

文部科学省委託事業

平成28年度
成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進事業

職域プロジェクトB

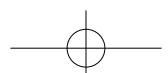
(特色ある教育推進のための教育カリキュラム等の開発・実証)

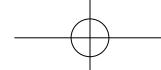
**サロン類型に応じた実践的接遇ができる
美容師人材育成のプログラム開発**

成果報告書

平成29年2月

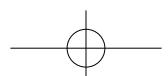
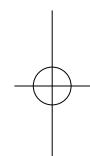
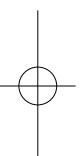
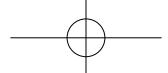
学校法人国際共立学園
国際理容美容専門学校

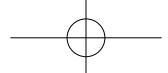




目次

| | |
|--------------------------|---------|
| 第1章 事業の概要 | - 4 - |
| 第1節 事業名 | - 4 - |
| 第2節 事業の概要 | - 4 - |
| 第3節 事業の実施期間 | - 4 - |
| 第4節 事業の推進体制 | - 5 - |
| 第2章 実施概要 | - 12 - |
| 第1節 実施経緯 | - 12 - |
| 第2節 実施体制図 | - 14 - |
| 第3節 会議議事録 | - 16 - |
| 第1項 実施委員会等 | - 16 - |
| 第2項 成果報告会 | - 45 - |
| 第3章 事業及び教育プログラムの内容 | - 53 - |
| 第1節 事業の目的と内容 | - 53 - |
| 第2節 サロン類型の把握 | - 57 - |
| 第1項 調査の概要 | - 57 - |
| 第2項 アンケート調査 | - 57 - |
| a-1 : アンケート調査の目的 | - 57 - |
| a-2 : アンケート調査の対象 | - 57 - |
| a-3 : アンケート調査内容 | - 57 - |
| a-4 : アンケート調査結果 | - 69 - |
| 第3項 ヒアリング調査 | - 76 - |
| b-1 : ヒアリング調査の目的 | - 76 - |
| b-2 : ヒアリング調査の対象 | - 76 - |
| b-3 : ヒアリング調査内容 | - 76 - |
| b-4 : ヒアリング調査結果 | - 76 - |
| 第3節 モデルカリキュラム開発 | - 81 - |
| 第1項 カリキュラム概要 | - 81 - |
| 第2項 開発教材の構成 | - 84 - |
| 第3項 開発教材の内容 | - 87 - |
| 第4章 実証講座 | - 98 - |
| 第5章 考察 | - 100 - |





第1章 事業の概要

第1節 事業名

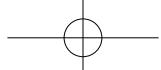
平成28年度「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進」事業
「サロン類型に応じた実践的接遇ができる美容師人材育成のプログラム開発」

第2節 事業の概要

- ・ 美容師の離職・退職を抑止し、継続的な就業と活躍を促すためには、就業先であるサロンとのミスマッチ防止が必要不可欠である。
- ・ 昨年度までの事業において、高等課程を卒業した新人美容師が任される仕事における接遇業務において、お客様のお出迎えからお見送りまでの流れを通じて学習させる教材を開発した。
- ・ 一方で、現実の美容サロン（美容師資格を取得した高等専修学校生が就職するサロン）は、顧客の年齢層、ファッショニ性の追求度合い、更には日常のためのヘアサロンとブライダルなどの行事に特化したサロンなど利用シーンといったような違いから、様々なサロン類型があり、それぞれの類型においては、お客様ご来店時の挨拶1つを取っても、手法が異なるのが実状である。
- ・ 本事業では、このようなサロン類型によって求められる美容接遇業務の違いに着目し、産業界の調査協力を得て、サロンの類型化（タイプ分け）を図ると共に、それぞれのタイプに応じた接遇業務の違いを、実務例を元に導き出し、教材開発に適用することで、実践的接遇が出来る美容師人材の育成を図る。
- ・ 教材開発においては、それぞれの接遇業務の考え方や原則、理論などに加えて、接遇業務の実践例における成功事例や失敗事例を豊富に盛り込むことで、高等専修学校生の学習力に配慮した教育効果の最大化を狙う。

第3節 事業の実施期間

平成28年7月19日～平成29年2月28日



第4節 事業の推進体制

本事業の推進体制は、「実施委員会」をおき、全体の活動を取りまとめすると共に、「調査・評価委員会」及び「モデルカリキュラム開発委員会」を設置し、活動する。

「実施委員会」では、両委員会の活動の整合性を見ながら、委員会の検討の方針性を示すと共に、美容企業等産業界との接続、及び高等教育機関等との活動の連携を図る。

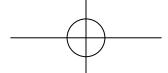
「調査・評価委員会」では、美容サロンの現状を調査し、類型化を行う。サロン類型についての仮説を作成し、アンケート、及びヒアリングを実施して、サロン類型の実態を検証し、教材開発に向けた実務のインプットを収集する。

「モデルカリキュラム開発委員会」では、美容分野における実践体験型教育のための教材を開発する。類型化されたサロン別の特徴を踏まえ、それぞれのタイプに応じた接遇の理解を深めるカリキュラムを開発する。開発したカリキュラムに沿った教材を作成する。

① 構成機関及び構成員

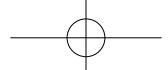
12の教育機関及び産業界の協力を得ている。

| 構成機関（学校・団体・機関等）の名称 | | 役割等 | 都道府県名 |
|--------------------|------------|------------------------|-------|
| 1 | 国際理容美容専門学校 | 総括・幹事校 モデルカリキュラム開発 | 東京都 |
| 2 | 大岡学園高等専修学校 | 実施・進捗管理 モデルカリキュラム開発 | 兵庫県 |
| 3 | 中国デザイン専門学校 | 実施・進捗管理 | 岡山県 |

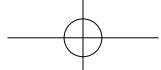


| | | | |
|----|--|-------------|-----|
| 4 | 大阪美容専門学校 | モデルカリキュラム開発 | 大阪府 |
| 5 | 大育高等専修学校 | モデルカリキュラム開発 | 沖縄県 |
| 6 | 寺嶋社会保険労務士事務所 | 実施・進捗管理 | 東京都 |
| 7 | 東京都美容生活衛生同業組合 | 調査・評価 | 東京都 |
| 8 | 美容室及び美容研究団体 (KOZO 美容室、ウェーブジヤパンネットワーク、太平洋美容家俱楽部) | 調査・評価 | 東京都 |
| 9 | 美容室及び美容研究団体(株式会社ヴィサージュクリエーション、日本ヘアデザイン協会) | 調査・評価 | 千葉県 |
| 10 | 美容室及び美容研究団体(有限会社トータル美研美容室カペリデアーテ、全日本婚礼美容家協会) | 調査・評価 | 千葉県 |
| 11 | 美容室(有限会社エレガンティ美容室プリマヴェーラ) | 調査・評価 | 東京都 |
| 12 | 全国高等専修学校協会 | 実施・進捗管理 | 東京都 |

| 構成員(18名) | |
|----------|---------------|
| 氏名 | 所属・職名 |
| 清水 信一 | 全国高等専修学校協会 会長 |



| | |
|--------|--|
| 関本 恵一 | 帝京大学 教育学部 教授 |
| 大岡 豊 | 学校法人大岡学園 大岡学園高等専修学校 理事長 |
| 平田 真一 | 学校法人第一平田学園 中国デザイン専門学校 理事長 |
| 谷本 佳隆 | 大阪美容専門学校 副校長 |
| 石川 正剛 | 大育高等専修学校 副校長 |
| 折戸 宏次 | 大岡学園高等専修学校 企画部長 |
| 寺嶋 卓 | 寺嶋保健労務士事務所 代表 特定社会保険労務士 |
| 鶴貝 トモコ | 東京都美容生活衛生同業組合 副理事長 東京都美容健康保険組合 副理事長 |
| 大沼 孝三 | 株式会社 KOZO 美容室 代表取締役社長 ウェーブジャパンネットワーク 理事長 太平洋美容家俱楽部 理事長 |
| 白坂 春光 | 株式会社ヴィサージュクリエーション 代表取締 役社長 日本ヘアデザイン協会 副理事長 |
| 菅原 みどり | 有限会社トータル美研美容室カペリデアーテ代 表取締役 全日本婚礼美容家協会地区委員 |
| 石川 真樹 | 有限会社エレガンテ美容室プリマヴェーラ 事 業統括 |



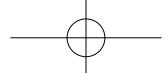
| | |
|--------|--------------------------------|
| 和田 美義 | 学校法人国際共立学園 国際理容美容専門学校 理事長 |
| 若松 伸佳 | 学校法人国際共立学園 国際理容美容専門学校 法人本部長 |
| 渡辺 真由美 | 国際理容美容専門学校 教頭 |
| 工藤 佑輝 | 国際理容美容専門学校 法人副本部長 |
| 佐谷 肇 | 国際理容美容専門学校 副校長 |

② 実施委員会

実施委員会は、7名で構成され、以下の役割を果たす。

- ・ 調査・評価委員会の検討の推進、確認
- ・ モデルカリキュラム開発委員会の検討の推進、確認
- ・ 調査・評価委員会、モデルカリキュラム開発委員会の両委員会の整合性の調整

| 実施委員会の構成（7名） | |
|--------------|------------------------------|
| 氏名 | 所属・職名 |
| 和田 美義 | 学校法人国際共立学園 国際理容美容専門学校 理事長 |
| 清水 信一 | 全国高等専修学校協会 会長 |
| 関本 恵一 | 帝京大学 教育学部 教授 |



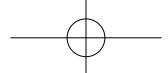
| | |
|-------|--------------------------------|
| 大岡 豊 | 学校法人大岡学園 大岡学園高等専修学校 理事長 |
| 平田 真一 | 学校法人第一平田学園 中国デザイン専門学校 理事長 |
| 寺嶋 卓 | 寺嶋保険労務士事務所 代表 特定社会保険労務士 |
| 若松 伸佳 | 学校法人国際共立学園 国際理容美容専門学校 法人本部長 |

③ 調査・評価委員会

調査・評価委員会は、7名で構成され、以下の役割を果たす。

- ・ サロンの類型仮説の作成
- ・ アンケート作成・調査
- ・ ヒアリング調査

| 調査・評価委員会の構成（6名） | |
|-----------------|--|
| 氏名 | 所属・職名 |
| 佐谷 肇 | 国際理容美容専門学校 副校長 |
| 鶴貝 トモコ | 東京都美容生活衛生同業組合 副理事長 東京都美容健康保険組合 副理事長 |
| 大沼 孝三 | 株式会社 KOZO 美容室 代表取締役社長 ウェーブジャパンネットワーク 理事長 太平洋美容家俱楽部 理事長 |



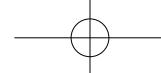
| | |
|--------|--|
| 白坂 春光 | 株式会社ヴィサージュクリエーション 代表取締 役社長 日本ヘアデザイン協会 副理事長 |
| 菅原 みどり | 有限会社トータル美研美容室カペリデアーテ代 表取締役 全日本婚礼美容家協会地区委員 |
| 石川 真樹 | 有限会社エレガンテ美容室プリマヴェーラ 事 業統括 |

④ モデルカリキュラム開発委員会

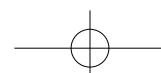
モデルカリキュラム開発委員会は、7名で構成され、以下の役割を果たす。

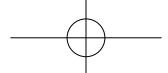
- ・ 実践的人材育成に向けたモデルカリキュラムの設計開発
- ・ 教材及び副教材（教師用指導書）の開発

| モデルカリキュラム開発委員会の構成（7名） | |
|-----------------------|-----------------|
| 氏名 | 所属・職名 |
| 渡辺 真由美 | 国際理容美容専門学校 教頭 |
| 谷本 佳隆 | 大阪美容専門学校 副校長 |
| 石川 正剛 | 大育高等専修学校 副校長 |
| 折戸 宏次 | 大岡学園高等専修学校 企画部長 |



| | |
|--------|--|
| 菅原 みどり | 有限会社トータル美研美容室カペリデアーテ 代表取締役 ・全日本婚礼美容家協会地区委員 |
| 石川 真樹 | 有限会社エレガンテ美容室プリマヴェーラ 事業統括 |
| 工藤 佑輝 | 国際理容美容専門学校 法人副本部長 |

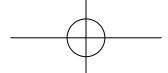




第2章 実施概要

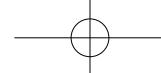
第1節 実施経緯

- ・ 本事業では、平成28年7月19日～平成29年2月までに「実施委員会（4回）」、「調査・評価委員会（7回）」、「モデルカリキュラム開発委員会（7回）」を開催し、事業活動を推進した。
- ・ 平成27年度事業において、高等専修学校卒業生の就労定着化を目的に、新人美容師が任される仕事の中でも“接遇業務”を対象として、モデルカリキュラムを開発し、インターンシップ（実習）の前後に提供するプログラムとすることで、職場に円滑に参画することを促進し、かつインターンシップの学習効果を最大化することを目指した。
- ・ インターンシップ先からの評価も得られ、効果を奏したもの、実際に高等課程の卒業生が就職することになる美容サロンの実態としては、様々なサロン独自のコンセプトを設定して、サービス設計されており、それは価格や美容技術のみならず、接遇業務においても顕著に表れる。
- ・ 具体的には、常々ファッション誌に目を通し、トレンドに敏感な20代のお客様と、ホテルや百貨店の中にある価格設定の高いサロンにいらっしゃるお客様、郊外の住宅地で主にお子様をお持ちのお母さんや中高年の奥様がいらっしゃるおサロンでは、「いらっしゃいませ」の挨拶であっても、大きな声ではっきりと言うのが適切な場合と、一步引きながら他のお客様に配慮してご挨拶をすればよい場合など、大きく“サロンに適した接遇業務”が異なる。
- ・ 本事業では、昨年度事業成果を更に一步前に進め、前述のようなサロンの違い（類型）に応じた実践的な接遇業務について研究し、教材開発を行う



ことで、インターンシップ先、あるいは就職先として検討しているサロンでは、どのような仕事があるか、どのように動けばよいのかといったキャリアイメージを具体化させ、産業界の要請に応えると共に、高等課程の卒業生が学んだことを実務で活かし、円滑に職場に参画することを促進することを目的としている。

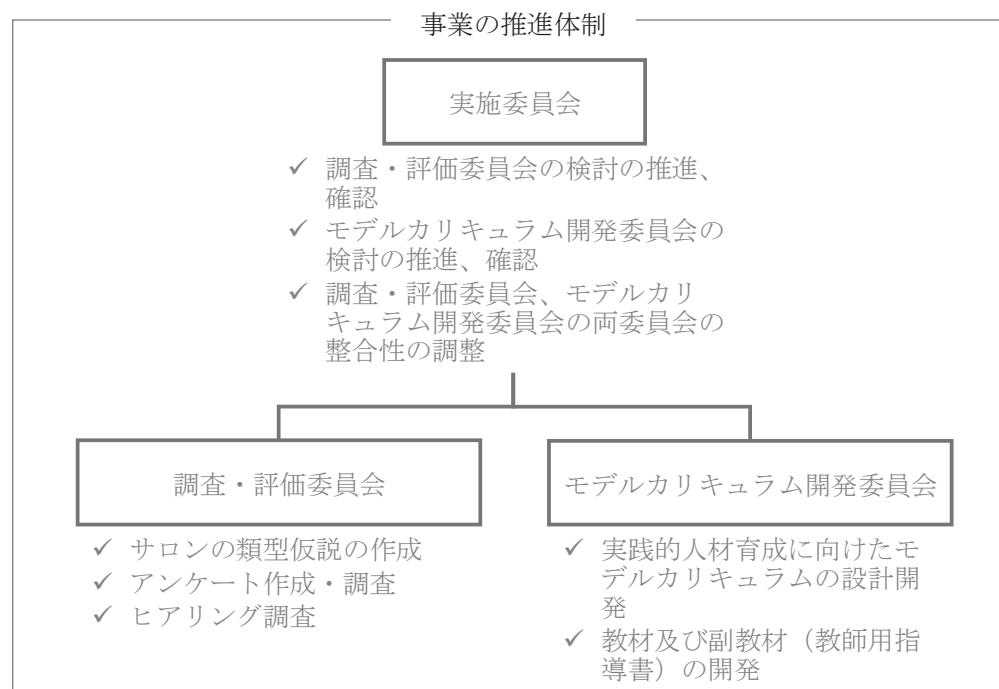
- ・ 調査・評価委員会が主体となって、サロンの類型化に向けた仮説設計をすると共に、類型を判定するための具体的な基準の妥当性について、サロンへのアンケート調査を通じて、検証を行った。
- ・ また、アンケート回答サロンの一部に協力を得て、ヒアリングを実施し、各類型のサロンにおいて、新人美容師に任せる仕事内容（多くがお客様のお出迎えから、お荷物のお預かり、雑誌出し・お茶出し、お見送りとった接遇業務）を確認すると共に、類型毎の具体的な違いを明らかにし、成功例・失敗例などを調査して、教材開発のコンテンツとして収集した。
- ・ モデルカリキュラム開発委員会が主体となって、サロンに類型が存在することの解説から、類型別のお客様の違い、お客様がサロンに期待するとの違いを整理し、高等課程を卒業した新人美容師が担うことになる接遇業務においても、典型的なサロンの類型によって、どのように所作が異なるかを理解させるための教材を開発した。
- ・ 平成29年2月17日に成果報告会にて、事業の成果を関係者に発表すると共に、成果報告書、生徒用テキスト、教師用指導書を作成し、関係機関等へ配布し、研究開発内容の普及に努めた。
- ・ また合わせて、事業で作成した教材一式については、広く高等専修学校の美容領域における人材育成に資することを目的として、広報用のWEB



サイトを構築し、前年度からの事業活動の経緯や成果物を含め、社会に公開した。

第2節 実施体制図

- 実施委員会の元、調査・評価委員会、モデルカリキュラム開発委員会を配置し、事業を実施した。



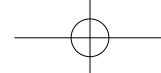
- 本事業における各委員会の活動は、以下の通りである。

実施委員会

- 平成28年 8月31日（水） 第1回実施委員会
- 平成28年10月21日（金） 第2回実施委員会
- 平成29年 1月31日（火） 第3回実施委員会
- 平成29年 2月17日（金） 第4回実施委員会

調査・評価委員会

- 平成28年 8月31日（金） 第1回 調査・評価委員会



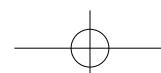
-
- ・ 平成28年10月21日（金） 第2回 調査・評価委員会
 - ・ 平成28年10月25日（火） 第3回 調査・評価委員会
 - ・ 平成28年12月22日（木） 第4回 調査・評価委員会
 - ・ 平成29年 1月17日（火） 第5回 調査・評価委員会
 - ・ 平成29年 1月31日（火） 第6回 調査・評価委員会
 - ・ 平成29年 2月17日（金） 第7回 調査・評価委員会

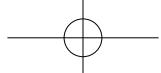
モデルカリキュラム開発委員会

- ・ 平成28年 8月31日（水） 第1回 モデルカリキュラム開発委員会
- ・ 平成28年10月21日（金） 第2回 モデルカリキュラム開発委員会
- ・ 平成28年10月25日（火） 第3回 モデルカリキュラム開発委員会
- ・ 平成28年12月22日（木） 第4回 モデルカリキュラム開発委員会
- ・ 平成29年 1月17日（火） 第5回 モデルカリキュラム開発委員会
- ・ 平成29年 1月31日（火） 第6回 モデルカリキュラム開発委員会
- ・ 平成29年 2月17日（金） 第7回 モデルカリキュラム開発委員会

成果報告会

- ・ 平成29年 2月17日（金） 成果報告会

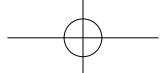




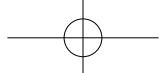
第3節 会議議事録

第1項 実施委員会等

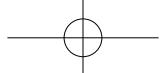
| | |
|------|---|
| 会議名 | 実施委員会、モデルカリキュラム開発委員会、調査・評価委員会 (第1回合同委員会) |
| 開催日時 | 平成28年8月31日(水) 15:30~17:30(2.0h) |
| 場所 | 国際理容美容専門学校 会議室(東京都荒川区) |
| 出席者 | ①委員 清水信一、大岡豊、平田眞一、谷本佳隆、石川正剛、寺嶋卓、 鶴貝トモコ、白坂春光、大沼孝三、菅原みどり、石川真樹、若松伸佳、佐谷肇、工藤佑輝、渡辺真由美(計15名) ②オブザーバー なし ③事務局 ・五十嵐久乃(計1名) (参加者合計16名) |
| 議題等 | 司会:工藤委員 ▶ 国際理容美容専門学校 副校長 佐谷肇より挨拶 ▶ 事業概要の説明と、委員のみな様へご協力のお願い ▶ 全国高等専修学校協会 会長 清水信一先生より挨拶 ▶ 昨年度の委託事業の成果物について ▶ 高等専修学校の価値と有り方について ▶ 委員紹介:各委員より自己紹介 若松委員より、事業全体の概要と目的等の説明。 ① 今年度事業内容とその背景について |



