

マネージャー(以下M)・あらたまって、喋るのも何なんですけど、ヒカリス創業70周年ということで、2人で「これからの美容室、これからのヒカリス」を考えてみたいなあ。ディレクター(以下D)・とうとう、70周年を迎えましたね。1930年3月3日の創業なので、本当に丸々70年ですよ。M・60周年の時も、2人ともいたんですが、考えると、10年って短いですかね?それとも、長かったですかね?D・長いような気もするし、短かったような気もするし...



manager katsuaki ozawa

### 小澤克朗

大阪府吹田市生まれ。関西大学、ベルエール美容専門学校卒。大学在学中に、イベント会社に参画し、プランナーとして多彩なイベントの企画・実施を手がける。卒業後、(有)ヒカリス美容室入社。マネージャーとして、全店を統括している。又、ヒカリスのイベントはもちろん、他の多くのイベントのプランニングやオーガナイズも手がけている。

そんなものかな?でも、無駄に時間は使わないようにしてきたような気がする。というより、そう思いたい。(笑)M・僕も...。(笑)70年前、ヒカリスは、誕生して、もちろん、その時は、まだ「髪結い」のイメージが色濃く残る美容室「光美容室」であってわけなんですけど、戦前ですよ。戦争の前!D・もちろん僕らは、動いてなかったし、存在さえもしていなかった...

M・先日も、メーカーの人と、お話をしていて、和菓子や料亭で創業100年とかは、聞いたことがあるけれど、美容室では、本当にあまり聞かないですよ。たしか、数年前、NHKの朝やっていた「あくり」という番組の美容室が昭和4年創業と聞いているのでそれくらい。D・まさに、老舗美容室?M・昔は、その老舗・歴史というものが、重くてしかたがなかったけれど、最近は慣れてきた、もしくは自分に自信がついてきた。D・そうそう。でも、うちのオーナーや先生は、比較的、頭が柔らかいよね。M・1999年には、心斎橋への出店や2000年のヒカリスヘアードレッシングからヒカリスヘアへのCIなども、大事なモノは守りながら、常に新しいモノへのチャレンジを忘れたなかった。だから、古い店にならず、老舗になれたんだと...。M・僕たちは、?頭柔らかいのかな?D・柔らかいと、思いたい。そうそう、話は変わるんですが考えてみると、僕たち2人は、14年前の1987年度の入社ですよ。M・そう、同期入社。まだ、入社した頃は、ヘア&メイクヒカリスという名前、サロンも1店舗・スタッフ数も10名そこそこでしたもんね。D・現在は、5店舗・40名のスタッフということで、本当にびっくりしますね!M・でも、店舗数やスタッフ数は、実は、創業当時や最初

の方が、多かったというからある意味もつとすごいよね。D・それと、もう一つびっくりするのが、事務所にはあってある「美容所開設届出済之証」と、開設番号が1番。M・本当に1番というのが、歴史をかんじるよね。D・だから、うちの先生、なんでも一番が好きなんや。僕なんか、コンクールで準優勝した時、「一番と違う」って言われたもん。M・まあまあ。D・準優勝いうても、すごい人数のなかの2番目やから、すごいんですよ!!M・まあまあ。そろそろ、本題に入ろうと思うんですが...D・急ですね。M・ええ。これからの美容室は、どうなっていくのかを、あらためて、ヒカリス全店の統括ディレクターに聞きたいのですが?D・サロンワークの中で、一番感じるの「お客様の美に対してのレベルがどんどんあがっている」ということで、お客様自身が自分というものを、自分に似合うモノ、自分にプラスになるモノに対して非常にポジティブに考えていただけるということです。M・具体的に言うと?D・お客様のデザインに対しての感性とその判断力も、のすごくアップしている、と。現在は、多種多様なデザインが洋服やバックなどももちろん、家電であったり、日用品であったり、旅行のパンフレットだったり、ある種の「デ

