

平成 29 年度 文部科学省 専修学校による地域産業中核的人材養成事業

美容サロンの競争力を高める

美容 HRM 人材養成プログラムの開発と実証

事業報告書

平成 30 年 2 月

学校法人大美学園 大阪美容専門学校

目次

1. 美容 HRM 人材養成プログラム・・・002
 - 1-1 美容人材マネジメント基盤力養成プログラム全体像・・・002
 - 1-2 教育プログラム学習進行例・・・003
 - 1-3 研修講座主教材(集合学習用コンテンツ)※平成29年度全教材(紙)・・・005
 - 1-4 研修講座副教材(個人学習用コンテンツ)※集合学習用教材のeラーニング化・・・088
 - 1-5 研修講座主教材eラーニングコンテンツ※平成28年度成果物のeラーニング化・・・098

2. 実証講座①(平成28年度開発分)・・・103
 - 2-1 研修講座計画・・・103
 - 2-2 告知・・・104
 - 2-3 模様・・・105
 - 2-4 結果・・・106

3. 実証講座②・・・107
 - 3-1-1 研修講座計画(大阪)・・・107
 - 3-1-2 告知(大阪)・・・113
 - 3-1-3 模様(大阪)・・・114
 - 3-1-4 結果(大阪)・・・115
 - 3-1-5 受講成果(大阪)・・・121
 - 3-2-1 研修講座計画(千葉)・・・127
 - 3-2-2 告知(千葉)・・・135
 - 3-2-3 模様(千葉)・・・136
 - 3-2-4 結果(千葉)・・・137
 - 3-2-5 受講成果(千葉)・・・145

4. 参考資料・・・159
 - 4-1 実証講座資料「ドラッカーの5つの質問」・・・159
 - 4-2 実証講座資料「Styling the Lifestyle」・・・169
 - 4-3 実証講座資料「体験版サロン経営ゲーム」・・・182
 - 4-4 実務力評価指標・・・189

美容HRM人材養成プログラム

▼ 全体構成

【対象】○ 美容サロンに勤務して将来マネジメント職を志望する美容師(アシスタント修了レベル)

○ 自社の人材マネジメントの向上・改善を図るサロン経営者

▼ 実務力評価指標

本教育プログラムの到達度評価を兼ねた、各スキル項目リストとレベル判定指標

領域	テーマ	集合学習 (60.0h)	個人学習 (60.0h)
[A] マネジメント総合 (40.0h)	1 マネジメント・シミュレーション	1.1【演習】経営者マインド 3.0h 1.2【演習】サロン経営戦略 6.0h	○ サロンマネジメント基礎CS(12.0h) ○ サロン新規事業計画作成検討(10.0h)
	2 新規事業計画作成	2.1【演習】事業計画作成概要/コンセプト策定 3.0h 2.2【演習】経営環境分析/プロモーション 3.0h 2.3【演習】体制構築・労務管理/財務管理 3.0h	
[B] 人材マネジメント (80.0h)	1 人材マネジメントのプロセスと導入方法 (52.5h)	1.1【講義】人材マネジメントの目的と概要 1.5h	○ サロンHRM手引書(PBL成果物)作成 (24.0h)
		1.2【演習】サロン人材マネジメントPBL1(3回) ・PBL概要説明&サロンHRM手引書の設計 ・計画策定と事前準備 ・職能等級体系の設計 ・全社的人材と個別的人材像の設定 ・人材育成体系の設計 ・目標管理シートの作成 ・報酬体系・昇格昇進基準の設計 ・成果発表&総括 18.0h	
	2 サロン人材評価の方法 (23.0h)	2.1【講義】サロンにおける業績評価 4.5h	○ 業績評価シート作成 (6.0h) ○ 職能評価シート作成 (6.0h)
		2.2【演習】サロン業績評価シートの事例分析・設計 2.3【講義】サロンにおける職能評価 4.5h 2.4【演習】サロン職能評価シートの事例分析・設計 4.5h	
	3 フリーランス美容師の活用と支援 (4.5h)	3.1【講義】コンセプトの策定/これからの新卒採用 1.5h 3.2【講義】求人のためのWeb活用/SNS活用ポイント 1.5h 3.3【講義】広告を使った求人 1.5h	○ 講義映像の聴講 (1.5h) ○ SNS活用方法検討ワーク(0.5h)

※【A】はテーマ1・2共に必修、【B】は受講者の必要に応じてテーマ1~3から選択(全テーマ受講可)。

● 人材マネジメント1のPBLは、2段階で実施。全9回の冒頭3回分で、PBLのプロセスを事例ベースでなぞる方式で実施し、残りの6回分で本格的に取り組む。

● 実証講座では、冒頭3回分(9時間)を実施する。

● 人材マネジメント2の参考資料は「美容室・理容室で成功する人事制度構築マニュアル」p3の人事理念(=人材ビジョン)、p8の人事評価表(=人材評価シート)。

1-2 教育プログラム学習進行例

美容サロン人事評価 学習進行例

実施形式	学習項目	時間
講義	ケーススタディ No.1 導入講義 - 業績評価の概要 - 業績評価の目的 - 業績評価の観点・考え方 - 目標管理シートの構成	1.0 時間
演習	ケーススタディ No.1 業績評価シートの分析・作成 - 演習課題(1) 評価項目の考え方の検討 (20分) - 演習課題(2) 目標設定の考え方の検討 (20分) - 演習課題(3) 振り返りの考え方の検討 (20分) - 演習課題(4) 運用上の問題点・課題の検討 (30分) - 演習課題(5) 業績評価シートの作成 (1時間)	2.5 時間
講義	ケーススタディ No.1 講評・解説	1.0 時間
講義	ケーススタディ No.2 導入講義 - 職能評価の概要 - 職能評価の目的 - 職能評価の観点・考え方 - ジョブカード制度の概要 - 評価シートの構成	1.0 時間
演習	ケーススタディ No.1 業績評価シートの分析・作成 - 演習課題(1) 作成段階の留意点の検討 (20分) - 演習課題(2) 実施方法の考え方の検討 (20分) - 演習課題(3) 重みづけの考え方の検討 (20分) - 演習課題(4) 運用上の問題点・課題の検討 (30分) - 演習課題(5) 職能評価シートの作成 (1時間)	2.5 時間
講義	ケーススタディ No.1 講評・解説	1.0 時間

以上

フリーランス美容師活用 学習進行例

回	集合学習（講義）	時間	個人学習
第1回	<ul style="list-style-type: none"> ・コンセプトの策定 <ul style="list-style-type: none"> - ブランディングのためのコンセプト - サロンのクリエイティブ - サロンのイメージの確立 - サロンのブランディング ・これからの新卒採用 <ul style="list-style-type: none"> - これからの新卒採用に向けて - 新卒採用の事例 - 求人に際しての悩み - 学生の就職先の決め方 	1.5 時間	<ul style="list-style-type: none"> ・講義映像聴講 <ul style="list-style-type: none"> ①「コンセプトの策定」 ②「これからの新卒採用」 ・講義資料 p. 1~29 精読
第2回	<ul style="list-style-type: none"> ・求人のための Web 活用 <ul style="list-style-type: none"> - ホームページや SNS の充実 - 採用告知の工夫の事例 ・SNS 活用のポイント <ul style="list-style-type: none"> - SNS を活用した美容サロンの事例 - インスタグラム投稿のコツ - Web コンテンツ充実のポイント 	1.5 時間	<ul style="list-style-type: none"> ・講義映像聴講 <ul style="list-style-type: none"> ③「求人のための Web 活用」 ④「SNS 活用のポイント」 ・講義資料 p. 30~53 精読
第3回	<ul style="list-style-type: none"> ・広告を使った求人 <ul style="list-style-type: none"> - Web 広告の役割と種類 - Twitter 広告 - Facebook 広告 - Instagram - LINE 広告 - バナー広告 - 広告配信のシミュレーション 	1.5 時間	<ul style="list-style-type: none"> ・講義映像聴講 <ul style="list-style-type: none"> ⑤「Web 広告を使った求人」 ・講義資料 p. 54~78 精読 ・ワーク 3 問

以上

美容室における 人事マネジメントPBL

学校法人大美学園 大阪美容専門学校

PBL (Project Based Learning) とは

◆ PBLとは

- PBLは「Project Based Learning」の略称。「課題解決型学習」または「プロジェクト型学習」とも言う。
- PBLは学習者が与えられた課題に基づいて主体的に学習を進めていく学習手法。
- PBLによる学習の特徴は、次の3点。

(1) 学習者主導で学習計画を立て、準備し、実行する

- 教師主導の講義形式の授業では、講師が作成した学習計画に基づいて、講師が講義の中で解説する知識を学ぶ。
- PBL学習では、学習者自身が課題分析・目標設定を行い、学習計画を立て、自身に不足した知識や情報を自発的に補いながら、課題解決に取り組む。

(2) 実務の疑似体験を通じて学ぶ

- 教師主導の講義形式の授業では、教師が教壇に立って整理された知識を教えるという実務とは乖離した状況で学習を進める。
- PBL学習では、実務に準ずる課題が設定され、学習者はそれに基づいて、報告や交渉、ドキュメントの作成など、実務をロールプレイしながら学習を進める。

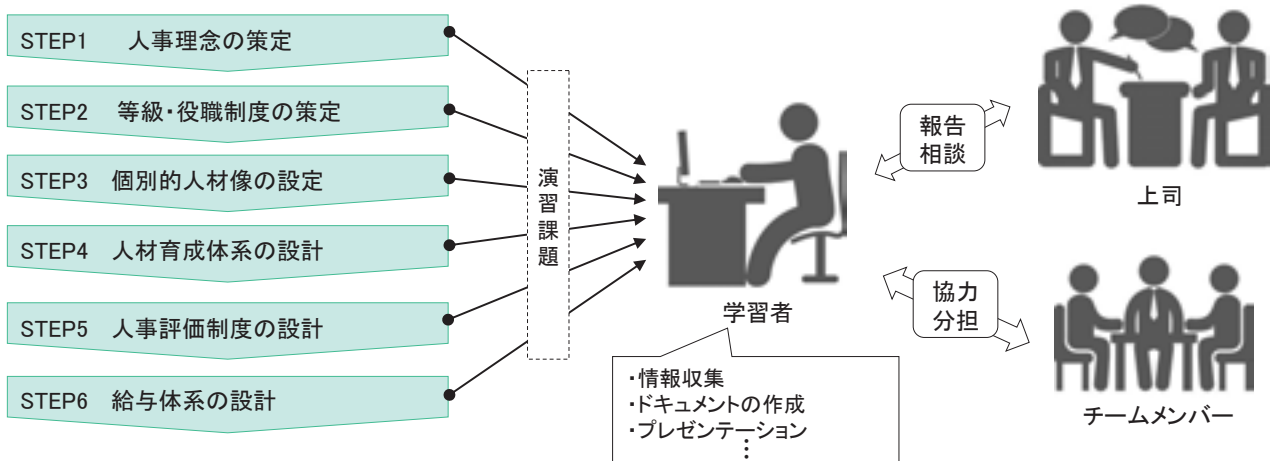
(3) 総合力(実践力)を養う

- 教師主導の講義形式の授業では、知識や技術の習得を目指す。
- PBL学習では、知識や技術の習得だけでなく、計画立案・遂行能力、プレゼンテーション能力、チーム運営能力等の社会人として求められる基礎力を総合的に養う。

人事マネジメントPBLの概略

◆ 本PBLの概略

- 本PBLの目標は、美容室における人事理念や教育制度、給与体系などを検討し、人事制度を構築すること。
- 本PBLでは美容室における人事制度の構築を下図に示す6ステップに分け、各ステップで発生する課題を「演習課題」として設定し、それを解決する形で学習を進める。
- 本PBLに取り組む際には、実務と同様に、上司（講師）やチームメンバーなどと適切にコミュニケーションを図りながら作業を進める。



3

人事マネジメントPBLの全体構成

構成項目	目的・特徴	学習項目
PBL① (9.0時間)	<ul style="list-style-type: none"> ・美容室における人事制度構築プロセスの把握 ・進行補助を目的とするガイドライン付き 	STEP1 人事理念の策定 STEP2 等級・役職制度の策定 STEP3 個別の人材像の設定 STEP4 人材育成体系の設計 STEP5 人事評価制度の設計 STEP6 給与体系の設計
PBL② (18.0時間)	<ul style="list-style-type: none"> ・美容室における人事制度構築プロセスに関わるコンピテンシーの習得 ・ガイドライン等はなく、学習者による主体的な取組を促進 	STEP1 人事理念の策定 STEP2 等級・役職制度の策定 STEP3 個別の人材像の設定 STEP4 人材育成体系の設計 STEP5 人事評価制度の設計 STEP6 給与体系の設計

⇒ 実証講座にて実施

4

美容室における 人事マネジメントPBL①

人事マネジメントPBL① 学習要項

◆ 学習目標

- 美容室における人事マネジメントの全体像・プロセスの理解
- 美容室における人事マネジメントに関わるコンピテンシーの習得・向上（企画提案力、情報分析力等）
- 美容室における人事マネジメントに関する実務的知識の習得

◆ 学習テーマ

- 美容院における人事制度の構築

◆ 学習設定

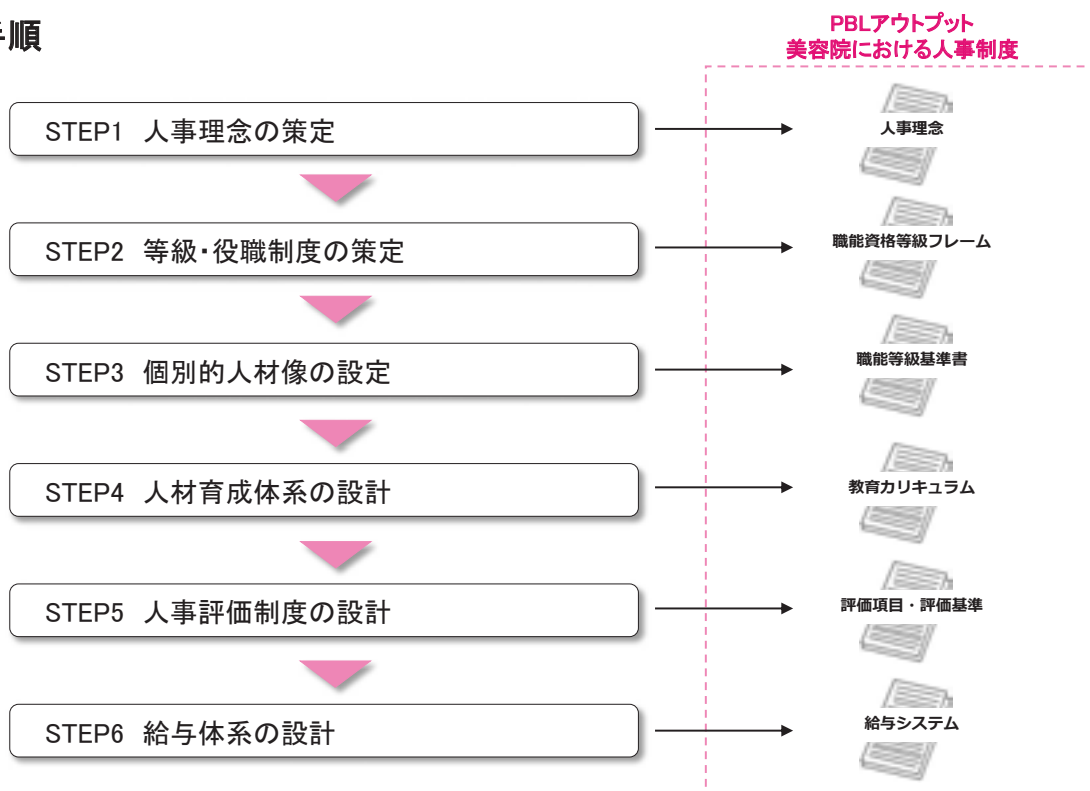
- 受講者が所属する美容院では、近年の事業規模拡大に伴って従業員数が増加し、これに対応するため既存の教育制度や給与体系等を抜本的に見直す必要がある。
- そこで受講者は、他の従業員と協力して人事制度全体の再検討を行うことになった。

◆ 実施時間

- 全9時間（1.5時間×6回、1日3.0時間×3回）

人事マネジメントPBL① 学習手順

◆ 学習手順



7

美容室における 人事マネジメントPBL① STEP1

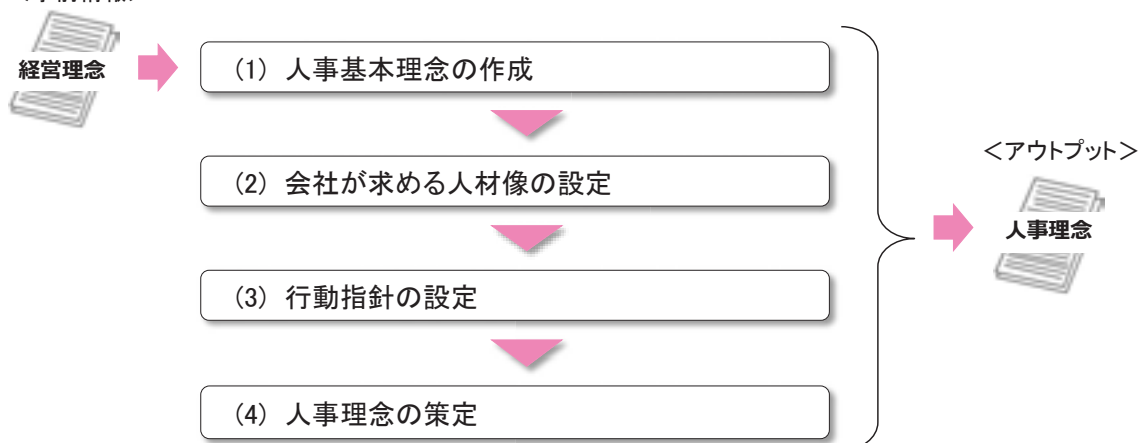
人事理念の策定

STEP1 人事理念の策定

◆ 演習課題

- ・新たな人事制度の検討を進めるにあたっての第1歩として、まず人事理念と人事方針を策定する。
- ・多くの美容院では「どのような美容院を目指すか」という経営理念を設定している。人事理念は、この経営理念を実現するために「従業員にはこうあってほしい」という従業員の人材像を簡潔に表したものである。
- ・このステップでは、以下の手順で検討を行う。

<事前情報>



9

STEP1 人事理念の策定

◆ 今回の学習における経営理念

- ・お客様に美しさと感動を提供し、また来たいと思わせる美容室を従業員皆で協力して作り上げる

◆ 美容室の経営理念の参考事例

- (1) Salon Management Book vol.3 働き方と賃金 p.25
Case1 草流「草流の理念と目的・目標」
- (2) Salon Management Book vol.3 働き方と賃金 p.51
Case4 Taebis/Un anello「経営者として大切な理念と方針の共有」
- (3) 美容室アン「経営理念」
<http://www.annweb.co.jp/philosophy>
- (4) 美容室 I' m international「経営理念」
<http://im-happy.jp/company/philosophy.html>

10

STEP1 人事理念の策定

◆演習課題(1) 人事基本理念の作成

a. 現状の分析

- ・ 人事基本理念を策定する前段として、学習者が所属する美容院においてどのような人材が求められているのかを、現状の分析を行って把握する。
- ・ 自身の経験を振り返り、以下のような事項について考え、記入しなさい。
 - 経営者や店長などの経営陣から、従業員に対してどのような人材であってほしいと言われているか、どのような振舞いが特に評価される傾向にあるか。
 - 上司や先輩から、お客様への対応の仕方、同僚への接し方、自己研鑽の在り方等についてどのような指導を受けたか。
 - 後輩や部下に対して、お客様への対応の仕方、同僚への接し方、自己研鑽の在り方等についてどのように指導を行ったか。

<現状分析(記入欄)>

11

STEP1 人事理念の策定

◆演習課題(1) 人事基本理念の作成

b. 人事基本理念の検討・作成

- ・ 前述の経営理念や現状分析をもとに、人事制度の基本理念を作成する。
- ・ 以下の文章を参考に、記入欄へ記入を行いなさい。その際、文章内の①から④のカッコを埋める形でもよいし、文章そのものを改変してもよい。
 - 私たちは(①)ができるプロフェッショナル集団を目指します。そのために、従業員たちには(②)を目指してほしいと思います。また、(③)にはチャンスを提供し、(④)には必ず報います。
 - ①記入例: 優れた美容を提供すること、美容を通じて幸せを与えること、美容によってお客様を笑顔にすること など
 - ②記入例: 美容のエキスパート、お客様の良き相談者、優れた美容のアドバイザー など
 - ③記入例: 責任感のある人、向上心のある人、チームに貢献しようとする人 など
 - ④記入例: お客様の信頼を獲得する人、チャンスに応じて会社にも貢献した人、優れた営業実績をあげた人 など

<人事基本理念(記入欄)>

12

STEP1 人事理念の策定

◆演習課題(2)会社が求める人材像の設定

- ・ 人事基本理念をもとに会社が求める人材像を設定する。
- ・ 経営理念、人事基本理念に該当する理想的な人材が持っているであろう能力を5個以上設定しなさい。
- ・ 理想的な人材が持つ能力として、例えば次のようなものがある。
 - 自分の仕事に責任を持てる
 - チームワークを大切にする
 - お客様や他の従業員に思いやりを持てる
 - 目標を達成するために努力できる
 - ルールを守ることができる
 - やる気を持って仕事に取り組める
 - 積極的にスキルアップに取り組める
 - 失敗を恐れずにチャレンジできる
 - 他者の成功を心から喜べる
 - 何にでも興味関心が持てる
 - 積極的にコミュニケーションを取れる
 - リーダーシップを発揮できる

<求める人材像(記入欄)>

13

STEP1 人事理念の策定

◆演習課題(3) 行動指針の設定

- ・ 行動指針とは、会社が求める人材であるために、具体的にどのような行動、振舞いを心がければよいのかを、具体的かつわかりやすく定めたものである。
- ・ したがって、演習課題(2)で定めた人材像をもとに、そのような人材に具体的にどのような行動、振舞いを期待するのかを記述すればよい。
- ・ 行動指針としては例えば以下のようなものがある。これらの例を参考に、経営理念、人事基本理念とマッチする行動指針を3個以上設定しなさい。
 - プロ意識をもって自己研鑽に励み、知識と経験を蓄えて、お客様の期待に応える
 - チームで仕事をしていることを常に念頭におき、ルールを守り、困ったときは助け合う
 - 先輩は後輩の成長を心から喜び、後輩は先輩を敬って可愛がられるように努める
 - ヘアスタイルを考えるだけでなく、美容を通じてお客様を幸せにすることを目標にする
 - 教える立場が一番の勉強と考え、スタッフ全員が協力して新人を育て上げる

<行動指針(記入欄)>

14

STEP1 人事理念の策定

◆演習課題(4) 人事理念の策定

- ・課題(1)から(3)までの内容を以下の表に整理しなさい。その際、項目間で内容に矛盾点等がないかを確認しなさい。

項目	内容
経営理念	お客様に美しさと感動を提供し、また来たいと思わせる美容室を従業員皆で協力して作り上げる
人事基本理念	
会社が求める人材像	
行動指針	

15

美容室における 人事マネジメントPBL① STEP2

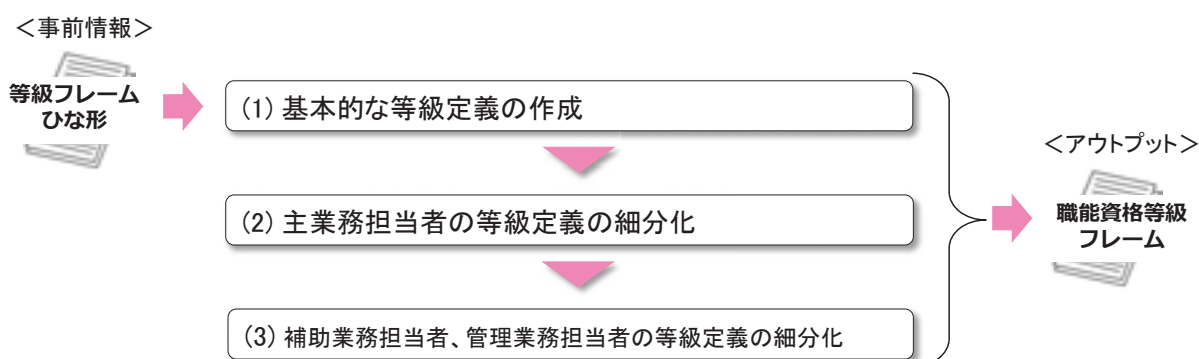
等級・役職制度の策定

16

STEP2 等級・役職制度の策定

◆ 演習課題

- ・次に、従業員たちがステップアップしていくための目安となる職能資格等級フレームを作成する。
- ・職能資格等級フレームは、従業員の職務遂行能力によって段階的な区分を設定したものである。これによって従業員それぞれがどの等級に該当するかを明確にし、経営陣が昇進・昇給の根拠にしたり、あるいは従業員のキャリアアップの指標に活用したりすることができる。
- ・このステップでは以下の手順で、職能資格等級フレームを作成し、等級・役職制度を策定する。



17

STEP2 等級・役職制度の策定

◆ 美容室における職能資格等級フレームの参考事例

- (1) Salon Management Book vol.1 社保と賃金 p.44
Case4 unpeu hair「職能ランクー覧表」
- (2) Salon Management Book vol.2 評価と賃金 p.52
Case5 みがえりびじん「階層9等級によるキャリア設定」

◆ 職能資格等級フレームの基本的な考え方に関する参考資料

- (1) 日本の人事部「等級制度とは」
https://jinjibu.jp/f_ps_system/article/detl/outline/931/
- (2) 美容室の経営・財務・教育をサポートする町さんのブログ
「美容室の人事制度(18)等級制度のポイント」
<https://ameblo.jp/pleasuresupport/entry-11710179431.html>

18

STEP2 等級・役職制度の策定

◆ 一般的な職能資格等級フレームのイメージ例

- ・このステップで作成する職能資格等級フレームは、7段階の等級を設定する。
- ・以下の表は、7段階の等級に分類した一般的な店舗ビジネスの職能資格等級フレームの一例である。

		等級	定義	職位
職能上位 (責任者)	管理業務 担当者	等級7	会社の基本方針に基づいて、店舗の運営方針や目標を設定し、その実現に向けて店舗の運営全体を統括できる。	店舗責任者
		等級6	店舗の運営統括業務の補佐全般を担当し、店舗の目標を達成するための具体的な方策を企画立案できる。	
職能下位 (新人)	主業務 担当者	等級5	自身の担当業務を自立的に遂行し、後輩や部下に対して指導を行うことができる。加えて、自ら他の社員の模範となる行動・振舞いを示すと共に、経営目標を達成するために主導的に業務を遂行できる。	現場リーダー
		等級4	自身の担当業務を持ち、上司の示す方針のもと、自身の裁量を持って自立的に業務を遂行できる。加えて、必要に応じて後輩や部下に対して指導を行うことができる。	
		等級3	自身の担当業務を持ち、上司の示す方針のもと、自身の裁量を持って自立的に業務を遂行できる。	
職能下位 (新人)	補助業務 担当者	等級2	上司や先輩の指示・指導を受けながら、業務に付随する補助作業や難易度の低い業務を遂行できる。加えて、ある程度自立的にそれらの業務を遂行できる。	一般社員
		等級1	上司や先輩の指示・指導を受けながら、業務に付随する補助作業や難易度の低い業務を遂行できる。	

19

STEP2 等級・役職制度の策定

◆ 演習課題(1) 基本的な等級定義の作成

- ・職能資格等級フレームのひな形として、まず3等級に分類した等級フレームを作成する。
- ・次の表の「定義」の欄に対し、美容院におけるアシスタント、スタイリスト、店長・副店長に求められる職務上の能力をそれぞれ記述しなさい。
- ・その際、前掲の等級フレームのイメージ例や参考事例を参照しながら内容を検討し、文章末尾を「～ができる」という形で記述すること。

		等級	定義	職位
管理業務 担当者	等級3			店長・副店長
主業務 担当者	等級2			スタイリスト
補助業務 担当者	等級1			アシスタント

20

STEP2 等級・役職制度の策定

◆演習課題(2) 主業務担当者の等級定義の細分化

- ・課題(1)で記述した基本的な等級定義をもとに、主業務担当者を等級2から等級4の3段階にさらに分類する。
- ・等級が上がるほど上位の職能が要求されることに留意して、等級2から等級4に対して、等級定義を記述しなさい。

		等級	定義	職位
職能上位 (熟練)	管理業務 担当者	等級5	(課題1の記述内容を転載)	店長、副店長
		等級4		
	主業務 担当者	等級3		スタイリスト
		等級2		
職能中位 (一人前)	補助業務 担当者	等級1	(課題1の記述内容を転載)	アシスタント
職能下位 (なりたて)				

21

STEP2 等級・役職制度の策定

◆演習課題(3) 補助業務担当者、管理業務担当者の等級定義の細分化

- ・課題(1)で記述した基本的な等級定義をもとに、管理業務担当者と補助業務担当者をそれぞれ等級6から等級7と等級1から等級2の2段階に分類する。
- ・等級が上がるほど上位の職能が要求されることに留意して、等級1,2,6,7の等級定義を記述しなさい。

		等級	定義	職位
職能上位 (熟練)	管理業務 担当者	等級7		店長、副店長
		等級6		
職能下位 (なりたて)	主業務 担当者	等級5	(課題2の記述内容を転載)	スタイリスト
		等級4	(課題2の記述内容を転載)	
		等級3	(課題2の記述内容を転載)	
職能上位 (慣熟)	補助業務 担当者	等級2		アシスタント
職能下位 (新人)		等級1		

22

美容室における 人事マネジメントPBL① STEP3

個別的な人材像の設定

23

STEP3 個別的な人材像の設定

◆ 演習課題

- ・ STEP2で作成した全7等級の職能資格等級フレームをもとに、各等級における個別的な人材像を具体化した職能等級基準書を作成する。
- ・ 職能等級基準書は、職能資格等級フレームの各等級について、そこに分類される人材の役割、持つべき知識・スキルなどを整理したものである。これをもとに、美容室に所属する各従業員がどの等級に分類されるかを判断する。
- ・ このステップでは、以下の手順で各等級の等級基準書を作成し、個別的な人材像を設定する。

<事前情報>



24

STEP3 個別的人材像の設定

◆ 美容室における等級基準の参考事例

- (1) Salon Management Book vol.1 社保と賃金 p.44
Case4 unpeu hair「職能ランカー一覧表」
- (2) Salon Management Book vol.2 評価と賃金 p.52~53
Case5 みがえりびん「階層9等級によるキャリア設定」
「スタイリストまでの職能に必要な技術査定」

◆ 等級基準に関する基本的な考え方に関する参考資料

- (1) 人事戦略研究所「等級制度のつくり方 5. 等級基準書を作成する」
<https://jinji-seido.jp/howto/grade/>
- (2) 職業能力評価基準ポータルサイト
「職業能力評価基準の活用方法 1.職能要件書として使うには？」
<https://shokugyounouryoku.jp/user/method.html>

25

STEP3 個別的人材像の設定

◆ 演習課題(1) アシスタントの人材像設定

- ・ここでは、前ステップで作成する職能資格等級フレームで「アシスタント」に相当する等級1,2の人材像を設定する。
- ・等級2の内容を参考に、等級1の内容を記述しなさい。

基準項目	等級1(アシスタント1)	等級2(アシスタント2)
役割	上司や先輩の指示・指導を受けながら、業務に付随する補助作業や難易度の低い業務を遂行できる。	上司や先輩の指示・指導を受けながら、業務に付随する補助作業や難易度の低い業務を遂行できる。加えて、ある程度自立的にそれらの業務を遂行できる。
知識		シャンプー、パーマ、カラー等に関する基本的な知識を有している。
技術		シャンプー、パーマ、カラー等に関わる簡単な作業を自立的に遂行することができる。
接客		受付から案内、会計までの流れを理解し、自立的に遂行することができる。
人材育成		
コミュニケーション		業務上で必要な報告・連絡・相談をある程度自発的に行うことができる。
業務改善		上司や先輩に業務の効率化について問われた際、自身の考えを検討し、述べることができる。

26

STEP3 個別的人材像の設定

◆演習課題(2) スタイリストの人材像設定

- ・ここでは、前ステップで作成した職能資格等級フレームで「スタイリスト」に相当する等級3,4,5の人材像を設定する。
- ・等級4の内容を参考に、等級3,5の内容を記述しなさい。

基準項目	等級3(スタイリスト1)	等級4(スタイリスト2)	等級5(スタイリスト3)
役割	自身の担当業務を持ち、上司の示す方針のもと、自身の裁量を持って自立的に業務を遂行できる。	自身の担当業務を持ち、上司の示す方針のもと、自身の裁量を持って自立的に業務を遂行できる。加えて、必要に応じて後輩や部下に対して指導を行うことができる。	自身の担当業務を自立的に遂行し、後輩や部下に対して指導を行うことができる。加えて、自ら他の社員の模範となる行動・振舞を示すと共に、経営目標を達成するために主導的に業務を遂行できる。
知識		ヘアメイク全般の標準的な技術に関して高度な知見を有する。	
技術		ヘアメイク全般に関わる業務を高い水準で遂行することができる。	
接客		接客に関する模範的な行動・振舞を理解し、ある程度実施することができる。	
人材育成		上司の指示を受けて、部下や後輩の指導を行うことができる。	
コミュニケーション		部下や後輩の報告・相談を受けて、適切な指示・回答を行うことができる。	
業務改善		自発的に業務改善に関する自身の意見を上司に提案できる。	

STEP3 個別的人材像の設定

◆演習課題(3) 店長・副店長の人材像設定

- ・ここでは、前ステップで作成した職能資格等級フレームで「店長・副店長」に相当する等級6,7の人材像を設定する。
- ・等級7の内容を参考に、等級6の内容を記述しなさい。

基準項目	等級6(副店長)	等級7(店長)
役割	店舗の運営統括業務の補佐全般を担当し、店舗の目標を達成するための具体的な方策を企画立案できる。	会社の基本方針に基づいて、店舗の運営方針や目標を設定し、その実現に向けて店舗の運営全体を統括できる。
知識		美容室経営を行う上で必要なマネジメントや法律等に関する知識を有している。
技術		
接客		お客様への対応に関する美容室全体としての方針を策定し、従業員に周知している。
人材育成		経営的な観点から現在必要な人材を把握し、その人材を育成するための教育方針を策定している。
コミュニケーション		従業員とのコミュニケーションを積極的に図り、現場の状況をタイムリーに把握している。
業務改善		美容室全体の問題を把握した上で、改善方針を策定し、具体的な改善方法の立案を指示している。

美容室における 人事マネジメントPBL① STEP4

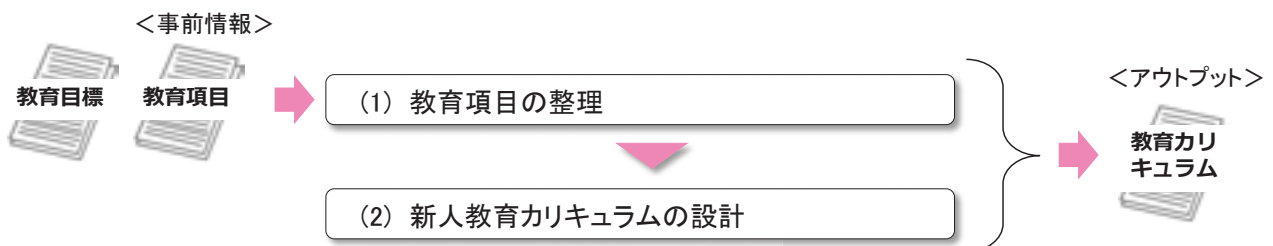
人材育成制度の設計

29

STEP4 人材育成制度の設計

◆ 演習課題

- ・美容室内における人材育成制度を設計する。
- ・今回は特に、新入社員のアシスタントを一人前のスタイリストに育て上げることを目的とする、入社1年目から3年目にかけての3年間の教育カリキュラムを作成する。
- ・このステップでは、以下の手順で各等級の等級基準書を作成し、個別的人材像を設定する。



30

STEP4 人材育成制度の設計

◆美容室の新人教育カリキュラムの参考事例

- (1) Salon Management Book vol.1 社保と賃金 p.30
Case2 La Tierra「技術給算定のチェック項目とスタイリストデビュー」
- (2) Salon Management Book vol.2 評価と賃金 p.39
Case3 DIVA DIVO「教育カリキュラムと育成の基本的な流れ」
- (3) 美容室 ブLOSSOM「教育カリキュラム」
<http://www.hairmake-blossom.com/recruit/system/index.html>
- (4) FORTE RECRUIT「教育カリキュラム」
<http://forte-recruit.com/education/index.html>
- (5) 個室美容室GULGUL「技術カリキュラム」
<http://recruit.hairsalon-gulgul.com/carriculum/>

31

STEP4 人材育成制度の設計

◆ 教育目標

- ・今回は、新人アシスタントを一人前のスタイリストに育て上げるために、入社1年目から3年目にかけて各年に以下の目標を設定する。
- 1年目: スタイリストとして必要な基本的な知識・技術の習得
- 2年目: カット、パーマ等の基本的なヘアメイク技術の習得・向上
- 3年目: カット、パーマ等の応用的なヘアメイク技術の習得・向上

◆ 教育項目案

- | | |
|--------------------|----------------------|
| ・ カット | ・ パーマ |
| - ワンレングス(2か月) | - ストレート(2か月) |
| - セイムレイヤー(2か月) | - ワインディング(2か月) |
| - ショートレイヤー(2か月) | ・ 接遇(2か月) |
| - ロングレイヤー(2か月) | ・ ブロー(2か月) |
| - グラデーションレイヤー(2か月) | ・ シャンプー(2か月) |
| - 刈り上げ(2か月) | ・ トリートメント(2か月) |
| ・ カラー | ・ ヘッドスパ(2か月) |
| - グレイカラー(2か月) | ・ 薬剤選定知識(1か月) |
| - ファッションカラー(2か月) | ・ ヘアセット(2か月) など |

32

STEP4 人材育成制度の設計

◆演習課題(1) 教育項目の整理

- ・新人教育カリキュラムを編成する前段として、教育項目を検討・整理する。
- ・前ページに掲載した教育項目案をもとに、下表に新人社員に1年目から3年目に実施すべき教育項目とその実施期間を整理しなさい。またその際、教育項目を他の美容院の事例や自身の経験等を参考にし、教育項目を追加してもよい。

教育項目	実施期間	教育項目	実施期間
(例) カット - ワンレングス	2か月		
(例) パーマ - ストレート	2か月		
(例) 接客 (受付,電話対応,キャッシング等)	2か月		

33

STEP4 人材育成制度の設計

◆演習課題(1) 解答例

教育項目	実施期間	教育項目	実施期間
カット - ワンレングス	2か月	接客 (受付,電話対応,キャッシング等)	4か月
カット - セイムレイヤー	2か月	ブロー	2か月
カット - ショートレイヤー	5か月	シャンプー	2か月
カット - グラデーションレイヤー	5か月	トリートメント	2か月
カット - ロングレイヤー	3か月	ヘッドスパ	2か月
カット - 刈り上げ	3か月	薬剤選定知識	1か月
カラー - グレイカラー	2か月	ヘアセット	3か月
カラー - ファッションカラー	3か月		
パーマ - ストレート	2か月		
パーマ - ワインディング	2か月		

34

STEP4 人材育成制度の設計

◆演習課題(2) 新人教育カリキュラムの設計

- ・課題(1)で整理した教育項目をもとに、以下の表に例のように配置を行い、新人教育カリキュラムを構築しなさい。その際、前掲した1年目から3年目までの各年の教育目標に留意して設定を行うこと。
- ・また、本カリキュラムに基づく教育は通常業務内で実施することを想定し、業務上での制約条件(年中行事,繁忙期等)を加味して検討を行うこと。

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1年目	(例)シャンプー		(例)トリートメント									
	(例)接客											
2年目												
3年目												

35

STEP4 人材育成制度の設計

◆演習課題(2) 解答例

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1年目	シャンプー		トリートメント		薬剤選定知識		カラー グレイカラー		カラー ファッションカラー			ブロー
	接客						ヘッドスパ					
2年目	カット ワンレングス		カット セიმレイヤー				カット ショートレイヤー					カット グラデーションレイヤー
				パーマ ストレート		パーマ ワインディング						
3年目				カット 刈り上げ								ヘアセット
	カット グラデーションレイヤー						カット ロングレイヤー					

36

美容室における 人事マネジメントPBL① STEP5

人事評価制度の設計

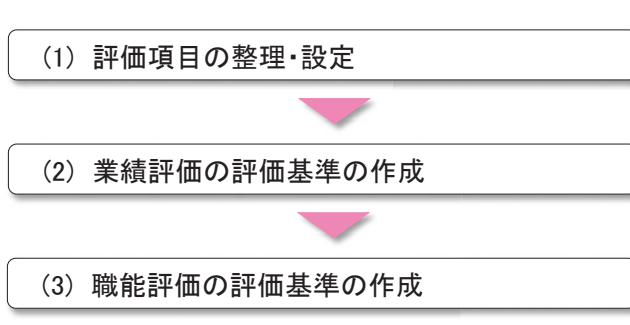
37

STEP5 人事評価制度の設計

◆ 演習課題

- ・美容室内における人事評価制度を設計する。本ステップでは特に、スタイリストを対象とする評価制度を検討する。
- ・美容室における人事評価では、「業績評価」と「職能評価」の2つの観点から評価項目・評価基準を作成する。「業績評価」は、売上高や利益率などに着目した評価である。一方、「職能評価」は、仕事を遂行する能力、すなわち仕事ぶりの評価である。
- ・このステップでは、以下の手順で上記の2つの観点を取り入れた評価項目・評価基準を作成し、美容室におけるスタイリストの人事評価を設計する。

<事前情報>



<アウトプット>



38

STEP5 人事評価制度の設計

◆ 美容室における人事評価制度の基本的な考え方に関する参考資料

(1) Salon Management Book vol.2 評価と賃金 p.8～p.20

「少子高齢社会に必要な人材育成と評価の視点」

(2) 人事戦略研究所「人事評価シートの作り方①～④」

<http://jinji.jp/blog/blog01/2009/02/13-24421.php>

39

STEP5 人事評価制度の設計

◆ 演習課題(1) 評価項目の整理・設定

- ・スタイリストの人事評価を行うための評価項目を設定する。
- ・評価項目一覧に記載されている項目を、表に整理しなさい。その際、評価項目一覧に記載されている各項目が「業績評価項目」と「職能評価項目」のどちらに該当するかを判断して記入すること。

<評価項目一覧>

- ・リーダーシップ
- ・責任感
- ・売上高
- ・コミュニケーション力
- ・店販売上高
- ・店販商品知識
- ・パーマ比率
- ・クリンリネス
- ・クレーム対応
- ・顧客管理
- ・規律順守
- ・接客マナー
- ・部下育成

業績評価項目	職能評価項目

40

STEP5 人事評価制度の設計

◆演習課題(1) 解答

- ・評価項目一覧を表の「業績評価項目」と「職能評価項目」に整理すると以下のようになる。

- <評価項目一覧>
- ・リーダーシップ
 - ・責任感
 - ・売上高
 - ・コミュニケーション力
 - ・店販売上高
 - ・店販商品知識
 - ・パーマ比率
 - ・クリンリネス
 - ・クレーム対応
 - ・顧客管理
 - ・規律順守
 - ・接客マナー
 - ・部下育成

業績評価項目	職能評価項目
売上高	リーダーシップ
店販売上高	責任感
パーマ比率	コミュニケーション力
	店販商品知識
	クリンリネス
	クレーム対応
	顧客管理
	規律順守
	接客マナー
	部下育成

41

STEP5 人事評価制度の設計

◆演習課題(2) 業績評価の評価基準の設定

- ・課題(1)で設定した業績評価項目に対し、それぞれ評価基準を作成する。
- ・「売上高」の評価基準を参考に、「店販売上高」と「パーマ比率」の評価基準を記入しなさい。また、「店販売上高」と「パーマ比率」に対する配点を記入しなさい。その際、「売上高」「店販売上高」「パーマ比率」の配点が50点になるように留意すること。

業績評価項目	配点 総計50点	評価				
		S	A	B	C	D
売上高 (売上実績/ 売上計画)	25点	120%以上	120%未満 110%以上	110%未満 100%以上	100%未満 90%以上	90%未満
店販売上高 (店販売上実績/ 店販売上計画)						
パーマ比率 (パーマ比率実績/ パーマ比率計画)						

42

STEP5 人事評価制度の設計

◆演習課題(2) 解答例

業績評価項目	配点 総計50点	評価				
		S	A	B	C	D
売上高 (売上実績/ 売上計画)	25点	120%以上	120%未満 110%以上	110%未満 100%以上	100%未満 90%以上	90%未満
店販売上高 (店販売上実績/ 店販売上計画)	15点	120%以上	120%未満 110%以上	110%未満 100%以上	100%未満 90%以上	90%未満
パーマ比率 (パーマ比率実績/ パーマ比率計画)	10点	120%以上	120%未満 110%以上	110%未満 100%以上	100%未満 90%以上	90%未満

43

STEP5 人事評価制度の設計

◆演習課題(3) 職能評価の評価基準の設定

- ・課題(1)で設定した職能評価項目を大きく「役割」「能力」「姿勢」の3つに分類した。この3つに対しそれぞれ評価基準を作成する。
- ・「役割」の評価基準を参考に、「能力」「姿勢」の評価基準を記入しなさい。また、「役割」「能力」「姿勢」の配点の総計が50点になるように、各項目の評価点を記入しなさい。

職能評価項目		配点 総計50点	評価				
			S	A	B	C	D
役割	リーダーシップ クリンリネス 部下育成 クレーム対応		機転を利かせた動きで役割以上の働きをし、実績につなげた	十分に役割を果たしており、かつ状況に応じて機転を利かせた動きができていた	求められる役割を一通り果たしていた	役割を果たしていたが、一部課題が残る	役割を十分に果たしていたとは言えない
能力	コミュニケーション力 店販商品知識 接客マナー						
姿勢	責任感 規律順守						

44

STEP5 人事評価制度の設計

◆演習課題(3) 解答例

職能評価項目		配点 総計50点	評価				
			S	A	B	C	D
役割	リーダーシップ クリンリネス 部下育成 クレーム対応	15点	機転を利かせた動きで役割以上の働きをし、実績につなげた	十分に役割を果たしており、かつ状況に応じて機転を利かせた動きができていた	求められる役割を一通り果たしていた	役割を果たしていたが、一部課題が残る	役割を十分に果たしていたとは言えない
能力	コミュニケーション力 店販商品知識 接客マナー	15点	求められる能力を十分以上に有し、幅広い知識・スキルを実績につなげた	求められる能力を十分に有しており、かつ積極的に更なる能力向上に努めている	求められる能力を一通り有している	求められる能力を一通り有しているが、一部課題が残る	求められる能力を十分に有しているとは言えない
姿勢	責任感 規律順守	20点	理想的な姿勢で業務に取り組み、他の従業員の模範となっていた	理想的な姿勢で業務に取り組んでいた	特に問題等はなく仕事に取り組んでいた	特に問題等はなく仕事に取り組んでいたが、一部課題が残る	問題なく仕事に取り組んでいたとは言えない

45

美容室における 人事マネジメントPBL① STEP6

給与体系の設計

46

STEP6 給与体系の設計

◆ 演習課題

- ・美容室における給与体系を設計する。本ステップでは特に、アシスタント、スタイリストを対象とする給与体系を検討する。
- ・美容室における給与体系では、従業員に支払われる給料は基本的に「基本給」と「歩合給」の2つを合計して給与を決定している場合が多い。「基本給」はスタッフに対して最低限保証された給与で、STEP2,3で作成した等級やSTEP5で作成した人事評価の結果に対応して一定の金額が定められている。一方、「歩合給」は、個人の売上や実績に応じて変動的に支払われる給与である。
- ・このステップでは、アシスタントとスタイリストに対して支払う「基本給」と「歩合給」の給与体系をそれぞれ検討し、給与システムを作成する。



47

STEP6 給与体系の設計

◆ 美容室における給与体系の基本的な考え方に関する参考資料

- (1) Salon Management Book vol.2 評価と賃金 p.58～p.78
「経営者もスタッフも納得できるこれからの給与システムと人件費管理」
- (2) 人事戦略研究所「賃金制度のつくり方」
<https://jinji-seido.jp/howto/wage/>

◆ 美容室の給与体系の参考事例

- (1) Salon Management Book vol.2 評価と賃金 p.24
Case1 FORIS 「FORISの給与システムの基本的な構成」
- (2) Salon Management Book vol.2 評価と賃金 p.40
Case3 DIVA DIVO 「基本的な給与と評価のポイント」
- (3) Salon Management Book vol.2 評価と賃金 p.48
Case4 Le Clic 「Le Clicの基本給与システム」