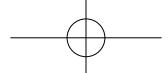
| | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">② 取り組み内容について③ カリキュラム、テキストの開発について④ 各委員の役割について  |
| | <p>渡辺委員より、カリキュラム開発についての説明。</p> <ul style="list-style-type: none">① 卒業生アンケートの実施について② 接遇成功例・失敗例の事例集の作成について③ 実証講座の実施について <p>佐谷委員より、調査・評価方法についての説明。</p> <ul style="list-style-type: none">① サロンタイプの調査方法について（アンケート及びヒアリング）② サロンタイプ分類の判断基準について <p>質疑応答</p> <p>Q. サロンタイプ分類の判断基準はどのように行うか。</p> <p>A. 立地、価格帯、提供技術の内容、顧客年齢層等のカテゴライズやコンセプト、等々あがっているが、今後行うサロンアンケー</p> |



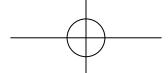
| | |
|--|---|
| | <p>トと複数サロンへのヒアリング、あとはより多くのサロンの情報を分析するため、本校に届いている求人票を利用し、サロンの立地や営業内容などの情報を集計して、サロンタイプの分類をどのようにするのかを検討いたします。</p> <p>Q. サロン側の考える自身の店舗のカテゴライズ（類型）と、お客様の感じるカテゴライズ（類型）に差が生じるかも知れない。現代はカスタマー至上主義の時代で、お客様のサロンの使い分けが軸になっていると思うが、分類はどちらに軸をおくのか。</p> <p>A. 今回は、お客様に対する接遇の違いに焦点を当てることが重要であるため、サロン側への調査を中心にカテゴライズ（類型化）を行います。</p> |
| |  <p>Q. 類型の仮説作成の参考に、ホットペッパー等のサロンのお客様向け分類を参考にしてみてはどうか？</p> <p>A. 検討いたします。</p> <p>Q. スタッフの接客の声の大きい小さい、元気、上品等、雰囲気とい</p> |



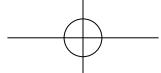
| | |
|--|--|
| | <p>う部分で曖昧に分類されているように思うが、これはどのように判断するのか。</p> <p>A. 接客のサービス内容や挨拶の仕方などについてもアンケートに加えられるよう検討いたします。</p> <p>Q. 子供連れで行けるといったカテゴライズも加えてみてはどうか。</p> <p>A. 検討いたします。</p> <p>Q. 男性のお客様が多いかどうかでも、サロンの雰囲気に違いが出るのではないか。</p> <p>A. 検討いたします。</p> <p>Q. 研修制度やコンクールについて、積極的なサロンという分類もあるのではないか。</p> <p>A. 検討いたします。</p> <p>Q. 出張サロンというのは多いのか。</p> <p>A. 数は少ないですが、介護の分野で少しづつ浸透して来ています。これから需要は増えていくと考えられるため、アンケートの内容として検討いたします。</p> <p>Q. ブライダルを行うサロンの接遇は、特殊になるのか。</p> <p>A. スタッフの髪色や服装にも気を使っているようです。心遣いや言葉遣い（忌み言葉を使わないことなど）も重要視されます。</p> <p>Q. 文章を記述するアンケートは回収率が上がらないと考えるが、</p> |
|--|--|



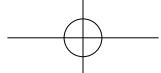
| | |
|--|---|
| | <p>どのようなものを考えているか。</p> <p>A. なるべく負担のかからない〇×式や、選択できる様式で検討いたします。</p> <p>Q. サロンへのアンケートの回収率を上げるため、美容業界で委員になってくださっている先生方にもご協力いただき、お名前を入れさせていただいってはどうか。</p> <p>A. ぜひご協力をいただきたく、よろしくお願ひいたします。</p> <p>Q. 卒業生のアンケートでも、何故就職先に今のサロンを選んだのか、実際就職したお店のコンセプトはどうかを聞いてみてはどうか。</p> <p>A. 検討いたします。</p> <p>若松委員よりまとめと閉会挨拶 様々なご意見を伺え、とても参考になった。より実践的な接遇を行うため、多くの事例を集め、サロンの分類と求められる接遇の傾向を探り出していきたい。生徒の就労支援につながる成果物が出来上がるようご協力をお願いいたします。</p> <p>事務局より連絡事項 次回は 10 月下旬～11 月上旬で日程調整を行います。場所は大阪を予定します。</p> |
|--|---|



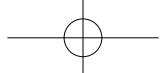
| | |
|------|---|
| 会議名 | 実施委員会、モデルカリキュラム開発委員会、調査・評価委員会 (第2回合同委員会) |
| 開催日時 | 平成28年10月21日(金) 15:30~17:30(2.0h) |
| 場所 | ネットカンファレンス大阪 会議室 (日通システム株) |
| 出席者 | <p>①委員</p> <p>大岡豊、谷本佳隆、折戸宏次、寺嶋卓、鶴貝トモコ、石川真樹、和田美義、若松伸佳、佐谷肇、工藤佑輝、渡辺真由美(計11名)</p> <p>②オブザーバー</p> <p>なし</p> <p>③ 事務局</p> <p>五十嵐久乃(計1名)</p> <p>(参加者合計12名)</p> |
| 議題等 | <p>司会:若松委員</p> <ul style="list-style-type: none">・ 国際理容美容専門学校 校長 和田美義より挨拶・ 委員のみな様へ協力への御礼・ 折戸委員の紹介と挨拶 <p>若松委員より、事業の概要の説明と第1回合同委員会終了から、本日までの事業の動きについての説明。</p> <p>① 主旨は特徴あるカリキュラムの開発であること</p> <p>サロンを提供技術や客層、料金体系などからカテゴライズし、特化した接遇カリキュラムを開発することが目的。</p> |



| | |
|--|---|
| |  |
| | <p>② サロンアンケートについて</p> <p>前回の委員会で委員の皆様の意見を基に、サロンアンケートを作成したが、文部科学省の担当官より、アンケート内容、及び実施について改めて検討することとなった。</p> <p>今年は仮説を立てたサロンタイプについて調査を行い、仮説以外のサロンタイプがあったときは、次年度の調査対象にしてはどうかというご意見をいただいた。</p> <p>また調査方法は、サロン類型調査票やアンケートではなく、卒業生が就職しているサロンに限定してヒアリングを行うほうが効果的だとのご意見もいただいた。調査範囲についても日本全国の調査をするよりも、学校の周囲を中心に行うことが有効である、というご意見もいただいた。</p> <p>これらの調査方法について再検討し、もう一度、文部科学省へ説明に伺う予定である。</p> <p>佐谷委員より、調査・評価方法について説明。</p> <p>先ほど若松委員より、実施の検討をとの報告があったが、</p> |



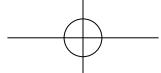
| | |
|--|--|
| | <p>調査・評価委員会では、より多くの実践的な接遇事例を掘り起こそうという主旨で、委員の鶴貝先生にお力添えをいただき、東京都美容生活衛生同業組合へもサロンアンケートのご協力をいただけるように進めていた。この協力により、回収率についても大幅な上昇が期待できる。</p>  <p>渡辺委員より、カリキュラム開発について説明。</p> <p>サロンと卒業生へ実態調査を行い、それらに基づいたサロン類型別の接遇教育について、事例型実践接遇教育プログラムを開発する計画であった。</p> <p>文部科学省の担当官の方より、サロンタイプを仮説立てして進めたらどうかというご意見をいただいたので、今回、特化しているという部分で理解しやすい、ブライダルと福祉美容のどちらかについて、カリキュラムの開発をしてはどうかと検討している。</p> <p>質問の仕方ひとつ、謝罪の言葉ひとつにしてもサロンにより異なる。専門学校を卒業して就職する学生よりも、高等専修学校を卒業して就職する生徒は年齢も若く社会経験も不足しており、顧客応対に対し少しの注意を受けただけで、就労意欲が著しく低下し、そのまま離職してしまうことさえある。一般的な接遇以外の、さまざまな接遇があるという事例</p> |
|--|--|



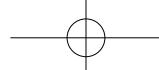
| | |
|--|---|
| | <p>を学んでおくだけで、就職先で壁にぶつかった時に乗り越えられる材料になるとを考えている。</p> <p>質疑応答</p> <p>Q. 高等専修学校を卒業する生徒達に対し、業界側から求められているものは高い美容技術ではなく、基本的な人間性やマナー、心遣いであると考えている。学校へは、それらを育成する教育を求めている。人間性や心遣いというものの違いを如何に教育という形にするか、類型別のカリキュラムを作ることも必要なのではないか。高等専修学校の発展のために、代表校として行っているものなので、他の理美容の高等専修学校でも使えるようなものにしなければならない。したがって調査も東京だけではなく、広域で調査を行う必要があるではないか。</p> <p>A. 文部科学省の担当官の方へ理解いただけるよう、説明を行ってまいります。</p> |
|--|---|



Q. アンケートの回収率を上げるため、このアンケートが教育にどう役立つか、何故必要なのかを載せたほうがいいので

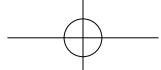


| | |
|--|--|
| | <p>はないか。</p> <p>A. 主旨を説明する前文を作成いたします。</p> <p>Q. 特徴ある美容室サロンが行っている具体的な接遇法を例に取り、カリキュラム開発の参考にしてはどうだろうか。</p> <p>A. 検討いたします。</p> <p>Q. どの質問が、事業目的のどの内容に被ってくるのか、また一つ一つの質問が接遇にどう結びついていくのかを、丁寧に解説してはどうか。</p> <p>A. 資料を作成します。</p> <p>Q. 東京都美容生活衛生同業組合でも、現在多様な営業形態のサロンがあることを把握している。それぞれのサロンにより求められる接遇法が異なるので、より多くのサロンにアンケートをとっていただき、教育カリキュラムに役立て欲しいと考えている。この事業でカリキュラムが出来上がり、全国の理美容学校での教育が進めば、生徒の就業後の定着率も上がるのではないかと考えている。東京都美容生活衛生同業組合でも回収率が上がるよう協力を行う計画である。</p> <p>A. ありがとうございます。</p> <p>Q. 大阪美容専門学校でも、今回の事業で開発するカリキュラムを活用させてもらいたいと考えている。接遇には地域性もあるため大阪でも調査を行っていただきたいと思っている。出来る限り協力するので、広域で調査活動が行えるよう</p> |
|--|--|

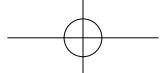


| | |
|--|---|
| | <p>文部科学省と交渉をすすめていただきたい。</p> <p>A. ご意見を文部科学省へ伝え、調査が行えるように説明を行つてまいります。</p> <p>大岡委員よりまとめ</p> <p>高等専修学校を卒業した生徒達が、卒業後の就労で継続して働いていけるように、また分野で活躍できるような人材になれるよう、高等専修学校で教育を行っていくことが大きな使命であり、そのためにも、実践的な接遇カリキュラムを作り上げることが必要不可欠ではないだろうか。</p> <p>和田委員長より閉めの挨拶</p> <p>参加者への謝辞。いただきましたご意見を基に、文部科学省へ事業の執行を認めていただけるよう諮っていく。</p> <p>事務局より連絡事項</p> <p>次回は来年1月中旬から下旬で日程調整を行います。場所は国際理容美容専門学校を予定。</p> |
|--|---|

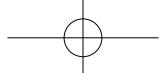
| | |
|------|--|
| 会議名 | 調査・評価委員会 開発委員会 |
| 開催日時 | 平成28年10月25日（火） 9：30～12：00（2.5h） |
| 場所 | 国際理容美容専門学校 会議室（東京都荒川区） |
| 出席者 | ①委員 佐谷肇、工藤佑輝、渡辺真由美、若松伸佳（計4名） ②オブザーバー |



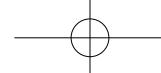
| | |
|-----|---|
| | <p>なし</p> <p>③事務局</p> <ul style="list-style-type: none">・五十嵐久乃（計1名） <p>(参加者合計5名)</p> |
| 議題等 | <p>進行：若松委員</p> <p>文部科学省担当官葛城係長よりご指導頂いている件に関し、10月21日（金）に開催された合同委員会の意見を踏まえ、調査の内容や実施メソッドを具体的に検討・計画したい。</p> <p>【参考 文部科学省担当官葛城係長指導内容】</p> <ul style="list-style-type: none">・アンケート記入様式の作成・結果集計作業についての役割分担の明確化。・アウトソースする場合の仕様書のあり方の注意。・アンケート設問の内容について、再考の必要あり。・アンケートの通信費については、当該委託事業の通信費から充当させることを明記すること。・アンケートよりもヒアリングを増やしたほうが、実態が調査できるのではないか。・アンケートが戻ってきたサロンについて、再アンケートするなど深堀していくたほうが、より良いのではないか。・今年は、仮説立てて抽出したいくつかのサロンタイプについて優先して調査を行う。仮説以外のサロンタイプがあったときは、次年度の調査対象にしてはどうか。 <p>若松より</p> <p>目的について</p> <p>主目的は、特徴あるカリキュラムの開発である。</p> <p>当事業は、サロンを提供技術や客層、料金体系などからセグメンテーションを行い、特化した接遇カリキュラムを開発することを目的としている。</p> <p>そのカリキュラム開発とその検証のための指標の材料として、アンケートやヒアリングなど現状の実態調査を進めていきたい。これにより、サロンタイプの類型化のためのひとつの基準軸策定につながると考えている。</p> <p>現在世の中にある既存の顧客セグメンテーションの切り分けでは、高等専修学校としての美容師の中核人材育成教育には過不足がある。</p> |



| | |
|--|--|
| | <p>というのは、ここ数年、差別化された特色のあるサロン・店舗への就職希望者が多くなってきている反面、それらのサロンへ就業した際に必要とされるサービス接遇スキルに関しての教育は現在のところ充実しているとは言い難い。広く浅く標準的な基本接遇教育のみを展開するに留まっている。</p> <p>接遇教育に対し、具体的な事例を多角的に掘り下げていくなどの研究機会を得ることは、単独校としては限界があり、また偏りも出やすい。具体事例やサロンの現状を知るためには、客観性を担保するためのある程度の母数が必要ではないかと考えている。</p> <p>サロンアンケートについて</p> <p>今年は仮説を立てたサロンタイプについて調査を行い、仮説以外のサロンタイプがあったときは、次年度の調査対象にしてはどうかというご意見をいただいた。調査方法は、サロン類型調査票やアンケートではなく、卒業生が就職しているサロンに限定してヒアリングを行うほうが効果的だとのご意見もいただいた。また、調査範囲についても日本全国の調査をするよりも、学校の周囲を中心に行なうことが有効である、というご意見もいただいた。これらの調査方法について再検討し、もう一度、文部科学省へ説明に伺う予定である。</p> <p>佐谷委員より</p> <p>調査・評価方法について</p> <p>先ほど若松委員より、実施の検討をとの報告があったが、調査・評価委員会では、より多くの実践的な接遇事例を掘り起こそうという主旨で、委員の鶴貝先生にお力添えをいただき、東京都美容生活衛生同業組合へもサロンアンケートのご協力をいただけるように進めていた。この協力により、回収率についても大幅な上昇が期待できる。</p> <p>渡辺委員より</p> <p>カリキュラム開発について</p> <p>サロンと卒業生へ実態調査を行い、それらに基づいたサロン類型別の接遇教育について、事例型実践接遇教育プログラムを開発する計画であった。</p> |
|--|--|



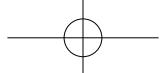
| | |
|--|--|
| | <p>文部科学省の担当官の方より、サロンタイプを仮説立てて進めたらどうかというご意見をいただいたので、今回、特化しているという部分で理解しやすい、ブライダルと福祉美容のどちらかについて、カリキュラムの開発をしてはどうかと検討している。</p> <p>この開発の着手の是非についても文部科学省担当官にご確認願いたい。</p> <p>現在、顧客のニーズは多様化しており、サロンも激しい競争の中、差別化を進め生き残りを図っている。カリキュラム内容に関しては、接客スキル・接遇法と大きくひとくくりになってはいるが、質問の仕方ひとつ、謝罪の言葉ひとつにしても、サロンごとに大きな差異がある。</p> <p>また、高等専修学校生の特性のひとつとして、専門学校を卒業して就職する学生よりも、高等専修学校を卒業して就職する生徒は年齢も若く社会経験も不足しており、接遇・接客スキルの不足感は否めない。就職するサロン側に実践的な接客教育を全て任せてしまうことにも問題がある。例えば、OJTとしてスタッフから顧客応対に対して少しの注意を受けただけで、就労意欲が著しく低下し、そのまま離職してしまうことさえある。</p> <p>一般的・基礎的な接遇以外の、さまざまな接遇があるという具体的な事例を学んでおくだけで、就職先で壁にぶつかった時に乗り越えられる材料になるとを考えている。</p> <p>佐谷委員</p> <p>高等専修学校の発展のために、代表校として行っているものなので、他の理美容の高等専修学校でも使えるようなものにしなければならない。したがって調査も東京だけではなく、広域で調査を行う必要があるではないか。</p> <p>工藤委員</p> <p>アンケート内容についてはいかがなっているか。</p> <p>若松</p> <p>アンケートの内容について アンケートの設問に関し内容を精査する必要がある。加えて、この事業についての詳細解説を前文として添付し、回答者に</p> |
|--|--|



| | |
|--|---|
| | <p>実施目的を理解してもらうなど工夫する予定である。その後、文部科学省担当官から指導を仰ぎ、事業計画に沿って進めていきたいと考えている。</p> <p>アンケートの内容について、具体的な再整理を行う。これは各委員長にご協力頂きたい。</p> <p>教材開発に関しては、文部科学省担当官に確認する。</p> <p>佐谷委員長、渡辺委員長 了解</p> |
|--|---|

以上

| | |
|------|---|
| 会議名 | 調査・評価委員会 開発委員会 |
| 開催日時 | 平成28年12月22日（木） 16：00～18：00（2h） |
| 場所 | 国際理容美容専門学校 会議室（東京都荒川区） |
| 出席者 | ①委員 佐谷肇、工藤佑輝、渡辺真由美、若松伸佳（計4名） ②オブザーバー なし ③事務局 なし (参加者合計4名) |

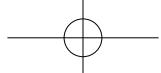


| | |
|-----|---|
| 議題等 | 進行:若松 文部科学省専門官牧野氏との打ち合わせ(平成26年12月22日(木)実施)に基づいて、今後の事業遂行計画の具体的な内容・スケジュールについて実施計画の検討を行った。また、回答として平成29年1月10日に返答した。 【参考 文部科学省専門官牧野氏指導内容と返答項目】 ○調査対象とするサロンの類型別事前整理と対象数の精査を行い、十分に効果的なアンケートとして欲しい ○アンケートの回収率の向上についての工夫をすること →調査対象について 本校の後援会店約160店舗を中心に行う →回収については、無駄のないように工夫する。回収率向上については期日になった際には、回収を促す電話をかける予定である。 →回収用の封筒を同封するが、これは昨年同様、着払い封筒を使用する。 ○調査対象についての補足事項 →国際理容美容専門学校の後援会を中心に行う (国際理容美容専門学校) 後援会とは、本校の職業教育について深い理解と協力のもと、学校の発展向上のための後援とともに、会員相互の親睦を図ることを目的として設置されている団体である また、首都圏を中心とした卒業生の主な就職先でもあり、平時より本校との距離感も近く、専門学校教育について多岐に渡って協力頂いている店舗である 理容美容業界の人材育成と将来についても積極的かつ熱心な店舗が多く、教育課程編成委員会、学校関係者評価委員会、等でも貴重なご意見を頂戴している 当該案件のようなアンケート調査への返信率も高いと想定され、返信に対しての督促もしやすい ○類型別事前整理を行って、類型化された回収の偏りがないように配慮して欲しい →現在把握している代表的な店舗の特徴の仕分け確認を行い、セグメント別による漏れのないよう留意している →ただし、代表的な特徴のみについてであり、例えば、高級 |
|-----|---|

