

2020 この時代を生き抜く「戦い方」を考えよう！

<0> 今回のセミナーの目的

- 「新型コロナウイルス」関連の総括
- サロンを取り巻く「新しい」状況に向き合い、生き残りを模索
- 世界及び日本の今後の景気動向に対応

<1> はじめに

- 「戦う」とは？⇒「6W1H」以上で考える

- When いつ（時間）
- Where どこで（場所）
- Who 誰が（主体）
- Whom 誰に（相手、対象）
- What 何を（物、事、行動）
- Why 何故（理由）
- How どの様に（手段）

- いつ戦うのか？
- どこで戦うのか？
- 誰が戦うのか？
- 誰（何）と戦うのか？
- 何を戦うのか？
- 何故、戦うのか？
- どの様に戦うのか？

⇒ この中で優先順位を付けるとしたら・・・

○「新型コロナウイルス」による「自粛」の中でも売上を伸ばした、

または、自粛解禁後に回復が早かったサロンのキーワード

- ・「危機管理」⇒「最悪の中での最善」と「最善の中での最悪」を理解し、現場に落とし込む
- ・「適応能力」⇒臨機応変と柔軟さが大切であり、業態の変化に本質を変えずに敏感に対応
- ・「告知方法」⇒マルチにメディアを活用し、一歩だけ外向きに発信
- ・「新規獲得」⇒ピンチはチャンス！
- ・「共感能力」⇒大変な時はみんな大変！その中にあってもお客様を気遣う気持ちと行動
- ・「個別対応」⇒お客様の状況に応じて対応（施術、接客、サービスなど）に余裕を持つ
- ・「時短施術」⇒みんな「3密」を避けたい！
- ・「運」⇒まじめにコツコツやっているとお客様や周囲は必ず見ている！
- ・「前向思考」⇒明るく、プラス思考と行動で不安を払拭する
- ・「来店実態」⇒簡単に分類して、傾向をしっかりと掴み、サロンワークに活かして行く

◆ご利用時間帯

◆年代

◆性別

◆職業

◆施術内容

◆販売商品

◆問い合わせ内容

◆相談内容

等々

→分類を明確にしておくとお処方法も明確になっていく！

・「手間を惜しまない」

⇒これで最高で十分ということはない。今回は、お客様とのコミュニケーションに重点

※逆に、上記の事ができていないサロンは売り上げが大幅にダウンするか、回復が遅い若しくは、回復できないサロンになってしまう！

<2> 「戦略」と「戦術」

○「戦略」とは

戦争や競争、試合に勝つ為の大局的・総合的・長期的な計略

ある目的を達成する為に大局的・長期的に事を運ぶ方策

○「戦術」とは

作戦や各個の戦闘を最も効果的に遂行する為の短期的で個々の具体的な術策
ある目的を達成する為にする具体的な手段や方法

○仕事の上での「戦略」と「戦術」の違い

多くの方が、戦略と戦術を十分区別しないまま経営を行なっています。多くの場合、「戦術」を「戦略」だと思い込んでいることが多い

「戦略」は、英単語で表すと「WHAT(目的)」になり、「何をすれば良いのか」「何をすれば繁盛するのか」というところから考え、企業の進むべき方向を考えること

「戦術」とは、英単語で表すと「HOW TO(手段)」になり、現状の延長線上でやり方や方法を改善したり、業務を効率化したりすること

<3> 「戦いの原則」 4つ代表的な考え方を考察する

○『孫子』⇒「孫子(書物)」

『孫子』においては多くの戦いの原則が考案されている。孫子においては戦略と戦術が明確に区分されていないが、戦術的な原則を取り上げれば、以下のようなものがある。

- ・戦いは敵の意図に正対することで不敗の態勢を築き、虚を突く事によって勝利する
- ・先に戦場に到着することによって、戦いの主導権を握る
- ・地形の掌握と有効な活用
- ・敵情を把握するために、情報活動は必要不可欠

○ジョミニ⇒「戦争概論」

19世紀の軍事学者アントワーヌ＝アンリ・ジョミニは当時行われていた戦いの原則の存在をめぐる論争において、肯定の立場に立っていた。そのために彼の著書『戦争概論』においてはいくつかの原則が示されている。

- ・戦略的な判断に基づいて、主力を勝敗を左右する重大な地点である決勝点に機動し、敵の後方連絡線を圧迫する
- ・大規模な味方をもって小規模な敵と戦闘するように機動する
- ・戦術的な判断に基づいて、主力を決勝点または撃破する要点へ志向させる
- ・全ての味方に同時的に戦果を生み出すように効率的に運用する

○クラウゼヴィッツ⇒「戦争論」

また同時代の軍事学者カール・フォン・クラウゼヴィッツは戦いの原則の存在をめぐる論争において、否定の立場にたっていた。しかし彼の著書『戦争論』は現代でも評価されている優れた軍事理論の古典であり、戦いの原理につながる理論や概念を論じている。ここでは戦術における戦いの原理に関連する理論・考察の一部と現代でも用いられるクラウゼヴィッツの論じた概念について簡単に述べる。