48

STEP6 給与体系の設計

◆美容室における職能資格等級フレーム

- ・特に基本給の決定に際して、STEP2,3で作成した職能資格等級フレームを基準のひとつとする。

等級		定義	職位
管理業務担当者	等級7	店舗の基本方針や事業計画に基づいて、店舗の運営方針や目標を設定し、その実現に向けて店舗の運営全体を統括できる。	店長、副店長
	等級6	店舗の運営統括業務の補佐全般を担当し、店舗の目標を達成するための具体的な方策を企画立案できる。	
主業務担当者	等級5	スタイリストとしての通常業務を自立的に遂行し、後輩スタイリストやアシスタントに対して指導を行うことができる。加えて、自ら他のスタッフの模範となる行動・振舞を示すと共に、店舗の計画・目標を達成するために主導的に業務を遂行できる。	スタイリスト
	等級4	スタイリストとしての通常業務を一通り行うことができ、管理者が示す方針のもと、自身の裁量で自立的に業務を遂行できる。加えて、必要に応じて後輩スタイリストやアシスタントに対して指導を行うことができる。	
	等級3	スタイリストとしての通常業務を一通り行うことができ、管理者が示す方針のもと、自身の裁量で自立的に業務を遂行できる。	
補助業務担当者	等級2	スタイリストや先輩アシスタントの指示を受けながら、業務に付随する補助作業や難易度の低い業務を遂行できる。加えて、ある程度自立的にそれらのアシスタント業務を遂行できる。	アシスタント
	等級1	スタイリストや先輩アシスタントの指示を受けながら、業務に付随する補助作業や難易度の低い業務を遂行できる。	

49

STEP6 給与体系の設計

◆美容室における人事評価基準

- ・特に基本給の決定に際して、STEP5で作成した人事評価基準を基準のひとつとする。

評価項目		配点 計100点	評価				
			S	A	B	C	D
売上高 (売上実績/ 売上計画)		25点	120%以上	120%未満 110%以上	110%未満 100%以上	100%未満 90%以上	90%未満
店販売上高 (店販売上実績/ 店販売上計画)		15点	120%以上	120%未満 110%以上	110%未満 100%以上	100%未満 90%以上	90%未満
パーマ比率 (パーマ比率実績/ パーマ比率計画)		10点	120%以上	120%未満 110%以上	110%未満 100%以上	100%未満 90%以上	90%未満
役割	リーダーシップ クリンリネス 部下育成 クレーム対応	15点	機転を利かせた動きで役割以上の働きをし、実績につなげた	十分に役割を果たしており、かつ状況に応じて機転を利かせた動きができていた	求められる役割を一通り果たしていた	役割を果たしていたが、一部課題が残る	役割を十分に果たしていたとは言えない
能力	コミュニケーション力 店販商品知識 接客マナー	15点	求められる能力を十分に有し、幅広い知識・スキルを実績につなげた	求められる能力を十分に有しており、かつ積極的に更なる能力向上に努めている	求められる能力を一通り有している	求められる能力を一通り有しているが、一部課題が残る	求められる能力を十分に有しているとは言えない
姿勢	責任感 規律順守	20点	理想的な姿勢で業務に取組み、他の従業員の模範となっていた	理想的な姿勢で業務に取組んでいた	特に問題等はなく仕事に取り組んでいた	特に問題等はなく仕事に取り組んでいたが、一部課題が残る	問題なく仕事に取り組んでいたとは言えない

50

STEP6 給与体系の設計

◆演習課題(1) 基本給の設定

- ・アシスタントとスタイリストの基本給を設定する。
- ・以下の表に、記入例を参考にして等級・評価点ごとの基本給を記入しなさい。
- ・記入内容を検討する際、他の美容室の事例を参考にすること。その際、美容室の所在地、事業規模(店舗数・スタッフ数等)などに注目して、本件の想定と比較的近い事例を複数選び、その給与体系を参考とすること。

評価点 総計50点		アシスタント		スタイリスト		
		等級1	等級2	等級3	等級4	等級5
S	85点以上	(例) 162,000				
A	70点～ 84点	(例) 159,000				
B	55点～ 69点	(例) 156,000				
C	40点～ 54点	(例) 153,000				
D	39点以下	(例) 150,000				

51

STEP6 給与体系の設計

◆演習課題(1) 解答例

評価点 総計100点		アシスタント		スタイリスト		
		等級1	等級2	等級3	等級4	等級5
S	85点以上	162,000	172,000	19,000	200,000	210,000
A	70点～ 84点	159,000	169,000	185,000	195,000	205,000
B	55点～ 69点	156,000	166,000	180,000	190,000	200,000
C	40点～ 54点	153,000	163,000	175,000	185,000	195,000
D	39点以下	150,000	160,000	170,000	180,000	190,000

52

STEP6 給与体系の設計

◆演習課題(2) 歩合給の設定

- ・美容室における歩合給を設定する。美容室における歩合給は、それぞれのスタッフの売上額を基準にして金額を設定するのが一般的である。
- ・下表の売上額に対して、それぞれ歩合給を検討し、記入しなさい。基準とする売上額は適宜、変更しても良い。
- ・記入内容を検討する際、他の美容室の事例を参考にすること。その際、美容室の所在地、事業規模(店舗数・スタッフ数等)などに注目して、本件の想定と比較的近い事例を複数選び、その給与体系を参考とすること。

売上額	歩合給	売上額	歩合給
40万～	(例) 10,000	110万～	
50万～		120万～	
60万～		130万～	
70万～		140万～	
80万～		150万～	
90万～		160万～	
100万～		170万～	

53

STEP6 給与体系の設計

◆演習課題(2) 解答例

売上額	歩合給	売上額	歩合給
40万～	10,000	110万～	85,000
50万～	20,000	120万～	100,000
60万～	30,000	130万～	115,000
70万～	40,000	140万～	130,000
80万～	50,000	150万～	145,000
90万～	60,000	160万～	160,000
100万～	70,000	170万～	175,000

54

STEP1 人事理念の策定

演習課題(1)-a 人事基本理念の作成 - 現状の分析

演習課題(1)-b 人事基本理念の作成 - 人事基本理念の検討・作成

演習課題(2) 会社が求める人材像の設定

演習課題(3) 行動指針の設定

演習課題(3) 人事理念の策定

項目	内容
経営理念	お客様に美しさと感動を提供し、また来たいと思わせる美容室を従業員皆で協力して作り上げる
人事基本理念	
会社が求める人材像	
行動指針	

STEP2 等級・役職制度の策定

演習課題(1) 基本的な等級定義の作成			
等級		定義	職位
管理業務 担当者	等級3		店長・副店長
主業務 担当者	等級2		スタイリスト
補助業務 担当者	等級1		アシスタント

演習課題(2) 主業務担当者の等級定義の細分化			
等級		定義	職位
管理業務 担当者	等級5		店長・副店長
主業務 担当者	等級4		スタイリスト
	等級3		
	等級2		
補助業務 担当者	等級1		アシスタント

STEP2 等級・役職制度の策定

演習課題(3) 補助業務担当者、管理業務担当者の等級定義の細分化			
等級		定義	職位
管理業務 担当者	等級7		店長・副店長
	等級6		
主業務 担当者	等級5		スタイリスト
	等級4		
	等級3		
補助業務 担当者	等級2		アシスタント
	等級1		

STEP3 個別的人材像の設定

演習課題(1) アシスタントの人材像の設定		
基準項目	等級1(アシスタント1)	等級2(アシスタント2)
役割	上司や先輩の指示・指導を受けながら、業務に付随する補助作業や難易度の低い業務を遂行できる。	上司や先輩の指示・指導を受けながら、業務に付随する補助作業や難易度の低い業務を遂行できる。加えて、ある程度自立的にそれらの業務を遂行できる。
知識		シャンプー、パーマ、カラー等に関する基本的な知識を有している。
技術		シャンプー、パーマ、カラー等に関わる簡単な作業を自立的に遂行することができる。
接客		受付から案内、会計までの流れを理解し、自立的に遂行することができる。
人材育成		
コミュニケーション		業務上で必要な報告・連絡・相談をある程度自発的に行うことができる。
業務改善		上司や先輩に業務の効率化について問われた際、自身の考えを検討し、述べることができる。

STEP3 個別的人材像の設定

演習課題(2) スタイリストの人材像の設定			
基準項目	等級3(スタイリスト1)	等級4(スタイリスト2)	等級5(スタイリスト3)
役割	自身の担当業務を持ち、上司の示す方針のもと、自身の裁量を持って自立的に業務を遂行できる。	自身の担当業務を持ち、上司の示す方針のもと、自身の裁量を持って自立的に業務を遂行できる。加えて、必要に応じて後輩や部下に対して指導を行うことができる。	自身の担当業務を自立的に遂行し、後輩や部下に対して指導を行うことができる。加えて、自ら他の社員の模範となる行動・振舞を示すと共に、経営目標を達成するために主導的に業務を遂行できる。
知識		ヘアメイク全般の標準的な技術に関して高度な知見を有する。	
技術		ヘアメイク全般に関わる業務を高い水準で遂行することができる。	
接客		接客に関する模範的な行動・振舞を理解し、ある程度実施することができる。	
人材育成		上司の指示を受けて、部下や後輩の指導を行うことができる。	
コミュニケーション		部下や後輩の報告・相談を受けて、適切な指示・回答を行うことができる。	
業務改善		自発的に業務改善に関する自身の意見を上司に提案できる。	

STEP3 個別的人材像の設定

演習課題(3) 店長・副店長の人材像の設定		
基準項目	等級6(副店長)	等級7(店長)
役割	店舗の運営統括業務の補佐全般を担当し、店舗の目標を達成するための具体的な方策を企画立案できる。	会社の基本方針に基づいて、店舗の運営方針や目標を設定し、その実現に向けて店舗の運営全体を統括できる。
知識		美容室経営を行う上で必要なマネジメントや法律等に関する知識を有している。
技術		
接客		お客様への対応に関する美容室全体としての方針を策定し、従業員に周知している。
人材育成		経営的な観点から現在必要な人材を把握し、その人材を育成するための教育方針を策定している。
コミュニケーション		従業員とのコミュニケーションを積極的に図り、現場の状況をタイムリーに把握している。
業務改善		美容室全体の問題を把握した上で、改善方針を策定し、具体的な改善方法の立案を指示している。

STEP4 人材育成制度の設計

演習課題(1) 教育項目の整理			
教育項目	実施期間	教育項目	実施期間

演習課題(2) 新人教育カリキュラムの設計												
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1年目												
2年目												
3年目												

STEP5 人事評価制度の設計

演習課題(1) 評価項目の整理・設定

＜評価項目一覧＞	業績評価項目	職能評価項目
	<ul style="list-style-type: none"> ・リーダーシップ ・責任感 ・売上高 ・コミュニケーション力 ・店販売上高 ・店販商品知識 ・指名客率 ・クリンリネス ・クレーム対応 ・顧客管理 ・規律順守 ・接客マナー ・部下育成 	

演習課題(2) 業績評価の評価基準の設定

業績評価項目	配点 総計50点	評価				
		S	A	B	C	D
売上高 (売上実績／ 売上計画)	25点	120%以上	120%未満 110%以上	110%未満 100%以上	100%未満 90%以上	90%未満
指名客率 (指名客率実績／ 指名客率計画)						
店販売上高 (店販売上実績／ 店販売上計画)						

STEP5 人事評価制度の設計

演習課題(3) 職能評価の評価基準の設定							
職能評価項目		配点 総計50 点	評価				
			S	A	B	C	D
役割	リーダーシップ クリンリネス 部下育成 クレーム対応		機転を利かせた動きで役割以上の働きをし、実績につなげた	十分に役割を果たしており、かつ状況に応じて機転を利かせた動きができていた	求められる役割を一通り果たしていた	役割を果たしていたが、一部課題が残る	役割を十分に果たしていたとは言えない
能力	コミュニケーション 力 店販商品知識 接客マナー						
姿勢	責任感 規律順守						

STEP6 給与体系の設計

演習課題(1) 基本給の設定						
評価点 100点		アシスタント		スタイリスト		
		等級1	等級2	等級3	等級4	等級5
S	85点以上					
A	70点～ 84点					
B	55点～ 69点					
C	40点～ 54点					
D	39点以下					

演習課題(2) 歩合給の設定							
売上額		歩合給		売上額		歩合給	
40万～				110万～			
50万～				120万～			
60万～				130万～			
70万～				140万～			
80万～				150万～			
90万～				160万～			
100万～				170万～			

美容室における 人事マネジメントPBL②

学校法人大美学園 大阪美容専門学校

人事マネジメントPBL② 学習要項

◆ 学習目標

- 美容室における人事マネジメントの全体像・プロセスの理解
- 美容室における人事マネジメントに関わるコンピテンシーの習得・向上
(企画提案力、情報分析力、交渉調整力、チーム活動等)
- 美容室における人事マネジメントに関する実務的知識の習得

◆ 学習テーマ

- 美容院における人事制度の構築

◆ 学習設定

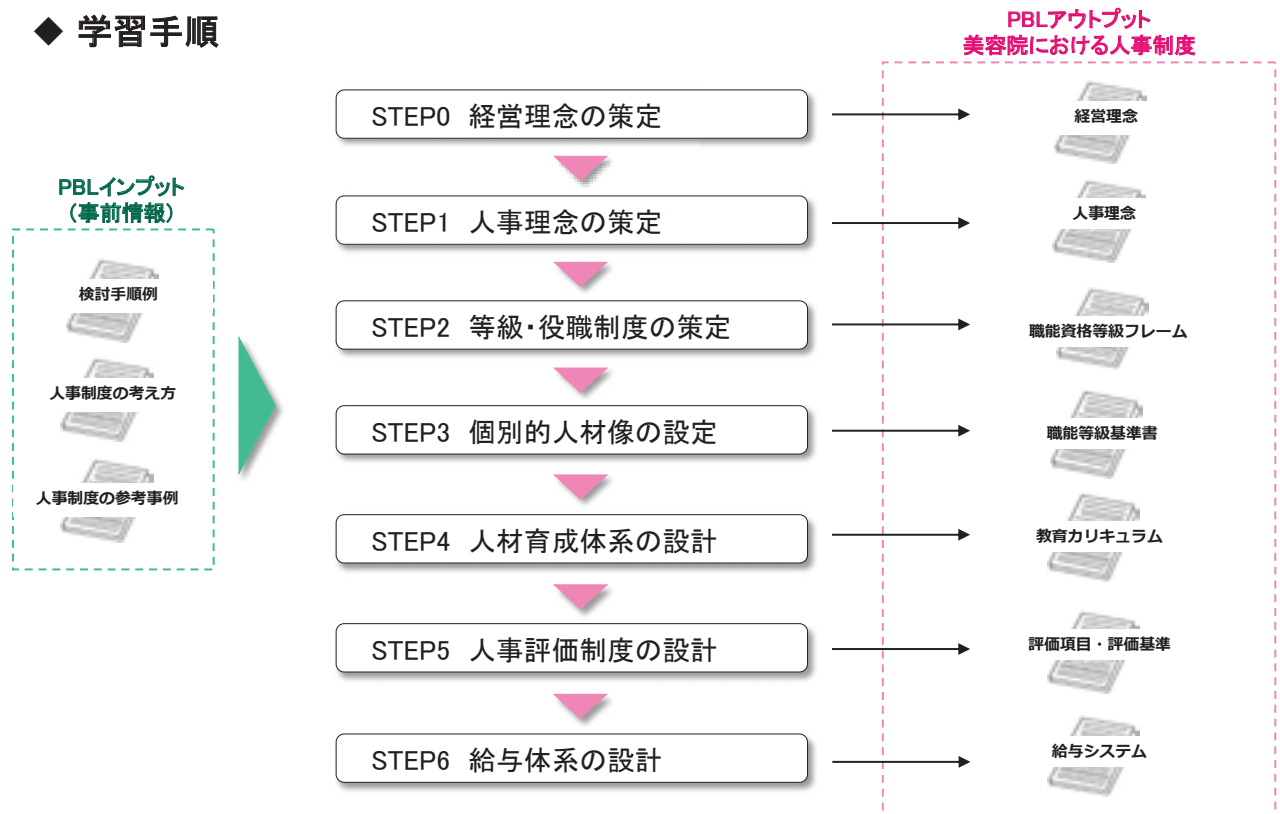
- 受講者は先般、美容師の仲間を率いて大阪市内に美容室を開業した。
- 現在は自身を含むスタッフ5名で運営を行っているが、今後、経営が軌道に乗ってくれば、事業を拡大するとともにスタッフも拡充していく予定である。
- この状況下で受講者はまず、他のスタッフたちと協力して、美容室における評価体系や給与体系、教育制度などの人事制度を整えることとした。

◆ 実施時間

- 全18時間(1.5時間×12回、1日3.0時間×6回)

人事マネジメントPBL② 学習手順

◆ 学習手順



3

美容室における 人事マネジメントPBL② STEP0

経営理念の策定

4

STEP0 経営理念の策定

◆ 演習課題

- ・本ステップでは、美容室における経営理念の検討・策定を行う。
- ・人事制度を構築する上ではまず、経営理念を策定する必要がある。人事制度は経営理念に基づく形で構築されるものだからである。経営理念は、その美容室が「どのような美容室を目指すか」を明文化したものである。
- ・グループで経営理念を検討し、ワークシート①に整理しなさい。

◆ 検討手順例

- ・経営理念を検討する際には、例えば次の(1)から(8)までの手順で、検討を進めるとよい。
- (1) 経営理念の考え方、他の美容室における事例等に関する調査分析
- (2) 事業理念の検討(いかなるミッションを持って事業を行うかの検討)
- (3) ビジョン・事業目標の検討(いかなるビジョンを持って事業を行うかの検討)
- (4) コンセプトの検討(事業内容の主旨に関する標語・宣言の検討)
- (5) 行動指針の検討(顧客への決意表明と従業員への行動指針に関する方向性の提示の検討)
- (6) ターゲット顧客の検討(メイン顧客になるコアターゲットの設定の検討)
- (7) エモーショナルベネフィットの検討(サロンが提供する情緒的価値の検討)
- (8) ファンクショナルベネフィットの検討(サロンが提供する機能的価値の検討)

5

STEP0 経営理念の策定

◆ ワークシート①(経営理念)

- ・グループで経営理念について検討を行った結果を以下の表に整理しなさい。
- ・但しその際、表の項目の削除・追加・変更や表の拡大・縮小等を行っても良い。

策定項目	内容
事業理念	
ビジョン・事業目標	
コンセプト	
行動指針	
ターゲット顧客	
エモーショナル ベネフィット	
ファンクショナル ベネフィット	

6

STEP0 経営理念の策定

◆経営理念の考え方に関する参考資料

- (1) BIZREACH「経営理念とは？」
<https://bizhint.jp/keyword/85107>
- (2) 未来を創る 理念・リーダーシップ研究所「経営理念の作り方」
<http://vision-leadership.net/management-vision-howto/>
- (3) SALON開業・経営チャンネル「事業理念と事業目標・ビジョン」
<http://kaigyo.beautygarage.jp/kaigyo-ch/2ch/4/>
- (4) 創業手帳Web「美容室・サロンの開業ガイド コンセプトを決める」
<https://sogyotecho.jp/beautysalon-concept/>

7

STEP0 経営理念の策定

◆美容室の経営理念の参考事例

- (1) Salon Management Book vol.3 働き方と賃金 p.25
Case1 草流「草流の理念と目的・目標」
- (2) Salon Management Book vol.3 働き方と賃金 p.51
Case4 Taebis/Un anello「経営者として大切な理念と方針の共有」
- (3) 美容室アン「経営理念」
<http://www.annweb.co.jp/philosophy>
- (4) 美容室 I'm international「経営理念」
<http://im-happy.jp/company/philosophy.html>

8

美容室における 人事マネジメントPBL② STEP1

人事理念の策定

9

STEP1 人事理念の策定

◆ 演習課題

- ・本ステップでは、美容室における人事理念を策定する。
- ・経営理念は、その美容室が「どのような美容室を目指すか」を明文化したものである。これに対して人事理念は、この経営理念を実現するために「従業員にこうあってほしい」という従業員の理想的な人材像を明文化したものである。
- ・美容室における教育体系の教育方針や、人事評価における重点的な評価ポイントなどはこの人事理念に基づいて検討を行う。
- ・そこで、美容室における人事制度構築の第一歩として、グループで人事理念を検討し、ワークシート②に整理しなさい。

◆ 検討手順例

- ・経営理念を検討する際には、例えば次の(1)から(4)までの手順で、検討を進めるとよい。
 - (1) 人事理念の考え方、他の美容室における事例等に関する調査分析
 - (2) 人事基本理念の検討(経営理念を踏まえた人事制度の基本コンセプトの検討)
 - (3) 求める人材像の検討(人事基本理念に該当する理想的な人材が持つ能力の検討)
 - (4) 行動指針の検討(従業員に対し期待する理想的かつ具体的な行動・振舞の検討)

10

STEP1 人事理念の策定

◆ワークシート②(人事理念)

- ・グループで人事理念について検討を行った結果を以下の表に整理しなさい。
- ・但しその際、表の項目の削除・追加・変更や表の拡大・縮小等を行っても良い。

項目	内容
人事基本理念	
会社が求める人材像	
行動指針	

11

STEP0 経営理念の策定

◆人事理念の考え方に関する参考資料

- (1) 株式会社エム・イー・エル「人事理念の構築と展開」

<http://www.mel-con.co.jp/opinion/op86.html>

- (2) 人事戦略研究所「人事理念を策定する」

<http://jinii.jp/blog/blog01/2009/08/31-05504.php>

12

STEP0 経営理念の策定

◆美容室の人事理念の参考事例

- (1) 美容室アン「人事・教育理念」
<http://www.annweb.co.jp/philosophy>
- (2) 株式会社シュリンプ「人事理念」
<http://www.shrimp.co.jp/recruit-company/>
- (3) 美容室ChokiPeta「人事理念」
<http://www.chokipeta.com/recruit>
- (4) 美容室Just hair「人事理念」
<http://www.just-hair.jp/m/company/>
- (5) 大屋グループ「人材育成」
<http://www.daiya-grp.co.jp/company/rinen/>

13

美容室における
人事マネジメントPBL② STEP2

等級・役職制度の策定

14

STEP2 等級・役職制度の策定

◆ 演習課題

- ・本ステップでは、等級・役職制度を検討し、職能資格等級フレームを作成する。
- ・職能資格等級フレームは、従業員の職務遂行能力によって段階的な区分を設定したものである。これによって従業員それぞれがどの等級に該当するかを明確にし、経営陣が昇進・昇給の根拠にしたり、あるいは従業員のキャリアアップの指標に活用したりすることができる。
- ・グループで等級・役職制度について検討し、ワークシート③を活用して職能資格等級フレームを作成しなさい。

◆ 検討手順例

- ・等級・役職制度を検討する際には、例えば次の(1)から(3)までの手順で、検討を進めるとよい。
 - (1) 等級・役職制度の考え方、他の美容室における事例等に関する調査分析
 - (2) 基本的な役割・職位の検討(美容室における基本的な役割・職位を洗い出し)
 - (3) キャリアパスの検討と等級の設定(役割・職位を細分化して整理し等級を設定)
 - (4) 等級定義の検討(各等級に求められる職能を定義)

15

STEP2 等級・役職制度の策定

◆ ワークシート③ (職能資格等級フレーム)

- ・グループで職能資格等級制度について検討を行った結果を以下の表に整理しなさい。
- ・但しその際、役割・等級数・職位の削除・追加・変更等を行っても良い。

等級		定義	職位
管理業務 担当者	等級7		店長、副店長
	等級6		
主業務 担当者	等級5		スタイリスト
	等級4		
	等級3		
補助業務 担当者	等級2		アシスタント
	等級1		

16

STEP2 等級・役職制度の策定

◆ 職能資格等級フレームの基本的な考え方に関する参考資料

(1) 日本の人事部「等級制度とは」

https://jinjibu.jp/fps_system/article/detail/outline/931/

(2) 美容室の経営・財務・教育をサポートする町さんのブログ
「美容室の人事制度(18)等級制度のポイント」

<https://ameblo.jp/pleasuresupport/entry-11710179431.html>

(3) Salon Management Book vol.3 働き方と賃金

「働き方の前提となるキャリア設計」 p.59~60

「職能・職務の基準を体系化」p.60~61

17

STEP2 等級・役職制度の策定

◆ 美容室における職能資格等級フレームの参考事例

(1) Salon Management Book vol.1 社保と賃金 p.44

Case4 unpeu hair「職能ランクー覧表」

(2) Salon Management Book vol.2 評価と賃金 p.52,55~56

Case5 みがえりびじん「階層9等級によるキャリア設定」

「キャリアパスに描くスタッフと会社の将来」

18

STEP2 等級・役職制度の策定

◆ 一般的な職能資格等級フレームのイメージ例

- ・以下の表は、7段階の等級に分類した一般的な店舗ビジネスの職能資格等級フレームの一例である。

		等級	定義	職位
職能上位 (責任者)	管理業務 担当者	等級7	会社の基本方針に基づいて、店舗の運営方針や目標を設定し、その実現に向けて店舗の運営全体を統括できる。	店舗責任者
		等級6	店舗の運営統括業務の補佐全般を担当し、店舗の目標を達成するための具体的な方策を企画立案できる。	
職能下位 (新人)	主業務 担当者	等級5	自身の担当業務を自立的に遂行し、後輩や部下に対して指導を行うことができる。加えて、自ら他の社員の模範となる行動・振舞を示すと共に、経営目標を達成するために主導的に業務を遂行できる。	現場リーダー
		等級4	自身の担当業務を持ち、上司の示す方針のもと、自身の裁量を持って自立的に業務を遂行できる。加えて、必要に応じて後輩や部下に対して指導を行うことができる。	
		等級3	自身の担当業務を持ち、上司の示す方針のもと、自身の裁量を持って自立的に業務を遂行できる。	
職能下位 (新人)	補助業務 担当者	等級2	上司や先輩の指示・指導を受けながら、業務に付随する補助作業や難易度の低い業務を遂行できる。加えて、ある程度自立的にそれらの業務を遂行できる。	一般社員
		等級1	上司や先輩の指示・指導を受けながら、業務に付随する補助作業や難易度の低い業務を遂行できる。	

19

美容室における 人事マネジメントPBL② STEP3

個別的人材像の設定

20

STEP3 個別的人材像の設定

◆ 演習課題

- ・本ステップでは、STEP2で作成された職能資格等級フレームを構成する各等級の個別的人材像を具体化するために、職能等級基準書を作成する。
- ・職能等級基準書は、職能資格等級フレームの各等級について、そこに分類される人材の役割、持つべき知識・スキルなどを整理したものである。この職能等級基準書は、美容室に所属する各従業員がどの等級に分類されるかを判断する際に活用される。
- ・グループで各等級の個別的人材像を検討し、ワークシート④を活用して各等級の職能等級基準書を作成しなさい。

◆ 検討手順例

- ・個別的人材像を検討する際には、例えば次の(1)から(3)までの手順で、検討を進めるとよい。
 - (1) 個別的人材像の考え方、他の美容室における事例等に関する調査分析
 - (2) 基準項目の検討(職能等級定義書に定める基準項目を検討)
 - (3) 個別的人材像の検討(等級ごとに各基準項目について定める内容を検討)

21

STEP3 個別的人材像の設定

◆ ワークシート④(職能等級基準書)

- ・以下の等級定義書のフォーマットを活用して、グループで各等級の人材像について検討を行った結果をもとに、STEP2で作成した職能資格等級フレームを構成する各等級の等級定義書を作成しなさい。
- ・但しその際、基準項目の削除・追加・変更等を行っても良い。

等級〇 等級基準書 (役割分類: 職位名:)	
基準項目	定義
役割	
知識	
技術	
接客	
人材育成	
コミュニケーション	
業務改善	

22

STEP3 個別的人材像の設定

◆ 等級基準の基本的な考え方に関する参考資料

(1) 人事戦略研究所「等級制度のつくり方 5. 等級基準書を作成する」

<https://jinji-seido.jp/howto/grade/>

(2) 職業能力評価基準ポータルサイト

「職業能力評価基準の活用方法 1.職能要件書として使うには？」

<https://shokugyounouryoku.jp/user/method.html>

23

STEP3 個別的人材像の設定

◆ 美容室における等級基準の参考事例

(1) Salon Management Book vol.1 社保と賃金 p.44

Case4 unpeu hair「職能ランク一覧表」

(2) Salon Management Book vol.2 評価と賃金 p.52~53

Case5 みがえりびん「階層9等級によるキャリア設定」

「スタイリストまでの職能に必要な技術査定」

24

美容室における 人事マネジメントPBL② STEP4

人材育成制度の設計

25

STEP4 人材育成制度の設計

◆ 演習課題

- ・本ステップでは、美容室内における人材育成制度を設計する。
- ・今回は、新入社員のアシスタントを一人前のスタイリストに育て上げることを目的とする、入社1年目から3年目にかけての3年間の教育カリキュラムを作成することを課題とする。
- ・グループで新人向けの人材育成制度を検討し、ワークシート⑤を活用して3年間の教育カリキュラムを設計しなさい。

◆ 検討手順例

- ・人材育成制度を検討する際には、例えば次の(1)から(4)までの手順で、検討を進めるとよい。
 - (1) 人材育成制度の考え方、他の美容室における事例等に関する調査分析
 - (2) 教育目標の検討(どのような能力を持った人材を育てるかという目標を検討)
 - (3) 教育項目の検討(教育目標を達成するために必要な教育項目を検討)
 - (4) 教育カリキュラムの検討(教育項目を期間内にどのような順番で実施するかを検討し配置)

26

STEP4 人材育成制度の設計

◆ワークシート⑤（3年間の教育カリキュラム）

- ・新人教育のための人材育成制度の検討結果をもとに、以下のワークシートを活用して、3年間の新人教育カリキュラムを作成しなさい。
- ・但しその際、3年間の教育カリキュラムであることは必須条件とするが、本ワークシートのフォーマットについては自由に改変しても良い。

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1年目	(例)シャンプー		(例)トリートメント									
	(例)接遇											
2年目												
3年目												

27

STEP4 人材育成制度の設計

◆ 人材育成制度の基本的な考え方に関する参考資料

- (1) 日本の人事制度「人材育成・能力開発制度の実際」
https://jinjibu.jp/f_ps_system/article/detl/outline/1747/
- (2) NOCアウトソーシング&コンサルティング株式会社
「人事のキホンー企業の人材育成」
https://www.noc-net.co.jp/blog/2016/08/column_153/
- (3) 日本コンサルタントグループ「教育体系の考え方と立案のポイント」
https://www.niccon.co.jp/konsaruthingu/chi-mubirudhingu/oitkouhaisidou/k-oit_09.html

28

STEP4 人材育成制度の設計

◆美容室の新人教育カリキュラムの参考事例

- (1) Salon Management Book vol.1 社保と賃金 p.30
Case2 La Tierra「技術給算定のチェック項目とスタイリストデビュー」
- (2) Salon Management Book vol.2 評価と賃金 p.39
Case3 DIVA DIVO「教育カリキュラムと育成の基本的な流れ」
- (3) 美容室 ブロッサム「教育カリキュラム」
<http://www.hairmake-blossom.com/recruit/system/index.html>
- (4) FORTE RECRUIT「教育カリキュラム」
<http://forte-recruit.com/education/index.html>
- (5) 個室美容室GULGUL「技術カリキュラム」
<http://recruit.hairsalon-gulgul.com/carriculum/>

29

美容室における
人事マネジメントPBL② STEP5

人事評価制度の設計

30

STEP5 人事評価制度の設計

◆ 演習課題

- ・本ステップでは、美容室内における人事評価制度を設計する。ここでは特に、スタイリストを対象とする評価制度を検討する。
- ・美容室における人事評価では、「業績評価」と「職能評価」の2つの観点から評価項目・評価基準を作成する。「業績評価」は、売上高や利益率などに着目した評価である。一方、「職能評価」は、仕事を遂行する能力、すなわち仕事ぶりの評価である。
- ・グループで主にスタイリストを対象とする人事評価制度検討し、ワークシート⑥を活用して、人事評価表を作成しなさい。

◆ 検討手順例

- ・人事評価制度を検討する際には、例えば次の(1)から(4)までの手順で、検討を進めるとよい。
 - (1) 人事評価制度の考え方、他の美容室における事例等に関する調査分析
 - (2) 評価項目の検討(業績・職能の2つの観点から評価項目を検討)
 - (3) 評価比重の検討(業績評価と職能評価の比重を検討)
 - (4) 評価基準の検討(各評価項目について評価基準を検討)

31

STEP5 人事評価制度の設計

◆ワークシート⑥(人事評価表 - 業績評価)

- ・グループで人事評価について検討を行った結果を、以下の人事評価表に整理しなさい。
- ・その際、本フォーマットに掲載された項目については適宜、削除・追加・変更等を行っても良い。

業績評価項目	配点	評価				
		S	A	B	C	D

32

STEP5 人事評価制度の設計

◆ワークシート⑥（人事評価表 - 職能評価）

- ・グループで人事評価について検討を行った結果を、以下の人事評価表に整理しなさい。
- ・その際、本フォーマットに掲載された項目については適宜、削除・追加・変更等を行っても良い。

職能評価項目	配点	評価				
		S	A	B	C	D

33

STEP5 人事評価制度の設計

◆人事評価制度の基本的な考え方に関する参考資料

- (1) Salon Management Book vol.2 評価と賃金 p.8～p.20
「少子高齢社会に必要な人材育成と評価の視点」
- (2) 人事戦略研究所「人事評価制度のつくり方」
<https://jinji-seido.jp/howto/evaluation/>
- (3) 人事戦略研究所「人事評価シートの作り方①～④」
<http://jinji.jp/blog/blog01/2009/02/13-24421.php>
- (4) 日本の人事部「評価制度の実際」
https://jinjibu.jp/f_ps_system/article/detl/outline/1744/

34

STEP5 人事評価制度の設計

◆美容室等の人事評価制度の参考事例

- (1) 美容室の経営・財務・教育をサポートする町さんのブログ
「人事考課表の作成」

<https://ameblo.jp/pleasuresupport/entry-11711475003.html>

- (2) HABIA JAPAN「ジョブカード(評価シート)」

http://www.japan.habia.org/hiq/img/hiq_nvq_hairdressing_ex1.xls

- (3) Salon Management Book vol.2 評価と賃金 p.27~28

Case1 FORIS「アシスタントの育成と評価」

「ジュニアスタイリストの育成と評価」

35

美容室における
人事マネジメントPBL① STEP6

給与体系の設計

36

STEP6 給与体系の設計

◆ 演習課題

- ・本ステップでは、美容室における給与体系を設計する。ここでは特に、アシスタント、スタイリストを対象とする給与体系を検討する。
- ・美容室における給与体系では、従業員に支払われる給料は基本的に「基本給」と「歩合給」の2つを合計して給与を決定していることが多い。「基本給」はスタッフに対して最低限保証された給与で、STEP2,3で作成した等級やSTEP5で作成した人事評価の結果に対応して一定の金額が定められている。一方、「歩合給」は、個人の売上や実績に応じて変動的に支払われる給与である。
- ・グループでアシスタントとスタイリストに対して支払う給与体系を検討し、ワークシート⑧およびワークシート⑨を活用して、「基本給」と「歩合給」の体系をそれぞれ設計しなさい。

◆ 検討手順例

- ・給与体系を検討する際には、例えば次の(1)から(4)までの手順で、検討を進めるとよい。
 - (1) 給与体系の考え方、他の美容室における事例等に関する調査分析
 - (2) 基本給の検討(最低賃金や事例を調査し、評価結果との連動性も担保しながら基本給を設定)
 - (3) 歩合給の設定基準の検討(歩合給をどのような基準で支給するかを検討)
 - (4) 歩合給の設定額の検討(設定基準ごとにどの程度の金額を支給するかを検討)

37

STEP6 給与体系の設計

◆ ワークシート⑦(基本給)

- ・グループで基本給について検討を行った結果を、以下の表に整理しなさい。
- ・但しその際、等級については、ステップ2で作成した職能資格等級フレームに合わせて適宜変更すること。

評価点 総計100点	アシスタント		スタイリスト		
	等級1	等級2	等級3	等級4	等級5
S					
A					
B					
C					
D					

38

STEP6 給与体系の設計

◆ワークシート⑧(歩合給)

- ・グループで歩合給について検討した結果を、以下の表に整理しなさい。
- ・但しその際、フォーマットについては適宜、変更してもよい。

売上額	歩合給	売上額	歩合給

39

STEP6 給与体系の設計

◆美容室における給与体系の基本的な考え方に関する参考資料

- (1) Salon Management Book vol.2 評価と賃金 p.58～p.78
「経営者もスタッフも納得できるこれからの給与システムと人件費管理」
- (2) 人事戦略研究所「賃金制度のつくり方」
<https://jinji-seido.jp/howto/wage/>
- (3) 厚生労働省「中小企業のモデル賃金」
http://www.mhlw.go.jp/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/roudoukijun/chingin/model/dl/model-00.pdf
- (4) CM&JOBキャリア「美容師の給料の仕組みについて」
<http://www.be-sion.com/salon-salary>

40

STEP6 給与体系の設計

◆美容室の給与体系の参考事例

- (1) Salon Management Book vol.2 評価と賃金 p.24
Case1 FORIS「FORISの給与システムの基本的な構成」
- (2) Salon Management Book vol.2 評価と賃金 p.40
Case3 DIVA DIVO「基本的な給与と評価のポイント」
- (3) Salon Management Book vol.2 評価と賃金 p.48
Case4 Le Clic「Le Clicの基本給与システム」
- (4) Salon Management Book vol.3 働き方と賃金 p.27~31
Case1 草流「アマン店のスタッフの給与体系」
- (5) Salon Management Book vol.2 社保と賃金 p.30~31
Case2 La Tierra「給与体系の見直し1(アシスタント)」
「給与体系の見直し2(スタイリスト)」

ワークシート①(経営理念)

- グループで経営理念について検討を行った結果を以下の表に整理しなさい。
- 但しその際、表の項目の削除・追加・変更や表の拡大・縮小等を行っても良い

策定項目	内容
事業理念	
ビジョン 事業目標	
コンセプト	
行動指針	
ターゲット顧客	
エモーショナル ベネフィット	
ファンクショナル ベネフィット	

ワークシート②(人事理念)

- グループで人事理念について検討を行った結果を以下の表に整理しなさい。
- 但しその際、表の項目の削除・追加・変更や表の拡大・縮小等を行っても良い

策定項目	内容
人事基本理念	
会社が求める人材像	
行動指針	

ワークシート③(職能資格等級フレーム)

- ・ グループで職能資格等級制度について検討を行った結果を以下の表に整理しなさい。
- ・ 但しその際、役割・等級数・職位の削除・追加・変更等を行っても良い。

等級		定義	職位
管理業務 担当者	等級7		店長・副店長
	等級6		
主業務 担当者	等級5		スタイリスト
	等級4		
	等級3		
補助業務 担当者	等級2		アシスタント
	等級1		

ワークシート④(等級基準書)

- ・ グループで各等級の人材像について検討を行った結果に基づき、以下の等級定義書のフォーマットを活用して、それぞれの等級に対応する等級基準書を作成しなさい。
- ・ その際、基準項目については適宜、削除・追加・変更等を行っても良い。

等級1 等級定義書（役割分類： 職位名： ）	
基準項目	等級定義
役割	
知識	
技術	
接客	
人材育成	
コミュニケーション	
業務改善	

等級2 等級定義書（役割分類： 職位名： ）	
基準項目	等級定義
役割	
知識	
技術	
接客	
人材育成	
コミュニケーション	
業務改善	

ワークシート⑤(3年間の教育カリキュラム)

- 新人教育のための人材育成制度の検討結果をもとに、以下のワークシートを活用して、3年間の新人教育カリキュラムを作成しなさい。
- 但しその際、3年間の教育カリキュラムであることは必須条件とするが、本ワークシートのフォーマットについては自由に改変しても良い。

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1年目												
2年目												
3年目												

ワークシート⑥(人事評価表)

- グループで人事評価について検討を行った結果を、以下の人事評価表に整理しなさい。
- その際、本フォーマットに掲載された項目については適宜、削除・追加・変更等を行っても良い。

評価項目	評価点 総計100点	評価基準				
		S	A	B	C	D
業績評価						
職能評価						

ワークシート⑦(基本給)⑧(歩合給)

- グループで基本給について検討を行った結果を、以下の表に整理しなさい。
- 但しその際、等級については、ステップ2で作成した職能資格等級フレームに合わせて適宜変更すること。

評価点 100点	アシスタント		スタイリスト		
	等級1	等級2	等級3	等級4	等級5
S					
A					
B					
C					
D					

- グループで歩合給について検討した結果を、以下の表に整理しなさい。
- 但しその際、フォーマットについては適宜、改変してもよい。

売上額	歩合給	売上額	歩合給

▼学習テーマ

No.	学習テーマ
No. 1	業績評価シート（目標管理シート）の分析・作成
No. 2	職能評価シート（ジョブカード）の分析・作成

▼ケーススタディ教材①

No.	学習テーマ
No. 1	業績評価シート（目標管理シート）の分析・作成
<p>【問題】</p> <p>美容室の評価には大きく2種類あります。そのうちのひとつが「業績評価」です。業績評価は、仕事の“結果“を評価する評価手法です。すなわち、美容室で言えば、例えば売上高や指名客数などの数値実績を評価します。</p> <p>この評価を実施する際の観点として最も合理的なのは、目標達成率に着目する考え方です。期初に立てた目標を達成できたかどうかという観点で評価を行うものです。</p> <p>参考事例1および参考事例2に示すシートは、とある美容室でアシスタントおよびジュニアスタイリスト向けに使用されている目標管理シートと呼ばれるものです。目標管理シートには、売上高、指名客数などの評価項目に対し、“目標数値“と”実績数値“を記入する項目が設定されているのが一般的です。このシートを活用して、実績数値が目標数値を達成できたかどうかを管理するのが目標管理シートの目的となります。</p> <p>参考事例1および参考事例2に示した目標管理シートの事例を参照しながら、3つの課題について検討を行いなさい。</p>	
<p>【参照資料】</p> <p>Salon Management Book Vol.2 評価と賃金 Case1 FORIS p.29「アシスタントの育成と評価」 p.30「ジュニアスタイリストの育成と評価」</p>	
<p>【検討課題】</p> <ol style="list-style-type: none"> 参考事例1のアシスタント用目標管理シートと参考事例2のジュニアスタイリスト用目標管理シートでは、設定されている評価項目が異なります。どのように異なるか、また、なぜ異なるのかについて分析しなさい。 参考事例1・参考事例2ではいずれも各項目について毎月の数値目標が設定されています。この数値目標を各従業員に設定させる際、留意すべき事項にどのような事柄があるか、検討しなさい。 参考事例1・参考事例2ではいずれも、4月の目標を達成できていない項目があります。このような場合、各従業員に対しなぜ達成できなかったかという振り返りを行わせ、翌月以降の業務の取組み方に活かしていくように指導しなければなりません。この振り返りを行わせる際の留意事項を検討しなさい。 参考事例に示した業績評価シートを、あなたの所属するまたは経営する美容室で活用する場合、どのような問題点・課題が生じると考えられますか。5つ以上挙げなさい。 あなたの所属するまたは経営する美容室で活用するための業績評価シートを作成しなさい。その際、参考事例を参照しながら、(4)で挙げた問題点・課題に留意しつつ、検討を行いなさい。 	

【参考事例 1】アシスタント用目標管理シート

2017年	年間目標	4月		5月		6月	
		目標	結果	目標	結果	目標	結果
目標 結果 技術向上のための活動	<年間目標> ・ <現状の課題> ・ ・	カラーモデル 10人	11人	カラーモデル 20人		入客数 10人	
		・カラーモデル10人達成 ・毛束染め、ウェービング練習、ウィッグ染め		カラーモデル20人達成		ストレートパーマ習得 パーマレポート	
目標 結果 店販売上向のための活動	<年間目標> ・ <現状の課題> ・ ・	¥5000	¥0	¥5000		¥5000	
		・ドライに多く入ってベース列の説明 ・スパ（炭酸S）の説明 ・先輩スタッフの説明を聞く		・ダイエット企画の商品を携わったお客様に説明 ・ロールプレイングにトライ		・アイスパのお客様全員にスパ（炭酸S）の説明をする	
目標 結果 入客数向上のための活動	<年間目標> ・ <現状の課題> ・ ・	5人	5人	10人		15人	
		・周りの友達に声をかける。 ・SNSで呼びかける。 ・カラーモデルに紹介カードを渡す。		前月と同じ		・カラー、スパで担当したお客様に紹介カードを渡す。 ・Blogにヘアスタイル写真を載せる。	
目標 結果 指名率向上のための活動	<年間目標> ・ <現状の課題> ・ ・	5人	0人	5人		5人	
		・シャンブー指名、スパ指名を5人以上とるために積極的に仕事に入る。		・お客様に入る前に名前を言ってアピールし、覚えてもらう。		・カラーで入店したお客様にヘアケア（トリートメント）を提案し、次回に繋がるようにする。	
自己啓発	<年間目標> ・ <現状の課題> ・ ・						
		・薬剤の勉強をすすめる。 ・ヘアスタイルのトレンドについてフィードバックを行って情報収集をする。					
ふり返りと気づき反省点			今月は店販と指名数が0だった。もう少し意識が必要だと思う。改善するためにはもっとお客様に入っ て自分をアピールする必要がある。				

【参考事例2】ジュニアスタイリスト用目標管理シート

2017年	4月		5月		6月		
	目標	結果	目標	結果	目標	結果	
売り上げと 指名客数	総売り上げ	62.5万	54.3万	62.5万	62.5万	62.5万	
	総指名客数	90名	82名	90名	90名	90名	
メニュースト 総単価	カラー比率	38%	30%	38%	38%	38%	
	パーマ比率	10%	14%	10%	10%	10%	
	ストレート比率	5%	3.7%	5%	5%	5%	
	トリートメント比率	30%	31%	30%	30%	30%	
カルテ 作成枚数	総メニュースト	83%	78.7%	83%	83%	83%	
	総単価	¥6720	¥6623	¥6720	¥6720	¥6720	
集客活動	カルテ作成枚数	210	216	210	210	210	
	指名カルテ作成枚数	55	66	55	55	55	
	集客方法	目標数	達成数	集客数	目標数	達成数	集客数
	招待カード配布	90枚	8枚	1名	90枚	90枚	90枚
注力する業務	SNS広告	10回	4回	0名	10回	10回	
	知人勧誘	2人	1人	0名	2人	2人	
レベルアップのための取組み	取り組み	達成状況		達成状況		達成状況	
	カット練習			カット練習		プロ練習	
	フィードバック（トレンド情報収集）		○	フィードバック（トレンド情報収集）		フィードバック（トレンド情報収集）	
	カウンセリングロールプレイング			カウンセリングロールプレイング		カウンセリングロールプレイング	
ふり返りと気づき、反省点 （行動できたか、達成できたか等）							

▼ケーススタディ教材②

No.	学習テーマ
No. 2	職能評価シート（ジョブカード）の分析・作成
<p>【問題】</p> <p>美容室の評価には大きく2種類あります。No.1では、そのうちの1つである「業績評価」を取り扱いました。次に、もう1つの評価である「職能評価」について取り扱います。“職能”とは“職務遂行能力”の略称です。</p> <p>業績評価は仕事の結果、すなわち実績を評価する手法でした。対して、職能評価は、実績を出すプロセス、すなわち仕事ぶりを評価する手法です。美容室で言えば、例えば仕事に取り組む姿勢やコミュニケーション、チームワーク、個別の技能の習得度などがこれに相当します。</p> <p>職能評価を行う際には、職種ごとに期待する役割や必要な能力、姿勢などを整理したチェックシートを作成します。参考事例に提示したのは、HABIA JAPAN（英国発国際美容技能証明「HIQ」の日本における認証機関）が公表しているアシスタントの評価シートです。</p> <p>この参考事例を参照しながら、職能評価シートに関する3つの課題について検討を行いなさい。</p>	
<p>【参照資料】</p> <p>HABIA JAPAN http://www.japan.habia.org/index.html ・HIQ×ジョブカード制度 http://www.japan.habia.org/jobcard/index.html ・評価シート http://www.japan.habia.org/hiq/img/hairstyling_stylist_sheet.pdf</p>	
<p>【検討課題】</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 参考事例で示したような職能評価シートは、社員全員で共有して使用します。このシートの活用場面を想定したとき、作成する段階でいくつかの注意点があります。どのようなことに注意して評価シートを作製すればよいか、検討しなさい。 (2) 参考事例で示したような職能評価シートを活用する際には、同じシートを活用して自己評価と客観評価を行い、すり合わせを行うのが一般的な運用方法です。なぜ自己評価と客観評価の両面から評価を行う必要があるのか、その理由を検討しなさい。 (3) 今回示した参考事例では、「職務遂行のための基本的な能力」「技能・技術に関する能力（1）基本的事項」「技能・技術に関する能力（2）専門的事項」の3つの大項目に分類して評価項目が設定されており、それぞれの大項目では、設定されている評価項目の種類が異なります。美容室によってどのような能力を社員に期待するかが異なるため、評価を実施する際にはその美容室の価値観に基づいて、項目ごとに重みづけを行うのが一般的です。3つの大項目のうち、どの項目をより重要視して評価するか、また、その理由を検討しなさい。 (4) 参考事例に示した職能評価シートをあなたの所属するまたは経営する美容室で活用する際、どのような問題点・課題が生じると考えられますか。5つ以上挙げなさい。 (5) あなたの所属するまたは経営する美容室で活用するための職能評価シートを作成しなさい。その際、参考事例を参照しながら、(4)で挙げた問題点・課題に留意しつつ、検討を行いなさい。 	

