

# Ogaru Times

有限会社アーティスト

第1号

2024年5月発行



# OGARU TIMES

創刊号

vol. 1

2024.5.10発行

INTERVIEW

代表取締役会長

増山幸子

創業からおよそ四半世紀を経てもなお、有限会社アーティストは成長を続けている。十和田の理容室に併設された、小さな理容室からスタートしたアーティストは、どのようにして、岩手・青森を中心に15店舗を展開する一大美容グループへと進化を遂げたのか。創業者である代表取締役会長、増山幸子の奮闘の日々を追った。

## 美容室経営参入のきっかけ

学生時代は看護師に憧れを持っていたものの、血を見るのが苦手だった増山。心配した父から理容師を勧められたのを機に、その道の専門学校へ進学。卒業後は4年ほど名古屋で修業を行い、十和田の理容室に4年勤務した。当時は社会保険や雇用・労働雇用保険制度などもなく、やむを得ず

自分自身で働く環境をつくろうと小さな理容室をオープンした。20年間経営し、41歳になったときに持病の喘息がひどくなり、店を閉めようかと考える。そのとき知人から、「一般企業のように、社会保険をかけられるから」と、美容室経営への転向を勧められたのだ。

美容室でも社会保険に加入できると知り、非常に驚いたという増山。迷いはあったが、新たな挑戦への決意を固めた。

## 画期的なストレートパーマの開発

最初は、理容室の一角に設けた小さなサロンからスタート。美容師を雇って営業を任せていた。転機が訪れたのは、しばらくしてからのこと。当時、石川から来た友人が「今の流行りはストレート

トパーマだよ」と教えてくれた。また、あるとき目にした雑誌で、持ち運べるような小型アイロンの特集記事を読む。その瞬間、増山に1つのアイデアが降りてきた。アイロンを使ったストレートパーマである。

「さっそく木板や布などで小さめのアイロン台をつくり、パーマ液で軟化させた髪をアイロン台とアイロンで挟んで真っすぐに伸ばしてみました。そうしたら、想像以上に綺麗なストレートヘアが実現したのです。しかも、かなり長期間保持できました」。

このストレートパーマは瞬く間に大人気となり、近隣の三沢に在住の米人たちも来店するようになり店は人であふれ、さらにはこの技術を学びたいと、美容師たちが集まるようになったという。

### 会社の拡大期とマネジメントの苦悩

勢いに乗って十和田市内に2店舗目を出店したものの、最初はうまくいかずに間もなく撤退。そうしたある日、八戸でオープン3か月の10坪ほどの小さな居ぬき店舗が目にとまる。その瞬間、大型都市に合った出店方法があるはずだと考え、全国の友人を訪ねてノウハウを学んだ。その思惑は的中し、しばらくすると店はお客様でごった返す状況を見て、すぐ新規店舗を構えようと決断。居ぬき物件では個性を出せないと考え、貸店舗を建設してくれる貸主を探した。苦戦はしたが、縁あって良いオーナーを見つけることに成功。その店も紆余曲折を経ながら軌道に乗り、そこからは2～3年ごとに八戸に出店を続けていった。

一方で、社員の定着率が思うように伸びなかったのには頭を悩ませた。増山にとって、社員たちの指導やマネジメントは未知の世界だったのだ。

「今思えば、人間としての学びや器が足りていませんでした。ただただ目の前の現実には振り回されて、修正していくことの繰り返しでしたね」。

試行錯誤しながら、少しずつ働く環境の整備を進めていった。なかでも、教育担当の小村が入社してくれたことは大きかった。さらに、目標に掲げていた社会保険の導入もその1つ。当時、年間3000万円ほどのコスト増になったが、美容室経営の目標を達成するため、そして美容業界でも一般企業と同様に働きやすい環境を実現したいという思いから、決断に至った。

### 社員の可能性を引き出せる組織づくりを

会社も、そして社員も進化し続けてきたが、常に変わらないのは皆が持つ「進化の力」だと増山は言う。

「お客様に対してはもちろん、社員同士が思いやりの気持ちを持って接しています。そうした姿を見ると、感動さえ覚えます。社員は可能性にあふれている方ばかり。会社を通してさらに成長し、感謝を共有できるような組織にしていくつもりです」。

社員が輝く職場は、お客様の満足度も高いという。美容師は技術職。自分の腕でお客様を幸せにするという誇りを持ち、存分に実力を発揮できる美容人生環境と一緒に、これからも築いていく。

諦めない挑戦心と、お客様や社員たちを大事にしたいという思いが織りなしてきた、アーティストの歴史。今後も地域のお客様たちの「美」を支えていくに違いない。





気になる

Vol.1 | モンブラン湊高台店



モンブラン湊高台店 店長  
ふななき けん  
船木 錬さん

# あの店舗を大調査!



アーティストグループは現在15店舗。これほどの数を誇る上、皆さんそれぞれが自分の店舗で日々業務に勤んでいるとなると、他店の様子を知る機会は少ないと思います。そこで、1つの店舗にスポットライトを当てて大調査!その結果をご報告する「紙面内覧会」の企画を立ち上げました。素敵なスタッフの姿と、「この取り組み良いな。やってみようかな」「この心がけは素敵だな」といった貴重な気づきに出会えること、間違いなし。今回は11年前にオープンしたモンブラン湊高台店へおじゃまします!