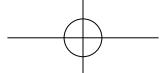


| | |
|--|---|
| | <p>店で郊外店など複数にまたがる特徴については、アンケートの結果にて検証する計画である</p> <p>○アンケート調査の活用方策について、具体的にどのようにフィードバックさせるか等のプランを明示すること</p> <p>また、アンケート実施について、事業としての位置づけを再確認すること</p> <p>→教材作成のためのケーススタディの資料としたいと考えている</p> <p>具体事例の掘り起こしや、教材開発のヒントとなる事例をより多く集め、その傾向を把握したい。</p> <p>→本校をとりまく首都圏の美容師の就業状況や離職退職に対しての現状把握について参考とし、その対策のヒントとしたい。</p> <p>→高等専修学校生の就業実態と、その対策についての高等専修学校ならではの教育プログラムの開発について参考としたい</p> <p>→高等専修学校生の就業意識と就職先である現場でのリアルな事例とのギャップについて多くの事例を集めたい</p> <p>→その多くの事例から傾向と対策を構築する計画であるが、アンケートだけでは読みきれない繊細で微妙なニュアンスについては、インタビューを行う</p> <p>→また、全体的な傾向との比較を切り口に、個別事例掘り起こしのヒアリングの際のヒントとなりえるものと考えている</p> <p>→類型化の線引きについて、我々の仮説についての検証を行い、今後の類型化の精度向上の参考としたい。</p> <p>付記 平成29年1月10日上記の件に返信</p> |
|--|---|

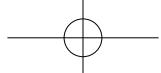
以上



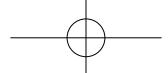
| | |
|------|---|
| 会議名 | 調査・評価委員会 開発委員会 |
| 開催日時 | 平成29年1月17日(火) 10:30~12:30 (2 h) |
| 場所 | 国際理容美容専門学校 会議室(東京都荒川区) |
| 出席者 | ①委員 佐谷肇、工藤佑輝、渡辺真由美、若松伸佳(計4名) ②オブザーバー なし ③事務局 なし (参加者合計4名) |
| 議題等 | 進行:若松 【議題】 ○教材開発スケジュールの再確認 ○アンケート実施について ○ヒアリング実施について ○アンケート及びヒアリングの教材開発へのフィードバック ○web構築について ○実証講座実施について ○全体スケジュールについての再確認 ○その他 調査の結果について文部科学省専門官牧野氏との打ち合わせ(平成26年12月22日(木)実施)に基づいて、今後の事業遂行計画の具体的な内容・スケジュールについて実施計画の検討を行った。 【参考 文部科学省専門官牧野氏指導内容】 <ul style="list-style-type: none">・アンケート回収について、無駄のない工夫を行って欲しい。・150通送付予定・アウトソースする場合の仕様書のあり方の注意。・アンケート設問の内容について、再考の必要あり。・アンケートの通信費については、当該委託事業の通信費か |



| | |
|--|--|
| | <p>ら充当させることを明記すること。</p> <ul style="list-style-type: none">・アンケートよりもヒアリングを増やしたほうが、実態が調査できるのではないか。・アンケートが戻ってきたサロンについて、再アンケートするなど深堀していったほうが、より良いのではないか。・今年は、仮説立て抽出したいくつかのサロンタイプについて優先して調査を行う。仮説以外のサロンタイプがあつたときは、次年度の調査対象にしてはどうか。 <p>若松より</p> <p>主目的について</p> <p>主目的は、特徴あるカリキュラムの開発である。</p> <p>当事業は、サロンを提供技術や客層、料金体系などからセグメンテーションを行い、特化した接遇カリキュラムを開発することを目的としている。</p> <p>そのカリキュラム開発とその検証のための指標の材料として、アンケートやヒアリングなど現状の実態調査を進めていきたい。これにより、サロンタイプの類型化のためのひとつの基準軸策定につながると考えている。</p> <p>現在世の中にある既存の顧客セグメンテーションの切り分けでは、高等専修学校としての美容師の中核人材育成教育には過不足がある。</p> <p>というのは、ここ数年、差別化された特色のあるサロン・店舗への就職希望者が多くなってきている反面、それらのサロンへ就業した際に必要とされるサービス接遇スキルに関しての教育は現在のところ充実しているとは言い難い。広く浅く標準的な基本接遇教育のみを展開するに留まっている。</p> <p>接遇教育に対し、具体的な事例を多角的に掘り下げていくなどの研究機会を得ることは、単独校としては限界があり、また偏りも出やすい。具体事例やサロンの現状を知るためにには、客観性を担保するためのある程度の母数が必要ではないかと考えている。</p> <p>サロンアンケートについて</p> <p>今年は仮説を立てたサロンタイプについて調査を行い、仮説以外のサロンタイプがあつたときは、次年度の調査対象にしてはどうかというご意見をいただいた。調査方法は、サロン類型調査票やアンケートではなく、卒業生が就職し</p> |
|--|--|

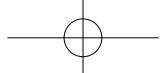


| | |
|--|---|
| | <p>ているサロンに限定してヒアリングを行うほうが効果的だとのご意見もいただいた。また、調査範囲についても日本全国の調査をするよりも、学校の周囲を中心に行うことが有効である、というご意見もいただいた。これらの調査方法について再検討し、もう一度、文部科学省へ説明に伺う予定である。</p> <p>佐谷委員より</p> <p>調査・評価方法について</p> <p>先ほど若松委員より、実施の検討をとの報告があったが、調査・評価委員会では、より多くの実践的な接遇事例を掘り起こそうという主旨で、委員の鶴貝先生にお力添えをいただき、東京都美容生活衛生同業組合へもサロンアンケートのご協力をいただけるように進めていた。この協力により、回収率についても大幅な上昇が期待できる。</p> <p>渡辺委員より</p> <p>カリキュラム開発について</p> <p>サロンと卒業生へ実態調査を行い、それらに基づいたサロン類型別の接遇教育について、事例型実践接遇教育プログラムを開発する計画であった。</p> <p>文部科学省の担当官の方より、サロンタイプを仮説立てて進めたらどうかというご意見をいただいたので、今回、特化しているという部分で理解しやすい、ブライダルと福祉美容のどちらかについて、カリキュラムの開発をしてはどうかと検討している。</p> <p>この開発の着手の是非についても文部科学省担当官にご確認願いたい。</p> <p>現在、顧客のニーズは多様化しており、サロンも激しい競争の中、差別化を進め生き残りを図っている。カリキュラム内容に関しては、接客スキル・接遇法と大きくひとくくりになつてはいるが、質問の仕方ひとつ、謝罪の言葉ひとつにしても、サロンごとに大きな差異がある。</p> <p>また、高等専修学校生の特性のひとつとして、専門学校を卒業して就職する学生よりも、高等専修学校を卒業して就職する生徒は年齢も若く社会経験も不足しており、接遇・接客スキルの</p> |
|--|---|

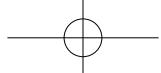


| | |
|--|--|
| | <p>不足感は否めない。就職するサロン側に実践的な接客教育を全て任せてしまうことにも問題がある。例えば、OJTとしてスタッフから顧客応対に対して少しの注意を受けただけで、就労意欲が著しく低下し、そのまま離職してしまうことさえある。一般的・基礎的な接遇以外の、さまざまな接遇があるという具体的な事例を学んでおくだけで、就職先で壁にぶつかった時に乗り越えられる材料になるとを考えている。</p> <p>佐谷委員 高等専修学校の発展のために、代表校として行っているものなので、他の理美容の高等専修学校でも使えるようなものにしなければならない。したがって調査も東京だけではなく、広域で調査を行う必要があるではないか。</p> <p>工藤委員 アンケート内容についてはいかがなっているか。</p> <p>若松 アンケートの内容について アンケートの設問に関し内容を精査する必要がある。加えて、この事業についての詳細解説を前文として添付し、回答者に実施目的を理解してもらうなど工夫する予定である。その後、文部科学省担当官から指導を仰ぎ、事業計画に沿って進めていきたいと考えている。 アンケートの内容について、具体的な再整理を行う。これは各委員長にご協力頂きたい。 教材開発に関しては、文部科学省担当官に確認する。</p> <p>佐谷委員長、渡辺委員長 了解</p> |
|--|--|

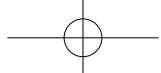
以上



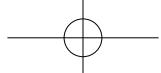
| | |
|------|---|
| 会議名 | 実施委員会、モデルカリキュラム開発委員会、調査・評価委員会 (第3回合同委員会) |
| 開催日時 | 平成29年1月31日(火) 15:00~17:00 (2.0h) |
| 場所 | 国際理容美容専門学校 会議室(東京都荒川区) |
| 出席者 | <p>①委員 清水信一、平田眞一、谷本佳隆、石川正剛、寺嶋卓、 鶴貝トモコ、大沼孝三、石川真樹、和田美義、若松伸佳、 佐谷肇、渡辺真由美、工藤佑輝(計13名)</p> <p>②オブザーバー なし</p> <p>③事務局 五十嵐久乃(計1名)</p> <p>(参加者合計14名)</p> |
| 議題等 | <p>議事進行:若松</p> <ul style="list-style-type: none">▶ 国際理容美容専門学校 校長 和田より挨拶▶ 委員の皆様へ協力への御礼 <p>全国高等専修学校協会 会長 清水先生より挨拶</p> <ul style="list-style-type: none">▶ 高等専修学校をとりまく現状と将来への取り組みについて <p>若松委員より、事業全体の構成と現在までの進捗について説明。</p> <p>事業全体の構成と現在までの進捗について、一連の報告を行った。</p> <p>中でも昨年より課題となっていたアンケートに関し、文部科学省担当官牧野専門官からのご指導により、実施に至った</p> |



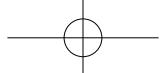
| | |
|--|---|
| | <p>経緯について丁寧に説明を行った。</p> <p>具体的な内容は作成・配布・回収について研究し、より効果のあるものとなるよう創意工夫を行った。その上の研究、その後、調査委員会、教材開発委員会の各委員長へ事業の進捗について報告を求めた。</p> <p>佐谷委員より、調査についての報告。</p> <p>アンケートは157店舗を対象に送付した。本日現在での回収は56通であるが、2週間という短い期間で、また年始の忙しい中での協力については、本当に感謝している。</p> <p>アンケートの結果から、ほとんどのサロンにおいて、専門課程と高等課程の卒業者に対し、入社後の業務に違いがないことがわかった。但し、高等課程卒業者に対しては、分かるまで教える、あせらせない、専門課程卒業者の同期と仲良くできるように配慮する、ご両親とコミュニケーションを図るといった育成段階で違いがあるサロンがあり、高等課程の卒業者に対応についてサロン側での配慮があることも分かった。</p> <p>また、サロンからは高等課程のカリキュラムに対し、大人社会の常識をしっかりと教えてほしいや、現場体験をもっとしっかりやらせてほしいといった意見があった。</p> <p>アンケートの結果から、婚礼や福祉美容・出張美容というメニューについては、メインではないが提供しているというサロンが意外と多くあり、こういった通常とは異なるメニューの提供時に必要となる接遇業務について学ぶためのカリキュラムの必要性が感じられた。また、アンケートから、新人美容師がお客様からご指摘をいただく内容が、サロン類型に</p> |
|--|---|



| | |
|--|--|
| | <p>より特色があることがわかり、必要とされる接遇の傾向を読み取れる内容となつた。</p> <p>現在、これらのアンケート結果を基に、業態の違うサロンを選び、具体的な接遇の違いについてヒアリングを行つてゐる。</p>  <p>渡辺委員より、モデルカリキュラムの開発について説明。</p> <p>現在、アンケートとヒアリングの結果から、教材作成のための準備を行つてゐる。昨年度は基本編の教材を作成したが、今年はサロン類型によって求められる接遇の違いについて学べる教材を目指し開発する予定である。</p> <p>身だしなみ、お出迎えとお見送り、荷物のお預かりとお渡し、席へのご案内、お茶だしという業務にわけて、若者層、中高年層、高級層、介護、ブライダル、校外型というサロン類型により接遇の違いを学べる教材作成の準備を進めている。</p> <p>実証講座については、国家試験が終わり次第、高等科2年生を対象に行っていく予定。</p> |
|--|--|

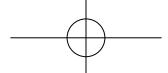


| | |
|--|---|
| | <p>Q. 専門用語が多い教材は、わかりにくいので、できるだけ他分野の生徒や一般の人にもわかるような言葉を使用して教材を作ったほうが良い。</p> <p>A. 検討いたします。</p> <p>Q. サロンに入店する際に、心の準備ができるような評価表やチェックシートを作つてはどうか。何が必要かは今後のヒアリングでも確認できるのではないか。</p> <p>A. 昨年作成したチェックシートを基にカスタマイズできるかを含めて、検討いたします。</p> <p>Q. 私の経営するサロンも校外店と都心店では、言葉遣いが違っていて、お客様の様子も違う。でもどちらも人としての暖かさが必要になるので、そこは教材に含めてほしい。</p> <p>A. 検討いたします。</p> <p>Q. 教材で学ぶ接遇の内容が、現場で求められるものと異なった場合に生徒が戸惑わないように、こういうパターンもあるという記載にし、こうしなければいけないという刷り込みにならないように注意を払つて作成をしてほしい。現場では、いろいろな接遇がいろいろな場面で求められるということを学べる教材が良い。</p> <p>A. 検討いたします。</p> <p>Q. 今回作成した教材を使い、インターンシップ前に接遇を学んだ後にいくつかのタイプが違うサロンでインターンシップを行えば、学んだ内容を実際に経験できるのでより良い流</p> |
|--|---|

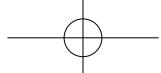


| | |
|--|--|
| | <p>れになる。1人で様々なタイプのサロンに行くことが時間的に難しければ、インターンシップ先が違う分類に行った生徒同士や、同じ分類のサロン行った生徒同士でディスカッションすれば、よりよい教育効果があるのではないか。</p> <p>A. 検討いたします。</p> <p>平田委員よりまとめ</p> <p>時間が限られていますが、やり遂げましょう。</p> <p>和田委員長より閉めの挨拶</p> <p>参加者への謝辞。いただきましたご意見を基に、より良い教材の作成を目指してまいります。</p> <p>事務局より連絡事項</p> <p>次回は来年2月17日（金）。アルカディア市ヶ谷にて開催の予定。</p> |
|--|--|

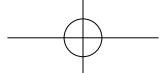
| | |
|------|---|
| 会議名 | 実施委員会、モデルカリキュラム開発委員会、調査・評価委員会 (第4回合同委員会) |
| 開催日時 | 平成29年2月17日（金） 12：00～14：00（2.0 h） |
| 場所 | アルカディア市ヶ谷（東京都千代田区） |
| 出席者 | ①委員 平田眞一、関本恵一、谷本佳隆、石川正剛、大沼孝三、白坂春光、 |



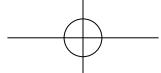
| | |
|-----|---|
| | <p>石川真樹、寺嶋卓、若松伸佳、佐谷肇、渡辺真由美、工藤佑輝 (計12名)</p> <p>②オブザーバー</p> <p>なし</p> <p>③事務局</p> <p>五十嵐久乃 (計1名)</p> <p>(参加者合計13名)</p> |
| 議題等 | <p>議事進行:若松 国際理容美容専門学校 副校長 佐谷より挨拶 委員の皆様へ協力への御礼</p> <p>佐谷委員より、調査・評価委員会の報告。 アンケートは157店舗を対象に送付した。年初めの忙しい時期であったが、多くのサロンにご協力いただくことができ、本日までに約60のサロンよりアンケートの回答をいただいた。また、ヒアリングを約10サロンに対し行い、アンケートで回答いただいた内容について、より詳しいお話を伺うことが出来た。調査・評価委員会の委員である大沼先生、白坂先生、石川先生のサロンにもヒアリングにご協力をいただいた。</p> <p>今回のアンケートの結果から、サロンの類型を①若年層・OL向け店、②中高年層向け店、③高級店、④郊外店、⑤福祉サービス店、⑥プライダルサービス提供店の6つのタイプの類型に分けられることがわかった。また、アンケート及びヒアリングの結果から、それぞれの類型別で求められる接遇のパターンを導き出し、高等課程の生徒に教えるための指導案作成を行った。</p> <p>渡辺委員より モデルカリキュラム開発委員会の報告。 アンケート及びヒアリングの結果から開発した教材を使い、高等科2年生を対象に実証講座を行った。 2年生はインターンシップの際に、サロンにおける接遇を間近で見てきたせいか、皆真剣に学ぶ姿勢を持って授業を受けていた。様々なタイプのサロンにより、またお客様によって接遇に変化をつけなければいけないことが、今回の授業で理解できた</p> |



| | |
|--|---|
| | <p>様子だった。次年度に入るとすぐに就職活動が始まるが、就職した後に自分がどのような業務をおこなうのかがよりイメージしやすくなり、就職先のサロンを選ぶ際の一助にもなると感じた。</p> <p>工藤委員より ホームページによる情報公開について報告。 現在、まだ文部科学省に仕様書を提出している最中であるが、通った場合は、昨年よりも充実したサイトを作成できるよう内容をまとめている。</p>  |
| | <p>Q. 今回行ったアンケートやヒアリングは、現場の生の情報が詰まっているので、得た情報はなるべく多く教材として使用して欲しい。また、インターンシップ前の教育にかなり生かしていく内容だと感じるので、開発している教材は広く普及を図っていただきたい。</p> <p>A. 取り組んでまいります。</p> <p>Q. このような美容業界に特化した接遇の教材は今までなかったので、とても素晴らしいものになったと思う。高等課程の生徒が業界を理解する材料にもなると思う。それだけに今後どのようにこの教材を使った授業を展開していくかが大事になっていくと感じる。良い教材ができても、これを活用する</p> |



| | |
|--|---|
| | <p>ための時間をつくって、いかに活用するかが大事である。</p> <p>A. 次年度以降のインターンシップの前後の授業、そして就職指導にも絡めて教材を使用した授業を展開したいと考えています。</p> <p>Q. 使用している言葉が少し難しいものがあるように思う。例えば離反するという言葉は、失客やお客様が離れるといった言葉にしたほうが、高等課程の生徒にはわかりやすいのではないか？</p> <p>また、キャリアという言葉は、人により受け取り方が違うので、より丁寧に記載をしたほうが良いと感じる。</p> <p>A. 再度見直してまいります。</p> <p>Q. 業界での言い回しについての記載があると、就職後も見直して使えるものになるのではないか？</p> <p>A. 今後の課題にいたします。</p> <p>Q. 接遇は、美容業界においてかかせない業務である。現在は就職先のサロンに任せきりになってしまっている接遇教育が、とても重要であるということがわかったこともこの事業の成果だと感じる。</p> <p>これを機にサロンと学校とで接遇教育の連携が図れるようになると良いと考える。</p> <p>A. 検討いたします。</p> <p>Q. この教材を使用した授業を行う教員にも指導力のばらつきがあるだろう。そこで、教員や新人教育を行う年齢の卒業生やサロンオーナーたちが一緒に教える側の指導方法を学ぶ場を作ってはどうだろうか。</p> <p>A. 検討いたします。</p> <p>Q. 将来こういうサロンで働きたいという具体的なサロン像を持っている生徒が授業を受けたときに、接遇業務についての興味もあるので学ぶことが入っていきやすいだろう。</p> <p>授業で類型タイプ別の接遇を学ぶことで、就職後に本人もサロン側も接遇についての苦労が少なくなり、離職率の低下に</p> |
|--|---|



| | |
|--|---|
| | <p>つながるのではないだろうか。</p> <p>A. 取り組んでまいります。</p> <p>Q. サロンのアンケートに、高等課程卒の従業員の保護者とサロン側が面談を行っているという回答があつたが、面談をおこなうメリットは何か。</p> <p>A. 保護者とサロン側が話することで、保護者もサロンで働くことに対して理解が深まり、応援をしてくれるようである。退職を希望した従業員が両親の応援により、その後も就労したという話も聞いている。生徒の気質にもよるが、退職防止策にもなっていると考える。</p> <p>関本委員よりまとめ</p> <p>高等課程生徒にはより手厚い指導が必要である。今後も教材の開発を続けてほしい。</p> <p>平田委員より閉めのご挨拶</p> <p>今後も専門学校、高等専修学校において実技を学ぶと、卒業後に就職先でどのような効果が出るのかをについて研究を続けていただきたい。</p> <p>事務局より連絡事項</p> <p>この後、14：00 より全国高等専修学校協会主催の委託事業合同成果報告会が別会場で行われます。ぜひご参加ください。</p> |
|--|---|