【参考事例】HABIA JAPAN アシスタントの評価シート（抜粋）

職務遂行のための基本的な能力		
A：常にできている B：大体できている C：評価しない		
能力ユニット	評価	職務遂行のための基準
働く意識と取組（自らの職業意識・勤労観を持ち職務に取り組む能力）	(1)	法令や職場のルール、慣行などを遵守している。
	(2)	出勤時間、約束時間などの定刻前に到着している。
	(3)	上司・先輩などからの業務指示・命令の内容を理解して従っている。
	(4)	仕事に対する自身の目的意識や思いを持って、取り組んでいる。
	(5)	お客様に納得・満足していただけるよう仕事に取り組んでいる。
責任感（社会の一員としての自覚を持って主体的に職務を遂行する能力）	(1)	一旦引き受けたことは途中で投げ出さず、最後までやり遂げている。
	(2)	上司・先輩の上位者や同僚、お客様などとの約束事は誠実に守っている。
	(3)	必要な手続や手間を省くことなく、決められた手順どおり仕事を進めている。
	(4)	自分が犯した失敗やミスについて、他人に責任を押し付けず自分で受け止めている。
	(5)	次の課題を見据えながら、手がけている仕事に全力で取り組んでいる。
ビジネスマナー（円滑に職務を遂行するためにマナーの良い対応を行う能力）	(1)	職場において、職務にふさわしい身だしなみを保っている。
	(2)	職場の上位者や同僚などに対し、日常的な挨拶をきちんと行っている。
	(3)	状況に応じて適切な敬語の使い分けをしている。
	(4)	お客様に対し、礼儀正しい対応（お辞儀、挨拶、言葉遣い）をしている。
	(5)	接遇時、訪問時などに基本的なビジネス・マナーを実践している。
コミュニケーション（適切な自己表現・双方向の意思疎通を図る能力）	(1)	上司・先輩などの上位者に対し、正確にホウレンソウ（報告・連絡・相談）をしている。
	(2)	自分の意見や主張を筋道立てて相手に説明している。
	(3)	相手の心情に配慮し、適切な態度や言葉遣い、姿勢で依頼や折衝をしている。
	(4)	職場の同僚等と本音で話し合える人間関係を構築している。
	(5)	苦手な上司や同僚とも、仕事上支障がないよう、必要な関係を保っている。
チームワーク（協調性を発揮して職務を遂行する能力）	(1)	余裕がある場合には、周囲の忙しい人の仕事を手伝っている。
	(2)	チームプレーを行う際には、仲間と仕事や役割を分担して協同で取り組んでいる。
	(3)	周囲の同僚の立場や状況を考えながら、チームプレーを行っている。
	(4)	苦手な同僚、考え方の異なる同僚であっても、協力して仕事を進めている。
	(5)	職場の新人や下位者に対して業務指導や仕事のノウハウ提供をしている。
チャレンジ意欲（行動力・実行力を発揮して職務を遂行する能力）	(1)	仕事を効率的に進められるように、作業の工夫や改善に取り組んでいる。
	(2)	必要性に気づいたら、人に指摘される前に行動に移している。
	(3)	よいと思ったことはどんどん上位者に意見を述べている。
	(4)	未経験の仕事や難しい仕事でも「やらせてほしい」と自ら申し出ている。
	(5)	新しい仕事に挑戦するため、資格取得や自己啓発などに取り組んでいる。
考える力（向上心・探求心を持って課題を発見しながら職務を遂行する能力）	(1)	作業や依頼されたことに対して、完成までの見通しを立てて、とりかかっている。
	(2)	新しいことに取り組むときには、手順や必要なことを洗い出している。
	(3)	仕事について工夫や改善を行った内容を再度点検して、さらによいものになっている。
	(4)	上手くいかない仕事に対しても、原因をつきとめ、再チャレンジしている。
	(5)	不意の問題やトラブルが発生したときに、解決するための対応をとっている。

技能・技術に関する能力 (1) 基本的事項		
A: 常にできている B: 大体できている C: 評価しない		
能力ユニット	評価	職務遂行のための基準
ビジネス知識の習得	(1)	政治経済動向や一般常識など、ビジネス会話の話題になりそうな基本事項の習得に取り組んでいる。
	(2)	会社の事業領域や組織形態や組織構造について概要を理解している。
	(3)	会社の経営理念や社是・社訓等の内容を理解し、可能な範囲で実践している。
PCの基本操作	(1)	ワープロソフトを用いて基本的な文書を的確に作成している。
	(2)	表計算ソフトを用いて基本的な作表やグラフ作成を的確に行っている。
	(3)	電子メールの活用やインターネットを使った情報検索を支援なく行っている。
企業倫理とコンプライアンス	(1)	日常の職務行動において公私の区別をきちんとつけている。
	(2)	業務上知りえた秘密や情報を正当な理由なく他に開示したり盗用したりしない。
	(3)	担当職務の遂行において従うべき法令上の要請事項を理解し、必ずこれを守っている。
関係者との連携・関係構築	(1)	周囲から質問や助力を求められた場合には快い態度で対応している。
	(2)	担当職務と直接関係しない依頼であっても誠実に対応している。
	(3)	人的ネットワークを積極的に広げ、周囲に溶け込んでいる。
成果の追求	(1)	困難な状況に直面しても真摯かつ誠実な態度で仕事に取り組んでいる。
	(2)	報告書など必要な提出物は期限内に怠りなく提出している。
	(3)	二つ以上の仕事を抱えている場合、職責を果たすためにまずは何をすべきか適切に判断している。
改善・効率化	(1)	書類や机上の整理・整頓・清掃など、効率的に仕事を進めるための環境を整えている。
	(2)	一度ミスした事項については、同じ間違いを繰り返さないよう注意している。
	(3)	自分の裁量の範囲内で工夫しながら仕事を行い、何らかの改善を試みている。
顧客・取引先との折衝	(1)	説明すべき事項を漏れなく簡潔に伝えている。
	(2)	相手に説明する際は、事実と意見を区別して伝えている。
	(3)	TPOに応じて適切な態度と言葉遣いで折衝や打合せを行っている。
顧客満足の推進	(1)	挨拶を含めて明るい声と表情でお客様と接している。
	(2)	お客様から要望を受けた場合には速やかに行動に移している。
	(3)	自分の接客態度が自社への信頼や満足を大きく左右することを理解し、細心の注意でお客様と接している。

技能・技術に関する能力 (2) 専門的事項		
A: 常にできている B: 大体できている C: 評価しない		
能力ユニット	評価	職務遂行のための基準
美容 (理容) 受付業務	(1)	受付エリアの整理・整頓ができる
	(2)	商品ディスプレイの管理ができる
	(3)	商品の傷・汚れのチェックと正しい行動ができる
	(4)	受付の備品の点検・チェックができる
	(5)	サロンのお迎えマニュアルに沿ってお客様を迎えることができる
	(6)	お客様の問い合わせの電話に対して正しく対応できる
	(7)	予約の確認・連絡ができる
	(8)	電話の用件を適任者に正しく伝えることができる
	(9)	個人情報に関わることを認識し保護の大切さを理解することができる
	(10)	お客様への回答・情報は正しく伝えることができる
	(11)	予約電話にサロンで決められたルールに従って礼儀正しく速やかに対応できる
	(12)	予約内容の確認ができる
	(13)	予約内容の記録を正しく予約表に決められたルールに従って記録できる
	(14)	正確な会計処理ができる
	(15)	施術内容・購入商品をチェックの上、金額を計算し、釣銭等の処理を正しくできる
	(16)	常に金銭保全に従った清算業務ができる

美容（理容）接客接遇	(1)	正しい言葉遣いができる
	(2)	笑顔で接客ができる
	(3)	友好と信頼かつお客様の機密性を確保しながら対応できる
	(4)	お客様の荷物等を慎重に取扱いお返しすることができる
	(5)	お客様から得た情報を担当者に正確に伝えることができる
	(6)	お客様に安心感を与えるための心配りができる
	(7)	サロンにあった正しいコスチュームができる
	(8)	お客様の個性に合った対応ができる
	(9)	繁忙期などいかなる状況においても均一なサービスができる
	(10)	お客様の表情・しぐさからニーズをくみ取ることができる
	(11)	お客様の要望・期待に応えようと真摯な態度が見てとることができる
	(12)	お客様に安心してもらえるようコミュニケーションをすることができる
	(13)	お客様の話をよく聞き、理解した上で行動することができる
	(14)	お客様に必要な情報は必ず伝えることができる
	(15)	お客様に利益となる情報を伝えることができる
	(16)	お客様が不満な時の対応ができる
	(17)	商品の情報をお客様のニーズに合わせて提供できる
アシスタント業務一般	(1)	スタイリストの指示に従って施術内容に応じて道具・用具・機材を準備できる
	(2)	職場環境を施術前にスムーズに整えることができる
	(3)	器材・タオルの衛生面を管理できる
	(4)	カルテの準備ができる
	(5)	廃棄物等を正しく処分できる
	(6)	器具・器材のチェック・洗浄・点検ができる
	(7)	1日の最終に明日の状況に合わせて準備できる
	(8)	商品・備品の在庫チェックができる
	(9)	美容小物の整理・整頓ができる
	(10)	お客様の身になって清掃ができる
ブロー・スタイリングアシスタント業務	(1)	サロンで決められたブロー・スタイリングの準備ができる
	(2)	サロンで決められたスタイリング剤の準備ができる
	(3)	ブローのための器具・器材を正しく使用できる
	(4)	スタイルに合わせて使用グッズを効果的に選ぶことができる
パーマ ワインディングアシスタント業務	(1)	スタイリストの指示に従ってパーマの準備ができる
	(2)	時間を効果的に使って基本巻きができる
	(3)	サロン内もしくはメーカーのマニュアル又はスタイリストの指示に従って塗布ができる
	(4)	カールをくずすことなくロッドアウトができる
	(5)	お客様に与える不快感を最小に抑えたワインディングができる
カラーアシスタント業務	(1)	スタイリストの指示に従ってカラー材の準備ができる
	(2)	均一な塗布が決められた時間内にできる
	(3)	お客様の肌や服にカラー剤が飛び散らないように作業できる
	(4)	スタイリストの指示に従って頭皮のコンディショニングを整えることができる
	(5)	スタイリストの指示に従って髪へのダメージを最小に抑えた薬剤除去ができる
シャンプー トリートメント (コンディショナー)	(1)	施術中お客様の衣服を汚さないように準備ができる
	(2)	サロンで決められた時間内に終わらせることができる
	(3)	目的別のシャンプー技術を理解し実行できる
	(4)	毛髪の損傷度に応じた薬液を提供できる
	(5)	サロンマニュアル・製品マニュアルにそって正しくシャンプー剤を使用できる
	(6)	シャンプー施術中のお客様の負担を軽減する施術ができる
	(7)	髪の状態を把握し適切なマッサージ方法ができる
	(8)	頭皮の状態に応じた適切なマッサージができる
	(9)	髪の長さに応じたシャンプー・マッサージができる
	(10)	髪の密度に応じたシャンプー・マッサージができる
	(11)	お客様の悩みを解消し解消に向けたトリートメントを選び施術できる
	(12)	お客様の希望を把握しトリートメントを提案できる
	(13)	使用シャンプー剤・トリートメント剤についてカルテにお客様の状態や希望に応じたものであることを記入できる
	(14)	お客様のニーズに合った圧力でマッサージができる
	(15)	お客様の立場に立ってコミュニケーションができる
	(16)	シャンプー施術中の接遇用語を正しく使うことができる

カラー	(1)	パッチテストの必要性を知っておりお客様にご協力を求めることができる
	(2)	事前カウンセリングにおいて問題点を把握できる
	(3)	お客様自身又はお客様の衣服の保護ができる
	(4)	自分自身の身体を保護できる
	(5)	カラー剤の無駄を最小限に抑えることができる
	(6)	サロンで決められた時間内にできる
	(7)	カラー施術前の毛髪診断ができる
	(8)	カラーチャートにより試染テストを行なうことができる
	(9)	マニキュア施術を90分又はメーカーのマニュアルどおりに行なうことができる
	(10)	合成染毛剤を使用して白髪染めの塗布を正確に時間内で行なうことができる
	(11)	合成染毛剤を使用しておしゃれ染めの塗布を正確に時間内で行なうことができる
	(12)	カラーのシャンプーにおいてサロンで決められた時間内にきれいにカラー剤の除去ができる
	(13)	お客様に対してカラー施術中の接客用語を正しく使うことができる
	(14)	思いやりを持って言葉かけができる
	(15)	トラブルの際にはすぐにスタイリストに報告できる
ワインディング (パーマ)	(1)	パーマ前の毛髪診断ができる
	(2)	ウェーブの希望を正確に聞けスタイリストに報告できる
	(3)	頭皮の状態・毛質に合わせてスタイリストの指示どおりの事前処理ができる
	(4)	お客様の安全を確保しながら施術を行なうことができる
	(5)	スタイリストの指示によってワインディングができる
	(6)	お客様の負担を軽減するよう心がけながらワインディングができる
	(7)	応用的な巻き方もスタイリストの指示により正確に行なうことができる
	(8)	サロンの決められた時間内に作業を行なうことができる
	(9)	1液塗布・タイム・2液塗布をお客様の状態に合わせてスタイリストの指示どおりに行なうことができる
	(10)	お客様に不快感を与えないようにパーマ剤・ストレートパーマ剤を除去できる
	(11)	ストレート施術を時間内に行なうことができる
	(12)	ストレート施術をスタイリストの指示どおりに正しく行なうことができる
	(13)	パーマ施術中の接客用語を正しく使うことができる
	(14)	思いやりをもってパーマ施術を行なうことができる
	(15)	トラブルの際にはすぐにスタイリストに報告できる
ブロー (フィニッシュ)	(1)	スタイリストの指示（スタイリング）を理解できる
	(2)	毛髪に対する熱の影響について理解できる
	(3)	ブラシ・ドライヤーを正しく持ち正しく使うことができる
	(4)	ストレートな毛流れを時間内で作ることができる
	(5)	ボリュームをつけるドライ技術が正確に時間内で行なうことができる
	(6)	根元の立ち上がりの表現ができる
	(7)	毛流れを方向づけることができる
	(8)	毛先に動きを出すことができる
	(9)	カール・ウェーブの表現が時間内にできる
	(10)	ブラシ・コームを清潔に保つことができる
	(11)	お客様の希望に合わせてある程度スタイルセットができる
	(12)	ブロードライ中の接客用語を正確に使うことができる
	(13)	お客様の髪質に合わせてスタイリストの指示どおりに施術を行なうことができる
	(14)	お客様に対して思いやりをもって施術を行なうことができる
	(15)	ドライヤー・アイロンなどの器具・器材の正常を確認することができる

美容サロンにおける SNSを活用した人材採用戦略講座

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

ブランディングにはコンセプトが必要

2

情報発信を行うまえに、
自店のコンセプトが明確になっていることが必須。

コンセプトを明確にする方法の1つである
『クリエイティブ活動』

ヘアサロンのクリエイティブとはその店舗の特徴やイメージを
決定する重要な要素です。
クリエイティブをつくりあげる為の方法とメリットをご紹介します。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

サロンのイメージを確立

5

サロンの方向性やイメージをはっきりさせることは重要です。
よく写真を見て「○○らしいね」や「この写真うっまいね」という会話を聞きます。
その○○が御社の共有すべきイメージになります。



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

サロンのイメージを確立する流れ

6

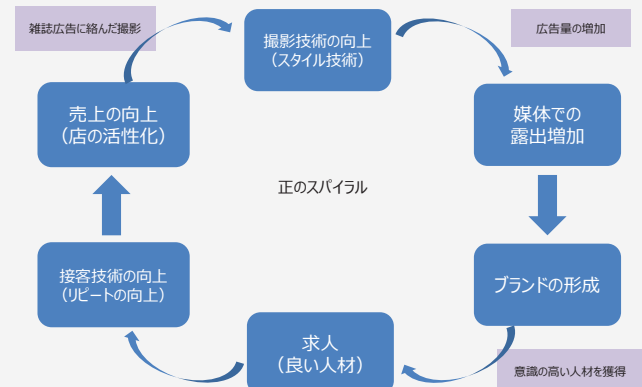
サロンのイメージを確立するためにはスタイルの撮影作品をつくるなど、
目的を持ち日常の考え方や意識を改善する必要があります。

- 日常意識** 良い作品撮りのために、日常的に必要な考え方や、やっておくことを身に付けます。
- 撮影前理解** 実際の撮影前に、撮影に向けて理解しておくことや、必要な準備を身に付けます。
- 撮影準備** 撮影作品をつくるチームでの、各自の役割や、成功のポイントを理解します。
- イメージ作り** 撮影イメージをどのようにしてつくるか、イメージに合った要素の選択方法
- 目的達成** 各サロンの目的に向けてどのようにすれば達成できるか。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

サロンのクリエイティブの重要性

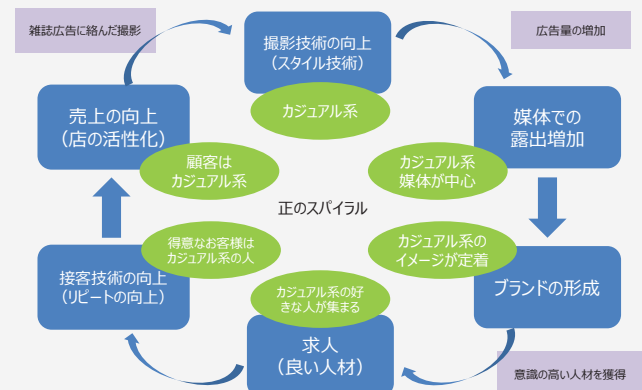
3



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

サロンのクリエイティブの重要性

4

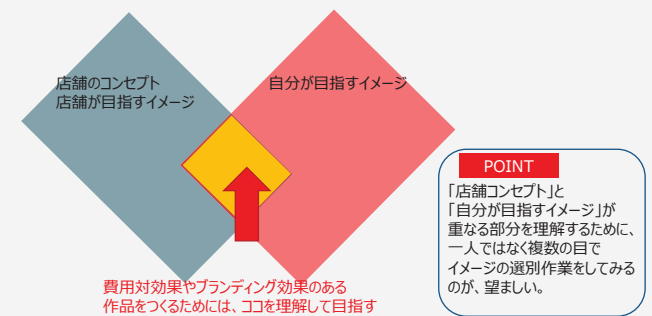


copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

イメージを共有するためのポイント

7

多くのイメージを見て、選別することで、自分の目指すイメージ、好きなイメージが見えてくる。



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

イメージ共有のポイント

8

撮影のスタイルづくりに必要なことは…
イメージをしっかりと描く (自分のつくりたいイメージを持つ)

イメージをつくる要素を理解する

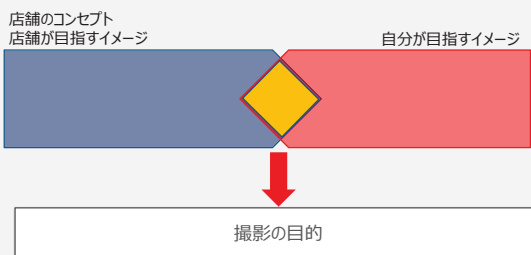
- モデルの選択
- ロケーション
- 衣装・アクセサリ
- スタイル

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

イメージ共有のポイント

9

サロンのイメージと自分の目指すイメージを共有し、どちらにとってもメリットのあるイメージをつくることで、スタッフのモチベーションアップにも繋がります。



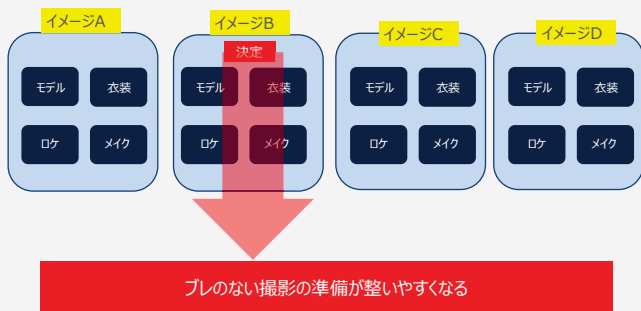
撮影をするには、必ずその目的があります。「個人作品」「ヘアカタログでの露出」「雑誌、他、各メディアへの掲載」…など、撮影をする目的を理解することが必要です。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

イメージ共有のポイント

10

目的に合わせ、つくるイメージを決定したら、イメージをつくる要素の内容を決めていく。



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

ターゲットを明確にする

13

大規模サロンの特徴 (サロンA)

経営形態：法人経営
店舗数：5～10
場所：関西圏
スタッフ数：50～100人
強み：規模力・ブランド力



採用枠：新卒5～10名が必要
⇒広エリアへの10代後半～20代前半へのブランディング

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

ターゲットを明確にする

14

中規模サロンの特徴 (サロンB)

経営形態：法人経営
店舗数：2～4
場所：大阪の郊外
スタッフ数：10～
強み：雰囲気・アットホーム



採用枠：新卒3～5名が必要
⇒特定エリアを中心とした10代後半～20代前半へのブランディング

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

ブランディングの重要性

11

「ブランディング」とは、ブランドから発信する情報を戦略的に取捨選別し、メッセージを明確にすることによって、これらの認知度や価値を高めるマーケティング戦略です。

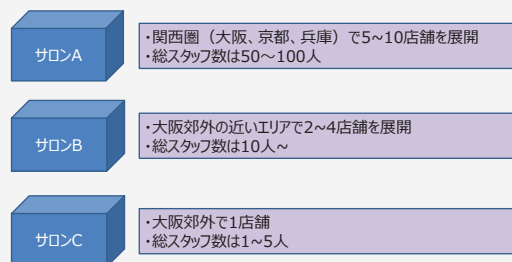
優秀な人材に「入社したい」と思ってもらえるように、自社のブランドと結びつけて想起されるイメージを向上させることが目的となります。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

ブランディングとは

12

この3サロン様にとってブランディングは同じ行動になるでしょうか？



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

ターゲットを明確にする

15

小規模サロンの特徴 (サロンC)

経営形態：個人経営
店舗数：1
場所：大阪の郊外
スタッフ数：1～5
強み：自由がきく・雇用条件が良い

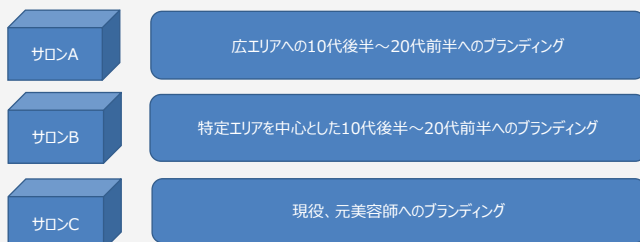


採用枠：中途1～2名が必要
⇒現役・元美容師へのブランディング

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

ブランディングとは

16



これらのように、サロンの特徴（経営規模やコンセプト）によってターゲットやブランディングの手法はそれぞれ異なる。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

これからの新卒採用に向けて

17

■採用で陥りがちなパターン!?

「現場が人手不足と言うから」「とにかく若手が必要」など計画もなしに、とりあえず人員募集をしても、すぐに離職…。これでは労力とコストの無駄遣いです。

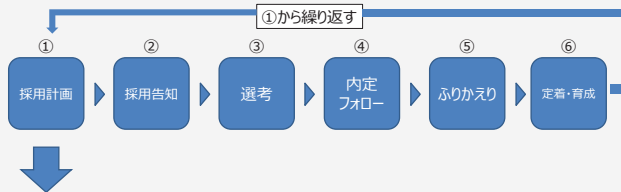


copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

これからの新卒採用に向けて

19

■人材採用ステップ



採用計画とは採用に関わるスケジュール及び「採用告知」から「ふりかえり」そして「育成」に至る、準備のすべてを指します。準備段階で重要な事業計画に沿って「求める人物像」を具体化することが大切です。従業員の満足度を高めることが「定着」につながります。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

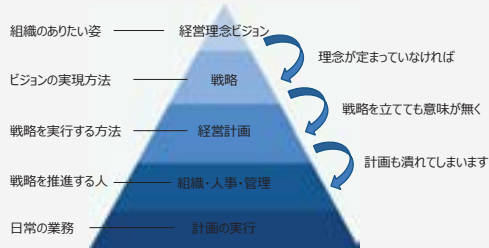
これからの新卒採用に向けて

18

■NGパターンから脱出するには?

大切なのは、「何のために」人を採用するのか、とその目的を明確にすること。そのためには、会社や組織の理念やビジョンから戦略、経営計画に至るまで、すべてを見直すことが第一歩と意になります。

「採用」を考えることは、経営全体を見渡すことに繋がります。

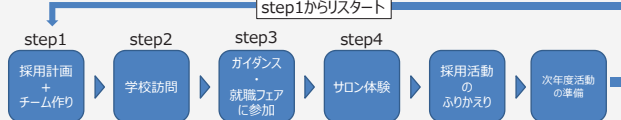


copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

これからの新卒採用に向けて

20

■新卒採用のステップ



・step1：採用計画の立案・チーム作り

新卒採用を成功させるためには、年間で計画を立てて、学校訪問やガイダンス参加、学生フォローなどを各スタッフで役割分担を行うことが成功のコツです。

・step2：学校訪問

顔を出すことが活動の第一歩。特にスタッフの出身校には連絡を。初回は挨拶や近況報告で2回目以降に本題に入ることもあるようです。

・step3：ガイダンス・就職フェアに参加

見栄えの良い、サロン案内のパンフレットや冊子などの印刷物を用意しましょう。

・step4：サロン体験

学生の就職後のギャップをなくせる絶好の機会です。興味を持ってくれた学生の本音を引出して、良い人材を面接に誘導しましょう。また、面接後は学生、学校への丁寧なフォローが大切です。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

新卒採用の事例

21

■サロンの感性を「動画やSNS」で発信、共感する学生とマッチング

サロンと感性の合うスタッフが欲しいという小規模サロンの事例

■採用告知の工夫

・サロンやスタッフの雰囲気動画を伝える

動画掲載機能のある求人サイトで、「ヘアスタイル」「営業中の店内」「オーナーから応募者への想い」の3種類の動画を公開。文章で伝えることが難しいサロンの雰囲気も、動画を使うことで分かりやすくなります。

・最新スタイルを日々「WEB発信」

ターゲットとしている層が愛用するSNSのInstagramを、写真の投稿にフル活用。サロンの感覚に共感する学生に見てもらい、興味を持ってもらう目的で使用している。

新卒の応募が数件あり、うち1名を採用

動画、写真を使ったアピールをはじめて、同時期に新卒の応募が3件。特にファッションに興味があり、仕事に対する真剣さも感じられた「一緒に働きたい」と思えた1名を採用！

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

美容室の有効なWEBの活用

23

前段の新卒採用の事例などからも分かるように、ガイダンスや学校への営業は重要ですが、今ホットペッパーを中心に集客や求人ツールとしてWEBを絡めていくことも必要不可欠になっています。また、ブランディングの為に欠かせないツールとなっています。



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

新卒採用の事例

22

■「学生の“ツボ”」の見極めで「育てたい」人材を採用

察する能力のあるスタッフがほしい

■採用告知の工夫

・「ガイダンス」「就職でフェア」に積極参加

学生と直接コミュニケーションの取れる場所で「進んで学ぶことの出来る人材を求めている」と明確にアピールする。毎年変化する、学生の要望が「クリエイティブ性」「福利厚生」「事業の将来性」など反応を考慮しながら、ブッシュする面を検討。

・「WEB」で学生が知りたい情報を発信

学生にとってうれしい情報を考えてコンテンツを作成。求人ページでは入社後を想像できるように、新人スタッフの仕事風景や社内イベントの様子など画像をふんだんに使うことで分かり易く紹介している。instagramやTwitter、LINE@など学生が良く使うSNSでも発信している。

サロンの考えを理解した新卒をコンスタントに採用

学生は、サロンから何を求められているか理解したうえで応募。その中から毎年5~7名ほど採用。入社後は能力を伸ばそうと努力することでスタッフの定着に繋がっています。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

悩み

24

集客以外での出費、年々増加する求人費用の抑制。マネージャーとして費用対効果のいい方法を見つけたい。そのためには美容学生の現状を知る必要があります。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

人材採用に関わる動きで、過去1年間の人材採用の状況。



※採用実績なしは、採用が必要なかったサロンも含まれている可能性あり

約半数が過去1年間採用実績なしという結果に、全国7都道府県で行った調査のうち、東京エリアがその多くを占めているので、地方ではさらに厳しい状況が予想されます。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

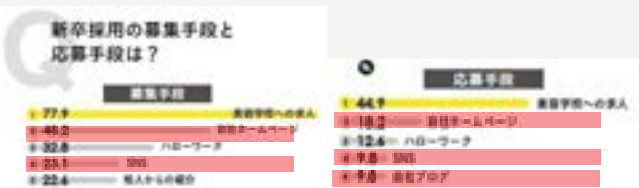
（就職活動の際）情報収集の時に苦労したこと、もっと知りたかった情報はどんなことですか？

1	実際に働いている人の意見	45.0%
2	給与・待遇・福利厚生	35.0%
3	職場の雰囲気や環境	32.5%
4	サロンの技術レベル	13.8%
5	先輩（OB・OG）の意見	12.5%
5	教育制度や環境	12.5%

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

学生の就職先の決め方

美容学生の求人情報の多くは学校に届く求人からですが、HPやSNSなどのWEB経由での申し込みも大半を占めています。



※複数回答 出典：ホットペッパービューティーアカデミー「ヘアサロン採用状況に関する調査」2016年12月

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

学生アンケート（美容学生2年生対象）

就職先を選ぶ際に最も重視したことは何ですか？

1	働きやすい雰囲気がある	22.5%
2	給与・昇給などの待遇面	11.3%
3	勤務エリア・サロンの立地	8.8%
4	尊敬できるスタッフがいる	7.5%
5	サロンの技術レベルが高い	6.3%

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

学生アンケート（美容学生2年生対象）

就職後のキャリアプランに一番近いイメージは？

1	自分の時間を大切にしながら働きたい	20.0%
1	将来独立をしてサロンを開業したい	20.0%
3	将来、自分のキャリアアップのため転職や留学をと思う	13.8%
4	できれば新卒入社したサロン（企業）で働きたい	12.5%

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

求人の為のWEB活用 HP・SNS充実

Twitter、instagramなどのSNSやHP内のブログなどのコンテンツを充実させることで、興味をもった学生を呼び込みます。



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

求人の為のWEB活用

求人の為にWEBを有効に活用しているサロンも多く、その方法は大きく分けて以下の2つが挙げられます。



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

求人の為のWEB活用 HP・SNS充実

今の美容学生は下記のように大きく分けることができます。

- ① 上昇志向が強い
- ② マイペースに仕事をしたい
- ③ 技術の追求をしたい

それを知るためにサロンをチェックします。

- ・どんな人がいるの？
- ・サロンの雰囲気は？
- ・技術力はあるの？

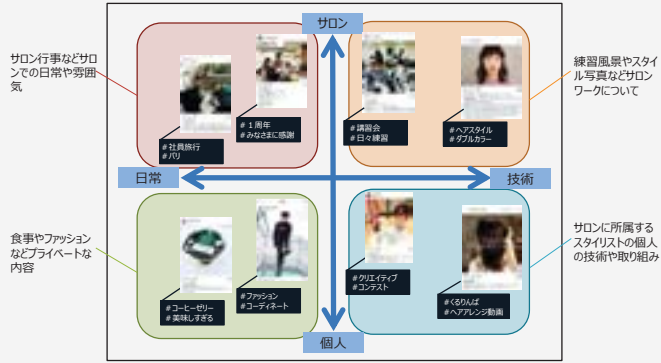
HPやSNSが充実していないと情報を伝えることができません。どんなサロンが分からないので学生が離れていきます。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

求人へのweb活用 hp.sns充実

33

学生の興味に基づき、それぞれのサロンがどんな事を行っているのかを分布



求人へのweb活用

35

サロン行事や日常風景を投稿することで、「職場の雰囲気や環境」をアプローチできます。



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

求人へのweb活用

34

練習風景や講習風景を投稿することで、「職場の雰囲気や環境」「教育制度や環境」をアプローチできます。



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

求人へのweb活用 技術

36

スタイル写真を投稿することで、「サロンの技術レベル」をアプローチできます。



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

求人へのweb活用

37



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

【ワーク】ハッシュタグをつけてみよう

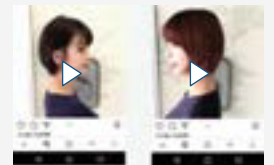
39

正解は！



ヘアアレンジを含め多くのハッシュタグを設置。店名なども入れることで多くのいいね、フォローを獲得します。

また同じ投稿で動画も撮影、カットモデルの360度写真を入れることでより反応の良い投稿が出来るでしょう。



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

【ワーク】ハッシュタグをつけてみよう

38

この写真にハッシュタグをつけてみよう！



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

【ワーク】ハッシュタグをつけてみよう

40

手元資料を参照。

投稿画像を元に、ハッシュタグを付けてみましょう。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

SNSをうまく活用したアカウント

41

事例① Euphoria /@euphoria_recruit
114,000 followers



原宿・青山・銀座・新宿・池袋など
都心の人気エリアに展開するユーフォリアの
リクルートアカウント。

セミナー、ヘアカタログ撮影、スタッフ、会社
行事などが中心。
ヘアスタイルやアレンジ動画などは投稿され
ていない。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

SNSをうまく活用したアカウント

43

事例③ 三科光平さん /@mishina.kohei
111,000 followers



OCEAN TOKYO harajuku代表取締役。

Youtube, twitter, instagramなどでフォ
ロワーを伸ばしている。

Youtubeやtwitterに比べて、instagram
は、プライベートやオフショットなども多数投稿
している。

→
Youtubeでは、
後輩スタッフも頻
出。チームの盛
り上げもあり、週
2〜3本ペース
で動画を配信。



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

SNSをうまく活用したアカウント

42

事例② 日紫喜清矢さん /@xxhishiki8xx
125,000 followers



ヘアアレンジ、スタイル写真が中心。
東京で経験を積んだのち、現在は三重で
活躍中。

ヘアアレンジ動画は、1つの動画で1万
回を超える再生数がある。

同じサロンに務める野澤琢真さんとともに、
インスタグラムのフォロワーを急速に伸ばし
ている。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

SNSをうまく活用したアカウント

44

事例④ 小西恭平さん /@kyohei_konishi
92,700 followers



東京で活躍するスタイリストの個人アカウン
ト。

お客様のビフォー・アフターをアップ。
美容師の本懐であるスタイルチェンジで勝
負しているため、直接的な集客につなが
っている。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

Instagram 投稿のコツ

45

ヘアアレンジ紹介は動画がmast!



ヘアアレンジ投稿にはわかりやすい動画が
ベスト。
お客さん向けなので「くるりんぱ」など基本
工程を飛ばさず。
見づらい箇所は寄り撮るのもポイントで
す!



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

Instagram 投稿のコツ

47

テロップはパッと見で、分かるくらい短く!



動画編集では、音声とテロップがマッチして
いるかも大切。サクサク進んでいく動画では、
じっくりテロップを読むことはできないので、
パッと見て分かるくらい短く簡潔なものを意
識して。長い文章は2回に分けていれよう。



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

Instagram 投稿のコツ

46

動画→店内、写真→屋外 を使い分け



動画は店内、写真は屋外、と使い分け。
動画は店内でもキレイに撮れますが、写真
は背景を含めた見え方がとても大事。余
計なものが入りにくい屋外で、インスタ映え
を意識して。

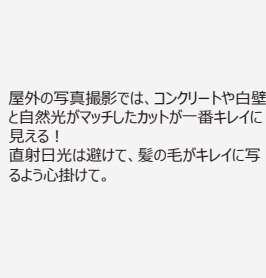


copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

Instagram 投稿のコツ

48

屋外撮影では、自然光を活かすと映える!



屋外の写真撮影では、コンクリートや白壁
と自然光がマッチしたカットが一番キレイに
見える!
直射日光は避けて、髪の毛がキレイに写
るよう心掛けて。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

Instagram投稿のコツ

49

暗めに撮影→画像編集で
見え方を変えてイメージしやすく

1回で投稿で2カットを投稿。
光の加減などは、あらかじめイメージより少し暗めに撮って、編集でイメージの質感まで明るくすると見えやすくなります。



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

Instagram投稿のコツ

50

施術動画は仕上がりまでのワクワク感を演出できる！



ヘアカーラーなど実際の施術動画は仕上がりに向かうワクワク感が演出できます。「楽しくて為になる！」が再生回数の伸びに影響します。仕上がりまでのワクワク感と仕上がり時の感動をプロデュースしてみよう。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

Webコンテンツ充実まとめ

53

学生は就職先を徹底的にリサーチします。
どんなサロンか、自分とのミスマッチが無いのか
たとえ学生の要望に合ったサロンでもサロンの雰囲気や中身が伝わらないと離れてしまいます。

WEBやSNSを充実して、しっかりと自分のサロンを見せることで学生の方から興味を持ってもらえるようにしましょう。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

広告をつかった求人

54

求人媒体をどうしたらいいかわからない。
色々な媒体に出しているけど費用が重なるばかりで効果は感じられない・・・

ただ求人を出すだけでダメ！
狙ったターゲットにピンポイントで広告を打つ必要があります。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

Instagram講座

51

同じスタイル写真でもヘアアレを取り入れると
「いいね！」数UP

左のスタイルは、実は右の髪型と同じ。
ボニーテールにすることで見せたいデザインを強調し、「いいね！」数は倍に。



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

Instagram講座

52

自撮りで自分自身をプロデュース。
退屈にならないようポーズと角度をアレンジ！



ワンパターンだと飽きてしまうので、背景やポーズ、角度もいろいろ試して、退屈にならないよう心掛けて。
ファッションの雰囲気によって光の加減を変えるなど、細部にも気を配るのが大事。



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

WEB広告の役割と種類

55

WEB広告の役割と種類



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

広告をつかった求人

56

WEB広告の活用
SNSやサイトの色々な所で見かける広告。
実はターゲットを絞って広告を掲載しています。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

WEBの広告は主に下記のターゲットを絞ることができます。

- ・地域：都道府県、市町村など
- ・年齢：10代～60代まで
- ・男女
- ・興味：美容などの大枠なジャンル

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

Twitter広告の特徴

Twitterの検索画面やタイムライン画面、おすすめフォロー画面に掲載する広告です。ユーザーのつぶやいたキーワードに反応して広告を掲載したり、対象のアカウントのフォロワーに対して広告を掲載できるので、美容学校のアカウントをターゲットにすることで美容学生に広告掲載を行うことが可能です。また他社のサロンをターゲットにすることで、競合サロンのお客さんに広告掲載が可能です。



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

WEB広告にはSNSなどの多くの種類があります。

- ・twitter
- ・facebook
- ・instagram
- ・line
- ・ヤフーやグーグルの検索
- ・バナー広告

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

参考データ

国内ユーザー数：4,000万人
 メインユーザー層：10～20代
 エンゲージメント率：0.11%
 ユーザーのアクティブ率：70.2%
 リアルタイム性が高く、リツイートによってフォロワー以外のユーザーにも拡散可能。アプリの滞在時間が長い。

※エンゲージメント率 投稿した内容に対して、反応してくれた割合を表す指標です。

こんなサロンにオススメ

学生の年齢にマッチする媒体なので、ほとんどのサロンにオススメです。リアルタイム性が高いため、求人募集の告知やサロン見学の案内などの情報発信が可能です。また日々の仕事や社内行事などを伝えたいサロンにもオススメです。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

facebook広告の特徴

Facebookのフィード画面、PC版では右側に広告が配信されます。豊富なターゲット方法により、精度の高いターゲティングで広告配信を行えます。多くのユーザー登録情報により、年齢、性別、地域、興味関心などを絞り広告の掲載が可能です。



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

facebook広告の特徴

instagramのフィード画面、ストーリー画面広告が掲載されます。いいねをしている画像の傾向やfacebookの連携を行っているユーザーにはfacebookの属性でターゲットを絞ることが出来ます。インスタグラムについては、ユーザー数が他のSNSに比べて少ないことから効果を疑問視する声もありますが、ユーザー数の伸び率、アクティブ率、エンゲージメント率すべての指標で他のSNSを上回っているため配信する業種によってはかなりオススメです。



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

参考データ

国内ユーザー数：2,700万人
 メインユーザー層：20～40代
 エンゲージメント率：0.16%
 ユーザーのアクティブ率：56.1%
 情報量が多く、企業や個人の情報収集などフォーマルな情報を扱うことが多くなっています。

※エンゲージメント率 投稿した内容に対して、反応してくれた割合を表す指標です。

こんなサロンにオススメ

使用する年齢層が少し高いので、学生というよりも転職活動をしている人を狙いたい場合はオススメです。職業のターゲットや転職、美容両方に興味を持っているユーザーを狙うことで、復職希望の美容師などにも配信することが可能です。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

参考データ

国内ユーザー数：2,000万人
 メインユーザー層：10～20代（特に女性）
 エンゲージメント率：0.37%
 ユーザーのアクティブ率：84.7%
 ユーザーの多くが毎日利用しており、複数回利用するユーザーも半数以上です。写真や動画のビジュアルをメインで見せる事が出来ます。

※エンゲージメント率 投稿した内容に対して、反応してくれた割合を表す指標です。

こんなサロンにオススメ

写真や動画がメインの媒体なので、技術やスタイルが特徴のサロンにオススメです。また短い動画でスタイリングの方法やスタイルの360度撮影で更に自身の技術を見せることが可能です。女性の学生をターゲットにする場合もオススメです。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

LINE広告の特徴

LINEアプリ内のタイムライン、ラインニュースに配信されます。LINE内での行動履歴(スタンプ購入履歴、LINE公式アカウント/LINE@友だち登録履歴など)を元に分類した興味関心のターゲット層に向け広告を掲載します。
約6600万人というSNSでも最大のユーザー数を誇り、多くの潜在リーチに認知することが可能です。



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

facebook広告の特徴

ヤフー・グーグル共に設定したキーワードに該当するワードを検索したユーザーに対して広告を配信します。自然検索結果よりも上部に配信することが可能です。



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

参考データ

国内ユーザー数：6,600万人
メインユーザー層：10~50代
ユーザーのアクティブ率：70.8%
毎日の接触頻度が高いためユーザーのアクション率が高く、多くの人に認知してもらえます。

※エンゲージメント率 投稿した内容に対して、反応してくれた割合を表す指標です。

こんなサロンにオススメ

学生と個々にやりとりをしたい美容師にオススメです。
LINE@の友達に誘導してマンツーマンでやり取りを行うことが可能です。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

facebook広告の特徴

サイト内に画像によるイメージ広告やテキスト広告の配信を行います。
検索型と違い性別、年齢、ユーザーの興味関心、指定したURLにターゲットを設定し配信ができます。また、一度サイトを訪問したユーザーに対して再度広告を配信することも可能です。



copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

■広告配信のシミュレーション

サロンA	<p>新卒5~10名程必要 ⇒広エリアへの10代後半~20代前半へのブランディング</p> <p>幅広いターゲットに画像で多角的なアプローチを仕掛けたい⇒instagram</p>
サロンB	<p>新卒3~5名程必要 ⇒関西美容学生を中心とした10代後半~20代前半へのブランディング</p> <p>アットホームな雰囲気、日々のサロンの様子を伝える⇒twitter</p>
サロンC	<p>中途1~2名程必要 ⇒現役、元美容師へのブランディング</p> <p>職業や年齢などターゲットが細かく決まっている⇒facebook</p>

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

■サロンBのシミュレーション

関西美容学生を中心とした10代後半~20代前半へのブランディングを目的として、アットホームな雰囲気を伝えていきたい、日々のサロンの様子を伝える為、媒体はTwitterを活用していきます。

媒体	推定平均クリック単価	推定クリック率	推定インプレッション	推定クリック数	推定コスト
Twitter広告	¥36.3	1.70%	129,000	2,200	¥80,000
性別	男女				
地域	大阪、兵庫、奈良、京都				
Twitterアカウント	美容学校/ヘアサロンアカウント/サロン求人情報アカウント				

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

■サロンAのシミュレーション

関西の広エリアの10~20代にアプローチを掛けたい、また、おしゃれなイメージや自分を高めたい目標をもつ学生がターゲットですので媒体はinstagramを活用していきます。

媒体	推定平均クリック単価	推定クリック率	推定インプレッション	推定クリック数	推定コスト
instagram広告	¥53.3	1.27%	118,000	1,500	¥80,000
性別	男女				
地域	大阪、兵庫、奈良、京都				
facebook興味関心	興味関心：美容室/ヘアスタイル 年齢10~20代				

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

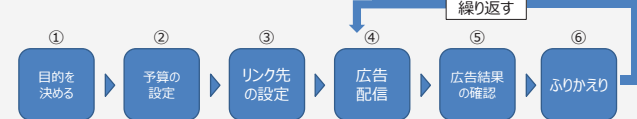
■サロンCのシミュレーション

現役・元美容師へのブランディングを目的、転職に興味がある、もしくは転職活動中、職業が美容師などターゲットがかなり絞られるので媒体はターゲット精度の高いfacebookを活用していきます。

媒体	推定平均クリック単価	推定クリック率	推定インプレッション	推定クリック数	推定コスト
facebook広告	¥75.4	0.62%	170,000	1,060	¥80,000
性別	男女				
地域	大阪、兵庫、奈良、京都				
興味関心・属性	興味関心：美容室/ヘアスタイル/転職/ 職業：美容師 年齢22~40才				

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

■ 広告配信までの流れ



① 目的を決める

まずは広告の目的を決定します。求人成功させるために、どんな人をどれくらいサイトに呼んでくるのか、どの媒体を使うのか目標を立てます。

② 予算の設定

①で定めた目標をもとに、達成するためにはどれだけの費用が必要かを算出します。

③ リンク先の設定

どれだけターゲットにマッチした人を呼び込んでも、リンク先のページが悪ければ離れていってしまいます。そのため魅力的なページを用意しましょう。

④～⑥ 広告配信とふりかえり

広告を配信して後は、結果を見て振り返り改善していくことが大切です。一度きりでダメと思わず、何度も調整していくことで改善されていきます。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

Web広告は、コンテンツを充実させることと違い、あなたのサロンを知らない人知ってもらうきっかけを作ることができます。

多彩なターゲット、豊富な媒体を利用して学生やお客さん呼び込むことができます。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

広告の内容を変えることで集客にも使用できます。

・大阪市 30～40代 女性に広告配信。

ポスティングやDMでは嫌煙され見られない可能性がありますが、狙ったターゲットに届けることができます。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

サロンのweb活用については必要不可欠な時代です。ただ更新する、アップするだけでなく、サロンのカラーをしっかりと打ち出していく必要があります。

学生もお客さんも自社のサロンのコンセプトを持ち、しっかり見せることでマッチした人を取り込むことができます。

copyright(C)美容HRM人材養成プログラム ALL Rights Reserved.

