

研 究

美容サービス提供者の役割と美容教育機関の現状

— 山野美容芸術短期大学の事例研究 —

尹 五 仙

目 次

はじめに

I. 「美容サービス」の仕事

1. 美容サービスはどのような仕事か
2. 各分野のサービス提供者になるまでの過程

II. 美容サービス提供者の役割

1. 各分野で求められる人材像
2. 美容サービス提供者の役割

III. 美容教育機関の現状と事例研究

1. 背景
2. 美容教育機関とその種類
3. 事例調査の目的および内容
4. 山野美容芸術短期大学の概要
5. 山野美容芸術短期大学における教育

おわりに

参考文献

は じ め に

情報のグローバル化が加速度的に進み、それとともに消費者のニーズは多様化している。これに対応できない美容サービス企業は衰退せざるをえないだろう。では、こうした状況に対応するため、個々の美容サービス企業はどのような手を打てばいいのか。厳しい環境のなかで生き残り、成長を続けるために必要なことのひとつは、優秀な人材を育成し確保することである。では、美容サービス産業における優秀な人材とは、具体的にどのような能力をもつ者だろうか。

企業で求められる技能は、技能形成の観点から企業特殊的技能と一般技能に分類される¹⁾が、美容サービス業の企業特殊的技能は非常に限られており、一般技能の比重がきわめて大きい。つまり、ある美容室で十分に働ける技能をもつ従業員は、その技能の大半を他の美容室でも生かすことができる。したがって、美容サービス業においては転職が容易であり、従業員の流動性はかなり高い。こうした事情から、雇用者が OJT をあまり熱心に行わない傾向があり、従業員のスキルアップは昔ながらの「見て盗む」方法が主流となっている。その意味でも美容サービス提供者の技能形成についての検討は必要であると考えられる。そして、技能形成には就業

1) 宮本 (2004), p.69。

前教育の役割が大きいと考えられるため、本稿では美容教育機関の現状を中心に調べていくことにした。

美容サービス業、特に美容室では徒弟制度が実質的に残っていることが多く、下働きのつらさに耐えられず転職してしまう者が多い。また、美容師の国家資格を持っていたとしても、さらにカラーリストやスタイリストなどの資格を取らないと上のレベルに行けない現状がある。このような状況でも目標と責任感を失わない教育が必要になってくるだろう。

また、美容サービスの顧客は「高揚感」だけではなく「くつろぎ」も求めるようになった。それに応えうる従業員を育成・維持・確保することが、美容サービス業の大きな課題になっている。

本研究は、美容サービスはどのような仕事であるか、サービス提供者になるまでの過程を述べる。次に、各分野で求められる人材像とサービス提供者の役割を明らかにする。最後に、美容教育機関の現状を検討し、美容サービス業における人材育成の課題について検討する。

I. 「美容サービス」の仕事

1. 美容サービスはどのような仕事か

本稿で取り扱う「美容サービス」は、顧客の身体を対象とし、その全体あるいは一部分を美しく整える行為、また、顧客に便益をもたらすため美容技術を提供するすべての行為を指す。それは、顧客の身体を対象とする人間の活動であり、顧客に何らかの効用をもたらす価値のある活動である²⁾。

美容サービスの仕事は、取り扱う身体箇所や目的によって異なる。本稿では様々な美容サービスを、多くの美容教育機関の教育プログラムの分類に沿って「ヘア」「メイクアップ」「エステティック」「ネイル」の四分野に大別する。サービス提供者の職名は、美容師、ヘア・デザイナー、ヘア・メイクアップ・アーティスト、ヘア・スタイリスト、メイクアップ・アーティスト、エステティシャン、ビューティー・セラピスト、スパ・セラピスト、マッサージ師、ネイル・アーティスト、ネイリスト、マニキュア師など各分野ごとに様々である。美容サービスの仕事は今のところ、一つの総合された職業とはなっていない。

一般に美容サービスの仕事は「身体への働きかけ」「身だしなみの提供」と簡単に思いがちであるが、そこには「感情労働」「審美的労働」などの要素が含まれている。つまり、目に見える身体だけでなく、フィーリングにも働きかける仕事であると定義できる。また、美容サービス企業に勤める人のプロとしての専門知識や地位は、医療専門家と民間療法家、風俗業従事者との中間に位置すると考えられる³⁾。

2) 尹 (2009), pp.157-158.

3) ポーラ・ブラック (2008), p.149.

紙数が限られているので、本稿は美容サービス提供者が自分の専門職としての役割をどのようにとらえるかを理解することに主眼をおく。

2. 各分野のサービス提供者になるまでの過程

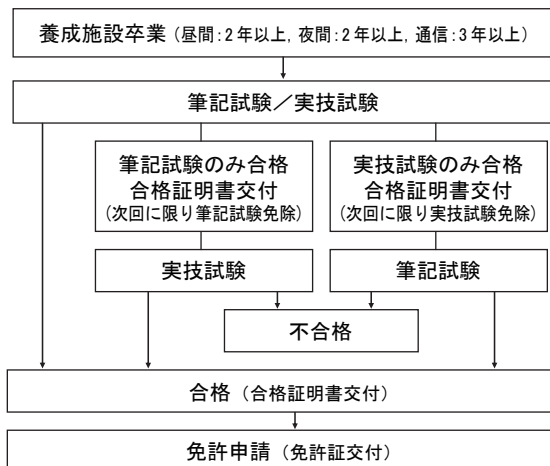
(1) ヘア分野

ヘア分野の事業所は美容室である。美容師の資格がなくても美容室で働くことはできるが、ヘア・デザイナーを目指すためには美容師の資格を持つのが前提となっている。美容師法（昭和32年6月3日法律第163号）は、美容師試験に関して次のように定めている。

美容師試験は、学校教育法（昭和22年法律第26号）第90条に規定する者であって、厚生労働大臣の指定した美容師養成施設において厚生労働省令で定める期間以上美容師になるのに必要な知識及び技能を修得したものでなければ受けることができない。美容師試験に合格した者は、厚生労働大臣の免許を受けて美容師になることができる。管理美容師は、美容師の免許を受けた後三年以上美容の業務に従事し、かつ、厚生労働大臣の定める基準に従い都道府県知事が指定した講習会の課程を修了した者でなければならない⁴⁾。

美容師国家試験に合格するには、筆記試験と実技試験の両方とも合格しなければならない。一方だけ合格した場合は次回に限りその試験が免除される。次回も合格しなければ両方とも無効になる。筆記試験と実技試験の両方とも合格したら、文部省から合格証明書を交付してもらい、免許申請を行う。図I-1は美容師志望の者が美容師養成施設を卒業してから免許申請を行うまでの流れを示したものである。図I-2は美容師を志望している者が美容学校に入学し、

