

ペット美容業界におけるトリマーの新人育成プロセスに関する研究

日本大学 *宇都野桃子 UTSUNO Momoko
05000507 日本大学 村田 康一 MURATA Koichi

1. はじめに

近年の少子化や高齢化によって、国内では動物を生活のパートナーにしたいという意識が強まっており、これによりペットの数は増加を続けている。またこの価値観の変化は、ペット飼育可能なマンション数の拡大といった住環境整備だけではなく、ペット専用のホテルやアクセサリショップといった新しいサービスの登場を後押ししている。本研究においては、このような活況を呈しているペット産業において、飼い主だけではケアしきれないペットの美容と健康を手助けするトリマーについて焦点をあてる。一般にトリマーになるためには専門学校を卒業し、ペットサロンやペットショップ等に就職することになる。しかしながら、入社後1年以内に約半数が離職するという現状があり、その理由は大きく次の3点が考えられる[1]。

1. 就職後にアレルギーや手荒れといった健康上の問題が顕在化する。
2. 先輩社員の補助業務が主な仕事となり、トリミングなど美容や健康に関わる本格的な仕事に携わることがなかなかできない。
3. たとえ思うような仕事を担当できたとしても、専門学校で習得した基礎的なスキルとは異なり、それぞれが異なる個性を持つ動物への対応力や先輩社員や就職先のオリジナルの方法への理解や吸収などが上手くいかない。

本稿においては、上述のような問題認識をふまえて、離職せずに順調に成長をしている新人トリマーの育成プロセスについて調査する。このことは、ペット産業における現在の人材育成を理解する一助となるとともに、今後のペット産業における教育プログラム開発に向けて示唆を得ることができると考える。

2. ペット美容業界について

2.1 ペットサロンの店舗経営について

経営形態は大きく以下の3つにわけられる。

- a) 多店舗展開する大手企業
- b) 1店舗もしくは数店舗による個人企業
 - b-1) 送迎有の場合
 - b-2) 送迎無の場合

2.2 トリマーについて

トリマーは犬や猫の健康を守る職業である[2]。飼い主が普段気づけないペットの異変をチェックし、ペットが人間と同じ環境下で過ごしやすくなるように手助けする。

最近では、人の髪型と同様にペットのカットスタイルにも流行があり、そのバリエーションも増加し続けている。また、バリカンやハサミ、ドライヤーなどの美容道具も次々に新しいものが開発されている。さらに、ソーシャルネットワークサービス(SNS)の普及により、飼い主のペット美容に関する知識も豊富になっている。以上のような動向に対応するため、トリマーは日々研究をしなければいけない。

3. 調査手順

以下の3ステップにより調査を進める。

<ステップ1: 調査法の設計>

調査対象の決定や取得するデータについて検討する。

<ステップ2: 調査の実施>

ステップ1をふまえて、データを取得する。

<ステップ3: 調査結果の考察>

ステップ2で取得したデータについて考察を行う。

4. 調査法の設計 (ステップ1)

4.1 調査対象の概要

- ・店舗形態: 2.1節 b-2)に分類 (以下店舗A)
- ・店舗所在地: 千葉県
- ・従業員: 3人 (30代1名、20代2名)
- ・店舗サービス: 下表

表1. 店舗Aのサービスとトリマースキルの関係

基本スキル	サービス	シャンプー & カット (SC)		シャンプー (S)		クイック シャンプー (QS)	部分美容	
		易	難	易	難			
健康美容	カット	シングルコート	○					
		ダブルコート	○	○				
	シャンプー	シングルコート	○	○	○	○		
		ダブルコート	○	○	○	○		
健康	爪切り	○	○	○	○		○	
	耳掃除	○	○	○	○		○	
	肛門腺しぼり	○	○	○	○		○	
	バリカン	足裏	○	○	○	○		○
		肛門	○	○	○	○		○
		腹	○	○	○	○		○
		お散歩足	○	○	○	○		○
	足回り・目頭カット	○	○	○	○			

※他、ホテル業務と物販

・店舗サービスの詳細

<カット (所要時間 60~120 分)>

飼い主の要望に応じてバリカンやハサミで仕上げる。

<シャンプー&ブロー (所要時間約 30 分)>

下洗い 2 回、本洗い 2 回を基本とし、コンディショナーと保湿剤を犬体にかける。トリートメントや炭酸泉等のオプションを行う場合もある。

<その他 (所要時間約 5 分)>

爪切り、耳掃除、足裏バリカン、肛門腺しぼり、ひげカット、歯磨き等

4.2 被験者のプロフィール

・性別・年齢：女性 21 歳 (大学 4 年) (以下 B 氏)