【ワーク】 ハッシュタグをつけてみよう



いいね！ 112件

××××_recruit 多くの学生さんが説明会にお越しくださいました！皆様のご応募お待ちしております。

- #
- #
- #
- #
- #
- #
- #

【ワーク】 ハッシュタグをつけてみよう



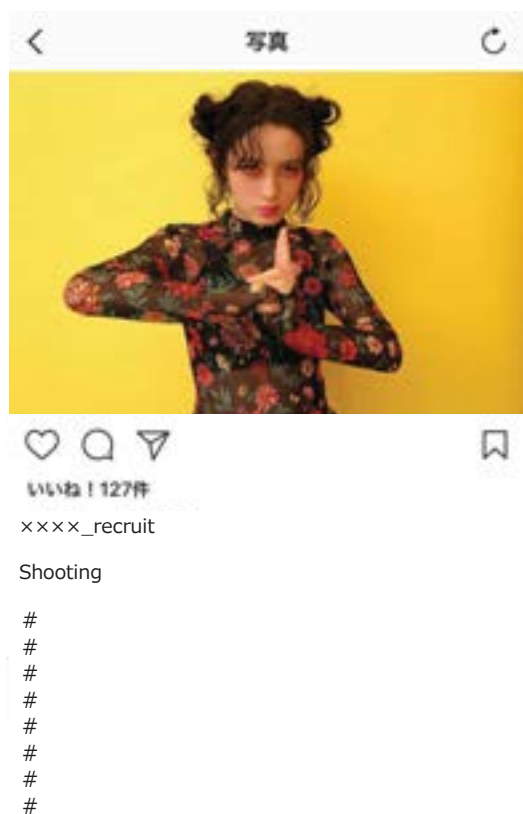
いいね！ 349件

403eriさん、他349人が「いいね！」しました

××××_recruit ハロウィン！アニーと??? 当ててみてください♪

- #
- #
- #
- #
- #
- #
- #

【ワーク】 ハッシュタグをつけてみよう



1-4 研修講座副教材（個人学習コンテンツ）

本実証講座では、集合学習における学習内容を踏まえつつ、特に「人事マネジメントPBL

①」「人事マネジメントPBL②」「美容サロン人事評価」「フリーランス美容師」の領域に重点を置いてWEBラーニングを作成した。

受講者は、主にスマートフォン等の端末を利用して自主学習を進めることができる。以下

に、このWEBラーニングの仕様・構成について説明する。



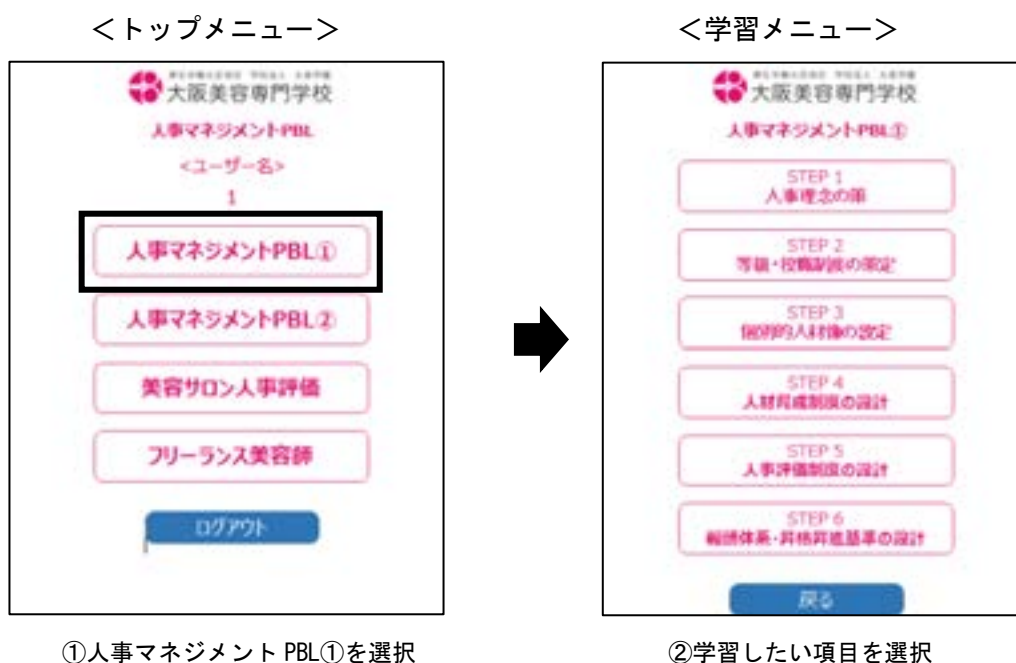
美容版 HRMPBL① e ラーニング使用説明書

(1) ログイン

- ① 下記 URL にスマートフォンまたはタブレットからアクセスする。
<http://www.daibi.biz/dbpbl/>
- ② ユーザ名・パスワードを入力してログインする。

(2) 学習メニューの選択

- ① トップメニューから「人事マネジメント PBL①」を選択する。
- ② 表示された学習メニューから学習したいステップを選択する。

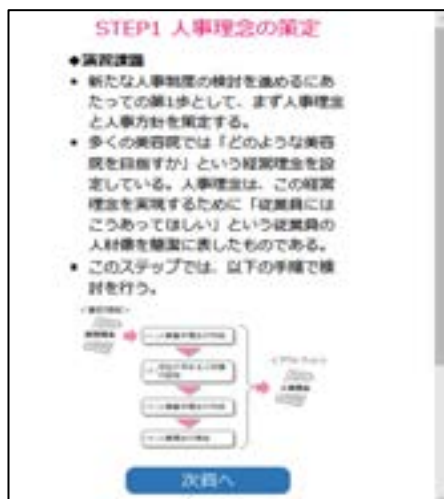


(3) 学習の進め方

- ① 学習メニューから STEP1 から STEP6 までのいずれかの項目を選択する。
- ② まず選択した STEP の演習課題が表示される。精読後、「次頁へ」を押す。
- ③ 次に、当該 STEP の学習をすすめる上での前提情報や、参考事例が表示される。参考事例について外部のウェブサイト閲覧する必要がある場合には「サイトを開く」というボタンが表示されるため、適宜参照する。精読後、「次頁へ」を押す。
- ④ 演習問題の1つ目が表示される。課題を精読して検討を行った上で、入力フォームに解答を入力する。入力後、「次頁へ」を押す。
- ⑤ 演習問題の2つ目が表示される。1つ目の課題同様、課題を精読して検討を行った上で、入力フォームに解答を入力する。入力後、「次頁へ」を押す。

- ⑥ 以降、すべての課題が終了するまで同様の操作を繰り返す。
- ⑦ すべての演習課題への解答が終わると、「メニューに戻る」のボタンが表示されるので、それを押してメニューに戻り、次のSTEPの学習へと移る。

<STEP1 演習課題>



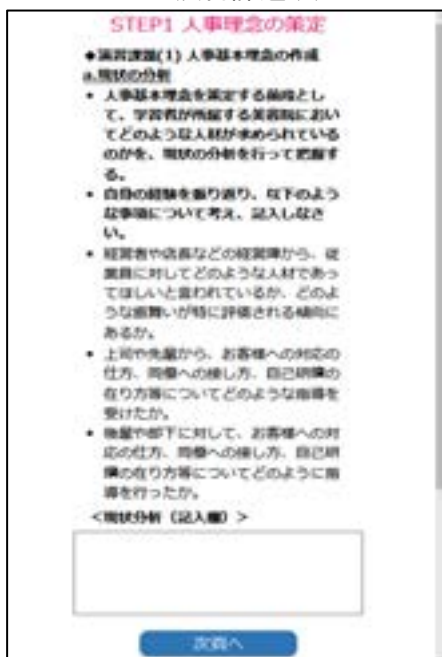
①演習課題を精読して次頁へを選択

<STEP1 前提情報・参考事例>



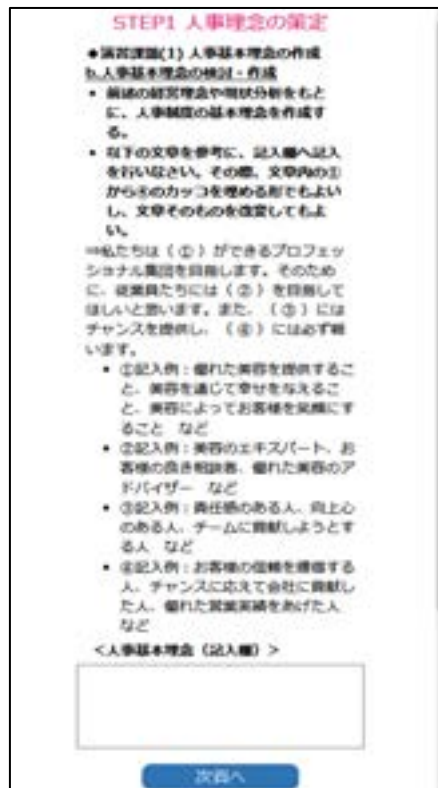
②前提情報・参考事例を精読して次頁へを選択

<STEP1 演習課題(1)-a>



③課題を検討し解答を入力して次頁へを選択

<STEP1 演習課題(1)-b>



④同様に課題を検討し解答を入力して次頁へを選択

↓

<STEP1 演習課題(2)>

STEP1 人事理念の策定

◆演習課題(2)会社が求める人材像の設定

- 人事基本理念をもとに会社が求める人材像を設定する。
- 経営理念、人事基本理念に該当する理想的な人材が持っているであろう能力を5個以上設定しなさい。
- 理想的な人材が持つ能力として、例えば次のようなものがある。
 - 自分の仕事に責任を持てる
 - チームワークを大切にする
 - お客様や他の従業員に思いやりを持つ
 - 目標を達成するために努力できる
 - ルールを守ることができる
 - やる気を持って仕事に取り組める
 - 積極的にスキルアップに取り組める
 - 失敗を恐れずにチャレンジできる
 - 他者の成功を心から喜べる
 - 何にでも興味関心を持つ
 - 積極的にコミュニケーションを取れる
 - リーダーシップを発揮できる 等

<求める人材像(記入欄)>

次頁へ

⑤同様に課題を検討し解答を入力して次頁へを選択

<STEP1 演習課題(3)>

STEP1 人事理念の策定

◆演習課題(3)行動指針の設定

- 行動指針とは、会社が求める人材であるために、具体的にどのような行動、振舞いを心がければよいのかを、具体的にわかりやすく定めたものである。
- したがって、演習課題(2)で定めた人材像をもとに、そのような人材に具体的にどのような行動、振舞いを期待するのかを記述すればよい。
- 行動指針としては例えば以下のようなものがある。これらの例を参考に、経営理念、人事基本理念とマッチする行動指針を3個以上設定しなさい。
- プロ意識をもって自己研鑽に励み、知識と経験を蓄えて、お客様の期待に応える
- チームで仕事をしていることを常に意識におき、ルールを守り、困ったときは助け合う
- 先輩は後輩の成長を心から喜び、後輩は先輩を敬って可愛がられるように努める
- ヘアスタイルを考えるだけでなく、美容を通じてお客様を幸せにすることを目標にする
- 教える立場が一番の勉強と考え、スタッフ全員が協力して新人を育て上げる 等

<行動指針(記入欄)>

次頁へ

⑥同様に課題を検討し解答を入力して次頁へを選択

<STEP1 演習課題(4)>

STEP1 人事理念の策定

◆演習課題(4)人事理念の策定

- 課題(1)から(3)までの内容を以下の表に整理しなさい。その際、項目間で内容に矛盾点等がないかを確認しなさい。

経営理念	お客様に楽しさと感動を提供し、また楽しい仕事をする機会を従業員等に提供して作り上げる
人事基本理念	
会社が求める人材像	
行動指針	

戻る

回答を保存

メニューに戻る

⑦解答終了後、メニューに戻るを選択

以上

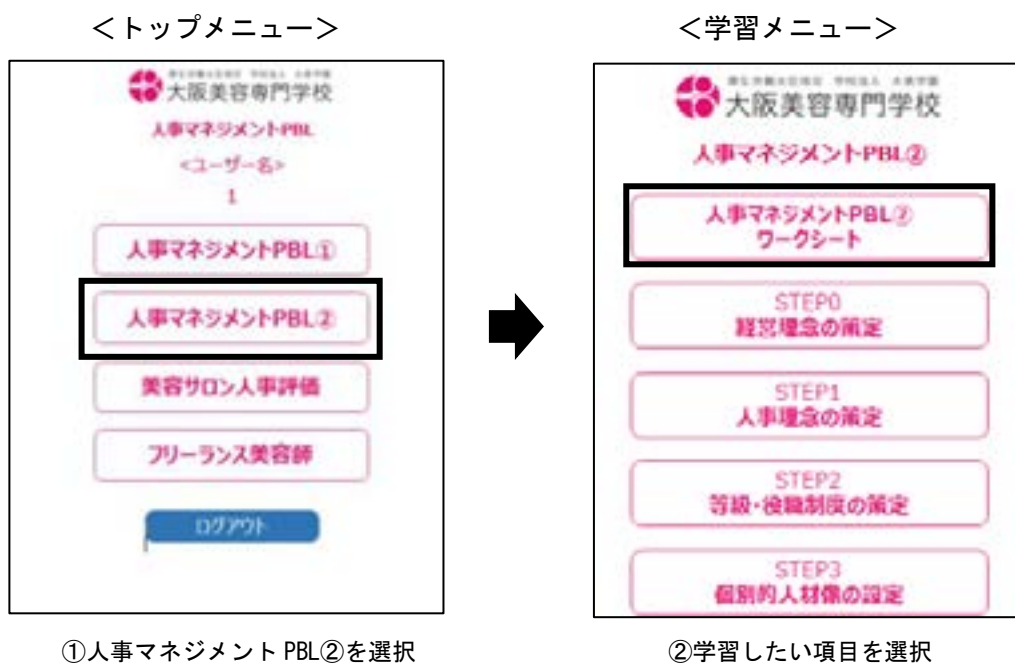
美容版 HRMPBL② e ラーニング使用説明書

(1) ログイン

- ① 下記 URL にスマートフォンまたはタブレットからアクセスする。
<http://www.daibi.biz/dbpbl/>
- ② ユーザ名・パスワードを入力してログインする。

(2) 学習準備

- ① トップメニューから「人事マネジメント PBL②」を選択する。
- ② 「人事マネジメント PBL②ワークシート」を選択する。
- ③ PDF 資料がダウンロードされるので、印刷して学習の準備をする。



(3) 学習の進め方

- ① 学習メニューから STEP1 から STEP6 までのいずれかの項目を選択する。
- ② 選択した学習メニューの教材が PDF 形式でダウンロードされるので、精読しながら、印刷したワークシートに記入を行う。

<学習メニュー>

①学習したいステップを選択

<STEP1 教材>

②教材がダウンロードされるので精読



<STEP1 ワークシート>

③教材を読みながらワークシートに記入

以上

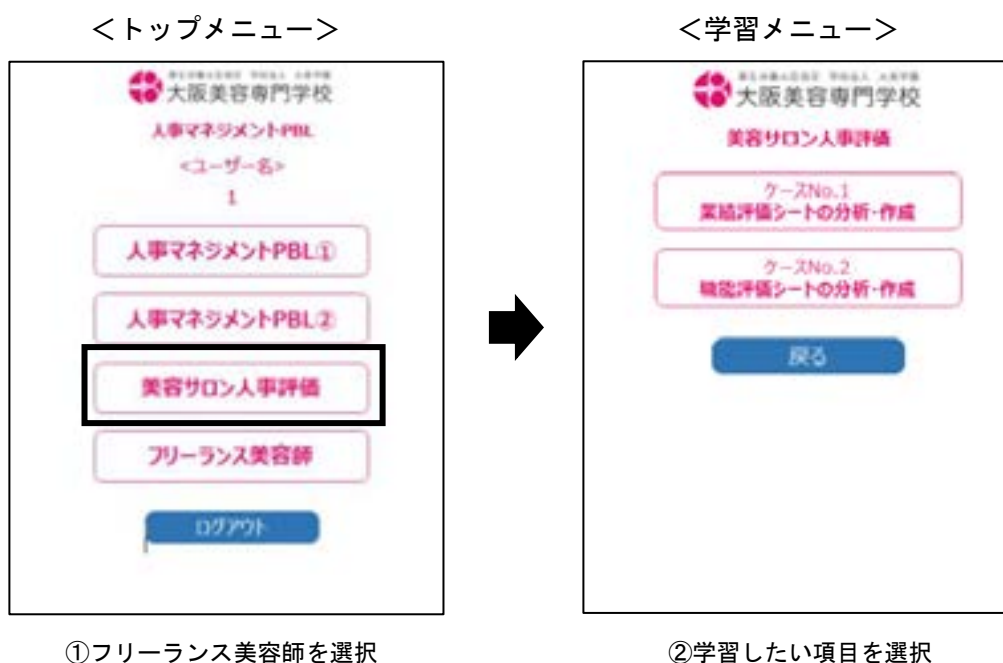
美容サロン人事評価 eラーニング使用説明書

(1) ログイン

- ① 下記 URL にスマートフォンまたはタブレットからアクセスする。
<http://www.daibi.biz/dbpbl/>
- ② ユーザ名・パスワードを入力してログインする。

(2) 学習メニューの選択

- ① トップメニューから「美容サロン人事評価」を選択する。
- ② 表示された学習メニューから学習したい項目を選択する。



(3) 学習の進め方

- ① 学習メニューからケース No. 1 とケース No. 2 のいずれかの項目を選択する。
- ② 項目メニューが表示され、問題資料と参考事例のダウンロード URL が表示される。
- ③ 「問題資料」を選択すると、問題資料の PDF ファイルがダウンロードされる。まずこれを精読する。
- ④ 「参考事例」を選択すると、該当資料の PDF ファイルがダウンロードされる。問題資料と併せて内容を確認する。
- ⑤ 「戻る」を押すと学習メニューに戻る。

<項目メニュー>

大阪美容専門学校
美容サロン人事評価
ケースNo.1
業績評価シートの分析・作成

問題資料
[_問題資料_m31m.pdf\(36Mbyte\)](#)

業績評価シート参考事例1
[業績評価シート参考事例1_m31j1.pdf\(32Mbyte\)](#)

業績評価シート参考事例2
[業績評価シート参考事例2_m31j2.pdf\(32Mbyte\)](#)

戻る

①「問題資料」を選択してPDFファイルダウンロード

②「参考事例」を選択してPDFファイルダウンロード

以上

フリーランス美容師 eラーニング使用説明書

(1) ログイン

- ① 下記 URL にスマートフォンまたはタブレットからアクセスする。
<http://www.daibi.biz/dbpbl/>
- ② ユーザ名・パスワードを入力してログインする。

(2) 学習準備

- ① トップメニューから「フリーランス美容師」を選択する。
- ② 「講義資料」を選択する。
- ③ PDF 資料がダウンロードされるので、印刷して学習の準備をする。



(3) 学習の進め方

- ① トップページから「フリーランス美容師」を選択すると、講義資料・ワークのダウンロード URL および講義映像 5 点が表示される。
- ② 各動画について再生ボタンを押すと動画が再生される。講義資料を見ながら聴講し、

学習を進める。

- ③ また、動画を聴講する際、動画画面右下の全画面ボタンを押すと、画面が拡大するので適宜、活用すること。

<学習メニュー>

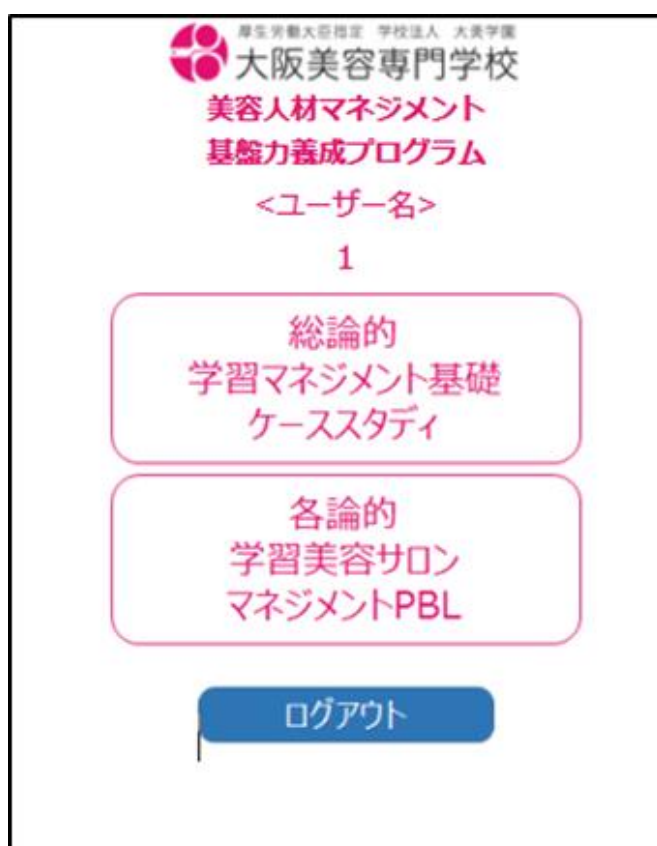
学習したい動画を適宜再生

以上

1-5 研修講座主教材 eラーニングコンテンツ

本事業では、平成 28 年度の成果物をもとに、WEB ラーニングを作成した。

受講者は、主にスマートフォン等の端末を利用して自主学習を進めることができる。以下に、この WEB ラーニングの仕様・構成について説明する。



マネジメント基礎ケーススタディ eラーニング使用説明書

(1) ログイン

- ① 下記 URL にスマートフォンまたはタブレットからアクセスする。

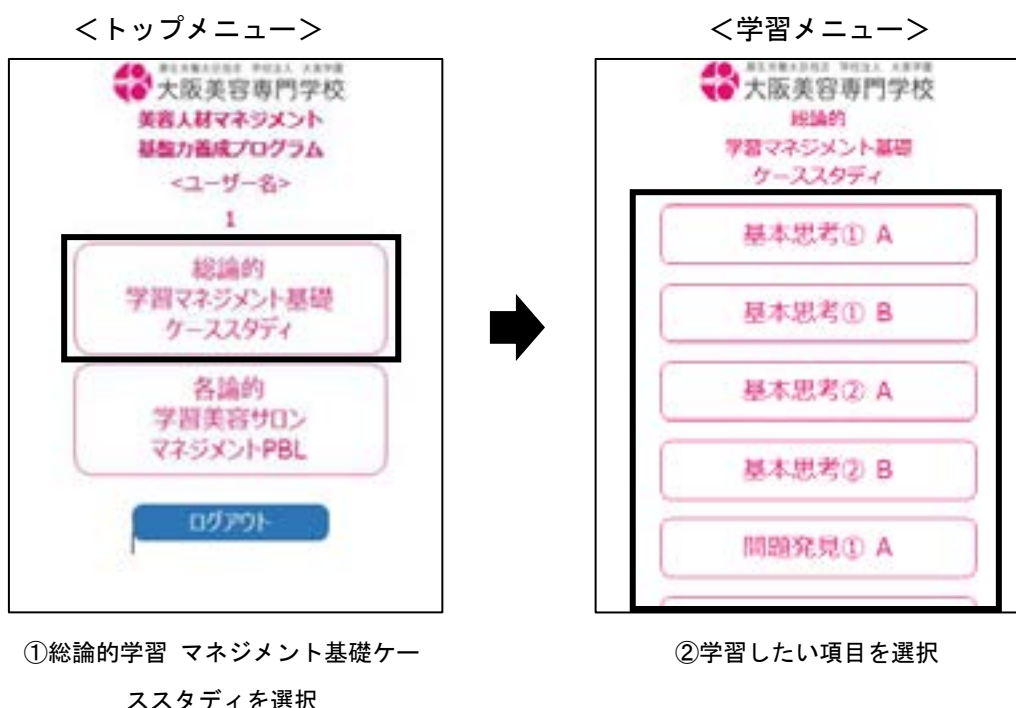
<http://www.daibi.biz/sm/>

- ② ユーザ名・パスワードを入力してログインする。

(2) 学習メニューの選択

- ① トップメニューから「総論的学習 マネジメント基礎ケーススタディ」を選択する。

- ② 表示された項目から学習したい項目を選択する。




(3) 学習の進め方

- ① 学習メニューからいずれかの項目を選択する。
- ② 項目を選択すると項目メニューが表示され、上段に「問題」の資料・音声・動画、下段に「解説」の資料・音声・動画が表示される。
- ③ まず、「問題資料」を選択すると、問題資料の PDF データがダウンロードされる。
- ④ 次に、問題資料を閲覧しながら音声または動画を聴講し、課題について検討を行う。
- ⑤ 解答が終わった後、まず、「解説資料」を選択する。解説資料の PDF データがダウンロードされる。

- ⑥ 次に、解説資料を閲覧しながら音声または動画を聴講し、自身の解答を振り返る。
- ⑦ 「戻る」を押すとケーススタディの学習メニューに戻る。


＜項目メニュー＞



大阪美容専門学校
理論的
学習マネジメント基礎
ケーススタディ
【基本思考①A】
自店のメニューを整理する
問題

資料
問題資料(PDF)


音声
00:00 01:04

動画

00:00

解説

資料
解説資料(PDF)

音声
00:00 01:04

動画

00:00

戻る

①「問題資料」を選択してPDFファイルダウンロード

②音声または動画を再生して問題の説明を聴講
※音声および動画は、同じ内容を取り扱うため、任意でいずれかを聴講すればよい

③「解説資料」を選択してPDFファイルダウンロード

④音声または動画を再生して解説の説明を聴講
※音声および動画は、同じ内容を取り扱うため、任意でいずれかを聴講すればよい

以上

美容サロンマネジメント PBL eラーニング使用説明書

(1) ログイン

- ① 下記 URL にスマートフォンまたはタブレットからアクセスする。

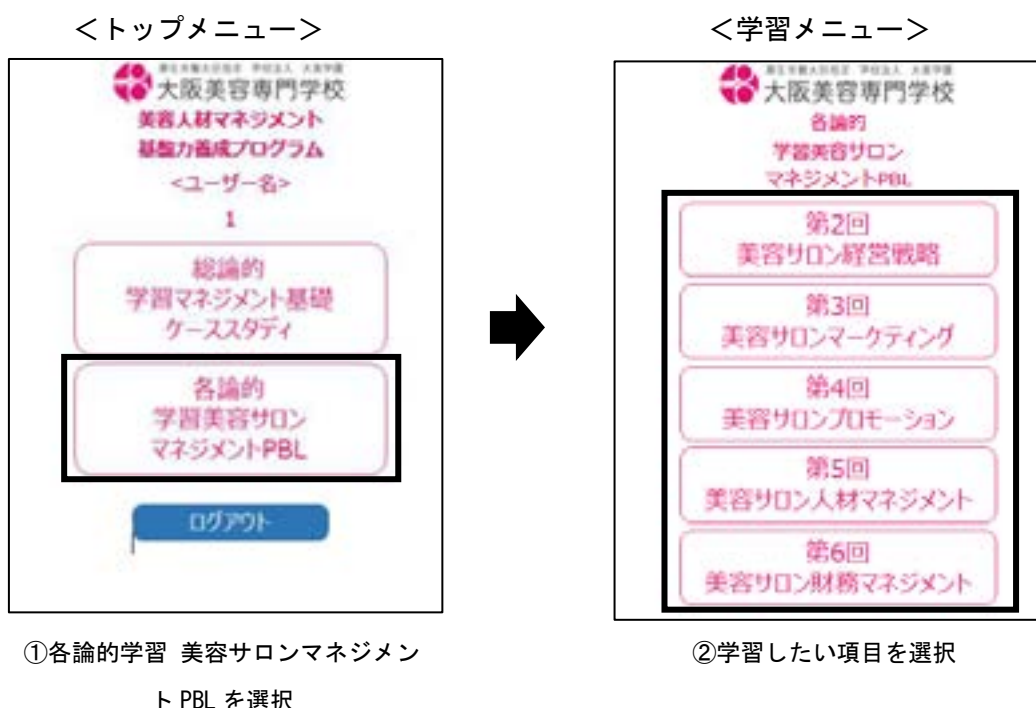
<http://www.daibi.biz/sm/>

- ② ユーザ名・パスワードを入力してログインする。

(2) 学習メニューの選択

- ① トップメニューから「各論的学習 美容サロンマネジメント PBL」を選択する。

- ② 表示された項目から学習したい項目を選択する。




(3) 学習の進め方

- ① 学習メニューからいずれかの項目を選択する。
- ② 項目を選択すると項目メニューが表示され、資料、課題ワークシート、音声、動画が表示される。
- ③ まず、講義資料を選択すると、講義資料の PDF データがダウンロードされる。
- ④ 次に、講義資料を見ながら、音声または動画を聴講する。
- ⑤ 講義聴講後、課題ワークシートを選択し、課題ワークシートの PDF データをダウンロードする。

- ⑥ 講義内容を参考に、ワークシートの作成を行う。
- ⑦ 「戻る」を押すと美容マネジメント PBL 学習メニューに戻る。

＜項目メニュー＞



大阪美容専門学校
各論的
学習美容サロン
マネジメント
【第2回美容サロン経営戦略】
講義

資料
[講義資料\(PDF\)](#)

課題ワークシート
[課題ワークシート\(PDF\)](#)

音声

▶ 00:00 11:57

動画

▶ 00:00 ⏮ ⏪ ⏩ ⏭

戻る

① 「講義資料」を選択して PDF ファイルをダウンロード

② 「課題ワークシート」を選択して PDF ファイルをダウンロード

③ 音声または動画を再生して講義を聴講
※音声および動画は、同じ内容を取り扱うため、任意でいずれかを聴講すればよい

以上

2-2 告知

受講者募集に際し、次のようなチラシを作成し、告知した。

美容人材マネジメント
基盤力養成
 プログラム参加者募集
 定員 10名

2017年
7月10日 (月)
 10:00~12:00

場所:大阪美容専門学校 長堀校舎
 大阪市中央区玉造2丁目28-8
 TEL 06-6761-6569
 ※変更の場合があります。

美容業界で活躍するための人材マネジメント講座

平成28年度、美容業界で独立開業やサロン運営を目指す際に求められるマネジメント基盤力を養成するための全般の基本的なビジネス知識・思考等習得できる、「美容人材マネジメント基盤力養成プログラム」を開発しました。

本年度の講座では、美容人材の活躍と美容業界の活性化に注目し、サロン経営者からのニーズも大きい「人材マネジメント」の領域に焦点をあて、サロンの戦略的な人材育成とスタッフの自立的参画の観点から、総合的に運用できる取り組みに注力し開発していきます。

内容

- ・マネジメント問題発見
- ・マネジメント課題分析
- ・マネジメント戦略思考
- ・美容マネジメント概論
- ・美容サロン経営戦略
- ・美容サロンマーケティング
- ・美容サロンプロモーション
- ・美容サロン人材マネジメント
- ・美容サロン財務マネジメント
- ・美容サロン開業準備
- ・グローバル美容サロン研究マネジメント戦略思考

プログラムへのお申し込みは、下記内容をご確認いただき、FAXまたはメールにて承ります。

フリガナ		性別	生年月日	年 月 日
氏名		<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女		
住所	〒			
TEL	- -	メール	@	
美容経歴	年	職域	1. スタイリスト 4. その他 ()	2. アシスタント 3. レセプション

【お問い合わせ】
 大阪美容専門学校 担当：谷本
 TEL.06-6761-6569 FAX.06-6761-3726
 Mail: y.tanimoto@daibi.ac.jp

厚生労働大臣指定 学校法人 大美学園
大阪美容専門学校
 〒540-0004 大阪市中央区玉造2丁目28-27

2-3 模様

▼講座模様



2-4 結果

平成29年度「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」

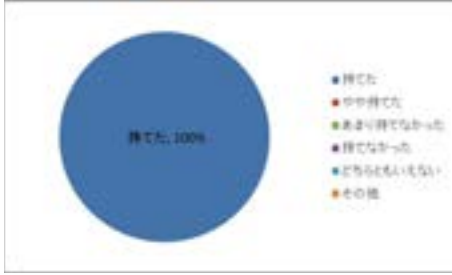
美容サロンの競争力を高める美容 HRM 人材養成プログラムの開発と実証 講座アンケート

★本日（7/10）の講座について、以下の設問にお答えください。

1. 美容人材マネジメント基礎力養成講座について、おながいします。

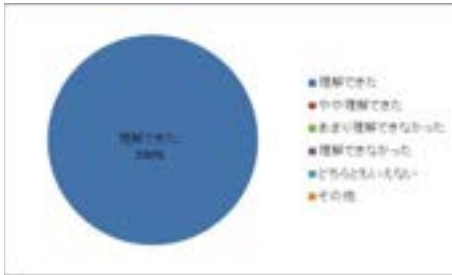
(1) 講座の内容に興味・関心は持てましたか。

- 持てた 1
 やや持てた 0
 あまり持てなかった 0
 持てなかった 0
 どちらともいえない 0
 その他 0 (具体的に)



(2) 講座の内容は理解できましたか。

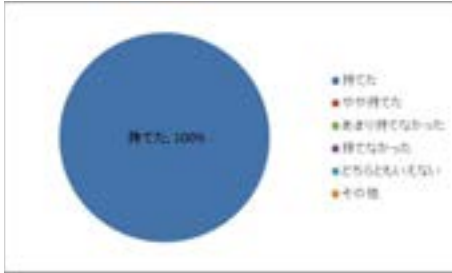
- 理解できた 1
 やや理解できた 0
 あまり理解できなかった 0
 理解できなかった 0
 どちらともいえない 0
 その他 0 (具体的に)



2. 「サロンコンセプト・メイキング」などの教材について、おながいします。

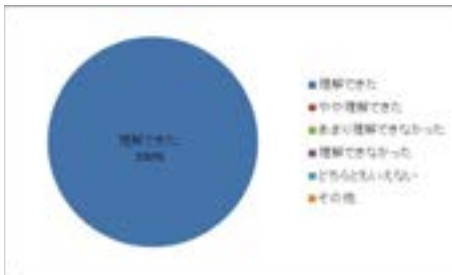
(1) 「サロンコンセプト・メイキング」の教材に興味・関心は持てましたか。

- 持てた 1
 やや持てた 0
 あまり持てなかった 0
 持てなかった 0
 どちらともいえない 0
 その他 0 (具体的に)



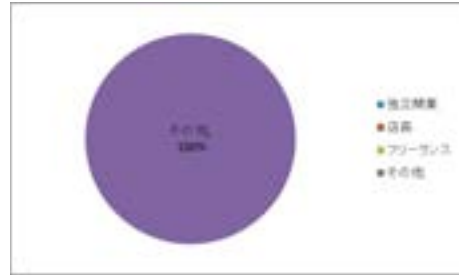
(2) 「サロンコンセプト・メイキング」の教材は理解できましたか。

- 理解できた 1
 やや理解できた 0
 あまり理解できなかった 0
 理解できなかった 0
 どちらともいえない 0
 その他 0 (具体的に)



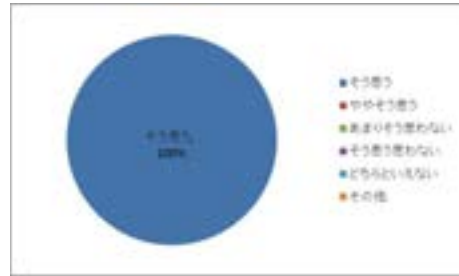
(3) 美容師としての将来のビジョンを教えてください。

- 独立開業
 店長
 フリーランス
 その他 1 (理由: 迷っている)



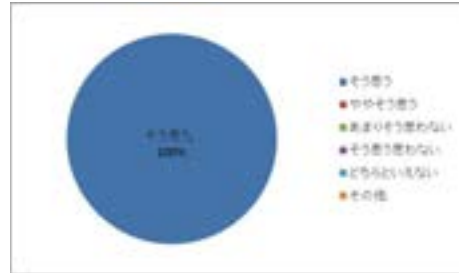
(4) 講座の内容は、将来の自分のサロン運営に役立つと思いますか。

- そう思う 1
 ややそう思う 0
 あまりそう思わない 0
 そう思わない 0
 どちらともいえない 0
 その他 0 (具体的に)



(3) 「サロンコンセプト・メイキング」の教材は、将来の自分のサロン運営に役立つと思いますか。

- そう思う 1
 ややそう思う 0
 あまりそう思わない 0
 そう思わない 0
 どちらともいえない 0
 その他 0 (具体的に)



3. 本日の講座・教材について、意見や感想を書いてください。

とても勉強になる事ばかりでした。色々な自分の幅が広がりました。

3. 実証講座②

3-1-1 研修講座計画（大阪）

美容人材マネジメント基盤力養成プログラム 実証講座 計画書

講座名	美容 HRM 人材養成講座	
実施日時	平成 29年 12月 4日（月）※12月11日(月)も同じ 午前・午後 10：00 ～ 午前・午後 1：00	
対象学科等	サロン経営者・独立開業志向の美容師	
担当講師名・所属	谷本佳隆（大阪美容専門学校 副校長）	
学習目標	<ul style="list-style-type: none"> ・サロン開業心得と出店計画を学ぶ ・コンセプト策定と商圈分析を学ぶ 	
授業計画	内容	時間配分
	1. マネジメント基本思考/ドラッカーの5つの質問 ①「使命」の事例紹介 ②「顧客」12タイプ女性像の基本属性 「顧客」12タイプ女性像のSNS利用実態 「顧客」12タイプ女性像の消費行動 「顧客」非顧客 ③「価値」サロン利用者アンケート ④「成果」の事例紹介 ⑤「計画」創業者実態・立地条件 2. 美容サロン開業準備 サロンコンセプト策定ワーク	10分 20分 20分 20分 10分 10分 10分 20分 60分
使用教材・資料	美容サロンマネジメントテキスト（平成28年度開発） サロンコンセプト策定シート PPT資料「ドラッカーの5つの質問」	

美容人材マネジメント基盤力養成プログラム 実証講座 計画書

講座名	美容 HRM 人材養成講座オリエンテーション	
実施日時	平成 29年 12月 11日 (月) 午前・午後 1 : 30 ~ 午前・午後 3 : 00	
対象学科等	サロン経営者・独立開業志向の美容師	
担当講師名・所属	谷本佳隆 (大阪美容専門学校 副校長)	
学習目標	・美容 HRM 人材養成プログラムの必要な要因を学ぶ	
授業計画	内容	時間配分
	1. 美容学生の就業意識 ①志望している美容関連職業 ②就職決定時の重視点 ③将来のサロン経営意向	10分
	2. 美容サロン開業準備 ①人生 100 年時代 ②LIFE SHIFT ③WORK SHIFT	10分
	3. WORK SHIFT の要因 (IT)	20分
	4. WORK SHIFT の現象 (フリーランス)	15分
	5. WORK SHIFT の現象 (QB ハウス)	15分
	6. WORK SHIFT の要因 (高齢化/グローバル)	10分
使用教材・資料	PPT 資料「Styling the Lifestyle」	

美容人材マネジメント基盤力養成プログラム 実証講座 計画書

講座名	美容サロンにおける SNS を活用した人材採用戦略講座	
実施日時	平成 29年 12月 11日 (月) 午前・午後 3 : 00 ~ 午前・午後 4 : 30	
対象学科等	サロン経営者・独立開業志向の美容師	
担当講師名・所属	井川涼太 (株式会社トライアウト)	
学習目標	<ul style="list-style-type: none"> ・サロンコンセプトに基づいた人材採用戦略を学ぶ ・WEB (SNS) の活用を学ぶ 	
授業計画	内容	時間配分
	1. サロンイメージの確立	5分
	2. サロンイメージの共有	5分
	3. サロンブランディング	5分
	4. 新卒採用の基礎知識	15分
	5. WEB の活用 (HP、SNS)	35分
	6. WEB 広告 (SNS)	25分
使用教材・資料	PPT 資料「美容サロンにおける SNS を活用した人材採用戦略講座」	

美容人材マネジメント基盤力養成プログラム 実証講座 計画書

講座名	美容 HRM 人材養成講座「美容室における人事マネジメント STEP①」	
実施日時	平成 30年 1月 15日 (月) 午前・午後 10 : 00 ~ 午前・午後 1 : 00	
対象学科等	サロン経営者・独立開業志向の美容師	
担当講師名・所属	谷本佳隆 (大阪美容専門学校 副校長)	
学習目標	・人事理念の策定の基礎を学ぶ	
授業計画	内容	時間配分
	1. 美容室の経営理念	60分
	2. 人事基本理念の作成	20分
	3. 会社が求める人材像の設定	20分
	4. 行動指針の設定	20分
	5. 人事理念の策定	20分
	6. 人事理念の作成 (発展)	40分
使用教材・資料	サロンマネジメントブック vol.1 社保と賃金 サロンマネジメントブック vol.2 評価と賃金 サロンマネジメントブック vol.3 働き方と賃金 PPT 資料「美容版 HRM PBL」	

美容人材マネジメント基盤力養成プログラム 実証講座 計画書

講座名	美容 HRM 人材養成講座「美容室における人事マネジメント STEP②」	
実施日時	平成 30年 1月 15日 (月) 午前・午後 1 : 30 ~ 午前・午後 3 : 00	
対象学科等	サロン経営者・独立開業志向の美容師	
担当講師名・所属	谷本佳隆 (大阪美容専門学校 副校長)	
学習目標	・等級・役職制度の策定の基礎を学ぶ	
授業計画	内容	時間配分
	1. 美容室における職能資格等級フレーム	25分
	2. 職能資格等級フレームの基本的な考え方	20分
	3. 基本的な等級定義の作成	15分
	4. 主業務担当者の等級定義の細分化	15分
	5. 補助業務担当、管理業務担当の等級定義の細分化	15分
使用教材・資料	サロンマネジメントブック vol.1 社保と賃金 サロンマネジメントブック vol.2 評価と賃金 サロンマネジメントブック vol.3 働き方と賃金 PPT 資料「美容版 HRM PBL」	

美容人材マネジメント基盤力養成プログラム 実証講座 計画書

講座名	美容 HRM 人材養成講座「美容室における人事マネジメント STEP③」	
実施日時	平成 30年 1月 15日 (月) 午前・午後 3 : 00 ~ 午前・午後 4 : 30	
対象学科等	サロン経営者・独立開業志向の美容師	
担当講師名・所属	谷本佳隆 (大阪美容専門学校 副校長)	
学習目標	・個別的人材像の設定の基礎を学ぶ	
授業計画	内容	時間配分
	1. 美容室における等級基準	25分
	2. 等級基準の基本的な考え方	20分
	3. アシスタントの人材像設定	15分
	4. スタイリストの人材像設定	15分
	5. 店長・副店長の人材像設定	15分
使用教材・資料	サロンマネジメントブック vol.1 社保と賃金 サロンマネジメントブック vol.2 評価と賃金 サロンマネジメントブック vol.3 働き方と賃金 PPT 資料「美容版 HRM PBL」	

3-1-2 告知（大阪）

受講者募集に際し、次のようなチラシを作成し、告知した。

Daibi 平成29年度文部科学省委託事業

ご好評につき**第2回!**

意外と知らない

サロン運営の基礎を学ぶ

「ビジネス基礎力」

養成セミナー

— スタッフマネジメント編 —

無料!

応募締切
11/28

日時 12/4日・11日、2018.1/15日

時間 10:00～16:30
(休憩あり)

場所 大阪美容専門学校 長堀校舎
住所: 大阪市中央区玉造2丁目2番-8

受講料 無料 **定員** 10名 定員になり次第終了

美容学校では学べなかった、サロン運営の基礎知識を学ぶ!

美容室の世界は、技術志向の人が多く世界。
だからこそ、経営やマネジメントの知識を身に付け、更なるキャリアアップを目指しましょう!
今回は組織拡大には欠かせない、**スタッフマネジメント**について学びます。

こんな方にオススメです!

- マネージャーなどの役職についたばかりで、何をしたらいいかわからない
- スタッフに苦手が多く、自分が引っ張ってきたい
- 日々のサロン経営や接客・スタッフ育成に悩んでいる
- スタッフ育成や評価方法などを見直したい

講座内容・スケジュール

集合学習	
12/4 (日)	ビジネスカードゲーム「The shop」ワーク <small>実際の店舗のカードを用いて、経営実習形式のワークショップを行います。</small>
12/11 (日)	サロンのマネジメントに関する実務的知識の基礎学習 <small>事業計画書の作成を中心に、人材マネジメントの統合的な基礎知識を学びます。</small>
1/15 (日)	人材マネジメントのプロセスと運用 <small>法人業務を中心に、人材マネジメントの全貌について体系的に学びます。</small>

※内容は変更となる可能性があります。

持ち物

筆記用具

応募要項

**受講問わず
お問い合わせください**

Web教材など自分のペースで学ぶ個人学習

受講申込書 参加をご希望される方は、下記をご記入の上、**FAXまたはメールにてご返信ください。**

大阪美容専門学校 副校長 谷本まで / FAX: 06-6761-3726 Mail: y.tanimoto@daibi.ac.jp

下記から受講したい講座に☑を記入してFAXまたはメールでご返信ください。
※複数の講座を受講することも可能です。

① ビジネスカードゲーム「The shop」ワーク
12/4 (日) 10:00～16:30

② サロンのマネジメントに関する実務的知識の基礎学習
12/11 (日) 10:00～16:30

③ 人材マネジメントのプロセスと運用
1/15 (日) 10:00～16:30

フリガナ	
サロン名	
フリガナ	
お名前	
連絡先(TEL)	
メールアドレス	@

3-1-3 模様 (大阪)

▼講座模様



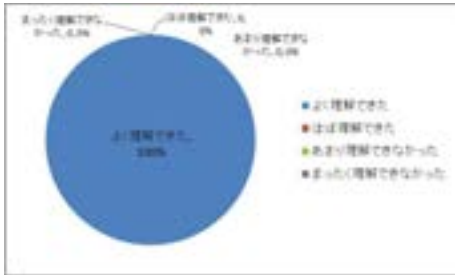
3-1-4 結果 (大阪)

美容室における人事マネジメント PBL STEP1 人事理念の策定 受講者自己評価票

美容室における人事マネジメント PBL「STEP1 人事理念の策定」での学習について、以下の(1)から(8)の設問にお答えください。

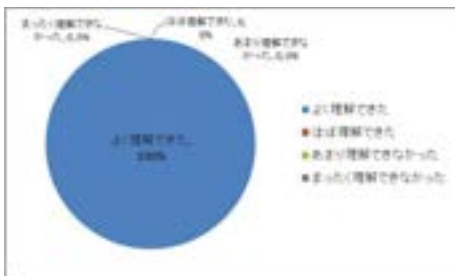
(1) 「STEP1 人事理念の策定」全体の学習を通して、人事理念の策定のプロセスについて理解することができましたか。

- よく理解できた 2 ほぼ理解できた 0
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



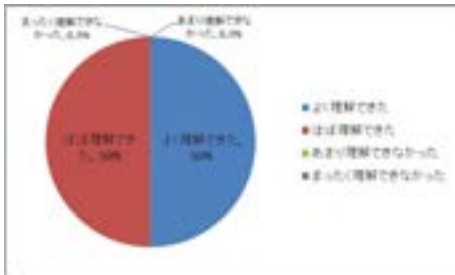
(2) 「演習課題(1) 人事基本理念の作成」での学習を通して、人事制度の基本理念の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 2 ほぼ理解できた 0
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



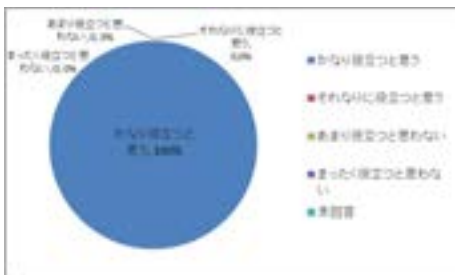
(5) 「演習課題(4) 人事理念の策定」での学習を通して、人事理念を設定する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 1 ほぼ理解できた 1
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



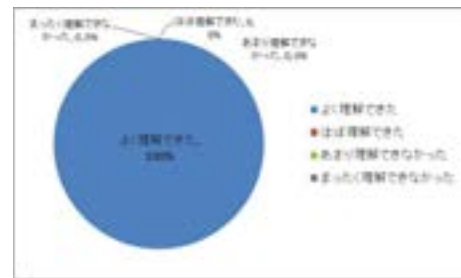
(6) 「STEP1 人事理念の策定」全体で学習した、人事理念の策定のプロセスについては、今後の自己の業務に役立つと思いますか。

- かなり役立つと思う 2 それなりに役立つと思う 0
 あまり役立つとは思わない 0 まったく役立つとは思わない 0



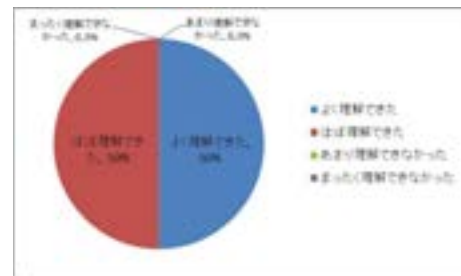
(3) 「演習課題(2) 会社が求める人材像の設定」での学習を通して、会社が求める人材像を設定する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 2 ほぼ理解できた 0
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



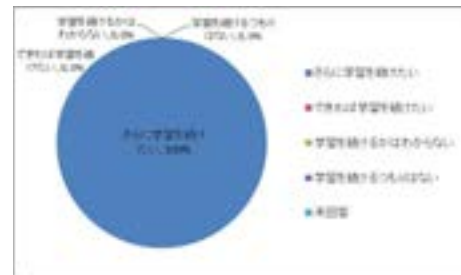
(4) 「演習課題(3) 行動指針の設定」での学習を通して、行動指針を設定する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 1 ほぼ理解できた 1
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



(7) 「STEP1 人事理念の策定」全体で学習した、人事理念の策定のプロセスについての今後の学習への取組みについてはどう考えますか。

- さらに学習を続けたい 2 できれば学習を続けたい 0
 学習を続けるかはわからない 0 学習を続けるつもりはない 0



(8) 「STEP1 人事理念の策定」全体の学習を通して、人事理念の策定のプロセスについて、感じたことや考えたことをお書きください。

・これからの行動でどうしたらお店を有名にできるか自分の行動をあらためていこうと思います。
 ・日頃から意識して行動している事を文字に起こして表現するのがこんなに難しいとは思いませんでした。
 ・文字に起こすことによって、再度認識できる良い機会でした。

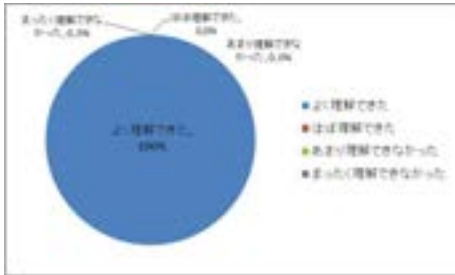
以上

美容室における人事マネジメントPBL STEP2 等級・役職制度の策定
受講者自己評価票

美容室における人事マネジメントPBL「STEP2 等級・役職制度の策定」での学習について、以下の(1)から(7)の設問にお答えください。

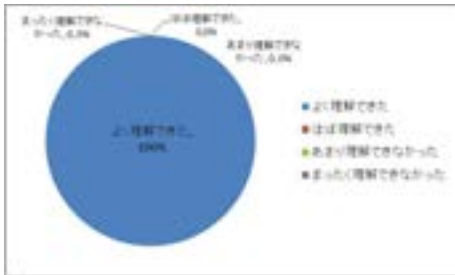
(1) 「STEP2 等級・役職制度の策定」全体の学習を通して、等級・役職制度を策定するプロセスについて理解することができましたか。

- よく理解できた 2 ほぼ理解できた 0
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



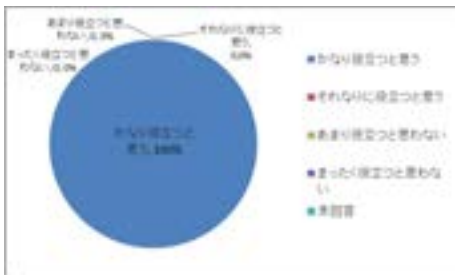
(2) 「演習課題(1) 基本的な等級定義の作成」での学習を通して、等級制度のひな形を作成する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 2 ほぼ理解できた 0
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