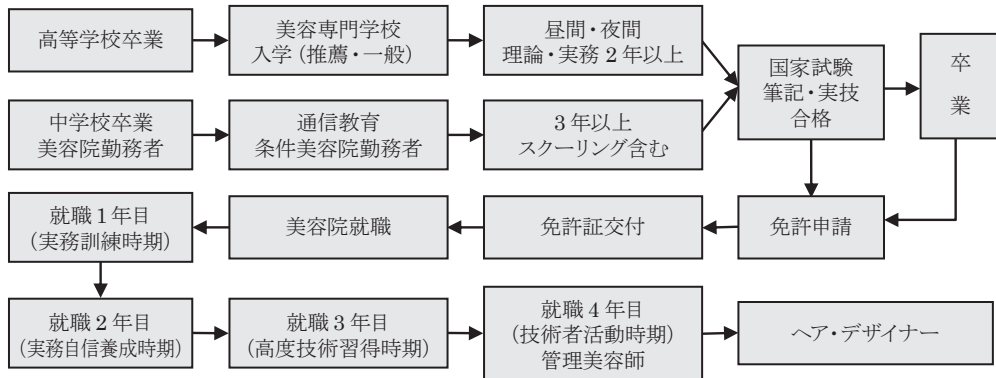
図I-1 美容師資格を取るまでの過程



(出所:『美容師・美容業界を目指す人の本』 p.43 をもとに筆者作成)

4) 厚生労働省ホームページ (<http://www.mhlw.go.jp/~riyoushi/>)。

図 I-2 美容師の一般的なプロセス



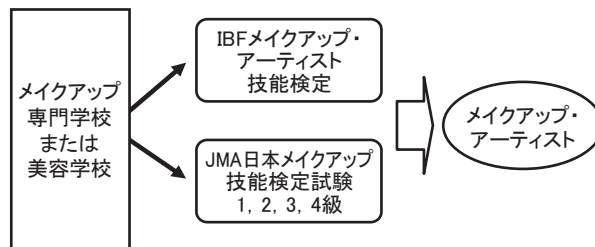
(出所:小濱(2007) p.115 をもとに筆者再作成)

管理美容師になるまでの一般的な過程を示したものである。

(2) メイクアップ分野

メイクアップ・アーティストの仕事は、テレビや映画、CM、雑誌、舞台、ファッションショー等の出演者へのメイクアップである。その他、化粧品会社やブライダル会社、美容サロンなどでも活躍する。顔を美しくするだけではなく全体的なイメージを変えるためヘアを担当することも多く、美容師の資格を持っている人が多い。

図 I-3 メイクアップ・アーティストになるまでの過程



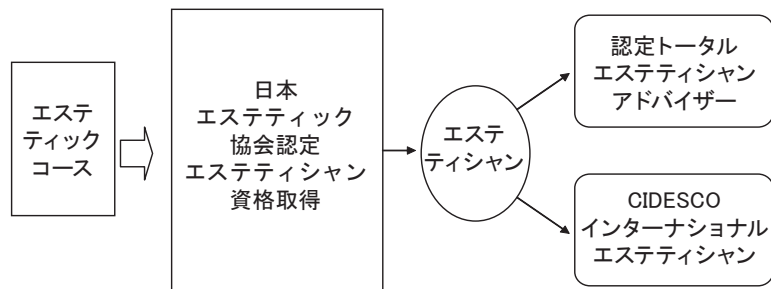
(出所:筆者作成)

日本のメイクアップ・アーティストに関する資格は、日本メイクアップ技術検定協会(JMA)と国際美容連盟(IBF)によるものがあるが、まだ国家資格はない。したがって資格は必須ではないが、最近は資格を持っている方が仕事をするうえで有利であり、メイクアップ専門学校やメイクアップコースがある美容学校に入学し専門知識や技術を学ぶ人が多い。JMA 日本メイクアップ技能検定試験やIBF メイクアップ・アーティスト技能検定を受け、合格後はアシスタントから経験を積みながらメイクアップ・アーティストとしての腕をみがいていく(図I-3)。

（3）エステティック分野

エステティシャンになる方法はいくつかあるが、エステに関する学科をもつ学校に通うのが一般的である。人の肌に直接触れる仕事であるため、エステティックの技術だけではなく、人体構造や生理学などの専門知識をきちんと身に付ける必要がある。エステティシャンの資格を取るためには、日本エステティック協会や日本エステティック業協会などの資格試験を受ける。エステティック資格を取得し、実務経験を積んだ後、認定トータルエステティシャンアドバイザーあるいは CIDESCO インターナショナルエステティシャンの試験を受けることもできる（図 I-4）。

図 I-4 エステティシャンになるまでの過程とその後（日本エステティック協会の場合）



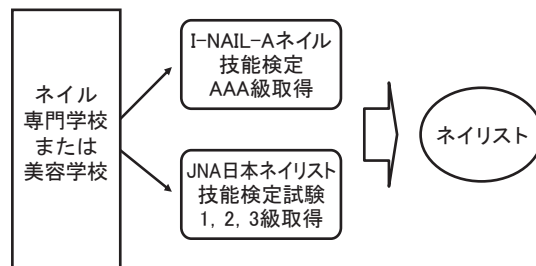
（出所：筆者作成）

（4）ネイル分野

ネイリストになるために特に取得しなければならない資格はない。資格がなくてもネイルサロンで働けるため、ネイルに関する基本知識を学び、サロンで働きながら技術を身につけることが可能である。ただし、ネイリストのレベルをはかるため、日本ネイリスト協会や I-NAIL-A が実施している検定試験を受けるのが普通である（図 I-5）。美容教育機関などで専門知識と技術を学び、資格を取得した後、ネイルサロンや様々なビューティサロンで働くこともある。

ネイリストの資格はトータルビューティを志向する美容師、メイクアップ・アーティストが

図 I-5 ネイリストになるまでの過程



（出所：筆者作成）

取得する場合が多い。

Ⅱ. 美容サービス提供者の役割

1. 各分野で求められる人材像

(1) ヘア分野

美容師に求められるのは単なる腕のよさではなく、顧客の注文、さらには言外に示される期待をも読み取り、それを実現する総合力である。髪の毛はいちど切ってしまうと元に戻せないため、この能力を一定の水準で身につけることが、美容師として一人前扱いされる必須条件といえるだろう。具体的要件は以下のように考えられる。

- ① 高い衛生意識をもっていること。設備や什器、美容材料の衛生を保つのはもちろんだが、顧客に清潔な印象を与えることも重要である。
- ② ホスピタリティ。美容院では 1 人の顧客に対して長時間の施術を行う。また、一般に待ち時間も長い。多くの顧客は美容とともに憩いのひとときを求めている、この期待に応えうる従業員でなければならない。
- ③ 几帳面であること。定期的に美容カルテをチェックし、来店を促すはがきを送るなど、こまめな営業努力も必要である。

(2) エステティック分野

エステティックの国際資格がある一方で、特に資格はないが顧客から信頼を得て働いているエステティシャンもいる。資格を持っても現場で必要なスキルを十分に持っているエステティシャンは少ない。エステティシャンの要件が一定ではない現在、サロンの現場で必要とされる「意識・技術・知識・接客」の 4 項目について、たとえば現場のエステティシャンは以下のように述べている⁵⁾。

- ① 意識:経験に応じた「プロ意識」を持つこと。顧客をきれいにする意味を知ることにより、技術を覚える意味が理解でき、覚えたいという気持ちが自然と高まる。顧客の美的生活をコーディネートしてあげたい、悩みを取り除いてあげたいというプロ意識を持つエステティシャンならば、知識も技術も高めようと自ら努力するだろう。
- ② 技術:技術の研究を常に続けること。顧客に不快感を与えず、高度な技術力を持ち、顧客の質問に的確に答え、迷いのない施術をすることはエステティシャンであれば当然のことだ。一流のエステティシャンは、指先が肌に触れた瞬間に顧客が何を求めているのかを察知し、顧客が心地良いと感じるマッサージを提供できる。高度な技術力で顧客に

5) 『ESTHE NET』 2003 年 11 月 23 号, pp.6-9.

