

できるオーナーの発想法

ここでは、注目のオーナーの方々に登場していただき、そのオリジナリティある発想の仕方や情報収集法、勉強術などを紹介。明日を読むヒントがいっぱい詰まっています！

vol.2

TICK - TOCK
SAYURI

スタッフには自分で限界をつくってほしくないから 自分がまず指針となれるように、大きく飛んでみる

色々な活動も「日本の美容を伝えたい」という意識で一本化されている

よく「SAYURIさん、そんなに色々やって大変ですね」と言われることがあります。確かに、サロン経営、カットスクールの運営、ヘアメイクの仕事に、最近はアジアでの講習も増えてきました。でも自分の中で色々手を出しているな、という感覚はなく、「日本の美容ってレベルが高い。そのすごさを、まず日本の人たちに自覚してもらいたいし、世界の人たちにも知ってもらいたい」という意識で一本化されていて、それを実現するために日々行動しているという感じ。そして私のやりたいことに共感して助けてくれるスタッフがいる、みんなに支えられているから思い切って走れるんです。

私のやるべきことはまず指針を提示し、次にスタッフ一人ひとりが何が得意かを理

解して、長所が活きるポジションに配置すること。組織はオーケストラのようなものだから、データに基づいて緻密に計画を練るのが得意な人、コンセプトづくりが得意な人、人を巻き込むのが得意な人、細やかな気遣いが得意な人…、色々な人がいたほうが豊かな音色を奏でることができる。そのために長所を伸ばせる組織づくりを行い、かける言葉や導く方向でやる気の出るスイッチを押し上げてあげることが重視しています。

ビジネスセミナーで学んだことを 自分なりの考え方の中に取り入れる

今はこう思うようになりましたが、お店を始めた約25年前はもっと自由奔放で、周りに相談する人もいなかったから、方針が揺らぎっぱなしでした。人もたくさん辞めたし、オーナーの重責に耐えられず、突然一人で

NY修行に行ったり。それでも慕ってくれるスタッフがいて、「これじゃまずい！」とオーナー業に本腰を入れたのが35歳の頃でした。

その頃から、美容業界の「今あるやり方」より、外の世界から学びたいと考えていたので、ビジネスセミナーに出席して、自分なりの考え方を構築していきました。先ほどの「長所が活きるポジションに人を配置する」という発想も、そうした中で培ったもの。セミナーには難しい内容も多いですが、出続けると時代の流れや今後起こりうる問題などもいち早く学べます。

「日本の美容のすばらしさを世界に伝えたい」なんて言うと、「何言っているの？」という感じに聞こえますが、スタッフには自分で限界をつくってほしくないから、自分がまずみんなの指針になれるように大きく飛んでみる。それが私らしいオーナーのあり方かなと思っています。



外部のセミナーには積極的に参加して、マネジメントの方法や経済の流れなどを学ぶようになっている。自分の骨子となるような思考法を学びたくて、2つのファシリテーターの資格も取得。

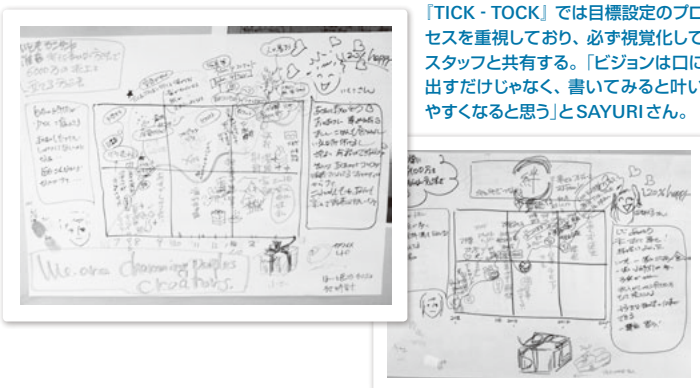


いつも手元にある本。特に松下幸之助の本は、うまくいかないことがあった時に、何が悪いのか、本と今の自分とを照らし合わせるように読むという。



SAYURI

TICK - TOCK
1985年に兵庫県に「TICK - TOCK」をオープン。現在は兵庫県内に3店舗を展開。独自で考案したカット技法「ステップボーンカット」を広めるため、カットスクールも運営。「ハーマンモデル」・「全脳思考モデル」のファシリテーターの資格も持ち、その独自性のあるスタンスがビジネス界からも注目されている。



「TICK - TOCK」では目標設定のプロセスを重視しており、必ず視覚化してスタッフと共有する。「ビジョンは口に出すだけでなく、書いてみると叶いやすくなると思う」とSAYURIさん。

SAYURIさんの著作。日本の美容師さんにもっと自信を持ってほしいという思いが込められているのだとか。