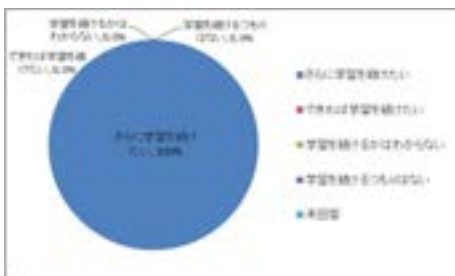
(5) 「STEP2 等級・役職制度の策定」全体で学習した、等級・役職制度を策定するプロセスについては、今後の自己の業務に役立つと思いますか。

- かなり役立つと思う 2 それなりに役立つと思う 0
 あまり役立つとは思わない 0 まったく役立つとは思わない 0



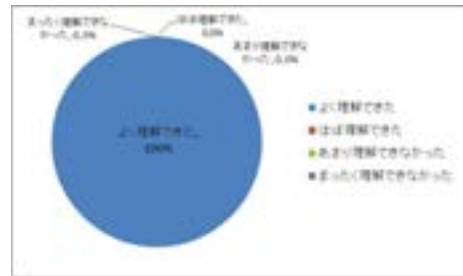
(6) 「STEP2 等級・役職制度の策定」全体で学習した、等級・役職制度を策定するプロセスに対しての今後の学習への取組みについてはどう考えますか。

- さらに学習を続けたい 2 できれば学習を続けたい 0
 学習を続けるかはわからない 0 学習を続けるつもりはない 0



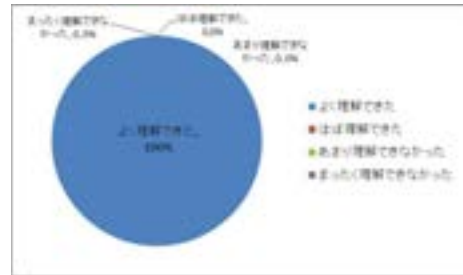
(3) 「演習課題(2) 主業務担当者の等級定義の細分化」での学習を通して、スタイリストの等級を細分化して設定する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 2 ほぼ理解できた 0
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



(4) 「演習課題(3) 補助業務担当者、管理業務担当者の等級定義の細分化」での学習を通して、アシスタントや店長・副店長の等級を細分化して設定する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 2 ほぼ理解できた 0
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



(7) 「STEP2 等級・役職制度の策定」全体の学習を通して、等級・役職制度を策定するプロセスについて、感じたことや考えたことをお書きください。

・役割や役職は理解していましたが、細分化していく作業が難しく、とても勉強になりました。
・本日の資料を元にもっと勉強していこうと思います。
・役職に責任をもって取り組んでいき、自店のことをこれから管理していく。

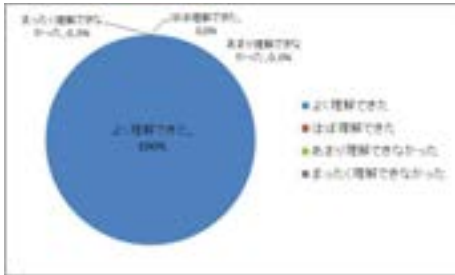
以上

美容室における人事マネジメント PBL STEP3 個別の人材像の設定
受講者自己評価票

美容室における人事マネジメント PBL「STEP3 個別の人材像の設定」での学習について、以下の(1)から(7)の設問にお答えください。

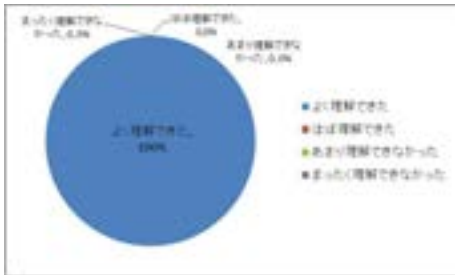
(1) 「STEP3 個別の人材像の設定」全体の学習を通して、職能資格等級フレームの各等級に対する個別の人材像を設定するプロセスについて理解することができましたか。

- よく理解できた 2 ほぼ理解できた 0
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



(2) 「演習課題(1) アシスタントの人材像設定」での学習を通して、アシスタントに相当する等級の人材像を設定する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 2 ほぼ理解できた 0
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



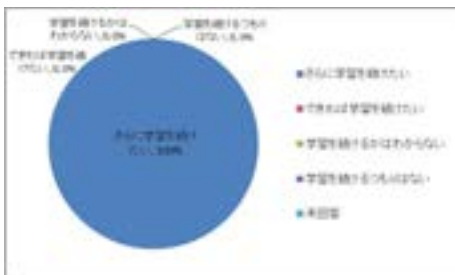
(5) 「STEP3 個別の人材像の設定」全体で学習した、職能資格等級フレームの各等級に対する個別の人材像を設定するプロセスについては、今後の自己の業務に役立つと思いますか。

- かなり役立つと思う 2 それなりに役立つと思う 0
 あまり役立つとは思わない 0 まったく役立つとは思わない 0



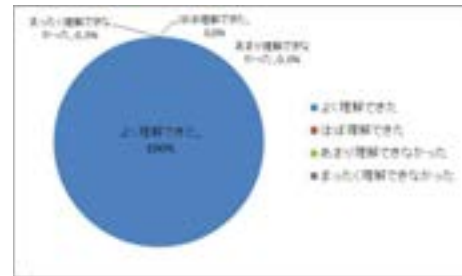
(6) 「STEP3 個別の人材像の設定」全体で学習した、職能資格等級フレームの各等級に対する個別の人材像を設定するプロセスに対して、今後の学習への取組みについてはどう考えますか。

- さらに学習を続けたい 2 できれば学習を続けたい 2
 学習を続けるかはわからない 0 学習を続けるつもりはない 0



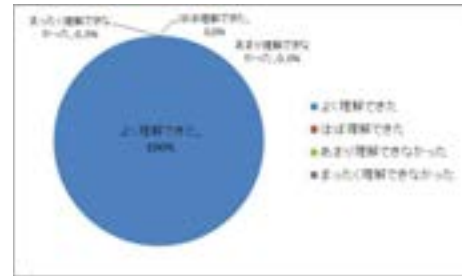
(3) 「演習課題(2) スタイリストの人材像設定」での学習を通して、スタイリストに相当する等級の人材像を設定する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 2 ほぼ理解できた 0
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



(4) 「演習課題(3) 店長・副店長の人材像設定」での学習を通して、店長・副店長に相当する等級の人材像を設定する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 2 ほぼ理解できた 0
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



(7) 「STEP3 個別の人材像の設定」全体の学習を通して、職能資格等級フレームの各等級に対する個別の人材像を設定するプロセスについて、感じたことや考えたことをお書きください。

・後輩のいないお店に移って7年終つので、アシスタントの細分化した技術やコミュニケーションの取り方などを思い出しながら、今後は自分で経営したい会社のビジョンに活かせればと思います。
・個別的な役割に責任を持っていく。

以上

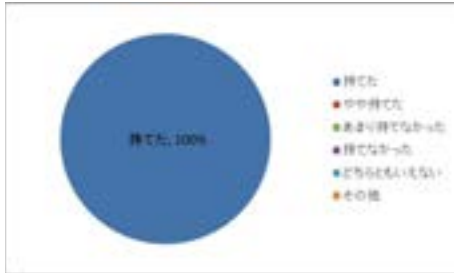
平成29年度「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」
美容サロンの競争力を高める美容 HRM 人材養成プログラムの開発と実証 講座アンケート

★本日(12/11)の講座について、以下の設問にお答えください。

1. 美容人材マネジメント基礎力養成講座について、おうかがいします。

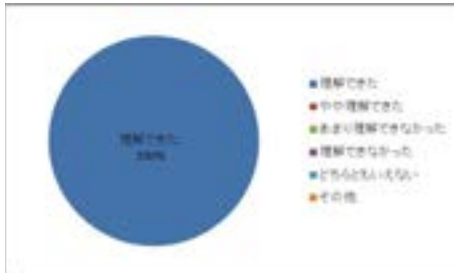
(1) 講座の内容に興味・関心は持てましたか。

- 持てた 1 やや持てた 0 あまり持てなかった 0 持てなかった 0
 どちらともいえない 0 その他 0 (具体的に)



(2) 講座の内容は理解できましたか。

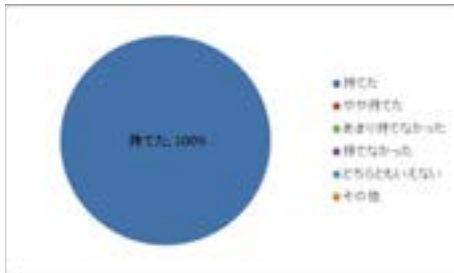
- 理解できた 1 やや理解できた 0 あまり理解できなかった 0 理解できなかった 0
 どちらともいえない 0 その他 0 (具体的に)



2. 「サロンコンセプト・メイキング」などの教材について、おうかがいします。

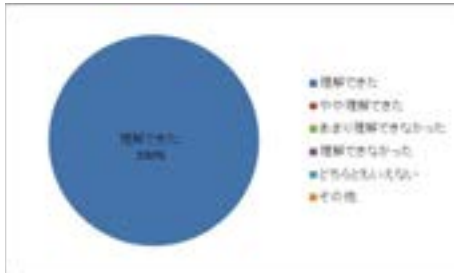
(1) 「サロンコンセプト・メイキング」の教材に興味・関心は持てましたか。

- 持てた 1 やや持てた 0 あまり持てなかった 0 持てなかった 0
 どちらともいえない 0 その他 0 (具体的に)



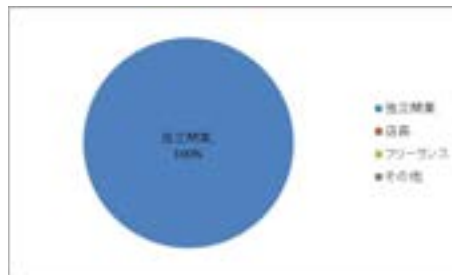
(2) プロジェクター投影教材・配布教材は理解できましたか。

- 理解できた 1 やや理解できた 0 あまり理解できなかった 0 理解できなかった 0
 どちらともいえない 0 その他 0 (具体的に)



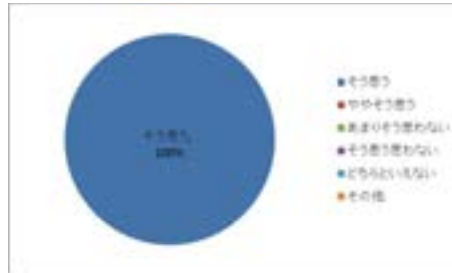
(3) 美容師としての将来のビジョンを教えてください。

- 独立開業 1 店長 0 フリーランス 0 その他 0 (理由:)



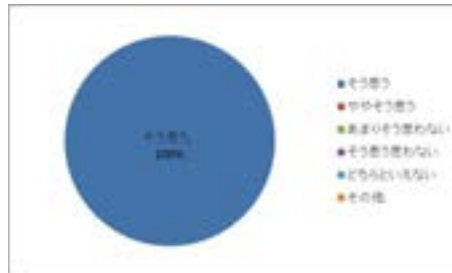
(4) 講座の内容は、将来の自分のサロン運営に役立つと思いますか。

- そう思う 1 ややそう思う 0 あまりそう思わない 0 そう思わない 0
 どちらともいえない 0 その他 0 (具体的に)



(3) プロジェクター投影教材・配布教材は、将来の自分のサロン運営に役立つと思いますか。

- そう思う 1 ややそう思う 0 あまりそう思わない 0 そう思わない 0
 どちらともいえない 0 その他 0 (具体的に)



3. 本日の講座・教材について、意見や感想を書いてください。

(とても分かりやすく説明して頂いたので、さらに踏み込んで興味を持つことが出来ました。)

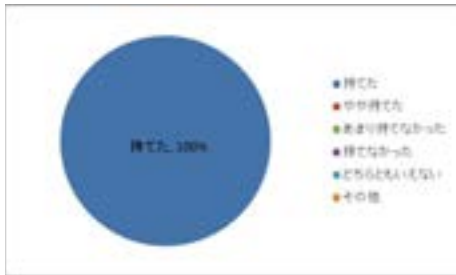
平成29年度「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」
美容サロンの競争力を高める美容 HRM 人材養成プログラムの開発と実証 講座アンケート

★本日 (12/4、12/11) マネジメント/HRM プログラム オリエンテーション講座について、以下の設問にお答えください。

1. 美容人材マネジメント/HRM プログラム オリエンテーション講座について、おろかがいします。

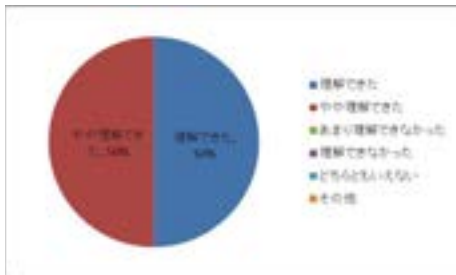
(1) 講座の内容に興味・関心は持てましたか。

- 持てた 2 やや持てた 0 あまり持てなかった 0 持てなかった 0
 どちらともいえない 0 その他 0 (具体的に)



(2) 講座の内容は理解できましたか。

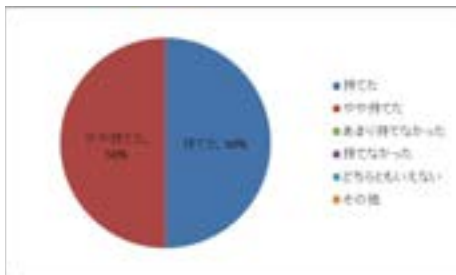
- 理解できた 1 やや理解できた 1 あまり理解できなかった 0 理解できなかった 0
 どちらともいえない 0 その他 0 (具体的に)



2. プロジェクター投影教材・配布教材について、おろかがいします。

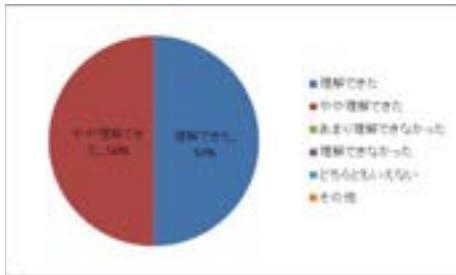
(1) プロジェクター投影教材・配布教材に興味・関心は持てましたか。

- 持てた 1 やや持てた 1 あまり持てなかった 0 持てなかった 0
 どちらともいえない 0 その他 0 (具体的に)



(2) プロジェクター投影教材・配布教材は理解できましたか。

- 理解できた 1 やや理解できた 1 あまり理解できなかった 0 理解できなかった 0
 どちらともいえない 0 その他 0 (具体的に)



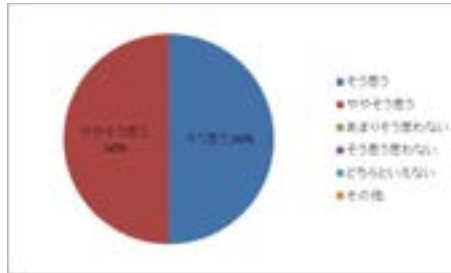
(3) 美容師としての将来のビジョンを教えてください。

- 独立開業 1 店長 0 フリーランス 0 その他 1 (理由: 他店舗展開)



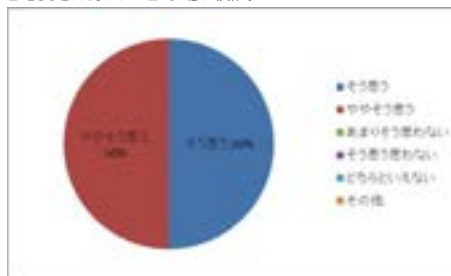
(4) 講座の内容は、将来の自分のサロン運営に役立つと思いますか。

- そう思う 1 ややそう思う 1 あまりそう思わない 0 そう思わない 0
 どちらともいえない 0 その他 0 (具体的に)



(3) プロジェクター投影教材・配布教材は、将来の自分のサロン運営に役立つと思いますか。

- そう思う 1 ややそう思う 1 あまりそう思わない 0 そう思わない 0
 どちらともいえない 0 その他 0 (具体的に)



3. 本日の講座・教材について、意見や感想を書いてください。

- ・これからの人材に対する考え方を多様化させていくきっかけになると思います。
- ・先に読んでいた本の内容などもあったので、より共感・関心が持てました。

以上

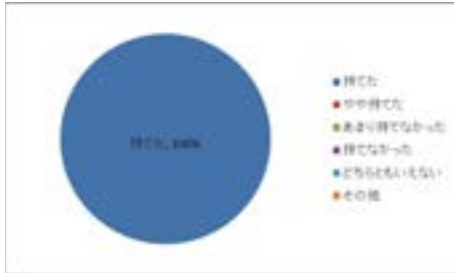
平成29年度「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」
美容サロンの競争力を高める美容 HRM 人材養成プログラムの開発と実証
「美容サロンにおける SNS を活用した人材採用戦略」講座アンケート

★本日 (12/4,12/11)「美容サロンにおける SNS を活用した人材採用戦略」講座について、以下の設問にお答えください。

1. 「美容サロンにおける SNS を活用した人材採用戦略」講座について、おながいします。

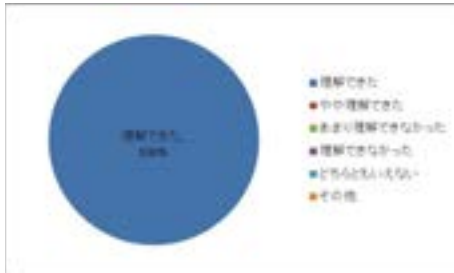
(1) 講座の内容に興味・関心は持てましたか。

- 持てた 2 やや持てた 0 あまり持てなかった 0 持てなかった 0
 どちらともいえない 0 その他 0 (具体的に)



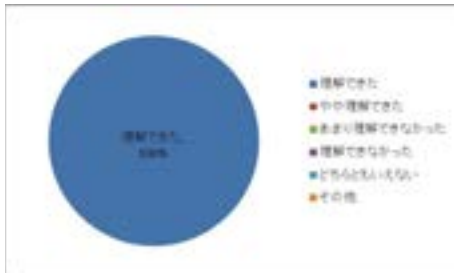
(2) 講座の内容は理解できましたか。

- 理解できた 2 やや理解できた 0 あまり理解できなかった 0 理解できなかった 0
 どちらともいえない 0 その他 0 (具体的に)



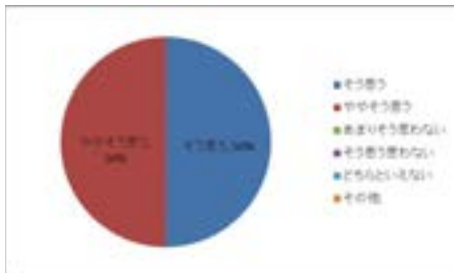
(2) プロジェクター投影教材・配布教材は理解できましたか。

- 理解できた 2 やや理解できた 0 あまり理解できなかった 0 理解できなかった 0
 どちらともいえない 0 その他 0 (具体的に)



(3) プロジェクター投影教材・配布教材は、将来の自分のサロン運営に役立つと思いますか。

- そう思う 1 ややそう思う 1 あまりそう思わない 0 そう思わない 0
 どちらともいえない 0 その他 0 (具体的に)



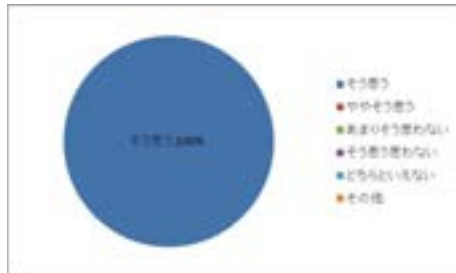
3. 本日の講座・教材について、意見や感想を書いてください。

・web 広告の更なる重要性を再認識することが出来ました。すくには無理ですが、自店でも取り入れていければと思います。
・PR の重要性については、以前から必要と感じながら動けていなかったため、この講習での内容を活かしていきたいと思います。

以上

(3) 講座の内容は、将来の自分のサロン運営に役立つと思いますか。

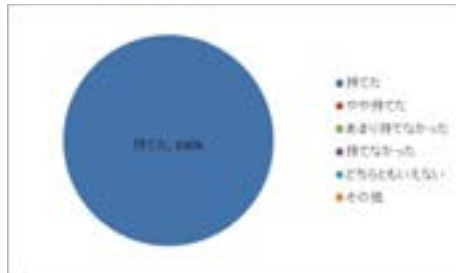
- そう思う 2 ややそう思う 0 あまりそう思わない 0 そう思わない 0
 どちらともいえない 0 その他 0 (具体的に)



2. プロジェクター投影教材について、おながいします。

(1) プロジェクター投影教材・配布教材に興味・関心は持てましたか。

- 持てた 2 やや持てた 0 あまり持てなかった 0 持てなかった 0
 どちらともいえない 0 その他 0 (具体的に)



3-1-5 受講成果

演習課題(1)-a 人事基本理念の作成 - 現状の分析

- スタッフも健康体ばかりか。
- 礼儀作法や姿勢 (月給を別に注釈を来たさず)
- 目標、目的をわかっていないか。

! 目的、目的をわかっていない。

演習課題(1)-b 人事基本理念の作成 - 人事基本理念の検討・作成

私たちは美容を通じて健康美を追求する美容師の集団です。
そのために従業員には常にプロのアウトプットを期待しています。
また、新しい技術や知識を常に吸収し、顧客の信頼に応えることに努めます。

• 目的、目標をわかっていないか。

• 何年にもわたってやるべき目標はありますか。

• 学んでいくべきこと

• 協調性を高めること

演習課題(2) 会社が求める人材像の設定

私たちは美容を通じて健康美を追求する美容師の集団です。

そのために従業員には常に知識とスキルを身につけてもらうことに努めます。

また、新しい技術や知識を常に吸収し、顧客の信頼に応えることに努めます。

• 目的を達成するための努力を怠らぬこと

• 他人に教養を身につけてもらうこと

演習課題(3) 行動指針の設定

- 健康管理を意識し、容姿美、健康美の両面でお客様の期待に応える
- 常に目標、目的をわかって個人、チームともに努力を怠らぬこと
- スタッフ、学生 (技術者) の成長を促す環境作りには努める

演習課題(3) 人事理念の策定

項目	内容
経営理念	お客様に美しさと感動を提供し、また来たいと思わせる美容室を従業員皆で協力して作り上げる
人事基本理念	<ul style="list-style-type: none"> • スタッフ (従業員) も健康であるか。 • 目標、目的をわかっていないか。 • 礼儀作法や姿勢に注意を払っているか。
会社が求める人材像	<ul style="list-style-type: none"> • 目的、目標をわかっていないか。 • 何年にもわたってやるべき目標はありますか。 • 学んでいくべきこと • 協調性を高めること • 目的の達成の努力を怠らぬこと • 他人に教養を身につけてもらうこと
行動指針	<ul style="list-style-type: none"> • 健康管理を意識し、容姿美、健康美の両面でお客様の期待に応える • 常に目標、目的をわかって個人、チームともに努力を怠らぬこと • スタッフ、学生の成長を促す環境作りには努める

STEP2 等級・役職制度の策定



演習課題(1) 基本的な等級定義の作成

等級		定義	職位
管理業務 担当者	等級3	自店のスタッフ管理。 一番責任感を持ち自店全体のフレームの状況 がわかる。	店長・副店長
主業務 担当者	等級2	インストアの指導。一人一人のお客様を大切に し喜びを自分のお客様に伝えることができる。	スタイリスト
補助業務 担当者	等級1	スタイリストの指示を聞き 指示どおりに動く あていどの仕組みを理解することができる	アシスタント

演習課題(2) 主業務担当者の等級定義の細分化

等級		定義	職位
管理業務 担当者	等級5	大きなフレームが起すようなスタッフを 管理している	店長・副店長
主業務 担当者	等級4	インストアを教育していき成長させることができる	スタイリスト
	等級3	スタイリスト業務を理解している	
	等級2	店長・副店長に2ndサポートすることができる	
補助業務 担当者	等級1	スタイリストが1人に仕事をやりやすいよう にフォローをする	アシスタント

つなげる人事マネジメントPBL①
STEP2 等級・役職制度の策定



演習課題(3) 補助業務担当者、管理業務担当者の等級定義の細分化

等級		定義	職位
管理業務担当者	等級7	自店の売上げ目標を達成してどういった課題があるかを把握し、その課題を自ら解決できること。また、責任をもち任事することが出来る。	店長・副店長
	等級6	責任者に与ることで店舗全体の責任に責任をもち、店舗全体の管理を行って行ける。副店長は店長のサポート。	
主業務担当者	等級5	アシスタントはアシスタントになっておいてアシスタント業務を理解。 下の子の教育。	スタイリスト
	等級4	お客様を大切にしたい。自分の担当がある。毎月の自店の売上げを達成する。	
	等級3	トップアシスタント。どのアシスタントよりも接客技術をお客様に提供していき、お客様に満足させる。	
補助業務担当者	等級2	アシスタントを理解していき、 ^{アシスタントの} アシスタントとしての役割を担う。 自店の流れを理解して任事する。	アシスタント
	等級1	アシスタントの教育をしていき、成長させる。	

STEP3 個別的人材像の設定

ワーク
シート

演習課題(1) アシスタントの人材像の設定

基本項目	等級1 (アシスタント1)	等級2 (アシスタント2)
役割	上司や先輩の指示・指導を受けながら、業務に付随する補助作業や難易度の低い業務を遂行できる。	上司や先輩の指示・指導を受けながら、業務に付随する補助作業や難易度の低い業務を遂行できる。加えて、ある程度自立的にそれらの業務を遂行できる。
知識	カット以外の業務の知識を身に付ける	シャンプー、パーマ、カラー等に関する基本的な知識を有している。
技術	カット以外のシャンプー、簡単なパーマ替えるなど安全に行うことができる	シャンプー、パーマ、カラー等に関わる簡単な作業を自立的に遂行することができる。
接客	笑顔、受付の対応	受付から案内、会計までの流れを理解し、自立的に遂行することができる。
人材育成		
コミュニケーション	必要な報告	業務上で必要な報告・連絡・相談をある程度自発的に行うことができる。
業務改善	先輩が任事しかりやりやすいように考える	上司や先輩に業務の効率化について問われた際、自身の考えを検討し、述べることができる。

シメントPBL①
別的人材像の設定

ワーク
シート

美容師/スタイリストの人材像の設定

基本項目	等級3 (スタイリスト1)	等級4 (スタイリスト2)	等級5 (スタイリスト3)
役割	自身の担当業務を持ち、上司の示す方針のもと、自身の裁量を持って自立的に業務を遂行できる。	自身の担当業務を持ち、上司の示す方針のもと、自身の裁量を持って自立的に業務を遂行できる。加えて、必要に応じて後輩や部下に対して指導を行うことができる。	自身の担当業務を自立的に遂行し、後輩や部下に対して指導を行うことができる。加えて、自ら他の社員の模範となる行動・振舞を示すと共に、経営目標を達成するために主導的に業務を遂行できる。
知識	業初の知識。	ヘアメイク全般の標準的な技術に関して高度な知見を有する。	業初の知識がはたしてチームの業務の理解に役立つ。
技術	作れていないカットスタイルの作り直しを遂行	ヘアメイク全般に関わる業務を高い水準で遂行することができる。	カット、カラー、エクステに必要の技術を実践できる
接客	笑顔で接客をしていく相手を良くする	接客に関する模範的な行動・振舞を理解し、ある程度実施することができる。	笑顔は必ず。お客様の不快にならないよう工夫をする。
人材育成	上司の指示の重要性を部下に指導できる	上司の指示を受けて、部下や後輩の指導を行うことができる。	アシスタント、インターンの育成。
コミュニケーション	アシスタントの相談を聞き、状況と報告	部下や後輩の報告・相談を受けて、適切な指示・回答を行うことができる。	店長、社長、マネージャーの指示のもと意見を聞き取りの回答を行う
業務改善	自分の思っていることを発信していく	自発的に業務改善に関する自身の意見を上司に提案できる。	店長の意見を聞き提案する

マネジメントPBL①
個別的人材像の設定

ワーク
シート

演習課題(3) 店長・副店長の人材像の設定

基準項目	等級6 (副店長)	等級7 (店長)
役割	店舗の運営統括業務の補佐全般を担当し、店舗の目標を達成するための具体的な方策を企画立案できる。	会社の基本方針に基づいて、店舗の運営方針や目標を設定し、その実現に向けて店舗の運営全体を統括できる。
知識	法律等の知識。 店と似た知識をもつ	美容室経営を行う上で必要なマネジメントや法律等に関する知識を有している。
技術		
接客	クレームが強いスタッフへの指導を とめていき本店重視としての 方針。	お客様への対応に関する美容室全体としての方針を策定し、従業員に周知している。
人材育成	自店のスタッフを管理していき スタッフの成長を促す。	経営的な観点から現在必要な人材を把握し、その人材を育成するための教育方針を策定している。
コミュニケーション	スタッフ全員と楽しく(たい) 相談したい。 店長が本気で聞いて相談	従業員とのコミュニケーションを積極的に回り、現場の状況をタイムリーに把握している。
業務改善	自店での問題を解決して 改善	美容室全体の問題を把握した上で、改善方針を策定し、具体的な改善方法の立案を指示している。

3-2-1 研修講座計画（千葉）

美容人材マネジメント基盤力養成プログラム 実証講座 計画書

講座名	美容 HRM 人材養成講座「体験版サロン経営ゲーム」	
実施日時	平成 30年 1月 30日（火） 午前・午後 10 : 00 ~ 午前・午後 1 : 00	
対象学科等	サロン経営者・独立開業志向の美容師	
担当講師名・所属	河島健（一般社団法人 一生美容に恋する会 会長）	
学習目標	・サロン経営の全般を疑似体験を通じて、経営の為に必要な知識を学ぶ	
授業計画	内容	時間配分
	1. ゲームのルール説明	10分
	2. 出店計画 ①サロン形態（カット専門店、通常サロン、トータルビューティサロン） ②出店計画（立地、サロン規模、スタッフ数）	15分
	3. プレ 1ターム（説明しながら、行っていく）	20分
	4. 本番 4ターム（1ターム 25分×4）	100分
	5. テーブルディスカッション（もっと利益を上げるにはどうすればよかったのか？）	10分
	6. ロジックツリー作成	15分
	7. レクチャー（売上ツリー、ミッション、ビジョンある店づくり、顧客づくり）	10分
使用教材・資料	体験版サロン経営ゲーム「Virtual Salon Management」	

美容人材マネジメント基盤力養成プログラム 実証講座 計画書

講座名	美容 HRM 人材養成講座「美容室における人事マネジメント STEP①」	
実施日時	平成 30年 1月 30日 (火) 午前・午後 1 : 30 ~ 午前・午後 2 : 30	
対象学科等	サロン経営者・独立開業志向の美容師	
担当講師名・所属	谷本佳隆 (大阪美容専門学校 副校長)	
学習目標	・ 経営理念の基礎を学ぶ	
授業計画	内容	時間配分
	1. マネジメント基本思考/ドラッカーの5つの質問	5分
	2. 美容室の経営理念	20分
	3. サロンコンセプト策定ワーク (選択記述)	10分
	4. サロンコンセプト策定ワーク (自由記述)	15分
	5. 美容室の人事制度	10分
使用教材・資料	美容サロンマネジメントテキスト (平成28年度開発) サロンコンセプト策定シート PPT 資料「ドラッカーの5つの質問」	

美容人材マネジメント基盤力養成プログラム 実証講座 計画書

講座名	美容 HRM 人材養成講座「美容室における人事マネジメント STEP①」	
実施日時	平成 30年 1月 30日 (火) 午前・午後 2 : 30 ~ 午前・午後 3 : 30	
対象学科等	サロン経営者・独立開業志向の美容師	
担当講師名・所属	谷本佳隆 (大阪美容専門学校 副校長)	
学習目標	・人事理念の策定の基礎を学ぶ	
授業計画	内容	時間配分
	1. 美容室の経営理念	20分
	2. 人事基本理念の作成	10分
	3. 会社が求める人材像の設定	10分
	4. 行動指針の設定	10分
	5. 人事理念の策定	10分
使用教材・資料	サロンマネジメントブック vol.1 社保と賃金 サロンマネジメントブック vol.2 評価と賃金 サロンマネジメントブック vol.3 働き方と賃金 PPT 資料「美容版 HRM PBL」	

美容人材マネジメント基盤力養成プログラム 実証講座 計画書

講座名	美容 HRM 人材養成講座「美容室における人事マネジメント STEP②」	
実施日時	平成 30年 1月 30日 (火) 午前・午後 3 : 30 ~ 午前・午後 4 : 30	
対象学科等	サロン経営者・独立開業志向の美容師	
担当講師名・所属	谷本佳隆 (大阪美容専門学校 副校長)	
学習目標	・等級・役職制度の策定の基礎を学ぶ	
授業計画	内容	時間配分
	1. 美容室における職能資格等級フレーム	20分
	2. 職能資格等級フレームの基本的な考え方	5分
	3. 基本的な等級定義の作成	10分
	4. 主業務担当者の等級定義の細分化	10分
	5. 補助業務担当、管理業務担当の等級定義の細分化	15分
使用教材・資料	サロンマネジメントブック vol.1 社保と賃金 サロンマネジメントブック vol.2 評価と賃金 サロンマネジメントブック vol.3 働き方と賃金 PPT 資料「美容版 HRM PBL」	

美容人材マネジメント基盤力養成プログラム 実証講座 計画書

講座名	美容 HRM 人材養成講座「美容室における人事マネジメント STEP③」	
実施日時	平成 30年 2月 6日 (火) 午前・午後 10 : 00 ~ 午前・午後 11 : 30	
対象学科等	サロン経営者・独立開業志向の美容師	
担当講師名・所属	谷本佳隆 (大阪美容専門学校 副校長)	
学習目標	・個別的人材像の設定の基礎を学ぶ	
授業計画	内容	時間配分
	1. 美容室における等級基準	25分
	2. 等級基準の基本的な考え方	20分
	3. アシスタントの人材像設定	15分
	4. スタイリストの人材像設定	15分
	5. 店長・副店長の人材像設定	15分
使用教材・資料	サロンマネジメントブック vol.1 社保と賃金 サロンマネジメントブック vol.2 評価と賃金 サロンマネジメントブック vol.3 働き方と賃金 PPT 資料「美容版 HRM PBL」	

美容人材マネジメント基盤力養成プログラム 実証講座 計画書

講座名	美容 HRM 人材養成講座「美容室における人事マネジメント STEP④」	
実施日時	平成 30年 2月 6日 (火) 午前・午後 11 : 30 ~ 午前・午後 1 : 00	
対象学科等	サロン経営者・独立開業志向の美容師	
担当講師名・所属	谷本佳隆 (大阪美容専門学校 副校長)	
学習目標	・人材育成制度設計の基礎を学ぶ	
授業計画	内容	時間配分
	1. 美容室の新人教育カリキュラム	40分
	2. 新人教育カリキュラム(3年)の設計	20分
	3. ジョブカードの活用	15分
	4. 教育訓練カリキュラム(6ヶ月)の策定	15分
使用教材・資料	サロンマネジメントブック vol.1 社保と賃金 サロンマネジメントブック vol.2 評価と賃金 サロンマネジメントブック vol.3 働き方と賃金 PPT 資料「美容版 HRM PBL」	

美容人材マネジメント基盤力養成プログラム 実証講座 計画書

講座名	美容 HRM 人材養成講座「美容室における人事マネジメント STEP⑤」	
実施日時	平成 30年 2月 6日 (火) 午前・午後 1 : 30 ~ 午前・午後 3 : 00	
対象学科等	サロン経営者・独立開業志向の美容師	
担当講師名・所属	谷本佳隆 (大阪美容専門学校 副校長)	
学習目標	・人事評価制度設計の基礎を学ぶ	
授業計画	内容	時間配分
	1. 美容室における人事評価制度の基本的な考え方	40分
	2. 評価項目の整理・設定	10分
	3. 業績評価の評価基準の作成	20分
	4. 職能評価の評価基準の作成	20分
使用教材・資料	サロンマネジメントブック vol.1 社保と賃金 サロンマネジメントブック vol.2 評価と賃金 サロンマネジメントブック vol.3 働き方と賃金 PPT 資料「美容版 HRM PBL」	

美容人材マネジメント基盤力養成プログラム 実証講座 計画書

講座名	美容 HRM 人材養成講座「美容室における人事マネジメント STEP⑥」	
実施日時	平成 30年 2月 6日 (火) 午前・午後 3 : 00 ~ 午前・午後 4 : 30	
対象学科等	サロン経営者・独立開業志向の美容師	
担当講師名・所属	谷本佳隆 (大阪美容専門学校 副校長)	
学習目標	・給与体系設計の基礎を学ぶ	
授業計画	内容	時間配分
	1. 美容室における給与体系の基本的な考え方	25分
	2. 美容室の給与体系の参考事例	25分
	3. 基本給の設定	20分
	4. 歩合給の設定	20分
使用教材・資料	サロンマネジメントブック vol.1 社保と賃金 サロンマネジメントブック vol.2 評価と賃金 サロンマネジメントブック vol.3 働き方と賃金 PPT 資料「美容版 HRM PBL」	

3-2-2 告知

受講者募集に際し、次のようなチラシを作成し、告知した。

平成29年度文部科学省委託事業


意外と知らない

サロン運営の基礎を学ぶ 「ビジネス基礎力」 養成セミナー

— スタッフマネジメント編 —

無料!

応募締切
1/15

日時

1/30^火・2/6^火

時間

10:00~16:30 (休憩あり)

場所

東洋理容美容専門学校 本館
住所: 千葉県千葉市中央区春日2-17-12

受講料

無料

定員

10名

定員になり次第終了

美容学校では学べなかった、サロン運営の基礎知識を学ぶ!

美容室の世界は、技術志向の人が多い世界。
だからこそ、経営やマネジメントの知識を身に付け、更なるキャリアアップを目指しましょう!
今回は組織拡大には欠かせない、**スタッフマネジメント**について学びます。

こんな方にオススメです!

- マネージャーなどの役割についたばかりで、何をしたらいいかわからない
- スタッフに着手が多く、自分が引っ張ってきたい
- 日々のサロン経営や後輩-スタッフ育成に悩んでいる
- スタッフ育成や評価方法などを見直したい

講座内容・スケジュール

集合学習

体験型サロン経営ゲーム「V,E Salon Management」ワーク
カードゲームにて、美容室経営のシミュレーションを行います。

サロンマネジメントに関する実践的知識の基礎学習
事業計画書の作成をはじめ、人材マネジメントの総合的な基礎知識を学びます。

*内容は変更となる可能性があります。

Web教材など自分のペースで学ぶ個人学習

持ち物

応募資格

筆記用具

職種問わず
歡迎いたします

受講
申込書

参加をご希望される方は、下記をご記入の上、FAXまたはメールにてご返信ください。

一生美容に恋する会 河島まで / FAX: 050-3730-1633 Mail: info@isshoubiyou.com

フリガナ	
サロン名	
フリガナ	
お名前	
連絡先(TEL)	
メールアドレス	

135

3-2-3 模様 (千葉)

▼講座模様



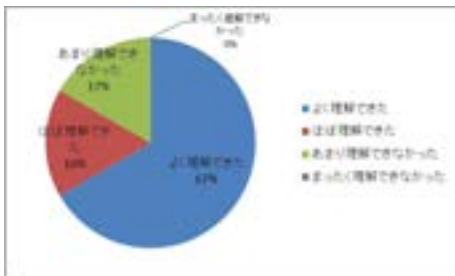
3-2-4 結果 (千葉)

美容室における人事マネジメント PBL STEP1 人事理念の策定 受講者自己評価票

美容室における人事マネジメント PBL「STEP1 人事理念の策定」での学習について、以下の(1)から(8)の設問にお答えください。

(1) 「STEP1 人事理念の策定」全体の学習を通して、人事理念の策定のプロセスについて理解することができましたか。

- よく理解できた 4 ほぼ理解できた 1
 あまり理解できなかった 1 まったく理解できなかった 0



(2) 「演習課題(1) 人事基本理念の作成」での学習を通して、人事制度の基本理念の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 4 ほぼ理解できた 1
 あまり理解できなかった 1 まったく理解できなかった 0



(5) 「演習課題(4) 人事理念の策定」での学習を通して、人事理念を設定する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 4 ほぼ理解できた 1
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0
 未回答 1



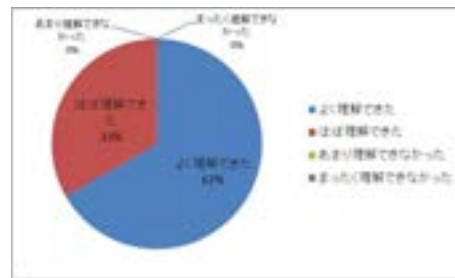
(6) 「STEP1 人事理念の策定」全体で学習した、人事理念の策定のプロセスについては、今後の自己の業務に役立つと思いますか。

- かなり役立つと思う 4 それなりに役立つと思う 0
 あまり役立つとは思わない 0 まったく役立つとは思わない 0
 未回答 2



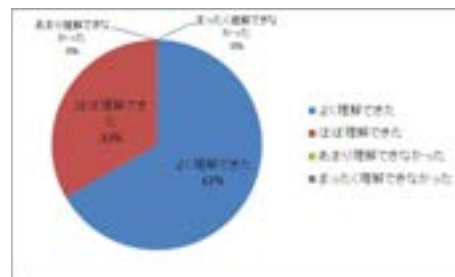
(3) 「演習課題(2) 会社が求める人材像の設定」での学習を通して、会社が求める人材像を設定する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 4 ほぼ理解できた 2
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



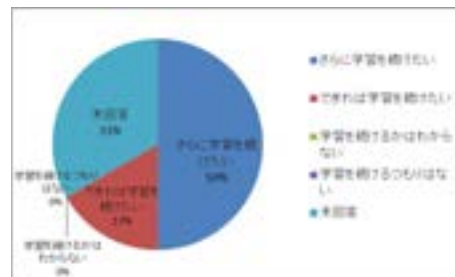
(4) 「演習課題(3) 行動指針の設定」での学習を通して、行動指針を設定する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 4 ほぼ理解できた 2
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



(7) 「STEP1 人事理念の策定」全体で学習した、人事理念の策定のプロセスについての今後の学習への取組みについてはどう考えますか。

- さらに学習を続けたい 3 できれば学習を続けたい 1
 学習を続けるかはわからない 0 学習を続けるつもりはない 0
 未回答 2



(8) 「STEP1 人事理念の策定」全体の学習を通して、人事理念の策定のプロセスについて、感じたことや考えたことをお書きください。

・「人=仲間創り」がより明確になり、どんな仲間を創ることが夢実現の第一歩と確認出来ました。人の価値がサロンの価値になりますね。
 ・人事理念を今一度考え設定してみたいと思います。
 ・スタッフの年齢に合わせた働き方、それぞれの環境に合わせた働き方昇給の仕組みなど勉強になりました。
 ・学習を通して自社がどこを目指し、どんな人材を求めているのかを明確に出来ると思います。
 ・どんなスタッフになって欲しいか、どんなスタッフが欲しいか理念から確りつなげて考えると育成で伝える事も伝わりやすくなるかと思うのでやってみます。

以上

美容室における人事マネジメントPBL STEP2 等級・役職制度の策定
受講者自己評価票

美容室における人事マネジメントPBL「STEP2 等級・役職制度の策定」での学習について、以下の(1)から(7)の設問にお答えください。

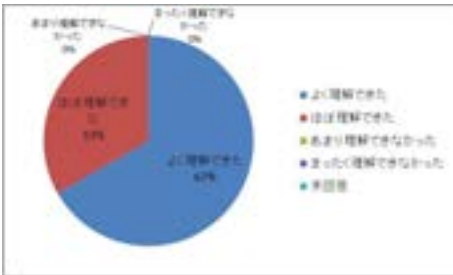
(1) 「STEP2 等級・役職制度の策定」全体の学習を通して、等級・役職制度を策定するプロセスについて理解することができましたか。

- よく理解できた 4 ほぼ理解できた 1
 あまり理解できなかった 1 まったく理解できなかった 0



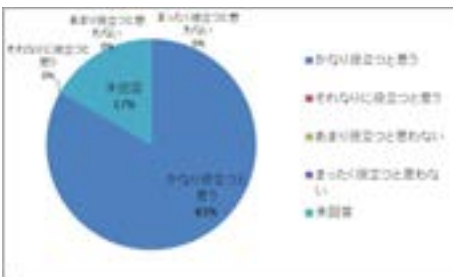
(2) 「演習課題(1) 基本的な等級定義の作成」での学習を通して、等級制度のひな形を作成する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 4 ほぼ理解できた 2
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



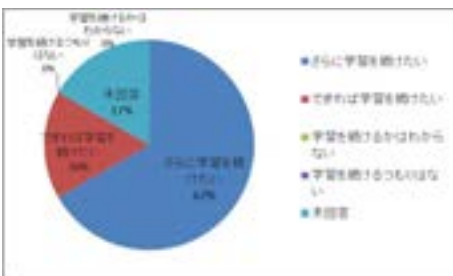
(5) 「STEP2 等級・役職制度の策定」全体で学習した、等級・役職制度を策定するプロセスについては、今後の自己の業務に役立つと思いますか。

- かなり役立つと思う 5 それなりに役立つと思う 0
 あまり役立つとは思わない 0 まったく役立つとは思わない 0
 未回答 1



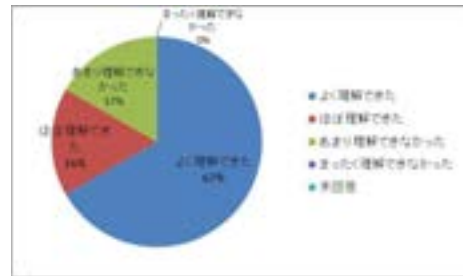
(6) 「STEP2 等級・役職制度の策定」全体で学習した、等級・役職制度を策定するプロセスに対しての今後の学習への取組みについてはどう考えますか。

- さらに学習を続けたい 4 できれば学習を続けたい 1
 学習を続けるかはわからない 0 学習を続けるつもりはない 0
 未回答 1



(3) 「演習課題(2) 主業務担当者の等級定義の細分化」での学習を通して、スタイリストの等級を細分化して設定する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 4 ほぼ理解できた 1
 あまり理解できなかった 1 まったく理解できなかった 0



(4) 「演習課題(3) 補助業務担当者、管理業務担当者の等級定義の細分化」での学習を通して、アシスタントや店長・副店長の等級を細分化して設定する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 4 ほぼ理解できた 0
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 2



(7) 「STEP2 等級・役職制度の策定」全体の学習を通して、等級・役職制度を策定するプロセスについて、感じたことや考えたことをお書きください。

・目に見えない評価を細分化は人事においてとても重要な部分と理解しています。先ず文字化をして区分けすることが理解を深める一歩になったのではないかと感じます。
・小社も評価制度を考えていたので大変参考になりました。有難う御座いました。
・これまで細かく職能の整理を分けてみて改めて気づく点がありました。そのスタッフの役割に合った職能・役割をしっかりと把握していないとゴチャメザになるのでも大変だと思います。
・丁度、等級役職制度と給与体系を構築していく予定だったのでこれを元に社内の仕組みを作っていきます。
・役割制度を確りと作り、スタッフにも何が求められて何をすべきか明確にして伝える事、ステップアップに必要なものは何かを明確にするように考えていきます。

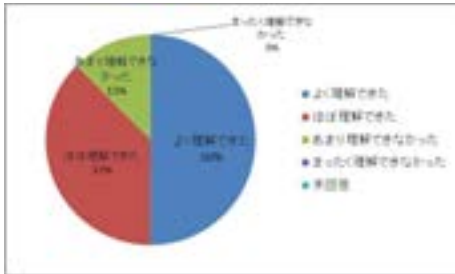
以上

美容室における人事マネジメント PBL STEP3 個別の人材像の設定
受講者自己評価票

美容室における人事マネジメント PBL 「STEP3 個別の人材像の設定」での学習について、以下の(1)から(7)の設問にお答えください。

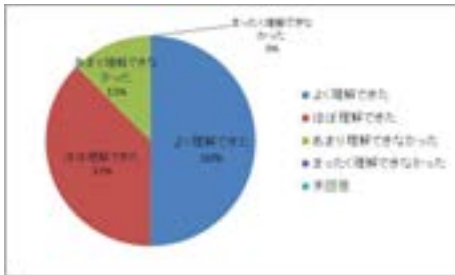
(1) 「STEP3 個別の人材像の設定」全体の学習を通して、職能資格等級フレームの各等級に対する個別の人材像を設定するプロセスについて理解することができましたか。

- よく理解できた 4 ほぼ理解できた 3
 あまり理解できなかった 1 まったく理解できなかった 0



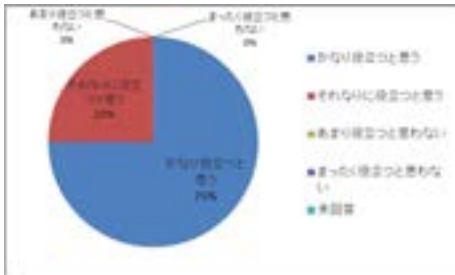
(2) 「演習課題(1) アシスタントの人材像設定」での学習を通して、アシスタントに相当する等級の人材像を設定する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 4 ほぼ理解できた 3
 あまり理解できなかった 1 まったく理解できなかった 0