安心感を与える施術をすることが何より大事である。

- ③ 知識：知識を深めることは顧客からの信頼を深めることである。エステティシャンには、与えられた知識に満足することのない向上心が必要である。体のトラブルは原因が様々である。解剖生理学、化粧品化学、栄養学などの知識を深め、顧客一人ひとりに伝えることが大事である。技術の基盤は知識であり、両方を身につけてこそ、顧客が安心して体をあずけられるプロとして認められる。
- ④ 接客：顧客を主体に行動すること。接客の雰囲気づくりに必要なのは、敬語の使い方が完璧であることや、ひざまずいてお茶を出すことではない。顧客に「安心」というサービスを提供し、信頼関係を築くことだ。施術中に必要以上に話しかけず、顧客がエステティシャンの技術に集中できるようにリードする。

（3）メイクアップ分野

メイクアップ・アーティストは他の美容サービス業と違って、働く場の幅が広い。デパート等の化粧品メーカーの販売員や、映画撮影等のメイクアップ・アーティストのほか、ブライダル業界や大手美容院で働くこともできる。

それぞれの業界の特性に適合した性質が求められるが、一般的なメイクアップ・アーティストに求められることは、「眼・心・手・頭」の4つの要素であると木下ユミは述べている⁶⁾。

- ① 眼：「画家はパレットなど何の意味もない。すべては眼で決まる」と、大画家ルノアールは話した。メイクアップも絵画的手法を用いて行う以上、同じことが言える。したがって、メイクアップ・アーティストの造形修行の基礎は、眼の訓練だと言える。つまり、眼が確かであることが、メイクアップ・アーティストになるための第一条件となるからだ。見極める「目」は、ただ物を見るだけでなく、クリエイターとしての目を持つことを指している。どんな物でも的確に捉え、単に物の輪郭や表面だけを見るのではなく、その奥深くにあるものまで観察していく「目」を持つことになる。
- ② 心：日常生活だけでなく、専門分野においてもハート（心）の伴わない人は、すべてに欠けると言える。技術者は数多くいるが、技能者は少ないということだ。相手に満足を与え、望み通りに応えられる技能者は少ない。一つ一つの作品の中にアーティストの心が形・線・色等として現れるからだ。
- ③ 手：知識が豊富で、創造力もあり、良いデザインを打ち立てたとしても、それを的確に再現できる技術を持たなければアーティストとはいえない。「手は第2の脳である」と言っている画家もいるように、アーティストは頭の中で考えたものを手から指先に伝達し表

6) 木下他（2006）、pp.16-17

現するわけで、手の技術力は非常に大事なものである。

- ④ 頭：物を創造し、イメージの展開を図るにはただ考えるだけではなく、いち早く素材を見分け「構図」の展開を図らねばならない。そして、様々なイメージやデザインを頭の中に描き、その素材が最も生きるイメージ、デザインを選ぶ。

メイクアップ・アーティストになるためには、芸術的技術と美的センスが必要であることが分かる。

（4）ネイル分野

数年前までは、ネイルの仕事をヘア・デザイナーやメイクアップ・アーティストの仕事と兼任して働くフリーランスが多かった。しかし最近では、ネイル材料の発展とともに専門的な知識を持ち、独立して仕事をする人のことをネイリスト（ネイル・アーティスト）と呼ぶことが多くなっている。ネイリストになるまでの教育期間は、他の美容サービス分野と比べて短いため、誰でも気軽に始められる利点がある。その反面、転職率が高い。

ネイルサービスの目的は、技術はもちろんのこと、サービス業として顧客にいかに満足感を提供し、精神的にリラックスしてもらうかだ。これに関して木村安気子は「美・感・遊・創」の4つに分けて述べている⁷⁾。

- ① 美：顧客に美しくなってもらうために、最高のサービスを提供する。最高のサービスには、技術以外のちょっとした心遣い、気配りが大切である。
- ② 感：最高のカウンセリングを提供する。顧客の感性を大切にしながら、爪の健康や色を維持するためのアドバイスを行う。その際、技術者の個性や好みを押しつけるのではなく、顧客の求めているものをしっかり把握したうえで自分の考えを説明し、お互いに納得し合うことが大切である。ただし、爪の健康維持、長さや形などについては、顧客の生活環境や仕事内容などを理解したうえで決定していくことが大切である。
- ③ 遊：顧客にゆとりとくつろぎを与える、最高の雰囲気を提供する。サロン内の雰囲気は、働いている技術者と集まってくる顧客によって変わってくる。良い顧客を獲得するためには、顧客と対等に話ができるように、自分自身を常に高めていく必要がある。
- ④ 創：顧客のニーズに合わせた最高の技術を創造し、提供する。顧客が満足する技術を提供し、プロとしての意識を持つこと。また、日頃から技術の向上を図り、顧客をあきさせないよう努力する。新しい色の開拓、新しい材料の研究、テクニックの研究が必要である。

これ以外に、ネイルサービスは時間の制限があり細かい作業であるため、繊細な作業ができ

7) 木村（2001），p.15。

瞬発力のある人がネイルサロンの従業員として求められる。ネイリスト（ネイル・アーティスト）と呼ばれる以上、顧客を満足させる技術をもっているのは当然であり、それ以上の満足感をいかに提供できるかが大きなポイントである。

2. 美容サービス提供者の役割

各分野で求められている人材の理想像を考察してみると、共通する点がある。各分野の特殊な美容技術を持つことは当然で、それ以外に顧客への心理的な配慮が強く求められる。質の高い充実した「真実の瞬間」を提供するために、美容サービス・エンカウンターでサービス提供者はどのような行動をするべきなのか。人材の役割を考える際には様々な切り口があるが、本稿ではサービス・エンカウンターにおいて第一線従業員がはたすべき役割の視点から整理した近藤（2005）の考え方を参考に検討してみる。

