

地道な努力を成果につなげる 老若男女に愛されるキャラクター



アシスタント 林 勇太さん / 店長 浅沼 雄元さん / アシスタント 関川 陸さん

Violetは5周年を迎えた表参道店のほか、名古屋栄店や、2020年6月オープンしたNEWoMan横浜の新店など、ここ数年で順調に店舗数を増やしています。それに伴い課題となったのが、増加したスタッフの教育・育成について。普段のコミュニケーションや数ヵ月ごとの面談に加え、個々のカリキュラムの進捗、カットモデル数を数値化・グラフ化する形で、細かく目が届くようなシステムを構築しています。データは都度スタッフ全員に共有され、年間MVPの表彰や技術ごとの店内コンテストなども個々のスキルや課題を可視化。スタッフ自身も、目標達成までの立ち位置を定量的に把握しやすいため、モチベーションUPや問題解決に役立てられています。

需要の掘り起こしにつながる 常連客への声かけの徹底

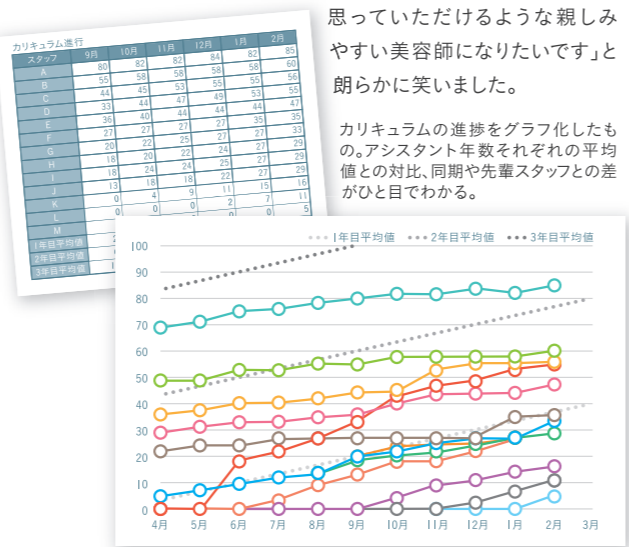
2019年末に行われた店販キャンペーンにおいて、スタッフの士気を高めるため、購入数、アプローチ数などをポイント化し、上位スタッフを表彰する店内コンテストが開催されました。その際、当時1年目のアシスタントの中で1位を獲得したのが林さんでした。「とにかく声をかけることを徹底しました。常連のお客さまだと『すでに誰かがご案内しているだろう』と思うがちですが、いずれにしても『もうお話し聞いていますか?』というアプローチは必ずするようにしていました。取り組み自体は特別ではないかもしれませんが、お客さまへの遠慮から積極的にいけない人は多い、と店長の浅沼さん。「林は叩かれても出続ける杭のように、物怖じしないのがすごい。たとえそのときダメだったとしても、失敗から学ぶことは多いですからね。結果として再告知による購買意欲の喚起や、ニーズの取りこぼしを防ぐことに成功しました。

苦手を補う努力を続け モデル数0から「新人賞」受賞へ

Violet表参道店では、店内コンテストのポイント制のように、スタッフ教育・育成に関わるほとんどのことが数値化されるため、努力できている部分、不足している部分が本人にも明確にわかるようになっていきます。林さんの場合、いまだこそカットモデル数の多さで群を抜いていますが、入社当初は“0人”の時期に悩んでいたこともあったそうです。「新宿、原宿、渋谷の街はもちろん、学生に狙いをつけて大学のキャンパス近くにもモデルハントに行き、ようやく少しずつ協力してくれるモデルさんが増えていきました」。やはり地道にやるのが大事だと実感した林さん。ほかに、カリキュラムの進みが気になるときは休日の練習に精を出し、キャンペーンが始まったらオススメを徹底。浅沼さんいわく、技術面ではまだまだ発展途上という林さんですが、足りない部分があるからこそ、そこを補う努力を続けることで着実に結果を残しています。2020年1月に開催された年間MVPの表彰では、店内コンテストのポイント、モデル数、モデル売上で3冠を達成し、「新人賞」を受賞しました。

常に笑顔でいる人の話には 耳を傾ける人が多い

地道な努力の賜物とはいえ、林さんの取り組みが結果につながっている要因として「とにかく笑顔でいること」を挙げた浅沼さん。「新人の間はどうしても注意される場面が多いので、お客さまの前で思わずムツとした顔を見せる人もいます。でも林は常に笑顔。僕的美容師歴15年の中で、こんなに笑顔でいられる人を見たことがない」と太鼓判を押します。「老若男女問わず、さまざまなお客さまに対応できる能力が、入社1年目のアシスタントに備わっていることは滅多にありません。だから、当たり前のようでも笑顔で接客できることは、幅広い人に親しみを感じてもらおううえで大きな強みになると思います。新人スタッフにとってはとくに重要なことです。笑顔のベースがあってこそ、セールストークにも耳を傾けてくれる人が多いのかもしれないと自負する林さん。いまは接客中もマスクを着用するため笑顔が見えづらくなりますが、「こやかにしているのが声のトーンで伝わるように気をつけています」という徹底ぶり。今後について、「悩みがあったら『林さんに聞いてもらおう』と



