

# 給与の中身

# CLUB Yuzi

2013年4月号

経済関連用語に

「ネット」「グロス」という言葉があります。ネットとは「正味」「中味」の意であり、グロスとは「全体」「総額」などの意味で使われることが多いようです。

これを私達が受け取る給与にたとえてみましょう。一般的に平取額額は、所得税、住民税、社会保険料などが差し引かれるために支給額よりも少なくなります。これは、受け取る正味の金額なのでネットです。

逆に、会社が給与として社員に支払っている額は、これらの税金や保険料を含めた総額であり、グロスといえるでしょう。

しかし、実際に社員に対して企業が支払う額は、このグロスの部分だけではありません。健康保険料や厚生年金保険料などの掛け金は、通常その半分以上を雇用側である企業が負担しています。他にも通勤交通費など

などあります。

企業は個々の社員に対し、給与明細にあるグロスの支給額を超える金銭を負担しています。毎月の給与支払日が楽しみな人は少なくないでしょうが、時には雇用側が負担している諸費用にも思いを馳せてみましょう。(職場の教養より)

1. 感謝の心を持つと金では感謝の心が宿る。

代理店政策発表

1/21	名産
1/28	大阪
1/29	東京
2/4	福岡
2/4	福岡
2/8	大阪
2/9	東京
2/25	名産

Self-Forceセミナー



シリボン

エンジニアセッション



2/9 JHCA

# 安部あゆみ講演内容

しかし、これに対し、うちのスタッフはというと、ええ、とか、そうですねえ、とか、まだお若いですよとか...何ともまとをえない返事を繰り返すばかりで、全くお客様の気持ちを受け止めてはいませんでした。というより、どう受け止めたらいいいのかわからない感じでした。

たった、これだけの会話ですが、このシーンは、私にとって、今後の方向性を決定させる大切な出来事となりました。

## 40代女性の髪事情

では、そんな悩みを打ち明けていたのは、何歳くらいの方でしょうか。一人は30代後半。あとのお二人は40代といったところでしょうか。この方達は、今、美容界がターゲットとしている年代です。

この出来事で痛感したのは、私たちは30代以上の大人をターゲットとしていると言いがら、実は、そのニーズに対し、あまりにも無関心だったということです。

私達女性は、今まで、肌の老化や、スタイルの悪さばかりに気をとられ、あまり髪の質や量には注目してきませんでした。

お肌に対しては、どんなに素晴らしいメイクを施しても、肌の質がよくなければ、美しいことをわかっています。

それに比べて髪はどうでしょう？

美容師でもフォームや色ばかりを気にする人がまだまだ沢山います。

ポロボロの髪に無理やりカラーを施したり、頭皮が赤く炎症を起こしている、気がつきもしない美容師もいます。

そして私達大人の女性も、肌へのこだわりほどの情熱を持って、髪的美しさを求めている人はいなかったのです。

しかし最近、気づき始めています。どんなに肌を磨き、体型を整えても、髪が貧相だと、美しくはないということなのです。

2

法が溢れているじゃない。

それに比べて、髪はどう？大した物がないわ。

フォームだの色だの言うけど、その肝心な髪が痩せてきているの！髪で悩んでいるの！

その悩みに誰が応えてくれる？カンヌメーカー？美容医療？そんな所には行きたくないのよ。美容室がそれに応えてくれたらいいじゃない」と、私も機関銃を乱射しました。

確かに育毛という言葉は古いかもしれませぬ。

でも、その時の私はどんな言葉が適切なかわかりませんでした。

よく考えてみると、育毛、スカルプ、頭皮ケアなど、言葉は色々ありますが、それぞれが正確にどんな意味合いを持つかなんで、お客様はほとんど分からないと思います。

結果さえ出ればそれでいい、そう思っているはずですよ。

わが社にも今まで、スカルプのメニューはありましたが、どちらかというと、リラクゼーションに重きをおいた物が多かったと思います。

リラクゼーションという聞こえはいいかもしれませんが、結局のところ、はっきりとした結果が出ないので、リラクゼーションという表現に逃げてきたというのが本当のところでしょうか。

スタッフに懇願され取り入れた高級なシャンプー椅子も、大した利益を生まないまま、場所だけ占領しているのが現状です。~~社長が~~反対する気持ちも分らないと思いません。  
本部長良達

## エイジングケア

ちなみに、ミルボンさんとしては、今までの物と区別する為に、「エイジビューティー、髪と頭皮のエイジングケア」という言葉を使いたいそうです。

しかし、それでは長過ぎますので、これからはエイジングケアと呼ばせて頂きます。

4

## 何かが足りない

「厳しい時代だが、必ず生き抜いてやる！」多くの経営者の方はそう思っているんじゃないかなと思います。そして、私もその一人です。

一昨年、グレードアップセミナーで「ゆうは一流になるんだ」と宣言しましたが、その戦いは本当に厳しいもので、ちょっとでも油断すれば、一気に駆け落ちそうな、そんな危険をいつも肌で感じています。

私どもはこの5年間、今ある技術のクオリティアップに努めてきました。

しかし、それだけでは何かが足りない。

社長の仕事は、明日の時代にも会社を繁栄させること。

でも、今の取り組みだけでは、新しい時代の風を感じない。私の頭の中にはいつもその疑問が居座っていました。

## 一筋の光

しかし、ある日、そんな私に光を見せてくれる出来事が起きます。

それは、シャンプー、ブローをして貰っているほんの少しの間のことでした。

3人の女性が、髪の悩みをスタッフに相談していました。

「ボリュームがなくなってきたわ。すぐ、べちゃんこになっちゃうの」  
「このヘアスタイル、もう似合わなくなってきたんじゃない？髪が薄くなってきたせいかしら」  
「艶がなくなってきたわ。髪も年をとるのね」そんな事を仰っていました。

1

街の中をよく見渡して見て下さい。

痛々しいほど、痩せてパサパサの髪でも、それでもロングヘアにしている40代女性の姿をよく見かけませんか？

私には少しでも若いころのようになりたい、という女心の象徴のように思えてなりません。

昔の様に、豊かで艶やかな髪を風になびかせ歩く姿は今や我々の憧れの姿です。

「40代以上の女性はもうおばさんで、女としては終わってる」と、とんでもない勘違いをしている男性によく出会います。

私はその考え方の方がよっぽど時代遅れで、「終わってる」と思えます。

私たちこそ、女としての全盛期であり、これからも美しさを諦めることのない、美容業界の最高の顧客なのです。

とは言うものの、わが社だって、そんな女性達の思いに応えられていないのではないかな？

最初にお話したあのシーンは、私にそう問いかけてきたのです。

あの時、スタッフが何も応えられなかった理由は、スタッフの問題ではなく、経営者の問題。

お客様のニーズの捉え方の甘さからきているものだと痛感しました。

## 会議での提案

そこで、私は本部の会議で提案しました。「育毛やろうよ！」って。

その時の本部社員達の表情といたらお見せしたいくらいです。「断固反対！育毛？暗いです。うちのイメージが崩れます！ましてや、育毛っていう言葉が暗い！」と反対理由を機関銃のように並べたてられました。

でも、私もここは負けてはいられません。

「何言ってるの？育毛の何が古いの？これぞ、最先端じゃないの。私達大人の女性に足りないのは、育毛。お肌やボディに対しては、これでもかというほど色々な情報や手

3

続く、