（1）情報収集者・カウンセラー

従業員は顧客についての情報収集者でありカウンセラーである。顧客はサービス・エンカウンターに、「ヘアカット」「化粧」「美肌」「爪塗り」などのコア・サービスを求めてやってくる。そのサービスの消費が第一のニーズではあるが、真のニーズではない。真のニーズは「イメージチェンジ」「若返り」「ストレス解消」「贅沢感」などかもしれない。美容サービスを消費する体験は、顧客の真のニーズを満たすのである。このニーズは顧客が最初から言うこともあるが、結婚式などの特別な行事がある場合でなければ言わない場合が多い。サービス提供者はこの隠された真のニーズを察知し、読み取らなければならない。これが美容サービス提供者の第一の役割である。

また、従業員は顧客とのコミュニケーションから企業に役立つ情報を収集する役割を持っている。顧客の要求とコメントやちょっとした不満、評価などの情報から今後の美容サービスの改善に役立つ貴重なデータを収集しなければならない。

最後に、顧客のニーズを明確化するカウンセラーの役目がある。顧客は自分の真のニーズが何なのかははっきり意識できない場合がある。彼氏と別れて自分のイメージを変えたいのにどうしたらいいか分からない、あるいは、お見合いで相手にどんな印象を与えるべきか悩んでいるかもしれない。顧客との会話によって、顧客に自分の要求をはっきりと意識させ、いくつかの選択肢から選べるように会話を導くことができる従業員は、ベテランの美容サービス提供者である。

これらの情報収集活動を上手に行うためには、美容サービスの専門知識とともに、顧客の感

受性を読み取る洞察力が求められる⁸⁾。

（2）情報提供者・コンサルタント

顧客の真のニーズを把握したら、どのようにサービスを提供するかについて顧客に説明しなくてはならない。顧客に説明するときは専門用語を使わないよう注意しなければならない。顧客が知らない言葉を使うことは、顧客に屈辱感を味わわせることであり、顧客の自尊心を失わせることである。そして、顧客への情報提供には、サービスのメニューの説明だけではなく、サービスの使い方や利用の仕方に、サービスの提供の順番などについて詳しく説明しなければならない。美容サービスの特徴の一つである「顧客との共同生産」を円滑に行うためには、顧客が安心してサービスの生産に参加できるよう、わかりやすく説明することが重要である⁹⁾。

エステティック・サロンを初めて利用する顧客に器具の説明をするのは、馴染みのない場所で新しいサービスを受ける人たちへの対応である。エステティック・サロンでサービスを受ける顧客は目を閉じている場合が多いので、各段階で次の行動を説明することによって、受ける側の不安を解消する。エステティック・サロンのサービスの結果は目に見えにくいので、化粧品やマッサージによる効果の説明も大事である。

もう一つ情報提供に関して従業員が行うべき重要な役目はコンサルタントの役割である。顧客の真のニーズが明らかになったら、そのニーズを満たす方法を顧客が選択できるようにコンサルタントしなければならない¹⁰⁾。顧客の予算と求めている水準との組み合わせでよい選択ができるように顧客の決定を支援するのである。

美容サービスはサービス提供の段階ごとにより値段が異なり、サービスの提供だけではなく物販を伴う場合が多いので、顧客に押し付けないように注意を払うべきである。押し付けられた顧客はリピーターになりにくいからである。

（3）仲介者・ミューニエーター

組織の一員であるサービス提供者は、その組織の基準や規則に従わなければならない。しかし時には、ルールを外れてサービスを提供することが顧客の要求を満たすことにつながる場合がある。この場合、サービス提供者は組織と顧客の要求を調整する役割をはたさなければならない¹¹⁾。

ある日、結婚式をあげる顧客から結婚式場の美容師ではなく、いつも通っている美容室のへ

8) 近藤（2005），pp.156 - 157。

9) 近藤（2005），p.158。

10) 近藤（2005），pp.159 - 160。

11) 近藤（2005），pp.161 - 163。

ヘア・デザイナーに髪の仕上げを担当してほしいという依頼が入った。ヘア・デザイナーの出張は美容室の規則違反であるかもしれない。顧客の一生に一回しかない結婚式のため規則を守らず顧客に対応することは顧客に生涯価値を与え、美容室への顧客ロイヤルティの形成につながるだろう。そこで美容サービス提供者は、美容室の責任者に事情を説明し特別対応を行った。顧客と組織とを要領よく仲介することは、顧客が企業への顧客ロイヤルティ形成に大きな影響を及ぼす。

（4）演出者・プロデューサー

サービス提供者はサービス・エンカウンターにおいて、サービスの提供プロセスを仕切り、つつがなく終了する責任を担っている。顧客の要求に応えるため、自分を含め組織の諸資源を活用し顧客との相互作用を行う。この意味でサービス提供者はサービス・エンカウターの演出家であり、プロデューサーである。サービス提供プロセスが分担されていてサービス提供者が複数いる場合も、顧客の立場で全体のプロセスに気を配らなければならない。サービス提供者は、冷静にプロセス全体をながめ、変化に対して適切な判断ができる平常心と、顧客の自主性を損なわずにその場をリードできる対人関係の能力が必要である¹²⁾。

美容サービスを求めサロンを訪れる顧客の多くはきれいになること以外に付随的な期待を持っている。それは、今の自分の状態をもっと良くすることである。たとえばエステティック・サロンの顧客には、「癒された」気分になりたくてアロマセラピー・マッサージを受ける人もいれば、女性らしい身だしなみには脚のワックス脱毛が欠かせないという思いから定期的に通う人もいる。両者のサロン通いのニーズは別物である。どのような美容サービスを組み合わせるかは顧客によって違い、年齢を重ねることによっても変化する。顧客の状況に合わせて付加価値の高い美容サービスを提供するのを演出することはサービス提供者の演出者としての役割にかかっている。

（5）演技者・アクター

多くのサービス提供者は顧客と直接対面してサービスを提供するため、顧客の前で演技をすることになる。これまで検討してきた情報収集者、情報提供者、仲介者、演出者という四つの役割が、顧客に働きかける演技者としての役割に集約されるのである¹³⁾。

サービス提供者は、まず、サロンを訪れた顧客の真のニーズを把握し、顧客の要求を整理する手助けをする。顧客の欲求を満たす適切な美容サービスについて詳しく説明し、情報提供をする。顧客の欲求に最大限応えられる方向で、美容サービス組織と顧客との間で要領よく判断

12) 近藤（2005），pp.163 - 164。

13) 近藤（2005），pp.165 - 166。

しながら動く。そして、顧客の立場に立ってサービス・エンカウターのすべてのプロセスを演出する。顧客満足を念頭においてサービスの提供プロセスの全体を考えながら、その場その場で充実した演技をすることが、より高い品質の美容サービスを提供することにつながる。