## メンバー構成

正社員4名、パート2名の6名で運営しています。私以外は全員女性スタッフで、年齢は下が23歳、上が50歳。全員仲が良く和気あいあいとした雰囲気、仕事ではしっかりメリハリをつけています。



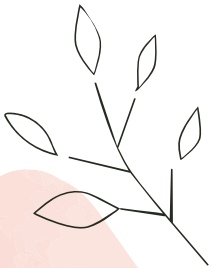
朝礼の様子



藤山さん

## 店舗の雰囲気

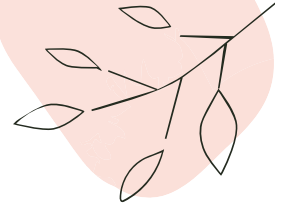
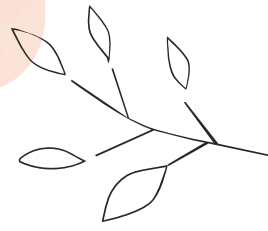
当たり前のことですが、スタッフ全員が**クリネスを徹底**し、きれいな店舗を保っています。店内は落ち着いた雰囲気。エントランスでは**多肉植物や花を育てて緑豊か**に。お客様からほめていただくことも多く、嬉しく思っています。





## お客様の特徴

年齢層は下が1歳8か月、上が60代で、とくに多いのは20～50代。男女比は女性7割、男性3割。仕事終わりや学校終わりの夕方は、男性客のみという場面も。リピーターもちろん多いのですが、ありがたいことに**毎月新規のお客様にも多数ご来店**いただいています。



## 店舗ならではの強み・魅力

### 「接客・技術ともにお客様が満足を得られる」がコンセプト

コンセプトをもとに、スタッフ全員で大切にしているのが「気配り」。「お客様は家族」と捉え、自分が担当するお客様はもちろん、それ以外の店内すべてのお客様に配慮し、優しさと思いやりを持って接しています。そして、技術面でも接客面でも何かしらお客様に1つでも多くの**プラス＝満足**を得てほしいと思っています。接客で心がけているのは、たとえば前回のお話を忘れずに覚えておいて会話に取り上げるといった、思いやりのある声かけ。お客様が楽しそうにお話されている様子から、スタッフ全員が親しみを持っていただけていると自負しています。

### 技術面の強みにも注目

トリートメントを7種類と豊富に揃え、**髪質改善でお客様に喜んでもらえるメニュー**を展開しているのも大きな強み。ちなみに、当店イチオシのトリートメントは髪質再生に特化した「**BYKARTE (バイカルテ)**」です。また、私がヘアカラーメーカーの勉強会で得た流行のデザインカラーやブリーチなどの情報を、スタッフ全員に逐一共有しているのも強みだと認識しています。

## 独自の取り組み

### 口コミの強化

Googleで当店を検索すると、口コミの数かなり多いことがわかるはず。それだけ口コミに力を入れています。具体的にはお客様に「まだ来たことがない方のために、良かったらお店のことを紹介していただけたら……」と軽く声かけ。すると、**多くのお客様が積極的に口コミを投稿**してくださり、新たなお客様とのご縁につながっています。



### 今後の意気込み

### 八戸で一番の店舗にしたい！

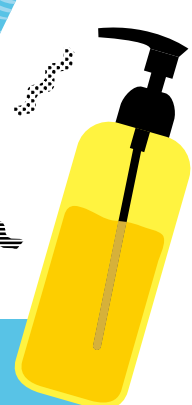
スタッフそれぞれが美容師としての魅力を引き出せたら、きっと最強の店になるはず！各自が個性を最大限に発揮して成長し、プロフェッショナルになれるよう、店長として「**お客様満足度**」「**気配り**」「**お客様は家族**」といったポイントを大切に**姿勢を維持し、スタッフ全員が値段以上の技術や接客を行えるよう導いていく**所存です。