スタイリストデビューに向けて 緻密な分析と行動力で集客を促す

SNSの投稿内容を ターゲットの好みにシフト

スタイリストデビューに向けて、Instagramを使った集客に力を入れている関川さん。「以前は単純に見た目がキレイな、いわゆる“映える”写真を投稿していました。でもあるとき、施術させてもらったサロンモデルの方が仕上りのスタイルをインスタにアップしてくれた。僕のページの閲覧数までグッと上がったんです。これは集客に活用できると思いました」。それから関川さんはターゲットにした1層のインスタをリサーチ。フォロワーを増やすよりも、ターゲット層の好みに合わせた投稿で共感・拡散を促す形にシフトしていきました。「ページを閲覧していただいたとしても、来店までつなげるのは非常に難しかったのですが、投稿内容を変えてから少しずつカットモデルの予約が増えていきました」。また取り組みを続ける中で、2019年にインスタ上で行われたロレアルプロフェッショナル主催のフォトコンテストに応募し、見事準グランプリを受賞しました。「最初から賞を狙っていたので、自分らしさを打ち出すよりも、審査員の方の投稿から好みの傾向を割り出して作品に落とし込みました。ハッシュタグにもこだわるなど、なるべく審査員の目にとまるよう工夫したので、この受賞は、作品のクオリティーだけでなく、僕のインスタでの取り組みが有効だったというひとつの証明になったと思っています」。



関川さんのInstagram。写真だけでなくフォントや絵文字にもこだわり、ページ全体の雰囲気統一している。

お徳感のある価格設定で 年間モデル売上No.1

Violetではモデルの施術料をスタッフ自身で設定できるため、関川さんはインスタと同じくターゲットの傾向を分析して価格を決めています。「僕のモデルさんは大学生が多いので、無理がない価格にするよう気をつけています。とはいえ、低すぎても期待値が下がってしまいかねない。そこで、利用している人が多いホットペッパービューティーで表参道エリアのヘアサロンをすべて調べて、平均料金を割り出しました。僕の施術料をそれより少しだけ低めに設定してお徳感を出す狙いです」。この取り組みについて、「アシスタントでも強質な値段でやろうと思ったならやれるんですよ。でもそれに合った技術がなければいけない」と店長の浅沼さん。「その点で関川は、料金をいただくことの意味を理解し、きちんとデータに基づいて根拠立てて考えているのが素晴らしいですね」。浅沼さんの信頼厚く、2019前半はアシスタントリーダも務めた関川さん。同年、サロン内でもっとも多いモデル売上を達成し、年間MVPとして表彰されました。

インスタで得た経験を生かして 新たな集客方法に挑戦

インスタでの集客に手応えを感じた関川さんは、スタイリストデビュー後の取り組みとして、「minimo」に注目しています。「いまViolet全体でもインスタを使った集客に力を入れています。30人以上のスタッフが一言に動いているので、僕のようなアシスタントやデビューしたてのスタイリストは、多くのアカウントのひとつとして埋もれてしまうかもしれません。それなら、と別の取り組みを模索していました。minimoは、髪を切りたい、モデルになりたいと思う人ための予約サービスなので、SNSより来店への流れがスムーズ。しかも、サロンごとではなく美容師個人のページでモデルを募集できるので、SNSのような自由な使い方が可能です。現在は横浜の新店で働く関川さん。「このご時世なので、少しでも集客してサロンに貢献したい」と思っていて、インスタで得たノウハウをminimoで試しながら、9月予定のスタイリストデビューに備えています。

サロンとディーラーの「これから」をつなぐ

Koreii タブロイド

No.2

サロンの明日をつくる アシスタント新世代

いつもご愛顧いただきありがとうございます。
短期間でのスタイリストデビューをうたうサロンが増えるなど、美容業界におけるスタッフ育成・教育環境は、ここ数年で大きく変わりつつあります。そこで「Koreii(コレイイ)」特別編集第2号は、サロンの未来を担うアシスタントの仕事に注目!
これまで以上の成長速度が求められる中、
新世代のアシスタントはどのような工夫や努力をしているのか?
新型コロナウイルスによって変わったこと、変わらないことを含めて、
東京、茨城、静岡の5サロンで活躍する6名にお話を伺いました。

※2020年3月時点の取材内容に、一部加筆しています。



- Top Style 手塚 健斗
- AccessMoon 半谷 千尋
- BASSA 早野 信
- Memory by Infinity 北村 直人
- Violet 林 勇太
- Violet 関川 陸