美容サービス提供者に求められる技能は、美容専門知識に裏付けられた美容技術と、顧客との信頼関係を築く接客技術の2つに大別できる。美容サービス提供者の役割を十分にはたすためには、美容専門知識・技術だけではなく、顧客の立場で考える共感性や感受性などの能力が重要視されるのである。この能力は接客態度につながり、接客態度はサービスの質に影響を及ぼす媒介変数として重要な役割をはたす。近藤（2001）は「態度」に重点をおいて、接客態度には五つの基本原則が含まれていると強調した。顧客の立場に立ち、顧客の視点から状況を把握する、礼儀正しく、丁寧な言葉遣いをする、安心感を与える、客の自尊心を尊重する、公平の原則を守る¹⁴⁾である。

上で述べた美容サービス・エンカウターでの人材の役割は、サービスを提供するという仕事そのものに関する役割であって、接客態度に関する役割とは異なる側面である。要するに、接客態度は人間関係に基盤をおいたものであるが、上で述べた人材の役割は美容サービスそのものを提供する仕事を前提としている。つまり、美容サービス提供者は美容サービス・エンカウターの場面で、顧客の人間としての側面とサービスの購入者としての側面の両方に対応しなければならない。

したがって、美容サービスの付加価値を高めるためには、サービス提供者の美容技術の向上とともに、接客技術を向上させなければならない。この2つを兼ね備えて、はじめて美容サービス提供者としての必要条件が満たされる。これは、顧客満足を高めるために持つべき不可欠な能力である。美容教育機関がいま重点的に取り組むべきは、資格取得を目指す教育はもちろん就職した現場で接客技術をみがくの役に立つ、先を見通したカリキュラムの開発であろう。

Ⅲ. 美容教育機関の現状と事例研究

1. 背景

顧客の美容志向の変化により美容サービスの多様化が進み、美容サービス業の抱える問題も多様になっている。サービスの付加価値を高めるために、美容サービスの提供者には顧客とのコミュニケーション能力、ホスピタリティ精神、接客能力などの総合的な能力が求められるようになってきた。

前章でも述べたように、美容サービスの提供者の役割は、顧客の真のニーズを把握し、顧客

14) 近藤（2001），pp.86-92。

から情報を収集し、顧客に情報を提供し、顧客の要求と組織とを仲介しながらサービスを提供する。美容サービス提供者は演出者であり、演技者にならなければならない。このような人材が求められる現状で、山野美容芸術短期大学の事例研究を通し就業前の人材を育成している美容教育機関の現状を把握し、その役割と今後の課題を検討することにした。

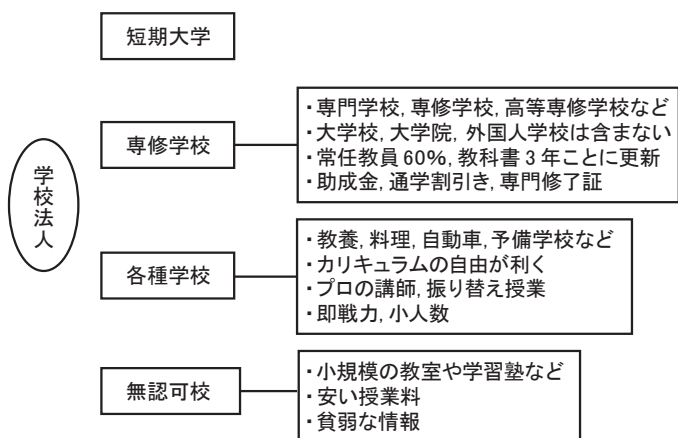
2. 美容教育機関とその種類

美容サービスの基盤は技術であり、従業員が熟練した美容スキルを持つことは不可欠である。美容サービス業に雇用され、雑務ではなく顧客に美容サービスを施術するためには、国や民間団体が定めた資格を取らなければならない。多くの美容専門家志望者が、これらの資格を取るため美容教育機関に通い、美容の理論と技術を学んでいる。

素人が美容専門家になるまでの過程は様々である。一般的には美容教育機関で専門知識と技術を学び、美容サービス企業あるいは個人営業のサロンに就職する。

美容教育機関は、短期大学、美容専門コース、専修学校に分類される美容専門学校、各種学校に分類される美容専門学院と、無認可の小規模の美容教室の4つに大別できる¹⁵⁾（図Ⅲ-1）。

図Ⅲ-1 美容教育機関の種類



（出所：筆者作成）

3. 事例調査の目的および内容

本事例研究は、日本の美容サービス産業における人材育成の現状を明らかにし、その問題点を示すことを目的とする。具体的には、第Ⅰ章で述べたような美容サービス業へのキャリア・パスに適合しているか、第Ⅱ章で提示した美容サービス業で求められている人材作りを目指し

15) 文部科学省ホームページ参考（<http://www.mext.go.jp/>）

ているかなど、美容教育機関の現状を詳細に把握し、その課題を明らかにすることである。

まず、事例研究の対象である山野美容芸術短期大学の概要を述べる。次に、関係者のインタビューなどを通じ、山野美容芸術短期大学で行われている人材育成の現状を詳細に提示する。最後に、事例研究をふまえて今後の美容サービス業で求められる人材教育の方向性について論じる。

4. 山野美容芸術短期大学の概要

学校法人山野学園は、山野美容芸術短期大学、山野美容専門学校、山野医療専門学校、山野日本語学校の4つの学校を運営している。山野美容芸術短期大学は、1934年山野愛子により設立された山野美容講習所を前身とし、1992年に開学した。2010年現在、教職員は102名、学科は美容芸術学科、美容保健学科、美容福祉学科の3つである。2004年に専攻科が創設され、学士号を取得できるようになった。

創設者である山野愛子の建学精神は「髪・顔・装い・精神美・健康美」であり、教育の原則として「尊厳」「真心」「個性」「自由」「独立」「家族・友人」「技術」の7つを掲げ、美容と福祉の分野で活躍できる人材育成に取り組んでいる。

5. 山野美容芸術短期大学における教育

(1) 各学科のカリキュラム

美容芸術学科、美容保健学科、美容福祉学科の3学科と専攻科はそれぞれ特色のあるカリキュラムを組んでいる。

A. 美容芸術学科

美容と芸術の関連性に注目し、両者を切り離せないものと捉えたうえで科目を構成している。美容と芸術の感覚を融合させることで、技術だけの美容師ではない、クリエイティブな美容専門家、より創造的な美容サービスが提供できる美容アーティストを育てることを目指している。

この学科では美容師を芸術家と同様に捉えられており、豊かな美的表現力を発揮することを目指して、デッサン、立体と造形、絵画などの芸術に関する授業が行われている。さらに、コンピュータグラフィックス、写真技術、アクセサリーアートなどの授業もある。2年次はヘア・スタイリストコースとヘア・メイクアップコースの2つのコースに分かれている。ヘア・スタイリストコースには主にヘアの技術や表現のテクニックを中心とした科目が、ヘア・メイクアップコースにはメイクアップに必要な色彩センスや立体感覚に関するアート系科目、皮膚の仕組みや化粧品の知識に関する科目が設けられている（附表1）。