- ・防御は攻撃よりも強い形態である
- ・勝利は敵の物的・精神的な戦闘力の破壊であり、これは追撃の段階で急速かつ強固に達成される

- ・迂回機動は味方の後方連絡線が優勢である場合に成り立つ
- ・あらゆる攻撃は前進することによって弱化する（攻勢極限点）
- ・勝利によって得られる成果はある一点を過ぎると逡増から逡減に変わる（勝敗分岐点）
- ・戦場において一般的に情報の不確実性・混乱が生じる（戦場の霧）
- ・戦場において一般的に計画と実施の齟齬が生じる（摩擦）

○フラー⇒「戦いの原則」

英国陸軍軍人のジョン・フレデリック・チャールズ・フラーはこれまでの軍事研究と戦史研究を通じて、陸戦の原則を以下のように要約した。この原則は若干の差異はあるものの各国陸軍の教範類にも影響を与えている。

- ・目標の原則 - 目標の明確化と一貫性
- ・統一の原則 - 部隊の指揮統制の一元性を保持する
- ・主導の原則 - 先動・先制によって戦闘の主導権を確保する
- ・集中の原則 - 敵弱点への味方戦力を一点集中する
- ・奇襲の原則 - 意外性を伴う行動をする
- ・機動の原則 - 機動を先制する
- ・経済の原則 - 戦力を徹底して節約する
- ・簡明の原則 - 目標・計画・行動の簡明さを保つ
- ・警戒の原則 - 敵への準備・即応対処を準備する

※アメリカ軍では「物量の原則（飽和攻撃）」、イギリス軍では「運用の原則」、ソビエト連邦軍では「殲滅の原則」が加えられている場合もあり、一様ではない。

<4>サロン経営における戦い方

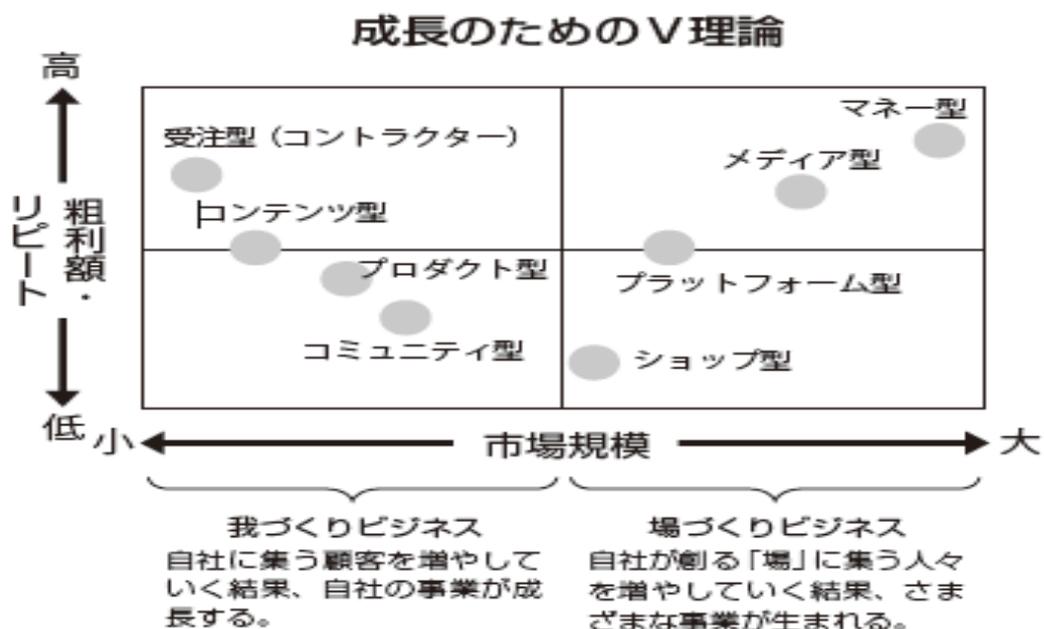
- 「直接戦略」と「間接戦略」
- 「緊急度」と「重要度」による優先順位の決定と行動
- 「経営」を多角的に考える
「ヒト」「モノ」「カネ」「情報」
- 「経費」の考え方

- ・「固定費」と「変動費」
- ・予定外の支出増加に対応
- ・想定外の収入減少に対応

○お客様との信頼づくりの基本

○経営における「新型コロナウイルス」感染の第2波、第3波対策

○サロンの成長と経営方針の組み立て



<5>サロンワークにおける戦い方

- 「緊急度」と「重要度」のバランス
- スタッフとスタッフの家族の心と体の健康管理と対策
- お客様の心と体と生活環境の状況把握
- サロン周辺の状況把握
- 自サロン全体の見直し
 - ・設備関係 ⇒ 看板 出入り口 換気

- ・サービス ⇒ 接客 POP チラシ SNS ホームページ カード類 DM
- ・施 術 ⇒ 技術 施術工程&内容
- ・管 理 ⇒ 顧客管理 入出金管理 衛生管理 設備管理 備品管理 労務管理 安全管理
情報管理
- ・労 務 ⇒ 労働生産性 福利厚生 能力開発

etc.

○サロンワークにおける「新型コロナウイルス」感染の第2波、第3波対策

<6> 「Q&A」と「まとめ」

<7> おまけ

理・美容師施行規則における消毒法の確認をしておこう！

「除菌」「殺菌」「滅菌」「抗菌」の違いを知ろう！