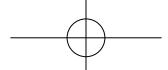
第2項 成果報告会

平成29年2月17日（金）アルカディア市ヶ谷にて、今年度の本事業活動の内容とまとめを報告した。

平成28年度 文部科学省

「成長分野における中核的人材養成の戦略的推進事業」

高等専修学校高専連携分野・発達障がい分野 成果報告会 及び 合同委員会

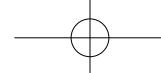


文部科学省委託事業 高等専修学校高専連携分野・発達障がい分野 成果報告会（案）

【開催日時】平成29年2月17日（金） 14：00～16：00

【会 場】アルカディア市ヶ谷 5階「穂高」

| 時 間 | 内 容 ・ 講 師（敬称略） |
|-------------|---|
| 14:00～14:10 | 開会あいさつ 全国高等専修学校協会会長 清水 信一 |
| 14:10～14:20 | 来賓あいさつ 文部科学省専修学校教育振興室 牧野 浩司 専門官 |
| | 高等専修学校 高専連携分野 成果 |
| 14:20～14:35 | 「高等専修学校におけるインターンシップ及び ICT 教材の活用による教育プログラムの開発」（大岡学園高等専修学校） |
| 14:35～14:50 | 「サロン類型に応じた実践的接遇ができる美容師人材育成のプログラム開発」（国際理容美容専門学校） |
| 14:50～15:05 | 「高等専修学校における介護福祉人材養成のための産学官連携による実践的な職業教育の構築—地域版教育プログラムの開発・検証—」（安城生活福祉高等専修学校） |
| | 高等専修学校 発達障がい分野 成果報告 |
| 15:05～15:20 | 「高等専修学校における発達障がい若しくは支援や特別措置が必要な生徒に対する支援システムの構築」 (大岡学園高等専修学校) |
| 15:20～15:35 | 「混合教育の教育効果の実証と普及・啓発及び発達障害など特別に配慮が必要な生徒が学ぶための教育カリキュラムの開発・実証事業」（武蔵野東高等専修学校） |
| 15:35～15:50 | 「発達障害のある生徒など特別に配慮が必要な生徒の就労支援及び卒業後の定着フォロー支援の普及事業」 (武蔵野東高等専修学校) |



| | |
|-------------|-------------------|
| | 講評 文部科学省専修学校教育振興室 |
| 15:50～16:00 | |
| 16:00 | 閉会式 |

※発表時間は各校 15 分間です。

以下、発表用



職域プロジェクトB

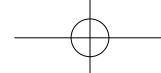
特色ある教育推進のための教育カリキュラム等の開発・実証

サロン類型に応じた実践的接遇ができる

美容師人材育成のプログラム開発

●2017年2月17日（金）

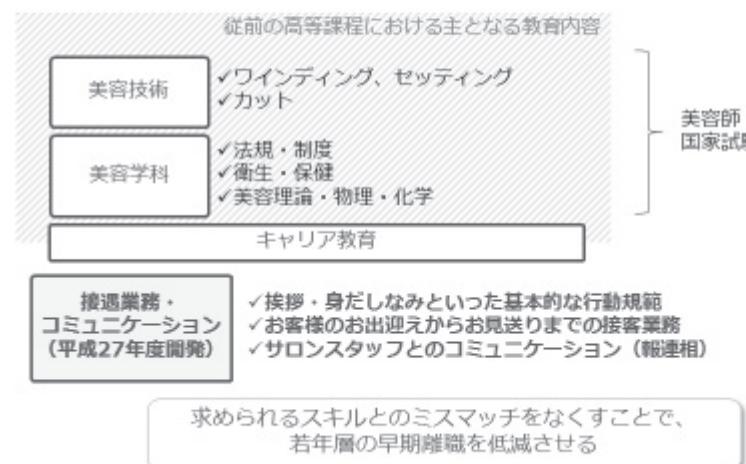
学校法人国際共立学園
国際理容美容専門学校



平成27年度

今年度までの本事業の経緯：昨年度（初年度）の成果

- 新人美容師が任せられる仕事の中心となる“接遇業務”に着目し、お客様の応対力を高めることで、職場で求められることを実践できる人材育成を目標とした。

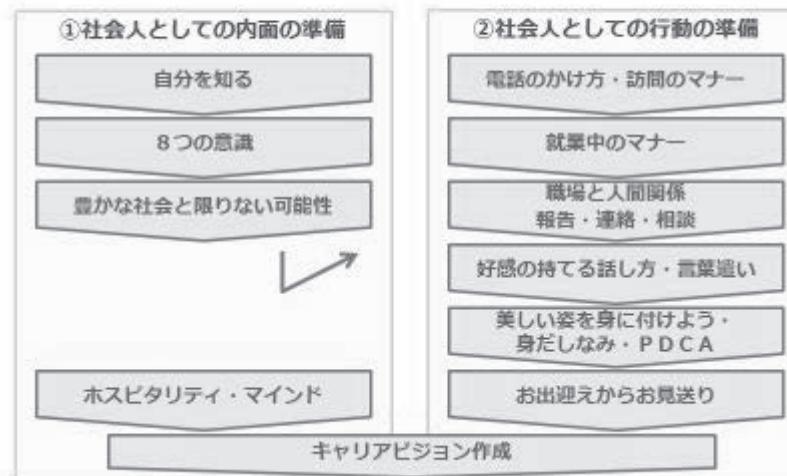


1

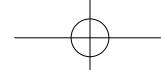
平成27年度

昨年度の成果概要

- 新人美容師としての①内面の準備（お客様に応対する意識）と②行動の準備（具体的な所作・行動様式）に大別して、カリキュラムを開発。

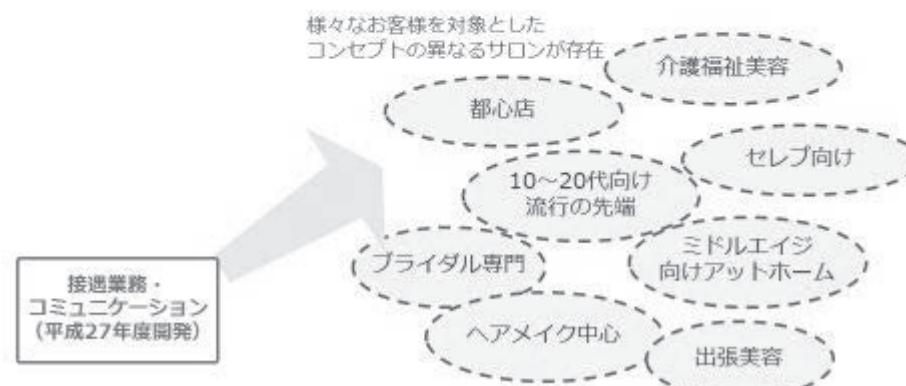


2



平成28年度 今年度事業の着眼点

- 接遇業務に特化した前年度事業での開発物は一定の成果を上げらたものの、実際に生徒が就業することになるサロンを想定すると、サロンのタイプ（類型）によって接遇業務の違いがあることも事実。
- 特徴的なサロン類型を規定し、類型毎に異なる接遇業務を具体例を以って教材化。



3

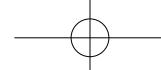
事業活動のアプローチ

- サロン類型の仮説を、調査活動で裏付け、収集した事例を元に、高等課程生徒に伝えやすい具体例を中心とした教材を開発。



- | | | |
|------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|
| ✓ 接遇業務の内容に特徴的な違いが表れる典型を設定 | ✓ アンケート調査にて、サロンの類型化モデルの作成 | ✓ サロン類型の違いを、“お客様がサロンに期待することの違い”として説明 |
| ✓ 仮説検証するための調査設計（アンケート・ヒアリング） | ✓ 新人美容師が任される仕事の具体例、注意点、よくある失敗例などを収集 | ✓ 期待に応えるために接遇業務の違いや、必要な配慮、意識を解説 |
| | ✓ ヒアリングにて補完 | |

4



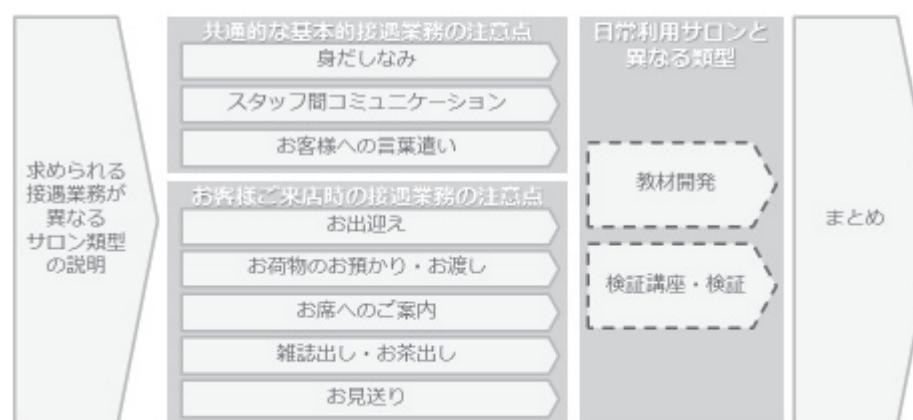
今年度の研究開発成果：サロンの類型

| | |
|--|--|
| 若年・OL層向け店 お客様は <u>ファッショニズム</u> を求め、サロンもノアッショセンスを発信し、お客様の様々なヘアメイクの要望を実現することが求められる | 郊外店 「若年・OL層向け店」のお客様と「中高年層向け店」のお客様のどちらも受け入れ可能なサロンであるため、 <u>多様なお客様</u> を応対することが求められる |
| 中高年層向け店 サロンと永く付き合いたい、という要望が背景にあり、 <u>入りやすさや親しみやすさ、常連様としての対応</u> が求められる | 福祉サービス提供店 要介護のお客様に加え、介護のお世話をしていてサロンに出向けないお客様にサービス提供するため、 <u>事情を理解した対応</u> が求められる |
| 高級店 クオリティ（品質） を求めて対価をお支払い頂いているお客様に、施術はもちろん、視界に入るものの、言葉のやり取りなど <u>接点全て</u> で配慮が求められる | ブライダルサービス提供店 お客様にとって生涯に1度の機会であるため、一期一会の対応、ミスをしない慎重な対応、 <u>繰り起を意識した言葉遣い</u> が求められる |

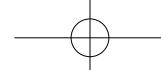
5

今年度の研究開発成果：カリキュラム概要

- 多様に異なるお客様の期待に応えること、お客様の期待はサロンの類型（実際にはサロン毎それぞれ）に異なることを学ぶことで、卒業後の職場での適応力を向上させる。
- 各接遇業務の教材基本構成は、①基本的な接遇の注意点、②類型毎の接遇の具体的な違い、③まとめの3段構成で編集。



6



調査結果 コラム



- 専門課程と高等課程の卒業者に対し、入社後の業務に違いがない
- 高等課程卒業者に対しては、わかるまで教える、あせらせない
- 同期と仲良くできるように配慮する
- ご両親とコミュニケーションを図る
- 育成段階で違いがあるサロンがある
- 高等課程の卒業者に対応についてサロン側での配慮
- 社会常識をしっかりと教えてほしい
- 現場体験をもっとしっかりとやらせてほしい

- 新人美容師がお客様からご指摘をいただく内容が、サロン類型により特色がある

7

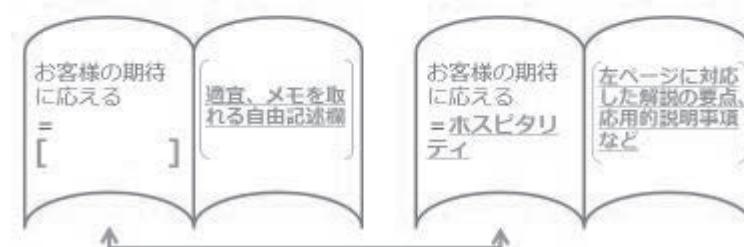
開発教材の基本構成



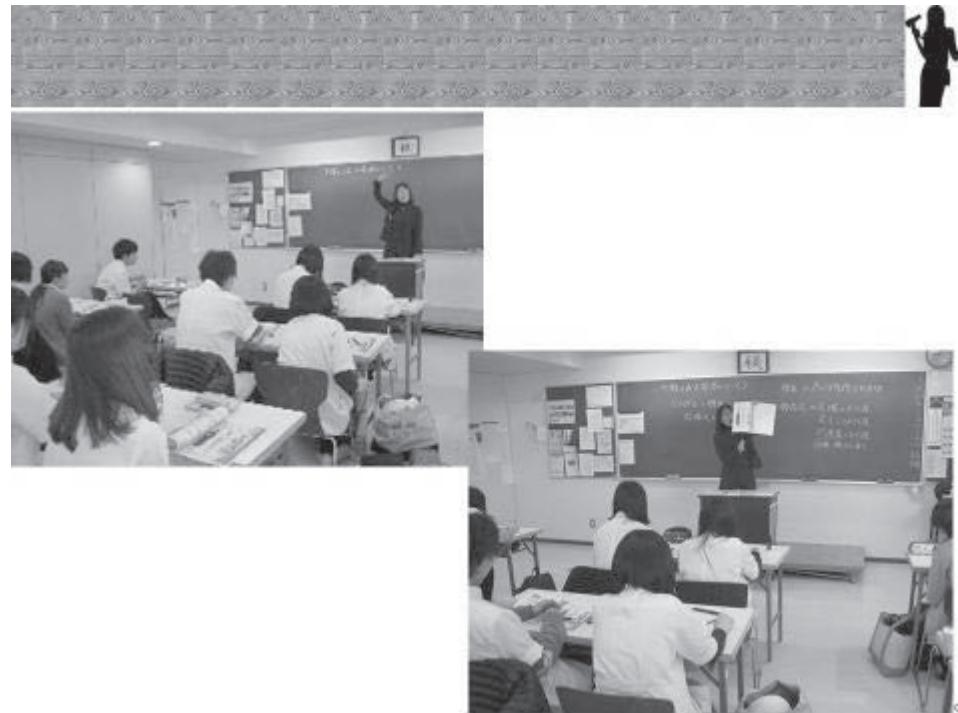
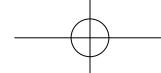
- 授業の進行を意識した教材開発。
 - ① 高等科の生徒の集中力維持に配慮し、キーワードを適宜、書き込む教材形式。
 - ② 生徒用テキスト教材と教師用指導書の進行スピードを揃えることで、広く活用のしやすさを考慮。

生徒用テキスト教材

教師用指導書



8



まとめ

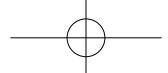
【開発成果】

- インターンシップ後の振り返りなどで「サロンによって様々なルール（違い）がある」としていた差異が生じる部分について、一走のモデルを以って説明できるようになった。
- インターンシップに行く前、就職する前から、“サロンのタイプ”を意識して、生徒自ら（新人美容師）が行う仕事内容を具体的にイメージすることができる教材となった。

【考 察】

- 日常利用のサロンとは異なり、特別な目的やニーズに対応するカリキュラムについては、“サロン類型による接遇業務の違い”だけでは括り切れない『新人美容師が理解する必要がある仕事内容の中身の違い』があることが、今年度の調査による明確になった。

- 事例から学び、応用力適応力を醸成する必要がある
- OJTだけに頼らず、体系的な教材の開発が不可欠



第3章 事業及び教育プログラムの内容

第1節 事業の目的と内容

高等専修学校を卒業した新人美容師が担うことになる業務の主となる部分は、美容技術というよりも、技術のヘルプと、接客接遇業務になる。高等専修学校の教育の中で、美容師国家資格を取得させることから、必須となる衛生に関する知識や、美容技術については学修し、修練を重ねているが、接遇業務については、インターンシップの事前準備やキャリア教育の一環として行う範囲にとどまっている。

本事業においては、平成27年度において、接遇業務の基礎を教育カリキュラムとして切り出し、インターンシップで実務に触れる前後に活用する教育プログラムを開発した。

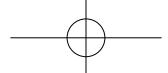
高等専修学校生がインターンシップ先で行う仕事の多くに接遇業務があることから、学んだことをすぐに活用できたことは、生徒にとってもサロンにとっても有用であることが確認できた。

しかしながら一方で、学んだ基本的な接遇業務とは異なる“サロンのそれぞれのやり方の違い”があることも、インターンシップの振り返りの場で、改めて確認できた。

これは、サロンがそれぞれ競争環境の中、ターゲット顧客を絞り込んでサロンコンセプトを設定し、ターゲット顧客の期待に応じたサービスを提供していることに起因する。

顧客の年齢層やサービスの価格帯、立地条件など、様々な要因を複合させて、サロンは差別化を図り、美容の技術だけでなく、お出迎えからお見送りまでを一貫したコンセプトの元、業務設計する。

高等専修学校を卒業した新人美容師は、高等学校卒業後に入学して美容師資格を取得して卒業する専門学校生に比べても若く、社会経験には未熟な部分があ



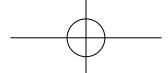
る。そのため、社会には様々なお客様が存在し、サロンに対する期待やニーズにも千差万別なものがある、「お客様の潜在的な期待を理解してサービス提供する」といった抽象的な表現では、具体的に適した行動としてお客様に接することは難しい。

そのため、本事業においては、平成27年度の成果を更に深めて、コンセプトの相違が明確なサロンの典型を設定し、それぞれの典型(特徴的なサロン)では、お客様のお出迎え、お荷物のお預かり、お席へのご案内、雑誌出し・お茶出し、そしてお見送りといった一連の接遇業務が、どのように異なるかを研究することで、実践的な教育コンテンツとして開発することとした。

事業は、大きく3つの段階に分け、推進した。

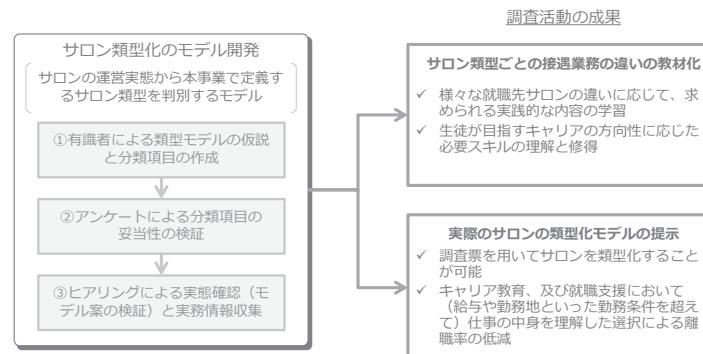
i) サロンの類型化

有識者、及び美容産業界における経営者、実務者の委員の知見を元に、サロンの類型仮説を作成した。一般的なサロンの分類ではなく、あくまで新人美容師が任される接遇業務上の大きな違いが生じると思われる典型について、モデル(類型)を設定し、また類型を判断できると推定される指標について、調査設計に盛り込み、アンケートで確認した。



アンケート調査・ヒアリング調査の意義

- 分類に繋がると考えられる項目の適切性の検証や、閾値（地域性の有無も含め）を検証する。
- 同時に、類型に応じた接遇業務の違いをヒアリングすることで教材コンテンツに資する。



加えて、アンケートでは、新人美容師に任せる接遇業務の内訳や、具体的な接遇業務の内容について把握を行う。

その上で、アンケート調査結果を分析することにより、大衆店と高級店を分ける（新人美容師の所作が変わる）のは、客単価がいくらぐらいのラインぐらいが妥当なのかといった閾値の目安について検証した。

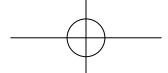
ii) 類型別の新人美容師の接遇業務事例の収集

ヒアリング調査により、教材開発に盛り込む類型によって異なる具体的な接遇業務について情報収集を行う。

高等専修学校を卒業した新人美容師に対する業務研修の内容や、実務での失敗事例などを、各類型のサロンに調査協力を依頼して、サロン類型毎の相違点を業務担当者の所作や意識の違いとしてクローズアップする形で、把握する。

iii) 教材開発

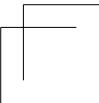
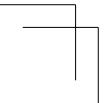
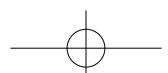
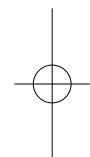
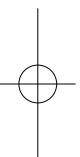
昨年度のアドバンスド版として、接遇業務のあり方を一步深め、サロン類型の解説と共に、類型毎にお出迎えからお見送りの接遇業務

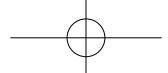


の違いや注意点を教材化する。

高等専修学校生がインターンシップとして参画するサロン、あるいは就職先として選択するサロンがどの類型に近いかといった形で理解ができ、また日々の仕事において周囲すべき点を修得した上で実務に着くことができる。

開発する教材は、生徒用のテキストブックと、教師用の指導書に分け、両教材が同時進行的にページを薦められる構成とすることで、本事業成果を多くの学校で利活用できるように努めた。