ザインの洪水」だと思うんですよ。そのなかで、お客様は自分に似合う、自分のライフスタイルに合うおしゃれなモノを選ぶ力を伸ばしていつている。M・そうですね。本当におしゃれなお客様、多いですよ。D・この伸びてきたお客様の感性に、そして、ニーズに応じていくのが、これからの美容室だと思うんですよ。ニーズに応えるということ、大昔から言われていることなんですけど、本当の意味で、「変化し、進化し、成長していくお客様のニーズに応える」というのが絶対的に必要だと思えます。例えば、カラーリングなんですけど、ちょっと数年前までは、カラーといえばハイトーンやブリーチなど、「ヨーロッパやアメリカの右へ倣え」的なデザインの販売が多かったのですが、その弊害として多くのダメージヘアをつくってしまいました。これからは、デザインはもちろんです、コンディションを大切にしないと意味がないと思うんです。もちろん、カラーだけの問題ではなく、お客様のより進んだニーズに応えるため、日本人の骨格特性や黒髪というものを理解し、様々なパーマやカットを駆使していくことが、重要であると思っています。M・なるほど。ニーズって、応えているつもりでも、ずれていってしまうことってありますもんね。まして、お客様の感性がどんどんレベルアップしていく以上、ますます私たちは頑張らないといけませんね。D・逆に、マネージャーから見て、ヒカリスはどうなっていくと思われませんか?

M・ヒカリスは、「キレイ・キモチイイ」というのをサロンコンセプトにしていますが、もうひとつのコンセプト「エバーデライト」というのがあるんですが、これを本当に実現していこうと思っています。エバーデライトは、「常喜」と書くんですが、ヒカリスが美容を頑張ることで、お客様はもちろん、スタッフそして周りの人が常に喜んでいただけるということを自分たちの喜びとしましょう、っていう意味なんです。D・そうですね。私たちスタイリストがそのためにも、今以上に、技術力や人間性を高めていくことで、よりそのイメージに近づくはずですからね。又、サロンの展開とかのイメージは、マネージャーとしてあるんですか?M・ヒカリスは、いままでも、これからも、戦略的な店舗拡大ではなく、お客様のニーズとスタッフのニーズが合わさった時に、大きくなって来たように思うんですよ。D・スタッフのニーズも入っているのがヒカリスらしいですけど。(^^)M・そうそう。だから、ニーズが合わさるということでは、この2001年のヒカリスは、新規サロンを出店する事になると思っています。でも、基本的には、サロン数やスタッフ数ではなく、お客様に喜んでいただいた数、質を、増やしていきたい、というのが、サロン展開のイメージですね。最後に、21世紀のスタートとして、カラーリングがフルモデルチェンジして、お客様にとって、ものすごくよくなるということを知っていますが?

D・そうですね。心斎橋店オープンから、「パーフェクトカラー」を求めてきて、その集大成として、全店カラーの大きな変革を行いました。今までの技術力をベースに、心斎橋店のノウハウやカラーリストとしての知識をプラスし、200種以上のカラー剤を使いこなし、お客様に喜んでいただけるカラーを目指してまいりますので、3月からのキャンペーンやその後も、楽しみにしておいてください。M・この21世紀を節目に、さらに、実質的な運営をマネージ

director masahiko nagai

### 永井正彦

兵庫県川西市生まれ。関西美容理容専門学校卒業後、(有)ヒカリス美容室入社。入社以来、数多くのコンクールにて入賞を繰り返しKULU・吹田店・心斎橋店 店長を経て、現在は総店長として、全店を統括。サロンワークはもちろん、サロン全体のテクニカルディレクター・アートディレクターとして撮影や講習にも積極的に動いている。



メント面を私が、技術面を永井がしていくわけなんですけど、100周年までは、なにがなんでもがんばろうとたまに思うんですよ。ある意味、あと、30年。永井でも還暦越えてますね。D・ちょうど、還暦。ヒカリス100周年記念は、赤いタキシードでも着ようかな?M・70年の歴史も一日一日の積み重ねであったように、これからも一日一日を大事にして、お互い頑張っていきたい。D・そうですね、お客様のためにも、ヒカリスのためにも。