

## テーマは“類似化社会における差別化戦略”

㈱フォーシーズン(本社:東京都渋谷区千駄ヶ谷、石橋清英社長)では、2015年6月8日(月)、港区元赤坂の明治記念館において、美容室向けのマネージメントセミナーを開催しました。

当社では、個別美容サロンの発展、美容業界活性化の一助としてサロンサポートシステム(オペレーションサポート:企業力を高めるために必要な企業経営分析、市場分析等のプログラム、プレゼンテーションサポート:お客様へのメニューの推奨、商品販売の成果を上げる高めるために必要な「価値伝達」プログラム、エデュケーションサポート:経営者、店長、技術者など、各ポジションに必要な「顧客の感動を創造する」マーケティングや技法のプログラム)を実践しており、その一環として同セミナーを開催。会場には30名を超える美容室経営者ほかが出席し、熱心に受講しました。

セミナーは、主催者を代表して当社の大木 薫 営業本部長のあいさつに続いて、スタートしました。各講演のテーマ、講演者、講演要旨は以下の通り。

### 講演1「モノづくりへのこだわりと今後の展開」(講演者: ㈱フォーシーズン代表取締役 石橋清英)

“こだわり”こそ、差別化の決め手です。誰でもが簡単に情報が手に入る現在、モノやサービスの価値は類似化し、選ばれるための競争は激化しています。将来を見据えた広い価値づくり、そして本当に価値のあるモノづくりこそ差別化であり、その原点がこだわりです。

当社では、約20年前の1996年頃から21世紀は「物事の変化のスピードは加速し、人々が受ける様々なストレスは高まるであろう」との予測から、“人にも自然(環境)にもやさしいエコロジーな技術と製品開発”に取り組んできました。そして2000年には、現在のヘッドスパ理論と技術を誕生させました。

また、ソーシャルプロダクツアワード2014を受賞した天然のフノリ(海藻)成分を利用した「エコシャンプー」の開発も、1996年には着手していました。すべて、将来の予測に基づいたこだわりがあったからこそ、誕生した技術であり製品です。

誰も取り組んでいないテーマの研究が、当社の差別化を生み出すこだわりの先見性であり、「10年、20年先の人々の生活や行動、人々を取り巻く社会環境の変化」を常に予測します。時には、非合理に映ることもあるでしょうが、客観的な価値の証明ができていないからこそ、情熱と信念を持って価値観を創造していきます。

当社では、美容室や美容室を利用されるお客様に支持させる差別化のモノづくりに、これからもこだわりを持って取り組んでいきます。

### 講演2「経営視点とマーケティング発想～称賛企業とおもてなし経営」(講演者: 学習院女子大学名誉教授 江口泰広先生)

企業間の競争を優位にするための9大戦略は、①認識力、②関係構築力、③適応力、④企業変革力、⑤サービス/システム力、⑥社会的施筋力、⑦ブランド力、⑧価値伝達力、⑨ビジネス再定義力であり、





これらが企業の競争力を高めます。

また、世界で最も称賛される企業(フォーチュン誌 2014 年)の 1 位は「アップル」、2 位は「グーグル」、3 位は「バークシャー・ハザウェイ」、4 位は「アマゾンドットコム」、5 位は「スターバックス」と、皆さんよくご存知の企業名だと思います。これからの企業は、①革新性、②経営の質、③製品・サービスの質、④人的管理、⑤社会的責任などなど、9 つの評価基準によって選ばれています。

現在、称賛される企業から尊敬される企業へと評価は発展し、企業は①優良企業→②超優良企業→③感動企業→④称賛される企業→⑤尊敬される企業へと発展していきます。

日本でも、経済産業省が「おもてなし経営企業選」として、「社員の意欲と能力を最大限に引き出し、地域社会とのかかわりを大切にしながら、顧客に対して高付加価値・差別化したサービスを提供する企業」として、平成 24 年度は 78 社が選ばれています。

美容室経営者の皆さんも、「おもてなし経営企業」を目指し、経営の質を高めていきましょう。

セミナー終了後は、日本ヘッドスパ協会とみたよしこ富田勲子会長のあいさつと乾杯で茶話会があり、参加者同士の情報交換、交流を深めあいました。