第2節 サロン類型の把握

第1項 調査の概要

新人美容師に任される接遇業務の違いを明らかにすることを目的に、サロンをターゲット顧客層や顧客からのサロンへの期待によって、特徴的な類型（典型）に区分するための指標を調査によって明確化した。

実務経験者・教育者等有識者の意見を元に、類型仮説を作成し、類型を分類することに関連すると思われる指標を合わせて調査した。

調査結果を元に、類型を区分することに適する境界線を設定する。

また、合わせて、類型の違いによる新人美容師が担う接遇業務の違いについて、アンケートでの情報収集に加え、ヒアリングによる補完を行って、実態を把握する。

第2項 アンケート調査

a-1：アンケート調査の目的

新人美容師に求められる主業務となる”接遇業務”について、高等専修学校における実践的な教育を開発するために、顧客年齢層や提供する技術内容、業態や価格など、美容サロンの”類型”に応じて、新人美容師に求められる接遇業務の違いを明らかにする。

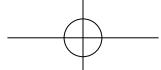
ひいては、生徒がそれぞれの業態に特化した美容サロンにおけるマナーやルールを事前に学んでおくことで、就労に対する心構えが出来、人生におけるキャリアビジョンが描けるようになると共に、雇用のミスマッチを予防し早期離職を防ぐ効果も期待が出来る。

a-2：アンケート調査の対象

本学の卒業生が就職するなどして、関係性を有するサロン、及び後援会に加盟するサロンなど157サロン。

a-3：アンケート調査内容

次ページ参照。



◆アンケート依頼文

平成 29 年 1 月 12 日

開設者各位

学校法人 国際共立学園
国際理容美容専門学校
プロジェクト実施委員長
理事長・校長 和田美義

文部科学省委託事業

平成 28 年度「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進」
『サロン類型に応じた実践的接遇ができる美容師人材育成プログラム開発』に
関するアンケートのお願い

拝啓 時下益々ご清祥のこととお喜び申し上げます。平素より本学園へのご協力と
ご理解を賜り厚く御礼申し上げます。

さて、昨年度より本学園では、文部科学省より委託を受け、教育研究開発事業として『サロン類型に応じた実践的接遇ができる美容師人材育成プログラム開発』事業に関し幹事校としてプロジェクトを立ち上げ、取り組んでおります。

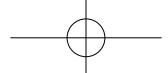
この教育研究開発事業は、高等専修学校卒業生が特徴ある就業先において実践的接遇業務を行えるための教育プログラムを開発する、というものです。

この事業実施に伴い、高等課程美容高等科卒業生の就業先サロンのアンケートによる実態調査を計画しております。アンケートの概要・背景と目的に関しては以下の通りです。

つきましては、ご多忙中のこと誠に恐縮ではございますが、『サロン類型に応じた実践的接遇ができる美容師人材育成プログラム開発』に関するアンケートを同封いたしましたので、ご協力を賜りますようよろしくお願い申し上げます。ご記入いただいたアンケートは 1 月 25 日（水）までにご返送下されば幸いです。

なお、ご協力頂きました皆様で、このアンケートの結果をご希望される方には、集計がまとめましたら送付させていただきますので、アンケートの最後の部分に送付先のご記入をお願い致します。また、内容など詳細についてのご質問等ございましたら下記担当者までお問い合わせ下さい。

敬具



【お問い合わせ先】

学校法人 国際共立学園
国際理容美容専門学校
文部科学省委託事業プロジェクト
調査・評価委員会 委員長 佐谷 肇
〒116-0014
東京都荒川区東日暮里5-17-12
電話 03-3803-6696

記

【事業の背景と目的】

本調査及び接遇教育カリキュラム開発の背景として、高等専修学校を卒業後に、就職先美容サロンから新人美容師に求められる業務は、主として接遇業務が上げられており、高等専修学校におきましても接遇教育を重視した教育を行ってまいりました。しかしながら、現代の美容業界では顧客年齢層や提供する技術内容、業態や価格など、様々な内容でいずれかに特化した個性をもつ美容サロンが現れるようになり、従来の高等専修学校で行ってきた画一化された一般常識教育や基礎的接遇教育のみでは、就職後に求められるそれぞれの業態に特化した美容サロンにおける実践的接遇業務の内容までは補完できていないのが現状です。

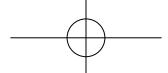
基本的な接客接遇法は習得したもの、個性ある特化した美容サロンにおける業態や、その業態で就労する際のきめ細やかなマナーやルールについての理解が浅いままで就職してしまうことも多く、接客接遇方法のミスマッチなどが起こり、就業者自身のモチベーションの低下を招くなど、ネガティブな一面が想定されます。

また、高等専修学校を卒業する生徒は、専修学校を卒業する学生と比較し、社会経験が少なく、肉体的にも精神的にも未成熟であるため、何か困難が起こった時に問題解決の糸口や乗り越える方策もつかめぬまま、就業をあきらめてしまうことも少なくありません。

生徒がそれぞれの業態に特化した美容サロンにおけるマナーやルールを事前に学んでおくことで、就労に対する心構えが出来、人生におけるキャリアビジョンが描けるようになると共に、雇用のミスマッチを予防し早期離職を防ぐ効果も期待が出来ると考えます。

この事業実施に伴い、高等課程美容高等科卒業生の就業先である美容室のアンケートによる実態調査を計画しております。

以上



◆アンケート調査票

平成 28 年度 文部科学省委託事業

「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進」事業

『サロン類型に応じた実践的接遇ができる
美容師人材育成プログラム開発』に関する調査

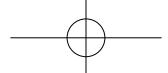
※ 平成 29 年 1 月 25 日までにご返送下さい。

学校法人国際共立学園

国際理容美容専門学校

文部科学省委託事業

調査・評価委員会



◆アンケート調査票

サロンの基本情報について

1. お客様の構成比について、年代別・男女別におおよその割合をご回答下さい。

| | 大学生以下 | 20~35歳 | 35~50歳 | 50~65歳 | 65歳以上 |
|----|-------|--------|--------|--------|-------|
| 女性 | % | % | % | % | % |
| 男性 | % | % | % | % | % |

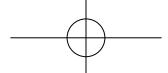
2. 店舗の立地状況と、顧客単価の構成比について、

2-①店舗の開設場所、及び提供しているメニューの選択肢に○をお付け下さい。
(複数回答可)

2-②顧客単価についてのおおよその割合をご回答下さい。

2-①

| 店舗の開設場所 | | | | | |
|------------------------------|------------|-----------------|----------|-------|-------------|
| ①商店街 貨店内 | ②商業（雑居）ビル内 | ③ショッピングモール内 | ④百貨店内 | ⑤ホテル内 | ⑥郊外型 住宅街 |
| ⑦自宅兼店舗 | ⑧ | ⑨出張型 () | ⑩駅前・繁華街型 | ⑪その他 | ⑫ |
| 提供しているメニュー ※最重要視しているメニューには○を | | | | | |
| ①カット 一・ブロー | ②カラー | ③パーマ | ④セット | ⑤シャンプ | ⑥トリートメント |
| ⑦ヘッドスパ | ⑧縮毛矯正 | ⑨メイク | ⑩ネイル | ⑪着付け | ⑫眉カット |
| ⑬まつげエクステンション | ⑭エクステンション | ⑮エステティック () | ⑯婚礼 | ⑰福祉美容 | ⑱出張美容 |
| ⑲その他 () | | | | | |



2-②顧客単価の分布

| 2,000円 以下 | 2,001円～ 5,000円 | 5,001円～ 8,000円 | 8,001円～ 10,000円 | 10,000円 以上 |
|--------------|-------------------|-------------------|--------------------|---------------|
| % | % | % | % | % |

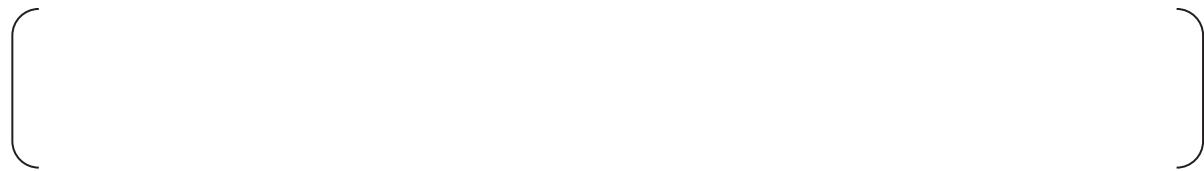
3. 経営理念・経営コンセプトはありますか。

①ある → 設問4～

②ない → 設問6～

4. 経営理念・経営コンセプトについて、差し支えの無い範囲で具体的にお答えください。

※内容がわかる資料等あれば、ご同封頂ければ幸いです。

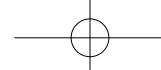


5. 理念・コンセプトや個性を生かすために行う接客業務で、スタッフ間でのルールや決まりごとなどがありましたらお答えください。 (回答後、設問6～)

- a) 上品で洗練された言葉遣いや接遇を心がけている。
- b) お声がけする言葉に決まりごとがある (具体例:
)
- c) お客様にはリラックスしていただけるようにフレンドリーな接遇を心がけてい
る。
- d) 接客業務には特別なルールはない。
- e) その他 ()

スタッフの勤務体系・就業について

6. スタッフの勤務体系・働き方について、美容専門学校の卒業課程別に割合を教えてください。



| | 高等課程 (中学卒業後 専門学校入学) | 専門課程 (高校卒業後 専門学校入学) | 通信課程 その他 |
|-------------------------|---------------------------|---------------------------|-------------|
| ①正社員 | % | % | % |
| ②非正社員 (アルバイト・パートタイム) | % | % | % |
| ③週末や季節など繁忙期のみ | % | % | % |
| ④不定期 | % | % | % |
| ⑤その他 | % | % | % |

スタッフの離職について

7. スタッフの離職時期について、専門学校の卒業課程別に割合をお答えください。

また、入社後、勤務年数は何年位が理想とされているか、該当する期間に○印を記入してください。

| | 高等課程 | 専門課程 | 通信課程 その他 () | 理想 勤務年数 |
|-------|------|------|-----------------|------------|
| 1ヶ月 | % | % | % | |
| 3ヶ月 | % | % | % | |
| 6ヶ月 | % | % | % | |
| 1年 | % | % | % | |
| 1.5年 | % | % | % | |
| 2年 | % | % | % | |
| 3年 | % | % | % | |
| 5年 | % | % | % | |
| 10年 | % | % | % | |
| 10年以上 | % | % | % | |



8. スタッフの離職原因について、可能性のあるもの全てに○印でご回答ください。(複数回答 可)

- ①スタッフ間の人間関係 ②給与・待遇 ③福利厚生 ④研修・育成制度
⑤サロンの指導方針 ⑥サロンの雰囲気とのミスマッチ ⑦就業時間
⑧将来のキャリアプラン ⑨技術力不足 ⑩専門知識不足 ⑪接客力不足
⑫適性 ⑬顧客との人間関係
⑭その他
- ()

9. 上記設問8の中で、離職原因の大きかったもの上位3つの番号をご記入ください。

1位() 2位() 3位()

10. スタッフの定着率を上げるための対策・防止策についてご回答ください。

- a) 対策を実施している 具体案 : ()
b) 対策を検討中である 具体案 : ()
c) 対策を実施する予定はない

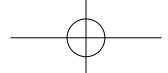
11. 退職につながった具体的なエピソードがあれば、お答えください。

()

新人教育について

12 高等課程及び専門課程卒業後の新人スタッフ(1年以内程度)の業務内容について、ご回答ください。

| | |
|------|--------------|
| | (例) ご案内、お茶出し |
| 接客業務 | |



| | |
|-----|---------------|
| 施 術 | (例) ヘルプ、マッサージ |
|-----|---------------|

13. 接客に関する内容で、新人美容師に最初に教えるものがあればご回答ください。

[]

14. インターンシップを含めた入社1年以内の新人スタッフの接客で、お客様からお褒めいただいた、

もしくはご指摘いただいた出来事があれば、簡単にご回答ください。

14-①お褒めいただいた出来事

[]

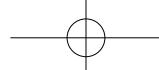
14-②ご指摘いただいた出来事

例) 施術中の会話で「マジですか?」と応答し、お客様に注意を受けた

[]

15. ご指摘いただいた出来事に対して、サロンとして行った指導内容（アドバイス）についてご回答ください。

[]



出身課程別の相違について

16. インターンシップも含め、高等課程卒業者と専門課程卒業者で入社後の業務に違いはありますか。

①ある → 設問17へ ②ない → 設問18へ

17. 高等課程卒業者と専門課程卒業者の業務の違いについてお尋ねします。

17-① 接客業務と技術業務のどちらに違いがあるのか、○印でご回答ください。

接客業務 • 技術業務 • どちらとも

17-② 具体的にはどのような違いなのかご回答ください。

接客業務 []
技術業務 []

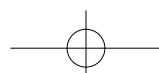
17-③ 上記の違いは、どのくらいの期間で解消されますか。

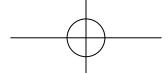
1ヶ月 • 3ヶ月 • 6ヶ月 • 1年 • 1.5年 • 2年 • 3年 •
5年

それ以上 • 個人により異なる • その他 []

18. 高等課程卒業者と専門課程卒業者のそれぞれに求める接客スキルレベルについてご回答ください。

a) 共通して求めること []
b) 高等課程出身者に求めること []





c) 専門課程出身者に求めるこ]

19. 高等課程卒業者に対して、配慮をしていることがある場合は、具体的な内容をご回答ください。

[]

服装等の規定について

20. スタッフの服装・髪型等について、規定がある場合には当てはまるもの○印でご回答ください。

(
複数回答 可)

- a) 服装規定 (制服や色指定など)]
- b) 髮型規定あり (カラー不可など)]
- c) メイク規定]
- d) その他の規定]
- e) 特になし]

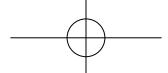
店舗の雰囲気について

21. 店舗の雰囲気について、貴店に近いものを4段階でご回答ください。

賑やかで明るい雰囲気(カジュアル系)
(フォーマル系)

落ち着いて静かな雰囲気





教育機関に対する要望について

22. 高等課程のカリキュラムでは、「ビジネス教育」、「インターンシップ事前教育」、「インターンシップ事後教育」、「キャリア教育」、「就職説明会」等を実施しております。学校教育で取り上げたほうが良いと思う内容があればご記入ください。

[]

アンケートの結果をご希望される方

このアンケートの集計結果をご希望される方は、送付先情報をご記入下さい。集計結果がまとまりましたらお送り致します。

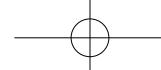
なお、アンケート1ページ目と同じ場合には、同じあて先へ送付希望に○を付けてください。

() 同じあて先へ送付希望

異なるあて先の場合は以下にご記入下さい。

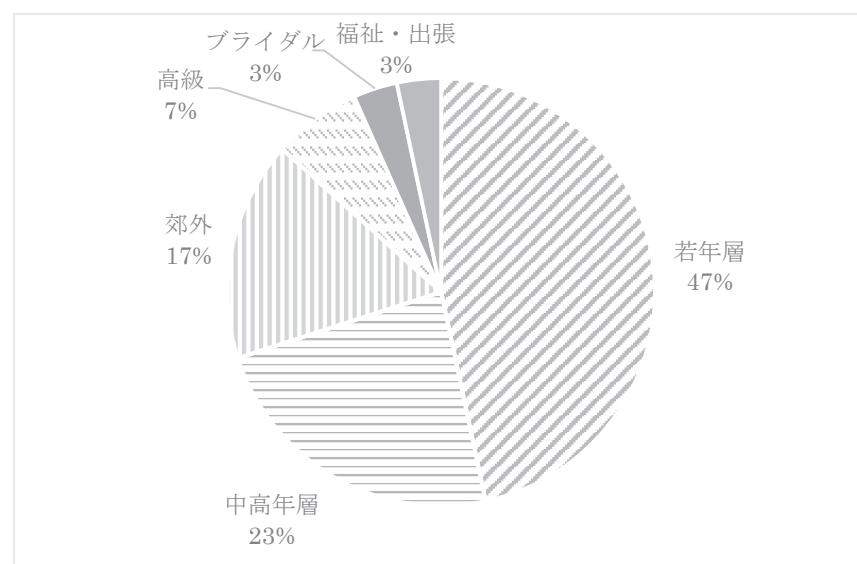
| | |
|-------|-------|
| 御社名 | |
| お名前 | |
| ご住所 | 〒 |
| お電話番号 | |

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。



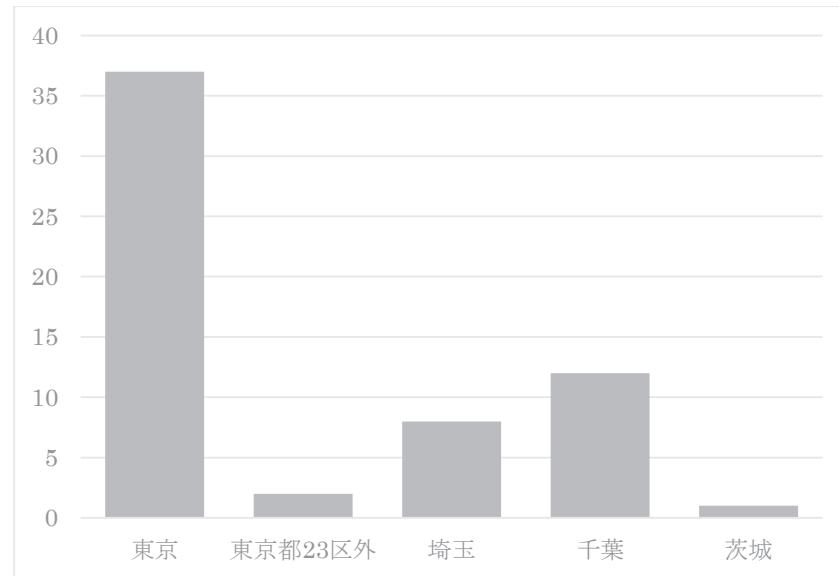
a-4 : アンケート調査結果

回答サロンの分布は下図のようになる（区分は、仮説設定時の類型）。

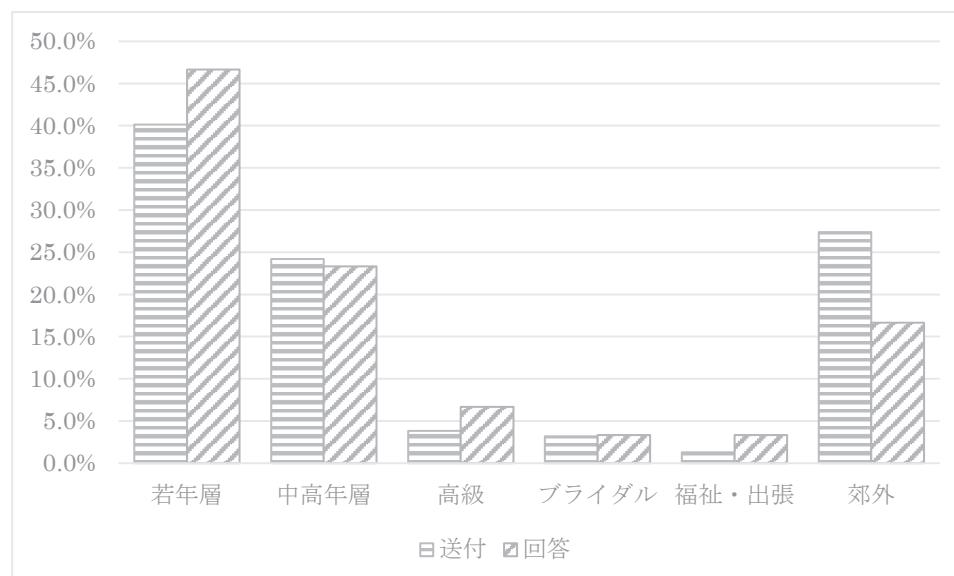
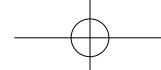


(n=60)