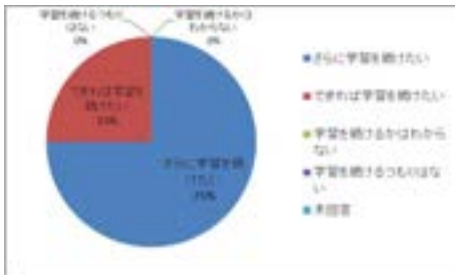
(5) 「STEP3 個別の人材像の設定」全体で学習した、職能資格等級フレームの各等級に対する個別の人材像を設定するプロセスについては、今後の自己の業務に役立つと思いますか。

- かなり役立つと思う 6 それなりに役立つと思う 2
 あまり役立つとは思わない 0 まったく役立つとは思わない 0



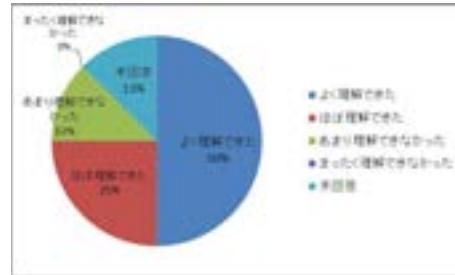
(6) 「STEP3 個別の人材像の設定」全体で学習した、職能資格等級フレームの各等級に対する個別の人材像を設定するプロセスに対して、今後の学習への取組みについてはどう考えますか。

- さらに学習を続けたい 6 できれば学習を続けたい 2
 学習を続けるかはわからない 0 学習を続けるつもりはない 0



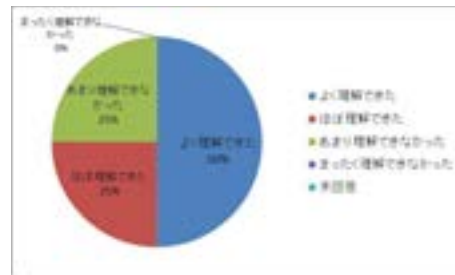
(3) 「演習課題(2) スタイリストの人材像設定」での学習を通して、スタイリストに相当する等級の人材像を設定する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 4 ほぼ理解できた 2
 あまり理解できなかった 1 まったく理解できなかった 0
 未回答 1



(4) 「演習課題(3) 店長・副店長の人材像設定」での学習を通して、店長・副店長に相当する等級の人材像を設定する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 4 ほぼ理解できた 2
 あまり理解できなかった 2 まったく理解できなかった 0



(7) 「STEP3 個別の人材像の設定」全体の学習を通して、職能資格等級フレームの各等級に対する個別の人材像を設定するプロセスについて、感じたことや考えたことをお書きください。

・細分化する事によりどこまで出来れば?といった部分が無くなるが、ここまでかやらないといった人材も出てくる様になる。
・等級フレームは各社、それぞれの在り方が違うと思うので自社の成長にとってBESTなフレームを構築していきたいと感じた。自社ではこういったフレームをまだ持っていなかったが今年1年かけて構築します。
・ここまで細かく分けて考えた事はなかったのでとても勉強になりました。最後までできていないので帰ってからしっかりとまとめたいと思います。
・等級ごとの役割、等級関係なく共通しておくべきことを深めていきたいと感じました。
・等級の分け方を工夫する事と基準項目のすみ分けで「何を大切にするか?」が明確になっていくか?が理解できました。人材が育っていくすみ分けがすごく大切だと更に認識しました。
・自社でも人材像を認定し、一人ひとりがどのような人材になりたいのか、どのような人材を会社は求めているのか、それを一致させて評価にもつなげていきたいなと思います。

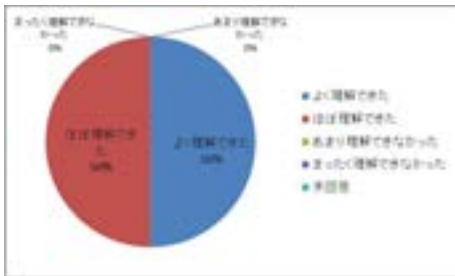
以上

美容室における人事マネジメント PBL STEP4 人材育成制度の設計
受講者自己評価票

美容室における人事マネジメント PBL「STEP4 人材育成制度の設計」での学習について、以下の(1)から(7)の設問にお答えください。

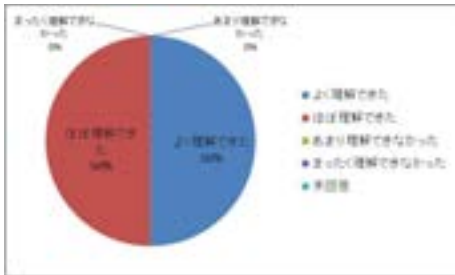
(1) 「STEP4 人材育成制度の設計」全体の学習を通して、美容室における人材育成制度を設計するプロセスについて理解することができましたか。

- よく理解できた 4 ほぼ理解できた 4
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



(2) 「演習課題(1) 教育項目の整理」での学習を通して、人材育成制度の設計にあたって教育項目を整理する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 4 ほぼ理解できた 4
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



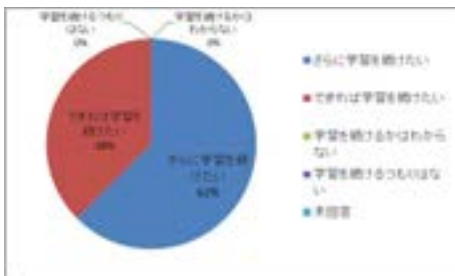
(5) 「STEP4 人材育成制度の設計」全体で学習した、人材育成制度を設計するプロセスについては、今後の自己の業務に役立つと思いますか。

- かなり役立つと思う 5 それなりに役立つと思う 3
 あまり役立つとは思わない 0 まったく役立つとは思わない 0



(6) 「STEP4 人材育成制度の設計」全体で学習した、人材育成制度を設計するプロセスに対する今後の学習への取り組みについてはどう考えますか。

- さらに学習を続けたい 5 できれば学習を続けたい 3
 学習を続けるかはわからない 0 学習を続けるつもりはない 0



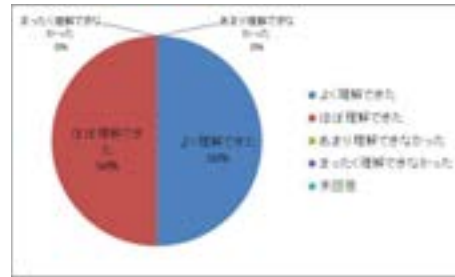
(3) 「演習課題(2) 新人教育カリキュラムの設計」での学習を通して、美容室における教育カリキュラムを設計する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 4 ほぼ理解できた 4
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



(4) 「演習課題(3) 実践型人材養成システム 教育訓練カリキュラムの策定」での学習を通して、助成金を活用しながら新人教育を行うための教育訓練カリキュラムを設計する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 4 ほぼ理解できた 4
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



(7) 「STEP4 人材育成制度の設計」全体の学習を通して、人材育成制度を設計するプロセスについて、感じたことや考えたことをお書きください。

・やるべき事を書き出す事の大事さを学びました。
・今サロンで実際にやっている ONJT と OFFJT を紙面にし、まとめることでスタッフ全体に浸透すると感じました。スタッフの成長は会社の成長となるので、より皆で成長できるしくみを構築します。
・なんとなくしかしらなかった人材育成制度でしたので仕組みなど知れて面白かったです。もう少し勉強してみたいです。
・個々の力や個性をのばすための人材育成が必要だと感じました。
・設定した期間で技術が進めるための時間の使い方、先輩との練習方法を深めたいと思いました。
・段階を踏んで、教育していく事と教わる側の「先の見える教育」が社員にも安心感を与え、将来像がイメージしやすくなり、長く働ける環境の構築になっていると感じます。
・自社でも助成金を使おうかと話していたのでしくみがわかり参考になりました。

以上

美容室における人事マネジメント PBL STEP5 人事評価制度の設計
受講者自己評価票

美容室における人事マネジメント PBL「STEP5 人事評価制度の設計」での学習について、以下の(1)から(7)の設問にお答えください。

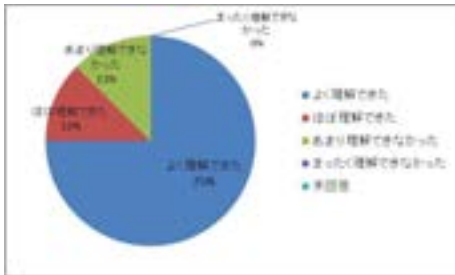
(1) 「STEP5 人事評価制度の設計」全体の学習を通して、人事評価制度を設計するプロセスについて理解することができましたか。

- よく理解できた 6 ほぼ理解できた 1
 あまり理解できなかった 1 まったく理解できなかった 0



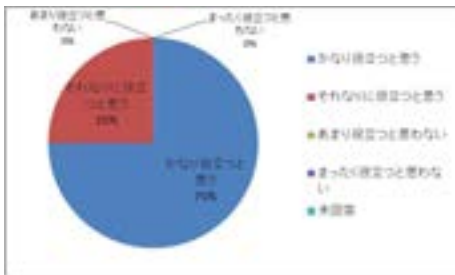
(2) 「演習課題(1) 評価項目の整理・設定」での学習を通して、人事評価制度の構築にあたっての評価項目の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 6 ほぼ理解できた 1
 あまり理解できなかった 1 まったく理解できなかった 0



(5) 「STEP5 人事評価制度の設計」全体で学習した、人事評価制度を設計するプロセスについては、今後の自己の業務に役立つと思いますか。

- かなり役立つと思う 6 それなりに役立つと思う 2
 あまり役立つとは思わない 0 まったく役立つとは思わない 0



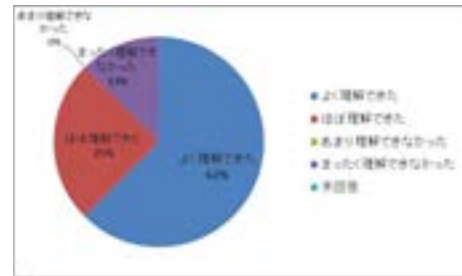
(6) 「STEP5 人事評価制度の設計」全体で学習した、人事評価制度を設計するプロセスに対しての今後の学習への取組みについてはどう考えますか。

- さらに学習を続けたい 4 できれば学習を続けたい 3
 学習を続けるかはわからない 1 学習を続けるつもりはない 0



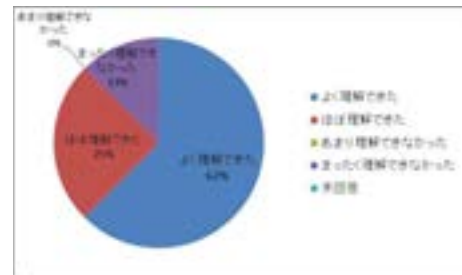
(3) 「演習課題(2) 業績評価の評価基準の作成」での学習を通して、業績評価の評価基準の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 5 ほぼ理解できた 2
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 1



(4) 「演習課題(3) 職能評価の評価基準の作成」での学習を通して、職能評価の評価基準の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 5 ほぼ理解できた 2
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 1



(7) 「STEP5 人事評価制度の設計」全体の学習を通して、人事評価制度を設計するプロセスについて、感じたことや考えたことをお書きください。

・評価とは人の自分を見つめなおすいい指導だと感じました。不透明でなくよりクリアな評価を作成していきたい。
・評価の基準を定めることはある程度していたが、業種に対しての人事評価をしていなかったので参考にしようと思う。
・人を評価するというのはとても大変で細かく設計をしなければいけないことだと分かりました。
・評価について自分もどのようにみられるのか考えました。
・自社には職能給がないので、今後の参考にしていこうと思います。まずは評価表彰があると目に見えにくい成果を形にする事で社員のモチベーション UP に充分につながっていくと思います。
・目に見えにくい部分の評価についてちょうど自社で考えていたので参考になりました。
・目に見えない内面的なものを数値化して評価することは難しいと感じました。

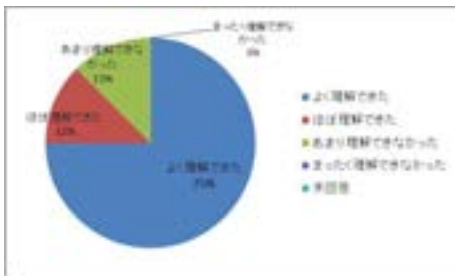
以上

美容室における人事マネジメントPBL STEP6 給与体系の設計
受講者自己評価票

美容室における人事マネジメントPBL「STEP6 給与体系の設計」での学習について、以下の(1)から(7)の設問にお答えください。

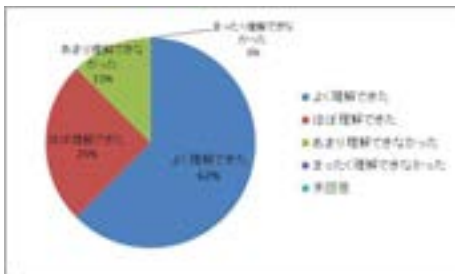
(1) 「STEP6 給与体系の設計」全体の学習を通して、美容室における給与体系を設計するプロセスについて理解することができましたか。

- よく理解できた 6 ほぼ理解できた 1
 あまり理解できなかった 1 まったく理解できなかった 0



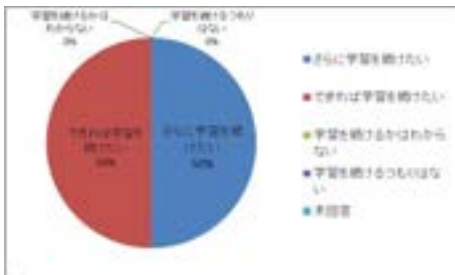
(2) 「演習課題(1) 基本給の設定」での学習を通して、アシスタント・スタイリストの基本給を設定する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 5 ほぼ理解できた 2
 あまり理解できなかった 1 まったく理解できなかった 0



(5) 「STEP6 給与体系の設計」全体で学習した、美容室における給与体系を設計するプロセスに対しての今後の学習への取組みについてはどう考えますか。

- さらに学習を続けたい 4 できれば学習を続けたい 4
 学習を続けるかはわからない 0 学習を続けるつもりはない 0



(6) 「STEP6 給与体系の設計」全体の学習を通して、美容室における給与体系を設計するプロセスについて、感じたことや考えたことをお書きください。

・諸経費の理解、アシスタント給与分などの理解、支払う側と支給される側の納得をもっと透明化にする必要も少々感じます。支給される側の歩みも必要ですね。
・非常に為になった。来年度からの給料体系の参考にします。先週と本日もありがとうございます！！
・とても参考になりました。多店舗の給与体系を参考にしながら改めて見直しは必要かなと考えています。上に提案するにもいい参考になりました。
・お金が関わってくる話で、全員が納得する給与体系は難しそうだと感じました。
・アシスタントであるからこそデビューしてスタイリストになった時にどのように給与に反映されてくるのかしっかりと理解する必要があるのだと思いました。
・給与に関して社長任せでしたが今回学んだことを社長としっかりと話し合い良い物にして行こうと思います。

以上

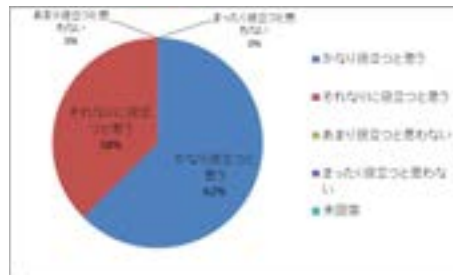
(3) 「演習課題(2) 歩合給の設定」での学習を通して、美容室における歩合給を設定する際の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 5 ほぼ理解できた 2
 あまり理解できなかった 1 まったく理解できなかった 0



(4) 「STEP6 給与体系の設計」全体で学習した、美容室における給与体系を設計するプロセスについては、今後の自己の業務に役立つと思いますか。

- かなり役立つと思う 5 それなりに役立つと思う 3
 あまり役立つとは思わない 0 まったく役立つとは思わない 0

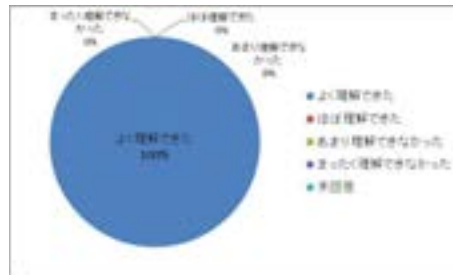


体験版サロン経営ゲーム
受講者自己評価票

サロン経営を知る～わかる講座「体験版サロン経営ゲーム」での学習について、以下の(1)から(5)の設問にお答えください。

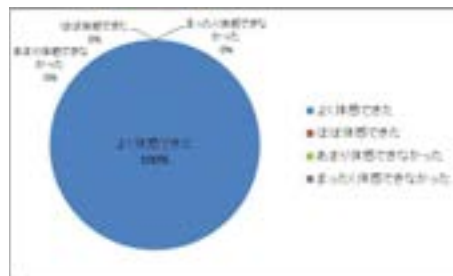
(1) 「体験版サロン経営ゲーム」全体の学習を通して、サロン経営のために必要な知識（出店費用・売上構造・収支など）を理解することができましたか。

- よく理解できた 6 ほぼ理解できた 0
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



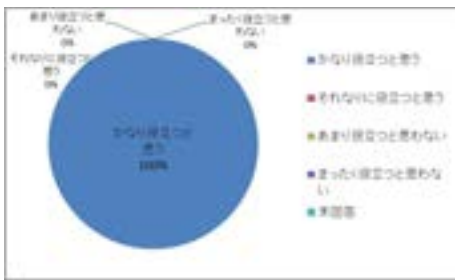
(2) 「体験版サロン経営ゲーム」全体の学習を通して、サロン経営のために必要な知識（出店費用・売上構造・収支など）を体感することができましたか。

- よく体感できた 6 ほぼ体感できた 0
 あまり体感できなかった 0 まったく体感できなかった 0



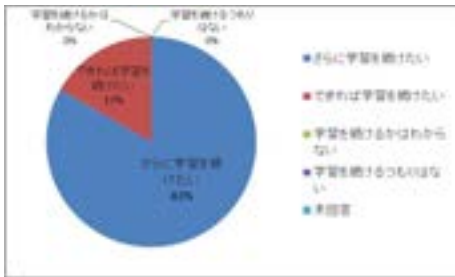
(3) 「体験版サロン経営ゲーム」全体で学習した、サロン経営のプロセスについては、今後の自己の業務に役立つと思いますか。

- かなり役立つと思う 6 それなりに役立つと思う 0
 あまり役立つとは思わない 0 まったく役立つとは思わない 0



(4) 「体験版サロン経営ゲーム」全体で学習した、サロン経営のプロセスについての今後の学習への取り組みについてはどう考えますか。

- さらに学習を続けたい 5 できれば学習を続けたい 1
 学習を続けるかはわからない 0 学習を続けるつもりはない 0

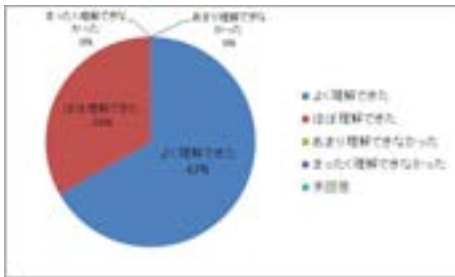


美容室における人事マネジメント PBL STEP0 経営理念の策定
受講者自己評価票

美容室における人事マネジメント PBL「STEP0 経営理念の策定」での学習について、以下の(1)から(5)の設問にお答えください。

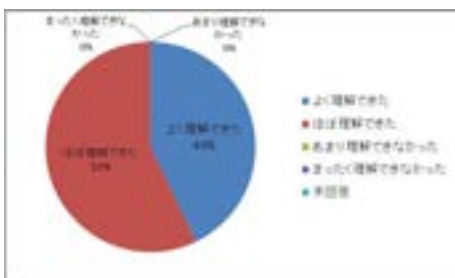
(1) 「STEP0 経営理念の策定」全体の学習を通して、サロンコンセプト（経営理念）を策定するプロセスについて理解することができましたか。

- よく理解できた 4 ほぼ理解できた 2
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



(2) 「演習課題(1) サロンコンセプト策定① 選択記述」での学習を通して、サロンコンセプト（経営理念）の策定手順について理解することができましたか。

- よく理解できた 3 ほぼ理解できた 4
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



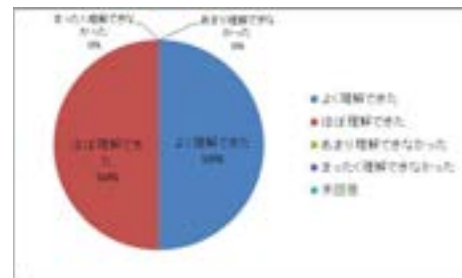
(5) 「体験版サロン経営ゲーム」全体の学習を通して、サロン経営のために必要な知識（出店費用・売上構造・収支など）の理解について、感じたことや考えたことをお書きください。

・技術を学ぶと共に経営も並行すると高価値の提供が望めると感じました。
 ・実際にはもっと細かいと思いますが収支の感覚はつかめると思います。学生の間からこの様な内容を勉強していると大変参考になると思います。
 ・自分の立場では未だ考えたことが無いことが多くありとても勉強になりました。お店の広さやスタッフ数でお金の回り方がとてもわかりやすく、理解しやすかったです。お店に戻って興味のあるスタッフともまたやりたと思います。有難う御座いました。
 ・収益を上げるために必要なことが「なんとなく」から「具体的」に「どの部分」を動かすことが大切かを考えるきっかけになりました。是非社内でやりたいと感じました。特に「収益拡大ツリー」が素晴らしいです。
 ・単価などの縛りは面白く、色々考えられて良かったですが人数(スタッフ規模)制限や売上の成果によってスタッフの給料下限を決めてもいいなと思いました。
 ・お金の計算についてイメージし易くよかったです。このゲームのカードは買えるんですか?単価の設定について確り考えます。

以上

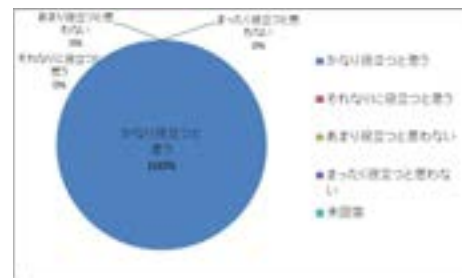
(3) 「演習課題(2) サロンコンセプト策定② 自由記述」での学習を通して、サロンコンセプト（経営理念）の策定の考え方について理解することができましたか。

- よく理解できた 3 ほぼ理解できた 3
 あまり理解できなかった 0 まったく理解できなかった 0



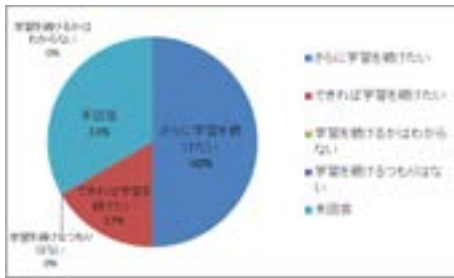
(3) 「STEP0 経営理念の策定」全体で学習した、サロンコンセプト（経営理念）の策定のプロセスについては、今後の自己の業務に役立つと思いますか。

- かなり役立つと思う 6 それなりに役立つと思う 0
 あまり役立つとは思わない 0 まったく役立つとは思わない 0



(4) 「STEP0 経営理念の策定」全体で学習した、サロンコンセプト（経営理念）の策定のプロセスについての今後の学習への取組みについてはどう考えますか。

- さらに学習を続けたい 3 できれば学習を続けたい 1
 学習を続けるかはわからない 0 学習を続けるつもりはない 0
 未回答 2



(5) 「STEP0 経営理念の策定」全体の学習を通して、サロンコンセプト（経営理念）の策定のプロセスについて、感じたことや考えたことをお書きください。

- ・会社のコンセプト創りとスタイリストのコンセプト創りとしてもお客様に対して、サロンに対してを文字化するとターゲットペルソナが明確になり行動し易いかと感じました。
- ・店長と情報を共有し今ある理念をブラッシュアップしてゆこうと思います。
- ・世代によって欲求の違いが面白かったし個人的には共感しました。欲求が変わってゆくことは当たり前のものでそれを軽視せず、キチンと向き合う様にしていこうと改めて感じました。
- ・経営理念は事業の「芯」となる部分だと思います。その「芯」となる部分に日頃どれだけ時間を自分自身でつくる事が出来るかが大切だと感じました。この学習を通じて「理念を考えるきっかけ」「理念についてより深く考えるきっかけ」となりました。
- ・改めて自社のサロンコンセプトを見直してみようと思います。
- ・理念を元にした考えの手順というか、流れが分かりスタッフに落とすための流れにも参考になりました。自社の理念をもう一度掘り下げてみたいと思います。

以上

美容室における人事マネジメントPBL①

STEP0 経営理念の策定

コンセプトシート

作成
ガイド

以下の各項について、●の文の空欄に適語を入れてコンセプトシートを完成させてください。その際、空欄に入る語句は【例】を参考にしてください。また、●や【例】にとらわれず、自分で考案した文を自由に作成しても構いません。

1 サロンの事業理念(いかなるミッションを持って事業を行うか)

● 当サロンを通じて(1)を(2)する。

笑顔を広げる人々の幸せ

【例】1) 世界の人々 / 現代の若者 / 日本の女性 / 働く女性 / 高齢者世代 / 日本社会 / 日本の美容
2) 美しく / 明るく / 幸せに / 素敵に / 華やかに / 普及 / 変革 / 発信 / 貢献

2 サロンのビジョン・事業目標(いかなるビジョンを持って事業を行うか)

● (1)で(2)の(3)を(4)する。

地域で唯一のサロンドを提供する

【例】1) 世界 / 日本 / 美容業界 / 地域 2) 最高 / ハイセンス / オリジナル / 最初
3) サービス / サロンブランド / 利益 4) 提供 / 構築 / 展開 / 記録 / 獲得

3 サロンのコンセプト(サロン事業内容の趣旨に関する標語・宣言)

● (1)で(2)を提供する(3)サロン

愛があるがこれで癒しと感動をトータルサロン

【例】1) 顧客一人一人に合わせた“もてなし” / ハイクオリティの技術 / 最新のスタイル提案 / 温かい笑顔
2) 極上の“くつろぎ” / 安らぎの時間と空間 / 最上級のサービス / ハイセンスデザイン / 新しい自分
3) トータルビューティ / リラックス美容 / エlegantスタイル / ニュータイプ / ハートフル美容

4 サロンのマニフェスト・行動指針(顧客への決意表明と従業員への行動指針に関する方向性の提示)

● 私たちは、愛のある仲間創りを (3項以上)

愛のある仲間創りを

【例】○ 私たちは常に、お客様に再考の「もてなし」と「くつろぎ」を提供します。
○ 私たちは、プロフェッショナルとして接客・言葉遣い・礼儀作法を徹底します。
○ 私たちは、自分らの価値観を押し付けず、お客様一人一人に最適な提案を行います。
○ 私たちは、現状に満足せず、日々改善を行い成長してゆきます。
○ 私たちは常に、最新の流行やトレンドをキャッチし、自らも発信してゆきます。

5 サロンのターゲット顧客(サロンのメイン顧客になるコアターゲットの設定)

● (1 ※「～する」) (2 ※「～な」) (3 ※ 年代) の (4 ※ 性別・職業等) 層

20~30代の
美意識の高い女性

【例】1) ライフスタイルに“こだわり”を持つ / 仕事に邁進する / エlegantを指向する / 安らぎを求める
2) 都会的な雰囲気を持った / 可処分所得が比較的高い / 独身の / 節約志向の / 野性的な
3) 10歳代 / 20~30歳代 / 40~50歳代 / 60歳以上
4) 女性 / 男性 / 学生 / OL / 主婦 / 高所得者 / 文化人・業界人

6A サロンのエモーショナル・ベネフィット(サロンが提供する情緒的価値)

● 大人の隠れ家 [サロン/空間/雰囲気/サービス] (3項以上)

大人の隠れ家

【例】オリエンタルな雰囲気のリラクゼーション空間 / くつろぎと癒しを感じさせるBGM / 明るく開放的であるが、落ち着いて会話できる雰囲気 / 顧客の想定を超えた感動をもたらすサービス / 自立した女性の第三の居場所 / 大人のための隠れ家サロン / 自宅以上にくつろげるサロン

6B サロンのファンクショナル・ベネフィット(サロンが提供する機能的価値)

● マニキュア [メニュー/製品/技術/スタイリング] (3項以上)

マニキュア

【例】ネイルまでカバーする豊富なメニュー / 豊富なダメージケアメニュー / シャンプー剤・トリートメント剤は全てオーガニック製品 / 丁寧なカウンセリングと施術に関する明確な説明 / ワンランク上のカラーリング / 新形態のフルフラットシャンプーユニットによる極上ヘッドスパ / 施術の30日間完全保証サービス



1 サロンの事業理念

(いかなるミッションを持って事業を行うか)

最良の仲間創りと人格形成

2 サロンのビジョン・事業目標

(いかなるビジョンを持って事業を行うか)

地域で唯一のサングラドの提供

3 サロンのコンセプト

(サロン事業内容の趣旨に関する標語・宣言)

愛ある技術と接客で癒しと感動のあるサングラド提供を行う。

4 サロンのマニフェスト・行動指針

(顧客への決意表明と従業員への行動指針に関する方向性の提示)

自分と自分の価値の向上と成長の為に常に高め、成長(続ける)為に努力する。

5 サロンのターゲット顧客

(サロンのメイン顧客になるコアターゲットの設定)

美意識を育む大人女性

6A サロンのエモーショナル・ベネフィット

(サロンが提供する情緒的価値)

大人女性への癒しと安心感

6B サロンのファンクショナル・ベネフィット

(サロンが提供する機能的価値)

・サングラドの提供
・サングラドの提供

STEP1 人事理念の策定

演習課題(1)-a 人事基本理念の作成 - 現状の分析

自身の経験を振り返り、以下のような事項について考え、記入ください。

提案を会社に採り、従業員の満足度である。
 感謝の気持ち () 感謝は新人に対する。あかしくごめんね。
 謙遜と感謝

- ・ 経営者や店長などの経営陣から、従業員に対してどのような人材であってほしいと言われているか、どのような振舞いが特に評価される傾向にあるか。
- ・ 上司や先輩から、お客様への対応の仕方、同僚への接し方、自己研鑽の在り方等についてどのような指導を受けたか。
- ・ 後輩や部下に対して、お客様への対応の仕方、同僚への接し方、自己研鑽の在り方等についてどのように指導を行ったか。

演習課題(1)-b 人事基本理念の作成 - 人事基本理念の検討・作成

経営理念や現状分析をもとに、人事制度の基本理念を作成ください。以下の文章を参考に、記入欄へ記入を行ってください。その際、文章内の①から④のカッコを埋める形でもよいし、文章そのものを改変してもよい。

私たちは (①) ができるプロフェッショナル集団を目指します。そのために、従業員たちには (②) を目指してほしいと思います。また、 (③) にはチャンスを提供し、 (④) には必ず報います。
 学業専攻と提供
 加齢がかる
 向心力のある人
 何回も同じ業を真剣にやる人

- ① 記入例：優れた美容を提供すること、美容を通じて幸せを与えること、美容によってお客様を笑顔にすること など
- ② 記入例：美容のエキスパート、お客様の良き相談者、優れた美容のアドバイザー など
- ③ 記入例：責任感のある人、向上心のある人、チームに貢献しようとする人 など
- ④ 記入例：お客様の信頼を獲得する人、チャンスに応じて会社に貢献した人、優れた営業実績をあげた人 など

演習課題(2) 会社が求める人材像の設定

経営理念、人事基本理念に該当する理想的な人材が持っているであろう能力を5個以上設定ください。

理念の実践者
 向心力のある人
 最高の仲間作り
 経験豊富なアドバイザー
 ルーラーシフト

能力例

自分の仕事に責任を持てる。チームワークを大切にする。お客様や他の従業員に思いやりを持てる。目標を達成するために努力できる。ルールを守ることができる。やる気を持って仕事に取り組める積極的にスキルアップに取り組める。失敗を恐れずにチャレンジできる。他者の成功を心から喜べる。何にでも興味関心が持てる。積極的にコミュニケーションを取れる。リーダーシップを発揮できる など

演習課題(3) 行動指針の設定

以下の例を参考に、経営理念、人事基本理念とマッチする行動指針を3個以上設定ください。

自己成長と他者成長を助けあふ事に重きを置く
 常に会社外行動をし自覚を持って行動する

プロ意識をもって自己研鑽に励み、知識と経験を蓄えて、お客様の期待に応える
 チームで仕事をしていることを常に念頭におき、ルールを守り、困ったときは助け合う
 先輩は後輩の成長を心から喜び、後輩は先輩を敬って可愛がられるように努める
 ヘアスタイルを考えるだけでなく、美容を通じてお客様を幸せにすることを目標にする
 教える立場が一番の勉強と考え、スタッフ全員が協力して新人を育て上げる など

STEP1 人事理念の策定

演習課題(3) 人事理念の策定

課題(1)から(3)までの内容を以下の表に整理しなさい。その際、項目間で内容に矛盾点等がないかを確認しなさい。

項目	内容
経営理念	<p>お客様に美しさと感動を提供し、また来たいと思わせる美容室を従業員皆で協力して作り上げる</p> <p>謙遜と感謝を持ち共に成長の喜びを 実感できる仲間作り。</p>
人事基本理念	<p>学と感動を発信できるプロフェッショナルを目指せる。</p>
会社が求める人材像	<p>お互いの価値を高め、最も高め合える 仲間作りから生まれる人材。</p>
行動指針	<p>自己・他者の成長を共に喜びに変えて リーディングプロフェッショナルを目指し目標を達成する。</p>

STEP2 等級・役職制度の策定

演習課題(1) 基本的な等級定義の作成

等級		定義	職位
管理業務 担当者	等級3	店舗運営管理者、店舗として実施 社員教育	店長・副店長
主業務 担当者	等級2	店舗運営の実施者	スタイリスト
補助業務 担当者	等級1	所定の条件をクリアした スタッフの補助業務	アシスタント

演習課題(2) 主業務担当者の等級定義の細分化

等級		定義	職位
管理業務 担当者	等級5	(課題1の記述内容を転載) 店舗運営管理者、社員教育、店舗立案	店長・副店長
主業務 担当者	等級4	・技術教育・指導計画立案実施 ・店舗運営の数字の責任を司る	スタイリスト
	等級3	指導補助の責任を司る	
	等級2	新人育成(技術指導)の責任を司る	
補助業務 担当者	等級1	(課題1の記述内容を転載) スタッフの補助業務	アシスタント

STEP2 等級・役職制度の策定



演習課題(3) 補助業務担当者、管理業務担当者の等級定義の細分化

等級		定義	職位
管理業務 担当者	等級7	全店運営の年計画立案と実施検証 経営理念の発信者	店長・副店長
	等級6	店舗運営の年間計画実施検証 スタッフ育成・人格形成	
主業務 担当者	等級5	(課題2の記述内容を転載) スタッフ育成・店舗運営の実行者	スタイリスト
	等級4	(課題2の記述内容を転載) 育成補助	
	等級3	(課題2の記述内容を転載) 新人育成(技術指導)の責任を持つ	
補助業務 担当者	等級2	スタッフの補助業務	アシスタント
	等級1	全店運営に必要な協力は、 自主性を磨く、理念の理解	

STEP3 個別的人材像の設定



演習課題(1) アシスタントの人材像の設定		
基準項目	等級1 (アシスタント1)	等級2 (アシスタント2)
役割	上司や先輩の指示・指導を受けながら、業務に付随する補助作業や難易度の低い業務を遂行できる。	上司や先輩の指示・指導を受けながら、業務に付随する補助作業や難易度の低い業務を遂行できる。加えて、ある程度自立的にそれらの業務を遂行できる。
知識	会社理念を認識する	シャンプー、パーマ、カラー等に関する基本的な知識を有している。
技術	清掃・営業準備が 行える	シャンプー、パーマ、カラー等に関わる簡単な作業を自立的に遂行することができる。
接客	社員の役割や行動の認識を 礼儀挨拶が 行える	受付から案内、会計までの流れを理解し、自立的に遂行することができる。
人材育成		
コミュニケーション	認識・確認・反復が 行える	業務上で必要な報告・連絡・相談をある程度自発的に行うことができる。
業務改善	作業の効率化を図る	上司や先輩に業務の効率化について問われた際、自身の考えを検討し、述べるができる。

STEP3 個別的人材像の設定



演習課題(2) スタイリストの人材像の設定			
基準項目	等級3 (スタイリスト1)	等級4 (スタイリスト2)	等級5 (スタイリスト3)
役割	自身の担当業務を持ち、上司の示す方針のもと、自身の裁量を持って自立的に業務を遂行できる。	自身の担当業務を持ち、上司の示す方針のもと、自身の裁量を持って自立的に業務を遂行できる。加えて、必要に応じて後輩や部下に対して指導を行うことができる。	自身の担当業務を自立的に遂行し、後輩や部下に対して指導を行うことができる。加えて、自ら他の社員の模範となる行動・振舞を示すと共に、経営目標を達成するために主導的に業務を遂行できる。
知識		ヘアメイク全般の標準的な技術に関して高度な知見を有する。	ヘアメイク全般の標準的な技術に関して高度な知見を有する。 新規顧客の創造出来る
技術		ヘアメイク全般に関わる業務を高い水準で遂行することができる。	技術的教育全般を行って出来る
接客		接客に関する模範的な行動・振舞を理解し、ある程度実施することができる。	接客教育全般を行って出来る
人材育成	新人業務の指導出来る	上司の指示を受けて、部下や後輩の指導を行うことができる。	スタイリスト合格者を創出出来る
コミュニケーション	新人スタイリストへのコミュニケーションの橋渡し出来る	部下や後輩の報告・相談を受けて、適切な指示・回答を行うことができる。	部下の相談を受け、適切な回答を出来る
業務改善		自発的に業務改善に関する自身の意見を上司に提案できる。	店舗の業務改善を出来る

STEP3 個別的人材像の設定



演習課題(3) 店長・副店長の人材像の設定		
基準項目	等級6 (副店長)	等級7 (店長)
役割	店舗の運営統括業務の補佐全般を担当し、店舗の目標を達成するための具体的な方策を企画立案できる。	会社の基本方針に基づいて、店舗の運営方針や目標を設定し、その実現に向けて店舗の運営全体を統括できる。
知識	双、7育成のマネジメントを知り、持っている。	美容室経営を行う上で必要なマネジメントや法律等に関する知識を有している。
技術		
接客	高価値提供出来る接客指導が出来ている。	お客様への対応に関する美容室全体としての方針を策定し、従業員に周知している。
人材育成	理念を語る。	経営的な観点から現在必要な人材を把握し、その人材を育成するための教育方針を策定している。
コミュニケーション	定期的に双、7とのコミュニケーションを図る。	従業員とのコミュニケーションを積極的に図り、現場の状況をタイムリーに把握している。
業務改善	利益率を意識して人材教育が出来る様改善に取り組む。	美容室全体の問題を把握した上で、改善方針を策定し、具体的な改善方法の立案を指示している。

STEP4 人材育成制度の設計



演習課題(1) 教育項目の整理

教育項目	実施期間	教育項目	実施期間
接客サポーターワーク	5月	カー知識配布	3月
接客 カット基本	3月		
カット応用	3月		
似合わせアヒルヘア	3月		
スタイル提案	3月		
売上、3月以外講座	6月		
アヒルヘア	3月		

演習課題(2) 新人教育カリキュラムの設計

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1年目	サポーター業務 43.アヒル				WD アヒル	カット基本			カット応用			
2年目	アヒルヘア			スタイル提案		売上、3月以外講座 (アヒル)						
3年目												

STEP4 人材育成制度の設計

キャリア開発の各研修



《教育訓練体制の構築》

2020年

演習課題(3) 実践型人材養成システム 教育訓練カリキュラムの策定

訓練コース名		マニスタ育成コース		
職務名又は教科名		職務又は教科の内容	時間	
実習 (OJT)	接客待遇実習		42.5	
	シャンプー実習		42.5	
	カラー実習		42.5	
有期実習型訓練の内容	パート実習		OJT計 350 時間	
	新人セーター	⓪		9.4
	1P7セーター	Ⓜ		9.4
	アト32セーター			9.4
	店販セーター	Ⓜ		9.4
	サロ2セーター	⓪		9.4
	マーケティングセーター	Ⓜ		9.4
	まとめ	⓪	セーター3種129 目標設定	9.4
	アト32テイグセーター	⓪		9.4
	スリセーター	Ⓜ		9.4
フリッジセーター	⓪		9.4	
			Off-JT計	85 時間
			有期実習型訓練合計	425 時間

425h
425
69月

STEP5 人事評価制度の設計



演習課題(1) 評価項目の整理・設定

<評価項目一覧>	業績評価項目	職能評価項目
	<ul style="list-style-type: none"> リーダーシップ 責任感 売上高 コミュニケーション力 店販売上高 店販商品知識 指名客率 クランリネス タレーム対応 顧客管理 規律順守 接客マナー 部下育成 	売上高
店販売上高		リーダーシップ
指名客率		責任感
顧客管理		コミュニケーション力
		チーム対応
		接客マナー
		部下育成
		クランリネス

演習課題(2) 業績評価の評価基準の設定

業績評価項目	配点 総計50点	評価				
		S	A	B	C	D
売上高 (売上実績/ 売上計画)	25点	120%以上	120%未満 110%以上	110%未満 100%以上	100%未満 90%以上	90%未満
指名客率 (指名客率実績/ 指名客率計画)	15	120%以上	120%未満 110%以上	110%未満 100%以上	100%未満 90%以上	90%未満
店販売上高 (店販売上実績/ 店販売上計画)	10	120%以上	120%未満 110%以上	110%未満 100%以上	100%未満 90%以上	90%未満

STEP5 人事評価制度の設計



演習課題(3) 職能評価の評価基準の設定

職能評価項目		配点 総計 50点	評価				
			S	A	B	C	D
役割	リーダーシップ クリンリネス 部下育成 クレーム対応	25	機転を利かせた動きで役割以上の働きをし、実績につなげた	十分に役割を果たしており、かつ状況に応じて機転を利かせた動きができていた	求められる役割を一通り果たしていた	役割を果たしていたが、一部課題が残る	役割を十分に果たしていたとは言えない
能力	コミュニケーション力 店販商品知識 接客マナー	10	顧客の味方として 丁寧な対応を 実践している	自身を 十分に 発揮している	目標を 達成している	課題が 残る	結果を 果していない
姿勢	責任感 規律順守	15	役割を 積極的に こなしている	十分に 責任感 を持っている	守っている	課題が 残る	役割 不足

STEP6 給与体系の設計



演習課題(1) 基本給の設定

評価点 100点		アシスタント		スタイリスト		
		等級1	等級2	等級3	等級4	等級5
S	85点以上	172000	172000	250000	350.000	470.000
A	70点~ 84点	169000	169.000	240.000	335000	410.000
B	55点~ 69点	166.000	166.000	220.000	310.000	395.000
C	40点~ 54点	163.000	163.000	210.000	290.000	380.000
D	39点以下	160.000	160.000	200.000	280.000	365.000

演習課題(2) 歩合給の設定

売上額	歩合給	売上額	歩合給
40万~	10%	110万~	15%
50万~	10%	120万~	15%
60万~	10%	130万~	15%
70万~	10%	140万~	15%
80万~	10% 13%	150万~	15%
90万~	10% 13%	160万~	15%
100万~	15%	170万~	15%

4. 参考資料

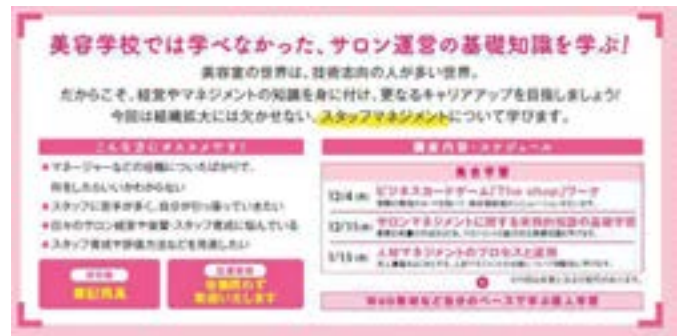
4-1 実証講座資料「ドラッガーの5つの質問」

サロン運営の基礎を学ぶ ビジネス基礎力養成セミナー

美容サロンの競争力を高める美容HRM人材養成プログラムの開発と実証



美容サロンの競争力を高める美容HRM人材養成プログラムの開発と実証



美容サロンの競争力を高める美容HRM人材養成プログラムの開発と実証

開発する教育プログラムの全体的な骨格

平成28年度事業、美容分野で独立開業やサロン運営を目指す際に求められるマネジメント基盤力を養成する「美容人材マネジメント基盤力養成プログラム」を開発。

それは、サロンマネジメントに関する〈総論的学習〉と〈各論的学習〉の二部構成で、前者はマネジメント全般に必要な基本的なビジネス知識・思考等、後者はサロンマネジメントの実践スキルをテーマ毎に学習する内容であった。

美容人材マネジメント基盤力養成プログラム学習テーマ
美容サロンの競争力を高める美容HRM人材養成プログラムの開発と実証

美容人材マネジメント基盤力養成プログラム学習テーマ	
総論的学習	<p>マネジメント基本思考←本講座のポイント①[ドラッガー] マネジメント問題発見 マネジメント課題分析 マネジメント戦略思考</p>
各論的学習	<p>美容マネジメント概論←本講座のポイント②[コンセプトメイキング] 美容サロン経営戦略 美容サロンマーケティング 美容サロンプロモーション←本日第三講座 美容サロン人材マネジメント←後日1/15講座 美容サロン財務マネジメント 美容サロン開業準備←本講座のポイント③[開業プラン] グローバル美容サロン研究</p>



美容サロンの競争力を高める美容HRM人材養成プログラムの開発と実証

事業の趣旨・目的

サロンにおける一番の商品は「人」であり、売上を生むのは「人が提供する」サービスそのものである。こうして、人材の育成・成長とサロン競争力が直結するからこそ、美容業界では人材育成が最重要課題になる。

平成29年度事業では、人材マネジメント力を備えた美容師を養成する教育プログラムを中心に開発・実証する。これにより、美容サロンの競争力を高める中核的専門人材を輩出し、美容人材の活躍と美容業界の活性化に寄与する。

美容サロンの競争力を高める美容HRM人材養成プログラムの開発と実証

目指すべき人材像・学習成果

美容サロンの開業や経営に必要なマネジメント遂行能力(特に人材マネジメント)を備えた美容分野の中核的専門人材

開発する教育プログラム

美容HRM人材養成プログラム
(「美容人材マネジメント基盤力養成プログラム」の一部)

美容サロンの競争力を高める美容HRM人材養成プログラムの開発と実証

本事業では本年度、平成28年度に実施できなかった分も含め、次の2種の実証を計画している。

- ① 平成28年度開発済み「美容人材マネジメント基盤力養成プログラム」の実証
- ② 平成29年度開発予定「美容HRM人材養成プログラム」の実証

【対象】実施委員会構成校の所在地近郊に在勤する美容師10人程度
 ① サロン経営者・独立開業志向の美容師
 ② 所属サロンのHRM担当志望／サロン経営者・独立開業志向の美容師

【時期】① 平成29年7月のうち1週間程度
 ② 平成29年12月～平成30年1月のうち4週間程度

【内容】① サロン開業計画ワークショップを主眼にしたサロンマネジメント基礎
 ② サロン人事・スタッフ育成等PBLを主眼にしたサロン人材マネジメント
 ※ ①②共に、開発した教育プログラムを実施可能な規模・内容等に再構成した実証用プログラムを検討。

【手法】大阪美容専門学校での集合教育とモバイルeラーニングによる個人学習

- オリコン2010年年間“本”ランキング、トーハン2010年書籍年間ベストセラー、日販2010年度年間ベストセラー、Amazon.co.jp Best Books of 2010和書総合部門でいずれも総合1位を獲得。
- 2010年秋から2011年夏にかけてアニメ化・漫画化・映画化とメディアミックス企画が相次いで展開。
- 都立程久保高校二年の川島みなみは親友・宮田夕紀の入院をきっかけに彼女に代わって野球部マネージャーになることを宣言する。だが、みなみはマネージャーがなにをするのか見当もつかない。書店でマネージャーの入門書として手にしたのが経営学の大家ドラッカーの『マネジメント』だった。野球部の顧客とはなにか、選手へのマーケティングの実践、学校全体への社会貢献、そして高校野球へのイノベーションと、みなみのマネジメントが今始まる。

マネジメント基本思考

ピーター・ドラッカーの『5つの質問』

- | |
|------------------------------|
| 1. われわれの 使命（事業） は何か？ |
| 2. われわれの 顧客 は誰か？ |
| 3. 顧客は何を 価値 あるものとするか？ |
| 4. われわれの 成果 は何か？ |
| 5. われわれの 計画 は何か？ |



1. われわれの**使命（事業）**は何か？

使命（ミッション）が組織に与えるもの

- ① 経営者が第一に考えるべき問い→『われわれの使命は何か』
- ② 使命がある場合と無い場合の違い
- ③ 使命はわれわれに「仕事の価値」と「エネルギー」を与えてくれる
- ④ 価値ある使命が優秀な人材を獲得し、留めさせ、成長させてくれる
- ⑤ 使命がリーダーをつくる

