

数年後は…」「肌の調子がよくないですね。今は男性でもみなさん、しっかりケアされているのに」と、エステティシャンが最初のサロンと同様に、無理に契約を結ぼうとしてくるのです。お金を払ってサービスを受けているのに不快な思いをする、という業態が存在すること自体、私には不思議で仕方がないことでした。

さらに数週間をかけ、サロンまわりも50店を超えたところで次のステップに入りました。サロンの名簿に片っ端から電話をして、直接オーナーに会って悩みや課題を聞くことにしたのです。

これをしたことで、**8割以上のオーナーが抱える悩み**を知ることができました。

それはスタッフに関するものでした。どのようにスタッフを育ててよいかわからない、育つてもすぐ辞めてしまう、モチベーションの上げ方、コミュニケーションの取り方など、悩み多きオーナーの本音をたくさん聞くことができたのです。また、この頃にオーナーが顧客満足を軽視するサロンほど、エステティシャンも同じ考えに染まり、売上に走った無理な勧誘をしてしまう、ということも少しずつわかってきました。

その後、さらに6か月をかけて100サロンを体験した私は、当時のエステティック業界に対する分析を自分なりにまとめてみることにしました。

まず問題点は、「お客様の気持ちや都合よりも、自分たちの都合を優先して契約を結ぼうとするサロンのあり方」です。顧客満足を得るためには欠かせないエステティシャンの技術や知識をないがしろにして、とにかく契約さえ結べればそれでよし、売上をつくるためには手段を選ばない、という考え方は、結局は自分たちの首を絞める行為であり、本末転倒なことだと強く感じました。

一方、私が満足感を得たサロンには共通点がありました。

それは、「スタッフがいきいきと働いている」ことです。オーナーが働きやすい環境を整え、やりがいのある仕事を与え、働くことの意義を伝えること。だからこそ、スタッフは顧客満足度の高いサービスを提供でき、その結果、サロンの雰囲気もよくなる好循環に繋がるのだと思いました。

「**エステティックサロンは『人』で決まる**」

私がこう結論づけたことには、自分自身のキャリアの重ね方も大きく影響していると思います。私は入社後の1年間、まずは小売業の現場をまわらせてもらい、小売業が「立地