地域別の回答結果は以下。

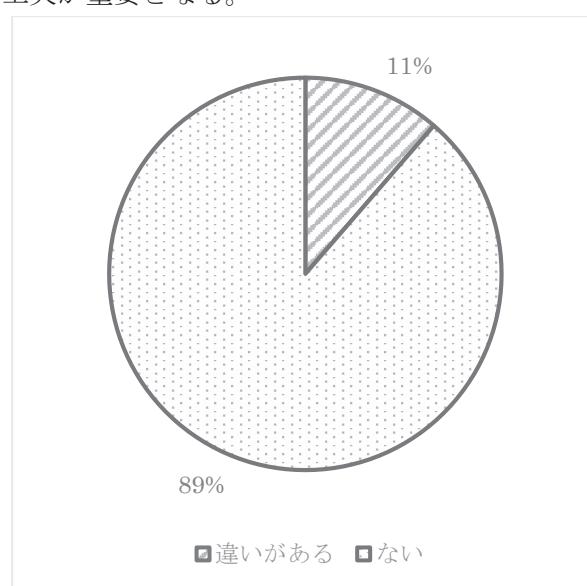


アンケート依頼サロンの分布と、回答サロンの分布は大差なく、どの層からも回答を得られた。郊外に立地したサロンからの回答率は若干低かった。



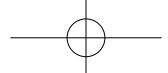
(送付 : n=157、回答 : n=60)

出身課程による新人美容師に任せる業務の相違について、回答からはほとんどのサロンで差を設けていないことが伺える。そのため、必然的に、経験（年齢）が2年以上短い高等課程卒業生にとっては、即戦力となるための人材育成の工夫が重要となる。



違いを設けていると回答した6サロンでは、接客業務に違いがあると回答するサロンが6サロン、任せる技術にも違いを設けているサロンが4サロンとなつた。

接遇業務において、新人美容師に任せる部分は多いと見られ、かつ一定の難易度があることから、サロンによっては出身課程によって任せる業務を変えて



いることが分かった。

具体的に新人美容師に任せる接遇業務項目については大別すると①接客・動作、②意識・マインド、③行動規範に分けられ、以下のように整理される。

① 接客・動作

- ・ 言葉遣い・敬語
- ・ 笑顔
- ・ 姿勢・歩き方
- ・ あいさつ・おじぎ
- ・ 礼儀・マナー
- ・ 清潔感・身だしなみ
- ・ <高度なレベル>中高年層とのコミュニケーション
- ・ <高度なレベル>お客様との会話

② 意識・マインド

- ・ やる気
- ・ 明るさ・元気
- ・ 若く見える分、自信を持った態度
- ・ 素直さ
- ・ お客様が求めるものに気づくホスピタリティ・能動的
- ・ 職業意識

③ 行動規範

- ・ メモを取る習慣
- ・ 時間厳守

一部のサロンでは、高度なレベルの接客を求めていた事例があったが、基本的には”接客業の基礎”を確実に遂行できることが求められていることが分かる。

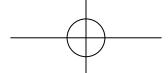
類型化仮説に対して、調査結果を元にした具体的な分類指標を検討し、分析した。

■ お客様の構成比

大学生以下・20~35歳・36歳~50歳・51歳~65歳・65歳以上といった区分を設け、それぞれ男性顧客、女性顧客の構成比率を調査している。

男性顧客の構成比は、そもそも分母が小さいと見られ、サロン類型の判断に資する指標にはなり得なかった。

また、女性顧客における中間層（36~50歳）はライフスタイルによ



って、若年 OL 層類型・中高年層類型に分散することが伺え、サロン類型の違いとは相関が薄かった。

そのため、”51 歳以上が 50%以上” を中高年中心サロンの閾値案に設定した。

また、郊外店型は、若年 OL 層と中高年層が共に来店する混在型のサロンであることも見えてきた。そのため、高級店以外のサロンで”35 歳以下” と”51 歳以上” の割合が 10%以内の均衡的な分布を郊外型に設定することが妥当と考えられた。

■ 店舗の開設場所

商店街・ショッピングモール・百貨店・ホテル・郊外・自宅兼店舗など 11 選択肢を設け、回答サロンの立地を確認している。しかしながら、立地をサロン類型の判定に加味することは現実性が薄いことから、類型判断の指標としては用いないこととした。

■ 提供しているメニュー

カット、パーマなど一般美容メニュー・ネイル・エクステなどに加えて、婚礼・福祉美容・出張美容を選択肢として調査した。

分析すると、”婚礼”・”福祉・出張”について、提供しているか否かが明確であり、サロンによって特に婚礼などは割合が異なるが、新人美容師が意識すべき接遇業務としては、婚礼顧客が存在することによって、割合に関わらず重要となる。(新人美容師に求められる婚礼用・福祉用の接遇が存在する。)

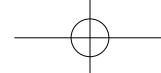
そのため、専業以外は、「若年層類型+婚礼アリ」など、他の類型とは独立して有無を整理することが妥当と結論付けた。

■ 顧客単価

2,000 円以下・2,001~5,000 円・5,001~8,000 円・8,001~10,000 円・10,001 円以上の 5 つの区分で調査した。店舗によって分布に大きな違いが存在することが分かり、”顧客の 50%以上 10,001 円以上” を高級店の閾値案に設定することとした。

まとめると、サロンの類型化については、以下のようない整理となる。

| | |
|-----------|-----------------------------|
| 若年 OL 層類型 | 女性顧客の過半数を 35 歳未満が占めるサロン |
| 中高年層類型 | 女性顧客の過半数を 51 歳未満が占めるサロン |
| 郊外型類型 | 女性顧客のうち 35 歳未満が占める割合と 51 歳以 |



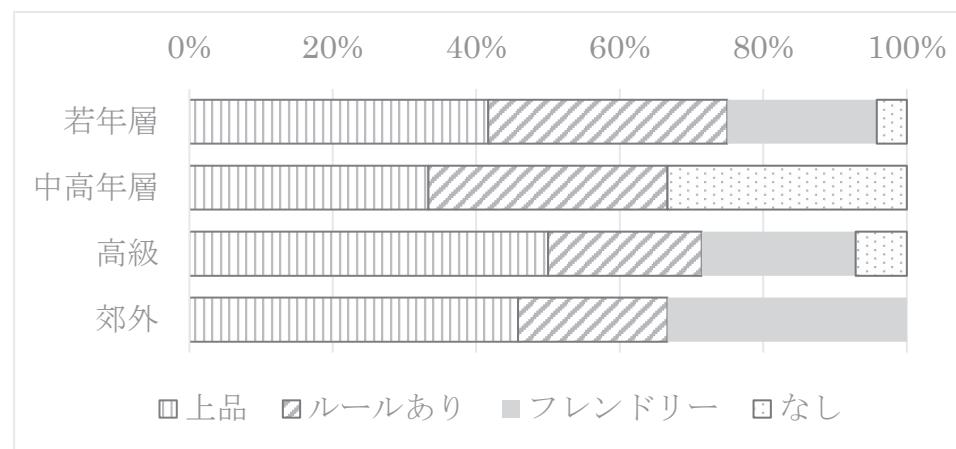
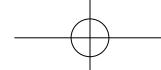
| | |
|---------|--|
| | 上が占める割合の差が 10%以下の中年層（ほぼ同じような割合で若年と中高年層が訪れるサロン） |
| 高級店類型 | 上記の類型化基準に関わらず、顧客の過半数が 1 万円を超える単価のサロン。 |
| ブライダル類型 | 婚礼サービスを提供しているサロン |
| 福祉・出張類型 | 要介護顧客への対応を行っているサロン |

作成した類型化モデルに基づいて回答サロンを再区分すると以下のようになった。



サロン類型別に接遇業務違いを整理すると、高級店で“上品さ・洗練さ”が最も高く、郊外店では“フレンドリーさ”を顕著に接遇業務に求めていることが分かる。

また中高年層が主となるサロンでは、特段にルールを設けていないのは、相対的に若年層に優しい顧客が多いことを表していると考えられる。



類型毎に、新人美容師がお客様からご指摘を頂くケースをまとめると以下のようになる。

■ 若年層中心サロン

- 全般的に安心感の欠如
- 不安そうな表情、自信のなさそうな声かけ
- お電話で保留のままお待たせしすぎてしまった。また、何度も保留にしてしまった。
- 立ち方が悪い、だらしない

基本的な所作を適切に行えていないことが大半の指摘ポイントとなっている。

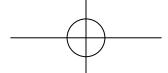
■ 中高年中心サロン

- 声が小さい。暗い。
- 予約電話を受けたところ、声でお客様（お得意様）を特定出来ず、「声で分かるようにならないとね」とご指摘を受ける。結果2回目からは特定できるようになる。

お客様が求める距離感が近く、リピーター・常連様への接客が重要になってくると考えられる。

■ 高級サロン

- シャンプー時に耳に水がかかる等、ミスをした時に気づかない
- 言葉が足らない
- 珈琲がぬるかった
- おしぶりがビチョビチョだった
- 初対面の入客で、自己紹介なしで入客した際に「どなた?」と言わ



せてしまった

- ずっと同じところで立っていた新人に「あの子、新人さん？」って指摘された

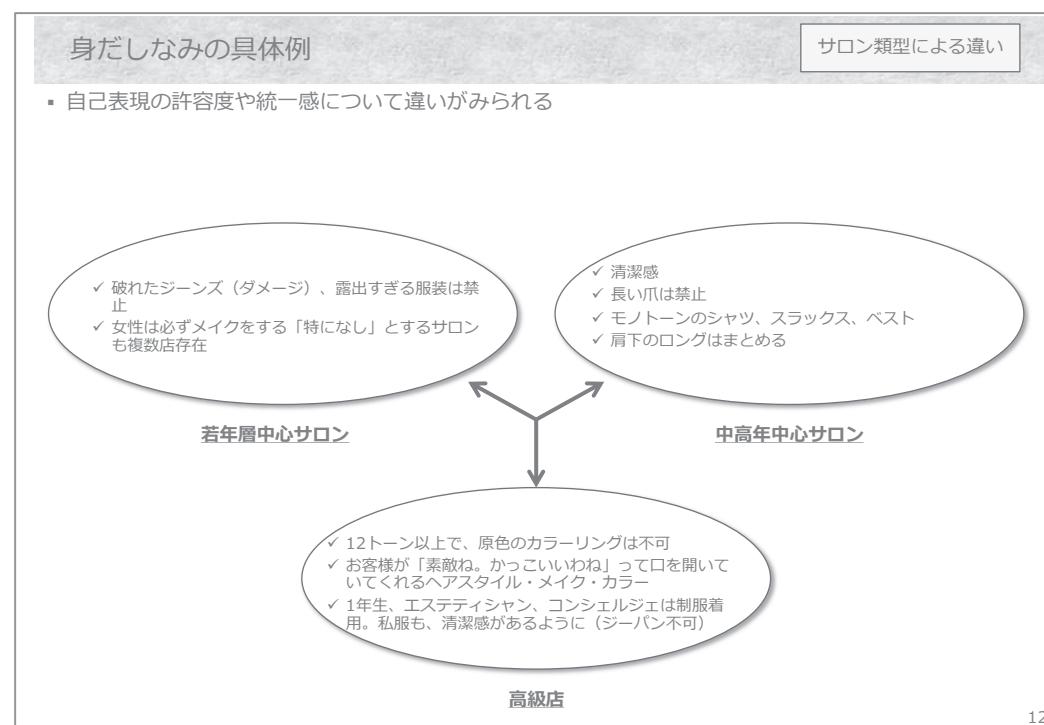
お客様の指摘ポイントも相対的に繊細で、細部にわたる気遣いが求められる。

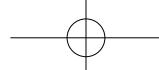
■ 郊外型サロン

- 自分の話ばかりするので疲れる！！興味がない話！！
- 自分の会話に夢中になってしまふ
- 立っている時に表情が無くなってしまい、「立っていると疲れるね」と言われたことはあります。
- お客様との会話中でサロンスタッフが注意した。「マジすごい」「ヤバッ」
- 表情が暗い。声が小さい。

相対的に、早い段階でお客様との対話の機会が多くあると見られ、明るく社会人として適切なコミュニケーションが求められる。

身だしなみの具体例でも下図のように明確な方向性の違いが見られ、類型化モデルの妥当性が示されると共に、教材開発によって、類型に応じた具体的な接遇業務の違いを教材化することの重要性が確認できる。





第3項 ヒアリング調査

b-1：ヒアリング調査の目的

アンケート調査による分析で、サロンの類型化モデルを開発した上で、各サロン類型についての具体的な新人美容師が担う接遇業務について概要把握を行っている。

アンケートで収集した情報をヒアリング調査で補完した。

アンケートの回収については、約60サロンだった。

ヒアリングについては12サロンから協力を得ることができた。

b-2：ヒアリング調査の対象

6つのサロン類型からそれぞれ2サロンずつを目安として、調査協力を依頼し、実施した。

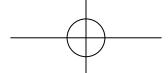
b-3：ヒアリング調査内容

ヒアリングでは主に、以下3点について確認した。

1. 接遇業務において心掛けていることとその理由
2. 身だしなみについての基本的な考え方とルール
3. 新人美容師が陥りがちな接遇における失敗事例と、本来求めている接遇業務の内容例
4. 新人美容師がお客様から褒められた接遇業務例と、その実現に繋がった人材育成内容
5. スタッフ間コミュニケーションについての基本的な姿勢、ルール

b-4：ヒアリング調査結果

サロン類型に応じて、お客様がサロンに期待すること、求めることが異なる。そのため、中高年層サロンでは、お客様からお預かりしたものの価値について、新人美容師が知らないために、扱い方が不適でお客様の気分を害してしまったという例があった。



ブライダル型サロンでは、終わる、最後といったマイナスの言葉を使わないことに特別の配慮をし、プラスの言葉に置き換える研修などを行っている（「忙しいですね」→「働き者ですね」）。また、新郎新婦のお世話だけでなく、列席者の着付けなども重要な職務となることなどで新人美容師の認識とのずれが生じていることが分かった。更に、皆が緊張しているイベントに立ち会う仕事だからこそ、落ち着いた所作を示し、お客様を安心させるなどを配慮するなど、類型特有の所作が多数存在した。

郊外型サロンでは、顔でお客様を識別できる関係性が求められている。丁寧過ぎる言葉遣いは距離感を生んでしまうことから、親しみやすいコミュニケーションについての配慮が重要な要素として存在した。

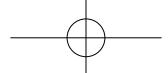
高級型サロンでは、週刊誌ではなく美容雑誌を中心としてお薦めすることや、嗜好品に対する勉強をするなどして、お客様のお話を聞く力を高めるなど、接遇業務に向けた準備を行っていた。また、お見送りに際しても、サロンの入り口まで出なく建物のエレベーターや外までお見送りするなど具体的な違いがあった。

【ヒアリング事例－1】

ヒアリングシート（出張婚礼）

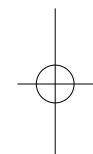
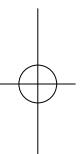
| | |
|-------|--|
| 調査日 | |
| 店舗名 | |
| 設置者 | |
| サロン住所 | |

基本情報の確認



【設問 1】

貴サロンにおいて、接客について心がけていることは

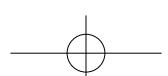


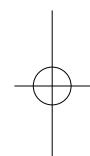
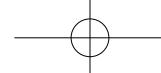
【設問 2】

なぜそれを心がけているのか、その理由、背景

【設問 3】

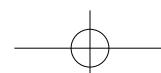
身だしなみについて、基本的な考え方、ルール、メイク、アクセサリーなど具体的に

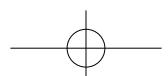
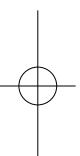
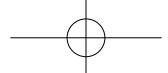


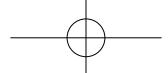


【設問4】

具体的な接遇に関する失敗事例とその後の対策及び指導







【設問5・6】

具体的な接遇に関する成功事例は？ また、その後のスタッフ教育に活用したか？

【設問7】

スタッフ間コミュニケーションについての基本的な姿勢、ルール など

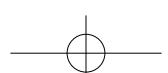
第3節 モデルカリキュラム開発

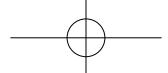
第1項 カリキュラム概要

新人美容師に任せられる接遇業務のサロン類型別の相違にフォーカスを当てた教材として、モデルカリキュラムの開発を行った。

「サロン類型とは何か」といった解説を冒頭に行い、良い・悪い、優れている・いないといった“提供価値の上下”ではなく、サロンコンセプトの違いを元にしたターゲット顧客層の違いと、そこから来る“お客様の（サロンへの）期待の違い”が根底にあることを示し、期待に応える・期待以上のサービスを目指す接遇業務は、自ずとサロン類型によって違いがあることを学習する。

続いて、身だしなみやコミュニケーションといったシーンに共通的な接遇業務の基礎と、お出迎えからお見送りまでの時系列のステップ毎の接遇業務について、解説する。

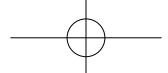




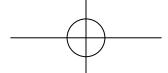
更に日常用途向けサロンとは異なる、福祉美容、婚礼美容については、別途切り出して、説明を行う流れとした。

以下のような内容のモデルカリキュラムの開発を行った。

| | タイトル | 主な内容 |
|---|-----------------|---|
| 1 | お客様のタイプとサロン | <ul style="list-style-type: none">・サロンが設定するコンセプト・ターゲット顧客・サロンの類型（概要） |
| 2 | 身だしなみ | <ul style="list-style-type: none">・誰に向けての身だしなみか・身だしなみのルール・サロン類型に応じた身だしなみの違い |
| 3 | スタッフとのコミュニケーション | <ul style="list-style-type: none">・サロン内コミュニケーションの重要性・ホウレンソウ・サロン類型に応じたサロン内コミュニケーションの違い |
| 4 | お客様とのコミュニケーション | <ul style="list-style-type: none">・“話し方”がお客様に与える影響・お客様とのコミュニケーションによる印象・サロン類型に応じたお客様とのコミュニケーションの違い |
| 5 | お出迎え | <ul style="list-style-type: none">・お客様の第一印象となるお出迎え・お出迎え時の表情・ご挨拶の姿勢 |
| 6 | お荷物のお預かり・お渡し | <ul style="list-style-type: none">・お客様の持ち物を預かるということ |



| | | |
|----|-----------------|--|
| | | <ul style="list-style-type: none">・お客様を安心させる預かり方・複数の荷物を預かる場合の受け取り方 |
| 7 | お席へのご案内 | <ul style="list-style-type: none">・お客様を導くということ・先導する姿勢や示し方によるお客様の安心感の違い・他のお客様の動きを見越したご案内の重要性 |
| 8 | お茶・雑誌の提供 | <ul style="list-style-type: none">・お客様の過ごす時間に価値を添える雑誌出し・お茶出し・ファッション誌による対象年齢の違い・動きのある現場での飲み物の取り扱い |
| 9 | お見送り | <ul style="list-style-type: none">・最後の印象の重要性・お客様が「また来たい」と思う接遇の違い・お見送りで示す気持ち |
| 10 | 福祉サービス提供店の接遇 | <ul style="list-style-type: none">・高齢者、要介護者に向けた美容サービスの提供・出張によるサービス提供・お客様の身体的事情に配慮した接遇 |
| 11 | ブライダルサービス提供店の接遇 | <ul style="list-style-type: none">・準備から当日までの流れ・新郎新婦の支度と、列席者の支度・言葉遣いへの配慮の必要性（忌） |



| | | |
|----|------------------|--|
| | | み言葉) |
| 12 | まとめ（ホスピタリティの重要性） | <ul style="list-style-type: none">・サロン類型の振り返り・ホスピタリティの要点・お客様に応じた接遇の重要性 |

第2項 開発教材の構成

生徒が自ら主体的に考え、理解することを重視して、教材の基本レイアウトを設計する。そのため、生徒は、教材に適宜要点を書きこむなどして、授業の進行に合わせて、可視的にテキストが変わっていき、後から見てもすぐにポイントを理解できるような使い方ができる生徒用テキスト教材とした。

教師用指導書では、生徒用テキスト教材と進行（ページ構成）を同じくすることで、授業のペースを教室全体で共有できる運営を重視して設計している。

● 生徒用テキスト教材

基本的な構成として、見開きを1セットと考え、左側ページには、トピック毎の教科書に当たる内容を記載し、右側ページには、自由記述欄を設けることで、基礎的な事項を左面で押さえ、講義の進行に応じて解説される応用的な事項やアドホックな情報などを右面に記載できる構成とした。

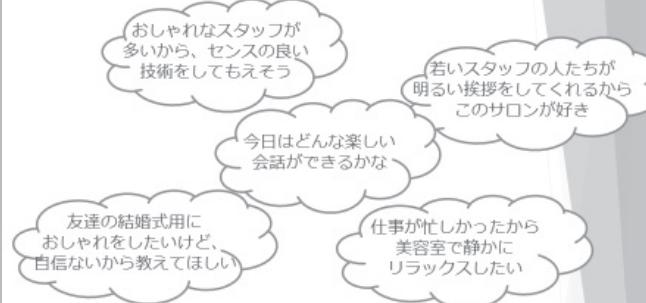
また、左面では、重要項目や講義の要点を穴あきとして、講義を聞きながら書きとる方式を採用した。このようにすることで、授業運営における生徒の集中力を維持させると共に、自ら記入することで記憶し、理解を促進することを企図した。

