REPORT

第34回 Beauty総研セミナー in 札幌 レポート♪

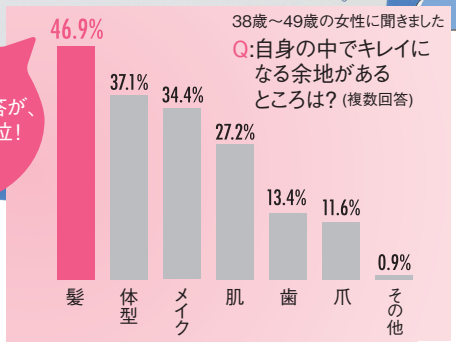
日時:2013年10月1日(火)　13:00～16:10

場所:京王プラザホテル札幌（JR札幌駅西改札口より徒歩5分）

動員数:94名

第1部では、総研が行ってきた調査データを織り交ぜながらお話させていただきました。カスタマに聞いた「自身の中でキレイになる余地があると思うのは?」という設問に対して、一番多かった回答は「髪」。(詳しくは、下記グラフ参照)ここでメモをとる方が多かったのが印象的でした。第2部では、スターバックスコーヒーの成長に大きく寄与された経歴をお持ちの岩田さんを講師としてお迎え。アンケートでも「明日から実践したい」という声が多く、参加していただいた方々の刺激になったようです。(ビューティ総研より)

「髪」という回答が、2人に1人で1位!



第1部 『美容サロン競争環境の変化』 ～時代は、サプライズからコンフォートへ～

金田 裕子
（株式会社リクルートライフスタイル ビューティ総研）

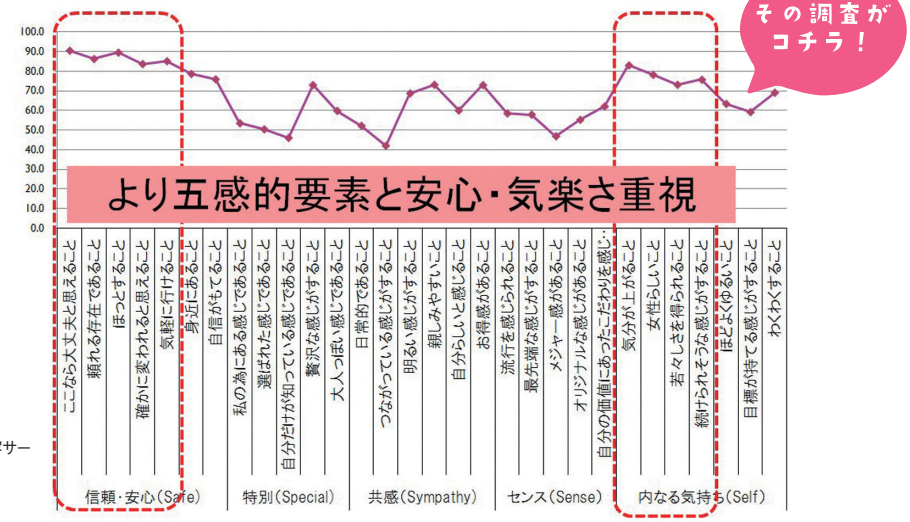
Profile

1998年リクルート入社。人材総合サービス事業部にて新卒・中途採用企画、学び開発事業部にてスクール生徒募集及び検定・講座の新規立ち上げ、イベント企画など経て2012年より現職。新40代大人女子価値意識、大手チェーンサロンにおける経営課題などを調査している。

顧客が求めるコンフォート。そのためにするべきことは?

ビューティ総研では、カスタマ向けに美容をテーマに調査・ヒアリングを行っています。そんな中から出てきたキーワードは「コンフォート＝快適」。消費者が求める価値意識が、「感動」から「快適」へと変化している兆しです。そんな環境の変化を背景に、美容サロンが取り組むべきことは何なのでしょうか。データや兆しをまじえながら、そのヒントをお話しさせていただきました。

その調査がコチラ!



▶「感性価値重視時代 美容サービスに求める価値」のグラフ

◎参加者の声

「客観的な考えが大切であるとあたらめて認識できました」

「他サロンの努力、顧客満足に対しての姿勢が刺激になりました」

第2部 『ミッション経営』 ～真のリーダー育成のために～

岩田 松雄氏
（リーダーシップコンサルティング代表、早稲田大学ビジネススクール講師、グロービス講師）

Profile

1982年に日産自動車入社。製造現場、セールスマンから財務に至るまで幅広く経験し、社内留学先のUCLAビジネススクールにて経営管理論を学ぶ。帰国後は、外資系コンサルティング会社、日本コカ・コーラ常務、(株)アトラス代表取締役を経て、(株)イオンフォレスト(THE BODY SHOP Japan)の代表取締役社長としての売上倍増、スターバックスコーヒージャパン(株)のCEOとして業績向上など、経営者として確固たる実績を上げてきた。

リーダーにとって何が必要か。私が大切にしてきたこと。

◀サンマーク出版より発売されている岩田さんの書籍(1470円)

「スターバックスコーヒー」、「ザ・ボディショップ」など大きく業績を伸ばした実績のある岩田さん。従業員がどんな環境で、どんな思いで働いているのか、実際にできるだけ現場を見てまわり、直接情報を取るように心がけていたそうです。そこから次の成長の道筋を描き、ビジョンを示しながらみんなを巻き込みカタチにしてゆく。その岩田流の方法論は、業種・業態を選びません。
岩田さん自身の実体験をもとに、リーダーにとって何が必要なのかをお話しいただきました。

◎参加者の声

「岩田さんの考えに共鳴しました。同時に、社会にとって必要とされる企業に育てていこうと、原点に戻って考えることが出来ました」

「名だたる経営トップの方からお話しを聴く機会がないので、どんな目で世の中を見ているのかなど知ることができました」

「目標は持っていたつもりでも、最近意識がうすかったように感じました。再度、自分自身のミッションを考え直して、社会貢献していきたい」

©2013 Recruit Lifestyle Co.,Ltd. All Rights Reserved.

http://r-bmr.net/

(株)リクルートライフスタイル
Beauty総研