



有吉幹枝

プロフィール
株式会社 Melissa/ 株式会社
MEROW 代表取締役
リフレミングセラピスト/心理士

1991年総合卸売業 結有吉 設立。1999年
エステティックサロン メリッサ設立。2011年
美容機器卸売会社・メンタルヘルス事業社
MEROW 設立。心理学系大学院卒。"メンタルヘルス
におけるエステティックの有用性"を研究。
延会員数6500名以上を持つエステティック
サロンを運営する傍ら、カウンセリング
をはじめメンタルヘルス事業にも従事。
エステティックとの融合を目的とした事業
展開を拡大中。



since 1999
esthé & wellness メリッサ
web: melissa.yamaguchi.jp

エステティックリフレミング塾

<7>

接客についてのリフレミング塾

エステティックサロンを営む
には、大変厳しい時代となりました。

どのサロンも創意工夫に悩み、いかに
現状を改革するかで頭がいっぱいの
日々を過ごしているらっしゃると思
います。いろいろな工夫を考へること
も重要ですが、足元を見つめ直す
ことも大切です。ご自身のサロン
は、果たして本当にお客様に誠心誠
意を尽くしているかどうか。"そ
んなことはあたりまえだ"と思っ
ていること自体を、過信だと疑って
みることも必要なのではないかと思
います。

そこで今回は、私個人の接客業に
関してのこだわりのようなものをお
伝えます。店によってコンセプト
は違いますが、皆さまのサロンに
は適さないかもしれませんが、もう
一度接客というものの原点に戻っ
て考える上で参考にして頂けたらと
思います。

お客様に関するスタッフの会話は、
いつでも敬語

スタッフ同士がお客様について会
話をするとき、バックヤードでも、
あるいはスタッフしかいない時間でも、
すべて敬語を使うというのが私
のこだわりです。たとえば、「○○
さんが来たら知らせて。」「今日キャ
ンセルした人、誰?」などという会
話はありえません。なぜなら、本
当にお客様に対してありがたいとい
う気持ちがあれば、口からは出にくい
言葉だからです。目の前で聞くよう
なことがあればすぐに指摘して、「い
らっしゃったら」「された方どなた
ですか?」などに言い換えてもらい
ます。

美容業界の情報誌や印刷物などの
記事の中でも、お客様の行動の動詞
表現に尊敬語が使われていない場合
があります。紙面の都合で省略され
ているケースもあるのでしょうか、
目にした時には砂を噛んだような気
持ち悪さがこみあげて来ます。
スタッフはともかく経営者がお客

様に対して敬語を使えていないなら
ば、それは大問題です。たかが敬語、
されどそれはお客様に対してどうい
う思いを持っているかの心の現れで
す。自分の店を育てて下さっている
ありがたい存在と考へているか、利
益をもちたただけのただの人だと
思っているのか。ありがたい存在だ
と考へているなら、「今日○○様が
来るのよね?」というようなセンテ
ンスの中の、来るという言葉が発し
た時に違和感を覚えるはずですよ。
「いらっしゃる」と言い換えるよ
うであれば、その方の経営は伸びて
いくと思えます。

また、スタッフ間でお客様のパ
ソナリティについて噂をしたり、お
聞きした話を面白おかしく話題にす
ることなども、あつてはならないこ
とです。特に経営者がお客様の悪口
を言うと、スタッフもそれでもいいと
勘違いしますので要注意です。

お客様と業者の方には、同じ対応を
店舗を経営していると、営業マン、

宅配便の配達員、近隣の方など様々
な方が来店されます。わがサロンで
は、そのような方々とお客様の区別
は基本的にはしません。簡単に言う
と、配達員の方でもお客様と同じよ
うにお迎えして、同じように丁寧
にお見送りをするということです。配
達員のご身内を、お客様として狙っ
ているわけではありません。荷物を
運んで来て下さる方も、情報を教え
て下さる営業マンも、すべてサロ
ンのブレインと思ひ対応します。

相手によって器用に態度を変える
人は、自分でも気がつかないうちに、
お客様も分別してしまいます。お客
様と、そうではないと思っているお客
様に対する態度の違いが表に出てし
まい、知らず知らずのうちにお客様
を不快にさせてしまっている場合も
あるということです。

お客様との距離感
つい先日、他サロンから移って来
られたお客様がおっしゃっていました。
「この良いところは、馴れ馴
れしく一線を越えて来ないところ。
前のお店は、スタッフがすぐに友達
みたいな接して来て嫌だった」と。
「お客様とフレンドリーに接する」
人間関係ができる」という考え方に
ついては慎重になった方がいかも
しれません。実は、お客様は心の中
で苦々しい思いをされていらっしや
るなどということも...

私のサロンでは、基本的にはお客
様と一定の心の間合いを保つように
しています。おしゃべりも、お客様
が望まれた時のみ会話をします。ノ
リの良いコミュニケーションを好ま
れる方とは盛り上がりすぎたりもしま
すが、原則としてお客様とのやや離れ
た距離感を大切にしています。濃密
な関係づくりも大切ですが、あまり

親しくない関係も時にはお客様に
とって心地よいのではないかと思
います。

このようなことを考へる一因とし
て、私自身の性格が関係しています。
私は人からはコミュニケーション能
力に長けているように思われがちで
すが、実はそうでもありません。飲
食店などでも常連という立場になっ
てしまうと、聞きわけの良いお客さ
んになろうとしてしまうのか、とて
も気を遣います。ですので、良い印
象を持たず、クレマーだと認識
されているようなお店の方が気が楽
です。わがままを平気で言えるくら
いでないと、リラクセスできません。
周りに気を遣わず素のまままで過ご
すことを好まれる方は、わがサロ
ンに入っただけでいいのではないかと思
います。

エステティックサロンに限ったこ
とではありませんが、お帰りの際に、
お客様の車が発車するまで頭を下げ
てお見送りをする店舗があります。
実はそういうお店も、私は苦手です。
ありがたい嬉しい反面、くすぐった
くてたまりません。居心地がわるい
ので、慌ただしくエンジンをかけて
急いで発車しようとするため、とて
も疲れます。車の多い通り沿いなど
の場合は、危うく事故を起こしてし
まいそうで、気が気ではありません。
従いまして、わがサロンではドア
の内側でのお見送りを丁寧にさせて
頂くことで勘弁して頂いています。

一度外に出てしまえば姿が見えなく
なるまでお見送りをしないと失礼な
ので、丁寧に欠けるのではないかと
悩みつつも、店内でのお見送りで
ご容赦頂いています。

次号につづく

Advertisement for KYACKRUS featuring '集客力3倍' (3x customer acquisition power) and showcasing mobile app, website, and email services. Includes contact information for World Associates.