<左ページの例>

2. お客様がサロンに求めるもの

お客様を満足させるには、

() が重要



様々な () がある (1つではない)

サロンそれぞれが" () "を持って運営されている

3

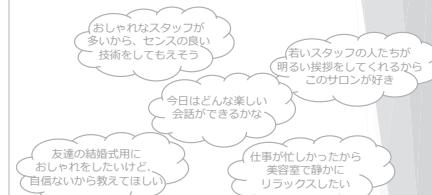
<見開きページのイメージ>

2. お客様がサロンに求めるもの

メモ

お客様を満足させるには、

() が重要

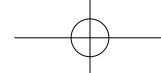


様々な () がある (1つではない)

サロンそれぞれが" () "を持って運営されている

3

4



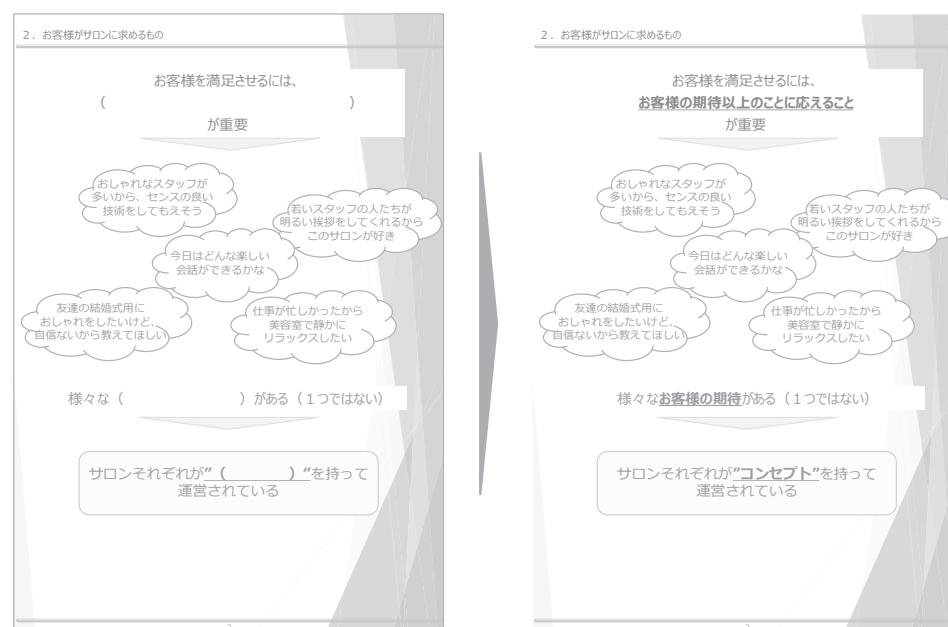
● 教師用指導書

本年度事業において開発した教材内容は、場合によっては、教師も未経験なサロン類型について言及し、解説するものとなる。

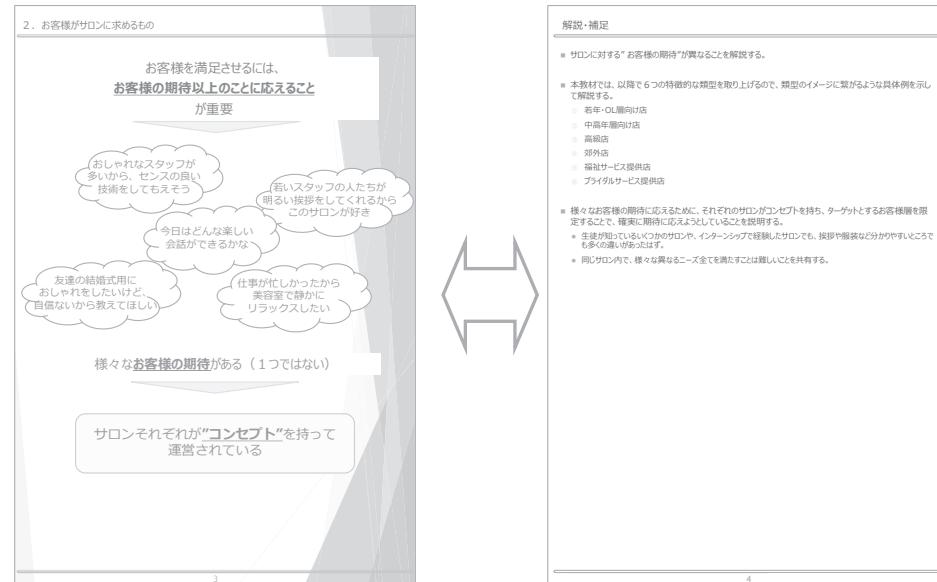
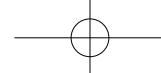
そのため、開発教材を用いて授業運営が出来るよう、生徒と共有する左側ページに対して、解説の要点を右側ページにまとめる形とした。

左側ページについては、生徒用テキストと対応するページ構成とし、生徒用テキストでは穴あきとなっているところの記入例を太字下線で示す形とした。

【生徒用テキスト教材】と【対応する教師用指導書】



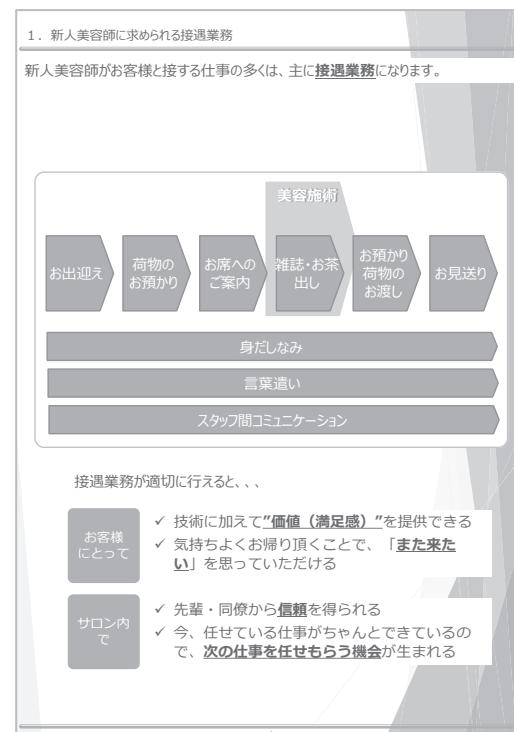
教師用指導書の見開きのセットは、下図のような構成になる。



第3項 開発教材の内容

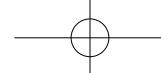
開発教材の骨子は以下のようになる。

まず、サロンが提供するサービスにおける接遇業務の位置づけについて、整理を行っている。



新人美容師にとっては、「早くお客様のスタイリングをしたい」という思いが強いことが想定されるが、図で示すように、最初に任される接遇業務のウェイトも大きい。

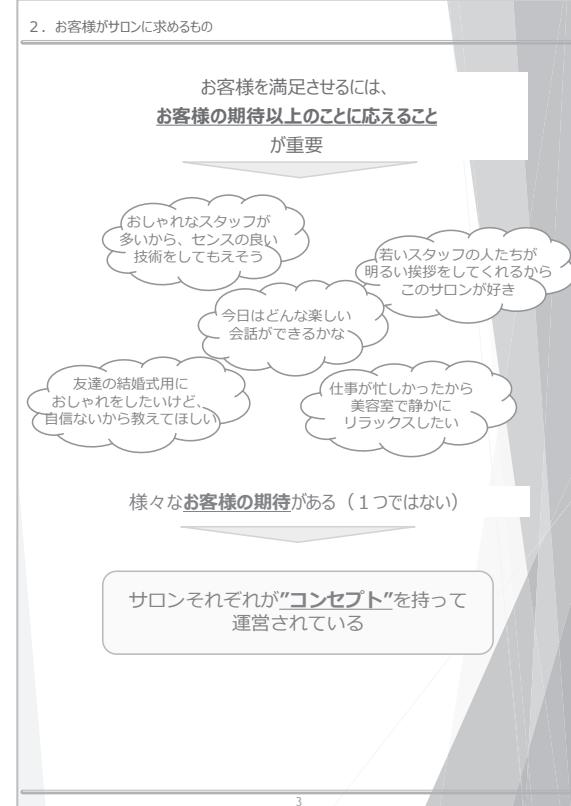
お客様のサロン満足度の構成
要素は、美容施術だけでなく、お出迎えからお見送りまでの一連の“接点”が複合的・総合的に影響することになる。

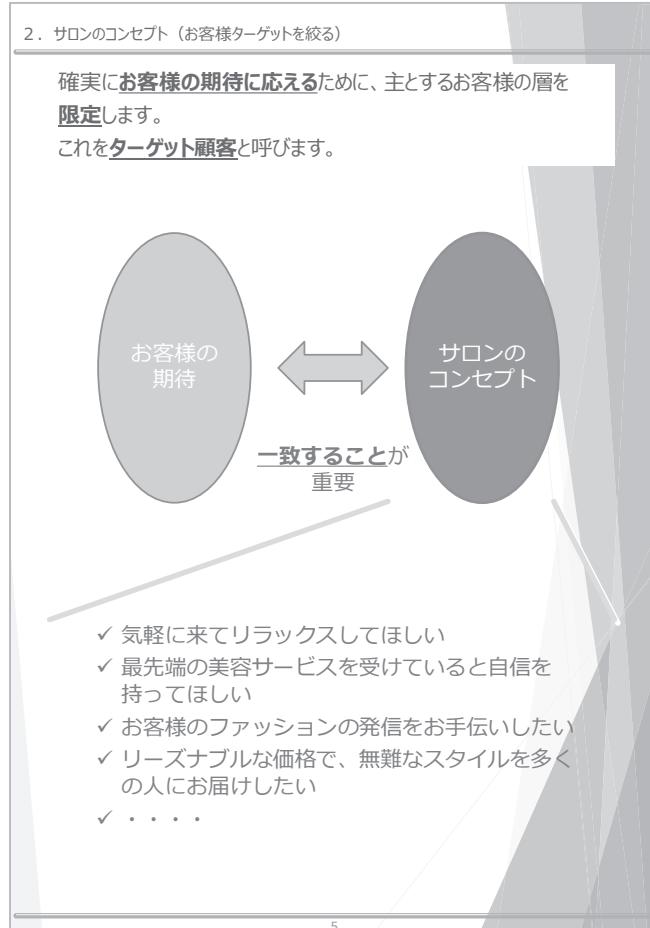
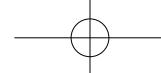


お客様を満足させるには、「お客様の期待を超えること」が重要となるが、この期待は同一でなく、お客様によっても千差万別となる。

大きな声ではっきりと「いらっしゃいませ」とお声掛けすることを“気持ちよいサロンだ”と思っていただけのお客様もいらっしゃる一方で、“そんなに大きな声ではなく、静かに上品に挨拶できるスタッフがいるサロンに行きたい”と志向されるお客様も存在する。

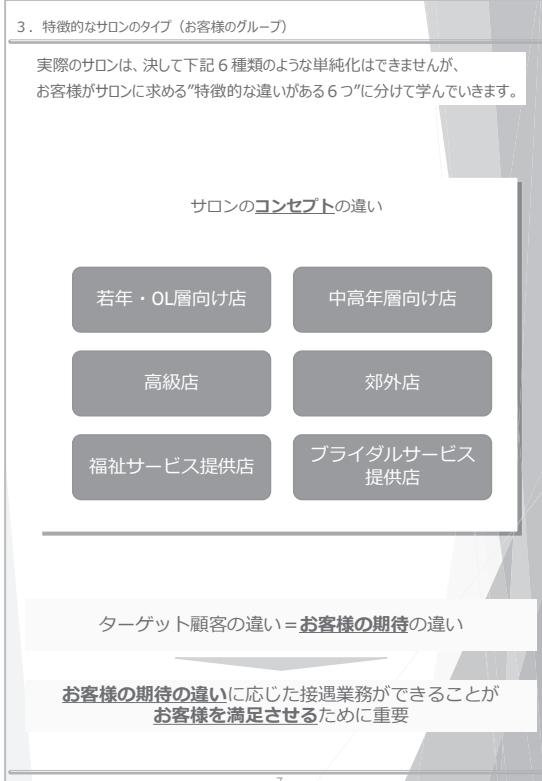
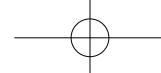
どのようなお客様の嗜好性や「サロンに求めるもの・求める価値」に応えるサロンか、といった部分に、サロンそれぞれが設定する“コンセプト”的な違いが存在する。





サロンのコンセプトに見合ったお客様を集客し、期待に応えることで、「また来たい」と思っていただけるファンを増やしていくことが重要であり、そのためには、美容技術だけでなく、接遇業務によるお客様満足度の醸成が重要ななる。

特徴的なターゲット顧客層の違いを元に、サロン類型（サロンのコンセプト



の違い）を定義し、6 つの類型として解説する。

本教材が、この 6 つのサロン類型を基底として、お出迎えからお見送りまでの一連の接遇業務がサロンのコンセプトの違いによって、お客様から求められることが異なることを示す。

そのため、以降の教材では、接遇業務の共通項を解説（平成 27 年度事業にて研究開発した教材コンテンツのポイントを“基礎編”としての振り返り）すると共に、サロン類型に応じてその基礎編がどのように異なるかについて、具体例

を以って示す”応用編“で構成している。

以下は、接遇業務の最初のステップとなる「お出迎え」についての教材の一部である。

お出迎えの重要性（第一印象の構成要素）を示すと共に、基本的な挨拶、及び表情について、振り返る。

サービス業に従事する者として、必要最低限の行動様式をまとめている。

対して、サロン類型によって、解説している接遇業務がどのように異なってくるかを、顕著な相違が生じる部分を中心に学習する。

1. お出迎えの意味

お出迎えは第一印象を作る場である

初頭効果 第一印象が全体の印象決定に強く影響するというもの。

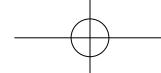
「今日サロンに来てよかったです」「今日来たのは失敗だった」が、お出迎えによって決まる。

挨拶の基本

- ✓ 挨拶は自分から心を開いて相手に迫る行為。お客様を歓迎し、距離を縮める手段となる。
- ✓ 明るくはっきりした声で、自分から挨拶する。
- ✓ お店の雰囲気にならって、お客様に合わせた挨拶をする。
- ✓ 相手の目を見て挨拶をする。
- ✓ お名前がわかっている場合は、お名前をお呼びする。「いらっしゃいませ○○様、お待ちしておりました。」など。
- ✓ 自分が受付にいない場合でも、お客様の方を見て挨拶をする。

表情の基本

- ✓ お客様は、スタッフの歓迎・感謝の気持ちを表情から感じ取る。
- ✓ 耳からの情報（挨拶）が良くても、目からの情報（表情）が一致していないければ不快感に繋がる。
- ✓ （お客様に来ていただけて）嬉しい、ありがとうの気持ちを込め、笑顔でお迎えする。



お出迎えのステップでは、若年・OL層向け店と、中高年層向け店を取り上げて、解説している。

2. 若年・OL層向け店でのお出迎え

想定されるお客様

- 入口から一目で「おしゃれな空間」を感じられるサロンであってほしい
- センスのいいスタッフに働いていてほしい
- 来店を歓迎してもらいたい

美しく見える立ち居振る舞い・所作

- ✓ この層のサロンは、おしゃれではあるが、ホテルのようなフォーマルな雰囲気ではない。
- ✓ カジュアルな雰囲気に流されることなく、背筋を伸ばしてきびきびと動く。

歓迎の気持ちを表す「笑顔」

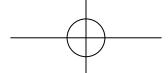
- ✓ 礼儀をわきまえている様子は、距離を取っている印象にもなりやすい。
- ✓ お客様に緊張感を抱かせないよう、意識して笑顔を作り、歓迎の気持ちをはっきり伝える。

基本の笑顔 → ご来店時にはより大きく

3

若年・OL層向け店では、

- ・ ”自分に合ったおしゃれ”をしたいから、美容室も信頼できるところを選ぶ
 - ・ ファッション雑誌などで、おしゃれの系統の違いや、自分の好みを研究している
 - ・ ある程度の値段を出してでも”良いスタイリング”をしてほしいといった流行性を重視しているお客様が中心となる。
- そのため、お出迎えのタイミングでも、サロンが発信するセンスを感じることが重要になる。サロンの立地や内装なども当然ながらコンセプトに沿った形



で実現されていることが多いが、最初に顔を合わせ、言葉を交わす接遇業務で接する新人美容師の印象も、小さくない。

3. 中高年層向け店でのお出迎え

想定されるお客様

- 顔なじみのスタッフとのコミュニケーションを楽しみたい。
- 大げさなもてなしはわずらわしい。

コミュニケーションを大切に

- ✓ 長年同じサロンに通っているお客様は、顔なじみのスタッフも多い。
- ✓ 勝ち組であれば、サロンでスタッフと話をするのを楽しみにしている人もいる。
- ✓ 教科書通りの丁寧さよりも、より親しみを込めたお出迎えを心がける。

元気な挨拶を心がける

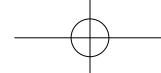
- ✓ お客様にとっての「いつもの店」は気さくな場所、楽しい場所。
- ✓ 挨拶は元気な大きめの声で。

5

対して、中高年層向け店では、

- ・ 家庭や子育てなど、日々の生活の中で、”自分”以外のことも多い
- ・ 美しくありたいが、リーズナブルな価格に抑えておきたい
- ・ 頻繁にサロンを選び変えるということは少なく、長く同じサロンに通いたい（常連）

といった期待でサロンを訪れている。若年・OL向け店に比べると、“自分のおしゃれに対する投資”の度合いは薄れるが、年齢に相応した美しさを一定のリーズナブルさで得たいと考えていて、選んだサロンとは長い関係性を持



ちたいと考えているお客様が多い。

そのため、少し歩きだしてお客様の方に向かいながら、明るく挨拶することや、「○○さん」などと名前で呼び掛けて接する（互いに記憶する関係性になる）ことなどが適している。

4. 高級店でのお出迎え

想定されるお客様

- 落ち着いた雰囲気の中でサービスを受けたい
- 静かに過ごしたい
- 必要以上にプライベートに踏み込まれない安心感

落ち着いた笑顔とご挨拶

- ✓ 通常は好意的に見られることが多い、元気な挨拶や親しげな笑顔が、騒々しすぎる、馴れ馴れしいと捉えられる場合がある。
- ✓ お客様が安らぎを感じられるよう、お出迎えの所作は工夫する必要がある。
 - ・ 挨拶は落ち着いた声のトーンで
 - ・ 笑顔は「満面の笑み」よりは控えめに

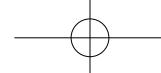
予約のお客様を中心

- ✓ 予約が必要なサロンであることが多く、予約なしのお客様は少ない。
- ✓ お客様が来店される時間が近づいたら、受付に控えてお迎えの準備をする。
- ✓ 予約が中心なので、お客様のお名前があらかじめ分かっているケースが多い。「いらっしゃいませ、ご予約の○○様でしょうか。」「お待ちしておりました」など、予約客であることを前提にしてご挨拶する。

7

一方で、高級店では、

- ・ 価格は平均よりも高くても、上質なサービス、特別に選んで手に入れるサービスを求める
- ・ 技術だけでなく、サロンに滞在する空間・時間に対する”お金”を支払っており、それに見合う行き届いたサービスを求めているお客様が多い。



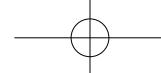
そのため、お出迎えに際しても、節度を持った上品なトーンでの声掛けや、「〇〇様、お待ちしておりました」といった応対がサロンのコンセプトに適しており、お客様の期待にも沿つたものとなる。予約なしに訪れるお客様は少ないとから、予約の時間帯が近づいたら入り口付近でお待ちするようなきめ細やかな配慮が求められる。

来店を待つ日常用途利用のサロンとは別に、福祉美容と婚礼美容についても扱っている。

福祉美容に関しては、近年の法改正によって、対象範囲が拡大したこともあり、今後も社会ニーズは高まっていくことが想定される。



特殊な身体的事情を有するお客様に接することから、将来的にはヘルパーが配慮するようなことにも意識を巡らせた接遇が重要になる。(ヘルパー資格も持つ美容師を配置しているサロンもある。)