課程を終えると美容師国家試験を受験でき、福祉美容師の資格が認定される。この他に茶道や華道の資格も取得できる。

過去 14 年間の統計によると、卒業生の 84.0% が美容室に就職している。その他には進学・留学する学生が 4.8%, 自営業を行う人が 3.3% である。外国人留学生はそれぞれの国の美容サービス業界で活躍している。

B. 美容保健学科

美容には健康維持、清潔さの保持という意味が含まれている。この学科では、健康を土台にした美容に注目し、健康の基礎となる運動・栄養・休養などの理論や、心身を癒すためのカウンセリング、美容心理学などに関する授業を行う。

美容を外面の美とするなら、健康は内面の美であり、それはさらに体と心に分けることができる。心身を癒すためのカウンセリングや美容心理学のような医療に関わる知識から、アロマセラピーやリフレクソロジーのような新しい分野の理論まで、特色ある授業を行っている。2 年次は、トータルビューティコースとエステ・ネイルコースの 2 つのコースに分かれる。トータルビューティコースでは、メイクアップに加えて、健康的な美しさを創り出すためのアロマセラピーの授業がある（附表 2）。この学科では、必修で取得できる資格以外に、ウエルネスデザイナー¹⁶⁾ 資格、アロマセラピー検定 1 級・2 級、リフレクソロジー検定がある。各学科で取得できる資格を附表 4 にまとめた。過去 10 年間では、卒業生の 56.0% が美容室に就職しているがエステティックへの就職も 21.5% ある。また、卒業生の 7.5% が卒業後に帰国していることから、他学科に比べ留学生が多いことが分かる。

C. 美容福祉学科

美容の技術と理論を福祉の現場で活用することで、高齢者や障害者及びその周りの人々の生活をサポートできる人材を育成することを目指している。少子高齢化社会や福祉社会に向け、日本で初めて美容と福祉が融合した学科である。カリキュラムは、介護に美容を取り入れた場合に生じる効果に注目し、「美容師」と「介護福祉士」の 2 つの資格が取得できるように編成されている。

美容師免許を取得するための授業とともに、介護の目的、基礎的な介護の技術と介護者としてあるべき態度など、介護に必要な知識と技術に関する授業がある。介護される側への理解やアプローチのために、心理学や精神保健についての授業も行われている。このほか、介護技術と美容技術の融合による、障害者・障害児のカットやメイクアップ、障害者服飾デザイン、化粧療法など、美容福祉の実践につながる理論や技術の授業がある（附表 3）。この学科は 3 年制である。

16) ウエルネスデザイナーは、健康づくりに欠かせない栄養、運動、休養をベースにバランスのとれたライフスタイルを支援・アドバイスする専門家。

取得できる資格は介護福祉士，社会福祉主事任用資格，美容福祉師1級などである（附表4）。

D. 専攻科

「芸術専攻」と「社会福祉専攻」の2つの専攻科がある。正式名称は山野美容芸術短期大学専攻科であり，2004年に開設された。

芸術専攻では，短期大学を卒業して，さらに高いレベルを目指す学生が美容技術を学ぶことができる。また，「学士（芸術学）」を取得できる日本で初めての専攻科である。芸術専攻は2年制であり，個性を表出するための美容，芸術としての美容を研究しながら能力を養うことを目標としている。平面・立体造形，デジタル・アートなどをカリキュラムに採り入れ，美的判断力と高度な美的表現力を持つ美容師を育てる。最大の特徴は，学内に設けられたサロンである。「YCA Beauty Salon」というこのサロンは，実践的な美的表現力と美容技術の習得を目的としており，美容師から直接指導を受け，接客テクニックを体験できるという利点もある。美容技術はもちろんのこと，顧客に心から安心感と信頼感を持ってもらえる美容師を育成している。

1年制の社会福祉専攻は，美容福祉学科での3年間とあわせて4年間で社会福祉援助に関する理論と技術を学び，「学士（社会学）」を取得できる。卒業後1年間の実務経験で，社会福祉士の国家試験受験資格が与えられる。今後，福祉に携わる人には，豊かな人間性とともな，高齢者一人ひとりに対応できる理論と技術が求められる。社会福祉専攻では，高齢者の健康づくり，家政学特別演習などのカリキュラムを通じて，知識を深めるだけでなく，顧客に安心感を与える社会福祉士を育てることを追求している。

(2) 副学長へのインタビュー

本調査の目的は，山野美容芸術短期大学の教育カリキュラムや今後の取り組みについて，実施者の意図を明らかにすることである。インタビューは2007年12月6日，山野美容芸術短期大学において，副学長の内堀毅氏に行った。以下はその要約である。

美容には技術だけでなく美的感覚が必要である。絵を描く場合は絵の具でキャンパスに表現すればいいが，美容は人を美しくするサービスなので，心理的な繊細さも求められる。そのため，カリキュラムに着付け（着装），お花（華道），お茶（茶道）の授業を取り入れた。これらはたんに礼儀作法を習得するのではなく，メンタル面の教育として重要である。すなわち，着付けは思いやりの心を，お茶は心を静める術と美の裏方としての心構えを，お花は心豊かな人間としての教養と感性，そして美容に必須の立体感覚を養うのに役立つ。

もちろん美術のトレーニングも重要であり，カリキュラムの半分以上は美術の科目であ

る。美大出身で華々しい受賞歴のある芸術家が、山野で美容を学び、40歳を過ぎてから美容師になった例があるし、山野を卒業後、美大の博士課程に入った学生もいる。これらの人は美容サービスの頂点をきわめ、大活躍するだろう。芸術的表現力を身につけ、美容の芸術性を競う大会で受賞することも、美容専門家にとって大きな意味をもつ。

内堀氏は、美容技術と美的感覚を磨くことが優先だが、それを裏付ける専門知識を身につけ、美容専門家としての哲学を持つことが最も大事だと語った。一流の美容専門家になるためには技術と感覚と哲学が重要であるというのが、山野美容芸術短期大学の基本的な考えであるようだ。

山野美容芸術短期大学は美容専門家だけでなく、その指導者を養成することをめざしている。人材教育においては、建学精神である「髪・顔・装い・精神美・健康美」を基礎としつつ、造形的要素（点・線・面・色・質など）を意識した観察力・構成力の涵養をはかるなど、芸術的表現力を特に重視している。このような能力をもつ美容専門家が、美容サービス業で強く求められているのもたしかである。

サービス・エンカウンターにおける技術を持つことは基本であり、これにとどまらず情報収集者、情報提供者、仲介者、演出者、演技者の役割をはたせる機能的な能力を持つことが求められる。

山野美容芸術短期大学も一応「美容心理学」「カウンセリング」などの科目を取り入れているが、カリキュラムの比重から分かるように、主な教育は技術の習得を目的荷している。いくら高い美容技術を持っていたとしても、それを顧客に伝達する接客能力がなければ無用の長物であり、この点はなお課題であるといえる。

