

プロとして自立するため 新人教育に力を入れる



日本橋店



新人たちの不安を解消し、 スキルアップのための基盤を整備

ヘアサロン大野グループは昭和9年に創業、現在、東京と大阪に11店舗を展開しています。男性客を中心に総合的な理容サービスを提供するトンソリアル(※)を標榜し、有名ホテルへの出店のほか、そのサービスは有名百貨店のカタログギフトに掲載されるなど、高級ヘアサロンとしてのブランドを確立しています。

若手の育成にも定評があり、平成26年度「東京都中小企業技能人材育成大賞」で「優秀賞」を受賞しています。

同グループでは就職希望者に対して、随時職場見学を受け付けており、実際の仕事場の空気を肌で感じてもらうようにしています。就職希望者には面接を行います。採用についてグループ代表の大野悦司さんは「最大のポイントは人間が好きかどうかです」と話します。

「私たちの仕事は、お客様に喜んでいただくことを第一に考えなければなりません。またお客様に直接触れる仕事であり、信頼をいただくことも必要です。そのためには、お客様がどのようなことを望んでいらっしゃるかを知る必要があります。人間が好きでなければこの仕事は務まらない」(大野代表。以下同)

4月から3カ月間を新卒・既卒を問わず新入社員研修期間とし、午前中は座学で経営理念や理容技術を学び、午後は店舗で先輩社員の指導を受けながら、実際の仕事に向き合います。

大野代表は「新人には体力、人間関係、仕事への適性の三つの不安がある」と指摘し、新人研修にはこの三つの不安解消に向けた工夫が随所に盛り込まれています。例えば先輩社員たちは新人をフルネームで呼び、また成功談ではなく失敗談を話すようにしています。「成功談は個人の自慢話になりかねず、新人たちからは敬遠されがち」だからです。

このように先輩社員には、新人たちの特性を考えて指導することが求められ、大野代表は「新人教育は同時に先に入社した社員たちへの教育でもある」と語ります。

また、新人たちは男女を問わず、100回の指立て伏せができるようになることが求められます。

「シャンプーするときにお客様に不快感を与えないように指腹を鍛えようと同時に、肘が下がらないように上半身を強化するのにも効果があります」

彼らは、自分が受けた研修内容や感想、今後の目標などについてメールで報告するようにしています。このメールは社員なら誰でも見ることで、ライバル意識の醸成にも役立っています。

同グループには理容のさまざまな分野で優れた技術の持ち主がおり、彼らが講師となつて後輩を指導する「道場」と呼ばれる多くの勉強会が開かれています。これらはすべて自主的に開催されるもので、新人研修を終えた社員たちはこのような「道場」に「入門」して腕を磨くことができます。

「新人教育は慌ててはいけません。」

一人ひとりが目標を明確にし、 プロを目指す

社員たちは、毎月・毎年・5年後の自身の目標を「技(技術力)・徳(接客力)・知(専門知識)」の三分野に分け、「目標意識表」に書き込みます。一人前になるためにはこの三分野がバランスよく上達する必要がある、たとえ一分野だけが優れていても、お客様の十分な満足は得られないという結果になってしまいます。

同グループでは入社して5年ぐらいいれどにテストが行われ、合格すると一人前のプロとして認められます。このテストではお客様をお迎えし、施術してお帰りのいただくまでの一連の流れを審査するほか、別室でお客様へのヒアリングが行われ、合格者には認定証が交付されます。

「私は社員に対し、早く認定証を取るようには言いません。大切なのは自分自身が意識し、努力することだからです。そうでなければ本当の力は身につきません」

また、職業訓練指導員の資格取得にも力を入れており、資格取得者には資格手当が支給されます。

「職業訓練指導員が増え、コーチングも大きく改善しています」

ほかにも入社10年目の社員を対象にロンドンで海外研修を実施しており、これを国際的にも通用する理容のプロとしての自覚を醸成する場と位置づけています。

(※) 整髪・洗髪・剃髪が3拍子揃っている卓越した理容師の称号。