# トップスタイリストに聞く！ 仕事のオトモ

お仕事をするうえで「コレは絶対に欠かせない」というアイテムはありますか？  
今回は3名の方に、大切な仕事のオトモをご紹介します！



るぼ ニード店  
とまべち れおな  
**苦米地 玲於奈さん**

私のオトモは……『**シザーケース**』です！  
(ハサミやコーム、ダッカールなどを入れて腰に巻くもの)

## 使い始めたきっかけ

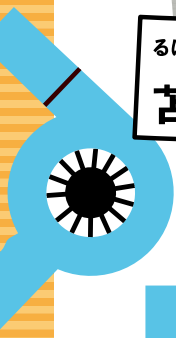
最近、アシスタントからスタイリストに昇格。カットする機会が増え、ハサミを持つことが増えました。職場の人から「あると便利だよ」と聞き、使っています。

## 便利かつ時短を叶えるアイテム

ハサミだけでなく、ダッカールやコームを使う機会は意外と多いもの。自分のお客様はもちろん、手元があれば、ほかのスタイリストのヘルプにつくときに、都度ワゴンに取りに行く手間が省けるので、とても役に立っています。



ものをなくしやすいので、一緒にケースに入れておけば安心です。また、使いたいときにいつでもどこでもすぐ使えて、ワゴンに戻るタイムロスもなくなるので、今や私にとって必須アイテムになっています。



私のオトモは……『**コーム**』です！

## 使い始めたきっかけ

1つはカット練習のため、手に合ったコームがほしいと思い、自分で購入しました。もう1つはスタイリストデビューのときに、合格祝いとしていただいたものです。

## さまざまな場面で活躍中

正確なカットのために使用したり、乾かす前のコーミングやアイロンセット時に使用したりと、幅広く活躍しています！



るぼベスト店  
どい みお  
**土井 美桜さん**



ハサミだけでは、良い仕事はできません。うまくカットするには丁寧なコーミングが鍵となるため、コームは欠かせない存在です。

私のオトモは……『**スケルトンブラシ**』です！

## 使い始めたきっかけ

入社した当時、立ち上げブローがうまくいかない私に、先輩がスケルトンブラシを譲ってくれました。そこから現場で使うようになりました。

## 万能スタイリング！

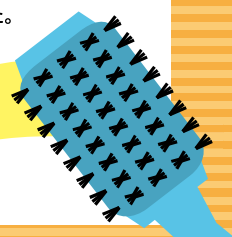
仕上げに使ったり、絡まった髪をほぐくことができたりと、どのような場面でもスムーズに施術ができます。また、前髪が自然にふんわりと立ち上がるため、年配の方に喜ばれたこともありました。



ぎんのはさみ ラッソ店  
いろかわ しほ  
**色川 志歩さん**



メンズからレディースまで使えるので、とても万能です！



# 社内報

## 『Ogaru Times』創刊のお知らせ

ついに発行が始まった『Ogaru Times』!

社員の皆さんをつなぐ媒体として、皆さんのお役に立つ情報やアーティストの取り組みなどを広く発信していきます!

毎月  
10日  
発行!

### 社内報タイトルの由来は?

「Ogaru」は南部弁の方言で「成長」と言う意味です。これから社内報も活用し、社員がより成長してほしいという想いを込めたタイトルにしました。

### 社内報の活用目的

- 店舗や社員同士のノウハウを共有
- コミュニケーションの活性化
- お客様にも読んでいただき、ファンになってもらう!

＼ 私たちが担当します! ／

銀のはさみ フィーナ  
ディレクター  
やまもと けいた  
山本 恵大さん



### 意気込みをどうぞ!

エリアを越えて、各店舗の技術、接客サービス、スタッフの良いところをアーティスト全体に広めていきたいと思えます。社員全体のチームワークをより強化していけるよう、全力で頑張ります!

### 皆さんへのメッセージ

仕事をするなかで自分の強みの発見、仕事を楽しんでいるきっかけ作りにつながる社内報にしたいと思っています。アーティストのスタッフ全員が主役になれるような、楽しい環境作りをともにしていきましょう!どうぞよろしくお願いいたします!

銀のはさみ売市  
兼 フィーナ 店長  
やなぎさわ けんた  
柳沢 健人さん



### 意気込みをどうぞ!

各店舗の取り組みや強みを共有することで「技術・接客等」の向上、そして店舗のレベルアップを目指します。また、エリアに限らず、アーティスト全社員で団結し、誰にでも愛される店舗作りをしていきます。

### 皆さんへのメッセージ

社内報を通してアーティストの取り組みをしっかり伝えていながら、スタッフ・店舗の成長に活かしていきたいと思っています。皆さんにはたくさんのご協力をいただくこともあると思いますが、どうぞよろしくお願いいたします。

皆さんの社内報に対する  
ご意見をお聞かせください!

1分ほどで  
ご回答いただけます!