内堀氏へのインタビューからもわかるように、美容技術と教養科目を2年間で学ぶのは時間的にやや無理があるようだ。4年制大学で教養科目を含む幅広いカリキュラムをじっくり学べる取り組みが必要とされる。また、資格取得をめざす教育から、現場で顧客の真のニーズを把握でき、その場をリードしていける人材を育成する教育への転換に、少しずつでも取り組む必要があると考えられる。

お わ り に

本研究は、美容教育機関における就業前の人材育成に注目し、現在の美容サービス産業が抱えている問題をサービス提供者に焦点をあてて指摘したものである。

美容サービス業界は競争がますます激しくなりつつあり、技術だけでは競争力を保てないのが現実である。各美容サービス企業は教育・訓練を通して従業員の能力を開発し、サービスの品質を向上させなければならない。

教育・訓練によって、美容サービス業の従業員は組織に対する理解を深め、自分の仕事に使命感を持ち、顧客が満足するサービスを提供できる。効果的な教育・訓練を実施するためには、各分野における目的を明らかにし、体系的なプログラムを構築する必要がある。

顧客にとって価値のある「真実の瞬間」を提供できる人材の育成には、二つのアプローチがある。一つは、外側から従業員の行動を望ましい方向へ矯正することである。上司による監督・指導や規則などによる統制的な方法である。二つ目は、従業員が内発的に望ましい行動を取れるようにもっていく組織的なアプローチである。このアプローチはまた大きく二つに分かれる。第一は、マニュアルや訓練によって「望ましい行動そのもの」を身につけさせるアプローチである。これは接客場面での挨拶の仕方、声のかけ方などで、練習によって洗練された形を身につけさせることができる。第二は、「望ましい行動」への動機付けで、職務行動を個人的成長と関連付けて理解できるようにすることである¹⁷⁾。

現在、資格取得を至上命題とする美容教育機関はもっぱら美容技術の形成に注力しており、接客技術は現場で経験を積むことによってしか学習できないのが現実である。

流行への対応には慣れている美容サービス産業だが、近年は新しい技術や材料が次々に登場しており、その導入につねに追われているのが現状である。また、ますます多様化・高度化するニーズに応え、得意客をつなぎ止めるのは容易なわざではない。

美容サービスの顧客は、専門技術でのみ可能な美を求めるとともに、それが提供されるプロセスにも付加価値を求める。付加価値の高いサービスを提供し、顧客との継続的な関係を維持できる人材になるためには、じつに多面的な能力が必要となる。

事例研究で扱った山野美容芸術短期大学が、着付け、お花、お茶、カウンセリング、心理学などの科目を取り入れているのは、この点を意識してのことのようだ。

企業側は、きびしい競争とめまぐるしい変化に対応するため、必要な技能をもつ人材を必要なくだけ雇用する傾向を強めている。こうした環境で生き抜くことができるのは、美容技術と接客技術を高い水準で兼ね備え、顧客に高い付加価値を提供できる美容専門家である。美容教育機関は、OJTのかわりに短期間で美容技術を教え、資格取得へと導くが、接客技術を十分に習得させる場にはなっていない。そこで形成されるのは必要最低限の一般技能であり、雇用する企業の視点で見ると、人的資源というより労働市場の一商品となっているのが現実である。他方、OJTは美容技術と接客技術を同時に学べるが、技能形成のリードタイムは長い。

このような業界に人材を供給する美容教育機関は、現場では学べない科目を設け、美容教育の体系化をはかる必要がある。そして、美的センスと福祉のスキルを高めることと、情報収集者、情報提供者、仲介者、演出者、演技者の能力を高める教育に取り組むことが求められる。流行

17) 近藤 (2005), pp.154 - 155.

に敏感な業界であることから、美容教育機関は創造的な教育プログラムを継続して開発する必要があり、流行を取り入れた再教育なども重要である。

参考文献

和文

- ・ 木村安気子『NAIL BOOK』新美容出版，2001 年。
- ・ 木下ユミ，木下美穂里『MAKE-UP BOOK』新美容出版，2006 年。
- ・ 小池和男『プロフェッショナルの人材開発』ナカニシヤ出版，2006 年。
- ・ 小濱岱治『競争力を高める美容院経営』経営情報出版社，2007 年。
- ・ 近藤隆雄『サービス・マネジメント』生産性出版，2005 年。
- ・ 近藤隆雄『サービス・マーケティング』生産性出版，2001 年。
- ・ 下村裕『接客サービス向上への取り組み』交通新聞社，1998 年。
- ・ ポーラ・ブラック『ビューティーサロンの社会学』新曜社，2008 年。
- ・ 宮本光晴『企業システムの経済学』新世社，2004 年。
- ・ 山野敬子『山野愛子の「美道五原則」を受け継いで』財界研究所，2004 年。
- ・ 尹五仙「美容サービス産業の現状と課題」『立命館経営学』第 47 巻第 6 号，2009 年。
- ・ 尹五仙「美容サービス業におけるサービスの品質」『立命館経営学』第 48 巻第 6 号，2010 年。

雑誌・資料

- ・ 『ESTHE NET』新美容出版 2003 年 11 月 23 号，2005 年 3 月 31 号，2007 年 11 月 47 号。
- ・ 『目指せ!! 繁盛サロン売れてるサロンに学ぶ店づくり vol.1』新美容出版。
- ・ 『美容と経営』新美容出版 2007 年 8 月 507 号，2007 年 12 月 511 号。
- ・ 『美容師・美容業界を目指す人の本』成美堂出版，2003 年。
- ・ 文部科学省ホームページ <http://www.mext.go.jp/> (2010.12.15 参照)。
- ・ 厚生労働省ホームページ <http://www.mhlw.go.jp/~riyoushi/> (2010.12.14 参照)。

英語文献

- ・ Grönroos, C., *Service Management and Marketing : Customer Management in Service Competition*, John Wiley and Sons. Ltd., 2007.
- ・ Normann, R., *Service Management : Strategy and Leadership in Service Business*, 2nd ed., John Wiley and Sons. Ltd., 1991.
- ・ Kotler, P., *marketing management, millennium edition.*, Prentice-Hall Press, 2000.