使命の事例①「シアーズ」

私としては、これら非営利機関の定めた使命よりも、ある企業の定めた使命の方が好きだ。今世紀の初め倒産の危機に瀕し、悪戦苦闘していた通信販売専門の会社シアーズを、10年と経たないうちに世界的な小売業へと変身させたのは、まさにその定めた使命によってであった。同社は、『**アメリカの農民にとって、さらにはアメリカの全家庭にとって、十分な情報をもつ責任あるバイヤーとなる**』ことを自らの使命と定めたのである。

（『非営利組織の経営』ドラッカー著 ダイアモンド社刊 より）

使命の事例②「病院の救急室」

私はある大きな病院の管理者達と、救急室の使命について考えたことがある。たいていの病院の管理者と同じように、彼らは最初「われわれの使命はヘルスケア（健康管理）である」と言っていた。しかしこれは間違った定義である。病院は健康を管理するところではない。病気を管理するところである。とても簡単で、そしてあまりにも当たり前だと思ふような使命に考えつくまでに、たいへん時間がかかった。それは、救急室の使命は、『**救急患者に安心感を与えることである**』というものだった。その使命を遂行するためには、現場で何が起きているかを把握しなければならない。そして、驚いたことに、コミュニティが求めている救急室の機能とは、患者やその家族を安心させ、ぐっすり眠れるようにしてやることであった。「あなたはショックを受けています。あるいは、あなたの赤ちゃんはインフルエンザにかかっています。たしかにひきつけを起こしていますが、心配なさるほど深刻な状態ではありません」というように、医師と看護婦が患者の家族に安心感を与えることなのだ。

この結論に達した時、それはひどく当たり前のことのように思われた。しかし、この使命を行動に移すと、「救急室にきたすべての患者は、1分以内に医師や看護婦に診てもらえる」ということになる。つまり第一の目標は患者を即座に診ることである。なぜなら、それが安心感を与える唯一の方法だからだ。

（『非営利組織の成果重視マネジメント』ドラッカー、スターン 編著 ダイアモンド社刊 より）

事例③(株)アルテホールディングス



理想の経営とは 事例③(株)アルテホールディングス

当社は、世界に「美と健康を押し出す」を掲げ、当社グループに関わるすべての人と共に幸福社会を築いていくことであることとを目的としております。この理想の中心にいるのは人です。人、人、人との繋がりを大切にすることによって、当社の数あるサービスは「30年プラン」に注ぎ込まれています。

美意識の原点は、まさに「美容力」であり、「美容力を磨くことこそが、美意識のマーケティングの真髄」であると考えます。それぞれのブランドを貫きながら、その価値を磨き出し、伝えることである美容力を持つことが最大の強みであると考えています。この強みが生きてこそ、お客様から信頼し、信頼の結実であるブランドを真に確立することができるので、また信頼が新たなお客様を呼び込み、売上拡大の要因にも生み出すことができるのです。これは、私の思いの通りでもある。美容力が生活美意識であることである環境を創出することにも繋がります。我々は企業として、優秀な人財を呼び込み、組み込み、教育を行い、自己を磨き、磨き上げなければなりません。我々には、数多の動機が注ぎ込まれ、積み重ねられてきた。日本の美容文化・技術を世界に繋げる責任があります。

創造性に溢れた力がある美容家。30年での美容の進化、海外でのビジネスチャンス。これは破壊を積み重ねることによって得られるのです。当社は、美と健康を押し出すを掲げる使命を果たし続けることにより、お客様に喜びを届かし、魅力ながらも日本の美容産業の発展に力を注ぎたいと考えております。

当社のポリシー

美容産業はますます進化のスピードを速めており、競争の激化を懸念して新たなビジネスチャンスが広がっております。弊社グループでは従来の発想にとらわれない新たな価値を創造し、マーケットの移り変わりに影響を受けることなく、最先端の美容家を育成するべく、取り組んでおります。

昨今、お客様の意識の向上は一段と進み、加えて成熟社会における生活の質の向上を促す消費傾向は私ども美容産業におきいても非常に顕著になってきております。このような状況の中、弊社グループでは、ハイテク・ハイセンスなビューティーサービス、第二感・納客感のある顧客体験を創出するといった重要なポイント、お客様の様々なご要望に対応できるように取り組んでおります。

弊社グループの創造的な成長の原動力は「人」であり、美容家は「人」を育てながら発展していく企業です。弊々の美容家が技術力のあるだけでなく総合的な人間力を高めることを、今までの以上に企業の価値を創造し、その積み重ねが弊社グループの成長を支える基盤になります。弊社は美容家をはじめとする従業員に教育の一環力を入れています。このような事業活動の背景として、弊社グループに関わるすべての人とともに幸福社会を築いていくためにも我々が社会的責任を果たし、創出される企業グループの価値を創出してまいります。

2. われわれの顧客は誰か？

事業を決定するのは顧客である

- ①顧客によって事業が定義される
- ②対象とする顧客から選ばなければならない
- ③顧客は誰かを明確にすれば、するほど、何を提供すべきかが見える
- ④使命と顧客は一致しているか

顧客はどこにいるか、いかに到達するか

- ①顧客はどこにいるか
- ②顧客にいかかに到達するか
- ③変化は常に非顧客の世界で始まる

非顧客(ノンカスタマー)を理解する

- ①非顧客は誰か
- ②非顧客は、なぜ非顧客のままているのか

1. われわれの使命(事業)は何か？

美容サロンコンセプト-
規定
コンセプトシート

記入済

- 1 サロンの事業理念
- 2 サロンのビジョン・事業目標
- 3 サロンのコンセプト

美容サロンコンセプト-
規定
コンセプトシート

作成
済

- 1 サロンの事業理念
- 2 サロンのビジョン・事業目標
- 3 サロンのコンセプト

2. われわれの顧客は誰か？

顧客層に注目して見ればよくわかったポイント(複数回答)



ターゲット顧客 ②②タイプ女性像



→参考資料①

1. ゆとり・さと世代(1990年～1997年生まれ)

SNS 利用実態

ゆとり・さと世代の大きな特徴としては、「ソーシャルネイティブ」であることが挙げられます。幼少期よりデジタルネイティブな環境に育ち、スマートフォンはもはや生活必需品、様々なSNSが台頭している中で、これらを駆使した情報収集・発信にも慣れている世代です。今回の調査でも、実に99%が何らかのSNSを利用していると回答しています。利用率、1日あたりの更新頻度がともに高かったのは「Twitter」で、「②～③回程度」②②%が最多で、「②回以上」②②%と回答した人も割合高。 「Instagram」の利用率も全年代で最も高く、55%が利用しています。

また、同一SNSの中で複数アカウントを利用しているものを調べたところ、48%と約半数が複数アカウントを使い分けていました。他世代の複数アカウントの利用率が②②%～②②%だったことと比較しても、突出しています。複数アカウントを持っているSNSとして最も多かったのは「Twitter」(42%)で、平均2.9個のアカウントを使い分けていることが明らかになりました。

1. ゆとり・さと世代(1990年～1997年生まれ)

基本属性

現在②②歳～②②歳であるこの世代は、「大学生」②②%や「会社員」②②%が中心で、年収「10万円～20万円」②②%がボリュームゾーン。②②%が未婚で、恋人がいるのは②②%。居住形態は「親と同居」②②%が半数を占め、「ひとり暮らし」②②%の人もあるものの、子供もおらず、生活費の心配はさほどないため、自分で稼いだお金は自分の趣味などに存分に投資できる環境にあると想定されます。

興味・関心のあるジャンルについては、「ファッション」②②%、「美容」②②%、「ダイエット」②②%、「レジャー」②②%、「スポーツ」②②%など、他の世代と比較しても多岐にわたるジャンルで回答率が高い傾向にあります。最も興味・関心度が高かった「ファッション」についての情報収集源を聞くと「雑誌」(41%)が最多で、他の世代と比較して6～15ポイント高い結果となりました。雑誌の利用率は高い一方で、それはコミュニケーションツールとして活用しており、「情報収集」となると、好きなモデルやタレントが掲載されているファッション誌を見るという女性が多いのかもしれませんが。

1. ゆとり・さと世代(1990年～1997年生まれ)

消費行動

購入動向を見ると、顔を知らない人のクチコミよりも、実際に知っている人からのクチコミの方が購入の決定要因になっていることがわかりました。特に差が出たのが、女性にとっての必需品と言える「基礎化粧品」②②%と、「メイクアイテム」②②%の②つを購入する際に決め手となる情報源。他の世代では「クチコミサイト」が多かったのに対し、この世代は、「知人・友人からのクチコミ」(基礎化粧品:16%・メイクアイテム:13%)が全世代を通じて多い結果に。仲間内の「内輪意識」が強いと言われるゆとり・さと世代。SNSを駆使してコミュニケーションをとると、雑誌などもチェック、膨大な量の情報に日常的に触れているからこそ、最終的には顔が見える、慣れ親しんでいる仲間からのクチコミが購入の後押しになるとも考えられます。

→参考資料① ②タイプ

2. はざま世代(1983年～1989年生まれ)

基本属性

現在20歳～29歳のはざま世代。既婚者は22%と半数程度、そのうち子供がいるのは22%で、**子供の年齢としては「0～5歳」(98%)が大半を占めています。**職種としては、「会社員(総合職・地域総合職・一般職・契約社員)」に加え、「専業主婦」「パート・アルバイト」の人が中心。居住形態は「配偶者・子供と同居」が多く、「親と同居」も一定数います。自分の年収は「円未満」が22%、「1万円未満」が22%、「1万円～2万円」が22%が上位で、世帯年収は「1万円～2万円」「2万円～3万円」が多い結果となりました。専業主婦が一定数いるため個人年収は「1万円未満」が高率でしたが、**年齢を鑑みると、キャリア形成を意識し、仕事に没頭し始める人もいる世代だ**と考えられます。

興味・関心があるジャンルとしては、「子供への教育」(58%)が全世代で最も高いのが特徴的。新米ママのボリュームが増える世代でもあるため、自分のことだけでなく子供に関連した情報への関心が高く始める世代と言えるでしょう。その一方で、「(自分の)資格・習い事」(66%)に対しても最も関心率が高く、自分への投資と子供への投資のバランスに悩みを持ち始めている様子もうかがえます。

2. はざま世代(1983年～1989年生まれ)

SNS利用実態

はざま世代の女性たちは、「Facebook」での**情報発信が多い**ことが特徴的でした。例えば、「レジャー」ジャンルでの情報発信状況を見ると、他の世代では「Twitter」での情報発信が約1割だったのに対して、はざま世代は約2割、約2人に1人がFacebookで情報発信をしています。他にも、「イベント(ライブイベント、クラブイベント、フェスイベントなど)」や、「旅行(国内外)」、「スポーツ」などのジャンルでも「Twitter」での発信が多くなっています。

ちなみに、この世代は「家の中にいるより外出してアクティブに過ごすことが多く、外出する方が好きだ」と回答した人が全世代で最多で、**アクティブな人が多い**傾向にありました。「ゆとり・さとり世代」と比べて**金銭的にも余裕があり、人とのつながりも職場やそれ以外の友人、家族や子供関連など幅が広がる年齢**にあるこの世代。SNSの利用実態とあわせて考えると、外出先での体験を、実名性であり一定のクローズドな環境に保たれている「Twitter」で、リアルでもつながりがある友人・知人に向けてシェアしている様子うかがえます。

3. 就職氷河期世代(1970年～1982年生まれ)

SNS利用実態

就職氷河期世代を境に、SNSに対する考え方が違ってきました。投稿についての考え方で、「自分自身や友人の写真をアップしているまたはアップに対して抵抗がないほうだ」と回答したのは、「ゆとり・さとり世代」、「はざま世代」は約2割だったのに対して、**就職氷河期世代は「そう思う」と回答した人はわずか12%**。SNSが若い頃から登場し、身近にあった「ゆとり・さとり世代」、「はざま世代」ですが、「就職氷河期世代」ではSNSが普及し始めた年齢が約2代半～後半であることが要因だと考えられます。

SNSの利用率自体も全体的に見て低く、「Twitter」は22%、「Facebook」は22%、「LINE」は22%は約2割が「アカウントを持っていない」とも答えています。一方で、アカウントを持っている人のアクティブ率は高いようで、日に複数投稿するという人も。ただし、「閲覧のみ」の人も多く、積極的に自分自身の情報を発信するというよりは、情報閲覧に利用しているの方が目立ちました。

この世代で特徴的だったのは、情報収集と発信のバランスで、自分が興味・関心があるジャンルに対して、Webや雑誌、クチコミサイトや企業のホームページなど、様々な情報収集源をチェックしています。しかし、興味・関心があるジャンルであったとしても、情報発信に関しては、**この世代から「興味はあるが、情報は発信していない」の回答率が上がる結果**となりました。情報をチェックするツールとしてはSNSやインターネットを活用しているものの、**情報発信のツールとしては、ややハードルが高いと感じている人が多数と**言えます。SNSの利用率と同様、下の世代と比較して、インターネット自体への理解度にばらつきがあることが背景にあると言えるでしょう。

3. 就職氷河期世代(1970年～1982年生まれ)

消費行動

そんな「就職氷河期世代」の購入の決め手となる情報としては、「クチコミサイト」と「店頭POP」や「店員からの接客」が上位に。ファッションアイテムなどでも比較的高額帯のものも購入することもあるこの層は、例えば、「洋服」1万円以上目安だと、「店頭POP」が22%、「店員からの接客」が22%、「クチコミサイト」が22%が決定打となる様子。「バッグ」1万円以上目安でも同じ傾向が見られました。また、「基礎化粧品(スキンケアアイテム)」では、「クチコミサイト」が決め手となる人が最多で、「雑誌」などを上回っています。「知人・友人からのリアルなクチコミ」の回答率が全ジャンルで低かったのも特徴的でした。購入するもののジャンルによって差はあるものの、これらの結果からは、**あくまで客観的な情報、クチコミサイトなどの第三者の意見の集合体を知った上で、店頭POPや接客など、実際の店頭でのひと押しが購入を促す可能性が高い**ことがわかります。

→参考資料① タイプ

2. はざま世代(1983年～1989年生まれ)

消費行動

「洋服」、「基礎化粧品(スキンケアアイテム)」、「メイクアイテム」や「家電製品」などのジャンル別に購入の決定要因を調べたところ、どのジャンルでも「店頭POP」、「クチコミサイト」が目立ちました。ゆとり・さとり世代と比較すると、「店頭POP」や「知人・友人からのクチコミ」についての回答率は低く、「**クチコミサイトというオンラインの情報と、「店頭POP」などの実際に店頭で得られる情報を同程度重視**。例えば、「基礎化粧品」の購入の決め手としては、「クチコミサイト」が22%と「店頭POP」が22%が強く、「メイクアイテム」のクチコミサイトは22%・店頭POPは22%でも同様の傾向が見られました。

SNSの利用率も全体的に高く、部分的にはゆとり・さとり世代と類似した傾向も見られる「はざま世代」。ただし、購入の決め手となる情報から見ると、店頭などでのリアルな情報だけではなく、自分と似たタイプの人の集合知とも言えるクチコミサイトもしっかりチェックするなど、客観的な意見を含めて**バランスよく情報収集をした上での消費**が特徴的だと言えます。

→参考資料① タイプ

3. 就職氷河期世代(1970年～1982年生まれ)

基本属性

就職氷河期世代は、現在20歳～29歳の層で、約2割が既婚者。子供がいる人も22%と約半数に届きます。0歳までの子供が大半だったはざま世代に比べて、子供の年齢は「0～5歳」が22%、「6～11歳」が22%、「12～17歳」が22%とやや高くなり、複数人子供がいる人が多くなる世代です。職種は「専業主婦」「パート・アルバイト」「会社員(一般職)」などが中心で、個人年収は「1万円未満」が22%、「1万円～2万円」が22%となりました。**世帯年収では1000万円以上(11%)がこの世代で初めて1割に達し、500万円以上1000万円未満のレンジは34%、2万円未満のレンジは22%**でした。

興味・関心度が高いジャンルとして最も回答が集まったのは「旅行(国内外)」、「料理」、「家事・節約テクニック」が22%など続きまわった。反面、「ゆとり・さとり世代」、「はざま世代」と比べて、「ファッション」と「美容」への関心は若干下がり、この世代を境に、「美容」「ファッション」への興味・関心度合いが下がって傾向も見られました。

4. バブル世代(1965年～1969年生まれ)

基本属性

バブル景気の中で社会人になり、好景気時代を謳歌した「バブル世代」。既婚率は今回の調査では最も高く22%でしたが、子供がいるのは22%。子供がいる人は複数人いることが多く、**年齢的には「20歳以上」の子供を持つ人も41%**に上り、子供が独立して子育てなどはひと段落していると言えます。「専業主婦」が22%と高い一方で、働いている人としては「会社員(一般職)」がこの世代からぐっと減り、割合も減りました。会社員の中でも、総合職や役員などとして仕事を続けている他、フリーランスなどの人も見られました。

また、**世帯年収も全体的に高めで、「1000万円～1500万円」(12%)のレンジが今回最多**でした。反対に、2万円未満のレンジは22%と最も少なくなっています。

この世代は興味・関心ごとのジャンルの特徴的で、「政治・社会問題」(63%)に興味・関心を持っている人が約6割に上っています。2つ下の「就職氷河期世代」での関心度は22%で、年齢を重ねるごとに関心が高まっていくと想定されるジャンルであるにしても、目立つ結果となりました。また、「資産運用」(38%)へ**興味・関心を抱いている人も全世代を通じて最も多く、ライフステージが上がるにつれ、自分の将来などを考えるに**あたり、おのずとこれらの問題や情報に接する機会が増えることも要因として考えられます。

4. バブル世代(1965年～1969年生まれ)

SNS利用実態

自分が興味・関心があるジャンルの情報収集については、「Web」や「新聞」、他には「クチコミサイト」でチェックしている人が多かった一方で、自らの情報発信については、関心度が高かったジャンルを含め、どのジャンルにおいても**8割程度が「情報発信をしていない」という結果**に。「就職氷河期世代」と同様、情報収集としてインターネットを活用することはあるものの、自ら情報発信のツールとしては日常的に活用していない人が多いことがわかりました。

ちなみに、「Twitter」の利用率も低く、22%が「使っていない」と回答。SNSは**閲覧のみ**の人が目立ち、「ブログ」(46%)、「Facebook」(45%)、「Twitter」(42%)についても半数程度が「閲覧派(投稿はしない)」であると答えています。

4. バブル世代(1965年～1969年生まれ)

消費行動

買い物の際に購入の決め手となる情報について、店頭で得られる情報が突出して高い傾向に。例えば、「洋服 万円以上目安」では、「店員の接客から得られる情報」(24%)が決め手になっている人が「CM」(11%)の2倍以上と、大きく上回っています。「店頭」をチェックしている人も多く、「店頭」が購入の決め手になる人が 世代中、どの購入アイテムにおいても最下位という結果になりました。好景気であった時代に良いものを見続け、年齢を重ね、目が肥えている層だからこそ、リアルで接する情報に重きを置いているのかもしれませんが、バブル世代に消費行動を起こさせるには、接客スキルを含めた、実際の売り場での接点が必要になると考えられます。

→参考資料① タイプ

顧客 美容の消費動向兆し

2016年下期

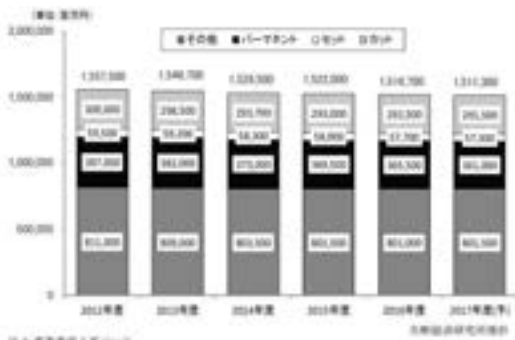
- 兆し① 仕事が忙しい人ほど、美容意識が上がる傾向がある
- 兆し② 男性は 代で「年上・年相応」から「年下」に見られたい志向にスイッチ
- 兆し③ 代～代女性には「美容・ブログ」の影響が強い

2017年上期

- 兆し① 代～代女性の美容サロン利用が活発に
- 兆し② ネット予約はもはや主流！美容室でもついに男女共に超え
- 兆し③ 美容サロンのリピートの鍵は、ネット予約にあり！

→参考資料②

顧客 施術別美容市場規模推移と予測



美容市場規模推移と予測 (単位: 億円)

非顧客①



非顧客②男性の美容に関する調査



非顧客④



非顧客③





2. われわれの顧客は誰か？

顧客の価値①

美容サロンコンセプト策定
コンセプトシート

記入例

5 サロンのターゲット顧客

美容サロンコンセプト策定
コンセプトシート

作成ガイド

5 サロンのターゲット顧客

■【美容室】現在利用しているサロンの継続理由【ランキング】(美容室利用者/複数回答)

女性回答 (n=5714)	
順位	
1	自宅から近い 33.9%
2	料金がリーズナブル 30.6
3	料金が明確 19.8
4	スタッフの技術が良い 18.8
5	予約が簡単である 18.7
6	自分でイメージした通りの仕上がりにしている 16.8
7	髪型が自分の好みで髪の手入れが楽にしている 16.3
8	予約が早い 15.7
9	スタッフの話しやすさ/気遣いがある 15.2
10	予約の空きが少ない 13.4

3. 顧客は何を価値あるものとするのか？

顧客の価値②

顧客は何を価値あるものとするのか

- ①顧客は製品・サービスを買っているわけではない
- ②企業が売っていると考えているものを、顧客が買っていることは稀である
- ③顧客はどのような「価値」を買っているのか
- ④製品・サービスは価値を提供するための「媒体」ではない
- ⑤顧客はいかに購入するか

■【美容室】サロンを変えたり、リピートしなかった理由【ランキング】(美容室利用者/複数回答)

女性回答 (n=5714)	
順位	
1	自分でイメージした通りの仕上がりにしていない 19.7%
2	料金が安い 15.9
3	スタッフの技術が良い 13.6
4	スタッフの話しやすさ/気遣いがある 9.1
5	スタッフの態度や対応が良い 8.5
6	自宅から近い 8.4
7	仕上がりが良くない 7.0
8	店内の雰囲気やサービスが悪い 6.9
9	予約が早い 6.0
10	髪型が自分の好みで髪の手入れが楽にしている 5.9
11	自分の行動範囲が狭い(距離、時間帯) 5.9

3. 顧客は何を価値あるものとするのか？

美容サロンコンセプト・規定
コンセプトシート

記入例

- 6A サロンのエモーショナル・ベネフィット
- 6B サロンのファンクショナル・ベネフィット

美容サロンコンセプト・規定
コンセプトシート

作成ガイド

- 6A サロンのエモーショナル・ベネフィット
- 6B サロンのファンクショナル・ベネフィット

サロンマニフェストケース①株式会社美容室しまだ

- 私たちS-TAGE / cobaco.hair make / DOCHE HAIRは、美容の仕事を通じお客様に笑顔と感動を提供し、地域に愛される店舗づくりを目指します。
- 『ひとり一人を見守り、支えること』※リクルート(美容学生の方へ)抜粋



4. われわれの成果は何か

何を仕事の成果とするべきか

- ① 成果を上げる仕事をするためには、成果を定義しなければならない
- ② 成果を定義・測定することの重要性
- ③ 成果は組織の外にある
- ④ 真の成果は顧客と共有できるもの
- ⑤ 顧客がどのように良くなったかで自らの仕事を評価する
 - ・使命が達成されると何が起こるのか
 - ・使命達成のために重要な活動となるものは何か

成果を上げるために認識すべきこと

- ① 成果は問題の解決ではなく、機会の開拓によって得られる
- ② 成果を上げるには、資源を問題ではなく、機会に投じなければならない
- ③ 既存のものは古くなる
- ④ 既存のものは資源を誤って配分されている
- ⑤ 業績の鍵は集中である
- ⑥ 体系的廃棄の仕組みが必要

グラミン銀行の事例

- ◆ 使命：貧困なき世界をつくる (2025年までに貧困と言われる人が1人もいなくなる)
- ◆ ビジョン：貧困を博物館へ～貧困というものを見られる場所は、唯一博物館だけとなる
- ◆ 顧客：最も底辺部にいる25%の人々。原則的に女性(特に母親)
- ◆ 成果：最も底辺部にいる25%の人々の生活の質を向上させる
- 借り手全員が貧困から抜け出すこと
 - ・小さなビジネスを開始し、経済的に自立すること
 - ・家族は雨をしのげる屋根のある家を持つこと
 - ・衛生的なトイレを利用すること
 - ・井戸から汲んだ水(衛生的な水)を飲むこと
 - ・就学年齢に達した子供はすべて学校に通うこと
 - ・家族全員が毎日3回の食事をする
 - ・定期的に健康診断を受けること

グラミン銀行のマイクロファイナンス制度

創始者であるムハマド・ユヌス氏が、2006年にノーベル平和賞を受賞したことで、日本でも一躍有名になりました。バングラディッシュは、一人当たりのGDPが約2000ドルと、世界で最も貧しい国の一つです。ユヌスは、単なる施しでは貧困層が堕落するだけであり、彼らが意欲的に生きていける為のシステムが必要だと考えました。

グラミン銀行のマイクロファイナンス制度

活動国	バングラディッシュ
担保の有無	無担保融資
連帯責任	5人のグループに順番に融資。 一人が返済しないと次の人は融資を受けられない
融資金額	平均2万3千タカ(約3.5万円)
金利	平均20% (但しインフレ率も10%前後ある)
貸し倒れ率	1.78%

日本政策金融公庫新創業融資制度



グラミン銀行のマイクロファイナンス制度

この連帯責任制が、無担保融資にも関わらず高い返済率(=低い貸し倒れ率)を記録する理由です。貧困層のほとんどが農村の村社会で生活しているため、仲間に迷惑を掛けては生きていけない...というプレッシャーが、返済意欲の源泉となるのです。

貧困の連鎖を断ち切る為には、彼らが自発的に経済活動を行い、自分の力で貧困から抜け出す「意欲」を持たせることが不可欠です。その為には、援助で甘えさせるのではなく、資本主義経済の仕組みの中で彼らを自立させる必要があるのです。

ワーク

美容サロンコンセプト策定
コンセプトシート

記入例

4 サロンのマニフェスト・行動指針

美容サロンコンセプト策定
コンセプトシート

作成
ガイド

4 サロンのマニフェスト・行動指針

美容サロンコンセプト策定
コンセプトシート

ワーク

- 1 サロンの事業理念
- 2 サロンのビジョン・事業目標
- 3 サロンのコンセプト
- 4 サロンのマニフェスト・行動指針

テキスト(資料③)

1 美容サロン開業コンセプト策定

1.1 開業する美容サロンのビジョンとコンセプト

テキスト(資料③)

1.2 開業する美容サロンのターゲットとベネフィット

ワーク

美容サロンコンセプト策定
コンセプトシート

ワーク

- 5 サロンのターゲット顧客
- 6A サロンのエモーショナル・ベネフィット
- 6B サロンのファンクショナル・ベネフィット

テキスト(資料③)

2 美容サロン開業プラン作成

2.1 美容サロン開業心得

2.2 美容サロン開業プラン

→参考資料④「創業計画書サンプル」

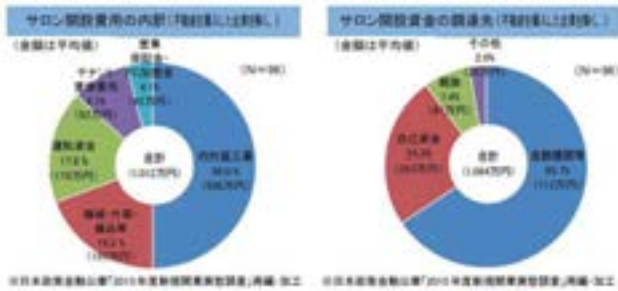
5. われわれの計画は何か？

目標の要件

- ① 目標は、「われわれの使命(事業)は何か」から導き出さねばならない
- ② 目標は、行動につながるものにせねばならない
- ③ 目標は、資源と努力を「集中」できるものにせねばならない
- ④ 単一の目標というよりは「複数の目標」にせねばならない
- ⑤ 目標は企業の「存続」がかかっているあらゆる分野で必要になる

創業計画書サンプル参考資料④

創業者の実態①



創業者の実態③



創業者の実態②



創業者の実態④



美容サロン開業プラン サロンの立地条件



美容サロン開業プラン サロンの立地条件



美容サロン開業プラン サロンの立地条件



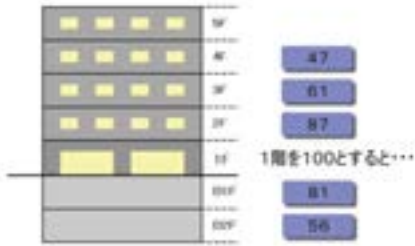
美容サロン開業プラン サロンの立地条件



美容サロン開業プラン サロンの立地条件

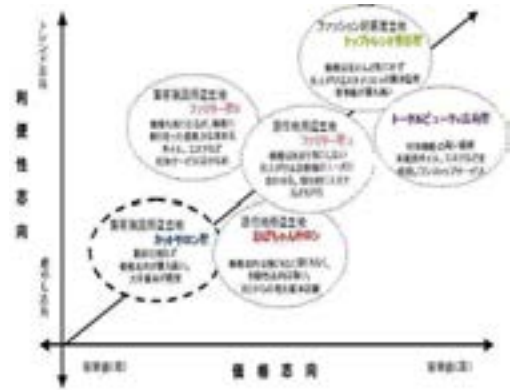
階層別立地指数

階数による売上の変化を考慮



仮に同じ階層性が確保でき、1階より2階の賃金が2割以上安い場合は検討の価値があると言えます。

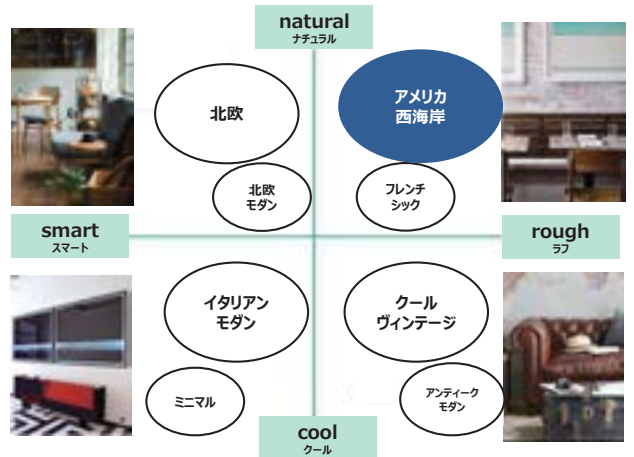
美容サロン開業プラン サロンの特色



©2018 株式会社 美容サロン開業プラン

美容サロン開業プラン サロンの立地条件 店舗賃料参考資料⑤

美容サロン開業プラン サロンの特色



マネジメント基本思考 おさらい

ピーター・ドラッカーの『5つの質問』

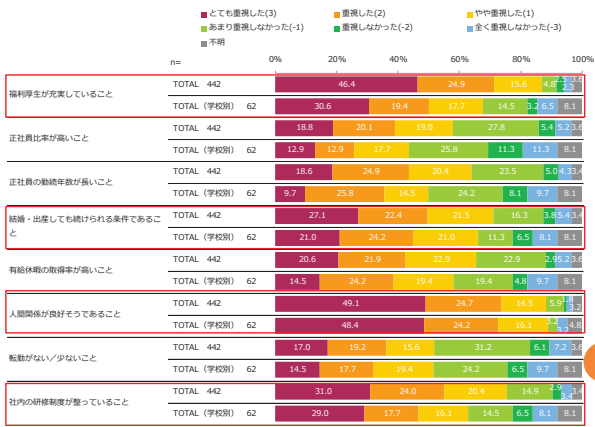
1. われわれの**使命**（事業）は何か？
2. われわれの**顧客**は誰か？
3. 顧客は何を**価値**あるものとするか？
4. われわれの**成果**は何か？
5. われわれの**計画**は何か？

本日は受講いただき、有難うございました

自分の生きる人生を愛せ 自分の愛する人生を生きる

Love the life you live. | Live the life you love. |
Bob Marley |

就職決定時の重視点②



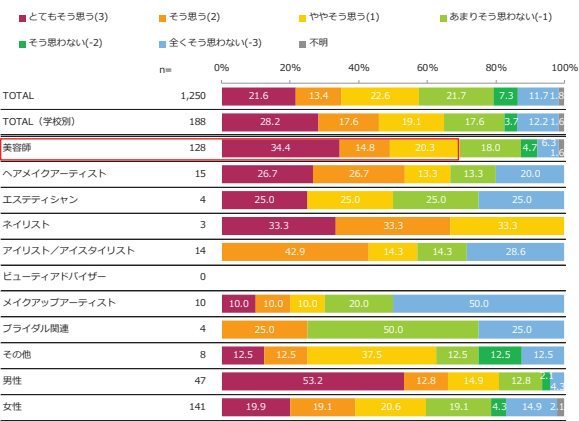
9

開業年齢



11

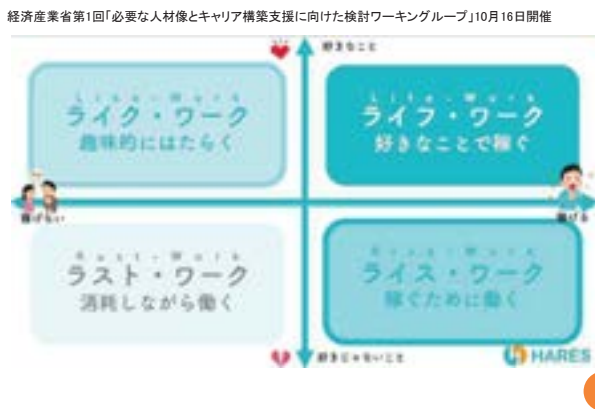
将来のサロン経営意向有無



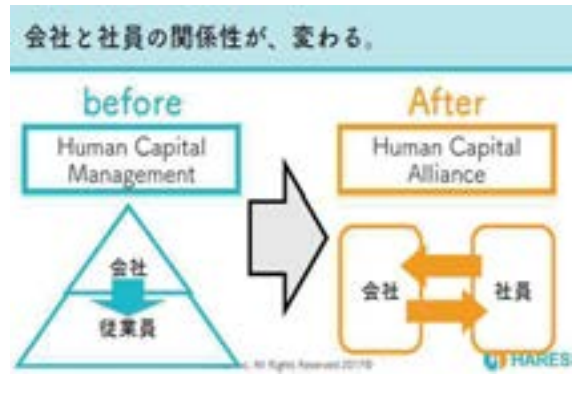
10

Ⅱ.人生100年時代のライフ&キャリア

人生100年時代を生き抜くライフ&キャリア戦略

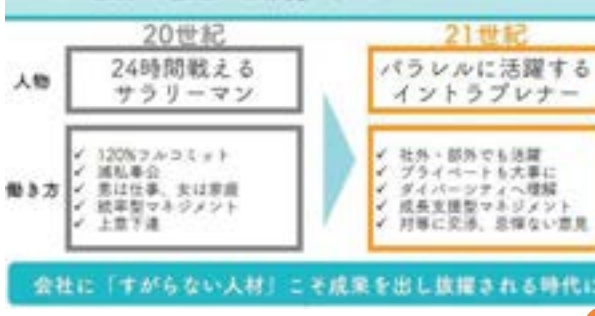


13



15

「21世紀の出世の法則」とは？



14

日本人平均寿命が最高更新

- 女性87.14歳 男性80.98歳
- 2016年の日本人の平均寿命は女性が87.14歳、男性が80.98歳となり、いずれも過去最高を更新した。
- 男性が世界四位から順位を上げ、女性とともに香港に次ぐ二位となった。
- 主な国・地域の平均寿命によると、女性は一位が香港(87.34歳)、三位以下はスペイン(85.42歳)、フランス(85.4歳)。男性も一位が香港(81.32歳)で、三位以下はキプロス(80.9歳)、ともに80.7歳のアイスランドとスイスが続いた。

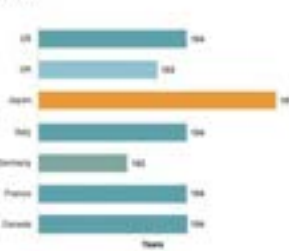


16

人生100年時代？

- 日本ではさらに長寿で、2007年生まれの半数が107歳まで生きると予測されています。
- 2016年の日本では、65歳以上の高齢者は3461万人、総人口に占める割合は27.3%。
- 先進国では1967年生まれの半数は91歳まで生きると見込まれます。1987年生まれの半数は97歳、2007年生まれに至っては2人に1人が103歳まで生きることになります。
- 今年9月11日、第一回人生100年時代構想会議が開催。議長は安倍信三内閣総理大臣。

Child's age at which 50% of babies born in 2007 are expected to live



17

WORK SHIFT

リンダ・グラットン

人材論、組織論の世界的権威。「人生100年時代構想会議」の有識者議員。

未来の世界を形作る5つの要因

- ①テクノロジーの進化
- ②グローバル化の進展
- ③人口構成の変化と長寿化
- ④社会の変化
- ⑤エネルギー・環境問題の深刻化

3つのワークシフトと3つの資本

- ①ゼネラリスト→連続スペシャリスト/食べるだけの仕事から**意味を感じる仕事へのシフト**
=「自分ブランド」高度専門知識・技能「知的資本」の継続的習得
- ②孤独な競争→みんなでイノベーション/忙しいだけの仕事から**価値ある経験としての仕事へのシフト**
=「親友・同志・多様な仲間」人間関係資本の養育
- ③金儲けと消費一価値ある経験/勝つための仕事から**共に生きるための仕事へのシフト**
=「情緒的資本」家庭・趣味・社会貢献など創造的経験の尊重



19

マルチステージの人生

- より長く働くためには、今の働き方を変える必要があります。今まで、人生のステージは「教育」「仕事」「引退」と3つに分けられてきました。教育期間を終えるとフルタイムで働き、次はフルタイムで引退生活を送るというものです。
- みんなが同じ時期に同じことをする一斉行進の時代は終わり、世界はマルチステージの人生に変わりつつあります。1人ひとりが違った働き方を見出し、また人生のイベントの順序もそれぞれ違ってきます。自分にとって理想的な人生を追い求めていくことになるのです。
- 人々はより多くのステージを経験することになるでしょう。例えば、旅や留学などを通じて幅広い進路を探る「エクスプローラー(探検者)」、自由と柔軟性を求めて小さなビジネスを起こす「インディペンデント・プロデューサー(独立生産者)」、さまざまな仕事や活動に並行して携わる「ポートフォリオ・ワーカー」などです。そして、こうしたさまざまなステージを行ったり来たりする「トランジション(移行期)」も必要となります。

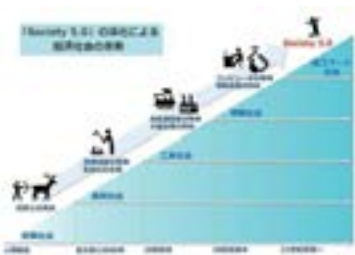


18

III. WORK SHIFTの要因(IT)

SOCIETY 5.0

- 「Society 5.0」はこれから日本が目指していく「超スマート社会」のことを意味しています。「Society 5.0」ではサイバー空間(現実社会)が高度に融合し「必要なもの・サービスを、必要な人に、必要な時に、必要なだけ提供し、社会の様々なニーズにきめ細かに対応でき、あらゆる人が質の高いサービスを受けられ、年齢、性別、地域、言語といった様々な違いを乗り越え、生き生きと快適に暮らすことのできる社会」です。
- レイ・カーツワイルは、2045年頃には、1000ドルのコンピューターの演算能力が人間の脳の100倍にもなり、**シンギュラリティ**(技術的特異点)に至る知能の土台が十分に生まれているだろうと予測しており、この時期に人間の能力と社会が根底から覆り変容すると予想しています。2045年問題とも呼ばれます。



21

職業	代替可能性	代替可能性	代替可能性
プログラマー	高	高	高
データ入力	高	高	高
事務員	中	中	中
接客員	低	低	低
美容師	低	低	低
アーティスト	低	低	低

23

日本の労働人口の49%がAIやロボット等で代替可能

- 株式会社野村総合研究所は、英オックスフォード大学のマイケルA. オズボーン准教授およびカール・ベネディクト・フレイ博士との共同研究により、国内601種類の職業について、それぞれ人工知能やロボット等で代替される確率を試算しました。
- この結果、10~20年後に、日本の労働人口の約49%が就いている職業において、それらに代替することが可能との推計結果が得られています。
- この研究結果において、芸術・歴史学・考古学、哲学・神学など抽象的な概念を整理・創出するための知識が要求される職業、他者との協調や、他者の理解、説得、ネゴシエーション、サービス志向性が求められる職業は、人工知能等での代替は難しい傾向があります。
- 一方、必ずしも特別の知識・スキルが求められない職業に加え、データの分析や秩序的・体系的な操作が求められる職業については、人工知能等で代替できる可能性が高い傾向が確認できました。
- 人工知能やロボット等による代替可能性が低い職業に「美容師」、「ネイルアーティスト」などが挙げられています。

22

兆し「美容センス2017年上期」



24

売上②ネット予約はもはや主流！美容室でもついに男女共に3割超え

売上③美容サロンのリピートの数はネット予約にあり！

社会背景

ライフスタイルが多様化し「いつでもどこでもできる」オンラインサービスが拡大している。経済産業省が発表したサービス系分野の電子商取引市場規模をみても、様々なサービスの中でも「理美容サービス」のネット予約市場は、前年比伸び率34.7%と大きな伸びを見せている。

データから見る美容業界の動向分析

消費者の需要増加に伴い、ネット予約を活用する美容サロンも増加している。ネットで、外から中の様子が分かりにくい美容サロンでも明確に雰囲気やメニュー、価格が分かるようになった。ネット予約は、時間や場所を選ばないだけでなく、過去の利用履歴も自分で確認しながら予約できる、などの利点がある。また直前予約もできる美容サロンも増えている。またネット予約率が高い若年層にとっては時間や場所の問題だけでなく、「直接の会話をしなくていいから」という人も約1割存在し世代特性が浮き彫りになっている。これからはさらに若年女性以外の年代や男性にも広がりを見せていくことだろう。



27

サロン検索・予約 HOT PEPPER BEAUTY



28



28



29

美容師求人 RE-QUEST/QJ NAVI



request/QJ navi
 月間15万人以上が利用する、日本最大級の美容師求人サイト

「request/QJ navi」は「リクエストQJ」の運営元である株式会社リクエストQJが運営する美容師求人の検索・応募プラットフォームです。豊富な求人数と応募者の数から、求職者にとって最適な求人を提供し、求職者の採用率を向上させることを目指しています。

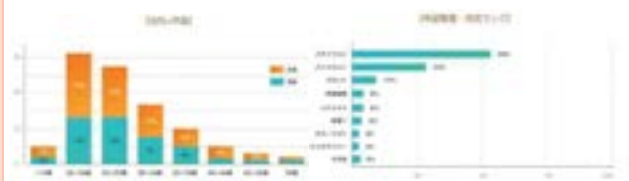
- 01 ユーザーとサロン間のマッチングを促進
- 02 「QJナビ」でユーザーに最適な求人を提供
- 03 リクエストQJの求人数が豊富で採用率が高い

31

サロン検索・予約 MINIMO



30



QJナビのメディアデータ

業界最大手の美容総合雑誌「リクエストQJ」の知名度の影響もあり、「リクエストQJナビ」は、毎月15万人以上の美容師ユーザーに利用されています。そのため、応募者の7割以上は20代から30代前半。未来ある若手の採用に優れています。QJナビの利用者の8割以上が美容師として働くことを希望しています。

PV数: 月間平均873,647PV ユニークユーザー数: 月間平均148,253人
 掲載店舗数: 月間6,000店舗 ※2016年の実績

32

HOT PEPPER BEAUTY ACADEMY

「はじめのページ」サロン経営に専ら学ぶ「アカデミー」のセミナーとは

サロン経営に特化したマーケティング・マネジメントが学べる

マーケティング講座 美容師のためのマーケティング	マネジメント講座 美容師のためのマネジメント
・売上アップの秘訣	・業務・システム
・集客の仕方	・接客の仕方
・顧客の管理	・人材の育成
・競合の分析	・店舗の運営

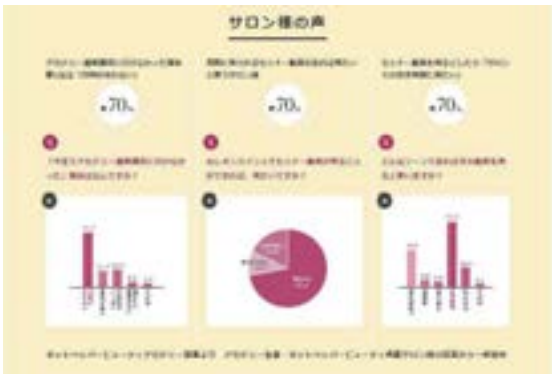
33

そこで、オンライン型セミナーをつくりました！

FREE!!

- ・最新の美容師向け最新情報をお届けいたします。
- ・お申し込みから受講まで、すべて無料です。
- ・いつでもどこでも受講いただけます。
- ・お申し込みから受講まで、すべて無料です。

35



34

仕事の合間に、動画で学ぶ！ オンライン型 セミナー

無料!