本教材では、介護技術に関して深くは言及できないが、コミュニケーションや対話などにおいて、気を付ければ出来ることを中心に、学習していく。

2. 福祉サービス提供時のコミュニケーション-機能の衰えに注意

身体機能が低下していることに注意

- ✓ 目や耳、運動の機能が**低下**していることがあるため、それに配慮したコミュニケーションを心がける。
- ✓ 身体機能が低下していることで、些細なことに驚いてしまう場合がある。

見やすく

- ✓ お客様に**見える位置**から話しかける。
 - ・真正面に立つと威圧的になる。
 - ・斜め前など、視線がはずせる位置が良い。
 - ・顔が良く見えるよう、目以下の位置から話しかける。
 - ・目の前で素早い動きをしない。

聞きやすく

- ✓ 大きめの声で、**滑舌よく**、はっきりと話す。
- ✓ 通常のスピードでは聞き取れないで、ゆっくりと話す。
- ✓ 「あ、い、う、え、お」の**口の形**を大きめに作って話すと、聞き取りやすい発声ができる。

あ　　い　　う　　え　　お

急かさない

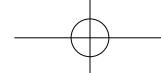
- ✓ 高齢のため、動作が遅かったり、体が思うように動かなかったりするケースが多い。
- ✓ お客様が気まずさを感じないように、「**待つ**」感が出ないように注意する。
 - ・お客様が準備をされている間はじっと見つめたりせず、自分も何をする。
 - ・必要であれば動作の補助をする。

3

また、高齢者、要介護者だけでなく、介護によって外出しにくい人への出張美容も認められるようになった。このようなお客様は、身体的な特殊事情は無いが、精神的に疲労されていたり、心配事を抱えられていたりする。

そのため、美容が大切な“気分転換”の時間帯である可能性も高く、明るい話題選びなども含めて、接遇業務がお客様に与える価値のウェイトも高くなる。

婚礼美容についても、福祉美容と同様に、日常目的の美容と異なる専門性が高い美容領域になる。



美容技術、ヘイアメイク、スタイルリングもさることながら、接遇業務においても、生涯に1度の晴れの日、大切な日の演出をお手伝いする一員としての所作や応対が求められる。

当日（本番）に向けて半年程度前から打合せベースの接点を持つことが多く、1～2カ月前からはリハーサルを行って綿密な調整をして当日を迎える。

当日は皆が緊張している

1. ブライダルサービスの概要と流れ

ブライダルサービス

結婚式を挙げる新郎・新婦のヘアセット、メイク、着付を行う仕事。
新郎・新婦だけでなく、列席者のヘアセット、メイク、着付もブライダルサービスの1つ。

サービス全体の流れ

- 半年前頃
- 1,2ヶ月前頃
- 当日

- 式場・ドレスの決定に合わせて、ヘアスタイルを決定する。
- ヘアメイク・着付のリハーサルを行う。
- 前撮り時のヘアメイクや着付けを行う。
- リハーサルをふまえて、要望等を確認する。
- 新郎新婦、および招待客のヘアメイクと着付を行ふ。
- 複数組担当する場合もある。

新婦の支度

ヘアセットとメイク

- 様々な要素とのバランスを考えて、花嫁が最も美しく、輝けるように。
- 基本的にスタイリストの仕事だが、時間がない中で準備するため、アシスタントの役割も大きい。

花嫁衣装の着付

- 繊細な生地で作られており、レースやビーズなどの装飾が多く、取扱いに注意が必要。

その他

- 飲み物を用意するなどし、新婦の緊張を和らげるよう心がける。

3. 言葉の大切さについて

忌み言葉と言い換え例

- 不吉なことや別れを連想させるような言葉は「忌み言葉」といわれ、結婚式では、適切に言い換えることが一般的である。
- 上司や先輩、会場のスタッフ等が独特の言い回しをしても意味が分かるよう、いくつか覚えておくと良い。

不幸・
不吉なもの

- 終わる
例) 準備が終わりました→お支度整いました。
例) 箱をしまってください→箱を片付けてください。
(しまうは「終う」と書くため)
- 破れる
例) 服が破れています→服が壊んでいます。
- 倒す
例) 倒さないように→横にしないように

別れを
連想させるもの

- 冷える
例) 今朝は冷えましたね→今朝は寒かったです。
- 帰る
例) 先ほど帰られました→先ほど中止されました。
- ほどける
例) 髪がほどけています→髪の毛お直します。
*単語の言い換えが思い浮かばなければ文章を変える。

再婚を
連想させるもの

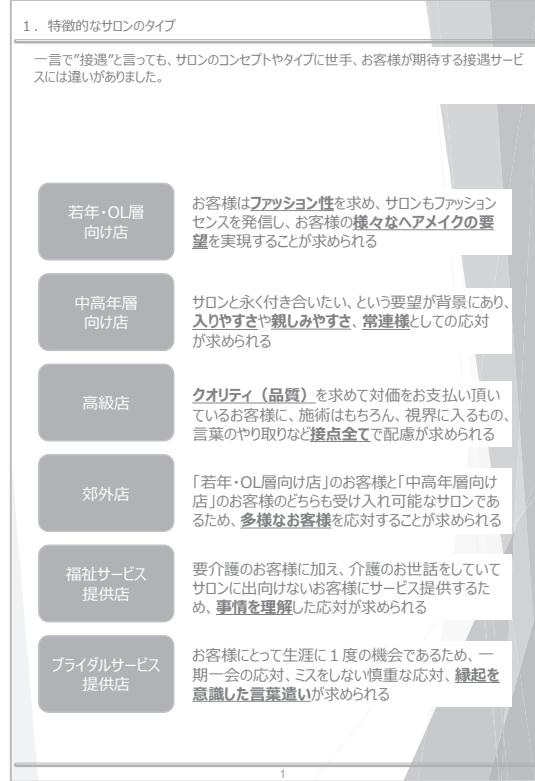
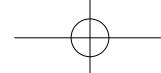
- 繰り返し
例) これを繰り返して→これを続けて
- また
例) また来ました→来ました

重ね言葉

- いろいろ
例) いろいろあります→たくさんあります
- ますます
例) ますます暖かく→一層暖かく

当然ながら、「別れる」「離れる」など、別れや不幸そのものを示す言葉もNG

中、プロフェッショナルとして“安心感”を与えることも重要になる。新人美容師であっても、バタバタ・オドオドとせず、落ち着いてサポートに当たることや、そのための十分な準備や段取りが事前に求められる点で、日常利用サロンと異なる特殊な接遇業務になる。また、コミュニケーションにおける言葉遣い



について、忌み言葉を避けること
が重要になる。

普段から意識して修練してお
かないと身につきにくい言葉遣
いに関するものであり、自然と忌
み言葉を避けること、ポジティブ
な表現に言い換えることなどが
求められる。

このように一連の接遇業務ステ
ップと、特殊性のある福祉・婚礼
について、サロン類型毎の接遇業

務の違いを解説し、ホスピタリティ（お客様の期待を超えるサービスを提
供する重要性）でまとめている。

4. ホスピタリティの重要性

相手の要求に応えるだけでは、
ただの“サービス提供”です！

ホスピタリティ＝おもてなしの心

- ✓ 相手の思い、相手の考え、相手の喜びや希望を実現させること
- ✓ 相手の期待以上の満足を提供すること（思いやり、感謝、など）

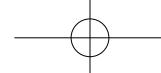
A : サービス

- ✓ お客様に求められたことを行う
- ✓ お客様の期待に応える
- ✓ 引き換えに対価を得る

B : おもてなし (ホスピタリティ)

- ✓ お客様と感動・喜びを共有する
- ✓ お客様と一緒に作り上げていく
- ✓ お客様の心に寄り添う

一期一会の心を忘れずに！



第4章 実証講座

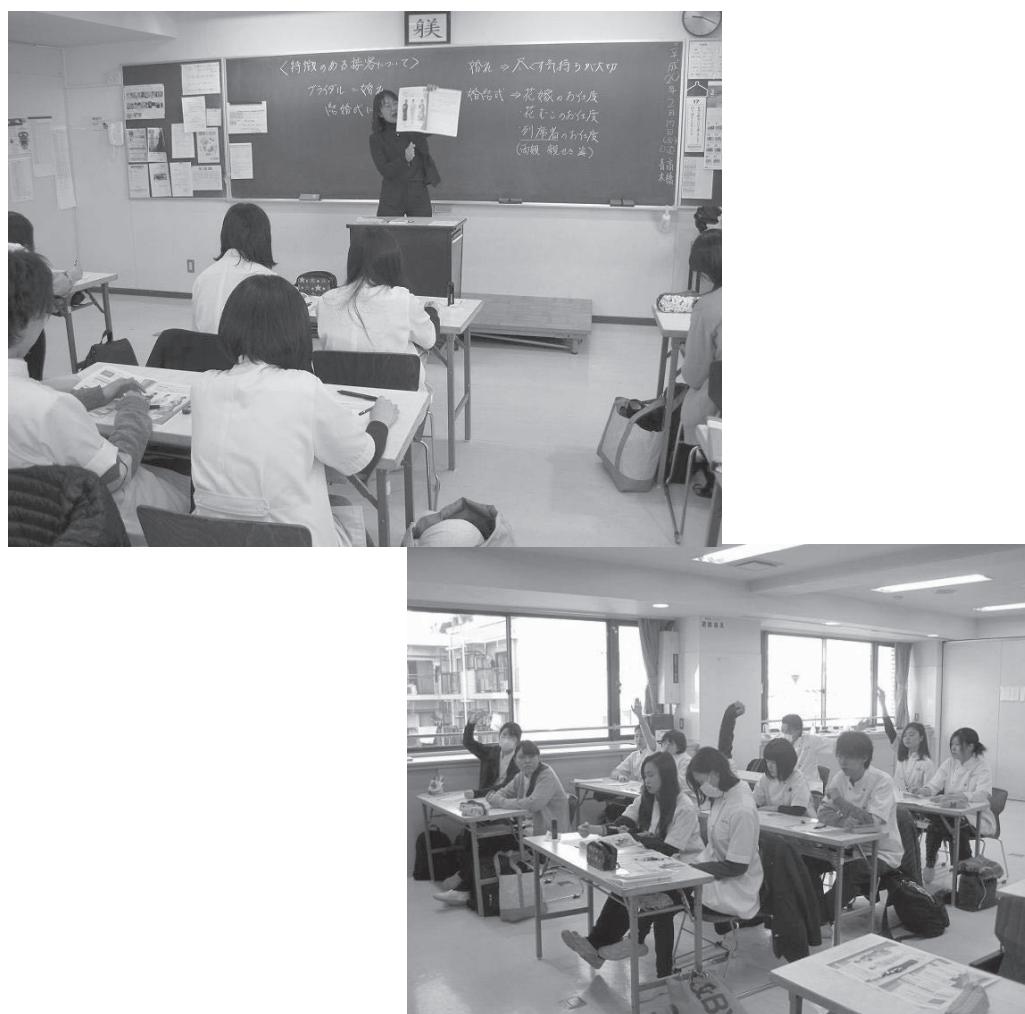
開発した教材を使用し、実証講座を実施した。

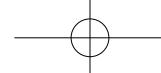
対象生徒：国際理容美容専門学校 美容高等科2年生 17名

実証講座：平成29年2月17日（金）～18日（土）8時間

検 証：開発した教材の一部を利用し、重要となるポイントに重点を置いた実証講座を行った。その受講後には記述式アンケートを取り、自由に感想などをあげてもらい、教材の学びやすさ、レベル設定、表現方法、ボリューム感、内容の理解度などを確認し、検証した。

結果：内容については、全員が理解できていた。特徴的な職種の具体的な事例から何が重要であるかの気付きにつながり、学習効果が上がった。また、通常の接遇授業の重要性も再確認できたようだった。イラストや写真の配置も概ね良好であり、表現方法も適切であった。余白の取り方もノート・メモを取りやすく適当であった。ごく稀に漢字が難しいとの指摘があった。これは印刷する前に修正した。





感想文の一部

1.一般美容と婚礼美容の接客の違いについて、あなたが感じたことを記入してください。

「お見ただくとも違うように見えるけど」一般美容にも本業である接客をするべきもみんながいた、と感じました。
あきらかに違うところはお客様に対する言葉遣いです。自分が「サロンに行ったら今はフレンドリーにタメ口だったの？」、そこにはサヨナラとは違うと思います。

2.今後の学校生活で、あなたが心がけていくべきことはなんですか？

普段の身だしなみ、言葉遣いの意識。
よく敬語が使えないことはとても不丁寧なので、つねに使えようと努力する。尊敬の気持ちも忘れたくない。

1.一般美容と婚礼美容の接客の違いについて、あなたが感じたことを記入してください。

婚礼美容は自分が思っていたより厳しいと思った。
確かに、結婚式に行きたくて、いつも丁寧に接客してくれた。
又、子供に対しても、敬語で話していたり、
気をかなり使う意識だと感じました。

2.今後の学校生活で、あなたが心がけていくべきことはなんですか？

言葉づかい。
行動。

1.一般美容と婚礼美容の接客の違いについて、あなたが感じたことを記入してください。

言葉遣いは普段、使っている言葉遣いが(?)少し。
出てしまう事はあってはいけないから。
一般美容でも丁寧な言葉遣いをしないといけない。

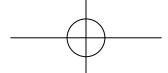
2.今後の学校生活で、あなたが心がけていくべきことはなんですか？
言葉の選び方を考えて、TPOにあわて言葉遣いにしていきたいです。

1.一般美容と婚礼美容の接客の違いについて、あなたが感じたことを記入してください。

言葉の言い方や身だしなみ、フレームについてなどちょっとしたところが行きやすいと思った。
大変だと思った。

2.今後の学校生活で、あなたが心がけていくべきことはなんですか？

言葉や身だしなみ、つねに誰かの目がいるという
自覚を持つべきだ!と思った。



第5章 考察

平成27年度事業で扱った、高等専修学校を卒業した新人美容師が任される“基礎的な接遇業務”を教育するための教材開発から更に進めて、「サロン類型に応じた接遇業務の違い」に焦点を当ててカリキュラムを開発した。

これにより、より実践的な人材育成に資すると共に、高等課程のインターンシップにおいては実務の違いや理由について深く理解することを可能とし、高等専修学校を卒業後の新人美容師にとっても、就職先イメージと担当業務のギャップを低減させることに寄与する開発成果を創出した。

活動を振り返ると、いくつかの反省点も残る。

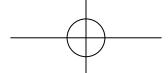
1. 調査で収集した情報の教材への反映

職種の共通的な基本的な接遇教育から深めて、サロン類型を規程し、類型毎に違いのある接遇業務事例の収集に際して、アンケート作成・調査実施・分析、加えてヒアリング調査実施と、調査活動を集中的に行った。

本事業において収集した新人美容師の実務事例や、サロンが新人美容師に期待する接遇業務内容の詳細は非常に有用であり、収集した調査結果は更に教育活動に活用していくことによって、一層価値のあるものとなっていくと思われる。

当該分野の接遇教育については、現場でのいわゆるOJTによる経験則から学ぶようなケースが主流を占めている。中でも接客教育は、現在のところ、自分で経験しながら、失敗しながら学んでいくことがほとんどである。個人の経験則からの偏った接遇法や、就業先サロンの限られたケースだけでは、全体を網羅し、包括的に学ぶには限界がある。

特に、高等課程の生徒にとっては、社会経験も不足気味で、就業意識も未熟であるがゆえに、多くの事例を集めて、それらのリアルなケースから学び、応用力・適応力を醸成することが重要である。



就業後のいろいろなケースにも対応できるような実践力を学ぶことにより、卒業後の現場とのギャップを抑止し、接客の失敗によるメンタルの挫折を未然に防止し、継続的に就業を続けられるようなスキルを得られるものと考えている。

未知の体験しない事例にも戸惑わずに対応できるような応用力を身につけるためには、体系的に整った学びやすい教材の開発が必要不可欠である

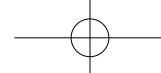
2. 専門的サロンサービスの深堀

サロンの類型化の検討の中で、当初の仮説設計では、福祉美容型や婚礼型を独立的に想定していたが、調査分析の結果、福祉美容や婚礼美容の実施の有無や割合は異なるものの、必ずしも専業でなくとも、多くの日常利用サロンにおいて、実務が発生していることが分かった。

そのため、サロン類型としては、若年・OL層向け店、中高年層向け店、高級店、郊外店といった日常利用サロンの4類型と、福祉美容、婚礼美容といった専門的サロンサービスを取り上げる扱いとした。

専門的サロンサービスにおいて、本年度事業では、身だしなみや来店から退店までの時間軸でのお客様との接点を中心として教材化を行ったが、婚礼美容においては、事前打ち合わせ⇒リハーサル⇒本番（挙式当日）といった通常サロンとは全く異なるサービス提供の流れがあることなどからも、専門性、特殊性が高いことについては、一定の範囲内に留めた扱いにせざるを得なかった。

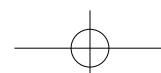
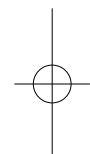
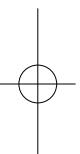
また、福祉美容においても、近年の法改正に後押しされて、今後更なる広がりが想定される領域ではあるものの、美容領域における福祉美容の需要見込み（社会的な期待）や、そこで美容師に求められる専門性、特殊性については限定的な扱いとなっている。また福

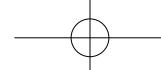


祉美容においては、”出張”という提供形態の違いも存在することから、本事業の目的である”若年層離職率低減に向けた実務社会とのギャップの解消”からすると、高等課程を卒業する美容師に教育すべき実態について、教育プログラムとして開発できていない部分が存在する。

美容分野における高等専修学校生への更なる実践教育の高度化を図るには、前述のような専門的美容領域における一連の業務の流れと、そこでの新人美容師が担う仕事内容、必要な知見やスキルと言った部分の体系化や、実例中心の教育プログラム開発が望まれると考えられる。

以上。





平成28年度文部科学省委託事業 成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進事業
サロン類型に応じた実践的接遇ができる美容師人材育成のプログラム開発

■実施委員会

| | |
|--------|-------------------------------|
| ○和田 美義 | 学校法人国際共立学園 国際理容美容専門学校 理事長 校長 |
| 清水 信一 | 全国高等専修学校協会 会長 / 武蔵野東高等専修学校 校長 |
| 関本 恵一 | 帝京大学 教育学部 教授 |
| 大岡 豊 | 学校法人大岡学園 大岡学園高等専修学校 理事長 |
| 平田 真一 | 学校法人第一平田学園 中国デザイン専門学校 理事長 |
| 寺嶋 卓 | 寺嶋社会保険労務士事務所 代表 |
| 若松 伸佳 | 学校法人国際共立学園 法人本部長 |

■モデルカリキュラム開発委員会

| | |
|---------|---|
| ○渡辺 真由美 | 学校法人国際共立学園 国際理容美容専門学校 教頭 |
| 谷本 佳隆 | 大阪美容専門学校 副校長 |
| 石川 正剛 | 大育高等専修学校 副校長 |
| 折戸 宏次 | 大岡学園高等専修学校 企画部長 |
| 菅原 みどり | 有限会社トータル美研美容室カペリデアーテ代表取締役 / 全日本婚礼美容家協会地区委員 |
| 石川 真樹 | 有限会社エレガンテ美容室プリマヴェーラ 事業統括 |
| 工藤 佑輝 | 学校法人国際共立学園 法人本部副部長 |

■調査・評価委員会

| | |
|--------|--|
| ○佐谷 肇 | 学校法人国際共立学園 国際理容美容専門学校 副校長 |
| 鶴貝 トモコ | 東京都美容生活衛生同業組合 副理事長 / 東京都美容健康保険組合副理事長 |
| 大沼 孝三 | 株式会社KZO美容室 代表取締役社長 / ウエーブジャパンネットワーク 理事長 / 太平洋美容家俱楽部 理事長 |
| 白坂 春光 | 株式会社ヴィサージュクリエーション 代表取締役社長 / 日本ヘアデザイン協会 副理事長 |
| 菅原 みどり | 有限会社トータル美研美容室カペリデアーテ代表取締役 / 全日本婚礼美容家協会地区委員 |
| 石川 真樹 | 有限会社エレガンテ美容室プリマヴェーラ 事業統括 |

○=委員長

平成28年度文部科学省委託事業 成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進事業
サロン類型に応じた実践的接遇ができる美容師人材育成のプログラム開発

成果報告書

平成29年2月

学校法人国際共立学園（国際理容美容専門学校）
〒116-0014 東京都荒川区東日暮里5-17-12
TEL03-3803-6696 FAX03-3805-5618

●本書の内容を無断で転記、掲載することは禁じます。