韓国語文献

- ・ 정훈『미용경영학』예림 2004 (Jeong hun『美容経営学』イエリン出版 2004 年)。
- ・ 김영순・한정아『미용경영의 이해』훈민사 2006 (Kim young sun, Han jeong ah『美容経営の理解』訓民社 2006 年)。

附表 1 美容芸術学科のカリキュラム

		1 年次	2 年次
美容師法に基づく法定科目	実習	美容実習Ⅰ（基礎 & ネイル） 美容実習Ⅱ（カット & カラーⅠ） 伝承美（着装） 美粧Ⅰ（メイクアップ）	美容実習Ⅲ（カット & カラーⅡ） 美容実習Ⅳ（上級） 美容実習Ⅴ（応用） 美容実習Ⅵ（マッサージ・シャンプー & まとめ髪）
	講義	解剖学 物理 装飾文化論 日本結髪史 ファッション文化論 美容技術理論Ⅰ 接客法	関係法規・制度 衛生管理技術 公衆衛生 感染症 皮膚科学Ⅰ，Ⅱ 生理学 化学 香粧品化学 美容デザイン 美容技術理論Ⅱ マネジメント論・労務管理
美容芸術学科の特色ある科目	必修	伝承美（茶道） 伝承美（華道） 形と色彩の基礎 立体アート 基礎デザイン 美容福祉基礎論 海外研修旅行 国際美容文化論	美容総合技術 特別活動 日本語読解（留学生）
	選択	デッサン 立体と造形 世界の技術 染織デザイン論 ネイルアート アクセサリアート 美容室情報処理実習 美容心理学 憲法と法学 スポーツエクササイズ 英語リスニング・文法 サロン英語コミュニケーション 色彩学 特別活動 日本語演習Ⅰ，Ⅱ（留学生）	デザイン 絵画 コンピュータグラフィックス 写真技術 作品プレゼンテーション 美容技術指導法 香粧品化学特論 毛髪科学 サロン英語コミュニケーション（上級）

附表 2 美容保健学科のカリキュラム

		1 年次	2 年次
美容師法に基づく法定科目	実習	美容実習Ⅰ（基礎 & ネイル） 美容実習Ⅱ（カット & カラーⅠ） 伝承美（着装） 美粧Ⅰ（メイクアップ）	美容実習Ⅲ（カット & カラーⅡ） 美容実習Ⅳ（上級） 美容実習Ⅴ（応用） 美容実習Ⅵ（マッサージ・シャンプー & まとめ髪）
	講義	公衆衛生 解剖学 化学 装飾文化論 日本結髪史 ファッション文化論 美容デザイン 美容技術理論Ⅰ 接客法	関係法規・制度 衛生管理技術 感染症 皮膚科学Ⅰ，Ⅱ 生理学 香粧品化学 美容技術理論Ⅱ マネジメント論・労務管理
美容保健学科の特色ある科目	必修	伝承美（茶道） 伝承美（華道） エステティック（フェイシャル） ネイル 美容福祉基礎論 海外研修旅行 国際美容文化論 特別活動 日本語演習Ⅰ，Ⅱ〈留学生〉	美容総合技術 特別活動 日本語読解〈留学生〉
	選択	健康管理論 健康と栄養 健康と美容 健康と運動 美容心理学 カウンセリング 生活環境と美容 フィットネス & ビューティウオーク アロマセラピー 英語リスニング・文法 サロン英語コミュニケーション 色彩学 デッサン 憲法と法学	健康と医療 加齢と健康 健康心理学 スポーツエクササイズ フィットネス・プログラミング 美容室情報処理実習 絵画 美容技術指導法 香粧品化学特論 英語コミュニケーション（上級）

附表 3 美容福祉学科のカリキュラム

		1 年次	2 年次	3 年次
美容師法・社会福祉法及び介護福祉法に基づく法定科目	実習	美容実習Ⅰ (基礎 & エステ・ネイル) 美粧 (メイクアップ) 伝承美 (着装) 介護技術Ⅰ, Ⅱ	美容実習Ⅱ (カット & カラーⅠ) 美容実習Ⅲ (カット & カラーⅡ) 家政学実習Ⅰ, Ⅱ 介護技術Ⅱ 形態別介護技術Ⅰ, Ⅱ 介護実習Ⅰ, Ⅱ	美容実習Ⅳ (上級) 美容実習Ⅴ (応用) 美容実習Ⅵ (マッサージ・ シャンプー & まとめ髪) 家政学実習Ⅲ 形態別介護技術Ⅲ, Ⅳ 介護実習Ⅲ
	講義	医学一般 (解剖・生理) 装飾文化論 日本結髪史 ファッション文化論 美容技術理論Ⅰ 心理学 情報処理 社会福祉概論 英語コミュニケーション 基礎ゼミ 障害者福祉論Ⅰ 老人と心理 精神保健 介護概論 実習指導Ⅰ	物理 美容デザイン 美容技術理論Ⅱ 接客法 老人福祉論 障害者の心理 レクリエーション活動援助法 社会福祉援助技術論Ⅰ 社会福祉援助技術演習Ⅰ 家政学概論Ⅰ, Ⅱ 実習指導Ⅱ	関係法規・制度 衛生管理技術 公衆衛生 感染症 皮膚科学Ⅰ, Ⅱ 化学 化粧品化学 美容技術理論Ⅲ マネジメント論・労務管理 リハビリテーション論 家政学概論Ⅲ 実習指導Ⅲ
美容福祉学科の特色ある科目	必修	伝承美 (茶道) 伝承美 (華道) 国際美容文化論 特別活動 海外研修旅行 日本語演習Ⅰ, Ⅱ (留学生)	化粧療法 在宅福祉論 特別活動 公的扶助論 障害者福祉論Ⅱ 日本語読解 (留学生)	美容福祉 特別活動
	選択	健康運動 色彩学	児童福祉論	社会福祉援助技術論Ⅱ 社会福祉援助技術演習Ⅱ 障害者服飾デザイン

附表 4 各学科で取得できる資格

学科	取得できる資格	
	必修	選択
美容芸術学科	短期大学士（美容芸術） 美容師国家試験受験資格 山野流着装初伝・中伝 茶道裏千家初級 花芸安達流入会水コース ピボットポイント修了証 福祉美容師	着物スタイリスト（山野流着装奥伝） ブライダルアーティスト（山野流着装花嫁） 色彩検定 1 級・2 級・3 級 INA ネイル検定 クレンリネス・マネージャー ¹⁸⁾
美容保健学科	短期大学士（美容保健） 美容師国家試験受験資格 山野流着装初伝・中伝 茶道裏千家初級 花芸安達流入会水コース ピボットポイント修了証 福祉美容師	着物スタイリスト（山野流着装奥伝） ブライダルアーティスト（山野流着装花嫁） 色彩検定 1 級・2 級・3 級 INA ネイル検定 クレンリネス・マネージャー ウエルネスデザイナー アロマセラピー検定 1 級・2 級 リフレクソロジー検定
美容福祉学科	短期大学士（美容福祉） 美容師国家試験受験資格 山野流着装初伝・中伝 茶道裏千家初級 花芸安達流入会水コース ピボットポイント修了証 介護福祉士 社会福祉主事任用資格 美容福祉師 1 級	着物スタイリスト（山野流着装奥伝） ブライダルアーティスト（山野流着装花嫁） 色彩検定 1 級・2 級・3 級 INA ネイル検定 クレンリネス・マネージャー

18) 「クレンリネス」は「清潔」「きれい好き」という意味。古来、欧米社会で重視されてきた価値観である。古代ローマでは、皇帝や権力者付きの調理人に徹底され、中世の大航海時代を経て船内衛生として発展し、近年は院内感染防止の観点から病院内清掃に受け継がれている。日本でも、外食産業の掃除を請け負う業者が取り入れ、病院専用の掃除技術である「清潔清掃」につながっている。