最新情報をお届け！

お申し込みから受講まで、すべて無料です。

36

IV. WORK SHIFTの現象(フリーランス)

兆し「フリーランス美容師はじめてガイド」

re-request/QJ 2017年12月号別冊1頁より

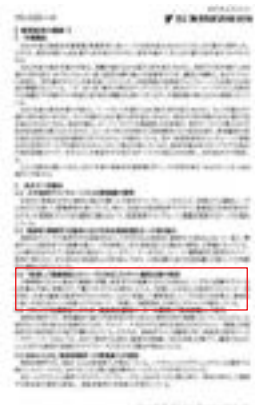


美容師をしながら、自分らしい時間も冒険したい

いま、若い世代に「人並みに働き、楽しい生活をしたい」志向が強くなっています(平成29年度新入社員「働くこと意識」調査)。当然、同世代ならば共通した意識は美容師にも。「働く時間を自分でコントロールしたい」「もっとお客様との時間を楽しみたい」といった動機から、自己裁量権の高いフリーランスへ、という選択肢が増えていくようです。また、そうした美容師を受け入れる業務委託型サロンが全国の主要都市に広がっています。

39

兆し「理美容市場に関する調査2017年」



注目すべき動向
2-3.「面貸し」「業務委託」のニーズに対応したサロン運営企業の増加

店舗開設のための資金や融資の問題、経営面での経験不足などを理由に、いずれの組織やサロンにも所属せず個人事業主として働くスタイリストが増加している。「面貸し」とは他人の経営するサロンの一部を借り、自身の顧客の施術を行うものであり、これら「面貸し」「業務委託」ニーズの拡大を背景に、集客性の高い立地である人口密集エリアにおいて、「面貸し」「業務委託」に特化したサロンが増加している。

38

CAREER CASE I フリーランス美容師

40

お互いの「顔」が見えるコミュニケーション、つながりを作るためにFacebookグループ(非公開)の運営をスタートしました！

遠方にお住まいの方でもご参加いただけます。

GoTodayの理念は「きょういく → 共育」

みんなで一緒に学びながら成長することで、美容師としての新しい在り方を作っていきますよ！

こんな方が対象です

- ・フリーランス美容師として活動したい人
- ・独立したいけど不安な人
- ・独立したけどうまくいっていない人
- ・アシスタントで悩んでいる人
- ・個人店のオーナーさん

Facebookグループでのコンテンツ

- グループメンバー同士でディスカッション独立に対しての悩みを、グループ内で相談・ディスカッション。参加者さん同士で企画やコンテンツが生まれることも！一緒に頑張れる仲間ができます。
- 独立のためになるコンテンツ配信オイケによるLINE・ブログの活用方法や独立のノウハウ。独立のためのセミナーのご案内。普段のサロンワークやどんな過ごし方しているかなどご覧いただけます。

41



42

デメリット

教育環境がない

先述のメリットの項で挙げた「人間関係」におけるストレスがない一方で、技術などの伝承に携われないという側面があります。先輩から教わることもなければ、後輩へ教えるということもありません。これは技術職である我々美容師にとっては大きな問題ですが、今やこの「教育」という要素をサロン以外のものが担うケースが増えています。YouTubeなどの動画コンテンツで技術を学んだり、Go Todayなどのオンラインコミュニティで情報交換ができる時代なのです。

安定がない

こちらメリットの項で挙げた「完全歩合」のマイナスの側面ですが、売上がなければ当然収入もありません。つまり、毎月得られる安定した固定給がないのです。これにより「不安」な日々を送る可能性があります。社会的信用度にも影響する場合があります。

もしものときのリスクが高い

前述のとおり売上がなければ収入もないということは、病気や怪我、または不慮の事故など「もしものとき」のリスクが非常に高いということになります。身体が健康で不自由なく働けるうちは問題ありませんが、万が一思うように働けなくなった場合のリスクは考えておかなければなりません。そういった点で美容業以外での副業を開拓し、美容業との「ダブルワーク」が必須なのかもしれません。

45

仕事とプライベートの境が曖昧

フリーランスの場合「顧客管理」や「予約管理」などをすべて自身で行う必要があるため、サロン勤務以外の時間においても常にお客様とのやりとりが生じます。そのため、デート中や遊びの最中であっても常に意識を切らずにいる必要があります。オン/オフの切り替えのない働き方です。

確定申告が必須

会社員としてサロンに勤めているうちは、所得税や年金、健康保険などのいずれかもしくはすべてを会社が代わりに手続きをし納めています。フリーランスとして自営業を営む際には「確定申告」により所得税と住民税を、そして年金や健康保険を自ら納める必要があります。会社に頼っていた事務的な作業を、自身で行わなければなりません。

お給料は？

フリーランスという働き方を考える上で1番気がかりな点は、ずばり「お給料・収入」ではないでしょうか？先述のとおり収入は売上に比例していきますが、具体的な目安として僕自身の数字を明記しますと、今現在の利益率は約70%です。つまり売上の70%が利益となる計算ですので、月の売上が100万あれば70万が利益になり、50万の売上ならば35万が利益となります。利益率に関しては利用する面貸しサロンのシステムや、売上単価、材料比率などの様々な要素により異なりますが、工夫次第で充分上げることが可能です。

先述のとおりフリーランスは常にリスクを抱えながらの働き方なので、それに対するリスクヘッジを考えると、美容業以外での収入を確保するためのダブルワークや、新たなシステム構築などを考える柔軟な思考が必要です。

メリット

拘束時間がない

サロンに所属している場合、そのサロンで定められた営業時間があります。決められた時間に出勤をし、サロンワークをし、決められた時間に退勤をする。たとえ自分の担当のお客様がいない時間であっても、自分の都合で遅く出勤をしたり早く上がるといったことは許されません。営業時間外に練習会や会議などを行うケースもありますが、当然これらも自己都合でキャンセルできるものではありません。一方でフリーランスの場合こうしたサロンで定められた時間というものは一切なく、自分のお客様を担当している時間のみが勤務時間となります。ご予約が午後からであれば午後から出勤するのよし、夕方まで終わってしまえばそのまま帰るのよし。朝礼や終礼もなければ、練習会や会議などもない。自身の顧客を対応している時間のみが、美容師として活動する時間になります。それ以外の時間をどのように過ごそうが、自分次第ということですよ。

人間関係の煩わしさが少ない

美容師に限らず不特定多数の人たちが集まれば、必ず摩擦や揉めごとは生じてしまいます。美容師における人間関係を考えたとき、お客様との関係でストレスを感じるというケースはあまり耳にしません。どちらかといえば美容師同士、つまりサロンのスタッフ間での関係性がストレスを生む大きな原因であるように思います。

その点フリーランスの場合「自分とお客様」以外の人間関係が一切存在しません。もちろんこれはアライメント要素にもなり得るのですが、そちらは「デメリット」の項で後述いたします。先輩後輩上司部下といった概念が、フリーランスには存在しないのです。

やればやるだけ給料も上がる

フリーランスの給与形態は「完全歩合」です(厳密には給与ではなく報酬です)。つまり売上が上がれば上限なく収入も増えていきます。サロン所属のスタイリストでも歩合のつく給与形態は一般的ですが、「完全歩合」となると雇用契約ではありません。やればやるだけ収入が増えるということはもちろん、お客様から頂く代金が直接的に自分の収入になるということです。これは、お客様から頂く代金の責任と共に「ありがたみ」を感じる大きな要因となります。お客様に囲まれ喜んで頂ければ、その分自身の生活も豊かになるのです。

お客様との繋がりが深い

フリーランスのサロンワークは基本的に「マンツーマン」スタイルです。つまりお客様のご来店から退店までを付きっきりで担当することになります。これはアシスタントのいる一般的なサロンでは実現できないシステムでフリーランスの特権ともいえますが、このスタイルは担当美容師とお客様の親密度に影響します。マンツーマンで担当することにより、お客様とコミュニケーションが取りやすく「信頼感」にも繋がります。これはサロンという「お店」ではなく、美容師という「人」で選ばれているからこそその関係性です。

とにかく自由

「勤務時間」「料金設定」「使用薬剤」「ルール」など、サロンワークにおける決定権はすべて自分自身にあります。当然そこには責任が伴いますが、責任を伴うからこそ100%のエネルギーで望むことができます。さらには新たなアイデアを思いいついたときなど「おもしろい」と思った施策をすぐに試みることが可能です。このワークの軽さはフリーランスならではの、時間の流れの早い現代においては必須な要素です。

こんな人にオススメ

お客様をマンツーマンで担当したい

フリーランスの特徴はなんといってもマンツーマン施術です。目の前のお客様に100%集中したい、お客様と親密な関係を築きたい、クオリティを安定させたいという美容師の方には、マンツーマン施術が可能なフリーランスが最適です。

自己管理ができる

フリーランスの場合、他者からの拘束がないため誰からも管理をされません。これは裏を返せば「誰も面倒をみてくれない」ということです。サボろうと思えばいくらでもサボれてしまいますし、業をしようと思えばいくらでもできてしまいます。そういったときに、しっかりと計画性を持って自分自身を管理できる能力がフリーランスには必須となります。

集客力がある

サロンに所属していれば少なからずそのサロンのネームバリューや広報活動により自身の集客を手助けされていますが、フリーランスは自分自身がブランド力を持ちファンを増やしていかなければなりません。近年ではwebやSNSを用いて独自のブランドを確立し集客活動を行う美容師が主流ですが、これらは必須スキルであると考えます。

リスクヘッジを考えられる

必要なもの

フリーランスになるにあたり、必要なものは以下の5点。

技術力

自分1人でサロンワークを行うため、お客様の要望を叶えるための最低限の技術力は必須となります。本来ならばすべての技術を習得する必要がありますが、現代であれば「専門化」の技術者として特定の技術を極めたいという手法も可能です。

集客力

ブログ、Facebook、Twitter、Instagramなどの「オンライン」ツールや、知人関係、ご紹介などの「オフライン」ネットワークなどのように、自分自身で集客をしないかぎり永遠に顧客は増えていきません。これらは必須なスキルです。

顧客管理ツール

「顧客管理」をすべて自分自身で行うため、それに適した管理ツールが必須です。さらにフリーランスの場合は所属店舗が存在しないため、持ち運び可能なモバイルシステムである必要があります。スマホやタブレット端末から専用のアプリをインストールして使用するのが主流です。また顧客管理に関してはセキュリティ面が最重要な点なので、顧客データを暗号化し二重のクラウドにて保存管理する「LIME」が安心です。

48



顧客ごとの情報詳細を確認できます！

49

顧客ごとにカルテを一覧で管理



51

見やすく探しやすい顧客リスト



50

より詳細なカルテ内容を記入



52

予約表



53

料金について



- ①LIMEアプリを使い込んでいくと、カルテ情報や予約情報をサロンの皆と共有したい！と思うようになります。
- ②そんな時には、PCやiPadでご利用できるサロン管理サービスの「LIMEsalon」を導入すると、サロンの皆で予約やカルテを共有できるようになります。
- ③LIMEsalonを使っていると、もっと詳細なサロレポートを見たくなったり、高度な権限機能を使用して効率化したいなと感じ始めます。そして、一部のサロンオーナー様がLIMEsalonの有料プランをご利用してくれるようになります。

55

このように、一部の有料利用していただけるサロン様のおかげで、LIMEアプリのすべての機能を皆様に無料でお届けすることができるのです。

無料で継続してお使いいただくには条件があります！



アプリに顧客を100人以上登録、または顧客1人につきカルテを5枚以上作成するには、スタイリスト登録をする必要があります。
登録したスタイリスト情報は、美容師を素敵に紹介するサービス「STEKINA」に掲載されます。もちろんスタイリスト情報を非掲載にしてLIMEをご利用することも可能となっております。

56

データをクラウドで管理



54

予約ツール

サロンに所属していない以上、予約管理も自身で行う必要があります。電話の場合、施術中などで対応できないケースがあるため、LINEやメールなどのテキストメッセージツールが最適です。なかでも「LINE@」はフリーランスの予約管理ツールとして主流となっています。

覚悟と情熱

フリーランスに興味がある、でもうまくいか不安。このような想いを抱えている美容師の方は多いのだと思います。しかし実際、覚悟を決め飛び込んでしまえばあとはやるだけ。その立場になれば頭を使い、考え、工夫をします。「覚悟」と「情熱」を持ってチャレンジすれば、きっと何かを掴めるはずですよ。

57

LINE@

日本国内で月間7,100万人(※2017年9月時点)以上が利用しているLINEを通して、お客さまやファンの方にダイレクトに情報を届けられるのが「LINE@」(ラインアット)です。お客さまに専用アプリのダウンロードや会員登録の手間をかけさせることなく、既に浸透しているLINEで情報発信できることはLINE@の強みであり、メルマガのようなツールに比べ高い効果を得ることができます。また、アカウント開設や初期利用については無料で行うことができ、気軽に運用を始められることもLINE@の特徴です。

1.LINEを通してお客さまに情報発信できる

生活に一番身近なデバイスでもあるスマートフォンの中でも、利用率の高いLINEへ手軽にメッセージを送ることができます。※個人間で利用されるLINEアプリは商用利用ができません。商用の場合はLINE@をご利用頂きます。

2.無料で簡単に開設できる

多大なコストや複雑なシステムは必要ありません。LINE@は企業・店舗に負担なく運用を開始することができます。

3.様々な販促・コミュニケーション機能を搭載

LINE@は販売促進ツールとして最適化されています。特徴的な機能の1つが「クーポン」機能です。

また、LINE上で利用できるポイントカード機能やアンケート機能などもあり、チラシ作成やDM配布に比べ制作コストを掛けずに販売促進ができます。そのため、小さな店舗でも導入しやすいツールといえます。

・メッセージ、タイムライン、1:1トーク(LINE問い合わせ)や、ショップカード機能、クーポン機能、アンケート機能(リサーチページ)など企業・店舗の課題にマッチした使い方が可能です。

まとめ

LINE@は、年齢・性別・地域の隔たりにく利用されているLINEを通して、お客さまに情報発信できるツールです。「伝達率の高いメッセージ」、「無料で開設できる」、「クーポンなど販促に必要な機能を手軽に利用できる」ことが特徴です。



58

LINE@事例①大阪美容専門学校



60

LINE@事例②ヘアサロンCASISREA



61

美容師のフリーランス化に追い風

美容師が店舗で雇われることの大きなメリットは、施術以外のさまざまなことを店舗が代わりにやってくれること。それは集客に始まって、予約を受け付けて、アシスタントを採用してくれて、備品を揃えてくれて、経理をやってくれて。店を借りて、家賃を払ってくれる。

普通はひとりではとてもお金も時間も足りないことばかり。ただ今はちょっと風向きが変わったようです。その一番の理由はさまざまな安価だったり無料のITサービスが出現したことです。

フリーランスに限った話ではないですが、ブランディングやプロモーションは美容師個人のSNSに大きく依存するようになりました。例えばYoutubeだったりinstagramだったり、それらのツールでスタイルを投稿していくことで、自分が食べていくだけのお客さんを集めるというのはもう夢物語ではありません。

SNSでの投稿用に作品撮りをしたかったらサロモハントサービスの『coupe』を使ってみる。予約受付はLINE@を使ったり、備品はちょっとしたものなら『amazon』で翌日には届く。そもそもカットできる場所を探したかったら美容師と面貸スペースのマッチングサービス『MIRRENTA』で。

ヘアメイク・美容師、ネイリストなどのフリーの美容関係者と顧客のマッチングサービス『summon.jp』を今秋に開始予定の株式会社MOSO mafia代表・渡辺大介氏は、サービスを開始するきっかけについて以下のように語ります。

「アメリカではフリーの美容関係者と顧客のマッチング系サービスは2014年ぐらいから出てきています。一番の大手は『GLAMSQUAD』という元gitの創業者が始めたサービスで、NYのファッションセブを中心に広がっています。元々アメリカではフリーランスの比率が高く、それがマッチング系サービスによって加速しているイメージですね。

フリーランス比率が高まっていくのは日本でも同じだと思っています。日本では顧客側が慣れるのに時間がかかるかもしれないですが、いずれ個人の美容師が自分でブランディングをして集客をするというケースも増えてくると思っていますので、そこに特化したサービスを作ろうと『summon.jp』を始めることにしました」(渡辺氏)

同氏がここで語るのには集客も自分でするフリーランス美容師のこと。予約受付や売上管理、オンライン決済まで出来るという『summon.jp』は本来店舗を運営する上で必要だったさまざまな雑事を引き受けてくれる可能性があります。

アメリカでは一般顧客がヘアメイクを利用するカルチャーが一部のセブの間で根付いており、『GLAMSQUAD』では出張型ヘアメイクの需要も多いそう。日本でもヘアアレンジ動画がSNS上で人気を集めている現状を鑑みると、今後日本でそういったマーケットが拡大する可能性もあるでしょう。

「すでに日本でもブランディングの主体はお店から個人にシフトして行っています。その流れが続いていけば、経営の主体がお店から個人になってもおかしくないと思います」(同上)

フリーランス美容師はどんな夢を見るか

ビジネスや経営の視点からのみ見ると、業務委託を含む美容師のフリーランス化が進んでいくことに疑いはなさそうに見えます。ただアメリカとの最も大きな違いは、日本人のヘアスタイルへの要求の高さ、そしてそれに応えてきた美容師の高いクオリティ。

冒頭の美容師は以下のように語ります。

「今後、面貸を選択する人は増えると思いますよ。ただそれに伴って、ウチの店にもデビューしたてで、流れてくる子がいるんですが、正直技術はまだだ。そういう人が増えてしまうと、危ないんじゃないでしょうか。金額なりのクオリティがないって話になってしまうので」(30歳男性 業務委託・面貸サロン勤務)

新卒の採用、そして教育と人材育成をし、さらに社会保険などを整備している美容室は、どうしてもその部分にコストをかける必要があります。それに対し、業務委託や面貸に絞っている美容室の歩合は必然的に高く設定できます。

それゆえに、個々の美容師の歩合だけを考えれば、業務委託サロンや面貸サロンの移籍は理にかなっているようにも思える(保険料や年金など社会保険は自己負担が必要)が、それが人材育成をし、業界のクオリティを支えているサロンにとって大きな痛手であるのも事実。

64

また、現在フリーランスとして働く美容師も、皆が一生フリーランスを続けようと思っているわけではない様子。「子育てしながらとか、そういう人を除けば、一生フリーランスでという人はそこまで多くないんじゃないですかね？」今の年齢なら稼ごうと思えばかなり稼げますが、やっぱり年をとったときの体力的な問題もありますから。先のことを考えると、お店を構えて、店舗数増やしてという方がビジネスを大きくできるので（同上）

客観的に他の職業と比較して、美容師には仕事に夢を重ねる人が多いように思います。類まれなバイタリティによって、彼らの夢が実を結んだ結果、コンビニエンスストアよりも、美容室の方が多いという、他の職種では考えられないほどの大きなマーケットと大競争時代が生まれました。

“美容師は夢を叶える才能を持った特殊な人種”。

そう考えると、フリーランス美容師の今後は、フリーランスという器の上に、今の若い世代がどんな夢を重ねるのかにかかっているのかもしれない。

今、若手でも自らの創意工夫でセルフブランディングをする美容師が少しずつ現れ始めています。そんな彼らがまた次世代の夢となることで、美容師の可能性は広がっていくでしょう。一口にフリーランスといっても、その中身は人やサロンによってさまざま。同じ正規雇用をしている美容室も、ひとつとして同じサロンはありません。“自由”や“夢”を掴むために、多くの選択肢の中から、どうか最良の判断をして欲しい。

65



67

COUPE



Coupe (クーブ) は、美容師とサロンモデルをつなぐウェブサービスです

モデルさんを探している美容師さん、美容師さんを探しているモデルさん、お互いにいい出会いを求めています。そんな美容師さんとモデルさんをつなぐウェブサービスです。

66

MIRRENTA



ミレンタでパートナーを見つけよう

68

提携とは

ヘアサロン、美容師、美容師とモデルをつなぐウェブサービスです。美容師は、ヘアサロンに依頼するモデルを探します。モデルは、ヘアサロンのモデルを探します。

<p>ヘアサロンによってのメリット</p> <p>依頼が簡単です。依頼を希望していただくことで依頼が簡単です。また、依頼のやり取りがスムーズなため、美容師さんにとってもメリットがあります。</p> <p>美容師の依頼が簡単です。美容師さんからの依頼が簡単です。また、依頼のやり取りがスムーズなため、美容師さんにとってもメリットがあります。</p>	<p>美容師によってのメリット</p> <p>依頼の依頼が簡単です。美容師さんからの依頼が簡単です。また、依頼のやり取りがスムーズなため、美容師さんにとってもメリットがあります。</p> <p>美容師さんからの依頼が簡単です。美容師さんからの依頼が簡単です。また、依頼のやり取りがスムーズなため、美容師さんにとってもメリットがあります。</p>
--	---

69

プランと料金

美容師は無料、モデルは有料です。モデルの料金は、モデルの依頼数によって異なります。

<p>フリープラン</p> <p>美容師は無料、モデルは有料です。</p> <p>美容師は無料、モデルは有料です。モデルの料金は、モデルの依頼数によって異なります。</p>	<p>グループプラン</p> <p>美容師は無料、モデルは有料です。</p> <p>美容師は無料、モデルは有料です。モデルの料金は、モデルの依頼数によって異なります。</p>
---	--

71

ミレンタとは

美容師とモデルをつなぐウェブサービスです。美容師は、ヘアサロンに依頼するモデルを探します。モデルは、ヘアサロンのモデルを探します。

<p>美容師とモデルをつなぐ</p> <p>美容師は、ヘアサロンに依頼するモデルを探します。モデルは、ヘアサロンのモデルを探します。</p>	<p>美容師とモデルをつなぐ</p> <p>美容師は、ヘアサロンに依頼するモデルを探します。モデルは、ヘアサロンのモデルを探します。</p>
<p>美容師とモデルをつなぐ</p> <p>美容師は、ヘアサロンに依頼するモデルを探します。モデルは、ヘアサロンのモデルを探します。</p>	<p>美容師とモデルをつなぐ</p> <p>美容師は、ヘアサロンに依頼するモデルを探します。モデルは、ヘアサロンのモデルを探します。</p>

70

プランと料金

美容師は無料、モデルは有料です。モデルの料金は、モデルの依頼数によって異なります。

<p>フリープラン</p> <p>美容師は無料、モデルは有料です。</p> <p>美容師は無料、モデルは有料です。モデルの料金は、モデルの依頼数によって異なります。</p>	<p>グループプラン</p> <p>美容師は無料、モデルは有料です。</p> <p>美容師は無料、モデルは有料です。モデルの料金は、モデルの依頼数によって異なります。</p>
---	--

72

リクエストからマッチング成立までの流れ



73

SUMMON.JP



料金・機能一覧
0
以下の機能が無料で使えます。月額料金は別途お申し込みください。

75



74



76

サービス提供の流れ



77



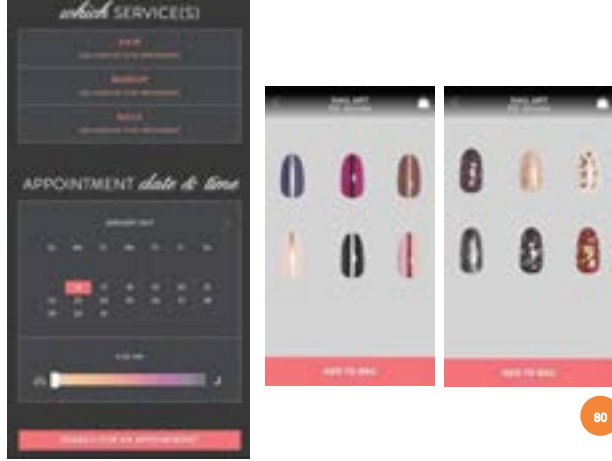
78

GLAMSQUAD



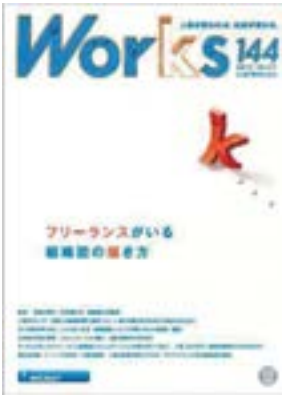
ニューヨークに拠点を置き、オンデマンドヘアスタイルサービスを提供している Glamsquadが700万ドルの資金調達に成功したと報じられました(2014年10月22日)。Glamsquadは今回の資金調達がシリーズAで、Softbank Capitalが投資しています。サービス内容としては、Glamsquadが雇用しているプロのスタイリストが、アプリを使って予約された際に派遣され、ヘアスタイリングやメイクアップをするというオンデマンド方式のサービスです。現在はニューヨークとロサンゼルスでサービス展開しており、今後はマイアミにもサービス拡大していくとのこと。ヘアスタイリングで約50ドル、メイクアップで約75ドルという価格設定でサービス提供しています。UberやLyftのようにオンデマンドサービスは急速に登場しています。課題点としてはサービス提供する社員のトレーニングがしっかりしていないと簡単にサービス低下につながる点がひとつ。そして、収益を安定させるまで時間と規模を要するという点があるでしょう。いずれにしても、オンデマンド型のビジネスは多くの業種との相性がよく、日本でもこれから数多く普及していきそうです。

78



80

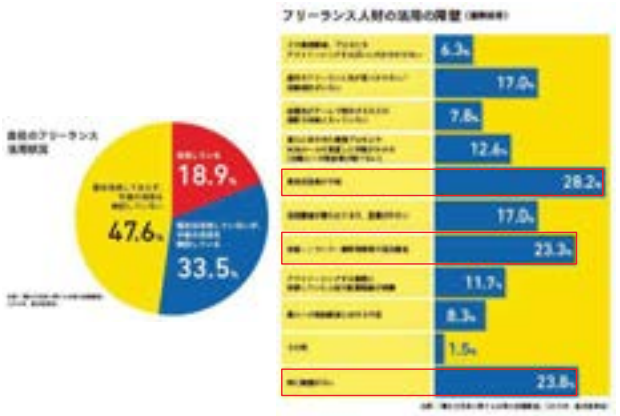
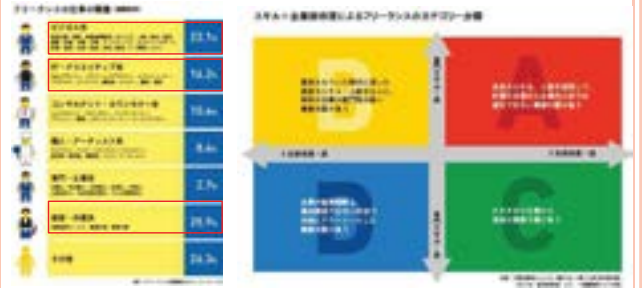
人事が変われば、社会が変わる「WORKS2017.10.11号」



リクルートワークス研究所は、「人」と「組織」に関する研究機関です。労働市場調査、研究成果(個人のキャリア、人材マネジメント、人材ビジネス、労働政策)、機関誌『Works』など半歩先の情報を提供します。

『Works』経営、人事、キャリア選択など、人と組織にかかわる「半歩先」の情報を提供することを目的し、隔月刊で発行する人材マネジメント雑誌です。

最新号は「フリーランスがいる組織図の描き方」



個人「フリーランス」と信頼に基づく新しい関係を築くためのポイント

- “個人”と業務委託などの契約を結べる仕組みをつくること
- フリーランスの“格下感”を払拭し、誰もが同じ目的に向かって協業している対等な立場の間であるとする基本的な態度を一人ひとりに身につけさせること
- 契約形態ではなく、能力・スキルを重視し、適材適所を実現するジョブアサインメント[仕事の振り分け]の方法論をマネジャー教育に取り込むこと
- 自社に欠けている能力やスキルを発見すること
- 外部労働市場の力を借りるためにはどのような条件提示が必要かを考え、契約を結ぶまでの実務を担うこと
- 対等なパートナーシップを結ぶための、契約リテラシー



外部のフリーランスと対等なパートナーシップを構築できるようになったとき、内部にいる社員との関係性にも変化。社内の人材一人ひとりが、プロフェッショナルとして尊重・信頼されるべき存在

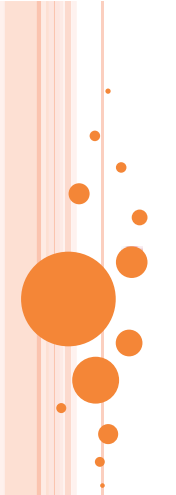
CAREER CASE II QBハウス

参考資料：第19回「IoT導入企業の事例(キュービーネット株式会社)」※経済産業研究所(RIETI)フェローによる政策提言的なコラム

RIETIは、2001年に設立された政策シンクタンクです。経済構造改革や行政改革により活力ある経済社会構築に役立つ経済政策研究を目的とした独立行政法人です。



V. WORK SHIFTの現象(QBハウス)



VI. WORK SHIFTの要因(高齢化/グローバル)



美容領域における2018年のトレンド予測

いつになっても、美容室にいくのが面倒になっておしやれを楽しみたい—そんな高齢者がいる場所に「スマイルを届けに来る美容師」が増加の兆し!

来るスマ美容師

(くるすまびようし)

10代~20代の頃からおしやれを楽しんできた世代が高齢者となり、その人数は今後増加していきます。いつになっても、今までのようにおしやれを楽しみたい、それが、人に会いにくい気持ちや生活が不便にもつながります。

2018年は、介護保険制度決定、介護報酬改定の中、介護業界に注目が集まること予想され、高齢者向けの美容・健康など、関連・周辺サービスにも新しい動きがあらわそうです。

一方で、美容業界はサロン数が減少続き、人口減少とともに競争が激化。サービス拡充によるサロンの差別化、美容師の働き方の多様化も変化が加わっています。

「カリスマ美容師」から「来るスマ美容師」の時代へ、美容室にいくのが面倒な高齢者により近い「訪問サービス」を提供する、「自宅や施設にスマイルを届けに来てくれる美容師」が、今後ますます増えていこうそうです。

89

なぜ今「来るスマ美容師」? ~人口の変化

人口が減る一方で、高齢化率は上昇。2025年に団塊世代が後期高齢者となり、2035年には人口の約3人に1人が65歳以上の時代へ。

高齢化の推移と将来推計

2005年 総人口 128,000万人、65歳以上 10.2%
 2010年 総人口 127,000万人、65歳以上 11.2%
 2015年 総人口 126,000万人、65歳以上 12.2%
 2020年 総人口 125,000万人、65歳以上 13.2%
 2025年 総人口 124,000万人、65歳以上 14.2%
 2030年 総人口 123,000万人、65歳以上 15.2%
 2035年 総人口 122,000万人、65歳以上 16.2%

91

「来るスマ美容師」が行う訪問美容について

美容師が自宅や施設へ伺い、カットやカラーなどの施術をするサービス。従来の他の理由で美容室にいくのが面倒な方が、サービスの対象となります。

このサービスで美容師はどのような役割を担うのか、美容師が持つべきスキルや必要な知識、必要な資格について、詳しく解説します。

美容師
 ● 高齢者への対応力
 ● 高齢者へのコミュニケーション能力
 ● 高齢者へのケア能力

美容師のスキル
 ● 高齢者への対応力
 ● 高齢者へのコミュニケーション能力
 ● 高齢者へのケア能力

必要な知識
 ● 高齢者への対応力
 ● 高齢者へのコミュニケーション能力
 ● 高齢者へのケア能力

90

なぜ今「来るスマ美容師」? ~要介護者数の増加

美容室へ行くのが困難となる「要支援」「要介護」認定を受ける方が、高齢化とともに年々増加。

要介護者数の推移

2005年 1,200万人
 2010年 1,300万人
 2015年 1,400万人
 2020年 1,500万人
 2025年 1,600万人
 2030年 1,700万人
 2035年 1,800万人

92

なぜ今「来るスマ美容師」? ~高齢者の美容意識

60代後半~70代前半の方の美容意識は非常に高く、いつになっても身だしなみに気をつけたい方が大半。また、元気に生活するために美容の大切さを感じている方も。

Q 美容・ファッション意識 TOP5 (MA) (「とても大切だ」「かなり大切だ」)

髪型・髪色	80.2%
化粧	73.2%
肌ケア	69.8%
ネイル	65.4%
香水	58.6%
ヘアケア	52.1%
ボディケア	48.9%
ファッション	45.3%
スキンケア	42.7%

93

なぜ今「来るスマ美容師」? ~高齢者の美容意識

「訪問美容」の利用意向がある方は約6割。その理由は「身だしなみを大切にしたい」がトップ。「いつになってもきれいでいたい」も上位。

Q 将来的に体の不調などでヘアサロン(美容室・理容室)にいくのが面倒になった場合「訪問美容」を利用してみたいですか?

利用したい 57.1%
 利用しない 42.9%

Q 「訪問美容」を利用してみたいと思う理由TOP5 (MA)

身だしなみを大切にしたい	70.2%
訪問美容を利用したい	65.4%
美容室に行くのが面倒	58.6%
髪型・髪色を大切にしたい	52.1%
肌ケアを大切にしたい	48.9%

95

なぜ今「来るスマ美容師」? ~高齢者の美容意識

今後も、美容室など「髪を切る・整えるサービス」を利用したいと思っている方は多数。

Q 今後も、お金を払って髪を切る・整えるサービス(美容室・理容室・訪問美容)を利用したいと思いませんか?

利用したい 92.8%
 利用しない 7.2%

94

① 福祉美容ニーズの高まり
 高齢化社会と言われて久しい。2035年には、日本国民の3人に1人が65歳以上の高齢者、というデータもある。「福祉美容」としても他分野にわたるが、例えば「ヘアサロン」を例にとってみても、サロン数・美容師の数ともに増加の一途をたどっている。しかし美容室の中心顧客である20~40代女性がヘアサロンにかけられる金額は減少している。美容業界にとって、若者向けに最新メニューを揃えるのも重要である一方、今後いかに高齢者向けのサービスを充実させていっても、カギとなっている。

② 訪問美容の現状と今後
 以前の訪問美容・介護美容はカットが主体で、全体的に簡易的なサービスをするに過ぎなかった。しかし、近年はシニア増加によるニーズも高く、整髪だけでなく、室内の音楽や装飾に工夫を凝らしたりしているところも出てきている。また「そのひとの尊厳・個を大切に」という意識の高まりで、提供する側の技術レベルの高さが求められる。今後はそのニーズに応えられるよう、美容技術だけではなく、介護・障がい者への知識を持つ「プレイヤー」を育てる土壌が必要になってくるだろう。

③ これからの美容業界に求められること
 平成24年4月に施行された「介護保険法改正」。これは、高齢者が住み慣れた地域で安心して暮らし続けることができるように医療、介護などのサービスを切れ目なく提供する「地域包括ケアシステム」の実現を目的としている。福祉サービスを含めた様々な生活支援サービスが日常生活の場(日常生活圏域)で適切に提供できるような地域での体制と定義する。簡単に言うなら「施設から、在宅ケアへの流れ」を意味している。この在宅の訪問美容に対して、日常的に応えられる「人材のマッチング」と「仕組み作り」が重要になっていきそうだ。

CAREER CASEIV インバウンド&海外マーケット

参考資料:「インバウンド&海外マーケット(Beauty総研)」
 ※株式会社リクルートライフスタイルBeauty総研は、美容に関するリサーチや、美容の研究、美容レポートなどの提案で美容マーケットの発展に貢献することを目的として活動しています。



97



98

マネジメント/HRMプログラムオリエンテーション/結び

社会変革

IT・IoT/長寿化/グローバル化

人材確保・活用の鍵「ダイバーシティ化」
美容学生志望の多様化/フリーランス

経営力向上につなげる人的資源開発「HRM」が重要

講義内容・スケジュール	
5月 卒業	
12/14 (金)	ビジネスカードゲーム「The shop」ワーク 経営者の視点から見た「The shop」の役割を学びます。
12/18 (火)	ゼロサムマネジメントに関する実践的知識の構築学習 経営者視点から見た「ゼロサム」の役割を学びます。
1/15 (水)	人材マネジメントのプロセスと運用 人事業務の重要性、人材マネジメントの役割について学びます。 ※内容は変更となる場合があります。

※ab専攻など自身のペースで学ぶ人も可

4-3 実証講座資料「体験版サロン経営ゲーム」

体験版サロン経営ゲーム「Virtual Salon Management by イチコイ」

【ルール】

- 1 毎月PLを作成します。
- 2 最初に決めた年数が終了した時点で、一番利益が多い人が優勝とします。

『初めの準備』

- 3 サロン形態は、「カット専門店」「美容室」「トータルビューティサロン」の中から選びます。テーブル内ですべてのサロン形態が存在するように選んでください。各サロンの特徴は別紙参照。
- 4 お店の立地、セット面の数を設定することで、家賃が決定し、出店資金が決まります。
- 5 自己資金は500万円、国民金融公庫からいくらの融資を受けるか決定してください。(最大1000万円)

『ゲームの進め方』

- 6 カードを1人ごとに1枚ずつめくり、その指示に従っていきます。
- 7 全グループがめくったら、店売上とリピート客数を算出し、最終的な売上を確定させ、損益計算書を作成。全グループが終了したら、1か月終了とし、1年(12か月)で1ターム終了とします。
- 8 スタイルリストは能力差を最大売上額で設定しています。最大売上額以上の売上を上げることは出来ません。最大売上額は、教育をすることによって増やすことができます。
- 9 アシスタントは36か月でデビューできます。デビューまでの期間は教育により早めることができます。デビュー後は最大売上30万円からのスタートです。

『イチコイカードについて』

- 10 カードは、「お客様来店カード」「売上戦略カード」「スタッフ問題カード」「スタッフ教育カード」の4種類。

「お客様来店カード」

- ・ メニューごとに販促物(雑誌・Web)を見てくるお客さま、通りがかりで入ってくる新規客が現れます。入札条件が該当するグループ同士で入札を行います。価格の安い順位にお客様の数が決定します。
- ・ 新規客数の配分は、カードに記入してある通りになります。何%割引に設定するかは自由です。その価格は、再来客となっても継続します。

「売上戦略カード」

- ・ 看板製作、雑誌掲載など新規集客や新メニュー導入の単価UPなどの機会をえることができます。
- ・ 最近来なくなったお客様へのDMを出し、再度、来店する客数を増やす(休眠客掘り起し)策や、店販商品の販売キャンペーンを仕掛け、店販売上を伸ばす策を実施することができます。

「スタッフ問題カード」

- ・ スタッフの雇用や離職、モチベーションダウンなどのカードがあります。

「スタッフ教育カード」

- ・ スタッフ全体のチーム作り、スタッフ個人の教育、スタッフの雇用や離職、それを回避するためのカードなどがあります。
- ・ スタッフがミーティングで話し合いをするとお客様のリピート率が上がり、モチベーションが下がるとリピート率も下がります。

【使用する用紙・道具】

- | | |
|----------|--|
| (テーブル中央) | イチコイカード、サイコロ1個 |
| (各チーム) | 損益計算書、スタッフ成長カード、ロジックツリーシート、ホワイトボード
出店サロンタイプの決定シートNo.1、出店サロンタイプの決定シートNo.2、売上・客数推移シート |

出店サロンタイプの決定 No.1

【前提条件】

★ 所持金 500万円 融資(借金) 最大1000万円

返済期間 半年後から5年間
 返済金(仮) 1000万円の場合 月20万円
 750万円の場合 月15万円
 500万円の場合 月10万円

★ サロン形態「カット専門店」「美容室」「トータルビューティサロン」の特徴

	「カット専門店」	「美容室」	「トータルビューティサロン」
店舗	2坪で1セット面	3坪で1セット面	4坪で1セット面
工事費	1坪15万円	1坪30万円	1坪40万円
客単価	カット (通常)1000円 (上限)1000円	(通常)5000円 (上限)8000円	(通常)5000円 (上限)8000円
	カット カラー	(通常)12000円 (上限)16000円	(通常)12000円 (上限)16000円
	カット パーマ	(通常)13000円 (上限)18000円	(通常)13000円 (上限)18000円
	エステ		(通常)+5000円 (上限)+10000円
	限界売上	セット面数×100万円/月 スタッフ数×100万円/月	セット面数×75万円/月 スタッフ数×100万円/月
スタッフ	スタイリスト4名 MAX売上100万円	自分 MAX150万円 スタイリスト MAX50万円 アシスタント 2年目 アシスタント 1年目	自分 MAX150万円 スタイリスト MAX50万円 エステティシャン MAX50万円 アシスタント 2年目
再来率	新規 2回 3回 4回 5回 20% 40% 60% 80% 80% 再来スパンは2か月	新規 2回 3回 4回 5回 30% 50% 70% 90% 90% 再来スパンは3か月	新規 2回 3回 4回 5回 40% 60% 80% 95% 95% 再来スパンは3か月
店販売上	(通常) 0円	(通常) (サイ目)万円 偶数 ×1倍 奇数 ×2倍	(通常) (サイ目)万円 偶数 ×1倍 奇数 ×2倍

【新規客集客戦略】

看板設置 あり・なし 初月のみ3万円
 雑誌掲載 あり・なし 半年契約 10万円×6か月 単月払い
 Web掲載 あり・なし 1年契約 3万円×12か月 単月払い

【客単価】

カット

5000円 | 5500円 | 6000円 | 6500円 | 7000円 | 7500円 | 8000円

カット+カラー

12000円 | 12500円 | 13000円 | 13500円 | 14000円 | 14500円 | 15000円 | 15500円 | 16000円

カット+パーマ

13000円 | 13500円 | 14000円 | 14500円 | 15000円 | 15500円 | 16000円 | 16500円 | 17000円 | 17500円 | 18000円

エステ

5000円 | 5500円 | 6000円 | 6500円 | 7000円 | 7500円 | 8000円 | 8500円 | 9000円 | 9500円 | 10000円

出店サロンタイプの決定 No. 2

【サロン形態の設定、出店資金と運転資金の算出】

「カット専門店」

★ スタッフ	構成	スタイリスト4人(自分含む)		
	給与	スタイリスト	①最低保障給与 22万円 ②個人売上金額 × 30%	①か②の多い方を支給
★ 店舗	セット面 広さ	() 面 () 坪	限界売上 (少ない方) ※1h5000円 × 25日 × 10時間 × 稼働率80%	セット面数 × 100万円 スタッフ数 × 100万円
	家賃 (タイプ)	①駅前メインストリート路面 ②駅前ビルの空中階 ③郊外の路面店(駐車場5台付)	2.5万円/坪 1.5万円/坪 1.0万円/坪	(タイプ) <hr/> (家賃)
★ 出店資金	工事費	() 万円(1坪15万円)		
	物件契約	() 万円(物件家賃 × 12か月)	※保証金10か月、前家賃1か月、手数料1か月	

「美容室」

★ スタッフ	構成	スタイリスト2人(自分含む) アシスタント2年目1人、1年目1人		
	給与	スタイリスト	①最低保障給与 22万円 ②個人売上金額 × 30%	①か②の多い方を支給
		アシスタント	16万円スタート	社歴1年でプラス1万円
★ 店舗	セット面 広さ	() 面 () 坪	限界売上 (少ない方) ※1h5000円 × 25日 × 10時間 × 稼働率60%	セット面数 × 75万円 スタッフ数 × 100万円
	家賃 (タイプ)	①駅前メインストリート路面 ②駅前ビルの空中階 ③郊外の路面店(駐車場5台付)	2.5万円/坪 1.5万円/坪 1.0万円/坪	(タイプ) <hr/> (家賃)
★ 出店資金	工事費	() 万円(1坪30万円)		
	物件契約	() 万円(物件家賃 × 12か月)	※保証金10か月、前家賃1か月、手数料1か月	

「トータルビューティサロン」

★ スタッフ	構成	スタイリスト2人(自分含む) アシスタント2年目1人 エステティシャン1人		
	給与	スタイリスト	①最低保障給与 22万円 ②個人売上金額 × 30%	①か②の多い方を支給
		アシスタント	16万円スタート	社歴1年でプラス1万円
		エステティシャン	20万円	
★ 店舗	セット面 広さ	() 面 () 坪	限界売上 (少ない方) ※1h12000円 × 25日 × 10時間 × 稼働率60%	セット面数 × 200万円 スタッフ数 × 200万円
	家賃 (タイプ)	①駅前メインストリート路面 ②駅前ビルの空中階 ③郊外の路面店(駐車場5台付)	2.5万円/坪 1.5万円/坪 1.0万円/坪	(タイプ) <hr/> (家賃)
★ 出店資金	工事費	() 万円(1坪40万円)		
	物件契約	() 万円(物件家賃 × 12か月)	※保証金10か月、前家賃1か月、手数料1か月	

借金はいくらするか? _____ 万円

出店資金はいくらになるか? _____ 万円

運転資金はいくら残っているか? _____ 万円(自己資金を含む)

◆損益計算書(半期PL)

		例			
総合売上		2,800,000			
技術売上		2,500,000			
店販売上		300,000			
材料費		320,000			
技術材料費	5%	140,000			
店販材料費	60%	180,000			
売上利益(粗利)		2,480,000			
人件費		580,000			
スタイリスト		300,000			
アシスタント		350,000			
エステティシャン					
福利厚生費		120,000			
教育・投資費		100,000			
交際・会議費		100,000			
家賃		240,000			
水道光熱費	5%	140,000			
通信費		20,000			
広告費		150,000			
書籍費		20,000			
返済金		200,000			
諸雑費	5%	140,000			
営業利益		670,000			

メモ

◆サロン限界売上、スタッフ能力売上 ・ 損益計算書(年間PL) 1年目

		7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
サロン限界売上								
自分の能力売上								
スタッフ能力売上								
売上高	総合売上							
	技術売上							
	(自分)							
	(スタイリスト)							
	店販売上							
売上原価	材料費							
	技術材料費	5%						
	店販材料費	60%						
売上利益(粗利)								
販売費・一般管理費	人件費							
	スタイリスト							
	アシスタント							
	エステティシャン							
	福利厚生費							
	教育・投資費							
	会議・交際費							
	家賃							
	水道光熱費	5%						
	通信費							
	広告費							
	求人広告費							
	返済金							
	諸雑費	5%						
	販管費合計							
営業利益								
累計営業利益								

◆◆スタッフ成長シート(トータルビューティサロン)◆◆

アシスタント 2年目 名前 _____

1年目											
1か月	2か月	3か月	4か月	5か月	6か月	7か月	8か月	9か月	10か月	11か月	12か月
2年目											
1か月	2か月	3か月	4か月	5か月	6か月	7か月	8か月	9か月	10か月	11か月	12か月
3年目											
1か月	2か月	3か月	4か月	5か月	6か月	7か月	8か月	9か月	10か月	11か月	12か月

エステティシャン 名前 _____

最大売上											
10万円	20万円	30万円	40万円	50万円	60万円	70万円	80万円	90万円	100万円	110万円	120万円
130万円	140万円	150万円	160万円	170万円	180万円	190万円	200万円	210万円	220万円	230万円	240万円

スタイリスト 名前 _____

最大売上											
10万円	20万円	30万円	40万円	50万円	60万円	70万円	80万円	90万円	100万円	110万円	120万円
130万円	140万円	150万円	160万円	170万円	180万円	190万円	200万円	210万円	220万円	230万円	240万円

オーナー 名前 _____

最大売上											
10万円	20万円	30万円	40万円	50万円	60万円	70万円	80万円	90万円	100万円	110万円	120万円
130万円	140万円	150万円	160万円	170万円	180万円	190万円	200万円	210万円	220万円	230万円	240万円

◆◆スタッフ成長シート(美容室)◆◆

アシスタント 1年目 名前 _____

1年目											
1か月	2か月	3か月	4か月	5か月	6か月	7か月	8か月	9か月	10か月	11か月	12か月
2年目											
1か月	2か月	3か月	4か月	5か月	6か月	7か月	8か月	9か月	10か月	11か月	12か月
3年目											
1か月	2か月	3か月	4か月	5か月	6か月	7か月	8か月	9か月	10か月	11か月	12か月

アシスタント 2年目 名前 _____

1年目											
1か月	2か月	3か月	4か月	5か月	6か月	7か月	8か月	9か月	10か月	11か月	12か月
2年目											
1か月	2か月	3か月	4か月	5か月	6か月	7か月	8か月	9か月	10か月	11か月	12か月
3年目											
1か月	2か月	3か月	4か月	5か月	6か月	7か月	8か月	9か月	10か月	11か月	12か月

スタイリスト 名前 _____

最大売上											
10万円	20万円	30万円	40万円	50万円	60万円	70万円	80万円	90万円	100万円	110万円	120万円
130万円	140万円	150万円	160万円	170万円	180万円	190万円	200万円	210万円	220万円	230万円	240万円

オーナー 名前 _____

最大売上											
10万円	20万円	30万円	40万円	50万円	60万円	70万円	80万円	90万円	100万円	110万円	120万円
130万円	140万円	150万円	160万円	170万円	180万円	190万円	200万円	210万円	220万円	230万円	240万円

◆◆スタッフ成長シート(カット専門店)◆◆

スタイリスト 名前 _____

最大売上

10万円	20万円	30万円	40万円	50万円	60万円	70万円	80万円	90万円	100万円	110万円	120万円
130万円	140万円	150万円	160万円	170万円	180万円	190万円	200万円	210万円	220万円	230万円	240万円

スタイリスト 名前 _____

最大売上

10万円	20万円	30万円	40万円	50万円	60万円	70万円	80万円	90万円	100万円	110万円	120万円
130万円	140万円	150万円	160万円	170万円	180万円	190万円	200万円	210万円	220万円	230万円	240万円

スタイリスト 名前 _____

最大売上

10万円	20万円	30万円	40万円	50万円	60万円	70万円	80万円	90万円	100万円	110万円	120万円
130万円	140万円	150万円	160万円	170万円	180万円	190万円	200万円	210万円	220万円	230万円	240万円

オーナー 名前 _____

最大売上

10万円	20万円	30万円	40万円	50万円	60万円	70万円	80万円	90万円	100万円	110万円	120万円
130万円	140万円	150万円	160万円	170万円	180万円	190万円	200万円	210万円	220万円	230万円	240万円

美容 HRM 人材実務力評価指標

能力	概要	レベル	職務遂行のための主な評価基準
人事企画	職群・資格制度、人事評価、職務分析・職務評価等の各種人事制度の設計及び運用を行う能力	スタッフ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 会社の人事制度、評価制度、昇進・昇格制度、他社における最近の人事管理の動向など、人事企画実務の推進に必要な基本的事項を理解している。 ■ 従業員の昇進、賃金決定等に資するための基本的な統計資料を的確に作成している。 ■ 従業員の昇進、賃金決定等に資するための基本的な統計資料にはどのようなものがあるか、正しく理解している。
		シニア・スタッフ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 人事制度に関する専門的知識を有し、上位方針を踏まえて職群コース体系、等級制度、専門職制度等の立案を行っている。
雇用管理	人員計画の作成から、募集・採用、人事異動・選抜・登用、出向・転籍、退職・解雇までの運用・管理を行う能力	スタッフ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 会社の人員計画、採用の方法と手順、他社における最近の人事管理の動向など、雇用管理実務の推進に必要な基本的事項を理解している。 ■ 従業員の採用、配置等に資するための基本的な統計資料を的確に作成している。
		シニア・スタッフ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 総額人件費や人員構成の現状・将来予測等の分析に基づき、長期、中期及び短期の人員計画を立案している。 ■ 上位方針を踏まえ、経営情報システム部門の担当者等と連携しながら人事情報システムの計画を立案している。 ■ 会社紹介資料の作成、採用試験の準備と実施、ハローワークや広告会社等との折衝、採用内定者に対するフォローなど、採用に関する実務を的確に遂行している。
賃金管理	賃金・総額人件費管理及び賃金施策の立案・推進や退職給付諸制度の設計と運用を行う能力	スタッフ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 会社の賃金・退職金制度や労働・社会保険に関する事務手順、世間の賃金制度改革の動向など、賃金・社会保険実務の推進に必要な基本的事項を理解している。 ■ 税制や労働・社会保険法令等の基本を理解し、各種の賃金計算事務を正確に遂行している。
		シニア・スタッフ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 必要な情報を収集し、総額人件費の現状分析、他社との比較分析等を的確に行っている。 ■ 関係法令を踏まえ、賃金・退職金、企業年金など賃金管理に関する実務を遂行している。
人材開発	経営方針及び人事施策に連動した人材開発基本方針及び教育研修ニーズを踏まえ、各種人材開発カリキュラムの設計から実施及びフォローアップ、教育研修評価に関する立案と推進を行う能力	スタッフ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 会社の人材開発体系、人材開発計画、研修プログラムなど、人材開発実務の推進に必要な基本的事項を理解している。
		シニア・スタッフ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 上位方針を踏まえ、人材開発に関する基本方針・基本計画の具体化に向けた立案を行っている。 ■ OJT、Off-JT及び自己啓発に関する動向や、公的助成制度について定期的に情報収集し、自社に活用できるものは積極的に活用している。 ■ 社内の教育訓練ニーズや人事戦略との整合性を念頭に置きながら、短期（年度）及び中長期の人材開発計画を的確に起案している。 ■ 会社及び従業員のニーズを把握・分析し、OJT、Off-JT及び自己啓発に関する体系的な教育計画やプログラムを企画・立案している。

平成29年度 文部科学省 専修学校による地域産業中核的人材養成事業
美容サロンの競争力を高める美容HRM人材養成プログラムの開発と実証

事業報告書

【発行日】

平成30年2月

【発行者】

学校法人大美学園 大阪美容専門学校
〒540-0004 大阪府大阪市中央区玉造2-28-27
TEL 06-6761-6569 FAX 06-6761-3726