆっくり確かめる必要がある。

本項おわり