・略歴：2017 年 8 月より A 店にて勤務

2018 年 3 月に専門学校を卒業

4.3 調査期間・データの種類

・期間：1 年 9 ヶ月間 (2017 年 8 月~2019 年 5 月)

・データの種類：サービス別売上高、実働時間

・データの加工法：(1)式による

$$\text{単位時間当たりの売上高} = \frac{\Sigma \text{サービス別売上高}}{\text{実働時間}} \quad (1)$$

5. 調査の実施 (ステップ 2)

図 1 及び図 2 に調査結果を示す。

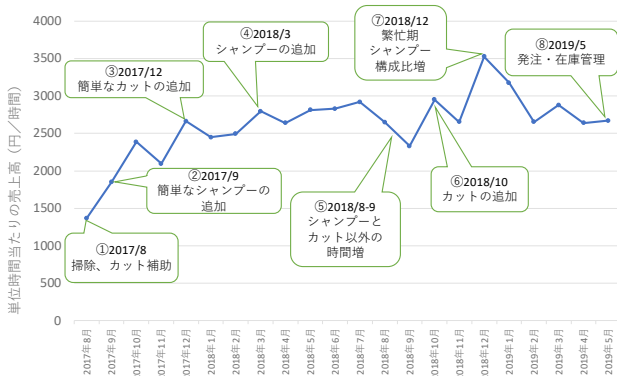


図 1. B 氏の単位時間当たりの売上高推移

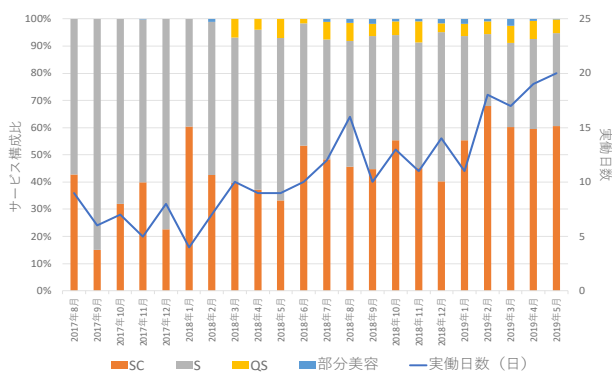


図 2. B 氏の各月の売上高構成比と実働日数推移

6. 調査結果の考察 (ステップ 3)

図 1 より、本調査期間の最初と最後の月において B 氏の単位時間当たりの売上高は 1,367 円/時間から 2,672 円/時間と 1.95 倍の伸びとなっている (ピークは 2018 年 12 月の 3,526 円/時間で調査開始月と比べると 2.57 倍となっている)。また図 2 より実働日数と SC との相関係数は 0.96 となっている。

両図より育成方法について次のようなことがわかる。

- 約 3 ヶ月の間隔で新しい仕事を追加している。
- カット、シャンプーいずれも犬の毛の構造 (シングルコートかダブルコートか) により難易度を 2 段階に設定し、易しい方から仕事を追加している。
- 習熟期間が長いカットと習熟期間の短いシャンプーを交互に追加している。
- 習熟期間が短く、時間単価が高いシャンプーの追加は生産性の上昇要因になる。
- 習熟期間が長く、時間単価が低いカットの追加は生産性の下降要因になる。
- お盆や年末など顧客の長期休暇期間は、店舗の都合が優先され、習熟の攪乱要因となる。
- 調査期間の後半は QS や部分美容の構成比が一定の割合で占めるようになる。

以上より本育成プロセスでは、店舗 A のサービスと B 氏のスキルの両方を考慮しながら体系的に仕事を任せていることがわかる。この知見は、店主の経験によるものであると推察されるが、第 1 章で述べたような課題に対して一定の示唆になると考えられる。

7. まとめ

本研究においては、専門学校卒業後まもなく離職してしまうトリマーの育成課題を克服するために、順調に成長をしている新人トリマーの育成プロセスについて理解に努めた。今後このような調査を蓄積し、ペット産業における教育プログラムのあり方について検討していきたい。

謝辞

本研究において店舗 A には、有益なデータをご提供いただきました。ここに厚く御礼申し上げます。

参考文献

- [1] トリマーを目指す人の情報サイト, URL: <http://トリマー資格取得.net/separation.html> (検索日: 2019 年 6 月 25 日) .
- [2] Career Garden ホームページ, URL: <http://careergarden.jp/> (検索日: 2019 年 6 月 25 日) .